

แผนธุรกิจ Coconut House Resort

โสภิสฐา สืบศิริวิริยะกุล¹

บทสรุปผู้บริหาร

ด้วยวัฒนธรรมที่ยั่งยืนผสมผสานกับความเจริญที่เกิดขึ้นในยุคปัจจุบันของเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จึงกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเพิ่มขึ้นในทุกๆ ปี รวมทั้งการขยายตัวของเศรษฐกิจที่มีอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งการลงทุนในเรื่องของสาธารณูปโภคที่ทางภาครัฐได้จัดงบประมาณ ไม่ว่าจะ เป็นถนนหนทางที่อำนวยความสะดวกในการเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ ในเกาะสมุยได้อย่างสะดวกสบาย รวมถึงระบบสื่อสารมวลชนที่เกิดขึ้น ทำให้สรุปได้อย่างหนึ่งว่า เกาะสมุย มีวัฒนธรรมเก่าแก่และความเจริญที่ทันสมัย จึงทำให้มีสิ่งปลูกสร้างเกิดขึ้นมากมาย บนเกาะแห่งนี้ Coconut House Resort โรงแรมขนาด 30 ห้อง มีทำเลที่ตั้งที่สะดวกสบายในการเดินทางเน้นการออกแบบและตกแต่ง อย่างมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว โรงแรมตั้งอยู่ใจกลางแหล่งท่องเที่ยวหลักของเกาะสมุยรายล้อมไปด้วย สถานบันเทิง แหล่งช้อปปิ้ง โรงพยาบาล ชายทะเล อีกต่างๆ อีกมากมาย Coconut House Resort เป็นโรงแรมและรีสอร์ทขนาดเล็ก เปรียบเสมือนบ้านที่อบอุ่นทำให้มั่นใจในศักยภาพของ Coconut House Resort ว่าสามารถต้อนรับลูกค้าทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้เป็นอย่างดีและในส่วนของการให้บริการ เราใส่ใจที่จะให้บริการไม่เฉพาะแต่ห้องพักเท่านั้น แต่ยังเน้นความสะดวก ปลอดภัย และการบริการที่ดีเยี่ยม ในทุกๆ รายละเอียดขณะที่เข้าพักอาศัย

Coconut House Resort ใช้เงินทุนในการลงทุนทั้งสิ้น 10 ล้านบาท ซึ่งแบ่งเป็นส่วนของผู้ถือหุ้นจำนวน 6 ล้านบาท หรือ 60% และเงินกู้จากธนาคาร 4 ล้านบาท หรือ 40% ซึ่งมีอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ปีละ 8% และชำระเงินต้นปีละ 8 แสนบาท หรือคิดเป็น 20% ของจำนวนเงินทั้งหมด

ดังนั้น Coconut House Resort จึงได้กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่ชัดเจนและมีความเป็นไปได้คือ อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน 38% ต่อปี ค่ามูลค่างานปัจจุบันสุทธิ 2,542,206.62 มีระยะเวลาการคืนทุน 2 ปี ในอัตราผลตอบแทนที่คาดหวังไว้ 15%

คำสำคัญ : แผนธุรกิจ, Coconut House Resort

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ มหาวิทยาลัยรังสิต

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญอีกอุตสาหกรรมหนึ่งของประเทศไทย ซึ่งเป็นการนำเงินตราต่างประเทศและนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวนมากเข้าสู่ประเทศไทยหลายล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรมการท่องเที่ยว, 2557, น.1) นอกจากนั้นยังก่อให้เกิดการลงทุน การจ้างงาน รายได้ และในระยะ 1 ปีที่ผ่านมา จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศเดินทางเข้าประเทศไทยต่ำกว่าเป้าหมาย และมีการชะลอตัวจากปีก่อน เนื่องจากผลกระทบจากสถานการณ์ทางการเมือง สถานการณ์ความไม่สงบภายในประเทศไทย ค่าเงินบาทที่ปรับตัวแข็งค่าขึ้น ปัจจัยทางสภาพแวดล้อม การท่องเที่ยวในประเทศไทยยังมีความเชื่อมโยงกับภาคอุตสาหกรรมอื่นๆ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมบริการต่างๆ เช่น ธุรกิจที่พักโรงแรมและรีสอร์ท สถานบันเทิง ธุรกิจสายการบิน ธุรกิจร้านอาหาร เป็นต้น ก็ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ดังกล่าวไปด้วย แต่อย่างไรก็ตามก็ได้มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและเพิ่มงบประมาณเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวไทยให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (สำนักเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬากระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558)

ปัจจัยทางบวกในภาคการท่องเที่ยวของไทยได้แก่ ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ความมีน้ำใจของคนไทย แหล่งธรรมชาติที่สวยงาม ยุทธศาสตร์ที่แข็งแกร่งในธุรกิจท่องเที่ยว โดยมีรัฐบาลไทยที่คอยสนับสนุน และยังคงเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการเติบโตทางเศรษฐกิจในอนาคต (แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559, 2554)

เกาะสมุยเป็นเกาะที่ใหญ่อันดับสามของเกาะในประเทศไทย เป็นเกาะที่อยู่กลางทะเลอ่าวไทยโดยเป็นอำเภอหนึ่งของจังหวัดสุราษฎร์ธานี เดิมมีชื่อเสียงในฐานะแหล่งปลูกมะพร้าว แต่ปัจจุบันได้พัฒนาเป็นสถานที่พักตากอากาศที่มีโรงแรมรีสอร์ท รวมถึงสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ โรงแรมที่พักที่ตั้งบนเกาะสมุยมีหลากหลายระดับตามความพึงพอใจของลูกค้า หัวใจหลักของธุรกิจของโรงแรมก็คือ การให้บริการ และคุณภาพของการให้บริการ โดยยึดถือลูกค้าเป็นศูนย์กลางในการให้บริการ เกาะสมุย เป็นเกาะที่มีชื่อเสียงอย่างมากตั้งอยู่บริเวณอ่าวไทย ห่างจากจังหวัดสุราษฎร์ธานีไปทางทิศตะวันออก 84 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 247 ตารางกิโลเมตร ถนนรอบเกาะ (ถนนสายทิวราษฎร์ภักดี) มีความยาว 50 กิโลเมตร พื้นที่ 1 ใน 3 ของเกาะเป็นที่ราบ ล้อมรอบภูเขาตรงกลางเกาะ ในช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนพฤษภาคม เป็นช่วงคลื่นลมสงบและเหมาะแก่การท่องเที่ยวอย่างมาก เกาะสมุย เป็นเกาะที่มีหาดทรายสวยงาม และมีสีขาวนวลหลายแห่ง อาทิเช่น หาดเฉวง หาดนาเทียน หาดตลิ่งงาม หาดละไม เกาะสมุยเป็นเกาะเหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสกับ ชายหาดที่ทอดยาวขนานไปกับทะเล ดันมะพร้าวริม

ชายหาดและน้ำทะเลใสราวกระจกถึงเหล่านี้ล้วนเป็นเสน่ห์ที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกาะสมุยต้องหวนกลับไปอีกครั้ง รวมถึงอาหารทะเลสดๆ ก็เป็นอีกเสน่ห์ของเกาะสมุยเช่นกันซึ่งนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ก็ต่างขนานนามให้เกาะสมุยว่า เป็น "สวรรค์กลางอ่าวไทย" เกาะสมุยยังมีสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์อีกอย่างหนึ่งคือ หินตาหินยาย หินตาหินยายตั้งอยู่บริเวณอ่าวละไม เป็นปรากฏการณ์ทางธรรมชาติของหินแกรนิตที่เกิดจากการกัดเซาะของน้ำทะเล จนเกิดเป็นโขดหินรูปร่างประหลาดมีลักษณะคล้ายอวัยวะเพศของชายและหญิง ซึ่งนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังเกาะสมุยจะต้องแวะเวียนเข้ามาถ่ายรูปเป็นที่ระลึก ซึ่งถือว่าเป็นจุดเด่นของเกาะสมุยเลยทีเดียว ตลอดแนวทางเดินที่ไปชมหินตาหินยาย จะมีร้านขายของฝากและของที่ระลึกเรียงราย อาทิ ผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าว น้ำมันมะพร้าว แต่ที่ขึ้นชื่อที่สุดเห็นจะเป็น "กอละแม" ที่หวาน มัน หอม กลมกล่อม และราคาไม่แพง นอกจากนี้ศุนย์ภาพอันงดงามและน้ำทะเลที่ใสแล้วนั้น เกาะสมุยยังมีกิจกรรมพักผ่อนหย่อนใจ ความสะดวกสบาย และการบริการชั้นเลิศที่จะชวนให้นักท่องเที่ยวรู้สึกผ่อนคลายอย่างแท้จริง นอกจากความสวยงามทางธรรมชาติของเกาะสมุยแล้ว เกาะสมุยยังมอบศิลปวัฒนธรรมของชาวพื้นบ้านที่ยังคงเป็นรากฐานของความเป็นมาของชุมชนอีกหลายแห่งบนเกาะให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น วัดสำเร็จ วัดละไม เจดีย์แหลมสอ เป็นต้น

หาดเฉวง เมื่อ 30-50 ปีก่อน เป็นหาดที่ไม่ได้รับความนิยมท่องเที่ยว เป็นสถานที่รกร้างและมีความเงียบสงบผู้คนบนเกาะสมุยต่างเรียกหาดเฉวงว่า “คนหลังเขา” เนื่องจากไม่มีความเจริญ แต่ 20 ปีที่ผ่านมา หาดเฉวงได้รับการพัฒนาเริ่มมีคนมานุกเบิกสร้างบังกะโลหลังเล็กขึ้น และมีบาร์เล็กๆ ที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว และได้มีการพัฒนาขานายกิจการภายในหาดเฉวงให้มีความเจริญเติบโต และเป็นใจกลางศูนย์ท่องเที่ยวของเกาะสมุยที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆและสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลาย (ยุพิน ศรีแสง, 2562)

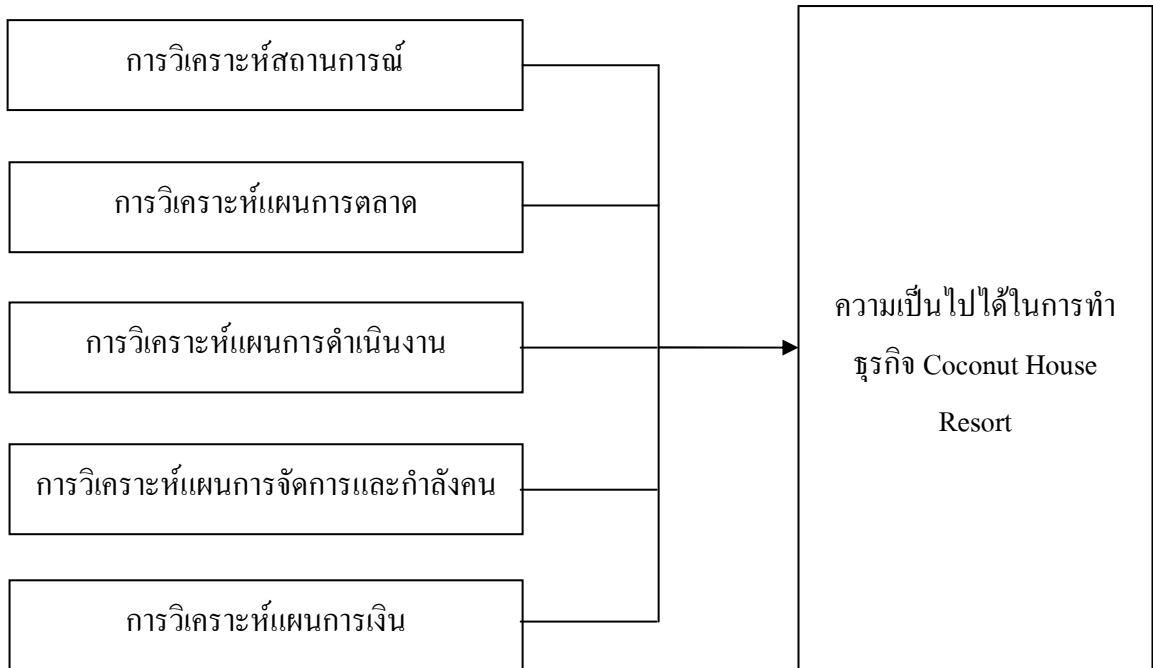
วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ Coconut House Resort

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลการศึกษาในครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ Coconut House Resort

กรอบแนวคิดในการศึกษา



ขอบเขตของการศึกษา

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาเกี่ยวกับความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ Coconut House Resort
2. ขอบเขตด้านเวลา ใช้ระยะเวลาทำการศึกษาดังแต่เดือนเดือนสิงหาคม 2561- มิถุนายน 2562

นิยามคำศัพท์

1. แผนธุรกิจ หมายถึง การวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต/การดำเนินงาน การวิเคราะห์ด้านการเงิน และสรุปผลว่า ธุรกิจดังกล่าวมีความเป็นไปได้ในการดำเนินงานหรือไม่
2. Coconut House Resort หมายถึง รีสอร์ทที่เปรียบเสมือนบ้านที่ให้การต้อนรับและที่พักผ่อนเป็นอย่างดีบนเกาะสมุย
3. การวิเคราะห์สถานการณ์ หมายถึง การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกขององค์กร โดยการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis)

4. การวิเคราะห์ด้านการตลาด หมายถึง การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายการวางตำแหน่งทางการตลาด การกำหนดผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

5. การวิเคราะห์ด้านการผลิต หมายถึง ขั้นตอนการผลิต/การบริหารขององค์กร

6. การวิเคราะห์ด้านการจัดการและกำลังคน หมายถึง การกำหนดโครงสร้างองค์กร

7. การวิเคราะห์ด้านการเงิน หมายถึง รายได้หรือยอดขาย กำไรสุทธิ ระยะเวลาเงินทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ และอัตราผลตอบแทนภายใน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

- การวิเคราะห์สถานการณ์

การวิเคราะห์สถานการณ์ โดยการใช้วิธี SWOT Analysis มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

จุดแข็งของกิจการ (Strengths)

1. เจ้าของเป็นบุคคลในพื้นที่ทำให้เกิดการพบปะพูดคุยสื่อสารและเข้าใจพฤติกรรมความเป็นอยู่ของคนในพื้นที่

2. สถานที่ประกอบการเป็นพื้นที่ของเจ้าของ ทำให้ไม่ต้องหาทำเลที่ตั้งใหม่และไม่เสียค่าใช้จ่ายในการลงทุนซื้อที่ดิน

3. ค่าที่พักไม่แพง เมื่อเทียบกับที่พักที่อยู่ใกล้ แหล่งท่องเที่ยวหรือพื้นที่ใกล้เคียง

4. มีบริการ Internet บริการรับซัก อบ รีด, บริการให้เช่ามอเตอร์ไซค์ และมีบริการอาหารเช้า เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าและสร้างความพึงพอใจส่วนบุคคล

5. การตั้งราคามีความยืดหยุ่นสูง เนื่องจากที่ดินที่ใช้ในการก่อสร้างเป็นที่ดินของตนเอง ซึ่งก่อให้เกิดความยืดหยุ่นในการกำหนดต้นทุนในการก่อสร้างและส่งผลกระทบต่อราคาค่าเช่าห้องพัก

จุดอ่อนของกิจการ (Weaknesses)

1. มีพนักงานที่ให้บริการน้อยเนื่องจากเป็นธุรกิจขนาดเล็ก ซึ่งอาจไม่เพียงพอต่อการบริการในกรณีที่มีผู้เข้าพักเต็มจำนวนห้อง

2. พนักงานขาดประสบการณ์งานบริการ เนื่องจากไม่ได้รับบุคลากรจากผู้จบวิชาชีพการโรงแรมโดยตรง

3. ที่จอดรถมีจำกัดไม่สามารถรองรับจำนวนรถที่มากได้

4. ไม่มีเตียงนอนสำหรับเด็ก

5. ไม่สามารถรองรับลูกค้าที่มาเป็นหมู่คณะใหญ่ๆ ได้ เนื่องจากปริมาณห้องที่จำกัด

6. เป็นรีสอร์ทขนาดเล็ก ทำให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกไม่ครบวงจรเมื่อเปรียบเทียบกับโรงแรมขนาดใหญ่ เช่น ห้องประชุม สัมมนา และห้องจัดเลี้ยง เป็นต้น

โอกาสของกิจการ (Opportunities)

1. การท่องเที่ยวมีการขยายตัว มีนักท่องเที่ยวมากขึ้นและมีแนวโน้มที่จะเพิ่มราคาห้องพักได้

2. ประเทศกลุ่ม AEC เข้ามาทำงานในประเทศไทยจำนวนมาก มีโอกาสที่จะมีแรงงานที่มีทักษะมาทำงาน

3. รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้นทำให้ภาพรวมธุรกิจที่พักรับอานิสงค์และเป็น โอกาสดีในการสร้างชื่อเสียง

4. ที่พักแรมรีสอร์ทที่มีราคาสูง เป็นโอกาสให้นักท่องเที่ยวเลือกพักกับเรา

5. การเปิดการค้าเสรีกับประเทศต่างๆทำให้มีการเดินทางของนักท่องเที่ยวผ่านมายังประเทศไทยมากขึ้น การเข้ามาลงทุนทำธุรกิจในประเทศไทยมากขึ้นจึงเป็นโอกาสที่ดีของทางโรงแรมด้วย

6. รัฐบาลอนุมัติให้สนามบินเกาะสมุย เป็นสนามบินนานาชาติ ในการต่อเครื่องบินและพักเครื่อง

7. เส้นทางคมนาคมสะดวก ใกล้ถนนสายหลัก ใกล้จุดท่องเที่ยวของเกาะสมุย

อุปสรรคของกิจการ (Threats)

1. เศรษฐกิจในประเทศค่อนข้างต่ำทำให้นักท่องเที่ยวเข้ารับบริการน้อยลง (ลดการท่องเที่ยว)

2. ภัยธรรมชาติอาจเกิดได้ทุกเมื่อและเป็นสิ่งที่ควบคุมไม่ได้

3. มีผู้ประกอบการรายใหม่เกิดขึ้นจำนวนมาก

4. คู่แข่งทางอ้อมเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะอาคารที่เป็นแบบคอนโดมิเนียม บ้านเช่าปรับเปลี่ยนเป็นลักษณะที่พักรายวันเพิ่มมากขึ้นจึงทำให้เกิดการแข่งขันสูงมาก

5. ค่าน้ำมันที่เพิ่มสูงขึ้นทำให้ค่าใช้จ่ายในการเดินทางของนักท่องเที่ยวทั้งภายในและต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น

- การวิเคราะห์ด้านการตลาด

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (Product Strategy)

Coconut House Resort เป็นการให้บริการเกี่ยวกับห้องพัก โดยทาง Coconut House Resort ได้ตกแต่งแบบสไตล์ Thai Contemporary และ Modern Style ซึ่งแฝงความเป็นไทยไว้อย่างลงตัว เน้นความสะดวกสบาย มีความสะอาดภายในบริเวณรีสอร์ทและมีความปลอดภัย โดยภายในห้องพักของ Coconut House Resort เลือกใช้เฟอร์นิเจอร์ที่ทำด้วยงานไม้เป็นส่วนใหญ่ และเลือกใช้ของตกแต่งภายในห้องที่มีความเป็นไทย เพื่อให้เข้ากับเฟอร์นิเจอร์ภายในห้อง และดูเข้ากับธรรมชาติมากที่สุด รวมถึงบรรยากาศที่ดิบดีริมทะเลเหมาะแก่การพักผ่อน

กลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategy)

Coconut House Resort ได้มีการกำหนดราคาโดยคำนึงถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จึงตั้งราคาเพื่อให้ได้ส่วนของครองในตลาดให้มากที่สุด โดยรีสอร์ทจะเน้นด้านคุณภาพในการให้บริการมากที่สุดเพื่อให้ผู้ใช้บริการพึงพอใจ และคุ้มค่าต่อการเลือกพักที่รีสอร์ท โดยทางรีสอร์ทได้กำหนดราคาของห้องพักไว้ที่ราคา 1,500 บาท ต่อ 1 คืน

กลยุทธ์ด้านช่องทางจัดจำหน่าย (Place Strategy)

สำหรับกลยุทธ์ช่องทางจัดจำหน่ายของ Coconut House Resort นั้น ได้กำหนดไว้ 2 รูปแบบ ทั้งวิธีการจัดจำหน่ายทางตรงจากที่พักโดยตรงและการจำหน่ายผ่านตัวกลางการจัดจำหน่าย โดยช่องทางการจัดจำหน่ายโดยตรงเพื่อต้องการจะเก็บข้อมูลของลูกค้า เพื่อจะทำการตลาดแบบ CRM และเก็บข้อมูลลูกค้าเพื่อทราบถึงพฤติกรรมของลูกค้าที่จะนำไปปรับปรุงบริการให้ลูกค้ามีความพอใจสูงสุด สำหรับช่องทางผ่านตัวกลางการจัดจำหน่ายจะใช้ในช่วงที่ Brand Awareness ยังน้อยอยู่ เพื่อที่จะใช้ความชำนาญของตัวกลางที่มีข้อมูลลูกค้า เพื่อที่จะทำให้ลูกค้ารู้จัก Coconut House Resort ให้เร็วที่สุด โดยช่องทางต่างๆ

กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy)

1. การประชาสัมพันธ์



วารสารแผนธุรกิจ ปีที่ 6 ฉบับที่ 1 (มกราคม – มิถุนายน 2562)

Facebook

ทางรีสอร์ทได้มีการจัดทำ Facebook Fan page เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ โปรโมชั่นเกี่ยวกับการเข้าพักห้องพัก และอื่นๆ อย่างต่อเนื่อง สำหรับการใส่สื่อ Social Media เป็นตัวกลางในการประชาสัมพันธ์รีสอร์ท จะทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ไวขึ้นและสามารถขยายไปยังกลุ่มอื่นค้ำอื่นๆ ได้อีกเช่นกัน สำหรับการประชาสัมพันธ์ผ่านทาง Facebook จะมีพนักงานที่คอยให้คำแนะนำ และตอบคำถามแก่ผู้ที่ติดต่อเข้ามาทาง Facebook



Instagram

ทางรีสอร์ทได้มีการจัดทำ Instagram ขึ้นมาเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มลูกค้าในทุกๆคน โดยผ่านการเช็คอินสถานที่จากลูกค้าที่เคยมาใช้บริการแล้ว หรือการดีดแฮชแท็กลงไปยัง Instagram เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มคนที่เล่น Instagram สามารถเข้ามาชม Instagram ของทางรีสอร์ทได้



โบรชัวร์รีสอร์ท

เป็นการประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อสิ่งพิมพ์เป็นตัวช่วยในการสร้างการรับรู้ของกลุ่มลูกค้าได้เป็นอย่างดี โดยจะมีการแจกโบรชัวร์ตามงาน Event ต่างๆ โดยจะมีการจัดพิมพ์โบรชัวร์ จำนวน 10,000 ใบ

การออกงาน EVENT

ทางรีสอร์ตมีแนวคิดที่จะออกงาน 2 ครั้ง / 1 ปี คือ งานไทยเที่ยวไทย ณ ไบเทค บางนา ซึ่งจะจัดขึ้นในวันที่ 27 มิถุนายน-30 กรกฎาคม และงานเที่ยวทั่วโลก ณ อิมแพค อารีน่า เมืองทองธานี ซึ่งจะจัดขึ้นในวันที่ 22 สิงหาคม-25 สิงหาคม

กลยุทธ์ด้านบุคลากร (People Strategy)

เนื่องจาก Coconut House Resort เป็นธุรกิจเกี่ยวกับการให้บริการ ดังนั้น พนักงานจึงเป็นส่วนสำคัญอันดับแรกที่จะทำให้ลูกค้ารับรู้ถึงคุณภาพการบริการของโรงแรมหรือทำลายภาพลักษณ์ของโรงแรมก็ได้ ดังนั้นทาง Coconut House Resort จึงมีกระบวนการในการรับพนักงานที่จะมาทำงานกับทางโรงแรม เริ่มตั้งแต่การสรรหา ฝึกอบรม และกระตุ้นพนักงาน โดยเฉพาะพนักงานที่ต้องติดต่อกับลูกค้าโดยตรง ให้มีความรู้ความสามารถ และถ่ายทอดการบริการที่มีคุณภาพสู่ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

กลยุทธ์ด้านกายภาพ (Physical Evidence Strategy)

ด้านการบริการทาง Coconut House Resort เน้นในด้านการบริการที่มีคุณภาพเป็นเรื่องสำคัญที่สุด เพื่อเป็นการสร้างรูปลักษณ์ให้กับแบรนด์ของรีสอร์ต โดยพนักงานทุกคนที่ให้บริการภายในรีสอร์ตจะต้องบริการลูกค้าด้วยความเต็มใจ มีสัมพันธที่ดีต่อลูกค้า พุดจาไพเราะน่าฟัง จะต้องดูแลลูกค้าเปรียบเสมือนเป็นคนในครอบครัวตัวเองเช่นกัน

ด้านรีสอร์ต Coconut House Resort ในส่วนของตัวรีสอร์ต ทางรีสอร์ตมีแนวคิดที่จะรักษาภาพลักษณ์ที่ดีของรีสอร์ต ด้วยการจัดรีสอร์ตให้ดูเข้ากับธรรมชาติมากที่สุดเพื่อให้ผู้ที่เข้ามาใช้บริการรู้สึกสบายใจที่ได้เข้ามาพักผ่อนภายในรีสอร์ต รวมถึงการรักษาความสะอาดภายในห้องพัก และบริเวณโดยรอบภายในรีสอร์ตให้มีความสะอาดอยู่ตลอดเวลา และสิ่งที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งก็คือ การรักษาความปลอดภัยภายในรีสอร์ต โดยทางรีสอร์ตจะมีการจัดจ้างพนักงานรักษาความปลอดภัยดูแลรักษาความปลอดภัยภายในรีสอร์ตตลอด 24 ชั่วโมง

กลยุทธ์ด้านกระบวนการ (Process Strategy)

ขั้นตอนในการบริการลูกค้า ตั้งแต่ขึ้นเรือจากฝั่งจนกระทั่งออกจากโรงแรมจะต้องมีการกำหนดลงรายละเอียดทุกขั้นตอนให้มีความกระชับ ชัดเจน ได้ใจความทุกๆ คนสามารถอ่านเข้าใจได้ง่าย แล้วจึงให้พนักงานปฏิบัติตามอย่างมีแบบแผน มีความรวดเร็วในการลงทะเบียนเข้าพัก มีความรวดเร็ว ในการบริการอาหารและเครื่องดื่ม มีบริการหลังการขาย เช่น แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในเกาะสมุย ให้กับลูกค้า และบริการรับฝากสัมภาระ

- **การวิเคราะห์แผนการดำเนินงาน**

ขั้นตอนตั้งแต่การวางโครงสร้างที่พัก การบริการที่ดี ความสะอาดสบาย ตลอดจนการรักษามาตรฐานความปลอดภัย ตลอดระยะเวลาที่ลูกค้าพักในโรงแรม Coconut House Resort เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าที่เข้ามาพัก

ขั้นตอนการบริการห้องพัก

1. เมื่อลูกค้าทำการ Check-in เสร็จเรียบร้อยทางรีสอร์ทส่งมอบกุญแจให้กับลูกค้า
2. ลูกค้าตรวจสอบห้องพักว่าตรงตามความต้องการของลูกค้าหรือไม่ ตรวจสอบความเรียบร้อย

3. ลูกค้าใช้บริการห้องพัก พักผ่อนตามอัธยาศัย
4. ประเมินความพึงพอใจจากลูกค้าที่เข้าใช้บริการ
5. ตรวจสอบห้องพัก และเก็บข้อมูลซ่อมบำรุง
6. จบกระบวนการเข้าพัก

ขั้นตอนการจองห้องพัก

1. การเริ่มต้นขั้นตอนการจองห้องพัก
2. รีสอร์ททำให้ข้อมูลห้องพักกับลูกค้าที่สนใจ
3. เมื่อรีสอร์ทมีห้องว่าง ลูกค้าทำการ Check-in แต่หากห้องพักไม่ว่างมีการจองล่วงหน้า

4. บันทึกข้อมูลการเข้าพักลูกค้า
5. ลูกค้าชำระเงินและคำมัดจำกุญแจ
6. รีสอร์ททออบเสร็จให้แก่ลูกค้า
7. จบการทำงาน

ขั้นตอนการสิ้นสุดการใช้บริการห้องพัก

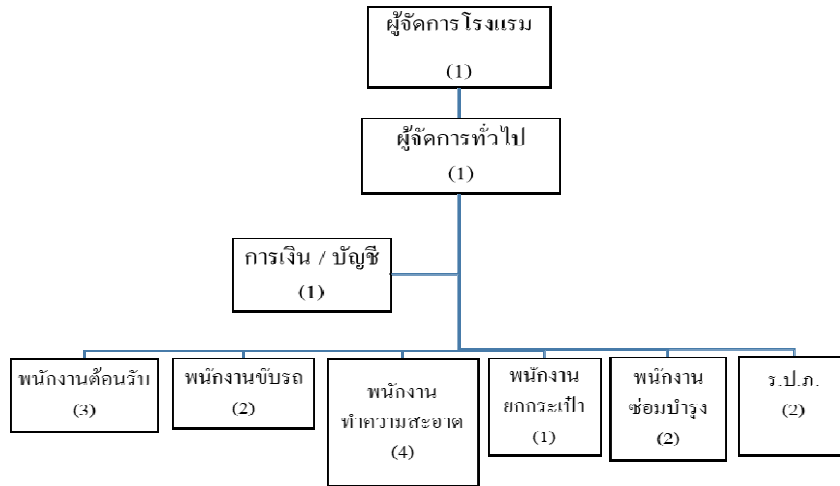
1. ลูกค้าแจ้ง Check-out
2. ทางรีสอร์ทตรวจสอบห้องพัก หากมีการชำรุด ปรับตามความเป็นจริง ไม่ชำรุดคืนเงินมัดจำให้แก่ลูกค้า
3. คืนกุญแจและทำความสะอาดห้องพัก
4. สิ้นสุดการใช้บริการห้องพัก

- **การวิเคราะห์แผนการจัดการและกำลังคน**

Coconut House Resort เป็นโรงแรมที่เปิดกิจการขึ้นมาใหม่ จึงได้ออกแบบการทำงานโดยการจัดให้งานมีลักษณะง่าย (Work Simplification) โดยแบ่งงานต่างๆ ให้เป็น

งานย่อยหลายๆ ชิ้นที่ใช้ความชำนาญเฉพาะแต่เป็นงานที่ง่าย เพื่อให้สอดคล้องกับภาพรวมของโรงแรม ซึ่งเป็น โรงแรมขนาดเล็ก ทั้งนี้เพื่อให้ได้บุคลากรที่สามารถปฏิบัติงานได้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ของโรงแรม จึงมีการจัด โครงสร้างองค์กรอย่างง่าย ดังนี้

โครงสร้างองค์กร



• **การวิเคราะห์แผนการเงิน**

บริษัทใช้เงินลงทุนเริ่มแรก 10,000,000 บาท มียอดขายปีที่ 1 เท่ากับ 7,843,500 บาท ปีที่ 2 เท่ากับ 9,020,025 บาท ปีที่ 3 เท่ากับ 10,373,028.75 บาท ปีที่ 4 เท่ากับ 11,928,983.06 บาท และปีที่ 5 เท่ากับ 13,718,330.52 บาท มีกำไรสุทธิในปีที่ 1 เท่ากับ 1,172,955 บาท ปีที่ 2 เท่ากับ 1,862,995.66 บาท ปีที่ 3 เท่ากับ 2,579,431.63 บาท ปีที่ 4 เท่ากับ 3,400,042.91 บาท และปีที่ 5 เท่ากับ 4,339,391.96 บาท

สรุปผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต การวิเคราะห์ด้านกำลังคน และการวิเคราะห์ด้านการเงิน ได้ข้อสรุปว่า ธุรกิจ Coconut House Resort ภายใต้เงื่อนไขที่บริษัทกำหนดขึ้นเป็นมีความเป็นไปได้ในการลงทุน

บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรมการท่องเที่ยว. (2557). *สรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยว* มกราคม 2557. กรุงเทพฯ: กรมการท่องเที่ยว.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2554). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559*. สืบค้นจาก

http://www.thailandtourismcouncil.org/imgadmins/news_file/TCT_news_file_th_2012-07-28_17-58-42.pdf

ข้อดีธุรกิจโรงแรม. (2557). สืบค้น 12 กุมภาพันธ์, 2562, จาก

<https://www.smartsme.co.th/content/3363>

ธุรกิจโรงแรมน่าจะยังได้รับอานิสงส์จากภาคการท่องเที่ยวที่ขยายตัว. (2561). สืบค้น 12 กุมภาพันธ์, 2562, จาก

<https://www.kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSMEAnalysis/Pages/Competitive-Hotel-Industry.aspx>

ธุรกิจโรงแรมไทยแข่งขันสูง แต่ตัวเลขโตทั่วประเทศ. (2560). สืบค้น 12 กุมภาพันธ์, 2562, จาก <https://www.prachachat.net/tourism/news-122784>

ประเภทของโรงแรมและการแบ่งระดับชั้น. (2551). สืบค้น 12 กุมภาพันธ์, 2562, จาก

<http://www.phukethotelsupply.com/index.php?mo=3&art=233537>

ประวัติความเป็นมา อำเภอเกาะสมุย. (2560). สืบค้น 12 กุมภาพันธ์, 2562, จาก

<https://sites.google.com/site/yupinlovetravel/prawati-khwam-pen-ma>

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว: การแบ่งส่วนตลาด. (2560). สืบค้น 12 กุมภาพันธ์, 2562, จาก

http://suwannarit.blogspot.com/2008/01/blog-post_14.html

สำนักเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬากระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). สรุปสถานการณ์การท่องเที่ยวของชาวต่างชาติในประเทศไทย : รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว; 2(1): 20-68.

Ark bar Beach Resort. (2019). Retrieved February 12, 2019, from

<http://www.ark-bar.com/>

Coconut House Resort. (2019). Retrieved February 12, 2019, from

<https://www.booking.com/hotel/th/coconut-house-chaweng.th.html>

Khun Chaweng Resort. (2019). Retrieved February 12, 2019, from

<http://khun-chaweng-resort.chillholiday.com/about>

Suneast Bungalows. (2562). Retrieved February 12, 2019, from

<https://www.booking.com/hotel/th/suneast-bungalows.th.html>