

แผนธุรกิจโฮมสเตย์บ้านสวน

Business Plan for Garden Home Stay



แผนธุรกิจโฮมสเตย์บ้านสวน

Business Plan for Garden Home Stay



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2561



©2563

ศรียรรณ เจริญภักดิ์

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เรื่อง แผนธุรกิจโฮมสเตย์บ้านสวน

ผู้วิจัย สรวิพรรณ เจริญภักดิ์

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

.....
(ดร.สุมนา ธีรภักดีกุล)

ผู้เชี่ยวชาญ

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รวิพรรณ สุภาวรรณ)

.....
(อาจารย์ วิรัตน์ รัตตากร)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

4 พฤษภาคม 2563

สรীরวรรณ เจริญภักดิ์. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
พฤษภาคม 2563, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
แผนธุรกิจโฮมสเตย์บ้านสวน (58 หน้า)
อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.สุมนา ธีรกิตติกุล

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการต่อยอดธุรกิจโฮมสเตย์บ้านสวนโดยการวิเคราะห์รายละเอียดโดยรวมของธุรกิจ ทั้งทางด้านการวิเคราะห์ปัจจัยและสิ่งแวดล้อมทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก รวมถึงการมีจุดยืนของตนเองในการทำโฮมสเตย์บ้านสวนขึ้นมาเพื่อเสริมรายได้ให้กับครอบครัวและได้ศึกษาความต้องการของผู้บริโภคในพื้นที่รวมถึงพื้นที่รอบข้างหรือจังหวัดใกล้เคียง โดยการศึกษาครั้งนี้ได้ใช้แบบสอบถามจำนวน 5 ชุด ในการสัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจโฮมสเตย์แบบเดียวกันและแบบสอบถามออนไลน์จำนวน 300 ชุด จากบุคคลทั่วไปเพื่อสอบถามความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเข้าใช้บริการโฮมสเตย์

จากเหตุการณ์ข้างต้นจึงได้เล็งเห็นถึงโอกาสในการทำธุรกิจโฮมสเตย์ ภายใต้ชื่อ “ โฮมสเตย์บ้านสวน “ ซึ่งเป็นโฮมสเตย์สวนผลไม้เป็นที่พักอาศัยแบบชั่วคราว เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบธรรมชาติ หรืออยากมารับประทานผลไม้ตามฤดูกาล รวมทั้งอยากมาสัมผัสวิถีชีวิตที่รักสงบ เรียบง่าย ค่าบริการที่พักมีราคาไม่สูงมาก เน้นการให้บริการแบบเป็นกันเอง ทำให้ผู้ที่มาพักอาศัยสามารถพักผ่อนได้อย่างเต็มที่

ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความคิดเห็นกับการจัดตั้งโฮมสเตย์ด้วยราคา ทำเลที่ตั้ง และแนวทางในการให้บริการมีความสะดวกสบาย สามารถตอบโจทย์บรรยากาศการพักผ่อนของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี ทำให้มีความเป็นไปได้สูงในการประสบความสำเร็จ

คำสำคัญ : โฮมสเตย์, ธุรกิจบริการ, สวนผลไม้, จันทบุรี, สัมผัสธรรมชาติ

Chareanpak, S. M.B.A. (M.B.A (Small and Medium-Sized Enterprises), May 2020,
Graduate School, Bangkok University
Business Plan for Garden Home Stay (58 pp.)
Advisor : Sumana Theerakittikul, Ph.D.

ABSTACT

The objective of this research is to study the feasibility of expanding the Ban Suan Homestay business by analyzing the overall business operation in term of environmental factors including internal and external factors, a standpoint of creating a Baan Suan Homestay in generating income for the family and the need of consumers in the surrounding areas and nearby provinces. The 5 questionnaires for interview with the homestay business owners and 300 online questionnaires for the general respondents in order to gain information about the personal opinions when using homestay services.

In consequence, such homestay business under the name "Baan Suan Homestay", is created based on a design of a fruit orchard homestay, a temporary accommodation, a place of recreation and a visiting destination service for visitors who prefer to living among the nature and even would like to have a seasonal fruit buffet. Moreover, visitors are allowed to experience a peaceful and simple life style amid the surrounding areas. The accommodation fee is not that expensive when compared to gain from friendly and warm services. The residents themselves will be fulfilled with natural relaxation.

The results showed that most consumers have been satisfied with idea in establishing a homestay with affordable price, location, and convenience of service business, of which it meets the requirement of keen consumers. The plan is therefore practical to be a successful service business.

Keywords: homestay, service business, orchard, Chanthaburi province, natural experience

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับคำชี้แนะจาก รศ.ดร.สุมนา ธีรกิตติกุล อาจารย์ที่ปรึกษา ซึ่งได้มอบความรู้การชี้แนะแนวทางต่างๆและตรวจทานแก้ไขข้อบกพร่อง ในงาน พร้อมทั้งให้คำปรึกษาซึ่งเป็นประโยชน์ในการทำแผนธุรกิจในครั้งนี้ให้สำเร็จไปได้ด้วยดี รวมถึง ผู้จัดยังได้รับคำแนะนำเพิ่มเติมจากอาจารย์ท่านอื่น เพื่อนำไปปรับปรุงแผนธุรกิจให้มีความน่าสนใจ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับสถานการณ์จริงได้ดียิ่งขึ้น

นอกจากนี้ผู้จัดทำขอขอบคุณครอบครัว และ คณาจารย์คณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขา วิชาศึกษานาตกลางและขนาดย่อม มหาวิทยาลัยกรุงเทพและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่าน สำหรับความช่วยเหลือและคำแนะนำ ที่ช่วยให้แผนธุรกิจฉบับนี้สามารถเสร็จสมบูรณ์ได้ หากมีข้อผิดพลาดประการใด ทางผู้จัดทำต้องกราบขออภัยมาไว้ ณ โอกาสนี้

สรวิวรรณ เจริญภักดิ์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 แนะนำธุรกิจ	2
1.2 ทำเลที่ตั้ง	2
1.3 จุดเด่นที่ตั้ง	4
1.4 ประเภทของธุรกิจ	4
1.5 วิสัยทัศน์	5
1.6 พันธกิจ	5
1.7 เป้าหมายทางธุรกิจ	6
1.8 รายละเอียดของสินค้า / บริการ	6
1.9 แนวโน้มอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย	7
1.10 แนวโน้มการท่องเที่ยวไทยในปี 2562	8
บทที่ 2 วิธีการดำเนินการในการจัดทำแผนธุรกิจ	
2.1 วัตถุประสงค์ของธุรกิจ	9
2.2 ที่มาของการจัดทำแผน	9
2.3 ความสำคัญของการจัดทำแผน	9
2.4 วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผน	10
2.5 ประเภทของข้อมูลที่น่ามาใช้	10
2.6 การดำเนินการวิจัย	12
บทที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมของธุรกิจ	
3.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและภายในของธุรกิจ	13
3.2 การสรุปจุดแข็งที่จะนำไปใช้ภายใต้โอกาสจากสภาพแวดล้อม	18
3.3 การสรุปจุดแข็งที่จะนำไปใช้ในการแก้ปัญหาจุดอ่อน และอุปสรรคเพื่อเพิ่มโอกาสให้กับธุรกิจ	18

สารบัญ (ต่อ)

บทที่ 4 โมเดลในการทำธุรกิจ	
4.1 โมเดลธุรกิจ	19
4.2 วิเคราะห์องค์ประกอบแต่ละประเภท	21
บทที่ 5 แผนกลยุทธ์ทางธุรกิจ	
5.1 แผนกลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการองค์กรและทรัพยากรบุคคล	24
5.2 แผนกลยุทธ์ทางการตลาด	26
5.3 แผนกลยุทธ์การผลิตและการจัดซื้อ	28
5.4 แผนกลยุทธ์ทางการเงินและการลงทุน	30
5.5 สรุปผลการวิจัย	39
5.6 แผนสำรองกิจการ	40
บรรณานุกรม	41
ภาคผนวก	43
ประวัติผู้เขียน	58
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในรายงานการค้นคว้าอิสระ	

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 5.1 : ตารางแสดงงบประมาณการลงทุน	31
ตารางที่ 5.2 : ตารางแสดงรายละเอียดค่าเสื่อมและตัดจ่าย	31
ตารางที่ 5.3 : ตารางแสดงรายละเอียดการประมาณการรายได้ปีที่ 1-5	32
ตารางที่ 5.4 : ตารางต้นทุนคงที่	33
ตารางที่ 5.5 : ตารางต้นทุนผันแปร	34
ตารางที่ 5.6 : ตารางแสดงงบกำไรขาดทุน	34
ตารางที่ 5.7 : ตารางแสดงกำไรสะสม	35
ตารางที่ 5.8 : ตารางแสดงงบกระแสเงินสด	35
ตารางที่ 5.9 : ตารางแสดงงบฐานะการเงิน	36
ตารางที่ 5.10 : ตารางแสดงการวิเคราะห์โครงการสร้างการลงทุน	37
ตารางที่ 5.11 : ตารางแสดงข้อมูลการวิเคราะห์โครงการสร้างต้นทุน	38

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 : ตราสัญลักษณ์โฮมสเตย์บ้านสวน	2
ภาพที่ 1.2 : ภาพสถานที่ที่จะเปิดโฮมสเตย์	2
ภาพที่ 1.3 : ภาพแบบแปลนห้องพักโฮมสเตย์	3
ภาพที่ 1.4 : ภาพแผนที่ตั้งของสถานที่ที่จะเปิดโฮมสเตย์บ้านสวน	4
ภาพที่ 1.5 : แสดงตัวอย่างโฮมสเตย์บ้านสวน	5
ภาพที่ 1.6 : แสดงตัวอย่างผลไม้ในสวนของโฮมสเตย์บ้านสวน	6
ภาพที่ 1.7 : แสดงตัวอย่างพืชพันธุ์ทางการเกษตรและพืชผักสวนครัวของโฮมสเตย์บ้านสวน	7
ภาพที่ 1.8 : ภาพปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อแนวโน้มตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติ	8
ภาพที่ 4.1 : บรรยากาศบ้านกลางสวนโฮมสเตย์	22
ภาพที่ 4.2 : บรรยากาศแหลมสิงห์ไวท์เฮ้าส์รีสอร์ท	23

บทที่ 1

บทนำ

ปัจจุบันการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจและสังคมไทย เนื่องจากรัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง และการท่องเที่ยวยังเป็นแหล่งที่มาของรายได้สำหรับประเทศไทย ซึ่งมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือว่าเป็นธุรกิจหลักอย่างหนึ่งที่ทำให้ประเทศชาติมีรายได้รวมทั้งทำให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจหลายประเภท โดยเฉพาะธุรกิจเกี่ยวกับที่พัก ซึ่งธุรกิจที่พักแรมเป็นธุรกิจหนึ่งที่มีความสัมพันธ์โดยตรงกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ เป็นต้น ซึ่งมีราคาหลายระดับแตกต่างกันไปตามขนาดของที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวก การบริการ ความปลอดภัย และความสะดวกในการเดินทางเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

โฮมสเตย์เป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่น่าสนใจ เป็นอีกหนึ่งอาชีพที่สามารถสร้างรายได้และเป็นที่ยอมรับ โดยเฉพาะชาวต่างชาติที่อยากมาเที่ยวสัมผัสผสมธรรมชาติและวิถีชีวิตของชาวบ้าน ถ้ามีบ้าน สวน หรือสถานที่ที่มีบรรยากาศที่ดี อากาศบริสุทธิ์ อยู่แล้วมีความรู้สึกผ่อนคลายให้ความสบายใจแก่ผู้เข้ามาพักอาศัยได้เป็นอย่างดี เพราะในยุคสมัยนี้คนส่วนใหญ่มองหาความสงบ ความสุขให้กับชีวิตมากขึ้น เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันมีการแข่งขันสูงทำให้ประสบปัญหาเรื่องสภาพจิตใจและมีความเครียดเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะคนที่พักอาศัยในเมืองหรือกรุงเทพมหานครจึงต้องหาสถานที่เที่ยวเพื่อไปพักผ่อน ถือเป็นโอกาสและช่องทางในการทำธุรกิจสำหรับคนที่มี บ้าน หรือสวนที่สวยงาม สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้นั้นมาปรับเปลี่ยนทำเป็นธุรกิจโฮมสเตย์ เพื่อแบ่งปันความสุขให้กับนักท่องเที่ยวที่หนีความวุ่นวายภายในเมืองมาหาสถานที่พักผ่อนที่พวกเขาอยากพักพักผ่อน ซึ่งธุรกิจโฮมสเตย์มีให้เลือกหลายรูปแบบ เช่น โฮมสเตย์สวนผลไม้ โฮมสเตย์ท่องเที่ยวธรรมชาติ โฮมสเตย์เรียนรู้วิถีชีวิตชาวบ้าน เป็นต้น

จะเห็นได้ว่าธุรกิจนี้มีความน่าสนใจเป็นอย่างมาก จึงเล็งเห็นโอกาสและช่องทางที่จะต่อยอดธุรกิจเดิมของครอบครัวที่แต่เดิมทำอาชีพทางการเกษตรทำสวนผลไม้ เช่น ทุเรียน มังคุด เงาะ ลองกอง เป็นต้น ซึ่งทำมานานสืบทอดกันมาตั้งรุ่นคุณปู่ มีรายได้จากการทำเกษตรกรรมเพียงทางเดียว จึงมีความคิดที่จะต่อยอดธุรกิจเพิ่มเติมโดยการทำโฮมสเตย์บ้านสวน เพื่อเป็นสถานที่ที่ทุกคนสามารถซื้อผลผลิตทางการเกษตร โดยตรงถึงผู้บริโภคไม่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลาง และยังมีที่พักให้บริการสำหรับผู้ที่ต้องการพักผ่อนอย่างใกล้ชิดธรรมชาติที่ต้องการหลีกเลี่ยงชีวิตในเมืองที่แออัดพร้อมทั้งได้มาเรียนรู้การใช้ชีวิตที่เรียบง่าย โดยมีการทำกิจกรรมให้ความรู้ในการทำการเกษตรให้คนในเมือง และนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพัก จะได้เรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชาวบ้าน พร้อมให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเสมือนเป็นสมาชิกในครอบครัวหรือญาติ นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสวิถีชีวิตในรูปแบบเรียบ

ง่าย ดังนั้นจึงจะศึกษาความเป็นไปได้ในการขยายธุรกิจเพิ่มเติมจากเดิม เพื่อเป็นข้อมูลในการตัดสินใจในการต่อยอดธุรกิจโฮมสเตย์บ้านสวนต่อไป

1.1 แนะนำธุรกิจ

ธุรกิจ โฮมสเตย์บ้านสวน ภายใต้แบรนด์ Garden Home

ภาพที่ 1.1 : ตราสัญลักษณ์โฮมสเตย์บ้านสวน



จุดเริ่มต้นของโฮมสเตย์บ้านสวน เนื่องจากกิจการทางบ้านของผู้วิจัยดำเนินธุรกิจสวนผลไม้ และมีสถานที่ว่างอยู่และไม่ทราบว่าควรทำอะไร จึงเล็งเห็นถึงการพัฒนาพื้นที่ว่างให้เกิดประโยชน์ และสร้างรายได้เสริมให้กับครอบครัวเพิ่มจากเดิมนั้นก็คือ การทำโฮมสเตย์สถานที่พักอาศัยที่เรียบง่าย เริ่มจากการทำที่พักหลังเล็กเพียงไม่กี่หลัง ประกอบกับเรามีสวนผลไม้ที่ในช่วงเดือนพฤษภาคม ถึง กรกฎาคม ของทุกปีนั้น เป็นช่วงผลไม้ออกผลผลิต พร้อมทั้งเป็นช่วงที่ใครหลายคนรอคอยและหาที่ท่องเที่ยว พบปะสังสรรค์กับเพื่อน พาคครอบครัวมาพักผ่อน รับประทานผลไม้สดตามฤดูกาลจากในสวน พร้อมทั้งเปลี่ยนบรรยากาศในการพักผ่อน มองหาสถานที่สงบร่มเย็น มีสิ่งแวดล้อมที่ดีและอยู่ใกล้ชิดกับชุมชนท้องถิ่น จึงเป็นที่มาของธุรกิจโฮมสเตย์เกิดขึ้นมา

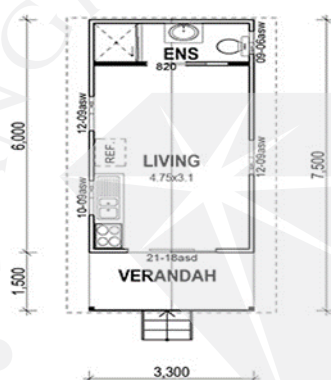
1.2 ทำเลที่ตั้ง

ภาพที่ 1.2 : ภาพสถานที่ที่จะเปิดโฮมสเตย์บ้านสวน



ใช้พื้นที่ในการสร้างโฮมสเตย์ 2 ไร่ อยู่ในเขตพื้นที่เทศบาลหนองคล้า ซึ่งบริเวณแถวนั้นอยู่ห่างจากถนนสุขุมวิทประมาณ 3 กิโลเมตร สามารถหาโฮมสเตย์เจอได้ง่ายและเดินทางมาสะดวก

ภาพที่ 1.3 : ภาพแบบแปลนห้องพักโฮมสเตย์



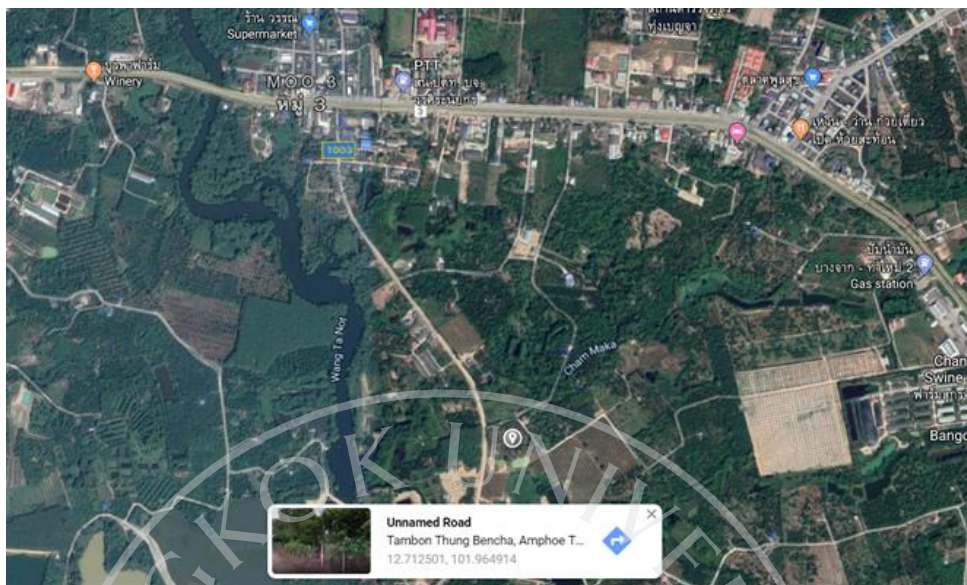
FLOOR PLAN

1:100

LIVING AREA:	19.800 Sq.m
VERANDAH:	4.950 Sq.m
TOTAL AREA:	24.750 Sq.m
	2.664 Sq

ที่มา: แบบแปลนที่พักอาศัย. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก <http://www.naibann.com/31-single-storey-relaxing-resort-house-plans-by-i-build/>

ภาพที่ 1.4 : ภาพแผนที่ที่ตั้งของสถานที่ที่จะเปิดโฮมสเตย์บ้านสวน



ตั้งอยู่ถนนเทศบาล 2 ตำบล ทุ่งเบญจา อำเภอกำแพง จังหวัด จันทบุรี 22170

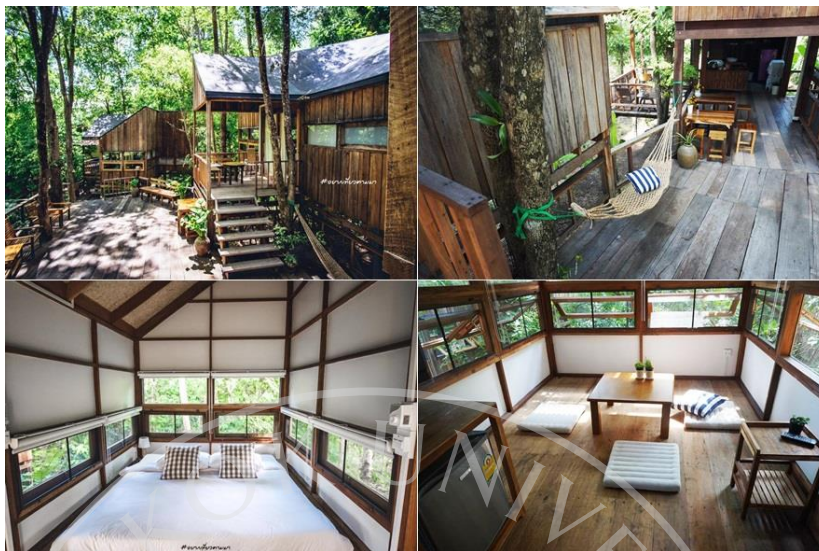
1.3 จุดเด่นที่ตั้ง

อยู่ใกล้ชุมชนเทศบาลหนองคล้า ก่อนถึงวัดทุ่งเบญจา เส้นทางนี้สามารถเชื่อมต่อไปยังอำเภอกำแพง และตัวอำเภอกำแพงเมืองจันทบุรี ซึ่งมีรถสัญจรไปมาเป็นจำนวนมาก

1.4 ประเภทของธุรกิจ

โฮมสเตย์บ้านสวน (Garden Home) ให้บริการด้านที่พักอาศัยภายในสวนผลไม้และนำเที่ยวแบบสัมผัสวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นให้ได้ใกล้ชิดกับธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งสาธิตวิธีการปลูกพืชพันธุ์ทางการเกษตรและพืชผักสวนครัวต่างๆ ให้กับนักท่องเที่ยวได้ชมและได้ลองทำถือเป็นอีกหนึ่งกิจกรรมที่ทางโฮมสเตย์ได้จัดเตรียมไว้ด้วย

ภาพที่ 1.5 : แสดงตัวอย่างโฮมสเตย์บ้านสวน



ที่มา: ภาพแสดงตัวอย่างโฮมสเตย์บ้านสวน. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก

https://www.forfur.com/media/idea/5167/5167_14447115031049191713

1.5 วิสัยทัศน์

โฮมสเตย์ที่บริการด้านที่พักอาศัยภายในสวนผลไม้ ที่มุ่งเน้นการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเพื่อให้เป็นโฮมสเตย์อันดับ 1 ในใจของลูกค้า

1.6 พันธกิจ

1.6.1 มอบการบริการที่พักที่ดีที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด พร้อมทั้งสร้างความเป็นอยู่ที่ดีให้แก่ลูกค้าได้อย่างคุ้มค่าและเพื่อความสุขของผู้ที่เข้ามาใช้บริการ

1.6.2 บริการลูกค้าที่เข้าใช้บริการเสมือนเป็นคนในครอบครัว

1.6.3 ดำเนินธุรกิจด้วยความจริงใจ รักษามาตรฐานความสะอาด การรักษาความปลอดภัย และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและชุมชน

1.7 เป้าหมายทางธุรกิจ

1.7.1 เป้าหมายระยะสั้น (1-2 ปี)

1. ทำให้โฮมสเตย์บ้านสวนเป็นที่รู้จักและน่าสนใจมากขึ้นในกลุ่มของลูกค้าเป้าหมายในจังหวัดใกล้เคียงและลูกค้าที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี
2. สร้างสื่อออนไลน์เป็นช่องทางของตัวเองผ่านทาง Instagram, Facebook เพื่อไว้แจ้งข่าวสารให้กับลูกค้าได้ทราบ โดยให้มียอดผู้ติดตาม 4,000 คนขึ้นไป ภายใน 2 ปีแรก
3. สร้างอัตราการเข้าพักไม่น้อยกว่า ร้อยละ 10 ของจำนวนห้องพักทั้งหมดภายใน 2 ปีแรก
4. กำหนดโครงสร้างองค์กร ให้การบริหารจัดการเป็นไปอย่างชัดเจน

1.7.2 เป้าหมายระยะยาว (3-5 ปี)

1. ติดอันดับ 1 ใน 5 ที่พักโฮมสเตย์ในจังหวัดจันทบุรี
2. รักษากลุ่มลูกค้าและเป็นสถานที่พักผ่อนที่มอบความผ่อนคลายให้กับนักท่องเที่ยวและทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ

1.8 รายละเอียดของสินค้า / บริการ

ธุรกิจโฮมสเตย์ ภายใต้แบรนด์ “ Garden Home ” ให้บริการที่พักอาศัยภายในสวนผลไม้

ภาพที่ 1.6 : แสดงตัวอย่างผลไม้ในสวนของโฮมสเตย์บ้านสวน



ภาพที่ 1.7 : แสดงตัวอย่างพืชพันธุ์ทางการเกษตรและพืชผักสวนครัวของโฮมสเตย์บ้านสวน



1.9 แนวโน้มอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจประเทศไทย ที่สร้างรายได้มหาศาลจากนักท่องเที่ยวต่างชาติอย่างต่อเนื่องในปี 2561 ตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติเติบโตประมาณร้อยละ 7.1 หรือมีจำนวน 38.12 ล้านคน แม้ว่าในช่วงครึ่งหลังของปีนักท่องเที่ยวต่างชาติจากหลายประเทศชะลอการเดินทางมาเที่ยวในประเทศไทยเนื่องจากปัจจัยเฉพาะที่กระทบในแต่ละกลุ่มนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันไปแต่ในช่วง 2 เดือนสุดท้ายของปี 2562 นักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยกลับมาฟื้นตัวขึ้น เนื่องจากเป็นฤดูกาลท่องเที่ยวและรัฐบาลไทยได้ออกมาตรการยกเว้นค่าธรรมเนียม Visa on Arrival ให้นักท่องเที่ยวจาก 21 ประเทศ ส่งผลให้มีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งปีประมาณ 2.01 ล้านล้านบาท ศูนย์วิจัยกสิกรไทยคาดว่าในปี 2562 ตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยน่าจะสามารถขยายตัวเป็นบวกได้ต่อเนื่องจากปีก่อนโดยมีจำนวนประมาณ 39.00-39.80 ล้านคนเติบโตร้อยละ 2.1 - 4.1 จากปี 2561 สร้างรายได้มูลค่าประมาณ 2.16 - 2.20 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.9 - 8.9 จากปี 2561

1.10 แนวโน้มการท่องเที่ยวไทยในปี2562

1.7.1 โอกาสเจ้านักท่องเที่ยวอาเซียน : การที่ประเทศไทยได้ประธานอาเซียนนับเป็นโอกาสที่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจะขยายฐานตลาดเจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวอาเซียน ตลอดจนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการท่องเที่ยวทั้งในส่วนของประเทศไทย และพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวร่วมกับประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อจับกลุ่มนักท่องเที่ยวอาเซียนและตลาดอื่นๆได้อีกด้วยค่ะ

1.7.2 การท่องเที่ยวเมืองรองเริ่มขยายตัว : จากนโยบายการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่เมืองรองของภาครัฐ ถือเป็นโอกาสของผู้ประกอบการไทยซึ่ง ต้องพิจารณาปัจจัยอื่นๆด้วย อาทิ กลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และความพร้อมของระบบการคมนาคมขนส่งภายในจังหวัด

1.7.3 เทคโนโลยีมีบทบาทมากขึ้น : ธุรกิจท่องเที่ยวถูกเทคโนโลยีเข้ามาเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างเช่นตัวการท่องเที่ยวออนไลน์ที่ไม่เพียงธุรกิจโรงแรมและที่พักต้องพึ่งพาในการขายห้องพักมากขึ้นแต่ธุรกิจบริการอื่นๆเช่นนำเที่ยวรถเช่าก็เข้ามาให้บริการดังกล่าว มากขึ้นหรือธุรกิจในรูปแบบ Sharing Economy ก็มีเติบโตที่เร่งขึ้น ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจไทยก็คงจะต้องมีความยืดหยุ่นในการปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจให้ทันกับความรวดเร็วของการเปลี่ยนแปลงของตลาดท่องเที่ยว

ภาพที่ 1.8 : ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อแนวโน้มตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติ



ที่มา: ธนาคารกสิกรไทย. (2562). *แนวโน้มอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ปี 2562*. สืบค้นจาก

<https://kasikornbank.com/international>

บทที่ 2

วิธีการดำเนินการในการจัดทำแผนธุรกิจ

2.1 วัตถุประสงค์ของธุรกิจ

- 2.1.1 การบริการด้านที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆให้กับนักท่องเที่ยว
- 2.1.2 สร้างความอบอุ่น ผ่อนคลาย สบายใจให้แก่ผู้มาท่องเที่ยวและแบ่งปันความสงบสุข
- 2.1.3 ผลิตผลไม้หลากหลายชนิดให้นักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อและเก็บเกี่ยวได้ด้วยตนเอง
- 2.1.4 แนะนำการเรียนรู้วิถีชีวิตของชาวบ้านและให้ความรู้ในการทำการเกษตร

2.2 ที่มาของการจัดทำแผน

ปัญหาสิ่งแวดล้อมในปัจจุบันที่เกิดขึ้นกับชีวิตคนในเมือง การทำกิจกรรมต่างๆที่ต้องมีการระมัดระวัง รับผิดชอบ ทำให้มองข้ามปัญหาของสุขภาพตนเอง ร่างกายเสื่อมสภาพลงจากหลายปัจจัยไม่ว่าจะเป็นมลภาวะที่เป็นพิษ สภาพความเป็นอยู่ สภาพจิตใจ และปัจจัยหลายๆอย่างจึงทำให้ประชาชนเริ่มมีอาชีพที่ไม่ยั่งยืนมีความผันแปรตามพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ปรับเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว ผู้ศึกษาจึงอยากแนะนำการบริการให้ความรู้การท่องเที่ยวเชิงเกษตรซึ่งเป็นการท่องเที่ยวในพื้นที่ของชุมชนท้องถิ่นทางการเกษตร พร้อมทั้งให้บริการที่พักอาศัยแก่นักท่องเที่ยวให้ได้สัมผัสธรรมชาติ อากาศที่บริสุทธิ์ และได้รับประทานผลไม้ตามฤดูกาล รวมถึงได้ใกล้ชิดกับคนในท้องถิ่นเรียนรู้ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น ได้รับประสบการณ์ในชีวิตที่เพิ่มขึ้นโดยมีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นการจัดการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่นยิ่งขึ้น

2.3 ความสำคัญของการจัดทำแผน

หากแผนธุรกิจนี้ประสบความสำเร็จจะสามารถเป็นตัวอย่างให้แก่ผู้ที่เปิดโฮมสเตย์ในสถานที่อื่นที่ยังไม่พร้อมบริการนักท่องเที่ยวได้เข้ามาศึกษาดูงาน และนำไปประยุกต์ใช้ในส่วนของตนเอง พร้อมทั้งนำไปปรับปรุงให้สอดคล้องกับสิ่งที่มีอยู่ รวมถึงนักเรียน นักศึกษาที่สนใจทำธุรกิจนี้ได้ใช้เป็นแนวทางในการประกอบอาชีพในอนาคตอย่างยั่งยืน

2.4 วัตถุประสงค์ของการทำแผน

2.4.1 เพื่อศึกษาและเป็นแนวทางในการต่อยอดรวมทั้งขยายธุรกิจที่สามารถเพิ่มรายได้ให้แก่ครอบครัวและชุมชนรวมถึงการให้บริการที่พักอาศัยที่อบอุ่น ปลอดภัยและบรรยากาศภายในสวนผลไม้แก่นักท่องเที่ยวที่มาเยือน

2.4.2 เพื่อเป็นแนวทางการดำเนินธุรกิจให้บรรลุเป้าหมายตามที่กำหนดไว้เบื้องต้น

2.4.3 เพื่อเสนอให้แก่สถาบันการเงิน เช่น ธนาคารเพื่อการเกษตรพิจารณาและสนับสนุนเงินทุนเพื่อให้กิจการอยู่รอดสืบต่อไป

2.5 ประเภทของข้อมูลที่น่ามาใช้

2.5.1 แนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมของผู้บริโภค

พฤติกรรมของผู้บริโภค (Customer Behavior) เป็นการกระทำโดยมนุษย์แสดงออกโดยไม่รู้ตัว การแสดงออกหรือการกระทำโดยธรรมชาติของมนุษย์สามารถส่งอิทธิพลทางการตลาดได้ กลุ่มบุคคลหรือครัวเรือน ซึ่งซื้อหรือต้องการสินค้าหรือบริการเพื่อการบริโภคส่วนตัว พฤติกรรมผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการต่างๆ เพื่อให้ได้รับความพอใจสูงสุดจากงบประมาณที่มีอยู่อย่างจำกัด หรือ การกระทำหรือการแสดงออกของมนุษย์ซึ่งเกิดจากสิ่งกระตุ้นภายใน เช่น ความคิด ทัศนคติ และค่านิยม นอกจากนี้การแสดงออกนั้นๆอาจมาจากการกระทบของปัจจัยภายนอก เช่น วัฒนธรรม และ สังคม หรือพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมการซื้อ การใช้ การประเมิน และการกำจัดสินค้าและบริการ ของผู้บริโภคขั้นสุดท้ายที่ซื้อสินค้าและบริการไปเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง หรือเพื่อกินหรือใช้ภายในครัวเรือน ผู้บริโภคทุกคนที่ซื้อสินค้าและบริการไปเพื่อวัตถุประสงค์เช่นว่านี้รวมกันเรียกว่าตลาดผู้บริโภค ผู้บริโภคทั่วโลกนั้นมีความแตกต่างกันในลักษณะด้านประชากรศาสตร์อยู่หลายประเด็น เช่น ในเรื่องของอายุ รายได้ ระดับการศึกษา ศาสนา วัฒนธรรม ประเพณีค่านิยม และรสนิยม เป็นต้น พฤติกรรมการกินการใช้การซื้อ และความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์จึงแตกต่างกันออกไป ทำให้มีการซื้อการบริโภคสินค้าและบริการหลายชนิดที่แตกต่างกัน นอกจากลักษณะประชากรดังกล่าวแล้ว ยังมีปัจจัยอื่นๆ อีกที่ทำให้มีการบริโภคแตกต่างกัน

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการค้นคว้า หรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อและการบริโภค มีส่วนเกี่ยวข้องกับการโฆษณาสินค้าและบริการทั้งที่เป็นบุคคลกลุ่ม บุคคล หรือองค์กร เพื่อให้ทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมการซื้อการบริโภค การเลือกบริการแนวคิด หรือประสบการณ์ที่จะทำให้ผู้บริโภคพึงพอใจ หรือโดยสามารถใช้ 7 คำถาม ดังนี้

1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market)
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy)
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy)
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying)
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy)
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy)
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy)

2.5.2 แนวคิดทฤษฎีการตัดสินใจซื้อ

ขั้นที่ 1 การรับรู้ถึงปัญหา กระบวนการซื้อจะเกิดขึ้นเมื่อผู้ซื้อตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการของตนเอง

ขั้นที่ 2 การค้นหาข้อมูล ในขั้นนี้ผู้บริโภคจะแสวงหาข้อมูลเพื่อตัดสินใจ ในขั้นแรกจะค้นหาข้อมูลจากแหล่งภายในก่อน เพื่อนำมาใช้ในการประเมินทางเลือก หากยังได้ข้อมูลไม่เพียงพอก็ต้องหาข้อมูลเพิ่มเติมจากแหล่งภายนอก

ขั้นที่ 3 การประเมินผลทางเลือก ผู้บริโภคจะนำข้อมูลที่ได้รวบรวมไว้มาจัดเป็นหมวดหมู่และวิเคราะห์ข้อดี ข้อเสีย ทั้งในลักษณะการเปรียบเทียบทางเลือกและความคุ้มค่ามาก

ขั้นที่ 4 การตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด หลังการประเมิน ผู้ประเมินจะทราบข้อดี ข้อเสีย หลังจากนั้นบุคคลจะต้องตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดในการแก้ปัญหา มักใช้ประสบการณ์ในอดีตเป็นเกณฑ์ ทั้งประสบการณ์ของตนเองและผู้อื่น

ขั้นที่ 5 การประเมินภายหลังการซื้อ เป็นขั้นสุดท้ายหลังจากการซื้อ ผู้บริโภคจะนำผลิตภัณฑ์ที่ซื้อนั้นมาใช้ และในขณะเดียวกันก็จะทำการประเมินผลิตภัณฑ์นั้นไปด้วย ซึ่งจะเห็นได้ว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเป็นกระบวนการต่อเนื่อง ไม่ได้หยุดตรงที่การซื้อ

2.6 การดำเนินการวิจัย

2.6.1 วิธีการดำเนินการ: ใช้วิธีสำรวจความคิดเห็นจากผู้ประกอบธุรกิจโฮมสเตย์นักท่องเที่ยวที่สนใจด้านธรรมชาติกลุ่มคนทำงานที่ต้องการพักผ่อน

2.6.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย: แบบสอบถามกลุ่มคนทำงานและนักท่องเที่ยวจำนวน 300 ชุด และแบบสัมภาษณ์กลุ่มเกษตรกรในพื้นที่ใกล้เคียงโฮมสเตย์สวนผลไม้ จำนวน 5 ชุด และสังเกตการณ์จำนวน 5 ชุด

2.6.3 ตัวอย่างที่ใช้ศึกษา: กลุ่มนักเรียน นักศึกษา นักท่องเที่ยวที่สนใจด้านธรรมชาติกลุ่มคนทำงานที่ต้องการพักผ่อนและกลุ่มเกษตรกรในพื้นที่ใกล้เคียงโฮมสเตย์สวนผลไม้

2.6.4 จำนวนตัวอย่าง: 305 คน (กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว 300 คน และสัมภาษณ์เกษตรกรในพื้นที่ใกล้เคียงโฮมสเตย์สวนผลไม้จำนวน 5 คน)

2.6.5 วิธีสุ่ม/เลือกตัวอย่าง: พิจารณาแบบเจาะจงไปยังกลุ่มคนที่เปิดให้บริการที่พักโฮมสเตย์สวนผลไม้ และนักท่องเที่ยว

2.6.6 สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล: วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กับผู้ประกอบการธุรกิจโฮมสเตย์และการลงพื้นที่สำรวจข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เข้าใช้บริการ

บทที่ 3

การวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมของธุรกิจ

3.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและภายในของธุรกิจ

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม คือ การพยายามทำความเข้าใจถึงสภาพแวดล้อมของการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคตของปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อสถานการณ์การแข่งขัน ความน่าสนใจโดยรวมของอุตสาหกรรม ตลอดจนความสามารถในการทำกำไร และความพร้อมในด้านต่างๆของกิจการ ดังนั้นการวิเคราะห์สถานการณ์จึงเป็นงานอันดับแรกที่สำคัญที่ผู้ทำธุรกิจควรกระทำ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดทิศทางกลยุทธ์และแผนการดำเนินงานของกิจการ ซึ่งถือเป็นความจำเป็นที่จะต้องศึกษาสภาพแวดล้อมธุรกิจ เนื่องจากความสำเร็จหรือล้มเหลวส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมถึงแม้ว่าผู้บริหารหรือเจ้าของกิจการไม่สามารถที่จะควบคุมสภาพแวดล้อมทางธุรกิจได้แต่ต้องพยายามปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้ธุรกิจเจริญเติบโตและอยู่รอด โดยเจ้าของกิจการหรือผู้บริหารจำเป็นต้องทำความเข้าใจก่อนว่า สภาพแวดล้อมทางธุรกิจนั้นผลกระทบต่อกิจการของตนซึ่งอาจก่อให้เกิดอุปสรรคหรือโอกาส

3.1.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก

การวิเคราะห์ PEST Analysis เป็นการทำงานที่นำมาใช้วิเคราะห์ปัจจัยภายนอกที่อาจส่งผลกระทบต่อองค์กร และเพื่อช่วยให้เราเข้าใจถึงภาพรวมกับสถานการณ์ที่เป็นอยู่ในปัจจุบันและอนาคต สามารถวิเคราะห์ได้โดยแบ่งออกเป็น 4 ประเภทดังนี้

1. ปัจจัยด้านการเมือง (Political and Legal Factors) เป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจท่องเที่ยวของไทย รัฐบาลให้ ความสำคัญกับการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เพราะถือว่าการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศอีกทางหนึ่ง ที่ช่วยทำให้ธุรกิจโฮมสเตย์เติบโตได้อย่างยั่งยืน ทั้งในเรื่องของชุมชน สังคมและโครงสร้างพื้นฐาน นอกจากนี้จะมีหน่วยงานภาครัฐคอยช่วยเหลือยังมีความร่วมมือของภาคเอกชนที่เข้ามามีส่วนร่วมขยายตลาดนักท่องเที่ยวคนไทย โดยกระตุ้นให้คนไทยหันมาเที่ยวในประเทศกันมากขึ้น เชื่อว่าหากมีการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองไทยหรือเกิดปัญหาต่าง ๆขึ้น รัฐบาลจะสามารถยุติปัญหาต่าง ๆที่เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็ว และสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยวได้

2. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (Economic Factors) ประเทศไทยนับเป็นประเทศหนึ่งที่ทำให้ความสำคัญอย่างมากต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง บทบาทที่เห็นได้ชัดในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา คือ บทบาทด้านเศรษฐกิจอันเนื่องมาจากการเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้ให้กับ

ประเทศเป็นอันดับต้นๆ จากการซื้อบริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โฮมสเตย์ (Homestay) ก็เป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการดำเนินกิจกรรมบริการด้านการนำเที่ยว เป็นการดำเนินกิจกรรมที่เน้นการมีส่วนร่วมของคนชุมชน ประกอบด้วย การให้บริการบ้านพักกิจกรรมการท่องเที่ยวที่อยู่ในลักษณะเกี่ยวข้องกับธรรมชาติ วัฒนธรรม และประเพณีของชุมชน

3. ปัจจัยด้านสังคม (Social Factors) พฤติกรรมการท่องเที่ยวของโฮมสเตย์คนไทยจะขึ้นอยู่กับภาวะเศรษฐกิจเป็นปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อความถี่และระยะทางในการเดินทางท่องเที่ยว ขณะที่จุดหมายปลายทางมักจะขึ้นอยู่กับกระแสสังคมในแต่ละช่วงเวลาโดยมีสื่อออนไลน์ และ Social Network เป็นพลังขับเคลื่อนสำคัญให้นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่แสวงหาประสบการณ์ที่แตกต่าง ทั้งนี้แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวคนสมัยนี้นิยมท่องเที่ยวแบบธรรมชาติและส่วนใหญ่จะเลือกที่พักที่สะอาดการตกแต่งที่สวยงามมีขนาดห้องพักให้เลือก มีความเป็นส่วนตัว และราคาที่ไม่สูงจนเกินไป มีบริการที่จอดรถรวมถึงการรักษาความปลอดภัยและอยู่ใกล้แหล่งชุมชนสิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยขั้นพื้นฐานที่มนุษย์ทุกคนต้องการในชีวิตสิ่งเหล่านี้ ต้องการสื่อให้เห็นถึงการดำเนินชีวิตและวัฒนธรรมความเป็นอยู่ที่เปลี่ยนแปลงไปตามสภาพสังคม

4. ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technology Factors) ในยุคสมัยนี้ธุรกิจที่ให้บริการด้านที่พักต่าง ๆ นั้นมีการลงทุนสูง ทั้งการก่อสร้าง การตกแต่ง สถานที่การจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการรวมถึงเทคโนโลยีสารสนเทศ การจัดการข้อมูลที่เป็นของธุรกิจบริการที่พักอาศัยเพราะนักท่องเที่ยวในสมัยนี้ส่วนใหญ่นิยมความสะดวกสบายในการดำเนินชีวิตประจำวันดังนั้นเทคโนโลยีจึงมีบทบาทในขนาดอย่างมากในการยกระดับประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวของนักเดินทางรวมถึงการสื่อสารให้เห็นภาพ บรรยากาศ สถานที่ ซึ่งเป็นสิ่งหนึ่งในการช่วยนักท่องเที่ยวตัดสินใจในการเข้าใช้บริการไม่ว่าจะอยู่ที่ไหนก็สามารถค้นหาข้อมูลและดูรายละเอียดเพิ่มเติมเช่นสถานที่ตั้ง เส้นทางเดินทาง เบอร์โทรติดต่อ การดูห้องพัก ดูบรรยากาศ ได้จากเว็บไซต์สามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างชัดเจนซึ่งเป็นการทำให้ความพอใจของลูกค้าเพิ่มขึ้นและใช้เทคโนโลยีให้เกิดประโยชน์สูงสุดได้อย่างเต็มที่

3.1.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในธุรกิจ

การวิเคราะห์ Swot เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและประเมินสถานการณ์สำหรับการบริหารหรือประกอบธุรกิจ ซึ่งสามารถช่วยให้ผู้บริหารรู้ถึงจุดแข็งและจุดอ่อนมองเห็นถึงโอกาสและอุปสรรคทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อวิเคราะห์และหาวิธีพัฒนาแก้ไขกับปัญหาที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน หรือนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์มากำหนดเป็นกลยุทธ์การบริหารขององค์กรให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายองค์ประกอบของ SWOT มีทั้งหมด 4 อย่างด้วยกันประกอบไปด้วย

S มาจาก Strengths หมายถึง (จุดเด่นหรือจุดแข็ง) ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยภายในเป็นข้อดีที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายใน เช่น จุดแข็งด้านการเงิน ด้านการผลิต ด้านทรัพยากรบุคคล เพราะฉะนั้นผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะต้องใช้ประโยชน์จากจุดแข็งในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด

W มาจาก weaknesses หมายถึง (จุดด้อยหรือจุดอ่อน) ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยภายในเป็นปัญหา หรือข้อบกพร่องที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในต่างๆซึ่งผู้ประกอบการจะต้องหาวิธีในการแก้ปัญหาเหล่านั้นให้ได้

O มาจาก Opportunities หมายถึง (โอกาส) ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลดีหรือเป็นประโยชน์กับการดำเนินธุรกิจ ทำให้ต้องคอยสังเกตสิ่งแวดล้อมภายนอกที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เช่น เศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยีและการแข่งขันในตลาดช่วยให้การดำเนินกิจการเป็นไปได้อย่างเต็มประสิทธิภาพมากขึ้น

T มาจาก Threats หมายถึง (อุปสรรค) สิ่งที่เกิดจากปัจจัยภายนอกเป็นข้อกำหนดที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอกซึ่งธุรกิจจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้อง และพยายามขจัดอุปสรรคต่างๆที่เกิดขึ้นให้ได้จริง

1. การวิเคราะห์ SWOT Analysis

1.1 จุดแข็ง (Strengths)

1. ทำเลที่ตั้งอยู่ไม่ไกลจากถนนสายหลักสามารถเดินทางได้สะดวก โคมสเตย์ห่างจากตัวเมืองประมาณ 20 กิโลเมตร ซึ่งมีแหล่งท่องเที่ยวมากมายหลายสถานที่ เช่น ชุมชนริมน้ำจันทร์บูรณ์ อาสนะวิหารพระนางมารีอาปฏิสนธินิรมล ศาลสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชและจุดชมวิวเนินนางพญา เป็นต้น

2. โคมสเตย์บ้านสวนเป็นการดำเนินในเชิงของธุรกิจครอบครัว มีเป้าหมายและความเข้าใจในการดำเนินธุรกิจที่เข้าใจง่าย มีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบที่ชัดเจนในการดำเนินงาน

3. บริเวณโดยรอบของโคมสเตย์บ้านสวนเป็นสวนผลไม้หลากหลายชนิด วิถีชีวิตของชาวบ้านส่วนมากเป็นเกษตรกรที่ทำอาชีพนี้กันมาอย่างยาวนานสามารถเป็นแหล่งท่องเที่ยวและจุดสนใจของนักท่องเที่ยวได้

4. มีกิจกรรมนำนักท่องเที่ยวเรียนรู้วิถีชีวิตและภูมิปัญญาของชาวบ้าน เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เห็นถึงความแตกต่างของชาวบ้านในการใช้ชีวิตและการทำการเกษตรรวมถึงมีการสอนให้ความรู้ในการปลูกผักด้วยตัวเองอีกด้วย

5. การให้บริการของโคมสเตย์บ้านสวนเป็นการให้บริการลูกค้ามาจากความจริงใจเหมือนการดูแลญาติพี่น้อง มีความเป็นกันเอง มีความใส่ใจในทุกเรื่อง รวมถึงมีบรรยากาศที่สงบสุข รมเย็น เหมือนบ้านพักตากอากาศที่ได้รับความผ่อนคลายแก่นักท่องเที่ยว

1.2 จุดอ่อน (Weaknesses)

1. โฮมสเตย์บ้านสวนถือเป็นโฮมสเตย์ที่เพิ่งมีการเปิดใหม่จึงอาจทำให้ยังไม่มีคนรู้มากนัก อาจจะต้องใช้เวลาในการสื่อสารทางการตลาดให้มากขึ้น
2. เนื่องจากโฮมสเตย์บ้านสวนมีการให้บริการแบบเครือญาติ จึงทำให้มีห้องพักจำนวนไม่มาก พอดีความต้องการของลูกค้าไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการเข้ามาพักได้

1.3 โอกาส (Opportunities)

1. รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก (SMEs) จึงเป็นโอกาสดีในเรื่องของเงินลงทุนและภาษีต่างๆ
2. เนื่องจากจังหวัดจันทบุรี มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายของธรรมชาติในพื้นที่ติดทะเลและธรรมชาติที่เป็นป่าเขา รวมถึงความสมดุลของสภาพอากาศที่เหมาะสมกับการปลูกพืชผัก ผลไม้ได้หลายชนิด จึงทำให้จังหวัดจันทบุรีเต็มไปด้วยความอุดมสมบูรณ์ ผู้คนหันมาสนใจธรรมชาติมากขึ้นทำให้แหล่งท่องเที่ยวได้รับความนิยมมากขึ้นตามไปด้วย
3. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวทั้งคนไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติมีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม เน้นการท่องเที่ยวตามชุมชนมากขึ้น การท่องเที่ยวที่สร้างประสบการณ์แปลกใหม่และการศึกษาเชิงลึกมากยิ่งขึ้น

1.4 อุปสรรค (Threats)

1. ภาวะเศรษฐกิจหรือความไม่แน่นอนทางการเมือง อาจส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ ทำให้เกิดภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวประชาชนไม่ค่อยกล้าใช้จ่ายและอาจทำให้นักท่องเที่ยวเลือกที่จะไม่เดินทางมาท่องเที่ยวในเมืองไทยได้
2. โฮมสเตย์บ้านสวนส่วนใหญ่มีกิจกรรมกลางแจ้งและเกี่ยวข้องกับธรรมชาติโดยตรง อาจทำให้เกิดผลกระทบขึ้นได้หากมีความแปรปรวนของสภาพอากาศ เช่น พายุเข้า การเกิดอุทกภัย ภาวะแห้งแล้งก่อให้เกิดความเสียหายต่อผลผลิตเกษตรของโฮมสเตย์ พร้อมทั้งยังส่งผลกระทบต่อลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการอีกด้วย

2. การวิเคราะห์ Five Forces Model

การวิเคราะห์ Five Forces Model เป็นเครื่องมือที่ใช้วิเคราะห์สถานะการแข่งขันทางการตลาดของ Michael Potter ซึ่งเป็นที่นิยมใช้อย่างแพร่หลายทั่วโลก โดยเครื่องมือนี้ถูกนำมาวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของตลาดที่เรากำลังดำเนินธุรกิจอยู่ หรือกำลังจะเริ่มดำเนินธุรกิจเพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับสภาพตลาดที่เราอยู่ ซึ่งไม่จำเป็นว่าธุรกิจที่ทำจะต้องเป็นขนาดใหญ่เสมอไป เพราะความเป็นจริงแล้วธุรกิจเล็กๆอย่างโฮมสเตย์ก็ควรที่จะใช้เครื่องมือนี้เข้ามาช่วยในการวิเคราะห์เพื่อลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจโดยแบ่งปัจจัยที่จะทำการวิเคราะห์เป็น 5 ปัจจัยดังนี้

2.1 การแข่งขันของธุรกิจภายในอุตสาหกรรม (Rivalry Among Current Competitors)

ธุรกิจโฮมสเตย์ในยุคปัจจุบัน มีการแข่งขันที่ค่อนข้างสูงมีผู้ประกอบการหน้าใหม่เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากทำให้ต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์เพื่อความอยู่รอดและสร้างความแตกต่างพร้อมทั้งเจาะกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกันออกไป

เน้นความหลากหลายของรูปแบบในการให้บริการ ลูกค้ารวมถึงทำเลที่ตั้ง ความสะอาดสบาย การเน้นบรรยากาศและการตกแต่งสถานที่ให้เป็นสิ่งที่สามารถดึงดูดและสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าได้

2.2 อำนาจต่อรองของผู้ขาย (Bargaining Power of Suppliers)

จากลักษณะธุรกิจของโฮมสเตย์ที่มีธุรกิจหลัก คือการให้บริการด้านที่พักซึ่งรายได้หลักคือรายได้จากค่าห้องพัก รายได้จากการบริการอาหารและเครื่องดื่ม รายได้ในการจัดกิจกรรมเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาถึงวิถีชีวิตพื้นบ้าน จึงถือเป็นรายได้รองดังนั้นการพิจารณาอำนาจต่อรองของซัพพลายเออร์คือ ด้านแรงงาน มีการจัดหาจากคนในท้องถิ่น การจ่ายค่าแรงที่เป็นธรรมและเหมาะสมกับความรับผิดชอบของงานที่ได้รับมอบหมายรวมถึงการให้สวัสดิการที่ดีทำให้สามารถสร้างอำนาจการต่อรองในเรื่องนี้ได้

2.3 อำนาจการต่อรองลูกค้า (Bargaining Power of Customers)

อำนาจต่อรองของลูกค้าต่อรองสูง เนื่องจากปัจจัยนี้มีที่พักให้นักท่องเที่ยวได้เลือกใช้บริการเป็นจำนวนมาก ลูกค้าสามารถต่อรองราคาที่พักได้ง่าย ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจจึงมีการพัฒนาหรือสร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจของตัวเอง เช่น รูปแบบของโฮมสเตย์ สไตล์การตกแต่ง บรรยากาศหรือบริการเสริมอื่นๆ เพื่อทำให้ลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวเห็นแล้วรู้สึกเกิดความประทับใจและรู้สึกอยากกลับมาใช้บริการซ้ำอีกครั้ง

2.4 ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitute Products or Services)

ธุรกิจโฮมสเตย์เป็นธุรกิจการให้บริการที่พักที่ใกล้เคียงกับโรงแรมและรีสอร์ทขนาดเล็ก แต่ไม่สามารถทดแทนกันได้อย่างสมบูรณ์ เนื่องจากธุรกิจโฮมสเตย์มีจุดประสงค์เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาสัมผัสกับวิถีชีวิตของชาวบ้านในชุมชน ซึ่งผู้ประกอบการโรงแรมและรีสอร์ทส่วนใหญ่จะเน้นไปทางความสะดวกสบายและบรรยากาศของธรรมชาติเป็นหลัก ซึ่งการตัดสินใจอยู่ที่นักท่องเที่ยวว่าต้องการที่จะเข้าใช้บริการแบบไหน ด้วยการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องของโรงแรมและรีสอร์ทที่มากขึ้น

2.5 ภัยคุกคามจากผู้แข่งขันรายใหม่ (Threat of New Entrance)

การทำกิจการในอุตสาหกรรมโฮมสเตย์ปัจจุบัน จะต้องมีการจดทะเบียนให้ถูกต้องและปฏิบัติตามกฎหมายโรงแรมและกฎหมายการควบคุมอาคารเป็นกฎหมายที่มีความสัมพันธ์กัน ดังนั้นกรมโยธาได้ออกกฎกระทรวงกำหนดลักษณะอาคารประเภทอื่นที่ใช้ประกอบธุรกิจโรงแรมขึ้น จึงทำให้ผู้ประกอบการรายใหม่ต้องเข้ามาในอุตสาหกรรมโดยการตัดแปลงอาคารหรือบ้านเก่าเพื่อทำโฮมสเตย์ รวมถึงมูลค่าของที่ดินที่มีแนวโน้มราคาสูงขึ้นทำให้ต้นทุนธุรกิจสูงขึ้นตามอีกทั้งปัจจุบันตัวเลขของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักในไทยนั้นเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ผู้ประกอบการหลายแห่งเข้ามาแข่งขันกันในตลาด

ให้บริการที่พัค แต่เนื่องจากวิกฤติการเงินในอเมริกาและยุโรปและรวมไปถึงสถานการณ์ความไม่มั่นคงของเมืองไทย จึงส่งผลต่อการชะลอตัวของเศรษฐกิจตั้งนั้นแรงกดดันจากโอกาสผู้แข่งขันรายใหม่ในธุรกิจนี้อาจยังมีไม่มากนัก

3.2 การสรุปจุดแข็งที่จะนำไปใช้ภายใต้โอกาสจากสภาพแวดล้อม

โฮมสเตย์บ้านสวน เป็นธุรกิจที่เปิดใหม่ที่มีความพร้อมในการให้บริการและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาใช้บริการเสมือนญาติและเป็นคนในครอบครัว นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาจะได้พบกับบรรยากาศร่มรื่น การรักษาความปลอดภัย พร้อมทั้งมีผลไม้ตามฤดูกาลให้กับนักท่องเที่ยวได้รับประทาน ซึ่งลูกค้าจะได้รับการต้อนรับเป็นอย่างดีจากพนักงานทุกคน รวมถึงการให้คำแนะนำการทำกิจกรรมต่างๆให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อเสริมสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าประดุจเป็นเจ้าของบ้านที่ดี

3.3 การสรุปจุดแข็งที่จะนำไปใช้ในการแก้ปัญหาจุดอ่อนและอุปสรรคเพื่อเพิ่มโอกาสให้กับธุรกิจ

จากการสำรวจธุรกิจโฮมสเตย์สวนผลไม้ในจังหวัดจันทบุรีนั้น พบว่ามีจำนวนคู่แข่งทางธุรกิจไม่มากนัก ทางโฮมสเตย์จึงมีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารไปยังพื้นที่ใกล้เคียงและพื้นที่ต่างๆ ตามกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย เพื่อชี้แจงประชาสัมพันธ์และสอบถามถึงความคิดเห็นก่อนที่จะนำมาปรับปรุงถึงแม้ว่าช่วงนี้สภาพเศรษฐกิจอาจจะไม่ดีเท่าที่ควรซึ่งผู้บริโภคบางรายอาจมีการระมัดระวังเรื่องค่าใช้จ่ายของตัวเอง แต่จากการประเมินค่าบริการดูแล้วนั้น จึงคิดว่าเหมาะสมกับสิ่งที่ลูกค้าจะได้รับแน่นอน

บทที่ 4

โมเดลในการทำธุรกิจ

4.1 โมเดลธุรกิจ

ธุรกิจให้บริการที่พักโฮมสเตย์ ภายใต้บรรยากาศธรรมชาติ บรรยากาศโดยรอบด้านจะเป็นสวนผลไม้ ธารบ่อน้ำ เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการมาพักผ่อนอยู่ท่ามกลางธรรมชาติ หลีกหนีความวุ่นวายในเมือง ซึ่งจะมีการนำผลผลิตในสวน เช่น ผลไม้ พืชผักสวนครัวที่ปลูกเองมาใช้ประกอบอาหารให้แก่ลูกค้าที่เข้ามาพักอาศัย และหากมีผลเหลือก็จะนำออกมาจัดจำหน่าย นอกจากนี้โฮมสเตย์ยังได้มีกิจกรรมหลักนั่นคือ การพาทำเวิร์คช็อป เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และสัมผัสวิถีชีวิตชุมชนอีกด้วย โฮมสเตย์บ้านสวนได้นำ Business Model Canvas มาเป็นตัวช่วยในการออกแบบโมเดลธุรกิจและประเมินความสำเร็จจากปัจจัยต่างๆ ดังนี้

4.1.1 Value Proposition (คุณค่าของธุรกิจเรา)

โฮมสเตย์ตั้งอยู่ในพื้นที่ตำบลทุ่งเบญจา อำเภอท่าใหม่ จังหวัดจันทบุรี เน้นสร้างประสบการณ์ให้กับแขกผู้พักอาศัยเกิดความรู้สึก สงบ ใกล้ชิดกับธรรมชาติ ด้วยบรรยากาศของสวนผลไม้และพืชผักสวนครัวต่างๆ นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมต่างๆ ที่ให้นักท่องเที่ยวเข้าร่วมกับชุมชนได้สัมผัสวิถีชีวิตของชาวบ้าน การมีส่วนร่วมในการทำอาหารพื้นบ้านประจำจังหวัด เช่น หมูชะมวง ก๋วยเตี๋ยวเส้นจันท์ผัดปู รวมถึงการนำผลไม้ภายในสวนมาแปรรูปเพื่อรับประทานเอง ทำให้เกิดความรู้สึกที่อบอุ่นซึ่งจะช่วยเพิ่มความประทับใจให้กับลูกค้าที่เข้ามาพักอาศัยและเป็นจุดเด่นแตกต่างจากคู่แข่ง

4.1.2 Customer Segment (ลูกค้าของเราเป็นแบบไหน)

กลุ่มลูกค้าหลักคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยอายุ 18 ถึง 41 ปีขึ้นไป รายได้ระดับปานกลางขึ้นไปที่ชอบชอบการพักผ่อนแบบใกล้ชิดธรรมชาติและชื่นชอบสวนผลไม้ต่างๆ อีกทั้งมีความชอบสัมผัสวิถีวัฒนธรรมชุมชนในระดับเชิงลึก

กลุ่มลูกค้ารองคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยชาวต่างชาติ ที่มีรายได้ระดับปานกลางขึ้นไป มองหาประสบการณ์การท่องเที่ยวต่างไปจากเดิม

4.1.3 Customer Relationships (การสร้างสายสัมพันธ์กับลูกค้า)

มีมาตรฐานการให้บริการทางด้านที่พักและอำนวยความสะดวกของพนักงาน รวมถึงมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและความพึงพอใจ เพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนาผ่านช่องทางต่างๆ

4.1.4 Channels (ช่องทางการเข้าถึง)

ลูกค้าสามารถเดินทางเพื่อสอบถามข้อมูลหรือจองห้องพักที่หน้าเคาน์เตอร์หรือผ่านทางโทรศัพท์ นอกจากนี้ยังสามารถติดตามการสื่อสารทางการตลาดและจองห้องพักผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น Website Facebook Instagram LINE ซึ่งเป็นสื่อที่มีผู้ใช้งานเป็นจำนวนมากสามารถเข้าถึงได้ง่ายในการแจ้งโปรโมชั่นข้อมูลรวมทั้งการรายเช่นที่ประชาสัมพันธ์

4.1.5 Key Activities (กิจกรรมหลักของบริษัท)

การให้บริการและอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้ารวมทั้งดูแลความสะอาดของอุปกรณ์เครื่องใช้ อาหารและที่พัก พร้อมทั้งการให้คำแนะนำการทำกิจกรรมต่างๆ เพื่อศึกษาวิถีชีวิตชาวบ้านจนสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า

4.1.6 Key Partners (พันธมิตรคู่ค้าทางธุรกิจ)

ชาวบ้านในชุมชนถือเป็นพันธมิตรหลักของธุรกิจ เนื่องจากการทำธุรกิจโฮมสเตย์หนึ่งในหัวใจหลักในการดำเนินงานคือ แหล่งนักท่องเที่ยวที่ชวนออกเหื่อนั้นคือความร่วมมือและความเต็มใจของชาวบ้านในพื้นที่รอบข้าง นอกจากนี้ยังรวมถึงสื่อต่างๆ ที่โปรโมทการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็น เพจรีวิว การท่องเที่ยว บล็อกเกอร์เว็บไซต์ท่องเที่ยว เพราะกลุ่มนี้จะเป็นกำลังสำคัญในการช่วยโปรโมทให้คนทั่วไปรู้จัก

4.1.7 Key Resources (ทรัพยากรหลักในการดำเนินธุรกิจ)

ทรัพยากรเป็นสินทรัพย์และมีความจำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจ ประกอบไปด้วยทำเลที่ตั้งที่ผู้บริโภคมารถเข้าถึงได้สะดวก มีที่จอดรถ รวมถึงมีการตกแต่งที่พักที่เป็นเอกลักษณ์ บรรยากาศ และทัศนียภาพที่สวยงาม และในส่วนของบุคลากรผู้เชี่ยวชาญในด้านต่างๆ ซึ่งถือเป็นทรัพยากรหลักในการดำเนินงาน ได้แก่ แม่ครัว วิทยากรให้ความรู้ในการทำเวิร์คช็อป พนักงานต้อนรับและพนักงานทำความสะอาด

4.1.8 Cost Structure (โครงสร้างต้นทุน)

โครงสร้างต้นทุนโฮมสเตย์ประกอบด้วย ต้นทุนในการจัดการห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่ วัตถุดิบวัสดุอุปกรณ์ในการประกอบธุรกิจ ทรัพยากรบุคคล ระบบการบริหารจัดการที่พัก รวมถึงการดำเนินกลยุทธ์ทางด้านการตลาด

4.1.9 Revenue Streams (รายได้ที่เกิดจากการค้า)

รายได้ของธุรกิจมาจากค่าบริการที่พักร่วมกิจกรรมเพื่อศึกษาวิถีชีวิตและวัฒนธรรม
พื้นบ้านรวมถึงการขายผลผลิตในสวนผลไม้ตามฤดูกาลให้กับลูกค้าที่ต้องการ

4.2 วิเคราะห์องค์ประกอบแต่ละประเภท

วิเคราะห์องค์ประกอบแต่ละประเภทที่อยู่ในโมเดลธุรกิจ ได้แก่

4.2.1 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ลูกค้าและกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจ โฮมสเตย์บ้านสวน ถือเป็นหัวใจสำคัญเพราะการทำธุรกิจ
โฮมสเตย์นั้นต้องอาศัยลูกค้าที่มีความชอบท่องเที่ยวอยากอยู่ใกล้ชิดกับธรรมชาติ ชอบบรรยากาศที่
สงบ ผ่อนคลาย เน้นความเป็นกันเอง อยากสัมผัสเรียนรู้วิถีชีวิตของชาวบ้าน หากเมื่อลูกค้าที่ต้องการ
หรือมีใจรักธรรมชาติ อยากหาสถานที่พักผ่อน หลบเลี่ยงความวุ่นวายในเมือง อาจทำให้ลูกค้าเกิด
ความต้องการอยากเข้ามาใช้บริการ ฉะนั้นธุรกิจโฮมสเตย์บ้านสวน จึงได้มีการแบ่งกลุ่มลูกค้าออกเป็น
2 กลุ่ม ดังต่อไปนี้

1. ลูกค้าเดิม คือ เคยเข้ามาใช้บริการที่โฮมสเตย์

คุณลักษณะและสิ่งที่ต้องการจากการมาใช้บริการ : สถานที่พักผ่อนใกล้ชิดธรรมชาติ พืชผัก
ผลไม้ตามฤดูกาล ความผ่อนคลาย การเรียนรู้วิถีชีวิตของชาวบ้านและสภาพแวดล้อมที่ดี

พฤติกรรมการมาใช้ของลูกค้าเดิม : ลูกค้ารู้สึกต้องการหาความผ่อนคลาย สถานที่พักที่
สวยงาม น่าดึงดูดใจ ความสะอาด ความปลอดภัย บรรยากาศที่พักรวมถึงการพาครอบครัวหรือ
ญาติพี่น้องมาพักผ่อน

2. ลูกค้าที่ยังไม่เคยเข้ามาใช้บริการ คือ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายใหม่ เช่น ลูกค้ากลุ่มวัยรุ่น วัย ทำงาน หรือกลุ่มผู้สูงอายุ ทั้งเพศชายหรือหญิง ที่ต้องการมาหาสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ

คุณลักษณะที่ลูกค้าคาดว่าจะได้รับ หลังการเข้าใช้บริการ : นักท่องเที่ยวคาดหวังว่าจะได้รับ
การต้อนรับจากเจ้าบ้านที่ดี การบริการที่ประทับใจ การตกแต่งสถานที่พักโฮมสเตย์ ความน่าเชื่อถือ
และการไว้วางใจในการเข้ามาใช้บริการ ด้านอาหารการกินคุณภาพต่างๆของสินค้าที่นำมาบริการ
ให้แก่นักท่องเที่ยว

พฤติกรรมการมาใช้ของลูกค้าใหม่ : มีความต้องการอยากลองเปลี่ยนบรรยากาศในการ
ท่องเที่ยวและมองหาประสบการณ์ใหม่ๆอย่างที่ไม่เคยสัมผัสมาก่อน โดยอาจเริ่มจากการมาทดลองใช้
บริการคนเดียวหรือชวนกันมาเป็นกลุ่ม เพื่อหาเวลาพักผ่อนและทำกิจกรรมร่วมกันให้มากขึ้น

4.2.2 คู่แข่งขัน

การวิเคราะห์คู่แข่งนั้นทำให้ทราบว่าผู้ประกอบการรายใดที่ควรจับตามองและให้ความสำคัญจากการวิเคราะห์คู่แข่งทำให้เข้าใจถึงจุดแข็งและจุดอ่อนของคู่แข่งและนำไปเป็นแนวทางในการกำหนด

กลยุทธ์ที่สามารถแข่งขันได้และเหมาะสม โดยเกณฑ์ที่ใช้กำหนดรอบคู่แข่งคือ บริเวณสถานที่ตั้งของที่พักรู้อยู่ในพื้นที่อำเภอท่าใหม่ และ พื้นที่ใกล้เคียง จังหวัดจันทบุรี ซึ่งสามารถแบ่งกลุ่มได้ 2 กลุ่ม ดังนี้

1. คู่แข่งขันทางตรง คือ คู่แข่งที่มีจำนวนห้องพักและรูปแบบการบริการใกล้เคียงกัน รวมทั้งการมีลูกค้าเป้าหมายกลุ่มเดียวกัน

1.1 บ้านกลางสวนโฮมสเตย์

ภาพที่ 4.1 : บรรยากาศบ้านกลางสวนโฮมสเตย์



ที่มา: บรรยากาศบ้านกลางสวนโฮมสเตย์. (2560). สืบค้นจาก

<https://travel.gangbeauty.com/110978>

รายละเอียดบ้านกลางสวนโฮมสเตย์

ที่ตั้ง : 28/16 หมู่ 8 ต.ชากไทย อ.กิ่งเขาฉิมฉิมภู จ.จันทบุรี

จำนวนห้องพัก : ห้องพักรูมี 4ห้อง ห้องละ 4 คน

ราคา : 1,100 บาท / คน

จุดเด่น : บ้านพักตกแต่งแบบไทยๆด้วยไม้เป็นหลักโดยประยุกต์นำเอาลายไทยมาประดับบริเวณ

ห้องพัก และยังมีกิจกรรมต่างๆ เช่น การเล่นแพเป็ยก สไลเดอร์กลางน้ำ ตกปลา

จุดด้อย : จำนวนห้องพักไม่เพียงพอ , ทางเข้าไปโฮมสเตย์มีความลำบากในการเข้าไปถึงที่พัก

2. คู่แข่งทางอ้อม คือ ที่พักที่ใช้แทนด้วยวัตถุประสงค์คือ เพื่อการพักค้างคืน เช่น โรงแรม รีสอร์ท โฮเทล เป็นต้น

2.1 แหลมสิงห์ ไวท์เฮ้าส์ รีสอร์ท

ภาพที่ 4.2 : บรรยากาศแหลมสิงห์ ไวท์เฮ้าส์ รีสอร์ท



ที่มา: บรรยากาศแหลมสิงห์ ไวท์เฮ้าส์ รีสอร์ท. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก

<https://th.hotels.com/ho572614/h-lm-singh-with-heas-risxrth-h-lm-singh-thiy/>

รายละเอียดแหลมสิงห์ ไวท์เฮ้าส์ รีสอร์ท

ที่ตั้ง : 84/9 หมู่ 2 ต. ปากน้ำแหลมสิงห์ อ.แหลมสิงห์ จ.จันทบุรี

จำนวนห้องพัก : ห้องสำหรับ 3-4 คน 8 ห้อง

ราคา : 800 บาท / คน

จุดเด่น : บรรยากาศดีใกล้แหล่งท่องเที่ยว ห้องพักใหม่

จุดอ่อน : ขาดความเป็นส่วนตัว เนื่องจากเป็นการพักรวมกัน ไม่มีที่จอดรถในที่พัก

บทที่ 5 แผนกลยุทธ์ทางธุรกิจ

ธุรกิจโฮมสเตย์เป็นธุรกิจให้บริการ ดังนั้นทรัพยากรบุคคลจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการขับเคลื่อนธุรกิจ การที่บุคลากรมีคุณภาพ จะส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ทำให้เกิดการใช้บริการซ้ำบอกต่อ ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่จะต้องมีการวางแผนกลยุทธ์ด้านการจัดการทรัพยากรบุคคล สำหรับจัดการและให้บริการในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับบุคคลในองค์กร เพื่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันในตลาด

5.1 แผนกลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการองค์กรและทรัพยากรบุคคล

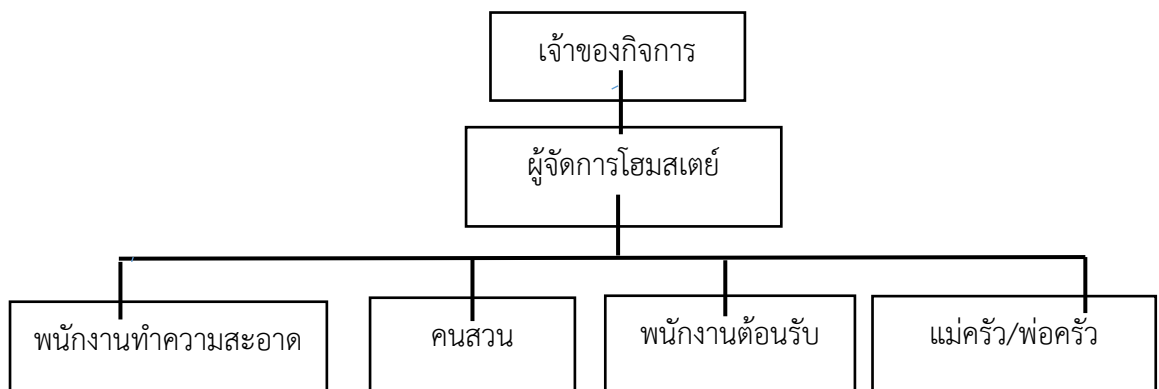
5.1.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. กำหนดโครงสร้างขององค์กร หน้าที่ความรับผิดชอบของพนักงาน และการวางแผนกำลังคนให้มีความเหมาะสมกับขนาดและเป้าหมายของโฮมสเตย์บ้านสวนได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. เพื่อออกแบบโปรแกรมการฝึกอบรมพนักงานให้มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับกลยุทธ์การแข่งขัน เพื่อนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายของโฮมสเตย์บ้านสวน
3. กำหนดค่าตอบแทนและสวัสดิการให้มีความเหมาะสมกับความสามารถและผลงาน ก่อให้เกิดแรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน

5.1.2 โครงสร้างองค์กร

โฮมสเตย์บ้านสวน มีการออกแบบโครงสร้างองค์กรตามหน้าที่งาน (The Functional Structure) ให้มีลักษณะแบบ Flat Organizational Structure ทำให้มีความสะดวกและรวดเร็วในการประสานงานภายใน และสามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การแข่งขันได้อย่างรวดเร็วตามสภาวะการแข่งขันในปัจจุบันที่มีการแข่งขันในธุรกิจที่พักสูง โดยมีโครงสร้างองค์กรตามหน้าที่งาน ดังนี้

ภาพที่ 2.0 โครงสร้างองค์กรตามหน้าที่งาน (The Functional Structure) ของโฮมสเตย์บ้านสวน



5.1.3 หน้าที่ความรับผิดชอบของพนักงาน

การที่จะทำให้องค์กรสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ จำเป็นจะต้องมีการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบที่ชัดเจนของพนักงาน ให้สอดคล้องกับความสามารถของแต่ละคน โดยอ้างอิงจากข้อมูลความต้องการการบริการจากที่พักของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งพบว่า มีความต้องการการบริการที่อบอุ่น พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส ใส่ใจในรายละเอียด ดังนั้นโฮมสเตย์บ้านสวนจึงกำหนดความรับผิดชอบและคุณสมบัติของบุคลากรแต่ละตำแหน่ง ดังนี้

1. ผู้จัดการโฮมสเตย์

ผู้จัดการโฮมสเตย์ มีหน้าที่วางแผนการบริการจัดการให้กิจการดำเนินไปได้ด้วยดีทั้งความเรียบร้อย และด้านการบริหาร การตลาด รวมถึงบริหารงานบุคคลและการควบคุมการปฏิบัติงานของพนักงาน ให้การต้อนรับลูกค้าและดูแลการจัดที่พัก ควบคุมดูแลในส่วนของพนักงานผู้ปฏิบัติหน้าที่บริการให้อยู่ในมาตรฐานที่กำหนด และจัดทำหรือควบคุมการทำบันทึกและบัญชี รายรับ รายจ่าย รวมถึงการสั่งซื้อสิ่งของเครื่องใช้ อุปกรณ์ต่างๆ ให้เพียงพอต่อความต้องการ และจัดทำรายงานให้เจ้าของกิจการทราบถึงความก้าวหน้าและสถานะธุรกิจ

2. พนักงานทำความสะอาด

พนักงานทำความสะอาด มีหน้าที่ทำความสะอาดและให้บริการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเข้าพักของลูกค้า เช่น ห้องนอน ห้องนั่งเล่น ห้องอาบน้ำ รวมถึงทางเดินหน้าห้องพักด้วย ดูแลรักษาสิ่งของ และอำนวยความสะดวกในห้องพักลูกค้าให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์ และคอยให้ความช่วยเหลือลูกค้าในห้องพักเมื่อลูกค้าต้องการ ถ้าพบสิ่งผิดปกติในห้องลูกค้าให้รีบรายงานผู้จัดการทราบโดยทันที

3. คนสวน

คนสวน มีหน้าที่ดูแลรดน้ำต้นไม้ กวาดใบไม้ บำรุงรักษาสวนหย่อมและตัดแต่งต้นไม้ประดับ ในบริเวณโฮมสเตย์ให้มีความสวยงามอยู่เสมอ

4. พนักงานต้อนรับ

พนักงานต้อนรับ มีหน้าที่ต้อนรับลูกค้า ลงทะเบียนและจ่ายห้องและกุญแจ พร้อมทั้งให้คำแนะนำเบื้องต้นเกี่ยวกับปัญหาการบริการที่ลูกค้าพบเจอ รวมไปถึงการดูแลเรื่องการจองห้องพักของลูกค้า พาทำกิจกรรมและบริการจำหน่ายพืชผัก ผลไม้ในสวนตามฤดูกาล

5. แม่ครัว/พ่อครัว

แม่ครัวมีหน้าที่จัดเตรียมและซื้อวัตถุดิบ อุปกรณ์ในการประกอบอาหารทั้งหมด รวมทั้งประกอบอาหารตามเมนูของทางโฮมสเตย์ที่จัดเตรียมไว้ให้

5.1.4 ค่าตอบแทนและสวัสดิการของพนักงาน

1. อัตราค่าจ้างเงินเดือน

ทางโฮมสเตย์บ้านสวนได้กำหนดอัตราค่าจ้างของพนักงานในแต่ละตำแหน่ง แตกต่างกันไป ตามความรับผิดชอบ เพื่อเป็นแรงจูงใจในการทำงานให้กับพนักงาน เพื่อลดอัตราการลาออกของพนักงานที่มีคุณภาพ ซึ่งเป็นการช่วยควบคุมต้นทุนในการดำเนินการในการรับบุคคลากรใหม่ และมีการปรับขึ้นเงินเดือนให้กับพนักงานตามผลการประเมินการทำงาน

2. โบนัส

โฮมสเตย์บ้านสวนมีนโยบายในการจ่ายเงินโบนัสให้พนักงานทุกคนปีละ 1 ครั้ง โดยพิจารณาจากผลประกอบการของกิจการและความสามารถของพนักงาน เพื่อส่งเสริมให้พนักงานเกิดแรงจูงใจในการปฏิบัติงานมากยิ่งขึ้น

3. ประกันสังคม

โฮมสเตย์บ้านสวนมีการจัดทำประกันสังคมให้กับพนักงานทุกคนตามกฎหมายที่กำหนด เพื่อสิทธิประโยชน์ทดแทนของพนักงาน เมื่อประสบอันตราย เจ็บป่วย ทูพลภาพ ตาย รวมทั้งกรณีคลอดบุตร สงเคราะห์บุตร ชราภาพและว่างงาน

4. สิทธิวันหยุด

โฮมสเตย์บ้านสวนให้สิทธิพนักงานหยุดงานได้สัปดาห์ละ 1 วัน และวันหยุดประจำปีตามที่กฎหมายกำหนด โดยมีการกำหนดตามตารางงาน และสามารถเปลี่ยนหยุดหรือสะสมวันหยุดตามที่ผู้จัดการเห็นสมควร โดยแจ้งล่วงหน้าอย่างน้อย 1 เดือน เพื่อที่ทางผู้จัดการร้านจะได้จัดตารางการทำงานให้มีความเหมาะสม หรือรับพนักงานชั่วคราวมาทดแทนในวันที่ขอลาหยุด

5.2 แผนกลยุทธ์ทางการตลาด

5.2.1. แนวความคิดและทฤษฎี

ทางโฮมสเตย์บ้านสวน ได้ใช้หลักการตลาดของ 7P, SWOT, Five Force Model และ Business Model Canvas นำมาใช้เพื่อให้ทางโฮมสเตย์บ้านสวนสามารถเข้าถึงความต้องการของกลุ่มลูกค้าได้ และสามารถนำเครื่องมือต่างๆมาประยุกต์ใช้กับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปในปัจจุบัน

5.2.2 ส่วนประสมทางการตลาด

กลยุทธ์ทางการตลาด 7P คือ กลยุทธ์ทางการตลาดที่ Philip Kotler ได้วางไว้เป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจบริการ ซึ่งใช้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7Ps ที่ต่อยอดมาจาก

4Ps มาใช้กำหนดกลยุทธ์การตลาด ซึ่งประกอบด้วย Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence และ Process ซึ่งนำมาวิเคราะห์ธุรกิจต่อได้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product)

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นหัวใจหลักที่สำคัญของธุรกิจบริการที่พักอาศัย เพื่อให้เป็นที่รู้จัก ได้รับความนิยมนจากลูกค้า รวมไปถึงเป็นโฮมสเตย์ที่ผู้บริโภคนึกถึงเสมอ ดังนั้นทางโฮมสเตย์บ้านสวน จึงให้ความสำคัญกับการจัดการกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์เป็นอย่างมาก เช่น ด้านของห้องพัก ด้านอาหาร และผลไม้ที่มีตามฤดูกาล ด้านการเรียนรู้ เป็นต้น

2. ราคา (Price)

จากข้อมูลพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความยินดีที่จะจ่ายค่าที่พักพร้อมบริการอาหารเช้า และกิจกรรมที่ทางโฮมสเตย์มีให้ แต่หากพิจารณาให้ครบทั้งกระบวนการแล้วจะพบว่าราคาสูงหรือต่ำ ลูกค้าจะเป็นผู้พิจารณาว่าต้นทุนที่แท้จริงควรอยู่ที่เท่าไร ราคามีความสมเหตุสมผลหรือไม่ ซึ่งการพิจารณาจะขึ้นอยู่กับลูกค้าแต่ละบุคคล ดังนั้น การตั้งราคาห้องพักของโฮมสเตย์บ้านสวนจึงพิจารณาจากพื้นฐานค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายสำหรับห้องพักในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง

3. ช่องทางการให้บริการ (Place)

นักท่องเที่ยวในยุคนี้มีพฤติกรรมการนิยมใช้ช่องทางออนไลน์ในการค้นหาข้อมูลผ่านช่องทางต่างๆ เช่น Agoda, Booking หรือตามเว็บไซต์ รวมถึงช่องทาง Social ก็เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ผู้คนในปัจจุบันสนใจเป็นอย่างมาก ซึ่งมีความสะดวกสามารถค้นหาผ่านมือถือ มีบทความรีวิวสถานที่ท่องเที่ยว การเปรียบเทียบราคาของที่พักรวมและความสะดวกของขั้นตอนการจองที่พักอีกด้วย

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

โฮมสเตย์บ้านสวนเป็นที่พักเปิดใหม่ การส่งเสริมการตลาดจึงมีความสำคัญในกาสร้างการรับรู้ผ่านสื่อต่างๆ ให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้ทราบและเข้าใจเอกลักษณ์และการบริการของโฮมสเตย์บ้านสวน เพื่อให้เกิดแรงจูงใจในการเข้ามาทดลองใช้บริการจนเกิดความประทับใจและนำไปบอกต่อให้กับนักท่องเที่ยวคนอื่นๆ โดยมีประเด็นสำคัญที่ใช้ในการสื่อสารถึงลูกค้าและกลุ่มนักท่องเที่ยว คือ ความสงบร่มรื่นของธรรมชาติในสวนผลไม้ ความผ่อนคลายที่ประสานกับสไตล์ที่พักบ้านไม้โมเดิร์นอย่างลงตัว รวมไปถึงการต้อนรับที่อบอุ่นและการรักษาความปลอดภัยที่ดี โฮมสเตย์บ้านสวนใช้กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด เช่น Website, Facebook, Instagram, Line ในการโฆษณาออนไลน์ เป็นต้น เพราะคนสมัยนี้ ทุกเพศ ทุกวัย สามารถเข้าถึงข้อมูลผ่านสิ่งเหล่านี้ได้ง่ายมากยิ่งขึ้น

5. ลักษณะแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment)

สิ่งแวดล้อมในการให้บริการ หรือปัจจัยอื่นที่ลูกค้าสามารถจับต้องได้ที่สร้างความสะดวกสบายหรือสร้างบรรยากาศที่ดีให้กับลูกค้าได้ประทับใจทั้ง สถานที่ การตกแต่งที่พัก การตกแต่งโดยรอบโฮมสเตย์ ความพร้อมในการให้บริการ โฮมสเตย์บ้านสวนได้คำนึงถึงความประทับใจของ

ลูกค้าเป็นหลักที่เข้ามาใช้บริการ มีการสอบถามความคิดเห็นจากลูกค้า เพื่อนำไปพัฒนาและปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้นต่อไปซึ่งอาจทำให้ลูกค้าประทับใจแล้วกลับมาใช้บริการใหม่อีกรอบ

6. กระบวนการ (Process)

กระบวนการนับเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจสามารถดำเนินงานได้อย่างราบรื่น โสมสเตย์บ้านสวนจึงได้ออกแบบกระบวนการทำงานเพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน โดยเฉพาะผู้ที่ทำหน้าที่ให้บริการต้องมีความเข้าใจในกระบวนการทำงานในทิศทางเดียวกัน จึงจะมีแผนการทำงานที่ดีเยี่ยมและมีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมถึงกระบวนการที่มีความถูกต้อง สมบูรณ์แบบ การสอบถามหรือการประเมินการให้บริการจากลูกค้าก็เป็นอีกทางเลือกที่ช่วยให้ผู้บริโภคได้ทราบถึงระดับในการให้บริการของโสมสเตย์บ้านสวน

7. บุคลากร (People)

ลักษณะของธุรกิจที่มักเป็นธุรกิจที่เน้นการให้บริการกับลูกค้า ดังนั้นทรัพยากรบุคคลจึงถือว่ามีความสำคัญเป็นอย่างมากที่จะทำให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จได้ เพราะฉะนั้นโสมสเตย์บ้านสวนจึงจำเป็นต้องคัดเลือกพนักงานที่รักในการบริการ ยินดีให้ความช่วยเหลือลูกค้า ยิ้มแย้มแจ่มใส มีอัธยาศัยดี สามารถให้ความช่วยเหลือและให้ความรู้ต่างๆเกี่ยวกับที่พักแก่ลูกค้าได้เพื่อทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจมากขึ้น

5.2.3 นวัตกรรมที่นำมาใช้

นวัตกรรมที่ธุรกิจโสมสเตย์บ้านสวนนำมาใช้หลักๆ คือ Line, Facebook, Instagram และ การใช้งาน E-Commerce ในการจองห้องพักผ่านทางออนไลน์ เพื่อให้ลูกค้าสามารถติดต่อกับทางโสมสเตย์ได้สะดวก รวดเร็ว แม่นยำ ทำให้ลูกค้าเห็นภาพก่อนที่จะมีโอกาสสัมผัสกับสถานที่จริง ซึ่งผู้ประกอบการเล็งเห็นว่าลูกค้าในปัจจุบันใช้เทคโนโลยีกันเป็นส่วนใหญ่ จึงทำให้ง่ายต่อการเข้าถึงข้อมูลของโสมสเตย์บ้านสวน

5.3 แผนกลยุทธ์การผลิตและการจัดการซื้อ

5.3.1 แนวคิดทฤษฎีที่นำมาใช้

วิธีการจัดซื้ออุปกรณ์โสมสเตย์บ้านสวน ได้มีการติดต่อผู้รับเหมามืออาชีพและมีประสบการณ์ทางด้านงานตกแต่งภายนอกและภายในห้องพัก พื้นที่ส่วนต่างๆของโสมสเตย์ รวมถึงอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆและอุปกรณ์เครื่องใช้ที่จำเป็น วัตถุประสงค์ในการประกอบอาหารให้กับลูกค้า ดังนั้นขั้นตอนการจัดซื้อจึงมีความสำคัญเป็นอย่างมากในการคัดสรรสินค้าที่มีคุณภาพให้กับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการให้ได้รับสิ่งที่ดีที่สุดที่โสมสเตย์ได้จัดเตรียมไว้ให้

5.3.2 วิธีการสั่งซื้อวัตถุดิบ

โฮมสเตย์บ้านสวน เป็นธุรกิจที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการจึงให้ความสำคัญกับการจัดซื้อจำนวนมากเพื่อให้ได้รับสินค้าที่มีคุณภาพดี มีจำนวนที่ถูกต้อง ได้รับความที่ต่ำ การวางแผนการจัดซื้อ ก็ควรหาข้อมูลแหล่งขายหลายๆแหล่ง เพื่อทราบถึงราคาที่เหมาะสมและตรวจสอบประวัติของผู้ขาย เหล่านั้นเพื่อวางแผนการสั่งซื้อได้ การสั่งซื้อที่ดีมีประสิทธิภาพจะทำให้กิจการมีผลกำไรสูงขึ้นหากไม่มีการวางแผนจัดซื้อเลยอาจมีผลในการเกิดปัญหาขาดวัตถุดิบมาผลิตและเมื่อต้องเร่งให้ผู้ขายส่งวัตถุดิบมาให้ทันเวลาก็จะทำให้ต้นทุนวัตถุดิบสูงขึ้นและบางครั้งยังได้วัตถุดิบที่มีคุณภาพไม่ตรงตามที่ตกลงกันไว้ด้วย การสั่งซื้อวัตถุดิบของโฮมสเตย์บ้านสวนส่วนใหญ่ก็จะเป็น อาหารสด ผักสด และวัตถุดิบอื่นๆ

5.3.3 การจัดการคลังสินค้าและระบบสินค้าคงเหลือ

การจัดการคลังสินค้าของโฮมสเตย์บ้านสวน ส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่นำมาใช้ภายในธุรกิจและนำมาใช้ดูแลนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการ เช่น อาหาร ผลไม้ รวมถึงของใช้อำนวยความสะดวกให้แก่ นักท่องเที่ยวที่จัดไว้ให้ในห้องพักต่างๆ เพื่อการให้บริการกับลูกค้าเป็นอย่างดี ดังนั้นสินค้าคงคลังแบ่งได้เป็น 4 กลุ่มใหญ่ คือ วัตถุดิบ งานระหว่างผลิตหรืองานระหว่างปฏิบัติการ วัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือที่ใช้ในการบำรุงรักษาและผลิต และสินค้าสำเร็จรูป ถ้าหากไม่มีสินค้าคงคลัง การผลิตก็อาจจะไม่ราบรื่นถ้ามีสินค้าคงคลังจำนวนมากๆจะทำให้ผู้ประกอบการมีความรู้สึกสบายใจอย่างไรก็ตาม หน้าที่ของสินค้าคงคลังคือ รักษาความสมดุลระหว่างอุปสงค์และอุปทาน ทำให้เกิดการประหยัดต่อขนาด (Economy of Scale) เพราะการสั่งซื้อจำนวนมากๆ เป็นการลดต้นทุน และคลังสินค้าช่วยเก็บสินค้าปริมาณมากนั้น แต่สินค้าคงคลังก็ถือเป็น Cost โดยตรง การพยากรณ์อุปสงค์เพื่อทราบจำนวนผลิตจึงเกี่ยวข้องโดยตรงกับสินค้าคงคลังและป้องกันความเสี่ยงต่างๆ ในกรณีที่มีวัตถุดิบมาเป็นจำนวนมาก หากสินค้าคงคลังมีมากเกินไปก็เสียค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บสูงผิดปกติ หากมีน้อยเกินไปก็อาจรบกวนสมดุลตลาด หรือทำให้การผลิตติดขัดได้

ความสำคัญของการจัดการสินค้าคงคลัง คือ เมื่อผลิตเป็นสินค้าแล้วก็จำเป็นต้องจัดการให้จำนวน สินค้ากระจายออกไป ก่อนที่สินค้าจะถึงมือผู้บริโภคคนสุดท้าย จะมีคลังสินค้าเป็นเสมือนหน่วยกลางระหว่างหน่วยผลิตและหน่วยบริโภคในอดีต สินค้าที่เก็บในคลังเป็นผลผลิตทางการเกษตร เก็บเพื่อรอจนกว่าฤดูเก็บเกี่ยวจะมาถึงอีกครั้งหนึ่ง ทำให้สินค้า ไม่มีความเคลื่อนไหว (Dead Stock) ซึ่งไม่เป็นที่นิยมในหลักการจัดเก็บสินค้าคงคลังยุคปัจจุบันมากนัก สมัยนี้สินค้าควรมีการ หมุนเวียนอยู่เสมอเพื่อความสดใหม่

5.4 แผนกลยุทธ์ทางการเงิน และการลงทุน

5.4.1 แนวคิดทฤษฎีที่นำมาใช้

การวางแผนและการสร้างธุรกิจที่อยู่รอดได้นั้นไม่เพียงแต่ขึ้นอยู่กับผู้ประกอบการที่มีความสามารถและการมีตลาดเท่านั้น แต่ยังขึ้นอยู่กับพื้นฐานทางการเงินที่มั่นคงอีกด้วย โดยทั่วไปผู้ประกอบการจะต้องนำเงินไปลงทุนในธุรกิจและมีการบริหารเงินทุนนั้นอย่างเหมาะสม เพื่อให้แน่ใจว่ากิจการจะบรรลุศักยภาพเต็มที่จากเงินทุนที่ใช้เพื่อเริ่มต้นธุรกิจ รวมทั้งการประเมินความต้องการทางการเงินที่มีการพัฒนาอย่างดีก่อนเริ่มต้นกิจการจะช่วยลดการเผชิญปัญหาทางการเงินและความล้มเหลวทางธุรกิจที่อาจเกิดขึ้นโดยทันทีทันใดตั้งนั้น การเงินและสินทรัพย์ต่างๆของโฮมสเตย์บ้านสวนจะได้มาจากเจ้าของกิจการเพียงคนเดียว โดยที่ไม่ได้มีการกู้ยืมจากธนาคารหรือแหล่งเงินทุนที่อื่น เพราะฉะนั้นการตัดสินใจทุกอย่างจึงขึ้นอยู่กับเจ้าของกิจการเพียงคนเดียว

5.4.2 การประมาณจุดคุ้มทุน

เมื่อธุรกิจได้เริ่มลงทุนแล้ว จะมีการประเมินการคุ้มทุนเพื่อตรวจสอบความคุ้มในการลงทุน เพื่อจะหา จุดคุ้มทุนของกิจการ โดยดูจากยอดขายกับระยะเวลาที่ประมาณไว้ว่าจะสามารถคืนทุนได้ในระยะเวลา 10 เดือน

5.4.3 การประเมินผลตอบแทนจากการลงทุน

ทางโฮมสเตย์ได้มีการบริการที่หลากหลาย โดยการบริการของทางโฮมสเตย์นั้นเป็นการบริการเพื่อลูกค้าที่มาใช้งาน โดยการคิดกำไร จะคำนวณตามราคาของต้นทุน

5.4.4 งบประมาณกำไรระยะการคืนทุน และหนี้สิน

งบประมาณรายได้จากการบริการและขาดทุนทางโฮมสเตย์ การบริการใช้หลักการคำนวณโดยใช้รายได้หักกับ ค่าใช้จ่ายของทางโฮมสเตย์เป็นงบประมาณเงินสด ทางโฮมสเตย์ไม่มีนโยบายในการให้เครดิตกับลูกค้า ดังนั้นเงินหมุนเวียนของทางโฮมสเตย์นั้นจะเป็นเงินสดทั้งสิ้น

หลังจากได้คาดการณ์เงินลงทุนเบื้องต้นของธุรกิจ ดังนั้นจึงสามารถสรุปผลตอบแทนทางการเงินได้ ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 5.1 : ตารางแสดงงบประมาณการลงทุน

งบประมาณการลงทุน			
รายการ	รวม	แหล่งที่มา	
		ส่วนของผู้เจ้าของ	เจ้าหนี้(เงินกู้ยืม)
สินทรัพย์ถาวร			
ค่าลงทุนที่ปักและออกแบบ	1,000,000.00	1,000,000.00	-
ค่าอุปกรณ์สำหรับที่ปัก	200,000.00	200,000.00	-
สินทรัพย์ถาวรรวม	1,200,000.00	1,200,000.00	-
ค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินการ			
ค่าจดทะเบียน	75,000.00	75,000.00	-
เงินทุนหมุนเวียน	500,000.00	500,000.00	-
รวมเงินลงทุนเริ่มต้น	1,775,000.00	1,775,000.00	-
สัดส่วนโครงสร้างต้นทุน (%)	100%	100%	-

ตารางที่ 5.2 : ตารางแสดงรายละเอียดค่าเสื่อมและตัดจ่าย

การคำนวณค่าเสื่อมราคา	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
สินทรัพย์ถาวรรวม	1,200,000	-	-	-	-
ค่าเสื่อมราคาต่อปี	240,000	240,000	240,000	240,000	240,000
ค่าเสื่อมราคาสะสม	140,000	480,000	720,000	960,000	1,200,000

(ตารางมีต่อ)

โอนไปงบดุล

ตารางที่ 5.2 (ต่อ) : ตารางแสดงรายละเอียดค่าเสื่อมและตัดจ่าย

สินทรัพย์ถาวร	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	140,000	480,000	720,000	960,000	1,200,000
สินทรัพย์ถาวรสุทธิ	1,060,000	720,000	480,000	240,000	0
ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
ค่าจดทะเบียน	75,000	-	-	-	-
ค่าจดทะเบียนและตัดจ่าย	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000
ตัดจ่ายสะสม	14,000	30,000	45,000	60,000	75,000
ค่าจดทะเบียน	75,000	75,000	75,000	75,000	75,000
หัก ค่าตัดจ่ายสะสม	14,000	30,000	45,000	60,000	75,000
ค่าจดทะเบียนและค่าตกแต่ง สำนักงานสุทธิ	61,000	45,000	30,000	15,000	0

ตารางที่ 5.3 : ตารางแสดงรายละเอียดการประมาณการรายได้ปีที่1-5

การบริการหลัก

การประมาณยอดการขาย	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
รวมยอดขายต่อวัน	10,000	12,000	14,400	17,280	20,736
ยอดขายต่อเดือน	300,000	360,000	432,000	518,400	622,080
ยอดขายต่อปี	3,600,000	4,320,000	5,184,000	6,220,800	7,464,960

การประมาณการยอดขายที่เพิ่มขึ้น 20%

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.3 (ต่อ) : ตารางแสดงรายละเอียดการประมาณการรายได้ปีที่1-5

การบริการรอง

การประมาณยอดการขาย	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
รวมยอดขายต่อวัน	4000	4800	5760	6,912	8,294
ยอดขายต่อเดือน	120,000	144,000	172,800	207,360	248,832
ยอดขายต่อปี	1,440,000	1,728,000	2,073,600	2,488,320	2,985,984

การประมาณการยอดขายที่เพิ่มขึ้น 20%

การประมาณยอดการขาย	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
สรุปยอดขายของรายปี	5,040,000	6,048,000	7,257,600	8,709,120	10,450,944

ตารางที่ 5.4 : ตารางต้นทุนคงที่

ต้นทุนคงที่	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
ค่าประกันสังคม	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000
เงินเดือน (เพิ่มขึ้น 5%)	558,000	585,900	615,195	645,955	678,252
ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำ (เพิ่มขึ้น 5%)	120,000	126,000	132,300	138,915	145,861
ค่าโฆษณาและ ประชาสัมพันธ์ (เพิ่มขึ้น 5%)	24,000	25,200	26,460	27,783	29,172
ค่าอินเทอร์เน็ต	7,200	7,200	7,200	7,200	7,200
ค่าเสื่อมราคา	140,000	140,000	140,000	140,000	140,000
ค่าใช้จ่ายต่อวัน	14,000	14,000	14,000	14,000	14,000
รวมต้นทุนคงที่	913,200	948,300	985,155	1,023,853	1,064,485
ยอดขาย	5,040,000	6,048,000	7,257,600	8,709,120	10,450,944

ตารางที่ 5.5 : ตารางต้นทุนผันแปร

ต้นทุนผันแปร	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
ต้นทุนขาย	2,520,000	3,024,000	3,628,800	4,354,560	5,225,472
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	15,000	15,750	16,538	17,364	18,233
รวมต้นทุนผันแปร	2,535,000	3,039,750	3,645,338	4,371,924	5,243,705

ตารางที่ 5.6 : ตารางแสดงงบกำไรขาดทุน

คำนวณจุดคุ้มทุน	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
กำไรส่วนเกิน	2,505,000	3,008,250	3,612,263	4,337,196	5,207,239
อัตรากำไรส่วนเกิน	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50
จุดคุ้มทุนต่อปี	1,863,673	1,935,306	2,010,520	2,089,495	2,172,419
จุดคุ้มทุนต่อเดือน	155,306	161,276	167,543	174,125	307,456
จุดคุ้มทุนต่อวัน	5,177	5,376	5,585	5,804	10,249
งบกำไรขาดทุน	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
ยอดขาย	5,040,000	6,048,000	7,257,600	8,709,120	10,450,944
หัก ต้นทุนผันแปร	2,535,000	3,039,750	3,645,338	4,371,924	5,243,705
กำไรส่วนเกิน	2,505,000	3,008,250	3,612,263	4,337,196	5,207,239
หัก ต้นทุนคงที่	913,200	948,300	985,155	1,023,853	1,064,485
กำไรก่อนการดำเนินงาน	1,591,800	2,059,950	2,627,108	3,313,343	4,142,754
หัก ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
กำไรก่อนหักภาษี	1,591,800	2,059,950	2,627,108	3,313,343	4,142,754
หัก ภาษี 20%	318,360	411,990	525,422	662,669	828,551
กำไรสุทธิ	1,273,440	1,647,960	2,101,686	2,650,674	3,314,203

ตารางที่ 5.7 : ตารางแสดงกำไรสะสม

ยกยอดไปงบดุล	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
กำไรสะสมต้นปี	-	1,273,440	2,921,400	5,023,086	7,673,760
บวก กำไรสุทธิ	1,273,440	1,647,960	2,101,686	2,650,674	3,314,203
หัก เงินปันผล	-	-	-	-	-
กำไรสะสมปลายงวด	1,273,440	2,921,400	5,023,086	7,673,760	10,987,964
ยกยอดไปงบกระแสเงินสด	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
ภาษีเงินได้	318,360	411,990	525,422	662,669	828,551
ภาษีเงินได้ค้างจ่ายที่เพิ่มขึ้น	318,360	93,630	113,432	137,247	165,882

ตารางที่ 5.8 : ตารางแสดงงบกระแสเงินสด

กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
กำไรสุทธิ	1,273,440	1,647,960	2,101,686	2,650,674	3,314,203
บวก ค่าเสื่อมราคา	140,000	140,000	140,000	140,000	140,000
บวก ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	75,000	75,000	75,000	75,000	75,000
บวก ภาษีเงินได้ค้างจ่ายที่เพิ่มขึ้น	318,360	93,630	113,432	137,247	165,882
เงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน	1,806,800	1,956,590	2,430,118	3,002,921	3,695,085
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุน					
สินทรัพย์ถาวร	(1,200,000)	-	-	-	-
ค่าจดทะเบียนและค่าตกแต่งสำนักงาน	(75,000)	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการลงทุน	(1,275,000)	-	-	-	-

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.8 (ต่อ) : ตารางแสดงงบกระแสเงินสด

หัก เงินปันผล	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการจัดหา					
ทุนหุ้นสามัญ	1,775,000	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการจัดหา	1,775,000	-	-	-	-
เงินสดสุทธิ	2,306,800	1,956,590	2,430,118	3,002,921	3,695,085
บวก เงินสดต้นงวด	-	2,306,800	4,263,390	6,693,508	9,696,429
เงินสดปลายงวด	2,306,800	4,263,390	6,693,508	9,696,429	13,391,514

ตารางที่ 5.9 : ตารางแสดงงบฐานะการเงิน

สินทรัพย์	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสดและเงินฝากธนาคาร	2,306,800	4,263,390	6,693,508	9,696,429	13,391,514
ลูกหนี้การค้า	-	-	-	-	-
สินค้าคงเหลือ	-	-	-	-	-
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	2,306,800	4,263,390	6,693,508	9,696,429	13,391,514
สินทรัพย์ถาวรสุทธิ	1,060,000	720,000	480,000	240,000	-
ค่าจัดทะเบียน	61,000	45,000	30,000	14,000	-
รวมสินทรัพย์ถาวร	1,121,000	765,000	510,000	254,000	-
รวมเงินสินทรัพย์	3,427,800	5,028,390	7,203,508	9,950,429	13,391,514
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น					

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.9 (ต่อ): ตารางแสดงงบฐานะการเงิน

เจ้าหนี้การค้า	-	-	-	-	-
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	318,360	411,990	525,422	662,669	828,551
หนี้สินระยะสั้น	318,360	411,990	525,422	662,669	828,551
รวมหนี้สิน	318,360	411,990	525,422	662,669	828,551
ทุนเรือนหุ้นสามัญ	1,775,000	1,775,000	1,775,000	1,775,000	1,775,000
กำไรสะสม	1,273,440	2,921,400	5,023,086	7,673,760	10,987,964
ส่วนของผู้ถือหุ้น	3,048,440	4,696,400	6,798,086	9,448,760	12,762,964
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	3,366,800	5,108,390	7,323,508	10,111,429	13,591,515

ตารางที่ 5.10 : ตารางแสดงการวิเคราะห์โครงการสร้างการลงทุน

กระแสเงินสดรับตลอดโครงการ	
ปีที่	
0 กระแสเงินสดจ่าย ณ วันลงทุน	(1,775,000)
1 กระแสเงินสดรับ	2,306,800
2 กระแสเงินสดรับ	2,921,400
3 กระแสเงินสดรับ	5,023,086
4 กระแสเงินสดรับ	7,673,760
5 กระแสเงินสดรับ*	10,987,964
การคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิโดยอัตราคิดลด	30%
มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับ	10,456,163.52
หัก มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่าย	(1,775,000)
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)	8,681,163.52
อัตราผลตอบแทนของโครงการ (IRR)	167%

ตารางที่ 5.11 : ตารางแสดงข้อมูลการวิเคราะห์โครงการสร้างต้นทุน

รายงานการวิเคราะห์	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
การวัดสภาพคล่องทางการเงิน					
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (เท่า)	7.25	10.3	12.7	14.63	16.16
อัตราส่วนสินทรัพย์คล่องตัว (เท่า)	7.25	10.3	12.7	14.63	16.16
การวัดประสิทธิภาพการใช้ทรัพย์สิน					
อัตราส่วนการหมุนเวียนของ สินค้า (รอบ)	4.75	8.4	15.12	36.29	-
ระยะเวลาสินค้าคงเหลือ (วัน)	1.47	1.20	1.01	0.88	0.78
การวัดความสามารถในการชำระหนี้					
อัตราแห่งหนี้ (Debt to Equity Ratio) (เท่า)	0.09	0.08	0.07	0.07	0.06
การวัดความสามารถในการบริหาร					
อัตราส่วนตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)	0.37	0.33	0.29	0.27	0.25
อัตราส่วนตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (ROE)	0.42	0.35	0.35	0.35	0.35
อัตราส่วนกำไรส่วนเกิน (%)	50	50	50	50	50
อัตราส่วนกำไรจากการ ดำเนินงาน (%)	0.32	0.34	0.36	0.38	0.40
อัตราส่วนกำไรสุทธิ (%)	0.25	0.27	0.29	0.30	0.32
ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน					
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value)	฿8,681,163.52				
อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)	167%				
ระยะเวลาคืนทุน (ปี)	0.923357031				

5.5 สรุปผลการวิจัย

สรุปผลวิจัย

ผลการศึกษาข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง 301 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 18-25 ปี การศึกษาดำกว่าระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นนักเรียน และรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ ต่ำกว่า 10,000 บาท

ผลจากการสอบถามแผนธุรกิจโฮมสเตย์บ้านสวน มีผู้ชื่นชอบท่องเที่ยวในประเทศ 238 คน คิดเป็นร้อยละ 79.1 และผู้ที่เลือกที่พักแบบโรงแรมในการไปเที่ยว 98 คน คิดเป็นร้อยละ 32.6 และครอบครัวมีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกที่จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 45.2 ส่วนช่วงเวลาในการท่องเที่ยวส่วนมากคือ วันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์) จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 47.8 โดยระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้งนาน 3 วัน คิดเป็นจำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 35.2 ซึ่งความถี่ในการท่องเที่ยวต่อปีคือ 1-2 ครั้ง จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 40.5 รวมถึงค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการท่องเที่ยว จำนวนมากกว่า 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.9 เหตุผลหลักในการไปท่องเที่ยวคือไปเพื่อพักผ่อน โดยมีจำนวนส่วนมากที่ 183 คน คิดเป็นร้อยละ 60.8 โดยทั้งหมดเป็นผลวิจัยจากการไปสอบถามกลุ่มเป้าหมายผ่านช่องทางออนไลน์

ระดับความคิดเห็นโดยรวมของผู้บริโภคต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโฮมสเตย์บ้านสวน มีผลต่อด้านสถานที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามค่าเฉลี่ยที่มากที่สุด คือสถานที่พักมีความมั่นคงแข็งแรง ส่วนข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยน้อยสุดคือสภาพพื้นที่ยังคงไว้สภาพเดิมของชุมชน

ระดับความคิดเห็นโดยรวมของผู้บริโภคต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโฮมสเตย์บ้านสวน มีผลต่อด้านสิ่งอำนวยความสะดวกพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามค่าเฉลี่ยที่มากที่สุด คือน้ำดื่มและน้ำใช้ที่สะอาด ส่วนข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยน้อยสุดคือร้านอาหารตั้งอยู่ในชุมชนและการเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับการปฐมพยาบาลเบื้องต้น

ระดับความคิดเห็นโดยรวมของผู้บริโภคต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโฮมสเตย์บ้านสวน มีผลต่อด้านบุคคลากรผู้ให้บริการพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามค่าเฉลี่ยที่มากที่สุด คือ ความพร้อมที่จะให้บริการ ส่วนข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยน้อยสุดคือ การสื่อสารที่เข้าใจ

ระดับความคิดเห็นโดยรวมของผู้บริโภคต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโฮมสเตย์บ้านสวน มีผลต่อด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามค่าเฉลี่ยที่มากที่สุด คือ กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ส่วนข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยน้อยสุดคือ กิจกรรมด้านกีฬาและนันทนาการ

ผลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่ประกอบธุรกิจโฮมสเตย์ทั้งหมด 5 สถานที่ผลที่ได้จากการสัมภาษณ์คือผู้ประกอบการทั้งหมดจะมีที่พักโดยเฉลี่ย 3-4 หลัง และเปิดกิจการมาทั้งหมดโดยเฉลี่ย 2-3 ปี พืชทางการเกษตรที่ปลูกในสวนส่วนมากคือ ทุเรียน มังคุด เงาะ เป็นที่นิยมปลูกส่วนมาก การที่ปลูกผลไม้ในสวนมีผลดีต่อการนำไปต่อยอดในอนาคตได้และแต่ละสถานที่ก็มีกิจกรรมต่างๆ ไว้คอย

ให้บริการสำหรับผู้ที่มาเข้าพักบริการ เช่นการเดินทางชมสวนผลไม้และกิจกรรมอื่นๆ ซึ่งรายได้โดยเฉลี่ยของผู้ประกอบการทั้งหมดเพียงพอต่อการดำเนินกิจการต่อไปได้อย่างต่อเนื่อง

จากการมีโอกาสได้ไปสัมภาษณ์เจ้าของกิจการแต่ละพื้นที่นั้นในแต่ละท่านมีความคิดที่อยากจะประกอบอาชีพนี้เสริมเพราะอยากแบ่งปันพื้นที่ในส่วนของตนเองให้คนอื่นได้เข้ามามีส่วนร่วมในการมาพักผ่อนในสวนผลไม้ที่นักท่องเที่ยวไม่สามารถปลูกหรือทำขึ้นมาเองได้ บางท่านทำโฮมสเตย์ขึ้นมาเพื่อหาอาชีพให้ลูกหลานของตนเองพร้อมทั้งยังสามารถขายสินค้าในสวนของตนเองได้ด้วย ดังนั้นจากการสอบถามผู้ประกอบการส่วนใหญ่ ผู้ประกอบการเพียงมีกิจกรรม การเก็บผลไม้ภายในสวน การพาชมสวนผลไม้ เท่านั้น ซึ่งโฮมสเตย์บ้านสวน มีการจัดกิจกรรมที่แตกต่างจากผู้ประกอบการรายอื่น เช่นการทำอาหารพื้นบ้านประจำจังหวัด การสอนการแปรรูปผลไม้ภายในสวน จึงมีแนวโน้มที่ลูกค้าส่วนใหญ่จะมามากเลือกใช้บริการโฮมสเตย์บ้านสวน

5.6 แผนสำรองกิจการ

เนื่องจากการดำเนินธุรกิจนั้น อาจมีเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดที่ส่งผลกระทบต่อการค้าดำเนินธุรกิจได้ตลอดเวลาอาจทำให้ไม่สามารถดำเนินการตามเป้าหมายธุรกิจที่วางไว้เพื่อรักษาให้ธุรกิจอยู่รอดต่อไปได้ ทางโฮมสเตย์จึงได้จัดเตรียมทำแผนรับมือไว้ดังนี้

1. กรณีนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการน้อยลงกว่าที่คาดการณ์ไว้ ส่งผลให้รายได้และอัตราการเจริญเติบโตลดน้อยลง ทางโฮมสเตย์บ้านสวนจะมีการเก็บข้อมูลลูกค้าและติดตามข่าวสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเมือง ภัยพิบัติและแนวโน้มการท่องเที่ยว เพื่อนำข้อมูลต่างๆ มาวิเคราะห์สถานการณ์ความต้องการของตลาด ทำให้ทราบถึงสถานการณ์ในปัจจุบันและการคาดการณ์อัตราการเข้าพักในอนาคต ซึ่งถ้าหากมีแนวโน้มว่าอัตราการเข้าพักจะน้อยกว่าเป้าที่กำหนด ทางโฮมสเตย์บ้านสวนก็จะสามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาดได้อย่างทันท่วงทีเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เพิ่มมากขึ้น หรือการปรับเปลี่ยนกำลังคนให้สอดคล้องกับปริมาณงานเพื่อไม่ต้องแบกรับภาระต้นทุนที่ไม่จำเป็น

2. กรณีมีจำนวนพนักงานไม่เพียงพอต่อการให้บริการเนื่องจากโฮมสเตย์บ้านสวนเปิดให้บริการทุกวัน ตลอด 24 ชั่วโมง หากพนักงานลาออกหรือป่วยกระทันหัน ในช่วง High season อาจส่งผลให้มีพนักงานไม่เพียงพอในการรองรับลูกค้า เพื่อเป็นการลดโอกาสที่จะเกิดปัญหาเหล่านี้ ทางโฮมสเตย์จะมีงบประมาณสำหรับจ้างพนักงานชั่วคราว ในตำแหน่งพนักงานต้องรับ แม่ครัว และแม่บ้าน โดยมีแหล่งในการติดต่อหาพนักงาน ซึ่งจะช่วยให้โฮมสเตย์สามารถดำเนินการได้ต่อไป

3. กรณีเกิดโรคระบาด เช่น โรค Covid 19 ที่กำลังเกิดขึ้นอยู่ในปัจจุบันทางโฮมสเตย์บ้านสวนมีความจำเป็นที่จะต้องปิดกิจการชั่วคราวและให้พนักงานหยุดงานโฮมสเตย์ชั่วคราว ดังนั้นทางเราจึงต้องให้พนักงานมาช่วยขายผลไม้ภายในสวน และให้พนักงานหันมาทำข้าวกล่องขายเป็นอาชีพเสริมในช่วงสถานการณ์ Covid 19

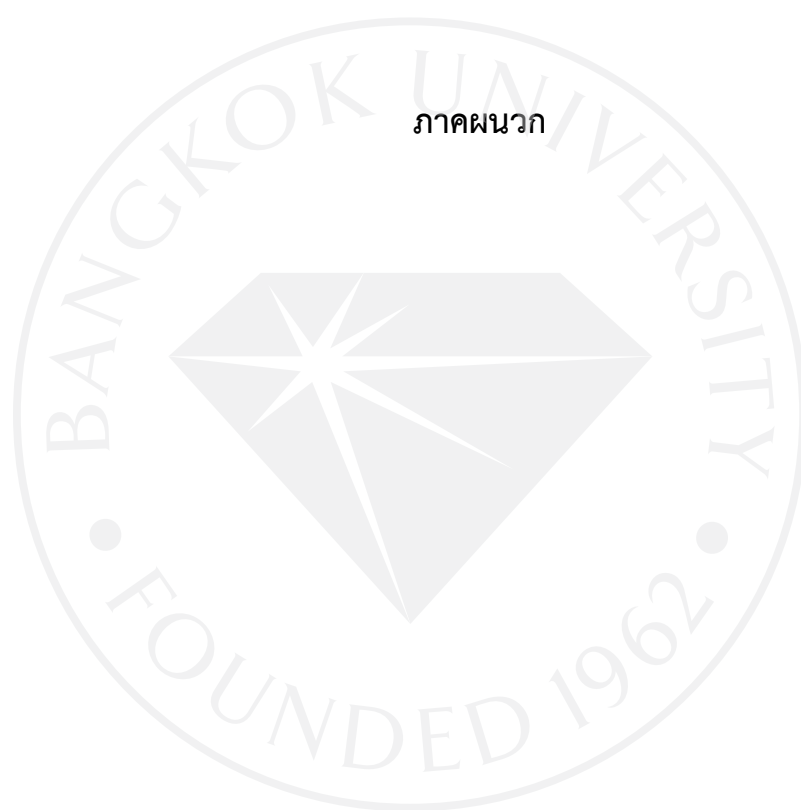
บรรณานุกรม

- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2016). *การจัดซื้อและวางแผนการซื้อ*. สืบค้นจาก <https://bsc.dip.go.th/th/category/logistics/fs-purchaseplan>
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรมการท่องเที่ยว. (2557). *สรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยว มกราคม 2557*. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรมการท่องเที่ยว.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). *ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560*. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรมการท่องเที่ยว.
- กมลภพ ทิพย์पालะ. (2555). *แนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมของผู้บริโภค*. สืบค้นจาก <https://fifathanom.wordpress.com/2014/12/07>
- ชิตณรงค์ สิริเชียนันท์. (2553). *สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ*. สืบค้นจาก http://153utccbf302g1-thegang.blogspot.com/2010/09/blog-post_2763.html?m=1
- ธนาคารกสิกรไทย. (2562). *แนวโน้มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย ปี2562*. สืบค้นจาก <https://kasikornbank.com/international>
- บรรยากาศบ้านกลางสวนโฮมสเตย์. (2560). สืบค้นจาก <https://travel.gangbeauty.com/110978>
- บรรยากาศแหลมสิงห์ ไรท์เฮ้าส์ รีสอร์ท. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก <https://th.hotels.com/ho572614/h-lm-singh-with-heas-risxrth-h-lm-singh-thiy/>
- แบบแปลนที่พักอาศัย. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก <http://www.naibann.com/31-single-storey-relaxing-resorhouse-plans-by-i-build/>
- ภาพแสดงตัวอย่างโฮมสเตย์บ้านสวน. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก https://www.forfur.com/media/idea/5167/5167_14447115031049191713
- ละเอียด คิลาน้อย. (2554). *SWOT Analysis*. สืบค้นจาก <http://www.drmanage.com/index.php?lay=show&ac=article&id=538632242>
- สรุปภาพรวมเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมของไทยในปัจจุบันและแนวโน้มในปี 2559. (14 ตุลาคม 2559). สืบค้นจาก ผลงานให้บริการอันดับเครดิตในปี. (2558).
- สำนักข่าวไทย. (2558). *ท่องเที่ยวปี58 ขยายตัวสูงเกินเป้าหมาย*. สืบค้นจาก <http://www.tnamcot.com/content/360812>.

อดุล จาตุรงค์กุล (2536). *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (6Ws 1H)*. สืบค้นจาก
<https://www.smeleader.com/>

Preecha Asawakosinchai. (2560). *ส่วนประกอบทางการตลาด 7P*. สืบค้นจาก
<http://www.thaipt.org/index.php?module=knowledge&id=619>





ภาคผนวก

แบบสอบถาม

เรื่อง : พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อโฮมสเตย์บ้านสวน

แบบสอบถามเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อโฮมสเตย์บ้านสวน จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการศึกษาค้นคว้าแบบอิสระ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาบริหารธุรกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับการอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีในการตอบแบบสอบถาม ซึ่งคำตอบของท่านจะถือเป็นความลับและจะนำไปประกอบในการวิจัยเท่านั้น

การตอบแบบสอบถามนี้เพื่อการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามจะไม่มีผลกระทบจากการตอบแบบสอบถามแต่ประการใด และการเสนอผลการวิจัยเป็นภาพโดยรวมเท่านั้นโดยแบบสอบถามได้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของผู้เข้าใช้บริการโฮมสเตย์บ้านสวน
- ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของผู้เข้าใช้บริการโฮมสเตย์บ้านสวน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ในช่องที่ตรงกับท่านมากที่สุด

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

18-25 ปี

26-33 ปี

34-40 ปี

41 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

ต่ำกว่าปริญญาตรี

ปริญญาตรี

ปริญญาโท

ปริญญาเอก

อื่นๆโปรดระบุ.....

- พักผ่อน หาความรู้ ประสบการณ์
 พบปะเพื่อน / ผู้คนใหม่ๆ พาครอบครัวมาเที่ยว

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของผู้เข้าใช้บริการโฮมสเตย์บ้านสวน

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ เพื่อแสดงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของท่านลงในช่องว่างที่เห็นว่าตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียว

ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว	5	4	3	2	1
ด้านสถานที่					
1. สถานที่พักมีความมั่นคงแข็งแรง					
2. อากาศถ่ายเทสะดวก					
3. ความสะอาดของห้องพัก ห้องรับแขก ห้องครัว ห้องน้ำ					
4. ความรู้สึกปลอดภัยเมื่อเข้าพัก					
5. เครื่องอำนวยความสะดวกครบภายในห้องพัก					
6. เครื่องอำนวยความสะดวกครบภายในห้องน้ำ					
7. การดูแลสภาพแวดล้อมบริเวณโฮมสเตย์					
8. พื้นที่บริเวณการพักผ่อนเพียงพอ					
9. การเข้าถึงสถานที่พัก					

ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว	5	4	3	2	1
10. บริเวณใกล้เคียงมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เพียงพอ					
11. บริเวณใกล้เคียงมีแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเพียงพอ					
12. การดูแลสภาพแวดล้อมจากชุมชน					
13. บริเวณใกล้เคียงมีสถานพยาบาลเพียงพอ					
14. สภาพพื้นที่ยังคงไว้สภาพเดิมของชุมชน					
15. ความสะดวกในการเดินทาง					
<u>ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก</u>					
16. การบริการอาหาร					
17. ร้านอาหารตั้งอยู่ในชุมชน					
18. น้ำดื่มและน้ำใช้ที่สะอาด					
19. อุปกรณ์และเครื่องปรุงอาหารสะอาดปลอดภัย					
20. การบริการโทรศัพท์					
21. การจัดเวรยามดูแลความปลอดภัย					
22. เครื่องมือสื่อสารกับเจ้าหน้าที่เมื่อเกิดเหตุร้าย					
23. การเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับการปฐมพยาบาล เบื้องต้น					
24. การตั้งเตือนนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการเก็บรักษา ทรัพย์สิน					
25. การดูแลซ่อมแซมที่พักเพื่อความปลอดภัย					
26. เครื่องใช้ไฟฟ้าอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ แอร์					

ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว	5	4	3	2	1
27. การจูงใจนักท่องเที่ยวเรื่องการค้าสิ่งแวดลอม เช่น มีการเตือนนักท่องเที่ยว ห้ามทิ้งขยะ					
ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ					
28. ความพร้อมที่จะให้บริการ					
29. ความเต็มใจในการให้บริการ					
30. ความสุภาพอ่อนโยน					
31. ความซื่อสัตย์					
32. การให้การแนะนำในเรื่องต่างๆ					
33. การให้บริการติดต่อจองห้องพักล่วงหน้า					
34. การให้รายละเอียดเกี่ยวกับค่าธรรมเนียมและบริการต่างๆ					
35. การให้ข้อมูลกิจกรรมการท่องเที่ยว					
36. การบริการนำชมสถานที่ท่องเที่ยว					
37. การสื่อสารที่เข้าใจ					
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว					
38. กิจกรรมท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตและวัฒนธรรมชาวบ้าน เช่น ชมสวนผลไม้					
39. กิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ					
40. กิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้นักท่องเที่ยวกับชาวบ้าน					
41. กิจกรรมด้านบันเทิง					
42. กิจกรรมด้านกีฬาและนันทนาการ					
43. กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม					

ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....



แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ

คำชี้แจง แบบสัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจโฮมสเตย์พื้นที่บริเวณที่คาดว่าจะมีการจัดตั้งบ้านพักโฮมสเตย์สวนผลไม้

1. ชื่อ – นามสกุล
2. ชื่อและที่ตั้งโฮมสเตย์
3. จำนวนห้องพัก
4. ระยะเวลาการประกอบธุรกิจโฮมสเตย์
5. พืชทางการเกษตรที่ปลูกในสวนมีอะไรบ้าง
6. มีความคิดเห็นอย่างไรหากมีโฮมสเตย์สวนผลไม้หลายสวนอยู่ใกล้กัน
7. ท่านมีการจัดการที่พักของนักท่องเที่ยวอย่างไร (แบ่งห้องพักให้นักท่องเที่ยวพักร่วมกันในบ้านของท่าน / ก่อสร้างต่อเติมที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว)
8. เมนูอาหารและผลไม้ ท่านให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเป็นเมนูอะไรบ้าง
9. ท่านได้มีการแนะนำ หรือ ชักชวนให้นักท่องเที่ยวร่วมกันทำกิจกรรมที่ท่านจัดไว้ให้หรือไม่
10. ท่านมีการจัดการเรื่องความปลอดภัยเกี่ยวกับชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวอย่างไรบ้าง
11. รายได้จากการประกอบธุรกิจโดยประมาณต่อเดือนมีจำนวนเท่าใด

ผลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจโฮมสเตย์สวนผลไม้ในพื้นที่ใกล้เคียงโฮมสเตย์บ้านสวน

ผู้ประกอบการคนที่ 1

1. คุณวิภาดา จิตจำนงค์
2. สวนจิตจำนงค์โฮมสเตย์ 24/1 หมู่2 ตำบลพลี อำเภอสว่างวีระวงศ์ จังหวัดจันทบุรี
3. ที่พักมีทั้งหมด 3 หลัง
4. เปิดกิจการมาได้ 2 ปี
5. ทูเรียน มังคุด เงาะ ลองกอง
6. ถือว่าดี เพราะเจ้าของสวนคนอื่นจะได้ต่อยอดผลผลิตในสวนของตัวเองได้ด้วย
7. แยกห้องพักให้นักท่องเที่ยว ซึ่งทางเรามีบ้านพัก 3 ขนาด คือ เล็ก กลาง ใหญ่ สามารถอยู่ได้ตั้งแต่ 2-12 คน
8. ตอนเข้ามีข้าวต้ม ปลาทอดไก่ กาแฟ โอวัลติน ให้กับลูกค้าได้ทานสวนผลไม้ก็จะมีตามฤดูกาล เช่น มังคุด ทูเรียน ตอนเย็นก็ขึ้นอยู่กับที่ลูกค้าซื้อเข้ามาทำทานเองเพราะที่สวนอยู่ใกล้กับตลาดและทางเราก็จัดเตรียมอุปกรณ์ไว้ให้
9. มีการแนะนำให้ทำกิจกรรมต่างๆ เช่น การเดินชมสวน พาชมนอกทุเรียนหมอนทองอธิบายว่าการปัดดอกทุเรียนเป็นแบบไหน เพราะส่วนใหญ่ลูกค้าจะไม่เคยรู้ว่าจะมีวิธีนี้ในการทำให้ติดลูกทุเรียน
10. มีคนสวนคอยดูแลตลอดเวลาคอยเฝ้าระวังรักษาความปลอดภัยให้แก่ลูกค้า ถ้าเห็นอะไรไม่ค่อยดีก็สามารถแจ้งได้ตลอดเวลา
11. รายได้โดยประมาณก็พออยู่ได้สบายไม่ต้องกลับไปเป็นพนักงานเงินเดือนเหมือนเมื่อก่อนพอเลี้ยงคนในครอบครัวได้

ผู้ประกอบการคนที่ 2

1. คุณฉัตรรัตน์ วิจิตต์สกุล
2. สวนรินรดีโฮมสเตย์ 18/7 หมู่10 ตำบลเขาบายศรี อำเภอท่าใหม่ จังหวัดจันทบุรี
3. ห้องพักรวมทั้งหมด 4 หลัง
4. เปิดมาได้ 2 ปีกว่า
5. ทูเรียนพันธุ์ต่างๆ เช่น หมอนทอง ชะนี กระดุม เงาะ มังคุด สละ ลิ้นจี่
6. ไม่มีผลอะไร ต่างคนต่างประกอบธุรกิจในรูปแบบของตนเองอยากทำอะไรไม่มีใครห้าม ทำในสิ่งที่เราชอบ และดูแลลูกค้าที่สนใจเข้ามาใช้บริการโฮมสเตย์ของเรา
7. ทางเรามีการจัดที่พักให้นักท่องเที่ยว แต่ละห้องตกแต่งแบบมีสไตล์จัดไว้ให้ลูกค้าได้พักแบบสบายใจและมีการขยายต่อเติม เพื่อให้รองรับลูกค้าได้เพิ่มมากขึ้น
8. อาหารเช้าที่เตรียมไว้ให้ลูกค้าก็จะมี ข้าวต้ม ไส้กรอก ขนมปัง กาแฟ ที่ได้จัดเตรียมไว้ให้ลูกค้าได้ทานเต็มที่ ถ้าเป็นหน้าผลไม้จะมีผลไม้เตรียมไว้ให้ตลอดไม่มีขาด แต่ถ้าไม่ใช่หน้าผลไม้ที่มีอยู่ในสวนก็จะเตรียมผลไม้ชนิดอื่นไว้ให้ เพื่อให้ลูกค้าได้มีผลไม้ได้ทานตลอดทั้งปี ส่วนอาหารเย็นก็จะเป็นพวกอาหารทะเล
9. โฮมสเตย์เรามีกิจกรรมปิดดอกผสมเกสรตัวผู้ตัวเมียของดอกทุเรียน เราก็จะให้ลูกค้าที่สนใจที่อยากจะลองทำได้ลองปิดดู และก็ยังมีการปั่นจักรยานชมสวนไว้พานักท่องเที่ยวชมสวนด้วย
10. โฮมสเตย์นี้มีความสุข ส่วนตัว เราดูแลลูกค้าอย่างดีปลอดภัยหายห่วง
11. รายได้มีตลอดเข้ามาทุกวัน ขอไม่บอกจำนวนเงินแต่ก็มีรายได้ทุกวันเพราะมีลูกค้าเข้ามาชมสวนและเข้าพักใช้บริการตลอด อย่างถ้าเข้าชมสวนอย่างเดียว ถ้าเป็นผู้ใหญ่ คนละ 400 บาท ถ้าเป็นเด็ก คนละ 200 บาท พร้อมกับการรับประทานผลไม้ในสวน และรายได้อีกทางคือการขายผลไม้ในสวน

ผู้ประกอบการคนที่ 3

1. คุณสุนันทา วิฤทธิ
2. บ้านกลางสวนโฮมสเตย์ 28/16 หมู่ 8 ตำบลชากไทย อำเภอกิ่งเขาฉะชุกฎ จังหวัดจันทบุรี
3. มีบ้านพักทั้งหมด 4 หลัง
4. เปิดประมาณ 3 ปี ได้แล้ว
5. ทูเรียน มะไฟ มะปราง
6. เห็นด้วยเมืองจันทน์ของเราจะได้เป็นที่รู้จักมากขึ้น
7. บ้านพักแต่ละหลังแยกกันอยู่ระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าของบ้าน และอยู่ไม่ห่างกันมากหลังหนึ่งอยู่ได้ 4 คน
8. จะมีเมนูแนะนำคือดอกขมจันทร์ผัดน้ำมันหอย แล้วก็มีอาหารทะเล กุ้ง ปลา ปู หอย ทั่วไปอาหารฟรี 2 มื้อหรือจะนำอาหารเข้ามากินเองก็ได้แล้วแต่ลูกค้าและมีผลไม้ตามฤดูกาลให้กิน
9. กิจกรรมมีหลายอย่างให้เลือกเช่น เล่นแพเป็ยก สไลเดอร์กลางน้ำ ตกปลา
10. การรักษาความปลอดภัยทางเราก็จะคอยบอกลูกค้าว่าให้ตรวจดูทรัพย์สินของตนเองให้ถี่ทั้งตอนที่พักอยู่และตอนเช็คเอาท์ออกดูให้เรียบร้อยเพื่อที่จะได้ไม่มีปัญหาในภายหลัง
11. รายได้ดีตามช่วง เพราะถ้าเป็นช่วงมีผลไม้ในสวนลูกค้าจะเข้ามาเยอะ รายได้จะดีตามไปด้วย

ผู้ประกอบการคนที่ 4

1. คุณกฤษ คุ้มพรรค
2. บ้านธารระรินโฮมสเตย์ 28/1 หมู่ 8 ตำบลฉนวน อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี
3. มีบ้านพักทั้งหมด 9 หลัง แต่ละหลังพักได้ตั้งแต่ 4-5 คนขึ้นไป
4. เปิดมาได้ 3-4 ปี
5. เงาะ มังคุด ลองกอง มะไฟ ชมพูทับทิมจันทร์
6. ดีเพราะสามารถเพิ่มโอกาสในความเจริญของชุมชน
7. มีบ้านพักทั้งหมด 9 หลัง แต่ละหลังก็แยกกันไปอยู่ที่ว่านักท่องเที่ยวเค้ามามากก็คน มีของเตรียมให้พร้อมทั้งทีวีตู้เย็น เตาปิ้งย่างและมีห้องรับรองการประชุมด้วยเผื่อใครอยากเข้ามาใช้การประชุมส่วนตัว
8. เมนูอาหารก็จะมีอาหารให้ 2 มื้อ คือมื้อเย็นวันแรกและมื้อเช้าวันที่สอง มื้อเย็นจะเป็นอาหารพื้นบ้านทั่วไปเช่น หมูชะมวง ไก่ต้มกระวาน น้ำพริกผักรวม ประมาณนี้แล้วก็มีผลไม้ที่มีอยู่ในสวน ตอนเช้าก็มีข้าวต้มเครื่องกาแฟให้กินกัน
9. กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชอบก็คือ ชอบไปเล่นน้ำริมลำธารใกล้กับโฮมสเตย์ เดินชมสวนผลไม้ แต่ไม่อนุญาตให้เด็ดชิมผลไม้ในสวน
10. ความปลอดภัยมันก็มีอยู่แล้วลูกค้ามาก็ต่างคนต่างอยู่ในส่วนบ้านพักของตัวเองไม่ได้มายุ่งอะไร ถ้ามีคนไม่สบายเราก็จะมีการประณพพยาบาลเบื้องต้นให้ตลอดเวลา
11. รายได้ก็อยู่ประมาณหลักหมื่นขึ้น เพราะห้องพักสามารถรับนักท่องเที่ยวได้มากพอสมควร ถ้าเป็นช่วงผลไม้ในสวนออกผลผลิตจะมีรายได้เข้ามามากเหมือนกัน

ผู้ประกอบการคนที่ 5

1. คุณนิตยา ไชยวงศ์
2. สวนพ่อเสริฐโสมสเดย์ 22/1 หมู่ 6 ตำบลฉมัน อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี
3. บ้านพักมีทั้งหมด 6 หลัง
4. เปิดมาได้ 4 ปีกว่า
5. ทูเรียน กล้วย มังคุด ลองกอง
6. ไม่ได้สนใจ
7. ที่พักเราก็จะแบ่งเป็นหลัง แบ่งตามขนาดห้องพักตามขนาดพื้นที่และมีให้กางเต็นท์ด้วยรองรับคนได้ 60 คนใครอยากมาก็ยินดีต้อนรับ
8. เมนูอาหารจะมีอาหารพื้นบ้านคิดเป็นราคาต่อคนอาหารจะมีให้ 2 มื้อ มื้อหนึ่งมี 5 อย่าง เช่น ไข่เจียว ผัดผักแกงไก่บ้าน ต้มข่าไก่ ผักน้ำพริกกะปิ ส่วนมื้อเย็นจะเป็นอาหารทะเลคิดเป็นราคาต่อคนเหมือนกันและอาหารเช้าจะเป็นพวกข้าวต้ม ข้าวผัด กาแฟ โอวัลติน
9. แนะนำให้ลูกค้ารู้ว่ามီးอะไรน่าสนใจบ้าง เช่น พายเรือตกปลา ร้องคาราโอเกะ
10. ความปลอดภัยเหมือนอยู่บ้านรวมกันแบบพี่น้อง ที่นี่ห่างจากบ้านคนอยู่ในบริเวณสวนตัวเองไม่มีอะไรต้องกังวล
11. รายได้เพียงพอสมควรส่วนช่วงผลไม้ออกผลผลิตจะมีรายได้เข้ามาอีก และช่วงที่ไม่มีผลไม้จำหน่าย จะมีรายได้จากคนที่เข้ามาพักที่โฮมสเดย์

การสังเกตการณ์ธุรกิจโฮมสเตย์

การสังเกตการณ์ธุรกิจโฮมสเตย์ เป็นการเข้าถึงเรียนรู้ในฐานะผู้รับบริการเพื่อสังเกตการณ์ธุรกิจว่ามีภาพส่วนรวมในการให้บริการมีลักษณะแตกต่างกันอย่างไร เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการสังเกตการณ์มาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับธุรกิจของผู้ศึกษาจำนวน 5 แห่ง โดยแบ่งเป็น 3 หัวข้อ คือ 1.การบริการ 2.สถานที่ 3.ความสะอาด โดยมีข้อมูลดังต่อไปนี้

1. สวนจิตจ้านงศ์โฮมสเตย์

1.1 การบริการ

เป็นโฮมสเตย์ให้บริการด้านที่พักอาศัย รวมทั้งมีอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักผ่อนและมีกิจกรรมต่างๆไว้คอยแนะนำให้กับนักท่องเที่ยว

1.2 สถานที่

โฮมสเตย์อยู่ที่ 24/1 หมู่ 2 ตำบลพลิ้ว อำเภอลำลูกขัน จังหวัดจันทบุรี

1.3 ความสะอาด

บ้านพักใหม่และสะอาด สิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ธารน้ำที่ไหลผ่านก็ใสสะอาด

2. สวนรินรติโฮมสเตย์

1.1 การบริการ

เปิดให้บริการด้านที่พัก อาหาร ผลไม้ในสวน เจ้าของโฮมสเตย์มีอัธยาศัยที่ดีแก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการ

1.2 สถานที่

โฮมสเตย์อยู่ที่ 18/7 หมู่ 10 ตำบลเขาบายศรี อำเภอกำแพงแสน จังหวัดจันทบุรี

1.3 ความสะอาด

สถานที่โดยรอบบรรยากาศดีมาก ห้องพักสะอาดกว้างขวาง

3. บ้านกลางสวนโฮมสเตย์

1.1 การบริการ

ให้บริการด้านที่พัก อาหารทะเล รวมทั้งมีกิจกรรมพาชมสวนผลไม้ การเล่นแพเปือก มีการต้อนรับดี

1.2 สถานที่

โฮมสเตย์อยู่ที่ 28/16 หมู่ 8 ตำบลชากไทย อำเภอกิ่งเขาฉะเชิงเทรา จังหวัดจันทบุรี

1.3 ความสะอาด

บริเวณโดยรอบที่พักระบายอากาศดี ไม่มีเศษขยะ บรรยากาศดี

4. บ้านธารระรินโฮมสเตย์

1.1 การบริการ

เปิดให้บริการห้องพักหลายขนาด การบริการด้านอาหารดี มีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้เลือกสรร เช่น เดินชมสวนผลไม้ เล่นน้ำในธารใกล้กับโฮมสเตย์

1.2 สถานที่

โฮมสเตย์อยู่ที่ 28/1 หมู่ 8 ตำบลฉมัน อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี

1.3 ความสะอาด

ห้องพักต่างมีการทำความสะอาดอย่างดีเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการ บริเวณโดยรอบบรรยากาศสดชื่น

5. สวนพ่อเสรีโฮมสเตย์

1.1 การบริการ

เปิดให้บริการด้านที่พักอาศัยดีมีน้ำ มีบริการอาหารให้นักท่องเที่ยว เจ้าของโฮมสเตย์มีการต้อนรับและอวยชัยดีต่อนักท่องเที่ยว

1.2 สถานที่

โฮมสเตย์อยู่ที่ 22/1 หมู่ 6 ตำบลฉมัน อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี

1.3 ความสะอาด

ที่พักมีความสะอาดสบาย สะอาดทั้งในและนอกบริเวณรอบที่พัก การบริการอาหารที่ดี สถานที่เงียบสงบเป็นที่ถูกใจแก่นักท่องเที่ยวที่มา

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล : สรีวรรณ เจริญภักดิ์
อีเมล : sareewan.char@bumail.net
ประวัติการศึกษา : ระดับปริญญาตรี บริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการ
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในสารนิพนธ์

วันที่ 24 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2563

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว)..... ศิริวรรณ เจริญศักดิ์..... อยู่บ้านเลขที่..... 41.....
ซอย..... ถนน..... ตำบล/แขวง..... เขต.....
อำเภอ/เขต..... ทุ่งใหญ่..... จังหวัด..... ร่มเกล้า..... รหัสไปรษณีย์..... 11170.....
เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว..... 710201209.....

ระดับปริญญา ตรี โท เอก

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

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 9/1 หมู่ 5 ถนนพหลโยธิน ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัด
ปทุมธานี 12120 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และมีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์

หัวข้อ..... แผนธุรกิจโฮมสเตย์บ้านสวน Business Plan for Garden Home Stay.....

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร..... บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต..... ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ
(ต่อไปนี้เรียกว่า “สารนิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มี
กำหนดระยะเวลา ในการนำสารนิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ต่อสาธารณชน
ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนาอื่น ให้ประโยชน์ในสารนิพนธ์ แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไข
อย่างหนึ่งอย่างใดหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิมีวัตถุประสงค์ในการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้
อนุญาตให้ใช้สิทธิ เพื่อให้เป็นไปตามข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิใน สารนิพนธ์ ของผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
ตลอดไป โดยข้าพเจ้าในฐานะผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทำการจัดเก็บ
รวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลดังกล่าวของข้าพเจ้าได้

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือ
ระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้

ผู้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับ
ผิดและชดใช้ค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
ทั้งสิ้น

สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความถูกต้องตรงกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญานี้โดยตลอดแล้ว
จึงได้ลงลายมือชื่อไว้ต่อหน้าพยานเป็นสำคัญ และเก็บไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ [Redacted] ... ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ

(ศิริวรรณ เจริญภักดิ์)

ลงชื่อ [Redacted] ... ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ

(ดร.อภิญญา จุลพิสิฐ)

ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและพื้นที่การเรียนรู้

ลงชื่อ [Redacted] พยาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิพรรณ สุภาวรณ)

ผู้อำนวยการหลักสูตร/ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ลงชื่อ [Redacted] พยาน

(อาจารย์วิรัตน์ รัตตากร)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย