

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การจัดทำแผนธุรกิจ

แผนธุรกิจ คือ เป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญยิ่งสำหรับผู้ประกอบการที่ริเริ่มจะก่อตั้งกิจการ แผนนี้เป็นผลสรุปหรือผลรวมแห่งกระบวนการคิดพิจารณา และการตัดสินใจที่จะเปลี่ยนความคิดของผู้ประกอบการออกมาเป็นโอกาสทางธุรกิจ มีผู้เปรียบเทียบว่าแผนธุรกิจเปรียบเหมือนแผนที่ในการเดินทางที่จะชี้แนะขั้นตอนต่าง ๆ ที่ละขั้นตอนในกระบวนการก่อตั้งกิจการ แผนจะให้รายละเอียดต่าง ๆ ทั้งเรื่องของการตลาดการแข่งขันกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ การคาดคะเนทางการเงินที่จะชี้นำผู้ประกอบการไปสู่ความสำเร็จหรือชี้ให้เห็นถึงจุดอ่อนและข้อควรระวังด้วยเช่นกัน

ถ้าเปรียบว่าแผนที่ที่ดีย่อมจะให้รายละเอียดถนนหนทาง และทิศทางที่ชัดเจนแล้ว แผนธุรกิจก็ไม่ต่างกัน ในการที่จะให้รายละเอียดอย่างเพียงพอที่จะทำให้ผู้ร่วมลงทุนตัดสินใจได้ว่าธุรกิจนั้นควรจะร่วมลงทุนด้วยหรือไม่จากแผนธุรกิจจะทำให้ผู้ร่วมลงทุนเข้าใจวัตถุประสงค์ของธุรกิจอย่างชัดเจน เข้าใจแนวคิดและปรัชญาของธุรกิจแผนปฏิบัติการ ปัญหาอุปสรรค และหนทางที่เตรียมการเพื่อไปสู่ความสำเร็จถึงแม้ว่าผู้ประกอบการจะใช้เงินลงทุนของตนเองไม่ต้องการผู้ร่วมลงทุน หรือเงินกู้จากสถาบันการเงินแผนธุรกิจก็ยังจำเป็นอยู่ดีเพื่อให้ผู้ประกอบการมีแผนที่ในการบอกทิศทางของการดำเนินกิจการในอนาคต

ความสำคัญของแผนธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการแล้ว แผนธุรกิจเป็นเอกสารที่มีความสำคัญยิ่งกว่าเอกสารใด ๆ ที่เคยมีการรวบรวมมาความสำคัญเหล่านี้ได้แก่

1. แผนธุรกิจสำคัญในฐานะที่จะให้รายละเอียดของการเริ่มต้นธุรกิจ แผนธุรกิจทำให้ผู้ประกอบการมีเป้าหมายที่ชัดเจน กำหนดแนวทางของความคิด และช่วยให้ผู้ประกอบการแน่วแน่ต่อการใช้ทรัพยากรและกำลังความพยายามเพื่อไปสู่เป้าหมาย
2. แผนธุรกิจสำคัญในฐานะเป็นเครื่องมือที่จะแสวงหาเงินทุนจากผู้ร่วมลงทุนจากกองทุนร่วมลงทุน และจากสถาบันการเงินต่าง ๆ
3. แผนธุรกิจสำคัญในฐานะที่เป็นเสมือนพิมพ์เขียวที่ให้รายละเอียดของกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งกิจกรรมในการจัดหาเงินทุน กิจกรรมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ กิจกรรมการตลาด และอื่น ๆ ในการบริหารกิจการใหม่ แผนธุรกิจยังใช้เพื่อกำหนดการปฏิบัติงานที่ต่อเนื่องในอนาคตของกิจการอีกด้วย

เนื่องจากแผนธุรกิจที่ดีย่อมช่วยในการวัดถึงความเป็นไปได้ของกิจการที่จะลงทุนแผนจึงควรประกอบด้วยการวิเคราะห์อย่างละเอียดในตัวแปรหรือปัจจัยดังต่อไปนี้

1. สินค้าหรือบริการที่จะขาย
2. กลุ่มลูกค้าที่คาดหวัง
3. จุดแข็งและจุดอ่อนของกิจการที่จะทำ
4. นโยบายการตลาด เช่น นโยบายด้านราคา การส่งเสริมการตลาด การกระจายสินค้า
5. วิธีการหรือกระบวนการในการผลิต รวมถึงเครื่องจักร อุปกรณ์ที่ต้องใช้
6. ตัวเลขทางการเงิน นับตั้งแต่รายได้ที่คาดว่าจะได้ ค่าใช้จ่าย ถ้าไร ขาดทุน จำนวนเงิน

ลงทุนที่ต้องการ และกระแสเงินสดที่คาดว่าจะได้มาหรือใช้ไป

แผนธุรกิจที่ดี เมื่ออ่านแล้วควรจะต้องตอบคำถามเหล่านี้ได้

1. การก่อตั้งธุรกิจเป็นรูปร่างชัดเจนขนาดไหน เสร็จสมบูรณ์แล้วหรือยัง
2. ธุรกิจนี้น่าลงทุนไหม
3. ธุรกิจมีแนวโน้มหรือโอกาสที่จะประสบความสำเร็จตั้งแต่เมื่อแรกตั้งมากน้อยขนาดไหน
4. ธุรกิจนี้มีความได้เปรียบหรือความสามารถในการแข่งขันในระยะยาวมากน้อยเพียงใด
5. สินค้าที่จะผลิตมีวิธีการผลิตที่มีประสิทธิภาพเพียงใด
6. สินค้าที่ผลิตสามารถวางตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพเพียงใด
7. วิธีการผลิตและการวางตลาดสินค้านั้น มีทางเลือกอื่น ๆ ที่ประหยัดได้มากกว่าหรือไม่
8. หน้าที่ต่าง ๆ เช่น การผลิต การจำหน่าย การจัดการทางการเงิน การจัดการคน มีการจัดการที่ดีและเหมาะสมเพียงใด
9. จำนวนและคุณภาพของพนักงานที่ต้องการมีเพียงพอหรือไม่

โดยสรุปแล้วแผนธุรกิจที่มีการรวบรวมและเขียนขึ้นอย่างดีนั้น ไม่เพียงแต่ให้ข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงเท่านั้น ตัวแผนต้องสามารถเป็นเครื่องมือสื่อสารที่ดีที่จะส่งผ่านความคิด ผลการวิจัย และแผนที่จะนำเสนอให้กับผู้อ่าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเจ้าของเงินต้องเป็นพื้นฐานสำคัญของการบริหารและดำเนินกิจการที่จะจัดตั้งขึ้นนอกจากนี้ยังต้องเป็นเครื่องมือในการวัดผลความก้าวหน้าของกิจการ รวมถึงการประเมินถึงความเสี่ยงที่จำเป็น ดังนั้นนับได้ว่าการวางแผนธุรกิจเป็นเรื่องที่ต้องพิถีพิถัน ใช้เวลาใช้ความพยายามเสีย

การวิเคราะห์ทางการเงิน

ในการวิเคราะห์ทางการเงินมีหลายวิธี แต่วิธีการหามูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) และอัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return: IRR) ได้ถูกนำมาใช้กันอย่างแพร่หลาย โดยมูลค่าปัจจุบันสุทธิและอัตราผลตอบแทนภายในสามารถนำมาอธิบายได้ดังนี้

มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) หมายถึงผลต่างระหว่างมูลค่าปัจจุบันของเงินสดที่คาดว่าจะได้รับในแต่ละปี ตลอดอายุของโครงการ กับมูลค่าปัจจุบันของเงินที่จ่ายออกไป ภายใต้โครงการที่กำลังพิจารณา ณ อัตราลดค่า (Discount Rate) หรือค่าของทุน (Cost of Capital) ที่กำหนดจากค่านิยมข้างต้น การคำนวณหามูลค่าปัจจุบันสุทธิ จะต้องทราบข้อมูลดังนี้

- กระแสเงินสดจ่ายลงทุนสุทธิ
- กระแสเงินสดรับสุทธิต่อปีตลอดอายุโครงการ
- ระยะเวลาของโครงการ
- อัตราลดค่าหรือค่าของทุนของธุรกิจ

ค่าของทุนที่ใช้เป็นอัตราลดค่า (Discount Rate) จะมีค่าเดียวกันตลอดอายุโครงการ และขึ้นอยู่กับ อัตราดอกเบี้ยของตลาด ที่ผู้ลงทุนเผชิญอยู่ ซึ่งค่าที่เป็น Base Case อย่างน้อยควรมีค่าของทุนเท่ากับ อัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำที่ผู้ลงทุนได้รับ

ในการเลือกโครงการ ค่า NPV จะแสดงให้เห็นว่าโครงการที่กำลังพิจารณา มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ ของการลงทุนเป็น มูลค่า เท่าไรเมื่อสิ้นสุดโครงการ ถ้าค่า NPV มีค่าเป็นบวกแสดงว่าโครงการดังกล่าว สมควรที่จะลงทุน และเลือกโครงการที่ให้ค่า NPV เป็นบวกสูงที่สุด แต่การใช้ NPV เพียงอย่างเดียวอาจทำให้มีข้อจำกัดในการตัดสินใจ เลือกโครงการได้ ในกรณีที่โครงการมีขนาดต่างกัน แต่ให้ค่า NPV ที่เป็นบวกเท่ากัน ดังนั้น การตัดสินใจให้การสนับสนุน ควรจะต้องนำเครื่องมืออื่น มาประกอบการ พิจารณาควบคู่ไปกับการใช้ค่า NPV

อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return: IRR) หมายถึงอัตราลดค่า (Discount Rate) ที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสด ที่คาดว่าจะต้องจ่ายในการลงทุน เท่ากับมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสด ที่คาดว่าจะได้รับจากการดำเนินการตลอดอายุโครงการ จากค่านิยมข้างต้น การคำนวณหาอัตราผลตอบแทนลดค่า จะต้องทราบข้อมูลดังนี้

- กระแสเงินสดจ่ายลงทุนสุทธิ
- กระแสเงินสดรับสุทธิต่อปีตลอดอายุโครงการ
- ระยะเวลาของโครงการ

การคำนวณหาค่า IRR ก็คือการหาค่า Discount Rate ที่ทำให้ NPV มีค่าเท่ากับศูนย์นั่นเอง ถ้าค่า IRR มากกว่า หรือ เท่ากับค่าของทุน Discount Rate (i) ที่ผู้ลงทุนเลือกใช้เป็น

จุดตัดสินใจ ก็ถือได้ว่า โครงการดังกล่าวเป็นโครงการที่น่าลงทุน โดยทั่วไปแล้ว ทั้งวิธีการประเมินโครงการจากค่า IRR และ NPV จะให้ผล การตัดสินใจรับโครงการ หรือปฏิเสธโครงการ เป็นไปในทำนองเดียวกัน แต่ในบางกรณีที่ใช้ข้อสมมติ เช่น การนำเงินที่ได้ในแต่ละปี ไปลงทุนใหม่ (Reinvestment) หรือการใช้วิธีหักค่าเสื่อมราคาแบบ Double-Declining Balance Method แทนแบบ Straight Line Method ก็อาจทำให้คำตอบ ที่ได้จากทั้ง 2 วิธีขัดแย้งกันได้ ดังนั้นการพิจารณาประเมินโครงการลงทุนจากทั้ง 2 วิธีจึงต้องคำนึงถึงข้อสมมติที่ใช้ในการคำนวณด้วยเช่นกัน

จักรกฤษณ์ ดวงพิศตรา (2543, หน้า 292) ได้อธิบายถึงการหาอัตราผลตอบแทนที่แท้จริง (IRR) ว่าเป็นวิธีการหนึ่งที่ใช้หลักของการคิดมูลค่าของต้นทุนและผลประโยชน์มาเป็นมูลค่าปัจจุบัน ซึ่ง IRR เป็นอัตราผลตอบแทนที่ทำให้ผลประโยชน์ที่ได้รับมีค่าเท่ากับต้นทุนพอดี ตัวเลขที่ได้จาก IRR จะเป็นที่ยอมรับในระดับแตกต่างกันขึ้นอยู่กับว่าโครงการที่พิจารณานั้นอยู่ในสถานการณ์แบบใด นอกจากนี้ หากเปรียบเทียบวิธีการประเมินโครงการจาก IRR กับวิธีการใช้อัตราส่วนของผลได้กับต้นทุน (Benefit-Cost Ratio) หรือมูลค่าสุทธิของโครงการแล้ว ในวงการธุรกิจส่วนมากยอมรับการคำนวณตาม IRR มากกว่า เนื่องจากอัตราผลตอบแทนที่แสดงออกมานั้นมีความหมายด้วยตัวของมันเอง สามารถทำความเข้าใจได้ง่าย ถึงกระนั้นก็ตาม การประเมินโครงการด้วย IRR ก็ยังมีข้อเสียเกิดขึ้นในกรณีที่โครงการมีอายุโครงการที่แตกต่างกัน หรือมีผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นในแต่ละช่วงเวลาแตกต่างกัน ซึ่งข้อเสียนี้จะเป็นข้อเสียของการประเมินด้วยอัตราส่วนของผลได้กับต้นทุนเช่นเดียวกัน

บททวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

1. ตัวอย่างธุรกิจ บริษัท มนตรีทรานสปอร์ตเตชั่น จำกัด

ตัวอย่างรูปแบบธุรกิจของ บริษัทมนตรีทรานสปอร์ตเตชั่น จำกัด เป็นตัวอย่างที่ดีในด้านกลยุทธ์ที่โดดเด่น แตกต่างจากคู่แข่งอื่น ทำให้บริษัทสามารถประสบความสำเร็จด้านการให้บริการรถรับ-ส่งนักเรียน และรถเช่าเพื่อการท่องเที่ยวทัศนจร โดยความน่าสนใจในกลยุทธ์ของ บริษัทมีดังนี้

1.1 ภาพรวมบริษัท บริษัท มนตรีทรานสปอร์ตเตชั่น จำกัด บริหารงานโดย คุณ

อรนุช แสงสุริยจันทร์ ผู้เริ่มต้นธุรกิจด้านนี้ด้วยการเข้าร่วมประมูลงานรถรับ-ส่งนักเรียนของ โรงเรียนนานาชาติร่วมฤดี โดยมีรถคู่ของตนเองเพียง 1 คัน แต่ในปัจจุบันมนตรีทรานสปอร์ตเตชั่น จัดรถรับส่งนักเรียนนานาชาติรวม 12 แห่ง มีรถให้บริการวันละ 350 คัน และมีแผนกรถเช่าทัศนจร รถให้บริษัททัวร์เช่าโดยเป็นรถปรับอากาศทั้งหมด ตั้งแต่รถตู้แอร์ 11 ที่นั่ง รถบัสแอร์ 27 ที่นั่ง และรถบัสใหญ่มีห้องน้ำ 42 ที่นั่ง คุณอรนุช แสงสุริยจันทร์ ผู้เป็นเจ้าของ

บริษัท มนตรี ทรานสปอร์ตเตชั่น จำกัด เป็นนักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จในการประกอบวิชาชีพเป็นอย่างสูง ได้รับรางวัลนักธุรกิจดีเด่นปี 2537 ด้านอาชีพรถขนส่งโดยสารไม่ประจำทาง จากคุณหญิง บุญเรือน ชุมหวั่น จัดโดยหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ

1.2 ด้านกลยุทธ์ที่โดดเด่น การทำธุรกิจบริการรถรับ-ส่งนักเรียนของบริษัท มนตรี ทรานสปอร์ตเตชั่น จำกัด มีความโดดเด่นแข่งหน้าคู่แข่งไปหลายช่วงตัว เพราะมีสายตาที่ยาวไกลและมุ่งมั่นพัฒนาให้เป็นบริการชั้นเลิศอย่างไม่หยุดยั้ง ที่สำคัญ คือ การสร้างโอกาสทางธุรกิจด้วยการสร้างความแตกต่างของบริการที่ตรงใจลูกค้า จึงสามารถตั้งราคาค่าบริการที่สูงกว่า ซึ่งผู้ใช้บริการยินดีจ่ายเพื่อแลกกับบริการชั้นเลิศนี้ โดยกลยุทธ์ที่โดดเด่นมีดังนี้

1.2.1 มุ่งเน้นเรื่องความปลอดภัยอย่างจริงจัง โดยมีระเบียบการโดยสารรถนักเรียนทุกคนต้องคาดเข็มขัดนิรภัย ถ้าไม่ปฏิบัติตามจะถูกตักเตือนหรืออาจห้ามขึ้นรถโดยสาร

1.2.2 มีระบบ Bus Supervisor และ Assistant Bus Supervisor ทำหน้าที่คอยดูแลความปลอดภัยให้กับเด็กนักเรียน และติดตั้งเข็มขัดนิรภัยทุกที่นั่ง

1.2.3 จัดระบบบริหารจัดการให้มีมาตรฐาน มี Bus Manager ทำหน้าที่จัดรถ และแบ่งระดับผู้ปฏิบัติงานออกเป็น 9 ระดับ เริ่มตั้งแต่ผู้จัดการเดินรถจนถึงระดับเด็กประจำรถ

1.2.4 มีกฎระเบียบห้ามพนักงานสูบบุหรี่ในสถานที่ทำงาน และบริเวณลานจอดรถอย่างเคร่งครัด

การเติบโตอย่างรวดเร็วของบริษัทเกิดขึ้นหลังจากการประมูลเข้ารับ-ส่งนักเรียนโรงเรียนนานาชาติสุขุมวิท ซอย 15 เพราะได้รับการยอมรับจากผู้บริหาร ซึ่งเป็นชาวต่างชาติมากขึ้นเป็นลำดับ

1.3 หลักการทำงาน บริษัท มนตรีทรานสปอร์ตเตชั่น จำกัด ยึดหลักการทำงานที่ว่าคน คือ หัวใจของงาน ดังนั้นรถที่นำมาให้บริการจะได้รับการปรับปรุงให้มีสภาพคล่องดีอยู่เสมอ และมีการติดป้ายสัญญาณต่าง ๆ รวมทั้งการติดตั้งวิทยุสื่อสารประจำรถยนต์ จุดแข็งประการหนึ่งของมนตรีทรานสปอร์ตเตชั่น คือ การให้ความสำคัญกับพนักงาน การสร้างขวัญกำลังใจ และมีการควบคุม ดูแลอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้แน่ใจได้ว่า พนักงานและกัปตันเดินรถที่ออกไปปฏิบัติหน้าที่มีสุขภาพและสภาพจิตใจที่พร้อมปฏิบัติงาน โดยใช้สัญลักษณ์จัดสีทอง เป็นเครื่องหมายแสดงความชำนาญและการเป็นคนดีในสังคม

- จัดสีทอง 1 ชิด หมายถึง ทำงานมานาน 1 - 5 ปี
- จัดสีทอง 2 ชิด หมายถึง ทำงานมานาน 5 - 10 ปี
- จัดสีทอง 3 ชิด หมายถึง ทำงานมานานกว่า 10 ปี
- จัดสีขาว หมายถึง กัปตันเดินรถที่ไม่ดื่มเหล้า ไม่สูบบุหรี่ และไม่เล่นการพนัน

คุณอรุณฯให้ข้อคิดอย่างหนักแน่นว่า ผู้ประกอบการจะต้องกล้าพอที่จะกำหนด
มาตรฐานบริการของตนเอง

2. กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดตั้งบริษัท

ในการจัดตั้งบริษัทจำกัดนั้น จะต้องมิผู้เริ่มก่อการตั้งแต่ 7 คนขึ้นไป เข้าชื่อกันทำหนังสือ
บริคมห์สนธิขึ้น แล้วไปจดทะเบียน เมื่อได้จดทะเบียนหนังสือบริคมห์สนธิแล้ว ผู้เริ่มก่อตั้งต้องจัด
ให้หุ้นของบริษัทที่จะเกิดขึ้นนั้นมีผู้เข้าชื่อจองซื้อหุ้นจนครบและดำเนินการประชุมตั้งบริษัท โดย
ต้องส่งคำบอกกล่าวนัดประชุมให้ผู้จองทราบล่วงหน้าอย่างน้อย 7 วัน ก่อนวันประชุม เมื่อได้
ประชุมจัดตั้งบริษัท และที่ประชุมได้แต่งตั้งกรรมการบริษัทแล้ว ผู้เริ่มก่อตั้งต้องมอบหมายกิจการ
ให้กรรมการบริษัทรับไปดำเนินการต่อไป ซึ่งกรรมการบริษัทต้องเรียกให้ผู้เริ่มก่อตั้งและผู้จองหุ้น
ชำระค่าหุ้นอย่างน้อยร้อยละ 25 ของมูลค่าหุ้น เมื่อได้รับเงินค่าหุ้นแล้ว กรรมการต้องไปจดทะเบียน
เป็นบริษัทภายใน 3 เดือน ภายหลังจากการประชุมตั้งบริษัท

3. กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการเสียภาษีเงินได้นิติบุคคล

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการเสียภาษีเงินได้นิติบุคคล พอสรุปได้ดังนี้ ผู้มีหน้าที่เสียภาษี
เงินได้นิติบุคคล ได้แก่ บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่จดทะเบียนตามประมวลกฎหมายแพ่ง
และพาณิชย์ และหมายความรวมถึงนิติบุคคลอื่นๆ ที่ไม่ได้จดทะเบียนตามประมวลกฎหมายแพ่ง
และพาณิชย์ ซึ่งบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลดังกล่าว ประกอบด้วย 2 ลักษณะ คือ บริษัทหรือ
ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย และบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่ตั้งขึ้นตาม
กฎหมายต่างประเทศ ทั้งนี้ บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ได้แก่ บริษัท
จำกัด บริษัทมหาชน จำกัด ห้างหุ้นส่วน จำกัด ห้างหุ้นส่วนสามัญจดทะเบียน ฐานภาษีของภาษีเงิน
ได้นิติบุคคล ซึ่งภาษีเงินได้นิติบุคคล คำนวณจากเงินได้ที่ใช้เป็นหลักฐานในการคำนวณภาษีคูณ
ด้วยอัตราภาษีที่กำหนด ดังนั้น เงินได้ที่ต้องเสียภาษีเงินได้นิติบุคคลหรือฐานภาษีเงินได้นิติบุคคล
นั้น โดยทั่วไปได้แก่ กำไรสุทธิที่คำนวณตาม เงื่อนไขที่กำหนด แต่เพื่อความเป็นธรรมและอุด
ช่องว่างในการจัดเก็บภาษีเงินได้ จึงได้มีการบัญญัติจัดเก็บภาษีเงินได้ นิติบุคคล จากเงินได้หรือฐาน
ภาษีที่แตกต่างกัน ดังนี้

- กำไรสุทธิ
- ยอดรายได้ก่อนหักรายจ่าย
- เงินได้ที่จ่ายจากต่างประเทศหรือในประเทศไทย
- การจำหน่ายเงินกำไรออกไปจากประเทศไทย

อัตราภาษีสำหรับบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่มีทุนที่ชำระแล้วในวันสุดท้ายของ
รอบระยะเวลาไม่เกิน 5,000,000 บาท สำหรับเงินกำไรสุทธิไม่เกิน 1,000,000 บาท อัตราภาษีคือ

15% สำหรับขั้นกำไรสุทธิตั้งแต่ 1,000,001 บาท ถึง 3,000,000 บาท อัตราภาษี คือ 25% และกำไรสุทธิตั้งแต่ 3,000,001 บาทขึ้นไปอัตราภาษี คือ 30%

4. โครงการ “ทวิร์ริสซึม ซี คอมเมิร์ซ” (Collaborative Commerce)

เป็นการร่วมมือกันทำธุรกิจระหว่างกลุ่มผู้ค้า โดยอาศัยประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศ ในการขยายฐานลูกค้า เพื่อเพิ่มรายได้ในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งโครงการนี้จะเป็นประโยชน์มากสำหรับธุรกิจในระดับเอสเอ็มอี เพราะสำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (องค์การมหาชน) หรือชিপ้า จะพัฒนาเครือข่ายซอฟต์แวร์ร่วม เพื่อเป็นศูนย์กลางในการเชื่อมโยงการขายผ่านช่องทางขายของโรงแรม ที่พัก การขนส่ง สนามกอล์ฟ สปา ร้านอาหารและร้านค้าของที่ระลึก ให้มีการขายบริการได้สะดวกเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ ซี คอมเมิร์ซ มีจุดมุ่งหมายหลักที่การมุ่งเน้นการให้ความร่วมมือกัน ระหว่างสมาชิกในแต่ละกลุ่มของตนเอง อันจะนำมาซึ่งการลดข้อขัดแย้งในด้านการแข่งขันตัดราคากระหว่างผู้ประกอบการด้วยกัน นอกจากนั้นยังเป็นตัวช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้สนใจทั้ง ตัวแทนการท่องเที่ยว (Travel Agency) กลุ่มตัวแทนแบบออนไลน์ (Online Agency) และกลุ่มซัพพลายเออร์ต่าง ๆ สามารถนำไปช่วยในการเพิ่มโอกาสจัดรายการส่งเสริมการขายในรูปของแพ็คเกจท่องเที่ยวแบบเชื่อมโยงได้เพิ่มขึ้น

ดังนั้นเทคโนโลยีใหม่ล่าสุดอย่าง “ทวิร์ริสซึม ซี คอมเมิร์ซ” ที่ชิปป้าลงทุนพัฒนาขึ้นมาเพื่อนำมาใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยเน้นเฉพาะกลุ่มเอสเอ็มอีในครั้งนี้ น่าจะเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่จะช่วยเป็นการยกระดับการแข่งขันของธุรกิจให้มีทิศทางที่ดีกว่าที่เป็นอยู่ และแข่งขันกับธุรกิจรายใหญ่ได้

5. ภาพรวมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาในปี 2547

เมืองพัทยาคือแหล่งท่องเที่ยวสำคัญและมีชื่อเสียงระดับนานาชาติที่สร้างรายได้ด้านการท่องเที่ยวให้แก่ประเทศไทย โดยรายงานจากสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคกลาง เขต 3 (พัทยา) เผยถึงตัวเลขนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนเมืองพัทยาในปีงบประมาณ 2547 ที่ผ่านมา (1 ตุลาคม 2546 – 30 กันยายน 2547) ว่ามีจำนวนทั้งสิ้น 4.86 ล้านคน แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ 3.27 ล้านคน นักท่องเที่ยวชาวไทย 1.59 ล้านคน ซึ่งในกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติมีอัตราเติบโตจากปีที่ผ่านมาประมาณถึง 20% ส่วนภาพรวมของการเติบโตทั้งในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติคิดเป็น 18% โดยรายได้จากการท่องเที่ยวในปี 2547 มีจำนวนมากถึง 4.6 หมื่นล้านบาท เติบโตจากปีก่อนประมาณ 14% และยังคงคาดว่าตัวเลขนักท่องเที่ยวในปี 2548 จะเติบโตไม่น้อยกว่า 20% หากไม่มีการเกิดเหตุการณ์รุนแรงที่จะมีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ ดังเช่นเหตุการณ์คลื่นยักษ์สึนามิในพื้นที่ 6 จังหวัดภาคใต้ ซึ่งทางสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ดำเนินการออกเอกสารชี้แจงทำความเข้าใจกับสำนักงานการท่องเที่ยว

ในต่างประเทศเพื่อรับทราบข้อมูลด้านการดูแลรักษานักท่องเที่ยวต่างชาติของไทย และนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวใหม่เป็นทางเลือก นอกจากนี้ทางจังหวัดชลบุรีมีการปรับปรุงแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวโดยให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวนานาชาติครบวงจรที่ได้มาตรฐาน มีการส่งเสริมให้เป็นดินแดนแห่งความหลากหลายของการท่องเที่ยวแบบครบวงจร และเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดและภูมิภาค พร้อมทั้งจะมีการ พัฒนาอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว วัฒนธรรม และประเพณีท้องถิ่น และส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรในด้านการท่องเที่ยวให้มีความรู้ความชำนาญเฉพาะด้านอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. สถานการณ์ภาพรวมการท่องเที่ยวของประเทศไทย

บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด 2547 ซึ่งได้ดำเนินการท่องเที่ยวที่เข้าประเทศปีละกว่า 3 แสนล้านบาทนั้น เกิดจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย โดยส่วนใหญ่เป็นการใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งมีมูลค่ารวม 88,007 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 28 ของการใช้จ่ายโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่างชาติในปี 2546 ที่มีมูลค่ารวม 309,269 ล้านบาท เป็นที่น่าสังเกตว่า การใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติมีสัดส่วนลดลงตามลำดับในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา จากที่มีสัดส่วนร้อยละ 35 ในปี 2542 ลดลงเหลือเพียงร้อยละ 28 ในปี 2546

บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด คาดการณ์ว่า ในปี 2547 สัดส่วนการซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติยังคงทรงตัวอยู่ที่ระดับร้อยละ 28 โดยมีมูลค่ารวมประมาณ 101,000 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2546 ร้อยละ 15 ขณะที่การใช้จ่ายในด้านอื่น ๆ คือ ที่พัก อาหารและเครื่องดื่ม บริการด้านบันเทิง พาหนะเดินทางในประเทศ และบริการนำเที่ยวในประเทศ มีสัดส่วนเพิ่มขึ้นตามลำดับส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากศักยภาพด้านการช้อปปิ้งของไทยขาดการพัฒนาอย่างจริงจังและต่อเนื่อง ประกอบกับบริการรองรับนักท่องเที่ยวในด้านอื่น ๆ ต่างพัฒนาระดับมาตรฐานการบริการสูงขึ้น โดยเฉพาะบริการด้านที่พักประเภทโรงแรมและรีสอร์ทตามเมืองท่องเที่ยวสำคัญที่มีเช่น โรงแรมหรูระดับ 5 ดาวในต่างประเทศขยายเครือข่ายเข้ามา

2. กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด ปี 2545 ระบุว่า นักท่องเที่ยวชาวเอเชียในแต่ละประเทศนิยมเดินทางไปพักผ่อนยังต่างประเทศในช่วงเวลาที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับเทศกาลวันหยุดประจำปีของประเทศนั้น ๆ เทศกาลวันหยุดประจำปีที่สำคัญของชาวเอเชีย เช่น

- จีน ฮองกง ไต้หวัน: ช่วงเทศกาลตรุษจีนจัดเป็นวันหยุดระยะยาว ในช่วงนี้แหล่งท่องเที่ยวชั้นนำย่านเอเชีย รวมทั้งไทยจะเนืองแน่นไปด้วยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้

- ญี่ปุ่น: ช่วงวันหยุดระยะยาวที่ชาวญี่ปุ่นนิยมเดินทางท่องเที่ยวต่างแดนกันมากเป็นพิเศษ ได้แก่ ช่วง “Golden Week” ประมาณต้นเดือนพฤษภาคม และอีกช่วงหนึ่ง คือ ช่วงวันหยุดสิ้นปีต่อเนื่องถึงวันขึ้นปีใหม่ ในแต่ละช่วงกินเวลาประมาณ 5 – 6 วัน หรืออาจหยุดยาวนานกว่านี้ หากติดกับเสาร์ – อาทิตย์

- เกาหลีใต้: เทศกาลวันหยุดระยะยาวของชาวเกาหลีใต้ ได้แก่ ช่วงวันตรุษจีน และวันขอบคุณพระเจ้าของชาวเกาหลี (Korean Thanksgiving Days) ซึ่งตรงกับวันที่ 19 – 21 กันยายน

- ฟิลิปปินส์: มีวันหยุดยาว 4 วัน ในช่วงปลายเดือนมีนาคม ที่เรียกว่า “Holy Week”

นักท่องเที่ยวชาวเอเชียโดยทั่วไปเป็นพวก Middle Class จึงนิยมนำที่พักหรือโรงแรมระดับ 2 – 3 ดาว ซึ่งอยู่ในแหล่งที่ใกล้สถานที่ช้อปปิ้งหรือแหล่งบันเทิง ทั้งนี้ เพราะนักท่องเที่ยวมีงบประมาณจำกัด ทำให้นักท่องเที่ยวต้องจัดสรรค่าใช้จ่ายด้านที่พักอาศัยที่ไม่แพงจนเกินไป

ชาวเอเชียมีรสนิยมการพักผ่อนหย่อนใจที่แตกต่างกับชาวตะวันตก เช่น ชาวเอเชียจะนิยมธรรมชาติและชายทะเล ส่วนชาวตะวันตกจะสนใจในวัฒนธรรมและประเพณีของไทย

บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด ปี 2547 ชี้ว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติมีจุดประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อการแสวงหาประสบการณ์จากความแตกต่างทางวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อม การพบปะผู้คน ตลอดจนการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ นักท่องเที่ยวจะสนใจกิจกรรมที่เกี่ยวกับศิลปะ วรรณกรรมและประเพณีไทยต่าง ๆ ค่อนข้างมาก

บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด ปี 2547 ชี้ว่า แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติในช่วงเทศกาลต่าง ๆ คือ แหล่งท่องเที่ยวทางชายทะเล เช่น เกาะพีพี อ่าวพระนาง เกาะเต่า เกาะลันตา (ทางภาคใต้) และเกาะช้าง (ทางภาคตะวันออก) ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวต่างชาติจะเดินทางกันในช่วงฤดูร้อน ส่วนฤดูฝนและฤดูหนาวจะนิยมเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ ได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย สามเหลี่ยมทองคำ

สำหรับช่วงเวลาหรือฤดูกาลท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเดินทางมากที่สุด คือช่วงเดือน พฤศจิกายนถึงเดือนเมษายน และช่วงที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางท่องเที่ยวน้อยที่สุดจะอยู่ในช่วงเดือนพฤษภาคมถึงตุลาคม

3. รายงานการสำรวจพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

พ.ศ. 2544

สำนักงานสถิติแห่งชาติและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยร่วมกันจัดทำโครงการสำรวจพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ พ.ศ. 2544 เพื่อทราบถึงรายละเอียดและ

พฤติกรรมเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ การสำรวจนี้คัมรวมนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ 21 ประเทศจาก 6 ภูมิภาค ที่เข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทยในช่วงเดือน พฤษภาคม 2544 โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่กำลังเดินทางเข้าประเทศไทย 5 จุด คือ สนามบินดอนเมือง สนามบินภูเก็ต สนามบินเชียงใหม่ ด่านสะเตา (สงขลา) และด่านหนองคาย โดยวิธีสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวตัวอย่าง 1,500 คน ระหว่างวันที่ 16-30 พฤษภาคม 2544 จากการสำรวจสามารถสรุปรายละเอียดพฤติกรรมกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้ดังต่อไปนี้

- ร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำแนกตามแหล่งที่นิยมไปท่องเที่ยว 6 ลำดับแรกและถิ่นที่อยู่ของนักท่องเที่ยว พ.ศ. 2544 (คัดมาเฉพาะชาวต่างประเทศที่นิยมไปท่องเที่ยวที่เมืองพัทยา) ชาวเอเชีย ร้อยละ 79.98% ชาวยุโรป ร้อยละ 10.27% และชาวอเมริกา ร้อยละ 5.59%
- ร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่รายงานเหตุผลหลักในการมาเที่ยวประเทศไทย จำแนกตามถิ่นที่อยู่ของนักท่องเที่ยว และลำดับเหตุผลหลัก อันดับที่ 1 คือ ความคุ้มค่าเงิน ร้อยละ 18.11% อันดับที่ 2 คือ ค่าใช้จ่ายไม่สูง ร้อยละ 16.71% และอันดับที่ 3 คือ ประเพณีและศิลปวัฒนธรรม ร้อยละ 15.74%
- ร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักที่จะกลับมาประเทศไทยอีกและถิ่นที่อยู่ของนักท่องเที่ยว พ.ศ. 2544 วัตถุประสงค์หลัก จะไม่กลับมา 4.69% จะกลับมา 95.31% ด้วยเหตุผลดังนี้ อันดับที่ 1 คือ ชมสถานที่ท่องเที่ยว ร้อยละ 29.39% อันดับที่ 2 คือ ชื้อของ ร้อยละ 19.56% และอันดับที่ 3 คือ อื่น ๆ ร้อยละ 14.07%

4. ปัจจัยแห่งความสำเร็จของ บริษัท วิดีโอทูยู

บริษัท วิดีโอทูยู ประกอบธุรกิจให้เช่าวิดีโอแบบรับ-ส่งถึงที่ มีหลักการดำเนินงานที่แตกต่างจากร้านวิดีโอทั่วไปคือ เน้นบริการรับ-ส่งถึงที่ และมีบริการหน้าร้านเป็นบริการเสริมองค์ประกอบที่ทำให้บริษัท วิดีโอทูยู มั่นใจในความสำเร็จที่จะเกิดขึ้น มีดังต่อไปนี้

- ระบบคอมพิวเตอร์และฐานข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ สามารถช่วยลดความผิดพลาด เพิ่มความเร็วและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างตรงจุด ที่สำคัญคือ ช่วยประเมินผลควบคุมและวางแผนในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- ระบบการบริหารบุคลากรแบบมืออาชีพ เน้นการวิจัยและพัฒนา และสนับสนุน เปิดโอกาสให้พนักงานแสดงความสามารถและความคิดเห็นแบบ Bottom-up รวมทั้งสโลว์การทำงานแบบ Aggressive ของผู้บริหารและพนักงาน จะทำให้บริษัทเข้าถึงลูกค้าได้สูงสุดและขยายตัวได้อย่างรวดเร็ว
- ระบบบริหารแบบสาขา ทำให้มีการกระจายความเสี่ยงและลดต้นทุน

- ระบบการบริการแบบส่งถึงที่ ทำให้เข้าถึงลูกค้าได้มากกว่าและลดการสูญหายของม้วนวิดีโอได้มาก เพราะสามารถติดตามลูกค้าได้ง่าย
 - ระบบการให้บริการและรับประกันคุณภาพสินค้าที่คมชัด ให้บริการม้วนมาสเตอร์ทุกม้วน โดยจะเปลี่ยนให้ลูกค้าทันทีเมื่อได้รับการร้องเรียน
 - ระบบการบริหารแบบ Proactive ทั้งแบบรับส่งถึงที่ (Home Delivery) และทางโทรศัพท์ (Tele-Marketing) จะทำให้เข้าถึงลูกค้าได้มากกว่าและเพิ่มยอดการใช้บริการที่มากกว่า
- บริษัท วิดีโอทูลู เชื่อว่าองค์ประกอบต่าง ๆ ข้างต้นจะทำให้บริษัทฯ สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้สูงสุด ซึ่งจะส่งผลให้สามารถสร้างผลตอบแทนได้ในระดับที่น่าพอใจ
- แบบต่อเนื่อง