

๑. ชื่อโครงการ	โครงการส่งเสริมการขายเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี
๒. หน่วยงานที่รับผิดชอบ	งาน/กลุ่มงาน... บริหารการขายและรับจอง..... ฝ่ายการตลาด..... สำนักงาน/ศูนย์..... สำนักงานเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี
๓. ผู้รับผิดชอบโครงการ	ชื่อ-สกุล นางสาวนันทวรรณ ธัญญวัฒน์ ตำแหน่ง หัวหน้างานบริหารการขายและรับจอง หมายเลขโทรศัพท์ ๐๙๖-๒๒๙-๓๕๕๑
๔. สถานะโครงการ	☐ โครงการใหม่ ☒ โครงการต่อเนื่อง
๕. ความสอดคล้องตามยุทธศาสตร์	☐ ยุทธศาสตร์ที่ ๑ : การบูรณาการและเชื่อมโยงเพื่อขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน ☐ ยุทธศาสตร์ที่ ๒ : ส่งเสริมการเป็นจุดหมายปลายทางด้านอุตสาหกรรมไม้ของภาคเหนือตอนบน ☒ ยุทธศาสตร์ที่ ๓ : การพัฒนาศักยภาพศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติเฉลิมพระเกียรติ ๗ รอบ พระชนมพรรษา และเชียงใหม่ไนท์ซาฟารีให้สนับสนุนการท่องเที่ยวในระดับสากล กลยุทธ์ที่ ๑ : ขยายฐานการตลาดและการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ☐ ยุทธศาสตร์ที่ ๔ : การพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการภายใต้หลักธรรมาภิบาล
๖. หลักการและเหตุผล เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีเป็นท่องเที่ยวที่มีจุดเด่นในด้านกิจกรรมภาคกลางคืนและมีการใช้บริการนั่งรถชมสัตว์บ้านพัก ห้องประชุม/สัมมนา พื้นที่จัดเลี้ยง แค้มป์กราวด์ การถ่ายภาพกับลูกสัตว์ การแสดงน้ำพุดนตรี การแสดงความสามารถของสัตว์ ร้านอาหาร การจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก และการป้อนอาหารสัตว์ การส่งเสริมการขายถือเป็นหัวใจสำคัญของการดำเนินการในรูปแบบธุรกิจรวมทั้งการสร้างภาพลักษณ์องค์กร การสร้างเครือข่าย และการตอบสนองทางสังคม ดังนั้นจึงต้องมีการส่งเสริมการขายอย่างเข้มข้น เพื่อกระตุ้นยอดขาย สร้างความจดจำให้นักท่องเที่ยวและสร้างให้เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีเป็น Magnet ทางด้านการท่องเที่ยว รวมทั้งเป็นแหล่งเรียนรู้นอกห้องเรียนในเรื่องการอนุรักษ์และการสร้างจิตสำนึกความรักความหวงแหนทรัพยากรธรรมชาติป่าไม้และสัตว์ป่า สิ่งแวดล้อม พืชพันธุ์กรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ทรงคุณค่า และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ประกอบด้วยสินค้าและบริการที่โดดเด่น มีสุนทรียภาพและมิติจิตที่อบอุ่น เพิ่มพูนประกอบการณ์แก่ผู้มาเยือนทุกคน ดังนั้นการดำเนินการด้านการส่งเสริมการขายจึงเป็นส่วนสำคัญในการผลักดันให้เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีบรรลุเป้าหมายทางด้านการตลาด ทั้งในส่วนของการรายได้และจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง	
๗. วัตถุประสงค์ ๑. เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางการตลาด ๒. เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึง ๓. เพื่อสร้างความสัมพันธ์ต่อเนื่องกับพันธมิตรทางธุรกิจ (ภาคการศึกษา, ภาครัฐ, ภาคเอกชน และบริษัทนำเที่ยว)	

**๘. เป้าหมายของโครงการ****๘.๑ เป้าหมายการดำเนินงาน**

- (๑) รายได้เพิ่มขึ้น ๔% จากงบประมาณปี ๒๕๖๒
- (๒) หน่วยงานร่วมดำเนินการ ภาครัฐและภาคเอกชน
- (๓) ระยะเวลาดำเนินโครงการ ตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ. ๒๕๖๒ ถึง เดือน กันยายน พ.ศ. ๒๕๖๓
- (๔) สถานที่ดำเนินโครงการเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี

๘.๒ กิจกรรม/เนื้อหาที่จะดำเนินการ

๑. ขยายฐานลูกค้าเป้าหมายทั้งในประเทศและต่างประเทศ
๒. ส่งเสริมการขายทั้งในประเทศและต่างประเทศ
๓. เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย
๔. จัดกิจกรรมตามปีปฏิทิน
๕. โฆษณาประชาสัมพันธ์

๙. ผลผลิต (Output)

๑. จำนวนกลุ่มลูกค้าเป้าหมายไม่น้อยกว่า ๔ กลุ่ม (ภาคการศึกษา, ภาครัฐราชการ, ภาคเอกชน และบริษัทนำเที่ยว)
๒. จำนวนเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศ ไม่น้อยกว่า ๒,๐๐๐ ราย ต่อปี
๓. เกิดการกระตุ้นการรับรู้ด้านการท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ

๑๐. ผลลัพธ์ (Outcome)

๑. จำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ
๒. รายได้เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีเพิ่มขึ้น
๓. พันธมิตรทางธุรกิจเพิ่มขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ
๔. เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีเป็นที่รู้จักเพิ่มขึ้น

๑๑. ตัวชี้วัดความสำเร็จโครงการ (KPI)**๑๑.๑ ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ**

๑. จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการเพิ่มขึ้น
๒. รายได้เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีเพิ่มขึ้น

๑๑.๒ ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ

๑. เครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจเพิ่มขึ้นในประเทศและต่างประเทศ
๒. เกิดการรับรู้เพิ่มขึ้น
๓. เพิ่มช่องทางการขาย

**๑๒. ขั้นตอนและ
แผนการ
ดำเนินงาน
(PDCA)**

วิธีดำเนินการ/ขั้นตอน/กิจกรรม	แผนการดำเนินงาน											
	ไตรมาส ๑			ไตรมาส ๒			ไตรมาส ๓			ไตรมาส ๔		
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
๑๒.๑ ขั้นวางแผนงาน (P)												
(๑) การนำเสนอโครงการ												
(๒) การจัดทำแผนปฏิบัติการ												
๑๒.๒ ขั้นดำเนินการ (D)												
(๑) การดำเนินการตามแผนงาน												
(๒) การดำเนินการจัดซื้อจัดจ้าง												
๑๒.๓ ขั้นสรุปและประเมินผล (C)												
(๑) ติดตามผลการปฏิบัติงานตามแผน												
๑๒.๔ ขั้นปรับปรุงตามผลการประเมิน (A)												

แผนงานพื้นฐาน/ค่าใช้จ่ายโครงการ สำนักงานเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี

อนุมัติตามมติคณะกรรมการบริหารการพัฒนาพิงคนคร ในคราวประชุมครั้งที่ ๑๑/๒๕๖๒ เมื่อวันที่ ๑๐ ตุลาคม ๒๕๖๒



๑๓. ผลที่คาดว่าจะได้รับ ๑. เครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจเพิ่มขึ้นในประเทศและต่างประเทศ ๒. เกิดการรับรู้เพิ่มขึ้น ๓. เพิ่มช่องทางการขาย ๔. จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเพิ่มขึ้น ๕. รายได้เข้าเชียงใหม่ไนท์ซาฟารีเพิ่มขึ้น		
๑๔. งบประมาณ ดำเนินการ	งบประมาณดำเนินงานทั้งหมด ๓,๐๐๐,๐๐๐ บาท (สามล้านบาทถ้วน)	
	รายละเอียดค่าใช้จ่าย	จำนวน
	๑. ค่าใช้จ่ายดำเนินงานในประเทศ	๑,๕๐๐,๐๐๐
	๑) กิจกรรมส่งเสริมการขายสร้างเชียงใหม่ไนท์ซาฟารีให้เป็นที่รู้จัก ภาคการศึกษา, ภาครัฐราชการ, ภาคเอกชน และพันธมิตรทางธุรกิจ บริษัททัวร์	๑๐๐,๐๐๐
	๒) กิจกรรมส่งเสริมการขายเชิงรุก ในประเทศ	๑,๑๓๐,๐๐๐
	๒.๑ ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการส่งเสริมการขายออกบูทงานเที่ยวทั่วไทยไป ทั่วโลก ครั้งที่ ๒๖-๒๗ - ค่าบริการพื้นที่ จำนวน ๒ ครั้ง ๗๓,๐๐๐ บาท - ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง จำนวน ๒ ครั้ง ๗๗,๐๐๐ บาท (ค่ายานพาหนะ ตัวเครื่องบิน-แท็กซี่,ค่าเช่ายานพาหนะ, ค่าเช่าที่พัก, ค่าเบี้ยเลี้ยง การเดินทาง, ค่าตอบแทนจ้างเหมา และ ค่าธรรมเนียมอื่นๆ) ผู้เดินทาง จำนวน ๓ คน เจ้าหน้าที่ ๑ คน จ้างเหมา ๒ คน	๑๕๐,๐๐๐
	๒.๒ ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการส่งเสริมการขายออกบูทงานไทยเที่ยวไทย ครั้งที่ ๕๓, ๕๔ , ๕๕ , ๕๖ , ๕๗ - ค่าบริการพื้นที่ จำนวน ๔ ครั้ง ๑๕๖,๐๐๐ บาท ***หมายเหตุ ค่าบริการพื้นที่ งานไทยเที่ยวไทย ครั้งที่ ๕๓ ชำระล่วงหน้าโดยใช้งบโครงการ ส่งเสริมการขายเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี งบประมาณปี ๒๕๖๒ - ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง จำนวน ๔ ครั้ง ๑๙๔,๐๐๐ บาท (ค่ายานพาหนะ ตัวเครื่องบิน-แท็กซี่,ค่าเช่ายานพาหนะ, ค่าเช่าที่พัก, ค่าเบี้ยเลี้ยง การเดินทาง, ค่าตอบแทนจ้างเหมา และ ค่าธรรมเนียมอื่นๆ) ***หมายเหตุ การเดินทางร่วมงานไทยเที่ยวไทย ครั้งที่ ๕๗ เป็นการเดินทางในงบประมาณปี ๒๕๖๔ ผู้เดินทาง จำนวน ๓ คน เจ้าหน้าที่ ๑ คน จ้างเหมา ๒ คน	๓๕๐,๐๐๐
	๒.๓ ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการส่งเสริมการขายออกบูทงาน TTM+๒๐๒๐ - ค่าบริการพื้นที่ ๒๕,๐๐๐ บาท - ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ๓๕,๐๐๐ บาท (ค่ายานพาหนะ ตัวเครื่องบิน-แท็กซี่,ค่าเช่ายานพาหนะ, ค่าเช่าที่พัก, ค่าเบี้ยเลี้ยง การเดินทาง, ค่าตอบแทนจ้างเหมา และ ค่าธรรมเนียมอื่นๆ) ผู้เดินทาง จำนวน ๓ คน เจ้าหน้าที่ ๑ คน จ้างเหมา ๒ คน	๖๐,๐๐๐
	๒.๔ ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการส่งเสริมการขายออกบูทงานไทยเที่ยวไทย ๔ ภาค - ค่าบริการพื้นที่ - ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง (ค่ายานพาหนะ ตัวเครื่องบิน-แท็กซี่,ค่าเช่ายานพาหนะ, ค่าเช่าที่พัก, ค่าเบี้ยเลี้ยง การเดินทาง, ค่าตอบแทนจ้างเหมา และ ค่าธรรมเนียมอื่นๆ) ผู้เดินทาง จำนวน ๓ คน เจ้าหน้าที่ ๑ คน จ้างเหมา ๒ คน	๑๒๐,๐๐๐



รายละเอียดค่าใช้จ่าย	จำนวน
๒.๕ ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการส่งเสริมการขายออกบูธ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) , สมาคมธุรกิจท่องเที่ยว , ATTA, ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว, หน่วยงาน DMC ฯลฯ) - ค่าบริการพื้นที่ - ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง (ค่ายานพาหนะ ตัวเครื่องบิน-แท็กซี่,ค่าเช่ายานพาหนะ, ค่าเช่าที่พัก, ค่าเบี้ยเลี้ยง การเดินทาง, ค่าตอบแทนจ้างเหมา และ ค่าธรรมเนียมอื่นๆ) ผู้เดินทาง จำนวน ๓ คน เจ้าหน้าที่ ๑ คน จ้างเหมา ๒ คน	๕๐,๐๐๐
๒.๖ ค่าใช้จ่ายในการจัดทำวัสดุสำหรับส่งเสริมการขาย เช่น โรลล์อัพ แบล็คดริ๊อป, เค้าเตอร์, โพลเดอร์, sale kit, DVD, นามบัตร , บัตรสมาชิก Gold member ฯลฯ	๓๐๐,๐๐๐
๒.๗ ค่าตอบแทนบุคคลภายนอกพัฒนาศักยภาพและความรู้บุคลากรงานขาย ศึกษาดูงานนอกสถานที่	๑๐๐,๐๐๐
๓) กิจกรรมสานสายใย	๒๕๐,๐๐๐
๔) ค่ารับรองและพิธีการ	๒๐,๐๐๐
๒. ค่าใช้จ่ายดำเนินงานต่างประเทศ	๑,๕๐๐,๐๐๐
๒.๑ งาน World Travel Market (WTM) ประเทศไทย อังกฤษ กรุงลอนดอน ๑) งาน World Travel Market (WTM) ๒๐๑๙ ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ๕๕๐,๐๐๐ บาท ผู้เดินทาง จำนวน ๔ คน เจ้าหน้าที่ ๓ คน จ้างเหมา ๑ คน ● ค่ายานพาหนะ ตัวเครื่องบินไป-กลับ เชียงใหม่-กรุงเทพ, กรุงเทพ-ลอนดอน (เจ้าหน้าที่ ๕๕,๐๐๐ บาท x ๔ คน) รวมทั้งหมด ๒๒๐,๐๐๐ บาท ● ค่ายานพาหนะแท็กซี่ ๓๕,๐๐๐ บาท ● ค่าเช่าที่พัก (เจ้าหน้าที่ ๑๓,๑๒๕ บาท x ๖ คืน x ๒ ห้อง(คู่) = ๑๕๗,๕๐๐ บาท) ● ค่าเบี้ยเลี้ยง (เจ้าหน้าที่ ๒,๑๐๐ บาท x ๗ วัน x ๓ คน = ๔๔,๑๐๐ บาท) ● ค่ารับรอง ๔๐,๐๐๐ บาท ● ค่าใช้จ่ายอื่นๆ ๕๓,๔๐๐ บาท (ค่าธรรมเนียมต่างๆ , ค่า Visa, ค่าประกันภัย, ค่าโทรศัพท์, ค่าน้ำหนักกระเป๋า ค่า Badge, ค่าตอบแทนจ้างเหมา ฯลฯ) *** หมายเหตุ : ค่าพื้นที่เจรจาธุรกิจเป็นเงินจำนวน ๑๐๐,๐๐๐ บาท ชำระล่วงหน้า โดยใช้งบโครงการส่งเสริมการขายเชียงใหม่ในทิวาฟารี งบประมาณปี ๒๕๖๒	๕๕๐,๐๐๐
๒.๒ งาน International Tourism Borse Asia (ITB Asia) ๒๐๑๙ ประเทศสิงคโปร์ ระหว่างวันที่ ๑๖-๑๘ ต.ค. ๒๕๖๒ - ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ผู้เดินทาง จำนวน ๓ คน ผู้บริหาร ๑ คน เจ้าหน้าที่ ๑ คน จ้างเหมา ๑ คน ● ค่ายานพาหนะ ตัวเครื่องบินไป-กลับ เชียงใหม่-กรุงเทพ, กรุงเทพ-สิงคโปร์ (ผู้บริหาร ๔๕,๐๐๐ บาท x ๑ คน) (เจ้าหน้าที่ ๒๐,๐๐๐ บาท x ๒ คน) รวม ๘๕,๐๐๐ บาท ● ค่ายานพาหนะแท็กซี่ ๒๕,๐๐๐ บาท ● ค่าเช่าที่พัก (ผู้บริหาร ๑๒,๕๐๐ บาท x ๕ คืน x ๑ ห้อง = ๖๒,๕๐๐ บาท) (เจ้าหน้าที่ ๙,๓๗๕ บาท x ๕ คืน x ๑ ห้อง = ๔๖,๘๗๕ บาท) รวม ๑๐๙,๓๗๕ บาท	๓๐๐,๐๐๐

แผนงานพื้นฐาน/ค่าใช้จ่ายโครงการ สำนักงานเชียงใหม่ในทิวาฟารี
อนุมัติตามมติคณะกรรมการบริหารการพัฒนาพิงคนคร ในคราวประชุมครั้งที่ ๑๑/๒๕๖๒ เมื่อวันที่ ๑๐ ตุลาคม ๒๕๖๒



รายละเอียดค่าใช้จ่าย		จำนวน
- ค่าเบี้ยเลี้ยง (ผู้บริหาร ๓,๑๐๐ บาท x ๕ วัน x ๑ คน = ๑๕,๕๐๐ บาท) (เจ้าหน้าที่ ๒,๑๐๐ บาท x ๕ วัน x ๑ คน = ๑๐,๕๐๐ บาท) รวม ๒๖,๐๐๐ บาท - ค่ารับรอง ๒๐,๐๐๐ บาท - ค่าใช้จ่ายอื่นๆ ๓๔,๖๒๕ บาท (ค่าธรรมเนียมต่างๆ , ค่า Visa, ค่าประกันภัย, ค่าโทรศัพท์, ค่าน้ำหนักกระเป่า ค่า Badge, ค่าตอบแทนจ้างเหมาฯลฯ) *** หมายเหตุ : ค่าพื้นที่เจรจาธุรกิจเป็นเงินจำนวน ๑๐๐,๐๐๐ บาท ชำระล่วงหน้าโดยใช้งบโครงการส่งเสริมการขายเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี งบประมาณปี ๒๕๖๒		
๒.๓ ส่งเสริมการขายร่วมกับหน่วยงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) , สมาคมธุรกิจท่องเที่ยว , ATTA, ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว , หน่วยงาน DMC ฯลฯ) - ค่าพื้นที่เจรจาธุรกิจ - ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง - ค่ารับรอง - ค่าใช้จ่ายอื่นๆ (ค่าธรรมเนียมต่างๆ , ค่า Visa, ค่าประกันภัย, ค่าโทรศัพท์, ค่าน้ำหนักกระเป่า ค่า Badge, ค่าตอบแทนจ้างเหมาฯลฯ)		๖๕๐,๐๐๐
รวมค่าใช้จ่ายทั้งสิ้น		๓,๐๐๐,๐๐๐
หมายเหตุ : งบประมาณเดินทางภายในประเทศและต่างประเทศอาจมีการเปลี่ยนแปลงผู้เข้าร่วมงาน, รายละเอียดค่าใช้จ่าย, วันที่, เวลา, ชื่องานและประเทศ ตามความเหมาะสม		
๑๕. วิธีการประเมินโครงการ จากการส่งเสริมการขาย เป็นสร้างเชียงใหม่ไนท์ซาฟารีให้เป็นที่รู้จัก สร้างยอดขายได้เข้าชมเชียงใหม่ไนท์ซาฟารีเพิ่มขึ้น		