

การศึกษาความเป็นไปได้ในโครงการลงทุนโรงเรียนสอนทำอาหารไทย  
สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่



บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ตุลาคม 2551

การศึกษาความเป็นไปได้ในโครงการลงทุนโรงเรียนสอนทำอาหารไทย  
สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่



การค้นคว้าแบบอิสระนี้เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัยเพื่อเป็นส่วนหนึ่ง  
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
ตุลาคม 2551

การศึกษาความเป็นไปได้ในโครงการลงทุนโรงเรียนสอนทำอาหารไทย  
สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่



ฐิติมา ชัยมา

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

ประธานกรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุจรรยพันธ์ สุวรรณพันธ์

กรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รวิ ลงกานี

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

.....

กรรมการ

All rights reserved

อาจารย์ชานนท์ ชิงชานนุรักษ์

10 ตุลาคม 2551

© ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

## กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยความช่วยเหลือเป็นอย่างสูงจากผู้ช่วยศาสตราจารย์สุวรรรย์พันธ์ สุวรรรณพันธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รวิ ลงกานี อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ และอาจารย์ชานนท์ จึงชยานุรักษ์ที่กรุณาเป็นกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำ และตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ให้สมบูรณ์ จนทำให้การค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี

ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ ดร.ชัยวุฒิ ตั้งสมชัย ผู้ซึ่งให้คำแนะนำ คำปรึกษา และตรวจทานการแก้ไข จนกระทั่งการค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ รวมถึงคณาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ทุกท่าน ที่ได้ให้ความช่วยเหลือในการค้นคว้าแบบอิสระในครั้งนี้ ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณคุณคุณขวัญ ผู้ประกอบการโรงเรียนสอนทำอาหารไทย A lot of Thai Cooking School คุณสวัสดิ์ ผู้ประกอบการโรงเรียนสอนทำอาหารไทย Thai Farm Cooking School และคุณสมพงศ์ ผู้ประกอบการโรงเรียนสอนทำอาหารไทย Chiang Mai Thai Cookery School ที่กรุณาให้ข้อมูลในการดำเนินการธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารไทยและให้ความช่วยเหลือในการเก็บแบบสอบถาม รวมถึงโรงเรียนสอนทำอาหารไทย Bann Thai Cooking School และ Thai Chocolate Cooking School ที่ให้ความอนุเคราะห์ ในการเก็บแบบสอบถาม

ขอขอบคุณเพื่อนนักศึกษาปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ รุ่นที่ 17 ที่คอยสนับสนุน จนทำให้การค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้สำเร็จลงได้อย่างสมบูรณ์ โดยเฉพาะคุณพัชรา และคุณพลศักดิ์ ที่คอยช่วยเหลือและให้คำแนะนำผู้เขียนเป็นอย่างดี

สุดท้ายนี้ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ และครอบครัว ที่ได้ส่งเสริมสนับสนุนและให้กำลังใจผู้เขียนด้วยดีเสมอมา

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ การศึกษาความเป็นไปได้ในโครงการลงทุนโรงเรียนสอนทำอาหาร  
ไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน นางสาวจิตติมา ชัยมา

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุจรย์พันธ์ สุวรรณพันธ์ ประธานกรรมการ  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รวิ ลงกานี กรรมการ

### บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระเรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้ในโครงการลงทุนโรงเรียนสอนทำอาหารไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความเป็นไปได้ของโครงการธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยได้มีการศึกษาความเป็นไปได้ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และด้านการเงิน

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้ใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลทั้งทางปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโรงเรียนสอนทำอาหารไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 3 แห่ง และการเก็บแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเรียนทำอาหารไทยตามโรงเรียนสอนทำอาหารไทยที่มีอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ทั้งหมด 4 แห่ง จำนวน 100 คน ข้อมูลทุติยภูมิเก็บรวบรวมและศึกษาค้นคว้าจากงานรายงานการวิจัย หนังสือ วารสาร บทความ เอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการค้นคว้าข้อมูลออนไลน์ โดยได้นำข้อมูลที่ได้นำวิเคราะห์ประมวลผลภายใต้สมมติฐานการยอมรับโครงการที่อัตราผลตอบแทนการลงทุนที่มากกว่าร้อยละ 11.62 ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

ผลการศึกษาด้านการตลาด พบว่าจากแนวโน้มของความนิยมในด้านอาหารเพื่อสุขภาพรวมทั้งอาหารไทย ยังเป็นอาหารที่ได้รับความนิยมอย่างสูงจากชาวต่างชาติ ทั้งทางด้านรสชาติและคุณประโยชน์จากส่วนประกอบ ทำให้นักท่องเที่ยวไม่น้อยที่มีความสนใจที่จะเรียนรู้ทางด้านวิธีการทำอาหารไทย อีกทั้งแรงสนับสนุนจากภาครัฐที่มุ่งเน้นในด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ถึงแม้ว่าปัจจุบันจะมีโรงเรียนสอนทำอาหารไทยหลายแห่งที่เปิดสอนแต่มีโรงเรียนสอนทำอาหารไทยเพียงไม่กี่รายที่ได้เน้นและให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพของการบริการ ซึ่งทำให้เป็นโอกาสอันดีสำหรับโรงเรียนแห่งใหม่ที่จะเปิดให้บริการเพื่อเป็นการเพิ่มทางเลือกให้แก่นักท่องเที่ยว โดยในการศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดส่วนประสมทางการตลาดบริการ ซึ่งด้านบุคลากรได้ถูกให้ความสำคัญมากที่สุด โดยบุคลากรที่ทำการสอนจะต้องมีทักษะในการสอนและมีความสามารถในการถ่ายทอดรวมทั้งครูและเจ้าหน้าที่ทุกคนต้องให้ความสำคัญกับการมีใจรักงานบริการ ทางด้านผลิตภัณฑ์ได้แบ่งคอร์สที่สอนออกเป็น 2 รูปแบบ คือ คอร์สปกติสำหรับนักเรียนทั่วไป โดยมีเมนูอาหารให้เลือกเรียนทั้งหมด 6 คอร์ส ซึ่งจะเป็นคอร์สที่หมุนเวียนในแต่ละวันในสัปดาห์ คอร์สพิเศษเป็นคอร์สที่สามารถจับกลุ่มเรียนเองรวมถึง รายการอาหารที่ต้องการเรียน นอกจากนี้คอร์สพิเศษยังเปิดสอนภาษาอื่นคือ ฝรั่งเศสและญี่ปุ่น ในการกำหนดค่าใช้จ่าย คอร์สทั่วไปจะกำหนดค่าใช้จ่าย 950 บาทต่อคอร์ส และคอร์สพิเศษ กำหนดค่าใช้จ่าย 1,800 บาท ต่อคอร์ส (คอร์สละ 8 ชั่วโมง) ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเน้นให้มีการจัดรับ-ส่งให้แก่นักท่องเที่ยว รวมทั้งการจัดตั้งสำนักงานขายให้อยู่ในใจกลางเมืองเพื่อให้สามารถหาได้ง่ายและสะดวกในการติดต่อ ด้านการส่งเสริมการตลาดมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง ด้านลักษณะทางกายภาพเน้นในด้านความสะอาดของห้องเรียนและโรงเรียน การจัดพื้นที่เรียนและบรรยากาศการเรียนอย่างเหมาะสม รวมถึงการดูแลรักษาอุปกรณ์ให้อยู่ในสภาพดีเสมอ ด้านกระบวนการให้บริการ มีการให้ความสำคัญของการบริการทั้งก่อน และหลังที่ดี

ผลการศึกษาทางด้านเทคนิค ได้ทำการพิจารณาเลือกทำเลที่ตั้งของโครงการเป็น 2 แห่ง ได้แก่ สำนักงานขายซึ่งได้กำหนดให้อยู่บริเวณใกล้ประตูท่าแพ ซึ่งเป็นแหล่งที่มีนักท่องเที่ยวผ่านจำนวนมาก และสะดวกในการติดต่อ ในส่วนของสถานที่เรียนทำอาหารไทย จะเป็นบ้านทรงไทย 2 ชั้น ตั้งอยู่บริเวณตำบลฟ้าฮ่าม ทางไปสันผีเสื้อ เนื่องจากเป็นพื้นที่นอกตัวเมืองที่ไม่ห่างจากตัวเมืองมากนัก มีการคมนาคมที่สะดวก อีกทั้งยังมีสิ่งแวดล้อมที่ดีและพื้นที่เพียงพอที่สามารถจัดสรรให้มีรูปแบบตามต้องการได้ โดยโครงการใช้เงินลงทุนเริ่มแรกเท่ากับ 2,693,877 บาท

ผลการศึกษาด้านการจัดการ รูปแบบของการดำเนินธุรกิจเป็นรูปแบบบุคคลธรรมดา โดยมีการกำหนดตำแหน่งหน้าที่ออกเป็น ผู้จัดการ 1 ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่การตลาดจำนวน 1 ตำแหน่ง พนักงานขับรถ 1 ตำแหน่ง สำหรับบุคลากรครูผู้สอน และ แม่บ้าน กำหนดให้มีการจ้างในตำแหน่งละ 1 อัตรา และเพิ่มเป็นตำแหน่งละ 2 อัตรา ตั้งแต่ในปีที่ 2 ของการดำเนินงาน เพื่อให้สามารถรองรับต่อการขยายตัวของธุรกิจ

ผลการศึกษาทางการเงิน โครงการมีเงินลงทุนเริ่มแรก (Initial Investment) จำนวน 2,675,277 บาท เป็นเงินในส่วนของเจ้าของร้อยละ 60 หรือ 1,605,166 บาท และ จากการกู้ยืม



สถาบันการเงินร้อยละ 40 หรือ 1,070,111 บาท จากการประมาณผลการดำเนินงานโครงการ  
ระยะเวลา 5 ปี พบว่าโครงการมีระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) เท่ากับ 3 ปี 4 เดือน 26 วัน  
โดยประมาณ มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) ที่อัตราคิดลดร้อยละ 11.62 เท่ากับ  
762,006 บาท อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (Internal Rate of Return: IRR) มีค่าเท่ากับร้อยละ  
20.29 ดังนั้นโครงการจึงมีความเป็นไปได้ในการลงทุน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

**Independent Study Title** A Feasibility Study for Investing in a Thai Cooking School for Foreigners in Mueang Chiang Mai District

**Author** Ms. Thitima Chaima

**Degree** Master of Business Administration

**Independent Study Advisory Committee**

Asst. Prof. Suchanpin Suwanaphan

Chairperson

Asst. Prof. Dr. Ravi Lonkani

Member

### ABSTRACT

The independent study aimed to study for investing in a Thai Cooking School for Foreigners in Mueang Chiang Mai district. The study was divided into 4 aspects which were marketing analysis, technical analysis, management analysis and financial analysis.

The primary data were collected by interviewing three Thai Cooking Schools for Foreigners in Chiang Mai province and using questionnaires with 100 foreigners from 4 Thai Cooking Schools in Mueang Chiang Mai district. The secondary data were collected from journal articles, other researches and online sources which were relevant to the study. The data were analyzed under the hypotheses that this project renders the accept rate of return more than 11.62%.

The study was summarized as follow: marketing feasibility study, the results showed trend of healthy food and popularity of Thai food among the foreigners because of their tastes and benefits. Thus, a lot of tourists were still interested in learning cooking Thai food. There was also some support from the government that focusing on cultural tourism. There were several cooking schools in Chiang Mai but not many schools were focusing on service quality, so it was a good opportunity for new quality cooking schools to offer new alternatives to foreigners. In this study, on the service marketing mix decision of product, people were seemed to be the most important



factor. The teacher must have high teaching skills. The service mind was the important quality for all the school staffs. On the products part, it was categorized the course into 2 groups, namely a General course which offered 6 courses in a weekly rotation basis, and Special course, in which customers were able to choose their own menu to study, the group preference, and also taught in 3 languages: English, French and Japanese. The course fee would be 950 baht per person for general course and 1,800 bahts per person for special course (8 hours per course). On the location and transportation, the cooking school located in the suburb area and the sales office is located in the downtown. The school should provide the transportation services for the customers. The school could continuously advertise through multiple channels. On the physical appearance: the school should create a good environment for class, and use clean and well maintained kitchen equipments. On the service: the school should have well customers service in both before and after the courses.

The results from the technical feasibility: the school sales office was located on Chaiyaphum Road near Tha Pae Gate which was convenient for customer to contact. The school should be a 2-story Thai Style house, located in Faham area, which was not far from downtown, and was convenient for traveling. Moreover, the school should have a good environment and enough area for setting up. The initial investment for this project was 2,693,877 baht.

The results from the managerial feasibility: this project was registered as a sole proprietorship with one manager and one in each position of teacher, marketing, maid and driver. For teachers and maids, the school would employ two personnel in each position in the second years to be able to support the extension of the courses.

The results from the financial feasibility analysis: the initial investment were 2,675,277 baht, which 60% or 1,605,166 baht was from the owner and 40% or 1,070,111 baht was from bank loan. The project duration was 5 years. The study showed that the project had payback period of approximately 3 years and 4 months 26 days. The net present value was 762,006 baht at 11.62% discount rate. The IRR of this project was 20.29%. Thus this project was feasible for the investment.

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ช
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ฌ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	4
การศึกษาสภาวะแวดล้อมโดยทั่วไปของธุรกิจ	4
การศึกษาสภาวะแวดล้อมทางอุตสาหกรรม	4
การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด	4
การศึกษาความเป็นไปได้ด้านเทคนิค	5
การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการจัดการ	5
การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงิน	6
สมมุติฐานการศึกษา	7
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	10
ขอบเขตการศึกษา	10
วิธีการศึกษา	11
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	11
การวิเคราะห์ข้อมูล	12
ข้อสมมุติฐานในการลงทุน	12
สถานที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัย และรวบรวมข้อมูล	14
ระยะเวลาในการดำเนินการ	14

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright © by Chiang Mai University  
 All rights reserved

	หน้า
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	15
การศึกษาสภาพแวดล้อมโดยทั่วไปของธุรกิจ	15
การศึกษาภาวะการแข่งขันของอุตสาหกรรม	18
การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของธุรกิจ รวมถึงสมมติฐาน ในการศึกษา	21
การวิเคราะห์ด้านการตลาด	23
การวิเคราะห์ด้านเทคนิค	49
การวิเคราะห์ด้านการจัดการ	62
การวิเคราะห์ด้านการเงิน	67
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล การศึกษา ข้อค้นพบ ข้อจำกัดและเสนอแนะ	78
สรุปผลการศึกษา	78
อภิปรายผลการศึกษา	82
ข้อค้นพบ	84
ข้อเสนอแนะ	85
บรรณานุกรม	87
ภาคผนวก	89
ภาคผนวก ก	90
ภาคผนวก ข	109
ประวัติผู้เขียน	122

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
3.1 แสดงการคำนวณ ต้นทุนถัวเฉลี่ยของเงินทุน (WACC)	13
4.1 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามโรงเรียนสอนทำอาหารไทย	23
4.2 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	24
4.3 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	24
4.4 แสดงจำนวนร้อยละของนักท่องเที่ยวแยกตามเชื้อชาติ	25
4.5 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการท่องเที่ยวในประเทศไทย	26
4.6 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลของการเดินทางมายังจังหวัดเชียงใหม่	26
4.7 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามคาพฤติกรรมเคยเรียนทำอาหารไทยมาก่อน	27
4.8 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จากแหล่งที่ได้รับข้อมูลข่าวสาร	27
4.9 แสดงจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาที่ต้องการเรียนทำอาหารไทย	28
4.10 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนปริมาณ รายการอาหารที่ต้องการการเรียน	28
4.11 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการเรียน	29
4.12 แสดงจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความต้องการจำนวนนักท่องเที่ยว	30
4.13 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามภาษาที่ความต้องการใช้ในการเรียนการสอน	30
4.14 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	31
4.15 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านราคา	32
4.16 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายต่อคอร์ส	33
4.17 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	34

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.18 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	35
4.19 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	36
4.20 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	37
4.21 ตารางสรุปปัจจัยหลักของส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกเรียนทำอาหารไทยของนักท่องเที่ยว	38
4.22 แสดงค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาดของโรงเรียนทำอาหารไทย	43
4.23 ตารางแสดงการประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวที่เรียนทำอาหารไทยแบบคอร์สทั่วไป	47
4.24 ตารางแสดงการประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวที่เรียนทำอาหารไทยคอร์สพิเศษ	48
4.25 แสดงการประมาณการรายได้ของโรงเรียนสอนทำอาหารไทย	48
4.26 ตารางแสดงรายการอาหารและกิจกรรมในแต่ละคอร์สเรียนและเวลาที่ใช้ในการทำกิจกรรม	53
4.27 ตารางแสดงคอร์สที่ทำการเรียนการสอนในแต่ละวัน	54
4.28 ตารางแสดงการใช้ห้องเรียน	54
4.29 ตารางแสดงสินทรัพย์ถาวร	55
4.30 ตารางแสดงรายการค่าเสื่อมราคาและค่าใช้จ่ายตัดจ่ายสินทรัพย์ถาวร	57
4.31 ตารางแสดงวัสดุสิ้นเปลือง	58
4.32 ตารางแสดงการคำนวณต้นทุนบริการของโรงเรียนสอนทำอาหารไทย	61
4.33 ตารางแสดงต้นทุนวัสดุสิ้นเปลืองคงเหลือ	62
4.34 ตารางแสดงกำลังคนและอัตราเงินเดือนในตำแหน่งต่างๆ	64
4.35 แสดงรายจ่ายเงินเดือนพนักงานของโรงเรียนสอนทำอาหารไทย	65
4.36 แสดงค่าใช้จ่ายสวัสดิการพนักงาน	65
4.37 แสดงรายละเอียดของเงินลงทุนเริ่มแรกของโรงเรียนสอนทำอาหารไทย	66
4.38 แสดงการประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหารของโรงเรียนสอนทำอาหารไทย	67

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
4.39	ตารางแสดงรายการงบกำไรขาดทุนของโรงเรียนสอนทำอาหารไทย	69
4.40	ตารางแสดงประมาณการเงินสดของโรงเรียนสอนทำอาหารไทย	70
4.41	ตารางแสดงงบดุลของโรงเรียนสอนทำอาหารไทย	72
4.42	แสดงการคำนวณจุดคุ้มทุนของโรงเรียนสอนทำอาหารไทยในแต่ละปี	73
4.43	แสดงจุดคุ้มทุนของโรงเรียนสอนทำอาหารไทยในแต่ละปีแยกตามประเภทของคอร์สเรียน	74
4.44	แสดงรายการเงินลงทุนเริ่มแรก และกระแสเงินสดของโรงเรียนสอนทำอาหารไทยในแต่ละปี	74
4.45	แสดงการคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิ	74
4.46	แสดงการคำนวณอัตราผลตอบแทนภายใน โครงการ	75
4.47	แสดงการคำนวณระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ และอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ สำหรับกรณีสถานการณ์ที่ดีที่สุด กรณีที่รายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการและต้นทุนการผลิตลดลงร้อยละ 10	76
4.48	แสดงการคำนวณระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ และอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ สำหรับกรณีสถานการณ์ที่แย่ กรณีที่รายได้ลดลงร้อยละ 5 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการและต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 5	76
4.49	แสดงการสรุปผลการวิเคราะห์ระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ และอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ สำหรับทั้ง 3 สถานการณ์	77
6.1	ตารางสรุปข้อมูลที่ได้จากผู้ประกอบการ	104
6.2	งบกำไรขาดทุน กรณีรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการและต้นทุนการผลิตลดลงร้อยละ 10	105
6.3	งบกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน กรณีรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการและต้นทุนการผลิตลดลงร้อยละ 10	106
6.4	งบกำไรขาดทุน กรณีรายได้ลดลงร้อยละ 5 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการและต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 5	107
6.5	งบกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน กรณีรายได้ลดลงร้อยละ 5 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการและต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 5	108



## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
6.6 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ท่องเที่ยวและพักแรมในจังหวัดเชียงใหม่ 2550	111
6.7 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ท่องเที่ยวและพักแรมในจังหวัดเชียงใหม่ 2549	113
6.8 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ท่องเที่ยวและพักแรมในจังหวัดเชียงใหม่ 2548	115
6.9 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ท่องเที่ยวและพักแรมในจังหวัดเชียงใหม่ 2547	117
6.10 สรุปข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ท่องเที่ยวและพักแรมในจังหวัดเชียงใหม่ ปี 2547-2550	119
6.11 อัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา	120

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

## สารบัญภาพ

รูป	หน้า	
4.1	แผนผังสถานที่ตั้งสำนักงานขาย โรงเรียนสอนทำอาหารไทย	49
4.2	แผนผังสถานที่ตั้งโรงเรียนสอนทำอาหารไทย	50
4.3	แสดงแผนผังสำนักงานขาย	51
4.4	แสดงแผนผังพื้นที่ชั้นล่างของโรงเรียนสอนทำอาหารไทย	52
4.5	แสดงโครงสร้างองค์กรของโรงเรียนสอนทำอาหารไทย	63
6.1	กราฟจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักแรมในจังหวัดเชียงใหม่	110

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved

# บทที่ 1

## บทนำ

### หลักการและเหตุผล

จากการที่กระแสการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ และกระแสการบริโภคเครื่องเทศกำลังเป็นที่ให้ความสนใจไปทั่วโลก อาหารไทยจึงเป็นที่นิยมและชื่นชอบไปทั่วโลก เนื่องจากมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และรสชาติที่ดี รวมถึงมีส่วนผสมของเครื่องเทศและสมุนไพรต่างๆ ทำให้ชาวต่างชาตินิยมบริโภคอาหารไทยเพิ่มมากขึ้น ซึ่งทางภาครัฐได้ประกาศดำเนินนโยบายรับกับกระแสความนิยมที่มากขึ้น โดยประกาศยุทธศาสตร์ความเป็นครัวของโลก หรือ “Kitchen of the World” โดยมีเป้าหมายหลักให้มีการส่งออกอาหารที่ปลอดภัยเป็นลำดับ 1 ใน 5 ของโลก และผลักดันให้มีการส่งออกวัตถุดิบปรุงอาหารไทยให้ได้มากขึ้น การสนับสนุนให้ร้านอาหารไทยในต่างประเทศ เป็นศูนย์กลางข้อมูลการท่องเที่ยว รวมทั้งเป็นจุดประชาสัมพันธ์ประเทศไทยให้ชาวต่างชาติได้รับรู้และร่วมมือกับหน่วยงานของทั้งในประเทศและต่างประเทศผลักดัน สนับสนุนการเปิดธุรกิจร้านอาหารไทยในต่างประเทศ รวมถึงการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์เผยแพร่อาหารไทยให้เป็นที่รู้จัก (กระทรวงต่างประเทศ, 2546 : ออนไลน์)

ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 (พ.ศ.2550-2554) ได้มีการปรับยุทธศาสตร์ทางโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและยั่งยืน โดยมีการกำหนดปรับโครงสร้างภาคบริการให้เป็นแหล่งรายได้หลักของประเทศ โดยพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมของภูมิภาคบนฐานความโดดเด่นและหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และความเป็นไทย โดยการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรชุมชนในท้องถิ่น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2550 : ออนไลน์) และ หอการค้าแห่งประเทศไทยได้การจัดทำแผนการตลาดการท่องเที่ยวประจำปี 2551 โดยเน้นความสอดคล้องตามกรอบยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวในระยะ 5 ปี ของททท. คือ มุ่งเน้นพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ เน้นการนำเสนอเอกลักษณ์วัฒนธรรมไทย(หอการค้าไทย, 2550 : ออนไลน์) ซึ่งการนำเสนออาหารไทยถือเป็นกลยุทธ์หลักหนึ่งในการส่งเสริมการตลาดต่างประเทศ จึงมีการส่งเสริมและเผยแพร่อาหารไทยโดยความร่วมมือของหน่วยงานต่างๆของประเทศ ทำให้อาหารไทยเป็นที่นิยมในหมู่ชาวต่างชาติเป็นอย่างมากและเป็นจุดขายหนึ่งที่ชาวต่างชาติให้ความสนใจในประเทศไทยและเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย รวมถึงอุตสาหกรรมที่ไทยมีศักยภาพสูงคืออุตสาหกรรมทางการบริการ

ดังนั้นโรงเรียนสอนทำอาหารไทยจึงได้ถูกระบุเป็นหนึ่งในกลยุทธ์ที่สำคัญในแผนการตลาดส่งเสริมทางการท่องเที่ยวของไทยตั้งแต่ปี 2547 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2550 : ออนไลน์)

เนื่องด้วยนักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสนใจในวัฒนธรรมต่างๆของการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะการทำอาหาร ซึ่งเป็นเครื่องมือในการเรียนรู้วัฒนธรรมที่ค่อนข้างหนึ่งชาวต่างชาติเห็นว่าอาหารไทยเป็นอาหารที่มีรสชาติอร่อยและดีต่อสุขภาพมากกว่าอาหารตะวันตก อาหารไทยมีความเป็นเอกลักษณ์ มีกรรมวิธีในการทำอย่างประณีต ทำให้อาหารไทยเป็นสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังประเทศไทย ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยือนประเทศไทยชื่นชอบในการรับประทานอาหารไทย มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากสนใจและเริ่มเรียนรู้ในการทำอาหารไทยอย่างจริงจังทำให้ธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารไทยให้ชาวต่างชาติเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะจังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ

จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดหนึ่งที่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวที่สำคัญของภาคเหนือ และของประเทศไทย โดยในปี 2549 มีนักท่องเที่ยวที่เป็นชาวต่างชาติ เข้ามาเยี่ยมเยือนจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 1,876,300 คน โดยมีมูลค่ารายได้จากการท่องเที่ยวของชาวต่างชาติสูงถึงกว่า สองหมื่นล้านบาท และโรงเรียนสอนทำอาหารไทยเป็นธุรกิจหนึ่งในด้านการบริการที่มีความสำคัญของจังหวัดเชียงใหม่ ในการศึกษาทางด้านขนาดของตลาด พิจารณาจากปริมาณนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ยังคงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ถึงแม้ว่าในช่วงปลายปี 2547 ประเทศไทยได้รับผลกระทบจากภัยสึนามิ ทำให้ในปี 2548 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาในประเทศไทยโดยรวมลดลง แต่ในช่วง 2 ไตรมาสสุดท้ายปริมาณสถานการณ์การท่องเที่ยวเริ่มดีขึ้น และปริมาณนักท่องเที่ยวเริ่มเพิ่มขึ้นในปี 2549 และในปี 2550 ปริมาณนักท่องเที่ยวต่างชาติในช่วงครึ่งปีแรก คิดเป็น 70% ของนักท่องเที่ยวปี 2549 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2550 : ออนไลน์) จากการศึกษาการเรียนการสอนวิธีทำอาหารไทยสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ (สำราญ โพธิ์จักษ์, 2545) พบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่ที่เรียนวิธีการทำอาหารไทยเป็นนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์การเดินทางเพื่อท่องเที่ยว และพักผ่อน ซึ่งข้อมูลสถิติของนักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้ยังคงเพิ่มขึ้น อีกทั้งพบว่าในจังหวัดเชียงใหม่มีผู้เปิดโรงเรียนสอนทำอาหารไทยเพิ่มมากขึ้นตามจำนวนชาวต่างชาติที่ให้ความสนใจมาเรียนวิธีทำอาหารไทยมากขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะช่วงหน้าหนาวจะมีนักท่องเที่ยวเข้าเรียนมากถึง 400 คนต่อเดือน จากเดิมในอดีตเมื่อ 7 ปีก่อน ในจังหวัดเชียงใหม่มีโรงเรียนสอนทำอาหารเพียง 3 แห่ง แต่ขณะนี้เปิดโรงเรียนสอนเพิ่มมากขึ้นถึงเกือบ 30 แห่ง และมีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้นอีก (คมชัดลึก, 2549 : ออนไลน์) โดยธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารไทยที่มีอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ในปัจจุบันนี้นั้น จะมีหลากหลายขนาดทั้งขนาดกลางและขนาด

เล็ก โดยจะมีทั้งโรงเรียนสอนทำอาหารที่เปิดเป็นโรงเรียนสอนทำอาหารอย่างเดียว และโรงเรียนสอนทำอาหารที่เปิดสอนในที่พัก เช่น เกสต์เฮาส์ หรือ โรงแรม ซึ่งโดยส่วนมากจะทำการสอนเป็นภาษาอังกฤษ และมีการสอนเป็นกลุ่มโดยจำนวนนักเรียนต่อชั้นเป็นจำนวนประมาณ 15 - 20 คน

จากโอกาสทางธุรกิจดังกล่าวนี้ทำให้เห็นว่าธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารไทยสำหรับชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่เป็นธุรกิจที่น่าสนใจที่จะนำมาวิเคราะห์การลงทุน ดังนั้นผู้ศึกษาจึงจะทำการศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนโครงการโรงเรียนสอนอาหารไทยสำหรับชาวต่างชาติในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมุ่งเน้นให้มีความหลากหลายในการเรียนการสอนให้มากขึ้น โดยการเปิดสอนเป็นกลุ่มขนาดเล็ก 3-5 คน หรือกลุ่มขนาดกลางจำนวนไม่เกิน 10 คน เพื่อให้เป็นทางเลือกสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเป็นกลุ่ม อีกทั้งยังเพิ่มการสอนในภาษาที่หลากหลายนอกเหนือจากภาษาอังกฤษ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากชาติต่างๆที่เข้ามาในเชียงใหม่โดยเลือกชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในเชียงใหม่มากเป็นอันดับต้นๆ เช่น ญี่ปุ่น ฝรั่งเศส เยอรมัน

#### วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ โรงเรียนสอนอาหารไทยสำหรับชาวต่างชาติ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

#### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เพื่อให้ทราบถึงความเป็นไปได้ของโครงการ โรงเรียนสอนทำอาหารไทยสำหรับชาวต่างชาติ ในจังหวัดเชียงใหม่ และเพื่อเป็นแนวทางต่อผู้ที่สนใจประกอบธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารไทย

#### นิยามศัพท์

**การศึกษาความเป็นไปได้** หมายถึง การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการเพื่อต้องการทราบผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการดำเนินงานโครงการลงทุนธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารไทยแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยพิจารณาจากการศึกษาวิเคราะห์โครงการใน 4 ด้าน คือด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และด้านการเงิน ทั้งนี้เพื่อช่วยประกอบการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุน

**นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ** หมายถึง บุคคลที่ไม่ได้ถือสัญชาติไทย ไม่ได้มีถิ่นที่อยู่ในประเทศไทยและเดินทางเข้ามายังประเทศไทยเป็นการชั่วคราว เพื่อท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

**โรงเรียนสอนทำอาหารไทย** หมายถึง สถานที่ให้ความรู้ในการทำอาหารไทยในจังหวัดเชียงใหม่ที่ให้บริการสอนขั้นตอนและวิธีการทำอาหารไทย ให้แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาความเป็นไปได้ในโครงการโรงเรียนสอนทำอาหารไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ศึกษาทฤษฎี แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องดังนี้

#### แนวคิดและทฤษฎี

ได้มีการนำกรอบแนวคิดการศึกษาทางด้านหน้าที่ทางธุรกิจมาใช้ในการวิเคราะห์ผล ที่เรียกว่า การศึกษาความเป็นไปได้ของการโครงการโรงเรียนสอนทำอาหารไทย ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีรายละเอียดดังนี้

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ คือ การศึกษาโครงการในภาพรวมทั้งหมด ทั้งในขอบเขตกว้างที่เรียกว่า Macro (มหภาค) และในขอบเขตที่มีรายละเอียดลึกลงไปเรียกว่า Micro (จุลภาค) โครงการอุตสาหกรรมโดยทั่วไปจะมีกิจกรรมหลัก 4 กิจกรรม คือ กิจกรรมด้านตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการและด้านการเงิน (ชัยศ สันติวงศ์, 2539) ในการศึกษาดังกล่าวจะบอกรายละเอียดและวิเคราะห์สิ่งที่จำเป็นที่เกี่ยวเนื่องกับการผลิตรวมทั้งทางเลือกอื่นๆ ของการผลิต นอกจากนี้จะระบุกำลังผลิตและสถานที่ตั้งโครงการที่เหมาะสม การใช้เทคโนโลยีในการผลิตแบบใด มีค่าใช้จ่ายในการลงทุนและการดำเนินงานกิจการเพียงไร ทั้งนี้เพื่อให้ได้ผลตอบแทนการลงทุนให้มากที่สุด (จันทนา จันทโร และศิริจันทร์ ทองประเสริฐ, 2540) ในการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ จะพิจารณาปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการดำเนินงานของโครงการ ดังนี้

การศึกษาภาวะแวดล้อมโดยทั่วไปของธุรกิจ เป็นการศึกษาปัจจัยหรือตัวแปรต่างๆ ที่ไม่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับการดำเนินงานขององค์กร แต่สามารถมีอิทธิพล หรือผลกระทบทางอ้อมต่อองค์กร ได้แก่ สภาพเศรษฐกิจ เทคโนโลยี สังคม การเมือง

การศึกษาภาวะแวดล้อมทางอุตสาหกรรม เป็นการศึกษาปัจจัยหรือตัวแปรต่างๆ ที่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับการดำเนินงานขององค์กร ได้แก่ คู่แข่ง ลูกค้า ผู้ถือหุ้น ผู้จัดการจำหน่าย ผู้จัดหาวัตถุดิบ ในอุตสาหกรรมที่ธุรกิจดำเนินการอยู่

การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด เป็นการวิเคราะห์สถานการณ์ และโอกาสทางการตลาดของธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารไทย โดยการวิเคราะห์ด้านการตลาดนี้ได้ นำแนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการที่ ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) การนำเสนอทางลักษณะทางกายภาพ (Physical



Evidence) และ กระบวนการ (Process) (Valarie A. Zeithaml, 2006) มาพิจารณาประกอบในการวิเคราะห์

- ผลิตภัณฑ์ (Product) สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายจะมีตัวตนหรือ ไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วยสินค้า บริการความคิด สถานที่ องค์กร หรือบุคคล

- ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ซึ่งผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าผลิตภัณฑ์กับราคา

- ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ช่องทางในการทำให้ลูกค้าสามารถเข้าถึง และเลือกใช้บริการได้ ซึ่งมักจะทำโดยผ่านตัวกลางต่างๆที่มีอยู่ในตลาด

- การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการสื่อสารการตลาด เพื่อสร้างทัศนคติ และพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานทำการขายและการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน โดยในการใช้เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารนั้นจะพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่ง โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้

- บุคลากร (People) บุคคลหรือผู้ที่ทำหน้าที่ให้บริการซึ่งจะส่งผลต่อความรู้สึกของผู้ซื้อซึ่งเราจะต้องให้ความสำคัญต่อบุคลากรในทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นการแต่งกาย บุคลิกลักษณะ ทัศนคติและพฤติกรรมที่แสดงออกซึ่งจะส่งผลต่อความรู้สึกของลูกค้า

- การนำเสนอทางลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) สิ่งแวดล้อมในการให้บริการหรือสถานที่ที่บริษัทจะได้มีการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า รวมถึงองค์ประกอบเล็กๆน้อยๆในการประกอบให้บริการ เช่น โบร์ชัวร์ , การ์ด และอุปกรณ์ต่างๆที่ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของการบริการที่มีคุณภาพ

- กระบวนการ (Process) ขั้นตอน กลไกการดำเนินการ รวมถึงกิจกรรมให้บริการอย่างแท้จริง ที่จะช่วยส่งมอบการบริการ

การศึกษาความเป็นไปได้ด้านเทคนิค เป็นการวิเคราะห์ด้านเทคนิค เป็นการวิเคราะห์ด้านวิธีการ การกำหนดรูปแบบการสอน ขนาดของอาคารสถานที่ และปัจจัยอื่นๆ เช่นการเลือกอุปกรณ์ เครื่องใช้ และสิ่งอำนวยความสะดวกในการดำเนินงาน เพื่อคาดคะเนต้นทุนการผลิต และเงินลงทุนถาวร รวมทั้งค่าใช้จ่ายก่อนเปิดดำเนินการ เพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์ด้านการเงินต่อไป

การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการจัดการ (บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, 2534) การวิเคราะห์เพื่อกำหนดรูปแบบการดำเนินงาน จัดโครงสร้างโดยมีองค์กรที่เหมาะสม การจัดทีม

บริหาร การกำหนดหน้าที่ และความรับผิดชอบของแต่ละสายงาน และตำแหน่งงาน การกำหนดคุณสมบัติของบุคลากรในแต่ละตำแหน่งงาน รวมถึงการสรรหาบุคลากร

การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงิน (สุวรรย์พันธ์ สุวรรณพันธ์, 2549) การวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงินเพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุน โดยจะนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ด้านการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการจัดการมาจัดทำต้นทุนโครงการ งบกำไรขาดทุนล่วงหน้า งบกระแสเงินสดล่วงหน้า งบดุลล่วงหน้า เพื่อประกอบในการวิเคราะห์ เพื่อให้การประเมินโครงการมีประสิทธิภาพและถูกต้องยิ่งขึ้น เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่

1. จุดคุ้มทุน (Break-Even Point) หมายถึง การวิเคราะห์ถึงจุดที่ปริมาณสินค้าหรือบริการที่ธุรกิจจำหน่ายออกไปแล้ว มีผลทำให้รายได้เท่ากับต้นทุนของสินค้าหรือบริการบวกจ่ายทั้งสิ้นที่จ่ายออกไปภายในรอบระยะเวลาหนึ่งๆ ซึ่งสามารถคำนวณได้จาก

$$\text{จุดคุ้มทุน(หน่วย)} = \frac{\text{ต้นทุนคงที่}}{\text{ราคาขาย} - \text{ต้นทุนผันแปร}}$$

2. ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) หมายถึง ระยะเวลาที่กระแสเงินสดรับสุทธิจากโครงการสามารถชดเชยกระแสเงินสดจ่ายลงทุนสุทธิตอนเริ่มระยะเวลาโครงการพอดี โดยนำกระแสเงินสดรับสุทธิจากโครงการในแต่ละปีมาเปรียบเทียบกับเงินสดที่จ่ายลงทุนเมื่อเริ่มโครงการว่าจะใช้ระยะเวลานานเท่าใดจึงจะคุ้มกับเงินทุนตอนเริ่มโครงการ

3. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value) หมายถึง ผลต่างระหว่างมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดที่คาดว่าจะได้รับในแต่ละปีตลอดอายุโครงการกับมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่ายสุทธิ ซึ่งสามารถคำนวณได้จาก

$$\text{มูลค่าปัจจุบันสุทธิ} \quad NPV = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+k)^t} - IO$$

โดย  $CF_t$  = กระแสเงินสดรับสุทธิจากโครงการลงทุนในอนาคต

$IO$  = เงินสดจ่ายลงทุนในโครงการ

$n$  = อายุของโครงการ

$k$  = อัตราผลตอบแทนที่ต้องการ หรือต้นทุนของเงินทุนที่จัดหา

4. อัตราผลตอบแทนลดค่า (Internal Rate of Return) หมายถึง อัตราลดค่าที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสดรับเท่ากับมูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสดจ่ายสุทธิ ซึ่งสามารถคำนวณได้จาก

$$\text{อัตราผลตอบแทนลดค่า } IRR = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1 + IRR)^t} - IO = 0$$

โดย  $CF_t$  = กระแสเงินสดรับสุทธิจากโครงการลงทุนในอนาคต

$IO$  = เงินสดจ่ายลงทุนในโครงการ

$n$  = อายุของโครงการ

$IRR$  = อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน

5. การวิเคราะห์สถานการณ์ (Scenario Analysis) เป็นการประมาณความเป็นไปได้ของผลตอบแทนหลายแบบเพื่อหาความผันผวนของผลที่ได้รับ โดยแบ่งเหตุการณ์เป็น 3 ระดับ คือ เหตุการณ์ที่แย่ (Pessimistic) เหตุการณ์ที่คาดหวัง (Most Likely or Expected) และเหตุการณ์ที่ดี (Optimistic) มาประมาณการผลตอบแทนที่ได้รับจากการลงทุนในโครงการ

### สมมติฐานในการศึกษา

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุน โรงเรียนสอนทำอาหารไทยสำหรับชาวต่างชาติ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีการจัดโครงสร้างทางการเงินในการลงทุนส่วนของผู้ถือหุ้นคิดเป็นร้อยละ 60 และเป็นการกู้ยืมจากสถาบันการเงินคิดเป็นร้อยละ 40 โดยจะชำระคืนภายในเวลา 5 ปี เนื่องจากธุรกิจเป็นธุรกิจที่มีเงินลงทุนไม่สูงมาก มีอัตราดอกเบี้ยที่เร็ว และการที่จะมีคู่แข่งรายใหม่จะเข้ามาแข่งขันในธุรกิจนั้นมีมาก โดยอัตราดอกเบี้ยเงินกู้เพื่อการประกอบธุรกิจจากธนาคารกรุงเทพ เป็นเงินกู้ระยะยาวและระยะสั้น อัตราดอกเบี้ยร้อยละ 9.375 (ธนาคารกรุงเทพ, 2550 : ออนไลน์) การคิดค่าเสื่อมราคาโดยวิธีเส้นตรง และอัตราผลตอบแทนการลงทุน ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 15

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โทฤทธิ์ เล็กกิจเจริญชัย (2545) ได้ทำการศึกษาธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้ที่เข้ามาประกอบกิจการโรงเรียนสอนทำอาหารไทยสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาตินั้นมีความชอบอาหารไทยเป็นทุนเดิม และมีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการทำอาหารไทย โดยรูปแบบของการประกอบกิจการของโรงเรียนสอนทำอาหารไทยสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในจังหวัดเชียงใหม่มีลักษณะการติดต่อลูกค้า ผ่านทางบริษัทนำเที่ยว

นอกจากนี้มีการประชาสัมพันธ์โดยการแจกแผ่นพับและใบปลิว เงินลงทุนของกิจการจะแตกต่างกันไปตามขนาดของกิจการ ซึ่งกิจการส่วนใหญ่เป็นขนาดเล็ก โดยเงินลงทุนไปตั้งแต่ประมาณ 10,000 บาท ถึง 400,000 บาท ค่าเรียนที่นักท่องเที่ยวต้องการจ่ายในการเรียนทำอาหารไทย อยู่ระหว่าง 700 บาท ถึง 1,200 บาท ปัญหาของโรงเรียนสอนทำอาหารไทยที่พบคือ การแข่งขันกันลดราคาค่าเรียนทำอาหารไทย รวมถึงโรงเรียนทำอาหารไทยนอกระบบที่ไม่ได้จดทะเบียนให้ถูกต้องตามกฎหมาย และการหลอกลวงนักท่องเที่ยว

ตำรวจ โปธิ์จาค (2545) ได้ทำการศึกษาการเรียนการสอนวิธีทำอาหารไทยสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุระหว่าง 20-39 ปี ต้องการเรียนทำอาหารไทยเพื่อนำไปประกอบอาหารเพื่อรับประทานเอง ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับชื่อสถานประกอบการที่ทำการสอนอาหารไทยจากหนังสือแนะนำการท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวเลือกโรงเรียนสอนอาหารไทยที่มีชื่อเสียง ใกล้เคียงที่พักและ มีความสะอาด มีอุปกรณ์ครบเพียงพอกับจำนวนผู้เรียน นักท่องเที่ยวต่างชาติต้องการหลักสูตรที่เรียนหนึ่งวัน และมีวิธีการสอนแบบ บรรยายทฤษฎี ถ่ายตลาด สาธิตปฏิบัติ ในส่วนบุคคลากรในการวิธีทำอาหาร คุณสมบัติที่นักท่องเที่ยวต้องการมากที่สุดคือ มีความรู้ความชำนาญ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความสามารถพูดภาษาต่างประเทศได้ดี และบุคลิกภาพดี นักท่องเที่ยวต่างชาติต้องการให้คุ้มกับความรู้และการบริการที่ได้รับ และคิดค่าธรรมเนียมแบบเหมา รวมประมาณ 800 บาท และให้มีการส่งเสริมการขายในลักษณะที่มีของแถมให้เช่น ตำราอาหาร ฝาแก้ม เป็อน เป็นต้น ปัญหาที่นักท่องเที่ยวต่างชาติพบหลังจากที่ได้เรียนวิธีทำอาหารไทยแล้วคือ จำนวนผู้เรียนต่อกลุ่มมีมากเกินไป ทำให้การเรียนการสอนไม่ดี ความคับแคบของสถานประกอบการ รายการอาหารที่เรียนมีมากเกินไป และหาวัตถุดิบไทยยากในต่างประเทศ

รุ่งกานต์ ชัยมงคล (2547) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยว ในการเลือกใช้บริการธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลจากการศึกษาพบว่า ลักษณะโดยทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เรียนการทำอาหารไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง รับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารไทยจากเพื่อนหรือญาติ มีความต้องการในการเรียนทำอาหารไทยเพื่อสามารถทำอาหารไทยรับประทานที่บ้าน ได้ โดยผลที่ได้จากการศึกษาด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้าน บุคคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพ ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางเรียงตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านราคา

ซัชชลัยย์ ทองสาธิต (2548) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทย ในกรุงมอสโก ประเทศสหพันธรัฐรัสเซียโดยมีการศึกษาความเป็นไปได้ใน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการตลาด การจัดการ และการเงิน โดยวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในกรุงมอสโก และแจกแบบสอบถามผู้อาศัยในกรุงมอสโก ประเทศสหพันธรัฐรัสเซีย ซึ่งผลการศึกษาพบว่าโอกาสในการประกอบธุรกิจยังคงเปิดกว้างสำหรับผู้สนใจในการลงทุน จากการวิเคราะห์ทางด้านการตลาดพบว่ามีโอกาสในทางการตลาดที่เปิดกว้าง เนื่องจากร้านอาหารไทยยังมีน้อย ตลาดต้องการอาหารไทยที่เน้นด้านรสชาติ และความสะอาดของอาหาร การบริการที่รวดเร็ว ความสะอาดของสถานที่และเน้นการตกแต่ง การวิเคราะห์ด้านการจัดการพบว่าโครงสร้างที่เหมาะสมสำหรับธุรกิจคือรูปแบบเจ้าของคนเดียว ที่มีการกระจายหน้าที่การทำงานอย่างทั่วถึง มีการให้บริการทุกวันในย่านที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ผลการศึกษาด้านการเงินพบว่าเงินลงทุนของร้านมาจากเงินลงทุนของเจ้าของทั้งหมดโดยมีอัตราผลตอบแทนโครงการ (IRR) ร้อยละ 61.5 และการประเมินผลการดำเนินงานและฐานะทางการเงินในช่วงระยะเวลา 5 ปี พบว่ามีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ(NPV) เป็นบวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved



### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาความเป็นไปได้ในโครงการโรงเรียนสอนทำอาหารไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ดำเนินการศึกษาตามระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

การศึกษาว่าจะมีการดำเนินการมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ขอบเขตการศึกษา
2. วิธีการศึกษา
3. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

#### ขอบเขตการศึกษา

##### ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วยการศึกษาความเป็นไปได้โดย การวิเคราะห์ด้านการตลาด ด้านเทคนิค การจัดการ และการเงิน ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนโครงการโรงเรียนสอนทำอาหารไทย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

##### ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ 1 กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และเป็นนักท่องเที่ยวที่กำลังเรียนทำอาหารไทยอยู่หรือที่เคยเรียนทำอาหารไทยมาแล้ว

กลุ่มที่ 2 ผู้ประกอบการธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารไทยใน เขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ที่มีชื่ออยู่ในฐานข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเขตภาคเหนือจำนวน 7 แห่ง

##### ขนาดตัวอย่างและวิธีการเลือกตัวอย่าง

กำหนดขนาดตัวอย่างและเลือกขนาดตัวอย่างแต่ละกลุ่มดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวใน จังหวัดเชียงใหม่ และเป็นนักท่องเที่ยวที่กำลังเรียนทำอาหารไทยอยู่หรือที่เคยเรียนทำอาหารไทยมาแล้วจำนวน 100 คน เนื่องจากเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีจุดประสงค์ในการเรียนทำอาหารไทยอย่างแท้จริง โดยทำการสุ่มตัวอย่างตาม



สะดวก จากโรงเรียนสอนทำอาหารไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ที่มีรายชื่อชื่ออยู่ในฐานข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเขตภาคเหนือจำนวน 7 แห่ง

กลุ่มที่ 2 ผู้ประกอบการธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยเลือกผู้ประกอบการจำนวน 3 ราย จากผู้ประกอบการทั้งหมด 7 ราย ที่มีชื่ออยู่ในฐานข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเขตภาคเหนือ โดยใช้วิธีการคัดเลือกตัวอย่างแบบสะดวก พิจารณาจากผู้ประกอบการที่มีลักษณะธุรกิจที่มีรูปแบบการดำเนินงานที่คล้ายคลึงกับแนวทาง ที่ต้องการศึกษา มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอ

## วิธีการศึกษา

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** ได้จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างโดยออกแบบสอบถามนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ และเป็นนักท่องเที่ยวที่กำลังเรียนทำอาหารไทยอยู่หรือที่เคยเรียนทำอาหารไทยมาแล้วจำนวน 100 คน ถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเรียนทำอาหารไทย

นอกจากนี้ยังมีการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารไทยสำหรับชาวต่างชาติ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 3 ราย เกี่ยวกับการข้อมูลด้านเทคนิค การจัดหาอุปกรณ์ ข้อมูลด้านการจัดการ ข้อมูลด้านการตลาด การกำหนดราคา และข้อมูลด้านการเงินค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

2) **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** เป็นข้อมูลที่อยู่ในรูปเอกสาร บทความทางวิชาการ ข้อมูลทางสถิติต่างๆ ซึ่งค้นคว้าได้ทางหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลที่ค้นคว้าได้ผ่านอินเทอร์เน็ต

### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม และการสัมภาษณ์ โดยแบ่งออกเป็น 2 ชุด ได้แก่

ชุดที่ 1 แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยแบ่งคำถามออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกเรียนสอน

ทำอาหารไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ชุดที่ 2 แบบสัมภาษณ์ แบบปลายปิดและเปิด ประกอบการสัมภาษณ์เชิงลึก สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารไทย ที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยสอบถามแบ่งเป็น 5 ส่วน คือ

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป เกี่ยวกับผู้ให้สัมภาษณ์และองค์กรของผู้ให้สัมภาษณ์
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านการตลาด เกี่ยวกับโอกาสทางการตลาดของธุรกิจ การกำหนดกลยุทธ์ทางด้านผลิตภัณฑ์,ราคา, ช่องทางการจัดจำหน่าย, การส่งเสริมการตลาด, บุคลากร, การนำเสนอทางลักษณะทางกายภาพ, กระบวนการ
- ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านเทคนิค เกี่ยวกับขั้นตอน และรูปแบบในการสอน
- ส่วนที่ 4 ข้อมูลด้านการจัดการเกี่ยวกับการกำหนดรูปแบบในการดำเนินงาน การกำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบ
- ส่วนที่ 5 ข้อมูลด้านการเงินเกี่ยวกับข้อมูลทางการเงินในการลงทุนและดำเนินงาน

#### การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) ข้อมูลที่รวบรวมได้จากการสัมภาษณ์ จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Analysis)

โดยนำข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิที่ได้มาวิเคราะห์ เพื่อประเมินผลการดำเนินงานและฐานะทางการเงินในรูปแบบงบการเงิน รวมไปถึงการประเมินโครงการโดยใช้ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break-Even Point) มูลค่าปัจจุบัน (Net Present Value) อัตราผลตอบแทนลดค่า (Internal Rate of Return) เพื่อประกอบการพิจารณาตัดสินใจลงทุน

#### ข้อสมมติฐานในการลงทุน

จากการเก็บข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น สามารถกำหนดสมมติฐานในการลงทุนธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารไทยแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่ ได้ดังนี้

1.1 วิสัยทัศน์ ผู้บริหารโครงการมีส่วนร่วมในการกำหนด วิสัยทัศน์ ภารกิจและกลยุทธ์เป้าหมาย แผนธุรกิจ และงบประมาณของโรงเรียนสอนทำอาหารไทย รวมถึงการควบคุมดูแลให้การดำเนินการให้เป็นไปตามแผนธุรกิจ และแผนงบประมาณที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล

1.2 เงินลงทุน ในโครงการธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารไทยจะใช้เงินลงทุนจากผู้ถือหุ้นคิดเป็นร้อยละ 60 และกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินอีกร้อยละ 40 และจะชำระคืนภายในระยะเวลา 5 ปี ตามอัตราดอกเบี้ยเงินกู้เพื่อการประกอบธุรกิจจากธนาคารกรุงเทพ อัตราดอกเบี้ยร้อยละ 9.375 อัตราผลตอบแทนการลงทุนส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับร้อยละ 15 ซึ่งมาจากการประเมินสถานการณ์ความเสี่ยงในส่วนของอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ แนวโน้มอัตราดอกเบี้ยในอนาคต รวมถึงอัตราเงินเฟ้อด้วย ดังนั้นต้นทุนของเงินทุนเฉลี่ย (Weight Average Cost of Capital: WACC) เท่ากับ ร้อยละ 11.62

ตารางที่ 3.1 แสดงการคำนวณ ต้นทุนถัวเฉลี่ยของเงินทุน (WACC)

ประเภท	สัดส่วน	ต้นทุนของ เงินทุน (ร้อยละ)	ต้นทุนของเงินทุน หลังหักภาษี (ร้อยละ)	ต้นทุนของเงินทุน ถัวเฉลี่ย (ร้อยละ)
เงินกู้	40	9.375	6.56	2.62
เงินทุนเจ้าของ	60	15.000		9.00
รวม	100			11.62

1.3 อัตราภาษีเงินได้คิดตามอัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา (ภาคผนวก ข)

1.4 คิดค่าเสื่อมราคาแบบเส้นตรง โดยค่าเสื่อมราคาอาคาร สิ่งปลูกสร้าง ยานพาหนะคิดค่าเสื่อมราคา 5 ปี ค่าเสื่อมราคาเฟอร์นิเจอร์ เครื่องใช้ในสำนักงาน คิดค่าเสื่อมราคา 3 ปี

1.5 การเติบโตของธุรกิจ กำหนดให้มีการเจริญเติบโตของโรงเรียนสอนทำอาหารไทย คือ 10% ตามอัตราการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดเชียงใหม่

1.6 โครงสร้างรายได้ และค่าใช้จ่าย จะนำข้อมูลมาจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารไทยมาใช้ในการวิเคราะห์

1.7 กำหนดให้เงินเดือนพนักงานทุกคน รวมถึงค่าจ้างและค่าแรงของพนักงานสูงขึ้นตามอัตราเงินเฟ้อที่ 5% ตามค่าเฉลี่ยแนวโน้มอัตราเงินเฟ้อของประเทศ ในระยะเวลา 3 ปี (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2551 : ออนไลน์)

1.8 ไม่มีการให้เครดิตการค้าแก่ลูกค้า

**สถานที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัยและรวบรวมข้อมูล**

สถานประกอบการโรงเรียนสอนทำอาหารไทย, สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเขตภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่และคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

**ระยะเวลาในการดำเนินการ**

การศึกษานี้ใช้ระยะเวลาในการศึกษาทั้งหมด 9 เดือน เริ่มตั้งแต่เดือน กุมภาพันธ์ 2551 ถึงเดือน ตุลาคม 2551 ระยะเวลาการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและแจกแบบสอบถามนักท่องเที่ยวทั้งหมด 2 เดือน ตั้งแต่เดือน กรกฎาคม 2551 จนถึงเดือน สิงหาคม 2551



**ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่**

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

## บทที่ 4

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาความเป็นไปได้ในโครงการโรงเรียนสอนทำอาหารไทยสำหรับชาวต่างชาติ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษาได้นำผลการสรุปจากข้อมูลที่ได้รับจากการเก็บแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการมาทำการจัดตั้งข้อสมมติฐาน เพื่อกำหนดรูปแบบของโรงเรียนสอนทำอาหารไทยที่เหมาะสม รวมถึงการวางแผนด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และด้านการเงิน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การศึกษาสภาพแวดล้อมโดยทั่วไปของธุรกิจ
2. การศึกษาสภาวะการแข่งขันของอุตสาหกรรม
3. การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของธุรกิจ
4. การวิเคราะห์ด้านการตลาด
5. การวิเคราะห์ด้านเทคนิค
6. การวิเคราะห์ด้านการจัดการ
7. การวิเคราะห์ด้านการเงิน

#### 4.1 การศึกษาสภาพแวดล้อมโดยทั่วไปของธุรกิจ (General Environment)

สภาพแวดล้อมโดยทั่วไปของธุรกิจ มีความสำคัญอย่างมากต่อการพิจารณาการลงทุนในการดำเนินธุรกิจซึ่งจะเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดโอกาส และอุปสรรค มีผลทำให้เกิดข้อจำกัดในการดำเนินธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลง การศึกษาสภาพแวดล้อมทั่วไปจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการตัดสินใจลงทุนของผู้ประกอบการที่สนใจในธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารไทย รวมทั้งการวางแผนกลยุทธ์ด้านต่าง ๆ ของธุรกิจให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับโอกาสและอุปสรรคที่จะเกิดขึ้น

สภาพแวดล้อมโดยทั่วไปของธุรกิจจะแบ่งออกเป็น 4 ด้านได้แก่ ด้านการเมือง และกฎหมาย ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านเทคโนโลยี

##### 4.1.1 สภาพแวดล้อมด้านการเมือง และกฎหมาย

ปัญหาสำคัญที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยว นั่นคือปัญหาการขาดเอกภาพในการทำงานภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั้งระบบ ไม่ว่าจะเป็นระหว่างภาครัฐต่อรัฐด้วยตนเอง หรือภาคเอกชนเกิดความแตกแยก ไปจนถึงขาดการประสานงานระหว่างภาครัฐและเอกชนเพื่อแก้ไขปัญหาาร่วมกัน จนกระทบถึงประสิทธิภาพโดยรวมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศ ขณะที่หน่วยงานรัฐ



ระหว่างกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ซึ่งถือเป็นหัวใจของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ยังไม่สามารถประสานงานกันทำได้อย่างชัดเจนรัฐบาลจึงได้ทำการปรับปรุงระบบการทำงานเพื่อสร้างเอกภาพให้เกิดกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ด้วยการใช้พรบ. คณะกรรมการนโยบายท่องเที่ยวแห่งชาติ 2551 ซึ่งอำนาจในการกำหนดนโยบายจะขึ้นอยู่ สำนักปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาฯ รวมถึงสำนักงานพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว (สพท.) เพื่อผลักดันให้คณะกรรมการนโยบายท่องเที่ยวแห่งชาติเป็นศูนย์กลางในการคุมทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวรวมถึงการใช้งบประมาณสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวของประเทศที่แฝงอยู่กับหลายกระทรวง ส่วนการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) นั้นจะทำหน้าที่ทำการตลาดและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเท่านั้น ซึ่งพรบ.ดังกล่าวได้ครอบคลุมประเด็นหลักๆ 8 ประเด็นด้วยกัน ซึ่งจะรวมไปถึงแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งแผนระดับชาติ ระดับจังหวัด และพร้อมทั้งลงลึกไปถึงแผนระดับท้องถิ่น เพื่อให้สามารถขับเคลื่อนแผนมีความต่อเนื่องและเชื่อมโยงภาคส่วนต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ทางรัฐบาลยังให้การสนับสนุนและให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวทางภาคเหนือและเชียงใหม่ โดยได้มีการจัดประชุมเน้นนโยบายสร้างเชียงใหม่ให้เป็น “Exhibition Hub” เพื่อดึงดูดกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูงๆ เข้ามาเชียงใหม่มากขึ้น (กรุงเทพธุรกิจ, 2551 : ออนไลน์)

#### 4.1.2 สภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจ

ในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2551 ภาวะการท่องเที่ยวของเชียงใหม่ในภาพรวมถือว่าการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ไม่ได้อยู่ในสถานการณ์ที่ดีนัก โดยถึงแม้ในช่วงไตรมาสแรกของการท่องเที่ยวจะอยู่ในเกณฑ์ที่ดีก็ตาม แต่ตลอดทั้งไตรมาสที่ 2 ของปี ถือว่าค่อนข้างแย่ เห็นได้จากอัตราการเข้าพักโรงแรมที่ตกต่ำลงอย่างชัดเจน และการที่สายการบินบางแห่ง ต้องลดจำนวนหรือยกเลิกเที่ยวบินมาเชียงใหม่ ซึ่งปัจจัยที่ส่งผลให้สถานการณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ เป็นเช่นนี้ เนื่องจากช่วงนี้เริ่มเข้าสู่ช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่พอดี ซึ่งเป็นปกติอยู่แล้วที่จะมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมาท่องเที่ยวลดลง ประกอบกับมีปัจจัยซ้ำเติม จากภาวะราคาน้ำมันที่สูงขึ้นต่อเนื่องในช่วงที่ผ่านมา ยิ่งทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงมากกว่าช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมาอีก โดยในส่วนของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแต่เพียงอย่างเดียวมีจำนวนลดลงไปประมาณ 10-14% เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว (ผู้จัดการออนไลน์, 2551 : ออนไลน์) แต่จากการร่วมมือกันระหว่างรัฐบาลและสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ในการดำเนินนโยบายต่างๆ เพื่อกระตุ้นสถานการณ์การท่องเที่ยว ซึ่งคาดการณ์ว่าในครึ่งปีหลัง โดยเฉพาะไตรมาสที่ 4 ภาวะการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่จะดีขึ้น โดยนอกจากจะมีการจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว รวมถึงการรวมกลุ่มกันของภาคเอกชน วางแผนทำกลยุทธ์



โรคโศกต่างประเทศ และการบุกเจาะตลาดเฉพาะที่ทำรายได้สูง กลุ่มหลักได้แก่ กอล์ฟ สปา ท่องเที่ยวเชิงผจญภัยในวิถีธรรมชาติ พร้อมทั้งจะเปิดกิจกรรมใหม่ เช่น คอร์สสอน ทำอาหาร พื้นเมือง คอร์สเรียนนวดสปา ซึ่งถือว่าเป็นโอกาสที่ดีของธุรกิจ โรงเรียนสอนทำอาหารไทยที่ถือว่าเป็นหนึ่งในกิจกรรมที่ได้ถูกให้ความสำคัญ ที่จะอยู่ในแผนกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ซึ่งจะทำให้เกิดการพัฒนาและช่วยเพิ่มศักยภาพของธุรกิจ โรงเรียนสอนทำอาหารไทยในจังหวัดเชียงใหม่ด้วยเช่นกัน

#### 4.1.3 สภาพแวดล้อมด้านสังคม

เนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศไทย ในปัจจุบันการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ให้การสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเป็นอย่างมาก ส่งผลให้อุตสาหกรรมพื้นบ้านมีการพัฒนาและเติบโต เกิดอัตราการจ้างงานเพิ่มขึ้น รวมไปถึงการฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและโครงการทางวัฒนธรรม ซึ่งส่งผลในการขยายตัวของอุตสาหกรรมไปในวงกว้างอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งบุคลิกลักษณะของคนไทย ที่มีภาพลักษณ์ของการมีรอยยิ้ม ความอ่อนหวาน การมีจิตใจดี ชอบช่วยเหลือผู้อื่น เป็นคุณสมบัติที่เหมาะสมกับการทำธุรกิจทางการบริการ รวมถึงอาหารไทย ซึ่งมีชื่อเสียงมากในโลก ทั้งทางด้านรสชาติและคุณค่า ทำให้นักท่องเที่ยวจำนวนไม่น้อยที่เข้ามาท่องเที่ยวโดยมีเหตุผลของความชื่นชอบอาหารไทยเป็นเหตุผลประกอบ และส่งผลให้นักท่องเที่ยวไม่น้อยมีความสนใจที่จะเรียนทำอาหารไทย

#### 4.1.4 สภาพแวดล้อมด้านเทคโนโลยี

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ในยุคที่มีวิวัฒนาการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และโทรคมนาคมที่เป็นไปอย่างรวดเร็ว เทคโนโลยีสมัยใหม่ โดยเฉพาะอินเทอร์เน็ตที่ส่งเสริมให้เกิดการเปลี่ยนข้อมูลทางตรงระหว่างผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวและผู้บริโภค ทำให้ธุรกิจการท่องเที่ยวต่างๆสามารถประกอบธุรกิจได้โดยไม่ต้องอาศัยตัวแทนการท่องเที่ยว หรือที่ปรึกษาซึ่งทำหน้าที่เป็นตัวกลางในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ผู้บริโภคหรือลูกค้าสามารถซื้อบริการโดยตรงจากผู้ให้บริการหรือผู้ผลิตโดยไม่ต้องผ่านตัวกลาง (โศรยา หอมชื่น, 2545: 23-25)

ปัจจุบันนี้วิวัฒนาการทางเทคโนโลยี การพัฒนาการเทคโนโลยีสารสนเทศถือเป็นปัจจัยที่มีบทบาทสำคัญมากในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว วิวัฒนาการทางเทคโนโลยี การพัฒนาการเทคโนโลยีสารสนเทศ ทำให้การซื้อขายทางการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างรวดเร็ว และยังเอื้ออำนวยให้นักท่องเที่ยวสามารถใช้เวลาและใช้เงินอย่างมีประสิทธิภาพที่สุด อินเทอร์เน็ตเป็นสิ่งที่เข้ามา มีบทบาทสำคัญ เพราะเทคโนโลยีเหล่านี้ทำให้นักท่องเที่ยว นักเดินทางสามารถรับรู้ข้อมูลของ

แหล่งท่องเที่ยวได้จากสื่อต่างๆ และ ค้นหาข้อมูลแบบเจาะลึกตามที่ตนสนใจจากคู่มือแนะนำเที่ยว หรือจากอินเทอร์เน็ต โดยมีเว็บไซต์เกี่ยวกับที่ท่องเที่ยวมากมายให้เลือกเข้าไปค้นคว้ากัน จึง สามารถจะวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเองกันง่ายขึ้น นักท่องเที่ยวสามารถรับทราบ ข้อมูลข่าวสารได้โดยตรงและรวดเร็ว อีกทั้งมีระบบการจองหมายด้วยคอมพิวเตอร์ที่ลูกค้าสามารถ เข้าถึงได้โดยตรง รวมถึงอินเทอร์เน็ตมีศักยภาพเต็มที่ที่สามารถเป็นช่องทางการขายได้จริง จะทำ ให้เกิดความสะดวกแก่ลูกค้าที่ลูกค้าสามารถซื้อสินค้าและบริการได้โดยตรง และเจ้าของธุรกิจ สามารถลดค่าใช้จ่ายในการจ้างแรงงานที่ต้องติดต่อโดยตรงกับลูกค้า หรือค่าใช้จ่ายที่ต้องจ่ายให้กับ ตัวแทนท่องเที่ยว

ดังนั้นสำหรับผู้ผลิตและผู้ขายสินค้าด้านการท่องเที่ยว วิกฤตการณ์ทางเทคโนโลยีนั้นจึง เป็นโอกาสสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว ผู้ผลิตและผู้ขายสินค้าด้านการท่องเที่ยว ควรมีการนำ เครื่องมือใหม่ๆ ที่มีเข้ามาช่วย ปรับปรุงระบบการทำงานให้สะดวกรวดเร็ว ทำให้การสร้างสินค้า และกระจายสู่ลูกค้าง่ายขึ้น

การประยุกต์ใช้ระหว่างเทคโนโลยีกับการให้บริการอื่นๆจะทำให้ธุรกิจการท่องเที่ยว ประสบความสำเร็จ หากเราเข้าใจถึงความต้องการและความจำเป็นของลูกค้า และสามารถเสนอ การบริการใหม่ๆ ที่สามารถเพิ่มบทบาทในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้เพิ่มมากขึ้นได้ รักษา ความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกับลูกค้า และจะทำให้ธุรกิจสามารถเจริญเติบโตได้อย่างยั่งยืน

## 4.2 การศึกษาสภาวะการแข่งขันของอุตสาหกรรม (Industry Environment)

ในการศึกษาสภาวะการแข่งขันของอุตสาหกรรมธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารไทย ใน จังหวัดเชียงใหม่ นั้นได้ทำการวิเคราะห์โดยใช้ Five Forces Model ในการพิจารณาการแข่งขันใน ธุรกิจดังนี้

### 4.2.1 สภาวะการแข่งขันในตลาด (Rivalry among Established Firms)

การแข่งขันของธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารไทยในเขตจังหวัดเชียงใหม่จะมีค่อนข้าง สูง เนื่องจากมีจำนวนโรงเรียนสอนอาหารไทยทั้งรายเล็กและรายใหญ่นั้นมีอยู่จำนวนค่อนข้างมาก ทั้งอยู่ในรูปแบบที่ป็นโรงเรียนสอนทำอาหารไทยเต็มรูปแบบ และโรงเรียนสอนอาหารไทยที่เปิด ควบคู่กับการดำเนินงานของเก็สเฮ้าส์ โรงแรมหรือร้านอาหารที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นลูกค้า หลัก ซึ่งทำให้เกิดการแข่งขันกันค่อนข้างสูงในอุตสาหกรรมเดียวกัน ซึ่งทำให้เกิดการ ลอกเลียนแบบกันในส่วนของคุณภาพการเรียนการสอน การลอกเลียนแบบในส่วนของกลุ่มการ สอน รวมถึงการแข่งขันกันในด้านราคา และการส่งเสริมการขาย การแย่งลูกค้าผ่านตัวแทน ท่องเที่ยว ซึ่งทำให้เกิดปัญหาความเข้าใจผิดของลูกค้าไม่ได้รับการบริการที่ดีตามที่ได้คาดหวังไว้

รวมถึงทำให้เกิดปัญหามาตรฐานที่ลดลงจากโรงเรียนสอนอาหารไทยบางรายที่เน้นราคาถูก และปรับลดมาตรฐานลง

#### 4.2.2 การเข้ามาของผู้มาใหม่ (New Entrants)

การที่โรงเรียนสอนทำอาหารไทยในจังหวัดเชียงใหม่จะมีจำนวนค่อนข้างมาก และมีโรงเรียนสอนทำอาหารไทยที่ดำเนินการหลากหลายรูปแบบ ทั้งแบบที่ดำเนินการในรูปแบบโรงเรียนสอนทำอาหารอย่างเต็มรูปแบบ การเปิดคอร์สสอนทำอาหารไทยตามโรงแรม หรือเกสต์เฮาส์ต่างๆ รวมถึงตามร้านอาหารต่างๆ ทำให้โอกาสของผู้ที่จะเข้ามาเริ่มดำเนินธุรกิจรายใหม่สามารถเข้ามาได้ค่อนข้างง่ายในหลายหลายรูปแบบ อีกทั้งยังมีเงินลงทุนในการดำเนินธุรกิจไม่สูงมาก แต่ขณะเดียวกันการที่จะเข้ามาและสามารถดำเนินกิจการได้ถือว่าไม่ง่ายมากนัก เนื่องจากที่กล่าวมาแล้วว่าคุณแข่งในอุตสาหกรรมมีค่อนข้างมาก และหลากหลายรูปแบบ มีการแข่งขันกันสูง ทั้งจากธุรกิจที่เน้นการให้ความสำคัญทางด้านราคา และคุณภาพ รวมทั้งการที่จะต้องเข้าไปแย่งลูกค้าในตลาด ซึ่งปัจจัยที่มีส่วนสำคัญอย่างหนึ่งคือ ช่องทางการจัดจำหน่าย และการสร้างเครือข่ายธุรกิจ รวมถึงบุคคลากร ซึ่งเป็นส่วนที่มีความสำคัญของอุตสาหกรรม เนื่องจากบุคคลากร จะเป็นส่วนหนึ่งของปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจ บุคคลากรต้องมีความรู้ความสามารถ ซึ่งจะทำให้เกิดการยอมรับของผู้ที่มาเรียน และทำให้เกิดการบอกต่อในกลุ่มนักท่องเที่ยวด้วยกันเอง รวมถึงการพัฒนาสร้างสรรค์สินค้าและผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ๆ เพื่อมาตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่หลากหลาย เพื่อให้ธุรกิจสามารถเจริญเติบโตต่อไปอย่างต่อเนื่อง

#### 4.2.3 อำนาจในการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต (Bargaining Power of Suppliers)

บุคคลากรถือว่าเป็นปัจจัยการผลิตที่มีความสำคัญมาก เนื่องจากบุคคลากรที่จะเข้ามาสอนได้นั้นนอกจากต้องมีความสามารถทางด้านภาษาแล้วจะต้องมีความรู้ความสามารถทางด้านการทำอาหาร ที่สำคัญต้องมีความสามารถในการถ่ายทอดความรู้รวมถึง การมี Service Mind เนื่องจากเป็นธุรกิจของการให้บริการ บุคคลากรถือเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จที่สำคัญของธุรกิจ บุคคลากรเหล่านี้จะเป็นผู้ให้ความรู้ และสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการยอมรับของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเรียน ทำให้เกิดการบอกปากต่อปากของกลุ่มลูกค้า และทำให้

โรงเรียนสอนทำอาหารมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ (สมพล, 2551 : สัมภาษณ์) แต่เนื่องจากธุรกิจนี้ถือ  
ว่าเป็นธุรกิจที่น่าสนใจทำให้มีบุคลากรหลายคนที่จะมีประสบการณ์ในการสอนและมีความรู้ใน  
การดำเนินการ ผันตัวเองไปเป็นเจ้าของกิจการเองเนื่องจากการลงทุนที่ไม่สูงมาก ทำให้อำนาจการ  
ต่อรองของบุคลากรผู้สอนเหล่านี้มีค่อนข้างสูง

#### 4.2.4 อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ (Bargaining Power of Buyers)

ในส่วนอำนาจต่อรองของลูกค้า นั้น ถือว่าอำนาจต่อรองของลูกค้ามีค่อนข้างสูงเนื่องจาก มี  
โรงเรียนที่สอนทำอาหารไทยหลากหลายแห่ง ที่จะมีทั้งที่รูปแบบการดำเนินงานที่คล้ายกัน และ  
รูปแบบการดำเนินงานและการเรียนการสอนที่ต่างกันออกไป นอกจากนี้โรงเรียนเหล่านี้ยังมีการ  
แข่งขันกันทั้งในด้านราคาและคุณภาพ ซึ่งทำให้ลูกค้ามีโอกาสในการเลือกสูง นอกจากนี้อำนาจ  
ต่อรองของลูกค้ายังขึ้นอยู่กับนายหน้า หรือบริษัททัวร์ที่ลูกค้าติดต่อผ่านอีกด้วย เนื่องจากบริษัท  
ทัวร์หรือนายหน้าที่เลือกโรงเรียนให้กับลูกค้า นั้น มีบริษัททัวร์หรือนายหน้าบางแห่งที่เลือก  
โรงเรียนสอนอาหารไทย ให้กับลูกค้า โดยจะเลือกโรงเรียนสอนทำอาหารไทยรายที่ให้ค่านายหน้า  
แก่บริษัททัวร์ ค่อนข้างสูง

#### 4.2.5 อุปสรรคอันเกิดจากสินค้าทดแทน (Substitute Products)

สำหรับสินค้าทดแทนของธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารไทยนั้น มีทั้งในรูปแบบที่เป็น คอร์สสอน  
ทำอาหารไทยที่เปิดตามโรงแรมหรือ ตามเกสต์เฮาส์ต่างๆที่ทางนักท่องเที่ยวได้เข้าพัก ซึ่งเป็น  
กิจกรรมหนึ่งที่ทางสถานที่พักเหล่านี้จัดขึ้นเพื่อเป็นกิจกรรมเสริมให้แขกที่เข้าพักได้ใช้พักผ่อน  
ขณะพำนักหรือท่องเที่ยวอยู่ภายในประเทศ รวมถึงคอร์สสอนทำอาหารไทยที่จัดสอนขึ้นใน  
ร้านอาหาร ที่มักจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้าไปใช้บริการ แต่การสอนทำอาหารไทยในร้านอาหาร  
เหล่านี้จะมีการเรียนการสอนที่ไม่เต็มรูปแบบและไม่ได้มาตรฐานมากนัก นอกจากนี้สินค้า  
ทดแทนอื่นๆของโรงเรียนสอนทำอาหารยังอาจรวมถึงคู่มือสอนทำอาหารไทย หรือเทปวิดีโอการ  
สอนทำอาหารไทยที่นักท่องเที่ยวสามารถหาซื้อได้ทั่วไป ซึ่งสินค้าทดแทนประเภทนี้จะมีจุดเด่นที่  
นักท่องเที่ยวสามารถเลือกสินค้าได้หลากหลาย แต่อาจมีข้อด้อยในเรื่องความรู้ความเข้าใจ และ  
คำแนะนำรวมถึงการลงมือปฏิบัติ

#### 4.3 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของธุรกิจ รวมถึงสมมติฐานในการศึกษา

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ โรงเรียนสอนทำอาหารไทยจำนวน 3 แห่ง และการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวตามโรงเรียนทำอาหารไทยจำนวน 5 แห่ง สามารถนำมาวิเคราะห์ SWOT ได้ดังนี้

##### 4.3.1 จุดแข็ง(Strength)

- ทำเลที่ตั้งของสถานที่อยู่ในเขตเมืองซึ่งทำให้สะดวกและรวดเร็วในการเดินทาง รวมถึงการมี สำนักงานขายอยู่ในใจกลางเมือง หาได้ง่ายซึ่งเป็นย่านที่มีนักท่องเที่ยวพักอาศัยและท่องเที่ยว
- มีความสะดวกในการเดินทางของนักท่องเที่ยวเนื่องจากมีการให้บริการรถรับส่ง
- มีคอร์สการเรียนการสอนให้เลือกหลากหลาย
- มีคอร์สพิเศษที่นักท่องเที่ยวสามารถจัดกลุ่มย่อยเพื่อเลือกเรียนอาหารได้ตามความต้องการ
- มีภาษาอื่นให้เลือกเรียนนอกเหนือจากการภาษาอังกฤษได้แก่ ภาษาญี่ปุ่น และภาษาฝรั่งเศส ซึ่งแตกต่างจากโรงเรียนอื่นๆที่มีอยู่ในปัจจุบัน
- ให้ความสำคัญกับสถานที่เรียน สภาพแวดล้อมรวมถึงอุปกรณ์ที่ใช้ เน้นเรื่องความสะดวกและสุขอนามัยของอาหารและการเรียน
- ให้ความสำคัญกับบุคลากรผู้สอนและกระบวนการสอน เน้นในเรื่องความสามารถในการถ่ายทอดของบุคลากร
- การเรียนสอนแบบองค์รวม ซึ่งนอกจากการเรียนวิธีการทำอาหารไทยแล้วยังเป็นการให้ความรู้ในเรื่องของ คุณสมบัติและประโยชน์ของวัตถุดิบและส่วนประกอบต่างๆที่นำมาประกอบอาหาร

##### 4.3.2 จุดอ่อน(Weakness)

- โรงเรียนสอนทำอาหารไทยเป็นโรงเรียนที่ตั้งขึ้นใหม่ ยังไม่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว ทำให้ต้องเน้นในด้านการประชาสัมพันธ์มาก
- เจ้าของโครงการอาจขาดประสบการณ์ในด้านการดำเนินการธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารไทย



- พื้นที่โดยรอบของโรงเรียนสอนทำอาหารมีค่อนข้างจำกัด อีกทั้งยังเป็นการปรับปรุงอาคารจากโครงสร้างเดิม ซึ่งอาจค้ำกว่าโรงเรียนสอนทำอาหารไทยบางแห่งที่ตั้งอยู่ชานเมือง มีพื้นที่ที่กว้างขวางกว่า ซึ่งนักท่องเที่ยวจะสามารถสัมผัสบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติกว่า

#### 4.3.3 โอกาส(Opportunity)

- แผนพัฒนาเศรษฐกิจฉบับที่10 ได้กำหนดให้ธุรกิจบริการเป็นรายได้หลักของประเทศโดยเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยทั้งการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมไทย (หอการค้าไทย, 2550 : ออนไลน์)
- ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวในระยะ 5 ปี ของททท. ได้มุ่งเน้นพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ เน้นการนำเสนอเอกลักษณ์วัฒนธรรมไทย (หอการค้าไทย, 2550 : ออนไลน์)
- อาหารไทยยังคงเป็นที่ชื่นชอบของชาวต่างชาติเนื่องด้วยรสชาติและคุณประโยชน์ ทำให้นักท่องเที่ยวจำนวนมากไม่น้อยสนใจเข้ามาเรียนสอนทำอาหารไทยเพื่อนำไปประกอบอาหาร

#### 4.3.4 อุปสรรค(Threat)

- การแข่งขันกันเองระหว่างโรงเรียนสอนทำอาหารไทยด้วยกัน ทำให้เกิดการแข่งกันกันตัดราคา และการแย่งลูกค้า รวมถึงการไม่มีการรวมกลุ่มกันระหว่างโรงเรียนสอนทำอาหารไทยทำให้อำนาจการต่อรองของผู้ผลิตต่ำ และไม่เกิดการพัฒนาของธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารไทย (ผู้จัดการโรงเรียนสอนทำอาหารไทย A lot of thai Home Cooking School, 2551 : สัมภาษณ์)

- ภาวะความไม่สงบทางการเมือง ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาลดลง รวมถึงรายได้จากการท่องเที่ยวลดลง

- รวมถึงความปัญหาผันผวนของเศรษฐกิจ โดยเฉพาะภาวะความไม่แน่นอนของราคาน้ำมัน ทำให้ต้นทุนค่าใช้จ่ายสูงขึ้น และการควบคุมต้นทุนทำได้ลำบาก

#### 4.4 การวิเคราะห์ด้านการตลาด

จากจำนวนโรงเรียนสอนอาหารไทยที่มีอยู่ค่อนข้างมากและหลากหลายรูปแบบ ทำให้รูปแบบในการดำเนินการโรงเรียนแต่ละแห่งแตกต่างกัน และจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเรียนในสถานที่แต่ละแห่งแตกต่างกันตามขนาดของโรงเรียนและรูปแบบของโรงเรียน ดังนั้นเพื่อให้ทราบถึงความต้องการของตลาด ในการศึกษาครั้งนี้จึงได้ทำการวิเคราะห์ความต้องการของตลาดโดยการ



เลือกเก็บแบบสอบถามเพื่อสอบถามนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการเรียนทำอาหารไทยอย่างแท้จริง โดยทำการเก็บแบบสอบถามนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการในโรงเรียนสอนทำอาหารไทยสำหรับชาวต่างชาติ ในจังหวัดเชียงใหม่ จากรายชื่อโรงเรียนสอนทำอาหารไทยที่มีชื่อขึ้นอยู่กับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นจำนวน 100 ชุด

การวิเคราะห์ข้อมูลได้แบ่งการนำเสนอออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมของการเลือกเรียนทำอาหารไทย

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกเรียนทำอาหารไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

#### 4.4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามโรงเรียนสอนทำอาหารไทย

โรงเรียน	จำนวน	ร้อยละ
Chiang Mai Thai Cookery School	30	30.0
Bann Thai Cooking School	20	20.0
Thai Farm Cooking School	20	20.0
A lot of Thai Cooking School	15	15.0
Thai Chocolate Cooking School	15	15.0
รวม	100	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นนักท่องเที่ยวที่เรียนการทำอาหารไทยจาก Chiang Mai Thai Cookery School จำนวนร้อยละ 30 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่เรียนการทำอาหารไทยจาก Bann Thai Cooking School และ Thai Farm Cooking School ร้อยละ 20 ในแต่ละแห่ง รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่เรียนการทำอาหารไทยจาก A lot of Thai Cooking School และ Thai Chocolate Cooking School คิดเป็น ร้อยละ 15 ในแต่ละแห่ง

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	31	31.0
หญิง	69	69.0
รวม	100	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายร้อยละ 31.0 และเพศหญิงร้อยละ 69.0

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 25 ปี	38	38.0
25 – 30 ปี	35	35.0
31 – 35 ปี	10	10.0
36 – 40 ปี	7	7.0
41 – 45 ปี	4	4.0
มากกว่า 45 ปี	6	6.0
รวม	100	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.0 รองลงมาในช่วงอายุ 25-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.0

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนร้อยละของนักท่องเที่ยวแยกตามเชื้อชาติ

เชื้อชาติ	จำนวน	ร้อยละ
แคนาดา	9	9.0
ไอร์แลนด์	8	8.0
อเมริกา	27	27.0
ฝรั่งเศส	6	6.0
ญี่ปุ่น	2	2.0
ออสเตรเลีย	7	7.0
เดนมาร์ก	3	3.0
เยอรมัน	10	10.0
นิวซีแลนด์	3	3.0
เนเธอร์แลนด์	5	5.0
อังกฤษ	16	16.0
ฟิลิปปินส์	2	2.0
สิงคโปร์	1	1.0
สเปน	1	1.0
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันเป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 27.0 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ ร้อยละ 16.0 ชาวเยอรมันร้อยละ 10.0 ชาวแคนาดา ร้อยละ 9.0 ชาวไอร์แลนด์ ร้อยละ 8.0 ชาวออสเตรเลีย ร้อยละ 7.0 ชาวฝรั่งเศส ร้อยละ 6.0 ชาวเนเธอร์แลนด์ ร้อยละ 5.0 ชาวเดนมาร์กและชาวนิวซีแลนด์ ร้อยละ 3.0 ชาวญี่ปุ่น และชาวฟิลิปปินส์ ร้อยละ 2.0 ชาวสิงคโปร์ และชาวสเปน ร้อยละ 1.0

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ระยะเวลา	จำนวน	ร้อยละ
3 - 5 วัน	6	6.0
มากกว่า 1 สัปดาห์	94	94.0
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวในเมืองไทยเป็นระยะเวลามากกว่า 1 สัปดาห์ ร้อยละ 94.0 รองลงมาคือ เดินทางมาท่องเที่ยวในระยะเวลา 3-5 วัน ร้อยละ 6.0

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลของการเดินทางมายังจังหวัดเชียงใหม่

เหตุผลของการเดินทางมายังจังหวัดเชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อติดต่อธุรกิจ	1	1.0
ท่องเที่ยว	97	97.0
เยี่ยมเพื่อนหรือญาติ	2	2.0
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมายังจังหวัดเชียงใหม่เพื่อท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 97.0 รองลงมาคือ เดินทางมาเยี่ยมเพื่อนหรือญาติคิดเป็นร้อยละ 2.0 เดินทางมาเพื่อติดต่อธุรกิจร้อยละ 1.0

ส่วนที่ 2: พฤติกรรมการเลือกเรียนทำอาหารไทยของนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามพฤติกรรมการเคยเรียนทำอาหารไทยมาก่อน

พฤติกรรมการเรียนทำอาหารไทย	จำนวน	ร้อยละ
เคยเรียน	7	7.0
ไม่เคยเรียน	93	93.0
รวม	100	100.0

จากตารางที่ 4.7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยเรียนทำอาหารไทยมา คิดเป็นร้อยละ 93.0 จะมีผู้ตอบแบบสอบถามบางราย ที่เคยเรียนทำอาหารไทยมาก่อนหน้านี้คิดเป็นร้อยละ 7.0

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จากแหล่งที่ได้รับข้อมูลข่าวสาร

พฤติกรรมการรับรู้โรงเรียนสอนทำอาหารไทย	จำนวน	ร้อยละ
หนังสือพิมพ์	1	1.0
แผ่นพับ	21	21.0
แมกกาซีน	4	4.0
เพื่อน	20	20.0
วิทยุ	0	0.0
ทีวี	1	1.0
อินเทอร์เน็ต	23	23.0
อื่น ๆ : (หนังสือท่องเที่ยว, ที่พัก)	47	47.0

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 100 คน

จากตารางที่ 4.8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จัก และรับทราบข้อมูล โรงเรียนสอนทำอาหารไทยจาก หนังสือท่องเที่ยวและ โรงแรมที่พัก มากที่สุด เป็นจำนวน ร้อยละ 47.0 รองลงมา เป็นจาก อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 23.0 จากแผ่นพับ ร้อยละ 21.0 จากเพื่อนและคนรู้จัก ร้อยละ 20.0 จากแมกกาซีน ร้อยละ 4.0 จากหนังสือพิมพ์ ร้อยละ 1.0 และจากรายการทีวี ร้อยละ 1.0

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาที่ต้องการเรียนทำอาหารไทย

ระยะเวลาที่ใช้เรียน/คอร์ส	จำนวน	ร้อยละ
ครึ่งวัน	20	20.0
1 วัน	70	70.0
2 วัน	3	3.0
มากกว่า 2 วัน	7	7.0
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการให้คอร์สทำอาหารไทยมีระยะเวลาในการเรียนเป็น 1 วัน คิดเป็นร้อยละ 70.0 รองลงมาเป็น คอร์สละครึ่งวันคิดเป็นร้อยละ 20.0 บาท ระยะเวลาการเรียน คอร์สละ 2 วัน คิดเป็นร้อยละ 3.0 และระยะเวลามากกว่า 2 วันต่อคอร์ส คิดเป็น ร้อยละ 7.0

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนปริมาณ รายการอาหารที่ต้องการเรียน

จำนวนชนิดอาหารที่ต้องการเรียน/คอร์ส	จำนวน	ร้อยละ
3-4 ชนิด	14	14.0
5-6 ชนิด	75	75.0
มากกว่า 6 ชนิด	11	11.0
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการเรียนทำอาหารไทย เป็นจำนวน 5-6 ชนิด ต่อคอร์ส คิดเป็นร้อยละ 75.0 รองลงมาคือ 3-4 ชนิด ต่อคอร์สคิดเป็นร้อยละ 14.0 ต้องการเรียนทำอาหารไทย มากกว่า 6 ชนิด ร้อยละ 11.0



ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการเรียน

ค่าใช้จ่าย/คอร์ส	จำนวน	ร้อยละ
800-1,200 บาท/อาหาร 3-4 ชนิด โดยมี กิจกรรมนอกเหนือจากการเรียนทำอาหาร	32	32.0
800-1,200 บาท/อาหาร 3-4 ชนิด โดยไม่มี กิจกรรมนอกเหนือจากการเรียนทำอาหาร	4	4.0
800-1,200 บาท/อาหาร 5-7 ชนิด โดยมี กิจกรรมนอกเหนือจากการเรียนทำอาหาร	43	43.0
800-1,200 บาท/อาหาร 5-7 ชนิด โดยไม่มี กิจกรรมนอกเหนือจากการเรียนทำอาหาร	17	17.0
1,200-1,500 บาท/อาหาร 5-7 ชนิด โดยมี กิจกรรมนอกเหนือจากการเรียนทำอาหาร	3	3.0
1,200-1,500 บาท/อาหาร 5-7 ชนิด โดยไม่มี กิจกรรมนอกเหนือจากการเรียนทำอาหาร	1	1.0
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกเรียนทำอาหาร โดยมีค่าใช้จ่าย 800-1,200 บาทต่ออาหาร 5-7 ชนิด โดยมีกิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือจากการเรียนทำอาหาร คิดเป็น ร้อยละ 43.0 รองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายในการเรียน 800-1,200 บาท/อาหาร 3-4 ชนิด โดยมีกิจกรรมนอกเหนือจากการเรียนทำอาหาร คิดเป็นร้อยละ 32.0

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความต้องการจำนวนนักท่องเที่ยวดูต่อคอร์ส

จำนวนนักท่องเที่ยว/คอร์ส	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 3 คน	2	2.0
3-5 คน	17	17.0
6-10 คน	65	65.0
11-15 คน	14	14.0
มากกว่า 15 คน	2	2.0
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวดูต่อคอร์ส มีจำนวน 6-10 คนคิดเป็นร้อยละ 65.0 รองลงมาเป็นจำนวน 3-5 คนต่อคอร์ส ร้อยละ 17.0 นักท่องเที่ยวนับจำนวน 11-15 คนต่อคอร์ส ร้อยละ 14.0 จำนวนนักท่องเที่ยว น้อยกว่า 2 คนต่อคอร์ส ร้อยละ 2.0 และจำนวนนักท่องเที่ยวมากกว่า 15 คนต่อคอร์ส คิดเป็นร้อยละ 2.0

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามภาษาที่ความต้องการใช้ในการเรียนการสอน

ภาษาที่เรียน	จำนวน	ร้อยละ
อังกฤษ	91	91.0
ภาษาญี่ปุ่น	2	2.0
ภาษาฝรั่งเศส	5	5.0
อื่นๆ	2	2.0
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการให้มีการเรียนการสอนในภาษาอังกฤษ คิดเป็นร้อยละ 91.0 รองลงมาเป็นภาษาฝรั่งเศส ร้อยละ 5.0 ภาษาญี่ปุ่น ร้อยละ 2.0 และภาษาอื่นๆ เช่น ภาษาเยอรมัน และภาษาไทย ร้อยละ 2.0

ส่วนที่ 3: ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกเรียนทำอาหารไทยของนักท่องเที่ยวน  
 ตารางที่ 4.14 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ความหลากหลายของคอร์สที่มีให้เลือก	38 38.0	50 50.0	11 11.0	0 0.0	0 0.0	4.33	มาก	2
ชนิดของอาหารและจำนวนของชนิดอาหารในแต่ละคอร์ส	27 27.0	46 46.0	21 21.0	4 4.0	0 0.0	3.99	มาก	5
กิจกรรมอื่นๆในคอร์สการทำอาหาร เช่นการเดินทาง, การเรียนแกะสลักผลไม้	36 36.0	38 38.0	20 20.0	4 4.0	1 1.0	4.20	มาก	4
ภาษาที่ใช้ในการเรียนการสอน	55 55.0	30 30.0	12 12.0	2 2.0	61 61.0	4.32	มาก	3
ระยะเวลาที่ใช้ในการเรียนการสอน	18 18.0	52 52.0	27 27.0	2 2.0	0 0.0	3.86	มาก	6
ตำราทำอาหาร และ เครื่องปรุงที่สามารถหาซื้อได้ที่โรงเรียน	53 53.0	34 34.0	11 11.0	2 2.0	0 0.0	4.40	มาก	1
โรงเรียนได้การรับรอง หรือ มาตรฐาน	30 30.0	32 32.0	22 22.0	10 10.0	4 4.0	3.76	มาก	7
การมี Certificate ให้กับนักท่องเที่ยวน	12 12.0	20 20.0	28 28.0	21 21.0	17 17.0	2.84	ปานกลาง	8
ค่าเฉลี่ยรวม						3.96	มาก	

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกเรียนทำอาหารไทยของผู้ตอบแบบสอบถาม เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่ามีผลต่อการเลือกเรียนทำอาหารไทยสูงที่สุดคือ ตำราทำอาหาร และ เครื่องปรุงที่สามารถหาซื้อได้ที่โรงเรียน 4.40 รองลงมา จะมีหลายปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยค่อนข้างใกล้เคียงกันได้แก่ ความหลากหลายของคอร์สที่มีให้เลือก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 และภาษาที่ใช้ในการสอน มีค่าเฉลี่ย 4.32

ตารางที่ 4.15 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ค่าใช้จ่ายเปรียบเทียบกับโรงเรียนสอนทำอาหารไทยที่อื่น	21 21.88	40 41.67	33 34.38	2 2.08	0 0.00	3.79	มาก	2
ความเหมาะสมของราคาค่าเรียนต่อคอร์ส	31 32.29	50 52.08	15 15.63	2 2.08	0 0.00	4.06	มาก	1
ค่าเฉลี่ยรวม						3.93	มาก	

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการเลือกเรียนเรียนทำอาหารไทยของผู้ตอบแบบสอบถาม เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ซึ่งปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่ามีผลต่อการเลือกเรียนทำอาหารไทยสูงที่สุด ได้แก่ ความเหมาะสมของราคาค่าเรียนต่อคอร์ส มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 รองลงมา ได้แก่ ค่าใช้จ่ายเปรียบเทียบกับโรงเรียนสอนทำอาหารไทยที่อื่นมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79

ตารางที่ 4.16 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
การตั้งอยู่ในเขตตัวเมืองเชียงใหม่	12 12.90	29 31.18	34 36.56	14 15.05	4 4.3	3.35	ปานกลาง	3
สถานที่ตั้งอยู่ที่หาได้ง่าย สะดวกในการติดต่อ	19 20.21	36 38.30	32 34.04	7 7.45	0 0.00	3.73	มาก	2
ทางโรงเรียนจัดรถรับ-ส่ง	45 45.00	31 31.00	19 19.00	5 5.00	0 0.00	4.17	มาก	1
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>3.75</b>	<b>มาก</b>	

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อการเลือกเรียนทำอาหารไทยของผู้ตอบแบบสอบถาม เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่ามีผลต่อการเลือกเรียนทำอาหารไทยสูงที่สุด ได้แก่ การที่โรงเรียนจัดรถรับ-ส่ง ให้เกิดความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 รองลงมา ได้แก่ โรงเรียนตั้งอยู่ในสถานที่หาได้ง่ายและสะดวกในการติดต่อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73

ตารางที่ 4.17 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ส่วนลดเมื่อมีการลงเรียนหลายคอร์ส	6 6.12	29 29.59	41 41.84	15 15.31	7 7.14	3.17	ปานกลาง	5
ส่วนลดเมื่อมีการลงเรียนคอร์สเป็นกลุ่ม	11 11.22	23 23.47	35 35.71	21 21.43	8 8.16	3.19	ปานกลาง	4
มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในสื่อต่างๆเช่นแผ่นพับ,แมกซิ่งการท่องเที่ยว	12 12.24	22 22.45	41 41.84	18 18.37	5 5.10	3.19	ปานกลาง	3
ถูกแนะนำโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	24 24.00	33 33.00	31 31.00	9 9.00	3 3.00	3.74	มาก	2
มี Websit เป็นของตัวเองที่สามารถค้นหาทางอินเตอร์เน็ตได้	41 41.41	36 36.36	12 12.712	6 6.06	4 4.04	4.07	มาก	1
มีของแถมหรือของขวัญ	5 5.05	22 22.22	41 41.41	20 20.20	11 11.11	2.97	ปานกลาง	6
ค่าเฉลี่ยรวม						3.39	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกเรียนทำอาหารไทยของผู้ตอบแบบสอบถาม เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่ามีผลต่อการเลือกเรียนทำอาหารไทยสูงที่สุด คือการที่โรงเรียนสอนทำอาหารไทยมีเว็บไซต์เป็นของตนเอง สามารถเข้าไปหาข้อมูลได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 รองลงมา คือการที่โรงเรียนสอนทำอาหารไทย มีชื่ออยู่ในรายชื่อของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือถูกแนะนำจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74



ตารางที่ 4.18 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ

ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ประสบการณ์ของครูผู้สอน	52 52.53	43 43.43	4 4.04	0 0.00	0 0.00	4.46	มาก	4
ทักษะในการสอนของครูและ ความสามารถในการถ่ายทอด	68 68.69	27 27.27	2 2.02	2 2.02	0 0.00	4.61	มากที่สุด	1
คุณภาพในการให้บริการ	59 59.60	37 37.37	2 2.02	1 1.01	0 0.00	4.55	มากที่สุด	3
ความรู้ความสามารถของ เจ้าหน้าที่	64 64.65	30 30.30	5 5.00	0 0.00	0 0.00	4.58	มากที่สุด	2
ค่าเฉลี่ยรวม						4.55	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการมีผลต่อการเลือกเรียนทำอาหารไทยของผู้ตอบแบบสอบถาม เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่ามีผลต่อการเลือกเรียนทำอาหารสูงที่สุด ได้แก่ ทักษะในการสอนของครู และความสามารถในการถ่ายทอดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61 รองลงมาเป็น ความรู้ความสามารถของเจ้าหน้าที่ และคุณภาพของการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 และ 4.55 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.19 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้าน	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
รูปแบบสถานที่ในแบบไทย	27 27.00	43 43.00	25 25.00	5 5.00	0 0.00	3.97	มาก	5
ความสะอาดของห้องเรียน และพื้นที่โรงเรียน	70 70.00	24 24.00	6 6.00	0 0.00	0 0.00	4.65	มากที่สุด	1
การบำรุงรักษาอุปกรณ์ให้มี สภาพดี	58 58.00	33 33.00	9 9.00	0 0.00	0 0.00	4.47	มาก	2
การจัดพื้นที่การเรียนอย่าง เหมาะสม และมีพื้นที่เพียงพอ	44 44.00	45 45.00	11 11.00	0 0.00	0 0.00	4.40	มาก	3
สิ่งแวดล้อมบริเวณโดยรอบ โรงเรียน	37 37.00	50 50.00	11 11.00	1 0.00	0 0.00	4.30	มาก	4
ค่าเฉลี่ยรวม						4.37	มาก	

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการเลือกเรียนโรงเรียนทำอาหารไทยของผู้ตอบแบบสอบถาม เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่ามีผลต่อการเลือกเรียนทำอาหารไทยมากที่สุด คือความสะอาดของห้องเรียนและพื้นที่โรงเรียน มีค่าเฉลี่ย 4.65 รองลงมาคือการมีการบำรุงรักษาอุปกรณ์ให้อยู่ในสภาพที่ดี นำไปซ้ข้อมูล 4.47 และ การจัดพื้นที่การเรียนอย่างเหมาะสม ให้มีพื้นที่เพียงพอ สะดวกในการเรียนการสอน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40

ตารางที่ 4.20 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ปัจจัยด้าน	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ระยะเวลาที่ใช้ในการเรียนการสอน	18 18.00	53 53.00	28 28.00	1 1.00	0 0.00	3.99	มาก	4
ตารางของคอร์สที่จะทำการสอน	22 22.22	41 41.41	31 31.31	5 5.05	0 0.00	3.90	มาก	5
ระบบการบริการที่ดี	27 27.27	45 45.45	23 23.23	4 4.04	0 0.00	4.03	มาก	3
ความสะดวกในการชำระเงิน	25 25.25	39 39.39	28 28.28	7 7.07	0 0.00	3.86	มาก	6
ความสะดวกในการจอง	39 39.39	40 40.40	18 18.18	2 2.02	0 0.00	4.24	มาก	2
การต้อนรับและการให้บริการทั้งก่อนและหลังการให้บริการ	47 47.47	43 43.43	9 9.09	0 0.00	0 0.00	4.46	มาก	1
ค่าเฉลี่ยรวม						4.08	มาก	

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการมีผลต่อการเลือกเรียนทำอาหารไทยของผู้ตอบแบบสอบถาม เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่ามีผลต่อการเลือกเรียนทำอาหารไทยสูงที่สุด ได้แก่ การต้อนรับและการให้บริการทั้งก่อนและหลังการให้บริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 รองลงมา ได้แก่ ความสะดวกในการจอง และ ระบบการบริการที่ดีของโรงเรียนสอนทำอาหารไทย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 และ 4.03 ตามลำดับ

#### 4.4.2 การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดและกลยุทธ์ทางการตลาด

จากข้อมูลแบบสอบถามที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาเรียนทำอาหารไทย จำนวน 100 ราย ซึ่งได้ผลดังข้อมูลในข้างต้นและได้มีการนำมาวิเคราะห์ผลของพฤติกรรมของผู้บริโภคและผลของส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน จากผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ที่เป็นเพศหญิงที่มีช่วงอายุน้อยกว่า 25 ปี ที่เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเพื่อท่องเที่ยว โดยผู้ที่เข้ามาเรียนส่วนมากจะเป็นผู้ที่ชื่นชอบอาหารไทยเป็นทุนเดิม และต้องการเรียนเพื่อนำไปประกอบอาหารเองที่บ้านเป็นส่วนใหญ่ แต่ก็จะมีบ้างบางรายที่เข้ามาเรียนเพื่อต้องการนำไปเปิดร้านอาหารไทย สำหรับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกเรียนทำอาหารไทยสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 4.21

ตารางที่ 4.21 ตารางสรุปปัจจัยหลัก ของส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกเรียนทำอาหารไทยของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยด้าน	ค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญ	แปลผล	ลำดับที่
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.96	มาก	4
ปัจจัยด้านราคา	3.93	มาก	6
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.94	มาก	5
ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	3.39	ปานกลาง	7
ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	4.55	มากที่สุด	1
ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	4.37	มาก	2
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	4.08	มาก	3

พบว่านักท่องเที่ยวที่ทำการตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญในปัจจัยด้านต่างๆ ในการเลือกโรงเรียนสอนทำอาหารไทยในระดับที่มาก โดยจะให้ความสำคัญของปัจจัยทางด้านบุคลากรผู้ให้บริการในระดับที่มากที่สุด ซึ่งจะได้นำข้อมูลเหล่านี้มาวิเคราะห์ความต้องการและนำมากำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดได้ดังนี้

##### ด้านผลิตภัณฑ์

จากข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการให้คอร์สเรียนมีระยะเวลาในการเรียนการสอนเป็นเวลา 1 วัน ภาษาที่ใช้ในการเรียนการสอนเป็นภาษาอังกฤษ แต่ยังคงมีนักเรียนจำนวนหนึ่ง ซึ่งเป็นชาติที่ไม่ได้ใช้ภาษาอังกฤษเป็นหลักเช่น ชาวฝรั่งเศส ชาวญี่ปุ่น

มีความต้องการให้มีคอร์สที่เปิดสอนในภาษาดังกล่าว นอกจากนี้จากแบบสอบถามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์พบว่านอกจากตำราอาหารและเครื่องปรุงที่ทางโรงเรียนจัดให้แล้ว ความหลากหลายของคอร์สและภาษาที่ใช้ในการสอนเป็นปัจจัยที่ได้ถูกให้ความสำคัญในระดับที่มากรองลงมา ซึ่งถือว่าปัจจัยทางด้านภาษาเป็นปัจจัยที่จะนำไปกำหนดกลยุทธ์เพื่อให้แตกต่างจากจากโรงเรียนสอนทำอาหารไทยแห่งอื่น

ออกแบบการเรียนการสอนโดยให้มีการสอนในรูปแบบองค์รวม โดยให้ความรู้ทั้งวิธีการประกอบอาหาร คุณสมบัติของส่วนประกอบแต่ละชนิด ประโยชน์ที่จะได้รับจากการทำอาหาร การประยุกต์ใช้วัตถุดิบต่างๆในการประกอบอาหาร

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโรงเรียนสอนทำอาหารไทย ซึ่งแต่ละโรงเรียนจะมีเอกลักษณ์เฉพาะของโรงเรียนของตนเอง และมีการกำหนดและออกแบบผลิตที่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงเห็นว่าการทำโรงเรียนสอนทำอาหารได้ทำการออกแบบผลิตภัณฑ์โดยการให้ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลายและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ ไม่ว่าจะเป็น ชนิดของอาหารที่เลือก รวมถึงภาษาที่ใช้ในการเรียนการสอน ซึ่งทางโรงเรียนสอนทำอาหารไทยจะทำการจัดแบ่งคอร์ส การเรียนการสอนให้นักท่องเที่ยวเลือกทั้งแบบ

- คอร์สทั่วไป ทำการเรียนการสอนโดยภาษาอังกฤษโดยจะมีการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยว ต่อ คอร์ส ไม่เกิน 10 คน ซึ่งจะมีให้เลือกทั้งหมด 4 คอร์ส โดยแต่ละคอร์สจะมีชนิดอาหารแตกต่างกันไป และมีกิจกรรมพิเศษที่นอกเหนือจากการเรียนการสอนทำอาหารแตกต่างกันไป เช่น การพาไปเลือกซื้อของในตลาด การสอนแกะสลักผลไม้ เป็นต้น ซึ่งในแต่ละคอร์สจะเป็นคอร์สที่ใช้สอนประจำในแต่ละวัน

- คอร์สพิเศษ สอนแบบเฉพาะกลุ่ม โดยนักท่องเที่ยวสามารถจัดกลุ่มไม่เกิน 5 คน จำนวนชนิดอาหารที่จะทำการสอน 6 ชนิด/คอร์ส ซึ่งสามารถเลือกชนิดอาหารที่ต้องการเรียนเองได้ รวมถึงการเลือกเรียนในภาษาอื่นนอกเหนือจากภาษาอังกฤษ เช่น ญี่ปุ่น ฝรั่งเศส เป็นต้น

### ด้านราคา

จากข้อมูลของการวิเคราะห์ปัจจัยทางด้านราคาซึ่งมีระดับความสำคัญในระดับมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามได้มีการพิจารณาถึงความเหมาะสมของราคาค่าเรียนต่อคอร์ส อีกทั้งได้มีการเปรียบเทียบราคากับผู้ขายรายอื่น ซึ่งทำให้ทางโรงเรียนสอนทำอาหารไทยได้มีการพิจารณาความเหมาะสมในการกำหนดราคาให้เหมาะสมตามข้อมูลที่ได้จากพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ เห็นว่าค่าใช้จ่ายสำหรับการเรียนทำอาหารไทยต่อคอร์ส รายการอาหารจำนวน 5-7 ชนิด เป็นเงิน 800-1,200 บาท เป็นราคาที่เหมาะสม โดยควรให้มีกิจกรรมอื่นเพิ่มเติมในคอร์ส เช่น การไปเลือกซื้อของในตลาด การเรียนแกะสลักผลไม้ เป็นต้น อีกทั้งราคาค่าเรียน

ต่อคอร์สของโรงเรียนสอนทำอาหารไทยแห่งอื่น ๆ จะมียาค่าอยู่ในช่วงราคาคงกล่าว ดังนั้นในการกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์จะทำการกำหนดรายละเอียดดังนี้

- คอร์สทั่วไป ทำการกำหนดราคาอยู่ที่ 950 บาท/คน/คอร์ส ซึ่งจะมีอาหารจำนวน 6 ชนิดที่จะทำการสอนในแต่ละคอร์ส โดยภาษาที่ใช้ในการเรียนการสอนคือภาษาอังกฤษ จำนวนนักท่องเที่ยวต่อคอร์สละ 10 คน แต่เพิ่มได้ไม่เกิน 12 คนต่อคอร์ส

- คอร์สพิเศษ ทำการกำหนดราคาอยู่ที่ 1500 บาท/คน/คอร์ส ซึ่งจะเป็นคอร์สที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนไม่เกิน 5 คนต่อคอร์ส โดยให้นักท่องเที่ยวจับกลุ่มมาเรียนเองได้และสามารถเลือกชนิดอาหารที่ต้องการเรียนเองได้ รวมถึงสามารถเลือกภาษาที่ต้องการเรียนได้ 3 ภาษาคือ ภาษาอังกฤษ ภาษาฝรั่งเศส และ ภาษาญี่ปุ่น

### ด้านสถานที่ตั้ง

จากข้อมูลของแบบสอบถามพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญของสถานที่ตั้งของโรงเรียนให้หาได้ง่าย สะดวกในการติดต่อ และ การที่โรงเรียนจัดรถรับส่ง ดังนั้นเพื่อให้เกิดความสะดวกในการทำงาน และ เพิ่มโอกาสในการจัดจำหน่าย จึงจะทำการแบ่งที่ตั้งของสถานที่ตั้งของโรงเรียนสอนทำอาหารไทยเป็นสองแห่ง คือแห่งแรกเป็นส่วนของ สำนักงานขายหรือ สำหรับติดต่อสอบถาม และ แห่งที่สองเป็นตัวโรงเรียนสอนทำอาหารไทย

ในส่วนของสถานที่ตั้งที่เป็นสำนักงานขาย จะตั้งให้อยู่บริเวณประตูท่าแพ เนื่องจาก เป็นย่านใจกลางเมือง ใกล้แหล่งท่องเที่ยว และ ที่พักของนักท่องเที่ยว รวมถึงบริษัททัวร์ต่างๆ เพื่อเป็นศูนย์กลางในการติดต่อประสานงาน รวมถึงการเพิ่มโอกาสในการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการในส่วนของสถานที่เรียน ได้กำหนดให้มีที่ตั้งอยู่ห่างออกจากตัวเมืองเนื่องจากการเช่าพื้นที่ในเขตใจกลางเมืองจะมีค่าใช้จ่ายในด้านค่าเช่าสถานที่ค่อนข้างสูง แต่จะกำหนดให้ที่สถานที่เรียนนั้นตั้งอยู่ในเขต เนื่องจากต้องการความสะดวกสบาย รวมถึงประหยัดเวลาในการเดินทาง เนื่องจากมักจะมีนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการหลายคนที่จะมีปัญหาเรื่องเวลาเรียนที่ค่อนข้างกระชั้นชิดกับการเดินทางกลับ ซึ่งทางโรงเรียนจะได้จัดให้มีการจัดรถรับ-ส่ง นักเรียนจากสำนักงานขายในเมืองไปยังโรงเรียนบริการให้กับนักท่องเที่ยว

ส่วนของช่องทางการจัดจำหน่ายนั้น ทางโรงเรียนได้เปิดให้มีการสมัครเรียนได้หลายทาง นอกเหนือจากการตั้งสำนักงานขายเพื่อให้นักท่องเที่ยวมาติดต่อได้เองแล้ว ยังมีการสร้าง Website เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถหาข้อมูลได้ทางอินเทอร์เน็ต และสามารถจองหรือซื้อคอร์ส ผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้ นอกจากนี้ยังมีการขายผ่านทาง ตัวแทนท่องเที่ยวต่างๆ



### ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโรงเรียนสอนทำอาหารไทย พบว่านักท่องเที่ยวรับรู้ข้อมูลผ่านทางหนังสือแนะนำการท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่ รวมถึงการรับทราบข้อมูลผ่านทาง Internet และจากแผ่นพับโบรชัวร์ที่ทางโรงเรียนได้นำไปวางไว้ตามที่พักของนักท่องเที่ยว และ ตามตัวแทนการท่องเที่ยวต่างๆ นอกจากนี้จากข้อมูลปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่ได้จากแบบสอบถามพบว่านักท่องเที่ยวส่วนมาก ต้องการที่จะรับรู้ข่าวสารจากใน Website ซึ่งทางโรงเรียนสอนทำอาหารไทยควรมีการจัดทำ Website ของโรงเรียน เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถหาข้อมูลได้จากทาง Internet ได้ง่าย การที่โรงเรียนสอนทำอาหารไทยมีรายชื่อขึ้นอยู่กับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยก็เป็นส่วนสำคัญ เนื่องจากนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่ได้อ่านเข้าไปขอข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย อีกทั้งยังถือว่าแหล่งท่องเที่ยวที่ขึ้นทะเบียนกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยนั้นมีความน่าเชื่อถือในระดับหนึ่ง ซึ่งทางโรงเรียนสอนทำอาหารไทยจะได้ทำการไปลงชื่อไว้กับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการพบว่า การประชาสัมพันธ์ค่อนข้างประสบความสำเร็จมากที่สุดคือ การประชาสัมพันธ์จากการบอกต่อกันระหว่างนักท่องเที่ยว รวมถึงการที่โรงเรียนสอนทำอาหารไทยมีรายชื่ออยู่ในนิตยสารแนะนำการท่องเที่ยวชั้นนำ เช่น Lonely Planet, Rough Guild (ภาคผนวกข: 101)จะทำให้โรงเรียนสอนทำอาหารไทยเป็นที่รู้จักมากขึ้น ซึ่งในการที่จะสามารถมีรายชื่ออยู่ในหนังสือนำเที่ยวเหล่านี้จำเป็นต้องได้รับการแนะนำจากเหล่านักท่องเที่ยวที่เคยมาใช้บริการ ดังนั้นทางโรงเรียนจึงเน้นให้มีการประชาสัมพันธ์เพื่อกระตุ้นการเข้ามาใช้บริการของนักท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันก็ต้องให้นักท่องเที่ยวได้รับการบริการไปอย่างดีที่สุดและประทับใจมากที่สุด ซึ่งทางโรงเรียนสอนทำอาหารไทยจะได้กำหนดกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดดังนี้

#### 1. การจัดทำ Website โรงเรียนสอนทำอาหารไทย

เพื่อเป็นช่องทางหลักที่จะเข้าไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้ซึ่งนักท่องเที่ยวมีความสะดวก สามารถเข้ามาค้นหาข้อมูลของโรงเรียนสอนทำอาหารไทย คอร์สเรียนที่เปิดสอน รวมถึงการจองผ่าน Website

#### 2. แผ่นพับประชาสัมพันธ์

แผ่นพับประชาสัมพันธ์โรงเรียนสอนทำอาหารไทย ที่จะนำไปแจกจ่ายตามที่พำนักของนักท่องเที่ยวและกลุ่มลูกค้า รวมถึงตัวแทนท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้พบเห็นและเป็นทางเลือกในการเลือกทำกิจกรรมของนักท่องเที่ยว

### 3. การลงโฆษณาประชาสัมพันธ์ในหนังสือท่องเที่ยว

เพื่อเผยแพร่ข้อมูลและประชาสัมพันธ์โรงเรียนสอนทำอาหารไทย ให้กับนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจ ซึ่งนอกจากจะทำการประชาสัมพันธ์ผ่านทางหนังสือท่องเที่ยวท้องถิ่นแล้ว ทางโรงเรียนจะเน้นในเรื่องการบริการที่ดี เพื่อให้เกิดการตลาดแบบปากต่อปากระหว่างนักท่องเที่ยวด้วยกันและตั้งเป้าไว้ว่าโรงเรียนสอนทำอาหารไทยจะได้รับเลือกให้ลงประชาสัมพันธ์ในหนังสือท่องเที่ยวชั้นนำของต่างประเทศ เช่น Lonely Planet, Rough Guide

### 4. การขึ้นชื่อ โรงเรียนสอนทำอาหารไทยกับ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจะเป็นสถานที่ที่มีนักท่องเที่ยวสามารถติดต่อเพื่อขอข้อมูลและการแนะนำการท่องเที่ยว ซึ่งเห็นว่าเป็นช่องทางหนึ่งที่สำคัญที่จะเป็นการประชาสัมพันธ์โรงเรียนสอนทำอาหารไทยให้เป็นที่รู้จักได้

### 5. ค่าคอมมิสชั่น

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการพบว่าลูกค้าที่เข้ามานั้นมาจากการจำหน่ายผ่านตัวกลางการท่องเที่ยวประมาณ 50% ของยอดขายทั้งหมด (ภาคผนวกข: 103) โดยในการจำหน่ายผ่านตัวแทนท่องเที่ยวทางโรงเรียนได้มีการให้ค่าคอมมิสชั่นแก่ ตัวแทนท่องเที่ยวที่จัดหาลูกค้าให้กับทางโรงเรียนซึ่งจะทำการคิดค่าคอมมิสชั่นให้กับตัวแทนท่องเที่ยวร้อยละ 250 บาท เพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขาย จากการจำหน่ายผ่านตัวแทนท่องเที่ยว โดยในปีที่ 2 ที่มีการตั้งเป้าหมายให้มีการเพิ่มขึ้นของลูกค้าจากปีที่ 1 เป็นจำนวนมาก จึงมีการเน้นการจำหน่ายผ่านตัวแทนท่องเที่ยว ให้เป็น 75% ของยอดขายทั้งหมด

### 6. ของสมนาคุณ

ทางโรงเรียนจะทำการจัดของสมนาคุณให้แก่นักเรียนเช่น ผ้ากันเปื้อน นอกเหนือจากหนังสือทำอาหารที่จะจัดให้แก่นักเรียนทุกคนที่เข้ามาใช้บริการ

ตารางที่ 4.22 แสดงค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาดของโรงเรียนทำอาหารไทย

กิจกรรม	ประมาณการค่าใช้จ่ายทางการตลาด (บาท)					
	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
การโฆษณาประชาสัมพันธ์						
จัดทำแผ่นพับประชาสัมพันธ์	5,000	40,000	60,000	63,000	66,150	69,458
การจัดทำ website โรงเรียนสอนทำอาหารไทย	15,000	5,000	5,250	5,513	5,788	6,078
การประชาสัมพันธ์ ในหนังสือนำที่ขง เชียงใหม่	3,500	7,000	7,350	7,718	8,103	8,509
การประชาสัมพันธ์ ในเว็บไซต์การท่องเที่ยว	4,800	4,800	5,040	5,292	5,557	5,834
ของสมนาคุณ	7,500	100,000	175,000	190,000	215,000	240,000
ค่าคอมมิสชั่น		252,788	657,248	481,982	537,969	591,766
รวมค่าใช้จ่ายทางการตลาด	35,800	409,588	909,888	753,504	838,567	921,644

#### ด้านบุคลากร

จากแบบสอบถามพบว่าบุคลากรถือว่าเป็นปัจจัยที่ทางนักท่องเที่ยวนำได้ให้ความสำคัญมากที่สุด ในการเลือกโรงเรียนสอนทำอาหารไทย ไม่ว่าจะเป็นทางด้านทักษะในการสอนของครูและความสามารถในการถ่ายทอด และความรู้ความสามารถของเจ้าหน้าที่ ซึ่งจากความต้องการของนักเรียนที่มีความต้องการที่จะเรียนภาษาอื่นนอกเหนือจากภาษาอังกฤษแล้ว ทางโรงเรียนสอนทำอาหารไทย จะทำการสรรหาครูผู้สอนที่มีความรู้ความสามารถทั้งในด้านการทำอาหาร และที่มีความรู้ความสามารถทางด้านภาษาอื่นๆเช่น ภาษาฝรั่งเศส และ ภาษาญี่ปุ่นเพิ่มเติมจากภาษาอังกฤษ อีกทั้งครูผู้สอนยังต้องมีใจรักในการบริการ(Service mind) และควรมีความสามารถในด้านการสื่อสารและการถ่ายทอดความรู้ ซึ่งทางโรงเรียนจะได้มีการอบรมให้ความรู้เรื่องการทำอาหารและเทคนิคการสอนใน ก่อนที่จะให้ครูผู้สอนเหล่านี้ก่อนที่จะให้ดำเนินการสอนนักเรียนได้ รวมถึงการอบรมทางด้านจิตสำนึกในการบริการให้แก่พนักงานทุกคน

#### ด้านการนำเสนอทางลักษณะทางกายภาพ

ในส่วนของการนำเสนอทางกายภาพนั้นเนื่องจากทางลูกค้าชาวต่างชาติที่เข้ามาเรียนทำอาหารไทยนั้นได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยทางกายภาพในระดับที่มาก โดยเฉพาะปัจจัยย่อยในเรื่องความสะอาดของห้องเรียนและพื้นที่โรงเรียน รองลงมาคือการมีการบำรุงรักษาอุปกรณ์ให้อยู่ในสภาพดีน่าใช้ ดังนั้นทางโรงเรียนจึงเน้นในด้านความสะอาดและความเหมาะสมของอาคารสถานที่ ซึ่งทางโรงเรียนจะได้ทำการให้ความสำคัญของความสะอาดพื้นที่อาคารเรียนซึ่งได้มีการ

จัดจ้างแม่บ้านจำนวน 2 คนในการดูแลเรื่องความสะอาดของอาคารสถานที่นอกเหนือไปจากการช่วยจัดเตรียมวัตถุดิบ นอกจากนี้ยังคงให้ความสำคัญเรื่องการดูแลอุปกรณ์ที่ใช้ในการเรียนการสอน โดยจะเห็นได้ว่าในส่วนของอุปกรณ์เครื่องครัวที่ถือว่าเป็นวัสดุสิ้นเปลืองเนื่องจากมีอายุการใช้งานสั้นนั้น ทางโรงเรียนจะจัดงบประมาณเพื่อจัดซื้ออุปกรณ์เครื่องครัวใหม่ทุกปี ในส่วนของพื้นที่สำหรับการจัดตั้งโรงเรียนสอนทำอาหารไทยนั้น เนื่องจากเค้าโครงเดิมเป็นบ้านในรูปแบบทรงไทย จึงจะได้มีการปรับปรุงพื้นที่โดยรักษาโครงสร้างเดิมของบ้าน ไว้เพื่อให้บรรยากาศของสถานที่สอดคล้องกับความรู้สึกรักของนักท่องเที่ยวที่มาเรียนทำอาหารไทย เรียนรู้วัฒนธรรมของความเป็นไทย โดยจะทำการปรับปรุงในส่วนชั้นล่างให้เป็นสถานที่เรียนและสอนโดยจัดแบ่งเป็นพื้นที่สำหรับเรียน 2 ห้อง มีพื้นที่ส่วนกลางเพื่อพักรับประทานอาหารและพักผ่อนหย่อนใจ มีการแยกส่วนของการเตรียมและล้างทำความสะอาดออกเป็นสัดส่วนอย่างชัดเจน ในส่วนของบริเวณพื้นที่ด้านข้างรอบๆอาคาร จะแบ่งเป็นแปลงปลูกผักสวนครัวหรือเครื่องปรุงต่างๆที่ใช้ประกอบอาหารเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้ ถึงลักษณะของส่วนประกอบที่ใช้ทำอาหารได้ นอกจากนี้ชั้นบนของบ้าน จะจัดทำเป็นส่วนแสดงเครื่องมือเครื่องใช้ในการทำอาหาร รวมถึงรูปภาพและข้อมูลวัฒนธรรมการทำอาหารของไทยแต่สมัยโบราณ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสรับรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมการทำอาหารของไทย

#### **ด้านกระบวนการ**

เพื่อให้สอดคล้องกับความคาดหวังของลูกค้าในเรื่องการต้อนรับและการให้บริการทั้งก่อนและหลังการใช้บริการซึ่งลูกค้าได้ให้ความสำคัญมากนั้น ทางโรงเรียนได้จัดแบ่งพนักงานที่ให้บริการแต่ละฝ่ายอย่างชัดเจน โดยเน้นให้พนักงานทุกคนต้องมีจิตสำนึกที่ดีรักในการให้บริการให้การบริการแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วและแม่นยำ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจแก่ลูกค้ามากที่สุด โดยแต่ละวันทางโรงเรียนจะได้จัดรถไปรับ-ส่งนักท่องเที่ยวที่สำนักงานขาย ซึ่งเจ้าหน้าที่ที่เป็นพนักงานขายจะทำการดำเนินการเช็คเรื่องรายละเอียดและความเรียบร้อยของนักท่องเที่ยวในแต่ละคอร์ส ก่อนที่จะประสานงานกับครูผู้สอน ในการเรียนการสอนแต่ละคอร์สจะมีกิจกรรมอื่นๆเช่น การพาไปเยี่ยมชมตลาด หรือการเรียนสอนแกะสลักผักผลไม้ แตกต่างกันไปตามแต่ละคอร์ส ซึ่งจะมีครูผู้สอนทำหน้าที่ดูแลรับผิดชอบตลอดทั้งคอร์ส นอกจากนี้ทางโรงเรียนจะได้จัดช่องทางเพื่อให้ลูกค้าสามารถแนะนำการบริการ เช่นทางอินเทอร์เน็ต หรือเอกสารแนะนำการบริการ เพื่อที่ทางโรงเรียนจะได้นำไปปรับปรุงต่อไป โดยนักท่องเที่ยวสามารถเลือกเรียนได้ตามตารางเรียนที่กำหนดไว้เพื่อความสะดวก ปัจจัยในกระบวนการให้บริการในด้านความสะดวกในการจอง และระบบการบริการที่ดีของโรงเรียนสอนทำอาหารไทยก็ถือเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทางนักเรียนได้ให้ความสำคัญมาก ดังนั้นทางโรงเรียนจึงได้จัดการทางด้านการจองเรียนโดยสามารถจองผ่านได้ทั้งตัวแทนท่องเที่ยว, การติดต่อสอบถามผ่านทางสำนักงานขายหรือการจองผ่านทาง Internet

#### 4.4.3 กลยุทธ์ทางการตลาด

**การตลาดภายนอก (External Marketing)** เน้นการเรียนการสอนแบบองค์รวม โดยนอกจากการเรียนการสอนการทำอาหารไทยแล้วจะทำการสอนถึงคุณประโยชน์ของอาหารแต่ละชนิด ให้ความรู้ด้านประโยชน์และคุณสมบัติต่างของส่วนประกอบที่นำมาใช้ในการปรุงอาหาร นอกจากนี้รวมถึงสุขอนามัยในการปรุงอาหาร

**การตลาดภายใน (Internal Marketing)** ให้ความสำคัญกับคุณภาพการสอนและบริการ เน้นในเรื่องคุณภาพในการให้บริการ การมีใจรักในการบริการของครูผู้สอน และเจ้าหน้าที่ โดยจะมีการประชุม และประเมินผลการทำงานของบุคลากรอย่างสม่ำเสมอ

**การตลาดปฏิสัมพันธ์ (Interactive Marketing)** โรงเรียนสอนทำอาหารไทยเน้นการให้บริการที่มีคุณภาพ สร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า ทั้งในด้านความรู้ของอาหารไทย รวมถึงความสนุกสนาน การสร้างมิตรภาพระหว่างนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมในชั้นเรียนเอง และระหว่างนักท่องเที่ยวกับบุคลากรของโรงเรียนสอนทำอาหารไทย

#### 4.4.4 การพยากรณ์รายได้

เนื่องจากโรงเรียนสอนทำอาหารไทยได้เปิดสอนการทำอาหารไทยใน 2 รูปแบบได้แก่ คอร์สทั่วไป และคอร์สพิเศษ จึงจะทำการประมาณการยอดขายและจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเรียน เป็น 2 ลักษณะทั้งนักเรียนที่เข้ามาเรียนในคอร์สทั่วไป และ นักเรียนที่เข้ามาเรียนคอร์สพิเศษ โดยอ้างอิงข้อมูลที่ได้จากผู้ประกอบการและ ข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

1. สภาพโดยทั่วไปของธุรกิจการท่องเที่ยวที่ขอยอดขายของสินค้าหรือการบริการ จะขึ้นอยู่กับฤดูกาล ดังนั้น จึงจะทำการพยากรณ์รายได้ของธุรกิจโดยแบ่งเป็น 2 ช่วง คือ ช่วงในฤดูกาลท่องเที่ยวและนอกฤดูกาลท่องเที่ยว ซึ่งพิจารณาจากข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เข้ามาในจังหวัดเชียงใหม่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่าในช่วง 1 ปีการท่องเที่ยว จะมีจำนวน 5 เดือนที่จะมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเป็นเยี่ยมเยือนจังหวัดเชียงใหม่ในปริมาณค่อนข้างมาก ดังนั้นจึงทำการจัดแบ่งฤดูกาลท่องเที่ยวเป็นดังนี้

- ช่วงในฤดูกาลท่องเที่ยว (High Season) กำหนดให้เป็น 5 เดือนต่อปี
- ช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Low Season) กำหนดให้เป็น 7 เดือน ต่อปี

2. เนื่องจากค่าเฉลี่ยสัดส่วนของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาพำนักยังจังหวัดเชียงใหม่ ในช่วง Low Season คิดเป็นร้อยละ 60-70 ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามา ในช่วง High Season (ภาคผนวก ข) ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลที่ได้จากผู้ประกอบการว่า จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการในช่วง low season จะเป็นร้อยละ 60 ของช่วง High Season



(ภาคผนวก ก:103 ) ดังนั้นในการ กำหนดสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการในปีแรกของการดำเนินการ จะกำหนดให้มีนักท่องเที่ยวในช่วง Low Season คิดเป็นร้อยละ 60-70 ของช่วง High Season

3. กำหนดให้อัตราการเพิ่มของยอดขายเพิ่มขึ้นปีละ 10% ต่อคอร์ส อ้างอิงตาม อัตรา การเพิ่มขึ้นเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดเชียงใหม่เฉลี่ยในช่วง 7 ปีที่ผ่านมาซึ่งจะมีค่าเฉลี่ยปีละ 12% โดยประมาณ (ภาคผนวก ข: 119)

4. จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ โรงเรียนทำอาหารไทยในอำเภอเมืองจังหวัด เชียงใหม่ ช่วงแรกของการดำเนินการนักท่องเที่ยวจะเข้ามาใช้บริการประมาณร้อยละ 50-80 ของจำนวนนักท่องเที่ยวที่สามารถรองรับได้ ขึ้นอยู่กับฤดูกาลการท่องเที่ยว ดังนั้นในช่วง Low Season จะได้ประมาณการยอดขายไว้ที่ ร้อยละ 50 ของจำนวนนักท่องเที่ยวที่สามารถรองรับได้ ซึ่งจะเท่ากับคอร์สละ 5 คน ช่วง High Season ประมาณการยอดขายเป็นร้อยละ 80 ของจำนวนนักท่องเที่ยวที่สามารถรองรับได้ ซึ่งเท่ากับคอร์สละ 8 คน ตามข้อมูลที่ได้จากผู้ประกอบการ (ภาคผนวก ก:103)

5. ยอดขายทั้งหมดมาจากการขายตรงร้อยละ 50 และขายผ่านตัวแทนท่องเที่ยว ร้อยละ 50 ซึ่งในการประมาณรายได้จะประมาณรายได้เต็มราคาคอร์สที่ขายและจะนำค่าคอมมิชชั่นไปหักออกในส่วนค่าใช้จ่ายทางการตลาด

6. ในปีที่2ของการดำเนินการต้องการให้มีการขยายตัวของโรงเรียนและ นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ ดังนั้นจึงเน้นทำการตลาดและประชาสัมพันธ์มากขึ้น และเพิ่มสัดส่วน การขายผ่านทางตัวแทนท่องเที่ยวเป็นร้อยละ 75

7. จากแบบสอบถามมีนักท่องเที่ยวที่สนใจเรียนทำอาหารไทยในภาษาญี่ปุ่น และ ฝรั่งเศส รวมทั้งหมดคิดเป็นร้อยละ 7 ดังนั้นจึงทำการประมาณการยอดขายของคอร์สพิเศษเพิ่มเป็น ร้อยละ 7 ของนักท่องเที่ยวที่เรียนคอร์สทั่วไป

8. ราคาของคอร์สทำอาหารไทยเป็นดังนี้

4.1 ราคาต่อคอร์สทั่วไป 950 บาทต่อคอร์ส

4.2 ราคาต่อคอร์สพิเศษ 1,800 บาทต่อคอร์ส

โดยประเภทของคอร์สเรียนทั่วไป และ ตารางคอร์สเรียนในแต่ละวัน แสดงได้ดังตารางที่ 4.25 และ 4.26 ทางโรงเรียนจะเปิดทำการสอนทั้ง 7 วัน โดยจะดำเนินการสอนโดยครูผู้สอน และ ผู้จัดการโรงเรียน สำหรับคอร์สพิเศษจะวางตารางสอนไว้ในวันเสาร์และอาทิตย์ ทั้งนี้อาจมีการปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสมกับความต้องการของนักเรียน



หมายเหตุ : เนื่องจากราคาของผลิตภัณฑ์ จะขึ้นกับกลไกของตลาดและคู่แข่ง  
 ขัน จึงทำให้ยากในการกำหนดการเพิ่มของราคาขาย ดังนั้นจึงสมมติให้ราคาขายคงที่ตลอด 5 ปี  
 (ภาคผนวก ก:100)

ตารางที่ 4.23 ตารางแสดงการประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวที่เรียนทำอาหารไทยแบบคอร์ส  
 ทั่วไป

	ปีที่ 1		ปีที่ 2		ปีที่ 3		ปีที่ 4		ปีที่ 5	
	Low	High	Low	High	Low	High	Low	High	Low	High
จำนวนคอร์สที่เปิดสอน/วัน	1		2		2		2		2	
จำนวนนักเรียนที่สามารถรับได้ต่อคอร์ส	10		10		10		10		10	
ประมาณการจำนวนนักเรียนทั้งหมดที่ เข้ามาใช้บริการในแต่ละวัน	4	7	8	14	9	15	10	17	11	19
เฉลี่ยจำนวนนักเรียนต่อคอร์สต่อวัน(1)	4	7	4	7	4-5	7-8	5	8-9	5-6	9-10
จำนวนเดือนในช่วง Low Season และ High Season ในแต่ละปี (2)	7	5	7	5	7	5	7	5	7	5
จำนวนคอร์สทั่วไปที่เปิดสอน/เดือน(3)	30	30	52	52	52	52	52	52	52	52
ประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวต่อ เดือน(4) =(1)*(3)	120	210	208	364	228.8	400	260	440	286	484
ประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวที่เรียน คอร์สทั่วไปต่อปี(5)=(2)*(4)	1,890		3,276		3,604		4,022		4,424	

หมายเหตุ : 1. จำนวนนักท่องเที่ยวที่เรียนคอร์สทั่วไปต่อปี ได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวในช่วง Low Season  
 รวมกับจำนวนนักท่องเที่ยวในช่วง High Season ตลอดทั้งปี

2. การเรียนการสอน 1 คอร์ส หมายถึงการเรียน 1 ห้อง  
 จากตารางแสดงประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวนั้น จากสมมุติฐานจะได้ประมาณการ  
 จำนวนนักเรียนหรือนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่จะเข้ามาใช้บริการในแต่ละวันของทั้งช่วง High Season  
 และ Low Season ดังที่ประมาณการไว้ในตาราง โดยในปีที่ 2 จะทำการเปิดคอร์สเรียนเพิ่มเป็น 2  
 คอร์ส(ห้อง)ต่อวัน และจะทำการกระจายนักท่องเที่ยวไปแต่ละคอร์สเฉลี่ยแสดงได้ดังตารางข้างต้น  
 ประมาณการจำนวนนักเรียน/คอร์ส/วัน ทั้งช่วง low และ High Season

ตารางที่ 4.24 ตารางแสดงการประมาณการประมาณจำนวนนักท่องเที่ยวที่เรียนทำอาหารไทยคอร์สพิเศษ

	ปีที่ 1		ปีที่ 2		ปีที่ 3		ปีที่ 4		ปีที่ 5	
	Low	High	Low	High	Low	High	Low	High	Low	High
ประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวที่เรียนคอร์สพิเศษต่อเดือน	8	15	15	25	16	28	18	31	20	34
จำนวนคอร์สพิเศษที่ต้องเปิดสอนต่อเดือน	2	3	3	5	4	6	4	7	4	7
ประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวที่เรียนคอร์สพิเศษต่อปี	132		229		252		282		310	

หมายเหตุ : จำนวนนักท่องเที่ยวที่เรียนคอร์สพิเศษ คิดเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนร้อยละ 7 ของจำนวนนักเรียนที่มาเรียนในแต่ละเดือน

ตารางที่ 4.25 แสดงการประมาณการรายได้ของโรงเรียนสอนทำอาหารไทย

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ประมาณการรายได้จากการขายคอร์สปกติต่อปี จำนวน 2,100 คอร์สที่ราคา 950 บาทต่อคอร์ส	1,795,500	3,112,200	3,423,800	3,820,900	4,202,800
ประมาณการรายได้จากการขายคอร์สพิเศษต่อปีต่อปีจำนวน 105 คอร์สที่ราคา 1,500 บาทต่อคอร์ส	237,600	412,200	313,800	639,000	694,800
<b>ประมาณการรายได้รวมต่อปี</b>	<b>2,033,100</b>	<b>3,524,400</b>	<b>3,737,600</b>	<b>4,459,900</b>	<b>4,897,600</b>

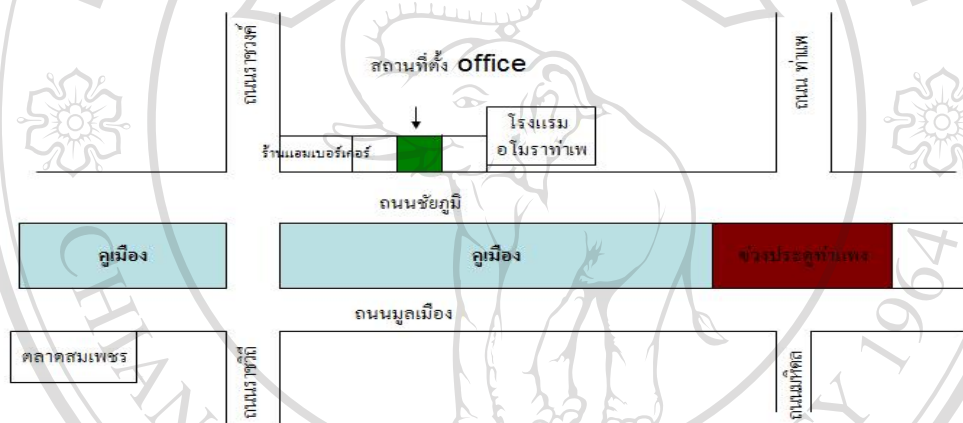
#### 4.5 การวิเคราะห์ด้านเทคนิค

##### 4.5.1 สถานที่ตั้ง

สถานที่ตั้งโรงเรียนสอนทำอาหารไทย จะทำการแบ่งสถานที่ตั้งออกเป็น 2 แห่ง

##### 1) สถานที่ตั้งสำนักงานขายคอร์สโรงเรียนสอนทำอาหารไทย

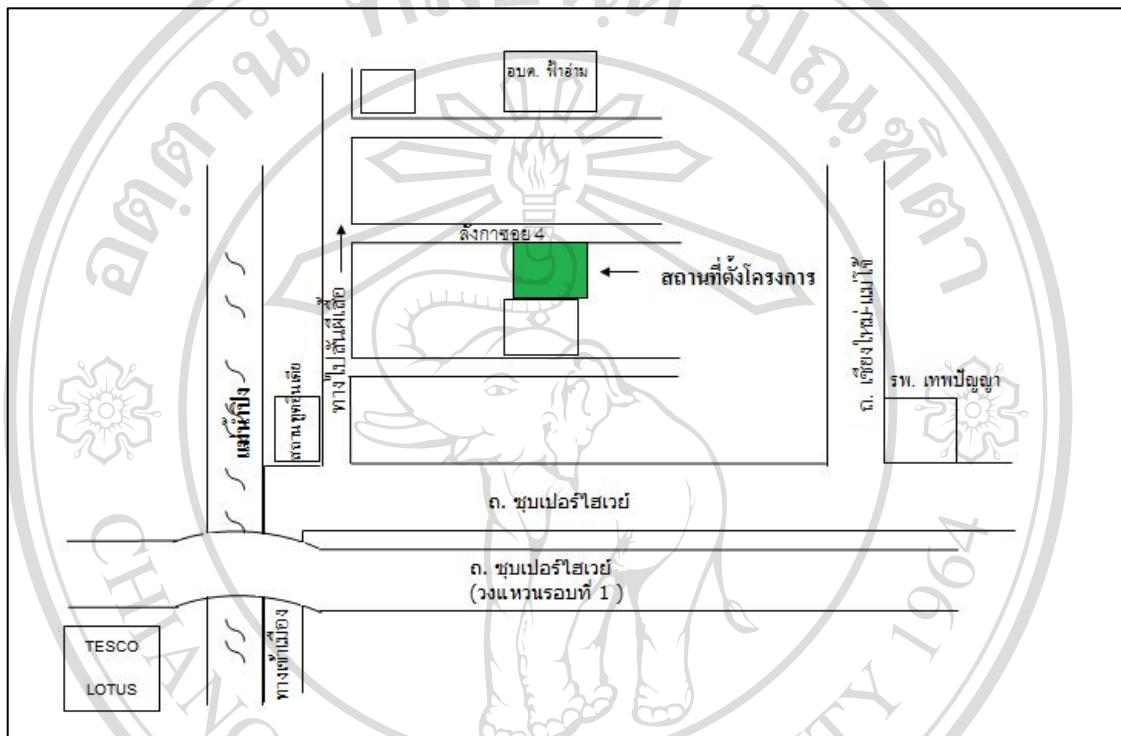
เป็น Office ขนาด 1 คูหาพื้นที่ ขนาด 40 ตารางเมตร ตั้งอยู่บริเวณ ถนนชัยภูมิ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากเป็นพื้นที่ใจกลางเมือง ใกล้แหล่งที่พำนักอาศัยเช่นเกสต์เฮ้าส์ รวมถึงเป็นแหล่งที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมบริเวณนั้นค่อนข้างมาก



รูปที่ 4.1 แผนผังสถานที่ตั้งสำนักงานขาย โรงเรียนสอนทำอาหารไทย

2) สถานที่ตั้งโรงเรียนสอนทำอาหารไทย

ที่ตั้งของโรงเรียนสอนทำอาหารไทยเป็นพื้นที่ขนาด 1 ไร่ ตั้งอยู่เขตหมู่ 3 ตำบลฟ้าฮ่าม อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งถือเป็นสถานที่อยู่ไม่ไกลจากตัวเมือง และใกล้กับแหล่งชุมชน พร้อมด้วยสาธารณูปโภคต่างๆ เป็นแหล่งที่มีการคมนาคมสะดวก

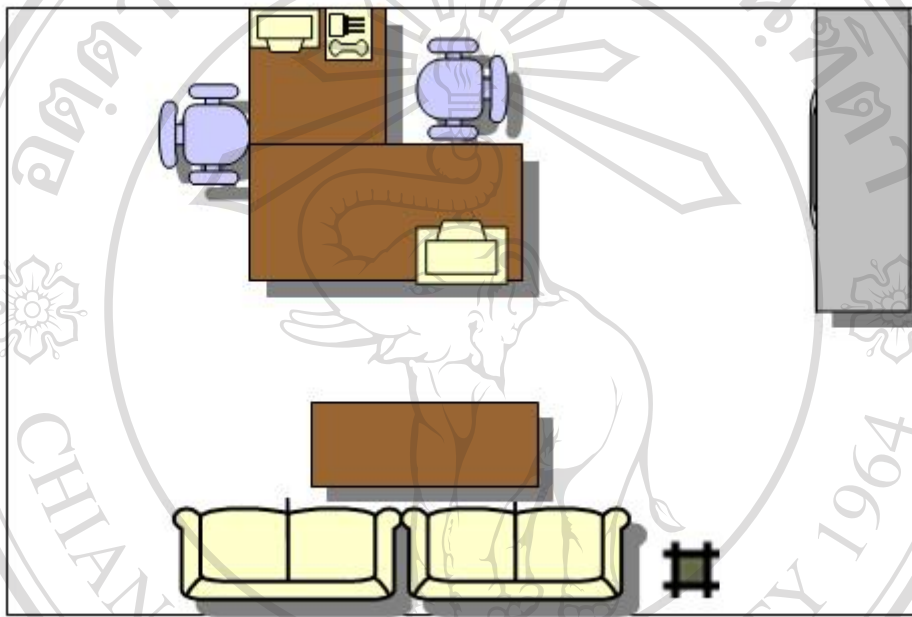


รูปที่ 4.2 แผนผังสถานที่ตั้งโรงเรียนสอนทำอาหารไทย

#### 4.5.2 ขนาดและรูปแบบของโรงเรียนสอนทำอาหารไทย

##### 1) การกำหนดขนาดของ Office โรงเรียนสอนทำอาหารไทย

เป็น Office ขนาด 4\*6 เมตร ใช้เป็นสำนักงานที่ใช้เพียงเพื่อการติดต่อประสานงาน ขายคอร์สและประชาสัมพันธ์ให้กับนักท่องเที่ยว รวมถึงใช้เป็นพื้นที่เก็บเอกสารสำหรับการประชาสัมพันธ์ ซึ่งจะประกอบด้วยอุปกรณ์ เครื่องใช้สำนักงานทั่วไป



รูปที่ 4.3 แสดงแผนผังสำนักงานขาย

## 2) การกำหนดขนาดของโรงเรียนสอนทำอาหารไทย

ลักษณะของสถานที่ที่เป็นบ้านทรงไทย 2 ชั้น ซึ่งพื้นที่ชั้นล่างได้ดัดแปลงให้เป็นห้องเรียน คริวสำหรับทำการเรียนการสอน บริเวณชั้นบนซึ่งเป็นเรือนไม้ จะถูกดัดแปลงให้มีลักษณะเป็นพิพิธภัณฑ์ขนาดย่อม ให้ส่วนจัดแสดงอุปกรณ์ อุปกรณ์เครื่องครัวของไทย แบบโบราณ ในส่วนของบริเวณโดยรอบ ได้ทำการจัดแบ่งให้เป็นส่วนของแปลงปลูกผักสวนครัวขนาดย่อม



รูปที่ 4.4 แสดงแผนผังพื้นที่ชั้นล่างของโรงเรียนสอนทำอาหารไทย

### 4.5.3 ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน

เวลาดำเนินการของโรงเรียนสอนทำอาหารไทยคือ 8:30 น. – 16:30 น. ของทุกวัน โดยจำนวนวันของครูผู้สอนแต่ละคนคือสัปดาห์ละ 6 วันและวันหยุดประจำสัปดาห์ 1 วัน ในกรณีของวันหยุดนักขัตฤกษ์ ทางโรงเรียนสอนทำอาหารไทยยังคงมีการดำเนินการเรียนการสอนเป็นปกติ ซึ่งจะได้มีการสลับวันหยุดดังกล่าวเป็นวันอื่นๆได้ โดยมีการพิจารณาเป็นแต่ละกรณีไปตามความเหมาะสมของจำนวนลูกค้ำ



#### 4.5.4 การจัดคอร์สเรียน

กำหนดให้มีคอร์สเรียนทั้งหมดจำนวน 6 คอร์ส ตามแต่ละวันเพื่อให้พนักงานที่เกี่ยวข้องสามารถเลือกเรียนได้ตามความพึงพอใจ โดยจะทำการเปิดสอนจำนวนวันละ 2 คอร์ส

ตาราง 4.26 ตารางแสดงรายการอาหารและกิจกรรมในแต่ละคอร์สเรียนและเวลาที่ใช้ในการทำกิจกรรม

คอร์ส	กิจกรรมพิเศษ	รายการอาหาร					
เวลา	8:30-10:00	10:00 – 16:30					
A	เยี่ยมชมตลาด	ทอดมันปลา	น้ำพริกแกงเจียวหวาน	แกงเจียวหวาน	ลาบหมู	ผัดไทย	บัวลอย
B	หุงและนึ่งข้าว	ปอเปี๊ยะ	น้ำพริกหนุ่ม	ต้มยำกุ้ง	ผัดเปรี้ยวหวาน	ยำวุ้นเส้น	ข้าวเหนียวมะม่วง
C	แกะสลักผักผลไม้	หมูสับเต้า	น้ำพริกถลึงเรือ	ต้มยำไก่	ไก่ผัดเม็ดมะม่วง	ราดหน้าหมู	กล้วยบัวชชี
D	เดินตลาด	ไก่ห่อใบเตย	น้ำพริกแกงเผ็ด	แกงเผ็ด	ไก่ผัดจิง	ส้มตำ	สังขยาฟักทอง
E	หุงและนึ่งข้าว	ทอดมันข้าวโพด	ห่อหมกปลา	ต้มจืดหมูสับ	ปลาทอดราดพริก	ยำเนื้อย่าง	กล้วยทอด
F	แกะสลักผักผลไม้	ปอเปี๊ยะ	น้ำพริกแกงกะหรี่	แกงกะหรี่ไก่	ผัดกะเพรา	ส้มตำ	ข้าวเหนียวมะม่วง

หมายเหตุ : 1. เวลาที่ใช้ในการเรียนการสอนทั้งหมด 7 ชั่วโมง ซึ่งจะมีการพักรับประทานอาหารและพักผ่อน ประมาณ 1 ชั่วโมง รวมเป็น 8 ชั่วโมงต่อคอร์สต่อวัน

2. อาหารที่เลือกมาจัดเมื่อนั้นเป็นอาหารที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติซึ่งเป็นข้อมูลมาจากการประกอบการและการศึกษาการเรียนการสอนวิธีทำอาหารไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ(ตำราญ โภชิจาค:2545.3)

ตาราง 4.27 ตารางแสดงคอร์สที่ทำการเรียนการสอนในแต่ละวัน

วันที่ทำการเรียน การสอน	คอร์สที่ทำการเรียนการสอน	
	ปีที่ 1	ปีที่ 2-5
วันจันทร์	A	A+B
วันอังคาร	B	B+C
วันพุธ	C	C+D
วันพฤหัสบดี	D	D+E
วันศุกร์	E	E+F
วันเสาร์	F	F + คอร์สพิเศษ
วันอาทิตย์	คอร์สพิเศษ	A + คอร์สพิเศษ

ตาราง 4.28 ตารางแสดงการใช้ห้องเรียน

วันที่ทำการเรียน การสอน	คอร์สที่ทำการเรียนการสอน	
	ห้องที่ 1	ห้องที่ 2
วันจันทร์	A	B
วันอังคาร	B	B
วันพุธ	C	D
วันพฤหัสบดี	D	E
วันศุกร์	E	F
วันเสาร์	F	คอร์สพิเศษ
วันอาทิตย์	คอร์สพิเศษ	A

#### 4.5.5 สินทรัพย์ถาวร วัสดุสิ้นเปลืองและ ค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์ถาวร

ตาราง 4.29 ตารางแสดงสินทรัพย์ถาวร

รายการ	ราคา/หน่วย	จำนวน	รวม
สินทรัพย์			
ค่าเช่าอาคารสำหรับ โรงเรียนสอนทำอาหาร	180,000/ปี		900,000
ค่าปรับปรุงอาคาร โรงเรียนสอนทำอาหาร			100,000
ค่าเครื่องปรับอากาศและติดตั้ง (ห้องผจญ.ส่วน โรงเรียน)	25,000	1 เครื่อง	25,000
ค่าเช่าสำนักงานขาย	108,000/ปี		540,000
ค่าปรับปรุงสำนักงานขาย			20,000
ค่าเครื่องปรับอากาศและติดตั้ง(สำนักงานขาย)	25,000	1 เครื่อง	25,000
ค่าอุปกรณ์ตกแต่ง			50,000
ยานพาหนะ(รถตู้มือ2)	500,000	1 เครื่อง	500,000
เฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้สำนักงานส่วน Office			
ชุดคอมพิวเตอร์	20,000	1 เครื่อง	20,000
โทรศัพท์	570	1 เครื่อง	570
เครื่องโทรสาร	2,600	1	2,600
โต๊ะทำงาน	3,500	1 เครื่อง	3,500
ชั้นหนังสือ	3,000	1 ชั้น	3,000
ชุดรับแขก	10,000	1 ชุด	10,000
เฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้ส่วน โรงเรียน			
ชุดคอมพิวเตอร์	20,000	1 เครื่อง	20,000
โทรศัพท์	570	1 เครื่อง	570
โต๊ะทำงาน	3,500	1 ตัว	3,500
ชั้นหนังสือ	3,000	1 ชั้น	3,000
ตู้ locker	3,500	1 ตู้	3,500
โต๊ะรับประทานอาหาร	3,000	5 ชุด	15,000
พัดลมระบายอากาศ	2500	4 ตัว	10,000
โต๊ะ Stainless สำหรับเรียน	4,000	22	88,000

รายการ	ราคา/หน่วย	จำนวน	รวม
เก้าอี้	300	22 ตัว	6,600
ชุดเตาแก๊ส	1,750	22 ชุด	38,500
Microwave(ของใช้ส่วนกลาง)	2600	1 เครื่อง	2,600
หม้อหุงข้าวขนาด 1.8 L	700	2 เครื่อง	1,400
กาต้มน้ำร้อนStainless(ของใช้ส่วนกลาง)	3000	1 เครื่อง	3,000
เครื่องบดอาหาร (ของใช้ส่วนกลาง)	1600	1 เครื่อง	1,600
ตู้เย็นขนาด 10 Q (ของใช้ส่วนกลาง)	10,900	1 เครื่อง	10,900
ตู้ทำน้ำเย็น (ของใช้ส่วนกลาง)	3,000	1 เครื่อง	3,000
พัดลม	700	4 ตัว	2,800
<b>รวมสินทรัพย์ถาวร</b>			<b>2,413,640</b>

หมายเหตุ: 1. ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ โรงเรียนสอนทำอาหารไทย, ผู้รับเหมา, ห้างสรรพสินค้า, [www.checkprice.net](http://www.checkprice.net), [www.tarad.com](http://www.tarad.com)

2. สำหรับอุปกรณ์ที่เป็นอุปกรณ์ส่วนกลางนั้นจะเป็นอุปกรณ์ที่ไม่ได้ใช้ในชั้นตอน การสอน หรืออาจเป็นอุปกรณ์สำหรับการเตรียมวัตถุดิบบางอย่างในการเรียนการสอน ซึ่งแม่บ้าน หรือเจ้าหน้าที่ของโรงเรียนจะเป็นผู้จัดเตรียมก่อนล่วงหน้าการเรียน และจะไม่มีการใช้ในขณะที่มี การเรียนการสอน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.30 ตารางแสดงรายการค่าเสื่อมราคาและค่าใช้จ่ายตัดจ่ายสินทรัพย์ถาวร

รายการ	จำนวนเงิน	อายุการใช้งาน	ค่าเสื่อมราคาและ ค่าใช้จ่ายตัดจ่ายต่อปี
ค่าเช่าอาคารสำหรับโรงเรียนสอนทำอาหาร	900,000	5 ปี	180,000
ค่าปรับปรุงอาคาร โรงเรียนสอนทำอาหาร	100,000	5 ปี	20,000
ค่าเครื่องปรับอากาศและติดตั้ง(ห้องผจญ.ส่วน โรงเรียน)	25,000	3ปี	8,333
ยานพาหนะ(รถตู้มือ2)	500,000	5 ปี	100,000
อุปกรณ์ตกแต่ง	50,000	3ปี	16,667
เฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้ส่วนโรงเรียน	213,970	3ปี	71,323
ค่าเช่าสำนักงานขาย	540,000	5 ปี	108,000
ค่าปรับปรุงสำนักงานขาย	20,000	5 ปี	4,000
ค่าเครื่องปรับอากาศและติดตั้ง(สำนักงานขาย)	25,000	3ปี	8,333
เฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้สำนักงานส่วน Office	39,670	3ปี	13,223
<b>รวมค่าเสื่อม</b>			<b>529,880</b>

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.31 ตารางแสดงวัสดุสิ้นเปลือง

รายการ	ราคา/หน่วย	จำนวน	รวมเป็นเงิน
อุปกรณ์สำหรับการเรียนการสอน			
เย็บ	122	25	3,050
ทัฟพี	45	25	1,125
ตะหลิว	69	25	1,725
ตะหลิวทอด	35	25	875
มีด	127	25	3,175
ช้อน-ส้อม(1 โหล)	97	5	485
ช้อนกลาง(1 โหล)	28	5	140
มีดชุด	127	25	3,175
กระทะ	250	25	6,250
หม้อ ( 3ใบ/เซต)	410	25	10,250
หม้อต้ม	195	25	4,875
ผ้าเช็ดมือ	20	40	800
แก้วกลาง (1 โหล)	89	3	267
ที่จับกันร้อน	82	25	2,050
กะละมัง Stainless ขนาด30cm	85	50	4,250
จาน	30	70	2,100
ถ้วยแกง	30	70	2,100
ถ้วยเล็ก	19	70	1,330
ถาดStainless	115	25	2,875
หม้อนึ่ง	200	25	5,000
ครก	80	25	2,000
กะละมัง พลาสติก	20	5	100
วัสดุสิ้นเปลืองอุปกรณ์ทำความสะอาด			
ไม้ถู	100	2	200
ไม้กวาด	27.5	4	110
ที่ตักผง	85	2	170



รายการ	ราคา/หน่วย	จำนวน	รวมเป็นเงิน
ถังขยะใหญ่ 22 แกลลอน	280	2	560
ถังขยะเล็กแบบเหยียบ	235	20	4,700
อุปกรณ์ทำความสะอาดอื่น	500	1	500
<b>รวมวัสดุสิ้นเปลือง</b>			<b>64,237</b>

หมายเหตุ: ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ โรงเรียนสอนทำอาหารไทย, ผู้รับเหมา,  
ห้างสรรพสินค้า, [www.checkprice.net](http://www.checkprice.net), [www.tarad.com](http://www.tarad.com)

#### 4.5.6 ต้นทุนการบริการ

ต้นทุนการให้บริการแบ่งออกเป็น 4 ส่วนหลักๆ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

##### 1. วัสดุสิ้นเปลือง ซึ่งประกอบด้วย

- วัสดุสำหรับการเรียนการสอนและอุปกรณ์ทำความสะอาดตามตารางที่ 4.29 ซึ่ง  
จะกำหนดให้มีอายุการใช้งานเพียง 1 ปี โดยจะเริ่มมีการลงทุนในวัสดุสิ้นเปลืองตั้งแต่ปีก่อนการ  
ดำเนินงาน กำหนดให้ค่าใช้จ่ายของวัสดุสิ้นเปลืองมีการเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ต่อปี
- หนังสือทำอาหารไทยประกอบการเรียนการสอน ได้มีการประมาณการค่าใช้จ่าย  
ในการจัดทำหนังสือทำอาหารไทย โดยในปีก่อนการดำเนินงานจะได้จัดพิมพ์หนังสือเพื่อสำรองไว้  
เป็นจำนวน 150 เล่ม ค่าใช้จ่ายในการสั่งพิมพ์เล่มละ 50 บาท คิดเป็นค่าใช้จ่าย 7,500 บาท และในปี  
ที่ 1 ของการดำเนินงานจะจัดพิมพ์ตามประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาใช้บริการในช่วง  
ปีแรกเป็นจำนวน 2,000 รายโดยประมาณ คิดเป็นค่าใช้จ่ายในการจัดทำหนังสือทั้งหมดในปีแรก  
100,000 บาท โดยกำหนดให้แต่ละปีเพิ่มขึ้นตามประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการซึ่ง  
ค่าใช้จ่ายจะแสดงได้ดังตารางที่ 4.32

##### 2. ค่าสาธารณูปโภคส่วนโรงเรียนสอนทำอาหารไทย

- ค่าไฟฟ้า ประมาณการไว้ที่ 2,000 บาทต่อเดือน ดังนั้นในปีแรก จะคิดเป็น  
ค่าใช้จ่ายโดยประมาณ 24,000 บาท อัตราค่าไฟฟ้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ทุกปี
- ค่าน้ำประมาณการไว้ที่ 600 บาทต่อเดือน ดังนั้นในปีแรก จะคิดเป็นค่าใช้จ่าย  
โดยประมาณ 7,200 บาท อัตราค่าน้ำเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ทุกปี
- ในปีที่ 2 มีการเพิ่มของจำนวนนักท่องเที่ยวเป็น 2 เท่าของปีแรก ดังนั้นจึงทำการคิด  
ค่าสาธารณูปโภคในปีที่ 2 เพิ่มเป็น 2 เท่า

### 3. ค่าต้นทุนวัตถุดิบ

- ค่าแก๊สหุงต้มในปีที่ 1 ประมาณการไว้ที่ 10 ถึงต่อเดือน และในปีที่ 2 เพิ่มขึ้นตามจำนวนนักท่องเที่ยวเป็น 2 เท่าจากปีที่ 1 อัตราค่าแก๊สเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ทุกปี

- วัตถุดิบในการเรียนการสอนเช่นอาหารสด เครื่องปรุง คิดเป็นค่าใช้จ่าย 100 บาทต่อหัว ดังนั้นจึงคำนวณค่าใช้จ่ายตามประมาณการนักเรียนที่จะเข้ามาใช้บริการในแต่ละปี และให้ราคาวัตถุดิบเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ทุกปี

- ค่าใช้จ่ายอุปกรณ์อื่นๆ เช่น น้ำยาทำความสะอาด ถูพลาสติก เป็นต้น กำหนดไว้ที่เดือนละ 1,000 บาท รวมทั้งสิ้น 12,000 บาทต่อปี เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ทุกปี

### 4. ค่าน้ำมันรถ และ ค่าบำรุงรักษายานพาหนะ

- ค่าน้ำมันรถ สำหรับจัดรถรับ-ส่ง นักท่องเที่ยวจากตัวเมืองไปยังโรงเรียนสอนทำอาหารไทย 10,000 บาทต่อเดือน ดังนั้นในปีแรก จะคิดเป็นค่าใช้จ่ายโดยประมาณ 120,000 บาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ทุกปี

- ค่าบำรุงรักษายานพาหนะและอุปกรณ์ กำหนดให้มีค่าใช้จ่ายเป็น 10,000 บาทต่อปี และ เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ทุกปี

### 5. ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย

ประกอบไปด้วยค่าเช่าอาคารในแต่ละปี และค่าเสื่อมราคาของเครื่องปรับอากาศ อุปกรณ์ตกแต่ง และ ยานพาหนะ ดังตารางที่ 4.30

ตารางที่ 4.32 ตารางแสดงการคำนวณต้นทุนบริการของโรงเรียนสอนทำอาหารไทย

ปีที่	1	2	3	4	5
วัสดุสิ้นเปลือง					
วัสดุสำหรับการเรียนการสอน	58,697	61,632	64,713	71,347	74,914
อุปกรณ์ทำความสะอาด	6,240	6,552	6,880	7,585	7,964
หนังสือเรียน	7,500	100,000	175,000	190,000	215,000
ค่าสาธารณูปโภค					
ค่าไฟฟ้า	24,000	50,400	52,920	55,566	58,344
ค่าน้ำ	7,200	15,120	15,876	16,670	17,503
ต้นทุนวัตถุดิบ					
แก๊สหุงต้ม	36,000	75,600	79,380	83,349	87,516
วัตถุดิบในการเรียนการสอน	202,230	368,059	424,144	494,932	568,096
วัตถุดิบอื่นๆ	12,000	12,600	13,230	13,892	14,586
น้ำมันรถ	120,000	126,000	132,300	138,915	145,861
ค่าบำรุงรักษายานพาหนะและอุปกรณ์	10,000	10,500	11,025	11,576	12,155
ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย					
ค่าเช่าอาคารสำหรับโรงเรียนสอนทำอาหาร	180,000	180,000	180,000	180,000	180,000
ค่าปรับปรุงอาคารโรงเรียนสอนทำอาหาร	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000
ค่าเครื่องปรับอากาศและติดตั้ง(ห้องผลก.ส่วนโรงเรียน)	8,333	8,333	8,333		
ยานพาหนะ(รถตู้มือ2)	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
อุปกรณ์ตกแต่ง	16,667	16,667	16,667		
เฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้ส่วนโรงเรียน	71,323	71,323	71,323		
รวมต้นทุนการบริการ	969,736	1,301,292	1,393,991	1,408,789	1,522,009

ตารางที่ 4.33 ตารางแสดงต้นทุนวัสดุสิ้นเปลืองคงเหลือ

ปีที่	0	1	2	3	4	5
วัสดุสิ้นเปลืองคงเหลือต้นงวด		7,500	5,939	5,567	1,657	1,394
วัสดุสิ้นเปลืองซื้อระหว่างปี		140,000	245,000	266,000	301,000	336,000
วัสดุสิ้นเปลืองใช้ไป		141,561	245,372	269,910	301,263	331,389
วัสดุสิ้นเปลืองคงเหลือปลายงวด	7,500	5,939	5,567	1,657	1,394	6,005

หมายเหตุ : ในที่ทำการคำนวณเฉพาะต้นทุนที่เป็นค่าหนังสือ เนื่องจากมีการซื้อในแต่ละปีไม่เท่ากัน

โดยจะขึ้นกับจำนวนนักเรียนที่มิใช้บริการในแต่ละปี

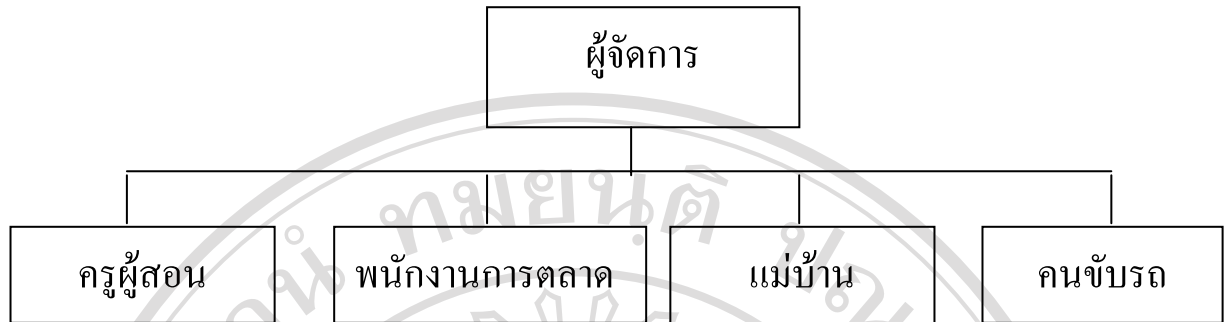
#### 4.6 การวิเคราะห์ด้านการจัดการ

##### 4.6.1 รูปแบบของการจดทะเบียน

ในการดำเนินการประกอบธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารไทยนั้น ยังไม่มีกฎหมายควบคุมเฉพาะในสำหรับธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารไทย ดังนั้นจึงเป็นการจดทะเบียนพาณิชย์กับทางองค์การบริหารส่วนจังหวัด โดยจะเป็นการดำเนินธุรกิจในรูปแบบเจ้าของคนเดียว

##### 4.6.2 โครงสร้างองค์กรและหน้าที่ความรับผิดชอบ

การจัดโครงสร้างองค์กรของโรงเรียนสอนทำอาหารไทย ซึ่งเป็นองค์กรที่มีขนาดเล็ก มีเจ้าหน้าที่และพนักงานจำนวนน้อยและไม่มีโครงสร้างการทำงานไม่ซับซ้อนมาก เพื่อทำให้เกิดความคล่องตัวในการทำงาน



**รูปที่ 4.5** แสดงโครงสร้างองค์กรของโรงเรียนสอนทำอาหารไทย  
บทบาทหน้าที่

จากแผนภาพของโครงสร้างองค์กร ได้ดำเนินการกำหนดจำนวนพนักงาน และ กำหนดบทบาทหน้าที่ของแต่ละตำแหน่งงานได้ดังนี้

1) ผู้จัดการ โรงเรียนสอนทำอาหารไทย

ผู้จัดการโรงเรียนสอนทำอาหารไทยจะดำเนินการโดยเจ้าของโรงเรียนสอนทำอาหารไทยเอง ซึ่งจะเป็นผู้กำหนด กลยุทธ์ในการดำเนินงานของกิจการ ควบคุมดูแลการสอน และสามารถสอนให้ความรู้ สาระวิธีทำอาหารไทยได้โดยเฉพาะ รวมถึงควบคุมดูแลดำเนินงานโดยรวม

**คุณสมบัติ** : การศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป จะต้องมีใจรักในการบริการและมีความรู้ความสามารถในการจัดการและการบริหารธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจบริการ มีความรู้ความสามารถในภาษาต่างประเทศ สามารถสื่อสารได้ดี

2) ครูผู้สอน

ทำหน้าที่อธิบายให้ความรู้ และ สาระวิธีการทำอาหารไทย เป็นภาษาต่างประเทศ ให้แก่นักท่องเที่ยวต่างชาติ

**คุณสมบัติ** : การศึกษาระดับปริญญาตรี จะต้องมีใจรักในการบริการและมีความรู้ความสามารถในการสื่อสารและถ่ายทอด สามารถการสื่อสารทางภาษาอังกฤษได้ดี มีความสามารถในภาษาต่างประเทศอื่นนอกเหนือจากภาษาอังกฤษในระดับที่สามารถสื่อสารกับชาวต่างชาติได้ดี

3) เจ้าหน้าที่การตลาด

ทำหน้าที่รับผิดชอบเรื่องการให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยวที่เข้าสอบถาม และการจองคอร์ส เรียนของนักท่องเที่ยวทั้งนักท่องเที่ยวที่เข้ามาสมัครเอง นักท่องเที่ยวที่จองผ่านทาง Internet

ประสานงานกับการจองผ่านทาง ตัวแทนท่องเที่ยวรวมถึงรับผิดชอบเรื่องการเก็บค่าเล่าเรียนของนักท่องเที่ยว และการเก็บสถิติข้อมูลเบื้องต้นของนักท่องเที่ยว

**คุณสมบัติ :** การศึกษาระดับปวส - ปริญญาตรี จะต้องมีใจรักในการบริการ มีมนุษยสัมพันธ์ มีความสามารถทางด้านภาษาอังกฤษ รวมถึงความสามารถในการประชาสัมพันธ์ และการติดต่อประสานงาน สามารถใช้คอมพิวเตอร์ในโปรแกรม office พื้นฐานได้

4) แม่บ้าน

ทำหน้าที่จัดหาวัตถุดิบ และเตรียมวัตถุดิบที่จะใช้สำหรับการเรียนการสอนในแต่ละวัน รวมถึง การทำความสะอาดห้องเรียนและอุปกรณ์การเรียนหลังเลิกเรียน

**คุณสมบัติ :** มีความอดทนและมีความรับผิดชอบสูง มีใจรักในการบริการ

5) คนขับรถ 1 ตำแหน่ง

ทำหน้าที่ขับรถรับส่งนักท่องเที่ยวที่มาเรียนสอนทำอาหารไทยระหว่าง ออฟฟิศและสถานที่ทำการเรียนการสอน รวมทั้งช่วงเหลือในส่วนของการทำงานอื่นๆของการทำงาน เช่นการทำความสะอาด การดูแลรักษาบริเวณโดยรอบของโรงเรียนสอนทำอาหาร

**คุณสมบัติ :** มีความอดทนและมีความรับผิดชอบสูง มีใจรักในการบริการ

#### 4.6.3 อัตราเงินเดือนของพนักงาน

ตารางที่ 4.34 ตารางแสดงกำลังคนและอัตราเงินเดือนในตำแหน่งต่างๆ

ตำแหน่ง	จำนวน	อัตราเงินเดือน
ผู้จัดการ (เจ้าของกิจการ)	1 คน	17,000
ครูผู้สอน	1 คน	14,500
พนักงานการตลาด	1 คน	9,500
แม่บ้าน	1 คน	5,000
คนขับรถ	1 คน	5,000

หมายเหตุ:- กำหนดให้เงินเดือนพนักงานเพิ่มขึ้น ร้อยละ 5 ทุกปีตามอัตราเงินเฟ้อ

- ในปีที่ 2 มีการจ้างครูผู้สอนและแม่บ้าน เพิ่มขึ้นอีกตำแหน่งละ 1 คน เพื่อรองรับกับการเปิดคอร์สสอนที่เพิ่มขึ้นอีก 1 ห้อง

- อัตราค่าจ้างและสวัสดิการเป็นอัตราที่ประมาณการอ้างอิงจากข้อมูลที่ ได้จริงจากผู้ประกอบการ



ตารางที่ 4.35 แสดงรายจ่ายเงินเดือนพนักงานของโรงเรียนสอนทำอาหารไทย

ปีที่	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินเดือนผู้จัดการ	204,000	214,200	224,910	236,156	247,963
เงินเดือนครูผู้สอน	174,000	356,700	374,535	393,262	412,925
เงินเดือนพนักงานการตลาด	114,000	119,700	125,685	131,969	138,568
เงินเดือนแม่บ้าน	60,000	123,000	129,150	135,608	142,388
เงินเดือนพนักงานขับรถ	60,000	63,000	66,150	69,458	72,930
<b>รวม</b>	<b>612,000</b>	<b>876,600</b>	<b>920,430</b>	<b>966,452</b>	<b>1,014,774</b>

ตารางที่ 4.36 แสดงค่าใช้จ่ายสวัสดิการพนักงาน

ปีที่	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าประกันสังคม	30,600	43,830	46,022	48,323	50,739
<b>รวม</b>	<b>30,600</b>	<b>43,830</b>	<b>46,022</b>	<b>48,323</b>	<b>50,739</b>

หมายเหตุ: นอกจากนี้ได้มีการกำหนดสวัสดิการอื่นๆเช่น ค่าจ้างล่วงเวลา ตามอัตราที่อาจมีการทำงานเกินเวลาตามที่กำหนด

ในส่วนของสวัสดิการ ได้จัดให้มีการจ่ายค่าประกันสังคมให้กับพนักงาน แต่จะไม่มีการจ่ายสวัสดิการให้เพิ่มในส่วนของค่าสอน เนื่องจากคอร์สที่สอนจะเป็นคอร์สการเรียนที่มีการกำหนดตารางตายตัวได้แก่ 2 คอร์สต่อวัน ซึ่งค่าจ้างดังกล่าวได้คิดรวมกับเงินเดือนที่ได้รับ ยกเว้นกรณีที่มีความจำเป็นต้องเปิดสอนคอร์สเพิ่มเติมนอกเวลาปกติ จะจัดเพิ่มค่าจ้างในรูปแบบของค่าทำงานล่วงเวลา

#### 4.6.4 งบประมาณการเงินลงทุนเริ่มแรกของโครงการ

ตารางที่ 4.37 แสดงรายละเอียดของเงินลงทุนเริ่มแรกของโรงเรียนสอนทำอาหารไทย

รายการ	ราคา/หน่วย	จำนวน	รวม
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน			
จดทะเบียนพาณิชย์			100
ป้ายโรงเรียน	2000	2 ป้าย	4,000
หนังสือเรียน	50	150 เล่ม	7,500
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด			35,800
ค่าใช้จ่ายสินทรัพย์ถาวร ดังตารางที่ 4.29			2,413,640
วัสดุสิ้นเปลือง ดังตารางที่ 4.31			64,237
รวมค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน			2,525,277
เงินทุนหมุนเวียน			150,000
<b>รวมเงินลงทุนเริ่มแรก</b>			<b>2,675,277</b>

\*\*หมายเหตุ: ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโรงเรียนสอนทำอาหารไทย, ผู้รับเหมา, ห้างสรรพสินค้า, [www.checkprice.net](http://www.checkprice.net), [www.tarad.com](http://www.tarad.com)

จากตารางข้างต้น โรงเรียนสอนทำอาหารไทยจะใช้เงินลงทุนเริ่มแรก ประมาณ 2,675,277 บาท โดยจะมาจากส่วนของเจ้าหนี้ 1,070,111 บาท คิดเป็นร้อยละ 40 ของเงินลงทุนทั้งหมด และ ส่วนของเจ้าของ ประมาณ 1,605,166 บาท คิดเป็นร้อยละ 60 ของเงินลงทุนทั้งหมด

#### 4.6.5 รายละเอียดค่าใช้จ่ายในการบริหารของโรงเรียนสอนทำอาหารไทย

- ค่าสาธารณูปโภค แบ่งออกเป็น ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำ ค่าโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ต โดยประมาณการค่าไฟฟ้า 650 บาทต่อเดือน ค่าน้ำประปา 50 บาทเดือน และค่าโทรศัพท์ 1500 บาทต่อเดือน เป็นเงินทั้งสิ้น 36,400 บาทต่อปี เพิ่ม 5 % ทุกปี

- ค่าอุปกรณ์สำนักงานและค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด ประมาณการไว้ที่เดือนละ 1,000 บาท หรือ 12,000 บาทต่อปี เพิ่ม 5 % ทุกปี

- ค่าภาษีป้ายเป็นเงิน 400 บาท ต่อปี

- ค่าใช้จ่ายตัดจ่ายในสินทรัพย์ส่วนของออฟฟิตชาย

ตารางที่ 4.38 แสดงการประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหารของโรงเรียนสอนทำอาหารไทย

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าสาธารณูปโภค	26,400	27,720	29,106	30,561	32,089
ค่าวัสดุอุปกรณ์สำนักงาน	12,000	12,600	13,230	13,892	14,586
ค่าภาษีป้าย	400	400	400	400	400
ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย					
ค่าเช่าสำนักงานขาย	108,000	108,000	108,000	108,000	108,000
ค่าปรับปรุงสำนักงานขาย	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000
ค่าเครื่องปรับอากาศและติดตั้ง(สำนักงานขาย)	8,333	8,333	8,333		
เฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้สำนักงานส่วน Office	13,223	13,223	13,223		
รวมค่าใช้จ่ายการดำเนินงาน	172,357	174,277	176,293	156,853	159,075

#### 4.7 การวิเคราะห์ด้านการเงิน

ในการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการเงินนั้น เป็นการวิเคราะห์เพื่อนำผลที่ได้มาประกอบการตัดสินใจลงทุนโครงการ ซึ่งจะนำข้อมูลจาก การวิเคราะห์ด้านอื่นๆ มาประกอบเพื่อให้ผลการประเมินโครงการเป็นไปได้อย่างถูกต้อง ซึ่งในที่นี้จะได้ทำการประเมินและคาดคะเนเงินลงทุนของโครงการโดยการจัดทำงบกำไรขาดทุน งบกระแสเงินสดบุคคล และทำการประเมินถึงความเป็นไปได้ของโครงการโดยใช้การวิเคราะห์ จุดคุ้มทุน(Break-Even Point) , ระยะเวลาคืนทุน(Payback Period) , มูลค่าปัจจุบันสุทธิ(Net Present Value) , อัตราผลตอบแทนลดค่า (IRR) และการวิเคราะห์สถานการณ์ (Scenario Analysis)

##### 4.7.1 สมมติฐานทางการเงิน

1. เงินลงทุนเริ่มแรกของโครงการ ประกอบด้วยเงินลงทุนจดทะเบียนประมาณ 2.7 ล้านบาท ซึ่งมาจากเงินลงทุนส่วนของเจ้าของร้อยละ 60 และจากการกู้ยืมจากสถาบันการเงินร้อยละ 40 โดยมีต้นทุนของเงินทุนเท่ากับร้อยละ 11.62 และ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ร้อยละ 9.375
2. กิจอัตราภาษีเงินได้ร้อยละ 30

3. ค่าเช่าสถานที่เป็นการเช่าโดยการทำสัญญา 5 ปี ซึ่งผู้เช่าจะทำการตัดจ่ายค่าเช่ารายปี
4. ค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์ กำหนดมีการตัดค่าเสื่อมราคาแบบเส้นตรง โดยกำหนดอายุโครงการเป็น 5 ปี โดยสินทรัพย์ที่ตัดค่าเสื่อม เช่นอาคารสถานที่ การปรับปรุงสถานที่ เฟอร์นิเจอร์และอุปกรณ์ที่ใช้ในการเรียนการสอน
5. กำหนดอัตราเงินเฟ้อร้อยละ 5
6. การประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหารแต่ละปี รวมทั้งค่าใช้จ่ายในส่วนเงินเดือนพนักงาน ให้คิดเพิ่มขึ้นตามอัตราเงินเฟ้อ
7. รายได้ของโรงเรียนสอนทำอาหาร ไทยมีการจัดเก็บเป็นเงินสดจากทั้งลูกค้าและตัวแทนการท่องเที่ยว

#### 4.7.2 ประมาณการรายได้ของโรงเรียนสอนทำอาหารไทย ต้นทุนบริการ และค่าใช้จ่าย

- การประมาณการรายได้ของโรงเรียนสอนทำอาหารไทย แสดงในตารางที่ 4.24
- การประมาณการต้นทุนการให้บริการ แสดงในตารางที่ 4.30
- ค่าใช้จ่ายในส่วนเงินเดือนพนักงานของโรงเรียนสอนทำอาหารไทย ดังแสดงในตารางที่ 4.32 ซึ่งจะมีอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ทุกปี และค่าใช้จ่ายสวัสดิการของพนักงานดังตารางที่ 4.33
- ค่าโฆษณาประชาสัมพันธ์ แสดงในตารางที่ 4.22
- ค่าใช้จ่ายในส่วนงบประมาณการเงินลงทุนเริ่มแรกของโครงการ แสดงในตารางที่ 4.33
- ค่าใช้จ่ายในการบริหารของโรงเรียนสอนทำอาหารไทย แสดงในตารางที่ 4.35
- การชำระคืนเงินกู้ให้แก่เจ้าหนี้ระยะยาว โรงเรียนสอนทำอาหารไทยมีการกู้ยืมเงินจากเจ้าหนี้สถาบันการเงินปีนจำนวน 1,073,991 บาท เป็นระยะเวลา 5 ปี ซึ่งจะทำการแบ่งชำระคืนเงินต้นให้แก่เจ้าหนี้ทุกปี ปีละ 214,798บาท โดยมีอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 9.375 ต่อปี (ธนาคารกรุงเทพ, 2551: ออนไลน์)

ตารางที่ 4.39 ตารางแสดงรายการงบกำไรขาดทุนของโรงเรียนสอนทำอาหารไทย

ปีที่	1	2	3	4	5
รายได้	2,033,100	3,524,400	3,737,600	4,459,900	4,897,600
หัก ต้นทุนบริการ	969,263	1,300,796	1,393,470	1,408,243	1,521,435
กำไรขั้นต้น	1,063,837	2,223,604	2,344,130	3,051,657	3,376,165
หัก ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร					
เงินเดือนผู้จัดการและพนักงาน	612,000	876,600	920,430	966,452	1,014,774
ค่าสวัสดิการพนักงาน	30,600	43,830	46,022	48,323	50,739
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	409,588	909,888	753,504	838,567	921,644
ค่าสาธารณูปโภค	26,400	27,720	29,106	30,561	32,089
ค่าวัสดุอุปกรณ์สำนักงานและค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	12,000	12,600	13,230	13,892	14,586
ค่าภาษีป้าย	400	400	400	400	400
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	121,337				
ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย					
ค่าเช่าสำนักงานขาย	108,000	108,000	108,000	108,000	108,000
ค่าปรับปรุงสำนักงานขายตัดจ่าย	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000
ค่าเสื่อมราคาเครื่องปรับอากาศและติดตั้ง (สำนักงานขาย)	8,333	8,333	8,333		
ค่าเสื่อมราคาเฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้ สำนักงานส่วน Office	13,223	13,223	13,223		
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	1,336,181	2,004,594	1,896,248	2,010,194	2,146,232
กำไรจากการดำเนินงาน	(272,344)	219,010	447,882	1,041,463	1,229,933
หัก ดอกเบี้ยจ่าย	140,961	110,755	80,549	50,343	20,137
กำไรก่อนหักภาษี	(412,796)	108,655	367,624	991,302	1,209,868
หักภาษีเงินได้	0	0	0	133,260	197,960
กำไรสุทธิ	(412,796)	108,655	367,624	858,041	1,011,908

- หมายเหตุ: 1. ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงานได้แก่ ค่าจดทะเบียนพาณิชย์, ป้ายโรงเรียน, ค่าใช้จ่ายทางการตลาด, วัสดุสิ้นเปลืองที่ซื้อล่วงหน้า
2. การคิดอัตราภาษีเป็นการประมาณการ โดยอ้างอิงจากอัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา (ภาคผนวก ข : 119) ซึ่งในการคิดอัตราภาษีที่จริงนั้นต้องคิดจากรายได้หักด้วยค่าใช้จ่าย

ตารางที่ 4.40 ตารางแสดงประมาณการเงินสดของโรงเรียนสอนทำอาหารไทย

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน						
เงินสดรับ						
เงินสดรับจากการให้บริการ	0	2,033,100	3,524,400	3,737,600	4,459,900	4,897,600
รวมเงินสดรับ	0	2,033,100	3,524,400	3,737,600	4,459,900	4,897,600
เงินสดจ่าย						
ต้นทุนบริการ						
วัสดุสิ้นเปลือง	71,737	167,449	245,821	264,362	293,080	321,984
ค่าสาธารณูปโภค		31,200	65,520	68,796	72,236	75,848
ต้นทุนวัตถุดิบ		250,230	456,259	516,754	592,172	670,198
น้ำมันรถ		120,000	126,000	132,300	138,915	145,861
ค่าบำรุงรักษายานพาหนะและอุปกรณ์		10,000	10,500	11,025	11,576	12,155
ต้นทุนการขายและการบริหาร						
เงินเดือนผู้จัดการและพนักงาน		612,000	876,600	920,430	966,452	1,014,774
ค่าสวัสดิการพนักงาน		30,600	43,830	46,022	48,323	50,739
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด		409,588	909,888	753,504	838,567	921,644
ค่าสาธารณูปโภค		26,400	27,720	29,106	30,561	32,089
ค่าวัสดุอุปกรณ์สำนักงานและค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด		12,000	12,600	13,230	13,892	14,586
ค่าภาษีป้าย		400	400	400	400	400
ค่าภาษีจ่าย		0	0	0	0	133,260
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	39,900					
รวมกระแสเงินสดจ่าย	111,637	1,669,866	2,775,137	2,755,928	3,006,174	3,393,539
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน	(111,637)	363,234	749,263	981,672	1,453,726	1,504,061
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุน						
เงินสดจ่ายสินทรัพย์ถาวร						
ค่าเช่าอาคารสำหรับโรงเรียนสอนทำอาหาร	900,000					



รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าเช่าสำนักงานขาย	540,000					
ค่าปรับปรุงอาคาร โรงเรียนสอนทำอาหาร	100,000					
ค่าปรับปรุงสำนักงานขาย	20,000					
ค่าเครื่องปรับอากาศและติดตั้ง (ห้องผก.ส่วน โรงเรียน)	25,000					
ค่าเครื่องปรับอากาศและติดตั้ง (สำนักงานขาย)	25,000					
ค่าอุปกรณ์ตกแต่ง	50,000					
ยานพาหนะ(รถตู้มือ2)	500,000					
เฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้ส่วน โรงเรียน	213,970					
เฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้สำนักงาน ส่วน Office	39,670					
รวมกระแสเงินสดจ่าย	2,413,640					
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุน	(2,413,640)	0	0	0	0	0
กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน						
เงินสดรับ						
เงินสดรับจากการลงทุนของเจ้าของ	1,605,166					
เงินสดรับจากเจ้าหนี้เงินกู้	1,070,111					
รวมกระแสเงินสดรับ	2,675,277					
เงินสดจ่าย						
จ่ายชำระคืนเงินกู้		214,022	214,022	214,022	214,022	214,022
ดอกเบี้ยจ่าย		140,452	110,355	80,258	50,161	20,065
รวมกระแสเงินสดจ่าย		354,474	324,377	294,280	264,184	234,087
กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน	2,675,277	(354,474)	(324,377)	(294,280)	(264,184)	(234,087)
กระแสเงินสดสุทธิ	150,000	8,759	424,885	687,391	1,189,542	1,269,975
บวก กระแสเงินสดต้นงวด		150,000	158,759	583,645	1,271,036	2,460,579
กระแสเงินสดสุทธิปลายงวด	150,000	158,759	583,645	1,271,036	2,460,579	3,730,553

ตารางที่ 4.41 ตารางแสดงงบดุลของโรงเรียนสอนทำอาหารไทย

ปีที่	0	1	2	3	4	5
<b>สินทรัพย์</b>						
<b>สินทรัพย์หมุนเวียน</b>						
เงินสด	150,000	158,759	583,645	1,271,036	2,460,579	3,730,553
วัสดุสิ้นเปลืองคงเหลือ	71,737	5,939	5,567	1,657	1,394	6,005
<b>รวมสินทรัพย์หมุนเวียน</b>	<b>221,737</b>	<b>164,698</b>	<b>589,211</b>	<b>1,272,693</b>	<b>2,461,973</b>	<b>3,736,558</b>
<b>สินทรัพย์ถาวร</b>						
ค่าเช่าอาคาร โรงเรียนหลังหักค่าเสื่อม	900,000	720,000	540,000	360,000	180,000	0
ค่าเช่าสำนักงานขายล่วงหน้าหลังหักค่าเสื่อม	540,000	432,000	324,000	216,000	108,000	0
ค่าปรับปรุงอาคาร โรงเรียนสอนทำอาหารตัดจ่าย	100,000	80,000	60,000	40,000	20,000	0
ค่าปรับปรุงสำนักงานขายตัดจ่าย	20,000	16,000	12,000	8,000	4,000	0
ค่าเครื่องปรับอากาศและติดตั้ง(ห้องผจญ. ส่วนโรงเรียน)หลังหักค่าเสื่อม	25,000	16,667	8,333	0	0	0
ค่าเครื่องปรับอากาศและติดตั้ง(สำนักงานขาย)หลังหักค่าเสื่อม	25,000	16,667	8,333	0	0	0
ค่าอุปกรณ์ตกแต่งตัดจ่าย	50,000	33,333	16,667	0	0	0
ยานพาหนะ(รถคู่มือ2)หลังหักค่าเสื่อม	500,000	400,000	300,000	200,000	100,000	0
เฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้สำนักงานส่วน Office หลังหักค่าเสื่อม	39,670	26,447	13,223	0	0	0
เฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้ส่วนโรงเรียนหลังหักค่าเสื่อม	213,970	142,647	71,323	0	0	0
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	39,900					
<b>รวมสินทรัพย์ถาวร</b>	<b>2,453,540</b>	<b>1,883,760</b>	<b>1,353,880</b>	<b>824,000</b>	<b>412,000</b>	<b>0</b>
<b>รวมสินทรัพย์</b>	<b>2,675,277</b>	<b>2,048,458</b>	<b>1,943,091</b>	<b>2,096,693</b>	<b>2,873,973</b>	<b>3,736,558</b>
<b>หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b>						
ภาษีค้างจ่าย	0	0	0	0	133,260	197,960
<b>หนี้สินระยะยาว</b>						
เจ้าหนี้เงินกู้ยืมระยะยาว	1,070,111	856,089	642,066	428,044	214,022	0
<b>รวมหนี้สิน</b>	<b>1,070,111</b>	<b>856,089</b>	<b>642,066</b>	<b>428,044</b>	<b>347,283</b>	<b>197,960</b>

ปีที่	0	1	2	3	4	5
ส่วนของเจ้าของ						
ส่วนของเจ้าของ	1,605,166	1,605,166	1,605,166	1,605,166	1,605,166	1,605,166
กำไรสะสม		(412,396)	(304,141)	63,483	921,524	1,933,432
รวมส่วนของเจ้าของ	1,605,166	1,192,370	1,301,025	1,668,649	2,526,690	3,538,598
รวมหนี้สินและส่วนของเจ้าของ	2,675,277	2,048,458	1,943,091	2,096,693	2,873,973	3,736,558

หมายเหตุ : ต้นทุนวัสดุสิ้นเปลืองคงเหลือจากตารางที่ 4.33 ซึ่งเป็นต้นทุนหนังสือเรียนคงค้างในแต่ละปี

### 4.7.3 การประเมินความเป็นไปได้ของโครงการ

การประเมินความเป็นไปได้ของการลงทุนโรงเรียนสอนทำอาหารไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในจังหวัดเชียงใหม่ ได้มีการกำหนดวิธีการประเมินดังนี้

#### 1. การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน(Break-Even Point)

ตารางที่ 4.42 แสดงการคำนวณจุดคุ้มทุนของโรงเรียนสอนทำอาหารไทยในแต่ละปี

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้	2,033,100	3,524,400	3,737,600	4,459,900	4,897,600
หัก ต้นทุนผันแปร	572,940	904,472	997,147	1,108,243	1,221,435
กำไรส่วนเกิน(รายได้-ต้นทุนผันแปร)	1,460,160	2,619,928	2,740,453	3,351,657	3,676,165
อัตราส่วนกำไรส่วนเกิน (กำไรส่วนเกิน/รายได้)	0.718	0.743	0.733	0.752	0.751
ต้นทุนคงที่ (ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร+ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย)	1,732,505	2,400,918	2,292,571	2,310,194	2,446,232
จุดคุ้มทุน(ต้นทุนคงที่/อัตรากำไรส่วนเกิน)	2,412,307	3,229,781	3,126,750	3,074,072	3,259,013
จุดคุ้มทุนคิดเป็นร้อยละของยอดขาย	118.65	91.64	83.66	68.93	66.54

โครงการโรงเรียนสอนทำอาหารไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีการแบ่งผลิตภัณฑ์เป็นคอร์สเรียนทั่วไปและคอร์สพิเศษ จึงต้องนำมาวิเคราะห์หาจุดคุ้มทุนของหน่วยการขายคอร์สแต่ละแบบ ดังตาราง 4.43

ตารางที่ 4.43 แสดงจุดคุ้มทุนของโรงเรียนสอนทำอาหารไทยในแต่ละปีแยกตามประเภทของคอร์สเรียน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
จุดคุ้มทุนของคอร์สเรียนทั่วไป(คอร์ส)	2,243	3,002	3,015	2,772	2,944
จุดคุ้มทุนของคอร์สเรียนพิเศษ(คอร์ส)	187	250	262	245	257

## 2. การวิเคราะห์ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)

ตารางที่ 4.44 แสดงรายการเงินลงทุนเริ่มแรก และกระแสเงินสดของโรงเรียนสอนทำอาหารไทยในแต่ละปี

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินลงทุนเริ่มแรกของกิจการเท่ากับ 2,675,277 บาท					
กระแสเงินสดสุทธิจากการดำเนินงาน	363,234	749,263	981,672	1,453,726	1,504,061
กระแสเงินสดสะสม	(2,312,043)	(1,562,781)	581,109	872,617	2,376,679

จากตารางที่ 4.40 ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) ของโรงเรียนสอนทำอาหารไทยเท่ากับ 3 ปี 4 เดือน 26 วัน โดยประมาณ

## 3. การวิเคราะห์มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value)

ในการศึกษาฯ ได้กำหนดอัตราคิดลด เพื่อใช้ในการคำนวณหาค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับอัตราต้นทุนเงินทุนถัวเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 11.62

ตารางที่ 4.45 แสดงการคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิ

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินลงทุนเริ่มแรกของกิจการเท่ากับ 2,675,277 บาท					
กระแสเงินสดสุทธิจากการดำเนินงาน	363,234	749,263	981,672	1,453,726	1,504,061
มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสด	325,420	926,801	1,632,697	2,569,211	3,437,283
มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ เท่ากับ $3,437,283 - 2,675,277 = 762,006$ บาท					

จาก ตารางที่ 4.41 สามารถคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการได้เท่ากับ 762,006 บาท

#### 4. การวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (Internal Rate of Return)

ตารางที่ 4.46 แสดงการคำนวณอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินลงทุนเริ่มแรกของกิจการเท่ากับ 2,675,277 บาท					
กระแสเงินสดสุทธิจากการดำเนินงาน	363,234	749,263	981,672	1,453,726	1,504,061
อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ เท่ากับ ร้อยละ 20.29					

จากตารางที่ 4.42 สามารถคำนวณผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) เท่ากับ ร้อยละ 20.29

#### 5. การวิเคราะห์สถานการณ์ (Scenario Analysis)

การวิเคราะห์สถานการณ์ (Scenario Analysis) เป็นการประมาณความเป็นไปได้ของผลตอบแทนหลายแบบเพื่อหาความผันผวนของผลที่ได้รับ โดยแบ่งเหตุการณ์เป็น 3 ระดับ คือ เหตุการณ์ที่แย่ (Pessimistic) เหตุการณ์ที่คาดหวัง (Most Likely or Expected) และเหตุการณ์ที่ดี (Optimistic) มาประมาณการผลตอบแทนที่ได้รับจากการลงทุนในโครงการ สำหรับการศึกษาค่าความเป็นไปได้ในโครงการธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารไทย จังหวัดเชียงใหม่ ได้มีการกำหนดสถานการณ์ออกดังนี้

- สถานการณ์ที่ดีที่สุด ได้แก่กรณีที่ย้ายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานด้านต่างๆและต้นทุนการผลิตลดลงร้อยละ 10
- สถานการณ์คาดหวัง คือสถานการณ์ที่ได้ทำการประมาณการ ตามรายการในงบการเงินข้างต้น
- สถานการณ์ที่แย่ ได้แก่กรณีที่รายได้ลดลงร้อยละ 5 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานด้านต่างๆและต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 5

ผลจากการศึกษาและวิเคราะห์สถานการณ์สามารถสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 4.47 แสดงการคำนวณระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ และอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ สำหรับกรณีสถานการณ์ที่ดีที่สุด กรณีที่รายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการและต้นทุนการผลิตลดลงร้อยละ 10 (อัตราผลตอบแทนที่ใช้ในการคิดลดเท่ากับร้อยละ 11.62)

ปีที่	1	2	3	4	5
เงินลงทุนเริ่มแรกของกิจการเงินลงทุนเริ่มแรกของกิจการเท่ากับ 2,675,277 บาท					
กระแสเงินสดสุทธิจากการดำเนินงาน	733,530	1,285,890	1,474,918	1,831,593	1,998,191
กระแสเงินสดสะสม	(1,940,747)	(655,857)	819,061	2,650,654	4,648,845
ระยะเวลาคืนทุนของโครงการ (Payback Period) เท่ากับ 2 ปี 5 เดือน 12 วัน โดยประมาณ					
มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ (Net Present Value) เท่ากับ 2,407,763 บาท					
อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) เท่ากับ ร้อยละ 37.49					

ตารางที่ 4.48 แสดงการคำนวณระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ และอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ สำหรับกรณีสถานการณ์ที่แย่ กรณีที่รายได้ลดลงร้อยละ 5 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการและต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 (อัตราผลตอบแทนที่ใช้ในการคิดลดเท่ากับร้อยละ 11.62)

ปีที่	1	2	3	4	5
เงินลงทุนเริ่มแรกของกิจการเงินลงทุนเริ่มแรกของกิจการเท่ากับ 2,675,277 บาท					
กระแสเงินสดสุทธิจากการดำเนินงาน	178,085	434,286	656,996	1,080,422	1,187,890
กระแสเงินสดสะสม	(2,497,192)	(2,062,906)	(1,405,910)	(325,488)	862,402
ระยะเวลาคืนทุนของโครงการ (Payback Period) เท่ากับ 4 ปี 3 เดือน 10 วัน โดยประมาณ					
มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ (Net Present Value) เท่ากับ (313,112) บาท					
อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) เท่ากับ ร้อยละ 7.85					



## 6. วิธีการประเมินการตัดสินใจในการลงทุนในโครงการ

### 1. จากการคำนวณจุดคุ้มทุนสามารถสรุปได้ดังตาราง

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
จุดคุ้มทุนของคอร์สเรียนทั่วไป	2,243	3,002	3,015	2,772	2,944
จุดคุ้มทุนของคอร์สเรียนพิเศษ	187	250	262	245	257

2. ระยะเวลาคืนทุน โครงการมีระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 3 ปี 4 เดือน 26 วัน โดยประมาณ ซึ่งอยู่ในช่วงอายุของโครงการ

3. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ จากการใช้อัตราผลตอบแทนในการลงทุนที่ร้อยละ 11.62 เป็นอัตราที่ใช้ในการคิดลด ซึ่งมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการมีค่าเป็นบวก แสดงว่าอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนมีค่าสูงกว่าอัตราผลตอบแทนขั้นต่ำที่ต้องการ ทำให้เห็นว่าโครงการนี้สามารถยอมรับได้

4. อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ พบว่ามีค่าเท่ากับร้อยละ 20.29 ซึ่งมากกว่าอัตราผลตอบแทนขั้นต่ำที่ต้องการ หรือร้อยละ 11.62 แสดงว่าโครงการสามารถยอมรับได้

5. สำหรับการวิเคราะห์สถานการณ์ของโครงการ สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ตารางที่ 4.49 แสดงการสรุปผลการวิเคราะห์ระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ และอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ สำหรับทั้ง 3 สถานการณ์

สถานการณ์	ระยะเวลาคืนทุน	มูลค่าปัจจุบันสุทธิ	อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ
สถานการณ์ที่ดี	2 ปี 5 เดือน 12 วัน	2,407,763 บาท	ร้อยละ 37.49
สถานการณ์ที่คาดหวัง	3 ปี 4 เดือน 26 วัน	762,006 บาท	ร้อยละ 20.29
สถานการณ์ที่แย่	4 ปี 3 เดือน 10 วัน	(313,112) บาท	ร้อยละ 7.85

จากข้อมูลในตารางพบว่า ในกรณีที่สถานการณ์ที่คาดหวังนั้นเป็นไปในแนวโน้มที่ดี หรือเป็นไปตามแบบที่คาดหวังนั้น โครงการจะมีระยะเวลาคืนทุน ต่ำกว่าอายุของโครงการ มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการมีค่าเป็นบวก เมื่อคิดลดด้วยอัตราผลตอบแทนขั้นต่ำของโครงการ คือ ร้อยละ 11.62 และมีอัตราผลตอบแทนภายในโครงการมากกว่าอัตราผลตอบแทนขั้นต่ำภายในโครงการ ทำให้โครงการสามารถยอมรับได้ แต่ถกสถานการณ์แย่กว่าที่คาดหวังไว้จะมีผลทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นลบและอัตราผลตอบแทนภายในโครงการต่ำกว่าที่คาดหวังไว้

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ ข้อจำกัดและเสนอแนะ

#### สรุปผลการศึกษา

การศึกษาความเป็นไปได้ในโครงการโรงเรียนสอนทำอาหารไทยสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แนวคิดทฤษฎีการศึกษาความเป็นไปได้ซึ่งประกอบด้วยส่วนต่างๆ ดังนี้ ด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และด้านการเงิน เพื่อประกอบประกอบการตัดสินใจของผู้ลงทุน

ระเบียบวิธีการศึกษาได้ทำการรวบรวมข้อมูลจากทั้งทางปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ในการสอบถามข้อมูลจากกลุ่มประชากรนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาเรียนทำอาหารไทย ตามโรงเรียนสอนทำอาหารไทย ในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งหมด 4 แห่ง จำนวน 100 ชุดซึ่งได้ทำการสุ่มแจกแบบสอบถามตามสะดวก และเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อสอบถามข้อมูลการดำเนินงานจากเจ้าของธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารไทย ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 3 ราย รวมถึงการเก็บรวบรวมข้อมูลจากทางทุติยภูมิ (Secondary Data) จากเอกสาร หนังสือ สิ่งพิมพ์ ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตต่างๆ เพื่อนำข้อมูลเหล่านี้มาสรุปและวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในด้านต่างๆ ทั้งทางด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และด้านการเงิน

#### ความเป็นไปได้ด้านการตลาด

จากผลการสอบถามความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามความคิดเห็นต่อการพิจารณาเลือกโรงเรียนสอนทำอาหารไทย ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินั้นพบว่า นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุน้อยกว่า 25 ปีมากที่สุด และรองลงมาเป็นช่วงอายุ 25-30 ปี โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวอเมริกัน รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ และชาวเยอรมัน โดยนักท่องเที่ยวเหล่านี้โดยส่วนใหญ่เดินทางเข้ามาเพื่อจุดประสงค์ของการท่องเที่ยวเป็นหลักจำนวนร้อยละ 97.00 ซึ่งนักท่องเที่ยวที่มาเรียนทำอาหารไทยส่วนใหญ่ไม่เคยเรียนทำอาหารไทยมาก่อน เหตุผลหลักที่เลือกมาเรียนทำอาหารไทยเนื่องจากมีความชื่นชอบอาหารไทย โดยได้รับข้อมูลของข่าวสารของโรงเรียนทำอาหารไทยที่เลือกจาก หนังสือแนะนำเที่ยวเช่น Travel planet, Rough Guild มากที่สุด รองลงมาคือจากทางอินเทอร์เน็ต แผ่นพับที่แจกตามเก็สท์เฮ้าส์ และจากการแนะนำของเพื่อน สำหรับค่าใช้จ่ายในการเรียนนั้นนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เห็นว่าราคาที่เหมาะสมมากที่สุด

คือ ราคา 800-1,200 บาทต่อการเรียนทำอาหารจำนวน 5-7 ชนิด โดยมีกิจกรรมนอกเหนือจากการทำอาหารเสริมเช่น การไปเลือกซื้อของในตลาด การเรียนแกะสลักผักผลไม้ เป็นต้น ระยะเวลาการสอนที่เหมาะสมคือ 1 วัน โดยภาษาที่ใช้ในการเรียนการสอนนั้น ควรใช้ภาษาอังกฤษเป็นหลัก แต่ยังคงมีนักท่องเที่ยวยุโรปอื่นที่ไม่ได้ใช้ภาษาอังกฤษเป็นหลัก เช่น ญี่ปุ่นและฝรั่งเศส ที่มีความต้องการให้มีการเปิดคอร์สสอนในภาษาอื่นๆ

ในการสอบด้านปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนสอนทำอาหารไทยพบว่า ผู้ตอบแบบส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่งเสริมทางการตลาดในด้านต่างๆ แตกต่างกัน แต่ผู้ตอบแบบสอบถามจะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรในระดับมากที่สุด

- ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมากที่สุด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าทักษะในการสอนของครูและความสามารถในการถ่ายทอด มีความสำคัญมากที่สุด รวมทั้งความรู้ ความสามารถของเจ้าหน้าที่ และ คุณภาพในการให้บริการก็มีความสำคัญในระดับมากเช่นกัน

- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามจะให้ความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของโรงเรียนสอนทำอาหารไทย โดยรวมในระดับที่มาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามจะมีความต้องการที่จะให้โรงเรียนมีการแถม หรือจำหน่ายตำราทำอาหารและมีการจัดจำหน่ายเครื่องปรุงสำหรับประกอบอาหารภายในโรงเรียน นอกจากนี้ปัจจัยย่อยเรื่อง ความหลากหลายของคอร์สทำอาหาร ถือเป็นปัจจัยรองลงมาที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ

- ปัจจัยด้านราคา ถือเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนสอนทำอาหารในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามจะมีการพิจารณาความเหมาะสมของราคาค่าเรียนต่อคอร์สที่สอน รวมทั้งมีการเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายกับโรงเรียนสอนทำอาหารไทยแห่งอื่น

- ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับที่มาก โดยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการที่ทางโรงเรียนจัดรถรับ-ส่ง ในกรณีที่โรงเรียนสอนทำอาหารไทยอยู่นอกตัวเมือง นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับการที่โรงเรียนตั้งอยู่ในสถานที่หาได้ง่าย และสามารถติดต่อได้สะดวก

- ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญในระดับโดยรวมในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่ามีผลต่อการเลือกเรียนทำอาหารไทยสูงที่สุดคือการที่โรงเรียนสอนทำอาหารไทยมีเว็บไซต์เป็นของตนเอง สามารถเข้าไปหาข้อมูลได้

- ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญของปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพของโรงเรียนโดยรวมในระดับที่มาก ซึ่งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญกับความสะอาดของห้องเรียนและพื้นที่โรงเรียน รวมทั้งอุปกรณ์ในการเรียนการสอนที่ ต้องการให้มีการดูแลรักษาให้สะอาดและอยู่ในสภาพดี
- ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับกระบวนการให้บริการโดยรวมในระดับมาก ซึ่งนักท่องเที่ยวต้องการได้รับการต้อนรับและบริการที่ดีทั้งก่อนและหลังการใช้บริการ รวมทั้งการมีระบบที่ดีในการดำเนินการและการบริการทั้งการจองเรียน และการจ่ายเงิน

#### ความเป็นไปได้ด้านเทคนิค

ทางโรงเรียนได้คำนึงถึงปัจจัยหลายๆด้าน ทั้งต้นทุนในการดำเนินงาน บรรยากาศในการเรียน การสอน รวมถึงความสะดวกของลูกค้า ดังนั้นทางโรงเรียนสอนทำอาหารไทยจึงได้เลือกให้มีทำเลที่ตั้งของโรงเรียนสอนทำอาหารไทยอยู่ที่บริเวณห่างจากตัวเมือง คือ บริเวณตำบลฟ้าฮ่ามเนื่องจาก ต้นทุนค่าใช้จ่ายในการเช่าอาคารสถานที่จะมีต่ำกว่า การตั้งโรงเรียนภายในเขตเมือง อีกทั้งเพื่อให้มีพื้นที่ในการให้บริการที่กว้างขวาง และสถานที่ยังไม่ห่างจากตัวเมืองมากนัก ทำให้สามารถเดินทางเข้าไปยังตัวเมือง และ สนามบินได้สะดวกรวดเร็วกว่าการตั้งอยู่ห่างจากตัวเมืองมากเกินไป ในกรณีที่มีลูกค้าบางรายมีความจำเป็นในด้านเวลาของการเดินทาง ซึ่งจะไม่ส่งผลกระทบต่อการเรียน การสอนปกติ และส่งผลกระทบต่อลูกค้ารายอื่นๆ ลักษณะของอาคารสถานที่นั้น เป็นการปรับปรุง อาคารบ้านแบบไทย 2 ชั้น โดยชั้นล่างจะจัดทำให้เป็นพื้นที่สำหรับการเรียนทำอาหาร และจะได้จัดให้มีเจ้าหน้าที่ดูแลทำความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ ในส่วนของชั้นบนซึ่งมีลักษณะเป็นบ้านไม้ จะทำการปรับปรุงและตกแต่งให้เป็นพื้นที่แสดงความเป็นมาของการทำอาหารไทยตั้งแต่ในสมัยอดีต รวมถึงการจัดแสดงอุปกรณ์ที่ใช้ในการทำอาหารไทยในสมัยโบราณ เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเรียนได้เข้าชม และเรียนรู้วัฒนธรรมการทำอาหารของไทย นอกจากนี้บริเวณด้านหน้า จะได้จัดตกแต่งให้เป็นพื้นที่สำหรับทำแปลงพืชผักสวนครัวขนาดย่อม เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เกี่ยวกับพืชผักสวนครัว และลักษณะการปลูก พืชที่ได้นำมาประกอบอาหาร

เนื่องด้วยลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของทางโรงเรียนเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเป็นหลัก จึงได้ทำการจัดตั้งสำนักงานขาย เพิ่มอีกแห่งหนึ่งบริเวณใกล้ๆกับประตูท่าแพ ซึ่งเป็นบริเวณที่มีนักท่องเที่ยว

จำนวนมากที่พำนักอยู่บริเวณดังกล่าว อีกทั้งเป็นสถานที่นักท่องเที่ยวสามารถพบเห็นและติดต่อได้ง่าย ซึ่งเป็นการเพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่ายของโครงการด้วย

ในส่วนของผลิตภัณฑ์หรือคอร์สการเรียนการสอนนั้น จะแบ่งออกเป็น/แบบ คือ คอร์สทั่วไป ซึ่งจะมีจำนวนนักเรียน 10 คนต่อคอร์ส ราคาค่าใช้จ่าย 950 ต่อคนต่อคอร์ส และคอร์สพิเศษจะสามารถให้ลูกค้าจัดกลุ่มเองเพื่อมาเรียนได้จำนวนไม่เกิน 5 คน โดยสามารถเลือกชนิดอาหารที่ต้องการเรียนได้ โดยคิดค่าใช้จ่าย 1,800 บาทต่อคนต่อคอร์ส โดยในการเรียนคอร์สพิเศษจะทำการจัดเวลาเรียนเพื่อให้เหมาะสมกับลูกค้าอีกครั้งหนึ่ง

การจัดคอร์สเรียนทั่วไปนั้น ได้ทำการให้มีการจัดคอร์สเรียนอยู่ทั้งหมด 6 แบบ เพื่อให้ลูกค้าได้เลือกเรียนตามต้องการ ซึ่งจะมีการจัดคอร์สหมุนเวียนกันในแต่ละวัน ซึ่งภายในปีที่ 2 ของการดำเนินการ จะทำการเพิ่มคอร์สการเรียนการสอนให้เป็นวันละ 2 คอร์ส นอกจากนี้คอร์สพิเศษดังกล่าวที่นักเรียนสามารถจัดกลุ่มมาเรียนได้นั้น จะทำการเปิดสอนในภาษาอื่นได้แก่ภาษาฝรั่งเศสหรือภาษาญี่ปุ่น

#### ความเป็นไปได้ด้านการจัดการ

รูปแบบของการดำเนินงานของโรงเรียนสอนทำอาหารไทยนั้นจะเป็นรูปแบบเจ้าของคนเดียว เนื่องจากเป็นกิจการที่มีขนาดเล็ก และการดำเนินการโดยเจ้าของคนเดียว มีความสะดวกในการลงทุนและความคล่องตัวในการบริหารงาน มีการจัดโครงสร้างอย่างง่าย โดยมีผู้จัดการโรงเรียนทำอาหารไทย 1 คน ซึ่งจะดำเนินการเป็นครูผู้สอนในช่วงปีแรกของการดำเนินงาน ร่วมกับครูผู้สอนจำนวน 1 คน โดยครูผู้สอนต้องสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ดี รวมทั้งต้องมีความสามารถในภาษาอื่นเช่น ภาษาญี่ปุ่นหรือภาษาฝรั่งเศสเพื่อ สามารถสอนให้ความรู้นักท่องเที่ยวที่มีความต้องการเรียนในภาษาเหล่านี้ได้ นอกจากนี้มีการจ้างเจ้าหน้าที่การตลาดซึ่งต้องสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ เพื่อให้บริการลูกค้าชาวต่างชาติที่มาติดต่อสอบถาม รวมถึงการจ้างแม่บ้านและพนักงานขับรถตำแหน่งละ 1 คน เพื่อช่วยในการดำเนินการด้านต่างๆ ซึ่งพนักงานทั้งหมดนั้นจะถูกอบรมเน้นย้ำในการให้ความสำคัญกับหน้าที่ที่รับผิดชอบควบคู่ไปกับการบริการลูกค้า โดยในปีที่ 2 ของการดำเนินงานซึ่งจะมีการเพิ่มจำนวนคอร์สที่เปิดสอนจะได้ทำการจัดจ้าง ครูและแม่บ้านเพิ่มขึ้นในอัตราละ 1 ตำแหน่ง

เวลาทำการของโรงเรียนสอนทำอาหารไทยนั้นจะให้บริการตั้งแต่ เวลา 8:30 – 16:30 น. ซึ่งทางโรงเรียนจะทำการจัดรถรับส่งลูกค้าจากสำนักงานขายและโรงเรียนสอนทำอาหารไทย



### ความเป็นไปได้ด้านการเงิน

การลงทุนโครงการโรงเรียนสอนทำอาหารไทย จะใช้เงินลงทุน 2,675,277 บาท ซึ่งเป็นส่วนเงินลงทุนของเจ้าของ 1,605,166 บาท และเงินลงทุนจากการกู้ยืมสถาบันการเงิน 1,070,111 บาท มีระยะเวลาคืนทุนของโครงการ 3 ปี 4 เดือน 26 วัน โดยประมาณซึ่งอยู่ในช่วงอายุของโครงการ มูลค่าปัจจุบันสุทธิจากการใช้อัตราผลตอบแทนในการลงทุนที่ร้อยละ 11.62 มูลค่าปัจจุบันของโครงการมีค่า 762,006 บาท ซึ่งมีค่าเป็นบวก อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ พบว่ามีค่าเท่ากับร้อยละ 20.29 ทำให้เห็นว่าโครงการสามารถยอมรับได้ สำหรับการวิเคราะห์สถานการณ์ของโครงการนั้น พบว่ากรณีที่โครงการมีสถานการณ์ที่ดี คือ กรณีที่รายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานด้านต่างๆและต้นทุนการผลิตลดลงร้อยละ 10 ระยะเวลาคืนทุน เท่ากับ 2 ปี 5 เดือน 12 วันโดยประมาณ มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ เท่ากับ 2,407,763 บาท อัตราผลตอบแทนภายในโครงการเท่ากับ ร้อยละ 37.49 แต่หากกรณีที่โครงการมีสถานการณ์ที่แย่ คือ รายได้ลดลงร้อยละ 5 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานด้านต่างๆและต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ระยะเวลาคืนทุน เท่ากับ 4 ปี 3 เดือน 10 วัน โดยประมาณ มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ เป็นลบ อัตราผลตอบแทนภายในโครงการเท่ากับ ร้อยละ 7.85 ซึ่งพบว่า ต่ำกว่าอัตราผลตอบแทนที่คาดหวังไว้ แสดงให้เห็นว่าหากมีการเปลี่ยนแปลงของรายได้และรายจ่าย โครงการจะได้รับความกระทบกระเทือนได้ ดังนั้นผู้ลงทุนต้องระมัดระวังในการลงทุน

### อภิปรายผลการศึกษา

ในการศึกษาความเป็นไปได้ในโครงการโรงเรียนสอนทำอาหารไทยสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้ทฤษฎีการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทำการวิเคราะห์ในด้านต่างๆ ดังนี้ ด้านการตลาดจากการสอบถามข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เรียนทำอาหารไทยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มาเรียนทำอาหารไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ไม่เคยเรียนทำอาหารไทยมาก่อน เหตุผลหลักที่เลือกมาเรียนทำอาหารไทยเนื่องจากมีความชื่นชอบอาหารไทย ซึ่งนักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลของข่าวสารของโรงเรียนทำอาหารไทยจาก หนังสือแนะนำเที่ยว, จากทางอินเตอร์เน็ต, แผ่นพับที่แจกตามเก็สท์เฮ้าส์ และจากการแนะนำของเพื่อน สำหรับค่าใช้จ่ายในการเรียนที่เหมาะสมอยู่ในช่วง ราคา 800-1,200 บาทซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ รุ่งกานต์ ชัยมงคล (2547) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยว ในการเลือกใช้บริการธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลจากการศึกษาพบว่า



ลักษณะโดยทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เรียนการทำอาหารไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง รัับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารไทยจากเพื่อนหรือญาติ มีความต้องการในการในการเรียนทำอาหารไทยเพื่อสามารถทำอาหารไทยรับประทานที่บ้านได้ และ การศึกษาของไทททธี เล็กกิจเจริญชัย (2545) ที่ได้ทำการศึกษาธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าโดยรูปแบบของการประกอบกิจการของโรงเรียนสอนทำอาหารไทยสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในจังหวัดเชียงใหม่มีลักษณะการติดต่อลูกค้า ผ่านทางบริษัทนำเที่ยว นอกจากนี้มีการประชาสัมพันธ์โดยการแจกแผ่นพับและใบปลิว ค่าเรียนที่นักท่องเที่ยวต้องการจ่ายในการเรียนทำอาหารไทย อยู่ระหว่าง 700 บาท ถึง 1,200 บาท

ในด้านปัจจัยของการมีผลต่อการเลือกโรงเรียนสอนทำอาหารไทยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรมากที่สุด ซึ่งให้ความสำคัญกับทักษะในการสอนของครูและความสามารถในการถ่ายทอด รวมทั้งความรู้ ความสามารถของเจ้าหน้าที่ และคุณภาพในการให้บริการ สำหรับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพผู้ตอบแบบสอบถามก็ให้ความสำคัญในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับความสะอาดของสถานที่เรียน และ อุปกรณ์ที่มีความสะอาดและมีการบำรุงรักษาอยู่เสมอ รวมถึงปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามจะมีความต้องการที่จะให้โรงเรียนมีการแถม หรือจำหน่ายตำราทำอาหารรวมถึงความหลากหลายของคอร์สถือเป็นส่วนสำคัญ ดังนั้นในการลงทุนโรงเรียนจึงมีการจัดคอร์สทำอาหารให้หลากหลาย รวมถึงมีหลายรูปแบบให้เลือกอีกทั้งยังมีการเรียนการสอนในภาษาอื่นให้เลือก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ตำราญ โพธิ์จาค (2545) ได้ทำการศึกษาการเรียนการสอนวิธีทำอาหารไทยสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยนักท่องเที่ยวเลือกโรงเรียนสอนอาหารไทยที่มีชื่อเสียง ใกล้เคียงที่พัก และ มีความสะอาด มีอุปกรณ์ครบเพียงพอกับจำนวนผู้เรียน นักท่องเที่ยวต่างชาติต้องการหลักสูตรที่เรียนหนึ่งวัน และมีวิธีการสอนแบบ บรรยายทฤษฎี ง่ายตลาด สาธิตปฏิบัติ ในส่วนบุคลากรในการวิธีทำอาหาร คุณสมบัติที่นักท่องเที่ยวต้องการมากที่สุดคือ มีความรู้ความชำนาญ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความสามารถพูดภาษาต่างประเทศได้ดี และบุคลิกภาพดี

ในด้านเทคนิค ทางโรงเรียนสอนทำอาหารไทยได้แบ่งการจัดตั้งของสถานที่เป็น 2 ส่วนคือ สำนักงานขายที่จะจัดตั้งอยู่ใจกลางเมืองเพื่อให้ใกล้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ส่วนสถานที่เป็นโรงเรียนสอนทำอาหารไทยจะได้จัดตั้งให้อยู่ห่างออกจากตัวเมืองแต่ไม่อยู่นอกเขตมากเกินไปเพื่อช่วยลดค่าใช้จ่ายในด้านต้นทุน และอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว

ในด้านการจัดการ ทางโรงเรียนสอนทำอาหารไทยได้ทำการดำเนินงานในรูปแบบเจ้าของคนเดียว เพื่อให้ มีความสะดวกในการลงทุน และ มีการจัดโครงสร้างอย่างง่าย เพื่อความคล่องตัวในการบริหารงาน สอดคล้องกับการศึกษาของ ชัชชลัยย์ ทองสาริต (2548) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทย ในกรุงเทพมหานคร ประเทศสหพันธรัฐรัสเซีย พบว่า โครงสร้างที่เหมาะสมสำหรับธุรกิจร้านอาหารไทยคือรูปแบบเจ้าของคนเดียว ที่มีการกระจายหน้าที่การทำงานอย่างทั่วถึง

ด้านการเงินผลการศึกษาพบว่า โครงการลงทุนธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารไทย มีระยะเวลาคืนทุนของโครงการ 3 ปี 4 เดือน 26 วันโดยประมาณมูลค่าปัจจุบันของโครงการมีค่า 762,006 บาท ซึ่งมีค่าเป็นบวก นอกจากนี้ อัตราผลตอบแทนการลงทุนเท่ากับร้อยละ 20.29 ซึ่งมากกว่า อัตราผลตอบแทนการลงทุนที่คาดไว้ ทำให้เห็นว่าโครงการสามารถยอมรับได้

#### ข้อค้นพบ

##### ด้านการตลาด

- ถึงแม้ว่าในปัจจุบันจะมีธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารไทยในจังหวัดเชียงใหม่เป็นจำนวนมาก แต่ยังคงขาดการร่วมมือกันระหว่างผู้ประกอบการ ทำให้ธุรกิจไม่มีการพัฒนาอย่างเต็มที่อีกทั้งทำให้อำนาจต่อรองของผู้ประกอบการลดลง
- ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการพบว่า การตลาดแบบปากต่อปากเป็นการประชาสัมพันธ์ที่มีความสำคัญและ ได้ผลดี เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่มาเข้าใช้บริการจากการแนะนำของคนรู้จัก
- ปัจจัยทางการทางตลาด 2 อันดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมาก คือ ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยทางด้านกายภาพที่ถูกให้ความสำคัญรองลงมา โดยเฉพาะปัจจัยด้านบุคลากรที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับการดำเนินการทางด้านธุรกิจประเภทบริการ โดยส่วนใหญ่ที่ บุคลากรนั้นถือปัจจัยสำคัญที่จะนำไปสู่ความสำเร็จ ส่วนปัจจัยทางด้านกายภาพจะถูกให้ความสำคัญในเรื่อง ความสะอาดของห้องเรียนและพื้นที่โรงเรียน รวมถึงให้ความสำคัญกับอุปกรณ์ที่ใช้ในการเรียน

### ด้านเทคนิค

- จากแบบสอบถามพบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ต้องการให้ใช้ภาษาอังกฤษเป็นหลักในการเรียนการสอน แต่มีนักท่องเที่ยวบางกลุ่มที่ไม่ได้ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาหลักนั้น ยังคงมีความต้องการให้มีการสอนโดยใช้ภาษาอื่นในการเรียนการสอน

### ด้านการจัดการ

- ธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารไทยสำหรับชาวต่างชาติ ที่มีอยู่นั้นจะเป็นธุรกิจขนาดเล็ก แต่จะมีรูปแบบในการดำเนินการที่แตกต่างกัน ทั้งทำให้มีค่าใช้จ่ายในการลงทุนแรกและการดำเนินงานที่ต่างกันตามลักษณะและคุณภาพของการดำเนินงาน ซึ่งเกือบทั้งหมดเป็นการดำเนินการธุรกิจแบบเจ้าของคนเดียว

### ด้านการเงิน

- จากการศึกษาพบว่า ธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ หากเกิดเหตุการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงไปทางที่แยกลงมากกว่าที่ได้ประเมินไว้จะทำให้อัตราผลตอบแทนไม่เป็นไปตามที่คาดหวังได้ ดังนั้นผู้ลงทุนควรมีการระมัดระวังอย่างมากในการลงทุน

### ข้อเสนอแนะ

#### ด้านการตลาด

- ควรมีการรวมกลุ่มกันระหว่างผู้ประกอบการเพื่อให้เกิดการพัฒนาของธุรกิจโรงเรียนทำอาหารไทยในจังหวัดเชียงใหม่ และสร้างอำนาจต่อรองทางธุรกิจให้กับกลุ่มผู้ประกอบการ

- การตลาดแบบปากต่อปากถือเป็นช่องทางประชาสัมพันธ์ที่มีความสำคัญ ดังนั้นนอกจากการให้บริการที่ดีมีคุณภาพ สร้างความประทับใจให้ลูกค้า ถือเป็นสิ่งที่จำเป็นในการกระตุ้นการประชาสัมพันธ์ แล้วทางโรงเรียนควรเน้นให้ความสำคัญในการทำ CRM กับลูกค้า และการสร้างเครือข่ายกันระหว่างลูกค้า

- ปัจจัยด้านบุคลากรเป็นปัจจัยที่ถูกให้ความสำคัญมากที่สุดในธุรกิจบริการ ดังนั้นผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญกับบุคลากรของโรงเรียนสอนทำอาหารไทย ทั้งในด้านความรู้และการให้บริการ

- ปัจจัยทางด้านกายภาพเป็นปัจจัยรองลงมาที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญ โดยเฉพาะความสะอาดของห้องเรียนและพื้นที่โรงเรียน รวมถึงการให้ความสำคัญกับอุปกรณ์ที่ใช้ใน

การเรียน ดังนั้นโรงเรียนสอนทำอาหารไทยควรมีการจัดวางโครงสร้างให้เหมาะสม แบ่งพื้นที่ ออกเป็นสัดส่วน รวมถึงการดูแลรักษาความสะอาดของพื้นที่การเรียนการสอนและบริเวณโดยรอบให้อยู่ในสภาพดี รวมถึงการบำรุงรักษาอุปกรณ์ให้สะอาดและอยู่ในสภาพดีน่าใช้งาน

#### ด้านเทคนิค

- ยังมีความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติบางกลุ่มที่ซึ่งไม่ได้ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาหลัก มีความต้องการให้มีการสอนโดยใช้ภาษาอื่นในการเรียนการสอน ดังนั้นจึงเป็นโอกาสที่ดีสำหรับผู้ประกอบการที่มีศักยภาพที่จะจับตลาดกลุ่มนี้ไว้เนื่องจากในปัจจุบันยังไม่มีผู้ประกอบการรายใดที่เปิดสอนในภาษาอื่นที่ไม่ใช่ภาษาอังกฤษอย่างเต็มรูปแบบ

#### ด้านการจัดการ

- ในการลงทุนโครงการธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารไทย สามารถทำการลงทุนได้โดยใช้งบประมาณที่แตกต่างกัน แต่ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับรูปแบบและคุณภาพของการบริการ ซึ่งผู้ประกอบการควรคำนึงถึงคุณภาพของการดำเนินงานเป็นหลัก เนื่องจากในปัจจุบันมีผู้ประกอบการรายเล็กหลายรายที่คำนึงถึงต้นทุนเป็นหลัก รวมทั้งราคาขายที่ต้องการลดให้ต่ำลงเพื่อความสามารถในการจัดจำหน่าย ที่ให้คุณภาพ และมาตรฐานที่ลูกค้าได้รับ ไม่เป็นไปตามที่ลูกค้าคาดหวัง

#### ด้านการเงิน

- ถึงแม้ว่าการศึกษาทางการเงินของโครงการธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ หากสถานการณ์เป็นไปในทางที่แยกลงจากที่ได้ประเมินไว้ อาจทำให้การลงทุนได้รับผลกระทบ โดยอัตราผลตอบแทนจะได้น้อยกว่าที่คาดหวังไว้ ดังนั้นควรมีแผนรองรับ กรณีที่อาจเกิดเหตุการณ์เหล่านี้ได้

## บรรณานุกรม

- กรมสรรพากร. 2551. “อัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.rd.go.th/publish/1780.0.html> ( 11 ตุลาคม 2551).
- กระทรวงต่างประเทศ. 2546. “บัวแก้วเศรษฐกิจ Review” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา [www.mfa.go.th](http://www.mfa.go.th) ( 8 ธันวาคม 2546).
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2547. “Tourism Market plan Year 2004” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา [www.tat.or.th](http://www.tat.or.th) (5 มกราคม 2551).
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2551. “รายงานสถิติประจำปี” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา [www.tat.or.th](http://www.tat.or.th) ( 19 มกราคม 2551).
- กรุงเทพธุรกิจ. 2551. “”สมัคร”รับปาก2ปีสร้างศูนย์ประชุม”เชียงใหม่”เสร็จ” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา [http://www.bangkokbiznews.com/2008/06/15/news\\_26634806.php](http://www.bangkokbiznews.com/2008/06/15/news_26634806.php) (15 มิถุนายน 2551).
- คมชัดลึก 2549. “ต่างชาติแห่เรียนทำอาหารไทยเมนูส้มตำยอดฮิต” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา [http://komchadluek.com/2006/11/29/x\\_main\\_a001.php](http://komchadluek.com/2006/11/29/x_main_a001.php) (29 พฤศจิกายน 2549).
- จันทนา จันทโร และศิริจันทร์ ทองประเสริฐ. 2540. การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการด้านธุรกิจและอุตสาหกรรม. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ซัชชลัยย์ ทองสาริต. 2548. การศึกษาความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยในกรุงเทพมหานคร ประเทศสหพันธรัฐรัสเซีย. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชัยยศ สันติวงษ์. 2539. การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ (Project Feasibility Studies). พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.
- ไทฤทธิ์ เล็กกิจเจริญชัย .2545. ธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในจังหวัดเชียงใหม่. รายงานการวิจัย คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2551. “รายงานแนวโน้มเงินเฟ้อ” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/Inflation/Pages/index.aspx>. (4 ตุลาคม 2551)
- ปัทมภรณ์ เจียรระกุล. 2548. การศึกษาความเป็นไปได้ในโครงการลงทุนธุรกิจเชื้อเห็ดและอุปกรณ์ในการเพาะเห็ดในเขตอำเภอสันทรายจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.



ผู้จัดการออนไลน์. 2551. “ท่องเที่ยวเชียงใหม่ครึ่งปี 51 ทอดหนักโรงแรมว่างต่างชาติวูบ 14%”

[ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา [http://www.manager.co.th/Local/\(23 กรกฎาคม 2549\)](http://www.manager.co.th/Local/(23%20กรกฎาคม%202549)).

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. 2550. “วัตถุประสงค์ของข่าว” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา

<Http://pirun.ku.ac.th/~g4968237/g15.doc> (19 มกราคม 2551).

โศรยา หอมชื่น. 2545. “ตัวแทนการท่องเที่ยวในยุคของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์.” จุลสารการ

ท่องเที่ยว ต.ค.-ธ.ค. 2545. : 25-35.

สุจรรย์พันธ์ สุวรรณพันธ์. 2549. การบริหารการเงิน. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สำนักงานสถิติจังหวัดเชียงใหม่. “รายงานการสำรวจพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาว

ต่างประเทศ พ.ศ.2544” เชียงใหม่ :สำนักงานสถิติจังหวัดเชียงใหม่.

สำราญ โพธิ์จาด .2545. การศึกษาการเรียนการสอนทำอาหารไทยสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ.

การค้นคว้าแบบอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

หอการค้าไทย. 2550. “รายงานการประชุมคณะกรรมการธุรกิจท่องเที่ยว หอการค้าไทย ครั้งที่

2/2550” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา [www.thaiechamber.com/cms/documentstorage/com](http://www.thaiechamber.com/cms/documentstorage/com)

(19 มกราคม 2551).

รุ่งกานต์ ชัยมงคล.2547. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวในการ

เลือกใช้บริการธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบ

อิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

Valarie A. Zeithaml et al. **Service Marketing**. Singapore : Mcgraw Hill , 2006.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved





ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ภาคผนวก ก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

## Questionnaire

A Feasibility Study of Thai Cooking School for Foreigners Project in Mueang

Chiang Mai District

1. This questionnaire is a part of the independent study for the Master's Degree in Business Administration, Faculty of Business Administration, Chiang Mai University. The main objective of this research is to study a feasibility on the investment on Thai Cooking School for Foreigners Project in Mueang Chiang Mai District. The result of this questionnaire will use for the information only in the study.
2. There's 2 parts in this questionnaire
  - Part 1 General Information of the Student
  - Part 2 Market Mixed Factors for Thai Cooking School
3. Definition :
  - “ Teacher ” mean person who give an instructing or training to cook Thai food.
  - “ Staff ” mean person who assist in carrying or administrating on the task in the school.

Thank you very much for your time and kindness in completing this questionnaire

Thitima Chaima

Graduate Student

Faculty of Business Administration

Chiang Mai University

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

### **Part 1** General Information

Put / in ( ) or add information in space provided

1) Gender

( ) Male

( ) Female

- 2) Age                    ( ) < 25years-old                    ( ) 25-30 years-old  
                                   ( ) 31-35 years-old                    ( ) 36-40 years-old  
                                   ( ) 41-45 years-old                    ( ) > 45 years-old

3) Nationality .....

4) Occupation

5) Staying Period in Thailand ?

- ( ) less than 2 day                    ( ) 3-5 day  
 ( ) 1 week                                ( ) more than 1 week

6) Reason for visiting at Chiang Mai

- ( ) Business                                ( ) traveling  
 ( ) Visit friend/relative                ( ) Others .....

7) Have you ever taken Thai cooking cause before?

- ( ) Yes How many time ? .....                    ( ) No

8) Reason to take Thai Cooking course?  
 .....

9) How did you find out about Thai cooking school?

- ( ) Newspaper                                ( ) Leaflet  
 ( ) Magazine                                ( ) Friend  
 ( ) Radio                                        ( ) TV  
 ( ) Internet                                    ( ) Others .....

10) How long will you appreciate for the cooking course?

- ( ) half day                                ( ) 1 day  
 ( ) 2 days                                    ( ) Other Please specific .....

11) How many recipe items do you wish to learn in one cooking course

- ( ) 3-4 items                                ( ) 5-6 items                                ( ) more than 6 items

12) How much are you willing to pay for a Thai cooking course

- ( ) 800 - 1200 bath/ 3-4 food items with outdoor activities  
 ( ) 800 - 1200 bath/ 3-4 food items without outdoor activities  
 ( ) 800 - 1200 bath/ 6-7 food items with outdoor activities  
 ( ) 800 - 1200 bath/ 6-7 food items without outdoor activities

1,500 – 2,000 bath/ 5-6 food items with outdoor activities

1,500 – 2,000 bath/ 5-6 food items without outdoor activities

13) How many people should be enrolled along with you in a cooking course?

Less than 3 persons                       3-5 persons                       6-10 persons

11-15 persons                       more than 15 persons

14) What language will you wish to learn in Thai cooking course ?

English                       Japanese

French                       Other Please Specific .....

**Part 2** Market Mixed Factors for Thai Cooking School

Please Mark X in the appropriate space: ( Which you think it is influent to you for your selection in the cooking school)

Description	Importance Level				
	5 (Very High)	4 (High)	3 (Medium)	2 (Low)	1 (Very Low)
<b>Products &amp; Service</b>					
- Variety of course ex: Difference type of food items					
- Type and quantity items per one course					
- Special activity on the course ex: visiting the market , visiting Thai herbal garden					
- Language available for teaching					
- Length of time for each course					
- Cooking books and ingredients that can provide in school					
- The certified cooking school					
- Certification for the learners					
- Other (Please specific).....					
<b>Price</b>					
- Fee compare to other schools					
- Reasonable fee for each course					
- Other (Please specific).....					

Description	Importance Level				
	5 (Very High)	4 (High)	3 (Medium)	2 (Low)	1 (Very Low)
<b>Place</b>					
- Located in Chiang Mai Downtown					
- Convenient to locate					
- The school provide transportation					
- Other (Please specific).....					
<b>Promotion</b>					
- Discount when taking many course					
- Discount when taking course in a group					
- The school advertise in the public media as leaflet , traveling magazine					
- Recommendation by the Tourism Authority of Thailand					
- The school has own website or searching by internet					
- Gift and complimentary souvenirs					
- Other (Please specific).....					
<b>People</b>					
- Teacher experience					
- Teacher communication skill					
- Quality of service					
- Staff knowledge and skill					
- Other (Please specific).....					
<b>Physical Evidence</b>					
- Room and place in Thai or northern style					
- Clean classroom , cooking area and school area					
- Well maintain equipments					



Description	Importance Level				
	5 (Very High)	4 (High)	3 (Medium )	2 (Low)	1 (Very Low)
- Good layout classroom and cooking area , enough space and comfortable					
- Good environmen in school area					
- Other (Please specific).....					
<b>Processes</b>					
- Learning hours for the class					
- Class schedule					
- Good service system					
- Convenience in paying process ( as can pay on the internet or credit card)					
- Convenience in booking ( as can book on the internet , travel agent or call center)					
- Welcome treated by staff before and after taking the class					
- Other (Please specific).....					

**Part 3** Comment and suggestion for Thai cooking school

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright © by Chiang Mai University  
 All rights reserved

คำถามเพื่อใช้ประกอบการสัมภาษณ์สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารไทย

เรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้โครงการโรงเรียนสอนทำอาหารไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ประกอบการและกิจการ

- 1.1 ประวัติความเป็นมาของธุรกิจ ปีที่เริ่มดำเนินกิจการ
- 1.2 เหตุผลที่มาลงทุนในธุรกิจนี้
- 1.3 ความคิดเห็นต่อธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารไทยในจังหวัดเชียงใหม่ในปัจจุบัน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านการตลาด

2.1 การจัดการด้านการตลาด

- 2.1.1 จำนวนผู้มาใช้บริการต่อเดือนประมาณเท่าใด และลูกค้าจากประเทศไหนบ้าง
- 2.1.2 กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของท่านเป็นกลุ่มใด
- 2.1.3 จุดเด่นของโรงเรียนสอนทำอาหารไทยของท่านเป็นอย่างไร
- 2.1.4 เมื่อเทียบโรงเรียนสอนทำอาหารไทยของท่านกับโรงเรียนสอนทำอาหารไทยแห่งอื่นทั้งในด้านผลิตภัณฑ์ การให้บริการ, การกำหนดราคา, สถานที่ตั้งและช่องทางการจัดจำหน่าย, การประชาสัมพันธ์, บุคคลากร, ลักษณะทางกายภาพ และ กระบวนการให้บริการ ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร และ ท่านให้ความสำคัญกับส่วนไหนมากที่สุด
- 2.1.5 มีการจัดทำข้อมูลของลูกค้าเก็บไว้หรือไม่
- 2.1.6 ปัญหาและอุปสรรคที่พบในด้านการตลาด

2.2 ด้านผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ

- 2.2.1 จำนวนคอร์สที่เปิดสอนมีกี่คอร์ส และ ลักษณะอาหารหรือคอร์สไหน ที่ได้รับความนิยมในการเลือกเรียน
- 2.2.2 กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของท่านชอบรายการอาหารอะไรมากที่สุด 5 อันดับแรก มีรูปแบบการเรียนการสอนอย่างไร เช่น การสอนวิธีทำในห้องเรียนและให้ลงมือปฏิบัติจริง หรือการพาไปซื้อเลือกซื้อของที่ตลาด เป็นต้น
- 2.2.3 มีการให้บริการอื่นๆนอกเหนือจากการเรียนการสอนอาหารไทยหรือไม่ เช่น การทำหนังสือทำอาหารขาย, การขายเครื่องปรุงต่างๆ เป็นต้น

2.2.4 มีการทำ Website ของโรงเรียนสอนทำอาหาร ที่สามารถให้ข้อมูลของโรงเรียน, ข้อมูลของคอร์สที่เปิดสอน การลงทะเบียนเรียนเพื่อเข้าเรียน และการชำระเงินonline ได้หรือไม่

### 2.3 ด้านราคา

2.3.1 มีหลักในการกำหนดราคาเรียนในแต่ละคอร์สอย่างไร

2.3.2 ราคาของการจัดจำหน่ายผ่านในแต่ละช่องทางนั้นมีความแตกต่างกันหรือไม่อย่างไร เช่น มีการลดราคาลงหากลูกค้าจองผ่านทาง Travel Agent เป็นต้น

2.3.3 มีช่องทางการชำระเงินค่าเรียน ได้กี่ช่องทาง

### 2.4 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

2.4.1 มีหลักในการเลือกทำเลที่ตั้งของโรงเรียนอย่างไร

2.4.2 มีการขายบริการผ่านทาง Travel agent และ Internet หรือไม่อย่างไร

2.4.3 ลูกค้าที่มาใช้บริการมีการติดต่อมาจากทางใดบ้าง เช่น การ Walk-in, Travel agent, จองผ่าน internet คิดเป็นสัดส่วนเท่าไรในแต่ละทาง

### 2.5 ด้านการส่งเสริมการตลาด

2.5.1 มีการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนสอนทำอาหารไทยผ่านทางสื่อไหนบ้าง

2.5.2 การประชาสัมพันธ์ผ่านทางใดที่ถือว่าประสบความสำเร็จมากที่สุด

2.5.3 มีการส่งเสริมการขายโดยให้ส่วนลดในการเรียนกับลูกค้าหรือไม่อย่างไร

2.5.4 มีการส่งเสริมการตลาดในรูปแบบอื่นๆอีกหรือไม่

### 2.6 ด้านบุคลากร

2.6.1 มีการฝึกอบรมครูผู้สอน และ เจ้าหน้าที่ต่างๆ ในเรื่องการทำบริการหรือไม่อย่างไร

### 2.7 ด้านลักษณะทางกายภาพ

2.7.1 ในห้องเรียน หรือพื้นที่ทำอาหารควรมีการจัดการพื้นที่อย่างไร

2.7.2 ท่านให้ความสำคัญกับการมีพื้นที่โดยรอบ นอกเหนือจากอาคารเรียนหรือไม่

2.7.3 ท่านคิดว่าความสะอาด รูปแบบอาคารเรียนและ บรรยากาศมีส่วนสำคัญในการตัดสินใจเลือกเรียน ของลูกค้าหรือไม่

2.7.4 ท่านคิดว่าห้องเรียน อุปกรณ์การเรียน และ สาธารณูปโภคต่างๆ เพียงพอต่อ  
ลูก้าที่มาเรียนหรือไม่

## 2.8 ด้านกระบวนการ

2.8.1 ในแต่ละคอร์สมีนักเรียนจำนวนกี่คน

2.8.2 มีการให้บริการจองหรือชำระเงินผ่านทางWebsite หรือ Credit Card หรือไม่

2.8.3 มีขั้นตอนในการให้บริการอย่างไร

## ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านเทคนิค

ระยะเวลาที่สอนต่อคอร์ส

ภาษาที่ใช้ในการเรียนการสอน

มีหลักในการเลือกชนิดอาหารและจำนวน ในการจัดคอร์สแต่ละคอร์สอย่างไร

เครื่องมือที่ใช้ในการเรียนการสอนมีอะไรบ้าง

มีหลักในการวางผัง และรูปแบบสถานที่อย่างไร

ปัญหาและอุปสรรคที่พบในด้านเทคนิค

## ส่วนที่ 4 ข้อมูลด้านการจัดการ

4.1 การดำเนินการจัดตั้งโรงเรียนสอนอาหารไทยต้องมีการดำเนินการขออนุญาตอย่างไร  
บ้าง

4.2 การพิจารณาเลือกครูผู้สอน และ พนักงานในตำแหน่งต่างๆมีการพิจารณาอย่างไร

4.3 จำนวนลูกจ้างและพนักงานทั้งหมดมีกี่คน และแบ่งส่วนการทำงานออกเป็นอย่างไร

4.4 อัตราค่าจ้างของครูผู้สอน และ พนักงานในแต่ละตำแหน่งเป็นอย่างไร

4.5 การประเมินผลของครูผู้สอน ทำอย่างไรและ ใครมีหน้าที่ประเมิน

4.6 ปัญหาและอุปสรรคที่พบในด้านการจัดการ

## ส่วนที่ 5 ข้อมูลด้านการเงิน

5.1 เงินลงทุนเริ่มแรกในการจัดตั้งโรงเรียนสอนทำอาหารไทยเป็นเท่าใด และ การจัดสรร  
ค่าใช้จ่ายในส่วนต่างๆเป็นเท่าใด เช่น ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการจัดตั้ง, ค่าออกแบบ  
ตกแต่งสถานที่, ค่าอุปกรณ์และวัสดุในการดำเนินงาน เป็นต้น

5.2 แหล่งเงินทุนของกิจการมาจากแหล่งใดบ้างและมีสัดส่วนเท่าไร

5.3 มีการจัดสรรค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานด้านต่างๆอย่างไร เช่น

- a. ค่าจ้างวิทยากร/ครู และพนักงาน
  - b. ค่าใช้จ่ายในส่วนของอุปกรณ์และวัสดุขีบต่างๆ
  - c. ค่าใช้จ่ายในด้านการตลาดและ การประชาสัมพันธ์
  - d. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานและสาธารณูปโภค
  - e. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ
- 5.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นเท่าใด รายได้ที่ได้มาจากแหล่งใดบ้าง
- 5.5 ระยะเวลาคืนทุน โครงการกี่ปี และผลตอบแทนในการลงทุนคิดเป็นกี่ %
- 5.6 ปัญหาและอุปสรรคที่พบในด้านการเงิน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

### สรุปข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ

ในการทำการศึกษาค้นคว้าความเป็นไปได้ในการลงทุนโรงเรียนสอนทำอาหารไทยสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่ นั้น ได้ทำการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจโรงเรียนทำอาหารไทยในจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีรายชื่อขึ้นกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเขตภาคเหนือ ซึ่งได้เลือกผู้ประกอบการที่มีรูปแบบการดำเนินการในลักษณะองค์กรธุรกิจ และ รูปแบบการดำเนินการในลักษณะครอบครัว จำนวน 3 ราย ได้แก่

1. Chiang Mai Thai Cookery School
2. The Chiang Mai Thai Farm Cooking School
3. A lot of Thai Home Cooking Class

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ประกอบการและกิจการ

ธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารไทยโดยส่วนมากจะเป็นธุรกิจขนาดเล็ก ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนใหญ่จะดำเนินธุรกิจในรูปแบบเจ้าของคนเดียว โดยการเข้ามายังธุรกิจจะมีความแตกต่างกัน แต่จะมีพื้นฐานมาจากการชอบทำอาหาร และการได้คลุกคลีกับชาวต่างชาติ ซึ่งทำให้มองเห็นโอกาสในธุรกิจนี้จึงตัดสินใจที่จะมาลงทุน โดยในการดำเนินการเริ่มแรกจะเป็นการลงทุนขนาดเล็กและมีการปรับปรุงเพิ่มเติมในภายหลัง

ผู้ประกอบการโรงเรียน สอนทำอาหารไทยมีความเห็นว่า สภาพการณ์ของธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารไทยโดยรวมส่วนใหญ่ยังอยู่ในเกณฑ์ที่ดี ยังมีนักท่องเที่ยวให้ความสนใจอยู่เป็นจำนวนมากทั้งในฤดูกาลและนอกฤดูกาลท่องเที่ยว แต่ปัญหาที่พบคือ การไม่มีการร่วมมือกันระหว่างผู้ประกอบการในจังหวัด มีการแข่งขันกันเองระหว่างผู้ประกอบการ โดยเฉพาะผู้ประกอบการรายเล็กๆที่ไม่ได้มีรูปแบบการดำเนินการอย่างมีมาตรฐาน เช่น การแข่งขันกันลดราคา เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวสนใจแต่ไม่ได้คำนึงถึงต้นทุนที่แท้จริง รวมถึงคุณภาพของบริการ

#### ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านการตลาด

##### 2.1 การจัดการด้านการตลาด

นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเรียนส่วนใหญ่จะมีมาจากหลากหลายชาติ แต่ส่วนใหญ่จะเป็นชาวอเมริกัน และชาวยุโรป ซึ่งในการเรียนการสอนก็จะใช้เป็นภาษาอังกฤษเป็นหลักในการเรียนการสอน สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ไม่ได้ใช้ภาษาอังกฤษเป็นหลักจะเป็นลูกค้าที่พอจะมีพื้นฐานทางภาษาอังกฤษบ้าง แต่จะมีผู้ประกอบการบางรายเช่น The Chiang Mai Thai Farm Cooking



School ที่มีเจ้าหน้าที่ที่สามารถสื่อสารภาษาต่างชาตินอกเหนือจากภาษาอังกฤษได้เช่น ภาษาฝรั่งเศส ซึ่งจะสามารถให้บริการลูกค้าในกลุ่มนี้ได้ โดยจุดเด่นของแต่ละโรงเรียนจะแตกต่างกันไปตามลักษณะของโรงเรียน เช่น Chiang Mai Thai Cookery School จะเน้นจุดเด่นของการเป็นผู้นำในธุรกิจตรงเรียนสอนทำอาหารไทย The Chiang Mai Thai Farm Cooking School จะเน้นจุดเด่นของการสอนอาหารไทยควบคู่กับวิถีชีวิตของชาวไทยที่เป็นรูปแบบการทำเกษตรกรรม A lot of Thai Home Cooking Class จะเน้นการดำเนินการที่เป็นลักษณะครอบครัว ซึ่งลูกค้าที่มาเรียนโดยส่วนใหญ่แล้วจะมีทั้งการเข้ามาสมัครเองโดยตรง และสมัครผ่านทางตัวแทนท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะมีการศึกษาถึงลักษณะของโรงเรียนสอนทำอาหารไทยแต่ละแห่งก่อนตัดสินใจเลือกเรียน

## 2.2 ด้านผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ

โรงเรียนแต่ละแห่งจะมีการเลือกอาหารไทยแต่ละชนิดที่เป็นที่นิยมของชาวต่างชาติ เพื่อนำมาจัดคอร์สเรียนให้เหมาะสม และทำการจัดคอร์สเรียนขึ้นเป็นหลากหลายคอร์สเพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกเรียนตามชนิดอาหารที่ตนเองต้องการ โดยจะมีการจัดสอนแต่ละคอร์สให้หมุนเวียนกันในแต่ละวัน นอกจากนี้หากทางโรงเรียนมีศักยภาพพอทั้งด้านบุคลากร และสถานที่ เช่น Chiang Mai Thai Cookery School จะทำการเปิดสอนคอร์สพิเศษให้กับลูกค้าที่เรียนเฉพาะตัว หรือเรียนกลุ่มย่อยเป็นต้น

## 2.3 ด้านราคา

การกำหนดราคาของคอร์สเรียนทำอาหารไทยจะทำการกำหนดราคาตามราคาตลาด ซึ่งโดยทั่วไปจะอยู่ที่ราคา 900 -1,000 บาท อย่างไรก็ตามจะมีการคำนึงถึงต้นทุนสินค้าและบริการควบคู่ไปด้วย ซึ่งราคาที่กำหนดจะกำหนดราคาขายให้เท่ากันทั้งกรณีที่ยายตรงและขายผ่านตัวแทนการท่องเที่ยว โดยการชำระเงินของลูกค้านั้นโดยส่วนใหญ่จะให้นักท่องเที่ยวชำระเองผ่านตรงเรียนทำอาหารไทย ยกเว้นบางกรณีที่ทางตัวแทนท่องเที่ยวจะขอทำการเก็บเงินกับลูกค้าก่อน ซึ่งดรามากทางตรงเรียนสอนทำอาหารไทยจะไม่ได้มีการให้เครดิตกับตัวแทนท่องเที่ยว แต่จะมีเพียงการหักค่าคอมมิสชั่นให้กับตัวแทนท่องเที่ยวที่จัดหาลูกค้าให้เท่านั้น

## 2.4 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

สถานที่ตั้งของโรงเรียนทำอาหารไทยส่วนใหญ่จะใช้บ้านพักของผู้ประกอบการเป็นที่ตั้งดำเนินการ ซึ่งส่วนใหญ่จะตั้งอยู่นอกเขตเมืองเชียงใหม่ และโรงเรียนสอนทำอาหารไทยบางแห่งเช่น Chiang Mai Thai Cookery School จะมีการจัดตั้งสำนักงานขายอยู่ใกล้บริเวณที่เป็นแหล่ง

ท่องเที่ยว และได้ทำการจัดรถรับ-ส่งจากภายในตัวเมืองไปยังสถานที่เรียน ในการจัดสำนักงานขายในเมืองเพื่อเพิ่มช่องทางในการติดต่อของลูกค้า โดยช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้านั้นนอกจากจะจัดตั้งสำนักงานขายแล้ว ยังมีการให้ลูกค้าจองคอร์สผ่านทางอินเทอร์เน็ต และการขายผ่านตัวแทนการท่องเที่ยว โดยสัดส่วนจากการขายผ่านตัวแทนท่องเที่ยวจะคิดเป็น 50%ของยอดขายทั้งหมด

## 2.5 ด้านการส่งเสริมการตลาด

ในการประชาสัมพันธ์นั้น โรงเรียนสอนทำอาหารไทย จะเข้าไปลงชื่อไว้กับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย รวมทั้งมีการเปิด Website ของโรงเรียนเพื่อประชาสัมพันธ์ นอกจากนี้ยังมีการประชาสัมพันธ์โดยการนำแผ่นพับ โบรชัวร์ไปจัดวางตามเกสต์เฮาส์และบริษัทนำเที่ยว รวมถึงการที่โรงเรียนสอนทำอาหารไทยได้รับเลือกให้ลงโฆษณาในหนังสือนำเที่ยว ซึ่งจากการสัมภาษณ์พบว่า การประชาสัมพันธ์ที่ประสบความสำเร็จที่สุดคือ การนำแผ่นพับโบรชัวร์ไปจัดวางไว้ยังบริษัทนำเที่ยวหรือ เกสต์เฮาส์ต่างๆ และการที่ทางโรงเรียนได้รับเลือกให้ลงโฆษณาในหนังสือนำเที่ยวที่มีชื่อเสียงเช่น Rough guide , Lonely Planet เป็นต้น โดยหนังสือเหล่านี้จะเป็นการนำข้อมูลสถานที่ที่น่าสนใจที่ได้รับการแนะนำจากนักท่องเที่ยวต่างๆว่าเป็นสถานที่ท่องเที่ยวหรือ สถานที่บริการที่น่าสนใจ

## 2.6 ด้านบุคลากร

ในการเรียนการสอนทำอาหารไทยส่วนใหญ่ ได้ดำเนินการสอนโดยตัวเจ้าของธุรกิจเอง และจะมีโรงเรียนสอนทำอาหารไทยบางแห่ง ที่มีการเปิดสอนนักเรียนจำนวนมาก จะทำการแบ่งคอร์สการเรียนการสอนเป็นหลายกลุ่ม และมีการว่าจ้างครูผู้สอน ซึ่งครูผู้สอนเหล่านี้จะได้รับการอบรมและการประเมินผลการทำงานจากเจ้าของกิจการเป็นหลัก

## 2.7 ด้านลักษณะทางกายภาพ

การจัดลักษณะทางกายภาพแต่ละแห่งจะมีกาจัดรูปแบบการเรียนการสอนที่แตกต่างกันไป ซึ่งแต่ละแห่งจะมีการจัดให้เหมาะสมกับรูปแบบของโรงเรียนของตนเอง แต่ทุกโรงเรียนสอนทำอาหารไทยจะให้ความสำคัญกับความสะอาดของพื้นที่การเรียนการสอนและ อุปกรณ์ในการเรียนการสอน และจัดให้มีอุปกรณ์ที่เพียงพอกับความต้องการของลูกค้า

## 2.8 ด้านกระบวนการ

ในการจัดการด้านกระบวนการได้จัดแบ่งจำนวนนักเรียนแต่ละคอร์สให้มีจำนวนไม่เกิน 10 คน โดยในขั้นตอนการดำเนินงานนั้นเริ่มจากการ จองคอร์สซึ่งลูกค้าสามารถจองคอร์สเรียนเองได้โดยตรง หรือจองผ่านทาง ตัวแทนท่องเที่ยว โดยการชำระเงินนั้น ทางลูกค้าส่วนใหญ่จะทำการจ่ายค่าเรียนเองที่สำนักงานขาย หรือที่โรงเรียน ในกรณีที่จะจองผ่านทางตัวแทนท่องเที่ยว ลูกค้า

สามารถจ่ายเงินผ่านทางตัวแทนท่องเที่ยวได้ โดยในการเรียนการสอนนั้นทางโรงเรียนจะจัดคอร์สรับส่ง นักเรียนจากในตัวเมือง เพื่อมายังสถานที่เรียน และดำเนินการสอนจะแตกต่างกันไปตามลักษณะของแต่ละคอร์สเช่น กรณีที่มีการเยี่ยมชมตลาด จะมีการพานักท่องเที่ยวแวะชมตลาดสด เพื่อเรียนรู้การเลือกซื้อวัตถุดิบ ก่อนที่จะทำการเข้าไปเรียนปฏิบัติยัง โรงเรียนสอนทำอาหารเป็นต้น

### ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านเทคนิค

คอร์สเรียนส่วนใหญ่จะใช้เวลาในการเรียนการสอนเป็นเวลา 1 วัน โดยจะใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาหลักในการเรียนการสอน ซึ่งแต่ละโรงเรียนจะมีการจัดคอร์สสอนแตกต่างกันไป โดยส่วนใหญ่จะยึดอาหารที่เป็นที่นิยมของชาวต่างชาติเป็นหลักในการจัดเมนูอาหารสำหรับแต่ละคอร์ส และเน้นให้มีการจัดอาหารให้ครบทั้งอาหารคาวและหวาน เป็นต้น

อุปกรณ์ที่ใช้ในการเรียนการสอนส่วนใหญ่จะเป็นอุปกรณ์เครื่องครัวต่างๆซึ่งจะเน้นให้มีเพียงพอต่อนักเรียน โดยในการจัดวางผังสถานที่จะจัดให้มีพื้นที่เพียงพอต่อการทำงานหรือทำอาหารของนักเรียนแต่ละคน

### ส่วนที่ 4 ข้อมูลด้านการจัดการ

การดำเนินการจัดตั้งตรงเรียนสอนทำอาหารไทยนั้น ยังไม่ได้มีกฎหมายที่ควบคุมอย่างแท้จริงในการดำเนินงาน ดังนั้นจึงมีเพียงการขึ้นทะเบียนพาณิชย์เท่านั้น ในส่วนของบุคลากรนั้นจะพิจารณาเลือกบุคลากรในส่วนต่างๆแตกต่างกันไปในแต่ละตำแหน่ง เช่นครูผู้สอนจะต้องมีพื้นฐานในการสื่อสารภาษาอังกฤษที่ดี แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นจะให้ความสำคัญกับการมีใจรักในด้านการบริการ โดยในการประเมินผลงานนั้นทางเจ้าของกิจการจะเป็นผู้พิจารณาประเมินผลการทำงาน

### ส่วนที่ 5 ข้อมูลด้านการเงิน

ในส่วนของคุณข้อมูลทางการจัดการด้านการเงินนั้น เนื่องจากธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารไทยนั้นเป็นการดำเนินธุรกิจโดยเจ้าของคนเดียว ทำให้ไม่สามารถระดมเงินลงทุนได้ชัดเจน เนื่องจากมีการเริ่มดำเนินธุรกิจขนาดเล็กๆ และมีการขยายและเพิ่มเติมอุปกรณ์ตามการขยายตัวของโรงเรียน การไม่ได้กำหนดเงินลงทุนให้ชัดเจน ทำให้ไม่มีการกำหนดระยะเวลาการคืนทุน และผลตอบแทนของการลงทุน ซึ่งค่าใช้จ่ายหลักจะเป็นค่าใช้จ่ายในส่วนของการประชาสัมพันธ์และค่าจ้างพนักงาน ในส่วนของต้นทุนด้านวัตถุดิบนั้น จะมีค่าเฉลี่ยต่อรายหัวประมาณรายละ 100 บาท

ตารางที่ 6.1 ตารางสรุปข้อมูลที่ได้จากผู้ประกอบการ

	รายที่1	รายที่2	รายที่3
จำนวนนักท่องเที่ยวในช่วงแรกของการดำเนินการ	Low season : 4-5 คน	Low season : 4-5 คน	Low season : 4-5 คน
	High Season : 7-8 คน	High Season : 7-8 คน	High Season : 6-7 คน
จำนวนนักท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อวันช่วง	Low Season : 12-15 คน	Low Season : 12-15 คน	Low Season : 7-8 คน
	High Season : 20-25 คน	High Season : 15-20 คน	High Season : 10-12 คน
จำนวนคอร์สที่เปิดสอนต่อวัน	2 คอร์ส	1 คอร์สใหญ่	1 คอร์ส
จำนวนนักท่องเที่ยวที่รองรับต่อ 1 คอร์ส	10 โดยประมาณ	10-20	10-15
ราคาค่าเรียนต่อคอร์ส	990	900	950
สัดส่วนการจำหน่ายผ่านตัวแทนท่องเที่ยวและนายหน้า	50%	50%	70%
การเปิดสอนคอร์สพิเศษ	มี	มี	ไม่มี
ลักษณะของคอร์สพิเศษ	จับกลุ่มเรียนเองและเลือกรายการอาหารที่เรียนได้ เป็นการสอนครบวงจรทุกขั้นตอนของการทำอาหาร ตั้งแต่การเตรียมวัตถุดิบ เองรวมถึงการจัดตกแต่ง ส่วนมากเป็นการเรียนเพื่อนำไปประกอบอาชีพ	จับกลุ่มเรียนเองและเลือกรายการอาหารที่เรียนได้	-
ราคาค่าเรียนต่อคอร์สพิเศษ	2,100	1,500	-

หมายเหตุ : 1. เริ่มแรกของการดำเนินงานของผู้ประกอบการทุกรายจะเริ่มจากการดำเนินงานขนาดเล็กที่ไม่ได้มีรูปแบบทางธุรกิจมากนัก

2. ผู้ประกอบการรายที่ 3 จะมีขนาดของโรงเรียนที่เล็กกว่า 2 รายแรกและไม่ได้มีสำนักงานขายในตัวเมือง ดังนั้นจึงเน้นการจำหน่ายคอร์สผ่านทางตัวแทนท่องเที่ยวและนายหน้า

การแสดงรายการงบกำไรขาดทุน และงบกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน  
สำหรับการวิเคราะห์สถานการณ์ในแต่ละกรณี

1. กรณีที่รายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการและต้นทุนการผลิตลดลงร้อยละ 10

ตารางที่ 6.2 งบกำไรขาดทุน กรณีรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการและต้นทุน  
การผลิตลดลงร้อยละ 10

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้	2,236,410	3,876,840	4,111,360	4,905,890	5,387,360
หัก ต้นทุนบริการ	872,337	1,170,716	1,254,123	1,267,418	1,369,292
กำไรขั้นต้น	1,364,073	2,706,124	2,857,237	3,638,472	4,018,068
หัก ค่าใช้จ่ายบริหาร	1,202,563	1,804,135	1,706,623	1,809,175	1,931,609
หัก ดอกเบี้ยจ่าย	140,452	110,355	80,258	50,161	20,065
กำไรจากการดำเนินงาน	21,058	791,634	1,070,356	1,779,135	2,066,395
หัก Tax	0	93,327	156,107	368,741	454,918
กำไรสุทธิ	21,058	135,000	914,249	1,410,395	1,611,476

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 6.3 งบกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน กรณีรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการและต้นทุนการผลิตลดลงร้อยละ 10

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินสดรับ						
เงินสดรับจากการให้บริการ		2,236,410	3,876,840	4,111,360	4,905,890	5,387,360
รวมเงินสดรับ		2,236,410	3,876,840	4,111,360	4,905,890	5,387,360
ต้นทุนบริการ						
วัสดุสิ้นเปลือง	71,737	150,704	221,239	237,926	263,772	289,786
ค่าสาธารณูปโภค		28,080	58,968	61,916	65,012	68,263
ต้นทุนวัตถุดิบ		225,207	410,633	465,078	532,955	603,178
น้ำมันรถ		108,000	113,400	119,070	125,024	131,275
ค่าบำรุงรักษายานพาหนะและ อุปกรณ์		9,000	9,450	9,923	10,419	10,940
ต้นทุนการขายและการบริหาร						
เงินเดือนผู้จัดการและพนักงาน		550,800	788,940	828,387	869,806	913,297
ค่าสวัสดิการพนักงาน		27,540	39,447	41,419	43,490	45,665
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด		368,629	818,899	678,153	754,711	829,480
ค่าสาธารณูปโภค		23,760	24,948	26,195	27,505	28,880
ค่าวัสดุอุปกรณ์สำนักงานและ ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด		10,800	11,340	11,907	12,502	13,127
ค่าภาษีป้าย		360	360	360	360	360
ค่าภาษีจ่าย		0	93,327	156,107	368,741	454,918
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	39,900					
รวมกระแสเงินสดจ่าย	111,637	1,502,880	2,590,950	2,636,442	3,074,297	3,389,169
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน	(111,637)	733,530	1,285,890	1,474,918	1,831,593	1,998,191



## 2. กรณีที่รายได้ลดลงร้อยละ 5 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการและต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 5

ตารางที่ 6.4 งบกำไรขาดทุน กรณีรายได้ลดลงร้อยละ 5 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการและต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 5

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้	1,931,445	3,348,180	3,550,720	4,236,905	4,652,720
หัก ต้นทุนบริการ	1,017,726	1,365,835	1,463,144	1,478,655	1,597,507
กำไรขั้นต้น	913,719	1,982,345	2,087,576	2,758,250	3,055,213
หัก ค่าใช้จ่ายบริหาร	1,402,990	2,104,824	1,991,060	2,110,704	2,253,544
หัก ดอกเบี้ยจ่าย	140,452	110,355	80,258	50,161	20,065
กำไรจากการดำเนินงาน	(629,724 )	(232,834)	16,258	597,385	781,605
หัก Tax	0	0	0	0	41,538
กำไรสุทธิ	(629,724)	(232,834)	16,258	597,385	740,067

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved

ตารางที่ 6.5 งบกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน กรณีรายได้ลดลงร้อยละ 5 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการและต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 5

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินสดรับ						
เงินสดรับจากการให้บริการ		1,931,445	3,348,180	3,550,720	4,236,905	4,652,720
รวมเงินสดรับ		1,931,445	3,348,180	3,550,720	4,236,905	4,652,720
ต้นทุนบริการ						
วัสดุสิ้นเปลือง	71,737	175,821	258,112	277,580	307,734	338,084
ค่าสาธารณูปโภค		32,760	68,796	72,236	75,848	79,640
ต้นทุนวัตถุดิบ		262,742	479,072	542,591	621,781	703,708
น้ำมันรถ		126,000	132,300	138,915	145,861	153,154
ค่าบำรุงรักษายานพาหนะและอุปกรณ์		10,500	11,025	11,576	12,155	12,763
ต้นทุนการขายและการบริหาร						
เงินเดือนผู้จัดการและพนักงาน		642,600	920,430	966,452	1,014,774	1,065,513
ค่าสวัสดิการพนักงาน		32,130	46,022	48,323	50,739	53,276
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด		430,067	955,382	791,179	880,496	967,726
ค่าสาธารณูปโภค		27,720	29,106	30,561	32,089	33,694
ค่าวัสดุอุปกรณ์สำนักงานและค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด		12,600	13,230	13,892	14,586	15,315
ค่าภาษีป้าย		420	420	420	420	420
ค่าภาษีจ่าย		0	0	0	0	41,538
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	39,900					
รวมกระแสเงินสดจ่าย	111,637	1,753,360	2,913,894	2,893,724	3,156,483	3,464,830
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน	(111,637)	178,085	434,286	656,996	1,080,422	1,187,890

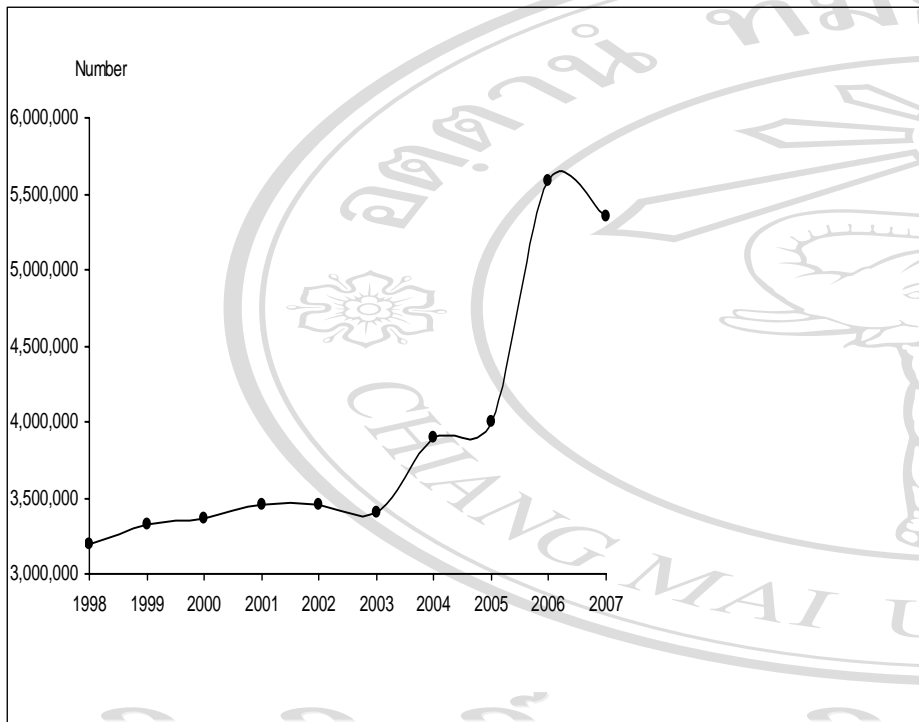


ภาคผนวก ข

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ภาพที่ 6.1 กราฟจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักแรมในจังหวัดเชียงใหม่



Year	Number	Δ (%)
1998	3,194,808	+ 4.68
1999	3,319,692	+ 3.91
2000	3,361,764	+ 1.27
2001	3,452,878	+ 2.71
2002	3,460,886	+ 0.23
2003	3,399,906	- 1.76
2004	3,898,543	+ 14.67
2005	3,997,776	+ 2.55
2006	5,590,326	+ 39.84
2007	5,356,867	- 4.18

Average Growth rate 1998 - 2007 + 5.91 %

Average Growth rate 2003 - 2007 + 12.04 %

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved

ตารางที่ 6.6 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ท่องเที่ยวและพักผ่อนในจังหวัดเชียงใหม่ 2550

Nationality	Total	Jan.	Feb.	Mar.	Apr.	May	Jun.	Jan.-Jun.	Jul.	Aug.	Sep.	Oct.	Nov.	Dec.	Jul.-Dec.
Malaysia	130,451	7,301	8,309	13,102	12,966	11,609	9,137	62,424	14,582	2,591	10,048	11,557	10,360	18,889	68,027
Singapore	65,340	6,351	6,759	6,594	5,770	4,317	4,340	34,131	4,284	1,632	2,659	5,034	4,511	13,089	31,209
China	31,090	1,041	4,447	812	4,089	4,314	1,547	16,250	1,630	2,117	1,493	1,495	2,930	5,175	14,840
Hong Kong	6,507	679	1,141	111	354	217	192	2,694	309	2,043	320	284	317	540	3,813
Japan	95,357	9,019	12,275	10,001	7,877	6,536	6,273	51,981	6,531	4,909	7,105	6,954	6,981	10,896	43,376
Korea	35,868	3,740	3,056	2,112	1,125	1,352	1,639	13,024	1,552	2,297	1,455	3,927	2,793	10,820	22,844
Taiwan	57,949	4,036	3,382	3,095	5,848	1,735	3,422	21,518	1,253	8,208	1,867	2,209	20,707	2,187	36,431
Austria	7,508	1,211	550	351	346	465	969	3,892	506	154	123	1,173	739	921	3,616
Belgium	11,155	938	1,192	476	1,282	618	292	4,798	1,274	477	1,133	507	1,395	1,571	6,357
Denmark	15,481	1,524	1,659	1,749	1,714	693	267	7,606	1,455	282	632	1,106	3,159	1,241	7,875
France	102,775	9,051	8,484	13,931	4,276	7,387	3,313	46,442	4,336	8,425	5,420	8,893	21,097	8,162	56,333
Germany	106,406	8,281	8,451	15,562	5,778	7,988	6,057	52,117	2,996	4,882	8,970	14,125	15,344	7,972	54,289
Italy	30,493	3,854	2,696	2,680	1,246	1,184	1,092	12,752	1,281	3,295	1,337	1,383	8,975	1,470	17,741
Netherlands	76,058	6,282	5,326	8,328	6,106	4,005	2,544	32,591	9,311	2,341	6,006	12,427	1,792	11,590	43,467
Sweden	14,735	1,753	1,765	2,458	1,321	728	207	8,232	537	187	530	752	1,077	3,420	6,503
Switzerland	21,151	2,273	3,162	3,077	2,305	859	444	12,120	1,268	675	613	1,531	2,893	2,051	9,031
U.K.	87,880	10,230	12,262	10,520	9,663	5,750	3,891	52,316	5,375	4,422	4,713	4,460	7,024	9,570	35,564
U.S.A.	189,729	47,125	35,745	11,998	10,819	8,686	12,334	126,707	11,755	8,125	6,110	6,993	16,209	13,830	63,022
Canada	27,388	3,512	5,203	4,552	1,963	2,263	852	18,345	1,330	958	758	1,189	1,928	2,880	9,043

ตารางที่ 6.6 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ท่องเที่ยวและพักแรมในจังหวัดเชียงใหม่ 2550 (ต่อ)

Nationality	Total	Jan.	Feb.	Mar.	Apr.	May	Jun.	Jan.-Jun.	Jul.	Aug.	Sep.	Oct.	Nov.	Dec.	Jul.-Dec.
Middle East	27,108	1,159	1,229	1,743	1,069	1,141	2,439	8,780	9,235	5,045	309	1,017	1,943	779	18,328
Australia	66,752	7,118	8,522	5,289	7,665	4,627	4,148	37,369	4,591	3,042	4,358	5,182	5,379	6,831	29,383
New Zealand	12,016	834	1,434	1,640	1,016	961	975	6,860	968	594	654	848	1,014	1,078	5,156
India	15,419	1,412	581	771	1,342	1,883	1,283	7,272	5,374	389	267	615	671	831	8,147
Russia	3,883	257	1,091	485	309	186	131	2,459	373	76	128	292	366	189	1,424
East Europe	11,005	986	1,867	1,660	931	1,070	372	6,886	578	223	566	473	1,542	737	4,119
Indonesia	8,431	911	1,066	1,161	701	674	500	5,013	775	326	255	1,216	261	585	3,418
Philippines	7,028	1,224	711	641	644	693	839	4,752	531	171	325	512	389	348	2,276
Finland	4,689	731	686	796	302	139	276	2,930	554	196	57	222	187	543	1,759
Norway	7,133	1,186	1,160	725	470	294	203	4,038	719	165	342	426	379	1,064	3,095
Spain	18,634	736	1,202	633	1,184	917	1,261	5,933	2,252	3,790	1,941	1,947	1,638	1,133	12,701
Africa	2,775	198	525	344	195	65	52	1,379	406	23	468	176	121	202	1,396
Myanmar	4,665	178	1,877	372	188	405	147	3,167	83	91	200	387	557	180	1,498
Israel	35,999	7,176	6,530	4,900	2,863	768	699	22,936	3,284	1,914	3,003	1,890	1,040	1,932	13,063
Laos	1,371	-	862	118	-	-	-	980	-	-	74	-	157	160	391
Vietnam	365	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	250	115	365
Brunei	132	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	132	-	132
Cambodia	171	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	171	-	171
Others	74,014	7,520	10,027	6,190	7,097	3,772	5,123	39,729	6,095	6,856	2,815	6,929	5,183	6,407	34,285
<b>Total</b>	<b>1,414,911</b>	<b>159,827</b>	<b>165,234</b>	<b>138,977</b>	<b>110,824</b>	<b>88,301</b>	<b>77,260</b>	<b>740,423</b>	<b>107,383</b>	<b>80,921</b>	<b>77,054</b>	<b>108,131</b>	<b>151,611</b>	<b>149,388</b>	<b>674,488</b>

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 6.7 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ท่องเที่ยวและพักผ่อนในจังหวัดเชียงใหม่

2549

Nationality	Total	Jan.	Feb.	Mar.	Apr.	May	Jun.	Jan.-Jun.	Jul.	Aug.	Sep.	Oct.	Nov.	Dec.	Jul.-Dec.
Malaysia	108,599	8,839	5,913	11,079	7,261	7,005	8,546	48,643	7,670	6,832	10,647	10,155	11,560	13,092	59,956
Singapore	105,711	7,405	5,870	27,931	6,162	5,310	5,886	58,564	5,593	4,886	6,369	6,347	10,363	13,589	47,147
China	47,039	2,615	3,938	5,815	12,525	2,280	1,841	29,014	2,334	2,086	1,676	3,564	4,133	4,232	18,025
Hong Kong	19,449	1,627	2,922	2,891	1,494	759	583	10,276	1,643	2,279	324	1,600	1,152	2,175	9,173
Japan	125,360	13,057	13,367	9,958	9,413	8,021	7,781	61,597	7,494	13,765	11,496	10,357	10,723	9,928	63,763
Korea	29,593	3,409	6,431	2,765	1,028	699	957	15,289	4,234	1,934	2,195	2,016	1,348	2,577	14,304
Taiwan	67,615	8,761	11,669	7,518	4,373	2,835	3,430	38,586	4,874	4,581	1,231	4,436	7,419	6,488	29,029
Austria	10,338	1,126	1,367	1,702	711	335	620	5,861	481	740	293	594	1,889	480	4,477
Belgium	13,366	1,413	1,661	511	1,295	761	674	6,315	1,499	1,506	1,121	356	1,594	975	7,051
Denmark	20,602	2,574	2,445	4,825	1,306	337	1,016	12,503	1,428	1,173	1,138	558	936	2,866	8,099
France	118,751	7,818	7,896	11,636	12,246	5,040	6,556	51,192	14,193	21,515	4,864	6,386	12,623	7,978	67,559
Germany	87,520	7,738	14,296	10,365	8,783	5,249	3,383	49,814	4,036	6,654	5,405	4,932	10,319	6,360	37,706
Italy	27,564	2,265	1,652	1,780	2,248	1,610	1,441	10,996	1,801	6,070	1,867	2,693	1,828	2,309	16,568
Netherlands	69,328	6,403	3,818	5,218	4,457	2,786	3,542	26,224	8,977	5,753	8,230	5,245	6,696	8,203	43,104
Sweden	20,500	2,507	5,116	3,736	827	349	707	13,242	756	665	551	1,231	789	3,266	7,258
Switzerland	26,122	3,210	2,606	2,581	3,528	2,171	961	15,057	1,522	999	1,160	2,230	2,784	2,370	11,065
U.K.	120,086	14,727	10,429	9,320	10,244	7,348	8,355	60,423	5,810	11,307	8,634	11,251	13,383	9,278	59,663
U.S.A.	248,404	46,313	50,615	15,434	20,274	9,658	18,100	160,394	16,714	11,252	8,929	12,717	18,463	19,935	88,010
Canada	34,137	3,552	3,940	3,994	3,248	2,410	1,285	18,429	1,314	2,193	2,341	2,098	3,588	4,174	15,708

ตารางที่ 6.7 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ท่องเที่ยวและพักแรมในจังหวัดเชียงใหม่ 2549 (ต่อ)

Nationality	Total	Jan.	Feb.	Mar.	Apr.	May	Jun.	Jan.-Jun.	Jul.	Aug.	Sep.	Oct.	Nov.	Dec.	Jul.-Dec.
Middle East	25,587	1,736	893	1,909	1,187	766	1,735	8,226	6,796	5,975	1,708	1,311	844	727	17,361
Australia	70,795	8,795	5,713	7,245	7,953	3,838	4,750	38,294	3,978	3,067	2,831	9,814	6,233	6,578	32,501
New Zealand	11,825	931	704	906	1,007	671	777	4,996	857	662	810	2,009	1,970	521	6,829
India	13,433	1,347	886	890	1,332	412	598	5,465	978	582	1,185	2,095	1,539	1,589	7,968
Russia	2,664	392	408	278	453	145	89	1,765	76	74	13	135	370	231	899
East Europe	11,254	406	661	898	3,734	280	193	6,172	434	1,366	125	1,567	766	824	5,082
Indonesia	10,980	429	370	647	449	247	296	2,438	376	317	707	6,009	805	328	8,542
Philippines	37,796	315	662	4,699	1,662	3,116	5,275	15,729	5,954	5,665	8,209	598	737	904	22,067
Finland	4,560	1,111	746	591	199	132	190	2,969	187	114	342	294	245	409	1,591
Norway	6,968	778	960	472	467	203	444	3,324	472	445	220	664	562	1,281	3,644
Spain	20,892	635	701	537	484	1,397	1,780	5,534	1,478	5,319	4,194	1,602	2,274	491	15,358
Africa	1,999	96	170	104	388	80	76	914	64	137	351	214	156	163	1,085
Myanmar	5,315	98	525	734	257	283	105	2,002	997	477	426	459	754	200	3,313
Israel	37,670	3,759	6,003	3,619	1,905	482	753	16,521	2,492	3,507	4,266	3,880	1,576	5,428	21,149
Laos	42	-	-	-	8	16	-	24	11	-	-	7	-	-	18
Vietnam	135	-	-	-	75	-	-	75	53	-	7	-	-	-	60
Brunei	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Cambodia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Others in south asia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Others in americas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Others	157,559	69,597	8,988	8,235	8,674	7,238	3,498	106,230	5,785	8,078	6,171	13,478	10,484	7,333	51,329
<b>Total</b>	<b>1,719,558</b>	<b>235,784</b>	<b>184,341</b>	<b>170,823</b>	<b>141,657</b>	<b>84,269</b>	<b>96,223</b>	<b>913,097</b>	<b>123,361</b>	<b>141,975</b>	<b>110,036</b>	<b>132,902</b>	<b>150,905</b>	<b>147,282</b>	<b>806,461</b>

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ตารางที่ 6.8 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ท่องเที่ยวและพักแรมในจังหวัดเชียงใหม่ 2548

Nationality	Total	Jan.	Feb.	Mar.	Apr.	May	Jun.	Jan.-Jun.	Jul.	Aug.	Sep.	Oct.	Nov.	Dec.	Jul.-Dec.
Malaysia	41,540	2,035	3,103	3,543	1,921	2,251	2,276	15,129	1,832	2,595	2,191	3,389	8,145	8,259	26,411
Singapore	86,316	3,030	6,539	7,717	7,150	5,577	6,525	36,538	4,713	6,335	6,554	9,766	11,754	10,656	49,778
China	74,166	1,425	2,093	2,558	2,151	2,084	2,357	12,668	3,769	9,227	2,370	15,013	2,302	28,817	61,498
Hong Kong	19,594	293	1,016	429	919	671	509	3,837	2,980	3,670	934	5,473	608	2,092	15,757
Japan	146,794	16,087	13,436	10,263	10,816	16,578	11,040	78,220	9,360	11,986	14,151	9,367	12,385	11,325	68,574
Korea	29,467	3,189	1,970	516	760	793	1,300	8,528	1,908	2,497	1,591	9,637	1,307	3,999	20,939
Taiwan	58,982	1,006	1,672	1,643	1,572	2,717	1,474	10,084	19,001	6,591	5,713	11,226	2,944	3,423	48,898
Austria	11,575	1,195	1,931	1,603	703	338	60	5,830	601	2,290	373	638	910	933	5,745
Belgium	28,151	3,191	2,594	2,348	1,702	1,579	399	11,813	4,136	1,649	1,523	1,537	5,206	2,287	16,338
Denmark	21,012	5,363	2,608	1,850	1,662	784	1,374	13,641	1,514	1,293	1,009	1,264	1,516	775	7,371
France	126,841	23,450	13,591	9,575	5,642	4,308	3,050	59,616	10,882	13,263	7,017	11,828	18,150	6,085	67,225
Germany	100,833	16,566	10,865	10,615	5,468	3,048	3,316	49,878	4,427	5,488	4,200	6,500	20,248	10,092	50,955
Italy	24,099	3,337	2,426	1,714	1,189	830	1,068	10,564	1,751	5,307	2,126	1,136	2,185	1,030	13,535
Netherlands	64,410	7,310	8,338	4,598	3,238	3,279	3,597	30,360	9,506	7,838	3,749	3,489	5,923	3,545	34,050
Sweden	14,535	1,859	2,476	1,201	613	289	663	7,101	865	642	482	1,267	2,028	2,150	7,434
Switzerland	33,009	6,523	3,245	2,482	2,541	2,682	1,804	19,277	1,431	1,296	1,225	3,423	3,887	2,470	13,732
U.K.	162,298	22,193	13,924	12,417	15,578	13,601	11,634	89,347	9,342	10,308	11,614	10,613	19,093	11,981	72,951
U.S.A.	256,062	50,174	28,444	13,668	25,040	23,622	13,645	154,593	24,503	13,928	11,353	12,997	23,446	15,242	101,469
Canada	33,952	6,952	2,996	2,470	2,238	3,480	2,386	20,522	1,325	1,970	1,519	1,372	4,724	2,520	13,430

ตารางที่ 6.8 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ท่องเที่ยวและพักแรมในจังหวัดเชียงใหม่ 2548(ต่อ)

Nationality	Total	Jan.	Feb.	Mar.	Apr.	May	Jun.	Jan.-Jun.	Jul.	Aug.	Sep.	Oct.	Nov.	Dec.	Jul.-Dec.
Middle East	27,382	1,519	1,050	1,155	610	402	1,482	6,218	5,697	8,746	2,203	3,037	662	819	21,164
Australia	74,659	9,652	5,788	4,663	9,014	5,523	4,968	39,608	4,793	6,302	6,012	6,553	5,891	5,500	35,051
New Zealand	11,120	1,370	380	618	989	901	1,312	5,570	1,021	1,096	702	1,145	998	588	5,550
India	10,045	749	662	1,179	825	623	624	4,662	849	985	970	903	543	1,133	5,383
Russia	1,116	-	-	-	38	58	11	107	40	211	277	178	218	85	1,009
East Europe	2,300	-	-	-	110	6	135	251	1,222	217	77	303	133	97	2,049
Indonesia	3,837	-	-	-	312	630	255	1,197	326	386	235	745	734	214	2,640
Philippines	3,640	-	-	-	269	181	185	635	350	170	218	1,294	720	253	3,005
Finland	3,305	-	-	-	465	484	328	1,277	580	95	250	156	407	540	2,028
Norway	4,057	-	-	-	258	165	317	740	739	71	189	662	767	889	3,317
Spain	14,197	-	-	-	322	302	837	1,461	1,365	3,277	2,238	2,842	2,100	914	12,736
Africa	997	-	-	-	43	111	60	214	142	130	12	182	245	72	783
Myanmar	3,938	-	-	-	28	1,173	246	1,447	929	214	192	962	169	25	2,491
Israel	20,109	-	-	-	874	707	607	2,188	1,947	1,180	1,646	4,256	2,231	6,661	17,921
Laos	1,258	-	-	-	1,213	29	-	1,242	2	14	-	-	-	-	16
Vietnam	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Brunei	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Cambodia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Others in south asia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Others in americas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Others	108,057	22,623	8,780	9,714	3,561	5,771	4,453	54,902	13,307	8,579	6,154	8,826	9,327	6,962	53,155
<b>Total</b>	<b>1,623,653</b>	<b>211,091</b>	<b>139,927</b>	<b>108,539</b>	<b>109,834</b>	<b>105,577</b>	<b>84,297</b>	<b>759,265</b>	<b>147,155</b>	<b>139,846</b>	<b>101,069</b>	<b>151,979</b>	<b>171,906</b>	<b>152,433</b>	<b>864,388</b>

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ตารางที่ 6.9 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ท่องเที่ยวและพักผ่อนในจังหวัดเชียงใหม่ 2547

Nationality	Total	Jan.	Feb.	Mar.	Apr.	May	Jun.	Jan.-Jun.	Jul.	Aug.	Sep.	Oct.	Nov.	Dec.	Jul.-Dec.
Malaysia	36,084	11,034	2,651	2,072	1,789	2,224	2,027	21,797	3,014	2,173	1,737	930	2,186	4,247	14,287
Singapore	65,770	11,407	2,794	4,614	3,231	3,717	6,987	32,750	3,596	5,079	4,141	1,761	6,900	11,543	33,020
China	24,033	3,057	2,071	2,129	2,995	2,515	1,914	14,681	1,790	1,949	812	861	1,711	2,229	9,352
Hong Kong	16,825	8,285	560	729	813	1,282	1,358	13,027	1,341	852	546	377	270	412	3,798
Japan	125,938	10,102	8,517	13,734	6,086	8,356	11,024	57,819	13,148	16,076	10,533	6,209	11,714	10,439	68,119
Korea	21,925	8,130	4,130	1,107	1,234	612	844	16,057	723	1,634	642	367	1,072	1,430	5,868
Taiwan	39,890	8,159	11,224	4,081	5,393	1,161	1,139	31,157	1,286	772	2,254	875	1,681	1,865	8,733
Austria	18,343	2,897	2,166	2,747	4,250	274	672	13,006	633	1,507	300	406	1,354	1,137	5,337
Belgium	38,444	5,649	3,603	3,349	2,963	1,881	3,116	20,561	3,413	1,780	1,946	1,481	5,338	3,925	17,883
Denmark	18,291	3,600	2,395	1,672	2,247	418	777	11,109	2,691	317	699	502	2,266	707	7,182
France	116,806	15,215	8,285	12,795	9,344	6,947	6,637	59,223	6,191	10,753	6,107	3,499	17,899	13,134	57,583
Germany	133,440	27,204	15,578	11,222	9,157	4,406	6,586	74,153	5,346	5,715	6,991	5,053	19,628	16,554	59,287
Italy	25,389	2,036	1,639	688	2,764	1,024	1,540	9,691	3,022	5,396	1,247	1,842	2,256	1,935	15,698
Netherlands	89,484	13,462	11,682	10,195	5,341	3,694	6,083	50,457	11,852	6,164	7,261	1,988	8,500	3,262	39,027
Sweden	19,842	3,201	1,474	1,310	1,498	806	3,022	11,311	1,969	831	986	623	1,457	2,665	8,531
Switzerland	42,945	6,971	1,976	1,581	1,899	2,261	3,843	18,531	4,600	3,380	4,256	1,608	5,668	4,902	24,414

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved

ตารางที่ 6.9 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ท่องเที่ยวและพักแรมในจังหวัดเชียงใหม่ 2547(ต่อ)

Nationality	Total	Jan.	Feb.	Mar.	Apr.	May	Jun.	Jan.-Jun.	Jul.	Aug.	Sep.	Oct.	Nov.	Dec.	Jul-Dec.
U.K.	175,989	19,714	8,470	8,024	12,209	11,917	19,020	79,354	18,722	13,796	12,610	7,338	25,402	18,767	96,635
U.S.A.	227,080	40,976	13,410	13,976	10,129	13,653	18,495	110,639	22,713	14,799	12,784	7,294	28,362	30,489	116,441
Canada	36,127	8,700	2,460	3,408	2,489	3,180	2,430	22,667	2,077	1,619	1,528	1,376	3,663	3,197	13,460
Middle East	34,849	1,474	3,141	1,246	1,218	1,449	1,251	9,779	5,875	7,153	3,853	2,730	3,326	2,133	25,070
Australia	76,954	8,004	2,189	4,598	6,877	6,325	8,663	36,656	5,476	5,958	6,827	3,596	11,436	7,005	40,298
New Zealand	14,974	1,817	474	256	2,661	975	1,699	7,882	1,302	1,438	1,320	824	1,306	902	7,092
India	11,792	1,158	734	4,215	621	529	1,139	8,396	635	364	590	314	526	967	3,396
Others	201,931	22,573	8,851	35,745	35,857	6,959	8,687	118,672	15,190	14,525	12,912	9,374	15,012	16,246	83,259
<b>Total</b>	<b>1,613,145</b>	<b>244,825</b>	<b>120,474</b>	<b>145,493</b>	<b>133,065</b>	<b>86,565</b>	<b>118,953</b>	<b>849,375</b>	<b>136,605</b>	<b>124,030</b>	<b>102,882</b>	<b>61,228</b>	<b>178,933</b>	<b>160,092</b>	<b>763,770</b>

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย



ตารางที่ 6.10 สรุปข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ท่องเที่ยวและพักแรมในจังหวัด เชียงใหม่ ปี 2547-2550

ปี	จำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด	จำนวนนักท่องเที่ยวช่วง Low Season	จำนวนนักท่องเที่ยวช่วง Low Season ต่อเดือน	จำนวนนักท่องเที่ยวช่วง High Season	จำนวนนักท่องเที่ยวช่วง Low Season ต่อเดือน	สัดส่วนจำนวนนักท่องเที่ยว Low/High Season
2547	1,613,145	763,328	109,047	849,817	169,963	64.16
2548	1,623,653	796,317	113,760	827,336	165,467	68.75
2549	1,719,558	830,423	118,632	889,135	177,827	66.71
2550	1,414,911	649,874	92,839	765,037	153,007	60.68

- สรุป
1. จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวและพักแรมโดยเฉลี่ยในช่วง Low Season จะคิดเป็นจำนวน 60-70% ของ High Season
  2. เนื่องจากอัตราการเปลี่ยนแปลงของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่มีความเบี่ยงเบนสูงดังนั้นในการคำนวณอัตราการเจริญเติบโตของนักท่องเที่ยวจะใช้อัตราการเติบโตเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวโดยรวมตั้งแต่ 2002 -2007 เป็นหลักในการอ้างอิงซึ่งอัตราการเติบโตเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวจะมีค่าประมาณ 12%

ตาราง 6.11 อัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

เงินได้สุทธิ	ช่วงเงินได้สุทธิ แต่ละชั้น	อัตราภาษี ร้อยละ	ภาษีแต่ละชั้น เงินได้สุทธิ	ภาษีสะสม สูงสุดของชั้น
1 - 150,000	150000		-	-
150,001 - 500,000	350000	10	35000	35000
500,001 - 1,000,000	500000	20	100000	135000
1,000,001 - 4,000,000	3000000	30	900000	1035000
4,000,001 บาทขึ้นไป		37		

ที่มา : กรมสรรพากร

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

### วิธีการคิดอัตราภาษี

ปีที่ 1 ขาดทุนจากการดำเนินงาน ดังนั้นจึงได้รับการยกเว้นการเสียภาษี

ปีที่ 2 เนื่องจากสรรพากรได้มีการอนุญาตให้นำผลขาดทุนของกิจการ มาขอคืนหรือลดหย่อนภาษีได้ในปีต่อไป และสะสมได้ไม่เกิน 3 ปี ดังนั้นผลการขาดทุนในปีที่ 1 ของกิจการจึงสามารถนำมาปรับปรุงกับผลกำไรในปีที่ 2 ได้ คงเหลือเงินได้สุทธิจำนวน - 304,141 ซึ่งถือเป็นยอดขาดทุนจากการดำเนินงานสะสม ดังนั้นจึงได้รับการยกเว้นการเสียภาษี

ปีที่ 3 ได้มีการนำผลขาดทุนสะสมในปีที่ 2 มาปรับปรุงกับผลกำไรในปีที่ 3 ได้ คงเหลือเงินได้สุทธิจำนวน 63,483 ซึ่งยอดเงินได้ดังกล่าว เป็นช่วงเงินได้ที่ได้รับการยกเว้นภาษี

ปีที่ 4 เงินได้สุทธิ 991,302 ซึ่งจะคิดอัตราภาษีเป็นตามขั้นบันไดดังนี้

ขั้นที่	ช่วงเงินได้สุทธิ	อัตราภาษี	อัตราภาษีเงินได้	อัตราที่จ่ายจริง
1	1 - 150,000	0	-	-
2	150,001 - 500,000	10%	34,999.90	35,000.00
3	500,001 - 991,302	20%	98,260.36	98,260.36
รวม				133,260

ปีที่ 5 เงินได้สุทธิ 1,209,868 ซึ่งจะคิดอัตราภาษีเป็นตามขั้นบันไดดังนี้

ขั้นที่	ช่วงเงินได้สุทธิ	อัตราภาษี	อัตราภาษีเงินได้	อัตราที่จ่ายจริง
1	1 - 150,000	0	-	-
2	150,001 - 500,000	10%	484,999.90	35,000.00
3	500,001 - 1,000,000	20%	100,000.00	100,000.00
4	1,000,001 - 1,209,868	30%	62,960.40	62,960.40
รวม				197,960

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล

นางสาวจิตติมา ชัยมา

วัน เดือน ปีเกิด

15 มีนาคม 2524

ประวัติการศึกษา

สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะอุตสาหกรรมเกษตร  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
ปัจจุบันกำลังศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ประวัติการทำงาน

ปัจจุบันกำลังทำงานอยู่ บริษัท ตาล จำกัด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved