

การศึกษาความเป็นไปได้ของการทำธุรกิจบริษัทนำเข้าเที่ยวประเทศญี่ปุ่น

พิจิตรา อังคสกุลเกียรติ

TNI

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

บัณฑิตวิทยาลัย สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจสำหรับผู้บริหาร

สถาบันเทคโนโลยีไทย - ญี่ปุ่น

ปีการศึกษา 2556

FEASIBILITY STUDY OF JAPAN TOUR TRAVEL AGENT BUSINESS

Pijitra Angkasakulkiat

TNI

A Term Paper Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Business Administration Program
in Executive Enterprise Management
Graduate School

Thai - Nichi Institute of Technology

Academic Year 2013

หัวข้อสารนิพนธ์

การศึกษาความเป็นไปได้ของการทำธุรกิจบริษัทนำ
เที่ยวประเทศญี่ปุ่น

โดย

นางสาวพิจิตรา อังคสกุลเกียรติ

สาขาวิชา

การจัดการวิสาหกิจสำหรับผู้บริหาร

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

อาจารย์รังสรรค์ เลิศในสัตย์

บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น อนุมัติให้นับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็น
ส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(รองศาสตราจารย์ ดร. พิชิต สุขเจริญพงษ์)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

คณะกรรมการสอบสารนิพนธ์

..... ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เฉลิมขวัญ ทรัพย์บุญยงค์)

..... กรรมการ

(อาจารย์ชาติชาย โพธิ์พาด)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

(อาจารย์รังสรรค์ เลิศในสัตย์)

พิจิตรา อังคสกุลเกียรติ : การศึกษาความเป็นไปได้ของการทำธุรกิจบริษัทนำเข้า
ประเทศญี่ปุ่น. อาจารย์ที่ปรึกษา : อาจารย์รังสรรค์ เลิศในสัตย์, 114 หน้า.

ในการศึกษา ผู้ทำการศึกษาได้เลือกศึกษาความเป็นไปได้ของการทำธุรกิจบริษัท
นำเข้าประเทศญี่ปุ่น มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจบริษัทนำเข้าประเทศ
ญี่ปุ่น และเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจ และเลือกรูปแบบธุรกิจที่
เหมาะสม มีความน่าเชื่อถือ โดยทำการศึกษา 4 ด้าน คือ ด้านการตลาด ด้านวิศวกรรม ด้าน
การบริหารจัดการ และด้านการเงิน ผู้ทำการศึกษาได้ทำการศึกษาและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับ
การนำเข้าความเป็นไปได้และการเขียนแผนธุรกิจ ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจบริการนำเข้า และ
วิเคราะห์ข้อมูล หาจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรค ด้วยวิธี SWOT Analysis และค้นหา
ปัจจัยที่ทำให้ประสบความสำเร็จ (Key Success Factors) ประเมินความเป็นไปได้ทางการเงิน
(Financial Feasibility Study) และการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลง

โดยศึกษารูปแบบธุรกิจบริษัทนำเข้า 2 รูปแบบ คือ 1. รูปแบบบริษัทนำเข้าแบบ
มาตรฐาน ซึ่งให้บริการรับจองตัวเครื่องบิน ที่พัก และบริการจัดกรุ๊ปนำเข้า 2. รูปแบบบริษัท
นำเข้าแบบมาตรฐานครบวงจร ซึ่งให้บริการรับจองตัวเครื่องบิน ที่พัก บริการจัดกรุ๊ปนำเข้า
บริการรับทำวีซ่า ให้คำปรึกษา และให้บริการนำเข้าตามความต้องการของลูกค้า
จากการศึกษา พบว่า ธุรกิจรูปแบบบริษัทนำเข้าแบบมาตรฐานครบวงจร เป็นรูปแบบธุรกิจที่
นำลงทุนมากที่สุด เนื่องจากมีอัตราผลตอบแทนเฉลี่ย (Average Rate of Return : ARR)
เท่ากับ 251.85% มีระยะเวลาคืนทุน (Payback Period : PB) ที่ 1 ปี 1 เดือน 6 วัน มูลค่า
ปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV) เท่ากับ 6,432,665.08 บาท มีดัชนีการทำการ
(Profitability Index : PI) เท่ากับ 7.43 เท่า และมีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Internal
Rate of Return : IRR) 149.45% ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการทำกำไรให้กับธุรกิจ

บัณฑิตวิทยาลัย

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจสำหรับผู้บริหาร ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

ปีการศึกษา 2556



PIJITTRA ANGKASAKULKIAT : FEASIBILITY STUDY OF JAPAN TOUR
TRAVEL AGENT BUSINESS. ADVISOR : MR. RUNGSUN LERTNAISAT,
114 PP.

The study aimed to determine feasibility of travel agent business that provides services for travelling to Japan. The study analyzed important risk factors that would affect the business and presented what would be the suitable business strategies. The study examined 4 significant aspects : marketing, engineering, managing and finance. The researcher has included both feasibility study and business plans which taken account of SWOT Analysis (weakness, strength, opportunity, and threat), Key Success Factors Analysis, Financial Feasibility Study, and Sensitivity Analysis.

The study explored two types of travel agents : 1. The standard travelling agent—which provided its clients with flight bookings, accommodation bookings and group tours— 2. The standard full-service travelling agent—which provided its clients with flight bookings, accommodation bookings, group tours, visa services, travelling consultations, and customized travelling programs—. From the study, it has been concluded that the standard full-service travelling agent is the most attractive business. The business shows promising profits with the average rate of return (ARR) of 251.85%, the payback period of 1 year 1 month and 6 days, the net present value (NPV) of 6,432,665.08 bath, the profitability index (PI) of 7.43 and the internal rate of return (IRR) of 149.45%.

Graduate School

Student's Signature

Field of Study Executive Enterprise Management

Advisor's Signature

Academic Year 2013



กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความรู้และความอนุเคราะห์เป็นอย่างดีจาก อาจารย์รังสรรค์ เลิศในสัตย์ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่ได้ให้คำแนะนำ คำปรึกษาและแก้ไข ข้อบกพร่องต่าง ๆ จนสารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ ผู้เขียนกราบขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณคณาจารย์คณะบริหารธุรกิจสาขาการจัดการวิสาหกิจสำหรับผู้บริหาร สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น ทุกท่าน ที่ได้ให้ความรู้อันเป็นปัจจัยสำคัญของความสำเร็จในการทำการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ และขอขอบคุณเจ้าหน้าที่บริหารงานการศึกษาทุกท่านที่คอยช่วยเหลือ อย่างเต็มที่และประสานงานด้านต่าง ๆ อย่างดีเสมอมา

ผู้ศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่าสารนิพนธ์นี้จะเป็นประโยชน์สำหรับการวางแผนการ ประกอบธุรกิจบริษัทนำเที่ยวประเทศญี่ปุ่น และเป็นประโยชน์สำหรับการค้นคว้าของผู้ที่สนใจ ต่อไป หากมีข้อบกพร่องหรือไม่สมบูรณ์ประการใด ผู้เขียนขออภัยเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

พิจิตรา อังคสกุลเกียรติ



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญรูป.....	ฐ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	4
ขอบเขตของการศึกษา.....	4
ขั้นตอนการศึกษาและการดำเนินการ.....	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
แผนงานและระยะเวลาการดำเนินงาน.....	5
2 หลักการพื้นฐาน เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
แนวคิดเกี่ยวกับการศึกษาความเป็นไปได้.....	6
แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบธุรกิจ.....	10
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	12
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ.....	16
แนวคิดเกี่ยวกับความแตกต่างระหว่าง “สินค้าบริการ” กับ “สินค้า ผลิตภัณฑ์”.....	16
แนวคิดเกี่ยวกับการกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของการ บริการ.....	18
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทฤษฎีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและ สภาพแวดล้อมปัจจัยภายนอก (Internal Factors Analysis Summary : IFAS, External Factors Analysis Summary : EFAS).....	20

สารบัญ (ต่อ)

บทที่		หน้า
2	แนวคิดเกี่ยวกับโครงสร้างธุรกิจท่องเที่ยว.....	22
	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	24
3	วิธีการดำเนินงานสารนิพนธ์.....	35
	การกำหนดข้อมูลและแหล่งข้อมูล.....	35
	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	35
	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	36
4	การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ.....	40
	การศึกษาด้านการตลาด.....	40
	ลักษณะทางอุตสาหกรรม.....	40
	การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค.....	43
	รูปแบบธุรกิจที่เหมาะสม.....	48
	ปัจจัยที่ทำให้ประสบความสำเร็จ.....	50
	การวิเคราะห์คู่แข่ง.....	51
	กลยุทธ์ทางการตลาด.....	52
	การศึกษาด้านวิศวกรรม.....	54
	การศึกษาด้านการบริหารจัดการ.....	56
	แผนการดำเนินงาน.....	56
	โครงสร้างกำลังคน.....	57
	การศึกษาด้านการเงิน.....	58
	รูปแบบที่ 1 รูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐาน.....	58
	รูปแบบที่ 2 รูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐานครบวงจร.....	66
	การวิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยง.....	75
5	บทสรุป และข้อเสนอแนะ.....	77
	สรุปผลการศึกษา.....	77
	วัตถุประสงค์โครงการ.....	77
	ผลการศึกษาด้านการตลาด.....	77
	ผลการศึกษาด้านวิศวกรรม.....	78

สารบัญ (ต่อ)

บทที่		หน้า
5	ผลการศึกษาด้านการบริหารจัดการ.....	78
	ผลการศึกษาด้านการเงิน.....	78
	ข้อเสนอแนะ.....	79
	ประโยชน์ที่ได้จากการศึกษา.....	79
	บรรณานุกรม.....	80
	ภาคผนวก.....	84
	ภาคผนวก ก. การวิเคราะห์ความไวของโครงการรูปแบบที่ 1 รูปแบบ บริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐาน.....	85
	ภาคผนวก ข. การวิเคราะห์ความไวของโครงการรูปแบบที่ 2 รูปแบบ บริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐานครบวงจร.....	99
	ประวัติผู้เขียนสารนิพนธ์.....	114

TNII

THAI

NICHI INSTITUTE OF TECHNOLOGY

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 สถิตินักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศ ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2008-2012.....	2
2 สถิตินักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางไปท่องเที่ยว East Asia ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2008-2012.....	3
3 แผนงานและระยะเวลาการดำเนินงาน.....	5
4 การวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในและปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก.....	20
5 รายชื่อบริษัทนำเที่ยวที่ให้บริการนำเที่ยวประเทศญี่ปุ่น.....	30
6 วิเคราะห์ปัจจัยภายนอก EFAS (External Factors Analysis Summary).....	44
7 วิเคราะห์ปัจจัยภายใน IFAS (Internal Factors Analysis Summary).....	45
8 TOWS Matrix.....	47
9 ความแตกต่างของรูปแบบธุรกิจ.....	49
10 วิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนของรูปแบบธุรกิจ.....	50
11 สรุปรายละเอียดสำคัญของคู่แข่ง.....	51
12 แผนการดำเนินการก่อสร้าง.....	56
13 สรุปรายละเอียดแผนการดำเนินงาน.....	57
14 แผนกำลังคนของธุรกิจ.....	58
15 งบประมาณการลงทุนรูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐาน.....	58
16 รายได้ของรูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐาน.....	59
17 รายจ่ายของรูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐาน.....	59
18 ผลตอบแทนจากการลงทุนรูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐาน.....	59
19 งบกำไรขาดทุนรูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐาน.....	62
20 งบกระแสเงินสดรูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐาน.....	63
21 งบดุลรูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐาน.....	65
22 การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงรูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐาน.....	66
23 งบประมาณการลงทุน.....	67
24 รายได้ของรูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐานครบวงจร.....	67
25 รายจ่ายของรูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐานครบวงจร.....	68
26 ผลตอบแทนจากการลงทุนรูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐานครบวงจร.....	68
27 งบกำไรขาดทุนรูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐานครบวงจร.....	71

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
56	ผลตอบแทนจากการลงทุนรูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐานครบวงจร กรณีที่ 3.....	108
57	งบกำไรขาดทุนรูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐานครบวงจร กรณีที่ 3.....	111
58	งบกระแสเงินสดรูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐานครบวงจร กรณีที่ 3.....	112
59	งบดุลรูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐานครบวงจร กรณีที่ 3.....	113



สารบัญรูป

รูป		หน้า
1	สถิติผู้เดินทางเที่ยวทั่วโลก ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1960-2010.....	1
2	สถิตินักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศ ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2008-2012.....	2
3	การวิเคราะห์โครงการในแต่ละขั้นตอน.....	9
4	องค์ประกอบ 10 ส่วน ของ Business Model.....	11
5	ลักษณะของพฤติกรรมผู้บริโภค.....	12
6	ขั้นตอนในกระบวนการบริโภค.....	14
7	องค์ประกอบการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.....	23
8	จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว.....	29
9	สัดส่วนบริษัทนำเที่ยวประเทศญี่ปุ่นกับบริษัทนำเที่ยวต่างประเทศ.....	29
10	Five Forces Model of Competition.....	41
11	แผนที่สถานที่ตั้งศูนย์การค้า เซ็นทรัลพลาซ่า แกรนด์ พระราม 9.....	54
12	ผังบริเวณบริษัทรูปแบบบริษัทนำเที่ยว.....	55
13	โครงสร้างกำลังคน.....	57

บทที่ 1

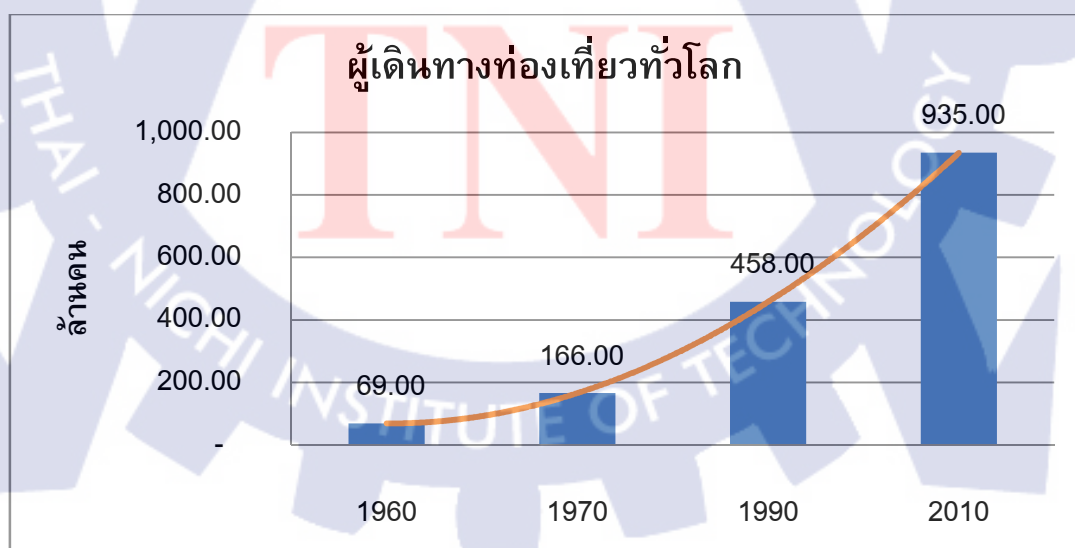
บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคโลกาภิวัตน์ที่สามารถติดต่อสื่อสารกันได้อย่างทั่วถึงกัน กลายเป็นโลกที่ไร้พรมแดน เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ทั้งทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรม การเดินทางท่องเที่ยวที่สามารถทำได้สะดวกสบายและง่ายดาย ทำให้เกิดการเรียนรู้และยอมรับวัฒนธรรมต่าง ๆ จากทั่วทุกมุมโลก ยิ่งมีการเรียนรู้และยอมรับวัฒนธรรม ภาษาของประเทศอื่นมากขึ้นเท่าใด ยิ่งทำให้คนปรารถนาที่จะเดินทางไปสัมผัสประสบการณ์โดยตรงมากขึ้น และเพื่อเปลี่ยนแปลงบรรยากาศที่ซ้ำซากจำเจจากชีวิตทั่ว ๆ ไป ส่งผลให้การท่องเที่ยวเกิดการขยายตัว กลายเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ มีเม็ดเงินหมุนเวียนอยู่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก และเป็นธุรกิจบริการที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจ

องค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ได้สรุปสถานการณ์การท่องเที่ยวไว้ว่า ในปี 1960 มีผู้เดินทางท่องเที่ยวทั่วโลกเพียง 69 ล้านคน ปี 1970 เพิ่มขึ้นเป็น 166 ล้านคน ปี 1990 เพิ่มขึ้นเป็น 458 ล้านคน และปี 2010 ได้เพิ่มขึ้นเป็น 935 ล้านคน

โดยเฉลี่ยการท่องเที่ยวของโลกในช่วง 40 ปีที่ผ่านมา มีอัตราการนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นประมาณ 19 ล้านคนต่อปี และในปี 2020 องค์การการท่องเที่ยวโลกได้คาดการณ์ไว้ว่า จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ จะมีไม่น้อยกว่า 1.6 พันล้านคน โดยแยกเป็นนักท่องเที่ยวระหว่างภูมิภาคประมาณ 1.2 พันล้านคน และนักท่องเที่ยวข้ามทวีปประมาณ 378 ล้านคน



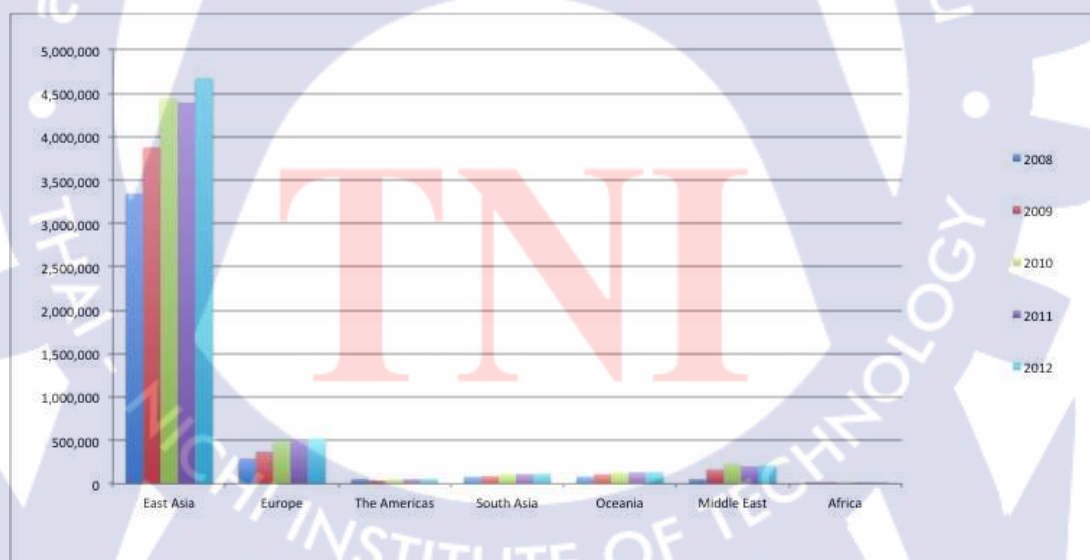
รูปที่ 1 สถิติผู้เดินทางเที่ยวทั่วโลก ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1960-2010

จากข้อมูลสถิติของกรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ระหว่างปี 2008-2012 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีแนวโน้มที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ตารางที่ 1 สถิตินักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศ ตั้งแต่ปี ค.ศ.2008-2012

Destination	2008	2009	2010	2011	2012
East Asia	3,345,218	3,878,471	4,437,826	4,392,862	4,674,719
Europe	290,066	368,803	480,842	498,433	520,080
The Americas	53,802	37,998	54,006	54,097	56,428
South Asia	80,917	86,180	109,825	112,280	115,832
Oceania	81,012	108,713	126,620	131,701	135,483
Middle East	53,860	164,433	230,219	200,540	210,553
Africa	3,128	7,940	12,111	7,335	8,390
Total	3,908,003	4,652,538	5,454,449	5,397,248	5,721,485

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2556). สรุปสถิติการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศ. ออนไลน์.



รูปที่ 2 สถิตินักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศ ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2008-2012

จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมเดินทางท่องเที่ยว East Asia ซึ่งประกอบด้วย บรูไน กัมพูชา อินโดนีเซีย ลาว มาเลเซีย พม่า ฟิลิปปิน สิงคโปร์ เวียดนาม สาธารณรัฐประชาชนจีน ฮองกง ญี่ปุ่น เกาหลี และไต้หวัน มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ตารางที่ 2 สถิตินักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางไปท่องเที่ยว East Asia ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2008-2012

Destination	2008	2009	2010	2011	2012
Asian					
Brunei	4,845	11,620	15,844	12,590	13,446
Cambodia	30,875	21,842	26,455	26,371	27,374
Indonesia	26,716	42,580	54,762	55,193	57,032
Laos	584,618	891,903	888,812	925,830	965,015
Malaysia	1,287,970	1,553,008	1,772,634	1,801,883	1,919,708
Myanmar	32,954	57,876	71,667	69,266	72,029
Philippines	17,516	11,963	14,778	15,446	16,196
Singapore	252,284	274,987	334,961	344,286	386,341
Vietnam	97,375	100,742	112,982	104,005	106,576
China	346,174	215,382	286,500	285,841	303,796
Hong Kong	228,219	161,922	205,800	210,738	224,606
Japan	210,172	227,181	272,932	191,209	202,015
Korea	95,902	114,766	146,541	150,202	162,366
Taiwan	84,803	126,703	157,419	130,060	146,184
Others	44,795	65,996	74,739	69,942	72,035
Total	3,345,218	3,878,471	4,437,826	4,392,862	4,674,719

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2556). สรุปสถิติการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศ. ออนไลน์.

จากข้อมูลดังที่ได้กล่าวมา ทำให้ผู้ศึกษาเห็นถึงความสำคัญของธุรกิจการให้บริการนำเที่ยวและสนใจลงทุนในธุรกิจนี้ ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงมุ่งที่จะศึกษาถึงรูปแบบธุรกิจการให้บริการนำเที่ยว ตั้งแต่การจัดตั้ง สภาพปัญหาทางธุรกิจ และศึกษาถึงคู่แข่งทางการตลาด เพื่อให้ธุรกิจการให้บริการนำเที่ยวที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น สามารถแข่งขันกับคู่แข่งในอุตสาหกรรมรูปแบบเดียวกันได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

ผู้ศึกษาจึงเกิดแนวคิดที่จะทำการศึกษาถึงความเป็นไปได้ของธุรกิจนำเที่ยวประเทศญี่ปุ่น เพื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของการทำธุรกิจบริษัทนำเที่ยวประเทศญี่ปุ่น

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจบริการนำเที่ยวประเทศญี่ปุ่น
2. เพื่อเลือกรูปแบบธุรกิจ (Business Model) ที่น่าสนใจ
3. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ

ขอบเขตของการศึกษา

เนื้อหาสารนิพนธ์นี้ เป็นการประเมินถึงความเป็นไปได้ของธุรกิจบริการนำเที่ยวที่ยังไม่ได้เริ่มดำเนินการจริง ดังนั้น ในการกำหนดตัวเลขทางการเงินบางตัวในการศึกษาคครั้งนี้ จึงจำเป็นต้องใช้ตัวเลขจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ และการประมาณการตามสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน

ขั้นตอนการศึกษาและการดำเนินการ

1. ศึกษาและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษาความเป็นไปได้
2. ศึกษาและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจบริการนำเที่ยว
3. ดำเนินงานสารนิพนธ์ กำหนดข้อมูลและแหล่งข้อมูล เก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูล หาจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรค ด้วยวิธี SWOT Analysis และค้นหาปัจจัยที่ทำให้ประสบความสำเร็จ (Key Success Factors) ประเมินความเป็นไปได้ทางการเงิน (Financial Feasibility Study) และวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลง

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงความเป็นไปได้ธุรกิจบริการท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น
2. ทำให้แผนการลงทุนมีความน่าเชื่อถือ เข้าใจง่าย และสร้างความมั่นใจให้กับผู้สนใจลงทุน
3. ทำให้ทราบถึงปัจจัยเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจบริการท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น

บทที่ 2

หลักการพื้นฐานและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้ศึกษาจึงได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี หลักการพื้นฐานและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาความเป็นไปได้ธุรกิจบริการนำเที่ยว ซึ่งผู้ศึกษามีรายละเอียดในการศึกษา ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการศึกษาความเป็นไปได้
2. แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบธุรกิจ
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ
5. แนวคิดเกี่ยวกับการกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของการบริการ
6. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการวิเคราะห์สถานการณ์และสภาพแวดล้อมภายในและปัจจัยภายนอก
7. แนวคิดเกี่ยวกับโครงสร้างธุรกิจท่องเที่ยว
8. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการศึกษาความเป็นไปได้

ความหมายของการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการด้านธุรกิจและอุตสาหกรรม (จันทร์ จันทร ; และ ศิริจันทร์ ทองประเสริฐ. 2545 : 2) ระบุว่า การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ หมายถึง การศึกษาเพื่อต้องการทราบผลที่จะเกิดขึ้นจากการดำเนินการตามโครงการนั้น โดยพิจารณาจากศึกษาด้านการตลาด วิศวกรรมและการเงินของโครงการเป็นหลัก ทั้งนี้เพื่อช่วยประกอบการตัดสินใจของผู้ที่คิดจะลงทุนในโครงการนั้นๆ ในการศึกษาความเป็นไปได้ดังกล่าว จะต้องบอกรายละเอียด และวิเคราะห์สิ่งที่จำเป็นที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการผลิตรวมทั้งทางเลือกอื่นๆ ของการผลิตด้วย นอกจากนี้จะต้องระบุกำลังการผลิตและสถานที่ตั้งโครงการที่เหมาะสม การใช้เทคโนโลยีในการผลิตแบบใด มีค่าใช้จ่ายในการลงทุนและดำเนินกิจการเพียงไร ทั้งนี้เพื่อให้ได้ผลตอบแทนการลงทุนให้มากที่สุด

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการเป็นเพียงขั้นตอนในระยะก่อนการลงทุนของวงจรพัฒนาโครงการ (Project Development Cycle) ซึ่งเป็นวงจรที่บอกขั้นตอนการดำเนินงานต่างๆ ในการบริหารโครงการเป็นลำดับขั้น ตั้งแต่ความคิดที่จะมีโครงการจนกระทั่งระยะเริ่มดำเนินการผลิต

ขั้นตอนต่างๆ ในวงจรพัฒนาโครงการ แบ่งออกเป็นดังนี้

1. ระยะก่อนการลงทุน (Pre-Investment Phase) ได้แก่ การศึกษาสถานการณ์ทั่วๆ ไป เพื่อพิจารณาว่า โครงการใดควรลงทุน เมื่อเลือกโครงการได้แล้วจึงจะทำการศึกษาความเป็นไปได้ หลังจากนั้นจึงประเมินผลโครงการและตัดสินใจลงทุนต่อไป

2. ระยะลงทุน (Investment Phase) ได้แก่ การออกแบบทางด้านวิศวกรรมต่างๆ การติดต่อทำสัญญา การก่อสร้าง การรับสมัครพนักงาน และการจัดการฝึกอบรมพนักงาน เป็นต้น

3. ระยะดำเนินการ (Operational Phase) เป็นระยะสุดท้ายหลังจากที่ผู้ริเริ่มโครงการได้ลงทุนไปในโครงการแล้ว หลังจากนั้นผู้ริเริ่มโครงการมีหน้าที่ดำเนินการให้เป็นไปตามแผนและติดตามผลงานเป็นระยะๆ จนกว่าจะสิ้นสุดโครงการ

ผลของการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุน จะมีประโยชน์ต่อผู้ริเริ่มโครงการเป็นอย่างมาก เพราะจะเป็นสิ่งที่จะช่วยในการตัดสินใจ และทำให้ทราบถึงความเสี่ยงต่อความผิดพลาดต่างๆ และสามารถลดความเสี่ยงดังกล่าวให้เหลือน้อยที่สุด

โครงสร้างการศึกษาความเป็นไปได้สำหรับโครงการ

การศึกษาความเป็นไปได้โครงการ โดยทั่วไปจะทำการศึกษาคอบคลุม 4 ด้านด้วยกัน คือ ด้านการตลาด ด้านวิศวกรรม ด้านการบริหารจัดการ และด้านการเงิน ดังนี้

1. ด้านการตลาด การศึกษาด้านการตลาดจะครอบคลุมปัจจัยทางการตลาด และแผนทางการตลาดต่างๆ ทั้งการพิจารณาถึงความต้องการสินค้าหรือบริการมีมากน้อยเพียงใด คู่แข่งขันในตลาดเป็นอย่างไร ราคาที่ตั้งไว้เป็นอย่างไร รูปแบบส่วนผสมทางการตลาดเป็นอย่างไร แผนการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างไร โดยผลการศึกษาในด้านนี้จะเป็นตัวบ่งชี้ถึงความอยู่รอดของโครงการ ดังนั้นการดำเนินการศึกษาความเหมาะสมหรือความเป็นไปได้ของโครงการลงทุนต่างๆ จึงมุ่งเน้นในด้านการตลาดก่อนเป็นอันดับแรก หากผลชี้วัดโครงการดังกล่าวมีตลาดรองรับสินค้า หรือบริการของเราแล้ว จึงค่อยทำการศึกษาความเหมาะสมของโครงการในลักษณะอื่นๆ เช่น ด้านวิศวกรรม ด้านการเงิน ต่อไป

2. ด้านวิศวกรรม การศึกษาในด้านนี้จะทำให้ทราบถึงขนาดกำลังการผลิตที่เหมาะสมว่าควรเป็นอย่างไร กระบวนการผลิตที่เหมาะสมเป็นอย่างไร มีขั้นตอนการผลิตอย่างไร สถานที่ตั้งโรงงานอยู่ที่ไหน การวางผังโรงงานควรเป็นอย่างไร แผนการก่อสร้างโรงงานจะดำเนินการตามขั้นตอนอย่างไร โดยการศึกษาในด้านนี้จะดูถึงกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิต หรือการบริการของธุรกิจที่จะลงทุนโดยเฉพาะ

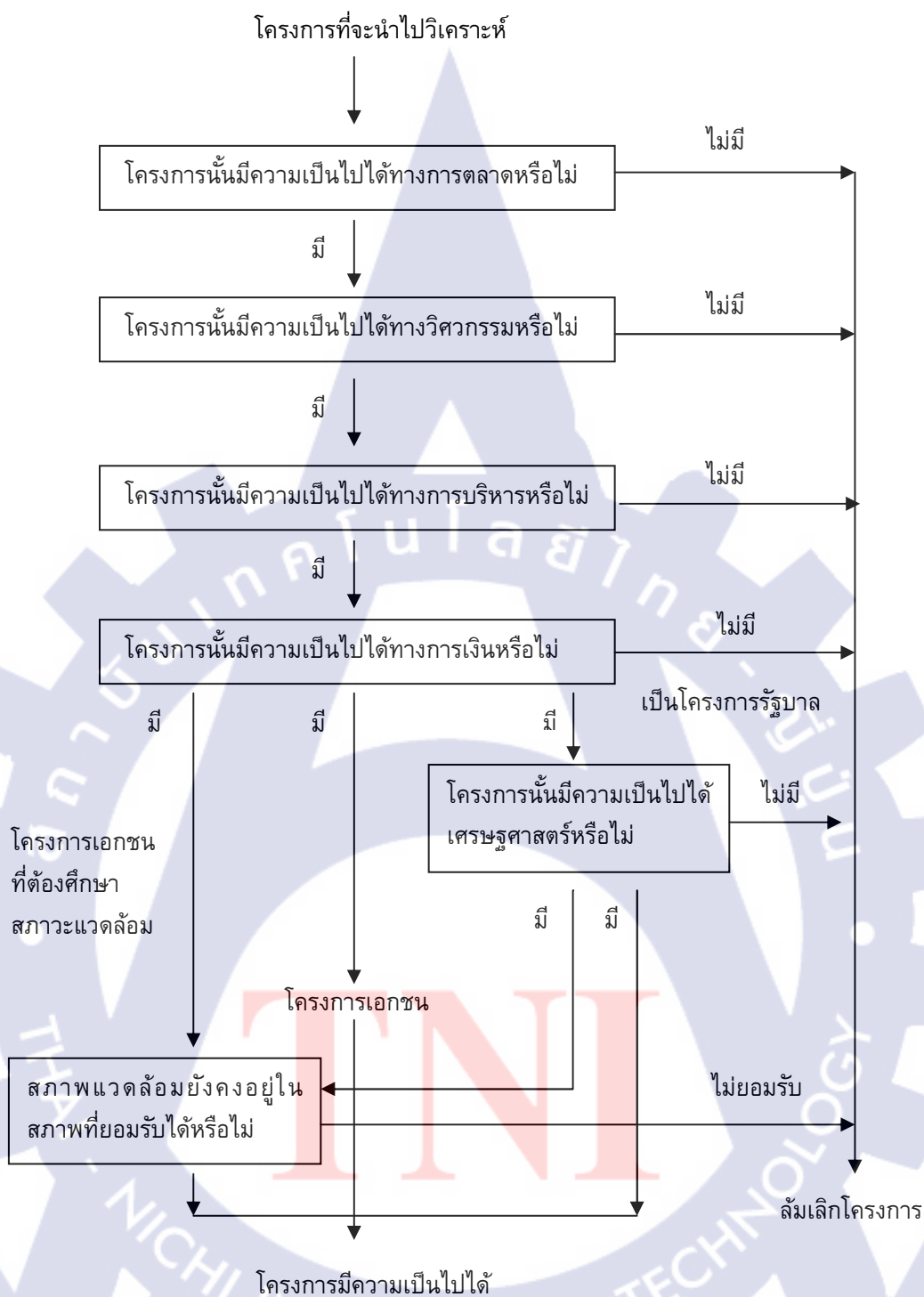
3. ด้านการบริหารจัดการ การศึกษาในด้านนี้จะศึกษาถึงการใช้ทรัพยากรต่างๆ ที่มีอยู่อย่างเหมาะสมและสมบูรณ์ที่สุด เพื่อให้การดำเนินโครงการบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ด้วยความเรียบร้อย ตามแผนงานที่วางไว้ เกิดการประสานงานอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลสูงสุด

4. ด้านการเงิน การศึกษาด้านนี้จะต้องอาศัยข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ด้านการตลาด และด้านวิศวกรรม ว่าจำนวนเงินที่จำเป็นต้องใช้ในการลงทุนทั้งหมดเท่าไร มีค่าใช้จ่ายในการลงทุนแต่ละด้านเท่าไร โครงการนี้จะคืนทุนภายในกี่ปี จุดคุ้มทุนอยู่ที่จุดใด ผลตอบแทนการลงทุนที่คาดว่าจะได้รับในแต่ละปีเท่าไร ผลตอบแทนการลงทุนตลอดอายุของโครงการเป็นเท่าไร เพื่อเปรียบเทียบกับผลตอบแทนที่คาดหวัง หรือต้นทุนทางการเงิน เพื่อดูว่าโครงการนั้นๆ เป็นไปได้ทางการเงินหรือไม่

การศึกษาทั้งสามประการนี้จะเกี่ยวเนื่องกับการศึกษาด้านอื่นๆ อีก เช่น ด้านการบริหาร การจัดการองค์กรและบุคลากร ด้านภาษีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับโครงการ นอกจากนี้แล้ว ยังจะต้องมีการวิเคราะห์ผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับสังคมโดยส่วนรวมด้วยว่าเป็นอย่างไร

โดยกรอบการวิเคราะห์โครงการในแต่ละขั้นตอนสามารถอธิบายได้ดังรูปภาพนี้





รูปที่ 3 การวิเคราะห์โครงการในแต่ละขั้นตอน

ที่มา : จันทนา จันทโร ; และ ศิริจันทร์ ทองประเสริฐ. (2545). การศึกษาความเป็นไปได้โครงการด้านธุรกิจและอุตสาหกรรม. หน้า 11.

แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบธุรกิจ

ศรัณยพงศ์ เทียงธรรม (2551) ได้ให้ความหมายของรูปแบบธุรกิจ (Business Model) ไว้ว่า รูปแบบธุรกิจ คือ รายละเอียดเกี่ยวกับความมุ่งหมายของธุรกิจ สิ่งที่น่าเสนอลูกค้า กลยุทธ์ โครงสร้างพื้นฐานที่สนับสนุนให้เกิดธุรกิจขึ้นได้ จนถึงเรื่องโครงสร้างองค์กร วิธีการการค้า และกระบวนการด้านการปฏิบัติการและนโยบาย องค์ประกอบของรูปแบบธุรกิจประกอบด้วย

1. โครงสร้างพื้นฐานของธุรกิจ Infrastructure

1.1 Capabilities and Competencies หมายถึง ความสามารถอันโดดเด่นที่จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจตาม Business Model

1.2 Partner Network หมายถึง เครือข่าย หรือ Alliances พันธมิตรธุรกิจ

1.3 Value Configuration หมายถึง คุณค่าจากผลประโยชน์ร่วมที่ทุกฝ่ายใน Business Model จะได้รับ

2. คุณค่าส่วนที่เสนอให้ลูกค้า Offer จะให้ความสำคัญถึง Values หรือ Value Propositions ที่เสนอต่อลูกค้า เช่น เสนอความสะดวกสบายขึ้น รวดเร็วกว่า หรือลดความเสี่ยงของลูกค้าได้ เป็นต้น หรือธุรกิจนี้แก้ปัญหาอะไรให้ลูกค้า

3. ช่องทางการตลาด Marketing Channels

3.1 Distribution Channels ช่องทางการขาย ช่องทางการกระจายผลิตภัณฑ์

3.2 Communication Channels ช่องทางการสื่อสารถึงกลุ่มเป้าหมาย

4. ลูกค้าที่ธุรกิจมุ่งสร้างความพึงพอใจให้ Target Customer

4.1 Target Customer กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

4.2 Customer Relationship แนวทาง ตลอดจนวิธีในการสร้างความสัมพันธ์กับ

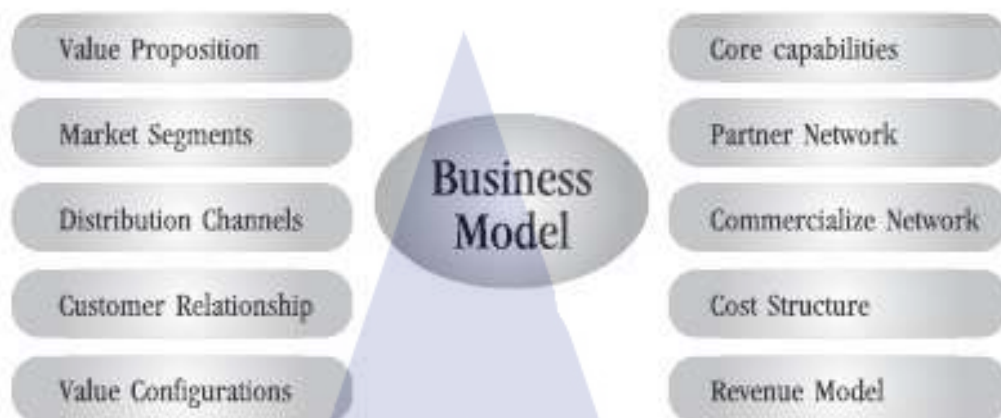
ลูกค้า

5. การเงิน Finance

5.1 Cost Structure โครงสร้างต้นทุนของธุรกิจในทุกด้านที่สำคัญ

5.2 Revenue Streams รายรับ และความต่อเนื่องของรายรับ

ศศิ คล่องพยาบาล (2550) ได้ให้คำจำกัดความของแผนธุรกิจว่า เอกสารซึ่งแสดงถึงการวางแผนของธุรกิจ โดยมีข้อมูลและรายละเอียดของธุรกิจ รวมถึงวิธีการและกระบวนการในการดำเนินการของธุรกิจในทุกด้าน ที่ได้ผ่านการวางแผนขึ้นตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของธุรกิจนั้น รวมถึงแสดงให้เห็นถึงผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นของธุรกิจจากวิธีการและกระบวนการ ในการดำเนินการของธุรกิจที่ได้กำหนดขึ้น องค์ประกอบ 10 ประการ ที่แผนธุรกิจควรมี



รูปที่ 4 องค์ประกอบ 10 ส่วนของ Business Model

ที่มา : ศติ คล่องพยาบาล. (2550). จากแนวคิด สู่...แผนธุรกิจ **Business Model to Business Plan**. ออนไลน์.

1. Value Proposition สินค้าหรือบริการของธุรกิจสามารถสร้างอรรถประโยชน์ (Utility) หรือ สามารถตอบสนองความพึงพอใจ (Satisfaction) ให้กับลูกค้า ได้อย่างไร
2. Market Segments กลุ่มลูกค้าที่มีลักษณะทั่วไป หรือมีคุณลักษณะที่เหมาะสมกับ สินค้าหรือบริการของธุรกิจ ในการที่จะสร้างอรรถประโยชน์ (Utility) หรือสามารถตอบสนองความพึงพอใจ (Satisfaction) ของธุรกิจ สินค้า หรือบริการให้กับลูกค้าได้
3. Distribution Channels วิธีการในการที่ธุรกิจจะเข้าตลาด ซึ่งจะรวมความถึงการดำเนินการทางการตลาด และกลยุทธ์ในการกำหนดช่องทางการจัดจำหน่ายที่สร้างความสะดวกให้กับลูกค้าเป้าหมาย
4. Customer Relationship วิธีการเชื่อมโยงในความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจกับลูกค้าที่แตกต่างกันในตลาด กระบวนการในการจัดการความสัมพันธ์ในความสัมพันธ์นี้ จะหมายรวมถึง การบริหารจัดการความสัมพันธ์ของลูกค้า (Customer Relationship Management) ด้วย
5. Value Configurations วิธีการในการจัดสรรทรัพยากรของธุรกิจ เช่น ที่ดิน อาคาร เครื่องจักร อุปกรณ์ บุคลากร เงินทุน รวมถึงกิจกรรมในการดำเนินการต่างๆ ของธุรกิจที่กำหนดขึ้น ในการสร้างคุณค่าของธุรกิจ สินค้าหรือบริการของธุรกิจให้เป็นที่ยอมรับต่อลูกค้า
6. Core Capabilities ความสามารถและปัจจัยสำคัญในการดำเนินการของธุรกิจ สำหรับ Business Model ที่ธุรกิจกำหนดขึ้น
7. Partner Network เครือข่ายความร่วมมือระหว่างธุรกิจกับธุรกิจอื่น หรือ บุคคลภายนอกที่จำเป็นในการดำเนินการในการสร้างคุณค่าของธุรกิจ สินค้า หรือบริการอย่างมี

ประสิทธิภาพ เช่น ผู้ออกแบบ ผู้ผลิตสินค้า ผู้พัฒนาและวิจัย ผู้ผลิตชิ้นส่วนต่างๆ ของสินค้าหรือบริการ เป็นต้น

8. Commercialize Network เครือข่ายความร่วมมือระหว่างธุรกิจกับธุรกิจอื่นหรือบุคคลภายนอกในการดำเนินการทางการพาณิชย์ของธุรกิจ เช่น Supplier Dealer Distributor Retailer Creditor เป็นต้น

9. Cost Structure โครงสร้างของต้นทุนค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกิดขึ้นในการดำเนินการของธุรกิจ

10. Revenue Structure วิธีการหรือที่มาของรายได้ของธุรกิจ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับบุคคลหรือกลุ่มในการจัดหา การเลือกสรร การซื้อ การให้ และการจัดการภายหลังการบริโภคผลิตภัณฑ์หรือบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในช่วงเวลาหนึ่งๆ (ปณิศา มีจินดา. 2553 : 10 ; อ้างอิงจาก Solomon. 2009 : 33 ; Hoyer ; and MacInnis. 2010 : 3)

พฤติกรรมผู้บริโภคจะเกี่ยวข้องกับความรู้สึกและการจัดการ ความรู้สึกเป็นความต้องการด้านจิตวิทยาอันเกิดจากขั้นตอนการตัดสินใจในการบริโภค ผู้บริโภคต้องมีการจัดการตามขั้นตอนของกระบวนการบริโภคด้วย ซึ่งลักษณะของผู้บริโภคมีดังนี้



รูปที่ 5 ลักษณะของพฤติกรรมผู้บริโภค

ที่มา : ปณิศา มีจินดา. (2553). พฤติกรรมผู้บริโภค. หน้า 10.

1. พฤติกรรมผู้บริโภคจะเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจหลายประการ (Consumer Behavior Involves Many Decision) พฤติกรรมผู้บริโภคจะเกี่ยวข้องกับการทำความเข้าใจในการตัดสินใจว่าจะซื้อหรือไม่ (Whether) ทำไมจึงซื้อ (Why) ซื้อเมื่อใด (When) ซื้อที่ไหน (Where) ซื้ออย่างไร (How) ซื้อเท่าใด (How Much) ซื้อบ่อยเท่าใด (How Often) ใช้เวลายาวนานเท่าใด (How Long) ในการจัดหา การใช้ และการกำจัดผลิตภัณฑ์

2. พฤติกรรมผู้บริโภคจะเกี่ยวข้องกับการบวนการบริโภค (Consumer Behavior Involves Consumption Process) ซึ่งส่วนของการบริโภค มีดังนี้ (1) การจัดหาผลิตภัณฑ์ (Acquisition) เป็นขั้นตอนที่เกี่ยวข้องกับการพยายามหาซื้อผลิตภัณฑ์ (2) การใช้ผลิตภัณฑ์ (Usage) เป็นกระบวนการที่ผู้บริโภคใช้ผลิตภัณฑ์ เช่น รับประทาน สวมใส่ ใช้บริการต่างๆ เป็นต้น (3) การกำจัดผลิตภัณฑ์ภายหลังการบริโภค (Disposition) เป็นการที่ผู้บริโภคทิ้ง หรือ เก็บสินค้าไว้ใช้ซ้ำ

3. พฤติกรรมผู้บริโภคจะเกี่ยวข้องกับการสินค้า บริการ กิจกรรม ประสบการณ์ บุคคล และความคิด (Consumer Behavior Involves Goods, Service, Activities, Experiences, People and Ideas) ดังนั้น สิ่งที่นักการตลาดนำเสนอเพื่อให้เกิดการบริโภคนั้น จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ กิจกรรม ประสบการณ์ บุคคล และความคิด

4. พฤติกรรมผู้บริโภคจะเกี่ยวข้องกับคนหลายคน (Consumer Behavior Can Involve Many People) พฤติกรรมผู้บริโภคอาจเป็นกิจกรรมของบุคคลหนึ่งหรือเป็นกลุ่มบุคคล เช่น กลุ่มครอบครัว กลุ่มเพื่อน โดยมีกิจกรรมร่วมกัน เช่น การรับประทานอาหารร่วมกัน การฉลองวันเกิด การตัดสินใจซื้อรถยนต์ ซึ่งต้องมีผู้ร่วมตัดสินใจหลายคน โดยมีหน่วยการตัดสินใจ (Decision-Making Units) ซึ่งประกอบด้วย ผู้รวบรวมข้อมูล (Information Gatherer) ผู้มีอิทธิพล (Influencer) ผู้ตัดสินใจ (Decider) ผู้ซื้อ (Purchaser) และผู้ใช้ (User)

5. พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นกระบวนการที่เป็นกลไกที่มีการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลง (Consumer Behavior is a Dynamic Process) เป็นกิจกรรมที่เปลี่ยนแปลงขั้นตอนที่ต่อเนื่องของการจัดหา การบริโภค และการกำจัดผลิตภัณฑ์ ซึ่งเกิดขึ้นในช่วงเวลาที่เป็นลำดับขั้นตอนโดยเวลาที่ใช้อาจเป็นชั่วโมง วัน สัปดาห์ เดือน หรือปี

ขั้นตอนในกระบวนการบริโภค (Stages In The Consumption Process)

ขั้นตอนในกระบวนการบริโภคประกอบด้วยขั้นตอนต่างๆ ดังนี้ ขั้นตอนก่อนการซื้อ ขั้นการซื้อ และขั้นภายหลังการซื้อ (ปณิศา มีจินดา. 2553 : 12 ; อ้างอิงจาก Solomon. 2009 :

ทัศนะของผู้บริโภค (Consumer's Perspective)

1. ขั้นก่อนการซื้อ (Prepurchase Stage)

- 1.1 ผู้บริโภคมีวิธีการตัดสินใจ เมื่อเขาต้องการผลิตภัณฑ์อย่างไร
- 1.2 มีแหล่งข้อมูลที่ดีเกี่ยวกับทางเลือกต่างๆ เพิ่มเติมอะไรบ้าง



2. ขั้นการซื้อ (Purchase Stage)

- 2.1 ในการจัดหาผลิตภัณฑ์มีประสบการณ์ที่ดีหรือไม่อย่างไร
- 2.2 จากการซื้อได้บอกผู้บริโภคอะไรบ้าง



3. ขั้นภายหลังการซื้อ (Postpurchase Stage)

- 3.1 ผลิตภัณฑ์ได้ส่งมอบความพอใจ หรือผลการดำเนินงานตรงตามหน้าที่ที่กำหนดไว้หรือไม่อย่างไร
- 3.2 ผลิตภัณฑ์ที่ใช้แล้วสร้างปัญหาให้กับสิ่งแวดล้อมหรือไม่อย่างไร

รูปที่ 6 ขั้นตอนในกระบวนการบริโภค

ที่มา : ปณิศา มีจินดา. (2553). พฤติกรรมผู้บริโภค. หน้า 12.

1. ขั้นก่อนการซื้อ (Prepurchase Stage) เป็นขั้นตอนในการจัดหาผลิตภัณฑ์ ซึ่งผู้บริโภคจะเริ่มต้นด้วย (1) พิจารณาว่าจะตัดสินใจซื้ออย่างไร (How) (2) มีแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับทางเลือกต่างๆ อะไรบ้าง (What)

2. ขั้นการซื้อ (Purchase Stage) และการบริโภค (Consumption Stage) เป็นขั้นที่ผู้บริโภคมีการตัดสินใจซื้อและการใช้ผลิตภัณฑ์ โดยเกี่ยวข้องกับคำถามที่ว่า จะซื้อหรือไม่ (Whether) ทำไมจึงซื้อ (Why) ซื้อเมื่อใด (When) ซื้อที่ไหน (Where) ซื้ออย่างไร (How) ซื้อเท่าใด (How Much) ซื้อบ่อยเท่าใด (How Often) ใช้เวลายาวนานเท่าใด (How Long) ในการจัดหาการใช้ และการกำจัดผลิตภัณฑ์

3. ขั้นภายหลังการซื้อ (Postpurchase Stage) เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นภายหลังการซื้อที่สำคัญประกอบด้วย (1) ผู้บริโภคมีความพึงพอใจ (Satisfaction) ว่าผลิตภัณฑ์ได้ทำงาน

ตามหน้าที่ที่กำหนดไว้หรือไม่อย่างไร (How) (2) ผลกระทบสร้างปัญหาให้กับสิ่งแวดล้อมหรือไม่อย่างไร ซึ่งความพึงพอใจจะส่งผลต่อความผูกพันด้านความสัมพันธ์อันดี (Relationship Commitment) ความภักดี (Loyalty) การบอกต่อเชิงบวก (Positive Word of Mouth) การต่อต้านการเปลี่ยนไปใช้ตราของคู่แข่ง (Resistance to Change) ความตั้งใจซื้อในอนาคต (Intention to Buy in the Future)

ลักษณะของความต้องการและพฤติกรรม

ลักษณะของความต้องการและพฤติกรรมของลูกค้าโดยทั่วไป สรุปได้ดังนี้

1. ความต้องการและพฤติกรรมของลูกค้าในแต่ละคนไม่เหมือนกัน ลูกค้าแต่ละคนมีความต้องการ และพฤติกรรมไม่เหมือนกัน แม้แต่คนที่ฝาแฝดกันยังมีความต้องการและพฤติกรรมที่ไม่เหมือนกัน พฤติกรรมของผู้บริโภคแตกต่างกันมากขึ้น หากมีวัฒนธรรมเข้ามาเกี่ยวข้องหรือลูกค้าอาศัยอยู่ในประเทศที่แตกต่างกัน เช่น ในการท่องเที่ยวต่างประเทศนักท่องเที่ยวชาวไทยชอบการช้อปปิ้ง ไม่ชอบตากแดด หรือการเดินทางธรรมชาติและวัตถุโบราณในทางตรงข้ามนักท่องเที่ยวชาวตะวันตกชอบการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ และชอบศึกษาวัฒนธรรมมากกว่าการเดินทางช้อปปิ้ง
2. ความต้องการและพฤติกรรมของลูกค้าสามารถจัดเป็นกลุ่มได้ เมื่อมีลูกค้าหลายรายที่มีความต้องการเหมือนกัน ทำให้เกิดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
3. ความต้องการและพฤติกรรมของลูกค้าเปลี่ยนแปลงได้ ลูกค้ามีความต้องการ มีพฤติกรรมไม่คงที่และเปลี่ยนแปลงเสมอ ในอนาคตความต้องการของลูกค้าอาจเปลี่ยนแปลงไป
4. พฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งจะเปลี่ยนไป หากมีบริการใหม่ที่ตรงกับความต้องการมากขึ้นมาตอบสนอง หากพิจารณามองย้อนกลับไปในอดีต พบว่าพฤติกรรมของลูกค้ามีการเปลี่ยนแปลงอย่างมาก เมื่อพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งของลูกค้าเปลี่ยนไป บริการเดิมไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ ลูกค้าย่อมเปลี่ยนไปหาสิ่งใหม่ที่มาทดแทน
5. ลูกค้ายังมีความต้องการไม่สิ้นสุดหรือไม่จำกัด ลูกค้ามีความต้องการมากขึ้นเรื่อยๆ และมีความอยากที่ไม่สิ้นสุด
6. บ่อยครั้งที่ลูกค้าไม่สามารถบอกความต้องการตนเองได้ ลูกค้ามีความต้องการและพฤติกรรมขึ้นอยู่กับอารมณ์และสถานการณ์ต่างๆ บางครั้งลูกค้าไม่สามารถบอกความต้องการที่แท้จริงของตนได้
7. ความต้องการและพฤติกรรมที่แอบแฝง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ

การบริการ หมายถึง กิจกรรมของกระบวนการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตน (Intangible Goods) ของธุรกิจให้กับผู้รับบริการ โดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนั้นจะต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการจนนำไปสู่ความพึงพอใจ

แนวคิดเกี่ยวกับความแตกต่างระหว่าง “สินค้าบริการ” กับ “สินค้าผลิตภัณฑ์”

สมวงศ์ พงศ์สถาพร (2551 : 29) ได้ให้ความหมายของความแตกต่างระหว่าง “สินค้าบริการ” กับ “สินค้าผลิตภัณฑ์” เนื่องจากมีส่วนประกอบของ “สินค้าบริการ” และ “สินค้าผลิตภัณฑ์” ที่แตกต่างกันออกไป ดังนี้

1. ลูกค้าไม่สามารถเป็นเจ้าของบริการได้ แต่สามารถเข้าใช้ชั่วคราวได้ เช่น เข้าห้องพักโรงแรม เช่ารถยนต์ หรือการจ้างแรงงานที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะ อาทิ ศัลยแพทย์ ผ่าตัดสมองไปจนถึง แม่บ้านทำความสะอาด จะเห็นได้ว่า สินค้าบริการมักจะคิดจากเวลาของการให้บริการลูกค้า

2. สินค้าบริการเป็นมูลค่าเพิ่มที่มาจากผลงานของสินค้าที่จับต้องได้ เช่น ธุรกิจโรงแรม ประกอบด้วย ห้องพัก ภัตตาคาร การชักรีด แต่สินค้าทางกายภาพที่กล่าวมานี้ เมื่อนำมาประกอบเข้าด้วยกันกับการบริการของโรงแรมจะทำให้มูลค่าห้องพักมีราคาสูงขึ้นทั้งนี้ คอตเลอร์ ได้แบ่งกลุ่มบริการและผลิตภัณฑ์ ดังนี้ (1) สินค้าผลิตภัณฑ์ล้วนๆ เช่น สบู่ ยาสีฟัน (2) สินค้าที่จับต้องได้ใช้ร่วมกันกับการบริการ เช่น การเช่ารถยนต์ (3) สินค้าที่มีความเป็นผลิตภัณฑ์กับการให้บริการอย่างละครึ่ง เช่น ร้านอาหาร (4) สินค้าที่เน้นการให้บริการเป็นส่วนมาก โดยมีผลิตภัณฑ์เป็นส่วนประกอบเท่านั้น เช่น สายการบิน (5) สินค้าบริการล้วนๆ ได้แก่ บริการรับจ้างเลี้ยงเด็ก จิตแพทย์

3. การยินยอมให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในกระบวนการให้บริการด้วย เช่น การถอนเงินจากเครื่องเอทีเอ็ม การตัดผม การศึกษา การรักษาพยาบาล ลูกค้าที่เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการให้บริการเหล่านี้จะถูกดูแลในขณะที่ผลิตสินค้าบริการไปพร้อมๆ กัน ถ้าในระหว่างการผลิตลูกค้าไม่ได้รับการเอาใจใส่ที่ดีลูกค้าก็จะไม่พอใจ เพราะฉะนั้นสถานที่ให้บริการและเวลาที่เหมาะสมจึงต้องตรงกับความต้องการของลูกค้าไปด้วย พร้อมๆ กับการเอาใจใส่ของพนักงานที่ให้บริการ

4. ลูกค้าคนอื่นเป็นส่วนหนึ่งของการบริการได้ นอกจากการที่พนักงานบริการเป็นส่วนหนึ่งของการแสดงกระบวนการบริการแล้ว ในบางครั้งลูกค้าคนอื่นที่มาร่วมใช้บริการก็มีส่วนทำให้ลูกค้าที่มาใช้บริการพอใจหรือไม่พอใจด้วย เช่น ขณะที่ลูกค้านั่งชมภาพยนตร์ แต่ปรากฏว่ามีลูกค้าอีกคนหนึ่งพูดโทรศัพท์มือถือเสียงดังรบกวนการชมภาพยนตร์ เป็นผลให้ลูกค้าคนอื่นอาจไม่พอใจได้ ฝ่ายบริหารจึงจำเป็นต้องเอาใจใส่ คอยควบคุมมิให้เกิดการรบกวนทำนองนี้อีก

5. การควบคุมคุณภาพและมาตรฐานให้สม่ำเสมอได้ยาก เนื่องจากการให้บริการโดยบุคคลมีใช้เครื่องจักร จึงทำให้มีโอกาสผิดพลาดได้สูง และโดยเฉพาะบริการบางประเภทที่ลูกค้ามีส่วนร่วมในกระบวนการผลิตการบริการด้วย ยิ่งทำให้ยากต่อการควบคุมคุณภาพการผลิต คุณภาพบริการ และบริการที่มีมาตรฐาน

6. ลูกค้าประเมินคุณสมบัติของสินค้าบริการได้ยาก สินค้าทั่วไปสามารถประเมินคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ก่อนตัดสินใจซื้อได้ง่าย เช่น ดูสี รูปร่าง ราคา ขนาด แต่สินค้าบริการต้องใช้ประสบการณ์ที่เคยสัมผัสมาเป็นตัวตัดสิน หรือบางที่ตัดสินใจใช้บริการไปแล้วก็ยังประเมินได้ยากกว่า คุณภาพบริการเป็นไปตามที่ต้องการหรือไม่ เนื่องจากงานบริการมีขั้นตอนการผลิตที่ซับซ้อนอยู่หลังฉาก โดยที่ลูกค้าไม่เห็นหรือรับรู้ เช่น การผ่าตัด หรือที่ปรึกษาทางการเงิน บริษัทที่ให้บริการเหล่านี้จำเป็นที่จะต้องสร้างภาพลักษณ์ให้น่าเชื่อถือ มีจรรยาต่อวิชาชีพ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกไว้วางใจ ซึ่งจะก่อให้เกิดปฏิกิริยาบอกต่อกันแบบปากต่อปาก หรือ Word of Mouth (WoM) กระจายออกไปด้วย

7. สินค้าบริการไม่สามารถผลิต หรือเก็บในคลังสินค้าได้ เนื่องจากการบริการเป็นผลการปฏิบัติงาน (Performance) ที่มี “ความสด” จึงไม่สามารถเก็บไว้ในสต็อกเหมือนสินค้าทั่วไปได้ ฉะนั้น ในช่วงที่มีลูกค้ามาใช้บริการมากๆ ลูกค้าจะต้องรอคิว ซึ่งอาจทำให้ลูกค้าไม่พอใจได้ หน้าที่ของการตลาดบริการจะต้องบริหารจัดการเรื่องข้อจำกัดของการผลิตสินค้าบริการให้เหมาะสมกับปริมาณความต้องการของลูกค้าในช่วงเวลาชั่วโมงเร่งด่วนอย่างเพียงพอ เช่น รถไฟฟ้าขนส่งมวลชนจะต้องมีขบวนรถมากพอในช่วงเช้าและเย็นที่มีการเดินทางหนาแน่น ขณะที่ต้องคอยบริการปล่อยรถ มิให้มีมากเกินไปในช่วงที่มีปริมาณความต้องการน้อย

8. เวลาเป็นปัจจัยสำคัญของคุณภาพบริการ ลูกค้าที่มาใช้บริการมักจะต้องมาด้วยตนเอง ทำให้เสียเวลา ถ้าลูกค้ารู้สึกว่าการทำให้เสียเวลามากเกินกว่าที่ตัวเองคาดหวังไว้ก็จะไม่พอใจ ฉะนั้น จึงมีลูกค้าบางคนที่ยอมจ่ายค่าบริการสูงขึ้น เพื่อรับบริการที่รวดเร็ว นอกจากนี้การบริการบางอย่างจึงมักจะต้องยืดชั่วโมงการทำงานออกไปให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า อาทิ การให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง หรือ 7 วันต่อสัปดาห์ไม่มีวันหยุด ด้วยเหตุนี้ เวลาที่จะต้องผลิตบริการส่งให้ลูกค้าจึงเป็นปัจจัยสำคัญ ลูกค้าทั่วไปมักคาดหวังถึงระยะเวลาที่ตนเองควรได้รับบริการ เช่น การรอคิวหน้าเคาน์เตอร์ที่ธนาคาร ลูกค้ารอได้ไม่เกิน 15 นาที ถ้านานกว่านี้ลูกค้าจะรู้สึกว่า ธนาคารนี้บริการไม่ดี

9. สินค้าบริการมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลายกว่าสินค้าปกติ แต่ก่อนการบริการมีข้อจำกัดทางด้านการกระจายช่องทางการจัดจำหน่ายที่ไม่สามารถขยายการบริการออกไปได้รวดเร็ว กว้างขวาง เพราะการบริการต้องใช้พนักงานที่ได้รับการฝึกมาอย่างดี เพื่อผลิตงานบริการให้กับลูกค้า เช่น ร้านตัดผม แต่ในปัจจุบันด้วยเทคโนโลยีทางอินเทอร์เน็ตและการสื่อสาร ทำให้สินค้าบริการบางชนิดที่เป็น “องค์ความรู้ที่ใช้ข้อมูลเป็นฐาน” (Database

Knowledge) สามารถกระจายการบริการผ่านทางการสื่อสารหรือหรือทางอินเทอร์เน็ตได้ โดยไม่ถูกจำกัดด้วยพื้นที่ทางด้านภูมิศาสตร์อีกต่อไป เช่น การโอนเงินทางโทรศัพท์ เป็นต้น

เอนกลา สุธินันท์ (2554) ได้ให้ความหมายของการบริการไว้ว่า การสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าโดยการให้ความสะดวกสบาย

แนวคิดเกี่ยวกับการกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของการบริการ

ส่วนประสมทางการตลาดของตลาดบริการจะมีความแตกต่างจากส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าทั่วไป กล่าวคือ จะต้องมีการเน้นถึงพนักงาน กระบวนการในการให้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ซึ่งทั้งสามส่วนประสมเป็นปัจจัยหลักในการส่งมอบบริการ ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดของการบริการจึงประกอบด้วย 7Ps ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด พนักงาน กระบวนการให้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ดังนี้ (ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. 2546 : 63-83 ; อ้างอิงจาก Payne. 1993)

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) บริการเป็นผลิตภัณฑ์อย่างหนึ่ง แต่เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีตัวตน (Intangible Product) ไม่สามารถจับต้องได้ มีลักษณะเป็นอาการนาม ไม่ว่าจะเป็นความสะดวก ความรวดเร็ว ความสบายตัว ความสบายใจ การให้ความเห็น การให้คำปรึกษา เป็นต้น โดยคุณภาพของบริการจะประกอบมาจากหลายปัจจัยด้วยกัน ทั้งความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ของพนักงาน ความทันสมัยของอุปกรณ์ ความรวดเร็วและต่อเนื่องของขั้นตอนการส่งมอบบริการ ความสวยงามของอาคารสถานที่ รวมถึงอัธยาศัยไมตรีของพนักงานทุกคน

2. ราคา (Price) ราคาเป็นสิ่งที่กำหนดรายได้ของกิจการ กล่าวคือ การตั้งราคาสูงจะทำให้ธุรกิจมีรายได้สูงขึ้น การตั้งราคาต่ำก็จะทำให้รายได้ของธุรกิจนั้นต่ำ ซึ่งอาจจะนำไปสู่สถานะขาดทุนได้ การตั้งราคาไม่ได้หมายความว่าธุรกิจหนึ่งจะตั้งราคาได้ตามใจชอบ ธุรกิจจะต้องอยู่ในสถานะของการมีคู่แข่ง หากตั้งราคาสูงกว่าคู่แข่งมาก แต่บริการของธุรกิจนั้นไม่ได้มีคุณภาพสูงกว่าคู่แข่งมากเท่ากับราคาที่เพิ่มขึ้น ย่อมทำให้ลูกค้าไม่มาใช้บริการกับธุรกิจนั้นต่อไป หากธุรกิจตั้งราคาต่ำก็จะนำมาสู่สงครามราคา เนื่องจากคู่แข่งรายอื่นสามารถลดราคาตามได้ในเวลาอันรวดเร็ว ในมุมมองของลูกค้าการตั้งราคามีผลเป็นอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อบริการของลูกค้า และราคาของการบริการเป็นปัจจัยสำคัญในการบอกถึงคุณภาพที่จะได้รับ กล่าวคือ ราคาสูงคุณภาพในการบริการน่าจะสูงด้วย ทำให้มีโนภาพหรือความคาดหวังของลูกค้าต่อบริการที่จะได้รับสูงด้วย บริการจึงต้องมีคุณภาพตอบสนองความคาดหวังของลูกค้าได้ ในขณะที่การตั้งราคาต่ำ ลูกค้ามักคิดว่า จะได้รับการบริการที่มีคุณภาพด้อยตามลงไปด้วย ซึ่งหากราคาต่ำมากๆ ลูกค้าอาจไม่ใช้บริการ เนื่องจากไม่กล้าเสี่ยงต่อบริการที่จะได้รับ

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การให้บริการสามารถให้บริการผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายได้ 4 วิธี คือ (1) การให้บริการผ่านร้าน เป็นการให้บริการแบบที่ทำกันมานาน เช่น ร้านตัดผม ร้านซักรีด ร้านให้บริการอินเทอร์เน็ต มีการเปิดหน้าร้านแล้วขยายสาขาออกไปเพื่อบริการ

ลูกค้าได้สูงสุด โดยร้านประเภทนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้บริการและผู้รับบริการมาพบกัน ณ สถานที่แห่งหนึ่งโดยการเปิดร้านค้าขึ้น (2) การให้บริการถึงที่บ้านลูกค้าหรือสถานที่ที่ลูกค้าต้องการ เป็นการส่งพนักงานไปให้บริการถึงที่บ้านลูกค้า หรือสถานที่อื่นตามความสะดวกของลูกค้า เช่น บริการจัดส่งอาหารตามสั่ง การให้บริการส่งพยาบาลไปดูแลผู้ป่วย การส่งพนักงานทำความสะอาดไปทำความสะอาดอาคาร การจ้างวิทยากรมาฝึกอบรม การให้บริการแบบนี้ธุรกิจอาจไม่จำเป็นต้องมีการจัดตั้งสำนักงานหรือการเปิดเป็นร้านค้าให้บริการ ลูกค้าสามารถติดต่อธุรกิจได้ด้วยการใช้โทรศัพท์หรือโทรสาร เป็นต้น (3) การให้บริการผ่านตัวแทน เป็นการขยายธุรกิจด้วยการขายแบบแฟรนไชส์ หรือการจัดตั้งตัวแทนในการให้บริการ เช่น แมคโดนัลด์ หรือเคเอฟซี บริษัทการบินไทยขายตั๋วเครื่องบินผ่านบริษัทท่องเที่ยว และโรงแรมต่างๆ เช่น เซอร่าตัน แมริออตต์ เป็นต้น (4) การให้บริการผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ เป็นการให้บริการโดยอาศัยเทคโนโลยีมาช่วยลดต้นทุนจากการจ้างพนักงาน เพื่อให้การบริการเป็นไปได้อย่างสะดวก ผู้รับบริการสามารถเข้าถึงบริการได้ทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง เช่น การให้บริการผ่านเครื่องเอทีเอ็ม แก้อัปเดตอัตโนมัติ เครื่องชั่งน้ำหนักหยอดเหรียญตามศูนย์การค้า การให้บริการดาวน์โหลดจากสื่ออินเทอร์เน็ต

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การส่งเสริมการตลาดของธุรกิจบริการจะมีความคล้ายกับธุรกิจขายสินค้า ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การลดแลกแจกแถม การตลาดทางตรงผ่านสื่อต่างๆ ซึ่งการบริการที่ต้องการเจาะลูกค้าระดับสูง ต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์ช่วยสร้างภาพลักษณ์ ส่วนการบริการที่ต้องการเจาะลูกค้าระดับกลางและระดับล่างซึ่งเน้นราคาค่อนข้างต่ำ ต้องอาศัยการลดแลกแจกแถม เป็นต้น ตัวอย่างการส่งเสริมการตลาดที่นิยมใช้กัน เช่น โครงการสะสมคะแนน การลดราคาโดยใช้ช่วงราคา การสมัครสมาชิก การขายบัตรใช้บริการล่วงหน้า เป็นต้น

5. พนักงาน (People) พนักงานประกอบด้วยบุคคลทั้งหมดในองค์กรที่ให้บริการนั้น ซึ่งจะรวมถึงแต่เจ้าของ ผู้บริการ พนักงานผู้ให้บริการ พนักงานในส่วนสนับสนุน ตลอดจนพนักงานทุกระดับในองค์กร ซึ่งทั้งหมดมีผลต่อคุณภาพของการให้บริการ

6. กระบวนการให้บริการ (Process) กระบวนการให้บริการเป็นส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญมาก ต้องอาศัยพนักงานที่มีประสิทธิภาพหรือเครื่องมือทันสมัยในการทำให้เกิดกระบวนการที่สามารถส่งมอบบริการที่มีคุณภาพได้ เนื่องจากการให้บริการโดยทั่วไปมักจะประกอบด้วยกระบวนการหลายขั้นตอน ได้แก่ การต้อนรับ การสอบถามข้อมูลเบื้องต้น การให้บริการตามความต้องการ การชำระเงิน เป็นต้น ซึ่งในแต่ละขั้นตอนต้องประสานเชื่อมโยงกันเป็นอย่างดี หากมีขั้นตอนใดไม่ดีแม้แต่ขั้นตอนเดียวอาจทำให้ผู้รับบริการรู้สึกไม่ประทับใจในการบริการ

7. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) ได้แก่ อาคารของธุรกิจบริการ เครื่องมือและอุปกรณ์ เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องเอทีเอ็ม เคาน์เตอร์ให้บริการ การตกแต่งสถานที่

สถานที่จอดรถ ห้องน้ำ บ้ายประชาสัมพันธ์ แบบฟอร์มต่างๆ สิ่งต่างๆ เหล่านี้เป็นสิ่งที่ลูกค้าใช้เป็นเครื่องหมายแทนคุณภาพของการให้บริการ กล่าวคือ ลูกค้าจะอาศัยสิ่งแวดล้อมทางกายภาพเป็นปัจจัยหนึ่งในการเลือกใช้บริการ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทฤษฎีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมปัจจัยภายนอก (Internal Factors Analysis Summary : IFAS, External Factors Analysis Summary : EFAS)

การประเมินปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน (Internal Factors Analysis Summary : IFAS) เป็นการประเมินทรัพยากรที่ก่อให้เกิดจุดแข็ง (Strengths) และจุดอ่อน (Weakness) ขององค์กร เช่น ผลการดำเนินงานและทรัพยากรด้านการเงิน ทรัพยากรด้านบุคคล สิ่งอำนวยความสะดวก ขีดความสามารถด้านการผลิต ส่วนแบ่งตลาด การรับรู้ของลูกค้า คุณภาพของผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

การประเมินปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก (External Factors Analysis Summary : EFAS) เป็นการประเมินสิ่งแวดล้อมทั่วไปที่ก่อให้เกิดโอกาส (Opportunities) หรือข้อจำกัด (Threats) ต่อองค์กร เช่น ข้อมูลที่เกี่ยวกับลูกค้าและสภาพการแข่งขัน สภาพเศรษฐกิจ แนวโน้มด้านสังคม เทคโนโลยี และกฎข้อบังคับของรัฐบาล เป็นต้น

ในตารางประกอบด้วยปัจจัยทั่วไป (General Factors) การถ่วงน้ำหนัก (Weight) การให้คะแนนความสามารถขององค์กร (Rating) คะแนนถ่วงน้ำหนัก (Weighted Score) และความคิดเห็น (Comment)

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในและปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก

ช่องที่ 1	ช่องที่ 2	ช่องที่ 3	ช่องที่ 4	ช่องที่ 5
ปัจจัยภายในปัจจัยภายนอก	ถ่วงน้ำหนัก	คะแนนประเมินผล	คะแนนถ่วงน้ำหนัก	ความคิดเห็น

ช่องที่ 1 ปัจจัยภายใน (Internal Factors) และปัจจัยภายนอก (External Factors)

ช่องปัจจัยภายใน (Internal Factors) จะบันทึกปัจจัยภายในที่เกี่ยวกับองค์กร ซึ่งถือเป็นจุดแข็ง หรือจุดอ่อน ซึ่งองค์กรๆ หนึ่งอาจจะมีจุดแข็งและจุดอ่อนมากมายหลายชนิด โดยที่จุดแข็งและจุดอ่อนแต่ละประการนี้ ไม่จำเป็นจะต้องมีความสำคัญเท่าเทียมกันหมด เป็นการวิเคราะห์เพื่อดูความแข็งแกร่งและผลกระทบของจุดอ่อนที่มีความสำคัญต่อองค์กร

ช่องปัจจัยภายนอก (External Factors) จะบันทึกปัจจัยภายนอกเกี่ยวกับเศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยี และการแข่งขัน ซึ่งถือเป็นโอกาสหรือข้อจำกัดที่มีผลกระทบและความสำคัญต่อองค์กร หลังจากที่ได้ทำการตรวจสอบและพยากรณ์ปัจจัยภายนอกทั้งหมดแล้ว

ช่องที่ 2 ถ่วงน้ำหนัก (Weight)

พิจารณาความสำคัญของปัจจัยภายนอกแต่ละรายการว่า มีความสำคัญและมีผลกระทบ ต่อองค์กรมากน้อยต่างกันเพียงใด โดยการกำหนดเป็นตัวเลขทศนิยมซึ่งมีค่าระหว่าง 1 (สำคัญมากที่สุด) จนถึง 0 (ไม่สำคัญ) เช่น 0.5 , 0.3 , 0.1 เพื่อถ่วงน้ำหนัก สำหรับปัจจัยภายนอกแต่ละรายการ ปัจจัยภายนอกรายการใดได้รับการพิจารณาว่ามีความสำคัญมากต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวขององค์กรในปัจจุบันและอนาคตจะได้รับการถ่วงน้ำหนักมากกว่า ซึ่งผลรวมของการถ่วงน้ำหนักทั้งหมด จะมีค่าเท่ากับ 1 เสมอ ไม่ว่าจะมีรายการของปัจจัยภายนอกมากน้อยเพียงใดก็ตาม

ช่องที่ 3 คะแนนความสามารถขององค์กร (Rating)

การพิจารณาว่า ณ ปัจจุบัน องค์กรสามารถตอบสนองต่อโอกาสหรืออุปสรรค รวมทั้ง ตักตวงผลประโยชน์จากจุดแข็งและลดข้อเสียเปรียบที่เป็นจุดอ่อน ตามรายการที่ปรากฏในช่องที่ 1 ได้ดีมากน้อยเพียงใด โดยคะแนนจะมีค่าระหว่าง 5 (สามารถตอบสนองหรือตักตวงได้ดีมากที่สุด) ถึง 1 (สามารถตอบสนองหรือลดข้อเสียเปรียบได้น้อยที่สุด)

ช่องที่ 4 คะแนนถ่วงน้ำหนัก (Weighted Score)

คะแนนถ่วงน้ำหนักจะได้จากการนำตัวเลขแสดงการถ่วงน้ำหนักในช่องที่ 2 มาคูณกับคะแนนแสดงความสามารถขององค์กรในช่องที่ 3 ผลรวมของคะแนนถ่วงน้ำหนักจะมีค่าระหว่าง 5 (ปัจจัยภายนอกมีความน่าสนใจมากที่สุด หรือองค์กรสามารถตอบสนองต่อปัจจัยภายนอกได้ดีที่สุด) ถึง 1 (ปัจจัยภายนอกมีความน่าสนใจน้อยที่สุด หรือองค์กรสามารถตอบสนองต่อปัจจัยภายนอกได้ด้น้อยที่สุด) โดยที่ระดับคะแนนถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 3 จะหมายถึง ปัจจัยภายนอกมีความน่าสนใจในระดับปานกลาง หรือองค์กรสามารถตอบสนองต่อปัจจัยภายนอกได้ในระดับปานกลาง การที่กำหนดให้ค่าถ่วงน้ำหนักในช่องที่ 2 เป็นตัวเลขทศนิยมและมีค่ารวมกันเท่ากับ 1 นั้น ก็เพื่อให้ค่าถ่วงน้ำหนักในช่องที่ 4 นี้ ซึ่งเป็นค่ารวมกันของของผลคูณระหว่างคะแนนความสามารถขององค์กร (ในช่องที่3) ออกมามีค่าเป็นเลขตัวเดียวระหว่าง 1 ถึง 5 เพื่อง่ายกับการตีความการประเมินปัจจัยภายนอกว่ามีผลกระทบอย่างไร จะก่อให้เกิดโอกาสหรือข้อจำกัดแก่องค์กรมากน้อยเพียงใด

ช่องที่ 5 ความคิดเห็น (Comment)

บันทึกข้อคิดเห็นเพิ่มเติม เพื่อแสดงว่า ปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในแต่ละรายการนั้น มีความสำคัญอย่างไร และการตอบสนองขององค์กรต่อปัจจัยดังกล่าวเป็นอย่างไร

แนวคิดเกี่ยวกับโครงสร้างธุรกิจท่องเที่ยว

ความหมายของการท่องเที่ยว

เมื่อปี พ.ศ. 2506 องค์การสหประชาชาติได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทาง (Travel) โดยมีเงื่อนไข 3 ประการ คือ

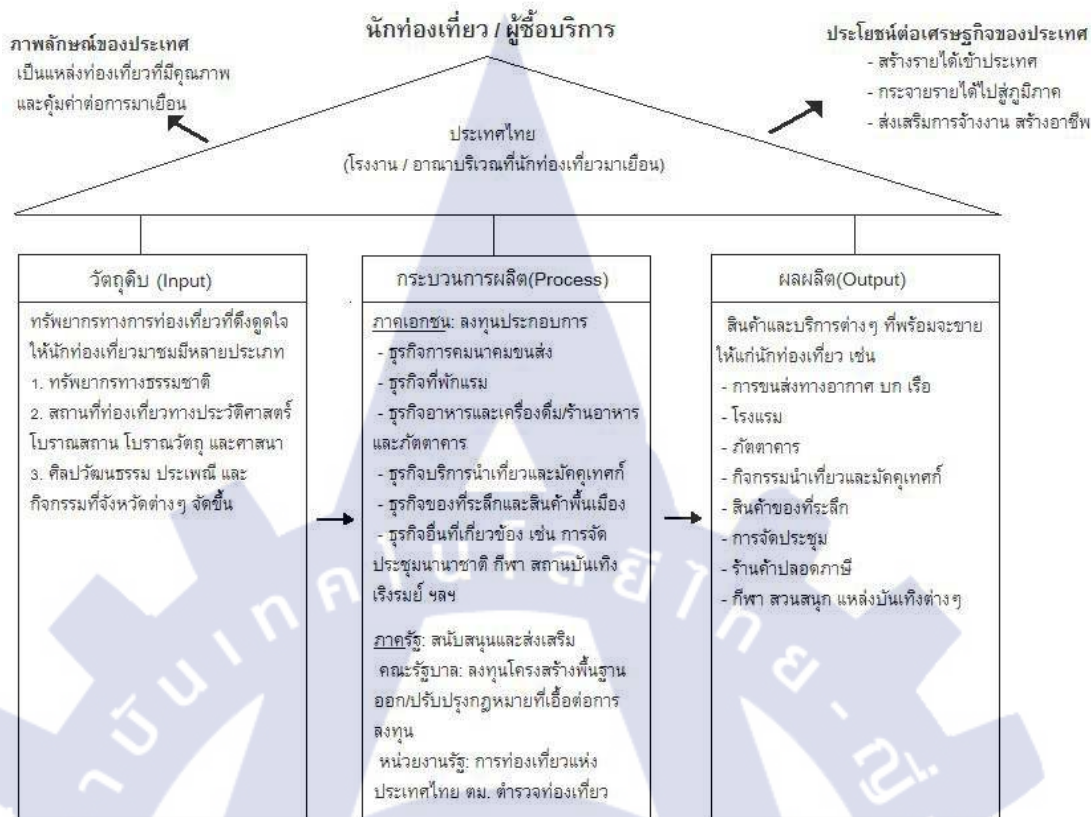
1. การเดินทาง (Travel) หมายถึง การเดินทางที่ไม่ได้ถูกบังคับหรือเพื่อสันทนาการวางแผนเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง และใช้ยานพาหนะนำไปเป็นระยะทางไกลหรือระยะทางไกลก็ได้

2. จุดหมายปลายทาง (Destination) หมายถึง จุดหมายปลายทางที่จะไปอยู่เป็นการชั่วคราวแล้วต้องเดินทางกลับที่อยู่เดิมหรือภูมิลำเนาเดิม โดยเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไปเยือนหรือใช้ช่วงเวลาหนึ่งอยู่ ณ ที่นั้น ซึ่ง ณ ที่นั้นมีสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่เพียงพอสำหรับตอบสนองความต้องการ และสร้างความพอใจให้กับนักท่องเที่ยว

3. ความมุ่งหมาย (Purpose) หมายถึง มีความมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ในการเดินทางใดก็ได้ที่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ โดยผู้เดินทางอาจมีความมุ่งหมายในการเดินทางมากกว่าหนึ่งอย่างก็ได้

ความหมายของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Industry) หมายถึง ธุรกิจท่องเที่ยวขนาดใหญ่ที่ต้องอาศัยแรงงานและการลงทุนสูงใช้เทคนิควิชาการเฉพาะ มีการวางแผน (Planning) การจัดองค์การ (Organizing) การควบคุม (Controlling) และการตลาด (Marketing) และครอบคลุมธุรกิจหลายประเภททั้งที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรงและโดยอ้อม



รูปที่ 7 องค์ประกอบการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ที่มา : นิตา ชัชกุล. (2555). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. หน้า 8.

ลักษณะของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Industry) มีองค์ประกอบ 4 ประการ คือ

1. โรงงาน ซึ่งเป็นสถานที่ผลิตสินค้าของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ พื้นที่ที่ใช้ประกอบการในการผลิตสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว พื้นที่ดังกล่าวอาจจะเป็นพื้นที่ที่เตรียมการผลิต หรือเป็นพื้นที่ผลิตและจัดจำหน่ายในจุดเดียวกัน เช่น ขายสินค้าและบริการด้านอาหาร เครื่องดื่มในโรงแรม จำเป็นต้องใช้พื้นที่เพื่อเตรียมวัตถุดิบประกอบอาหาร เครื่องดื่ม และขายอาหารเครื่องดื่มภายในโรงแรม

2. สินค้าหรือบริการ สินค้าในสายอุตสาหกรรมบริการอาจไม่จำเป็นที่จะต้องมีการเปลี่ยนกรรมสิทธิ์เสมอไป ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีทั้งที่เปลี่ยนกรรมสิทธิ์ได้ เช่น การซื้อขายอาหารและเครื่องดื่ม การซื้อขายสินค้าของที่ระลึก แต่บางอย่าง เช่น ความสวยงามทางธรรมชาติ โบราณสถาน ฯลฯ เป็นความพึงพอใจและประสบการณ์ที่มอบให้แก่ผู้ซื้อ (ในสาย

อุตสาหกรรมทั่วไป สินค้าเมื่อมีการตกลงซื้อขาย กรรมสิทธิ์ย่อมจะต้องตกเป็นของผู้ซื้อ) สำหรับสินค้าทางอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวบางอย่างสามารถนำมาขายแล้วขายอีกเรื่อยไป จึงนับว่าเป็นข้อได้เปรียบ ตัวอย่างสินค้าทางอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ ทรัพยากรทางธรรมชาติที่สวยงาม เช่น ภูเขา ป่าไม้ สัตว์ป่า ชายทะเล และทรัพยากรธรรมชาติที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น วัด พระราชวัง สวนสนุก หรือสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการต่างๆ เช่น ถนนหนทาง ไฟฟ้า น้ำประปา ที่พัก ร้านอาหาร เป็นต้น

3. ผู้ซื้อหรือลูกค้า ได้แก่ นักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศที่มาชมบ้านเมือง ธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม หรือพักผ่อนหย่อนใจ ฯลฯ

4. การขนส่งสินค้าและบริการ การขนส่งเป็นองค์ประกอบของอุตสาหกรรมทุกประเภท คือ การขนส่ง ผู้ผลิตจะต้องขนส่งสินค้าไปให้ลูกค้า แต่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลับตรงกันข้าม เพราะทรัพยากรการท่องเที่ยวซึ่งเป็นโรงงานวัตถุดิบ และสินค้าในตัวเองพร้อมสรรพนั้นไม่สามารถเคลื่อนที่ได้ ผู้ซื้อหรือนักท่องเที่ยวจะต้องเดินทางไปซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ณ แหล่งผลิตหรือโรงงานเอง ซึ่งอาจจะไปโดยทางบก ทางน้ำ หรือทางอากาศ ตามความสะดวกของผู้ซื้อหรือนักท่องเที่ยว

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาความเป็นไปได้ของการทำธุรกิจบริษัทนำเที่ยวประเทศญี่ปุ่น ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งทำให้ได้รับความรู้และสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษานี้ได้ โดยมีเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมี ดังนี้

ชยกร ทาระวรรณ (2548) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีบทบาทของสื่ออินเทอร์เน็ตของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ในการจูงใจด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งการศึกษามีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร และความคิดเห็นของผู้ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ที่เป็นกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในวัยทำงานที่มีการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการเปิดรับข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุ 25-39 ปี ระดับการศึกษาส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี อาชีพส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทระดับปฏิบัติการ ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และสถานภาพ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นโสด

ผู้ศึกษาได้นำความรู้จากการวิจัยของชยกร ทาระวรรณ มาใช้ประกอบการศึกษาในครั้งนี้ด้วย โดยสามารถนำความรู้ในเรื่องของลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ และอาชีพ

ที่แตกต่างกัน จะมีความคิดเห็นต่อสื่ออินเทอร์เน็ตของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) แตกต่างกัน

กองเงิน สุทธิพิทักษ์ (2549) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ความเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงสภาพและโครงสร้างของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การคำนวณความเชื่อมโยงของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไปข้างหน้าและไปข้างหลัง ซึ่งค่าความเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจสามารถแสดงถึงระดับความพึ่งพาซึ่งกันและกันของแต่ละสาขาการผลิตในระบบเศรษฐกิจ พบว่า ดัชนีความเชื่อมโยงโดยรวมไปหลัง จะเห็นได้ว่า สาขาการเดินทางในต่างประเทศมีค่ามากที่สุด ก่อให้เกิดการพึ่งพาปัจจัยในการผลิตของอุตสาหกรรมที่มากกว่าสาขาอื่นๆ ในสาขาการท่องเที่ยว

เมธยา แสนใจยา (2552) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไปต่างประเทศของคนไทย การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไปต่างประเทศของคนไทย พบว่า นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลข่าวสารทางอินเทอร์เน็ต สถานที่ท่องเที่ยวที่ชื่นชอบ คือ ประเภทแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เหตุผลในการเดินทาง คือ พักผ่อน เหตุผลที่ไปประเทศนั้นๆ คือ ความสะดวกในการเดินทาง สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจเป็นสิ่งดึงดูดใจในการเดินทาง ใช้บริการจากแหล่งข้อมูลอินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวไปกับครอบครัว มีความถี่ในการเดินทางแล้วแต่โอกาส ใช้ระยะเวลาการท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่ใช้เวลา 5 วัน และทวีปเอเชียเป็นจุดหมายปลายทางในการเดินทางครั้งต่อไป

สุภัทร คำพะแย (2552) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่เลือกใช้บริการของบริษัทนำเที่ยวต่างประเทศ ลำดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับที่สำคัญมากที่สุด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านราคา ส่วนด้านที่ให้ความสำคัญในระดับความสำคัญมาก ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านกายภาพ ตามลำดับ

ครอบครัวขาว (2556 : ออนไลน์) จากการเปิดเผยของ นายเอนก ศรีชีวะชาติ นายกสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น ว่าตัวเลขปี 2553 ขององค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวญี่ปุ่น อยู่ที่ระดับ 215,000 คน เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 21.6% หรือประมาณ 45,000 คน ซึ่งอยู่ที่ระดับ 175,400 คน หลังจากปี 2551 ติดลบ 7.5% เพราะไทยประสบปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจ และเมื่อดูสถิติเป็นอันดับก็เพิ่มขึ้นเช่นกัน โดยปี 2553 คนไทยไปเที่ยวญี่ปุ่นมากเป็นอันดับ 7

ของโลก เพิ่มขึ้นจากปี 2552 ซึ่งอยู่ที่อันดับ 8 ขณะที่การใช้จ่ายของคนไทยผ่านแพ็คเกจทัวร์ในปี 2553 นั้น เฉลี่ยต่อคนอยู่ที่ 50,000 บาท รวมมูลค่า 10,750 ล้านบาท ขณะที่การใช้จ่ายของคนไทยผ่านแพ็คเกจทัวร์ในปีที่ผ่านมา นั้น เฉลี่ยต่อคนอยู่ที่ 50,000 บาท รวมมูลค่า 10,750 ล้านบาท และคาดว่าในปี 2556 คนไทยจะไปเที่ยวญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นอีกร้อยละ 25% หรือประมาณ 250,000 คน เพราะภาวะเศรษฐกิจดีขึ้น โดยเฉพาะสินค้าเกษตร สำหรับสาเหตุที่คนไทยไปเที่ยวมากขึ้นนั้น เป็นเพราะรัฐบาลของญี่ปุ่นได้มีการโปรโมท ผ่านสื่อ และโฆษณาอย่างต่อเนื่อง เครื่องชี้วัดอย่างหนึ่งคือ การตอบรับเข้าร่วมงานเที่ยวทั่วโลกไทยไปทั่วโลกถึง 30 บูธ จากปีที่แล้วที่มีเพียง 10 บูธ งานนี้จะจัดขึ้นระหว่างวันที่ 24-27 กุมภาพันธ์ 2556 ที่ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

นิปโปงโนะชิโอะ (2556) จากการรายงานข้อมูลของ Masuda Hiroshi ผู้อำนวยการองค์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่กล่าวว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวญี่ปุ่นมีจำนวนเพิ่มสูงขึ้นทุกปี เมื่อ 10 ปีก่อน มีนักท่องเที่ยวคิดเป็นอันดับที่ 13 ของโลก มีจำนวนเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ โดยเมื่อปีที่แล้วขึ้นมาอยู่เป็นอันดับที่ 7 ของโลก ปี 2556 ได้คาดการณ์ว่าจะมีปริมาณเดียวกันคืออยู่ในอันดับที่ 7 เช่นเคย

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวญี่ปุ่นในปี 2553 มีจำนวนมากถึง 215,000 คน ถือว่าสูงสุดเป็นประวัติการณ์ ในปี 2554 เดือนมกราคมก็มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น แต่เนื่องจากเกิดเหตุแผ่นดินไหวร้ายแรงชายฝั่งตะวันออกของญี่ปุ่น ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยลดลงอย่างรวดเร็ว หลังจากที่เกิดแผ่นดินไหวทำให้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของญี่ปุ่นเสียหายด้วย แต่ในเดือนกันยายนปีเดียวกันนี้ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวญี่ปุ่นก็กลับมาเพิ่มสูงขึ้นอีกครั้ง แต่เนื่องจากประเทศไทยประสบปัญหาอุทกภัยในช่วงเดือนตุลาคม ถึงเดือนพฤศจิกายนจึงทำให้มีจำนวนลดลงมาบ้างเล็กน้อย

เมื่อพิจารณาจากความเคลื่อนไหวในปีที่แล้วที่ญี่ปุ่นเกิดแผ่นดินไหวร้ายแรง และผลกระทบจากปัญหาอุทกภัยในประเทศไทยแล้ว ทำให้ได้รับผลกระทบด้านลบเป็นเวลาถึง 1 ปี แต่กระนั้นก็ตามประเทศไทยก็ยังมียกนักท่องเที่ยวเดินทางไปเที่ยวญี่ปุ่นรักษาอันดับที่ 7 ไว้เช่นเดิม หลังจากเดือนธันวาคมเมื่อระดับน้ำเริ่มลดลง นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไปเที่ยวญี่ปุ่นก็กลับมาเพิ่มสูงขึ้นอีกครั้ง โดยในปี 2555 เดือนมกราคมมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นคิดเป็นร้อยละ 6 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมานับได้ว่าสูงเป็นประวัติการณ์

นอกจากนี้ Masuda Hiroshi ยังได้อธิบายเพิ่มเติมว่า “ในช่วงเวลาเดียวกันนี้มีนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีและชาวจีนที่เดินทางไปเที่ยวญี่ปุ่นก็มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นเล็กน้อยแต่เมื่อเทียบกับไทยแล้ว สามารถกล่าวได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปเที่ยวญี่ปุ่นมากกว่าอย่างเห็นได้ชัด” และยังได้มีการสำรวจความคิดเห็นเพื่อการท่องเที่ยวที่ไทยด้วยพบว่าได้มีการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในญี่ปุ่นเป็นส่วนใหญ่

จากการจัดงานเทศกาลท่องเที่ยวต่างประเทศปี 2555 ที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ เมื่อวันที่ 23-26 เดือนกุมภาพันธ์ที่ผ่านมาปรากฏว่า ผลงานของญี่ปุ่นได้รับความนิยมมากเป็นพิเศษ จากการที่คนไทยได้ประสบปัญหาอุทกภัยและการรอคอยให้ปัญหาแผ่นดินร้ายแรงได้รับการแก้ไข Masuda Hiroshi ได้คาดการณ์ว่า อีก 2 ปีข้างหน้าให้นักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการมาเที่ยวญี่ปุ่นมากขึ้นเรื่อยๆ

เหตุผลที่การท่องเที่ยวญี่ปุ่นเป็นที่นิยมในชาวไทย Masuda Hiroshi วิเคราะห์ว่า เป็นเพราะแต่เดิมมีคนไทยที่ชื่นชอบเรื่องราวเกี่ยวกับญี่ปุ่นมากอยู่แล้ว การประสบปัญหาภัยธรรมชาติของทั้งสองประเทศ ความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างสองประเทศ เป็นที่รู้จักกันดีว่าถึงแม้ประเทศไทยจะประสบอุทกภัยแต่ไม่ทำให้ญี่ปุ่นถอนการลงทุนในภาคอุตสาหกรรมในไทย

การเพิ่มขึ้นของการไปเที่ยวส่วนตัว แนวโน้มของการนิยมไปเที่ยวส่วนตัวในหมู่คนไทยที่ไปญี่ปุ่นที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น ทางภาคเหนือบนเขตฮอกไกโด ไม่เพียงแต่เมืองซัปโปโรเท่านั้น แต่เมืองทางตอนใต้และทางตะวันออกก็ได้รับความนิยมไม่แพ้กัน 3 ที่ที่ไม่ค่อยมีนักท่องเที่ยวชาวไทยตอนนี้กำลังถูกจับตามอง คือ ศาลเจ้าอิเซมิ บ้านนินจา และเกาะมิกิโมโตะ Masuda Hiroshi กล่าวว่า คนไทยได้ค้นพบสถานที่ท่องเที่ยวด้วยตนเองแล้ว

สไตล์การท่องเที่ยวของคนไทยก็เปลี่ยนไปด้วย เมื่อก่อนจะให้วีซ่าเฉพาะนักท่องเที่ยวที่ไปเป็นกลุ่ม แต่ตอนนี้มีนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปด้วยตนเองมากขึ้น ปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวที่มาเป็นกรุ๊ปทัวร์จำนวนครึ่งหนึ่งของนักท่องเที่ยวทั้งหมด การเป็นเที่ยวเป็นกลุ่มนั้นเป็นที่เชื่อถือได้ จึงทำให้ขอวีซ่าได้ง่าย แต่เมื่อต้องการไปเที่ยวเป็นครั้งที่ 2 นักท่องเที่ยวต้องการเดินทางแบบส่วนตัวมากกว่า

ช่วงอายุนักท่องเที่ยวอยู่ในช่วงอายุ 30-40 ปี เป็นกลุ่มที่มีรายได้มาก แต่จากการคาดการณ์ว่าจะมีสายการบินราคาถูกไปญี่ปุ่นเป็นจำนวนมาก ดังนั้นจึงดูเหมือนว่าช่วงอายุ 20 ปี จะเดินทางไปเที่ยวญี่ปุ่นมากขึ้น

บังอร จิตรรุ่งเรือง (2554 : 10-11) ได้กล่าวถึง สาเหตุที่นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการนำเที่ยว โดยมีสาเหตุหลายประการดังต่อไปนี้

1. เพื่อแสวงหาเพื่อนใหม่ การเดินทางท่องเที่ยวเป็นกลุ่มกับธุรกิจนำเที่ยว เป็นการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้พบปะพูดคุยกับเพื่อนนักท่องเที่ยวด้วยกันอย่างกว้างขวาง มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และก่อให้เกิดมิตรภาพ ทำให้รู้จักคนมากขึ้น
2. เพื่อก่อให้เกิดความอบอุ่นใจ การเดินทางท่องเที่ยวเป็นกลุ่มกับธุรกิจนำเที่ยวทำให้เดินทาง ไปไหนกันเป็นกลุ่มใหญ่ ภายใต้การนำของธุรกิจนำเที่ยว ก่อให้เกิดความอบอุ่นใจ
3. เพื่อก่อให้เกิดความมั่นใจ เนื่องจากธุรกิจนำเที่ยวได้จัดผู้ที่มีประสบการณ์ไว้คอยบริการช่วยเหลือ คอยตอบข้อข้องใจอยู่ตลอดเวลาทำให้เกิดความมั่นใจในการเดินทางท่องเที่ยว แม้จะไปท่องเที่ยวยังสถานที่ที่ไม่คุ้นเคย ไม่กลัวหลงทาง

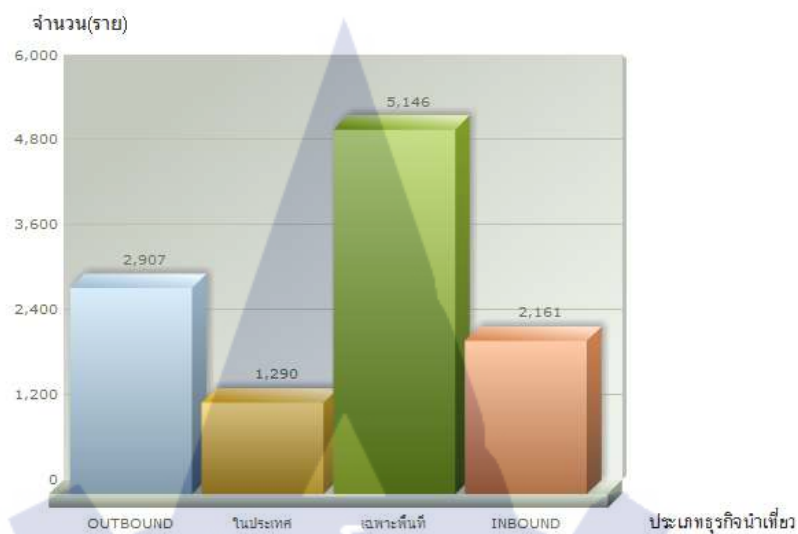
4. เพื่อช่วยแนะนำการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะได้รับการแนะนำการเดินทางอย่างดี และบอกถึงสิ่งที่ควรชมในสถานที่ท่องเที่ยว บอกถึงสิ่งที่ควรทำและไม่ควรทำ นอกจากนั้น ธุรกิจนำเที่ยวยังได้เตรียมแผนพับ รูปภาพ เรื่องราวต่างๆ ของสถานที่ท่องเที่ยวไว้บริการผู้ใช้บริการอย่างถูกต้อง

5. เพื่อให้ได้รับความรู้ที่ถูกต้อง การเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับธุรกิจนำเที่ยวโดยมีผู้นำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ไปพร้อมกับนักท่องเที่ยว ซึ่งผู้นำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์เหล่านี้เป็นผู้มีประสบการณ์ ความรู้ และคุ้นเคยกับสถานที่ท่องเที่ยวเป็นอย่างดี ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้อย่างถูกต้อง

6. เพื่อขจัดปัญหาเรื่องภาษาในการท่องเที่ยว การเดินทางท่องเที่ยวไปยังต่างประเทศนั้น หลีกเลียงไม่ได้ที่ต้องใช้ภาษาอังกฤษ หรือบางประเทศที่ใช้ภาษาอื่นที่ไม่ใช่ภาษาอังกฤษ หากนักท่องเที่ยวพูดภาษาอังกฤษไม่คล่อง หรือไม่สามารถติดต่อสื่อสารได้ จะทำให้เกิดปัญหาในการเดินทางท่องเที่ยว การเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับธุรกิจนำเที่ยวจะขจัดปัญหาเรื่องภาษาในการติดต่อสื่อสารให้หมดไป เนื่องจากมีผู้นำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ที่เก่งภาษานั้น ช่วยอำนวยความสะดวกเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในประเทศนั้นให้ได้อย่างเรียบร้อย

7. เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย การเดินทางท่องเที่ยวเป็นกลุ่มกับธุรกิจนำเที่ยวเสียค่าใช้จ่ายน้อยกว่าการเดินทางไปเอง เนื่องจากธุรกิจนำเที่ยวสามารถซื้อบริการจากผู้ผลิตบริการท่องเที่ยวได้ในราคาที่ถูกลง เพราะซื้อครั้งละเป็นจำนวนมาก แล้วนำมาจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวในราคาถูก ทำให้เกิดการประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ทั้งยังสามารถกำหนดงบประมาณในการเดินทางท่องเที่ยวได้อีกด้วย

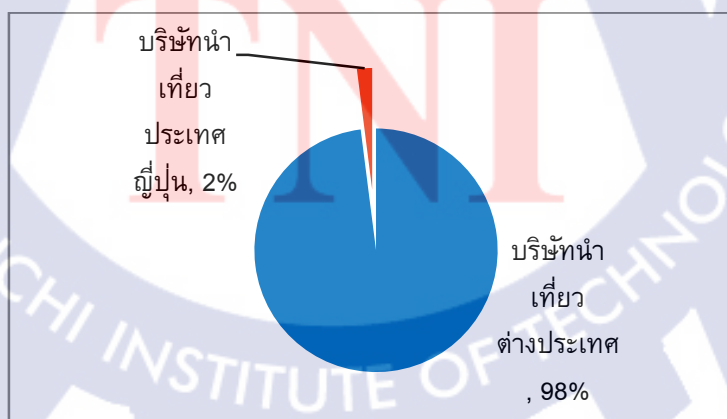
ข้อมูลจากสำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์กลาง ได้รายงานจำนวนผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวทั้งหมด 11,504 ราย ดังนี้



รูปที่ 8 จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว

ที่มา : สำนักทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมััคคุเทศก์ กรมการท่องเที่ยว. (2556).
ฐานข้อมูลธุรกิจนำเที่ยวและมััคคุเทศก์. ออนไลน์.

จากประเภทธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศ (Outbound) 2,907 ราย พบว่า มีบริษัท
ที่ให้บริกาารนำเที่ยวประเทศญี่ปุ่น และได้ขึ้นทะเบียนกับองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่ง
ประเทศญี่ปุ่นจำนวน 45 ราย หรือ คิดเป็นร้อยละ 2



รูปที่ 9 สัดส่วนบริษัทนำเที่ยวประเทศญี่ปุ่นกับบริษัทนำเที่ยวต่างประเทศ

โดยมีรายชื่อบริษัทนำเที่ยวประเทศญี่ปุ่น และได้ขึ้นทะเบียนกับองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ดังนี้

ตารางที่ 5 รายชื่อบริษัทนำเที่ยวที่ให้บริการนำเที่ยวประเทศญี่ปุ่น

ลำดับที่	บริษัท	ที่อยู่/Website/E-mail	Tel / Fax
1	Abacus Travel Service Co., Ltd.	22/186 โชคชัย 4 ซอย 55 แยก 4 ถ. ลาดพร้าว กรุงเทพฯ 10230 www.goholidaynow.com	Tel. 02-538-2287 Fax.02-931-1177, 02-931-0078
2	Accord Travel Service	138 ชั้น 8 ห้อง 8B ตึกบุญมิตร ถ.สีลม กทม. 10500 http://www.japanonsales.com	TEL/FAX. 02-234-9595
3	AMARIN TOUR BY AMARIN PRINTING AND PUBLISHING PUBLIC COMPANY LIMITED	7 / 9 - 18 ถนนอรุณอมรินทร์ เขตบางกอก น้อย กรุงเทพฯ 10700	Tel. 02-422-9111
4	Ambassador Traveler Club Co.,Ltd.	240/3 A Tower, ชั้น1, ซอยรัชดาภิเษก 18, ถนนรัชดาภิเษก, ห้วยขวาง, กรุงเทพฯ 10320	Tel.02-692-5101-4 Fax. 02-274-0609
5	AM TOURIST CLUB Co.,Ltd.	10/17 ซอยลาดพร้าว 28 จันทน์เกษม จตุจักร กรุงเทพฯ 10900 www.amtouristclub.com	Tel.02-938-1700 Fax. 02-938-1911
6	APEX (Thailand) Co., Ltd.	109 อาคารซีซีที ชั้น 10 ถ สุรวงศ์ เขตบาง รัก กรุงเทพฯ 10500 http://www.apexthailand.co.th	Tel.02-2381207 Fax. 02-2381208
7	Apple Japan Tour	5/1 ซ.นราธิวาสราชนครินทร์ 10 ถ. นราธิวาสราชนครินทร์ แขวงทุ่งวัดดอน สาทร กทม. 10120 http://www.applejapan.com	Tel. 0-26128500 Fax. 0-2676-4474
8	Big World Holiday Co., Ltd.	25/2 อาคารสงเคราะห์ซอย 2 ทุ่งมหาเมฆ สาทร กรุงเทพฯ 10120 http://www.bigworldholiday.co.th	Tel. 02-286-3355 Fax. 02-287-1386
9	Compax World	559/201 หมู่บ้านธนาพัฒน์, ซอยนนทรี 20 ถนนนนทรี ซอยนนทรี ยานนาวา กรุงเทพฯ 10120 http://www.CompaxWorld.Com	Tel. 02-169-1768 089-666-8571 089-666-8546 Fax. 02-169-1769
10	ELITE HOLIDAY & AGENCY (THAILAND) CO.,LTD	18/8 อาคารฟิโก้ เฟลส ชั้น 5 ถนน สุขุมวิท 21 (อโศก) แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กทม. 10110 http://www.eliteholidaythai.com	Tel. 02-6617399 Fax. 02-6617388
11	Go Holiday Tour Co., Ltd.	446/9 อาคารธนพล ชั้น 3 ซอย 20 มิถุนา ถนนประชากรราษฎร์บำเพ็ญ เขตห้วยขวาง แขวงห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310 http://www.goholidaytour.com	Tel. 02-277-6000 Fax. 02-277-3399

ตารางที่ 5 รายชื่อบริษัทนำเที่ยวที่ให้บริการนำเที่ยวประเทศไทย (ต่อ)

ลำดับที่	บริษัท	ที่อยู่/Website/E-mail	Tel / Fax
12	Heng Chiang Tours	24-32 ถนนราชวงศ์ สัมพันธวงศ์ กทม. 10100 http://www.hengchiang.co.th	Tel. 0-2224-0037 Fax. 0-2224-8128
13	H.I.S. Tours Co., Ltd.	399 ดิโกอินเตอร์เซ็นจ์ ทาวเวอร์, ชั้น 3 ถนน สุขุมวิท, คลองเตยเหนือ, วัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110 www.his-bkk.com/th	Tel. 02-2646800 Fax. 02-2646889
14	Image Holiday	195/1 ซอย 5 ชั้น 1 อาคารเลครัชดา คลองเตย กทม http://www.imageholiday.com	Tel. 0-2661-8081 Fax. 0-2661-8083
15	J-PackageTour	1000/106 อาคารลิเบอร์ตีพลาซ่า ชั้น 4 ถนนสุขุมวิท 55, ซอยทองหล่อ, แขวงคลอง ตันเหนือ, เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110 www.j-packagetour.com	Tel: 02-714-8077-8 Fax: 02-714-8079
16	J-Plan Holiday	10/45 ชั้น 1A The Trendy Plaza สุขุมวิท ซ.13 คลองเตยเหนือ วัฒนา กทม. 10110 http://www.j-plan.co.th	Tel. 0-2168-7722 Fax. 0-2168-7733
17	Join Full Group Co., Ltd.	28/2 อาคารซีดีคอร์ท ซอยศูนย์วิจัย 1 ถนน เพชรบุรีตัดใหม่ แขวงบางกะปิ เขตห้วย ขวาง กทม. 10310 http://www.joinfull.com	Tel. 02-718-1844-6 Fax. 02-718-1815-6
18	Joyful Holidays Co., Ltd.	88 ปาโซ่ ทาวเวอร์ ห้อง B2 ชั้น 12th ถนนสีลม แขวงสุริยวงศ์ เขตบางรัก กทม 10500 www.joyfulholidays.com	Tel: 02-634-2300 Fax: 02-634-2299
19	JTB (Thailand) Limited	สาขา Emporium Emporium Office (Counter Sales) 662 Emporium Shopping Complex ชั้น 4, ห้อง 4A25, 4P26A, ถนนสุขุมวิท คลอง ตัน คลองเตย กรุงเทพฯ สาขา Pan Pacific ชั้น 1 อาคาร Ramaland bldg.< Pan Pacific hotel> ถ.พระราม 4 กรุงเทพฯ www.jtbthailand.com	Tel 02-664-9450-4 Tel 02-632-9401-3
20	KNT Travel (Thailand) Co., Ltd.	2F KWE Building, 99 Soi Ladprao 28, Ratchadapisek Road, Chankasem, Chatuchak, Bangkok 10900	Tel. 02-513-9444
21	Leelawadee Holiday Co., Ltd.	36/10 P.S. TOWER ถนนสุขุมวิท 21 คลองเตยเหนือ วัฒนา กรุงเทพฯ 10110 www.leelawadeeholiday.com	Tel. 02-664-0022 Fax. 02-664-0023

ตารางที่ 5 รายชื่อบริษัทนำเที่ยวที่ให้บริการนำเที่ยวประเทศญี่ปุ่น (ต่อ)

ลำดับที่	บริษัท	ที่อยู่/Website/E-mail	Tel / Fax
22	M.D. Tours & Travel Co., Ltd.	212/11-12 Sukhumvit Plaza ถนนสุขุมวิท 12 กทม. 10110 http://www.mdtours.com	Tel. 0-2250-8999 Fax. 0-2250-9980
23	N.S. Travel & Tours Co., Ltd.	133/19-20 ถนนราชปรารภ มก๊กะสัน ราชเทวี กทม. 10400 http://www.noomsaotours.com	Tel. 0-2246-5659 Fax. 0-2640-0021
24	New Toyo Travel Co.,Ltd.	62 อาคาร ธนิยะ ชั้น 4 ถนน สีลม แขวงสุริ ยวงศ์ บางรัก กทม. 10500 www.newtoyotravel.com	Tel. 02-2385293-4 Fax. 02-238-5291
25	Nex World Co.,Ltd.	19/39 หมู่ 1 ต.คูคต อ.ลำลูกกา จ.ปทุมธานี 12130 www.nexworldclub.com	Tel. 02-592-4475-7 Fax. 02-592-4478
26	NIJI Travel Service	5/123 หมู่ 12 บางเขินกหนึ่ง ตลิ่งชัน กทม. 10170 http://nijitravelservice.com	Tel. 02-410-6362 , 02-410-6086 Fax. 02-410-7130
27	Paradise World Tour Co.,Ltd	39 ซ.จรัสสินทวงศ์ 51 ถ.จรัสสินทวงศ์ แขวงบางบำหรุ เขตบางพลัด กทม 10700 http://www.paradiseworldtour.com	Tel. 02-881-9406-9 Fax. 02-881-9405
28	PKG Journey Line	25/5 อาคารสงเคราะห์ ซอย 2 สาทร กทม. 10120 http://www.pkgjourneyline.net	Tel. 0-2676-3302-3 Fax. 0-2287-2238
29	Phan Miles Inter Travel	1420/1 ซ. พหลโยธิน 26 ถ.พหลโยธิน กทม. 10900 http://www.1000milestravel.com	Tel 0-2939-4922 Fax 0-2939-4273
30	Quality Express Co.,Ltd.	1111/30-31 ถนนลาดพร้าว จตุจักร กทม. 10900 สาขาฟอร์จูน 5 อาคารฟอร์จูนทาวน์ ชั้น 1 ห้อง 36 ถนน รัชดาภิเษก ดินแดง กรุงเทพฯ 10400 http://www.getour.com สาขาห้วยขวาง 446/9 ซ. 20มิถุนา ถ.ประชากรราษฎร์บำเพ็ญ แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310	Tel. 02-513-5555, 02-5111888, 02-5113000 Fax. 02-511-4555, 02-511-0500, 02-511-0099 Tel. 02-246-2111 Fax. 02-246-2726 Tel. 02-355-5555 Fax. 02- 355-5777

ตารางที่ 5 รายชื่อบริษัทนำเที่ยวที่ให้บริการนำเที่ยวประเทศญี่ปุ่น (ต่อ)

ลำดับที่	บริษัท	ที่อยู่/Website/E-mail	Tel / Fax
31	Roong Sarp Discovery Travel Service Co., Ltd.	466-468 ถนนเยาวราช สัมพันธวงศ์ กทม. 10100 www.roongsarp.co.th	Tel. 0-2224-0039 Fax. 0-2224-8057
32	SBA Japan	175 ดิเกอิมพีเอดคอมเพล็กซ์ ชั้น 1 โซนบี บางรัก กทม. 10500 http://www.sbatravel.co.th	Tel. 0-2635-3655 Fax. 0-2635-2155
33	Siam MC Tours	52 ดิกรนิยะพลาซ่า ชั้น 4 ห้อง 404 ถ.สีลม กทม. 10500 http://www.siammctours.com	Tel. 02-231-2505-7 Fax. 02-2312508
34	Six Stars Travel Co., Ltd.	323/1 ชั้น 3 J-Avenue Plaza, ทองหล่อ 15, ถนนสุขุมวิท วัฒนา กทม. 10110 http://www.sixstartravel.com	Tel. 0-2712-9800 Fax. 0-2712-7887
35	ST. Deluxe Tour	2/1 อาคารบางกอกสทประกันภัย ชั้น 2 เลขที่ 157-177 ถ.สุรวงศ์ บางรัก กทม. 10500 http://www.stdeluxe.com	Tel. 0-2634-7000 Fax. 0-2267-2555
36	Superior Tour Co. Ltd.	ชั้น 4 ศูนย์การค้าสยามพารากอน 991 ถ. พระราม 1 ลุมพินี, ปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330 http://www.superiorparagon.com	Tel. 0-2610-9818 Fax. 0-2610-9816
37	Takerng Tour Co., Ltd.	1091/200-203 ศูนย์การค้าเมโทร, ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ เขตราชเทวี กทม. 10400 http://www.takerngexpress.com	Tel. 0-2651-6555 Fax. 0-2650-0008
38	Tempak Tour Co.,Ltd.	No. 301 ชั้น 3 อาคารกิจพานิช 18 ถนนพัฒนาพงศ์ บางรัก กทม 10500 http://www.tempaktour.com	Tel. 02-634-4523-4 Fax. 02-634-4525
39	Thaisiri Tours Co.,Ltd.	ชั้น 3 อาคารแกรนด์ไชน่า เทรด ทาวเวอร์ 215 ถนนเยาวราช เขตสัมพันธวงศ์ กทม. 10100 http://www.thaisiri.com	Tel. 0-2622-7676 Fax. 0-2226-2740
40	The Talent Co.,Ltd.	9 ถนนจันทน์ ซ.18/2 ทุ่งวัดดอน สาทร กรุงเทพฯ 10120 http://www.thetalenttravel.com	Tel.0-2286-9778 Fax: 0-2286-9772
41	Tokyo Asian Service	9/1 ถนนรัชดาภิเษก 18 เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ http://www.tasservice.com	Tel. 0-2692-6645 Fax. 0-2274-0799, 0-2692-6648-9
42	Vacation Inter Prime Travels Co., Ltd. (VIP Travel)	316/11 หมู่บ้านเมอริท เฟลส, ซอยลาดพร้าว 87 (จันทราสุข) แยก 10 ถ. ลาดพร้าว แขวงคลองเจ้าคุณสิงห์ เขตวังทองหลาง กรุงเทพฯ 10310 www.viptravelsgroups.com	Tel. 02-158-9777 Fax. 02-158-9778

ตารางที่ 5 รายชื่อบริษัทนำเที่ยวที่ให้บริการนำเที่ยวประเทศญี่ปุ่น (ต่อ)

ลำดับที่	บริษัท	ที่อยู่/Website/E-mail	Tel / Fax
43	Wendy Tour (JALPAK)	865 อาคารโรงแรม สยาม แอ็ด สยาม ชั้นที่ 9 ถนนพระราม 1 แขวงวังใหม่ เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร http://www.wendytours.com	Tel. 02-214-1763-5 Fax. 02-216-2202
44	WORLD EXCLUSIVE CORPORATION CO.,LTD	เลขที่ 19/39 หมู่ 1 ต.คูคต อ.ลำลูกกา จ. ปทุมธานี 12130 http://www.worldexclusivetravel.com	Tel. 02-592-4508 Fax. 02-592-4509
45	World Surprise Travel	91/1 ซ.อนุমানราชธน ถ. เดโช เขตบางรัก กทม. 10500 http://www.worldsurprise.com	Tel. 0-2634-8877 Fax. 0-2634-7365-6

ที่มา : องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2556). รายชื่อบริษัททัวร์และสายการบิน. ออนไลน์.



บทที่ 3

วิธีการดำเนินงานสารนิพนธ์

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. การกำหนดข้อมูลและแหล่งข้อมูล
2. การเก็บรวบรวมข้อมูล
3. การวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดข้อมูลและแหล่งข้อมูล

ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ได้ทำการศึกษาความเป็นไปได้ของการทำธุรกิจบริษัทนำเข้าเกี่ยวกับข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้มาจากการเก็บรวบรวมข้อมูล การสำรวจจากผู้ประกอบการ ข้อมูลจากเว็บไซต์ของหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

แหล่งข้อมูล

ข้อมูลที่นำมาใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ซึ่งผู้ศึกษาได้ทำการรวบรวมจากแหล่งข้อมูล ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยการประมาณจากการรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจบริษัทนำเข้าที่มีลักษณะเดียวกัน 2-3 ราย ข้อมูลที่ได้รับนั้น สามารถนำมาใช้ในการประมาณการต้นทุนและค่าใช้จ่ายเพื่อใช้ในการคำนวณผลตอบแทนการลงทุน
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารวิชาการ งานวิจัย รายงาน เอกสารราชการ หนังสือวิชาการ นิตยสาร วารสาร บทความต่าง ๆ รวมถึงข้อมูลทางเว็บไซต์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องที่มีการศึกษาไว้แล้วจากหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน เช่น ข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยว จากกรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นต้น รวมถึงรายงานการศึกษาความเป็นไปได้ของการทำธุรกิจบริษัทนำเข้า ที่มีลักษณะเดียวกันกับโครงการที่ทำการศึกษานี้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ มีข้อมูล 2 ชนิด คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับรายได้ ค่าใช้จ่ายเพื่อการลงทุน และค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ
2. ข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับสถิติการท่องเที่ยว จากกรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลต้นทุนและรายได้มาทำการหาค่าเฉลี่ยวิเคราะห์ทางการเงิน โดยการวิเคราะห์และประเมินต้นทุนและผลตอบแทนของการประกอบธุรกิจบริษัทนำเข้า การประเมินนั้นจำเป็นต้องประมาณการต้นทุนและผลตอบแทนให้ชัดเจน ถูกต้อง ตัวแปรด้านต้นทุนและผลตอบแทนประกอบด้วย

การวิเคราะห์ข้อมูลมีขั้นตอนการศึกษา ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การประมาณต้นทุนและผลตอบแทนต่างๆ ที่เกิดขึ้น

การประมาณการต้นทุน

1. ค่าใช้จ่ายในการลงทุน ประกอบด้วย

1.1 ค่าตกแต่งสถานที่

1.2 ค่าอุปกรณ์สำนักงาน

1.3 ค่าเช่าสถานที่

2. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

2.1 ค่าเช่าอาคาร

2.2 ค่าสาธารณูปโภค

2.3 ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด

2.4 เงินเดือนพนักงาน

2.5 ค่าภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

การประมาณการผลตอบแทนของโครงการ

ผลตอบแทน ประกอบด้วย รายได้จากการจัดจำหน่ายตัวเครื่องบิน และแพ็คเกจนำเข้า

ขั้นตอนที่ 2

นำงบกำไรขาดทุน และงบกระแสเงินสดมาวิเคราะห์ โดยใช้เกณฑ์วัดความคุ้มค่าการลงทุน ประกอบด้วย อัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย (Average Rate of Return : ARR) ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period : PB) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV) ดัชนีการทำการกำไร (Profitability Index : PI) และอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Internal Rate of Return : IRR) (เฉลิมขวัญ ครุฑบุญยงค์. 2555)

ขั้นตอนที่ 3

นำผลการวัดความคุ้มค่าการลงทุนมาตัดสินใจว่าจะลงทุนหรือไม่ โดยมีเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจการลงทุนเพื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการมีสูตรการคำนวณดังนี้

1. อัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย (Average Rate of Return : ARR)

การวิเคราะห์โครงการจะใช้วิธีการวิเคราะห์โดยใช้อัตราผลตอบแทนในรูปของกำไรสุทธิหลังหักภาษีเฉลี่ย เพื่อดูว่าโครงการได้รับผลตอบแทนเป็นเท่าใด สูตรในการคำนวณ คือ

$$\text{อัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย} = \frac{\text{กำไรสุทธิหลังหักภาษีเฉลี่ย}}{\text{เงินลงทุน}}$$

เกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจลงทุน

เลือกลงทุนในโครงการที่ได้รับอัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย (Average Rate of Return : ARR) มากที่สุด

2. ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period : PB)

การคำนวณหาระยะเวลาที่กิจการจะได้รับรายได้เท่ากับเงินลงทุนของกิจการ ในกรณีกระแสเงินสดรับหรือผลประโยชน์ที่ได้รับแต่ละปีไม่เท่ากัน ระยะเวลาที่ได้รับผลตอบแทนในรูปของกระแสเงินสดเข้าเท่ากับกระแสเงินสดจ่ายลงทุน โดยไม่คำนึงถึงเรื่องมูลค่าของเงินตามระยะเวลาเข้ามาเกี่ยวข้อง การคำนวณหาระยะเวลาคืนทุนจึงมองที่กระแสเงินสดรับ ไม่ใช่ตัวกำไรหรือขาดทุนของกิจการ โดย ณ จุด ที่ได้ผลสะสมของกระแสเงินสดรับเท่ากับเงินลงทุนในครั้งแรกก็จะได้ระยะเวลาคืนทุน

เกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจลงทุน

เลือกลงทุนในโครงการที่มีระยะเวลาคืนทุน (Payback Period : PB) เร็วที่สุด

3. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV)

การประเมินโครงการที่คำนึงถึงค่าของเงินตามงวดเวลา เนื่องจากเป็นการลงทุนในระยะยาว จำนวนเงินลงทุนที่จ่ายไปกับผลตอบแทนที่จะได้รับจากการลงทุนที่เกิดขึ้นในระยะเวลาดังกล่าวต่างกันจึงต้องปรับมูลค่าของจำนวนเงินลงทุนกับผลตอบแทนที่จะได้รับให้เป็นมูลค่าปัจจุบันของเงินสดที่คาดว่าจะได้รับในแต่ละปีในอนาคตตลอดอายุโครงการกับมูลค่าปัจจุบันของเงินสดจ่ายออกไปของโครงการ ณ อัตราผลตอบแทนที่ต้องการ ในกรณีกระแสเงินสดรับแต่ละปีไม่เท่ากันมีสูตรการคำนวณ ดังนี้

$$NPV = \left(\frac{P_1}{(1+i)^1} + \frac{P_2}{(1+i)^2} + \frac{P_3}{(1+i)^3} + \dots + \frac{P_n}{(1+i)^n} \right) - C$$

กำหนดให้ NPV = มูลค่าปัจจุบันสุทธิ
 P = กระแสเงินสดรับเข้าแต่ละปี
 i = อัตราส่วนลด(ค่าของทุน)
 C = เงินลงทุนเริ่มแรก

หรือ NPV สามารถหาค่าในตาราง PVIF แล้วนำมาคูณกับ P ในแต่ละปี

เกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจลงทุน

เลือกลงทุนในโครงการที่มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) มากที่สุด

4. ดัชนีการทำการกำไร (Profitability Index : PI)

ดัชนีการทำการกำไร บางครั้งเรียกว่า อัตราผลประโยชน์ ต่อเงินลงทุน (Benefit Cost Ratio)

หมายถึง การเปรียบเทียบว่ามูลค่าปัจจุบันของเงินสดรับเป็นกี่เท่าของเงินลงทุน โดยมีสูตรการคำนวณ ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ดัชนีการทำการกำไร} &= \frac{\text{มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับเข้า}}{\text{เงินลงทุนเริ่มแรก}} \\ &= \frac{\sum_{t=1}^n \frac{P_t}{(1+i)^t}}{\text{เงินลงทุนเริ่มแรก}} \end{aligned}$$

เกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจลงทุน

พิจารณาจากดัชนีการทำการกำไร หากมีค่ามากกว่า 1 ก็กิจการควรยอมรับและเลือกลงทุนโครงการ เนื่องจากโครงการมีความสามารถในการทำการกำไรให้กับกิจการ

5. อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Internal Rate of Return : IRR)

อัตราผลตอบแทนที่มีผลทำให้มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับเข้ามีค่าเท่ากับเงินจ่ายลงทุนเริ่มต้น ในกรณีที่กระแสเงินสดรับแต่ละปีไม่เท่ากัน ให้หาค่า IRR โดยการสมมติค่าอัตราผลตอบแทนที่ใกล้เคียง จนกระทั่งพบอัตราผลตอบแทนที่แท้จริง (เฉลิมขวัญ คุรุบุญวงศ์. 2555)

เกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจลงทุน
พิจารณาเลือกลงทุนในโครงการที่มีค่า IRR มากกว่าผลตอบแทนทั่วไป

6. การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลง

กรณีที่ 1 กรณีธุรกิจสามารถดำเนินการได้ตามแผนการตลาด

กรณีที่ 2 กำหนดให้ผลตอบแทนของโครงการเพิ่มขึ้น

โดยธุรกิจมีรายรับเพิ่มขึ้นจากยอดขายในอัตราร้อยละ 20 ขณะที่ธุรกิจสามารถควบคุมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานให้คงที่ได้

กรณีที่ 3 กำหนดให้ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้น

โดยกำหนดให้ธุรกิจมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 20 ขณะที่ผลตอบแทนของโครงการคงที่



บทที่ 4

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ

การศึกษาความเป็นไปได้ของการทำธุรกิจบริษัทนำเข้าเย็บประเทศญี่ปุ่น ผู้ศึกษาจะทำ การวิเคราะห์และหาผลการศึกษาโดยนำเสนอดังนี้

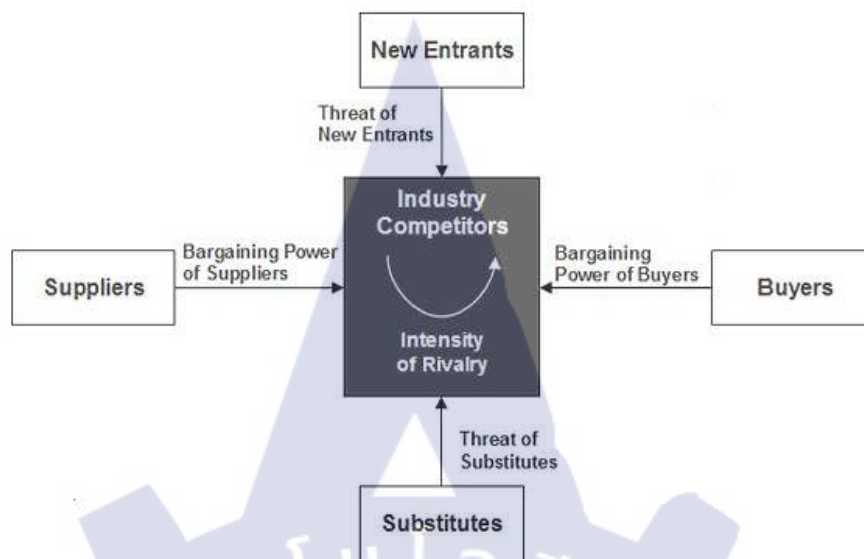
การศึกษาด้านการตลาด

การศึกษาด้านการตลาดที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยทางการตลาด และแผนทางการตลาดต่างๆ ทั้งการพิจารณาถึงความต้องการสินค้า หรือบริการมีมากน้อยเพียงใด คู่แข่งขันในตลาดเป็นอย่างไร ราคาที่ตั้งไว้เป็นอย่างไร รูปแบบส่วนผสมทางการตลาดเป็นอย่างไร แผนการประชาสัมพันธ์เป็น อย่างไร

ลักษณะทางอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่และมีความสำคัญต่อระบบ เศรษฐกิจของโลก เป็นที่ยอมรับว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้เจริญเติบโตจนกลายเป็นสินค้า หลักในระบบการค้าระหว่างประเทศ เป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจซึ่งนำไปสู่ การจ้างงาน สร้างอาชีพ กระจายรายได้และการลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องต่างๆ อีกมากมาย หลายสาขา เช่น สาธารณูปโภค บริการด้านความปลอดภัย การขนส่ง เป็นต้น

ซึ่งผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์โดยนำเอาหลักการวิเคราะห์ Five Forces Model ของ ไมเคิล อี พอร์เตอร์ มาเป็นเครื่องมือในการทำความเข้าใจถึงสภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรม โดย แบ่งกรอบการวิเคราะห์ออกเป็น 5 ด้าน คือ สภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรม ความเสี่ยงจากผู้ เข้าแข่งขันรายใหม่ อำนาจต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบ อำนาจต่อรองของลูกค้า และ ความ เสี่ยงจากสินค้าหรือบริการทดแทน



รูปที่ 10 Five Forces Model of Competition

ที่มา : Michael E. Porter. (1985). **Competitive Advantage : Creating and Sustaining Superlative Performance.** p.5.

1. Intensity of Competitive Rivalry หรือ สภาพการณ์ความรุนแรงของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้เจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว จะเห็นได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น ธุรกิจนำเที่ยวจึงเป็นธุรกิจหนึ่งที่มีอัตราการเติบโตสูงจากฐานข้อมูลธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์สำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์กลางพบว่า ข้อมูล ณ วันที่ 25 มกราคม 2556 มีจำนวนผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศ (Outbound) 2,948 ราย เพิ่มขึ้นจากปี 2555 1.41%

จากการที่มีจำนวนผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวเพิ่มขึ้น ทำให้เกิดการแข่งขันเพื่อแย่งชิงลูกค้ากัน โดยลูกค้าส่วนใหญ่มีความอ่อนไหวต่อราคา (Price Sensitive) ทำให้เกิดสงครามราคาขึ้น จึงมีบางบริษัทที่หลีกเลี่ยงปัญหาดังกล่าว ด้วยการให้บริการพิเศษที่เฉพาะเจาะจงตามความต้องการของลูกค้า เพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งรายอื่นๆ จึงสรุปได้ว่า สภาพการณ์ความรุนแรงของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมของธุรกิจมีความเข้มข้นสูง

2. Threat of Substitute Products or Services หรือ ความเสี่ยงจากผู้แข่งขันรายใหม่

ความยากง่ายในการที่ผู้แข่งขันรายใหม่จะสามารถเข้ามาในอุตสาหกรรม ซึ่งสามารถพิจารณาได้จากปัจจัยหลายปัจจัย เช่น จำนวนเงินที่ต้องใช้ในการลงทุน ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ และความภักดีต่อตราสินค้าของลูกค้า สำหรับธุรกิจนาฬิกาที่เวลานั้นจำนวนเงินที่ต้องใช้ในการลงทุนหากเป็นธุรกิจขนาดเล็กที่ให้บริการจำหน่ายตัวเครื่องบิณ และรับบริการสำรองห้องพัก อาจใช้เงินลงทุนเพียง 1 ล้านบาท แต่หากเป็นบริษัทนาฬิกาที่ให้บริการแบบครบวงจร จำเป็นต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมาก อาจใช้เงินลงทุนถึง 20 ล้านบาท ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ การบริการทำเลที่ตั้งของกิจการ และความภักดีต่อตราสินค้าของลูกค้า ยังเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญ ทำให้ความเสี่ยงจากผู้แข่งขันรายใหม่อยู่ในระดับสูง

3. Bargaining Power of Customers (Buyers) หรือ อำนาจต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบ

อำนาจต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบในธุรกิจการท่องเที่ยว คือ สายการบิน และผู้ให้บริการที่พัก ซึ่งมีราคาขึ้นลงตามสภาพตลาดตามช่วงเทศกาล High Season, Low Season ปัจจุบันมีผู้ขายวัตถุดิบอยู่หลายราย ดังนั้นอำนาจต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบอยู่ในระดับต่ำ

4. Bargaining Power of Suppliers หรือ อำนาจต่อรองของลูกค้า

แบ่งกลุ่มลูกค้าของธุรกิจบริษัทนาฬิกาออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ กลุ่มลูกค้าบุคคลทั่วไป และลูกค้ากลุ่มองค์กร ซึ่งมีพฤติกรรมในการบริโภคที่แตกต่างกัน โดยกลุ่มลูกค้าบุคคลทั่วไปเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีจำนวนมาก ส่วนใหญ่จะเลือกเดินทางในช่วงฤดูการท่องเที่ยว หรือในวันหยุดนักขัตฤกษ์ ทำให้มีอำนาจต่อรองต่ำ หากเป็นลูกค้ากลุ่มองค์กร ลูกค้าคาดหวังที่จะได้รับบริการที่ดีราคาถูก ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีอำนาจต่อรองสูงเนื่องจากมาใช้บริการครั้งละจำนวนมาก

5. The Threat of Substitute Products and Services หรือ ความเสี่ยงจากสินค้าหรือบริการทดแทน

ในสายตาของผู้บริโภคนั้น การท่องเที่ยวแต่ละประเทศจะมีความสามารถในการทดแทนกันได้ในระดับหนึ่ง แต่ไม่สามารถทดแทนกันได้โดยสมบูรณ์ เนื่องจากความแตกต่างกันทางลักษณะภูมิศาสตร์ วัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณี สถานที่ท่องเที่ยว และกิจกรรมต่างๆ ทำให้ความเสี่ยงจากสินค้าหรือบริการทดแทนอยู่ในระดับต่ำ

เราสามารถสรุปปัจจัยทั้ง 5 ได้ดังนี้

- 1) สภาพการณ์ความรุนแรงของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม อยู่ในระดับสูง
- 2) ความเสี่ยงจากผู้แข่งขันรายใหม่ อยู่ในระดับสูง
- 3) อำนาจต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบ อยู่ในระดับต่ำ
- 4) อำนาจต่อรองของลูกค้า กลุ่มองค์กรอยู่ในระดับต่ำ
- 5) ความเสี่ยงจากสินค้าหรือบริการทดแทน อยู่ในระดับต่ำ

จากการวิเคราะห์สภาวะในอุตสาหกรรมธุรกิจบริษัทนำเที่ยวนี้ ทำให้ผู้ศึกษาทราบว่า สิ่งที่คุณต้องการลงทุนในกิจการธุรกิจบริษัทนำเที่ยวนั้นต้องระวัง คือ สภาพการณ์ความรุนแรงของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม และความเสี่ยงจากผู้แข่งขันรายใหม่

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค

การทำการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค หรือการทำการวิเคราะห์ SWOT Analysis นั้น สามารถจัดทำในรูปแบบของตารางวิเคราะห์ ดังนี้

1. ตารางวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก EFAS (External Factors Analysis Summary)
2. ตารางวิเคราะห์ปัจจัยภายใน IFAS (Internal Factors Analysis Summary)

ในการให้น้ำหนักแต่ละ Factor ในคอลัมน์ ผู้ทำการศึกษาได้กำหนดให้น้ำหนักสูงสุด คือ 1.0 และน้ำหนักต่ำสุด คือ 0.0 ซึ่งน้ำหนักของแต่ละปัจจัยรวมกันต้องเท่ากับ 1.00 โดยการให้น้ำหนักนั้น เป็นดุลพินิจของผู้ทำการศึกษาที่ได้มีการคำนวณถึงการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ

ตารางที่ 6 วิเคราะห์ปัจจัยภายนอก EFAS (External Factors Analysis Summary)

ปัจจัยภายนอก	น้ำหนัก	ประเมินผล กระทบ	คะแนน ถ่วง น้ำหนัก	ความคิดเห็น
โอกาส (Opportunities)				
1. ผู้ใช้บริการนำเที่ยวในปัจจุบันมี สัดส่วนผู้สนใจใช้บริการเพิ่มขึ้น	0.17	4	0.68	เกิดค่านิยมการเดินทาง ท่องเที่ยวต่างประเทศมากขึ้น
2. การผ่อนผันกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง กับการเดินทางท่องเที่ยวของญี่ปุ่น	0.12	4	0.48	ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถ เดินทางได้สะดวกมากยิ่งขึ้น
3. การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ระบบอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้เข้าถึงกลุ่ม นักท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น	0.13	3	0.39	นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึง แหล่งข้อมูลด้านการท่องเที่ยว
อุปสรรค (Threats)				
1. นักลงทุนต่างชาติเข้ามาลงทุนใน อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมากขึ้น	0.18	2	0.36	จากการที่มีบริษัทนำเที่ยวจาก ต่างประเทศมาเปิดสาขาใน ไทย
2. การเปลี่ยนแปลงที่เป็นผลร้ายด้าน อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	0.12	3	0.36	อาจทำให้การตัดสินใจเดินทาง ท่องเที่ยวลดลง
3. การปรับราคาของค่าโดยสาร เครื่องบิน และค่าใช้จ่ายด้านที่พัก	0.07	2	0.14	อาจทำให้ความต้องการ ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ลดลง
4. ภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้น	0.21	3	0.63	จากภัยธรรมชาติที่รุนแรง เช่น แผ่นดินไหว พายุหิมะ
รวม	1.00		3.04	

ที่มา : T. L. Wheelen ; and J. D. Hunger. (2002). **Strategic Management and Business Policy**. p.102.

ตารางที่ 7 วิเคราะห์ปัจจัยภายใน IFAS (Internal Factors Analysis Summary)

ปัจจัยภายใน	น้ำหนัก	ประเมินผล กระทบ	คะแนน ถ่วง น้ำหนัก	ความคิดเห็น
จุดแข็ง (Strengths)				
1. มีทีมงานที่มีความสามารถ และ ประสบการณ์ในการท่องเที่ยวญี่ปุ่น	0.20	4	0.80	ทำให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจ ในการใช้บริการ
2. เงินลงทุนเริ่มแรก เป็นเงินลงทุน ของผู้ก่อตั้งเองทั้งหมด	0.20	4	0.80	ทำให้กิจการไม่มีปัญหาภาระ หนี้สิน
3. การให้บริการที่ได้มาตรฐานใน ราคาที่เหมาะสม	0.10	3	0.30	คุณภาพการให้บริการเป็น ปัจจัยสำคัญของความสำเร็จ
4. ความสามารถในการนำเสนอสิ่ง อำนวยความสะดวกที่ครบครัน	0.05	2	0.10	ให้บริการอื่นๆเสริม เช่น บริการจองบัตรเข้าชมการ แสดงต่างๆ , บริการให้เช่า Wi-Fi
จุดอ่อน (Weaknesses)				
1. ขาดพันธมิตรทางธุรกิจ	0.15	3	0.45	เร่งสร้างเครือข่ายและพันธมิตร ทางธุรกิจ
2. เป็นธุรกิจใหม่	0.11	3	0.33	ไม่มีฐานลูกค้า ทำให้มีส่วแบ่ง ตลาดน้อย
3. การแข่งขันด้านราคามีสูง	0.15	2	0.30	เกิดการตัดราคากัน
4. เป็นธุรกิจขนาดกลางและขนาด ย่อม	0.04	2	0.08	มีข้อจำกัดในการดำเนินงาน
รวม	1.00		3.16	

ที่มา : T. L. Wheelen ; and J. D. Hunger. (2002). **Strategic Management and Business Policy**. p.102.

จากตาราง EFAS หรือ การวิเคราะห์ถึงผลกระทบของโอกาสและอุปสรรคที่อาจจะเกิดขึ้น ซึ่งกิจการได้คะแนนรวมเพียง 3.04 คะแนน ซึ่งผ่านเกณฑ์ที่ 3.00 คะแนน เพียงเล็กน้อย ทำให้ทราบว่า โอกาสทางธุรกิจเกิดจากการที่นักท่องเที่ยวเกิดค่านิยมการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศมากขึ้นทำให้มีสัดส่วนผู้สนใจใช้บริการเพิ่มขึ้น และมีความเสี่ยงใน

การได้รับผลกระทบจากภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้น เช่น แผ่นดินไหว ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งในการตัดสินใจ
ท่องเที่ยว

จากตาราง IFAS หรือ การวิเคราะห์ถึงจุดแข็งและจุดอ่อนของธุรกิจบริษัทนำเที่ยว
ประเทศญี่ปุ่น โดยรวมกิจการได้คะแนนรวม 3.16 คะแนน ซึ่งผ่านเกณฑ์ 3.00 คะแนน แสดงให้
เห็นว่าเนื่องจากเป็นธุรกิจใหม่ ทำให้ไม่มีฐานลูกค้าเดิม ขาดพันธมิตรทางธุรกิจ จุดแข็งสำคัญ
ของกิจการคือ บริษัทมีทีมงานที่มีความสามารถและประสบการณ์ และเงินลงทุนเริ่มแรกเป็นเงิน
ลงทุนของผู้ก่อตั้งเองทั้งหมด ทำให้กิจการปลอดภัยจากภาระหนี้สิน

เมื่อได้ทำการวิเคราะห์ SWOT Analysis นำผลสรุปของการวิเคราะห์เพื่อกำหนด
ปัจจัยเชิงกลยุทธ์ (Strategic Factors) โดยการจัดทำ TOWS Matrix



ตารางที่ 8 TOWS Matrix

ปัจจัยภายใน (IFAS) ปัจจัยภายนอก (EFAS)	จุดแข็ง (S)	จุดอ่อน (W)
	- มีทีมงานที่มีความสามารถ และประสบการณ์ในการท่องเที่ยวญี่ปุ่น - เงินลงทุนเริ่มแรก เป็นเงินลงทุนของผู้ก่อตั้งเองทั้งหมด - การให้บริการที่ได้มาตรฐานในราคาที่เหมาะสม - ความสามารถในการนำเสนอสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน	- ขาดพันธมิตรทางธุรกิจ - เป็นธุรกิจใหม่ - การแข่งขันด้านราคามีสูง - เป็นธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
โอกาส (O)	กลยุทธ์ (SO)	กลยุทธ์ (WO)
- ผู้ใช้บริการนำเที่ยวในปัจจุบันมีสัดส่วนผู้สนใจใช้บริการเพิ่มขึ้น - การผ่อนผันกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยวของญี่ปุ่น - การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศระบบอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้เข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น	- ฝึกอบรมพนักงานเพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความไว้วางใจในการใช้บริการ - เพิ่มบริการเสริมอื่นๆ เช่น บริการจองบัตรเข้าชมการแสดงต่างๆ , บริการให้เช่า Wi-Fi - ให้ข้อมูลข่าวสารแก่ผู้ใช้บริการเพื่อกระตุ้นให้เกิดความต้องการใช้บริการ	- พัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศระบบอิเล็กทรอนิกส์ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย - สร้างฐานลูกค้า เพิ่มส่วนแบ่งตลาด
อุปสรรค (T)	กลยุทธ์ (ST)	กลยุทธ์ (WT)
- นักลงทุนต่างชาติเข้ามาลงทุนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมากขึ้น - การเปลี่ยนแปลงที่เป็นผลร้ายด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ - การปรับราคาของค่าโดยสารเครื่องบิน และค่าใช้จ่ายด้านที่พัก - ภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้น	- ให้ส่วนลดหรือราคาโปรโมชั่นพิเศษกับผู้ใช้บริการ - บริการแจ้งสภาพอากาศก่อนการเดินทาง เพื่อลดความกังวลของผู้ใช้บริการ	- เร่งสร้างเครือข่ายและพันธมิตรทางธุรกิจ - สร้างกิจกรรมส่งเสริมการตลาดให้ผู้ใช้บริการมาใช้บริการ

ที่มา : Fred, R. David. (2001). **Strategic Management : Concepts.** p.206.

รูปแบบธุรกิจที่เหมาะสม

ในการดำเนินธุรกิจ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย รวมทั้งกำหนดรูปแบบและโครงสร้างของบริษัทในการดำเนินธุรกิจ สร้างคุณภาพการให้บริการเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด ส่งผลให้บริษัทมีกำไรและเติบโตอย่างมั่นคงในธุรกิจ ซึ่งพิจารณารูปแบบธุรกิจไว้ 2 รูปแบบ ดังนี้

1. รูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐาน
2. รูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐานครบวงจร

โดยทั้ง 2 รูปแบบจะเป็นไปในลักษณะ Travel Agency ที่มีสินค้าและบริการที่มีความแตกต่างกัน และเมื่อคำนึงถึงปัจจัยอื่นใน Business Model แล้ว ทั้ง 2 รูปแบบจะมีข้อแตกต่างกัน ดังนี้



ตารางที่ 9 ความแตกต่างของรูปแบบธุรกิจ

Pillar	Business Model Building Blocks	รูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐาน	รูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐานครบวงจร
1. Product	Value Proposition	- บริการรับจองตั๋วเครื่องบิน - รับจองห้องพัก โรงแรม รีสอร์ท - จัดนำเที่ยว	- บริการรับจองตั๋วเครื่องบิน - รับจองห้องพัก โรงแรม รีสอร์ท - จัดนำเที่ยว - จัดทัวร์กรุ๊ปเหมาเป็นหมู่คณะ - จัดอบรม สัมมนา ทักษะศึกษา ดูงาน - บริการให้คำปรึกษา บริการด้านวิชา
2. Customer Interface	Target Customer	ลูกค้าบุคคลทั่วไป และลูกค้ากลุ่มองค์กร	ลูกค้าบุคคลทั่วไป และลูกค้ากลุ่มองค์กร
	Distribution Customer	ผ่านพนักงานขายเป็นหลัก และทางสื่อออนไลน์	ผ่านทั้งพนักงานขายของบริษัท และการติดต่อผ่านสื่อออนไลน์ บอกรับ และการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ
	Relationship	จัดทำแผนสร้างความประทับใจกับลูกค้า ให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีกครั้ง	ผ่านทั้ง 2 รูปแบบ ทั้งการทำสัญญาและจัดทำแผนสร้างความประทับใจ
3. Infrastructure Management	Value Configuration	ให้บริการรับจองตั๋วเครื่องบิน ที่พัก บริการจัดกรุ๊ปนำเที่ยว	ให้บริการรับจองตั๋วเครื่องบิน ที่พัก บริการจัดกรุ๊ปนำเที่ยว บริการรับทำวีซ่า ให้คำปรึกษา และให้บริการนำเที่ยวตามความต้องการของลูกค้า
	Core Competency	จากการให้บริการที่ประทับใจ มีการฝึกอบรมพนักงานอย่างต่อเนื่อง	จากการให้บริการที่ประทับใจ มีการฝึกอบรมพนักงานอย่างต่อเนื่อง โดยการให้บริการที่ดีและเสนอเงื่อนไขที่เป็นธรรม มีความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเป็นอย่างดี
	Partner Network	ผ่านกลุ่มตัวแทนบริษัท และสร้างเครือข่ายผ่านสังคมออนไลน์ รวมถึงมีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบต่างๆ	ผ่านกลุ่มตัวแทนบริษัท และสร้างเครือข่ายผ่านสังคมออนไลน์ รวมถึงมีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบต่างๆ
	Cost Structure	ค่าเช่าสถานที่เดือนละ 49,000 บาท อุปกรณ์สำนักงาน เครื่องมือและอุปกรณ์ รวมเป็นเงิน 498,960 บาท	ค่าเช่าสถานที่เดือนละ 49,000 บาท อุปกรณ์สำนักงาน เครื่องมือและอุปกรณ์ รวมเป็นเงิน 498,960 บาท
4. Financial Aspects	Revenue Model	จากบุคคลทั่วไปที่ใช้บริการ และกลุ่มบริษัทต่างๆ ที่ได้ทำสัญญากันไว้	จากบุคคลทั่วไปที่ใช้บริการ และกลุ่มบริษัทต่างๆ ที่ได้ทำสัญญากันไว้

จากรูปแบบธุรกิจที่แตกต่างกัน ก่อให้เกิดจุดอ่อนและจุดแข็งที่แตกต่างกัน ในแต่ละรูปแบบธุรกิจทั้ง 2 รูปแบบ สามารถสรุปได้ตามตารางที่ 10

ตารางที่ 10 วิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนของรูปแบบธุรกิจ

รูปแบบธุรกิจ	จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. รูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐาน	1. มีบริการที่หลากหลาย 2. ใช้พนักงานจำนวนเพียงพอกับธุรกิจ 3. มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่หลากหลาย	1. ประเภทการบริการมีจำกัด 2. มีสื่อโฆษณาอย่างจำกัด
2. รูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐานครบวงจร	1. มีบริการที่หลากหลายครบครัน 2. มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบ 3. มีช่องทางการขายที่หลากหลาย	1. ใช้เงินลงทุนสูง 2. มีต้นทุนคงที่สูง

ปัจจัยที่ทำให้ประสบความสำเร็จ

ปัจจัยที่ทำให้ประสบความสำเร็จของธุรกิจบริษัทนำเที่ยวประเทศญี่ปุ่นในรูปแบบธุรกิจต่างๆ มีดังนี้

1. การควบคุมค่าใช้จ่ายในการลงทุน จะไม่ทำให้ต้นทุนที่วางไว้เกินเป้าหมาย และส่งผลกระทบต่อความเป็นไปได้ของโครงการ
2. การวางแผนการทำการตลาดทั้งก่อน และหลังเริ่มกิจการ จะเป็นตัวกำหนดถึงประเภท และปริมาณของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ
3. การให้บริการที่ดีเยี่ยม ทำให้ลูกค้าประทับใจ และต้องการจะกลับมาใช้บริการอีกครั้ง
4. การรักษาต้นทุนค่าใช้จ่ายในการดำเนินการต่างๆ ให้อยู่ในระดับต่ำ เพราะจะส่งผลถึงผลกำไร และผลตอบแทนจากการลงทุน
5. การให้บริการลูกค้าด้วยความซื่อสัตย์ จริงใจ ยืดหยุ่น รวดเร็ว ถูกต้อง ตรงต่อเวลา และเป็นกันเองกับผู้ใช้บริการ
6. เลือกทำเลที่ตั้งให้เหมาะสม และสะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อ
7. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้า และกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในอนาคต
8. การจัดรายการนำเที่ยวที่น่าสนใจ

การวิเคราะห์คู่แข่ง

จำนวนธุรกิจให้บริการนำเที่ยวประเทศญี่ปุ่นที่ได้ขึ้นทะเบียนกับองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวประเทศไทยทั้งสิ้น 45 ราย โดยมีคู่แข่งที่มีรูปแบบการบริการและมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเดียวกับธุรกิจ จำนวน 10 แห่ง ดังนี้

ตารางที่ 11 สรุปรายละเอียดสำคัญของคู่แข่ง

ชื่อบริษัท	ทำเลที่ตั้ง
1. Ambassador Traveler Club Co.,Ltd.	240/3 A Tower, ชั้น1, ซอยรัชดาภิเษก 18, ถนนรัชดาภิเษก, ห้วยขวาง, กรุงเทพฯ 10320
2. H.I.S. Tours Co., Ltd.	399 ดิ깅อินเตอร์แซันจัทาวเวอร์, ชั้น3 (ชั้น UL) ถนนสุขุมวิท, คลองเตยเหนือ, วัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110
3. J-Package Tour	1000/106 อาคารลิเบอร์ตี้ฟลาซ่า ชั้น 4 ถนนสุขุมวิท 55, ซอยทองหล่อ, แขวงคลองตันเหนือ, เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110
4. JTB (Thailand) Limited	662 Emporium Shopping Complex ชั้น 4, ห้อง 4A25, 4P26A, ถนนสุขุมวิท คลองตัน คลองเตย กรุงเทพฯ
5. Quality Express Co., Ltd.	1111/30-31 ถนนลาดพร้าว จตุจักร กทม. 10900
6. Siam MC Tours	52 ดิغبรณียะพลาซ่า ชั้น 4 ห้อง 404 ถ.สีลม กทม. 10500
7. The Talent Co., Ltd.	9 ถนนจันทน์ ซ.18/2 ทุ่งวัดดอน สาทร กรุงเทพฯ 10120
8. Tokyo Asian Service	9/1 ถนนรัชดาภิเษก 18 เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ
9. Wendy Tour (JALPAK)	865 อาคารโรงแรม สยาม แอ็ท สยาม ชั้นที่ 9 ถนนพระราม 1 แขวงวังใหม่ เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร
10. World Surprise Travel	91/1 ซ.อนุমানราชชน ถ. เดโช เขตบางรัก กทม. 10500

กลยุทธ์ทางการตลาด

กลยุทธ์ทางการตลาดที่นำมาใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์ประกอบด้วย Generic Strategies การวิเคราะห์ STP : Segmentation, Targeting and Positioning และ 4Ps : Product, Price, Place and Promotion ซึ่งวิเคราะห์ได้ดังนี้

1. Generic Strategies

กลยุทธ์ที่ใช้ คือ กลยุทธ์การมุ่งเน้นและความแตกต่าง (Focused Differentiation Strategy) โดยจะมุ่งเน้นการบริการเป็นพิเศษเฉพาะกลุ่มลูกค้า จัดรายการนำเที่ยวตามความต้องการของลูกค้า และจัดรายการนำเที่ยวให้มีลักษณะเด่นเป็นเอกลักษณ์แตกต่างจากคู่แข่งอื่น โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้รับความพึงพอใจ เช่น การจัดกรุ๊ปนำเที่ยวพิเศษงานอีเวนต์ TOKYO AUTO SALON, กรุ๊ปพิเศษเข้าชมการแข่งขัน Sumo Tournaments, กรุ๊ปพิเศษชมคอนเสิร์ต Summer Sonic กรุ๊ปพิเศษบินภูเขาไฟฟูจิ กรุ๊ปพิเศษเข้าชมงาน Tokyo Game Show กรุ๊ปพิเศษเข้าชมงาน World Cosplay Summit (WCS) เป็นต้น ซึ่งเป็นกรุ๊ปนำเที่ยวพิเศษที่สร้างความแปลกใหม่ให้กับลูกค้า โดยมีกิจกรรมและสถานที่ท่องเที่ยวที่ลูกค้าให้ความสนใจ ในลักษณะที่ลูกค้ายินดีที่จะจ่ายเงินซื้อในราคาพิเศษ (Premium Price) ซึ่งสูงกว่าราคาเฉลี่ยทั่วไปในอุตสาหกรรม

2. STP : Segmentation Targeting and Positioning

การแบ่งส่วนตลาดออกเป็นส่วนย่อยๆ การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และการวางตำแหน่งของกิจการ เพื่อที่จะได้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ต้องการ โดยพิจารณาจากหลักเกณฑ์ต่างๆ ดังต่อไปนี้

2.1 Segmentation (การแบ่งส่วนตลาด) เป็นการแบ่งลูกค้าซึ่งมีลักษณะเหมือนกัน ออกเป็นกลุ่ม

2.1.1 ถิ่นที่อยู่ของนักท่องเที่ยว

2.1.2 โครงสร้างอายุของนักท่องเที่ยว เช่น กลุ่มวัยทำงาน กลุ่มวัยรุ่น

2.1.3 โครงสร้างอาชีพของนักท่องเที่ยว เช่น กลุ่มนักธุรกิจ กลุ่มพนักงานบริษัท

2.1.4 โครงสร้างรายได้ของนักท่องเที่ยว เช่น กลุ่มชนชั้นกลาง กลุ่มชนชั้นสูง

2.1.5 วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว เช่น เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อซื้อสินค้า เพื่อเที่ยวชมสถาปัตยกรรม เพื่อเข้าร่วมงานหรือเทศกาลต่างๆ

2.1.6 รูปแบบของนักท่องเที่ยว แบบบุคคลทั่วไป หรือแบบกลุ่มองค์กร

2.2 Targeting (การกำหนดตลาดเป้าหมาย) จากความแตกต่างของรูปแบบธุรกิจ

ทั้ง 2 รูปแบบ โดยรูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐาน และรูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐาน ครบวงจรนั้น จะมีลูกค้าบุคคลทั่วไปและลูกค้ากลุ่มองค์กร เป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

2.3 Positioning (การวางตำแหน่งกิจการ) เป็นการจัดวางตำแหน่งของกิจการ เพื่อให้ลูกค้าได้เข้าใจจุดเด่นอันเป็นเอกลักษณ์ของกิจการ โดยเป็นบริษัทนำเที่ยวประเทศไทยป่วน ที่ให้บริการอย่างครบครันทั้ง ให้บริการรับจองตั๋วเครื่องบิน ที่พัก บริการจัดกรุ๊ปนำเที่ยว บริการด้านวีซ่า ให้คำปรึกษา และให้บริการนำเที่ยวตามความต้องการของลูกค้าด้วยการบริการที่เป็นกันเอง การให้บริการที่ประทับใจและเสนอเงื่อนไขที่เป็นธรรม

3. 4Ps : Product Price Place and Promotion

3.1 Product

- บริการรับจองตั๋วเครื่องบิน
- รับจองห้องพัก โรงแรม รีสอร์ท
- จัดนำเที่ยว
- จัดทัวร์กรุ๊ปเหมาเป็นหมู่คณะ
- จัดอบรม สัมมนา ทัศนศึกษา ดูงาน
- บริการให้คำปรึกษา บริการด้านวีซ่า

3.2 Price

การกำหนดราคาจะพิจารณาจากต้นทุนค่าใช้จ่ายในการจัดนำเที่ยวแต่ละครั้ง โดยคำนึงถึงวิธีการตั้งราคาแบบ Cost-Based Pricing ตามต้นทุนของบริษัท และเพิ่ม Mark Up กำไรที่ต้องการเข้าไป ซึ่งการบวกกำไรเข้ากับต้นทุน (Cost-Plus Pricing) เป็นวิธีการตั้งราคาโดยบวกคำนวณเป็นเปอร์เซ็นต์ที่ต้องการเข้ากับต้นทุนบริการ ส่วนการกำหนดราคาบริการรายการนำเที่ยวทัวร์ไปแบบแพ็คเกจทัวร์ จะไม่ตั้งราคาให้สูงจนลูกค้าไม่สามารถใช้บริการได้ และไม่ตั้งราคาให้ต่ำจนทำให้ลูกค้าเกิดความไม่แน่ใจในด้านคุณภาพการบริการ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของบริษัท

3.3 Place

ช่องทางการจัดจำหน่ายทางตรง โดยลูกค้าจะเข้ามาติดต่อกับทางบริษัทด้วยตนเอง ทางโทรศัพท์ ส่ง e-Mail หรือการส่งข้อความผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัท

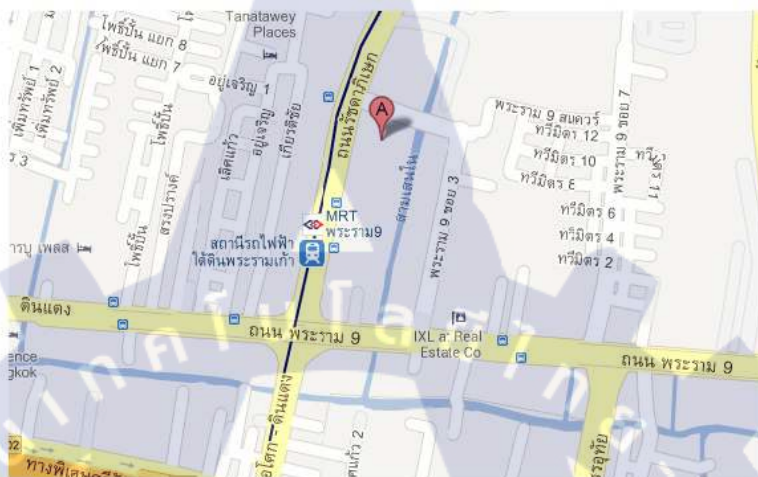
ช่องทางการจัดจำหน่ายอื่นๆ มีการขายโดยผ่านตัวแทนจำหน่ายของบริษัทนำเที่ยว บริษัทจำหน่ายตั๋วและโรงแรมผ่านทางระบบ e-Commerce และการเข้าร่วมการจัดงานส่งเสริมการท่องเที่ยวต่างๆ เช่น งานท่องเที่ยวไทยไปทั่วโลก

3.4 Promotion

มีการจัดทำของที่ระลึกที่มีตราสัญลักษณ์ของบริษัท เช่น ป้ายชื่อสำหรับห้อยกระเป๋า ปากกา ซองใส่เอกสาร และมีการลดราคาในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว

การศึกษาด้านวิศวกรรม

การศึกษาด้านวิศวกรรมในธุรกิจบริษัทเกี่ยวกับประเทศไทย ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาเรื่องสถานที่ตั้ง รูปแบบอาคาร และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อศึกษาว่าสิ่งเหล่านี้เป็นประโยชน์ต่อบริษัท ดังนี้

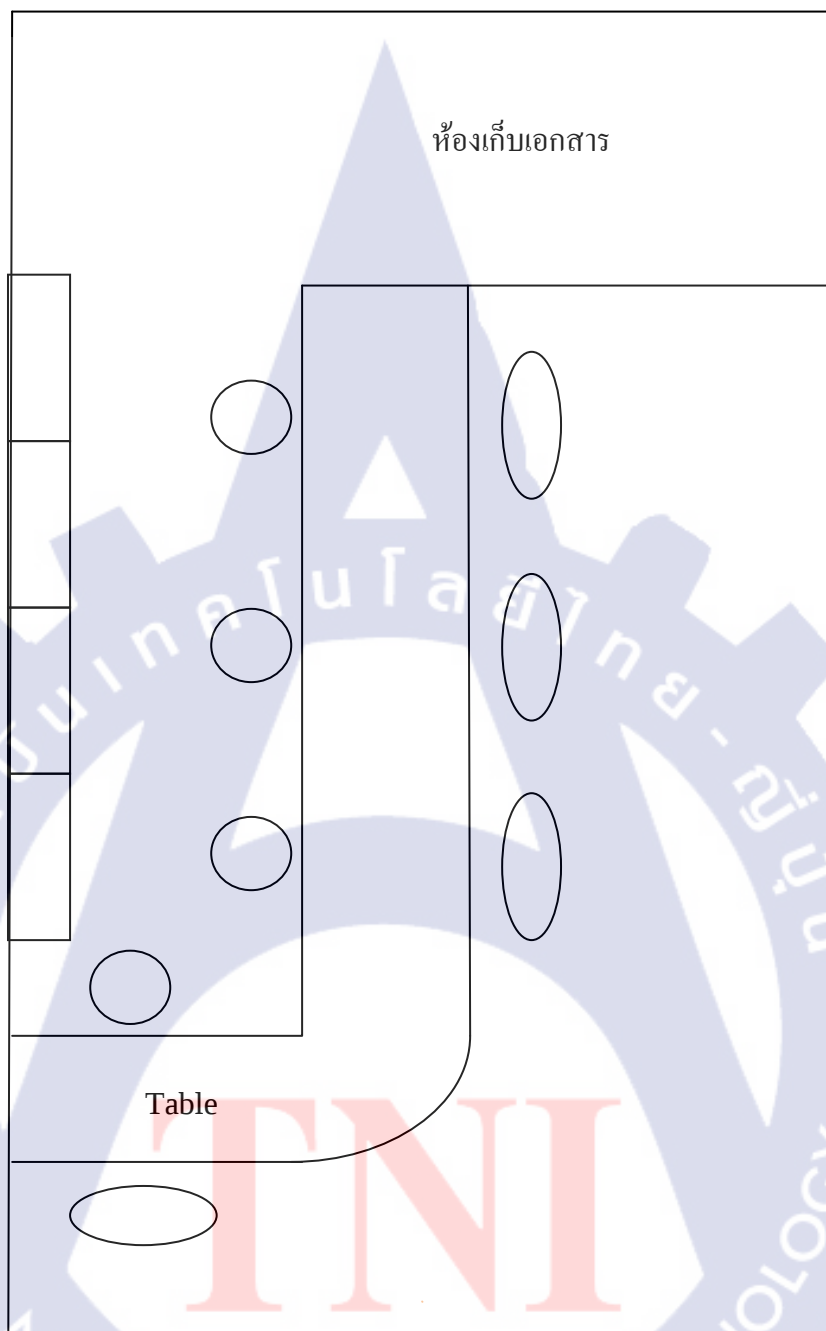


รูปที่ 11 แผนที่สถานที่ตั้งศูนย์การค้า เซ็นทรัลพลาซ่า แกรนด์ พระราม 9

ทำเลที่ตั้ง ชั้น Basement ภายในศูนย์การค้า เซ็นทรัลพลาซ่า แกรนด์ พระราม 9 ซึ่งเป็นศูนย์การค้าขนาดใหญ่ ตั้งอยู่ใกล้กับแยกพระราม 9 มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันสามารถเดินทางได้ทั้งทางรถยนต์ส่วนบุคคล รถสาธารณะ และรถไฟฟ้าใต้ดินมหานคร (MRT)

พื้นที่ใช้สอย 17 ตารางเมตร

ผังบริเวณ มีการวางผังบริเวณ ดังนี้



รูปที่ 12 แผนผังบริเวณรูปแบบบริษัทน้ำเตียว

การศึกษาด้านการบริหารจัดการ

แผนการดำเนินงาน

แผนการดำเนินงานแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ (1) ช่วงดำเนินการก่อสร้าง (2) ช่วงดำเนินงาน โดยแต่ละช่วงนั้น จะเริ่มจากการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ การออกแบบ สถาปัตยกรรมต่างๆ การวางระบบสาธารณูปโภค การก่อสร้าง โดยมีแผนจะเริ่มต้นตั้งแต่เดือน มกราคม พ.ศ. 2557 และคาดว่าจะก่อสร้างแล้วเสร็จภายในเดือนตุลาคม พ.ศ. 2557 โดยก่อนเปิดโครงการจะมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ก่อนการเปิดจริงในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2557 และหลังจากเปิดโครงการจะมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ต่อไป

ตารางที่ 12 แผนการดำเนินงานการก่อสร้าง

กิจกรรม	พ.ศ. 2557											
	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
ศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ	←→											
ออกแบบและพัฒนา			←→									
ก่อสร้างสิ่งปลูกสร้าง						←→						
งานระบบ								←→				
ตกแต่ง และติดตั้งเฟอร์นิเจอร์								←→				
โฆษณาประชาสัมพันธ์									←→			
Pre Launch										←→		
Grand Opening												←→

รายละเอียดของแผนการดำเนินงาน สามารถสรุปผลได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 13 สรุปรายละเอียดแผนการดำเนินงาน

เดือนที่	ส่วนการก่อสร้าง	ส่วนการขายและการตลาด	ส่วนทีมงาน	ส่วนงานปฏิบัติการ
1-7	ออกแบบรากฐาน และงานโครงสร้าง	ออกแบบและสรุปเครื่องมือ วัสดุ อุปกรณ์ที่จำเป็นต้องใช้ทำกิจกรรมการขาย	เริ่มรับสมัครทีมงานในด้านต่างๆ	ออกแบบระบบภายในต่างๆ เช่น ระบบบัญชี ระบบสำนักงาน ระบบคอมพิวเตอร์
8-9	ปรับปรุงส่วนบกพร่องจากการสร้างอาคาร	เริ่มจัดทำแผนการตลาด	ทำการวางแผนปฏิบัติงานในส่วนต่างๆ	วางแผนจัดซื้ออุปกรณ์ที่จำเป็นในส่วนงานต่างๆ
10-11	พื้นที่สำนักงานพร้อมใช้งาน เริ่มการตกแต่ง	เริ่มประชาสัมพันธ์ตามแผนการตลาดที่ได้จัดทำขึ้น	รับสมัครทีมงานในด้านต่างๆ และเริ่มฝึกอบรม	รับส่งมอบสิ่งของ อุปกรณ์ต่างๆ และทำการติดตั้ง
12	ตรวจสอบ และทดสอบการใช้งานระบบต่างๆ	โฆษณาประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทั่วไปรับรู้	เตรียมพนักงานทุกตำแหน่งให้พร้อมปฏิบัติงาน	ฝึกอบรมพนักงานทุกตำแหน่งให้พร้อมปฏิบัติงาน และซ้อมใหญ่ในสถานที่จริง

โครงสร้างกำลังคน

การจัดโครงสร้างการบริหารงานแบบแนวดิ่ง คือ เน้นที่บุคคลคนเดียวสามารถทำหน้าที่ทุกอย่างตั้งแต่ต้นจนจบ โดยเริ่มจากการวางแผนติดต่อสายการบิน รถโค้ช โรงแรม ภัตตาคาร เขียนรายการนำเที่ยว คำนวณราคา ให้ข้อมูลรายละเอียด รับจอง ขายสินค้าท่องเที่ยว เตรียมเอกสาร จัดวางแผนการการจ้ดนำเที่ยวเนื่องจากพนักงานผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบงานจะเป็นผู้ดำเนินการในเรื่องต่างๆ ด้วยตนเอง จึงทำให้การขายสินค้ารายการนำเที่ยวมีประสิทธิภาพ เนื่องจากเป็นผู้ที่รู้จักสินค้าเป็นอย่างดี สามารถตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลแก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้อง



รูปที่ 13 โครงสร้างกำลังคน

ตารางที่ 14 แผนกำลังคนของธุรกิจ

ตำแหน่ง	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ผู้จัดการ	1	1	1	1	1
พนักงาน	3	3	3	3	3
รวม	4	4	4	4	4

การศึกษาด้านการเงิน

รูปแบบที่ 1 รูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐาน

ให้บริการรับจองตั๋วเครื่องบิน ที่พัก บริการจัดกรุ๊ปนำเที่ยว

1. เงินลงทุน และแหล่งที่มาของเงินทุน

เงินลงทุนทั้งหมดของโครงการ คือ 1,000,000 บาท แบ่งเป็น เงินลงทุน 498,960 บาท และเงินสดหมุนเวียนอีก 501,040 บาท โดยใช้เงินของเจ้าของในการลงทุนทั้งหมด

ตารางที่ 15 งบประมาณการลงทุนรูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐาน

รายการ	รวม	แหล่งที่มา	
		ส่วนของเจ้าของ	เจ้าหนี้(เงินกู้ยืม)
ค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินงาน			
เครื่องตกแต่งและอุปกรณ์			
ค่าตกแต่งอาคาร	150,000.00	150,000.00	-
ค่าเฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้สำนักงาน	200,000.00	200,000.00	-
รวมเครื่องตกแต่งและอุปกรณ์	350,000.00	350,000.00	-
ค่าจดทะเบียนจัดตั้งห้างหุ้นส่วน	1,000.00	1,000.00	-
ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยว	960.00	960.00	-
เงินมัดจำค่าอาคาร (ค่าเช่าอาคาร 3 เดือน)	147,000.00	147,000.00	-
เงินสดหมุนเวียน	501,040.00	501,040.00	-
รวมเงินลงทุนเริ่มต้น	1,000,000.00	1,000,000.00	-

2. สมมติฐานทางการเงิน

2.1 สมมติฐานรายได้-รายจ่าย

ตารางที่ 16 รายได้ของรูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐาน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ตัวเครื่องบินในประเทศ	3,600,000.00	3,960,000.00	4,356,000.00	4,791,600.00	5,270,760.00
ตัวเครื่องบินระหว่างประเทศ	7,200,000.00	7,920,000.00	8,712,000.00	9,583,200.00	10,541,520.00
รับจองโรงแรม	1,800,000.00	1,980,000.00	2,178,000.00	2,395,800.00	2,635,380.00
จัดกรุ๊ปทัวร์	9,600,000.00	10,560,000.00	11,616,000.00	12,777,600.00	14,055,360.00
จัดทัวร์แพ็คเกจ	2,400,000.00	2,640,000.00	2,904,000.00	3,194,400.00	3,513,840.00
รวมรายได้	24,600,000.00	27,060,000.00	29,766,000.00	32,742,600.00	36,016,860.00

ตารางที่ 17 รายจ่ายของรูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐาน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ตัวเครื่องบินในประเทศ	2,160,000.00	2,376,000.00	2,613,600.00	2,874,960.00	3,162,456.00
ตัวเครื่องบินระหว่างประเทศ	4,320,000.00	4,752,000.00	5,227,200.00	5,749,920.00	6,324,912.00
รับจองโรงแรม	1,656,000.00	1,821,600.00	2,003,760.00	2,204,136.00	2,464,549.60
จัดกรุ๊ปทัวร์	8,160,000.00	8,976,000.00	9,873,600.00	10,860,960.00	11,947,056.00
จัดทัวร์แพ็คเกจ	2,160,000.00	2,376,000.00	2,613,600.00	2,874,960.00	3,162,456.00
รวมรายจ่าย	18,456,000.00	20,301,600.00	22,331,760.00	24,564,936.00	27,021,429.60

2.2 สมมติฐานด้านผลตอบแทน

ตารางที่ 18 ผลตอบแทนจากการลงทุนรูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐาน

ผลตอบแทนจากการลงทุน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินสดรับ					
กำไรจากการดำเนินงาน	296,100.00	1,859,560.00	2,227,416.00	2,631,007.60	3,076,008.36
หัก ภาษีเงินได้	(14,610.00)	(392,868.00)	(503,224.80)	(624,302.28)	(757,802.51)
บวก ค่าเสื่อมราคา	40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00
กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน	321,490.00	1,506,692.00	1,764,191.20	2,046,705.32	2,358,205.85
บวก มูลค่าธุรกิจ (ราคาขายธุรกิจ)	-	-	-	-	-
รวมเงินสดรับ	321,490.00	1,506,692.00	1,764,191.20	2,046,705.32	2,358,205.85
เงินสดจ่าย					
ค่าใช้จ่ายในการลงทุน	408,960.00	0	0	0	0
รวมเงินสดจ่าย	408,960.00	0	0	0	0
กระแสเงินสดคงเหลือสุทธิ	87,470.00	1,506,692.00	1,764,191.20	2,046,705.32	2,358,205.85
กระแสเงินสดคงเหลือสะสม	87,470.00	1,594,162.00	3,358,353.20	5,405,058.52	7,763,264.37

2.3 การวัดความคุ้มค่าการลงทุน

กำหนดให้อัตราผลตอบแทนโดยเฉลี่ยเท่ากับ 9%

1) อัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย (Average Rate of Return : ARR)

$$\text{อัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย} = \frac{\text{กำไรสุทธิหลังหักภาษีเฉลี่ย}}{\text{เงินลงทุน}}$$

$$\text{ARR} = \frac{281,490 + 1,466,692 + 1,724,191.20 + 2,006,705.32 + 2,318,205.85}{5} \div 1,000,000$$

$$\text{ARR} = \frac{1,559,456.87}{1,000,000}$$

$$= 155.95\%$$

2) ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period : PB)

ระยะเวลาคืนทุน เงินทุน 1,000,000 บาท

กระแสเงินสดสุทธิ ปีที่ 1 321,490.00

ปีที่ 2 1,506,692.00

ปีที่ 3 1,764,191.20

ปีที่ 4 2,046,705.32

ปีที่ 5 2,358,205.85

$$\text{PB} = 321,490.00 + 678,510.00$$

$$= 1 \text{ ปี } 5 \text{ เดือน } 15 \text{ วัน}$$

3) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV)

$$\text{NPV} = \left(\frac{P_1}{(1+i)^1} + \frac{P_2}{(1+i)^2} + \frac{P_3}{(1+i)^3} + \dots + \frac{P_n}{(1+i)^n} \right) - C$$

$$\text{NPV} = (P \times \text{ตาราง } PVIF_a) - C$$

$$\begin{aligned} \text{NPV} &= ((321,490 \times 0.9174) + (1,506,692 \times 0.8417) + \\ &\quad (1,764,191.20 \times 0.7722) + (2,046,705.32 \times 0.7084) + \\ &\quad (2,358,205.85 \times 0.6499)) - 1,000,000 \end{aligned}$$

$$= 4,528,571.87 - 1,000,000$$

$$= 3,528,571.87 \text{ บาท}$$

4) ดัชนีการทำกำไร (Profitability Index : PI)

$$\text{ดัชนีการทำกำไร} = \frac{\text{มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับเข้า}}{\text{เงินลงทุนเริ่มแรก}}$$

$$PI = \frac{4,528,571.87}{1,000,000}$$

$$= 4.52 \text{ เท่า}$$

5) อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Internal Rate of Return : IRR)

IRR สมมติ $i = 97\%$

$$\begin{aligned} 1,000,000 &= (321,490 \times 0.5076) + (1,506,692 \times 0.2577) + (1,764,191.20 \times 0.1308) \\ &\quad + (2,046,705.32 \times 0.0664) + (2,358,205.85 \times 0.0337) \\ &= 997,591.83 \end{aligned}$$

สมมติ $i = 96\%$

$$\begin{aligned} 1,000,000 &= (321,490 \times 0.5102) + (1,506,692 \times 0.2603) + (1,764,191.20 \times 0.1328) \\ &\quad + (2,046,705.32 \times 0.0678) + (2,358,205.85 \times 0.0346) \\ &= 1,010,861.26 \end{aligned}$$

หาค่า IRR โดยการเทียบบัญชีไตรยางศ์ ดังนี้

มูลค่าปัจจุบัน 1,010,861.26 บาท อัตราผลตอบแทน = 96%

มูลค่าปัจจุบัน 997,591.83 บาท อัตราผลตอบแทน = 97%

$$13,269.43 = 1\%$$

$$IRR = 96.818\%$$

3. งบกำไรขาดทุน

ตารางที่ 19 งบกำไรขาดทุนรูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐาน

งบกำไรขาดทุน (บาท)	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้จากการขาย	24,600,000.00	27,060,000.00	29,766,000.00	32,742,600.00	36,016,860.00
หัก ต้นทุนขาย	18,456,000.00	20,301,600.00	22,331,760.00	24,564,936.00	27,021,429.60
กำไรขั้นต้น	6,144,000.00	6,758,400.00	7,434,240.00	8,177,664.00	8,995,430.40
กำไรขั้นต้น / ยอดขาย	24.98 %	24.98 %	24.98 %	24.98 %	24.98 %
หัก ค่าใช้จ่ายในการขาย และบริหาร					
เงินเดือน	1,020,000.00	1,020,000.00	1,020,000.00	1,020,000.00	1,020,000.00
ประกันสังคม	33,500.00	33,500.00	33,500.00	33,500.00	33,500.00
ค่าทำบัญชี	120,000.00	120,000.00	120,000.00	120,000.00	120,000.00
ค่าน้ำประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์	196,800.00	216,480.00	238,128.00	261,940.80	288,134.88
ค่าเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร	12,000.00	12,000.00	12,000.00	12,000.00	12,000.00
ค่าเช่าอาคาร	588,000.00	588,000.00	588,000.00	588,000.00	588,000.00
ค่าส่งเสริมการตลาด	3,690,000.00	2,706,000.00	2,976,600.00	3,274,260.00	3,601,686.00
ค่าวัสดุสิ้นเปลือง	147,600.00	162,360.00	178,596.00	196,455.60	216,101.16
ค่าเสื่อมราคา	40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00
ค่าต่ออายุใบอนุญาต ประกอบธุรกิจนำเที่ยวทุก 2 ปี	-	500.00	-	500.00	-
รวมค่าใช้จ่ายในการขาย และบริหาร	5,847,900.00	4,898,840.00	5,206,824.00	5,546,656.40	5,919,422.04
กำไรจากการดำเนินงาน	296,100.00	1,859,560.00	2,227,416.00	2,631,007.60	3,076,008.36
กำไรจากการดำเนินงาน / ยอดขาย	23.77 %	18.10 %	17.49 %	16.94 %	16.44 %
หัก ภาษีเงินได้นิติบุคคล	14,610.00	392,868.00	503,224.80	624,302.28	757,802.51
กำไรสุทธิ	281,490.00	1,466,692.00	1,724,191.20	2,006,705.32	2,318,205.85
กำไรสุทธิ / ยอดขาย	1.14 %	5.42 %	5.79 %	6.13 %	6.44 %
งบกำไรสะสม					
กำไรสะสมต้นงวด	-	281,490.00	1,748,182.00	3,472,373.20	5,479,078.52
กำไร(ขาดทุน) สุทธิ	281,490.00	1,466,692.00	1,724,191.20	2,006,705.32	2,318,205.85
กำไรสะสมปลายงวด	281,490.00	1,748,182.00	3,472,373.20	5,479,078.52	7,797,284.37

ธุรกิจสามารถทำกำไรได้ตั้งแต่ปีแรก เป็นจำนวน 281,490.00 บาท และมีผลประกอบการดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง และในปีที่ 5 ธุรกิจทำกำไรสุทธิเป็นจำนวน 2,3182,205.85 บาท คิดเป็นกำไรสุทธิต่อยอดขายสูงถึง 6.44%



4. งบกระแสเงินสด

ตารางที่ 20 งบกระแสเงินสดรูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐาน

งบกระแสเงินสด	(ปีที่ 0)	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน						
กำไรสุทธิ		281,490.00	1,466,692.00	1,724,191.20	2,006,705.32	2,318,205.85
บวก ค่าเสื่อมราคา		40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00
บวก เจ้าหนี้การค้า		-	-	-	-	-
บวก ภาษีเงินได้ค้างจ่าย		-	-	-	-	-
ลบ ลูกหนี้การค้า		-	-	-	-	-
ลบ สิ้นค้าคงเหลือ		-	-	-	-	-
เงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน	-	321,490.00	1,506,692.00	1,764,191.20	2,046,705.32	2,358,205.85
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุน						
ซื้อสินทรัพย์หมุนเวียน	(350,000.00)	-	-	-	-	-
ขายสินทรัพย์หมุนเวียน	-	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการลงทุน	(350,000.00)	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงินทุน						
กู้จากสถาบันการเงิน		-	-	-	-	-
ลบ ชำระเงินกู้		-	-	-	-	-
ลบ ชำระดอกเบี้ยเงินกู้		-	-	-	-	-
ส่วนของเจ้าของ	1,000,000.00	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหา	1,000,000.00	-	-	-	-	-
เงินสดสุทธิ	650,000.00	321,490.00	1,506,692.00	1,764,191.20	2,046,705.32	2,358,205.85
บวก เงินสดต้นงวด	-	650,000.00	971,490.00	2,478,182.00	4,242,373.20	6,289,078.52
เงินสดปลายงวด	650,000.00	971,490.00	2,478,182.00	4,242,373.20	6,289,078.52	8,647,284.37

ธุรกิจมีกระแสเงินสดไหลบ่าจากการดำเนินการเพิ่มขึ้นทุกปีอย่างต่อเนื่อง โดยในปีที่ 5 ธุรกิจมีเงินสดปลายงวดจำนวน 8,647,284.37 บาท สามารถนำเงินจำนวนดังกล่าวไปพิจารณาเพื่อนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ด้านอื่นๆ ได้อีก

5. งบดุล

ตารางที่ 21 งบดุลรูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐาน

งบดุล	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสด	971,490.00	2,628,182.00	4,392,373.20	6,439,078.52	8,797,284.37
ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์	160,000.00	120,000.00	80,000.00	40,000.00	-
ค่าตกแต่งอาคาร	150,000.00	-	-	-	-
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	-	-	-	-	-
รวมสินทรัพย์	1,281,490.00	2,748,182.00	4,472,373.20	6,479,078.52	8,797,284.37
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น					
หนี้สินค้างจ่าย	-	-	-	-	-
รวมหนี้สิน	-	-	-	-	-
ส่วนของผู้ถือหุ้น	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00
กำไรสะสม	281,490.00	1,748,182.00	3,472,373.20	5,479,078.52	7,797,284.37
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	1,281,490.00	2,748,182.00	4,472,373.20	6,479,078.52	8,797,284.37
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	1,281,490.00	2,748,182.00	4,472,373.20	6,479,078.52	8,797,284.37

เนื่องจากใช้เงินของผู้ถือหุ้นในการลงทุนทั้งหมด และไม่มีการกู้เงินจากแหล่งเงินทุนอื่น ทำให้หนี้สินมีค่าเป็นศูนย์ ธุรกิจมีสินทรัพย์จากปีที่ 1 มีมูลค่า 1,281,490.00 บาท เพิ่มขึ้นในปีที่ 5 เป็น 8,797,284.37 บาท

6. วิเคราะห์การเปลี่ยนแปลง

ธุรกิจบริษัทนำเที่ยวเป็นธุรกิจที่มีสภาพการแข่งขันที่รุนแรง จึงจำเป็นต้องมีการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลง โดยแบ่งเป็น 3 กรณี ดังนี้

กรณีที่ 1 กรณีธุรกิจสามารถดำเนินการได้ตามแผนการตลาด

กรณีที่ 2 กำหนดให้ผลตอบแทนของโครงการเพิ่มขึ้น

โดยธุรกิจมีรายรับเพิ่มขึ้นจากยอดขายในอัตราร้อยละ 20 ขณะที่ธุรกิจสามารถควบคุมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานให้คงที่ได้

กรณีที่ 3 กำหนดให้ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้น

โดยกำหนดให้ธุรกิจมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 20 ขณะที่ผลตอบแทนของโครงการคงที่

ตารางที่ 22 การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงรูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐาน

	กรณีที่ 1	กรณีที่ 2	กรณีที่ 3
อัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย (ARR)	155.95 %	210.77 %	72.21 %
ระยะเวลาคืนทุน (PB)	1 ปี 5 เดือน 15 วัน	1 ปี 1 เดือน 28 วัน	3 ปี
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)	3,528,571.87 บาท	6,989,274.03 บาท	1,609,620.68 บาท
ดัชนีการทำการ (PI)	4.52 เท่า	7.99 เท่า	2.61 เท่า
อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (IRR)	96.82 %	131.81 %	34.59 %

ในกรณีที่ 1 ธุรกิจมีอัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย (ARR) เท่ากับ 155.95% มีระยะเวลาคืนทุนที่ 1 ปี 5 เดือน 15 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 3,528,571.87 บาท มีดัชนีการทำการเท่ากับ 4.52 เท่า และมีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (IRR) 96.82% กรณีที่ 2 หากธุรกิจมีรายรับเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 20 เนื่องจากมีการควบคุมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานจะส่งผลให้ธุรกิจมีอัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย (ARR) เพิ่มขึ้นเป็น 210.77% และในกรณีที่ 3 ธุรกิจไม่สามารถควบคุมรายจ่ายในการดำเนินงานส่งผลให้รายจ่ายของธุรกิจเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 20 จะทำให้ธุรกิจมีอัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย (ARR) ลดลงเป็น 72.21% ดัชนีการทำการ เท่ากับ 2.61 เท่า

รูปแบบที่ 2 รูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐานครบวงจร

ให้บริการรับจองตั๋วเครื่องบิน ที่พัก บริการจัดกรุ๊ปนำเที่ยว บริการรับทำวีซ่า ให้คำปรึกษา และให้บริการนำเที่ยวตามความต้องการของลูกค้า

1. เงินลงทุน และแหล่งที่มาของเงินทุน

เงินลงทุนทั้งหมดของโครงการ คือ 1,000,000 บาท แบ่งเป็น เงินลงทุน 498,960 บาท และเงินสดหมุนเวียนอีก 501,040 บาท โดยใช้เงินของเจ้าของในการลงทุนทั้งหมด

ตารางที่ 23 งบประมาณการลงทุน

รายการ	รวม	แหล่งที่มา	
		ส่วนของเจ้าของ	เจ้าหนี้(เงินกู้ยืม)
ค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินงาน			
เครื่องตกแต่งและอุปกรณ์			
ค่าตกแต่งอาคาร	150,000.00	150,000.00	-
ค่าเฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้สำนักงาน	200,000.00	200,000.00	-
รวมเครื่องตกแต่งและอุปกรณ์	350,000.00	350,000.00	-
ค่าจดทะเบียนจัดตั้งห้างหุ้นส่วน	1,000.00	1,000.00	-
ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเข้า	960.00	960.00	-
เงินมัดจำค่าอาคาร (ค่าเช่าอาคาร 3 เดือน)	147,000.00	147,000.00	-
เงินทุนหมุนเวียน	501,040.00	501,040.00	-
รวมเงินลงทุนเริ่มต้น	1,000,000.00	1,000,000.00	-

2. สมมติฐานทางการเงิน

2.1 สมมติฐานรายได้-รายจ่าย

ตารางที่ 24 รายได้ของรูปแบบบริษัทนำเข้าแบบมาตรฐานครบวงจร

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ตัวเครื่องบินในประเทศ	3,600,000.00	3,960,000.00	4,356,000.00	4,791,600.00	5,270,760.00
ตัวเครื่องบินระหว่างประเทศ	7,200,000.00	7,920,000.00	8,712,000.00	9,583,200.00	10,541,520.00
รับจองโรงแรม	1,800,000.00	1,980,000.00	2,178,000.00	2,395,800.00	2,635,380.00
จัดกรุ๊ปทัวร์	9,600,000.00	10,560,000.00	11,616,000.00	12,777,600.00	14,055,360.00
จัดทัวร์แพ็คเกจ	2,400,000.00	2,640,000.00	2,904,000.00	3,194,400.00	3,513,840.00
จัดกรุ๊ปทัวร์พิเศษ	14,000,000.00	15,840,000.00	17,424,000.00	19,166,400.00	21,083,040.00
รายได้อื่นๆ	16,800.00	18,480.00	20,328.00	22,361.00	24,597.00
รวมรายได้	39,016,800.00	42,918,480.00	47,210,328.00	51,931,360.80	57,124,496.88

ตารางที่ 25 รายจ่ายของรูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐานครบวงจร

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ตัวเครื่องบินในประเทศ	2,160,000.00	2,376,000.00	2,613,600.00	2,874,960.00	3,162,456.00
ตัวเครื่องบินระหว่างประเทศ	4,320,000.00	4,752,000.00	5,227,200.00	5,749,920.00	6,324,912.00
รับรองโรงแรม	1,656,000.00	1,821,600.00	2,003,760.00	2,204,136.00	2,424,550.00
จัดกรุ๊ปทัวร์	8,160,000.00	8,976,000.00	9,873,600.00	10,860,960.00	11,947,056.00
จัดทัวร์แพ็คเกจ	2,160,000.00	2,376,000.00	2,613,600.00	2,874,960.00	3,162,456.00
จัดกรุ๊ปทัวร์พิเศษ	11,520,000.00	12,672,000.00	13,939,200.00	15,333,120.00	16,866,432.00
รายได้อื่นๆ	10,800.00	11,880.00	13,068.00	14,375.00	15,812.00
รวมรายจ่าย	29,986,800.00	32,985,480.00	36,284,028.00	39,912,431.00	43,903,674.00

2.2 สมมติฐานด้านผลตอบแทน

ตารางที่ 26 ผลตอบแทนจากการลงทุนรูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐานครบวงจร

ผลตอบแทนจากการลงทุน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินสดรับ					
กำไรจากการดำเนินงาน	817,744.80	3,226,293.28	3,730,822.61	4,284,754.87	4,895,130.36
หัก ภาษีเงินได้	(98,548.96)	(802,887.98)	(954,246.78)	(1,140,359.30)	(1,366,198.23)
บวก ค่าเสื่อมราคา	40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00
กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน	759,195.84	2,463,405.30	2,816,575.83	3,184,395.57	3,568,932.13
บวก มูลค่าธุรกิจ (ราคาขายธุรกิจ)	-	-	-	-	-
รวมเงินสดรับ	759,195.84	2,463,405.30	2,816,575.83	3,184,395.57	3,568,932.13
เงินสดจ่าย					
ค่าใช้จ่ายในการลงทุน	408,960.00	0	0	0	0
รวมเงินสดจ่าย	408,960.00	0	0	0	0
กระแสเงินสดคงเหลือสุทธิ	305,235.84	2,463,405.30	2,816,575.83	3,184,395.57	3,568,932.13
กระแสเงินสดคงเหลือสะสม	305,235.84	2,768,641.14	5,585,216.97	8,769,612.54	12,338,544.67

2.3 การวัดความคุ้มค่าการลงทุน

กำหนดให้อัตราผลตอบแทนโดยเฉลี่ยเท่ากับ 9%

1) อัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย (Average Rate of Return : ARR)

$$\text{อัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย} = \frac{\text{กำไรสุทธิหลังหักภาษีเฉลี่ย}}{\text{เงินลงทุน}}$$

$$\text{ARR} = \frac{719,195.84 + 2,423,405.30 + 2,776,575.83 + 3,144,395.57 + 3,528,932.12}{5} \div 1,000,000$$

$$\text{ARR} = \frac{2,518,500.93}{1,000,000}$$

$$= 251.85 \%$$

2) ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period : PB)

ระยะเวลาคืนทุน เงินทุน 1,000,000 บาท

กระแสเงินสดสุทธิ ปีที่ 1 759,195.84

ปีที่ 2 2,463,405.30

ปีที่ 3 2,816,575.83

ปีที่ 4 3,184,395.57

ปีที่ 5 3,568,932.12

$$\text{PB} = 759,195.84 + 240,804.16$$

$$= 1 \text{ ปี } 1 \text{ เดือน } 6 \text{ วัน}$$

3) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV)

$$\text{NPV} = \left(\frac{P_1}{(1+i)^1} + \frac{P_2}{(1+i)^2} + \frac{P_3}{(1+i)^3} + \dots + \frac{P_n}{(1+i)^n} \right) - C$$

$$\text{NPV} = (P \times \text{ตาราง } PVIF_a) - C$$

$$\begin{aligned} \text{NPV} &= ((759,195.84 \times 0.9174) + (2,463,405.30 \times 0.8417) + (2,816,575.83 \times 0.7722) \\ &\quad + (3,184,395.57 \times 0.7084) + (3,568,932.12 \times 0.6499)) - 1,000,000 \\ &= 7,432,665.08 - 1,000,000 \\ &= 6,432,665.08 \text{ บาท} \end{aligned}$$

4) ดัชนีการทำการกำไร (Profitability Index : PI)

$$\text{ดัชนีการทำการกำไร} = \frac{\text{มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับเข้า}}{\text{เงินลงทุนเริ่มแรก}}$$

$$\text{PI} = \frac{7,432,665.08}{1,000,000} = 7.43 \text{ เท่า}$$

5) อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Internal Rate of Return : IRR)

IRR สมมติ $i = 150\%$

$$\begin{aligned} 1,000,000 &= (759,195.84 \times 0.40000) + (2,463,405.30 \times 0.16000) + \\ &\quad (2,816,575.83 \times 0.06400) + (3,184,395.57 \times 0.02560) + \\ &\quad (3,568,932.12 \times 0.01024) \\ &= 996,150.43 \end{aligned}$$

สมมติ $i = 149\%$

$$\begin{aligned} 1,000,000 &= (759,195.84 \times 0.40161) + (2,463,405.30 \times 0.16129) + \\ &\quad (2,816,575.83 \times 0.06477) + (3,184,395.57 \times 0.02601) + \\ &\quad (3,568,932.12 \times 0.01045) \\ &= 1,004,780 \end{aligned}$$

หาค่า IRR โดยการเทียบบัญชีไตรยางศ์ ดังนี้

มูลค่าปัจจุบัน 1,004,780.00 บาท อัตราผลตอบแทน = 149%

มูลค่าปัจจุบัน 996,150.43 บาท อัตราผลตอบแทน = 150%

8,629.57 = 1%

IRR = 149.446%

TNI

THAI - NICHI INSTITUTE OF TECHNOLOGY

3. งบกำไรขาดทุน

ตารางที่ 27 งบกำไรขาดทุนรูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐานครบวงจร

งบกำไรขาดทุน (บาท)	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้จากการขาย	39,016,800.00	42,918,480.00	47,210,328.00	51,931,360.80	57,124,496.88
หัก ต้นทุนขาย	29,986,800.00	32,985,480.00	36,284,028.00	39,912,430.80	43,903,673.88
กำไรขั้นต้น	9,030,000.00	9,933,000.00	10,926,300.00	12,018,930.00	13,220,823.00
กำไรขั้นต้น / ยอดขาย	23.14 %	23.14 %	23.14 %	23.14 %	23.14 %
หัก ค่าใช้จ่ายในการขาย และบริหาร					
เงินเดือน	1,020,000.00	1,020,000.00	1,020,000.00	1,020,000.00	1,020,000.00
ประกันสังคม	33,500.00	33,500.00	33,500.00	33,500.00	33,500.00
ค่าทำบัญชี	120,000.00	120,000.00	120,000.00	120,000.00	120,000.00
ค่าน้ำประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์	312,134.40	343,347.84	377,682.62	415,450.89	456,995.98
ค่าเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร	12,000.00	12,000.00	12,000.00	12,000.00	12,000.00
ค่าเช่าอาคาร	588,000.00	588,000.00	588,000.00	588,000.00	588,000.00
ค่าส่งเสริมการตลาด	5,852,520.00	4,291,848.00	4,721,032.80	5,193,136.08	5,712,449.69
ค่าวัสดุสิ้นเปลือง	234,100.80	257,510.88	283,261.97	311,588.16	342,746.98
ค่าเสื่อมราคา	40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00
ค่าต่ออายุใบอนุญาต ประกอบธุรกิจนำเที่ยวทุก 2ปี	-	500.00	-	500.00	-
รวมค่าใช้จ่ายในการขาย และบริหาร	8,212,255.20	6,706,706.72	7,195,477.39	7,734,175.13	8,325,692.64
กำไรจากการดำเนินงาน	817,744.80	3,226,293.28	3,730,822.61	4,285,754.87	4,895,130.36
กำไรจากการดำเนินงาน / ยอดขาย	21.05 %	15.63 %	15.24 %	14.89 %	14.57 %
หัก ภาษีเงินได้นิติบุคคล	(98,548.96)	(802,887.98)	(954,246.78)	(1,140,359.30)	(1,366,198.23)
กำไรสุทธิ	719,195.84	2,423,405.30	2,776,575.83	3,144,395.57	3,528,932.12
กำไรสุทธิ / ยอดขาย	1.84 %	5.65 %	5.88 %	6.05 %	6.18 %
งบกำไรสะสม					
กำไรสะสมต้นงวด	-	719,195.84	3,142,601.14	5,919,176.96	9,063,572.53
กำไร(ขาดทุน) สุทธิ	719,195.84	2,423,405.30	2,776,575.83	3,144,395.57	3,528,932.12
กำไรสะสมปลายงวด	719,195.84	3,142,601.14	5,919,176.96	9,063,572.53	12,592,504.65

ธุรกิจสามารถทำกำไรได้ตั้งแต่ปีแรก เป็นจำนวน 719,195.84 บาท และมีผลประกอบการดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง และในปีที่ 5 ธุรกิจทำกำไรสุทธิเป็นจำนวน 3,528,932.12 บาท คิดเป็นกำไรสุทธิต่อยอดขายสูงถึง 6.18%



4. งบกระแสเงินสด

ตารางที่ 28 งบกระแสเงินสดรูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐานครบวงจร

งบกระแสเงินสด	(ปีที่ 0)	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน						
กำไรสุทธิ		719,195.84	2,423,405.30	2,776,575.83	3,144,395.57	3,528,932.12
บวก ค่าเสื่อมราคา		40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00
บวก เจ้าหนี้การค้า		-	-	-	-	-
บวก ภาษีเงินได้ค้างจ่าย		-	-	-	-	-
ลบ ลูกหนี้การค้า		-	-	-	-	-
ลบ สินค้าคงเหลือ		-	-	-	-	-
เงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน	-	759,195.84	2,463,405.30	2,816,575.83	3,184,395.57	3,568,932.12
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุน						
ซื้อสินทรัพย์ถาวร	(350,000.00)	-	-	-	-	-
ขายสินทรัพย์ถาวร	-	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการลงทุน	(350,000.00)	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงินทุน						
กู้จากสถาบันการเงิน		-	-	-	-	-
ลบ ชำระเงินกู้		-	-	-	-	-
ลบ ชำระดอกเบี้ยเงินกู้		-	-	-	-	-
ส่วนของเจ้าของ	1,000,000.00	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหา	1,000,000.00	-	-	-	-	-
เงินสดสุทธิ	650,000.00	759,195.84	2,463,405.30	2,816,575.83	3,184,395.57	3,568,932.12
บวก เงินสดต้นงวด	-	650,000.00	1,409,195.84	3,872,601.14	6,689,176.96	9,873,572.53
เงินสดปลายงวด	650,000.00	1,409,195.84	3,872,601.14	6,689,176.96	9,873,572.53	13,442,504.65

ธุรกิจมีกระแสเงินสดไหลบ่าจากการดำเนินการเพิ่มขึ้นทุกปีอย่างต่อเนื่อง โดยในปีที่ 5 ธุรกิจมีเงินสดปลายงวดจำนวน 13,442,504.65 บาท สามารถนำเงินจำนวนดังกล่าวไปพิจารณาเพื่อนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ด้านอื่นๆ ได้อีก

5. งบดุล

ตารางที่ 29 งบดุลรูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐานครบวงจร

งบดุล	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสดและเงินฝากธนาคาร	1,409,195.84	4,022,601.14	6,839,176.96	10,023,572.53	13,592,504.65
ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์	160,000.00	120,000.00	80,000.00	40,000.00	-
ค่าตกแต่งอาคาร	150,000.00	-	-	-	-
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	-	-	-	-	-
รวมสินทรัพย์	1,719,195.84	4,142,601.14	6,919,176.96	10,063,572.53	13,592,504.65
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น					
หนี้สินค้างจ่าย	-	-	-	-	-
รวมหนี้สิน	-	-	-	-	-
ส่วนของผู้ถือหุ้น	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00
กำไรสะสม	719,195.84	3,142,601.14	5,919,176.96	9,063,572.53	12,592,504.65
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	1,719,195.84	4,142,601.14	6,919,176.96	10,063,572.53	13,592,504.65
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	1,719,195.84	4,142,601.14	6,919,176.96	10,063,572.53	13,592,504.65

เนื่องจากใช้เงินของผู้ถือหุ้นในการลงทุนทั้งหมด และไม่มีการกู้เงินจากแหล่งเงินทุนอื่น ทำให้หนี้สินมีค่าเป็นศูนย์ ธุรกิจมีสินทรัพย์จากปีที่ 1 มีมูลค่า 1,719,195.84 บาท เพิ่มขึ้นในปีที่ 5 เป็น 13,592,504.65 บาท

6. วิเคราะห์การเปลี่ยนแปลง

ธุรกิจบริษัทนำเที่ยวเป็นธุรกิจที่มีสภาพการแข่งขันที่รุนแรง จึงจำเป็นต้องมีการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลง โดยแบ่งเป็น 3 กรณี ดังนี้

กรณีที่ 1 กรณีธุรกิจสามารถดำเนินการได้ตามแผนการตลาด

กรณีที่ 2 กำหนดให้ผลตอบแทนของโครงการเพิ่มขึ้น

โดยธุรกิจมีรายรับเพิ่มขึ้นจากยอดขายในอัตราร้อยละ 20 ขณะที่ธุรกิจสามารถควบคุมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานให้คงที่ได้

กรณีที่ 3 กำหนดให้ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้น

โดยกำหนดให้ธุรกิจมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 20 ขณะที่ผลตอบแทนของโครงการคงที่

ตารางที่ 30 การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงรูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐานครบวงจร

	กรณีที่ 1	กรณีที่ 2	กรณีที่ 3
อัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย (ARR)	251.85 %	320.16 %	138.74 %
ระยะเวลาคืนทุน (PB)	1 ปี 1 เดือน 6 วัน	10 เดือน 18 วัน	2 ปี 1 เดือน 23 วัน
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)	6,432,665.08 บาท	11,111,702.20 บาท	4,066,116.22 บาท
ดัชนีการทำการ (PI)	7.43 เท่า	12.11 เท่า	5.07 เท่า
อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (IRR)	149.45 %	189.99 %	63.01 %

ในกรณีที่ 1 ธุรกิจมีอัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย (ARR) เท่ากับ 251.85% มีระยะเวลาคืนทุนที่ 1 ปี 1 เดือน 16 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 6,432,665.08 บาท มีดัชนีการทำการเท่ากับ 7.43 เท่า และมีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (IRR) 149.45% กรณีที่ 2 หากธุรกิจมีรายรับเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 20 เนื่องจากการควบคุมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานจะส่งผลให้ธุรกิจมีอัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย (ARR) เพิ่มขึ้นเป็น 320.16% และในกรณีที่ 3 ธุรกิจไม่สามารถควบคุมรายจ่ายในการดำเนินงานส่งผลให้รายจ่ายของธุรกิจเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 20 จะทำให้ธุรกิจมีอัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย (ARR) เท่ากับ 138.74% ดัชนีการทำการ เท่ากับ 5.07 เท่า อัตราผลตอบแทนรายปีลดลงเหลือ 63.01%

จากการศึกษา พบว่า ธุรกิจรูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐานครบวงจรเป็นรูปแบบธุรกิจที่นำลงทุนกว่าธุรกิจรูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐาน เนื่องจากมีอัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย (Average Rate of Return : ARR) เท่ากับ 251.85% มีระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 1 ปี 1 เดือน 6 วัน และมีดัชนีการทำการ (PI) เท่ากับ 7.43 เท่า

การวิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยง

ท่ามกลางสภาพแวดล้อมปัจจุบันที่ผันแปรอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้เกิดปัจจัยเสี่ยงต่างๆ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องวิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยง เพื่อหาแนวทางการป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น

1. ความเสี่ยงในการบริหาร หากธุรกิจมีรายรับที่ลดลง หรือไม่สามารถควบคุมรายจ่ายของธุรกิจได้ ซึ่งอาจเกิดจากปัจจัยภายนอกและภายใน ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงทางกฎหมาย การเพิ่มขึ้นของค่าแรงในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว นโยบายในการบริหารจัดการ จึงควรมีการวางแผนการบริหารจัดการความเสี่ยงต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นกับธุรกิจ เพื่อให้ธุรกิจสามารถปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมทางธุรกิจได้

2. ความเสี่ยงทางการตลาด เนื่องจากธุรกิจบริษัทนาเทียวได้รับผลกระทบรุนแรงต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาวะเศรษฐกิจ การเมือง และอารมณ์การจับจ่ายของผู้บริโภค ซึ่งอาจส่งผลให้รายได้ที่ประมาณการไว้ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ส่งผลกระทบให้ผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับไม่เป็นไปตามที่ได้คาดการณ์ไว้ อาจทำให้เกิดปัญหาสภาพคล่องทางการเงินได้ แนวทางป้องกันด้วยการทำการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง มีการจัดกิจกรรมทางการตลาดต่างๆ การรักษาสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า รักษาระดับการบริการและภาพลักษณ์ของบริษัทที่ดีเยี่ยมอย่างต่อเนื่อง



บทที่ 5

บทสรุป และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

การศึกษาความเป็นไปได้ของการทำธุรกิจบริษัทนำเที่ยวประเทศไทยปุ่น ครั้งนี้เป็น การศึกษาถึงเรื่องการประเมินความเป็นไปได้ของโครงการในด้านต่าง ๆ ทั้งการศึกษาด้าน การตลาด การศึกษาด้านวิศวกรรม การศึกษาด้านการบริหารจัดการ และการศึกษาด้านการเงิน เพื่อค้นหาว่าโครงการนี้มีความเป็นไปได้หรือไม่

วัตถุประสงค์โครงการ

1. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจบริการนำเที่ยวประเทศไทยปุ่น
2. เพื่อเลือกรูปแบบธุรกิจ (Business Model) ที่น่าสนใจ
3. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจ

ผลการศึกษาด้านการตลาด

มีความเป็นไปได้ด้านการตลาดถึงแม้ว่าการแข่งขันในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะมีอยู่สูง ก็ตาม เนื่องจากสภาวะปัจจุบันเกิดอุปสงค์ที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้นักท่องเที่ยวจำนวนมาก

ในการศึกษารุ่นนี้ได้ทำการศึกษารูปแบบธุรกิจ เพื่อเปรียบเทียบว่าควรเลือกลงทุน ในรูปแบบธุรกิจใดไว้ 2 รูปแบบ ดังนี้

1. รูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐาน ให้บริการรับจองตั๋วเครื่องบิน ที่พัก บริการ จัดกรุ๊ปนำเที่ยว
2. รูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐานครบวงจร ให้บริการรับจองตั๋วเครื่องบิน ที่พัก บริการจัดกรุ๊ปนำเที่ยว บริการรับทำวีซ่า ให้คำปรึกษา และให้บริการนำเที่ยวตามความต้องการ ของลูกค้า

โดยลูกค้ากลุ่มเป้าหมายหลักของบริษัท ได้แก่

1. ลูกค้าบุคคลทั่วไป เป็นกลุ่มลูกค้าที่มีจำนวนมาก ส่วนใหญ่จะเลือกเดินทางในช่วง ฤดูการท่องเที่ยว หรือในวันหยุดนักขัตฤกษ์ ทำให้มีอำนาจต่อรองต่ำ
2. ลูกค้ากลุ่มองค์กร หากเป็นลูกค้ากลุ่มองค์กร ลูกค้าคาดหวังที่จะได้รับบริการที่ดี ราคาถูก ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีอำนาจต่อรองสูงเนื่องจากมาใช้บริการครั้งละจำนวนมาก

ผลการศึกษาด้านวิศวกรรม

พื้นที่ให้เช่าภายในศูนย์การค้า เซ็นทรัลพลาซ่า แกรนด์ พระราม 9 ชั้น Basement โดยมีพื้นที่ใช้สอยทั้งสิ้น 17 ตารางเมตร มีการลงทุนอุปกรณ์ และครุภัณฑ์เครื่องใช้สำนักงาน จำนวน 498,960 บาท

ผลการศึกษาด้านการบริหารจัดการ

โดยแผนการดำเนินงานจะเริ่มนับตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2557 และคาดว่าจะก่อสร้างแล้วเสร็จภายในเดือนตุลาคม พ.ศ. 2557 โดยก่อนเปิดโครงการจะมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ก่อนการเปิดจริงในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2557 และหลังจากเปิดโครงการก็จะมี การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ต่อไป

การวางแผนโครงสร้างกำลังคน มีพนักงานจำนวน 3 คน โดยเน้นที่พนักงานบุคคลคนเดียวสามารถทำหน้าที่ทุกอย่างตั้งแต่ต้นจนจบ โดยเริ่มจากการวางแผนติดต่อสายการบิน รถโค้ช โรงแรม ภัตตาคาร เขียนรายการนำเที่ยว คิตราค่า ให้ข้อมูลรายละเอียด รับจอง ขาย สินค้าท่องเที่ยว เตรียมเอกสาร จัดวางแผนการการจัดนำเที่ยว

ผลการศึกษาด้านการเงิน

จากรูปแบบธุรกิจทั้ง 2 รูปแบบ มีความเป็นไปได้ทางการเงิน ทั้งจากการพิจารณา อัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย (ARR) ระยะเวลาคืนทุน (PB) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) ดัชนีการ ทำกำไร (PI) และอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (IRR) สรุปผลการศึกษาด้านการเงิน ดังนี้

ตารางที่ 31 สรุปผลการศึกษาด้านการเงิน

รายการ	รูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบ มาตรฐาน	รูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบ มาตรฐานครบวงจร
1. เงินลงทุนโครงการ	1,000,000.00 บาท	1,000,000.00 บาท
2. อัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย (ARR)	155.95 %	251.85 %
3. ระยะเวลาคืนทุน (PB)	1 ปี 5 เดือน 15 วัน	1 ปี 1 เดือน 6 วัน
4. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)	3,528,571.87 บาท	6,432,665.08 บาท
5. ดัชนีการทำกำไร (PI)	4.52 เท่า	7.43 เท่า
6. อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (IRR)	96.82 %	149.45 %

จากการศึกษา พบว่า ธุรกิจรูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐานครบวงจรเป็นรูปแบบธุรกิจที่นำลงทุนมากกว่าธุรกิจรูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐาน เนื่องจากมีอัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย (Average Rate of Return : ARR) เท่ากับ 251.85% มีระยะเวลาคืนทุนที่ 1 ปี 1 เดือน 6 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 6,432,665.08 บาท มีดัชนีการทำกำไร (PI) เท่ากับ 7.43 เท่า และอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (IRR) เท่ากับ 149.45% ธุรกิจจึงตัดสินใจเลือกลงทุนในธุรกิจรูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐานครบวงจรซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการทำกำไรให้กับธุรกิจ สอดคล้องกับหลักการงบประมาณลงทุนของ เฉลิมขวัญ คุรุบุญวงศ์ (2555)

ข้อเสนอแนะ

1. หลังการศึกษาประเมินความเป็นไปได้ในครั้งแล้ว ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับเรื่องแผนธุรกิจ เพื่อการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับธุรกิจและสภาวะตลาด
2. การที่จะทำให้โครงการการศึกษาความเป็นไปได้ของการทำธุรกิจบริษัทนำเที่ยวประเทศญี่ปุ่นครั้งนี้ มีโอกาสเป็นไปได้อีก ยังต้องอาศัยปัจจัยต่างๆ ที่เกิดขึ้น เช่น สถานการณ์การท่องเที่ยว สภาพเศรษฐกิจ การเมือง และสังคม ดังนั้น ควรมีการติดตามและวางแผนในการรับมือความเปลี่ยนแปลงที่อาจจะเกิดขึ้นได้ในอนาคต
3. การทำการศึกษาในครั้งนี้ เป็นเพียงการนำข้อมูลที่มีอยู่มาทำการวิเคราะห์ถึงความเป็นไปได้ตามหลักทฤษฎีต่างๆ

ประโยชน์ที่ได้จากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงความเป็นไปได้ธุรกิจบริการท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น
2. ทำให้เห็นถึงปัจจัยที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ และปัจจัยเสี่ยงที่ทำให้กิจการไม่ประสบความสำเร็จ เพื่อวางแผนรับมือต่อไป
3. ทำให้ทราบผลการประเมินความเป็นไปได้ของโครงการในแต่ละรูปแบบธุรกิจ เพื่อวางแผนการลงทุนต่อไปในอนาคต



บรรณานุกรม

- กฤษฎา เสกตระกูล. (2556). แผนธุรกิจที่น่าสนใจใน. สืบค้นเมื่อ 21 มีนาคม 2556, จาก <http://www.tuxmba.com>
- กองเงิน สุทธิพิทักษ์. (2549). การวิเคราะห์ความเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. วิทยานิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2556). สรุปสถิติการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศ. สืบค้นเมื่อ 21 มีนาคม 2556, จาก <http://61.19.236.137/tourism/th/home/index.php>
- ครอบครัวข่าว. (2556). คนไทยแห่เที่ยวญี่ปุ่น. สืบค้นเมื่อ 31 พฤษภาคม 2556, จาก <http://www.krobkruakao.com>
- จันทร์ จันทโร ; และ ศิริจันทร์ ทองประเสริฐ. (2545). การศึกษาความเป็นไปได้โครงการด้านธุรกิจและอุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฉันทชัย วรรณณอม. (2552). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : สามลดา.
- (2554). การวางแผนและการจัดนำเที่ยว. กรุงเทพฯ : สามลดา.
- เฉลิมขวัญ คุรุบุญวงศ์. (2555). การเงินธุรกิจ. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ชยกร ทาระวรรณ. (2548). การศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีบทบาทของสื่ออินเทอร์เน็ตของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ในการจูงใจด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. วิทยานิพนธ์ นศ.ม. (นิเทศศาสตร์ธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2546). การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ธารี หิรัญรัมย์. (2553). การบัญชีห้างหุ้นส่วนและบริษัท. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ : ด่านสุทธาการพิมพ์.
- นิปปองโนะชิโอะ. (2556). นักท่องเที่ยวชาวไทยคาดการณ์ปีนี้จะไปเที่ยวญี่ปุ่นมากที่สุดเป็นประวัติการณ์. สืบค้นเมื่อ 31 พฤษภาคม 2556, จาก <http://www.nipponnotsubo.com/tn/01203/0120317tn1jnto.html>
- นิตา ชัชกุล. (2555). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : วี.พริ้นท์ (1991).
- บงอร ฉัตรรุ่งเรือง. (2554). การวางแผนและการจัดรายการนำเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : ซีวีแอลการพิมพ์.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2555ก). การจัดการด้านการตลาดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. นนทบุรี : เพรินซ์ฮาลอง พรินต์แอนด์พับลิชชิ่ง.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2555ข). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. นนทบุรี : เฟิร์นข้าหลวง พรินต์ติ้ง แอนด์พับลิชชิ่ง.

ปณิศา มีจินดา. (2553). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.

พิบูล ทีปะปาล. (2547). **กลยุทธ์การตลาด:การตลาดสมัยใหม่**. กรุงเทพฯ : อมรการพิมพ์.

----- . (2555). **การจัดการเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพฯ : อมรการพิมพ์.

เมธยา แสนใจยา. (2552). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไปต่างประเทศของคนไทย**. สารนิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

ศรัณยพงศ์ เทียงธรรม. (2551, ตุลาคม). **Business Model**. นิตยสาร **Marketeer**. 9(104). สืบค้นเมื่อ 21 มีนาคม 2556, จาก http://www.marketeer.co.th/inside_detail_new.php?inside_id=264

ศศิ คล่องพยาบาล. (2550). **จากแนวคิด สู่...แผนธุรกิจ Business Model to Business Plan**. สืบค้นเมื่อ 21 มีนาคม 2556, จาก <http://www.arip.co.th/businessnews.php?id=410224>

สมวงศ์ พงศ์สถาพร. (2551). **เคล็ดลับไม่ลับการตลาดบริการ**. กรุงเทพฯ : ยูบีซีแอล บัคส์.

สำนักทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ กรมการท่องเที่ยว. (2556). **ฐานข้อมูลธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์**. สืบค้นเมื่อ 21 มีนาคม 2556, จาก <http://www.tourismcentre.go.th/>

สุภัทร คำพะแย. (2552). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวต่างประเทศ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร**. สารนิพนธ์ บธ.ม. (ธุรกิจระหว่างประเทศ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

สุวิรัตน์ ใสณศิริ. (2554). **การวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ : ที คิว พี.

องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2556). **รายชื่อบริษัททัวร์และสายการบิน**. สืบค้นเมื่อ 21 มีนาคม 2556, จาก <http://www.yokosojapan.org/flight/index.php>

เอนกลา สุธินันท์. (2554). **การบริการ (Service)**. สืบค้นเมื่อ 21 มีนาคม 2556, จาก <http://707035.blogspot.com/2011/06/service.html>

Fred, R. David. (2001). **Strategic Management : Concepts**. New Jersey : Pearson Prentice Hall.

Michael, E. Porter. (1985). **Competitive Advantage : Creating and Sustaining Superinng Performance.** New York : Simon and Schuster.

T. L. Wheelen ; and J. D. Hunger. (2002). **Strategic Management and Business Policy.** New Jersey : Pearson Prentice Hall.





ภาคผนวก

ภาคผนวก ก.

การวิเคราะห์ความไวของโครงการรูปแบบที่ 1
รูปแบบบริษัทนำเข้าแบบมาตรฐาน

TNI

รูปแบบที่ 1 รูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐาน

กรณีที่ 2 กำหนดให้ผลตอบแทนของโครงการเพิ่มขึ้น

โดยธุรกิจมีรายรับเพิ่มขึ้นจากยอดขายในอัตราร้อยละ 20 ขณะที่ธุรกิจสามารถควบคุมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานให้คงที่ได้

1. เงินลงทุน และแหล่งที่มาของเงินทุน

ตารางที่ 32 งบประมาณการลงทุนรูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐาน กรณีที่ 2

รายการ	รวม	แหล่งที่มา	
		ส่วนของผู้ถือหุ้น	เจ้าหนี้(เงินกู้ยืม)
ค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินงาน			
เครื่องตกแต่งและอุปกรณ์			
ค่าตกแต่งอาคาร	150,000.00	150,000.00	-
ค่าเฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้สำนักงาน	200,000.00	200,000.00	-
รวมเครื่องตกแต่งและอุปกรณ์	350,000.00	350,000.00	-
ค่าจดทะเบียนจัดตั้งห้างหุ้นส่วน	1,000.00	1,000.00	-
ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยว	960.00	960.00	-
เงินมัดจำค่าอาคาร (ค่าเช่าอาคาร 3 เดือน)	147,000.00	147,000.00	-
เงินสดหมุนเวียน	501,040.00	501,040.00	-
รวมเงินลงทุนเริ่มต้น	1,000,000.00	1,000,000.00	-

2. สมมติฐานทางการเงิน

2.1 สมมติฐานรายได้ – รายจ่าย

ตารางที่ 33 รายได้ของรูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐาน กรณีที่ 2

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ตัวเครื่องบินในประเทศ	4,320,000.00	4,752,000.00	5,227,200.00	5,749,920.00	6,324,912.00
ตัวเครื่องบินระหว่างประเทศ	8,640,000.00	9,504,000.00	10,454,400.00	11,499,840.00	12,649,824.00
รับจองโรงแรม	2,160,000.00	2,376,000.00	2,613,600.00	2,874,960.00	3,162,456.00
จัดกรุ๊ปทัวร์	11,520,000.00	12,672,000.00	13,939,200.00	15,333,120.00	16,866,432.00
จัดทัวร์แพ็คเกจ	2,880,000.00	3,168,000.00	3,484,800.00	3,833,280.00	4,216,608.00
รวมรายได้	29,520,000.00	32,472,000.00	35,719,200.00	39,291,120.00	43,220,232.00

ตารางที่ 34 รายจ่ายของรูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐาน กรณีที่ 2

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ตัวเครื่องบินในประเทศ	2,592,000.00	2,851,200.00	3,136,320.00	3,449,952.00	3,794,947.20
ตัวเครื่องบินระหว่างประเทศ	5,184,000.00	5,702,400.00	6,272,640.00	6,899,904.00	7,589,894.40
รับจองโรงแรม	1,987,200.00	2,185,920.00	2,404,512.00	2,644,963.20	2,909,459.52
จัดกรุ๊ปทัวร์	9,792,000.00	10,771,200.00	11,848,320.00	13,033,152.00	14,336,467.20
จัดทัวร์แพ็คเกจ	2,592,000.00	2,851,200.00	3,136,320.00	3,449,952.00	3,794,947.20
รวมรายจ่าย	22,147,200.00	24,361,920.00	26,798,112.00	29,477,923.20	32,425,715.52

2.2 สมมติฐานด้านผลตอบแทน

ตารางที่ 35 ผลตอบแทนจากการลงทุนรูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐาน กรณีที่ 2

ผลตอบแทนจากการลงทุน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินสดรับ					
กำไรจากการดำเนินงาน	718,020.00	2,594,272.00	3,035,599.20	3,520,009.12	4,053,910.03
หัก ภาษีเงินได้	(78,604.00)	(613,281.60)	(745,679.76)	(891,002.74)	(1,054,946.71)
บวก ค่าเสื่อมราคา	40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00
กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน	679,416.00	2,020,990.40	2,329,919.44	2,669,006.38	3,038,963.32
บวก มูลค่าธุรกิจ (ราคาขายธุรกิจ)	-	-	-	-	-
รวมเงินสดรับ	679,416.00	2,020,990.40	2,329,919.44	2,669,006.38	3,038,963.32
เงินสดจ่าย					
ค่าใช้จ่ายในการลงทุน	408,960.00	0	0	0	0
รวมเงินสดจ่าย	408,960.00	0	0	0	0
กระแสเงินสดคงเหลือสุทธิ	270,456.00	2,020,990.40	2,329,919.44	2,669,006.38	3,038,963.32
กระแสเงินสดคงเหลือสะสม	270,456.00	2,291,446.40	4,621,365.84	7,290,372.22	10,329,335.54

2.3 การวัดความคุ้มค่าการลงทุน

กำหนดให้อัตราผลตอบแทนโดยเฉลี่ยเท่ากับ 9%

1) อัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย (Average Rate of Return : ARR)

$$\text{อัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย} = \frac{\text{กำไรสุทธิหลังหักภาษีเฉลี่ย}}{\text{เงินลงทุน}}$$

$$\text{ARR} = \frac{639,416 + 1,980,990.40 + 2,289,919.44 + 2,629,006.38 + 2,998,963.32}{5} = \frac{10,538,304.54}{1,000,000}$$

$$\text{ARR} = \frac{2,107,659.11}{1,000,000} = 210.77\%$$

2) ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period : PB)

ระยะเวลาคืนทุน เงินทุน 1,000,000 บาท

กระแสเงินสดสุทธิ ปีที่ 1	679,416.00
ปีที่ 2	2,020,990.40
ปีที่ 3	2,329,919.44
ปีที่ 4	2,669,006.38
ปีที่ 5	3,038,963.32

$$PB = 679,416.00 + 320,584.00$$

$$= 1 \text{ ปี } 1 \text{ เดือน } 28 \text{ วัน}$$

3) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV)

$$NPV = ((679,416 \times 0.9174) + (2,020,990.40 \times 0.8417) + (2,329,919.44 \times 0.7722) + (2,669,006.38 \times 0.7084) + (3,038,963.32 \times 0.6499)) - 1,000,000$$

$$NPV = 7,989,274.03 - 1,000,000$$

$$= 6,989,274.03 \text{ บาท}$$

4) ดัชนีการทำกำไร (Profitability Index : PI)

$$\text{ดัชนีการทำกำไร} = \frac{\text{มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับเข้า}}{\text{เงินลงทุนเริ่มแรก}}$$

$$PI = \frac{7,989,274.03}{1,000,000}$$

$$= 7.99 \text{ เท่า}$$

5) อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Internal Rate of Return : IRR)

IRR สมมติ $i = 132\%$

$$1,000,000 = (679,416 \times 0.43103) + (2,020,990.40 \times 0.18579) + (2,329,919.44 \times 0.08008) + (2,669,006.38 \times 0.03452) + (3,038,963.32 \times 0.01488)$$

$$= 992,262.31$$

สมมติ $i = 131\%$

$$\begin{aligned}
 1,000,000 &= (679,416 \times 0.43290) + (2,020,990.40 \times 0.18740) + (2,329,919.44 \times \\
 &\quad 0.08113) + (2,669,006.38 \times 0.03512) + (3,038,963.32 \times 0.01520) \\
 &= 1,001,806.90
 \end{aligned}$$

หาค่า IRR โดยการเทียบบัญชีไตรยางศ์ ดังนี้

มูลค่าปัจจุบัน 1,001,806.90 บาท อัตราผลตอบแทน = 131%

มูลค่าปัจจุบัน 992,262.31 บาท อัตราผลตอบแทน = 132%

9,544.59 = 1%

IRR = 131.81%



3. งบกำไรขาดทุน

ตารางที่ 36 งบกำไรขาดทุนรูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐาน กรณีที่ 2

งบกำไรขาดทุน (บาท)	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้จากการขาย	29,520,000.00	32,472,000.00	35,719,200.00	39,291,120.00	43,220,232.00
หัก ต้นทุนขาย	22,147,200.00	24,361,920.00	26,798,112.00	29,477,923.20	32,425,715.52
กำไรขั้นต้น	7,372,800.00	8,10,080.00	8,921,088.00	9,813,196.80	10,794,516.48
กำไรขั้นต้น / ยอดขาย	24.98 %	24.98 %	24.98 %	24.98 %	24.98 %
หัก ค่าใช้จ่ายในการขาย และบริหาร					
เงินเดือน	1,020,000.00	1,020,000.00	1,020,000.00	1,020,000.00	1,020,000.00
ประกันสังคม	33,500.00	33,500.00	33,500.00	33,500.00	33,500.00
ค่าทำบัญชี	120,000.00	120,000.00	120,000.00	120,000.00	120,000.00
ค่าน้ำประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์	236,160.00	259,776.00	285,753.60	314,328.96	345,761.86
ค่าเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร	12,000.00	12,000.00	12,000.00	12,000.00	12,000.00
ค่าเช่าอาคาร	588,000.00	588,000.00	588,000.00	588,000.00	588,000.00
ค่าส่งเสริมการตลาด	4,428,000.00	3,247,200.00	3,571,920.00	3,929,112.00	4,322,023.20
ค่าวัสดุสิ้นเปลือง	177,120.00	194,832.00	214,315.20	235,746.72	259,321.39
ค่าเสื่อมราคา	40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00
ค่าต่ออายุใบอนุญาต ประกอบธุรกิจนำเที่ยว ทุก 2 ปี	-	500.00	-	500.00	-
รวมค่าใช้จ่ายในการขาย และบริหาร	6,654,780.00	5,515,808.00	5,885,488.80	6,293,187.68	6,740,606.45
กำไรจากการดำเนินงาน	718,020.00	2,594,272.00	3,035,599.20	3,520,009.12	4,053,910.03
กำไรจากการดำเนินงาน / ยอดขาย	22.54 %	16.99 %	16.48 %	16.02 %	15.60 %
หัก ภาษีเงินได้นิติบุคคล	78,604.00	613,281.60	745,679.76	891,002.74	1,054,946.71
กำไรสุทธิ	639,416.00	1,980,990.40	2,289,919.44	2,629,006.38	2,998,963.32
กำไรสุทธิ / ยอดขาย	2.17 %	6.10 %	5.79 %	6.13 %	6.44 %
งบกำไรสะสม					
กำไรสะสมต้นงวด	-	639,416.00	2,620,406.40	4,910,325.84	7,539,332.22
กำไร(ขาดทุน) สุทธิ	639,416.00	1,980,990.40	2,289,919.44	2,629,006.38	2,998,963.32
กำไรสะสมปลายงวด	639,416.00	2,620,406.40	4,910,325.84	7,539,332.22	10,538,295.54

4. งบกระแสเงินสด

ตารางที่ 37 งบกระแสเงินสดรูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐาน กรณีที่ 2

งบกระแสเงินสด	(ปีที่ 0)	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน						
กำไรสุทธิ		639,416.00	1,980,990.40	2,289,919.44	2,629,006.38	2,998,963.32
บวก ค่าเสื่อมราคา		40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00
บวก เจ้าหนี้การค้า		-	-	-	-	-
บวก ภาษีเงินได้ค้างจ่าย		-	-	-	-	-
ลบ ลูกหนี้การค้า		-	-	-	-	-
ลบ สินค้าคงเหลือ		-	-	-	-	-
เงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน	-	679,416.00	2,020,990.40	2,329,919.44	2,669,006.38	3,038,963.32
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุน						
ซื้อสินทรัพย์หมุนเวียน	(350,000.00)	-	-	-	-	-
ขายสินทรัพย์หมุนเวียน	-	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการลงทุน	(350,000.00)	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงินทุน						
กู้จากสถาบันการเงิน		-	-	-	-	-
ลบ ชำระเงินกู้		-	-	-	-	-
ลบ ชำระดอกเบี้ยเงินกู้		-	-	-	-	-
ส่วนของเจ้าของ	1,000,000.00	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหา	1,000,000.00	-	-	-	-	-
เงินสดสุทธิ	650,000.00	679,416.00	2,020,990.40	2,329,919.44	2,669,006.38	3,038,963.32
บวก เงินสดต้นงวด	-	650,000.00	1,329,416.00	3,350,406.40	5,680,325.84	8,349,332.22
เงินสดปลายงวด	650,000.00	1,329,416.00	3,350,406.40	5,680,325.84	8,349,332.22	11,388,295.54

5. งบดุล

ตารางที่ 38 งบดุลรูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐาน กรณีที่ 2

งบดุล	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสด	1,329,416.00	3,350,406.40	5,680,325.84	8,349,332.22	11,388,295.54
ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์	160,000.00	120,000.00	80,000.00	40,000.00	-
ค่าตกแต่งอาคาร	150,000.00	-	-	-	-
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	-	-	-	-	-
รวมสินทรัพย์	1,639,416.00	3,620,406.40	5,910,325.84	8,549,332.22	11,588,295.54
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น					
หนี้สินค้างจ่าย	-	-	-	-	-
รวมหนี้สิน	-	-	-	-	-
ส่วนของผู้ถือหุ้น	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00
กำไรสะสม	639,416.00	2,620,406.40	4,910,325.84	7,539,332.22	10,538,295.54
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	1,639,416.00	3,620,406.40	5,910,325.84	8,539,332.22	11,538,295.54
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	1,639,416.00	3,620,406.40	5,910,325.84	8,539,332.22	11,538,295.54

กรณีที่ 3 กำหนดให้ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้น

โดยกำหนดให้ธุรกิจมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 20 ขณะที่ผลตอบแทนของโครงการคงที่

1. เงินลงทุน และแหล่งที่มาของเงินทุน

ตารางที่ 39 งบประมาณการลงทุนรูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐาน กรณีที่ 3

รายการ	รวม	แหล่งที่มา	
		ส่วนของผู้ถือหุ้น	เจ้าหนี้(เงินกู้ยืม)
ค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินงาน			
เครื่องตกแต่งและอุปกรณ์			
ค่าตกแต่งอาคาร	150,000.00	150,000.00	-
ค่าเฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้สำนักงาน	200,000.00	200,000.00	-
รวมเครื่องตกแต่งและอุปกรณ์	350,000.00	350,000.00	-
ค่าจดทะเบียนจัดตั้งห้างหุ้นส่วน	1,000.00	1,000.00	-
ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยว	960.00	960.00	-
เงินมัดจำค่าอาคาร (ค่าเช่าอาคาร 3 เดือน)	147,000.00	147,000.00	-
เงินสดหมุนเวียน	501,040.00	501,040.00	-
รวมเงินลงทุนเริ่มต้น	1,000,000.00	1,000,000.00	-

2. สมมติฐานทางการเงิน

2.1. สมมติฐานรายได้ – รายจ่าย

ตารางที่ 40 รายได้ของรูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐาน กรณีที่ 3

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ตัวเครื่องบินในประเทศ	3,600,000.00	3,960,000.00	4,356,000.00	4,791,600.00	5,270,760.00
ตัวเครื่องบินระหว่างประเทศ	7,200,000.00	7,920,000.00	8,712,000.00	9,583,200.00	10,541,520.00
รับจองโรงแรม	1,800,000.00	1,980,000.00	2,178,000.00	2,395,800.00	2,635,380.00
จัดกรุ๊ปทัวร์	9,600,000.00	10,560,000.00	11,616,000.00	12,777,600.00	14,055,360.00
จัดทัวร์แพ็คเกจ	2,400,000.00	2,640,000.00	2,904,000.00	3,194,400.00	3,513,840.00
รวมรายได้	24,600,000.00	27,060,000.00	29,766,000.00	32,742,600.00	36,016,860.00

ตารางที่ 41 รายจ่ายของรูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐาน กรณีที่ 3

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ตัวเครื่องบินในประเทศ	2,160,000.00	2,376,000.00	2,613,600.00	2,874,960.00	3,162,456.00
ตัวเครื่องบินระหว่างประเทศ	4,320,000.00	4,752,000.00	5,227,200.00	5,749,920.00	6,324,912.00
รับจองโรงแรม	1,656,000.00	1,821,600.00	2,003,760.00	2,204,136.00	2,424,549.60
จัดกรุ๊ปทัวร์	8,160,000.00	8,976,000.00	9,873,600.00	10,860,960.00	11,947,056.00
จัดทัวร์แพ็คเกจ	2,160,000.00	2,376,000.00	2,613,600.00	2,874,960.00	3,162,456.00
รวมรายจ่าย	18,456,000.00	20,301,600.00	22,331,760.00	24,564,936.00	27,021,429.60

2.2. สมมติฐานด้านผลตอบแทน

ตารางที่ 42 ผลตอบแทนจากการลงทุนรูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐาน กรณีที่ 3

ผลตอบแทนจากการลงทุน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินสดรับ					
กำไรจากการดำเนินงาน	(873,400.00)	879,872.00	1,186,131.20	1,521,756.32	1,892,203.95
หัก ภาษีเงินได้	-	110,974.40	190,839.36	291,526.90	402,661.19
บวก ค่าเสื่อมราคา	40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00
กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน	(833,400.00)	808,897.60	1,035,291.84	1,270,229.42	1,529,542.77
บวก มูลค่าธุรกิจ (ราคาขายธุรกิจ)	-	-	-	-	-
รวมเงินสดรับ	(833,400.00)	808,897.60	1,035,291.84	1,270,229.42	1,529,542.77
เงินสดจ่าย					
ค่าใช้จ่ายในการลงทุน	408,960.00	0	0	0	0
รวมเงินสดจ่าย	408,960.00	0	0	0	0
กระแสเงินสดคงเหลือสุทธิ	(1,242,360.00)	808,897.60	1,035,291.84	1,270,229.42	1,529,542.77
กระแสเงินสดคงเหลือสะสม	(1,242,360.00)	(433,462.40)	601,829.44	1,872,058.86	3,401,601.63

2.3. การวัดความคุ้มค่าการลงทุน

กำหนดให้อัตรารผลตอบแทนโดยเฉลี่ยเท่ากับ 9%

1) อัตราผลตอบแทนเฉลี่ย (Average Rate of Return: ARR)

$$\text{อัตราผลตอบแทนเฉลี่ย} = \frac{\text{กำไรสุทธิหลังหักภาษีเฉลี่ย}}{\text{เงินลงทุน}}$$

$$\text{ARR} = \frac{-873,400 + 768,897.60 + 995,291.84 + 1,230,229.42 + 1,489,542.77}{5} \div 1,000,000$$

$$\text{ARR} = \frac{722,112.33}{1,000,000} = 72.21 \%$$

2) ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period : PB)

ระยะเวลาคืนทุน เงินทุน 1,000,000 บาท

กระแสเงินสดสุทธิ ปีที่ 1 (833,400.00)

ปีที่ 2 808,897.60

ปีที่ 3 1,035,291.84

ปีที่ 4 1,270,229.42

ปีที่ 5 1,529,542.77

$$\text{PB} = (833,400.00) + 808,897.60 + 1,024,502.40 \\ = 3 \text{ ปี}$$

3) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV)

$$\text{NPV} = ((-833,400 \times 0.9174) + (808,897.60 \times 0.8417) + (1,035,291.84 \times 0.7722) + (1,270,229.42 \times 0.7084) + (1,529,542.77 \times 0.6499)) - 1,000,000$$

$$\text{NPV} = 2,609,620.68 - 1,000,000$$

$$= 1,609,620.68 \text{ บาท}$$

4) ดัชนีการทำกำไร (Profitability Index : PI)

$$\text{ดัชนีการทำกำไร} = \frac{\text{มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับเข้า}}{\text{เงินลงทุนเริ่มแรก}}$$

$$PI = \frac{2,609,620.68}{1,000,000} = 2.61 \text{ เท่า}$$

5) อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Internal Rate of Return: IRR)

IRR สมมติ $i = 35\%$

$$\begin{aligned} 1,000,000 &= (-833,400 \times 0.74074) + (808,897.60 \times 0.54870) + (1,035,291.84 \times 0.40644) \\ &\quad + (1,270,229.42 \times 0.30107) + (1,529,542.77 \times 0.22301) \\ &= 970,824.72 \end{aligned}$$

สมมติ $i = 34\%$

$$\begin{aligned} 1,000,000 &= (-833,400 \times 0.74627) + (808,897.60 \times 0.55692) + (1,035,291.84 \times 0.41561) \\ &\quad + (1,270,229.42 \times 0.31016) + (1,529,542.77 \times 0.23146) \\ &= 1,006,829.80 \end{aligned}$$

หาค่า IRR โดยการเทียบบัญชีไตรยางศ์ ดังนี้

มูลค่าปัจจุบัน 1,006,829.80 บาท อัตราผลตอบแทน = 34%

มูลค่าปัจจุบัน 970,824.72 บาท อัตราผลตอบแทน = 35%

$$108,119.23 = 1\%$$

$$IRR = 34.59\%$$

3. งบกำไรขาดทุน

ตารางที่ 43 งบกำไรขาดทุนรูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐาน กรณีที่ 3

งบกำไรขาดทุน (บาท)	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้จากการขาย	24,600,000.00	27,060,000.00	29,766,000.00	32,742,600.00	36,016,860.00
หัก ต้นทุนขาย	18,456,000.00	20,301,600.00	22,331,760.00	24,564,936.00	27,021,429.60
กำไรขั้นต้น	6,144,000.00	6,758,400.00	7,434,240.00	8,177,664.00	8,995,430.40
กำไรขั้นต้น / ยอดขาย	24.98 %	24.98 %	24.98 %	24.98 %	24.98 %
หัก ค่าใช้จ่ายในการขาย และบริหาร					
เงินเดือน	1,224,000.00	1,224,000.00	1,224,000.00	1,224,000.00	1,224,000.00
ประกันสังคม	48,120.00	48,120.00	48,120.00	48,120.00	48,120.00
ค่าทำบัญชี	144,000.00	144,000.00	144,000.00	144,000.00	144,000.00
ค่าน้ำประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์	236,160.00	259,776.00	285,753.60	314,328.96	345,761.86
ค่าเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร	14,400.00	14,400.00	14,400.00	14,400.00	14,400.00
ค่าเช่าอาคาร	705,600.00	705,600.00	705,600.00	705,600.00	705,600.00
ค่าส่งเสริมการตลาด	4,428,000.00	3,247,200.00	3,571,920.00	3,929,112.00	4,322,023.20
ค่าวัสดุสิ้นเปลือง	177,120.00	194,832.00	214,315.20	235,746.72	259,321.39
ค่าเสื่อมราคา	40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00
ค่าต่ออายุใบอนุญาต ประกอบธุรกิจนำเที่ยว ทุก 2 ปี	-	600.00	-	600.00	-
รวมค่าใช้จ่ายในการขาย และบริหาร	7,017,400.00	5,878,528.00	6,248,108.80	6,655,907.68	7,103,226.45
กำไรจากการดำเนินงาน	(873,400.00)	879,872.00	1,186,131.20	1,521,756.32	1,892,203.95
กำไรจากการดำเนินงาน / ยอดขาย	28.53 %	21.72 %	20.99 %	20.33 %	19.72 %
หัก ภาษีเงินได้นิติบุคคล	-	110,974.40	190,839.36	291,526.90	402,661.19
กำไรสุทธิ	(873,400.00)	768,897.60	995,291.84	1,230,229.42	1,489,542.77
กำไรสุทธิ / ยอดขาย	(3.55 %)	2.84 %	3.34 %	3.76 %	4.14 %
งบกำไรสะสม					
กำไรสะสมต้นงวด	-	(873,400.00)	(104,502.40)	890,789.44	2,121,018.86
กำไร(ขาดทุน) สุทธิ	(873,400.00)	768,897.60	995,291.84	1,230,229.42	1,489,542.77
กำไรสะสมปลายงวด	(873,400.00)	(104,502.40)	890,789.44	2,121,018.86	3,610,561.63

4. งบกระแสเงินสด

ตารางที่ 44 งบกระแสเงินสดรูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐาน กรณีที่ 3

งบกระแสเงินสด	(ปีที่ 0)	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน						
กำไรสุทธิ		(873,400.00)	768,897.60	995,291.84	1,230,229.42	1,489,542.77
บวก ค่าเสื่อมราคา		40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00
บวก เจ้าหนี้การค้า		-	-	-	-	-
บวก ภาษีเงินได้ค้างจ่าย		-	-	-	-	-
ลบ ลูกหนี้การค้า		-	-	-	-	-
ลบ สินค้าคงเหลือ		-	-	-	-	-
เงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน	-	(833,400.00)	808,897.60	1,035,291.84	1,270,229.42	1,529,542.77
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุน						
ซื้อสินทรัพย์หมุนเวียน	(350,000.00)	-	-	-	-	-
ขายสินทรัพย์หมุนเวียน	-	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการลงทุน	(350,000.00)	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงินทุน						
กู้จากสถาบันการเงิน		-	-	-	-	-
ลบ ชำระเงินกู้		-	-	-	-	-
ลบ ชำระดอกเบี้ยเงินกู้		-	-	-	-	-
ส่วนของเจ้าของ	1,000,000.00	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหา	1,000,000.00	-	-	-	-	-
เงินสดสุทธิ	650,000.00	(833,400.00)	808,897.60	1,035,291.84	1,270,229.42	1,529,542.77
บวก เงินสดต้นงวด	-	650,000.00	(183,400.00)	625,497.60	1,660,789.44	2,931,018.86
เงินสดปลายงวด	650,000.00	(183,400.00)	625,497.60	1,660,789.44	2,931,018.86	4,460,561.63

5. งบดุล

ตารางที่ 45 งบดุลรูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐาน กรณีที่ 3

งบดุล	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสด	(183,400.00)	775,497.60	1,810,789.44	3,081,018.86	4,610,561.63
ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์	160,000.00	120,000.00	80,000.00	40,000.00	-
ค่าตกแต่งอาคาร	150,000.00	-	-	-	-
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	-	-	-	-	-
รวมสินทรัพย์	126,600.00	895,497.60	1,890,789.44	3,121,018.86	4,610,561.63
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น					
หนี้สินค้างจ่าย	-	-	-	-	-
รวมหนี้สิน	-	-	-	-	-
ส่วนของผู้ถือหุ้น	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00
กำไรสะสม	(873,400.00)	(104,502.40)	890,789.44	2,121,018.86	3,610,561.63
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	126,600.00	895,497.60	1,890,789.44	3,121,018.86	4,610,561.63
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	126,600.00	895,497.60	1,890,789.44	3,121,018.86	4,610,561.63

ภาคผนวก ข.

การวิเคราะห์ความไวของโครงการรูปแบบที่ 2
รูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐานครบวงจร

TNI

รูปแบบที่ 2 รูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐานครบวงจร

กรณีที่ 2 กำหนดให้ผลตอบแทนของโครงการเพิ่มขึ้น

โดยธุรกิจมีรายรับเพิ่มขึ้นจากยอดขายในอัตราร้อยละ 20 ขณะที่ธุรกิจสามารถควบคุมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานให้คงที่ได้

1. เงินลงทุน และแหล่งที่มาของเงินทุน

ตารางที่ 46 งบประมาณการลงทุนรูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐานครบวงจร กรณีที่ 2

รายการ	รวม	แหล่งที่มา	
		ส่วนของผู้ถือหุ้น	เจ้าหนี้(เงินกู้ยืม)
ค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินงาน			
เครื่องตกแต่งและอุปกรณ์			
ค่าตกแต่งอาคาร	150,000.00	150,000.00	-
ค่าเฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้สำนักงาน	200,000.00	200,000.00	-
รวมเครื่องตกแต่งและอุปกรณ์	350,000.00	350,000.00	-
ค่าจดทะเบียนจัดตั้งห้างหุ้นส่วน	1,000.00	1,000.00	-
ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยว	960.00	960.00	-
เงินมัดจำค่าอาคาร (ค่าเช่าอาคาร 3 เดือน)	147,000.00	147,000.00	-
เงินทุนหมุนเวียน	501,040.00	501,040.00	-
รวมเงินลงทุนเริ่มต้น	1,000,000.00	1,000,000.00	-

2. สมมติฐานทางการเงิน

2.1 สมมติฐานรายได้ – รายจ่าย

ตารางที่ 47 รายได้ของรูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐานครบวงจร กรณีที่ 2

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ตัวเครื่องบินในประเทศ	4,320,000.00	4,752,000.00	5,227,200.00	5,749,920.00	6,324,912.00
ตัวเครื่องบินระหว่างประเทศ	8,640,000.00	9,504,000.00	10,454,400.00	11,499,840.00	12,649,824.00
รับจองโรงแรม	2,160,000.00	2,376,000.00	2,613,600.00	2,874,960.00	3,162,456.00
จัดกรุ๊ปทัวร์	11,520,000.00	12,672,000.00	13,939,200.00	15,333,120.00	16,866,432.00
จัดทัวร์แพ็คเกจ	2,880,000.00	3,168,000.00	3,484,800.00	3,833,280.00	4,216,608.00
จัดกรุ๊ปทัวร์พิเศษ	17,280,000.00	19,008,000.00	20,908,800.00	22,999,680.00	25,299,648.00
รายได้อื่นๆ	20,160.00	22,176.00	24,394.00	26,833.00	29,516.00
รวมรายได้	46,820,160.00	51,502,176.00	56,652,393.60	62,317,632.96	68,549,396.26

ตารางที่ 48 รายจ่ายของรูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐานครบวงจร กรณีที่ 2

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ตัวเครื่องบินในประเทศ	2,592,000.00	2,851,200.00	3,136,320.00	3,449,952.00	3,794,947.00
ตัวเครื่องบินระหว่างประเทศ	5,184,000.00	5,702,400.00	6,272,640.00	6,899,904.00	7,589,894.00
รับจองโรงแรม	1,987,200.00	2,185,920.00	2,404,512.00	2,644,963.00	2,909,460.00
จัดกรุ๊ปทัวร์	9,792,000.00	10,771,200.00	11,848,320.00	13,033,152.00	14,336,467.00
จัดทัวร์แพ็คเกจ	2,592,000.00	2,851,200.00	3,136,320.00	3,449,952.00	3,794,947.00
จัดกรุ๊ปทัวร์พิเศษ	13,824,000.00	15,206,400.00	16,727,040.00	18,399,744.00	20,239,718.00
รายได้อื่นๆ	10,800.00	11,880.00	13,068.00	14,375.00	15,812.00
รวมรายจ่าย	35,982,000.00	39,580,200.00	43,538,220.00	47,892,042.00	52,681,246.00

2.2 สมมติฐานด้านผลตอบแทน

ตารางที่ 49 ผลตอบแทนจากการลงทุนรูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐานครบวงจร กรณีที่ 2

ผลตอบแทนจากการลงทุน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินสดรับ					
กำไรจากการดำเนินงาน	1,344,153.76	4,236,727.94	4,842,300.73	5,507,380.80	6,240,018.88
หัก ภาษีเงินได้	238,846.13	1,122,589.34	1,346,651.27	1,592,730.90	1,863,806.99
บวก ค่าเสื่อมราคา	40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00
กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน	1,147,307.63	3,154,138.60	3,535,649.46	3,954,649.91	4,416,211.90
บวก มูลค่าธุรกิจ (ราคาขายธุรกิจ)	-	-	-	-	-
รวมเงินสดรับ	1,147,307.63	3,154,138.60	3,535,649.46	3,954,649.91	4,416,211.90
เงินสดจ่าย					
ค่าใช้จ่ายในการลงทุน	408,960.00	0	0	0	0
รวมเงินสดจ่าย	408,960.00	0	0	0	0
กระแสเงินสดคงเหลือสุทธิ	738,347.63	3,154,138.60	3,535,649.46	3,954,649.91	4,416,211.90
กระแสเงินสดคงเหลือสะสม	738,347.63	3,892,486.23	7,428,135.69	11,382,785.60	15,798,997.50

2.3 การวัดความคุ้มค่าการลงทุน

กำหนดให้อัตราผลตอบแทนโดยเฉลี่ยเท่ากับ 9%

1) อัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย (Average Rate of Return : ARR)

$$\text{อัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย} = \frac{\text{กำไรสุทธิหลังหักภาษีเฉลี่ย}}{\text{เงินลงทุน}}$$

$$ARR = \frac{1,107,307.63 + 3,114,138.60 + 3,495,649.46 + 3,914,649.91 + 4,376,211.90}{5} = 1,000,000$$

$$ARR = \frac{3,201,591.50}{1,000,000} = 320.16 \%$$

2) ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period : PB)

ระยะเวลาคืนทุน เงินทุน 1,000,000 บาท

กระแสเงินสดสุทธิ ปีที่ 1 1,147,307.63

ปีที่ 2 3,154,138.60

ปีที่ 3 3,535,649.46

ปีที่ 4 3,954,649.91

ปีที่ 5 4,416,211.90

$$PB = 1,000,000.00$$

= 10 เดือน 18 วัน

3) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV)

$$NPV = ((1,147,307.63 \times 0.9174) + (3,154,138.60 \times 0.8417) + (3,535,649.46 \times 0.7722) + (3,954,649.91 \times 0.7084) + (4,416,211.90 \times 0.6499)) - 1,000,000$$

$$NPV = 12,111,702.20 - 1,000,000$$

$$= 11,111,702.20 \text{ บาท}$$

4) ดัชนีการทำกำไร (Profitability Index : PI)

$$\text{ดัชนีการทำกำไร} = \frac{\text{มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับเข้า}}{\text{เงินลงทุนเริ่มแรก}}$$

$$PI = \frac{12,111,702.20}{1,000,000}$$

$$= 12.11 \text{ เท่า}$$

5) อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Internal Rate of Return : IRR)

IRR สมมติ i = 190%

$$\begin{aligned} 1,000,000 &= (1,147,307.63 \times 0.34483) + (3,154,138.600 \times 0.11891) + (3,535,649.46 \times \\ &\quad 0.04100) + (3,954,649.91 \times 0.01414) + (4,416,211.90 \times 0.00488) \\ &= 993,473.93 \end{aligned}$$

สมมติ i = 189%

$$\begin{aligned} 1,000,000 &= (1,147,307.63 \times 0.34602) + (3,154,138.600 \times 0.11973) + (3,535,649.46 \times 0.04143) + \\ &\quad (3,954,649.91 \times 0.01434) + (4,416,211.90 \times 0.00496) \\ &= 1,000,091.64 \end{aligned}$$

หาค่า IRR โดยการเทียบบัญชีไตรยางศ์ ดังนี้

มูลค่าปัจจุบัน 1,000,091.64 บาท อัตราผลตอบแทน = 189%

มูลค่าปัจจุบัน 993,473.93 บาท อัตราผลตอบแทน = 190%

$$6,618.71 = 1\%$$

$$\text{IRR} = 189.99\%$$



3. งบกำไรขาดทุน

ตารางที่ 50 งบกำไรขาดทุนรูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐานครบวงจร กรณีที่ 2

งบกำไรขาดทุน (บาท)	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้จากการขาย	46,820,160.00	51,502,176.00	56,652,393.60	62,317,632.96	68,549,396.26
หัก ต้นทุนขาย	35,982,000.00	39,580,200.00	43,538,220.00	47,892,042.00	52,681,246.20
กำไรขั้นต้น	10,838,160.00	11,921,976.00	13,114,173.60	14,425,590.96	15,868,150.06
กำไรขั้นต้น / ยอดขาย	23.15 %	23.15 %	23.15 %	23.15 %	23.15 %
หัก ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร					
เงินเดือน	1,020,000.00	1,020,000.00	1,020,000.00	1,020,000.00	1,020,000.00
ประกันสังคม	33,500.00	33,500.00	33,500.00	33,500.00	33,500.00
ค่าทำบัญชี	120,000.00	120,000.00	120,000.00	120,000.00	120,000.00
ค่าน้ำประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์	312,134.40	343,347.84	377,682.62	415,450.89	456,995.98
ค่าเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร	12,000.00	12,000.00	12,000.00	12,000.00	12,000.00
ค่าเช่าอาคาร	588,000.00	588,000.00	588,000.00	588,000.00	588,000.00
ค่าส่งเสริมการตลาด	7,023,024.00	5,150,217.60	5,665,239.36	6,231,763.30	6,854,939.63
ค่าวัสดุสิ้นเปลือง	280,920.96	309,013.06	339,914.36	373,905.80	411,296.38
ค่าเสื่อมราคา	40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00
ค่าต่ออายุใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยวทุก 2 ปี	-	500.00	-	500.00	-
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	9,492,006.24	7,685,248.06	8,271,872.87	8,918,210.16	9,628,131.17
กำไรจากการดำเนินงาน	1,344,153.76	,236,727.94	4,842,300.73	5,507,380.80	6,240,018.88
กำไรจากการดำเนินงาน / ยอดขาย	21.27 %	14.92 %	14.60 %	14.31 %	14.05 %
หัก ภาษีเงินได้นิติบุคคล	238,846.13	1,122,589.34	1,346,651.27	1,592,730.90	1,863,806.99
กำไรสุทธิ	1,107,307.63	3,114,138.60	3,495,649.46	3,914,649.91	4,376,211.90
กำไรสุทธิ / ยอดขาย	2.37 %	6.05 %	6.17 %	6.28 %	6.38 %
งบกำไรสะสม					
กำไรสะสมต้นงวด	-	1,107,307.63	4,221,446.23	7,717,095.69	11,631,745.60
กำไร(ขาดทุน) สุทธิ	1,107,307.63	3,114,138.60	3,495,649.46	3,914,649.91	4,376,211.90
กำไรสะสมปลายงวด	1,107,307.63	4,221,446.23	7,717,095.69	11,631,745.60	16,007,957.49

4. งบกระแสเงินสด

ตารางที่ 51 งบกระแสเงินสดรูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐานครบวงจร กรณีที่ 2

งบกระแสเงินสด	(ปีที่ 0)	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน						
กำไรสุทธิ		1,107,307.63	3,114,138.60	3,495,649.46	3,914,649.91	4,376,211.90
บวก ค่าเสื่อมราคา		40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00
บวก เจ้าหนี้การค้า		-	-	-	-	-
บวก ภาษีเงินได้ค้างจ่าย		-	-	-	-	-
ลบ ลูกหนี้การค้า		-	-	-	-	-
ลบ สิ้นค้าคงเหลือ		-	-	-	-	-
เงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน	-	1,147,307.63	3,154,138.60	3,535,649.46	3,954,649.91	4,416,211.90
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุน						
ซื้อสินทรัพย์ถาวร	(350,000.00)	-	-	-	-	-
ขายสินทรัพย์ถาวร	-	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการลงทุน	(350,000.00)	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงินทุน						
กู้จากสถาบันการเงิน		-	-	-	-	-
ลบ ชำระเงินกู้		-	-	-	-	-
ลบ ชำระดอกเบี้ยเงินกู้		-	-	-	-	-
ส่วนของเจ้าของ	1,000,000.00	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหา	1,000,000.00	-	-	-	-	-
เงินสดสุทธิ	650,000.00	1,147,307.63	3,154,138.60	3,535,649.46	3,954,649.91	4,416,211.90
บวก เงินสดต้นงวด	-	650,000.00	1,797,307.63	4,951,446.23	8,487,095.69	12,441,745.60
เงินสดปลายงวด	650,000.00	1,797,307.63	4,951,446.23	8,487,095.69	12,441,745.60	16,857,957.49

5. งบดุล

ตารางที่ 52 งบดุลรูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐานครบวงจร กรณีที่ 2

งบดุล	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสดและเงินฝากธนาคาร	1,797,307.63	5,101,446.23	8,637,095.69	12,591,745.60	17,007,957.49
ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์	160,000.00	120,000.00	80,000.00	40,000.00	-
ค่าตกแต่งอาคาร	150,000.00	-	-	-	-
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	-	-	-	-	-
รวมสินทรัพย์	2,107,307.63	5,221,446.23	8,717,095.69	12,631,745.60	17,007,957.49
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น					
หนี้สินค้างจ่าย	-	-	-	-	-
รวมหนี้สิน	-	-	-	-	-
ส่วนของผู้ถือหุ้น	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00
กำไรสะสม	1,107,307.63	4,221,446.23	7,717,095.69	11,631,745.60	16,007,957.49
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	2,107,307.63	5,221,446.23	8,717,095.69	12,631,745.60	17,007,957.49
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	2,107,307.63	5,221,446.23	8,717,095.69	12,631,745.60	17,007,957.49

กรณีที่ 3 กำหนดให้ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้น

โดยกำหนดให้ธุรกิจมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 20 ขณะที่ผลตอบแทนของโครงการคงที่

TNI

THAI - NICHI INSTITUTE OF TECHNOLOGY

1. เงินลงทุน และแหล่งที่มาของเงินทุน

ตารางที่ 53 งบประมาณการลงทุนรูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐานครบวงจร กรณีที่ 3

รายการ	รวม	แหล่งที่มา	
		ส่วนของผู้ถือหุ้น	เจ้าหนี้(เงินกู้ยืม)
ค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินงาน			
เครื่องตกแต่งและอุปกรณ์			
ค่าตกแต่งอาคาร	150,000.00	150,000.00	-
ค่าเฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้สำนักงาน	200,000.00	200,000.00	-
รวมเครื่องตกแต่งและอุปกรณ์	350,000.00	350,000.00	-
ค่าจดทะเบียนจัดตั้งห้างหุ้นส่วน	1,000.00	1,000.00	-
ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยว	960.00	960.00	-
เงินมัดจำค่าอาคาร (ค่าเช่าอาคาร 3 เดือน)	147,000.00	147,000.00	-
เงินทุนหมุนเวียน	501,040.00	501,040.00	-
รวมเงินลงทุนเริ่มต้น	1,000,000.00	1,000,000.00	-

2. สมมติฐานทางการเงิน

2.1 สมมติฐานรายได้ – รายจ่าย

ตารางที่ 54 รายได้ของรูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐาน กรณีที่ 3

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ตัวเครื่องบินในประเทศ	3,600,000.00	3,960,000.00	4,356,000.00	4,791,600.00	5,270,760.00
ตัวเครื่องบินระหว่างประเทศ	7,200,000.00	7,920,000.00	8,712,000.00	9,583,200.00	10,541,520.00
รับจองโรงแรม	1,800,000.00	1,980,000.00	2,178,000.00	2,395,800.00	2,635,380.00
จัดกรุ๊ปทัวร์	9,600,000.00	10,560,000.00	11,616,000.00	12,777,600.00	14,055,360.00
จัดทัวร์แพ็คเกจ	2,400,000.00	2,640,000.00	2,904,000.00	3,194,400.00	3,513,840.00
จัดกรุ๊ปทัวร์พิเศษ	14,000,000.00	15,840,000.00	17,424,000.00	19,166,400.00	21,083,040.00
รายได้อื่นๆ	16,800.00	18,480.00	20,328.00	22,361.00	24,597.00
รวมรายได้	39,016,800.00	42,918,480.00	47,210,328.00	51,931,360.80	57,124,496.88

ตารางที่ 55 รายจ่ายของรูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐาน กรณีที่ 3

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ตัวเครื่องบินในประเทศ	2,160,000.00	2,376,000.00	2,613,600.00	2,874,960.00	3,162,456.00
ตัวเครื่องบินระหว่างประเทศ	4,320,000.00	4,752,000.00	5,227,200.00	5,749,920.00	6,324,912.00
รับจองโรงแรม	1,656,000.00	1,821,600.00	2,003,760.00	2,204,136.00	2,424,550.00
จัดกรุ๊ปทัวร์	8,160,000.00	8,976,000.00	9,873,600.00	10,860,960.00	11,947,056.00
จัดทัวร์แพ็คเกจ	2,160,000.00	2,376,000.00	2,613,600.00	2,874,960.00	3,162,456.00
จัดกรุ๊ปทัวร์พิเศษ	11,520,000.00	12,672,000.00	13,939,200.00	15,333,120.00	16,866,432.00
รายได้อื่นๆ	10,800.00	11,880.00	13,068.00	14,375.00	15,812.00
รวมรายจ่าย	29,986,800.00	32,985,480.00	36,284,028.00	39,912,431.00	43,903,674.00

2.2 สมมติฐานด้านผลตอบแทน

ตารางที่ 56 ผลตอบแทนจากการลงทุนรูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐานครบวงจร กรณีที่ 3

ผลตอบแทนจากการลงทุน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินสดรับ					
กำไรจากการดำเนินงาน	(824,626.24)	1,885,031.94	2,291,807.13	2,737,999.84	3,230,071.83
หัก ภาษีเงินได้	-	400,509.58	522,542.14	656,399.95	804,021.55
บวก ค่าเสื่อมราคา	40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00
กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน	(784,626.24)	1,524,522.36	1,809,264.99	2,121,599.89	2,466,050.28
บวก มูลค่าธุรกิจ (ราคาขายธุรกิจ)	-	-	-	-	-
รวมเงินสดรับ	(784,626.24)	1,524,522.36	1,809,264.99	2,121,599.89	2,466,050.28
เงินสดจ่าย					
ค่าใช้จ่ายในการลงทุน	408,960.00	0	0	0	0
รวมเงินสดจ่าย	408,960.00	0	0	0	0
กระแสเงินสดคงเหลือสุทธิ	(1,193,586.24)	1,524,522.36	1,809,264.99	2,121,599.89	2,466,050.28
กระแสเงินสดคงเหลือสะสม	(1,193,586.24)	(330,936.12)	1,478,328.87	3,599,928.76	6,065,979.04

2.3 การวัดความคุ้มค่าการลงทุน

กำหนดให้อัตราผลตอบแทนโดยเฉลี่ยเท่ากับ 9%

1) อัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย (Average Rate of Return : ARR)

$$\text{อัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย} = \frac{\text{กำไรสุทธิหลังหักภาษีเฉลี่ย}}{\text{เงินลงทุน}}$$

$$ARR = \frac{-824,626.24 + 1,484,522.36 + 1,769,264.99 + 2,081,599.89 + 2,426,050.28}{5} = 1,000,000$$

$$ARR = \frac{1,387,362.26}{1,000,000} = 138.74 \%$$

2) ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period : PB)

ระยะเวลาคืนทุน เงินทุน 1,000,000 บาท

กระแสเงินสดสุทธิ ปีที่ 1 (784,626.24)

ปีที่ 2 1,524,522.36

ปีที่ 3 1,809,264.99

ปีที่ 4 2,121,599.89

ปีที่ 5 2,466,050.28

$$PB = (784,626.24) + 1,524,522.36 + 260,103.88$$

$$= 2 \text{ ปี } 1 \text{ เดือน } 23 \text{ วัน}$$

3) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV)

$$NPV = ((-784,626.24 \times 0.9174) + (1,524,522.36 \times 0.8417) + (1,809,264.99 \times 0.7722) + (2,121,599.89 \times 0.7084) + (2,466,050.28 \times 0.6499)) - 1,000,000$$

$$NPV = 5,066,116.22 - 1,000,000$$

$$= 4,066,116.22 \text{ บาท}$$

4) ดัชนีการทำกำไร (Profitability Index : PI)

$$\text{ดัชนีการทำกำไร} = \frac{\text{มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับเข้า}}{\text{เงินลงทุนเริ่มแรก}}$$

$$PI = \frac{5,066,116.22}{1,000,000}$$

$$= 5.07 \text{ เท่า}$$

5) อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Internal Rate of Return : IRR)

IRR สมมติ $i = 64\%$

$$\begin{aligned} 1,000,000 &= (-784,626.24 \times 0.60976) + (1,524,522.36 \times 0.37180) + (1,809,264.99 \times \\ &\quad 0.22671) + (2,121,599.89 \times 0.13824) + (2,466,050.28 \times 0.08429) \\ &= 999,715.53 \end{aligned}$$

สมมติ $i = 63\%$

$$\begin{aligned} 1,000,000 &= (-784,626.24 \times 0.61350) + (1,524,522.36 \times 0.37638) + (1,809,264.99 \times \\ &\quad 0.23091) + (2,121,599.89 \times 0.14166) + (2,466,050.28 \times 0.08691) \\ &= 1,025,079.18 \end{aligned}$$

หาค่า IRR โดยการเทียบบัญชีไตรยางศ์ ดังนี้

มูลค่าปัจจุบัน 1,025,079.18 บาท อัตราผลตอบแทน = 63%

มูลค่าปัจจุบัน 999,715.53 บาท อัตราผลตอบแทน = 64%

$$25,363.65 = 1\%$$

$$\text{IRR} = 63.01\%$$



3. งบกำไรขาดทุน

ตารางที่ 57 งบกำไรขาดทุนรูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐานครบวงจร กรณีที่ 3

งบกำไรขาดทุน (บาท)	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้จากการขาย	39,016,800.00	42,918,480.00	47,210,328.00	51,931,360.80	57,124,496.88
หัก ต้นทุนขาย	29,986,800.00	32,985,480.00	36,284,028.00	39,912,430.80	43,903,673.88
กำไรขั้นต้น	9,030,000.00	9,933,000.00	10,926,300.00	12,018,930.00	13,220,823.00
กำไรขั้นต้น / ยอดขาย	23.14 %	23.14 %	23.14 %	23.14 %	23.14 %
หัก ค่าใช้จ่ายในการขาย และบริหาร					
เงินเดือน	1,224,000.00	1,224,000.00	1,224,000.00	1,224,000.00	1,224,000.00
ประกันสังคม	48,120.00	48,120.00	48,120.00	48,120.00	48,120.00
ค่าทำบัญชี	144,000.00	144,000.00	144,000.00	144,000.00	144,000.00
ค่าน้ำประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์	374,561.28	412,017.41	453,219.15	498,541.06	548,395.17
ค่าเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร	14,400.00	14,400.00	14,400.00	14,400.00	14,400.00
ค่าเช่าอาคาร	705,600.00	705,600.00	705,600.00	705,600.00	705,600.00
ค่าส่งเสริมการตลาด	7,023,024.00	5,150,217.60	5,665,239.36	6,2321,763.30	6,854,939.63
ค่าวัสดุสิ้นเปลือง	280,920.96	309,013.06	339,914.36	373,905.80	411,296.38
ค่าเสื่อมราคา	40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00
ค่าต่ออายุใบอนุญาต ประกอบธุรกิจนำเที่ยว ทุก 2 ปี	-	600.00	-	600.00	-
รวมค่าใช้จ่ายในการขาย และบริหาร	9,854,626.24	8,047,968.06	8,634,492.87	9,280,930.16	9,990,751.17
กำไรจากการดำเนินงาน	(824,626.24)	1,885,031.94	2,291,807.13	2,737,999.84	3,230,071.83
กำไรจากการดำเนินงาน / ยอดขาย	25.26 %	18.75 %	18.29 %	17.87 %	17.49 %
หัก ภาษีเงินได้นิติบุคคล	-	400,509.58	522,542.14	656,399.95	804,021.55
กำไรสุทธิ	(824,626.24)	1,484,522.36	1,769,264.99	2,081,599.89	2,426,050.28
กำไรสุทธิ / ยอดขาย	(2.11 %)	3.46 %	3.75 %	4.01 %	4.25 %
งบกำไรสะสม					
กำไรสะสมต้นงวด	-	(824,626.24)	659,896.12	2,429,161.11	4,510,761.00
กำไร(ขาดทุน) สุทธิ	(824,626.24)	1,484,522.36	1,769,264.99	2,081,599.89	2,426,050.28
กำไรสะสมปลายงวด	(824,626.24)	659,896.12	2,429,161.11	4,510,761.00	6,936,811.27

4. งบกระแสเงินสด

ตารางที่ 58 งบกระแสเงินสดรูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐานครบวงจร กรณีที่ 3

งบกระแสเงินสด	(ปีที่ 0)	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน						
กำไรสุทธิ		(824,626.24)	1,484,522.36	1,769,264.99	2,081,599.89	2,426,050.28
บวก ค่าเสื่อมราคา		40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00
บวก เจ้าหนี้การค้า		-	-	-	-	-
บวก ภาษีเงินได้ค้างจ่าย		-	-	-	-	-
ลบ ลูกหนี้การค้า		-	-	-	-	-
ลบ สิ้นค้าคงเหลือ		-	-	-	-	-
เงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน	-	(784,626.24)	1,524,522.36	1,809,264.99	2,121,599.89	2,466,050.28
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุน						
ซื้อสินทรัพย์ถาวร	(350,000.00)	-	-	-	-	-
ขายสินทรัพย์ถาวร	-	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการลงทุน	(350,000.00)	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงินทุน						
กู้จากสถาบันการเงิน		-	-	-	-	-
ลบ ชำระเงินกู้		-	-	-	-	-
ลบ ชำระดอกเบี้ยเงินกู้		-	-	-	-	-
ส่วนของเจ้าของ	1,000,000.00	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหา	1,000,000.00	-	-	-	-	-
เงินสดสุทธิ	650,000.00	(784,626.24)	1,524,522.36	1,809,264.99	2,121,599.89	2,466,050.28
บวก เงินสดต้นงวด	-	650,000.00	(134,626.24)	1,389,896.12	3,199,161.11	5,320,761.00
เงินสดปลายงวด	650,000.00	(134,626.24)	1,389,896.12	3,199,161.11	5,320,761.00	7,786,811.27

5. งบดุล

ตารางที่ 59 งบดุลรูปแบบบริษัทนำเที่ยวแบบมาตรฐานครบวงจร กรณีที่ 3

งบดุล	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสดและเงินฝากธนาคาร	(134,626.24)	1,539,896.12	3,349,161.11	5,470,761.00	7,936,811.27
ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์	160,000.00	120,000.00	80,000.00	40,000.00	-
ค่าคงที่และค่าเสื่อม	150,000.00	-	-	-	-
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	-	-	-	-	-
รวมสินทรัพย์	175,373.76	1,659,896.12	3,429,161.11	5,410,761.00	7,936,811.27
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น					
หนี้สินค้างจ่าย	-	-	-	-	-
รวมหนี้สิน	-	-	-	-	-
ส่วนของผู้ถือหุ้น	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00
กำไรสะสม	(824,626.24)	659,896.12	2,429,161.11	4,410,761.00	6,936,811.27
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	175,373.76	1,659,896.12	3,429,161.11	5,410,761.00	7,936,811.27
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	175,373.76	1,659,896.12	3,429,161.11	5,410,761.00	7,936,811.27