

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ การศึกษาธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศเมียนมาร์
 ชื่อผู้วิจัย นางสาวชัชราภรณ์ ศรีมันัส
 บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
 คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

อาจารย์ นิตยา	วัฒนคุณ	ประธานกรรมการ
อาจารย์ อรพิน	สันติธีรากุล	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดารารัตน์	บุญเฉลียว	กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่องการศึกษาธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศเมียนมาร์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศเมียนมาร์ สาธารณูปโภคพื้นฐาน และการดำเนินงานผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศเมียนมาร์

ผลจากการศึกษาสภาพทั่วไปของธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศเมียนมาร์พบว่า ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจในรูปแบบบริษัท มีบริการการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากกว่าประเภทอื่น

ในการศึกษาสภาพทั่วไปในประเทศเมียนมาร์ที่เอื้อต่อการลงทุน พบว่าปัจจัยต่าง ๆ ส่วนใหญ่มีความเอื้ออำนวยต่อการลงทุนในระดับมากที่สุดและมาก ยกเว้นลักษณะภูมิประเทศอยู่ในระดับน้อย

สำหรับความเหมาะสมด้านสาธารณูปโภคพื้นฐานของประเทศเมียนมาร์ต่อการท่องเที่ยว พบว่ามีความเหมาะสมในระดับมากที่สุดและมาก ยกเว้นในเรื่องความไม่สะดวกในเส้นทางคมนาคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการคมนาคมทางบก

ในการศึกษาการดำเนินงานของผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศเมียนมาร์ พบว่าส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์ในการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศเมียนมาร์คือ เพื่อการเพิ่มขึ้นของรายได้ของบริษัท เพื่อการขยายการลงทุน และเพื่อเพิ่มส่วนครองตลาด

ในการคัดเลือกบุคลากร ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวให้ระดับความสำคัญมากที่สุดและมากในการพิจารณาคุณสมบัติเรียงลำดับดังนี้คือ ความมีมนุษยสัมพันธ์ มีความอดทน มีพื้นฐานทางจิตใจด้านบริการ มีความภาคภูมิใจในอาชีพ มีความยืดหยุ่น มีดุลยพินิจและประสบการณ์ในการทำงาน และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวมีการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรโดยมีวิธีการฝึกอบรมและ

สัมมนาอยู่เสมอ เพื่อพัฒนาความรู้และเทคนิคใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานแก่พนักงาน และมีการกำหนดค่าจ้างโดยใช้อัตราตามท้องตลาดทั่วไป และให้ค่า commission

ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อขั้นตอนการวางแผนทางการตลาด เป็นลำดับดังนี้คือ 1) การวิจัยตลาด 2) การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ (บริการ) 3) การพิจารณาสิ่งแวดล้อมภายนอก 4) การวิเคราะห์คู่แข่ง 5) การกำหนดวัตถุประสงค์

สำหรับการตั้งราคาโปรแกรมท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้วิธีการตั้งราคาโดยมุ่งต้นทุนบวกกำไร

ด้านการโฆษณา ส่วนใหญ่เน้นชื่อและคุณภาพของบริษัท โดยการส่งจดหมายตรงให้กับลูกค้า การ TIE-IN กับบัตรเครดิต การส่งพนักงานขายไปติดต่อกับลูกค้าโดยตรง

ช่องทางการจัดจำหน่ายผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวใช้มากที่สุดก็คือ การบริหารขายตรงจากผู้ให้บริการ และการขายบริการผ่านคนกลางหลายกลุ่ม

สำหรับปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินงานท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประสบปัญหามากที่สุดคือ ความไม่สะดวกด้านการคมนาคม ด้านภาษี สายการบินในและระหว่างประเทศมากกว่าปัญหาด้านอื่น

Independent Study Title The study of Tourism Business in Myanmar
Author Miss Vachiraporn Srimanut
M.B.A. Business Administration
Enamining Committee

Lecturer Nitaya	Watanakun	Chairman
Lecturer Orapin	Santidhirakul	Member
Assist. Prof. Dararatana	Boonchaliew	Member

Abstract

The purposes of this independent study of the tourism business in Myanmar were to examine the tourism environment in Myanmar; tourism infrastructure and tourism business management in Myanmar.

The result from the study of the tourism environment in Myanmar shown that most of the businessmen form a company to conduct their business. Most of them were emphasis on relaxation and cultural tourism.

The study also shown that most of the factors that provide the businessmen to invest in tourism business in Myanmar were in the highest and heigh level of satisfaction except geographic factor.

A review of the suitability of the tourism infrastructure shown that most of the factors were suitable at the highest and high level except the inconvenience of land transportation.

In the area of tourism business management, it was found that the primary objectives were to increase total income, to expansion investment in business and to increase their market share.

The method in recruitment tourism business staff that most of the businessmen considered as major characteristics at the highest important were human relationship, patience, service mentality, pride of the career, flexibility, judgement and experience, respectively. They also used the seminar and tranning to format educate their staffs efficiency. The salaries were determined according to market rates and they used the ocmmission as a major incentive, respectively.

For their market plan, they focused on the following; 1) Marketing Research 2) Product (service) Analysis 3) Environment Analysis 4) Competitor Analysis 5) Objective definition.

To price setting for tourism programs, most of the businessmen used a cost plus profit pricing method.

For promotional programs, most of the businessmen emphasized on their reputation and quality of service, using directmail to their customers, tie-in with credit card and direct contact by salespeople.

According to the channel of distribution, most of them used direct sales method and channel that passed through many agencies.

Most of the businessmen faced problems and threats in their tourism business which were inconvenient transportation, especially for land transportation, taxation and domestic and international flights.