

แผนการจัดการเรียนรู้

รหัสวิชา 3702-2117 ชื่อวิชา การจัดการธุรกิจท่องเที่ยว จำนวน 3 หน่วยกิต
3 ชั่วโมง/สัปดาห์ หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ ประเภทวิชา อุตสาหกรรมท่องเที่ยว
สาขาวิชา การจัดการธุรกิจท่องเที่ยว

จุดประสงค์รายวิชา เพื่อให้

1. มีความเข้าใจขั้นตอนในการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยว การวางแผนการจ้ดนำเที่ยว
2. สามารถดำเนินการด้านธุรกิจท่องเที่ยว
3. มีกิจนิสัยในการทำงานด้วยความรอบคอบ ซื่อสัตย์ และตระหนักถึงความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย

มาตรฐานรายวิชา

1. บอกขั้นตอนในการดำเนินและการวางแผนการจ้ดนำเที่ยว
2. ปฏิบัติการให้ข้อมูลและกิจกรรมการท่องเที่ยว
3. อภิปรายความสำคัญของการอนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว

คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาและปฏิบัติเกี่ยวกับความหมาย ความสำคัญของทรัพยากรการท่องเที่ยว การให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว การให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี กิจกรรมการท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ การอนุรักษ์ และพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวฝึกปฏิบัติเกี่ยวกับการให้ข้อมูล และกิจกรรมการท่องเที่ยว

การวิเคราะห์หน่วยการเรียนรู้และสมรรถนะรายวิชา

รหัสวิชา 3702-2117 ชื่อวิชา การจัดการธุรกิจท่องเที่ยว จำนวน 3 หน่วยกิต 3 ชั่วโมง/สัปดาห์

หน่วย ที่	ชื่อหน่วยการเรียนรู้	สมรรถนะรายวิชา
1	ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจท่องเที่ยว	-บอกประวัติความเป็นมาของธุรกิจท่องเที่ยว -บอกความหมายและความสำคัญทางการท่องเที่ยว -บอกพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยว และมัคคุเทศก์ -บอกสถานการณ์การท่องเที่ยวในปัจจุบัน
2	การจัดตั้งธุรกิจท่องเที่ยว	-บอกส่วนประกอบของการท่องเที่ยว -จำแนกประเภทของธุรกิจท่องเที่ยว -อธิบายองค์ประกอบที่ใช้ในการจัดตั้งธุรกิจท่องเที่ยว
3	ธุรกิจค้าส่งและค้าปลีกทางการท่องเที่ยว	-อธิบายธุรกิจท่องเที่ยวแบบค้าส่งและธุรกิจท่องเที่ยวแบบค้าปลีก -คำนวณการคิดต้นทุนการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวด้วยวิธีต้นทุนบวกกำไร
4	ทรัพยากรบุคคลในธุรกิจท่องเที่ยว	- อธิบายถึงระบบการบริหารงานธุรกิจนำเที่ยวได้ -บอกหน้าที่และความสำคัญและความสัมพันธ์ของแต่ละตำแหน่งงานในธุรกิจท่องเที่ยวได้ - อธิบายลักษณะการทำงานและปัญหาของธุรกิจนำเที่ยวได้
5	การท่องเที่ยวทางเลือก	-บอกถึงวัตถุประสงค์ของการพัฒนาการท่องเที่ยวทางเลือกได้ -อธิบายถึงความสำคัญและรูปแบบการที่ถูกนำมาพัฒนาให้เป็นทางเลือกทางการท่องเที่ยวได้ -อธิบายถึงวิธีการจัดโปรแกรมนำเที่ยวเพื่อเป็นทางเลือกให้นักท่องเที่ยวไทย
6	บูรณาการงานมัคคุเทศก์	-เขียนโครงการจัดนำเที่ยว -เขียนแผนปฏิบัติการการจัดนำเที่ยว

ตารางวิเคราะห์หลักสูตรรายวิชา

รหัสวิชา 2701-2117 ชื่อวิชา การจัดการธุรกิจท่องเที่ยว จำนวน 3 หน่วยกิต 3 ชั่วโมง/สัปดาห์

หน่วย ที่	ชื่อหน่วยการเรียนรู้	ระดับพฤติกรรมที่พึงประสงค์							เวลา (ชม.)	
		พุทธพิสัย						ทักษะ พิสัย		จิต พิสัย
		1	2	3	4	5	6			
1	ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจ ท่องเที่ยว		/						/	6
2	การจัดตั้งธุรกิจท่องเที่ยว			/					/	9
3	ธุรกิจค้าส่งและค้าปลีกทางการ ท่องเที่ยว				/				/	12
4	ทรัพยากรบุคคลในธุรกิจท่องเที่ยว				/				/	9
5	การท่องเที่ยวทางเลือก				/				/	9
6	บูรณาการงานมัคคุเทศก์				/				/	9
รวม			20	10	20	20		10	20	54
ความสำคัญ/สัดส่วนคะแนน (ร้อยละ)		70						10	20	100

หมายเหตุ : ระดับพุทธพิสัย 1 = ความจำ 2 = ความเข้าใจ 3 = การนำไปใช้
 4 = วิเคราะห์ 5 = สังเคราะห์ 6 = ประเมินค่า

ตารางวิเคราะห์หน่วยการเรียนรู้และเวลาที่ใช้ในการจัดการเรียนรู้
รหัสวิชา 3702-2002 ชื่อวิชา การจัดการธุรกิจท่องเที่ยว จำนวน 3 หน่วยกิต 3 ชั่วโมง/สัปดาห์

หน่วยที่	ชื่อหน่วยการเรียนรู้และรายการสอน	สัปดาห์ที่	ชั่วโมงที่
1	ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจท่องเที่ยว	1-2	1-6
2	การจัดตั้งธุรกิจท่องเที่ยว	3-5	7-15
3	ธุรกิจค้าส่งและค้าปลีกทางการท่องเที่ยว	6-9	16-27
4	ทรัพยากรบุคคลในธุรกิจท่องเที่ยว	10-12	28-36
5	การท่องเที่ยวทางเลือก	13-15	37-45
6	บูรณาการงานภาคพิเศษ	16-18	46-54
รวม		18	54

แผนการจัดการเรียนรู้

รหัสวิชา 3702-2002

ชื่อวิชา การจัดการธุรกิจท่องเที่ยว 3(3)

สอนครั้งที่ 1-2

หน่วยที่ 1

ชื่อหน่วย ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจท่องเที่ยว

เวลา 6 ชั่วโมง

สาระสำคัญ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวและการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวมีพัฒนาการไปพร้อมๆ กับสังคมของมนุษย์ และพัฒนาการทางอุตสาหกรรมอื่นๆ ธุรกิจท่องเที่ยวมีการขยายตัวไปยังทุกภูมิภาคของโลกทำให้เกิด การการปรับปรุงการคมนาคมขนส่งซึ่งส่งผลทำให้การเดินทางท่องเที่ยวรวดเร็วขึ้นง่ายขึ้นราคาถูกลงและ มีความปลอดภัยมากขึ้น ธุรกิจนำเที่ยวก็มีการขยายขอบข่ายการบริการให้ครบวงจรมากขึ้น ในประการ สุดท้ายการปรับปรุงระบบการสื่อสารคมนาคมโดยผ่านระบบการพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ช่วยทำให้ระบบการตลาดของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวกว้างยิ่งขึ้นในยุคปัจจุบันเมื่อเปรียบเทียบกับในอดีต

จุดประสงค์การเรียนรู้

จุดประสงค์ทั่วไป

1. นักศึกษาสามารถอธิบายถึงประวัติความเป็นมาและวิวัฒนาการของธุรกิจท่องเที่ยวได้
2. นักศึกษาสามารถอธิบายพระราชบัญญัติธุรกิจท่องเที่ยวได้
3. นักศึกษาสามารถอธิบายถึงความสำคัญและลักษณะของสินค้าและบริการของธุรกิจท่องเที่ยวได้

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

1. บอกถึงประวัติความเป็นมาและวิวัฒนาการของธุรกิจท่องเที่ยวได้
2. อธิบายพระราชบัญญัติธุรกิจท่องเที่ยวได้
3. อธิบายความสำคัญและลักษณะของสินค้าและบริการของธุรกิจท่องเที่ยวได้

สาระการเรียนรู้

1. ประวัติความเป็นมาของธุรกิจท่องเที่ยว
2. ความหมายและความสำคัญทางการท่องเที่ยว
 - ความหมายของการท่องเที่ยว
 - บทบาทความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจของประเทศ
 - บทบาทความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อสังคมวัฒนธรรมและการเมือง
 - ประโยชน์ที่ท้องถิ่นจะได้รับจากการท่องเที่ยว

3. พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์
4. สถานการณ์การท่องเที่ยวในปัจจุบัน

กิจกรรมการเรียนรู้

1. ผู้สอนบอกชื่อเรื่อง จุดประสงค์และเนื้อหาที่จะเรียน
2. ผู้สอนบรรยายเนื้อหาประวัติความเป็นมาของธุรกิจท่องเที่ยวโดยมีสื่อการสอนต่าง ๆ ประกอบ
3. ผู้สอนแจกแผ่นพับแหล่งท่องเที่ยวให้ตัวแทนนักศึกษา 3 คน คนละ 1 ใบ ให้ตัวแทนทั้ง 3 คนสรุปสิ่งที่ได้จากแผ่นพับให้เพื่อนในชั้นเรียนฟัง
4. ผู้สอนอธิบายเพิ่มเติมในส่วนที่ไม่สมบูรณ์ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น
5. ผู้สอนให้นักเรียนแบ่งกลุ่มเป็น 5 กลุ่ม ร่วมกันศึกษาประวัติความเป็นมาของธุรกิจท่องเที่ยว
6. นักเรียนร่วมกันอภิปรายตามหัวข้อที่ได้รับมอบหมาย
7. ครูและนักเรียนร่วมกันสรุปบทเรียนโดยครูตั้งคำถามและให้นักเรียนช่วยกันตอบ
8. นักเรียนทำแบบทดสอบหลังเรียน

สื่อการเรียนรู้และแหล่งการเรียนรู้

1. หนังสือ การจัดการธุรกิจนำเที่ยว (มหาวิทยาลัยมหาสารคาม) , เอกสารประกอบการเรียนการสอน (อ.คมกฤต วงศ์นาค)
2. ใบความรู้
3. รูปภาพและแผ่นพับเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว
4. Internet บทเรียนการท่องเที่ยว ศูนย์การท่องเที่ยวทั่วไทย
www.thai.tourismthailand.org
www.tat.or.th
5. ระบบการสอนออนไลน์
https://mis.pkru.ac.th/syllabus/view_syllabus.php?id=31

การวัดผลและประเมินผล

1. เครื่องมือ

1.1 แบบทดสอบ

1.2 แบบสังเกตพฤติกรรม

2. เกณฑ์การประเมิน

2.1 จำนวนคะแนนเต็ม 10 คะแนน (ข้อละ 5 คะแนน)

2.2 เกณฑ์ในการให้คะแนน

1. ตอบคำถามได้ครบถ้วนสมบูรณ์ทั้งความหมายและเนื้อหา	5	ดีมาก
2. ตอบคำถามได้ทั้งความหมายและเนื้อหาแต่ไม่สมบูรณ์	4	ดี
3. ตอบคำถามได้บางส่วนมีความหมายเนื้อหาถูกต้องแต่ไม่สมบูรณ์	3	พอใช้
4. ตอบคำถามได้เฉพาะบางส่วน	1-2	ปรับปรุง

2.3 ผลการประเมิน

ทำคะแนนได้ 9 – 10 คะแนน อยู่ในเกณฑ์ ดีมาก

ทำคะแนนได้ 7 – 8 คะแนน อยู่ในเกณฑ์ ดี

ทำคะแนนได้ 5 – 6 คะแนน อยู่ในเกณฑ์ ผ่าน

ทำคะแนนได้ 1 – 4 คะแนน อยู่ในเกณฑ์ ไม่ผ่าน

กิจกรรมเสนอแนะ / งานที่มอบหมาย

ให้นักเรียนหาความรู้เพิ่มเติม ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

- ความรู้เรื่องแหล่งท่องเที่ยว
- ความรู้เรื่องประเพณีประจำจังหวัดต่างๆ
- ความรู้เรื่องศัพท์ท่องเที่ยว
- ใ้คิดหรือรหัสในการสะกดคำทางโทรศัพท์

เอกสารอ้างอิง

1. อาจารย์ธนศ ศรีสถิตย์.2545.การจัดการธุรกิจท่องเที่ยว.มหาสารคาม:มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
2. เอกสารประกอบการเรียนการสอน (อ.คมกฤต วงศ์นาค)
3. Internet บทเรียนการท่องเที่ยว ศูนย์การท่องเที่ยวทั่วไทย
www.thai.tourismthailand.org,www.tat.or.th
4. ระบบการสอนออนไลน์ https://mis.pkru.ac.th/syllabus/view_syllabus.php?id=31

บันทึกหลังการสอน

ผลการสอน

.....

.....

.....

.....

.....

ปัญหา / อุปสรรค

.....

.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะ / แนวทางแก้ไข

.....

.....

.....

.....

.....ผู้สอน
(นางสาวฉัตรชนก มหัทธนะวรกนก)
...../...../.....

ความคิดเห็นของผู้บังคับบัญชา

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ลงชื่อ.....

(.....)

	ใบความรู้ที่ 1	หน่วยการเรียนรู้ที่ 1-2
	รหัส 3702-2002 วิชา การจัดการธุรกิจท่องเที่ยว	ระดับ ปวส. จำนวน 3 หน่วยกิต
	ชื่อหน่วย ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจท่องเที่ยว	จำนวนชั่วโมงรวม 6 ชั่วโมง
ชื่อเรื่อง	ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจท่องเที่ยว	จำนวนชั่วโมง 6 ชั่วโมง

1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจท่องเที่ยว

1.1 ประวัติความเป็นมาของธุรกิจท่องเที่ยว

บริษัทนำเที่ยวในยุคแรก ในช่วงศตวรรษที่ 18 บริษัท Cox and Kings ได้จัดให้บริการเกี่ยวกับการขนส่งสินค้า และการขนส่งทางรถไฟ และเมื่อการขนส่งผู้โดยสารทางอากาศเริ่มพัฒนาขึ้น บริษัทดังกล่าวได้ขายบริการนำเที่ยวในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ซึ่งถือได้ว่าเป็นการปรับเปลี่ยนกฎการทำงานของบริษัท ท่องเที่ยวในสมัยนั้น

บริษัทโทมัส คูก (Thomas Cook) (ดูข้อมูลเพิ่มเติม) ถือได้ว่าเป็นบริษัทนำเที่ยวในรูปผู้ค้าส่งทาง การท่องเที่ยว (Tour Operator / Wholesaling) ซึ่งได้มีการจัดทำรายการทัวร์ขึ้นเป็นครั้งแรกที่ประเทศอังกฤษในปี ค.ศ. 1846 ซึ่งต่อมาได้พัฒนาขึ้นจนกลายเป็นผู้ผลิตรายการท่องเที่ยวแบบค้าส่งที่ใหญ่ที่สุดในโลก และมีตัวแทนจำหน่าย (Travel Agency) ของบริษัทจำนวนมาก

บริษัทอเมริกัน เอกซ์เพรส (American Express) (ดูข้อมูลเพิ่มเติม) เป็นอีกบริษัทหนึ่งที่ประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจท่องเที่ยวในรูปแบบของผู้จัดรายการทัวร์ที่มีบริษัทตัวแทนจำหน่ายกระจายอยู่ทั่วโลก และเป็นผู้เริ่มต้นการจัดรายการทัวร์แบบอิสระ (Freelance Itineraries) ขึ้น โปรแกรมการนำเที่ยวแบบกำหนดการอิสระ (Freelance Itineraries) ซึ่งมีลักษณะการกำหนดแผนการท่องเที่ยวที่ให้ผู้ซื้อส่วนในการตัดสินใจการวางแผนการเดินทาง เลือกสถานที่ท่องเที่ยวและบริการต่างๆ ตามที่มีกำหนดไว้ได้ในโปรแกรมการท่องเที่ยว ธุรกิจท่องเที่ยวเริ่มมีการพัฒนามากขึ้นและมีการขยายสาขางานการดำเนินการ (Diversification their operations) ออกไปมากยิ่งขึ้น การขยายสาขางานธุรกิจออกไปสู่ธุรกิจที่เกี่ยวข้องและสัมพันธ์กันทางการท่องเที่ยวเกิดขึ้นกับหลายบริษัทโดยเพื่อให้การดำเนินธุรกิจครอบคลุมการทำธุรกิจมากขึ้น เช่นบริษัท นำเที่ยว ขยายสาขางานทางการขนส่งผู้โดยสาร หรือธุรกิจที่พัก หรือธุรกิจอื่นๆ ซึ่งสาขางานอื่นๆ อาจขยายสาขางานเพื่อให้บริการทางการท่องเที่ยวก็ได้ ซึ่งก่อให้เกิดโครงสร้างราคาที่ต่ำ ก่อให้เกิดการขายในปริมาณที่มากขึ้น และก่อให้เกิดข้อได้เปรียบในการกำหนดราคาขาย เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ นอกจากนี้การขยายตัวของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยวดังกล่าวยังได้พัฒนาระบบการสื่อสารคมนาคม

ต่างๆ ขึ้นมาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน เช่นการใช้ข้อมูลข่าวสารร่วมกัน การใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ระบบการจองผ่านคอมพิวเตอร์ ตลอดจนการทำการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ในปัจจุบัน

1.2 ความหมายและความสำคัญทางการท่องเที่ยว

1.2.1 ความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism)¹

ในปี พ.ศ. 2506 (ค.ศ.1963) องค์การสหประชาชาติได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยว ระหว่าง ประเทศขึ้นที่กรุงโรม ประเทศอิตาลี และได้ให้คำจำกัดความของคำว่า "การท่องเที่ยว" ไว้ว่า "การเดินทางเพื่อความบันเทิงรื่นเริงใจ เยี่ยมญาติหรือการไปร่วมประชุม แต่มิใช่เพื่อประกอบอาชีพเป็นหลักฐาน หรือไปพำนักอยู่เป็นการถาวร" พร้อมกับให้ประเทศสมาชิกใช้คำว่า "ผู้มาเยือน" (Visitors) แทนคำว่า "นักท่องเที่ยวที่ค้างคืน" (Tourist) คำว่า "ผู้มาเยือน" มีความหมาย 2 ประการ คือ

นักท่องเที่ยวที่ค้างคืน (Tourists) ได้แก่ ผู้เดินทางมาเยือนชั่วคราว ซึ่งพักอยู่ในประเทศที่มาเยือนตั้งแต่ 24 ชั่วโมง ขึ้นไป และเดินทางมาเยือนเพื่อพักผ่อน พักผ่อน ทักษะศึกษา ประกอบศาสนกิจ ร่วมการแข่งขัน กีฬา ติดต่อ ธุรกิจหรือร่วมการประชุมสัมมนา ฯลฯ เป็นต้น

นักท่องเที่ยวที่ไม่ค้างคืน (นักทัศนาจร หรือ Excursionists) ได้แก่ ผู้เดินทางมาเยือนชั่วคราว และอยู่ในประเทศที่มาเยือนน้อยกว่า 24 ชั่วโมง

ประเทศไทยได้ใช้คำจำกัดความที่ได้กำหนดขึ้นนี้ เป็นหลักในการจแนับสถิติจำนวน "นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ" ซึ่งสรุปแล้ว ก็หมายถึง ชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยและพำนักอยู่ครั้งหนึ่ง ๆ ไม่น้อยกว่า 1 คืน หรือ 24 ชั่วโมง และไม่มากกว่า 60 วัน โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเข้ามาเพื่อทำกิจกรรม ดังนี้

1. มาท่องเที่ยวพักผ่อน มาเยี่ยมญาติหรือเพื่อมาพักผ่อน ฯลฯ
2. มาร่วมประชุม หรือเป็นตัวแทนของสมาคม ผู้แทนของศาสนา นักกีฬา นักแสดง ฯลฯ
3. มาเพื่อติดต่อธุรกิจ แต่ไม่ใช่ทำงานหารายได้
4. มากับเรือเดินสมุทรที่แวะจอด ณ ท่าเรือ แม้ว่าจะแวะน้อยกว่า 1 คืน

พร้อมกันนี้ได้กำหนดคำนิยามของ "นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ค้างคืน" (Domestic Tourist) ไว้ว่า "คือคนไทยหรือคนต่างด้าว ที่อยู่ในประเทศไทย เดินทางจากจังหวัดซึ่งเป็นที่อยู่อาศัยปกติของตนไปยังจังหวัดอื่น ๆ โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางอะไรก็ตามที่มีไปทำงานหารายได้และระยะเวลาที่พำนักอยู่ไม่เกิน 60 วัน

ความหมายของคำว่า "อุตสาหกรรม" ตามพจนานุกรม คือ "การกระทำสิ่งให้เป็นสินค้า" แต่ปัจจุบันมีความหมายมากกว่านั้น คือ "กิจกรรมทางเศรษฐกิจ อย่างมีระบบการพาณิชย์ หรือการผลิตสาขาใดสาขาหนึ่ง"

ในสาย อุตสาหกรรมการผลิต จะมีองค์ประกอบที่เห็นได้เด่นชัด 4 ประการ คือ โรงงาน สินค้า ลูกค้า และการขนส่ง เช่นเดียวกับ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่เป็นอุตสาหกรรมบริการประเภทหนึ่ง สามารถ เปรียบเทียบได้ดังนี้

"โรงงาน" หมายถึง แหล่งที่ผลิตสินค้าของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้แก่ พื้นที่ที่ใช้ประกอบกิจการท่องเที่ยว นั่นเอง

"ลูกค้า" หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มาชมบ้านเมือง ธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม สิ่งที่อยู่จะได้รับคือ ความพอใจ ความสนุกสนานเพลิดเพลิน การได้เห็นสิ่งแปลกใหม่ ความสะดวกสบาย การพักผ่อนและความทรงจำที่น่าประทับใจ สิ่งเหล่านี้ คือสินค้าที่โรงงานอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะต้องผลิตสนองความต้องการให้แก่ลูกค้า

"สินค้า" ในสายอุตสาหกรรมบริการและ การท่องเที่ยว ไม่ต้องมีการเปลี่ยนกรรมสิทธิ์เหมือนอุตสาหกรรมการผลิต จึงเป็นข้อได้เปรียบอย่างหนึ่ง คือนำมาขายได้เรื่อย ๆ เช่น ความสวยงามทางธรรมชาติ สิ่งสวยงามที่มนุษย์สร้างขึ้น วิถีทางดำเนินชีวิตของผู้คนในท้องถิ่น

"การขนส่ง" องค์ประกอบของอุตสาหกรรมทุกประเภท คือ การขนส่ง ผู้ผลิตจะต้องส่งสินค้าไปยัง ลูกค้า แต่ใน อุตสาหกรรมท่องเที่ยวกลับตรงกันข้าม เพราะทรัพยากรทางการท่องเที่ยวซึ่งเป็นทั้ง "โรงงาน" "วัตถุดิบ" "สินค้า" ในตัวเองพร้อมสรรพ ไม่สามารถเคลื่อนที่ได้ ผู้ซื้อหรือนักท่องเที่ยว จึงต้องเดินทางไปซื้อสินค้าหรือ บริการนั้น ณ แหล่งผลิต หรือโรงงาน

กิจกรรมทางการท่องเที่ยวล้วนเป็นอุตสาหกรรมบริการประเภทหนึ่ง มีธุรกิจที่เข้ามาเกี่ยวข้อง 2 ประเภท คือ

ธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง ได้แก่ ธุรกิจด้านการขนส่ง ธุรกิจด้านโรงแรม และที่พัก ธุรกิจร้านอาหารและภัตตาคาร และธุรกิจการจัดนำเที่ยว ซึ่งผลผลิตหลักที่นักท่องเที่ยวซื้อโดยตรงได้แก่ บริการ (Service) ต่าง ๆ รวมทั้ง ความสะดวกสบายตลอดการเดินทางท่องเที่ยว

ธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม ได้แก่ การผลิตสินค้าเกษตรกรรมและสินค้าหัตถกรรมต่าง ๆ เป็นต้น วัตถุดิบที่ใช้ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว คือความสวยงามตามธรรมชาติ ศิลปกรรม โบราณสถาน ขนบธรรมเนียมประเพณี ตลอดจนวิถีการดำเนินชีวิตของประชาชน ผลผลิตของอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว ก็คือ บริการที่นักท่องเที่ยว ได้รับในรูปแบบต่าง ๆ และก่อให้เกิดพึงพอใจและยัง มุ่งเน้นในเรื่องของการมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาพักมากขึ้น มีระยะเวลาการพักค้างคืนในประเทศยาวนานขึ้น และมีการใช้จ่ายในประเทศสูงขึ้น

ผู้เชี่ยวชาญได้อธิบายให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวกับธุรกิจต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

ธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับนักท่องเที่ยว เช่น บริษัทการบิน โรงแรมและที่พัก การขนส่งภาคพื้นดิน บริษัทนำเที่ยว ภัตตาคารและร้านค้าปลีกต่าง ๆ

ธุรกิจสนับสนุนการท่องเที่ยว หรือมีความเชี่ยวชาญในสาขาวิชาการต่าง ๆ เช่น บริษัทจัดนำเที่ยว วารสาร หรือ ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับการนำเที่ยว บุคลากรฝ่ายบริหารในธุรกิจโรงแรม และบริษัทที่ ทำการศึกษาวิจัย หรือวางแผน พัฒนาการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว

หน่วยงานหรือองค์กรต่าง ๆ ของรัฐ รัฐวิสาหกิจหรือเอกชน ซึ่งมีหน้าที่ในการวางแผนพัฒนา อนุรักษ์ ทรัพยากรการท่องเที่ยว สถาบันการเงิน บริษัทก่อสร้าง สถาบันการศึกษาที่ให้การศึกษาศึกษาและการ ฝึกอบรมที่ เกี่ยวกับวิชาการท่องเที่ยวและอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

“ธุรกิจท่องเที่ยว” มักถูกมองถึงลักษณะเป็นอุตสาหกรรมเดี่ยว (Single industry) เนื่องจากอุตสาหกรรม ท่องเที่ยวเป็นการรวมเอาธุรกิจหลากหลายประเภทที่มีความแตกต่างกัน แต่มีความสัมพันธ์กันในภาพรวมทั้ง กิจกรรมและการดำเนินการขึ้นเข้าด้วยกัน ซึ่งรวมไปถึงธุรกิจที่พัก ธุรกิจภัตตาคารอาหารและเครื่องดื่ม การ ขนส่งผู้โดยสาร สถานที่ท่องเที่ยว การจัดนำเที่ยว การขายปลีก และธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งถือได้ว่าเป็น การทำงาน ที่ทับเหลื่อมกันระหว่างการพักผ่อนและสิ่งบันเทิงเริงรมย์ หรือนันทนาการต่างๆ จึงถือได้ว่าเป็นอุตสาหกรรม เดี่ยว (Single industry) ที่เกิดจากการรวมตัวของธุรกิจต่างๆ เข้าด้วยกันไม่ใช่อุตสาหกรรมเดี่ยวด้วยตัวของมัน เอง

1.2.2 บทบาทความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจของประเทศ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยว และธุรกิจท่องเที่ยวมีความสำคัญในหลายๆ ด้าน โดยส่วนมากจะถูกมองความสำคัญ ในด้านเศรษฐกิจระหว่างประเทศซึ่งเปรียบเทียบกับกับการส่งออกหรือนำเข้าสินค้าของประเทศนั้นๆ ซึ่งบาง ประเทศธุรกิจท่องเที่ยว และอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่นำเงินตราต่างประเทศเข้าประเทศ มากกว่ารายได้จากการส่งสินค้าออก และยังมีความสำคัญต่อสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมของประเทศ อีกด้วย

1. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศเข้าประเทศเป็นจำนวนมาก จะเห็นได้ว่า ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2526 การท่องเที่ยวสามารถทำรายได้ในรูปของเงินตราต่างประเทศเข้ามายังประเทศไทยมาเป็น อันดับ 1 ของอุตสาหกรรมต่างๆ เมื่อเปรียบเทียบกับกับการส่งสินค้าออกอื่นๆ จะมีก็บางปีที่เกิดวิกฤตทาง เศรษฐกิจและการเมืองที่ส่งผลกระทบให้รายได้จากการท่องเที่ยวลดลงบ้างนอกจากนี้รายรับสุทธิในรูปของ เงินตราต่างประเทศจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังมีส่วนช่วยให้ดุลชำระเงินของประเทศเกินดุลอีกด้วย การ ท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Tourism Balance) ประเทศที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเที่ยว มากกว่าประเทศที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางออกไปเที่ยวต่างประเทศจะมีรายได้เกิดขึ้น ซึ่งเป็นการได้เปรียบ ดุล การท่องเที่ยว และประเทศที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางออกไปเที่ยวต่างประเทศมากกว่านักท่องเที่ยวที่ เดินทางเข้า มาเที่ยวในประเทศจะมีค่าใช้จ่ายเกิดขึ้นมากกว่ารายได้ ซึ่งเป็นการเสียเปรียบดุลทางท่องเที่ยว

2. รายได้จากการท่องเที่ยวจะมีผลกระทบทวีคูณในการสร้างรายได้หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น ซึ่งจะทำให้ผลผลิตส่วนรวมของประเทศมีค่าทวีกว่า 2 เท่าตัว หรือที่รู้จักกันในรูปแบบของรายได้ทวีคูณทางการท่องเที่ยว (Tourism multipliers) ธุรกิจท่องเที่ยวเป็นการรวมเอาธุรกิจหลายประเภทเข้าด้วยกัน จึงก่อให้เกิดรายได้ที่ต่อเนื่องไม่มีที่สิ้นสุดกับธุรกิจหลายประเภท การจ้ดนำเที่ยวจะมีรายได้เข้าบริษัทจ้ดนำเที่ยว ซึ่งจะมีการนำจ่ายต่อไปให้กับผู้ประกอบการโรงแรม ภัตตาคาร ขนส่งแหล่งบันเทิงฯลฯ ซึ่งผู้ประกอบการเหล่านั้นก็จะมีการนำจ่ายเพื่อซื้อสินค้าจากผู้ผลิตอื่นๆ ซึ่งก่อให้เกิดรายได้ต่อเนื่องไม่สิ้นสุด ถือเป็นการกระจายรายได้ที่ดีทางหนึ่ง

3. การจ้างงานทางการท่องเที่ยว (Employment in tourism) ธุรกิจท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่ต้องมีพนักงานทำงานในหลายๆ ด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการจ้ดนำเที่ยวจะต้องมีมัคคุเทศก์เป็นผู้บรรยายในการนำเที่ยว จึงก่อให้เกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้นในส่วนของการจ้ดนำเที่ยวโดยตรงซึ่งก่อให้เกิดการจ้างงานและสร้างรายได้ขึ้น การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการหมุนเวียนและการกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาคเมื่อเกิดการเดินทางท่องเที่ยวเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยวในชนบท การพัฒนาความเจริญก็จะไปถึงภูมิกษณัณันั้น ๆ ก่อให้เกิดการสร้างสร้งสร้งสิ่งใหม่ ๆ ในท้องถิ่น เช่น โรงแรม ภัตตาคาร ร้านค้า สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มีผู้ลงทุนในหลาย ๆ รูปแบบ ทำให้เกิดการสร้งงาน สร้งอาชีพอย่างกว้างขวาง เป็นการสร้งรายได้สู่ประชาชนอย่างแท้จริง

4. การท่องเที่ยวมีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการผลิตและนำเอาทรัพยากรของประเทศ โดยเฉพาะของท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในอัตราที่สูง ในรูปของการผลิตสินค้าพื้นเมือง และสินค้าของที่ระลึก ตลอดจนการบริการในท้องถิ่นนั้น ๆ

5. การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่สิ้นเปลืองวัตถุดิบ ผลผลิตขายได้ตลอดเวลาสุดแล้วแต่ความเหมาะสม และความสามารถของผู้ขาย

6. การท่องเที่ยวช่วยกระตุ้นให้เกิดการผลิตเป็นวงจรหมุนภายในประเทศ ทำให้เกิดการสร้งงานสร้งอาชีพของประชาชนทั้งทางตรงและทางอ้อม เป็นการลดการว่างงานลง ประชากรมีรายได้เพิ่มขึ้น ซึ่งส่งผลให้รัฐบาลได้รับรายได้ในรูปของภาษีอากรประเภทต่าง ๆ

1.2.3 บทบาทความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อสังคมวัฒนธรรมและการเมือง

1. สภาพแวดล้อมทางสังคม (Sociocultural environment) วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวก็เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยว ดังนั้นแหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีความตระหนักถึงและรักษาไว้ซึ่งสังคม วิถีชีวิตความเป็นอยู่ ขนบธรรมเนียมประเพณีให้คงอยู่ต่อไป การท่องเที่ยวมีส่วนในการส่งเสริมความสัมพันธ์ของมนุษยชาติ ก่อให้เกิดสันติภาพ ความเป็นมิตรไมตรี และความเข้าใจอันดีระหว่างเจ้าของบ้านและผู้มาเยือน

2. การท่องเที่ยวมีบทบาทในการพัฒนา สร้างสรรค์ความเจริญทางสังคมให้เกิดแก่ท้องถิ่น ทำให้มีการก่อสร้างสิ่งใหม่ ๆ มีการลงทุนทางด้านการผลิตเพื่อรองรับการบริการแก่ผู้มาเยือนท้องถิ่น ทำให้ ประชาชนมีรายได้จากการมีงานทำ จึงทำให้ผู้อยู่ท้องถิ่นมีความสุขโดยทั่วกัน

3. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการอนุรักษ์ฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ก่อให้เกิด ความภาคภูมิใจ และสำนึกและตระหนักในคุณค่าของศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนการรักษาเอกลักษณ์ของชาติ ก่อให้เกิดความรู้สึกหวงแหนและรักผืนแผ่นดินที่อยู่อาศัยของตนสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical environment) สิ่งแวดล้อมเป็นแรงดึงดูดทางการท่องเที่ยวอีกประเภทหนึ่งที่นักท่องเที่ยวพิจารณาใน การตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ดังนั้นแหล่งท่องเที่ยวต้องรักษาสภาพแวดล้อมให้อยู่ในสภาพดี และสมบูรณ์ อยู่เสมอ จึงเป็นผลพลอยได้ในการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ในสภาพดี และสมบูรณ์อยู่เสมอ จึงเป็นผลพลอยได้ในการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมรวมทั้งโบราณวัตถุ โบราณสถาน และศิลปวัฒนธรรมให้เกิดขึ้นแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องด้วย

4. การท่องเที่ยวช่วยขจัดปัญหาความแตกต่างระหว่างเมืองกับชนบท ช่วยขจัดปัญหาการล้นไหล และเคลื่อนย้ายเข้ามาทำงานหรือเสี่ยงโชคในเมืองของประชาชนในชนบท

5. การท่องเที่ยวช่วยให้ประชาชนในชนบทรู้จักใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ รู้จักใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นมาผลิตและประดิษฐ์สิ่งของเครื่องใช้ในรูปแบบของสินค้าพื้นเมือง และของที่ระลึกไว้สำหรับขายให้ ผู้มาเยือน เป็นการหารายได้มาจุนเจือครอบครัวเพิ่มขึ้น

6. สภาพแวดล้อมทางการเมือง (Political environment) การท่องเที่ยวก่อให้เกิดความสัมพันธ์และความร่วมมืออันดีทางการเมืองระหว่างประเทศในการทำโครงการทางการท่องเที่ยวต่างๆ ร่วมกันและรักษาสถานภาพความมั่นคงทางการเมืองระหว่างภูมิภาคเพื่อให้เกิดภาพพจน์ที่ดีทางการท่องเที่ยวให้เกิดขึ้น

1.2.4 ประโยชน์ที่ท้องถิ่นจะได้รับจากการท่องเที่ยว

การสร้างงานสร้างอาชีพ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่ประกอบด้วยธุรกิจมากมายหลายประเภท ทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงและธุรกิจเกี่ยวเนื่อง ธุรกิจบริการ ย่อมหมายถึง การรับจ้างงานแรงงานมาก และมีลักษณะพิเศษคือ ไม่จำเป็นต้องพึ่งพาเทคโนโลยีขั้นสูงจากต่างประเทศเท่าไรนัก อุตสาหกรรมท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเป็นแรงงานที่ไม่ต้องใช้เทคนิคระดับสูง และใช้เวลาฝึกฝนระยะสั้น การขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะมีผลต่อเนื่องในการสร้างงานให้คนในชาติได้อย่างมาก โดยจะสามารถแยกลักษณะงานออกเป็น 2 ลักษณะคือ

1. งานที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยตรง ได้แก่ ธุรกิจโรงแรม บริษัทนำเที่ยว สายการบิน มัคคุเทศก์ ภัตตาคาร ร้านอาหาร สถานเริงรมย์ การประกอบการขนส่ง ผู้โดยสาร นอกจากนี้ยังมีงานที่เห็นได้ชัดมากคือ การผลิตสินค้าของที่ระลึกหรือสินค้าพื้นเมือง เช่น การทอผ้า เครื่องจักสาน เครื่องปั้นดินเผา เป็นต้น

2. งานที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางอ้อม ได้แก่ งานด้านการก่อสร้าง เช่น สร้างอาคารที่พัก ร้านอาหาร ร้านค้า งานด้านกิจกรรม เช่น ปลูกผัก เลี้ยงไก่ ขายให้ โรงแรม เป็นต้น

จากการสำรวจและศึกษาทำให้ทราบว่า ในปี พ.ศ.2526 อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีส่วนช่วยในการจ้างงานได้ไม่น้อยกว่า 500,000 คน ซึ่งเป็นการจ้างงานในภาคบริการอุตสาหกรรมและคมนาคมขนส่งมากที่สุด กลุ่มอาชีพที่ได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวโดยตรงก็ได้แก่ บุคคลที่ประกอบอาชีพด้านธุรกิจโรงแรม ที่พัก ภัตตาคาร ร้านอาหาร ด้านการขนส่ง และด้านบริการต่าง ๆ

การกระจายรายได้

รายได้รวมของชาติเป็นเครื่องวัดความเจริญมั่งคั่งของประเทศ แต่ก็ไม่ได้หมายความว่า ในส่วนรวมของประเทศนั้นจะไม่มีปัญหาเรื่องเศรษฐกิจสังคม และปัญหาเรื่องความเป็นอยู่ของประชาชน เนื่องจากว่ารายได้ประชาชาติที่มีจำนวนตัวเลขสูงมาก ๆ นั้น ส่วนใหญ่อาจตกอยู่กับคนกลุ่มน้อยที่มีฐานะร่ำรวย ในขณะที่คนส่วนใหญ่ของประเทศอาจยากจน มีรายได้ต่ำ ไม่เพียงพอต่อค่าครองชีพก็เป็นได้เหล่านี้ การท่องเที่ยวจะช่วยกระจายรายได้ไปสู่ประชาชนอาชีพต่าง ๆ โดยเมื่อนักท่องเที่ยวได้ไปเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวก็จะต้องใช้จ่ายเงิน เงินจำนวนนี้ย่อมจะตกเป็นผลประโยชน์แก่ประชาชนในท้องถิ่นนั้น ๆ ทั้งที่เกี่ยวข้องโดยตรงและโดยอ้อมกับธุรกิจการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกเป็นประเภทใหญ่ ๆ ได้ 6 ประเภทด้วยกัน คือ ค่าที่พัก อาหารและเครื่องดื่ม ค่าพาหนะในประเทศ ค่าใช้จ่ายเรื่องบันเทิง ซื้อของ และอื่น ๆ ผู้ได้รับก็คือประชาชนที่ประกอบอาชีพต่าง ๆ ในท้องถิ่นนั่นเองนอกจากนั้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวจะก่อให้เกิดการหมุนเวียนของเงินตราในท้องถิ่น ซึ่งอาจอธิบายได้ดังนี้ สมมุติว่านักท่องเที่ยวใช้จ่ายเงินเป็นค่าที่พักให้แก่โรงแรม โรงแรมก็ต้องจ่ายเงินส่วนหนึ่งจากรายได้ไปเป็นเงินเดือนของพนักงาน ค่าอาหารสด ผัก ผลไม้ ค่าไฟฟ้า ค่าประปา โทรศัพท์ ดอกเบี้ยธนาคาร ฯลฯ ค่าใช้จ่ายเหล่านี้จะกลายเป็นรายได้ของผู้ผลิตสินค้าหรือผู้ขายบริการของตนแก่โรงแรม ซึ่งจะนำรายได้ที่ได้รับจากโรงแรมไปใช้จ่ายเพื่อการอุปโภคบริโภคของตนต่อไป จึงเห็นได้ว่ารายจ่ายของ นักท่องเที่ยวไม่เพียงแต่จะก่อให้เกิดรายได้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยตรงเท่านั้น แต่ยังแผ่กระจายไปยังผู้ผลิตสินค้าและบริการอื่น ๆ อีกด้วย

ความสัมพันธ์ระหว่างการสร้างงานกับการกระจายรายได้ยังมีส่วนที่เกี่ยวข้องต่อเนื่องกันอยู่มาก ตัวอย่างที่สามารถพบเห็นกันได้อยู่เสมออีกคือ ในเส้นทางที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวนี้ก็จะเกิดอาชีพขีปนาวุธบริการ นักท่องเที่ยวขึ้น คนที่ประกอบอาชีพขีปนาวุธเหล่านี้ก็จะไปเป็นชาวสวนชาวไร่ ผู้ประกอบการเกษตรกรรมในท้องถิ่นใกล้เคียงนั่นเอง ในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว คนขีปนาวุธพวกนี้จะมีรายได้สุทธิประมาณวันละ 100 กว่าบาท แต่ถ้าหากอยู่ในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวแล้ว พวกเขาจะสามารถทำรายได้มากถึง 400-500 บาทต่อวันที่เดียว

จากตัวอย่างที่นำมากล่าวนี้ นับเป็นกรณีเดียวเท่านั้น ยังมีอีกหลายกรณีที่สามารถแสดงให้เห็นผลประโยชน์ของธุรกิจการท่องเที่ยวที่สามารถกระจายรายได้แก่ประชาชนท้องถิ่นทั่วไป อันจะเป็นผลต่อเนื่องไปถึงความอยู่ดีกินดี และยกมาตรฐานการครองชีพให้สูงขึ้นได้

การพัฒนาสาธารณูปโภค

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวนอกจากจะมีบทบาทต่อเศรษฐกิจและสังคมของประเทศในเรื่องที่เป็นแหล่งเงินตราต่างประเทศ การว่าจ้างแรงงานท้องถิ่น การกระจายรายได้แล้ว อุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังมีบทบาทต่อการลงทุนพัฒนาสาธารณูปโภคสาธารณูปการขั้นพื้นฐาน (Infrastructure) ซึ่งจะสร้างความเจริญ สะดวกสบายทั้งแก่นักท่องเที่ยวและประชาชนในท้องถิ่น

ดังจะเห็นได้ว่า ตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ นอกจากจะต้องมีความสวยงามตามธรรมชาติ มีศิลปวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์แล้ว ยังจะต้องมีความสะดวกสบายในการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว มีน้ำสะอาดใช้ สามารถใช้ไฟฟ้าได้บ้างพอสมควร มีบริการติดต่อสื่อสารได้รวดเร็วความต้องการของนักท่องเที่ยว ควบคู่ไปกับความงาม อันล้ำค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยว ตามปกติการลงทุนก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน เช่น ถนนหนทาง การประปา การไฟฟ้า โทรศัพท์ การสื่อสารคมนาคม ฯลฯ จะต้องใช้เงินลงทุนสูงมาก เอกชนจะไม่สามารถทำได้ จำเป็นที่รัฐจะต้องเป็นผู้ดำเนินการลงทุนเพื่อกระตุ้นและสนับสนุนให้ธุรกิจเอกชนมาร่วมกันพัฒนาอย่างต่อเนื่องกันเป็นลำดับ แม้ว่าการก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานต่าง ๆ ส่วนใหญ่แล้วจะจัดให้มีขึ้น โดยมีสาเหตุเนื่องจากการพัฒนาเศรษฐกิจในสาขาสำคัญอื่น ๆ ก็ตาม แต่ก็ยังมีอีกหลายกรณีที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการสร้างถนน สนามบินขนาดใหญ่ การสื่อสารโทรคมนาคม การไฟฟ้า การประปา ใน พื้นที่ท้องถิ่นที่มีแหล่งท่องเที่ยวตั้งอยู่ ฉะนั้นจึงกล่าวได้ว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวมีส่วนช่วยพัฒนาท้องถิ่นให้เจริญเติบโต และประชาชนในท้องถิ่นได้รับความสะดวกสบายไปพร้อม ๆ กันด้วย

1.3 พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์²

พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2535 เป็นกฎหมายที่ใช้ควบคุมการทำงานของธุรกิจนำเที่ยวโดยทั่วไป “ธุรกิจนำเที่ยว” ได้แก่การประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการจัดหรือการให้บริการหรือการอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการเดินทาง สถานที่พัก อาหาร ทัศนจร และหรือมัคคุเทศก์ให้แก่แก่นักท่องเที่ยว โดยมีมุ่งหมายถึง “การนำเที่ยว” เป็นสำคัญ และต้องมีการติดต่อโดยตรงกับนักท่องเที่ยวเพื่อจัดบริการ ไปท่องเที่ยว ณ สถานที่ต่าง ๆ ส่วนจะมีการบริการด้านการเดินทาง สถานที่พัก อาหาร หรือมัคคุเทศก์ ด้วยหรือไม่ หรือมีมากน้อยเพียงใด ก็เป็นส่วนหนึ่งของ “การนำเที่ยว” เท่านั้น และดำเนินการในเชิง ธุรกิจ แต่ไม่รวมถึงธุรกิจให้เช่า

ยานพาหนะ เพื่อการเดินทางธุรกิจรับจ้างขนส่งผู้เดินทาง ธุรกิจโรงแรม หรือธุรกิจร้านอาหาร การไปทอดกฐิน การไปทอดผ้าป่า และการทัศนศึกษาเป็นครั้งคราว

เนื้อหาของพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2535 (ดูข้อมูลเพิ่มเติม)

พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2535

- บทนำ (มาตรา 1 - 5)
- หมวด 1 คณะกรรมการธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ (มาตรา 6 - 13)
- หมวด 2 ธุรกิจนำเที่ยว (มาตรา 14 - 38)
- หมวด 3 มัคคุเทศก์ (มาตรา 39 - 49)
- หมวด 4 การควบคุม (มาตรา 50 - 58)
- หมวด 5 บทกำหนดโทษ (มาตรา 59 - 69)
- บทเฉพาะกาล (มาตรา 70 - 73)
- อัตราค่าธรรมเนียม

พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545

- มาตรา 1 - 5 - มาตรา 6 - 7
- มาตรา 8 - 10 - มาตรา 11 - 15

2-รท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ.2535

มาตรา 16 - 18

กฎกระทรวง

(ออกตามความในพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2535)

- กฎกระทรวง [พ.ศ. 2536]
- กฎกระทรวง ฉบับที่ 2 [พ.ศ. 2536]
- กฎกระทรวง ฉบับที่ 3 [พ.ศ. 2536]
- กฎกระทรวง ฉบับที่ 4 [พ.ศ. 2536]
- กฎกระทรวง ฉบับที่ 5 [พ.ศ. 2536]
- กฎกระทรวง ฉบับที่ 6 [พ.ศ. 2539]
- กฎกระทรวง ฉบับที่ 7 [พ.ศ. 2539]
- กฎกระทรวง ฉบับที่ 8 [พ.ศ. 2539]
- กฎกระทรวง ฉบับที่ 9 [พ.ศ. 2543]
- กฎกระทรวง ฉบับที่ 10 [พ.ศ. 2543]

- กฎกระทรวง ฉบับที่ 11 [พ.ศ. 2543]

- กฎกระทรวง ฉบับที่ 12 [พ.ศ. 2544]

1.4 สถานการณ์การท่องเที่ยวในปัจจุบัน

การท่องเที่ยวในปัจจุบันมีแนวโน้มการเจริญเติบโตไปอย่างมาก องค์การการท่องเที่ยวโลก (WTO) ซึ่งปัจจุบันมีสมาชิกอยู่ 142 ประเทศ (สมาชิกสมทบอีก 7 ประเทศ) (ดูข้อมูลเพิ่มเติม) ได้แสดงสถิติจำนวน นักท่องเที่ยวในโลกรวมถึง 715 ล้านคนเมื่อปี พ.ศ.2546 ซึ่งนับได้ว่าเป็นจำนวนที่สูงมาก สำหรับประเทศไทยจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวยังประเทศไทยมีอยู่ประมาณ 10 ล้านคนเมื่อปี พ.ศ. 2546 ซึ่งลดลงจากปี พ.ศ.2545 อยู่ 7.36 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งสร้างรายได้ให้กับประเทศ 309.269 ล้านบาท (ดูข้อมูลเพิ่มเติม) สำหรับสถานการณ์ในช่วงต้นปี พ.ศ. 2546 สถานการณ์การท่องเที่ยวของทั่วโลกได้รับผลกระทบอย่างหนักจาก 2 เหตุการณ์หลักคือสงครามระหว่างสหรัฐอเมริกาและอิรัก และการแพร่ระบาดของโรคทางเดินหายใจเฉียบพลันรุนแรง(SARS) ในภูมิภาคเอเชีย โดยการแพร่ระบาดของโรค SARS เป็นเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบรุนแรงต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทยมากที่สุดเป็นประวัติการณ์ ทั้งนี้ประเทศไทยได้รับผลกระทบหนักที่สุดในเดือนพฤษภาคมและสถานการณ์การท่องเที่ยวของไทยก็เริ่มคลี่คลายตัวไปในทางที่ดีขึ้นนับตั้งแต่เดือนกรกฎาคมเป็นต้นมา ซึ่งได้รับปัจจัยเสริมจากการที่ภาครัฐและเอกชนต่างร่วมมือกันส่งเสริมตลาดโดยใช้มาตรการด้านราคาเพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ผนวกกับภาพลักษณ์ด้านความปลอดภัยในประเทศที่รัฐบาลได้พยายามนำเสนอในการจัดประชุมเอเปคในเดือนตุลาคม รวมทั้งการเปิดบริการของสายการบินต้นทุนต่ำในช่วงปลายปี โดยสรุปในภาพรวมปี พ.ศ. 2546 มีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางมาไทยทั้งสิ้น 10,004,453 คน หรือมีอัตราการเติบโตลดลงร้อยละ 7.36 และรับรายได้จากการใช้จ่ายของ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ คิดเป็นมูลค่า 309,269 ล้านบาท ลดลงจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 4.39 โดยมีวันพักในประเทศไทยโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 8.19 วัน และมีการใช้จ่ายโดยเฉลี่ย 3,774.50 บาทต่อคนต่อวัน ซึ่งเป็นระดับที่ใกล้เคียงกับปี พ.ศ. 2545 ที่ผ่านมา (ดูข้อมูลเพิ่มเติม)

1.5 สรุป

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวและการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวมีพัฒนาการไปพร้อมๆ กับสังคมของมนุษย์ และพัฒนาการทางอุตสาหกรรมอื่นๆ ธุรกิจท่องเที่ยวมีการขยายตัวไปยังทุกภูมิภาคของโลกทำให้เกิด การการปรับปรุงการคมนาคมขนส่งซึ่งส่งผลทำให้การเดินทางท่องเที่ยวรวดเร็วขึ้นง่ายขึ้นราคาถูกลงและ มีความปลอดภัยมากขึ้น ธุรกิจนำเที่ยวก็มีการขยายขอบข่ายการบริการให้ครบวงจรมากขึ้น ในประการ สุดท้ายการปรับปรุงระบบการสื่อสารคมนาคมโดยผ่านระบบการพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ช่วยทำให้ระบบการตลาดของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวง่ายยิ่งขึ้นในยุคปัจจุบันเมื่อเปรียบเทียบกับในอดีต

ประเทศไทยได้ออกพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2535 ขึ้นมาควบคุม การประกอบธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยและมีการออกกฎกระทรวง เพิ่มเติมในข้อปฏิบัติต่างๆ เพิ่มเติมและได้ดำเนินการแก้ไขปรับปรุงใน พ.ศ. 2545

สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ให้ความสำคัญของการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไว้ว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Tourism Industry) ซึ่งประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภท ทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง และธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม หรือธุรกิจสนับสนุนต่าง ๆ การซื้อบริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ถือได้ว่าเป็น การส่งสินค้าออกที่มองไม่เห็นด้วยสายตา (Invisible Export) เพราะเป็นการซื้อด้วยเงินตราต่างประเทศ การผลิต สินค้า คือ บริการต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวซื้อก็ต้องมีการลงทุน ซึ่งผลประโยชน์จะตกอยู่ในประเทศและจะช่วยให้เกิดงานอาชีพอีกหลายแขนง เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ทางด้านสังคมการท่องเที่ยวเป็นการพักผ่อนคลาย ความตึงเครียด พร้อม ๆ กับการได้รับความรู้ความเข้าใจในวัฒนธรรมที่ผิดแผกแตกต่างออกไปอีกครั้ง อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นแหล่งที่มาของรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศ ซึ่งจะมีส่วนช่วยสร้างเสถียรภาพให้กับดุลการชำระเงินได้ เป็นอย่างมาก นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังมีบทบาทช่วยกระตุ้นให้มีการนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์ อย่างกว้างขวาง ผู้ที่อาศัยอยู่ในท้องถิ่นได้ประดิษฐ์หัตถกรรมพื้นบ้านขายเป็นของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวอีกด้วย

	แบบทดสอบ	หน่วยการเรียนรู้ 1-2
	รหัส 3702-2002 วิชา การจัดการธุรกิจท่องเที่ยว	ระดับ ปวส จำนวน 3 หน่วยกิต
	ชื่อหน่วย ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	จำนวนชั่วโมงรวม 6 ชั่วโมง
ชื่อเรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยว		จำนวนชั่วโมง 6 ชั่วโมง

จงตอบคำถามเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของการท่องเที่ยว

1. ชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยในฐานะนักท่องเที่ยว (Tourist) และพำนักรอยู่ครั้งหนึ่ง ๆ ไม่น้อยกว่า 1 คืน หรือ 24 ชั่วโมง และไม่มากกว่ากี่วัน

- ก. 15 วัน
- ข. 30 วัน
- ค. 45 วัน
- ง. 60 วัน

2. คำว่า "โรงงาน" หมายความว่าอะไรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว?

- ก. แหล่งที่ผลิตสินค้าหรือบริการของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้แก่ พื้นที่ที่ใช้ประกอบกิจการท่องเที่ยว
- ข. นักท่องเที่ยวมาชมบ้านเมือง ธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม สิ่งที่คุณจะได้รับคือ ความพอใจ ความสนุกสนานเพลิดเพลินการได้เห็นสิ่งแปลกใหม่ ความสะอาดสบาย การพักผ่อนและความทรงจำที่น่าประทับใจ
- ค. ความสวยงามทางธรรมชาติ สิ่งสวยงามที่มนุษย์สร้างขึ้น วิถีทางดำเนินชีวิตของผู้คนในท้องถิ่น

ง. ถูกทุกข้อ

3. ข้อใดไม่ใช่ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยวโดยตรง

- ก. โรงแรม
- ข. ร้านอาหาร
- ค. โบราณสถาน
- ง. บริษัทนำเที่ยว

4. นักท่องเที่ยวในโลก ในปี 2546 มีจำนวนเท่าใด

ก. 315 ล้านคน

ข. 515 ล้านคน

ค. 715 ล้านคน

ง. 915 ล้านคน

5.พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ฉบับปัจจุบัน เริ่มใช้ครั้งแรกเมื่อ พ.ศ.ใด

ก. 2525

ข. 2535

ค. 2545

ง. 2555

6.บริษัทใดเป็นผู้เริ่มต้นการจัดรายการทัวร์แบบอิสระ (Freelance Itineraries)

ก. บริษัท Tox and Cook

ข. บริษัท โทมัส คูก

ค. บริษัทอเมริกัน เอกซ์เพรส

ง. บริษัท Cox and Kings

7.ข้อใดคือความหมายของคำว่า "Excursionists"

ก. นักท่องเที่ยวที่ค้างคืน

ข. นักท่องเที่ยวที่ไม่ค้างคืน

ค. นักท่องเที่ยวอิสระ

ง. นักท่องเที่ยวที่ได้ของรางวัลมาเที่ยว

	แบบเฉลย	หน่วยการเรียนรู้ที่ 1-2
	รหัส 3702-2002 วิชา การจัดการธุรกิจท่องเที่ยว	ระดับ ปวส จำนวน 3 หน่วยกิต
	ชื่อหน่วย ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	จำนวนชั่วโมงรวม 6 ชั่วโมง
ชื่อเรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยว		จำนวนชั่วโมง 6 ชั่วโมง

ประวัติความเป็นมาของการท่องเที่ยว

1. ง
2. ง
3. ข
4. ค
5. ข
6. ข
7. ข

แผนการจัดการเรียนรู้

รหัสวิชา 3702-2002 ชื่อวิชา การจัดการธุรกิจท่องเที่ยว 3(3)

สอนครั้งที่ 3-5

หน่วยที่ 2 ชื่อหน่วย การจัดตั้งธุรกิจท่องเที่ยว

เวลา 9 ชั่วโมง

สาระสำคัญ

ธุรกิจนำเที่ยวเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนให้ธุรกิจท่องเที่ยวขยายตัวออกไปอย่างรวดเร็วส่งผลให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง การจัดตั้งธุรกิจนำเที่ยวได้รับความนิยมและมีผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่ตลาดค่อนข้างมากเนื่องจากการเข้าสู่ตลาดค่อนข้างง่าย นอกจากนี้ยังมีองค์ประกอบที่ต้องพิจารณาในการจัดตั้งธุรกิจนำเที่ยวที่สำคัญคือ ประเภทของธุรกิจ การเลือกทำเลที่ตั้ง การหาแหล่งเงินทุน การตลาด พระราชบัญญัติและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้การจัดตั้งและดำเนินธุรกิจนำเที่ยวในปัจจุบันยังมุ่งเน้นการกำหนดกลุ่มตลาดเป้าหมายเฉพาะและการกำหนดระดับของสินค้าและบริการให้เหมาะสมกับสถานการณ์การตลาดในปัจจุบัน

จุดประสงค์การเรียนรู้

จุดประสงค์ทั่วไป

1. นักศึกษาสามารถอธิบายถึงข้อมูลที่ต้องใช้ในการศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งธุรกิจนำเที่ยวได้
2. นักศึกษาสามารถอธิบายขั้นตอน วิธีการ และเอกสารตลอดจนหลักฐานและค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการจดทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวได้

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

1. บอกข้อมูลที่ต้องใช้ในการศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งธุรกิจนำเที่ยวได้
2. ขั้นตอน วิธีการ และเอกสารตลอดจนหลักฐานและค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการจดทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวได้

สาระการเรียนรู้

1. ส่วนประกอบของการท่องเที่ยว
 - ส่วนประสมทางการท่องเที่ยว
2. ประเภทของธุรกิจนำเที่ยว (Types of Tourist Business)
3. องค์ประกอบที่ใช้ในการจัดตั้งธุรกิจนำเที่ยว
 - ทำเลที่ตั้ง
 - แหล่งเงินทุน
 - การตลาด
 - การจดทะเบียนธุรกิจนำเที่ยว

กิจกรรมการเรียนรู้

1. สอนบอกชื่อเรื่อง จุดประสงค์และเนื้อหาที่จะเรียน
2. ผู้สอนบรรยายเนื้อหาการจัดตั้งธุรกิจนำเที่ยว โดยมีสื่อการสอนต่าง ๆ ประกอบ
3. ผู้สอนแจกแผนการจัดตั้งบริษัทนำเที่ยวให้ตัวแทนนักศึกษา 3 คน คนละ 1 ใบ ให้ตัวแทนทั้ง 3 คน สรุปสิ่งที่ได้จากแผนให้เพื่อนในชั้นเรียนฟัง
4. ผู้สอนอธิบายเพิ่มเติมในส่วนที่ไม่สมบูรณ์ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น
5. ผู้สอนให้นักเรียนแบ่งกลุ่มเป็น 5 กลุ่ม ร่วมกันศึกษาการจัดตั้งธุรกิจนำเที่ยว
6. นักศึกษาร่วมกันอภิปรายตามหัวข้อที่ได้รับมอบหมาย
7. ครูและนักศึกษาร่วมกันสรุปบทเรียนโดยครูตั้งคำถามและให้นักเรียนช่วยกันตอบ
9. นักศึกษาทำแบบทดสอบหลังเรียน

สื่อการเรียนรู้และแหล่งการเรียนรู้

1. หนังสือ การจัดการธุรกิจนำเที่ยว (มหาวิทยาลัยมหาสารคาม) , เอกสารประกอบการเรียนการสอน (อ.คมกฤต วงศ์นาค)
2. ใบความรู้
3. Internet บทเรียนการท่องเที่ยว ศูนย์การท่องเที่ยวทั่วไทย
www.thai.tourismthailand.org
www.tat.or.th
4. ระบบการสอนออนไลน์
https://mis.pkru.ac.th/syllabus/view_syllabus.php?id=31

การวัดผลและประเมินผล

1. เครื่องมือ

1.1 แบบทดสอบ

1.2 แบบสังเกตพฤติกรรม

2. เกณฑ์การประเมิน

2.1 จำนวนคะแนนเต็ม 10 คะแนน (ข้อละ 5 คะแนน)

2.2 เกณฑ์ในการให้คะแนน

1. ตอบคำถามได้ครบถ้วนสมบูรณ์ทั้งความหมายและเนื้อหา	5	ดีมาก
2. ตอบคำถามได้ทั้งความหมายและเนื้อหาแต่ไม่สมบูรณ์	4	ดี
3. ตอบคำถามได้บางส่วนมีความหมายเนื้อหาถูกต้องแต่ไม่สมบูรณ์	3	พอใช้
4. ตอบคำถามได้เฉพาะบางส่วน	1-2	ปรับปรุง

2.3 ผลการประเมิน

ทำคะแนนได้ 9 – 10 คะแนน อยู่ในเกณฑ์ ดีมาก

ทำคะแนนได้ 7 – 8 คะแนน อยู่ในเกณฑ์ ดี

ทำคะแนนได้ 5 – 6 คะแนน อยู่ในเกณฑ์ ผ่าน

ทำคะแนนได้ 1 – 4 คะแนน อยู่ในเกณฑ์ ไม่ผ่าน

กิจกรรมเสนอแนะ / งานที่มอบหมาย

ให้นักเรียนหาความรู้เพิ่มเติม ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับกฎหมายการท่องเที่ยว

- ความรู้เรื่องการขอจัดตั้ง
- ความรู้เรื่องธุรกิจทางอ้อม
- ความรู้เรื่องศัพท์ท่องเที่ยว

เอกสารอ้างอิง

2. อาจารย์ชนนศ ศรีสถิตย์.2545.การจัดการธุรกิจท่องเที่ยว.มหาสารคาม:
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
2. เอกสารประกอบการเรียนการสอน (อ.คมกฤต วงศ์นาค)
3. Internet บทเรียนการท่องเที่ยว ศูนย์การท่องเที่ยวทั่วโลก
www.thai.tourismthailand.org,www.tat.or.th
4. ระบบการสอนออนไลน์
https://mis.pkru.ac.th/syllabus/view_syllabus.php?id=31

บันทึกหลังการสอน

ผลการสอน

.....

.....

.....

.....

.....

ปัญหา / อุปสรรค

.....

.....

.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะ / แนวทางแก้ไข

.....

.....

.....

.....

.....ผู้สอน
(นางสาวฉัตรชนก มหัทธนวรกรก)
...../...../.....

ความคิดเห็นของผู้บังคับบัญชา

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ลงชื่อ.....

(.....)

	ใบความรู้ที่ 2	หน่วยการเรียนรู้ที่ 3-5
	รหัส 3702-2002	ระดับ ปวส. จำนวน 3 หน่วยกิต
	วิชา การจัดการธุรกิจท่องเที่ยว	
	ชื่อหน่วย การจัดตั้งธุรกิจท่องเที่ยว	จำนวนชั่วโมงรวม 9 ชั่วโมง
	ชื่อเรื่อง การจัดตั้งธุรกิจท่องเที่ยว	จำนวนชั่วโมง 9 ชั่วโมง

2. การจัดตั้งธุรกิจท่องเที่ยว

2.1 ส่วนประกอบของการท่องเที่ยว

ก่อนที่จะจัดตั้งธุรกิจนำเที่ยวควรจะศึกษาถึงส่วนประกอบของการท่องเที่ยว (The Components of Tourism) ด้วย ซึ่งจะทำให้นักศึกษาสามารถอธิบายในรายละเอียดได้ว่าการท่องเที่ยวประกอบด้วยธุรกิจหรือกิจกรรมอะไรและมีส่วนสัมพันธ์กันอย่างไรบ้าง และสามารถแบ่งองค์ประกอบการท่องเที่ยวได้ในแง่ของการจัดการธุรกิจที่สนับสนุนต่อการท่องเที่ยวโดยตรง และส่วนประกอบใดที่มีส่วนสนับสนุน การท่องเที่ยวโดยอ้อม นอกจากนี้ยังสามารถอธิบายได้ในรายละเอียดของแต่ละส่วนประกอบทาง การท่องเที่ยวว่ามีพัฒนาการ และการเตรียมพร้อมเพื่อให้เกิดการบริการที่มีประสิทธิภาพสูงสุดในสถานะ การจัดการธุรกิจท่องเที่ยวในเศรษฐกิจยุคปัจจุบัน

ส่วนประกอบของการท่องเที่ยว (The Components of Tourism)

ส่วนประกอบของการท่องเที่ยว คือส่วนต่างๆ ที่ถูกนำมาประกอบเข้าด้วยกันแล้วก่อให้เกิดการท่องเที่ยวขึ้น โดยทั่วไปอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมักถูกกล่าวถึงในลักษณะของอุตสาหกรรมเดี่ยว (Single Industry) ที่เกิดจากการรวมเอาธุรกิจหลากหลายประเภทที่มีความแตกต่างกัน แต่มีความสัมพันธ์กันในภาพรวมทั้งกิจกรรมและการดำเนินการเข้าด้วยกัน ซึ่งรวมไปถึงธุรกิจที่พัก ธุรกิจภัตตาคารอาหารและเครื่องดื่ม การขนส่งผู้โดยสาร สถานที่ท่องเที่ยว การจมน้ำเที่ยว การขายปลีก และธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งถือได้ว่าเป็นการทำงานที่ทับเหลื่อมกันระหว่างการพักผ่อนและสิ่งบันเทิงเริงรมย์ หรือนันทนาการต่างๆ จึงถือได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมเดี่ยว ที่เกิดจากการรวมตัวของธุรกิจต่างๆ เข้าด้วยกันไม่ใช่อุตสาหกรรมเดี่ยวด้วยตัวของมันเอง ซึ่งส่วนประกอบแต่ละส่วนจะเป็นตัวสนับสนุนให้เกิดเป็นอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การเดินทางและการท่องเที่ยว เป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมบริการหรืออุตสาหกรรมแห่งไมตรีจิต ซึ่งรวมไปถึงที่พัก ร้านอาหาร บริการรถเช่า การตั้งค่ายพักแรม อีกทั้งยังรวมไปถึงบริการเสริมต่างๆ เช่นการกีฬา สถานีบริการน้ำมัน ร้านบริการรูปภาพ ร้านขายของชำ อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการทำกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ซึ่งรู้จัก ในนามของส่วนประสมทางการท่องเที่ยว ซึ่งแสดงในแผนภาพหน้าถัดไป

ส่วนประสมทางการท่องเที่ยว (The Travel and Tourism Mix) (Donald E. Lundberg:1985)

Restaurants	Accommodations Hotels, motel, resorts Rental condominiums Time-sharing Guest houses Bed and breakfast Home stay	Transportation Auto Airplane Rental cars Bus Rail Cruises ship
Miscellaneous Service stations Grocery stores Vacation clothing Photography Sports equipment	Travel and Tourism	Destination Development Market studies Feasibility studies Architectural & engineering Financial institutions
Recreational Facilities States & national parks Campgrounds Concerts Theaters	Travel Marketers Travel agents Tour wholesalers Incentive travel companies	Travel Research Demographic Behavioral & Psychographic Cost/benefit analysis
Tourist Attractions Theme parks Museum towns & cities Museums Gardens Stately homes	Government Offices National travel offices Regional travel offices Regional travel offices Local travel offices	

2.2 ประเภทของธุรกิจนำเที่ยว (Types of Tourist Business)

การประกอบธุรกิจนำเที่ยวมีความเกี่ยวข้องกับผู้ให้บริการทางการแก่นักท่องเที่ยวโดยตรงซึ่งรู้จัก ในนามของ **ผู้ประกอบการ** (Supplier) คือผู้ประกอบการบริการตรงเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เช่น การบริการสถานที่ท่องเที่ยว สวนสนุก ร้านอาหาร บริการขนส่งผู้โดยสาร สายการบิน ธุรกิจรถเช่าที่พัก และแหล่งบันเทิงเริงรมย์ต่างๆ ซึ่งผู้ประกอบการเหล่านี้สามารถจำหน่ายสินค้าและบริการผ่านช่องทาง การจัดจำหน่ายต่างๆ ทางธุรกิจนำเที่ยวได้ หรือสามารถจัดจำหน่ายสินค้าและบริการสู่ผู้บริโภคเองโดยตรงในส่วน of ธุรกิจท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทใหญ่ๆ คือ

ผู้จัดนำเที่ยว (Tour Operator) คือผู้ประกอบการที่จัดทำโปรแกรมนำเที่ยวและจัดนำเที่ยว ผู้จัดนำเที่ยวจะเป็นผู้ติดต่อประสานงานตลอดกับผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับโปรแกรมการท่องเที่ยว และนำนักท่องเที่ยวไปใช้บริการซึ่งมีหน้าที่เป็นผู้เขียนโปรแกรมการท่องเที่ยว (Programmer) เพื่อจัดทำทัวร์ส่งให้กับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวแบบค้าส่ง (Tour Wholesaler) ในการจัดนำเที่ยว ผู้จัดนำเที่ยวอาจจะรับนักท่องเที่ยวมาจาก ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวแบบค้าส่ง หรือรับจากบริษัทอื่นๆ มาเพื่อจัดนำเที่ยวให้จะเรียกว่า Land operator สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่รับจัดนำเที่ยวตามโปรแกรมที่ผู้ประกอบการอื่น ที่ตั้งอยู่ใน ต่างประเทศเรียกว่าเป็นตัวแทนสาขาย่อยนำเที่ยว (Sub agent)

ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวแบบค้าส่ง (Tour Wholesaler) คือผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว เป็นผู้จัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยวขึ้นเองเป็นผู้ประกอบการนำเที่ยวด้วย หรือรับโปรแกรมการท่องเที่ยวจากผู้ประกอบการ หรือ ผู้จัดนำเที่ยวมาขายส่งให้ตัวแทนจำหน่ายรายย่อย ซึ่งการจัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยวนี้ ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวแบบค้าส่งเปรียบเสมือนตัวกลาง (Middleman) ที่นำสินค้าและบริการจากผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมาขายสำหรับการทำงานในสถานการณ์จริงนั้นผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวแบบค้าส่งมักจะเป็นบุคคลเดียวกัน หรืออาจจะให้บริการเป็นตัวกลางที่รับสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวหลายรูปแบบมาจำหน่ายให้กับ

นักท่องเที่ยวในแบบของตัวแทนจำหน่ายทั่วไป (General Sale Agent)

ตัวแทนจำหน่ายทางการท่องเที่ยว (Travel Agency) คือตัวแทนจำหน่ายทางการท่องเที่ยวแบบ ค้าปลีก และรับสินค้าและบริการจากผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวมาเพื่อขายให้นักท่องเที่ยวโดยตรง ซึ่งเป็นผู้ที่ติดต่อและอำนวยความสะดวกกับลูกค้าโดยตรง

การทำหน้าที่ในธุรกิจท่องเที่ยวของผู้ประกอบการด้านต่างๆ ดังแสดงในแผนภาพแสดง ความสัมพันธ์ในการดำเนินงานรูปแบบต่างๆ ของธุรกิจท่องเที่ยว

2.3 องค์ประกอบที่ใช้ในการจัดตั้งธุรกิจนำเที่ยว

2.3.1 ทำเลที่ตั้ง

การจัดตั้งธุรกิจนำเที่ยวมีลักษณะเฉพาะตามประเภทของธุรกิจนำเที่ยว แต่ส่วนใหญ่แล้วธุรกิจนำเที่ยวจะตั้งอยู่ในย่านชุมชนสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวก ผู้ประกอบการที่จัดนำเที่ยวและผู้ประกอบธุรกิจนำความสะดวกขึ้นพื้นฐานที่เหมาะสมที่สามารถจะดำเนินธุรกิจร่วมกับตัวแทนจำหน่ายได้ แต่ถ้าเป็นผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวแบบค้าปลีกจำเป็นจะต้องเลือกทำเลที่ตั้งในย่านธุรกิจศูนย์กลางชุมชนหรือย่าน อุตสาหกรรมที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวก

2.3.1 แหล่งเงินทุน

การลงทุนในธุรกิจท่องเที่ยวจะมีข้อได้เปรียบในด้านการลงทุนเนื่องจากไม่จำเป็นต้องลงทุนในเครื่องมือหรืออุปกรณ์ในการผลิตสูงเหมือนกับอุตสาหกรรมการผลิตสินค้าอื่นๆ ไม่จำเป็นต้องจัดตั้งโรงงานผลิตสินค้าขึ้นหรือจ้างพนักงานทำการผลิตสินค้าโดยตรง การลงทุนเกิดขึ้นในส่วนของสำนักงานและอุปกรณ์พื้นฐานเช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์ เฟอ์นเจอร์ และอุปกรณ์ตกแต่งต่างๆ เงินค่าประกันและพนักงานบริการลูกค้า ซึ่งไม่จำเป็นต้องทำการผลิตสินค้าเอง เนื่องจากสินค้าหรือบริการได้ถูกจัดบริการให้โดยผู้ประกอบการในธุรกิจที่เกี่ยวข้อง จึงถือว่าใช้เงินลงทุนไม่สูงมากนัก

2.3.2 การตลาด

การตลาด เป็นกระบวนการทางสังคมและการบริหาร (Social and managerial process) ซึ่งบุคคลและกลุ่มบุคคลได้รับสิ่งที่สนองความจำเป็นและความต้องการของเขาจากการสร้าง (Creating) การเสนอ (Offering) และการแลกเปลี่ยน (Exchange) ผลลัพธ์ที่มีมูลค่ากับบุคคลอื่น (Kotler : 1997) จากความหมายนี้มีประเด็นสำคัญคือ (1) เป็นกระบวนการทางสังคมและการบริหาร (2) วัตถุประสงค์ของการตลาดคือทำให้บุคคลและกลุ่มบุคคลได้รับสินค้าหรือบริการที่สามารถสนองความต้องการของเขา (3) เครื่องมือที่ใช้คือ การสร้าง การเสนอ และการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการกับบุคคลอื่น

การตลาดสำหรับธุรกิจท่องเที่ยวยังประกอบด้วยองค์ประกอบย่อยที่ต้องนำมาศึกษาวิเคราะห์ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ความจำเป็น ความต้องการ และความต้องการซื้อ (Needs, wants and demand) จุดเริ่มต้นของการตลาดก็คือ

ความจำเป็น (Needs) เป็นอำนาจพื้นฐานที่ทำให้บุคคลต้องการสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เพื่อสนองความต้องการพื้นฐานของร่างกาย ประกอบด้วยความต้องการในปัจจุบัน 4 ได้แก่ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย และยารักษาโรค รวมทั้งความต้องการพักผ่อน และความต้องการทางเพศ

ความต้องการ (Wants) เป็นความปรารถนาของบุคคลที่จะได้รับการตอบสนองความพอใจของบุคคลในระดับที่ลึกซึ้งกว่าความจำเป็น ความต้องการที่เกิดจากการเรียนรู้ด้านวัฒนธรรมและสังคม ซึ่งถือว่าเป็นความต้องการด้านจิตวิทยา เพื่อการยอมรับในสังคม รวมทั้งความต้องการประสพความสำเร็จสูงสุด ในชีวิต ซึ่งความต้องการประเภทนี้มีผลต่อการขายบริการของธุรกิจท่องเที่ยวอย่างมาก

ความต้องการซื้อ (Demands) เป็นความต้องการสินค้าหรือบริการที่มีความสามารถในการซื้อ และเต็มใจที่จะซื้อ ซึ่งประกอบด้วย (1) ความจำเป็นหรือความต้องการ (Needs or wants) (2) ความสามารถในการซื้อ (Ability to purchase) หรืออำนาจในการซื้อ (Purchasing power) หรือมีเงิน (3) ความเต็มใจที่จะซื้อสินค้าหรือบริการ (Willing to buy) เป็นทั้งความจำเป็น ความต้องการ และมีอำนาจในการซื้อในขณะเดียวกัน

ความสะดวกขั้นพื้นฐานที่เหมาะสมที่สามารถจะดำเนินธุรกิจร่วมกับตัวแทนจำหน่ายได้ แต่ถ้าเป็นผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวแบบค้าปลีกจำเป็นจะต้องเลือกทำเลที่ตั้งในย่านธุรกิจศูนย์กลางชุมชน หรือย่าน อุตสาหกรรมที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวก

2.3.1 แหล่งเงินทุน

การลงทุนในธุรกิจท่องเที่ยวจะมีข้อได้เปรียบในด้านการลงทุนเนื่องจากไม่จำเป็นต้องลงทุนในเครื่องมือหรืออุปกรณ์ในการผลิตสูงเหมือนกับอุตสาหกรรมการผลิตสินค้าอื่นๆ ไม่จำเป็นต้องจัดตั้งโรงงานผลิตสินค้าขึ้นหรือจ้างพนักงานทำการผลิตสินค้าโดยตรง การลงทุนเกิดขึ้นในส่วนของสำนักงานและอุปกรณ์พื้นฐานเช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์ เฟอ์นเจอร์ และอุปกรณ์ตกแต่งต่างๆ เงินค่าประกันและพนักงานบริการลูกค้า ซึ่งไม่จำเป็นต้องทำการผลิตสินค้าเอง เนื่องจากสินค้าหรือบริการได้ถูกจัดบริการให้โดยผู้ประกอบการในธุรกิจที่เกี่ยวข้อง จึงถือว่าใช้เงินลงทุนไม่สูงมากนัก

2.3.2 การตลาด

การตลาด เป็นกระบวนการทางสังคมและการบริหาร (Social and managerial process) ซึ่งบุคคลและกลุ่มบุคคลได้รับสิ่งที่สนองความจำเป็นและความต้องการของเขาจากการสร้าง (Creating) การเสนอ (Offering) และการแลกเปลี่ยน (Exchange) ผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่ากับบุคคลอื่น (Kotler : 1997) จากความหมายนี้มีประเด็นสำคัญคือ (1) เป็นกระบวนการทางสังคมและการบริหาร (2) วัตถุประสงค์ของการตลาดคือทำให้บุคคลและกลุ่มบุคคลได้รับสินค้าหรือบริการที่สามารถสนองความต้องการของเขา (3) เครื่องมือที่ใช้คือ การสร้าง การเสนอ และการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการกับบุคคลอื่น

การตลาดสำหรับธุรกิจท่องเที่ยวยังประกอบด้วยองค์ประกอบย่อยที่ต้องนำมาศึกษาวิเคราะห์ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ความจำเป็น ความต้องการ และความต้องการซื้อ (Needs, wants and demand) จุดเริ่มต้นของการตลาดก็คือ

ความจำเป็น (Needs) เป็นอำนาจพื้นฐานที่ทำให้บุคคลต้องการสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เพื่อสนองความต้องการพื้นฐานของร่างกาย ประกอบด้วยความต้องการในปัจจัย 4 ได้แก่ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย และยารักษาโรค รวมทั้งความต้องการพักผ่อน และความต้องการทางเพศ

ความต้องการ (Wants) เป็นความปรารถนาของบุคคลที่จะได้รับการตอบสนองความพอใจของบุคคลในระดับที่ลึกซึ้งกว่าความจำเป็น ความต้องการที่เกิดจากการเรียนรู้ด้านวัฒนธรรมและสังคม ซึ่งถือว่าเป็นความต้องการด้านจิตวิทยา เพื่อการยอมรับในสังคม รวมทั้งความต้องการประสบความสำเร็จสูงสุด ในชีวิต ซึ่งความต้องการประเภทนี้มีผลต่อการขายบริการของธุรกิจท่องเที่ยวอย่างมาก

ความต้องการซื้อ (Demands) เป็นความต้องการสินค้าหรือบริการที่มีความสามารถในการซื้อ และเต็มใจที่จะซื้อ ซึ่งประกอบด้วย (1) ความจำเป็นหรือความต้องการ (Needs or wants) (2) ความสามารถในการซื้อ (Ability to purchase) หรืออำนาจในการซื้อ (Purchasing power) หรือมีเงิน (3) ความเต็มใจที่จะซื้อสินค้าหรือบริการ (Willing to buy) เป็นทั้งความจำเป็น ความต้องการ และมีอำนาจในการซื้อในขณะเดียวกัน

5.1 การตลาดเพื่อความสัมพันธ์กัน (Relationships marketing) เป็นการสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มต่างๆ เช่น ลูกค้า ผู้บริโภค ผู้จัดการฝ่าย คนกลาง ผู้ขายปัจจัยการผลิต ฯลฯ ซึ่งจะต้องมีการส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพและราคาที่เหมาะสม การจัดจำหน่ายรวดเร็ว และการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสม

5.2 เครือข่ายทางการตลาด (Marketing networks) ประกอบด้วยบริษัทและกลุ่มผู้ที่ได้ผลประโยชน์จากองค์การ (Stakeholder) เป็นกลุ่มบุคคลต่างๆ ที่ให้การสนับสนุนมีผลกระทบต่อการสร้างความสัมพันธ์ของธุรกิจ ซึ่งสามารถสร้างกำไรได้ การตัดสินใจและการกำหนดนโยบายขององค์การ เช่น ลูกค้า (Customer) พนักงาน (Employee) ชุมชนในท้องถิ่น (Community) และผู้ถือหุ้น (Stockholder)

6. การตลาดและระบบการตลาด (Market and marketing system)

6.1 ตลาด (Market) ประกอบด้วยลูกค้าที่มีศักยภาพทั้งหมดที่มีความจำเป็น หรือความต้องการสินค้าหรือบริการ ซึ่งอาจมีความเต็มใจและความสามารถที่จะแลกเปลี่ยนเพื่อสนองความจำเป็น หรือ ความต้องการให้ได้ความพอใจของตนเอง ตลาดสำหรับบุคคลทั่วไป หมายถึง สถานที่ที่มีการซื้อ

ขาย แลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ เช่น ตลาดขายสินค้าทั่วไป สถานที่ขายบริการ รวมถึงการจัดงานแสดงสินค้าหรือบริการเพื่อตกลงการขายสินค้าและบริการด้วย

6.2 ระบบการตลาด (Marketing system) ประกอบด้วย สถาบันที่ทำหน้าที่สนองตอบ ความต้องการของลูกค้า และดำเนินการเคลื่อนย้ายคุณค่าของสินค้าและบริการจากผู้ผลิตไปยังลูกค้าหรือตลาด รวมทั้งสิ่งแวดล้อมภายในและสิ่งแวดล้อมภายนอกที่มีอิทธิพลต่อโปรแกรมการตลาดของธุรกิจ ซึ่งประกอบไปด้วย สิ่งแวดล้อมภายใน ผู้ขายปัจจัยการผลิต ผู้ผลิต คู่แข่งขัน คนกลาง ตลาดเป้าหมาย และ สิ่งแวดล้อม

ความสัมพันธ์ของระบบการตลาดต่างๆ ในระบบการตลาดและระบบเศรษฐกิจจึงประกอบด้วยตลาดต่างๆ ที่เข้ามาเกี่ยวข้องดังนี้

ตลาดผู้บริโภค (Consumer market) หมายถึง ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าไปจากผู้ผลิตเพื่อการใช้สอยส่วนตัวหรือใช้ในครัวเรือน กลุ่มผู้บริโภคนี้จะขายปัจจัยการผลิตให้ผู้ผลิตด้วย

ตลาดผู้ผลิต (Manufacturer market หรือ Producer market) หมายถึงผู้ที่ซื้อสินค้าหรือบริการไปเพื่อการผลิตหรือการใช้บริการเพื่อเสนอขายต่อไป ผู้ที่อยู่ในตลาดนี้คือผู้ผลิต ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมและ ผู้ขายบริการ รวมทั้งผู้จัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยว (Tour Operator) กลุ่มผู้ผลิตนี้จะซื้อทรัพยากร (ปัจจัยผลิต) เพื่อนำมาผลิตสินค้าและบริการ แล้วเสนอขายโดยผ่านตลาดคนกลางช่วยเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ไปยังตลาดผู้บริโภค

ตลาดคนกลาง (Middleman market) หรือตลาดผู้ขายต่อ (Reseller market) หมายถึงผู้ที่ซื้อสินค้าไปเพื่อขายต่อ ผู้ที่อยู่ในตลาดนี้คือ ตัวแทน ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก กลุ่มนี้จะซื้อสินค้าจากผู้ผลิตแล้วนำไปขายต่อให้ผู้บริโภค

ตลาดรัฐบาล (Government market) หมายถึง ส่วนราชการที่คอยอำนวยความสะดวกและดูแลตลาดต่างๆ ให้ระบบเศรษฐกิจดำเนินไปด้วยดี หน้าที่สำคัญของตลาดรัฐบาลคือการให้บริการและ

การเก็บภาษี ในส่วนของธุรกิจท่องเที่ยวนี้ยังมีหน้าที่ในการช่วยเหลือสนับสนุนการทำตลาด การท่องเที่ยวอีกด้วย

ตลาดธุรกิจ (Business market) เป็นตลาดผู้ผลิต (Manufacturer market หรือ Producer market) และตลาดคนกลาง (Middleman market) หรือตลาดผู้ขายต่อ (Reseller market) ซึ่งเป็นหน่วยธุรกิจที่ทำธุรกิจเพื่อมุ่งหวังกำไร

7. กระบวนการตลาด (Marketing process) และนักการตลาด (Marketer) จะเป็นผู้ที่กำหนดและวิเคราะห์ถึงความต้องการของลูกค้าแล้วพัฒนาส่วนประสมการตลาดเพื่อใช้กับตลาดเป้าหมายเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ งานที่เกี่ยวข้องดังกล่าวถือว่าเป็นงาน การตลาด

(Marketing) และลำดับขั้นตอนซึ่งเริ่มตั้งแต่การวิเคราะห์ถึงความต้องการของลูกค้าและสิ่งแวดล้อม การวางแผน ส่วนประสมการตลาด ปฏิบัติตามแผนและการควบคุมให้เป็นไปตามแผนถือว่าเป็นกระบวนการตลาด (Marketing process) หรืออาจเรียกว่าเป็นงานของ นักการตลาด (Marketing management process) งานการตลาดที่เกิดขึ้นนี้ถือว่าเป็นงานของนักการตลาด (Marketers) และผู้ที่ทำการบริหารการตลาดเรียกว่า ผู้บริหารการตลาด (Marketing manager)

สำหรับการตลาดธุรกิจท่องเที่ยวนี้ผู้ประกอบการอาจประกอบกิจกรรมทางการตลาดได้หลายกิจกรรมไปพร้อมๆ กัน และกระบวนการตลาดอาจมีความซับซ้อนมากกว่าตลาดสินค้าโดยทั่วไป เนื่องจากบริการท่องเที่ยว ประกอบด้วยผู้ผลิตหลายส่วนที่เข้ามาเกี่ยวข้องในกระบวนการผลิต การเสนอขาย และการตลาดโดยรวม

ในปัจจุบันธุรกิจท่องเที่ยวมีการให้ความสำคัญกับการแบ่งกลุ่มตลาดเป็นอย่างมากและ การกำหนดกลุ่มลูกค้าในตลาดเป้าหมายเฉพาะ (Niche market) จึงมีความจำเป็นที่ผู้เข้าสู่ตลาดต้องกำหนดตลาดของตัวเองและกำหนดลักษณะสินค้าและบริการ (Positioning) อย่างเหมาะสม

2.3.3 การจดทะเบียนธุรกิจนำเที่ยว

คำแนะนำการขออนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยว¹ (ดูข้อมูลเพิ่มเติม)

1. อนุญาตธุรกิจนำเที่ยว

"ธุรกิจนำเที่ยว"ได้แก่การประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการจัดหรือการให้บริการหรือการอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการเดินทาง สถานที่พัก อาหาร ที่พักนัจร และหรือมัครุเทศกั้ให้แก่ นักท่องเที่ยว โดย มุ่งหมายถึง "การนำเที่ยว" เป็นสำคัญ และต้องมีการติดต่อโดยตรงกับ นักท่องเที่ยวเพื่อจัดบริการไปท่องเที่ยว ณ สถานที่ต่าง ๆ ส่วนจะมีการบริการด้านการเดินทาง สถานที่พัก อาหาร หรือมัครุเทศกั้ด้วยหรือไม่ หรือมีมากน้อยเพียงใด ก็เป็นส่วนหนึ่งของ "การนำเที่ยว" เท่านั้น และดำเนินการในเชิงธุรกิจ แต่ไม่รวมถึงธุรกิจ

ให้เช่ายานพาหนะ เพื่อการเดินทางธุรกิจรับจ้างขนส่งผู้เดินทาง ธุรกิจโรงแรม หรือธุรกิจร้านอาหาร การไปทอดกฐิน การไปทอดผ้าป่า และการทัศนศึกษาเป็นครั้งคราว

2. ประเภทของใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยว

ใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยว แบ่งเป็น 3 ประเภท

1. เฉพาะพื้นที่ได้แก่การประกอบธุรกิจนำเที่ยวไปยังสถานที่ใดในจังหวัดหนึ่งจังหวัดใด ที่สำนักงานตั้งอยู่และจังหวัดที่มีพื้นที่ติดต่อกับจังหวัดนั้น
2. ในประเทศ ได้แก่ การประกอบธุรกิจนำเที่ยวไปยังสถานที่หนึ่งสถานที่ใดภายในราชอาณาจักร (Domestic)

3. ต่างประเทศ ได้แก่ การประกอบธุรกิจนำเที่ยวไปยังสถานที่หนึ่งสถานที่ใดในต่างประเทศ (Outbound) หรือนำเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศไปยังสถานที่หนึ่งสถานที่ใดภายในประเทศ (Inbound) และรวมถึงการนำเที่ยวไปยังสถานที่หนึ่งสถานที่ใดในราชอาณาจักร(Domestic) ด้วย

3. คุณสมบัติของผู้ขอใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยว

3.1 บุคคลธรรมดา

(ก) สัญชาติไทย

(ข) มีอายุไม่ต่ำกว่ายี่สิบปีบริบูรณ์

(ค) มีภูมิลำเนาหรือถิ่นที่อยู่ในราชอาณาจักรไทย

(ง) ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

(จ) ไม่เป็นคนไร้ความสามารถหรือคนเสมือนไร้ความสามารถ

(ฉ) ไม่เคยได้รับโทษจำคุกโดยคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุก เว้นแต่เป็นโทษสำหรับความผิดที่ได้

กระทำโดยประมาทหรือความผิดลหุโทษ

(ช) ไม่เป็นผู้อยู่ระหว่างถูกสั่งพักใช้ใบอนุญาต

(ซ) ไม่เคยถูกเพิกถอนใบอนุญาต แต่ถ้าเคยถูกเพิกถอนใบอนุญาตต้องถูกเพิกถอนมาแล้วไม่น้อยกว่า

3 ปี

3.2 ห้างหุ้นส่วนจำกัดสามัญจดทะเบียน

(ก) ต้องจดทะเบียนตามกฎหมายไทย

(ข) มีสำนักงานอยู่ในราชอาณาจักรไทย

(ค) ทุนของห้างหุ้นส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละ 51 ต้องเป็นของหุ้นส่วนซึ่งเป็นบุคคลธรรมดาและมีสัญชาติไทย

(ง) หุ้นส่วนผู้จัดการหรือผู้จัดการต้องมีสัญชาติไทย

(จ) หุ้นส่วนผู้จัดการต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามเช่นเดียวกับคุณสมบัติของ

บุคคลธรรมดาในข้อ 3.1 (ข) (ค) (ง) (จ) (ฉ) และ (ซ)

ให้เข้ายานพาหนะ เพื่อการเดินทางธุรกิจรับจ้างขนส่งผู้เดินทาง ธุรกิจโรงแรม หรือธุรกิจร้านอาหาร การไปทอดกฐิน การไปทอดผ้าป่า และการทัศนศึกษาเป็นครั้งคราว

2. ประเภทของใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยว

ใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยว แบ่งเป็น 3 ประเภท

1. เฉพาะพื้นที่ได้แก่การประกอบธุรกิจนำเที่ยวไปยังสถานที่ใดในจังหวัดหนึ่งจังหวัดใด
ที่สำนักงานตั้งอยู่และจังหวัดที่มีพื้นที่ติดต่อกับจังหวัดนั้น
2. ในประเทศ ได้แก่ การประกอบธุรกิจนำเที่ยวไปยังสถานที่หนึ่งสถานที่ใดภายใน
ราชอาณาจักร (Domestic)
3. ต่างประเทศ ได้แก่ การประกอบธุรกิจนำเที่ยวไปยังสถานที่หนึ่งสถานที่ใดในต่างประเทศ
(Outbound) หรือนำเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศไปยังสถานที่หนึ่งสถานที่ใด
ภายในประเทศ (Inbound) และรวมถึงการนำเที่ยวไปยังสถานที่หนึ่งสถานที่ใดใน
ราชอาณาจักร(Domestic) ด้วย

3. คุณสมบัติของผู้ขอใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยว

3.1 บุคคลธรรมดา

(ก) สัญชาติไทย

(ข) มีอายุไม่ต่ำกว่ายี่สิบปีบริบูรณ์

(ค) มีภูมิลำเนาหรือถิ่นที่อยู่ในราชอาณาจักรไทย

(ง) ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

(จ) ไม่เป็นคนไร้ความสามารถหรือคนเสมือนไร้ความสามารถ

(ฉ) ไม่เคยได้รับโทษจำคุกโดยคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุก เว้นแต่เป็นโทษสำหรับความผิดที่
ได้

กระทำโดยประมาทหรือความผิดลหุโทษ

(ช) ไม่เป็นผู้อยู่ระหว่างถูกสั่งพักใช้ใบอนุญาต

(ซ) ไม่เคยถูกเพิกถอนใบอนุญาต แต่ถ้าเคยถูกเพิกถอนใบอนุญาตต้องถูกเพิกถอนมาแล้วไม่
น้อยกว่า

3 ปี

3.2 ห้างหุ้นส่วนจำกัดสามัญจดทะเบียน

(ก) ต้องจดทะเบียนตามกฎหมายไทย

(ข) มีสำนักงานอยู่ในราชอาณาจักรไทย

(ค) ทุนของห้างหุ้นส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละ 51 ต้องเป็นของหุ้นส่วนซึ่งเป็นบุคคลธรรมดาและ
มีสัญชาติไทย

(ง) หุ่นส่วนผู้จัดการหรือผู้จัดการต้องมีสัญชาติไทย

(จ) หุ่นส่วนผู้จัดการต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามเช่นเดียวกับคุณสมบัติของบุคคลธรรมดาในข้อ 3.1 (ข) (ค) (ง) (จ) (ฉ) (ช) และ (ซ)

	แบบทดสอบ	หน่วยการเรียนรู้ 3-5
	รหัส 3702-2002	ระดับ ปวส จำนวน 3 หน่วยกิต
	วิชา การจัดการธุรกิจท่องเที่ยว	
	ชื่อหน่วย การจัดตั้งธุรกิจนำเที่ยว	จำนวนชั่วโมงรวม 9 ชั่วโมง
	ชื่อเรื่อง การจัดตั้งธุรกิจนำเที่ยว	จำนวนชั่วโมง 9 ชั่วโมง

จงตอบคำถามเกี่ยวกับการจัดตั้งธุรกิจนำเที่ยว

1.ประเภทหลักๆ ของธุรกิจนำเที่ยว (Types of Tourist Business) สามารถแบ่งได้กี่ประเภท

ก. 2 ประเภท

ข. 3 ประเภท

ค. 4 ประเภท

ง. 5 ประเภท

2. ข้อใดไม่ใช่เป็นผู้ประกอบการ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ก. ร้านอาหาร

ข. บริการขนส่งผู้โดยสาร

ค. โรงแรม

ง. ร้านอัดรูป

3.ผู้จ้ดนำเที่ยว (Tour Operator) ทำหน้าที่อะไร

ก. ผู้ประกอบบริการตรงเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

ข. ตัวแทนจำหน่ายทางการท่องเที่ยวแบบค้าปลีก และรับสินค้าและบริการจากผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวมาเพื่อขาย

ค. ผู้ประกอบการที่จัดทำโปรแกรมนำเที่ยวและจ้ดนำเที่ยว ผู้จ้ดนำเที่ยวจะเป็นผู้ติดต่อ

ประสานงานตลอดกับผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับโปรแกรมการท่องเที่ยว

ง. ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว ให้บริการนำเที่ยวตามโปรแกรมการท่องเที่ยว

4. ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวแบบค้าส่ง (Tour Wholesaler) ทำหน้าที่อะไร

ก. ผู้ประกอบการบริการตรงเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

ข. ตัวแทนจำหน่ายทางการท่องเที่ยวแบบค้าปลีก และรับสินค้าและบริการจากผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวมาเพื่อขาย

ค. ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว เป็นผู้จัดโปรแกรมการท่องเที่ยวขึ้นเองเป็นผู้ประกอบการนำเที่ยว

ด้วย

ง. ผู้ประกอบการรับหรือจัดโปรแกรมนำเที่ยวหรือ จัดและเป็นผู้ผู้ติดต่อประสานงานตลอดกับ
ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับโปรแกรมการท่องเที่ยว เพื่อจำหน่ายสินค้าหรือบริการ

5.ข้อใดไม่ใช่องค์ประกอบที่ใช้ในการจัดตั้งธุรกิจนำเที่ยว

ก. ทำเลที่ตั้ง

ข. แหล่งเงินทุน

ค. การตลาด

ง. แหล่งท่องเที่ยว

6.ใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยวตามพระราชบัญญัตินำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2535 แบ่งเป็นกี่
ประเภท

ก. 2 ประเภท

ข. 3 ประเภท

ค. 4 ประเภท

ง. 5 ประเภท

7.ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวจะต้องชำระค่าธรรมเนียมประเภทเฉพาะพื้นที่ เท่าไหร่

ก. ค่าธรรมเนียม 100 บาท

ข. ค่าธรรมเนียม 200 บาท

ค. ค่าธรรมเนียม 300 บาท

ง. ค่าธรรมเนียม 400 บาท

8. ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวจะต้องวางหลักประกันประเภทในประเทศเท่าไร

ก. วางหลักประกัน 10,000 บาท

ข. วางหลักประกัน 20,000 บาท

ค. วางหลักประกัน 40,000 บาท

ง. วางหลักประกัน 50,000 บาท

	แบบเฉลย	หน่วยการเรียนรู้ 3-5
	รหัส 3702-2002 วิชา การจัดการธุรกิจท่องเที่ยว	ระดับ ปวส จำนวน 3 หน่วยกิต
	ชื่อหน่วย การจัดตั้งธุรกิจนำเที่ยว	จำนวนชั่วโมงรวม 9 ชั่วโมง
ชื่อเรื่อง การจัดตั้งธุรกิจนำเที่ยว		จำนวนชั่วโมง 9 ชั่วโมง

การจัดตั้งธุรกิจนำเที่ยว

1. ก
2. ง
3. ค
4. ง
5. ง
6. ค
7. ก
8. ง

แผนการจัดการเรียนรู้

รหัสวิชา 3702-2002 ชื่อวิชา การจัดการธุรกิจท่องเที่ยว 3(3) สอนครั้งที่ 6-9
หน่วยที่ 3 ชื่อหน่วย ธุรกิจค้าส่งและค้าปลีกทางการท่องเที่ยว เวลา 12 ชั่วโมง

สาระสำคัญ

ธุรกิจค้าส่งทางการท่องเที่ยว เข้ามามีบทบาทในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เป็นส่วนประกอบหลักของธุรกิจท่องเที่ยวในฐานะตัวกลาง (Middleman) ที่จะทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวมีพัฒนาการที่ดีขึ้น และก่อให้เกิดประโยชน์ต่อทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มีความสำคัญต่อการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของโลกเป็นอย่างยิ่ง

การประกอบธุรกิจท่องเที่ยวแบบตัวแทนจำหน่ายทางการท่องเที่ยวมีบทบาทหน้าที่เฉพาะในการเป็นตัวกลางหรือตัวแทนจำหน่ายสินค้าหรือบริการที่ไม่ได้ผลิตหรือให้บริการขึ้นเอง การตัดสินใจใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวจึงมีเหตุผลที่นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการต่างๆ ดังนั้นการบริการของธุรกิจนำเที่ยวแบบตัวแทนจำหน่ายจึงไม่มีความแตกต่างกันในตัวสินค้า ลูกค้าสามารถซื้อสินค้าและบริการประเภทเดียวกันได้จากหลายแหล่งผลิตดังนั้นลูกค้าจึงไม่ค่อยมีความภักดีต่อชื่อยี่ห้อของตัวแทนจำหน่ายมากนัก ดังนั้นตัวแทนจำหน่ายจึงต้องมีการบริการที่เป็นจุดเด่นสามารถแข่งขันกับคู่แข่งอื่น ๆ ได้ และที่สำคัญตัวแทนจำหน่ายจะต้องมีที่ตั้ง (Location) ในแหล่งชุมชน ศูนย์การค้า และสร้างชื่อเสียงทางด้านธุรกิจ (Goodwill) การสร้างภาพพจน์และชื่อเสียงให้เป็นที่ยอมรับ มีการออกแบบร้าน (Designed) และพนักงานต้องมีทักษะและ ความสามารถในการแข่งขันในธุรกิจ มีความแม่นยำและมีมาตรฐานในการบริการที่ดี

จุดประสงค์การเรียนรู้

จุดประสงค์ทั่วไป

1. สามารถอธิบายความแตกต่างระหว่างธุรกิจท่องเที่ยวแบบค้าส่ง และค้าปลีกได้
2. สามารถอธิบายเกี่ยวกับกฎเกณฑ์และลักษณะการทำงาน ทักษะความรู้ความสามารถในการดำเนินธุรกิจและการแข่งขันเชิงธุรกิจ ของธุรกิจค้าปลีกทางการท่องเที่ยวได้

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

1. อธิบายความแตกต่างระหว่างธุรกิจท่องเที่ยวแบบค้าส่ง และค้าปลีกได้
2. อธิบายเกี่ยวกับกฎเกณฑ์และลักษณะการทำงาน ทักษะความรู้ความสามารถในการดำเนินธุรกิจและการแข่งขันเชิงธุรกิจ ของธุรกิจค้าปลีกทางการท่องเที่ยวได้

สาระการเรียนรู้

1. ธุรกิจท่องเที่ยวแบบค้าส่ง (Travel Wholesaling)
 - ประโยชน์ของธุรกิจค้าส่งทางการท่องเที่ยว (Benefits)
 - การดำเนินธุรกิจค้าส่งทางการท่องเที่ยว (Implementation)
2. ธุรกิจค้าปลีกทางการท่องเที่ยว (Travel Retailing)
 - บทบาทหน้าที่ในการทำงานของตัวแทนจำหน่ายทางการท่องเที่ยว (The Role of Travel Agents)
 - เหตุผลที่นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการธุรกิจท่องเที่ยว (Determinants of Demand for Tourism)
 - การจัดตั้งและดำเนินธุรกิจท่องเที่ยว (Setting up and Running a Travel Agency)
 - ทักษะและความสามารถในการแข่งขันในธุรกิจ (Travel Agency Skills and Competence)
 - ลักษณะงานในการรับจองสินค้าหรือบริการ (Activities associated with the booking of travel)
 - ลำดับขั้นตอนการรับงานจัดนำเที่ยว
 - ทักษะการติดต่อกับลูกค้า (Customer Contract Skills)
 - ขั้นตอนและกระบวนการขายสินค้าและบริการ (The Sales Sequence)
3. การคิดต้นทุนการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวและโปรแกรม (Cost control for tourist business)
 - การคิดต้นทุนโปรแกรมการท่องเที่ยวด้วยวิธีต้นทุนบวกกำไร (Mark up)
 - การคิดต้นทุนจากจุดคุ้มทุน (Break event point pricing)

กิจกรรมการเรียนรู้

1. สอนบอกชื่อเรื่อง จุดประสงค์และเนื้อหาที่จะเรียน
2. ผู้สอนบรรยายเนื้อหาธุรกิจค้าส่งและค้าปลีกทางการท่องเที่ยว โดยมีสื่อการสอนต่าง ๆ ประกอบ
3. ผู้สอนแจกแผนการตลาดท่องเที่ยวให้ตัวแทนนักศึกษา 4 คน คนละ 1 ใบ ให้ตัวแทนทั้ง 4 คน สรุปสิ่งที่ได้จากแผนให้เพื่อนในชั้นเรียนฟัง
4. ผู้สอนอธิบายเพิ่มเติมในส่วนที่ไม่สมบูรณ์ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น
5. ผู้สอนให้นักศึกษาแบ่งกลุ่มเป็น 5 กลุ่ม ร่วมกันศึกษาธุรกิจค้าส่งและค้าปลีกทางการท่องเที่ยว
6. นักศึกษาร่วมกันอภิปรายตามหัวข้อที่ได้รับมอบหมาย
7. ครูและนักศึกษาร่วมกันสรุปบทเรียน โดยครูตั้งคำถามและให้นักเรียนช่วยกันตอบ
8. นักศึกษาทำแบบทดสอบหลังเรียน

สื่อการเรียนรู้และแหล่งการเรียนรู้

1. หนังสือ การจัดการธุรกิจนำเที่ยว (มหาวิทยาลัยมหาสารคาม) , เอกสารประกอบการเรียนการสอน (อ.คมกฤต วงศ์นาค)
2. ใบความรู้
3. Internet บทเรียนการท่องเที่ยว ศูนย์การท่องเที่ยวทั่วไทย
www.thai.tourismthailand.org
www.tat.or.th
4. ระบบการสอนออนไลน์
https://mis.pkru.ac.th/syllabus/view_syllabus.php?id=31

การวัดผลและประเมินผล

1. เครื่องมือ

1.1 แบบทดสอบ

1.2 แบบสังเกตพฤติกรรม

2. เกณฑ์การประเมิน

2.1 จำนวนคะแนนเต็ม 10 คะแนน (ข้อละ 5 คะแนน)

2.2 เกณฑ์ในการให้คะแนน

1. ตอบคำถามได้ครบถ้วนสมบูรณ์ทั้งความหมายและเนื้อหา	5	ดีมาก
2. ตอบคำถามได้ทั้งความหมายและเนื้อหาแต่ไม่สมบูรณ์	4	ดี
3. ตอบคำถามได้บางส่วนมีความหมายเนื้อหาถูกต้องแต่ไม่สมบูรณ์	3	พอใช้
4. ตอบคำถามได้เฉพาะบางส่วน	1-2	ปรับปรุง

2.3 ผลการประเมิน

ทำคะแนนได้ 9 – 10 คะแนน อยู่ในเกณฑ์ ดีมาก

ทำคะแนนได้ 7 – 8 คะแนน อยู่ในเกณฑ์ ดี

ทำคะแนนได้ 5 – 6 คะแนน อยู่ในเกณฑ์ ผ่าน

ทำคะแนนได้ 1 – 4 คะแนน อยู่ในเกณฑ์ ไม่ผ่าน

กิจกรรมเสนอแนะ / งานที่มอบหมาย

ให้นักเรียนหาความรู้เพิ่มเติม ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจค้าส่งและค้าปลีกทางการท่องเที่ยว
ความรู้เรื่องการขอจัดตั้ง

- ความรู้เรื่องกลยุทธ์ทางการตลาดท่องเที่ยว
- ความรู้เรื่องศัพท์ท่องเที่ยว
- ประเภทของนักท่องเที่ยว

เอกสารอ้างอิง

3. อาจารย์ธนศ ศรีสถิตย์.2545.การจัดการธุรกิจท่องเที่ยว.มหาสารคาม:
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
2. เอกสารประกอบการเรียนการสอน (อ.คมกฤต วงศ์นาค)
3. Internet บทเรียนการท่องเที่ยว ศูนย์การท่องเที่ยวทั่วไทย
www.thai.tourismthailand.org,www.tat.or.th
4. ระบบการสอนออนไลน์
https://mis.pkru.ac.th/syllabus/view__syllabus.php?id=31

บันทึกหลังการสอน

ผลการสอน

.....

.....

.....

.....

.....

ปัญหา / อุปสรรค

.....

.....

.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะ / แนวทางแก้ไข

.....

.....

.....

.....

.....

.....ผู้สอน
(นางสาวฉัตรชนก มหัทธนนารกกร)
...../...../.....

ความคิดเห็นของผู้บังคับบัญชา

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ลงชื่อ.....

(.....)

	ใบความรู้ที่ 3	หน่วยการเรียนรู้ที่ 6-9
	รหัส 3702-2002	ระดับ ปวส. จำนวน 3 หน่วยกิต
	วิชา การจัดการธุรกิจท่องเที่ยว	
	ชื่อหน่วย ธุรกิจค้าส่งและค้าปลีกทางการท่องเที่ยว	จำนวนชั่วโมงรวม 12 ชั่วโมง
	ชื่อเรื่อง ธุรกิจค้าส่งและค้าปลีกทางการท่องเที่ยว	จำนวนชั่วโมง 12 ชั่วโมง

3 ธุรกิจค้าส่งและค้าปลีกทางการท่องเที่ยว

3.1 ธุรกิจท่องเที่ยวแบบค้าส่ง (Travel Wholesaling)

การท่องเที่ยวต้องให้นักท่องเที่ยวได้รับการบริการที่ดีและมีคุณภาพสามารถเชื่อมั่นได้ เพราะการบริการไม่มีตัวตนที่เป็นรูปธรรม “High degree of Trust Service rather than tangible goods” และการท่องเที่ยวเป็นการขายความฝัน ต้องให้บริการให้นักท่องเที่ยวได้รับสุนทรีย์ของการบริการที่เขาต้องการอย่างดีที่สุด ซึ่งเปรียบเสมือนการขายบริการการสร้างความฝันให้ใกล้ความเป็นจริง “Selling Dreams, Make the dream equal to reality”

ธุรกิจท่องเที่ยวแบบค้าส่ง (Tour wholesaling)

ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวแบบค้าส่งรู้จักกันในนามของผู้จัดนำเที่ยว (Tour Operator) หรือพ่อค้า คนกลาง (Middleman) การประกอบธุรกิจค้าส่งเป็นการทำงานของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ที่ได้ทำหน้าที่เป็นคนกลางในการประสานงานผู้ประกอบการธุรกิจผลิตสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และ ได้นำเอาสินค้าและบริการเหล่านั้นมาประกอบกันเข้าเป็นสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว โดยที่สินค้าและบริการที่จะเกิดขึ้นเป็นโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวไม่ได้ให้บริการ โดยตรง แต่ผู้ประกอบการผลิตสินค้าและบริการที่ถูกรวมเข้าเป็นโปรแกรมการท่องเที่ยวจะเป็นผู้ให้บริการ

โดยทั่วไปการเดินทาง (A trip) จะประกอบด้วย ที่พัก (Accommodation) การขนส่งผู้โดยสาร (Transportation) อาหารและเครื่องดื่ม (Food) สิ่งบันเทิง (Entertainment) และการทัศนอาจร (Sightseeing) ซึ่งรวมกันเข้าเป็นการเดินทางท่องเที่ยว การขยายธุรกิจบริการ (Diversification) ให้ครอบคลุมการบริการให้มีความหลากหลายในธุรกิจต่างๆ ทั้งธุรกิจโรงแรม ธุรกิจการขนส่งผู้โดยสาร ธุรกิจตัวแทนจำหน่าย ทางกรท่องเที่ยว ซึ่งประโยชน์ที่ได้รับจะเป็นข้อได้เปรียบทางด้านโครงสร้างทางด้านราคาที่ต่ำ ปริมาณการเสนอขายสูง และได้เปรียบในการแข่งขัน

3.1.1 ประโยชน์ของธุรกิจค้าส่งทางการท่องเที่ยว (Benefits)

ตามที่ได้กล่าวมาในบทแรก ถึงบทบาทของธุรกิจค้าส่งทางการท่องเที่ยว นั้น จะเห็นว่าการมีธุรกิจ ค้าส่งทางการท่องเที่ยวเป็นส่วนประกอบหนึ่งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่จะเป็นตัวกลางในการประสานงานระหว่างผู้ประกอบการ ผู้ค้าปลีก และผู้บริโภค ที่จะทำให้การจัดส่งสินค้าและบริการเป็นไปได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้นซึ่งก่อประโยชน์ให้กับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวดังต่อไปนี้

ผู้ประกอบการ (Suppliers) ผู้ประกอบการในการผลิตสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวจะได้รับ ความช่วยเหลือในด้านการตลาด (Marketing) จากตัวผู้ประกอบการธุรกิจค้าส่งทางการท่องเที่ยวเพื่อผลิตสินค้าและบริการให้ตรงตามที่ต้องการ ซึ่งเป็นการโอนความเสี่ยงในการขายสินค้าและบริการนั้นๆ และสร้างความมั่นใจในการจำหน่ายสินค้าและบริการให้เกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ เช่นการทำสัญญาเพื่อขายสินค้าและบริการ ซึ่งเป็นการเพื่อผลกการะในการจัดจำหน่ายให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวแบบค้าส่ง ดังรู้จักกันในลักษณะของการทำสัญญาเพื่อการซื้อขายสินค้าดังต่อไปนี้ การยืนยันการใช้บริการ (Block) โดยการทำสัญญา (Contract) ในรูปแบบของการยืนยันการซื้อ (A block purchase) ที่ผู้ประกอบการธุรกิจค้าส่งทางการท่องเที่ยวจะทำสัญญาการซื้อสินค้าหรือบริการไว้จำนวนหนึ่งและใช้บริการเมื่อมีลูกค้าหรือบริการต้องการสินค้าหรือบริการนั้นๆ และทำการเรียกเก็บเงินจากบริษัทตามที่ตกลงไว้ซึ่งปกติจะไม่เกิน 30 วันซึ่งจะมีข้อตกลงเกี่ยวกับผลประโยชน์ที่จะได้รับอื่นๆ ตลอดจนราคาค่าห้องพักในราคาที่ต่ำมาก และเมื่อครบรอบสัญญาซึ่งปกติจะมีอายุ 1 ปี ผู้ประกอบการธุรกิจค้าส่งทางการท่องเที่ยวจะต้องจ่ายชำระเพื่อซื้อสินค้าและบริการตามจำนวนที่ได้ตกลงไว้ ส่วนการทำสัญญาแบบยืนยันการจอง (A block reservation) มีลักษณะคล้ายกับแบบของการยืนยันการซื้อแต่จะไม่มีข้อผูกมัดในการซื้อขาย เนื่องจากเป็นเพียงการคาดการณ์จำนวนสินค้าและบริการไว้จำนวนหนึ่งซึ่งเมื่อครบรอบสัญญาก็ไม่จำเป็นต้องจ่ายชำระเพื่อซื้อ หรือจะพบในรูปแบบของการทำข้อตกลงราคา (Contact rate) เท่านั้น

ผู้บริโภค (Consumers) จะได้รับประโยชน์จากธุรกิจค้าส่งทางการท่องเที่ยว ในด้านค่าใช้จ่ายในการหาข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว (Reduce cost of locating information on destination) เนื่องจากสามารถหาข้อมูลทางการท่องเที่ยวจากธุรกิจค้าส่งทางการท่องเที่ยวที่จัดทำไว้สำเร็จรูปได้ทันที นอกจากนี้ยังเป็นการลด ค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสารและการจอง (Reduce transaction cost) เนื่องจากไม่ต้องติดต่อ ผู้ประกอบการแต่ละรายด้วยตนเอง และผู้บริโภคยังได้รับการท่องเที่ยวเป็นโปรแกรมต่างๆ ในราคาถูก (Lower-priced vacations) เนื่องจากธุรกิจค้าส่งทางการท่องเที่ยวมีกำลังการต่อรองและจัดสินค้าและบริการสูงกว่าการซื้อส่วนบุคคล และผู้บริโภคยังได้รับการบริการเสริมอื่นๆ เช่น ไม่

เสียเวลาในการ จัดการและวางแผน ได้รับการดูแลอำนวยความสะดวกและมีความปลอดภัยในการเดินทาง (Less time needs for organizing and planing, security and safety)

ธุรกิจค้าปลีกทางการท่องเที่ยว (Travel agents) ซึ่งเป็นผู้จำหน่ายสินค้าและบริการเป็นช่วงสุดท้ายจะได้รับผลประโยชน์จากการรับสินค้าและบริการที่จัดทำเป็นโปรแกรมสำเร็จรูป หรือกึ่งสำเร็จรูปมาจำหน่าย โดยตรงโดยไม่ต้องติดต่อผ่านผู้ประกอบการหรือตัวแทนจำหน่ายของสินค้าและบริการแต่ละชนิด ซึ่งเป็นการส่งต่อสินค้าและบริการเพียงต่อเดียว (One transaction)

สถานที่ท่องเที่ยว (Tourist destinations) ที่เป็นสินค้าของธุรกิจท่องเที่ยวจะได้รับการวางแผนพัฒนาและดูแลเอาใจใส่จากผู้ประกอบการ เนื่องจากเป็นตัวสินค้าของธุรกิจค้าส่งทางการท่องเที่ยว จึงได้รับการดูแล ให้คงคุณค่าและจุดดึงดูดของสถานที่ท่องเที่ยว (Destination attractive)

3.1.2 การดำเนินธุรกิจค้าส่งทางการท่องเที่ยว (Implementation)

ผู้ประกอบการธุรกิจค้าส่งทางการท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีความรู้ความสามารถเฉพาะด้านในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากธุรกิจค้าส่งทางการท่องเที่ยวจำเป็นต้องอาศัยความรู้ความสามารถเฉพาะด้านและปัจจัยสนับสนุนในการดำเนินธุรกิจโดยเฉพาะอย่างยิ่งสิ่งอำนวยความสะดวกประเภทสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานที่จำเป็นด้วย

ความรู้ที่จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจ (Knowledge requirements) การประกอบธุรกิจค้าส่งทางการท่องเที่ยว จำเป็นต้องมีความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว (Destination) เป็นอย่างดี เพื่อประโยชน์ในการจัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยวและการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว ความรู้เกี่ยวกับการติดต่อสื่อสาร (Communication) เพื่อการติดต่อประสานงานกับผู้ประกอบการเกี่ยวกับสินค้าและบริการ ผู้ค้าปลีก และผู้บริโภคเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสาร กระบวนการจัดจำหน่าย การยืนยันการบริการ และการจัดให้บริการทางการท่องเที่ยว และที่ขาดเสียไม่ได้คือความชำนาญการตลาด (Marketing skills) ที่จะจัดสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวให้ตรงตามสถานะการตลาดที่เป็นอยู่ นอกจากนั้นธุรกิจค้าส่งทางการท่องเที่ยวจะต้องมีความรู้ความชำนาญในการ ต่อรอง (Negotiation) เพื่อให้ได้สินค้าและบริการราคาต่ำกว่าราคาตลาดทั่วไป เพื่อนำไปจัดทำโปรแกรม การท่องเที่ยวให้สามารถแข่งขันทางด้านราคาในตลาดต่อไป

ปัจจัยที่ส่งผลให้ประสบความสำเร็จในการเพิ่มยอดขาย

ธุรกิจค้าส่งทางการท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเป็นผู้จัดทำตลาดเอง โดยจะทำการโฆษณา (Advertising) ให้สินค้าและบริการเป็นที่รู้จักและยอมรับในตลาด ต้องมีประสิทธิภาพในการดำเนินงาน (Operating efficiency) เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ การบริการการจัดการที่ดีจึงมีความจำเป็นในการดำเนินธุรกิจด้วย เพื่อสร้างจุดแข็งของการบริการของการดำเนินธุรกิจความรู้เฉพาะ

ทางเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว (Specialized knowledge) จึงมีความจำเป็นในสภาวะการแข่งขันในตลาดปัจจุบัน ผู้ประกอบการที่มีความชำนาญเฉพาะด้านจะได้เปรียบจากการดำเนินธุรกิจ นอกจากนี้ผู้ประกอบการธุรกิจค้าส่งทางการท่องเที่ยวยังจำเป็นต้องนำการประหยัดจากขนาดการผลิต (Economies of scale) มาใช้กับการผลิตสินค้าและบริการที่สามารถให้บริการกับตลาดโดยรวม และจัดจำหน่ายได้เป็นระยะเวลานาน

ความรู้ความชำนาญเฉพาะด้าน (Specializing) ธุรกิจค้าส่งทางการท่องเที่ยวที่มีความชำนาญเฉพาะด้านจะทำโปรแกรมสินค้าและบริการเฉพาะกลุ่มที่มีความสนใจเป็นพิเศษหรือต้องการความรู้เฉพาะด้าน (Special knowledge, Special interest) ในสภาวะที่มีการแข่งขันสูง การเจาะตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) จึงเป็นการสร้างจุดขายที่แตกต่างกันและสามารถขายสินค้าและบริการในราคาที่สูงกว่าคู่แข่ง

3.2 ธุรกิจค้าปลีกทางการท่องเที่ยว (Travel Retailing)

ธุรกิจค้าปลีกทางการท่องเที่ยว ที่รู้จักกันในนามของบริษัทตัวแทนจำหน่าย (Travel agency) เป็นธุรกิจที่เข้าถึงตัวผู้บริโภคมากที่สุด และอาศัยข้อได้เปรียบทางด้านสถานที่ในการจัดจำหน่าย (Place / Distribution channel)

ผู้ผลิตโปรแกรมการท่องเที่ยว (Tour Operator) ส่วนใหญ่มักจะขายโปรแกรมการท่องเที่ยวให้กับ นักท่องเที่ยว (Tourist) ผ่านตัวแทนจำหน่ายทางการท่องเที่ยว (Travel Agency) ในอดีตมีการพัฒนา การเดินทางท่องเที่ยวเกิดขึ้นพร้อมกับการขนส่งผู้โดยสาร ลักษณะการขายตั๋วโดยสารส่วนใหญ่ มีการจัดจำหน่ายผ่านบริษัทตัวแทนจำหน่ายทางการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการขนส่งผู้โดยสารและ สินค้าทางเรือและรถไฟ เมื่อการขนส่งทางอากาศได้พัฒนาขึ้น ผู้ใช้บริการทางรถไฟจึงน้อยลงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 การขนส่งทางอากาศมีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว มีแข่งขันสูงมากทำให้แต่ละสายการบินพยายามพัฒนาระบบการจำหน่ายตั๋วเครื่องบินขึ้น และมีการขายตั๋วโดยสารผ่านตัวแทนจำหน่ายบริษัทเล็กๆ และขยายตัวออกไป โดยเริ่มแรกในประเทศอังกฤษ ซึ่งรู้จักกันในนามของบริษัทตัวแทนจำหน่ายขนาดเล็ก (Travel Agency) ที่รู้จักกันในนามของบริษัท Cox and Kings หลังจากนั้นได้มีตัวแทนจำหน่ายทางการท่องเที่ยวเกิดขึ้นอีกหลายบริษัท และให้บริการทางการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จนมีการแข่งขันในการเสนอขายสูงจนเกิดปัญหาคือ ตัวแทนจำหน่ายตัดราคากัน จนเกิดตัวแทนจำหน่ายทางการท่องเที่ยวที่เรียกว่า Bucket shop ซึ่งเป็นสถานที่ขายตั๋วโดยสารในราคาสุดท้ายที่ลดราคาจากราคาหน้าตั๋วเป็นอย่างมาก โดยมีเงื่อนไขการจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อย เช่น ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงเวลาได้ จนก่อให้เกิดผลกระทบกับการทำธุรกิจการขนส่งผู้โดยสารทางอากาศ เป็นอย่างมากและมีการใช้เทคนิคในการลักลอบออกตั๋วโดยสารทางอากาศข้ามแดน (A technically illegal

service in cross-border ticketing) อีกทั้งตัวแทนจำหน่ายทาง การท่องเที่ยวยังมีการใช้เทคนิคในการ ออกตั๋วโดยสารที่มีเส้นทางเชื่อมต่อเที่ยวบินต่อเนื่องหรือหลาย จุดหมายปลายทาง (Multi-leg journey) แล้วยกเลิกเส้นทางเพื่อปรับราคาตั๋วโดยสารให้ถูกลงในราคาของ เส้นทางที่ถูกกว่าการเดินทางจริงใน บางเส้นทางการบิน จึงทำให้ตัวแทนจำหน่ายทางการท่องเที่ยวเข้ามามีบทบาทต่อธุรกิจการขนส่ง ผู้โดยสารและอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมากขึ้นตามลำดับ ดังนั้นจึงเริ่มมีการพัฒนาและจัดตั้งกฎระเบียบ ข้อตกลงต่างๆ ขึ้นดังต่อไปนี้

IATA (International Air Transport Association) (ดูข้อมูลเพิ่มเติม) ซึ่งทำหน้าที่ในการออกกฎ ควบคุมราคาตั๋วโดยสารทางอากาศ และเป็นส่วนงานดูแลผลประโยชน์ระหว่างสายการบินนานาชาติอยู่ แล้ว ได้มีการปรับเปลี่ยนหน้าที่เป็นหน่วยงานกลางในการปรับปรุงยอดบัญชีระหว่างสายการบิน (Central clearing house system) ในที่สุด

3.2.1 บทบาทหน้าที่ในการทำงานของตัวแทนจำหน่ายทางการท่องเที่ยว (The Role of Travel Agents)

ตัวแทนจำหน่ายทางการท่องเที่ยวจะบทบาทหน้าที่ในการทำงานต่างจากธุรกิจค้าปลีกประเภท อื่นๆ เนื่องจากตัวแทนจำหน่ายทางการท่องเที่ยวไม่มีการซื้อสินค้าหรือบริการมาเพื่อขายต่อให้กับลูกค้า และ ตัวแทนจำหน่ายทางการท่องเที่ยวไม่มีการะในการจัดเก็บสินค้าคงคลังหรือการบริการไว้

สิ่งสำคัญที่พึงระลึกถึงในการทำงานของตัวแทนจำหน่ายทางการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการ เสนอขาย สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวไปสู่ลูกค้า (Two important implications for the business of travel distribution). คือหนึ่งการก่อตั้งธุรกิจตัวแทนจำหน่ายทางการท่องเที่ยวมี ค่าใช้จ่ายในค่อนข้างต่ำเมื่อ เปรียบเทียบกับธุรกิจประเภทอื่น และสองธุรกิจตัวแทนจำหน่าย ทางการท่องเที่ยวไม่มีความจำเป็นที่จะต้องระบายสินค้าในคลังสินค้าเนื่องจากไม่มีการซื้อขาด สินค้ามาจัดเก็บในคลังแต่ลูกค้าท่องเที่ยวที่เป็นลูกค้าไม่มีความนิยมหรือความสือสัดย์ต่อซื้อ/ยี่ห้อของ ตัวแทนจำหน่ายนั้นๆ เพราะสินค้าหรือบริการมีขายอยู่ใน หลายตัวแทนจำหน่ายซึ่งมีคุณภาพของ การบริการจากผู้ประกอบการที่เหมือนกัน

การทำงานของตัวแทนจำหน่ายทางการท่องเที่ยวจึงเป็นการให้ความสะดวกในด้านสถานที่ ติดต่อ ในการให้บริการและขายสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ที่เกี่ยวข้องแก่ลูกค้าให้ได้รับความ พึงพอใจและความสะดวกสบายที่สุด

การบริการสินค้าและบริการที่ครบวงจร (A full range of services) การขายสินค้าและบริการที่ครบวงจร ประกอบด้วยบริการดังต่อไปนี้

ตั๋วเครื่องบิน (Air tickets)

ตั๋วเรือ (Cruise and ferry tickets)

ตั๋วรถไฟ รถโค้ช (Rail and coach tickets)

รถเช่า (Car hire)

ทัวร์ บริการนำเที่ยวต่างๆ (Package tour)

ที่พัก โรงแรม (Hotel, accommodation)

บริการเพิ่มเติมอื่นๆ อาจมีการประกันภัย (Insurance) ตั๋วเงินสำหรับการเดินทาง (traveller's cheques) รับแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (Foreign exchange) หรือตั๋วเครื่องบิน หรือ คอนเสิร์ต หรือบัตรเข้าชมกีฬาต่างๆ ที่ได้รับความนิยมสูง (Theatre tickets).

ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยวควรมีความรู้ความสามารถทั้งการเลือกสินค้าหรือบริการที่จะนำมาขายบริการรวมทั้งควรรู้จักกลุ่มตลาดหรือความต้องการและพฤติกรรมของลูกค้าเป้าหมายด้วย เพื่อที่จะได้นำมาเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาความสัมพันธ์กับลูกค้าและสร้างภาพพจน์ที่ดี

3.2.2 เหตุผลที่นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการธุรกิจท่องเที่ยว (Determinants of Demand for Tourism)

การที่นักท่องเที่ยวเลือกรูปแบบการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนการใช้บริการอื่นๆ ของแหล่งท่องเที่ยว มีเหตุผลที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการที่จะเลือกใช้บริการทางการท่องเที่ยวอื่นๆ ของบริษัททัวร์ คือ

ความประหยัด (Economical) การใช้บริการของบริษัทท่องเที่ยวมีผลประโยชน์อะไรต่อนักท่องเที่ยวในแง่ของความประหยัดทั้งด้านเวลาและค่าใช้จ่าย

รู้ค่าใช้จ่าย (Known Cost) รู้ค่าใช้จ่ายที่แน่นอนในการไปท่องเที่ยว

ความสะดวกสบาย (More Convenient Travel) ความสะดวกสบายในการท่องเที่ยว สร้างความมั่นใจในด้านการเดินทางตั้งแต่เริ่มต้นถึงจุดสุดท้าย

การมีที่ปรึกษาการเดินทาง (Companionship) ลักษณะของการพบปะปรึกษาเกี่ยวกับการเดินทาง

ที่พักที่ดี (Best Accommodation) ที่พักที่มีมาตรฐานที่ทางผู้จัดโปรแกรมนำเที่ยวทราบข้อมูล

การบริการที่ดี (Best Service) เราจะได้การดูแลจากบริษัททัวร์

การบริการที่มีผู้ร่วมเดินทาง (Escorted Service) ผู้แนะนำและผู้ดำเนินเรื่องให้เราเมื่อมีปัญหา

3.2.3 การจัดตั้งและดำเนินธุรกิจท่องเที่ยว (Setting up and Running a Travel Agency)

สถานที่ตั้งมีความสำคัญที่สุดในการจัดตั้งและดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวแบบค้าปลีกโดยส่วนใหญ่มักตั้งอยู่ในศูนย์กลางเมืองใหญ่ ที่มีผู้คนมากและง่ายต่อการค้นหาซึ่งต้องคำนึงถึงปัจจัยที่จะส่งผลกระทบต่อความสำเร็จได้ดังนี้

ที่ตั้ง (Location) แหล่งชุมชน ศูนย์การค้า มีจุดสำคัญ 2 จุด คือ

1. ศูนย์กลางเมือง (City center) ชุมชนเมืองที่มีความถี่ของผู้คนมาใช้บริการหนาแน่น ลูกค้าจะเข้ามาใช้บริการด้วยตนเอง

1.2 แหล่งธุรกิจและอุตสาหกรรม (Business and Industry) ที่ตั้งใกล้บริษัทหรือแหล่งอุตสาหกรรมที่มีพนักงานของธุรกิจอื่นๆ ทำงานอยู่

ชื่อเสียงทางด้านธุรกิจ (Goodwill) การสร้างภาพพจน์และชื่อเสียงให้เป็นที่ยอมรับ การให้บริการลูกค้าจะส่งผลกระทบต่อการค้าเงินธุรกิจโดยตรง ผู้ประกอบการบางรายอาจจะใช้ลิขสิทธิ์ในชื่อผู้ประกอบการอื่น เพื่อสร้างการยอมรับในตลาด เช่น Lunn Poly, Pick fords, Thomas Cook, Hogg Robinson, Uniglobe (Franchise) ([ดูข้อมูลเพิ่มเติม](#)) จะต้องผ่านการอบรม รู้รายละเอียด มีระบบ Computer ที่บริษัทใช้อยู่ ประกอบธุรกิจอยู่ภายใต้ชื่อเดียวกัน สร้างความมั่นใจกับลูกค้าว่าจะได้รับการบริหารทุกที่ทั่วโลก แต่จะต้องลงทุนสูงและอยู่ภายใต้เงื่อนไขของบริษัทนั้นๆ แต่จะได้ ลูกค้าของบริษัท เทคนิควิธีการทำงาน หรือการสนับสนุนอื่นๆ หรืออาจสร้างตราชื่อของตัวเองขึ้นมาแต่จะใช้เวลาในการสร้างการยอมรับเป็นระยะเวลานาน

การออกแบบร้าน (Designed) นอกจากการเลือกทำเลที่ตั้งในย่านที่มีกลุ่มตลาดเป้าหมายแล้วจะต้องมีการออกแบบร้านให้มีจุดดึงดูดให้ผู้เดินทางผ่านไปมาเกิดความสนใจและอยากใช้บริการ การจัดทำแผนผัง สำนักงานที่สวยงาม มีบรรยากาศอบอุ่น เชิญชวนให้ผู้คนที่ผ่านไปมาเกิดความสนใจและอยากเข้ามาใช้บริการ ตลอดจนการตกแต่งและอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ จึงเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งใน การดำเนินธุรกิจตัวแทนจำหน่ายทางการท่องเที่ยว

3.2.4 ทักษะและความสามารถในการแข่งขันในธุรกิจ (Travel Agency Skills and Competence)

ตัวแทนจำหน่ายทางการท่องเที่ยว (Travel Agency) ต้องมีการดำเนินงานที่สืบพื้นฐานของการประกอบธุรกิจดังนี้

มีการจัดการที่ดี (Good Management) มีการควบคุมต้นทุน ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานที่ดี สามารถจูงใจพนักงานให้มีใจรักที่จะทำงานกับบริษัทได้ดี รักการทำงาน

มีการบริการที่ดี (Good Service) เน้นการบริการที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ, ประทับใจ เมื่อ มาที่บริษัท มีการทักทาย แสดงความจริงใจ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ที่จะผูกมัดใจลูกค้าได้

3.2.5 ลักษณะงานในการรับจองสินค้าหรือบริการ (Activities associated with the booking of travel)

การให้คำแนะนำแก่ลูกค้า (Advising) ต้องมีข้อมูลและรายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวและส่วนประกอบพื้นฐานที่จะต้องแนะนำลูกค้า เช่น การเดินทาง ที่พักอาศัย, สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวทั่วโลก

การจองหรือสำรองที่นั่งนักท่องเที่ยว (Making reservations) เช่น จองตั๋วโดยสาร โรงแรม จองตัวชมละคร เพื่อสร้างความมั่นใจและความปลอดภัยที่นักท่องเที่ยวจะได้รับการบริการที่ดี

การวางแผนตารางการเดินทาง (Planning Itineraries) การเชื่อมต่อเส้นทางการเดินทางต่างๆ ได้อย่างแม่นยำ และจัดกำหนดการให้ลูกค้า

การคำนวณค่าตัวเดินทาง หรือค่าใช้จ่ายต่างๆ (Accurately computing fares) ได้อย่างถูกต้อง ทั้งการคิดค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นและการให้ส่วนลดแก่ลูกค้า

การออกตั๋วเดินทาง (Issuing travel tickets) ในรูปแบบของใบสำคัญรับเงิน (Voucher) เช่น ถ้าเขาไปถึงที่พัก เขาสามารถยื่นใบสำคัญรับเงินเพื่อใช้บริการได้เลย

การติดต่อสื่อสารข้อมูล (Communications) เพื่อติดต่อกับลูกค้าหรือผู้ให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น จดหมาย โทรศัพท์ โทรสาร หรือการสื่อสารออนไลน์ต่างๆ ได้

การเก็บข้อมูล (Filing) เกี่ยวกับการเดินทางหรือหลักฐานการออกเอกสารต่างๆ รวมทั้งประวัติข้อมูลต่างๆ ของลูกค้า ทั้งในระบบเอกสารหรือระบบคอมพิวเตอร์

การจัดแสดงสื่อการขายหรือรายการนำเที่ยวต่างๆ (Display stocks) เช่น โบชัวร์การเดินทาง ตารางการเดินทาง หรือข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ

การแก้ไขสถานการณ์ที่ลูกค้าไม่พึงพอใจในการบริการ (Interceding with customer complaints) เช่น เมื่อมีปัญหาเกิดขึ้น แล้วลูกค้าตำหนิหรือร้องเรียนเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการก็ต้องมีวิธีรับสถานการณ์และ ติดต่อประสานงานกับผู้ประกอบการ และลูกค้าเพื่อแก้ปัญหาหรือให้การช่วยเหลือ

3.2.6 ลำดับขั้นตอนการรับงานจัดนำเที่ยว

บริษัททำการขายสินค้าหรือบริการ กับบริษัททัวร์ต่างประเทศ (ทำการหาตลาด หรือ หาลูกค้า) ลูกค้าติดต่อมาทางจดหมาย โทรสาร หรือจดหมายอิเล็กทรอนิกส์เพื่อจองแพคเกจทัวร์กับบริษัท

การบันทึกรายการโดยการกรอกรายละเอียดต่าง ๆ (Detail of Booking) ที่ลูกค้าส่งมาลงเอกสารการจองของบริการจองต่อเนื่องกับผู้ประกอบการอื่นๆ เช่นกับโรงแรม ร้านอาหาร โดยโทรไปจองก่อน และ ส่งเอกสารที่เป็นหลักฐานการจองตามไปยืนยัน และให้ทางผู้ประกอบการยืนยันการจองอย่างเป็นทางการเป็นลายลักษณ์อักษรเพื่อเป็นหลักฐาน

การส่งเอกสารยืนยันการจองตอบกลับไปแจ้งลูกค้าที่เกี่ยวกับรายละเอียดต่างๆ ตามข้อมูลที่ลูกค้าต้องการ พร้อมทั้งแจ้งราคาให้ลูกค้าทราบด้วย

พอใกล้ถึงกำหนดที่ลูกค้าจะเดินทางมาท่องเที่ยว บริษัททำการยืนยันกับผู้ประกอบการและส่งใบรายชื่อแขกหรือจำนวนแขกเพื่อยืนยันก่อนการใช้บริการของลูกค้าทัวร์และส่งข้อมูลเพิ่มเติมอื่นๆ ที่

จำเป็นหรือที่ลูกค้าต้องการเพิ่มเติม เป็นการยืนยันความแน่นอน ให้กับลูกค้า และให้ลูกค้าส่งหนังสือสัญญา หรือใบยืนยันของลูกค้ามาด้วย

การเรียกเก็บเงินจากลูกค้า จัดมัลกุเทศก์ และทำใบงาน (Job order) ให้มัลกุเทศก์ พร้อมทั้งทำการ จัดรถให้เหมาะกับการใช้งาน และจัดทำใบสำคัญรับเงิน (Tour voucher) และทำเอกสารการไ้รถ (Job bus) ให้พนักงานขับรถ ออกไปส่งซื้อน้ำมัน ใบส่งจ่ายน้ำมัน

เมื่อกำหนดการเดินทางมาถึง มัลกุเทศก์จะไปปรับแขกที่สนามบินให้ตรงเวลาและต้องชูป้ายชื่อบริษัททัวร์ เมื่อรับลูกค้าเรียบร้อยแล้ว ก็จะเริ่มปฏิบัติตามใบงาน ที่ทางบริษัทจัดให้ จนถึงวันที่ส่งลูกค้า

เมื่อมัลกุเทศก์ทำการส่งลูกค้าเสร็จ ก็จะเข้ามาแจ้งรายการบัญชีกับบริษัทเพื่อเครือข่าย ค่าใช้จ่าย ที่เกิดขึ้น เป็นอันเสร็จกระบวนการทำงาน

3.2.7 ทักษะการติดต่อกับลูกค้า (Customer Contract Skills)

ทักษะด้านภาษา (Language Skills) สามารถสื่อสารกับลูกค้าในภาษาถิ่นที่ลูกค้าใช้อยู่ และจะต้องมีความสามารถในการใช้ภาษาของกลุ่มลูกค้าอื่นๆ ด้วย เช่น English, France Spanish, German, Japanese, Chinese และภาษาอื่นๆ

ทักษะด้านการเข้าหาบุคคลและสังคม (Personal and Social Skills) ควรบริการที่ดีอ่อนน้อมถ่อมตน ต้องเข้าใจว่าแขกลูกค้าต้องเสมอ มีการต้อนรับและกล่าวอำลา รู้กาลเทศะ การรับโทรศัพท์ ไม่ควรให้ลูกค้ารอนาน

ทักษะด้านการขาย (Sales Skills) จะต้องสามารถรู้ระบบการขาย, ความต้องการของลูกค้าและดึงดูดให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าให้ได้

3.2.8 ขั้นตอนและกระบวนการขายสินค้าและบริการ (The Sales Sequence)

ขั้นตอนแรก สร้างความสัมพันธ์ให้เกิดขึ้นกับลูกค้า (Establishing rapport with Clients) สร้างบรรยากาศที่อบอุ่นแสดงให้ลูกค้าเห็นว่าได้รับความสนใจ มีการทักทาย ทำให้รู้สึกเป็นกันเอง มีการพูดคุย สร้างความมั่นใจให้ลูกค้า มีการสื่อสารที่เข้าใจและชัดเจน

ขั้นตอนที่ 2 การค้นหาความต้องการของลูกค้า (Investigating Clients' needs) เพื่อค้นหาว่าลูกค้าต้องการอะไร ซื้อสินค้าหรือบริการให้ใคร พยายามหาข้อมูลเกี่ยวกับ ใคร จะไปที่ไหน ไปกี่คน เมื่อไร ระยะเวลาที่ต้องการ ต้องการการท่องเที่ยวประเภทไหน เดินทางอย่างไร จุดหมายปลายทางที่เขาจะไป ตลอดจนวิธีการจ่ายชำระค่าสินค้าและบริการ

ขั้นตอนที่ 3 การนำเสนอสินค้าและบริการ (Presenting the product to the clients) เมื่อรู้ข้อมูลแล้ว ก็นำเสนอสินค้าและบริการที่ตรง หรือใกล้เคียงกับที่ลูกค้าต้องการมากที่สุดโดยใช้อุปกรณ์ประกอบ การขายที่มีอยู่ เพื่อนำเสนอสินค้า

ขั้นตอนที่ 4 การปิดการขาย (Getting Clients to take action by committing themselves to the Purchase) ขั้นตอนปิดการขาย เพื่อดึงดูดให้ตัดสินใจซื้อบริการด้วยเทคนิควิธีต่างๆ ด้วยความจริง เช่น การมีส่วนลดพิเศษ อภินันทนาการพิเศษ ต้องทำการเน้นย้ำการติดต่อกับแขก เพื่อให้ลูกค้าตัดสินใจซื้ออาจนานหลายวัน หลายสัปดาห์ หรืออาจเป็นเดือน เพื่อรอการตัดสินใจเพื่อปิดการขาย และต้องสร้างความสัมพันธ์ในการทำธุรกิจกับลูกค้าให้นานที่สุด

3.3 การคิดต้นทุนการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวและโปรแกรม (Cost control for tourist business)

การท่องเที่ยวการคิดต้นทุนการนำเที่ยวคือการคำนวณค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินการ แต่การคิดราคาขายนิยมคิดจากการกำหนดจุดคุ้มทุนเพื่อหารราคาขาย และลูกค้าที่ขายได้เกินถือเป็นกำไร

3.3.1 การคิดต้นทุนโปรแกรมการท่องเที่ยวด้วยวิธีต้นทุนบวกกำไร (Mark up) เป็นการคิดค่าใช้จ่ายใน

การจ้ดนำเที่ยวโดยคิดจากค่าใช้จ่ายจริงรวมกับกำไรที่ต้องการ ซึ่งในทางปฏิบัติทำได้ยากมาก เนื่องจาก ไม่สามารถคาดการณ์จำนวนลูกค้าได้ โดยปรกตินิยมใช้กับการจ้ดรายการทัวร์เหมา

ตัวอย่างวิธีการคำนวณต้นทุนเพื่อหารราคาขาย

การคำนวณหารราคาขายดังกล่าวจะเห็นว่าค่าใช้จ่ายทั้งสิ้นเป็นต้นทุนคงที่ 4,100 บาท และเมื่อรวมค่าใช้จ่ายแปรผันตามจำนวนนักท่องเที่ยวซึ่งจะเพิ่มขึ้นต่อคน ในทางตรงกันข้ามต้นทุนคงที่จะลดลงทำให้ได้ต้นทุนที่ 5,050 บาทต่อคนแรก และ 3,950 บาทต่อคนที่สอง และลดลงตามลำดับ ซึ่งบริษัทจะสามารถหารราคาขายจากกำไรที่บวกเข้าไปจากราคาต้นทุนได้ดังตัวอย่าง ถ้าคิดกำไรที่ 10 เปอร์เซ็นต์จะได้ราคาขายที่ 5,555 บาท และ 10 เปอร์เซ็นต์จะได้ราคาขายที่ 6,060 บาท และราคาขายจะลดลงไปตามจำนวนลูกค้า ดังแสดงในตารางในหน้าถัดไป

ตารางแสดงวิธีการคำนวณต้นทุนเพื่อหาราคาขาย

ตัวอย่างการคำนวณ ต้นทุนทางการท่องเที่ยว 2 วัน 1 คืน	ต้นทุนคงที่	1	2	3	4	5	6	7	8	9
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ							1000			
ค่ารถ รวมน้ำมัน							1500			
ค่าไกด์							1600			
รวม	4100	4100	2050	1367	1025	820	683.3	585.7	512.5	455.6
ค่าอาหาร (2 lunch 1 dinner) 400 บาทต่อคน	400	800	1200	1600	2000	2400	2800	3200	3600	
ค่าใช้จ่ายผันแปรอื่นๆ รวมทั้งภาษีต่างๆ ต่อคน 150 บาทต่อคน	150	300	450	600	750	900	1050	1200	1350	
ค่าห้องพัก คนละ 400 บาท	400	800	1200	1600	2000	2400	2800	3200	3600	
รวม	5050	3950	4217	4825	5570	6383	7236	8113	9006	
ค่าใช้จ่ายต่อหัว	5050	1975	1406	1206	1114	1064	1034	1014	1001	
Mark up คิดกำไร ที่ 10%	5,555	2,173	1,546	1,327	1,225	1,170	1,137	1,115	1,101	
คิดกำไรที่ 20%	6,060	2,370	1,687	1,448	1,337	1,277	1,240	1,217	1,201	

3.3.2 การคิดต้นทุนจากจุดคุ้มทุน (Break event point pricing) เป็นการคิดค่าใช้จ่ายโดยรวมโดย
คาดการณ์จากจำนวนลูกค้าที่สามารจัดบริการให้ได้เต็มจำนวน และหาจุดคุ้มทุน ณ จำนวนลูก
ค้าที่ต้องการเพื่อหาราคาขาย ณ จำนวนที่คุ้มทุน ถ้าขายได้เกินจำนวน ณ จุดคุ้มทุนจะเป็นกำไรที่ได้
จากการขาย

Cost/head	$(400+150+400)=950$	(9 คน=)	8550	รวม	9950
------------------	---------------------	---------	-------------	-----	-------------

จุดคุ้มทุนที่ 80%	$(9*80/100)=$	7.2	Sale price	$(9950/8=)$	ราคาขาย	1,244
จุดคุ้มทุนที่ 50%	$(9*50/100)=$	4.5	Sale price	$(9950/5=)$	ราคาขาย	1,990

จากตัวอย่าง การคำนวณหาต้นทุนจะเห็นว่าสมมติให้รถตู้มีความจุนักท่องเที่ยวได้ 9 คน การเฉลี่ยหารราคาขายจะหาได้จากการกำหนดเปอร์เซ็นต์จำนวนนักท่องเที่ยว ถ้าให้จุดคุ้มทุนอยู่ที่ 80 เปอร์เซ็นต์จากจำนวนเต็ม 9 คนจะได้ตัวเลขที่ 7.2 คน เกประมาณที่ 8 คน เมื่อมีค่าใช้จ่ายจากตัวอย่างแรกจะปรากฏค่าใช้จ่ายเกิดขึ้นรวม

	แบบทดสอบ	หน่วยการเรียนรู้ 6-9
	รหัส 3702-2002 วิชา การจัดการธุรกิจท่องเที่ยว	ระดับ ปวส จำนวน 3 หน่วยกิต
	ชื่อหน่วยธุรกิจค้าส่งและค้าปลีกทางการท่องเที่ยว	จำนวนชั่วโมงรวม 12 ชั่วโมง
ชื่อเรื่อง ธุรกิจค้าส่งและค้าปลีกทางการท่องเที่ยว		จำนวนชั่วโมง 12 ชั่วโมง

จดตอบคำถามเกี่ยวกับธุรกิจค้าส่งและค้าปลีกทางการท่องเที่ยว

1. ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวแบบค้าส่งเรียกว่าอะไร

- ก. Tour wholesaler
- ข. Tour Operator
- ค. Land Operator
- ง. Travel Agency

2. ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวแบบค้าปลีกเรียกว่าอะไร

- ก. ผู้จัดนำเที่ยว (Tour Operator)
- ข. ผู้จัดนำเที่ยว (Tour Operator)
- ค. หัวหน้ากรุ๊ปทัวร์ (Tour Leader)
- ง. บริษัทตัวแทนจำหน่าย (Travel Agency)

3. ข้อใดไม่ใช่ลักษณะงานในการรับจองสินค้าหรือบริการ

- ก. จัดเก็บข้อมูลลูกค้า
- ข. การให้คำแนะนำแก่ลูกค้า
- ค. การวางแผนตารางการเดินทาง
- ง. จัดส่งสินค้าและบริการ

4. ข้อใดไม่ใช่ลำดับขั้นตอนการรับงานจัดนำเที่ยว

- ก. การติดต่อสื่อสารข้อมูล
- ข. จัดมัคคุเทศก์ และทำใบงาน
- ค. การบันทึกรายการโดยการกรอกรายละเอียดต่าง ๆ
- ง. การจองต่อเนื่องกับผู้ประกอบการอื่นๆ

5.ข้อใดไม่ใช่เหตุผลหลักที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการที่จะเลือกใช้บริการทางการท่องเที่ยว
นั้นๆ ของบริษัททัวร์

ก. ความประหยัด

ข. รู้ค่าใช้จ่าย

ค. ความสะดวกสบาย

ง. ได้รับคำแนะนำจากเพื่อน

	แบบเฉลย	หน่วยการเรียนรู้ที่ 6-9
	รหัส 3702-2002 วิชา การจัดการธุรกิจท่องเที่ยว	ระดับ ปวส จำนวน 3 หน่วยกิต
	ชื่อหน่วย ธุรกิจค้าส่งและค้าปลีกทางการท่องเที่ยว	จำนวนชั่วโมงรวม 12 ชั่วโมง
ชื่อเรื่อง ธุรกิจค้าส่งและค้าปลีกทางการท่องเที่ยว		จำนวนชั่วโมง 12 ชั่วโมง

ธุรกิจค้าส่งและค้าปลีกทางการท่องเที่ยว

1. ก
2. ข
3. ง
4. ก
5. ง

แผนการจัดการเรียนรู้

รหัสวิชา 3702-2002 ชื่อวิชา การจัดการธุรกิจท่องเที่ยว 3(3) สอนครั้งที่ 10-12
หน่วยที่ 4 ชื่อหน่วย ทรัพยากรบุคคลในธุรกิจท่องเที่ยว เวลา 9 ชั่วโมง

สาระสำคัญ

การประกอบธุรกิจท่องเที่ยวทั้งแบบค้าส่งและแบบค้าปลีกหรือตัวแทนจำหน่าย มีความสำคัญกับ วจรการทำงานของธุรกิจท่องเที่ยวโดยรวมเป็นอย่างมาก ตัวแทนจำหน่ายเป็นผู้ประกอบการลำดับสุดท้ายที่จะให้บริการสินค้าและบริการแก่นักท่องเที่ยวโดยตรง อีกทั้งยังมีหน้าที่ให้คำปรึกษาป้องกัน และแก้ไขปัญหาอันอาจเกิดขึ้นแก่นักท่องเที่ยวได้ ตัวแทนจำหน่ายมีหน้าที่ให้บริการและอำนวยความสะดวก ณ บริการที่นักท่องเที่ยวสามารถติดต่อ มีรูปแบบการบริหารงานและการดำเนินงานเฉพาะที่ไม่เหมือนกับธุรกิจค้าปลีกประเภทอื่น การบริหารงานธุรกิจท่องเที่ยวประเภทนี้จึงต้องอาศัยความรู้ความสามารถเฉพาะด้านทั้งผู้บริหาร ผู้ปฏิบัติการ และพนักงานบริการ

จุดประสงค์การเรียนรู้

จุดประสงค์ทั่วไป

1. สามารถอธิบายถึงระบบการบริหารงานธุรกิจนำเที่ยวได้
2. สามารถอธิบายหน้าที่และความสำคัญและความสัมพันธ์ของแต่ละตำแหน่งงานในธุรกิจท่องเที่ยวได้
3. สามารถอธิบายลักษณะการทำงานและปัญหาของธุรกิจนำเที่ยวได้

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

1. อธิบายถึงระบบการบริหารงานธุรกิจนำเที่ยวได้
2. บอกหน้าที่และความสำคัญและความสัมพันธ์ของแต่ละตำแหน่งงานในธุรกิจท่องเที่ยวได้
3. อธิบายลักษณะการทำงานและปัญหาของธุรกิจนำเที่ยวได้

สาระการเรียนรู้

1. คุณสมบัติของบุคลากรทางการท่องเที่ยว
 - บุคลิกลักษณะที่เหมาะสม
 - มีความรู้และทักษะที่เหมาะสม

2. โครงสร้างการบริหารธุรกิจน่าเที่ยว

- ผู้จัดการ / ผู้ช่วยผู้จัดการ
- ฝ่ายบัญชี
- ฝ่ายบริการตัวเครื่องบิน
- หัวหน้าคณะทัวร์
- ฝ่ายขาย
- คุณสมบัติของมัคคุเทศก์

3. ปัญหาในการประกอบการธุรกิจน่าเที่ยว

- ปัญหาเกี่ยวกับพนักงาน
- ปัญหาเกี่ยวกับราชการ
- ปัญหาเกี่ยวกับการแข่งขันระหว่างบริษัทน่าเที่ยว
- ปัญหาเรื่องภาษีซ้ำซ้อนในธุรกิจน่าเที่ยว

กิจกรรมการเรียนรู้

1. สอนบอกชื่อเรื่อง จุดประสงค์และเนื้อหาที่จะเรียน
2. ผู้สอนบรรยายเนื้อหาทรัพยากรบุคคลในธุรกิจท่องเที่ยว โดยมีสื่อการสอนต่าง ๆ ประกอบ
3. ผู้สอนแจกโครงสร้างธุรกิจท่องเที่ยวให้ตัวแทนนักศึกษา 4 คน คนละ 1 ใบ ให้ตัวแทนทั้ง 4 คน สรุปสิ่งที่ได้จากโครงสร้างให้เพื่อนในชั้นเรียนฟัง
4. ผู้สอนอธิบายเพิ่มเติมในส่วนที่ไม่สมบูรณ์ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น
5. ผู้สอนให้นักศึกษาแบ่งกลุ่มเป็น 5 กลุ่ม ร่วมกันศึกษาทรัพยากรบุคคลในธุรกิจท่องเที่ยว
6. นักศึกษาร่วมกันอภิปรายตามหัวข้อที่ได้รับมอบหมาย
7. ครูและนักศึกษาร่วมกันสรุปบทเรียน โดยครูตั้งคำถามและให้นักเรียนช่วยกันตอบ
8. นักศึกษาทำแบบทดสอบหลังเรียน

สื่อการเรียนรู้และแหล่งการเรียนรู้

1. หนังสือ การจัดการธุรกิจนำเที่ยว (มหาวิทยาลัยมหาสารคาม) , เอกสารประกอบการเรียนการสอน (อ.คมกฤต วงศ์นาค)
2. ใบความรู้
3. Internet บทเรียนการท่องเที่ยว ศูนย์การท่องเที่ยวทั่วไทย
www.thai.tourismthailand.org
www.tat.or.th
4. ระบบการสอนออนไลน์
https://mis.pkru.ac.th/syllabus/view_syllabus.php?id=31

การวัดผลและประเมินผล

1. เครื่องมือ

1.1 แบบทดสอบ

1.2 แบบสังเกตพฤติกรรม

2. เกณฑ์การประเมิน

2.1 จำนวนคะแนนเต็ม 10 คะแนน (ข้อละ 5 คะแนน)

2.2 เกณฑ์ในการให้คะแนน

1. ตอบคำถามได้ครบถ้วนสมบูรณ์ทั้งความหมายและเนื้อหา	5	ดีมาก
2. ตอบคำถามได้ทั้งความหมายและเนื้อหาแต่ไม่สมบูรณ์	4	ดี
3. ตอบคำถามได้บางส่วนมีความหมายเนื้อหาถูกต้องแต่ไม่สมบูรณ์	3	พอใช้
4. ตอบคำถามได้เฉพาะบางส่วน	1-2	ปรับปรุง

2.3 ผลการประเมิน

ทำคะแนนได้ 9 – 10 คะแนน อยู่ในเกณฑ์ ดีมาก

ทำคะแนนได้ 7 – 8 คะแนน อยู่ในเกณฑ์ ดี

ทำคะแนนได้ 5 – 6 คะแนน อยู่ในเกณฑ์ ผ่าน

ทำคะแนนได้ 1 – 4 คะแนน อยู่ในเกณฑ์ ไม่ผ่าน

กิจกรรมเสนอแนะ / งานที่มอบหมาย

ให้นักเรียนหาความรู้เพิ่มเติม ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับทรัพยากรบุคคลในธุรกิจท่องเที่ยว

- ความรู้เรื่องศัพท์ท่องเที่ยว
- สายบังคับบัญชาบริษัทนำเที่ยว
- หน้าที่ในการปฏิบัติงานของบุคลากร

เอกสารอ้างอิง

4. อาจารย์ธนศ ศรีสถิตย์.2545.การจัดการธุรกิจท่องเที่ยว.มหาสารคาม:
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
2. เอกสารประกอบการเรียนการสอน (อ.คมกฤต วงศ์นาค)
3. Internet บทเรียนการท่องเที่ยว ศูนย์การท่องเที่ยวทั่วโลก
www.thai.tourismthailand.org,www.tat.or.th
4. ระบบการสอนออนไลน์
https://mis.pkru.ac.th/syllabus/view_syllabus.php?id=31

บันทึกหลังการสอน

ผลการสอน

.....

.....

.....

.....

.....

ปัญหา / อุปสรรค

.....

.....

.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะ / แนวทางแก้ไข

.....

.....

.....

.....

.....

.....ผู้สอน
(นางสาวฉัตรชนก มัทธนวรกรก)
...../...../.....

ความคิดเห็นของผู้บังคับบัญชา

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ลงชื่อ.....

(.....)

	ใบความรู้ที่ 4	หน่วยการเรียนรู้ที่ 10-12
	รหัส 3702-2002	ระดับ ปวส. จำนวน 3 หน่วยกิต
	วิชา การจัดการธุรกิจท่องเที่ยว	
	ชื่อหน่วย ทรัพยากรบุคคลในธุรกิจท่องเที่ยว	จำนวนชั่วโมงรวม 12 ชั่วโมง
	ชื่อเรื่อง ทรัพยากรบุคคลในธุรกิจท่องเที่ยว	จำนวนชั่วโมง 12 ชั่วโมง

4 ทรัพยากรบุคคลในธุรกิจท่องเที่ยว

4.1 คุณสมบัติของบุคลากรทางการท่องเที่ยว

ทรัพยากรบุคคลากรที่จะทำงานในธุรกิจการท่องเที่ยวนั้นจะต้องมีคุณสมบัติและความสามารถเฉพาะตัวเนื่องจากธุรกิจท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่อาศัยความไว้วางใจสูงและไวต่อการเปลี่ยนแปลงในสภาพสิ่งแวดล้อมธุรกิจในปัจจุบัน อีกทั้งยังต้องติดต่อกับบุคคลหลายชาติ หลายภาษา ที่มาจากต่างสังคมและวัฒนธรรม ดังนั้นบุคลากรในธุรกิจท่องเที่ยวจะต้องมีองค์ประกอบหลักที่สำคัญ 2 ประการคือ มีบุคลิกลักษณะที่เหมาะสม และมีความรู้และทักษะที่เหมาะสมดังจะกล่าวถึงต่อไปนี้

4.1.1 บุคลิกลักษณะที่เหมาะสม มีดังนี้

มีความภูมิใจในอาชีพ (Pride) และรักในงานอาชีพ ไม่ว่าจะทำงานในตำแหน่งใด ๆ และมีหน้าที่อย่างไรเมื่อได้รับมอบหมายไปแล้วจะต้องทำงานนั้นอย่างเต็มความสามารถ ความภูมิใจ และความรักในงานอาชีพนี้เกิดขึ้นจากการได้รับการยอมรับในความรู้ ความสามารถจากการปฏิบัติงานที่ได้จากนักท่องเที่ยว เพื่อนร่วมงาน หรือผู้บังคับบัญชา เป็นต้น

มีความอดทน (Patience) บุคลากรในธุรกิจการท่องเที่ยวจะต้องเต็มใจที่จะให้ความช่วยเหลือ มีความเข้าใจ และมีความอดทน เพื่อให้นักท่องเที่ยว ที่มาจากต่างถิ่นไม่เกิดความรู้สึกหงุดหงิดหรืออารมณ์เสีย โดยพยายามให้การแนะนำและชี้แจงในเรื่องราวต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวยังไม่รู้ให้ได้เห็น และสร้างความอบอุ่นใจแก่นักท่องเที่ยว

มีความยืดหยุ่น (Flexibility) โดยการปรับเปลี่ยนในส่วนที่นักท่องเที่ยวมีความสนใจในลักษณะพบกันครั้งทาง เพื่อให้ทุกฝ่ายพอใจ

มีดุลพินิจ (Judgement) ในกรณีที่เกิดปัญหาเฉพาะหน้า บุคลากรในธุรกิจการท่องเที่ยวต้องรู้จักใช้ ดุลพินิจในการแก้ปัญหาต่าง ๆ อย่างละมุนละม่อม เพื่อไม่ให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกไม่พอใจหรือหงุดหงิด

มีความสามารถในการปรับตัว (Adaptability) บุคลากรในธุรกิจการท่องเที่ยวต้องสามารถปรับตัว เข้ากับบุคคลทั่วไปได้อย่างดี ทั้งกับผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน โดยเฉพาะลูกค้าจะต้องถือว่า

เป็นผู้ มีพระคุณ จะต้องเป็นผู้ถูกต้องเสมอ มีความอ่อนน้อมถ่อมตน มีมารยาทงดงาม ยิ้มแย้มแจ่มใส และมีความจริงใจในการให้บริการ เป็นต้น

4.1.2 มีความรู้และทักษะที่เหมาะสม ได้แก่

มีความสามารถในการงานที่ได้รับมอบหมาย (Facilities Operation)

มีความสามารถในการใช้และบำรุงรักษาเครื่องเครื่องมืออุปกรณ์ในการทำงาน (Equipment operation and Maintenance) งานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวนี้ส่วนใหญ่จะต้องมีการใช้เครื่องมืออุปกรณ์สำนักงานต่าง ๆ เช่น เครื่องคิดเลข เครื่องพิมพ์ดีด เครื่องถ่ายเอกสาร เครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องทำบัญชี ฉะนั้นผู้ปฏิบัติงานควรได้รับการฝึกฝนให้มีความสามารถในการใช้เครื่องมือเหล่านี้ และรู้จักการแก้ไข หรือซ่อมแซมเล็ก ๆ น้อย ๆ ได้

มีความสามารถทางด้านการจัดการทางการเงิน (Financial Management) ผู้ปฏิบัติงานจะต้องมีความรู้หรือทักษะทางด้านการเงิน เช่น การเรียกเก็บเงิน การรักษาเงิน รายการที่เกี่ยวข้องกับธนาคาร การวางแผนและควบคุมทางการเงิน ฯลฯ บุคคลที่จะทำงานเกี่ยวกับการเงิน จำเป็นต้องทำการคัดเลือกอย่างดี โดยเน้นทางด้านความซื่อสัตย์ อย่าเลือกคนที่เป็นนักการพนันให้มาทำหน้าที่นี้

มีความสามารถทางด้านการผลิตอาหารและบริการทางด้านเครื่องดื่ม (Food and beverage production and services) คนที่ทำงานในห้องอาหารจะประกอบด้วย แม่ครัว พ่อครัว ฯลฯ คนเหล่านี้จะต้องมีประสบการณ์มาอย่างดี ในกรณีที่จะให้บริการแก่ชาวต่างประเทศจะต้องเรียนรู้ว่านักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม มีรสนิยมในการบริโภคอย่างไร ดื่มอย่างไร ฯลฯ เพื่อจะได้ปรุงอาหารหรือผสมเครื่องดื่มให้ถูกกับรสนิยมของนักท่องเที่ยวเหล่านั้น

มีความสามารถด้านการบริหารงานบุคคล (Personnel Management) อุตสาหกรรมท่องเที่ยวนี้ต้องใช้คนงานที่มีวุฒิแขนงต่าง ๆ ฉะนั้นจึงจำเป็นต้องมีเจ้าหน้าที่ บริหารงานบุคคล เพื่อทำหน้าที่ คัดเลือก ฝึกอบรม บรรจุ ประเมินผลการปฏิบัติงาน เลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่ง ฯลฯ

มีความสามารถทางด้านการจัดองค์กรและการจัดการ (Business Organization and management) ธุรกิจจะต้องมีการจัดองค์กร มีการจัดการ มีการวางแผน ฯลฯ ฉะนั้นคนที่ทำงานในหน้าที่ต่าง ๆ เหล่านี้จึงควรมีความรู้และประสบการณ์อย่างสูง เพื่อให้องค์กรนั้น ๆ บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

มีความสามารถทางด้านการวิเคราะห์ระบบงานและออกแบบ (Systems analysis and design) ในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวซึ่งมีขนาดใหญ่ ย่อมมีความต้องการบุคคลที่มีความรู้ทางด้านเทคนิคต่าง ๆ เช่น นักวิเคราะห์ระบบงาน และออกแบบงาน ซึ่งจะต้องมีพื้นฐานทางคอมพิวเตอร์ ก็จะต้องเรียนมาทางวิทยาศาสตร์ หรือวิศวกรรมมาก่อน แล้วเข้ามาฝึกหรือ

ปฏิบัติงานในธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่ง ในขณะนี้อาจจะยังไม่มีความต้องการมากนัก แต่ในอนาคตก็เชื่อได้ว่า จะต้องมีแน่ ๆ และเป็นงานที่น่าท้าทายด้วย

4.2 โครงสร้างการบริหารธุรกิจนำเที่ยว

การบริหารธุรกิจนำเที่ยวมีโครงสร้างที่ไม่สลับซับซ้อนนัก เนื่องจากการทำงานของฝ่ายงานต่างๆ ไม่กี่ฝ่าย ซึ่งผู้จัดการบริษัทจะเป็นผู้ดูแลควบคุมบริษัทหรือแม้กระทั่งรับผิดชอบในหลายหน้าที่งานไป

พร้อมๆ กัน ในที่นี้จะศึกษาถึงหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละตำแหน่งที่มีความเกี่ยวข้องกับการจัดการบริษัทนำเที่ยว ดังตัวอย่างโครงสร้างองค์กรที่แสดงในหน้าถัดไปและหน้าที่งานต่อไปนี้

4.2.1 ผู้จัดการ / ผู้ช่วยผู้จัดการ

ผู้จัดการบริษัททัวร์ เป็นผู้วางแผนและควบคุมการทำงานของบริษัททัวร์ทั้งหมด ผู้จัดการจะต้องมี ภาวะในการบริหารงานที่ดี มีความรู้เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจเป็นอย่างดี สามารถติดต่อกับผู้ประกอบการผลิตสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวและสามารถต่อรองทางธุรกิจได้ นอกจากนี้ควรมีความรู้ในด้านคอมพิวเตอร์ การจัดโปรแกรมทัวร์ และความสามารถทางด้านการตลาดเป็นอย่างดี

โครงสร้างองค์กรการบริหารธุรกิจนำเที่ยว

4.2.2 ฝ่ายบัญชี

พนักงานบัญชี (Accountant) มีหน้าที่ในการดูแลบัญชีค่าใช้จ่ายของบริษัททัวร์เกี่ยวกับการบริการ ลูกค้า เมื่อลูกค้าได้รับการบริการและชำระค่าบริการเสร็จเรียบร้อยแล้ว ทางฝ่ายปฏิบัติงาน (Operation) ก็จะส่งรายการที่ลูกค้าได้ใช้บริการของบริษัทไปให้ฝ่ายบัญชี ฝ่ายบัญชีจะทำรายการจดหมาย เพื่อส่งไปยังบริษัทแม่ หรือผู้ประกอบการบริการต่างๆ ทางบัญชีมีหน้าที่ในการเตรียมเอกสารการจ่ายเงินให้ผู้ประกอบการที่ เกี่ยวข้องรวมทั้งมัคคุเทศก์ ที่มาเบิกค่าบริการต่าง ๆ รวมทั้งค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการนำเที่ยว

4.2.3 ฝ่ายบริการตัวเครื่องบิน

ฝ่ายบริการตัวเครื่องบิน (Ticketing) มีหน้าที่ในการรับจองตัวเครื่องบินและออกตัวเครื่องบินในกรณีที่บริษัทได้รับอนุญาตในการขายตัวเครื่องบินให้ลูกค้าจากสายการบินต่างๆ บริษัทมักจะได้รับการลงโปรแกรมการจองตัวเครื่องบินเช่น Galileo ([ดูข้อมูลเพิ่มเติม](#)) หรือ Amadeus ([ดูข้อมูลเพิ่มเติม](#)) จากสายการบิน ตามที่ได้รับอนุญาต เช่นเฉพาะภายในประเทศ เช่น บินไปภูเก็ต เชียงราย แม่ฮ่องสอน กรุงเทพฯ หรือ ตัวเครื่องบินระหว่างประเทศ ถ้าหาก

4.2.4 หัวหน้าคณะทัวร์

หัวหน้าคณะทัวร์ (Tour leader / Tour manager) จะมีหน้าที่ในการรับใบงานจากบริษัททัวร์เพื่อนำคณะนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวไปตามรายการนำเที่ยวที่จัดไว้ เพื่อทำหน้าที่ติดต่อประสานงานและอำนวยความสะดวกในการนำเที่ยว หัวหน้าคณะทัวร์จะต้องมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าและ การติดต่อประสานงานกับผู้ประกอบการธุรกิจและบริษัทได้เป็นอย่างดี

4.2.5 ฝ่ายขาย

พนักงานขาย (Sales) มีหน้าที่ในการดูแลเคาเตอร์ที่บริษัทตั้งอยู่ หรืออาจเป็นเคาเตอร์ทัวร์ในโรงแรมต่างๆ ฝ่ายขายจะต้องทำหน้าที่ในการขายโปรแกรมทัวร์ให้กับลูกค้าที่มาติดต่อสอบถามเกี่ยวกับการเดินทางหรือมาพักในโรงแรม รวมไปถึงแขกที่มาประชุมสัมมนาด้วย

4.2.6 ฝ่ายบุคคล

พนักงานฝ่ายบุคคล (Personal) มีหน้าที่อำนวยความสะดวก ให้กับผู้ที่มาสมัครงาน พนักงานรวมทั้งมัคคุเทศก์ประจำให้บริการด้านประกันสังคม และแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ในการประสานงาน ธุรกิจนำเที่ยว มักจะมีพนักงานประจำส่วนหนึ่งและพนักงานชั่วคราวอีกส่วนหนึ่ง เช่น ไกด์อิสระ (Freelance) ดังนั้น ฝ่ายบุคคลจะต้องมีนโยบายการบริหารกำลังพลและการจูงใจในที่

4.2.7 มัคคุเทศก์

มัคคุเทศก์ เป็นอาชีพที่นับว่าเป็นปัจจัยสนับสนุนอย่างหนึ่งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการขยายตัวของการท่องเที่ยว เพราะเป็นผู้ที่มีโอกาสใกล้ชิดติดต่อและให้บริการแก่นักท่องเที่ยว การสร้างความพอใจ หรือไม่พอใจแก่นักท่องเที่ยว จึงเกิดขึ้นได้ง่ายกว่าบุคคลอื่น ๆ ที่ทำหน้าที่ในวงการธุรกิจท่องเที่ยว ด้วยเหตุนี้ประเทศต่าง ๆ จึงถือว่า อาชีพมัคคุเทศก์ก็เป็นอาชีพที่มีความสำคัญแก่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและชื่อเสียงของประเทศชาติ เพราะว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยจะมีโอกาสรู้จักคนไทยขนบธรรมเนียมประเพณี ศิลปวัฒนธรรมและศิลปวัตถุของชาติ ก็โดยการแนะนำของมัคคุเทศก์ โดยความประพฤติ การปฏิบัติและการบริการของมัคคุเทศก์นั่นเอง ยิ่งนักท่องเที่ยวที่แวะพักชั่วคราวเพียงระยะเวลาสั้น ๆ ด้วยแล้ว เขาแทบจะไม่ได้ใกล้ชิดกับคนไทยอื่น ๆ อีกเลย นอกจากมัคคุเทศก์

มัคคุเทศก์มีความสำคัญกับการทำธุรกิจนำเที่ยวเป็นอย่างยิ่งเนื่องจากมัคคุเทศก์จะเป็นตัวแทนของบริษัทเพียงบุคคลเดียวเป็นอย่างน้อยที่เดินทางไปให้บริการกับนักท่องเที่ยว ดังนั้นธุรกิจนำเที่ยวจะต้องมี การจัดเตรียมบุคลากรในการนำเที่ยวในด้านนี้อย่างเหมาะสม ดังต่อไปนี้

4.2.7.1 คุณสมบัติของมัคคุเทศก์

นักท่องเที่ยวทั่วไปมักจะทักท้วงว่า มัคคุเทศก์ไม่ว่าชาติใด ภาษาใด มีความรู้เกี่ยวกับบ้านเมืองของเขาไปเสียทุกอย่าง ไม่ว่าจะเป็นทางประวัติศาสตร์ ภูมิศาสตร์ อักษรศาสตร์ ธรรมชาติวิทยา ประเพณี ศิลปะทุกสาขา อาหารการกิน เป็นต้น หากมีข้อสงสัยอันใดเกิดขึ้น ก็ซักถามทันที และถามทุกแง่ทุกมุม ไม่เคยจะคิดว่า มัคคุเทศก์นั้นอาจจะไม่ทราบหรือตอบไม่ได้ ดังนั้นผู้ทำงานนี้ได้เป็นอย่างดี จึงควรจะต้องมีคุณสมบัติพิเศษหลายด้าน กล่าวคือเป็นผู้มีไหวพริบปฏิภาณดี มีความรู้รอบตัวอย่างกว้าง รู้จักสถานที่ต่าง ๆ ที่น่าสนใจและน่าเที่ยวเป็นอย่างดี จะต้องรู้ประวัติ และ ความสำคัญของสถานที่ที่น่าชม

เมื่อมัคคุเทศก์ถูกนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทักท้วงว่า เป็นผู้รอบรู้เรื่องราวเกี่ยวกับบ้านเมืองไปเสียทุกอย่างเช่นนี้ จึงเป็นหน้าที่ของมัคคุเทศก์ที่จะต้องยกระดับตนเอง ทำตัวให้รู้จริง ทำตัวให้ สมเกียรติที่ได้รับ และทั้งจะได้ช่วยลดความเข้าใจหรือความคิดเห็นที่ผิด ๆ ของนักท่องเที่ยว

ผู้ที่มีอาชีพเป็นมัคคุเทศก์ก็จำเป็นต้องมีความรู้เกี่ยวกับเรื่องเมืองไทยทุกด้านทุกแง่ทุกมุม ต้อง เป็น ผู้สนใจใฝ่หาความรู้ด้านต่าง ๆ อย่างตลอดเวลา มีความรู้ความสามารถในด้าน ภาษาต่างประเทศเป็นอย่างดี มีความสามารถในการปรับตัวเองให้เข้ากับบุคคลทุกระดับและ สิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ได้ มีความกระตือรือร้น ตรงต่อเวลา มีใจรักงาน เป็นผู้ที่ชอบพบปะกับบุคคลอื่น อยู่เสมอสามารถพูดได้ตอบอธิบายได้คล่องแคล่ว ชัดเจน มีบุคลิกลักษณะและความจำดี

ผู้ประกอบการอาชีพมัคคุเทศก์นี้ ควรได้รับการอบรมวิชามัคคุเทศก์มาแล้ว การอบรมนี้ทำขึ้นเป็น หลักสูตรพิเศษกับมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ที่เข้าร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ซึ่งหน่วย ราชการ และสถาบันเอกชนได้ผลิตมัคคุเทศก์ออกมาหลายรุ่น เมื่อรวมตัวกันแล้วนับเป็นจำนวนไม่ น้อย หากแต่ผู้ซึ่งศึกษาอบรมสำเร็จแล้วแต่ละรุ่นมิได้ประกอบอาชีพทางด้านการท่องเที่ยว หรือทำ หน้าที่เป็นมัคคุเทศก์กันทั้งหมด ดังนั้นมัคคุเทศก์จึงยังไม่เพียงพอกับความต้องการของตลาดใน เมืองเราซึ่งประเทศไทยมีเสน่ห์ในการจูงใจ นักท่องเที่ยวอยู่หลายประการ เช่น ภูมิประเทศอัน งดงามตามธรรมชาติ มีสถาปัตยกรรม จิตรกรรมและปฏิมากรรม อันมีลักษณะงดงามไม่แพ้หรือซ้ำ แบบใคร โดยเฉพาะผู้คนพลเมืองก็มีหน้าตายิ้มแย้มใสเบิกบาน จนได้ชื่อว่า Land Of Smile พลเมือง มีอัธยาศัยอันดีต่อชาวต่างประเทศผู้มาเยือน เป็นที่ยอมรับในหมู่สมาคมการท่องเที่ยวใน ต่างประเทศข้อเท็จจริงกล่าวนี้ เป็นสิ่งสนับสนุนให้เห็นว่าอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวในประเทศไทย นับวันจะเจริญก้าวหน้าต่อไปอย่างไม่หยุดยั้ง ฉะนั้นผู้ที่มีความสนใจหรือตั้งใจจะประกอบ อาชีพ “มัคคุเทศก์” ย่อมมั่นใจได้ว่าจะต้องได้รับความสำเร็จ มีหลักฐานมั่นคง และก้าวหน้าใน อาชีพอย่างไม่มีปัญหา

อย่างไรก็ตาม การที่จะเป็นมัคคุเทศก์ที่ดีนั้น นอกจากจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับสถานที่น่าชมแล้ว ยังต้องมีความรู้รอบตัว มารยาทดี และรู้จิตวิทยาของนักท่องเที่ยว ฯลฯ สิ่งเหล่านี้ผู้ที่รักอาชีพนี้ จำเป็นจะต้องฝึกหาเพื่อประโยชน์ในการประกอบอาชีพของตนเอง

4.2.7.2 หน้าที่ความรับผิดชอบของมัคคุเทศก์

มัคคุเทศก์ของบริษัท ฯ ถือว่าเป็นตัวแทนของบริษัท ที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกอย่างไรต่อการบริการของบริษัท ดังนั้นบริษัททั่วๆไปจึงให้ความสำคัญแก่บุคคลที่จะมาทำหน้าที่เป็นมัคคุเทศก์ ของบริษัทมาก

หน้าที่หลักของมัคคุเทศก์แล้ว คือ การอธิบายแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวอย่าง ความถูกต้อง แต่เพื่อความเป็นระเบียบราบรื่นของการเดินทางมัคคุเทศก์ยังต้องมีหน้าที่ในการดูแล เตรียมการทั้งก่อน และหลังการเดินทางให้เรียบร้อย หน้าที่อันควรที่จะต้องทำจึงมีดังแต่ก่อนออกเดินทาง ระหว่างการเดินทาง และหลังการเดินทาง ซึ่งมีดังนี้

- นัดหมายตรวจสอบความพร้อมของยานพาหนะ
- เตรียมสิ่งของเครื่องใช้ที่จำเป็น เช่น เครื่องขยายเสียง ร่มกันแดด หมวก เครื่องดื่ม และ ภาชนะ สำหรับนักท่องเที่ยว บัตรอนุญาตเข้าชม และเอกสารสำคัญต่าง ๆ ฯลฯ
- รับนักท่องเที่ยวจากจุดนัดหมายให้ตรงเวลา และ ครบถ้วน
- นำนักท่องเที่ยวไปเที่ยวตามรายการที่ได้ตกลงกับนักท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัด ถ้ามีเหตุจำเป็นจะต้อง เปลี่ยนหรืองด จะต้องแจ้งเหตุผลความจำเป็นให้นักท่องเที่ยวทราบ
- ให้ความรู้ด้านต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยวรวมถึงตลอดถึงความบันเทิง เพลิดเพลินระหว่างการเดินทาง
- ดูแลด้านสวัสดิภาพความปลอดภัยขณะเดินทาง เตือนให้นักท่องเที่ยวระวังอุบัติเหตุหรือโจรกรรม ต่าง ๆ
- ดูแลเรื่องอาหารการกิน (ถ้ามีในรายการ) การใช้ห้องน้ำ การปฏิบัติตามข้อห้าม ข้อนิยม ของ สถานที่ และสถานการณ์ต่าง ๆ ให้เหมาะสม
- ส่งนักท่องเที่ยวกลับที่พัก หรือจุดสุดท้ายของการเดินทาง โดยรักษาเวลาให้เป็นไปตามกำหนด
- เมื่อมีปัญหาจะต้องอยู่กับนักท่องเที่ยว ไม่ทอดทิ้งให้นักท่องเที่ยวให้เป็นฝ่ายแก้ปัญหาแต่เพียงลำพัง

4.2.7.3 มัคคุเทศก์แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. มัคคุเทศก์ทั่วไป มี 2 ชนิดคือ

มัคคุเทศก์ทั่วไป (ต่างประเทศ) บัตรสีบรอนซ์เงิน นำเที่ยวให้นักท่องเที่ยวชาวไทยหรือ ชาวต่างประเทศ สามารถนำเที่ยวได้ ทั่วราชอาณาจักร

มัลกุเทศก์ทั่วไป (ไทย) บัตรสีบรอนซ์ทอง นำเที่ยวได้เฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยสามารถนำเที่ยวได้ทั่วราชอาณาจักร

2. มัลกุเทศก์เฉพาะ มี 8 ชนิดคือ (ดูข้อมูลเพิ่มเติม)

มัลกุเทศก์เฉพาะ (ต่างประเทศ – เฉพาะพื้นที่) บัตรสีชมพู นำเที่ยวให้นักท่องเที่ยวชาวไทยหรือชาวต่างประเทศ เฉพาะจังหวัดที่ระบุไว้บนบัตรและจังหวัดที่มีพื้นที่ติดต่อ

มัลกุเทศก์เฉพาะ (เดินป่า) บัตรสี เขียว นำเที่ยวให้นักท่องเที่ยวชาวไทยหรือชาวต่างประเทศในเขตพื้นที่ป่า

มัลกุเทศก์เฉพาะ (ไทย – เฉพาะพื้นที่) บัตรสีฟ้า นำเที่ยวเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยเฉพาะจังหวัดที่ระบุไว้บนบัตรและจังหวัดที่มีพื้นที่ติดต่อ

มัลกุเทศก์เฉพาะ (ศิลปวัฒนธรรม) บัตรสีแดง นำเที่ยวให้นักท่องเที่ยวชาวไทยหรือชาวต่างประเทศ ทางด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี ศิลปวัฒนธรรม วรรณคดีไทย ได้ทั่วราชอาณาจักร

มัลกุเทศก์เฉพาะ (ทางทะเล) บัตรสีส้ม นำเที่ยวให้นักท่องเที่ยวชาวไทยหรือชาวต่างประเทศในเขตพื้นที่ทางทะเล

มัลกุเทศก์เฉพาะ (ทะเลชายฝั่ง) บัตรสีเหลือง นำเที่ยวให้นักท่องเที่ยวชาวไทยหรือชาวต่างประเทศ ในเขตพื้นที่ทางทะเลหรือเกาะต่างๆ โดยมีระยะห่างจากชายฝั่งถึงสถานที่ท่องเที่ยวได้ไม่เกิน 40 ไมล์ทะเล

มัลกุเทศก์เฉพาะ (แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ) บัตรสีม่วง นำเที่ยวให้นักท่องเที่ยวชาวไทยหรือชาวต่างประเทศเฉพาะภายในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่ระบุชื่อไว้บนบัตร

มัลกุเทศก์เฉพาะ (วัฒนธรรมท้องถิ่น) บัตรสีน้ำตาล นำเที่ยวให้นักท่องเที่ยวชาวไทยหรือชาวต่างประเทศ ทางด้านวัฒนธรรมท้องถิ่น เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมประเพณี ประวัติศาสตร์ ภูมิศาสตร์ โบราณคดี เฉพาะภายในแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมท้องถิ่นที่ระบุชื่อไว้ในบัตรเท่านั้น

หมายเหตุ การเป็นมัลกุเทศก์จะต้องผ่านการอบรมตามหลักสูตรที่ทางราชการกำหนด ซึ่งหลักสูตรแต่ละประเภทของบัตรมัลกุเทศก์จะกำหนดวุฒิการศึกษาไว้ต่างๆ กัน แต่ต้องเป็นคนสัญชาติไทยและอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป พูด – อ่าน และเขียนภาษาไทยได้เป็นอย่างดี

4.2.7.4 ความสามารถของมัลกุเทศก์

ความสามารถของมัลกุเทศก์ประกอบด้วย

ความสามารถด้านภาษา

งานของมัคคุเทศก์เป็นงานที่ต้องใช้ภาษาเป็นหลักโดยเฉพาะอย่างยิ่งภาษาพูด ดังนั้นคุุเทศก์จึงต้องมีความสามารถในการใช้ภาษาแม่ของตนและภาษาต่างประเทศอื่น ๆ อยู่ในเกณฑ์ที่ดี คือสามารถที่จะใช้ภาษาสื่อสารทำความเข้าใจกับนักท่องเที่ยวได้อย่างคล่องแคล่ว และถูกต้องตามระเบียบ การใช้ภาษา

มัคคุเทศก์มีสังกัด คือ ถ้าเป็นมัคคุเทศก์สังกัดจะต้องมีความสามารถในการใช้ภาษาได้น้อย 2 ภาษา คือ ภาษาอังกฤษ และภาษาจีน ทั้งนี้เพราะยังมีลูกค้าที่ใช้บริการส่วนใหญ่จะเป็นชาวจีน

ความสามารถด้านวิชาการ

ความสามารถด้านวิชาการได้แก่ความรู้ที่มีมัคคุเทศก์ต้องใช้เพื่อการประกอบอาชีพ คือ

ความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว เช่น ที่ตั้ง ประวัติความเป็นมา สถาปัตยกรรมศาสตร์ ลักษณะ ทางกายภาพ การเข้าถึง ที่พักแรม กิจกรรมการท่องเที่ยว

ความรู้เกี่ยวกับการเป็นไทย เช่น ศิลปวัฒนธรรม กิจกรรมการท่องเที่ยว ขนบธรรมเนียมประเพณี วิธีการดำเนินชีวิต ศาสนา ความเชื่อ อาหารการกิน การเมืองการปกครอง

ในด้านความรู้เกี่ยวกับความเป็นไทยมัคคุเทศก์ของจะต้องมีความรู้เป็นกรณีไปในด้านอาหาร การกิน ของไทยเพราะลูกค้าส่วนใหญ่เป็นชาวจีน และชาวจีนโดยทั่วไปจะมีนิสัยที่โดดเด่นคือ ชอบกินดังนั้น มัคคุเทศก์จึงต้องมีความรู้ทางด้านอาหารการกินเป็นอย่างดี

ความรู้รอบตัว ที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว เช่น อัตราแลกเปลี่ยนเงินสกุลต่าง ๆ กับเงินไทย ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของชาติต่าง ๆ เหตุการณ์โลกปัจจุบันอัตราค่าที่พัก และบริการต่าง ๆ ของ โรงแรม ระเบียบพิธีทางศุลกากร แหล่งเริงรมย์แหล่งช้อปปิ้งต่าง ๆ ตลอดจนการปฐมพยาบาลเบื้องต้น

ความสามารถด้านการนำเที่ยว

ความสามารถด้านการนำเที่ยวเป็นหัวใจสำคัญของอาชีพมัคคุเทศก์ มัคคุเทศก์ที่มีความสามารถด้านการนำเที่ยว จะทำให้การท่องเที่ยวเป็นไปด้วยความสนุกสนานเพลิดเพลิน ประกอบด้วยสาระความรู้ และ การพักผ่อนอย่างแท้จริง นักท่องเที่ยวไม่รู้สึกเหน็ดเหนื่อยเพราะถูกเร่งรัด และเบื่อหน่ายเพราะถูกขัดเยียดด้วยความรู้จนเกินความจำเป็น หรือเบื่อหน่ายเพราะมัคคุเทศก์ขาดความรู้ไม่สามารถสนองความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ความสามารถในการนำเที่ยวประกอบด้วย

ความสามารถในการจัดเวลาในการเดินทาง มัคคุเทศก์ที่ดีต้องสามารถคำนวณเวลาในการนำเที่ยวแต่ละรายการได้พอเหมาะ และนักท่องเที่ยวได้ท่องเที่ยวครบตามรายการที่จัดให้โดยไม่รู้สึกรำคาญหรือเบื่อหน่ายตามระเบียบการข้อนี้ มัคคุเทศก์ไม่ต้องทำการสำรวจเส้นทางท่องเที่ยวล่วงหน้า แต่บริษัทจะเป็นผู้สำรวจเอง และให้มัคคุเทศก์นำข้อมูลจากบริษัทไปและทำการแบ่งเวลาในการนำนักท่องเที่ยวเข้าชมแต่ละจุดตามความสำคัญและน่าสนใจ ทั้งนี้มัคคุเทศก์จะต้องไม่ลืมแบ่งเวลาส่วนตัวแก่นักท่องเที่ยวด้วย เช่น การปล่อยให้นักท่องเที่ยวเดินชมโดยอิสระในจุดที่แต่ละคนสนใจเป็นพิเศษ การให้เวลาถ่ายรูป ทำธุรกิจส่วนตัว ดื่มน้ำ รับประทานอาหารว่าง ชื้อของที่ระลึก

การซื้อของที่ระลึก มีนโยบายให้มัคคุเทศก์นำพานักท่องเที่ยวซื้อของที่ระลึกกับทางร้านที่บริษัทได้กำหนดไว้เท่านั้น ถ้ามัคคุเทศก์ไม่ทำตามกฎข้อนี้ถือว่ามัคคุเทศก์ผู้นั้นทำผิดกฎของบริษัท ซึ่งทางร้านเหล่านั้น บริษัทได้ทำสัญญาไว้แล้ว

ความสามารถในการวิเคราะห์นักท่องเที่ยว มัคคุเทศก์ต้องสามารถวิเคราะห์นักท่องเที่ยวกลุ่มที่ตนรับผิดชอบแต่ละครั้งว่า มีความสนใจพิเศษเรื่องใด เพื่อจะได้สามารถสนองตอบความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ถูกต้อง

ความสามารถในการสร้างความสนใจ มัคคุเทศก์ต้องสามารถทำให้นักท่องเที่ยวสนุกสนานเพลิดเพลินตลอดรายการท่องเที่ยว ทั้งระหว่างการเดินทางและจุดแวะชม ดังนั้น นอกจากความรู้เกี่ยวกับจุดท่องเที่ยวและสถานที่ที่น่าสนใจตามทางผ่านที่มัคคุเทศก์อาจชี้ชวนให้นักท่องเที่ยวสนใจได้แล้ว การเดินทางเป็นเวลานาน มัคคุเทศก์ควรมีความรู้เกี่ยวกับการจัดกิจกรรมหรือการละเล่นเล็ก ๆ น้อย ๆ เพื่อคลายเหงาและช่วยให้เกิดความเป็นกันเอง ภายในกลุ่มของนักท่องเที่ยวด้วย

ความสามารถในการบริการและอำนวยความสะดวก มัคคุเทศก์ที่ดีต้องเอาใจใส่ดูแลให้นักท่องเที่ยวได้ท่องเที่ยวด้วยความสนุกสนานเพลิดเพลิน สะดวกสบายและปลอดภัยปราศจากอุปสรรคและข้อขัดข้อง ดังนั้นก่อนการนำเที่ยวทุกครั้งมัคคุเทศก์ควรทำดังต่อไปนี้

-ประสานงานกับพนักงานขับรถและเด็กทำารถในการตรวจสอบความเป็นระเบียบของพาหนะ

พาหนะ

-แจ้งย่านสถานที่พักแรม และสถานที่ที่จะพักรับประทานอาหารในแต่ละมื้อ

-นัดหมาย และให้ข้อมูลนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่จะไป

-แนะนำการปฏิบัติของนักท่องเที่ยว เช่น ถ้าไปเที่ยวชมวัด นักท่องเที่ยวไปการใส่กางเกงขาสั้น

ความสามารถในการแก้ปัญหาต่าง

มัคคุเทศก์ต้องมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง โดยคำนึงถึงประโยชน์ของนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ การที่จะสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้นั้น มัคคุเทศก์ต้องมีการเตรียมการที่ดี โดยที่สำคัญที่ต้องมี คือ ความมีสติมั่นคง และความรอบคอบของมัคคุเทศก์ เช่น ถ้ารถเกิดเสียกลางทางมัคคุเทศก์ก็ต้องโทรศัพท์บอกที่ บริษัท ให้หาเช่ารถบริษัทที่อยู่ใกล้ที่เกิดเหตุ มากที่สุด (ในกรณีที่อยู่ต่างจังหวัด) แต่ถ้ารถเสียในจังหวัดเชียงใหม่ที่ไม่ไกลมากเกินไป ทางจะนำรถสำรองไปเปลี่ยนให้ลูกค้าทันที

4.2.7.5 หน้าที่หลักของมัคคุเทศก์

มัคคุเทศก์มีหน้าที่ 3 ประการ คือ

การรับเข้านักท่องเที่ยว (Transfer – In)

การนำเที่ยว (Touring)

การส่งออกนักท่องเที่ยว (Transfer – Out)

การรับเข้านักท่องเที่ยว

การรับเข้านักท่องเที่ยว หมายถึง การไปรับนักท่องเที่ยวจากจุดเข้าเมือง หรือเข้าจังหวัด เช่น ท่าอากาศยาน สถานีรถไฟ ท่าเรือ สถานีขนส่ง แต่สำหรับมัคคุเทศก์จะรับเข้านักท่องเที่ยวจากท่าอากาศยานเป็นส่วนใหญ่ เพราะลูกค้าส่วนใหญ่ของบริษัทเป็นชาวต่างประเทศ เป็นนักท่องเที่ยวประเภท Inbound น้อยมากที่จะรับเข้านักท่องเที่ยวจากสถานีรถไฟ หรือ สถานีขนส่ง ต่อจากนั้นมัคคุเทศก์ก็จะติดตามแบบงานที่ได้กำหนดไว้ เช่น ถ้ารับเข้าในตอนเช้า เมื่อรับเข้าจากสนามบินเสร็จแล้วจะพานักท่องเที่ยวไปท่องเที่ยว ทานอาหารก่อน เมื่อสิ้นสุดโปรแกรมของบริษัทก็จะส่งนักท่องเที่ยวเข้าที่พัก และดูแลให้นักท่องเที่ยวเข้าที่พักอย่างเรียบร้อย

ในกรณีที่มัคคุเทศก์นำแขกเข้าพักในจังหวัดที่บริษัทตั้งอยู่ มัคคุเทศก์จะไม่มีสิทธิ์พักที่โรงแรมกับแขก ต้องกลับไปที่พักของตน แต่ถ้านำแขกเข้าพักต่างจังหวัด มัคคุเทศก์จะพักที่โรงแรมเดียวกับแขก

	แบบทดสอบ	หน่วยการเรียนรู้ 10-12
	รหัส 3702-2002	ระดับ ปวส จำนวน 3 หน่วยกิต
	วิชา การจัดการธุรกิจท่องเที่ยว	
	ชื่อหน่วย ทรัพยากรบุคคลในธุรกิจท่องเที่ยว	จำนวนชั่วโมงรวม 12 ชั่วโมง
	ชื่อเรื่อง ทรัพยากรบุคคลในธุรกิจท่องเที่ยว	จำนวนชั่วโมง 12 ชั่วโมง

คำตอบคำถามเกี่ยวกับทรัพยากรบุคคลในธุรกิจท่องเที่ยว

1. มัคคุเทศก์ทั่วไปมีกี่ประเภท

- ก. 2 ประเภท
- ข. 3 ประเภท
- ค. 4 ประเภท
- ง. 5 ประเภท

2. มัคคุเทศก์เฉพาะมีกี่ประเภท

- ก. 4 ประเภท
- ข. 6 ประเภท
- ค. 8 ประเภท
- ง. 10 ประเภท

3. มัคคุเทศก์เฉพาะนำเที่ยวศิลปวัฒนธรรม มีบัตรอนุญาตสีใด

- ก. สีน้ำเงิน
- ข. สีแดง
- ค. สีเขียว
- ง. สีชมพู

4. มัคคุเทศก์เฉพาะนำเที่ยวทะเล มีบัตรอนุญาตสีใด

- ก. สีส้ม
- ข. สีเหลือง
- ค. สีม่วง
- ง. สีน้ำตาล

5.มัลลเทศก์เฉพาะนำเที่ยวป่า มีบัตรอนุญาตสีใด

- ก. สีม่วง
- ข. สีแดง
- ค. สีเขียว
- ง. สีชมพู

6.ข้อใดไม่ใช่ความสามารถทางวิชาการของมัลลเทศก์

- ก. ความรู้รอบตัว
- ข. ความรู้ด้านแหล่งท่องเที่ยว
- ค. ความรู้เกี่ยวกับการเป็นไทย
- ง. ความสามารถในการนำเที่ยว

7.มัลลเทศก์เฉพาะนำเที่ยวพระราชวัง มีบัตรอนุญาตสีใด

- ก. สีทอง
- ข. สีแดง
- ค. สีนํ้าตาล
- ง. สีชมพู

	แบบเฉลย	หน่วยการเรียนรู้ที่ 10-12
	รหัส 3702-2002 วิชา การจัดการธุรกิจท่องเที่ยว	ระดับ ปวส จำนวน 3 หน่วยกิต
	ชื่อหน่วย ทรัพยากรบุคคลในธุรกิจท่องเที่ยว	จำนวนชั่วโมงรวม 12 ชั่วโมง
ชื่อเรื่อง ทรัพยากรบุคคลในธุรกิจท่องเที่ยว		จำนวนชั่วโมง 12 ชั่วโมง

ทรัพยากรบุคคลในธุรกิจท่องเที่ยว

1. ก
2. ค
3. ข
4. ก
5. ค
6. ง
7. ข

แผนการจัดการเรียนรู้

รหัสวิชา 3702-2002 ชื่อวิชา การจัดการธุรกิจท่องเที่ยว 3(3) สอนครั้งที่ 13-15
หน่วยที่ 5 ชื่อหน่วย การท่องเที่ยวทางเลือก (An Alternative Tourism) เวลา 9 ชั่วโมง

สาระสำคัญ

เมื่อมีการศึกษาการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ จะเห็นว่าแนวโน้มของการท่องเที่ยวทางเลือกนับได้ว่าเป็นรูปแบบสมัยนิยม ในปัจจุบันนักท่องเที่ยวเริ่มหันมาตระหนักถึงคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น จึงนิยมที่จะหันมาให้ความสนใจกับรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หรือการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable tourism) กันมากขึ้น ดังนั้นรูปแบบของการท่องเที่ยวจึงหันมาพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีอยู่ใน รูปแบบต่างๆ และมีการจัดนำเที่ยวที่ตระหนักถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวและขณะเดียวกันก็ให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ประวัติศาสตร์ สังคมและวัฒนธรรมไปพร้อมๆ กัน เพื่อให้ การพัฒนาการท่องเที่ยวนั้นๆ เป็นการพัฒนาที่ยั่งยืนและให้แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ คงอยู่ต่อไปในสภาพที่สมบูรณ์ การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจึงมีแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แต่จะมีการดำเนินงานที่ครอบคลุมไปถึงการท่องเที่ยวแทบทุกรูปแบบ และเน้นการมีส่วนร่วมและมีส่วนได้เสียของชุมชน ทำให้มีการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาวัฒนธรรมและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนขึ้น เช่น การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ (Home stay) หรือแม้กระทั่งการทำกิจกรรมทางเกษตรร่วมกับชาวนาที่เรียกว่าการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agrotourism)

จุดประสงค์การเรียนรู้

จุดประสงค์ทั่วไป

1. สามารถอธิบายถึงวัตถุประสงค์ของการพัฒนาการท่องเที่ยวทางเลือกได้
2. สามารถอธิบายถึงความสำคัญและรูปแบบการที่ถูกนำมาพัฒนาให้เป็นทางเลือกทางท่องเที่ยวได้

3. สามารถอธิบายถึงวิธีการจัดโปรแกรมนำเที่ยวเพื่อเป็นทางเลือกให้นักท่องเที่ยวไทย

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

1. บอกถึงวัตถุประสงค์ของการพัฒนาการท่องเที่ยวทางเลือกได้
2. อธิบายถึงความสำคัญและรูปแบบการที่ถูกนำมาพัฒนาให้เป็นทางเลือกทางท่องเที่ยวได้
3. อธิบายถึงวิธีการจัดโปรแกรมนำเที่ยวเพื่อเป็นทางเลือกให้นักท่องเที่ยวไทย

สาระการเรียนรู้

1. การประชุม การท่องเที่ยวแบบจูงใจ การสัมมนาและการแสดงสินค้า (MICE –Meeting, Incentive, Convention and Exhibition)
 - ลักษณะทั่วไปของไมซ์
 - ข้อแตกต่างระหว่าง การประชุม สัมมนา และการแสดงสินค้าหรือบริการ (MCE) กับ การท่องเที่ยวเพื่อให้รางวัลจูงใจ (I)
 - ประเภทของการให้รางวัล
 - การท่องเที่ยวแบบจูงใจ (Incentive Travel)
 - ส่วนประกอบหลักของการการจัดประชุมสัมมนา (Main Components)
 - สิ่งแวดล้อมที่ส่งเสริมเอื้ออำนวยแหล่งประชุมสัมมนา (Support Environment)
2. การท่องเที่ยวตามเหตุการณ์ / งานประเพณี (Event Tourism)
3. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism)
 - การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism)
 - บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
4. การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro-tourism)
5. การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ (Home stay)

กิจกรรมการเรียนรู้

1. สอนบอกชื่อเรื่อง จุดประสงค์และเนื้อหาที่จะเรียน
2. ผู้สอนบรรยายเนื้อหาการท่องเที่ยวทางเลือก (An Alternative Tourism) โดยมีสื่อการสอนต่าง ๆ ประกอบ
3. ผู้สอนแจกรูปแบบการท่องเที่ยวให้ตัวแทนนักศึกษา 4 คน คนละ 1 ใบ ให้ตัวแทนทั้ง 4 คน สรุปสิ่งที่ได้จากโครงสร้างให้เพื่อนในชั้นเรียนฟัง
4. ผู้สอนอธิบายเพิ่มเติมในส่วนที่ไม่สมบูรณ์ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น
5. ผู้สอนให้นักศึกษาแบ่งกลุ่มเป็น 5 กลุ่ม ร่วมกันศึกษาการท่องเที่ยวทางเลือก (An Alternative Tourism)
6. นักศึกษาร่วมกันอภิปรายตามหัวข้อที่ได้รับมอบหมาย
7. ครูและนักศึกษาร่วมกันสรุปบทเรียน โดยครูตั้งคำถามและให้นักเรียนช่วยกันตอบ
8. นักศึกษาทำแบบทดสอบหลังเรียน

สื่อการเรียนรู้และแหล่งการเรียนรู้

1. หนังสือ การจัดการธุรกิจนำเที่ยว (มหาวิทยาลัยมหาสารคาม) , เอกสารประกอบการเรียนการสอน (อ.คมกฤต วงศ์นาค)
2. ใบความรู้
3. Internet บทเรียนการท่องเที่ยว ศูนย์การท่องเที่ยวทั่วไทย
www.thai.tourismthailand.org
www.tat.or.th
4. ระบบการสอนออนไลน์
https://mis.pkru.ac.th/syllabus/view_syllabus.php?id=31

การวัดผลและประเมินผล

1. เครื่องมือ

1.1 แบบทดสอบ

1.2 แบบสังเกตพฤติกรรม

2. เกณฑ์การประเมิน

2.1 จำนวนคะแนนเต็ม 10 คะแนน (ข้อละ 5 คะแนน)

2.2 เกณฑ์ในการให้คะแนน

1. ตอบคำถามได้ครบถ้วนสมบูรณ์ทั้งความหมายและเนื้อหา	5	ดีมาก
2. ตอบคำถามได้ทั้งความหมายและเนื้อหาแต่ไม่สมบูรณ์	4	ดี
3. ตอบคำถามได้บางส่วนมีความหมายเนื้อหาถูกต้องแต่ไม่สมบูรณ์	3	พอใช้
4. ตอบคำถามได้เฉพาะบางส่วน	1-2	ปรับปรุง

2.3 ผลการประเมิน

ทำคะแนนได้ 9 – 10 คะแนน อยู่ในเกณฑ์ ดีมาก

ทำคะแนนได้ 7 – 8 คะแนน อยู่ในเกณฑ์ ดี

ทำคะแนนได้ 5 – 6 คะแนน อยู่ในเกณฑ์ ผ่าน

ทำคะแนนได้ 1 – 4 คะแนน อยู่ในเกณฑ์ ไม่ผ่าน

กิจกรรมเสนอแนะ / งานที่มอบหมาย

ให้นักเรียนหาความรู้เพิ่มเติม ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางเลือก (An Alternative Tourism)

- ความรู้เรื่องศัพท์ท่องเที่ยว
- ค้นคว้ารูปแบบการท่องเที่ยวลักษณะต่างๆ
- ความรู้เรื่องแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ

เอกสารอ้างอิง

1. อาจารย์ธนศ ศรีสถิตย์.2545.การจัดการธุรกิจท่องเที่ยว.มหาสารคาม:
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
2. เอกสารประกอบการเรียนการสอน (อ.คมกฤต วงศ์นาค)
3. Internet บทเรียนการท่องเที่ยว ศูนย์การท่องเที่ยวทั่วไป
www.thai.tourismthailand.org,www.tat.or.th
4. ระบบการสอนออนไลน์
https://mis.pkru.ac.th/syllabus/view_syllabus.php?id=31

บันทึกหลังการสอน

ผลการสอน

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ปัญหา / อุปสรรค

.....

.....

.....

.....

.....

.....

..

ข้อเสนอแนะ / แนวทางแก้ไข

.....

.....

.....

.....

.....

.....ผู้สอน

(นางสาวฉัตรชนก มหัทธนนวรรกรก)

...../...../.....

ความคิดเห็นของผู้บังคับบัญชา

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ลงชื่อ.....

(.....)

	ใบความรู้ ที่ 5	หน่วยการเรียนรู้ ที่ 13-15
	รหัส 3702-2002 วิชา การจัดการธุรกิจท่องเที่ยว	ระดับ ปวส. จำนวน 3 หน่วยกิต
	ชื่อหน่วย การท่องเที่ยวทางเลือก (An Alternative Tourism)	จำนวนชั่วโมงรวม 9 ชั่วโมง
ชื่อเรื่อง การท่องเที่ยวทางเลือก (An Alternative Tourism)		จำนวนชั่วโมง 9 ชั่วโมง

5 การท่องเที่ยวทางเลือก (An Alternative Tourism)

ทางเลือกใหม่ของการท่องเที่ยวไม่ได้เป็นสิ่งใหม่ที่เกิดขึ้นแต่สามารถเรียกได้ว่าเป็นแฟชั่นทางการท่องเที่ยวที่มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบ หรือมีการหารูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ซึ่งการท่องเที่ยวแต่ละรูปแบบอาจเกิดขึ้นมานานแล้วแต่ยังไม่ได้รับความสนใจเท่าที่ควรหลังจากที่มี การพยายามจัดรูปแบบการนำเสนอหรือเรียกรูปแบบให้แตกต่างจากเดิมอาจได้รับความสนใจมากขึ้นและนำแนวปฏิบัติต่างๆ ที่สร้างความแตกต่างให้เกิดขึ้นและให้เหมาะสมกับกลุ่มตลาดเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม (Niche) ซึ่งอาจจะมีการนำรูปแบบการท่องเที่ยวหลายรูปแบบมาทำการตลาดเพื่อเป็นการกำหนดระดับของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวให้ได้รับความสนใจยิ่งขึ้น

5.1 การประชุม การท่องเที่ยวแบบจูงใจ การสัมมนาและการแสดงสินค้า (MICE –Meeting, Incentive, Convention and Exhibition) ที่เราจะจัดขึ้นมีหลายๆ อย่าง ตั้งแต่ ค.ศ. 1967 การประชุมการท่องเที่ยวโลก WTO (World Tourism Organization) นับได้มีการประชุมถึง 3,500 ครั้ง ตลาดกลุ่มนี้ถูกรวมกลุ่มเพื่อทำ การตลาดและจัดการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยว

5.1.1 ลักษณะทั่วไปของไมซ์

การประชุม (Meeting) เป็นกิจกรรมขนาดเล็กที่บุคคล หรือกลุ่มบุคคลในสายงานเดียวกันหรือสายงานที่เกี่ยวข้องกันเข้าร่วมแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ หรือทำข้อตกลงกัน โดยที่มีกิจกรรมทางสังคมน้อย

การท่องเที่ยวเพื่อให้รางวัลจูงใจ (Incentive) เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ให้รางวัลแก่บุคคลที่ประสบความสำเร็จหรือทำผลงานบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ขององค์กร

การสัมมนา (Convention) เป็นกิจกรรมขนาดใหญ่ ที่บุคคล หรือกลุ่มบุคคลในสายงานเดียวกันหรือสายงานที่เกี่ยวข้องกันเข้าร่วมแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ หรือทำข้อตกลงกัน โดยที่มีกิจกรรม ทางสังคมต่อกันมาก

งานแสดงสินค้าหรือบริการ (Exhibition) เป็นการจัดกิจกรรมทางการตลาด หรือเป็นสถานที่ซึ่งผู้ผลิต จัดแสดงสินค้าหรือบริการเพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ หรือการเสนอขายสินค้าหรือบริการ

5.1.2 ข้อแตกต่างระหว่าง การประชุม สัมมนา และการแสดงสินค้าหรือบริการ (MCE) กับ การ ท่องเที่ยวเพื่อให้รางวัลจิตใจ (I)

ลักษณะโดยทั่วไป	MCE	I
งบประมาณ	จำกัด	ใช้งบประมาณมาก
จุดมุ่งหมาย	เพื่อการศึกษาหาความรู้	เพื่อการจูงใจ
โครงสร้างของการจัดงาน	มีมาก	มีความหลากหลาย
รูปแบบการจัดงาน	เป็นทางการ	มีความยืดหยุ่นสบายๆ
การสร้างสรรค์ลักษณะงาน	มีน้อย	ไม่มีขีดจำกัด
ผลที่ได้รับ	มีความเสี่ยง	ไม่มีความเสี่ยง
กิจกรรมเสริม	มีน้อย	มีมากและมีความหลากหลาย
การเดินทาง	ส่วนบุคคล	เป็นกลุ่มบุคคล
จุดหมายปลายทาง	สถานที่เดิมๆ	สถานที่ใหม่
การวัดผล	ไม่สามารถวัดได้	วัดได้

ลักษณะโดยทั่วไปของมนุษย์พฤติกรรมของแต่ละบุคคล (Behavior) ย่อมเป็นสิ่งที่คนอื่น มองเห็นได้และสามารถจดจำได้ (Recognition) ซึ่งจะเป็นภาพพจน์ที่เพื่อร่วมงานย่อมสามารถบอกได้ ถึงการแสดงออกของแต่ละบุคคล นั้นหมายถึงตัวบุคคล แต่การปฏิบัติงาน (Action) เป็นการทำงานหรือ การแสดงออกที่ เห็นผล เช่นเมื่อทำงานบรรลุเป้าหมายขององค์กรที่ตั้งไว้ย่อมได้รับรางวัล ค(Reward) เป็นสิ่งตอบแทน และการให้รางวัลเนื่องมาจากผลของการปฏิบัติงานเป็นการตอบสนองพฤติกรรมของ บุคคลที่มีความต้องการเป็นที่ยอมรับของเพื่อนร่วมงานและนายจ้าง ตลอดจนเป็นการตอบสนอง พฤติกรรมของมนุษย์ ดังนั้นการให้รางวัลเป็นการท่องเที่ยวแบบจูงใจจึงเป็นอีกวิธีหนึ่งที่จะทำให้ผู้ ได้รับรางวัลนั้นๆ เกิดความทรงจำที่ดีใน ผลงาน และส่งผลให้การปฏิบัติงานได้ดีขึ้น เพื่อหวัง ผลตอบแทนที่สูงขึ้นและการท่องเที่ยวแบบให้รางวัล จูงใจจึงเป็นรางวัลที่จะส่งผลโดยตรงต่อการ ทำงานในอนาคตที่ดีขึ้น อีกทั้งเป็นการพักผ่อน การเรียนรู้ และรับรู้ประสบการณ์ใหม่ๆ อีกด้วย ดัง แสดงความสัมพันธ์ของการให้การท่องเที่ยวแบบให้รางวัลจูงใจใน แผนภาพด้านล่างนี้

5.1.3 ประเภทของการให้รางวัล

ในชีวิตจริงของการทำงาน มนุษย์ทำงานเพื่อหวังผลตอบแทน และผลตอบแทนที่ได้มีอยู่ 3 ประเภท หลักๆ

1. ผลตอบแทนที่เป็นรูปแบบของตัวเงิน (Cash) ซึ่งอาจให้ในรูปแบบของเงินโบนัส หรือการขึ้นเงินเดือน
2. ผลตอบแทนที่ไม่เป็นรูปแบบตัวเงิน (Non-cash) เป็นการให้การท่องเที่ยวแบบให้รางวัลจิตใจให้วัตถุสิ่งของ ของขวัญ ให้สินเชื่อบางๆ และ
- 3 ผลตอบแทนด้วยการให้สถานภาพทางสังคม (Status awards) เช่นการให้รอตประจำตำแหน่งการให้เป็นสมาชิกกลุ่ม การให้รางวัลเชิดชูเกียรติ หรือให้เงินรางวัลในการใช้จ่ายเพิ่มขึ้นก็ถือได้ว่าเป็นรูปแบบหนึ่งของการให้รางวัล ดังแสดงรายละเอียดในแผนภาพในหน้าถัดไป

5.1.4 การท่องเที่ยวแบบจูงใจ (Incentive Travel)

ส่วนประกอบของการท่องเที่ยวแบบจูงใจ (The Components of Incentive Travel) ถูกจัดขึ้นเพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อการให้รางวัล (Award) สำหรับผู้ที่ประสบความสำเร็จ ให้ได้ทั้งคนภายในและภายนอก เช่น ให้รางวัลท่องเที่ยวทวีปยุโรป ในเมื่อถึงเป้าหมายที่เขาตั้งไว้

กลุ่มสังคม (Society) สังคมกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งนั้นที่จะมีกิจกรรมเพื่อการให้รางวัลจูงใจ เช่น กลุ่มผู้ขายประกัน กลุ่มนักศึกษา

มีความหลากหลาย (Various kinds) เกี่ยวกับลักษณะความหลากหลายของสินค้า/บริการ

มีผู้ติดตาม (Spouses) ส่วนที่จะต้องให้สำหรับผู้ติดตามไปด้วย เช่น พากรรษาไปด้วย

มีความสืบเนื่องกับการจัดสัมมนา (Combine with convention) การให้รางวัลเพื่อจูงใจ การเดินทางไปศึกษา ดูงานและท่องเที่ยวไปในตัวด้วย เช่น ไปดูงาน

5.1.5 ส่วนประกอบหลักของการการจัดประชุมสัมมนา (Main Components)

อาคารสถานที่ ศูนย์ประชุม โรงแรมมีห้องประชุมสัมมนา, ห้องย่อย, ห้องพัก

สิ่งอำนวยความสะดวก ศูนย์บริการธุรกิจเช่น โทรศัพท์ ลามแปลหลายภาษา เครื่องถ่ายเอกสาร

เครื่องสื่อสารต่างๆ ,แสง, เสียง, เครื่องตรวจระเบิด, โทรทัศน์วงจรปิด

การออกแบบสถาปัตยกรรมที่จะทำให้ผู้เข้าร่วมงานสามารถอยู่บริเวณสถานที่ประชุมสัมมนาได้อย่างเหมาะสม มีทิศทางทางไหลเวียนของผู้เข้าร่วมประชุมสัมมนาอย่างสะดวกสบาย และเป็นสัดส่วนที่เหมาะสม และมีเอกลักษณ์ของแต่ละศูนย์ประชุม

ที่ตั้งที่เหมาะสม เข้าถึงได้สะดวก มีการคมนาคมที่ดี สถานที่และทำเลที่ตั้ง

5.1.6 สิ่งแวดล้อมที่ส่งเสริมเอื้ออำนวยแหล่งประชุมสัมมนา (Support Environment)

สิ่งอำนวยความสะดวกในการติดต่อสื่อสารและการขนส่ง ระบบขนส่งมวลชน ระบบบริการขนส่งเสริมต่างๆ

สนามบิน เช่น ผู้เข้าประชุมอาจไม่ได้มาประชุมเฉพาะในกรุงเทพฯ

โรงแรมและที่พักอาศัย เช่น อาจมีการประชุมย่อยอื่นๆ ด้วยโรงแรมที่พักที่สะดวกและเพียงพอกับ
ผู้เข้าร่วมการประชุมสัมมนามีความจำเป็นต่อการจัดการประชุมสัมมนาอย่างยิ่ง
การจัดที่พักที่แตกต่างจากโรงแรม เพื่อให้ผู้เข้าประชุมไม่รู้สึกรำคาญ และเกิดความพึงพอใจ และ
ประทับใจสถานที่พักตากอากาศที่มีเอกลักษณ์และกิจกรรมสันทนาการและแหล่งท่องเที่ยวที่
สามารถไปเยือนได้โดยสะดวก

แหล่งโบราณสถาน สถานที่ท่องเที่ยวที่มีคุณค่าและความสำคัญทางประวัติศาสตร์ต่างๆ ซึ่ง
สามารถเป็นจุดดึงดูดให้แหล่งท่องเที่ยวเพิ่มความน่าสนใจ มีคุณค่ามากขึ้น

การกีฬาและสิ่งอำนวยความสะดวกในการพักผ่อนบันเทิงเริงรมย์ต่างๆ กีฬา เช่น กอล์ฟ สกีย

5.1.7 องค์กรที่ส่งเสริมสนับสนุนการประชุมสัมมนาและการแสดงสินค้า

AACVB (Asian Association of Convention and Visitor Bureaus) สมาคมสำนักงานส่งเสริมการ
ประชุมแห่งเอเชีย ([ดูข้อมูลเพิ่มเติม](#))

TICA (Thailand Incentive and Convention Association) สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติแห่ง
ประเทศไทย ([ดูข้อมูลเพิ่มเติม](#))

5.2 การท่องเที่ยวตามเหตุการณ์ / งานประเพณี (Event Tourism)

โปรแกรมและเหตุการณ์ (Programs and events) ที่เป็นจุดดึงดูดทางการท่องเที่ยว ซึ่งได้รับการ
ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่มีความสำคัญมากต่อประเทศไทย การเปิดประเทศเพื่อการ
ท่องเที่ยวไทยได้ใช้รูปแบบการท่องเที่ยวโดยใช้เหตุการณ์สำคัญต่างๆ เป็นจุดเด่นของงาน เช่นงาน
สมโภชกรุงรัตนโกสินทร์ 200 ปี งานกีฬาเอเชียนเกมส์ กีฬาโอลิมปิก งานราชประเพณีต่างๆ ซึ่ง
อาจแบ่งรูปแบบของงาน ออกได้ดังต่อไปนี้

การจัดงานเพื่อดึงดูดการท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาเทศกาลหรือเหตุการณ์ทางการท่องเที่ยวขึ้นมา
โดยไม่มีมาก่อน เช่น การประชาสัมพันธ์โดยใช้การรื้อมาลัย, วัฒนธรรมการแสดง งาน
เทศกาลร่มบ่อสร้าง งานไหว้สาแม่ฟ้าหลวง ฯลฯ เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาเที่ยวในเทศกาล
ต่างๆ

งานประเพณีหรือพิธีกรรมทางศาสนา เช่น งานเข้าพรรษา ฯลฯ งานดักบาตรเทโว เป็นความเชื่อ
ทางศาสนา แต่ก็มีคนไปดูและเที่ยวชมด้วย ไม่เพียงแต่เฉพาะชาวพุทธเท่านั้น อาจจะมี
นักท่องเที่ยวด้วย

งานกีฬา ลักษณะของกิจกรรมใดๆ ที่เกี่ยวกับกีฬา เช่น งานมาราธอนระดับโลก งานฟุตบอลโลก
การแข่งขันเรือ เอเชียนเกมส์ โอลิมปิก ซึ่งสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้

พิธีการทางราชการและการปกครอง เช่น งานเฉลิมพระชนมพรรษา ฯลฯ ซึ่งอาจไม่ใช่เฉพาะเป็น
การแสดงความจงรักภักดีเท่านั้น แต่อาจจะเป็นการเผยแพร่ภาพพจน์ได้
งานประเพณีพื้นบ้านหรือท้องถิ่น งานที่เกี่ยวกับงานประเพณี เช่น งานเทศกาลสงกรานต์ งาน
ประเพณีลอยกระทง แต่ไม่รวมถึงงานสงกรานต์พื้ชญา ดูแล้วไม่ใช่แสดงถึงประเพณีพื้นบ้าน
จริงๆ เป็นงานที่ถูกทำขึ้นเหมือนงานคาร์นิวัล ทำขึ้นมาเพื่อดึงดูดทางการท่องเที่ยวเท่านั้น
งานทางธุรกิจ งานที่เกี่ยวกับการประชุมสัมมนาได้เป็นอย่างดี เช่น งานแสดงสินค้าส่งออก
งานการศึกษา งานที่ให้ความรู้และการศึกษา ตัวนี้จะดึงดูดพวกนักวิทยาศาสตร์ทั่วโลกเข้ามาได้งาน
แสดงผลงานทางวิชาการ World Tech รวมไปถึงงานที่เกิดขึ้นตามปรากฏการณ์ตามธรรมชาติ
เช่น การเกิดสุริยุปราคา ฝนดาวตกในเมืองไทย

5.3 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism)

หลังจากนั้นเมื่อมีการใช้รถยนต์มากขึ้น ก็ไม่อนุญาตให้นำรถเข้าสู่สวนสาธารณะ เพราะเกิด
ความ ยุ่งยาก มลพิษและรบกวนสัตว์ป่า จึงเกิดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จึงได้รับความนิยมค่อนข้างมาก
ในยุโรปและขยายตัวเข้ามาทางออสเตรเลียและเอเชีย Eco “Ecology” สิ่งแวดล้อมในระบบนิเวศเป็นอยู่
อย่างสมดุล สำหรับประเทศไทยได้คิดค้นคำขึ้นมาเพื่อให้มีความหมายเกี่ยวข้องกับ Ecological คือ

นิเวศสัญจร

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

การท่องเที่ยวเพื่อการอนุรักษ์

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศหมายถึง การเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใดแห่งหนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์
เพื่อการศึกษา ชื่นชมและเพลิดเพลินกับทัศนียภาพ สภาพธรรมชาติ สภาพสังคม วัฒนธรรม และวิถีชีวิต
ของคนในท้องถิ่น บนพื้นฐานของความรู้และความรับผิดชอบต่อระบบนิเวศ

Eco-Tourism

Nature based tourism Conservation Supporting tour

Environmentally educated tourism Sustainably run tourism

ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวมีจิตสำนึกในตัวเอง Aspects and
Definitions of Ecotourism ความหมายของนักวิชาการชาว ออสเตรเลียกล่าวว่า “เป็นการท่องเที่ยวบน
พื้นฐานของสินค้าที่มีอยู่ตามธรรมชาติ มีการจัดการที่ยั่งยืน มีส่วนประกอบของการศึกษาและมีการ
อนุรักษ์สภาพของแหล่งท่องเที่ยว (Ecotourism is tourism with a nature-based product, sustainable
management, an education component and some contribution to conservation : Buckley R. 1994)
นอกจากนี้ยังมีผู้ให้ ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไว้ก็คือ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการ

ส่งเสริมความรู้ในสภาพธรรมชาติการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่งก่อให้เกิดความพึงพอใจในการมีส่วนร่วมอนุรักษ์ของชนท้องถิ่นและการกระจายรายได้ที่ได้รับ

5.3.1 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) ในปัจจุบันจึงหมายถึงการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใดแห่งหนึ่งโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาชื่นชมและเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ สภาพธรรมชาติ สภาพสังคม วัฒนธรรม วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น บนพื้นฐานของความรู้และความรับผิดชอบต่อระบบนิเวศ **Eco-Tourism**

5.3.2 บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

มัคคุเทศก์ - ผู้ที่ให้ความรู้และข่าวสารต่างๆ ทางการท่องเที่ยว

นักลงทุน- ต้องคำนึงถึงสภาพแวดล้อมที่มีอยู่ด้วย, ไม่ควรเปลี่ยนแปลง

เจ้าของถิ่น- เช่น ไปเกาะ ผู้ที่อาศัยอยู่ในท้องถิ่นนั้นๆ

นักท่องเที่ยว- เขาต้องมีจิตสำนึกไปด้วยในการท่องเที่ยว

หน่วยงานรัฐบาล- ควบคุมให้เป็นไปตามแผน

การพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นไปด้วยดีในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการวางแผนระยะไกลหน่วยงานที่เข้ามาเกี่ยวข้องในขั้นต้นมีดังต่อไปนี้

กรมป่าไม้ ปกป้องพื้นที่ ([ดูข้อมูลเพิ่มเติม](#))

การจัดสื่อความหมายธรรมชาติ เช่น โครงการรักษป่าไม้ มีโปสเตอร์บอกข่าวสาร สัมมนา

การศึกษาวิจัยเพื่อจัดทำระบบสื่อความหมาย เช่น มีการกำหนดเขตอุทยานแห่งชาติ ศึกษาชีวิตและความเป็นอยู่

สถาบันการศึกษา จะจัดเตรียมความรู้ อุปกรณ์ต่างๆ ให้พร้อม ให้ความรู้และจัดเตรียมความพร้อมด้านบุคลากร

บริษัทนำเที่ยวรวมตัวเพื่อสนองนโยบายการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก PATA (the Pacific Asia Travel Association) ([ดูข้อมูลเพิ่มเติม](#)) มีการจัดประชุมสัมมนาเพื่อสนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

5.4 การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro-tourism)

การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นการกระตุ้นนำเอาทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในประเทศ จัดกิจกรรม จัดรูปแบบทางการท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจและอยากเดินทางไปเที่ยว เพื่อขยายเส้นทางทางการท่องเที่ยวและกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นผู้ประกอบการนั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท. ได้แยกประเภททรัพยากรจัดกิจกรรม 9 กิจกรรม และได้นำมาเผยแพร่เป็น Amazing Thailand ประสบความสำเร็จเมื่อสองปีก่อนนั้น ความสำเร็จนี้ ททท. ยังถือแนวเดิมจัดกิจกรรมแต่เพิ่ม

คุณค่าและคุณภาพ (Value Added) ในแต่ละกิจกรรม เสริมเส้นทางการท่องเที่ยวให้เป็นกิจกรรมที่ยั่งยืน กิจกรรมหนึ่งใน Amazing Thailand ก็คือการเกษตรไทย หรือ Amazing Agricultural Heritage ซึ่งแบ่งเป็นกิจกรรมย่อย ๆ ได้แก่¹

1. การทำนา (Rice Cultivation) การทำนาปี การทำนาปรัง การทำนาหว่านน้ำตม การทำนาขั้นบันได พิพิธภัณฑข้าว ความรู้เรื่องข้าวสายพันธุ์ต่าง ๆ ประเพณีพิธีกรรมเกี่ยวกับข้าว วัฒนธรรมการกินข้าวไทย เป็นต้น

2. การทำสวนไม้ตัดดอก (Cutting Flowers) การทำสวนดอกไม้เพื่อตัดดอกขายทุกชนิด เช่น สวนกุหลาบ ฟาร์มกล้วยไม้ สวนไม้ดอกไม้ประดับนานาชนิด ไม้กระถางทุกประเภท รวมถึง ไร่ทานตะวัน

3. การทำสวนผลไม้ (Horticulture) การทำสวนผลไม้ทุกประเภท รวมทั้งการทำสวนเกษตร การทำเกษตรแผนใหม่ การทำสวนผสม รวมถึงการทำสวนยางพารา สวนไข่ สวนปาล์ม น้ำมัน

4. การทำสวนครัวสวนผัก (Vegetables) การปลูกพืชผักสวนครัวทุกประเภท รวมถึงการทำไร่ผัก ไร่ถั่ว ไร่ข้าวโพดข้าวฟ่าง ไร่พริกไทย เป็นต้น

5. การทำสวนสมุนไพร (Herbs) การปลูกพืชสมุนไพรนานาชนิด เพื่อใช้เป็นอาหาร เสริมพืชผักสวนครัวข้างบ้าน เพื่อใช้เป็นเครื่องดื่ม เพื่อใช้เป็นเครื่องสำอาง และเพื่อใช้ในการแพทย์แผนไทย

6. การทำฟาร์มปศุสัตว์ (Animal Farming) การเลี้ยงและขยายพันธุ์สัตว์เศรษฐกิจนานาชนิด อาทิการเลี้ยงไหม การทำฟาร์มผึ้ง การทำฟาร์มปลา การเลี้ยงหอยแมลงภู่ หอยแครง หอยนางรม หอยตะเภา ฟาร์มจระเข้ บางแห่งเพาะขยายพันธุ์สัตว์ป่าหายาก เช่น ฟาร์มนกยูง ฟาร์มไก่ฟ้า ฟาร์มกวาง รวมถึงสวนงูของสภากาชาดไทยด้วย

7. งานเทศกาลผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ (Festival) การจัดงานเพื่อส่งเสริมการขายผลิตผลทางการเกษตร เมื่อถึงฤดูที่พืชผลเหล่านั้นออกซุก อาทิ มหกรรมไม้ดอกไม้ประดับ งานเทศกาลลิ้นจี่ เทศกาลลำไย เทศกาลกินปลา เป็นต้น

การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro-tourism) เป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งที่ได้ทั้ง ความเพลิดเพลินและความรู้ นำกลับไปประยุกต์ใช้หรือประกอบอาชีพได้ เหนืออื่นใดนี้คือการได้หวนกลับไปค้นหา เรียนรู้ เข้าใจ ภาควิชาภูมิกับอาชีพเกษตรกรรม รากฐานของแผ่นดินไทย ที่เปี่ยมไปด้วยคุณค่าภายใต้แนวคิด ปรัชญา องค์ความรู้ ภูมิปัญญาของบรรพบุรุษเกษตรกรไทย ได้สัมผัสกับวิถีชีวิต

ความเป็นอยู่ของชาวชนบท ชนบทธรรมนิยม วัฒนธรรม ประเพณี รูปแบบกิจกรรม และการประกอบอาชีพทางการเกษตรที่หลากหลาย ทั้งวิถีดั้งเดิมจนถึงการใช้เทคโนโลยีขั้นสูง ท่ามกลางทัศนียภาพธรรมชาติที่สวยงาม บริหาร จัดการโดยเกษตรกรหรือชุมชน ความประทับใจที่เกิดจากการได้ชม ชิม ชื้อผลิตภัณฑ์ และมีส่วนร่วมใน กิจกรรมต่างๆ ก่อเกิดความรู้ ทักษะ และประสบการณ์แก่ผู้มาท่องเที่ยว ทั้งยังส่งผลให้เกิดรายได้แก่ชุมชน จากการจำหน่ายผลผลิตการเกษตร ผลิตภัณฑ์แปรรูป ค่าตอบแทนจากการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว นอกจากการผลักดันการเกษตรให้เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวหนึ่งของประเทศไทย ธุรกิจนำเที่ยวหลายแห่งได้ จัดโปรแกรมการศึกษาวิถีชีวิตของชาวสวน มีการเข้าไปร่วมกิจกรรมเก็บเกี่ยวผลผลิตทางการเกษตร หรือเป็นรูปแบบการพักผ่อนในสวนผลไม้และร่วมทำกิจกรรมต่างๆ ตามแบบที่ชาวสวนได้ทำกัน ซึ่งเป็นที่รู้จักกันในรูปแบบของฟาร์มสเตย์ (Farm stay) จึงถือว่าเป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวทางเลือกในปัจจุบัน

5.5 การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ (Home stay)²

ประเทศไทยประกอบด้วยผู้คนหลายเชื้อชาติเผ่าพันธุ์ วิถีชีวิตที่ดำรงอยู่บนพื้นฐานของความศรัทธา เป็นแนวทางใน การปฏิบัติที่สืบทอดกันมาเป็นวัฒนธรรม ที่แสดงออกในรูปแบบของพิธีกรรม และพิธีการ รวมไปถึงการสร้างบ้านเรือนที่ อยู่อาศัย การแต่งกาย การรับประทานอาหาร ภาษาพูด และการประกอบอาชีพที่ส่วนหนึ่งแสดงถึงความสามารถในเชิง ช่างสร้างงานฝีมือที่งดงาม คือหนึ่งในทรัพยากรทาง การท่องเที่ยวที่มีคุณค่าของประเทศ เมื่อก่อนนี้การเดินทางท่องเที่ยวในบ้านเรา เป็นเพียงการเดินทางไปในที่ต่าง ๆ เพื่อชมธรรมชาติที่บริสุทธิ์สวยงาม เป็นการพักผ่อนหย่อนใจเท่านั้น แต่ปัจจุบันทิศทางการท่องเที่ยวเริ่มเปลี่ยนแปลงไปในเส้นทางของการศึกษาและแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ รูปแบบหนึ่งที่เริ่มได้รับความนิยม คือ การท่องเที่ยวในรูปแบบ “โฮมสเตย์” ที่ให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสเข้าไปใช้ ชีวิตความเป็นอยู่ร่วมกับคนในท้องถิ่น อยู่บ้านเดียวกัน ทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกัน เช่น ที่หมู่บ้านคีรีวง จ.นครศรีธรรมราช บ้านปราสาท จ.นครราชสีมา หมู่บ้านไทยทรงดำ จ.เพชรบุรี และหมู่บ้านโคกโก่ง จ.กาฬสินธุ์

การท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ นักท่องเที่ยวจะได้ปฏิบัติตนเหมือนกับชีวิตประจำวันของชาวบ้าน เช่น เข้าชั้นทำอาหาร เตรียมใส่บาตร สายหน่อยออกไปทำไร่ทำนา ปลูกผัก ผู้หญิงอาจอยู่บ้านทำงาน ฝีมือ ทอผ้า จักสาน ได้รับประทานอาหาร ท้องถิ่น ซึ่งอาจเก็บผัก ตกปลาตนเอง ได้เรียนรู้วิถีชีวิตของคนที่ต่างไปจากที่เราเป็นอยู่

ข้อควรปฏิบัติก่อนออกเดินทาง

1. ค้นหาพบความสนใจของตัวเองก่อนว่า รักที่จะท่องเที่ยวแบบไหน เช่น ต้องการไปเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คน ไปดูแหล่งศิลปกรรม วัฒนธรรม แหล่งงานหัตถกรรม หรือ เทศกาลงานประเพณี

2. เลือกจุดหมายปลายทางที่จะเดินทางไป โดยอาจขอคำแนะนำหรือขอข้อมูลเพิ่มเติมจากศูนย์บริการข่าว สารท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และสำนักงาน ททท. ที่รับผิดชอบจังหวัดนั้น ๆ

3. เตรียมความพร้อมก่อนเดินทาง เช่น ศึกษาสภาพอากาศ เพื่อการจัดเตรียมเสื้อผ้า ข้าวของเครื่องใช้ที่จำเป็น สอบถามเส้นทาง หรือหากจะไปเที่ยวชมเทศกาล งานประเพณีประจำปี ควรทราบกำหนดวันเวลาที่แน่นอน รวมทั้งรายละเอียดของงานด้วย

4. ศึกษาข้อมูลของสถานที่และทำความเข้าใจกับเรื่องราวของชุมชน เช่น ขนบประเพณี ความเชื่อของผู้คนในท้องถิ่น เพื่อจะได้ประพฤติปฏิบัติตนได้อย่างเหมาะสม

ข้อควรปฏิบัติระหว่างท่องเที่ยว

1. หากเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวในหมู่บ้านที่มีรูปแบบโฮมสเตย์ คือไปพักอาศัยอยู่กับชาวบ้านเพื่อเรียนรู้ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คน ควรฝึกตนให้เป็นคนอยู่ง่าย รับประทานอาหาร ปฏิบัติตามกฎระเบียบของ หมู่บ้าน เคารพในสิทธิของเจ้าของพื้นที่ และไม่ทำในสิ่งที่ขัดแย้งกับข้อปฏิบัติของชุมชน ไม่ลบหลู่ ความเชื่อของผู้คนในท้องถิ่น

2. อาหารของบางท้องถิ่นอาจไม่เหมือนที่เราคุ้นเคย ขอให้เข้าใจว่าเป็นการเรียนรู้วัฒนธรรมอย่างหนึ่ง อย่าพยายามฝืนให้เจ้าของสถานที่ปรุงแต่งเปลี่ยนรูปแบบเป็นรสชาติสากล เพราะจะไม่หลงเหลือความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น

3. การเข้าไปในแหล่งงานหัตถกรรม หมู่บ้านที่ผลิตงานหัตถกรรมต่าง ๆ ควรสนใจที่จะเรียนรู้ขั้นตอนการทำงานฝีมือนั้นด้วย เพื่อจะได้ทราบว่า งานฝีมือแต่ละชิ้นกว่าจะสำเร็จต้องใช้ความเพียรพยายามเพียงใด เพื่อความภาคภูมิใจที่จะได้เป็นเจ้าของงานสักชิ้นหนึ่ง

4. ศึกษาและเรียนรู้เรื่องราวที่พบเห็น เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณี ความเชื่อ ภาษาถิ่น การแต่งกาย ซึ่ง เป็นความแตกต่างของผู้คนแต่ละเผ่าพันธุ์ เพื่อการท่องเที่ยวของเราจะได้มีคุณค่ามากขึ้น

5. สิ่งของอันเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นไม่ควรนำมาครอบครองเป็นสมบัติส่วนตัว ควรเก็บไว้ในที่เดิม เพื่อให้เป็นสมบัติของส่วนรวมตลอดไป

6. ช่วยกันรักษาวัฒนธรรมอันดีงามของคนในชนบท ด้วยการปฏิบัติตามคำแนะนำต่าง ๆ ที่ได้ศึกษามา อย่าส่งเสริมให้มีการยึดถือวัตถุมากกว่าน้ำใจ เพื่อให้ความมีน้ำใจและความเอื้ออาทรยังคงอยู่เป็นเสน่ห์ ของสังคมไทยตลอดไป

5.6 สรุป

เมื่อมีการศึกษาการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ จะเห็นว่าแนวโน้มของการท่องเที่ยวทางเลือกนับได้ว่าเป็นรูปแบบสมัยนิยม ในปัจจุบันนักท่องเที่ยวเริ่มหันมาตระหนักถึงคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น จึงนิยมที่จะหันมาให้ความสนใจกับรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หรือการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable tourism) กันมากขึ้น ดังนั้นรูปแบบของการท่องเที่ยวจึงหันมาพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีอยู่ใน รูปแบบต่างๆ และมีการจัดนำเที่ยวที่ตระหนักถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวและขณะเดียวกันก็ให้ ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ประวัติศาสตร์ สังคมและวัฒนธรรมไปพร้อมๆ กัน เพื่อให้ การพัฒนาการท่องเที่ยวนั้นๆ เป็นการพัฒนาที่ยั่งยืนและให้แหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ คงอยู่ต่อไปในสภาพที่สมบูรณ์ การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจึงมีแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แต่จะมีการดำเนินงานที่ครอบคลุมไปถึงการท่องเที่ยวแทบทุกรูปแบบ และเน้นการมีส่วนร่วมและมี ส่วนได้เสียของชุมชน ทำให้มีการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบศึกษาวัฒนธรรมและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนขึ้น เช่น การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ (Home stay) หรือแม้กระทั่งการทำกิจกรรมทางเกษตรร่วมกับชาวนาที่เรียกว่าการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agrotourism)

เห็นได้ว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวทางเลือกเป็นไปอย่างไม่หยุดยั้ง การประกอบธุรกิจนำเที่ยวจึงมีความจะเป็นต้องพัฒนาสินค้าและบริการให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย (Niche Market) และจัดวางระดับของสินค้าและบริการให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายต่อไป

	แบบทดสอบ	หน่วยการเรียนรู้ 13-15
	รหัส 3702-2002 วิชา การจัดการธุรกิจท่องเที่ยว	ระดับ ปวส จำนวน 3 หน่วยกิต
	ชื่อหน่วยการเรียนรู้ทางเลือก (An Alternative Tourism)	จำนวนชั่วโมงรวม 9 ชั่วโมง
ชื่อเรื่อง การท่องเที่ยวทางเลือก (An Alternative Tourism)		จำนวนชั่วโมง 9 ชั่วโมง

จงตอบคำถามเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางเลือก (An Alternative Tourism)

1. ข้อใดเป็นการท่องเที่ยวแบบ Event Tourism

- ก. งานกีฬาโอลิมปิก
- ข. นิทรรศการยานยนต์และยานอวกาศโลก
- ค. งานประชุมวิชาการโรคเอดส์
- ง. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

2. ข้อใดไม่ใช่ลักษณะของการท่องเที่ยวแบบไมซ์

- ก. Meeting
- ข. Incentive
- ค. Conference
- ง. Exhibition

3. การท่องเที่ยวแบบจูงใจ (The Components of Incentive Travel) ถูกจัดขึ้นเพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อ การให้รางวัล (Award) สำหรับผู้ที่ประสบความสำเร็จ

- ก. True
- ข. False

4. การแข่งขันฟุตบอลโลกเป็นการท่องเที่ยวแบบโปรแกรมและเหตุการณ์ (Programs and events)

- ก. True
- ข. False

5.การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) ในปัจจุบันหมายถึงการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใดแห่งหนึ่งโดยมีวัตถุประสงค์หลัก เพื่อการศึกษาชื่นชมและเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ และค่าคอมมิสชั่นจากบริษัทนำเที่ยว

ก. True

ข. False

	แบบเฉลย	หน่วยการเรียนรู้ที่ 13-15
	รหัส 3702-2002 วิชา การจัดการธุรกิจท่องเที่ยว	ระดับ ปวส จำนวน 3 หน่วยกิต
	ชื่อหน่วยการเรียนรู้ทางเลือก(An Alternative Tourism)	จำนวนชั่วโมงรวม 9 ชั่วโมง
ชื่อเรื่อง การท่องเที่ยวทางเลือก (An Alternative Tourism)		จำนวนชั่วโมง 9 ชั่วโมง

การท่องเที่ยวทางเลือก (An Alternative Tourism)

1. ก
2. ง
3. ก
4. ก
5. ข

แผนการเรียนรู้แบบบูรณาการ

บูรณาการวิชา การจัดการธุรกิจท่องเที่ยว, การมัคคุเทศก์, ภาษาอังกฤษ หน่วยที่ 6
สำหรับมัคคุเทศก์, ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว, ทักษะภาษาไทยเพื่ออาชีพ สอนครั้งที่ 1-18
ชื่อหน่วย งานมัคคุเทศก์ จำนวน 54 คาบ

หัวข้อเรื่อง

หน่วยที่ 6 งาน มัคคุเทศก์
โดยมีหัวข้อเรื่องที่จะสอนดังนี้

รายการสอน	ทฤษฎี (ชม.)	ปฏิบัติ(ชม.)
1. เขียนโครงการและแผนปฏิบัติงาน	2	4
2. วางแผนรายการนำเที่ยวและคำนวณราคา	2	4
3. เขียนรายการนำเที่ยวและจัดทำเอกสารข้อมูลด้านการท่องเที่ยว	3	5
4. ปฏิบัติรับเข้านักท่องเที่ยว	2	2
5. ให้ข้อมูลและบริการนำเที่ยว	2	4
6. จัดกิจกรรมนันทนาการ	2	4
7. ปฏิบัติส่งออกนักท่องเที่ยว	2	2
8. รายงานผลการดำเนิน โครงการ	1	2
รวม	16	27

สาระสำคัญ

การศึกษาและปฏิบัติงานมัคคุเทศก์ เป็นการจัดการและประยุกต์ในลักษณะ โครงการที่ประกอบ
อาชีพจริง เริ่มตั้งแต่การวางแผนการจ้ดนำเที่ยว การเขียนรายการนำเที่ยว การจัดเอกสารข้อมูลด้านการ
ท่องเที่ยว การรับเข้า-ส่งออก การให้ข้อมูลและบริการ การจัดกิจกรรมนันทนาการ ตลอดจนอำนวยความสะดวก

ความ
สะดวกให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการพัฒนาผู้เรียนทั้งด้านความรู้ ทักษะอาชีพ ทักษะกระบวนการ
ต่างๆ

รวมทั้งคุณธรรมจริยธรรมโดยใช้ประสบการณ์ตรง

จุดประสงค์การเรียนรู้

จุดประสงค์ทั่วไป

เพื่อให้ นักเรียน ได้บูรณาการความรู้และทักษะทางด้านวิชาพื้นฐานและวิชาชีพเฉพาะในงานมัคคุเทศก์มาประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์ผลงานในอาชีพมัคคุเทศก์

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

หลังจากเรียนรู้หน่วยนี้แล้ว นักเรียนสามารถ

1. อธิบายหลักการเขียนโครงการ แผนปฏิบัติงาน
2. เขียนโครงการ แผนปฏิบัติงานและนำเสนอขออนุมัติโครงการ
3. อธิบายรูปแบบของรายการนำเที่ยว
4. เขียนรายการนำเที่ยว
5. กำหนดราคาขายรายการนำเที่ยว
6. เลือกใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการจัดทำเอกสารและจัดทำเอกสารทางการท่องเที่ยว
7. อธิบายการปฏิบัติงานของมัคคุเทศก์
8. จัดเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ ในการนำเที่ยว
9. ให้บริการรับเข้า – ส่งออก และนำเที่ยว
10. จัดกิจกรรมนันทนาการ
11. เขียนรายงานผลการดำเนินโครงการเป็นภาษาไทยหรือภาษาต่างประเทศ

ครุภัณฑ์ / เครื่องมือ / วัสดุ - อุปกรณ์

ขึ้นอยู่กับนักเรียนจะจัดทำงานอะไร

กิจกรรมการเรียนรู้

1. กิจกรรมครู

- 1.1 จัดเตรียมเอกสาร หนังสืออ้างอิง สื่อการเรียนรู้ทั้งสื่อโสตทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ตัวอย่างโครงการของจริง
- 1.2 นำเข้าสู่บทเรียน โดยคณะครูที่ร่วมสอนงานบูรณาการ ประชุมชี้แจงวิธีการเรียนรู้ ระยะเวลาที่ครูแต่ละคนจะเข้ามาเป็นผู้สอน หลักการแนวทางการคิดโครงการ และดำเนินโครงการ การประเมินผลงาน แนะนำและให้ตัวอย่างงานโครงการลักษณะต่างๆ
- 1.3 การให้ข้อมูลหรือการสอนโดยผู้สอนให้ผู้เรียนศึกษาจากใบความรู้ ใบปฏิบัติงานหรือชุดการเรียนรู้ สื่อโสตทัศน์แล้วทำแบบทดสอบ หากยังทำไม่ได้ไม่ครบให้ทบทวนบทเรียนใหม่

1.4 สังเกต บันทึกพฤติกรรมผู้เรียนขณะศึกษาบทเรียน คอยช่วยเหลือให้คำแนะนำเมื่อผู้เรียนต้องการ

1.5 การประยุกต์ใช้ โดยให้ใบมอบหมายงานแก่ผู้เรียน ดำเนินงานตามสมรรถนะของหัวข้อโครงการที่กำหนดไว้โดยดำเนินงานในลักษณะของขั้นตอนการปฏิบัติงานของมัลคุเทศก์ เริ่มตั้งแต่การวางแผน การเขียนโปรแกรม การคิดราคา การจัดทำเอกสาร การนำเข้า-ส่งออก การให้ข้อมูล และประเมินผล

1.6 สังเกต บันทึกพฤติกรรมผู้เรียนขณะดำเนินงานตามโครงการ คอยช่วยเหลือให้คำแนะนำเมื่อผู้เรียนต้องการ

1.7 การตรวจสอบผลการเรียนรู้ให้ผู้เรียนร่วมกันกำหนดหัวข้อที่จะประเมินงานโครงการ ร่วมกับผู้เรียนตรวจสอบชิ้นงานเพื่อประเมินและแก้ไขข้อบกพร่อง

1.8 สังเกต บันทึกพฤติกรรมนักเรียนขณะผู้เรียนทำงาน คอยช่วยเหลือให้คำแนะนำเมื่อผู้เรียนต้องการ

2. กิจกรรมนักเรียน

2.1 จัดเตรียมเอกสาร หนังสืออ้างอิง ตามที่ผู้สอนและบทเรียนกำหนด

2.2 นำเข้าสู่บทเรียน โดยรับภาระชี้แจงวิธีการเรียนรู้ ระยะเวลาที่ครูแต่ละคนจะเข้ามาเป็นผู้สอน หลักการ แนวทางการคิดโครงการ และดำเนินโครงการ การประเมินผลงาน ตัวอย่างโครงการลักษณะต่างๆ

2.3 จัดกลุ่มนักศึกษา คั่นคว้า หาข้อมูลจากเอกสาร ตำรา สื่อการเรียนต่างๆ แล้วตัดสินใจเลือกทำและปฏิบัติรายการนำเที่ยว

2.4 การให้ข้อมูล โดยศึกษาจากใบความรู้ ใบปฏิบัติงาน สื่อโสตทัศน แล้วจัดทำรายการนำเที่ยว หากมีปัญหาข้อขัดข้องให้ขอคำแนะนำจากผู้สอนและเพื่อนในกลุ่ม

2.5 การประยุกต์ใช้ โดยศึกษาใบมอบงาน ดำเนินงานตามสมรรถนะของหัวข้อโครงการที่กำหนดไว้ โดยดำเนินงานตามขั้นตอน ตั้งแต่การวางแผน การเขียนโปรแกรม การคิดราคา การจัดทำเอกสาร การนำเข้า-ส่งออก การให้ข้อมูล และประเมินผล

2.6 การตรวจสอบผลการเรียนรู้ โดยจัดทำรายงานผลการดำเนินงาน ร่วมกับผู้สอนกำหนดหัวข้อที่จะประเมินโครงการ ตรวจสอบชิ้นงานเพื่อประเมิน และแก้ไขข้อบกพร่อง หากมีปัญหาข้อขัดข้องให้ขอคำแนะนำจากผู้สอนและเพื่อนในกลุ่ม

สื่อการเรียน

1. ตำรา เรื่องงานมัลกุตเทศก์
2. ชุดสื่อการเรียน เรื่องการมัลกุตเทศก์
3. ตำราเรื่องการจัดกิจกรรมและสันตนาการ
4. คู่มือการจัดทำโครงการชนิดต่างๆ
5. ตัวอย่างชิ้นงานของจริง
6. อุปกรณ์เครื่องมือการจัดทำเอกสาร

งานที่มอบหมาย / กิจกรรม

1. ศึกษา ค้นคว้าเอกสาร ตำรา ชุดการเรียนเรื่อง
 - 1.1 ตำรา เรื่องงานมัลกุตเทศก์
 - 1.2 ตำรา เรื่องภาษาอังกฤษสำหรับมัลกุตเทศก์
 - 1.3 ตำรา เรื่อง ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว
 - 1.4 ตำรา เรื่อง การจัดการธุรกิจท่องเที่ยว
 - 1.5 คู่มือการจัดทำโครงการงานชนิดต่างๆ
 - 1.6 มาตรฐานการปฏิบัติงานของมัลกุตเทศก์
2. จัดทำโครงการและแผนปฏิบัติงาน
3. จัดดำเนินงานตามแผนปฏิบัติงานรวมทั้งร่วมกับครูตรวจประเมินผลงาน
4. รายงานและนำเสนอโครงการรวมทั้งร่วมกับเพื่อน ครูประเมิน โครงการงาน

การประเมินผล

1. ตรวจแผนงาน โครงการ แผนปฏิบัติงานร่วมกับนักเรียน
2. ครูสังเกตและบันทึกพฤติกรรมการปฏิบัติงาน และวิสัยช่าง
3. นักเรียนร่วมกับครูตรวจชิ้นงานสำเร็จ
4. นักเรียนร่วมกันพร้อมทั้งครูตรวจประเมิน โครงการงาน

คำนำ

แผนการสอนในรายวิชาการจัดการธุรกิจท่องเที่ยว รหัสวิชา 3702-2002 ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) จัดทำขึ้นเพื่อให้การจัดการเรียนการสอนมีประสิทธิภาพและสามารถนำเนื้อหามาสร้างความเข้าใจให้แก่ผู้เรียนช่วยในการส่งเสริมกิจกรรมการเรียนการสอนทำให้ครูผู้สอนสามารถวางแผนและวิเคราะห์สื่อการสอนได้อย่างมีคุณภาพอีกทั้งแผนการสอนในรายวิชานี้ยังจะช่วยให้ครูผู้สอนนำไปพัฒนาศักยภาพในการจัดการเรียนการสอนให้เกิดประโยชน์ทั้งต่อครูผู้สอนและต่อตัวผู้เรียน

(นางสาวฉัตรชนก มหัทธนวรกรก)

ผู้จัดทำ



แผนการจัดการเรียนรู้

รหัสวิชา 3702-2002

วิชา การจัดการธุรกิจท่องเที่ยว

หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง พุทธศักราช 2546

สาขาวิชาการจัดการธุรกิจท่องเที่ยว ประเภทวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

จัดทำโดย

นางสาวฉัตรชนก มหัทธนนรกก

ตำแหน่ง พนักงานราชการ ครู

แผนกวิชา การจัดการธุรกิจท่องเที่ยว

วิทยาลัยบริหารธุรกิจและการท่องเที่ยวนครราชสีมา

สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ