

แผนธุรกิจ นาทยา เกสต์เฮ้าส์

นาทยา สมุทรธา¹

บทสรุปผู้บริหาร

นาทยา เกสต์เฮ้าส์ เป็นบ้านพักที่แบ่งเป็นห้องพักให้เช่ารายวัน เป็นรูปแบบบ้านพัก อยู่ภายในบริเวณบ้านส่วนตัวที่มี 2 ชั้น ตั้งอยู่ที่อำเภอเมืองตราด ซอยริมคลอง จังหวัดตราด เนื่องจากเป็นเมืองท่องเที่ยว น่ายู่อาศัย เหมาะกับการพักผ่อน แบ่งออกเป็นห้องพัก 10 ห้อง การออกแบบบ้านพักคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยและความสะดวกสบายเป็นหลัก เน้นการออกแบบและตกแต่งอย่างมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว รวมถึงการตกแต่งภายในแวดล้อมด้วยธรรมชาติของต้นไม้ดอกไม้พันธุ์ ทำให้บรรยากาศห้องพักดูอบอุ่น เหมาะสำหรับพักอาศัยในส่วนการบริการ มุ่งเน้นความสะดวก สะดวกสบาย ปลอดภัย และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ พร้อมทั้งการบริการที่ดีในทุกด้าน เป็นโครงการที่ใช้เงินลงทุนประมาณ 2,000,000 บาท แบ่งเป็นในรูปแบบส่วนของผู้บริหาร 1,000,000 บาท และในส่วนกู้ยืมจำนวน 1,000,000 บาท ส่วนการดำเนินธุรกิจเป็นรูปแบบเจ้าของคนเดียว

ในด้านโอกาสทางธุรกิจ ผู้ประกอบการได้สังเกตเห็นถึงสถานะสังคมในปัจจุบันมีการเจริญเติบโตและมีการแข่งขันในการดำเนินธุรกิจบ้านพักค่อนข้างสูง ดังนั้นผู้ประกอบการจึงสังเกตเห็นช่องทางบ้านพักให้เช่าในการดำเนินธุรกิจ เพื่อสามารถทำกำไรให้กับเจ้าของธุรกิจได้เป็นอย่างดี ถึงแม้ว่าการทำธุรกิจนี้จะมีระยะเวลาในการคืนทุนช้ากว่าธุรกิจด้านอื่นก็ตาม

การศึกษาในครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนทำธุรกิจ นาทยา เกสต์เฮ้าส์ และจัดทำแผนธุรกิจบ้านพักเกสต์เฮ้าส์เพื่อนำเสนอในการขอเสนอสินเชื่อกับสถาบันการเงินเพื่อการลงทุนประกอบธุรกิจ

คำสำคัญ : แผนธุรกิจ, เกสต์เฮ้าส์, นักท่องเที่ยว

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรังสิต

บทนำ

แนวโน้มที่เกิดขึ้นต่อการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน คือ ภาคธุรกิจเปลี่ยนจากการแข่งขันด้านขนาดมาเป็นการแข่งขันด้านความเร็ว และหันมาให้ความสำคัญกับทรัพย์สินที่ไม่มีตัวตนและฟังก์ชันความคิดสร้างสรรค์มากขึ้น ธุรกิจบริการซึ่งสามารถตอบสนองความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจึงทวีความสำคัญขึ้น

ธุรกิจบริการอย่างหนึ่งที่น่าสนใจ คือ ที่พักอาศัยแบบประหยัดหรือเกสต์เฮาส์ นโยบายของรัฐในช่วงหลายปีที่ผ่านมาได้ให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศอย่างมากมาย และส่งผลดีกับธุรกิจอื่นๆ ที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกัน เช่น ธุรกิจทัวร์นำเที่ยว ร้านอาหารของที่ระลึก โรงแรม และที่พักอาศัยอื่นๆ ที่พักอาศัยแบบประหยัดหรือเกสต์เฮาส์ (Guest Houses) เป็นธุรกิจหนึ่งที่ได้รับผลดีจากการส่งเสริมการท่องเที่ยว เกสต์เฮาส์ ได้รับความนิยมนิยมเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ จากเหตุผลทางด้านราคา สภาพแวดล้อมความสะดวกสบายในการเดินทาง รวมทั้งรูปแบบของเกสต์เฮาส์เองก็ได้มีการพัฒนาปรับปรุงให้ดีขึ้น เกสต์เฮาส์จึงเป็นผลตอบแทนสูงเมื่อเทียบกับสถานะเศรษฐกิจในปัจจุบัน

ตราดเป็นเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญแห่งหนึ่งของประเทศเพราะเป็นที่ตั้งของเกาะที่สวยงามจำนวนมาก จนได้ชื่อว่าเป็น “เมืองเกาะครึ่งร้อย” โดยมีเกาะที่สำคัญที่สุดคือเกาะช้างที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับ 2 ของประเทศ รองจากเกาะภูเก็ตนอกจากนี้จังหวัดตราดยังมีทรัพยากรธรรมชาติอันอุดมสมบูรณ์มีการคมนาคมทางถนนที่สะดวกสบายและมีสนามบินที่มีเที่ยวบินพาณิชย์ขึ้น-ลงเป็นประจำทุกวันทำให้เมืองแห่งนี้มีศักยภาพในด้านการท่องเที่ยวสูงพร้อมที่จะพัฒนาไปเป็นเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญยิ่งขึ้นต่อไป

จังหวัดตราดในปัจจุบัน มีชื่อเสียงอย่างมากทั้งในด้านการค้าชายแดน และด้านการท่องเที่ยวเกาะช้าง เกาะกูด เป็นจุดหมายสำคัญของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติการเดินทางที่สะดวก ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ มากนักประกอบด้วยมีแหล่งท่องเที่ยวมากมาย สิ่งอำนวยความสะดวกมีพร้อมทุกอย่างและในอนาคตไม่ไกลจังหวัดตราดจะเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวที่จะเชื่อมต่อกับประเทศเพื่อนบ้านที่กำลังพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกที่จะมาเที่ยวในภูมิภาคนี้

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

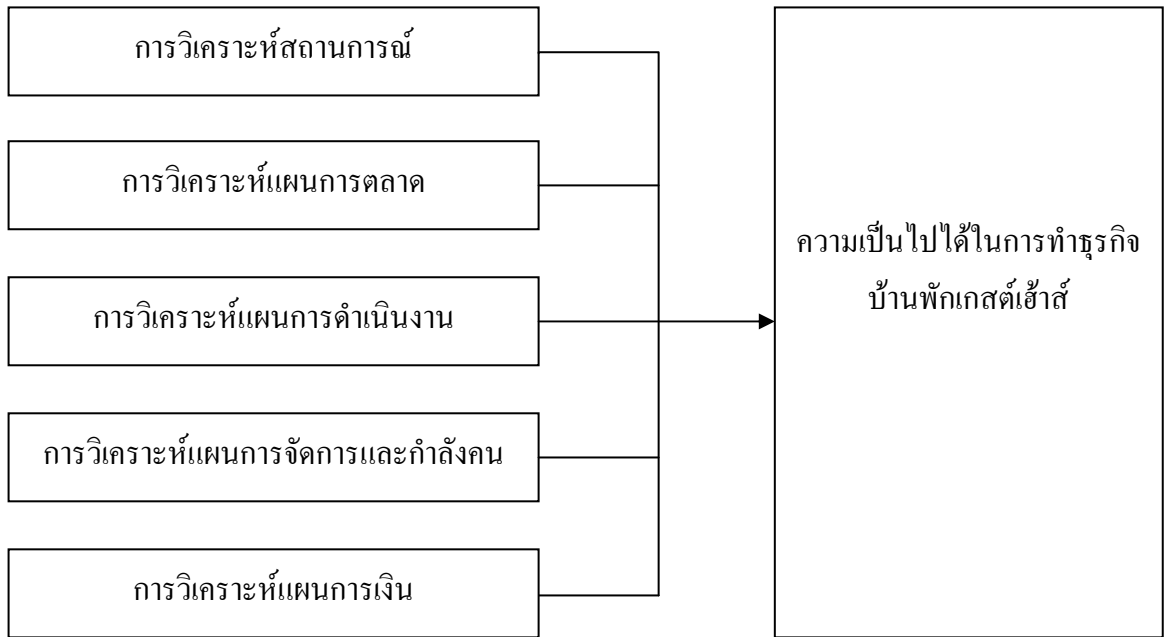
1. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจบ้านพักเกสต์เฮาส์

ขอบเขตของการศึกษา

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาเกี่ยวกับความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจบ้านพักเกสต์เฮาส์ให้เช่า

2. ขอบเขตด้านเวลา ใช้ระยะเวลาทำการศึกษาดังแต่เดือนมีนาคม- เดือนมิถุนายน 2558

กรอบแนวคิดในการศึกษา



ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลการศึกษาในครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจบ้านพักเกสต์เฮาส์ให้เช่า

นิยามศัพท์

1. แผนธุรกิจ หมายถึง การวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต/การดำเนินงาน การวิเคราะห์ด้านการจัดการและกำลังคน การวิเคราะห์ด้านการเงิน และสรุปผลว่า ธุรกิจดังกล่าวมีความเป็นไปได้ในการดำเนินงานหรือไม่

2. เกสต์เฮาส์ หมายถึง โรงแรมประเภทที่พักและอาหาร โรงแรมชนิดนี้จะเป็นโรงแรมที่มีเพียงห้องพักและอาหารเช้าเท่านั้น ไม่มีการบริการอะไรมากนัก เหมาะกับนักเดินทางที่มีงบที่จำกัดราคาห้องพักย่อมเยา เป็นที่พักที่เจ้าของบ้านแบ่งห้องให้นักท่องเที่ยว

เช่าพัก จัดเป็นที่พักขนาดเล็ก ราคาถูก ในประเทศไทยเกสต์เฮาส์ ตั้งอยู่ในย่านชุมชนหรือเมืองท่องเที่ยว เช่น บริเวณถนนข้าวสารกรุงเทพมหานคร

3. นักท่องเที่ยว หมายถึง องค์การสหประชาชาติ (United Nation : UN) ได้ให้ความหมายของนักท่องเที่ยวไว้ดังนี้

ผู้มาเยือน (Visitor) หมายถึงบุคคลที่เดินทางไปยังต่างประเทศที่ตนไม่ได้พักอาศัยอยู่เป็นประจำ ด้วยเหตุผลใดๆ ก็ตามที่มิใช่ไปประกอบอาชีพเพื่อหารายได้

4. การวิเคราะห์สถานการณ์ หมายถึง การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกขององค์การ โดยวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis)

5. การวิเคราะห์ด้านการตลาด หมายถึง การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การวางตำแหน่งทางการตลาด การกำหนดผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

6. การวิเคราะห์ด้านการผลิต หมายถึง ขั้นตอนการผลิต/การบริหารขององค์การ

7. การวิเคราะห์ด้านการจัดการและกำลังคน หมายถึง การกำหนดโครงสร้างองค์การ

8. การวิเคราะห์ด้านการเงิน หมายถึง รายได้หรือยอดขาย กำไรสุทธิ ระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ อัตราผลตอบแทนภายใน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

- การวิเคราะห์สถานการณ์

การวิเคราะห์สถานการณ์โดยใช้วิธี SWOT Analysis มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

จุดแข็งของกิจการ (Strengths)

1. เป็นบ้านพักเกสต์เฮาส์ระดับปานกลาง
2. การออกแบบห้องพักให้มีความสะดวกสบาย ใช้วัสดุตกแต่งที่มีคุณภาพ พร้อมเฟอร์นิเจอร์ เครื่องปรับอากาศ โทรทัศน์ ทีวี ตู้ เก้าอี้ เตียง ฟรีอินเทอร์เน็ต Wi-Fi และการออกแบบชั้นล่างมีสภาพแวดล้อมที่ดี และที่จอดรถ จำนวน 5 คัน และสถานจอดมอเตอร์ไซค์สำหรับแขกที่เดินทางท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม โดยใช้รถมอเตอร์ไซค์ ซึ่งมักจะพบได้ทั่วไปและกำลังเป็นที่นิยมทั้งลูกค้าชาวไทยและชาวต่างประเทศ

3. สถานที่ตั้งบ้านพักเกสต์เฮาส์ อยู่ในทำเลที่ดี ติดคลอง Guest House สบายๆ สไตล์อิสระ อยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสมเป็นแหล่งท่องเที่ยว แต่อยู่ไม่ไกลจากแหล่งชุมชน

ตลาด ร้านสะดวกซื้อ เดินทางสะดวกไปสถานีขนส่งประจำจังหวัดได้ง่ายและทางบ้านพัก มีบริการรับส่งแขกสำหรับผู้ที่ไม่มารถ

4. การออกแบบห้องพักที่มีขนาดเหมาะสม มีการออกแบบที่ดีมีสไตล์ เหมือนเรา อยู่บ้าน เหมาะกับการผ่อนคลายสำหรับพักผ่อนก่อนเตรียมเดินทางท่องเที่ยวต่อไปยังเกาะ ช้างมูมต่างๆ ภายในบ้านพัก ที่ออกแบบตกแต่งไว้อย่างสวยงามห้องนอนในแต่ละโซน ออกแบบตกแต่งไว้อย่างดี โชนห้องปรับอากาศ ลี้อ่อนหวานสร้างบรรยากาศการพักผ่อน ห้องนอนขนาดพอเหมาะสำหรับการพักผ่อนเพียงสองหรือแม้จะเป็นครอบครัว

5. มีความเป็นกันเอง เนื่องจากเจ้าของธุรกิจเป็นผู้บริหารงานเอง สามารถสื่อสาร ภาษาอังกฤษได้ดี

6. มีเทคโนโลยีที่ทันสมัยภายในเกสต์เฮาส์ เช่น อินเทอร์เน็ต Wifiฟรี เพื่ออำนวยความสะดวกด้านการติดต่อสื่อสารสำหรับแขกที่เข้าพักในเกสต์เฮาส์ซึ่งส่วนมากจะเป็น ชาวต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่

7. การตัดสินใจของผู้บริหารทำได้รวดเร็วและคล่องตัว เนื่องจากผู้บริหารเป็น เจ้าของกิจการเอง

จุดอ่อนของกิจการ (Weaknesses)

1. ต้นทุนสูง เนื่องจาก นาคยา เกสต์เฮาส์ ต้องการที่จะคงความแตกต่างจากคู่แข่ง จึงต้องการสร้างบ้านพักที่มีความเป็นบ้านพักระดับปานกลางที่น้อยมีสไตล์เป็นของตนเอง จึงตั้งงบประมาณที่มีการลงทุนสูงวัสดุอุปกรณ์ที่มีคุณภาพเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าซึ่งส่วนมากเน้นลูกค้าที่เป็นชาวต่างประเทศ จึงมีการออกแบบที่มีคุณภาพโดดเด่น ให้ความรู้สึกเหมือนพักที่บ้านของตนเอง

2. เนื่องจากเป็นเกสต์เฮาส์เปิดใหม่ อาจยังไม่เป็นที่รู้จักในระยะแรก จึงต้องทำการประชาสัมพันธ์ในช่วงแรกมาก ซึ่งอาจทำให้มีค่าใช้จ่าย ทำให้ปีแรกอัตราการเข้าพักยังไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้

โอกาสของกิจการ (Opportunities)

1. ความต้องการนิยมของผู้พักอาศัยบ้านพักเกสต์เฮาส์ที่ยังคงสภาพความใหม่หรือ เพิ่งก่อสร้าง ดังนั้น จึงเป็นทางเลือกอันดับต้นๆ ของผู้พักอาศัยนาคยา เกสต์เฮาส์ เป็นทางเลือกที่ผู้เดินทางสนใจและตัดสินใจเข้าพัก เนื่องจากอยู่ในเมือง และอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวและหาไม่ยากนักสำหรับนักเดินทางที่นิยมพักบ้านพักเกสต์เฮาส์

2. ภาวะเศรษฐกิจที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญ สามารถทำรายได้ให้กับประเทศไทยเป็นจำนวนมากและมีแนวโน้มที่จะ

เพิ่มขึ้นตลอดทุกปี เป็นแหล่งรายได้เงินตราต่างประเทศที่สำคัญ จึงทำให้มีการลงทุนจากภาคเอกชนเพิ่มขึ้น จึงส่งผลดีต่อการดำเนินธุรกิจบ้านพักเกสต์เฮาส์

3. จากการสำรวจบ้านพักเกสต์เฮาส์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตราดนั้น มีผู้พักอาศัยเกินกว่าร้อยละ 90 ของจำนวนห้องพัก ทำให้แน่ใจว่ายังคงมีความต้องการที่พักค้างคืนชั่วคราวแบบบ้านพักเกสต์เฮาส์ ในเขตอำเภอเมืองตราด

4. พื้นที่โดยรอบมีแหล่งอำนวยความสะดวก ไม่ว่าจะเป็นตลาดตอนเช้า ตลาดกลางคืน ห้างสรรพสินค้า โรงพยาบาล ร้านอาหาร หรือร้านสะดวกซื้อ

อุปสรรคของกิจการ (Threats)

1. อัตราดอกเบี้ยมีแนวโน้มสูงขึ้น ส่งผลต่อต้นทุนในการดำเนินการของกิจการ
2. มีคู่แข่งรายใหม่ เข้าสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง มีโรงแรมชั้นสอง ลูกค้าน่าสนใจ เลือกพักโรงแรมก็ได้
3. การตั้งราคาต่ำกว่า อาจทำให้มองในแง่ของการบริการที่ไม่ดีสำหรับลูกค้าบางกลุ่ม
4. ความผันผวนทางเศรษฐกิจคือ ถ้าเศรษฐกิจไม่ดี นักท่องเที่ยวน้อยลง ธุรกิจจะได้รับความกระทบไปด้วย นอกจากนี้ยังมีภัยธรรมชาติซึ่งธุรกิจไม่สามารถควบคุมได้ เช่น ฤดูฝน ที่มีฝนตกติดต่อกันเป็นเวลาหลายเดือน ทำให้นักท่องเที่ยวลดลง ธุรกิจบ้านพักเกสต์เฮาส์ในช่วงนั้นจึงมีแขกเข้าพักบางตา

● การวิเคราะห์แผนการตลาด

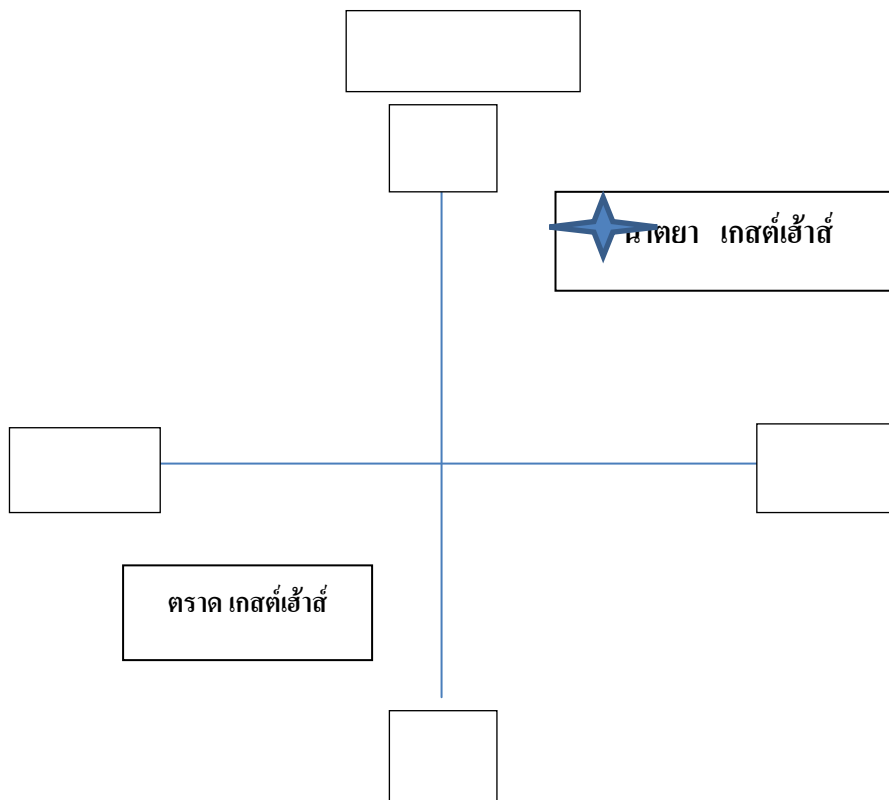
การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Target Market)

จะแบ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายรอง ดังนี้

1. กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก จะเน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เนื่องจากจังหวัดตราดเป็นจังหวัดที่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญจำนวนมาก เช่น เกาะช้าง และเกาะต่างๆ อีกจำนวนมากที่อยู่บริเวณใกล้เคียงกัน อีกทั้งยังมีอาณาเขตติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน
2. กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรอง เป็นกลุ่มลูกค้าชาวไทย ที่มาท่องเที่ยวที่จังหวัดตราด และต้องการหาที่พักที่ไม่ใช่โรงแรม เน้นบรรยากาศที่เป็นกันเอง เหมือนพักอยู่บ้านตัวเอง และต้องการที่พักที่มีการคมนาคมสะดวก รวดเร็ว อยู่ในเมือง เพื่อสามารถเดินทางต่อไปยังสถานที่ท่องเที่ยวได้ง่าย

การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (Positioning)

การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Positioning) การวางตำแหน่งของ นาดยา เกสต์เฮ้าส์ เป็นบ้านพักให้เช่าที่เน้นการให้บริการห้องพักระดับปานกลางที่มีคุณภาพ ขนาดเหมาะสม สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกสะอาดปลอดภัย พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวก โดยตั้งราคาห้องพักใกล้เคียงหรือสูงกว่าคู่แข่งบางรายเล็กน้อย และมีการส่งเสริมการตลาดของ นาดยา เกสต์เฮ้าส์ โดยเลือกใช้สื่อโฆษณาเพื่อเป็นการแนะนำ การสร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จัก โดยจะเน้นกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นสำคัญโดยกลยุทธ์ด้านการตลาดที่ใช้เน้น มีการโฆษณาโดยการแจกใบปลิว ในบริเวณสถานที่ท่องเที่ยวบริเวณสถานีขนส่งประจำจังหวัด ร้านอาหาร หรือสถานบริการต่างๆ ติดตั้งป้ายโฆษณาแผ่นใหญ่บริเวณด้านหน้าบ้านพัก โฆษณาในอินเทอร์เน็ต เพื่อให้พนักงานที่เกี่ยวข้องพิจารณาเปรียบเทียบระหว่างอัตราค่าเช่า คุณภาพการบริการ ทั้งในด้านความสวยงามในการออกแบบและสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมแก่การพักผ่อนเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์



แสดงการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) ที่พิจารณา

เปรียบเทียบระหว่างราคา และคุณภาพ/การบริการ

วารสารแผนธุรกิจ ปีที่ 2 ฉบับที่ 3 (เมษายน – มิถุนายน 2558)

กลยุทธ์ทางการตลาด 4P

กลยุทธ์ทางด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategy)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสร้างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้าพึงพอใจในคุณภาพ
2. เพื่อเพิ่มจุดแข็งและการมองข้ามจุดด้อยด้านราคาเมื่อเทียบกับคู่แข่ง
3. เพื่อพัฒนาคุณภาพในการให้บริการ

ด้านรูปปลักษณ์ภายนอก

- ให้ความสำคัญกับรูปปลักษณ์ของเกสต์เฮาส์ โดยมีรูปแบบบ้านพัก ที่อยู่ในบริเวณบ้านเดี่ยวที่มีบริเวณกว้าง เน้นการตกแต่งด้วยต้นไม้ที่ให้ความร่มรื่นแก่ผู้พักอาศัย อยู่ติดลำคลอง มีทัศนียภาพที่สวยงาม เหมาะแก่การพักผ่อน

- ขนาดของห้องพักมีขนาดที่เหมาะสม ชั้นที่ 1 เป็นห้องพักขนาด 4 x 6 เมตร จำนวน 4 ห้อง ส่วนชั้นที่ 2 เป็นห้องพักขนาด 6 x 6 เมตร จำนวน 6 ห้อง

ด้านรูปปลักษณ์ภายใน

- สร้างความแตกต่างของรูปแบบห้องพักให้ดูทันสมัย เพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งอย่างชัดเจน

- สร้างความแตกต่างด้านประโยชน์ใช้สอยออกแบบให้ห้องทุกห้องมีห้องน้ำอยู่ในห้อง ภายในห้องประกอบด้วยเตียงนอน ตู้เสื้อผ้า เพิ่มพื้นที่สำหรับอ่านหนังสือไว้บริเวณระเบียงภายนอกห้องที่ติดกับลำคลอง สามารถนั่งพักผ่อน และชื่นชมกับบรรยากาศ ที่เป็นธรรมชาติภายนอกได้ การตกแต่งห้องภายใน เน้นพื้นที่การใช้งาน สามารถวางเฟอร์นิเจอร์ที่มีความคงทนและสวยงาม เรียบง่าย สไตลิ่งวินเทจ

ด้านการให้บริการ

- บริการอาหารเช้าและกาแฟ
- บริการเครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ
- บริการเครื่องคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง
- บริการสถานที่จอดรถยนต์และรถมอเตอร์ไซด์
- บริการแม่บ้านทำความสะอาดภายในห้องพักตลอดการพักอาศัยอยู่
- บริการรถรับส่งไปสถานที่ท่องเที่ยวและสถานีขนส่งประจำจังหวัด
- บริการรถมอเตอร์ไซด์ให้เช่ามีบริการรถมอเตอร์ไซด์ให้เช่าหลากหลายแบบ ซึ่งเป็นพาหนะ ที่สะดวก รวดเร็วในการเที่ยวชมรอบเมืองสำหรับผู้ที่ต้องการการท่องเที่ยวด้วยตนเอง

จากการเปรียบเทียบสิ่งอำนวยความสะดวกของคู่แข่ง ทำให้พบว่า สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานภายในห้องพักที่ต้องมีคือ เตียงพร้อมที่นอน ตู้เสื้อผ้า เครื่องปรับอากาศ ห้องน้ำในตัว และบริการอินเทอร์เน็ต แต่การตกแต่งของคู่แข่งบริเวณใกล้เคียงกัน จะขาดความสะดวกสบาย ด้านห้องน้ำและความสวยงามบริเวณรอบๆ ซึ่งทาง นาดยา เกสต์เฮาส์ ได้เปรียบด้านทำเล ที่ตั้งที่อยู่ติดกับลำคลอง ดังนั้น จึงเป็นกลยุทธ์ที่ต้องเน้นเพื่อสร้างความแตกต่างให้เป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจเข้าพักของลูกค้า

กลยุทธ์ทางด้านราคา (Price Strategy)

กลยุทธ์ด้านการกำหนดราคาการเช่าห้องพัก ทางด้านผู้บริหารกำหนดราคาที่สูงกว่าคู่แข่งขึ้นเพียงเล็กน้อย เนื่องจากต้องการสร้างความแตกต่างของการบริการที่แตกต่างจากคู่แข่ง การที่บ้านพักมีราคาสูงกว่า คุณภาพการบริการก็ย่อมสูงไปด้วยตามความเหมาะสม เนื่องจากบ้านพัก จะแบ่งเป็น 2 ส่วน โดยแบ่งเป็นห้องพักที่มีแอร์คอนดิชัน 6 ห้อง ภายในห้องจะมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่มีบริการไว้ คุณภาพของวัสดุที่ใช้ในการตกแต่งและเฟอร์นิเจอร์ และการบริการเสริมต่างๆ ซึ่งมีความสัมพันธ์กับการกำหนดอัตราค่าเช่าห้องพัก ส่วนห้องพักที่ใช้พัดลมมีจำนวน 4 ห้องพื้นที่ใช้สอยก็จะแตกต่างกันเล็กน้อย ห้องจะเล็กกว่าอุปกรณ์การตกแต่งห้อง อาจจะไม่หรูหราเท่ากับห้องที่มีแอร์คอนดิชัน โดยเน้นการออกแบบ ความสะดวก และความสะอาด ในการเข้าพักมากกว่าถือว่า การมีบริการห้องพักที่มีพัดลมจะเป็นการเพิ่มอัตราการคืนทุนให้เร็วยิ่งขึ้น ดังนั้นจึงเป็นการดีในส่วนตรงนี้ ทั้งนี้ทางผู้บริหารได้คำนึงถึงเรื่อง ราคาและคำนึงถึงผู้บริโภคด้วย จึงได้จัดแบ่งบ้านพักเป็น 2 รูปแบบ เพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกใช้บริการให้เหมาะสมกับตนเอง ทั้งนี้นักท่องเที่ยวในปัจจุบัน จะมีหลายรูปแบบ มีความต้องการที่ไม่เหมือนกันนั่นเอง กลยุทธ์ด้านราคา จึงเป็นตัวกำหนดและเป็นทางเลือกสำหรับผู้บริโภค ดังนั้น นาดยา เกสต์เฮาส์ จึงได้เน้นภาพจน์ของตัวเอง โดยการตั้งราคาห้องพักที่มีแอร์คอนดิชัน คิดอัตราค่าเช่า คืนละ 500 บาท ซึ่งอยู่บริเวณชั้นบนของบ้านพัก ส่วนชั้นล่าง เป็นห้องพักที่ใช้พัดลม คิดอัตราค่าเช่าคืนละ 300 บาท

กลยุทธ์ทางด้านทำเลที่ตั้งและช่องทางการจัดจำหน่าย (Place Strategy)

ทำเลที่ตั้งถือเป็นเรื่องที่สำคัญที่สุดที่ทาง นาดยา เกสต์เฮาส์ ต้องคำนึงถึงเป็นอันดับแรก เนื่องจากการทำธุรกิจบ้านพักเกสต์เฮาส์ให้เข้านั้นจะต้องอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว ย่านธุรกิจ ชุมชนต่างๆ จึงเลือกบ้านพักในบริเวณที่ดินของตนเอง ซึ่งมีความโดดเด่น เนื่องจากอยู่ติดกับลำคลอง บริเวณรอบๆ บ้านจะปลูกต้นไม้เป็นจำนวนมาก มีบริเวณกว้างสำหรับจอดรถยนต์และรถมอเตอร์ไซค์ มีศาลาริมน้ำ และเก้าอี้ชุดไม้โบราณ สำหรับการพักผ่อนนั่งเล่น ชมสวน รูปแบบของบ้านเป็นลักษณะของบ้านสวน ให้ความร่มรื่นและเงียบสงบ

การเดินทางเข้าออกที่สะดวก เมื่อเข้ามาเขตอำเภอเมืองตราด ก็จะมีป้ายบอก บริเวณเดียวกันนี้ ยังเป็นทำเลที่มีบ้านพักอีก 2-3 แห่ง แต่ไม่ติดลำคลอง ซึ่งทางนาคยา เกสต์เฮาส์ ได้เปรียบในด้านทำเลที่ตั้ง ถือเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญที่สุดในอันดับแรก ลูกค้าน่าสามารถเลือกตัดสินใจ และเปรียบเทียบได้ทันทีสำหรับกลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย นาคยา เกสต์เฮาส์ ได้จัดให้มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลายช่องทางเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า และสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างทั่วถึงและมากที่สุด โดยลูกค้าสามารถติดต่อห้องพักผ่านทาง Website โบรชัวร์ และ Social Network เช่น Facebook, e-mail ของเกสต์เฮาส์ เป็นต้น

กลยุทธ์ทางการส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy)

สำหรับกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาดของ นาคยา เกสต์เฮาส์ นั้นเลือกใช้สื่อโฆษณาเพื่อเป็นการแนะนำให้เป็นที่ยอมรับของลูกค้า สร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักโดยจะเน้นกลุ่มเป้าหมายเป็นหลักสำคัญ โดยการใช้สื่อต่างๆ ดังนี้

- จัดทำ Website ของ นาคยา เกสต์เฮาส์ เพื่อให้ลูกค้าได้รับข้อมูล ข่าวสาร สามารถหาข้อมูลห้องพักตรวจสอบห้องว่าง และดูตัวอย่างห้องพัก ได้ทันที ตลอด 24 ชั่วโมง เป็นการลดค่าใช้จ่ายของลูกค้าในการเดินทางมาดูสถานที่

- การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่าน Website ของ <http://natayaguesthouse.com>

- การโฆษณาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Network) ต่างๆ อาทิ เช่น Facebook , Instagram เป็นต้น เพื่อให้ลูกค้าสามารถติดตามข่าวสารและโปรโมชั่นต่างๆ ได้อย่างรวดเร็วและเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายทั้งของเกสต์เฮาส์และลูกค้าด้วย

- การโฆษณา (Advertising) เช่น ติดตั้งป้ายโฆษณาขนาดใหญ่หน้าทางเข้าขนาด 2x2 เมตร

- กลยุทธ์ทางการตลาดแบบปากต่อปากระหว่างลูกค้าสู่ลูกค้า เป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดที่ทาง นาคยา เกสต์เฮาส์ ต้องการ เพราะการตลาดแบบนี้เกิดจากการให้บริการที่ดีของบ้านพักเกสต์เฮาส์ ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในการให้บริการและต้องการพักอาศัยจึงเกิดการบอกต่อกัน

กลยุทธ์ทางด้านบุคคล (People Strategy)

นาคยา เกสต์เฮาส์ มีการคัดเลือกพนักงาน การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ แตกต่างเหนือคู่แข่ง เป็นความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานผู้ให้บริการและลูกค้าผู้ใช้บริการของ นาคยา เกสต์เฮาส์ พนักงานต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดีที่สามารถตอบสนองต่อลูกค้า สามารถแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้ ซึ่งพนักงานควรมีคุณสมบัติ ดังนี้

1. มีความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์ มีความรู้ความสามารถและความน่าเชื่อถือ
2. พนักงานมีการบริการที่ดี สุภาพ มีบุคลิกภาพยิ้มแย้ม แจ่มใส มีความอดทนต่อปัญหาที่เกิดขึ้น และพยายามเรียนรู้ที่แก้ไขปัญหาเพื่อนำไปสู่การให้บริการที่ดี

- **การวิเคราะห์แผนการดำเนินงาน**

นายดา เกสท์เฮาส์ ได้มีการกำหนดระเบียบวิธีการการปฏิบัติงานที่มีขั้นตอนชัดเจน และรวดเร็วเพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ ซึ่งในการให้บริการข้อมูลและสำรองห้องพักถือเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่ง ซึ่งสามารถสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า ซึ่งมีรูปแบบการปฏิบัติงาน ดังนี้

1. การให้ข้อมูลและสำรองห้องพัก

การสำรองห้องพักที่เคาน์เตอร์ของเกสท์เฮาส์ จะพบพนักงานต้อนรับและให้ข้อมูลตอบทุกข้อซักถามเกี่ยวกับรายละเอียดในการเข้าพัก ในกรณีที่ลูกค้าสำรองห้องพักแล้ว พนักงานจะทำการสอบถามข้อมูลที่จำเป็นสำหรับบันทึกข้อมูลลงในระบบคอมพิวเตอร์ เนื่องจากลูกค้าหลักส่วนใหญ่เป็นชาวต่างประเทศ จึงต้องมีการสอบถามรายละเอียดต่างๆ ในเรื่องเกี่ยวกับ ชื่อและนามสกุล เลขที่หนังสือเดินทาง เบอร์โทรศัพท์ที่ติดต่อได้ระหว่างที่พักอยู่ในเมืองไทย และจำนวนวันที่ต้องการพักอยู่ ทั้งนี้เมื่อเกิดปัญหากับนักท่องเที่ยวก็จะมีข้อมูลที่สามารถช่วยเหลือนักท่องเที่ยวได้ต่อไป ทั้งนี้ลูกค้าสามารถขอคู่มือห้องพักก่อนตัดสินใจเข้าพักได้

2. พนักงานต้อนรับพาชมห้องพักเพื่อตรวจสอบความเรียบร้อยของสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักและแนะนำสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ถ้าลูกค้าต้องการสิ่งใดเพิ่มก็จะให้การบริการเพิ่มทันที

3. การชำระค่าเช่าห้องพัก ทางผู้จัดการเกสท์เฮาส์ จะออกไปเสิร์ฟรับเงินให้กับลูกค้าทุกครั้งที่มีการชำระค่าเช่าห้องพัก ซึ่งจะเป็นการชำระเงินต่อการเข้าพักทุกวัน

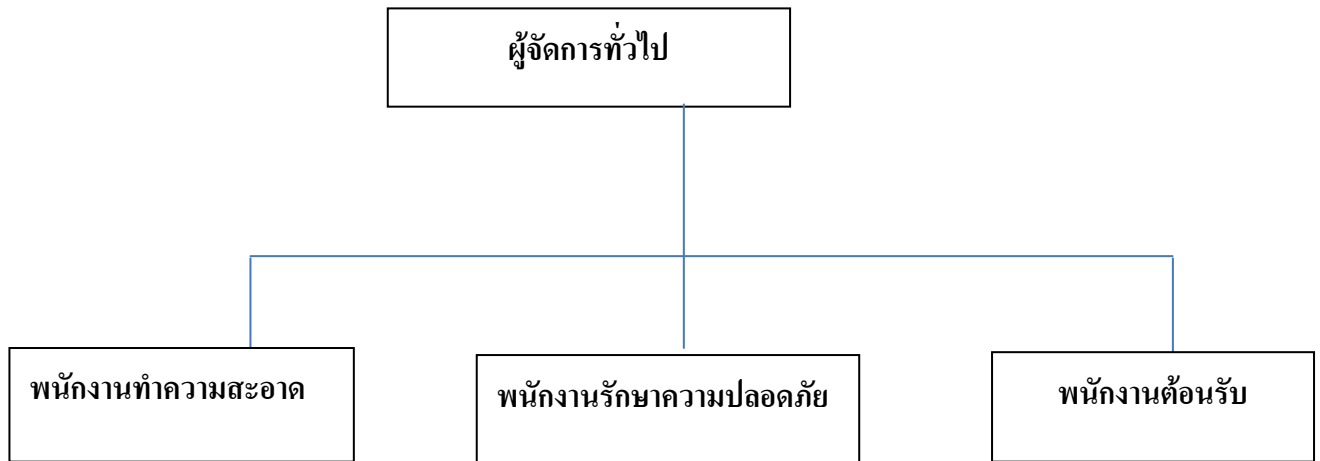
4. ในกรณีที่ลูกค้าต้องการเช่าอยู่เป็นระยะเวลาหลายวัน ทางเกสท์เฮาส์ก็จะมีส่วนลดให้ 10% ทั้งนี้ทางลูกค้าต้องแจ้งล่วงหน้าก่อนเสมอ

- **การวิเคราะห์แผนการจัดการและกำลังคน**

โครงสร้างองค์กร

นายดา เกสท์เฮาส์ ให้บริการห้องพักสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ และนักท่องเที่ยวชาวไทยทุกๆ ไป เป็นบ้านพักขนาดกลางที่ให้บริการห้องพักทั้งหมด 10 ห้อง พนักงานจึงประกอบไปด้วย ผู้จัดการ 1 คน และพนักงานส่วนดูแลห้องพัก จำนวน 4 คน

โดยแต่ละคนจะมีหน้าที่ และตำแหน่งแตกต่างกันตามผังองค์กรข้างต้น โดยมีรายละเอียดของแต่ละตำแหน่งงานดังนี้



- การวิเคราะห์แผนการเงิน

นายดา เกสต์เฮาส์ ใช้เงินลงทุนเริ่มแรก โดยการนำทุนทรัพย์ ที่ดินและบ้านของผู้บริหารจำนวน 1,000,000 บาท มีการกู้เงินจากธนาคาร โดยนำที่ดินเข้าจำนองกับธนาคาร 1,000,000 บาท ซึ่งผู้บริหารได้จ่ายชำระหนี้ในส่วนที่เป็นเงินต้น ธนาคารคิดดอกเบี้ยปีละ 7.5% โครงการนี้ใช้เงินลงทุนทั้งหมด 2,000,000 บาท ประมาณการยอดผู้เข้าพักอาศัย 70% ในปี 1 มี 70%, 80%, 90% ในปี 2558, ปี 2559, ปี 2560 และคงที่ 90% ในปี 2561, ปี 2562, ปี 2563, นายดา เกสต์เฮาส์ ใช้เวลาคืนทุน 6 ปี ธุรกิจจะสามารถทำกำไร มีสภาพคล่องที่สามารถชำระหนี้สินคืนธนาคารได้ ซึ่งกำไรส่วนที่เหลือจะนำมาปรับปรุงบ้านพัก ให้มีคุณภาพมากขึ้น เพื่อเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวก ความสะดวกสบายและสร้างมาตรฐานบ้านพักเกสต์เฮาส์ให้เป็นที่นิยมมากยิ่งขึ้น

สรุปผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์แผนการตลาด การวิเคราะห์แผนการดำเนินงาน การวิเคราะห์ด้านกำลังคน และการวิเคราะห์ด้านการเงิน ได้ข้อสรุปว่า ธุรกิจบ้านพักเกสต์เฮาส์ ภายใต้เงื่อนไขที่บริษัทกำหนดขึ้นมีความเป็นไปได้ในการลงทุน

บรรณานุกรม

กรීวฒิชัย ตรีครุฑพันธุ์. 2553 แผนธุรกิจ ในวิชาแผนธุรกิจ BUISO745. กรุงเทพฯ:

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร

กรุงเทพ, ธนาคาร. วิจัยธุรกิจ บมจ.ธนาคารกรุงเทพ.กรุงเทพมหานคร : ธนาคารกรุงเทพ,
2556

กสิกร, ธนาคาร. ศูนย์วิจัยธนาคารกสิกรไทย.กรุงเทพมหานคร: ธนาคารกสิกรไทย, 2556

สมยศ นาวิการ.2551. การบริหารเชิงกลยุทธ์ พิมพ์ครั้งที่3 .สำนักพิมพ์บรรณกิจ.1991

รศ.ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2546. การบริหารการตลาดยุคใหม่.พิมพ์ครั้งที่ 1.บริษัทธรรมสาร
จำกัด.

รศ.ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2541. พฤติกรรมผู้บริโภค.สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา.

รศ.เรีงรัก จำปาเงิน. 2554. การจัดการการเงิน พิมพ์ครั้งที่ 2. บริษัทนัคเน็ท จำกัด

library.cmu.ac.th/faculty/econ/.../Exer2556_no197

www.baanrubaroon.net/living_th.html