

บทที่ 14

การคิดราคาขาย

รายการนำเที่ยว



ประเภทของค่าใช้จ่าย

1. ค่าใช้จ่ายคงที่ (Fixed Cost)

ค่าใช้จ่ายที่เป็นต้นทุนที่ต้องใช้จ่ายสม่ำเสมอทุกครั้งที่ในการจัดนำเที่ยว โดยจะมีราคาคงที่ไม่เปลี่ยนแปลง ไม่ว่าจะมียานยนต์ลูกค้ามากหรือน้อยก็ตาม เช่น ค่ามัคคุเทศก์ ค่าเช่ารถ ค่าติดต่อประสานงาน



ประเภทของค่าใช้จ่าย (ต่อ)

2. ค่าใช้จ่ายผันแปร (Variable Cost)

ค่าใช้จ่ายที่ต้องเสียต่อคน เป็นต้นทุนที่เปลี่ยนแปลงไปในสัดส่วนเดียวกันกับการเปลี่ยนแปลงของจำนวนคน เช่น บัตรโดยสารเครื่องบิน ค่าอาหาร (หากคิดเป็นรายหัว) ค่าภาษีสนามบิน ค่าที่พัก และค่าเข้าชมสถานที่ต่างๆ ถ้าจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นก็ต้องจ่ายมากขึ้น ดังนั้น บริษัท นำเที่ยวจะต้องตั้งเป้าหมายจำนวนคนและตั้งเป้าราคาขายที่คิดว่าจะขายได้ให้ชัดเจนใกล้เคียงความเป็นจริงมากที่สุด



ประเภทของค่าใช้จ่าย (ต่อ)

3. ค่าใช้จ่ายกึ่งผันแปร (Semi Variable Cost)

ค่าใช้จ่ายที่ไม่ใช่ค่าใช้จ่ายคงที่และไม่ใช่ค่าใช้จ่ายที่เปลี่ยนแปลง
ค่าใช้จ่ายนี้อาจขึ้นลงตามเหตุการณ์เฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นระหว่างการดำเนินงาน
เที่ยว หรือเรียกอีกอย่างว่า **ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด** โดยผู้ที่ควบคุมค่าใช้จ่ายตัว
นี้มากที่สุดได้แก่ มัคคุเทศก์ เช่น **ค่าจอดรถ ค่าผ้าเย็น** สำหรับคนขับรถ **ค่า**
เครื่องดื่ม น้ำแข็ง ตลอดการเดินทาง **ค่ารักษาพยาบาล ค่าทิป**



ประเภทของค่าใช้จ่าย (ต่อ)

4. ค่าใช้จ่ายพิเศษ (Specific Variable Cost)

ค่าใช้จ่ายที่คิดพิเศษในกรณีต่างๆ เช่น การคิดราคาโรงแรม ส่วนมากเวลาคิดที่พักคิดจากห้องคู่ โดยลูกค้าจ่ายคนละครึ่ง แต่ถ้าเป็นห้องเดี่ยวพักคนเดียวลูกค้าจะต้องจ่ายเงินเพิ่มเป็นกรณีพิเศษสำหรับการพักคนเดียว หรือถ้าต้องการเตียงเสริมเป็นเตียงที่สามลูกค้าคนที่สามก็จะเสียค่าเช่าห้องน้อยกว่าปกติ



รายละเอียดค่าใช้จ่ายในการจัดนำเที่ยว

1. ค่าอาหาร
2. ค่ายานพาหนะ
 - 2.1 เครื่องบิน โดยมาก หากซื้อจำนวน 15 ที่นั่ง ฟรี 1 ที่นั่ง สำหรับหัวหน้าทัวร์
 - 2.2 รถเช่า
 - 2.3 ยานพาหนะอื่นๆ เช่น เรือเช่า
3. ค่าที่พัก
4. ค่าธรรมเนียมเข้าชม

5. ค่าทิป

6. ค่าภาษี

7. ค่าขนส่งสาธารณะเข้าเดินทาง

8. ค่าวีซ่า

9. ค่าการตลาด

10. ค่าเบี้ยเลี้ยง

11. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ หรือ ค่าเบ็ดเตล็ด

ค่าใช้จ่ายทั้งหมดเหล่านี้ต้องคิดต้นทุนของการจัดนำเที่ยว บริษัท
ต้องบวกราคาไว้ให้มากพอที่จะทำให้มีกำไร ในขณะที่เดียวกันก็ต้อง
สามารถแข่งขันกับบริษัทอื่นได้ด้วย

การคิดราคาขาย

การคิดคำนวณราคาขายรายการนำเที่ยวแต่ละรายการ ต้องคำนึงความเป็นไปได้ของราคาที่ตั้งไว้ ต้องไม่สูงหรือต่ำจนเกินไป ราคาที่ตั้งไว้หลังจากที่หักต้นทุนทุกอย่างแล้ว จะต้องมีการเหลืออยู่พอที่จะดำเนินธุรกิจอยู่ได้ โดยในแต่ละบริษัทจะมีวิธีการคิดคำนวณราคาที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับว่าแต่ละบริษัทจะมีวิธีคิดจุดคุ้มทุน (**Break Even Point** หรือ **BEP**)



ตัวอย่างการคำนวณราคา

- สมมติว่าจัดนำเที่ยว 2 วัน 1 คืน รถปรับอากาศ 1 คัน ขนาด 40 ที่นั่ง
 - ค่าใช้จ่ายคงที่ (Fix Cost)
 - ค่าเช่ารถโค้ช 10,000 บาท/คัน/วันบาท
 - ค่าดำเนินการ ติดต่อประสานงาน 1,500 บาท
 - ค่าเบี้ยเลี้ยงมัคคุเทศก์ 1 คน วันละ1,000 บาทบาท
 - ค่าเบี้ยเลี้ยงผู้ช่วยมัคคุเทศก์ 1 คน วันละ400 บาทบาท
 - ค่าทิปพนักงาน/และอื่นๆ 500 บาท
- รวมเป็นเงิน บาท**

ตัวอย่างการคำนวณราคา

- สมมติว่าจัดนำเที่ยว 2 วัน 1 คืน รถปรับอากาศ 1 คัน ขนาด 40 ที่นั่ง

- ค่าใช้จ่ายคงที่ (Fix Cost)

— ค่าเช่ารถโค้ช 10,000 บาท/คัน/วัน	20,000 บาท
— ค่าดำเนินการ ติดต่อประสานงาน	1,500 บาท
— ค่าเบี้ยเลี้ยงมัคคุเทศก์ 1 คน วันละ 1,000 บาท	2,000 บาท
— ค่าเบี้ยเลี้ยงผู้ช่วยมัคคุเทศก์ 1 คน วันละ 400 บาท	800 บาท
— ค่าทิปพนักงาน/และอื่นๆ	500 บาท

รวมเป็นเงิน

24,800 บาท

- ค่าใช้จ่ายผันแปร (Variable Cost)

ค่าอาหาร 5 มื้อ มื้อละ 120 บาท คนละ	บาท
ค่าที่พัก คืนละ 1,500บาท/ห้อง (นอนห้องละ 2 คน)	1500	บาท
ค่าบัตรผ่านประตูเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว	200	บาท

สมมติค่าจุดคุ้มทุนอยู่ที่ 30 คนต่อรถโค้ช 1 คัน ดังนั้นค่าใช้จ่ายผันแปรจะเป็นดังนี้

ค่าอาหาร 30 คน =	บาท
ค่าที่พัก ห้องละ 2 คน รวม15 ห้อง	บาท
ค่าบัตรผ่านประตูเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว	บาท
รวมเป็นเงิน	

- ค่าใช้จ่ายผันแปร (Variable Cost)

ค่าอาหาร 5 มื้อ มื้อละ 120 บาท คนละ	600	บาท
ค่าที่พัก คืนละ 1,500บาท/ห้อง (นอนห้องละ 2 คน)	1,500	บาท
ค่าบัตรผ่านประตูเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว	200	บาท

สมมติค่าจุกู้มทุนอยู่ที่ 30 คนต่อรถโค้ช 1 คัน ดังนั้นค่าใช้จ่ายผันแปรจะเป็นดังนี้

ค่าอาหาร 30 คน = 30คน x 600บ. (5มื้อx120 บาท)	18,000	บาท
ค่าที่พัก ห้องละ 2 คน รวม15 ห้อง 1500บ.x15ห้องx1คืน	22,500	บาท
ค่าบัตรผ่านประตูเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว 30คน x 200บ.	6,000	บาท

รวมเป็นเงิน 46,500 บาท

ถ้ามีนักท่องเที่ยว 30 คน ต้นทุนคนละเท่าไรและถ้าบวก
กำไร คนละ 500 บาท จะตั้งราคาขายเท่าไร



- ดังนั้น ถ้ามีนักท่องเที่ยว 30 คน

$$\text{รวมรายจ่ายทั้งหมด} = \text{ค่าใช้จ่ายคงที่} + \text{ค่าใช้จ่ายผันแปร}$$

$$= 24,800 + 46,500$$

$$= 71,300$$

$$\text{ราคาต้นทุน / คน} = \frac{71,300}{30}$$

$$30$$

$$= 2,376.66 \text{ บาท}$$

หมายเหตุ ถ้าต้องการกำไร 500 บาท/คน ให้บวกกำไรกับราคาต้นทุน/คน

$$\text{ราคาขาย/คน} = 2,376.66 + 500 = 2,876.66 \text{ บาท}$$

ราคาขายส่วนใหญ่จะขายด้วยราคาตัวเลขที่น่าสนใจ เช่น 1,999 บาท 2,999 บาท

ดังนั้น การตั้งราคาอาจดูตามความเหมาะสมราคาอาจเพิ่มหรือลดลงเพื่อดึงดูดความน่าสนใจและความสวยงามของตัวเลข

- สมมติว่าตัดราคาขายเหลือ 2,800 บาท

$$2,800 - 2,376.66 = 423.34$$

ถ้ามีลูกค้า 30 คน จะกำไรเท่าไร

$$423.34 \times 30 = 12,700 \quad \text{บาท}$$

ข้อคิดที่ควรสังเกต

1. ถ้าบริษัทสามารถขายได้เกิน 30 ที่นั่ง ถ้าไรก็จะเพิ่มตามจำนวนนักท่องเที่ยว
2. การบวกกำไรเพิ่มเติมต่อคนนั้น ต้องมีความเหมาะสมกับความเป็นจริงในตลาดโดยเฉพาะเมื่อเทียบกับบริษัทคู่แข่ง มิเช่นนั้นอาจทำให้ราคาสูงเกินไปจนไม่สามารถขายได้ และหากต่ำเกินไปอาจไม่คุ้มค่าเหนื่อย
3. การคิดคำนวณราคานั้น อาจมีปัจจัยอื่นที่เข้ามาเกี่ยวข้องทำให้ต้นทุนผลกำไรหรือราคาขาย อาจต้องมีความยืดหยุ่น

การพิจารณาตั้งราคาขาย

1. คิตรายขายตามวิธีของแมนซินี (Mancini, M. 1990)

คือ การคิดคำนวณค่าใช้จ่ายสมมติคิดจากจำนวน 35 คน (ในกรณีใช้รถโค้ช) ซึ่งเป็นจำนวนลูกค้าเป้าหมายที่เหมาะสม เมื่อคิดค่าใช้จ่ายทั้งหมดต่อคนได้แล้ว ก็นำมาคำนวณราคาขายโดยคิดกำไรอยู่ในช่วง 20 – 30 % ดังนี้

ตัวอย่าง

สมมติราคาทุน อยู่ที่ 1,800 บาท (คิดจากจำนวนลูกค้าที่จุดคุ้มทุน
อย่างน้อย 35 คน) ถ้าจะต้องการกำไร 20% จะต้องขายในราคา

$$\frac{(1,800 \times 20)}{100} + 1,800 = 2,160$$

100

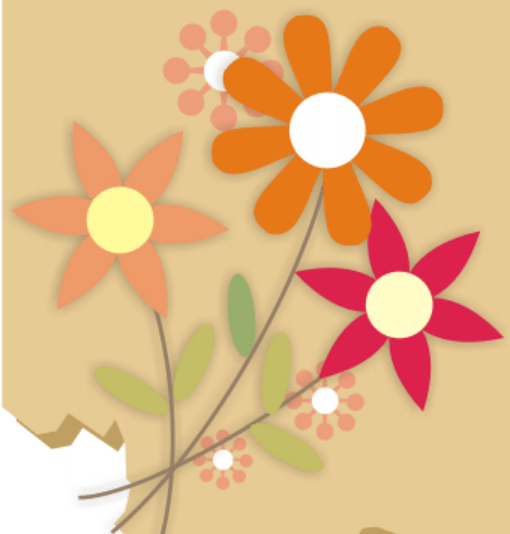
ดังนั้น ต้องการกำไร 20% จะต้องขายในราคา 2,160 บาท

2. คิตรายขายตามวิธีของโซโต (Souto,)

คือ การคิดโดยเมื่อคิดค่าใช้จ่ายต้นทุนต่อคนได้แล้ว ก็ให้คิดหากำไร การคิดกำไรถือว่าเป็นส่วนสำคัญ ถ้าคิดกำไรต่ำเกินไปบริษัทก็จะได้กำไรน้อย ถ้าคิดกำไรสูงไปก็จะเป็นการตอบสนองจากลูกค้า การคิดกำไรในช่วงที่นิยมควรคิดอย่างน้อยที่สุด 10% และอย่างมากที่สุด 40% (ไม่เป็นที่แน่นอนตายตัว) แต่โดยส่วนมากจะคิดกำไรอยู่ที่ 25% โดยวิธีคิดของ Souto ให้ความสำคัญต่อต้นทุนโดยดูจากจำนวนลูกค้าเป็นหลัก ฉะนั้น ถ้าจะคิดวิธีขายตามวิธีนี้ต้องเลือกยานพาหนะให้เหมาะสมกับจำนวนลูกค้าที่มีด้วย

- ตัวอย่าง

สมมติค่าใช้จ่ายที่เป็นต้นทุนทั้งหมด	1,000	บาท
ต้องการกำไร 25% ของค่าใช้จ่าย	250	บาท
ราคาขาย ควรเป็น	1,250	บาท



อนึ่ง... ราคาขายรายการนำเที่ยวเดียวกัน มีแหล่งท่องเที่ยวเหมือนกันทุกรายการ แต่กลับมีการตั้งราคาขายแตกต่างกันไปในแต่ละบริษัท เนื่องจากมีสาเหตุสำคัญจากดังต่อไปนี้

1. ระดับหรือทำเลของที่พักต่างกัน
2. ที่นั่งหรือระดับชั้นในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวต่างกัน
3. รายการอาหารหรือร้านอาหารต่างกัน
4. วงเงินประกันภัยต่างกัน

5. การใช้ยานพาหนะแตกต่างกัน
6. บริษัทจัดนำเที่ยวไปคนละช่วงเวลากัน
7. บริษัทคิดกำไรไม่เท่ากัน
8. บริษัทได้ราคาในการเป็นตัวแทนการขาย (Contract Rate) ไม่เท่ากัน
9. จำนวนนักท่องเที่ยวไม่เท่ากัน ถ้าเป็นกรุปเหมาะราคาขายจะถูกกว่าที่จัดขายหน้าร้าน

การคิดค่าใช้จ่ายแยกตามประเภทของการจัดนำเที่ยว

1. การจัดนำเที่ยวเข้าประเทศ (Inbound Tour)
2. การจัดนำเที่ยวไปต่างประเทศ (Outbound Tour)
3. การจัดนำเที่ยวในประเทศ (Domestic Tour)



การลดต้นทุนในการจัดนำเที่ยว

1. การลดต้นทุนหรือตัดทอนราคาด้านอาหาร

อาหารที่เป็นสากลสำหรับการนำเที่ยว คือ บุฟเฟต์ (Buffet) แต่บางครั้งอาจเป็นอาหารลักษณะแบบชุดรายการ (Set Menu)

2. การลดต้นทุนหรือตัดทอนราคาด้านที่พัก

บริษัทนำเที่ยวโดยทั่วไปหาวิธีป้องกันข้อผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้น โดยระบุชื่อโรงแรมแล้ววงเล็บเพื่อความผิดพลาดไว้ เช่น คืนที่ 2 พักที่ โรงแรม โอเรียนเต็ล (หรือระดับเดียวกัน)

3. การลดต้นทุนหรือตัดทอนราคาด้านยานพาหนะ ควร
เลือกใช้บริการจากบริษัทที่ใช้บริการเป็นประจำ เพราะจะได้
ส่วนลด

4. การลดต้นทุนหรือตัดทอนราคาด้านแหล่งเข้าชม

5. การลดต้นทุนค่าใช้จ่ายกรณีจัดนำเที่ยวระหว่างประเทศ

6. การลดต้นทุนหรือตัดทอนราคาที่พัก