



แผนธุรกิจโรงแรมแบบประหยัด มาตรฐาน 3 ดาว : Modern Hotel

มหาวิทยาลัยศิลปากร โดย สงวนลิขสิทธิ์
นางสาวสุทธิษา วงษ์บำรุง

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการประกอบการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2553

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

แผนธุรกิจโรงแรมแบบประหยัด มาตรฐาน 3 ดาว : Modern Hotel

โดย

นางสาวสุทธิษา วงษ์บำรุง

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการประกอบการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2553

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

**BUSINESS PLAN ECONOMY HOTEL HOTEL STANDARD OF THREE STAR LEVEL :
MODERN HOTEL**

By

Sutticha Wong bumru

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree

MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION

Program of Entrepreneurship

Graduate School

SILPAKORN UNIVERSITY

2010

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระ เรื่อง “แผนธุรกิจ
โรงแรมแบบประหยัด มาตรฐาน 3 ดาว : Modern Hotel” เสนอโดย นางสาวสุทธิษา วงษ์บำรุง
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการ
ประกอบการ

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปานใจ ชารัตน์วงศ์)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
วัน.....เดือน.....พ.ศ.....

อาจารย์ที่ปรึกษาค้นคว้าอิสระ
อาจารย์ ดร.กฤษฎา พัชรานิช

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

..... ประธานกรรมการ
(อาจารย์ ดร.สวรรยา ช่อเลื่อม)
...../...../.....

..... กรรมการ
(อาจารย์ ดร.ชนินทร์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ)
...../...../.....

..... กรรมการ
(อาจารย์ ดร.กฤษฎา พัชรานิช)
...../...../.....

52602782 : สาขาการประกอบการ

คำสำคัญ : แผนธุรกิจ / โรงแรมแบบประหยัด มาตรฐาน 3 ดาว

ศุทธิษา วงษ์บำรุง : แผนธุรกิจโรงแรมแบบประหยัด มาตรฐาน 3 ดาว : Modern Hotel.

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ : อ.ดร.กฤษฎา พัชรวานิช. 129 หน้า.

การค้นคว้าอิสระ “แผนธุรกิจโรงแรมแบบประหยัด มาตรฐาน 3 ดาว : Modern Hotel” มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาโอกาสในการประกอบธุรกิจและประเมินความเป็นไปได้ของโครงการ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ วิธีการศึกษา ศึกษาในรูปแบบของการจัดทำแผนธุรกิจ ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม โดยสืบค้นข้อมูลและวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้ทราบถึงสถานการณ์ของกิจการและคู่แข่ง ใช้ประกอบการตัดสินใจ ในการกำหนดกลยุทธ์ของกิจการ เพื่อสร้างความได้เปรียบที่เหนือคู่แข่ง และวิเคราะห์ผลตอบแทน จากการลงทุนนำไปสู่ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ

ผลจากการศึกษาเพื่อให้ประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านการบริหารจัดการ กิจการได้นำกลยุทธ์การสร้างแตกต่างในการบริการ (Differentiation Strategy) โดยมุ่งการ ตอบสนองอย่างรวดเร็ว และมีคุณภาพ พร้อมกับการนำแผนการตลาด กิจการนำส่วนประสมของ ตลาดบริการ (Marketing Mix 7P's) มาใช้ในการดำเนินกิจการ ด้านแผนการบริการ กำหนดผัง ขั้นตอนการให้บริการ เพื่อให้เกิดความรวดเร็วในการให้บริการ และแผนการเงิน การประมาณการ ทางการเงินระยะเวลาคืนทุนของกิจการเท่ากับ 3 ปี 4 เดือน มูลค่าโครงการปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV) ณ สิ้นปีที่ 5 เท่ากับ 6,088,444.79 บาท

ผลการศึกษา ส่งผลประโยชน์ต่อกลุ่มคนที่ต้องการประกอบธุรกิจ และผู้ประกอบการ ธุรกิจเดิม เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการดำเนินธุรกิจ วิเคราะห์ และประเมินผลในการ ดำเนินธุรกิจ เพื่อใช้เป็นเครื่องมือขอรับการสนับสนุนด้านการเงินจากสถาบันการเงิน

สาขาวิชาการประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ปีการศึกษา 2553

ลายมือชื่อนักศึกษา

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

52602782 : MAJOR : ENTREPRENEURSHIP

KEY WORD : BUSINESS PLAN / HOTEL STANDARD OF THREE STAR LEVEL

SUTTICHA WONGBUMRU : BUSINESS PLAN ECONOMY HOTEL. HOTEL STANDARD OF THREE STAR LEVEL : MODERN HOTEL. INDEPENDENT STUDY ADVISOR: KRISADA PACHRAVANICH, Ph.D. 129 pp.

Objectives of the independent study of Business Plan Economy Hotel, Hotel Standard of Three Star Level: Modern Hotel[®] are to identify business opportunities and evaluate feasibility of the investment project. The results of the study formed a basis for developing guidelines for business operation. The study was carried out and presented in the start up business plan template originally designed by the Department of Industrial Promotion, Ministry of Industry. The study was conducted through analysis of data and factors that affect possibility of business to succeed or fail. Thorough analysis of situation and competition enabled decision-making process in strategy formulation for competitive advantages to be successful of business investment.

The result of the study was founded that the differentiation strategy in term of business management was employed toward the highly service quality with concentration on promptness and quality of hotel service. In light of the marketing plan, the extended marketing mix 7P's was adopted to satisfy customer and business objective. Service process flowchart was introduced to support promptness of service. Regarding the finance plan, according to the profit project, payback period was 3 year and 4 months, and net present value at the end of the 5 year was 6,088,444.79 baht.

Therefore, this resulting of the study shall be useful as guideline for entrepreneurs' opportunity to carry out business plan, analysis, and business assessment. It also directly to be a tool an implement plan for financial institute support.

Program of Entrepreneurship Graduate School, Silpakorn University Academic Year 2010

Student's signature.....

Independent Study Advisor's signature

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระนี้ สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความอนุเคราะห์จากบุคคลและหน่วยงานหลายฝ่าย ที่ได้อนุเคราะห์ต่อผู้ศึกษา ทั้งคณาจารย์ มหาวิทยาลัยศิลปากร ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทความรู้เป็นอย่างดี ขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.กฤษฎา พ็ชรวานิช อาจารย์ที่ปรึกษา และคณะกรรมการตรวจสอบการค้นคว้าอิสระ ที่กรุณาให้คำแนะนำและข้อมูลที่เป็นประโยชน์ กรุณาตรวจแก้เนื้อหา

ขอบพระคุณท่านอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้ และประสบการณ์ให้ผู้ศึกษาได้นำมาประกอบข้อมูลในการค้นคว้า

ขอบพระคุณเจ้าหน้าที่บัณฑิตวิทยาลัย ที่ให้การติดต่อประสานงานด้านการศึกษาเป็นอย่างดีเสมอมา

ขอบพระคุณครอบครัวณรงค์วงศ์วัฒนา ที่เป็นกำลังใจและให้การสนับสนุนสิ่งดี ๆ มาโดยตลอด

ขอบคุณเพื่อนนักศึกษาสาขาวิชาการประกอบการ รุ่น 2 ทุกท่าน ที่เป็นส่วนร่วมในประสบการณ์ที่ดีระหว่างการศึกษาดูแลหลักสูตรที่ผ่านมา

ท้ายนี้ ขอบพระคุณบุคคลในครอบครัววงษ์บำรุงที่เป็นกำลังใจ และสนับสนุนเรื่องการศึกษาเสมอมา

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ฎ
สารบัญภาพ.....	ฏ
บทที่	
1 บทสรุปผู้บริหาร.....	1
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย.....	1
โอกาสทางธุรกิจและแนวคิดในการก่อตั้งกิจการ.....	2
วัตถุประสงค์ของการดำเนินธุรกิจ.....	2
กลยุทธ์ในการบริหารกิจการ.....	3
โครงสร้างการลงทุนของกิจการ.....	5
ผลตอบแทนจากการลงทุนของกิจการ.....	5
2 ความเป็นมาของโครงการ.....	6
ลักษณะธุรกิจ.....	9
ประวัติเจ้าของกิจการ.....	10
ลักษณะงานที่รับผิดชอบในปัจจุบัน.....	11
แผนการดำเนินงานก่อนเปิดกิจการ.....	11
3 การวิเคราะห์อุตสาหกรรม.....	13
แนวโน้มการเจริญเติบโตของธุรกิจ.....	13
มาตรฐานในการประกอบธุรกิจ.....	14
การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (External Environments).....	18
ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ (Population)	19
ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (Economic).....	22
ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม (Social and Cultural)	24

บทที่	หน้า
ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technology Factor)	26
ปัจจัยสภาพแวดล้อม (Environmental)	27
ปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย (Political and Legal).....	29
การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันของอุตสาหกรรม (Five Forces Model) ...	30
4 การวิเคราะห์สถานการณ์ของกิจการ (SWOT Analysis)	35
จุดแข็งของธุรกิจ (Strengths)	35
จุดอ่อนของธุรกิจ (Weaknesses)	37
โอกาสของธุรกิจ (Opportunities)	37
อุปสรรคของธุรกิจ (Threats)	38
5 วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมายในการทำธุรกิจ กลยุทธ์ระดับองค์กร	
กลยุทธ์ระดับหน่วยธุรกิจ และกลยุทธ์ระดับหน้าที่.....	39
วิสัยทัศน์ (Vision).....	39
พันธกิจ (Mission).....	39
เป้าหมายในการทำธุรกิจ (Goals)	40
กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ (Strategies)	40
1. กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate – Level Strategy)	40
2. กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business – Level Strategy)	41
3. กลยุทธ์ระดับหน้าที่ (Functional - Level Strategy)	41
6 แผนการบริหารจัดการ.....	43
โครงสร้างองค์กรและผังบริหาร Modern Hotel.....	44
แผนด้านบุคลากร.....	45
กระบวนการสรรหาบุคลากร.....	45
คุณสมบัติของบุคลากร.....	46
แผนการพัฒนาบุคลากร.....	47
การควบคุมและประเมินผลการปฏิบัติงาน.....	47
7 แผนการตลาด.....	49
พฤติกรรมผู้บริโภค.....	49
การกำหนดตลาดเป้าหมาย (Market Targeting)	51

บทที่	หน้า
คู่แข่งปัจจุบัน.....	52
การวิเคราะห์ความสามารถทางการแข่งขันเปรียบเทียบกับคู่แข่ง.....	54
กลยุทธ์ทางการตลาด.....	55
กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ / การบริการ (Product).....	55
กลยุทธ์ด้านราคา (Price)	57
กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	58
กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	59
กลยุทธ์ด้านบุคลากร (People)	61
กลยุทธ์กระบวนการในการให้บริการ (Process)	61
กลยุทธ์ด้านภาพลักษณ์การบริการ (Physical Evidence)	63
กลยุทธ์สู่ความสำเร็จสำหรับธุรกิจที่พักแรม.....	66
การกำหนดตำแหน่งทางธุรกิจ Modern Hotel (Market Positioning).....	68
8 แผนการให้บริการ.....	69
ทำเลที่ตั้งของ Modern Hotel.....	70
ลักษณะที่ตั้งธุรกิจ Modern Hotel.....	72
เหตุผลที่เลือกทำธุรกิจที่อำเภอสวนผึ้ง.....	72
แผนผังกายบริเวณภายนอกและภายในโรงแรม.....	73
การให้บริการ.....	77
ความสามารถในการให้บริการ.....	83
ทรัพย์สินที่ใช้ในการลงทุนและประมาณการค่าเสื่อม.....	78
การคำนวณค่าเสื่อมราคาใช้วิธีค่าเสื่อมราคาแบบทางตรง.....	79
ประมาณการรายได้ ต้นทุน และค่าใช้จ่าย.....	79
ประมาณการรายได้.....	79
ประมาณการต้นทุนแรงงาน.....	83
ประมาณการค่าแรงทางตรงและผันแปร.....	84
ประมาณการค่าใช้จ่ายอื่น ๆ.....	84

บทที่	หน้า
ประมาณการต้นทุนการให้บริการ.....	85
การคำนวณต้นทุนคงที่.....	85
การคำนวณต้นทุนผันแปร.....	85
9 แผนการเงิน.....	86
การลงทุนในโครงการ.....	86
โครงสร้างการใช้เงินลงทุน.....	87
เป้าหมายทางการเงิน.....	87
ประมาณการทางการเงินเพิ่ม / ลดจากปีก่อน.....	87
ประมาณการงบการเงิน.....	88
ประมาณการงบกำไรขาดทุน.....	89
ประมาณการงบกระแสเงินสด.....	90
ประมาณการงบดุล.....	91
การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน.....	92
การวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุน.....	92
จุดคุ้มทุน (Break-even Point).....	92
ระยะเวลาคืนทุน (Pay-back Period).....	93
มูลค่าโครงการปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV)	94
การจำลองสถานการณ์ด้วยสมมติฐานทางการเงิน.....	95
10 การวิเคราะห์ประเมินความเสี่ยงโครงการ.....	97
การประเมินความเป็นไปได้ของโครงการ.....	97
แผนสำรองฉุกเฉิน.....	99
แผนงานในอนาคต.....	99
บรรณานุกรม.....	101
ภาคผนวก.....	104
ภาคผนวก ก. รายละเอียดการลงทุนในทรัพย์สิน.....	105
ภาคผนวก ข. รายละเอียดกิจกรรมนันทนาการ.....	113

บทที่	หน้า
ภาคผนวก ค. สถานที่ท่องเที่ยวสวนผึ้ง.....	117
ภาคผนวก ง. รายนามผู้ร่วมจัดตั้งห้างหุ้นส่วนจำกัด.....	127
ประวัติผู้วิจัย.....	129

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงโครงสร้างการลงทุนกิจการ.....	5
2	แสดงผลตอบแทนจากการลงทุน.....	5
3	แสดงประวัติการทำงานของผู้เจ้าของกิจการ.....	11
4	แสดงขั้นตอนการดำเนินการ.....	12
5	แสดงระดับมาตรฐานตัวชี้วัดมาตรฐาน Hotel.....	16
6	แสดงข้อมูลประชากรไทยทั่วภูมิภาค ปี พ.ศ. 2552	21
7	แสดงผลกระทบของสถานการณ์ทางการเมืองต่อเศรษฐกิจไทย ตั้งแต่วันที่ 13 มีนาคม 2553 เป็นต้นมา.....	23
8	แสดงประมาณการช่วงระยะเวลาโอกาสในการเข้าพักของนักท่องเที่ยว.....	38
9	แสดงแบบสอบถามการประเมินความพึงพอใจในการใช้บริการ Modern Hotel	48
10	แสดงรายชื่อที่พัก จำนวนห้องพัก ราคา ในเขตพื้นที่เดียวกับ Modern Hotel.....	52
11	แสดงรายชื่อที่พัก จำนวนห้องพัก ราคา ในเขตอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี.....	53
12	แสดงการวิเคราะห์ความสามารถทางการแข่งขันเปรียบเทียบกับคู่แข่ง.....	54
13	แสดงผลิตภัณฑ์ / การให้บริการของโรงแรม.....	56
14	แสดงกิจกรรมนันทนาการ.....	56
15	แสดงแพ็คเกจห้องพัก.....	57
16	แสดงอัตราราคาการให้บริการ.....	58
17	แสดงการวิเคราะห์การแข่งขัน (Competitive Matrix)	65
18	แสดงทรัพย์สินที่ใช้ในการลงทุนและประมาณการค่าเสื่อมราคา.....	78
19	แสดงการคำนวณค่าเสื่อมราคา.....	79
20	แสดงประมาณการรายได้ที่พักร.....	79
21	แสดงประมาณการต้นทุนแรงงาน.....	83
22	แสดงประมาณการค่าแรงงานทางตรงและผันแปร.....	84
23	แสดงประมาณการค่าใช้จ่ายอื่น ๆ.....	84
24	แสดงประมาณการต้นทุนการให้บริการ.....	85

ตารางที่		หน้า
25	แสดงการคำนวณต้นทุนคงที่.....	85
26	แสดงการคำนวณต้นทุนผันแปร.....	85
27	แสดงโครงสร้างการใช้เงินลงทุน.....	87
28	แสดงประมาณการทางการเงินเพิ่ม / ลดจากปีก่อน.....	88
29	แสดงประมาณการงบกำไรขาดทุน.....	89
30	แสดงประมาณการงบกระแสเงินสด.....	90
31	แสดงประมาณการงบดุล.....	91
32	แสดงการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน.....	92
33	แสดงการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน.....	93
34	แสดงกระแสเงินสดสุทธิของโครงการ.....	94
35	แสดงสมมติฐานทางการเงินในสถานะปกติ.....	95
36	แสดงสมมติฐานทางการเงินในสถานะประสบความสำเร็จ.....	95
37	แสดงสมมติฐานทางการเงินในสถานะไม่ประสบความสำเร็จ.....	96
38	แสดงประมาณราคาผลิตภัณฑ์ชุดเครื่องนอน.....	107
39	แสดงประมาณราคาอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้ามือสอง.....	108
40	แสดงประมาณราคาอุปกรณ์เครื่องใช้ภายในครัว.....	108
41	แสดงประมาณราคาเครื่องใช้ทำความสะอาดและอุปกรณ์รักษาความสะอาด.....	109
42	แสดงประมาณราคาอุปกรณ์รักษาความปลอดภัย.....	109
43	แสดงประมาณราคาอุปกรณ์ระบบสุขาภิบาล.....	109
44	แสดงประมาณราคารถยนต์ส่วนบุคคล.....	109
45	แสดงประมาณราคาอุปกรณ์สำนักงาน.....	110
46	แสดงประมาณอัตรากาเข้าพักของผู้เข้าพัก เฉลี่ยต่อปี.....	111

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	แสดงแผนที่ตั้งธุรกิจ Modern Hotel.....	9
2	แสดงสัญลักษณ์ของกิจการ.....	10
3	แสดงการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมของ Michael E. Porter.....	31
4	แสดงโครงสร้างองค์การ Modern Hotel.....	44
5	แสดงเครื่องแบบพนักงาน Modern Hotel.....	64
6	แสดงการกำหนดตำแหน่งทางธุรกิจ Modern Hotel.....	68
7	แสดงที่ตั้งกิจการ Modern Hotel.....	70
8	แสดงเส้นทางเข้าสู่ที่ตั้งของ Modern Hotel.....	71
9	แสดงสถานที่ตั้งประกอบกิจการ.....	71
10	แสดงภาพบรรยากาศที่ตั้งด้านหน้าของ Modern Hotel.....	71
11	แสดงแปลนบริเวณ โรงแรมห้องพักชั้นล่าง.....	73
12	แสดงแปลนบริเวณ โรงแรมห้องพักชั้นบน.....	73
13	แสดงแปลนบริเวณ ส่วนต้อนรับ.....	74
14	แสดงแปลนห้องพักแบบเตียงเดี่ยว Standard และ Superior.....	74
15	แสดงแปลนห้องพักแบบเตียงคู่ Standard และ Superior.....	75
16	แสดงแปลนห้องพักแบบ Deluxe.....	75
17	แสดงขั้นตอนการให้บริการห้องพัก.....	77
18	แสดงตัวอย่างกิจกรรม Walk Rally ของ Modern Hotel.....	114
19	แสดงตัวอย่างกิจกรรมนันทนาการ Modern Hotel.....	116
20	แสดงบรรยากาศ แหล่งท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง.....	118
21	แสดงบรรยากาศแหล่งท่องเที่ยวโป่งยุบ.....	119
22	แสดงบรรยากาศแหล่งท่องเที่ยวพิพิธภัณฑท์ภ วัตัย.....	120
23	แสดงบรรยากาศแหล่งท่องเที่ยวธารน้ำร้อนบ่อคลึง.....	120
24	แสดงบรรยากาศแหล่งท่องเที่ยว น้ำตกเก้าชั้น หรือน้ำตกเก้าโจน.....	121
25	แสดงบรรยากาศแหล่งท่องเที่ยวแก่งส้มแมว หรือ สวนป่าสิริกิติ์.....	122
26	แสดงบรรยากาศแหล่งท่องเที่ยวเขากระโจม.....	122

ภาพที่		หน้า
27	แสดงบรรยากาศแหล่งท่องเที่ยวไร่กุหลาบอุษาวดี.....	123
28	แสดงบรรยากาศแหล่งท่องเที่ยวฟาร์มกล้วยไม้ล้านดา.....	124
29	แสดงบรรยากาศแหล่งท่องเที่ยวบ้านเทียนหอม.....	124
30	แสดงบรรยากาศแหล่งท่องเที่ยวเดอะซินเนอรี รีสอร์ท.....	125
31	แสดงบรรยากาศแหล่งท่องเที่ยวสวนผึ้ง รีสอร์ท.....	126
32	แสดงกิจกรรมนันทนาการของสถานที่พักในอำเภอสวนผึ้ง.....	126

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

บทที่ 1

บทสรุปผู้บริหาร

Modern Hotel เป็นสถานบริการที่พักแรมชั่วคราวแบบประหยัดขนาดเล็ก จำนวน 15 ห้อง รูปแบบกิจการเปิดใหม่ ตั้งอยู่ที่ 32 หมู่ 11 ตำบลท่าเคย อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี มีผู้ร่วมทุนจำนวน 5 ท่าน ดำเนินกิจการในลักษณะห้างหุ้นส่วนจำกัดลักษณะการบริหารงานแบบครอบครัว และนายจ้าง พร้อมเปิดให้บริการ ณ วันที่ 1 มกราคม 2555 เปิดให้บริการทุกวัน ตลอด 24 ชั่วโมง

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

1. กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย เพศหญิงและเพศชาย กลุ่มวัยรุ่น และกลุ่มวัยทำงาน อายุ 22 - 45 ปี สถานภาพโสด หรือคู่รัก และครอบครัว มีรายได้ต่อคนต่อเดือน หรือรายได้ต่อครอบครัว ตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป มีความชื่นชอบการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน รูปแบบการใช้ชีวิตที่เรียบง่าย แต่มีรสนิยมในการเลือกที่พักที่มีความทันสมัยและสวยงาม ชอบแสวงหาความสูงที่แปลกใหม่ให้กับตนเอง ชอบความสะดวกสบาย ชอบการบริการดีแต่ประหยัดค่าใช้จ่าย และมีงบประมาณในการท่องเที่ยวที่จำกัด

2. กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรอง ได้แก่

2.1 กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ กลุ่มนี้เป็นเป้าหมายรองที่ใช้บริการ ของ โรงแรม การเข้าพักเป็นลักษณะเข้าพักชั่วคราวเพื่อพักผ่อน หาประสบการณ์ทางการท่องเที่ยว ที่ต้องจำกัดค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เพื่อให้ท่องเที่ยวได้อย่างยาวนาน และเนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง ไม่มีแหล่งเที่ยวทางธรรมชาติหรือแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่เด่นชัด เช่น จังหวัดกาญจนบุรี เพชรบุรี ฯลฯ ทำให้มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวและพักแรมน้อย กลุ่มนี้จึงเป็นเป้าหมายรองที่เห็นได้อย่างเด่นชัด

2.2 กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการที่พักอื่นแต่ที่พักรับรอง หรือ หาดหาสถานที่กางเต้นท์นอนแต่มีความปลอดภัยน้อยและไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้รองรับ กลุ่มเป้าหมายนี้จึงเป็นกลุ่มเป้าหมายรองที่สำคัญในการกลับมาเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักในอนาคต

2.3 กลุ่มผู้ใช้บริการแบบรายชั่วโมง เพศชายและเพศหญิง ประชาชนทั่วไป อายุ ตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป มีความต้องการสถานที่พักแรมแบบส่วนตัว ต้องการความสะดวกสบาย ต้องการ

ได้รับการบริการอย่างรวดเร็ว ราคาไม่แพง โอกาสการใช้บริการสถานที่ตามความต้องการของตนเอง เพื่อตอบสนองความต้องการส่วนบุคคล

โอกาสทางธุรกิจและแนวคิดในการก่อตั้งกิจการ

Modern Hotel ดำเนินกิจการรูปแบบที่พักแรมชั่วคราวราคาประหยัดขนาดเล็ก จำนวน 15 ห้อง มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการเข้าพัก ตั้งอยู่ในเส้นทางถนนชฎูป่าห้วย- โป่งกระทิง การคมนาคมสะดวกสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ทั้งอำเภอสวนผึ้ง และอำเภอบ้านคา ใกล้แหล่งชุมชนสามารถเลือกซื้อสินค้าระหว่างการเดินทางหรือระหว่างที่พักแรมได้อย่างสะดวก อีกทั้งที่พักแรมแบบโรงแรม ยังไม่มีคู่แข่งมากมาย เมื่อเปรียบเทียบระหว่างที่พักแรมแบบรีสอร์ทที่มีจำนวนมาก และราคาสูง โดยเฉพาะในช่วงเทศกาลท่องเที่ยว ค่าที่พักปรับสูงขึ้นจากราคาปกติ เนื่องจากนักท่องเที่ยวต้องการที่พักเป็นจำนวนมาก

ผู้ประกอบการเพิ่มแนวคิดในการจัดห้องพักรับรองแบบรายชั่วโมง จัดเตรียมไว้เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลที่ต้องการสถานที่ในการดำเนินกิจกรรมส่วนตัว สำหรับบุคคลบรรลุนิติภาวะ อายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป ที่มีอาชีพปฏิบัติการกิจได้ภายในบ้านของตน เพื่อมิให้ผิดข้อปฏิบัติทางกฎหมาย

Modern Hotel จึงเห็นโอกาสในการดำเนินธุรกิจและพัฒนาปรับสภาพภูมิทัศน์พื้นที่ว่างให้กลายเป็นสถานที่พักแรมแบบประหยัด มีเครื่องหมายรับรองมาตรฐานความสะดวกและปลอดภัย เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับพื้นที่ว่างเปล่าที่มีใช้เพียงแค่อาคารร้างแต่เป็นสถานที่เพิ่มผลกำไรแห่งธุรกิจได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการดำเนินธุรกิจ

1. เพื่อศึกษาปัจจัยสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและปริมาณความต้องการของตลาดกลุ่มเป้าหมายเพื่อใช้กำหนดรูปแบบ แนวทางพัฒนา และงบประมาณการลงทุน
2. เพื่อศึกษากระบวนการบริหารจัดการ และเงื่อนไขที่มีผลต่อการประกอบธุรกิจโรงแรมแบบประหยัด มาตรฐาน 3 ดาว
3. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนทำธุรกิจโรงแรมราคาประหยัด
4. เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจโรงแรมราคาประหยัดแก่ผู้ประกอบการธุรกิจหรือผู้สนใจโดยสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการปรับปรุงการบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า

กลยุทธ์ในการบริหารกิจการ

Modern Hotel กำหนดวิสัยทัศน์ในการเป็นผู้นำด้านธุรกิจบริการที่พักแบบประหยัดที่มุ่งสู่ความเป็นเลิศด้านการบริการ โดยให้ความสำคัญสูงสุดต่อการสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า และสร้างสัมพันธ์ภาพพร้อมกระจายรายได้สู่ชุมชน มีการกำหนดกลยุทธ์ระดับธุรกิจที่กำหนดขึ้นเพื่อใช้ทรัพยากรความสามารถให้ได้เปรียบทางการแข่งขันโดยเลือกใช้กลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่าง (Differentiation Strategy) ทางด้านการออกแบบห้องพักให้มีความหลากหลาย ใน สไตล์โมเดิร์น และใช้แนวคิดการออกแบบอาคารสีเขียว คือการมุ่งเน้นการออกแบบที่ช่วยให้อาคาร สามารถใช้ประโยชน์จากสภาวะแวดล้อมตามธรรมชาติ อาทิ แสงแดด ลม ดิน น้ำ พืชพันธุ์ ใน ท้องถิ่น ฯลฯ ได้อย่างเต็มที่ (Passive Design) โดยนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาประยุกต์ใช้ภายใน อาคารเท่าที่จำเป็น (Active Design) จากการเลือกใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อประหยัด พลังงานการใช้ไฟฟ้า ส่งผลให้เกิดต้นทุนค่าใช้จ่ายน้อย และลูกค้าได้รับคุณภาพที่พักที่ดีเลิศ แต่จ่าย ในราคาที่ไม่แพง อีกทั้งด้านการบริการที่รวดเร็ว มีคุณภาพและมาตรฐาน ให้บริการด้วยจิตใต้สำนึก ในการบริการ (Serviced Mind) อีกทั้งสร้างความเชื่อมั่นในความปลอดภัยของที่พักแรม และสร้าง ความแตกต่างทางด้านการออกแบบที่พักซึ่งมุ่งเน้นความสวยงาม แปลกตา ที่มีใช้เพียงแค่ห้องพัก ธรรมดา แต่คือห้องพักที่คงคุณค่าความเป็นเอกลักษณ์สไตล์โมเดิร์น อันเป็นสิ่งเสริมแรงจูงใจใน การตัดสินใจเข้าพัก เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในบริการ ด้วยราคาที่เหมาะสม นำมาสู่ความได้เปรียบคู่แข่ง และเน้นการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management : CRM) มีการตรวจสอบการให้บริการจากลูกค้าทุกครั้ง ที่ลูกค้าใช้บริการ เพื่อใช้ในการปรับปรุงและสร้าง กลยุทธ์การรักษาฐานลูกค้าให้เกิดความภักดีในการ กลับมาใช้บริการ

ด้านการให้บริการ ธุรกิจที่พักแรมความสำคัญอยู่ที่การให้บริการที่ไม่สามารถจับต้องได้ แต่รู้สึกสัมผัสได้ด้วยใจ ฉะนั้นการบริการจึงได้เข้ามามีบทบาทต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ที่มีการ เปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลาและกระแสนิยมของทุกธุรกิจ การบริการที่มีคุณภาพ รวดเร็วและ เข้าถึงง่าย ความเป็นมืออาชีพ คือสิ่งที่ Modern Hotel มุ่งเน้นเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้เข้าพัก พนักงานร่วมสร้างบรรยากาศในการทำงานร่วมกันด้วยรอยยิ้มแห่งมิตรไมตรี พนักงานสามารถ ตอบสนองความต้องการของผู้เข้าพักด้วยความรวดเร็วและเต็มใจ ให้เกียรติผู้มาใช้บริการและรักษา ภาพพจน์ขององค์กร กล่าววาจาอย่างสุภาพอ่อนโยน มนุษย์สัมพันธ์ดี ใฝ่รู้ศึกษาสิ่งใหม่ และมีความ กระตือรือร้นในการให้บริการ

ด้านบุคลากร กำหนดกระบวนการคัดเลือกบุคลากร เพื่อให้ได้บุคคลที่มีคุณภาพ และรักษาทรัพยากรบุคคลนี้ไว้ให้มีคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ มีความรอบรู้และทักษะการให้บริการ มีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร ก่อให้เกิดขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงาน การฝึกอบรมนั้นเป็นสิ่งเพิ่มพูนสมรรถภาพในการทำงานของพนักงานทั้งในด้านความคิด การกระทำ ความสามารถ ความรู้ ความชำนาญ ตลอดจนความรู้สึกลึกต่าง ๆ โดยทาง Modern Hotel จัดสรรงบประมาณในการให้โอกาสพนักงานฝึกอบรมความรู้ความสามารถ ณ สถานที่ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานบริการ เพื่อให้เกิดความชำนาญ และมีโลกทัศน์ใหม่ในการให้บริการ

ด้านการตลาด การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ เน้นการให้บริการมากกว่าการขายสินค้า เพราะธุรกิจบริการเป็นธุรกิจที่ไม่สามารถจับต้องได้ จำนวนผู้เข้ามาใช้บริการมีผลต่อรายได้จากการทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจสูงสุดต่อคุณภาพบริการที่ได้รับถือว่าเป็นความสำเร็จของธุรกิจ เพราะเมื่อลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ส่งผลให้เกิดการกลับมาใช้บริการซ้ำ และเป็นการประชาสัมพันธ์ ในทางอ้อมให้แก่ผู้อื่นและเป็นผลดีต่อธุรกิจ โดยภาพรวมตลาดบริการด้านที่พักแรมใช้กลยุทธ์ในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด ดังนี้

1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ / การบริการ (Product)
2. กลยุทธ์ด้านราคา (Price)
3. กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)
4. กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)
5. กลยุทธ์ด้านบุคลากร (People)
6. กลยุทธ์กระบวนการในการให้บริการ (Process)
7. กลยุทธ์ด้านภาพลักษณ์การบริการ (Physical Evidence)

ด้านการเงิน บริหารธุรกิจด้วยเงินสด ด้วยการระดมเงินทุนจากการร่วมทุนของบุคคลในครอบครัว เพื่อไม่เกิดความยุ่งยากในการบริหารจัดการ และไม่ก่อให้เกิดภาระหนี้สินในส่วนของ การกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงิน สำหรับพื้นที่ประกอบกิจการใช้พื้นที่ว่างเปล่าของเจ้าของกิจการ ทำให้ลดภาระค่าใช้จ่ายในการจัดหาสินทรัพย์ประเภทที่ดิน และทำการปลูกสร้างตกแต่งสถานที่ใหม่ เพื่อให้เหมาะสมกับลักษณะการดำเนินธุรกิจ

โครงสร้างการลงทุนกิจการ

ตารางที่ 1 แสดงโครงสร้างการลงทุนกิจการ

รายการ	ส่วนของเจ้าของ
ค่าอาคารสถานที่	2,926,200
ค่าตกแต่งภายใน	1,395,000
เครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการ	766,600
เครื่องใช้สำนักงาน	44,500
ค่าใช้จ่ายในก่อนการดำเนินงาน	117,700
เงินทุนหมุนเวียน	450,000
รวมมูลค่าการลงทุน	5,700,000

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

ผลตอบแทนจากการลงทุนของกิจการ

ผลตอบแทนจากการลงทุน คาดว่ามีผลประกอบการดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2 แสดงผลตอบแทนของการลงทุน

(บาท)

รายการ	ปี 2555	ปี 2556	ปี 2557	ปี 2558	ปี 2559
กำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี	1,993,520	2,870,550	3,683,997	4,511,874	5,394,057
กำไรสุทธิ	1,395,464	2,009,385	2,578,798	3,158,312	3,775,840
จุดคุ้มทุน	886,245	859,591	841,152	828,426	818,602
มูลค่าปัจจุบันสุทธิของการลงทุน (NPV) ณ สิ้นปีที่ 5 มีมูลค่าเท่ากับ 6,088,443.79 บาท					
ระยะเวลาคืนทุน 3 ปี 4 เดือน					

บทที่ 2

ความเป็นมาของโครงการ

การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการสร้างรายได้ให้กับประเทศในอันดับต้น ใน 4 ปีที่ผ่านมา สามารถทำรายได้ให้กับประเทศไทยเป็นจำนวนมากกว่าปีละ 5 แสนล้านบาท และมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นทุกปี เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมบริการที่ประกอบด้วยธุรกิจที่เชื่อมโยงเป็นลูกโซ่ โดยมีธุรกิจหลักได้แก่ ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจเดินทางระหว่างประเทศ ธุรกิจที่พัก เช่น โรงแรม สถานที่พักต่างอากาศ บริการห้องชุด โรงแรม เป็นต้น และธุรกิจรอง ได้แก่ ธุรกิจการจำหน่ายของที่ระลึก ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจเดินทางในประเทศ รวมทั้งยังเป็นธุรกิจที่กระตุ้นอุตสาหกรรมอย่างต่อเนื่อง ซึ่งก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ประชากรในระดับรากหญ้า (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว 2553)

อุตสาหกรรมโรงแรม เป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จัดเป็นอุตสาหกรรมภาคบริการ เป็นธุรกิจที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่ง กล่าวคือ เป็นธุรกิจที่อำนวยความสะดวกและการบริการต่าง ๆ ให้แก่ผู้เดินทางและนักท่องเที่ยว เนื่องจากที่พักและอาหารเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับบุคคลเพราะมนุษย์ทุกคนย่อมต้องการความสะดวกสบายและความพึงพอใจเสมือนอยู่บ้านตนเอง โดยธรรมชาติของบุคคลย่อมมีความแตกต่างกันทั้งด้านร่างกาย จิตใจ และความต้องการ ดังนั้นโรงแรมจึงมีหลายประเภท เพื่อตอบสนองและสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้เข้าพักมากที่สุด ลูกค้านแต่ละคนมีโอกาสนเลือกใช้บริการจากโรงแรมแต่ละแห่งตามความต้องการ ของตนเอง

จังหวัดราชบุรีมีสภาพพื้นที่เหมาะสมในการรองรับนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานคร และพื้นที่จังหวัดใกล้เคียงรวมทั้งการท่องเที่ยวแบบหมู่คณะของชาวต่างชาติที่มาเยือนในลักษณะของการเที่ยววันเดียวหรือพักค้างคืนได้อย่างสะดวกสบาย ในปีพ.ศ. 2552 มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาจำนวน 389,909 คน มีเงินสะพัด 415.47 ล้านบาท แต่ในปี 2553 มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว 1,300,000 คน มีรายได้เข้าสู่จังหวัด 1,400 ล้านบาท (สำนักงานจังหวัดราชบุรี 2553 : 10)

จังหวัดราชบุรีได้จัดทำโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยว จำนวน 8 โครงการ เช่น โครงการส่งเสริมการขาย โครงการประชาสัมพันธ์ท่องเที่ยวเชิงรุก โครงการพัฒนาศิลปวัฒนธรรม โครงการปรับปรุงพื้นฐานการท่องเที่ยว โครงการเชื่อมโยงการท่องเที่ยว 4 จังหวัด คือ สุพรรณบุรี กาญจนบุรี นครปฐมและราชบุรี รวมทั้งโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อเป็นการจูงใจให้

นักท่องเที่ยวเข้าสู่จังหวัดราชบุรี ในขณะที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้จัดทำโครงการประชุมเมืองไทย ภูมิใจช่วยชาติ โดยมีการเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวได้เห็นถึงความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว ในจังหวัดราชบุรีที่มีอยู่ยังคงความสมบูรณ์งดงามมีศิลปวัฒนธรรมที่แตกต่าง ไม่สามารถสร้างสรรค์ขึ้นมาเลียนแบบได้ เช่น หนึ่งใหญ่วัดขนอน มีการจัดทำประชาสัมพันธ์เพื่อให้ผู้ประกอบการทั้งในประเทศและต่างประเทศ ได้เห็นความสำคัญของจังหวัดราชบุรีที่มีความพร้อมทางด้านการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ทั้งความสวยงาม ความปลอดภัย ความสะดวกในเรื่องของการคมนาคม และที่สำคัญที่สุดคือ บรรยากาศของอำเภอสวนผึ้งที่มีเสน่ห์โดยเฉพาะในช่วงฤดูหนาว เพราะมีลักษณะพื้นที่เป็นภูเขาสลับที่ราบเชิงเขาเล็กน้อยพื้นที่ส่วนมากโอบล้อมด้วยภูเขา มีอาณาเขตติดต่อชายแดนไทย-พม่า บรรยากาศสงบ ทิวทัศน์สวยงาม และมีภูมิอากาศหนาวเย็นคล้ายภาคเหนือ อาจขนานนามเรียกได้ว่า เชียงใหม่แห่งตะวันตก (สำนักงานจังหวัดราชบุรี 2553)

อำเภอสวนผึ้ง มีบรรยากาศการท่องเที่ยวที่คึกคักมาก ในช่วงเทศกาลสำคัญและฤดูกาลท่องเที่ยวตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน ธันวาคม มกราคมและเมษายน เนื่องจากเป็นช่วงปีใหม่และช่วงปิดเทอม นักท่องเที่ยวเดินทางอย่างหนาแน่นโดยเฉพาะช่วงเทศกาลหรือช่วงวันหยุดยาวติดต่อกันหลายวัน ส่งผลให้มีผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรมหลายรูปแบบให้นักท่องเที่ยวได้เลือกพักตามความพึงพอใจ แต่ที่พักแรมส่วนมากเป็นที่พักประเภทรีสอร์ต ที่พักประเภทนี้มีราคาแพง ทำให้ไม่สามารถอยู่พักได้หลายวัน โดยเฉพาะช่วงเทศกาลหรือวันหยุดยาวราคาที่พักประเภทนี้ปรับเพิ่มขึ้นจากราคาปกติ หรือด้วยข้อกำหนดด้านงบประมาณในการท่องเที่ยว ทำให้ลูกค้าที่ต้องการที่พักแบบราคาประหยัดไม่สามารถหาที่พักแรมได้ และพื้นที่สำหรับพักแรมแบบประหยัด มีไม่เพียงพอสำหรับรองรับนักท่องเที่ยว

ธุรกิจที่พักแรมแบบรีสอร์ตในเขตอำเภอสวนผึ้งมีผู้ประกอบการอยู่เป็นจำนวนมาก ตลาดการแข่งขันสูง เนื่องจากมีที่พักแรมอยู่ใกล้กับสถานที่ท่องเที่ยว มีราคาที่แตกต่างกันไปตามลักษณะของพื้นที่ และธุรกิจที่พักแรมแบบโฮมสเตย์มีนักท่องเที่ยวเข้าพักรองลงมา เนื่องจากวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตคนในชุมชนทั้งชาวไทยและชาวกะเหรี่ยงมีอยู่เฉพาะกลุ่ม ทำให้มีผู้ประกอบการลงทุนน้อยราย แต่ธุรกิจที่พักแรมแบบโรงแรมราคาประหยัด มาตรฐาน 3 ดาว ยังไม่มีผู้ดำเนินธุรกิจ การลงทุนและการดูแลรักษาน้อยกว่าธุรกิจโรงแรมระดับ 4-5 ดาว หรือที่พักแรมประเภทรีสอร์ต เพราะไม่ต้องใช้เนื้อที่มาก แต่สามารถสร้างผลกำไรได้ดีหากผู้ประกอบการ มีการบริหารจัดการธุรกิจนี้ให้สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าได้อย่างดีเลิศ

โรงแรมแบบประหยัด มาตรฐาน 3 ดาว เป็นที่ต้องการของตลาดนักท่องเที่ยวในประเทศ เพราะนักท่องเที่ยวยังคงเดินทางท่องเที่ยวเพื่อผ่อนคลายสภาวะจิตใจ แม้สภาพเศรษฐกิจมีการฟื้นตัว แต่นักท่องเที่ยวเลือกประหยัดเงินกับการใช้จ่ายค่าที่พัก ด้วยการเลือกพักในโรงแรมระดับ 3 ดาว เพราะมีสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานที่มนุษย์ต้องการ ทั้งด้านการบริการและการรักษาความปลอดภัย แทนการพักโรงแรมระดับ 4 – 5 ดาว ที่มีค่าใช้จ่ายแพง อีกทั้งที่พักแรมราคาถูกในประเทศไทยมีที่พักแรมราคาประหยัดประเภท เกสต์เฮาส์ เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ สำหรับรับรองนักท่องเที่ยวต่างชาติที่พำนักระยะยาว และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ต้องการที่พักแรมราคาประหยัด แต่ที่พักรูปแบบนี้ความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินมีน้อย สิ่งอำนวยความสะดวกมีไม่ครบตามความต้องการขั้นพื้นฐาน ธุรกิจโรงแรมแบบประหยัด มาตรฐาน 3 ดาว จึงเป็นตัวเลือกที่พักรแ่มสามารถรองรับนักท่องเที่ยวและสนองความต้องการได้เป็นอย่างดี (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา 2553)

สภาพทางสังคมไทยในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงหลายด้าน ทั้งเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรม เช่น การแต่งกาย ความฟุ้งเฟ้อ วัตถุนิยม พฤติกรรมทางเพศ ฯลฯ ได้เข้ามามีบทบาทต่อการใช้ชีวิตประจำวันมากขึ้น โดยเฉพาะกับกลุ่ม “วัยรุ่น” กับการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมที่กล้าแสดงออกมากขึ้นทั้งด้านการแต่งกาย การคบเพื่อนต่างเพศ หรือ เรื่องของเพศสัมพันธ์วัยรุ่น โดยเฉพาะช่วงเทศกาลวันสำคัญต่าง ๆ เช่น วันวาเลนไทน์ วันปีใหม่ พบว่าสถานที่ที่มีการมีเพศสัมพันธ์ของวัยรุ่นอาศัยบ้านตนเอง บ้านแฟน และบ้านเพื่อน รวมถึง ห้องเช่ารายวัน โรงแรม ที่ได้รับอานิสงค์จากการใช้บริการ ส่งผลให้บุคคลกลุ่มนี้ต้องการสถานที่ในการตอบสนองความต้องการส่วนบุคคล ที่มีต้องการให้บุคคลภายนอกรับรู้ (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ 2553)

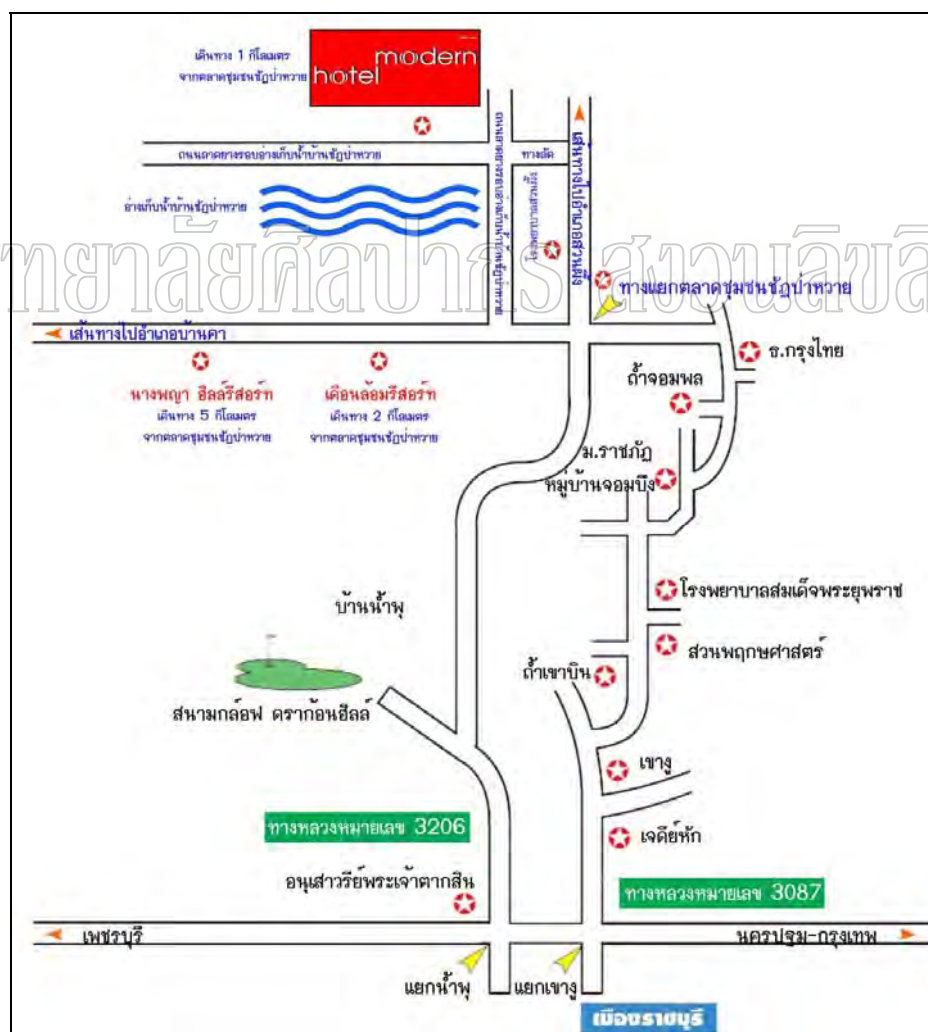
ด้วยการเป็นผู้ประกอบการ ได้ทำการศึกษาปัจจัยด้านการท่องเที่ยว พฤติกรรมประชากรและสถานที่พักรแ่ม ทำให้เห็นช่องทางและโอกาสของการลงทุนทำธุรกิจโรงแรมแบบประหยัด มาตรฐาน 3 ดาว ตามแนวคิดในการสร้างที่พักแรมแบบประหยัดเพื่อให้สอดคล้องกับการมีทุนทรัพย์ด้านที่ดิน โดยพัฒนาที่ดินว่างเปล่าให้กลายเป็นพื้นที่สร้างผลกำไรทางธุรกิจ มีเป้าหมายหลักในการตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่ต้องการความสะดวกสบาย การบริการที่ดี แต่มีงบประมาณจำกัด

ธุรกิจโรงแรมแบบประหยัดเป็นตัวเลือกที่ดีในการสร้างฐานลูกค้าใหม่ ประกอบกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีอย่างต่อเนื่องทำให้ธุรกิจโรงแรมแบบประหยัดเป็นที่สนใจของผู้ประกอบการหลายราย ก่อให้เกิดรายได้จากการลงทุน และกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ภูมิภาคอย่างยั่งยืน

ลักษณะธุรกิจ

- ชื่อธุรกิจ : Modern Hotel
- สถานที่ตั้ง : 32 หมู่ 11 ตำบลท่าเคย อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี
- การดำเนินงาน : เจ้าของกิจการเป็นผู้ดำเนินงาน
- รูปแบบบริการ : บริการที่พักแรมแบบชั่วคราว จำนวน 15 ห้อง
- : เปิดให้บริการทุกวัน ตลอด 24 ชั่วโมง
- เปิดดำเนินการ : 1 มกราคม 2555

แผนที่ตั้งกิจการ



ภาพที่ 1 แสดงแผนที่ตั้งธุรกิจ Modern Hotel

สัญลักษณ์ของกิจการ



ภาพที่ 2 แสดงสัญลักษณ์ของกิจการ

ความหมายในการเลือกใช้สี

1. การเลือกใช้สีขาวของตัวอักษร เพื่อสื่อให้เห็นถึงความเรียบง่าย เพราะสีขาวสามารถเข้าได้กับทุกสี เปรียบเสมือนเฟอร์นิเจอร์ของโรงแรมไม่ว่าอยู่ส่วนใดของโรงแรม สามารถปรับเปลี่ยนให้เกิดความลงตัวในสไตล์โมเดิร์นได้ทุกเมื่อ
2. การเลือกใช้พื้นสีแดง เพื่อให้เกิดความโดดเด่น และดึงดูดความสนใจ เพราะสีแดงคือสีแห่งการจูงใจทางสายตา

ประวัติเจ้าของกิจการ

- ชื่อ** : นางสาวสุทธิษา วงษ์บำรุง
- ที่อยู่** : 32 หมู่ 11 ตำบลท่าเคย อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี
- การศึกษา** : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต ปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ
: มหาวิทยาลัยศิลปากร ปริญญาโท คณะวิทยาการจัดการ
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ

ตารางที่ 3 แสดงประวัติการทำงานของผู้บริหาร

ปี พ.ศ.	ตำแหน่ง	สังกัด
2548	เจ้าหน้าที่การบัญชีและการเงิน	ฝ่ายบัญชี บริษัท ซีแอนด์เอ จำกัด
2550	ช่างภาพประจำสตูดิโอถ่ายภาพ	บริษัท ยู สไมล์ (ประเทศไทย) จำกัด
2551	นักพัฒนาทรัพยากรบุคคล	ฝ่ายทรัพยากรบุคคล สำนักงานมาตรฐาน สินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ
2552-ปัจจุบัน	เจ้าหน้าที่ฝ่ายขายและประสานงาน	ธุรกิจเครือญาติ ร้านเคมีเกษตร จังหวัดราชบุรี

ลักษณะงานที่รับผิดชอบในปัจจุบัน

หน้าที่ความรับผิดชอบในส่วนของการขายสินค้าเคมีเกษตร และให้คำปรึกษาเกี่ยวกับพืชพรรณทางการเกษตรในเบื้องต้นให้กับเกษตรกร

หน้าที่ความรับผิดชอบในส่วนของการประสานงาน ทำการวิเคราะห์ภาพรวมทางการตลาดในแต่ละเดือน เพื่อจัดทำกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้สอดคล้องต่อลักษณะการใช้สินค้าเคมีเกษตรตามช่วงการเพาะปลูกพืชพันธุ์ทางการเกษตร และทำหน้าที่ทางธุรกรรมทางการเงิน

แผนการดำเนินงานก่อนเปิดกิจการ

แสดงด้วยตารางระยะเวลาการปฏิบัติงาน (Gantt Chart) เริ่มตั้งแต่ขั้นตอนการกำหนดทิศทางและเตรียมจัดตั้งธุรกิจเป็นขั้นตอนแรก โดยจะเริ่มปฏิบัติงานตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2554 ครบกำหนดเตรียมการในวันที่ 31 ธันวาคม 2554 รวมระยะเวลา 12 เดือน และพร้อมเปิดดำเนินการในวันที่ 1 มกราคม 2555

บทที่ 3

การวิเคราะห์อุตสาหกรรม

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมเพื่อการจัดการธุรกิจ เป็นสิ่งอันดับแรกที่มีความสำคัญอย่างมากต่อการบริหารจัดการธุรกิจหรือการตัดสินใจเลือกลงทุนในธุรกิจต่าง ๆ โดยปกติก่อนเริ่มดำเนินการวางแผนกำหนดกลยุทธ์ ต้องมีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (External Environment) เป็นอันดับแรกก่อนเสมอ ปัจจัยสำคัญที่ต้องนำมาวิเคราะห์ ได้แก่ สภาพเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และความเจริญรุดหน้าของเทคโนโลยี ฯลฯ หลังจากนั้นดำเนินการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในองค์กรธุรกิจเป็นลำดับต่อมา ปัจจัยสำคัญที่ต้องนำมาวิเคราะห์ ได้แก่ ความสามารถในการจัดการด้านการตลาด ด้านการผลิต ด้านการจัดองค์กร และด้านการเงิน นำมาซึ่งกลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้เป็นแผนจัดการธุรกิจที่เหมาะสมต่อไป นำไปสู่การแสวงหากำไรสูงสุดบนความยั่งยืนของธุรกิจ (เสนาะ ตีเขาว์ 2550 : 39)

แนวโน้มการเจริญเติบโตของธุรกิจ

สถานการณ์ท่องเที่ยวของไทย ภายในประเทศปี 2553 เกิดวิกฤตการณ์ภายในประเทศ แต่มิได้ส่งผลกระทบต่ออารมณการท่องเที่ยวของคนไทย เพราะคนไทยยึดการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญในการผ่อนคลายความเครียดเพื่อเติมความสุขให้กับตนเอง

ผลการสำรวจของ WORLDHOTEL (การรวมกลุ่มสมาชิกโรงแรมทั่วโลก) เกี่ยวกับแนวโน้มการท่องเที่ยวในอนาคต ในประเด็นของแนวโน้มธุรกิจ สิ่งแวดล้อม ความต้องการของลูกค้า พฤติกรรมลูกค้า และการซื้อสินค้าออนไลน์ ตลอดจนกิจกรรมด้านลูกค้าสัมพันธ์ ผลการสำรวจพบว่า สร้างอนาคตก้าวหน้าให้กับผู้ประกอบการธุรกิจภายใน 2-3 ปี โดยเจ้าของโรงแรม 84 % เชื่อว่าธุรกิจที่พักแรมมีการเจริญเติบโตในทางบวก และด้านสิ่งแวดล้อม 92% เจ้าของโรงแรมมีความคิดว่า จำนวนนักท่องเที่ยวที่ตระหนักด้านผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม หรือ Eco-tourist เพิ่มขึ้น ดังนั้นธุรกิจที่พักแรมที่นำแนวคิดด้านสิ่งแวดล้อมมาใช้ในการดำเนินงาน สร้างโอกาสที่ดีต่อธุรกิจ ส่วนความต้องการของลูกค้า ประเภทนักธุรกิจให้ความสำคัญกับการบริการที่ได้รับอย่างมาก สิ่งหนึ่งที่สำคัญคือ การแข่งขันทางด้านราคาที่พิเศษกับลูกค้า นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญด้านอินเทอร์เน็ตไร้สาย และคุณภาพของเว็บไซต์ของโรงแรม พฤติกรรมลูกค้ามีแนวโน้มการจองห้องพัก

ผ่านระบบออนไลน์มากขึ้น บทบาทของเอเจนต์ลดลงอย่างมาก กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีกครั้ง หรือการรักษาลูกค้าเก่า มีบทบาทและความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของลูกค้าทำให้การแข่งขันทางการโฆษณาประชาสัมพันธ์สูงขึ้น ทั้งนี้ธุรกิจที่พักทุกชนิดเป็นตัวเลือกการลงทุนที่ดี และมีความเสี่ยงน้อย ถ้ามีการบริหารจัดการที่ดี เพราะการท่องเที่ยวในประเทศสามารถพัฒนาเพื่อรองรับรายได้ทั้งในและต่างประเทศที่เข้ามาลงทุนหรือท่องเที่ยวหลังจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก สำหรับภาพรวมธุรกิจโรงแรมและที่พักแรมในปี 2553 เป็นปีแห่งการแข่งขันทางธุรกิจที่พักแรมรุนแรงมากขึ้น ทำให้โครงการก่อสร้างที่ชะลอในปี 2552 เร่งก่อสร้างให้แล้วเสร็จเพื่อเปิดดำเนินการ โดยเฉพาะโรงแรมระดับ 3 ดาว ที่มีแนวโน้มสร้างขึ้นจำนวนมาก เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ปานกลาง

ข้อมูลดังกล่าว สามารถวิเคราะห์ธุรกิจประเภทที่พักแรมได้ว่ามีแนวโน้มเติบโตสูง ด้วยปัจจัยด้านการใช้จ่ายที่ลูกค้าต้องการที่พักในราคาไม่แพงแต่ได้คุณภาพการบริการที่ดี Modern Hotel เป็นธุรกิจที่พักแรมแบบประหยัด อัตราค่าใช้จ่ายในการก่อสร้างไม่สูงเมื่อเทียบกับธุรกิจโรงแรมระดับ 4-5 ดาว หรือรีสอร์ท และภาครัฐบาลให้การสนับสนุนการท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น ทำให้ธุรกิจโรงแรมเป็นธุรกิจที่น่าลงทุน

มาตรฐานในการประกอบธุรกิจ

ธุรกิจโรงแรม เป็นธุรกิจการให้บริการที่ต้องสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า ความพอใจเกิดขึ้นจากความรู้สึก ไม่สามารถสัมผัสจับต้องได้และไม่มีข้อจำกัดในการให้บริการเฉพาะช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง การบริการเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง เพราะการบริการคือการให้ ความช่วยเหลือหรือดำเนินการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น ดังนั้นธุรกิจอยู่รอดได้นั้นต้องทำให้เกิด การซื้อซ้ำ คือ ต้องรักษาลูกค้าเดิมและเพิ่มฐานลูกค้าใหม่ การบริการที่ดีจะช่วยรักษาลูกค้าเดิมไว้ได้ทำให้เกิดการซื้อซ้ำและชักนำให้มีลูกค้าใหม่ ๆ ตามมา (สมิต สัจฉกร 2550 : 11)

1. มาตรฐานการบริการของ Modern Hotel แบ่งรายละเอียด ดังนี้

1.1 การให้ความสนใจ

- 1.1.1 ต้อนรับอย่างอบอุ่น
- 1.1.2 ต้องแสดงการให้เกียรติลูกค้า
- 1.1.3 ต้องแสดงให้เห็นว่าลูกค้ามีความสำคัญ
- 1.1.4 ต้องฟังลูกค้าและสบนัยน์ตาด้วย

1.2 การให้ความใส่ใจ

- 1.2.1 ต้องเอาใจใส่และให้บริการอย่างเท่าเทียม
- 1.2.2 ต้องไม่แสดงออกอย่างเหน้อยหน้ายเห็นชา
- 1.2.3 ต้องติดตามเรื่องของลูกค้าจนเสร็จ

1.3 การบริการอย่างตั้งใจ

- 1.3.1 ต้องมั่นใจในความถูกต้องสมบูรณ์
- 1.3.2 ต้องจัดบริการให้ตรงเวลา
- 1.3.3 ต้องบริการให้ลูกค้ารู้สึกคุ้มค่า

1.4 การบริการอย่างเต็มใจ

- 1.4.1 ต้องสร้างความเชื่อมั่นแก่ลูกค้าว่าเป็นการบริการที่ลูกค้าพึงได้รับ

ประโยชน์อันสูงสุด

- 1.4.2 ต้องให้ความร่วมมือในการตอบสนองความต้องการ

1.5 การบริการอย่างจริงใจ

- 1.5.1 ต้องแสดงออกถึงบริการที่น่าเชื่อถือ และเชื่อใจได้
- 1.5.2 ต้องรับผิดชอบในตัวสินค้าและบริการ
- 1.5.3 ต้องให้บริการอย่างซื่อตรงและเป็นธรรม

1.6 การบริการอย่างเข้าใจ

- 1.6.1 ต้องมีความรู้ในสินค้าและบริการอย่างแท้จริง
- 1.6.2 ต้องมุ่งมั่นถึงบริการที่มีคุณภาพสูง
- 1.6.3 ต้องให้บริการอย่างถูกต้อง

1.7 การบริการอย่างรู้ใจ

- 1.7.1 ต้องสนองความต้องการของลูกค้าได้ถูกต้อง
- 1.7.2 ต้องดำเนินการอย่างรวดเร็วสมความตั้งใจลูกค้า

1.8 การบริการอย่างมีน้ำใจ

- 1.8.1 ต้องให้ความช่วยเหลืออย่างเอื้ออาทร
- 1.8.2 ต้องให้ลูกค้าได้รับคำแนะนำอย่างถูกต้องเพื่อประกันไม่ให้เกิดความ

ยุ่งยากเสียหายและเสียเวลา

- 1.8.3 ต้องให้ลูกค้าได้รับประโยชน์ทั้งด้านคุณภาพและปริมาณอย่างครบถ้วน

2. มาตรฐานโรงแรม

มาตรฐานการท่องเที่ยว มาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยว ประเภทโรงแรม มีองค์ประกอบในการพิจารณาแบ่งเป็น 12 หมวด 49 เกณฑ์ 498 ตัวชี้วัด โดยแต่ละระดับดาวมีองค์ประกอบที่ไม่เท่ากัน ตัวชี้วัดจำแนกตามระดับการให้บริการดังนี้ (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว 2553)

ตารางที่ 5 แสดงระดับมาตรฐานตัวชี้วัดมาตรฐาน Hotel

ระดับดาว	ตัวชี้วัด	ต้องผ่านเกณฑ์ร้อยละ
ระดับ 1 ดาว	จากตัวชี้วัด 157 ข้อ	95
ระดับ 2 ดาว	จากตัวชี้วัด 171 ข้อ	95
ระดับ 3 ดาว	จากตัวชี้วัด 238 ข้อ	95
ระดับ 4 ดาว	จากตัวชี้วัด 358 ข้อ	95
ระดับ 5 ดาว	จากตัวชี้วัด 402 ข้อ	95

ที่มา : สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, มาตรฐานโรงแรม [ออนไลน์], เข้าถึงเมื่อ 7 มิถุนายน 2553.

เข้าถึงได้จาก <http://www.tourism.go.th/2010/upload/news/files/Hotel%20Standard.pdf>

ตามหลักเกณฑ์การตรวจประเมินมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยว ประเภทโรงแรมและคู่มือการตรวจประเมินมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยว ประเภทโรงแรมที่กำหนดไว้ โดยที่แต่ละระดับต้องผ่านเกณฑ์ร้อยละ 95

องค์ประกอบของหลักเกณฑ์ มาตรฐานโรงแรม ทั้ง 12 หมวด นั้น แตกต่างกันในตัวชี้วัด ที่โรงแรมแต่ละระดับมีไม่เหมือนกันแบ่งรายละเอียด ดังนี้

หมวดที่ 1 สถานที่ตั้ง สภาพแวดล้อม สิ่งก่อสร้างทั่วไป และที่จอดรถ โดยสถานที่ตั้งอยู่ในสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมกับประเภทของที่พัก การเดินทางปลอดภัยและสะดวก ป้ายบอกชื่อและสัญลักษณ์ของโรงแรมแสดงให้เห็นได้อย่างชัดเจน

หมวดที่ 2 โถงต้อนรับ ห้องน้ำสาธารณะ ลิฟท์ และทางสัญจรภายในอาคาร พื้น ผนัง เพดาน ต้องสะอาด มีการตกแต่ง มีการระบายอากาศที่ดี พื้นที่พักสำหรับการรอคอยหรือบริการ อเนกประสงค์ มี Safety Box มีโทรศัพท์ มีหนังสือ นิตยสาร แผ่นพับ และบริการให้ข้อมูล

หมวดที่ 3 ห้องพักแบบ Standard ที่รวมทางเดิน ระเบียง และห้องน้ำ โดยทางเดินหรือ ระเบียงนอกห้องพักในทุกชั้น มีขนาดเหมาะสมมีพื้น ผนัง เพดานสะอาด ขนาดของห้องพัก ระดับ 1 ดาว ไม่น้อยกว่า 9 ตร.ชม. ระดับ 2 ดาว ไม่น้อยกว่า 18 ตร.ชม. ระดับ 3 ดาว ไม่น้อยกว่า 22 ตร. ชม. ส่วนความสูง เท่ากัน คือ ไม่น้อยกว่า 2.60 เมตร ในระดับ 4 ดาว ไม่น้อยกว่า 29 ตร.ชม. และ ระดับ 5 ดาว ไม่น้อยกว่า 36 ตร.ชม. ส่วนสูงของห้องพักไม่น้อยกว่า 2.70 เมตร องค์กรประกอบภายใน ห้องพัก เฟอร์นิเจอร์ ในห้องพัก เช่น เตียง ที่นอน ตู้เสื้อผ้า อยู่ในสภาพดี และเหมาะสมกับระดับ ของที่พัก

หมวดที่ 4 ห้องพักแบบ Suite และ Executive Floor เป็นห้องพักในโรงแรมระดับ 4-5 ดาว โดยห้องพักแบบ Suite ด้านความปลอดภัย สุขอนามัย การตกแต่ง เฟอร์นิเจอร์ เครื่องใช้ไฟฟ้า ของใช้ และห้องน้ำ โดยที่ขนาดหรือชนิดวัสดุหรืออุปกรณ์มีคุณภาพไม่น้อยกว่าห้องพักแบบ Standard และมีโทรทัศน์สี ขนาด ไม่น้อยกว่า 25 นิ้ว มี Mini Compo, DVD, VDO หรือ VCD ที่อยู่ใน สภาพใช้งานได้ดี และเหมาะสมกับระดับของที่พัก ส่วนห้องพักแบบ Executive Floor มีใน ระดับ 5-4 ดาวเท่านั้น โดยมีองค์ประกอบต่าง ๆ ไม่น้อยกว่าห้องพักแบบ Standard มีห้องประชุม และใช้เฟอร์นิเจอร์อย่างดี พร้อมระบบปรับอากาศ มีพื้นที่พักคอยติดต่อธุรกิจ มีเคาน์เตอร์บาร์

หมวดที่ 5 ห้อง อาหาร คือฟู้ชอป บาร์ และห้องครัว มีรายละเอียดใกล้เคียงกัน ทุก ระดับ ในส่วนของ

หมวดที่ 6 ส่วนบริการด้านสันทนาการ ห้องฟิตเนส ห้องซาวน่า ห้อง Steam Bath ห้องสปา ห้องอินเทอร์เนต ห้อง Jacuzzi และสระว่ายน้ำ มีในโรงแรมระดับ 4-5 ดาว

หมวดที่ 7 ส่วนบริการด้านธุรกิจ ห้องประชุม และ Business Center มีบริการในโรงแรม ระดับ 4-5 ดาว

หมวดที่ 8 บุคลากรและการบริการ พนักงานทุกส่วนและทุกระดับ คิดป้ายชื่อ แต่งกาย สุภาพ เรียบร้อย สะอาด มีบุคลิกดี อธิษาศัยดี กิริยามารยาทอ่อนน้อม สามารถสื่อสารภาษาไทยและ ภาษาต่างชาติได้เหมาะสมกับหน้าที่

หมวดที่ 9 ระบบความปลอดภัยในพื้นที่ทั่วไป ระบบการเดินสายไฟและติดตั้งอุปกรณ์ ที่ได้มาตรฐาน ปลอดภัย และได้รับการดูแลรักษาอย่างถูกต้อง สม่าเสมอ มีระบบตรวจ ความ ปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพ สามารถสังเกตการณ์หรือบันทึกภาพบริเวณทางเข้าออก และจุดสำคัญ ตลอด 24 ชั่วโมง มีระบบสื่อสารเพื่อขอความช่วยเหลือฉุกเฉินไปยังเครือข่ายต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว มียาสามัญประจำบ้านและชุดปฐมพยาบาลที่มีคุณภาพอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน ได้อย่างมี ประสิทธิภาพ

หมวดที่ 10 ทรัพยากร และชุมชนแวดล้อม ด้านสิ่งแวดล้อม ทรัพยากร และพลังงาน มีการจัดการกับขยะมูลฝอยและสิ่งปฏิกูล มีการจัดการกับน้ำเสียอย่างถูกสุขลักษณะ ด้านชุมชน สังคมและสิทธิมนุษยชน ส่งเสริมศิลปะ วัฒนธรรม และประเพณีอันดีงาม สนับสนุนผลิตภัณฑ์ภายในประเทศ สนับสนุนและมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชน ไม่สนับสนุนการค้าประเวณี และสิ่งผิดกฎหมายอื่น ๆ มีการประกันความเสียหายต่าง ๆ ตามที่กฎหมายกำหนด

หมวดที่ 11 ส่วนของพนักงาน ในระดับ 3-5 ดาว ด้านสนับสนุนการบริการ มีพื้นที่ล็อกเกอร์แยกชาย-หญิง มีห้องสุขาและห้องน้ำแยกชาย-หญิง มีห้องสมุดหรือห้องฝึกอบรมพร้อมวัสดุอุปกรณ์สนับสนุนการเรียนการสอนที่อยู่ในสภาพใช้งานได้ดี สะอาด และเพียงพอแก่การใช้งาน ด้านส่งเสริมสวัสดิการ มีการประกันสังคมให้แก่พนักงานทุกระดับที่บรรจุแล้ว ไม่ละเมิดกฎหมายแรงงาน เช่น สตรีมีครรภ์ การจ้างแรงงานเด็ก และคนต่างด้าวที่ผิดกฎหมาย

หมวด 12 เป็นคุณลักษณะเสริมอื่น ๆ มีบริการและกิจกรรมเสริมอื่น ๆ ทั้งในที่ร่มและกลางแจ้งอย่างน้อย 3-5 ชนิด เช่น ร้านของที่ระลึก ร้านเสริมสวย คาราโอเกะ จักรยาน สนามเด็กเล่น สนามกอล์ฟ และสวัสดิการเสริมสำหรับพนักงาน มีสวัสดิการด้านการเงิน เช่น เงินช่วยค่าครองชีพ ค่าเล่าเรียนบุตร และสวัสดิการด้านอื่น ๆ เช่น ที่พัก อาหาร รถรับ-ส่ง

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (External Environments)

สภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ เป็นปัจจัยที่องค์กรควบคุมไม่ได้และมีความสำคัญต่อการกำหนดกลยุทธ์ที่ผู้บริหารต้องนำมาพิจารณา ความสำเร็จและความล้มเหลวขององค์กรเกิดจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกเป็นสำคัญ หากสามารถปรับตัวให้กับการเปลี่ยนแปลงองค์กรอยู่ได้และมีกำไร หากปรับตัวไม่ทันต่อสภาพภายนอกองค์กรอาจขาดทุน ไม่อาจอยู่รอดในระยะยาว ในปัจจุบันอัตราการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร มีการเปลี่ยนแปลงที่เด่นชัดคือเรื่องข้อมูลข่าวสารและเทคโนโลยี ทำให้องค์กรต้องปรับตัวอย่างรวดเร็วในการแข่งขัน การเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคม ส่งผลกระทบต่อแนวปฏิบัติทางด้านแรงงาน และลักษณะที่เน้นความต้องการที่หลากหลายของผู้บริโภค การเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากรัฐบาล กฎหมาย ข้อบังคับด้านสิ่งแวดล้อม ทำให้บริษัทต้องปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลง (เสนาะ ดิเฮอร์ 2550 : 38)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ (Population)

นักท่องเที่ยว (Tourist) เป็นองค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ได้รับความสะดวกสบายและความพึงพอใจ นักท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศหรือนักท่องเที่ยวภายในประเทศ สามารถแบ่งออกเป็นประเภทใหญ่ ๆ ได้ 3 ประเภท ดังนี้ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา 2548 : 119 - 120)

1. **นักท่องเที่ยวประเภทหรูหรา** นักท่องเที่ยวประเภทนี้มีรายได้สูง ชอบการบริการทางการท่องเที่ยวที่หรูหรา และพร้อมจ่ายค่าบริการในอัตราสูง มีลักษณะเฉพาะตนที่คาดเดาความต้องการยาก โดยปกตินักท่องเที่ยวประเภทนี้มีจำนวนไม่มาก

2. **นักท่องเที่ยวประเภทระดับกลาง** นักท่องเที่ยวประเภทนี้มีรายได้ปานกลาง ไม่เรียกร้องบริการทางการท่องเที่ยวที่หรูหราแต่การบริการต้องมีคุณภาพที่เหมาะสมกับราคา มีลักษณะเฉพาะตนที่มุ่งความสนุกสนาน นักท่องเที่ยวประเภทนี้มีจำนวนมาก

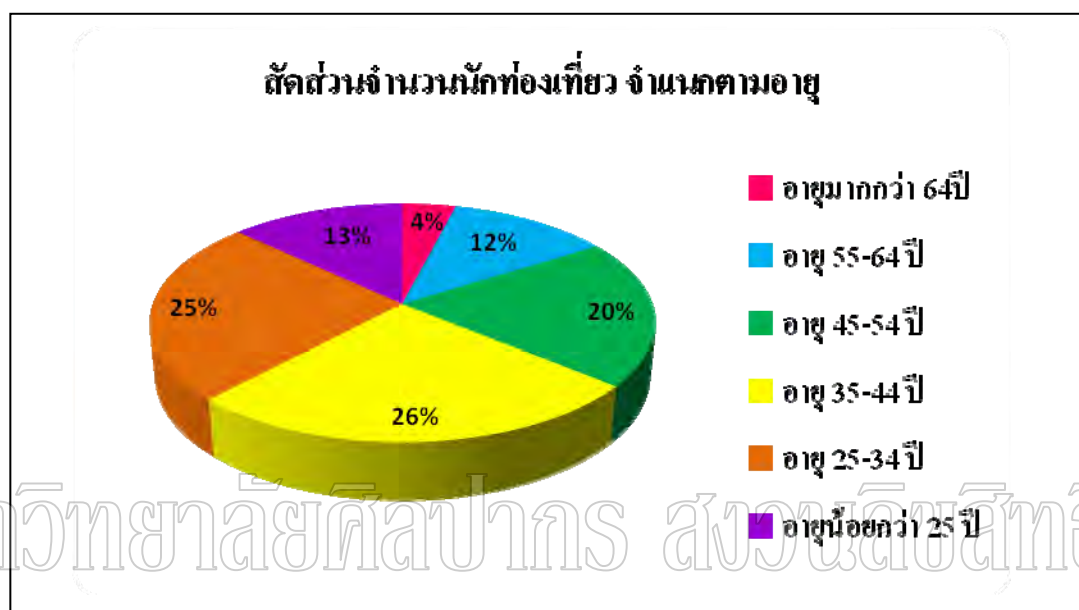
3. **นักท่องเที่ยวประเภทระดับมวลชนหรือระดับล่าง** นักท่องเที่ยวประเภทนี้มีรายได้น้อย ต้องการการบริการทางการท่องเที่ยวแบบธรรมดา มีสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานที่ควรได้รับ ค่าใช้จ่ายต้องมีราคาถูก นักท่องเที่ยวประเภทนี้มีจำนวนมากที่สุด

องค์การการท่องเที่ยวโลก สำรวจพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป ตั้งแต่ปี 2548 เป็นต้นมา แม้ว่าทั่วโลกมีการเดินทางเพิ่มขึ้น แต่รายได้ทางการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นอยู่ในระดับคงที่ เนื่องจากนักท่องเที่ยวนิยมพักผ่อนในระยะเวลาสั้นขึ้นและเดินทางถี่ขึ้น โดยเฉพาะการเดินทางภายในภูมิภาค อีกทั้งปัจจัยด้านราคายังเป็นตัวเลือกลำดับต้นในการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยว ส่งผลให้ค่าใช้จ่ายต่อครั้งของนักท่องเที่ยวไม่เพิ่มขึ้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2553)

จากแนวโน้มดังกล่าวชี้ให้เห็นว่ารายได้ที่เกิดจากนักท่องเที่ยวระยะไกลนั้น เกิดจากจำนวนความถี่ในการเดินทางเป็นสำคัญต้องพยายามเพิ่มกลุ่มผู้มาเยือนซ้ำให้เพิ่มขึ้น

พฤติกรรมค่าใช้จ่ายของกลุ่มนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มวัยทำงาน (35-44 ปี) เป็นกลุ่มตลาดขนาดใหญ่ของไทย มีการชะลอการใช้จ่ายลง ส่งผลให้รายได้โดยรวมลดลงไปด้วย นอกจากนี้ การที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ของไทยเป็นตลาดที่เดินทางมาเยือนซ้ำ (Revisit) หรือเป็นกลุ่มตลาดเก่าที่มีประสบการณ์ในการเดินทางมาเยือนซ้ำ มีการกำหนดค่าใช้จ่ายประหยัดมากขึ้น โอกาสสร้างรายได้จากกลุ่มดังกล่าวทำได้ยาก หากสินค้าทางการท่องเที่ยวยังคงเป็นสินค้ารูปแบบเดิม

กลุ่มผู้สูงอายุ ตั้งแต่ 45-54 ปีขึ้นไป คือ กลุ่มตลาดที่มีมูลค่าการใช้จ่ายต่อคนต่อวันมากที่สุด มีแนวโน้มใช้จ่ายเพิ่มขึ้น ในอัตราการเติบโตเฉลี่ยถึงร้อยละ 20 เนื่องจากเป็นกลุ่มที่ไม่มีภาระค่าใช้จ่ายในครอบครัวมากเพราะลูกหลานส่วนใหญ่แยกครอบครัวอยู่แบบครอบครัวเดี่ยว ทำให้มีเวลาและเงินทองที่จับจ่ายในการท่องเที่ยวได้มากกว่ากลุ่มอื่น ๆ ดังนั้น กลุ่มนี้เป็นกลุ่มผู้มีศักยภาพด้านการใช้จ่ายสูง แต่ตลาดกลุ่มนี้ยังมีขนาดเล็กอยู่เมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มวัยทำงาน



แผนภูมิที่ 1 แสดงสัดส่วนจำนวนนักท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, พฤติกรรมการท่องเที่ยวของชาวไทย [ออนไลน์], เข้าถึงเมื่อ 19 สิงหาคม 2553, เข้าถึงได้จาก http://www.tat.or.th/e-journal/article-05_2-49.html

ประเทศไทยจัดเป็นประเทศที่มีประชากรมากเป็นอันดับที่ 19 ของโลกของประชากรไทยมีการเคลื่อนไหวของจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้นทุกปี แต่เป็นการเพิ่มในอัตราที่ลดลงทุกปี ประเทศไทยประสบความสำเร็จด้านการวางแผนครอบครัว ทำให้มีอัตราการเจริญพันธุ์โดยรวมลดลงต่ำกว่าระดับทดแทน ในขณะที่ประชากรไทยมีอายุยืนยาวขึ้นทำให้โครงสร้างของประชากรไทย เปลี่ยนเป็นประชากรผู้สูงอายุในอนาคต

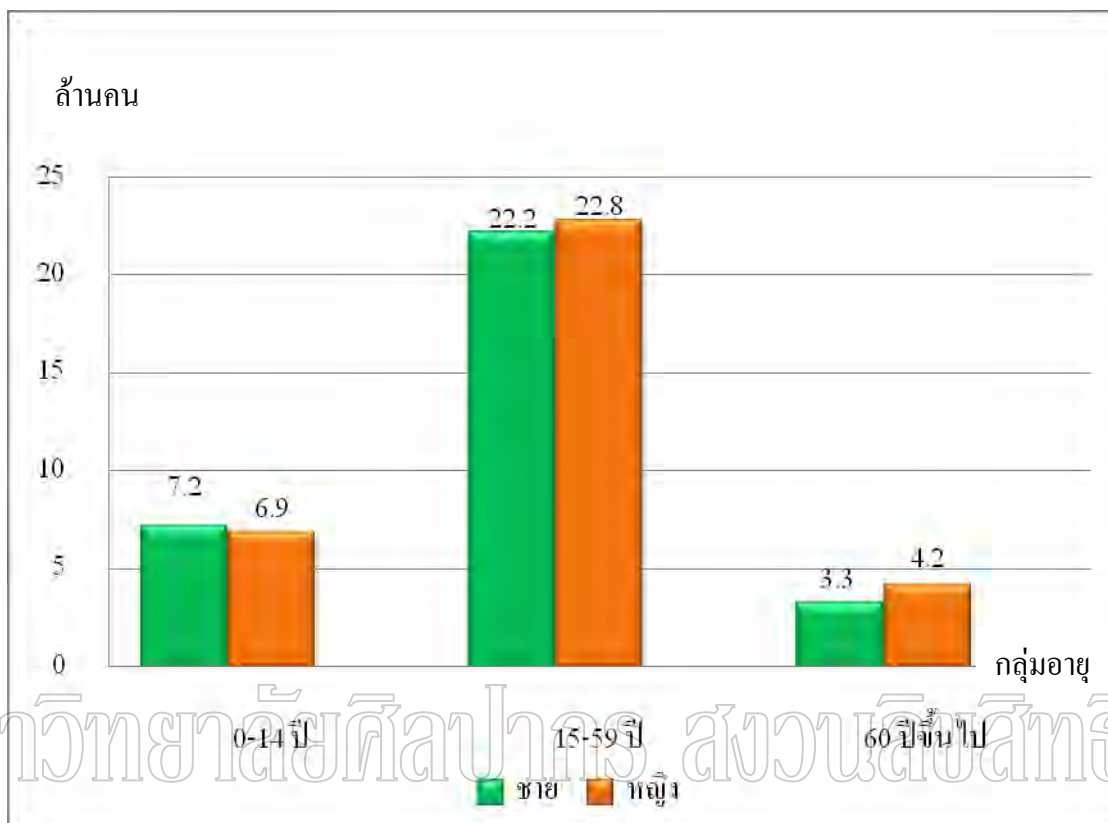
ตารางที่ 6 แสดงข้อมูลประชากรไทยทั่วภูมิภาค ปี พ.ศ. 2552

ภาคและจังหวัด	ประชากร			ร้อยละของ ประชากรใน เขตเทศบาล	อัตราการ เพิ่มของ ประชากร	ความ หนาแน่น ของ ประชากร
	รวม	ชาย	หญิง			
ทั่วประเทศ	63,525,062	31,293,096	32,321,966	44.39	0.77	124
ภาคกลาง	21,445,124	10,400,797	11,044,327	63.62	1.50	206
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	21,495,825	10,729,679	10,766,146	30.52	0.51	127
ภาคเหนือ	11,770,233	5,806,550	5,963,683	38.95	-0.86	69
ภาคใต้	8,813,880	4,356,070	4,457,810	38.66	1.82	125

ที่มา : วิทยาลัยประชากรศาสตร์, ข้อมูลประชากรไทยทั่วภูมิภาค ปี พ.ศ. 2552 [ออนไลน์], เข้าถึงเมื่อ 5 ธันวาคม 2553. เข้าถึงได้จาก http://www.cps.chula.ac.th/pop_info_2551/Image+Data/Population_statistics/Data/Population_Thailand_2552.pdf

ประเทศไทยมีประชากรวัยแรงงานมากกว่าวัยอื่น ๆ จากสถิติของกระทรวงสาธารณสุข พบว่า ประชากรวัยทำงานอายุตั้งแต่ 15-59 ปี มีมากกว่าประชากรทุกกลุ่มอายุ และมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น กลุ่มคนวัยแรงงานเป็นวัยที่มีปัญหาสุขภาพในหลายด้าน เช่น ปัญหาโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ โรคที่เกิดจากการสูบบุหรี่ ดื่มสุรา และการใช้สารเสพติดอื่น ๆ ตลอดจนวัยทำงานประสบปัญหาสุขภาพอันเนื่องมาจากการทำงานอยู่เสมอ

จำนวนประชากร ปี พ.ศ. 2552 แบ่งตามช่วงอายุ



แผนภูมิที่ 2 แสดงจำนวนประชากรปี พ.ศ. 2552 แบ่งตามช่วงอายุ

ที่มา : วิทยาลัยประชากรศาสตร์, ข้อมูลประชากรไทยทั่วภูมิภาค ปี พ.ศ. 2552 [ออนไลน์], เข้าถึงเมื่อ 5 ธันวาคม 2553, เข้าถึงได้จาก http://www.cps.chula.ac.th/pop_info_2551/Image+Data/Population_statistics/Data/Population_Thailand_2552.pdf

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (Economic)

นักลงทุนไทยหรือนักลงทุนต่างชาติ ติดตามวิเคราะห์ข้อมูลจากสถานการณ์ทางการเมืองไทย เมื่อสถานการณ์ทางการเมืองเกิดความไม่แน่นอนและมีเหตุการณ์รุนแรงเกิดขึ้น ย่อมส่งผลกระทบต่อทางด้านเศรษฐกิจของประเทศ ดังนั้นสถานการณ์ทางการเมือง ณ ปัจจุบันส่งผลกระทบต่อภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทยอย่างสูง (ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ 2553)

ตารางที่ 7 แสดงผลกระทบของสถานการณ์ทางการเมืองต่อเศรษฐกิจไทย ตั้งแต่วันที่ 13 มีนาคม 2553 เป็นต้นมา

รายการผลกระทบ	ขุมขุมยึดเยื่อ รวม 70 วัน
ผลกระทบของการบริโภค (ล้านบาท) มีผลกระทบวันละ 800 – 1,000 ล้านบาท	56,000-70,000
ผลกระทบที่เกิดจากการลงทุนทางตรง (ล้านบาท) มีผลกระทบปานกลาง	2,000-5,000
ผลกระทบต่อการท่องเที่ยว (ล้านบาท) มีผลกระทบวันละ 850 – 1,150 ล้านบาท	60,000-80,000
- การท่องเที่ยวจากต่างประเทศ	40,000-50,000
- การท่องเที่ยวภายในประเทศ	20,000-30,000
ผลกระทบโดยรวมต่อระบบเศรษฐกิจ (ล้านบาท) - ผลกระทบที่เกิดขึ้นบริเวณเขตกษประสงค้ - ผลกระทบที่เกิดขึ้นบริเวณและบริเวณใกล้เคียง	138,000-155,000 15,000-25,000 5,000-10,000

ที่มา : ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ, ประเมินสถานการณ์สภาวะธุรกิจ และเศรษฐกิจของไทย หลังสถานการณ์ความไม่สงบ [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 18 สิงหาคม 2553. เข้าถึงได้จาก <http://utcc2.utcc.ac.th/localuser/cebf/download/analysis/final%20paper%20red.pdf>

ผลกระทบจากสถานการณ์ทางการเมืองส่งผลกระทบต่อธุรกิจท่องเที่ยว และธุรกิจที่ค้าขายในประเทศเป็นสำคัญ ทั้งธุรกิจ SME ธุรกิจขนาดใหญ่ และประชาชนทั่วไปทุกระดับในส่วน of ภาคการท่องเที่ยวที่ส่งผลกระทบประมาณวันละ 800-1,000 ล้านบาท จำแนกรายละเอียดได้ ดังนี้

1. ธุรกิจขนาดใหญ่ ได้แก่ ธุรกิจสายการบิน ธุรกิจทัวร์ขนาดใหญ่ ธุรกิจรถโดยสารขนาดใหญ่ โรงแรมและสถานที่พักต่าง ๆ ประมาณ 60% ของผลกระทบต่อวัน หรือประมาณ 510-805 ล้านบาทต่อวัน
2. ธุรกิจ SME และประชาชนทั่วไป ได้รับผลกระทบประมาณ 40% ของผลกระทบต่อวัน หรือประมาณ 340-345 ล้านบาทต่อวัน ได้แก่ ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจของที่ระลึก ธุรกิจสปาและ

นวดแผนไทย ธุรกิจรถโดยสารขนาดเล็ก ตลอดจนประชาชนที่เป็นพนักงานหรือรับจ้างในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งที่มีรายได้รายเดือนหรือรายได้รายวัน

รายงานดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคประจำเดือนมิถุนายน 2553 โดยรวมของประเทศ ประชาชนมีความเชื่อมั่นต่อสถานะเศรษฐกิจของประเทศเพิ่มขึ้นเนื่องจากสถานะเศรษฐกิจโลก มีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้น ส่งผลให้การส่งออก และการผลิตของไทยยังมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง รัฐบาลของประเทศต่าง ๆ มีการกำหนดเงื่อนไขที่ใช้นโยบายการเงินและนโยบายการคลัง การกระตุ้นเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องจนกว่าเศรษฐกิจฟื้นตัวอย่างชัดเจน และรัฐบาลมีแนวทางต่ออายุมาตรการบรรเทาภาระค่าครองชีพของประชาชน ที่ได้รับผลกระทบจากการที่ค่าครองชีพที่สูงขึ้น โดยรัฐบาลมีแผนการดำเนินโครงการ ไทยเข้มแข็ง เพื่อสร้างงานและสร้างรายได้ให้กับประชาชน อีกทั้งสถาบันการเงินปล่อยสินเชื่อเข้าสู่ระบบมากขึ้น แต่ภาคการท่องเที่ยวและบริการได้ผลกระทบในระยะยาว แม้มีการคลี่คลายสถานการณ์การชุมนุมทางการเมือง การที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้าไปดูแลประชาชน ที่ได้รับความเสียหายจากเหตุการณ์ดังกล่าวสามารถเรียกความเชื่อมั่นของประชาชนคนไทยกลับคืนมาได้ส่งผลให้ประชาชนรู้สึกปลอดภัยที่สถานการณ์ทุกอย่างเริ่มเข้าสู่ภาวะปกติ แต่ระดับราคาน้ำมันยังคงทรงตัวอยู่ที่ราคา 30 บาทต่อลิตร ส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตและราคาสินค้าบางชนิดปรับตัวสูง ส่งผลต่อการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคของประชาชนที่ระมัดระวังการใช้จ่ายเพิ่มขึ้น (สำนักดัชนีเศรษฐกิจการค้า 2553)

ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม (Social and Cultural)

ประชากรไทยโดยทั่วไปมีการเปลี่ยนแปลงการดำเนินชีวิตร่วมกับคนในสังคมจากการอยู่รวมกันเป็นครอบครัวใหญ่ แต่ในปัจจุบันนิยมเป็นครอบครัวขนาดเล็กมากขึ้น หรือจากความเป็นสังคมชนบท กลายเป็นสังคมเมืองมากขึ้น สิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่ส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตความเป็นอยู่และสภาพจิตใจมากขึ้น กระแสของการรับข้อมูลข่าวสารนั้นสามารถเข้าถึงได้ทุกเพศ ทุกกลุ่ม ทุกวัย เกิดพฤติกรรมเลียนแบบ เกิดกระแสบริโภคนิยม ส่งผลให้การดำเนินชีวิตนั้นเปลี่ยนแปลงไป การดำเนินธุรกิจไม่เพียงแต่สร้างสินค้าและบริการออกสู่ตลาดนั้น เจ้าของธุรกิจต้องศึกษาและเข้าใจถึง “ผู้บริโภค” (Consumer) อย่างถ่องแท้ เพื่อสามารถผลิตสินค้า (Product) และบริการ (Service) ตรงกับความต้องการ (Needs) ที่แท้จริงได้ ผู้บริโภคแต่ละกลุ่มมีพฤติกรรมและความต้องการที่แตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายด้าน ทั้งอายุ เพศ สถานะทางสังคม

สภาพทางสังคมไทยในปัจจุบัน ที่มีการเปลี่ยนแปลงหลายด้าน ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม อันเป็นผลเนื่องมาจากความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี การรับเอาแบบอย่างวัฒนธรรมของประเทศตะวันตกเข้ามา ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรม

ที่สะท้อนความงามหรือไม่งามในด้านต่าง ๆ เช่น การแต่งกาย การรับประทานอาหาร ความฟุ้งเพื่อ วัตถุประสงค์ พฤติกรรมทางเพศ ฯลฯ ได้เข้ามามีบทบาทต่อการใช้ชีวิตประจำวันมากขึ้น โดยเฉพาะกับ กลุ่มคนที่เรียกว่า “วัยรุ่น” กับการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมที่กล้าแสดงออกมากขึ้นทั้งด้านการ แต่งกาย การคบเพื่อนต่างเพศ หรือ เรื่องของเพศสัมพันธ์

ศูนย์เฝ้าระวังและเตือนภัยทางสังคม พ.ศ. 2551 สำรวจพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกลางคืนใน วัยรุ่นช่วงเทศกาลวันสำคัญต่าง ๆ เช่น วันปีใหม่ วันวาเลนไทน์ พบว่าสถานที่ที่มีการมีเพศสัมพันธ์ของ วัยรุ่นส่วนใหญ่อาศัยบ้านตนเอง บ้านแฟนและบ้านเพื่อน รวมถึงหอพัก ห้องเช่ารายวัน โรงแรม เพื่อตอบสนองความต้องการทางเพศ (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ 2551)



แผนภูมิที่ 3 สถานที่ที่มีเพศสัมพันธ์ของวัยรุ่นในช่วงเทศกาลวันสำคัญ

ที่มา : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.), ปีใหม่กับข้ออ้างการมี
เพศสัมพันธ์ 2551 [ออนไลน์], เข้าถึงเมื่อ 3 พฤศจิกายน 2553, เข้าถึงได้จาก

<http://www.thaihealth.or.th/node/12965>)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยวิเคราะห์สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศ นอกเหนือ ช่วงเทศกาลในปี 2553 พบว่าคนไทยยึดการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญในการเติมความสุขให้กับ ตนเอง เพราะเป็นทางออกของภาวะความเครียด มีแนวโน้มการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากความ ไม่สงบทางการเมืองที่เกิดขึ้นในช่วงที่ผ่านมา และจากการศึกษาพบว่า พื้นที่ภาคกลางและ

กรุงเทพมหานคร เป็นฐานตลาดของคนไทย มีแนวโน้มพฤติกรรมที่นิยมการ “กิน เที่ยว ช้อป” และท่องเที่ยวเดินทางระยะใกล้มากยิ่งขึ้น มีการกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับรูปแบบการใช้ชีวิต (Life Style) ที่หลากหลายเพื่อผลักดันให้เกิดการกระจายรายได้ และกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2553)

นักท่องเที่ยวในปัจจุบันมีพฤติกรรมหรือลักษณะนิสัยที่ต้องการพบเห็นสิ่งแปลกใหม่ อยู่เสมอ และชอบการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ มีเกณฑ์การเลือกที่พักสะอาด มีห้องพักให้เลือกหลายประเภท การตกแต่งต้องสวยงามราคาถูกหรือต้องการส่วนลดและต้องปลอดภัย มีที่จอดรถ สะดวก ใกล้แหล่งชุมชน สิ่งเหล่านี้ล้วนปัจจัยขั้นพื้นฐานที่มนุษย์ทุกคนต้องการในการใช้ชีวิต สิ่งเหล่านี้ต้องการสื่อให้เห็นถึงการดำเนินชีวิต และวัฒนธรรมความเป็นอยู่ที่เปลี่ยนแปลงไปตามสภาพสังคมของบุคคล (ฐิติวัฒน์ ปัญญากรณ์ 2550 : 78 - 79)

ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technology Factor)

การขยายตัวของอินเทอร์เน็ตอย่างต่อเนื่องและแพร่หลาย ส่งผลให้โลกปัจจุบันก้าวเข้าสู่ยุค Net Generation เห็นได้จากการเติบโตของจำนวนประชากรโลกใช้อินเทอร์เน็ตอย่างต่อเนื่องกว่า 1,734 ล้านคน สำหรับประเทศไทยการเติบโตของอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเช่นกัน ในปี 2551 มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ต 16.1 ล้านคน และโดยเฉลี่ยในปี 2552 มีจำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์ (Website) ต่าง ๆ ประมาณ 1.3 ล้านคน โดยภาครัฐให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตมาก ในการนำเสนอข่าวสารทางการตลาดเพื่อตอบสนองกลุ่มเป้าหมายจำนวนมาก (Critical Mass) จากการผลิตสื่อสารสนเทศรูปแบบสิ่งพิมพ์ออนไลน์ หรือ คลิปวิดีโอ ผ่านอินเทอร์เน็ต ส่งผลให้เกิดการขยายตัวของธุรกิจที่เกี่ยวข้องมากมายบนอินเทอร์เน็ต รวมถึงการขยายตัวของข้อมูล / เนื้อหาดิจิทัลต่าง ๆ บนอินเทอร์เน็ตที่เพิ่มอย่างมาก เช่น การนำเสนอข่าวผ่านทางเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) อาทิ Twitter และ Facebook เป็นต้น ทำให้การรับรู้ข่าวสารในยุคปัจจุบันกลายเป็นยุคข่าวสารไร้พรมแดนโดยสิ้นเชิง (ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ 2552 : 1-3)

เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นเครื่องมือสำคัญมีบทบาทต่อการดำเนินธุรกิจ ก่อให้เกิดความสะดวกและรวดเร็วเหมาะกับยุคข่าวสารไร้พรมแดน ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Internet) เพราะนักท่องเที่ยวในปัจจุบันนิยมความสะดวกสบาย และการสื่อให้เห็นภาพบรรยากาศ สถานที่ เป็นสิ่งหนึ่งที่สร้างแรงจูงใจในการตัดสินใจเลือกจองที่พัก ทั้งนี้สามารถดูรายละเอียด เช่นห้องพัก กิจกรรม หรือสิ่งอำนวยความสะดวกได้จากเว็บไซต์ ที่เข้าถึง

ข้อมูลได้เร็วและมีข้อมูลรายละเอียดอย่างดี โดยให้เว็บไซต์เป็นเสมือนประตูบานแรกในการต้อนรับแขกผู้มาเยือน และเป็นการลดต้นทุนด้านการตลาด

ปัจจัยสภาพแวดล้อม (Environmental)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยตระหนักดีว่าหนทางเดียวที่ทำให้การท่องเที่ยวมีอนาคตที่ยั่งยืนได้คือ ต้องส่งเสริมและผลักดันให้ทุกภาคส่วน เกิดจิตสำนึกต่อสิ่งแวดล้อมและลงมือปฏิบัติด้วยความเต็มใจ ได้ดำเนินโครงการปฎิญญารักษาสีเขียวสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนตามแนวคิด 7 Greens สามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรมเพื่อให้เกิดผลสำคัญ 2 ประการ คือ ลดผลกระทบจากภาวะโลกร้อน และสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน เป็นแนวคิดที่พยายามให้ครอบคลุมและเชื่อมโยงทั้งผู้ที่มีบทบาทในอุตสาหกรรม ท่องเที่ยวโดยตรง สื่อมวลชน รวมถึงประชาชนทั่วไป เชื่อว่าสามารถสร้างความเปลี่ยนแปลงระดับทัศนคติและนำไปสู่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมได้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2553)

ธุรกิจทุกประเภทที่ประกอบกิจการเพื่อหวังผลกำไร ต้องปฏิบัติภารกิจแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม โดยเฉพาะด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินอยู่ได้อย่างยั่งยืน คู่กับคนในสังคม ธุรกิจที่ดำเนินอยู่บนพื้นฐานการก่อสร้างต้องคำนึงถึงการออกแบบและจัดวางระบบการบำบัดของเสียให้ได้มาตรฐาน ควรใช้แนวคิดเรื่องการออกแบบและก่อสร้างอาคาร Green Building หรือที่เรียกว่า อาคารเขียว คือ อาคารที่มีการจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างรอบด้าน มีการจัดการด้านพลังงาน รวมทั้งสุขภาพที่ดีของผู้อยู่อาศัย หมายถึงการออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อมที่หาจุดสมดุลระหว่างความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมกับต้นทุนที่เหมาะสม เพราะการออกแบบที่ดีต้องคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมที่ดี มีความประหยัด ลดค่าใช้จ่าย ลดการสูญเสียที่เกิดจากการใช้วัสดุควรนำมาใช้หมุนเวียนได้ (Recycle) ทำให้ลดปริมาณขยะก่อสร้างได้อีกทางหนึ่งวิธีการก่อสร้างควรใช้ระยะเวลาที่รวดเร็ว ทันต่อความต้องการ มีคุณภาพ มีความคลาดเคลื่อนและผิดพลาดน้อย ปัจจัยต่าง ๆ ที่กล่าวมาเป็นผลให้นำไปสู่การประหยัดพลังงาน การประหยัดต้นทุนการก่อสร้างการใช้วัสดุที่ไม่จำเป็นให้น้อยลง (อรรถจันทร์ เศรษฐบุตร 2553)

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา มีการใช้หลักเกณฑ์ในการคัดเลือก โรงแรมสีเขียว (Green Hotel) คือ มีการใช้นโยบายสิ่งแวดล้อมและการดำเนินการสำหรับการดำเนินการของผู้ประกอบ การธุรกิจโรงแรม การเลือกใช้ผลิตภัณฑ์สีเขียวเพื่อรักษาสภาพแวดล้อม การร่วมมือกับชุมชนและองค์กรส่วนท้องถิ่น การจัดฝึกอบรมพัฒนาทรัพยากรมนุษย์สำหรับดำเนินงานการจัดการขยะจัดการของเสีย การใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อลดการใช้พลังงาน การใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อลดการใช้น้ำ การจัดการคุณภาพอากาศ ทั้งในร่มและกลางแจ้ง การควบคุมมลพิษ

ทางเสี่ยงจากการดำเนินงาน โรงแรม การจัดการและบำบัดน้ำเสียเพื่อป้องกันการปนเปื้อนของน้ำ และลดการสร้างน้ำเสีย และมีการจัดการสารพิษและสารเคมี โดยแสดงสัญลักษณ์ที่ชัดเจนสำหรับ วัตถุประสงค์ กำจัดของเสียอันตรายอย่างเหมาะสม

สาเหตุหลักของการรณรงค์โรงแรมสีเขียว (Green Hotel) มาจากการที่ราคาพลังงานที่ปรับตัวสูงขึ้น วิกฤตแห่งสภาวะโลกร้อนขึ้น และปัญหาขยะ/ของเสียที่กำจัดไม่ได้มีมากขึ้นเรื่อย ๆ กลายเป็นปัญหาใกล้ตัวภาคธุรกิจมากขึ้น เพราะนั่นหมายถึง ต้นทุนการดำเนินงานที่สูงขึ้น เพื่อลดต้นทุนในการดำเนินงานธุรกิจ โรงแรม ถือว่ามีการใช้พลังงานเป็นจำนวนมาก ตลอดจนมีการใช้ทรัพยากรอย่างฟุ่มเฟือยมากที่สุดในโลกธุรกิจ โดยเฉพาะปัญหาการสูญเสียพลังงานในการผลิตน้ำร้อน ในกระบวนการบริการ ชักล้าง และประกอบอาหาร ในภาวะที่พลังงานมีราคาสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงต้องหาแหล่งพลังงานอื่นมาทดแทน และรณรงค์กิจกรรมเพื่อการประหยัดพลังงานในทุกด้าน ดังนี้

1. เริ่มต้นจัดการด้านอนุรักษ์พลังงาน ด้วยการปิดไฟฟ้าบริเวณที่ไม่มีผู้เข้าพัก
2. เปลี่ยนหลอดไฟให้เป็นแบบประหยัดพลังงานทั้งโรงแรม
3. วางแผนรณรงค์ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า
4. การลดปริมาณขยะ ลดการปล่อยของเสีย สร้างบรรยากาศ และอากาศที่บริสุทธิ์ภายในโรงแรม
5. การจัดกิจกรรมปลูกจิตสำนึกของคนในองค์กร และผู้เข้าพักโรงแรม ให้รู้คุณค่าพลังงาน
6. การออกแบบและปรับใช้พื้นที่ และภาชนะใช้สอยส่วนต่าง ๆ ของโรงแรม/ที่พัก ให้มีการใช้พลังงานอย่างคุ้มค่า เหมาะสม และประหยัดมากที่สุด
7. การลดปริมาณของเสีย การนำกลับมาใช้ใหม่ และการนำไปแปรรูป
8. การอนุรักษ์และการจัดการพลังงานอย่างเป็นระบบและครบวงจร
9. การบริหารจัดการเรื่องการใช้ทรัพยากรน้ำอย่างคุ้มค่า
10. การจัดซื้อที่คำนึงถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การพัฒนาสังคมและวัฒนธรรมควบคู่ไปด้วย ที่สำคัญที่สุดการรณรงค์โรงแรมสีเขียว ต้องมีการพัฒนาปรับปรุงระบบอย่างต่อเนื่องด้านหนึ่งเป็นกรณีที่สอดคล้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมรอบข้าง CSR (Corporate Social Responsibility) หรือการบริหารเศรษฐกิจ/ธุรกิจสีเขียว (Green Economy) ที่เป็นประเด็นมาตรฐานในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจให้เป็นที่ไปอย่างยั่งยืนไปสู่โรงแรมสีเขียว (Green Hotel) เพื่อประโยชน์ในภาพรวมของการท่องเที่ยวมุ่งกลับไปสู่การอนุรักษ์/รักษารักษาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้สวยงาม และใช้ประโยชน์ได้อย่างยั่งยืน

ปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย (Political and Legal)

ด้านการเมือง

การเมืองไทยส่งผลกระทบต่อสถานการณ์การท่องเที่ยว โดยเฉพาะการถดถอยอย่างรุนแรงของตลาดนักท่องเที่ยว โดยเป็นปัจจัยลบที่บั่นทอนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตั้งแต่ครั้งปี 2551 จนถึงปัจจุบัน ได้แก่

1. ความไม่มีเสถียรภาพทางการเมืองนำไปสู่เหตุการณ์รุนแรงและการปิดล้อมสนามบินดอนเมืองและสนามบินนานาชาติสุวรรณภูมิในช่วงปลายปี 2551 ส่งผลกระทบต่ออย่างรุนแรงต่อภาพลักษณ์ด้านความสงบและความปลอดภัยภายในประเทศไทยอย่างไม่เคยปรากฏในสายตานานาชาติ

2. การชุมนุมที่นำไปสู่เหตุการณ์รุนแรงถึงขั้นจลาจลที่พัทยาและกรุงเทพฯ รวมทั้งต่างจังหวัดในช่วงเดือนเมษายน 2552 ดักย่ำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติขาดความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยมากขึ้น และรัฐบาลของต่างประเทศมากกว่า 20 ประเทศได้ประกาศเตือนประชาชนให้หลีกเลี่ยงการเดินทางมายังประเทศไทยในช่วงที่เกิดเหตุการณ์ แม้ว่าทางการไทยจะได้มีการสื่อสารโดยทันทีหลังที่เหตุการณ์ได้เริ่มคลี่คลาย เพื่อให้รัฐบาลแต่ละประเทศยกเลิกประกาศเตือนนักท่องเที่ยวมิให้เดินทางมายังประเทศไทย แต่ต้องใช้เวลาพอสมควรในการพลิกฟื้นความเชื่อมั่นจากนักท่องเที่ยว

3. เหตุการณ์ชุมนุมเรียกร้องทางการเมือง นับตั้งแต่เดือนมีนาคม 2553 ถึงเดือนพฤษภาคม เหตุความรุนแรงถึงขั้นเผาทำลายอาคารในย่านธุรกิจและการค้าสำคัญกลางกรุงเทพฯ และมีผู้ได้รับความเสียหายจากการเกิดเหตุการณ์นี้เป็นจำนวนมาก

ภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องในเรื่องของการท่องเที่ยวร่วมมือเร่งขยายตลาดนักท่องเที่ยวคนไทย โดยกระตุ้นให้คนไทยหันมาเที่ยวในประเทศกันมากขึ้น เพราะนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยชะลอตัวลง ควบคู่กับการกระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่อาจจะต้องใช้ระยะเวลาพอสมควร โดยมีปัจจัยเกื้อหนุนที่สำคัญคือ ภาวะเศรษฐกิจที่เริ่มฟื้นตัว, มาตรการช่วยเหลือภาคการท่องเที่ยวของรัฐบาล และกลยุทธ์ทางการตลาดที่เข้มข้นของกลุ่มธุรกิจท่องเที่ยว ทั้งนี้ การท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวคนไทยสามารถสร้างรายได้ประมาณ 4 แสนล้านบาท แม้เกิดสถานการณ์ต่าง ๆ ที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้ แต่ไม่ใช่ประเด็นสำคัญ เพราะรูปแบบการใช้ชีวิตของคนรุ่นใหม่ ชื่นชอบการท่องเที่ยวเป็นทุนเดิม โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีการจัดกิจกรรมทางการตลาด กระตุ้นนักท่องเที่ยวภายในประเทศอย่างต่อเนื่อง

ด้านกฎหมาย

ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจที่พักประเภท โรงแรม รีสอร์ท เซอร์วิส อพาร์ทเมนต์ โรงแรม ต้องดำเนินงานอยู่ภายใต้กฎหมายของประเทศไทย ปัจจุบันภาครัฐบาลหน่วยงานกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้ออกกฎหมายควบคุมเกี่ยวกับธุรกิจบริการที่พักให้มีข้อกำหนดมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยว เนื่องจากสถานที่พักระหว่างการเดินทางของนักท่องเที่ยวเป็นเรื่องที่มีความจำเป็นอย่างยิ่ง มีการกำหนดระดับคุณภาพการให้บริการของสถานที่พักประเภทต่าง ๆ ให้ชัดเจนถือเป็นสิ่งที่สามารถประกันระดับคุณภาพการให้บริการให้แก่นักท่องเที่ยวและส่งผลให้เกิดความพอใจในการกลับมาใช้บริการซ้ำ

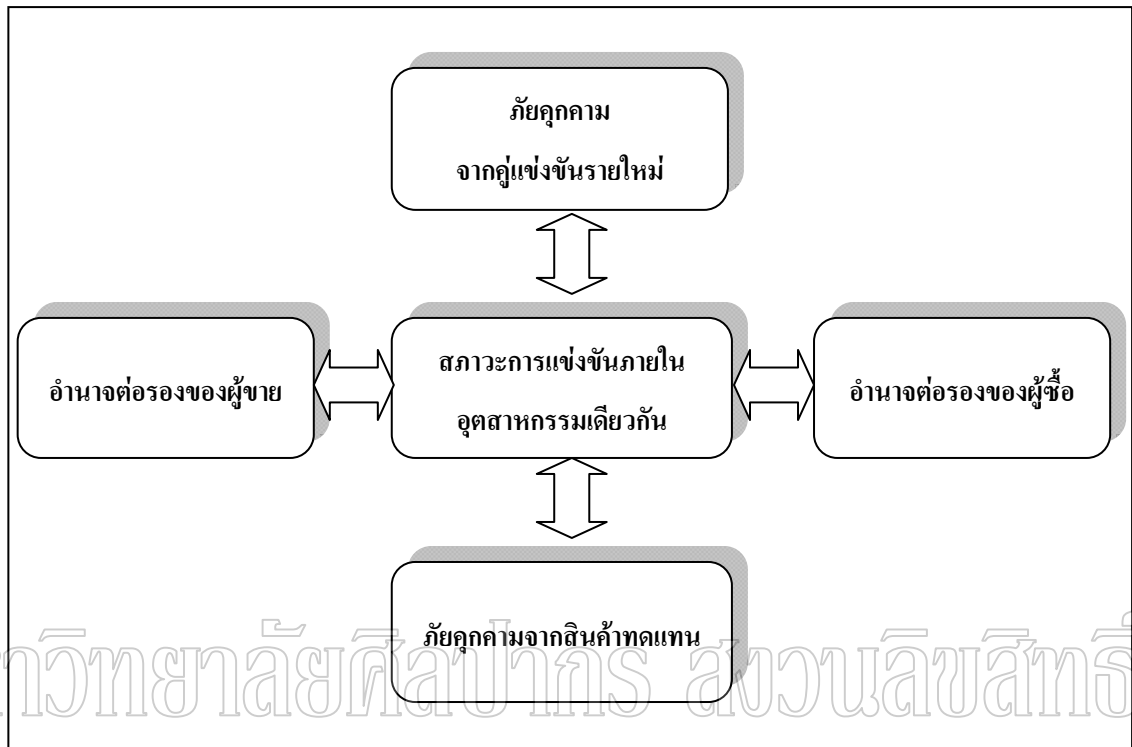
พระราชบัญญัติ กฎหมาย ข้อปฏิบัติ ควบคุมธุรกิจอาคารที่พักแรมและธุรกิจบริการ มีดังนี้

1. พระราชบัญญัติการวางผังเมือง พ.ศ. 2518
2. พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522
3. พระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2547
4. มาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยว ประเภทโรงแรม
5. ข้อบัญญัติท้องถิ่น
6. การยื่นขออนุญาตประกอบธุรกิจโรงแรม
7. ใบอนุญาตประกอบวิชาชีพวิศวกรรมควบคุม ตามพระราชบัญญัติวิศวกร พ.ศ. 2542 หรือผู้ได้รับใบประกอบอนุญาตวิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุมพระราชบัญญัติสถาปนิก พ.ศ. 2543

การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรม (Five Forces Model)

การวิเคราะห์ปัจจัยหรือสภาพการแข่งขันในแต่ละอุตสาหกรรมทำให้ทราบถึงที่มาของความรุนแรงในการแข่งขันและอิทธิพลอันเกิดจากภาวะการแข่งขันเหล่านี้ การวิเคราะห์ มีความจำเป็นสำหรับการจัดทำกลยุทธ์ขององค์กร เนื่องจากผู้บริหารไม่สามารถจัดทำกลยุทธ์ ที่ประสบความสำเร็จ โดยไม่มีความเข้าใจถึงลักษณะที่สำคัญของการแข่งขันได้เลย ในการวิเคราะห์สภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรมนั้น Michael E. Porter ได้เสนอแนวคิดว่ามีปัจจัยสำคัญ 5 ประการที่ส่งผลต่อสถานะในการแข่งขันของแต่ละอุตสาหกรรม หรือที่เราเรียกกันว่า Five-Forces Model ได้กลายเป็นแนวคิดที่มีประโยชน์อย่างมากในการวิเคราะห์สภาพการแข่งขัน ในอุตสาหกรรม รวมทั้งความรุนแรงของปัจจัยแต่ละประการตามแนวคิดนี้ การวิเคราะห์สภาพอุตสาหกรรมช่วย ในการสร้างแนวทางแก้ไขที่แสดง โอกาสและข้อจำกัดที่ธุรกิจต้องเผชิญ (เสนาะ ตีเขาว์ 2550 : 42)

การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันนั้นอาศัยแนวความคิดของ Michael Porter Model หรือ Five Force Model แบ่งสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันออกเป็น 5 ประการ ดังภาพ



ภาพที่ 3 แสดงการวิเคราะห์สถานะการแข่งขันในอุตสาหกรรมของ Michael E. Porter
ที่มา : Philip Kotler and Armstrong Gary, Principles of Marketing (Columbia : Prentice-Hall
Inc., 1996).

สถานะการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน (Rivalry among Firms within The Industry)

การแข่งขันภายในอุตสาหกรรมธุรกิจที่พักแรมในเขตอำเภอสวนผึ้ง สร้างแรงกดดันต่อธุรกิจสูง เนื่องจากมีที่พักประเภทรีสอร์ท มีอยู่จำนวนมากให้นักท่องเที่ยวได้เลือกพักผ่อนและมีราคาสูงเมื่อเปรียบเทียบกับที่พักประเภทโรงแรมระดับมาตรฐาน 3 ดาวและโฮมสเตย์ที่มีอยู่จำนวนน้อย ราคาที่พักไม่แพง แต่โฮมสเตย์เป็นที่พักเน้นการให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการดำเนินวิถีชีวิตและวัฒนธรรมกับคนในชุมชนท้องถิ่น ประกอบกับสถานที่ตั้งของสถานประกอบการโรงแรมไม่ได้อยู่ในแหล่งพื้นที่ชุมชนที่มีวัฒนธรรมที่เด่นชัด ผู้ประกอบการเห็นควรจัดตั้งที่พักแรมแบบ โรงแรมแบบประหยัด มาตรฐาน 3 ดาว เนื่องจาก โรงแรมเป็นที่พักแรม

มาตรฐานสากลที่ได้รับความนิยมในการเลือกพัก แม้การลงทุนใช้เงินลงทุนสูง แต่ได้ผลตอบแทนคุ้มค่าในระยะยาว

คู่แข่งกันในอุตสาหกรรมเดียวกันมีจุดขายที่ต่างกัน ความแตกต่างของบรรยากาศและสถานที่มีอยู่มาก ฐานกลุ่มลูกค้าจึงมุ่งเน้นกันไปเฉพาะกลุ่ม โดย Modern Hotel เป็นธุรกิจที่นำเสนอรูปแบบเฉพาะนั่นคือ สะดวก สบาย ปลอดภัย ประหยัด โดยเจาะกลุ่มลูกค้าระดับล่างและระดับกลางที่ชอบสินค้าหรือการบริการราคาถูก แต่ต้องการบริการที่ดี และให้ความปลอดภัยทั้งชีวิตและทรัพย์สิน

Modern Hotel มีแนวคิดสร้างจุดเด่นด้วยการสร้างโรงแรมให้เป็นเอกลักษณ์ในการออกแบบสไตล์โมเดิร์นจากการคำนึงถึงความร่วมสมัยในอนาคต สามารถตอบสนองวิถีชีวิตของกลุ่มลูกค้าที่ชื่นชอบความสวยงาม แปลกตา และใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติให้เกิดประโยชน์สูงสุด ด้วยการสร้างตัวอาคารและห้องพักตามแนวคิดอาคารสีเขียว และแนวคิดโรงแรมสีเขียว (Green Hotel) เพราะ Modern Hotel คำนึงถึงการมีส่วนร่วมในการลดมลภาวะโลกร้อน และต้องการสื่อให้นักท่องเที่ยวเห็นว่าแม้เป็นธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก แต่มีสไตล์การออกแบบตกแต่งห้องพักให้สอดคล้อง เกิดความสมดุลกับธรรมชาติ และการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม คือส่วนหนึ่งที่ Modern Hotel ให้ความสำคัญไม่น้อยไปกว่า การทำธุรกิจที่ต้องการผลกำไร **ภัยคุกคามจากคู่แข่งรายใหม่ (Threat of New Entrants)**

ธุรกิจที่พักแรมให้ผลกำไรมากอย่างต่อเนื่องทำให้เกิดผู้ลงทุนเข้าสู่ธุรกิจนี้มาก แรงกดดันจากคู่แข่งรายใหม่สูง หากผู้ลงทุนมีที่ดินและเงินลงทุนพร้อมในการทำธุรกิจ สามารถสร้างสถานที่พักแรมได้อย่างง่าย

คู่แข่งรายใหม่ที่ดำเนินธุรกิจตามแบบ Modern Hotel ต้องมีแหล่งทำเลที่เอื้ออำนวยต่อการจัดสถานที่ให้เหมาะต่อการเป็นสถานที่พักแรมรวมทั้งการออกแบบหรือดัดแปลงสภาพพื้นที่ให้สอดคล้องกับการเป็นที่พักที่ได้มาตรฐาน และต้องมีเงินทุนส่วนตัวมากในการดำเนินธุรกิจ หากคู่แข่งใช้วิธีการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงิน ธุรกิจย่อมมีความเสี่ยงต่อการขาดทุนเพราะต้องเสียค่าใช้จ่ายในการจ่ายดอกเบี้ยให้กับสถาบันการเงิน และการดำเนินธุรกิจให้ได้มาตรฐานตามที่ภาครัฐกำหนดใช้เงินลงทุนสูง โดยเฉพาะคู่แข่งที่เข้ามาใหม่ ต้องรักษาระดับการให้บริการตั้งแต่ 1 - 5 ดาว เพื่อให้ได้มาตรฐานที่ก่อให้เกิดแรงจูงใจต่อลูกค้า

Modern Hotel มุ่งหวังสร้างมาตรฐานที่พักแรมแบบโรงแรมให้อยู่ในระดับ 3 ดาว หากคู่แข่งรายใหม่ที่เข้าสู่ธุรกิจนี้ ต้องสร้างมาตรฐานให้เหนือกว่า Modern Hotel เพราะหากกำหนดมาตรฐานได้ต่ำกว่า ย่อมนำมาซึ่งผลเสียของธุรกิจ โดยเฉพาะรูปแบบสถานที่พักแรมต้องดึงดูดความสนใจ มีสไตล์ที่เป็นเอกลักษณ์ ทั้งนี้ Modern Hotel มีสถาปนิกที่เป็นบุคลากรสำคัญ

ด้านการออกแบบมีความรู้และประสบการณ์การทำงาน สามารถคิดวิเคราะห์รูปแบบการจัดวางองค์ประกอบทั้งภายนอกและภายในสถานที่ให้สอดคล้องกับพื้นที่ และการดำเนินชีวิตหลากหลายสไตล์ของลูกค้าได้เป็นอย่างดี เพื่อตอบสนองความพึงพอใจให้สูงสุด

ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitute Products)

ธุรกิจที่พักแรมมีรูปแบบให้นักท่องเที่ยวเลือกพักแทน โรงแรมมีมากแรงกดดันต่อธุรกิจสูง เช่น เกสต์เฮาส์ รีสอร์ท และ โฮมสเตย์ ที่มีอัตราการเช่าพักต่อคืนมีราคาประหยัดจนถึงราคาสูง เช่น การตั้งแคมป์มีราคาไม่แพง แต่สถานที่ในการตั้งแคมป์มีอยู่อย่างจำกัด และไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกรับรองความปลอดภัยมีอยู่น้อย และการพักบ้านญาติ หากนักท่องเที่ยวมีญาติอยู่ในเขตพื้นที่อำเภอสวนผึ้งย่อมปฏิบัติได้เช่นนั้น แต่ไม่ก่อให้เกิดความรู้สึกในการสัมผัสบรรยากาศแห่งการพักผ่อนและสิ่งอำนวยความสะดวกอาจไม่มีไว้รองรับ จำนวนที่พักทดแทนโรงแรมเพิ่มขึ้น ส่งผลให้เกิดอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจมากขึ้นเช่นกัน

Modern Hotel ได้สร้างคุณลักษณะเด่นของห้องพัก ให้มีสไตล์ที่พักแบบโมเดิร์นที่หลากหลายในแต่ละห้องมีการตกแต่งใช้วัสดุที่ต่างกัน เพื่อให้ผู้เข้าพักสามารถเลือกพักได้ตามความชื่นชอบ อีกทั้งมีราคาถูกกว่าที่พักแบบรีสอร์ท นับเป็นหนึ่งทางเลือกที่สามารถสนองความต้องการได้เป็นอย่างดี และการบริการที่แตกต่างเหนือกว่าคู่แข่ง ทำให้ลูกค้าเห็นว่าโรงแรมขนาดเล็กแต่การบริการดีมีอยู่จริง

อำนาจการต่อรองของกลุ่มผู้ซื้อหรือลูกค้า (Bargaining Power of Buyers)

อำนาจการต่อรองของลูกค้าในการเลือกใช้บริการสูง เนื่องจากในอำเภอสวนผึ้งมีที่สถานที่พักแรมให้เลือกอย่างมา ลูกค้าสามารถต่อรองราคาที่พักได้ง่าย แต่ Modern Hotel มุ่งเน้นทั้งด้านการให้บริการ และห้องพักที่เป็นเอกลักษณ์หลากหลายสไตล์ภายในพื้นที่พัก ต่างจากธุรกิจรีสอร์ทที่มุ่งเน้นการออกแบบที่เหมือนกัน นั่นคือ สไตล์เมอร์ดิเตอร์เนียนและบ้านดินที่ลอกเลียนแบบตามกัน ทำให้มีที่พักแบบนี้เป็นจำนวนมาก ราคาสูงเทียบเคียงไม่ต่างกันมาก

ดังนั้นลูกค้าที่เข้าพักที่ Modern Hotel สามารถสัมผัสได้แห่งความทันสมัยทางการออกแบบ และการบริการที่ดี อัตราราคาที่พักไม่แพง สิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ลูกค้าไม่จำเป็นต้องจ่ายเงินจำนวนมากแต่ได้คุณภาพที่พักแบบรีสอร์ท ทั้งนี้ลูกค้าสามารถเลือกการตัดสินใจเลือกพักแรมในแบบอื่นได้ ขึ้นอยู่กับทัศนคติความพอใจแต่ละบุคคล

อำนาจการต่อรองของผู้ขาย (Bargaining Power of Suppliers)

อำนาจการต่อรองของผู้ขายต่ำ เนื่องจาก Modern Hotel เป็นธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กการจัดซื้อสินค้า ทางโรงแรมเป็นผู้จัดซื้อสินค้าเองโดยไม่ต้องผ่านผู้แทนจำหน่ายสินค้าบางประเภทที่ทางโรงแรมต้องติดต่อกับผู้จำหน่าย ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด และเครื่องดื่ม

การต่อรองของผู้จัดจำหน่ายถือได้ว่ามีอิทธิพลต่อโรงแรมน้อย แต่หากมุมมองของผลประโยชน์หรือต้นทุนวัตถุดิบที่ทางโรงแรมจัดซื้อมานั้น พบว่า ในการที่โรงแรมสั่งซื้อวัตถุดิบเองทุกครั้งในปริมาณน้อยทำให้ไม่ได้รับส่วนลดเท่ากับธุรกิจรีสอร์ทขนาดใหญ่ที่สั่งซื้อวัตถุดิบครั้งละมาก ๆ จากผู้จำหน่าย ดังนั้นราคาต้นทุนการผลิตของโรงแรมแตกต่างกันถ้าโรงแรมซื้อสินค้าเองตามท้องตลาดในราคาปกติเหมือนกับลูกค้าปลีกทั่วไป ส่งผลให้โรงแรมมีต้นทุนการผลิตสูง เหตุผลหลายประการที่ทำให้ผู้ขายมีอำนาจต่อรอง เช่น จำนวนผู้ขายวัตถุดิบยิ่งน้อยราย ยิ่งทำให้ผู้ขาย มีอำนาจในการต่อรองมากขึ้น และสัดส่วนที่ผู้ขายขายให้ก็น้อย อำนาจการต่อรองยิ่งเพิ่มขึ้น

ผู้จำหน่ายสินค้าอุปโภค บริโภคแบบปลีกและส่งในเขตอำเภอสวนผึ้ง และเขตอำเภอเมืองจังหวัดราชบุรีมีจำนวนมาก ทางโรงแรมสามารถต่อรองราคาได้สูง และสถานประกอบการโรงแรมอยู่ใกล้แหล่งพื้นที่ชุมชน สามารถซื้อสินค้าได้สะดวก ทางโรงแรมเป็นผู้ดำเนินการเลือกผู้ขายที่เสนอขายสินค้าที่มีคุณภาพและราคาประหยัด

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

บทที่ 4

การวิเคราะห์สถานการณ์ของกิจการ (SWOT Analysis)

การวิเคราะห์สถานการณ์ของกิจการ (SWOT Analysis) คือการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน (Internal Environment) ได้แก่ ปัจจัยที่องค์กรสามารถควบคุมได้ซึ่งเป็นปัจจัยที่แสดงถึงจุดอ่อนและจุดแข็ง (Strengths and Weakness) ขององค์กร หากองค์กรบริหารจุดแข็ง จุดอ่อนให้ถูกต้องเหมาะสมแล้วปัจจัยภายในจะมีความสำคัญมากกว่าปัจจัยภายนอก ทั้งนี้ไม่ได้หมายความว่า จะละเลยความสำคัญของการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกเพราะความสำเร็จของการบริหารกลยุทธ์ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นทั้งโอกาสและอุปสรรค (Opportunities and Threats) ในการส่งผลให้ธุรกิจประสบความสำเร็จยังต้องอาศัยการเพิ่มจุดแข็งและขจัดจุดอ่อนของบริษัท เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) หมายถึงความสามารถในการ ทำกำไรของบริษัทมากกว่าคู่แข่ง และรวมถึงความได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืน (Sustainable Competitive Advantage) (เสนาะ ตีเขาวัว 2550 : 58)

จุดแข็งของธุรกิจ (Strengths)

1. ด้านทำเลที่ตั้ง

1.1 Modern Hotel อยู่ใกล้แหล่งชุมชน เส้นทางคมนาคมสะดวกเพราะอยู่ใกล้ถนนสายหลักในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวได้ในเขตอำเภอสวนผึ้ง และเขตอำเภอบ้านคา และใกล้แหล่งชุมชนสามารถเลือกซื้อสินค้าอุปโภคและบริโภคได้ง่าย

1.2 มีทำเลที่มีความสวยงาม รอบล้อมด้วยทัศนียภาพทางธรรมชาติ

1.3 สถานที่ประกอบการเป็นพื้นที่ของเจ้าของ ทำให้ไม่ต้องหาทำเลที่ตั้งใหม่และไม่ก่อให้เกิดค่าใช้จ่ายในการลงทุนซื้อที่ดิน

2. ด้านการบริการ

2.1 อัตราราคาที่พักไม่แพง เมื่อเทียบกับที่พักประเภทรีสอร์ตที่อยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวหรืออยู่ในพื้นที่ใกล้เคียง คุณภาพห้องพักที่ดีและมีมาตรฐานการบริการ

2.2 มีบริการ Internet, บริหารร้านอาหาร, บริการอาหารบนห้องพัก, บริการรับรีดชุดแต่งกาย เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าและสร้างความพึงพอใจต่อลูกค้าให้กลับมาใช้บริการที่โรงแรมซ้ำ

2.3 มีแพ็คเกจทัวร์สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญของอำเภอสวนผึ้งและอำเภอบ้านคา ลูกค้าเลือกสถานที่ได้ตามความต้องการ

2.4 มีห้องพักที่เป็นเอกลักษณ์สไตล์โมเดิร์นให้เลือกหลายรูปแบบ ลูกค้าสามารถเลือกพักได้ตามความพอใจส่วนบุคคล

2.5 มีเครื่องหมายมาตรฐานที่พักระดับ 3 ดาว เป็นสิ่งรับรองความเชื่อมั่นของลูกค้าได้เป็นอย่างดี

3. ด้านบุคลากร

3.1 Modern Hotel มีบุคลากรในครอบครัว เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบทางสถาปัตยกรรม สามารถกำหนดรูปแบบของที่พัก และประเมินค่าใช้จ่ายเบื้องต้นทำให้ลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการจัดจ้างจากบุคคลภายนอก

3.2 บุคลากรในครอบครัวเป็นผู้มีประสบการณ์ด้านการจัดการโรงแรม ส่งผลให้เข้าใจงานบริการและสามารถแนะนำสิ่งอันเป็นประโยชน์แก่พนักงานได้เป็นอย่างดี

3.3 เจ้าของธุรกิจเป็นบุคคลในพื้นที่ ทำให้เกิดการพบปะพูดคุยสื่อสารและเข้าใจพฤติกรรมความเป็นอยู่ของคนในพื้นที่ สามารถกระจายชื่อเสียงของโรงแรมได้เป็นอย่างดี และจัดจ้างบุคลากรได้ง่ายสามารถสืบประวัติตรวจสอบคัดกรองความสามารถได้

3.4 จัดจ้างพนักงานในส่วนการรักษาความปลอดภัย เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยวผู้มาเข้าพัก

4. ด้านการบริหารจัดการ

4.1 การบริหารการจัดการเป็นสิทธิ์ขาดของเจ้าของธุรกิจ การระดมทุนจากบุคคลในครอบครัวทำให้บริหารและจัดการง่ายกว่าการร่วมทุนจากบุคคลภายนอก

4.2 ด้านการเงิน ระดมเงินทุนจากหุ้นส่วนเจ้าของกิจการ ทำให้ไม่ต้องกู้ยืมจากสถาบันการเงินและไม่ต้องรับภาระค่าใช้จ่ายในการจัดการหนี้สิน

4.3 มีการออกแบบเครื่องแบบพนักงานให้เหมาะกับลักษณะโรงแรม เพื่อให้พนักงานรู้สึกมีความเป็นหนึ่งเดียวที่ต้องการสร้างภาพลักษณ์อันดีให้กับโรงแรม

จุดอ่อนของธุรกิจ (Weaknesses)

1. ทำเลที่ตั้งไม่ได้อยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว อาจทำให้นักท่องเที่ยวไม่สนใจเลือกพัก
2. ชื่อเสียงของโรงแรมในนาม Modern Hotel ยังไม่เป็นที่รู้จัก เพราะเริ่มก่อตั้งและดำเนินกิจการช้ากว่าคู่แข่งทางธุรกิจประเภทเดียวกัน
3. พนักงานขาดประสบการณ์งานบริการ เนื่องจากไม่ได้รับบุคลากรจากผู้จบวิชาชีพการโรงแรมโดยตรง
4. มีพนักงานให้บริการน้อยเนื่องจากเป็นธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก อาจไม่เพียงพอต่อการบริการในกรณีที่มีผู้เข้าพักเต็มจำนวนห้อง
5. มีข้อจำกัดของห้องพักเนื่องจากสร้างตามมาตรฐานการสร้างที่พักโรงแรม

โอกาสของธุรกิจ (Opportunities)

1. สภาพสังคมปัจจุบัน

สภาพเศรษฐกิจและสังคมในปัจจุบัน ทำให้การดำรงชีวิตเกิดความเครียดได้ง่าย การท่องเที่ยวของคนไทยคือ สิ่งฟื้นฟูสภาพจิตใจได้เป็นอย่างดี เพราะคนไทยยึดการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญในการเติมความสุขให้กับตนเอง และเป็นทางออกหลักสำหรับผ่อนคลายความเครียด การดำเนินธุรกิจโรงแรมจึงได้รับอานิสงค์จากการท่องเที่ยว

2. พฤติกรรมผู้บริโภค

2.1 เศรษฐกิจที่มีความไม่แน่นอน การท่องเที่ยวแต่ละครั้งของนักท่องเที่ยวต้องมีการกำหนดค่าใช้จ่ายเพื่อไม่ให้เกิดค่าใช้จ่ายที่เกินความจำเป็น นักท่องเที่ยวระดับกลางและระดับล่างมีอยู่มากที่ต้องการที่พักราคาถูกแต่ต้องการบริการดี พฤติกรรมนี้สอดคล้องกับธุรกิจโรงแรมเป็นอย่างยิ่ง

2.2 ธุรกิจที่พักแรมมีมาก แต่ที่พักประเภทรีสอร์ทและโฮมสเตย์ มีอัตราค่าที่พักต่อวันสูง เป็นโอกาสให้นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายจำกัดในการท่องเที่ยวเลือกพักแรมแบบประหยัดอย่าง Modern Hotel

3. นโยบายรัฐบาล

3.1 รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น ทำให้ภาพรวมธุรกิจที่พักได้รับอานิสงค์และเป็นโอกาสดีในการสร้างชื่อเสียง

3.2 รัฐบาลมีการพิจารณาเปิดจุดผ่อนปรนทางการค้าที่ช่องตะโกปิดทอง อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ทำให้เกิดความร่วมมือทางการค้าระหว่างไทย-พม่า อีกทั้งเป็นขยายโอกาสด้านเศรษฐกิจเพื่อผลประโยชน์ร่วมกันของทั้งสองประเทศ ส่งผลให้เกิดโอกาสอันดีที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง

ตารางที่ 8 แสดงประมาณการช่วงระยะเวลาโอกาสในการเข้าพักของนักท่องเที่ยว

ช่วงฤดูกาล	ประมาณจำนวนนักท่องเที่ยว	รายละเอียด
นอกฤดูกาลท่องเที่ยว	จำนวนนักท่องเที่ยวน้อย	เนื่องจากมีวันหยุดน้อย
เทศกาลพิเศษ, วันหยุด	จำนวนนักท่องเที่ยวมาก	เนื่องจากมีวันหยุดหลายวัน
ฤดูกาลท่องเที่ยว	จำนวนนักท่องเที่ยวมาก	เนื่องจากมีบรรยากาศเหมาะสำหรับการพักผ่อน

อุปสรรคของธุรกิจ (Threats)

1. จากสถานการณ์ความไม่สงบในประเทศส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวโดยตรง อาจทำให้กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยเลือกอยู่บ้านมากกว่าเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดน้อยลง และค่านึงถึงค่าใช้จ่ายมากขึ้น

2. จังหวัดราชบุรีเคยเกิดเหตุการณ์การบุกยึดพื้นที่จากกองกำลังกะเหรี่ยง มีชื่อเรียกเรียกว่าก๊อด อาร์มี (God's Army) โดยมีศูนย์ใหญ่ที่สุด ชื่อศูนย์มณิลอยในเขตอำเภอสวนผึ้ง อาจส่งผลทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความไม่มั่นใจในการเดินทางท่องเที่ยว

3. ภัยทางธรรมชาติ อาจเกิดขึ้นได้ทุกเมื่อ และเป็นสิ่งที่ควบคุมได้ยาก

การวิเคราะห์สถานการณ์ของกิจการธุรกิจโรงแรมแบบประหยัด มาตรฐาน 3 ดาว ใช้ SWOT Analysis เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ ทำให้ทราบว่ามีจุดแข็งและโอกาส มากกว่าจุดอ่อนและอุปสรรค เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งและสภาพแวดล้อมภายนอก ดังนั้น Modern Hotel มีโอกาสเติบโตได้ท่ามกลางสภาวะวิกฤตที่กลายเป็นโอกาสในการดำเนินกิจการ

บทที่ 5

วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมายในการทำธุรกิจ กลยุทธ์ระดับองค์กร กลยุทธ์ระดับหน่วยธุรกิจ และกลยุทธ์ระดับหน้าที่

การดำเนินธุรกิจทุกประเภทนั้นมีการแข่งขันสูง ดังนั้น จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งเจ้าของกิจการต้องอาศัยชั้นเชิงในการบริหารที่เหนือกว่าคู่แข่ง หรืออาศัยความว่องไวในการปรับตัวให้ทันต่อภาวะการแข่งขันที่เกิดขึ้นในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา โดยทั่วไปมีการกำหนดวิสัยทัศน์ (Vision) พันธกิจ (Mission) วัตถุประสงค์ (Objective) เป้าหมาย (Goal) ขององค์กรในระยะสั้นและระยะยาว รวมทั้งวางแผนทำกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้องค์กรสามารถดำเนินงานตามพันธกิจ อันนำไปสู่การบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้

วิสัยทัศน์ (Vision)

“เป็น โรงแรมราคาประหยัดระดับมาตรฐาน 3 ดาว อันดับ 1 ของอำเภอสวนผึ้ง มีความโดดเด่นทางด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบในสไตล์โมเดิร์น มุ่งสู่ความเป็นเลิศด้านบริการ ให้ความสำคัญสูงสุดต่อการสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า และสร้างสัมพันธ์ภาพในชุมชนพร้อมกระจายรายได้สู่ชุมชน”

พันธกิจ (Mission)

1. มุ่งเน้นคุณภาพด้านการบริการที่มีมาตรฐาน เพิ่มคุณค่าสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าทั้งด้านคุณภาพห้องพัก ราคา และการให้บริการที่ประทับใจแก่ลูกค้าในครั้งแรกที่มาเยือน
2. พัฒนาทรัพยากรมนุษย์อย่างต่อเนื่อง ด้วยการพัฒนาทักษะของพนักงานเพื่อจัดระบบการบริหารและการจัดการภายในโรงแรมให้มีประสิทธิภาพ ให้เกิดจิตสำนึกในบริการ
3. สร้างมาตรฐานการบริการและการทำงาน ด้วยกฎระเบียบการทำงานให้ชัดเจน
4. สร้างสัมพันธ์ภาพกับชุมชนในท้องถิ่น ด้วยการสร้างงานเพื่อเกิดการกระจายรายได้แก่หุ้นส่วนชุมชน เพื่อเพิ่มคุณค่าภาพลักษณ์อันดีให้กับธุรกิจโรงแรม

เป้าหมายในการทำธุรกิจ (Goals)

เป้าหมายระยะสั้น

1. สร้างยอดขายในปี 2555 ประมาณ 3,000,000 บาท
2. สร้างฐานลูกค้าให้มีจำนวนผู้เข้าพักเพิ่มขึ้นปีละ 10% ในช่วงระยะเวลา 5 ปี

เป้าหมายระยะยาว

1. สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับโรงแรมด้วยการมีส่วนร่วมช่วยเหลือสังคมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน และสนับสนุนทุนการศึกษาให้กับสถานศึกษาต่าง ๆ
2. พัฒนาและปรับปรุงงานบริการให้เป็นที่พึงพอใจสูงสุด
3. เพิ่มกลุ่มตลาดลูกค้ารายใหม่และเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย
4. เพิ่มพันธมิตรการดำเนินธุรกิจ
5. ลดค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการดำเนินงานให้มีความเสียหายน้อยที่สุด

กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ (Strategies)

การดำเนินธุรกิจ คือการแข่งขันทางการค้าอย่างเสรี มีวัตถุประสงค์หลักในการดำเนินกิจการเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีที่สุดต่อตัวเอง ธุรกิจจึงต้องมีการวางแผนกลยุทธ์ เพื่อเลือกใช้ให้เหมาะสมกับสภาพธุรกิจที่เน้น “สภาพการแข่งขัน” การวางแผนกลยุทธ์มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ธุรกิจนั้น ๆ สามารถเอาชนะธุรกิจอื่นที่เป็นคู่แข่งทางการค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ภายใต้เงื่อนไขของทรัพยากรที่มีอยู่ก่อให้เกิดความได้เปรียบทางธุรกิจต่อคู่แข่ง

กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจแบ่งออกเป็น 3 ระดับ ดังนี้

1. กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate - Level Strategy) เป็นกลยุทธ์ที่พิจารณาขอบเขตในการบริหารงานขององค์กรว่าควรดำเนินธุรกิจอะไรบ้าง ควรทำธุรกิจเดียวหรือหลายธุรกิจ และองค์กรควรจัดสรรทรัพยากรไปยังแต่ละธุรกิจอย่างไร การกำหนดกลยุทธ์นี้ใช้พื้นฐานข้อมูลจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม โดยการระบุทิศทางองค์กร คิดหากลยุทธ์หลายทางเลือกประเมินความเป็นไปได้ของกลยุทธ์ทางเลือก และตัดสินใจเลือกทางเลือกที่เหมาะสมที่สุด ซึ่งการกำหนดกลยุทธ์ขององค์กร ต้องคำนึงถึงการแข่งขันขององค์กรตนกับองค์กรอื่นด้วย (พิบูล ทัศปะปาล 2551 : 105-116)

กลยุทธ์ระดับองค์กรที่ทางธุรกิจโรงแรมนำมาใช้ในการบริหาร คือ กลยุทธ์ การเจริญเติบโต (Growth Strategies) เนื่องจากธุรกิจโรงแรมเปิดดำเนินการใหม่ที่ต้องการสร้างผลกำไรทางธุรกิจ ด้วยการขยายกิจกรรมการดำเนินงาน การเพิ่มยอดขาย ผลกำไร การขยายฐานลูกค้าให้เพิ่มขึ้น และการเจาะกลุ่มลูกค้าใหม่

2. กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business - Level Strategy) เป็นกลยุทธ์ที่กำหนดเพื่อใช้ทรัพยากรความสามารถและให้ได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) ต่อคู่แข่งในธุรกิจ การทำให้ได้เปรียบทำได้หลายวิธี เช่น การออกแบบสินค้าที่ทันสมัยและดึงดูดใจผู้ซื้อ การผลิตด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่าคู่แข่ง การให้บริการที่ดีกว่า ทั้งนี้รูปแบบของกลยุทธ์ระดับธุรกิจต้องคำนึงว่าลูกค้าต้องการสินค้าที่ดีกว่า (Better) ถูกกว่า (Cheaper) ตรงกับความต้องการหรือเน้นเฉพาะกลุ่ม (Focus) เพื่อการสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืนทำให้ธุรกิจมีความสามารถในการทำกำไรได้สูงกว่าคู่แข่ง (เสนาะ ตีเขาว์ 2550 : 84-94)

กลยุทธ์ระดับธุรกิจที่ทางธุรกิจโรงแรมนำมาใช้ในการบริหาร คือ กลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่าง (Differentiation Strategies) เนื่องจากโรงแรมต้องการสร้างความเป็นจุดเด่นทางตราสินค้าที่สื่อให้เห็นการบริการรูปแบบโรงแรมที่ได้มาตรฐานระดับ 3 ดาว ที่มีเพียงแห่งเดียวในเขตอำเภอสวนผึ้ง ด้วยการออกแบบห้องพักเป็นเอกลักษณ์สไตล์โมเดิร์นที่มีความหลากหลายในการตกแต่งลักษณะพิเศษของแต่ละห้องในอัตราราคาที่ไม่แพง การบริการรวดเร็ว มีคุณภาพและมาตรฐาน ด้วยจิตสำนึกในการบริการ (Serviced Mind) ส่งผลให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีในตราสินค้าและเกิดความพึงพอใจที่กลับมาใช้บริการซ้ำ

3. กลยุทธ์ระดับหน้าที่ (Functional - level Strategy) หรือกลยุทธ์ระดับดำเนินงาน (Operational - level Strategy) ได้แก่ กลยุทธ์ที่นำไปใช้ในแต่ละหน้าที่งานให้บรรลุผลหรือเป็นกลยุทธ์ที่เน้นกิจกรรมของแต่ละหน้าที่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุดหน้าที่สำคัญได้แก่ การเงิน การวิจัยและพัฒนา การตลาด การผลิต การบริหารทรัพยากรมนุษย์ และการบริหารพัสดุ ฯลฯ หน้าที่ทุกหน้าที่ในองค์กรต้องดำเนินงานโดยมีเป้าหมายร่วมกัน คือ การสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้นกับลูกค้า (Customer Value) เมื่อลูกค้าเห็นว่าสินค้าและบริการนั้นมีคุณค่าย่อมเต็มใจที่จ่ายเงินซื้อ กลยุทธ์ระดับหน้าที่จึงเกี่ยวข้องกับคุณภาพ ความรวดเร็วในการตอบสนองลูกค้า การปรับปรุงกระบวนการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ และการพัฒนาสิ่งใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้น (เสนาะ ตีเขาว์ 2550 : 112)

กลยุทธ์ระดับหน้าที่ ประกอบด้วยแผนปฏิบัติการ 4 ด้าน ดังนี้

1. แผนการบริหารจัดการ โรงแรมมีการจัดโครงสร้างองค์กรขึ้นมาเพื่อให้เหมาะสมกับจำนวนห้องพัก และสอดคล้องกับงานและกิจกรรมการดำเนินงานที่ทางโรงแรมจัดเตรียมไว้ เพื่อรองรับลูกค้าที่มาใช้บริการ โดยมีการระบุตำแหน่งและความรับผิดชอบตามสายงานที่ชัดเจนและอัตราค่าตอบแทนที่ได้รับ เหมาะสมกับความสามารถของบุคคล มีการกำหนดอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบการปฏิบัติงานของสายงาน เพื่อการมอบหมายงานไม่ให้เกิดความ

ซับซ้อน เนื่องจากบุคลากรที่เข้ามาทำงานที่โรงแรม ต้องผ่านการคัดสรรฝึกอบรมให้เกิดความเข้าใจระบบการทำงานของโรงแรมและพร้อมทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. แผนการตลาด โรงแรมนำส่วนประสมทางการตลาดมาใช้เพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางการตลาด โดยใช้ Marketing Mix 7P's มาเปรียบเทียบกับคู่แข่ง เพื่อให้เกิดความแข็งแกร่งและความได้เปรียบทางการแข่งขัน ประกอบด้วย

2.1 ผลิตภัณฑ์ (Product)

2.2 ราคา (Price)

2.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

2.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

2.5 บุคลากร (People)

2.6 กระบวนการให้บริการ (Process)

2.7 ภาพลักษณ์ (Physical Evidence)

3. แผนการผลิต / การบริการ การให้บริการ เป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งของธุรกิจโรงแรม การบริการต้องอาศัยพนักงาน และเครื่องมือที่ทันสมัย เพื่อให้ลูกค้าได้รับความสะดวกสบาย รวดเร็ว และไม่ยุ่งยาก โรงแรมจึงจัดการด้านบริการในลักษณะ One Stop Service ตั้งแต่ต้นจนจบกระบวนการในเวลาและสถานที่เดียวกัน โดยลูกค้าไม่ต้องเดินติดต่อหลายแผนก ดังนั้นการให้บริการที่ดีและถูกต้องตามมาตรฐานตั้งแต่ครั้งแรกที่ลูกค้ามาใช้บริการเป็นขั้นตอนแรกที่มีความสำคัญในการรักษาลูกค้าที่มีความจงรักภักดีตลอดไป ทางโรงแรมจึงจัดฝึกอบรมพนักงาน เพื่อให้ส่งมอบบริการอย่างมีคุณภาพ และสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าตั้งแต่ขั้นตอนแรกจนถึงสิ้นสุดการให้บริการ

4. แผนการเงิน การก่อตั้งธุรกิจ โรงแรมใช้การระดมเงินทุนแทนการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินเพื่อไม่ให้เกิดภาระหนี้สิน และในช่วง 5 ปีแรกไม่มีเป้าหมายในการจ่ายผลกำไรแก่หุ้นส่วน เนื่องจากต้องการให้เกิดสภาพคล่องทางการเงินเพื่อให้มีเงินทุนหมุนเวียนสำรองในการดำเนินกิจการ

บทที่ 6

แผนการบริหารจัดการ

โรงแรมเป็นธุรกิจบริการ (Service Business) ดำเนินการตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะของธุรกิจ ผู้ประกอบการหรือเจ้าของกิจการต้องกำหนดโครงสร้างการบริหารจัดการองค์กร เพื่อให้พนักงานทราบรายละเอียดการปฏิบัติหน้าที่และความรับผิดชอบ ส่งผลให้เกิดความเข้าใจลักษณะงาน การปฏิบัติตนต่อผู้ร่วมงานและลูกค้า

Modern Hotel มีการบริหารจัดการระบบองค์กร โดยการกำหนดโครงสร้างองค์กร และผังบริหาร รวมทั้งแผนจัดการด้านบุคลากร เพื่อนำไปสู่การดำเนินงานที่ประสบผลสำเร็จ มีรายละเอียด ดังนี้

ชื่อธุรกิจ : Modern Hotel กิจการเปิดดำเนินการใหม่

เจ้าของธุรกิจ :

1. นางสาวสุทธิดา วงษ์บำรุง
2. นางสุนันท์ วงษ์บำรุง
3. นายเถลิงศักดิ์ วงษ์บำรุง
4. นายเจษฎ์บัณฑิต วงษ์บำรุง
5. นายธนภูมิ วงษ์บำรุง

รูปแบบกิจการ : ห้างหุ้นส่วนจำกัด

ที่ตั้ง : 32 หมู่ 11 ต.ท่าเคย อ.สวนผึ้ง จ.ราชบุรี 70180

บริการ : ที่พักแรมชั่วคราวขนาดเล็ก จำนวน 15 ห้อง สไตล์โมเดิร์น

เปิดดำเนินการ : 1 มกราคม 2555

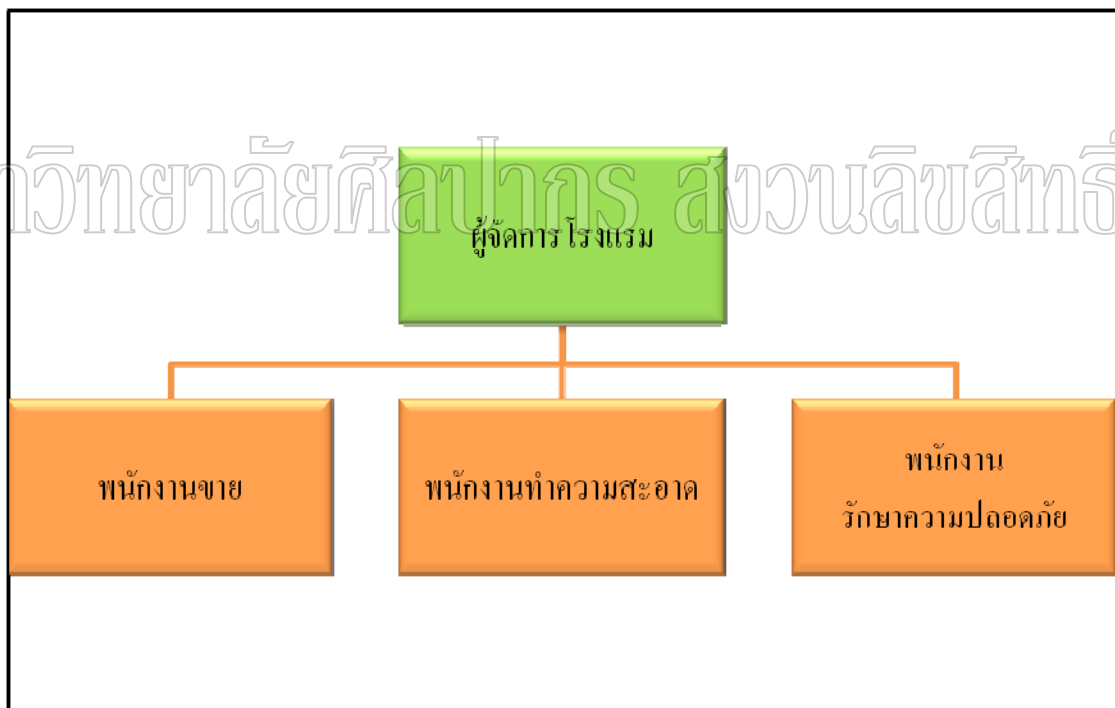
การบริหาร : ผู้ร่วมทุนมีอำนาจตัดสินใจร่วมกัน โดยใช้วิธีการลงคะแนนเสียงข้างมาก เพื่อการกระจายอำนาจในการบริหารงาน

เวลาทำการ : เปิดให้บริการทุกวัน ตลอด 24 ชั่วโมง

โครงสร้างองค์การและผังบริหาร Modern Hotel

โรงแรมขนาดเล็กประกอบด้วยห้องพักน้อย พนักงานให้บริการไม่จำเป็นต้องมีมากมี ลักษณะการให้บริการเรียบง่าย พนักงานคนหนึ่งอาจปฏิบัติงานหลายอย่าง เพื่อการบริการอย่างต่อเนื่อง เพราะจำนวนงานหรือกิจกรรมที่เกิดขึ้นมีปริมาณน้อย มีสายงานการบังคับบัญชาไม่ซับซ้อน เพราะเจ้าของธุรกิจหรือผู้จัดการเพียงคนเดียวสามารถดูแลการปฏิบัติงานได้อย่างทั่วถึง แผนกให้บริการไม่มาก ทำให้ตรวจสอบการปฏิบัติงานได้ง่าย (นงคฺนุช ศรีธนาอนันต์ 2553 : 63)

Modern Hotel มีรูปแบบโครงสร้างองค์การอย่างง่าย (Simple Structure) เหมาะสำหรับ ธุรกิจขนาดเล็ก เจ้าของธุรกิจมีอำนาจตัดสินใจเด็ดเดี่ยว พนักงานมีความชำนาญการทั่วไปรับคำสั่ง ปฏิบัติได้อย่างคล่องแคล่วเพราะสามารถปฏิบัติหน้าที่ได้มากกว่าหนึ่งหน้าที่ โดยมีรายละเอียด ดังนี้



ภาพที่ 4 แสดงโครงสร้างองค์การ Modern Hotel

แผนด้านบุคลากร

การวางแผนด้านทรัพยากรบุคคลหรือด้านทรัพยากรมนุษย์ คือ การวิเคราะห์การดำเนินงานของโรงแรมอย่างเป็นเหตุเป็นผล เพื่อพิจารณาปรับบุคคลประเภทต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับกิจกรรมการดำเนินงานแต่ละแผนก

Modern Hotel กำหนดตำแหน่งและหน้าที่ความรับผิดชอบตามผังโครงสร้างองค์กรไว้ดังนี้

1. ผู้จัดการ โรงแรม เจ้าของกิจการ โดยคุณสุทธิษา วงษ์บำรุง เป็นผู้รับผิดชอบในตำแหน่งงาน ปฏิบัติหน้าที่ดูแลระบบการบริหารจัดการ โรงแรม เช่น การเงิน การตลาด การจัดการทรัพยากรบุคคล ฯลฯ เงินเดือน 10,000 บาท โดยพิจารณาค่าตอบแทนร้อยละ 3 จากยอดขาย
2. พนักงานขาย ปฏิบัติหน้าที่ขายห้องพัก และต้อนรับลูกค้า จำนวน 1 อัตรา เงินเดือน 6,500 บาท โดยพิจารณาการเพิ่มเงินเดือนตามความสามารถ
3. พนักงานทำความสะอาด ปฏิบัติหน้าที่ทำความสะอาดทุกส่วนของโรงแรม จำนวน 1 อัตรา เงินเดือน 5,400 บาท โดยพิจารณาการเพิ่มเงินเดือนตามความสามารถ
4. พนักงานรักษาความปลอดภัย จำนวน 1 อัตรา โดยพิจารณาจัดจ้างจากบริษัทรักษาความปลอดภัย ปฏิบัติหน้าที่ดูแลความปลอดภัยภายในโรงแรม และอำนวยความสะดวกให้ผู้มาใช้บริการ จำนวน 1 อัตรา เงินเดือน 5,400 บาท

กระบวนการสรรหาบุคลากร

กระบวนการสรรหาบุคคล มีวัตถุประสงค์ในการคัดเลือกบุคคลที่เหมาะสมที่สุดเข้ามาปฏิบัติงาน โดยทำการคัดเลือกผ่านขั้นตอน ดังนี้

1. Modern Hotel ใช้วิธีการประกาศรับสมัครกับหน่วยงานราชการ เช่น สำนักงานจัดหางานจังหวัดราชบุรี และใช้วิธีการสัมภาษณ์ในการคัดเลือกพนักงาน เนื่องจากเป็นธุรกิจขนาดเล็กรับจำนวนพนักงานไม่มาก ทางโรงแรมเชิญผู้สมัครมาพบ เพื่อศึกษาบุคลิกลักษณะพฤติกรรม มารยาท กิริยา วาจา และไหวพริบปฏิภาณ การแก้ปัญหาเฉพาะหน้าและทัศนคติ ลักษณะคำถามเริ่มจากข้อมูลพื้นฐาน เช่น ประวัติการศึกษา ประสบการณ์ทำงาน ประวัติครอบครัว โดยทำการตรวจสอบคุณสมบัติจากเอกสารที่ทางผู้สมัครยื่นเอกสารมาประกอบการสัมภาษณ์
2. ผู้ที่ได้รับการคัดเลือกให้เข้ามาปฏิบัติงานต้องทำการตรวจสุขภาพ โดยมีใบรับรองแพทย์อายุการตรวจยืนยัน ไม่เกิน 3 เดือน เพื่อเป็นการรับรองสุขภาพและได้บุคคลที่เหมาะสมกับงานเพราะบางตำแหน่งต้องการผู้ที่มีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรง ไม่เป็นโรคติดต่อ เนื่องจากธุรกิจงาน

บริการต้องพบปะผู้คนจำนวนมาก หากร่างกายไม่สมบูรณ์แข็งแรง อาจส่งผลเสียต่อภาพลักษณ์ของ
โรงแรม

3. การทดลองปฏิบัติหน้าที่ เป็นขั้นสุดท้ายของกระบวนการคัดเลือก กล่าวคือ เชิญ
บุคคลที่ได้รับการคัดเลือกมาทดลองปฏิบัติงานประมาณ 3 เดือน หากพิสูจน์ตนเองมีความสามารถ
ทำงานได้ มีความประพฤติดี โรงแรมรับบุคคลนั้นเข้าทำงานบรรจุเป็นพนักงานประจำของโรงแรม

คุณสมบัติของบุคลากร

ตำแหน่ง	ผู้จัดการ โรงแรม
หน้าที่ความรับผิดชอบ	รับผิดชอบงานโดยรวมของโรงแรม ควบคุมการดำเนินงาน ให้เป็นไปตามนโยบายที่กำหนดไว้ให้เป็นไปอย่างมี ประสิทธิภาพ เพื่อให้โรงแรมได้รับผลกำไรสูงสุด
การศึกษา / คุณสมบัติ	จบการศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาบริหารธุรกิจ หรือ สาขาที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการ มีประสบการณ์การ บริการลูกค้า และบริหารงานบุคคล

ตำแหน่ง	พนักงานขาย
หน้าที่ความรับผิดชอบ	รับผิดชอบงานบริการขายห้องพัก และให้การต้อนรับ ลูกค้าปฏิบัติหน้าที่ตามคำสั่งของผู้บังคับบัญชา
การศึกษา / คุณสมบัติ	จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือระดับ อนุปริญญาปวส.สาขาบริหารธุรกิจ หรือ สาขาที่เกี่ยวข้อง กับการขายและการตลาด มีบุคลิกหน้าตาดี อธิษาศัยดี รัก งานบริการ

ตำแหน่ง	พนักงานทำความสะอาด
หน้าที่ความรับผิดชอบ	รับผิดชอบงานทำความสะอาดบริเวณภายในโรงแรม ปฏิบัติหน้าที่ตามคำสั่งของผู้บังคับบัญชา
การศึกษา / คุณสมบัติ	ไม่จำกัดวุฒิการศึกษา อธิษาศัยดี รักงานบริการ

ตำแหน่ง	พนักงานรักษาความปลอดภัย
หน้าที่ความรับผิดชอบ	รับผิดชอบงานบริการรักษาความปลอดภัยภายในบริเวณ โรงแรมและอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้มาใช้บริการ ปฏิบัติหน้าที่ตามคำสั่งของผู้บังคับบัญชา
การศึกษา / คุณสมบัติ	ไม่จำกัดวุฒิการศึกษา อักษรศาสตรี ศึกษานุกรม

แผนการพัฒนาบุคลากร

การรักษาทรัพยากรบุคคลให้มีคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ มีความรู้และทักษะ ทักษะที่ดี ต่อโรงแรม ก่อให้เกิดกำลังใจในการปฏิบัติงานเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง โดยเฉพาะการฝึกอบรมนั้น สามารถเพิ่มพูนสมรรถภาพการปฏิบัติงานทั้งในด้านความคิดและการกระทำ ความสามารถ ความชำนาญ ส่งผลต่อความรู้สึกรักของพนักงานในการพัฒนาตน โดยเจ้าของกิจการเป็นผู้ให้การแนะนำ ข้อควรปฏิบัติในฐานะผู้ให้บริการที่พึงกระทำต่อผู้มาใช้บริการ เพื่อให้เกิดความเข้าใจลักษณะงาน และการนำข้อเสนอแนะ ดีชม ของผู้มาใช้บริการมาปรับปรุงแก้ไข เพื่อพัฒนางานบริการให้ตอบสนองความต้องการได้อย่างต่อเนื่อง รวมถึงจัดสรรงบประมาณในการส่งพนักงานไปอบรม ณ สถานที่ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ โรงแรมหรือการบริการ

การควบคุมและประเมินผลการปฏิบัติงาน

การควบคุมและประเมินผลการปฏิบัติงาน จัดทำขึ้นเพื่อให้ทราบผลการปฏิบัติงานของพนักงานสอดคล้องกับแผนการดำเนินงานที่จัดทำไว้

Modern Hotel เป็น โรงแรมขนาดเล็กและมีการดำเนินธุรกิจไม่ซับซ้อน การควบคุมและประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานในแต่ละตำแหน่ง ใช้วิธีการให้ผู้มาใช้บริการตอบแบบสอบถามการประเมินความพึงพอใจในการใช้บริการ แล้วนำผลการประเมินมาวิเคราะห์การปฏิบัติงานของพนักงาน เพื่อให้ทราบปัญหาที่ควรแก้ไขและปรับปรุงข้อบกพร่อง โดยกำหนดมาตรฐานการปฏิบัติงานไว้ดังนี้

ตารางที่ 9 แสดงแบบสอบถามการประเมินความพึงพอใจในการใช้บริการ Modern Hotel

แบบสอบถามการประเมินความพึงพอใจในการใช้บริการ Modern Hotel					
การให้บริการของพนักงาน	ระดับความพึงพอใจ				
	ดีมาก	ดี	ปานกลาง	พอใช้	ควรปรับปรุง
<u>การบริการต้อนรับ</u>					
1. พนักงานให้การต้อนรับอย่างรวดเร็ว					
2. พนักงานแนะนำวิธีการใช้อุปกรณ์ภายในห้องพัก					
3. พนักงานตอบข้อสงสัยได้อย่างเข้าใจ					
4. พนักงานกล่าววาจาสุภาพ มีอัธยาศัย ดีขณะการปฏิบัติหน้าที่					
<u>การบริการอาหารและเครื่องดื่ม</u>					
1. พนักงานแนะนำเมนูอาหาร หรือให้คำแนะนำในการรับประทาน					
2. พนักงานบริการอาหารไม่เกิน 15 นาที					
<u>การบริการห้องพัก</u>					
1. ห้องพักสะอาด ไม่มีกลิ่นอับ					
2. มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน					

บทที่ 7

แผนการตลาด

แผนการตลาด เป็นการค้นหาแนวทางในระบบเศรษฐกิจการตลาด เพื่อวิเคราะห์ศึกษา ผู้บริโภคว่ามีความต้องการลักษณะของลูกค้ำเป้าหมาย ทางเลือกในการจับจ่ายสินค้าหรือบริการที่หลากหลาย สินค้าหรือบริการประเภทเดียวกันอาจประสบความสำเร็จทางการขาย ไม่เท่ากัน ผู้ผลิตที่ประสบความสำเร็จต้องศึกษาและเข้าใจลักษณะและความต้องการของลูกค้ำเป้าหมาย ตลอดจนปัจจัยและสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้ำอย่างถ่องแท้ ทั้งในเชิงกายภาพ และจินตภาพ เช่น เป็นเพศชายหรือหญิง ระดับอายุ รายได้ อาชีพ อาศัยอยู่ในเขตเมืองหรือชนบท ตลอดจนรสนิยมและความต้องการด้านต่าง ๆ ทั้งความชอบ ความไม่ชอบ เช่น ชอบความสะดวกสบาย หูหრაหรือเรียบง่าย สีสดใสหรือไม่ฉูดฉาด เพื่อให้สอดคล้องกับการจัดการ

แผนการตลาดที่กำหนดไว้กับธุรกิจ

พฤติกรรมผู้บริโภค

Modern Hotel ทำการพิจารณาวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ดังนี้

1. ตัวแปรด้านทางภูมิศาสตร์ (Geographic) คือ นักท่องเที่ยวตามถิ่นที่อยู่ หรือที่พำนักของนักท่องเที่ยว ลักษณะภูมิอากาศมีอิทธิพลต่อการเดินทางและการเลือกจุดหมายปลายทาง

ผู้ใช้บริการที่พัก Modern Hotel คือ ผู้มีถิ่นที่อยู่อาศัย หรือที่พำนักใกล้จังหวัดราชบุรี เช่น นักท่องเที่ยวที่อยู่ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล, สมุทรปราการ, เพชรบุรี, กาญจนบุรี เป็นต้น รวมทั้งผู้ที่พำนักอยู่ในจังหวัดราชบุรี

จังหวัดราชบุรีมีเส้นทางคมนาคมที่เชื่อมต่อจังหวัดต่าง ๆ สะดวก ระยะเวลาเดินทางไม่นาน และสภาพภูมิอากาศหนาวเย็น เนื่องจากมีภูเขาโอบล้อมทำให้มีบรรยากาศทางธรรมชาติเหมาะสำหรับการพักผ่อน เป็นเหตุผลสำคัญที่นักท่องเที่ยวเลือกมาท่องเที่ยวที่อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

2. ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ (Demographic Segmentation) คือ นักท่องเที่ยวตามลักษณะของนักท่องเที่ยว ได้แก่ อายุ เพศ การศึกษา อาชีพ สัญชาติ สถานภาพครอบครัว มีผลให้พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างกันทั้งพฤติกรรมการแสดงออกและพฤติกรรมการบริโภค

ผู้ใช้บริการที่พัก Modern Hotel ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทย เพศชายและเพศหญิง ช่วงอายุ 22-45 ปี เป็นกลุ่มวัยรุ่นและกลุ่มวัยทำงาน มีรายได้ต่อคนต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท เจ้าหน้าที่ของรัฐ และผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว สถานภาพโสด คู่รัก และครอบครัว

ผู้ใช้บริการแบบรายชั่วโมง เพศชาย และเพศหญิง ประชาชนทั่วไปช่วงอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป มีความต้องการสถานที่พักผ่อนแบบส่วนตัว

3. ตัวแปรด้านพฤติกรรมศาสตร์ (Behaviorist) คือ นักท่องเที่ยวที่มีการเลือกใช้สินค้าหรือการบริการตามความต้องการของตน เช่น เป็นผู้ชื่นชอบการท่องเที่ยว ชอบสัมผัสบรรยากาศธรรมชาติ ชอบกิจกรรมนันทนาการที่ทำทลายความสามารถของตน

ผู้ใช้บริการที่พัก Modern Hotel ได้แก่ ผู้บริโภคที่ชื่นชอบการท่องเที่ยว เมื่อมีเวลาว่าง หรือมีวันหยุดจะเลือกหาสถานที่ท่องเที่ยวและที่พักแบบ ชอบการเดินทางไม่ไกล

ผู้ใช้บริการแบบรายชั่วโมง มีความต้องการพักผ่อนแบบส่วนตัว ไม่ชอบความพลุกพล่าน หรือให้บุคคลภายนอกรับรู้

4. ตัวแปรด้านจิตวิทยา (Psychographic) คือ นักท่องเที่ยวที่มีความชอบตามลักษณะที่แตกต่างกันทางความรู้สึก ได้แก่ ความสนใจ ทัศนคติ ความชอบ และระดับชนชั้นสังคม

ผู้ใช้บริการที่พัก Modern Hotel ได้แก่ ผู้ที่ต้องการประหยัดค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ชื่นชอบผลิตภัณฑ์ที่เรียบง่ายแต่ต้องดูดีมีคุณค่า มีทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหรือเพื่อเติมความสุขการใช้ชีวิตให้กับตนเอง โดยคำนึงถึงปัจจัยพื้นฐานในการเลือกที่พักเป็นหลัก ได้แก่ การคมนาคมสะดวก มีสิ่งอำนวยความสะดวกสบาย ราคาไม่แพง มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

ผู้ใช้บริการแบบรายชั่วโมง ต้องการความสะดวกสบาย ราคาไม่แพง ต้องการได้รับการบริการอย่างรวดเร็ว

5. ตัวแปรด้านอรรถประโยชน์ (Utility) คือ นักท่องเที่ยวตามลักษณะการบริโภคของนักท่องเที่ยว เพราะการซื้อสินค้าการท่องเที่ยวเป็นการซื้อด้วยความรู้สึก ความต้องการ ความสนใจ

5.1 โอกาสในการซื้อ นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาอำเภอสวนผึ้งในช่วงเทศกาลฤดูการท่องเที่ยว หรือวันหยุดยาว เพื่อการพักผ่อน เพราะสภาพภูมิอากาศหนาวเย็น เนื่องจากมีภูเขาโอบล้อมทำให้มีบรรยากาศทางธรรมชาติเหมาะสำหรับการพักผ่อน

5.2 การแสวงหาผลประโยชน์ ผู้มาใช้บริการของโรงแรมได้รับการบริการที่คุ้มค่า ทั้งความประหยัดและการบริการที่ดีเลิศ

5.3 สถานะของผู้ใช้ หรือ อัตราการใช้ และความจงรักภักดี ผู้มาใช้บริการของ โรงแรม คือนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่อำเภอสวนผึ้งเป็นครั้งแรก หรือผู้เดินทางมาบ่อยครั้ง มีความจงรักภักดีต่อสถานที่พักน้อย เนื่องจากในอำเภอสวนผึ้งมีที่พักจำนวนมากให้เลือกใช้บริการ ดังนั้นผู้ที่เดินทางมาเที่ยวต้องการหาสิ่งแปลกใหม่ในการเข้าพัก เพื่อให้เกิดประสบการณ์ทางการท่องเที่ยว เป็นโอกาสของ Modern Hotel ในการสร้างชื่อเสียงและพัฒนาการบริการให้ ผู้ใช้บริการของโรงแรมเป็นครั้งแรกรู้สึกประทับใจ และกลับมาใช้บริการที่โรงแรมในครั้งต่อไป

ผู้ให้บริการแบบรายชั่วโมง มีโอกาสการใช้บริการสถานที่ตามความต้องการของตนเอง เพื่อตอบสนองความต้องการส่วนบุคคล

การกำหนดตลาดเป้าหมาย (Market Targeting)

Modern Hotel ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคของลูกค้า โดยการแบ่งส่วนทางการตลาด เพื่อให้ทราบถึงความต้องการ แรงจูงใจ จุดประสงค์การเดินทางท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการเลือกที่พักรวม สำหรับกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดของโรงแรม กำหนดได้ดังนี้

1. กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก (Primary Target Market)

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย เพศหญิง และเพศชาย กลุ่มวัยรุ่น และกลุ่มวัยทำงาน อายุ 22 - 45 ปีขึ้นไป สถานภาพโสด หรือคู่รัก และครอบครัว มีรายได้ต่อคนต่อเดือนหรือรายได้ต่อครอบครัว ตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป มีความชื่นชอบการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน รูปแบบการใช้ชีวิตที่เรียบง่าย แต่มีรสนิยมในการเลือกที่พักที่มีความทันสมัยและสวยงาม ชอบแสวงหาความสุขที่แปลกใหม่ให้กับตนเอง ชอบความสะดวกสบาย ชอบการบริการดี แต่ประหยัดค่าใช้จ่าย และมีงบประมาณในการท่องเที่ยวที่จำกัด

2. กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรอง (Secondary Target Market)

2.1 กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ กลุ่มนี้เป็นเป้าหมายรองที่ให้บริการของโรงแรม การเข้าพักเป็นลักษณะเข้าพักชั่วคราวเพื่อพักผ่อน หาประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวที่ต้องจำกัดค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เพื่อให้ท่องเที่ยวได้อย่างยาวนาน และเนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง ไม่มีแหล่งเที่ยวทางธรรมชาติหรือแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่เด่นชัด เช่นจังหวัดกาญจนบุรี เพชรบุรี ฯลฯ ทำให้มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวและพักแรมน้อย กลุ่มนี้จึงเป็นเป้าหมายรองที่เห็นได้อย่างเด่นชัด

2.2 กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการที่พักอื่นแต่ที่พักรับรอง ทำให้ไม่มีที่พักรองรับ หรือหากหาสถานที่กางเต็นท์นอนแต่มีความปลอดภัยน้อยและไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้รองรับ กลุ่มเป้าหมายนี้จึงเป็นกลุ่มเป้าหมายรองที่สำคัญในการกลับมาเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักในอนาคต

2.3 กลุ่มผู้ใช้บริการแบบรายชั่วโมง เพศชายและเพศหญิง ประชาชนทั่วไป ช่วงอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป มีความต้องการสถานที่พักแรมแบบส่วนตัว ต้องการความสะดวกสบาย ต้องการได้รับการบริการอย่างรวดเร็ว ราคาไม่แพง โดยโอกาสการใช้บริการสถานที่ตามความต้องการของตนเอง เพื่อตอบสนองความต้องการส่วนบุคคล

คู่แข่งปัจจุบัน

คู่แข่งธุรกิจที่พักแรมในเขตอำเภอสวนผึ้งมีอยู่จำนวนมาก จำแนกคู่แข่งทางตรงและทางอ้อมจากบัญชีรายชื่อสถานที่พักโดยองค์การบริหารส่วนตำบลสวนผึ้งเป็นผู้จัดทำ มีรายละเอียดดังนี้

1. คู่แข่งทางตรง คือ โรงแรม และรีสอร์ท ที่มีราคาห้องพักในระดับเดียวกัน อยู่ในพื้นที่เดียวกัน

ตารางที่ 10 แสดงรายชื่อที่พัก จำนวนห้องพัก ราคา ในเขตพื้นที่เดียวกับ Modern Hotel

ประเภทที่พักแรม	ชื่อที่พักแรม	จำนวนที่พักรับรอง		ราคาที่พักเริ่มต้น/คืน
		ห้อง	หลัง	
รีสอร์ท				
1	เดือนล้อม	-	14	1,700
โรงแรม				
1	สวนนางพญา ฮิลล์ รีสอร์ท ไฮเต็ล	40	7	1,800

ที่มา : องค์การบริหารส่วนตำบลสวนผึ้ง อำเภอสวนผึ้ง จ.ราชบุรี, แนะนำสถานที่พักแรม : สวนผึ้ง ราชบุรี [ออนไลน์], เข้าถึงเมื่อ 21 สิงหาคม 2553, เข้าถึงได้จาก

<http://www.HotelsGuideThailand.com>

2. คู่แข่งทางอ้อม คือ โฮมสเตย์ หรือ รีสอร์ท มีราคาที่พักต่ำกว่า ระดับราคามาตรฐานเดียวกันหรือสูงกว่า ตั้งอยู่ในทำเลพื้นที่ห่างจาก Modern Hotel 10 กิโลเมตรขึ้นไป

ตารางที่ 11 แสดงรายชื่อที่พัก จำนวนห้องพัก ราคา ในเขตอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

ประเภท ที่พักแรม	ชื่อที่พักแรม	จำนวนที่พักรับรอง		ราคาที่พักเริ่มต้น/คืน
		ห้อง	หลัง	
โฮมสเตย์และรีสอร์ท				
1	กาสะลอง	3	1	450
2	เขากระโจม	7	-	1,000
3	กระท่อมปูน	4	-	2,000
4	เจ ดับบลิว ธารน้ำร้อนบ่อคลึง	22	-	2,000
5	เดอะชินเนอร์รี่	-	9	3,500
6	เดอะแคมป์ บูติก	28	-	2,400
7	เดอะนากายา	6	2	2,200
8	ทรัพย์คณา รีสอร์ท	23	-	2,000
9	บ้านริมเขา	-	26	2,000
10	บ้านสวนคาร์ตัน	-	7	2,000
11	บ้านห้วยน้ำริน	-	15	3,500
12	บ้านอ้อมกอดขุนเขา	6	22	2,000
13	บ่อคลึงฮอทสปริง	-	6	1,500
14	บัววัฒนา ฮิลไซด์	17	-	1,500
15	พนาลี โฮม แอนด์ แคมป์ปิ้ง	-	8	2,500
16	ภโวทัย	-	6	1,500
17	ภูผาผึ้ง	27	3	1,500
18	โรซัล กู๊ด วิว	-	7	2,500
19	ลา ทอสคานา	6	13	3,000
20	สวีตวัลเลย์ ฮิล	-	11	3,500

ที่มา : องค์การบริหารส่วนตำบลสวนผึ้ง อำเภอสวนผึ้ง จ.ราชบุรี, แนะนำสถานที่พักแรม : สวนผึ้ง ราชบุรี [ออนไลน์], เข้าถึงเมื่อ 21 สิงหาคม 2553, เข้าถึงได้จาก

<http://www.HotelsGuideThailand.com>

การวิเคราะห์ความสามารถทางการแข่งขันเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

การวิเคราะห์ความสามารถทางการแข่งขันเปรียบเทียบกับคู่แข่ง ช่วยให้เจ้าของธุรกิจเข้าใจถึงจุดแข็ง จุดอ่อนของคู่แข่ง และเปลี่ยนวิกฤตการณ์การแข่งขันให้เป็นโอกาสในการดำเนินธุรกิจ คู่แข่งขันที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจโรงแรม คือ คู่แข่งทางอ้อม ได้แก่ ธุรกิจที่พักแรมตั้งอยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของอำเภอสวนผึ้ง สามารถเปรียบเทียบข้อได้เปรียบ ดังนี้

ตารางที่ 12 แสดงการวิเคราะห์ความสามารถทางการแข่งขันเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

	จุดแข็ง	จุดอ่อน
เดียนล้อม	<ul style="list-style-type: none"> - เดินทางสะดวกมีสถานที่ตั้งอยู่ติดถนนสายหลัก - มีจำนวนห้องพักมาก - มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก - มีเว็บไซต์แนะนำที่พัก - มีร้านอาหาร 	<ul style="list-style-type: none"> - ห้องพักราคามีราคาสูง - หยุคบริการทุกวันอังคาร - ห้างไกลแหล่งท่องเที่ยว - ไม่มีบริการสัญญาณอินเทอร์เน็ต - ไม่มีการประเมินความพึงพอใจ
สวนนางพญาฮิลล์ รีสอร์ท โฮเต็ล	<ul style="list-style-type: none"> - มีจำนวนห้องพักมาก - มีเว็บไซต์แนะนำที่พัก - มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก - มีกิจกรรมนันทนาการ 	<ul style="list-style-type: none"> - เดินทางไกลไม่สะดวก - ห้องพักราคามีราคาสูง - ห้างไกลแหล่งท่องเที่ยว - ไม่มีบริการสัญญาณอินเทอร์เน็ต - ไม่มีการประเมินความพึงพอใจ
Modern Hotel	<ul style="list-style-type: none"> - เจ้าของกิจการมีประสบการณ์บริหารโรงแรมโดยตรง - ราคาที่พักไม่แพง - ห้องพักรวมให้เลือกบริการหลายรูปแบบ - เดินทางสะดวกมีสถานที่ตั้งอยู่ติดถนนสายหลัก - มีเว็บไซต์แนะนำที่พัก - มีการประเมินความพึงพอใจ - มีเครื่องหมายมาตรฐานที่พักระดับ 3 ดาว เป็นสิ่งรับรองความเชื่อมั่น - มีบริการสัญญาณอินเทอร์เน็ตฟรี 	<ul style="list-style-type: none"> - มีข้อจำกัดด้านต้นทุนและแรงงาน - กิจการเปิดใหม่ทำให้ชื่อเสียงไม่เป็นที่รู้จักเมื่อเทียบกับกิจการประเภทเดียวกัน - ห้างไกลแหล่งท่องเที่ยว

เนื่องจากสินค้าและบริการมีความใกล้เคียงกัน ระหว่าง Modern Hotel และคู่แข่งทางตรงทั้ง 2 รีสอร์ท ทางโรงแรม มีการนำจุดอ่อนของคู่แข่งมาพัฒนาเป็นกลยุทธ์ เพื่อส่งเสริมงานบริการ ดังนี้

1. การจัดทำแพ็คเกจทัวร์ โดยให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกได้ว่าต้องการท่องเที่ยวในรูปแบบแพ็คเกจใด ราคาไม่แพง สามารถเข้าชมโดยไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม
2. โรงแรมเปิดให้บริการทุกวัน ตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อรองรับผู้ใช้บริการที่ต้องการพักผ่อนได้ทุกช่วงเวลา
3. สำรวจความพึงพอใจ โดยให้ผู้ใช้บริการประเมินความพึงพอใจในการรับบริการ เพื่อนำมาปรับปรุงให้ตอบสนองความต้องการได้อย่างถ่องแท้
4. สร้างระบบปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับระบบโรงแรมขนาดเล็ก เพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการปฏิบัติงาน และสร้างมาตรฐานให้เป็นที่พักระดับ 3 ดาว ที่มีเครื่องหมายรับรอง

กลยุทธ์ทางการตลาด

การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ เน้นการให้บริการมากกว่าการขายสินค้า เพราะธุรกิจบริการเป็นธุรกิจที่ไม่สามารถจับต้องได้ จำนวนผู้เข้ามาใช้บริการจึงมีผลต่อรายได้จากการทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจสูงสุดต่อคุณภาพบริการที่ได้รับถือว่าเป็นความสำเร็จของธุรกิจ เพราะเมื่อลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ส่งผลให้เกิดการกลับมาใช้บริการซ้ำ และเป็นการประชาสัมพันธ์ทางอ้อมให้แก่ผู้อื่นและเป็นผลดีต่อธุรกิจ โดยภาพรวมตลาดบริการด้านที่พักแรมใช้กลยุทธ์ในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด (Marketing Mix 7P's) ดังนี้

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ / การบริการ (Product)

ผลิตภัณฑ์ของโรงแรม คือ ห้องพัก ดังนั้น Modern Hotel วางแผนการออกแบบโรงแรมในสไตล์โมเดิร์น (Modern Style) เพื่อให้สอดคล้องกับความร่วมสมัยทุกยุคทุกสมัย ภายในห้องพักแต่ละห้องมีการออกแบบ จัดวางองค์ประกอบที่มีความโดดเด่นแตกต่างกัน เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในการเลือกห้องพักตามความต้องการของรสนิยมส่วนบุคคล และตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าให้มากที่สุด และมีสิ่งอำนวยความสะดวก และการบริการเสริม ดังนี้

ตารางที่ 13 แสดงผลิตภัณฑ์ / การให้บริการของโรงแรม

การบริการห้องพัก	สิ่งอำนวยความสะดวก	การบริการเสริม
<ul style="list-style-type: none"> - ห้องพักแบบ Standard - ห้องพักแบบ Superior - ห้องพักแบบ Deluxe - ห้องพักแบบรายชั่วโมง 	<ul style="list-style-type: none"> - ห้องอาหาร - Mini Bar - อินเทอร์เน็ต - โทรศัพท์ - เคเบิลทีวี - ที่นอนเสริม 	<ul style="list-style-type: none"> - นวดแผนไทย - บริการรถรับ-ส่ง - บริการแพ็คเกจจูงนำเที่ยว

Modern Hotel คำนึงถึงงานบริการในด้านการสร้างความสนุกให้เกิดความสุขในการพักผ่อน เห็นควรมีการเพิ่มกิจกรรมนันทนาการภายในที่พักเพื่อสร้างแรงจูงใจในการเข้าพัก และเสริมธุรกิจให้มีการแข่งขันเหนือคู่แข่ง กิจกรรมนันทนาการของโรงแรมมีดังนี้ และรายละเอียดของกิจกรรมแสดงไว้ท้ายภาคผนวก

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

ตารางที่ 14 แสดงกิจกรรมนันทนาการ

กิจกรรมภายในที่พัก	กิจกรรมภายนอกที่พัก
<ul style="list-style-type: none"> - กิจกรรม Walk Rally - ฝึกยิงธนูกับเป้านิ่ง - ประลองฝีมือวางสนุกเกอร์ - เพลิดเพลินใจจัดแคมป์ปิ้ง 	<ul style="list-style-type: none"> - ปั่นเรือสะเทินน้ำ - ปั่นจักรยานแบบเพลิกาย - บิคมินิไบค์คันทันยามชมทิวเขา - จับแพะชนแกะ - เที่ยวแพ็คเกจจูงตามใจเรา

ตารางที่ 15 แสดงแพ็คเกจท่องเที่ยว

แพ็คเกจท่องเที่ยว 1	แพ็คเกจท่องเที่ยว 2
<p><u>วันเดียว</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เลี้ยงแกะที่ The Scenery Resort 2. สัมผัสธรรมชาติ แก่งส้มแมว 3. อาบน้ำแร่แช่น้ำร้อนที่ธารน้ำร้อนบ่อคลึง 4. ชมไร่กุหลาบอุษาวดี 5. ชมพิพิธภัณฑ์ภโวทัย พิพิธภัณฑ์พื้นบ้าน 6. สัมผัสเทียนหอมที่บ้านหอมเทียน 	<p><u>วันแรก</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. กราบสักการะพระธาตุวัดชัยหนองหมี่ 2. เดินทางสู่ ยอดเขากระโจม สุดเขตชายแดนไทยฝั่งตะวันตก 3. เลี้ยงแกะที่ The Scenery Resort 4. สัมผัสธรรมชาติ แก่งส้มแมว 5. อาบน้ำแร่แช่น้ำร้อนที่ธารน้ำร้อนบ่อคลึง 6. ชมไร่กุหลาบอุษาวดี 7. ชมพิพิธภัณฑ์ภโวทัย พิพิธภัณฑ์พื้นบ้าน 8. สัมผัส “ไปงยุบ” แพะเมืองผีแห่งสวนผึ้ง 9. สัมผัสเทียนหอมที่บ้านหอมเทียน <p><u>วันที่สอง</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เที่ยวชมถ้ำจอมพล 2. เที่ยวสวนสัตว์เขาประทับช้าง 3. ชมความงามถ้ำเขาบิน 4. กราบสักการะเจ้าแม่กวนอิมวัดหนองหอย

กลยุทธ์ด้านราคา (Price)

การกำหนดราคามีความสัมพันธ์กับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ การซื้อสินค้าหรือบริการลูกค้าจะประเมินความคุ้มค่าของสินค้ากับราคาเสมอ ราคาจึงมีผลต่อการซื้อซ้ำ ถ้าลูกค้ามีความพอใจในมูลค่าทำให้กลับมาซื้อหรือใช้บริการซ้ำ แต่ถ้าลูกค้าไม่พอใจอาจเปลี่ยนไปซื้อหรือใช้บริการผลิตภัณฑ์ของกลุ่มคู่แข่ง

Modern Hotel มีเป้าหมายเจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ผู้มีรายได้ต่ำและปานกลาง โดยมีวัตถุประสงค์ในการตั้งราคาเพื่อมุ่งกำไรให้ได้ผลตอบแทนตามเป้าหมาย รวมทั้งการดำเนินธุรกิจให้คงอยู่อย่างยั่งยืน

ตารางที่ 16 แสดงอัตราราคาการให้บริการ

การให้บริการ	ราคา (บาท)	ราคาส่วนลด 10% ช่วงนอกเทศกาล (บาท)	ราคาส่วนลด 20% สำหรับข้าราชการ (บาท)
- ห้องพักแบบ Standard	1,000 / คืน 150 / 3 ชั่วโมง	900 -	800 -
- ห้องพักแบบ Superior	1,500 / คืน 250 / 3 ชั่วโมง	1,350 -	1,200 -
- ห้องพักแบบ Deluxe	2,500 / คืน 450 / 3 ชั่วโมง	2,250 -	2,000 -
- นวดแผนไทย	150 / ชั่วโมง	-	-
- บริการรถรับ-ส่ง	50 / คน	-	-
- บริการแพ็คเกจน้ำเที่ยว 1	250 / คน	-	-
- บริการแพ็คเกจน้ำเที่ยว 2	350 / คน	-	-

กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ช่องทางการจัดจำหน่ายในธุรกิจโรงแรม คือ วิธีการนำผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ห้องพักและการบริการ ไปเสนอขายให้แก่ลูกค้าในเวลาและสถานที่ที่ลูกค้าสามารถซื้อได้อย่างรวดเร็วโดยมีทำเลที่ตั้งของตนเป็นช่องทางการจำหน่ายสินค้า

สถานที่บริการห้องพัก 32 หมู่ 11 ตำบลท่าเคย อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี 70180 ตั้งอยู่ห่างจากตลาดชุมชนชัยภูมิห้วยระยะทาง 1 กิโลเมตร

Modern Hotel แบ่งระดับช่องทางการจัดจำหน่ายตรง ดังนี้

1. ขายตรงกับทางห้างร้าน บริษัทและเจ้าของกิจการขนาดเล็ก เนื่องจากบริษัทเหล่านี้มีการสังสรรค์เชื่อมความสัมพันธ์กับคนในองค์กรเพื่อให้เกิดความสามัคคีและเข้าใจบุคลิกภาพส่วนบุคคล ดังนั้นบริษัทขนาดเล็กย่อมต้องการที่พักที่มีราคาประหยัดเพื่อให้พนักงานสามารถอยู่พักได้หลายวัน และต้องการลดภาระค่าใช้จ่ายให้มากที่สุด

2. ลูกค้าเดินทางจองห้องพักโดยตรง ลูกค้าบางท่านไม่สามารถจองโรงแรมล่วงหน้าได้ เมื่อต้องการพักจึงเข้าไปติดต่อโรงแรมโดยตรงที่เรียกว่า Walk-in Guest พนักงานต้อนรับส่วนหน้าเป็นผู้ให้การต้อนรับและเสนอราคา ทำให้ลูกค้าได้ข้อมูลที่ชัดเจน และทางโรงแรมไม่เสียค่าธรรมเนียมหน้าจากตัวแทนจำหน่าย

3. ขายห้องพักผ่านทางโทรศัพท์ ทางโรงแรมมีการสำรองห้องพักผ่านทางโทรศัพท์เพื่อความสะดวกสบายของลูกค้า โดยเน้นด้านประสิทธิภาพของกลุ่มสายโทรศัพท์ในการติดต่อ เช่น ความชัดเจนของเสียง มีสายว่างให้ลูกค้าโทรศัพท์เข้าได้ตลอดเวลา มีการใช้เทคนิคการขายที่โน้มน้าวให้ลูกค้าเจรจาตัดสินใจจองห้องพักทันที เพราะพนักงานรับจองมีความรู้เรื่องรายละเอียดห้องพัก และผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เช่น ข้อเสนอพิเศษ อีกทั้งสามารถตอบข้อสงสัยได้อย่างทันที

4. ขายห้องพักผ่านทางโทรสาร แม้ว่าช่องทางการสำรองห้องพักทางโทรสารไม่เป็นที่นิยมในปัจจุบัน แต่ทางโรงแรมยังคงมีระบบจองห้องพักทางโทรสารนี้ไว้ เนื่องจากลูกค้าบางกลุ่มยังคงใช้วิธีการจองในลักษณะนี้อยู่ และเพื่อเป็นรับเอกสารยืนยันการชำระเงิน

5. ขายห้องพักผ่านทางอินเทอร์เน็ต ทางโรงแรมได้จัดทำเว็บไซต์ <http://www.modernhotel.com> เพื่อทำการตลาดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ทำให้การติดต่อระหว่างลูกค้ากับโรงแรมเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว และประหยัดค่าใช้จ่ายด้านการโฆษณาด้วย ลูกค้าสามารถทราบรายละเอียดห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวก และข้อเสนอพิเศษต่าง ๆ อีกทั้งสามารถเห็นภาพบรรยากาศของโรงแรมเพื่อเป็นสิ่งที่สร้างแรงจูงใจในการตัดสินใจเลือกจองที่พัก

กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

การส่งเสริมการตลาดของโรมแรงแรง เป็นการสื่อสารข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่ผู้ประกอบการนำไปเสนอลูกค้า เพื่อกระตุ้นการตอบสนองของลูกค้าให้เกิดการรับรู้และเกิดความสนใจ นำไปสู่การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยการสื่อสารต้องมีความชัดเจนรวดเร็ว และทำกำไรให้ทางโรงแรมได้อย่างสูงสุด

Modern Hotel มีการนำการส่งเสริมการตลาดมาใช้ ดังนี้

1. การโฆษณา (Advertising) เป็นการนำเสนอข่าวสารผ่านสื่อมวลชนรูปแบบต่าง ๆ โดยมีผู้สนับสนุนชัดเจน สามารถเร่งเร้าความสนใจได้ดีจากการออกแบบสร้างสรรค์งานโฆษณาที่เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้มาก การโฆษณายังช่วยในการเสริมภาพลักษณ์ของโรงแรมในระยะยาว และใช้ในการกระตุ้น ให้เกิดการซื้ออย่างรวดเร็ว

1.1 การจัดทำป้ายโฆษณา

1.2 การลงโฆษณาในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น, ผ่านรายการวิทยุ, เคเบิลทีวีท้องถิ่น

1.2 การลงโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น โบว์ชัวร์

2. การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) จัดทำ Direct Mail เพื่อส่งเสริมการขายในโอกาสและเทศกาลพิเศษ เช่น วันเกิดลูกค้า วันวาเลนไทน์ วันสงกรานต์ วันขึ้นปีใหม่ ฯลฯ

2.1 จัดทำคลิปวิดีโอ, ภาพ ในการจัดทำบนสื่อออนไลน์ เช่น Facebook, Hi5, Twitter, Youtube, เพื่อกระตุ้นความสนใจ

2.2 การฝากข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์สำนักงานการท่องเที่ยวไทย แห่งประเทศไทย

2.3 การสร้าง Link เว็บไซต์ของโรงแรมกับทางแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดราชบุรี และแหล่งเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับสถานที่พักแรม รวมทั้งเว็บไซต์

2.4 การเป็นสมาชิกเว็บพันทิพย์ดอทคอม (<http://www.pantip.com>) เพื่อสร้างกระตุ้ข้อความแนะนำโรงแรม

3. การขายโดยพนักงาน (Personal Selling) ธุรกิจโรงแรมให้ความสำคัญกับการขายโดยบุคคลมาก เนื่องจากธุรกิจโรงแรม เป็นธุรกิจเน้นการบริการ การขายโดยบุคคลถือเป็นการนำเสนอบริการให้ลูกค้าในขั้นต้น สามารถส่งผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์และบริการ โรงแรม

Modern Hotel แบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบการขาย ดังนี้

1. ตลาดธุรกิจ (Corporate Market) ได้แก่ บริษัทเอกชนทั่วไป ห้างร้านธุรกิจขนาดเล็ก ผู้ติดต่อทำการเสนอขายสินค้า เพื่อแนะนำผลิตภัณฑ์และบริการของ โรงแรม และเชิญชวนให้เกิดการตัดสินใจลงใจใช้บริการโดยเสนอเงื่อนไขตามที่โรงแรมกำหนด

2. ตลาดราชการ (Government Market) ได้แก่ หน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจ ผู้ติดต่อทำการเสนอขายสินค้า เพื่อแนะนำผลิตภัณฑ์และบริการของ โรงแรม และชักชวนให้เกิดการตัดสินใจลงใจพัก ทั้งนี้ Modern Hotel ให้ความสำคัญตลาดนี้น้อยเนื่องจาก ทางโรงแรมมุ่งเน้นความต้องการของบุคคล มากกว่าการมาพักเป็นหมู่คณะ ด้วยข้อจำกัดของสถานที่ไม่มีการรับรองในส่วน ของห้องประชุม ห้องสัมมนา ตลาดราชการอาจไม่ให้ความสำคัญ

4. การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) Modern Hotel ทำการส่งเสริมการขายด้วยวิธีการต่าง ๆ ในช่วงเวลาที่เหมาะสมเพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขายให้สูงขึ้น โดยเฉพาะในช่วง Low Season กำหนดวิธีการ ดังนี้

4.1 การมอบส่วนลด

4.1.1 ส่วนลด 10% สำหรับการขายให้ลูกค้าที่เข้าพักไม่ได้จองล่วงหน้า

4.1.2 ส่วนลด 20% สำหรับนิสิตนักศึกษา คณาจารย์

4.2 การสมัครสมาชิก

รับสมัครสมาชิกสำหรับลูกค้าท้องถิ่นหรือลูกค้าที่มาใช้บริการประจำ เพื่อให้ได้รับสิทธิประโยชน์ด้านส่วนลดหรือกิจกรรมสิทธิพิเศษต่าง ๆ ของทางโรงแรม

4.3 การแจกของรางวัล

การมอบของรางวัลให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการตามเกณฑ์ที่ทางโรงแรมกำหนดไว้ ด้วยการจับรางวัล บางกรณีของรางวัลไม่จำเป็นต้องเป็นของขวัญขนาดใหญ่ แต่มีมูลค่าทางจิตใจได้แก่ สินค้าที่ระลึกของอำเภอสวนผึ้งหรือของจังหวัดราชบุรี, ของที่ระลึกช่วงเทศกาลต่าง ๆ ของที่ระลึกในการตอบแบบสอบถาม

การมอบของแถม

การมอบของแถมให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการตามเกณฑ์ที่ทางโรงแรมกำหนดไว้ บางกรณีของรางวัลไม่จำเป็นต้องเป็นสิ่งของ ทางโรงแรมเน้นให้ของแถมด้วยการบริการภายในโรงแรมเป็นส่วนใหญ่ เช่น ลูกค้าที่ใช้บริการห้องพักแบบ Deluxe 3 วัน 2 คืน แถมบริการนวดแผนไทย 1 ชั่วโมง จำนวน 2 ท่าน

กลยุทธ์ด้านบุคลากร (People)

การกระตุ้นพนักงานบริการ มีความกระตือรือร้น ใส่ใจในงานบริการให้ได้รับส่วนแบ่งจากการบริการ เช่น Trip, ค่าชยัน และกระตุ้นให้พนักงานขายแต่ละคนสร้างยอดขายห้องพัก เพื่อมีผลต่อการพิจารณาขึ้นเงินเดือน และพิจารณาการให้ค่านายหน้า (Commission) ตามความสามารถของแต่ละบุคคล

กลยุทธ์กระบวนการในการให้บริการ (Process)

การให้บริการ เป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งของธุรกิจโรงแรม การบริการต้องอาศัยพนักงานและเครื่องมือที่ทันสมัย เพื่อให้ลูกค้าได้รับความสะดวกสบาย รวดเร็ว และไม่ยุ่งยาก โรงแรมจัดการด้านบริการในลักษณะ One Stop Service ตั้งแต่ต้นจนจบกระบวนการในเวลาและสถานที่เดียวกัน โดยลูกค้าไม่ต้องเดินติดต่อหลายแผนก ดังนั้นการให้บริการที่ดีและถูกต้องตามมาตรฐาน ตั้งแต่ครั้งแรกที่ลูกค้ามาใช้บริการเป็นขั้นตอนแรก ที่มีความสำคัญในการรักษาลูกค้าให้มีความจงรักภักดีตลอดไป ทางโรงแรมจึงจัดฝึกอบรมพนักงานเพื่อให้ส่งมอบบริการอย่างมีคุณภาพ และสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าตั้งแต่ขั้นตอนแรกจนสิ้นสุดการให้บริการ

การสร้างภาพประทับใจตั้งแต่ครั้งแรกที่ลูกค้ามาใช้บริการต้องรู้สึกอบอุ่น จริงใจ และเต็มใจของพนักงาน มีข้อปฏิบัติดังนี้

กระบวนการเข้าพัก Check in

1. เมื่อลูกค้าจอดรถที่ลานจอดรถ พนักงานต้องเดินด้วยความสุภาพอย่างรวดเร็ว ไม่วิ่ง และปฏิบัติ ดังต่อไปนี้

1.1 ยกมือไหว้ตามประเพณีไทย พร้อมกล่าว “สวัสดีครับ/สวัสดีค่ะ Modern Hotel ยินดีต้อนรับครับ/ค่ะ”

1.2 สอบถามว่ามาติดต่อห้องพักหรือติดต่อธุระ หากเป็นผู้มาติดต่อธุระ ให้เชิญมานั่งรอบริเวณส่วนต้อนรับ (Lobby) หากเป็นผู้มาติดต่อห้องพัก ให้เชิญมานั่งรอบริเวณส่วนต้อนรับ (Lobby) เช่นเดียวกัน

1.3 หากนักท่องเที่ยวที่จองห้องพักมีปฏิริยาขุ่นสั่มภาระให้พนักงานกล่าว “ขออนุญาต รับสั่มภาระของคุณผู้หญิง/ของคุณผู้ชาย ครับ/ค่ะ”

2. พนักงานที่ยืนอยู่ในส่วนต้อนรับที่ทำหน้าที่รับจองห้องพัก เมื่อเห็นลูกค้าเดินใกล้เข้ามาให้ส่งยิ้มเป็นการทักทาย

3. จากนั้นในระยะ 5 ก้าวระหว่างลูกค้ากับพนักงาน ให้ยกมือไหว้ และกล่าว “สวัสดีครับ/สวัสดีค่ะ ขอต้อนรับสู่ Modern Hotel ครับ/ค่ะ เชิญนั่งพักและดื่มน้ำตามอัยยาศัยก่อนครับ/ค่ะ”

4. พนักงานนำน้ำดื่ม และผ้าเย็นมาบริการ

5. พนักงานสังเกตท่าทีของลูกค้าหลังจากหายเมื่อยล้าจากการเดินทาง ประมาณ 5 นาที พนักงานเดินมาอย่างสุภาพ และถามการจองห้องของลูกค้า โดยให้ลูกค้าแจ้งชื่อการจอง

6. เมื่อพนักงานหาข้อมูลการจองของลูกค้าแล้ว ให้พนักงานขอบัตรประชาชนจากลูกค้า หรือบัตรที่หน่วยงานราชการออกให้เพื่อนำมากรอกรายละเอียดข้อมูลการเข้าพัก และนำรายละเอียดการจองให้ลูกค้าตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล และลงลายมือชื่อการเข้าพัก

7. กรณีลูกค้าไม่ได้ทำการจองห้องพัก ให้พนักงานขอบัตรประชาชนจากลูกค้า หรือบัตรที่หน่วยงานราชการออกให้เพื่อนำมากรอกรายละเอียดข้อมูลการเข้าพัก และนำรายละเอียดการจองให้ลูกค้าเพื่อตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล และลงลายมือชื่อการเข้าพัก และรับชำระเงินการเข้าพักของลูกค้า

8. พนักงานแนะนำห้องพัก และการบริการต่าง ๆ ที่ลูกค้าพึงได้รับ และถามเวลา Check out เพื่อให้ลูกค้าคำนวณระยะเวลาเดินทางไปสถานที่ต่าง ๆ ได้อย่างไม่คลาดเคลื่อน พร้อมส่งมอบกุญแจ และออกบัตรผู้เข้าพัก เป็นบัตรแสดงสถานะของผู้เข้าพักที่ได้รับสิทธิ์ที่ทางโรงแรม

กำหนด พร้อมกล่าว “ขอให้มีความสุขจากการพักผ่อนครับ/ค่ะ หากมีข้อสงสัย กรุณาติดต่อโทรศัพท เพื่อติดต่อพนักงาน ขอขอบคุณครับ/ค่ะ”

กระบวนการ Check out

กระบวนการให้บริการขั้นสุดท้าย ส่วนมากกระทำการสิ้นสุดการพัก ณ เวลาค่อนเที่ยง หรือเรียกว่า การคืนห้องพัก ทางโรงแรมตระหนักดีว่าความประทับใจที่เกิดขึ้นในวันแรกที่เข้าพัก ต้องมีความประทับใจในวันสุดท้ายของการเข้าพักเช่นเดียวกัน ด้วยการปฏิบัติ ดังนี้

1. ลูกค้าย้ายเข้าพักส่งคืนกุญแจ ให้พนักงานที่อยู่ในส่วนต้อนรับ หรือผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบ แจ้งพนักงานผู้มีหน้าที่ดูแลห้องพัก กระทำการตรวจสอบห้องพักทันที เพื่อตรวจสอบการรับประทานอาหารเช้า-เครื่องดื่มนอกเหนือรายการบริการ ตรวจสอบการกรอกแบบสอบถาม และหากลูกค้ามีสิ่งของไว้ สามารถแจ้งรายละเอียดได้อย่างรวดเร็ว

2. พนักงานรับกุญแจคืน และเชิญลูกค้านั่งบริเวณส่วนต้อนรับ พนักงานนำหนังสือมาบริการ และกล่าว “กรุณาอดสักรู้ครับ/ค่ะ”

3. เมื่อพนักงานได้แจ้งการตรวจสอบห้องพักเป็นปกติ และมีการแจ้งว่าลูกค้าได้กรอกแบบสอบถาม พนักงานมอบของที่ระลึกสำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม และกล่าว “ของที่ระลึก สำหรับการตอบแบบสอบถาม ขอขอบคุณที่มาใช้บริการครับ/ค่ะ”

4. หากพนักงานตรวจสอบพบว่าการรับประทานอาหารเช้า-เครื่องดื่มนอกเหนือรายการบริการ พนักงานต้อนรับดำเนินการสอบถามลูกค้า และรับชำระเงิน พร้อมกล่าว “ขอบคุณที่มาใช้บริการครับ/ค่ะ เทียบสวนฝั่งครั้งใด แวะพักใจที่ Modern Hotel ขอให้เดินทางกลับโดยสวัสดิภาพครับ/ค่ะ”

กลยุทธ์ด้านภาพลักษณ์การบริการ (Physical Evidence)

ภาพลักษณ์ (Image) หมายถึง ชื่อเสียงของโรงแรม บุคคล โดยงานประชาสัมพันธ์เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี สามารถสร้างความประทับใจให้เกิดขึ้นภายในจิตใจของบุคลากร และบุคคลภายนอก ได้เป็นอย่างดี

Modern Hotel สร้างภาพลักษณ์การบริการ ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมสนับสนุนการศึกษา หรือสนับสนุนภารกิจของหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน ด้วยการให้แรงกายหรือทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดสิ่งที่มีคุณค่าต่อสังคม

2. การจัดสถานที่ให้มีความสะอาดอยู่เสมอ โดยการฝึกอบรมพนักงานให้รับรู้คุณค่างานบริการที่แท้จริงต้องมาจากจิตใจที่รักงานบริการ

3. การติดบัตรพนักงานบริเวณเสื้อ เพื่อให้ลูกค้าสามารถจดจำชื่อในการติชม หรือเรียกใช้บริการได้อย่างถูกต้อง

4. แนะนำความรู้ สิ่งแปลกใหม่ในงานบริการเพื่อให้พนักงานได้ทราบถึงความทันสมัย และคุณค่าจากการบริการ เพื่อให้พนักงานรู้สึกตั้งใจและอยากทำงานให้กับทางโรงแรม

5. ธุรกิจโรงแรมเป็นงานบริการที่ต้องใช้บุคคลสร้างตราสินค้าให้เป็นที่จดจำ และเป็นที่ยอมรับของคนในสังคม Modern Hotel ได้ออกแบบเครื่องแบบพนักงานในรูปแบบที่มีความคล่องตัว และมีความทันสมัยเช่นเดียวกับลักษณะโรงแรม เพื่อเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือในการบริการ



ภาพที่ 5 แสดงเครื่องแบบพนักงาน Modern Hotel

เครื่องแบบพนักงานของโรงแรมถูกออกแบบให้เกิดความคล่องตัวเป็นหลัก มีการปักสกรีนชื่อของโรงแรม และเลือกใช้สีขาว และสีอื่น ๆ เพื่อสร้างความสุขมน่าเชื่อถือให้กับบุคคลภายนอกได้รับรู้ถึงการเป็นบุคลากรของโรงแรม และเป็นการสร้างแรงจูงใจให้บุคคลภายนอกเกิดความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของโรงแรม

ตารางที่ 17 แสดงการวิเคราะห์การแข่งขัน (Competitive Matrix)

การตลาด 7P's	Modern Hotel	คู่แข่ง 1 เดือนล้อมรีสอร์ท	คู่แข่ง 2 สวนนางพญา ฮิลล์ รีสอร์ทไฮเทค
การบริการ	<ul style="list-style-type: none"> - บริการห้องพัก - บริการร้านอาหาร - บริการอินเทอร์เน็ต - มีเครื่องหมายมาตรฐานระดับ 3 ดาว - สิ่งอำนวยความสะดวก - กิจกรรมนันทนาการ 	<ul style="list-style-type: none"> - บริการห้องพัก - บริการบ้านพัก - บริการร้านอาหาร - บริการห้องจัดเลี้ยง - สิ่งอำนวยความสะดวก 	<ul style="list-style-type: none"> - บริการห้องพัก - บริการบ้านพัก - บริการห้องสัมมนา - บริการร้านอาหาร - บริการห้องจัดเลี้ยง - กิจกรรมนันทนาการ - สิ่งอำนวยความสะดวก - กิจกรรมนันทนาการ
ราคา	- ราคาเทียบเคียงคู่แข่ง, ไม่แพง	- ราคาสูง	- ราคาสูง
สถานที่	<ul style="list-style-type: none"> - อยู่ใกล้แหล่งชุมชน - เดินทางสะดวกอยู่ใกล้ถนนทางหลวง - มีสถานที่จอดรถ - ตกแต่งสไตล์โมเดิร์น 	<ul style="list-style-type: none"> - อยู่ใกล้แหล่งชุมชน - เดินทางสะดวกอยู่ใกล้ถนนทางหลวง - มีสถานที่จอดรถ - ตกแต่งสไตล์ เมดิเตอร์เรเนียน 	<ul style="list-style-type: none"> - อยู่ใกล้แหล่งชุมชน - รีสอร์ทตั้งอยู่ไกลจากทางเข้า - มีสถานที่จอดรถ
ส่งเสริมการขาย	- ประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขาย	- ประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขาย	- ประชาสัมพันธ์
บุคคล	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้ร่วมทุนมีประสบการณ์บริหารโรงแรม - มีการฝึกอบรมพนักงาน 	<ul style="list-style-type: none"> - ไม่มี - ไม่มี 	<ul style="list-style-type: none"> - ไม่มี - ไม่มี
กระบวนการให้บริการ	<ul style="list-style-type: none"> - มีผังขั้นตอนการให้บริการ - มีแบบวัดความพึงพอใจ 	<ul style="list-style-type: none"> - ไม่มี - ไม่มี 	<ul style="list-style-type: none"> - ไม่มี - ไม่มี
ภาพลักษณ์	<ul style="list-style-type: none"> - มีเครื่องแบบพนักงาน - ตัดบัตรพนักงานที่สื่อ 	<ul style="list-style-type: none"> - ไม่มี - ไม่มี 	<ul style="list-style-type: none"> - ไม่มี - ไม่มี

กลยุทธ์สู่ความสำเร็จสำหรับธุรกิจที่พักแรม

การประกอบธุรกิจสถานที่พักแรมในรูปแบบโรงแรม เกสต์เฮาส์ บังกะโลหรือรีสอร์ทย่อมมีลักษณะที่พิกที่สร้างความแตกต่าง ทั้งในด้านราคา ด้านการบริการ ด้านการตกแต่งสถานที่ และด้านอื่น ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้า หากผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแต่ละประเภททราบสิ่งที่กลุ่มลูกค้าต้องการ สามารถดำเนินงานในด้านบริการ การส่งเสริมการตลาดได้ถูกต้อง ตรงความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ส่งผลให้ประสบความสำเร็จทางธุรกิจได้อย่างยั่งยืน

การศึกษา “ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรมระดับสามดาว ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์” พบว่าการปฏิบัติงานของพนักงานของพนักงานมีส่วนสำคัญต่อการดำเนินงานโรงแรมเป็นอันดับแรก โดยพนักงานควรปฏิบัติงานด้วยความสุภาพ อ่อนน้อมเป็นสิ่งที่ผู้เข้ามาใช้บริการต้องการมากที่สุด และสถานที่ตั้งโรงแรมควรอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว คือสิ่งสำคัญเป็นอันดับ 2 ในเรื่องการออกแบบรูปทรงของอาคารและห้องพักรวมสะอาดมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย มีความสำคัญเป็นอันดับ 3 (จิโรจ แยมมาก 2546 : 68 - 69)

การศึกษา “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการโรงแรม ระดับกลุ่ม 3 ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ คือ สถานที่พักรวมมีพนักงานรักษาความปลอดภัยดูแลความปลอดภัย 24 ชั่วโมง และมีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในที่พักไว้รองรับ ด้านราคา ต้องมีการคิดราคาห้องพักให้ตรงกับความเป็นจริง ด้านสถานที่ต้องมีเส้นทางคมนาคมที่สะดวก สามารถสังเกตเห็น โรงแรมได้เด่นชัด มีจุดสังเกตง่ายต่อการพบเห็น ด้านส่งเสริมการตลาด ควรมีส่วนลดให้ลูกค้าที่มาใช้บริการประจำ และให้ส่วนลดในวันธรรมดา รวมทั้งควรมีแผ่นพับเอกสารแนะนำโรงแรมแจกลูกค้า ด้านบุคลากร พนักงานบริการควรมีมโนษย์สัมพันธ์ น่าเชื่อถือ บริการลูกค้าทุกท่านอย่างอบอุ่น และบริการอย่างรวดเร็ว ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โรงแรมควรมีป้ายชื่อโรงแรมเห็นเด่นชัด มีบรรยากาศดี มีป้ายในโรงแรมบอกทางไปจุดต่าง ๆ ด้านกระบวนการให้บริการ ควรมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี พนักงานมีอัธยาศัยไมตรี และต้องได้รับความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อสอบถาม (พิไลวรรณ จารุโรจน์สกุลชัย 2548 : 168)

การศึกษา “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกที่พักประเภทโรงแรม รีสอร์ท และเกสต์เฮาส์ในจังหวัดเชียงราย” พบว่า นักท่องเที่ยวเลือกพักในโรงแรมส่วนใหญ่ มีรายได้ปานกลาง เมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวที่เลือกพักในรีสอร์ท และไม่ต้องการมีค่าใช้จ่ายสำหรับที่พักสูงมากเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ดังนั้นผู้ประกอบการควรจัดห้องพักให้มีหลายระดับ เช่น ถ้าต้องการดึงดูดลูกค้าจากที่พักประเภทเกสต์เฮาส์ ควรจัดให้มีบริการ การตกแต่งที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวกดีกว่าที่พักประเภทเกสต์เฮาส์ แต่มีราคาห้องพักสูงกว่าเล็กน้อย และถ้าต้องการ

ดึงดูดลูกค้าจากที่พักประเภทรีสอร์ท ควรจัดให้มีบริการ การตกแต่งภายในที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวก ให้ใกล้เคียงกับที่พักประเภทรีสอร์ทแต่ราคาห้องพักที่ถูกกว่า ที่พักประเภทโรงแรมมีข้อ ได้เปรียบที่มีค่าใช้จ่ายในการตกแต่งบริเวณนอกอาคารที่พ็กน้อยกว่ารีสอร์ท และระบบ สาธารณูปโภคเป็นระบบรวมที่ประหยัดค่าใช้จ่ายได้มากกว่า สามารถนำค่าใช้จ่ายเหล่านี้มา ดำเนินการปรับปรุงห้องพักได้ (ฐิติวัฒน์ ปีญากรณ์ 2550 : 78 - 79)

การศึกษา “กลยุทธ์สื่อสารการตลาดของโรงแรมระดับกลางในจังหวัดเชียงใหม่ระหว่าง ปี 2551-2555” พบว่า โรงแรมอิสระและโรงแรมเครือข่ายท้องถิ่น มีการใช้กลยุทธ์ด้านราคาที่แตกต่างกัน โรงแรมอิสระ เช่น โรงแรมเชียงใหม่พลาซ่า ให้ความสำคัญกับราคาเป็นอันดับแรก เพราะ เป็นการสร้างแรงจูงใจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของโรงแรม ราคาของบริษัทเอกชนแต่ละ บริษัทจะไม่เท่ากัน เนื่องจากต้องดูความถี่การเข้าพัก ส่วนเครื่องมือการตลาดอื่น ๆ เช่นการจัด จำหน่าย ผลิตภัณฑ์ การติดต่อสื่อสารทางการตลาด โรงแรมไม่ให้ความสำคัญมากเท่าที่ควร เนื่องจากผู้บริหารเป็นผู้ประสานงาน โดยตรงกับบริษัททัวร์ของต่างประเทศโดยไม่ผ่านบริษัททัวร์ ในประเทศ ในขณะที่ โรงแรมเชียงใหม่ฮิลล์ ให้ความสำคัญกับสินค้า เป็นอันดับแรก ทางโรงแรม ให้ความสำคัญกับงานบริการมาก เนื่องจากการบริการถือได้ว่าเป็นสิ่งจำเป็นและเป็นหัวใจหลักของ ทุกโรงแรม เพราะหากการบริการของพนักงานในโรงแรมไม่ดี ลูกค้าเกิดความไม่ประทับใจ ส่งผล ให้ไม่ประทับใจเรื่องอื่น ๆ ตามมา ทั้งนี้โรงแรมจำเป็นต้องรักษามาตรฐานการบริการไว้ให้ดี เพื่อ สร้างภาพลักษณ์ให้กับตัวองค์กรโดยทุกปีโรงแรมมีการฝึกอบรมพนักงาน

ด้านโรงแรมในเครือข่ายท้องถิ่น คือ เชียงใหม่ออกคิด ให้ความสำคัญกับสินค้ามากที่สุด การให้ความสำคัญกับสินค้าในที่นี้หมายถึงงานบริการถือได้ว่าเป็นหัวใจสำคัญของทางโรงแรม โรงแรมอยู่ได้โดยการบริการจากพนักงานเป็นอันดับแรกในการสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า โดยโรงแรมจัดให้มีการอบรมพนักงานทุกปี เพื่อเพิ่มทักษะการปฏิบัติให้แก่พนักงาน (พลอยปภัสน์ เรือนวงศ์ 2552 : 61-62)

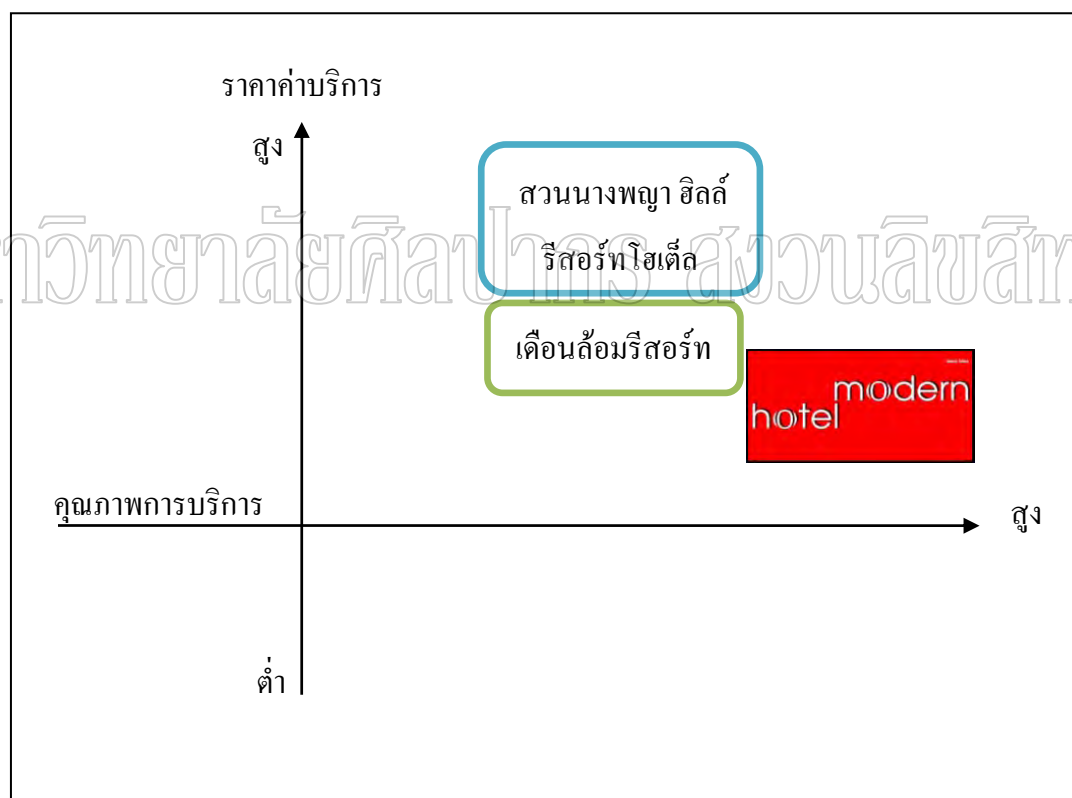
ผลงานวิจัยทำให้ทราบว่า การประกอบธุรกิจสถานที่พักแรมนั้น มีการนำกระบวนการ ส่วนประสมทางการตลาดมาใช้วิเคราะห์สถานการณ์ในการลงทุนทำธุรกิจ เพื่อให้ทราบถึงความ ต้องการที่แท้จริงของกลุ่มลูกค้า

Modern Hotel ได้นำแนวคิดงานวิจัยมาใช้ เพื่อพัฒนาและปรับปรุงงานบริการให้เกิด ผลดีต่อธุรกิจ โรงแรม โดยคำนึงถึงการเลือกกลุ่มเป้าหมายให้สอดคล้องต่อธุรกิจ และพัฒนา ออกแบบสถานที่พักให้ตรงใจกลุ่มลูกค้า โดยที่ราคาต้องเหมาะสมต่อลูกค้า ที่พักต้องสะอาดมีความ ปลอดภัยด้วยการดูแลและใส่ใจของพนักงานจากมิตรไมตรีที่พนักงานพร้อมให้บริการอย่างเต็มใจ

การกำหนดตำแหน่งทางธุรกิจ Modern Hotel (Market Positioning)

กระบวนการที่ธุรกิจพยายามกำหนดหรือวางตำแหน่งของธุรกิจ โดยการสร้างภาพลักษณ์ หรือการรับรู้ในความนึกคิดของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือตราชื่อของบริษัท เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง โดยใช้เกณฑ์หรือวิธีการต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์ 2551 : 67 - 68)

Modern Hotel กำหนดตามราคาและคุณภาพ โดยเทียบราคาและคุณภาพกับคู่แข่งชั้น และพิจารณาว่าราคาเหมาะสมกับคุณภาพของการบริการที่พักที่มีราคาไม่แพง ลูกค้าสามารถเข้าพักได้อย่างสบายใจ ด้วยความชื่นชอบส่วนบุคคลที่มีการออกแบบสไตล์โมเดิร์นให้เลือกหลากหลายแบบ



ภาพที่ 6 แสดงการกำหนดตำแหน่งทางธุรกิจ Modern Hotel

บทที่ 8

แผนการให้บริการ

พฤติกรรมบริการถือเป็นหน้าที่หน้าที่ของบุคลากรที่ปฏิบัติงานในสายงานสนับสนุนและปฏิบัติงาน ลักษณะเฉพาะของการบริการ ในประเด็นของการไม่มีตัวตนที่สัมผัสได้ ทำให้การตลาดและการจัดการมีความยุ่งยาก เนื่องจากการยากที่ผู้ซื้อจะรู้ว่า บริการนั้นดีหรือไม่ดีจนกว่าได้ใช้บริการนั้น เพราะบริการส่วนใหญ่ให้ผู้ซื้อทดลองใช้ก่อนไม่ได้ ผู้ซื้อใช้แล้วไม่พอใจขอคืนบริการที่รับมาแล้วไม่ได้ ลักษณะดังกล่าวทำให้การตัดสินใจซื้อบริการมีความเสี่ยงที่สูงมาก แตกต่างกับการซื้อสินค้าที่มีตัวตนให้ผู้ซื้อเห็นและสัมผัสได้ ให้ผู้ซื้อทดลองใช้ก่อนตัดสินใจซื้อได้

การบริการต้องเริ่มจากการสร้างความน่าเชื่อถือ สร้างความมั่นใจให้กับผู้ซื้อก่อนการตัดสินใจ ประเด็นสำคัญ คือ การทำให้กลุ่มเป้าหมายได้มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการบริการ คือ การสร้างความคาดหวัง (Expectation) ที่ถูกต้องและเหมาะสมในสิ่งที่พึงปรารถนาที่ได้รับจากการบริการ เพื่อสร้างความสนใจให้มากพอที่ผู้บริโภคกล้าเสี่ยง และลงชื่อหรือทดลองใช้บริการ



ภาพที่ 8 แสดงเส้นทางเข้าสู่ที่ตั้งของ Modern Hotel



ภาพที่ 9 แสดงสถานที่ตั้งประกอบกิจการ



ภาพที่ 10 แสดงภาพบรรยากาศที่ตั้งด้านหน้าของ Modern Hotel

ลักษณะที่ตั้งธุรกิจ Modern Hotel

1. Modern Hotel มีสภาพทางภูมิศาสตร์เป็นที่ราบเนินสูง มีขนาดพื้นที่ 1 ไร่ ครอบล้อมด้วยธรรมชาติ เช่น ภูเขา และอ่างเก็บน้ำ มีความสมบูรณ์ทางธรรมชาติ และความสงบร่มรื่น เนื่องจากเป็นสถานที่ไม่มีคนในชุมชนสร้างที่อยู่อาศัย ทำให้เกิดทัศนียภาพที่สวยงาม
2. การคมนาคมสะดวก เนื่องจากเส้นทางเข้าสู่โรงแรมเป็นถนนลาดยาง และเป็นเส้นทางลัดสู่โรงพยาบาลสวนผึ้ง มีไฟฟ้าของกรมทางหลวงติดอยู่ตลอดเส้นทาง ทำให้มีความปลอดภัยในการใช้เส้นทาง เนื่องจากประชาชนใช้เส้นทางนี้เดินทางเข้าสู่หมู่บ้าน
3. มีเส้นทางลัดไปสู่อำเภอสวนผึ้ง ทำให้ไม่เสียเวลาในการเดินทาง
4. สถานที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน สามารถซื้อสินค้าอุปโภค บริโภคได้ง่าย

เหตุผลที่เลือกทำธุรกิจที่อำเภอสวนผึ้ง

1. อำเภอสวนผึ้งมีสภาพภูมิอากาศทางธรรมชาติลักษณะหนาวเย็น เหมาะแก่การพักผ่อน โดยเฉพาะช่วงเทศกาลและฤดูกาลท่องเที่ยวมีนักท่องเที่ยวมาพักผ่อนจำนวนมาก
2. เจ้าของธุรกิจเป็นบุคคลในพื้นที่ สามารถสร้างชื่อเสียงได้ง่าย
3. พื้นที่ก่อสร้างเป็นของเจ้าของกิจการ ทำให้ไม่มีค่าใช้จ่ายในการจัดหาพื้นที่
4. มีเส้นทางคมนาคมสะดวกต่อการเดินทาง
5. มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากในช่วงเทศกาลและฤดูกาลท่องเที่ยว ใช้เส้นทางคมนาคมสายนี้หาที่พักแรม

แผนผังบริเวณภายนอกและภายในโรงแรม

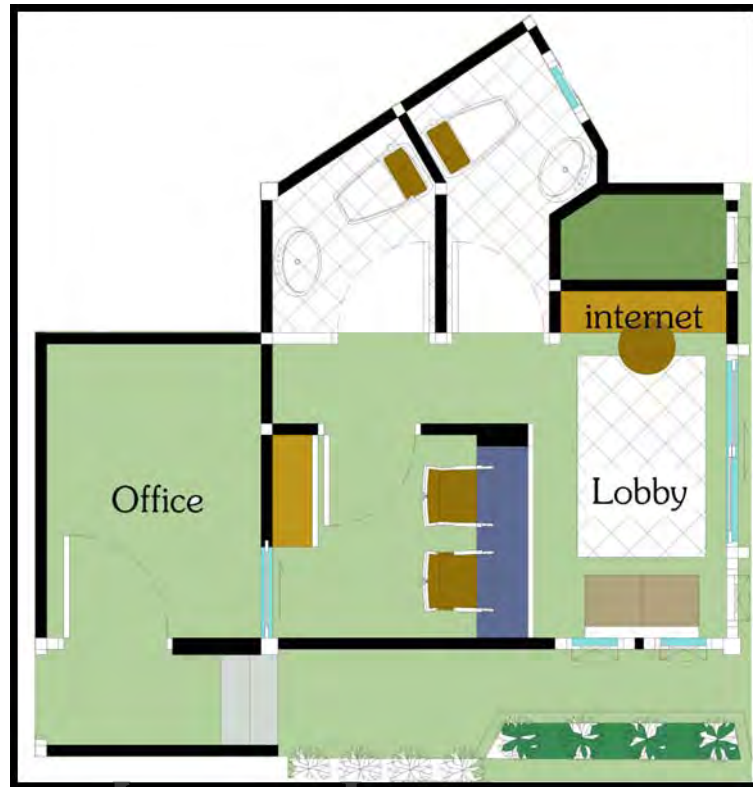


ภาพที่ 11 แสดงแปลนบริเวณโรงแรมห้องพักชั้นล่าง

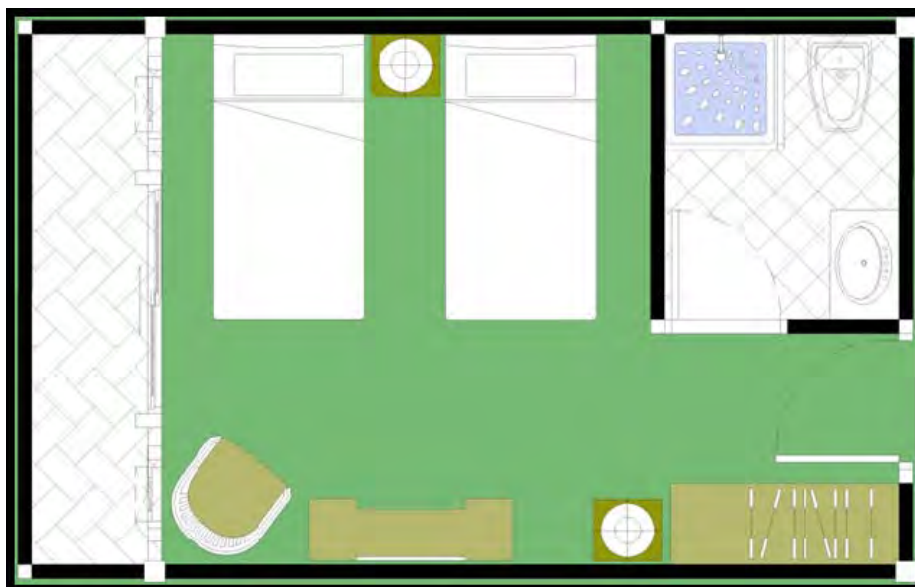
มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์



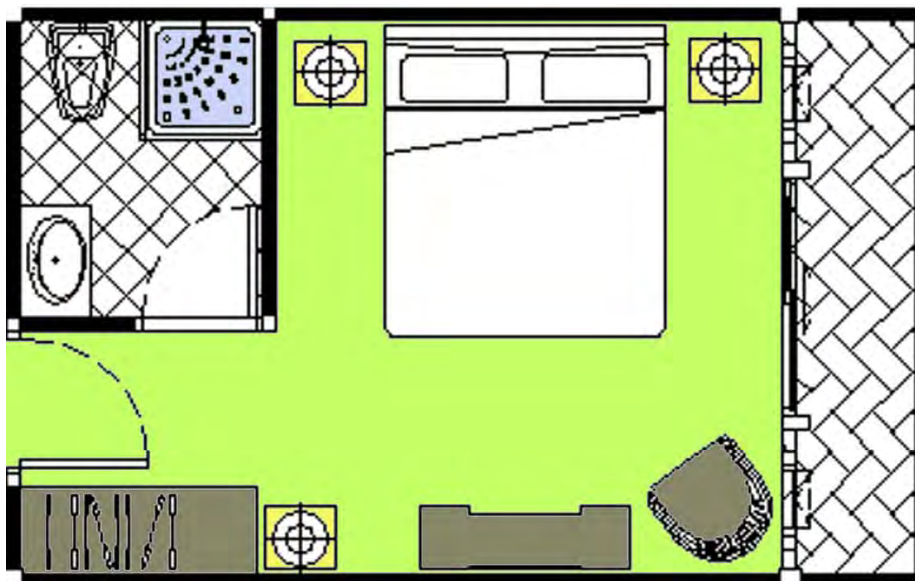
ภาพที่ 12 แสดงแปลนบริเวณโรงแรมห้องพักชั้นบน



มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์
ภาพที่ 13 แสดงแปลนบริเวณส่วนต้อนรับ



ภาพที่ 14 แสดงแปลนห้องพักแบบเตียงเดี่ยว Standard และ Superior



ภาพที่ 15 แสดงแปลนห้องพักแบบเตียงคู่ Standard และ Superior



ภาพที่ 16 แสดงแปลนห้องพักแบบ Deluxe

Modern Hotel ตั้งอยู่บริเวณตลาดชุมชนบ้านซำป่าหวาย ใกล้แหล่งอ่างเก็บน้ำของชุมชน มีขนาดพื้นที่ 1 ไร่ บริเวณโรงแรมเน้นการออกแบบให้สอดคล้องกับจำนวนพื้นที่ที่จำกัด ด้วยรูปแบบสไตล์โมเดิร์น ที่เลือกสรรวัสดุและอุปกรณ์ให้เกิดความสบายตาและมีความคล่องตัวต่อการเคลื่อนย้าย เพื่อให้บริเวณโรงแรมมีความกว้างขวาง บริเวณโรงแรมมีพื้นที่เป็นส่วนต่าง ๆ ดังนี้

1. พื้นที่ส่วนหน้า หรือส่วนต้อนรับ เป็นบริเวณด้านหน้ามองเห็นได้อย่างเด่นชัดเจน เป็นหน้าเป็นตาให้ทางโรงแรมอย่างยิ่ง ดังนั้น Modern Hotel ตกแต่งด้วยวัสดุและเฟอร์นิเจอร์ที่ทันสมัยให้เหมาะกับลักษณะการออกแบบของโรงแรมที่โดดเด่นในสไตล์โมเดิร์น โดยมีห้องรับรองลูกค้าและอินเทอร์เน็ตไว้บริการ

2. พื้นที่ส่วนหลัง สนับสนุนการดำเนินงานของพื้นที่ส่วนหน้า มีการจัดพื้นที่ให้เกิดความสะดวกแก่พนักงานและผู้ใช้บริการ ได้แก่ ห้องทำงานของผู้จัดการและพนักงานฝ่ายการตลาด และส่วนพักผ่อนของพนักงาน

3. อาคารที่พักจำนวน 1 หลัง จำนวน 15 ห้อง โดยการออกแบบให้มีความหลากหลายในสไตล์โมเดิร์น แต่ละห้องพักเลือกใช้วัสดุและเฟอร์นิเจอร์ที่ต่างกันแฝงความร่วมมือ เพื่อสื่อความหมายการมีรสนิยมและให้ความรู้สึกที่ต่างกัน ไม่เกิดความรู้สึกเบื่อหน่ายกับสภาพที่พักเดิมในการใช้บริการห้องพักในแต่ละครั้ง

3.1 ห้องพักแบบ Standard บริการพัดลม มีเตียงเดี่ยวและเตียงคู่

3.2 ห้องพักแบบ Superior บริการเครื่องปรับอากาศ มีเตียงเดี่ยวและเตียงคู่

3.3 ห้องพักแบบ Deluxe บริการเครื่องปรับอากาศ มีเตียงคู่ และอ่างอาบน้ำ

4. ส่วนรับประทานอาหาร เปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 10.00 น.-20.00 น. ให้บริการอาหารไทยและอาหารชาติตะวันตก

การให้บริการ

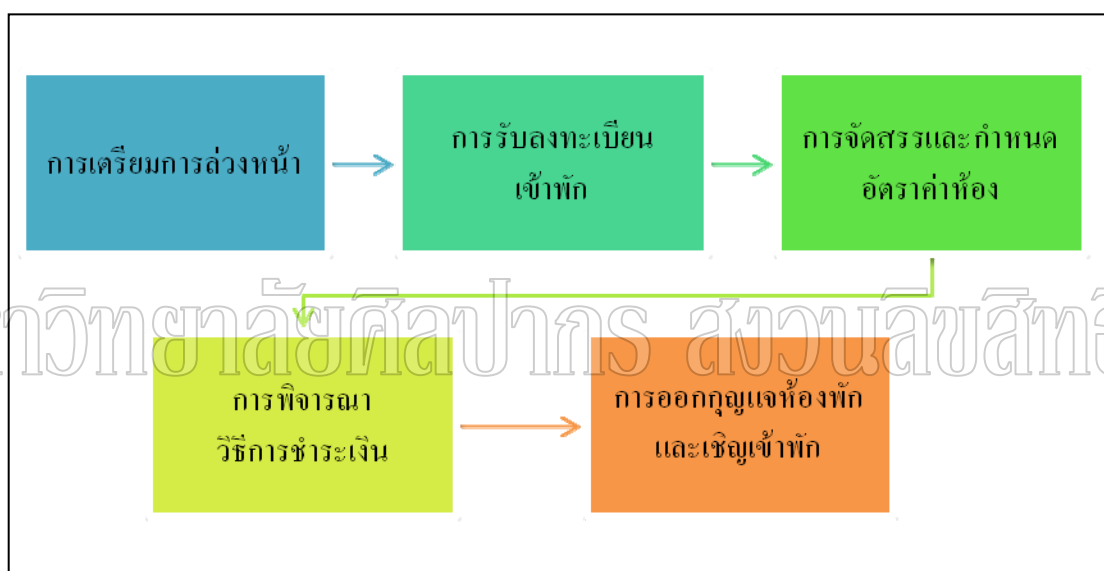
1. การเตรียมการล่วงหน้า เป็นการดำเนินงานในช่วงระยะเวลาก่อนกำหนดเข้าพักของผู้เข้าพัก ทำการจัดเตรียมเอกสารและบริการในการต้อนรับในวันที่ผู้เข้าพักเดินทางมาถึง

2. การรับลงทะเบียน พนักงานต้อนรับเป็นผู้ทำการกรอกข้อมูลลงในแบบฟอร์มการลงทะเบียนเข้าพัก และเก็บข้อมูลไว้เป็นหลักฐานการเข้าพัก และบันทึกข้อมูลดังกล่าวลงในโปรแกรมคอมพิวเตอร์

3. การจัดสรรและกำหนดอัตราค่าห้องพัก ดำเนินการหลังจากการบันทึกข้อมูลการลงทะเบียนเข้าพัก พนักงานต้อนรับตรวจห้องพักตามชนิดที่ผู้เข้าพักต้องการจากรายการสถานะห้องว่าง

4. การพิจารณาวิธีการชำระเงิน ภายหลังจากการจัดห้องพัก พนักงานต้อนรับต้องพิจารณาวิธีการชำระเงินจากผู้เข้าพัก โดยเฉพาะลูกค้าจากแขก Walk-in ที่ไม่มีการสำรองห้องพักกับทางโรงแรมมาก่อน เพื่อรับประกันการเข้าพักและป้องกันปัญหาต่าง ๆ เช่น ผู้เข้าพักไม่ชำระเงินตามจำนวน, ผู้เข้าพักทำสูญหาย ทางโรงแรมกำหนดให้จ่ายเงินประกันไว้ครึ่งหนึ่งของราคาค่าห้องและจะได้รับคืนกรณีที่จ่ายค่าที่พักรวมตามจำนวน

5. การออกกุญแจห้องพัก ดำเนินการออกกุญแจหลังจากที่พนักงานแนะนำห้องพักการบริการต่าง ๆ ที่ลูกค้าพึงได้รับ พร้อมกับการออกบัตรผู้เข้าพัก เป็นบัตรแสดงสถานะของผู้เข้าพักที่ได้รับสิทธิ์ที่ทางโรงแรมกำหนด จากนั้นเชิญลูกค้าพักผ่อนตามอัธยาศัย



ภาพที่ 17 แสดงขั้นตอนการให้บริการห้องพัก

ความสามารถในการให้บริการ

Modern Hotel เปิดให้บริการทุกวัน ตลอด 24 ชั่วโมง มีจำนวนห้องพัก 15 ห้อง แบ่งเป็น 3 ระดับ ให้ลูกค้าเลือกใช้บริการ มีสิ่งอำนวยความสะดวกรองรับ พร้อมการบริการเสริมนวดแผนไทย การบริการรถรับ-ส่ง และบริการแพ็คเกจจูงใจเที่ยว มีพนักงานให้บริการ 6 คน รวมเจ้าของกิจการผู้ปฏิบัติหน้าที่ตำแหน่งผู้จัดการ โรงแรม ธุรกิจโรงแรมเน้นความสำคัญงานบริการเป็นหลัก เจ้าของกิจการรวมทั้งหุ้นส่วนเป็นผู้ควบคุมดูแลระบบบริหารการจัดการเพื่อให้งานบริการทุกภาคส่วนดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ

ทรัพย์สินที่ใช้ในการลงทุนและประมาณการค่าเสื่อม

ตารางที่ 18 แสดงทรัพย์สินที่ใช้ในการลงทุนและประมาณการค่าเสื่อมราคา

รายการ	อายุ (ปี)	ค่าซาก	ค่าเสื่อมราคา (บาท / ปี)
อาคารและสถานที่ 2,926,200	30	146,310	92,633
ตกแต่งภายใน 1,395,000	5	-	279,000
เครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการ 766,600	5	153,320	122,656
ผลิตภัณฑ์ชุดเครื่องนอน 93,800			
อุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า 239,750			
อุปกรณ์เครื่องใช้ในครัว 23,300			
อุปกรณ์เครื่องใช้ทำความสะอาด 3,850			
อุปกรณ์รักษาความปลอดภัย 5,900			
อุปกรณ์ระบบสุขาภิบาล 200,000			
ยานพาหนะ 200,000			
เครื่องใช้สำนักงาน 44,500	5	4,450	8,010
เครื่องคอมพิวเตอร์ Notebook 24,000			
เครื่องคอมพิวเตอร์ PC 4,500			
เครื่อง Printer All In One 1,500			
เครื่องคำนวณ 500			
เครื่องกระจายสัญญาณอินเทอร์เน็ต 1,000			
เครื่องโทรศัพท์พร้อมผู้สัญญาณ 3,000			
โต๊ะทำงานชุด Home Office 2,000			
โปรแกรมบริหารจัดการโรงแรม 8,000			
ค่าใช้จ่ายในก่อนการดำเนินงาน 117,700			
เงินทุนหมุนเวียน 450,000			
รวมมูลค่าการลงทุน 5,700,000			

การคำนวณค่าเสื่อมราคาใช้วิธีการคิดค่าเสื่อมราคาแบบทางตรง

ตารางที่ 19 แสดงการคำนวณค่าเสื่อมราคา

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
	2555	2556	2557	2558	2559
ค่าเสื่อมราคาทางตรง					
ค่าเสื่อมราคาค่าสถานที่ (บาท/ปี)	92,633	92,633	92,633	92,633	92,633
ค่าเสื่อมราคาค่าตกแต่งภายใน (บาท/ปี)	279,000	279,000	279,000	279,000	279,000
ค่าเสื่อมราคาเครื่องมือและอุปกรณ์ (บาท/ปี)	122,656	122,656	122,656	122,656	122,656
	494,319	494,319	494,319	494,319	494,319
ค่าเสื่อมราคาทางอ้อม					
ค่าเสื่อมราคาเครื่องใช้สำนักงาน (บาท/ปี)	8,010	8,010	8,010	8,010	8,010
ค่าเสื่อมราคารวมทั้งสิ้น (บาท/ปี)	502,393	502,393	502,393	502,393	502,393

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

ประมาณการรายได้ ต้นทุน และค่าใช้จ่าย

ประมาณการรายได้

ตารางที่ 20 แสดงประมาณการรายได้ที่ปัก

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
	2555	2556	2557	2558	2559
รายได้ค่าบริการห้องพัก					
ห้อง Standard ชั่วโมง (รายชั่วโมง)					
จำนวนห้องพัก	2	2	2	2	2
จำนวนรอบต่อวัน	2	2	2	2	2
จำนวนห้องพักทั้งปี	365	365	366	365	365
อัตราการเข้าพักเฉลี่ย	50%	55%	60%	60%	70%
อัตราค่าห้องพัก ต่อ 3 ชั่วโมง	150	150	150	150	150
รวมรายได้ (รายชั่วโมง)	109,500	120,450	131,760	142,350	153,300

ตารางที่ 20 (ต่อ)

รายการ	ปีที่ 1 2555	ปีที่ 2 2556	ปีที่ 3 2557	ปีที่ 4 2558	ปีที่ 5 2559
ห้อง Standard พักเต็ม (รายวัน)					
จำนวนห้องพัก	3	3	3	3	3
จำนวนห้องพักทั้งปี	365	365	366	365	365
อัตราการเข้าพักเฉลี่ย	50%	55%	60%	65%	70%
อัตราค่าห้องพัก	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
รวมรายได้ (รายวัน)	547,500	602,250	658,800	711,750	765,500
ห้อง Superior ชั่วคราว (รายชั่วโมง)					
จำนวนห้องพัก	2	2	2	2	2
จำนวนรอบต่อวัน	2	2	2	2	2
จำนวนห้องพักทั้งปี	365	365	366	365	365
อัตราการเข้าพักเฉลี่ย	50%	55%	60%	65%	70%
อัตราค่าห้องพัก ต่อ 3 ชั่วโมง	250	250	250	250	250
รวมรายได้ (รายชั่วโมง)	182,500	200,750	219,600	237,250	255,500
รายได้ค่าบริการห้องพัก					
ห้อง Superior พักเต็ม (รายวัน)					
จำนวนห้องพัก	3	3	3	3	3
จำนวนห้องพักทั้งปี	365	365	366	365	365
อัตราการเข้าพักเฉลี่ย	50%	55%	60%	65%	70%
อัตราค่าห้องพัก	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
รวมรายได้ (รายวัน)	821,250	903,375	988,200	1,067,625	1,149,750
ห้อง Deluxe ชั่วคราว (รายชั่วโมง)					
จำนวนห้องพัก	2	2	2	2	2
จำนวนรอบต่อวัน	2	2	2	2	2
จำนวนห้องพักทั้งปี	365	365	366	365	365
อัตราการเข้าพักเฉลี่ย	50%	55%	60%	65%	70%
อัตราค่าห้องพัก ต่อ 3 ชั่วโมง	450	450	450	450	450
รวมรายได้ (รายชั่วโมง)	328,500	361,350	395,280	427,050	459,900

ตารางที่ 20 (ต่อ)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
	2555	2556	2557	2558	2559
ห้อง Deluxe พักเต็ม (รายวัน)					
จำนวนห้องพัก	3	3	3	3	3
จำนวนห้องพักทั้งปี	365	365	366	365	365
อัตราการเข้าพักเฉลี่ย	50%	55%	60%	65%	70%
อัตราค่าห้องพัก	2,500	1,500	1,500	1,500	1,500
รวมรายได้ (รายวัน)	1,368,750	1,642,500	1,921,500	2,190,000	2,463,750
รวมรายได้ค่าห้องพักแบบ ชั่วคราว (รายชั่วโมง)	620,500	744,600	871,080	992,800	1,116,900
รวมรายได้ค่าห้องพักเต็ม (รายวัน)	2,737,500	3,285,000	3,843,000	4,380,000	4,927,500
อัตราการเข้าพักเฉลี่ยทั้งปี	78%	78%	78%	78%	78%
รวมรายได้ค่าห้องพักสุทธิ	2,619,240	3,143,088	3,676,982	4,190,784	4,714,632
รายได้การบริการอาหารและเครื่องดื่ม					
รายได้การบริการอาหาร					
จำนวนผู้ให้บริการ (ต่อวัน)	35	35	35	35	35
อัตราการให้บริการทั้งปี	365	365	366	365	365
อัตราการให้บริการเฉลี่ยทั้งปี	50%	50%	50%	50%	50%
ราคาเฉลี่ยต่อคน	70	70	70	70	70
รวมรายได้จากบริการอาหาร	447,125	613,200	807,030	1,022,000	1,264,725
รายได้การบริการเครื่องดื่ม					
จำนวนผู้ให้บริการ (ต่อวัน)	35	35	35	35	35
อัตราการให้บริการทั้งปี	365	365	366	365	365
อัตราการให้บริการเฉลี่ยทั้งปี	50%	50%	50%	50%	50%
ราคาเฉลี่ยต่อคน	45	45	45	45	45
รวมรายได้จากบริการเครื่องดื่ม	287,438	394,200	518,805	657,000	813,038
รวมรายได้การบริการอาหาร และเครื่องดื่ม	734,563	1,007,400	1,325,835	1,679,000	2,077,763

ตารางที่ 20 (ต่อ)

รายการ	ปีที่ 1 2555	ปีที่ 2 2556	ปีที่ 3 2557	ปีที่ 4 2558	ปีที่ 5 2559
รายได้อื่น ๆ					
รายได้จากบริการรถรับส่ง					
จำนวนผู้ใช้บริการต่อปี (ปรับขึ้นปีละ 10%)	200	220	242	266	293
ราคาต่อคน	70	70	70	70	70
รวมรายได้จากบริการรถ รับส่ง	14,000	15,400	16,940	18,634	20,497
รายได้จากบริการแพ็คเกจท่องเที่ยว (1)					
จำนวนผู้ใช้บริการต่อปี (ปรับขึ้นปีละ 10%)	200	220	242	266	293
ราคาต่อคน	250	250	250	250	250
รวมรายได้จากบริการแพ็คเกจ ท่องเที่ยว (1)	50,000	55,000	60,500	66,550	73,205
รายได้จากบริการแพ็คเกจท่องเที่ยว (2)					
จำนวนผู้ใช้บริการต่อปี (ปรับขึ้นปีละ 10%)	200	220	242	266	293
ราคาต่อคน	350	350	350	350	350
รวมรายได้จากบริการแพ็คเกจ ท่องเที่ยว (2)	70,000	77,000	84,700	93,170	102,487
รายได้ค่าบริการนวดแผนไทย					
จำนวนผู้ใช้บริการต่อปี (ปรับขึ้นปีละ 10%)	200	220	242	266	293
ราคาต่อคน / ชั่วโมง	150	150	150	150	150
รวมรายได้ค่าบริการนวด แผนไทย	30,000	33,000	36,300	39,930	43,923

ตารางที่ 20 (ต่อ)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
	2555	2556	2557	2558	2559
รายได้ค่าบริการรับรีดผ้า					
จำนวนผู้ใช้บริการต่อปี (ปรับขึ้นปีละ 10%)	200	220	242	266	293
ราคาต่อชิ้น	20	20	20	20	20
รวมรายได้ค่าบริการรับรีดผ้า	4,000	4,400	4,840	5,324	5,856
รวมรายได้อื่น ๆ	164,000	184,800	203,280	223,608	245,696
รวมรายได้จากการให้บริการ ทั้งสิ้น	3,521,803	4,335,288	5,206,097	6,093,392	7,038,363

ประมาณการต้นทุนแรงงาน

ตารางที่ 21 แสดงประมาณการต้นทุนแรงงาน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
	2555	2556	2557	2558	2559
ค่าแรงฝ่ายปฏิบัติการ					
พนักงานขาย เงินเดือน 6,500 บาท / คน	1 78,000	1 78,000	1 78,000	1 78,000	1 78,000
พนักงานทำความสะอาด เงินเดือน 5,400 บาท / คน	1 64,800	1 64,800	1 64,800	1 64,800	1 64,800
พนักงานรักษาความปลอดภัย เงินเดือน 5,400 บาท / คน	1 64,800	1 64,800	1 64,800	1 64,800	1 64,800
รวมค่าแรงฝ่ายปฏิบัติการ	207,600	207,600	207,600	207,600	207,600
ค่าแรงฝ่ายบริหาร					
ผู้จัดการ (คน) 3% จากยอดขาย	1 105,654	1 130,059	1 156,183	1 182,802	1 211,151
รวมค่าแรงฝ่ายบริหาร	105,654	130,059	156,183	182,802	211,151
รวมค่าแรงงาน	313,254	337,659	363,783	390,402	418,751

ประมาณการค่าแรงทางตรงและผันแปร

ตารางที่ 22 แสดงประมาณการค่าแรงงานทางตรงและผันแปร

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
	2555	2556	2557	2558	2559
ค่าแรงทางตรง (เงินเดือน)	207,600	207,600	207,600	207,600	207,600
ค่าแรงผันแปร (ค่าตอบแทน)	105,654	130,059	156,183	182,802	211,151
รวมค่าแรงงานทั้งหมด	313,254	337,659	363,783	390,402	418,751

ประมาณการค่าใช้จ่ายอื่น ๆ

ตารางที่ 23 แสดงประมาณการค่าใช้จ่ายอื่น ๆ

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
	2555	2556	2557	2558	2559
ค่าใช้จ่ายทางตรง (บาท)					
ค่าน้ำ	50,000	52,500	55,125	57,881	60,775
ค่าไฟฟ้า	200,000	210,000	220,500	231,525	243,101
ค่าซ่อมบำรุง	50,000	52,500	55,125	57,881	60,775
ค่าวัสดุสิ้นเปลือง	50,000	52,500	55,125	57,881	60,775
ค่าใช้จ่ายทางตรงรวม	350,000	367,500	385,875	405,169	425,427
ค่าใช้จ่ายในการขายและสำนักงาน					
ค่าโทรศัพท์	15,000	15,750	16,538	17,364	18,233
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	200,000	210,000	220,500	231,525	243,101
เบ็ดเตล็ด	30,000	31,500	33,075	34,729	36,465
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารรวม	245,000	257,250	270,113	283,618	297,799
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ รวมทั้งสิ้น	595,000	624,750	655,988	688,787	723,226

ประมาณการต้นทุนการให้บริการ

ตารางที่ 24 แสดงประมาณการต้นทุนการให้บริการ

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
	2555	2556	2557	2558	2559
ค่าแรงงานปฏิบัติการ	207,600	207,600	207,600	207,600	207,600
ค่าเสื่อมราคาทางตรง	494,319	494,319	494,319	494,319	494,319
ค่าใช้จ่ายทางตรง	350,000	367,500	385,875	405,169	425,427
ต้นทุนในการให้บริการ	1,051,919	1,069,419	1,087,794	1,107,088	1,127,346

การคำนวณต้นทุนคงที่

ตารางที่ 25 แสดงการคำนวณต้นทุนคงที่

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
	2555	2556	2557	2558	2559
ค่าแรงงานทางตรง (เงินเดือน)	207,600	207,600	207,600	207,600	207,600
ค่าเสื่อมราคาทั้งสิ้น	502,329	502,329	502,329	502,329	502,329
รวมต้นทุนคงที่	709,929	709,929	709,929	709,929	709,929

การคำนวณต้นทุนผันแปร

ตารางที่ 26 แสดงการคำนวณต้นทุนผันแปร

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
	2555	2556	2557	2558	2559
ค่าแรงผันแปร (ค่าตอบแทน)	105,654	130,059	156,183	182,802	211,151
ค่าใช้จ่ายผันแปร	595,000	624,750	655,988	688,787	723,226
รวมต้นทุนผันแปร	700,654	754,809	812,171	871,589	934,377

บทที่ 9

แผนการเงิน

Modern Hotel เป็นธุรกิจกิจการเจ้าของร่วมกัน รูปแบบธุรกิจขนาดเล็ก มีแหล่งเงินทุนจากผู้ถือหุ้นทั้ง 2 แหล่ง ได้แก่ เงินสดและที่ดิน รวมเงินลงทุนจำนวนทั้งสิ้น 5,700,000 บาท โดยแหล่งที่มาของเงินลงทุนรวมของโครงการ ต้องนำมาวิเคราะห์ทางการเงินของโครงการด้วยวิธีการประมาณจากความเป็นไปได้ ทางโครงการได้จัดทำงบประมาณทางการเงิน ได้แก่ งบการดำเนินงาน (Operating Budget) การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break Even Analysis) ประมาณการงบกำไรขาดทุน (Income Projection Statement : Profit & loss) ประมาณการงบดุล (Balance Sheet) และประมาณการงบกระแสเงินสด (Cash Flow Projection) การจัดทำงบประมาณทางการเงินจัดทำขึ้นเพื่อให้ทราบถึงความสามารถในการจัดการรายได้ ต้นทุนที่ทำให้เกิดรายได้ ความเสี่ยงและสภาพคล่องของกิจการ เพื่อนำไปวางกลยุทธ์ทางการเงินเพื่อตอบสนองการใช้เงินและวางแผนการตัดสินใจของกิจการในอนาคต และเพื่อให้ผู้เข้าร่วมลงทุนทราบถึงภาพรวมของโครงการในอนาคต ทำให้เกิดความมั่นใจที่มาร่วมลงทุนกับโครงการ

การลงทุนในโครงการ

การลงทุนในโครงการของ Modern Hotel ลงทุนเป็นเงินสดจากผู้ถือหุ้น 5 ท่าน โดย คุณเถลิงศักดิ์ และคุณสุนันท์ วงษ์บำรุง ลงทุนจำนวนเงินท่านละ 2,000,000 บาท คุณเจษฎ์ บดินทร์ และธนภูมิ วงษ์บำรุง ยกเว้น คุณสุทธิษา วงษ์บำรุง จำนวนเงินท่านละ 500,000 บาท ลงทุนเป็นที่ดิน โดยคุณสุทธิษา วงษ์บำรุง นำที่ดินเป็นพื้นที่ในการก่อสร้าง จำนวน 1 ไร่ ประเมินราคาเป็นเงินลงทุนจำนวน 700,000 บาท

โครงสร้างการใช้เงินลงทุน

ตารางที่ 27 แสดงโครงสร้างการใช้เงินลงทุน

แหล่งใช้ไปของเงินทุน	ค่าใช้จ่ายในการลงทุน (บาท)
อาคารและสถานที่	2,926,200
ตกแต่งภายใน	1,395,000
เครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการ	766,600
เครื่องใช้สำนักงาน	44,500
ค่าใช้จ่ายในก่อนการดำเนินงาน	117,700
เงินทุนหมุนเวียน	450,000
รวมทั้งสิ้น	5,700,000

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

เป้าหมายทางการเงิน

เป้าหมายทางการเงินของการทำธุรกิจ คือ

Modern Hotel กำหนดเป้าหมายทางการเงินของกิจการไว้ ดังนี้

1. กิจการสามารถคืนทุนได้ภายในระยะเวลาไม่เกิน 5 ปี
2. มูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสดของกิจการ (NPV) เป็นบวก
3. กิจการมีสภาพคล่องทางการเงินส่งผลให้กิจการไม่มีปัญหาการดำเนินงาน

ประมาณการทางการเงินเพิ่ม / ลดจากปีก่อน

Modern Hotel ได้ประมาณการทางการเงินเกี่ยวกับรายได้ ต้นทุนการให้บริการและค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารของแต่ละปีในอัตราเพิ่ม 5% เมื่อเทียบกับปีก่อน

ตารางที่ 28 แสดงประมาณการทางการเงินเพิ่ม / ลดจากปีก่อน

รายการ	ปีที่ 1 (+,-) %	ปีที่ 2 (+,-) %	ปีที่ 3 (+,-) %	ปีที่ 4 (+,-) %	ปีที่ 5 (+,-) %
รายได้	+ 10%	+ 10%	+ 10%	+ 10%	+ 10%
ต้นทุนในการให้บริการ	+ 5%	+ 5%	+ 5%	+ 5%	+ 5%
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	+ 5%	+ 5%	+ 5%	+ 5%	+ 5%

ประมาณการงบการเงิน

Modern Hotel ได้จัดทำงบการเงินขึ้นเพื่อแสดงผลการบริหารงานของฝ่ายบริหารหรือความรับผิดชอบของฝ่ายบริหารในการบริหารทรัพยากรของกิจการ ผู้ประกอบการสามารถใช้งบการเงินมาประเมินผลการบริหารงานหรือความรับผิดชอบของฝ่ายบริหาร เพื่อใช้ในการตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจ การตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจนี้อาจรวมถึงการตัดสินใจขายหรือถือเงินลงทุนในกิจการต่อไป

งบการเงินสามารถจำแนกได้ 5 ประเภท คือ สินทรัพย์ หนี้สิน ส่วนทุน (ส่วนของผู้เจ้าของ) รายได้ และค่าใช้จ่าย เมื่อจัดทำบัญชีและรายงานสรุปเป็นงบการเงิน คือ งบดุล และงบกำไรขาดทุนในสิ้นงวดของกิจการแล้ว รายการประเภท สินทรัพย์ หนี้สิน ส่วนทุนจะแสดงในงบดุลอันเป็นงบแสดงฐานะทางการเงินของกิจการ ณ วันใดวันหนึ่ง ส่วนรายได้และค่าใช้จ่ายแสดงในงบกำไรขาดทุน เป็นงบแสดงผลการดำเนินงานของกิจการในช่วงระยะเวลาหนึ่ง

ประมาณการงบกำไรขาดทุน

ตารางที่ 29 แสดงประมาณการงบกำไรขาดทุน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
	2555	2556	2557	2558	2559
รายได้	3,521,803	4,335,288	5,206,097	6,093,392	7,038,363
หัก ต้นทุนในการให้บริการ	1,051,919	1,069,419	1,087,794	1,107,088	1,127,346
กำไรขั้นต้น	2,469,884	3,265,869	4,118,303	4,986,304	5,911,017
หัก ค่าใช้จ่ายในการขายและดำเนินงาน					
ค่าแรงฝ่ายบริหาร	105,654	130,059	156,183	182,802	211,151
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	245,000	257,250	270,113	283,618	297,799
ค่าเสื่อมราคาทางอ้อม	8,010	8,010	8,010	8,010	8,010
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงานตัดจ่าย	117,700				
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและดำเนินงาน	476,364	395,319	434,306	474,430	516,960
กำไรจากการดำเนินงาน	1,993,520	2,870,550	3,683,997	4,511,874	5,394,057
ภาษี 30 % ของรายได้	598,056	861,165	1,105,199	1,353,562	1,618,217
กำไรสุทธิ	1,395,464	2,009,385	2,578,798	3,158,312	3,775,840

ประมาณการงบกระแสเงินสด

ตารางที่ 30 แสดงประมาณการงบกระแสเงินสด

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
		2555	2556	2557	2558	2559
กระแสเงินสดรับ						
ทุน	5,700,000					
เงินทุนหมุนเวียน		450,000				
รายได้		3,521,803	4,335,288	5,206,097	6,093,392	7,038,363
รวมเงินสดรับ	5,700,000	3,521,803	4,335,288	5,206,097	6,093,392	7,038,363
กระแสเงินสดจ่าย						
ค่าอาคารสถานที่	2,926,200					
ค่าตกแต่ง	1,395,000					
เครื่องมือและอุปกรณ์	766,600					
เครื่องใช้สำนักงาน	44,500					
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	117,700					
จ่ายค่าแรง		313,254	337,659	363,783	390,402	418,751
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ		595,000	624,750	655,988	688,787	723,226
จ่ายภาษี		1,218,794	1,389,093	1,529,273	1,659,190	1,794,352
รวมเงินสดจ่าย	5,250,000	1,506,310	1,823,574	2,124,970	2,432,751	2,760,194
เงินสดสุทธิ		2,465,493	2,511,714	3,081,127	3,660,641	4,278,169
เงินสดคงเหลือต้นงวด (1 ม.ค.)			2,465,493	4,977,207	8,058,334	11,718,975
เงินสดคงเหลือปลายงวด (1ธ.ค.)		2,465,493	4,977,207	8,058,334	11,718,975	15,997,144

ประมาณการงบดุล

ตารางที่ 31 แสดงประมาณการงบดุล

รายการ	ปีที่ 1 2555	ปีที่ 2 2556	ปีที่ 3 2557	ปีที่ 4 2558	ปีที่ 5 2559
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสด	2,465,493	4,977,207	8,058,334	11,718,975	15,997,144
รวมสินทรัพย์ หมุนเวียน	2,465,493	4,977,207	8,058,334	11,718,975	15,997,144
สินทรัพย์ถาวร					
อาคารสถานที่	2,833,537	2,740,874	2,648,211	2,555,548	2,462,885
ค่าตกแต่งรถตัดหญ้า	1,116,000	837,000	558,000	279,000	-
เครื่องมือและอุปกรณ์	643,944	521,288	398,632	275,976	153,320
เครื่องใช้สำนักงาน	36,490	28,480	20,470	12,460	4,450
รวมสินทรัพย์ถาวร	4,629,971	4,127,642	3,625,313	3,122,984	2,620,655
รวมสินทรัพย์ทั้งสิ้น	7,095,464	9,104,849	11,683,647	14,841,959	18,617,799
ทุน					
ส่วนของผู้ถือหุ้น	5,700,000	5,700,000	5,700,000	5,700,000	5,700,000
กำไรสะสม	1,395,464	3,404,849	5,983,647	9,141,959	12,917,799
รวมส่วนของทุน	7,095,464	9,104,849	11,683,647	14,841,959	18,617,799

การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

ตารางที่ 32 แสดงการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

รายการ			ปีที่ 1 2555	ปีที่ 2 2556	ปีที่ 3 2557	ปีที่ 4 2558	ปีที่ 5 2559	
1	อัตราส่วนการหมุน ของสินทรัพย์รวม	=	ยอดขาย สินทรัพย์รวม	0.50	0.48	0.45	0.41	0.38
2	อัตรากำไรสุทธิ	=	กำไรสุทธิ ยอดขาย	40%	46%	50%	52%	54%
3	อัตรากำไรจากการ ดำเนินงาน ต่อ สินทรัพย์ (ROA)	=	กำไรจากการ ดำเนินงาน สินทรัพย์รวม	28%	32%	32%	30%	29%
4	อัตราส่วนกำไร สุทธิต่อส่วนของ เจ้าของ (ROE)	=	กำไรสุทธิ ส่วนของ เจ้าของ	24%	35%	45%	55%	66%

การวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุน

การวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุนทำให้ผู้ประกอบการทราบถึงความคุ้มค่าของการลงทุน เพื่อช่วยในการตัดสินใจว่าควรลงทุนในโครงการนั้น ๆ หรือไม่ โดยทางโรงแรมมีการนำผลตอบแทนมาพิจารณาประกอบการตัดสินใจในการลงทุนดำเนินธุรกิจ ดังนี้

จุดคุ้มทุน (Break-even Point)

จุดคุ้มทุน เป็นการวิเคราะห์ระดับการดำเนินธุรกิจที่รายได้รวมเท่ากับต้นทุนรวมพอดี หรือจุดที่กำไรเป็นศูนย์ ถ้าการดำเนินธุรกิจอยู่ในระดับสูงกว่าจุดนี้เพียงหน่วยเดียว จะทำให้รายได้รวมมากกว่าต้นทุนรวม ทำให้ธุรกิจมีกำไร การวิเคราะห์การคุ้มทุนนี้นอกจากช่วยเพื่อการตัดสินใจในเรื่องการวางแผนกำไรของธุรกิจโดยทั่วไปแล้ว ยังสามารถนำไปใช้ช่วยประกอบการตัดสินใจผลิตด้วยตนเองหรือซื้อ การตัดสินใจเรื่องการจัดราคาสินค้า การตัดสินใจเกี่ยวกับแผนกำไรของผู้ค้าปลีก การตัดสินใจเกี่ยวกับเรื่องการลงทุนในตลาด

ตารางที่ 33 แสดงการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน

รายการ	ปีที่ 1 2555	ปีที่ 2 2556	ปีที่ 3 2557	ปีที่ 4 2558	ปีที่ 5 2559
รายได้	3,521,803	4,335,288	5,206,097	6,093,392	7,038,363
ต้นทุนผันแปร	700,654	754,809	812,171	871,589	934,377
ต้นทุนคงที่	709,929	709,929	709,929	709,929	709,929
กำไรส่วนเกิน : (รายได้ - ต้นทุนผันแปร)	2,821,149	3,580,479	4,393,926	5,221,803	6,103,986
อัตราส่วนกำไรส่วนเกิน (กำไรส่วนเกิน/ยอดขาย)	80.11%	82.59%	84.40%	85.70%	86.72%
จุดคุ้มทุน : (ต้นทุนคงที่/ อัตรากำไรส่วนเกิน)	886,245	859,591	841,152	828,426	818,602

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

ระยะเวลาคืนทุน (Pay-back Period)

การคำนวณระยะเวลาที่ผลตอบแทนสุทธิมีค่าเท่ากับมูลค่าการลงทุนรวมทั้ง โครงการ คือ ระยะเวลาที่โครงการได้รับเงินที่ลงทุนไปเมื่อเริ่มต้นโครงการกลับคืนมาทั้งหมด โดยคำนึงถึงมูลค่าเงินตามระยะเวลาหรือมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสด

วิธีการคำนวณ

$$\text{ระยะเวลาคืนทุน} = \text{จำนวนปีก่อนคืนทุน} + (\text{เงินสดที่เหลือ} / \text{เงินสดรับในปีที่คืนทุน})$$

$$= 3 + (931,911 / 2,314,851)$$

$$= 3 + 0.40$$

$$= 3 \text{ ปี } 4 \text{ เดือน}$$

มูลค่าโครงการปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV)

การคำนวณหาค่าส่วนต่างของมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับจากโครงการที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต แล้วนำมาเปรียบเทียบกับจำนวนเงินลงทุนเริ่มแรก เพื่อมุ่งพิจารณาว่าโครงการให้ผลตอบแทนคุ้มค่าน่าลงทุนหรือไม่

วิธีคำนวณ

$$\text{มูลค่าปัจจุบันสุทธิ} = \text{มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับ} - \text{มูลค่าปัจจุบันของเงินสดจ่าย}$$

$$= (2,241,380 + 2,314,851 + 2,075,680 + 2,500,218 + 2,656,315) - 5,700,000$$

$$= 6,088,444.79 \text{ บาท}$$

ตารางที่ 34 แสดงกระแสเงินสดสุทธิของโครงการ

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินลงทุน	-5,700,000	2555	2556	2557	2558	2559
กระแสเงินสดสุทธิระหว่างปี	-	2,465,493	2,511,714	3,081,127	3,660,641	4,278,169
อัตราคิดลด 10%	-	0.9091	0.8264	0.7513	0.6830	0.6209
กระแสเงินสดสุทธิของโครงการ	-5,700,000	2,241,380	2,314,851	2,075,680	2,500,218	2,656,315

การจำลองสถานการณ์ด้วยสมมติฐานทางการเงิน

ตารางที่ 35 แสดงสมมติฐานทางการเงินในสภาวะปกติ

สภาวะปกติ (Normal Case)	ปีที่ 1 2555	ปีที่ 2 2556	ปีที่ 3 2557	ปีที่ 4 2558	ปีที่ 5 2559
รายได้	3,521,803	4,335,288	5,206,097	6,093,392	7,038,363
กำไรขั้นต้น	2,469,884	3,265,869	4,118,303	4,986,304	5,911,017
กำไรสุทธิ	1,395,464	2,009,385	2,578,798	3,158,312	3,775,840
เงินสด	2,465,493	4,977,207	8,058,334	11,718,975	15,997,144
สินทรัพย์รวม	7,095,464	9,104,849	11,683,647	14,841,959	18,617,799
กำไรสะสม	1,395,464	3,404,849	5,983,647	9,141,959	12,917,799

ตารางที่ 36 แสดงสมมติฐานทางการเงินในสภาวะประสบความสำเร็จ

สภาวะประสบ ความสำเร็จ (Best Case : Growth 20%)	ปีที่ 1 2555	ปีที่ 2 2556	ปีที่ 3 2557	ปีที่ 4 2558	ปีที่ 5 2559
รายได้	4,226,164	5,202,346	6,247,316	7,312,070	8,446,036
กำไรขั้นต้น	2,963,861	3,919,043	4,941,964	5,983,565	7,093,220
กำไรสุทธิ	1,674,557	2,411,262	3,094,558	3,789,974	4,531,008
เงินสด	2,958,592	5,972,648	9,670,001	14,062,770	19,196,573
สินทรัพย์รวม	8,514,557	10,925,819	14,020,376	17,810,351	22,341,359
กำไรสะสม	1,674,557	4,085,819	7,180,376	10,970,351	15,501,359

ตารางที่ 37 แสดงสมมติฐานทางการเงินในสภาวะไม่ประสบความสำเร็จ

สภาวะไม่ประสบความสำเร็จ (Worst Case : Drop 20%)	ปีที่ 1 2555	ปีที่ 2 2556	ปีที่ 3 2557	ปีที่ 4 2558	ปีที่ 5 2559
รายได้	2,817,442	3,468,230	4,164,878	4,874,714	5,630,690
กำไรขั้นต้น	1,975,907	2,612,695	3,294,642	3,989,043	4,728,814
กำไรสุทธิ	1,116,371	1,607,508	2,063,038	2,526,650	3,020,672
เงินสด	1,972,394	3,981,766	6,446,667	9,375,180	12,797,715
สินทรัพย์รวม	5,676,371	7,283,879	9,346,918	11,873,567	14,894,239
กำไรสะสม	1,116,371	2,723,879	4,786,918	7,313,567	10,334,239

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

บทที่ 10

การวิเคราะห์ประเมินความเสี่ยงโครงการ

การวิเคราะห์ความเสี่ยงของโครงการ มีความสำคัญมากในการบริหารโครงการ ทั้งขนาดกลางและขนาดใหญ่ เนื่องจากโครงการทั้งสองขนาดดังกล่าวต้องใช้ทรัพยากรมาก มีข้อจำกัดทั้งด้านงบประมาณและระยะเวลาการดำเนินงาน ความไม่แน่นอนและข้อจำกัดหากมีมากขึ้น ความเสี่ยงย่อมเพิ่มมากขึ้น ผู้บริหารโครงการจำเป็นต้องพิจารณาความเสี่ยงทั้งด้านค่าใช้จ่าย เทคนิค วิธี ข้อจำกัดด้านทุน และความเสี่ยงด้านการดำเนินการให้โครงการแล้วเสร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

ความสำเร็จในการบริหารความเสี่ยงของโครงการ คือ ความสำเร็จในการบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมาย หรือความสามารถที่ดำเนินกิจการให้ประสบความสำเร็จ ภายใต้งบประมาณ และข้อจำกัดการบริหารกิจการที่กำลังเผชิญอยู่ได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลต่อกิจการอย่างสูงสุด

การประเมินความเป็นไปได้ของโครงการ

ธุรกิจที่พักรวมมีบทบาทเพิ่มขึ้นตามลำดับ เนื่องจากการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ความสะดวกรวดเร็วของการคมนาคม เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ธุรกิจพักรวมเจริญเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว และในปัจจุบันประเทศไทยได้มีการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อให้เป็นสิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศให้เดินทางมาท่องเที่ยวมากขึ้น จึงส่งผลให้ธุรกิจที่พักรวมขยายตัวอย่างรวดเร็ว เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่มจำนวนมาก ทำให้ธุรกิจพักรวมมีการแข่งขันสูง แต่ละแห่งพยายามหาสิ่งดึงดูดให้ลูกค้ามาใช้บริการ รวมไปถึงเรื่องการปรับเปลี่ยนแผนการตลาดให้สอดคล้องกับแนวโน้มทางการตลาดที่เกิดขึ้นในสังคม ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความประทับใจแก่ผู้มาใช้บริการธุรกิจที่พักรวม (กันยรัตน์ โคมโลทก และคณะ 2551 : 166)

Modern Hotel ดำเนินการจัดการแผนธุรกิจ โดยการประเมินความเป็นไปได้ของโครงการให้ประสบความสำเร็จ ดังนี้

1. ด้านเงินลงทุน Modern Hotel มีกระบวนการจัดการเงินทุนจากการระดมเงินทุนและสินทรัพย์จากบุคคลในครอบครัว ทำให้บริหารจัดการการเงินได้สะดวกและคล่องตัวมากกว่าการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงิน

2. ด้านทำเลสถานที่ตั้ง Modern Hotel มีหุ้นส่วนที่ใช้ที่ดินในการลงทุน ทำให้ไม่ต้องดำเนินการหาทำเลที่ตั้งใหม่ และไม่ก่อให้เกิดภาระค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น

3. ด้านการออกแบบ Modern Hotel ออกแบบโรงแรมทั้งภายในและภายนอกสไตล์โมเดิร์นที่มีความทันสมัยและมีความประหยัดจากการเลือกวัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และคำนึงถึงองค์ประกอบของสถาปัตยกรรมการใช้สอยพื้นที่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

4. ด้านบริหารจัดการ Modern Hotel มีรูปแบบการดำเนินงานแบบธุรกิจครอบครัว เป็นธุรกิจขนาดเล็ก บุคลากรในครอบครัวบริหารจัดการระบบทั้งหมด ส่งผลให้เกิดการเข้าใจลักษณะงาน เพราะมีโครงสร้างไม่ซับซ้อน

5. ด้านกระบวนการให้บริการ Modern Hotel มีรูปแบบการดำเนินงานแบบธุรกิจครอบครัว เป็นธุรกิจขนาดเล็ก บุคลากรในครอบครัวบริหารจัดการระบบทั้งหมด ส่งผลให้เกิดการเข้าใจลักษณะงาน เพราะมีโครงสร้างไม่ซับซ้อน

6. ด้านกระบวนการให้บริการ Modern Hotel มีการจัดตำแหน่งหน้าที่ความรับผิดชอบให้เหมาะสมกับลักษณะงานและกระจายงานให้มีความสัมพันธ์ทั้งผู้ร่วมงานและผู้บริหารเพื่อให้เกิดความเข้าใจและสร้างความสามัคคีในหมู่คณะ

7. ด้านบุคลากร Modern Hotel มีการคัดสรรบุคลากรตามประสบการณ์วิชาชีพ และมีการพัฒนาฝึกอบรมเพื่อให้เข้าใจงานบริการและสามารถปฏิบัติได้อย่างที่โรงแรมต้องการ พร้อมทั้งประเมินผลงานและพิจารณาเพิ่มค่าตอบแทน เพื่อให้เกิดแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน

8. ด้านการตลาด Modern Hotel เน้นกลุ่มลูกค้าชาวไทยที่มีรายได้ต่อคนต่อเดือน 10,000 บาทขึ้นไป มีรสนิยมในการเลือกที่พักราคาประหยัด แต่ต้องการบริการที่ดี มีการคมนาคมสะดวก มีปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ทางโรงแรมจะทำการตั้งราคาให้ตรงให้ผู้บริโภค และมีสิ่งอำนวยความสะดวกรองรับขั้นพื้นฐานที่มนุษย์พึงต้องการ

9. ด้านการส่งเสริมการขาย Modern Hotel ดำเนินธุรกิจใหม่ ตระหนักดีว่า การทำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จนั้นต้องมีการวางแผนงานด้านการตลาดให้ครอบคลุมลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ดังนั้นทางโรงแรมมีการจัดทำโปรโมชั่นประชาสัมพันธ์ ทุกรูปแบบเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถรับรู้

ได้ว่ามีโรงแรมราคาประหยัด มาตรฐาน 3 ดาวอยู่ในเขตอำเภอสวนผึ้ง และก่อให้เกิดการตัดสินใจเลือกพัก ด้วยความมั่นใจในการบริการ

แผนสำรองฉุกเฉิน

1. จัดโปรแกรมส่งเสริมการขาย โดยให้ส่วนลด หรือเข้าร่วมกับกิจกรรมที่ทางหน่วยงานราชการขอความร่วมมือลดราคาค่าที่พัก เพื่อกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น
2. จัดเตรียมแผนด้านกิจกรรมเสริม เช่น รับผิดชอบจัดห้องสัมมนา เพื่อรองรับลูกค้าของหน่วยงานราชการหรือเอกชนที่ต้องการสถานที่ปรึกษาหารือ และต้องการสิ่งอำนวยความสะดวก
3. ศึกษาข้อมูลการตลาด รับรู้ข้อมูลข่าวสารในประเทศ เพื่อนำมาวิเคราะห์สภาพการดำเนินการบริหารโรงแรม เพื่อให้เกิดข้อเสียหายน้อยที่สุด
4. ศึกษาข้อมูลของกลุ่มคู่แข่ง เพื่อให้ทราบถึงการดำเนินงานที่ตั้งเป้าหมายไว้ เพื่อทางโรงแรมนำมาปรับใช้ ให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน
5. กรณีขาดสภาพคล่องทางการเงิน ทางโรงแรมอาจทำการลดพนักงาน ให้มีจำนวนน้อยลง เพื่อให้เกิดต้นทุนค่าแรงงานน้อยลง
6. กิจกรรมที่ไม่ส่งผลให้เกิดผลกำไร กลุ่มลูกค้าใช้บริการน้อยลง คือ สิ่งที่ทางโรงแรมไม่ควรคาดหวังให้เกิดขึ้น แต่หากเกิดกรณีนี้ ทางโรงแรมอาจต้องปิดกิจการลง เพื่อไม่ให้เกิดค่าใช้จ่ายจากการไม่มีรายได้ โดยจำหน่ายสินทรัพย์อุปกรณ์ต่าง ๆ แล้วนำจำนวนเงินที่ได้มาแบ่งปันให้กับหุ้นส่วน

การแบ่งมูลค่าสินทรัพย์การปิดกิจการ มีปัญหาเกิดขึ้นน้อยเนื่องจากการร่วมทุนจากบุคลากรในครอบครัว ย่อมส่งผลกระทบต่อกลุ่มลูกค้าใช้บริการน้อยลงกว่าการกู้ยืมเงินทางสถาบันการเงินที่ต้องรับภาระใช้หนี้สินที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้แม้กิจการไม่มีรายได้

แผนงานในอนาคต

1. เพิ่มพันธมิตรการค้า เพื่อให้โรงแรมเป็นที่รู้จัก
2. เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้เข้าถึงผู้บริโภคได้ง่าย
3. เพิ่มการบริการด้านห้องประชุม สัมมนา และค่ายลูกเสือ เพื่อรองรับผู้ใช้บริการทั้งหน่วยงานรัฐบาลและเอกชน เพราะพื้นที่ในเขตอำเภอสวนผึ้งยังไม่มีสถานที่ได้จัดสถานที่ไว้รองรับกิจกรรมค่ายลูกเสือ

4. ขยายขอบเขตการให้บริการ หรือตัดทอนสิ่งไม่จำเป็นที่ก่อให้เกิดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

5. ตลาดโรงแรมระดับ 3 ดาว หากเป็นที่ต้องการของกลุ่มลูกค้า ทางโรงแรมกระทำการขยายพื้นที่ และจำนวนห้องพัก เพื่อรองรับลูกค้าทุกระดับ

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กันยารัตน์ โกมลโทท และคณะ. “แผนธุรกิจ ศึกษารมย์ บูทีค โฮเทล.” การค้นคว้าด้วยตนเอง สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2551.

จิโรจ แยมมาก. “ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรมระดับสวดาว ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.” ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริการธุรกิจ มหาวิทยาลัยนานาชาติซิลเวอร์-แอสตมฟอร์ด, 2546.

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2551.

ฐิติวัฒน์ ปัญญากรณ์. “การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการเลือกที่พักประเภทโรงแรม เกสต์เฮาส์ ในจังหวัดเชียงราย.” งานวิจัยเฉพาะเรื่อง สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2550.

นงค์นุช ศรีชนานันต์. การโรงแรมเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2553.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ธุรกิจไม่มีวันตายของประเทศไทย.

กรุงเทพมหานคร : ซี.พี. บุ๊ค สแตนดาร์ด, 2548.

พลอยปลั๊กส์ เรือนวงศ์. “กลยุทธ์สื่อสารการตลาดของโรงแรมระดับกลางในจังหวัดเชียงใหม่ ระหว่างปี 2551-2555.” การค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2552.

พิบูล ทีปะปาล. การจัดการเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพมหานคร : อมรการพิมพ์, 2551.

พิไลวรรณ จารุโจรณัฐกุลชัย. “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการโรงแรม ระดับกลุ่ม 3 ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.” การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2548.

ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ. รายงานผลการสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในไทย 2552. ปทุมธานี : ม.ป.ท., 2552.

สมิต สัมภูกร. การต้อนรับและการบริการที่เป็นเลิศ Excellence Service. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร : สายธาร, 2550.

สำนักงานจังหวัดราชบุรี. “เอกสารประกอบการประชุมคณะกรรมการร่วมภาครัฐและเอกชน เพื่อแก้ไขปัญหาทางเศรษฐกิจจังหวัดราชบุรี.” ครั้งที่ 1/2553. 5 กุมภาพันธ์ 2553. (อัคราเสนา)

เสนาะ ดิยาว. การบริหารกลยุทธ์. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2550. องค์การบริหารส่วนตำบลสวนผึ้ง อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี. “แผนยุทธศาสตร์การพัฒนากองการ บริหารส่วนตำบลสวนผึ้ง ปีพ.ศ. 2554 – 2558”, 2554. (อัคราเสนา)

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. แนวโน้มโรงแรมไทย [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 17 สิงหาคม 2553.

เข้าถึงได้จาก http://www.mots.go.th/ewt_news.php?nid=2836&filename=index

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. พิธีมอบรางวัล ASEAN Green Hotel Awards Ceremon

[ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 3 พฤศจิกายน 2553. เข้าถึงได้จาก

http://www.mots.go.th/ewt_news.php?nid=2975&filename=index

กลุ่มการประชาสัมพันธ์ สำนักงานจังหวัดราชบุรี. ท่องเที่ยวราชบุรี [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 13

สิงหาคม 2553. เข้าถึงได้จาก <http://www.ratchaburi.go.th/data/storyofratchaburi.pdf>

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. ข่าวสารการท่องเที่ยว [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 21 สิงหาคม 2553.

เข้าถึงได้จาก <http://www.tatnewsthai.org/newsdetail.php?newsID=1696&NEWS=1>

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. พฤติกรรมกรท่องเที่ยวของชาวไทย [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ

19 สิงหาคม 2553. เข้าถึงได้จาก http://www.tat.or.th/e-journal/article-05_2-49.html

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 7 Greens ท่องเที่ยวสดใส ใส่ใจสิ่งแวดล้อม [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ

21 สิงหาคม 2553. เข้าถึงได้จาก www.tourismthailand.org/7greens

คู่มือท่องเที่ยวสวนผึ้ง. แหล่งท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 19 มกราคม 2553.

เข้าถึงได้จาก <http://suanphueng.sadoodta.com/category/บทความ/แหล่งท่องเที่ยวในสวนผึ้ง>.

แนะนำสถานที่พักแรม. สวนผึ้ง ราชบุรี [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 21 สิงหาคม 2553. เข้าถึงได้จาก

<http://www.HotelsGuideThailand.com>

วิทยาลัยประชากรศาสตร์. ข้อมูลประชากรไทยทั่วภูมิภาค ปี พ.ศ. 2552 [ออนไลน์].

เข้าถึงเมื่อ 5 ธันวาคม 2553. เข้าถึงได้จาก http://www.cps.chula.ac.th/pop_info_2551/

[Image+Data/Population_statistics/Data/ Population_Thailand_2552.pdf](http://www.cps.chula.ac.th/pop_info_2551/Image+Data/Population_statistics/Data/Population_Thailand_2552.pdf)

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ. ประเมินสถานการณ์สภาวะธุรกิจ และเศรษฐกิจของไทย หลังสถานการณ์ความไม่สงบ [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 18 สิงหาคม 2553. เข้าถึงได้จาก <http://utcc2.utcc.ac.th/localuser/cebf/download/analysis/final%20paper%20red.pdf>

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ (สสส.). ปีใหม่กับข้ออ้างการมีเพศสัมพันธ์ 2551 [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 3 พฤศจิกายน 2553. เข้าถึงได้จาก <http://www.thaihealth.or.th/node/12965>

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว. มาตรฐานโรงแรม [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 7 มิถุนายน 2553. เข้าถึงได้จาก <http://www.tourism.go.th/2010/upload/news/files/Hotel%20Standard.pdf>

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว. วิเคราะห์การท่องเที่ยวไทย [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 7 มิถุนายน 2553. เข้าถึงได้จาก <http://www.tourism.go.th/2010/upload/news/files/.pdf>

สำนักดัชนีเศรษฐกิจการค้า. รายงานวิเคราะห์คาดการณ์ทิศทางเศรษฐกิจของไทย ประจำเดือน มิถุนายน 2553 [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 5 กันยายน 2553. เข้าถึงได้จาก http://www.price.moc.go.th/events/ana/ทิศทางเศรษฐกิจไทยของไทย_062553.pdf

อรรถจักร์ เศรษฐบุตร. โอกาสใหม่ของวิศวกรและสถาปนิก 2552 [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 21 สิงหาคม 2553. เข้าถึงได้จาก http://www.ashraethailand.org/download/ashraethailand_org/brochure_20090311_greenbuilding.pdf

ภาษาต่างประเทศ

Kotler, Philip and Gary, Armstrong. Principles of Marketing. Columbia : Prentice-Hall Inc., 1996.

ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

ภาคผนวก ก

รายละเอียดการลงทุนในทรัพย์สิน

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

รายละเอียดการลงทุนในทรัพย์สิน หมวดอาคารสถานที่

1. ค่าใช้จ่ายในการปรับพื้นที่ เนื่องจากเป็นการก่อสร้างบนเนื้อที่ว่างเปล่า ต้องมีการจัดเตรียมพื้นที่ก่อสร้างให้เข้ากับแบบแปลนอาคารที่ออกแบบไว้ โดยคิดเป็นค่าเช่าเครื่องจักรในการปรับพื้นดินสูง 1 เมตร โดยตั้งงบประมาณสำหรับผู้รับเหมาในเขตอำเภอสวนผึ้ง 80,000 บาท

2. อาคารห้องพัก สร้างเป็นลักษณะอาคาร 2 ชั้น แบ่งเป็น ชั้นล่าง 10 ห้อง และชั้นบน 5 ห้อง แบ่งลักษณะห้อง ดังนี้

2.1 ห้องพักแบบ Standard และ Superior ขนาด 27 ตารางเมตร จำนวน 10 ห้อง มีพื้นที่รวมทั้งสิ้น 270 ตารางเมตร ประเมินราคาค่าก่อสร้างเป็นตารางเมตร ๆ ละ 3,000 บาท คิดเป็นเงินลงทุนค่าก่อสร้างทั้งสิ้น 810,000 บาท

2.2 ห้องพักแบบ Deluxe ขนาด 53 ตารางเมตร จำนวน 5 ห้อง มีพื้นที่รวมทั้งสิ้น 265 ตารางเมตร ประเมินราคาค่าก่อสร้างเป็นตารางเมตร ๆ ละ 4,000 บาท คิดเป็นเงินลงทุนค่าก่อสร้างทั้งสิ้น 1,060,000 บาท

3. ลานจอดรถ มีพื้นที่ทั้งสิ้น 77 ตารางเมตร ประเมินราคาค่าก่อสร้างตารางเมตรละ 1,000 บาท คิดเป็นเงินลงทุนค่าก่อสร้าง 77,000 บาท

4. ส่วนต้อนรับและสำนักงาน มีพื้นที่ทั้งสิ้น 25 ตารางเมตร ประเมินราคาค่าก่อสร้างตารางเมตรละ 3,000 บาท คิดเป็นเงินลงทุนค่าก่อสร้าง 75,000 บาท

5. ส่วนห้องอาหารและครัว เป็นอาคารหลังเดียวกัน มีพื้นที่ทั้งสิ้น 35 ตารางเมตร ประเมินราคาค่าก่อสร้างตารางเมตรละ 3,000 บาท คิดเป็นเงินลงทุนค่าก่อสร้าง 105,000 บาท

6. ส่วนพื้นที่โถง ทางเดิน และบันได มีพื้นที่ทั้งสิ้น 196 ตารางเมตร ประเมินราคาค่าก่อสร้างตารางเมตร ๆ ละ 3,000 บาท คิดเป็นเงินลงทุนค่าก่อสร้าง 588,000 บาท

7. พื้นที่บริการส่วนเทคนิค 46 ตารางเมตร ประเมินราคาค่าก่อสร้างตารางเมตร ๆ ละ 1,000 บาท คิดเป็นเงินลงทุนค่าก่อสร้าง 46,000 บาท

8. การตกแต่งบริเวณภายนอก ตามหลักการตกแต่งพื้นที่อาคารต้องมีบริเวณพื้นที่สีเขียว 30 % ของพื้นที่ว่างทั้งหมด 949 ตารางเมตร เพื่อเป็นร่มเงาหรือจุดพัก ค่าใช้จ่ายการลงทุนประกอบด้วยต้นไม้ขนาดเล็กและขนาดกลางที่เหมาะสมกับการใช้สอยแบบแนวคิดอาคารสีเขียว ประมาณพื้นที่ 284 ตารางเมตร ๆ ละ 300 บาท คิดเป็นเงินลงทุนค่าใช้จ่ายการตกแต่งสวนและสถานที่ 85,200 บาท

ค่าใช้จ่ายการลงทุนในทรัพย์สินสินถาวรหมวดอาคารสถานที่ ใช้งบประมาณทั้งสิ้น 2,926,200 บาท

รายละเอียดการลงทุนในทรัพย์สิน หมวดอุปกรณ์ในการให้บริการ

1. อุปกรณ์ให้บริการภายใน-ภายนอกห้องพัก นอกเหนือจากการตกแต่งภายใน ต้องมีอุปกรณ์อื่น ๆ ในการให้บริการในห้องพัก ทางโรงแรมได้กำหนดและประเมินราคาของอุปกรณ์ในห้องพัก

ตารางที่ 38 แสดงประมาณราคาผลิตภัณฑ์ชุดเครื่องนอน

ผลิตภัณฑ์ชุดเครื่องนอน	ประมาณราคา	จำนวน	ราคารวม (บาท)
ห้อง Standard ,Superior และDeluxe			
ที่นอนขนาด 3.5 ฟุต	1,200 / ชุด	12 ชุด	14,400
ชุดผ้าปูที่นอน 3.5 ฟุต + ผ้าคลุม	2,000 / ชุด	12 ชุด	24,000
ที่นอนขนาด 6 ฟุต	2,000 / ชุด	9 ชุด	18,000
ชุดผ้าปูที่นอน 6 ฟุต + ผ้าคลุม	3,000 / ชุด	9 ชุด	27,000
หมอน ขนาดมาตรฐาน 19 x 29 นิ้ว	90 / ใบ	60 ใบ	5,400
ที่นอนเสริมและผ้าห่ม + หมอน	1,000 / ชุด	5 ชุด	5,000
รวมเป็นเงินทั้งสิ้น			93,800

ตารางที่ 39 แสดงประมาณราคาอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้ามือสอง

เครื่องใช้ไฟฟ้า	ประมาณราคา	จำนวน	ราคารวม (บาท)
โทรทัศน์ ขนาด 29 นิ้ว	3,500	10 เครื่อง	35,000
โทรทัศน์ LCD ขนาด 32 นิ้ว	6,000	5 เครื่อง	30,000
โทรทัศน์ภายในห้องพัก	100	15 เครื่อง	1,500
เครื่องเล่น DVD	500	15 เครื่อง	7,500
เครื่องปรับอากาศ ขนาด 18,000 BTU	12,000	5 เครื่อง	60,000
เครื่องปรับอากาศ ขนาด 25,000 BTU	15,000	5 เครื่อง	75,000
ตู้เย็น ขนาด 1.8 คิว	1,500	15 เครื่อง	22,500
กระทิกน้ำร้อน	300	5 เครื่อง	1,500
พัดลมติดผนัง ขนาด 16 นิ้ว	600	5 เครื่อง	3,000
ไดร์เป่าผม	250	15 เครื่อง	3,750
รวมเป็นเงินทั้งสิ้น			239,750

ตารางที่ 40 แสดงประมาณราคาอุปกรณ์เครื่องใช้ภายในครัว

อุปกรณ์เครื่องใช้ภายในครัว	ประมาณราคา	จำนวน	ราคารวม (บาท)
ถังแก๊ส ขนาด 15 กิโลกรัม	1,300	1 ถัง	1,300
เตาแก๊ส ขนาด KB 8	500	2 หัว	1,000
ภาชนะเครื่องครัวประกอบอาหาร	8,000	-	8,000
ภาชนะใส่อาหารเสิร์ฟ	5,000	-	5,000
ภาชนะตักอาหาร	3,500	-	3,500
ชั้นวางภาชนะแห้ง,เปียก	1,500	1 อัน	1,500
เครื่องใช้ไฟฟ้า	3,000	-	3,000
รวมเป็นเงินทั้งสิ้น			23,300

ตารางที่ 41 แสดงประมาณราคาเครื่องใช้ทำความสะอาดและอุปกรณ์รักษาความสะอาด

อุปกรณ์เครื่องใช้ทำความสะอาด	ประมาณราคา	จำนวน	ราคารวม (บาท)
ตะกร้าผ้าแบบรถเข็น	350	1 อัน	350
ตู้เก็บผ้า	1,500	1 ตู้	1,500
เครื่องดูดฝุ่น	1,500	1 เครื่อง	1,500
อุปกรณ์ทำความสะอาด เช่น ไม้กวาด, ไม้ถูพื้น, น้ำยาทำความสะอาดฯลฯ	500	-	500
รวมเป็นเงินทั้งสิ้น			3,850

ตารางที่ 42 แสดงประมาณราคาอุปกรณ์รักษาความปลอดภัย

อุปกรณ์รักษาความปลอดภัย	ประมาณราคา	จำนวน	ราคารวม (บาท)
กล้องวงจรปิดชุด 4 ตัวพร้อมจอ	4,500	1 ชุด	4,500
ถังดับเพลิง	350	4 ถัง	1,400
รวมเป็นเงินทั้งสิ้น			5,900

ตารางที่ 43 แสดงประมาณราคาอุปกรณ์ระบบสุขาภิบาล

อุปกรณ์ระบบสุขาภิบาล	ประมาณราคา	จำนวน	ราคารวม (บาท)
ระบบสุขาภิบาล	200,000	-	200,000
รวมเป็นเงินทั้งสิ้น			200,000

ตารางที่ 44 แสดงประมาณราคารถยนต์ส่วนบุคคล

รายการ	ประมาณราคา	จำนวน	ราคารวม (บาท)
รถยนต์ผู้ขนาดเล็ก	200,000	1 คัน	200,000
รวมเป็นเงินทั้งสิ้น			200,000

การลงทุนในสินทรัพย์หมวดอุปกรณ์การให้บริการ ใช้งบประมาณทั้งสิ้น 766,600 บาท

2. อุปกรณ์สำนักงาน นอกเหนือจากการตกแต่งภายในและอุปกรณ์ที่ให้บริการต้องมีอุปกรณ์อื่น ๆ ในการปฏิบัติงานส่วนสำนักงาน ทางโรงแรมได้กำหนดและประเมินราคาของอุปกรณ์สำนักงาน

ตารางที่ 45 แสดงประมาณราคาอุปกรณ์สำนักงาน

อุปกรณ์สำนักงาน	ประมาณราคา	จำนวน	ราคารวม (บาท)
1. เครื่องคอมพิวเตอร์ Notebook	12,000	2 เครื่อง	24,000
2. เครื่องคอมพิวเตอร์ PC	4,500	1 เครื่อง	4,500
3. เครื่อง Printer All In One	1,500	1 เครื่อง	1,500
4. เครื่องคำนวณ	250	2 เครื่อง	500
5. เครื่องกระจายสัญญาณอินเทอร์เน็ต	1,000	1 เครื่อง	1,000
6. เครื่องโทรศัพท์พร้อมตู้สัญญาณ	3,000	1 เครื่อง	3,000
7. โปรแกรมบริหารจัดการโรงแรม	8,000	1 ชุด	8,000
8. โต๊ะทำงานชุด Home Office	2,000	1 ชุด	2,000
รวมเป็นเงินทั้งสิ้น			44,500

การลงทุนด้านอุปกรณ์สำนักงาน แบ่งรายละเอียด ดังนี้

1. เครื่องคอมพิวเตอร์ Notebook จำนวน 2 เครื่อง สำหรับผู้จัดการ และส่วนบริการลูกค้า ประเมินราคาเครื่องละ 12,000 เป็นจำนวนเงิน 24,000 บาท

2. เครื่องคอมพิวเตอร์ PC จำนวน 1 เครื่อง สำหรับการทำงานติดตั้งระบบโปรแกรมบริหารจัดการโรงแรมและจัดเก็บฐานข้อมูลลูกค้า ประเมินราคาเครื่องละ 4,500 บาท

3. เครื่อง Printer All In One จำนวน 1 เครื่อง สำหรับถ่ายเอกสาร พิมพ์งาน สแกน รับข้อความทางโทรสารจากลูกค้า ประเมินราคาเครื่องละ 1,500 บาท

4. เครื่องคำนวณ จำนวน 2 เครื่อง สำหรับการคำนวณตัวเลขเบื้องต้น ประเมินราคาเครื่องละ 250 บาท เป็นจำนวนเงิน 500 บาท

5. เครื่องกระจายสัญญาณอินเทอร์เน็ต จำนวน 1 เครื่อง สำหรับกระจายสัญญาณอินเทอร์เน็ตภายในบริเวณโรงแรม ประเมินราคาเครื่องละ 1,000 บาท

6. เครื่องโทรศัพท์พร้อมตู้สัญญาณ จำนวน 1 เครื่อง สำหรับรับสัญญาณติดต่อภายในและภายนอกบริเวณ โรงแรม ประเมินราคาเครื่องละ 3,000 บาท

7. โปรแกรมบริหารจัดการโรงแรม จำนวน 1 ชุด สำหรับการบริหารจัดการระบบจัดการห้องพักและระบบการทำงานของโรงแรม ประเมินราคา 8,000 บาท

8. โต๊ะทำงานชุด Home Office จำนวน 1 ชุด สำหรับการทำงานและผู้เก็บเอกสาร ประเมินราคาชุดละ 5,000 บาท เป็นจำนวนเงิน 2,000 บาท

การลงทุนในสินทรัพย์หมวดอุปกรณ์สำนักงาน ใช้งบประมาณทั้งสิ้น 44,500 บาท

ตารางที่ 46 แสดงประมาณอัตราการเข้าพักของผู้เข้าพัก เฉลี่ยต่อปี

ปี พ.ศ.	ประมาณการอัตราการเข้าพัก (ร้อยละ)
มกราคม	90
กุมภาพันธ์	80
มีนาคม	80
เมษายน	75
พฤษภาคม	70
มิถุนายน	70
กรกฎาคม	70
สิงหาคม	70
กันยายน	80
ตุลาคม	80
พฤศจิกายน	80
ธันวาคม	95
รวม	940

อัตราการเข้าพักโรงแรม เป็นการประมาณการแบบรายเดือนเปรียบเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดราชบุรีระยะ 1 ปี มีรายละเอียด ดังนี้

มกราคม เป็นเดือนที่มีวันหยุดหลายวันต่อเนื่องจากเทศกาลปีใหม่ และมีจำนวนเพิ่มขึ้นเนื่องจากเป็นช่วงฤดูหนาว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมมาสัมผัสบรรยากาศอากาศหนาวที่อำเภอสวนผึ้ง เพราะมีอุณหภูมิเทียบเท่าบรรยากาศทางภาคเหนือ ประมาณการอัตราเข้าพักในเดือนนี้ ร้อยละ 90

กุมภาพันธ์	เป็นเดือนที่มีอุณหภูมิหนาวเย็น ประมาณการอัตราเข้าพักในเดือนนี้ ร้อยละ 80
มีนาคม	เป็นเดือนเริ่มต้นการปิดเทอมใหญ่ของทุกโรงเรียนและมหาวิทยาลัย คาดการณ์ว่ามีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทาง ตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปและการท่องเที่ยวแบบครอบครัว ประมาณการอัตราเข้าพักในเดือนนี้ร้อยละ 80
เมษายน	เป็นเดือนที่อยู่ระหว่างช่วงปิดเทอม และมีช่วงเทศกาลสงกรานต์ที่มีวันหยุดหลายวันต่อเนื่อง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมไปท่องเที่ยวในจังหวัดที่ไกล และจังหวัดที่มีเทศกาลสงกรานต์ รวมทั้งจังหวัดที่ติดชายทะเล ประมาณการอัตราเข้าพัก ร้อยละ 75
พฤษภาคม – สิงหาคม	เป็นช่วงเดือนฤดูฝนเป็นช่วง Low Season ของธุรกิจท่องเที่ยว ประมาณการอัตราเข้าพักร้อยละ 70
กันยายน – พฤศจิกายน	เป็นช่วงเดือนที่เริ่มหมดฤดูฝนและเริ่มเข้าฤดูหนาว และตุลาคมเป็นช่วงปิดเทอม ทำให้มีนักท่องเที่ยวเริ่มท่องเที่ยวแสวงหาความสุขให้กับตนเอง ประมาณการอัตราเข้าพักร้อยละ 80
ธันวาคม	เป็นเดือนที่มีวันหยุดหลายวันเนื่องจากเป็นเทศกาลปีใหม่ และเป็นเดือนที่มีอุณหภูมิหนาวเย็น เพราะเป็นช่วงฤดูหนาว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมมาสัมผัสบรรยากาศหนาว ที่อำเภอสวนผึ้ง เนื่องจากอุณหภูมิเทียบเท่าบรรยากาศทางภาคเหนือ ประมาณการอัตราเข้าพักในเดือนนี้ร้อยละ 95
วิธีการคำนวณอัตราการเข้าพักเฉลี่ยของโรงแรมต่อปี	ประมาณการเฉลี่ยทั้งปี นำตัวเลขประมาณการอัตราการเข้าพัก หาร จำนวนเดือนทั้งปี 940 / 12 เท่ากับ ร้อยละ 78

ภาคผนวก ข

รายละเอียดกิจกรรมนันทนาการ

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

รายละเอียดกิจกรรมนันทนาการของ Modern Hotel

กิจกรรม Walk Rally

Walk Rally ถูกนำมาประกอบในการสัมมนาต่าง ๆ อย่างกว้างขวาง เนื่องจากเป็นกิจกรรมที่ให้ทั้งความสนุกสนาน การทำงานเป็นทีม รวมถึงให้แง่คิดต่าง ๆ กับผู้ร่วมกิจกรรม ผู้ร่วมกิจกรรมสามารถสัมผัสความสนุก พลังความคิดสร้างสรรค์ พลังของทีมงาน และเสริมสร้างภาวะผู้นำในหลากหลายรูปแบบมาหล่อหลอมเป็นหนึ่งเดียวโดยทางโรงแรมคำนึงถึงการจัดกิจกรรมที่ปลอดภัยและสามารถสนุกได้อย่างสร้างสรรค์



ภาพที่ 18 แสดงตัวอย่างกิจกรรม Walk Rally ของ Modern Hotel

กิจกรรมนันทนาการที่ทางโรงแรมจัดขึ้นนั้น คำนึงถึงพื้นที่ใช้สอยของโรงแรมและจัดกิจกรรมให้สอดคล้องกับธรรมชาติในพื้นที่ โดยทางโรงแรมเห็นควรจัดกิจกรรม ดังนี้

1. ฝึกธนูกับเป้านิ่ง เป็นการฝึกวัดสายตาและสร้างความท้าทายในการสุมยิงเหยื่อปลอมเสมือนได้อยู่ในป่าจริง

2. ประลองฝีมือวางสนุกเกอร์ เป็นการฝึกวัดสายตาและฝึกการแก้ไขสถานการณ์เพื่อช่วงชิงคะแนนของกลุ่ม

3. เพลิดเพลินใจจัดแก้มปีปิ้ง เป็นการฝึกความสามัคคีและฝึกฝีมือในการประกอบอาหาร ทางโรงแรมมีการจัดเตรียมสิ่งของในการประกอบอาหารให้ลูกค้า สำหรับลูกค้าที่ต้องการปรุงอาหารรับประทานเอง และกางเต็นท์นอนอย่างปลอดภัย

4. ปั่นเรือสะเทินน้ำ เป็นการปั่นเรือถีบในอ่างเก็บน้ำบริเวณที่ทางโรงแรมกำหนด เพื่อให้เกิดความปลอดภัยและไม่รบกวนอาณาเขตที่ทางเทศบาลจัดเตรียมไว้

5. ปั่นจักรยานชมทิวทัศน์รอบอ่างเก็บน้ำ เป็นการฝึกความอดทนและให้ลูกค้าได้ออกกำลังกายไปพร้อมกับชมความงามของธรรมชาติและวิถีชีวิตของคนในชุมชน

6. บิคมินิไบค์คันงามชมวิวิวเขา เป็นการฝึกความอดทนในการประทับประครองรถจักรยานยนต์คันเล็ก สำหรับลูกค้าที่ต้องการความรวดเร็วและความท้าทาย โดยกำหนดความเร็วไว้ เพื่อให้เกิดความปลอดภัยต่อผู้ขับขี่

7. จับแพะชนแกะ เป็นการฝึกการสังเกตสำหรับเด็ก ให้เกิดการเรียนรู้ เปรียบเทียบลักษณะสัตว์ 2 ชนิดว่ามีความเหมือน หรือแตกต่างกันอย่างไร รวมทั้งกิจกรรมเด็กเลี้ยงแกะ คือการให้อาหารแพะและแกะสำหรับผู้ที่ชอบใกล้ชิด และต้องการถ่ายภาพ

8. เที้ยวแพ็คเก็จตามใจเรา เป็นกิจกรรมเสริมที่ทางโรงแรมจัดขึ้นให้เกิดทางเลือกในการเข้าพัก เมื่อลูกค้าเลือกแพ็คเก็จท่องเที่ยวที่ทางโรงแรมจัดขึ้น ลูกค้าได้รับการบริการนำเที้ยวไปยังที่หมายปลายทางต่าง ๆ โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมในการเข้าชมสถานที่นั้น ๆ (ไม่รวมค่าอาหารและเครื่องดื่มรวมทั้งของฝากที่ระลึก)



มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์
ภาพที่ 19 แสดงตัวอย่างกิจกรรมนันทนาการ Modern Hotel

ภาคผนวก ค

สถานที่ท่องเที่ยวสวนผึ้ง

มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

สถานที่ท่องเที่ยวสวนผึ้ง อำเภอเล็ก ๆ ชายแดนป่าตะวันตก

สวนผึ้ง เป็นอำเภอบนพื้นที่สูง ของจังหวัดราชบุรี โอบล้อมของขุนเขาชิดชายแดนไทย-พม่า มีแม่น้ำชีไหลผ่าน มีสภาพอากาศที่เย็นสบายคล้ายกับภาคเหนือ และอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ ใช้เวลาในการขับรถประมาณ 2 ชั่วโมง เป็นจังหวัดหนึ่งในภาคกลางด้านตะวันตกที่มี ภูมิประเทศหลากหลาย จากพื้นที่ที่ราบต่ำ ลุ่มแม่น้ำแม่กลองอันอุดม แหล่งเพาะปลูกพืชผักผลไม้เศรษฐกิจนานาชนิด สู่พื้นที่สูงทิวเทือกเขาตะนาวศรีทอดตัวยาวทางทิศตะวันตกจรดชายแดนไทย-พม่า

คำขวัญที่แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของอำเภอสวนผึ้งว่า "สาวกะเหรี่ยงเคียงถิ่น ตะนาวศรี ลำภาชี แก่งส้มแมวแนวหินผา ธารน้ำร้อนบ่อคลึงตรึงจิตตา น้ำผึ้งป่า หวานซึ่ง ตรึงใจ" ที่มาของคำว่า "สวนผึ้ง" เนื่องจากพื้นที่โดยทั่วไปของอำเภอมีสภาพแวดล้อมประกอบด้วย ธรรมชาติ ป่าไม้ เทือกเขา และมีต้นไม้ชนิดหนึ่งที่ชาวบ้านเรียกว่า "ต้นผึ้ง" เป็นต้นไม้ที่มีสีขาว นวลไม่มีเปลือกกะเทาะ หรือลอกให้เห็น และที่สำคัญคือจะมีผึ้งจำนวนมากนับแสนนับล้านตัวมาอาศัยทำรังบนต้นผึ้งเท่านั้น(คู่มือท่องเที่ยวสวนผึ้ง. แหล่งท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 19 มกราคม 2553. เข้าถึงได้จาก <http://suanphueng.sadoodta.com/category/บทความ/แหล่งท่องเที่ยวในสวนผึ้ง>)



ภาพที่ 20 แสดงบรรยากาศ แหล่งท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง

โป่งยุบ

ตั้งอยู่ที่บ้านท่าเคย ก่อนถึงตัวอำเภอสายผึ้ง 5 กิโลเมตร มีทางแยกซ้ายไปอีกประมาณ 5 กิโลเมตร เกิดจากยุบตัวของแผ่นดิน ทำให้เกิดลักษณะหน้าผาสูงชัน มีลักษณะคล้ายกับแพะเมืองผีที่จังหวัดแพร่ หรือ ส่อมจ้อม อำเภอนาน้อย จังหวัดน่าน โป่งยุบนี้มีอาณาบริเวณกว้างกว่า 10 ไร่ ในอดีตบริเวณนี้เป็นไร่นามาก่อน เป็นสถานที่น่าสนใจอย่างยิ่ง



ภาพที่ 21 แสดงบรรยากาศแหล่งท่องเที่ยวโป่งยุบ

พิพิธภัณฑ์โถก้วย หรือ สวนภูมิปัญญาชาวบ้าน

เป็นเรือนไทยประยุกต์จากหน้าสถานีตำรวจสวนผึ้งแยกไปประมาณ 2 กิโลเมตร ผ่านวัดสวนผึ้งแล้วแยกขวาไปข้ามสะพานจึงถึงพิพิธภัณฑ์ที่อยู่ทางซ้ายมือมีพื้นที่ประมาณ 20 ไร่ รวบรวมวัตถุโบราณสยามในอดีต รวมทั้งมีรถม้า พันธุ์ไม้ดอกไม้ประดับของไทยชนิดต่าง ๆ เช่น ดอกมณฑา พิพิธภัณฑ์เปิดให้เข้าชมทุกวัน เสาร์-อาทิตย์ วันหยุดราชการ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ ค่าเข้าชม ผู้ใหญ่ 20 บาท เด็ก 10 บาท นักเรียน นิสิต นักศึกษา ในรูปแบบให้ทำจดหมายก่อนล่วงหน้า นอกจากนี้ยังมีบ้านพักไว้บริการนักท่องเที่ยว



ภาพที่ 22 แสดงบรรยากาศแหล่งท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์ก๊วย

ธารน้ำร้อนบ่อคลึง

เดินทางจากเขตอำเภอสวนผึ้งไปประมาณ 15 กิโลเมตร เป็นธารน้ำร้อนที่มีต้นกำเนิดจากเทือกเขาตะนาวศรี มีน้ำไหลอยู่ตลอดปีเป็นน้ำร้อนบริสุทธิ์ ในบางวันน้ำร้อนจะมีอุณหภูมิอยู่ในระดับประมาณ 136 องศาฟาเรนไฮต์ และในบางวันก็ลดลงมาประมาณ 120 องศาฟาเรนไฮต์ ธารน้ำร้อนบ่อคลึงนี้ นับเป็นธารน้ำร้อนที่อยู่ใกล้กรุงเทพฯ มากที่สุด



ภาพที่ 23 แสดงบรรยากาศแหล่งท่องเที่ยวธารน้ำร้อนบ่อคลึง

น้ำตกเก้าชั้น หรือน้ำตกเก้าโจน

ตั้งอยู่ที่บ้านผาปก อยู่ถัดจากธารน้ำร้อนบ่อคลึงไปประมาณ 3 กิโลเมตร จากลานจอดรถ อยู่ด้านล่างให้เดินทางด้วยเท้าประมาณ 500 เมตร ถึงบริเวณตัวน้ำตก ตอนล่างของลำห้วยบ่อคลึง บริเวณเทือกเขาตะนาวศรีมีน้ำตกเก้าโจน หรือน้ำตกเก้าชั้นเป็นน้ำตกขนาดใหญ่ สูง 9 ชั้น ตั้งอยู่ในหุบเขาที่สมบูรณ์ล้อมรอบด้วยธรรมชาติระยะทางเดินจากชั้นล่างถึงชั้นบนประมาณ 2 กิโลเมตร ใช้เวลาประมาณ 2 ชั่วโมง



ภาพที่ 24 แสดงบรรยากาศแหล่งท่องเที่ยว น้ำตกเก้าชั้น หรือน้ำตกเก้าโจน

แก่งส้มแมว หรือ สวนป่าสิริกิติ์

ห่างจากอำเภอสวนผึ้ง 25 กิโลเมตร เป็นลำธาร มีเกาะแก่งกลางน้ำภาษี เหมาะสำหรับการเล่นน้ำเป็นอย่างยิ่ง อยู่ในพื้นที่สวนป่าสิริกิติ์ภายในสวนป่ามีสวนหย่อม ศูนย์จำหน่ายเครื่องเซรามิก จากคนในบริเวณหมู่บ้าน สวนป่าแห่งนี้สร้างขึ้นเพื่อเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ เนื่องในวโรกาสเจริญพระชนมพรรษา 5 รอบ เป็นศูนย์รวมพันธุ์ไม้นานาชนิด อันมีค่าทางเศรษฐกิจและเป็นแหล่งศึกษาทางธรรมชาติที่ดีเยี่ยม



ภาพที่ 25 แสดงบรรยากาศแหล่งท่องเที่ยวแก่งส้มแมว หรือ สวนป่าสิริกิติ์

เขาระโอบ จุดชมทะเลหมอก และดวงอาทิตย์ขึ้น

ตั้งอยู่ในอำเภอสวนผึ้ง เป็นลักษณะภูเขาที่มีรูปร่างคล้ายกระโอบ เป็นคำพูดติดปากของชาวบ้าน ในอดีตบริเวณนี้มีการทำเหมือง ผู้ผ่านไปผ่านมาเห็นเขาลูกนี้จึงเรียกว่า “เขาระโอบ” (จากคำบอกเล่าของชาวบ้าน) จากระดับความสูง 1,045 เมตรจากระดับน้ำทะเล เขาระโอบจึงกลายเป็นจุดชมทะเลหมอกที่ กำลังนิยมมากจากตื่นเขาเพียง 10 กิโลเมตร มีทางรถขึ้นไปได้ดูสะดวกสบายอย่างไม่น่ากังวล



ภาพที่ 26 แสดงบรรยากาศแหล่งท่องเที่ยวเขาระโอบ

ไร่กุหลาบอุษาวดี

เป็นไร่เอกชนซึ่งปลูกกุหลาบพันธุ์ฮอลแลนด์ และพันธุ์ต่าง ๆ พื้นที่ไร่อยู่บนพื้นที่สูง ในหุบเขา ช่วงฤดูหนาวจะมีอากาศหนาวจัด ปลูกกุหลาบต่างประเทศพันธุ์ต่าง ๆ และพันธุ์ไม้ดอกหลายชนิดกลางหุบเขา สามารถเที่ยวชมได้ตลอดปี โดยเฉพาะในช่วงฤดูหนาวจะงดงามเป็นพิเศษ และสามารถเดินเที่ยวชมน้ำตกผาเตย อยู่ห่างจากแปลงกุหลาบประมาณ 1 กิโลเมตร



มหาวิทยาลัยศิลปากร สงวนลิขสิทธิ์

ภาพที่ 27 แสดงบรรยากาศแหล่งท่องเที่ยวไร่กุหลาบอุษาวดี

ฟาร์มกล้วยไม้ลันดา

สวนกล้วยไม้ลันดา ออร์คิด ตั้งอยู่ที่หมู่บ้านห้วยผาก ตำบลสวนผึ้ง ตัดน้ำตกเก้าโจน เป็นสวนกล้วยไม้ตัดดอกจำหน่าย นักท่องเที่ยวสามารถซื้อกลับบ้านเลี้ยงที่บ้านได้ ฟาร์มกล้วยไม้ที่นี่เปิดให้นักท่องเที่ยวเข้าชม ค่าเข้าชมท่านละ 20 บาท ด้านในมีทั้งกล้วยไม้สวยงามพันธุ์ต่าง ๆ มากมาย ให้สดชื่นกัน ตื่นตาตื่นใจไปกับกล้วยไม้ลันดาพันธุ์ที่สวยงามสดใส



ภาพที่ 28 แสดงบรรยากาศแหล่งท่องเที่ยวฟาร์มกล้วยไม้สันดา

บ้านหอมเทียน

เป็นแหล่งท่องเที่ยวอีกแห่งของอำเภอสวนผึ้ง ตั้งอยู่หลักกิโลเมตรที่ 33 บ้านหอมเทียน เป็นทั้งร้านอาหารและที่พัก แต่ที่น่าสนใจเป็นพิเศษคือ ที่นี่ขายเทียนหอมหลากสีหลายแบบ ผลิตเอง มีโรงงานขนาดย่อม และที่มีแบบสีต่างหลากหลายต่างจากที่อื่นเพราะว่าออกแบบและ ผลิตเอง ไม่ได้เลียนแบบใคร เจ้าของคือคุณรัชชิตเป็นดีไซเนอร์ออกแบบเซรามิกมาก่อน จุดเด่นของเทียนสีสวยกลิ่นหอมในบ้าน เทียนแห่งนี้อยู่ที่ลวดลายในเนื้อเทียน ที่ไม่ได้เกิดจากการวาดสี หรือการใช้กระดาษติดลงไป แต่เป็นเทคนิคพิเศษ



ภาพที่ 29 แสดงบรรยากาศแหล่งท่องเที่ยวบ้านเทียนหอม

เดอะซินเนอร์รี่ รีสอร์ท

รีสอร์ทในหุบเขา ดิคลำน้ำภาชี เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน โดยเน้นความสงบ สบายและใกล้ชิดธรรมชาติ นอกจากความสวยงามของรีสอร์ทที่สร้างขึ้นมาในแบบเมดิเตอร์เรเนียนเป็นที่นิยมของคนชอบถ่ายรูปแล้ว ทางรีสอร์ทจัดกิจกรรมเยี่ยมชมและให้อาหารน้องแกะ โดยสามารถสัมผัสความน่ารักของน้องแกะได้ทุกวัน วันจันทร์ – ศุกร์ เวลา 10:00 – 18:00 น. วันเสาร์ – อาทิตย์ เวลา 09:00 – 18:00 น. บริเวณทุ่งหญ้า ด้านหน้ารีสอร์ท ค่าบริการท่านละ 40 บาท พร้อมอาหารสำหรับน้องแกะ



ภาพที่ 30 แสดงบรรยากาศแหล่งท่องเที่ยวเดอะซินเนอร์รี่ รีสอร์ท

สวนผึ้ง รีสอร์ท

สวนผึ้ง รีสอร์ท ตั้งอยู่ในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี บนพื้นที่ซึ่งโอบล้อมด้วยทิวทัศน์อันงดงามแห่งขุนเขาอันเขียวขจี ทุ่งฟ้าสีครามใส และอากาศอันบริสุทธิ์ จุดเด่นของรีสอร์ทนี้ เป็นตัวการ์ตูน มนุษย์หินฟลินท์สโตนที่เรียกร้องให้คนเข้ามาเยี่ยมชมไม่ขาดสาย ช่วงวันธรรมดา ไม่มีคนเข้าพักจึงเปิดให้นักท่องเที่ยวที่อยากเยี่ยมชมเข้าไปถ่ายรูปได้ แต่ถ้าเป็นวันหยุด เปิดเวลา 12.00-16.00 น. เท่านั้นเพื่อไม่เป็นการรบกวนผู้เข้าพักท่านอื่น ๆ โดยเสียค่าเข้าชมท่านละ 40 บาท



ภาพที่ 31 แสดงบรรยากาศแหล่งท่องเที่ยวสวนพืง รีสอร์ท



ภาพที่ 32 แสดงกิจกรรมนันทนาการของสถานที่พักในอำเภอสวนพืง

ภาคผนวก ง

รายนามผู้ร่วมจัดตั้งห้างหุ้นส่วนจำกัด

มหาวิทยาลัยศิลปากร สังกัด
สงวนลิขสิทธิ์

รายนามผู้ร่วมจัดตั้งห้างหุ้นส่วนจำกัด

ชื่อ-สกุล คุณเถลิงศักดิ์ วงษ์บำรุง
 ที่อยู่ 32 หมู่ 11 ตำบลท่าเคย อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี 70180
 อาชีพ ข้าราชการบำนาญ เกษียณอายุราชการ

ชื่อ-สกุล คุณสุนันท์ วงษ์บำรุง
 ที่อยู่ 32 หมู่ 11 ตำบลท่าเคย อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี 70180
 อาชีพ ข้าราชการชำนาญการพิเศษ
 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาราชบุรี เขต 1

ชื่อ-สกุล คุณเจษฎ์บัณฑิต วงษ์บำรุง
 ที่อยู่ 114/41 ถนนแสงชูโต อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี 70110
 อาชีพ พนักงานประจำ ตำแหน่งผู้จัดการทั่วไป
 บริษัทงานประจำ โรงแรมเขตอำเภอบ้านโป่ง

ชื่อ-สกุล คุณธนภูมิ วงษ์บำรุง
 ที่อยู่ 339/123 หมู่บ้านลภาวัน 7 หมู่ 3 ตำบลบางรักพัฒนา อำเภอบางบัวทอง
 จังหวัดนนทบุรี 11110
 อาชีพ ข้าราชการประจำ
 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ สงวนลิขสิทธิ์

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล นางสาวสุทธิษา วงษ์บำรุง
 ที่อยู่ 32 หมู่ 11 ตำบลท่าเคย อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี 70180
 ที่ทำงาน 38 หมู่ 1 ตำบลด่านทับตะโก อำเภोजอมบึง จังหวัดราชบุรี 70150

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2548 สำเร็จการศึกษาปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต
 สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ (คอมพิวเตอร์ธุรกิจ)
 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
 พ.ศ. 2552 ศึกษาต่อระดับปริญญาโท สาขาวิชาการประกอบการ
 บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ประวัติการทำงาน

พ.ศ. 2548 เจ้าหน้าที่การบัญชีและการเงิน ฝ่ายบัญชี บริษัท ซีแอนด์เอ จำกัด
 พ.ศ. 2550 ช่างภาพประจำสตูดิโอถ่ายภาพ
 บริษัท ยู สไมล์ (ประเทศไทย) จำกัด
 พ.ศ. 2551 นักพัฒนาทรัพยากรบุคคล ฝ่ายทรัพยากรบุคคล
 สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ
 พ.ศ. 2552-ปัจจุบัน เจ้าหน้าที่ฝ่ายขายและประสานงาน
 ธุรกิจเครือข่าย ร้านเคมีเกษตร จังหวัดราชบุรี