

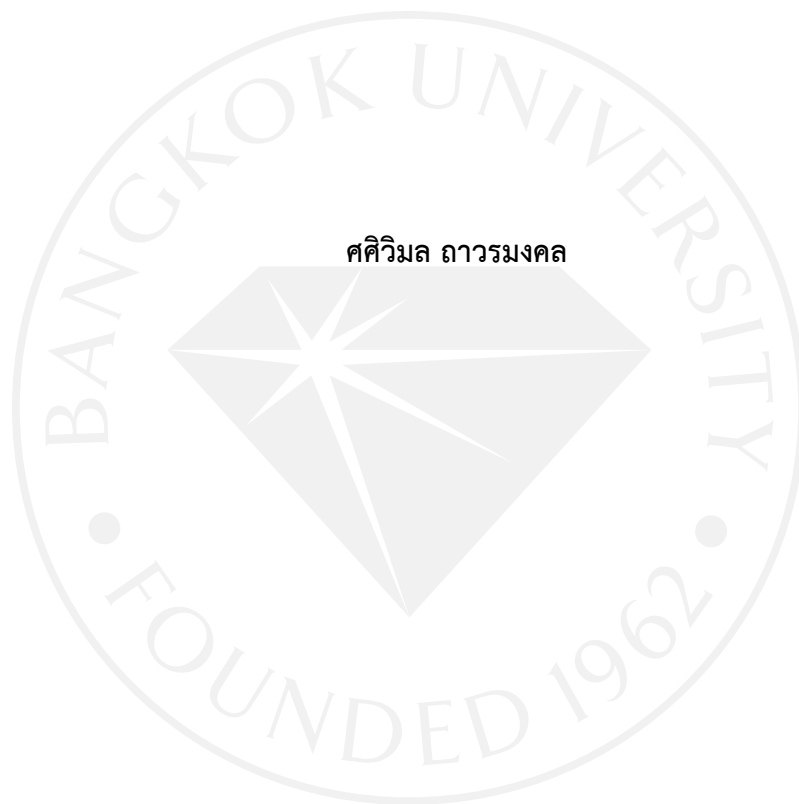
แผนธุรกิจ บีบี โฮสเทล

Business Plan for BEBIE Hostel



แผนธุรกิจ บีบี โฮสเทล

Business Plan for BEBIE Hostel



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ปีการศึกษา 2558



©2560

ศศิวิมล ถาวรมงคล

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เรื่อง แผนธุรกิจปี โยสเทล

ผู้วิจัย ศศิวิมล ถาวรมงคล

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

.....  
(ดร.สุเมธี วงศ์ศักดิ์)

ผู้เชี่ยวชาญ

.....  
(ดร.ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว)

.....  
(ดร.ศันสนีย์ เทพปัญญา)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 22 เดือน เมษายน พ.ศ. 2560

ศศิวิมล ถาวรมงคล. ปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาศึกษานานาชาติและขนาดย่อม  
เมษายน 2560, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
แผนธุรกิจ ปีที่ โสสเทล (85หน้า)  
อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.สุเมธี วงศ์ศักดิ์

### บทคัดย่อ

แผนธุรกิจนี้เป็นการจัดทำขึ้นเพื่อเป็นการกำหนดเป้าหมายทางธุรกิจ เพื่อการวิเคราะห์จุด  
แข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคทางธุรกิจที่เกิดขึ้น ซึ่งกรอบแนวคิดและแนวทางการดำเนินการจะ  
ช่วยให้การวิเคราะห์ภาพรวมของธุรกิจมีความละเอียดมากขึ้น การวิเคราะห์สถานการณ์ทางธุรกิจ  
ความได้เปรียบทางการแข่งขัน เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของธุรกิจที่วางไว้ รวมไปถึงการคาด  
การประมาณการค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในกิจการ ระยะเวลาของจุดคุ้มทุน ผลตอบแทน กำไรในกิจการ  
ซึ่งทำให้มองเห็นภาพทางธุรกิจว่าสมควรแก่การลงทุนในกิจการหรือไม่

จากผลการศึกษา “BEBIE Hostel” พบว่า กิจการมีการได้เปรียบทางธุรกิจ และมีโอกาสสูง  
กว่าคู่แข่งในตลาดเดียวกัน เนื่องจากทำเลที่ตั้งของกิจการที่อยู่ติดถนนเรียบชายหาดทำให้มีวิวทิวทัศน์  
ที่สวยงามเหมาะแก่การพักผ่อนของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ

สำหรับด้านการตลาด “BEBIE Hostel” มีกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยว  
และพนักงานเอกชนที่ต้องการเข้าพักอาศัยที่มีการเดินทางเพื่อติดต่อธุระ ซึ่งรายได้ส่วนใหญ่จากการ  
สำรวจพบว่ามีรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 15,000-20,000 บาท และมีช่วงอายุอยู่ระหว่าง 20-25 ปี และช่วง  
อายุ 26-30 ปี โดยโฮสเทลมีขนาดเตียงให้เลือกในการเข้าพักถึง 2 ขนาด รวมไปถึงโซนการเข้าพักถึง 4  
โซน เพื่อความส่วนตัวตามที่ผู้บริการต้องการใช้บริการ

สำหรับโครงการนี้มีเงินทุนรวมอยู่ที่ 6,900,000 บาท โดยเป็นการลงทุนด้วยเงินทุนตนเองไม่  
มีการกู้ยืมจากสถาบันการเงิน โดยมีผลตอบแทน IRR อยู่ที่ 32%

คำสำคัญ : โฮสเทล, นักท่องเที่ยว, การพักผ่อน

Thawonmongkon, S. M.B.A. (Small and Medium-Sized Enterprises), April 2017,  
Graduate School, Bangkok University.

Business Plan for BEBIE Hostel (85 pp.)

Advisor: Sumetee Wongsak, Ph.D.

### **ABSTRACT**

This business plan was created to define business goals to analyze the strengths, weaknesses, opportunities and obstacles that was occur, which the conceptual framework and implementation guidelines will help to analyze the overall image of the business very well. Business situation analysis and competitive advantage, to conform the business objectives laid down including expectation of expenses occurred in the business, break-even point period, return on investment, net profit in business that makes it clear the business should be invested or not.

Study revealed that “BEBIE Hostel” the business has the advantage and high chances more than competitors in the same marketplace.

Due to the location of the business that locates on the beach road, it has the beautiful scenery that would be perfect for tourists.

For marketing of BEBIE Hostel, have target market as a group of tourists and private employees who would likes to stay with a business trip, which the most of income from the survey showed that the average income was 15,000-20,000 Baht and span of age between 20-25 years old and 26-30 years old. The hostel's beds are available 2 sizes and 4 zones to stay for privacy as the customers needed

The total capital for this project is 6,900,000 Baht, which is invested by self financing without borrowing from the financial institution with the Internal Rate of Return at 32%.

*Keywords : Hostel, Tourists, Relaxing*

## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาการจัดตั้งธุรกิจโฮสเทลในครั้งนี้ สามารถประสบความสำเร็จลุล่วงได้ด้วย ความกรุณาอย่างสูงจากคณะอาจารย์หลายๆท่าน จึงใคร่ขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.สุเมธี วงศ์ศักดิ์ ที่ให้ความกรุณาเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาตลอดการศึกษาแผนธุรกิจในครั้งนี้ จึงขอกราบขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ คณะอาจารย์ทุกท่าน ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ สำหรับความรู้และคำแนะนำ ตลอดการศึกษา ที่คอยให้คำปรึกษา คำแนะนำในการแก้ปัญหาต่างๆ จึงขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงมาไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอขอบคุณ เพื่อนๆ พี่ๆ SMEs ทุกท่าน ที่คอยให้ความช่วยเหลือ เป็นกำลังใจ แลกเปลี่ยนประสบการณ์ความรู้ใหม่ๆตลอดจนให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์แก่การจัดทำแผนธุรกิจในครั้งนี้ และร่วมเดินทางในการเรียนรู้ในหลักสูตรนี้

สุดท้ายนี้ขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงต่อผู้มีพระคุณที่สุดของข้าพเจ้าคือผู้ปกครองของข้าพเจ้าและครอบครัวคือ นายวสันต์ ถาวรมงคล นางฉวีวรรณ ถาวรมงคล และนายวงศกร ถาวรมงคล ที่คอยให้ความรักเอาใจใส่ ให้การส่งเสริมและการสนับสนุนในการศึกษา และอยู่เบื้องหลังความสำเร็จในชีวิตของข้าพเจ้ามาโดยตลอด ตลอดจนเป็นกำลังใจสำคัญอย่างที่สุดในการทำการศึกษานี้ เฉพาะบุคคลในครั้งนี้

ศศิวิมล ถาวรมงคล

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฐ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 แนะนำธุรกิจ	2
1.1.1 สถานที่ตั้ง	2
1.1.2 ประเภทของสินค้า/บริการ	2
1.1.3 รายละเอียดของสินค้า/บริการ	2
1.1.4 วิสัยทัศน์	6
1.1.5 พันธกิจ	7
1.1.6 เป้าหมาย	7
1.1.7 วัตถุประสงค์ของโครงการ	7
1.1.8 โครงสร้างการบริหารงาน	8
1.1.9 ที่มาของการจัดทำแผน	10
1.1.10 ความสำคัญของการจัดทำแผน	10
1.1.11 วัตถุประสงค์การทำแผน	10
1.1.12 วิธีการศึกษา	11
1.1.13 ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย	20
บทที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ	36
2.1 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายใน	37
2.1.1 ปัจจัยด้านการตลาด	37
2.1.2 ปัจจัยด้านบุคลากร	38
2.1.3 ปัจจัยด้านการเงิน	38

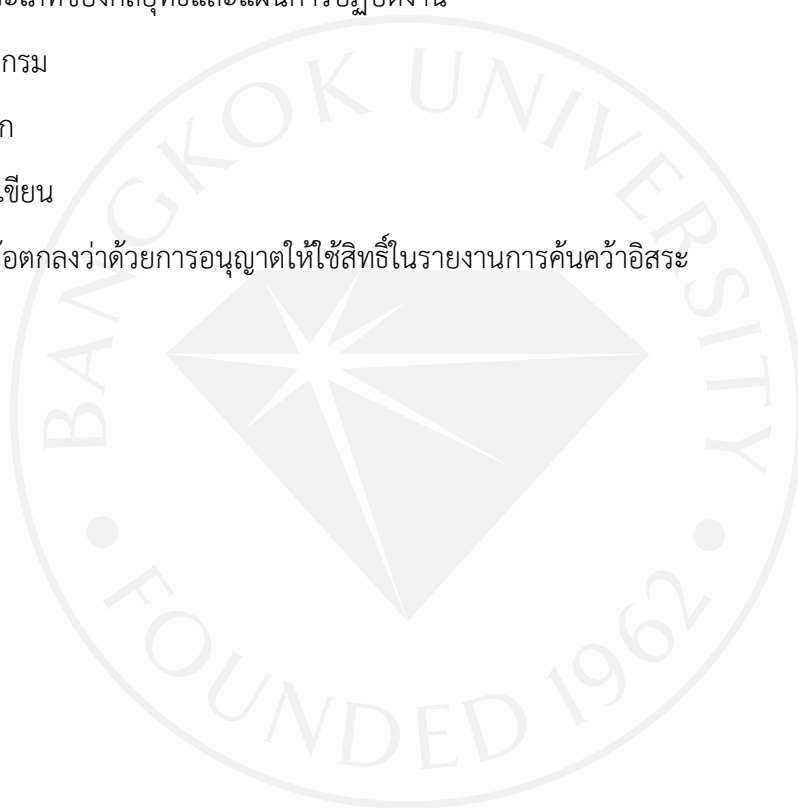


## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 2 (ต่อ) การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ	
2.1.4 ปัจจัยด้านการบริการ	39
2.1.5 ปัจจัยด้านเทคโนโลยี	39
2.2 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายนอก	40
2.2.1 ปัจจัยด้านคู่แข่ง	40
2.2.2 ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม	40
2.2.3 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ เศรษฐกิจ การเมือง และความไม่มั่นคงในประเทศนั้น	41
2.2.4 ปัจจัยด้านสภาวะแวดล้อม	41
2.3 ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน	42
2.4 ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก	44
บทที่ 3 การวิเคราะห์การแข่งขัน	46
3.1 สภาพของการแข่งขันและ ที่มาของการแข่งขัน	46
3.2 ที่มาของการแข่งขัน	48
3.3 คู่แข่งขันของธุรกิจ	48
3.4 การวิเคราะห์สถานภาพทางธุรกิจ	51
3.4.1 การวิเคราะห์ BCG MODEL	51
3.4.2 การวิเคราะห์ Five Force Model	52
3.4.3 การวิเคราะห์ตำแหน่งของสินค้า	54
3.5 การวิเคราะห์การได้เปรียบทางการแข่งขัน	55
3.5.1 ปัจจัยด้านต้นทุน	55
3.5.2 ปัจจัยด้านสถานที่	55
3.5.3 ปัจจัยด้านการบริหารการจัดการ	55
3.5.4 ปัจจัยการส่งเสริมการตลาด	55
3.5.5 ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม	56

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 การจัดทำกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ	57
4.1 กรอบแนวคิดที่นำไปสู่กลยุทธ์	57
บทที่ 4 การจัดทำกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ	
4.2 แนวคิดและทฤษฎีที่นำมาใช้	58
4.3 ประเภทของกลยุทธ์และแผนการปฏิบัติงาน	62
บรรณานุกรม	76
ภาคผนวก	78
ประวัติผู้เขียน	85
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	



## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1 : เป้าหมายระยะสั้นและเป้าหมายระยะยาว	7
ตารางที่ 1.2 : หน้าที่รับผิดชอบและคุณสมบัติของบุคลากร	9
ตารางที่ 1.3 : แสดงจำนวนและร้อยละผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	24
ตารางที่ 1.4 : แสดงจำนวนและร้อยละผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	24
ตารางที่ 1.5 : แสดงจำนวนและร้อยละผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	25
ตารางที่ 1.6 : แสดงจำนวนและร้อยละผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	25
ตารางที่ 1.7 : แสดงจำนวนและร้อยละผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	26
ตารางที่ 1.8 : แสดงจำนวนและร้อยละผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	26
ตารางที่ 1.9 : แสดงจำนวนและร้อยละผู้ตอบแบบสอบถาม ตามประสบการณ์การเข้าพัก Hostel	27
ตารางที่ 1.10 : แสดงจำนวนและร้อยละผู้ตอบแบบสอบถาม ตามจำนวนสมาชิกในการร่วมเดินทางเข้าพัก	28
ตารางที่ 1.11 : แสดงจำนวนและร้อยละผู้ตอบแบบสอบถาม ตามระยะเวลาของการเข้าพัก	28
ตารางที่ 1.12 : แสดงจำนวนและร้อยละผู้ตอบแบบสอบถาม ตามรูปแบบของการใช้บริการ	29
ตารางที่ 1.13 : แสดงจำนวนและร้อยละผู้ตอบแบบสอบถาม ตามลักษณะของห้องพักที่เลือกใช้บริการ	29
ตารางที่ 1.14 : แสดงจำนวนและร้อยละผู้ตอบแบบสอบถาม ตามลักษณะการเข้าใช้บริการห้องอาหาร Hostel	30
ตารางที่ 1.15 : แสดงจำนวนและร้อยละผู้ตอบแบบสอบถาม ตามเว็บไซต์ที่นิยมจองห้องพัก	30
ตารางที่ 1.16 : แสดงจำนวนและร้อยละผู้ตอบแบบสอบถาม ตามรูปแบบการชำระเงินห้องพัก	31
ตารางที่ 1.18 : แสดงจำนวนและร้อยละผู้ตอบแบบสอบถาม เมื่อพิจารณารูปแบบห้องพักในการตัดสินใจเข้าพัก	31
ตารางที่ 1.19 : แสดงจำนวนและร้อยละผู้ตอบแบบสอบถาม เมื่อพิจารณาราคาในการตัดสินใจเข้าพัก	31

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 1.20 : แสดงจำนวนและร้อยละผู้ตอบแบบสอบถาม เมื่อพิจารณาการบริการในการตัดสินใจ เข้าพัก	32
ตารางที่ 1.21 : แสดงจำนวนและร้อยละผู้ตอบแบบสอบถาม เมื่อพิจารณาความสะดวกในการ ตัดสินใจเข้าพัก	32
ตารางที่ 1.22 : แสดงจำนวนและร้อยละผู้ตอบแบบสอบถาม เมื่อพิจารณาสิ่งอำนวยความสะดวก ในการตัดสินใจเข้าพัก	32
ตารางที่ 1.23 : แสดงจำนวนและร้อยละผู้ตอบแบบสอบถาม เมื่อพิจารณาสิ่งอำนวยความสะดวก ในการตัดสินใจเข้าพัก	32
ตารางที่ 1.24 : แสดงคะแนนต่ำสุด-สูงสุด ค่าคะแนนเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ และการ วิเคราะห์ผลของผู้ตอบแบบสอบถาม เมื่อจำแนกตามส่วนประสมทางการตลาด	33
ตารางที่ 1.25 : แสดงคะแนนต่ำสุด-สูงสุด ค่าคะแนนเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ และการ วิเคราะห์ผลของผู้ตอบแบบสอบถาม เมื่อจำแนกตามหลักเกณฑ์ในการเข้าใช้บริการ Hostel	34
ตารางที่ 2.1 : แสดงปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน	42
ตารางที่ 2.2 : แสดงปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก	44
ตารางที่ 3.1 : แสดงการวิเคราะห์ตำแหน่งสินค้า	54
ตารางที่ 4.1 : การวิเคราะห์กลยุทธ์ TOWS Strategic Alternatives Matrix	62
ตารางที่ 4.2 : แสดงประเภทของกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ	64
ตารางที่ 4.3 : แผนงานด้านการเงิน และงบประมาณ	66
ตารางที่ 4.4 : แสดงรายละเอียดงบประมาณการลงทุน	67
ตารางที่ 4.5 : แสดงรายละเอียดการคิดค่าเสื่อมราคา	68
ตารางที่ 4.6 : แสดงการประมาณการรายได้	68
ตารางที่ 4.7 : แสดงประมาณการค่าใช้จ่าย	69
ตารางที่ 4.8 : แสดงการประมาณการต้นทุนผันแปร	70

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.9 : แสดงจุดคุ้มทุน	70
ตารางที่ 4.10 : แสดงงบกำไรขาดทุนและประมาณการสถานการณ์ปกติ	71
ตารางที่ 4.11 : แสดงกำไรสะสม ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ	71
ตารางที่ 4.12 : แสดงกระแสเงินสดของกิจการ ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ	72
ตารางที่ 4.13 : แสดงงบแสดงฐานะการเงิน(งบดุล) โดยประมาณการจากสถานการณ์ปกติ	73
ตารางที่ 4.14 : แสดงการต่อบรรลุโครงการ	74
ตารางที่ 4.15 : แสดงการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน	75



## สารบัญภาพ

ภาพที่ 1.1 : แสดงแผนที่ตั้งโฮสเทล	2
ภาพที่ 1.2 : แสดงโซนหญิงรวม ชายรวม และ โซนหญิงชาย	3
ภาพที่ 1.3 : แสดงบริเวณพื้นที่ห้องอาบน้ำรวม โซนที่ 1-4	3
ภาพที่ 1.4 : โซนไฟเวทแสดงลักษณะพื้นที่ภายในโซน	4
ภาพที่ 1.5 : ลักษณะของที่พักรักษาสำหรับโซนไฟเวท	4
ภาพที่ 1.6 : โซนพื้นที่อเนกประสงค์	5
ภาพที่ 1.7 : แผนภาพรายละเอียดของงานและกำลังคน	8
ภาพที่ 1.8 : แสดงจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม เมื่อพิจารณาปัจจัยต่างๆในการเข้าพัก	33
ภาพที่ 1.9: แสดงจำนวนค่าคะแนนเฉลี่ย เมื่อจำแนกตามส่วนประสมทางการตลาด	34
ภาพที่ 1.10: แสดงจำนวนค่าคะแนนเฉลี่ย เมื่อจำแนกตามหลักเกณฑ์ในการเข้าใช้บริการ	35
ภาพที่ 2.1 : แสดง SWOT Analysis	37
ภาพที่ 3.1 : เรอ โฮสเทล (Thur Hostel)	49
ภาพที่ 3.2 : โรงแรมประจวบพิท	49
ภาพที่ 3.3 : ชั้นปีชเกสต์เฮาส์	50
ภาพที่ 3.4 : แผนภาพแสดงการวิเคราะห์ BCG Model สำหรับ ปีปี โฮสเทล	51
ภาพที่ 3.5 : แผนภาพทฤษฎี Five Force Model	52
ภาพที่ 4.1 : กรอบแนวคิดที่นำไปสู่กลยุทธ์	57
ภาพที่ 4.2 : SERVICE MARKETING MIX	58

## บทที่ 1

### บทนำ

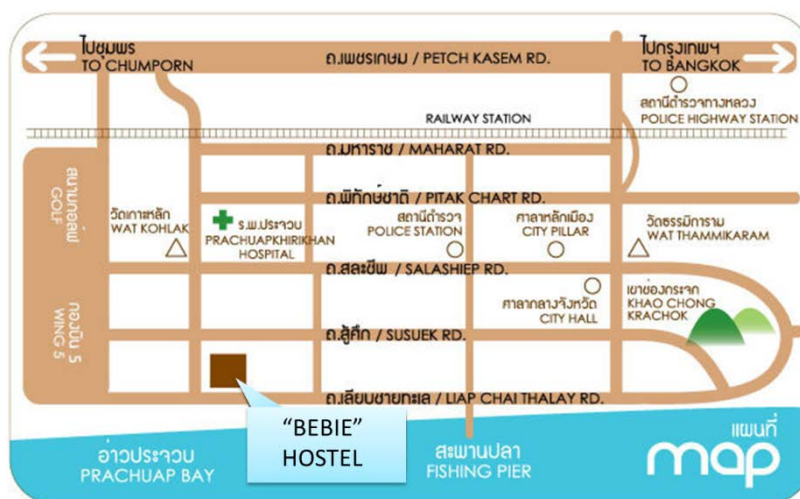
เรือนพฤษภา รีสอร์ท เริ่มก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2557 ซึ่งเป็นรีสอร์ทขนาดเล็ก มีลักษณะห้องพัก เป็นบ้านไม้ทรงไทยจำนวน 10 หลัง และสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ประมาณ 40 คน นักท่องเที่ยวที่เข้าพัก มีทั้งกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ซึ่งส่วนใหญ่ลักษณะการเข้าพักในช่วงเทศกาลหรือวันหยุดนักขัตฤกษ์ จะเป็นการเช่าทั้งรีสอร์ทเพื่อความเป็นส่วนตัวของแขกผู้เข้าพักที่เป็นครอบครัวใหญ่ หรือเป็นการสัมมนาต่างๆของบริษัท ส่งผลให้กลุ่มนักท่องเที่ยวบางกลุ่มหรือกลุ่มผู้ที่ชอบท่องเที่ยวแบบแบ็คแพ็คที่นิยมในปัจจุบันเกิดปัญหาที่พักรับไม่เพียงพอแก่นักท่องเที่ยวทางผู้ประกอบการจึงทำการขยายธุรกิจเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ นั่นคือ การเปิดโฮสเทลในสไตล์ห้องถิ่นของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยมีจุดเด่นนั่นคือ ราคาที่ถูก แต่คุณภาพของห้องพักและบริการเป็นเลิศ โดยการตกแต่งของโฮสเทลได้รับแรงบันดาลใจมาจากการตกแต่งที่เรียบบ้างสไตล์อินดัสเทรียลลอฟท์ (Industrial Loft) ซึ่งเป็นสไตล์ที่ดูเรียบบ้าง แต่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว แต่อย่างไรก็ตาม จะมีการเพิ่มเครื่องอำนวยความสะดวกให้มากขึ้น ระบบรักษาความปลอดภัย ความเป็นส่วนตัวของผู้เข้าพัก และทางโฮสเทลจะใส่ใจรายละเอียดในเรื่องของ 1) ทำเลที่ตั้ง ซึ่งทางผู้ประกอบการจะเน้นทำเลที่ตั้งให้อยู่ท่ามกลางธรรมชาติ นั่นคือห้องพักที่ติดริมชายทะเลและห้องพักที่อยู่ท่ามกลางพันธุ์ไม้ 2) ลักษณะห้องพัก จะมีแรงบันดาลใจการตกแต่งของแนวอินดัสเทรียลที่จะนิยมใช้สี “น้ำตาล ขาว ดำ เทา” ในการตกแต่ง ซึ่งเป็นสีที่แทน อิฐ ไม้ ปูน เหล็ก รวมไปถึงความโปร่งใสของแก้วและกระจกที่สามารถมองเห็นวิวทะเลภายนอกได้ ซึ่งเป็นความเท่าที่ทันสมัยและไม่เหมือนใคร และ 3) การให้บริการทางด้านอาหาร โดยเราจะเพิ่มเมนูอาหารที่เป็นเมนูขึ้นชื่อของท้องถิ่น เพื่อสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้มาท่องเที่ยวในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์มากขึ้น และเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจของจังหวัดได้อีกด้วย

## 1.1 แนะนำธุรกิจ

### 1.1.1 สถานที่ตั้ง

โฮสเทล Bebie ถนนสุสุค ตำบลประจวบคีรีขันธ์ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77000

ภาพที่ 1.1 : แสดงแผนที่ที่ตั้งโฮสเทล



### 1.1.2 ประเภทของสินค้า/บริการ

ธุรกิจโฮสเทล เป็นธุรกิจประเภทบริการ โดยทางผู้ประกอบการจะเปิดให้บริการทั้งหมด 4 โซน ซึ่งประกอบด้วย 1) โซนหญิงรวม 2) โซนชายรวม 3) โซนห้องพักรวมชายหญิง และ 4) โซนแพเวท ซึ่งจุดเด่นของการให้บริการห้องพักรวมชายหญิงคือ ความสะอาด ปลอดภัย เรียบง่าย และทันสมัย เพื่อตอบสนองนักท่องเที่ยวที่มีสไตล์หลากหลาย

### 1.1.3 รายละเอียดของสินค้า/บริการ

#### 1.1.3.1 รายละเอียดของโฮสเทล

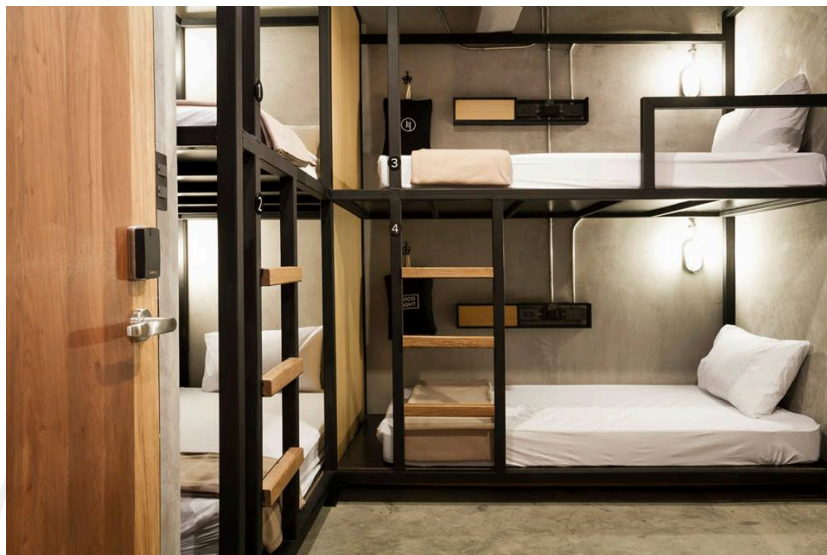
โฮสเทล Bebie จะเปิดให้บริการแก่นักท่องเที่ยว โดยมีลักษณะห้องพักแบ่งออกเป็น 4 โซน ซึ่งในแต่ละโซนมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

โซนที่ 1 โซนหญิงรวม : ห้องพักรวมจะประกอบด้วยเตียงที่มีลักษณะสองชั้น โดยสามารถรองรับนักท่องเที่ยวหญิงจำนวน 10 คน โดยแต่ละเตียงจะมีปลั๊กไฟส่วนตัวและตู้ล็อกเกอร์สำหรับเก็บสิ่งของมีค่าสำคัญ อีกทั้งห้องอาบน้ำจะเป็นห้องอาบน้ำรวมหญิง พร้อมทั้งให้บริการสปา ยาสมุนไพร ครีมนวด และยาสีฟันฟรี สำหรับผู้เข้าพัก



\*\*\*หมายเหตุ : โซนที่ 2 โซนชายรวม และโซนที่ 3 โซนห้องพักรวมชายหญิง จะมีรายละเอียดห้องพัก  
เหมือนกับโซนที่ 1 โซนหญิงรวม

ภาพที่ 1.2 : แสดงโซนหญิงรวม ชายรวม และ โซนหญิงชาย

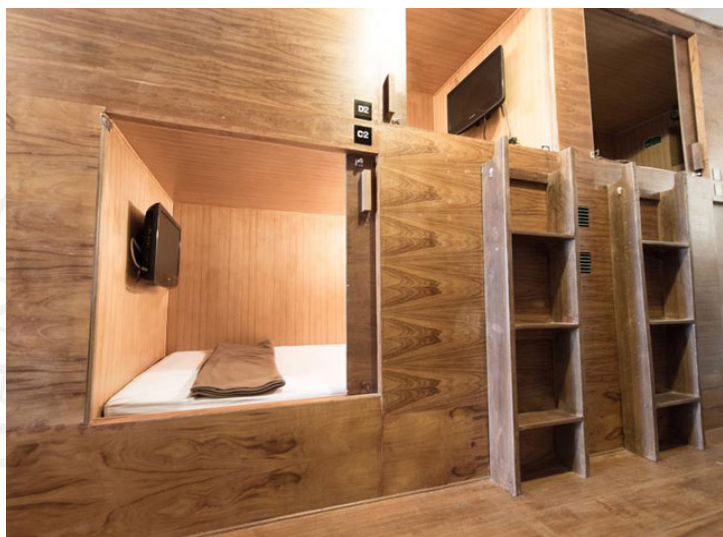


ภาพที่ 1.3 : แสดงบริเวณพื้นที่ห้องอาบน้ำรวม โซนที่ 1-4



โซนที่ 4 โซนไพรเวท: ห้องพักรวมจะมีลักษณะเป็นห้องพักเดี่ยว ซึ่งข้างในแต่ละห้องก็จะการตกแต่งที่แตกต่างกันไป ไม่ว่าจะเป็นลักษณะของเตียงนอนที่มีทั้งเตียงคู่และเตียงเดี่ยว เครื่องใช้อุปกรณ์ไฟฟ้า ซึ่งในแต่ละห้องสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้สูงสุดถึง 4 คน อีกทั้งยังมีห้องน้ำในตัวอีกด้วย เพื่อความสะดวกแก่ผู้ที่ต้องการความเป็นส่วนตัว พร้อมทั้งให้บริการสปา ยาสระผม ครีมนวด และยาสีฟันฟรี สำหรับผู้เข้าพัก

ภาพที่ 1.4 : โซนไพรเวทแสดงลักษณะพื้นที่ภายในโซน



ภาพที่ 1.5 : ลักษณะของที่พักสำหรับโซนไพรเวท



โซนเนกประสงค์ : สำหรับโซนเนกประสงค์นั้น จะเป็นโซนพักผ่อนสำหรับผู้ให้บริการโฮสเทล แรงบันดาลใจในการทำโซนเนกประสงค์นั้นมาจาก Co Working Space โดยทางโฮสเทลจะเน้นพื้นที่ในการนั่งเล่น Internet และทำเวิร์คช็อปกิจกรรมหลากหลายรูปแบบ เพื่อให้ผู้ใช้บริการโฮสเทลได้ความรู้สึกเสมือนอยู่บ้านตนเอง และเพิ่มมุมของ Book Story เป็นร้านกาแฟ โดยจะเน้นการชงกาแฟแบบ Aeropress และการคัดสรรเมล็ดกาแฟให้คนรักการดื่มกาแฟได้ลองดื่มกัน และมุมหนังสือความรู้ นิยาย และการ์ตูนต่างๆ เพื่อผู้พักอาศัยได้ใช้เวลาว่างในการผ่อนคลายในการพักผ่อน

ภาพที่ 1.6 : โซนพื้นที่เนกประสงค์



#### 1.1.3.2 จุดเด่น

1) ความปลอดภัย ซึ่งทางโฮสเทลมองว่าระบบการรักษาความปลอดภัยมีความจำเป็นเป็นอย่างมากสำหรับผู้เข้าพัก จึงมีการติดตั้งกล้องวงจรปิดทั่วทั้งที่พัก พร้อมทั้งระบบร้องขอความช่วยเหลือเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน ซึ่งจะมีปุ่มกดบนหัวเตียงแต่ละเตียง

2) ความสะอาด การดำเนินชีวิตประจำวันของแต่ละบุคคลย่อมแตกต่างกัน ฉะนั้นง่ายมากสำหรับการแพร่ของเชื้อต่างๆ ทางโฮสเทลเล็งเห็นถึงการให้ความสำคัญเกี่ยวกับการรักษาความสะอาด โดยจะมีแม่บ้านคอยทำความสะอาดทุกๆ 5 ชั่วโมง ทั้งบริเวณทางเดิน บริเวณห้องพัก และบริเวณห้องน้ำ

3) ราคาห้องพัก อย่างที่กล่าวไปในข้างต้น การดำเนินกิจการโฮสเทลเกิดขึ้นเพื่อต้องการตอบสนองนักท่องเที่ยวที่รักและหลงใหลการเดินทางแบบแบ็คแพ็ค ฉะนั้นราคาที่พักรจึงเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับผู้ที่ชอบเดินทางและท่องเที่ยวในหลายๆที่ ผู้ประกอบการจึงตั้งราคาที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้าพักและท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและสร้างรายได้ให้คนในจังหวัดอีกด้วย

4) การตกแต่ง เน้นการตกแต่งแนวอินดัสเทรียลที่นิยมใช้สี “ น้ำตาล ขาว ดำ เทา ” ในการตกแต่ง รวมไปถึงการนำแก้วและกระจกมาใช้ เพื่ออำนวยความสะดวกภายนอกโฮสเทล พร้อมทั้งการผสมผสานกลิ่นอายความเป็นท้องถิ่นของจังหวัดเข้าไป ให้ผู้ต่างถิ่นที่มาพักเกิดความประทับใจและกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง

5) การให้บริการ ทางโฮสเทลจะมีพนักงานและแม่บ้านไว้คอยให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง พร้อมทั้งมีซูเปอร์มาเก็ตเปิดให้บริการเพื่อความสะดวกแก่ผู้เข้าพัก

#### 1.1.3.3 นวัตกรรม

1) การเปิดใช้แอปพลิเคชัน โดยทางโฮสเทลเปิดให้นักท่องเที่ยวใช้บริการแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนในการจองห้องพักและเช็คราคาห้องพักในช่วงเวลาต่างๆ เพื่อง่ายต่อการวางแผนการท่องเที่ยวและค่าใช้จ่าย นอกจากนี้คือการนำเทคโนโลยีบนแอปพลิเคชันมาเชื่อมต่อกับระบบภายในห้องพัก อาทิ การสั่งเปิด-ปิดไฟจากแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน เป็นต้น

2) การให้บริการ wifi โดยทางโฮสเทลได้ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง เพื่อตอบสนองความต้องการของคนรุ่นใหม่ที่ชอบความรวดเร็ว

#### 1.1.4 วิสัยทัศน์

มุ่งสู่การเป็นโฮสเทลที่มีคุณภาพ พร้อมทั้งความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีผนวกกับการบริการบนมาตรฐานสากล

### 1.1.5 พันธกิจ

- 1) การให้บริการด้วยความเป็นเลิศ
- 2) ระบบการรักษาความปลอดภัยดีเยี่ยม
- 3) ระบบการรักษาความสะอาดที่ 100%
- 4) ราคาที่มีความเหมาะสม และดึงดูดผู้เข้าพัก

### 1.1.6 เป้าหมาย

ตารางที่ 1.1 : เป้าหมายระยะสั้นและเป้าหมายระยะยาว

เป้าหมายระยะสั้น (1-5 ปี)	การสร้างธุรกิจโฮสเทลให้มีมาตรฐานตามมาตรฐานสากล จากนั้นทำการโฆษณาตามช่องทางออนไลน์ เพื่อสร้างฐานลูกค้าให้มีความหลากหลายมากขึ้น
เป้าหมายระยะยาว (5-10 ปี)	ทำธุรกิจร่วมกับธุรกิจประเภททัวร์ เพื่อเพิ่มปริมาณลูกค้า อีกทั้งขยายธุรกิจโฮสเทล อาทิ ปริมาณห้องพัก ให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ทั้งในและนอกประเทศ

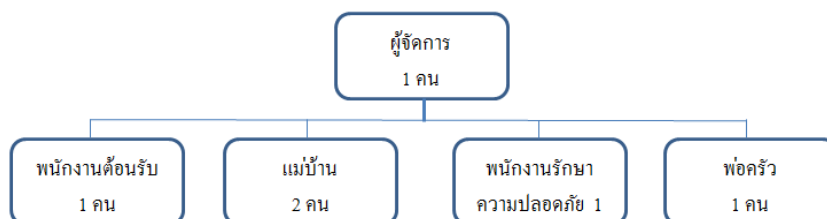
### 1.1.7 วัตถุประสงค์ของโครงการ

- 1) เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของการจัดตั้งโครงการจัดตั้งธุรกิจ บีบี โฮสเทล
- 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการโฮสเทล

### 1.1.8 โครงสร้างการบริหารงาน

โฮสเทลบีบี (Bebie Hostel) บริหารแบบธุรกิจครอบครัวในรูปแบบทะเบียนการค้า  
จำนวนพนักงาน 6 คน

ภาพที่ 1.7 : แผนภาพรายละเอียดของงานและกำลังคน



รายชื่อคณะกรรมการ ผู้บริหาร และผู้จัดการ

ประวัติผู้บริหาร

- 1.) นาย วงศกร ถาวรมงคล อายุ 28 ปี  
ตำแหน่ง ผู้บริหาร  
การศึกษา ปริญญาตรี คณะบริหาร มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์  
ประวัติการทำงาน ปี 2557 ผู้บริหาร เรือน พฤษารีสอร์ท
- 2.) นางสาว ศศิวิมล ถาวรมงคล อายุ 25 ปี  
ตำแหน่ง ผู้บริหาร  
การศึกษา ปริญญาตรี คณะ บัญชี บัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
ประวัติการทำงาน ปี 2557 ผู้ช่วยผู้สอบบัญชี บริษัท พีวีออดิท  
ปี 2559 ผู้ช่วยผู้สอบบัญชี บริษัท เอสพี ออดิท
- 3.) นาง สุภาพรรณ ลางคุณเสน อายุ 30 ปี  
ตำแหน่ง ผู้จัดการ  
การศึกษา ปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สาขาการเงินและการลงทุน  
มหาวิทยาลัยรังสิต  
ประวัติการทำงาน ปี 2557 ผู้จัดการ เรือน พฤษารีสอร์ท

ตารางที่ 1.2 : หน้าที่รับผิดชอบและคุณสมบัติของบุคลากร

ชื่องาน/ หน้าที่	ลักษณะงาน	จำนวน	คุณสมบัติผู้ทำงาน
ผู้จัดการ	วางแผนงาน มอบหมายอำนาจหน้าที่แก่ฝ่ายต่างๆ ควบคุมการทำงานของแต่ละฝ่าย ประสานงานเพื่อให้ทุกฝ่ายทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>- จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป</li> <li>- มีภาวะผู้นำ</li> <li>- สามารถ คิดวิเคราะห์ และ แก้ไขปัญหาได้</li> </ul>
พนักงานต้อนรับ	ต้อนรับผู้มาติดต่อกับท่าที่พัก ทำหน้าที่นัดหมายผู้ที่ต้องการเข้าพักอาศัย ลงเวลาการจองห้อง และบันทึกและติดต่อข้อมูลผู้จองล่วงหน้าและผู้ Walk In เข้าที่พักร	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีบุคลิกดีรู้จักปฏิบัติหน้าที่อย่างเหมาะสม</li> <li>- มีไหวพริบในการแก้ไขปัญหา</li> <li>- มีความคิดและเข้าใจหัวใจของการบริการ</li> </ul>
แม่บ้าน	ทำความสะอาด ภายในโฮสเทล จัดห้อง ดูแลห้อง เปลี่ยนผู้ที่นอน ดูแลความสะอาดทั้งส่วนห้องน้ำห้องนอน และพื้นที่ส่วนกลาง เพื่อความหน้อยู่และสุขอนามัยของผู้ใช้บริการ	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>- บุคลิกดี แต่งตัวสะอาดเรียบร้อย</li> <li>- มีความรับผิดชอบงานที่ทำให้เสร็จตามเวลา</li> <li>- อายุ 25-45 ปี</li> </ul>
พนักงานรักษาความปลอดภัย	ดูแลทรัพย์สินของผู้พักอาศัยในโฮสเทล คอยตรวจความเรียบร้อยในที่พักร ให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ให้บริการในที่พักร ในยามวิกาล	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>- อายุระหว่าง 20 – 50 ปี</li> <li>- จบการศึกษาน้อย ประถมศึกษา ขึ้นไป</li> <li>- มีความประพฤติ และ ประวัติดี</li> </ul>
พ่อครัว	ทำอาหารเช้าแก่ผู้พักอาศัย และบริการอาหารแก่ ผู้สั่งอาหารในโฮสเทล คอยคิดเมนูใหม่ๆแก่ที่พักร เพื่อเป็นทางเลือกแก่ผู้พักอาศัย	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>- อายุระหว่าง 20 – 50 ปี</li> <li>- จบการศึกษาน้อย ประถมศึกษา ขึ้นไป</li> <li>- มีความประพฤติ และ ประวัติดี</li> </ul>

### 1.1.9 ที่มาของการจัดทำแผน

จากเดิมผู้ประกอบการประกอบธุรกิจรีสอร์ท โดยมีชื่อว่า “ เรือนพฤกษารีสอร์ท ” ในอำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่าในช่วงเทศกาลหรือวันหยุดนักขัตฤกษ์ห้องพักไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ทั้งหมด อีกทั้งธุรกิจรีสอร์ทยังสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้เพียงบางกลุ่มเท่านั้น จึงเป็นที่มาของแผนโครงการนี้ นั่นคือ การเพิ่มบริการธุรกิจโฮสเทลเข้ามา เพื่อเพิ่มการรองรับที่มากขึ้น และตอบสนองกลุ่มนักท่องเที่ยวที่นิยมที่พักที่ราคาถูก สะดวกสบาย และการบริการที่ประทับใจ พร้อมทั้งการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาปรับใช้ในธุรกิจบริการ และยังเพิ่มเงินหมุนเวียนทั้งในธุรกิจครอบครัวและเศรษฐกิจของจังหวัด

### 1.1.10 ความสำคัญของการจัดทำแผน

ในปัจจุบันธุรกิจบริการสำหรับที่พักอาศัย เช่น โรงแรม รีสอร์ท และ โฮสเทล เกิดขึ้นใหม่มากมาย ไม่ว่าจะในเมืองใหญ่ หรือแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ทำให้ธุรกิจบริการมีการแข่งขันที่สูงตามไปด้วยเราจึงเล็งเห็นว่าการวางแผนเป็นสิ่งสำคัญในการจัดทำธุรกิจขึ้น เราจึงจัดทำแผนการสร้างธุรกิจโฮสเทลขึ้น ซึ่งในขณะที่ จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ กำลังกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ผู้รักธรรมชาติและ การผจญภัยต้องไม่พลาด จึงทำให้ธุรกิจโฮสเทลเป็นธุรกิจที่หน้าจับตามอง เราจึงให้ความสำคัญในการสำรวจตลาดสำหรับโฮสเทลและวางแผนกลยุทธ์เพื่อรับมือกับปัญหาต่างๆในธุรกิจ

### 1.1.11 วัตถุประสงค์การทำแผน

- 1) เพื่อศึกษาแนวทางของธุรกิจ
- 2) เพื่อวางแผนงบประมาณในการลงทุน ให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้
- 3) เพื่อวางระบบการจัดการของธุรกิจโฮสเทล ให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้



### 1.1.12 วิธีการศึกษา

#### 1.1.12.1 แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจโรงแรม

##### ความเป็นมาของธุรกิจโรงแรม

ธุรกิจโรงแรมเกิดขึ้นตั้งแต่สมัยโบราณในช่วงของยุคอาณาจักรกรีก โดยเริ่มจากการที่มีคนเดินทางไปยังสถานที่ไกลๆ เมื่อพลบค่ำจึงอาศัยนอนตามโบสถ์หรือบ้านคน บางทีมีนอนพักตามริมถนน จึงเป็นเหตุให้มีบุคคลเกิดแนวคิดธุรกิจโรงแรมขึ้น เพื่อตอบสนองนักท่องเที่ยวหรือนักท่องเที่ยวเหล่านี้ ธุรกิจโรงแรมเกิดขึ้นครั้งแรกที่เมืองฟอเรนซ์ ประเทศอิตาลี และแพร่หลายไปยังประเทศต่างๆ อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ยังมีการพัฒนาในเรื่องของการบริการ ความสะอาดสบาย ให้มีความเหมาะสมกับผู้เข้าพัก โดยมีนายเซซาร์ ริทซ์ (Ce'Sar Ritz) ชาวสวิสเซอร์แลนด์ เป็นบิดาแห่งการโรงแรม รวมไปถึงการนำวิทยาการต่างเข้ามาปรับใช้และพัฒนารูปแบบโรงแรม

ในประเทศไทย ธุรกิจโรงแรมเกิดขึ้นในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 4) เนื่องจากประชาชนเริ่มไปมาหาสู่ อีกทั้งในยุคนั้นไทยมีการค้าขายกับชาวต่างชาติ ทำให้ชาวต่างชาติเหล่านั้นต้องพักอาศัยตามศาลาวัด ต่อมาหม่อมราชวงศ์กระต่าย อิศรางกูร) กลับจากยุโรป จึงได้นำแนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจโรงแรมเข้ามา ครั้งเมื่อเข้าสู่รัชสมัย พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 5) ได้มีการปรับปรุงโรงแรมให้มีความหรูหรา สะดวกสบายมากขึ้น และที่สำคัญกว่านั้นคือการนำไฟฟ้าเข้ามาใช้ครั้งแรก แต่อย่างไรก็ตาม ธุรกิจโรงแรมในตอนนั้นได้สร้างขึ้นและบริหารงานโดยคนต่างชาติทั้งหมด ซึ่งประเทศไทยเองเริ่มที่จะสร้างโรงแรมและบริหารงานเองในวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2466 มีชื่อว่า “โรงแรมรถไฟหัวหิน” ซึ่งเป็นโรงแรมในเครือเซ็นทาราในปัจจุบัน

##### ประเภทของโรงแรม

#### 1) โรงแรมตากอากาศ (Resort Hotel)

โรงแรมประเภทนี้จะเน้นให้บริการในเขตชานเมืองหรือต่างจังหวัด เน้นการสร้างบรรยากาศที่ร่มรื่น มีทัศนียภาพที่ดี เช่น ตั้งบนภูเขา ติดทะเล หรือมีลำธารไหลผ่าน ให้ความรู้สึกเหมือนอยู่บ้าน พร้อมทั้งให้บริการทั้งกิจกรรมกลางแจ้งและในร่ม เพื่อความเพลิดเพลินแก่ผู้เข้าพัก

## 2) โรงแรมห้องชุด / All-Suite Hotel

เป็นโรงแรมที่ให้บริการด้านห้องพักแบบห้องชุดหรือห้องสวีท (Suite) มีการแบ่งโซนเป็นสัดส่วน อาทิ ห้องทำงาน ห้องนอน ห้องนั่งเล่น หรืออาจจะมีห้องครัวเล็กๆให้ประกอบอาหารเหมือนอยู่บ้านตนเอง เน้นให้บริการสำหรับกลุ่มคนที่เป็นครอบครัวใหญ่หรือต้องการความสะดวกสบายในการเข้าพัก ในเรื่องของทำเลที่ตั้งจะตั้งในย่านธุรกิจเพราะง่ายต่อการเดินทาง

## 3) โรงแรมเพื่อการประชุม (Covention Hotel)

โรงแรมเพื่อการประชุมจะเน้นบริการกลุ่มคนธุรกิจที่เป็นหน่วยงานหรือองค์กรใหญ่ๆ มากกว่านักท่องเที่ยว โรงแรมจึงมีขนาดใหญ่และมีหลายโซน เช่น ห้องประชุม ห้องจัดงานเลี้ยง ห้องทำกิจกรรม ห้องพักผ่อน(Lounge) โดยมีรายได้เสริมจากการเปิดบริการห้องอาหาร ห้องฟิตเนส บริการซักรีด เป็นต้น พร้อมทั้งบริการนำเที่ยว และอุปกรณ์ต่างๆที่จำเป็นสำหรับลูกค้าทุกกลุ่ม

## 4) โรงแรมริมทางหลวง / Motel , Motor Hotel

โรงแรมริมทางหลวงจะให้บริการเฉพาะห้องพักเท่านั้น แต่จะไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอะไรทั้งสิ้น เน้นให้บริการในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ขยับยานพาหนะเอง ซึ่งสามารถเช่าแบบพักชั่วคราว เพื่อทำธุระส่วนตัว เช่น เข้าห้องน้ำ พักสายตาจากการขับรถนานๆ เป็นต้น

## 5) โรงแรมท่าอากาศยาน (Airport Hotel)

โรงแรมท่าอากาศยานมุ่งเน้นการให้บริการแก่ พนักงานและเจ้าหน้าที่ประจำสนามบิน (Air Crew) รวมทั้งนักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยเครื่องบิน อาจจะเป็นช่วงเวลาสั้นๆ เช่น รอการเปลี่ยน/ต่อเครื่อง การเดินทางที่ถึงในเวลาตี หรือผู้โดยสารตกค้างหรือเครื่องล่าช้า (Delay) ในกรณีที่เกิดสภาวะทางอากาศ ซึ่งสามารถใช้บริการโรงแรมได้

## 6) ล็อดจ์ (Lodge)

เป็นการให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์มาทำกิจกรรม เช่น ที่พักสำหรับเล่นหิมะ ที่พักสำหรับเดินป่า เป็นต้น

### 7) อินน์ (INN)

อินน์เป็นห้องพักขนาดเล็กและราคาประหยัด อาจมีบริการด้านอาหารหรือไม่มีก็ได้ เน้นการบริการที่อบอุ่น ภาพลักษณ์ที่ดี

### 8) ที่พักราคาประหยัดบริการพร้อมอาหารเช้า

ที่พักประเภทนี้ เป็นที่รู้จักเป็นอย่างดีสำหรับนักท่องเที่ยววงบ่น้อย เช่น เกสต์เฮ้าส์ เพนชั่น บอร์ดดิ้งเฮ้าส์ จิตต์ และบีแอนด์บี

เกสต์เฮ้าส์ (Guest House) เพนชั่น (Pension) บอร์ดดิ้งเฮ้าส์ (Boarding House) เป็นที่พักในยุโรป โดยที่เจ้าของบ้านแบ่งห้องว่าง หรือพื้นที่ภายในบ้าน ออกเป็นห้องพัก โดยจะมีบริการอาหารเช้า และมีราคาถูกอีกด้วย

จิตต์ (gite) เป็นที่พักในฝรั่งเศส มักให้บริการในพื้นที่ ชนบท ไร่ ป่า หุบ เหมาะกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่รักการท่องเที่ยวตามธรรมชาติ

บีแอนด์บี (B&B) หรือ Bed and Breakfast นอกจากจะให้บริการที่พักแล้ว ยังให้บริการอาหารเช้าในราคาที่ถูกและประหยัด โดยลักษณะที่พักนี้ เกิดจากการดัดแปลงบ้านพักอาศัย

### 9) ค่ายพัก (Camp Site)

เป็นการให้บริการที่ว่างกลางแจ้ง เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถมาตั้งเต็นท์และสามารถทำกิจกรรมได้ โดยยังมีการให้บริการ ห้องน้ำห้องสุขา อุปกรณ์ประกอบอาหาร น้ำดื่ม เป็นต้น โดยมีผู้ดูแลความสะดวกตลอดเวลา

### 10) บ้านพัก หรือโฮสเทล (Hostel)

ที่พักประเภทนี้ ส่วนใหญ่ดัดแปลงมาจากตึกแถวเก่า ปรับให้เป็นสไตล์โมเดิร์น ลอฟท์ เพื่อรองรับและให้บริการนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/นักศึกษาที่ชอบเดินทางท่องเที่ยวแบบประหยัด ซึ่งลักษณะของห้องพักจะเป็นแบบห้องพักรวม ห้องอาบน้ำรวม แยกชาย-หญิง บางที่ก็จะมีบริการอาหารเช้าด้วย รวมทั้งมีพื้นที่สำหรับนั่งพักผ่อนและบริการ Fiwi

### 1.1.12.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

แรงจูงใจ (Motivation) หมายถึง ความต้องการที่ถูกระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมที่ไปยังเป้าหมายของตนเอง เช่น แรงจูงใจในการท่องเที่ยว แรงจูงใจในการทำงาน เป็นต้น

แรงจูงใจในการท่องเที่ยว เกิดขึ้นจาก 2 แรงหลัก อันประกอบด้วย 1) แรงผลัก (Push Factors) และ 2) แรงดึง (Pull Factors) ได้มีการอธิบายถึงแรงต่างๆ ไว้ดังนี้

1) แรงผลัก (Push Factors) เป็นแรงที่เกิดจากภายในตัวเรา ที่มีความต้องการไปสถานที่นั้นๆ โดยแรงผลักนี้ อาจเกิดมาจาก

- ทางกายภาพ (Physical) เช่น เมื่อเราอยู่ในสภาวะเครียด เราจึงมีความต้องการเดินทางไปยังสถานที่หนึ่งๆ เพื่อพักผ่อน

- การต้องการพบเจอสิ่งใหม่ๆ บรรยากาศใหม่ๆ หรือสถานที่ใหม่ๆ (Novelty)

- ความภูมิใจที่ได้ไปสถานที่ใหม่ๆ (Esteem/ Prestige)

- หลีกเลี่ยงความจำเจ (Escape)

- ความต้องการที่จะศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรม

- หาโอกาสในการสื่อสารติดต่อเพื่อนใหม่ๆ (Social interaction)

2) แรงดึง (Pull Factors) เป็นแรงดึงดูดของสถานที่นั้นๆที่ทำให้คนอยากไป อาจจะ

การประชาสัมพันธ์ การงานเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว หรืออาจจะเป็นราคาที่ประหยัด

มูลเหตุจูงใจให้เกิดการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบไปด้วยทั้งแรงผลักดันและแรงดึงดูด ได้แก่

- การแสวงหาความสุข

- เศรษฐกิจดี ส่งผลให้คนอยากท่องเที่ยวมากขึ้น

- ต้องการเพิ่มประสบการณ์ชีวิตให้ตนเอง

- การเดินทางที่มีความสะดวก

- การศึกษาหาความรู้

นอกจากแรงผลักและแรงดึง ประสบการณ์ในการท่องเที่ยวก่อนหน้านี้ ก็ส่งผลต่อการท่องเที่ยวในครั้งถัดไป ซึ่งขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ ซึ่งประกอบด้วย 2 ประสบการณ์ ดังต่อไปนี้

1) ประสบการณ์บวก (Positive Experience) ได้แก่ สิ่งที่นักท่องเที่ยวได้รับรู้หรือสัมผัส ก่อให้เกิดความประทับใจ

2) ประสบการณ์ลบ (Negative Experience) ได้แก่ สิ่งที่นักท่องเที่ยวได้รับรู้หรือสัมผัส ไม่ก่อให้เกิดความประทับใจ

### 1.12.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

Levitt (n.d. พิบูล ทีปะपाल, 2543, หน้า 109) ได้กล่าวไว้ว่า ก่อนที่มนุษย์จะแสดงพฤติกรรมบางอย่าง มนุษย์จะมีตัวกระตุ้นให้เกิดความต้องการ และเมื่อเกิดความต้องการ ก็จะส่งผลให้เกิดแรงจูงใจในการเกิดพฤติกรรม ซึ่งมี 3 กระบวนการ โดยมีชื่อเรียกว่า “กระบวนการของพฤติกรรม” มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- 1) พฤติกรรมจะเกิดขึ้นได้ต้องมีสาเหตุ (Behavior is Caused)
- 2) พฤติกรรมจะเกิดขึ้นได้ต้องมีแรงจูงใจ หรือสิ่งกระตุ้น (Behavior is Motivated)
- 3) พฤติกรรมที่เกิดขึ้นจะพาไปสู่เป้าหมาย (Behavior is Goal-directed)

### รูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

ในที่นี้ได้แบ่งกลุ่มพฤติกรรมออกเป็น 2 กลุ่ม นั่นคือ กลุ่มบุคคลที่เป็นนักท่องเที่ยว จะซื้อแพคเกจแบบเหมาจ่ายจากบริษัท และกลุ่มบุคคลที่เป็นนักเดินทาง กลุ่มนี้จะทำการวางแผนการเดินทางเอง อาทิ จองตั๋วเครื่องบิน จองตัวรถ

### องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

โดยองค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีองค์ประกอบที่สำคัญ 7 องค์ประกอบ

- 1) เป้าหมาย ซึ่งนักท่องเที่ยวแต่ละคนหรือแต่ละกลุ่มจะมีเป้าหมายในการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มความรู้ การท่องเที่ยวแบบอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
- 2) ความพร้อม โดยนักท่องเที่ยวจะต้องมีความพร้อมในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง เช่น ทักษะในการดำน้ำลึก ทักษะในการเดินป่า เป็นต้น
- 3) สถานการณ์ การท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง เมื่อมีโอกาสเชื่อว่าจะสามารถเดินทางได้ทุกครั้ง เช่น มีมรสุม ในขณะที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางไปดำน้ำ
- 4) การแปลความหมาย ในที่นี้หมายถึง วิธีการคิดวิเคราะห์ในการท่องเที่ยว เช่น ระยะเวลากลางวัน ควรท่องเที่ยวในสภาวะแวดล้อมแบบไหน และระยะเวลากลางคืน ควรท่องเที่ยวแบบไหน โดยคำนึงถึงการเดินทาง ความปลอดภัย เป็นสำคัญ
- 5) การตอบสนอง โดยนักท่องเที่ยวจะต้องกำหนดตารางการเดินทาง เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของตนเอง เช่น นักท่องเที่ยวต้องการที่จะไปเที่ยวตามเกาะต่างๆ รวมทั้งมีกิจกรรมดำน้ำปีนเขา สิ่งที่สำคัญอย่างมาก คือการวางแผน เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้
- 6) ผลลัพธ์ที่ตามมา นักท่องเที่ยวจะต้องคำนึงผลที่ตามมา ทั้งในกรณีที่เป็นลบและบวก เพื่อสามารถเตรียมแผนสำรองไว้ล่วงหน้า
- 7) ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง หากเกิดเหตุการณ์ไม่คาดฝันระหว่างการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวควรไตร่ตรองและพิจารณาหาสาเหตุให้ถี่ถ้วน ถึงสาเหตุที่ไม่สามารถทำตามเป้าหมายที่วางไว้ได้

### ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

1) ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ (Demographic Factor) ลักษณะการแสดงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในแต่ละประเทศจะแตกต่างกัน เช่น พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศที่ร่ำรวยก็จะแตกต่างกับประเทศที่ยากจน

2) ปัจจัยทางเทคโนโลยี (Technology Factor) คือ การนำเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมมาผนวกเข้ากับการบริการ เช่น การจองห้องพักผ่านเว็บไซต์ เป็นต้น

3) ปัจจัยทางการเมือง (Political Factor) เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ให้นักท่องเที่ยวพิจารณาในการเลือกท่องเที่ยวในประเทศนั้นๆ

4) ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (Economic Factor) นักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศที่เศรษฐกิจดี จะเป็นที่ต้องการของหลายๆประเทศ เนื่องจากพฤติกรรมการใช้จ่ายของกลุ่มนักท่องเที่ยวเหล่านั้น ถือเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจ

5) ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม (Socio-Cultural Factor) ในกลุ่มนักท่องเที่ยว ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมมีผลกระทบต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมากที่สุด อาทิ ธรรมเนียมในการเลือกซื้อเสื้อผ้า ความชอบในการท่องเที่ยว ซึ่งพฤติกรรมความชอบเหล่านี้ มีผลต่อการปรับปรุงผลิตภัณฑ์หรือบริการให้ดียิ่งขึ้น

#### 1.1.12.4 ทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนผสมการตลาดบริการ 7P (Service Marketing Mix)

ทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาดบริการ 7Ps เป็นเครื่องมือที่ทุกภาคธุรกิจนำมาใช้เป็นกลยุทธ์อย่างหนึ่งในการทำธุรกิจ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์และศุภร เสรีรัตน์(2541) สรุปแนวคิดส่วนผสมทางการตลาดบริการ 7Ps ไว้ในหนังสือ การบริหารการตลาดยุคใหม่ ว่าลำดับในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือบริการของผู้บริโภค จะผ่านกระบวนการคิดและพิจารณา 7 ขั้นตอน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) Product (ผลิตภัณฑ์) : เป็นผลิตภัณฑ์หรือสิ่งของที่ผู้ขายมอบให้กับผู้ซื้อ เพื่อให้ผู้ซื้อเกิดความพึงพอใจมากที่สุด โดยลักษณะของผลิตภัณฑ์อาจจะจับต้องได้ หรือไม่สามารจับต้องได้

เช่น สินค้าที่เป็นการให้บริการ ฉะนั้นทางผู้ขายจึงจำเป็นต้องสร้างประทับใจนั้นออกมาเป็นรูปธรรม เพื่อให้ลูกค้าสามารถรับรู้ได้

2) Price (ราคา) : เป็นคุณค่าของผลิตภัณฑ์หรือบริการ ราคาจะเปรียบเสมือนต้นทุน (Cost) ของลูกค้า การตัดสินใจซื้อของลูกค้าจะเปรียบเทียบกับคุณค่า (Value) กับราคา (Price) หากคุณค่าสูงกว่าราคา ก็จะตัดสินใจซื้อ จึงเป็นสาเหตุที่ว่า ทางผู้ขายจำเป็นต้องตั้งราคาให้มีความสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นๆ

3) Place (ช่องทางการจัดจำหน่าย) : ทำเลที่ตั้งเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกกลุ่มลูกค้า นั้นหมายความว่า การกำหนดพื้นที่ในการขายสินค้าหรือให้บริการ จะเป็นกำหนดกลุ่มลูกค้าไปในตัว อีกทั้งยังรวมไปถึงการทำเลที่ตั้งของคู่แข่ง ความสำคัญของที่ตั้งแต่ละที่จะมีความเหมาะสมหรือไม่ นั้น ก็จะขึ้นอยู่กับลักษณะของธุรกิจอีกด้วย เช่น การสร้างคอนโด หากติดสถานีรถไฟฟ้า จะทำให้มูลค่าของคอนโดสูงกว่าที่ไม่ติดรถไฟฟ้า

4) Promotion (ส่งเสริมการขาย) : เป็นกลยุทธ์หนึ่งที่ใช้ส่งเสริมการตลาด มีวัตถุประสงค์ต้องการสื่อสาร/ประชาสัมพันธ์จากผู้ขายสู่ผู้ซื้อ เพื่อชักจูงให้เกิดแรงจูงใจในการซื้อ โดยมีเครื่องมือในการส่งเสริมการตลาด เรียกว่า “ส่วนประสมในการติดต่อสื่อสาร (Communication Mix)” ประกอบด้วย

- การโฆษณา (Advertising)
- การขายโดยใช้พนักงาน (Personal Selling)
- การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)
- การประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation)

5) Physical Evidence (สิ่งที่ปรากฏต่อสายตาลูกค้า) : คือการสร้างคุณภาพโดยรวม (Total) Quality Management: TQM) ผ่านทางรูปลักษณ์ที่สามารถมองเห็นหรือจดจำได้ เช่น การสร้างโลโก้ของแบรนด์สินค้าหรือบริการ

6) Process (กระบวนการในการจัดการ) : เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับปฏิบัติงานในด้านการบริการ ที่จะนำเสนอให้กับผู้ใช้บริการ เพื่อการบริการที่รวดเร็วและประทับใจ

7) People (บุคลากร) : การมีบุคลากรที่มีประสิทธิภาพมากพอในการแนะนำสินค้าหรือในการให้บริการด้านข้อมูล เพื่อเป็นแรงดึงดูดใจให้ลูกค้าซื้อผลิตภัณฑ์หรือใช้บริการในที่สุด



#### 1.1.12.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บริรักษ์ รัตนาวังเจริญ (2555) ทำการศึกษาวิเคราะห์ศักยภาพของธุรกิจที่พักโฮสเทลในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาลักษณะของธุรกิจโฮสเทล 2) เพื่อศึกษาการดำเนินงานและความพึงพอใจที่ได้รับจากลูกค้า และ 3) เพื่อศึกษาอุปสงค์และเตรียมความพร้อมในการรองรับ สำหรับธุรกิจประเภทโฮสเทล ในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาจากผู้ตอบแบบสอบถาม 100 คน เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง มีอายุในช่วง 25-41 ปี อีกทั้งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติมากกว่าคนไทยที่เข้าใช้บริการ การเข้าพักของนักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่รับข่าวสารจากเว็บไซต์ รองลงมาคือ การแนะนำจากคนรู้จัก สาเหตุที่เข้าพักส่วนใหญ่ คือ มาเพื่อท่องเที่ยวและพักผ่อน และผลการศึกษาความพึงพอใจต่อการเข้าพักโฮสเทลกลุ่มตัวอย่าง 5 แห่ง พบว่า ผู้เข้าพักส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการเข้าพักโฮสเทลในระดับดี ยกเว้น โฮสเทลบ้านชาญ ที่มีระดับความพึงพอใจปานกลาง เนื่องจากเพิ่งเปิดให้บริการไม่นาน

จิตมณี นิธิปรีชา (2558) ทำการจัดตั้งโครงการกรีน แคปซูลโฮสเทล ในซอยสุขุมวิท 36 จังหวัดกรุงเทพมหานครฯ เพื่อรักษาวินัยชุมชน มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ และ 2) การตัดสินใจในการเข้าใช้บริการโฮสเทลของนักท่องเที่ยว ผลการศึกษาจากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ 385 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 26-30 ปี การศึกษาสูงสุดจบปริญญาตรี รายได้ 1,000-1,499 USD ต่อเดือน นิยมจองห้องพักผ่าน [www.agoda.com](http://www.agoda.com) และชำระเงินผ่านบัตรเครดิต เหตุผลในการเลือกที่พัก คือ ราคา ส่วนการตัดสินใจในการเข้าพักมากที่สุดคือความปลอดภัย

ธนาวุฒิ ศุภางคะรัตน์ (2552) ทำการศึกษาปัจจัยการตลาดที่ส่งผลถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเข้าพักโฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเข้าพักของนักท่องเที่ยว 2) เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการเข้าพักโรงแรม ผลการศึกษา ผลการศึกษาจากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ 385 คน พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติเข้าพักธุรกิจโฮสเทลมากที่สุด เมื่อแบ่งตามข้อมูลส่วนบุคคล พบว่าเป็น เพศชาย เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ในส่วนของปัจจัยทางการตลาดที่ทำให้เข้าพักโฮสเทลมากที่สุดคือ ด้านราคา

### 1.1.13 ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย

ในการจัดทำแผนธุรกิจโฮสเทล ทางผู้จัดทำได้ทำการจัดเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ โดยสร้างแบบสอบถาม (Survey) จากการทบทวนทฤษฎีและวรรณกรรมต่างๆ

#### 1.1.13.1 ขั้นตอนการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง ผู้จัดทำใช้โปรแกรม G\*Power3.1 ซึ่งมีการกำหนด อำนาจในการทดสอบที่ระดับ 0.80 , ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 95% ( $\alpha = 0.05$ ) และขนาดของอิทธิพลระดับปานกลาง เท่ากับ 0.15 คำนวณได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างไม่น้อยกว่า 102 ซึ่งทางผู้จัดทำได้สำรองกลุ่มตัวอย่างเป็น 150 คน ในการแจกแบบสอบถาม

#### 1.1.13.2 เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย

การวิจัยเกี่ยวกับการศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจโฮสเทล โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลต่างๆ

#### ขั้นตอนการสร้างแบบสอบถาม

1) ศึกษา ทบทวน ทฤษฎีและวรรณกรรมต่างๆ เกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว การตัดสินใจในการเลือกของมนุษย์ และข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2) นำแบบสอบถามที่ได้จากข้อ 1) เสนออาจารย์ เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง แนะนำ และปรับปรุงเกี่ยวกับเนื้อหาบางส่วน ว่ามีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษาหรือไม่ ซึ่งข้อคำถามที่นำเสนอไปแบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับหลักเกณฑ์ในการเข้าใช้บริการ Hostel

3) หากอาจารย์ตรวจสอบเรียนร้อยแล้ว ขั้นตอนต่อไปคือนำแบบสอบถามไปทดสอบความน่าเชื่อถือกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด

4) นำแบบสอบถามและผลการวิเคราะห์เบื้องต้น เสนอแก่อาจารย์ เพื่ออนุมัติในการเก็บข้อมูลจริงจำนวน 150 ชุดตัวอย่าง

### โครงสร้างของแบบสอบถาม

จากการสำรวจครั้งนี้ ทางผู้จัดทำได้สร้างแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการจัดเก็บข้อมูล โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน มีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 9 ข้อ ได้แก่ ประสบการณ์การเข้าพัก จำนวนสมาชิกในการร่วมเดินทาง ระยะเวลาของการเข้าพัก รูปแบบของการใช้บริการ ลักษณะห้องพักที่เลือกใช้บริการ การเข้าใช้ห้องอาหาร Hostel การจองห้องพักผ่านเว็บไซต์ วิธีการชำระเงิน และปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกพัก Hostel

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด โดยแบ่งออกเป็นกลุ่ม 7 กลุ่ม จำนวน 30 ข้อ ได้แก่ กลุ่มข้อความด้านผลิตภัณฑ์ (Product) กลุ่มข้อความด้านราคา (Price) กลุ่มข้อความด้านสถานที่ตั้ง (Place) กลุ่มข้อความด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) กลุ่มข้อความด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical) กลุ่มข้อความด้านพนักงานให้บริการ (People) และกลุ่มข้อความด้านกระบวนการบริการ (Process)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับหลักเกณฑ์ในการเข้าใช้บริการ Hostel โดยแบ่งออกเป็นกลุ่ม 4 กลุ่ม จำนวน 11 ข้อ ได้แก่ กลุ่มข้อความการรับรู้ กลุ่มข้อความการค้นหาข้อมูล กลุ่มข้อความการประเมินทางเลือก และกลุ่มข้อความการตัดสินใจใช้บริการ

### การทดสอบเครื่องมือ

ผู้จัดทำมีการทดสอบเครื่องมือที่ใช้ นั่นคือการทดสอบความมีคุณภาพของแบบสอบถาม โดยมีขั้นตอนดังนี้

1) การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) นั่นคือ การพิจารณาว่าข้อคำถามดังกล่าวครอบคลุมวัตถุประสงค์และเนื้อหาดังกล่าว พร้อมทั้งให้อาจารย์ตรวจสอบอีกรอบ

2) ทำการทดสอบระดับความเที่ยง/ความเชื่อมั่น (Reliability / Conbach's Alpha) กับกลุ่มทดลองแบบสอบถามจำนวน 30 คน โดยพิจารณาค่า Conbach's Alpha ที่ต้องมีค่าสูงกว่า 0.6 หรือ 60% หากกลุ่มคำถามใด มีค่าไม่ถึงเกณฑ์ดังกล่าว ให้ตัดข้อคำถามนั้นออก และทำการรันค่าใหม่ ซึ่งในที่นี้ ค่า Conbach's Alpha เกิน 60% สามารถเก็บข้อมูลได้

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้จัดทำได้แจกจ่ายแบบสอบถาม แก่นักศึกษา บุคลากร และบุคคลทั่วไป ที่อยู่ในพื้นที่มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์ โดยให้เวลาในการทำแบบสอบถาม 15 นาที

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 และ ส่วนที่ 2 เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเบื้องต้น นั่นคือ การนำเสนอในรูปแบบของจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 และ ส่วนที่ 4 เป็นข้อคำถามแสดงระดับความคิดเห็น โดยใช้มาตรวัดแบบ Likert scale แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างอันตรภาคชั้น} &= (\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}) / \text{จำนวนอันตรภาคชั้น} \\ &= (5-1)/5 \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

เมื่อแทนค่าแล้วจะพบว่า ความกว้างอันตรภาคชั้นมีค่าเท่ากับ 0.8 หมายความว่า

ระดับคะแนนระหว่าง	1.00-1.80	หมายถึง ระดับคะแนนน้อยที่สุด
	1.81-2.60	หมายถึง ระดับคะแนนน้อย
	2.61-3.40	หมายถึง ระดับคะแนนปานกลาง
	3.41-4.20	หมายถึง ระดับคะแนนมาก
	4.21-5.00	หมายถึง ระดับคะแนนมากที่สุด

#### 1.1.13.3 สรุปผลวิเคราะห์เบื้องต้น

จากการวิเคราะห์ผลการวิจัยและการแปลผลการวิเคราะห์เบื้องต้น โดยนำเสนอในรูปแบบของตารางและแผนภาพ เพื่ออำนวยความสะดวกทำความเข้าใจแก่ผู้ที่ศึกษาต่อ แบ่งการนำเสนอทั้งหมดออกเป็น 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของของผู้ตอบแบบสอบถามในการเข้าใช้บริการ Hostel

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามในการเข้าใช้บริการ Hostel

### รายละเอียดในส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

#### จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 1.3 : แสดงจำนวนและร้อยละผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
หญิง	92	61.3
ชาย	58	38.7
รวม	150	100.0

จากตารางข้างต้น พบว่า จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง 92 คน คิดเป็นร้อยละ 61.3 และเพศชาย 58 คน คิดเป็นร้อยละ 38.7

#### จำแนกตามอายุ

ตารางที่ 1.4 : แสดงจำนวนและร้อยละผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ช่วงอายุ	จำนวน	ร้อยละ
16-20 ปี	37	24.7
21-25 ปี	73	48.7
26-30 ปี	32	21.3
31-35 ปี	6	4.0
มากกว่า 35 ปีขึ้นไป	2	1.3
รวม	150	100.0

จากตารางข้างต้น พบว่า จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-25 ปี จำนวน 73 คน (ร้อยละ 48.7) รองลงมาคือ ผู้มีอายุอยู่ระหว่าง 16-20 ปี จำนวน 37 คน (ร้อยละ 24.7) ผู้มีอายุอยู่ระหว่าง 26-30 ปี จำนวน 32 คน (ร้อยละ 21.3) ผู้มีอายุอยู่ระหว่าง 31-35 ปี จำนวน 6 คน (ร้อยละ 4.0) และผู้มีอายุมากกว่า 35 ปีขึ้นไป จำนวน 2 คน (ร้อยละ 1.3)

### จำแนกตามสถานภาพ

ตารางที่ 1.5 : แสดงจำนวนและร้อยละผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	145	96.7
หย่าร้าง	0	0.0
สมรส	5	3.3
รวม	150	100.0

จากตารางข้างต้น พบว่า จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพเป็นโสด จำนวน 145 คน (ร้อยละ 96.7) รองลงมาคือ ผู้ที่มีสถานภาพสมรส จำนวน 5 คน (ร้อยละ 3.3) และ ไม่มีผู้ที่มีสถานภาพหย่าร้างในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

### จำแนกตามระดับการศึกษา

ตารางที่ 1.6 : แสดงจำนวนและร้อยละผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	11	7.3
ระดับปริญญาตรี	119	79.3
ระดับปริญญาโท	20	13.3
อื่นๆ	0	0.0
รวม	150	100.0

จากตารางข้างต้น พบว่า จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 119 คน (ร้อยละ 79.3) รองลงมาคือ ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาโท จำนวน 20 คน (ร้อยละ 13.3) และ ผู้ที่มีการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 11 คน (ร้อยละ 7.3)

### จำแนกตามอาชีพ

ตารางที่ 1.7 : แสดงจำนวนและร้อยละผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	91	60.7
พนักงานบริษัทเอกชน	35	23.3
ข้าราชการ	11	7.3
เจ้าของธุรกิจ	4	2.7
รัฐวิสาหกิจ	5	3.3
อื่นๆ	4	2.7
<b>รวม</b>	<b>150</b>	<b>100.0</b>

จากตารางข้างต้น พบว่า จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 91 คน (ร้อยละ 60.7) รองลงมาคือ ผู้ที่อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 35 คน (ร้อยละ 23.3) ผู้ที่มีอาชีพข้าราชการ จำนวน 11 คน (ร้อยละ 7.3) ผู้ที่มีอาชีพรัฐวิสาหกิจ จำนวน 5 คน (ร้อยละ 3.3) ผู้ที่มีอาชีพเจ้าของธุรกิจ จำนวน 4 คน (ร้อยละ 2.7) และผู้ที่มีอาชีพอื่นๆ จำนวน 4 คน (ร้อยละ 2.7)

### จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ตารางที่ 1.8 : แสดงจำนวนและร้อยละผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	49	32.7
10,001-20,000 บาท	55	36.7
20,001-30,000 บาท	34	22.7
30,001-50,000 บาท	8	5.3
50,001-60,000 บาท	1	.7
60,001 บาทขึ้นไป	3	2.0
<b>รวม</b>	<b>150</b>	<b>100.0</b>



จากตารางข้างต้น พบว่า จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ระหว่าง 10,001-20,000 บาท จำนวน 55 คน (ร้อยละ 36.7) รองลงมาคือ ผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 49 คน (ร้อยละ 32.7) ผู้ที่มีรายได้อยู่ระหว่าง 20,001-30,000 บาท จำนวน 34 คน (ร้อยละ 22.7) ผู้ที่มีรายได้อยู่ระหว่าง 30,001-50,000 บาท จำนวน 8 คน (ร้อยละ 5.3) ผู้ที่มีรายได้ 60,001 บาทขึ้นไป จำนวน 3 คน (ร้อยละ 2.0) และผู้ที่มีรายได้อยู่ระหว่าง 50,001-60,000 บาท จำนวน 1 คน (ร้อยละ 0.7)

## รายละเอียดในส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม

### *ประสบการณ์การเข้าพัก Hostel*

ตารางที่ 1.9 : แสดงจำนวนและร้อยละผู้ตอบแบบสอบถาม ตามประสบการณ์การเข้าพัก Hostel

จำนวนการเข้าพัก	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคย	41	27.3
1-2 ครั้ง	68	45.3
3-4 ครั้ง	23	15.3
อื่นๆ	18	12.0
รวม	150	100.0

จากตารางข้างต้น พบว่า จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีประสบการณ์การเข้าพัก Hostel 1-2 ครั้ง จำนวน 68 คน (ร้อยละ 45.3) รองลงมาคือ ผู้ที่ไม่เคยเข้าพัก Hostel เลย จำนวน 41 คน (ร้อยละ 27.3) ผู้ที่มีประสบการณ์การเข้าพัก 3-4 ครั้ง จำนวน 23 คน (ร้อยละ 15.3) และผู้ที่มีประสบการณ์การเข้าพักอื่นๆ จำนวน 18 คน (ร้อยละ 12)

### จำนวนสมาชิกในการร่วมเดินทางเข้าพัก

ตารางที่ 1.10 : แสดงจำนวนและร้อยละผู้ตอบแบบสอบถาม ตามจำนวนสมาชิกในการร่วมเดินทางเข้าพัก

จำนวนสมาชิกร่วมเข้าพัก	จำนวน	ร้อยละ
กรณีไม่เคยเข้าพัก (ไม่ตอบ)	41	27.3
1 คน	9	6.0
2 คน	29	19.3
3 คนขึ้นไป	71	47.3
รวม	150	100.0

จากตารางข้างต้น พบว่า จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเพื่อนร่วมเดินทาง 3 คนขึ้นไป จำนวน 71 คน (ร้อยละ 47.3) รองลงมาคือ มีเพื่อนร่วมเดินทาง 2 คน จำนวน 29 คน (ร้อยละ 19.3) และมีเพื่อนร่วมเดินทาง 1 คน จำนวน 9 คน (ร้อยละ 6.0)

### ระยะเวลาของการเข้าพัก

ตารางที่ 1.11 : แสดงจำนวนและร้อยละผู้ตอบแบบสอบถาม ตามระยะเวลาของการเข้าพัก

ระยะเวลาของการเข้าพัก	จำนวน	ร้อยละ
กรณีไม่เคยเข้าพัก (ไม่ตอบ)	41	27.3
1-2 คืน	75	50.0
3-4 คืน	24	16.0
5-6 คืน	7	4.7
6 คืนขึ้นไป	3	2.0
รวม	150	100.0

จากตารางข้างต้น พบว่า จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาของการเข้าพัก 1-2 คืน จำนวน 75 คน (ร้อยละ 50.0) รองลงมาคือ มีระยะเวลาของการเข้าพัก 3-4 คืน จำนวน 24 คน (ร้อยละ 16.0) มีระยะเวลาของการเข้าพัก 5-6 คืน จำนวน 7 คน (ร้อยละ 4.7) และมีระยะเวลาของการเข้าพัก 6 คืนขึ้นไป จำนวน 3 คน (ร้อยละ 2.0)

### รูปแบบการให้บริการห้องพัก

ตารางที่ 1.12 : แสดงจำนวนและร้อยละผู้ตอบแบบสอบถาม ตามรูปแบบของการให้บริการ

รูปแบบของการให้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
กรณีไม่เคยเข้าพัก (ไม่ตอบ)	41	27.3
ห้องพักเดี่ยว	66	44.0
ห้องพักรวม	43	28.7
รวม	150	100.0

จากตารางข้างต้น พบว่า จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกรูปแบบห้องพักแบบห้องพักเดี่ยว จำนวน 66 คน (ร้อยละ 44.0) รองลงมาคือ รูปแบบห้องพักแบบห้องห้องพักรวม จำนวน 43 คน (ร้อยละ 28.7)

### ลักษณะของห้องพักที่เลือกใช้บริการ

ตารางที่ 1.13 : แสดงจำนวนและร้อยละผู้ตอบแบบสอบถาม ตามลักษณะของห้องพักที่เลือกใช้บริการ

ลักษณะของห้องพัก	จำนวน	ร้อยละ
กรณีไม่เคยเข้าพัก (ไม่ตอบ)	41	27.3
แบ่งเป็นสัดส่วน	102	68.0
แคปซูล	4	2.7
อื่นๆ	3	2.0
รวม	150	100.0

จากตารางข้างต้น พบว่า จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกลักษณะของห้องพักแบบแบ่งเป็นสัดส่วน จำนวน 102 คน (ร้อยละ 68.0) รองลงมาคือ ลักษณะของห้องพักแบบแคปซูล จำนวน 4 คน (ร้อยละ 2.7) และลักษณะอื่นๆ จำนวน 3 คน (ร้อยละ 2.0)

### ลักษณะการเข้าใช้บริการห้องอาหาร Hostel

ตารางที่ 1.14 : แสดงจำนวนและร้อยละผู้ตอบแบบสอบถาม ตามลักษณะการเข้าใช้บริการห้องอาหาร Hostel

ใช้บริการห้องอาหาร Hostel	จำนวน	ร้อยละ
กรณีไม่เคยเข้าพัก (ไม่ตอบ)	41	27.3
เคย	45	30.0
ไม่เคย	64	42.7
รวม	150	100.0

จากตารางข้างต้น พบว่า จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยเข้าใช้บริการห้องอาหาร Hostel จำนวน 64 คน (ร้อยละ 42.7) รองลงมาคือ เคยเข้าใช้บริการห้องอาหาร Hostel จำนวน 45 คน (ร้อยละ 30.0)

### เว็บไซต์ที่นิยมจองห้องพัก

ตารางที่ 1.15 : แสดงจำนวนและร้อยละผู้ตอบแบบสอบถาม ตามเว็บไซต์ที่นิยมจองห้องพัก

เว็บไซต์ที่นิยมจองห้องพัก	จำนวน	ร้อยละ
กรณีไม่เคยเข้าพัก (ไม่ตอบ)	41	27.3
Trivago.co.th	22	14.7
Agoda.com	64	42.7
Hotelscombined.com	2	1.3
Expedia.co.th	5	3.3
Traveloka.com	2	1.3
อื่นๆ	14	9.3
รวม	150	100.0

จากตารางข้างต้น พบว่า จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมจองห้องพักทางเว็บไซต์ Agoda.com จำนวน 64 คน (ร้อยละ 42.7) รองลงมาคือ เว็บไซต์ Trivago.co.th จำนวน 22 คน (ร้อยละ 14.7) เว็บไซต์อื่นๆ จำนวน 14 คน (ร้อยละ 9.3) เว็บไซต์ Expedia.co.th จำนวน 5 คน (ร้อยละ 3.3) และเว็บไซต์ Hotelscombined.com และ Traveloka.com ที่มีจำนวนผู้เลือกใช้เท่ากัน คือ 2 คน (ร้อยละ 1.3)

### รูปแบบการชำระเงินห้องพัก

ตารางที่ 1.16 : แสดงจำนวนและร้อยละผู้ตอบแบบสอบถาม ตามรูปแบบการชำระเงินห้องพัก

รูปแบบการชำระเงินห้องพัก	จำนวน	ร้อยละ
กรณีไม่เคยเข้าพัก (ไม่ตอบ)	41	27.3
บัตรเครดิต	66	44.0
เงินสด	41	27.3
อื่นๆ	2	1.3
รวม	150	100.0

จากตารางข้างต้น พบว่า จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชำระเงินค่าห้องพักด้วยบัตรเครดิต จำนวน 66 คน (ร้อยละ 44.0) รองลงมาคือ ชำระเงินค่าด้วยเงินสด จำนวน 41 คน (ร้อยละ 27.3) และชำระเงินด้วยวิธีอื่นๆ จำนวน 2 คน (ร้อยละ 1.3)

### สาเหตุของการเลือกห้องพัก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ตารางที่ 1.18 : แสดงจำนวนและร้อยละผู้ตอบแบบสอบถาม เมื่อพิจารณารูปแบบห้องพักในการตัดสินใจเข้าพัก

สาเหตุของการเลือกห้องพัก	จำนวน	ร้อยละ
กรณีไม่เคยเข้าพัก (ไม่ตอบ)	41	27.3
สาเหตุอื่น	59	39.3
รูปแบบห้องพัก	50	33.3
รวม	150	100.0

ตารางที่ 1.19 : แสดงจำนวนและร้อยละผู้ตอบแบบสอบถาม เมื่อพิจารณาราคาในการตัดสินใจเข้าพัก

สาเหตุของการเลือกห้องพัก	จำนวน	ร้อยละ
กรณีไม่เคยเข้าพัก (ไม่ตอบ)	41	27.3
สาเหตุอื่น	25	16.7
ราคา	84	56.0
รวม	150	100.0

ตารางที่ 1.20 : แสดงจำนวนและร้อยละผู้ตอบแบบสอบถาม เมื่อพิจารณาการบริการในการตัดสินใจ  
เข้าพัก

สาเหตุของการเลือกห้องพัก	จำนวน	ร้อยละ
กรณีไม่เคยเข้าพัก (ไม่ตอบ)	41	27.3
สาเหตุอื่น	91	60.7
การบริการ	18	12.0
<b>รวม</b>	<b>150</b>	<b>100.0</b>

ตารางที่ 1.21 : แสดงจำนวนและร้อยละผู้ตอบแบบสอบถาม เมื่อพิจารณาความสะดวกในการ  
ตัดสินใจเข้าพัก

สาเหตุของการเลือกห้องพัก	จำนวน	ร้อยละ
กรณีไม่เคยเข้าพัก (ไม่ตอบ)	41	27.3
สาเหตุอื่น	34	22.7
ความสะดวกในการเดินทาง	75	50.0
<b>รวม</b>	<b>150</b>	<b>100.0</b>

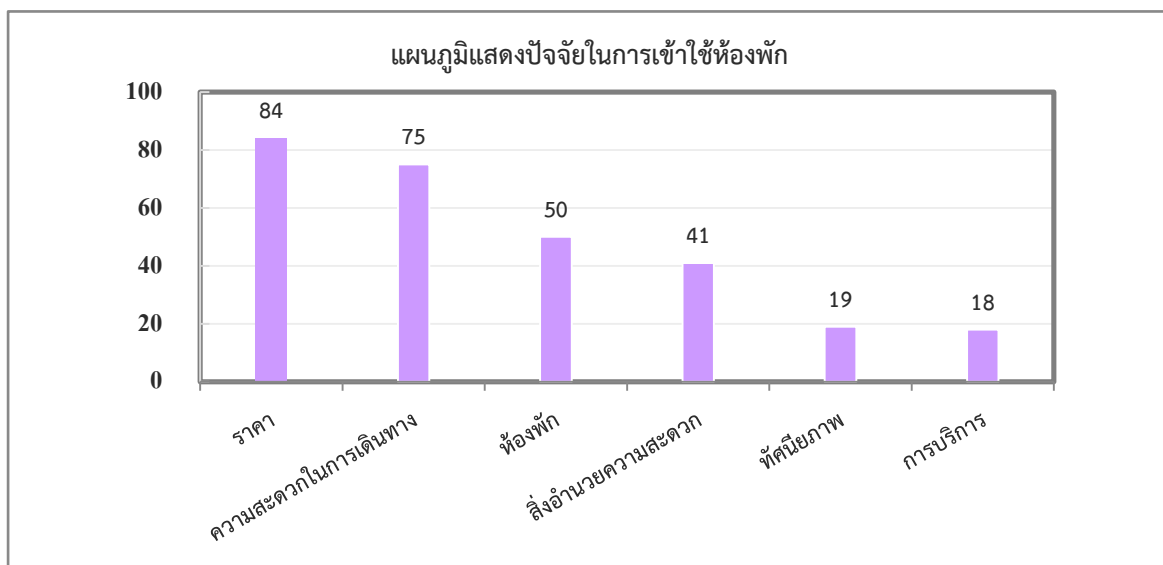
ตารางที่ 1.22 : แสดงจำนวนและร้อยละผู้ตอบแบบสอบถาม เมื่อพิจารณาสิ่งอำนวยความสะดวกใน  
การตัดสินใจเข้าพัก

สาเหตุของการเลือกห้องพัก	จำนวน	ร้อยละ
กรณีไม่เคยเข้าพัก (ไม่ตอบ)	41	27.3
สาเหตุอื่น	68	45.3
สิ่งอำนวยความสะดวก	41	27.3
<b>รวม</b>	<b>150</b>	<b>100.0</b>

ตารางที่ 1.23 : แสดงจำนวนและร้อยละผู้ตอบแบบสอบถาม เมื่อพิจารณาทัศนียภาพในการตัดสินใจ  
เข้าพัก

สาเหตุของการเลือกห้องพัก	จำนวน	ร้อยละ
กรณีไม่เคยเข้าพัก (ไม่ตอบ)	41	27.3
สาเหตุอื่น	90	60.0
ทัศนียภาพ	19	12.7
<b>รวม</b>	<b>150</b>	<b>100.0</b>

ภาพที่ 1.8 : แสดงจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม เมื่อพิจารณาปัจจัยต่างๆในการเข้าพัก



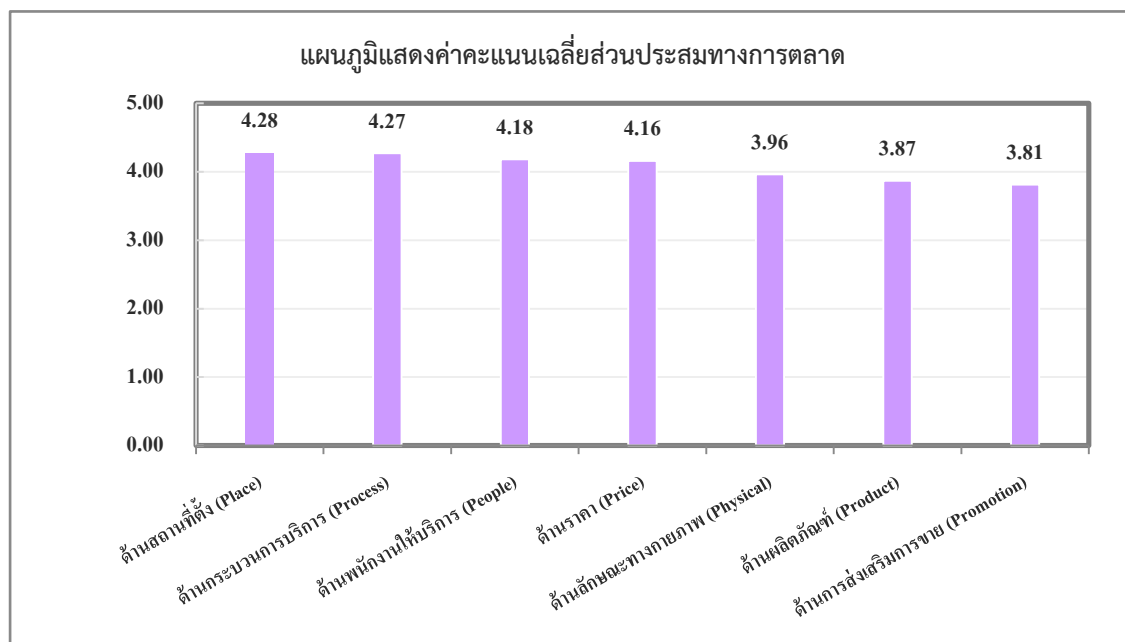
จากตารางข้างต้น ได้นำมาข้อมูลดังกล่าวมาเสนอในรูปแบบแผนภูมิแท่ง เพื่อให้ง่ายต่อการทำความเข้าใจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ดูปัจจัยทางด้านราคาเป็นหลักในการเข้าพัก มีจำนวน 84 คน รองมาคือ ด้านความสะดวกในการเดินทาง จำนวน 75 คน ด้านห้องพัก จำนวน 50 คน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จำนวน 41 คน ด้านทัศนียภาพ จำนวน 19 คน และด้านการบริการ 18 คน

รายละเอียดในส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการ Hostel

ตารางที่ 1.24 : แสดงคะแนนต่ำสุด-สูงสุด ค่าคะแนนเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ และการวิเคราะห์ผลของผู้ตอบแบบสอบถาม เมื่อจำแนกตามส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด (7P)	คะแนนต่ำสุด (Min)	คะแนนสูงสุด (Max)	ค่าคะแนนเฉลี่ย (X bar)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	2.20	5.00	3.87	.66
ด้านราคา (Price)	2.40	5.00	4.16	.53
ด้านสถานที่ตั้ง (Place)	2.67	5.00	4.28	.59
ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)	2.50	5.00	3.81	.63
ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical)	1.40	5.00	3.96	.80
ด้านพนักงานให้บริการ (People)	2.00	5.00	4.18	.69
ด้านกระบวนการบริการ (Process)	3.00	5.00	4.27	.59

ภาพที่ 1.9 : แสดงจำนวนค่าคะแนนเฉลี่ย เมื่อจำแนกตามส่วนประสมทางการตลาด



จากตารางข้างต้น ได้นำมาข้อมูลดังกล่าวมาเสนอในรูปแบบแผนภูมิแท่ง เพื่อให้ง่ายต่อการทำความเข้าใจ พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่ตั้ง (Place) และด้านกระบวนการบริการ (Process) มีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด (ด้วยเกณฑ์การพิจารณาที่มากกว่าหรือเท่ากับ 4.21) และด้านพนักงานให้บริการ (People) ด้านราคา (Price) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) และด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) มีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ในเกณฑ์มาก (ด้วยเกณฑ์การพิจารณาที่มากกว่าหรือเท่ากับ 3.41 แต่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 4.20)

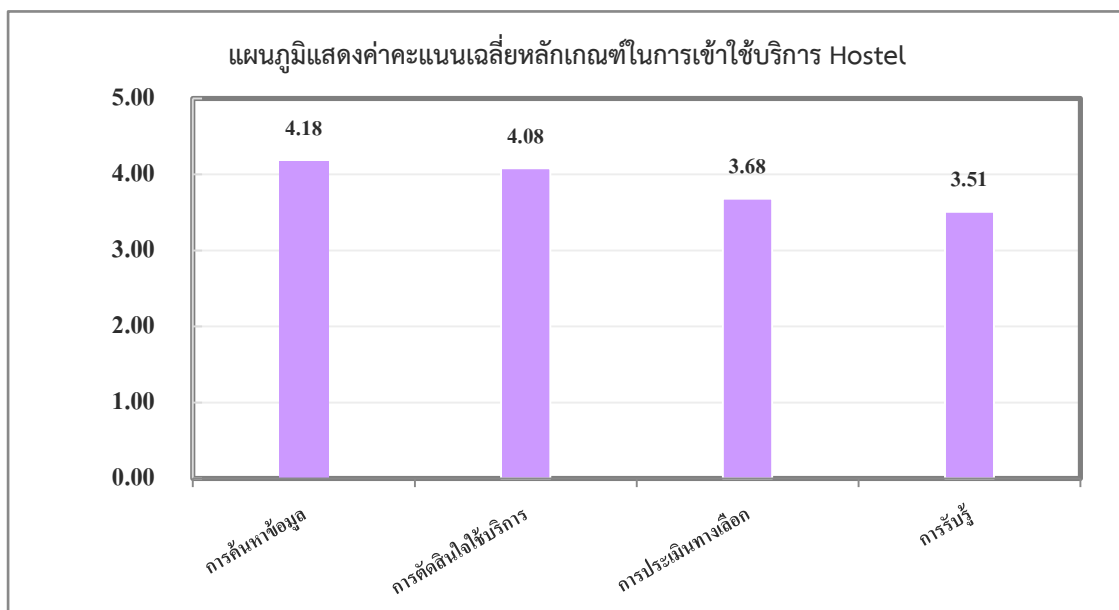
รายละเอียดในส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับหลักเกณฑ์ในการเข้าใช้บริการ Hostel ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1.25 : แสดงคะแนนต่ำสุด-สูงสุด ค่าคะแนนเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ และการวิเคราะห์ผลของผู้ตอบแบบสอบถาม เมื่อจำแนกตามหลักเกณฑ์ในการเข้าใช้บริการ Hostel

ส่วนประสมทางการตลาด (7P)	คะแนนต่ำสุด (Min)	คะแนนสูงสุด (Max)	ค่าคะแนนเฉลี่ย (X bar)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)
การรับรู้	2.00	5.00	3.51	.72
การค้นหาข้อมูล	2.00	5.00	4.18	.76
การประเมินทางเลือก	1.00	5.00	3.68	.87
การตัดสินใจใช้บริการ	2.33	5.00	4.08	.64



ภาพที่ 1.10: แสดงจำนวนค่าคะแนนเฉลี่ย เมื่อจำแนกตามหลักเกณฑ์ในการเข้าใช้บริการ



จากตารางข้างต้น ได้นำมาข้อมูลดังกล่าวมาเสนอในรูปแบบแผนภูมิแท่ง เพื่อให้ง่ายต่อการทำความเข้าใจ พบว่า หลักเกณฑ์ในการเข้าใช้บริการ Hostel ในด้านการค้นหาข้อมูล และการตัดสินใจใช้บริการ มีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด (ด้วยเกณฑ์การพิจารณาที่มากกว่าหรือเท่ากับ 4.21) และด้านการประเมินทางเลือก และด้านการรับรู้ มีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ในเกณฑ์มาก (ด้วยเกณฑ์การพิจารณาที่มากกว่าหรือเท่ากับ 3.41 แต่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 4.20)

ฉะนั้นในการจัดทำกลยุทธ์ สำหรับธุรกิจโฮสเทล สิ่งที่คุณประกอบการควรตระหนัก และเน้นในการออกแบบและสร้างโฮสเทลมากที่สุดเป็น 3 อันดับแรก คือ สถานที่ตั้ง (Place) รองลงมา กระบวนการให้บริการ และพนักงานให้บริการ ส่วนหลักเกณฑ์ที่ส่งผลให้คนตัดสินใจเข้าพักโฮสเทลมากที่สุด คือ การรับรู้ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่างๆ หรือการรับรู้จากผู้ที่เคยใช้บริการมาก่อน เป็นต้น

## บทที่ 2

### การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ

บทนี้เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายใน และการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจภายใต้แนวคิดและทฤษฎีเรื่อง SWOT Analysis ของ Albert Humphrey เพื่อนำมาสรุปเป็นปัจจัยเสี่ยงต่อการดำเนินงานของธุรกิจโดยแบ่งเป็นปัจจัยเสี่ยงภายใน และปัจจัยเสี่ยงภายนอก ดังรายละเอียดเป็นรายข้อต่อไปนี้

#### การวิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก

เนื่องจากสภาพแวดล้อมขององค์กร มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาและสภาพแวดล้อม จึงมีอิทธิพลในการบริหารจัดการหากผู้บริหารหรือผู้ดำเนินงานทราบถึงความเสี่ยงและผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้น จะส่งผลให้องค์กรสามารถรับมือกับความเปลี่ยนแปลงที่อาจจะเกิดขึ้นได้ ดังนั้นสิ่งสำคัญที่องค์กรควรมี คือ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมต่างๆที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ ทั้งเชิงบวก และ เชิงลบ เพื่อประเมินสภาพแวดล้อมให้กลายเป็น จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรค ขององค์กร ผลการวิเคราะห์เหล่านี้มักเป็นแนวคิดในการสร้างกลยุทธ์ให้แก่องค์กร เพื่อเป็นแนวทางในการนำองค์กรไปสู่เป้าหมาย วิสัยทัศน์ ภารกิจ และวัตถุประสงค์ขององค์กร ดังนั้นการวิเคราะห์สถานการณ์ (Situation Analysis) ต้องวิเคราะห์อยู่บนพื้นฐานที่เป็นจริง ของสภาพองค์กร ในปัจจุบัน หลักการสำหรับ SWOT คือ การวิเคราะห์นั้นเราจะวิเคราะห์ทั้งสถานการณ์ภายในและสถานการณ์ภายนอก SOWT จึงเป็นการวิเคราะห์ถึงสถานการณ์ขององค์กรนั่นเอง ผู้บริหารจะทราบถึงความเปลี่ยนแปลงและแนวโน้มความเปลี่ยนแปลงในอนาคต รวมทั้งผลกระทบที่เกิดจากความเปลี่ยนแปลงอีกด้วย

ประโยชน์ของการวิเคราะห์ SWOT คือ การวิเคราะห์สถานการณ์ต่างๆในองค์กรจะทำให้เราทราบได้ว่า ปัจจัยต่างๆที่เกิดขึ้นภายในและภายนอกองค์กร มีอิทธิพลอย่างไรต่อการดำเนินงานขององค์กร จุดแข็งที่เกิดขึ้นจากองค์กรจะเป็นความสารถที่ผลักดันให้องค์กรดำเนินไปอย่างบรรลุเป้าหมายได้รวดเร็วมากขึ้น ในขณะที่จุดอ่อนที่เกิดขึ้นจะส่งผลกระทบต่อการทำงานก็ตาม โอกาสที่เกิดขึ้นจะเป็นสถานการณ์ที่ส่งผลให้ธุรกิจไปถึงเป้าหมายได้รวดเร็วขึ้นในขณะที่ที่อุปสรรคจะคอยกีดขวางให้เป้าหมายที่วางไว้ไม่สำเร็จ เราจึงต้องวิเคราะห์สถานการณ์ขององค์กรด้วยความ

รอบคอบ เพื่อหาช่องทางไปสู่เป้าหมายในระยะเวลาที่สั้นลง และรับมือกับปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้รอบ  
 ครอบมากขึ้นนั่นเอง

แผนภาพที่ 2.1 : แสดง SWOT Analysis

SWOT Analysis		
สภาพแวดล้อมภายใน	<p><b>จุดแข็ง</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- อะไรที่องค์กรสามารถทำได้ดี</li> <li>- ทักษะที่องค์กรมีเหนือผู้อื่น หรือเอกลักษณ์องค์กร</li> <li>- อะไรที่ผู้อื่นเห็นว่าองค์กรทำได้ดี</li> </ul>	<p><b>จุดอ่อน</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- อะไรที่องค์กรสามารถปรับปรุงได้</li> <li>- อะไรที่องค์กรควรหลีกเลี่ยง</li> </ul>
สภาพแวดล้อมภายนอก	<p><b>โอกาส</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- โอกาสดีคืออะไรที่เปิดโอกาสให้แก่องค์กร</li> <li>- องค์กรสามารถใช้ประโยชน์อะไรจากแนวโน้มที่ดี</li> <li>- องค์กรสามารถเปลี่ยนจุดแข็งเป็นโอกาสได้อย่างไร</li> </ul>	<p><b>อุปสรรค</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- แนวโน้มอะไรที่เป็นอุปสรรคแก่องค์กร</li> <li>- สิ่งที่อยู่แข่งกำลังทำและส่งผลแก่องค์กร</li> <li>- จุดอ่อนขององค์กรก่อให้เกิดอุปสรรคอย่างไร</li> </ul>

## 2.1 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายใน

การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายใน โดยใช้การวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนกิจการ ดังนี้

### 2.1.1 ปัจจัยด้านการตลาด

จะเป็นการวิเคราะห์ถึง ส่วนแบ่งทางการตลาด กลุ่มลูกค้า ตำแหน่งของการตลาด เพื่อให้ทราบถึงวัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย ว่าการทำการตลาดนั้นจะให้บริการแก่กลุ่มลูกค้ากลุ่มใด สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้หรือไม่

สถานการณ์ ปีปีโฮสเทล เป็นธุรกิจต่อยอดจากธุรกิจของ เรือนพฤษารีสอร์ท โดยให้บริการบ้านพัก สไตล์บ้านไม้ทรงไทย ได้กำหนดส่วนแบ่งการตลาดตามกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มผู้รักการผจญภัยมีไลฟ์ สไตล์ (Life Style) ในการท่องเที่ยวแบบ แบ็กแพกเกอร์ (Backpacker) การท่องเที่ยวในรูปแบบการ ท่องเที่ยวคนเดียวและใช้บริการที่พักแบบโฮสเทล และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเป็นคู่ที่ต้องการความเป็น ส่วนตัวในการพักอาศัย แต่ด้วยงบประมาณการท่องเที่ยวที่มีจำกัดและต้องการแลกเปลี่ยน ประสบการณ์ในการท่องเที่ยวกับเพื่อนร่วมพักอาศัยไปในคราวเดียวกัน สำหรับด้านชื่อเสียงของที่พัก เรามีความได้เปรียบมากสำหรับคู่แข่งในบริเวณใกล้เคียงจากการสะสมชื่อเสียงธุรกิจเรือนพฤษารีสอร์ท ที่ผู้ให้บริการให้ความไว้วางใจและกลับมาพักใหม่อย่างบ่อยครั้ง โดยผู้พักจะตัดสินใจอย่าง รวดเร็วจากการแนะนำจากลูกค้าท่านอื่น ทำให้เราได้เปรียบจากฐานลูกค้าเดิมที่เคยมีมาก่อน

**ผลกระทบ** ลูกค้าที่มีไลฟ์สไตล์การท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวแบ็กแพกเกอร์จะรู้จักเป็นอย่างดี แต่ยังไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่ไม่รู้จากการท่องเที่ยวในไลฟ์สไตล์นี้ได้

### 2.1.2 ปัจจัยด้านบุคลากร

บุคลากรเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดกับธุรกิจ เนื่องจากบุคลากรคือหัวใจสำคัญในการสร้างความประทับใจแก่ธุรกิจบริการให้แก่กิจการจึงเป็นหน้าที่ของผู้ประกอบการในการพัฒนาบุคลากรโดยการฝึกอบรมให้เกิดคุณภาพ ในขณะเดียวกัน บุคลากรก็ต้องเป็นผู้ที่ใฝ่รู้สิ่งใหม่ๆ อยู่เสมอ เพื่อพัฒนาตนเองตลอดเวลา

**สถานการณ์** สำหรับธุรกิจโฮสเทลหัวใจสำคัญของธุรกิจประเภทนี้คือการให้ความอบอุ่น เป็นกันเอง และใกล้ชิดกับลูกค้ามากที่สุด การอาศัยอยู่ในที่พักที่มีความเป็นส่วนตัวน้อย ต้องให้ความรู้สึกแก่ผู้ใช้บริการเสมือนอยู่บ้านตนเอง บุคลากรต้องสร้างความใกล้ชิด และเป็นกันเองกับลูกค้ามากที่สุด ให้ลูกค้าได้รู้สึกว่าการอยู่รวมกันของที่พักไม่เกิดความอึดอัดขึ้น เนื่องจากโฮสเทลได้ตั้งขึ้นในจังหวัดประจวบ ซึ่งเป็นเจ้าแรกของการให้บริการที่พักในลักษณะของโฮสเทล บุคลากรที่เป็นพนักงานต้อนรับจึงไม่คุ้นชินกับธุรกิจลักษณะนี้ จึงทำให้สับสนในงานในเรื่อง หัวใจสำคัญของกิจการคืออะไร และยังไม่เข้าใจในวัตถุประสงค์ของกิจการที่แท้จริง ว่าควรมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้ามากน้อยเพียงใด

**ผลกระทบ** ในปัจจุบันพนักงานต้อนรับให้ความเป็นกันเองในระดับหนึ่ง แต่ยังไม่มากพอที่จะสร้างความใกล้ชิดกับลูกค้ามากในระดับที่เสมือนกับการพักอาศัยอยู่ที่บ้าน ทำให้การอยู่กันเป็นส่วนรวมของลูกค้าของรายอาจมีความอึดอัดบ้างเล็กน้อยสำหรับการพักอาศัยในโฮสเทล แต่ลูกค้าที่นิยมการท่องเที่ยวแบบ แบ็กแพกเกอร์ ก็ยังประทับใจกับการบริการของบุคลากรอยู่มาก ทำให้กิจการต้องสร้างความประทับใจแก่ลูกค้ารายในกลุ่มอื่นที่มีไลฟ์สไตล์แตกต่างออกไปอีกด้วย

### 2.1.3 ปัจจัยด้านการเงิน

เป็นปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจสามารถดำเนินการโดยราบรื่น สิ่งสำคัญคือผู้บริหารควรมีความสารถในการจัดหาแหล่งเงินทุนและบริหารเงินทุนในมือให้เกิดประสิทธิภาพแก่กิจการมากที่สุด เพื่อให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้

**สถานการณ์** กิจการมีการก่อตั้งโฮสเทลบริเวณหน้าทะเลอ่าวประจวบ ซึ่งเป็นพื้นที่เปล่าของกิจการ จึงไม่ทำให้เสียต้นทุนเพิ่มในส่วนของการซื้อหรือเช่าพื้นที่ แต่อย่างไรก็ตามกิจการยังคงต้องมีการสำรองเงินทุนในส่วน of เงินเดือนพนักงาน และค่าใช้จ่ายอื่นๆภายในโฮสเทล ในแต่ละเดือนในกรณีที่ในช่วง Low-Season อาจจะมีผลขาดทุนเกิดขึ้นบ้างในบางเดือน

**ผลกระทบ** กิจการต้องทำการวางแผนจัดการต้นทุนของกิจการอย่างรอบคอบ และอาจลดค่าใช้จ่ายในการปรับปรุง ตกแต่งสถานที่ในฤดูต่างๆ

#### 2.1.4 ปัจจัยด้านการบริการ

**สถานการณ์** เนื่องจากการต่อยอดจากธุรกิจ เรือนพุกชา รีสอร์ท จึงทำให้ผู้บริหารมีความรู้ในด้านธุรกิจบริการ ซึ่งเป็นหัวใจหลักของผู้ประกอบการโรงแรมหลายๆคน จึงทำให้ผู้บริหารเข้าใจการบริการ กระทั่งเกิดเป็นความประทับใจของลูกค้า ทำให้ลูกค้าที่เคยเดินทางมาพักเรือนพุกชา รีสอร์ท ให้ความไว้วางใจกับงานบริการที่ทางผู้บริหารได้สร้างไว้กับลูกค้า แต่ด้วยธุรกิจเรือนพุกชา รีสอร์ท และโฮสเทลอยู่คนละพื้นที่ทำให้ผู้บริหารสามารถลงพื้นที่ไปพบปะลูกค้าได้ไม่ทั่วถึง

**ผลกระทบ** ลูกค้าเดิมเกิดความประทับใจด้านการบริการของผู้บริหารเมื่อกลับมาพักอีกครั้งจึงทำให้อยากพบปะกับผู้บริหาร ผู้บริหารจึงต้องถ่ายทอดให้พนักงานเกิดความรักในธุรกิจบริการ

#### 2.1.5 ปัจจัยด้านเทคโนโลยี

เทคโนโลยีเป็นปัจจัยที่มีประโยชน์ต่อหลายๆกิจกรรม โดยเฉพาะการประกอบธุรกิจบริการในรูปแบบของการประยุกต์ใช้ เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์และเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการต่างๆ

**สถานการณ์** ผู้ประกอบการใช้คอนเซ็ปต์ในการรวบรวมกิจกรรมต่างๆเข้าสู่โลกอินเทอร์เน็ต เช่นการเปิด-ปิด สวิตซ์ไฟผ่านแอปในสมาร์ทโฟน อย่างที่เคยเห็นในบ้านอัจฉริยะ (Smart Home) จึงทำให้ผู้ใช้บริการได้รับความสะดวกสบายในการทำกิจกรรมต่างๆมากขึ้น

**ผลกระทบ** ในปัจจุบันการใช้เทคโนโลยี Smart Home ยังไม่เป็นที่แพร่หลายในธุรกิจให้บริการที่พัก จึงทำให้ผู้ใช้บริการสนใจในเทคโนโลยีที่กิจการใช้ เนื่องจากความสะดวกสบายแล้วยังเป็นการเข้าถึงผู้รับบริการอย่างใกล้ชิด

## 2.2 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายนอก

การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายนอกมีประเภทของปัจจัยคือ

### 2.2.1 ปัจจัยด้านคู่แข่ง

ปัจจัยในการแข่งขันเป็นภัยคุกคามสำหรับธุรกิจ เนื่องจากการแข่งขันจะทำให้เกิดส่วนแบ่งทางการตลาด ในการแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีตราสินค้าที่แข็งแกร่ง มีฐานลูกค้าที่มีความจงรักภักดีต่อแบรนด์ ฯลฯ การเพิ่มขึ้นของคู่แข่งอาจมีผลกระทบต่อรายได้ของกิจการ ดังนั้นผู้ประกอบการจึงต้องสร้างแบรนด์ให้แข็งแกร่งเพื่อลดคู่แข่งในตลาดลง สถานการณ์ ธุรกิจโรงแรมในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดต่างๆมีการแข่งขันสูง จึงทำให้ช่วง Low Season

มีจำนวนห้องพักเกินกว่าความต้องการของผู้ใช้บริการ ทำให้มีส่วนแบ่งทางการตลาดบางส่วนได้กระจายให้โรงแรมอื่นๆในบริเวณใกล้เคียงหรือโรงแรมสร้างใหม่ นอกจากนี้ยังมีเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ ในหลายๆแห่งยังมีการให้บริการในรูปแบบใหม่ๆ จึงทำให้ธุรกิจดังกล่าวเป็นคู่แข่งกับผู้ประกอบการเช่นกัน

ผลกระทบ ปีปี โฮสเทล เป็นธุรกิจต่อยอดธุรกิจเรือนพุกขารีสอร์ท มีข้อได้เปรียบสำหรับฐานธุรกิจลูกค้าเดิมการเติบโตในตลาดสำหรับธุรกิจโรงแรมจึงมีความเป็นไปได้ ถ้าผู้ประกอบการมีการวางแผนที่ชัดเจนและรัดกุม

### 2.2.2 ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม

หมายถึง สิ่งต่างๆที่อยู่รอบตัวเรา สิ่งแวดล้อมอาจเป็นสิ่งที่มีชีวิต หรือไม่มีชีวิตก็ได้ ภัยธรรมชาติยังเป็นส่วนหนึ่งของสิ่งแวดล้อม ภัยธรรมชาติอาจเกิดจาก พายุ แผ่นดินไหว ที่มีผลกระทบต่อธุรกิจโดยตรงและทางอ้อม ทำให้ผู้ประกอบการขาดรายได้ในธุรกิจได้

สถานการณ์ ปีปีโฮสเทลตั้งอยู่บริเวณหน้าอ่าวประจวบ ทำให้เกิดผลกระทบจากแรงลมและพายุอยู่บ่อยครั้ง เนื่องจากบริเวณอ่าวไม่มีเขื่อนกั้นแรงดันของคลื่นทะเลเมื่อเกิดลมแรงหรือช่วงพายุเข้า จะทำให้น้ำทะเลหนุนสูง ส่งผลให้วิวด้านหน้าทะเลของโฮสเทลไม่สามารถมองเห็นวิวธรรมชาติได้

ผลกระทบ จากตัวทะเลเข้ามาโฮสเทลจะมีถนนไว้ให้รถสัญจรขึ้นอยู่ เมื่อเกิดพายุ ลมแรง จะทำให้การเดินทางสำหรับลูกค้าไม่สะดวกและไม่สามารถมาท่องเที่ยวได้ จึงทำให้ช่วงลมแรงผู้ประกอบการขาดรายได้และช่วงพายุเข้ากิจการจะต้องหยุดการดำเนินการ

### 2.2.3 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ เศรษฐกิจ การเมือง และความไม่มั่นคงในประเทศนั้น

มีผลต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และธุรกิจโรงแรมโดยตรง เนื่องจากธุรกิจโรงแรมเป็นธุรกิจที่มีความอ่อนไหวต่อด้านต่างๆ โดยเฉพาะในด้านเศรษฐกิจ ซึ่งส่งผลกระทบต่อรายได้ของธุรกิจโรงแรมอย่างมาก

**สถานการณ์** นางกอบกาญจน์ วัฒนวรางกูร รัฐมนตรีว่าการท่องเที่ยวและกีฬา กล่าวว่า ในปี 2560 จะเน้นการตั้งเป้าจากรายได้การท่องเที่ยวไว้ที่ 2.5 ล้านล้านบาท เนื่องจากปีที่ผ่านมามีรายได้ในการท่องเที่ยวอยู่ที่ 2.4 ล้านล้านบาท จึงมีแนวโน้มว่าปี 2560 จะเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ได้เข้ามาท่องเที่ยวกัน ส่วนรายได้จากไทยเที่ยวไทย แม้ว่าตัวเลขจะเพิ่มขึ้นในอัตราที่ช้า แต่ก็มีความเชื่อว่าจะดีขึ้น พร้อมทั้งมีผลการวิเคราะห์ที่พบว่าการท่องเที่ยวในประเทศไทยจะมีอัตราของการเพิ่มขึ้นที่ก้าวกระโดด และเน้นการพัฒนาที่มีคุณภาพ กระจายรายได้ไปยังท้องถิ่น และยังมี การส่งเสริมการเปิดเมืองท่องเที่ยวใหม่เชื่อมโยงกันมากขึ้น

เที่ยวจังหวัดหนึ่งไปสู่อีกจังหวัดหนึ่งและเพิ่มกิจกรรมในชุมชน การเชื่อมโยงท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาเซียน เนื่องจากมีสายการบินโลว์คอสต์เชื่อมถึงกันอยู่

**ผลกระทบ** การส่งเสริมการท่องเที่ยวและการผลักดันจากภาครัฐจะทำให้เศรษฐกิจในประเทศฟื้นตัวมากขึ้น จากการส่งเสริมการท่องเที่ยวจะส่งผลกระทบต่อให้โรงแรมตามจังหวัดต่างๆมีนักท่องเที่ยวมาใช้บริการเพิ่มสูงขึ้น

### 2.2.4 ปัจจัยด้านสภาวะแวดล้อม

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและธุรกิจโรงแรมมีความอ่อนไหวอย่างมากต่อสิ่งแวดล้อมทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศ ผู้ประกอบการจึงต้องให้ความสำคัญต่อการอนุรักษ์และรักษาสิ่งแวดล้อมต่างๆของประเทศ เช่นการเข้าร่วมโครงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมต่างๆอย่างต่อเนื่อง

**สถานการณ์** ในปัจจุบันประเทศไทยมีการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติซึ่งนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีลักษณะนิสัยที่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวบางส่วนที่ไม่คำนึงถึงส่วนรวม จะทำลายความสวยงามของธรรมชาติได้ เช่น การจับแนวปะการังในการดำน้ำ การทิ้งขยะลงชายหาด เป็นต้น ก็จะทำให้ระบบนิเวศเสื่อมไปด้วย

**ผลกระทบ** ในอนาคตหากผู้ประกอบการและคนในชุมชนไม่ช่วยกันดูแลระบบนิเวศจะทำให้ธรรมชาติที่สวยงามนั้นเสื่อมลง นักท่องเที่ยวก็จะลดน้อยลงทำให้ธุรกิจขาดรายได้

### 2.3 ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน

ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน โดยมีประเภทของปัจจัยเสี่ยงดังนี้

ตารางที่ 2.1 : แสดงปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน

ประเภทของปัจจัยเสี่ยง	ระดับความเสี่ยง					สิ่งที่ต้องดำเนินการเพื่อลด/ ป้องกันความเสี่ยง
	1	2	3	4	5	
1. ปัจจัยด้านการตลาดถือว่ามี ความเสี่ยงอยู่ในระดับปาน กลางเนื่องจากธุรกิจดั้งเดิมได้ เป็นที่นิยมของพื้นที่ในจังหวัด ประจวบ แต่ยังไม่มีการทำ แผนการตลาดให้เป็นที่นิยมใน ประเทศไทย		✓				บีบีโฮสเทลเป็นที่รู้จักกันในเครือ เรือนพฤกษารีสอร์ทอยู่แล้วเมื่อคน มาพักในจังหวัดประจวบต้องนึกถึง เรือนพฤกษา แต่ยังไม่เป็นที่รู้จักไป ทั่วประเทศ จึงต้องทำการลง โฆษณาลงในเว็บไซต์การท่องเที่ยว จัดบูธตามงานไทยเที่ยวไทย และ ลงการจ้องห้องผ่านเว็บไซต์ต่างๆ
2. ปัจจัยด้านบุคลากรเป็นปัจจัยที่ มีความเสี่ยงต่ำเนื่องจาก ผู้บริหารเดิมมีประสบการณ์ใน ด้านธุรกิจโรงแรมจึงมีการอบรม พนักงานด้านโรงแรมประเภท โฮสเทลได้ง่าย และรู้ว่าลูกค้าใน กลุ่มของโรงแรมประเภทโฮส เทลมี Lift Style เป็นอย่างไร จึงแนะนำแก่บุคลากรได้	✓					ผู้บริหารจัดการอบรมพนักงานอยู่ สม่ำเสมอมีการติดตามความพึง พอใจของผู้เข้าใช้บริการในโฮเทล และนำมาปรับปรุงแก้ไข มีการ ประเมินพนักงานตามนโยบายด้าน บุคคล เพื่อคอยแนะนำ และ พัฒนาพนักงานให้มีประสิทธิภาพ ในการทำงานมากที่สุด
3. ปัจจัยด้านการเงินเป็นปัจจัยที่มี ความเสี่ยงสูงเนื่องจากกิจกรรม ต่างๆในธุรกิจจำเป็นต้องใช้เงิน ในการดำเนินธุรกิจ ผู้บริหาร ต้องใช้เงินตนเองทั้งหมดและ จำเป็นต้องมีเงินทุนสำรองไว้ใช้ หมุนเวียนในกิจการ				✓		ผู้บริหารจำเป็นต้องวางแผน จัดการด้านการเงินอย่างรอบคอบ มีการทำบัญชีของกิจการอย่าง รัดกุมและมีเงินทุนหมุนเวียน เงินสำรองฉุกเฉินในกิจการ

(ตารางมีต่อ)



ตารางที่ 2.1 (ต่อ): แสดงปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน

ประเภทของปัจจัยเสี่ยง	ระดับความเสี่ยง				สิ่งที่ต้องดำเนินการเพื่อลด/ป้องกันความเสี่ยง
<p>4. ปัจจัยด้านการบริการเป็นปัจจัยที่มีความเสี่ยงในระดับปานกลาง เนื่องจากหัวใจสำคัญของธุรกิจโรงแรมคือการบริการที่มีคุณภาพ ผู้บริหารจึงมีการเน้นย้ำในเรื่องการบริการ ด้วยประสบการณ์ด้านการบริหารงานของผู้บริหาร เรือนพฤษจารีสรณ์ทำให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติต่างประทับใจในการบริการของผู้บริหาร จึงมักถามหาผู้บริหารอยู่เสมอเมื่อมีการมาใช้บริการที่พักของกิจการอีกครั้ง</p>			✓		<p>เนื่องจากการขยายกิจการ ผู้บริหารจึงต้องแบ่งเวลาไปดูแลกิจการในสาขาต่างๆ ทำให้ผู้บริหารพบปะกับผู้ใช้บริการน้อยลง ผู้บริหารจึงถ่ายทอดงานผ่านผู้จัดการธุรกิจเพื่อเป็นตัวแทนในการต้อนรับผู้ใช้บริการเสมือนตัวแทนเจ้าของกิจการ ผู้บริหารต้องวางแผนเพื่อให้ผู้จัดการเรียนรู้อย่างใกล้ชิดเสมือนเป็นผู้บริหารคนหนึ่ง</p>
<p>5. ปัจจัยด้านเทคโนโลยีมีความเสี่ยงอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากในปัจจุบันคนให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีมากขึ้น เทคโนโลยีจึงกลายเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกในการดำเนินชีวิตอย่างหนึ่ง โฮสเทลมีคอนเซ็ปต์ในการรวบรวมกิจกรรมต่างๆ เข้าสู่โลกอินเทอร์เน็ต หรือที่รู้จักในชื่อ Smart Home โดยสั่งการระบบต่างๆ ในโฮสเทลผ่านสมาร์ทโฟน ด้วยแอปพลิเคชัน จากสมาร์ทโฟน</p>			✓		<p>ระบบการสั่งการของ Smart Home ยังเป็นรูปแบบของนวัตกรรมใหม่ๆ ที่ไม่แพร่หลาย จึงส่งผลให้บุคลากรยังไม่มี ความชำนาญ จึงมีการจัดทำคู่มือการใช้งานและการแก้ไขปัญหาของเทคโนโลยี และจัดหาช่าง Service ประจำโฮสเทล เพื่อแก้ไขปัญหาที่พนักงานไม่สามารถแก้ไขได้</p>

## 2.4 ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก

ปัจจัยเสี่ยงจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก โดยมีประเภทของปัจจัยเสี่ยง ดังนี้

ตารางที่ 2.2 : แสดงปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก

ประเภทของปัจจัยเสี่ยง	ระดับความเสี่ยง					สิ่งที่ต้องดำเนินการเพื่อลด/ ป้องกันความเสี่ยง
	1	2	3	4	5	
1. ปัจจัยด้านคู่แข่งเป็นปัจจัยที่มีความเสี่ยงอยู่ในระดับที่ปานกลาง เนื่องจาก เรือบรรทุกสารีส์อร์ทเป็นธุรกิจดั้งเดิมที่มีฐานลูกค้าเก่าและการแนะนำจากลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการอยู่ก่อนแล้ว จึงทำให้ผู้ใช้บริการไว้วางใจในการใช้บริการ บีบีโฮสเทล แต่ก็ยังมีคู่แข่งในธุรกิจโรงแรมเกิดขึ้นอีกมาก จึงทำให้ผู้บริหารต้องวางแผนกลยุทธ์อย่างรอบคอบ				✓		ผู้บริหารเน้นการให้บริการลูกค้า ให้เกิดความประทับใจ เพื่อเป็นการรักษาฐานลูกค้าเดิมและเพิ่มฐานลูกค้าใหม่ และทำการตลาดเพื่อเพื่อแสวงหาฐานลูกค้าใหม่ๆ และคอยพัฒนาบุคลากร โดยคอยจัดฝึกอบรมให้ความรู้ด้านการบริการอยู่เสมอ เนื่องจากเป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจบริการ รวมถึงคอยปรับปรุงต่อเติมให้โฮสเทลมีความทันสมัยอยู่เสมอ
2. ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมถือเป็นปัจจัยที่มีความเสี่ยงสูง เนื่องจากโฮสเทลอยู่หน้าอ่าวประจวบ ทำให้ช่วงมรสุมจะมีน้ำทะเลซัดขึ้นบนฝั่ง การคมนาคมของผู้ใช้บริการจึงไม่สะดวกในการเดินทาง และหน้ามรสุมวิวทะเลที่เจียบสงบ จะกลายเป็นคลื่นน้ำทะเลที่ผู้ใช้บริการหวาดกลัว					✓	ผู้บริหารมีนโยบายในการลดความเสี่ยงโดยการทำประกันภัยกับบริษัทที่มีชื่อเสียง โดยคุ้มครองความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับบุคคลภายนอก จากอุบัติเหตุ รวมทั้งการประกันภัยทุกประเภท และครอบคลุมอัคคีภัย แผ่นดินไหว

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.2 (ต่อ): แสดงปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก

ประเภทของปัจจัยเสี่ยง	ระดับความเสี่ยง					สิ่งที่ต้องดำเนินการเพื่อลด/ป้องกันความเสี่ยง
<p>3. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจเป็นปัจจัยที่มีความเสี่ยงสูงในธุรกิจประเภทโรงแรม เนื่องจากเศรษฐกิจจะเป็นเครื่องชี้วัดอัตราการท่องเที่ยวของชาวไทย และชาวต่างชาติที่มีการท่องเที่ยวภายในประเทศ แต่ในปี 2560 มีแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของรายได้การท่องเที่ยวในประเทศไทย</p>					✓	<p>ผู้ประกอบการตระหนักถึงความเสี่ยงดังกล่าว เพราะเป็นปัจจัยเสี่ยงที่ไม่สามารถควบคุมได้ จึงพยายามหาแนวทางการกระจายความเสี่ยงโดยการเพิ่มรายได้จากภูมิภาคอื่นๆ โดยวางแผนธุรกิจโดยการต่อยอดไปยังสถานที่ต่างๆ และการเพิ่มธุรกิจประเภทอื่นๆ</p>
<p>4. ปัจจัยด้านสภาวะแวดล้อมเป็นปัจจัยเสี่ยงที่มีความเสี่ยงต่ำเกิดจากเมื่อมีแหล่งท่องเที่ยวเกิดขึ้นย่อมมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นตามทำให้สภาวะแวดล้อมเกิดการเสื่อมโทรม หากนักท่องเที่ยวไม่ช่วยกันอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมก็จะทำให้การทำลายธรรมชาติลง ทำให้แหล่งท่องเที่ยวไม่หน้าท่องเที่ยวอีกต่อไป</p>	✓					<p>ผู้บริหารได้ให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมโดยการดูแลระบบนิเวศในโครงการต่างๆที่ชุมชนจัดขึ้น เช่นการวางแผนวางปะการังเทียม การเก็บขยะบริเวณชายหาด เพื่อเป็นการทำให้แหล่งท่องเที่ยวสะอาดและหน้าอยู่เสมอ</p>

### บทที่ 3

#### การวิเคราะห์การแข่งขัน

บทนี้เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการวิเคราะห์การแข่งขันภายใต้แนวคิด และ ทฤษฎีเรื่อง Five Force Model ของ Michael E. Porter ประกอบด้วยสภาพการแข่งขัน และที่มา ของการแข่งขัน คู่แข่งขันของธุรกิจ การวิเคราะห์สถานภาพทางธุรกิจการวิเคราะห์ตำแหน่งของสินค้า และการวิเคราะห์ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ ดังรายละเอียดเป็นรายการข้อ ดังต่อไปนี้

#### 3.1 สภาพของการแข่งขันและ ที่มาของการแข่งขัน

##### ระดับของการแข่งขัน

ในปัจจุบัน พบว่า ธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่สร้างรายได้ให้แก่ประเทศอีก ช่องทางหนึ่ง จากการสำรวจ นายบุรีม โอทกานนท์ (รองคณบดีงานสนับสนุนการศึกษา และอาจารย์ ประจำสาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัย มหิดล) พบว่า ในปัจจุบันธุรกิจโฮสเทล ถือว่า เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเติบโต ซึ่งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนี้ ก่อให้เกิดรายได้หลักเข้าประเทศ นอกจากนี้ยังพบว่าประเทศไทยนั้นติดอันดับ 1 ใน 10 ประเทศที่ นักท่องเที่ยวคนเดียวต้องไม่พลาด (จัดอันดับของเว็บไซต์ [www.lifehack.org](http://www.lifehack.org)) จากการสำรวจได้ ทราบว่าประเทศไทย มีโรงแรมประเภทโฮสเทลมากกว่า 2,000 แห่ง ทั่วประเทศ หรือคิดเป็นร้อยละ 12 ของที่พักสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวทั้งหมด ถือว่าธุรกิจด้าน โฮสเทลนั้นมีการเติบโตอย่างมากในช่วงที่ผ่านมา และในมุมมองของผู้ประกอบการนั้นจะเห็นว่า ธุรกิจ โรงแรมประเภทโฮสเทลนั้นเป็นธุรกิจด้านที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีต้นทุนในการก่อสร้างที่ไม่สูงนัก และไม่มีข้อจำกัดที่ตายตัว จึงทำให้ผู้ประกอบการมีอิสระในการสร้างโฮสเทลขึ้น โดยผู้ประกอบการจะ อาศัยความเป็นเอกลักษณ์ของโฮสเทลที่ตนสร้าง เป็นจุดขายของธุรกิจในการดึงดูดผู้ใช้บริการหรือนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ในแง่มุมมองของเทรนพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวและมูลค่าทางอุตสาหกรรมจะเห็นว่า โฮสเทลเป็นธุรกิจที่ได้รับความนิยมอย่างมากเป็นธุรกิจที่ผู้ประกอบการทั้งหน้าเก่าไปจนถึง ผู้ประกอบการหน้าใหม่ให้ความสนใจในปัจจุบัน จึงทำให้ธุรกิจโฮสเทลมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นอีก ร้อยละ 10 ในปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยว เช่น กรุงเทพฯ หัวหิน เชียงใหม่ ภูเก็ต เป็นต้น

### จุดเด่น/ความได้เปรียบที่นำมาแข่งขัน

ปีบี โฮสเทลถือเป็นเจ้าแรกในการเปิดตลาดโรงแรม ประเภทโฮสเทลในระแวกอำเภอเมืองประจวบคีรีขันธ์ เป็นการต่อยอดธุรกิจเรือนพฤษารีสอร์ท ซึ่งเป็นที่รู้จักกันดีในหมู่นักท่องเที่ยวที่มีเป้าหมายในการท่องเที่ยวมายังอำเภอเมืองประจวบคีรีขันธ์ และด้วยทำเลที่ตั้งของปีบีโฮสเทล สร้างอยู่หน้าชายหาด อ่าวประจวบ จึงมีทัศนียภาพที่สวยงามเป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวที่ต้องการเที่ยวทะเลอย่างมากทำให้ลูกค้าที่ได้เข้าใช้บริการเกิดความประทับใจไม่เพียงแค่ว่าราคาที่ย่อมเยา แต่ทำเลที่ตั้งของโฮสเทลจึงทำให้กลายเป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยวอีกด้วย

### ผู้ครองส่วนครองตลาด

ตลาดสำหรับธุรกิจโรงแรมแบ่งออกเป็น 6 ลักษณะ ได้แก่

- 1) ลักษณะโรงแรม มีลักษณะเป็นอาคารก่อสร้างที่มีรูปร่างการก่อสร้างที่เป็นตึกที่มีขนาดเล็กไปจนถึงขนาดใหญ่ มีห้องนอนหลายห้องเรียงติดกัน โดยมีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อมแก่ผู้เข้าใช้บริการ โดยจะมีความได้เปรียบที่โรงแรมมีการอำนวยความสะดวกสบายครบถ้วนกว่าที่พักอาศัยประเภทอื่นๆ
- 2) ลักษณะ รีสอร์ท เป็นที่พักแบบบ้านตากอากาศซึ่งรีสอร์ทส่วนใหญ่มักตั้งอยู่ในทำเลที่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว เช่นทะเล ภูเขา ซึ่งรีสอร์ทจะทำให้ผู้เข้าพักอาศัยมีบริเวณในที่พักอาศัย มีกิจกรรมต่างๆให้แก่ผู้ให้บริการ เช่น ว่ายน้ำ สปา ปั่นจักรยาน ซึ่งความได้เปรียบของการเข้าพักรีสอร์ทคือความเป็นส่วนตัวและพื้นที่ในที่พักอาศัย
- 3) บังกะโล เป็นที่พักที่ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า มีเพียงพื้นที่ให้แก่ผู้เข้าใช้บริการได้ทำอาหาร ข้อได้เปรียบของการพักแบบบังกะโลคือสามารถพักอาศัยได้หลายคน ทำให้มีราคาที่ประหยัดมากสำหรับนักท่องเที่ยวที่มาด้วยกันเยอะ
- 4) เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ เป็นที่พักสำหรับผู้ต้องการพักอาศัยที่มีระยะเวลายาวนาน โดยบางที่อาจจะมีการทำสัญญาการเช่าเป็นรายเดือนหรือรายปี สำหรับเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์จะมีการบริการของโรงแรมในส่วนของแม่บ้านที่มีอยู่อย่างจำกัดอาจเป็นการเข้าทำความสะอาดสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง

5) ไทม์แชร์ เป็นการบริการที่พักโดยเป็นบางช่วงเวลาในลักษณะของไทม์แชร์ ผู้เช่ามักจะนำบ้านพักอาศัยของตนปล่อยให้นักท่องเที่ยวเช่าบางช่วงเวลา เช่น ช่วงเทศกาลที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวในจังหวัดของตนมาก

6) โฮสเทล/โฮมสเตย์ เป็นที่พักในลักษณะของการประยุกต์ใช้ห้องว่างที่มีพื้นที่ไม่มาก และการบริการที่จำกัด โดยการใช้บริการในลักษณะนี้มักมีราคาในการบริการที่ถูก เนื่องจากการบริการที่จำกัด

### 3.2 ที่มาของการแข่งขัน

จากแนวโน้มการท่องเที่ยวในประเทศไทยที่สูงขึ้นทั้งชาวต่างชาติที่เข้ามาเที่ยวในเมืองไทย รวมไปถึงไทยเที่ยวไทย ทำให้ธุรกิจบริการที่พักเป็นปัจจัยที่สำคัญสำหรับนักท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นธุรกิจนี้มีอัตราผลตอบแทนค่อนข้างสูง และเป็นการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ซึ่งผู้บริหารสามารถที่จะควบคุมต้นทุนของการก่อสร้างเองได้ จึงเป็นธุรกิจที่ผู้ประกอบการให้ความสนใจในการลงทุนธุรกิจประเภทนี้อย่างมาก

### 3.3 คู่แข่งขันของธุรกิจ

บีบีโฮสเทล คือ เธอ โฮสเทล, โรงแรมประจวบพิท, ชันบีชเกสต์เฮาส์ ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีทำเลที่ตั้งอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกัน และนอกจากคู่แข่งรายดังกล่าวยังมีคู่แข่งรายอื่นๆที่มีตราสินค้าที่มีชื่อเสียงในหมู่นักใช้บริการ เช่น ตรีชวารีสอร์ท, แอททีบูทีคโฮเทล ฯลฯ แม้ว่าคู่แข่งข้างต้นจะไม่จัดว่าอยู่ในตลาดเดียวกัน แต่คู่แข่งดังกล่าวก็เป็นคู่แข่งทางอ้อมให้แก่ธุรกิจได้เช่นกัน

#### 1) คู่แข่งทางตรง

เธอ โฮสเทล (Thur Hostel) ถือเป็นคู่แข่งกับกิจการที่เป็นคู่แข่งหลัก เนื่องจากมีทำเลที่ตั้งใกล้เคียงกันและ ยังเป็นโรงแรมโฮสเทลชนิดเดียวกันอีกด้วย ซึ่ง เธอ โฮสเทล เป็นที่พักสไตล์โฮสเทลที่ตั้งอยู่บริเวณหน้าอ่าวประจวบ ซึ่งเป็นถนนเรียบติดชายทะเล สามารถมองเห็นวิวทะเลได้ ที่พักราคาย่อมเยา เป็นการปรับปรุงจากสมัยก่อนที่เคยเป็นที่พักอาศัยส่วนบุคคล มาในปัจจุบันมีการปรับปรุงของเจ้าของให้ชั้นบนเป็นโฮสเทลและชั้นล่างเป็นร้านกาแฟเล็กๆ เป็นโฮสเทลที่มีขนาดใหญ่และเป็นที่รู้จักกันปากต่อปาก

ภาพที่ 3.1 : ธีอ โฮสเทล (Thur Hostel)



ที่มา : Agoda.com.(2018).Thun Hostel. Referent from www.agoda.com

#### จุดแข็ง

- เป็นโฮสเทลที่ติดถนนเรียบชายหาดประจวบสามารถมองเห็นวิวทะเล
- ราคาการเข้าพักที่มีราคาถูก

#### จุดอ่อน

- มีจำนวนที่พักรถเพื่อบริการนักท่องเที่ยววันน้อย
- ไม่มีการทำการตลาด และการโฆษณาที่พักรถ
- ไม่มีพื้นที่อเนกประสงค์ส่วนกลาง

#### 2) คู่แข่งทางอ้อม

โรงแรมประจวบบีช เป็นโรงแรมที่เปิดในปี 2550 มีลักษณะเป็นอาคารสูง 5 ชั้น ซึ่งอยู่ติด ถนนเรียบชายทะเล อ่าวประจวบ โดยถือเป็นโรงแรมที่มีชื่อเสียงหนึ่งเมื่อมาท่องเที่ยว ในอำเภอเมืองประจวบคีรีขันธ์ ความสูงของอาคารทำให้ ประจวบบีช สามารถมองเห็นวิวทิวทัศน์ได้ทั้งสองฝั่ง ไม่ว่าจะฝั่งของห้องที่สามารถมองเห็นเขาช่องกระจก หรือฝั่งที่สามารถมองเห็นเขาล้อมหมวก ทำให้เป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยว เมื่อเทียบกับราคาค่าบริการ การเข้าพักที่คุ้มค่า

แผนภาพที่ 3.2 : โรงแรมประจวบบีช



ที่มา : tripadvisor.com.(2018).โรงแรมประจวบบีช. Referent from www. tripadvisor.com

### จุดแข็ง

- สามารถมองเห็นวิวเขาทั้งสองฝั่งของโรงแรม
- มีจำนวนห้องมาก
- เครื่องอำนวยความสะดวกที่ครบครันในรูปแบบของโรงแรม

### จุดอ่อน

- ห้องมีขนาดเล็ก
- พนักงานบริการมีจำนวนน้อยไม่เพียงพอต่อการบริการ
- อาคารค่อนข้างเก่าเนื่องจากสร้างนานและอยู่ติดทะเล

ชั้นปีชเกสต์เฮาส์ ที่พักมีการตกแต่งสไตล์ โรมันและมีบรรยากาศของที่พักที่มีความเป็นส่วนตัวรวมทั้งราคาที่เป็นกันเองรวมไปจนถึงความสะอาดของเกสต์เฮาส์ที่ได้รับการเป็นมาตรฐานตัวอาคารสามารถมองเห็นวิวอ่าวประจวบฯ รวมทั้งการอำนวยความสะดวกในที่พักนั้น จะมีการบริการของสระว่ายน้ำในตัวอาคารอีกด้วย

แผนภาพที่ 3.3 : ชั้นปีชเกสต์เฮาส์



ที่มา : sunbeach-guesthouse.com.(2018). sunbeach-guesthouse. Referent from www.

sunbeach-guesthouse.com



### จุดแข็ง

- ที่พื้นที่บริเวณในการจอดรถ
- ติดวิหะเลอ่าวประจวบ
- ภายในที่พักมีสระว่ายน้ำรองรับผู้ใช้บริการ

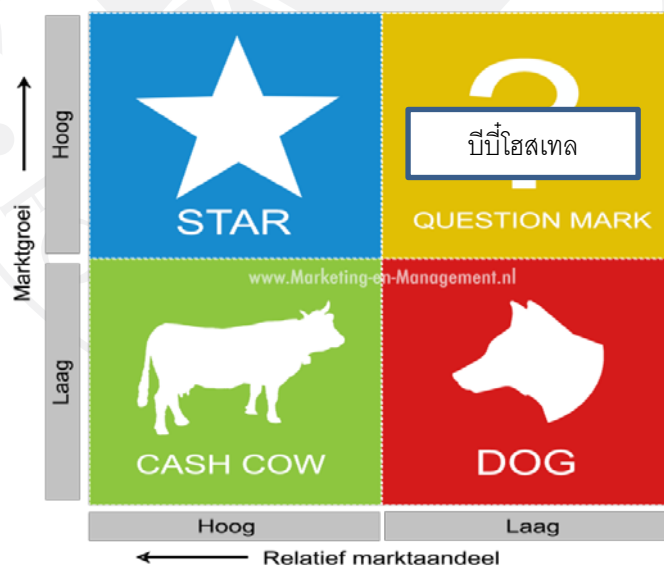
### จุดอ่อน

- ห้องพักรมมีจำนวนน้อย
- ไม่มีห้องอาคารสำหรับผู้ใช้บริการ
- มีพนักงานบริการเพียงคนเดียว

## 3.4 การวิเคราะห์สถานภาพทางธุรกิจ

### 3.4.1 การวิเคราะห์ BCG MODEL

แผนภาพที่ 3.4 : แผนภาพแสดงการวิเคราะห์ BCG Model สำหรับ บีบี โฮสเทล

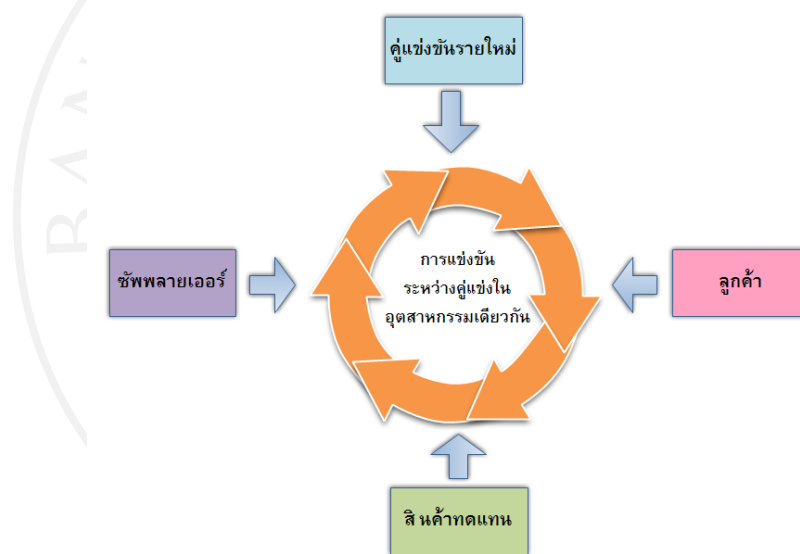


BCG Model คือรูปแบบจำลอง เพื่อนำมาวิเคราะห์ให้เห็นภาพว่าในตลาดสินค้าหรือบริการนั้นๆมีความน่าสนใจแก่ลูกค้ามากน้อยเพียงใด จากการวิเคราะห์แบบจำลองนี้ทำให้ทราบว่าธุรกิจ บีบีโฮสเทล จัดอยู่ในกลุ่ม QUESTION MARK เนื่องจากว่า บีบี โฮสเทล เป็นธุรกิจโรงแรมที่เปิดใหม่ ซึ่งเป็นผลกระทบที่ทำให้มีส่วนแบ่งทางการตลาดที่น้อยในช่วงเริ่มต้น แต่ด้วยการเพิ่มขึ้นของการท่องเที่ยวในประเทศไทยส่งผลให้ธุรกิจโรงแรมมีการเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง ด้วยสไตล์การตกแต่งที่โดดเด่น

เด่นของอาคาร และทำเลที่ตั้งที่อยู่ถนนเรียบขายหาตบระจวบและราคาในการให้บริการที่กิจการตั้งอัตราที่ต่ำกว่าคู่แข่ง แต่กิจการยังไม่สามารถทราบถึงการตอบรับจากลูกค้าที่แน่นอนได้ ว่าการตอบรับของลูกค้าจะดีหรือไม่ ถ้าหากความคาดหวังของกิจการดี มีการตอบรับจากลูกค้าจำนวนมาก กิจการก็จะมีอันดับตำแหน่งของแผนภาพเป็น Star ได้ หากการคาดหวังของกิจการไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง หรือเสียงตอบรับจากลูกค้าไม่ดีก็จะส่งผลให้ตำแหน่งของแบบจำลองปรับมาอยู่ที่ Dog ได้อีกเช่นกัน ดังนั้น จึงมีความจำเป็นอย่างมากที่เราจะต้องดูภาพรวมของเศรษฐกิจและสถานการณ์ว่ามีความผันผวนมาก น้อยเพียงใด และการสนับสนุนของภาครัฐต่อธุรกิจนั้นมียากน้อยเพียงใด

### 3.4.2 การวิเคราะห์ Five Force Model

แผนภาพที่ 3.5 : แผนภาพทฤษฎี Five Force Model



#### 1) RIVALRY AMONG CURRENT COMPETITORS (การแข่งขันภายใน

อุตสาหกรรม)

ในปัจจุบันจะเห็นว่าธุรกิจโรงแรม มีการแข่งขันที่ค่อนข้างสูง เนื่องจากการท่องเที่ยวที่เติบโตขึ้นและการเข้าถึงโลกโซเชียลจากการรีวิวตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆทำให้คนส่วนใหญ่ในปัจจุบันมักใช้เวลาว่างเพื่อท่องเที่ยวกันมากขึ้น แต่ในประเทศไทยนั้นยังถือว่าการแข่งขันของโรงแรมยังไม่สูงนัก เนื่องจากรูปแบบของโรงแรมในลักษณะของ โฮสเทล เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งอื่นๆ เรามีความได้เปรียบในเรื่องของราคาที่เราควบคุมไว้

## 2) BARGAINING POWER OF SUPPLIERS (อำนาจการต่อรองของซัพพลายเออร์)

จำนวนของ Supplier ในปัจจุบันมีค่อนข้างมาก ทำให้มีอำนาจในการต่อรองกับ Supplier ค่อนข้างสูงในเรื่องของวัสดุอุปกรณ์ แต่ในเรื่องของงานฝีมือในการก่อสร้างโรงแรม ด้วยความประณีตของสิ่งก่อสร้าง ทำให้ผู้ขายมีอำนาจในการต่อรองกับธุรกิจมาก เพราะเป็นงานฝีมือในการก่อสร้าง

## 3) BARGAINING POWER OF CUSTOMER (อำนาจต่อรองของลูกค้า)

การต่อรองจากกลุ่มลูกค้า นั้น มีอำนาจในการต่อรองที่สูง เนื่องจากธุรกิจโรงแรมในปัจจุบันมีการขยายตัวอย่างมากทำให้ผู้ใช้บริการมีทางเลือกในการเข้าพักที่หลากหลาย ซึ่ง บีบี โฮสเทลเน้นนักท่องเที่ยวที่มี Life style การท่องเที่ยวแบบสบายๆ มุ่งขะประมาณในการท่องเที่ยวที่จำกัดรูปแบบของการพักชั่วคราว

## 4) THREAT OF SUBSTITUTE PRODUCTS OR SERVICES (ภัยคุกคามจากสินค้า

ทดแทน)

โรงแรมของกิจการนั้นจะมีขนาดเล็ก และการเช่าที่พักจะเป็นในลักษณะของการเช่ารายวัน ที่มีราคาไม่สูงมากนัก ซึ่งธุรกิจโรงแรมที่มีขนาดเล็กในปัจจุบันมีผู้ประกอบการอยู่ค่อนข้างมาก และธุรกิจโรงแรมในทำเลที่ใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยวมีการเติบโตที่สูง จึงทำให้เกิดทางเลือกที่หลากหลายแก่ผู้ใช้บริการ พร้อมทั้งจะเกิดส่วนแบ่งทางการตลาดกับ บีบี โฮสเทลได้ตลอดเวลา หากเกิดส่วนแบ่งกับทางกิจการก็จะทำให้กิจการมีรายได้ที่ลดน้อยลงไปด้วย

## 5) THREAT OF NEW ENTRANCE (ภัยคุกคามจากผู้แข่งขันรายใหม่)

การแข่งขันสำหรับธุรกิจโรงแรมนั้นในปัจจุบันถือว่ามีการแข่งขันที่ค่อนข้างสูง ผู้ประกอบการมีการลงทุนในการก่อสร้างโรงแรมมากขึ้น และในโรงแรมที่เปิดใหม่ ผู้ประกอบการก็จะหาเอกลักษณ์ให้แก่ธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็น ดีไซด์การก่อสร้าง ที่มีหลากหลายรูปแบบ ส่งผลให้โรงแรมในอนาคตมีความดึงดูดใจให้ลูกค้าใช้บริการอย่างมาก

## 3.4.3 การวิเคราะห์ตำแหน่งของสินค้า

ตารางที่ 3.1 : แสดงการวิเคราะห์ตำแหน่งสินค้า

ปัจจัยในการวิเคราะห์	ธุรกิจ	คู่แข่ง
ด้านการบริการ	ในด้านการบริการ บีบีโฮสเทลให้ บริการแก่ลูกค้าตามมาตรฐานของโรงแรม แต่เนื่องจากเป็นโรงแรมขนาดเล็กจึงมีพนักงานจำนวนน้อย แต่บีบี จะเน้นการให้บริการที่เป็นกันเอง รวดเร็ว ละเอียด เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในการใช้บริการ	เนื่องจากโรงแรมคู่แข่งที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่เป็นโรงแรมที่มีขนาดเล็ก จึงทำให้การบริการของพนักงานอาจไม่เป็นไปตามมาตรฐาน และพนักงานส่วนใหญ่ยังไม่มีประสบการณ์มากนักจึงทำให้การแก้ปัญหาเฉพาะหน้าค่อนข้างลำบากเมื่อเกิดเหตุการณ์ที่ฉุกเฉินขึ้น
ทำเลที่ตั้ง	บีบี โฮสเทล มีความได้เปรียบในเรื่องทำเลที่ตั้งเนื่องจากก่อสร้างอยู่หน้าถนนเรียบชายทะเลอ่าวประจวบซึ่งที่แหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว และมีวิวทิวทัศน์ที่สวยงาม แต่อยู่ในอำเภอเมืองทำให้ใกล้แหล่งชุมชนเหมาะแก่การเดินทาง	โรงแรมของคู่แข่งจะตั้งอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกันและบางคู่แข่งก็จัดตั้งอยู่บริเวณใกล้ๆตัวเมืองประจวบฯ แต่โรงแรมส่วนใหญ่จะไม่อยู่ติดกับถนนเรียบชายทะเลอ่าวประจวบเนื่องจากเป็นย่านประมงจึงทำให้ไม่มีโรงแรมมากนัก
สภาพแวดล้อมภายนอกและภายใน	บีบี โฮสเทลมีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวเนื่องจากใกล้แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมของประจวบเช่น เขาช่องกระจก เขาล้อมหมวก นอกจากนี้ยังมีร้านอาหารชื่อดังอยู่ใกล้ๆกับโฮสเทลอีกด้วย และเป็นอาคารที่ก่อสร้างใหม่จึงมีความสะอาดทำให้เป็นที่ประทับใจแก่กลุ่มลูกค้าอย่างมาก	โรงแรมในพื้นที่ส่วนใหญ่จะเป็นโรงแรมที่สร้างมานาน จึงทำให้อาคารมีความเสื่อมโทรมและโรงแรมที่ก่อสร้างมานานก็ไม่มี การปรับปรุงใหม่ทำให้อาคารค่อนข้างเก่า
สิ่งอำนวยความสะดวก	บีบี โฮสเทลพยายามที่จะอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าโดยจัดตั้งโซนชั้น ล็อบบี้ จะเป็นโซนเอนกประสงค์ เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้ดูหนัง เล่นอินเทอร์เน็ต โต๊ะพูล ปาเป้า และทำกิจกรรมต่างๆ	สิ่งอำนวยความสะดวกของคู่แข่งจะเป็นเพียงสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน เช่น ทีวี แอร์ ตู้เย็น เนื่องจากลักษณะห้องพักของคู่แข่งจะเป็นห้องส่วนตัวที่มีขนาดกว้าง

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.1 (ต่อ) : แสดงการวิเคราะห์ตำแหน่งสินค้า

ปัจจัยในการวิเคราะห์	ธุรกิจ	คู่แข่ง
ราคา	ผู้บริหารพยายามที่จะควบคุมราคาของการให้บริการไม่ให้สูงมากนัก และเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าเพื่อคุ้มค่าแก่ราคาค่าเข้าใช้บริการ	ราคาในกลุ่มคู่แข่ง ถือเป็นราคาที่ค่อนข้างสูงเนื่องจาก เป็นห้องพักส่วนบุคคลที่มีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกไว้ในห้องพักแล้ว
ความปลอดภัย	บีบี โฮสเทลได้ทำการจ้างพนักงานรักษาความปลอดภัยในยามวิกาล และทำการติดตั้งระบบรักษาความปลอดภัย ไม่ว่าจะ เป็นกล้องวงจรปิด หรือระบบความปลอดภัยในเรื่องของอัคคีภัย	มีเพียงคู่แข่งบางรายที่มีการติดตั้งระบบความปลอดภัยเนื่องจากเป็นโรงแรมที่มีความก่อสร้างมายาวนาน ระบบของบางแห่งก็มีการขำรุดทรุดโทรมอีกด้วย

### 3.5 การวิเคราะห์การได้เปรียบทางการแข่งขัน

#### 3.5.1 ปัจจัยด้านต้นทุน

กิจการไม่มีต้นทุนของที่ดินเนื่องจากที่ดินการก่อสร้างเป็นที่ดินของกิจการอยู่ก่อนหน้าแล้ว ซึ่งเป็นการลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการก่อสร้างกิจการลงไปได้มาก ประกอบกับพื้นที่ดั้งเดิมเป็นพื้นที่ที่เคยให้บุคคลภายนอกเช่ามาก่อนจึงไม่มีค่าใช้จ่ายในการติดตั้งมิเตอร์น้ำ มิเตอร์ไฟเพิ่ม

#### 3.5.2 ปัจจัยด้านสถานที่

บีบี โฮสเทลจัดตั้งอยู่ในทำเลที่เป็นใจกลางแหล่งท่องเที่ยวและใจกลางชุมชน จึงทำให้การเดินทางเข้าพักอาศัยมีการเดินทางที่สะดวก รวมไปถึงถึงวิวของสภาพแวดล้อมของโรงแรมที่สวยงามอีกด้วย

#### 3.5.3 ปัจจัยด้านการบริหารการจัดการ

ผู้บริหารมีการจัดวางหน้าที่ความรับผิดชอบของพนักงานในตำแหน่งต่างๆอย่างเป็นระบบ และด้วยการเป็นโรงแรมที่มีขนาดเล็กจึงทำให้การทำงานของพนักงานขึ้นตรงกับผู้บริหารเพียงคนเดียว และยังมีการอบรมพนักงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้พนักงานทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ

#### 3.5.4 ปัจจัยการส่งเสริมการตลาด

บีบี โฮสเทลมีการส่งเสริมการตลาดโดยมีการรีวิวผ่านโซลเซียล จึงเป็นที่รู้จักอย่างรวดเร็วและมีการประชาสัมพันธ์ ผ่านการท่องเที่ยวของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในการแนะนำโรงแรมให้กับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัด

### 3.5.5 ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม

เนื่องจาก บีบี โฮสเทล เป็นโรงแรมที่มีขนาดเล็ก มีการจัดที่พักแบ่งออกเป็นโซนต่างๆ ที่มีการอยู่ร่วมกัน ผู้บริหารจึงออกแบบโรงแรมเป็นโซนๆ โดยมีการแบ่งโซนของห้องนอนกประสงค์เพื่อให้ผู้เข้าใช้บริการได้พักผ่อนหย่อนใจและทำกิจกรรมต่างๆในโซนนี้ เช่น กีฬาทางร่ม โต้ะพลุ ปาเป้า และนั่งเล่นอินเทอร์เน็ตเป็นต้น รวมไปถึงมีมุมคาเฟ่กาแฟให้คอยบริการแก่ผู้เข้าพักอาศัยอีกด้วย



## บทที่ 4

### การจัดทำกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ

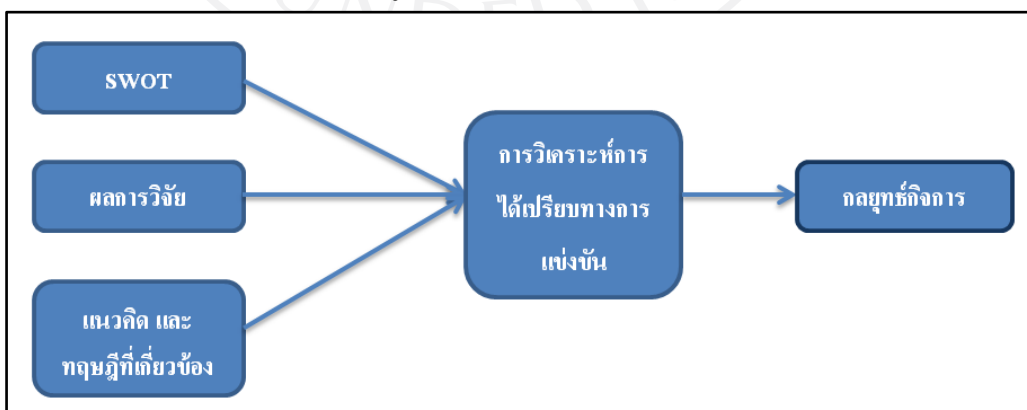
บทนี้เป็นการนำเสนอเกี่ยวกับการจัดทำกลยุทธ์ และแผนงานภายใต้แนวคิด และทฤษฎีเรื่อง SWOT Analysis โดยเนื้อหาประกอบด้วย ภาพแสดงกรอบแนวคิดที่นำไปสู่กลยุทธ์ที่ต้องสร้าง ประเภทของกลยุทธ์ แผนปฏิบัติการและการกำหนดตัวชี้วัดเพื่อการประเมินผล แผนงานด้านการเงินและงบประมาณ และแผนรองรับการขยายธุรกิจในอนาคต

#### 4.1 กรอบแนวคิดที่นำไปสู่กลยุทธ์

ปีบี โฮสเทล ได้มีการจัดทำกลยุทธ์ทางธุรกิจบนพื้นฐานของการแข่งขันทางธุรกิจโดยปีบีโฮสเทลได้มีการนำข้อมูล SWOT Analysis สำหรับการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของกิจการ และการวิเคราะห์ข้อมูลจากคู่แข่งในตลาด ไปจนถึงการใช้ผลการวิจัยในตลาด สำหรับการวิเคราะห์เพื่อจัดทำแนวทางสำหรับกลยุทธ์ ภายใต้แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องได้แก่

- 1) แนวคิดเกี่ยวประสมทางการตลาด 7Ps ( Marketing Mix '7Ps )
- 2) แนวคิดทฤษฎีกำหนดยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ (TOWS Matrix )
- 3) แนวคิดทฤษฎีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด ( 5 FORCES MODEL)

แผนภาพที่ 4.1 : กรอบแนวคิดที่นำไปสู่กลยุทธ์



## 4.2 แนวคิดและทฤษฎีที่นำมาใช้

### 1) แนวคิดเกี่ยวประสมทางการตลาด 7Ps ( Marketing Mix '7Ps )

องค์ประกอบของ 7Ps ถือได้ว่าเป็นส่วนผสมทางการตลาดด้วยการนำแนวความคิดของ MARKETING MIX และ SERVICE MIX เพื่อกำหนดแนวทางและการจัดวางกลยุทธ์สำหรับธุรกิจด้านการบริการโดยเฉพาะ SERVICE MARKETING MIX โดยประกอบด้วย

แผนภาพที่ 4.2 : SERVICE MARKETING MIX



โดยถือการองค์ประกอบ 4P เป็นส่วนประสมทางการตลาดที่ทุกคนคุ้นเคยเป็นอย่างดี ที่ผู้ประกอบการหรือเจ้าของกิจการจะนำข้อมูลในองค์ประกอบ 4P มาทำการวิจัยเพื่อนำไปใช้ในการขับเคลื่อนสินค้าก่อนที่จะออกสู่ตลาด โดยองค์ประกอบของ 4P มีดังนี้

- Product เป็นปัจจัยอันดับแรกที่เป็นตัวชี้ให้เห็นว่ากิจการพร้อมในการเริ่มธุรกิจ โดยที่ผู้ประกอบการต้องมีสิ่งที่จะนำออกสู่ตลาดไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของตัวสินค้าหรือบริการ เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีอยู่ โดยที่สินค้าหรือบริการที่มีต้องผสมกับความพอใจและผลประโยชน์อื่นที่ลูกค้าจะได้รับจากสินค้าหรือบริการนั้นๆ โดยหน้าที่ของผู้ประกอบการคือการพัฒนาสินค้าหรือการบริการให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเป็นการสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคเป็นอันดับแรก



- Price เมื่อผู้ประกอบการมีการวางตัวสินค้าหรือบริการออกสู่ตลาดแล้ว สิ่งที่สำคัญ คือ การกำหนดราคาแก่สินค้าหรือบริการที่มีให้เหมาะสมกับสิ่งที่ผู้ประกอบการได้นำเสนอขายออกสู่ตลาด ก่อนการกำหนดราคาแก่สินค้าผู้ประกอบการต้องทราบว่าผู้ประกอบการต้องรู้ถึงเป้าหมายในการทำราคา เช่น ประเภอบการต้องทราบว่า การตั้งราคาในครั้งนี้ผู้ประกอบการต้องการเป้าหมายที่เป็นกำไรหรือต้องการเพิ่มส่วนครองตลาดของผู้บริโภค รวมไปถึงจนถึงผู้ประกอบการต้องการใช้กลยุทธ์ในการตั้งราคาอีกด้วย
- Place สินค้าที่ผู้ประกอบการนำมาเสนอออกสู่ตลาดนั้นถึงจะมีคุณสมบัติที่ดีอย่างไรก็ตาม ถ้าหากผู้บริโภคไม่สามารถหาแหล่งซื้อสินค้าเหล่านี้ได้ก็จะทำให้ไม่ได้สินค้านั้นๆกลับมาตามความต้องการ สินค้านั้นก็กลายเป็นสินค้าที่ไม่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ ดังนั้นนักการตลาดควรทราบถึงสถานที่จัดจำหน่ายและวันเวลาที่เหมาะสมในการจำหน่ายอีกด้วย
- Promotion การส่งเสริมการตลาดเป็นการศึกษาแนวทางเพื่อการติดต่อสื่อสารไปยังเป้าหมาย โดยการส่งเสริมการตลาดมีวัตถุประสงค์เพื่อ เป็นการสื่อสารให้ลูกค้าทราบว่าสินค้าที่ออกจำหน่ายนั้นพยายามชักชวนให้ลูกค้าซื้อและเพื่อเตือนความทรงจำกับบริโภค โดยในการสื่อสารเพื่อความเข้าใจสำหรับผู้รับและผู้ส่งนั้น
- People ทางด้านบุคลากรเป็นการอาศัยการคัดเลือกบุคลากรหรือการพัฒนาอบรม เพื่อเป็นการสร้างความพึงพอใจแก่ผู้ใช้สินค้าที่นำเสนอออกสู่ตลาดโดยเป็นการทำให้สินค้าที่มีอยู่แตกต่างจากคู่แข่ง โดยบุคลากรในองค์กรต้องมีความสามารถในการตอบสนองต่อผู้บริโภคได้
- Physical Evidence เป็นการนำเสนอในด้านกายภาพ ที่แสดงให้เห็นถึงถึงลักษณะทางกายภาพให้กับผู้บริโภคให้เห็นเป็นธรรมชาติ โดยเป็นการสร้างภาพรวมขององค์กรทั้งในด้ายของกายภาพและรูปแบบการบริการเพื่อสร้างคุณค่าแก่ผู้รับ
- Process สำหรับด้านกระบวนการเป็นกิจกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับระเบียบข้อบังคับและการปฏิบัติงานในด้านการบริการ ที่เป็นการเสนอให้ ผู้ใช้บริการอย่างรวดเร็ว และทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจ

## 2) แนวคิดทฤษฎีกำหนดยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ (TOWS Matrix )

เทคนิคสำหรับ TOWS Matrix เป็นการประเมินสภาพแวดล้อมในการมองถึง จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรคของกิจการ และนำข้อมูลเหล่านี้มาวิเคราะห์ในรูปแบบของ TOWS Matrix เพื่อออกเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ต่างๆของการการ โดยประกอบด้วย 2 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

- การระบุจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัด เป็นการประเมินสภาพแวดล้อมของกิจการเพื่อระบุถึง จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ในกิจการ กล่าวได้ว่ากลยุทธ์ของการวิเคราะห์ TOW MATRIX นั้นจะขึ้นอยู่กับความสามารถของผู้วิเคราะห์ว่าสามารถวิเคราะห์ได้มากน้อยเพียงใด ซึ่งการวิเคราะห์จะนำไปสู่การวางแผนกลยุทธ์ หากการวิเคราะห์ที่ได้มีความละเอียด ไม่เพียงพอจะนำไปสู่กลยุทธ์ที่ขาดความหลักแหลมและอาจมีข้อผิดพลาดได้

- การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างจุดแข็งกับโอกาส จุดแข็งกับข้อจำกัด จุดอ่อนกับโอกาส และจุดอ่อนกับข้อจำกัด เป็นผลจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ในด้านกลยุทธ์โดยแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้

- กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) เป็นการนำข้อมูลในการวิเคราะห์เรื่อง จุดแข็ง และโอกาสนำมาพิจารณาควบคู่กัน เพื่อนำไปกำหนดยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ในเชิงรุก
- กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategy) เกิดจากการนำข้อมูลการวิเคราะห์ในด้านจุดแข็งและข้อจำกัดมาวิเคราะห์ร่วมกัน เพื่อนำไปกำหนดกลยุทธ์เชิงป้องกัน
- กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy) เป็นการนำข้อมูลของการวิเคราะห์ในด้านจุดอ่อนและโอกาสมาวิเคราะห์ร่วมกัน เพื่อเป็นการกำหนดกลยุทธ์ในเชิงแก้ไข
- กลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategy) เป็นการนำการวิเคราะห์ทางด้านจุดอ่อน และข้อจำกัดมาพิจารณาร่วมกัน เพื่อนำไปพิจารณาไปเป็นกลยุทธ์เชิงรับ

### 3) แนวคิดทฤษฎีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด ( 5 FORCES MODEL)

- อำนาจการต่อรองจากผู้บริโภค (BARGAINING POWER OF CUSTOMER) การกำหนดราคาในตลาดบางครั้งเกิดจากผู้ซื้อที่มีอำนาจในการกำหนดราคาสินค้าให้เพิ่มขึ้นหรือลดลง หรืออาจเป็นการกำหนดคุณภาพของสินค้าหรือการบริการให้มีคุณภาพที่สูงขึ้นได้ตามที่ต้องการ ในด้านของผู้ประกอบการหมายถึง การลดราคาให้ต่ำลงหรือการเพิ่มต้นทุนในการผลิตให้มีคุณภาพที่สูงขึ้น นั่นหมายความว่า กำไรของการจำหน่ายจะลดลงในเชิงของผู้ประกอบการนั่นเอง เพราะผู้บริโภคสามารถมีสิทธิในการเสนอซื้อสินค้าหรือบริการจากผู้ค้ารายอื่นที่มีความพึงพอใจได้
- อำนาจการต่อรองของซัพพลายเออร์ (THE BARGAINING POWER OF SUPPLIERS) การเผชิญหน้ากับ Supplier เป็นการลดอำนาจในการต่อรองกับผู้บริโภคเพื่อเป็นการค้าสินค้าที่มีราคาที่สูงขึ้นหรือมีคุณภาพสูงขึ้นไปผู้ผลิตไม่มีสิทธิเลือกเนื่องจากการกำหนดจากผู้บริโภค หากผู้ประกอบการต้องมีการเผชิญหน้ากับซัพพลายเออร์ที่มีจำนวนน้อยยิ่งทำให้มีอำนาจในการต่อรองน้อยลงด้วย เนื่องจากทางเลือกที่น้อยลง จึงส่งผลให้การผลิตของเราจะมีต้นทุนที่สูงขึ้น ในทางกลับกัน หากผู้ประกอบการมีการรวมตัวเพื่อต่อรองกับซัพพลายเออร์หรือซัพพลายเออร์มีสินค้าก็จะเป็นการส่งผลให้ผู้ผลิตมีอำนาจในการต่อรอง จะเป็นการส่งผลให้การผลิตมีต้นทุนที่ต่ำลงทำให้มีกำไรที่สูงขึ้น
- การคุกคามของผู้ประกอบการรายใหม่ (THREAT OF NEW ENTRANTS) สำหรับหัวข้อนี้เป็นการพิจารณาถึงอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดใหม่ของสินค้า แน่นอนว่าธุรกิจที่ก่อให้เกิดกำไรนั้น และมีอุปสรรคต่านั้นก็ส่งผลให้คู่แข่งหน้าใหม่มีมากขึ้นในตลาดเดียวกัน ส่วนแบ่งทางการตลาดที่เคยมีหรือกำไรที่เคยได้รับก็จะลดลง สำหรับธุรกิจรายใหญ่อาจได้รับผลกระทบเพียงเล็กน้อย แต่สำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะได้รับผลกระทบอย่างมาก การสร้างแบรนด์ที่มีความแข็งแกร่งจะเป็นการลดอุปสรรคที่เกิดจากคู่แข่งรายใหม่ได้อีกด้วย
- การคุกคามของสินค้าทดแทน (THREAT OF SUBSTITUTES) การคุกคามของสินค้าทดแทนนั้นมักเกิดจากลูกค้าที่มีการหาสินค้าทดแทนสินค้าในตลาดของเราได้ โดยสินค้าทดแทนจะมีคุณสมบัติที่คล้ายกันละอาจมีราคาที่ต่ำกว่าสินค้าที่เคยใช้ จึงทำให้เกิดการตัดสินใจเลิกใช้สินค้านั้นๆและเปลี่ยนเป็นสินค้าทดแทน เราจึงต้องสร้างจุดเด่นแก่สินค้าเพื่อให้ผู้บริโภคไม่สามารถหาสินค้าทดแทนได้นั่นเอง

- การแข่งขันท่ามกลางคู่แข่งที่มีอยู่ (RIVALRY AMONG EXISTING COMPETITORS) ความรุนแรงของการแข่งขันประกอบด้วยปัจจัยใน 4 หัวข้อข้างต้น อำนาจผู้บริโภค อำนาจซัพพลายเออร์ การคุกคามของสินค้าทดแทน เป็นปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดการแข่งขันทั้งสิ้น หากตลาดไหนที่มีการแข่งขันที่รุนแรงก็จะส่งผลให้ธุรกิจนั้นๆ มีความเสี่ยงอย่างมาก ดังนั้นการตัดสินใจลงแข่งขันในตลาดผู้ประกอบการต้องมีการเตรียมพร้อมในการรับมือเพื่อความอยู่รอดในตลาดให้ได้

#### 4.3 ประเภทของกลยุทธ์และแผนการปฏิบัติงาน

ตารางที่ 4.1 : การวิเคราะห์กลยุทธ์ TOWS Strategic Alternatives Matrix

TOWS Strategic Alternatives Matrix		
	External Opportunities (O)	External Threats (T)
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. รัฐบาลสนับสนุนการท่องเที่ยว เป็นตัวสร้างเม็ดเงินเข้าประเทศ</li> <li>2. พื้นที่ตั้งโฮเทลตั้งอยู่ใจกลางแหล่งชุมชนมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน</li> <li>3. คนในพื้นที่มีอาชีพเสริม เพื่อสร้างรายได้เพิ่มเติม</li> <li>4. สัญญาณอินเทอร์เน็ตมีความแม่นยำสามารถรองรับการบริการจากลูกค้าได้</li> <li>5. สามารถใช้โซเชียลเน็ตเวิร์คได้โดยตรงในการรีวิวหรือจองห้องพักกับทางลูกค้า</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ความไม่มั่นคงทางการเมือง</li> <li>2. เศรษฐกิจทั่วโลกมีความไม่แน่นอนเนื่องจาก ประเด็นการเมืองในยุโรปอาจส่งผลกระทบต่อตลาดการท่องเที่ยว</li> <li>3. ไลฟ์สไตล์การท่องเที่ยวส่งผลต่อการใช้บริการห้องพัก</li> <li>4. ผู้บริโภคต้องการข้อมูลที่ สามารถเข้าถึงได้ง่ายและใช้เวลาน้อยในการตัดสินใจเลือกข้อมูล</li> </ol>

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ) : การวิเคราะห์กลยุทธ์ TOWS Strategic Alternatives Matrix

TOWS Strategic Alternatives Matrix		
<p>3. พนักงานมีความรู้ด้านบริการสามารถทำงานได้หลากหลาย (Butler Service)</p> <p>4. สามารถรองรับลูกค้าได้หลายระดับด้วยโซนบริการที่พักที่แตกต่าง</p>	<p>3. รองรับลูกค้าด้วยโซน Lounge และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ เพื่อรอเข้าพักหรือไปสถานที่ท่องเที่ยว</p> <p>4. เป็น Partner กับร้านค้าใกล้เคียง เพื่อสร้างรายได้และลูกค้าที่เพิ่มขึ้น</p>	<p>2. เมื่อเศรษฐกิจโลกมีความผันผวนทางกิจการเปิดโอกาสให้คนในชุมชนสามารถสร้างรายได้โดยการรับฝากขายของฝากให้ชุมชน</p> <p>3. มีการปรับปรุงเว็บไซต์เสมอเพื่อแจ้งข่าวสารแก่ลูกค้าถึงข้อมูลการบริการว่ามีอะไรที่ตอบโจทย์ลูกค้าบ้าง</p>
<p><b>Internal Weaknesses (W)</b></p> <p>1. โฮสเทลตั้งอยู่ห่างจากสถานีขนส่ง ทำให้ผู้ไม่มีรถส่วนตัวเดินทางไม่สะดวก</p> <p>2. ขนาดพื้นที่ห้องค่อนข้างเล็ก เนื่องจากที่ดินในการก่อสร้างมีขนาดพื้นที่ 60 ตารางวา</p>	<p><b>WO</b></p> <p>1. สำรวจข้อมูลว่าลูกค้ามีความต้องการอย่างไร และนำมาปรับปรุง เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า</p> <p>2. นำของเก่ามาตกแต่งโฮสเทลเพื่อบ่งบอกสไตล์การก่อสร้างแนว LOFT เพื่อบ่งบอกเอกลักษณ์ของโฮสเทล</p> <p>3. เมื่อเกิดสถานการณ์ทางการเมือง คนในชุมชนพร้อมที่จะให้ความช่วยเหลือลูกค้า มีความเป็นมิตร มีการเผยแพร่วัฒนธรรมไทยที่เป็นสยามเมืองยิ้ม</p>	<p><b>WT</b></p> <p>1. สำรวจความต้องการของผู้ใช้บริการเพื่อนำไปปรับปรุงกิจการ</p> <p>2. ใช้สื่อทางโซเชียลเพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ</p>

ตารางที่ 4.2 : แสดงประเภทของกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ

ประเภทของกลยุทธ์	รายละเอียดของกลยุทธ์
<p>1. กลยุทธ์ในการสร้างความแตกต่าง</p>	<p><u>วัตถุประสงค์ :</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. เพื่อสร้างความแตกต่างในห้องพักหรือการบริการ</li> <li>2. เพื่อการสร้างคุณภาพความพึงพอใจแก่ลูกค้า</li> <li>3. ตอบสนองความต้องการสำหรับผู้ใช้บริการอย่างเต็มที่</li> </ol> <p><u>งบประมาณ :</u> 700,000 บาท</p> <p><u>การดำเนินกลยุทธ์ :</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. บีบีเอสเทลเป็นการสร้างความแตกต่างของที่พักด้วยการนำเทคโนโลยีในปัจจุบันผสมลงในห้องพัก ด้วยเทคโนโลยีของ Smart home เป็นระบบบ้านอัจฉริยะ ที่สามารถทำให้ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงและควบคุมอุปกรณ์ผ่านสมาร์ทโฟน ไม่ว่าจะป็นระบบไฟในที่พัก การควบคุมทีวี เป็นการควบคุมจากระยะทางไกลให้เกิดความสะดวกสบายยิ่งขึ้น</li> <li>2. การตกแต่งภายในห้องพักที่ใช้สไตล์การตกแต่ง แนว LOFT เพื่อให้ดูทันสมัย</li> <li>3. ส่วนในด้านบริการนั้น จะเน้นการให้พนักงานสื่อสารกับลูกค้าอย่างจริงใจ และยิ้มแย้มเสมอ เพื่อให้เกิดความประทับใจแก่ลูกค้ามากที่สุด</li> <li>4. นอกจากที่กล่าวมา บีบีเอสเทลยังมีการบริการรถรับส่งผู้พักอาศัยไปยังสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญอีกด้วย</li> <li>5. ทางเอสเทลมัจกรยานเพื่อคอยบริการลูกค้าที่ต้องการชมสถานที่ต่างๆอีกด้วย</li> </ol>
<p>2. กลยุทธ์โดยวิเคราะห์ 7Ps</p> <p>- การเพิ่มช่องทางการติดต่อกับลูกค้า</p>	<p><u>วัตถุประสงค์ :</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. เพิ่มช่องทางการติดต่อให้ลูกค้าสามารถสื่อสารกับทางเอสเทลได้สะดวกยิ่งขึ้น</li> <li>2. กระจายภาพลักษณ์ของเอสเทลออกไปยังกว้างขวาง</li> <li>3. เป็นการบอกผ่านกิจกรรมทางเอสเทลและให้ข้อมูลแก่ลูกค้ารวดเร็วยิ่งขึ้น</li> </ol> <p><u>งบประมาณ :</u> 20,000 บาท</p>

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.2 (ต่อ) : แสดงประเภทของกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ

ประเภทของกลยุทธ์	รายละเอียดของกลยุทธ์
- กลยุทธ์ด้านราคา	<p><u>การดำเนินกลยุทธ์ :</u></p> <p>ในปัจจุบันช่องทางการสื่อสารผ่านโซเชียลมีเดียเป็นช่องทางที่สำคัญที่สุดในการสร้างช่องทางการสื่อสารกับลูกค้า โดย บีบีโฮสเทลได้เพิ่มโอกาสในการติดต่อสื่อสารผ่าน เครื่องมือสื่อสารคือ iPad ในราคา 20,000 บาท โดยสร้างช่องทางการติดต่อผ่าน Application ต่างๆ เพื่อให้ลูกค้ามีความสะดวกในการสอบถามยิ่งขึ้น</p>
	<p><u>วัตถุประสงค์ :</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. สามารถให้กลุ่มลูกค้าสามารถเข้าพักในราคาที่สามารถรับได้</li> <li>2. เป็นการสร้างโฮสเทลที่มีคุณภาพในราคาที่ไม่แพง</li> <li>3. สามารถกำหนดราคาห้องพักให้เหมาะสมยิ่งขึ้น</li> </ol>
	<p>งบประมาณ : 10,000 บาท</p>
- กลยุทธ์ด้านบุคลากร	<p><u>การดำเนินกลยุทธ์ :</u></p> <p>บีบี โฮสเทลมีการจัดทำแบบสอบถามในการลงพื้นที่เพื่อสำรวจความพึงพอใจของผู้บริโภคและสำรวจข้อมูลต่างๆ เพื่อทราบถึงความต้องการของลูกค้าในการใช้บริการ</p>
	<p><u>วัตถุประสงค์ :</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. เพื่อให้ลูกค้ารับบริการที่มีประสิทธิภาพ</li> <li>2. สร้างความประทับใจแก่ลูกค้าในการบริการ</li> <li>3. เพื่อเสริมสร้างทักษะในการบริการแก่พนักงานอย่างมีประสิทธิภาพ</li> </ol>
	<p>งบประมาณ :- บาท</p>
	<p><u>การดำเนินกลยุทธ์ :</u></p> <p>สำหรับธุรกิจโรงแรมการบริการถือเป็นเรื่องสำคัญโดยผู้ประกอบการต้องสร้างคุณภาพในการบริการโดยจัดทำคำบรรยายลักษณะงานแก่พนักงาน มีการจัดฝึกอบรมให้พนักงานมีประสิทธิภาพ ติดตามวัดผลการทำงานของพนักงานอย่างสม่ำเสมอ</p>

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.2 (ต่อ) : แสดงประเภทของกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ

ประเภทของกลยุทธ์	รายละเอียดของกลยุทธ์
3. กลยุทธ์ด้านความปลอดภัย	<u>วัตถุประสงค์ :</u> 1. สร้างความเชื่อมั่นในการใช้บริการ 2. สร้างความไว้วางใจในการบริการ 3. ทำให้ระงับการนำเชื่อ้อย่างขึ้น
	<u>งบประมาณ :</u> 180,000 บาท
	<u>การดำเนินงานของกลยุทธ์ :</u> ในธุรกิจบริการความปลอดภัยถือมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะ หากกิจการมีการวางระบบความปลอดภัยที่ดีจะเป็นการสร้างความมั่นใจให้ผู้ใช้บริการ โดยการจัดทำผังงานการดูแลความปลอดภัยของกิจการมีการจ้างพนักงานรักษาความปลอดภัยในยามวิการ ติดตั้งอุปกรณ์รักษาความปลอดภัยจากเหตุการณ์ฉุกเฉินต่างๆในตัวอาคาร

ตารางที่ 4.3 : แผนงานด้านการเงิน และงบประมาณ

ประเภทของแหล่งเงินทุน	การวิเคราะห์ข้อดี - ข้อเสีย
กลยุทธ์แหล่งเงินทุนภายใน	ข้อดี 1.) การใช้เงินทุนภายในจะไม่มีเสียดอกเบี้ยในการกู้ยืมเงิน 2.) ไม่มีการใช้หลักประกันในการค้าประกันการกู้ยืมเงิน
กลยุทธ์แหล่งเงินทุนภายนอก	ผู้ประกอบการไม่มีการกู้ยืมเงินจากภายนอก



ตารางที่ 4.4 : แสดงรายละเอียดงบประมาณการลงทุน

รายการ	รวม	แหล่งที่มา	
		ส่วนของผู้ถือหุ้น	เจ้าหนี้(เงินกู้ยืม)
<b>สินทรัพย์ถาวร</b>			
อาคาร	5,000,000.00	5,000,000.00	-
ระบบโปรแกรม	150,000.00	150,000.00	-
อุปกรณ์เครื่องใช้	1,000,000.00	1,000,000.00	-
จักรยาน	200,000.00	200,000.00	-
<b>สินทรัพย์ถาวรรวม</b>	<b>6,350,000.00</b>		
<b>ค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินงาน</b>			
ค่าตกแต่ง	300,000.00	300,000.00	-
ค่าใช้จ่ายสำนักงาน	100,000.00	100,000.00	-
ค่าประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขาย	50,000.00	50,000.00	-
<b>เงินทุนหมุนเวียน</b>	100,000.00	100,000.00	-
	-	-	-
<b>รวมเงินลงทุนเริ่มต้น</b>	<b>6,900,000.00</b>	<b>6,900,000.00</b>	-
สัดส่วนโครงสร้างเงินทุน(%)	100	100	-

การลงทุนสำหรับธุรกิจโฮสเทลประกอบไปด้วย

อาคารในการพักอาศัย เพื่อให้ผู้บริการเข้าใช้ที่พักและมีการลงระบบโปรแกรมของกิจการเพื่อควบคุมการ รับ - จ่าย เงินอย่างรัดกุมนอกจากนี้

โดยรายละเอียดต่างๆในด้านต้นทุนในแต่ละส่วนนั้น มีการแจกแจงค่าใช้จ่ายไว้ในตารางข้างต้นแล้ว สินทรัพย์ดังกล่าวข้างต้นเป็นสินทรัพย์ของธุรกิจซึ่งจะมีการใช้งานเมื่อธุรกิจเริ่มการดำเนินการแล้ว และสินทรัพย์ดังกล่าวจะมีมูลค่าลดลงตามค่าเสื่อมราคาของสินทรัพย์นั้นๆในแต่ละปี

สรุป ได้ว่า เงินลงทุนรวมในกิจการ ปีปีโฮสเทลนั้น เท่ากับ 6,610,000 บาท โดยสัดส่วนทั้งหมดเป็นเงินลงทุนในส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งจำนวน

ตารางที่ 4.5 : แสดงรายละเอียดการคิดค่าเสื่อมราคา

การคำนวณค่าเสื่อมราคา	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์ถาวรรวม	6,350,000.00				
ค่าเสื่อมราคาต่อปี	635,000.00	635,000.00	635,000.00	635,000.00	635,000.00
ค่าเสื่อมราคาสะสม	635,000.00	1,270,000.00	1,905,000.00	2,540,000.00	3,175,000.00
สินทรัพย์ถาวรรวม	6,350,000.00	6,350,000.00	6,350,000.00	6,350,000.00	6,350,000.00
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	635,000.00	1,270,000.00	1,905,000.00	2,540,000.00	3,175,000.00
<b>สินทรัพย์ถาวรรวมสุทธิ</b>	<b>5,715,000.00</b>	<b>5,080,000.00</b>	<b>4,445,000.00</b>	<b>3,810,000.00</b>	<b>3,175,000.00</b>
ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าตกแต่ง	300,000.00				
ค่าตกแต่งตัดจ่าย	60,000.00	60,000.00	60,000.00	60,000.00	60,000.00
ตัดจ่ายสะสม	60,000.00	120,000.00	180,000.00	240,000.00	300,000.00
ค่าตกแต่ง	300,000.00	300,000.00	300,000.00	300,000.00	300,000.00
หักตัดจ่ายสะสม	60,000.00	120,000.00	180,000.00	240,000.00	300,000.00
<b>ค่าตกแต่งสุทธิ</b>	<b>240,000.00</b>	<b>180,000.00</b>	<b>120,000.00</b>	<b>60,000.00</b>	<b>-</b>

จากข้อมูลในตารางดังกล่าว คือการตัดจำหน่ายสินทรัพย์ของกิจการ เนื่องจากสินทรัพย์ดังกล่าวจะมีอายุการใช้งานตามการประเมินของสินทรัพย์ในแต่ละชนิด ซึ่งเป็นการคิดตามวิธีเส้นตรง โดยมีการตัดค่าเสื่อมราคาอยู่ที่ 10 ปี ตลอดระยะเวลา 10 ปี ค่าเสื่อมราคาจะลดลงเรื่อยๆ ซึ่งการตัดค่าเสื่อมราคาในแต่ละปีจะได้ราคาของสินทรัพย์คงเหลือในแต่ละปีอีกด้วย โดยจะเป็นค่าใช้จ่ายที่ไม่ถือเป็นตัวเงิน โดยค่าเสื่อมราคาจะมีมูลค่าเท่ากับสินทรัพย์ถาวร/อายุการใช้งานของสินทรัพย์

ตารางที่ 4.6 : แสดงการประมาณการรายได้

การประมาณการรายได้	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้จากการให้บริการ ปี 1-5 กรณี MOST LIKELY CASE (เพิ่ม 5% ต่อปี)					
โซน 1-2 โซนหญิง,ชาย (ล้วน)	1,825,200.00	1,916,460.00	2,012,283.00	2,112,897.15	2,218,542.01
โซน 3 โซนหญิง,ชาย	982,800.00	1,031,940.00	1,083,537.00	1,137,713.85	1,194,599.54
โซน 4 โซนไพรเวท	1,234,800.00	1,296,540.00	1,361,367.00	1,429,435.35	1,500,907.12
ค่าบริการ Service Vcharge (10%)	404,280.00	424,494.00	445,718.70	468,004.64	491,404.87
ร้านอาหาร (ค่าอาหารเครื่องดื่ม)	900,000.00	945,000.00	992,250.00	1,041,862.50	1,093,955.63
บริการเช่าจักรยาน	90,000.00	90,000.00	90,000.00	90,000.00	90,000.00
สินค้าของฝากประจำจังหวัด	144,000.00	151,200.00	158,760.00	166,698.00	175,032.90
<b>รายได้ค่าบริการต่อปี</b>	<b>5,581,080</b>	<b>5,855,634</b>	<b>6,143,916</b>	<b>6,446,611</b>	<b>6,764,442</b>

การประมาณการรายได้เกิดจากการประมาณการในระดับ Most likely case ใน อัตราการเข้าพักที่ 65% ซึ่งราคาของโซนที่ 1-3 มีจำนวนทั้งหมด 30 เตียง ในราคาหัวละ 390 และ โซนที่ 4 เป็นโซนไพรเวทซึ่งเป็นเตียงขนาด 6 ฟุต สามารถพักได้เตียงละ 2 คน ในราคาเตียงละ 490 และมีอัตราการเข้าพักที่เพิ่มขึ้น 5 % ในปีถัดไป จากการเก็บรวบรวมของเรือนพฤษา รีสอร์ททำให้ ทราบว่าแบรนด์เรือนพฤษาได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ โดย ระยะเวลาการเปิดกิจการมา 5 ปี แต่มีอัตราเปอร์เซ็นต์การเข้าพักถึง 70 % ทำให้การขาดการของ ธุรกิจ ปีนี้ โสสเทลอยู่ในระดับ Most likely case

ตารางที่ 4.7 : แสดงประมาณการค่าใช้จ่าย

ต้นทุนคงที่	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าเช่าสถานที่					
ค่าน้ำประปา (เพิ่ม 2%)	18,000	18,360	18,727	19,102	19,484
ค่าไฟฟ้า (เพิ่ม 5%)	150,000	157,500	165,375	173,644	182,326
ค่าอินเทอร์เน็ต	12,000	12,000	12,000	12,000	12,000
ค่าโทรศัพท์ (เพิ่ม 5%)	12,000	12,600	13,230	13,892	14,586
ค่าเสื่อมราคา	635,000	635,000	635,000	635,000	635,000
ค่าใช้จ่ายค้จ่าย	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000
เงินเดือน	612,000	642,600	674,730	708,467	743,890
โฆษณา	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000
<b>รวมต้นทุนคงที่</b>	<b>1,519,000</b>	<b>1,558,060</b>	<b>1,599,062</b>	<b>1,642,103</b>	<b>1,687,286</b>

จากตารางค่าใช้จ่ายดังกล่าวจะเห็นอัตราการเพิ่มขึ้น 5% ของค่าน้ำประปา ค่าไฟฟ้า และค่าโทรศัพท์ซึ่งเป็นยอดค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นจากการคาดการณ์ของรายได้ทำให้ค่าใช้จ่ายดังกล่าว เพิ่มขึ้น และเงินเดือนเกิดจากกิจการทำการจ้างแม่บ้าน 2 อัตรา และพนักงานรักษาความปลอดภัยใน ยามวิกาล 1 อัตรา รวมเดือนละ 27,000 บาทและพนักงานต้อนรับจำนวน 2 อัตรา เดือนละ 24,000 บาท

ตารางที่ 4.8 : แสดงการประมาณการต้นทุนผันแปร

ต้นทุนผันแปร	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ต้นทุนการให้บริการ	1,116,216	1,171,127	1,228,783	1,289,322	1,352,888
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด 5%	279,054	292,782	307,196	322,331	338,222
ส่งเสริมการขาย	-	-	-	-	-
รวมต้นทุนผันแปร	1,395,270	1,463,909	1,535,979	1,611,653	1,691,111

ตารางที่ 4.9 : แสดงจุดคุ้มทุน

การคำนวณจุดคุ้มทุน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรส่วนเกิน	4,185,810	4,391,726	4,607,937	4,834,959	5,073,332
อัตรากำไรส่วนเกิน	0.75	0.75	0.75	0.75	0.75
จุดคุ้มทุนต่อปี	2,025,333	2,077,413	2,132,083	2,189,471	2,249,714
จุดคุ้มทุนต่อเดือน	168,777.78	173,117.78	177,673.58	182,455.94	187,476.18
จุดคุ้มทุนต่อวัน	5,625.93	5,770.59	5,922.45	6,081.86	6,249.21

กำไรส่วนเกินข้างต้น เกิดจาก รายได้รวม หัก ต้นทุนผันแปร จึงทำให้เกิดกำไรส่วนเกินเบื้องต้นที่ได้รับ โดยการหาอัตราส่วนเกินเกิดจาก กำไรส่วนเกิน/รายได้รวม โดยมีสัดส่วนของกำไรเบื้องต้นที่ได้รับ คือ 0.75 โดยจุดคุ้มทุนจะแสดงความสามารถของการดำเนินกิจการด้านต้นทุนและกำไรว่ากิจการสามารถดำเนินงานต่อไปได้หรือไม่ โดยข้อสมมุติฐานพบว่าการเพิ่มขึ้น 5% ในช่วง 5 แรก เนื่องจากสถานะทางเศรษฐกิจที่มีการเติบโตในด้านการท่องเที่ยวจึงมีส่วนผลกับธุรกิจโรงแรมอีกด้วย

ตารางที่ 4.10 : แสดงงบกำไรขาดทุนและประมาณการสถานการณ์ปกติ

งบกำไรขาดทุน ประมาณการกรณีสถานการณ์ปกติ					
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้รวม	5,581,080.00	5,855,634.00	6,143,915.70	6,446,611.49	6,764,442.06
หัก ต้นทุนผันแปร	1,395,270.00	1,463,908.50	1,535,978.93	1,611,652.87	1,691,110.51
กำไรส่วนเกิน	4,185,810.00	4,391,725.50	4,607,936.78	4,834,958.61	5,073,331.54
หัก ต้นทุนคงที่	1,519,000.00	1,558,060.00	1,599,062.20	1,642,103.49	1,687,285.62
กำไรก่อนการดำเนินงาน	2,666,810.00	2,833,665.50	3,008,874.58	3,192,855.12	3,386,045.93
หัก ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
กำไรก่อนหักภาษี	2,666,810.00	2,833,665.50	3,008,874.58	3,192,855.12	3,386,045.93
หัก ภาษี 30%	800,043.00	850,099.65	902,662.37	957,856.54	1,015,813.78
กำไรสุทธิ	1,866,767.00	1,983,565.85	2,106,212.20	2,234,998.58	2,370,232.15

พบว่ากำไรสุทธิตลอดระยะเวลา 5 ปี มีแนวโน้มการเพิ่มขึ้นตามลำดับ ซึ่งในปีที่ 1 พบว่า กิจการมีรายได้ 1.87 ล้านบาท และปีที่ 2 มีกำไร 1.98 ล้านบาท ในปีที่ 4 มีกำไร 2.11 ล้านบาท และในปีที่ 5 กิจการมีรายได้ 2.37 ล้านบาท

ตารางที่ 4.11 : แสดงกำไรสะสม ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ

กำไรสะสม ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ					
ยกยอดไปงบดุล	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรสะสมต้นปี	-	1,680,090.30	3,465,299.57	5,360,890.55	7,372,389.27
บวก กำไรสุทธิ	1,866,767.00	1,983,565.85	2,106,212.20	2,234,998.58	2,370,232.15
หัก เงินปันผล	186,676.70	198,356.59	210,621.22	223,499.86	237,023.21
กำไรสะสมปลายงวด	1,680,090.30	3,465,299.57	5,360,890.55	7,372,389.27	9,505,598.21
ยกยอดไปงบกระแสเงินสด	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ภาษีเงินได้	800,043.00	850,099.65	902,662.37	957,856.54	1,015,813.78
ภาษีเงินได้ค้างจ่ายที่เพิ่มขึ้น	800,043.00	50,056.65	52,562.72	55,194.16	57,957.24
ยกยอดไปงบกระแสเงินสด	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินปันผลจ่าย	186,676.70	198,356.59	210,621.22	223,499.86	237,023.21
เงินปันผลค้างจ่ายที่เพิ่มขึ้น	186,676.70	11,679.89	12,264.64	12,878.64	13,523.36

จากตารางดังกล่าวพบว่าวงกำไรสะสมของกิจการมีการเพิ่มขึ้นตามลำดับ จากปีที่ 1 มีกำไรสะสมอยู่ที่ 1.68 ล้านบาท ปีที่ 2 มีกำไรเพิ่มขึ้นเป็น 3.57 ล้านบาท ในปี 3 มีกำไรสะสม 5.36 ล้านบาท ในปี 4 มีกำไรสะสม 7.37 ล้านบาท และในปี 5 มีกำไรสะสม 9.51 ล้านบาท

ตารางที่ 4.12 : แสดงกระแสเงินสดของกิจการ ประมาณการสถานการณ์ปกติ

กระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรสุทธิ	1,866,767.00	1,983,565.85	2,106,212.20	2,234,998.58	2,370,232.15
บวก ค่าเสื่อมราคา	635,000.00	635,000.00	635,000.00	635,000.00	635,000.00
บวก ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	60,000.00	60,000.00	60,000.00	60,000.00	60,000.00
บวก ดอกเบียจ่าย	-	-	-	-	-
บวก ภาษีเงินได้ค้างจ่ายที่เพิ่มขึ้น	800,043.00	50,056.65	52,562.72	55,194.16	57,957.24
บวก เงินปันผลค้างจ่ายที่เพิ่มขึ้น	186,676.70	11,679.89	12,264.64	12,878.64	13,523.36
<b>เงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน</b>	<b>3,548,486.70</b>	<b>2,740,302.39</b>	<b>2,866,039.56</b>	<b>2,998,071.39</b>	<b>3,136,712.75</b>
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุน					
สินทรัพย์รวม	(6,350,000.00)	-	-	-	-
ค่าคงแก่	(300,000.00)	-	-	-	-
ค่าใช้จ่ายสำนักงาน	(100,000.00)	-	-	-	-
<b>กระแสเงินสดจากการลงทุน</b>	<b>(6,750,000.00)</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
กระแสเงินสดจากการจัดหา					
กู้จากสถาบันการเงิน	-	-	-	-	-
หัก ชำระเงินกู้	-	-	-	-	-
หัก ชำระดอกเบี้ยเงินกู้	-	-	-	-	-
หัก เงินปันผล	(186,676.70)	(198,356.59)	(210,621.22)	(223,499.86)	(237,023.21)
ทุนหุ้นสามัญ	6,900,000.00	-	-	-	-
<b>กระแสเงินสดจากกิจกรรมการจัดหา</b>	<b>6,713,323.30</b>	<b>(198,356.59)</b>	<b>(210,621.22)</b>	<b>(223,499.86)</b>	<b>(237,023.21)</b>
<b>เงินสดสุทธิ</b>	<b>3,511,810.00</b>	<b>2,541,945.80</b>	<b>2,655,418.34</b>	<b>2,774,571.53</b>	<b>2,899,689.53</b>
บวก เงินสดต้นงวด	-	3,511,810.00	6,053,755.80	8,709,174.14	11,483,745.67
<b>เงินสดปลายงวด</b>	<b>3,511,810.00</b>	<b>6,053,755.80</b>	<b>8,709,174.14</b>	<b>11,483,745.67</b>	<b>14,383,435.20</b>

ตารางแสดงฐานะการเงิน จากการประมาณการสถานการณ์ปกติระยะเวลา 5 ปี ของกิจการ พบว่า กิจการมีมูลค่าเพิ่มขึ้นในทุกๆปี ตั้งแต่ปีที่ 1 มีเงินสดปลายงวดจำนวน 3.51 ล้านบาท ปีที่ 2 จำนวน 6.05 ล้านบาท ปีที่ 3 จำนวน 8.71 ล้านบาท ปีที่ 4 จำนวน 11.48 ล้านบาท และ ปีที่ 5 จำนวน 14.38 ล้านบาท

ตารางที่ 4.13 : แสดงงบแสดงฐานะการเงิน(งบดุล) โดยประมาณการจากสถานการณ์ปกติ

สินทรัพย์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสดและเงินฝากธนาคาร	3,511,810	6,053,756	8,709,174	11,483,746	14,383,435
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	3,511,810	6,053,756	8,709,174	11,483,746	14,383,435
สินทรัพย์ถาวรรวมสุทธิ	5,715,000	5,080,000	4,445,000	3,810,000	3,175,000
ค่าตกแต่งสุทธิ	240,000	180,000	120,000	60,000	-
ค่ามัดจำสถานที่	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
รวมสินทรัพย์	9,566,810	11,413,756	13,374,174	15,453,746	17,658,435
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น					
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	800,043	850,100	902,662	957,857	1,015,814
เงินปันผลค้างจ่าย	186,677	198,357	210,621	223,500	237,023
หนี้สินหมุนเวียน	986,720	1,048,456	1,113,284	1,181,356	1,252,837
เงินกู้สุทธิ	-	-	-	-	-
รวมหนี้สิน	986,720	1,048,456	1,113,284	1,181,356	1,252,837
ทุนเรือนหุ้นสามัญ	6,900,000	6,900,000	6,900,000	6,900,000	6,900,000
กำไรสะสม	1,680,090	3,465,300	5,360,891	7,372,389	9,505,598
ส่วนของผู้ถือหุ้น	8,580,090	10,365,300	12,260,891	14,272,389	16,405,598
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	9,566,810	11,413,756	13,374,174	15,453,746	17,658,435

งบแสดงฐานะการเงินประมาณการจากสถานการณ์ปกติในระยะเวลา 5 ปีพบว่า กิจการมีมูลค่าของสินทรัพย์เพิ่มขึ้นในแต่ละปี โดยปีที่ 1 มีมูลค่าของสินทรัพย์จำนวน 9.57 ล้านบาท ในปีที่ 2 มีมูลค่า 11.41 ล้านบาท ในปีที่ 3 มีมูลค่า 13.37 ล้านบาท ปีที่ 4 มีมูลค่า 15.45 ล้านบาท และในปีที่ 5 มีมูลค่า 17.66 ล้านบาท

ตารางที่ 4.14 : แสดงการตอบรับตลอดโครงการ

ปีที่	
0	กระแสเงินสดจ่าย ณ วันลงทุน (6,900,000.00)
1	กระแสเงินสดรับ 3,511,810.00
2	กระแสเงินสดรับ 2,541,945.80
3	กระแสเงินสดรับ 2,655,418.34
4	กระแสเงินสดรับ 2,774,571.53
5	กระแสเงินสดรับ* 3,099,689.53
	การคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิโดยใช้อัตราคิดลด 30%
	มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับ 7,220,449.88
	หัก มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่าย (6,900,000.00)
	มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) 320,449.88
	อัตราผลตอบแทนของโครงการ 32%

NPV : เป็นการคำนวณมาจาก กระแสเงินสดในกิจการแต่ละปีตามตารางดังกล่าวข้างต้น ซึ่งกระแสเงินสดที่ได้จะเป็นส่วนหนึ่งของงบกระแสเงินสดสุทธิของกิจการ (จำนวนเงินดังกล่าวเป็นจำนวนเงินที่เหลือจากการหักค่าใช้จ่ายต่างๆแล้วในแต่ละปี) ซึ่งถ้าผลดังกล่าวออกมาเป็นบวก แสดงถึงการนำลงทุนในกิจการ

IRR : เป็นตัวชี้วัดทางการเงินของกิจการ ว่าโครงการดังกล่าวมีความเหมาะสมในการลงทุนหรือไม่ โดยการนำเปอร์เซ็นต์ขั้นต่ำที่เรายอมรับได้ คือต้นทุนทั้งหมดที่เราได้ลงทุนเป็นตัวตั้งด้วยอัตรา 30% ถ้าหากค่า  $IRR > \%$  ขั้นต่ำที่เราสามารถยอมรับได้ หมายความว่าเราจะลงทุนในโครงการ ซึ่งสำหรับกรณีที่มีค่า IRR สูง เนื่องจาก Margin ในการดำเนินงานค่อนข้างสูง มีกำไรดี จึงส่งผลให้ IRR สูง เหมาะแก่การลงทุน จะเห็นว่า IRR สำหรับโครงการนี้ได้ = 32% นั้นหมายถึงผลตอบแทนที่นำลงทุนสำหรับธุรกิจโรงแรม

หมายเหตุ : จำนวนตัวเลขดังกล่าวเกิดจากการอ้างอิง ต้นทุนเริ่มแรก รายได้ และค่าใช้จ่าย



ตารางที่ 4.15 : แสดงการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

รายการการวิเคราะห์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>การวัดสภาพคล่องทางการเงิน</b>					
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (เท่า)	3.56	5.77	7.82	9.72	11.48
อัตราส่วนสินทรัพย์คล่องตัว (เท่า)	3.56	5.77	7.82	9.72	11.48
<b>การวัดประสิทธิภาพการใช้ทรัพย์สิน</b>					
อัตราผลตอบแทนสินทรัพย์ถาวร (รอบ)	0.98	1.15	1.38	1.69	
อัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์รวม (รอบ)	0.58	0.51	0.46	0.42	0.38
<b>การวัดความสามารถในการชำระหนี้</b>					
อัตราแห่งหนี้ (Debt to Equity Ratio) (เท่า)	0.12	0.10	0.09	0.08	0.08
<b>การวัดความสามารถในการบริหาร</b>					
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)	0.20	0.17	0.16	0.14	0.13
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (ROE)	0.22	0.19	0.17	0.16	0.14
อัตราส่วนกำไรส่วนเกิน (%)	75	75	75	75	75
อัตราส่วนกำไรจากการดำเนินงาน (%)	47.78	48.39	48.97	49.53	50.06
อัตราส่วนกำไรสุทธิ (%)	33.45	33.87	34.28	34.67	35.04
<b>ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน</b>					
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value)					320,449.88
อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)	32%				
ระยะเวลาคืนทุน (ปี)	2.319				

IRR : เป็นตัวชี้วัดการเงิน สำหรับโครงการดังกล่าวว่าเหมาะสมแก่การลงทุนหรือไม่ โดยเทียบ % ขั้นต่ำที่เราสามารถยอมรับได้ คือต้นทุนทั้งหมดที่เราได้ลงทุนเป็นตัวตั้งด้วยอัตรา 30% ถ้าหากค่า IRR > % ขั้นต่ำที่เราสามารถยอมรับได้ หมายความว่าเราจะลงทุนในโครงการ ซึ่งสำหรับกรณีที่มีค่า IRR สูง เนื่องจาก Margin ในการดำเนินงานค่อนข้างสูง มีกำไรดี จึงส่งผลให้ IRR สูง เหมาะแก่การลงทุน จะเห็นว่า IRR สำหรับโครงการนี้ได้ = 32% นั้นหมายถึงผลตอบแทนที่หน้าลงทุน สำหรับธุรกิจโรงแรม

หมายเหตุ : ตัวเลขดังกล่าว คือการนำตัวเลขในส่วนของ ต้นทุนเริ่มแรก ค่าใช้จ่ายและรายได้ NPV คำนวณมาจาก กระแสเงินสดของแต่ละปีตามตารางข้างต้น ซึ่งกระแสเงินสดดังกล่าวเกิดจากส่วนของ กระแสเงินสดสุทธิ นำมาใช้ในการคำนวณถ้าหากว่ามีค่าเป็นบวกหมายความว่าโครงการดังกล่าว เหมาะแก่การลงทุน

### บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2546). *การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กาญจนา แสงลิมสุวรรณ และศรัณยา แสงลิมสุวรรณ. (2550). *การท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรม อย่างยั่งยืน*. สืบค้นจาก [http://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive\\_journal/oct\\_dec\\_12/pdf/aw019.pdf](http://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive_journal/oct_dec_12/pdf/aw019.pdf)
- บจก. เอเจนซี พอร์ เรียวเอสเตท แอฟแฟร์ส. (2557). สืบค้นจาก [http://www.area.co.th/thai/area\\_announce](http://www.area.co.th/thai/area_announce)
- บริษัท รัตนาวังเจริญ. (2555). *การวิเคราะห์ศักยภาพของธุรกิจที่พักแรมโฮสเทลในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่*. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บานเย็น แม่นปิ่น. (2557). *เพิ่ม "พื้นที่สีเขียว" ในกรุงเทพฯอย่างไรก็ไม่พอ*. สืบค้นจาก <http://www.dailynews.co.th/bangkok/253764>.
- พุทธิมา อัครวิวัฒน์. (2552). *พฤติกรรมและความพึงพอใจด้านปัจจัยการตลาดของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในการเข้าพักบ้านดินสอบูติกโฮสเทล*. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- อรุณี ลอมเศรษฐี. (2555). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการที่พักในเขตกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญามหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. 7P กับธุรกิจบริการ ประกอบไปด้วยอะไรบ้าง. (2557). สืบค้นจาก <http://thaimarketing.in.th/2014/11/11/service-marketing-mix/>.
- จิตมณี นิธิปรีชา.(2558). *โครงการจัดตั้งกรีน แคปซูลโฮสเทล เพื่อรักษาวิถีชุมชน*. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. สืบค้นจาก [dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/1309/1/jitmanee\\_nith.pdf](dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/1309/1/jitmanee_nith.pdf)
- ทวีลาภ รัตนราช.(2553). *พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงลัมฟ์ลัวัฒนธรรมในรูปแบบโฮมสเตย์ชุมชนบ้านคลองเรือ อำเภอพะโต๊ะ จังหวัดชุมพร*. สืบค้นจาก [http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Rec\\_Man/Thaveelap\\_R.pdf](http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Rec_Man/Thaveelap_R.pdf)



ภาคผนวก



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
BANGKOK UNIVERSITY

แบบสอบถาม

## เรื่อง การจัดตั้งธุรกิจ Hostel

แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ โดยการวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็น ต่อการจัดตั้งธุรกิจ Hostel โดยทำการสำรวจนักท่องเที่ยวที่มีการใช้บริการ Hostel และรวบรวมข้อมูล รวมไปถึงข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามเพื่อประโยชน์ในการจัดตั้งโครงการดังกล่าว คำตอบของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับการจัดตั้งธุรกิจ Hostel จึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงสำหรับผู้ร่วมตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

---

### คำชี้แจงผู้ตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นประโยชน์ทางการศึกษา ข้อมูลทั้งหมดในการตอบแบบสอบถามของท่านจะถือเป็นความลับ ซึ่งการนำเสนอผลของการวิจัยในครั้งนี้จะออกมาในภาพรวมและไม่มีเปิดเผยข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามเป็นรายบุคคล

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ด้านประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการ Hostel เพื่อทราบถึงความต้องการของผู้ใช้บริการ

ส่วนที่ 3 คำถามด้านส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการ Hostel

ส่วนที่ 4 การตัดสินใจในการใช้บริการ Hostel

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะสำหรับธุรกิจ Hostel

## ส่วนที่ 1 ด้านประชากรศาสตร์

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  หน้าคำตอบที่ต้องการและเติมค่าลงในช่องว่างที่กำหนดให้

### 1. เพศ

หญิง

ชาย

### 2. อายุ

16 - 20 ปี

21 - 25 ปี

26 - 30 ปี

31 - 35 ปี

มากกว่า 35 ปีขึ้นไป

### 3. สถานภาพ

โสด

หย่าร้าง

สมรส

### 4. ระดับการศึกษา

ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี

ระดับปริญญาตรี

ระดับปริญญาโท

อื่นๆ.....

### 5. อาชีพ

นักเรียน/นักศึกษา

พนักงานบริษัทเอกชน

ข้าราชการ

เจ้าของธุรกิจ

รัฐวิสาหกิจ

อื่นๆ.....

### 6. รายได้ต่อเดือน

ต่ำกว่า 10,000 บาท

10,001 - 20,000 บาท

20,001 - 30,000 บาท

30,001 - 50,000 บาท

50,001 - 60,000 บาท

60,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการ Hostel เพื่อทราบถึงความต้องการของผู้ใช้บริการ

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  หน้าคำตอบที่ต้องการและเติมค่าลงในช่องว่างที่กำหนดให้

1. ประสบการณ์การเข้าพัก Hostel

- ไม่เคย  1 - 2 ครั้ง  
 3 - 4 ครั้ง  มากกว่า 4 ครั้ง

2. จำนวนสมาชิกในการร่วมเดินทางเข้าพัก

- 1 คน  2 คน  
 3 คนขึ้นไป

3. ระยะเวลาของการเข้าพัก

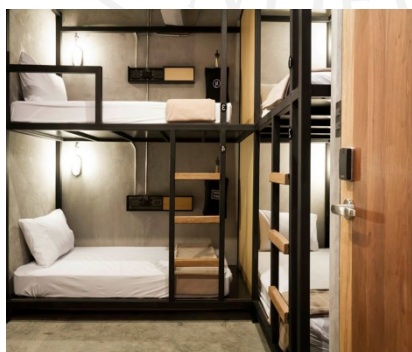
- 1 - 2 คืน  3 - 4 คืน  
 5 - 6 คืน  6 คืนขึ้นไป

4. รูปแบบของการใช้บริการ

- ห้องพักเดี่ยว  ห้องพักรวม

5. ลักษณะของห้องพักที่เลือกใช้บริการ

- แบ่งเป็นสัดส่วน  แคปซูล



- อื่นๆ.....

6. คุณใช้บริการห้องอาหารของ Hostel หรือไม่

- เคย  ไม่เคย

7. คุณจองห้องพักผ่านเว็บไซต์ใด

- www.trivago.co.th  www.agoda.com  
 www.hotelscombined.  www.expedia.co.th  
 www.traveloka.com  อื่นๆ

.....

8. คุณชำระเงินด้วยวิธีใด

- บัตรเครดิต  เงินสด  
 อื่นๆ.....

9. สาเหตุของการเลือกห้องพักโฮสเทล คุณจะเลือกเพราะเหตุใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ห้องพัก  ราคา  
 การบริการ  ความสะอาดสบายในการ

เดินทาง

- สิ่งอำนวยความสะดวก  ทัศนียภาพ  
 อื่นๆ.....(โปรดระบุ)

### ส่วนที่ 3 คำถามด้านส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวในการเข้าใช้บริการ

#### Hostel

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  หน้าคำตอบที่ต้องการและเติมค่าลงในช่องว่างที่กำหนดให้

ส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวต่อการเข้าพัก Hostel	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
<b>ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)</b>					
1. รูปแบบห้องพักที่หลากหลายของโฮสเทล					
2. ขนาดของห้องพัก					
3. สภาพของห้องพัก					
4. สิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน					
5. ความสะอาดของห้องพัก					
<b>ด้านราคา (Price)</b>					
6. ราคาห้องพักที่หลากหลาย					
7. มีการกำหนดราคาห้องพักและบริการที่ชัดเจน					
8. ราคาห้องพักเหมาะสมกับระยะเวลาเข้าพัก					
9. ความเหมาะสมของราคาห้องพักเมื่อเปรียบเทียบกับสิ่งอำนวยความสะดวก					
10. ความเหมาะสมของราคาห้องพักเมื่อเปรียบเทียบกับโฮสเทลแห่งอื่น					
<b>ด้านสถานที่ตั้ง (Place)</b>					
11. สถานที่ตั้งของโฮสเทลเหมาะสม ใกล้แหล่งท่องเที่ยว/แหล่งชุมชน					
12. สถานที่ตั้งของโฮสเทลใกล้ร้านค้า ร้านอาหาร					
13. ทำเลที่ตั้งเดินทางสะดวก ง่ายต่อการเดินทาง					
<b>ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</b>					
14. การลดราคาห้องพักมีผลต่อการตัดสินใจเข้าพัก					
15. การทำจัดทำทัวร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าพัก					



16. การรวมบริการระหว่างห้องพักกับบริการอื่น ๆ ที่มี ผลต่อการตัดสินใจเข้าพัก					
17. การประชาสัมพันธ์โฮสเทลให้เป็นที่รู้จัก					
<b>ด้านลักษณะทางกายภาพ</b>					
18. สภาพแวดล้อมในโฮสเทล มีห้องรับแขก สิ่ง อำนวยความสะดวก เป็นระเบียบสวยงาม					
19. มีพื้นที่สีเขียวภายในอาคาร					
20. บรรยากาศในห้องพักไม่แออัด					
21. ความสะอาดในห้องน้ำรวม					
22. ระบบรักษาความปลอดภัย เช่นตู้เก็บของ ระบบ กุญแจคีย์การ์ด พื้นที่โดยรอบๆบริเวณโฮสเทล					
<b>ด้านพนักงานให้บริการ</b>					
23. พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส สุภาพ เป็นมิตร					
24. ให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน					
25. มีความสามารถในการสื่อสารด้วย ภาษาต่างประเทศ					
26. มีความรู้ความเข้าใจในงานบริการ					
<b>ด้านกระบวนการบริการ</b>					
27. ความแม่นยำของระบบการจองห้องพัก					
28. สามารถจองผ่านเว็บไซต์ได้					
29. ความรวดเร็วของขั้นตอนการลงทะเบียนเข้าและ ออกห้องพัก					
30. ความสะดวกสบายในการชำระค่าบริการห้องพัก					

#### ส่วนที่ 4 การตัดสินใจในการใช้บริการ Hostel

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  หน้าคำตอบที่ต้องการและเติมค่าลงในช่องว่างที่กำหนดให้

การตัดสินใจในการใช้บริการ Hostel	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
<b>การรับรู้</b>					
1. มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต					
2. มีการประชาสัมพันธ์ผ่านนิตยสาร					
3. มีการประชาสัมพันธ์ผ่านป้ายโฆษณา					
4. รับรู้จากการบอกเล่าของผู้ที่เคยเข้ามาใช้บริการ					
<b>การค้นหาข้อมูล</b>					
5. สามารถสอบถามข้อมูลจากพนักงานก่อนใช้บริการได้					
6. มีข้อมูลอย่างละเอียดที่หน้าเว็บไซต์ Hostel					
<b>การประเมินทางเลือก</b>					
7. ท่านเลือกใช้บริการ Hostel จากการโฆษณา					
8. ท่านเลือกใช้บริการ Hostel จากคำบอกเล่าของผู้ที่ให้บริการ					
<b>การตัดสินใจใช้บริการ</b>					
9. ท่านตัดสินใจใช้บริการ Hostel เนื่องจากคำบอกเล่าของผู้ให้บริการ					
10. ท่านตัดสินใจใช้บริการเนื่องจากราคา					
11. ท่านตัดสินใจใช้บริการเนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียง					

#### ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะสำหรับธุรกิจ Hostel

### ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - สกุล : นางสาว ศศิวิมล ถาวรมงคล

ที่อยู่ : 89/222 ถนน บรมราชชนนี แขวงอรุณอมรินทร์ เขต บางกอกน้อย กรุงเทพฯ  
10700

เบอร์โทรศัพท์ : 091-7167556

อีเมล : [sasiwimon.thaw@bumail.net](mailto:sasiwimon.thaw@bumail.net)

ประวัติการศึกษา : มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียน ทิวไผ่งาม

ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยกรุงเทพ คณะบัญชี หลักสูตร บัญชีบัณฑิต

ประสบการณ์ทำงาน : ปี 2557-2560 ผู้ช่วยผู้สอบบัญชี ตรวจสอบภายนอก (Auditor)



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 15 เดือน มกราคม พ.ศ. 2561

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) [REDACTED] อยู่บ้านเลขที่ 89/222  
ซอย..... ถนน บรมราชชนนี ตำบล/แขวง อรุณอมรินทร์  
อำเภอ/เขต นางกอกน้อย จังหวัด กรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ 10700  
เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7580200967  
ระดับปริญญา  ตรี  โท  เอก

หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา วิชาสหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คณะ บริหารธุรกิจ...  
ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/  
วิทยานิพนธ์หัวข้อ แผนธุรกิจ บัณฑิต โสสเทส

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
(ต่อไปนี้เรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มี  
กำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่  
ต่อสาธารณชน ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนาอื่น ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้  
สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการ  
กระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับ  
บุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ  
เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณา  
ได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหาย  
ต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญาฉบับนี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาฉบับนี้โดย  
ละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ.....ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ

( )

ลงชื่อ.....ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ

(ดร.ชนันนา รอดสุทธิ)

ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและศูนย์การเรียนรู้

ลงชื่อ.....พยาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กฤติกา ลีมลาลัย)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ.....พยาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษมสันต์ พิพัฒน์ศิริศักดิ์)

ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร