



**แผนธุรกิจ รีสอร์ท CHADIOZ
(BUSINESS PLAN: CHADIOZ RESORT)**

โดย

โชคชัย วงษ์ชาติ

5707630

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

รายงานการค้นคว้าอิสระฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ
คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยรังสิต

ปีการศึกษา 2559



BUSINESS PLAN : CHADIOZ RESORT

BY

CHOKCHAI WONGCHALEE

5707630



**INDEPENDENT STUDY REPORT SUBMITTED IN PARTIAL
FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS FOR
THE DEGREE OF MASTER OF MANAGEMENT
IN ENTREPRENEURSHIP
FACULTY OF BUSINESS ADMINISTRATION**

RANGSIT UNIVERSITY

AY 2016

รายงานการค้นคว้าอิสระ เรื่อง

แผนธุรกิจ รีสอร์ท CHADIOZ
(BUSINESS PLAN: CHADIOZ RESORT)

โดย

โชคชัย วงษ์ชาติ

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ
คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยรังสิต
ปีการศึกษา 2559



(ผศ.ดร.รุจาภา แพ่งเกษร)
กรรมการ



(ผศ.ดร. วัฒน์ พิธิษฐเกษม)
กรรมการ



(ดร.ณกมล จันทร์สม)
อาจารย์ที่ปรึกษา

กิตติกรรมประกาศ

แผนธุรกิจฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความช่วยเหลือเป็นอย่างสูงจากอาจารย์ที่ปรึกษา
ดร.ณกมล จันทรสมบัติ , ผศ. ดร. รุจภา แพ่งเกษร และอาจารย์ผู้สอนรายวิชาทุกท่านในหลักสูตรปริญญา
การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการคณะบริหารธุรกิจ

ซึ่งทางผู้จัดทำนั้นต้องขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ที่คณาจารย์ทุกท่าน ได้สละเวลาให้ความ
ช่วยเหลือ อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง ในการค้นคว้าจนทำให้แผนธุรกิจเล่มเสร็จสมบูรณ์

ขอขอบคุณเพื่อนๆ ในสาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการทุกคน ที่มีส่วนเป็นแรงผลักดันในการ
ทำแผนธุรกิจนี้ให้เสร็จสมบูรณ์ ตลอดจนทั้งมิตรภาพและกำลังใจที่มีต่อผู้จัดทำ

สุดท้ายนี้ทางผู้จัดทำหวังว่าแผนธุรกิจเล่มนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจในธุรกิจนี้หรือนำไป
ศึกษาและต่อยอดในงานต่อไป หากมีข้อผิดพลาดประการทางผู้จัดทำต้องขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

นาย โชคชัย วงษ์ชาติ

8 กุมภาพันธ์ 2559



ชื่อนักศึกษา : นาย โชคชัย วงษ์ชาติ
คณะ : บริหารธุรกิจ
หลักสูตร : การจัดการมหาบัณฑิต
สาขาวิชา : การเป็นผู้ประกอบการ
คำสำคัญ : แผนธุรกิจ, CHADIOZ resort
อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.ณกมล จันทร์สม
จำนวนหน้า : 61 หน้า

บทสรุปผู้บริหาร

รีสอร์ทเป็นสิ่งที่นักเดินทางรู้จักเป็นอย่างดี หากจะกล่าวคำนี้แล้วหลาย ๆ คนอาจจะที่พัก
 หลายๆประเภทเช่น โรงแรม รีสอร์ท บังกะโล เกสต์เฮาส์ ห้องพัก เป็นต้น ซึ่งแต่ละประเภทมี
 หลากหลายขนาดและมีข้อจำกัดที่แตกต่างกัน โดยรีสอร์ทนั้นจะมีขนาดไม่ใหญ่มากและจะมีมากตาม
 ต่างจังหวัดใกล้เคียงกับสถานที่ท่องเที่ยวมีบรรยากาศโดยรอบที่สวยงาม ด้วยมาตรการของรัฐบาลที่ส่งเสริม
 ให้คนไทยหันมาท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้นเช่นการนำไปลดหย่อนภาษี ทำให้การท่องเที่ยวในไทย
 คึกคักมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังมีการเปิดประชาคมอาเซียนทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาได้ ทำให้มีธุรกิจประเภท
 นี้เกิดใหม่ขึ้นอยู่เสมอเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

ทาง CHADIOZ resort ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญนี้ เนื่องด้วยในท้องถิ่นอำเภอไชยา จังหวัดสุ
 ราษฎร์ธานี มีห้องพักหรือโรงแรมที่เปิดให้บริการอยู่บ้างแล้ว แต่ก็ยังไม่มีบริการที่น่าประทับใจ
 เท่าที่ควร ทาง CHADIOZ resort จึงมีไอเดียในการสร้างรีสอร์ทที่มีการบริการที่ดี เทียบได้กับรีสอร์ท
 ระดับหรูเท่าเทียมกับในเมืองท่องเที่ยวใหญ่ ๆ เหมือนภูเก็ตหรือเกาะสมุย โดยมีการบริการที่ประทับใจ
 โดยมีการตกแต่งที่สวยงาม สะดวกสบาย ทันสมัยและปลอดภัยในการใช้บริการ

กลุ่มเป้าหมายหลักที่ CHADIOZ resort ตั้งเป้าไว้คือกลุ่มนักท่องเที่ยวชายและหญิงในช่วงอายุ
 18 – 25 ปี มีความต้องการห้องพักที่มีสไตล์และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ตอบโจทย์ความต้องการ

กลุ่มเป้าหมายรอง คือกลุ่มนักท่องเที่ยวเพศชายและหญิงในช่วงอายุ 25 – 30 ปี ที่ชื่นชอบใน
 การท่องเที่ยวและต้องการห้องพักที่มีความพร้อมในการบริการและสะดวกสบาย

โดยช่องทางCHADIOZ resort มีช่องทางจัดจำหน่ายอยู่ 2 ทางคือเข้ามาติดต่อโดยตรงที่พนักงานต้อนรับของรีสอร์ท หรือช่องทางออนไลน์ เพื่อให้ลูกค้าสะดวกในการจองห้องพักมากขึ้น โดยทางรีสอร์ทตั้งอยู่ที่ อ.ไชยา จ.สุราษฎร์ธานี อยู่ห่างจากโรงพยาบาลไชยาประมาณ 300 เมตร ใช้เวลาเดินทางจากตลาดไชยามายังรีสอร์ทประมาณ 5 นาที

CHADIOZ resort เป็นรีสอร์ทที่มีสไตล์การตกแต่งที่สวยงาม มีห้องพักสะอาดสะอ้านสบาย สิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน มีสระว่ายน้ำ มี WIFI Free ให้บริการ เพื่อเป็นตัวเลือกให้กับนักท่องเที่ยวที่หาห้องพักที่มีคุณภาพ คำนึงถึงราคาที่จ่ายไป ซึ่งคู่แข่งของทางรีสอร์ทถึงแม้จะมีให้เลือกหลากหลาย แต่ก็ยังมีการบริการและการตกแต่งที่ไม่โดดเด่น และไม่เพียงพอในการบริการบางอย่างยังไม่ครบครัน ทางรีสอร์ทจึงเล็งเห็นว่าถ้ามีที่พักที่ดีมีคุณภาพให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุด

ในเรื่องของบุคลากรทางรีสอร์ทมีการอบรมพนักงานทุกคนให้มีมิตรภาพที่ดีกับผู้ใช้บริการ เพื่อให้เกิดความประทับใจในการบริการที่ดีของพนักงาน โดยมีการอบรมพนักงานให้มีความรู้ความสามารถในการต้อนรับผู้ใช้บริการให้ประทับใจ และยังมีการเรียกประชุมพนักงานประจำทุก ๆ เดือนเพื่อปรับปรุงการบริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นให้เท่าทันยุคสมัยที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็วตลอดเวลา

ทาง CHADIOZ resort ใช้เงินทุนครั้งแรกทั้งหมด จะแบ่งเป็นส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งหมด รวมเป็นเงินทั้งสิ้น จำนวน 4,494,390 บาท และเงินกู้ยืมธนาคารจำนวน 9,000,000 บาท โดยมีกำไรสุทธิปีแรกอยู่ที่ 1,337,365 บาท ,ปีที่ 2 เท่ากับ 1,714,525 บาท ,ปีที่ 3 เท่ากับ 2,079,505 บาท ,ปีที่ 4 เท่ากับ 2,442,175 บาท ,ปีที่ 5 เท่ากับ 2,802,304 บาท , โดยกำไรสุทธิของทางรีสอร์ทมีอัตราเพิ่มขึ้นปีละ 5% โดยจะมีระยะเวลาคืนทุนของโครงการอยู่ในช่วงปีที่ 6 - 7

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ.....	ก
บทสรุปผู้บริหาร.....	ข
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ฅ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาของรีสอร์ท.....	1
1.2 ประวัติของกิจการ.....	1
1.3 วิสัยทัศน์ - พันธกิจ – เป้าหมาย.....	3
1.4 ที่ตั้งโครงการ.....	3
1.5 ชื่อโครงการและสัญลักษณ์.....	4
1.6 ปัจจัยแห่งความสำเร็จ.....	5
1.7 ระยะเวลาดำเนินการ.....	7
บทที่ 2 การวิเคราะห์สถานการณ์	
2.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก โดยใช้หลักการ MC – STEPS.....	8
2.2 การวิเคราะห์ Porter’s Five Forces Model.....	10
2.3 การวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมภายใน โดยใช้ SWOT Analysis.....	11
2.4 การวิเคราะห์คู่แข่ง.....	13
บทที่ 3 แผนการตลาด	
3.1 วัตถุประสงค์และเป้าหมายการตลาด.....	17
3.2 การวิเคราะห์ STP	17
3.3 กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (7P’s Strategies).....	19
3.4 การประมาณการเข้าพักร.....	26

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 แผนการผลิต/แผนการดำเนินงาน	
4.1 ทำเลที่ตั้งของโครงการ.....	27
4.2 แผนผังโครงการ	28
4.3 รายละเอียดโครงการ.....	31
4.4 กระบวนการบริการ(Process).....	32
4.5 กำลังการให้บริการ	35
4.6 รายละเอียดอุปกรณ์ในโครงการ	36
 บทที่ 5 แผนการจัดการและกำลังคน	
5.1 โครงสร้างองค์กร.....	41
5.2 วิธีการสรรหาบุคลากร	44
5.3 สวัสดิการ	45
5.4 การจ้างงานพิเศษ.....	46
 บทที่ 6 แผนการเงิน	
6.1 สมมติฐานทางการเงิน.....	47
6.2 ประมาณการงบกำไรขาดทุน.....	51
6.3 ประมาณการงบแหล่งที่มาและใช้ไปของเงินทุน.....	53
 บทที่ 7 แผนฉุกเฉิน.....	54
 บรรณานุกรม.....	53
ภาคผนวก.....	56
ประวัติผู้วิจัย.....	61

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1 เวลาในการดำเนินการ	7
ตารางที่ 2.1 ตารางเปรียบเทียบคู่แข่ง.....	16
ตารางที่ 3.1 แสดงอัตราค่าที่พัก.....	22
ตารางที่ 3.2 ราคาด้านส่งเสริมการขาย.....	25
ตารางที่ 3.3 ประมาณการเข้าพักของนักท่องเที่ยว.....	26
ตารางที่ 4.1 รายละเอียดพื้นที่ใช้สอยในโครงการ.....	31
ตารางที่ 4.2 แสดงกำลังการให้บริการต่อเดือน.....	35
ตารางที่ 4.3 แสดงการประมาณการปริมาณและรายได้.....	35
ตารางที่ 4.4 แสดงรายละเอียดห้องพัก TYPE A.....	36
ตารางที่ 4.5 แสดงรายละเอียดห้องพัก TYPE B.....	37
ตารางที่ 4.6 แสดงรายละเอียดห้องพักพนักงาน	38
ตารางที่ 4.7 แสดงรายละเอียดอุปกรณ์สำนักงาน	38
ตารางที่ 4.8 แสดงรายละเอียดส่วนต้อนรับ	39
ตารางที่ 4.9 แสดงรายละเอียดห้องทานอาหาร.....	39
ตารางที่ 4.10 แสดงรายละเอียดห้องครัว.....	39
ตารางที่ 4.11 แสดงรายละเอียดส่วน Relax zone.....	40
ตารางที่ 4.12 แสดงรายละเอียดส่วน Service zone	40
ตารางที่ 4.13 แสดงรายละเอียดอื่น ๆ	40
ตารางที่ 5.1 รายละเอียดบุคลากร	41
ตารางที่ 5.2 ตารางสรุปจำนวนบุคลากรและค่าตอบแทน.....	44
ตารางที่ 5.3 วันและเวลาการทำงานของพนักงาน.....	45
ตารางที่ 6.1 กำลังการให้บริการและขายในแต่ละเดือน.....	47
ตารางที่ 6.2 ปริมาณยอดการให้บริการและขาย.....	47
ตารางที่ 6.3 ราคาการให้บริการและขาย	48
ตารางที่ 6.4 ประมาณการรายได้	48
ตารางที่ 6.5 แรงงานในการขายและบริหาร	48

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 6.6 ค่าโซหุ้ยในการผลิต	49
ตารางที่ 6.7 ค่าใช้จ่ายในการตลาด	49
ตารางที่ 6.8 แหล่งที่มาของเงินทุน	50
ตารางที่ 6.9 ค่าเสื่อมราคา	50
ตารางที่ 6.10 ค่าเสื่อมราคา	50
ตารางที่ 6.11 ประมาณการงบกำไรขาดทุน	51
ตารางที่ 6.12 ประมาณการแหล่งที่มาและที่ใช้ไปของเงินทุน.....	52
ตารางที่ 6.13 ประมาณการงบดุล.....	53
ตารางที่ 7.1 แผนฉุกเฉิน.....	54



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 ตัวอย่างบรรยากาศ.....	2
ภาพที่ 1.2 แผนที่โครงการ.....	4
ภาพที่ 1.3 สัญลักษณ์โครงการ.....	4
ภาพที่ 1.4 ตัวอย่างห้องพัก.....	5
ภาพที่ 1.5 ตัวอย่างบรรยากาศ.....	6
ภาพที่ 1.6 ตัวอย่างลักษณะภายนอก.....	6
ภาพที่ 2.1 รีสอร์ทเพื่อนเดินทาง.....	14
ภาพที่ 2.2 โรงแรมอุดมลาภ	15
ภาพที่ 3.1 การวางตำแหน่ง	19
ภาพที่ 3.2 ผังห้องพัก TYPE A	20
ภาพที่ 3.3 ผังห้องพัก TYPE B	21
ภาพที่ 3.4 ตัวอย่างบรรยากาศ	21
ภาพที่ 3.5 ช่องทางการจัดจำหน่าย	22
ภาพที่ 3.6 ตัวอย่าง Fanpage CHADIOZ resort	23
ภาพที่ 3.7 ตัวอย่างป้ายโฆษณา.....	24
ภาพที่ 3.8 โปรโมทผ่านเว็บไซต์ agoda.com.....	24
ภาพที่ 4.1 ที่ตั้งโครงการ	27
ภาพที่ 4.2 แผนผังกลุ่มอาคาร	28
ภาพที่ 4.3 แผนผังแสดงอาคารชั้น 1	29
ภาพที่ 4.4 แผนผังแสดงอาคารชั้น 2	30
ภาพที่ 4.5 แผนผังแสดงขั้นตอนการบริการ	32
ภาพที่ 4.6 แผนผังขั้นตอนการบริการทางโทรศัพท์และFacebook.....	33
ภาพที่ 4.7 แผนผังขั้นตอนการเช็คอิน.....	34
ภาพที่ 5.1 แผนผังแสดงโครงสร้างบุคลากร.....	41

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาของรีสอร์ท

รีสอร์ทแห่งแรกของโลกตั้งขึ้นในยุคกรีกโบราณ เป็นเมืองตากอากาศริมชายหาดที่มีบ่อน้ำพุร้อน(spas)และเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายในยุคของจักรวรรดิโรมัน หลังจากที่จักรวรรดิโรมันได้เสื่อมอำนาจลงในยุคกลาง สปาและศิลปวิทยาการแขนงต่างๆได้รับการฟื้นฟูอีกครั้งในยุคเรอเนซองส์ และมีชื่อเสียงแพร่หลายไปทั่วยุโรปเช่น ชุมชนตากอากาศที่เมืองบ้ำทประเทศอังกฤษ ซึ่งก่อตั้งขึ้นในยุคโรมันและยังได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายจนกระทั่งปัจจุบัน ในช่วงปลายของยุคปฏิวัติอุตสาหกรรม

รีสอร์ทส่วนใหญ่ที่ได้รับความนิยมจะอยู่ตามชนบทซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม ในศตวรรษที่ 20 มีรีสอร์ทเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก เพื่อรองรับกลุ่มชนชั้นกลางที่เพิ่มจำนวนขึ้นอย่างมากโดยเฉพาะในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่2 ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความสามารถในการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อน ปรากฏการณ์ดังกล่าวเกิดขึ้นพร้อมๆกับการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วของการท่องเที่ยวพักผ่อนในกลุ่มชาวยุโรป เอเชีย ญี่ปุ่นและอเมริกา รีสอร์ทยังคงมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องและมีรูปแบบวิวัฒนาการที่หลากหลายเช่นเดียวกับโรงแรม ซึ่งจำแนกรูปแบบออกไปหลายประเภทเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มที่มีลักษณะพฤติกรรมแตกต่างกัน

ปัจจุบันรีสอร์ทรูปแบบใหม่ที่มีลักษณะคล้ายกับโรงแรมในเมือง ตั้งอยู่บริเวณริมแม่น้ำสายหลักของเมืองหรือแหล่งช้อปปิ้งซึ่งเป็นที่นิยม มีการให้บริการสปา ในลักษณะที่ค่อนข้างสมบูรณ์แบบ วางแนวความคิดการให้บริการที่สะท้อนถึงความเป็นรีสอร์ทในเมือง(Urban Resort) เพื่อรองรับการพักผ่อนในช่วงสุดสัปดาห์สำหรับกลุ่มลูกค้าที่ไม่ต้องการเดินทางไปพักผ่อนยังเมืองตากอากาศ ซึ่งค่อนข้างไกลและต้องการประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

1.2 ประวัติของกิจการ

เนื่องจากเจ้าของกิจการมีที่ดินเปล่าที่ต้องการสร้างให้เกิดประโยชน์อยู่แปลงหนึ่ง ซึ่งมีบรรยากาศที่ดีติดริมคลอง ด้านหลังเป็นทุ่งกว้าง ไม่มีสิ่งรบกวนทางเสียงหรือกลิ่นภายในบริเวณนั้น

ประกอบกับในเขตอำเภอไชยายังขาดที่พักที่มีบริการที่เอาใจใส่ลูกค้าแบบจริงจัง จึงทำให้เกิดไอเดียในการคิดโครงการนี้ขึ้นมาเพื่อต้องการให้นักท่องเที่ยวได้มีที่พักที่ดีมีคุณภาพและการบริการที่ประทับใจ และอยากกลับมาใช้บริการใหม่เมื่อแวะเวียนมาเที่ยวอีกครั้ง

CHADIOZ resort (ชาดิออซ รีสอร์ท)

เกิดจากนามแฝงของเจ้าของธุรกิจที่อยากสร้างไลน์ธุรกิจเป็นของตัวเองเลยสร้างเอกลักษณ์โดยนำชื่อของตัวเองมาดัดแปลงเป็นชื่อที่ไม่ซ้ำกับใครถ้าในที่นี้มีการนำความหมายของแต่ละคำมารวมกัน cha คือเสียงของจังหวะการเดินรำหรือการเคลื่อนไหว di มาจาก dilated การขยายตัว และ oz จาก ozone อากาศบริสุทธิ์สดชื่น โดยนำมารวมกันจะให้ความหมายว่า การพาไปยังที่ ที่มีอากาศบริสุทธิ์ที่ขยายตัวเพื่อการพักผ่อน

โดยมีลักษณะเป็นรีสอร์ทขนาดกลางมีห้องพัก 24 ห้อง มีสิ่งอำนวยความสะดวกเช่น สระว่ายน้ำ wifi free ให้บริการ โดยมีการตกแต่งสไตล์ modern โดยรีสอร์ทตั้งอยู่ที่อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี อยู่ห่างจากโรงพยาบาลไชยาเพียง 300 เมตร

1.2.1 รายละเอียดห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกของรีสอร์ทประกอบด้วย

- ห้องพัก 2 TYPE

ห้องเตียงเดี่ยว	800	บาท	จำนวน 12 ห้อง
ห้องเตียงคู่	1,100	บาท	จำนวน 12 ห้อง

- สระว่ายน้ำขนาด 8 x 12 เมตร



ภาพที่ 1.1 ตัวอย่างบรรยากาศ

1.3 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และ เป้าหมาย

1.3.1 วิสัยทัศน์

เป็นรีสอร์ทที่เน้นความสะดวกสบายและสวยงามเป็นเอกลักษณ์ให้คนมาใช้บริการแล้วเกิดความประทับใจเพื่อนำไปบอกต่อคนอื่นให้มาใช้บริการเมื่อต้องการที่พัก

1.3.2 พันธกิจ

1. นำเสนอรีสอร์ทรูปแบบใหม่ในท้องถิ่นที่ดียิ่งกว่าเพื่อเป็นทางเลือกให้กับลูกค้าได้มีโอกาสได้รับการบริการที่ดีขึ้น
2. สร้างแบรนด์ให้เป็นที่ยอมรับของตลาด เพื่อให้เกิดความเชื่อถือสร้างภาพลักษณ์ที่ดีเพื่อสร้างความจดจำให้กับลูกค้า

1.3.3 เป้าหมายระยะสั้น

1. ส่งเสริมรูปลักษณ์และชื่อเสียงของรีสอร์ทที่มีมาตรฐานสูงให้โดดเด่นกว่าคู่แข่งอย่างรวดเร็วที่สุดเพื่อสร้างรับรู้และการยอมรับ
2. มีเสียงตอบรับที่ดีมากกว่า 70% จากความพึงพอใจของลูกค้าที่รับบริการ โดยการให้บริการที่มีคุณภาพที่ดีมีคุณภาพและการบริการที่ครบครัน
3. สร้างยอดขายโดยการประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการเพื่อเพิ่มยอดขาย

1.3.4 เป้าหมายระยะยาว

1. เป็นที่ประทับใจและจดจำของลูกค้าในการบริการที่ดีมีคุณภาพ และกลับมาใช้บริการซ้ำอย่างต่อเนื่อง
2. ขยายกิจการไปยังท้องถิ่นอื่น ๆ เพิ่มขึ้นเมื่อมีเสียงตอบรับที่ดีในการใช้บริการของลูกค้า
3. มีกำไรสุทธิภายใน 5-6 ปี

1.4 ที่ตั้งโครงการ

โครงการ ตั้งอยู่ที่ อ.ไชยา จ.สุราษฎร์ธานี อยู่ห่างจาก โรงพยาบาลไชยาประมาณ 300 เมตร ใช้เวลาเดินทางจากตลาดไชยามายังรีสอร์ทประมาณ 5 นาที โดยในอำเภอไชยามีแหล่ง

ท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักคือ วัดพระบรมธาตุไชยา วัดสวนโมกข์ บ้านพุมเรียง บ่อน้ำพุร้อน เดินทางจาก
 กริสอร์ทไปยังชายหาดโดยประมาณ 10 นาที การเดินทางจากสถานีรถไฟไชยามายังรีสอร์ตประ
 มาณ 5 นาที อยู่ห่างจากสนามบินนานาชาติสุราษฎร์ธานีโดยประมาณ 40 นาที อยู่ไม่ไกลจาก
 TESCO LOTUS โดยเดินทางจากห้างมาyingรีสอร์ตประมาณ 10 นาทีจากถนนสายเอเชียเส้นหลักจาก
 สี่แยกไชยา ผ่านวัดพระบรมธาตุไชยา ตรงเข้ามาจนถึงโรงพยาบาลไชยา จะมีป้ายบอกทางให้สังเกต
 ได้ง่าย



ภาพที่ 1.2 แผนที่โครงการ

1.5 ชื่อโครงการและสัญลักษณ์



ภาพที่ 1.3 สัญลักษณ์โครงการ

ชาดิออซ รีสอร์ท (CHADIOZ resort) มาจากการนำความหมายของแต่ละคำมารวมกัน cha คือเสียงของจังหวะการเต้นรำหรือการเคลื่อนไหว di มาจาก dilated การขยายตัว และ oz จาก ozone อากาศบริสุทธิ์สดชื่น จึงเป็นการใช้ความหมายว่า สถานที่ ที่ความสดชื่นจะเพิ่มมากขึ้น

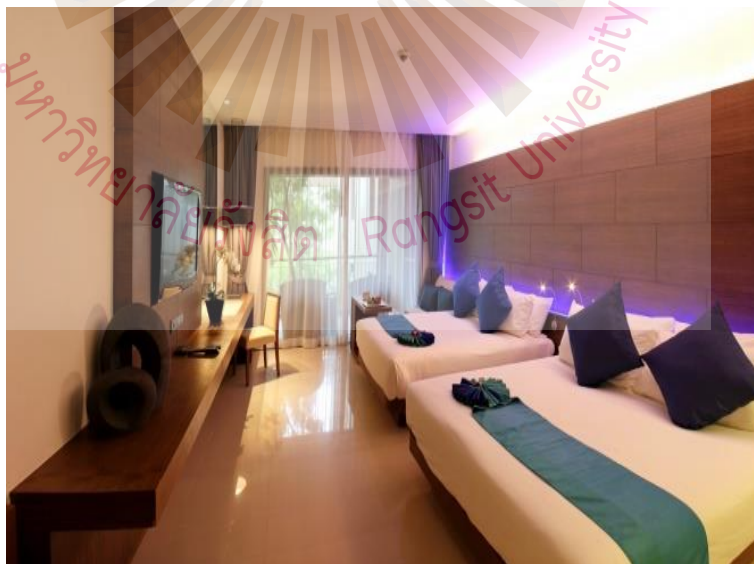
ดังนั้นสไตล์ของทางรีสอร์ทจึงให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายในการบริการ เหมือนมาพักตากอากาศให้ความสดชื่นเหมือนสูดอากาศบริสุทธิ์ และอีกทั้งโดยรอบบริเวณ

รีสอร์ทประกอบไปด้วยทุ่งนาที่เขียวขจีแล้วยังติดคลองไหลเป็นธรรมชาติช่วยเพิ่มบรรยากาศความสดชื่นเพิ่มเข้าไปอีก

1.6 ปัจจัยแห่งความสำเร็จ

1. ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ที่ต้องการที่พักที่มีการบริการที่ดีเหมาะสมกับราคาและการบริการที่ได้รับ

1.1 รูปแบบของห้องพัก



ภาพที่ 1.4 ตัวอย่างห้องพัก

1.2 บรรยากาศของรีสอร์ท



ภาพที่ 1.5 ตัวอย่างบรรยากาศ

1.3 ลักษณะกายภาพภายนอก



ภาพที่ 1.6 ตัวอย่างลักษณะกายภาพ

บทที่ 2

การวิเคราะห์สถานการณ์

2.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก โดยใช้หลักการ MC – STEPS

สภาพแวดล้อมทั่วไปที่แนวโน้มหรือทิศทางส่งผลกระทบต่อกิจการ มีดังนี้

1. **MARKET** ด้านตลาดกลุ่มลูกค้า เน้นตลาดกลุ่มลูกค้าระดับกลาง โดยเฉพาะกลุ่มคนทำงานที่นิยมมาพักผ่อน หรือกลุ่มนักท่องเที่ยว ที่มาท่องเที่ยวในอำเภอไชยาหรือบริเวณใกล้เคียง ที่ต้องการห้องพักที่มีบรรยากาศที่เป็นส่วนตัว มีสไตล์การตกแต่งที่สวยงาม พร้อมด้วยอุปกรณ์อำนวยความสะดวกทุกรูปแบบและมีการบริการที่ประทับใจ

ด้วยกลุ่มลูกค้าประเภทนี้มีกำลังจ่ายที่ไม่อยู่ในระดับสูงมากและคาดหวังความคุ้มค่าของเงินที่เสียไปกับการบริการที่มีคุณภาพ (อ้างอิงจาก : www.bangkokbiznews.com)

2. **COMPETITION** สถานการณ์การแข่งขันในตลาด เนื่องจากรีสอร์ทเป็นแบบบูติกรีสอร์ทที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวในขณะนี้แล้วยังเป็นของแปลกใหม่ในบริเวณนั้นและมีการบริการที่ครบครัน สามารถสร้างความแตกต่างให้กับคู่แข่งรายอื่นที่ไม่มีจุดขายในด้านความสวยงามในการตกแต่งและการบริการที่มีคุณภาพ

แต่ทั้งนี้การบริการของทางรีสอร์ทต้องมีการรักษาคุณภาพ และมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและทำการตลาดอยู่ตลอดเวลาเพื่อนำหน้าคู่แข่งอยู่ตลอดเวลา เพื่อบริหารฐานลูกค้าเก่าและเพิ่มลูกค้าใหม่ให้มากขึ้น (อ้างอิงจาก : www.bangkokbiznews.com)

3. **SOCIAL** ด้านสังคมปัจจุบัน สังคมไทยและต่างประเทศมีการปรับตัวที่รวดเร็วยอมเสียเงินมากขึ้นอีกเล็กน้อยเพื่อที่จะได้รับการบริการที่ดีขึ้น เพื่อให้ได้การบริการตรงกับความต้องการของตนเองมากที่สุด เน้นความสวยงาม ความสะดวกสบายในการพักผ่อนและการบริการที่ดี และความปลอดภัยที่เพิ่มมากขึ้นและอีกทั้งยุคนี้ผู้บริโภคใส่ใจตัวเองมากขึ้นในการให้รางวัลกับชีวิตที่ทำงานหนักเมื่ออยู่ในเวลาทำงาน และพักผ่อนเต็มที่เมื่อถึงเวลาพัก เพราะฉะนั้นเวลาที่ไปท่องเที่ยวสถานที่พักจึงต้องการห้องพักที่ตอบโจทย์ความต้องการของตัวเองได้มากที่สุดแล้วคุ้มค่าที่สุด

ทางรีสอร์ทจึงให้ความสำคัญในเรื่องการตอบสนองความต้องการของลูกค้ามากขึ้น และมีการพัฒนาปรับตัวอยู่เสมอ เพื่อให้เข้ากับสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปอยู่เสมอในยุคปัจจุบัน

(อ้างอิงจาก: www.bangkokbiznews.com, 2559)

4. **TECHONLOGY** ด้านเทคโนโลยี ปัจจุบันเทคโนโลยีก้าวหน้าไปมาก ทางรีสอร์ทได้เห็นประโยชน์ในการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการโฆษณาและการทำประชาสัมพันธ์ เทคโนโลยีที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว ทำให้การเข้าถึงลูกค้าเป็นเรื่องง่าย และสามารถเตรียมการบริการให้ลูกค้าได้ตรงใจมากขึ้นและสะดวกมากขึ้น เช่น ระบบการจองห้องพัก การสอบถามการบริการผ่านอินเทอร์เน็ต

อีกทั้งผู้ประกอบการใหม่มีความต้องการทางด้านเทคโนโลยีที่มากขึ้นในชีวิตประจำวัน ทางรีสอร์ทจึงต้องมีการเตรียมความพร้อมในด้านนี้ให้กับลูกค้า เช่น WIFI free เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าที่เข้าพัก และยังมีทีวี LCD และช่องเคเบิลให้บริการลูกค้าในการรับชม

(อ้างอิงจาก: www.bangkokbiznews.com)

5. **ECONOMIC** ด้านภาวะเศรษฐกิจ เนื่องจากเศรษฐกิจในประเทศไทยขณะนี้ เป็นเศรษฐกิจที่ค่อนข้างซบเซา ราคาของสินค้าเพิ่มสูงขึ้นหลายประเภท ทำให้ค่าครองชีพสูงขึ้น ปัญหาเหล่านี้ทำให้ผู้บริหารเล็งเห็นว่าจะสร้างรีสอร์ทขนาดกลางแต่มีบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกเทียบเท่ารีสอร์ทขนาดใหญ่ แต่มีราคาที่ไม่สูง เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถเทียบราคาได้ว่าราคากับการบริการว่าคุ้มค่าเพียงใด ทางรีสอร์ทจึงต้องรักษาคุณภาพในการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น เพื่อรักษาลูกค้าและขยายไปหากลุ่มลูกค้ากลุ่มใหม่ๆ

(อ้างอิงจาก: www.bangkokbiznews.com)

6. **POLITICAL & LEGAL** ทางรัฐบาลได้ออกนโยบายช่วยกระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยสามารถนำไปลดหย่อนภาษีได้ ช่วยกระตุ้นการท่องเที่ยวให้คนได้ออกไปท่องเที่ยวยังสถานที่ต่าง ๆ มากขึ้น อีกทั้งยังเปิดประชาคมอาเซียนช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจให้คึกคักมากยิ่งขึ้น การเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของชาวต่างชาติสะดวกสบาย อีกทั้งประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายการเดินทางในประเทศไทยมีหลายประเภทให้เลือกใช้ จึงมีโอกาที่จะเพิ่มฐานของลูกค้าให้มาใช้บริการมากยิ่งขึ้น (อ้างอิงจาก: www.bangkokbiznews.com)

7. **SUPPLIERS** ด้านกลุ่มผู้จำหน่ายวัตถุดิบ ปัจจุบันมีผู้เสนอสินค้าที่ใช้ในธุรกิจรีสอร์ทให้เลือกเป็นจำนวนมาก ทางรีสอร์ทมีตัวเลือกที่หลากหลายมากขึ้น ทำให้ทางผู้ผลิตมีการแข่งขันที่สูงในด้านคุณภาพและราคา ทางรีสอร์ทจึงได้ประโยชน์จากการที่มีผู้ผลิตจำนวนมาก ในด้านผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ และมีราคาที่ไม่สูงมาใช้ในการตกแต่งรีสอร์ทเช่น ทรายในสมัยก่อนมีราคาการก่อสร้างที่แพงมาก แต่ตอนนี้ด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ และการแข่งขันที่สูง ทำให้ราคาก่อสร้างทรายนำมามีราคาไม่แพงเหมือนสมัยก่อน (อ้างอิงจาก : www.bangkokbiznews.com)

2.2 การวิเคราะห์ Porter's Five Forces Model

2.2.1 ข้อจำกัดในการเข้ามาในอุตสาหกรรมของกลุ่มแข่งหน้าใหม่ (New Entrants)

คู่แข่งรายใหม่สามารถเข้าสู่ธุรกิจได้ง่าย เนื่องจากสถานะในปัจจุบันมีอัตราเสี่ยงในการลงทุนที่สูงและธุรกิจที่พักรหรือรีสอร์ทต้องใช้เวลา เงิน และต้องมีสถานที่ ซึ่งไม่ถ่วงนักต่อคู่แข่งรายใหม่ด้วยค่าที่ดินในบริเวณนี้ล้วนมีราคาสูงขึ้น และประกอบกับธุรกิจประเภทนี้ต้องอาศัยการบริโภคค่า ซึ่งในพื้นที่เขตอำเภอไชยวานนั้นแต่ละแห่งการบริการแทบจะไม่มี เป็นลักษณะห้องพักร จึงไม่มีคนมาคอยดูแลลูกค้า อีกทั้งการตกแต่งไม่มี design ที่เป็นเอกลักษณ์เป็นของตัวเอง ไม่สามารถตอบสนองความต้องการลูกค้าได้มากในกรณีที่มาพักรผ่อนแล้วต้องการ การบริการจากที่พักที่สวยและมีสไตล์ อีกทั้งทำเลที่ตั้งต้องดีเยี่ยม การเดินทางเข้าถึงสะดวกสบาย ซึ่งส่วนใหญ่ผู้ค้ารายเก่าจะอยู่ในที่ไกล ในซอยการเดินทางไม่สะดวกหรือการพบเห็นเป็นเรื่องยากถ้าไม่มีการโฆษณา แต่โดยส่วนใหญ่ห้องพักรของผู้ค้ารายเก่าแต่ละที่ที่ไม่มีการทำการตลาดในการโฆษณาที่พักร มีเพียงแค่ป้ายชื่อที่พักรหน้าปากซอยหรือหน้าโครงการเพียงเท่านั้น ซึ่งถ้าหากไม่ผ่านไปแถวนั้นจะไม่ทราบได้ว่าบริเวณนั้นมีห้องพักรอยู่

วิธีป้องกันภัยคุกคามจากคู่แข่งรายใหม่ ต้องสร้างความแตกต่างจากรีสอร์ทผู้แข่งขันรายอื่น มี style ที่ชัดเจน มีการบริการให้ลูกค้าประทับใจในการบริการ พร้อมมีจัดกิจกรรมให้ผู้เข้าพักสามารถทำกิจกรรมต่าง ๆ ภายในรีสอร์ทควบคู่กับการพักรผ่อนที่สงบ บรรยากาศสิ่งแวดล้อมสวยงาม พร้อมทั้งส่งเสริมการตลาด การโฆษณาควบคู่กันไปด้วย เพื่อให้ลูกค้ารู้จัก

2.2.2 คู่แข่งขันในอุตสาหกรรม (Industry Competitors)

การแข่งขันรุนแรง ถึงแม้ในท้องที่จะมีห้องพักร รีสอร์ท โรงแรมที่เปิดให้บริการอยู่แล้ว แต่คุณภาพการบริการของแต่ละที่ยังไม่เป็นที่ประจักษ์เท่าที่ควรอีกทั้งบางแห่งยังมีที่ตั้งที่เดินทางเข้าไปลำบากไม่เป็นที่สังเกต และทัศนสภาพไม่สวยงามไม่เป็นที่ดึงดูด ซึ่งทุกที่ไม่มีการทำโปรโมทเน้นแต่ลูกค้าเก่าเดิมเป็นส่วนใหญ่

วิธีป้องกันคู่แข่งรายใหม่ คือการทำการตลาดให้ได้อยู่ตลอดเวลา มีการประชาสัมพันธ์ที่ดี การบริการของรีสอร์ทต้องมีมาตรฐานที่ดี เพื่อรักษาลูกค้าเดิมและเพิ่มลูกค้าใหม่อยู่ตลอดเวลา

2.2.3 อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ (Bargaining Power OF Buyers)

อำนาจการต่อรองของลูกค้ามีมาก จากสถานะเศรษฐกิจที่ซบเซาและการเกิดขึ้นของรีสอร์ทต่าง ๆ ที่มีให้เลือกมากมาย และราคาที่หลากหลาย มีทั้งคู่แข่งทั้งทางตรงและทางอ้อม ผู้บริโภคจึงมี

อำนาจในการต่อรองสูง ทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกรีสอร์ทต่าง ๆ ได้ตามความต้องการของตนเอง ซึ่งโดยส่วนมากจะตัดสินใจที่ ราคา การบริการ และการเดินทางเข้าถึงสะดวกเป็นหลัก โดยจะเห็นได้จากการตัดราคาของรีสอร์ทและห้องพักในบริเวณนั้น

วิธีแก้ไขเพื่อสร้างความประทับใจในการบริการกับลูกค้าทุกคน ต้องมีการเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า เช่น การบริการจากพนักงาน มีที่จอดรถ มีwifi มีการให้ของที่ระลึกให้กับลูกค้า เพื่อแสดงถึงความดูแลเอาใจใส่ลูกค้า โดยไม่ให้กระทบต่อผลกำไรจากการดำเนินงานนัก

2.2.4 อำนาจการต่อรองของผู้จำหน่ายวัตถุดิบ (Bargaining Power of Suppliers)

ผู้ขายมีอำนาจต่อรองน้อย ปัญหาของกิจการรีสอร์ท คือที่ตั้งอยู่ไกลจากชุมชน ทำให้มีปัญหาการคมนาคมขนส่ง ได้แก่การขนส่งวัตถุดิบเพื่อใช้ในการจัดบริการอาหารและเครื่องดื่ม รวมถึงอุปกรณ์เครื่องใช้ในการดำเนินงาน ซ่อมบำรุงต่าง ๆ แต่ก็ได้เป็นปัญหามากเพราะการซ่อมบำรุงจะเป็นการดูแลรายเดือนหรือไตรมาสเสียมากกว่า และ เครื่องดื่มอุปโภคหรือบริโภค ทางรีสอร์ทสามารถจัดหาด้วยตัวเองได้

2.2.5 สินค้าทดแทน(Substitutes)

มีธุรกิจใกล้เคียงหลายประเภท ธุรกิจประเภทโรงแรม ที่พักตากอากาศหรือว่ารีสอร์ท เป็นธุรกิจที่พักและการบริการ แล้วมีการบริการรูปแบบที่แตกต่างกัน นอกจากต้องแข่งขันกันเองระหว่างธุรกิจรีสอร์ทแล้ว ยังต้องสู้กับธุรกิจโรงแรมและเกสต์เฮาส์เล็ก ๆ และมีราคาที่ไม่แตกต่างกันมากนักกับโรงแรมที่เปิดอยู่แล้ว ซึ่งถือว่าเป็นคู่แข่งที่สำคัญ ดังนั้นภัยที่เกิดจากสินค้าทดแทนไม่ค่อยเด่นชัดนักในเวลานี้

2.3 การวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมภายในโดยใช้ SWOT Analysis

เป็นการวิเคราะห์ผลการศึกษาเพื่อให้ทราบสภาพการณ์ภายนอกและภายใน การวิเคราะห์มีความสอดคล้องกับผลการศึกษาผลการพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอไชยา ที่มีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้นในอนาคต

2.3.1 จุดแข็ง

1. ท่าเลที่ตั้งอยู่ใกล้ตลาดอำเภอไชยา เป็นศูนย์กลางทำให้การเดินทางไปตามที่ต่าง ๆ มีความสะดวกสบาย ไม่ว่าจะท่องเที่ยว หรือซื้อของกินของใช้

2. การบริการเป็นการมุ่งเน้นเรื่องคุณภาพของการให้บริการ เพื่อให้ผู้เข้าพักได้รับการบริการที่สะดวกสบาย และรู้สึกได้ถึง การเอาใจใส่ สร้างความประทับใจ
3. ห้องพักรมมีคุณภาพมีความสวยงามและมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบถ้วน มีส่วนให้พักรมและทำกิจกรรมภายในโครงการได้
4. พนักงานทุกคนจะได้รับการอบรมเป็นอย่างดีก่อนที่จะให้มาทำงานและมีการตรวจสอบคุณภาพอยู่เสมอ เพื่อให้มั่นใจว่าพนักงานมาสามารถดูแลลูกค้าเป็นอย่างดี
5. ราคาห้องพักเมื่อเทียบกับคู่แข่งถือว่าสมน้ำสมเนื้อคุ้มราคากับ บริการและคุณภาพที่ได้รับ
6. การตัดสินใจของผู้บริหารทำได้รวดเร็วเพราะเป็นเจ้าของกิจการเอง และในเรื่องการปรับปรุงหรือตกแต่งสถานที่เมื่อมีการกิจกรรมใด ๆ ก็สามารถทำได้เพราะมีประสบการณ์และความรู้
7. การตั้งราคามีความยืดหยุ่นสูง เนื่องจากที่ดินที่ใช้ในการก่อสร้างเป็นที่ดินของตนเอง ซึ่งก่อให้เกิดความยืดหยุ่นในการกำหนดต้นทุนในการก่อสร้าง
8. จุดเด่นของรีสอร์ทคือการให้ความเป็นส่วนตัว มีความสะดวกสบายในการใช้บริการและมีพนักงานคอยดูแลเป็นอย่างดี มีส่วนพักรมไว้ทำกิจกรรมในรีสอร์ท ผิดกับคู่แข่งรายอื่นที่มีแค่ให้บริการแค่เพียงห้องพักหรือบริการเสริมบางส่วนเท่านั้น นี่จึงเป็นอีกเหตุผลหนึ่งสำหรับลูกค้าเกิดความประทับใจในการเข้ามาใช้บริการ

2.3.2 จุดอ่อน

1. ผู้บริหารยังไม่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการบริหารจัดการธุรกิจ
2. ชื่อเสียงของรีสอร์ทยังไม่เป็นที่รู้จักเนื่องจากเป็นรีสอร์ทที่เปิดใหม่

2.3.3 โอกาส

1. การเปิด AEC ทำให้มีการเดินทางของนักท่องเที่ยวเข้ามายังประเทศไทยมากขึ้น จึงเป็นโอกาสดีของทางรีสอร์ทด้วย เพราะเดินทางเข้ามาง่ายและสะดวกขึ้น
2. การท่องเที่ยวของประเทศไทยมีการเพิ่มงบประมาณในส่วนของการท่องเที่ยว มีการทำประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไปยังต่างประเทศ และในประเทศอย่างต่อเนื่อง
3. คู่แข่งชั้นหลายรายยังไม่มีการพัฒนาในระบบการเข้าถึงสื่อที่สามารถทำให้คนทั่วไปค้นหาข้อมูลที่พบบน Website search engine เช่น google ได้ง่าย

4. ในอนาคตจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีโครงการเปิดสนามบินเพิ่มอีก 2 แห่งทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางสะดวกขึ้นและมีเที่ยวบินสายใหม่ ๆ เปิดเพิ่มขึ้น ทำให้มีการเดินทางมีช่องทางที่เยอะขึ้น อีกทั้งจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีสถานที่ท่องเที่ยวชื่อดังหลายแห่ง อำเภอไชยาก็เป็นหนึ่งในนั้น ทั้ง วัดพระบรมธาตุไชยา สวนโมกข์พลาราม หรือของฝากอย่าง ไข่เค็มไชยา ผ้าไหมพุมเรียง เป็นต้น โดยเฉพาะสวนโมกข์พลาราม ที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสนใจเดินทางมาเที่ยวชมหรือปฏิบัติธรรมอยู่เป็นประจำ

2.3.4 อุปสรรค

1. ในอนาคตอาจมีการเก็บภาษีของรัฐที่เรียกเก็บจากหลาย ๆ สิ่ง อาจจะเพิ่มภาระให้ทางรีสอร์ทที่ต้องเสียค่าใช้จ่ายมากกว่าปกติ หรือการท่องเที่ยวจากคนในประเทศที่ลดลง
2. การยอมรับของตลาดหรือลูกค้าที่จะเข้ามาใช้บริการของรีสอร์ท เนื่องจากเปิดใหม่ยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก
3. การพัฒนาแหล่งที่ท่องเที่ยวของอำเภอไชยา ยังไม่มีแผนการพัฒนาที่ชัดเจนพอที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากนัก ทั้งที่มีทรัพยากรและแหล่งที่ท่องเที่ยวที่มากมาย เช่น บ่อน้ำพุร้อนชายทะเลพุมเรียง เป็นต้น

2.4 การวิเคราะห์คู่แข่ง

1. รีสอร์ทเพื่อนเดินทาง อ.ไชยา จ.สุราษฎร์ธานี

รีสอร์ท ตั้งอยู่เยื้อง ๆ สวนโมกข์พลาราม ติดกับโรงเรียนกาญจนาภิเษกวิทยาลัยสุราษฎร์ธานี ริมขนาดใหญ่ มีสถานที่จัดเลี้ยง บรรยากาศภายในรีสอร์ทไม่มีส่วนที่เป็นที่พักผ่อนนอกจากในห้องพัก แต่มีหลายขนาดห้องพัก มีWIFI free มีที่จอดรถเพียงพอ แต่เป็นรีสอร์ทชื่อดังอยู่เพราะมีการทำโฆษณาให้เป็นที่รู้จักมีเรทราคาอยู่ในช่วง 500 – 1200 บาท



ภาพที่ 2.1 รีสอร์ทเพื่อนเดินทาง

2. เอื้อนปจาร์รี่

รีสอร์ท ตั้งอยู่ข้างปั้ม ปตท. สีแยกไชยา มีร้านอาหารบริการ รีสอร์ทเป็นสไตล์ล้านนาโดยภายนอก ไม่มีส่วนพักผ่อนภายในรีสอร์ทมีแต่เพียงห้องพัก ต้องห้องพักมีหลายขนาด มีwifi มีสถานที่จอดรถ มีเรทราคาอยู่ในช่วง 600 – 1200 บาท

3. รีสอร์ท เรือนคาหลา อ.ไชยา จ.สุราษฎร์ธานี

รีสอร์ท เรือนคาหลา ตั้งอยู่ใกล้สี่แยก ปั้ม ปตท อำเภอไชยา เมื่อขับเข้าสู่ในตัวอำเภอก็เห็นป้ายของรีสอร์ทอยู่เข้าไปประมาณ 100 เมตร จะเข้ารีสอร์ทในภายในรีสอร์ทไม่ได้มีการตกแต่งเป็นสไตล์ไหนที่ชัดเจน ภายในห้องพักไม่ได้มีการตกแต่งมีเพียงแต่เฟอร์นิเจอร์ที่พร้อมใช้งาน ไม่มีความเป็นส่วนตัวเพราะมีลักษณะเห็นห้องติดกัน บรรยากาศภายในไม่ได้มีการตกแต่งสวน เป็นเพียงลานที่จอดรถ จึงเป็นข้อเสียของกลุ่มแข่งราคาห้องพัก 300 - 600 บาท แต่มีwifi และห้องพักราคาถูกส่วนใหญ่จะเช่าเป็นรายเดือนไปหมดแล้ว

4. โรงแรมอุดมลาภ

เป็นโรงแรมที่ตั้งอยู่ภายในเขตตลาดไชยา การเดินทางสะดวก แต่มีข้อเสียคือ ห้องพักมีสภาพทรุดโทรม เนื่องจากเคยมีนักเรียนนักศึกษาเข้ามาเช่าเหมาเป็นรายเดือน รายปี แล้วมีการตัดแปลงห้องพัก จนมีสภาพที่ทรุดโทรมลง และเมื่อไม่ได้เช่าต่อห้องพักนั้นก็ไม่ได้มีการปรับปรุงให้มีสภาพดีขึ้น จึงมีสภาพเป็นห้องพักนักเรียนนักศึกษามากกว่าที่เป็นห้องพักโรงแรม ไม่มีส่วนที่ไว้พักผ่อน

ไม่มีwifi มีเพียงแต่ที่จอดรถที่มีเพียงพอต่อผู้เข้าพักราคาห้องพัก 250 - 400 บาท ห้องพักส่วนใหญ่จะไม่ว่างเพราะถูกเช่าเป็นรายเดือน โดยดัดแปลงให้เป็นสภาพเป็นเหมือนหอพักมากกว่าเป็นโรงแรม



ภาพที่ 2.2 โรงแรมอุดมทาก

5. บ้านสวนปาล์ม เป็นห้องพักแบบค้ำคินและแบบรายชั่วโมง โดยตั้งอยู่ในเส้นทางที่ไม่ใช่เส้นทางหลัก เข้าถึงได้ยากแต่มีความเป็นส่วนตัว แต่ไม่มีการบริการเสริมด้านอื่น ๆ เลย

ตารางที่ 2.1 ตารางเปรียบเทียบคู่แข่ง

		CHADIOZ	เพื่อน เดินทาง	เฮือน ปาร์จาร์	เรือนดา หลา	โรงแรม อุดมลาก	บ้านสวน ปาล์ม
ราคา		800 – 1200 บาท	800 – 2000 บาท	700 – 1500 บาท	700 – 900 บาท	700 บาท	700 – 1000 บาท
สิ่งอำนวยความสะดวก	สระ ว่ายน้ำ	✓	✗	✗	✗	✗	✗
	Wifi	✓	✓	✓	✗	✗	✗
	เครื่อง ทำ น้ำอุ่น	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	ดูเย็น ขนาด เล็ก	✓	✗	✗	✓	✗	✗
ที่จอดรถ		มีเพียงพอต่อ ผู้เข้าพัก	มีเพียงพอ ต่อผู้เข้าพัก	มีเพียงพอ ต่อผู้เข้าพัก	ไม่เพียงพอ	มีเพียงพอ ต่อผู้เข้าพัก	มีเพียงพอ ต่อผู้เข้าพัก
การเข้าถึง		สะดวกติด ถนนเส้น หลัก	สะดวกติด ถนนเส้น หลัก	สะดวกติด ถนนเส้น หลัก	สะดวกติด ถนนเส้น หลัก	ไม่อยู่ติด ถนนเส้น หลัก	ไม่อยู่ติด ถนนเส้น หลัก
ความเป็นส่วนตัว		มีความเป็น ส่วนตัวสูง	ไม่ค่อยมี ความเป็นส่วนตัว เพราะอยู่ ติดถนน ใหญ่	ไม่ค่อยมี ความเป็นส่วนตัว เพราะอยู่ ติดถนน ใหญ่	มีความเป็น ส่วนตัวสูง	มีความเป็น ส่วนตัวสูง	มีความเป็น ส่วนตัวสูง
การบริการ		มีพนักงาน คอยให้การ บริการ ตลอดเวลา	มีพนักงาน ดูแลถึง 3 ทุ่ม	มีพนักงาน ดูแลถึง 3 ทุ่ม	บริการ ตัวเอง	บริการ ตัวเอง	บริการ ตัวเอง
ความ สวยงาม		มีการตกแต่ง ที่มี สไตล์ สวยงาม	เรียบง่าย	เรียบง่าย	เรียบง่าย	สภาพ เหมือน หอพัก	เรียบง่าย

บทที่ 3

แผนการตลาด

3.1 วัตถุประสงค์และเป้าหมายการตลาด

1. เพื่อให้รีสอร์ทเป็นที่รู้จักและยอมรับในความแตกต่างทางด้านการออกแบบและบริการ
2. เพื่อให้มีลูกค้าเข้ามาใช้บริการเฉลี่ย ไม่น้อยกว่า 50% ของจำนวนห้องพักตลอดทั้งปี

3.2 การวิเคราะห์ STP

3.2.1 การแบ่งส่วนตลาด

ได้มีการแบ่งส่วนตลาด Segmentation เพื่อให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ทางการตลาดในการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน ได้แบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวออกเป็น 2 ส่วน คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวต่างประเทศ โดยลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่แวะเวียนมาเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอไชยาและที่ใกล้เคียง เนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย และช่วงเทศกาลมีคนเข้ามาเที่ยวที่อำเภอไชยาในระดับหนึ่ง และยังมีนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวบ่อยเช่นกัน โดยเฉพาะที่สวนโมกข์ โดยการเดินทางที่นักท่องเที่ยวต่างชาติใช้งานบ่อยมากที่สุดคือรถไฟ ซึ่งสถานีรถไฟตั้งอยู่ไม่ไกลจากรีสอร์ททำให้เดินทางสะดวก

3.2.1.1 แบ่งตามอายุ

1. ช่วงอายุ 18 – 25 ปี
2. ช่วงอายุ 25 – 30 ปี
3. ช่วงอายุ 31 – 40 ปี
4. อายุ 41 ปีขึ้นไป

3.2.1.2 การแบ่งตามลักษณะพฤติกรรม

กลุ่มลูกค้าของรีสอร์ท จะมีช่วงอายุที่หลากหลายซึ่งแต่ละช่วงวัยจะมีพฤติกรรม การหาห้องพักที่แตกต่างกัน เช่น กลุ่มวัยรุ่นหรือวัยทำงานช่วงต้นจะใช้ อินเทอร์เน็ตในการหา

ห้องพักเป็นส่วนใหญ่ กลุ่มนักท่องเที่ยวก็จะมีลักษณะที่แตกต่างไป เช่น หาห้องพักตามรายการที่เดินทางไปท่องเที่ยว หรือจะเป็นอีกกลุ่มที่มาทำธุระในบริเวณนี้แล้วมีคนแนะนำให้มาใช้บริการ

3.2.2 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มาท่องเที่ยวในบริเวณนี้หรือต้องการห้องพักค้างคืนที่มีการบริการที่มีคุณภาพในการบริการที่ครบครันคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป และยังมีกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาใช้บริการเนื่องจากมาท่องเที่ยวหรือแวะมาปฏิบัติธรรมที่สวนโมกข์

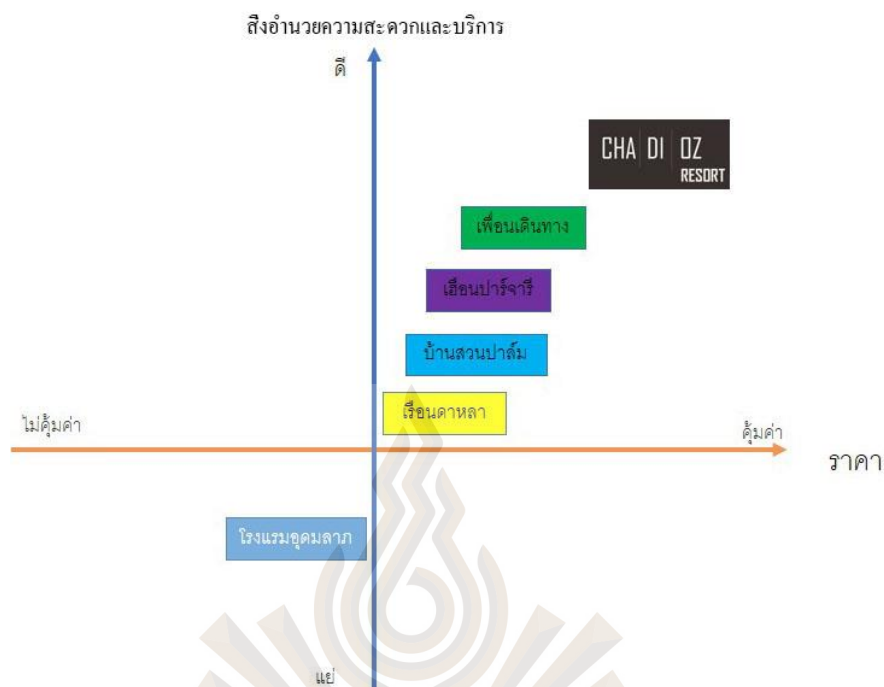
กลุ่มเป้าหมายจะเน้นผู้บริโภคร 2 กลุ่มหลักดังนี้

1. กลุ่มนักท่องเที่ยวในช่วงอายุ 18 – 25 ปี มีความต้องการห้องพักที่มีสไตล์และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ตอบโจทย์ความต้องการ
2. กลุ่มนักท่องเที่ยวในช่วงอายุ 25 – 30 ปี ที่ชื่นชอบในการท่องเที่ยวและต้องการห้องพักที่มีความพร้อมในการบริการและสะดวกสบาย

3.2.3 การวางตำแหน่ง

วางตำแหน่งเป็น บูติค รีสอร์ท ที่อยู่ในระดับ 3 – 4 ดาว โดยเน้นการออกแบบ และการบริการที่มีเอกลักษณ์แตกต่างจากรีสอร์ทหรือห้องพักที่อยู่ใกล้เคียง ถึงจะเป็นรีสอร์ทขนาดเล็กก็ทำให้สามารถดูแลลูกค้าได้อย่างทั่วถึง ด้วยการออกแบบที่พักที่สวยงามและคุณภาพการบริการอยู่ในระดับที่เทียบเท่าระดับ 5 ดาว เน้นเรื่องความสะดวก ปลอดภัย เป็นกันเอง ในราคาที่สมเหตุสมผล

จะเห็นได้ว่านอกจากการออกแบบที่สวยงามแล้ว การบริการลูกค้าก็เป็นส่วนสำคัญในการเข้าพักจะได้รับการดูแลเป็นอย่างดี และมีส่วนที่พักผ่อนหรือทำกิจกรรมในโครงการได้ ทำให้เห็นว่าให้ความสำคัญกับลูกค้าในการเอาใจใส่ว่าหากต้องการพักผ่อนเราได้มีส่วนที่จัดไว้ให้เป็นอย่างดี มีความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอ



ภาพที่ 3.1 การวางตำแหน่ง

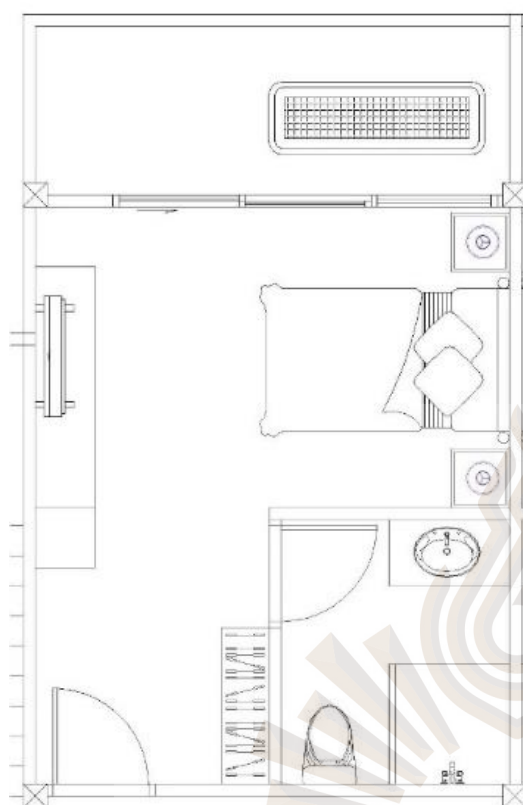
3.3 กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (7P's Strategies)

3.3.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ห้องพักและการบริการ ซึ่งทางรีสอร์ทได้ออกแบบอย่างมีสไตล์ดูเรียบหรูแต่ราคาไม่แพง เน้นความสะดวกมีการบริการที่ดีเยี่ยม สะดวกสบายจากสิ่งอำนวยความสะดวกมากมาย เช่น ทีวี LCD ขนาด 32 นิ้ว อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง รายการทีวีผ่านดาวเทียม เครื่องทำน้ำอุ่น เป็นต้น

ห้องพัก TYPE A ขนาด 26 ตารางเมตร 1 เตียงนอน

ขนาด 4 x 6 เมตร จำนวน 12 ห้อง



สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้อง

- ✓ ทีวี LCD 32 นิ้ว 1 เครื่อง
- ✓ โคมไฟหัวเตียง
- ✓ ตู้เย็นขนาดเล็ก
- ✓ โซฟา
- ✓ ตู้เสื้อผ้า
- ✓ เครื่องทำน้ำอุ่น
- ✓ Free WIFI

ภาพที่ 3.2 ผังห้องพัก TYPE A

ห้องพัก TYPE B ขนาด 30 ตารางเมตร 2 เตียงนอน

ขนาด 4 x 7.5 เมตร จำนวน 12 ห้อง



สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้อง

- ✓ โทรทัศน์ LCD 32 นิ้ว 1 เครื่อง
- ✓ ตู้เย็นขนาดเล็ก
- ✓ ตู้เสื้อผ้า
- ✓ Free WIFI
- ✓ โคมไฟหัวเตียง
- ✓ โซฟา
- ✓ เครื่องทำน้ำอุ่น

ภาพที่ 3.3 ผังห้องพัก TYPE B

ส่วนขั้นตอนการให้ทำกิจกรรมหากต้องการหาอะไรทำ เช่น สระว่ายน้ำ เป็นต้น มีระบบความปลอดภัยให้กับผู้เข้าพักอาศัย เช่นการเข้าห้องพักด้วย Keycard มีกล้องวงจรปิดในบริเวณโดยรอบ เพื่อความอุ่นใจของลูกค้า



ภาพที่ 3.4 ตัวอย่างบรรยากาศ

นอกจากนี้ยังมีบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมที่รายล้อมไปด้วยธรรมชาติด้วยที่อยู่ติดคลอง และส่วนด้านหลังเป็นทุ่งนาข้าวสีเขียวขจี ไม่มีสิ่งรบกวนทางเสียงหรือกลิ่น เนื่องจากบริเวณนั้น ไม่ได้ตั้งอยู่ในชุมชนหลักทำให้ไม่มีเสียงรบกวนจากภายนอกและหากมีเหตุฉุกเฉิน โรงพยาบาล ไซยาตั้งอยู่ไม่ไกลจากที่พักสามารถไปถึงได้ด้วยเวลาไม่นานเพียง 5 นาที

3.3.2 กลยุทธ์ด้านราคา(Price)

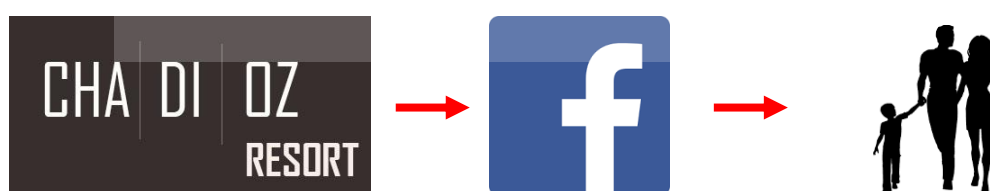
เนื่องจากเป็นความต้องการของเจ้าของกิจการที่มีความมุ่งมั่น ตั้งใจในการทำให้รีสอร์ทเป็นที่พักที่ทุกคนใฝ่ฝัน ด้วยความที่มีการออกแบบที่สวยงาม การบริการที่เอาใจใส่เหมาะกับการพักผ่อนที่สะดวกสบาย ที่เข้ามาใช้บริการแล้วรู้สึกคุ้มค่าอยากกลับมาใช้บริการอีก

ตารางที่ 3.1 แสดงอัตราค่าที่พัก

ลำดับ	รายการ	ราคา(บาท) / ห้อง
1	TYPE A	800
2	TYPE B	1,100
3	ราคาพิเศษตามโปร โมชั่น	***

*** ราคาตามเทศกาล หรือตาม โปร โมชั่นที่ทางรีสอร์ทคิดขึ้นเพื่อดึงดูดลูกค้า

3.3.3 กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)



ภาพที่ 3.5 ช่องทางการจัดจำหน่าย

เนื่องจากในยุคสมัยนี้การเข้าถึง internet เป็นเรื่องง่ายขายสามารถเข้าถึงได้ทุกเพศวัย ทางรีสอร์ทจึงเลือกใช้ช่องทางนี้ช่วยในการโปรโมทให้เป็นที่ยอมรับ อีกทั้งลูกค้ายังสามารถสอบถามข้อมูลห้องพักและสามารถจองห้องพักผ่าน และยังสามารถอัปเดตโปรโมชันใหม่ทางอินเทอร์เน็ต

อย่างรวดเร็ว ด้วยช่องทางนี้สะดวกรวดเร็ว ค่าใช้จ่ายน้อยมาก และทางเจ้าของรีสอร์ทสามารถติดต่อให้ข้อมูลลูกค้าได้โดยตรง

3.3.4 กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการขาย (Promotion)

ได้มีการกำหนดสื่อที่จะใช้ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางรีสอร์ทเพื่อให้เป็นที่รู้จักของลูกค้าโดยใช้สื่อต่าง ๆ ดังนี้

1. จัดทำเว็บไซต์หรือแฟนเพจของรีสอร์ทเพื่อให้เป็นที่รู้จักทั้งชาวไทยและต่างประเทศ เพื่อที่จะได้รับข้อมูลข่าวสารของทางรีสอร์ทโดยละเอียดครบถ้วน และสามารถสอบถามห้องพักผ่านอินเทอร์เน็ตได้



ภาพที่ 3.6 ตัวอย่าง Fanpage CHADIOZ resort

2. การติดป้ายโฆษณาตามสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญเช่นที่วัดพระบรมธาตุไชยา สวกโมกข์พลาราม หรือ ตามสถานีขนส่ง เช่น สถานีรถไฟ เป็นต้นโดยมีขนาดป้าย 4 x 7 ม. และ 4 x 12 ม.



ภาพที่ 3.7 ตัวอย่างป้ายโฆษณา

3. โปรโมทผ่านทางเว็บไซต์ agoda.com โดยทำโปรโมชันการจองห้องพักผ่านทาง agoda ในช่วงโปรโมชันจะมีส่วนลด อีกทั้งยังช่วยในการโปรโมทรีสอร์ทไปด้วยในตัว



ภาพที่ 3.8 โปรโมทผ่านเว็บไซต์ agoda.com

4. กลยุทธ์แบบปากต่อปากระหว่างลูกค้าสู่ลูกค้า เป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่ทางรีสอร์ทต้องการ เพราะการตลาดแบบนี้เกิดจากการให้บริการที่ดี ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ แล้วไปแนะนำต่อโดยปากต่อปากหรือเป็นการเล่าเป็นการ review ในอินเทอร์เน็ต และยังมีรณโฆษณาที่ใช้สำหรับโปรโมทรีสอร์ทในช่วงก่อนเปิดรีสอร์ทเพื่อนให้เป็นที่รู้จักและติดหู

ตารางที่ 3.2 ราคาต้นทุนส่งเสริมการขาย

ประเภทสื่อ	ขนาด	จำนวน	ราคาค่าเช่า/บาท	ราคาค่าเช่า / ปี
แฟนเพจ facebook			0	0
ป้ายไวนิล	3 x 6	1	1,000	12,000
รถโฆษณา		1	1200	14,400
รวม				26,400

3.3.5 กลยุทธ์ด้านบุคลากร (People)

โดยจะหมายถึงมาตรฐานการให้บริการของบุคลากร โดยจะมองในทุก ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นการพูดจา มารยาท และการแต่งกาย เป็นต้น เพื่อให้พนักงานมีการสื่อสารที่คล่องแคล่วกับลูกค้า โดยการเข้าอบรม โดยจ้างผู้มีความรู้มาให้ความรู้แก่พนักงาน และยังมีการกระตุ้นให้พนักงานมีใจรักการบริการโดยให้เงินพิเศษเป็นการตอบแทนหากทำงานได้ดี และในการรับพนักงานต้องผ่านการสัมภาษณ์ การตรวจประวัติก่อนที่จะปฏิบัติงานจริง เพื่อความปลอดภัยของลูกค้า

และยังมีการฝึกอบรมพนักงานส่วนหน้า ที่ต้องติดต่อลูกค้าโดยตรง โดยปลูกฝังให้พนักงานมีความรักในการให้บริการที่ดีแก่ลูกค้าซึ่งจะนำไปสู่ทักษะในการบริหารที่ดี นอกจากนี้ต้องคอยเอาใจใส่ลูกค้า และสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดี อีกทักษะหนึ่งเพื่อการติดต่อสื่อสารที่ง่ายระหว่างพนักงานและลูกค้าคือเราจะมีการฝึกสอนพนักงานให้มีทักษะทางด้านภาษา พนักงานสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ เพื่อรองรับชาวต่างชาติที่มาใช้บริการ

3.3.6 กลยุทธ์ด้านการดำเนินการ (Process)

ด้วยความมุ่งมั่นที่จะมอบการบริการให้เป็นที่อบอุ่นและดูแลเป็นกันเองให้กับลูกค้า ทำให้ผู้มาใช้บริการรู้สึกประทับใจภายใต้บรรยากาศและสภาพแวดล้อมที่อบอุ่นเหมือนคนในครอบครัว โดยใช้ระบบการให้บริการที่เป็นกันเอง

โดยในการดำเนินการของทางรีสอร์ทสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพเพราะทางเจ้าของรีสอร์ทสามารถตัดสินใจได้อย่างรวดเร็วทั้งการตรวจคุณภาพและการให้บริการลูกค้า อีกทั้งการตกแต่งรีสอร์ทก็สามารถดำเนินการได้เอง

3.3.7 กลยุทธ์ด้านประสิทธิภาพในการบริการ (Physical Evidence)

เนื่องจากรีสอร์ทมีขนาดเล็กจึงมีการกำหนดนโยบายในการดำเนินงานค่อนข้างชัดเจน โดยจะเน้นการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ มีการจ้างงานในอัตราส่วนที่เหมาะสมกับการให้บริการ มีการอบรมพนักงานให้มีความรู้ความสามารถเพื่อที่จะสามารถให้บริการที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น นอกเหนือจากการให้บริการที่มีประสิทธิภาพแล้วทางรีสอร์ทยังคิดถึงคุณภาพของการบริการด้วย เริ่มตั้งแต่การตกแต่งรีสอร์ทในส่วนต่าง ๆ ที่ใช้ของมีคุณภาพ เน้นประโยชน์การใช้สอยอย่างเต็มที่ เพื่อให้ลูกค้าได้รับความสะดวกสบายสูงสุด ทำให้รู้สึกคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป

3.4 การประมาณการเข้าพัก

ตารางที่ 3.3 ประมาณการเข้าพักของนักท่องเที่ยว

High season	Low season	อัตราการเข้าพัก		รายได้โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์	ยอดขาย / เดือน (บาท)
		อาทิตย์ – พุธหัดดี	ศุกร์ – เสาร์		
มกราคม		60%	80%	70%	446,880
กุมภาพันธ์		40%	60%	50%	319,200
มีนาคม		40%	60%	50%	319,200
เมษายน		70%	90%	80%	510,720
	พฤษภาคม	40%	60%	50%	319,200
	มิถุนายน	40%	60%	50%	319,200
	กรกฎาคม	40%	60%	50%	319,200
	สิงหาคม	40%	60%	50%	319,200
	กันยายน	40%	60%	50%	319,200
ตุลาคม		70%	90%	80%	510,720
พฤศจิกายน		50%	70%	60%	383,040
ธันวาคม		70%	90%	80%	510,720

บทที่ 4

แผนการดำเนินงาน

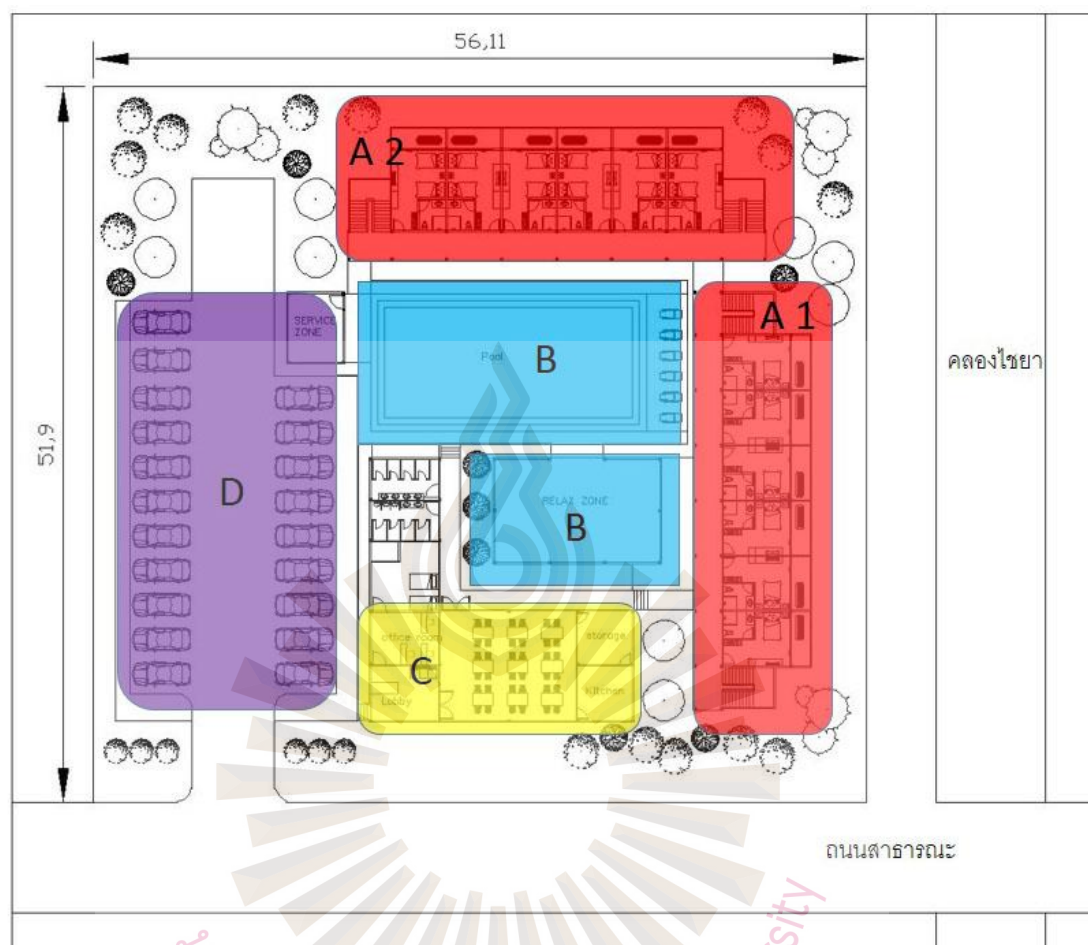
4.1 ทำเลที่ตั้งของโครงการ

โครงการ ตั้งอยู่ที่ อ.ไชยา จ.สุราษฎร์ธานี อยู่ห่างจากโรงพยาบาลไชยาประมาณ 300 เมตร เดินทางได้สะดวกเนื่องจากเป็นถนนเส้นหลัก มีบรรยากาศโดยรอบที่สวยงามติดคลองไชยา โดยสามารถเดินทางมายังรีสอร์ทตามแผนที่ ดังนี้



ภาพที่ 4.1 ที่ตั้งโครงการ

4.2 แผนผังโครงการ



ภาพที่ 4.2 แผนผังกลุ่มอาคาร

- กลุ่ม A เป็นอาคารห้องพัก 2 ชั้น โดยแต่ละอาคารมีห้องพักจำนวน 12 ห้อง โดยแบ่งเป็นชั้นละ 6 ห้อง โดยอาคาร A1 จะเป็นห้องพัก TYPE A จำนวน 12 ห้อง อาคาร A2 จะเป็นห้องพัก TYPE B จำนวน 12 ห้อง

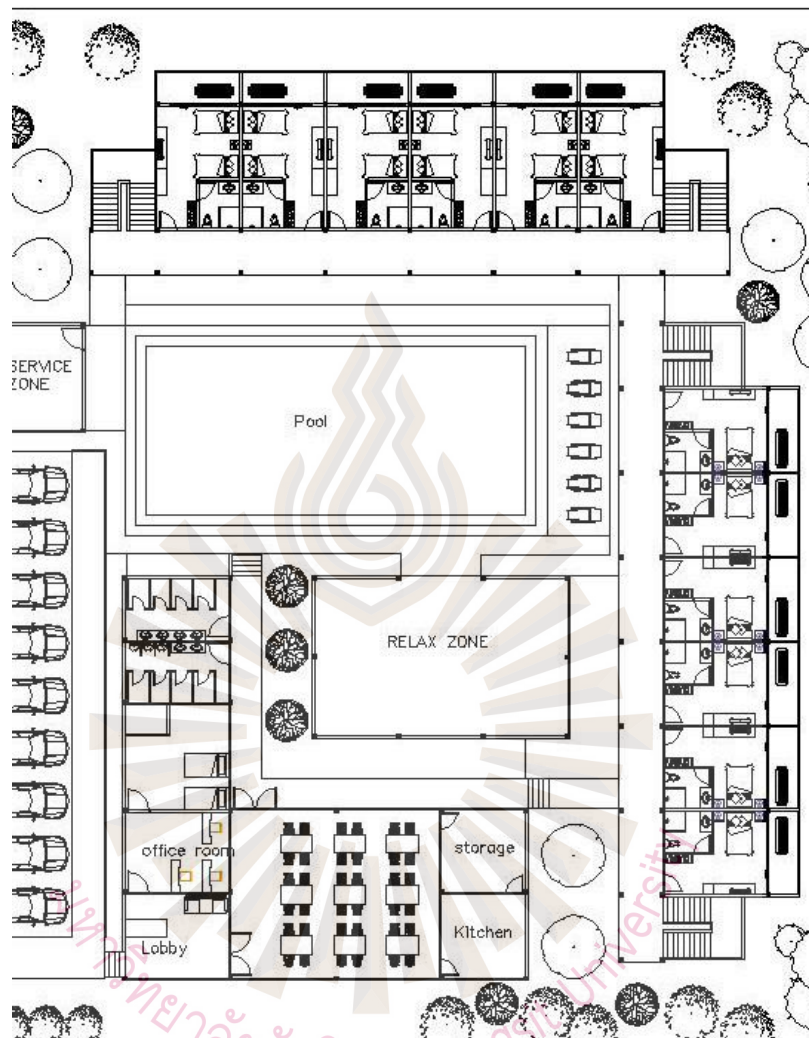
- กลุ่ม B เป็นส่วนพักผ่อนของทางรีสอร์ทประกอบไปด้วย สระว่ายน้ำขนาด 8 x 18 เมตร และส่วนพักผ่อน

- กลุ่ม C เป็นส่วนบริหารของโครงการประกอบไปด้วยส่วนต้อนรับ และ ห้องทานอาหาร

- กลุ่ม D เป็นส่วนจอดรถของโครงการ

รีสอร์ทมีพื้นที่ทั้งหมดรวม 2,912 ตารางเมตร

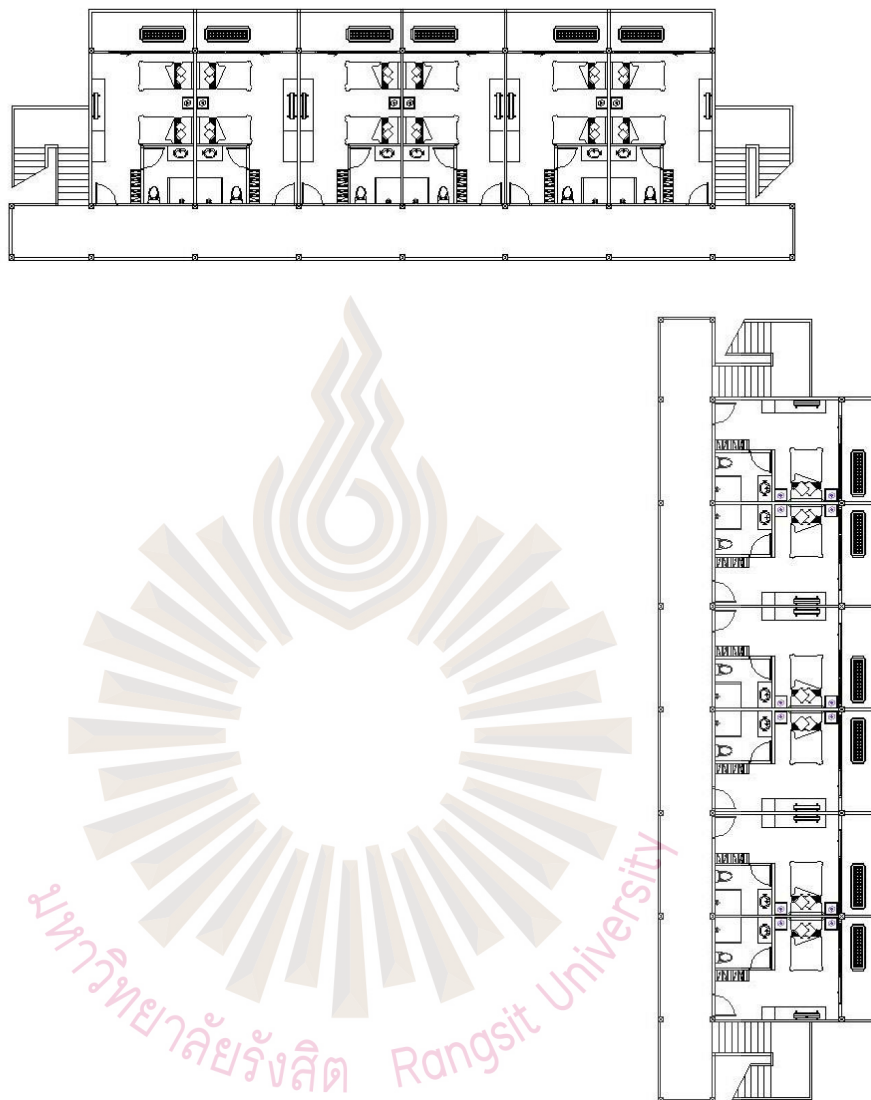
4.2.1 แปลนชั้นที่ 1



ภาพที่ 4.3 แผนผังแสดงอาคารชั้น 1

ทางรีสอร์ทมีการแบ่งสัดส่วนแต่ละพื้นที่แยกกันอย่างชัดเจน โดยที่จะมีส่วนต้อนรับเป็นส่วนแรกที่ถูกค้ำจะเข้ามาติดต่อกับทางพนักงานโดยส่วนนี้ประกอบไปด้วยส่วนต้อนรับและห้องทานอาหาร ส่วนถัดคือส่วนของอาคารห้องพักที่เป็นจุดขายของโครงการ โดยมีส่วนrelax zoneและสระว่ายน้ำเป็นส่วนกลางเชื่อมต่อกับพื้นที่ทุกส่วน เพื่อให้สะดวกกับการใช้งานและเป็นตัวสร้างบรรยากาศให้กับรีสอร์ท

4.2.2 แปลนชั้นที่ 2 ส่วนห้องพัก



ภาพที่ 4.4 แผนผังแสดงอาคารชั้น 2

ทางรีสอร์ทมีอาคารให้บริการอยู่ 2 อาคาร เป็นอาคาร 2 ชั้น โดยแบ่งเป็น 2 TYPE แยกกันชัดเจน โคนมีบันไดเป็นทางขึ้นชั้น 2 เนื่องจากมี 2 ชั้นจึงไม่จำเป็นต้องใช้ลิฟต์โดยสาร ทางขึ้นลงมีระยะตามที่กฎหมายอาคารกำหนด มีป้ายบอกทางหนีไฟชัดเจน เมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน

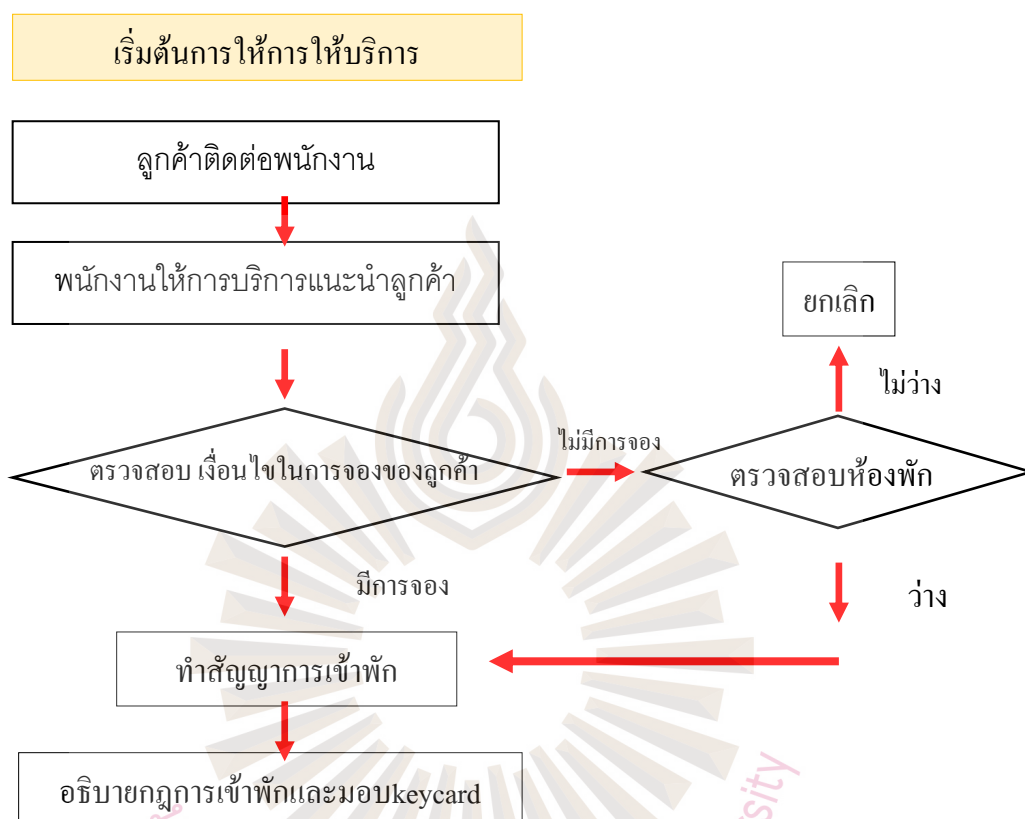
4.3 รายละเอียดของโครงการ

ตารางที่ 4.1 รายละเอียดพื้นที่ใช้สอยในโครงการ

ลำดับ	รายการ	พื้นที่ (ตารางเมตร)
1	ห้องพัก TYPE A 12 ห้อง ห้องละ 26 ตรม.	312
2	ห้องพัก TYPE B 12 ห้อง ห้องละ 30 ตรม	360
3	สำนักงานและประชาสัมพันธ์	40
4	ห้องอาหาร	80
5	สระว่ายน้ำและสวนรอบสระ	276
6	ส่วน relax zone	90
7	ห้องพักพนักงาน	25
8	ห้องน้ำชาย / หญิง	30
9	ห้องservice	20
10	พื้นที่ทางเดินและบันได	309
12	สวนรอบอาคาร	470
13	ที่จอดรถและถนน	511
	รวม	2,523

4.4 กระบวนการบริการ (Process)

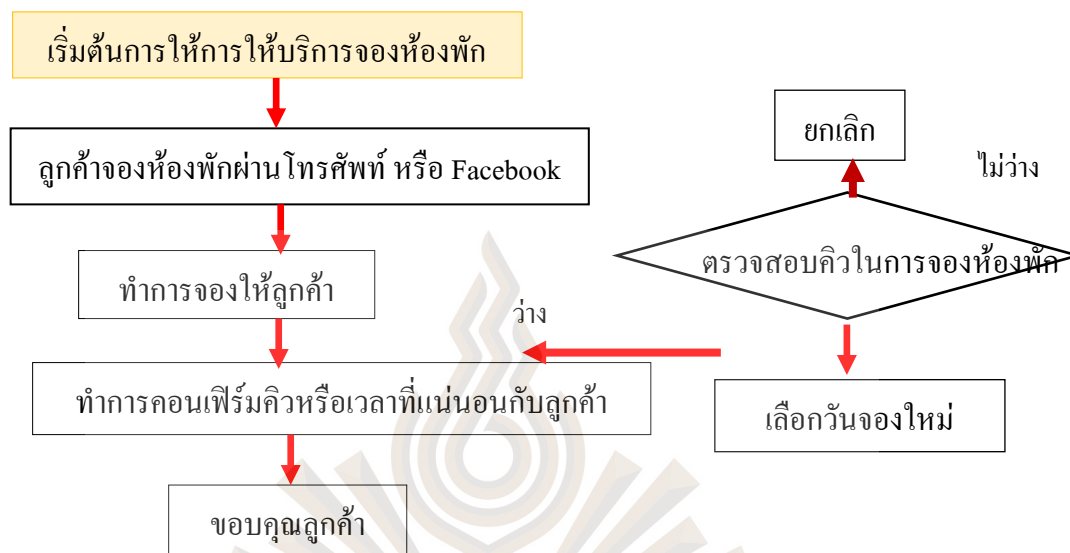
4.4.1 ขั้นตอนการบริการลูกค้าแบบ walk in



ภาพที่ 4.5 แผนผังขั้นตอนการบริการ

1. ลูกค้าสามารถเข้ามาสอบถามข้อมูลห้องพักได้โดยตรง
2. เมื่อลูกค้าเดินเข้ามาด้านในก็จะมีพนักงานต้อนรับ ที่เคาเตอร์ประชาสัมพันธ์ กล่าวสวัสดี ยินดีต้อนรับ
3. มีพนักงานต้อนรับ ทำการตรวจสอบข้อมูลของลูกค้าว่ามีการจองล่วงหน้าไว้ในเวลานั้นหรือไม่หรือไม่ หากมีก็จะตรวจสอบเอกสารที่ใช้ในการเข้าพักลูกค้า แต่ถ้าหากไม่มีการจองก็จะทำการตรวจสอบห้องพักว่ามีคิวในการจองในช่วงเวลานั้นอยู่หรือไม่ หากพบว่าสามารถให้บริการได้ก็จะเสนอห้องพักที่ว่างให้กับลูกค้า
4. พนักงานแจ้งกฎระเบียบในการเข้าพักให้กับลูกค้ารับทราบ และมอบ keycard ให้กับลูกค้า

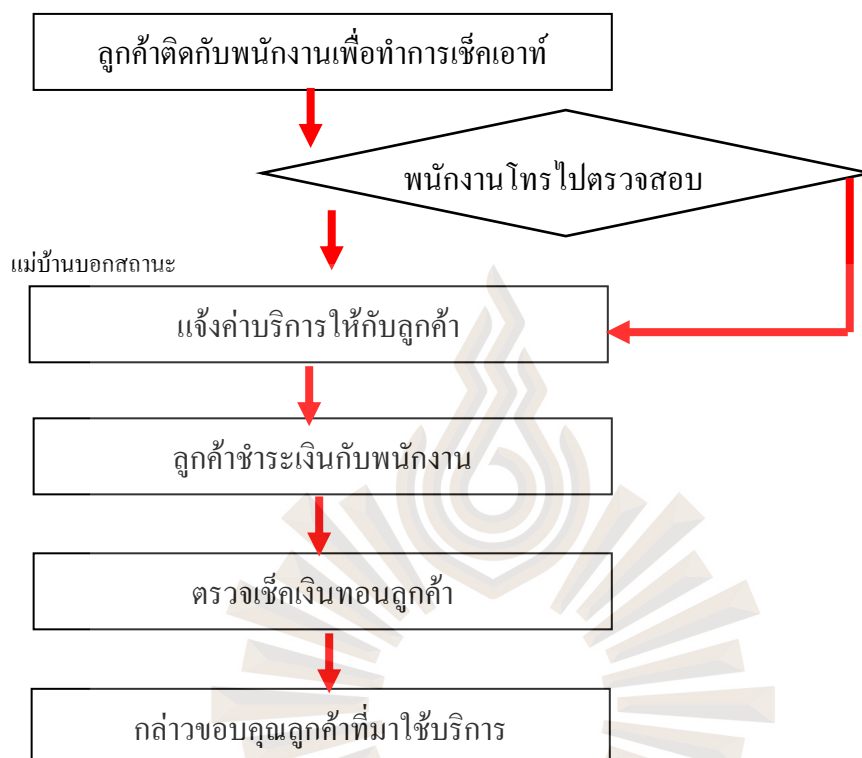
4.4.2 ขั้นตอนการให้บริการทาง CHADIOZ resort ผ่าน โทรศัพท์และ Facebook มีการให้บริการดังต่อไปนี้



ภาพที่ 4.6 แผนผังขั้นตอนการบริการทางโทรศัพท์และFacebook

1. ลูกค้าโทรจองห้องพักผ่านโทรศัพท์ และ Facebook
2. พนักงานทำการตรวจสอบว่ามี การจองล่วงหน้าของลูกค้าคนอื่นหรือไม่ หากพบว่าไม่มี การจอง ก็จะทำการจองให้ลูกค้าในทันที แต่ถ้าหากพบว่ามี การจองของลูกค้าคนอื่นแล้ว พนักงานก็จะถามลูกค้าว่าต้องการจองวันอื่นหรือต้องการที่จะยกเลิก หากลูกค้าเลือกจองในวันอื่นก็จะทำการจองให้ลูกค้าในทันที
3. เมื่อตกลงกับทางลูกค้าได้แล้วก็จะทำการจองให้กับลูกค้าในช่วงเวลาดังกล่าวไว้
4. พนักงานทำการคอนเฟิร์มเวลาหรือคิวที่แน่นอนกับลูกค้าอีกที เพื่อไม่ให้เกิดความผิดพลาดของเวลาเกิดขึ้น
5. พนักงานกล่าวขอบคุณลูกค้าที่มาเลือกใช้บริการ CHADIOZ resort

4.4.3 ขั้นตอนการเช็คอินของทาง CHADIOZ resort ผ่าน โทรศัพท์และ Facebook มีการให้บริการดังต่อไปนี้



ภาพที่ 4.7 แผนผังขั้นตอนการเช็คอิน

1. เมื่อลูกค้าจะเช็คอินจะมาติดต่อพนักงานและทำการคืน keycard ให้กับพนักงาน
2. พนักงานต้อนรับจะโทรไปติดต่อแม่บ้านให้ไปเช็คสภาพห้องพักว่ามีสิ่งใดเสียหายหรือไม่
3. แม่บ้านติดต่อกลับมาบอกสถานะห้องพักกับพนักงานต้อนรับว่ามีค่าบริการเพิ่มหรือไม่
4. พนักงานต้อนรับจะแจ้งค่าบริการกับลูกค้า
5. ลูกค้าชำระเงินค่าห้องพักกับพนักงาน
6. พนักงานกล่าวขอบคุณลูกค้าที่ใช้บริการและหากมีโอกาสยินดีให้บริการลูกค้าเสมอ

4.5 กำลังการให้บริการ

การคำนวณกำลังการให้บริการของทาง CHADIOZ resort มีดังนี้

รีสอร์ท มีห้องพักให้บริการทั้งหมด 24 ห้อง

วิธีคิด

1 วัน : 1 วัน มีห้องพักเปิดบริการทั้งหมด 24 ห้อง

1 เดือน : 1 เดือน มี 30 วัน ห้องพักให้บริการได้วันละ 24 ห้อง ภายใน 30 วัน จะได้จำนวนห้องพัก $30 \times 24 = 720$ ห้อง ต่อเดือน

1 ปี : 1 ปี มี 12 เดือน ดังนั้นกำลังให้บริการใน 1 ปี จึงเท่ากับ $12 \times 720 = 8,640$ ห้อง ต่อปี

ตารางที่ 4.2 แสดงกำลังการให้บริการต่อเดือน

หน่วย : ห้อง

กำลังการให้บริการ	กำลังสูงสุดต่อวัน	กำลังสูงสุดต่อเดือน	กำลังสูงสุดต่อปี
กำลังการให้บริการห้องพัก	24	720	8,640
รวม	24	720	8,640

ตารางที่ 4.3 แสดงการประมาณการปริมาณและรายได้

หน่วย : ห้อง

กำลังการให้บริการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
กำลังการให้บริการห้องพัก	8,640	8,640	8,640	8,640	8,640
ปริมาณขอค่าบริการ	5,184	5,616	6,048	6,480	6,912
อัตราการใช้บริการเพิ่มขึ้น5%	60%	65%	70%	75%	80%
ประมาณการรายได้(บาท)	4,924,800	5,335,200	5,745,600	6,156,000	6,566,400

4.6 รายละเอียดอุปกรณ์ในโครงการ

ตารางที่ 4.4 แสดงรายละเอียดห้องพัก TYPB A

ลำดับ	รายการ	รุ่น/ขนาด	จำนวน	ราคา/หน่วย	มูลค่ารวม (บาท)
1	ชุดเตียงพร้อมตู้เสื้อผ้า		1	9,900	9,900
2	คอมไฟท์เตียง		1	890	890
3	ตู้สำหรับเก็บตู้เย็นและ วางอุปกรณ์		1	3,000	3,000
4	ที่นอน		1	6,900	6,900
5	อุปกรณ์สำหรับที่นอน		1	4,000	4,000
6	ผ้าปูที่นอน		1	2,000	2,000
7	โทรทัศน์ LCD	TCL 29"	1	5,990	5,990
8	เครื่องปรับอากาศ	18000BTU	1	21,000	21,000
9	ตู้เย็นมินิบาร์		1	3,700	3,700
10	โทรศัพท์		1	590	590
11	ซักโครก		1	2,500	2,500
12	เครื่องทำน้ำอุ่น		1	2,600	2,600
13	ชุดอ่างล้างหน้าพร้อม กระจก		1	3,000	3,000
14	เก้าอี้ปรับนอนได้		1	600	600
	รวมราคาต่อห้องพัก		1	66,670	66,670
	รวมห้องพัก TYPE A		12	800,040	800,040

ตารางที่ 4.5 แสดงรายละเอียดห้องพัก TYPB B

ลำดับ	รายการ	รุ่น/ขนาด	จำนวน	ราคา/หน่วย (บาท)	มูลค่ารวม (บาท)
1	ชุดเตียงพร้อมตู้เสื้อผ้า		2	9,900	19,800
2	คอมไฟท์เตียง		1	890	890
3	ตู้สำหรับเก็บตู้เย็นและ วางอุปกรณ์		1	3,000	3,000
4	ที่นอน		1	6,900	6,900
5	อุปกรณ์สำหรับที่นอน		2	4,000	8,000
6	ผ้าปูที่นอน		1	2,000	2,000
7	โทรทัศน์ LCD	TCL 29"	1	5,990	5,990
8	เครื่องปรับอากาศ	18000BTU	1	21,000	21,000
9	ตู้เย็นมินิบาร์		1	3,700	3,700
10	โทรศัพท์		1	590	590
11	ซักโครก		1	2,500	2,500
12	เครื่องทำน้ำอุ่น		1	2,600	2,600
13	ชุดอ่างล้างหน้าพร้อม กระจก		1	3,000	3,000
14	เก้าอี้ปรับนอนได้		1	600	600
	รวมราคาต่อห้องพัก		1	80,870	80,870
	รวมห้องพัก TYPE B		12		966,840

ตารางที่ 4.6 แสดงรายละเอียดห้องพักพนักงาน

ลำดับ	รายการ	รุ่น/ขนาด	จำนวน	ราคา/หน่วย	มูลค่ารวม (บาท)
1	ชุดเตียงพร้อมตู้เสื้อผ้า		1	9,900	9,900
2	ที่นอน		1	6,900	6,900
3	อุปกรณ์สำหรับที่นอน		1	4,000	4,000
4	เครื่องปรับอากาศ	18000BTU	1	21,000	21,000
5	โทรศัพท์		1	590	590
6	ซักโครก		1	2,500	2,500
7	เครื่องทำน้ำอุ่น		1	2,600	2,600
8	ชุดอ่างล้างหน้าพร้อม กระจก		1	3,000	3,000
	รวมราคาห้องพัก		1	50,490	50,490

ตารางที่ 4.7 แสดงรายละเอียดอุปกรณ์สำนักงาน

ลำดับ	รายการ	รุ่น/ขนาด	จำนวน	ราคา/หน่วย	มูลค่ารวม (บาท)
1	โต๊ะทำงาน		3	4,000	12,000
2	ตู้เก็บเอกสาร		1	3,300	3,300
3	Computer & printer		2	22,000	44,000
4	โทรสาร		1	3,500	3,500
5	โทรศัพท์สำนักงาน		1	590	590
6	เครื่องปรับอากาศ	18000BTU	1	21,000	21,000
7	อุปกรณ์เครื่องใช้ใน สำนักงาน		1	10,000	10,000
	รวม		1	94,390	94,390

ตารางที่ 4.8 แสดงรายละเอียดส่วนต้อนรับ

ลำดับ	รายการ	รุ่น/ขนาด	จำนวน	ราคา/หน่วย	มูลค่ารวม (บาท)
1	ชุดเก้าอี้เตอร์ส่วนต้อนรับ		1	12,000	12,000
2	โซฟารับแขก		1	9,500	9,500
3	โทรศัพท์		1	590	590
4	อุปกรณ์อื่น ๆ			10,000	10,000
	รวม			32,090	32,090

ตารางที่ 4.9 แสดงรายละเอียดห้องทานอาหาร

ลำดับ	รายการ	รุ่น/ขนาด	จำนวน	ราคา/หน่วย	มูลค่ารวม (บาท)
1	โต๊ะทานอาหารพร้อม เก้าอี้		9	6,000	54,000
2	ทีวีLCD	TCL 48"	2	15,000	30,000
3	เครื่องปรับอากาศ	22500 BTU	2	25,000	50,000
	รวม				134,000

ตารางที่ 4.10 แสดงรายละเอียดห้องครัว

ลำดับ	รายการ	รุ่น/ขนาด	จำนวน	ราคา/หน่วย	มูลค่ารวม (บาท)
1	ชุดครัวสำเร็จรูป		1	35,000	35,000
2	ตู้เย็น 2 ประตู		1	8,900	8,900
	รวม				43,900

ตารางที่ 4.11 แสดงรายละเอียดส่วนRelax zone

ลำดับ	รายการ	รุ่น/ขนาด	จำนวน	ราคา/หน่วย	มูลค่ารวม (บาท)
1	โซฟาปรับนอนได้		10	2,000	20,000
	รวม				20,000

ตารางที่ 4.12 แสดงรายละเอียดส่วน service room

ลำดับ	รายการ	รุ่น/ขนาด	จำนวน	ราคา/หน่วย	มูลค่ารวม (บาท)
1	เครื่องซักผ้า		2	7,000	14,000
2	เครื่องอบผ้า		1	10,000	10,000
3	เตารีด		1	1,500	1,500
4	อุปกรณ์อื่น ๆ			10,000	10,000
	รวม				39,000

ตารางที่ 4.13 แสดงรายละเอียดอื่น ๆ

ลำดับ	รายการ	รุ่น/ขนาด	จำนวน	ราคา/หน่วย	มูลค่ารวม (บาท)
1	ชุดกล้องวงจรปิด		1	10,000	10,000
	รวม				10,000

บทที่ 5

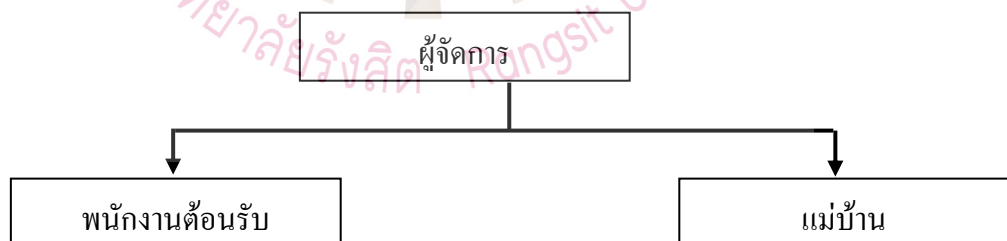
แผนการจัดการและกำลังคน

5.1 โครงสร้างองค์กร (Organization Chart)

เนื่องจาก CHADIOZ resort เป็นธุรกิจขนาดเล็ก จึงใช้จำนวนบุคลากรในการดูแลที่ไม่มากนัก เพื่อให้สะดวกแก่การดูแลและควบคุมการจัดการให้มีประสิทธิภาพสูงสุด โดยโครงสร้างบุคลากรของCHADIOZ resort มีดังนี้

ตารางที่ 5.1 รายละเอียดบุคลากร

ตำแหน่ง	จำนวน
ผู้จัดการ	1
พนักงานต้อนรับ	2
แม่บ้าน	3



ภาพที่ 5.1 แผนผังแสดง โครงสร้างบุคลากร

โดยตำแหน่งต่าง ๆ มีการกำหนดลักษณะงานและรายละเอียดดังนี้

5.1.1 ตำแหน่งผู้จัดการ

คุณสมบัติ จบการศึกษาระดับปริญญาตรี/โท สาขาบริหาร

	มีทักษะในการสื่อสารที่ดี
	มีใจรักงานบริการ
	มีความเป็นผู้นำ
อายุ	28 ปีขึ้นไป
เพศ	ไม่จำกัด
เงินเดือน	18,000 บาท
ลักษณะงาน	รับผิดชอบหน้าที่ในการบริหารงานทั้งด้านการบริการและบุคลากร
หน้าที่	- วางแผนและกำหนดนโยบายการบริหารงาน วิเคราะห์สถานการณ์ในตลาดและตลอดจนวางแผนรับมือที่เหมาะสม - ควบคุมเรื่องการบริหารเงินทุน - กำหนดแผนการจัดการด้านการบริการ - กำหนดแผนด้านการจัดการบุคลากร สรรหาและคัดเลือกบุคคลากรที่เหมาะสม - กำหนดเป้าหมาย วิสัยทัศน์และภารกิจของรีสอร์ท - ควบคุมการจัดซื้อ – จัดจ้าง - ควบคุมการดูแลพฤติกรรม และประเมินผลของพนักงาน - ควบคุมดูแลเงินเดือนและสวัสดิการพนักงาน - ดูแลการดำเนินงานของกิจการ ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลให้เกิดผล
คู่แข่ง	
กำไร	

5.1.2 ตำแหน่งพนักงานต้อนรับ

คุณสมบัติ	จบการศึกษาระดับชั้น ปวช. ปวส. หรือ ม.6 ขึ้นไป มีทักษะการใช้คอมพิวเตอร์เบื้องต้น มีทักษะในการสื่อสารภาษาอังกฤษได้ บุคลิกดี และมีใจรักการบริการ มีทักษะในการแก้ไขปัญหาเฉพาะด้าน มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีสามารถเข้ากับผู้อื่นได้
อายุ	20 – 30 ปี
เพศ	ไม่จำกัด
เงินเดือน	10,000 บาท

ลักษณะงาน ให้บริการกับลูกค้าที่เข้าพักในด้านการต้อนรับ จัดเตรียมห้องพัก และแนะนำข้อมูลที่สำคัญต่าง ๆ รวมทั้งข้อปฏิบัติในการเข้าพักอาศัยให้กับลูกค้า

หน้าที่

- ต้อนรับแขกของรีสอร์ท รับเช็คอิน – เช็คเอาท์
- ติดต่อประสานงานกับฝ่ายต่าง ๆ อำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า
- บันทึกการจองห้องพักล่วงหน้า และแจ้งข้อมูลการจองห้องพักให้ผู้เกี่ยวข้องทราบ
- ทำการยกเลิกหรือเปลี่ยนแปลงการจองห้องพัก
- ตรวจสอบ จัดเก็บและรายงานข้อมูลห้องพักที่ยังว่าง
- จัดทำเอกสารส่วนบุคคลของผู้เข้ามาพัก เอกสารลงทะเบียนและรายละเอียดเกี่ยวกับห้องพัก
- ประสานงานกับแม่บ้านในการแจ้งสถานะห้องพัก
- รักษาคุณภาพห้องพัก และสัมภาระของลูกค้า กรณีลูกค้าต้องการฝากของ
- รับการแจ้งซ่อมและปัญหาข้อร้องเรียนต่าง ๆ จากลูกค้า เพื่อส่งมอบแก่ผู้เกี่ยวข้อง
- รับชำระเงิน และออกใบเสร็จรับเงิน
- ทำหน้าที่ประสานงานกับบุคคลภายนอกที่มาติดต่อกับทางรีสอร์ท และผู้เข้าพักในรีสอร์ท
- ทำหน้าที่ให้ข้อมูลแนะนำด้านการท่องเที่ยวให้แก่ลูกค้า
- จัดทำรายงานการปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายประจำเดือน
- มีส่วนร่วมในการประชุมเพื่อการพัฒนาองค์กร

5.1.3 ตำแหน่งแม่บ้าน

คุณสมบัติ จบการศึกษาระดับชั้น ป.6 ขึ้นไป
 มีประสบการณ์ในการทำงานด้านรีสอร์ทหรือโรงแรม
 มีสุขภาพแข็งแรง
 บุคลิกดี มีความขยันอดทน รักความสะอาด
 มีใจรักงานบริการ มีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น

อายุ 20 ปีขึ้นไป

เพศ	หญิง
เงินเดือน	8,000 บาท
ลักษณะงาน	ทำความสะอาดและจัดเตรียมห้องพัก ดูแลความสะอาดในบริเวณรีสอร์ท ทั้งหมด และซักรีด

หน้าที่

- จัดเตรียมความพร้อมของห้องพัก
- จัดเก็บ เปลี่ยน ผ้าปูที่นอน ผ้าห่ม ปลอกหมอน ผ้าขนหนู ภายในห้องพัก
- ทำความสะอาดห้องพัก หลังจากลูกค้าเช็คเอาท์แล้ว
- รักษาความสะอาดบริเวณพื้นที่ทั่วไปในบริเวณของรีสอร์ท
- อำนวยความสะดวกในกรณีลูกค้าในกรณีที่ต้องการรับบริการ

สรุปจำนวนของบุคลากรและค่าตอบแทน

ตารางที่ 5.2 ตารางสรุปจำนวนของบุคลากรและค่าตอบแทน

ตำแหน่ง	จำนวน	อัตราเงินเดือน	เงินเดือนรวม / เดือน	เงินเดือนรวม / ปี
ผู้จัดการ	1	15,000	15,000	180,000
พนักงานต้อนรับ	2	10,000	20,000	240,000
แม่บ้าน	3	8,000	24,000	288,000
รวม			59,000	708,000

5.2 วิธีการสรรหาบุคลากร

ทาง CHADIOZ resort ต้องการบุคคลที่เป็นที่มีพื้นเพเป็นคนท้องถิ่นในการทำงาน เนื่องจากทางรีสอร์ทต้องการสร้างบรรยากาศให้กลมกลืนกับสถานที่ นอกจากนั้นคนในพื้นที่มีความรู้และความเข้าใจในขนบธรรมเนียมประเพณีของท้องถิ่นเป็นอย่างดี รู้จักถนนหนทาง สถานที่ท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ทางวัฒนธรรม รู้จักแหล่งชื่อของฝาก ร้านอาหารอร่อย ๆ สามารถให้ข้อมูลกับลูกค้าได้ นอกจากนั้นต้องเป็นบุคคลที่มีอัธยาศัยดี พุดจาไพเราะ มีใจรักในการบริการ ดังนั้นทางรี

สอร์ทจึงมีการสรรหาและคัดเลือกพนักงานโดยการประกาศรับสมัครโดยติดป้ายประกาศ และผ่านทางสถานีอำเภอไชยา โดยพิจารณาจากใบสมัคร หลังจากนั้นมีการสัมภาษณ์ และทดสอบความรู้ความสามารถ ความถนัดทางด้านอาชีพ และทางด้านอื่น ๆ โดยทางรีสอร์ทจะพิจารณาคัดเลือกพนักงานจากคุณสมบัติของผู้สมัครให้สอดคล้องกับลักษณะงานที่ได้กำหนดไว้ และทำการประเมินผลจากการสอบสัมภาษณ์ ถ้ามีประสบการณ์จะพิจารณาเป็นพิเศษ

5.3สวัสดิการ

- ประกันสังคม รักษาโรค อุบัติเหตุ
- ตรวจสอบสุขภาพประจำปี ปีละ 1 ครั้ง
- โบนัสสิ้นปีให้แก่พนักงานทุกคน
- ให้อำนาจพักร้อนประจำปีไม่เกินคนละ 15 วัน ต่อปี
- เครื่องแบบพนักงาน
- มีห้องพักให้พนักงาน

ตารางที่ 5.3 วันและเวลาการทำงานของพนักงาน

ตารางวันและเวลาการทำงานของพนักงาน								
ตำแหน่งงาน	เวลาการทำงาน	จันทร์	อังคาร	พุธ	พฤหัสบดี	ศุกร์	เสาร์	อาทิตย์
ผู้จัดการ	09.00น - 18.00 น	*		*	*	*	*	
พนักงานต้อนรับ 1	07.00 น - 20.00 น	*	*			*	*	*
พนักงานต้อนรับ 2	07.00 น - 20.00 น			*	*	*	*	*
แม่บ้าน 1	07.00 น - 20.00 น	*	*			*	*	*
แม่บ้าน 2	07.00 น - 20.00 น			*	*	*	*	*
แม่บ้าน 3	07.00 น - 20.00 น		*	*		*	*	*

หมายเหตุ : ในการปฏิบัติงานจริงอาจมีการเปลี่ยนแปลงเรื่องของวันและเวลาตามความเหมาะสม

5.4 การจ้างงานพิเศษ

เนื่องจากทางรีสอร์ทไม่ต้องการจ้างพนักงานประจำในบางตำแหน่ง เพื่อลดงบประมาณที่ไม่จำเป็นออก ในกรณีฉุกเฉินที่ต้องการจะจ้างเป็นครั้งคราวแทน ค่าแรงตามแต่ตกลงหน้างาน โดยส่วนใหญ่มักเป็นงานที่ไม่ต้องทำประจำวันโดยจะมีดังนี้

- พนักงานซ่อมบำรุง ในกรณีที่มีอุปกรณ์หรือสิ่งก่อสร้างในรีสอร์ทชำรุด เช่น เครื่องปรับอากาศ ระบบหมุนเวียนสระว่ายน้ำ ระบบไฟฟ้า ระบบประปา หรือระบบอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

- ช่างตัดแต่งต้นไม้ ในกรณีที่ต้นไม้หรือมีหญ้าขึ้นบริเวณรีสอร์ท เพื่อตัดแต่งให้เป็นระเบียบและสวยงาม



บทที่ 6

แผนการเงิน

6.1 การกำหนดสมมติฐาน

ตารางที่ 6.1 กำลังการให้บริการและขายในแต่ละเดือน

กำลังการผลิตสูงสุด			
	ชื่อสินค้า	จำนวน/เดือน	หน่วย
สินค้า 1	ห้องพัก TYPE A	360	ห้อง
สินค้า 2	ห้องพัก TYPE B	360	ห้อง
	รวม	720	

ตารางที่ 6.2 ปริมาณยอดการให้บริการและขาย

ปริมาณการขาย/บริการ ตาม

ประมาณการยอดขาย

หน่วย : ห้อง

คิดเป็นร้อยละของปริมาณการผลิตสูงสุด		60%	65%	70%	75%	80%
	ชื่อสินค้า	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินค้า 1	ห้องพัก TYPE A	2,592	2,808	3,024	3,240	3,456
สินค้า 2	ห้องพัก TYPE B	2,592	2,808	3,024	3,240	3,456
	รวม	5,184	5,616	6,048	6,480	6,912

ตารางที่ 6.3 ราคาการให้บริการและขาย

ราคาขายต่อหน่วย			
	ชื่อสินค้า	บาท	หน่วย
สินค้า 1	ห้องพัก TYPE A	800	ห้อง
สินค้า 2	ห้องพัก TYPE B	1,100	ห้อง

ตารางที่ 6.4 ประมาณการรายได้

ยอดขาย		หน่วย : บาท				
	ชื่อสินค้า	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินค้า 1	ห้องพัก TYPE A	2,073,600	2,246,400	2,419,200	2,592,000	2,764,800
สินค้า 2	ห้องพัก TYPE B	2,851,200	3,088,800	3,326,400	3,564,000	3,801,600
	รวม	4,924,800	5,335,200	5,745,600	6,156,000	6,566,400

ตารางที่ 6.5 แรงงานในการขายและบริหาร

แรงงานในการขายและ
บริหาร

เงินเดือน บาท/เดือน	ตำแหน่ง	จำนวนคน				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
15000	ผู้จัดการ	1	1	1	1	1
10000	พนักงานต้อนรับ	2	2	2	2	2
8000	แม่บ้าน	3	3	3	3	3
	ค่าแรงในการขายและ บริหาร	708,000	708,000	708,000	708,000	708,000

ตารางที่ 6.6 ค่าโสหุ้ยในการผลิต

ค่าโสหุ้ยในการผลิต

หน่วย : 0

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าสาธารณูปโภค (เดือนละ 25000 บาท เพิ่มขึ้นปีละ 10%)	300,000	330,000	363,000	399,300	439,230
ค่าเบี้ยประกันภัย (ปีละ 36000 บาท เท่ากัน ทุกปี)	36,000	36,000	36,000	36,000	36,000
ค่าวัสดุสิ้นเปลือง (เดือนละ 5000 บาท เท่ากันทุกปี)	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
รวม	341,000	371,000	404,000	440,300	480,230

ตารางที่ 6.7 ค่าใช้จ่ายในการตลาด

ค่าใช้จ่ายทางการตลาด

หน่วย : 0

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ป้ายโฆษณา (ปีละ 12000 บาท)	12,000	12,000	12,000	12,000	12,000
รถโฆษณา (ใช้แค่ช่วงปีแรก)	14,400	-	-	-	-
รวม	26,400	12,000	12,000	12,000	12,000

ตารางที่ 6.8 แหล่งที่มาของเงินทุน

หน่วย : บาท

เงินลงทุนในโครงการ	รวม	แหล่งที่มาของเงินลงทุน	
		เงินลงทุน	เงินกู้
ที่ดินและการปรับปรุง	400,000	400,000	
สิ่งปลูกสร้าง	12,000,000	3,000,000	9,000,000
อุปกรณ์สำนักงาน	94,390	94,390	
เงินทุนหมุนเวียน	1,000,000	1,000,000	
รวม	13,494,390	4,494,390	9,000,000

ตารางที่ 6.9 ค่าเสื่อมราคา

- ค่าเสื่อมราคาใน

การผลิต

หน่วย : บาท

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สิ่งปลูกสร้าง	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000
รวม	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000

ตารางที่ 6.10 ค่าเสื่อมราคา

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
อุปกรณ์สำนักงาน	18,878	18,878	18,878	18,878	18,878
รวม	18,878	18,878	18,878	18,878	18,878

6.2 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

ตารางที่ 6.11 งบกำไรขาดทุน

ประมาณการงบกำไรขาดทุน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย	4,924,800	5,335,200	5,745,600	6,156,000	6,566,400
ต้นทุนขาย					
- วัตถุดิบ	-	-	-	-	-
- แรงงานในการผลิต	-	-	-	-	-
- ค่าเสื่อมราคาในการผลิต	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000
- ค่าเสียหายในการผลิต	341,000	371,000	404,000	440,300	480,230
รวมต้นทุนขาย	1,541,000	1,571,000	1,604,000	1,640,300	1,680,230
กำไรขั้นต้น	3,383,800	3,764,200	4,141,600	4,515,700	4,886,170
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร					
- แรงงานในการขายและบริหาร	708,000	708,000	708,000	708,000	708,000
- ค่าเสื่อมราคาในการขายและบริหาร	18,878	18,878	18,878	18,878	18,878
- ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	26,400	12,000	12,000	12,000	12,000
- ค่าใช้จ่ายด้านการขายและบริหาร	-	-	-	-	-
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	753,278	738,878	738,878	738,878	738,878
กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีเงินได้	2,630,522	3,025,322	3,402,722	3,776,822	4,147,292
ดอกเบี้ยจ่าย	720,000	576,000	432,000	288,000	144,000
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	1,910,522	2,449,322	2,970,722	3,488,822	4,003,292
ภาษีเงินได้	573,157	734,797	891,217	1,046,647	1,200,988
กำไรสุทธิ	1,337,365	1,714,525	2,079,505	2,442,175	2,802,304

ตารางที่ 6.12 ประมาณการแหล่งที่มาและที่ใช้ไปของเงินทุน

ประมาณการงบแหล่งที่มาและที่ใช้ไปของเงินทุน

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
แหล่งที่มาของเงินทุน					
- เงินลงทุน	4,494,390	-	-	-	-
- เงินกู้ยืม	9,000,000	-	-	-	-
- ยอดขาย	4,924,800	5,335,200	5,745,600	6,156,000	6,566,400
- เจ้าหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	-	-	-	-	-
รวมแหล่งที่มา (ก.)	18,419,190	5,335,200	5,745,600	6,156,000	6,566,400
แหล่งที่ใช้ไปของเงินทุน					
- เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	12,494,390	-	-	-	-
- ต้นทุนขาย - ไม่รวมค่าเสื่อมราคา	341,000	371,000	404,000	440,300	480,230
- ค่าใช้จ่ายในการขายฯ - ไม่รวมค่าเสื่อม	734,400	720,000	720,000	720,000	720,000
- ดอกเบี้ยจ่าย	720,000	576,000	432,000	288,000	144,000
- ภาษีเงินได้	573,157	734,797	891,217	1,046,647	1,200,988
- ลูกหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	102,600	8,550	8,550	8,550	8,550
- สต็อกสินค้าสำเร็จรูปที่เพิ่มขึ้น	32,104	625	687	756	832
- สต็อกวัตถุดิบที่เพิ่มขึ้น	-	-	-	-	-
- ชำระคืนเงินกู้	1,800,000	1,800,000	1,800,000	1,800,000	1,800,000
รวมแหล่งที่ใช้ไป (ข.)	16,797,651	4,210,972	4,256,454	4,304,253	4,354,599
เงินสดคงเหลือ - ต้นงวด	-	1,621,539	2,745,768	4,234,914	6,086,661
เงินสดคงเหลือสุทธิระหว่างงวด (ก.-ข.)	1,621,539	1,124,228	1,489,146	1,851,747	2,211,801
เงินสดคงเหลือ - ปลายงวด	1,621,539	2,745,768	4,234,914	6,086,661	8,298,461

6.3 งบดุล

ตารางที่ 6.13 ประมาณการงบดุล

		หน่วย : บาท			
รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์					
สินทรัพย์หมุนเวียน					
- เงินสดและเงินในธนาคาร	1,621,539	2,745,768	4,234,914	6,086,661	8,298,461
- ลูกหนี้การค้า	102,600	111,150	119,700	128,250	136,800
- สต็อกสินค้าสำเร็จรูป	32,104	32,729	33,417	34,173	35,005
- สต็อกวัตถุดิบ	-	-	-	-	-
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	1,756,243	2,889,647	4,388,030	6,249,084	8,470,266
สินทรัพย์ถาวร					
- ที่ดินและการปรับปรุง	400,000	400,000	400,000	400,000	400,000
- สิ่งปลูกสร้าง	12,000,000	12,000,000	12,000,000	12,000,000	12,000,000
- เครื่องจักรอุปกรณ์	-	-	-	-	-
- ยานพาหนะ	-	-	-	-	-
- อุปกรณ์สำนักงาน	94,390	94,390	94,390	94,390	94,390
- ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	-	-	-	-	-
รวมสินทรัพย์ถาวร	12,494,390	12,494,390	12,494,390	12,494,390	12,494,390
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	1,218,878	2,437,756	3,656,634	4,875,512	6,094,390
รวมสินทรัพย์ถาวรสุทธิ	11,572,512	10,056,634	8,837,756	7,618,878	6,400,000
รวมสินทรัพย์	13,031,755	12,946,281	12,225,786	13,867,962	14,870,266
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น					
หนี้สินหมุนเวียน					
- เจ้าหนี้การค้า	-	-	-	-	-
รวมหนี้สินหมุนเวียน	-	-	-	-	-
หนี้สินระยะยาว	7,200,000	5,400,000	3,600,000	1,800,000	-
รวมหนี้สิน	7,200,000	5,400,000	3,600,000	1,800,000	-
ส่วนของผู้ถือหุ้น					
- เงินลงทุน	4,494,390	4,494,390	4,494,390	4,494,390	4,494,390
- กำไรสะสม	1,337,365	3,051,891	5,131,396	7,573,572	10,375,876
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	5,831,755	7,546,281	9,625,786	12,067,962	14,870,266
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	13,031,755	12,946,281	13,225,786	13,867,962	14,870,266

บทที่ 7

แผนฉุกเฉิน

7.1 แผนฉุกเฉิน

ในส่วนของแผนฉุกเฉินนั้น เป็นส่วนที่เอาไว้สำหรับการรับมือกับสถานการณ์หรือเหตุการณ์ล่วงหน้าที่ไม่สามารถคาดเดาได้ ซึ่งอาจสร้างผลกระทบในทางลบต่อธุรกิจของ CHADIOZ resort ได้ โดยมีการคาดเดาความน่าจะเป็นของสถานการณ์ที่จะมีโอกาสเกิดขึ้นสูงได้ และเตรียมการรับมือเอาไว้ล่วงหน้า เพื่อเตรียมการเอาไว้ป้องกันสถานการณ์นั้นๆ

ตารางที่ 7.1 แผนฉุกเฉิน

ปัญหา	ผลกระทบ	แนวทางแก้ไข
ลูกค้ามีความสนใจในการใช้บริการ CHADIOZ resort น้อยลง	ทำให้ยอดขายบริการลดลง และทำให้รายได้ของทางรีสอร์ทลดลงไป	ต้องรู้ว่าปัญหาเป็นจากอะไร เช่น ถ้าเกิดเพราะลูกค้าไม่รู้จัก จะทำการโปรโมทโฆษณาให้มีช่องทางที่หลากหลายมากขึ้น หรือเพราะการบริการไม่ประทับใจลูกค้า ทางรีสอร์ทจะปรับรูปแบบการให้บริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น
มีคู่แข่งเจ้าใหม่มาลงทุนเปิดเพิ่มเติมในพื้นที่	ทำให้ยอดขายบริการลดลง เนื่องจากมีการเข้ามาใหม่ของคู่แข่งรายใหม่	ในพื้นที่บริเวณดังกล่าวนี้ยังมีพื้นที่อีกหลากหลายที่สามารถใช้เปิดทำธุรกิจได้ และเนื่องจากทางอำเภอไชยามีการพัฒนาตัวอำเภออยู่เสมอ จึงมีโอกาสมิธุรกิจจะเข้ามาใหม่ได้ง่าย แต่ด้วยที่ตั้งของทางรีสอร์ทได้เปรียบที่มีทำเลที่ตั้งที่สวยงาม จึงค่อนข้างได้เปรียบเจ้าอื่น แต่เพื่อความมั่นใจในการบริการ หากมีคู่แข่งรายใหม่เข้ามา ทางรีสอร์ทจะมีการทำโปรโมชันเพิ่มเติมเพื่อส่งเสริมการขาย และมีการปรับปรุงการบริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นให้ลูกค้าประทับใจ

บรรณานุกรม

ข้อมูลข้อกำหนดเอาประกันภัยอาคาร. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: www.insure.co.th, 2559.

ข้อมูลคู่แข่ง. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.agoda.com/>, 2559.

บทความวิเคราะห์ ข่าวอสังหาริมทรัพย์. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:

www.bangkokbiznews.com, 2559.

ข้อมูลกฎหมายอาคาร. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: lawbuildingthaicon.wordpress.com, 2559.





ความรู้เบื้องต้นในการขออนุญาตสร้างอาคาร

เริ่มต้นจากชุมชนมีความหนาแน่นมากขึ้นมีการก่อสร้างอาคารบ้านเรือนตามความจำเป็นในการใช้งาน เช่น การอยู่อาศัย สถานที่ทำงาน โรงงาน ที่เก็บของ เป็นต้น จากอาคารชั้นเดียว เป็นอาคารหลาย ๆ ชั้นจากเหตุข้างต้นนี้ ทำให้มีอาคารต่าง ๆ มากขึ้น ส่งผลกระทบซึ่งกันและกัน เกิดปัญหาต่อผู้อยู่อาศัย ผู้ใช้สอยอาคาร เช่น ปัญหาอับคึกคัก ความมั่นคงแข็งแรงของอาคาร น้ำเสีย อากาศเสีย การถ่ายเทอากาศ เสียงดัง การจราจรหนาแน่น กฎหมายควบคุมอาคารจึงเป็นความจำเป็นทางหนึ่งที่ต้องมีบทบาทในการควบคุม เพื่อลดปัญหา แก้ไขปัญหา หรือป้องกันปัญหาต่าง ๆ เพื่อให้ทุกคน ประชาชน โดยทั่วไปได้อยู่อาศัยใช้อาคาร ใช้ชีวิตโดยปกติ มีสิทธิที่จะได้รับการคุ้มครองและมีหน้าที่ต้องปฏิบัติตาม เพื่อรักษาสีทิมของตนเองและของผู้อื่นด้วย

กฎหมายควบคุมอาคารที่ใช้บังคับมีหลักการที่สำคัญดังนี้

1. เพื่อให้มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชน เช่น ความปลอดภัยด้านอับคึกคัก ด้านความมั่นคงแข็งแรงของอาคาร
2. เพื่อความสะดวกสบายในการใช้สอยอาคาร เช่น งานระบบประปา ไฟฟ้าแสงสว่าง ลิฟท์ ขนาดห้องน้ำ ขนาดห้องนอน ขนาดบันได ที่จอดรถยนต์ เป็นต้น
3. เพื่อสุขภาพอนามัยที่ดี สิ่งแวดล้อมที่ดี เช่น การระบายอากาศ ระบบบำบัดน้ำเสีย การควบคุมผลกระทบระหว่างการก่อสร้าง (วัสดุตกหล่น ฝุ่นละออง) การประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม
4. เพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง เช่น กำหนดระยะร่น ความสูง กฎหมายผังเมืองรวม เป็นต้น

การควบคุมอาคาร

ประเทศไทยเรามีการบังคับใช้กฎหมายควบคุมอาคารทั่วประเทศมาตั้งแต่ปี พ.ศ.2479 ในพื้นที่ที่กำหนด เช่น เขตเทศบาล สุขาภิบาล องค์การบริหารส่วนจังหวัด (ในขณะนั้น) ออกเป็นกฎกระทรวงฉบับต่าง ๆ มาบังคับใช้ โดยแต่ละท้องถิ่นอาจจะออกเป็นเทศบัญญัติฯ ข้อบัญญัติฯ ให้มีการบังคับได้เป็นการเฉพาะท้องถิ่นของตนได้ ตามความเหมาะสมและเป็นไปตามพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร เช่น เทศบาลนครกรุงเทพ ออกเทศบัญญัติเทศบาลนครกรุงเทพ เรื่อง ควบคุมการก่อสร้างอาคาร พ.ศ.2483

มี การปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติควบคุมอาคารมาเป็นลำดับตั้งแต่ปี พ.ศ.2479 พ.ศ.2522 พ.ศ.2535 และ 2543 ซึ่งใช้ในปัจจุบัน โดยจะมีการออกเป็นกฎกระทรวงบังคับในแต่ละ

เรื่อง แต่ละประเภทอาคาร เช่น กฎกระทรวงฉบับที่ 7 (พ.ศ.2517) บังคับเรื่องที่จอดรถยนต์, กฎกระทรวงฉบับที่ 33 (พ.ศ.2535) บังคับใช้กับอาคารสูง (ความสูงตั้งแต่ 23.00 เมตร ขึ้นไป) และ อาคารขนาดใหญ่พิเศษ (พื้นที่อาคารตั้งแต่ 10,000 ตารางเมตร ขึ้นไป), กฎกระทรวงฉบับที่ 55 (พ.ศ.2543) ใช้บังคับอาคารทั่วไป และข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร เรื่อง ควบคุมอาคาร พ.ศ.2544 เป็นต้น

กฎกระทรวงฯ เทศบัญญัติฯ ข้อบัญญัติฯ เกี่ยวกับการควบคุมอาคารจะกำหนดในเรื่องต่าง ๆ เกี่ยวกับตัวอาคาร, ระยะ รัน ความสูง ในการออกแบบก่อสร้างอาคารต้องศึกษาให้เข้าใจ เพื่อออกแบบอาคารให้ถูกต้องเป็นไปตามที่กำหนดไว้ และต้องดำเนินการตามขั้นตอนของพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร เช่น ก่อนจะก่อสร้าง คัดแปลง รื้อถอนอาคาร ต้องได้รับอนุญาตก่อน ตลอดจนตรวจสอบพื้นที่ตามผังเมืองรวม และกฎหมายสิ่งแวดล้อมด้วย เช่น อาคารอยู่อาศัยรวม ตั้งแต่ 80 ห้องขึ้นไป เป็นต้น

ขั้นตอนในการควบคุมอาคาร

1. การขออนุญาตก่อสร้างอาคาร (ก่อนการก่อสร้างอาคาร)
2. การควบคุมการก่อสร้างอาคาร (ขณะก่อสร้าง)
3. การตรวจรับรองอาคาร หลังการก่อสร้างอาคาร (ก่อนเปิดใช้อาคาร)

1. การขออนุญาตก่อสร้างอาคาร (ก่อสร้าง คัดแปลง รื้อถอน)

ในกรุงเทพมหานคร

- อาคารสูงตั้งแต่ 5 ชั้น ขึ้นไป หรือสูงเกิน 15.00 ม. อาคารพิเศษ, อาคารสาธารณะ เช่น โรงแรม, โรงเรียน, โรงมหรสพ, โรงงาน ยื่นขออนุญาตที่กองควบคุมอาคาร สำนักการโยธา กทม.2 (ดินแดง)
- อาคารสูงไม่เกิน 4 ชั้น เช่น ตึกแถว, ห้องแถว, อาคารอยู่อาศัย, บ้านแฝด, หอพัก, อาคารชุด, แฟลต, บ้านเดี่ยว ยื่นขออนุญาตที่ฝ่ายโยธา สำนักงานเขตต่าง ๆ (มี 50 เขต)

พื้นที่นอกกรุงเทพมหานคร

- ยื่นขออนุญาตได้ที่ อบต. , เทศบาลทั่วประเทศ

ขั้นตอนการขออนุญาตก่อสร้างอาคาร

- เตรียมเอกสารสำเนาโฉนด, สำเนาบัตรประชาชน, สำเนาทะเบียนบ้าน
- กรอกแบบฟอร์ม ชุดคำขออนุญาต ข.1, กทม.1 (ตาม ม.39 ทวิ)
- แบบสถาปัตยกรรม, แบบโครงสร้าง, และแบบงานระบบ จำนวน 5 ชุด

(สถาปนิก วิศวกร ออกแบบตามข้อบัญญัติฯ กฎกระทรวงฯ)

- รายการคำนวณ จำนวน 1 ชุด
- ขออนุญาตต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

2. การควบคุมการก่อสร้างอาคาร

- ก่อนลงมือก่อสร้าง (เมื่อได้รับอนุญาตแล้ว) ต้องแจ้งเจ้าหน้าที่ของทางราชการมาตรวจสอบการวางผังตำแหน่งตัวอาคารก่อนทำการตอกเสาเข็มหรือทำเข็มเจาะ และก่อนตั้งเหล็กแกนเสริมของเสาต้องตรวจสอบแนวศูนย์กลางเสาและริมเสา เพื่อให้ได้ระยะช่วงเสา, ระยะห่างเขตที่ดินถูกต้องตามแบบด้วย (ตามกฎหมายจะมีระยะคลาดเคลื่อนได้ เช่น ช่วงเสาผิดระยะได้ไม่เกิน 5%, ผังบริเวณผิดระยะได้ไม่เกิน 20% แต่ต้องมีระยะเหลือสุทธิไม่น้อยกว่าเกณฑ์ตามกฎหมายกำหนด
- ต้องจัดทำสิ่งป้องกันอันตรายจากวัสดุตกหล่น, ฝุ่นละออง และบ้านพักคนงานพร้อมห้องน้ำ-ส้วมที่ถูกสุขลักษณะ (ต้องขออนุญาตเป็นอาคารชั่วคราวด้วย)
- ต้องก่อสร้างให้ถูกต้องตรงตามแบบที่ได้รับอนุญาต (มีวิศวกร, สถาปนิก แล้วแต่กรณีควบคุมงาน)

(*หากก่อสร้างผิดแบบ เจ้าของ สถาปนิก และหรือวิศวกรควบคุมงานจะต้องถูกดำเนินคดีตามกฎหมาย)

3. การตรวจรับรองการก่อสร้างอาคาร

- *เมื่อการก่อสร้างอาคารเสร็จสมบูรณ์แล้ว (มีการติดตั้งระบบป้องกันอัคคีภัย, ระบบสุขาภิบาล, ประปา, ไฟฟ้า, ลิฟท์ และถูกต้องตามแบบที่ได้รับอนุญาต) เจ้าของอาคารสามารถยื่นขอให้ทางราชการมาตรวจสอบรับรองการก่อสร้างอาคารได้ตามแบบฟอร์ม กทม.4 หรือตามแบบฟอร์มที่ท้องถิ่นกำหนด (กรณี ตาม ม.32, กฎกระทรวง ฉบับที่ 5 พ.ศ.2537) (อาคารที่อยู่ในเกณฑ์ต้องขอใบรับรองการก่อสร้างอาคาร คือ อาคารพาณิชย์มีพื้นที่ตั้งแต่ 80 ตารางเมตร, อาคารโรงแรมสรรพ, โรงพยาบาล, โรงเรียน, อาคารชุด, อาคารสรรพสินค้า, สำนักงาน, โรงงาน, คลังสินค้า ฯลฯ)
- * เมื่อผ่านการตรวจรับรองการก่อสร้างอาคารแล้วจะได้รับใบ อ.6 (ใบรับรองอาคาร)

สรุป

กฎหมายควบคุมอาคารมีส่วนเกี่ยวข้องกับทุกคน และโดยเฉพาะผู้ที่กำลังจะก่อสร้างอาคารทั้งเพื่ออยู่อาศัย หรือเพื่อการพาณิชย์ก็ตาม ต้องทำความเข้าใจ ศึกษาให้รอบคอบว่าจะก่อสร้างอาคารได้แค่ไหน เพียงใด ตามกฎหมายควบคุมอาคาร ผังเมืองรวม กฎหมายสิ่งแวดล้อม ข้อกำหนดจัดสรร

กฎหมายอาคารชุด และตามข้อกำหนดของข้อบัญญัติฯ เทศบัญญัติฯ กฎกระทรวงฯ ซึ่งมีใช้บังคับในแต่ละพื้นที่ แต่ละท้องถิ่น เพื่อจะได้อาคารที่ถูกต้องตามกฎหมาย มีความมั่นคงแข็งแรงและปลอดภัย ใช้ประโยชน์ได้ตามต้องการ

อนึ่ง ปัจจุบันข้อกำหนดต่าง ๆ จะมีการพิจารณาปรับปรุงแก้ไขอยู่เสมอ เช่น กฎหมายอาคารชุดอยู่ระหว่างแก้ไข เพื่อประโยชน์แก่ผู้บริโภค, ข้อกำหนดการจัดสรรที่ดิน ปรับปรุงแก้ไขให้มีพื้นที่รับน้ำ เพื่อช่วยป้องกันน้ำท่วม หรือข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร จะมีการบังคับให้อาคารทุกหลังมีพื้นที่หรือถังเก็บน้ำฝนไว้สำรองน้ำช่วงฝนตกหนัก แล้วปล่อยทิ้งหลังฝนตกแล้ว เพื่อลดปริมาณน้ำลงท่อระบายน้ำทั้งในขณะฝนตก น้ำจะได้ไม่เอ่อท่วมขัง เป็นต้น



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล	นาย โชคชัย วงษ์ชาติ
วัน เดือน ปี เกิด	3 พฤษภาคม 2530
สถานที่เกิด	จังหวัดสุราษฎร์ธานี ประเทศไทย
การศึกษา	มหาวิทยาลัยรังสิต ปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต, 2555 มหาวิทยาลัยรังสิต ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ, 2558
สถานที่ทำงาน	53/298 ม.มิตรประชา ซ.12 อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี
ตำแหน่งงานปัจจุบัน	สถาปนิกอิสระ

