

แผนธุรกิจ Sleep on Me Hostel

Business Plan for Sleep on Me Hostel



แผนธุรกิจ Sleep on Me Hostel

Business Plan for Sleep on Me Hostel



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
ปีการศึกษา 2560



© 2562

ภูมิวิศ ศรีศศิวิไล

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เรื่อง แผนธุรกิจ Sleep On Me Hostel

ผู้วิจัย ภูมิวิศ ศรีศรีวิไล

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ดร.ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว)

ผู้เชี่ยวชาญ

(ดร.สุเมธี วงศ์ศักดิ์)

(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)  
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 13 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2562

ภูมิวิศ ศรีศศิวิไล. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและ  
ขนาดย่อม, มกราคม 2562, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

แผนธุรกิจ Sleep on Me Hostel (43 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร.ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว

## บทคัดย่อ

แผนธุรกิจนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สร้างยอดขายและกำไรเติบโตอย่างน้อย 10% ต่อปี 2) เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ พึงพอใจในการบริการของโรงแรม และเกิดความ Loyalty กับ Sleep On Me Hostel ในการจัดทำแผนธุรกิจ มีการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ขององค์กร การวิเคราะห์การแข่งขัน และการวิจัยตลาดโดยวิธีการสัมภาษณ์ลูกค้าเป้าหมาย ได้แก่ พนักงานที่ทำงานในสำนักงานบริษัท และนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการ Hostel จำนวน 20 คน และใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์

จากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค พบว่า จุดแข็งของธุรกิจ คือ Sleep On Me Hostel มีฐานะการเงินมั่นคง มีฐานลูกค้าเหนียวแน่นจากการทำ Loyalty Programs และ ตั้งอยู่ในทำเลที่ดีเดินทางสะดวก จุดอ่อน เนื่องจากเป็นโรงแรมที่เล็กและยังใหม่จึงทำให้อำนาจของการต่อรองต่อยกกว่าโรงแรมที่มีขนาดใหญ่และชื่อเสียงมากกว่าในขณะที่โอกาส คือ รัฐบาลนั้นมีการจัดแคมเปญ ชิม ซ้อป ไซ้ จึงทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการ Sleep On Me Hostel มากขึ้น และอุปสรรค คือ คู่แข่งขันในตลาดมีมาก สำหรับการวิเคราะห์การแข่งขันพบว่า การแข่งขันในโรงแรมที่มีรูปแบบเดียวกันในเขตสีลมนี้มีสูงแต่ Sleep On Me Hostel นั้นมีข้อได้เปรียบในเรื่องทำเลที่ตั้งของ Hostel และเป็นโรงแรมใหม่ ในส่วนของการวิจัยตลาด พบว่า Sleep On Me Hostel นั้น ด้านการเลือกใช้บริการ Sleep On Me Hostel ของลูกค้าพบว่าการเลือกจากราคาที่สมเหตุสมผลที่สุด คือ การที่ลูกค้าจ่ายเงินและได้สิ่งที่ลูกค้าคิดว่าคุ้มค่าที่สุด

โครงการนี้ใช้เงินลงทุนเท่ากับ 3,900,000.00 บาท โดยมีค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 4,422,906.29 บาท อัตราผลตอบแทนภายในโครงการเท่ากับ 90 เปอร์เซ็นต์ ระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 0.8 ปี ดังนั้นโครงการนี้น่าลงทุน

คำสำคัญ: Sleep on Me Hostel, แผนธุรกิจ, ธุรกิจที่พัก

Srisasiwilai, P. M.B.A. (Small and Medium-Sized Enterprise), January 2019, Graduate School, Bangkok University.

Business Plan for Sleep on Me Hostel (46 pp.)

Advisor: Krairoek Pinkaeo, Ph.D.

## ABSTRACT

The objectives of Sleep on Me Hostel Business Plan, which located in Silom Bangkok province, are to study the feasibility of a small hotel business and factors that affect hotel business. This will generate the profits at a rate of 10% per year, in order to make the customers impressed satisfied with the hotel service and royalty with the brand. In the preparation of a business plan. There is an analysis of the strengths, weaknesses, opportunities, and obstacles of the organization. Competitive analysis and market research by interviewing target customers, including Staff working in a company office And 20 hostel tourists and using content analysis to analyze the data from the interview.

From the analysis of strengths, weaknesses, opportunities, and obstacles, it is found that the strength of the business is Sleep on Me Hostel with stable financial status. There is a strong customer base from the Loyalty Programs and in a good location, convenient to travel. The weak point, because it is a small and new hotel, therefore the bargaining power of the hotel is larger and more famous, while the opportunity is the government has organized a shopping-tasting campaign, allowing more tourists to use Sleep On Me Hostel and the obstacle is that there are many competitors in the market as for the competition analysis, the competition in the similar hotels in Silom area is high, but Sleep on Me Hostel has the advantage of the location of the hostel and is a new hotel.

As for market research, it is found that Sleep on Me Hostel customers' choice of Sleep on Me Hostel is found to be based on the most reasonable price. Is that customers pay and get what they think are the most worthwhile

*Keywords: Sleep on Me Hostel, Business Plan, Small Hotel Business*

## กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำแผนธุรกิจฉบับนี้สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ด้วยคำปรึกษาและความช่วยเหลือจากท่านอาจารย์ ดร.ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว ท่านอาจารย์คอยให้คำแนะนำ ชี้แนะแนวทางการแก้ไข และช่วยตรวจสอบแผนธุรกิจฉบับนี้ จนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ข้าพเจ้าซาบซึ้ง และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณ คณะอาจารย์ประจำภาควิชา คณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาสหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อแผนธุรกิจฉบับนี้เป็นอย่างมาก

สุดท้ายนี้ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณ บิดามารดา เพื่อนร่วมชั้นเรียน และผู้ให้คำปรึกษาทุกท่าน ที่ช่วยเหลือเกื้อกูลกันจนแผนธุรกิจฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

นายภูมิวิศ ศรีศศิวิไล



## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 แนะนำประเภทของธุรกิจ	1
1.2 ที่มาของการดำเนินธุรกิจ	3
1.3 วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย และวัตถุประสงค์	4
1.4 ที่ตั้งของสถานประกอบการ	6
1.5 วัตถุประสงค์ในการทำแผนธุรกิจในครั้งนี้	6
บทที่ 2 วิธีการดำเนินการในการจัดทำแผนธุรกิจ	
2.1 ประเภทของข้อมูลที่น่าไปใช้	7
2.2 วิธีการเก็บข้อมูล	11
2.3 สรุปผลวิจัย	12
บทที่ 3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ	
3.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน (Internal Environment)	13
3.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (External Environment)	15
3.3 การวิเคราะห์ TOWS	18
บทที่ 4 โมเดลในการดำเนินธุรกิจ	
4.1 โมเดลของธุรกิจโมเดลของธุรกิจ	20
4.2 การวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบแต่ละประเภทที่อยู่ในโมเดล	22
4.3 ลูกค้ำและกลุ่มเป้าหมาย	24
4.4 สถานภาพการแข่งขัน และที่มาของการแข่งขัน	25
4.5 คู่แข่งขันทางธุรกิจ	26



สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 แผนกลยุทธ์ทางธุรกิจ	
5.1 แผนกลยุทธ์ทางธุรกิจด้านการบริหารจัดการองค์กรและทรัพยากรบุคคล	28
5.2 แผนกลยุทธ์ด้านการตลาด	32
5.3 งบประมาณการลงทุน	34
บรรณานุกรม	41
ภาคผนวก	42
ประวัติผู้เขียน	46
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	



## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1: เป้าหมายระยะสั้นและเป้าหมายระยะยาว	5
ตารางที่ 3.1: TOWS	19
ตารางที่ 4.1: The Business Model Canvas	21
ตารางที่ 5.1: เกณฑ์ในการรับบุคลากร	29
ตารางที่ 5.2: เกณฑ์ในการประเมินผลการปฏิบัติงาน	30
ตารางที่ 5.3: วิธีการจูงใจและรักษาบุคลากร	30
ตารางที่ 5.4: แสดงรายละเอียดงบประมาณการลงทุน	34
ตารางที่ 5.5: แสดงค่าเสื่อมราคา	35
ตารางที่ 5.6: แสดงประมาณการยอดขาย	36
ตารางที่ 5.7: แสดงรายละเอียดประมาณการจุดคุ้มทุน	36
ตารางที่ 5.8: แสดงรายละเอียดงบกำไรขาดทุน ประมาณการกรณีสถานการณ์ปกติ	37
ตารางที่ 5.9: แสดงรายละเอียดงบกระแสเงินสด ประมาณการกรณีสถานการณ์ปกติ	37
ตารางที่ 5.10: แสดงการวิเคราะห์โครงการลงทุน	39

## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1: โลโก้ Sleep on Me Hostel	1
ภาพที่ 1.2: ภาพห้องตัวอย่างจาก Bed One Block Hostel	3
ภาพที่ 1.3: แผนที่ตั้ง Sleep on Me Hostel	6
ภาพที่ 3.1: การวิเคราะห์ TOWS	18
ภาพที่ 4.1: Business Model Canvas	21
ภาพที่ 4.5: หลับดี Bangkok Silom Hostel	26
ภาพที่ 4.6: BRB Hostel Bangkok Silom	27
ภาพที่ 5.1: แสดงการจัดองค์กรตามหน้าที่	28



## บทที่ 1 บทนำ

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ธุรกิจที่พักชั่วคราวมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว และมีแนวโน้มที่ดีจากภาคธุรกิจการท่องเที่ยว จากอัตราการเข้าพักและรายได้ธุรกิจที่พักชั่วคราวของนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติมีโอกาสรับตัวเพิ่มขึ้น (พุทธิชาติ ลุนคำ, 2559) ทั้งนี้จากข้อมูลการท่องเที่ยว ในจังหวัดกรุงเทพฯ พบว่า สถานที่ประกอบการที่พักชั่วคราวมีอัตราการเข้าพักจากจำนวนผู้มาเยี่ยมเยือนในเดือนเมษายน 2562 ร้อยละ 72.87 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2561) เนื่องจากว่ากรุงเทพฯ เป็นศูนย์กลางทางการค้าและเศรษฐกิจของประเทศ และยังเป็นเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทย โดยมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติรวมถึงนักธุรกิจเดินทางมาเพื่อท่องเที่ยว ติดต่อธุรกิจและลงทุน

ผู้วิจัยจึงมองเห็นช่องทางและโอกาสในการสร้างมูลค่าเพิ่มจากสินทรัพย์ที่มีอยู่ คือ อาคารพาณิชย์ 1 คูหาในเขตสาทร กรุงเทพฯ และจากประสบการณ์จากการท่องเที่ยวและเดินทางไปติดต่อกันที่ได้เข้าพักตามที่พักชั่วคราวจึงเป็นการนำเสนอธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก ในเขตสาทร จังหวัดกรุงเทพฯ “Sleep On Me Hostel” ซึ่งโครงการอยู่ระหว่างการดำเนินการจะเริ่มให้บริการในปี 2563 โดยมีรายละเอียดของแผนธุรกิจ ดังกล่าวต่อไปนี้

### 1.1 แนะนำประเภทของธุรกิจ

#### 1.1.1 ชื่อธุรกิจ Sleep on Me Hostel

ภาพที่ 1.1: โลโก้ Sleep on Me Hostel



### 1.1.2 ประเภทของธุรกิจ

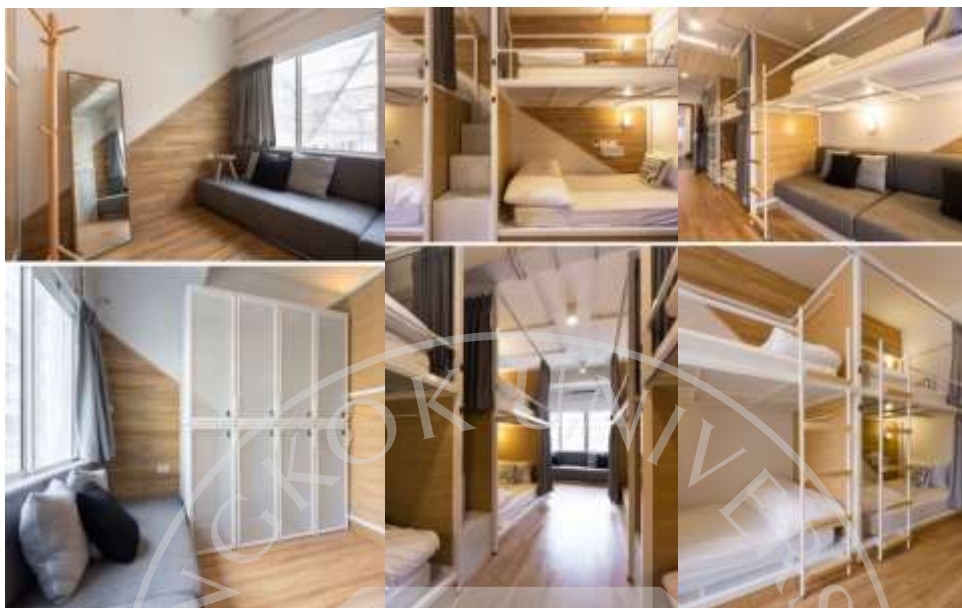
Sleep On Me Hostel ให้บริการอยู่ในสี่ลมซอย 3 เป็นอาคารพาณิชย์ 6 ชั้น เนื้อที่ทั้งหมด 64 ตารางวา และมีพื้นที่ใช้สอย 386 ตารางเมตร ให้บริการห้องพักทั้งหมด 4 ห้อง (ห้องละ 10 เตียงนอน) เป็นธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก ให้บริการที่พักอาศัยชั่วคราวแบบนอนรวม สำหรับนักเดินทางยุคใหม่ที่แสวงหาการพบปะสิ่งใหม่ที่แตกต่าง ต้องการประสบการณ์ในการเดินทางมากกว่าการมาพักผ่อนหลับนอน พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกรวมถึงราคาที่เป็นกันเองโดยเน้นการออกแบบห้องพักและเตียงนอนในเชิงความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งมีการออกแบบและตกแต่งในสไตล์ Modern Loft บรรยากาศภายในของ Sleep On Me Hostel มีร้านกาแฟ Sleep On Me Coffee & Bistro ตกแต่งในสไตล์ Modern Loft และภาพวาดทะเลสี โดยให้ความรู้สึกเหมือนอยู่ในงาน ART festival

### 1.1.3 ประเภทของสินค้า

1.1.3.1 ประเภทของห้องพัก ขนาดห้อง 45 ตารางเมตร (จำนวน 10 ที่นอน) จำนวน 4 ห้อง

- 1) อัตราค่าบริการแบบรายวัน
- 2) รูปแบบห้องพัก เป็นห้องพักแบบนอนรวม เป็นเตียง 2 ชั้น (ขนาด Queen Sized Bed) จำนวน 5 เตียง 10 ที่นอน (ราคา 450 บาท/คน)
- 3) สิ่งอำนวยความสะดวก (อาหารเช้า/สบู่น้ำยาสระผมในห้องน้ำรวม/Free WIFI/ผ้าเช็ดตัว/ไตรเป่าผมในห้องน้ำรวม/ตุ๊กตน้ำดื่มในห้อง)
- 4) สิทธิพิเศษสำหรับลูกค้าที่ใช้บริการที่พักของ Sleep on Me Hostel รับบัตรส่วนลดสำหรับ Sleep on Me Coffee & Bistro 15% ทุกยอดบิลระหว่างที่พักที่โรงแรม

ภาพที่ 1.2: ภาพห้องตัวอย่างจาก Bed One Block Hostel



## 1.2 ที่มาของการดำเนินธุรกิจ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลักที่มีความสำคัญของระบบเศรษฐกิจที่สร้างรายได้ให้กับประเทศ โดยในปี พ.ศ.2561 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามามากถึง 32,588,303 คน สร้างรายได้ให้แก่ประเทศ 1,641,268 ล้านบาท ในส่วนของภาคธุรกิจในด้านธุรกิจสถานที่พักแรม ได้รับประโยชน์จากการใช้จ่ายสินค้า และการบริการของนักท่องเที่ยวมากที่สุด ประมาณ 580,000 ล้านบาท

จากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในปี พ.ศ. 2503 มีเพียง 81,340 คน (นิศา ชัชกุล, 2550) เพิ่มขึ้น อย่างรวดเร็วเป็น 26,735,583 ในปี พ.ศ. 2556 ระยะเวลาเพียง 53 ปีเท่านั้น จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้นมากกว่า 300 เท่า และมีแนวโน้มที่จะเติบโตอย่างต่อเนื่อง สาเหตุมาจากการพัฒนาการท่องเที่ยวในหลายด้าน นับตั้งแต่แหล่งท่องเที่ยว การคมนาคม ขนส่ง ร้านอาหาร และสถานที่พักแรม เป็นต้น

ข้อมูล ณ ปี พ.ศ. 2561 ระบุว่าประเทศไทยมีจำนวนโรงแรมและเกสต์เฮาส์รวมทั่วประเทศกว่า 10,000 แห่งโดยเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งเป็นเมืองหลวงของประเทศไทยมีที่พัก จำนวน 87,626 ห้อง (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2561) และในปีต่อมามีห้องพักที่สามารถรับรองนักท่องเที่ยวได้ถึง 100,000 กว่าห้อง ซึ่งมีจำนวนมากและมีรูปแบบของที่พักรู้จักก็มีความหลากหลายนับตั้งแต่เป็นลักษณะของโรมแรม เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ ไปจนถึงเกสต์เฮาส์ และบ้านพักเยาวชน หรือที่เรียกทับศัพท์ภาษาอังกฤษว่า “HOSTEL”

ปัจจุบันที่พักเหล่านี้ ต้องพบหรือเผชิญกับการแข่งขันที่สูงมาก ทุกอย่างขึ้นอยู่กับสถานการณ์ และสิ่งแวดล้อมที่ผันผวนอยู่ตลอดเวลา ตัวอย่างเช่นในสถานการณ์ช่วงที่เศรษฐกิจชะงักตัว ประกอบกับมีสถานการณ์ทางการเมืองไม่ปกติ โรงแรมในระดับ 5 ดาวที่ต้องการมุ่งแสวงหากำไรสูงสุด อาจจะลงมาแข่งขันกับที่พักที่มีศักยภาพและความพร้อมในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่ต่ำกว่า หรือ ช่วงที่มีกระแสการท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลง ผู้คนชอบแสวงหาประสบการณ์แปลกใหม่อย่าง บูติกโฮเต็ล ที่เน้นโรงแรมสวยมีสไตล์โดดเด่นเฉพาะ หรือการอยู่ร่วมห้องพักกับคนแปลกหน้าในห้องเดียวกันอย่างที่พัก Hostel ดังนั้นการแข่งขันในธุรกิจที่พักมีการเปลี่ยนแปลง ลูกค้าอาจมีรสนิยมที่ไม่ได้ต้องการความเป็นส่วนตัว เหมือนสมัยก่อน แต่ต้องการประสบการณ์การพักผ่อนและเข้าสังคมในรูปแบบที่หลากหลาย อาจมีลักษณะการท่องเที่ยวแบบเชื่องช้า (Slow Life Tourism) และมีการพักค้างคืนในระยะยาว ซึ่งที่พักในลักษณะของ Hostel สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้ โดยจากสถิติจำนวนของที่พัก Hostel โดยเฉพาะในกรุงเทพมหานครมี 368 แห่ง ธุรกิจ Sleep On Me Hostel เกิดขึ้นมาเพื่อตอบสนองในลักษณะ โรงแรมราคาถูก แต่มีคุณภาพ เป็นที่พักแบบชั่วคราว การตกแต่งดีไซน์ Modern Loft เพื่อตอบโจทย์เทรนการท่องเที่ยวแบบ Backpacker หรือมาเป็นกลุ่มใหญ่แล้วอยากพักด้วยกันปัจจุบันนี้นักท่องเที่ยวที่รักการเดินทางคนเดียวเพิ่มขึ้นอย่างแพร่หลายและการท่องเที่ยวของพวกเค้านั้นเป็นการเดินทางที่ไม่มีจุดหมายปลายทาง เดินทางไปเรื่อยๆจนกว่าจะมีความรู้สึกคำว่าพอแล้วถึงจะกลับบ้าน ดังนั้นสิ่งที่กลุ่มคนเหล่านี้ต้องการนั้นคือสถานที่พักราคาประหยัดและนอนหลับสบายพร้อมกับความปลอดภัย

### 1.3 วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย และวัตถุประสงค์

#### 1.3.1 วิสัยทัศน์

มุ่งมั่นพัฒนาการบริการที่มีความเป็นเลิศมีความสะอาดสบายสูงสุดสะอาด ปลอดภัยได้มาตรฐานเพื่อมุ่งเป็นผู้นำตลาด Hostel ในประเทศ และเพื่อให้ Sleep On Me Hostel เป็นที่รู้จักมากขึ้นในประเทศ และต่างประเทศ

#### 1.3.2 พันธกิจ

- 1) ดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต จริงใจต่อผู้บริโภค
- 2) สร้างรอยยิ้มและความประทับใจให้กับลูกค้าและดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการช่วยเหลือสังคม

- 3) พัฒนาบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ และสร้างความมั่นคงให้กับชีวิตพนักงาน

#### 1.3.3 เป้าหมาย

ตารางที่ 1.1: เป้าหมายระยะสั้นและเป้าหมายระยะยาว

<p>เป้าหมายระยะสั้น (1.5 ปี)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สร้างให้แบรนด์ Sleep On Me Hostel ให้เป็นที่รู้จัก ให้ลูกค้าเกิดการรับรู้ถึงคุณค่าและความสุขจากการเข้าพัก และมีการบอกต่อ มีการตอบรับจากการเข้าพักอย่างต่อเนื่อง</li> <li>2. พัฒนาช่องทางการตลาดและการจำหน่ายมีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง ค้นหาข้อมูล การประชาสัมพันธ์ การจองห้องพักของโรงแรม โดยผ่านสื่อ Social Online หรือ Application ให้เกิดความเข้มแข็งลดการให้ตัวแทน Engine</li> <li>3. สร้างพันธมิตร เครือข่ายโรงแรม ชุมชน เพื่อรองรับกลุ่มลูกค้า</li> </ol>
<p>เป้าหมายระยะยาว (5-10 ปี)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ขยายธุรกิจโรงแรม Sleep On Me Hostel โดยเพิ่มสาขาให้มากขึ้น เพื่อสามารถรองรับลูกค้าได้หลายจุด</li> <li>2. ขยายกลุ่มเป้าหมายไปกลุ่มพนักงาน Office/sale</li> <li>3. สร้างรายได้และผลประกอบการอย่างต่อเนื่อง</li> </ol>

#### 1.3.4 วัตถุประสงค์ของธุรกิจ

- 1) เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ พึงพอใจในการบริการของโรงแรม และเกิดความ Royalty กับ Sleep On Me Hostel
- 2) เพื่อสร้างผลตอบแทนให้กับ Sleep on Me Hostel ในอัตรากำไรที่เพิ่มขึ้น 10% ต่อปี



#### 1.4 ที่ตั้งสถานที่ประกอบการ

ภาพที่ 1.3: แผนที่ตั้ง Sleep on Me Hostel



#### 1.5 วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจ

เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก Sleep on Me Hostel

## บทที่ 2

### วิธีการดำเนินการในการจัดทำแผนธุรกิจ

การศึกษาแผนธุรกิจ Sleep on Me Hostel ในเขต สาทร กรุงเทพฯ จากการศึกษา และรวบรวมข้อมูลแนวคิดและทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นข้อมูลที่นำไปใช้ในการศึกษาและจัดทำแผนธุรกิจ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

#### 2.1 ประเภทข้อมูลที่นำไปใช้

- 2.1.1 แนวคิดที่เกี่ยวกับธุรกิจที่พักแรม
- 2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด
- 2.1.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
- 2.1.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

##### 2.1.1 แนวคิดที่เกี่ยวกับธุรกิจที่พักแรม

ในปัจจุบันโรงแรม หมายถึง สถานประกอบการที่ใช้ประกอบธุรกิจให้กับบุคคลทั่วไปที่พักอาศัย หลับนอน โดยโรงแรมจัดให้มีอาหาร เครื่องดื่ม บริการต่าง ๆ ชื่อของโรงแรมอาจจะมีชื่อเรียกที่แตกต่างกันไป ตามลักษณะพื้นฐานหรือการแบ่งประเภทตามสิ่งต่าง ๆ เช่น วัตถุประสงค์ ขนาดและจำนวนของห้องพัก สถานที่ที่ตั้ง ลักษณะการบริหารงานจัดการ ดังนั้นการแบ่งที่พักโรงแรมจึงไม่มีข้อจำกัด

ในยุค 5-10 ปีที่ผ่านมาโรงแรม Hostel เป็นทางออกสำหรับผู้ประกอบการที่มีเงินเริ่มต้นในการทำธุรกิจน้อย โรงแรมจึงมีขนาดเล็กไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกมากนัก แต่ชดเชยด้วยความคิดที่สร้างสรรค์ในการออกแบบ ราคาที่ย่อมเยา และการใส่ใจในเรื่องบริการทดแทน ส่วนใหญ่นั้นจะบริหารกิจการด้วยตัวเอง ในระยะหลังที่โรงแรม Hostel เพียงพุนั้นจำนวนเตียงหรือห้องนั้นไม่ใช่สิ่งสำคัญอีกต่อไป แต่เป็นการปรับแต่งรูปแบบของ Hostel ให้ดูทันสมัยเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย อย่างไรก็ตามโรงแรม Hostel สามารถตอบสนองต่อไลฟ์สไตล์ของนักท่องเที่ยวและนักเดินทางยุคใหม่

จากความหมายดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่าโรงแรม Hostel นั้นเป็นโรงแรมขนาดเล็กมีลักษณะการบริหารจัดการด้วยตัวเอง และมีเอกลักษณ์ไลฟ์สไตล์เป็นของตัวเองโดยนำจุดเด่นมาดึงดูดลูกค้าเพื่อล่อใจเข้าพัก

### 2.1.2 แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ในปัจจุบันมีนักผู้ให้ความหมายด้านการตลาดไว้แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับมุมมองของแต่ละบุคคล การตลาดในความหมายที่ได้รับการยอมรับโดยทั่วไป คือ

การตลาด (Marketing) คือ กระบวนการในการทำธุรกิจที่เกิดขึ้นกับผลิตภัณฑ์เช่น การกำหนดราคา การส่งเสริมการขาย การจัดจำหน่ายสินค้า รวมไปถึงการบริการจากผู้ผลิตสินค้าไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ และเพื่อการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยกิจกรรมทางการตลาดจะประกอบไปด้วยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ซึ่งเป็นตัวแปรทางการตลาดที่สามารถกำหนดได้ และนำมาใช้ในการกำหนดกลุ่มเป้าหมายสำหรับธุรกิจ (เอกชัย พันธุลี, 2553 อ้างใน จันทิสรา สิริสุนทร, 2559)

ธุรกิจอุตสาหกรรมบริการ (Service Industry) มีความแตกต่างจากอุตสาหกรรมสินค้าด้านอุปโภคบริโภคทั่วไปที่นำเสนอสินค้าและบริการให้กับลูกค้าเพราะมีทั้งสินค้าที่สามารถจับต้องได้ (Tangible Product) และไม่สามารถจับต้องได้ (Intangible Product) ดังนั้นกลยุทธ์ที่นักการตลาดนำมาบริหารจัดการ โดยเฉพาะธุรกิจที่มีการให้บริการเป็นหัวใจหลัก Marketing Mix จึงเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวางกลยุทธ์ในการกำหนดผลิตภัณฑ์ให้มีความเชื่อมโยงกับตลาดและลูกค้า

#### 1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ผลิตภัณฑ์หรือสิ่งของที่ผู้บริโภคต้องการเป็นสิ่งที่คุณค่าที่ผู้บริโภค คาดหวังว่าจะได้รับผลประโยชน์จากผลิตภัณฑ์นั้น ประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ และ ผลิตภัณฑ์ที่ไม่สามารถจับต้องได้

#### 2) ด้านราคา (Price)

เป็นคุณค่าในรูปของตัวเงิน ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบคุณค่า (Value) ของการบริการกับราคา (Price) ในบริการ ราคาสินค้าควรเป็นราคาที่คุ้มค่าเสมอ แนวคิด ประการหนึ่งของการตลาดคือ ลูกค้ามักยินดีจ่ายเงินเพิ่มอีกนิด สำหรับสิ่งที่ลูกค้าได้รับ

#### 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

เป็นกิจกรรมทางเลือกในการนำเสนอการให้บริการ แก่ผู้บริโภคหรือกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย จึงต้องคำนึงถึงสถานที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels) เพื่อทำให้เกิดการรับรู้ถึงคุณค่าและประโยชน์ของการนำเสนอานบริการ

#### 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotions)

เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารแจ้งข่าวสาร เพื่อนำเสนอข้อความขององค์กรไปยังกลุ่มเป้าหมาย เพื่อชักจูงให้เกิดพฤติกรรม และทัศนคติเป็นสิ่งสำคัญของงานด้านการตลาด

#### 5) ด้านบุคคล (People) หรือ (Employee)

บริษัทต้องคัดเลือกและฝึกอบรมพนักงาน เนื่องจากต้องพึ่งพาให้พนักงานสร้างความ

พึงพอใจและความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการ และผู้ให้บริการ ให้เกิดความพึงพอใจ สามารถตอบสนองต่อผู้ให้บริการได้ดี มีความคิดสร้างสรรค์ ความคิด ริเริ่มสามารถแก้ไขปัญหาสร้างค่านิยมให้องค์กรได้

6) ด้านกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence/Environment and Presentation)

เป็นการเสนอลักษณะทางกายภาพให้ลูกค้าเห็นอย่างเป็นรูปธรรมด้วยการสร้างคุณภาพในรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างความคุ้มค่าให้กับลูกค้า เช่น การแต่งการสุภาพเรียบร้อย พุดจาอ่อนโยน

7) ด้านกระบวนการ

เป็นวิธีการที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานในด้านการบริการที่นำเสนอให้กับผู้ให้บริการได้อย่างรวดเร็วและผู้ให้บริการเกิดความประทับใจ

องค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้านนี้ เป็นสิ่งสำคัญต่อการกำหนดกลยุทธ์ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางการตลาดของธุรกิจ ซึ่งต้องมีการจัดทำแต่ละด้านให้เกิดความสัมพันธ์กันและเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของธุรกิจอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน

2.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

2.1.3.1 ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค คือ พฤติกรรมซื้อสินค้ารวมถึงการใช้ผลิตภัณฑ์และบริการ รวมไปถึงกระบวนการภายในจิตใจ ก่อนและหลังที่ก่อให้เกิดการกระทำในพฤติกรรมนั้น โดยกล่าวถึงพฤติกรรมที่ผู้บริโภคเลือกผลิตภัณฑ์อย่างหนึ่งมากกว่าอีกอย่างหนึ่ง มีวิธีการเลือกอย่างไร และแบรนด์สามารถนำเสนอคุณค่าไปสู่ผู้บริโภคได้อย่างไร (นิเวศน์ ธรรมะ 2552, อ่างใน รสสุคนธ์ แซ่เฮีย, 2558)

2.1.3.2 การตัดสินใจ

การตัดสินใจ คือ กระบวนการในการเลือกจากทางเลือกที่แตกต่างกัน โดยผู้บริโภคจะเป็นผู้ตัดสินใจ โดยจะเลือกสินค้าและบริการ ตามสถานการณ์หรือข้อมูลที่มีกระบวนการตัดสินใจจึงเป็นสิ่งสำคัญที่อยู่ภายใต้จิตใจของผู้บริโภค

2.1.3.3 ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค

การตัดสินใจซื้อสินค้า หรือบริการ มีขั้นตอนที่สำคัญ คือ การรับรู้ความต้องการ การหาข้อมูลการประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ ความรู้สึกภายหลังการซื้อ

2.1.3.4 กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค

ผู้บริโภคมีความต้องการที่แตกต่างกัน มีรูปแบบการตัดสินใจที่คล้ายคลึงกัน ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน

1) การตระหนักถึงปัญหาและความต้องการ (Problem or Need Recognition) เป็น ความรู้สึกที่เกิดระหว่างอุดมคติ เช่น การรับรู้ว่าสินค้านั้นดีต่อตนเอง เป็นสิ่งที่ปรารถนาที่มีจริงกับสิ่งที่เกิดขึ้นกับตัวเอง ทำให้เกิดความต้องการในการเติมเต็ม

2) การเสาะแสวงหาข้อมูล (Search for Information) เมื่อมีปัญหาเกิดขึ้น ผู้บริโภค จะแสวงหาแนวทางแก้ไข โดยหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อช่วยในการตัดสินใจจากแหล่งข้อมูล เช่น แหล่งบุคคล แหล่งข่าวทั่วไปหรือจากประสบการณ์ที่เกิดขึ้น

3) การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternative) เมื่อผู้บริโภคมีข้อมูลเพียงพอแล้วก็จะทำการตัดสินใจใช้ทางเลือกที่เหมาะสมที่สุด ซึ่งวิธีที่ใช้นั้นอาจจะเป็นวิธีการเปรียบเทียบคุณสมบัติ หรืออาจจะขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่ผ่านมาเป็นแนวคิดที่ช่วยในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าได้ง่าย

4) การตัดสินใจซื้อ (Decision Making) ผู้บริโภคแต่ละคนมีข้อมูลและระยะเวลาในการ ตัดสินใจเลือกซื้อที่แตกต่างกัน สินค้าบางอย่างต้องการข้อมูลมาก ต้องการระยะเวลาในการเปรียบเทียบนาน ซึ่งสินค้าบางอย่างไม่จำเป็นต้องใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจนาน

5) พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior) หลังจากที่ผู้บริโภคได้ซื้อสินค้าจะได้รับประสบการณ์ในการบริโภคอาจจะได้รับ ความพึงพอใจหรือไม่ก็ได้ หากเกิดความพึงพอใจตรงกับความต้องการของลูกค้าจะทำให้เกิดการซื้อซ้ำแล้วบอกต่อทำให้ลูกค้ามีการแนะนำต่อกันไป จากแนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ซึ่งบอกได้ว่ากระบวนการตัดสินใจมีอิทธิพลให้เกิดแรงผลักดัน ทำให้เกิดความนึกคิด ความรู้สึก การแสดงออกในการใช้ชีวิตของแต่ละบุคคลที่ไม่เหมือนกัน เพราะแต่ละคนมีทัศนคติการรับรู้สิ่งจูงใจ หรือประสบการณ์ แรงกระตุ้นที่เกิดจากภายในและภายนอกที่แตกต่างกัน จึงนำไปสู่การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ หากเกิดความพึงพอใจก็จะเกิดการแนะนำได้ลูกค้าใหม่

#### 2.1.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กิตติ เกิดเปี่ยม (2558) โครงการธุรกิจโรงแรม The Container Hotel รูปแบบธุรกิจให้บริการเกี่ยวกับโรงแรม บุติก โฮเต็ล มีวัตถุประสงค์:

- 1) เพื่อศึกษาถึงความเป็นไปได้ของโครงการที่พักในรูปแบบ บุติก โฮเต็ล
- 2) เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวการเลือกใช้บริการในโรงแรมยุคปัจจุบัน
- 3) เพื่อศึกษาปัจจัย ที่มีผลต่อการรับรู้คุณค่า ในการใช้บริการ โดยการศึกษากลุ่ม

นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครด้วยการศึกษาเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เป็นการวัดผลเพียงครั้งเดียว (One-shot-case-study) ณ เวลาใดเวลาหนึ่ง (Cross Sectional Study) โดยมุ่งเน้นทัศนคติและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ผลการวิจัยพบว่า มีนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเลือกเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับคนในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 46 นักท่องเที่ยวให้ความนิยมพักโรงแรมบูติก โฮเต็ล ร้อยละ 33 ความนิยมของ โรงแรมเป็นไปตามความต้องการเรื่องที่สำคัญ คือ ราคา และสถานที่ตั้ง ความแตกต่าง พฤติกรรมการ เลือกพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนไป ความต้องการเข้าพักโรงแรมที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น ได้ จากกระแสความนิยมของโรงแรม บูติก โฮเต็ล ปัจจุบันนักท่องเที่ยวใช้การจองโรงแรม ผ่านตัวแทน ท่องเที่ยวแบบออนไลน์ผลสำรวจคิดเป็นร้อยละ 66 ซึ่งสอดคล้องกับช่องทางในการหา ข้อมูลส่วนใหญ่ ใช้วิธีการหาข้อมูลผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 32.6 ลองลงมาคือ แนะนำจากผู้ที่รู้จัก และเว็บไซต์ของโรงแรมตามลำดับ ด้านราคาห้องพักจะอยู่ไม่เกิน 3000 บาท คิดเป็นร้อยละ 28 เทคโนโลยีมีส่วนสำคัญในการตัดสินใจเลือกที่พักดังนั้นการหาช่องทางในด้านการ ขายห้องพักเป็นสิ่ง ที่ สำคัญมาก ในยุคปัจจุบันโซเชียลเป็นส่วนหนึ่งที่จะทำให้โรงแรมสามารถเข้าถึง ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว อีกประการหนึ่งที่สำคัญคือบริการเพราะปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อการเลือกที่ พักสูงสุดถึงร้อยละ 4.6 ปัจจัย เรื่องความสวยงามในการจัดรูปแบบของโรงแรม ห้องพัก สิ่งของ อำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่ มีความพร้อมและ Technology ที่ทันสมัย ก็มีความสำคัญเช่นเดียวกัน

## 2.2 วิธีการเก็บข้อมูล

ในการจัดทำแผนธุรกิจนี้ได้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการวิจัยนี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดย วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก ประกอบด้วยรายละเอียด ดังนี้

### 2.2.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาปัจจัยในการเลือกเข้าใช้บริการ Hostel ของผู้ใช้บริการที่เป็นกลุ่ม คนทำงาน และนักท่องเที่ยว
- 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการ Hostel ของผู้ใช้บริการที่เป็นกลุ่มคนทำงาน และ นักท่องเที่ยว

### 2.2.2 ผู้ให้ข้อมูล (Key Informants)

ผู้ให้ข้อมูลสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึกนี้แบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม ประกอบด้วย

- 1) ผู้ใช้บริการที่เป็นกลุ่มคนทำงาน จำนวน 10 คน
- 2) ผู้ใช้บริการที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยว จำนวน 10 คน

### 2.2.3 การเลือกผู้ให้ข้อมูล

- 1) วิจัยนี้ใช้วิธีการเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ในการเลือก ผู้ให้ข้อมูลในกลุ่มคนทำงานที่ใช้บริการ Hostel เป็นประจำ
- 2) วิจัยนี้ใช้วิธีการเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ในการเลือก ผู้ให้ข้อมูลในกลุ่มคนที่รักการเที่ยวแบบ Backpacker

## 2.2.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยนี้ได้ใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างเป็นแนวทางในการสัมภาษณ์เชิงลึกในประเด็นเกี่ยวต่าง ๆ กันตามกลุ่มผู้ให้ข้อมูล (ภาคผนวก)

แบบสัมภาษณ์ชุดที่ 1 ผู้ใช้บริการที่เป็นกลุ่มคนทำงาน

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยในการเลือกเข้าใช้บริการ Hostel ได้แก่ ความสะดวกสบาย ความประหยัด เป็นต้น

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการ Hostel เช่นความบ่อยครั้งแค่ไหนในการเข้าใช้บริการโรงแรมรูปแบบ Hostel และความคุ้มค่ารู้สึกคุ้มค่า เป็นต้น

แบบสัมภาษณ์ชุดที่ 2 ผู้ใช้บริการที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยในการเลือกเข้าใช้บริการ Hostel ได้แก่ ความสะดวกสบาย ความประหยัด เป็นต้น

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับ พฤติกรรมการใช้บริการ Hostel เช่นความบ่อยครั้งแค่ไหนในการเข้าใช้บริการโรงแรมรูปแบบ Hostel และความคุ้มค่ารู้สึกคุ้มค่า เป็นต้น

## 2.2.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ทีมวิจัยจะดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลโดยข้อมูลจะถูกเก็บรวบรวม ใช้วิธีการจดบันทึก

## 2.2.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมดนำมาตรวจสอบความถูกต้อง และความครบถ้วนของข้อมูล แล้วจึงทำการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis)

## 2.3 สรุปผลวิจัย

### 2.3.1 ผู้ใช้บริการที่เป็นกลุ่มคนทำงาน

จากสัมภาษณ์กลุ่มคนทำงาน จำนวน 10 คน แบ่งเป็นหญิง 5 คน และชาย 5 คน อายุโดยเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 23-45 ปี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 23,000-50,000 บาท

เมื่อพิจารณาถึงปัจจัยในการเลือกใช้บริการ Hostel ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 10 ท่าน ได้ตอบคำถามออกมาได้คล้ายกันคือเลือกจากราคาที่ดีที่สุด แต่ราคาที่ดีที่สุดนั้นไม่ได้หมายถึงราคาที่ถูกที่สุด แต่หมายความว่าความสมเหตุสมผลของราคากับสิ่งที่ได้รับ ราคาเฉลี่ยที่ยินดีจ่ายอยู่ในช่วงราคา



ระหว่าง 300-600 บาทต่อคืน เนื่องจากผู้ให้สัมภาษณ์ทุกคนต้องไปทำงานตามเมืองหลักต่างๆ รวมถึงกรุงเทพมหานครดังนั้นกลุ่มคนเหล่านี้เลือกที่จะใช้บริการ Hostel มากกว่าเข้าพักโรงแรมปกติ เนื่องจากว่าราคาราคานั้นถูกและสะดวกในการเดินทาง และแต่ละคนนั้นเลือกที่จะใช้บริการ Hostel ที่ติดหรือใกล้ รถไฟฟ้าในพื้นที่ใกล้บริเวณสาทรและสุขุมวิท และสำหรับ Hostel ที่ตรงตามที่เราให้สัมภาษณ์ต้องการนั้นต้องมี Free Wifi พื้นที่ในการนั่งทำงาน เครื่องถ่ายเอกสาร และจุดจำหน่ายกาแฟ สิ่งที่สำคัญคือเรื่อง ความปลอดภัย ในเรื่องของทรัพย์สิน ต้องมีกล้องวงจรตามจุดสำคัญต่างๆ เพื่อป้องกันการขโมยของ

สำหรับความพึงพอใจสำหรับการเข้าใช้บริการ Hostel ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 10 คน เมื่อได้พิจารณาจากการเข้าใช้บริการ Hostel เป็นประจำทุกคนตอบเป็นเสียงเดียวกันว่า การเข้าใช้บริการ Hostel นั้นคุ้มค่า และสะดวกสบายสำหรับการ เข้ามาติดต่อกิจการในเมืองและสะดวกแต่อาจจะไม่สบายเท่าโรงแรมแบบ Full Services แต่ถ้าเทียบกับราคาที่ต้องจ่ายนั้นคุ้มค่า

### 2.3.2 ผู้ใช้บริการที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยว

จากผู้ให้สัมภาษณ์ 10 คน แบ่งเป็นหญิง 5 คน และชาย 5 คน อายุโดยเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 18-45 ปี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 18,000 บาทขึ้นไป

เมื่อพิจารณาถึงปัจจัยในการเลือกใช้บริการโรงแรมในรูปแบบ Hostel ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 10 ท่านได้ตอบคำถามออกมาได้คล้ายกันตรงที่ เลือกจากราคาที่ดีที่สุด แต่ราคาที่ดีที่สุดนั้นไม่ได้หมายถึงราคาที่ถูกที่สุดแต่หมายความว่าความสมเหตุ สมผลของราคากับสิ่งที่ได้รับ ราคาเฉลี่ยที่รับได้ไม่ควรเกิน 350 บาท ต่อคืน โดยเฉลี่ยการเข้าใช้บริการ Hostel เดือนละครั้งและราคาที่ยินดีจ่าย ไม่ควรเกิน 300 บาท และ Hostel ที่จะเลือกนั้นจะต้องมีความปลอดภัยโดยมรกล้อง CCTV และรูปแบบของ โรงแรม ตัวโรงแรมนั้นจะต้องมีความทันสมัยและดู ไม่น่ากลัว เนื่องจากห้องน้ำเป็นห้องน้ำรวม ดังนั้นความสะอาดนั้นเป็นเรื่องสำคัญ รวมถึงความสะอาดในห้องพัก เตียง พื้นที่ส่วนกลาง และมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ปลั๊กไฟ สัญญาณ Wifi

สำหรับความพึงพอใจสำหรับการเข้าใช้บริการ Hostel ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 10 คน เมื่อได้พิจารณาจากการเข้าใช้บริการ Hostel จากการไปเที่ยวแต่ละครั้ง ทุกคนตอบคล้ายคลึงกันว่านั้นการเข้าใช้บริการ Hostel นั้นคุ้มค่าและสะดวกสบายสำหรับการมาเที่ยวในกรุงเทพมหานครรวมถึงต่างประเทศ และยังสามารถยังได้พบปะเพื่อนใหม่ที่เดินทางมาต่างถิ่น ได้ทำความรู้จักวัฒนธรรม ที่แตกต่างกันไป ของนักท่องเที่ยวที่มาจากต่างที่กัน ถ้าเทียบกับราคาที่ต้องจ่ายกับโรงแรมที่เป็น Full Service ได้ ประสบการณ์ที่แปลกใหม่ และยังได้รู้จักกับเพื่อนใหม่



### บทที่ 3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ หมายถึง ปัจจัยที่มีอิทธิพลส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจ สภาพแวดล้อมนั้นที่เกิดผลในเชิงบวกและเชิงลบต่อการดำเนินงานในปัจจุบัน ก่อให้เกิดจุดแข็ง/จุดอ่อน/โอกาส/อุปสรรค ต่อองค์กร ถือว่าเป็นเครื่องมือที่สามารถช่วยในการพัฒนาธุรกิจและเป็นช่วยในการกำหนดกลยุทธ์สำหรับองค์กร สภาพแวดล้อมที่มีผลต่อธุรกิจนั้นถูกแบ่งออกเป็น 2 ประเภทแต่ละประเภทมีองค์ประกอบ ดังนี้

#### 3.2 สภาพแวดล้อมภายในองค์กร (Internal Environment)

ด้านโครงสร้างองค์กร ด้านบุคลากร ด้านการตลาด ด้านการเงิน ด้านการบริการ ด้านเทคโนโลยี

#### 3.2 สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร (External Environment)

ด้านการเมืองการปกครอง ด้านเศรษฐกิจ ด้านเทคโนโลยี ด้านประชากร ด้านสังคมและวัฒนธรรมด้านลูกค้า ด้านคู่แข่ง ด้านซัพพลายเออร์

### 3.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน (Internal Environment)

#### 3.1.1 ปัจจัยด้านโครงสร้างขององค์กร

##### 1) สถานการณ์

Sleep on Me Hostel เป็นโรงแรมขนาดเล็กและเป็นเจ้าของกิจการเพียงคนเดียว ดังนั้นเจ้าของกิจการนั้นจะมีคนเดียว และมีลูกจ้างเพียงไม่กี่คน ผู้บริหารต้องควบคุมและดูแลกิจการอย่างใกล้ชิด และเข้าถึงการทำงานของพนักงาน

##### 2) ผลกระทบ

Sleep on Me Hostel นั้นมีโครงสร้างการบริหารงานที่ไม่ซับซ้อนสามารถเข้าถึงส่วนงานต่าง ๆ ได้ทั่วถึง ระดับชั้นการบังคับบัญชามีความคล่องตัว มีระบบในการบริหารจัดการที่สะดวก รวดเร็ว

#### 3.1.2 ปัจจัยด้านการตลาด

##### 1) สถานการณ์

Sleep on Me Hostel ได้วางแผนการตลาดในปัจจุบัน เนื่องจากตลาดมีการปรับตัวอยู่ตลอดเวลาผู้บริโภคมีพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว โรงแรมจึงต้องหันมาปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้เข้ากับยุคและเหตุการณ์อยู่เสมอ ไม่ว่าจะเป็นเทคโนโลยีที่ทันสมัยและผู้คนมีกำลังซื้อมากขึ้นหาซื้อได้ง่าย

## 2) ผลกระทบ

Sleep on Me Hostel มีการวางแผนกลยุทธ์ด้านการตลาด ให้สอดคล้องกับการพัฒนาของระบบเทคโนโลยีอยู่เสมอ ด้วยการทำการตลาดผ่านระบบอินเทอร์เน็ต พัฒนาช่องทางการจำหน่ายห้องพักโดยตรง ด้วยการทำเว็บไซต์ ให้เข้าถึงได้ง่าย และการจองห้องพัก การชำระเงิน การเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ

### 3.1.3 ปัจจัยด้านการเงิน

#### 1) สถานการณ์

Sleep on Me Hostel เป็นโรงแรมขนาดเล็กที่สร้างจากพื้นที่ของตัวเองที่มีอยู่แล้ว เงินทุนเป็นไปตามขนาดของโรงแรมได้มีการก่อสร้างหากเป็นโรงแรมขนาดใหญ่มีจำนวนห้องมาก ต้องใช้เงินลงทุนค่อนข้างสูง

#### 2) ผลกระทบ

Sleep on Me Hostel ใช้งบประมาณในการลงทุนไม่มาก การลงทุนใช้เงินทุนส่วนตัวในการทำกิจการไม่มีภาระดอกเบี้ยจากธนาคาร ทำให้ Sleep on Me Hostel สามารถคืนทุนได้ในระยะเวลาไม่นาน

### 3.1.4 ปัจจัยด้านการบริการ

#### 2) สถานการณ์

ในยุคปัจจุบันการให้บริการของโรงแรมมีการแข่งขันค่อนข้างสูง Sleep On Me Hostel มีความสามารถสร้างความแตกต่างได้อย่างน่าประทับใจ พร้อมทั้งวิธีที่นำเสนอที่สร้างสรรค์จึงสามารถมอบประสบการณ์ที่ประทับใจให้กับลูกค้า

#### 3) ผลกระทบ

Sleep on Me Hostel นำเสนอคุณค่าให้กับลูกค้าผ่านประสบการณ์จากการเข้าพัก ด้วยความเป็น Modern Loft แบบมีเอกลักษณ์ เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมท้องถิ่นเมื่อลูกค้าได้รับความพึงพอใจจะทำให้เกิดการบอกต่อ และมีการกลับมาใช้บริการซ้ำ

## 3.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (External Environment)

### 3.2.1 ปัจจัยด้านการเมือง

#### 1) สถานการณ์

รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตามแนวทาง Thailand 4.0 กระตุ้นให้คนไทยออกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ และภาครัฐให้ความสำคัญกับธุรกิจโรงแรม ให้การสนับสนุนผ่อนปรนกฎระเบียบการออก VISA ให้กับนักท่องเที่ยว และปรับลดค่าธรรมเนียม VISA

## 2) ผลกระทบ

ส่งผลให้ในพื้นที่การท่องเที่ยวที่มีการตื่นตัวตั้งนั้นสามารถมองเห็นโอกาสในการลงทุนจากการสนับสนุนของรัฐบาลถือเป็นพฤติกรรมเชิงบวกของนักลงทุนแต่หากมีการเปลี่ยนแปลงด้านการเมืองและนโยบายอาจจะทำให้การท่องเที่ยวเกิดการชะลอตัว

### 3.2.2 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ

#### 1) สถานการณ์

จากภาวะเศรษฐกิจโลกมีแนวโน้มขยายตัวดีกว่าปีที่ผ่านมาแต่ยังคงมีความผันผวนทางการเมืองและการเงินในต่างประเทศ ส่วนเศรษฐกิจไทยนั้นภายในปี 63 ตามที่รัฐบาลได้มีการออกมาประกาศคาดว่าจะปรับตัวดีขึ้นแบบค่อยเป็นค่อยไปโดยรัฐบาลให้การสนับสนุนใช้จ่ายภายในประเทศและภาคการท่องเที่ยวได้รับการสนับสนุนจากโครงการ ชิม ช้อป ใช้

#### 2) ผลกระทบ

จากผลกระทบของเศรษฐกิจประเทศไทยมีการชะลอตัวแต่ไม่ส่งผลกระทบต่อภาคการท่องเที่ยวมากนัก อัตราการเติบโตภายในจังหวัดกรุงเทพฯ มีการขยายตัวจากการลงทุนอย่างต่อเนื่อง ผู้คนส่วนใหญ่ยังมีความนิยมให้เวลาว่างในการเดินทางท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีกลุ่มลูกค้าที่เป็นนักธุรกิจหรือพนักงาน Office ที่เข้ามาติดต่องานในกรุงเทพฯ อยู่เป็นประจำ

### 3.2.3 ปัจจัยด้านเทคโนโลยี

#### 1) สถานการณ์

การพัฒนาทางด้านเทคโนโลยี สารสนเทศ และดิจิทัลทำให้พฤติกรรม การท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไป ค่านิยมการสื่อสาร อินเทอร์เน็ตกลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน ส่งผลอย่างรวดเร็วในการสื่อสารในยุคปัจจุบัน ทำธุรกิจโรงแรมมีการพัฒนาระบบเทคโนโลยี

#### 2) ผลกระทบ

การพัฒนาเทคโนโลยี ทำให้ พฤติกรรม การท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปทำให้ ธุรกิจต้องเร่งพัฒนาคุณภาพการใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวสามารถใช้เทคโนโลยีในการวางแผนการท่องเที่ยวได้ล่วงหน้า และให้ลูกค้าสัมผัสถึงความทันสมัย และได้รับคุณค่าที่เรานำเสนอ

### 3.2.4 ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม

#### 1) สถานการณ์

การเดินทางของนักท่องเที่ยวทำให้เกิดผลกระทบกับการเปลี่ยนแปลงในด้านวัฒนธรรมด้านพฤติกรรม และประเพณี การไม่จำกัดจำนวนของนักท่องเที่ยวทำให้สถานที่ท่องเที่ยวถูกทำลายและไม่ได้รับการฟื้นฟูชาวบ้านเรียนรู้ค่านิยมใหม่ ทำให้วัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีแบบท้องถิ่นสูญหาย

## 2) ผลกระทบ

สถานที่ท่องเที่ยวเสื่อมโทรม ไม่ได้ได้รับความนิยม ไม่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวทาง Sleep on Me Hostel ควรสร้างความเข้าใจกับพื้นที่ใกล้เคียงเพื่อจัดกิจกรรมส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม รับผิดชอบต่อสังคมซึ่งเป็นโอกาสในการสร้างเอกลักษณ์ให้กับ Sleep on Me Hostel

### 3.2.5 ปัจจัยด้านลูกค้า

#### 1) สถานการณ์

การเดินทางของนักท่องเที่ยวทำให้เกิดผลกระทบกับการเปลี่ยนแปลงในด้านวัฒนธรรมด้านพฤติกรรม และประเพณี การไม่จำกัดจำนวนของนักท่องเที่ยวทำให้สถานที่ท่องเที่ยวถูกทำลาย และไม่ได้รับการฟื้นฟูชาวบ้านเรียนรู้ค่านิยมใหม่ ทำให้วัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีแบบท้องถิ่นสูญหาย

#### 2) ผลกระทบ

สถานที่ท่องเที่ยวเสื่อมโทรม ไม่ได้ได้รับความนิยม ไม่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวทาง Sleep on Me Hostel ควรสร้างความเข้าใจกับพื้นที่ใกล้เคียงเพื่อจัดกิจกรรมส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม รับผิดชอบต่อสังคมซึ่งเป็นโอกาสในการสร้างเอกลักษณ์ให้กับ Sleep on Me Hostel

### 3.2.6 ปัจจัยด้านคู่แข่ง

#### 1) สถานการณ์

ปัจจุบันกรุงเทพฯ เป็นแหล่งลงทุนหลักของนักธุรกิจเป็นเมืองหน้าด่านของระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยทำให้มองเห็นโอกาสในการลงทุนท่ามกลางการแข่งขันที่รุนแรง เนื่องจากการลงทุนทำโรงแรมทั้งขนาดเล็กและใหญ่เป็นจำนวนมาก

#### 2) ผลกระทบ

Sleep on Me Hostel ต้องพบกับความท้าทายในการแข่งขันในเรื่องราคาและบริการ ธุรกิจโรงแรมจำเป็นต้องมีการปรับกลยุทธ์เพื่อให้สามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้สร้างรายได้เพิ่มขึ้น และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

### 3.2.7 ปัจจัยด้านซัพพลายเออร์

#### 1) สถานการณ์

โรงแรมที่มีขนาดใหญ่ที่มีความสามารถในการแข่งขันสูง ทั้งเงินที่นำมาลงทุน ชื่อเสียง และฐานลูกค้า โดยเฉพาะช่องทางการขายห้องพักที่หลากหลาย โดยพึ่งพิงตัวกลางในการจองโรงแรมผ่านระบบออนไลน์ลูกค้าจะได้ในราคาที่ถูกลงเพื่อกระตุ้นในการเข้าพักเพิ่มขึ้น

## 2) ผลกระทบ

Sleep on Me Hostel นั้นเป็นโรงแรมขนาดเล็กที่ยังไม่เป็นที่รู้จัก ยังจำเป็นต้องพึ่งระบบตัวกลางที่ให้บริการจองผ่านระบบออนไลน์ ซึ่งมีอำนาจในการต่อรองค่าคอมมิชชั่นอยู่ในระดับต่ำกว่าธุรกิจโรงแรมขนาดใหญ่ จึงจำเป็นต้องเพิ่มช่องทางการจำหน่ายในช่องทางอื่นๆ และลดการพึ่งตัวกลางให้น้อยลง

### 3.3 การวิเคราะห์ TOWS

ภาพที่ 3.1: การวิเคราะห์ TOWS



ที่มา: การวิเคราะห์ TOWS. (2557). สืบค้นจาก <https://www.business-to-you.com/swot-analysis/>.

#### 3.3.1 กลยุทธ์เชิงรุก (Strength กับ Opportunity)

จุดแข็ง กับโอกาส คือ การใช้จุดแข็ง เพื่อหาประโยชน์จากโอกาสที่มีการใช้จุดเด่นผสมกับโอกาสทำให้ความสามารถในการแข่งขันมีประสิทธิภาพดี

#### 3.3.2 กลยุทธ์เชิงแก้ไข (Weakness กับ Opportunity)

1) จุดอ่อนกับโอกาส คือ การใช้ประโยชน์จากโอกาสเพื่อเป็นการลดจุดอ่อนจะเป็นการนำโอกาสที่มีมาปิดจุดอ่อน ที่เรามีอยู่หรือทำให้จุดอ่อนลดลง เป็นกลยุทธ์เน้นการแก้ไขจุดอ่อนด้วยโอกาสที่เข้ามา

### 3.3.3 กลยุทธ์เชิงป้องกัน (Strength กับ Threat)

จุดแข็งกับอุปสรรค คือ การใช้จุดแข็ง เพื่อหลีกเลี่ยงอุปสรรค การนำจุดแข็งมาป้องกันอุปสรรคเป็นการใช้ทรัพยากรที่เรามีอยู่ เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นหรือกำลังเกิดอยู่ในตอนนี้

### 3.3.4 กลยุทธ์เชิงรับ (Weakness กับ Threat)

จุดอ่อนกับอุปสรรค คือ การลดจุดอ่อนและหลีกเลี่ยงอุปสรรคนำข้อมูลการประเมินเพื่อนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ในเชิงรับ

ตารางที่ 3.1: TOWS

	โอกาส	อุปสรรค
	รัฐบาลมีการสนับสนุนให้ท่องเที่ยวภายในประเทศโดยมีแคมเปญ ชิม ช้อป ใช้	จำนวนคู่แข่งในตลาดมีมาก
<u>จุดแข็ง</u> มีฐานะการเงินอยู่ในระดับที่ดี มีฐานลูกค้าเหนียวแน่นจากการทำ Loyalty Programs Hostel ตั้งอยู่ในทำเลที่ดี เดินทางสะดวก	SO เพิ่มช่องทางการจำหน่ายที่พุดโดยผ่าน Travel blogger Travel agency และ Travel website โดยทำ Promotion ส่วนลด	ST จัดกิจกรรมและโปรโมชั่นให้กับลูกค้าตามช่วงเทศกาลเพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขาย เพิ่มกลยุทธ์ในการประเมินและสำรวจความต้องการของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ
<u>จุดอ่อน</u> เนื่องจากเป็นโรงแรมที่เล็กและยังใหม่จึงทำให้อำนาจของการต่อรองต่ำกว่า โรงแรมที่มีขนาดใหญ่และชื่อเสียงมากกว่า	WO มีการนำ Technology เข้ามาช่วยในการทำงานเพื่อลดขั้นตอนในการทำงาน และการจ้างพนักงานเพิ่ม	WT ศึกษาและเรียนรู้วิธีการจัดการระบบเพื่อมาใช้ในการดำเนินธุรกิจเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ ผ่านช่องทาง Social Media

## บทที่ 4

### โมเดลในการดำเนินธุรกิจ

ธุรกิจนั้นจะเกิดขึ้นได้นั้น มีองค์ประกอบหลาย ๆ ด้าน มีรายละเอียดจำนวนมาก เพื่อให้ธุรกิจดำเนินไปได้ดีจำเป็นต้องมีการวางแผนรอบด้าน จึงต้องมีการวางแผน รับมือกับสิ่งที่จะเกิดขึ้น เพื่อลดความเสี่ยงให้กับองค์กร เครื่องมือที่สามารถช่วยในการวางแผนที่เหมาะสม คือ CANVAS Model

#### 4.1 โมเดลของธุรกิจโมเดลของธุรกิจ

ประกอบไปด้วย 9 ส่วนประกอบ ดังนี้

4.1.1 Value Propositions (คุณค่าของธุรกิจ) การเสนอคุณค่าเพื่อแก้ไขและตอบสนองความต้องการของลูกค้า

4.1.2 Customer Segment (กลุ่มลูกค้า) กลุ่มลูกค้าที่เป็นเป้าหมายหลักในการดำเนินธุรกิจ จัดอยู่ในกลุ่มใด

4.1.3 Customer Relationships (การสร้างสายสัมพันธ์กับลูกค้า) การสร้างความสัมพันธ์ และรักษารฐานลูกค้าไว้กับองค์กร

4.1.4 Channels (ช่องทางการเข้าถึง) การสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางการสื่อสาร ให้เกิดการรับรู้และการกระจายสินค้าไปให้ลูกค้าในช่องทางการขาย

4.1.5 Key Activities (กิจกรรมหลัก) การดำเนินงานที่จะพาธุรกิจไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้

4.1.6 Key Partners (พันธมิตรหลัก) กิจกรรมที่เป็นการร่วมมือกับบุคคลภายนอกองค์กรเพื่อให้บรรลุจุดประสงค์

4.1.7 Key Resource (ทรัพยากรหลักของบริษัท) ทรัพยากรที่จำเป็นต้องใช้ในการดำเนินธุรกิจ อาจหมายถึงทรัพยากรที่มีอยู่แล้วหรือจำเป็นต้องมีในการขยายกิจกรรม และรวมไปถึงแหล่งเงินทุนของกิจการ

4.1.8 Cost Structure (โครงสร้างค่าใช้จ่ายหลักของธุรกิจ) ค่าใช้จ่ายในการประกอบธุรกิจ ทั้งรายจ่ายคงที่ และไม่คงที่ หรือรวมไปถึงค่าใช้จ่ายในด้านการตลาดอีกด้วย

4.1.9 Revenue Streams (รายได้หลัก) รูปแบบของรายได้ที่กิจการได้รับกลับมาจากการดำเนินธุรกิจ ซึ่งสามารถแบ่งได้จากหลายส่วน เช่น รายได้จากการขาย ค่าเช่า ค่าบริการ รวมไปถึงค่าลิขสิทธิ์อีกด้วย

ภาพที่ 4.1: Business Model Canvas



ที่มา: กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2559). โมเดลทางธุรกิจ. สืบค้นจาก

<https://bsc.dip.go.th/th/category/business-plan/business-model-content>.

ตารางที่ 4.1: The Business Model Canvas

Key Partner	Key Activities	Value Proposition	Customer Relationships	Customer Segments
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Booking.com /Agoda.com</li> <li>- Travel Bloggers</li> <li>- กระทรวงพาณิชย์</li> <li>- รัฐบาล</li> <li>- ชุมชนในพื้นที่</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การออกแบบอาคารสถานที่</li> <li>- Renovate Built in</li> <li>- ตกแต่งสถานที่วางระบบการให้บริการ</li> <li>- เตรียมความพร้อมด้านบุคลากร</li> <li>- ทำการตลาด</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ตกแต่งห้องพักดีไซน์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว</li> <li>- ร้านอาหารและร้านกาแฟ</li> <li>- บริการ Free WIFI ความเร็วสูง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- บริหาร CRM ผ่าน social network เพื่อการเข้าถึงแบบง่ายและสะดวก</li> <li>- มีการทำ Promotion ให้กับลูกค้าที่เป็น Membership</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- พนักงาน office</li> <li>- นักธุรกิจ</li> <li>- ช่างราชการ</li> <li>- นักท่องเที่ยวแบบ Backpacker</li> </ul>

(ตารางมีต่อ)



ตารางที่ 4.1 (ต่อ): The Business Model Canvas

Key Resources	Channels
<ul style="list-style-type: none"> <li>- อาคารสถานที่</li> <li>- บุคลากร</li> <li>- ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ</li> <li>- ชื่อเสียงของ Sleep on me hostel</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Website ของโรงแรม</li> <li>- Social network</li> <li>- Travel agency</li> <li>- Travel blogger</li> <li>- Booking.com/Agoda.com</li> <li>- งาน Event</li> </ul>
Cost Structure	
Renovation Built in อาคารพาณิชย์ 1 คูหา	62.80%
อุปกรณ์ในการให้บริการกับลูกค้า	7.18%
Furniture และอุปกรณ์ตกแต่งภายใน	6.33%
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	2.58%
เงินหมุนเวียน	21.11%
รวม	100%
Revenue Streams	
รายได้จากการบริการห้องพัก	84.97%
รายได้จากการขายกาแฟและอาหาร	15.03%

## 4.2 การวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบแต่ละประเภทที่อยู่ในโมเดล

### 4.2.1 Customer Segments

- 1) พนักงาน Office อายุโดยเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 25-45 ปี รายได้เฉลี่ย 23,000-50,000 บาท
- 2) นักธุรกิจ อายุโดยเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 23-45 ปี รายได้เฉลี่ย 30,000-100,000 บาท
- 3) ข้าราชการ อายุโดยเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 23-45 ปี รายได้เฉลี่ย 15,000 บาทขึ้นไป
- 4) นักท่องเที่ยว อายุโดยเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 18-50 ปี รายได้เฉลี่ย 18,000 บาทขึ้นไป

### 4.2.2 Value Proposition

- 1) การออกแบบและตกแต่งห้องพักให้เป็นเอกลักษณ์

2) ได้มีการนำระบบเทคโนโลยีเข้ามาใช้เพื่อความสะดวกด้วยการลงทะเบียนผ่าน email ระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง การจองห้องพัก การชำระเงิน การค้นหาข้อมูลด้วยระบบเทคโนโลยีที่สะดวกและใช้งานได้ง่าย

3) สิ่งอำนวยความสะดวกมากมาย เช่น ตู้เย็น ทีวี แอร์ ไมโครเวฟ กาน้ำร้อน เครื่องทำน้ำอุ่น ไม้กวาด อูปรณ์อาบน้ำ มินิบาร์ บริการซักรีด และมีอาหารเช้า

4) พนักงานมีความใส่ใจงานบริการ ตั้งแต่พนักงานต้อนรับ แม่บ้าน และพนักงานทุกคนให้บริการเสมือนลูกค้าเป็นคนสำคัญ มีความเข้าใจลูกค้า ยิ้มแย้ม บริการด้วยความรวดเร็ว มีคุณภาพทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและความพึงพอใจในงานบริการ

#### 4.2.3 Channels

โดยโรงแรมมีช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าแบบทางตรง เช่น website ของโรงแรม ด้วย ระบบ Automatic Access ที่ง่ายต่อการใช้งาน พนักงานขาย โทรศัพท์ Facebook Line@ Instagram และการ ติดต่อสื่อสารแบบทางอ้อม เช่น Event, Booking.com, Agoda.com

#### 4.2.4 Customer Relationships

โรงแรมติดต่อกับลูกค้าด้วยการทำ (CRM) ผ่านช่องทาง Social Network เรียนรู้ความต้องการ ของลูกค้าผ่านสื่อเพื่อให้เกิดภาพลักษณ์และการรับรู้ เช่น การ Post ภาพลูกค้า และบรรยากาศของโรงแรม สร้างความผูกพันกับลูกค้าลง Facebook, Line@, Instagram และเว็บไซต์ของโรงแรม

Gift Voucher บัตรสมนาคุณ ให้แทนเงินสดหรือส่วนลดโดยสามารถเปลี่ยนผู้เข้าพักได้

#### 4.2.4 Revenue Streams

รายได้หลักขององค์กรมาจากการขายห้องพักรายวัน

#### 4.2.5 Key Resources

ทรัพยากรหลักที่มีความจำเป็นต่อการบริหารงานโรงแรม คือบุคลากร อาคารสถานที่ เว็บไซต์ และชื่อเสียง ของโรงแรมเพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือ ความปลอดภัย คุณภาพในการให้บริการ

#### 4.2.6 Key Activities

กิจกรรมหลักเป็นการออกแบบอาคารสถานที่การ Renovate Built in ตกแต่งสถานที่และวางระบบการให้บริการและคัดสรรบุคลากรที่มีใจรักในการบริการ เพื่อเตรียมความพร้อมในการให้บริการและทำการตลาดประชาสัมพันธ์

#### 4.2.7 Key Partners

Booking.com/ Agoda.com

Travel Bloggers

กระทรวงพาณิชย์

รัฐบาล

ชุมชนในพื้นที่

Travel agency

#### 4.2.8 Cost Structure

Renovation Built in อาคารพาณิชย์ 1 คูหา	62.80%
อุปกรณ์ในการให้บริการกับลูกค้า	7.18%
Furniture และอุปกรณ์ตกแต่งภายใน	6.33%
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	2.58%
เงินหมุนเวียน	21.11%

### 4.3 ลูกค้าและกลุ่มเป้าหมาย

#### 4.3.1 แบ่งได้ตามหลัก Main Bases of Segmentation

##### 1) ลักษณะประชากรศาสตร์ (Demographic)

กลุ่มนักท่องเที่ยว ผู้ที่มาใช้บริการที่นอกเหนือจากนักท่องเที่ยว(นักธุรกิจ/พนักงานบริษัท/หน่วยงานราชการ) อายุตั้งแต่ 23- 50 ปี ขึ้นไป มีรายได้ ตั้งแต่ 15,000-100,000 ขึ้นไป

##### 2) ลักษณะจิตวิทยา (Psychographic)

กลุ่มคนที่มีทัศนคติความชื่นชอบในความแตกต่างมี Life Style และต้องการการตอบสนองผ่านประสบการณ์จากการเดินทาง

##### 3) ลักษณะทางพฤติกรรม (Behavioristic)

กลุ่มนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่ต้องการประสบการณ์ใหม่จากการเดินทางจากที่พักรายวันที่มากกว่าสถานที่เช็คอิน

#### 4.3.2 กลุ่มเป้าหมาย (Target)

ทางโรงแรมจึงได้จัดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายออกเป็น 4 กลุ่ม คือกลุ่มนักท่องเที่ยว นักธุรกิจ ข้าราชการ นักท่องเที่ยว อายุตั้งแต่ 23-50 ปีขึ้นไป มีรายได้ ตั้งแต่ 15,000-100,000 บาทขึ้นไป มีทัศนคติ ความชื่นชอบในความแตกต่าง มี Life Style

##### 1) มาใช้บริการนอกเหนือจากนักท่องเที่ยว (Visitor)

นักธุรกิจ ข้าราชการ พนักงานบริษัท ลูกค้ากลุ่มนี้ต้องการใช้ บริการห้องพักเพื่อดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ทางธุรกิจ การนัดเจรจา งาน ลักษณะของลูกค้าเหล่านี้ ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกหรืองานบริการที่ดี มีสัญญาณอินเทอร์เน็ตในระดับความเร็วสูง และพื้นที่ในการทำงาน

##### 2) นักท่องเที่ยว (Traveler)

กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่เดินทางมาตามโอกาสและเทศกาลต่าง ๆ เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ต้องการค้นหาประสบการณ์สิ่งแปลกใหม่ให้กับชีวิตการเดินทาง มักตัดสินใจใช้บริการโรงแรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ มีความเรียบง่ายเป็นกันเอง ต้องการการดูแลเอาใจใส่ในงานบริการ

#### 4.4 สถานภาพการแข่งขัน และที่มาของการแข่งขัน

เนื่องจากปัจจุบันนี้การเดินทางคนเดียวนั้นเริ่มเป็นที่นิยมมากในหมู่มุกลุ่มคนปัจจุบัน เนื่องจากว่าคนเหล่านั้นมีงบประมาณจำกัดในการซื้อ Package ที่พัก ดังนั้นที่พัก Hostel นั้นเป็นจึงเป็นสิ่งที่ตอบโจทย์กลุ่มคนเหล่านี้ และเนื่องจากว่าการลงทุนการทำ Hostel นั้นใช้ต้นทุนไม่เยอะ มีตึกแถวก็สามารถทำได้ จึงทำให้มีคนที่มากมายหันมาทำธุรกิจนี้ทำให้เกิดการแข่งขันมากส่วนแบ่งทางการตลาดนั้นจึงมีเยอะมาก จากสถิติจำนวนของที่พัก Hostel ในกรุงเทพมหานครที่มีการขยายธุรกิจมากขึ้นอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว ทำให้ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาพฤติกรรมและแรงจูงใจของผู้ที่มาเข้าพัก Hostel เพื่อการปรับปรุงกลยุทธ์ ของธุรกิจให้มีประสิทธิภาพในการแข่งขันมากขึ้น จากการศึกษาข้อมูลใน Blog ของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศจำนวน 385 คน พบว่าส่วนใหญ่มาใช้บริการเข้าพัก Hostel มากกว่า 1 ครั้ง โดยจองผ่านเว็บไซต์ และมีกิจกรรมการร่วมพบปะสังสรรค์ ส่วนแรงจูงใจของผู้มาเข้าพักแบ่งเป็น 8 กลุ่ม ได้แก่

4.4.1 การเรียนรู้จากภายในจิตใจกับการโฆษณาส่วนลด

4.4.2 การบริหาร จัดการและสิ่งปลูกสร้าง

4.4.3 การให้บริการต้อนรับและการสื่อสาร

4.4.4 บรรยากาศของที่พักและกลยุทธ์ราคา

4.4.5 ที่ตั้งและสภาพแวดล้อมของที่พัก

4.4.6 กิจกรรมเชื่อมปฏิสัมพันธ์

4.4.7 ขนาดห้องพัก

4.4.8 การให้บริการอาหารเข้าฟรีแรงจูงใจที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในด้าน

ความถี่และระยะเวลาในการเข้าพัก Hostel รวมถึงการใช้จ่ายเงินของผู้มาเข้าพัก ได้แก่ การบริหารจัดการและสิ่งปลูกสร้าง กิจกรรมการเชื่อมปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้มาเข้าพักกับการให้บริการอาหารเข้าฟรี ส่วนปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการโฮสเทล ได้แก่ ประสิทธิภาพของไวไฟ (Wi-Fi) ความสะอาดของห้องพักและรสชาติกับปริมาณของอาหารเข้า

#### 4.5 คู่แข่งขันทางธุรกิจ

ภาพที่ 4.5: กล้วยดี Bangkok Silom Hostel



ที่มา: กล้วยดี Bangkok Silom Hostel. (2562). สืบค้นจาก <http://www.lodteenai.com/lub-d-bangkok-silom-hostel/>.

กล้วยดี บางกอก สีลม โฮสเทล (Lub d Bangkok Silom Hostel) กรุงเทพฯ จำนวนห้องทั้งหมด 36 ห้องกล้วยดี บางกอก สีลม โฮสเทล ตั้งอยู่ในย่าน สีลม ที่มีชื่อเสียงและเดินทางเข้าถึงได้สะดวก ไม่ว่าจะเดินทางเพื่อติดต่อธุรกิจหรือท่องเที่ยววันหยุดก็สามารถเพลิดเพลินไปกับการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรมแห่งนี้ได้เช่นกัน สิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็น เช่น ฟรี Wi-Fi ทุกห้อง แม่บ้านทำความสะอาดรายวัน ซักรีด แพนกต้อนรับ 24 ชั่วโมง

- ราคาเริ่มต้นที่ 300 บาท
- ห่างจาก BTS ช่องนนทรี 850 เมตร

ภาพที่ 4.6: BRB Hostel Bangkok Silom



ที่มา: *BRB Hostel Bangkok Silom*. (2019). Retrieved from

<https://www.hotels.com/ho655078/brb-hostel-bangkok-silom-bangkok-thailand/>.

BRB Hostel Bangkok Silom จำนวนห้องทั้งหมด 17 ห้อง ตั้งอยู่ในย่าน สีลม ที่มีชื่อเสียง และเดินทางเข้าถึงได้สะดวก ไม่ว่าจะเดินทางเพื่อติดต่อธุรกิจหรือท่องเที่ยววันหยุดบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรมแห่งนี้ได้เช่นกัน สิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็น เช่น ฟรี Wi-Fi ทุกห้อง แม่บ้านทำความสะอาดรายวัน ซักรีด แพนกต้อนรับ 24 ชั่วโมง

ราคาเริ่มต้นที่ 500 บาท

ห่างจาก BTS ช่องนนทรี 350 เมตร

## บทที่ 5 แผนกลยุทธ์ทางธุรกิจ

### 5.1 แผนกลยุทธ์ทางธุรกิจด้านการบริหารจัดการองค์กรและทรัพยากรบุคคล

#### 5.1.1 แนวคิดและทฤษฎี การจัดการองค์กร

ทฤษฎีการบริหารจัดการองค์กรแบบ P-O-C-C (Henri Fayol) โดยมีองค์ประกอบ ดังนี้

1) การวางแผน (Planning) คือ การวางรูปแบบการปฏิบัติงานไว้ตั้งแต่ต้นจนถึงตอนจบ รวมถึงการคาดการณ์อนาคตล่วงหน้า

2) การจัดการองค์กร (Organizing) คือ การวางโครงสร้างตำแหน่ง การปฏิบัติหน้าที่ ลำดับการบริหารและการสั่งการอย่างเป็นระบบระเบียบ เพื่อการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพไม่ซ้ำซ้อน

3) การบังคับบัญชาสั่งการ (Commanding) คือ การทำงานที่ดีควรมีผู้นำที่จะคอย บริหารการทำงาน การสั่งการ และมีอำนาจการตัดสินใจ เพื่อให้ลูกน้องสามารถปฏิบัติงานไปใน แนวทางเดียวกัน

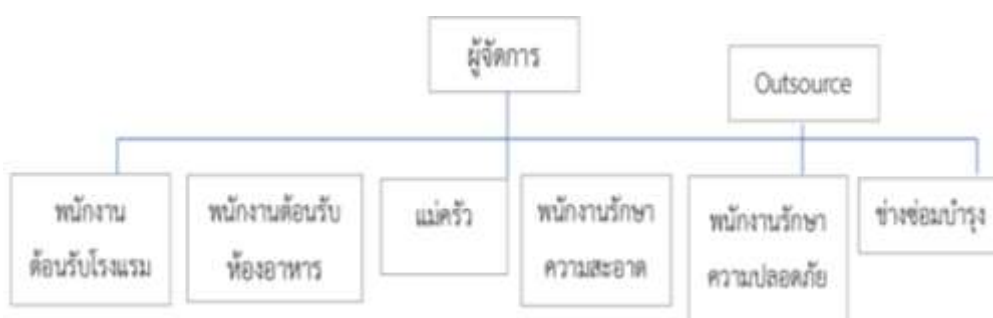
4) การประสานงาน (Coordination) คือ การสื่อสารในทุก ๆ กระบวนการ เพื่อให้มี จุดมุ่งหมายเดียวกัน นำไปสู่การทำงานที่ประสบความสำเร็จ จากความร่วมมือของคนทั้งองค์กร

5) การควบคุม (Controlling) คือ การควบคุมทุก ๆ อย่างในขั้นตอนการทำงานไม่ว่าจะเป็น ฝ่ายบริหาร ฝ่ายการผลิต ฝ่ายทรัพยากร รวมไปถึงทุก ๆ ฝ่ายเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพงานที่ดีที่สุด

โดยจะเห็นว่าทฤษฎีการบริหารจัดการองค์กรแบบ P-O-C-C (Henri Fayol) มุ่งเน้น การบริหารที่ครอบคลุมทุกระบบการทำงานไม่ว่าจะเป็นการวางแผน การควบคุมการทำงาน และการ ปฏิบัติการ ทำให้สามารถดำเนินงานในองค์กรไปในทิศทางเดียวกัน

#### 5.1.2 การจัดการโครงสร้างองค์กร และแบ่งความรับผิดชอบตามหน้าที่

ภาพที่ 5.1: แสดงการจัดองค์กรตามหน้าที่





### 5.1.2.1 หน้าที่และความรับผิดชอบ

1) ผู้ประกอบการ/ผู้จัดการ ทำหน้าที่ตรวจสอบบัญชี ควบคุมการเงิน ทำการตลาด แล้วเรียนรู้เรื่องการบริการเพื่อค้นหาสิ่งใหม่ ๆ มาทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ ดูแลความเรียบร้อย ภายใน Hostel ควบคุมคุณภาพการบริการ ดูแลระบบจัดซื้อ บุคลากร และดูแลเรื่องยอดการเข้าพัก ของ Hostel

2) พนักงานต้อนรับโรงแรม ทำหน้าที่ต้อนรับและดูแล และอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการของทาง Hostel

3) พนักงานต้อนรับห้องอาหาร/แม่ครัว คอยดูแลเรื่องอาหารเช้า และกาแฟ ให้แก่ผู้ที่เข้ามาพัก

4) พนักงานทำความสะอาด ดูแลความสะอาดเรียบร้อยภายในร้านให้ได้มาตรฐาน

### 5.1.3 เกณฑ์ในการรับบุคลากร

ตารางที่ 5.1: เกณฑ์ในการรับบุคลากร

หน่วยงาน/ตำแหน่งหน้าที่	เกณฑ์การรับ
พนักงานต้อนรับ/พนักงานต้อนรับ ห้องอาหาร	<ul style="list-style-type: none"> <li>- วุฒิการศึกษามัธยมศึกษาชั้นปีที่ 6 ขึ้นไป</li> <li>- มีประสบการณ์ 3 ปีขึ้นไป</li> <li>- อายุ 23 ปี ขึ้นไป</li> <li>- มีใจรักการบริการ</li> <li>- สามารถทำงานล่วงเวลาได้</li> <li>- มีความรู้เรื่องการบริการ</li> <li>- เงินเดือน 12,000-20,000 บาท</li> </ul>
แม่ครัว	<ul style="list-style-type: none"> <li>- วุฒิการศึกษามัธยมศึกษาชั้นปีที่ 6 ขึ้นไป</li> <li>- มีประสบการณ์ ในการทำอาหาร</li> <li>- อายุ 20 ปีขึ้นไป</li> <li>- พร้อมเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ</li> <li>- เงินเดือน 15,000- 20,000 บาท</li> </ul>

(ตารางมีต่อ)



ตารางที่ 5.1 (ต่อ): เกณฑ์ในการรับบุคลากร

หน่วยงาน/ตำแหน่งหน้าที่	เกณฑ์การรับ
พนักงานทำความสะอาด	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่จำกัดวุฒิการศึกษา</li> <li>- ไม่ต้องมีประสบการณ์</li> <li>- อายุไม่เกิน 40 ปี</li> <li>- รักสะอาด รอบคอบและมีความเรียบร้อย</li> <li>- เงินเดือน 8,000 บาท</li> </ul>

ตารางที่ 5.2: เกณฑ์ในการประเมินผลการปฏิบัติงาน

หน่วยงาน/ตำแหน่งหน้าที่	เกณฑ์ในการประเมินผลการปฏิบัติงาน
พนักงานต้อนรับ/พนักงานต้อนรับ ห้องอาหาร	ภายใน 1 ไตรมาส ต้องมียอด Complain ต่ำกว่า 1% ของลูกค้าที่มาพักทั้งหมด หรือไม่มีเลย

ตารางที่ 5.3: วิธีการจูงใจและรักษาบุคลากร

หน่วยงาน/ตำแหน่งหน้าที่	วิธีการจูงใจและรักษาบุคลากร
พนักงานต้อนรับ/พนักงานต้อนรับ ห้องอาหาร	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สวัสดิการประกันสังคม</li> <li>- โบนัสประจำปี</li> <li>- วันลาหยุดพักร้อน</li> <li>- ค่าคอมมิชชั่นคิดตามเปอร์เซ็นต์ 3-5% ตามยอดขายของแต่ละเดือน</li> <li>- อาหารกลางวัน</li> </ul>

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.3 (ต่อ): วิธีการจูงใจและรักษาบุคลากร

หน่วยงาน/ตำแหน่งหน้าที่	วิธีการจูงใจและรักษาบุคลากร
แม่ครัว	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สวัสดิการประกันสังคม</li> <li>- โบนัสประจำปี</li> <li>- วันลาหยุดพักร้อน</li> <li>- อาหารกลางวัน</li> </ul>
พนักงานทำความสะอาด	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สวัสดิการประกันสังคม</li> <li>- โบนัสประจำปี</li> <li>- วันลาหยุดพักร้อน</li> <li>- อาหารกลางวัน</li> </ul>

## 5.1.4 การบริหารเงินเดือนและสวัสดิการ

- 1) การจ่ายเงินเดือน จ่ายวันสุดท้ายของเดือน หากตรงกับวันหยุดจะจ่ายก่อนถึงวันหยุด
- 2) ประกันสังคม พนักงานจะได้รับสิทธิประกันสังคมทุกคน ได้รับหลักการประกันในระบบประกันสังคม เพื่อจะได้รับสิทธิประโยชน์ ดังนี้
  - เมื่อประสบอุบัติเหตุหรือเจ็บป่วย
  - กรณีคลอดบุตร
  - กรณีทุพพลภาพ
  - กรณีเสียชีวิต
  - กรณีสงเคราะห์บุตร
  - กรณีชราภาพ
  - กรณีว่างงาน
- 3) โบนัสประจำปี
 

โบนัสประจำปีขึ้นอยู่กับรายได้รวมของทั้งปี ผลประกอบการขององค์กร โดยพนักงานทุกคนจะได้รับ
- 4) ค่าคอมมิชชั่น
 

ค่าคอมมิชชั่น คิดตามจำนวนยอดขายต่อเดือน

### 5.1.5 การจ้างบุคลากร

องค์กรจ้างพนักงานในรูปแบบของรายเดือน ซึ่งทุกตำแหน่งจะมีการทดลองงานก่อนเริ่มงานจริง

## 5.2 แผนกลยุทธ์ทางการตลาด

### 5.2.1 แนวคิดและทฤษฎี

กลยุทธ์การตลาดแบบ 10P กลยุทธ์ใหม่ที่มีการต่อยอดมาจากกลยุทธ์การตลาดแบบ 4P ที่เป็นที่ยอมรับกันอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน โดยมีองค์ประกอบ ดังนี้

1) กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ (Product Strategy) คือ สินค้าและบริการ จะต้องมีความคุณภาพและเป็นที่ต้องการ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี

2) กลยุทธ์ราคา (Price Strategy) คือ การกำหนดราคาให้เหมาะสมกับกำลังจ่ายของกลุ่มลูกค้า และยังสามารถสร้างกำไรให้กับองค์กรได้ รวมไปถึงการใช้ราคาในการตั้งส่วนลด

3) กลยุทธ์การจัดจำหน่าย (Place Strategy) คือ การเลือกสถานที่เปิดร้านที่สามารถเข้าถึงง่าย โลเคชันมีความสำคัญมากในการที่ลูกค้าจะเข้ามาซื้อสินค้าที่ร้าน หากสินค้าของเราสามารถเข้าถึงง่ายและรวดเร็ว มีแนวโน้มสูงที่จะสามารถสร้างยอดขายได้มาก

4) กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy) คือ การส่งเสริมการขายในรูปแบบที่เหมาะสมกับสินค้าและบริการ เช่น การโฆษณา ควรใช้คำพูดและข้อความที่กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมซื้อ หรืออยากทดลองในตัวสินค้าและบริการ และที่สำคัญคือเรื่องของการบริการ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจไหนการบริการทั้งก่อนและหลังการขายถือเป็นสิ่งสำคัญสามารถสร้างความประทับใจระยะยาวในตัวสินค้าและบริการของเราได้

5) กลยุทธ์การให้ข่าวสาร (Public Relation Strategy) คือ การส่งข้อความไม่ว่าจะเป็นทางออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อให้ได้รับรู้ข่าวสารสำคัญ สร้างความเข้าใจในตัวสินค้าและบริการ และยังสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กรได้อีกด้วย

6) กลยุทธ์ด้านการใช้พนักงานขาย (Personal Strategy) คือ สำหรับสินค้าและบริการบางอย่างจำเป็นที่จะต้องให้รายละเอียดในตัวสินค้าและบริการค่อนข้างมาก การใช้พนักงานขายถือเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญสำหรับสินค้าชนิดนี้ เนื่องจากสามารถอธิบายได้ละเอียดและชักชวนให้ลูกค้าเกิดพฤติกรรมตัดสินใจซื้อได้อีกด้วย

7) กลยุทธ์เพื่อสร้างการสนับสนุนจากผู้คน (People Strategy) คือ กลยุทธ์เพื่อสร้างความปรองดองและการสนับสนุนองค์กรและผลิตภัณฑ์ จากคนในบริเวณพื้นที่ที่ต้องการจัดจำหน่าย เพื่อป้องกันการเกิดปัญหาจากผู้คนในบริเวณนั้น ๆ โดยการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

8) กลยุทธ์บรรจุภัณฑ์ (Packaging Strategy) คือ การสร้างบรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะโดดเด่นสวยงาม ไม่ซ้ำกับแบรนด์อื่น ๆ บรรจุภัณฑ์ที่ดีต้องสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ แข็งแรงและต้องโดดเด่นกว่าคู่แข่ง เพื่อสร้างความประทับใจต่อผู้บริโภค

9) กลยุทธ์คู่ค้าหรือกลยุทธ์หุ้นส่วน (Partner Strategies) คือ ในการทำธุรกิจมักจะพบเจอกับปัญหาและอุปสรรคในทุก ๆ วัน การมีหุ้นส่วนเข้ามาช่วยเป็นคู่คิดและคอยช่วยแก้ปัญหาสามารถกระจายความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจได้อีกด้วย

10) กลยุทธ์ความเข้าใจ (Perception Strategy) คือ สามารถรู้และเข้าใจสถานการณ์ต่าง ๆ ล่วงหน้า เพราะในอนาคตจะมีการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ ตลอดเวลา การรู้เท่าทันถึงการนี้สามารถทำให้เราพัฒนาตัวเอง และพัฒนาไปก่อนคู่แข่ง

### 5.2.2 นวัตกรรมที่นำมาใช้กับผลิตภัณฑ์

ช่องทางการจำหน่ายผ่านระบบ Technology

1) ในช่วงแรกต้องสร้าง Brand ให้เป็นที่รู้จัก เน้นช่องทางออนไลน์เป็นหลัก Social Media และ Web Size Facebook, Line@, Instagram, Youtube.com ควบคู่ไปกับการทำ Content Marketing

2) การทำ Search Engine Optimization (SEO) ทำให้เว็บติดอันดับหน้าแรกใน Google.com

### 5.2.3 การเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์

ทุกการบริการของ Sleep on me hostel นั้นจะเต็มเปี่ยมไปด้วยรอยยิ้ม

### 5.2.4 แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์

1) เรียนรู้เทคนิค และค้นหาวิธีการบริการ Option เสริมใหม่ ๆ เพื่อนำมาบริการให้แก่ลูกค้า

2) สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ใน Hostel นั้นจะมีการ Screen Logo ของ Sleep on me Hostel ลงไปเพื่อเป็นการตอกย้ำของ Brand

### 5.2.5 การตั้งราคา

การตั้งราคาให้สูงจะอยู่ที่ประมาณ ต้นทุน 30-40% กำไร 60-70% โดยประมาณ เพื่อให้ได้เป็นส่วนลดและการทำโปรโมชั่นในการสะสมแต้ม

### 5.2.6 การสร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จัก

1) มีการไปออกบูธตามงาน Event ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในเมืองไทย และต่างประเทศ

2) ทำ PR ผ่าน Social Network

3) มีการเชิญชวน Travel Blogger ที่มียอดผู้ติดตามสูงมาใช้บริการฟรีเพื่อเป็นการ

Promote

### 5.2.7 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

- 1) จัดทำบัตรสะสมแต้มในการเข้าพักเพื่อนำไปใช้เป็นส่วนลดในการเข้าพักครั้งต่อ ๆ ไป
- 2) หากมีฐานลูกค้า กลุ่ม Loyalty ที่แน่นอนจะจัดทำกิจกรรม Event ต่าง ๆ เพื่อชวนลูกค้าเข้ามาทำกิจกรรมด้วยกัน

## 5.3 งบประมาณการลงทุน

ตารางที่ 5.4: แสดงรายละเอียดงบประมาณการลงทุน

งบประมาณการลงทุน			
รายการ	รวม	แหล่งที่มา	
		ส่วนของเจ้าของ	เจ้าหนี้ (เงินกู้ยืม)
<b>สินทรัพย์ถาวร</b>			
อาคารพาณิชย์ 1 คูหา Renovation Built in	1,500,000.00	1,500,000.00	
เครื่องจักรและอุปกรณ์ในการให้บริการ	200,000.00	200,000.00	-
Furniture อุปกรณ์ตกแต่งภายใน	150,000.00	150,000.00	-
<b>สินทรัพย์ถาวรรวม</b>	<b>1,850,000.00</b>		
<b>ค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินงาน</b>			
ค่าธรรมเนียมและใบอนุญาตต่าง ๆ	35,000.00	35,000.00	-
ค่าป้ายโรงแรม	15,000.00	15,000.00	-
<b>เงินทุนหมุนเวียน</b>	<b>2,000,000.00</b>	<b>2,000,000.00</b>	<b>0</b>
<b>รวมเงินลงทุนเริ่มต้น</b>	<b>3,900,000.00</b>	<b>3,900,000.00</b>	<b>-</b>
สัดส่วนโครงสร้างเงินทุน (%)	100	100	-

จากตารางที่ 5.3 งบประมาณการลงทุนประกอบไปด้วย การปรับปรุงอาคาร และตกแต่งสถานที่ รวมทั้งค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ดังนั้นกิจการใช้งบประมาณในการลงทุนครั้งนี้ เป็นจำนวนเงิน 3,900,000.00 บาท โดยใช้แหล่งที่มาของเงินทุนจากส่วนของผู้ถือหุ้นของกิจการ ร้อยละ 100

ตารางที่ 5.5: แสดงค่าเสื่อมราคา

การคำนวณค่าเสื่อมราคา	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์ถาวร รวม	1,850,000.00				
ค่าเสื่อมราคาต่อปี	370,000.00	370,000.00	370,000.00	370,000.00	370,000.00
ค่าเสื่อมราคาสะสม	370,000.00	740,000.00	1,110,000.00	1,480,000.00	1,850,000.00

#### โอนไปงบดุล

สินทรัพย์ถาวร รวม	1,850,000.00	1,850,000.00	1,850,000.00	1,850,000.00	1,850,000.00
หัก ค่าเสื่อมราคา สะสม	370,000.00	740,000.00	1,110,000.00	1,480,000.00	1,850,000.00
สินทรัพย์ถาวร รวมสุทธิ	1,480,000.00	1,110,000.00	740,000.00	370,000.00	-

ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าตกแต่ง	35,000.00				
ค่าตกแต่งตัดจ่าย	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00
ตัดจ่ายสะสม	7,000.00	14,000.00	21,000.00	28,000.00	35,000.00

#### โอนไปงบดุล

ค่าตกแต่ง	35,000.00	35,000.00	35,000.00	35,000.00	35,000.00
หักตัดจ่ายสะสม	7,000.00	14,000.00	21,000.00	28,000.00	35,000.00
ค่าตกแต่งสุทธิ	28,000.00	21,000.00	14,000.00	7,000.00	-

ตารางที่ 5.6: แสดงประมาณการยอดขาย

การประมาณการรายได้	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
จำนวนผู้มาใช้บริการต่อวัน					
ช่วง (9.00-12.00 น.)	2	3	3	3	3
ช่วง (12.00-17.00น.)	3	3	4	4	4
ช่วง (17.00-21.00 น.)	3	4	4	4	4
เวลาผู้มาใช้บริการต่อวัน/ ห้อง	8	10	11	11	11
รายได้บริการต่อชม. เฉลี่ย	450	450	450	450	450
รายได้บริการต่อวัน/ห้อง	3600	4500	4950	4950	4950
จำนวนห้องที่ให้บริการ	4	4	4	4	4
รายได้รวมต่อวัน	14,400	18,000	19,800	19,800	19,800
รายได้ค่าบริการต่อปี	5,040,000	6,300,000	6,930,000	6,930,000	6,930,000

ตารางที่ 5.7: แสดงรายละเอียดประมาณการจุดคุ้มทุน

การคำนวณจุดคุ้มทุน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรส่วนเกิน	3,679,200	4,599,000	5,058,900	5,058,900	5,058,900
อัตรากำไรส่วนเกิน	0.73	0.73	0.73	0.73	0.73
จุดคุ้มทุนต่อปี	1,438,082	1,482,548	1,529,232	1,578,245	1,629,704
จุดคุ้มทุนต่อเดือน	119,840.18	123,545.66	127,436.00	131,520.44	135,808.68
จุดคุ้มทุนต่อวัน	3,994.67	4,118.19	4,247.87	4,384.01	4,526.96

จากตารางที่ 5.7 ในปี 1 การคำนวณกำไรส่วนเกิน = ยอดขาย-ต้นทุนผันแปร ได้กำไรส่วนเกินเท่ากับ 3,270,400 บาท การคำนวณอัตรากำไรส่วนเกิน = กำไรส่วนเกิน/ยอดขาย ได้อัตรากำไรส่วนเกินเท่ากับ 0.69 ต่อปี การคำนวณจุดคุ้มทุน = ต้นทุนคงที่/อัตรากำไรส่วนเกิน ได้จุดคุ้มทุน 1,438,082 บาทต่อปี จุดคุ้มทุนต่อเดือน 119,840.18 บาท และจุดคุ้มทุนต่อวัน 3,994.67 บาท

ตารางที่ 5.8: แสดงรายละเอียดงบกำไรขาดทุน ประมาณการกรณีสถานการณ์ปกติ

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้รวม	5,040,000.00	6,300,000.00	6,930,000.00	6,930,000.00	6,930,000.00
หัก ต้นทุนผันแปร	1,360,800.00	1,701,000.00	1,871,100.00	1,871,100.00	1,871,100.00
กำไรส่วนเกิน	3,679,200.00	4,599,000.00	5,058,900.00	5,058,900.00	5,058,900.00
หัก ต้นทุนคงที่	1,049,800.00	1,082,260.00	1,116,339.40	1,152,119.10	1,189,684.04
กำไรก่อนการดำเนินงาน	2,629,400.00	3,516,740.00	3,942,560.60	3,906,780.90	3,869,215.96
หัก ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
กำไรก่อนหักภาษี	2,629,400.00	3,516,740.00	3,942,560.60	3,906,780.90	3,869,215.96
หัก ภาษี 30%	788,820.00	1,055,022.00	1,182,768.18	1,172,034.27	1,160,764.79
กำไรสุทธิ	1,840,580.00	2,461,718.00	2,759,792.42	2,734,746.63	2,708,451.18

จากตารางที่ 5.8 งบกำไรขาดทุน เป็นการแสดงให้เห็นถึงผลกำไรสุทธิในปีที่ 1-5 ปีที่ 1 มีกำไรสุทธิ 1,554,420.00 บาท เพิ่มขึ้นต่อเนื่องทุกปี ปีที่ 2 กำไรสุทธิ 2,104,018.00 บาท ในปีที่ 3 กำไรสุทธิ 2,366,322.42 บาท ปีที่ 4 กำไร 2,341,276.63 บาท และปีที่ 5 กำไรสุทธิ 2,314,981.18 บาท

ตารางที่ 5.9: แสดงรายละเอียดงบกระแสเงินสด ประมาณการกรณีสถานการณ์ปกติ

กระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรสุทธิ	1,840,580.00	2,461,718.00	2,759,792.42	2,734,746.63	2,708,451.18
บวก ค่าเสื่อมราคา	370,000.00	370,000.00	370,000.00	370,000.00	370,000.00
บวก ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00

(ตารางมีต่อ)



ตารางที่ 5.9 (ต่อ): แสดงรายละเอียดงบประมาณกระแสเงินสด ประมาณการกรณีสถานการณ์ปกติ

กระแสเงินสดจาก กิจกรรมการ ดำเนินงาน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
บวก ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
บวก ภาษีเงินได้ค้าง จ่ายที่เพิ่มขึ้น	788,820.00	266,202.00	127,746.18	10,733.91	11,269.48
บวก เงินปันผลค้าง จ่ายที่เพิ่มขึ้น	184,058.00	62,113.80	29,807.44	2,504.58	2,629.55
<b>เงินสดจากกิจกรรม การดำเนินงาน</b>	<b>3,190,458.00</b>	<b>3,167,033.80</b>	<b>3,294,346.04</b>	<b>3,098,508.14</b>	<b>3,071,552.15</b>
กระแสเงินสดจาก กิจกรรมการลงทุน					
สินทรัพย์รวม	- 1,850,000.00	-	-	-	-
ค่าธรรมเนียมและใบ อนุญาตต่าง ๆ	- 35,000.00	-	-	-	-
ค่าป่วยโรงแรม	-15,000.00	-	-	-	-
<b>กระแสเงินสดจากการ ลงทุน</b>	<b>- 1,900,000.00</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
กระแสเงินสดจากการ จัดหา					
กู้จากสถาบันการเงิน	-	-	-	-	-
หัก ชำระเงินกู้	-	-	-	-	-
หัก ชำระดอกเบี้ย เงินกู้	-	-	-	-	-
หัก เงินปันผล	184,058.00	246,171.80	275,979.24	273,474.66	270,845.12
ทุนหุ้นสามัญ	3,900,000.00	-	-	-	-
<b>กระแสเงินสดจาก กิจกรรมการจัดหา</b>	<b>3,715,942.00</b>	<b>-246,171.80</b>	<b>-275,979.24</b>	<b>-273,474.66</b>	<b>-270,845.12</b>

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.9 (ต่อ): แสดงรายละเอียดงบประมาณกระแสเงินสด ประมาณการกรณีสถานการณ์ปกติ

กระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินสดสุทธิ	5,006,400.00	2,920,862.00	3,018,366.80	2,825,033.48	2,800,707.03
บวก เงินสดต้นงวด	-	5,006,400.00	7,927,262.00	10,945,628.80	13,770,662.28
เงินสดปลายงวด	5,006,400.00	7,927,262.00	10,945,628.80	13,770,662.28	16,571,369.31

จากตารางที่ 5.9 งบประมาณกระแสเงินสด แสดงให้เห็นว่ายอดเงินสดปลายงวด ของธุรกิจมีการเพิ่มขึ้นทุกปี จากปีที่ 1 ยอดเงิน 4,597,600.00 บาท เพิ่มขึ้นในปีที่ 2 ยอดเงิน 7,158,718.00 บาท เพิ่มขึ้นในปีที่ 3 ยอดเงิน 9,804,054.80 บาท เพิ่มขึ้นในปีที่ 4 ยอดเงิน 12,274,965.28 บาท และในปีที่ 5 เพิ่มขึ้น 14,721,549.31 บาท

ตารางที่ 5.10: แสดงการวิเคราะห์โครงการลงทุน

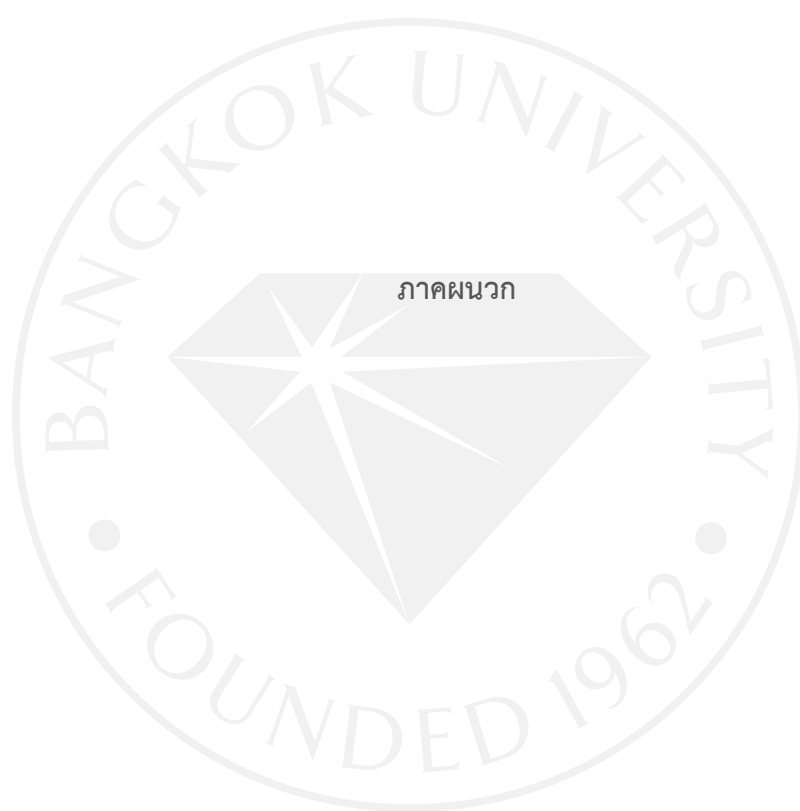
ปีที่	
0	กระแสเงินสดจ่าย ณ วันลงทุน
	- 3,900,000.00
1	กระแสเงินสดรับ
2	กระแสเงินสดรับ
3	กระแสเงินสดรับ
4	กระแสเงินสดรับ
5	กระแสเงินสดรับ*
	4,461,584.03
	การคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิโดยใช้อัตราคิดลด
	30%
	มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับ
	฿8,322,906.29
	หัก มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่าย
	- 3,900,000.00
	มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)
	฿4,422,906.29
	อัตราผลตอบแทนของโครงการ
	90%

จากตารางที่ 5.10 แสดงผลประมาณการกระแสเงินสดรับ ณ ปีที่ 5 จำนวน 4,461,584.03 บาท คำนวณมูลค่าสุทธิโดยใช้อัตราการคิดลด 10% ทำให้มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับ เท่ากับ 8,322,906.27 บาท หักมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่าย 3,900,000.00 บาท มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับจำนวน 4,422,906.29 บาท โดยมีอัตราผลตอบแทนกำไรของโครงการที่ 90% แสดงให้เห็นว่า โครงการมีผลการตอบแทนที่ค่อนข้างสูง ยิ่งสูงยิ่งดีเห็นควรแก่การลงทุน



## บรรณานุกรม

- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2559). *โมเดลทางธุรกิจ*. สืบค้นจาก <https://bsc.dip.go.th/th/category/business-plan/business-model-content>.
- การวิเคราะห์ TOWS. (2557). สืบค้นจาก <https://www.business-to-you.com/swot-analysis/>.
- กิตติ เกิดเปี่ยม. (2558). *โครงการธุรกิจโรงแรม The Container Hotel*. การค้นคว้าอิสระปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- จันทิสา ศิริสุนทร. (2559). *ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี*. การค้นคว้าอิสระปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- นิตา ชัชกุล. (2550). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พุทธรชชาติ ลุนคำ. (2559). *ธุรกิจโรงแรม แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2559-2561*. กรุงเทพฯ: ธนาคารกรุงศรีอยุธยา.
- รสสุคนธ์ แซ่เฮีย. (2558). *ปัจจัยพฤติกรรมการใช้บริการโรงแรม คุณภาพการบริการ ส่วนผสม การตลาดบริการ และคุณค่าตราสินค้าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าชาวต่างชาติที่ใช้บริการโรงแรมระดับห้าดาวแห่งหนึ่งในจังหวัดกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). *สรุปสถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย ไตรมาส 1/2562 และไตรมาส 2/2562*. รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว, 1, 20-21.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2561). *การสำรวจที่พักแรม พ.ศ. 2561*. กรุงเทพฯ: กองสถิติพยากรณ์.
- หลีบีดี Bangkok Silom Hostel. (2562). สืบค้นจาก <http://www.lodteenai.com/lub-d-bangkok-silom-hostel/>.
- BRB Hostel Bangkok Silom. (2019). Retrieved from <https://www.hotels.com/ho655078/brb-hostel-bangkok-silom-bangkok-thailand/>.





## แบบสอบถามเรื่องแผนธุรกิจ Sleep on Me Hostel Bangkok

แบบสอบถามนี้เป็น ส่วนหนึ่งของการศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิตมหาวิทยาลัยกรุงเทพ โดยแผนธุรกิจนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดทำแผนธุรกิจ Sleep on Me Hostel Bangkok สีสลม กรุงเทพฯ โปรดกรอกแบบสอบถามนี้ตามความเป็นจริง ซึ่งข้อมูลที่ได้จากท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการนำไปใช้ในการพัฒนาและประกอบธุรกิจ แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยในการเลือกเข้าใช้บริการ Hostel ได้แก่ ความ สะดวกสบาย ความประหยัด เป็นต้น

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการ Hostel เช่น ความบ่อยครั้งแค่ไหน ในการเข้าใช้บริการโรงแรมรูปแบบ Hostel และความคุ้มค่ารู้สึกคุ้มค่า เป็นต้น

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้กรอกแบบสอบถาม

1. เพศ .....
2. อายุ ..... ปี
3. อาชีพ.....
4. รายได้ต่อเดือน.....บาท
5. สถานภาพ.....

ส่วนที่ 2 ปัจจัยในการเลือกเข้าใช้บริการ Hostel

1. ในแต่ละครั้งที่เข้าใช้บริการ Hostel ใช้อะไรเป็นเกณฑ์ในการเข้าใช้บริการ

.....

.....

2. Hostel ที่จะเลือกควรมีบริการเสริมใด (สามารถเลือกได้มากกว่าหนึ่งข้อ)
  - Working Space (พื้นที่ในการทำงาน)
  - บริการเครื่องดื่ม (เช่น ร้านกาแฟ, ตู้กดน้ำอัตโนมัติ, น้ำสมุนไพรม)
  - เครื่องซักผ้าพร้อมเครื่องอบแห้งให้กับผ้า
  - บริการ Shuttle bus รับส่งไปตามจุด Landmark ต่าง ๆ ที่ใกล้โรงแรม
  - อุปกรณ์ Shower kit (ชุดเครื่องอาบน้ำ เช่น สบู่ แชมพู แปรงสีฟัน)
  
3. Hostel ที่ท่านจะเลือกควรมีราคาอยู่ที่ประมาณใด
  - 150-250 บาท
  - 350-450 บาท
  - 450-550 บาท
  - 550-650 บาท
  
4. ท่านคิดว่า Hostel ควรจัด Promotion ในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า
  - จัดส่วนลดให้กับนักศึกษามหาวิทยาลัย โดยการแสดงบัตรนักศึกษาให้กับทาง Hostel
  - จัดทำบัตรสมาชิกของ Hostel เพื่อให้ลูกค้าสะสมแต้มและนำมาใช้เป็นส่วนลดในครั้งต่อไป
  - จัดทำ Campaign ร่วมกับบัตร Credit เพื่อให้ลูกค้าที่ชำระค่าบริการผ่านบัตร Credit รับแต้มสะสมของบัตร Credit 2 เท่า
  - ทุกข้อ

### ส่วนที่ 3 พฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้บริการ Hostel

1. จุดประสงค์ในการเดินทางส่วนใหญ่ของท่าน
 

<input type="radio"/> ติดต่อธุรกิจ	<input type="radio"/> ท่องเที่ยวส่วนตัว	<input type="radio"/> ท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ
<input type="radio"/> สัมมนาวิชาการ	<input type="radio"/> ติดต่องานโดยบริษัท	<input type="radio"/> อื่น ๆ โปรดระบุ .....
  
2. ส่วนใหญ่การเดินทางของท่านเป็นแบบใด
 

<input type="radio"/> ท่องเที่ยวแบบพักรแรม	<input type="radio"/> ท่องเที่ยวแบบไปเช้า-เย็นกลับ
<input type="radio"/> เดินทางทั้งสองแบบ	

3. ท่านนิยมเดินทางท่องเที่ยวในช่วงใด

วันธรรมดา

วันหยุดสุดสัปดาห์

วันหยุดนักขัตฤกษ์

อื่น ๆ .....

4. หากเปรียบเทียบกับโรงแรมที่เป็น Full Services ท่านคิดว่าโรงแรมแบบไหนคุ้มค่ากว่า  
กัน

.....





**ประวัติผู้เขียน****ชื่อ-นามสกุล**

นายภูมิวิศ ศรีศศิวิไล

**Email**

Pumivit.sris.designer@gmail.com

**ประวัติการศึกษา**

ปริญญาตรี

Bangkok University International College

สาขา Computer Graphic and Multimedia

**ประวัติการทำงาน**

D Intelligent Agency ตำแหน่ง Project Manager

Bangkok commercial asset management PCL,

ตำแหน่ง Officer 5 Corporate Communication

Department



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาห์กิจขนาดกลางและขนาดย่อม

วันที่ 18 เดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) นาย สุวิทย์ ศรีศิริไค อยู่บ้านเลขที่ 30/266

ซอย นวมินทร์ 80 ถนน นวมินทร์ ตำบล/แขวง บางกะปิ คลองจั่น

อำเภอ/เขต คันนายาว จังหวัด กรุงเทพฯ รหัสไปรษณีย์ 10230

เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7600203157

ระดับปริญญา  ตรี  โท  เอก

หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา วิสาห์กิจขนาดกลางและขนาดย่อม 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: Sleep on we hostel

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 ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดใช้ค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหาย  
ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาโดย  
ละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ.....ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ  
( ภูมิรัต ศรีศิริโว )

ลงชื่อ.....ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ  
(อาจารย์อภิญญา จุลพิสิฐ)  
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและพื้นที่การเรียนรู้

ลงชื่อ.....พยาน  
(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)  
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ.....พยาน  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษมสันต์ พิพัฒน์ศิริศักดิ์)  
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร