

**ความต้องการและการดำเนินงานธุรกิจ Andaman Oversea ธุรกิจนำเที่ยวเกาะสมิлян  
- เกาะสุรินทร์ จังหวัดพังงา**

**Business Demand and Operations Andaman Oversea Business, Tour Business  
of Similan Island - Surin Island, Phang Nga**

นายณัฐนนท์ รักษาภิรม

**บทคัดย่อ**

ความต้องการและการดำเนินงานธุรกิจ Andaman Oversea ธุรกิจนำเที่ยวเกาะสมิлян - เกาะสุรินทร์ จังหวัดพังงา โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษานี้เพื่อ 1.ศึกษาความต้องการและพฤติกรรมของตลาด 2. เพื่อศึกษายอดขายและแนวโน้มยอดขาย 5 ปี 3. เพื่อศึกษาการดำเนินงานของธุรกิจ 4. เพื่อศึกษาการวางแผนการตลาดของธุรกิจเป็นระยะเวลา 5 ปี โดยนำข้อมูลจากการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม จากกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจ จำนวน 200 ชุด และผู้ประกอบการหรือศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของธุรกิจ

ผลการวิจัย 1. ผลการวิจัยพบว่าผู้บริโภคมีความต้องการในบริการธุรกิจนำเที่ยวทางทะเล ด้านราคาอยู่ที่ระดับมาก และให้ความสำคัญกับราคามากที่สุด 2. ผู้บริโภคที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวทางทะเลส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลผ่านแหล่งช่องทางอินเทอร์เน็ตและพฤติกรรมของผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้บริการเพียงครั้งเดียวขาดการใช้ซ้ำ จึงจำเป็นจะต้องสร้างกลยุทธ์ทางการดำเนินงานในเรื่องของการสร้างความประทับใจแก่ผู้ใช้บริการอย่างมาก ซึ่งจะต้องทำให้ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการให้มากที่สุด เพื่อให้เกิดการใช้บริการซ้ำ 3. การดำเนินงานของธุรกิจในด้านพฤติกรรมองค์กร ธุรกิจจะต้องมีการลงทุนเพื่อเปิดกิจการที่ 10,000,000 บาท ซึ่งงบประมาณในการใช้จ่ายต่อปีจะอยู่ที่ 54,180,000 บาท และรายได้จะอยู่ที่ 67,200,000 บาทโดยประมาณ ซึ่งจะทำให้คุ้มทุนภายใน 4 ปี หรืออาจจะเร็วกว่านั้น 4) การวางแผนการตลาด โดยใช้การสำรวจจากข้อมูลมาวิเคราะห์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด Marketing Mix 7P's ควรที่จะมาใช้กลยุทธ์ในเรื่องของราคา โดยต้องมีการจัดโปรโมชั่น และตั้งราคาขายในราคาที่ถูกกว่าที่อื่น และทำการโฆษณาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook Instagram และเป็นช่องทางซื้อออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ของธุรกิจเอง และต้องทำให้ลูกค้าเห็นถึงคุณภาพในการให้บริการแก่ผู้บริโภค และที่สำคัญต้องแสดงให้เห็นถึงความปลอดภัยของธุรกิจ เพื่อให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริการได้โดยง่าย

## **Abstract**

Business demand and operations andaman oversea business, Tour business of Similan Island - Surin Island, Phang nga. The purpose of this study is to 1. Study the needs and behaviors of the market. 2. To study sales and trend 5 years 3. To study the operation of Business 4. O study business marketing planning for a period of 5 years, take data from a survey from a business target audience. Number 200 set operator or study related information relating to the operation of the business.

Research results 1. The results of the research have shown that consumers demand the service of marine excursions. The price is at a very high level and is most important to the price. 2. Consumers who use the most marine travel business have received information through the internet channels and most consumer behaviors use the service only once. Lack of reuse therefore, it is necessary to create an operational strategy to create a great impression on our users. This must be the most responsive to the needs of our users. In order to make use of repeat services 3. Business operation in the organization's behavior. The business must be invested in order to open the company at 10 million baht, which budget to spend per year will be 54.18 million baht and the revenue will be approximately bath 67.2 million. This will make the onvestment with in 4 years or may be faster. 4. Planning a marketing survey based on analytics. This shows that the use of the marketing mix, marketing mix 7P's, It is recommended to use the strategy for the price. Promotion must be held. The promotion must be organized and set sales prices at a cheaper price elsewhere and advertise through social media such as facebook, instagram. It is an online purchase channel on the business website and must be the customer to see the quality of service to the consumers. And importantly, It must demonstrate the safety of business. To make itesy for customers to make the most of their choice.

## บทนำ

ในปัจจุบันสถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ในปีพ.ศ. 2561 ที่ผ่านมา มีการคาดการณ์ว่า 10 ประเทศอาเซียนจะมีนักท่องเที่ยวรวมกันประมาณ 129 ล้านคน ซึ่งเติบโตขึ้นจากปีก่อน 7.6% โดยส่วนใหญ่เป็นการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเองในอาเซียน คิดเป็น 37.2% ของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาเที่ยวอาเซียนปีพ.ศ. 2560 ซึ่งในเวทีการประชุมท่องเที่ยวอาเซียน ASEAN TOURISM Forum 2019 : ATF 2019 ได้เปิดเผยข้อมูลว่า อาเซียนเป็นภูมิภาคสำคัญ ที่มีแนวโน้มการเติบโตของนักท่องเที่ยวต่างชาติเฉลี่ย มากกว่า 10% และอาเซียนสามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวเข้าประเทศคิดเป็นสัดส่วน 12.4% ต่อจีดีพี โดยอันดับ 1 ในกลุ่มประเทศอาเซียน คือประเทศไทย สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวเบื้องต้น ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวเข้ามาในประเทศไทย 38.0 ล้านคน เติบโต 6.9 % จากปีที่ผ่านมา และนอกจากนี้ยังมีข้อมูลสถิติของประเทศไทยในปีพ.ศ. 2561 เปิดเผยมาโดยละเอียด ถึงจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในประเทศไทยตั้งแต่เดือนมกราคม – ธันวาคม ปีพ.ศ.2561 มีนักท่องเที่ยวทั้งหมด 75,949,052 คน โดยในแต่ละภูมิภาคก็มีนักท่องเที่ยวมากน้อยกระจายกันไป โดยอันดับที่ 1 เป็นภาคใต้ มีนักท่องเที่ยวทั้งหมด 26,629,334 คน ซึ่งในจังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวเข้าไปมากที่สุด คือ ภูเก็ต รองลงมาเป็นกระบี่ สุราษฎร์ธานี พังงา สงขลา ตามลำดับ และจังหวัดอื่น ๆ ที่เหลือแต่จะมีนักท่องเที่ยวไม่มากเท่า 5 จังหวัดที่กล่าวมา

ธุรกิจนำเที่ยว มีหลายประเภทขึ้นอยู่กับการให้บริการหรือโปรแกรมการท่องเที่ยวนั้นว่าจะมีอะไรบ้าง หนึ่งในนั้นคือ ธุรกิจเรือสปีดโบ๊ท จัดเป็นธุรกิจจัดนำเที่ยว (Tour Operator) ทางทะเลแบบ One day Trip คือ รูปแบบไปเช้ากลับเย็น โดยนำนักท่องเที่ยวไปเที่ยวตามสถานที่ต่าง ๆ ตามเส้นทางที่กำหนด และมีการให้บริการต่าง ๆ บนเรือ ซึ่งการบริการจะขึ้นอยู่กับแต่ละบริษัทว่าจะให้บริการอย่างไร ก็เกิดความแตกต่างและเกิดการแข่งขันกันในเรื่องบริการเหล่านี้ ธุรกิจเรือสปีดโบ๊ทมีอยู่มากในภาคใต้ เนื่องจากเป็นพื้นที่ติดทะเลและมีเกาะมากมายอยู่มากมาย แต่ก็ไม่เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการ โดยเฉพาะในจังหวัดพังงา ที่ยังมีธุรกิจเรือสปีดโบ๊ทไม่มากนัก มีบริษัทใหญ่อยู่เพียง 5 บริษัท โดยให้บริการนำเที่ยวเกาะสิมิลัน เกาะสุรินทร์ ในจังหวัดพังงา ซึ่งการให้บริการก็จะเป็นในรูปแบบโปรแกรมเดียวกันแต่จะมีจุดเด่นการให้บริการที่ต่างกันรวมถึงกลุ่มลูกค้าที่ต่างกัน ทำให้ตัวเลือกในการใช้บริการยังมีน้อยและไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้หลากหลาย

จังหวัดพังงามีเกาะอยู่จำนวนมากถึง 155 เกาะ นับเป็นจังหวัดที่มีจำนวนเกาะมากที่สุดในประเทศไทย แต่ที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจและไปเป็นจำนวนมากคือ อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะสิมิลัน และอุทยาน

ผู้จัดทำจึงมีความสนใจในธุรกิจนำเที่ยวเกาะสิมิลัน และเกาะสุรินทร์ในจังหวัดพังงา โดยจะเป็นธุรกิจนำเที่ยว โดยใช้เรือสปีดโบ๊ทในการเดินทางไปยังเกาะที่ให้บริการ ซึ่งจะมีบริการตลอดทั้งวัน ในรูปแบบวันเดย์ทริป มีการให้บริการอาหารเช้า กลางวัน และเย็น รวมถึงของว่างบนเรือ มีกัปตันเรือและช่างประจำเรือที่มีความรู้และความชำนาญ รวมถึงตัวเรือที่มีความทันสมัยใหม่ มีไกด์ที่มีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูล รวมไปถึงการเอ็นเตอร์เทนลูกค้าให้เกิดความบันเทิงสนุกสนานและสร้างความประทับใจแก่ลูกค้า และมีการให้บริการถ่ายภาพสวย ๆ ให้แก่ลูกค้าตลอดทั้งทริปการเดินทาง โดยจะใช้ชื่อธุรกิจนี้ว่า “Andaman oversea” เป็นบริษัทที่จะมุ่งเน้นไปในเรื่องการให้บริการแบบเอาใจใส่ เน้นความบันเทิง และให้บริการในราคาถูก

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการและพฤติกรรมของตลาด
2. เพื่อศึกษายอดขายและแนวโน้มยอดขาย 5 ปี
3. เพื่อศึกษาการดำเนินงานของธุรกิจ
4. เพื่อศึกษาการวางแผนการจัดการเชิงกลยุทธ์ เป็นระยะเวลา 5 ปี

### แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### รายละเอียดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมของธุรกิจ

ธุรกิจท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่มีการเติบโตสูง มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาในประเทศไทยมากขึ้นเรื่อย ๆ ในทุก ๆ ปี และธุรกิจการท่องเที่ยวยังเป็นธุรกิจที่มีอุปสรรคในการเริ่มต้นธุรกิจต่ำ (Low barrier to entry) มีค่าใช้จ่ายในการลงทุนเริ่มต้นธุรกิจไม่มากนัก และไม่จำเป็นต้องสต็อกสินค้ามาก อยู่ ที่การสร้างสรรค้ไอเดียที่แตกต่าง นอกจากนี้ธุรกิจท่องเที่ยว ยังเป็นธุรกิจที่กำลังเคลื่อนตัวสู่โลกออนไลน์เร็วมาก นักท่องเที่ยวประเภทที่เดินทางเอง (Free and Independent Traveler: FIT) ก็เป็นกลุ่มที่มีอัตราการเติบโตสูง ทำให้เกิดโอกาสใหม่ ๆ เกิดขึ้นสำหรับผู้ประกอบการหน้าใหม่ที่อยากเข้าสู่ธุรกิจท่องเที่ยว และเข้าใจแนวโน้มตลาด ธุรกิจท่องเที่ยวมีรูปแบบในปัจจุบัน 4 รูปแบบ แต่ธุรกิจที่วิจัยนี้จัดอยู่ใน

1. ธุรกิจการนำเที่ยว (Tour operator) หมายถึง ธุรกิจที่ทำหน้าที่จัดการนำเที่ยว เริ่มตั้งแต่การออกแบบโปรแกรมท่องเที่ยว จัดหาตั๋วเครื่องบิน จัดหาที่พัก จัดการเดินทางไม่ว่าจะเป็นรถยนต์ รถไฟ เรือ เครื่องบิน (อ้างอิงข้อมูลจาก ธนาคารกสิกรไทย วันที่ 28 มกราคม 2562)

สำหรับธุรกิจในการศึกษาค้นคว้านี้ จัดอยู่ในธุรกิจการนำเที่ยว (Tour operator) ในลักษณะการท่องเที่ยวทางทะเล เป็นการให้บริการจัดโปรแกรมนำเที่ยวเกาะเกาะสิมิลัน และเกาะสุรินทร์ในจังหวัดพังงา โดยจัดในรูปแบบการนำเที่ยวแบบ One day Trip คือโปรแกรมเที่ยวตลอด 1 วัน โดยให้บริการแก่คนไทยและชาวต่างชาติ

### การบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว

รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนควรคำนึงถึงองค์ประกอบ 3 ประการ

- เป็นการจัดการท่องเที่ยวที่มีจิตสำนึก มีความรับผิดชอบต่อสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศนั้น ๆ
- เป็นการจัดการการท่องเที่ยวที่สร้างความรู้และให้ความรู้
- เป็นการจัดการการท่องเที่ยวที่ประชาชนในท้องถิ่นมีบทบาท มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ร่วมจัดทำและร่วมได้รับผลประโยชน์อย่างเสมอภาค (อ้างอิงจาก Preecha Treesuwan ,2014)

### แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว

แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว McIntosh and Goeldler (1986 : อ้างอิงจาก บุษบา สุธีธร และภัสวาลี นิติเกษตร สุนทร, 2541) กล่าวว่าไว้ว่าแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว (Tourism Motivation) หมายถึง สิ่งที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางออกท่องเที่ยวเพื่อสนองความต้องการของตนเอง ตามปกตินักท่องเที่ยวจะ เดินทางหรือไม่ ย่อมขึ้นอยู่กับแรงจูงใจ

### ส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยว

สุวิธนา วิวัฒน์ชาติ และคณะ กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยว ประกอบด้วยทุกสิ่งที่มีอิทธิพลในการสร้างความต้องการซื้อในผลิตภัณฑ์ แต่โดยทั่วไปแล้วจะนิยม แบ่งออกเป็นผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่จำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว (Promotion) ส่วนประสมทั้ง 4 ประการอาจเรียกว่า ส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยว 4'Ps (The four 4Ps of The Travel Marketing Mix) ซึ่งประกอบด้วยรายละเอียด ดังนี้

### การลงทุนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

การลงทุนในธุรกิจที่ถูกต้องทิศทาง จะต้องศึกษาภาพรวมของเศรษฐกิจว่าเป็นอย่างไร ว่ามีทิศทางไปทางด้านใด โดยวิเคราะห์เจาะลึกเศรษฐกิจไทย เศรษฐกิจโลกไปทิศไหน แนวโน้มเศรษฐกิจยังดีอยู่หรือไม่ เพื่อจะได้สร้างโอกาสการลงทุนอย่างปลอดภัยให้กับธุรกิจของตนเอง สร้างความเชื่อมั่นในการลงทุนโดยเฉพาะกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก็เป็นเทรนด์หนึ่งที่กำลังมาแรงในประเทศไทย ณ ขณะนี้ และก็เป็นธุรกิจที่กำลังมีรายได้ดีเป็นอย่างมาก ซึ่งหากใครที่กำลังมองหาธุรกิจที่จะสร้างผลกำไรให้กับ

ตนเองอย่างมหาศาลอยู่ละก็ ธุรกิจ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ก็เป็นธุรกิจที่น่าสนใจไม่น้อยเลย  
ทีเดียว แถมไม่ยุ่งยากและทำกำไรได้เป็นกอบเป็นกำภายในเวลาสั้นๆ

### การจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management)

ปัจจุบันการดำเนินธุรกิจมีการแข่งขันค่อนข้างสูง ดังนั้นจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารจะต้องอาศัยชั้นเชิงในการบริหารที่เหนือกว่าคู่แข่ง หรืออาศัยความว่องไวในการปรับตัวให้ทันต่อ  
ภาวะการแข่งขันที่เกิดขึ้นในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา การจัดการเชิงกลยุทธ์จึงเป็น  
แนวทางหนึ่งที่จะช่วยให้นักบริหารกำหนดทิศทางของธุรกิจ วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายนอกและ  
ภายในองค์กร ช่วยกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับองค์กร เพื่อที่จะนำกลยุทธ์เหล่านั้นไปประยุกต์  
ปฏิบัติ และควบคุมประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรได้ ทั้งนี้ไม่จำกัดเฉพาะแต่องค์กรภาครัฐหรือ  
ภาคเอกชนแต่อย่างใดกลยุทธ์ขององค์กรจะเป็นสิ่งสำคัญที่จะกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลว  
ขององค์กรได้ การทำความเข้าใจและการพยายามศึกษาขององค์กรที่ประสบผลสำเร็จในการใช้กลยุทธ์  
เพื่อการจัดการ จะทำให้นักบริหารได้ทราบถึงคุณประโยชน์ของกลยุทธ์ ที่จะช่วยสนับสนุนองค์กรให้  
ประสบความสำเร็จ และจะต้องมีการพิจารณาเลือกกลยุทธ์และประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับองค์กร

การจัดการเชิงกลยุทธ์เป็นการบริหารอย่างมีระบบที่ต้องอาศัยวิสัยทัศน์ของผู้นำองค์กรเป็นส่วนประกอบ และอาศัยการวางแผนอย่างมีขั้นตอน เนื่องจากการบริหารกลยุทธ์เป็นการบริหารองค์รวม  
ผู้นำที่มีความสามารถจะต้องอาศัยกลยุทธ์ในการจัดการองค์การที่มีประสิทธิภาพเหมาะสมกับองค์กร  
และสามารถนำไปปฏิบัติได้จริงไม่ล้มเหลว เนื่องจากกลยุทธ์ที่ดีแต่ล้มเหลวจะไม่สามารถนำความสำเร็จ  
มาสู่องค์กรได้ ดังนั้นทั้งกลยุทธ์และนักบริหารที่เป็นผู้ตัดสินใจเลือกใช้กลยุทธ์และนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ  
จึงมีความสำคัญเท่าเทียมกัน (อ้างอิงการ kanoksak920 [ออนไลน์], 2013)

## วิธีการดำเนินการวิจัย

### การเก็บตัวอย่างจากกลุ่มเป้าหมาย

การศึกษาเรื่อง ความต้องการและการดำเนินงานธุรกิจ Andaman Oversea ธุรกิจนำเที่ยวเกาะ  
สิมิลัน - เกาะสุรินทร์ จังหวัดพังงา เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research)

### ประชากรที่ศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย โดยกลุ่มเป้าหมายหลักจะเป็น  
นักท่องเที่ยวที่ต้องการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวและมีความสนใจที่จะไปเที่ยวเกาะสิมิลัน และเกาะสุรินทร์  
ในจังหวัดพังงา จำนวน 200 คน

## เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม

แบบสอบถามเรื่อง ความต้องการและการดำเนินงานธุรกิจ Andaman Oversea ธุรกิจนำเที่ยว เกาะสิมิลัน - เกาะสุรินทร์ จังหวัดพังงา ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวทางทะเล

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวทางทะเล

## วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

วิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการประมวลผล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล (แบบสอบถาม Google form และ SPSS)

## การเก็บข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจ

การเก็บข้อมูลและการวิเคราะห์ภาพรวมของธุรกิจ จะเก็บจากคู่แข่งชั้นในบริเวณใกล้เคียง โดยเก็บจากคู่แข่งที่ทำธุรกิจประเภทเดียวกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

ข้อมูลเบื้องต้นจากธุรกิจของคู่แข่งมีธุรกิจรายใหญ่ที่ทำธุรกิจประเภทเดียวกันอยู่ 4 ธุรกิจ คือ

1. Love Andaman เป็นธุรกิจนำเที่ยวเกาะสิมิลัน เกาะไม้ท่อน เกาะสุรินทร์ เกาะรอก และจัดแพ็คเกจที่ได้รับความนิยมมากที่สุด
2. Wow Andaman เป็นธุรกิจนำเที่ยวเกาะสิมิลัน เกาะสุรินทร์
3. Seastar เป็นธุรกิจนำเที่ยวเกาะสิมิลัน เกาะสุรินทร์ และมีให้บริการการนำท่องเที่ยวอีกหลายจังหวัด
4. PhuketSeaTravel เป็นธุรกิจนำเที่ยวเกาะสิมิลัน เกาะสุรินทร์ เน้นการตลาดไปที่การตลาดออนไลน์

ทั้งหมด 4 ธุรกิจคู่แข่งนี้มีสถานที่ตั้งอยู่ใกล้กัน คือ ท่าเรือทับละมุ อ.ท้ายเหมือง จ.พังงา ถือเป็นกิจการที่มีขนาดใหญ่และได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวอย่างมาก

## ผลสรุปจากการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลสำรวจข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

จะเห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้ชาย จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 56 อายุ 31-40 ร้อยละ 25 สถานภาพโสด จำนวน 120 คน การศึกษาในปริญญาตรี จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 81 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนจำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 41 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน อยู่ที่ 30,000 – 50,000 บาท จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 ไม่มีความสามารถทางด้านการว่ายน้ำ จำนวน 135 คน ไม่มีความกลัวในการท่องเที่ยวทางทะเล จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 74

ส่วนที่ 2 ผลสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวทางทะเล

จะเห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวทางทะเล 200 คน คิดเป็นร้อยละ 100 ความถี่ในการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวทางทะเล 1-2 ครั้งต่อปี จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ มีการมาใช้บริการกับเพื่อน จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 35 มีแหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวทางทะเลของท่านมากที่สุด คือ อินเทอร์เน็ต จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 90

ส่วนที่ 3 ผลสำรวจปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวทางทะเล

จะเห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวทางทะเล โดยภาพรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวทางทะเล ค่าเฉลี่ยสูง ที่สุด คือ ปัจจัยด้านราคา



## การอภิปราย

ในปัจจุบันสถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยธุรกิจนำเที่ยวถือเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมและเป็นธุรกิจที่มีผลกับการท่องเที่ยวโดยตรง ธุรกิจการนำเที่ยว (Tour operator) เป็นธุรกิจที่ทำหน้าที่จัดการนำเที่ยว เริ่มตั้งแต่การออกแบบโปรแกรมท่องเที่ยว จัดหามัคคุเทศก์ จัดหาที่พัก จัดการเดินทางไม่ว่าจะเป็นรถยนต์ รถไฟ เรือ เครื่องบิน (อ้างอิงข้อมูลจากธนาคารกสิกรไทย วันที่ 28 มกราคม 2562) ซึ่งปัจจุบันมีบทบาทมากต่อการท่องเที่ยวแบบท้องถิ่น และในปัจจุบันการดำเนินธุรกิจมีการแข่งขันค่อนข้างสูง ดังนั้นจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารจะต้องอาศัยชั้นเชิงในการบริหารที่เหนือกว่าคู่แข่ง หรืออาศัยความว่องไวในการปรับตัวให้ทันต่อภาวะการแข่งขันที่เกิดขึ้นในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา การจัดการเชิงกลยุทธ์จึงเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยให้นักบริหารกำหนดทิศทางของธุรกิจ วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายนอกและภายในองค์กร ช่วยกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับองค์กร เพื่อที่จะนำกลยุทธ์เหล่านั้นไปประยุกต์ปฏิบัติ และควบคุมประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรได้

จากการศึกษาพบว่า พบว่าผู้บริโภคมีความต้องการในบริการธุรกิจนำเที่ยวทางทะเล ด้านราคาอยู่ที่ระดับมาก และให้ความสำคัญกับราคามากที่สุด ผู้บริโภคที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวทางทะเลส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลผ่านแหล่งช่องทางอินเทอร์เน็ตและพฤติกรรมของผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้บริการเพียงครั้งเดียวขาดการใช้ซ้ำ จึงจำเป็นจะต้องสร้างกลยุทธ์ทางการดำเนินงานในเรื่องของการสร้างความประทับใจแก่ผู้ใช้บริการอย่างมาก ซึ่งจะต้องทำให้ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการให้มากที่สุด เพื่อให้เกิดการใช้บริการซ้ำ การดำเนินงานของธุรกิจในด้านพฤติกรรมองค์กร ธุรกิจจะต้องมีการลงทุนเพื่อเปิดกิจการที่ 10,000,000 บาท ซึ่งงบประมาณในการใช้จ่ายต่อปีจะอยู่ที่ 57,180,000 บาท และรายได้จะอยู่ที่ 67,200,000 บาทโดยประมาณ ซึ่งจะทำให้คุ้มทุนภายใน 4 ปี หรืออาจจะเร็วกว่านั้น การวางแผนการตลาด โดยใช้การสำรวจจากข้อมูลมาวิเคราะห์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด Marketing Mix 7P's ควรที่จะมาใช้กลยุทธ์ในเรื่องของราคา โดยต้องมีการจัดโปรโมชั่น และตั้งราคาขายในราคาที่ถูกกว่าที่อื่น และทำการโฆษณาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook Instagram และเป็นช่องทางซื้อออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ของธุรกิจเอง และต้องทำให้ลูกค้าเห็นถึงคุณภาพในการให้บริการแก่ผู้บริโภค และที่สำคัญต้องแสดงให้เห็นถึงความปลอดภัยของธุรกิจ เพื่อให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริการได้โดยง่าย

## ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง ความต้องการและการดำเนินงานธุรกิจ Andaman Oversea ธุรกิจนำเที่ยว เกาะสิมิลัน - เกาะสุรินทร์ จังหวัดพังงาทำให้ทราบถึงความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย โดยกลุ่มเป้าหมายหลักจะเป็นนักท่องเที่ยวที่ต้องการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวและมีความสนใจที่จะไปเที่ยวเกาะสิมิลัน และเกาะสุรินทร์ในจังหวัดพังงา และทราบถึงการกำหนดกลยุทธ์และแนวทางการปฏิบัติ และการดำเนินงานของธุรกิจนำเที่ยว ซึ่งจะเป็นการดำเนินธุรกิจที่จะเสมือนเกิดขึ้นจริง โดยอ้างอิงข้อมูลจากคู่แข่ง ซึ่งภาวะต่าง ๆ อาจจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงได้เนื่องจากปัจจัยอื่น ๆ เช่น เศรษฐกิจหรือการเมืองการปกครอง ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าควรมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. การจะทำกิจการหรือเปิดธุรกิจนี้จะต้องทำการศึกษาหาข้อมูลให้ดีเสียก่อน โดยการเก็บข้อมูลต่าง ๆ จากสถานที่จริง เนื่องจากรายละเอียดค่อนข้างที่จะเยอะ การทำงานและการดำเนินงานต้องเป็นไปอย่างรอบคอบ และจะต้องมีทักษะ ความรู้ความสามารถมาก ๆ ในหลาย ๆ ด้าน
2. ด้านราคา ราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เนื่องจากผู้ใช้บริการยังไม่เคยใช้บริการ หรือสามารถแยกความแตกต่างกันระหว่างบริษัทได้ว่าดีมาน้อยเพียงใด จึงเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของลูกค้า
3. ด้านการโฆษณา การตลาดในส่วนนี้ถือเป็นการตลาดที่เห็นผลเพียงทางเดียว คือ อินเทอร์เน็ต หรือสื่อออนไลน์ต่าง ๆ การที่ผู้ใช้บริการจะเลือกใช้บริการจะดูจากแหล่งอินเทอร์เน็ตเป็นส่วนมาก สิ่งนี้ถือเป็นตัวที่จะสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งได้เป็นอย่างดี
4. ด้านองค์กร บุคลากรที่ทำงานในองค์กรจะต้องมีความรู้ความสามารถ และทักษะในการทำงานเป็นอย่างมาก ต้องมีความชำนาญในเฉพาะทาง การจัดหาบุคลากรในการทำการกิจการจึงถือว่าเป็นไปได้อย่างยาก เพราะบุคลากรถือเป็นหัวใจสำคัญของงานบริการ

## กิตติกรรมประกาศ

ในการจัดทำการศึกษาอิสระฉบับนี้ จะสำเร็จลุล่วงไม่ได้เลยหากปราศจากความอนุเคราะห์และการสนับสนุนจากหลายท่าน ที่สำคัญยิ่งผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์สุวีณา ตั้งโพธิ์สุวรรณ เป็นอย่างสูงที่ได้กรุณารับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา การศึกษาอิสระฉบับนี้ นอกจากนี้ยังให้องค์ความรู้ คำแนะนำในการทำการศึกษาอิสระและข้อคิดเห็นต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาอิสระ รวมถึงชี้แนะข้อบกพร่องเพื่อแก้ไขให้การศึกษาอิสระฉบับนี้ของผู้ศึกษาสำเร็จลุล่วงได้อย่างดียิ่ง

ขอกราบขอบพระคุณท่านรองศาสตราจารย์สมจิตร์ ล้วนจำเริญ ได้ให้ความกรุณาเป็นประธานกรรมการสอบการศึกษาอิสระ ทั้งนี้ยังคงยั้งคอยชี้แนะแนวทางการปรับปรุงการศึกษาอิสระให้มีความสมบูรณ์ขึ้น อีกทั้งผู้ศึกษาขอขอบพระคุณคณาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสำหรับ CEOs มหาวิทยาลัยรามคำแหง ทุกท่านที่ได้ให้ความรู้และองค์ความรู้แห่งปัญญาแก่ผู้ศึกษาจนสำเร็จเป็นมหาบัณฑิต

ขอกราบขอบพระคุณเพื่อนๆ ในหลักสูตร CEOs ทุกคนที่ได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนประสบการณ์ร่วมสุขร่วมทุกข์มาด้วยกันตลอดการศึกษาและยังคงคอยให้คำแนะนำ ช่วยเหลือและให้กำลังใจแก่ผู้เขียน อันเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ทำการศึกษาในครั้งนี้เป็นรูปธรรมและสำเร็จไปได้ด้วยดี

ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ผู้ที่อยู่เบื้องหลังความสำเร็จ ให้พลังผลักดันให้เกิดกำลังใจ ความพยายามที่จะศึกษาหาความรู้อยู่ตลอดเวลา ทำให้ผู้ศึกษา มีความมุ่งมั่นและความพยายามต่อการศึกษผ่านพ้นอุปสรรคต่าง ๆ มาจนสำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

สุดท้ายนี้ผู้ศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการศึกษาอิสระฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจไม่มากนัก และหากเนื้อหาในฉบับดังกล่าวนี้ผิดพลาดประการใด ผู้ศึกษาขออภัยขอรับความผิดนั้นไว้แต่เพียงผู้เดียวและขออภัยมา ณ ที่นี้

นายณัฐนนท์ รักษาภิรม

## เอกสารอ้างอิง

ธนาคารกสิกรไทย [ออนไลน์]. เผยแพร่วันที่ วันที่ 28 มกราคม 2562. [เข้าถึงเมื่อ 15 มิถุนายน 2562].

เข้าถึงได้จาก :[https://kasikornbank.com/international-business/th/Thailand/IndustryBusiness/Pages/201901\\_Thailand\\_TourismOutlook19.aspx](https://kasikornbank.com/international-business/th/Thailand/IndustryBusiness/Pages/201901_Thailand_TourismOutlook19.aspx)

ม.ล.ชาญโชติ ชมพูนุท, 2558 . บทความเรื่องแนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแห่งชาติ. [เข้าถึงเมื่อ 1 มิถุนายน 2562]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.thaiihdc.org/web/index.php/>  
ศรินทร์ทิพย์ คาวานโนเบะ (2558) .แรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัด  
น่าน: การค้นคว้าอิสระของการศึกษาตามหลักสูตร ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลธัญบุรี.

Chaisupar3 [ออนไลน์]. เผยแพร่ ม.ป.ป. [เข้าถึงเมื่อ 18 มิถุนายน 2562]. เข้าถึงได้จาก  
<https://chaisupar3.wordpress.com/>

Guilinlake [ออนไลน์]. เผยแพร่วันที่ 10 มิถุนายน 2561. [เข้าถึงเมื่อ 15 มิถุนายน 2562]. เข้าถึงได้จาก  
: <http://www.guilinlake.com/article/>

Kanoksak920 [ออนไลน์]. เผยแพร่วันที่ 30 กันยายน 2013. [เข้าถึงเมื่อ 10 มิถุนายน 2562]. เข้าถึงได้  
จาก : <https://kanoksak920.wordpress.com/2013/09/30/>

Moneyhub [ออนไลน์]. เผยแพร่วันที่ 6 พฤษภาคม 2016. [เข้าถึงเมื่อ 5 มิถุนายน 2562]. เข้าถึงได้จาก  
: <https://moneyhub.in.th/article/travel-business-industry/>

Tripspace [ออนไลน์]. เผยแพร่วันที่ 26 ธันวาคม 2017. [เข้าถึงเมื่อ 5 มิถุนายน 2562]. เข้าถึงได้จาก :  
<https://www.tripspace.co/how-to-start-your-travel-business/>