

แผนธุรกิจโฮสเทล Wanderlust Hostel

อำเภอเมือง จังหวัดแพร่



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2558

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์
เรื่อง
แผนธุรกิจโฮสเทล Wanderlust Hostel
อำเภอเมือง จังหวัดแพร่

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
วันที่ 30 พฤษภาคม พ.ศ. 2558

นางสาวศศิวิไล์ ไสภณวิมลสวัสดิ์
ผู้วิจัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปิตินันต์
Ph.D.
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พลีลา รุ่งเรือง
Ph.D.
ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

รองศาสตราจารย์อรรณพ ต้นละมัย, Ph.D.
คณบดี
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิน ระวิวงศ์
Ph.D.
กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำสารนิพนธ์แผนธุรกิจโฮสเทล Wanderlust Hostel อำเภอเมือง จังหวัดแพร่ ฉบับนี้สำเร็จเรียบร้อยลงได้ด้วยความกรุณาของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รวิน ระวิวงศ์ อาจารย์ควบคุมสารนิพนธ์ที่ให้คำปรึกษา แนะนำ ชี้แนวทาง และตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่อง ด้วยความเอาใจใส่ และให้กำลังใจในการทำสารนิพนธ์เสมอมา ขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปิตินันต์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ พลิศา รุ่งเรือง คณะกรรมการสอบสารนิพนธ์ ที่กรุณาเสียสละเวลามาเป็นกรรมการสอบสารนิพนธ์ พร้อมทั้งให้คำแนะนำในการปรับปรุง แก้ไข สารนิพนธ์ให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณ คณะอาจารย์ทุกท่านตั้งแต่การศึกษาในระดับปริญญาตรี คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร ตลอดจนคณะอาจารย์ในระดับปริญญาโท วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ตลอดมา

ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ และครอบครัว ที่คอยให้การสนับสนุนและเป็นที่กำลังใจมาโดยตลอด รวมไปถึงขอบคุณเพื่อนๆ หลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ที่มีกำลังใจดีๆ ให้กันเสมอมา

ท้ายที่สุดนี้ ผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่าสารนิพนธ์ฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจ และเป็นแนวทางในการประกอบการศึกษาแผนธุรกิจนี้ หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้จัดทำขอน้อมรับไว้และขออภัยมา ณ ที่นี้

ศศิวิไล์ โสภณวิมลสวัสดิ์

บทสรุปผู้บริหาร

ธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศไทยมีอัตราการเติบโตสูงขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจโรงแรมมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในปัจจุบัน ซึ่งจังหวัดแพร่เป็นอีกหนึ่งจังหวัดที่มีอัตราการเจริญเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทย และ ชาวต่างชาติ ที่มีจำนวนสูงขึ้นในทุกๆปี และผู้จัดทำแผนธุรกิจฉบับนี้ได้เล็งเห็นว่าธุรกิจการท่องเที่ยวในจังหวัดแพร่นั้นมีศักยภาพและโอกาสในการลงทุนที่สูง โดยเฉพาะในธุรกิจโฮสเทล หรือ ที่พักราคาประหยัด ซึ่งกำลังเป็นกระแสนิยมของนักท่องเที่ยวทั่วโลก และยังไม่มีผู้ประกอบการประเภทนี้ในจังหวัดแพร่ จากปัจจัยดังกล่าวนี้ผู้จัดทำแผนธุรกิจ จึงได้ดำเนินการทำแผนธุรกิจ Wanderlust hostel ขึ้นมา

Wanderlust hostel เป็นที่พักราคาประหยัด สำหรับเช่ารายวัน โดยเป็นอาคาร 3 ชั้น ในพื้นที่ 4 ไร่ โดยมีห้องพัก 6 ประเภทหลัก รวมทั้งสิ้น 15 ห้อง ซึ่งสามารถรองรับผู้เข้าพักได้สูงสุดจำนวน 60 คน ซึ่งราคาของห้องพักอยู่ที่ 350-1,300บาท ต่อคืน และภายในโฮสเทล Wanderlust hostel ยังมีจุดเด่น คือ มี สวนพักผ่อนบริเวณติดแม่น้ำยม ส่วนพื้นที่ลือบปี่ และ บริการพื้นที่ส่วนกลาง(Common Area) ในแต่ละชั้นของอาคาร รวมถึงบริการเสริมในส่วนร้านกาแฟ Art gallery และ Souvenir shop โดยลักษณะการตกแต่งทั้งส่วนงานสถาปัตยกรรม งานออกแบบภายใน ของประดับตกแต่ง หรือ การออกแบบเลขศิลป์ของโฮสเทล จะเป็นการออกแบบในรูปแบบร่วมสมัย (Contemporary style) โดยใช้รูปแบบของสถาปัตยกรรม และ ศิลปะล้านนา เข้ามาผสมผสานกับวัสดุที่มีความเป็นสมัยใหม่ เพื่อสร้างความแตกต่างและสร้างเอกลักษณ์ที่ชัดเจนให้แก่โฮสเทล

ในปัจจุบันการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดแพร่โดยส่วนมากจะเป็นการแข่งขันทางด้านราคา ซึ่ง Wanderlust hostel นั้นก็เป็นที่พักราคาประหยัดอยู่แล้ว แต่จะสร้างความแตกต่างมากขึ้นใช้ในการแข่งขันทาง โดยชูจุดขายผ่านการนำเสนอกิจกรรมที่สอดคล้องกับรูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ และในส่วนของการให้บริการ พนักงานทุกคนจะต้องได้รับการอบรมทางด้านภาษาและการให้บริการที่ดีเยี่ยม รวมถึงการบริการที่มีคุณภาพและเป็นกันเอง ซึ่งแตกต่างจากที่พักราคาประหยัดอื่นๆ

บริษัทได้ตั้งเป้าหมาย “เป็นผู้นำในการให้บริการที่พักราคาประหยัดในรูปแบบโฮสเทลระดับโลก” ซึ่งประมาณการการเข้าพักประมาณ ร้อยละ 60-70 ตลอดทั้งปี

ตั้งแผนธุรกิจที่ทางบริษัทวางไว้ ด้วยเงินลงทุนเริ่มต้น จำนวน 5,780,000 บาท บริษัทจะสามารถคืนทุนได้ภายในระยะเวลา 4 ปี 6 เดือน

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทสรุปผู้บริหาร	ค
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญรูปภาพ	ช
บทที่ 1 ภาพรวมและความน่าสนใจทางธุรกิจ	1
1.1 ความเป็นมาของธุรกิจ	1
1.2 โอกาสและความสำคัญทางธุรกิจ	2
1.3 ข้อมูลบริษัท	12
1.4 รูปแบบของธุรกิจ	13
1.5 สินค้าและบริการ	13
1.6 ความน่าสนใจของธุรกิจ ผลิตภัณฑ์/ บริการ	13
1.7 วิสัยทัศน์	16
1.8 พันธกิจ	16
1.9 เป้าหมายธุรกิจ	16
บทที่ 2 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและตลาด	18
2.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ	18
2.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (External Analysis)	23
2.3 การวิเคราะห์สถานะการแข่งขันในธุรกิจออกแบบตกแต่งภายในด้วย โมเดล Five Forces (Industry Analysis)	25
2.4 การวิเคราะห์คู่แข่งในอุตสาหกรรม (Competitive Analysis)	26
2.5 การวิเคราะห์ จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และ อุปสรรค (SWOT Analysis)	33
2.6 กลยุทธ์ที่ใช้ในการแข่งขัน	36
บทที่ 3 แผนการตลาด	37
3.1 การแบ่งส่วนการตลาด	37

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.2การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย	40
3.3 การวางตำแหน่งทางการตลาด	40
3.4 กลยุทธ์ทางการตลาด (4Ps)	43
บทที่ 4 แผนการดำเนินงานทางธุรกิจและแผนการผลิต	54
4.1 ทำเลที่ตั้ง	54
4.2 แผนผังภายในอาคาร	55
4.3 กระบวนการผลิตและส่งมอบงาน	59
บทที่ 5 แผนการบริหารและการองค์กร	63
5.1 รูปแบบการจัดตั้งธุรกิจ	63
5.2 แผนผังโครงสร้างองค์กร	64
5.3 ลักษณะงานและความรับผิดชอบ	64
5.4 แผนการว่าจ้างพนักงาน	66
บทที่ 6 แผนการเงิน	67
6.1 สมมติฐานทางการเงินและการเงิน	67
บทที่ 7 การบริหารความเสี่ยง (Risk management)	83
7.1 ความเสี่ยงด้านการตลาด	84
7.2 ความเสี่ยงด้านการเงิน	85
7.3 ความเสี่ยงด้านเครดิต	86
7.4 ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ	86
7.5 ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์	86
บรรณานุกรม	88
ประวัติผู้วิจัย	89

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1.1 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าไทยรวมทุกด่าน ปี 2553-2557	3
1.2 จำนวนและรายได้จากการท่องเที่ยว ปี 2555-2557	5
1.3 ตารางสรุปจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวในจังหวัดแพร่	6
5.1 แสดงรายละเอียดจำนวนพนักงานและอัตราค่าจ้างบุคลากร (ระยะเวลา 5 ปี)	66
6.1 ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	68
6.2 งบประมาณโครงการ	69
6.3 ตารางพยากรณ์การขายสินค้ารายไตรมาส	71
6.4 ตาราง การขายสินค้า เงินสด/ เงินเชื่อ	73
6.5 ตารางประมาณการเงินสดรับ จากการขายสินค้า	74
6.6 ประมาณการค่าใช้จ่ายทางการตลาด	75
6.7 รายการเครื่องใช้สำนักงาน และสินทรัพย์ถาวรอื่นๆ ในการบริหารจัดการ	76
6.8 ตารางแสดงค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการ พ.ศ. 2558 – 2562	77
6.9 ตารางแสดงค่าเสื่อมราคา พ.ศ. 2558 – 2562	78
6.10 งบกำไรขาดทุน	79
6.11 งบแสดงฐานะทางการเงิน	80
6.12 งบกระแสเงินสด	81
6.13 ระยะเวลาคืนทุน	82
6.14 มูลค่าปัจจุบันสุทธิของการลงทุน (Net Present Value : NPV)	82
6.15 อัตราผลตอบแทนของโครงการ (Internal Rate of Return : IRR)	82

สารบัญภาพ

ภาพ		หน้า
1.1	ปีท่องเที่ยววิถีไทย 2558	4
1.2	สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจของจังหวัดแพร่	9
1.3	ที่พักแบบโฮสเทล	11
1.4	ตราสัญลักษณ์โรงแรม	12
2.1	ภูมิไทย การ์เด็น โฮสเทล	27
2.2	โรงแรมเอือนนนานาบูติก	28
2.3	โรงแรมนครแพร่ทาวเวอร์	29
2.4	Lub-D hostel	30
2.5	ยิ้ม ห้วยขวาง โฮสเทล	31
2.6	นิราศบางกอก โฮสเทล	32
2.7	กลยุทธ์ที่ใช้ในการแข่งขันทางธุรกิจ	36
3.1	ที่พักแบบโฮสเทล หรือ หอพัก (Hostel, Dormitory)	39
3.2	กลุ่มเป้าหมายลูกค้านักท่องเที่ยวต่างชาติ ประเภทแบ็กแพกเกอร์	40
3.3	การวางตำแหน่งทางการตลาดเมื่อเทียบกับคู่แข่ง	41
3.4	การวางตำแหน่งทางการตลาดเมื่อเทียบกับคู่แข่ง	42
3.5	ห้องพักรวม	44
3.6	ห้องพักส่วนตัว	44
3.7	ผังอาคารชั้น 1	45
3.8	ผังอาคารชั้น 2	46
3.9	ผังอาคารชั้น 3	46
3.10	รูปแบบของการออกแบบตกแต่ง	47
3.11	บริเวณที่ตั้งของโฮสเทล	49
3.12	แผนที่ที่ตั้งของโฮสเทล	49
3.13	วัดพระบาทมิ่งเมืองวรวิหาร	50
3.14	บ้านประทับใจ	50

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพ	หน้า	
3.15	คุ้มเจ้าหลวงเมืองแพร่	51
3.16	นิตยสารในการลงโฆษณาประชาสัมพันธ์	52
3.17	การทำการตลาดโดยใช้ช่องทาง online marketing	52
3.18	การทำการตลาดโดยการออกบูทประชาสัมพันธ์ในงานท่องเที่ยวไทย	53
4.1	สถานที่ตั้ง	54
4.2	แผนที่โครงการ	54
4.3	ผังอาคารชั้น 1	57
4.4	ผังอาคารชั้น 2	58
4.5	ผังอาคารชั้น 3	58
4.6	ขั้นตอนการดำเนินงาน	59
4.7	การเลือกจองห้องพักผ่านหน้า Website	60
5.1	แผนผังโครงสร้างองค์กร	64

บทที่ 1

ภาพรวมและความน่าสนใจทางธุรกิจ

1.1 ความเป็นมาของธุรกิจ

หากกล่าวถึงธุรกิจที่พักราคาประหยัด หรือโฮสเทล (Hostel) ในประเทศไทยนั้น เริ่มขึ้นใน ในปี พ.ศ. 2514 ที่ถนนข้าวสาร เขตบางลำพู กรุงเทพมหานคร และกระจายไปตามแหล่งท่องเที่ยวหลักในประเทศไทย โดยตอนแรกมีกลุ่มเป้าหมายหลัก คือนักท่องเที่ยวกลุ่มเยาวชนอายุ 15 –26 ปี แต่จากข้อมูลของสำนักสถิติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในช่วงหลังนี้ พบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีอัตราเติบโตประมาณ 20% ทุกปี และอัตราการใช้จ่ายในการเดินทางต่อครั้งสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้นักท่องเที่ยวเยาวชนไม่ใช่นักท่องเที่ยวแบบประหยัดอีกต่อไป จากแนวโน้มค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้นและระยะเวลาเข้าพักนานขึ้นทำให้ธุรกิจที่พักราคาประหยัดขยายตัว และกลายเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของนักท่องเที่ยวของกลุ่มอื่นที่ต้องการประหยัดงบประมาณอีกด้วย ซึ่งในปัจจุบันที่พลัดถิ่นนี้ไม่ได้มีไว้เพื่อกลุ่มเยาวชนเพียงอย่างเดียว เพราะนักท่องเที่ยวทั่วไปทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติสามารถเข้าพักได้ ซึ่งในประเทศไทยมีที่พักราคาประหยัดอยู่มากมายหลายประเภท และมีแนวโน้มการเติบโตสูงขึ้นไปตามจังหวัดต่างๆ ในประเทศไทย

จังหวัดแพร่ เป็นอีกหนึ่งจังหวัดที่มีอัตราการเจริญเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทย และ ชาวต่างชาติ ที่มีจำนวนสูงขึ้นในทุกๆปี และผู้จัดทำแผนธุรกิจฉบับนี้ตั้งได้มองเห็นว่าการท่องเที่ยวในจังหวัดแพร่ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นจากปีก่อนๆอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ผู้ประกอบการเกิดการตื่นตัวและมีความสนใจในการทำธุรกิจประเภทที่พักอาศัยและโรงแรมเพิ่มมากขึ้น แต่อย่างไรก็ตามการเลือกใช้บริการที่พักจากนักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับจุดประสงค์ ความพึงพอใจของแต่ละบุคคล จึงก่อให้เกิดที่พักประเภทต่างๆที่เป็นทางเลือกในการตัดสินใจตามความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น โรงแรม เกสเฮาส์ หรือ โฮมสเตย์ เป็นต้น แต่ยังมีนักท่องเที่ยวบางกลุ่มอาจจะไม่ได้ต้องการมาเพียงแค่พักผ่อนเท่านั้น แต่นักท่องเที่ยวกลุ่มนั้นยังต้องการการพบปะเพื่อนและสังคมใหม่ๆ พร้อมกับมองหาที่พักในรูปแบบราคาประหยัดอีกด้วย

ผู้จัดทำแผนธุรกิจจึงได้เล็งเห็นความสำคัญของโรงแรมประเภท hostel ซึ่งเป็นประเภท

ของที่พักที่เป็นทางเลือกหนึ่งให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มดังที่กล่าวมา ประกอบกับผู้จัดทำแผนธุรกิจเป็นคนจังหวัดแพร่ ซึ่งมีความสนใจในการลงทุนในธุรกิจที่พักอาศัยสำหรับนักท่องเที่ยว และผู้จัดทำแผนธุรกิจมองเห็นโอกาสทางธุรกิจในปัจจุบัน ว่าขณะนี้ยังไม่มีที่พักอาศัยสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีรูปแบบเป็น hostel ในจังหวัดแพร่ ส่งผลให้เกิดการวางแผนธุรกิจ Wonderlust hostel เกิดขึ้น

1.2 โอกาสและความสำคัญทางธุรกิจ

ธุรกิจที่พักราคาประหยัด หรือโฮสเทล (Hostel) ในจังหวัดแพร่ นั้นมีโอกาสสำหรับการลงทุนอยู่หลายประการ ดังต่อไปนี้

1.2.1 แนวโน้มการเติบโตของการท่องเที่ยวประเทศไทย

จากรายงานข่าวศูนย์วิจัยกสิกรไทยพบว่า แนวโน้มการเติบโตของตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติของไทยในปี 2558 มีหลายประเด็นที่อาจจะส่งผลต่อการฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยวไทย โดยประเด็นระดับมหภาค เช่น เสถียรภาพทางการเมืองที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในสายตาชาวต่างชาติ ภาวะเศรษฐกิจในประเทศ ซึ่งเป็นตลาดนักท่องเที่ยวเป้าหมายหลักของไทย โดยเฉพาะจีน รัสเซีย และประเทศยุโรป เป็นต้น รวมถึงประเด็นเฉพาะของภาคธุรกิจบริการด้านท่องเที่ยว เช่น มาตรการด้านความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว ซึ่งมาตรการดังกล่าวจะเรียกความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวกลับคืนมา ตลอดจนการแสวงหาช่องทางและดำเนินกิจกรรมทางการตลาดเพื่อเจาะลูกค้าใหม่ๆ เป็นต้น

ทั้งนี้ ในช่วงไตรมาส 4 ของปี 2558 คาดว่า จะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยประมาณ 7.35 ล้านคน หรือเติบโตในอัตรา 5.4% หลังจากที่เคยหดตัวเฉลี่ย 10.4% ในช่วง 3 ไตรมาสที่ผ่านมา และทั้งปีตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติของไทยน่าจะติดลบ 5.8% จากก่อนหน้านี้ที่ขยายตัวสูงถึง 18.8% โดยมีนักท่องเที่ยวประมาณ 25 ล้านคน และสร้างรายได้ท่องเที่ยวสะพัดภายในประเทศมูลค่า 1.167 ล้านล้านบาท ลดลง 3.3% จากปี 56 ที่มีรายได้ท่องเที่ยวมูลค่า 1.207 ล้านล้านบาท

แม้สถานการณ์ตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติของไทยในช่วงไตรมาสสุดท้ายของปี 2557 จะมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้น แต่อาจจะไม่สูงเท่ากับช่วงเดียวกันของหลายปีที่ผ่านมาเนื่องจากปัจจัยหลายประการ โดยแบ่งเป็นปัจจัยภายในของประเทศไทย เช่น การใช้กฎอัยการศึกที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวและภาพลักษณ์ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินในหมู่นักท่องเที่ยว

ต่างชาติที่กำลังวางแผนเข้ามาพักผ่อนในประเทศไทยช่วงไฮซีซั่นปีนี้เป็นต้น ส่วนปัจจัยภายนอกประเทศ เช่น เสถียรภาพทางด้านการเศรษฐกิจที่มีผลต่อการใช้จ่ายในกิจกรรมต่างๆ ซึ่งรวมถึงกิจกรรมการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ อีกทั้งการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของหลายประเทศในปัจจุบัน ส่วนหนึ่งสะท้อนได้จากการดำเนินมาตรการต่างๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มเป้าหมาย เช่น มาตรการยกเว้นวีซ่าให้กับนักท่องเที่ยว เป็นต้น

ตารางที่ 1.1 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าไทยรวมทุกด่าน ปี 2553-2557 (มกราคม-ธันวาคม)

ปี พ.ศ.	จำนวนนักท่องเที่ยว	Δ %
2553	15,936,400	+12.63%
2554	19,230,470	+20.67%
2555	22,353,903	+16.24%
2556	26,546,725	+18.76%
2557	24,779,768	-6.66%

รวมถึงการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กำหนดให้ปี 2558 เป็นปีท่องเที่ยววิถีไทย ได้ส่งเสริมการท่องเที่ยวตลอดปี ตอบรับนโยบาย คสช. ถิ่นความสุขให้ประชาชน พร้อมทั้งได้จัดงานส่งเสริมการท่องเที่ยวปี 2558 อย่างเป็นทางการ โดยรัฐบาลพร้อมสนับสนุนการส่งเสริมการท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทยให้มีการรับรู้ไปอย่างกว้างขวางรองรับการเข้าสู่ประชาชนคมอาเซียน นายรัชชัช อยุธยา ผู้ว่าการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) กล่าวว่าเพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายคืนความสุขให้ประชาชน ของ คณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ทาง ททท. ได้กำหนดให้ปี 2558 เป็นปีท่องเที่ยววิถีไทยโดยจะจัดกิจกรรมใหญ่ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวตลอด 12 เดือน ภายในงานมีการนำเสนอภาพลักษณ์ประเทศไทยในมุมมองใหม่และเน้นคุณค่าที่นักท่องเที่ยวจะได้รับจากการมาเที่ยวเมืองไทยผ่านวิถีไทย เพื่อให้เกิดความเข้าใจและยอมรับความเป็นไทย ตลอดจนให้เกิดการแบ่งปันประสบการณ์อย่างต่อเนื่อง โดยภายในงานได้มีการนำความเป็นวิถีไทยมาถ่ายทอดในรูปแบบงานแห่งวัฒนธรรม เพื่อสร้างการรับรู้ถึงภาพลักษณ์อันงดงามและความเป็น

เอกลักษณ์ของไทย รวมทั้งมิตรไมตรีของคนไทย ซึ่งจัดโดย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ร่วมกับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน โดยมี นางกอบกาญจน์ วัฒนวรางกูร รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา นายกลินท์ สารสิน ประธานคณะกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย นายรัชชัย อรัญญิก ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย คณะผู้บริหาร ผู้แทนกระทรวงหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง คณะทูตานุทูต และสื่อมวลชน เข้าร่วม

รัฐบาลชุดมีนโยบายสนับสนุนให้มีการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทยให้มีการรับรู้ไปอย่างกว้างขวาง เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในปี 2558 นี้ โดยประเทศไทยถือเป็นประเทศที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมซึ่งต่างประเทศต่างให้ความสนใจที่จะเดินทางมาสัมผัสและท่องเที่ยวในประเทศไทย



ภาพที่ 1.1 ปีท่องเที่ยววิถีไทย 2558

โดยในช่วงที่ผ่านมาแบ่งออกเป็นนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคต่างๆดังนี้
ตารางที่ 1.2 จำนวนและรายได้จากการท่องเที่ยว ปี 2555-2557

กลุ่มประเทศ	จำนวนนักท่องเที่ยว(คน)			รายได้จากการท่องเที่ยว(ล้านบาท)		
	2557	2556	2555	2557	2556	2555
East Asia	14,561,527	15,911,375	6,462,647	489,242.61	526,057.21	395,451.32
Europe	6,156,132	6,305,945	5,454,494	420,865.80	428,676.47	357,189.75
Americas	1,104,714	1,166,633	1,006,911	76,609.43	81,118.73	68,282.59
South Asia	1,251,558	1,347,585	1,260,263	48,765.40	52,138.04	46,494.90
Oceania	947,242	1,021,936	1,035,992	64,955.10	71,055.51	69,383.41
Middle East	593,000	630,243	663,933	37,430.66	38,564.75	38,224.97
Africa	165,595	163,008	157,309	9,784.49	9,535.11	8,901.4
รวม	24,779,768	26,546,725	22,353,903	1,147,653.49	1,207,145.82	983,928.36

1.2.2 แนวโน้มการเติบโตของการท่องเที่ยวจังหวัดแพร่และแผนพัฒนาการท่องเที่ยว จังหวัดแพร่ประจำปี 2556 – 2560

นางสาวลักขณ์ วิสุทธิผล นายกสมาคมท่องเที่ยวจังหวัดแพร่ และประธานชมรมผู้ประกอบการโรงแรมจังหวัดแพร่ กล่าวว่าที่ผ่านมาหลายฝ่ายมีความพยายามจะผลักดันเรื่องการท่องเที่ยวของจังหวัดแพร่ให้เติบโตขึ้น แต่เนื่องจากเมืองแพร่เป็นเมืองผ่านและเป็นเมืองเล็ก ทำให้ไม่ได้รับความสนใจเท่าที่ควร แต่หลังจากหลายฝ่ายทำงานแบบบูรณาการร่วมกัน ทำให้จังหวัดแพร่เป็นที่รู้จักมากขึ้นและที่สำคัญการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ทำให้แพร่เป็นเมืองท่องเที่ยวได้ทุกฤดูกาล จังหวัดแพร่จึงได้มีโครงการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดแพร่ดังที่กล่าวมาข้างต้นเกิดขึ้น

ส่งผลให้ ในช่วงปีพ.ศ.2553-ปีพ.ศ.2557 จำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ได้มีจำนวนที่เพิ่มขึ้นในทุกปี รวมถึงรายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดแพร่ ดังแสดงในตารางที่ 1.3

ตารางที่ 1.3 ตารางสรุปจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวในจังหวัดแพร่

ปี	จำนวนผู้เยี่ยมชม		รายได้		หมายเหตุ
	คน	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	
2553	523,747	-	812	-	
2554	488,009	-6.82	753.51	-7.20	
2555	640,494	+31.25	1,027.86	+36.41	-ต่างชาติ 52,911 คน -ไทย 587,583 คน
2556	668,566	+4.38	1,126.92	+9.64	-ต่างชาติ 45,910 -ไทย 619,612
2557	735,374	+10	1,239.61	+10	คาดการณ์สถานการณ์ และวางแผนด้าน การตลาดการท่องเที่ยว ของ ททท. สำนักงานแพร่

** ผู้เยี่ยมชม หมายถึง ผู้ที่เดินทางเข้ามาจังหวัดแพร่ นักทัศนาจร และนักท่องเที่ยว

*** นักทัศนาจร หมายถึง ผู้ที่เดินทางเข้ามาจังหวัดแพร่แต่ไม่พักค้างคืน ประเภท เข้าไปเย็นกลับ

**** นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดแพร่และพักค้างคืน

รวมถึงจังหวัดแพร่ได้มีการจัดทำแผนพัฒนาจังหวัด พ.ศ. 2557 – 2560 ซึ่งได้เจาะจงประเด็นยุทธศาสตร์ด้าน ส่งเสริมพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยว ดังนี้

- เป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

เป็นศูนย์กลางในการพัฒนารัฐกิจการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม การท่องเที่ยว เชิงนิเวศ และสุขภาพของกลุ่มจังหวัดล้านนาตะวันออก โดยการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและบุคลากรให้ได้มาตรฐานระดับนานาชาติและประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว

- ตัวชี้วัด

1. ร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพิ่มมากขึ้น
2. ร้อยละของรายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดเพิ่มขึ้น
3. ร้อยละการพัฒนาบุคลากรและเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

- ค่าเป้าหมาย เพิ่มขึ้น ร้อยละ 10 ในแต่ละตัวชี้วัดในทุกปี

- กลยุทธ์

1. พัฒนาฟื้นฟูและส่งเสริมการท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมและธรรมชาติโดยใช้ทุนเดิมที่มีอยู่บนพื้นฐานและเอกลักษณ์ของความเป็นเมืองแพร่
2. แสวงหาการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่เพื่อสร้างความแตกต่างเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว
3. สร้างกระบวนการความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวกับจังหวัดต่างๆและประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มอาเซียนเพื่อเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยว
4. ส่งเสริมและพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกด้านที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ตลอดจนพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐาน สะอาดและมีความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยว
5. พัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวตลอดจนสร้างจิตสำนึกให้กับประชาชนในการต้อนรับและให้บริการนักท่องเที่ยว
6. ส่งเสริมประชาสัมพันธ์และเพิ่มช่องทางการตลาดด้านการท่องเที่ยวทั้งภายในและต่างประเทศ

รวมถึงนโยบายสนับสนุนการท่องเที่ยวในจังหวัดแพร่ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว อาทิเช่น นายอภิชาติ โตดิลกเวชช์ ผู้ว่าราชการจังหวัดแพร่ กล่าวว่า จำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลงในช่วงฤดูฝน หรือโลว์ซีซั่น ส่งผลกระทบทำให้ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดแพร่มีรายได้ลดลง ดังนั้นจังหวัดแพร่จึงได้จัดโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวในช่วงฤดู ฝน ภายใต้คอนเซ็ปต์ "เที่ยวแพร่ กับฝน" เพื่อกระตุ้นให้บรรดานักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ได้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวภายในจังหวัดแพร่ได้ต่อเนื่องตลอดทั้งปี โดยมีโรงแรมที่พักเข้าร่วม 9 แห่ง ร้านอาหาร 11 แห่ง และ

ผู้จำหน่ายสินค้าโอท็อปอีก 10 แห่ง ซึ่งคาดว่าแคมเปญดังกล่าวจะทำให้มีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นประมาณ 10% นอกจากนี้จังหวัดแพร่ได้ร่วมกับภาคเอกชนและภาครัฐ จัดแคมเปญพิเศษ "แพร่ละบาท" ซึ่งเป็นไฮไลต์ของโครงการเที่ยวแพร่กับฝน ซึ่งนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาพักในโรงแรมที่ร่วมโครงการ ทางโรงแรมจะคิดค่าห้องพัก 2 คืนแรกในราคาปกติ ส่วนคืนที่ 3 จะคิดราคาเพียง 1 บาทเท่านั้น และหากรับประทานอาหาร หรือซื้อของที่ระลึกในร้านค้าที่ร่วมโครงการ จะได้รับสิทธิจ่ายค่าอาหารจานละ 1 บาท หรือซื้อของที่ระลึกในราคาชิ้นละ 1 บาท ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวสามารถสังเกตได้จากสติ๊กเกอร์ "แพร่ละบาท" ที่ติดอยู่บนร้านอาหาร หรือโรงแรม ขณะเดียวกันได้มีการตกแต่งเมืองแพร่ ด้วยร่มหลากสีเส้นที่บริเวณสนามหลวงเมืองแพร่ และบริเวณต่าง ๆ ทั่วเมือง เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้ถ่ายภาพกลางบรรยากาศฝนตก นอกจากนี้ภายใต้โครงการดังกล่าว เทศบาลเมืองแพร่ยังขอเชิญคนซื้อฝนหาเพื่อน หรือคนในครอบครัว มารับประทานอาหารเย็นพื้นเมืองในราคาโดนละ 1 บาท ภายใต้คอนเซ็ปต์ "อ้มหลูดโลก โดกละบาท" ในทุกเย็นวันเสาร์ ตลอดระยะเวลา 3 เดือน ที่ภาคสามวัย รวมทั้งมีโปรแกรมนั่งรถรางกินลมชมแพร่คนละบาท การดับบาตรหน้าฝนบนเมฆเก่า ซึ่งหมายถึงการดับบาตรบนเมฆ หรือกำแพงเมืองเก่า ทุกเช้าวันพุธการประกวดเจ้าสาวที่ไม่กลัวฝน โดยจะสิ้นสุดโครงการปลายเดือนกันยายน ปี 2557 ที่ผ่านมา

1.2.3 ศักยภาพของสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดแพร่

จังหวัดแพร่มีศักยภาพที่พร้อมรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นในแต่ละปี เนื่องจากจังหวัดแพร่มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจมากมาย ทั้งในด้านวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ธรรมชาติ อุทยานแห่งชาติ เป็นต้น ซึ่งมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจดังต่อไปนี้

● แหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ

น้ำตกห้วยโรง หรือ น้ำตกห้วยลง น้ำตกห้วยโรงจังหวัดแพร่มีความสวยงามไม่แพ้ น้ำตกแห่งอื่นๆและสำหรับน้ำตกห้วยโรง ต.ห้วยโรง อ.ร้องกวาง จ.แพร่ แห่งนี้ยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงาม

แก่งหลวง เป็นบริเวณที่มีโขดหินใหญ่น้อยเรียงรายอยู่ในแม่น้ำยม

ภูเขาหินปะการัง ซึ่งเกิดจากการยุบตัวของเปลือกโลก และการชะล้างพังทลายของหินที่ใช้เวลาหลายล้านปี

น้ำตกตาดขาววา เป็นน้ำตกที่ตกจากหน้าผาสูงสวยงามมาก และต้องเดินเท้าเข้าไปชม แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติอันงดงาม ด้วยความสูงของตัวน้ำตกถึง 120 วา

น้ำตกแม่เงิงหลวง และแม่เงิงน้อย

- แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์

วัดพระธาตุช่อแฮ วัดพระธาตุช่อแฮเป็นปูชนียสถานอันศักดิ์สิทธิ์คู่บ้านคู่เมืองแพร่ พระธาตุช่อแฮ เป็นวัดที่ประดิษฐานองค์พระธาตุช่อแฮซึ่งเป็น พระธาตุศักดิ์สิทธิ์คู่บ้านคู่เมืองแพร่

วัดพระบาทมิ่งเมืองวรวิหาร แต่เดิมนั้นเป็นวัดราษฎร์ต่อมาในปี พ.ศ. ๒๔๕๘ ได้ยกฐานะ เป็นพระอารามหลวงชั้นตรี ประเภทวรวิหาร

วัดพระธาตุสุโทนมงคลคีรี วัดพระธาตุสุโทนมงคลคีรีเป็นวัดใหม่ที่สร้างขึ้นเมื่อปี 2520 มีศิลปะการก่อสร้างเป็นศิลปกรรมแบบไทยเหนือ มีความสวยงามและอลังการ

บ้านวงศ์บุรี เป็นบ้านของเจ้าพรหมเจ้าสุรนันทวงศ์บุรี ผู้สืบเชื้อสายมาจากอดีตเจ้าเมืองแพร่สร้างเมื่อปี พ.ศ.2440 เป็นบ้านแบบยุโรปประยุกต์หลังคาสูงทรงมิลวดลายไม้แกะสลักประดับ



ภาพที่ 1.2 สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจของจังหวัดแพร่

1.2.4 กระแสนิยมการท่องเที่ยวโดยพักในรูปแบบโฮสเทล

ท่ามกลางวิกฤตการเงินโลกที่ไม่มีทีท่าว่าจะสิ้นสุดลง อุตสาหกรรมจำนวนมากต่างประสบกับความยากลำบากอย่างต่อเนื่อง แต่มีธุรกิจส่วนหนึ่งที่สวนกระแสดังกล่าว นั่นคือ ที่พักแบบโฮสเทล จากงานวิจัยจาก Hostelworld.com เว็บไซต์จองโฮสเทลอันดับหนึ่ง ซึ่งจัดทำร่วมกับ Lonely Planet ผู้ให้บริการข้อมูลท่องเที่ยวระดับชั้นนำของโลก เผยแพร่ว่า 94% ของผู้ที่ท่องเที่ยวในช่วงฤดูร้อนนี้ให้ความสนใจที่พักแบบโฮสเทล และเกินกว่า 80% ของผู้ที่ได้รับการสำรวจเลือกให้ Hostelworld.com เป็น เว็บไซต์จองโฮสเทลที่น่าเชื่อถือมากที่สุด

งานวิจัยทั่วโลกซึ่งสอบถามความคิดเห็นผู้คนกว่า 5,000 คนใน 141 ประเทศพบว่า ค่าใช้จ่ายเป็นปัจจัยที่ควบคุมทางเลือกที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน จากผลสำรวจดังกล่าว เกือบ 90% ไม่พร้อมที่จะจ่ายค่าที่พักเกินกว่า 100 ดอลลาร์สหรัฐต่อคืน ขณะที่ผู้ที่ได้รับการสำรวจส่วนใหญ่ (54%) เติรมที่จะลดงบประมาณด้านที่พักลง เพื่อที่จะได้ท่องเที่ยวได้ตามความต้องการมากขึ้น ผลที่ตามมาก็คือ การค้าในอุตสาหกรรมโฮสเทลทั่วโลกขยายตัวอย่างมาก ซึ่งนักท่องเที่ยวต่างเก็บเกี่ยวผลประโยชน์ด้วยการใช้เวลาในการท่องเที่ยวมากขึ้น โดยครึ่งหนึ่งของผู้ที่ตอบรับการสำรวจกล่าวว่า พวกเขากำลังสนใจที่จะใช้เวลาท่องเที่ยวมากกว่าที่เคย คือ 15 วัน หรือนานกว่านั้น

เฟียร์กัล มูนี (Feargal Mooney) ประธานเจ้าหน้าที่บริหารของ Hostelworld.com กล่าวว่า "เรารู้สึกเป็นเกียรติอย่างยิ่งที่ได้รับเลือกให้เป็นเว็บไซต์จองโฮสเทลที่น่าเชื่อถือที่สุด และข้อมูลจากผลสำรวจของเราที่ดังและชัดเจนมากกว่า นักท่องเที่ยวต้องการความคุ้มค่าด้านการเงิน และพวกเขาก็เห็นว่าที่พักแบบโฮสเทลเป็นหนทางหนึ่งที่น่าไปสู่สิ่งนั้น แนวคิดเดิม ๆ เกี่ยวกับที่พักแบบโฮสเทลได้เปลี่ยนไปแล้ว ซึ่งได้รับแรงหนุนจากนวัตกรรมใหม่ๆ อันน่าตื่นตาตื่นใจของสิ่งอำนวยความสะดวกในโฮสเทลทั่วโลก และจากนักท่องเที่ยวที่ต้องการควบคุมงบประมาณในการท่องเที่ยวที่มีจำนวนมากขึ้น ทั้งหมดนี้ได้เปิดตลาดใหม่ให้กับอุตสาหกรรมโฮสเทล และก็มีผู้ที่เราคาดว่าจะกลับมาใช้บริการอีกครั้ง เมื่อได้สัมผัสประสบการณ์ที่พักระดับคุณภาพสูงนี้แล้ว"

ต้องยอมรับว่า ตลอดหลายปีที่ผ่านมา เรื่องของการแปลงโฉม “บ้านเก่า” สู่การเป็น “บูติก โฮเต็ล” นั้นเป็นเรื่องที่อยู่ในกระแสความสนใจของคนที่นับวันยิ่งทวีความนิยมมากขึ้นทุกขณะ ด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ที่มีคุณภาพทั้งไทยและต่างชาติที่ชอบเที่ยวแบบมีสไตล์เน้นความคุ้มค่าในการบริการเป็นสำคัญ มากกว่าความหรูหราเพิ่มมากขึ้นเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้การแปลงโฉมบ้านเก่าในชุมชนที่มีของดีมีเรื่องเล่าให้เป็น บูติก โฮเต็ล เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเพราะธุรกิจนี้เป็นธุรกิจเก๋ มีสไตล์ ที่ไม่ต้องใช้การลงทุนด้วยตัวเงินมากนัก แต่ลงทุนด้วยความคิดสร้างสรรค์มากกว่า อีกทั้งผู้ประกอบการยังสามารถออกแบบได้เองทุกตารางนิ้ว ดีไซน์การบริการได้ทุกอย่าง มีรูปแบบ

ที่เป็นตัวเองได้อย่างสูงสุด และการที่เข้าถึงใจลูกค้า จึงทำให้ผู้ประกอบการนึกตัวเองออกจากสงครามราคาได้อย่างเด็ดขาด โดยสามารถตั้งอัตราค่าบริการได้ตามใจ โดยไม่สนใจว่าจะต่ำหรือสูงกว่าที่פקในรูปแบบเดิมๆส่งผลให้กระแสความนิยมบูติก โฮเต็ลเพิ่มขึ้นอย่างกว้างขวางและรวดเร็ว การเติบโตของธุรกิจนี้จึงยังคงมีอนาคตสดใสเป็นอย่างยิ่ง คุณจิณ-วรพันธุ์ คล้ามไพบูลย์ ภูธรบูติกโฮเต็ล สถาปนิกผู้เชี่ยวชาญการเปลี่ยนอาคารเก่าเป็นบูติก และเจ้าของที่พักสุดฮิตตามเสน 5 ลอดจ์ ให้ความเห็นว่า “ธุรกิจนี้เหมาะกับเมืองไทยมากเพราะมีทุกอย่างครบเครื่อง ทั้งเรื่องการบริหาร ความน่าสนใจในพื้นที่ วิถีชุมชน อาหารการกิน และดีไซน์อันเป็นเอกลักษณ์ และคนไทยสามารถทำได้ดีมาก ทำให้คนหลงเสน่ห์ได้โดยไม่ยาก”



ภาพที่ 1.3 ที่พักแบบโฮสเทล

โฮสเทล (Hostel) คือ ที่พัก หรือ โรงแรม ราคาประหยัด ที่ได้แนวคิดมาจากฝั่งยุโรป มีจุดประสงค์มุ่งเน้นให้เกิดสังคมเล็กๆระหว่างผู้ที่มาพักด้วยกัน จึงมักจะมีลักษณะเป็นห้องแบบหอพักที่มีเตียงนอน 2 ชั้น และมีห้องน้ำส่วนกลาง แต่บางแห่งก็จะมีห้องแบบแยกเป็นส่วนตัว แบบมีห้องน้ำในตัว โฮสเทลแต่ละแห่งจะมีพื้นที่ส่วนกลางไว้ให้ผู้ที่มาพักได้มานั่งเล่น รับประทานอาหาร พุดคุยกัน เช่น ห้องรับประทานอาหารและห้องครัวส่วนกลาง ห้องดูทีวี และ ห้องนั่งเล่น โฮสเทลส่วนใหญ่จะพยายามให้ผู้ที่มาพักได้มีประสบการณ์เรื่องต่างๆ เหล่านี้ด้วยตัวเอง จึงไม่มีบริการแบบครบวงจรเหมือนโรงแรม เช่น เรื่องการซักอบรีด หรือ เสิร์ฟอาหารไปยังห้องพัก ลักษณะเด่นของที่พักแบบโฮสเทลคือดังนี้

1. เนื่องจากเป็นสถานที่พักราคาย่อมเยา การบริการจะแตกต่างจากโรงแรม ลูกค้าจึงควรสามารถบริการตนเองได้ตามสมควรในเรื่องต่างๆ อาทิ การยกกระเป๋า การชงกาแฟหรือชา การนำผ้าเช็ดตัวและผลิตภัณฑ์สำหรับใช้ในห้องน้ำมาเอง อาหารเช้า (ซึ่งมีต้นทุนสูง) อาจมีทางเลือกน้อยกว่าโรงแรม เป็นต้น

2. บรรยากาศของโฮสเทลมักดูคล้าย "บ้าน" (homey ambience) มากกว่าโรงแรม ซึ่งมักมีขนาดใหญ่โต กว้างใหญ่ สำหรับผู้เดินทางคนเดียว โรงแรมจึงอาจมีขนาดอันใหญ่โต และมีบรรยากาศไม่อบอุ่นเท่าโฮสเทล

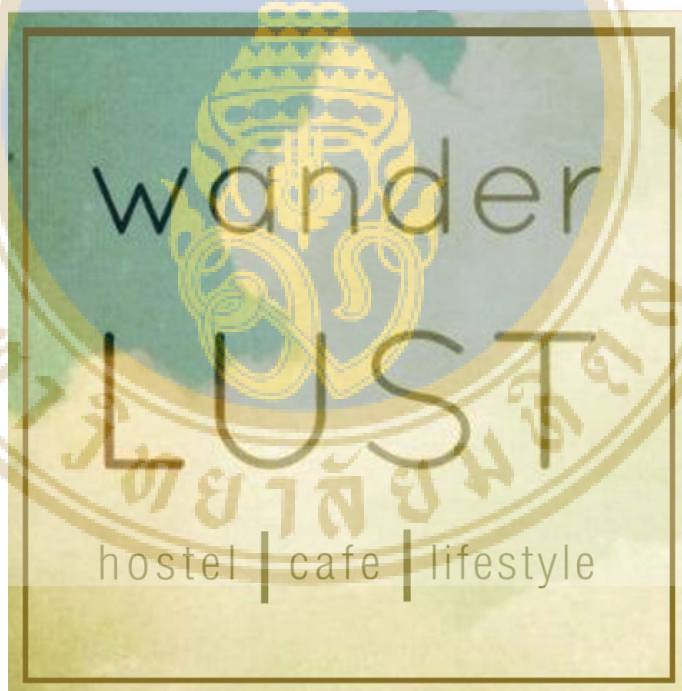
1.3 ข้อมูลโรงแรม

1.3.1 ชื่อโรงแรมและที่ตั้ง

วอนเดอร์lust โฮสเทล (Wanderlust hostel)

ที่อยู่ ที่ดิน 4 ไร่ ดิคน้ำยม ตั้งอยู่ ต.ในเวียง อ.เมือง จ.แพร่

1.3.2 ตราสัญลักษณ์โรงแรม



ภาพที่ 1.4 ตราสัญลักษณ์โรงแรม

1.3.3 สโลแกนโรงแรม

Journey to the new world

1.4 รูปแบบของธุรกิจ

ธุรกิจที่พัก หรือ โรงแรม ราคาประหยัด สำหรับเช่ารายวัน

1.5 สินค้าและบริการ

1.5.1 บริการห้องพัก โดยมีห้องพัก 6 ประเภทหลัก รวมทั้งสิ้น 15 ห้อง ซึ่งสามารถรองรับผู้เข้าพักได้สูงสุด จำนวน 60 คน โดยแบ่งห้องตามประเภทได้ดังนี้

- ประเภท A1 ห้องนอนรวม 4 คน (ไม่แยกเพศ) จำนวน 4 ห้อง
 - ประเภท A2 ห้องนอนรวม 4 คน (เพศหญิง) จำนวน 2 ห้อง
 - ประเภท B1 ห้องนอนรวม 6 คน (ไม่แยกเพศ) จำนวน 3 ห้อง
 - ประเภท B2 ห้องนอนรวม 6 คน (เพศหญิง) จำนวน 1 ห้อง
 - ประเภท C ห้องพักส่วนตัว 3 คน จำนวน 2 ห้อง
 - ประเภท D ห้องพักส่วนตัว 2 คน จำนวน 3 ห้อง
- โดยในแต่ละห้องพักจะมี 1 ห้องน้ำต่อห้อง

1.5.2 บริการส่วนร้านกาแฟ

1.5.3 บริการส่วน Art gallery และ Souvenir shop

1.5.4 บริการพื้นที่ส่วนกลาง(Common Area) ในแต่ละชั้น

1.6 ความน่าสนใจของธุรกิจ ผลิตภัณฑ์/ บริการ

Wanderlust hostel มีความโดดเด่นในด้านราคาที่ถูก และตั้งอยู่ใจกลางเมือง ใกล้แหล่งท่องเที่ยว เหมาะสำหรับผู้ที่มาเพื่อท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นชาวไทยหรือชาวต่างชาติ ซึ่งสามารถตอบโจทย์นักเดินทางในลักษณะแบ็คแพ็คเกอร์เป็นอย่างดี เนื่องจากนักเดินทางกลุ่มนี้มักยึดหลักสำคัญที่สุดของห้องพักว่า “ขอให้นอนพักได้ก็เพียงพอ” แล้วนำเงินที่ประหยัดได้ไปใช้ในส่วนอื่นของการเดินทางที่สำคัญกว่า อาทิเช่นค่ารถในการเดินทางไปเที่ยว ค่าอาหาร ค่าจับซื้อของ เป็นต้น ซึ่งลักษณะที่พัก โดยหลักห้องพักจะเป็นห้องที่มีเตียงหลายๆเตียงรองรับ และ คิรราคา

รายหัว ซึ่งลูกค้าแต่ละท่านจะมีพื้นที่บนเตียงนอนของตน พื้นที่รอบๆเตียง และตู้ล็อกเกอร์เป็นของตนเอง ในส่วนห้องน้ำ ห้องนั่งเล่น ห้องคอมพิวเตอร์ ห้องครัว โต๊ะอาหาร และ ราวตากผ้า จะเป็นการใช้ร่วมกันของส่วนกลางของทางโฮสเทล

ความน่าสนใจของโฮสเทล คือการสร้างโอกาสให้คุณได้พบปะพูดคุยแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับเพื่อนใหม่ไม่จำกัดด้วยวุฒิ คุณวุฒิ เพศ เชื้อชาติ และสัญชาติ ซึ่งเห็นว่าเป็นจุดที่สนุกและน่าตื่นเต้นอันดับต้นๆของการเลือกที่พักแบบโฮสเทล

ซึ่งหากเปรียบเทียบข้อดีและข้อเสีย ระหว่างโฮสเทลกับโฮสเทล จะสามารถเห็นความแตกต่างได้ดังนี้

1. ราคา

Hotel : โรงแรม ราคามักแพงกว่าโฮสเทล แต่ที่พักประเภทนี้ได้ความสะดวกสบายเป็นส่วนตัว สามารถพักผ่อนเงียบๆได้ แต่ต้องระวังเพราะบางโรงแรมไม่ยอมบอกราคาห้องพักที่รวมภาษี ทำให้ต้องจ่ายเงินเพิ่มเมื่อไปถึง ในบางประเทศโรงแรม 5 ดาวกลับมีมาตรฐานเท่าโรงแรม 3 ดาวในประเทศไทยอีกด้วย

Hostel : ราคามักจะถูกกว่าโรงแรมแต่คุณภาพก็ย่อมต่ำกว่าไปด้วย แต่ก็มีบางที่ที่ห้องเดี่ยวหรือห้องคู่ในโฮสเทลมีราคาใกล้เคียงหรือเท่ากับโรงแรม ที่พักแบบโฮสเทลเหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องเดินทางคนเดียวไม่มีคนแชร์ค่าห้องพัก การจองแบบนอนห้องรวมราคาจะถูกมากและช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายได้ค่อนข้างมาก แต่ก็ต้องยอมรับเพื่อนร่วมห้องที่มาจากต่างที่ได้ด้วย

2. ความปลอดภัย

Hotel : ทุกโรงแรมต้องมีมาตรฐานความปลอดภัยในระดับหนึ่ง ซึ่งความปลอดภัยเบื้องต้นในระดับโรงแรมก็คือ ไม่มีใครสามารถเข้าห้องพักของเราได้ ส่วนมากโรงแรมมักจะตั้งอยู่ในที่ที่ค่อนข้างปลอดภัย มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยคอยดูแลอยู่ตลอดเวลา ขณะที่อยู่พักในห้องพักก็สามารถพักผ่อนอย่างเป็นส่วนตัว และที่สำคัญ ไม่ต้องกังวลเรื่องทรัพย์สินสูญหาย

Hostel : ที่พักรูปแบบนี้มีความปลอดภัยปานกลางถึงต่ำมาก โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่หญิงเดินทางคนเดียวต้องระวังตัวให้มากขึ้นถ้าจะเลือกที่พักประเภทโฮสเทลแบบห้องรวม นอกจากนี้ควรดูสถานที่ตั้งของโฮสเทลด้วยว่าอยู่ในที่ที่ปลอดภัยเดินทางสะดวกหรือไม่ และเรื่องที่สำคัญที่สุดคือเรื่องการขโมยของก็ยังพบเห็นได้บ่อยครั้ง ดังนั้นถ้าจะเลือกที่พักประเภทนี้ต้องคำนึงถึงเรื่องความปลอดภัยให้มากที่สุด

3. ความสงบ

Hotel : การนอนโรงแรมเป็นหลักประกันที่แน่นอนว่าเราได้รับความสงบหลังจากเดินตะลุยทั้งวัน สามารถผ่อนคลายนอนหลับได้อย่างสบายใจ โดยไม่ต้องกังวลว่าจะไปรบกวนใครและมีใครมารบกวนเรา

Hostel : การนอนห้องรวมแล้วนอนไม่หลับเป็นการบั่นทอนประสิทธิภาพในการเดินทางอย่างหนึ่ง ส่วนมากทุกห้องในโฮสเทลต้องมีคนกรน มีคนหิบบของ มีคนเดินไปเดินมา มีคนพูดคุยกันตลอดเวลา ถ้ามีความสามารถในการนอนหลับแล้วเพิกเฉยต่อทุกกรณีได้ก็จงโฮสเทลไปเพื่อความประหยัด แต่ถ้าเป็นคนจู้จี้จุกจิก นอนหลับยาก ก็ไม่เหมาะกับการพักประเภทโฮสเทล

4. ห้องน้ำ

Hotel : ส่วนมากห้องน้ำในโรงแรมมักจะเป็นห้องน้ำในตัว แต่ก็ยังมีบางที่ที่เป็นห้องน้ำรวม

Hostel : ส่วนใหญ่ที่พักประเภทนี้ห้องน้ำจะเป็นแบบห้องน้ำรวม แต่ก็จะมีประเภทของห้องพักที่มีห้องน้ำในตัวที่จัดไว้ให้นักท่องเที่ยวที่ต้องการความเป็นส่วนตัว เพราะฉะนั้นการเลือกพักห้องพักประเภทนี้ไม่ควรลืมมองหาและที่จะใส่เดินจากห้องพักไปห้องน้ำ เพราะห้องน้ำรวมไม่ได้ทำความสะอาดทุกครั้งที่มีคนใช้ดังนั้นคราบสบู่ แชมพูของคนที่อาบน้ำก่อนจะหลงเหลืออยู่จึงไม่ใช่เรื่องผิดปกติ

5. เพื่อนคุยแลกเปลี่ยนประสบการณ์

Hotel : การเลือกนอน โรงแรมจะไม่ได้แชร์ประสบการณ์อะไรกับใครเนื่องจากคนที่เลือกที่พักแบบนี้ มักจะอยากได้รับความสงบหลังการเดินทาง

Hostel : ถ้าอยากได้เพื่อนร่วมทางหรือเพื่อนคุยแลกเปลี่ยนข้อมูลการเดินทาง การพักที่โฮสเทลถือว่าสามารถตอบโจทย์ของกลุ่มเหล่านั้นได้ เพราะคนที่เลือกที่พักประเภทนี้ส่วนใหญ่จะเป็นนักเดินทางแบกแพคเกอร์ที่ชอบคุยเล่าเรื่องเล่าประสบการณ์ในการเดินทาง ซึ่งส่วนใหญ่จะยินดีเมื่อมีคนไปคุยด้วย สามารถทักทายได้ตลอดเวลาเพราะโฮสเทลมักจะมีห้องนั่งเล่นรวม (Common Room) ให้ทุกคนมีโอกาสได้เจอกัน นอกจากนี้ห้องครัวก็เป็นเวลาที่ดีในการพบเพื่อนใหม่เช่นกัน

6. บริการ

Hotel : ส่วนมากก่อนข้างดี อุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆ ในห้องค่อนข้างครบถ้วน พนักงานส่วนมากมีการฝึกเรื่องมารยาทการให้บริการมาเป็นอย่างดี

Hostel : การให้บริการของโฮสเทลส่วนมากจะอยู่ในระดับกลางๆ แต่เครื่องใช้ในห้องพักจะไม่ครบครัน เช่น ไม่มีผ้าเช็ดตัว ไม่มีอุปกรณ์อาบน้ำ บางที่ไม่มีผ้าห่มให้ (ต้องจ่ายเพิ่มกันไป

สำหรับคนไปพักหน้าหนาว) พนักงานอาจให้ความช่วยเหลือเมื่อจำเป็นเท่านั้น แต่ทั้งนี้ทั้งนั้น โฮสเทลที่บริการดีกว่าโรงแรมก็มีอยู่มากเช่นกัน

1.7 วิสัยทัศน์

เป็นผู้นำในการให้บริการที่พักราคาประหยัดในรูปแบบโฮสเทล ระดับโลก

1.8 พันธกิจ

- 1.8.1 มุ่งเน้นงานบริการที่พักราคาประหยัด ให้เกิดความพึงพอใจแก่ลูกค้าสูงสุด
- 1.8.2 มุ่งเน้นงานบริการร้านอาหารและ Art gallery ให้เกิดความพึงพอใจแก่ลูกค้าสูงสุด
- 1.8.3 ส่งมอบบริการที่เป็นกันเองและมีมาตรฐาน ด้วยการบริหารจัดการอย่างสร้างสรรค์
- 1.8.4 สร้างสรรค์ประสบการณ์การเดินทางในรูปแบบใหม่ด้วยบริการระดับคุณภาพให้แก่ลูกค้า

1.9 เป้าหมายธุรกิจ

1.9.1 เป้าหมายธุรกิจระยะสั้น (1ปี)

- เผยแพร่และทำการประชาสัมพันธ์ต่อ กลุ่มลูกค้าในประเทศให้เป็นที่รู้จัก
- เผยแพร่และทำการประชาสัมพันธ์ต่อ กลุ่มลูกค้าต่างประเทศให้เป็นที่รู้จัก โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าประเทศสหรัฐอเมริกา และ ประเทศอังกฤษ
- สร้างรายได้ จากยอดขายห้องพักจำนวน 60 % ของห้องพักทั้งหมดตลอดทั้งปี

1.9.2 เป้าหมายธุรกิจระยะกลาง (3ปี)

- รักษาฐาน กลุ่มลูกค้าในประเทศ
- รักษาฐาน กลุ่มลูกค้าต่างประเทศ ประเทศสหรัฐอเมริกา และ ประเทศอังกฤษ
- เผยแพร่และทำการประชาสัมพันธ์ต่อ กลุ่มลูกค้าต่างประเทศให้เป็นที่รู้จัก โดยเฉพาะ

กลุ่มลูกค้าประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศออสเตรเลีย และ ประเทศแถบสแกนดิเนเวีย

- สร้างรายได้ จากยอดขายห้องพักจำนวน 70 % ของห้องพักทั้งหมดตลอดทั้งปี
- ได้รับรางวัล Hostel จาก Hostelworld.com โดยเป็น โฮสเทลที่มีชื่อเสียงที่สุดใน

ประเทศไทย

1.9.3 เป้าหมายธุรกิจระยะยาว (5ปี)

- รักษาฐาน กลุ่มลูกค้าในประเทศ
- รักษาฐาน กลุ่มลูกค้าต่างประเทศ ประเทศสหรัฐอเมริกา และ ประเทศอังกฤษ

ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศออสเตรเลีย และ ประเทศแถบสแกนดิเนเวีย

- สร้างรายได้ จากยอดขายห้องพักจำนวน 70 % ของห้องพักทั้งหมดตลอดทั้งปี
- ได้รับรางวัล Hostel จาก Hostelworld.com โดยเป็น โฮสเทลที่มีชื่อเสียงระดับโลก
- ขยายสาขาสู่จังหวัดอื่นๆ ที่มีศักยภาพ เหมาะสำหรับการลงทุน

บทที่ 2

การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและตลาด

2.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

ในปี 2558 นี้ การเติบโตทางเศรษฐกิจที่ชะลอตัวของรัสเซีย และยุโรป ซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักของประเทศไทย ส่งผลให้ธุรกิจโรงแรมที่มีสถานประกอบการกระจุกตัวอยู่ในพื้นที่ที่มีนักท่องเที่ยวรัสเซีย และยุโรปจำนวนมาก อาจได้รับผลกระทบจากแนวโน้มการลดลงของนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าว อีกทั้งการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมจำนวนมาก รวมถึงทางเลือกในการใช้บริการที่พักที่หลากหลายขึ้น นำมาซึ่งการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมที่รุนแรงมากขึ้น และอาจนำมาสู่ภาวะการแข่งขันทางด้านราคา โดยเฉพาะอย่างยิ่ง โรงแรมและที่พักระดับสามดาวลงไป ซึ่งมีความเสี่ยงในการเกิดภาวะการแข่งขันทางด้านราคาในระดับสูงกว่าโรงแรมในระดับสี่ดาวขึ้นไป

อย่างไรก็ตาม ในช่วงของการนับถอยหลังสู่การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 จะมีนักท่องเที่ยวและผู้เดินทางสัญชาติอาเซียนเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยเพิ่มสูงขึ้น รวมถึงยังเอื้ออำนวยให้การลงทุนธุรกิจโรงแรมโดยผู้ลงทุนจากประเทศสมาชิกอาเซียนเป็นไปได้สะดวกขึ้น ในขณะที่ ประเทศไทยยังคงเป็นเป้าหมายในการลงทุนธุรกิจโรงแรมที่สำคัญของภูมิภาค และสำหรับรายได้จากการเข้าพักจากนักท่องเที่ยวคนไทยในปี 2558 นั้น ก็พบว่า การประกาศใช้มาตรการให้บุคคลธรรมดาและนิติบุคคลสามารถนำรายจ่ายจากการท่องเที่ยวและสัมมนามาหักลดหย่อนภาษีได้ จะเป็นหนึ่งในตัวช่วยที่กระตุ้นตลาดธุรกิจโรงแรมในปี 2558 ได้

กล่าวโดยสรุปว่า ในปี 2558 ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมต้องระมัดระวังความเสี่ยงจากการประกอบธุรกิจที่มีการพึ่งพาลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติประเทศใดประเทศหนึ่งมากเกินไป ที่อาจส่งผลกระทบต่อรายได้ของผู้ประกอบการในกรณีที่จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักลดลง โดยผู้ประกอบการสามารถลดความเสี่ยงผ่านการขยายตลาดไปยังนักท่องเที่ยวและผู้เดินทางระหว่างประเทศสัญชาติอาเซียนที่มีแนวโน้มเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยเพิ่มสูงขึ้น รวมถึงอาจให้ความสำคัญกับการเพิ่มรายได้จากตลาดภายในประเทศมากขึ้น

อีกทั้งผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมระดับสามดาวต้องระมัดระวังภาวะการแข่งขันทางด้านราคา โดยอาจกำหนดตำแหน่งการแข่งขันในด้านการตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของนักท่องเที่ยว

ที่จะส่งผลให้สามารถสร้างความแตกต่างจากโรงแรมระดับสามดาวทั่วไป ซึ่งส่วนใหญ่มีภาพลักษณ์ในการเป็นที่พักระดับราคากลางเท่านั้น

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมต้องชูจุดขายผ่านการนำเสนอกิจกรรมที่สอดคล้องกับรูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ ซึ่งจะเป็นการสร้างความแตกต่างจากการเข้าพักในคอนโดมิเนียม บ้านพัก และเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ ที่ไม่มีการนำเสนอกิจกรรมในระหว่างเข้าพัก

ทั้งนี้ การที่ภาครัฐส่งเสริมให้ปี 2558 เป็นปีแห่งการท่องเที่ยววิถีไทย ที่จะมีการสนับสนุนให้เกิดการกระจายการท่องเที่ยวไปยังจังหวัดที่เป็นหัวเมืองรองมากขึ้น ได้แก่ ลำปาง เพชรบูรณ์ เลย บุรีรัมย์ ตรัง จันทบุรี ชุมพร ตรัง สมุทรสงคราม และราชบุรี ถือได้ว่าเป็นโอกาสทางธุรกิจที่สำคัญของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมในพื้นที่ดังกล่าวที่จะให้บริการรองรับนักท่องเที่ยวทั้งคนไทยและต่างชาติ

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดการณ์ คาดปี 58 โรงแรมฟื้นตัวโต 7.1-10.0% จะมีเม็ดเงินสะพัดสู่ธุรกิจโรงแรม ประมาณ 513,000-527,000 ล้านบาท แต่ยังคงจับตามวณนักท่องเที่ยวรัสเซียและยุโรปชะลอตัว เป็นปัจจัยกดดันธุรกิจโรงแรมรวมถึงการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการที่รุนแรง

2.1.1 ปี 2557 ธุรกิจโรงแรมมีความลำบาก ส่งผลต่อปี 2558 ที่มีการฟื้นตัวช้า

สถานการณ์ความไม่แน่นอนทางการเมืองในปี 2557 ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยลดลง สำหรับตลาดนักท่องเที่ยวคนไทยก็ได้รับผลกระทบจากภาวะการชะลอตัวทางเศรษฐกิจ โดยพบว่า รายได้ของโรงแรมที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ในช่วงเดือนมกราคมถึงกันยายนของปี 2557 ส่วนใหญ่ลดลงเกินกว่าร้อยละ 10 เมื่อเปรียบเทียบกับในช่วงเดียวกันของปี 2556 ซึ่งเป็นผลมาจากการลดลงของรายได้จากการเข้าพัก และรายได้จากการเป็นผู้ให้บริการสถานที่จัดงานระดับนานาชาติจากตลาด MICE ต่างชาติ

โดยคาดว่า ในช่วงเดือนตุลาคมถึงธันวาคมที่เหลือของปี 2557 ผลประกอบการน่าจะกลับมาขยายตัวจากในช่วงเดียวกันของปี 2556 ได้ เนื่องจากเป็นช่วงไฮซีซั่นของการท่องเที่ยวและการจัดงานขององค์กรต่างๆ แต่การขยายตัวของผลประกอบการดังกล่าว จะยังไม่สามารถชดเชยผลประกอบการที่ลดลงในช่วงเก้าเดือนแรกของปีได้ ส่งผลให้รายได้ของโรงแรมที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ในภาพรวมของปี 2557 น่าจะยังคงเติบโตอย่างติดลบ ถึงแม้ว่าโรงแรมที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์บางราย ได้มีการลดความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจผ่านการกระจายการลงทุนธุรกิจโรงแรมไปยังต่างประเทศในปี 2557 แล้วก็ตาม

ซึ่งควรจับตาธุรกิจโรงแรมปี 2558 เศรษฐกิจของประเทศที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักของไทยชะลอตัวลงและการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการที่รุนแรงมากขึ้น เป็นความท้าทาย

สำหรับในปี 2558 นี้ ตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวมายังประเทศไทยในภาพรวมน่าจะฟื้นตัวจากปี 2557 แต่ก็ยังมีแรงกดดันธุรกิจโรงแรมจากเศรษฐกิจของประเทศที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักของประเทศไทยชะลอตัวลง รวมถึงการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการจำนวนมาก ยังส่งผลให้การแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมมีความรุนแรงยิ่งขึ้น ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ธุรกิจโรงแรมเผชิญความท้าทายจากเศรษฐกิจของประเทศที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักของไทยชะลอตัวลงในปี 2558 นี้ การเติบโตทางเศรษฐกิจที่ชะลอตัวลงของต่างประเทศที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักของประเทศไทยที่เกิดขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง รัสเซีย และยุโรป ส่งผลให้นักท่องเที่ยวจากประเทศดังกล่าวมีแนวโน้มเดินทางท่องเที่ยวลดลง ซึ่งนักท่องเที่ยวจากโซนยุโรปเป็นกลุ่มที่มีงบประมาณในการเดินทางท่องเที่ยวต่อคนต่อวันอยู่ในระดับสูง และมีระยะเวลาท่องเที่ยวในประเทศไทยยาวนาน อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจโรงแรมระดับกลางขึ้นไปที่มีรายได้จากการให้บริการนักท่องเที่ยวจากโซนยุโรปเป็นหลัก ในขณะที่ธุรกิจโรงแรมที่ไม่ได้พึ่งพารายได้จากการให้บริการนักท่องเที่ยวจากโซนยุโรปเป็นหลักอาจไม่ได้รับผลกระทบมากนัก

ศูนย์วิจัยกสิกรไทยมองว่าในปี 2558 นี้ การท่องเที่ยวในประเทศไทยจากนักท่องเที่ยวต่างชาติน่าจะมีแนวโน้มฟื้นตัวได้ช้า เนื่องจากต้องรอการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจของประเทศดังกล่าวไปอีกระยะ การท่องเที่ยวในประเทศไทยจากนักท่องเที่ยวต่างชาติจึงน่าจะกลับมาคึกคักได้ดังเดิม การเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการจำนวนมาก อาจนำมาสู่การแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น และเกิดภาวะการแข่งขันทางด้านราคา โดยเฉพาะอย่างยิ่งโรงแรมระดับสามดาว

การแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมในปี 2558 นี้ มีแนวโน้มรุนแรงมากขึ้น ซึ่งเป็นผลมาจากการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการจำนวนมาก โดยนอกจากจะมีการขยายธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมรายเดิมในตลาดครอบคลุมตั้งแต่โรงแรมระดับห้าดาวไปจนถึงโรงแรมระดับสามดาวแล้ว ยังมีการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมรายใหม่ และการขยายธุรกิจของผู้ประกอบการในธุรกิจที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่หันมาขยายธุรกิจสู่ธุรกิจโรงแรมมากขึ้น

นอกจากนี้ ธุรกิจโรงแรมยังต้องจับตามองทางเลือกในการให้บริการที่พักที่หลากหลายขึ้น ยกตัวอย่างเช่น ความนิยมซื้อคอนโดมิเนียมและบ้านพักในแหล่งท่องเที่ยวหลักของนักท่องเที่ยวคนไทย ความนิยมเช่าคอนโดมิเนียมและเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ การปล่อยเช่าคอนโดมิเนียมและบ้านพักโดยตรงจากเจ้าของผ่านเว็บไซต์ที่เป็นศูนย์กลาง เป็นต้น ซึ่งส่งผล

กระทบต่ออัตราการเข้าพักโรงแรม ประกอบกับนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มนิยมจองห้องพักผ่านอินเทอร์เน็ตในนาทีสุดท้ายเพื่อให้ได้ราคาถูกที่สุด

สถานการณ์ดังกล่าว นำมาซึ่งการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมที่รุนแรงมากขึ้น ส่งผลให้อาจเกิดภาวะห้องพักล้นตลาดในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว และยังอาจนำมาสู่ภาวะการแข่งขันทางด้านราคา โดยเฉพาะอย่างยิ่ง โรงแรมระดับสามดาว ซึ่งมีความเสี่ยงในการเกิดภาวะการแข่งขันทางด้านราคาระหว่างผู้ประกอบการในระดับสูงกว่าโรงแรมในระดับสี่ดาวขึ้นไป ท่ามกลางแนวโน้มที่เช่นโรงแรมขนาดใหญ่ขยายธุรกิจไปยังกลุ่มโรงแรมระดับสามดาวมากขึ้น เพื่อลดความเสี่ยงในการลงทุนและเตรียมพร้อมรองรับการเพิ่มขึ้นของฐานนักท่องเที่ยวระดับกลาง นำมาซึ่งความจำเป็นสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมในการเตรียมปรับตัวรับมือกับการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง โรงแรมขนาดกลางและเล็ก ที่จะได้รับผลกระทบโดยตรงจากการแข่งขันจากโรงแรมระดับสามดาวที่มาจากการขยายธุรกิจของเช่นโรงแรมขนาดใหญ่

2.1.2 ปัจจัยหนุนจากการเปิด AEC

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า ในปี 2558 ยังมีปัจจัยหนุนธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย ทั้งจากการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และมาตรการให้บุคคลธรรมดาและนิติบุคคลสามารถนำรายจ่ายจากการท่องเที่ยวและสัมมนามาหักลดหย่อนภาษีได้ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ธุรกิจโรงแรมมีโอกาสจากการเปิด AEC ในช่วงของการนับถอยหลังสู่การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปลายปี 2558 จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวและผู้เดินทางสัญชาติอาเซียนซึ่งเป็นตลาดหลักของภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทยอยู่แล้ว เดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยเพิ่มสูงขึ้น ทั้งแหล่งท่องเที่ยว พื้นที่ศูนย์กลางทางธุรกิจ และพื้นที่ชายแดน รวมถึงการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนยังเอื้ออำนวยให้การลงทุนธุรกิจโรงแรม โดยผู้ลงทุนจากประเทศสมาชิกอาเซียนเป็นไปได้สะดวกขึ้น ในขณะที่ประเทศไทยยังคงเป็นเป้าหมายในการลงทุนธุรกิจโรงแรมที่สำคัญของภูมิภาค

เมื่อพิจารณาถึงการขยายการลงทุนธุรกิจโรงแรม ก็พบว่า เช่นโรงแรมขนาดใหญ่ได้มีการขยายการลงทุนธุรกิจโรงแรมไปยังประเทศสมาชิกอาเซียนที่มีศักยภาพอยู่แล้ว เช่น มาเลเซีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ เป็นต้น ในขณะที่ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและเล็กอาจใช้โอกาสจากการที่ภาคส่วนต่างๆ มีความพยายามในการสร้างความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้าน ผลักดันให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศอย่างเชื่อมโยงภายในภูมิภาคอาเซียน ขยายโอกาสทางธุรกิจเพื่อให้บริการรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเชื่อมโยงภายในภูมิภาคอาเซียน

ยกตัวอย่างเช่น การสร้างเครือข่ายโรงแรมขนาดกลางและเล็กในอาเซียนด้วยกัน การจัดแพ็คเกจการท่องเที่ยวร่วมกันกับโรงแรมขนาดกลางและเล็กในอาเซียน เป็นต้น

ตลาดไทยเที่ยวไทยน่าจะเป็นตัวช่วยหนุนธุรกิจโรงแรมในปี 2558 ได้สำหรับรายได้จากการเข้าพักจากนักท่องเที่ยวคนไทยนั้น แม้ว่าภาวะการชะลอตัวทางเศรษฐกิจจะส่งผลกระทบต่อเนื่องมายังธุรกิจโรงแรมอย่างหลีกเลี่ยงมิได้ แต่ในปี 2558 นี้ ผู้ให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำน่าจะมีการกระตุ้นนักท่องเที่ยวคนไทยให้เดินทางท่องเที่ยวกันอย่างคึกคัก อีกทั้งการประกาศใช้มาตรการให้บุคคลธรรมดาและนิติบุคคลสามารถนำรายจ่ายจากการท่องเที่ยวและสัมมนามาหักลดหย่อนภาษีได้ ซึ่งมีผลบังคับใช้ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2558 จะเป็นหนึ่งในตัวช่วยที่กระตุ้นตลาดธุรกิจโรงแรมในปี 2558 ได้ ทั้งจากการท่องเที่ยวโดยนักท่องเที่ยวทั่วไป และนักท่องเที่ยวกลุ่มองค์กร จึงกล่าวได้ว่า ท่ามกลางภาวะการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ชะลอตัวลงของต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง รัสเซีย และยุโรป ที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักของประเทศไทย รวมถึงการจัดงานระดับนานาชาติจากตลาด MICE ต่างชาติที่ยังไม่ฟื้นตัว ตลาดภายในประเทศไทยเองน่าจะเป็นตัวช่วยหนุนธุรกิจโรงแรมในปี 2558 ได้

ดังนั้น หากสถานการณ์การเมืองในประเทศไทยมีความสงบเรียบร้อยดังเช่นปัจจุบัน รวมทั้งภาพรวมในตลาดโลกไม่มีปัจจัยร้ายแรงมากระทบบรรยากาศการเดินทางท่องเที่ยว ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดการณ์ว่า จะมีเม็ดเงินสะพัดสู่ธุรกิจโรงแรมในปี 2558 ประมาณ 513,000-527,000 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.1-10.0 จากปี 2557 ที่คิดเป็นมูลค่า 479,000 ล้านบาท โดยเป็นเม็ดเงินสะพัดสู่ธุรกิจโรงแรมจากนักท่องเที่ยวต่างชาติประมาณ 344,000-353,000 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.9-7.6 จากปี 2557 ที่คิดเป็นมูลค่า 328,000 ล้านบาท และเป็นเม็ดเงินสะพัดสู่ธุรกิจโรงแรมจากนักท่องเที่ยวคนไทยประมาณ 169,000-174,000 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.9-15.2 จากปี 2557 ที่คิดเป็นมูลค่า 151,000 ล้านบาท

การเติบโตของเม็ดเงินสะพัดสู่ธุรกิจโรงแรมในปี 2558 ดังกล่าว ส่วนหนึ่งยังเป็นผลมาจากการฟื้นตัวจากปี 2557 ที่เม็ดเงินสะพัดสู่ธุรกิจโรงแรมหดตัวลงร้อยละ 2.6 ซึ่งเป็นผลมาจากสถานการณ์ความไม่แน่นอนทางการเมือง และภาวะการชะลอตัวทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในปีที่ผ่านมา ธุรกิจโรงแรมระวังความเสี่ยงจากการพึ่งพานักท่องเที่ยวประเทศใดประเทศหนึ่งมากเกินไป และการแข่งขันด้านราคา การส่งเสริมจากภาครัฐสะท้อนโอกาสของโรงแรมในหัวเมืองรอง

2.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (External Analysis)

โดยสามารถสรุปสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ จากการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกโดยใช้ PEST Model Analysis ได้ดังนี้

2.2.1 ปัจจัยด้านการเมือง นโยบายหรือกฎเกณฑ์ของภาครัฐ (Political factors)

(+,-) การเมืองส่งผลกระทบโดยตรงกับธุรกิจการท่องเที่ยว ซึ่งส่งผลมายังธุรกิจโรงแรม และที่พักอาศัย กล่าวคือ หากสถานการณ์เมืองขาดเสถียรภาพและยังมีความขัดแย้ง จะส่งผลให้ธุรกิจที่โรงแรมที่พักอาศัยชะลอตัวลง

(+) นโยบายการค้าของประชาคมอาเซียนจะสามารถสร้างโอกาสให้กับธุรกิจการท่องเที่ยว ธุรกิจโรงแรมเป็นหนึ่งในธุรกิจการท่องเที่ยวที่กำลังเติบโตขึ้นทุกปี การเปิดเสรีด้านการค้าบริการและการลงทุนระหว่างกันของ 10 ประเทศสมาชิกอาเซียน ตามกรอบประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC จะส่งผลให้ตลาดประชากรมีจำนวนรวมกันถึงเกือบ 600 ล้านคน ในทางการตลาดย่อมจะก่อให้เกิดโอกาสทางธุรกิจอย่างมหาศาล การเปิด AEC อย่างสมบูรณ์ เชื่อว่าต้องมีเขตต่างประเทศและเขตไทยมาลงนามแข่งขันการรับบริหารโรงแรมอีกมาก โดยคาดว่าจะเปิดให้บริการได้ภายในปี พ.ศ. 2558 เพื่อรองรับการเปิด AEC โดยให้น้ำหนักกับตลาดท่องเที่ยวมากกว่าตลาดประชุมสัมมนาสอดคล้องกับสภาพอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่คาดการณ์ว่าภายหลังการเปิด AEC ประเทศไทยน่าจะสร้างรายได้จากภาคการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น กว่า 2 ล้านล้านบาท จากปัจจุบันที่สร้างรายได้ให้แก่ประเทศประมาณ 1 ล้านล้านบาท

(+) นโยบายสนับสนุนการท่องเที่ยว ซึ่งภาครัฐส่งเสริมให้ปี 2558 เป็นปีแห่งการท่องเที่ยววิถีไทย ที่จะมีการสนับสนุนให้เกิดการกระจายการท่องเที่ยวไปยังจังหวัดที่เป็นหัวเมืองรองมากขึ้น ได้แก่ ลำปาง เพชรบูรณ์ เลย บุรีรัมย์ ตรัง จันทบุรี ชุมพร ตรัง สมุทรสงคราม และราชบุรี ถือได้ว่าเป็นโอกาสทางธุรกิจที่สำคัญของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมในพื้นที่ดังกล่าวที่จะให้บริการรองรับนักท่องเที่ยวทั้งคนไทยและต่างชาติ

รวมถึงการประกาศใช้มาตรการให้บุคคลธรรมดาและนิติบุคคลสามารถนำรายจ่ายจากการท่องเที่ยวและสัมมนาหักลดหย่อนภาษีได้ จะเป็นหนึ่งในตัวช่วยที่กระตุ้นตลาดธุรกิจโรงแรมในปี 2558 ได้

(+) จังหวัดแพร่ได้มีการจัดทำแผนพัฒนาจังหวัด พ.ศ. 2557 – 2560 ซึ่งได้เจาะจงประเด็นยุทธศาสตร์ด้าน ส่งเสริมพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยว

2.2.2 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (Economics Factors)

(-) ในปี 2558 นี้ การเติบโตทางเศรษฐกิจที่ชะลอตัวของรัสเซีย และยุโรป ซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักของประเทศไทย ส่งผลในเชิงลบต่อการเข้าพักและการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ซึ่งส่งผลให้ ในปี 2558 ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมต้องระมัดระวังความเสี่ยงจากการประกอบธุรกิจที่มีการพึ่งพาลูกค้านักท่องเที่ยวต่างชาติประเทศใดประเทศหนึ่งมากเกินไป ที่อาจส่งผลกระทบต่อรายได้ของผู้ประกอบการในกรณีที่จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักลดลง โดยผู้ประกอบการสามารถลดความเสี่ยงผ่านการขยายตลาดไปยังนักท่องเที่ยวและผู้เดินทางระหว่างประเทศสัญชาติอาเซียนที่มีแนวโน้มเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยเพิ่มสูงขึ้น รวมถึงอาจให้ความสำคัญกับการเพิ่มรายได้จากตลาดภายในประเทศ

2.2.3 ปัจจัยด้านสังคม (Social Factors)

(+) เทรนด์ความนิยมในการเลือกโรงแรมและที่พักอาศัยแบบราคาประหยัดกำลังเติบโต และเป็นที่นิยมซึ่งมีกลุ่มลูกค้าทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากในช่วงหลายปีที่ผ่านมา

รวมถึงเทรนด์ความนิยมในการเดินทาง หาสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ๆ ที่ยังไม่มีนักท่องเที่ยวเดินทางไปมากนัก และมีกิจกรรมหรือรูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ๆ

2.2.4 ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technologies Factors)

(+) การพัฒนาของเทคโนโลยีรวมทั้ง Social Media ต่างๆ ในปัจจุบันส่งผลดีที่สามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน การเข้าถึงกลุ่มลูกค้า หรือการทำการตลาดได้มีประสิทธิภาพ และรวดเร็วมากยิ่งขึ้น อาทิเช่น จัดทำ Website ของโฮสเทลขึ้นมา เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูล และสามารถจองห้องพักของโฮสเทลได้ทั่วโลกด้วยตนเอง เป็นต้น

2.3 การวิเคราะห์สถานะการแข่งขันในธุรกิจโรงแรมราคาประหยัดด้วย โมเดล Five Forces (Industry Analysis)

2.3.1 แรงกดดันที่ 1: กำแพงในการป้องกันการเข้ามาของกลุ่มแข่งขันรายใหม่

(-) ในธุรกิจโฮสเทลหรือที่พักราคาประหยัดนั้น ผู้ประกอบการสามารถเข้าในตลาดได้ง่าย เนื่องจากต้นทุนในการทำธุรกิจค่อนข้างต่ำกว่าการทำธุรกิจโรงแรมประเภทอื่นๆ ส่งผลให้มีโฮสเทลและที่พักราคาประหยัดเกิดขึ้นในธุรกิจตลอดเวลาในปัจจุบัน

2.3.2 แรงกดดันที่ 2: ความรุนแรงของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

(-) หากมองภาพรวมในระดับประเทศการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมในปี 2558 นี้ มีแนวโน้มรุนแรงมากขึ้น ซึ่งเป็นผลมาจากการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการจำนวนมาก โดยนอกจากจะมีการขยายธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมรายเดิมในตลาดครอบคลุมตั้งแต่โรงแรมระดับห้าดาวไปจนถึงโรงแรมราคาประหยัดแล้ว ยังมีการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมรายใหม่ และการขยายธุรกิจของผู้ประกอบการในธุรกิจที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ธุรกิจสังหาริมทรัพย์ที่หันมาขยายธุรกิจสู่ธุรกิจโรงแรมมากขึ้น

(+) แต่หากมองเจาะลงในระดับจังหวัดแพร่ โดยธุรกิจโฮสเทลนั้น มีการแข่งขันที่ไม่สูงมากในจังหวัดแพร่ เนื่องจากยังไม่มีโรงแรมในรูปแบบดังกล่าวเกิดขึ้น รวมทั้ง Wanderlust hostel นั้นมีรูปแบบและกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างจากคู่แข่งในจังหวัดที่มีอยู่อย่างชัดเจน

2.3.3 แรงกดดันที่ 3: ความเสี่ยงจากสินค้าทดแทน

(-) ในธุรกิจโฮสเทลมีสินค้าทดแทนมากมายทั้ง ทางตรง อาทิเช่น โรงแรม รีสอร์ท หรือ เกสต์เฮ้าส์ เป็นต้น

นอกจากนี้ ทางเลือกในสินค้าทดแทนทางอ้อมของการใช้บริการที่พักที่หลากหลายขึ้น ยกตัวอย่างเช่น ความนิยมซื้อคอนโดมิเนียมและบ้านพักในแหล่งท่องเที่ยวหลักของนักท่องเที่ยวคนไทย ความนิยมเช่าคอนโดมิเนียมและเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ การปล่อยให้เช่าคอนโดมิเนียมและบ้านพักโดยตรงจากเจ้าของผ่านเว็บไซต์ที่เป็นศูนย์กลาง เป็นต้น ซึ่งส่งผลกระทบต่ออัตราการเข้าพักโรงแรม

2.3.4 แรงกดดันที่ 4: อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ

(+) หากมองเป็นภาพรวมของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดแพร่ ลูกค้ามีอำนาจในการต่อรองสูง เนื่องจากมีจำนวนโรงแรมที่พักในจังหวัดแพร่มีจำนวนมาก แต่ที่พักในรูปแบบโฮสเทลในจังหวัดแพร่ยังไม่มีเกิดขึ้นในปัจจุบัน ประกอบกับรูปแบบของโฮสเทลที่แตกต่างจากที่พักรูปแบบอื่นๆ ทำให้อำนาจต่อรองของผู้ซื้อที่เป็นกลุ่มเป้าหมายนั้นลดลง

2.3.5 อำนาจต่อรองของผู้จัดส่งวัตถุดิบ (Supplier)

(+) Supplier ที่ใช้ในกระบวนการทำงาน เช่น อุปกรณ์ที่ใช้ภายในโรงแรมมีจำนวนมาก ส่งผลให้อำนาจการต่อรองต่ำ เนื่องจากเราสามารถเลือกใช้ได้และเปลี่ยน Supplier ได้ง่าย

จากการพิจารณาแรงกดดันในด้านต่างๆ ทั้ง 5 ประการแล้วพบว่า การที่จะเข้ามาดำเนินธุรกิจในอุตสาหกรรมนี้ มีความน่าสนใจเนื่องจาก ถึงแม้ว่าจะมีสินค้าทดแทนมาก แต่ด้วยรูปแบบของโฮสเทลที่มีความแตกต่างอย่างชัดเจนในการให้บริการและกลุ่มลูกค้า จากโรงแรมรูปแบบอื่นๆ ซึ่งในจังหวัดแพร่ยังไม่มีคู่แข่งในธุรกิจนี้ ซึ่งถ้าหากธุรกิจสามารถหากลยุทธ์ที่สร้างความแตกต่างทางการแข่งขันได้จะสามารถทำให้เติบโตในธุรกิจได้

2.4 การวิเคราะห์คู่แข่งในธุรกิจ (Competitive Analysis)

ในส่วนของการวิเคราะห์เปรียบเทียบคู่แข่งจะเป็นการเปรียบเทียบกับคู่แข่งที่ให้บริการด้านโรงแรมที่พักอาศัย ได้แบ่งแยกคู่แข่งออกเป็น 2 ลักษณะคือ

1. คู่แข่งในธุรกิจโรงแรมภายในจังหวัดแพร่
2. คู่แข่งในธุรกิจโฮสเทลภายในประเทศไทย (เนื่องจากในจังหวัดแพร่ยังไม่มีที่พักในรูปแบบโฮสเทล)

ซึ่งคู่แข่งตามที่กล่าวมามีรายละเอียดดังนี้

2.4.1 คู่แข่งในธุรกิจโรงแรมภายในจังหวัดแพร่ และ จังหวัดน่าน

2.4.1.1 ภูมิไทย การ์เด็น โฮเทล

รูปแบบโรงแรม : โรงแรมและรีสอร์ท

สถานที่ตั้ง : 31 ถนนศศิบุตร ต.ในเวียง อ.เมือง จ.แพร่ 54000

จำนวนห้องและรูปแบบห้อง : บริการห้องพัก โดยมีห้องพัก 3 ประเภทหลัก รวมทั้งสิ้น 46 ห้อง ซึ่งสามารถรองรับผู้เข้าพักได้สูงสุด จำนวน 60 คน โดยแบ่งห้องตามประเภทได้ดังนี้

- ประเภท SUPERIOR จำนวน 30 ห้อง
- ประเภท DELUXE จำนวน 10 ห้อง
- ประเภท GRAND DELUXE ROOM จำนวน 6 ห้อง

ราคา : เริ่มต้น 1,300 – 2,200 บาท

Facility อื่นของโรงแรม : บาร์/ผับ, อำนวยความสะดวกคนพิการ, ห้องแฟมิลี่, ร้านอาหาร, จุดบริการทัวร์, เช่าจักรยาน, คอฟฟี่ช็อป, ลิฟท์, บริการซักรีด/ซักแห้ง, บริการเสริมอาหารบนห้อง, ร้านค้า, ศูนย์บริการข้อมูลทั่วไป, ศูนย์ธุรกิจ, สปา/นวดแผนไทย

กลุ่มลูกค้า : กลุ่มครอบครัว

จุดเด่น : ที่ตั้งอยู่ใจกลางเมือง การเดินทางสะดวก รูปแบบของโรงแรมมีความโดดเด่น มีเอกลักษณ์ความเป็นล้านนา



ภาพที่ 2.1 ภูมิไทย การ์เด็น โฮเทล

2.4.1.2 โรงแรมเอือนนนานาบูติก

ที่อยู่ : 7/9 ถนนศศิบุตร ต.โนเวียง อ.เมือง, แพร่, ประเทศไทย 54000

รูปแบบโรงแรม : โรงแรมและรีสอร์ท

จำนวนห้องและรูปแบบห้อง : บริการห้องพัก โดยมีห้องพัก 3 ประเภทหลัก รวมทั้งสิ้น 28 ห้อง โดยแบ่งห้องตามประเภทได้ดังนี้

- ประเภท Empire Suite จำนวน 2 ห้อง
- ประเภท Deluxe Suite จำนวน 24 ห้อง
- ประเภท Victoria Suite จำนวน 2 ห้อง

ราคา : เริ่มต้น 2,600 – 5,500 บาท

Facility อื่นของโรงแรม : บริการล็อบบี้ตลอด 24 ชั่วโมง, ฟรี Wifi ทั่วบริเวณโรงแรม, ระบายน้ำเฉพาะแขกที่เข้าพัก, กาแฟสดฟรีจากเครื่องทำกาแฟในห้องพัก, บริการรถรับ – ส่งฟรีจาก สนามบิน – โรงแรม, บริการห้องสปา, บริการห้องประชุมเสริม, คาราโอเกะ

กลุ่มลูกค้า : กลุ่มครอบครัว, นักท่องเที่ยวต่างชาติ

จุดเด่น : ที่ตั้งอยู่ใจกลางเมือง การเดินทางสะดวก และ รูปแบบของโรงแรมมีความโดดเด่น มีเอกลักษณ์ความเป็นล้านนา



ภาพที่ 2.2 โรงแรมเอือนนนานาบูติก

2.4.1.3 โรงแรมนครแพร่ทาวเวอร์

รูปแบบโรงแรม : โรงแรม

สถานที่ตั้ง : 3 ถนนเหมืองหิด อำเภอเมือง จังหวัดแพร่ 54000

บริการห้องพัก : โดยมีห้องพัก 4 ประเภทหลัก รวมทั้งสิ้น 360 ห้อง โดยแบ่งห้องตามประเภทได้ดังนี้

- ประเภท จำนวนห้องเตียงคู่
- ประเภท เตียงเดี่ยว
- ประเภท สุทรีเล็ก
- ประเภท สุทรีใหญ่

ราคา : เริ่มต้น 800 – 2,000 บาท

Facility อื่นของโรงแรม : ดิสโก้เธค ,ผับ ,ซาวน่า,คอฟฟี่ช็อป,ล็อบบี้บาร์ ,สนุกเกอร์คลับ, นวดแผนโบราณ ,ห้องจัดเลี้ยงสัมมนา

กลุ่มลูกค้า : กลุ่มข้าราชการ

จุดเด่น : มีห้องประชุมสัมมนาขนาดใหญ่ 3 ห้อง สามารถจุได้ตั้งแต่ 20-600 คน พร้อมเครื่องอำนวยความสะดวก และอุปกรณ์ทันสมัยอย่างครบถ้วน สำหรับการจัดเลี้ยงประชุมสัมมนา



ภาพที่ 2.3 โรงแรมนครแพร่ทาวเวอร์

2.4.2 คู่แข่งในธุรกิจโฮสเทลภายในประเทศไทย

2.4.2.1 Lub-D Hostel

รูปแบบโรงแรม : โฮสเทล

สถานที่ตั้ง : เลขที่ 4 เติร์ด แขวง สุริยวงค์ เขต บางรัก กรุงเทพฯ 10500

จำนวนห้องและรูปแบบห้อง : บริการห้องพัก โดยมีห้องพัก 4 ประเภทหลัก โดยแบ่งห้องตามประเภทได้ดังนี้

- Lub d dormitory มีจำนวน 8 เตียง
- Lub d Ladies' dormitory มีจำนวน 8 เตียง
- Railway Twin Room มีจำนวน 1 ห้อง
- Lub d Double Room มีจำนวน 1 ห้อง

ราคา : เริ่มต้น 350-1850 บาท

Facility อื่นๆของโรงแรม : ฟรีบริการอินเทอร์เน็ต, การ์ดเข้า, เครื่องปรับอากาศ, ไฟอ่านหนังสือส่วนบุคคล, เชือกเก็บถือเล็กทรอนิกส์ส่วนบุคคล, แอลซีดีทีวี, ล็อกเกอร์ส่วนตัว, กล้องนิรภัย, โต๊ะเขียนหนังสือ, ผ้าขนหนู, ห้องน้ำรวม, ห้องน้ำส่วนตัว, น้ำดื่ม

กลุ่มลูกค้า : กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ

จุดเด่น : ตั้งอยู่ใจกลางเมือง ย่านธุรกิจของกรุงเทพฯ, การตลาดแข็งแรง



ภาพที่ 2.4 Lub-D hostel

2.4.2.2 ยิม ห้วยขวาง โฮสเทล

รูปแบบโรงแรม : โฮสเทล

สถานที่ตั้ง : เลขที่ 70 ถนนประชาชื่นบำเพ็ญ ห้วยขวาง กทม. 10310

จำนวนห้องและรูปแบบห้อง : บริการห้องพัก โดยมีห้องพัก 6 ประเภทหลัก รวมทั้งสิ้น 16 ห้อง โดยแบ่งห้องตามประเภทได้ดังนี้

- ประเภท 6 เตียง ห้องน้ำในตัว
- ประเภท 4 เตียง ห้องน้ำในตัว
- ประเภทเตียงเดี่ยว ห้องน้ำในตัว
- ประเภทเตียงเดี่ยว ห้องน้ำรวม
- ประเภทเตียงคู่ ห้องน้ำในตัว
- ประเภทเตียงเดี่ยว ห้องน้ำรวม

ราคา : เริ่มต้น 650 - 1900 บาท

Facility อื่นของโรงแรม : มีอาหารเช้าบริการ, Art gallery, บริการรับฝากสัมภาระ, พื้นที่นั่งเล่น/พื้นที่โทรทัศน์ส่วนกลาง, บริการซักรีด, เครื่องโทรสาร/เครื่องสำเนาเอกสาร

กลุ่มลูกค้า : กลุ่มนักท่องเที่ยวจีน และ กลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรป

จุดเด่น : ที่ตั้งอยู่ใจกลางเมือง การเดินทางสะดวก ตั้งอยู่ห่างจากสถานีรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์มักกะสันเป็นระยะทาง 3.8 กิโลเมตร ,รูปแบบของโรงแรมมีความโดดเด่น สีสันสวยงาม และมีร้านอาหารหลายแห่งอยู่ห่างจากโรงแรมแห่งนี้เป็นระยะทางไม่เกิน 1 กิโลเมตร



ภาพที่ 2.5 ยิม ห้วยขวาง โฮสเทล

2.4.2.3 นิราศ บางกอก โฮสเทล

รูปแบบโรงแรม : โฮสเทล

สถานที่ตั้ง : เลขที่ 204-206 ถนนมหาธาตุ ตำราญราฎ ข้าวสาร กทม.

10200

จำนวนห้องและรูปแบบห้อง : บริการห้องพัค โดยมีห้องพัค 3 ประเภทหลัก มีจำนวนทั้งหมด 9 ห้อง โดยแบ่งห้องตามประเภทได้ดังนี้

- ประเภท Double Ensuite มีจำนวน 2 ห้อง
- ประเภท Double Deluxe มีจำนวน 2 ห้อง
- ประเภท 6 Bed Dorm มีจำนวน 5 ห้อง

ราคา : เริ่มต้น 300 – 1,500 บาท

Facility อื่นของโรงแรม : มีอาหารเช้าบริการ ร้านกาแฟ,บริการรับฝากสัมภาระ,พื้นที่นั่งเล่น/พื้นที่โทรทัศน์ส่วนกลาง,บริการซักรีด, เครื่องโทรสาร/เครื่องสำเนาเอกสาร

กลุ่มลูกค้า : กลุ่มนักท่องเที่ยวอเมริกา ,กลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรป

จุดเด่น : ที่ตั้งอยู่ใจกลางเมือง ใกล้สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญหลายแห่ง



ภาพที่ 2.6 นิราศบางกอก โฮสเทล

2.5 การวิเคราะห์ จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และ อุปสรรค (SWOT Analysis)

2.5.1 จุดแข็ง

2.5.1.1 ทีมงานผู้บริหารที่มีประสบการณ์ด้านการบริหารงานโรงแรม มีความรู้และความชำนาญในการบริหารงานโรงแรม และวิธีการคัดเลือกพนักงานที่มีความสามารถเข้ามาทำงาน โดยพิจารณาจากความสามารถทางด้านการให้บริการ และสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้

2.5.1.2 ทางโรงแรมมีการทำการตลาดและการติดต่อเข้าถึงลูกค้าโดยการใช้ Technology และ Social media ในการทำงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น อาทิ เช่น จัดทำ Website ของโฮสเทลขึ้นมา เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลของห้องพักและสามารถจองห้องพักของโฮสเทลได้ทั่วโลก ด้วยตัวเอง

2.5.1.3 รูปแบบการให้บริการเน้นความเป็นกันเองกับลูกค้า โดยใช้แนวคิดเปรียบลูกค้าเป็นเพื่อนที่มาพักอาศัยที่บ้าน เพื่อสร้างความประทับใจสูงสุด รวมถึงจัดการบริการประเภทต่างๆ ที่ลูกค้าต้องการ มีการพัฒนาคุณภาพการให้บริการ และคิดค้นนำเสนอการให้บริการที่ทันสมัยตลอดเวลา เพื่อสร้างประสบการณ์และความประทับใจ

2.5.1.4 การออกแบบที่พักมีความสวยงามและมีรูปแบบเอกลักษณ์เฉพาะตัว รวมถึงห้องพักที่ให้บริการมีความหลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

2.5.1.5 ทำเลที่ตั้งของโฮสเทลมีความสวยงาม เดินทางสะดวก ติดแม่น้ำยม และใกล้สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญอื่นๆ เช่น วัดพระบาทมิ่งเมืองวรวิหาร ศาลหลักเมือง บ้านวงศ์บุรี เป็นต้น

2.5.2 จุดอ่อน

2.5.2.1 การใช้เงินลงทุนในธุรกิจสูง เนื่องจากเป็นอาคารที่สร้างขึ้นใหม่เพื่อเป็นโฮสเทลโดยเฉพาะ รวมถึงการใช้เงินเพื่อนำมาเสริมสร้างภาพลักษณ์ของธุรกิจ และสามารถที่จะตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าแต่ละกลุ่มให้ได้รับความพึงพอใจมากที่สุด

2.5.2.2 เป็นโฮสเทลที่เปิดใหม่ ยังไม่เป็นที่รู้จักของลูกค้า จึงต้องใช้เวลาในการประชาสัมพันธ์

2.5.3 โอกาส

2.5.3.1 นโยบายสนับสนุนการท่องเที่ยว ซึ่งภาครัฐส่งเสริมในปี 2558 เป็นปีแห่งการท่องเที่ยววิถีไทย ที่จะมีการสนับสนุนให้เกิดการกระจายการท่องเที่ยวไปยังจังหวัดที่เป็นหัวเมืองรองมากขึ้น ได้แก่ ลำปาง เพชรบูรณ์ เลย บุรีรัมย์ ตราด จันทบุรี ชุมพร ตรัง สมุทรสงคราม และราชบุรี ถือได้ว่าเป็นโอกาสทางธุรกิจที่สำคัญของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมในพื้นที่ดังกล่าวที่จะให้บริการรองรับนักท่องเที่ยวทั้งคนไทยและต่างชาติ

รวมถึงการประกาศใช้มาตรการให้บุคคลธรรมดาและนิติบุคคลสามารถนำรายจ่ายจากการท่องเที่ยวและสัมมนาหักลดหย่อนภาษีได้ จะเป็นหนึ่งในตัวช่วยที่กระตุ้นตลาดธุรกิจโรงแรมในปี 2558 ได้

2.5.3.2 จังหวัดแพร่ได้มีการจัดทำแผนพัฒนาจังหวัด พ.ศ. 2557 – 2560 ซึ่งได้เจาะจงประเด็นยุทธศาสตร์ด้าน ส่งเสริมพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยว

2.5.3.3 จำนวนนักท่องเที่ยวของจังหวัดที่เพิ่มขึ้นในทุกๆปี

2.5.3.4 จังหวัดแพร่มีโครงการที่จะพัฒนาระบบการบริหารจัดการขนส่งสินค้าและบริการของประเทศ การขยายเส้นทางคมนาคมทางบก โดยเฉพาะทางรถยนต์ที่จะขยายเส้นทางเชื่อมโยงกับจังหวัดต่างๆ ให้ได้มาตรฐานการก่อสร้างเส้นทางรถไฟสายเด่นชัย-เชียงราย-เชียงของ และการดำเนินโครงการรถไฟความเร็วสูง

ซึ่งสภาพที่ตั้งของจังหวัดมีความเหมาะสมสำหรับการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวเนื่องจากเป็นจุดศูนย์กลางเส้นทางคมนาคมทั้งระบบรางและถนนที่เชื่อมโยกับกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบนเข้าสู่ประเทศเพื่อนบ้านและกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่างไปยังจังหวัดภาคกลางเข้าสู่กรุงเทพฯ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

2.5.3.5 จังหวัดแพร่มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

2.5.3.6 มีการรวมกลุ่มของประชาคมอาเซียน AEC ในปี 2558 ทำให้เกิดการสร้างความร่วมมือใน 3 เสาหลัก คือ การเมืองและความมั่นคง เศรษฐกิจ และประชาสังคมและวัฒนธรรม

2.5.3.7 เทรนด์ความนิยมในการเลือกโรงแรมและที่พักอาศัยแบบราคาประหยัดกำลังเติบโตและเป็นที่ยอมรับซึ่งมีกลุ่มลูกค้าทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากในช่วงหลายปีที่ผ่านมา รวมถึงเทรนด์ความนิยมในการหาสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ๆ ที่ยังไม่มีนักท่องเที่ยวเดินทางไปมากนัก

2.5.3.8 การพัฒนาของเทคโนโลยีในปัจจุบันส่งผลดีที่สามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน การเข้าถึงกลุ่มลูกค้า หรือการทำการตลาดได้มีประสิทธิภาพและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

2.5.4 อุปสรรค

2.5.4.1 ขาดการบูรณาการร่วมกันระหว่างหน่วยงานในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ไปสู่การปฏิบัติและมีความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนค่อนข้างต่ำ

2.5.4.2 ปัญหาทางด้านการเมืองที่ยังไม่มีเสถียรภาพและยังไม่มี การปฏิรูปอย่างเป็นธรรม ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงนโยบายอยู่บ่อยครั้งทำให้การปฏิบัติงานต่างๆขาดความต่อเนื่อง

2.5.4.3 มีการเปลี่ยนแปลงผู้บริหารระดับสูงในจังหวัดแพร่เป็นประจำทำให้การบริหารงานของจังหวัดขาดประสิทธิภาพและไม่มีความต่อเนื่อง

2.5.4.4 ปัญหาการเกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติมีแนวโน้มเกิดขึ้นบ่อยและมีความรุนแรงมากขึ้น

2.5.4.5 ความไม่แน่นอนของการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก

2.5.4.6 ในธุรกิจโฮสเทลผู้ประกอบการสามารถเข้าในตลาดได้ง่าย เนื่องจากต้นทุนในการทำธุรกิจค่อนข้างต่ำ ทำให้มีโฮสเทลและที่พักราคาประหยัดเกิดขึ้นในธุรกิจตลอดเวลา

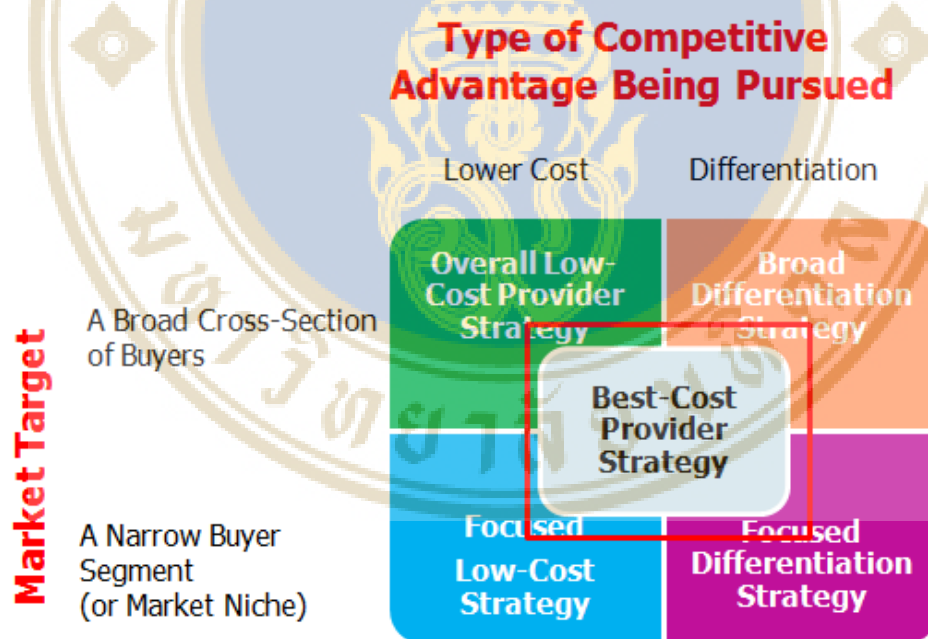
2.5.4.7 การแข่งขันธุรกิจโรงแรมในปี 2558 นี้ มีแนวโน้มรุนแรงมากขึ้น ซึ่งเป็นผลมาจากการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการจำนวนมาก โดยนอกจากจะมีการขยายธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมรายเดิมในตลาดครอบคลุมตั้งแต่โรงแรมระดับห้าดาวไปจนถึงโรงแรมราคาประหยัดแล้ว ยังมีการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมรายใหม่ และการขยายธุรกิจของผู้ประกอบการในธุรกิจที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่หันมาขยายธุรกิจสู่ธุรกิจโรงแรมมากขึ้น

2.6 กลยุทธ์ที่ใช้ในการแข่งขัน

ในปัจจุบันการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดแพร่โดยส่วนมากจะเป็นการแข่งขันทางด้านราคา ซึ่ง Wanderlust hostel นั้นก็เป็นที่พักราคาประหยัดอยู่แล้ว แต่จะสร้างความแตกต่างมากขึ้นเป็นใช้ในการแข่งขันทาง ธุรกิจโดยอาจกำหนดตำแหน่งการแข่งขันในด้านการตอบโต้ข้อโต้แย้งของลูกค้าของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม ที่จะส่งผลให้สามารถสร้างความแตกต่างจากโรงแรมทั่วไป

นอกจากนี้ยังขยายผ่านการนำเสนอกิจกรรมที่สอดคล้องกับรูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ รวมถึงการบริการที่เป็นกันเอง

จากการวิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจ อุตสาหกรรม และ ตลาดพบว่า ในธุรกิจนี้ รูปแบบการให้บริการที่มีความแตกต่าง มีคุณภาพ และการบริการที่เป็นเลิศ เป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะทำให้ธุรกิจนี้ดำเนินต่อไปได้ จากปัจจัยนำไปสู่ความสำเร็จดังกล่าวบริษัทจึงได้นำมาเป็นการกำหนดกลยุทธ์องค์กร โดยใช้กลยุทธ์ “Dual Best-Cost strategy” ซึ่งมุ่งเน้นการให้บริการและประสบการณ์ระดับสูง แต่ยังคงความเป็นโรงแรมราคาประหยัดอยู่



ภาพที่ 2.7 กลยุทธ์ที่ใช้ในการแข่งขันทางธุรกิจ

บทที่ 3

แผนการตลาด

เนื่องจาก Wanderlust Hostel เป็นโรงแรมราคาประหยัดที่เพิ่งเริ่มต้นดำเนินธุรกิจ ซึ่งยังไม่เป็นที่รู้จักต่อลูกค้า จึงตระหนักว่าเพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ จึงได้กำหนดแผนการตลาด โดยมุ่งเน้นให้เป็นที่รู้จักของลูกค้า และ ในธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ในดังนี้

3.1 การแบ่งส่วนการตลาด

โดยมีการแบ่งส่วนการตลาดโดยใช้ปัจจัยการแบ่งตามประเภทของที่พักรักษา ดังนี้

3.1.1 บังกะโล (Bungalow) ที่พักรวมเป็นหลังๆ สร้างในสภาพแวดล้อมธรรมชาติตามพื้นที่ป่าเขา แหล่งน้ำ หรือชายทะเล

3.1.2 เรือนพักตากอากาศ (Resort) เป็นเรือนพักหรืออาคารที่มีห้องพักหลายห้อง สร้างเรียงรายในสภาพแวดล้อมธรรมชาติใกล้แหล่งท่องเที่ยว ภายในบริเวณจะมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้ผู้มาพักใช้บริการร่วมกัน เช่น ห้องอาหาร สระว่ายน้ำ สนามกีฬา เป็นต้น

3.1.3 พื้นที่ตั้งแคมป์หรือที่จอดรถ (Camping Ground, Parking) เป็นบริเวณพื้นที่ที่จัดไว้สำหรับ ตั้งแคมป์พักรวม หรือจอดรถ เหมาะสำหรับการท่องเที่ยวเป็นกลุ่มหรือครอบครัว บริเวณพื้นที่จะมีบริการห้องสุขา ห้องอาบน้ำ น้ำดื่ม ร้านค้า ร้านอาหาร หรือปั้มน้ำมัน

3.1.4 เรือพักรวม (House Boat) เป็นที่พักลอยน้ำอยู่ตามสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งน้ำ เช่น ที่เขมเมียร์ ประเทศอินเดีย หรือแคลิฟอร์เนีย รัฐฟลอริดา ประเทศสหรัฐอเมริกา สำหรับในประเทศไทยมีมากแถบจังหวัดกาญจนบุรี มีลักษณะเป็นเรือนแพ

3.1.5 บ้านพักรับรอง (Vacation Home) เป็นบ้านพักของหน่วยราชการหรือหน่วยงานเอกชนจัดไว้เพื่อใช้รับรองหรือเป็นที่พักรวมแก่บุคลากร หากตั้งอยู่ในสถานที่ธรรมชาติงดงาม อาจเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เข้าไปใช้บริการ เช่น บ้านพักรับรองของการไฟฟ้าในบริเวณเขื่อนต่าง ๆ

3.1.6 หอพัก (Hostel, Dormitory) เป็นที่พักแรมที่สมาคม เช่น YMCA กลุ่มบุคคล หรือสถาบันจัดไว้ เพื่อบริการกลุ่มสมาชิกหรือกลุ่มนักท่องเที่ยวอื่นๆ นักท่องเที่ยวชาวชนจะนิยมใช้บริการ เพราะ อัตราค่าเช่าถูก และตั้งอยู่ในเมือง

3.1.7 อพาร์ทเมนต์, คอนโดมิเนียม (Apartment, Condominium) เป็นห้องพักหรือห้องชุด จัดไว้ เพื่อการพักแรมของนักท่องเที่ยวที่มาเป็นกลุ่มหรือ ครอบครัว สะดวก เป็นอิสระและประหยัด ส่วนใหญ่จะพักนานวัน โดยเสียค่าเช่าเป็นรายสัปดาห์หรือรายเดือน

3.1.8 เพนชั่น เกสต์เฮาส์ (Pension, Guesthouse) เป็นที่พักที่เจ้าของบ้านดัดแปลงหรือสร้างขึ้น เพื่อให้บริการเป็นที่พักแรมแก่นักท่องเที่ยว จัดเป็นธุรกิจที่พักแรมขนาดเล็ก ซึ่งมีจำนวนห้องพักไม่มากนัก โดยทั่วไปราคาจะถูก เพราะมีเพียงสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็น มักอยู่ในย่านชุมชนหรือเมืองท่องเที่ยวใหญ่ๆ

3.1.9 บ้านพักในหมู่บ้าน (Homestay) ที่พักแรมในหมู่บ้านเป็นที่พักแรมที่เจ้าของบ้านจัดเตรียมหรือดัดแปลงสำหรับเป็นที่พักแรมของนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ กิจกรรมและสิ่งแวดล้อมของชุมชน โดยนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไป เที่ยวนในหมู่บ้าน และพักค้างคืนร่วมกับเจ้าของบ้าน มีการศึกษา แลกเปลี่ยนวัฒนธรรมหรือเข้าร่วมกิจกรรมในชุมชน ที่พักแรมประเภทนี้ได้รับการส่งเสริมให้เป็นที่พักสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism)

3.1.10 โมเต็ล (Motel) เป็นที่พักแรมที่มีจุดรถเฉพาะห้องพักแต่ละห้อง โดยทั่วไปมักจะตั้งอยู่ในเส้นทางคมนาคมระหว่างเมืองต่อเมือง สำหรับให้บริการแก่ผู้เดินทางโดยรถยนต์ แวะพักระหว่างเส้นทางการเดินทาง

3.1.11 โรงแรม (Hotel) เป็นที่พักแรมที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการพร้อมที่สุด เช่น ห้องพัก ห้องประชุมสัมมนา ห้องอาหาร สถานบันเทิง สระว่ายน้ำ สถานี่ออกกำลังกาย ฯลฯ โรงแรมเป็นสถานที่พักแรมที่รู้จักแพร่หลายและได้รับความนิยมมากที่สุด

ซึ่งในส่วนของ Wanderlust Hostel นั้นจัดอยู่ในประเภทของ **โฮสเทล หรือ หอพัก (Hostel, Dormitory)** ซึ่งเป็นที่พักสำหรับเช่ารายวันโดยคิดราคาแบบต่อเตียงและแบบต่อห้อง ในราคาประหยัด



ภาพที่ 3.1 ที่พักแบบโฮสเทล หรือ หอพัก (Hostel, Dormitory)

3.2 การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย

3.2.1 กลุ่มเป้าหมายหลัก 70 % เป็นลูกค้านักท่องเที่ยวต่างชาติ ประเภทแบ็คแพกเกอร์ ที่ต้องการที่พักราคาประหยัด โดยมุ่งเน้น กลุ่มประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศอังกฤษ ประเทศเยอรมัน และ ประเทศออสเตรเลีย ตามลำดับ

3.2.2 กลุ่มเป้าหมายรอง 30% เป็นลูกค้านักท่องเที่ยวภายในประเทศ ประเภทแบ็คแพกเกอร์ ที่ต้องการที่พักราคาประหยัด

โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย มีความต้องการที่จะพักอาศัยในที่พักราคาถูก



ภาพที่ 3.2 กลุ่มเป้าหมายลูกค้านักท่องเที่ยวต่างชาติ ประเภทแบ็คแพกเกอร์

3.3 การวางตำแหน่งทางการตลาด

ในส่วนของการวางตำแหน่งทางการตลาด โดยวิเคราะห์เปรียบเทียบคู่แข่งจะเป็นการเปรียบเทียบกับคู่แข่งที่ให้บริการด้านโรงแรมที่พักอาศัย ได้แบ่งแยกคู่แข่งออกเป็น 2 ลักษณะคือ

1. คู่แข่งในธุรกิจโรงแรมภายในจังหวัดแพร่
2. คู่แข่งในธุรกิจโฮสเทลภายในประเทศไทย (เนื่องจากในจังหวัดแพร่ยังไม่มีที่พัก

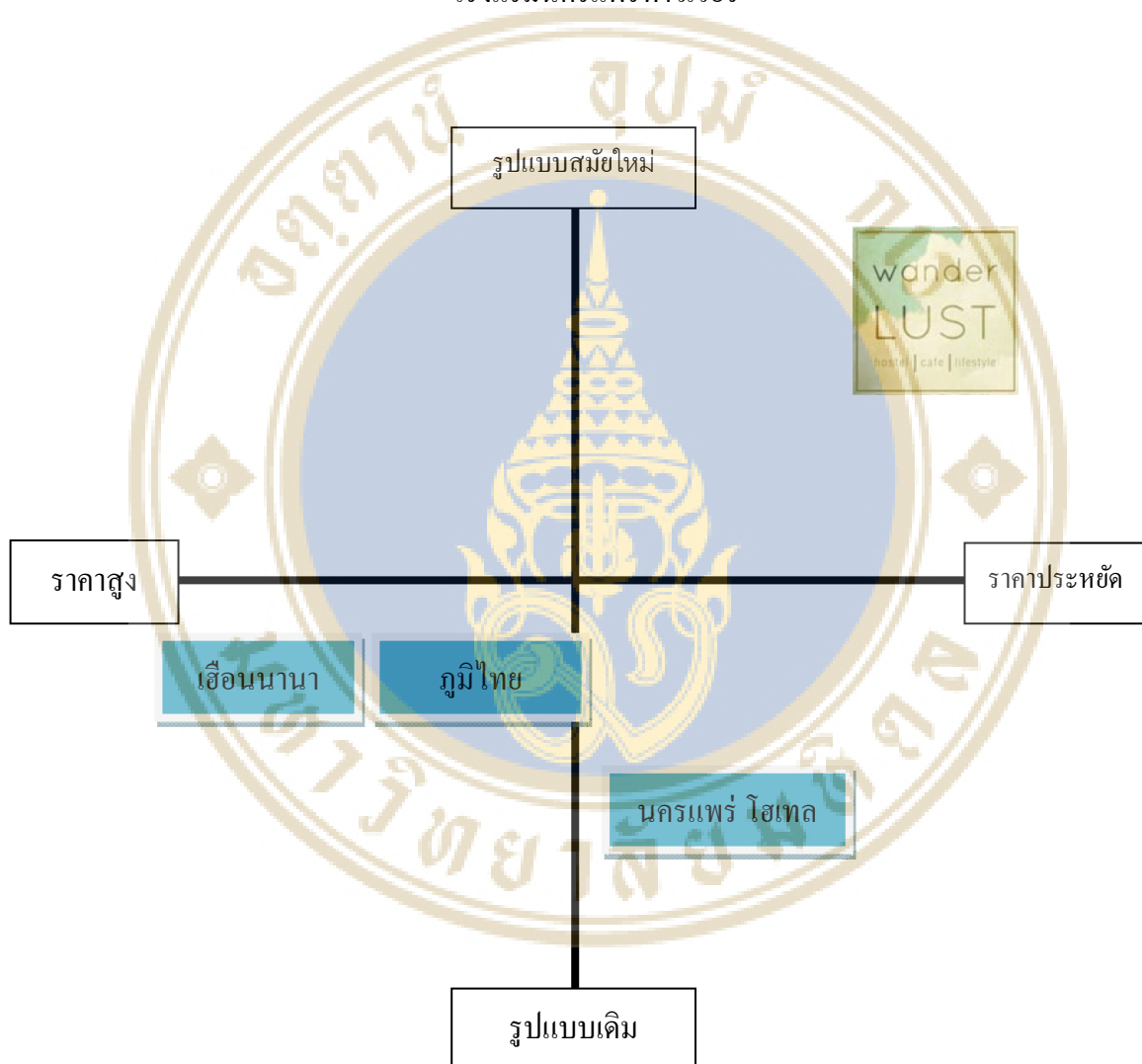
ในรูปแบบโฮสเทล)

ซึ่งได้วางตำแหน่งทางการตลาดดังนี้

3.3.1 การวางตำแหน่งทางการตลาดโดยเปรียบเทียบคู่แข่งในธุรกิจโรงแรมภายในจังหวัดแพร่

โดยมีโรงแรมคู่แข่งในการวางตำแหน่งทางการตลาดดังนี้

- ภูมิไทย การ์เด็น โฮเทล
- โรงแรมเอือนนนานาบูติก
- โรงแรมนครแพร่ทาวเวอร์

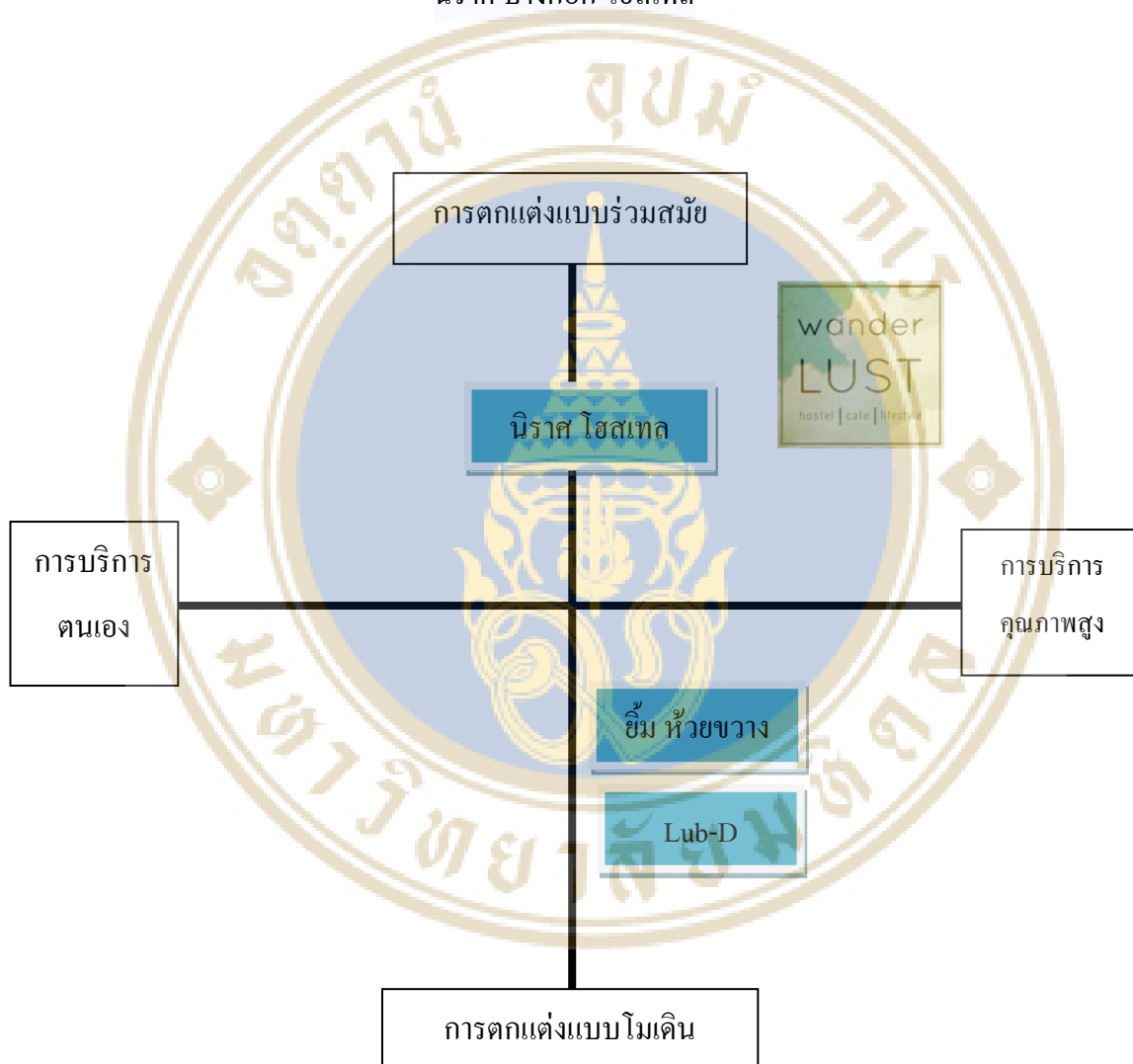


ภาพที่ 3.3 การวางตำแหน่งทางการตลาดเมื่อเทียบกับคู่แข่ง

3.3.2 การวางตำแหน่งทางการตลาดโดยเปรียบเทียบกับคู่แข่งในธุรกิจโฮสเทลภายในประเทศไทย (เนื่องจากในจังหวัดแพร่ยังไม่มีที่พักในรูปแบบโฮสเทล)

โดยมีโรงแรมคู่แข่งในการวางตำแหน่งทางการตลาดดังนี้

- Lub-D Hostel
- ยิ้ม ห้วยขวาง โฮสเทล
- นีราศ บางกอก โฮสเทล



ภาพที่ 3.4 การวางตำแหน่งทางการตลาดเมื่อเทียบกับคู่แข่ง

3.4 กลยุทธ์ทางการตลาด (4Ps)

3.4.1 กลยุทธ์ด้านการสินค้าและบริการ

โฮสเทล Wanderlust hostel เป็นที่พักราคาประหยัด สำหรับเช่ารายวัน โดยเป็นอาคาร 3 ชั้น ในพื้นที่ 4 ไร่ โดยมีห้องพัก 6 ประเภทหลัก รวมทั้งสิ้น 15 ห้อง ซึ่งสามารถรองรับผู้เข้าพักได้สูงสุด จำนวน 60 คน โดยแบ่งห้องตามประเภทได้ดังนี้

- ประเภท A1 ห้องนอนรวม 4 คน (ไม่แยกเพศ) จำนวน 4 ห้อง
ไม่รวมอาหารเช้า
สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก ได้แก่
 - เครื่องปรับอากาศ
 - ผ้าเช็ดตัว
 - ตู้เก็บของ/ชั้นวางของ
- ประเภท A2 ห้องนอนรวม 4 คน (เพศหญิง) จำนวน 2 ห้อง
ไม่รวมอาหารเช้า
สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก ได้แก่
 - เครื่องปรับอากาศ
 - ผ้าเช็ดตัว
 - ตู้เก็บของ/ชั้นวางของ
- ประเภท B1 ห้องนอนรวม 6 คน (ไม่แยกเพศ) จำนวน 3 ห้อง
ไม่รวมอาหารเช้า
สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก ได้แก่
 - เครื่องปรับอากาศ
 - ผ้าเช็ดตัว
 - ตู้เก็บของ/ชั้นวางของ
- ประเภท B2 ห้องนอนรวม 6 คน (เพศหญิง) จำนวน 1 ห้อง
ไม่รวมอาหารเช้า
สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก ได้แก่
 - เครื่องปรับอากาศ
 - ผ้าเช็ดตัว

- ตู้เก็บของ/ชั้นวางของ
 - ประเภท C ห้องพักส่วนตัว 3 คน จำนวน 2 ห้อง
รวมอาหารเช้า
สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก ได้แก่
 - เครื่องปรับอากาศ
 - ผ้าเช็ดตัว
 - ตู้เก็บของ/ชั้นวางของ
 - ประเภท D ห้องพักส่วนตัว 2 คน จำนวน 3 ห้อง
รวมอาหารเช้า
สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก ได้แก่
 - เครื่องปรับอากาศ
 - ผ้าเช็ดตัว
 - ตู้เก็บของ/ชั้นวางของ
- โดยในแต่ละห้องพักจะมี 1 ห้องน้ำต่อห้อง



ภาพที่ 3.5 ห้องพักรวม

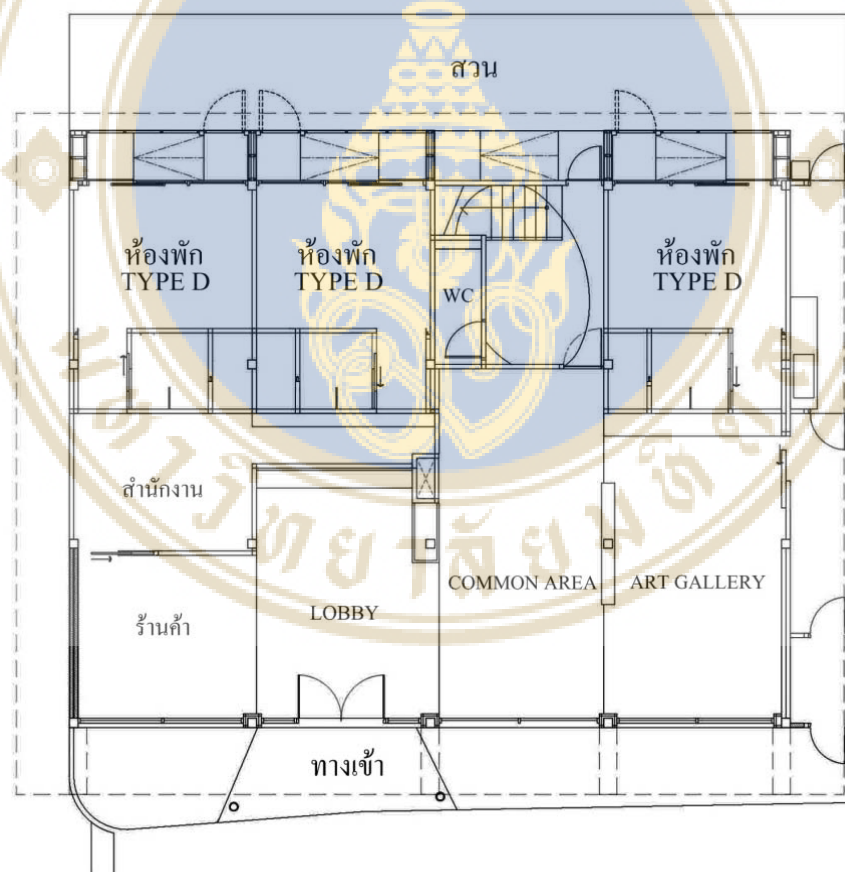


ภาพที่ 3.6 ห้องพักส่วนตัว

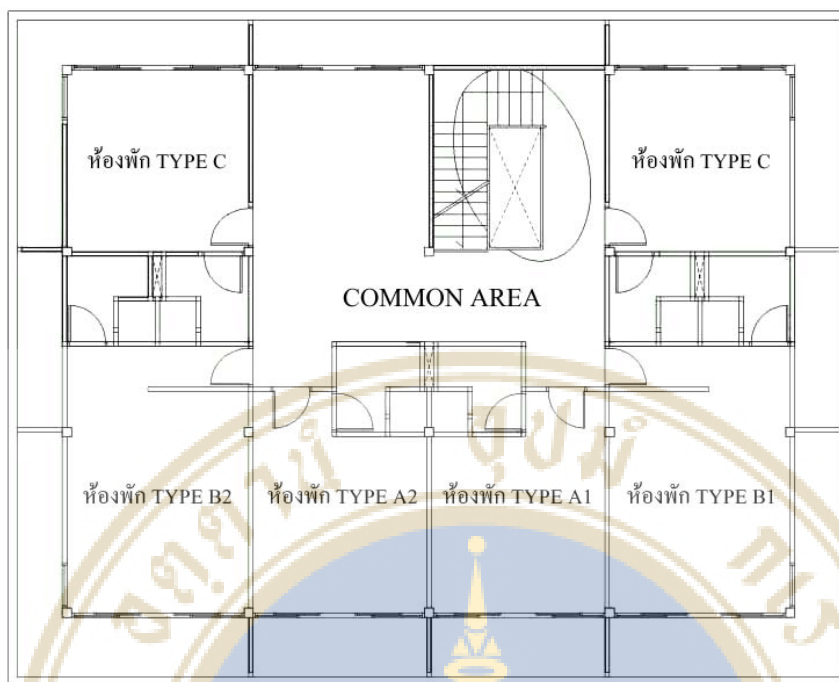
และในส่วนการบริการอื่นนอกเหนือจากห้องพัก ได้แก่

- สวนพักผ่อนบริเวณติดแม่น้ำยม
- บริการเช่าจักรยาน
- ส่วนพื้นที่ลือบบี้ และ บริการพื้นที่ส่วนกลาง(Common Area) ในแต่ละชั้น
- ส่วนร้านกาแฟ
- ส่วน Art gallery และ Souvenir shop

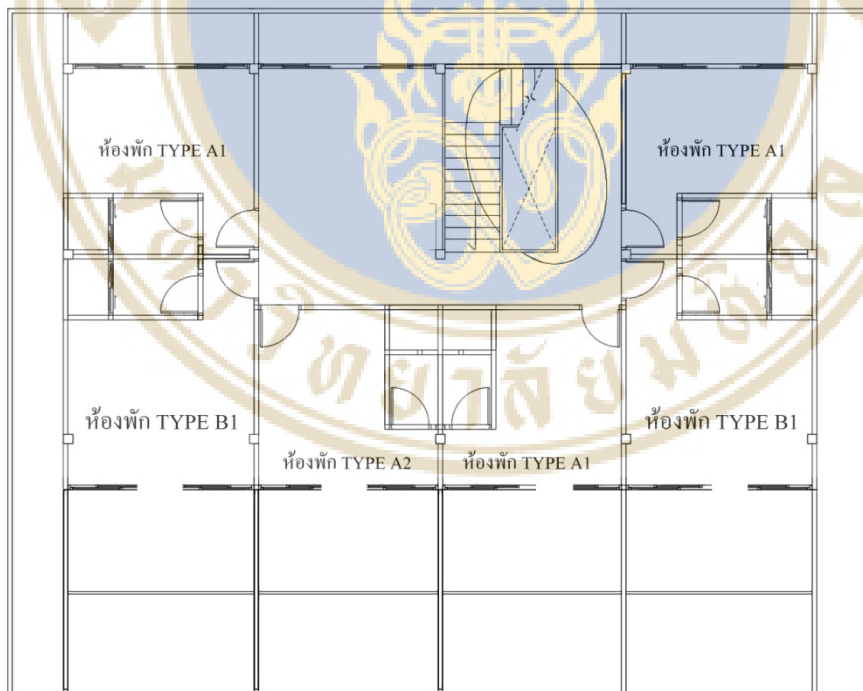
ซึ่งการแบ่งพื้นที่ห้องพักและพื้นที่ใช้สอยภายในอาคารทั้ง 3 ชั้นนั้น มีลักษณะของแปลนดังนี้



ภาพที่ 3.7 ผังอาคารชั้น 1

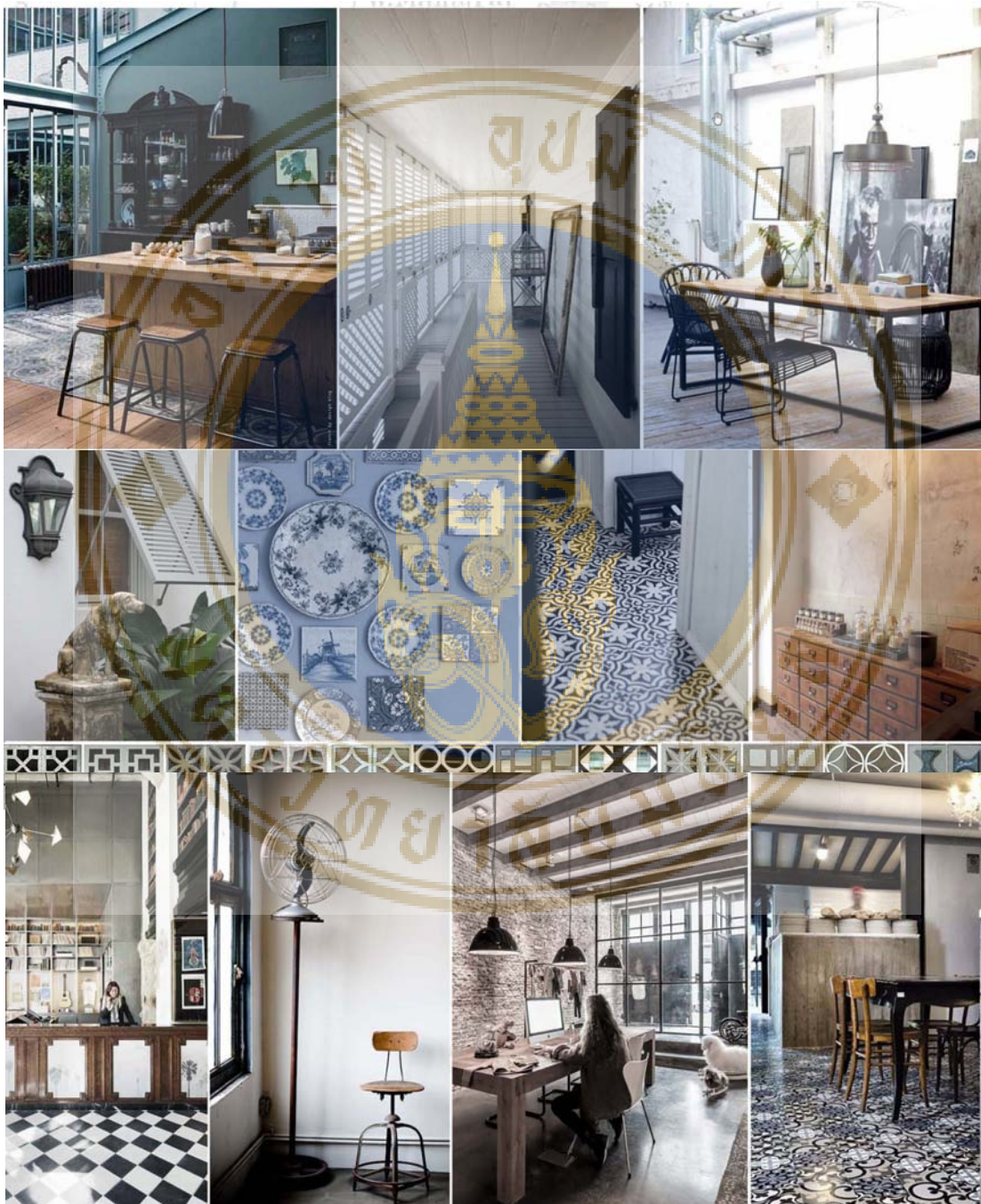


ภาพที่ 3.8 ผังอาคารชั้น 2



ภาพที่ 3.9 ผังอาคารชั้น 3

โดยลักษณะการตกแต่งทั้งส่วนงานสถาปัตยกรรม งานออกแบบภายใน ของประดับตกแต่ง หรือ การออกแบบเลขศิลป์ของโฮสเทล จะเป็นการออกแบบในรูปแบบร่วมสมัย (Contemporary style) โดยใช้รูปแบบของสถาปัตยกรรม และ ศิลปะล้านนา เข้ามาผสมผสานกับ วัสดุที่มีความเป็นสมัยใหม่ เพื่อสร้างความแตกต่างและสร้างเอกลักษณ์ที่ชัดเจนให้แก่โฮสเทล



ภาพที่ 3.10 รูปแบบของการออกแบบตกแต่ง

3.4.2 กลยุทธ์ด้านการกำหนดราคา

การกำหนดราคาของห้องพัก คิดราคาหนึ่งเตียงต่อหนึ่งคืน หรือ หนึ่งห้องต่อหนึ่งคืน โดยแบ่งตามประเภทของห้องพัก ทั้ง 6 ประเภท ดังนี้

- ประเภท A1 ห้องนอนรวม 4 คน (ไม่แยกเพศ) จำนวน 4 ห้อง
ช่วงปกติ ราคา 350 บาท ต่อคน ต่อคืน (มีผ้าเช็ดตัว / ไม่รวมอาหารเช้า)
ช่วงPeak season ราคา 450 บาท ต่อคน ต่อคืน (มีผ้าเช็ดตัว / ไม่รวมอาหารเช้า)
- ประเภท A2 ห้องนอนรวม 4 คน (เพศหญิง) จำนวน 2 ห้อง
ช่วงปกติ ราคา 350 บาท ต่อคน ต่อคืน (มีผ้าเช็ดตัว / ไม่รวมอาหารเช้า)
ช่วงPeak season ราคา 450 บาท ต่อคน ต่อคืน (มีผ้าเช็ดตัว / ไม่รวมอาหารเช้า)
- ประเภท B1 ห้องนอนรวม 6 คน (ไม่แยกเพศ) จำนวน 3 ห้อง
ช่วงปกติ ราคา 350 บาท ต่อคน ต่อคืน (มีผ้าเช็ดตัว / ไม่รวมอาหารเช้า)
ช่วงPeak season ราคา 450 บาท ต่อคน ต่อคืน (มีผ้าเช็ดตัว / ไม่รวมอาหารเช้า)
- ประเภท B2 ห้องนอนรวม 6 คน (เพศหญิง) จำนวน 1 ห้อง
ช่วงปกติ ราคา 350 บาท ต่อคน ต่อคืน (มีผ้าเช็ดตัว / ไม่รวมอาหารเช้า)
ช่วงPeak season ราคา 450 บาท ต่อคน ต่อคืน (มีผ้าเช็ดตัว / ไม่รวมอาหารเช้า)
- ประเภท C ห้องพักส่วนตัว 3 คน จำนวน 2 ห้อง
ช่วงปกติ ราคา 1,200 บาท ต่อห้อง ต่อคืน (มีผ้าเช็ดตัว / รวมอาหารเช้า)
ช่วงPeak season ราคา 1,300 บาท ต่อห้อง ต่อคืน (มีผ้าเช็ดตัว / รวมอาหารเช้า)
- ประเภท D ห้องพักส่วนตัว 2 คน จำนวน 3 ห้อง
ช่วงปกติ ราคา 1,200 บาท ต่อห้อง ต่อคืน (มีผ้าเช็ดตัว / รวมอาหารเช้า)
ช่วงPeak season ราคา 1,300 บาท ต่อห้อง ต่อคืน (มีผ้าเช็ดตัว / รวมอาหารเช้า)

และ บริการส่วน Art gallery โดย ให้เช่าพื้นที่สำหรับจัดแสดงงาน โดยคิดราคาเหมาจ่าย 5,000 บาท ต่อเดือน

3.4.3 กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย และ สถานที่ตั้ง

สถานที่ตั้งของโฮสเทล เป็นพื้นที่ขนาด 4 ไร่ ดินแม่น้ำยม ตั้งอยู่ ต.ในเวียง อ.เมือง จ.แพร่ ซึ่งมีความสะดวกในการเดินทาง มีภูมิทัศน์ บรรยากาศโดยรอบที่สวยงาม



ภาพที่ 3.11 บริเวณที่ตั้งของโฮสเทล



ภาพที่ 3.12 แผนที่ที่ตั้งของโฮสเทล

และยังมีแหล่งท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวโดยรอบบริเวณที่พัก เช่น วัดพระบาทมิ่งเมืองวรวิหาร ตั้งอยู่ถนนเจริญเมือง อำเภอเมืองแพร่ วัดพระบาทมิ่งเมืองวรวิหาร เป็นพระอารามหลวงแห่งเดียวในจังหวัดแพร่ จัดเป็นศูนย์รวมจิตใจของชาวแพร่ ในวัดมีเจดีย์มิ่งเมือง และเป็นที่ประดิษฐาน พระพุทธโกศยสิริชัยมหาศากยมุนี อันเป็นพระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์คู่บ้านคู่เมือง นอกจากนี้ยังเป็นที่เก็บรักษาพระคัมภีร์ปึกด้วยไหม พระคัมภีร์ที่ตัวอักษร ประดิษฐ์ขึ้นจากการปักด้วยไหมทีละตัว นับเป็นศิลปวัตถุชิ้นเอกชิ้นหนึ่งของจังหวัดแพร่



ภาพที่ 3.13 วัดพระบาทมิ่งเมืองวรวิหาร

หรือ บ้านประทับใจ ซึ่งสร้างสำเร็จเมื่อปี พ.ศ. 2519 เป็นบ้านไม้สักทั้งหลัง โดยใช้ไม้สักท่อนขนาดใหญ่ ตั้งเป็นเสาบ้านรวม 130 ต้น แต่ละเสามีอายุประมาณ 300 ปี แกะสลักอย่างประณีตวิจิตรบรรจง ตัวบ้านเป็นแบบทรงไทยประยุกต์ มีเนื้อที่ถึง 1 ไร่เศษ เปิดให้เข้าชมทุกวัน ตั้งแต่เวลา 08.00 - 17.00 น. อัตราค่าเข้าชม คนไทย 15 บาท ชาวต่างประเทศ 20 บาท



ภาพที่ 3.14 บ้านประทับใจ

และคุ้มเจ้าหลวงเมืองแพร่ ซึ่งเป็นสถาปัตยกรรมสมัยรัชกาลที่ 5 ยุคต้น ซึ่งมีรูปทรงเป็นแบบสถาปัตยกรรมไทยผสมยุโรป หรือทรงขนมปังจิง ซึ่งเป็นที่นิยมในสมัยนั้น หลังคามุงด้วยไม้ เรียกว่า “ไม้แป้นเกล็ด” เอาไว้คุ้มขังผู้ที่ทำความผิดสถานเบา(ลหุโทษ)



ภาพที่ 3.15 คุ้มเจ้าหลวงเมืองแพร่

3.4.4 กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาดและการขาย

Wanderlust hostel ใช้กลยุทธ์ในการส่งเสริมการตลาดและการขายแบบ การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร (Integrated Marketing Communication : IMC) เน้นการใช้ระบบการสื่อสารด้วยการใช้เครื่องมือสื่อสารในหลายรูปแบบและนำมาใช้เพื่อให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภค ซึ่งแต่ละเครื่องมือต้องถูกใช้อย่างกลมกลืนและต่อเนื่อง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้บริโภครู้จักดังต่อไปนี้

3.4.4.1 Above the line โดยจะทำการซื้อและทำโฆษณาผ่านสื่อหลัก ได้แก่ นิตยสาร เพื่อสร้างการรับรู้แก่ผู้บริโภคในวงกว้างภายในระยะเวลาสั้นอย่างรวดเร็ว โดยใช้โฆษณาแนะนำโฮสเทลผ่านสื่อโฆษณาในนิตยสารซึ่งเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โดยบริษัทจะทำการลงโฆษณาในนิตยสารที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเภทแบ็คแพ็คเกอร์ เช่น Barefoot , Lonely Planet เป็นต้น และรวมถึงนิตยสารฟรีแมกกาซีน ประเภทไลฟ์สไตล์ เช่น A Day Life , 247 Free Magazine

นิตยสารชะริตนิยม ของจังหวัดแพร่ เป็นต้น เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ โฮสเทล และ รายละเอียดของโฮสเทลอย่างพอสังเขป



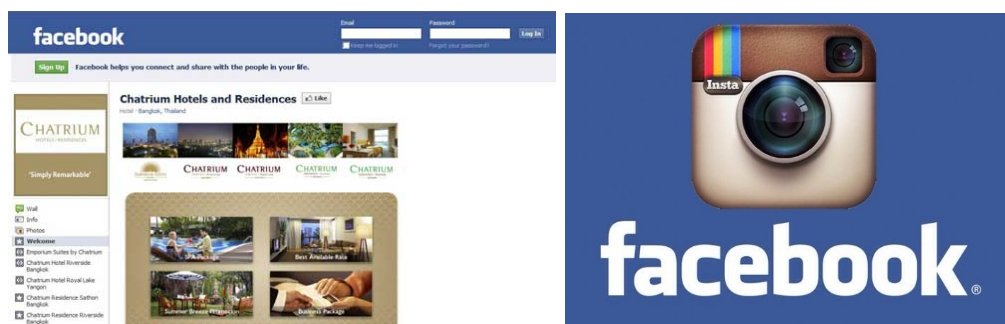
ภาพที่ 3.16 นิตยสารในการลงโฆษณาประชาสัมพันธ์

3.4.4.2 Between the line คือการทำการตลาดไปถึง โดยใช้ช่องทางของ Internet เป็นสื่อกลาง ซึ่งบริษัท จะทำการการตลาดดังนี้

Web site จัดทำ WWW.WANDERLUSTHOSTEL.COM ขึ้นเพื่อเป็นช่องทางสำหรับผู้สนใจในการเลือกใช้บริการ Wanderlust Hostel ได้สามารถเข้าชมห้องพัก และรายละเอียดการให้บริการของโฮสเทล และยังสามารถประชาสัมพันธ์ โฮสเทล แผนที่และเบอร์โทรศัพท์เพื่อสะดวกต่อการติดต่อ

Social network จัดทำ Fan page ในเว็บไซต์ www.facebook.com และการลงรูปประชาสัมพันธ์ทาง Instagram เพื่อเป็นช่องทางที่สามารถประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่างๆของ บริษัทที่ต้องการสื่อไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ติดตาม Page ของโฮสเทล

Web Agency ร่วมมือกับเพจที่ให้บริการในการจองห้องพักออนไลน์ อาทิเช่น Agoda เป็นต้น



ภาพที่ 3.17 การทำการตลาดโดยใช้ช่องทาง online marketing

3.4.4.3 Below the line เป็นการสื่อสารสองทางกับผู้บริโภคในรูปแบบของการจัดกิจกรรมตลาดเพื่อเข้าถึงผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม โดยได้ทำการวางแผนการใช้กลยุทธ์ในการส่งเสริมการขายไว้ดังนี้

ออกบูทประชาสัมพันธ์ โดยบริษัทจะการออกบูทกิจกรรมโดยจะเลือกไปยังการจัดกิจกรรมซึ่งเกี่ยวกับการท่องเที่ยว อาทิเช่น งานท่องเที่ยวไทย ที่จัดขึ้นเป็นประจำทุกปี ที่ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์โฮสเทลไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นการส่งเสริมให้กลุ่มนักท่องเที่ยวรู้จัก Wanderlust Hostel ดียิ่งขึ้น อีกทั้งภายในงานจะมีการจัดทำ Promotion ลดราคา ในช่วง Low Season เป็นต้น



ภาพที่ 3.18 การทำการตลาดโดยการออกบูทประชาสัมพันธ์ในงานท่องเที่ยวไทย

บทที่ 4

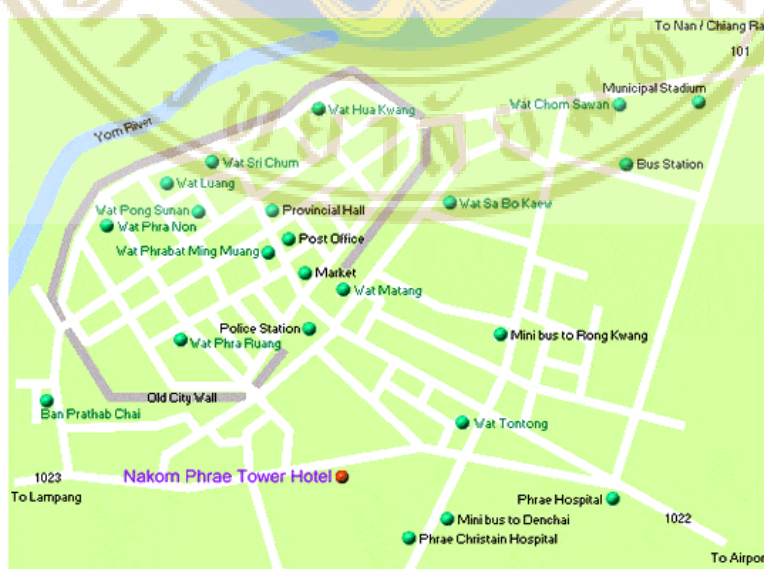
แผนการดำเนินงานทางธุรกิจและแผนการบริการ

4.1 ทำเลที่ตั้ง

สถานที่ตั้งของโฮสเทล เป็นพื้นที่ขนาด 4 ไร่ ติดแม่น้ำยม ตั้งอยู่ ต.ในเวียง อ.เมือง จ.แพร่ ซึ่งมีความสะดวกในการเดินทาง มีภูมิทัศน์ บรรยากาศโดยรอบที่สวยงาม



ภาพที่ 4.1 สถานที่ตั้ง



ภาพที่ 4.2 แผนที่โครงการ

4.2 แผนผังภายในอาคาร

โฮสเทล Wanderlust hostel เป็นที่พักราคาประหยัด สำหรับเช่ารายวัน โดยเป็นอาคาร 3 ชั้น ในพื้นที่ 4 ไร่ โดยมีห้องพัก 6 ประเภทหลัก รวมทั้งสิ้น 15 ห้อง ซึ่งสามารถรองรับผู้เข้าพักได้สูงสุด จำนวน 60 คน โดยแบ่งห้องตามประเภทได้ดังนี้

- ประเภท A1 ห้องนอนรวม 4 คน (ไม่แยกเพศ) จำนวน 4 ห้อง

ไม่รวมอาหารเช้า

สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก ได้แก่

- เครื่องปรับอากาศ
- ผ้าเช็ดตัว
- ตู้เก็บของ/ชั้นวางของ

- ประเภท A2 ห้องนอนรวม 4 คน (เพศหญิง) จำนวน 2 ห้อง

ไม่รวมอาหารเช้า

สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก ได้แก่

- เครื่องปรับอากาศ
- ผ้าเช็ดตัว
- ตู้เก็บของ/ชั้นวางของ

- ประเภท B1 ห้องนอนรวม 6 คน (ไม่แยกเพศ) จำนวน 3 ห้อง

ไม่รวมอาหารเช้า

สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก ได้แก่

- เครื่องปรับอากาศ
- ผ้าเช็ดตัว
- ตู้เก็บของ/ชั้นวางของ

- ประเภท B2 ห้องนอนรวม 6 คน (เพศหญิง) จำนวน 1 ห้อง

ไม่รวมอาหารเช้า

สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก ได้แก่

- เครื่องปรับอากาศ
- ผ้าเช็ดตัว
- ตู้เก็บของ/ชั้นวางของ

- ประเภท C ห้องพักส่วนตัว 3 คน จำนวน 2 ห้อง

รวมอาหารเช้า

สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก ได้แก่

- เครื่องปรับอากาศ
- ผ้าเช็ดตัว
- ตู้เก็บของ/ชั้นวางของ

- ประเภท D ห้องพักส่วนตัว 2 คน จำนวน 3 ห้อง

รวมอาหารเช้า

สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก ได้แก่

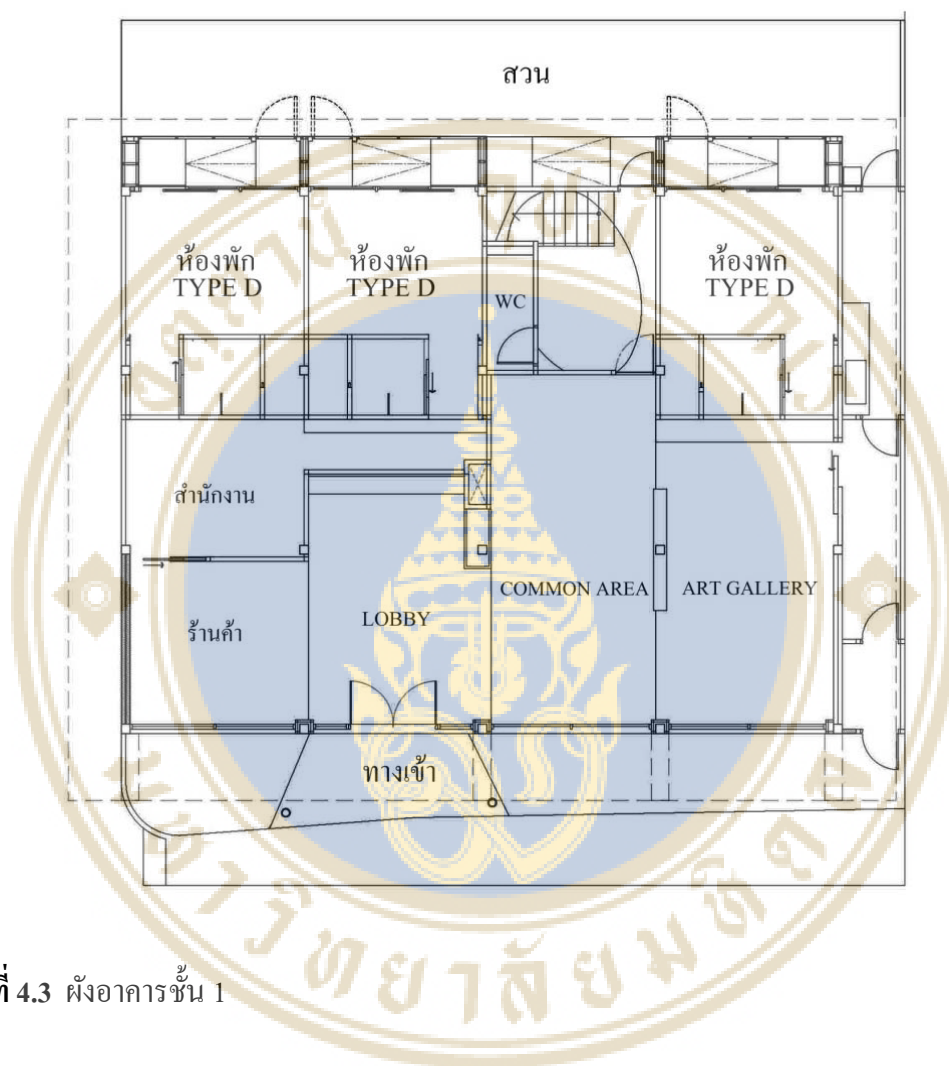
- เครื่องปรับอากาศ
- ผ้าเช็ดตัว
- ตู้เก็บของ/ชั้นวางของ

โดยในแต่ละห้องพักจะมี 1 ห้องน้ำต่อห้อง

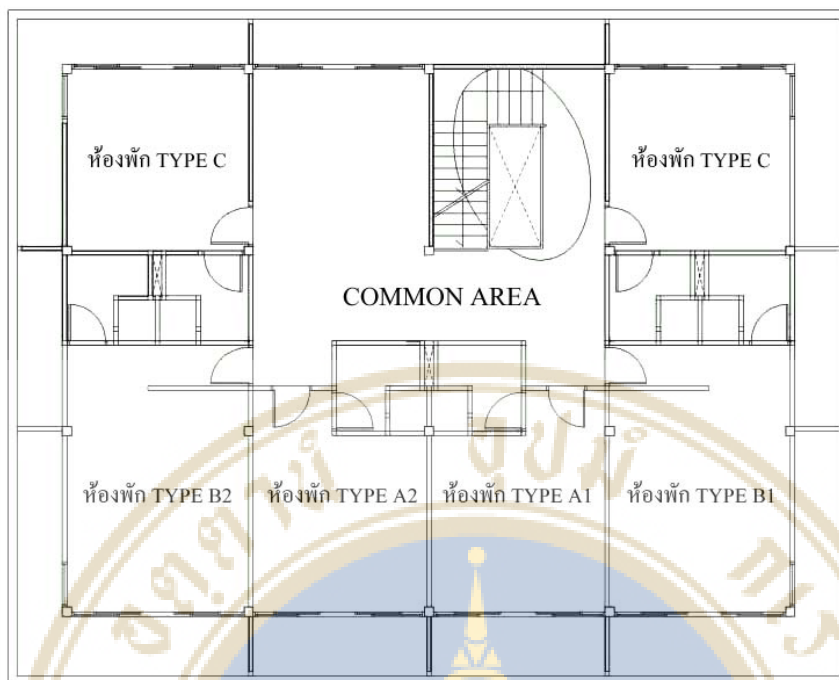
และในส่วนการบริการอื่นนอกเหนือจากห้องพัก ได้แก่

- สวนพักผ่อนบริเวณติดแม่น้ำยม
- บริการเช่าจักรยาน
- ส่วนพื้นที่ลือบบี้ และ บริการพื้นที่ส่วนกลาง(Common Area) ในแต่ละชั้น
- ส่วนร้านกาแฟ
- ส่วน Art gallery และ Souvenir shop

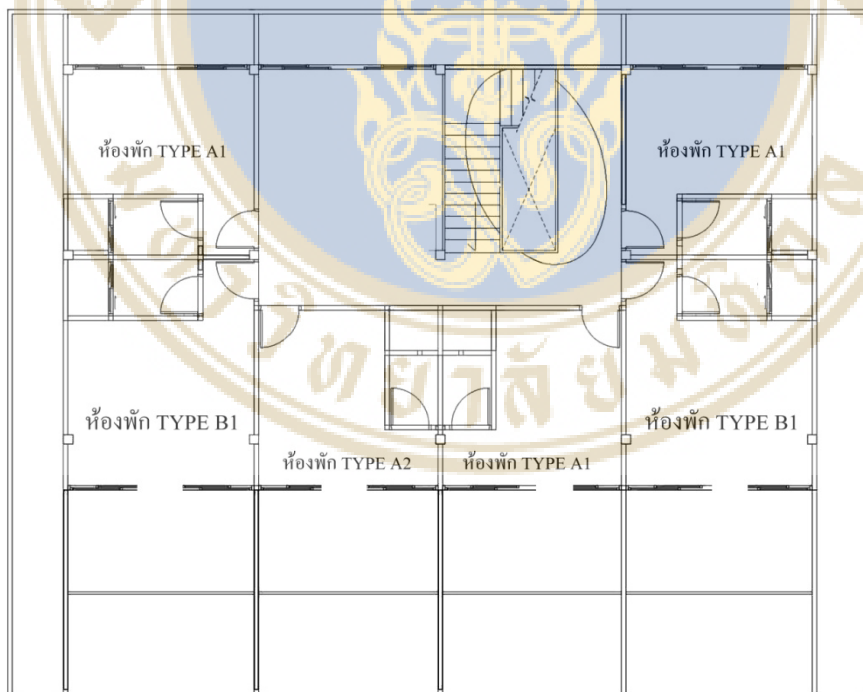
ซึ่งการแบ่งพื้นที่ห้องพักและพื้นที่ใช้สอยภายในอาคารทั้ง 3 ชั้นนั้น มีลักษณะของแปลนดังนี้



ภาพที่ 4.3 ผังอาคารชั้น 1

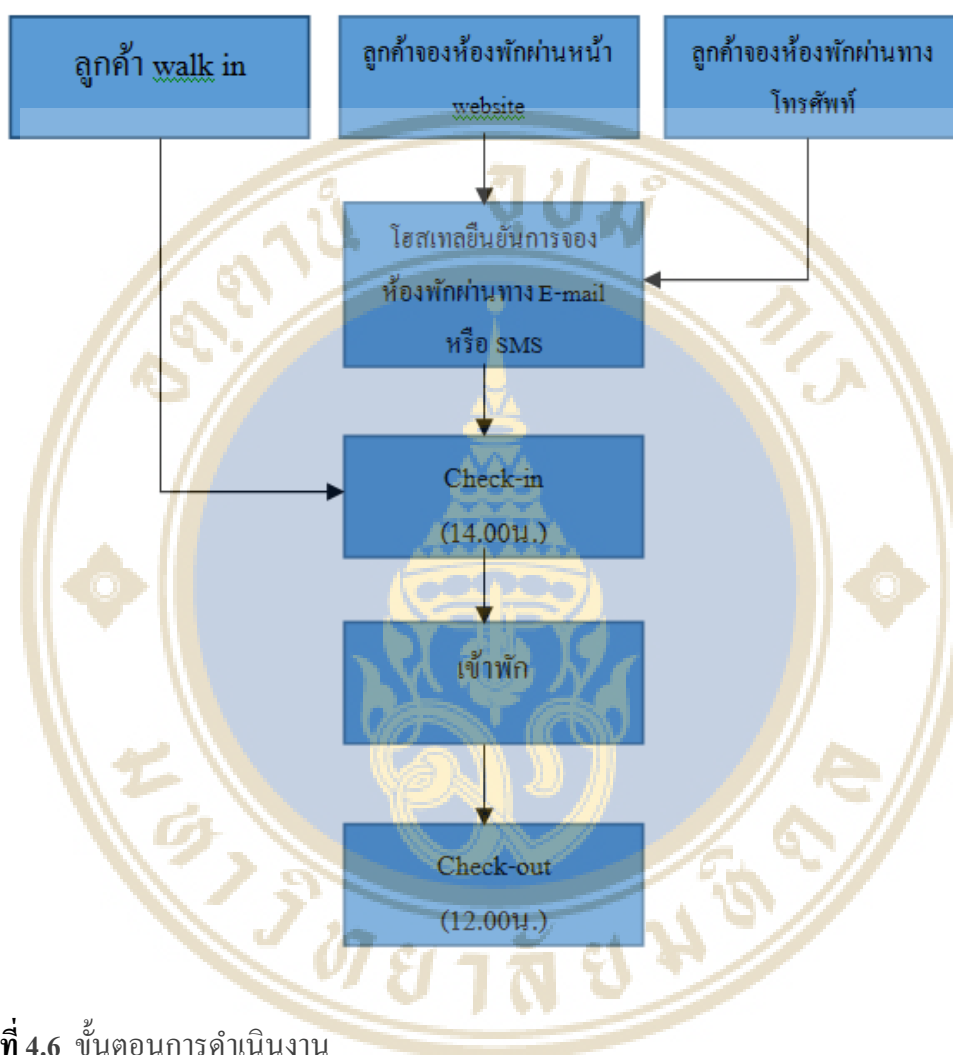


ภาพที่ 4.4 ฟังอาคารชั้น 2



ภาพที่ 4.5 ฟังอาคารชั้น 3

4.3 กระบวนการบริการ



ภาพที่ 4.6 ขั้นตอนการดำเนินงาน

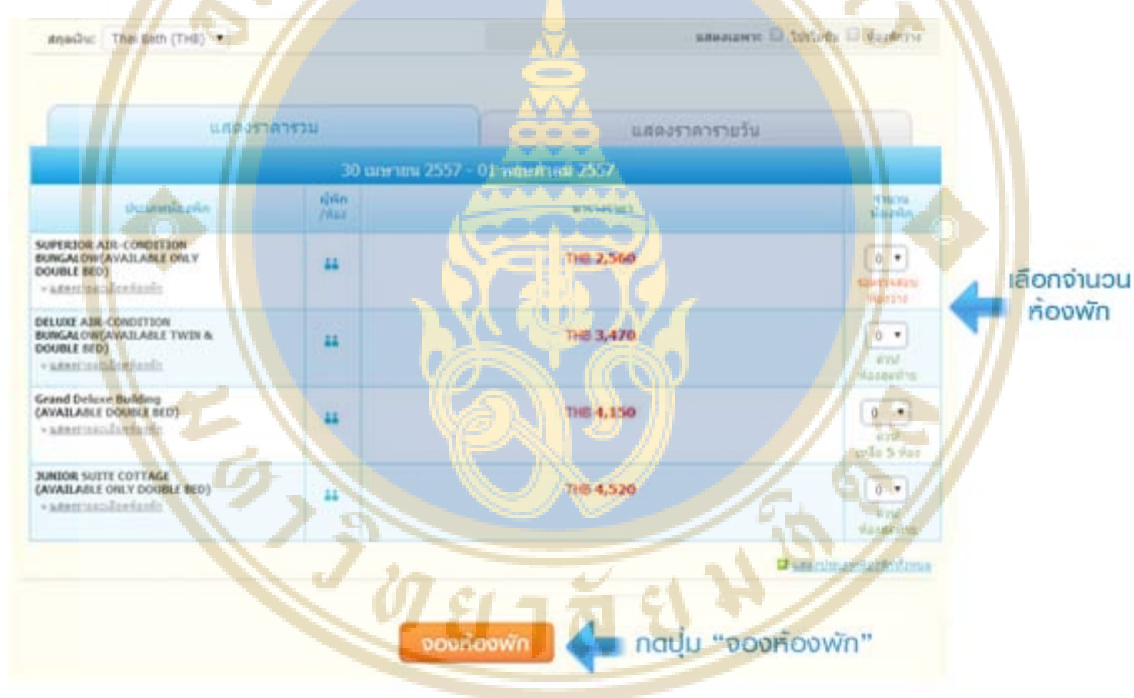
Wanderlust hostel มีลูกค้าที่เข้าพักทั้งในลักษณะของลูกค้าที่เข้าสอบถามโดยตรงกับทางโรงแรม และ ลูกค้าที่จองห้องพักล่วงหน้าก่อนการเข้าพัก

โดยลูกค้าที่ทำการจองห้องพักล่วงหน้าจะมีขั้นตอนดังนี้

4.3.1 Booking (การจองห้องพัก) ผ่านหน้า website โรงแรม

4.3.1.1 การจองห้องพักจากหน้า website โรงแรม

เมื่อลูกค้าเลือกห้องพักที่ต้องการเข้าพักได้แล้ว สามารถเลือกช่วงเวลาที่จะเข้าพัก จำนวนคืน และจำนวนผู้เข้าพัก จากนั้นกดปุ่มตรวจสอบราคาและจองห้องพัก และระบบจะโชว์ตารางราคาห้องพักทั้งหมด เมื่อลูกค้าตัดสินใจได้แล้วว่าจะเข้าพักประเภทห้องแบบใดให้เลือกจำนวนห้องประเภทนั้น แล้วคลิกจองห้องพัก



ภาพที่ 4.7 การเลือกจองห้องพักผ่านหน้า Website

4.3.1.2 รายละเอียดจากการจองห้องพัก ซึ่งระบบจะแสดงจำนวนราคารวมในการใช้บริการที่ลูกค้าต้องชำระเงิน โรงแรมจะทำการเรียกเก็บเงินจากบัตรเครดิตที่ลูกค้าได้ระบุในแบบฟอร์มการชำระเงินทันที พร้อมส่งเอกสารยืนยันการจองห้องพัก / ใบ Hotel Voucher ไปที่อีเมลที่ลูกค้าได้แจ้งไว้ภายใน 1 วันทำการ และ ลูกค้าจะได้รับการติดต่อกลับจากเจ้าหน้าที่ของโรงแรมภายใน 1 วันทำการ

4.3.1.3 Pay (การยืนยันการชำระเงิน)

ลูกค้าสามารถเลือกชำระเงินได้ 2 วิธี คือ ชำระผ่านบัตรเครดิตออนไลน์ (Credit Card) หรือ โอนเข้าบัญชีธนาคาร (Bank Transfer) โดยเลือกวิธีที่ลูกค้าต้องการ

4.3.1.4 Stay (การเข้าพัก)

เมื่อส่งข้อมูลการจองเรียบร้อยแล้ว จะมีอีเมลแจ้งให้ลูกค้าทราบว่าทางโฮสเทลได้รับข้อมูลเรียบร้อยแล้ว และเจ้าหน้าที่ของโฮสเทลจะรีบแจ้งผลการจองห้องพักกลับให้ทางอีเมลที่ท่านได้แจ้งไว้ ไม่เกิน 1 วันทำการ (24 ชั่วโมง)

4.3.2 Booking (การจองห้องพัก) ผ่านทางโทรศัพท์

4.3.1.1 การจองห้องพักผ่านทางโทรศัพท์

ลูกค้าสามารถโทรสอบถามและจองห้องพัก ได้ทุกวันในเวลา 9.00 น ถึง 18.00 น และเมื่อได้ห้องพักที่ต้องการทางโฮสเทลจะทำการส่ง SMS เพื่อแจ้งขั้นตอนการโอนเงินการจองห้องพัก

4.3.1.3 Pay (การยืนยันการชำระเงิน)

ลูกค้าสามารถเลือกชำระเงินได้ 2 วิธี คือ ชำระผ่านบัตรเครดิตออนไลน์ (Credit Card) หรือ โอนเข้าบัญชีธนาคาร (Bank Transfer) โดยเลือกวิธีที่ลูกค้าต้องการ

4.3.1.4 Stay (การเข้าพัก)

เมื่อส่งข้อมูลการจองเรียบร้อยแล้ว จะมีอีเมลแจ้งให้ลูกค้าทราบว่าทางโฮสเทลได้รับข้อมูลเรียบร้อยแล้ว และเจ้าหน้าที่ของโฮสเทลจะรีบแจ้งผลการจองห้องพักกลับให้ทางอีเมลหรือSMSที่ท่านได้แจ้งไว้ ไม่เกิน 1 วันทำการ (24 ชั่วโมง)

4.3.3 ขั้นตอนการ Check In ของพนักงานโฮสเทล

4.3.3.1 พนักงานจัดเตรียม และตรวจสอบเอกสารของห้องพัก

จะต้อง Check In เป็นรายละเอียดเกี่ยวกับลูกค้า

4.3.3.2 หลังจากลูกค้าเข้าพักและลงทะเบียนในใบ Register และ

ขอ Passport ถ่ายเอกสาร พร้อมกับ Credit Card Imprint หรือกรณีที่ลูกค้าจะต้องชำระค่าห้องพักทั้งหมดที่โรงแรมก็ทำการเรียกเก็บลูกค้า เสร็จเรียบร้อยแล้ว จะเป็นการทำ Check In ในระบบ ซึ่งการทำ Check In ลูกค้าที่มี โดยเข้าไป เช็คอินได้ 2 ทางคือ จาก Reservation and Front Desk

4.3.4 ขั้นตอนการ Check out ของพนักงานโฮสเทล

4.3.4.1 จัดเตรียมและตรวจเอกสารต่าง ของลูกค้าที่จะ Check Out ต้อง
นำ Departure File ออกมาตรวจสอบ

4.3.4.2 ตรวจเช็คค่าใช้จ่ายของห้องที่จะ Check Out ว่ามีค่าใช้จ่ายค้างจ่าย
เท่าไร



บทที่ 5

แผนการบริหารและจัดการองค์กร

5.1 รูปแบบการจัดตั้งธุรกิจ

Wanderlust hostel ดำเนินธุรกิจโฮสเทลโดยใช้ที่ดินของตนเอง ในอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ เหมาะสำหรับเป็นที่พักค้างคืนแก่นักท่องเที่ยว โดยมีห้องพัก 6 ประเภทหลัก รวมทั้งสิ้น 15 ห้อง ซึ่งสามารถรองรับผู้เข้าพักได้สูงสุด จำนวน 60 คน

โดยมีผู้ก่อตั้งคือ นางสาวศศิวิไล โสภณวิมลสวัสดิ์ ซึ่งดำรงตำแหน่งผู้บริหารบริษัท และมีทุนจดทะเบียนบริษัท มูลค่า 6,000,000 บาท เป็น จำนวน 300 หุ้น

5.1.1 รายชื่อผู้ถือหุ้น และ สัดส่วนการถือครอง

5.1.1.1 นางสาวศศิวิไล โสภณวิมลสวัสดิ์ จำนวนหุ้น 150 หุ้น มูลค่า 3,000,000 ล้านบาท คิดเป็น ร้อยละ 50

5.1.1.2 นางสาวA จำนวนหุ้น 75 หุ้น มูลค่า 1,500,000 บาท คิดเป็น ร้อยละ 25

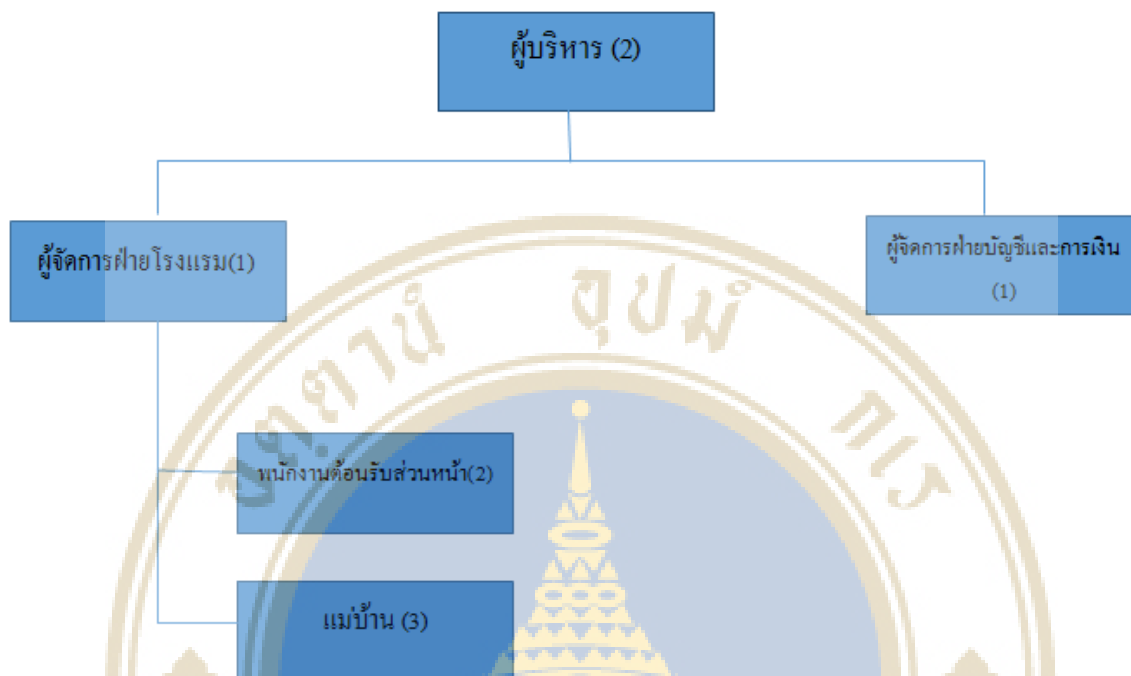
5.1.1.3 นางสาวB จำนวนหุ้น 75 หุ้น มูลค่า 1,500,000 บาท คิดเป็น ร้อยละ 25

5.1.2 ประวัติผู้ก่อตั้ง

ปี 2551 – 2555 ตำแหน่งพยาบาลวิชาชีพ โรงพยาบาลศิริราช

ปี 2555 – ปัจจุบัน ตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายปฏิบัติงาน ทันตรกรรมบางกอกอินเตอร์เนชั่นแนล เดลทอล เซนเตอร์

5.2 แผนผังโครงสร้างองค์กร



ภาพที่ 5.1 แผนผังโครงสร้างองค์กร

5.3 ลักษณะงานและความรับผิดชอบ

Wanderlust hotel ได้แบ่งโครงสร้างองค์กรตามสายงานที่รับผิดชอบโดยในแต่ละตำแหน่งมีลักษณะงานและความรับผิดชอบ ดังต่อไปนี้

5.3.1 ผู้บริหาร

- กำหนดนโยบาย ทิศทาง และกำหนดวัตถุประสงค์ของบริษัท
- ดูแลทั่วไปภายในโฮสเทล โดยติดตามสภาพการแข่งขันที่เป็นอยู่ในขณะนั้นและกำกับดูแลและประสานงานกับทีมงานด้านอื่นๆของโฮสเทลเพื่อให้การดำเนินงานสอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน
- ควบคุมการทำงานภายในโฮสเทลทั้งหมดให้เป็นไปด้วยเรียบร้อย
- วางแผนการตลาด และสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

5.3.2 ฝ่ายผู้จัดการโรงแรม

- ดูแลส่วนต้อนรับส่วนหน้าและห้องพักทั้งหมด
- ควบคุมการทำงานทุกส่วนให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย เริ่มตั้งแต่ลูกค้าเข้าพักจนลูกค้าเช็คเอาท์
- ดูแลการทำงานของส่วนอาหารและเครื่องดื่ม

5.3.3 ฝ่ายพนักงานต้อนรับ

- ต้อนรับและให้บริการลูกค้า เริ่มตั้งแต่ลูกค้าเข้าพักจนลูกค้าเช็คเอาท์ และปฏิบัติตามหน้าที่คำสั่งของผู้จัดการฝ่าย
- ให้บริการในเรื่องการสำรองห้องพัก
- รับผิดชอบให้บริการร้านกาแฟ
- รับผิดชอบดูแลความเรียบร้อยของ Art gallery

5.3.4 ฝ่ายแม่บ้าน

- รับผิดชอบงานทำความสะอาดและห้องพักบริเวณภายในโรงแรมรวมทั้งดูแลความสะอาดและความเรียบร้อยของสิ่งแวดล้อมรอบโฮสเทล

5.3.5 ฝ่ายผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงิน

- วางแผนรายรับรายจ่ายของโฮสเทล และร่วมกำหนดนโยบายและทิศทางของบริษัทด้านการบริหารทั่วไปวางแผนและนโยบายและควบคุมการปฏิบัติงานด้านการเงิน รวมทั้งวางแผนควบคุมด้านข้อมูลสารสนเทศ
- ควบคุมดูแลรายรับรายจ่ายของโฮสเทลและควบคุมการปฏิบัติงานด้านบัญชี
- วิเคราะห์และวางแผนด้านการเงิน

5.4 แผนการว่าจ้างพนักงาน

ตารางที่ 5.1 แสดงรายละเอียดจำนวนพนักงานและอัตราค่าจ้างบุคลากร (ระยะเวลา 5 ปี)

ระดับ / ตำแหน่ง	พ.ศ. 2559				พ.ศ. 2560				พ.ศ. 2561				พ.ศ. 2562				พ.ศ. 2563			
	จำนวน	เงินเดือน	รวม/เดือน	รวม/ปี	จำนวน	เงินเดือน	รวม/เดือน	รวม/ปี	จำนวน	เงินเดือน	รวม/เดือน	รวม/ปี	จำนวน	เงินเดือน	รวม/เดือน	รวม/ปี	จำนวน	เงินเดือน	รวม/เดือน	รวม/ปี
ผู้บริหาร	2	25,000	50,000	600,000	1	26,250	26,250	315,000	1	27,563	27,563	330,750	1	28,941	28,941	347,288	1	30,388	30,388	364,652
ผู้จัดการฝ่ายโรงแรม	1	18,000	18,000	216,000	1	18,900	18,900	226,800	1	19,845	19,845	238,140	1	20,837	20,837	250,047	1	21,879	21,879	262,549
พนักงานต้อนรับ	2	12,000	24,000	288,000	2	12,600	25,200	302,400	2	13,230	26,460	317,520	2	13,892	27,783	333,396	2	14,586	29,172	350,066
แม่บ้าน	3	6,500	19,500	234,000	4	6,825	27,300	327,600	4	7,166	28,665	343,980	4	7,525	30,098	361,179	4	7,901	31,603	379,238
ผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงิน	1	15,000	15,000	180,000	4	15,750	63,000	756,000	4	16,538	66,150	793,800	4	17,364	69,458	833,490	4	18,233	72,930	875,165
	9		126,500	1,518,000			160,650	1,927,800			168,683	2,024,190			177,117	2,125,400		92,986	185,972	2,231,669

หมายเหตุ : บริษัทเพิ่มเงินเดือนให้พนักงาน ปีละ 5 %

บทที่ 6

แผนการเงิน

6.1 สมมติฐานทางการบัญชีและการเงิน

(ประมาณการทางการเงินของกิจการในอนาคต 5 ปี)

สมมติฐานในการคำนวณ

- ที่ดิน 4 ไร่และอาคาร 3 ชั้น เป็นสินทรัพย์เดิมของเจ้าของโครงการ
- ค่าดำเนินการตกแต่งภายในอาคาร 3 ชั้น รวมพื้นที่ 600 ตารางเมตร ประมาณการค่าตกแต่งทั้งสิ้น 5,000,000 บาท ซึ่งรวมถึงงานระบบไฟฟ้า งานระบบประปา วัสดุก่อสร้าง เฟอร์นิเจอร์ และอุปกรณ์ตกแต่งทั้งหมด
- ยานพาหนะของบริษัท ประกอบด้วย รถจักรยานยนต์ 1 คัน และรถจักรยาน 5 คัน
- ประมาณการยอดขายในปีที่ 1 และ 2 ยอดขายห้องพักเป็นร้อยละ 60 ของห้องพักทั้งหมด โดยช่วง Peak season คือช่วงไตรมาสสุดท้ายของปี
- ประมาณการยอดขายในปีที่ 3, 4 และ 5 ยอดขายห้องพักเป็นร้อยละ 70 ของห้องพักทั้งหมด โดยช่วง Peak season คือช่วงไตรมาสสุดท้ายของปี
- ประมาณการยอดขายร้านกาแฟ เดือนละ 25,000 บาท
- ประมาณการค่าเช่า Art Gallery เดือนละ 5,000 บาท
- การขายสินค้าเป็นเงินสด 100 %
- ค่าสาธารณูปโภคเดือนละ 70,000 บาท เพิ่มขึ้นปีละ 5%
- อัตราเงินเดือนพนักงาน เพิ่มขึ้นปีละ 5%
- สวัสดิการพนักงานคิด 5% ของเงินเดือน
- แหล่งเงินทุน มาจากการระดมทุนจากหุ้นส่วนของบริษัท จำนวน 300 หุ้น หุ้นละ 30,000 บาท รวมเป็นจำนวนเงินทุนทั้งหมด 9,000,000 บาท
- ลงทุนในสินทรัพย์ จำนวนรวมทั้งสิ้น 450,000 บาท
- ค่าอุปกรณ์สำนักงาน 400,000 บาท
- เงินทุนหมุนเวียนในกิจการ 250,000 บาท โดยเป็นเงินส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งหมด
- รายจ่ายก่อนการดำเนินงาน 5,080,000 บาท
- Tax Rate ปี 2556 - 2559 20%

- นโยบายการจ่ายปันผล 5% ของกำไรสุทธิตั้งแต่ปีที่ 6 เป็นต้นไป เนื่องจากในช่วง 5 ปีแรก บริษัทมีการใช้จ่ายเพื่อการขยายธุรกิจและส่งเสริมการตลาด

ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน

ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงานของบริษัท แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้ รายจ่ายในการเตรียมการ และรายจ่ายสิทธิในการใช้สินทรัพย์ เป็นจำนวนเงินรวม 5,080,000 บาท ซึ่งถือว่าเป็นต้นทุนของโครงการด้วย (รายละเอียดดังตาราง)

ตารางที่ 6.1 ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน

ลำดับ	กิจกรรมก่อนการดำเนินงาน	จำนวนเงิน (บาท)
ก. รายจ่ายในการเตรียมการ		฿ 5,080,000
1	ค่าจดทะเบียนจัดตั้งกิจการ	฿ 30,000
2	ค่าติดต่อราชการขอใบอนุญาตต่าง ๆ	฿ 30,000
3	ค่าใช้จ่ายวิเคราะห์โครงการ หรือจัดทำแผนธุรกิจ	฿ 10,000
4	ค่าปรับปรุงและตกแต่งภายในอาคาร 3 ชั้น	฿ 5,000,000
5	ค่าฝึกอบรมพนักงาน	฿ 10,000
ข. สิทธิในการใช้สินทรัพย์		฿ -
1	ค่าสิทธิในการเช่าสถานที่	฿ -
	รวม	฿ 5,080,000

งบต้นทุนโครงการ

งบต้นทุนโครงการเป็นการประมาณรายการสินทรัพย์และจำนวนเงินที่ลงทุนก่อนเริ่มโครงการ เพื่อแสดงให้เห็นถึงจำนวนเงินลงทุน และแหล่งที่มาเงินลงทุน ซึ่งอาจมาจากส่วนของผู้ออกหุ้นเอง หรือกู้ยืมเงินมาลงทุน

ตามการประมาณการโครงการลงทุน (รายละเอียดดังตาราง) ในการดำเนินการ พบว่าธุรกิจมีความต้องการเงินทุนรวม 6,000,000 บาท โดยมีแหล่งเงินทุนมาจากทุนของ ผู้ออกหุ้นทั้งหมด เพื่อเป็นเงินสดหมุนเวียนในกิจการ, เงินลงทุนในสินทรัพย์ และค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน โดยมีรายละเอียดต้นทุนโครงการดังนี้

ตารางที่ 6.2 งบต้นทุนโครงการ

หน่วย : บาท				
รายการ	รวมจำนวนเงินทั้งสิ้น	แหล่งที่มาของเงินทุน		
		หนี้สิน		เจ้าของ
		เจ้าหนี้การค้า	เงินกู้	
1. เงินทุนหมุนเวียน				
1.1 เงินสด (สำรองในการดำเนินงาน)	250,000			250,000
1.2 เงินสดสำรองสำหรับการขายเชื่อ	-			-
รวมเงินทุนหมุนเวียน (1)	250,000			250,000
2. สินทรัพย์ถาวร				
2.1 เครื่องใช้สำนักงาน และ อุปกรณ์	400,000			400,000
2.2 ยานพาหนะ	50,000			50,000
รวมสินทรัพย์ถาวร (2)	450,000			450,000
3. รายจ่ายก่อนการดำเนินงาน				
3.1 รายจ่ายในการเตรียมการ	5,080,000			5,080,000
3.2 สิทธิในการใช้สินทรัพย์ (ในการเช่าสำนักงาน)	-			-
รวมรายจ่ายก่อนการดำเนินงาน (3)	5,080,000			5,080,000
รวมต้นทุนโครงการทั้งสิ้น (1)+(2)+(3)	5,780,000			5,780,000

การพยากรณ์การขายสินค้า และการชำระเงินค่าสินค้ารายไตรมาส ตั้งแต่ปี 2558-2562

การพยากรณ์การขายสินค้า

- ประมาณการยอดขายในปีที่ 1 และ 2 ยอดขายห้องพักเป็นร้อยละ 60 ของห้องพักทั้งหมด โดยช่วง Peak season คือช่วงไตรมาสสุดท้ายของปี
- ประมาณการยอดขายในปีที่ 3, 4 และ 5 ยอดขายห้องพักเป็นร้อยละ 70 ของห้องพักทั้งหมด โดยช่วง Peak season คือช่วงไตรมาสสุดท้ายของปี
- ประมาณการยอดขายร้านค้าแฟ เดือนละ 25,000 บาท
- ประมาณการค่าเช่า Art Gallery เดือนละ 5,000 บาท
- การขายสินค้าเป็นเงินสด 100 %



ตารางที่ 6.3 พยากรณ์การขายสินค้า รายไตรมาส ปีที่ 1-5

รายการ	ประเภทห้อง	ปีที่ 1 พ.ศ. 2558 / ไตรมาส				ปีที่ 2 พ.ศ. 2559 / ไตรมาส				ปีที่ 3 พ.ศ. 2560 / ไตรมาส				ปีที่ 4 พ.ศ. 2561 / ไตรมาส				ปีที่ 5 พ.ศ. 2562 / ไตรมาส			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
จำนวนห้อง	A1	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360
ราคาห้องคืน	A1	B 1,400	B 1,400	B 1,400	B 1,800	B 1,400	B 1,400	B 1,400	B 1,800	B 1,400	B 1,400	B 1,400	B 1,800	B 1,400	B 1,400	B 1,400	B 1,800	B 1,400	B 1,400	B 1,400	B 1,800
รวมยอดขาย (บาท)		B 504,000	B 504,000	B 504,000	B 648,000	B 504,000	B 504,000	B 504,000	B 648,000	B 504,000	B 504,000	B 504,000	B 648,000	B 504,000	B 504,000	B 504,000	B 648,000	B 504,000	B 504,000	B 504,000	B 648,000
รวมจำนวนห้องพัก A1		1,440				1,440				1,440				1,440				1,440			
รวมยอดขาย A1 ทั้งปี (บาท)		2,160,000				2,160,000				2,160,000				2,160,000				2,160,000			
จำนวนห้อง	A2	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180
ราคาห้องคืน	A2	B 1,400	B 1,400	B 1,400	B 1,800	B 1,400	B 1,400	B 1,400	B 1,800	B 1,400	B 1,400	B 1,400	B 1,800	B 1,400	B 1,400	B 1,400	B 1,800	B 1,400	B 1,400	B 1,400	B 1,800
รวมยอดขาย (บาท)		B 252,000	B 252,000	B 252,000	B 324,000	B 252,000	B 252,000	B 252,000	B 324,000	B 252,000	B 252,000	B 252,000	B 324,000	B 252,000	B 252,000	B 252,000	B 324,000	B 252,000	B 252,000	B 252,000	B 324,000
รวมจำนวนห้องพัก A2		720				720				720				720				720			
รวมยอดขาย A2 ทั้งปี (บาท)		1,080,000				1,080,000				1,080,000				1,080,000				1,080,000			
จำนวนห้อง	B1	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270
ราคาห้องคืน	B1	B 1,400	B 1,400	B 1,400	B 1,800	B 1,400	B 1,400	B 1,400	B 1,800	B 1,400	B 1,400	B 1,400	B 1,800	B 1,400	B 1,400	B 1,400	B 1,800	B 1,400	B 1,400	B 1,400	B 1,800
รวมยอดขาย (บาท)		B 378,000	B 378,000	B 378,000	B 486,000	B 378,000	B 378,000	B 378,000	B 486,000	B 378,000	B 378,000	B 378,000	B 486,000	B 378,000	B 378,000	B 378,000	B 486,000	B 378,000	B 378,000	B 378,000	B 486,000
รวมจำนวนห้องพัก B1		1,080				1,080				1,080				1,080				1,080			
รวมยอดขาย B1 ทั้งปี (บาท)		1,620,000				1,620,000				1,620,000				1,620,000				1,620,000			
จำนวนห้อง	B2	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
ราคาห้องคืน	B2	B 1,400	B 1,400	B 1,400	B 1,800	B 1,400	B 1,400	B 1,400	B 1,800	B 1,400	B 1,400	B 1,400	B 1,800	B 1,400	B 1,400	B 1,400	B 1,800	B 1,400	B 1,400	B 1,400	B 1,800
รวมยอดขาย (บาท)		B 126,000	B 126,000	B 126,000	B 162,000	B 126,000	B 126,000	B 126,000	B 162,000	B 126,000	B 126,000	B 126,000	B 162,000	B 126,000	B 126,000	B 126,000	B 162,000	B 126,000	B 126,000	B 126,000	B 162,000
รวมจำนวนห้องพัก B2		360				360				360				360				360			
รวมยอดขาย B2 ทั้งปี (บาท)		540,000				540,000				540,000				540,000				540,000			
จำนวนห้อง	C	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180
ราคาห้องคืน	C	B 1,200	B 1,200	B 1,200	B 1,300	B 1,200	B 1,200	B 1,200	B 1,300	B 1,200	B 1,200	B 1,200	B 1,300	B 1,200	B 1,200	B 1,200	B 1,300	B 1,200	B 1,200	B 1,200	B 1,300
รวมยอดขาย (บาท)		B 216,000	B 216,000	B 216,000	B 234,000	B 216,000	B 216,000	B 216,000	B 234,000	B 216,000	B 216,000	B 216,000	B 234,000	B 216,000	B 216,000	B 216,000	B 234,000	B 216,000	B 216,000	B 216,000	B 234,000
รวมจำนวนห้องพัก C		720				720				720				720				720			
รวมยอดขาย C ทั้งปี (บาท)		882,000				882,000				882,000				882,000				882,000			
จำนวนห้อง	D	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270
ราคาห้องคืน	D	B 1,200	B 1,200	B 1,200	B 1,300	B 1,200	B 1,200	B 1,200	B 1,300	B 1,200	B 1,200	B 1,200	B 1,300	B 1,200	B 1,200	B 1,200	B 1,300	B 1,200	B 1,200	B 1,200	B 1,300
รวมยอดขาย (บาท)		B 324,000	B 324,000	B 324,000	B 351,000	B 324,000	B 324,000	B 324,000	B 351,000	B 324,000	B 324,000	B 324,000	B 351,000	B 324,000	B 324,000	B 324,000	B 351,000	B 324,000	B 324,000	B 324,000	B 351,000
รวมจำนวนห้องพัก D		1,080				1,080				1,080				1,080				1,080			
รวมยอดขาย D ทั้งปี (บาท)		1,323,000				1,323,000				1,323,000				1,323,000				1,323,000			
รวมยอดขายทั้งปี (บาท) ยอดขาย ร้อยละ 100		7,605,000.00				7,605,000.00				7,605,000.00				7,605,000.00				7,605,000.00			
ประมาณการยอดขายทั้งปี (บาท) ปีที่ 1,2 ยอดขาย ร้อยละ 60 ปีที่ 3,4,5 ยอดขาย ร้อยละ 70		4,563,000.00				4,563,000.00				5,323,500.00				5,323,500.00				5,323,500.00			

ตารางที่ 6.3 พยากรณ์การขายสินค้า รายไตรมาส ปีที่ 1-5 (ต่อ)

รวมยอดขายทั้งทั้งปี (บาท) ยอดขาย ร้อยละ 100	฿ 7,605,000.00				฿ 7,605,000.00				฿ 7,605,000.00				฿ 7,605,000.00				฿ 7,605,000.00			
ประมาณการยอดขายทั้งทั้งปี (บาท) ปีที่ 1,2 ยอดขาย ร้อยละ 60 ปีที่ 3,4,5 ยอดขาย ร้อยละ 70	฿ 4,563,000.00				฿ 4,563,000.00				฿ 5,323,500.00				฿ 5,323,500.00				฿ 5,323,500.00			
ยอดขายร้านกาแฟและ Art Gallery	฿ 90,000	฿ 90,000	฿ 90,000	฿ 90,000	฿ 90,000	฿ 90,000	฿ 90,000	฿ 90,000	฿ 90,000	฿ 90,000	฿ 90,000	฿ 90,000	฿ 90,000	฿ 90,000	฿ 90,000	฿ 90,000	฿ 90,000	฿ 90,000	฿ 90,000	฿ 90,000
ยอดขายร้านกาแฟและ Art Gallery ทั้งปี (บาท)	360,000.00				360,000.00				360,000.00				360,000.00				360,000.00			
รวมยอดขายทั้งทั้งปี ร้านกาแฟ และ Art Gallery	฿ 1,170,000	฿ 1,170,000	฿ 1,170,000	฿ 1,413,000	฿ 1,170,000	฿ 1,170,000	฿ 1,170,000	฿ 1,413,000	฿ 1,350,000	฿ 1,350,000	฿ 1,350,000	฿ 1,633,500	฿ 1,350,000	฿ 1,350,000	฿ 1,350,000	฿ 1,633,500	฿ 1,350,000	฿ 1,350,000	฿ 1,350,000	฿ 1,633,500
รวมยอดขายทั้งทั้งปี ร้าน กาแฟ และ Art Gallery ทั้งปี (บาท)	4,923,000.00				4,923,000.00				5,683,500.00				5,683,500.00				5,683,500.00			

ตารางที่ 6.4 การขายสินค้า เงินสด/ เงินเชื่อ (สัดส่วนขายสด100%)

รายการ	(ปีที่1) พ.ศ. 2558 / ไตรมาส				รวม	(ปีที่2) พ.ศ. 2559 / ไตรมาส				รวม
	1	2	3	4		1	2	3	4	
ขายเงินสด	฿ 1,170,000	฿ 1,170,000	฿ 1,170,000	฿ 1,413,000	฿ 4,923,000	฿ 1,170,000	฿ 1,170,000	฿ 1,170,000	฿ 1,413,000	฿ 4,923,000
ขายเงินเชื่อ										
รวมยอดขาย (บาท)	฿ 1,170,000	฿ 1,170,000	฿ 1,170,000	฿ 1,413,000	฿ 4,923,000	฿ 1,170,000	฿ 1,170,000	฿ 1,170,000	฿ 1,413,000	฿ 4,923,000

(ปีที่3) พ.ศ. 2560 / ไตรมาส				รวม	(ปีที่4) พ.ศ. 2561 / ไตรมาส				รวม
1	2	3	4		1	2	3	4	
฿ 1,350,000	฿ 1,350,000	฿ 1,350,000	฿ 1,633,500	฿ 5,683,500	฿ 1,350,000	฿ 1,350,000	฿ 1,350,000	฿ 1,633,500	฿ 5,683,500
฿ 1,350,000	฿ 1,350,000	฿ 1,350,000	฿ 1,633,500	฿ 5,683,500	฿ 1,350,000	฿ 1,350,000	฿ 1,350,000	฿ 1,633,500	฿ 5,683,500

(ปีที่ 5) พ.ศ. 2562 / ไตรมาส				รวม
1	2	3	4	
฿ 1,350,000	฿ 1,350,000	฿ 1,350,000	฿ 1,633,500	฿ 5,683,500
฿ 1,350,000	฿ 1,350,000	฿ 1,350,000	฿ 1,633,500	฿ 5,683,500

ตารางที่ 6.5 ประมาณการเงินสดรับ จากการขายสินค้า

รายการ	(ปีที่ 1) พ.ศ. 2558 / ไตรมาส				รวม	(ปีที่ 2) พ.ศ. 2559 / ไตรมาส				รวม
	1	2	3	4		1	2	3	4	
ขายเงินสด	฿ 1,170,000	฿ 1,170,000	฿ 1,170,000	฿ 1,413,000	฿ 4,923,000	฿ 1,170,000	฿ 1,170,000	฿ 1,170,000	฿ 1,413,000	฿ 4,923,000
ขายเงินเชื่อ										
รวมยอดขาย (บาท)	฿ 1,170,000	฿ 1,170,000	฿ 1,170,000	฿ 1,413,000	฿ 4,923,000	฿ 1,170,000	฿ 1,170,000	฿ 1,170,000	฿ 1,413,000	฿ 4,923,000

(ปีที่ 3) พ.ศ. 2560 / ไตรมาส				รวม	(ปีที่ 4) พ.ศ. 2561 / ไตรมาส				รวม
1	2	3	4		1	2	3	4	
฿ 1,350,000	฿ 1,350,000	฿ 1,350,000	฿ 1,633,500	฿ 5,683,500	฿ 1,350,000	฿ 1,350,000	฿ 1,350,000	฿ 1,633,500	฿ 5,683,500
฿ 1,350,000	฿ 1,350,000	฿ 1,350,000	฿ 1,633,500	฿ 5,683,500	฿ 1,350,000	฿ 1,350,000	฿ 1,350,000	฿ 1,633,500	฿ 5,683,500

(ปีที่ 5) พ.ศ. 2562 / ไตรมาส				รวม
1	2	3	4	
฿ 1,350,000	฿ 1,350,000	฿ 1,350,000	฿ 1,633,500	฿ 5,683,500
฿ 1,350,000	฿ 1,350,000	฿ 1,350,000	฿ 1,633,500	฿ 5,683,500

ตารางที่ 6.6 ประมาณการค่าใช้จ่ายทางการตลาด (ปีที่ 0-5) พ.ศ. 2557 – 2562

รายการ	(ปีที่ 0) พ.ศ. 2557 / ไตร				(ปีที่ 1) พ.ศ. 2558 / ไตรมาส				รวม	(ปีที่ 2) พ.ศ. 2559 / ไตรมาส				รวม
	1	2	3	4	1	2	3	4		1	2	3	4	
ค่าใช้จ่ายในการจัดโปรโมชั่นเพื่อส่งเสริมการขาย	-	-	-	-	-	-	-	฿ 30,000	฿ 30,000	-	-	-	฿ 30,000	฿ 30,000
ค่าโฆษณา	-	-	-	-	฿ 10,000	฿ 10,000	฿ 10,000	฿ 10,000	฿ 40,000	฿ 10,000	฿ 10,000	฿ 10,000	฿ 10,000	฿ 40,000
ค่าประชาสัมพันธ์	-	-	-	-	฿ 5,000	฿ 5,000	฿ 5,000	฿ 5,000	฿ 20,000	฿ 5,000	฿ 5,000	฿ 5,000	฿ 5,000	฿ 20,000
รวม	฿ -	฿ -	฿ -	฿ -	฿ 15,000	฿ 15,000	฿ 15,000	฿ 45,000	฿ 90,000	฿ 15,000	฿ 15,000	฿ 15,000	฿ 45,000	฿ 90,000

(ปีที่ 3) พ.ศ. 2560 / ไตรมาส				รวม	(ปีที่ 4) พ.ศ. 2561 / ไตรมาส				รวม	(ปีที่ 5) พ.ศ. 2562 / ไตรมาส				รวม
1	2	3	4		1	2	3	4		1	2	3	4	
-	-	-	฿ 30,000	฿ 30,000	-	-	-	฿ 30,000	฿ 30,000	-	-	-	฿ 30,000	฿ 30,000
฿ 10,000	฿ 10,000	฿ 10,000	฿ 10,000	฿ 40,000	฿ 10,000	฿ 10,000	฿ 10,000	฿ 10,000	฿ 40,000	฿ 10,000	฿ 10,000	฿ 10,000	฿ 10,000	฿ 40,000
฿ 5,000	฿ 5,000	฿ 5,000	฿ 5,000	฿ 20,000	฿ 5,000	฿ 5,000	฿ 5,000	฿ 5,000	฿ 20,000	฿ 5,000	฿ 5,000	฿ 5,000	฿ 5,000	฿ 20,000
฿ 15,000	฿ 15,000	฿ 15,000	฿ 45,000	฿ 90,000	฿ 15,000	฿ 15,000	฿ 15,000	฿ 45,000	฿ 90,000	฿ 15,000	฿ 15,000	฿ 15,000	฿ 45,000	฿ 90,000

ตารางที่ 6.7: รายการเครื่องใช้สำนักงาน และสินทรัพย์ถาวรอื่นๆในการบริหารจัดการ					
ลำดับที่	รายการสินทรัพย์ในสำนักงาน	มูลค่า (บาท)	อายุการใช้งาน (ปี)	ค่าเสื่อมราคา/ปี	
ก.	ที่ดิน	-	-	-	
	รวมที่ดิน (ก)				
ข.	อาคารสำนักงาน	-	-	-	
	รวมอาคารสำนักงาน (ข)				
ค.	ยานพาหนะสำนักงาน				
	จักรยานยนต์	฿ 40,000.00	฿ 5.00	฿ 8,000.00	
	จักรยาน	฿ 10,000.00	฿ 5.00	฿ 2,000.00	
	รวมยานพาหนะสำนักงาน (ค)	฿ 50,000.00	฿ 10.00	฿ 10,000.00	
ง.	เครื่องใช้และอุปกรณ์				
	เครื่องคอมพิวเตอร์	฿ 30,000.00	฿ 5.00	฿ 6,000.00	
	เครื่องถ่ายเอกสาร+ปริ้นเตอร์+สแกนเนอร์+เครื่อง	฿ 30,000.00	฿ 5.00	฿ 6,000.00	
	เครื่องปรับอากาศ	฿ 340,000.00	฿ 5.00	฿ 68,000.00	
	รวมเครื่องใช้สำนักงาน (ง)	฿ 400,000.00		฿ 80,000.00	
	รวมค่าเสื่อม (ก + ข + ค + ง)			฿ 90,000.00	

ตารางที่ 6.8 ค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการ พ.ศ. 2558 - 2562

รายการ	ปีที่ 1 (พ.ศ. 2558)/ ไตรมาส				ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
	1	2	3	4	พ.ศ. 2558	พ.ศ. 2559	พ.ศ. 2560	พ.ศ. 2561	พ.ศ. 2562
เงินเดือนผู้บริหาร	฿ 150,000.00	฿ 150,000.00	฿ 150,000.00	฿ 150,000.00	฿ 600,000.00	฿ 630,000.00	฿ 661,500.00	฿ 694,575.00	฿ 729,303.75
เงินเดือนพนักงาน	฿ 229,500.00	฿ 229,500.00	฿ 229,500.00	฿ 229,500.00	฿ 918,000.00	฿ 963,900.00	฿ 1,012,095.00	฿ 1,062,699.75	฿ 1,115,834.74
ค่าประกันสังคม	฿ 11,475.00	฿ 11,475.00	฿ 11,475.00	฿ 11,475.00	฿ 45,900.00	฿ 48,195.00	฿ 50,604.75	฿ 53,134.99	฿ 55,791.74
ค่าสาธารณูปโภค	฿ 200,000.00	฿ 200,000.00	฿ 200,000.00	฿ 200,000.00	฿ 800,000.00	฿ 840,000.00	฿ 882,000.00	฿ 926,100.00	฿ 972,405.00
ค่าวัสดุอุปกรณ์	฿ 100,000.00	฿ 100,000.00	฿ 100,000.00	฿ 100,000.00	฿ 400,000.00	฿ 420,000.00	฿ 441,000.00	฿ 463,050.00	฿ 486,202.50
รวม (จ)	฿ 690,975.00	฿ 690,975.00	฿ 690,975.00	฿ 690,975.00	฿ 2,763,900.00	฿ 2,902,095.00	฿ 3,047,199.75	฿ 3,199,559.74	฿ 3,359,537.72

ตารางที่ 6.9 ค่าเสื่อมราคา พ.ศ. 2558 - 2562

รายการ	ปีที่ 1 พ.ศ. 2558	ปีที่ 2 พ.ศ. 2559	ปีที่ 3 พ.ศ. 2560	ปีที่ 4 พ.ศ. 2561	ปีที่ 5 พ.ศ. 2562	รวมมูลค่าสินทรัพย์
เครื่องมือและอุปกรณ์	฿ -	฿ -	฿ -	฿ -	฿ -	฿ -
ยานพาหนะ	฿ 10,000.00	฿ 10,000.00	฿ 10,000.00	฿ 10,000.00	฿ 10,000.00	฿ 50,000.00
เครื่องใช้สำนักงาน	฿ 80,000.00	฿ 80,000.00	฿ 80,000.00	฿ 80,000.00	฿ 80,000.00	฿ 400,000.00
รวม (จ)	฿ 90,000.00	฿ 90,000.00	฿ 90,000.00	฿ 90,000.00	฿ 90,000.00	฿ 450,000.00

ตารางที่ 6.10 งบกำไรขาดทุน

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 0 พ.ศ. 2557	ปีที่ 1 พ.ศ. 2558	ปีที่ 2 พ.ศ. 2559	ปีที่ 3 พ.ศ. 2560	ปีที่ 4 พ.ศ. 2561	ปีที่ 5 พ.ศ. 2562	รวม
รายได้ :							
ยอดขายสินค้า (สุทธิ)	0	4,923,000	4,923,000	5,683,500	5,683,500	5,683,500	26,896,500
หัก ต้นทุนสินค้าที่ขาย	0	0	0	0	0	0	0
กำไรขั้นต้น	0	4,923,000	4,923,000	5,683,500	5,683,500	5,683,500	26,896,500
หัก ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร :							
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	0	90,000	90,000	90,000	90,000	90,000	450,000
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	5,080,000	2,763,900	2,902,095	3,047,200	3,199,560	3,359,538	20,352,292
รวม ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	5,080,000	2,853,900	2,992,095	3,137,200	3,289,560	3,449,538	20,802,292
EBITDA	-5,080,000	2,069,100	1,930,905	2,546,300	2,393,940	2,233,962	6,094,208
หัก ค่าเสื่อมราคา							
ค่าเสื่อมราคา	0	90,000	90,000	90,000	90,000	90,000	450,000
EBIT	-5,080,000	1,979,100	1,840,905	2,456,300	2,303,940	2,143,962	5,644,208
หัก ภาษีเงินได้นิติบุคคล/บุคคลธรรมดา		395,820	368,181	491,260	460,788	428,792	2,144,842
กำไรสุทธิ	-5,080,000	1,583,280	1,472,724	1,965,040	1,843,152	1,715,170	3,499,366
กำไรสะสม	-5,080,000	-3,496,720	-2,023,996	-58,956	1,784,196	3,499,366	

ตารางที่ 6.11 งบแสดงฐานะทางการเงิน

รายการ	ปีที่ 0 พ.ศ. 2557	ปีที่ 1 พ.ศ. 2558	ปีที่ 2 พ.ศ. 2559	ปีที่ 3 พ.ศ. 2560	ปีที่ 4 พ.ศ. 2561	ปีที่ 5 พ.ศ. 2562
สินทรัพย์						
สินทรัพย์หมุนเวียน						
เงินสดและเงินฝากธนาคาร	250,000	2,319,100	3,854,185	6,032,304	7,934,984	9,708,159
ลูกหนี้การค้า	-	-	-	-	-	-
สินค้ามีไว้เพื่อขาย	-	-	-	-	-	-
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	250,000	2,319,100	3,854,185	6,032,304	7,934,984	9,708,159
สินทรัพย์ถาวร						
เครื่องใช้สำนักงาน และยานพาหนะ	450,000	450,000	450,000	450,000	450,000	450,000
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	-	- 90,000	- 180,000	- 270,000	- 360,000	- 450,000
รวมสินทรัพย์ถาวร	450,000	360,000	270,000	180,000	90,000	-
สินทรัพย์อื่น						
3.1 รายจ่ายในการเตรียมการ	5,080,000	-	-	-	-	-
3.2 สิทธิในการใช้สินทรัพย์ (ในการเช่าสำนักงาน)		-	-	-	-	-
รวมสินทรัพย์อื่น	5,080,000	-	-	-	-	-
รวมสินทรัพย์	5,780,000	2,679,100	4,124,185	6,212,304	8,024,984	9,708,159
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น						
หนี้สินหมุนเวียน						
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	-	395,820	368,181	491,260	460,788	428,792
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงานค้างจ่าย	5,080,000	-	-	-	-	-
รวมหนี้สินหมุนเวียน	5,080,000	395,820	368,181	491,260	460,788	428,792
หนี้สินระยะยาว						
เงินกู้	-	-	-	-	-	-
หนี้สินอื่น	-	-	-	-	-	-
รวมหนี้สินระยะยาว	-	-	-	-	-	-
รวมหนี้สิน	5,080,000	395,820	368,181	491,260	460,788	428,792
ส่วนของผู้ถือหุ้น						
ทุน	5,780,000	5,780,000	5,780,000	5,780,000	5,780,000	5,780,000
บวก กำไรสุทธิสะสม	- 5,080,000	- 3,496,720	- 2,023,996	- 58,956	1,784,196	3,499,366
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	700,000	2,283,280	3,756,004	5,721,044	7,564,196	9,279,366
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	5,780,000	2,679,100	4,124,185	6,212,304	8,024,984	9,708,159

ตารางที่ 6.12 งบกระแสเงินสด

รายการ	ปีที่ 0 พ.ศ. 2557	ปีที่ 1 พ.ศ. 2558	ปีที่ 2 พ.ศ. 2559	ปีที่ 3 พ.ศ. 2560	ปีที่ 4 พ.ศ. 2561	ปีที่ 5 พ.ศ. 2562	รวม
จากกิจกรรมดำเนินงาน							
เงินสดรับ							
ขายสินค้า	0	4,923,000	4,923,000	5,683,500	5,683,500	5,683,500	26,896,500
รับชำระหนี้	0	0	0	0	0	0	0
รายได้อื่น	0	0	0	0	0	0	0
รวมเงินสดรับ	0	4,923,000	4,923,000	5,683,500	5,683,500	5,683,500	26,896,500
เงินสดจ่าย							
ซื้อสินค้า	0	0	0	0	0	0	0
ชำระหนี้ค่าวัตถุดิบ		0	0	0	0	0	0
รวมเงินสดจ่ายค่าวัตถุดิบ	0	0	0	0	0	0	0
จากกิจกรรมลงทุน							
สินทรัพย์ถาวร	450,000	0	0	0	0	0	450,000
รายจ่ายก่อนการดำเนินงาน	5,080,000	0	0	0	0	0	5,080,000
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	0	90,000	90,000	90,000	90,000	90,000	450,000
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	0	2,763,900	2,902,095	3,047,200	3,199,560	3,359,538	15,272,292
รวมเงินสดจ่ายกิจกรรมลงทุน	5,530,000	2,853,900	2,992,095	3,137,200	3,289,560	3,449,538	21,252,292
ค่าภาษีเงินได้นิติบุคคล	0	0	395,820	368,181	491,260	460,788	1,716,049
รวมเงินสดจ่าย	5,530,000	2,853,900	3,387,915	3,505,381	3,780,820	3,910,326	22,968,341
จากกิจกรรมจัดหาเงิน							
บวก เงินของเจ้าของ	5,780,000	0	0	0	0	0	
รวมเงินสดรับ (จ่าย) จากกิจกรรมจัดหาเงิน	5,780,000	0	0	0	0	0	
รวมเงินสดสุทธิ	250,000	2,069,100	1,535,085	2,178,119	1,902,680	1,773,174	3,928,159
บวก เงินสด ยกมา		250,000	2,319,100	3,854,185	6,032,304	7,934,984	9,708,159
เงินสดคงเหลือยกไป	250,000	2,319,100	3,854,185	6,032,304	7,934,984	9,708,159	

ตารางที่ 6.13 ระยะเวลาคืนทุน

รายการ	ปีที่0	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
		2558	2559	2560	2561	2562
Cash Flow	-฿ 5,780,000	฿ 2,069,100	฿ 1,535,085	฿ 2,178,119	฿ 1,902,680	฿ 1,773,174
Present Value OfCash Flow	-฿ 5,780,000	1,989,519	1,419,272	1,936,340	1,626,419	1,457,420
อัตราดอกเบี้ย (คำนวณ Net Present Value)	4%	ต่อปี				
เนื่องจากธุรกิจลงทุน จำนวน 5,780,000 บาท และเงินสุทธิในปีที่ 1 จำนวน 2,069,100 บาท						
=	54.576	เดือน				
=	54.576 เดือน	หรือ ประมาณ 4 ปี 6 เดือน				

ตารางที่ 6.14 มูลค่าปัจจุบันสุทธิของการลงทุน (Net Present Value : NPV)

มูลค่าปัจจุบันสุทธิของการลงทุน (Net Present Value : NPV)						
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)	=	ผลรวมของ Present Value OfCash Flow 5 ปี - เงินทุนเริ่มต้น				
	=	(1989519+1419272+1936340+1626419+1457420)-(7,085,000)				คำนวณด้วย Excel
	=	฿ 2,648,970.67				฿2,648,970.67

ตารางที่ 6.15 อัตราผลตอบแทนของโครงการ (Internal Rate of Return : IRR)

อัตราผลตอบแทนของโครงการ (Internal Rate of Return : IRR)		
อัตราผลตอบแทนของโครงการ (IRR)	=	19%

บทที่ 7

การบริหารความเสี่ยง (Risk management)

ความเสี่ยง (Risk) คือ การวัดความสามารถ ที่จะดำเนินการให้วัตถุประสงค์ของงานประสบความสำเร็จ ภายใต้การตัดสินใจ งบประมาณ กำหนดเวลา และข้อจำกัดด้านเทคนิคที่เผชิญอยู่ โดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด มาดำเนินการให้ประสบความสำเร็จ ภายใต้กรอบเวลาอันจำกัด ซึ่งเป็นกำหนดการปฏิบัติการในอนาคต ความเสี่ยงจึงอาจเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา อันเนื่องมาจากความไม่แน่นอน และความจำกัดของทรัพยากรของบริษัท ผู้บริหารบริษัทจึงต้องจัดการความเสี่ยงของ แต่ละโครงการ เพื่อให้ปัญหาของโครงการลดน้อยลง และสามารถดำเนินการให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

การจัดการความเสี่ยงหรือ การบริหารความเสี่ยง (Risk management) คือ การจัดการความเสี่ยง ทั้งในกระบวนการในการระบุ วิเคราะห์ (Risk analysis) ประเมิน (Risk assessment) ดูแล ตรวจสอบ และควบคุมความเสี่ยงที่สัมพันธ์กับ กิจกรรม หน้าที่และกระบวนการทำงาน เพื่อให้องค์กรลดความเสียหายจากความเสี่ยงมากที่สุด อันเนื่องมาจากภัยที่องค์กรต้องเผชิญในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง หรือเรียกว่า อุบัติภัย (Accident)

1. ความเสี่ยงด้านการตลาด (Market Risk)
2. ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk)
3. ความเสี่ยงด้านเครดิต (Credit Risk)
4. ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ (Operational Risk)
5. ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ (Strategic Risk)

7.1 ความเสี่ยงด้านการตลาด (Market risk) โดยคาดการณ์ความเสี่ยงด้านการตลาดดังนี้

7.1.1 พฤติกรรมผู้บริโภค (Social & Consumer behavior) ที่ปัจจุบันแนวโน้มเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วตลอดเวลา ซึ่งในการเลือกที่พักมีการเปลี่ยนแปลงไปตามพฤติกรรมของผู้บริโภค และกระแสนิยม นักท่องเที่ยวบางกลุ่มซึ่งอาจต้องการความเป็นส่วนตัวมากขึ้น ไม่ชอบอาศัยรวมกับผู้อื่น เพราะมีการตระหนักถึงความปลอดภัย ซึ่งจะส่งผลกระทบโดยตรงกับที่พักในรูปแบบโฮสเทลโดยตรง

7.1.2 ต้นทุนต่างๆในการทำการตลาดที่อาจมีการเพิ่มขึ้นในอนาคต จึงทำให้มีค่าใช้จ่ายที่สูงเพิ่มขึ้นได้

7.1.3 สภาพเศรษฐกิจของโลก โดยเฉพาะในทวีปอเมริกา และยุโรป ซึ่งเป็นกลุ่มประเทศของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ถ้าหากมีการเปลี่ยนแปลงในทางที่แย่ลง ทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวมีการระมัดระวังเรื่องการใช้จ่ายใช้สอยมากขึ้น และส่งผลให้ลูกค้าจากกลุ่มประเทศดังกล่าวมีการท่องเที่ยวลดลงด้วย

วิธีการป้องกันและรับมือกับความเสี่ยงด้านการตลาด

การทำการตลาด ถือเป็นหัวใจในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ดังนั้นบริษัทฯ จึงมุ่งมั่นที่จะสร้างตราสินค้า (Brand) ให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องและยาวนาน โดยมีวิธีดังต่อไปนี้

1. โดยการสร้างทีมการบริหารจัดการเพื่อบริการลูกค้าตั้งแต่ ก่อนการขาย ระหว่างการขาย และหลังการขายอย่างเป็นระบบ อันจะนำมาซึ่งความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ซึ่งเจ้าของบริษัทจะเป็นคนจัดการดูแลทางด้านนี้โดยเฉพาะ โดยมีการมุ่งเน้นในการทำ Customer relationship (CRM) ที่ชัดเจนต่อกลุ่มลูกค้าของโฮสเทล

2. ทำการตลาดโดยนำ IMC (Integrated marketing communications) เข้ามาช่วยในการทำการตลาด โดยมุ่งเน้นทำการตลาดผ่านสื่อประเภท Between the line ซึ่งมีต้นทุนที่ต่ำกว่าการทำการตลาดประเภทอื่นเป็นพิเศษ โดยใช้การสื่อสาร online ต่างๆ เช่น Instragram , Facebook และ Website ต่างๆ รวมทั้งตั้งกระทู้และการ Review ในเว็บที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและที่พัก ให้มีลูกค้าสามารถเข้ามารีวิวได้ เป็นต้น เพื่อลดค่าใช้จ่าย แต่ยังสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว

3. เตรียมแผนสำรอง สำหรับขยายช่องทางจัดจำหน่ายไปยังกลุ่มประเทศลูกค้าใหม่ๆ เช่น ประเทศจีน และ ประเทศอื่นๆในเอเชีย ที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายอีกด้วย

4. เตรียมแผนสำรองปรับรูปแบบของห้องพักเป็นห้องพักแบบ โรงแรมหรือ เกสเฮ้าส์ที่เน้นความส่วนตัวมากยิ่งขึ้น เพื่อตอบสนองแนวโน้มในการเลือกใช้บริการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปในอนาคต

7.2 ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk) โดยคาดการณ์ความเสี่ยงด้านการเงินดังนี้

7.2.1 เกิดการขาดสภาพคล่องของเงินสดในบริษัท ทำให้บริษัทมีการหมุนเวียนเงินไม่ทันสำหรับค่าใช้จ่ายภายในบริษัท

7.2.2 ความผันผวนอัตราแลกเปลี่ยนเงิน บริษัทมีรายได้หลักจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เช่น อเมริกาและยุโรป ตามสัญญาการบริหารและการตลาดที่บริษัทได้ทำขึ้นนั้นระบุให้การรับค่าบริหารเป็นสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐเพียงสกุลเดียว แต่การทำสัญญาขายห้องและการรับชำระเงินค่าห้องพักและค่าแพ็คเกจในบางกรณี นอกจากนี้ยังมีการขายผ่านทางเว็บไซต์ (Website) ซึ่งบริษัทจะกำหนดราคาห้องพักเป็นสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐ ดังนั้น หากค่าเงินบาทแข็งค่าขึ้น จะส่งผลให้บริษัทมีความเสี่ยงจากรายได้ที่ลดลงเมื่อมีการแลกเปลี่ยนสกุลเงินกลับมาเป็นเงินบาท

อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันผลกระทบดังกล่าวยังมีไม่มากเนื่องจากรายได้หลักของบริษัทและบริษัทย่อยเป็นเงินสกุลบาท บริษัทจึงยังมิได้มีการทำสัญญาป้องกันความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนไว้ หากบริษัทพิจารณาเห็นว่าอัตราแลกเปลี่ยนมีความผันผวนมาก หรือมีแนวโน้มที่อาจจะส่งผลกระทบกับรายได้ของบริษัทอย่างมีสาระสำคัญ บริษัทจะพิจารณาใช้เครื่องมือทางการเงินเพื่อลดความเสี่ยงดังกล่าว

นอกจากนี้อัตราแลกเปลี่ยนที่ผันผวนยังส่งผลกระทบต่อปริมาณนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมายังประเทศไทย เนื่องจากค่าเงินบาทที่แข็งค่าขึ้นในช่วงปีที่ผ่านมาส่งผลให้ค่าใช้จ่ายในการเดินทางสูงขึ้น

วิธีการป้องกันและรับมือกับความเสี่ยงด้านการเงิน

1. เตรียมหาแหล่งเงินทุนหมุนเวียนระยะสั้น เพื่อกันสำรองไว้ในกรณีฉุกเฉิน
2. กระจายความเสี่ยง โดยเน้นการทำการตลาดมากขึ้นในส่วน of ร้านอาหาร ร้านกาแฟ และ Art Gallery เน้นที่กลุ่มคนไทยมากขึ้นเพื่อดึงดูดความสนใจของกลุ่มคนไทยมากขึ้น สำหรับป้องกันในกรณีที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติลดลง เนื่องจากสภาวะเศรษฐกิจ

7.3 ความเสี่ยงด้านเครดิต (Credit Risk) โดยคาดการณ์ความเสี่ยงด้านเครดิตดังนี้

7.3.1 ความเสี่ยงที่เกิดจากลูกค้าไม่ชำระเงินค่าที่พัก

วิธีการป้องกันและรับมือกับความเสี่ยงด้านเครดิต

1. มีการทำเอกสารเข้าพักเป็นลายลักษณ์อักษรกับลูกค้า โดยต้องมีหลักฐานการยืนยันตัวตน คือ บัตรประชาชนหรือ Passport เดินทาง
2. มีการเรียกเก็บเงินประกันโรงแรมก่อนเข้าพัก โดยการหักจากวงเงินบัตรเครดิต

7.4 ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ (Operational Risk) โดยคาดการณ์ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติการดังนี้

7.4.1 บุคลากรไม่เพียงพอในการปฏิบัติงาน

7.4.2 เหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดที่เราอาจมีการตั้งรับไม่ทัน เช่น เพลิงไหม้ น้ำท่วม ภัยธรรมชาติอื่นๆ

วิธีการป้องกันและรับมือกับความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ

1. มอบหมายงานและฝึกอบรมให้บุคลากรทุกคนมีทักษะการทำงานให้ครอบคลุมเท่าเทียมกัน สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้หลากหลาย เพื่อสามารถทำงานทดแทนกันได้
2. ฝึกอบรมให้พนักงานทุกคนมีความรู้ความสามารถทางด้านภาษาอังกฤษ สำหรับใช้ในการสื่อสารกับลูกค้าชาวต่างชาติ
3. มีการเตรียมแผนไว้รับมือกับอุบัติเหตุ และ ภัยธรรมชาติที่อาจจะเกิดขึ้นได้ เช่น การฝึกซ้อมการหนีไฟ เป็นต้น

7.5 ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ (Strategic Risk)

ธุรกิจโฮสเทลเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันกันสูงมากในปัจจุบันเพราะมีผู้ประกอบการในตลาดมากมาย แต่ละรายก็เน้นที่จะเพิ่มยอดขายและทำกำไรให้สูงขึ้น แต่ถ้าเกิดภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว กำลังการใช้จ่ายของลูกค้าและจำนวนนักท่องเที่ยวก็จะลดลงตามสภาวะเศรษฐกิจ ซึ่งทางบริษัท

มองว่าจะต้องเป็นการวางกลยุทธ์ที่สามารถปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์แต่ละช่วงได้ด้วย

วิธีการป้องกันและรับมือกับความเสี่ยงด้านกลยุทธ์

วิธีการป้องกันและรับมือกับความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ ทางแก้ไข คือ ต้องติดตามสถานการณ์ธุรกิจการท่องเที่ยวและทิศทางภาวะเศรษฐกิจตลอดเวลา และอาจจะปรับกลยุทธ์ของบริษัทจากการใช้กลยุทธ์แบบ Duo-cost differentiate ที่เน้นทั้งทางด้านราคาประหยัด และการให้บริการที่มีคุณภาพ เป็นการใช้กลยุทธ์แบบ Cost – leadership ที่เน้นทางการแข่งขันทางราคา แต่ไม่ได้ลดคุณภาพของโฮสเทลลง แต่ใช้การมุ่งเน้นในการจัดการกระบวนการภายในองค์กรให้มีประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อลดต้นทุนขององค์กรลง



บรรณานุกรม

- กรมการท่องเที่ยว (Department of Tourism)(2558). สรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติ
(ธันวาคม 2557).เดือนมกราคม.<http://newdot2.samartmultimedia.com>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย(2554). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559.
กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
- ณัฐกรณ์ เหลืองพิพัฒน์(2554) อิทธิพลความคิดเห็นออนไลน์ต่อการตัดสินใจจองที่พักราคา
ประหยัด (Hostel) ในเขตกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยว .สาขาการจัดการโรงแรม
และท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร
- นางสาวภาวิณี เต็มดี(2553). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม กลุ่ม Boutique
Hotel ของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่.เดือนธันวาคม
- นางสาวสุทธิดา วงษ์บำรุง(2553). แผนธุรกิจโรงแรมราคาประหยัดmodern art.การค้นคว้าอิสระ
หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศิลปากร
- สำนักงานจังหวัดแพร่(2557). แผนพัฒนาจังหวัดแพร่ 4 ปี (พ.ศ.2557-2560)
- สำนักงานพาณิชย์จังหวัดแพร่(2557). ศูนย์วิจัยฯจับตาการเมืองชี้ชะตาท่องเที่ยว.บาทความเคลินิวส์
.เดือนพฤศจิกายน.<http://pcoc.moc.go.th/wappPCOC>