



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved



ภาคผนวก ก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Questionnaire

A Feasibility Study of Thai Cooking School for Foreigners Project in Mueang

Chiang Mai District

1. This questionnaire is a part of the independent study for the Master's Degree in Business Administration, Faculty of Business Administration, Chiang Mai University. The main objective of this research is to study a feasibility on the investment on Thai Cooking School for Foreigners Project in Mueang Chiang Mai District. The result of this questionnaire will use for the information only in the study.
2. There's 2 parts in this questionnaire
 - Part 1 General Information of the Student
 - Part 2 Market Mixed Factors for Thai Cooking School
3. Definition :
 - “ Teacher ” mean person who give an instructing or training to cook Thai food.
 - “ Staff ” mean person who assist in carrying or administrating on the task in the school.

Thank you very much for your time and kindness in completing this questionnaire

Thitima Chaima

Graduate Student

Faculty of Business Administration

Chiang Mai University

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

Part 1 General Information

Put / in () or add information in space provided

1) Gender

() Male

() Female

- 2) Age () < 25years-old () 25-30 years-old
 () 31-35 years-old () 36-40 years-old
 () 41-45 years-old () > 45 years-old

3) Nationality

4) Occupation

5) Staying Period in Thailand ?

- () less than 2 day () 3-5 day
 () 1 week () more than 1 week

6) Reason for visiting at Chiang Mai

- () Business () traveling
 () Visit friend/relative () Others

7) Have you ever taken Thai cooking cause before?

- () Yes How many time ? () No

8) Reason to take Thai Cooking course?

9) How did you find out about Thai cooking school?

- () Newspaper () Leaflet
 () Magazine () Friend
 () Radio () TV
 () Internet () Others

10) How long will you appreciate for the cooking course?

- () half day () 1 day
 () 2 days () Other Please specific

11) How many recipe items do you wish to learn in one cooking course

- () 3-4 items () 5-6 items () more than 6 items

12) How much are you willing to pay for a Thai cooking course

- () 800 - 1200 bath/ 3-4 food items with outdoor activities
 () 800 - 1200 bath/ 3-4 food items without outdoor activities
 () 800 - 1200 bath/ 6-7 food items with outdoor activities
 () 800 - 1200 bath/ 6-7 food items without outdoor activities

1,500 – 2,000 bath/ 5-6 food items with outdoor activities

1,500 – 2,000 bath/ 5-6 food items without outdoor activities

13) How many people should be enrolled along with you in a cooking course?

Less than 3 persons 3-5 persons 6-10 persons

11-15 persons more than 15 persons

14) What language will you wish to learn in Thai cooking course ?

English Japanese

French Other Please Specific

Part 2 Market Mixed Factors for Thai Cooking School

Please Mark X in the appropriate space: (Which you think it is influent to you for your selection in the cooking school)

Description	Importance Level				
	5 (Very High)	4 (High)	3 (Medium)	2 (Low)	1 (Very Low)
Products & Service					
- Variety of course ex: Difference type of food items					
- Type and quantity items per one course					
- Special activity on the course ex: visiting the market , visiting Thai herbal garden					
- Language available for teaching					
- Length of time for each course					
- Cooking books and ingredients that can provide in school					
- The certified cooking school					
- Certification for the learners					
- Other (Please specific).....					
Price					
- Fee compare to other schools					
- Reasonable fee for each course					
- Other (Please specific).....					

Description	Importance Level				
	5 (Very High)	4 (High)	3 (Medium)	2 (Low)	1 (Very Low)
Place					
- Located in Chiang Mai Downtown					
- Convenient to locate					
- The school provide transportation					
- Other (Please specific).....					
Promotion					
- Discount when taking many course					
- Discount when taking course in a group					
- The school advertise in the public media as leaflet , traveling magazine					
- Recommendation by the Tourism Authority of Thailand					
- The school has own website or searching by internet					
- Gift and complimentary souvenirs					
- Other (Please specific).....					
People					
- Teacher experience					
- Teacher communication skill					
- Quality of service					
- Staff knowledge and skill					
- Other (Please specific).....					
Physical Evidence					
- Room and place in Thai or northern style					
- Clean classroom , cooking area and school area					
- Well maintain equipments					

Description	Importance Level				
	5 (Very High)	4 (High)	3 (Medium)	2 (Low)	1 (Very Low)
- Good layout classroom and cooking area , enough space and comfortable					
- Good environmen in school area					
- Other (Please specific).....					
Processes					
- Learning hours for the class					
- Class schedule					
- Good service system					
- Convenience in paying process (as can pay on the internet or credit card)					
- Convenience in booking (as can book on the internet , travel agent or call center)					
- Welcome treated by staff before and after taking the class					
- Other (Please specific).....					

Part 3 Comment and suggestion for Thai cooking school

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved

คำถามเพื่อใช้ประกอบการสัมภาษณ์สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารไทย

เรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้โครงการโรงเรียนสอนทำอาหารไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ประกอบการและกิจการ

- 1.1 ประวัติความเป็นมาของธุรกิจ ปีที่เริ่มดำเนินกิจการ
- 1.2 เหตุผลที่มาลงทุนในธุรกิจนี้
- 1.3 ความคิดเห็นต่อธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารไทยในจังหวัดเชียงใหม่ในปัจจุบัน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านการตลาด

2.1 การจัดการด้านการตลาด

- 2.1.1 จำนวนผู้มาใช้บริการต่อเดือนประมาณเท่าใด และลูกค้าจากประเทศไหนบ้าง
- 2.1.2 กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของท่านเป็นกลุ่มใด
- 2.1.3 จุดเด่นของโรงเรียนสอนทำอาหารไทยของท่านเป็นอย่างไร
- 2.1.4 เมื่อเทียบโรงเรียนสอนทำอาหารไทยของท่านกับโรงเรียนสอนทำอาหารไทยแห่งอื่นทั้งในด้านผลิตภัณฑ์ การให้บริการ, การกำหนดราคา, สถานที่ตั้งและช่องทางการจัดจำหน่าย, การประชาสัมพันธ์, บุคคลากร, ลักษณะทางกายภาพ และ กระบวนการให้บริการ ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร และ ท่านให้ความสำคัญกับส่วนไหนมากที่สุด
- 2.1.5 มีการจัดทำข้อมูลของลูกค้าเก็บไว้หรือไม่
- 2.1.6 ปัญหาและอุปสรรคที่พบในด้านการตลาด

2.2 ด้านผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ

- 2.2.1 จำนวนคอร์สที่เปิดสอนมีกี่คอร์ส และ ลักษณะอาหารหรือคอร์สไหน ที่ได้รับความนิยมในการเลือกเรียน
- 2.2.2 กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของท่านชอบรายการอาหารอะไรมากที่สุด 5 อันดับแรก มีรูปแบบการเรียนการสอนอย่างไร เช่น การสอนวิธีทำในห้องเรียนและให้ลงมือปฏิบัติจริง หรือการพาไปซื้อเลือกซื้อของที่ตลาด เป็นต้น
- 2.2.3 มีการให้บริการอื่นๆนอกเหนือจากการเรียนการสอนอาหารไทยหรือไม่ เช่น การทำหนังสือทำอาหารขาย, การขายเครื่องปรุงต่างๆ เป็นต้น

2.2.4 มีการทำ Website ของโรงเรียนสอนทำอาหาร ที่สามารถให้ข้อมูลของโรงเรียน, ข้อมูลของคอร์สที่เปิดสอน การลงทะเบียนเรียนเพื่อเข้าเรียน และการชำระเงินonline ได้หรือไม่

2.3 ด้านราคา

2.3.1 มีหลักในการกำหนดราคาเรียนในแต่ละคอร์สอย่างไร

2.3.2 ราคาของการจัดจำหน่ายผ่านในแต่ละช่องทางนั้นมีความแตกต่างกันหรือไม่อย่างไร เช่น มีการลดราคาลงหากลูกค้าจองผ่านทาง Travel Agent เป็นต้น

2.3.3 มีช่องทางการชำระเงินค่าเรียน ได้กี่ช่องทาง

2.4 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

2.4.1 มีหลักในการเลือกทำเลที่ตั้งของโรงเรียนอย่างไร

2.4.2 มีการขายบริการผ่านทาง Travel agent และ Internet หรือไม่อย่างไร

2.4.3 ลูกค้าที่มาใช้บริการมีการติดต่อมาจากทางใดบ้าง เช่น การ Walk-in, Travel agent, จองผ่าน internet คิดเป็นสัดส่วนเท่าไรในแต่ละทาง

2.5 ด้านการส่งเสริมการตลาด

2.5.1 มีการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนสอนทำอาหารไทยผ่านทางสื่อไหนบ้าง

2.5.2 การประชาสัมพันธ์ผ่านทางใดที่ถือว่าประสบความสำเร็จมากที่สุด

2.5.3 มีการส่งเสริมการขายโดยให้ส่วนลดในการเรียนกับลูกค้าหรือไม่อย่างไร

2.5.4 มีการส่งเสริมการตลาดในรูปแบบอื่นๆอีกหรือไม่

2.6 ด้านบุคลากร

2.6.1 มีการฝึกอบรมครูผู้สอน และ เจ้าหน้าที่ต่างๆ ในเรื่องการให้บริการหรือไม่อย่างไร

2.7 ด้านลักษณะทางกายภาพ

2.7.1 ในห้องเรียน หรือพื้นที่ทำอาหารควรมีการจัดการพื้นที่อย่างไร

2.7.2 ท่านให้ความสำคัญกับการมีพื้นที่โดยรอบ นอกเหนือจากอาคารเรียนหรือไม่

2.7.3 ท่านคิดว่าความสะอาด รูปแบบอาคารเรียนและ บรรยากาศมีส่วนสำคัญในการตัดสินใจเลือกเรียน ของลูกค้าหรือไม่

2.7.4 ท่านคิดว่าห้องเรียน อุปกรณ์การเรียน และ สาธารณูปโภคต่างๆ เพียงพอต่อ
ลูก้าที่มาเรียนหรือไม่

2.8 ด้านกระบวนการ

2.8.1 ในแต่ละคอร์สมีนักเรียนจำนวนกี่คน

2.8.2 มีการให้บริการจองหรือชำระเงินผ่านทางWebsite หรือ Credit Card หรือไม่

2.8.3 มีขั้นตอนในการให้บริการอย่างไร

ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านเทคนิค

ระยะเวลาที่สอนต่อคอร์ส

ภาษาที่ใช้ในการเรียนการสอน

มีหลักในการเลือกชนิดอาหารและจำนวน ในการจัดคอร์สแต่ละคอร์สอย่างไร

เครื่องมือที่ใช้ในการเรียนการสอนมีอะไรบ้าง

มีหลักในการวางผัง และรูปแบบสถานที่อย่างไร

ปัญหาและอุปสรรคที่พบในด้านเทคนิค

ส่วนที่ 4 ข้อมูลด้านการจัดการ

4.1 การดำเนินการจัดตั้งโรงเรียนสอนอาหารไทยต้องมีการดำเนินการขออนุญาตอย่างไร
บ้าง

4.2 การพิจารณาเลือกครูผู้สอน และ พนักงานในตำแหน่งต่างๆมีการพิจารณาอย่างไร

4.3 จำนวนลูกจ้างและพนักงานทั้งหมดมีกี่คน และแบ่งส่วนการทำงานออกเป็นอย่างไร

4.4 อัตราค่าจ้างของครูผู้สอน และ พนักงานในแต่ละตำแหน่งเป็นอย่างไร

4.5 การประเมินผลของครูผู้สอน ทำอย่างไรและ ใครมีหน้าที่ประเมิน

4.6 ปัญหาและอุปสรรคที่พบในด้านการจัดการ

ส่วนที่ 5 ข้อมูลด้านการเงิน

5.1 เงินลงทุนเริ่มแรกในการจัดตั้งโรงเรียนสอนทำอาหารไทยเป็นเท่าใด และ การจัดสรร
ค่าใช้จ่ายในส่วนต่างๆเป็นเท่าใด เช่น ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการจัดตั้ง, ค่าออกแบบ
ตกแต่งสถานที่, ค่าอุปกรณ์และวัสดุในการดำเนินงาน เป็นต้น

5.2 แหล่งเงินทุนของกิจการมาจากแหล่งใดบ้างและมีสัดส่วนเท่าไร

5.3 มีการจัดสรรค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานด้านต่างๆอย่างไร เช่น

- a. ค่าจ้างวิทยากร/ครู และพนักงาน
 - b. ค่าใช้จ่ายในส่วนของอุปกรณ์และวัสดุขีบต่างๆ
 - c. ค่าใช้จ่ายในด้านการตลาดและ การประชาสัมพันธ์
 - d. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานและสาธารณูปโภค
 - e. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ
- 5.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นเท่าใด รายได้ที่ได้มาจากแหล่งใดบ้าง
- 5.5 ระยะเวลาคืนทุน โครงการกี่ปี และผลตอบแทนในการลงทุนคิดเป็นกี่ %
- 5.6 ปัญหาและอุปสรรคที่พบในด้านการเงิน

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. It features a central illustration of an elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai umbrella (parasol). The entire emblem is enclosed within a circular border. The Thai text 'มหาวิทยาลัยเชียงใหม่' is written along the top inner edge of the border, and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' is written along the bottom inner edge. There are decorative floral motifs on either side of the elephant.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สรุปข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ

ในการทำการศึกษาค้นคว้าความเป็นไปได้ในการลงทุนโรงเรียนสอนทำอาหารไทยสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่ นั้น ได้ทำการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจโรงเรียนทำอาหารไทยในจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีรายชื่อขึ้นกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเขตภาคเหนือ ซึ่งได้เลือกผู้ประกอบการที่มีรูปแบบการดำเนินการในลักษณะองค์กรธุรกิจ และ รูปแบบการดำเนินการในลักษณะครอบครัว จำนวน 3 ราย ได้แก่

1. Chiang Mai Thai Cookery School
2. The Chiang Mai Thai Farm Cooking School
3. A lot of Thai Home Cooking Class

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ประกอบการและกิจการ

ธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารไทยโดยส่วนมากจะเป็นธุรกิจขนาดเล็ก ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนใหญ่จะดำเนินธุรกิจในรูปแบบเจ้าของคนเดียว โดยการเข้ามายังธุรกิจจะมีความแตกต่างกัน แต่จะมีพื้นฐานมาจากการชอบทำอาหาร และการได้คลุกคลีกับชาวต่างชาติ ซึ่งทำให้มองเห็นโอกาสในธุรกิจนี้จึงตัดสินใจที่จะมาลงทุน โดยในการดำเนินการเริ่มแรกจะเป็นการลงทุนขนาดเล็กและมีการปรับปรุงเพิ่มเติมในภายหลัง

ผู้ประกอบการโรงเรียน สอนทำอาหารไทยมีความเห็นว่า สภาพการณ์ของธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารไทยโดยรวมส่วนใหญ่ยังอยู่ในเกณฑ์ที่ดี ยังมีนักท่องเที่ยวให้ความสนใจอยู่เป็นจำนวนมากทั้งในฤดูกาลและนอกฤดูกาลท่องเที่ยว แต่ปัญหาที่พบคือ การไม่มีการร่วมมือกันระหว่างผู้ประกอบการในจังหวัด มีการแข่งขันกันเองระหว่างผู้ประกอบการ โดยเฉพาะผู้ประกอบการรายเล็กๆที่ไม่ได้มีรูปแบบการดำเนินการอย่างมีมาตรฐาน เช่น การแข่งขันกันลดราคา เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวสนใจแต่ไม่ได้คำนึงถึงต้นทุนที่แท้จริง รวมถึงคุณภาพของบริการ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านการตลาด

2.1 การจัดการด้านการตลาด

นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเรียนส่วนใหญ่จะมีมาจากหลากหลายชาติ แต่ส่วนใหญ่จะเป็นชาวอเมริกัน และชาวยุโรป ซึ่งในการเรียนการสอนก็จะใช้เป็นภาษาอังกฤษเป็นหลักในการเรียนการสอน สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ไม่ได้ใช้ภาษาอังกฤษเป็นหลักจะเป็นลูกค้าที่พอจะมีพื้นฐานทางภาษาอังกฤษบ้าง แต่จะมีผู้ประกอบการบางรายเช่น The Chiang Mai Thai Farm Cooking

School ที่มีเจ้าหน้าที่ที่สามารถสื่อสารภาษาต่างชาตินอกเหนือจากภาษาอังกฤษได้เช่น ภาษาฝรั่งเศส ซึ่งจะสามารถให้บริการลูกค้าในกลุ่มนี้ได้ โดยจุดเด่นของแต่ละโรงเรียนจะแตกต่างกันไปตามลักษณะของโรงเรียน เช่น Chiang Mai Thai Cookery School จะเน้นจุดเด่นของการเป็นผู้นำในธุรกิจตรงเรียนสอนทำอาหารไทย The Chiang Mai Thai Farm Cooking School จะเน้นจุดเด่นของการสอนอาหารไทยควบคู่กับวิถีชีวิตของชาวไทยที่เป็นรูปแบบการทำเกษตรกรรม A lot of Thai Home Cooking Class จะเน้นการดำเนินการที่เป็นลักษณะครอบครัว ซึ่งลูกค้าที่มาเรียนโดยส่วนใหญ่แล้วนั้นจะมีทั้งการเข้ามาสมัครเองโดยตรง และสมัครผ่านทางตัวแทนท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะมีการศึกษาถึงลักษณะของโรงเรียนสอนทำอาหารไทยแต่ละแห่งก่อนตัดสินใจเลือกเรียน

2.2 ด้านผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ

โรงเรียนแต่ละแห่งจะมีการเลือกอาหารไทยแต่ละชนิดที่เป็นที่นิยมของชาวต่างชาติ เพื่อนำมาจัดคอร์สเรียนให้เหมาะสม และทำการจัดคอร์สเรียนขึ้นเป็นหลากหลายคอร์สเพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกเรียนตามชนิดอาหารที่ตนเองต้องการ โดยจะมีการจัดสอนแต่ละคอร์สให้หมุนเวียนกันในแต่ละวัน นอกจากนี้หากทางโรงเรียนมีศักยภาพพอทั้งด้านบุคลากร และสถานที่ เช่น Chiang Mai Thai Cookery School จะทำการเปิดสอนคอร์สพิเศษให้กับลูกค้าที่เรียนเฉพาะตัว หรือเรียนกลุ่มย่อยเป็นต้น

2.3 ด้านราคา

การกำหนดราคาของคอร์สเรียนทำอาหารไทยจะทำการกำหนดราคาตามราคาตลาด ซึ่งโดยทั่วไปจะอยู่ที่ราคา 900 -1,000 บาท อย่างไรก็ตามจะมีการคำนึงถึงต้นทุนสินค้าและบริการควบคู่ไปด้วย ซึ่งราคาที่กำหนดจะกำหนดราคาขายให้เท่ากันทั้งกรณีที่ยขายตรงและขายผ่านตัวแทนการท่องเที่ยว โดยการชำระเงินของลูกค้านั้นโดยส่วนใหญ่จะให้นักท่องเที่ยวชำระเองผ่านตรงเรียนทำอาหารไทย ยกเว้นบางกรณีที่ทางตัวแทนท่องเที่ยวจะขอทำการเก็บเงินกับลูกค้าก่อน ซึ่งดรามากทางตรงเรียนสอนทำอาหารไทยจะไม่ได้มีการให้เครดิตกับตัวแทนท่องเที่ยว แต่จะมีเพียงการหักค่าคอมมิสชั่นให้กับตัวแทนท่องเที่ยวที่จัดหาลูกค้าให้เท่านั้น

2.4 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

สถานที่ตั้งของโรงเรียนทำอาหารไทยส่วนใหญ่จะใช้บ้านพักของผู้ประกอบการเป็นที่ตั้งดำเนินการ ซึ่งส่วนใหญ่จะตั้งอยู่นอกเขตเมืองเชียงใหม่ และโรงเรียนสอนทำอาหารไทยบางแห่ง เช่น Chiang Mai Thai Cookery School จะมีการจัดตั้งสำนักงานขายอยู่ใกล้บริเวณที่เป็นแหล่ง

ท่องเที่ยว และได้ทำการจัดรถรับ-ส่งจากภายในตัวเมืองไปยังสถานที่เรียน ในการจัดสำนักงานขายในเมืองเพื่อเพิ่มช่องทางในการติดต่อของลูกค้า โดยช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้านั้นนอกจากจะจัดตั้งสำนักงานขายแล้ว ยังมีการให้ลูกค้าจองคอร์สผ่านทางอินเทอร์เน็ต และการขายผ่านตัวแทนการท่องเที่ยว โดยสัดส่วนจากการขายผ่านตัวแทนท่องเที่ยวจะคิดเป็น 50%ของยอดขายทั้งหมด

2.5 ด้านการส่งเสริมการตลาด

ในการประชาสัมพันธ์นั้น โรงเรียนสอนทำอาหารไทย จะเข้าไปลงชื่อไว้กับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย รวมทั้งมีการเปิด Website ของโรงเรียนเพื่อประชาสัมพันธ์ นอกจากนี้ยังมีการประชาสัมพันธ์โดยการนำแผ่นพับ โบรชัวร์ไปจัดวางตามเกสต์เฮาส์และบริษัทนำเที่ยว รวมถึงการที่โรงเรียนสอนทำอาหารไทยได้รับเลือกให้ลงโฆษณาในหนังสือนำเที่ยว ซึ่งจากการสัมภาษณ์พบว่า การประชาสัมพันธ์ที่ประสบความสำเร็จที่สุดคือ การนำแผ่นพับโบรชัวร์ไปจัดวางไว้ยังบริษัทนำเที่ยวหรือ เกสต์เฮาส์ต่างๆ และการที่ทางโรงเรียนได้รับเลือกให้ลงโฆษณาในหนังสือนำเที่ยวที่มีชื่อเสียงเช่น Rough guide , Lonely Planet เป็นต้น โดยหนังสือเหล่านี้จะเป็นการนำข้อมูลสถานที่ที่น่าสนใจที่ได้รับการแนะนำจากนักท่องเที่ยวต่างๆว่าเป็นสถานที่ท่องเที่ยวหรือ สถานที่บริการที่น่าสนใจ

2.6 ด้านบุคลากร

ในการเรียนการสอนทำอาหารไทยส่วนใหญ่ ได้ดำเนินการสอนโดยตัวเจ้าของธุรกิจเอง และจะมีโรงเรียนสอนทำอาหารไทยบางแห่ง ที่มีการเปิดสอนนักเรียนจำนวนมาก จะทำการแบ่งคอร์สการเรียนการสอนเป็นหลายกลุ่ม และมีการว่าจ้างครูผู้สอน ซึ่งครูผู้สอนเหล่านี้จะได้รับการอบรมและการประเมินผลการทำงานจากเจ้าของกิจการเป็นหลัก

2.7 ด้านลักษณะทางกายภาพ

การจัดลักษณะทางกายภาพแต่ละแห่งจะมีกาจัดรูปแบบการเรียนการสอนที่แตกต่างกันไป ซึ่งแต่ละแห่งจะมีการจัดให้เหมาะสมกับรูปแบบของโรงเรียนของตนเอง แต่ทุกโรงเรียนสอนทำอาหารไทยจะให้ความสำคัญกับความสะอาดของพื้นที่การเรียนการสอนและ อุปกรณ์ในการเรียนการสอน และจัดให้มีอุปกรณ์ที่เพียงพอกับความต้องการของลูกค้า

2.8 ด้านกระบวนการ

ในการจัดการด้านกระบวนการได้จัดแบ่งจำนวนนักเรียนแต่ละคอร์สให้มีจำนวนไม่เกิน 10 คน โดยในขั้นตอนการดำเนินงานนั้นเริ่มจากการ จองคอร์สซึ่งลูกค้าสามารถจองคอร์สเรียนเองได้โดยตรง หรือจองผ่านทาง ตัวแทนท่องเที่ยว โดยการชำระเงินนั้น ทางลูกค้าส่วนใหญ่จะทำการจ่ายค่าเรียนเองที่สำนักงานขาย หรือที่โรงเรียน ในกรณีที่จะจองผ่านทางตัวแทนท่องเที่ยว ลูกค้า

สามารถจ่ายเงินผ่านทางตัวแทนท่องเที่ยวได้ โดยในการเรียนการสอนนั้นทางโรงเรียนจะจัดคอร์สรับส่ง นักเรียนจากในตัวเมือง เพื่อมายังสถานที่เรียน และดำเนินการสอนจะแตกต่างกันไปตามลักษณะของแต่ละคอร์สเช่น กรณีที่มีการเยี่ยมชมตลาด จะมีการพานักท่องเที่ยวแวะชมตลาดสด เพื่อเรียนรู้การเลือกซื้อวัตถุดิบ ก่อนที่จะทำการเข้าไปเรียนปฏิบัติยัง โรงเรียนสอนทำอาหารเป็นต้น

ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านเทคนิค

คอร์สเรียนส่วนใหญ่จะใช้เวลาในการเรียนการสอนเป็นเวลา 1 วัน โดยจะใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาหลักในการเรียนการสอน ซึ่งแต่ละโรงเรียนจะมีการจัดคอร์สสอนแตกต่างกันไป โดยส่วนใหญ่จะยึดอาหารที่เป็นที่นิยมของชาวต่างชาติเป็นหลักในการจัดเมนูอาหารสำหรับแต่ละคอร์ส และเน้นให้มีการจัดอาหารให้ครบทั้งอาหารคาวและหวาน เป็นต้น

อุปกรณ์ที่ใช้ในการเรียนการสอนส่วนใหญ่จะเป็นอุปกรณ์เครื่องครัวต่างๆซึ่งจะเน้นให้มีเพียงพอต่อนักเรียน โดยในการจัดวางผังสถานที่จะจัดให้มีพื้นที่เพียงพอต่อการทำงานหรือทำอาหารของนักเรียนแต่ละคน

ส่วนที่ 4 ข้อมูลด้านการจัดการ

การดำเนินการจัดตั้งตรงเรียนสอนทำอาหารไทยนั้น ยังไม่ได้มีกฎหมายที่ควบคุมอย่างแท้จริงในการดำเนินงาน ดังนั้นจึงมีเพียงการขึ้นทะเบียนพาณิชย์เท่านั้น ในส่วนของบุคลากรนั้นจะพิจารณาเลือกบุคลากรในส่วนต่างๆแตกต่างกันไปในแต่ละตำแหน่ง เช่นครูผู้สอนจะต้องมีพื้นฐานในการสื่อสารภาษาอังกฤษที่ดี แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นจะให้ความสำคัญกับการมีใจรักในด้านการบริการ โดยในการประเมินผลงานนั้นทางเจ้าของกิจการจะเป็นผู้พิจารณาประเมินผลการทำงาน

ส่วนที่ 5 ข้อมูลด้านการเงิน

ในส่วนของข้อมูลทางการจัดการด้านการเงินนั้น เนื่องจากธุรกิจโรงเรียนสอนทำอาหารไทยนั้นเป็นการดำเนินธุรกิจโดยเจ้าของคนเดียว ทำให้ไม่สามารถระดมเงินลงทุนได้ชัดเจน เนื่องจากมีการเริ่มดำเนินธุรกิจขนาดเล็กๆ และมีการขยายและเพิ่มเติมอุปกรณ์ตามการขยายตัวของโรงเรียน การไม่ได้กำหนดเงินลงทุนให้ชัดเจน ทำให้ไม่มีการกำหนดระยะเวลาการคืนทุน และผลตอบแทนของการลงทุน ซึ่งค่าใช้จ่ายหลักจะเป็นค่าใช้จ่ายในส่วนของ การประชาสัมพันธ์และค่าจ้างพนักงาน ในส่วนของต้นทุนด้านวัตถุดิบนั้น จะมีค่าเฉลี่ยต่อรายหัวประมาณรายละ 100 บาท

ตารางที่ 6.1 ตารางสรุปข้อมูลที่ได้จากผู้ประกอบการ

	รายที่1	รายที่2	รายที่3
จำนวนนักท่องเที่ยวในช่วงแรกของการดำเนินการ	Low season : 4-5 คน	Low season : 4-5 คน	Low season : 4-5 คน
	High Season : 7-8 คน	High Season : 7-8 คน	High Season : 6-7 คน
จำนวนนักท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อวันช่วง	Low Season : 12-15 คน	Low Season : 12-15 คน	Low Season : 7-8 คน
	High Season : 20-25 คน	High Season : 15-20 คน	High Season : 10-12 คน
จำนวนคอร์สที่เปิดสอนต่อวัน	2 คอร์ส	1 คอร์สใหญ่	1 คอร์ส
จำนวนนักท่องเที่ยวที่รองรับต่อ 1 คอร์ส	10 โดยประมาณ	10-20	10-15
ราคาค่าเรียนต่อคอร์ส	990	900	950
สัดส่วนการจำหน่ายผ่านตัวแทนท่องเที่ยวและนายหน้า	50%	50%	70%
การเปิดสอนคอร์สพิเศษ	มี	มี	ไม่มี
ลักษณะของคอร์สพิเศษ	จับกลุ่มเรียนเองและเลือกรายการอาหารที่เรียนได้ เป็นการสอนครบวงจรทุกขั้นตอนของการทำอาหาร ตั้งแต่การเตรียมวัตถุดิบ เองรวมถึงการจัดตกแต่ง ส่วนมากเป็นการเรียนเพื่อนำไปประกอบอาชีพ	จับกลุ่มเรียนเองและเลือกรายการอาหารที่เรียนได้	-
ราคาค่าเรียนต่อคอร์สพิเศษ	2,100	1,500	-

หมายเหตุ : 1. เริ่มแรกของการดำเนินงานของผู้ประกอบการทุกรายจะเริ่มจากการดำเนินงานขนาดเล็กที่ไม่ได้มีรูปแบบทางธุรกิจมากนัก

2. ผู้ประกอบการรายที่ 3 จะมีขนาดของโรงเรียนที่เล็กกว่า 2 รายแรกและไม่ได้มีสำนักงานขายในตัวเมือง ดังนั้นจึงเน้นการจำหน่ายคอร์สผ่านทางตัวแทนท่องเที่ยวและนายหน้า

การแสดงรายการงบกำไรขาดทุน และงบกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน
สำหรับการวิเคราะห์สถานการณ์ในแต่ละกรณี

1. กรณีที่รายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการและต้นทุนการผลิตลดลงร้อยละ 10

ตารางที่ 6.2 งบกำไรขาดทุน กรณีรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการและต้นทุน
การผลิตลดลงร้อยละ 10

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้	2,236,410	3,876,840	4,111,360	4,905,890	5,387,360
หัก ต้นทุนบริการ	872,337	1,170,716	1,254,123	1,267,418	1,369,292
กำไรขั้นต้น	1,364,073	2,706,124	2,857,237	3,638,472	4,018,068
หัก ค่าใช้จ่ายบริหาร	1,202,563	1,804,135	1,706,623	1,809,175	1,931,609
หัก ดอกเบี้ยจ่าย	140,452	110,355	80,258	50,161	20,065
กำไรจากการดำเนินงาน	21,058	791,634	1,070,356	1,779,135	2,066,395
หัก Tax	0	93,327	156,107	368,741	454,918
กำไรสุทธิ	21,058	135,000	914,249	1,410,395	1,611,476

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 6.3 งบกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน กรณีรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการและต้นทุนการผลิตลดลงร้อยละ 10

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินสดรับ						
เงินสดรับจากการให้บริการ		2,236,410	3,876,840	4,111,360	4,905,890	5,387,360
รวมเงินสดรับ		2,236,410	3,876,840	4,111,360	4,905,890	5,387,360
ต้นทุนบริการ						
วัสดุสิ้นเปลือง	71,737	150,704	221,239	237,926	263,772	289,786
ค่าสาธารณูปโภค		28,080	58,968	61,916	65,012	68,263
ต้นทุนวัตถุดิบ		225,207	410,633	465,078	532,955	603,178
น้ำมันรถ		108,000	113,400	119,070	125,024	131,275
ค่าบำรุงรักษายานพาหนะและ อุปกรณ์		9,000	9,450	9,923	10,419	10,940
ต้นทุนการขายและการบริหาร						
เงินเดือนผู้จัดการและพนักงาน		550,800	788,940	828,387	869,806	913,297
ค่าสวัสดิการพนักงาน		27,540	39,447	41,419	43,490	45,665
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด		368,629	818,899	678,153	754,711	829,480
ค่าสาธารณูปโภค		23,760	24,948	26,195	27,505	28,880
ค่าวัสดุอุปกรณ์สำนักงานและ ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด		10,800	11,340	11,907	12,502	13,127
ค่าภาษีป้าย		360	360	360	360	360
ค่าภาษีจ่าย		0	93,327	156,107	368,741	454,918
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	39,900					
รวมกระแสเงินสดจ่าย	111,637	1,502,880	2,590,950	2,636,442	3,074,297	3,389,169
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน	(111,637)	733,530	1,285,890	1,474,918	1,831,593	1,998,191

2. กรณีที่รายได้ลดลงร้อยละ 5 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการและต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 5

ตารางที่ 6.4 งบกำไรขาดทุน กรณีรายได้ลดลงร้อยละ 5 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการและต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 5

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้	1,931,445	3,348,180	3,550,720	4,236,905	4,652,720
หัก ต้นทุนบริการ	1,017,726	1,365,835	1,463,144	1,478,655	1,597,507
กำไรขั้นต้น	913,719	1,982,345	2,087,576	2,758,250	3,055,213
หัก ค่าใช้จ่ายบริหาร	1,402,990	2,104,824	1,991,060	2,110,704	2,253,544
หัก ดอกเบี้ยจ่าย	140,452	110,355	80,258	50,161	20,065
กำไรจากการดำเนินงาน	(629,724)	(232,834)	16,258	597,385	781,605
หัก Tax	0	0	0	0	41,538
กำไรสุทธิ	(629,724)	(232,834)	16,258	597,385	740,067

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 6.5 งบกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน กรณีรายได้ลดลงร้อยละ 5 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการและต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 5

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินสดรับ						
เงินสดรับจากการให้บริการ		1,931,445	3,348,180	3,550,720	4,236,905	4,652,720
รวมเงินสดรับ		1,931,445	3,348,180	3,550,720	4,236,905	4,652,720
ต้นทุนบริการ						
วัสดุสิ้นเปลือง	71,737	175,821	258,112	277,580	307,734	338,084
ค่าสาธารณูปโภค		32,760	68,796	72,236	75,848	79,640
ต้นทุนวัตถุดิบ		262,742	479,072	542,591	621,781	703,708
น้ำมันรถ		126,000	132,300	138,915	145,861	153,154
ค่าบำรุงรักษายานพาหนะและอุปกรณ์		10,500	11,025	11,576	12,155	12,763
ต้นทุนการขายและการบริหาร						
เงินเดือนผู้จัดการและพนักงาน		642,600	920,430	966,452	1,014,774	1,065,513
ค่าสวัสดิการพนักงาน		32,130	46,022	48,323	50,739	53,276
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด		430,067	955,382	791,179	880,496	967,726
ค่าสาธารณูปโภค		27,720	29,106	30,561	32,089	33,694
ค่าวัสดุอุปกรณ์สำนักงานและค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด		12,600	13,230	13,892	14,586	15,315
ค่าภาษีป้าย		420	420	420	420	420
ค่าภาษีจ่าย		0	0	0	0	41,538
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	39,900					
รวมกระแสเงินสดจ่าย	111,637	1,753,360	2,913,894	2,893,724	3,156,483	3,464,830
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน	(111,637)	178,085	434,286	656,996	1,080,422	1,187,890

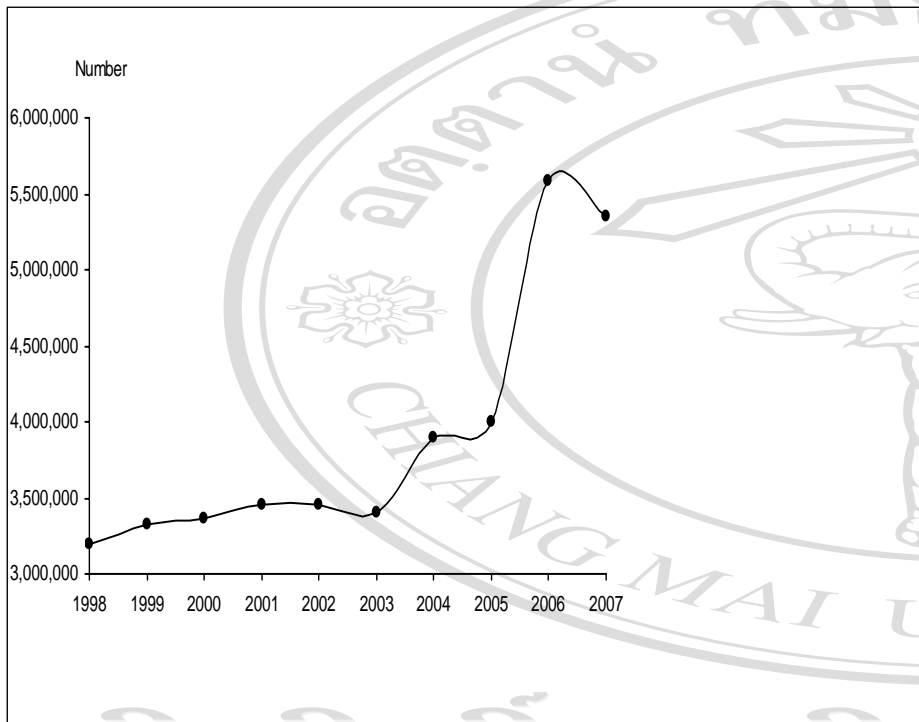


ภาคผนวก ข

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ภาพที่ 6.1 กราฟจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักแรมในจังหวัดเชียงใหม่



Year	Number	Δ (%)
1998	3,194,808	+ 4.68
1999	3,319,692	+ 3.91
2000	3,361,764	+ 1.27
2001	3,452,878	+ 2.71
2002	3,460,886	+ 0.23
2003	3,399,906	- 1.76
2004	3,898,543	+ 14.67
2005	3,997,776	+ 2.55
2006	5,590,326	+ 39.84
2007	5,356,867	- 4.18

Average Growth rate 1998 - 2007 + 5.91 %

Average Growth rate 2003 - 2007 + 12.04 %

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 6.6 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ท่องเที่ยวและพักผ่อนในจังหวัดเชียงใหม่ 2550

Nationality	Total	Jan.	Feb.	Mar.	Apr.	May	Jun.	Jan.-Jun.	Jul.	Aug.	Sep.	Oct.	Nov.	Dec.	Jul.-Dec.
Malaysia	130,451	7,301	8,309	13,102	12,966	11,609	9,137	62,424	14,582	2,591	10,048	11,557	10,360	18,889	68,027
Singapore	65,340	6,351	6,759	6,594	5,770	4,317	4,340	34,131	4,284	1,632	2,659	5,034	4,511	13,089	31,209
China	31,090	1,041	4,447	812	4,089	4,314	1,547	16,250	1,630	2,117	1,493	1,495	2,930	5,175	14,840
Hong Kong	6,507	679	1,141	111	354	217	192	2,694	309	2,043	320	284	317	540	3,813
Japan	95,357	9,019	12,275	10,001	7,877	6,536	6,273	51,981	6,531	4,909	7,105	6,954	6,981	10,896	43,376
Korea	35,868	3,740	3,056	2,112	1,125	1,352	1,639	13,024	1,552	2,297	1,455	3,927	2,793	10,820	22,844
Taiwan	57,949	4,036	3,382	3,095	5,848	1,735	3,422	21,518	1,253	8,208	1,867	2,209	20,707	2,187	36,431
Austria	7,508	1,211	550	351	346	465	969	3,892	506	154	123	1,173	739	921	3,616
Belgium	11,155	938	1,192	476	1,282	618	292	4,798	1,274	477	1,133	507	1,395	1,571	6,357
Denmark	15,481	1,524	1,659	1,749	1,714	693	267	7,606	1,455	282	632	1,106	3,159	1,241	7,875
France	102,775	9,051	8,484	13,931	4,276	7,387	3,313	46,442	4,336	8,425	5,420	8,893	21,097	8,162	56,333
Germany	106,406	8,281	8,451	15,562	5,778	7,988	6,057	52,117	2,996	4,882	8,970	14,125	15,344	7,972	54,289
Italy	30,493	3,854	2,696	2,680	1,246	1,184	1,092	12,752	1,281	3,295	1,337	1,383	8,975	1,470	17,741
Netherlands	76,058	6,282	5,326	8,328	6,106	4,005	2,544	32,591	9,311	2,341	6,006	12,427	1,792	11,590	43,467
Sweden	14,735	1,753	1,765	2,458	1,321	728	207	8,232	537	187	530	752	1,077	3,420	6,503
Switzerland	21,151	2,273	3,162	3,077	2,305	859	444	12,120	1,268	675	613	1,531	2,893	2,051	9,031
U.K.	87,880	10,230	12,262	10,520	9,663	5,750	3,891	52,316	5,375	4,422	4,713	4,460	7,024	9,570	35,564
U.S.A.	189,729	47,125	35,745	11,998	10,819	8,686	12,334	126,707	11,755	8,125	6,110	6,993	16,209	13,830	63,022
Canada	27,388	3,512	5,203	4,552	1,963	2,263	852	18,345	1,330	958	758	1,189	1,928	2,880	9,043

ตารางที่ 6.6 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ท่องเที่ยวและพักแรมในจังหวัดเชียงใหม่ 2550 (ต่อ)

Nationality	Total	Jan.	Feb.	Mar.	Apr.	May	Jun.	Jan.-Jun.	Jul.	Aug.	Sep.	Oct.	Nov.	Dec.	Jul.-Dec.
Middle East	27,108	1,159	1,229	1,743	1,069	1,141	2,439	8,780	9,235	5,045	309	1,017	1,943	779	18,328
Australia	66,752	7,118	8,522	5,289	7,665	4,627	4,148	37,369	4,591	3,042	4,358	5,182	5,379	6,831	29,383
New Zealand	12,016	834	1,434	1,640	1,016	961	975	6,860	968	594	654	848	1,014	1,078	5,156
India	15,419	1,412	581	771	1,342	1,883	1,283	7,272	5,374	389	267	615	671	831	8,147
Russia	3,883	257	1,091	485	309	186	131	2,459	373	76	128	292	366	189	1,424
East Europe	11,005	986	1,867	1,660	931	1,070	372	6,886	578	223	566	473	1,542	737	4,119
Indonesia	8,431	911	1,066	1,161	701	674	500	5,013	775	326	255	1,216	261	585	3,418
Philippines	7,028	1,224	711	641	644	693	839	4,752	531	171	325	512	389	348	2,276
Finland	4,689	731	686	796	302	139	276	2,930	554	196	57	222	187	543	1,759
Norway	7,133	1,186	1,160	725	470	294	203	4,038	719	165	342	426	379	1,064	3,095
Spain	18,634	736	1,202	633	1,184	917	1,261	5,933	2,252	3,790	1,941	1,947	1,638	1,133	12,701
Africa	2,775	198	525	344	195	65	52	1,379	406	23	468	176	121	202	1,396
Myanmar	4,665	178	1,877	372	188	405	147	3,167	83	91	200	387	557	180	1,498
Israel	35,999	7,176	6,530	4,900	2,863	768	699	22,936	3,284	1,914	3,003	1,890	1,040	1,932	13,063
Laos	1,371	-	862	118	-	-	-	980	-	-	74	-	157	160	391
Vietnam	365	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	250	115	365
Brunei	132	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	132	-	132
Cambodia	171	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	171	-	171
Others	74,014	7,520	10,027	6,190	7,097	3,772	5,123	39,729	6,095	6,856	2,815	6,929	5,183	6,407	34,285
Total	1,414,911	159,827	165,234	138,977	110,824	88,301	77,260	740,423	107,383	80,921	77,054	108,131	151,611	149,388	674,488

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 6.7 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ท่องเที่ยวและพักผ่อนในจังหวัดเชียงใหม่

2549

Nationality	Total	Jan.	Feb.	Mar.	Apr.	May	Jun.	Jan.-Jun.	Jul.	Aug.	Sep.	Oct.	Nov.	Dec.	Jul.-Dec.
Malaysia	108,599	8,839	5,913	11,079	7,261	7,005	8,546	48,643	7,670	6,832	10,647	10,155	11,560	13,092	59,956
Singapore	105,711	7,405	5,870	27,931	6,162	5,310	5,886	58,564	5,593	4,886	6,369	6,347	10,363	13,589	47,147
China	47,039	2,615	3,938	5,815	12,525	2,280	1,841	29,014	2,334	2,086	1,676	3,564	4,133	4,232	18,025
Hong Kong	19,449	1,627	2,922	2,891	1,494	759	583	10,276	1,643	2,279	324	1,600	1,152	2,175	9,173
Japan	125,360	13,057	13,367	9,958	9,413	8,021	7,781	61,597	7,494	13,765	11,496	10,357	10,723	9,928	63,763
Korea	29,593	3,409	6,431	2,765	1,028	699	957	15,289	4,234	1,934	2,195	2,016	1,348	2,577	14,304
Taiwan	67,615	8,761	11,669	7,518	4,373	2,835	3,430	38,586	4,874	4,581	1,231	4,436	7,419	6,488	29,029
Austria	10,338	1,126	1,367	1,702	711	335	620	5,861	481	740	293	594	1,889	480	4,477
Belgium	13,366	1,413	1,661	511	1,295	761	674	6,315	1,499	1,506	1,121	356	1,594	975	7,051
Denmark	20,602	2,574	2,445	4,825	1,306	337	1,016	12,503	1,428	1,173	1,138	558	936	2,866	8,099
France	118,751	7,818	7,896	11,636	12,246	5,040	6,556	51,192	14,193	21,515	4,864	6,386	12,623	7,978	67,559
Germany	87,520	7,738	14,296	10,365	8,783	5,249	3,383	49,814	4,036	6,654	5,405	4,932	10,319	6,360	37,706
Italy	27,564	2,265	1,652	1,780	2,248	1,610	1,441	10,996	1,801	6,070	1,867	2,693	1,828	2,309	16,568
Netherlands	69,328	6,403	3,818	5,218	4,457	2,786	3,542	26,224	8,977	5,753	8,230	5,245	6,696	8,203	43,104
Sweden	20,500	2,507	5,116	3,736	827	349	707	13,242	756	665	551	1,231	789	3,266	7,258
Switzerland	26,122	3,210	2,606	2,581	3,528	2,171	961	15,057	1,522	999	1,160	2,230	2,784	2,370	11,065
U.K.	120,086	14,727	10,429	9,320	10,244	7,348	8,355	60,423	5,810	11,307	8,634	11,251	13,383	9,278	59,663
U.S.A.	248,404	46,313	50,615	15,434	20,274	9,658	18,100	160,394	16,714	11,252	8,929	12,717	18,463	19,935	88,010
Canada	34,137	3,552	3,940	3,994	3,248	2,410	1,285	18,429	1,314	2,193	2,341	2,098	3,588	4,174	15,708

ตารางที่ 6.7 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ท่องเที่ยวและพักแรมในจังหวัดเชียงใหม่ 2549 (ต่อ)

Nationality	Total	Jan.	Feb.	Mar.	Apr.	May	Jun.	Jan.-Jun.	Jul.	Aug.	Sep.	Oct.	Nov.	Dec.	Jul.-Dec.
Middle East	25,587	1,736	893	1,909	1,187	766	1,735	8,226	6,796	5,975	1,708	1,311	844	727	17,361
Australia	70,795	8,795	5,713	7,245	7,953	3,838	4,750	38,294	3,978	3,067	2,831	9,814	6,233	6,578	32,501
New Zealand	11,825	931	704	906	1,007	671	777	4,996	857	662	810	2,009	1,970	521	6,829
India	13,433	1,347	886	890	1,332	412	598	5,465	978	582	1,185	2,095	1,539	1,589	7,968
Russia	2,664	392	408	278	453	145	89	1,765	76	74	13	135	370	231	899
East Europe	11,254	406	661	898	3,734	280	193	6,172	434	1,366	125	1,567	766	824	5,082
Indonesia	10,980	429	370	647	449	247	296	2,438	376	317	707	6,009	805	328	8,542
Philippines	37,796	315	662	4,699	1,662	3,116	5,275	15,729	5,954	5,665	8,209	598	737	904	22,067
Finland	4,560	1,111	746	591	199	132	190	2,969	187	114	342	294	245	409	1,591
Norway	6,968	778	960	472	467	203	444	3,324	472	445	220	664	562	1,281	3,644
Spain	20,892	635	701	537	484	1,397	1,780	5,534	1,478	5,319	4,194	1,602	2,274	491	15,358
Africa	1,999	96	170	104	388	80	76	914	64	137	351	214	156	163	1,085
Myanmar	5,315	98	525	734	257	283	105	2,002	997	477	426	459	754	200	3,313
Israel	37,670	3,759	6,003	3,619	1,905	482	753	16,521	2,492	3,507	4,266	3,880	1,576	5,428	21,149
Laos	42	-	-	-	8	16	-	24	11	-	-	7	-	-	18
Vietnam	135	-	-	-	75	-	-	75	53	-	7	-	-	-	60
Brunei	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Cambodia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Others in south asia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Others in americas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Others	157,559	69,597	8,988	8,235	8,674	7,238	3,498	106,230	5,785	8,078	6,171	13,478	10,484	7,333	51,329
Total	1,719,558	235,784	184,341	170,823	141,657	84,269	96,223	913,097	123,361	141,975	110,036	132,902	150,905	147,282	806,461

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ตารางที่ 6.8 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ท่องเที่ยวและพักแรมในจังหวัดเชียงใหม่ 2548

Nationality	Total	Jan.	Feb.	Mar.	Apr.	May	Jun.	Jan.-Jun.	Jul.	Aug.	Sep.	Oct.	Nov.	Dec.	Jul.-Dec.
Malaysia	41,540	2,035	3,103	3,543	1,921	2,251	2,276	15,129	1,832	2,595	2,191	3,389	8,145	8,259	26,411
Singapore	86,316	3,030	6,539	7,717	7,150	5,577	6,525	36,538	4,713	6,335	6,554	9,766	11,754	10,656	49,778
China	74,166	1,425	2,093	2,558	2,151	2,084	2,357	12,668	3,769	9,227	2,370	15,013	2,302	28,817	61,498
Hong Kong	19,594	293	1,016	429	919	671	509	3,837	2,980	3,670	934	5,473	608	2,092	15,757
Japan	146,794	16,087	13,436	10,263	10,816	16,578	11,040	78,220	9,360	11,986	14,151	9,367	12,385	11,325	68,574
Korea	29,467	3,189	1,970	516	760	793	1,300	8,528	1,908	2,497	1,591	9,637	1,307	3,999	20,939
Taiwan	58,982	1,006	1,672	1,643	1,572	2,717	1,474	10,084	19,001	6,591	5,713	11,226	2,944	3,423	48,898
Austria	11,575	1,195	1,931	1,603	703	338	60	5,830	601	2,290	373	638	910	933	5,745
Belgium	28,151	3,191	2,594	2,348	1,702	1,579	399	11,813	4,136	1,649	1,523	1,537	5,206	2,287	16,338
Denmark	21,012	5,363	2,608	1,850	1,662	784	1,374	13,641	1,514	1,293	1,009	1,264	1,516	775	7,371
France	126,841	23,450	13,591	9,575	5,642	4,308	3,050	59,616	10,882	13,263	7,017	11,828	18,150	6,085	67,225
Germany	100,833	16,566	10,865	10,615	5,468	3,048	3,316	49,878	4,427	5,488	4,200	6,500	20,248	10,092	50,955
Italy	24,099	3,337	2,426	1,714	1,189	830	1,068	10,564	1,751	5,307	2,126	1,136	2,185	1,030	13,535
Netherlands	64,410	7,310	8,338	4,598	3,238	3,279	3,597	30,360	9,506	7,838	3,749	3,489	5,923	3,545	34,050
Sweden	14,535	1,859	2,476	1,201	613	289	663	7,101	865	642	482	1,267	2,028	2,150	7,434
Switzerland	33,009	6,523	3,245	2,482	2,541	2,682	1,804	19,277	1,431	1,296	1,225	3,423	3,887	2,470	13,732
U.K.	162,298	22,193	13,924	12,417	15,578	13,601	11,634	89,347	9,342	10,308	11,614	10,613	19,093	11,981	72,951
U.S.A.	256,062	50,174	28,444	13,668	25,040	23,622	13,645	154,593	24,503	13,928	11,353	12,997	23,446	15,242	101,469
Canada	33,952	6,952	2,996	2,470	2,238	3,480	2,386	20,522	1,325	1,970	1,519	1,372	4,724	2,520	13,430

ตารางที่ 6.8 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ท่องเที่ยวและพักแรมในจังหวัดเชียงใหม่ 2548(ต่อ)

Nationality	Total	Jan.	Feb.	Mar.	Apr.	May	Jun.	Jan.-Jun.	Jul.	Aug.	Sep.	Oct.	Nov.	Dec.	Jul.-Dec.
Middle East	27,382	1,519	1,050	1,155	610	402	1,482	6,218	5,697	8,746	2,203	3,037	662	819	21,164
Australia	74,659	9,652	5,788	4,663	9,014	5,523	4,968	39,608	4,793	6,302	6,012	6,553	5,891	5,500	35,051
New Zealand	11,120	1,370	380	618	989	901	1,312	5,570	1,021	1,096	702	1,145	998	588	5,550
India	10,045	749	662	1,179	825	623	624	4,662	849	985	970	903	543	1,133	5,383
Russia	1,116	-	-	-	38	58	11	107	40	211	277	178	218	85	1,009
East Europe	2,300	-	-	-	110	6	135	251	1,222	217	77	303	133	97	2,049
Indonesia	3,837	-	-	-	312	630	255	1,197	326	386	235	745	734	214	2,640
Philippines	3,640	-	-	-	269	181	185	635	350	170	218	1,294	720	253	3,005
Finland	3,305	-	-	-	465	484	328	1,277	580	95	250	156	407	540	2,028
Norway	4,057	-	-	-	258	165	317	740	739	71	189	662	767	889	3,317
Spain	14,197	-	-	-	322	302	837	1,461	1,365	3,277	2,238	2,842	2,100	914	12,736
Africa	997	-	-	-	43	111	60	214	142	130	12	182	245	72	783
Myanmar	3,938	-	-	-	28	1,173	246	1,447	929	214	192	962	169	25	2,491
Israel	20,109	-	-	-	874	707	607	2,188	1,947	1,180	1,646	4,256	2,231	6,661	17,921
Laos	1,258	-	-	-	1,213	29	-	1,242	2	14	-	-	-	-	16
Vietnam	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Brunei	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Cambodia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Others in south asia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Others in americas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Others	108,057	22,623	8,780	9,714	3,561	5,771	4,453	54,902	13,307	8,579	6,154	8,826	9,327	6,962	53,155
Total	1,623,653	211,091	139,927	108,539	109,834	105,577	84,297	759,265	147,155	139,846	101,069	151,979	171,906	152,433	864,388

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ตารางที่ 6.9 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ท่องเที่ยวและพักแรมในจังหวัดเชียงใหม่ 2547

Nationality	Total	Jan.	Feb.	Mar.	Apr.	May	Jun.	Jan.-Jun.	Jul.	Aug.	Sep.	Oct.	Nov.	Dec.	Jul.-Dec.
Malaysia	36,084	11,034	2,651	2,072	1,789	2,224	2,027	21,797	3,014	2,173	1,737	930	2,186	4,247	14,287
Singapore	65,770	11,407	2,794	4,614	3,231	3,717	6,987	32,750	3,596	5,079	4,141	1,761	6,900	11,543	33,020
China	24,033	3,057	2,071	2,129	2,995	2,515	1,914	14,681	1,790	1,949	812	861	1,711	2,229	9,352
Hong Kong	16,825	8,285	560	729	813	1,282	1,358	13,027	1,341	852	546	377	270	412	3,798
Japan	125,938	10,102	8,517	13,734	6,086	8,356	11,024	57,819	13,148	16,076	10,533	6,209	11,714	10,439	68,119
Korea	21,925	8,130	4,130	1,107	1,234	612	844	16,057	723	1,634	642	367	1,072	1,430	5,868
Taiwan	39,890	8,159	11,224	4,081	5,393	1,161	1,139	31,157	1,286	772	2,254	875	1,681	1,865	8,733
Austria	18,343	2,897	2,166	2,747	4,250	274	672	13,006	633	1,507	300	406	1,354	1,137	5,337
Belgium	38,444	5,649	3,603	3,349	2,963	1,881	3,116	20,561	3,413	1,780	1,946	1,481	5,338	3,925	17,883
Denmark	18,291	3,600	2,395	1,672	2,247	418	777	11,109	2,691	317	699	502	2,266	707	7,182
France	116,806	15,215	8,285	12,795	9,344	6,947	6,637	59,223	6,191	10,753	6,107	3,499	17,899	13,134	57,583
Germany	133,440	27,204	15,578	11,222	9,157	4,406	6,586	74,153	5,346	5,715	6,991	5,053	19,628	16,554	59,287
Italy	25,389	2,036	1,639	688	2,764	1,024	1,540	9,691	3,022	5,396	1,247	1,842	2,256	1,935	15,698
Netherlands	89,484	13,462	11,682	10,195	5,341	3,694	6,083	50,457	11,852	6,164	7,261	1,988	8,500	3,262	39,027
Sweden	19,842	3,201	1,474	1,310	1,498	806	3,022	11,311	1,969	831	986	623	1,457	2,665	8,531
Switzerland	42,945	6,971	1,976	1,581	1,899	2,261	3,843	18,531	4,600	3,380	4,256	1,608	5,668	4,902	24,414

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 6.9 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ท่องเที่ยวและพักแรมในจังหวัดเชียงใหม่ 2547(ต่อ)

Nationality	Total	Jan.	Feb.	Mar.	Apr.	May	Jun.	Jan.-Jun.	Jul.	Aug.	Sep.	Oct.	Nov.	Dec.	Jul-Dec.
U.K.	175,989	19,714	8,470	8,024	12,209	11,917	19,020	79,354	18,722	13,796	12,610	7,338	25,402	18,767	96,635
U.S.A.	227,080	40,976	13,410	13,976	10,129	13,653	18,495	110,639	22,713	14,799	12,784	7,294	28,362	30,489	116,441
Canada	36,127	8,700	2,460	3,408	2,489	3,180	2,430	22,667	2,077	1,619	1,528	1,376	3,663	3,197	13,460
Middle East	34,849	1,474	3,141	1,246	1,218	1,449	1,251	9,779	5,875	7,153	3,853	2,730	3,326	2,133	25,070
Australia	76,954	8,004	2,189	4,598	6,877	6,325	8,663	36,656	5,476	5,958	6,827	3,596	11,436	7,005	40,298
New Zealand	14,974	1,817	474	256	2,661	975	1,699	7,882	1,302	1,438	1,320	824	1,306	902	7,092
India	11,792	1,158	734	4,215	621	529	1,139	8,396	635	364	590	314	526	967	3,396
Others	201,931	22,573	8,851	35,745	35,857	6,959	8,687	118,672	15,190	14,525	12,912	9,374	15,012	16,246	83,259
Total	1,613,145	244,825	120,474	145,493	133,065	86,565	118,953	849,375	136,605	124,030	102,882	61,228	178,933	160,092	763,770

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ตารางที่ 6.10 สรุปข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ท่องเที่ยวและพักแรมในจังหวัด เชียงใหม่ ปี 2547-2550

ปี	จำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด	จำนวนนักท่องเที่ยวช่วง Low Season	จำนวนนักท่องเที่ยวช่วง Low Season ต่อเดือน	จำนวนนักท่องเที่ยวช่วง High Season	จำนวนนักท่องเที่ยวช่วง Low Season ต่อเดือน	สัดส่วนจำนวนนักท่องเที่ยว Low/High Season
2547	1,613,145	763,328	109,047	849,817	169,963	64.16
2548	1,623,653	796,317	113,760	827,336	165,467	68.75
2549	1,719,558	830,423	118,632	889,135	177,827	66.71
2550	1,414,911	649,874	92,839	765,037	153,007	60.68

- สรุป
1. จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวและพักแรมโดยเฉลี่ยในช่วง Low Season จะคิดเป็นจำนวน 60-70% ของ High Season
 2. เนื่องจากอัตราการเปลี่ยนแปลงของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่มีความเบี่ยงเบนสูงดังนั้นในการคำนวณอัตราการเจริญเติบโตของนักท่องเที่ยวจะใช้อัตราการเติบโตเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวโดยรวมตั้งแต่ 2002 -2007 เป็นหลักในการอ้างอิงซึ่งอัตราการเติบโตเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวจะมีค่าประมาณ 12%

ตาราง 6.11 อัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

เงินได้สุทธิ	ช่วงเงินได้สุทธิ แต่ละชั้น	อัตราภาษี ร้อยละ	ภาษีแต่ละชั้น เงินได้สุทธิ	ภาษีสะสม สูงสุดของชั้น
1 - 150,000	150000		-	-
150,001 - 500,000	350000	10	35000	35000
500,001 - 1,000,000	500000	20	100000	135000
1,000,001 - 4,000,000	3000000	30	900000	1035000
4,000,001 บาทขึ้นไป		37		

ที่มา : กรมสรรพากร

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

วิธีการคิดอัตราภาษี

ปีที่ 1 ขาดทุนจากการดำเนินงาน ดังนั้นจึงได้รับการยกเว้นการเสียภาษี

ปีที่ 2 เนื่องจากสรรพากรได้มีการอนุญาตให้นำผลขาดทุนของกิจการ มาขอคืนหรือลดหย่อนภาษีได้ในปีต่อไป และสะสมได้ไม่เกิน 3 ปี ดังนั้นผลการขาดทุนในปีที่ 1 ของกิจการจึงสามารถนำมาปรับปรุงกับผลกำไรในปีที่ 2 ได้ คงเหลือเงินได้สุทธิจำนวน - 304,141 ซึ่งถือเป็นยอดขาดทุนจากการดำเนินงานสะสม ดังนั้นจึงได้รับการยกเว้นการเสียภาษี

ปีที่ 3 ได้มีการนำผลขาดทุนสะสมในปีที่ 2 มาปรับปรุงกับผลกำไรในปีที่ 3 ได้ คงเหลือเงินได้สุทธิจำนวน 63,483 ซึ่งยอดเงินได้ดังกล่าว เป็นช่วงเงินได้ที่ได้รับการยกเว้นภาษี

ปีที่ 4 เงินได้สุทธิ 991,302 ซึ่งจะคิดอัตราภาษีเป็นตามขั้นบันไดดังนี้

ขั้นที่	ช่วงเงินได้สุทธิ	อัตราภาษี	อัตราภาษีเงินได้	อัตราที่จ่ายจริง
1	1 - 150,000	0	-	-
2	150,001 - 500,000	10%	34,999.90	35,000.00
3	500,001 - 991,302	20%	98,260.36	98,260.36
รวม				133,260

ปีที่ 5 เงินได้สุทธิ 1,209,868 ซึ่งจะคิดอัตราภาษีเป็นตามขั้นบันไดดังนี้

ขั้นที่	ช่วงเงินได้สุทธิ	อัตราภาษี	อัตราภาษีเงินได้	อัตราที่จ่ายจริง
1	1 - 150,000	0	-	-
2	150,001 - 500,000	10%	484,999.90	35,000.00
3	500,001 - 1,000,000	20%	100,000.00	100,000.00
4	1,000,001 - 1,209,868	30%	62,960.40	62,960.40
รวม				197,960

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล

นางสาวจิตติมา ชัยมา

วัน เดือน ปีเกิด

15 มีนาคม 2524

ประวัติการศึกษา

สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะอุตสาหกรรมเกษตร
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ปัจจุบันกำลังศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ประวัติการทำงาน

ปัจจุบันกำลังทำงานอยู่ บริษัท ตาล จำกัด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved