

แผนธุรกิจ การท่องเที่ยวเชิงกีฬาอล์ฟในเขตภาคเหนือตอนบน*

ศรินทิพย์ เตโชแจ่ม

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ และแผนการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอล์ฟ ในเขตภาคเหนือตอนบน การศึกษาแผนธุรกิจในครั้งนี้ ได้วางแผนใช้งานวิจัยเชิงสำรวจ (exploratory research) วิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอล์ฟ ผ่านกลุ่มตัวอย่าง 100 ราย โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) ซึ่งให้ทุกกลุ่มตัวอย่างมีโอกาสเท่ากัน จากสนามกอล์ฟ ในจังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และเชียงใหม่ ผลวิจัยแสดงให้เห็นถึง พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อมาเล่นกอล์ฟของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่นิยมใช้บริการในการจองสนามกอล์ฟผ่านตัวแทนจำหน่าย แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจเลือกสนามกอล์ฟหรือตัวแทนจำหน่ายส่วนใหญ่ คือ จากอินเทอร์เน็ต หนังสือแนะนำ และไกด์แนะนำ ระยะเวลาที่ใช้ในการมาท่องเที่ยวเพื่อตีกอล์ฟแต่ละครั้งไม่ต่ำกว่า 4 วัน นิยมพักโรงแรมในตัวเมือง รองลงมาคือที่พักในสนามกอล์ฟ และมีค่าใช้จ่ายสำหรับค่าที่พัก 1,001 - 2,000 บาท/คืน และค่าใช้จ่ายในการรอบรอบแต่ละครั้ง 2,001 - 3,000 บาท/รอบ และนิยมชำระค่าบริการด้วยบัตรเครดิต

นอกจากนี้ยังได้วิเคราะห์ถึงภาพรวมของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ รวมถึงสภาพการตลาดและการแข่งขัน และนำเสนอแผนการดำเนินธุรกิจในการตลาด การผลิต การจัดการองค์กร การเงิน และการจัดการความเสี่ยง

แผนธุรกิจนำเที่ยวเชิงกีฬาอล์ฟ เป็นธุรกิจนำเที่ยวที่มุ่งเน้นบริการที่สนับสนุนการเดินทางในการมาพักผ่อนท่องเที่ยว และตีกอล์ฟ ในจังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และเชียงใหม่ มีรูปแบบการดำเนินธุรกิจในรูปแบบนิติบุคคล ซึ่งจดทะเบียนในนามบริษัทจำกัด มีผู้ร่วมลงทุน 2 คน มีทุนจดทะเบียนประมาณ 4.4 ล้านบาท ใช้เงินลงทุนจากหุ้นส่วนทั้งสองท่าน 58.45 เปอร์เซ็นต์ และกู้ธนาคาร 41.55 เปอร์เซ็นต์ คาดคะเนกำไรสุทธิไว้ที่ประมาณ 2.5 ล้านบาท ในปีแรก หรือประมาณร้อยละ 6 ของเงินลงทุนทั้งหมด และจะมีกำไรสะสมประมาณ 3.3 ล้านบาทในปีที่ 5 มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) ณ ปีที่ 5 อยู่ที่ประมาณ 8.5 ล้านบาท ใช้ระยะเวลาในการคืนทุน (PB) 3 ปี 7 เดือน 22 วัน และมีอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) เฉลี่ยที่ร้อยละ 0.90 โดยประมาณ

จากการวิเคราะห์ข้อมูล ผสมกับการนำเสนอแผนธุรกิจนำเที่ยวเชิงกีฬาอล์ฟ ในเขตภาคเหนือตอนบน สรุปได้ว่าแผนธุรกิจนี้มีความเป็นไปได้ในการลงทุนสูง และมีโอกาสประสบความสำเร็จในการดำเนินกิจการ

* บทความนี้สรุปความจากรายงานการค้นคว้าอิสระเรื่อง “แผนธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอล์ฟในเขตภาคเหนือตอนบน” หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

ប្រសិនបើមានការប្រែប្រួលក្នុងការប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធប្រតិបត្តិការ

ใบสั่งฟ้อง (สำเนา) (วันที่ ๒๕๔๑)

၂၅၆၆

កីឡាស្រី២០២២

ความสนใจของนักท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นชาวไทยหรือชาวต่างประเทศ จะเห็นได้จากข้อมูลล่าสุดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในช่วง ปี พ.ศ. 2547 ที่ระบุว่ามียอดนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่มากถึง 2,322,905 ราย และในปี พ.ศ. 2547 มียอดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากถึง 2,371,704 ราย (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2547)

จากความสำเร็จทางด้านกายภาพและความเป็นเมืองท่องเที่ยว ซึ่งถือเป็นข้อได้เปรียบของจังหวัดเชียงใหม่ จึงทำให้ผู้ศึกษามองเห็นโอกาสในการดำเนินธุรกิจ ที่จะสามารถรองรับนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจในกีฬา กอล์ฟ และมีความสนใจที่จะเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ รวมทั้งสร้างความประทับใจและเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ อันจะช่วยเพิ่มรายได้ทางอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่และของประเทศให้เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จึงได้ศึกษาในหัวข้อเรื่อง “แผนธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬากอล์ฟ ในเขตภาคเหนือตอนบน” ขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการเปิดดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬากอล์ฟ
2. เพื่อศึกษาข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงกีฬากอล์ฟและพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬากอล์ฟ
3. เพื่อจัดทำแผนธุรกิจ “การท่องเที่ยวเชิงกีฬากอล์ฟ ในเขตภาคเหนือตอนบน”

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ

เก็บด้วยวิธีการสำรวจ โดยการออกแบบสอบถาม สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาเล่นกอล์ฟจากสนามกอล์ฟ จำนวน 10 แห่ง ในจังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และเชียงราย ในช่วงเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2549

1.1 กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่คาดว่าจะสนใจใช้บริการนำเที่ยวเชิงกีฬากอล์ฟ ผู้ศึกษาได้แจกแบบสอบถามโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) ซึ่งให้ทุกกลุ่มตัวอย่างมีโอกาสเท่ากัน จากสนามกอล์ฟ ในจังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และเชียงราย จำนวน 10 แห่ง ๆ ละ 10 ราย โดยเลือกแบบสอบถามตามความประสงค์ (Judgement Sampling) ซึ่งจะได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 ราย

1.2 ผู้ประกอบการ ผู้ศึกษาได้สัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ กรุงเทพฯ และเมืองพัทยา จำนวน 10 ราย โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างจากผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในประเทศที่จดทะเบียนธุรกิจกับสำนักงานทะเบียนและมัคคุเทศก์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ปี พ.ศ. 2549 โดยแบ่งตามประเภทของลูกค้า เช่น ญีปุ่น เกาหลี จีน และตะวันตก โดยสัมภาษณ์เกี่ยวกับ ลักษณะของธุรกิจ การดำเนินงาน การจัดการ การจัดหาเครื่องมือ อุปกรณ์ต่าง ๆ การจัดหาบุคลากร ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน และการกำหนดราคาค่าบริการ และสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง เชียงใหม่ เช่น ผู้ประกอบการรถตู้ รถเช่า กิจการโรงแรม ร้านอาหาร สปา และ การนวดแผนไทย

2. ข้อมูลทุติยภูมิ

ศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลจาก หนังสือ เอกสาร วารสาร แหล่งข้อมูลออนไลน์ และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาได้ใช้โปรแกรมการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ (SPSS for windows) สำหรับประมวลผลข้อมูลปฐมภูมิ เพื่อหาความสัมพันธ์ของข้อมูลโดยแสดงในรูปของ อัตราส่วนร้อยละ และนำข้อมูลมาประกอบการวิเคราะห์ในหัวข้อ

1. วิเคราะห์ด้านการตลาด วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด แนวโน้มของตลาด ส่วนประสมทางการตลาด กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คู่แข่งขัน เพื่อใช้ในการประมาณการยอดขายที่กิจการคาดว่าจะได้รับ
2. วิเคราะห์ด้านเทคนิค เพื่อคาดคะเนต้นทุนและเงินลงทุนในด้านต่าง ๆ ดังนี้ เงินลงทุนในด้านสินทรัพย์ถาวร และหมุนเวียน รวมถึงค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานต่าง ๆ
3. วิเคราะห์ด้านการเงิน เพื่อนำมาประกอบการตัดสินใจเลือกโครงการ ซึ่งจะนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ทางด้านเทคนิคและด้านการตลาด มาประกอบการตัดสินใจในการลงทุน และใช้การคำนวณทางการเงิน คือ ระยะเวลาคืนทุน (Payback period) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (Internal Rate of Return: IRR)

ผลการศึกษา

1. พฤติกรรมนักท่องเที่ยวมาเล่นกอล์ฟ

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 45-54 สัญชาติญี่ปุ่น แต่งงานแล้ว มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีธุรกิจส่วนตัว และมีรายได้สูงกว่า 40,000 บาท ส่วนข้อมูลพฤติกรรมในการท่องเที่ยวและใช้บริการสนามกอล์ฟ พบว่าส่วนใหญ่มีแรงจูงใจในการเล่นกอล์ฟเพื่อผ่อนคลาย สังสรรค์ และติดต่อธุรกิจ โดยใช้วิธีการจองสนามโดยผ่านตัวแทน สำหรับแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกสนามกอล์ฟ พบว่าส่วนใหญ่นิยมค้นหาทางอินเทอร์เน็ต และมีค่าใช้จ่ายสำหรับค่าที่พักส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 1,001-2,000 บาท/คืน โดยส่วนใหญ่ใช้บริการพิเศษของสนามกอล์ฟ คือ การรับประทานอาหารค่ำ

2. การวิเคราะห์ความเป็นไปได้เบื้องต้นของธุรกิจ

2.1 การวิเคราะห์ถึงแรงกดดันจากการแข่งขัน การวิเคราะห์ถึงแรงกดดันที่ธุรกิจท่องเที่ยวเชิงกีฬา กอล์ฟจะต้องเผชิญใน 5 ลักษณะ คือ (1) การวิเคราะห์แรงกดดันจากคู่แข่งรายใหม่ ผู้ศึกษาคาดว่า การลงทุนจากผู้ประกอบการหรือนักลงทุนรายใหม่ ที่จะเข้าสู่ตลาดด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา กอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นไปได้ง่าย หากเปิดเป็นกิจการขนาดเล็ก เนื่องจากการดำเนินงานใช้เงินลงทุนไม่สูงมากนัก รวมทั้งบริษัทนำเที่ยวอื่นๆ สามารถที่จะเข้ามาทำธุรกิจนี้ได้ (2) การวิเคราะห์แรงกดดันจากสินค้าทดแทน โดยส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวที่นิยมมาตีกอล์ฟ จัดอยู่ในระดับชนชั้นกลาง-สูง มีความชื่นชอบในกีฬา กอล์ฟเป็นเดิมอยู่แล้ว และมีความต้องการที่จะมาพบปะสังสรรค์ในกลุ่มเพื่อน พักผ่อน ผ่อนคลาย เปลี่ยนบรรยากาศในการมาตีกอล์ฟ เพื่อติดต่อธุรกิจและสังสรรค์ เมื่อพิจารณาสินค้าทดแทนของกีฬา กอล์ฟในด้านการออกกำลังกายพบว่ามีสินค้าทดแทนอยู่มาก เช่น การออกกำลังกายใน

สวนสาธารณะ สโมสร ฟิตเนสออกกำลังกายที่มีระดับ สปา คลับเฮาส์ระดับหรู ซึ่งถือว่าเป็นสินค้าทดแทนทางอ้อม แต่หากจะพิจารณาในด้านการออกกำลังกายเพื่อพบปะพูดคุย ติดต่อกิจการอย่างการตีกอล์ฟ จะเห็นได้ว่าไม่มีสินค้าทดแทนทางตรงเลย (3) การวิเคราะห์แรงกดดันจากผู้จัดส่งวัตถุดิบ ผู้จัดส่งวัตถุดิบสำหรับธุรกิจนำเที่ยวเชิงกีฬากอล์ฟ แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ประกอบด้วย กลุ่มแรก คือ พันธมิตรทางการค้าได้แก่ธุรกิจนำเที่ยวต่าง ๆ ที่ส่งต่อลูกค้าให้กับกิจการ มีอำนาจในการต่อรองสูง เนื่องจากหากธุรกิจนำเที่ยวเหล่านั้นได้ราคาจากบริษัทอื่น ๆ ซึ่งถูกกว่าก็อาจจะไม่ส่งลูกค้าให้กับกิจการได้ กลุ่มที่สอง คือ สนามกอล์ฟ โรงแรมที่พัก ร้านอาหาร ที่บริษัทต้องการส่งลูกค้าไปใช้บริการ มีอำนาจต่อรองน้อย เนื่องจากธุรกิจต่าง ๆ เหล่านี้มีจำนวนมาก ทางบริษัทสามารถเลือกที่จะแนะนำและพาลูกค้าไปใช้บริการที่ไหนก็ได้ (4) การวิเคราะห์แรงกดดันจากศักยภาพของผู้ซื้อสินค้า มีหลากหลายสาเหตุที่ทำให้นักท่องเที่ยวเชิงกีฬากอล์ฟ เลือกเดินทางไปยังสถานที่ และแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่มีสนามกอล์ฟ ให้ออกรอบ และการเลือกตัวแทนนำเที่ยวที่มีศักยภาพในการให้บริการ ที่สามารถรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬากอล์ฟ ได้ตามความประสงค์ ทั้งในด้านการให้บริการที่ดี และราคาที่เหมาะสม ซึ่งจากการศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้าเป้าหมายของบริษัทนำเที่ยวเชิงกีฬากอล์ฟ พบว่าลูกค้าให้ความสำคัญกับการบริการของบริษัทนำเที่ยว และผู้นำเที่ยวที่สร้างความพอใจและประทับใจ โดยคำนึงถึงราคาน้อยมาก เนื่องจากลูกค้ามีศักยภาพ และเต็มใจที่จะจ่ายค่าธรรมเนียมเมื่อได้รับความพึงพอใจ (5) การวิเคราะห์แรงกดดันจากคู่แข่งที่เผชิญหน้าอยู่ สภาพการแข่งขันของธุรกิจนำเที่ยวเชิงกีฬากอล์ฟในปัจจุบัน หากมองจำกัดเฉพาะตลาดธุรกิจนำเที่ยวเชิงกีฬากอล์ฟนั้นมีผู้อยู่ในตลาดมาก่อน แต่มีจำนวนรายไม่มากนัก แต่หากมองถึงภาพรวมของตลาดธุรกิจนำเที่ยวแล้วจะพบว่ามีความคู่แข่งอยู่เป็นจำนวนมาก ทั้งรายเล็กและรายใหญ่ รวมทั้งกิจการรายใหม่ที่กำลังดำเนินการและเข้ามาแบ่งส่วนนักท่องเที่ยวในตลาด

2.2 การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขัน ของธุรกิจนำเที่ยวเชิงกีฬากอล์ฟ (Competitive analysis)

จากข้อมูล que ผู้ศึกษาได้ทำการสำรวจสภาวะการแข่งขันในธุรกิจนำเที่ยวเชิงกีฬากอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ โดยการสัมภาษณ์บริษัทนำเที่ยวที่มีบริการนำเที่ยวเชิงกีฬากอล์ฟ จำนวน 3 ราย พบว่า มีจุดแข็งและจุดอ่อนโดยสรุป ดังนี้

2.2.1 จุดแข็ง ได้แก่ (1) ราคาในการให้บริการไม่สูงมากเมื่อเทียบกับบริษัทนำเที่ยวอื่น (2) การดำเนินกิจการมายาวนาน เป็นที่รู้จัก (3) มีกลุ่มลูกค้าประจำเน้นลูกค้าแถบยุโรป (4) มีทีมงานด้านการตลาดที่มีประสบการณ์ (5) ทำเลที่ตั้งอยู่ใจกลางเมือง (6) มีสำนักงานสาขา 3 แห่ง (7) มีรถบริการ (8) การให้บริการเป็นกันเอง

2.2.2 จุดอ่อน ได้แก่ (1) รถที่ใช้บริการลูกค้าค่อนข้างเก่า เมื่อเทียบกับคู่แข่งอื่นในตลาด (2) ขาดทีมงานด้านการตลาดที่มีประสบการณ์ การสอบถามราคารายการทัวร์ต้องติดต่อเจ้าหน้าที่เพียงคนเดียว (3) ราคาสูงเมื่อเทียบกับคู่แข่งรายอื่นในส่วนของการนำเที่ยวเชิงกีฬากอล์ฟ (4) ไม่มีรายการนำเที่ยวเชิงกีฬากอล์ฟที่จัดทำเป็นแพ็คเกจ (5) ไม่มีมัดคูปองประจำ (6) ขาดการดำเนินการตลาดที่มีประสิทธิภาพ (7) มีรถบริการของธุรกิจน้อย (8) ขาดทีมงานมัดคูปองที่มีคุณภาพ

2.3 การวิเคราะห์ถึงสภาพแวดล้อมของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬากอล์ฟ (SWOT Analysis)

2.3.1 จุดแข็ง (Strength) ได้แก่ (1) การเป็นบริษัทนำเที่ยวเต็มรูปแบบ ในส่วนของค่าสนามรถรับ-ส่ง ห้องพัก อาหารค่ำ และพาเที่ยว ชื่อของ (2) บริการด้วยบุคลากรที่มีคุณภาพ มีความรู้ และรักงานบริการ

(3) ให้บริการที่รวดเร็ว และตรงต่อเวลา แก่ผู้มาใช้บริการ บริการด้วยความซื่อสัตย์ จริงใจ ยึดหยุ่น และเป็นกันเอง กับผู้มาใช้บริการ (4) สร้างมาตรฐานด้านการให้บริการและอัตราค่าบริการ (5) ตั้งราคาอยู่ในระดับปานกลาง เน้นสร้างคุณค่าความแตกต่าง (6) การใช้กลยุทธ์พันธมิตรทางการค้าในการส่งต่อลูกค้าทำให้มีช่องทางการจัดจำหน่ายมาก (7) มีการประชาสัมพันธ์ได้ตรงกลุ่มเป้าหมาย เช่นการโฆษณาในหนังสือกอล์ฟ

2.3.2 จุดอ่อน (Weakness) ได้แก่ (1) กิจการยังไม่เป็นรู้จัก ต้องใช้เวลาในการสร้างชื่อเสียงให้เป็นที่รู้จัก (2) ทำเลที่ตั้ง ไม่อยู่ในย่านธุรกิจหรือท่องเที่ยว ทำให้แทบจะไม่มีโอกาสรับลูกค้าขาจร จากหน้าร้าน

2.3.3 โอกาส (Opportunity) ได้แก่ (1) ปัจจุบันกระแสความนิยมในกีฬากอล์ฟเพิ่มมากขึ้น ทำให้สัดส่วนผู้ให้บริการนำเที่ยวมีสัดส่วนที่เพิ่มขึ้น (2) รัฐบาลโดย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กำกับดูแลและส่งเสริมการท่องเที่ยว (3) จังหวัดเชียงใหม่มีการพัฒนาสาธารณูปโภคพื้นฐานอย่างต่อเนื่องและการคมนาคมสะดวกรวดเร็ว

2.3.4 อุปสรรค (Threat) ได้แก่ (1) คู่แข่งขันที่เป็นบริษัทนำเที่ยวมีมาก (2) พันธมิตรทางการค้า อาจส่งลูกค้าให้คู่แข่งที่เสนอผลประโยชน์ที่มากกว่า (3) ภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้น เช่น น้ำท่วม ส่งผลให้นักท่องเที่ยว เดินทางมาเที่ยวเชียงใหม่ลดลง ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ

2.4 การวิเคราะห์ถึงปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจนำเที่ยวเชิงกีฬากอล์ฟ (Key success factor) ได้แก่ (1) ทีมงานที่มีความสามารถ เป็นสิ่งที่กิจการให้บริการนำเที่ยวจะต้องให้ความสำคัญและเป็นปัจจัยหลักที่มองข้ามไม่ได้ เพราะเป็นกระบวนการในการนำเสนอสินค้าไปสู่ผู้บริโภค นำมาซึ่งความพึงพอใจ และมีเครือข่ายที่เอื้อประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจ (2) ผลิตภัณฑ์ และการบริการที่มีคุณภาพ เป็นกุญแจแห่งความสำเร็จของกิจการนำเที่ยว เนื่องจากธุรกิจให้บริการเป็นรถใหม่ มีการตกแต่งอย่างดี พนักงานมีความรู้ความสามารถ รักในงานบริการ (3) สภาพการแข่งขันในตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬากอล์ฟต่อความสำเร็จในการนำเสนอรูปแบบการนำเที่ยวที่มีคุณภาพ และบริการที่ดี เนื่องจากมีคู่แข่งในธุรกิจน้อย อีกทั้งความต้องการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬากอล์ฟมีแนวโน้มที่สูงขึ้น (4) กลยุทธ์ด้านการตลาด โดยการจัดกิจกรรมทางการตลาดที่ตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก ซึ่งได้นำข้อมูลจากการวิจัยทางการตลาดเพื่อเป็นแนวทางในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด

3. แผนธุรกิจ

3.1 เป้าหมายและแผนการตลาด

บริษัทมุ่งส่วนแบ่งทางการตลาดสูงสุดในจังหวัดเชียงใหม่สำหรับธุรกิจนำเที่ยวเชิงกีฬากอล์ฟ กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือ บริษัทนำเที่ยวที่จะส่งต่อลูกค้าให้ และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ต้องการเล่นกอล์ฟ ในช่วงแรกของการดำเนินธุรกิจมุ่งเน้นการสร้างเครือข่ายและพันธมิตรทางการค้าในการดำเนินธุรกิจ และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรู้จัก รักษามาตรฐานการดำเนินธุรกิจ ใส่ใจในด้านการให้บริการเพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ

3.2 เป้าหมายและแผนการลงทุน

การเงิน 5 ปีของการดำเนินงาน วิเคราะห์ได้ดังนี้

เงินลงทุนในโครงการ

4,436,200 บาท

เงินกู้	1,843,200 บาท
ส่วนของผู้อื้อหุ้น	2,593,000 บาท
ระยะเวลาในการคืนทุน	3 ปี 7 เดือน 22 วัน
ค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)	853,926 บาท
อัตราผลตอบแทนของเงินทุน (ROI) ในปีแรก พ.ศ. 2549	260,036 บาท

มีการดำเนินธุรกิจภายใต้โครงสร้างเงินทุนที่เหมาะสม ไม่ก่อภาระหนี้มากเกินไป โดยไม่สร้างภาระค่าใช้จ่ายประจำมากเกินไป มีการบริหารด้านเงินเพื่อให้ธุรกิจมีสภาพคล่องทางการเงินสูง นำกำไรจากการดำเนินงานมาเป็นเงินทุนสำรอง หรือใช้สำหรับการขยายธุรกิจ แยกบัญชีและการเงินระหว่างธุรกิจและส่วนตัว และจัดทำงบการเงินให้ถูกต้อง

3.3 เป้าหมายและแผนการจัดการด้านองค์กรและกำลังคน

ธุรกิจนำเที่ยวซึ่งเน้นการให้บริการ มีพนักงานประจำเพื่อให้บริการแก่ลูกค้าเลือกบุคลากรที่มีบุคลิกภาพดี และมีใจรักงานบริการ อัตราค่าจ้างจะพิจารณาจากประสบการณ์และผลการทดลองงาน ส่วนจำนวนมัคคุเทศก์จะขึ้นอยู่กับปริมาณลูกค้า และมีการติดต่อมัคคุเทศก์ที่รับงานไม่ประจำเพื่อรับงานสำรองกรณีที่มีมัคคุเทศก์ของบริษัทลูกค้าล้นมือ และมีการจัดการอบรมพนักงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานประจำปี

สรุปและวิเคราะห์ผลการศึกษา

ผู้ศึกษาได้นำผลการสำรวจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงกีฬากอล์ฟมาเป็นข้อมูลประกอบและได้วิเคราะห์ความเป็นไปได้ของแผนธุรกิจ ประกอบด้วย (1) การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาด ฐานข้อมูลที่บ่งบอกถึงแนวโน้มความสำเร็จ ของบริษัทท่องเที่ยวเชิงกีฬากอล์ฟ คือ ข้อมูลการใช้บริการนำเที่ยวเชิงกีฬากอล์ฟจากบริษัทตัวแทนนำเที่ยว และจำนวนของนักกอล์ฟที่เดินทางเข้ามาตีกอล์ฟในประเทศที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น ที่สำคัญในแผนธุรกิจท่องเที่ยวเชิงกีฬากอล์ฟ มีการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์และราคาไว้ไม่สูงเกินกว่าคู่แข่งการตลาดนอกจากการสร้างเครือข่ายและพันธมิตรทางธุรกิจโดยผ่านบริษัทนำเที่ยว และพนักงานขายยังมีการประชาสัมพันธ์และขยายช่องทางการจัดจำหน่ายทางอินเทอร์เน็ตด้วยความได้เปรียบในด้านลักษณะของผู้ประกอบการมีการสร้างเครือข่ายที่ดีกับบริษัทนำเที่ยวอื่นๆ ที่จะส่งต่อลูกค้าให้มีการบริการที่ประทับใจ มีหุ้นส่วนที่มีความรู้ทางด้านภาษาต่างประเทศ ทั้งภาษาอังกฤษ และ ญี่ปุ่น ซึ่งจะส่งผลดีต่อการดำเนินงานด้านการตลาด และจากงานวิจัยโครงการวิจัยการพัฒนากิจการให้บริการของบริษัทนำเที่ยวในภาคเหนือตอนบน ของศูนย์ SMEs พบว่าผู้หญิงทำงานได้ดีกว่าในงานบริการเพราะมีรับผิดชอบสูง ตรงเวลา และให้บริการเป็นที่น่าพอใจ ซึ่งสิ่งต่างๆ เหล่านี้จะเป็นส่วนช่วยในการประชาสัมพันธ์ธุรกิจท่องเที่ยวเชิงกีฬากอล์ฟในเขตภาคเหนือตอนบน “ศรีเอชเอ็น เอเจนซี” ให้ประสบความสำเร็จในด้านการตลาดอย่างยิ่ง (2) การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการผลิต สิ่งที่เป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งที่จะทำให้การผลิตสินค้าของบริษัทท่องเที่ยวเชิงกีฬากอล์ฟประสบความสำเร็จอย่างแน่นอน นั่นคือ การใช้กลยุทธ์พันธมิตรในการสร้างเครือข่ายทำให้การรับงานเป็นไปได้ และไม่เกินศักยภาพ เพราะสามารถนำทรัพยากรของพันธมิตรมาใช้ให้เป็นได้ประโยชน์ เช่น มีการสร้างพันธมิตรทางการค้ากับผู้ประกอบการเช่าและรถตู้

สำหรับในกรณีฉุกเฉิน กิจกรรมที่มีไม่เพียงพอกับความต้องการของลูกค้า ก็จะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ ทางกิจการได้รับผลประโยชน์คือ เพิ่มโอกาสทางการตลาด และศักยภาพในการแข่งขัน (3) **การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านการองค์กรและการจัดการ** การจัดองค์กร ตามแผนธุรกิจท่องเที่ยวเชิงกีฬากอล์ฟในเขตภาคเหนือตอนบน ที่ได้นำเสนอค่อนข้างเรียบง่าย มีโครงสร้างองค์กรและการทำงานไม่ซับซ้อนมากนัก หากแต่ปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้คือสายงานด้านการตลาด และการขาย ซึ่งสายงานที่มีความสำคัญนำมาซึ่งรายได้และความสำเร็จของกิจการ หากจะให้ประสบความสำเร็จได้มากยิ่งขึ้น ควรให้เก็ทมีส่วนร่วมในการขาย และดำเนินการตลาดเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการดำเนินกิจการ (4) **การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน** แผนการเงินของธุรกิจนำเที่ยวเชิงกีฬากอล์ฟ ในเขตภาคเหนือตอนบน มีอัตราส่วนการกู้ยืมที่ประมาณร้อยละ 38.16 มีผู้ร่วมลงทุน 2 คน ซึ่งเป็นผู้ประกอบการลงทุนอีกร้อยละ 33.90 และหุ้นส่วน อีก ร้อยละ 27.94 โดยมีงบลงทุนทั้งสิ้น 4,193,000 บาท มีกำไรสุทธิในปีแรกของการดำเนินงานประมาณ 3.7 ล้านบาท และมีกำไรสะสมประมาณ 4.2 ล้านบาท ใน 5 ปี และจากการคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิพบว่าธุรกิจนำเที่ยวเชิงกีฬากอล์ฟ ซึ่งได้กำหนดให้อัตราลดค่าเท่ากับอัตราดอกเบี้ยที่แท้จริงของเงินกู้ระยะยาวในตลาดทุน ซึ่งเป็นอัตราผลตอบแทนขั้นต่ำสุดที่ผู้ลงทุนต้องการได้รับ คือ ร้อยละ 7 (จากประกาศอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของธนาคารแห่งประเทศไทย) ได้มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เป็นบวก โดยที่โครงการธุรกิจทัวร์ มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 635,439.50 บาท หมายความว่า การลงทุนในธุรกิจนำเที่ยวเชิงกีฬากอล์ฟ ระยะเวลา 5 ปี จะได้รับผลตอบแทนมากกว่าจำนวนเงินที่ลงทุนไปจำนวน 635,439.50 บาท แสดงให้เห็นว่าโครงการมีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนสูงกว่าอัตราลดค่าและได้รับผลตอบแทนคุ้มค่างกับเงินที่ต้องลงทุนไป จึงเป็นโครงการที่สามารถยอมรับได้ รวมถึงมีระยะเวลาคืนทุนที่ 3 ปี 7 เดือน 29 วัน โดยธุรกิจนำเที่ยวเชิงกีฬากอล์ฟ มีความสามารถทำกำไรอยู่ที่ 65.64 เปอร์เซ็นต์ จากการวิเคราะห์แผนการเงินดังกล่าวธุรกิจนำเที่ยวเชิงกีฬากอล์ฟ จึงมีความเป็นไปได้สูงที่จะประสบความสำเร็จตามแผนธุรกิจที่วางไว้

บรรณานุกรม

- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2542). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฉันทิช วรรณถนอม. (2547). การวางแผนและการจัดรายการนำเที่ยว. กรุงเทพฯ: เพ็ญฟ้าพรินติ้ง.
- ชูสิทธิ์ ชูชาติ. **อุตสาหกรรมท่องเที่ยว**. เชียงใหม่: ลานนาการพิมพ์.
- นภาพร ณ เชียงใหม่. (2539). **การบัญชีเพื่อการบริหาร**. กรุงเทพฯ: พัฒนาวิชาการ.
- นิคม จารุมณี. (2536). **การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว: ธุรกิจไม่มีวันตายของประเทศไทย**. กรุงเทพฯ: ซีพีบุ๊คสแตนด์.
- ประสิทธิ์ ตงยั้งศิริ. (2538). **การวิเคราะห์และการประเมินโครงการ**. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สมิต สัจฉกร. (2542). **การประเมินผลการปฏิบัติงาน: แนวความคิด หลักการ วิธีการ และกระบวนการ**. กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- สำนักงานสถิติจังหวัดเชียงใหม่. (2547). **ข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามสัญชาติ, 2543-2547**. จาก, http://www2.tat.or.th/stat/web/static_index.php.