

๑. ชื่อโครงการ	โครงการส่งเสริมการขายเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี
๒. หน่วยงานที่รับผิดชอบ	งาน/กลุ่มงาน... บริหารการขายและรับจอง..... ฝ่ายการตลาด..... สำนักงาน/ศูนย์..... สำนักงานเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี
๓. ผู้รับผิดชอบโครงการ	ชื่อ-สกุล นางสาวนันทนวล ธัญญวัฒน์โนทัย ตำแหน่ง หัวหน้างานบริหารการขายและรับจอง หมายเลขโทรศัพท์ ๐๙๖-๒๒๙-๓๕๙๑
๔. สถานะโครงการ	☐ โครงการใหม่ ☒ โครงการต่อเนื่อง
๕. ความสอดคล้องตามยุทธศาสตร์	☐ ยุทธศาสตร์ที่ ๑ : การบูรณาการและเชื่อมโยงเพื่อขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน ☐ ยุทธศาสตร์ที่ ๒ : ส่งเสริมการเป็นจุดหมายปลายทางด้านอุตสาหกรรมไมซ์ของภาคเหนือตอนบน ☒ 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 และการตอบแทนทางสังคม ดังนั้นจึงต้องมีการส่งเสริมการขายอย่างเข้มข้น เพื่กระตุ้นยอดขาย สร้างความจดจำให้นักท่องเที่ยวและสร้างให้เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีเป็น Magnet ทางด้านการท่องเที่ยว รวมทั้งเป็นแหล่งเรียนรู้นอกห้องเรียนในเรื่องการอนุรักษ์และการสร้างจิตสำนึกความรักความหวงแหนทรัพยากรธรรมชาติป่าไม้และสัตว์ป่า สิ่งแวดล้อม พืชพันธุ์กรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ทรงคุณค่า และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ประกอบด้วยสินค้าและบริการที่โดดเด่น มีสุนทรียภาพและไมตรีจิตที่อบอุ่น เพิ่มพูนประกอบการณ์แก่ผู้มาเยือนทุกคน ดังนั้นการดำเนินการด้านการส่งเสริมการขายจึงเป็นส่วนสำคัญในการผลักดันให้เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีบรรลุเป้าหมายทางด้านการตลาด ทั้งในส่วนของการรายได้และจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง	
๗. วัตถุประสงค์ ๑. เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางการตลาด ๒. เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึง ๓. เพื่อสร้างความสัมพันธ์ต่อเนื่องกับพันธมิตรทางธุรกิจ (ภาคการศึกษา, ภาครัฐ, ภาคเอกชน และบริษัทนำเที่ยว)	

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

- (๑) รายได้เพิ่มขึ้น ๔% จากงบประมาณปี ๒๕๖๓
- (๒) หน่วยงานร่วมดำเนินการ ภาครัฐและภาคเอกชน
- (๓) ระยะเวลาดำเนินโครงการ ตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ. ๒๕๖๓ ถึง เดือน กันยายน พ.ศ. ๒๕๖๔
- (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. รายได้เข้าเชียงใหม่ไนท์ซาฟารีเพิ่มขึ้น

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.
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)											



๑๓. ผลที่คาดว่าจะได้รับ ๑. เครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจเพิ่มขึ้นในประเทศและต่างประเทศ ๒. เกิดการรับรู้เพิ่มขึ้น ๓. เพิ่มช่องทางการขาย ๔. จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเพิ่มขึ้น ๕. รายได้เข้าเชียงใหม่ไนท์ซาฟารีเพิ่มขึ้น		
๑๔. งบประมาณ ดำเนินการ	งบประมาณดำเนินงานทั้งหมด ๑,๒๙๐,๐๐๐ บาท (หนึ่งล้านสองแสนเก้าหมื่นบาทถ้วน)	
	รายละเอียดค่าใช้จ่าย	จำนวน
	๑. ค่าใช้จ่ายดำเนินงานในประเทศ	๑,๒๙๐,๐๐๐
	๑) กิจกรรมส่งเสริมการขายสร้างเชียงใหม่ให้เป็นที่รู้จัก ภาคราชการ, ภาควิทยาศาสตร์, ภาควิทยาศาสตร์, บริษัททัวร์	๘๐,๐๐๐
	๒) กิจกรรมส่งเสริมการขายเชิงรุก ในประเทศ	๙๔๐,๐๐๐
	๒.๑ ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการส่งเสริมการขายออกบูทงานเที่ยวทั่วโลก ครั้งที่ ๒๗-๒๘ - ค่าบริการพื้นที่ จำนวน ๒ ครั้ง ๗๓,๐๐๐ บาท - ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง จำนวน ๒ ครั้ง ๗๗,๐๐๐ บาท (ค่ายานพาหนะ ตัวเครื่องบิน-แท็กซี่, ค่าเช่ายานพาหนะ, ค่าเช่าที่พัก, ค่าเบี้ยเลี้ยงการเดินทาง, ค่าตอบแทนจ้างเหมา และค่าธรรมเนียมอื่นๆ)	๑๕๐,๐๐๐
	๒.๒ ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการส่งเสริมการขายออกบูทงานไทยเที่ยวไทย ครั้งที่ ๕๗, ๕๘, ๕๙, ๖๐, ๖๑ - ค่าบริการพื้นที่ จำนวน ๔ ครั้ง ๑๕๖,๐๐๐ บาท ***หมายเหตุ - ค่าบริการพื้นที่ งานไทยเที่ยวไทย ครั้งที่ ๕๗ ชำระล่วงหน้าโดยใช้งบโครงการส่งเสริมการขายเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี งบประมาณปี ๒๕๖๓ - ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง จำนวน ๔ ครั้ง ๑๙๔,๐๐๐ บาท (ครั้งที่ ๕๗, ๕๘, ๕๙, ๖๐) (ค่าเช่ายานพาหนะ ตัวเครื่องบิน-แท็กซี่, ค่าเช่ายานพาหนะ, ค่าเช่าที่พัก, ค่าเบี้ยเลี้ยงการเดินทาง, ค่าตอบแทนจ้างเหมา และค่าธรรมเนียมอื่นๆ) ***หมายเหตุ การเดินทางร่วมงานไทยเที่ยวไทย ครั้งที่ ๖๑ เป็นการเดินทางในงบประมาณปี ๒๕๖๕	๓๕๐,๐๐๐
	๒.๓ ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการส่งเสริมการขายออกบูทงาน TTM+๒๐๒๑ - ค่าบริการพื้นที่ ๒๕,๐๐๐ บาท - ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ๓๕,๐๐๐ บาท (ค่าเช่ายานพาหนะ ตัวเครื่องบิน-แท็กซี่, ค่าเช่ายานพาหนะ, ค่าเช่าที่พัก, ค่าเบี้ยเลี้ยงการเดินทาง, ค่าตอบแทนจ้างเหมา และค่าธรรมเนียมอื่นๆ)	๖๐,๐๐๐
	๒.๔ ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการส่งเสริมการขายออกบูท ร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.), สมาคมธุรกิจท่องเที่ยว, ท่องเที่ยวและกีฬา, ATTA, ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว, หน่วยงาน DMC ฯลฯ) - ค่าบริการพื้นที่ - ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง (ค่าเช่ายานพาหนะ ตัวเครื่องบิน-แท็กซี่, ค่าเช่ายานพาหนะ, ค่าเช่าที่พัก, ค่าเบี้ยเลี้ยงการเดินทาง, ค่าตอบแทนจ้างเหมา และค่าธรรมเนียมอื่นๆ)	๑๐๐,๐๐๐



	รายละเอียดค่าใช้จ่าย	จำนวน
	๒.๕ ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการส่งเสริมการขายเจรจาธุรกิจ/ออกบูท ๔ ภาค - ค่าบริการพื้นที่ - ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง (ค่ายานพาหนะ ตัวเครื่องบิน-แท็กซี่,ค่าเช่ายานพาหนะ, ค่าเช่าที่พัก, ค่าเบี้ยเลี้ยง การเดินทาง, ค่าตอบแทนจ้างเหมา และ ค่าธรรมเนียมอื่นๆ)	๘๐,๐๐๐
	๒.๖ ค่าใช้จ่ายในการจัดทำวัสดุสำหรับส่งเสริมการขาย เช่น โรลล์อัพ แบล็คดริ๊อป, เค้าเตอร์, โฟลเดอร์, sale kit, DVD, นามบัตร ,ป้ายไวนิล ของที่ระลึกส่งเสริมสร้างภาพลักษณ์ ฯลฯ	๒๐๐,๐๐๐
	๓) กิจกรรมสานสายใย	๒๕๐,๐๐๐
	๔) ค่ารับรองและพิธีการ	๒๐,๐๐๐
	<u>รวมค่าใช้จ่ายทั้งสิ้น</u>	<u>๑,๒๙๐,๐๐๐</u>
	หมายเหตุ : งบประมาณเดินทางภายในประเทศและต่างประเทศอาจมีการเปลี่ยนแปลงผู้เข้าร่วมงาน, รายละเอียดค่าใช้จ่าย, วันที่, เวลา, ชื่องานและประเทศ ตามความเหมาะสม	

๑๕. วิธีการประเมินโครงการ

จากการส่งเสริมการขาย เป็นสร้างเชิงใหม่ไนทชาฟารีให้เป็นที่รู้จัก สร้างยอดขายได้เข้าชมเชิงใหม่ไนท
ชาฟารีเพิ่มขึ้น