

แผนธุรกิจ ท่องเที่ยวต่างประเทศ

สุทธิณี ขำมาก¹

บทสรุปผู้บริหาร

ปัจจุบันนี้ ธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นที่นิยมกันเป็นอย่างมาก ในระดับกลุ่มคนที่ทั้งทำงานแล้ว เนื่องจากปัจจุบันบริษัท ทัวร์ได้มีการปรับตัวให้เข้ากับสถานะเศรษฐกิจของประเทศมากขึ้น เมื่อในอดีตที่ผ่านมาถ้าพูดถึงการท่องเที่ยวต่างประเทศแล้ว เราจะคิดว่า จะต้องใช้เงินเป็นจำนวนมากซึ่งอาจทำให้บางคนถึงกลับล้มเลิกความคิดที่จะท่องเที่ยวต่างประเทศ แต่ในปัจจุบันนี้เรามีทางเลือกให้ลูกค้ามากขึ้น ทางบริษัทเราจึงเล็งเห็นช่องทางในการดำเนินธุรกิจ เพื่อที่จะตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าที่มีความหลากหลายทั้งด้านการเงิน ทางบริษัทเราก็จะมีการจัดทำทัวร์ เนื่องจากได้มีการประมาณการว่า ในปีนี้มีแนวโน้มที่สถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทยจะมีอัตราการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2558 หลายประเทศที่ประสบปัญหาทางเศรษฐกิจจะให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมภาคการท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจของตน ซึ่งจะทำให้ระดับแข่งขันด้านการท่องเที่ยวในเวทีโลกทวีความรุนแรงเพิ่มขึ้น แต่จากแนวโน้มราคาน้ำมันในตลาดโลกที่ลดลง การเปิดเที่ยวบินระหว่างประเทศใหม่ของสายการบินต่างๆ และจากการวิเคราะห์ขององค์การการท่องเที่ยวโลกที่คาดว่า การท่องเที่ยวระหว่างประเทศจะขยายตัวต่อเนื่อง จึงคาดว่าในปี 2558 จะมีนักท่องเที่ยวประมาณ 28.5–29 ล้านคนสถานการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวล่าสุด (ข้อมูล ณ วันที่ 19 มกราคม 2558)

แผนการตลาดในปีแรกๆ จะเน้นการท่องเที่ยวแบบ ให้ลูกค้าทัวร์มีส่วนร่วมการออกแบบไอเดียในตารางการท่องเที่ยวเอง เพื่อให้มีความหลากหลายในโปรแกรมทัวร์ บริษัททัวร์มีการดำเนินงานโดยมีผู้จัดการ (เป็นเจ้าของกิจการเอง) เป็นผู้กำกับดูแลกิจการให้เป็นไปตามนโยบายและแนวทางที่ตั้งไว้ กำหนดหน้าที่หลัก ฝ่ายบัญชี ฝ่ายการตลาด และดูแลภาพรวมของกิจการทั้งหมดให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กฎหมายกำหนด

คำสำคัญ : แผนธุรกิจ, ธุรกิจท่องเที่ยวต่างประเทศ

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรังสิต

บทนำ

การส่งเสริมการท่องเที่ยวเกิดขึ้นโดย พระดำริของพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน ครั้งทรงดำรงตำแหน่งผู้บัญชาการรถไฟ ได้มีการส่งเรื่องราวเกี่ยวกับเมืองไทยไปเผยแพร่ในสหรัฐอเมริกา ใน พ.ศ.2467 การส่งเสริมการท่องเที่ยวได้เริ่มขึ้นอย่างชัดเจน ในพ.ศ.2479 เมื่อกระทรวงเศรษฐการเสนอโครงการบำรุงอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศสยาม ต่อคณะรัฐมนตรี และการท่องเที่ยวถือได้ว่าเป็นเรื่องของความพึงพอใจของแต่ละบุคคล องค์การสหประชาชาติประกาศว่า “การเดินทางท่องเที่ยวเป็นสิทธิมนุษยชนอย่างหนึ่งที่รัฐพึงสนับสนุน” เนื่องจากสังคมโลกในปัจจุบันแต่ละประเทศมีการเปิดโอกาสให้คนต่างชาติเข้าไปท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น บางประเทศ เช่น การยกเว้นการทำวีซ่าขาเข้าในประเทศญี่ปุ่นให้กับคนไทย เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ซึ่งเป็นการเอื้ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวอย่างยิ่ง จึงทำให้ทางเรามองเห็นแนวทางและโอกาสที่จะประสบความสำเร็จในการลงทุนทำธุรกิจประเภทนี้แต่ก็ต้องอาศัยปัจจัยหลายอย่างด้วยกัน เช่น กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของเราก็จะโฟกัสไปที่ลูกค้าที่เป็นกลุ่มที่ทำงานแล้วและบุคคลทั่วไป โปรแกรมและตารางทัวร์ก็จะเปิดโอกาสให้กับลูกค้าทัวร์มีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์ มีการจัดแพ็คเกจ สะสมแต้มและจัดทำโปรแกรมทัวร์ให้เข้ากับกลุ่มเป้าหมายในแต่ละกลุ่ม

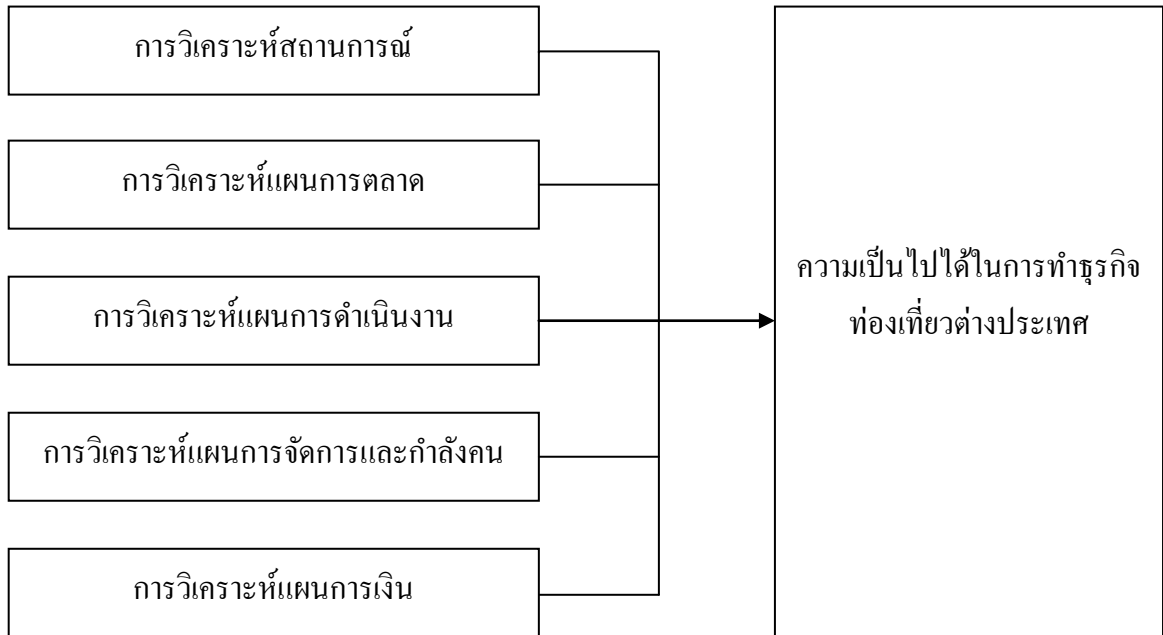
วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของการทำธุรกิจท่องเที่ยวต่างประเทศ

ขอบเขตของการศึกษา

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาเกี่ยวกับความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจท่องเที่ยว
2. ขอบเขตด้านเวลา ใช้ระยะเวลาทำการศึกษาดือนมีนาคม–เดือนมิถุนายน 2558

กรอบแนวคิดในการศึกษา



ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลการศึกษาในครั้งนี้ ทำให้ทราบความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจท่องเที่ยวต่างประเทศ

นิยามศัพท์

1. แผนธุรกิจ หมายถึง การวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต/การดำเนินงาน การวิเคราะห์ด้านการจัดการและกำลังคน การวิเคราะห์ด้านการเงิน และสรุปผลว่า ธุรกิจดังกล่าวมีความเป็นไปได้ในการดำเนินงานหรือไม่

2. ท่องเที่ยว ผู้มาเยือน (visitors) รวมไปถึง “นักท่องเที่ยว” (ผู้มาเยือนแบบค้างคืน) (over-night visitors)” และ “ผู้มาเยือนและ จากสถานที่นั้นไปภายในวันเดียวกัน (same-day visitors)”

3. การวิเคราะห์สถานการณ์ หมายถึง การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกขององค์กรโดยวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis)

4. การวิเคราะห์ด้านการตลาด หมายถึง การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การวางตำแหน่งทางการตลาด การกำหนดผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

5. การวิเคราะห์ด้านการผลิต หมายถึง ขั้นตอนการผลิต การบริหารขององค์กร

6. การวิเคราะห์ด้านการจัดการและกำลังคน หมายถึง การกำหนดโครงสร้างองค์กร

7. การวิเคราะห์ด้านการเงิน หมายถึง รายได้หรือยอดขาย กำไรสุทธิ ระยะเวลาเงินทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ อัตราผลตอบแทนภายใน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

- **การวิเคราะห์สถานการณ์**

การวิเคราะห์สถานการณ์โดยใช้วิธี **SWOT Analysis** มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

จุดแข็งของกิจการ (Strengths)

1. เป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนไม่สูงมากนัก ความเสี่ยงต่ำ ลงทุนต่ำ
2. ผู้ประกอบกิจการที่รักการเดินทางท่องเที่ยวสามารถหาความรู้เพิ่มเติมทักษะประสบการณ์ได้ตลอดเวลา
3. เปิดโอกาสให้ผู้ร่วมการเดินทางสามารถแสดงความคิดเห็นได้
4. สามารถปรับเปลี่ยนได้แม้จะอยู่ในช่วงของ low season
5. มีการสำรวจสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ๆ ตลอดเวลา

จุดอ่อนของกิจการ (Weaknesses)

1. พนักงานที่มีคุณสมบัติเหมาะสมหรือมีใจรักด้านงานบริการจะหาได้ค่อนข้างยากแม้คู่แข่งที่มีความสามารถหาได้ยาก
2. ทำเลที่เหมาะสมมีค่อนข้างจำกัด ต้องเสียค่าเช่าในอัตราสูง

โอกาสของกิจการ (Opportunities)

1. การปรับราคาของค่าโดยสารเครื่องบิน รถทัวร์และค่าใช้จ่ายด้านที่พัก/โรงแรม
2. มีการบอกกันปากต่อปาก
3. ใช้ social network ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

อุปสรรคของกิจการ (Threats)

1. จำนวนบริษัท ทัวร์ต่างประเทศเกิดใหม่
2. การปรับราคาของค่าโดยสารเครื่องบิน
3. ค่าใช้จ่ายด้านที่พัก/โรงแรม
4. การประสานงานต่างประเทศ

- การวิเคราะห์แผนการตลาด

การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (T : Targeting Market)

1. กลุ่มเป้าหมายหลักกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้ระดับปานกลาง ฐานะทางการเงินอยู่ในเกณฑ์ที่ดี แต่ราคาก็เป็นปัจจัยสำคัญในการพิจารณา ได้แก่ พนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ นักวิชาการ

2. กลุ่มเป้าหมายรอง กลุ่มลูกค้าที่มีรายได้น้อย ฐานะทางการเงินไม่ค่อยดีนักและมีการใช้ราคาในการตัดสินใจ ได้แก่ กลุ่มนักเรียน นักศึกษา แม่บ้าน พนักงานโรงงาน การจัดการส่งเสริมการขายของลูกค้ากลุ่มนี้จะอยู่ในรูปแบบการลดราคาหรือการจัดโปรโมชั่น

กลยุทธ์ทางการตลาด 4P

กลยุทธ์ทางด้านผลิตภัณฑ์และราคา (Product and Price Strategy)
 เนื่องจากเราเป็นธุรกิจดูแลท่องเที่ยวเราจึงต้องพบปะลูกค้าที่หลากหลาย พนักงานจึงต้องมีการสอบถามลูกค้าและความชอบและไม่ชอบอะไรของลูกค้าเบื้องต้น หลังจากนั้นเราก็จะมีการให้ลูกค้าสามารถออกความคิดเห็น การบริการของบริษัทนำเที่ยว แบ่งเป็น 2 ประเภท

1. การบริการแบบแพ็คเกจทัวร์

เป็นการสร้างความสะดวกสบายให้กับลูกค้า โดยที่ลูกค้าไม่ต้องเสียเวลาในการติดต่อกับสถานที่พักลูกค้าสามารถเลือกพัก โรงแรมหรือรีสอร์ทที่ทางบริษัททัวร์มีคอนเทค เช่น การจัดแบบนี้จะอยู่ในโซน เอเชียของเรา เช่น เกาหลี ญี่ปุ่น สิงคโปร์ มาเลเซีย ฯลฯ

2. การบริการแบบทัวร์เหมา

การบริการแบบทัวร์เหมา หรือ กรุ๊ปทัวร์ เป็นการบริการที่เป็นแบบหมู่คณะหรือสำหรับองค์กรต่างๆ โดยจะมีมัคคุเทศก์คอยอำนวยความสะดวกให้ระหว่างเดินทาง บริษัทจะต้องจัดทำตารางทัวร์ ตารางการเดินทาง พร้อมกับกิจกรรมพิเศษ

กลยุทธ์ทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place Strategy)

โดยการใช้เว็บไซต์ เว็บเพจ ไลน์ ส่วนสถานที่ตั้งบริษัท 7002/9 ม.3 ต.บางตลาด อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 12000 เนื่องจากที่ตั้งของบริษัท เราอยู่บริเวณปริมณฑล และใกล้กับสนามบินดอนเมือง จึงสะดวกต่อการเดินทาง และไม่แออัด

กลยุทธ์ทางการส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy)

บริษัท ทะลอน ทัวร์ นั้นมีการใช้กลยุทธ์ในการส่งเสริมการตลาด ดังต่อไปนี้ คือ

1. บริการรับ-ส่งฟรีจากบ้านถึงสนามบิน
2. บริการอาหารว่างในขณะเดินทาง หรือขณะทำกิจกรรมต่างๆ

3. บริการส่งตัวให้กับลูกค้า ในกรณีที่ลูกค้าส่งจองตัวทางโทรศัพท์
4. ทำเอกสารแจกให้นักท่องเที่ยวได้ทราบถึงข้อมูลแหล่งที่ไปท่องเที่ยว ทางอีเมลล์ก่อนวันเดินทางจริง 2 สัปดาห์
5. จัดทำการประชาสัมพันธ์โดยการใช้ใบปลิว
6. โฆษณาทางไลน์ และ เว็บเพจ
7. จัดทำของ premium แจกลูกค้าเมื่อลูกค้าตัดสินใจซื้อทัวร์

จากรายละเอียดที่กล่าวมาข้างต้น บริษัท ใช้งบประมาณสำหรับการส่งเสริมการตลาดในปีที่ 1 เท่ากับ 45,000 บาท และ ปีที่ 230,000 บาท

กลยุทธ์ทางด้านกระบวนการให้บริการ (Process Strategy)

ขั้นตอนที่ 1

เมื่อมีลูกค้ามาติดต่อสอบถามทางรายละเอียดเกี่ยวกับทัวร์ พนักงานต้อนรับจะกล่าวต้อนรับทักทายทักและ นำโบว์ชัวร์ยื่นให้กับลูกค้า ได้ดูรายละเอียดเกี่ยวกับโปรแกรมทัวร์

ขั้นตอนที่ 2

แนะนำโปรแกรมพิเศษประจำเดือน ให้ลูกค้า ประกอบการตัดสินใจ

ขั้นตอนที่ 3

กรณีลูกค้าสนใจให้แบบฟอร์มลูกค้ากรอกรายละเอียด และ จัดส่งรายละเอียดทางอีเมลล์กลับไป

- การวิเคราะห์แผนการดำเนินงาน

มีพนักงานประจำออฟฟิศ 3 ท่าน เจ้าหน้าที่บัญชี เจ้าหน้าที่การตลาด และเจ้าหน้าที่ธุรการ

● การวิเคราะห์แผนการเงิน

การลงทุน

รายละเอียดเงินลงทุนของธุรกิจนำเที่ยว

รายการ	จำนวนเงิน (บาท)
ค่าตกแต่งสำนักงาน	65,000
เฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้สำนักงาน	
- ชุดรับแขก	3,400
- โต๊ะ / เก้าอี้	17,000
- ตู้เอกสาร / ตู้โชว์	11,000
- เครื่องปรับอากาศ	40,000
- ตู้เย็น	5,200
- เครื่องคอมพิวเตอร์ และเครื่องพิมพ์	126,000
- เครื่องถ่ายเอกสาร	40,000
- เครื่องโทรสาร	8,800
- เครื่องโทรศัพท์	36,000
- เครื่องคิดเลข	2,800
- เฟอร์นิเจอร์อื่น ๆ	12,000
รวม	367,200
- เงินทุนหมุนเวียน	390,000
รวมเงินลงทุนทั้งหมด	757,200

เงินลงทุนทั้งสิ้นจะเท่ากับ 757,200 บาท แบ่งเป็นเงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร 367,200 บาท และเงินทุนหมุนเวียนประมาณ 390,000 บาท โดยธุรกิจมีรายได้ต่อปี 1,776,000 บาท และสามารถทำกำไรสุทธิต่อปี 157,426 บาท ฉะนั้น เมื่อนำกำไรสุทธิบวกด้วยค่าเสื่อมราคาและค่าใช้จ่ายตัดจ่าย 155,958 บาท จะได้รับผลตอบแทนสุทธิเป็นเงิน 313,384 บาทต่อปีในปีที่ 1 ธุรกิจนำเที่ยวได้รับผลตอบแทนจากการลงทุน 313,384 บาท เมื่อนำไปหักลบกับจำนวนเงินลงทุนแล้ว จะยังมีค่าติดลบอยู่จำนวน 53,816 บาท เมื่อเข้าสู่ปีที่ 2 หากธุรกิจนำเที่ยวได้รับผลตอบแทนเท่าเดิม (กรณีที่ผลตอบแทนสุทธิเท่ากันทุกปี) เมื่อนำไปหักลบค่าใช้จ่ายแล้ว ผลตอบแทนจะเป็นจำนวนเงิน 259,568 บาท แสดงว่า ธุรกิจนำเที่ยวตามตัวอย่างจะสามารถคืนทุนได้ในปีที่ 2

สรุปผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านกำลังคน และการวิเคราะห์ด้านการเงิน ได้ข้อสรุปว่า ธุรกิจทัวร์ต่างประเทศของบริษัท ตะลอนทัวร์ ไม่มีความน่าสนใจในการลงทุน

บรรณานุกรม

ที่มา : <http://www.school.net.th/library/create-web/10000/history/10000-4386.html>

โดย : เด็กชาย กิตติ ปันชู, โรงเรียน ถิ่น โอภาสวิทยา ,แพร่, วันที่ 21 มีนาคม 2545