

BUSINESS PLAN: ANANTA HOTEL PHUKET

Pitchayut HOMSUWAN^{1*}

1 Faculty of Business Administration, Rangsit University, Thailand; Pitchayut.h65@rsu.ac.th

ARTICLE HISTORY

Received: 2 June 2023

Revised: 21 June 2023

Published: 3 July 2023

ABSTRACT

The purpose of this research is to study the feasibility of doing Ananta Phuket hotel business. The study found that Ananta Phuket Hotel Business use initial investment is 2,775,000 baht, running a business by a single owner. Holds 100% of all shares together with situation analysis of marketing, production, management plans, manpower and financial. It can be concluded that Ananta Phuket hotel business Under the specified conditions, it is an interesting business and worth the investment, In terms of the returns of investment from the financial plan analysis shows that the payback period (PB) is approximately 4 years, the net present value of the investment (NPV) is 2,008,896.45 baht and the rate of return on investment (IRR) equal to 29%, so from the financial numbers shown above, it shows that it is worth the investment.

Keywords: Business Plan Ananta Hotel Phuket Hotel

CITATION INFORMATION: Homsuwan, P. (2023). Business Plan: Ananta Hotel Phuket. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 1(7), 15

แผนธุรกิจ: โรงแรมนันทาภูเก็ต

พิชญุตม์ หอมสุวรรณ¹

1 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต; Pitchayut.h65@rsu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจโรงแรมนันทาภูเก็ต ผลการศึกษาพบว่า ธุรกิจโรงแรมนันทาภูเก็ต ใช้เงินลงทุนเริ่มต้นอยู่ที่ 2,775,000 บาท โดยดำเนินธุรกิจโดยเจ้าของคนเดียว ถือหุ้นทั้งหมด 100% ประกอบกับการวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต การวิเคราะห์แผนการจัดการและกำลังคน และการวิเคราะห์ด้านการเงิน ทำให้สามารถสรุปได้ว่าธุรกิจโรงแรมนันทาภูเก็ต ภายใต้เงื่อนไขที่ธุรกิจกำหนดขึ้นเป็นธุรกิจที่น่าสนใจ และคุ้มค่าแก่การลงทุน ด้านผลตอบแทนของการลงทุนจากการวิเคราะห์แผนการเงิน แสดงให้เห็นว่าโรงแรมนันทาภูเก็ตมีระยะเวลาคืนทุน (PB) ประมาณ 4 ปี มูลค่าปัจจุบันสุทธิของการลงทุน (NPV) เท่ากับ 2,008,896.45 บาท และอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (IRR) เท่ากับ 29% ดังนั้นจากตัวเลขทางการเงินที่แสดงข้างต้นแสดงว่ามีความคุ้มค่าในการลงทุน

คำสำคัญ: แผนธุรกิจ, โรงแรมนันทา, โรงแรมภูเก็ต

ข้อมูลการอ้างอิง: พิชญุตม์ หอมสุวรรณ. (2566). แผนธุรกิจ: โรงแรมนันทาภูเก็ต. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 1(7), 15

บทนำ

ในปัจจุบันธุรกิจบริการสำหรับที่พักอาศัย เช่น โรงแรม รีสอร์ท และโฮสเทล เกิดขึ้นใหม่มากมายไม่ว่าจะในเมืองใหญ่หรือแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ทำให้ธุรกิจบริการมีการแข่งขันที่สูง ขณะที่จังหวัดภูเก็ต เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีผู้เดินทางเป็นส่วนใหญ่เนื่องจากมีสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ มากมาย จึงทำให้ธุรกิจโรงแรมเป็นธุรกิจที่น่าจับตามอง ปัจจุบันธุรกิจที่พักชั่วคราวเป็นธุรกิจที่กำลังเติบโตและได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว ซึ่งผู้ประกอบการส่วนใหญ่มองเห็นช่องทางลงทุนในการทำกำไรระยะยาว (จิรัฐ อัครศรีมีโกศล, 2553, น. 14) ธุรกิจโรงแรมเป็นอุตสาหกรรมที่มีการวิจัยและข้อมูลเชิงประจักษ์ที่สำคัญเพื่อปรับปรุงคุณภาพและประสิทธิภาพของธุรกิจโรงแรม การวิจัยความพึงพอใจของลูกค้า: งานวิจัยด้านนี้มุ่งเน้นการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าในการบริการที่โรงแรมต่างๆ ซึ่งสามารถใช้ข้อมูลเชิงประจักษ์เพื่อปรับปรุงประสบการณ์ของลูกค้าและเพิ่มความพึงพอใจในการเข้าพักในโรงแรมได้ การวิจัยแนวโน้มและทรัพยากรการท่องเที่ยว: การศึกษาแนวโน้มในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเช่นการเดินทางที่ยังไม่เป็นที่นิยม การเปลี่ยนแปลงในการเดินทางของกลุ่มลูกค้าเป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการวิจัยเพื่อจัดสรรทรัพยากรท่องเที่ยวอย่างเหมาะสมในแต่ละฤดูกาลและพื้นที่ท่องเที่ยว การวิจัยในการบริหารจัดการโรงแรม: งานวิจัยในส่วนนี้มุ่งเน้นการพัฒนากระบวนการบริหารจัดการโรงแรม เช่น การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ เทคโนโลยีสารสนเทศที่ใช้

โรงแรมอนันตนาภูเก็ต เป็นโรงแรมที่พักราคาถูกแต่เปี่ยมไปด้วยคุณภาพ สร้างขึ้นในลักษณะสไตล์บ้านหรู ให้บริการที่พักแบบรายวัน ตั้งอยู่ใจกลางเมือง จังหวัดภูเก็ต พื้นที่ติดกับทะเลและภูเขาให้ความสงบและส่วนตัวได้ดี พร้อมบรรยากาศวิวธรรมชาติที่สวยงามทั้งทะเลและภูเขาล้อมรอบ ตัวโรงแรมมีขนาดไม่ใหญ่มากแต่มีพื้นที่กว้างขวาง เหมาะสำหรับการพักผ่อน หรือทำกิจกรรม โรงแรมอนันตนาภูเก็ต มีทั้งหมด 5 ชั้น 6 ห้องนอน มีสระว่ายน้ำ มองเห็นวิวทะเล จึงมีความส่วนตัวและด้วยจำนวนห้องพักที่น้อย จึงตอบโจทย์คนที่รักความสงบ ได้พักผ่อนในบรรยากาศธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีความสวยงามอันดับหนึ่งของภาคใต้ วัตถุประสงค์ของการศึกษานี้ เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจโรงแรมอนันตนาภูเก็ต และประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับผลการศึกษาในครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจโรงแรมอนันตนาภูเก็ต

ทบทวนวรรณกรรม

ธุรกิจโรงแรมอนันตนาภูเก็ต มีการศึกษาความเป็นไปได้ของการทำธุรกิจประเภทให้บริการที่พักอาศัยชั่วคราว โดยการวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ และสถานการณ์ทั้งภายใน และภายนอก การวิเคราะห์แผนการตลาดบริการในการทำธุรกิจเพื่อให้ธุรกิจเป็นที่รู้จัก และจูงใจให้ผู้ให้บริการมาใช้บริการ การวิเคราะห์แผนการผลิต และดำเนินงานเพื่อทราบถึงความสามารถในการให้บริการของธุรกิจ การวิเคราะห์แผนการจัดการ และกำลังคนเพื่อให้การบริหารจัดการในการดำเนินธุรกิจสอดคล้องกับเป้าหมาย และประสบความสำเร็จ โดยเกิดข้อผิดพลาดให้นอนที่สุด และการวิเคราะห์แผนการเงินเพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินไปได้โดยไม่มีปัญหาทางสภาพการเงิน และใช้เพื่อวางแผนการบริหารจัดการโดยรวมของธุรกิจ

การโรงแรมในประเทศไทยได้เริ่มขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 4 โดยเริ่มขึ้นหลังจากคณะทูตของหม่อมราโชทัยกลับจากเยือนยุโรป ดังจะเห็นได้จากหนังสือภาษาอังกฤษที่พิมพ์จำหน่ายในประเทศไทย ออกเป็นรายปี ชื่อ Bangkok Calendar ของหมอบรัดเลย์ นอกจากนี้รัชกาลที่ 4 ยังโปรดให้สร้างที่พักตากอากาศขึ้นที่ตำบลอ่างหิน จ.ชลบุรี พร้อมกันนั้นได้สร้างท่าจอดเรือสำหรับคนขึ้นบกไว้ด้วย บ้านพักตากอากาศแห่งนี้ต่อมาเป็นบ้านพักครุสภาและปรับปรุงให้เป็นพิพิธภัณฑ์ในปัจจุบัน

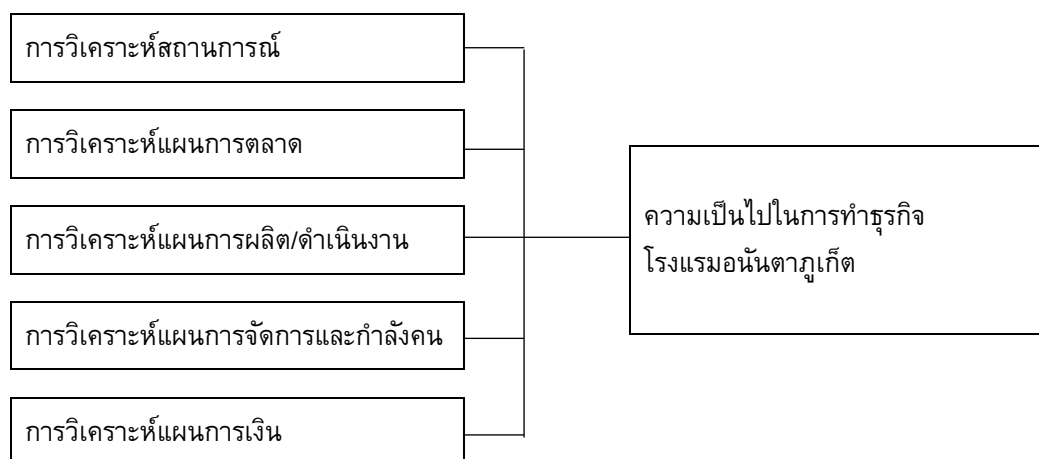
นิยามศัพท์

แผนธุรกิจ หมายถึง การวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต/การดำเนินงาน การวิเคราะห์ด้านการเงิน และสรุปผลว่า ธุรกิจดังกล่าวมีความเป็นไปได้ในการดำเนินงานหรือไม่

โรงแรมอนันตนาภูเก็ตหมายถึง หมายถึง ผู้ให้บริการห้องพักอาศัยแบบรายวัน

การวิเคราะห์สถานการณ์หมายถึง การวิเคราะห์อุตสาหกรรมโดยใช้ Porter Five Forces Model และ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกขององค์กร โดยการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรค (SWOT Analysis)

กรอบแนวคิดการศึกษา



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

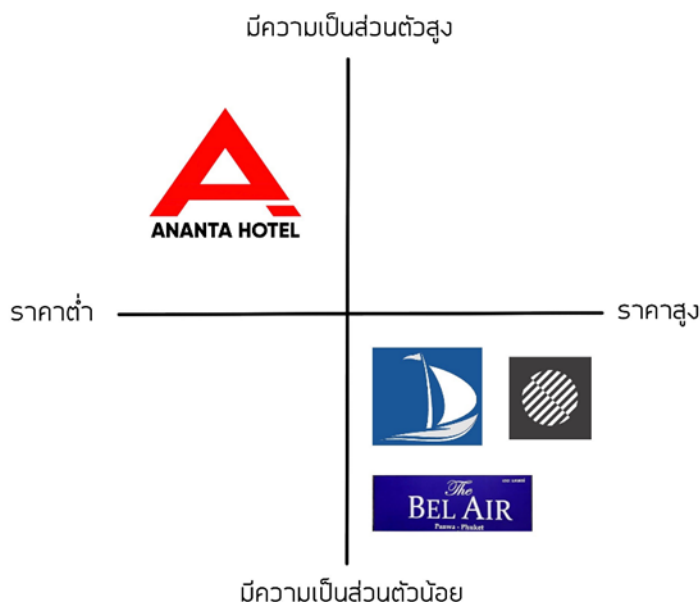
ในปัจจุบันด้านการเมือง หรือความมั่นคงทางการเมืองมีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมและการท่องเที่ยวโดยตรง เพราะความมั่นคงภายในประเทศอาจจะส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว นโยบายหรือมาตรการจากภาครัฐในเรื่องการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้ (สำนักงานบริหารนโยบายของนายกรัฐมนตรี, 2561) ในด้านปัจจัยเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวทางภาคใต้มีการขยายตัวทั้งจากจังหวัดท่องเที่ยวเมืองหลักและเมืองรอง นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวภายในภูมิภาค เช่น กลุ่มอาเซียน (AEC) มีการเดินทางท่องเที่ยวในอัตราที่เติบโตขึ้น (รายงานเศรษฐกิจไทยและการเงิน เดือนธันวาคม, 2561) การใช้จ่ายหมวดบริการเพิ่มขึ้นสอดคล้องกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2561) ในด้านปัจจัยสังคม/วัฒนธรรม สายการบินต้นทุนต่ำ (Low Cost Airline) มีการขยายตัวราคาตัวเครื่องบินถูกลงจากการเปิดเขตการบินเสรี และการเพิ่มขึ้นของจำนวนบริษัทสายการบินต้นทุนต่ำ ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น รวมถึงมีต้นทุนการเดินทางที่ลดลง ช่วยทำให้การเดินทางท่องเที่ยวสะดวกและง่ายมากขึ้น เนื่องจากราคาที่ถูกลง ทำให้นักท่องเที่ยวมีกำลังทรัพย์ในการเที่ยว หรือใช้จ่ายต่างๆ ได้มากขึ้น ในด้านปัจจัยเทคโนโลยี ส่งผลกระทบเชิงบวกโดยตรงต่อโครงการตรง เพราะในปัจจุบัน เทคโนโลยีต่างๆ ช่วยทำให้มนุษย์สะดวกสบายยิ่งขึ้นในการทำงาน เทคโนโลยีด้านการตลาด การจองห้องพักผ่านเว็บไซต์โรงแรม การโฆษณาเพจต่างๆ ช่วยทำให้โรงแรมเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

การวิเคราะห์แรงกดดัน 5 ด้าน โดยวิธี Porter's Five Force Model มีรายละเอียดดังต่อไปนี้ อำนาจต่อรองของผู้บริโภค (Bargaining Power of Customers) อำนาจต่อรองของผู้บริโภคอยู่ในระดับความความรุนแรงระดับปานกลาง-สูง เนื่องจากจำนวนความต้องการที่พักของนักท่องเที่ยว ทำให้เกิดที่พักสำหรับรองรับการให้บริการนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากในอุตสาหกรรม (Supply) ซึ่งธุรกิจท่องเที่ยวจะมีความเกี่ยวเนื่องกับปัจจัยด้านฤดูกาล (Season) อาจกล่าวได้ว่า ในช่วง High Season อำนาจต่อรองของลูกค้าอาจอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากความต้องการ (Demand) ในที่พัก (Supply) สูง แต่ในช่วง Low Season หรือช่วงปกติ อาจต้องพิจารณาว่าพื้นที่ที่ตั้ง ของที่พัก มีจำนวนคู่แข่งหรือไม่ เพราะหากมีจำนวนคู่แข่งมาก อำนาจต่อรองของลูกค้าก็จะสูงเช่นกัน ด้านอำนาจต่อรองของผู้ผลิต (Bargaining Power of Suppliers) อำนาจต่อรองของผู้ผลิตมีความรุนแรงระดับปานกลาง ธุรกิจบริการประเภทที่พักมีการให้บริการ (Service) เป็นโครงสร้างหลักของธุรกิจ ดังนั้น Suppliers ของธุรกิจดังกล่าว ที่สำคัญและทำหน้าที่หลัก จะเป็นในเรื่อง

ของแรงงานผู้ให้บริการ อย่างพนักงานต้อนรับ พนักงานบัญชี พนักงานมาร์เก็ตติ้ง พนักงานทำความสะอาด หรือพนักงานรักษาความปลอดภัย ซึ่งอำนาจต่อรองของ Supplier อยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากในปัจจุบัน แม้จะมีผู้ที่ต้องการทำงานในสายบริการอยู่จำนวนมาก เพราะบางตำแหน่งไม่จำเป็นต้องใช้ความรู้หรือทักษะที่สูงในการประกอบธุรกิจบริการ ด้านการแข่งขันระหว่างคู่แข่งภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน (Rivalry among Current Competitors) การแข่งขันระหว่างคู่แข่งภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน มีความรุนแรงระดับสูง จากการที่อุตสาหกรรมธุรกิจบริการอย่างที่พักในปัจจุบัน มีทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ มักแข่งขันกันด้านราคา (Price) และบริการ (Service) ทำให้ผู้ที่ยังดำเนินธุรกิจอยู่ มักจะมีจุดแข็งในด้านนี้นอกจากนี้จำนวนผู้เล่นหน้าใหม่ที่เข้ามาเรื่อยๆ ทำให้การแข่งขันในอุตสาหกรรมมีความรุนแรงสูงขึ้น เพราะจะต้องพยายามรักษาสถานภาพในอุตสาหกรรมและพยายามสร้างจุดแตกต่างเพื่อดึงดูดผู้ใช้บริการ ด้านภัยคุกคามจากคู่แข่งรายใหม่ (Threat of New Entrants) ภัยคุกคามจากคู่แข่งรายใหม่ มีความรุนแรงระดับปานกลาง-สูง การเข้าอุตสาหกรรมนี้ใช้เงินลงทุนปานกลาง - สูงขึ้นกับขนาดและรูปแบบของธุรกิจ จากอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทำให้มีผู้สนใจเข้ามาในอุตสาหกรรมนี้สูง แต่อย่างไรก็ตามอุตสาหกรรมนี้สามารถเข้ามาเล่นได้ไม่ยากนัก แต่เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ผู้บริโภคมีการพิจารณาความคุ้มค่า หรือการบริการที่สมเหตุสมผลต่อค่าใช้จ่ายที่เสียไปมากกว่าในอดีตด้านภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitutes) ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน มีความรุนแรงระดับสูง ที่พักประเภทโรงแรม (Hotel) เป็นเพียงแค่หนึ่งในรูปแบบที่พักที่ตอบสนองความต้องการผู้บริโภคเพียงบางกลุ่มเท่านั้น ซึ่งจำนวนห้องพักหรือรูปแบบขนาดของห้องหรือเตียงอาจไม่เพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีต้นทุนในการเปลี่ยนต่ำ (Switching Cost) เพราะที่พักมีรูปแบบมากมาย ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกที่หลากหลายในการตอบสนองการตัดสินใจทั้งนี้ขึ้นกับพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคว่าต้องการรูปแบบห้องพักในระดับใด

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ โดยใช้วิธี SWOT Analysis มีรายละเอียดดังต่อไปนี้ จุดแข็งของกิจการ (Strengths) มีฐานการเงินอยู่ในระดับดี เนื่องจากไม่ต้องก่อสร้างโรงแรม เพราะเดิมพื้นที่ตัวโรงแรมเป็นบ้านขนาดใหญ่ 5 ชั้น จึงใช้เงินลงทุนในการรีโนเวทเพิ่มเติมไม่มากนัก โรงแรมอยู่ในทำเลดี ใกล้ทะเลแหลมพันวา จังหวัดภูเก็ต ซึ่งมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาเที่ยวจำนวนมาก จึงเป็นจุดแข็งที่ดี ราคาเข้าถึงได้ง่าย ราคาไม่แพงถ้าเทียบกับทำเลวิวทะเลทุกห้องนอน เป็นอีกจุดแข็งที่ดึงดูดลูกค้า จุดอ่อน (Weaknesses) เพิ่งเริ่มต้นเข้าเส้นทางธุรกิจโรงแรมและการท่องเที่ยว ประสบการณ์น้อย ทำการตลาดออนไลน์ยังไม่เก่งเท่าที่ควร และจัดการบริหารระบบภายในโรงแรมไม่ดีพอ โอกาส (Opportunities) มีที่ดินและตัวโรงแรมอยู่แล้ว ลดต้นทุนในการก่อสร้าง ประเทศเริ่มเปิดการท่องเที่ยว จากสถานการณ์ Covid 19 คลี่คลายลง จังหวัดภูเก็ตเริ่มฟื้นตัวขึ้น นักท่องเที่ยวมีความต้องการและกำลังทรัพย์ที่มากขึ้น ในการพักผ่อน อุปสรรค (Threats) ความแข็งแกร่งของคู่แข่งทางตรงที่มีชื่อเสียงและฐานลูกค้าจำนวนมาก จึงทำให้ธุรกิจต้องมีการพัฒนาตนเองอยู่เสมอ ค่าเงินบาทเริ่มอ่อนตัวลง จึงทำให้ผู้บริโภคมีกำลังซื้อน้อยลงในการท่องเที่ยว จำนวนคู่แข่งที่ทำธุรกิจโรงแรมในภูเก็ต มีจำนวนมาก จึงทำให้มีการแข่งขันสูงขึ้น

การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (T: Target Market) กลุ่มเป้าหมายหลัก (Primary Target) คือ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย เพศหญิง และเพศชาย กลุ่มวัยรุ่น นักศึกษา และกลุ่มวัยทำงาน อายุ 20 ปี ขึ้นไป สถานภาพโสด หรือคู่รัก และครอบครัว มีรายได้เฉลี่ยต่อคนต่อเดือนหรือรายได้ต่อครอบครัว ตั้งแต่ 15,000 บาทขึ้นไป มีความชื่นชอบการเดินทางและท่องเที่ยวพักผ่อนส่วนตัว กลุ่มเป้าหมายรอง (Secondary Target) กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาพักผ่อนในจังหวัดภูเก็ต และต้องการห้องพักแบบรายวันที่มีความสงบส่วนตัว ใกล้ชิดธรรมชาติ การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (P: Positioning) โรงแรมอนันตภาณุเกิดได้ทำการกำหนดตำแหน่งทางการตลาดที่เหมาะสม ในเรื่องการพักผ่อนแบบเป็นส่วนตัว สงบเงียบ และราคาเข้าถึงได้ง่าย นี่จึงเป็นข้อได้เปรียบของธุรกิจ



ภาพที่ 2 ตำแหน่งทางการตลาดสำหรับผู้บริโภคคนสุดท้ายของโรงแรมอนันตานุเกิต

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategy) โรงแรมอนันตานุเกิตเป็นโรงแรมระดับ 3 ดาว ขนาดเล็ก 5 ชั้น 6 ห้องนอน ผลิตภัณฑ์ของโรงแรม คือ ห้องพัก โดยใช้แนวคิดของความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วย ที่อยู่อาศัยที่ดี มีความมั่นคงแข็งแรง และสามารถป้องกันอันตรายได้ ทำให้ผู้ที่อยู่อาศัยรู้สึกปลอดภัย โดยโรงแรมจะแบ่งออกเป็น 4 ประเภทห้องพัก 1) Standard 2) Superior room 3) Deluxe 4) Suite กลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategy) โรงแรมอนันตานุเกิตมีเป้าหมายเจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ผู้มีรายได้ต่ำและปานกลาง โดยมีวัตถุประสงค์ในการตั้งราคาเพื่อมุ่งกำไรให้ได้ผลตอบแทนตามเป้าหมาย รวมทั้งการดำเนินธุรกิจให้คงอยู่อย่างยั่งยืน นอกจากนี้ ยังมีการตั้งราคาตามฤดูกาล (Seasonal Pricing) หรือช่วง High/low season โดยถ้าเป็นช่วงที่นักท่องเที่ยวมีจำนวนมาก ราคาของโรงแรมจะอยู่ในระดับที่สูง แต่ถ้าเป็นช่วงที่นักท่องเที่ยวมีจำนวนน้อย ก็จะมีการปรับระดับการราคาลดลง

กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place Strategy) โรงแรมอนันตานุเกิตใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายทางตรงจากผู้ให้บริการคือ Ananta Hotel Phuket ไปยังผู้ใช้บริการ โดยผู้ใช้บริการจะมาใช้บริการที่โรงแรมโดยตรง เปิดให้บริการทุกวัน 24 ชั่วโมง ไม่มีวันหยุด รวมถึงทำเลที่ตั้งโรงแรมอยู่ในทำเลที่ดีของจังหวัดภูเก็ต มีวิวทะเลและภูเขาล้อมรอบ และเดินทางได้ง่าย มีที่จอดรถมากเพียงพอต่อลูกค้า กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy) โรงแรมอนันตานุเกิตกำหนดกลยุทธ์ทางการส่งเสริมการตลาด ทางช่องทางออนไลน์ และออฟไลน์ต่างๆ เพื่อเน้น การเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเพื่อให้เกิดการตัดสินใจซื้อ รวมถึงเน้นการสร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภค (Brand Awareness) เน้นจุดเด่นของ Ananta hotel Phuket เพื่อให้เกิดการรู้จักในวงกว้าง และเกิดการจดจำได้ในฐานะที่พักที่มีการบริการที่มีมาตรฐาน และเปรียบเสมือนบ้านหลังที่สองของลูกค้า กลยุทธ์ด้านบุคคล (People Strategy) แบ่งเป็น 2 ส่วนคือพนักงานประจำและจัดจ้างบุคคลภายนอก สำหรับ พนักงานประจำควรมีการกระตุ้นพนักงานบริการ มีความกระตือรือร้น ใส่ใจในงานบริการให้ได้รับส่วนแบ่งจากการบริการ เช่น Trip, ค่าชยัน และกระตุ้นให้พนักงานขายแต่ละคนสร้างยอดขายห้องพัก เพื่อมีผลต่อการพิจารณาขึ้นเงินเดือน กลยุทธ์ด้านกระบวนการ (Process Strategy) การบริการต้องอาศัย พนักงานและเครื่องมือที่ทันสมัย เพื่อให้ลูกค้าได้รับความสะดวกสบาย รวดเร็ว และไม่ยุ่งยาก ทางโรงแรมจัดการด้านบริการในลักษณะ One Stop Service ตั้งแต่ต้นจนจบกระบวนการในเวลา และสถานที่เดียวกัน โดยลูกค้าไม่ต้องเดินติดต่อหลายแผนก ทางโรงแรมจึงจัดฝึกอบรมพนักงานเพื่อให้ส่งมอบบริการอย่างมีคุณภาพเสมอ กลยุทธ์ด้านภาพลักษณ์และการบริการ (Physical Evidence Strategy) การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีสามารถสร้างความประทับใจให้เกิดขึ้นภายในจิตใจของ

บุคลากรบุคคลภายนอก ได้เป็นอย่างดี Ananta hotel Phuket สร้างภาพลักษณ์การบริการที่ดี เป็นกันเองเหมือนครอบครัว มีความสงบส่วนตัวในการพักผ่อน สิ่งอำนวยความสะดวกทุกประเภท

การวิเคราะห์แผนการผลิต

กำลังการบริการ ปริมาณการบริการ และ อัตราการบริการ

การประมาณกำลังการให้บริการของโรงแรมอนันตากฤตคือ ร้อยละ 32 ต่อประเภทห้องพัก

ขั้นตอนการบริการ

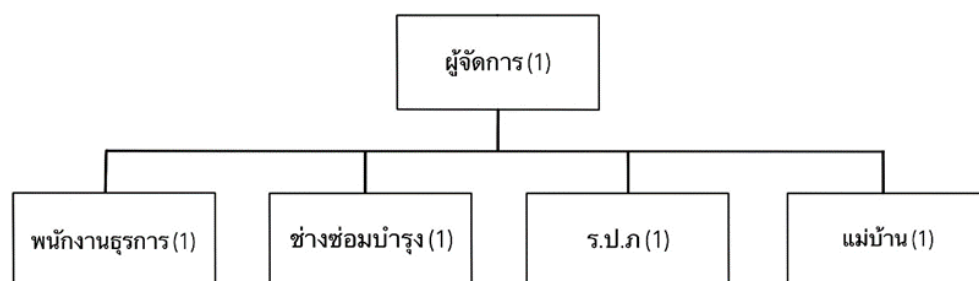
ขั้นตอนการบริการของโรงแรมอนันตากฤตมีดังนี้

- 1) กล่าวคำต้อนรับลูกค้า และสอบถามความต้องการจำนวนห้อง
- 2) หากลูกค้าตัดสินใจรับบริการ นำลูกค้าไปเช็คอินรับกุญแจห้องพัก
- 3) นำลูกค้าไปยังห้องพักและสอบถามความต้องการเพิ่มเติม
- 4) เมื่อลูกค้าเช็คอินเสร็จ พนักงานจะตรวจความเรียบร้อยของห้อง และรับคืนกุญแจ
- 5) กล่าวคำขอบคุณลูกค้าที่มาพักบริการ

การวิเคราะห์แผนการจัดการและกำลังคน

โครงสร้างองค์กร

โรงแรมอนันตากฤตมีการใช้ลักษณะการจัดการโครงสร้างองค์กรแบบตามหน้าที่ (Functional Organization) เพราะขนาดขององค์กรมีขนาดที่ไม่ใหญ่มากนักการจัดการโครงสร้างองค์กรในลักษณะนี้ทำให้ง่ายต่อการบริหาร อีกทั้งยังง่ายต่อการควบคุมสั่งการได้อย่างมีประสิทธิภาพ



ภาพที่ 3 แสดงโครงสร้างองค์กร

การวิเคราะห์แผนการเงิน

จากการวิเคราะห์แผนการเงิน แสดงให้เห็นว่าโรงแรมอนันตากฤตมีระยะเวลาคืนทุน (PB) ประมาณ 4 ปี มูลค่าปัจจุบันสุทธิของการลงทุน (NPV) เท่ากับ 2,008,896.45 บาท และอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (IRR) เท่ากับ 29% ดังนั้นจากตัวเลขทางการเงินที่แสดงข้างต้นแสดงว่ามีความคุ้มค่าในการลงทุน

สรุปผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ และสถานการณ์ทั้งภายใน และภายนอก การวิเคราะห์แผนการตลาด การบริการในการทำธุรกิจ การวิเคราะห์แผนการผลิต และดำเนินงาน การวิเคราะห์แผนการจัดการ และกำลังคน และการวิเคราะห์แผนการ ได้ข้อสรุปว่า ธุรกิจให้บริการด้านที่พักอาศัยชั่วคราวของโรงแรมอนันตากฤต ภายใต้เงื่อนไขที่บริษัท กำหนดขึ้นมีความเป็นไปได้ในการลงทุน ซึ่งสอดคล้องกับแผนธุรกิจโรงแรมบูติค โฮสเทล ทำการศึกษาโดย ภัทรพร วิบูลสุข สอดคล้องกับแผนธุรกิจซานนท์ อพาร์ทเมนต์ ทำการศึกษาโดย ซานนท์ ภาณุพันธ์สอดคล้องกับแผนธุรกิจเวหา โฮสเทล ทำการศึกษาโดย มหัทส์คุณ สนคมี สอดคล้องกับแผนธุรกิจโกล Golden Mountain Resort ทำการศึกษาโดย

นราพร ตันตราชีวิต ผลการศึกษาทั้งหมดพบว่าธุรกิจประเภทโรงแรมที่พักอาศัย มีความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ และเป็นธุรกิจที่น่าลงทุน

ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการศึกษา

จากผลการศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ ธุรกิจโรงแรมอนันตานุเกิต มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

- 1) ด้านการวิเคราะห์สถานการณ์ โอกาสของธุรกิจโรงแรมอนันตานุเกิต มีโอกาสเติบโตสูงมาก แต่การแข่งขันก็สูงเช่นกัน ดังนั้น โรงแรมอนันตานุเกิต ควรจะเพิ่มจุดเด่นและทำให้เป็นที่พึงพอใจของลูกค้าทั้งด้านผลิตภัณฑ์และด้านบริการ อาจจะต้องเพิ่มเรื่องของโปรโมชั่นเพื่อดึงดูดลูกค้ารายเก่าและรายใหม่ ให้กลับมาใช้บริการซ้ำ
- 2) ด้านการวิเคราะห์ด้านการตลาด ทางโรงแรมอนันตานุเกิต ควรเพิ่มจำนวนห้องพัก เพื่อดึงดูดลูกค้าที่มากขึ้น
- 3) ด้านการวิเคราะห์ด้านการผลิต เนื่องจากกำลังการผลิตของทางโรงแรมอนันตานุเกิตมีจำกัดด้วยจำนวนห้องที่น้อย จึงขอแนะนำให้ขยายโรงแรมเพื่อเพิ่มกำลังการผลิตและเป็นที่น่าเชื่อถือของนักท่องเที่ยวผู้มาใช้บริการ

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). สถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศ. สืบค้นจาก <https://researchsystem.siam.edu/images/coop/>.
- จิรัฐ อัครศรี มี โภ คิน . (2 5 5 3) . การวิเคราะห์ Porter's Five Forces Model. สืบค้นจาก <https://scholar.utcc.ac.th/handle/6626976254/690>.
- ชานนท์ ภารพันธ์. (2565). แผนธุรกิจงานที่พาร์ทเมนท์. (Unpublished Independent study). หลักสูตรบริหารการจัดการมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ. มหาวิทยาลัยรังสิต.
- นันทา ศิริ ร ณ ศิริ . (2 5 6 5) . สถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต . สืบค้นจาก <https://thainews.prd.go.th/th/news/detail/TCATG221128175502949>.
- นราพร ตันตราชีวิต . (2 5 5 9) . แผนธุรกิจโกลด์ Golden Mountain Resort. สืบค้นจาก https://www.smeleader.com/files/business_plan/business_plan_hotel_%20boutique05.pdf.
- ภทรพร วิบูลสุข . (2 5 6 1) . แผนธุรกิจโรงแรมบูติค โฮสเทล . สืบค้นจาก http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2018/TU_2018_6002030994_9858_9918.pdf.
- มหัทธฤณ สนม (2563). แผนธุรกิจเวหาโฮสเทล. (Unpublished Independent study). หลักสูตรบริหารการจัดการมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ. มหาวิทยาลัยรังสิต.
- ศศิวิมล ถาวรมงคล . (2 5 5 8) . วิวัฒนาการของโรงแรม . สืบค้นจาก https://old.elearning.yru.ac.th/pluginfile.php/75001/mod_resource/content/.
- สำนักงานบริหารนโยบายของนายกรัฐมนตรี. (2561). การวิเคราะห์สถานการณ์สภาพแวดล้อม. สืบค้นจาก <https://www.primaconsultant.co.th/content/การวิเคราะห์สถานการณ์>.
- หน่วยงานกลยุทธ์ของธนาคารไทยพาณิชย์. (2560). พฤติกรรมของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลง. สืบค้นจาก <https://www.pwc.com/th/en/pwc-thailand-blogs/blog-20220725.html>.

Data Availability Statement: The raw data supporting the conclusions of this article will be made available by the authors, without undue reservation.

Conflicts of Interest: The authors declare that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Publisher's Note: All claims expressed in this article are solely those of the authors and do not necessarily represent those of their affiliated organizations, or those of the publisher, the editors and the reviewers. Any product that may be evaluated in this article, or claim that may be made by its manufacturer, is not guaranteed or endorsed by the publisher.



Copyright: © 2023 by the authors. This is a fully open-access article distributed under the terms of the Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0).