

แผนธุรกิจสำหรับบ้านพักประเภทรีสอร์ทในจังหวัดเพชรบูรณ์

พิชามณัฐ ชีรินติ

TNII

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

บัณฑิตศึกษา สาขาวิชานวัตกรรมการจัดการธุรกิจและอุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

ปีการศึกษา 2566

BUSINESS PLAN FOR RESORT IN PHETCHABUN

Pichamon Teeraniti

TNII

A Term Paper Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Business Administration Program
in Innovation of Business and Industrial Management

Graduate Studies

Thai-Nichi Institute of Technology

Academic Year 2023

หัวข้อสารนิพนธ์

โดย

สาขาวิชา

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

แผนธุรกิจสำหรับบ้านพักประเภทรีสอร์ทในจังหวัดเพชรบูรณ์

พิชามณัฐ ชีรนิตติ

นวัตกรรมการจัดการธุรกิจและอุตสาหกรรม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธันยมัย เจียรกุล

บัณฑิตศึกษา สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็น
ส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต

..... รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.วรการ ศรีเชวงทรัพย์)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

คณะกรรมการสอบสารนิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
(ดร.วรรณพล ศุภสกุลดำรงค์)

..... กรรมการ
(ดร.รุ่งอรุณ กระแสร์สินธุ์)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธันยมัย เจียรกุล)

พินิจนิติ : แผนธุรกิจสำหรับบ้านพักประเภทรีสอร์ทในจังหวัดเพชรบูรณ์.
 อาจารย์ที่ปรึกษา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธัญมัย เจียรกุล, 90 หน้า.

ปัจจุบันการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีอัตราเติบโตต่อเนื่อง ทั้งที่มาจากการสนับสนุนของภาพลักษณ์และเอกชน และ หลังสถานการณ์โรคระบาด โควิด-19 คาดว่าเศรษฐกิจไทยจะขยายตัวเฉลี่ย 3.5% ในช่วงปีพ.ศ. 2566-2568 ปรับตัวดีขึ้นจากเดิมที่เติบโต 3.2% อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีส่วนสูงขึ้นทำให้ธุรกิจโรงแรมและที่พักมีแนวโน้มเติบโตตามไปด้วย โดยในช่วงที่ผ่านมาพบว่าธุรกิจโรงแรมและที่พักที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวให้ประสบการณ์ที่มีมากกว่าการพักผ่อนได้รับความสนใจจากกลุ่มนักท่องเที่ยวมากขึ้นเรื่อยๆโดยเฉพาะธุรกิจที่พักประเภทรีสอร์ทที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

จากเหตุผลข้างต้นผู้เขียนจึงได้เล็งเห็นโอกาสในการทำธุรกิจรีสอร์ท ภายใต้ชื่อ รีสอร์ท ABC ตั้งอยู่ในอำเภอหล่มเก่า จังหวัดเพชรบูรณ์ ซึ่งเป็นจังหวัดท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดยรีสอร์ท ABC มีจุดเด่นในเรื่องของการออกแบบที่พักที่เน้นความเป็นท้องถิ่น อีกทั้งมีกิจกรรมส่งเสริมความสัมพันธ์ของครอบครัวที่เข้ามาพัก ทางรีสอร์ท ABC เหมาะกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเป็นครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน ต้องการใช้เวลาพร้อมกับครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน นักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

แผนธุรกิจรีสอร์ท ABC ครอบคลุมไปถึงการวิเคราะห์ภาพรวมอุตสาหกรรมและแนวโน้มของธุรกิจโรงแรมและที่พัก การเก็บข้อมูลศึกษาความต้องการของลูกค้า การวางแผนกระบวนการจัดการที่พัก กระบวนการควบคุมการบริการให้ได้มาตรฐาน การทำการตลาดให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายผ่านสื่อออนไลน์ การบริหารกำลังคนที่เหมาะสมและเกิดประสิทธิภาพสูงสุด การออกแบบกลยุทธ์ทางการเงินเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและเพื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการ

จากการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการและแผนการเงินตลอดระยะเวลา 5 ปี พบว่าโครงการต้องลงทุน 5,440,000 บาท และมูลค่าปัจจุบันสุทธิ หรือ NPV มีค่าเท่ากับ 8,735,285.14 บาท อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ หรือ IRR มีค่าเท่ากับ 61% และมีระยะเวลาคืนทุนอยู่ที่ 1.51 ปี หรือ ภายใน 2 ปีสามารถคืนทุนได้ แสดงให้เห็นถึงความน่าสนใจและความคุ้มค่าในการลงทุน

บัณฑิตศึกษา
 สาขาวิชา นวัตกรรมการจัดการธุรกิจ
 และอุตสาหกรรม
 ปีการศึกษา 2566

ลายมือชื่อนักศึกษา
 ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา

PICHAMON TEERANITI : BUSINESS PLAN FOR RESORT IN PHETCHABUN.

ADVISOR : ASST.PROF.DR.TANYAMAI CHIARAKUL, 90 PP.

Currently, Thailand's tourism industry is experiencing continuous growth, driven by both promotional efforts and private sector support. Following the COVID-19 pandemic situation, it is anticipated that the Thai economy will expand by an average of 3.5% during the years 2023-2025, showing improvement from the previous growth rate of 3.2%. Thailand's tourism industry has seen an increased share, leading to a rising trend in hotel and accommodation businesses. In recent times, it has been observed that hotels and accommodations with unique characteristics offering more than just lodging have gained more attention from tourists, especially resort-type accommodations that can cater well to tourists' needs.

Based on the aforementioned reasons, the writer has identified an opportunity to establish a resort business. Named "ABC Resort," it is located in Lom Kao District, Phetchabun Province, which is a distinctive tourist destination. ABC Resort specializes in locally inspired accommodation designs and offers activities to promote family bonding among guests. The resort is suitable for family travelers or groups of friends who wish to spend time together, as well as for eco-conscious cultural tourists.

A business plan was developed for a tourist resort in Lomkao District, Phetchabun Province, Thailand. In the growing touristic market, ABC Resort, located in the heavily cultural Lomkao District, would emphasize with cultural. Guest activities would focus on relaxation and tranquility. ABC Resort analyzed accommodation trends to discover of customer needs, management planning and standardized service control. Staff management and maximum efficiency would be goals.

From the feasibility study of this project, it was found that the project requires an capital investment of 5,440,000 baht with NPV of 8,735,285.14 baht, IRR of 61% , and a payback period of 1.51 years. Therefore, this project is interesting and worthwhile.

Graduate Studies

Field of Study Innovation of Business and
Industrial Management

Academic Year 2023

Student's Signature.....

Advisor's Signature.....

กิตติกรรมประกาศ

แผนธุรกิจรีสอร์ท ABC ฉบับนี้จะไม่เกิดขึ้นและประสบความสำเร็จได้ หากปราศจากความเอาใจใส่ของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฉันทมัย เจียรกุล อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ผู้ให้คำปรึกษา และข้อเสนอแนะที่ดี ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ รวมทั้งคณะกรรมการ ดร.วรรณพล ศุภสกุลดำรงค์ และดร.รุ่งอรุณ กระแสสินธุ์ ที่มอบคำแนะนำเพิ่มเติม เพื่อนำไปปรับปรุงแผนธุรกิจนี้ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบคุณคณาจารย์คณะบริหารธุรกิจสาขาวัตกรรมการจัดการธุรกิจและอุตสาหกรรม รวมถึงวิทยากรพิเศษทุกท่านที่มอบประสบการณ์ความรู้และทักษะในการเป็นผู้ประกอบการ ทำให้ข้าพเจ้าสามารถนำกลยุทธ์มาใช้ในการเขียนแผนธุรกิจฉบับนี้ได้อย่างครบถ้วน

ขอขอบพระคุณคุณพ่อ คุณแม่ที่เป็นกำลังใจให้เสมอมา ผู้ที่ข้าพเจ้าทำการสัมภาษณ์ทุกท่าน อีกทั้งขอขอบคุณเพื่อนนักศึกษาปริญญาโทสำหรับมิตรภาพที่ดีและความช่วยเหลือด้านข้อมูลต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ หากแผนธุรกิจฉบับนี้มีข้อบกพร่องประการใดผู้จัดทำขออภัยมา ณ ที่นี้

พิชามณูช ธีรนิติ

TNI

TAI - NICHI INSTITUTE OF TECHNOLOGY

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญรูป	ฉ
 บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมา	1
โอกาสและแนวคิดธุรกิจใหม่	2
สถานที่ตั้ง	3
วัตถุประสงค์	3
วิสัยทัศน์.....	3
พันธกิจ	3
เป้าหมาย	3
การบริการ	4
แบบจำลองธุรกิจ (Business Model Canvas).....	7
การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและวิเคราะห์ตลาด	8
ทบทวนวรรณกรรม	16
2 แผนการตลาด	20
การวิจัยตลาด	20
กลยุทธ์ทางการตลาด	23
3 แผนบริการและแผนทรัพยากรบุคคล.....	29
แผนบริการ	29
การจัดการด้านทรัพยากรบุคคล.....	32

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 แผนการเงิน	38
เป้าหมายทางการเงิน	38
แหล่งที่มาของเงินทุนและแหล่งที่ใช้ไปของเงินทุน	38
5 การประเมินความเสี่ยงและปัจจัยความสำเร็จ.....	48
การประเมินความเสี่ยง	48
ปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ (Key Success Factors).....	50
บรรณานุกรม.....	53
ภาคผนวก.....	56
ภาคผนวก ก. คำถามในการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง	57
ภาคผนวก ข. ผลการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง	62
ประวัติผู้เขียนสารนิพนธ์	90

สารบัญตาราง

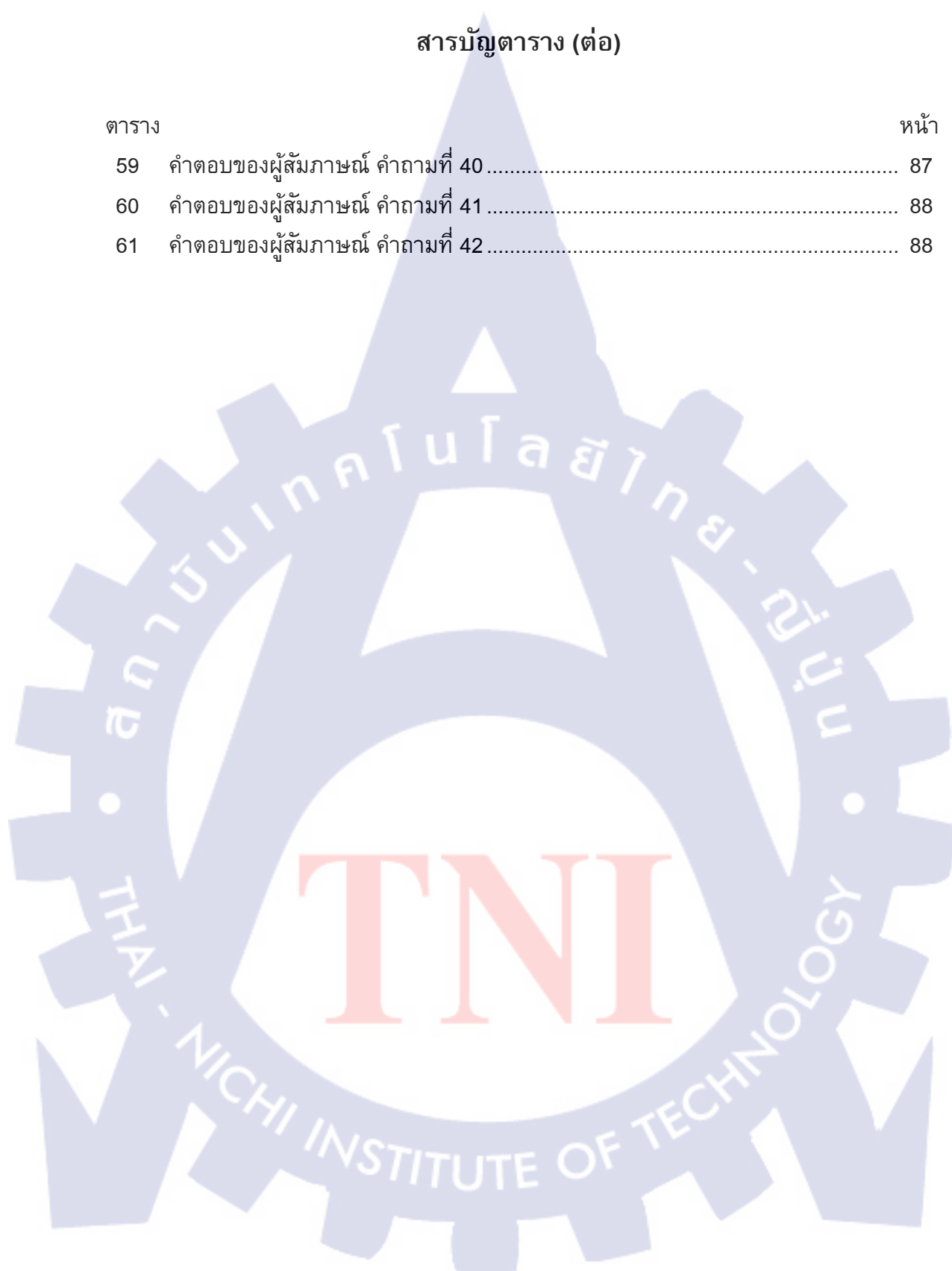
ตาราง	หน้า
1 ตารางกิจกรรม	32
2 อัตรากำลังคน.....	35
3 แผนการฝึกอบรมประจำเดือน.....	36
4 ค่าตอบแทน	36
5 งบประมาณการลงทุน.....	38
6 สมมติฐานทางการเงิน.....	39
7 การคำนวณค่าเสื่อมราคา.....	39
8 ประเมินการจำนวนห้องพักต่อเดือน.....	40
9 ประเมินการรายได้ต่อเดือน	40
10 ประเมินการรายได้ต่อปี	41
11 ประเมินการต้นทุนขายต่อปี.....	41
12 ประเมินการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานต่อปี.....	41
13 งบกำไรขาดทุน ปีที่ 1 ถึงปีที่ 5.....	42
14 งบแสดงฐานะการเงิน ปีที่ 1 ถึงปีที่ 5.....	43
15 การคำนวณจุดคุ้มทุน.....	44
16 กระแสเงินสดรับสุทธิ 5 ปี	44
17 คำนวณ NPV IRR PB.....	45
18 อัตราส่วนทางการเงิน	45
19 คำตอบคำถามเกี่ยวกับข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์.....	63
20 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 1	64
21 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 2	64
22 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 3	65
23 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 4	65
24 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 5	66
25 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 6	66
26 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 7	67
27 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 8	67
28 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 9	68
29 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 10	69

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
30 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 11	69
31 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 12	70
32 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 13	70
33 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 14	71
34 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 15	72
35 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 16	72
36 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 17	73
37 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 18	73
38 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 19	74
39 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 20	75
40 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 21	75
41 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 22	76
42 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 23	76
43 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 24	77
44 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 25	77
45 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 26	78
46 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 27	79
47 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 28	79
48 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 29	80
49 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 30	81
50 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 31	81
51 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 32	82
52 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 33	83
53 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 34	83
54 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 35	84
55 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 36	84
56 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 37	85
57 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 38	86
58 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 39	86

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
59	คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 40	87
60	คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 41	88
61	คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 42	88



สารบัญรูป

รูป		หน้า
1	ที่พักเดิมในอำเภอหล่มเก่า จังหวัดเพชรบูรณ์.....	1
2	ภายในห้องพักรูปแบบบ้าน	4
3	ภายในห้องพักรูปแบบอาคาร 2 ชั้น.....	5
4	การทำขนมจีนเส้นสด	6
5	ไถ่อย่างข้าวเปลือก	6
6	กิจกรรมการเก็บผักออร์แกนิก.....	7
7	แบบจำลองธุรกิจ	7
8	Thailand's Real GDP.....	8
9	Positioning	24
10	โครงสร้างองค์กร	33



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมา

เริ่มต้นจากทางครอบครัวมีพื้นที่ว่างเปล่าและไม่ได้ใช้งานอยู่ในอำเภอหล่มเก่า จังหวัดเพชรบูรณ์ ซึ่งจังหวัดเพชรบูรณ์เป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย เช่น ภูทับเบิก เขาค้อ น้ำหนาว ทำให้มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเป็นจำนวนมาก อีกทั้งพื้นที่นั้นยังตั้งอยู่ติดถนนสระบุรี-หล่มสัก โดยเป็นทางผ่านไปเขียงคาน จังหวัดเลย และในปีพ.ศ. 2558 ทางครอบครัวได้มีการปรึกษากัน และตกลงกันว่าจะแบ่งพื้นที่ว่างเปล่านั้นออกมาส่วนหนึ่งสำหรับสร้างที่พักเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่จะมาเที่ยวจังหวัดเพชรบูรณ์และนักท่องเที่ยวที่ผ่านทางมาเพื่อจะไปเที่ยวต่อที่จังหวัดเลย โดยสร้างห้องพักรวมทั้งหมดจำนวน 26 ห้อง ได้แก่ สร้างเป็นอาคาร 2 ชั้น จำนวน 2 หลัง อาคารที่ 1 มีจำนวน 6 ห้อง อาคารที่ 2 มีจำนวน 12 ห้อง และบ้านเดี่ยวอีก 8 หลัง



รูปที่ 1 ที่พักเดิมในอำเภอหล่มเก่า จังหวัดเพชรบูรณ์

เมื่อหมดฤดูกาลท่องเที่ยวหน้าหนาว ทำให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักมีจำนวนน้อยลงในแต่ละเดือน ส่งผลให้รายได้จากการให้บริการห้องพักลดน้อยลง ประกอบกับไม่มีคนเข้าไปดูแลบริหารจัดการอย่างเต็มที่ เนื่องจากทุกคนก็มีหน้าที่ในงานประจำของตัวเองและจะเข้าไปดูกิจการเมื่อว่างจากงาน ทำให้กิจการไม่ได้มีรายได้มากนัก จึงเป็นที่มาของการทำแผนธุรกิจใหม่ จะเข้าไปช่วยบริหารจัดการอย่างเต็มเวลาและเพิ่มความน่าสนใจให้ที่พัก คือ เป็นที่พักที่มีกิจกรรมให้ผู้เข้าพักได้ร่วมทำกิจกรรมด้วยกัน ผู้ที่เข้ามาพักจะได้เข้ามานอนหลับและกลับออกไป แต่จะได้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมต่างๆ และได้ความรู้กลับไปเช่นกัน โดยกิจกรรมจะมีหลากหลายรูปแบบ เช่น การทำเส้นขนมจีน การเก็บผักออร์แกนิก เรียนรู้วัฒนธรรมพื้นถิ่น

เนื่องจากผู้จัดทำได้ทำการศึกษาข้อมูลพื้นที่รอบๆ แล้วนั้น พบว่ามีที่พักที่มีกิจกรรมทำไม่มากนักและยังไม่มีที่ไหนเป็นแหล่งให้ความรู้ทางด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นในจังหวัดเพชรบูรณ์ หรือ วัฒนธรรมไทหล่ม ผู้จัดทำจึงนำเรื่องวัฒนธรรมมาเป็นจุดเด่นในกิจการให้มีความเป็นเอกลักษณ์ยิ่งขึ้น ดังนั้น เพื่อดึงดูดและรองรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น จึงสร้างแผนธุรกิจใหม่นี้ขึ้นมา เป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและที่พักสร้างบรรยากาศรอบๆ ที่พักให้มีความร่มเย็น สบายตา มีพื้นที่สีเขียวจำนวนมาก

โอกาสและแนวคิดธุรกิจใหม่

จังหวัดเพชรบูรณ์เป็นเมืองท่องเที่ยวในฝันของใครหลายๆ คนที่อยากมาเยือนสักครั้ง และเป็นจังหวัดในภาคกลางของประเทศที่มีพื้นที่ใหญ่เป็นอันดับที่ 9 ของประเทศ และสามารถเที่ยวได้ทั้งปี ทั้ง 3 ฤดู ซึ่งแต่ละฤดูล้วนมีบรรยากาศชวนเที่ยวที่แตกต่างกัน เช่น ในพื้นที่อำเภอ น้ำหนาว อำเภอเขาค้อและอำเภอหล่มเก่าจะมีอากาศหนาวจัดในฤดูหนาว เนื่องจากเป็นเมืองที่ถูกล้อมรอบไปด้วยภูเขา ซึ่งรีสอร์ทของเราตั้งอยู่ในอำเภอหล่มเก่า

องค์การบริหารส่วนจังหวัดเพชรบูรณ์ (2566 : 8) กฤษณ์ คงเมือง กล่าวว่า “อำเภอเขาค้อมีความงดงามทางธรรมชาติของขุนเขาที่สลับซับซ้อนแต่ซ่อนไว้ด้วยความโรแมนติก มีอากาศที่หนาวเย็นเกือบตลอดทั้งปี มีทะเลหมอกอลังการให้ได้ตื่นตาตื่นใจในความงดงามที่ธรรมชาติได้สรรค์สร้างขึ้น มีแหล่งสถานที่ท่องเที่ยวมากมายที่สะท้อนถึงเรื่องราวการต่อสู้ทางความคิดในอดีต เช่น อนุสรณ์สถานผู้เสียสละเขาค้อ พิพิธภัณฑ์อาวุธ รวมถึงภูทับเบิก ที่นักท่องเที่ยวจากทั่วสารทิศ ยังคงหลั่งไหลมาท่องเที่ยวที่นี่ยังไม่ขาดสาย มานอนกางเต็นท์สัมผัสอากาศหนาวเย็น ชมทุ่งกะหล่ำปลีแปลงยักษ์ใหญ่ที่สุดในโลก และถ้าโชคดีได้ชมทะเลหมอก ก็ถือว่าเป็นโบนัสพิเศษของการมาเที่ยวที่นี่ นอกจากนี้เพชรบูรณ์ยังมีสถานที่ท่องเที่ยวอีกมากมาย ทั้งในด้านวัฒนธรรมท้องถิ่น ประเพณี ภูมิปัญญา วิถีชีวิตต่างๆ ที่สะท้อนถึงรากเหง้าความเป็นตัวตนที่แท้จริงของคนเพชรบูรณ์ นี่คือนะ เพชรบูรณ์ เมืองที่เพียบพร้อมด้วยความสุข เมืองต้องห้ามพลาดที่คุณมาแล้วต้องหลงรัก ต้องมาเยือนอีกรอบ ซ้ายอยู่ใบริบเก็บเสื้อผ้ามามาเพชรบูรณ์...”

การท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบูรณ์ ทางรัฐบาลได้มีการจัดส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์ โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทำให้เกิดการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวมากขึ้น การท่องเที่ยวอยู่ในเกณฑ์ที่ดี มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นมากในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว เพชรบูรณ์มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว โดยมีเขาค้อและภูทับเบิกเป็นจุดหมายปลายทาง เพราะมีความงดงามทางธรรมชาติของขุนเขาที่สลับซับซ้อน มีอากาศหนาวเย็นเกือบตลอดทั้งปี

มีทะเลหมอกที่งดงาม เหมาะกับการพาเพื่อน คนรักหรือครอบครัวมาท่องเที่ยว (องค์การบริหารส่วนจังหวัดเพชรบูรณ์. 2566)

แนวคิดธุรกิจที่พักใหม่ดำเนินธุรกิจรูปแบบรีสอร์ท ตั้งอยู่ในอำเภอลำเลียง จังหวัด เพชรบูรณ์ อยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว เช่น ภูทับเบิก เขาค้อ น้ำหนาว เขียงคาน ทำให้สะดวกต่อการ เดินทาง มีการออกแบบและตกแต่งสไตล์โมเดิร์นผสมความเป็นท้องถิ่นของลำเลียง

ทั้งภายในห้องและบรรยากาศภายนอกห้อง มีพื้นที่สีเขียวเป็นส่วนมาก ทำให้เกิดความรู้สึกสบายตาและสบายใจเมื่อได้เข้ามาใช้บริการห้องพักเรา มีอาหารเช้าและกาแฟสดให้ผู้ที่เข้าพัก เนื่องจากผู้จัดทำเป็นคนในพื้นที่และอาศัยอยู่อำเภอลำเลียง จังหวัดเพชรบูรณ์เป็นเวลานานจึงได้นำวัฒนธรรมท้องถิ่นเข้ามาเป็นจุดเด่น เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาพัก โดยมีกิจกรรมทางด้าน วัฒนธรรมท้องถิ่นของจังหวัดเพชรบูรณ์ให้ศึกษาเรียนรู้ เช่น วัฒนธรรมไทลื้อ เป็นกิจกรรมการทำขนมเส้นซึ่งเป็นอาหารพื้นบ้านของอำเภอลำเลียง กิจกรรมการทำไก่ย่างข้าวเบือซึ่งเป็นภูมิปัญญาชาวบ้านของอำเภอบึงน้ำเต้าในการถนอมอาหารและมีกิจกรรมอื่นๆ เช่น กิจกรรมการเก็บ ผักออร์แกนิก เป็นการช่วยยกระดับบ้านเกิดให้เป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

สถานที่ตั้ง

ที่ตั้งของสถานประกอบการอยู่ที่ บ้านเลขที่ 233 ตำบลนาแซง อำเภอลำเลียง จังหวัด เพชรบูรณ์ 67120

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาการทำแผนธุรกิจรีสอร์ทในอำเภอลำเลียง จังหวัดเพชรบูรณ์

วิสัยทัศน์

พัฒนาสู่การเป็นรีสอร์ทชั้นนำของจังหวัดเพชรบูรณ์

พันธกิจ

1. เป็นรีสอร์ทที่มีมาตรฐานในเรื่องความสะอาดและปลอดภัย
2. เน้นการบริการที่ดี บริการนักท่องเที่ยวด้วยความเต็มใจ สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า
3. เพิ่มช่องทางการเข้าถึงผ่านโซเชียลมีเดียให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น
4. เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและพัฒนาชุมชน

เป้าหมาย

1. เป้าหมายระยะสั้น

1.1 เพิ่มช่องทางการจำหน่ายออนไลน์ เช่น การใช้ Facebook, Line ในการรับลูกค้า ภายใน 6 เดือน

2. เป้าหมายระยะกลาง

2.1 สร้างสื่อออนไลน์บน Facebook, Instagram, TikTok ให้มีผู้ติดตามมากกว่า 5,000 คน ภายใน 3 ปี

2.2 ทำให้รีสอร์ทเป็นที่รู้จักมากขึ้นในประเทศ ภายใน 3 ปี

3. เป้าหมายระยะยาว

3.1 มีผู้ติดตาม Facebook, Instagram, TikTok มากกว่า 10,000 คน ภายใน 5 ปี

3.2 สร้างรายได้จากยอดขายห้องพักจำนวน 60% ของห้องพักทั้งหมดตลอดทั้งปี ภายใน 7 ปี

3.3 ขยายห้องพัก 6 ห้องและมีโซนสำหรับผู้เข้าพักที่นำสัตว์เลี้ยงมาด้วย ภายใน 8 ปี

การบริการ

1. ด้านห้องพัก

ห้องพักรูปแบบบ้าน มีจำนวน 8 หลัง สำหรับเข้าพัก 2 คน ภายในห้องพักมีเตียงขนาด 6 ฟุต โต๊ะข้างเตียง โต๊ะวางของ โทรทัศน์ เครื่องปรับอากาศ ตู้เย็น ห้องน้ำส่วนตัว เครื่องทำน้ำอุ่น ของใช้อุปกรณ์อาบน้ำ ผ้าเช็ดตัว รองเท้า และมีระเบียงนั่งเล่นส่วนตัว



รูปที่ 2 ภายในห้องพักรูปแบบบ้าน

ที่มา : Thailand Tourism Directory. (2558). บ้านไม้พินา หล่มเก่า. ออนไลน์.

ห้องพักรูปแบบอาคาร 2 ชั้น มีจำนวน 18 ห้อง สำหรับเข้าพัก 2 คน ภายในห้องพัก มีเตียงคู่ ขนาด 3 ฟุต โต๊ะข้างเตียง โต๊ะวางของ โทรทัศน์ เครื่องปรับอากาศ ตู้เย็น ห้องน้ำส่วนตัว เครื่องทำน้ำอุ่น ของใช้อุปโภคบริโภค ผ้าเช็ดตัว รองเท้า เป็นต้น



รูปที่ 3 ภายในห้องพักรูปแบบอาคาร 2 ชั้น

ที่มา : Choowap. (2558). บ้านไม้พิชา. ออนไลน์.

มีบริการอาหารเช้าและกาแฟสดให้กับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักทุกห้อง และแขกที่เข้ามาพักจะได้ดื่มไม้ห้องละ 1 ต้น กลับไปด้วย

2. ด้านกิจกรรม

กิจกรรมการทำขนมเส้น (ขนมจีนเส้นสด) ซึ่งขนมเส้นเป็นอาหารพื้นบ้านที่ขึ้นชื่อของชาวหล่มเก่า จะประกอบไปด้วย เส้นขนมจีน น้ำยาต่างๆ เช่น น้ำพริก น้ำยาป่า น้ำยากะทิ น้ำปลาร้า และผักสด กิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวได้ทำ คือ การบีบเส้นขนมจีน ได้ทำเส้นสดและรับประทานเส้นที่ทำเองคู่กับน้ำยาต่างๆ



รูปที่ 4 การทำขนมจีนเส้นสด

ที่มา : MGR Online. (2559). “บุญมี ขนมจีน” หล่มเก่า รสเด็ด เส้นสด สีสนหลากหลาย. ออนไลน์.

กิจกรรมการทำไก่ย่างข้าวเบือ เป็นภูมิปัญญาชาวบ้านของอำเภอบึงน้ำเต้า จังหวัดเพชรบูรณ์ในการถนอมอาหาร โดยการนำไก่ไปเสียบไม้ปิ้งให้สุกแล้วนำไปทอดด้วยข้าวเบือและนำไปย่างอีกที รสชาติของไก่ย่างข้าวเบือจะมีรสเผ็ดและกลิ่นหอมของเครื่องแกง กิจกรรมจะให้นักท่องเที่ยวได้ทำไก่ย่างข้าวเบือ โดยจะมีพนักงานของทางรีสอร์ทคอยช่วยและดูแลอย่างใกล้ชิด



รูปที่ 5 ไก่ย่างข้าวเบือ

ที่มา : Thairath Online. (2560). ไก่ย่างข้าวเบือ อาหารเด็ดของคนเพชรบูรณ์บ้านเขา. ออนไลน์.

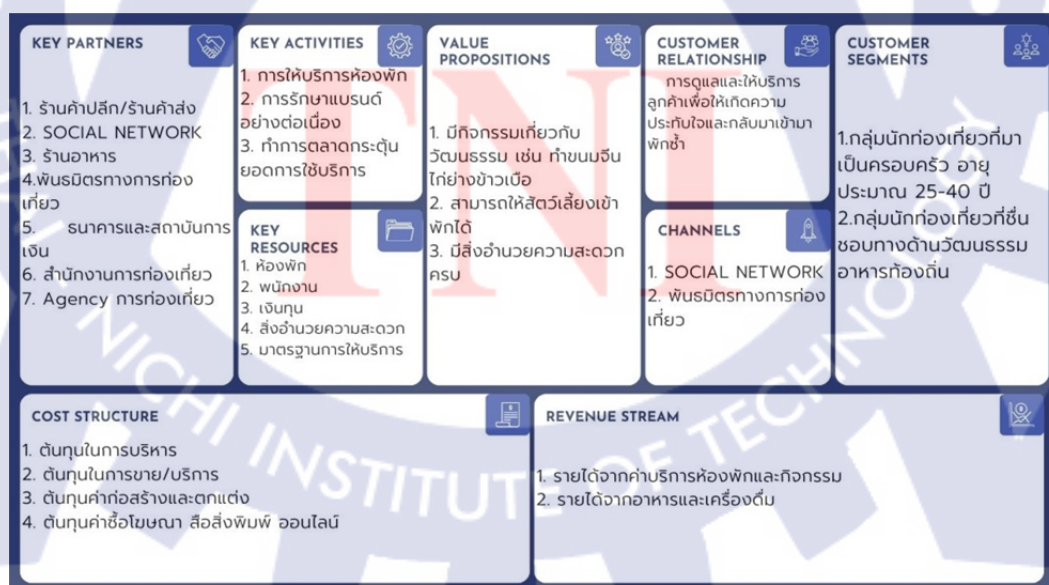
กิจกรรมการเก็บผักออร์แกนิก เป็นผักสวนครัวและผักสลัด นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปถ่ายรูปสวนผักได้ และเก็บผักตามต้องการโดยจะมีพนักงานของทางรีสอร์ทคอยดูแลและให้บริการ เป็นกิจกรรมที่ช่วยสานสัมพันธ์กับคนในครอบครัวหรือเพื่อนๆ ได้ดี



รูปที่ 6 กิจกรรมการเก็บผักออร์แกนิก

ที่มา : DDproperty Editorial Team. (2564). 8 วิธีปลูกผักสลัดกินเองที่บ้าน-สร้างรายได้ พื้นที่จำกัดก็ทำได้. ออนไลน์.

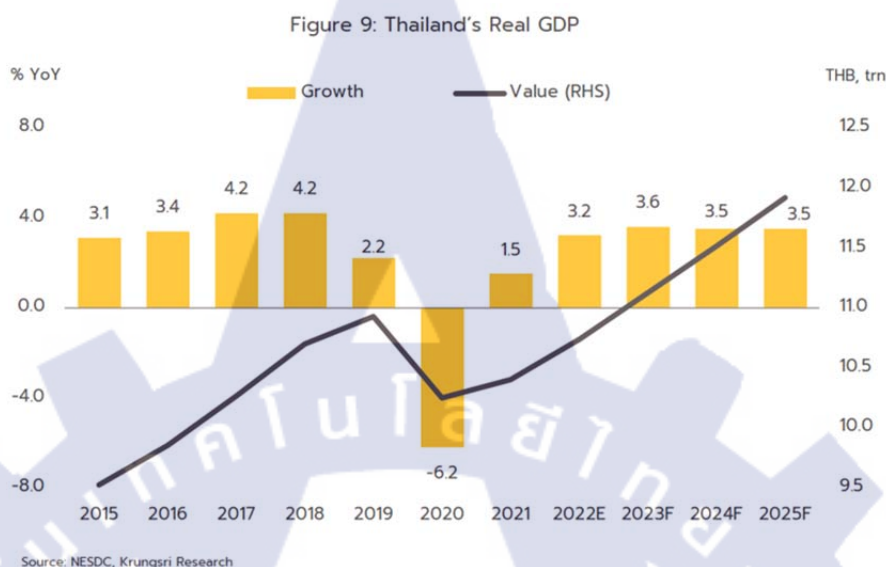
แบบจำลองธุรกิจ (Business Model Canvas)



รูปที่ 7 แบบจำลองธุรกิจ

การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและวิเคราะห์ตลาด

1. สภาพอุตสาหกรรม



รูปที่ 8 Thailand's Real GDP

ที่มา : Industry Team. (2566). แนวโน้มธุรกิจและอุตสาหกรรมไทยปี 2566-68. ออนไลน์.

เศรษฐกิจไทยคาดว่าจะขยายตัวเฉลี่ย 3.5% ต่อปีในช่วงปีพ.ศ. 2566-2568 ปรับตัวดีขึ้นจากที่เติบโต 3.2% ในปีพ.ศ. 2565 ซึ่งเป็นอัตราการเติบโตที่สูงกว่าเศรษฐกิจประเทศแกนหลัก แรงขับเคลื่อนสำคัญมาจาก

1.1 ภาคท่องเที่ยวที่เติบโตในอัตราเร่งส่งผลบวกต่อการจ้างงานแม้ยังต้องอาศัยเวลา โดยคาดว่าจะจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติจะกลับมาสู่ระดับปกติก่อนเกิดการระบาดของ COVID-19 ได้ในปีพ.ศ. 2568

1.2 การบริโภคภาคเอกชนที่ทยอยเติบโตตามความเชื่อมั่นในการใช้จ่ายของผู้บริโภค การฟื้นตัวของตลาดแรงงานและการใช้จ่ายของกลุ่มผู้มีรายได้สูง ส่วนการใช้จ่ายของกลุ่มผู้มีรายได้น้อยจะถูกจำกัดจากค่าครองชีพที่สูงและปัญหาหนี้ครัวเรือนที่อาจมีภาระเพิ่มเติมจากการปรับขึ้นดอกเบี้ย

1.3 การลงทุนภาคเอกชนโดยเฉพาะภาคบริการตามการฟื้นตัวของภาคท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงการลงทุนในภาคอุตสาหกรรมที่ทยอยเติบโตตามธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการยกระดับขีดความสามารถของธุรกิจเพื่อก้าวสู่ระบบเศรษฐกิจดิจิทัลและการขับเคลื่อน

เศรษฐกิจชีวภาพ-เศรษฐกิจหมุนเวียน-เศรษฐกิจสีเขียว (BCG Model) ด้านการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่ภาครัฐคาดว่าจะเร่งตัวขึ้น โดยเฉพาะโครงการที่รองรับเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor) ซึ่งตั้งเป้าหมายการลงทุนในช่วงปีพ.ศ. 2566-2570 ไว้ที่ 2.2 ล้านล้านบาท

1.4 การส่งออกยังขยายตัวได้แม้อัตราการเติบโตจะชะลอลงจากปีพ.ศ. 2565 ปัจจัยกดดันมาจากการชะลอตัวของการค้าโลกและแนวโน้มการทวนกระแสโลกาภิวัตน์ (Deglobalization) ท่ามกลางความขัดแย้งระหว่างประเทศมหาอำนาจ อย่างไรก็ตาม การส่งออกในบางตลาดหรือบางกลุ่มอาจช่วยบรรเทาการชะลอตัวของการส่งออกได้บ้าง อาทิ การส่งออกไปยังอาเซียนที่ยังมีพลวัตการเติบโต รวมทั้งการส่งออกกลุ่มเกษตรและอาหารซึ่งเป็นสินค้าจำเป็นและบางกลุ่มสามารถทดแทนสินค้าที่ได้รับผลกระทบจากวิกฤตรัสเซีย-ยูเครน สำหรับการดำเนินนโยบายการเงินของไทยเพื่อควบคุมเงินเฟ้ออาจไม่เข้มงวดมากนักเนื่องจากการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจยังอ่อนแอ คาดว่าอัตราดอกเบี้ยนโยบายมีแนวโน้มจะทยอยปรับขึ้นอย่างช้าๆ แต่ละระดับ 1.75% ในช่วงไตรมาสแรก of ปีพ.ศ. 2566 โดยเงินเฟ้อจะยังสูงในช่วงต้นปี พ.ศ. 2566 ก่อนจะทยอยกลับเข้าสู่กรอบเงินเฟ้อเป้าหมายได้ในช่วงกลางปี ด้านค่าเงินบาทยังคงเผชิญความผันผวนสูงจากการดำเนินนโยบายการเงินที่เข้มงวดของประเทศแกนหลักและความเสี่ยงจากต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม รายได้จากการท่องเที่ยวอาจช่วยหนุนให้เงินบาทแข็งค่าได้บ้างเป็นระยะ

2. แนวโน้ม ธุรกิจโรงแรมปีพ.ศ. 2566-2568

คาดว่าธุรกิจโรงแรมมีแนวโน้มฟื้นตัวในอัตราเร่งต่อเนื่อง โดยจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติจะเพิ่มขึ้นมาอยู่ในระดับใกล้เคียงกับช่วงก่อนวิกฤต COVID-19 (ปีพ.ศ.2562) ได้ในปีพ.ศ.2568 ที่ประมาณ 42 ล้านคน ขณะที่จำนวนนักท่องเที่ยวไทยมีโอกาที่จะฟื้นตัวได้เร็วกว่า โดยคาดว่าจะกลับมาอยู่ในระดับปกติในปีพ.ศ.2567 ประมาณ 185 ล้านทริป จากมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศอย่างต่อเนื่อง โดยผู้ประกอบการโรงแรมรายใหญ่ยังคงขยายการลงทุนต่อเนื่อง แม้อาจล่าช้ากว่าแผนอยู่บ้าง คาดว่าอัตราเข้าพักทั่วประเทศจะทยอยปรับเพิ่มขึ้นเป็นลำดับเฉลี่ยที่ 64% ในปีพ.ศ. 2566 เป็น 68% ในปีพ.ศ.2567 และจะอยู่ในระดับใกล้เคียงกับก่อนวิกฤต (ปีพ.ศ.2562) ที่ 71% ในปีพ.ศ. 2568

โรงแรมในพื้นที่ท่องเที่ยวหลัก กรุงเทพฯ พัทยา ภูเก็ต คาดว่ารายได้ปรับเพิ่มขึ้นต่อเนื่องจากปีพ.ศ.2565 โดยอัตราเข้าพักเฉลี่ยมีโอกาสูงถึง 75% ในปีพ.ศ.2568 โรงแรมในจังหวัดท่องเที่ยวสำคัญและจังหวัดศูนย์กลางภูมิภาค รายได้ทยอยฟื้นตัวตามนักท่องเที่ยวในประเทศเป็นหลัก จากมาตรการกระตุ้นของภาครัฐที่คาดว่าจะทยอยออกมาต่อเนื่องและโรงแรมในจังหวัดอื่นๆ รายได้ยังฟื้นตัวช้า อัตราการเข้าพักมีแนวโน้มอยู่ในระดับต่ำ เนื่องจากส่วนใหญ่รองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางผ่านเพื่อไปจังหวัดศูนย์กลางภูมิภาค/แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ โรงแรมที่ยังเปิดบริการอยู่อาจต้องใช้ระยะเวลาในการฟื้นตัวนานกว่าจังหวัดท่องเที่ยวสำคัญ (Industry Team. 2566)

3. วิเคราะห์คู่แข่ง

3.1 คู่แข่งทางตรง

CCF Resort ที่พักรูปแบบรีสอร์ท มีห้องพักมีหลายแบบให้เลือก จำนวน 8 ห้อง ราคาอยู่ที่ 800-1,600 บาทต่อคืน มีความเป็นส่วนตัว เป็นบ้านเดี่ยวตกแต่งสไตล์ฟาร์ม มีความน่ารัก สามารถถ่ายรูปได้ มีอาหารเชาบริการ มีเพจเฟซบุ๊กอัปเดตข้อมูลข่าวสารตลอดเวลา สามารถเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวอดนียมต่างๆ ของเมืองได้อย่างสะดวกง่ายดาย สามารถนำสัตว์เลี้ยงเข้าพักได้ มีที่จอดรถฟรี ทางเข้าที่พักอยู่ไกลจากถนนใหญ่

3.2 คู่แข่งทางอ้อม

TS Ville ที่พักรูปแบบโฮมสเตย์ อันดับ 1 ใน Tipadvisor.com ราคาอยู่ที่ 1,200-1,500 บาทต่อคืน มีห้องพักไม่มาก ทำให้มีความเป็นส่วนตัว เจียบสงบ เจ้าของมีความเป็นกันเอง มีอาหารเชาบริการ ในห้องมีสิ่งของอำนวยความสะดวก เช่น แก้วน้ำ ตู้เย็น ราวแขวนเสื้อผ้า เครื่องปรับอากาศ เครื่องใช้สำหรับอาบน้ำ ต้องมีรถส่วนตัวจึงสามารถเดินทางเข้าไปได้ มีที่จอดรถฟรี ทำเลที่ตั้งสามารถเดินทางไปกับแท็กซี่หรือรถสาธารณะได้ง่าย มีเพจเฟซบุ๊กอัปเดตข้อมูลข่าวสาร

4. PEST Analysis การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

4.1 Political Factor ปัจจัยทางการเมือง

4.1.1 แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ.2566-2570) มีวิสัยทัศน์ในการพัฒนาและขับเคลื่อนการท่องเที่ยวอย่างครอบคลุมและทั่วถึงภายในระยะเวลา 5 ปีโดยการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยในอนาคตนับจากนี้จะมุ่งเน้นไปที่การดำเนินการเพื่อพัฒนาและยกระดับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มีความเข้มแข็งต่อยอดการพลิกวิกฤตให้เป็นโอกาสในการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาอุตสาหกรรมให้สอดคล้องกับภาวะความปกติถัดไป (Next Normal) โดยจะเป็นการพลิกโฉมการท่องเที่ยวของไทย สู่การท่องเที่ยวเน้นคุณค่า (High Value Tourism) ซึ่งจะให้ความสำคัญกับการยกระดับใน 3 มิติ ได้แก่

(1) มิติเศรษฐกิจ (Economic) การพัฒนาให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นเศรษฐกิจท่องเที่ยวคุณค่าสูง (High Value Economy) โดยมีตัวอย่างแนวทางการพัฒนา เช่น การเพิ่มค่าใช้จ่ายทางการท่องเที่ยว (Tourism Spending) และดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพสูง (High Quality Tourists) การเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวด้วยเทคโนโลยี และ นวัตกรรม เป็นต้น

(2) มิติสังคม (Social) การพัฒนาให้เกิดสังคมและชุมชนท่องเที่ยวคุณค่าสูง (High Value Society) โดยมีตัวอย่างแนวทางการพัฒนา เช่น การสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และชุมชน การต่อยอดอัตลักษณ์ความเป็นไทย

การกระจายความเจริญทั้งทางตรงและทางอ้อมอย่างทั่วถึงทั้งประเทศ การพัฒนาให้ประเทศไทยสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปีการลดการท่องเที่ยวตามฤดูกาล เป็นต้น

(3) มิติสิ่งแวดล้อม (Environment) การต่อยอดคุณค่าให้กับทรัพยากร และสิ่งแวดล้อม (High Value Environment) โดยมีตัวอย่างแนวทางการพัฒนา เช่น การต่อยอดมูลค่าให้กับต้นทุนทางทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในภาคการท่องเที่ยว การบริหารจัดการ ทรัพยากรธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ การเพิ่มประสิทธิภาพ ในการใช้น้ำและพลังงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและมลพิษ จากการท่องเที่ยว เป็นต้น (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2566)

4.1.2 เส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยง 4 มรดกโลก

เป็นเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่จะนำนักท่องเที่ยวเริ่มต้นจาก กรุงเทพมหานคร - เมืองมรดกโลกอยุธยา - อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ - เมืองมรดกโลกหลวงพระบาง - เมืองมรดกโลกสุโขทัย โดยจังหวัดเพชรบูรณ์จะเป็นศูนย์กลางของเส้นทางและเป็นที่พัก กึ่งกลางระหว่างการเดินทาง ซึ่งนักท่องเที่ยวจะสามารถเลือกเข้าพักได้ทั้งที่จังหวัดเพชรบูรณ์ อำเภอเขาค้อ อำเภอหล่มสัก อำเภอหล่มเก่าได้ เส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยง 4 มรดกโลกนี้จะ เริ่มต้นที่กรุงเทพมหานครและเดินทางมาเที่ยวเมืองมรดกโลกอยุธยา แล้วเดินทางต่อขึ้นมาใช้ เส้นทางหลวง 21 เที่ยวเมืองโบราณศรีเทพ แล้วแวะพักแรมที่จังหวัดเพชรบูรณ์ ไม่ว่าจะเป็นตัว เมืองเพชรบูรณ์ หล่มสัก หล่มเก่า เขาค้อ หรือภูทับเบิก จากนั้นเดินทางต่อไปโดยใช้ทางหลวง หมายเลข 21 จากเพชรบูรณ์ หล่มสักหล่มเก่า แล้วแยกใช้ 2014 ผ่านเมืองด่านซ้ายไปใช้สาย 2114 ต่อ 2195 ไปยัง “ด่านนากระเซิง” ของอำเภอน้ำหนาว ข้ามไปยังเมืองแก่นท้าว แล้วใช้ถนน หมายเลข 4 ไปยัง ปากลาย น้ำปู๋ ไชยะบุรี สะพานท่าเดื่อ เขียงเงิน และเมืองมรดกโลกหลวงพระบาง ซึ่งตลอดเส้นทางนี้นอกจากจะตรง ใกล้ สะดวกและใช้เวลาน้อยกว่าเส้นทางอื่นๆ และก็มีทัศนียภาพ อันสวยงามของธรรมชาติแล้ว มีวิถีชีวิตชาวบ้านตามวัฒนธรรมล้านช้างหลวงพระบางอันงดงามที่ สามารถแวะสัมผัสได้ตลอดเส้นทาง หลังจากเที่ยวเมืองมรดกโลก

หลวงพระบางแล้ว ขากลับนักท่องเที่ยวสามารถเลือกเดินทางไปเที่ยวที่ เมืองมรดกโลกสุโขทัยโดยผ่านทางด่านภูดู่ จังหวัดอุดรธานีได้ ฉะนั้น จึงต้องมีการจัดกิจกรรม ประชาสัมพันธ์สื่อสารการตลาด ไปสู่สาธารณะ กลุ่มเป้าหมายและบริษัทนำเที่ยวต่าง ๆ เพื่อเปิด เส้นทางใหม่สายนี้ ในการเดินทางไปท่องเที่ยวหลวงพระบางโดยผ่านจังหวัดเพชรบูรณ์ (วิศิษฐ์ ไชยนิทานนท์. 2562)

สรุปประเด็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการเมือง (Political Factors) ส่งผลกระทบด้านบวกกับธุรกิจรีสอร์ทโดยในเรื่องของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566-2570) และเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยง 4 มรดกโลกเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยทำให้ ธุรกิจรีสอร์ทเติบโตได้

4.2 Economic Factors ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ

COVID-19 เข้ามาประเทศไทยทำให้ส่งผลกระทบทางเศรษฐกิจเป็นวงกว้าง กิจกรรมทางเศรษฐกิจและการจ้างงานต้องหยุดชะงักไปเพื่อชะลอโรคระบาดที่เกิดขึ้น มีผู้ประกอบการได้รับผลกระทบมากมาย ประชาชนมีรายได้ลดลงและไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามปกติ รวมไปถึงส่งผลให้สภาพคล่องทางการเงินของไทยอยู่ในภาวะตึงตัวซึ่งกระทบต่อกลไกการระดมทุนในตลาดการเงินไทยของภาคธุรกิจ หลังจากประเทศไทยได้รับผลกระทบจาก COVID-19 ซึ่งมีผลกระทบต่อด้านการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ปัจจุบันรัฐบาลก็ได้มีการสนับสนุนอำนวยความสะดวกและกระตุ้นเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวภายในประเทศมากยิ่งขึ้น ทำให้เศรษฐกิจภายในประเทศไทยโดยรวมมีทิศทางการฟื้นตัวกลับเข้าสู่ภาวะปกติ ซึ่งทำให้ธุรกิจโรงแรมและธุรกิจการบินฟื้นตัวกลับไปใกล้เคียงช่วงก่อน COVID-19 ได้ในปลายปีพ.ศ. 2567

ในปีพ.ศ. 2566 การท่องเที่ยวในประเทศไทยมีแนวโน้มฟื้นตัวได้ดี เนื่องจากทางประเทศจีนมีการประกาศเปิดประเทศ ทำให้มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น รวมไปถึงนักท่องเที่ยวชาวไทยก็มีการออกมาเที่ยวกันมากขึ้นอีกด้วยและนักท่องเที่ยวไทยมีแนวโน้มท่องเที่ยวในประเทศต่อเนื่อง อาจกลับมาอยู่ในระดับก่อนเกิด COVID-19 ได้ในปีนี้

จากภาวะเศรษฐกิจไทยที่เริ่มดีขึ้นเป็นลำดับ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวไทยออกเดินทางท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น ธุรกิจโรงแรมในปีพ.ศ.2566 มีการฟื้นตัวขึ้นตามจำนวนนักท่องเที่ยวที่มากขึ้น แต่ยังคงพึ่งพิงรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นหลักอยู่ในส่วนของอัตราการเข้าพักมีแนวโน้มฟื้นตัวได้ดีอย่างเห็นได้ชัด สาเหตุหลักมาจากระยะเวลาเข้าพักของนักท่องเที่ยวต่างชาตินานขึ้น รวมถึงอุปทานห้องพักยังไม่กลับมาอยู่ในระดับก่อนเกิด COVID-19 โดยธุรกิจโรงแรมบางส่วนยังไม่เปิดให้บริการอย่างเต็มรูปแบบ เนื่องจากต้องใช้เงินทุนค่อนข้างสูงในการดำเนินการและนักท่องเที่ยวกลุ่มหลักเป็นกรุ๊ปทัวร์ชาวจีนที่ยังเดินทางเข้าไทยไม่มากนักในระยะแรก (ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2566)

นอกจากนั้น อีกประเด็นหนึ่งที่คาดว่าจะช่วยให้เศรษฐกิจฟื้นต่อเนื่อง คือ การบริโภคภาคเอกชนที่ฟื้นตัวต่อเนื่อง โดยได้รับแรงสนับสนุนจากกิจกรรมทางเศรษฐกิจ อัตราเงินเฟ้อทั่วไปจะมีแนวโน้มปรับตัวลดลง โดยในปีพ.ศ. 2566 ขยายตัวเพิ่มขึ้น 3% กลับเข้ามาสู่กรอบเป้าหมายเงินเฟ้อในไตรมาสที่ 3 ของปีพ.ศ. 2566 และจะลดลงต่อเนื่องในปีพ.ศ. 2567 ซึ่ง ธปท.คาดว่าจะขยายตัวเพิ่มขึ้น 2.1% โดยราคาน้ำมันดิบดูไบมีแนวโน้มลดลงในปีพ.ศ. 2567 จากปริมาณการผลิตกลุ่มนอน-โอเปกที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น และการส่งออกน้ำมันของรัสเซียที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน หลังปรับเปลี่ยนเส้นทางการค้าเพื่อลดผลกระทบจากมาตรการคว่ำบาตร

สรุปประเด็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกด้านของสภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจส่งผลกระทบทางด้านบวกกับธุรกิจรีสอร์ท คือ การคาดการณ์แนวโน้มการเติบโตของธุรกิจการท่องเที่ยว ซึ่งจะส่งผลให้ธุรกิจรีสอร์ทที่มีอัตราการเติบโตตามไปด้วย และอัตราเงินเฟ้อทั่วไปจะมีแนวโน้มปรับตัวลดลง

4.3 Social Factors ปัจจัยด้านสังคม

เทรนด์การเดินทางท่องเที่ยวปีพ.ศ. 2567 เปิดเผยถึงความเชื่อว่าการเดินทางไม่ใช่แค่การหลีกหนีจากชีวิตประจำวัน แต่เป็นวิถีการใช้ชีวิตที่ดีที่สุดของเราอย่างแท้จริง ไม่ว่าจะเป็นความตื่นเต้นที่ได้สัมผัสผ่านการสำรวจจุดหมายปลายทางใหม่ๆ การดื่มด่ำกับวัฒนธรรมที่แตกต่างหรือการลิ้มรสประสบการณ์ที่ไม่เหมือนใคร การเดินทางมีพลังอันเหลือเชื่อที่จะช่วยให้เรากลายเป็นตัวเราในเวอร์ชันที่ดีที่สุด

ปีพ.ศ. 2567 นักท่องเที่ยวต้องการทราบไปถึงจุดกำเนิดและรากวัฒนธรรมของอาหารจานเด็ดแต่ละพื้นที่ในขณะเดินทางท่องเที่ยวเพื่อค้นหาเมนูเลิศรส นักท่องเที่ยวที่สนใจในการกินทั้งหลายจะหันมาอนุรักษ์อาหารแบบต้นตำรับแทนเทรนด์อาหารรูปแบบใหม่และการท่องเที่ยวเชิงอาหารในปีพ.ศ. 2567 จะถูกเน้นไปที่การออกเดินทางเพื่อทำความเข้าใจถึงเรื่องราวด้านประวัติศาสตร์ ภูมิศาสตร์ และวัตถุดิบที่หาได้เฉพาะพื้นที่ เป็นส่วนประกอบสำคัญของอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ในแต่ละท้องถิ่น ในขณะเดียวกันเทรนด์การเดินทางดังกล่าวจะช่วยสร้างความภาคภูมิใจ และเป็นการกระจายรายได้ให้กับชุมชนทั่วโลก จากการสำรวจข้อมูลของทาง Booking.com มีนักท่องเที่ยว 92% อยากลิ้มลองอาหารพื้นเมืองมากขึ้นในปีหน้า โดยเน้นค้นหารสชาติอาหารดั้งเดิมที่ปรุงด้วยสูตรลับที่ส่งต่อกันรุ่นสู่รุ่น เพื่อสำรวจและเปิดเผยถึงเรื่องราวด้านวัฒนธรรมที่อาจสูญหายหรือลึบเลือนไปในอีกฟากฝั่งหนึ่งของโลกและ 78% สนใจเรียนรู้ต้นกำเนิดอาหารจานเด็ดอาหารที่ “ห้ามพลาด” ในจุดหมายปลายทางนั้นๆ มากกว่าที่เคยเป็นมา (มิเชล เกา. 2566)

สรุปประเด็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมด้านสังคม ส่งผลกระทบทางด้านบวกกับธุรกิจรีสอร์ท เนื่องจากเทรนด์การท่องเที่ยวเรื่องอาหารได้เปลี่ยนไป นักท่องเที่ยวต้องการทราบถึงจุดกำเนิดและรากวัฒนธรรมของอาหารในแต่ละพื้นที่กันมากขึ้นและทางรีสอร์ทเราได้นำเอาเรื่องของวัฒนธรรมท้องถิ่นมาเป็นจุดเด่นของรีสอร์ท คือ มีกิจกรรมสอนทำอาหารท้องถิ่นและให้ความรู้เรื่องเกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่นของอำเภอหล่มเก่า

4.4 Technological Factors ปัจจัยด้านเทคโนโลยี

ปัจจุบันเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในการดำเนินชีวิตมากขึ้น เทคโนโลยีสามารถช่วยในการอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น การสื่อสารนำมาใช้ในการทำงาน ตลอดจนเรื่องนวัตกรรมต่างๆ ที่สามารถอำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวัน ในโลกธุรกิจก็เช่นกัน ธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วจากการมีเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามา ธุรกิจการท่องเที่ยวและที่พักก็เป็น

หนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรม ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมากในทศวรรษที่ผ่านมาและมีอิทธิพลเป็นอย่างมากในประเทศไทย โดยเราได้เข้ามาในยุคไทยแลนด์ 4.0 ซึ่งจะเน้นด้านเทคโนโลยีด้วย ซึ่งทำให้สามารถช่วยได้ทั้งการหาข้อมูล ด้านการท่องเที่ยว ที่พัก การเดินทาง

ในปัจจุบันนักท่องเที่ยวมักทำธุรกรรมทางการท่องเที่ยวผ่านช่องทางออนไลน์ และให้ความสำคัญกับการเลือกโรงแรม โดยโรงแรมต่างๆ มีการให้บริการ Online Travel Agents (OTA) เพื่อขยายช่องทางการขาย ซึ่งทำให้ต้องจ่ายค่าคอมมิชชั่นเพิ่มเติม การนำเสนอโปรโมชั่นพิเศษผ่านช่องทางของโรงแรมเองก็เป็นวิธีที่ลดต้นทุนอย่างหนึ่ง แต่การให้บริการ Online Travel Agents จะทำให้มีค่าคอมมิชชั่นสูง จึงควรให้โรงแรมทำการตลาดช่องทางการขายผ่านช่องทางของตนเอง เพื่อลดค่าคอมมิชชั่นและเพิ่มความน่าสนใจของลูกค้า

ด้านเทคโนโลยีมีผลต่อการท่องเที่ยวในทางบวก นักท่องเที่ยวสามารถค้นหาข้อมูลที่พิกผ่านสมาร์ตโฟนได้ทุกที่ทุกเวลา นอกจากนี้การใช้เทคโนโลยีสามารถช่วยให้ธุรกิจท่องเที่ยวและที่พักสามารถประชาสัมพันธ์ได้ด้วยตัวเอง ใช้สำหรับเป็นช่องทางการตลาดที่สามารถทำให้กลุ่มเป้าหมายได้รับข่าวสารช่องทางการขายสินค้าหรือบริการซึ่งง่ายต่อการเข้าถึง สัง้องและเปรียบเทียบ

5. Swot Analysis

5.1 สภาพแวดล้อมภายใน : การวิเคราะห์จุดแข็ง (Strengths) และจุดอ่อน (Weakness)

5.1.1 จุดแข็ง (Strengths)

มีกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยว กิจกรรมทำอาหารท้องถิ่น เช่น กิจกรรมทำขนมจีน ซึ่งเป็นอาหารท้องถิ่นที่ขึ้นชื่อของอำเภอหล่มเก่า จังหวัดเพชรบูรณ์ สถานที่ตั้งของที่พักตั้งอยู่ในจังหวัดที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมสูงเป็นอันดับต้นๆ ของประเทศไทย และสถานที่ตั้งอยู่ระหว่างแหล่งท่องเที่ยวทำให้สะดวกต่อการเดินทาง เจ้าของกิจการเป็นคนในท้องถิ่นสามารถให้ข้อมูลเรื่องการเดินทาง สถานที่และเรื่องอื่นๆ เกี่ยวกับพื้นที่นั้นแก่ลูกค้าได้อย่างชัดเจนและถูกต้อง มีพื้นที่จอดรถมากสามารถจอดได้แน่นอนและที่พักของเรายังสามารถให้สัตว์เลี้ยงเข้าพักได้

5.1.2 จุดอ่อน (Weakness)

บุคลากรของทางเรามีน้อยและยังขาดประสิทธิภาพในการทำงาน ในกรณีที่แขกเข้ามาใช้บริการเยอะ อาจทำให้ดูแลลูกค้าได้ไม่ทั่วถึง อีกทั้งประสิทธิภาพการทำงานในด้านการบริหารยังมีไม่มากนักทำให้อาจจะติดขัดในช่วงแรกและห้องพักมีเพียง 26 ห้อง ในช่วง High Season อาจไม่พอต่อความต้องการของลูกค้าได้

5.2 สภาพแวดล้อมภายนอก : การวิเคราะห์โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats)

5.2.1 โอกาส (Opportunities)

รัฐบาลมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศมากยิ่งขึ้นส่งผลให้ธุรกิจโรงแรมหรือที่พักมีนักท่องเที่ยวเข้าพักมากขึ้น อัตราการท่องเที่ยวของประเทศไทยหลังสถานการณ์ COVID-19 มีอัตราสูงขึ้นจากเดิม สถานที่ตั้งของที่พักตั้งอยู่บริเวณสังเกตได้ง่าย อีกทั้งในจังหวัดเพชรบูรณ์นั้นมีสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลายสามารถเดินทางไปเที่ยวต่อได้อย่างง่าย และเป็นเส้นทางผ่าน 4 มรดกโลก

5.2.2 อุปสรรค (Threats)

เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันของประเทศไทยนั้นไม่ดี ทำให้มีผลต่อการตัดสินใจในการวางแผนในเรื่องค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของลูกค้า อีกทั้งธุรกิจให้บริการที่พักเป็นธุรกิจที่เปิดง่าย ทำให้มีคู่แข่งหลายรายไม่ว่าจะเป็น รายเล็ก หรือรายใหญ่ และไม่ว่าจะเป็นรูปแบบของโรงแรม รีสอร์ทหรือบ้านพักตากอากาศ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีตัวเลือกที่หลากหลาย ค่าแรงขั้นต่ำมีอัตราสูงขึ้นส่งผลให้เกิดต้นทุนและค่าใช้จ่ายที่มากขึ้นตามไปด้วย

6. Five Force Model การประเมินอุตสาหกรรม

6.1 ภัยคุกคามจากการเข้ามาของกลุ่มรายใหม่

จากที่ผู้คนออกมาท่องเที่ยวกันมากขึ้นทำให้ ส่งผลให้นักลงทุนเกิดแรงจูงใจในการลงทุนธุรกิจรีสอร์ทมากขึ้นและรัฐบาลก็มีนโยบายสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ทำให้มีผู้ประกอบการเข้ามาทำธุรกิจในลักษณะเดียวกันมาก แต่รีสอร์ทของเรามีที่ตั้งอยู่ในทำเลที่ดี อยู่ติดถนนสายหลัก สามารถมองเห็นได้ชัดและเข้าถึงรีสอร์ทได้ง่าย มีพื้นที่กว้างมาก ทำให้ส่งผลทางด้านบวก เนื่องจากคู่แข่งหาทำเลที่ดีแบบเราได้นยาก

6.2 ภัยคุกคามจากการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน

ในอุตสาหกรรมเดียวกันนั้นธุรกิจโรงแรมมีจำนวนคู่แข่งมาก ทำให้มีการแข่งขันที่สูง เนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวเยอะและผู้ประกอบการหน้าใหม่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ แต่รีสอร์ทของเรามีการวางแผนกลยุทธ์เพื่อความอยู่รอดและรักษากำไรของกิจการ โดยมีการจัดกิจกรรมทางด้านวัฒนธรรมในรีสอร์ท ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ยังไม่มีที่ไหนทำมาก่อน ทำให้ส่งผลทางด้านบวกกับกิจการ

6.3 ภัยคุกคามจากอำนาจต่อรองของลูกค้า

ธุรกิจของรีสอร์ทมีรายได้หลักจากการบริการด้านที่พักและรายได้รองจากกิจกรรมที่จัดให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาวัฒนธรรมพื้นบ้าน ดังนั้น อำนาจการต่อรองของลูกค้าจะแบ่งออกเป็นด้านแรงงาน ด้านสิ่งของอำนวยความสะดวก ด้านวัตถุดิบของอาหารและเครื่องดื่ม

6.3.1 ด้านแรงงาน มีอำนาจต่อรองสูง เนื่องจากแรงงานในต่างจังหวัดเป็นแรงงานที่ขาดคุณภาพและประสบการณ์ ทักษะในการทำงานบริการไม่มี จึงทำให้การจะหาแรงงานที่มีคุณภาพค่อนข้างยาก

6.3.2 ด้านสิ่งของอำนวยการความสะดวก มีอำนาจต่อรองที่ต่ำ เนื่องจากมีผู้ขายอยู่ในตลาดจำนวนมากทำให้สามารถเลือกสินค้าและเปรียบเทียบราคาสินค้าได้ เพื่อให้ได้สินค้าที่ต้นทุนต่ำ

6.3.3 ด้านวัตถุดิบและเครื่องมือ มีอำนาจต่อรองที่ต่ำ เนื่องจากในตลาดมีวัตถุดิบขายจำนวนมากและแต่ละแหล่งจำหน่ายก็มีความแตกต่างกันไม่มาก มีราคาเป็นกลาง ส่งผลให้ธุรกิจมีอำนาจต่อรองมากกว่าคู่ค้า

6.4 ภัยคุกคามจากอำนาจต่อรองของลูกค้า

อำนาจการต่อรองของลูกค้าอยู่ในระดับสูง เนื่องจากนักท่องเที่ยวก่อนจะมาก็จะหาข้อมูลที่พักไว้ก่อนผ่านทางเว็บไซต์ต่างๆ ทำให้มีข้อมูลที่แต่ละที่ สามารถเปรียบเทียบกันได้แต่ละที่ เช่น ในเรื่องของราคา สถานที่ การบริการ เป็นต้น แต่ในช่วง High Season จะมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวเป็นจำนวนมากทำให้ความต้องการที่พักสูง ปริมาณที่พักไม่เพียงพอต่อความต้องการ ทำให้อำนาจต่อรองของลูกค้าต่ำกว่าช่วง Low Season

6.5 ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน

ปัจจุบันมีธุรกิจที่พุดกิดขึ้นมาก นอกจากรีสอร์ทแล้วยังมี โรงแรม อพาร์ทเมนต์ รายวัน ห้องเช่ารายวัน ที่ผู้บริโภคสามารถเข้าพักได้ อีกทั้งจังหวัดเพชรบูรณ์ยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีที่พักเกิดขึ้นมาจำนวนมาก ทำให้ผู้บริโภคมีตัวเลือกที่หลากหลายในการจองที่พัก ส่งผลทางด้านลบกับธุรกิจ

ทบทวนวรรณกรรม

1. วัฒนธรรมไทหล่ม

วัฒนธรรมไทหล่ม มีจุดศูนย์กลางอยู่ที่อำเภอหล่มเก่า ซึ่งเป็นอำเภอในเขตพื้นที่ตอนบนของจังหวัดเพชรบูรณ์ ในสมัยก่อนหล่มเก่ามีพื้นที่อุดมสมบูรณ์ เนื่องจากมีภูเขาหุบเขาเมืองมีคลองน้ำพุผ่านซึ่งเป็นสายน้ำที่แยกมาจากแม่น้ำป่าสัก เป็นแหล่งที่ตั้งของชาวบ้านสมัยก่อนมาอย่างยาวนาน เรียกว่า “คนหล่ม” ต่อมาได้มีผู้อพยพหนีสงครามมาจากหลวงพระบางและเวียงจันทน์ มาลงหลักปักฐานอยู่ในเมืองหล่มเก่า จากการที่เป็นกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีวัฒนธรรมที่แสดงถึงความ เป็นชาติเก่าแก่และเจริญรุ่งเรืองมานาน ทำให้มีการนำวัฒนธรรมเหล่านี้มาปฏิบัติ วัฒนธรรมของชาวล้านช้างเข้ามาผสมผสานกับวัฒนธรรมความเชื่อของคนหล่ม เกิดเป็น “วัฒนธรรมไทหล่ม” ซึ่ง

มีวัฒนธรรม ประเพณีและภาษาของตนเองที่มีอิทธิพลจากวัฒนธรรมล้านช้างอย่างชัดเจน เป็นชนบทรอบน้อมสืบทอดกันมาอย่างยาวนานจนถึงปัจจุบันนี้ มีความงดงาม โดดเด่น มีอัตลักษณ์สูง

1.1 ด้านลักษณะของผู้คน

คนหล่มเป็นคนมีอัธยาศัยดี มีน้ำใจ เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ มีความจริงใจ คนหล่มสืบเชื้อสายมาจากคนลาว ทั้งเชื้อสายจากหลวงพระบางและเวียงจันทน์ ในอดีตนิยมการสักขาตั้งแต่หน้าขายาวลงมาจนคลุมเข่าทั้ง 2 ข้าง

ภาษาที่ใช้พูดกัน เรียกว่า “ภาษาหล่ม” มีต้นกำเนิดมาจากเมืองหลวงพระบางของประเทศลาว จากนั้นก็มีการผสมผสานกับสำเนียงภาษาอื่นๆ เช่น ภาษาลาวเวียงจันทน์ ภาษาไทย ภาษาล้านนา จนเกิดเป็นสำเนียงของแต่ละพื้นที่ ภาษาหล่มเป็นภาษาถิ่นที่มีความโดดเด่น ไพเราะ และนิยมพูดกันอยู่มากในปัจจุบัน ซึ่งภาษาหล่มมีหลายสำเนียง เช่น หล่มดั่งเดิม บ้านดัว บ้านหวาย บุ่งคล้า บุ่งน้ำเต้า ท่าพล นาแซง

การแต่งกาย ผู้ชายไทหล่มสมัยก่อนจะใส่เสื้อหม้อห้อม เจาะรังดุม มีกระดุมทำจากกะลามะพร้าว บางทีก็ใช้ไม้กลัดกลัดเป็นทางลงมาแทนกระดุมโดยเฉพาะเสื้อที่ทอจากผ้าฝ้าย เนื้อผ้าจะหยาบก็จะใช้ไม้กลัดกลัดได้ เป็นเสื้อคอกลมแขว่งข้าง นุ่งกางเกงขาก๊วยหรือหัวโหล่ง คนแก่จะนุ่งผ้าโจงกระเบน แต่จะนุ่งแบบหยักรั้ง (นุ่งเหมือนโสร่งแต่ดึงชายผ้าขึ้นมาเหนือเข่า) เพื่อจะได้ก้าวขาได้สะดวก ทะมัดทะแมง ส่วนผู้หญิงจะใส่เสื้อลูกไม้ ในอดีตผู้หญิงชาวบ้านจะใส่เสื้อห้อยหรือเสื้อจับจีบ เนื่องจากทอผ้าไม่เป็น ไม่มีฝ้าย เสื้อห้อยจะย้อมสีด้วยใบครามเรียกว่าสีขี้ม้า นุ่งผ้าขึ้นสำหรับคนที่ฐานะดีก็จะมีเสื้อชั้นนอก ทั้งแขนสั้นและแขนยาว

1.2 ด้านวิถีชีวิตและอาหารการกิน

วิถีชีวิตคนหล่มเก่าจะเรียบง่าย และรู้จักกันแทบทุกคนทุกหลังคาเรือน ไม่ค่อยใช้จ่ายกันอย่างฟุ่มเฟือย ชีวิตคนหล่มจะเริ่มขึ้นตั้งแต่เช้าตรู่ เตรียมทำงานบ้านและออกไปทำงานตลาดสดในเมืองหล่มเก่ายังคงความเป็นพื้นบ้านและมีวิถีชีวิตของสดมากมายที่สามารถนำไปปรุงอาหารบ้านพื้นบ้านชนิดต่างๆ ตามฤดูกาลได้ เช่น ผักบักกั้ง แก้วขี้ปู แก้วขี้ปลา หมกอีฮวก แกงน้องวัว น้ำยาออกดอ้อ น้ำยาปู อุดลูดหน่อไม้ หมกปู ไส้กรอก หมกหน่อไม้ หมกหยวก ชุปบักมี้ ซ่าแตง ฯลฯ ส่วนของกินขึ้นชื่อของหล่มเก่าที่โด่งดังไปทั่วประเทศ คือ ขนมเส้นหล่มเก่า โดยการทำเส้นจะใช้วิธีบีบเส้นสด มีน้ำผสมและเครื่องเคียง ผักแกล้มมากมาย และผลไม้ที่เป็นจุดเด่นของจังหวัดเพชรบูรณ์ คือ มะขามหวาน หล่มเก่าเป็นแหล่งกำเนิดมะขามหวานของจังหวัดเพชรบูรณ์ โดยเฉพาะพันธุ์หมีนาง

1.3 ด้านประเพณีและความเชื่อ

อำเภอหล่มเก่าในอดีตได้รับอิทธิพลมาจากวัฒนธรรมล้านช้างหลวงพระบาง ทำให้มีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ นับถือศาสนาพุทธควบคู่ไปกับวิญญาณศักดิ์สิทธิ์ เกือบทุกหมู่บ้านทั้งในเมืองและนอกเมืองจะมีหอเจ้าพ่อเป็นที่สถิตอยู่ เจ้าพ่อเป็นผู้นำทางจิตวิญญาณ ค้ำครองให้ปลอดภัยและเจริญรุ่งเรือง จะมีชื่อเรียกเจ้าพ่อประจำหมู่บ้านของต่างกันออกไป เช่น เจ้าพ่ออยู่คำ เจ้าพ่อตอมาด เจ้าพ่อขุนซวง เจ้าพ่อสามดาว เจ้าพ่อหนองบัว เจ้าพ่อหนองตู เจ้าพ่อพระพรหม เจ้าพ่อหนองขาม เจ้าพ่อขุนจบ เจ้าพ่อวังเสือแดง และเจ้าพ่อสินชัย เป็นต้น เจ้าพ่อทุกองค์จะมีร่างทรงและมีบริวารเป็นจำนวนมาก ประมาณเดือนมิถุนายน ของทุกๆ ปี จะมีการเลี้ยงปีเจ้าพ่อเจ้านายกันใหญ่โต มีการจัดเครื่องเช่นบวงสรวง เข้าทรงและร้องรำทำเพลงกันอย่างสนุกสนาน ลูกศิษย์ผู้นับถือเจ้าพ่อก็จะกลับมาร่วมงานกันอย่างพร้อมเพรียง อีกทั้งเจ้าพ่อยังมีการรักษาโรคภัยไข้เจ็บที่เรียกว่า “การปั่ว” ให้แก่ผู้คนอีกด้วย

ภูมิปัญญาที่แฝงในพิธีกรรมเหล่านี้ นอกจากจะทำให้เกิดความรักความสามัคคีในชุมชนและความกตัญญูแล้ว ยังทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มคนในหมู่บ้าน รวมทั้งความเกรงกลัวและการละอายต่อการทำบาป เชื่อว่าหากทำไม่ดี คิดไม่ดี เจ้าพ่อจะไม่ให้ความคุ้มครองจากความเชื่อดังกล่าวทำให้ชาวหล่มเก่าหรือชาวไทหล่มเมื่อโยกย้ายไปสร้างปักหลักสร้างถิ่นฐานใหม่ที่ไหนก็ตามก็จะนำความเชื่อและพิธีกรรมเหล่านี้ไปปฏิบัติสืบต่อกัน ทำให้พิธีกรรมความเชื่อเรื่องการเลี้ยงเจ้าพ่อยังสามารถพบเห็นได้พื้นที่อื่นๆ เพียงแต่อาจจะแตกต่างไปตามกาลเวลาบ้าง ส่วนใหญ่ก็ยังมาจากพื้นเพเดิมวัฒนธรรมไทหล่มแทบทั้งสิ้น

ส่วนนิทานตำนานพื้นบ้านต่างๆ ของหล่มเก่าก็มีมากมาย เช่น การกำเนิดบ้านหินกลิ้ง ประวัติเรื่องราวเจ้าแม่เข้มทองของบ้านวัดตาล ตำนานต่อไม้มาดที่บ้านวังบาลที่มีเรื่องราวการขนขนอนไม้มาดเพื่อนำส่งลงไปเมืองหลวง โดยระหว่างทางจะเกิดเหตุการณ์ต่างๆ จนมีการเชื่อมโยงนำไปตั้งเป็นสถานที่ต่างๆ มากมายในหล่มเก่า เช่น พระธาตุดอยสะเก็ด หนองขาม เจ้าพ่อขุนจบ เจ้าพ่ออยู่คำ และเจ้าพ่อเหล็กชี เป็นต้น ความเชื่อเรื่องนิทานหลอกเด็ก ผีตาโม้ ของบ้านนาทราย ส่วนประเพณีที่สำคัญของหล่มเก่าคือการแข่งเรือลาพรรษาในลำน้ำพุงที่จัดต่อเนื่องกันมาช้านาน งานประจำปีขนมเส้นหล่มเก่า ประเพณีบุญบั้งไฟในหมู่บ้านต่างๆ เช่น บ้านนาแซง บ้านนาเกาะ เป็นต้น อีกทั้งประเพณีการถวายต้นผึ้งก็ยังคงมีการปฏิบัติอยู่บ้างตามวัดต่างๆ

1.4 ด้านศาสนสถาน

ในหล่มเก่ามีวัดเก่าแก่อายุเป็นจำนวนมาก สะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์เป็นเชื้อสายเดียวกันกับคนหลวงพระบางที่มีศิลปะล้านช้าง ได้แก่ หลวงพ่อใหญ่วัดศรีมงคลบ้านหินกลิ้ง หลวงพ่อใหญ่วัดตาลและหลวงพ่อกว้างวัดทุ่งธงไชย สิมโบราณที่วัดศรีบุญเรืองบ้านนาซำ วัดโพธิ์ทองบ้านน้ำครั่ง วัดศรีมงคลบ้านนาทราย และวัดม่วงเย็นบ้านน้ำอ้อย ศาสนสถานที่สำคัญอื่นๆ ก็มีกระจายอยู่ทั่วพื้นที่ เช่น หลวงพ่อขาวที่บ้านวัดตาล พระธาตุที่วัดพลแพงบ้านนาแซง พระธาตุ

ปูเถร พระธาตุในวัดศรีฐานและพระธาตุดอยสะเก็ดบ้านวังบาล พระธาตุที่วัดศรีมงคลบ้านหินกลิ้ง พระธาตุวัดม่วงชุมบ้านพรวน และพระธาตุภูผาชัยสวรรค์บ้านภูผักไซ่ นอกจากนี้ยังมีพระพุทธรูปนอนตะแคงซ้ายและพระพุทธรูปปางถวายพระเพลิงอยู่วิหารหลังโบสถ์วัดทุ่งธงไชยอีกด้วย และสิ่งที่สำคัญอีกอย่างของหล่มเก่า คือ จิตรกรรมฝาผนังในสิมของวัดศรีมงคลบ้านนาทรายและจิตรกรรมเสาแปดเหลี่ยมที่ศาลาวัดทรายงามบ้านห้วยมะเขือ ซึ่งเป็นศิลปะที่มีความโดดเด่นสวยงามน่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง

1.5 ด้านที่อยู่อาศัยและหมู่บ้าน

ในสมัยก่อนที่อยู่อาศัยของคนหล่มเก่านิยมสร้างด้วยไม้ ใต้ถุนสูง บนบ้านมีส่วนฝาเปิดและตีไม้ระแนงเป็นตารางเพื่อให้อากาศผ่านได้ดีและสามารถป้องกันอันตรายจากภายนอก มีการสร้างที่อยู่อาศัยกันอย่างใกล้ชิดติดกันอย่างอบอุ่น ปัจจุบันความเป็นหมู่บ้านที่อยู่น้อยอย่างอบอุ่นนี้ยังคงสามารถพบเห็นได้ที่ บ้านศรีสุขมั่ง บ้านวัดตาล บ้านหินกลิ้ง และบ้านที่อยู่ในระแวกตลาดหล่มเก่า ซึ่งยังคงปรากฏให้เห็นเป็นห้องแถวโบราณที่สร้างด้วยไม้อยู่มากมาย โดยส่วนใหญ่ห้องแถวดังกล่าวมีระเบียบอยู่ชั้นสอง ดูสวยงามและมีคุณค่าเป็นอย่างยิ่ง ที่บ้านภูผักไซ่จะมีบ้านที่สร้างเป็นลักษณะพิเศษคือ บ้านสายของหิน ที่มีภูมิปัญญาโบราณแฝงอยู่ชื่อหมู่บ้านต่างๆ ในหล่มเก่าก็มีความแปลกและน่าสนใจถึงความหมายและที่มา เช่น หินกลิ้ง หินฮาว โจ๊ะโหวะ วังเวิน วังบาล ท่าผุ ภูผักไซ่ ปาผา ทับเบิก นาแซง นาเกาะ แก่งโตนสงเปลือย ศิลา ตาดกลอย เป็นต้น (วิศิษฐ์ ไหมษิตานนท์. 2556)

บทที่ 2

แผนการตลาด

การวิจัยตลาด

1. วัตถุประสงค์ในการวิจัย

- 1.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการรีสอร์ท
- 1.2 เพื่อศึกษาแผนธุรกิจและกลยุทธ์มาใช้ในการดำเนินธุรกิจ

2. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 2.1 สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปพัฒนารีสอร์ทและการบริการ เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น
- 2.2 สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้วางแผนกลยุทธ์การตลาดให้เหมาะสม

3. ระเบียบวิธีวิจัย

การวางแผนกลยุทธ์และการพัฒนาปรับปรุงรีสอร์ท การบริการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า ทางผู้จัดทำเลือกใช้วิธีการสัมภาษณ์ โดยสัมภาษณ์จนกว่าจะได้ข้อมูลที่เสถียร กลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยว มากันเป็นครอบครัว มีอายุ 25-40 ปี มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ รวมทั้งกลุ่มของนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบในด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นด้วย เนื่องจากปัจจุบันเริ่มนักท่องเที่ยวที่ออกเดินทางโดยมีจุดมุ่งหมายคือแสวงหารากฐานที่มาของอาหารท้องถิ่นและต้องการลิ้มลองอาหารท้องถิ่นมากกว่าอาหารที่เป็นเทรนด์อยู่ในสมัยนี้ ซึ่งในการวิจัยนี้มีระยะเวลาในการทำ คือ สัมภาษณ์ภายในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2566

โดยจะแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เคยมาใช้บริการรีสอร์ทในจังหวัดเพชรบูรณ์ และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เคยใช้บริการรีสอร์ทในจังหวัดอื่น

4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์ Key Informant มีการกำหนดประเด็นคำถามอยู่ในภาคผนวก ก เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ต้องการอย่างครบถ้วนและตรงตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ โดยมีเกณฑ์การคัดเลือก ดังนี้

- 4.1 มีประสบการณ์ในการพักที่รีสอร์ท
- 4.2 มากับครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน
- 4.3 อายุ 25-50 ปี
- 4.4 เพศชาย-หญิง
- 4.5 รายได้ 20,000-30,000 บาทต่อเดือน

5. สรุปผลการวิจัย

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เคยมาใช้บริการรีสอร์ทในจังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 5 คน และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เคยใช้บริการรีสอร์ทในจังหวัดอื่น จำนวน 5 คน รวมทั้งหมด 10 คน โดยรายละเอียดคำตอบของผู้ให้สัมภาษณ์จะอยู่ในภาคผนวก ข ได้ข้อมูลที่เสถียรและชัดเจน สรุปผลได้ ดังนี้

5.1 เรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความพึงพอใจ

ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มักจะท่องเที่ยวกับเพื่อนและครอบครัว เฉลี่ยปีละ 3-4 ครั้ง โดยจะพักที่โรงแรมและรีสอร์ท ส่วนใหญ่จะเข้าพัก 1-2 คืน เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนมากก็จะพอใจในที่พักที่เคยไป จะมีเรื่องการบริหารอำนวยความสะดวกและอาหารในที่พักที่ผู้ให้สัมภาษณ์ต้องการเพิ่มขึ้น และเสนอแนะเรื่องบรรยากาศของที่พักให้ดูเป็นธรรมชาติ ผ่อนคลาย เหมาะกับการพักผ่อน มีพนักงานประจำการอยู่ตลอดเวลา

5.2 เรื่องปัญหาและความต้องการของลูกค้า

โดยรวมผู้ให้สัมภาษณ์มีปัญหาเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกและมีที่จอดรถเพียงพอเนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่เดินทางเข้ามาพักโดยรถยนต์ส่วนตัว ความต้องการของลูกค้าที่เข้าพัก คือ ต้องการที่พักที่อยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวและแหล่งอาหาร มีบรรยากาศดี ผ่อนคลาย ความสะอาด เดินทางสะดวกและราคาสมเหตุสมผล มีกิจกรรมให้เลือกทำเพราะเนื่องจากลูกค้าบางท่านที่มาพักผ่อน ไม่ได้มีแผนออกไปเที่ยวข้างนอกจึงต้องการกิจกรรมทำที่รีสอร์ทเพิ่ม

5.3 เรื่องปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ

5.3.1 ด้านผลิตภัณฑ์และการให้บริการ (Product & Service)

ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญเรื่องธรรมชาติโดยรอบๆ ของที่พัก บรรยากาศของที่พัก โลเคชั่นของที่พักใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวและแหล่งอาหาร ความสะดวกในการเดินทาง ส่วนเรื่องกิจกรรม ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มองว่ากิจกรรมที่น่าสนใจจะเป็นกิจกรรมท้องถิ่นตามแต่ละพื้นที่นั้นๆ และลงมือทำร่วมกับคนที่ไปพักด้วย

5.3.2 ด้านราคา (Price)

ผู้ให้สัมภาษณ์บอกว่าราคาที่เคยไปพักอยู่ที่ห้องละ 1,000-3,000 บาทต่อคืน เป็นราคาที่รวมค่าที่พักและอาหารเช้า และได้ถามเรื่องราคาที่ยอมจ่ายให้กับรีสอร์ทที่มีอาหารเช้าให้และมีกิจกรรมทำ อยู่ในช่วงราคา 2,000-2,500 บาท

5.3.3 ด้านช่องทางการให้บริการ (Place)

ช่องทางการจองที่พักส่วนใหญ่ผู้ให้สัมภาษณ์บอกว่าที่ผ่านมาจะจองผ่านทางออนไลน์ เว็บไซต์ต่างๆ เช่น Agoda, Booking เพราะว่าสะดวก สามารถเทียบราคาได้ง่าย และ

จ่ายเงินได้อย่างสบายใจในระดับหนึ่ง ถ้าหากจองโดยตรงก็อาจจะมีเพจปลอม ทำให้โดนโกงได้ แต่อีกส่วนเป็นส่วนน้อยที่ติดต่อดโดยตรงกับที่พัก เนื่องจากติดต่อสอบถามได้ง่ายและรวดเร็วกว่าเว็บไซต์ของทางเอเจนซี่ มีการสอบถามเพิ่มเติมเรื่องช่องทางการติดต่อหรือจองห้องพักโดยตรงกับทางรีสอร์ท ทางผู้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่บอกว่าดี เป็นทางเลือกให้ลูกค้าได้หลายทาง

5.3.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

การค้นหาข้อมูลส่วนใหญ่จะหาจากทางอินเทอร์เน็ต ทางเว็บไซต์เป็นหลัก จะค้นหาจากที่เที่ยวในจังหวัดก่อนและหาที่พักในจังหวัด การอ่านรีวิวจากคนที่ไปพักมาก็มีผลต่อการเข้าพักเป็นอย่างมาก แสดงให้เห็นว่าเรื่องโซเชียลมีเดียเป็นเรื่องที่สำคัญมาก ๆ ในปัจจุบันผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ไม่ได้เข้ามาพักซ้ำที่เดิม ทำให้โปรโมชั่นสำหรับลูกค้าเก่าไม่ได้มีความน่าสนใจมากเท่าไร

5.3.5 ด้านบุคลากร (People)

จากที่สัมภาษณ์ผู้สัมภาษณ์จะชื่นชอบพนักงานที่มีจิตใจบริการ ยิ้มแย้มแจ่มใส ดูแลดี และสิ่งที่ไม่ชอบคือ กิริยาเชิงกร้าว น้ำเสียงไม่พอใจเวลาผู้เข้าพักสอบถามกับเวลาที่ต้องการความช่วยเหลือแต่พนักงานไม่อยู่ประจำการ การที่มีพนักงานเพียงพอต่อความต้องการเป็นสิ่งที่ดี และพนักงานแต่ละคนสามารถตอบคำถามเรื่องทั่วไปของรีสอร์ทได้นั้นจะยิ่งดี

5.3.6 ด้านลักษณะแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment)

การตกแต่งที่พักก็เป็นอีกเหตุผลหนึ่งที่ผู้เข้าพักใช้ในการตัดสินใจเข้าพัก ผู้เข้าพักชอบการตกแต่งภายในแบบเรียบง่ายสบายตา มีการจัดระเบียบห้องเป็นสัดส่วน มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบ บรรยากาศภายนอกมีความใกล้ชิดธรรมชาติ ตกแต่งด้วยต้นไม้ ดอกไม้ สวนผัก ทำให้รู้สึกผ่อนคลาย สงบ ปลอดภัย และที่สำคัญต้องสะอาดและปลอดภัย

5.3.7 ด้านกระบวนการ (Process)

ประทับใจการบริการที่ดี ดูแลลูกค้า พนักงานมีจิตใจบริการ ยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาไพเราะ สิ่งที่ต้องการให้มีเพิ่มเติมจะเป็นเรื่องของการให้คำแนะนำเกี่ยวกับแหล่งสถานที่ท่องเที่ยวใกล้ๆ เรื่องการเดินทางไปสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ส่วนใหญ่ผู้เข้าพักจะทำการจองที่พักก่อนเข้าพักเสมอ

5.4 เรื่องแนวโน้มการเข้ามาใช้บริการ

จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่ม ส่วนใหญ่บอกว่ามีความสนใจในการเข้าพักที่รีสอร์ท เนื่องจากมีกิจกรรมทางด้านท้องถิ่นให้ทำ เรื่องอาหารพื้นบ้านของจังหวัดเพชรบูรณ์ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่หลายท่านไม่เคยได้ทำมาก่อนและมีบรรยากาศเป็นธรรมชาติ ซึ่งบรรยากาศโดยรวมก็เป็นอีกจุดหนึ่งที่ทำให้ผู้สัมภาษณ์เกิดความสนใจและอยากเข้ามาพักที่รีสอร์ท

กลยุทธ์ทางการตลาด

1. Segmentation

แบ่งส่วนตลาดตามลักษณะประชากร (Demographic Segmentation) โดยผู้จัดทำจะแบ่งกลุ่มโดยใช้รายได้และอายุ แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1.1 กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นครอบครัว 70% ที่มีพ่อแม่อายุประมาณ 25-40 ปี มีรายได้ 20,000-35,000 บาท เป็นกลุ่มครอบครัวพ่อแม่วัยทำงาน มีรายได้ระดับปานกลาง ต้องการพักในราคาประหยัด และต้องการทำกิจกรรมร่วมกันในครอบครัว

1.2 กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบทางด้านวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่น 30% อายุประมาณ 25-60 ปี มีรายได้ 20,000-35,000 บาท มาเที่ยวเพื่อพักผ่อนและเรียนรู้ที่มาของอาหารและวิธีการทำอาหารแบบดั้งเดิม

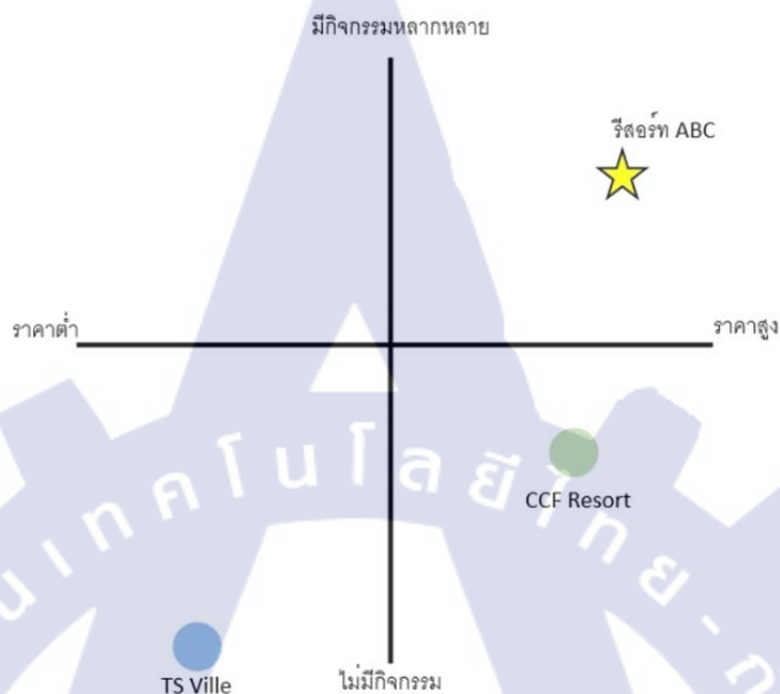
2. Target

แบ่งกลุ่มเป้าหมายลูกค้าออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

2.1 กลุ่มเป้าหมายหลักของทางรีสอร์ท คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน ซึ่งกลุ่มนี้จะมาพักผ่อนกันช่วงวันหยุดหรือเทศกาลต่างๆ อาจจะมีเด็ก ๆ หรือผู้สูงอายุมาด้วย ต้องได้รับการเอาใจใส่เป็นพิเศษ โดยกลุ่มนี้ต้องการมาพักผ่อนและใช้เวลาในวันหยุดเพื่อทำกิจกรรมอยู่กับครอบครัวหรือเพื่อนๆ

2.2 กลุ่มเป้าหมายรอง คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบทางด้านวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่น กลุ่มนี้จะมาพักผ่อนและต้องการเรียนรู้ถึงวัฒนธรรมและวิถีชีวิต ความเป็นมาของสถานที่อาหาร ภาษาถิ่นต่างๆ อาจเป็นนักศึกษาในระดับมหาวิทยาลัยที่ต้องการข้อมูลไปใช้ในการเรียนหรือคนวัยทำงานที่มีความชอบด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นของในแต่ละพื้นที่ ซึ่งแต่ละพื้นที่จะมีวัฒนธรรมที่แตกต่างกันออกไป

3. Positioning



รูปที่ 9 Positioning

4. ส่วนผสมทางการตลาดบริการ (Marketing Mix : 7Ps)

4.1 กลยุทธ์ทางด้านผลิตภัณฑ์และการให้บริการ (Product & Service)

ทางรีสอร์ทมีสินค้าหลักเป็น การบริการ ซึ่งการบริการไม่สามารถจับต้องได้แต่รับรู้ได้ด้วยความรู้สึก เช่น การบริการที่ดี พนักงานมีความเอาใจใส่ลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ จดจำ ลูกค้าก็จะกลับมาหาเราอีก ดังนั้น จำเป็นต้องวางแผนกลยุทธ์เพื่อให้เกิดการบริการที่ลูกค้าประทับใจและจดจำภาพลักษณ์ของรีสอร์ท โดยกลยุทธ์ที่นำมาใช้ คือ สร้างความเป็นเอกลักษณ์

4.1.1 ทางด้านบรรยากาศของรีสอร์ทจะเป็นธรรมชาติโดยรอบ ๆ มีต้นไม้ใหญ่ พื้นที่สีเขียวมีส่วนผัก มีดอกไม้ตกแต่ง แต่จะไม่ตกแต่งให้ดูรกจนเหมือนป่าเกินไป ให้อยู่แล้วรู้สึกผ่อนคลาย สบายใจ มีความสงบ ในส่วนของห้องพักจะมีการตกแต่งแบบเรียบง่ายตามสไตล์ท้องถิ่น และจะมีการนำเอาของพื้นบ้านในอำเภอมาตกแต่งห้องให้ดูมีความเป็นท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น เช่นการนำเอาผ้าชิ้นมาตกแต่งที่นอน นำมาทำเป็นหมอนหรือนำมาตกแต่งฝาผนังห้อง

4.1.2 ทางด้านการเรียนรู้ จะมีกิจกรรมต่างๆ ดังนี้

(1) กิจกรรมทำอาหาร (บีบเส้นขนมจีนและทำไก่ย่างข้าวเบือ) กิจกรรมนี้เป็นกิจกรรมที่มีสำหรับบริการลูกค้า แนวคิดการนำเสนอกิจกรรมนี้ให้แก่ลูกค้าเนื่องจาก ทางรีสอร์ทต้องการสร้างความแตกต่างจากรีสอร์ทอื่นๆ ในพื้นที่ ซึ่งรีสอร์ทอื่นนั้นยังไม่มีบริการกิจกรรมทำอาหารในลักษณะนี้มาก่อน ดังนั้น กิจกรรมนี้เป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ที่นำมาดึงดูดความสนใจของลูกค้า และเป็นกิจกรรมที่ช่วยสร้างรายได้ให้กับธุรกิจด้วย

(2) กิจกรรมเชิงเกษตรอินทรีย์ (เก็บผักออร์แกนิก) เป็นอีกหนึ่งกิจกรรมที่นำมาเสนอแก่ลูกค้า เป็นการทำกิจกรรมง่ายๆ ในไร่ของทางรีสอร์ทเอง เนื่องจากทางรีสอร์ทมีพื้นที่ทำการเกษตรอินทรีย์จำนวนมากและมีพืชผักที่หลากหลาย จึงได้นำมาเป็นแนวคิดการบริการเชิงเกษตรอินทรีย์สำหรับผู้ชื่นชอบธรรมชาติและชอบเรียนรู้การทำไร่เกษตรอินทรีย์

4.2 กลยุทธ์ทางด้านราคา (Price)

จากข้อมูลพบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวยินดีจ่ายค่าที่พักพร้อมบริการอาหารเช้าและกิจกรรม ในราคาระหว่าง 2,000-2,500 บาท ขึ้นอยู่กับลักษณะที่พักและกิจกรรมที่ลูกค้าเลือกเสริม ดังนั้นทางรีสอร์ทจะแบ่งราคาเป็น 2 ราคาตามลักษณะห้องพัก คือ ห้องพักประเภทบ้านเดี่ยว 2,800 บาทต่อคืน และห้องพักที่อยู่ในอาคาร 2 ชั้นราคา 2,500 บาทต่อคืน กลยุทธ์ทางด้านราคาที่ใช้ คือ

4.2.1 กลยุทธ์การตั้งราคาตามฤดูกาล (Seasonal Pricing Strategy)

ในช่วง High Season คือช่วงฤดูหนาว เดือน พฤศจิกายน-มกราคม จะมีการปรับราคาขึ้นอยู่ที่ 3,000-3,200 บาท และเมื่อหมดช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวสูงก็จะปรับราคาลงตามเดิมช่วง Low Season จะเป็นช่วงฤดูร้อน เริ่มเดือนมีนาคมไปจนถึงพฤษภาคม ราคาปกติ 2,000-2,500 บาท และจะมีการจัดทำราคาพิเศษให้ลูกค้าที่มาเข้าพัก ลดราคาห้องพักลงตามเทศกาลพิเศษ หรือมีราคาแพ็คเกจที่รวมกิจกรรมไว้แล้ว

4.2.2 กลยุทธ์การตั้งราคาตามระยะเวลาที่เข้าพัก (Long-of-stay Pricing Strategy)

โดยเมื่อลูกค้าเข้าพักมากกว่า 1 คืน จะได้รับส่วนลด 15% ในคืนที่ 2 ซึ่งการลดราคานี้จะไม่สามารถใช้ในการเข้าพักวันแรกในวันศุกร์และวันเสาร์ได้

4.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการให้บริการ (Place)

4.3.1 ช่องทางการจำหน่าย

มีช่องทางการจองห้องพักหลายช่องทาง ดังนี้

(1) ทางโทรศัพท์ เพื่อความสะดวกสบายของลูกค้า ทางรีสอร์ทมีบริการการจองที่พักผ่านทางโทรศัพท์ ลูกค้าจะสามารถติดต่อได้ทันทีและไม่ต้องรอนาน

(2) ทางอินเทอร์เน็ต เพื่อช่วยให้เข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้นและช่วยในการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า ทางรีสอร์ทได้ใช้ช่องทางออนไลน์ในการจองที่พักและการตลาด คือ Agoda Facebook Line และมีแพลตฟอร์มอื่นๆ ที่ช่วยทำการตลาดด้วย เช่น TikTok Instagram เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงลูกค้าให้มากขึ้น

4.3.2 สถานที่ตั้ง

ที่ตั้งของสถานประกอบการอยู่ที่ บ้านเลขที่ 233 ตำบลนาแซง อำเภอหล่มเก่า จังหวัดเพชรบูรณ์ 67120

4.4 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

4.4.1 แผ่นพับ

จัดทำแผ่นพับที่มีข้อมูลห้องพัก รูปห้องพัก กิจกรรม บรรยากาศโดยรอบของรีสอร์ท โปรโมชั่นต่างๆ ข้อมูลการติดต่อ รวมไปถึงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญให้ลูกค้าสามารถไปได้

4.4.2 ป้ายโฆษณา

ทำป้ายโฆษณาให้นักท่องเที่ยวที่ผ่านทางมาพบเห็น ติดป้ายตามสถานที่ต่างๆ ตามแหล่งท่องเที่ยว

4.4.3 อินเทอร์เน็ต

ใช้ช่องทางออนไลน์ในการเข้าถึงลูกค้าโดยตรง ช่วยในการจองห้องพัก สื่อประชาสัมพันธ์และทำการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ เป็นการเพิ่มโอกาสในการขยายฐานลูกค้าให้มากขึ้น

4.4.4 จัดทำแพ็คเกจพักร่วมทำกิจกรรม

จัดทำแพ็คเกจห้องพักพร้อมทำกิจกรรมในช่วงเทศกาลต่างๆ โดยจะต้องจองก่อนล่วงหน้า ราคาจะถูกกว่าซื้อห้องพักกับกิจกรรมเสริมแยกกันหรือ Walk-in เพื่อช่วยกระตุ้นความสนใจของลูกค้าให้เข้ามาพักมากขึ้น และอีกทั้งยังเป็นการเก็บข้อมูลช่วยให้รีสอร์ทที่มีข้อมูลไว้วิเคราะห์แนวทางการบริการต่อไปและช่วยให้ทางรีสอร์ทเตรียมความพร้อมได้อีกด้วย

4.4.5 ส่วนลดพิเศษ

จัดทำการส่งเสริมการตลาดโดยมีโปรโมชั่นลดราคาที่พักให้กับนักท่องเที่ยวที่มาพัก 2 ครั้งขึ้นไป ได้ส่วนลด 20% เพื่อเป็นกลยุทธ์ดึงดูดให้ลูกค้ากลับมาพักอีก และส่วนลด 25% สำหรับนักท่องเที่ยวที่มากันเป็นหมู่คณะ 20 คนขึ้นไป

4.4.6 จัดกิจกรรม CSR

ปัจจุบันผู้คนตระหนักเรื่องสิ่งแวดล้อมกันมากขึ้น เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อธุรกิจ ทางรีสอร์ทจึงต้องจัดกิจกรรม CSR เช่น การประหยัดพลังงาน เนื่องจากรีสอร์ทเป็นสถานที่ที่ต้องใช้พลังงานไฟฟ้าเยอะจึงทำ CSR เกี่ยวกับเรื่องพลังงาน

4.5 กลยุทธ์ด้านบุคลากร (People)

4.5.1 การจัดอบรมพนักงานและเพิ่มทักษะพัฒนาความรู้

มีการจัดอบรมพนักงานและเพิ่มทักษะของพนักงานอยู่เป็นประจำ เนื่องจากเราเป็นธุรกิจบริการดังนั้นทรัพยากรบุคคลจึงนับว่าเป็นส่วนสำคัญในการประกอบธุรกิจ ช่วยให้ธุรกิจดำเนินต่อไปได้นาน พนักงานต้องสื่อสารกับลูกค้า บริการลูกค้าเป็นอย่างดี คอยอัปเดตข้อมูลข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับรีสอร์ท

4.5.2 การคัดเลือกพนักงาน

ก่อนเข้ามาเป็นพนักงานทางรีสอร์ทก็จะมีการคัดเลือกพนักงานที่มีทักษะบริการ รักในการให้บริการอย่างแท้จริง มีความรับผิดชอบ ช่วยเหลือและให้ข้อมูลกับลูกค้าได้ในเรื่องต่างๆ ได้

4.6 กลยุทธ์ด้านลักษณะแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment)

4.6.1 ความสะอาด

ห้องพักรักษาต้องสะอาดและบริเวณโดยรอบไม่มีขยะ แม่บ้านทำความสะอาดห้องพักรักษาทุกวัน มีการจัดพื้นที่ให้เป็นระเบียบอยู่ตลอดเวลา เป็นสัดส่วน ห้องพักรักษา พื้นที่พักรักษา พื้นที่ทำกิจกรรม ที่จอดรถ เป็นต้น จะทำให้น่าเข้าพักยิ่งขึ้น รู้สึกร่มรื่นและผ่อนคลายกับธรรมชาติได้ดี

4.6.2 ความสะดวก

ในห้องพักรักษาจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า มีพื้นที่สำหรับใช้บริการ มีพนักงานประจำการอยู่สามารถเรียกหาได้ตลอดเวลา โลเคชันของรีสอร์ทอยู่ติดถนนใหญ่และใกล้กับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ จึงมีความสะดวกสบายในการเดินทาง มีพื้นที่ให้จอดรถได้หลายคัน

4.6.3 ความปลอดภัย

รีสอร์ทเรามีระบบรักษาความปลอดภัย มีการตรวจอาวุธก่อนเข้าพัก มีพนักงานรักษาความปลอดภัยเฝ้าอยู่ตลอด 24 ชั่วโมง และตรวจเช็คความเรียบร้อยในห้องก่อนให้ลูกค้าเข้าพัก ทำให้เข้าพักได้อย่างสบายใจ

4.7 กลยุทธ์ด้านกระบวนการ (Process)

4.7.1 ให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว เช่น การเช็คอินเข้าห้องพัก เนื่องจากลูกค้าต้องการเข้ามาพักผ่อนจากความเหนื่อยล้า จึงต้องมีบริการที่รวดเร็วเพื่อไม่ให้ลูกค้ารู้สึกต้องรอนานทำให้เสียอารมณ์ได้

4.7.2 การอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า เช่น การจองที่พักล่วงหน้าผ่านโทรศัพท์หรือช่องทางออนไลน์ ทำให้สะดวกและรวดเร็ว มีคนคอยรับโทรศัพท์ตลอดเวลา มีพื้นที่เป็นลานกว้างเพื่อจัดงานนอกสถานที่ให้ลูกค้าได้ มีรถรับส่งลูกค้าหากต้องการรถเพื่อไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เป็นต้น

4.7.3 การบริการด้านข้อมูล พนักงานจำเป็นต้องมีความรู้เรื่องเกี่ยวกับในรีสอร์ท และเรื่องทั่วไป เช่น สามารถแนะนำเรื่องห้องพักหรือเรื่องกิจกรรมต่างๆ ได้ มีความรู้เรื่องสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียง การเดินทางไปสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ พนักงานจำเป็นต้องสามารถให้ข้อมูลกับลูกค้าได้อย่างถูกต้อง



บทที่ 3

แผนบริการและแผนทรัพยากรบุคคล

แผนบริการ

1. การบริการและเวลาในการให้บริการ

1.1 ห้องพัก

มี 2 รูปแบบ คือ ห้องพักรูปแบบบ้าน จำนวน 8 หลัง และห้องพักรูปแบบอาคาร 2 ชั้น จำนวน 18 ห้อง เปิดให้บริการทุกวัน เวลาเช็กอินหลัง 14:00 น. และเวลาเช็กเอาท์ 11:00 น.

1.2 อุปกรณ์ที่มีให้บริการ

ภายในห้องพัก ห้องพักรูปแบบบ้านภายในห้องมีเตียงขนาด 6 ฟุต ส่วนห้องพัก รูปแบบอาคาร 2 ชั้น ภายในจะเป็นเตียงคู่ ขนาด 3 ฟุต ภายในห้องมี โต๊ะข้างเตียง โต๊ะวางของ โทรศัพท์ เครื่องปรับอากาศ ตู้เย็น ห้องน้ำส่วนตัว เครื่องทำน้ำอุ่น ของใช้อุปกรณ์อาบน้ำ ผ้าเช็ดตัว รองเท้า

ส่วนกลาง จะมีให้บริการ คือ Wifi ที่ครอบคลุมทุกพื้นที่ในรีสอร์ท ซึ่งรหัสการ เข้าใช้ Wifi สามารถรับได้ที่พนักงานบริการและมีติดไว้ในห้องพักทุกห้อง เนื่องจาก Wifi ที่มีให้ใช้ ครอบคลุมพื้นที่ทั้งรีสอร์ทเป็นสิ่งที่ลูกค้าต้องการและช่วยเพิ่มระดับความพึงพอใจได้

เคาน์เตอร์เช็คอิน มีพนักงานประจำการ มีอุปกรณ์ใช้ในการทำงาน คือ คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์ เครื่องพิมพ์ มีที่นั่งสำหรับรับลูกค้า เก้าอี้ไม้ โซฟา

1.3 การให้บริการอาหารเช้า

อาหารเช้าที่ให้บริการเป็นอาหารท้องถิ่น เช่น เมี่ยงคั่ว ข้าวต้ม ข้าวเหนียว ไข่ต้ม ซึ่งเมนูแต่ละวันมีการปรับเปลี่ยนตามแต่ละวัน ให้มีความหลากหลายไม่น่าเบื่อ และมีกาแฟสด หากลูกค้าไม่สามารถรับประทานอาหารเช้าท้องถิ่นได้จะมีอาหารเช้าเป็นแบบ Asian Breakfast ให้ แทน เช่น ข้าวต้ม โจ๊ก ไข่กระทะ

2. กระบวนการจองห้องพัก

2.1 จองโดยตรงกับรีสอร์ท

การจองโดยตรงกับทางรีสอร์ทจะมี 3 ช่องทาง คือ โทรศัพท์ Facebook และ Line ลูกค้าสามารถโทรเข้ามา เช็กห้องว่างและวันที่เข้ามาพักได้โดยตรงกับทางรีสอร์ท ง่ายและ สะดวกรวดเร็วต่อการจอง ซึ่งจะมีพนักงานคอยรับการจองอยู่ตลอดเวลา

2.2 ทางเอเจนซี่

การจองผ่านเว็บไซต์เอเจนซี่ เช่น Agoda ข้อมูลจากเว็บไซต์จะอัปเดตเข้าสู่ระบบของรีสอร์ทแบบเรียลไทม์ ช่วยป้องกันไม่ให้เกิดความผิดพลาดในลำดับการจอง และลูกค้าจะสามารถเลือกวันและเวลาได้เอง ในเว็บไซต์จะระบุข้อมูลของห้องพักอย่างครบถ้วนและรูปแบบของห้องพักต่างๆ ของใช้อำนวยความสะดวกในห้องต่างๆ จำนวนห้องว่าง ลูกค้าสามารถจองได้เองและชำระเงินได้ทันที เมื่อการจองสำเร็จจะมีอีเมลยืนยันการจองส่งไปยังลูกค้า

3. กระบวนการชำระเงิน

3.1 การชำระเงินสำหรับการจองโดยตรงกับทางรีสอร์ท

ลูกค้าที่จองเข้ามาทางโทรศัพท์ Facebook, Line สามารถโอนเงินเข้าบัญชีธนาคารของรีสอร์ท ABC ได้ และส่งสลิปยืนยันการโอนกลับมาให้พนักงานของทางรีสอร์ทตรวจสอบ เมื่อตรวจสอบเสร็จแล้วพนักงานจะยืนยันการจองให้ลูกค้า

3.2 การชำระเงินสำหรับการจองผ่านช่องทางเว็บไซต์เอเจนซี่

ช่องทางนี้มีการชำระได้หลายรูปแบบ ใช้บัตรเครดิต/บัตรเดบิตชำระ ไปจ่ายที่เคาน์เตอร์เซอร์วิสร้านสะดวกซื้อ หรือจะมาชำระที่เคาน์เตอร์รีสอร์ท

4. การดูแลทำความสะอาดห้องพัก ดูแลสวนผักและบริเวณโดยรอบ

เรื่องความสะอาดเป็นสิ่งที่สำคัญมากๆ จะช่วยสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าที่เข้าพัก เพราะฉะนั้นทางรีสอร์ท ABC จึงได้จัดพนักงานดูแลทำความสะอาดห้องพัก จำนวน 2 คน และพนักงานทำความสะอาดสวนและบริเวณรอบนอก จำนวน 1 คน

การดูแลทำความสะอาดสำหรับห้องพักจะมีพนักงานทำความสะอาดห้องเมื่อลูกค้าเช็คอิน โดยจะทำความสะอาดภายในห้องให้เรียบร้อยก่อนที่แขกที่จะเข้าพักต่อ รวมไปถึงอุปกรณ์และของใช้ในห้องพักก็จะทำการตรวจเช็คความเรียบร้อย เต็มของใช้ให้ครบเพื่อให้พร้อมสำหรับบริการแขกที่เข้าพักต่อ

สำหรับสวนผักและพื้นที่บริเวณรอบนอกของรีสอร์ท ABC นั้น มีคนสวนคอยดูแลความสะอาดให้สวยงามอยู่เสมอ ไม่มีสิ่งสกปรกหรือขยะอยู่รอบบริเวณ รดน้ำต้นไม้ และรวมถึงทำหน้าที่คอยดูแลลูกค้าขณะทำกิจกรรมเก็บผักออร์แกนิก

5. การจัดซื้อวัตถุดิบสำหรับประกอบอาหาร

5.1 อาหารเช้า

ส่วนของอาหารเช้านี้จะสั่งอาหารเช้าจากร้านอาหารที่อยู่ในชุมชนใกล้เคียง โดยจะเลือกร้านที่ทำอาหารสะอาดและปลอดภัย ได้คุณภาพ และบางส่วนจะซื้อจากร้านขายของในชุมชน เช่น ขนมปัง เครื่องปรุงต่างๆ โอวัลติน กาแฟ เป็นต้น

5.2 กิจกรรมทำอาหาร

การสั่งซื้อของสำหรับกิจกรรมทำอาหารนั้นส่วนมากจะซื้อวัตถุดิบจากในชุมชน และปริมาณที่ซื้อจะขึ้นอยู่กับผู้ที่ต้องการทำกิจกรรม ซึ่งจะมีการแจ้งล่วงหน้าก่อนแล้ว

6. การบริการด้านกิจกรรม

รีสอร์ท ABC มีกิจกรรมเสริมให้ลูกค้าที่มาเข้าพักได้เลือกทำ 3 กิจกรรม จะมีการแบ่งว่าในแต่ละวันนั้นสามารถทำกิจกรรมอะไรได้บ้าง เวลาใด

6.1 ทำขนมเงินแสนสด

กิจกรรมทำขนมเงินแสนสดจะเป็นการให้ลูกค้าได้บีบเส้นขนมจีนเองและเมื่อทำเสร็จสามารถทานได้เลย สามารถทำกิจกรรมได้ทุกวันเสาร์ วันอาทิตย์ วันจันทร์ วันพุธ วันศุกร์ เวลา 11.00-13.00 น. ในการทำกิจกรรมนี้จะมีพนักงานคอยอยู่ช่วยดูแลอย่างใกล้ชิดเพื่อความปลอดภัยของลูกค้า ลูกค้าที่เข้าร่วมกิจกรรมจะได้แบ่งคนละ 1 กิโลกรัม หากต้องการทำเพิ่มสามารถซื้อแบ่งได้ในราคา 300 บาท/กิโลกรัม และเมื่อทำเสร็จสามารถทานคู่กับน้ำยาน้ำปลาร้า ผักสดที่ทางรีสอร์ทเตรียมไว้ให้ได้เลย

6.2 ทำไก่ย่างข้าวเบือ

กิจกรรมทำไก่ย่างข้าวเบือจะให้ลูกค้าได้ลงมือทำและสามารถนำไก่ย่างที่ทำกลับไปรับประทานได้ สามารถทำกิจกรรมได้ทุกวันเสาร์ วันอาทิตย์ วันอังคาร วันพฤหัสบดี เวลา 15.00-18.00 น. ในการทำกิจกรรมนี้จะมีพนักงานคอยอยู่ช่วยดูแลอย่างใกล้ชิดเพื่อความปลอดภัยของลูกค้า ลูกค้าที่เข้าร่วมกิจกรรมจะได้ทำไม่เกินห้องละ 20 ไม้ ถ้าหากต้องการทำเพิ่ม สามารถซื้อได้ในราคา 200 บาท/ชุด ชุดละ 20 ไม้

6.3 เก็บผักออร์แกนิก

กิจกรรมเก็บผักออร์แกนิก ลูกค้าสามารถเข้าไปเก็บผักเองได้ตามที่ต้องการและสามารถนำกลับไปรับประทานได้เองที่รีสอร์ท ถ้าลูกค้าหากต้องการนำผักกลับบ้าน ก็จะมีราคาสำหรับซื้อกลับบ้านเพิ่มเติม ช่วงเวลาเข้าสวนสามารถเข้าได้ทุกวัน 2 ช่วงเวลา คือ ช่วงเช้า 6.30-9.30 น. ช่วงเย็น 16.00-18.30 น.

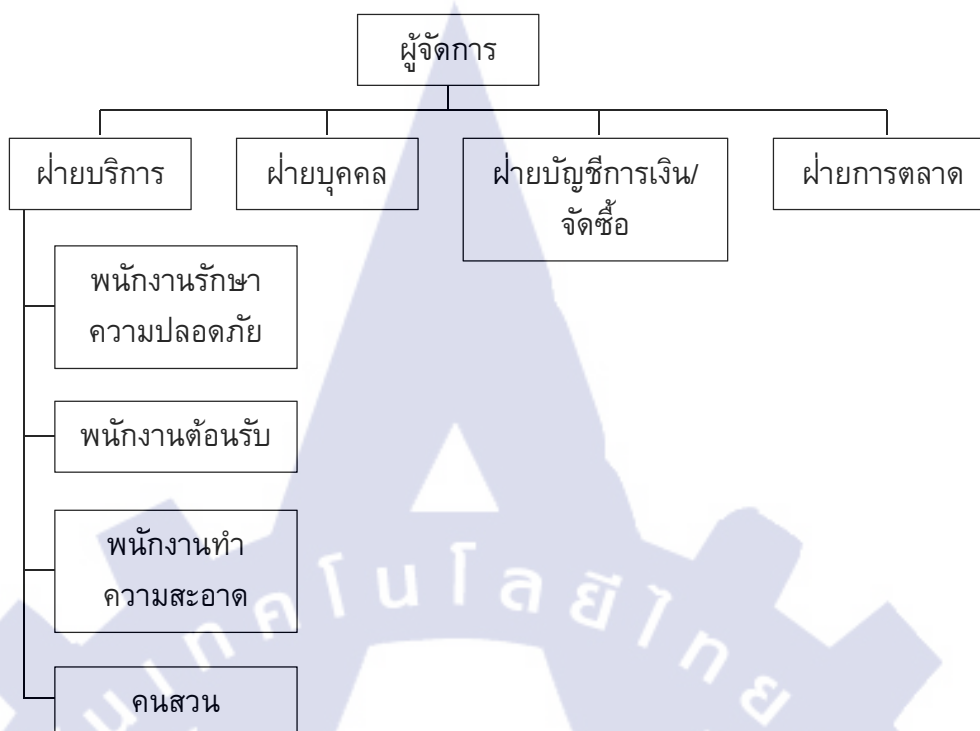
ตารางที่ 1 ตารางกิจกรรม

กิจกรรม	เวลา	SUN.	MON.	TUE.	WED.	THU.	FRI.	SAT.
ทำขนมจีนเส้นสด	11.00 - 13.00 น.	✓	✓		✓		✓	✓
ทำไก่ย่างข้าวเบือ	15.00 - 18.00 น.	✓		✓		✓		✓
เก็บผักออร์แกนิก	6.30 - 9.30 น. 16.00 - 18.30 น.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

การจัดการด้านทรัพยากรบุคคล

1. โครงสร้างองค์กร

รีสอร์ท ABC มีการออกแบบโครงสร้างองค์กรตามหน้าที่งาน (Functional Structure) เพื่อให้ง่ายและสะดวกต่อการทำงานภายในองค์กร การประสานงาน การปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน โดยแบ่งเป็น 4 ฝ่าย มีผู้จัดการทำงานในส่วนของแต่ละฝ่ายบุคคล ฝ่ายบัญชี/จัดซื้อ และฝ่ายการตลาด ส่วนฝ่ายบริการมีพนักงานรักษาความปลอดภัย พนักงานต้อนรับ พนักงานทำความสะอาด คนสวน



รูปที่ 10 โครงสร้างองค์กร

2. หน้าที่และความรับผิดชอบ

2.1 ผู้จัดการ

ผู้จัดการ มีหน้าที่บริหารงานในองค์กร วางแผนการบริการในรีสอร์ทให้ดำเนินต่อไปได้ บริหารงานบุคคล ควบคุมการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กร บริหารด้านบัญชี การเงิน การตลาด รวมถึงการจัดซื้อของอุปกรณ์เครื่องใช้ วัสดุต่าง ๆ เข้ารีสอร์ทเพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการ ให้การต้อนรับลูกค้าที่เข้ามาพักอย่างดีและเป็นกันเอง โดยมีคุณสมบัติ ดังนี้

- 2.1.1 เพศหญิง อายุไม่เกิน 65 ปี
- 2.1.2 ระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป
- 2.1.3 มีความรู้ทางด้านการบริหารและบัญชี การตลาด ทรัพยากรมนุษย์
- 2.1.4 มีความเป็นผู้นำ สามารถทำงานร่วมกับคนอื่นได้

2.2 พนักงานต้อนรับ

พนักงานบริการ มีหน้าที่ต้อนรับลูกค้า ที่เข้ามาเช็คอินและให้กุญแจลูกค้า ดูแลเรื่องการจองห้องพัก ให้คำแนะนำเกี่ยวกับรีสอร์ทและสถานที่ท่องเที่ยว ช่วยแก้ไขปัญหาเบื้องต้น เมื่อลูกค้าพบเจอปัญหา ดูแลเรื่องอาหารเช้า รวมถึงช่วยดูแลลูกค้าระหว่างทำกิจกรรมทำอาหารของรีสอร์ทที่ได้จัดไว้ให้ลูกค้า โดยมีคุณสมบัติ ดังนี้

- 2.2.1 เพศหญิง อายุไม่เกิน 65 ปี
- 2.2.2 มีความรู้และประสบการณ์ด้านบริการ
- 2.2.3 มีความรู้เกี่ยวกับรีสอร์ทและสถานที่ท่องเที่ยวรอบ ๆ
- 2.2.4 รักงานบริการ มีมนุษยสัมพันธ์ดี อธิบายดี

2.3 พนักงานทำความสะอาด

พนักงานทำความสะอาด มีหน้าที่ทำความสะอาดและให้บริการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเข้าพัก เช่น ทำความสะอาดห้องนอน ห้องอาบน้ำ บริเวณทางเดินหน้าห้องพัก รวมไปถึงสิ่งของอำนวยความสะดวกในห้องพักให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งานเสมอ คอยให้ความช่วยเหลือลูกค้าที่เข้ามาพัก โดยมีคุณสมบัติ ดังนี้

- 2.3.1 เพศหญิง อายุไม่เกิน 65 ปี
- 2.3.2 มีความรู้และประสบการณ์ทำความสะอาด
- 2.3.3 รักความสะอาด มีความซื่อสัตย์สุจริต และอดทน
- 2.3.4 รักงานบริการ มีมนุษยสัมพันธ์ดี

2.4 คนสวน

คนสวนมีหน้าที่ดูแลความสะอาดบริเวณรอบๆ ของรีสอร์ท รดน้ำต้นไม้และตัดแต่งต้นไม้ บำรุงรักษาต้นไม้และสวนผักให้สวยงามอยู่เสมอ รวมถึงช่วยดูแลลูกค้าที่ทำกิจกรรมเก็บผักออร์แกนิกด้วย โดยมีคุณสมบัติ ดังนี้

- 2.4.1 เพศชาย อายุไม่เกิน 70 ปี
- 2.4.2 มีความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับต้นไม้ การดูแลสวนผักและการตัดแต่งต้นไม้
- 2.4.3 รักความสะอาด มีความซื่อสัตย์สุจริต และมีมนุษยสัมพันธ์ดี
- 2.4.4 อดทน แข็งแรง สามารถทำงานหนักได้

2.5 พนักงานรักษาความปลอดภัย

พนักงานรักษาความปลอดภัย มีหน้าที่รักษาความปลอดภัยในรีสอร์ทและบริเวณรอบๆ คอยช่วยเหลือลูกค้าเมื่อลูกค้าต้องการความช่วยเหลือ โดยมีคุณสมบัติ ดังนี้

- 2.5.1 เพศชาย อายุไม่เกิน 50 ปี
- 2.5.2 มีความรู้และประสบการณ์รักษาความปลอดภัย
- 2.5.3 มีความซื่อสัตย์สุจริต และมีมนุษยสัมพันธ์ดี
- 2.5.4 อดทน แข็งแรง สามารถทำงานหนักได้

3. การวางแผนอัตรากำลังคน

รีสอร์ท ABC มีการวางแผนกำลังคนทั้งหมด 9 คน จากการกำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบของพนักงาน ดังนี้

ตารางที่ 2 อัตรากำลังคน

1. ผู้จัดการ	จำนวน 1 คน
2. พนักงานบริการ	จำนวน 3 คน
3. พนักงานทำความสะอาด	จำนวน 2 คน
4. คนสวน	จำนวน 1 คน
5. พนักงานรักษาความปลอดภัย	จำนวน 2 คน

พนักงานทั้ง 9 คน จะสามารถทำงานเป็นกะได้ เนื่องจากรีสอร์ท ABC เปิด 24 ชั่วโมง โดยพนักงานจะผลัดเปลี่ยนกัน พนักงานทำงานทุกวัน แต่ก็สามารถลาหยุดได้ในวันที่ไม่ตรงกับวันศุกร์ วันเสาร์ วันอาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ เนื่องจากว่าเป็นช่วงที่มีนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ในกะดึกจะมีพนักงาน 2 คน เนื่องจากมีผู้ติดต่อเข้ามาน้อย ดังนั้นพนักงานอยู่เวรกะดึกจะต้องสามารถทำหน้าที่แทนตำแหน่งอื่นที่ไม่มีคนอยู่เวรได้ด้วย เช่น รับลูกค้าเข้าเช็คอินเช็คเอาท์ รับโทรศัพท์ ดูแลความปลอดภัยบริเวณรีสอร์ท และทำหน้าที่อื่นๆ

4. การฝึกอบรมและประเมินงาน

4.1 ฝึกอบรมพนักงานใหม่

เพื่อให้พนักงานทราบถึงความเป็นมาของรีสอร์ท ABC รูปแบบการทำงานภายในรีสอร์ท กฎระเบียบต่างๆ ภายในรีสอร์ท หน้าที่และความรับผิดชอบของแต่ละตำแหน่ง รวมไปถึงข้อมูลการท่องเที่ยว การเดินทางไปในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในจังหวัดเพชรบูรณ์และจังหวัดใกล้เคียง

4.2 ฝึกอบรมพนักงานประจำเดือน

เพื่อให้พนักงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น จึงมีการฝึกทักษะทางด้านการบริการของพนักงาน การสื่อสารกับลูกค้า การแก้ปัญหา รวมทั้งการพูดคุยเกี่ยวกับงานของตัวพนักงานเอง ปัญหาที่พบเจอที่ผ่านมา เสียงตอบรับจากลูกค้า เพื่อทำการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและช่วยกันหาวิธีปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น และมีการจัดตารางการฝึกอบรมทักษะพนักงานในวันจันทร์แรกของทุกเดือนและอาจมีการปรับเปลี่ยนได้ตามสถานการณ์ปัจจุบัน

ตารางที่ 3 แผนการฝึกอบรมประจำเดือน

เดือน	แผนการฝึกอบรม
มกราคม	การสื่อสารที่ดีและความเข้าใจในการสื่อสาร สื่อสารให้ลูกค้าประทับใจ
กุมภาพันธ์	การบริการลูกค้าที่หลากหลายความต้องการ
มีนาคม	มารยาทและการวางตัวที่เหมาะสมของคนบริการ
เมษายน	การวิเคราะห์อารมณ์ของลูกค้า
พฤษภาคม	การใช้น้ำเสียงในการสื่อสารกับลูกค้า
มิถุนายน	การเผชิญหน้าและจัดการกับลูกค้าที่มีปัญหา
กรกฎาคม	การจัดระบบความคิดให้มีทัศนคติเชิงบวก
สิงหาคม	การควบคุมสติและไม่ใช้อารมณ์จัดการปัญหา
กันยายน	การใช้ภาษากายและการใช้สีหน้า
ตุลาคม	มารยาทการเป็นผู้ฟังที่ดี รับฟังลูกค้า
พฤศจิกายน	เทคนิคการพูดโน้มน้าวใจลูกค้า การปฏิเสธอย่างมีศิลปะ
ธันวาคม	Case Study ปัญหาต่างๆ และการรับมือกับปัญหาเบื้องต้น

4.3 การประเมินงาน

มีการประเมินการทำงานของพนักงานในแต่ละตำแหน่งทุกเดือน เพื่อให้พนักงานปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และคงรักษามาตรฐานการทำงานบริการที่ดีไว้และทำให้ดียิ่งขึ้น

5. การบริหารค่าตอบแทน

5.1 ค่าตอบแทน

รีสอร์ท ABC ได้มีการกำหนดอัตราค่าจ้างของพนักงานแตกต่างกันตามแต่ละตำแหน่งและความรับผิดชอบของพนักงาน และมีการปรับขึ้นเงินเดือนประจำปีให้กับพนักงานตามผลการประเมินงาน

ตารางที่ 4 ค่าตอบแทน

ตำแหน่ง	ค่าตอบแทน	จำนวนพนักงาน (คน)	รวม (บาท/เดือน)
กลางวัน			
ผู้จัดการ	200,000	1	200,000
พนักงานบริการ	400 บาท/วัน	2	24,000

ตารางที่ 4 ค่าตอบแทน (ต่อ)

ตำแหน่ง	ค่าตอบแทน	จำนวนพนักงาน (คน)	รวม (บาท/เดือน)
พนักงานทำความสะอาด	400 บาท/วัน	2	24,000
คนสวน	400 บาท/วัน	1	12,000
พนักงานรักษาความปลอดภัย	400 บาท/วัน	1	12,000
กลางคืน			
คนสวน	450 บาท/วัน	1	13,500
พนักงานรักษาความปลอดภัย	450 บาท/วัน	1	13,500
รวม			299,000

5.2 สวัสดิการ

5.2.1 โบนัส

การจ่ายเงินโบนัสปีละครั้งทำให้พนักงานมีความคาดหวังและมีแรงจูงใจในการทำงาน เนื่องจากการได้รับโบนัสเป็นรางวัลที่แสดงถึงการปฏิบัติงานที่ดีในรอบปีที่ผ่านมา นอกจากนี้ยังช่วยส่งเสริมความรับผิดชอบและมุ่งมั่นในการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ การทำงานที่มีประสิทธิภาพ ดังนั้น ธีรภัทร์จึงมีนโยบายจ่ายเงินโบนัสให้พนักงานทุกคน โดยมีการจ่ายปีละ 1 ครั้ง พิจารณาตามผลประกอบการของกิจการ

5.2.2 เครื่องแบบพนักงาน

5.2.3 ประกันสังคม

5.2.4 ประกันอุบัติเหตุ

5.2.5 การตรวจสอบสุขภาพประจำปี

5.2.6 งานเลี้ยงสังสรรค์เทศกาลต่างๆ เช่น วันขึ้นปีใหม่

บทที่ 4

แผนการเงิน

เป้าหมายทางการเงิน

1. ผลตอบแทนของมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการเป็นบวก
2. มีอัตราผลตอบแทนภายในสูงกว่าต้นทุนทางการเงินของกิจการ
3. มีระยะเวลาคืนทุนไม่เกิน 3 ปี หลังเริ่มดำเนินกิจการ

แหล่งที่มาของเงินทุนและแหล่งที่ใช้ไปของเงินทุน

1. แหล่งที่มาของเงินทุน

รีสอร์ท ABC ได้เริ่มดำเนินการลงทุนทั้งหมด 5,440,000 บาท ซึ่งประกอบไปด้วยเงินสดและสินทรัพย์ถาวรเดิมที่มีอยู่แล้ว คือ อาคารและยานพาหนะ เนื่องจากมีอาคารที่พักเดิมอยู่แล้วจึงนำมาลงทุนต่อ อาคารมีมูลค่าปัจจุบัน 3,300,000 บาท และยานพาหนะเดิม มูลค่า 440,000 บาท ดังนั้น ในส่วนของเงินสดจึงมีการลงทุนไม่สูงมาก อยู่ที่ 1,700,000 บาท ซึ่งประกอบไปด้วยมีค่านิเวศอาคารและบ้านพัก ค่าอุปกรณ์เครื่องใช้และค่าตกแต่งภายในเพิ่มเติม โดยเงินลงทุน คือ ส่วนของเจ้าของทั้งหมด จำนวน 5,440,000 บาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 100 ของทั้งหมด

ตารางที่ 5 งบประมาณการลงทุน

งบประมาณการลงทุน			
รายการ	รวม	แหล่งที่มา	
		ส่วนของเจ้าของ	หนี้สิน
สินทรัพย์ถาวร			
อุปกรณ์เครื่องใช้ในห้อง	400,000	400,000	-
อุปกรณ์เครื่องใช้ส่วนกลาง	200,000	200,000	-
ยานพาหนะ	440,000	440,000	-
อาคาร	3,300,000	3,300,000	-
สินทรัพย์ถาวรรวม	4,340,000	4,340,000	-
เงินทุนหมุนเวียน	1,100,000	1,100,000	-
รวมเงินลงทุน	5,440,000	5,440,000	-
สัดส่วนโครงสร้างเงินลงทุน (%)	100	100	0

2. สมมติฐานและประมาณการทางการเงิน

2.1 สมมติฐานทางการเงิน

ตารางที่ 6 สมมติฐานทางการเงิน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4
การเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นของจำนวนลูกค้า (%)	3	3	3	3
การเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นของรายได้ (%)	3	3	3	3
การเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นของเงินเดือน ค่าน้ำ (%)	3	3	3	3
การเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นของค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ (%)	5	5	5	5

2.2 ค่าเสื่อมราคา

ตารางที่ 7 การคำนวณค่าเสื่อมราคา

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
อุปกรณ์	600,000				
ค่าเสื่อมราคา	120,000	120,000	120,000	120,000	119,999
ค่าเสื่อมราคาสะสม	120,000	240,000	360,000	480,000	599,999
ยานพาหนะ	440,000				
ค่าเสื่อมราคา	220,000	219,999	0	0	0
ค่าเสื่อมราคาสะสม	220,000	439,999	439,999	439,999	439,999
อาคาร	3,300,000				
ค่าเสื่อมราคา	300,000	300,000	300,000	300,000	300,000
ค่าเสื่อมราคาสะสม	300,000	600,000	900,000	1,200,000	1,500,000
รวมค่าเสื่อมราคา	640,000	639,999	420,000	420,000	419,999
รวมค่าเสื่อมราคาสะสม	640,000	1,279,999	1,699,999	2,119,999	2,539,998

จากข้อมูลในตารางงบประมาณการลงทุน มีอุปกรณ์ที่ลงทุนไปมูลค่า 600,000 บาท มีอายุการใช้งาน 5 ปี เมื่อใช้ไปเรื่อยๆ มูลค่าของสินทรัพย์จะลดลง จึงต้องหักค่าเสื่อมราคา เมื่อคำนวณ ระยะเวลา 5 ปี จะหักค่าเสื่อมราคาปีละ 120,000 บาท

ยานพาหนะ ได้มีการซื้อยานพาหนะเมื่อปี พ.ศ. 2564 ราคา 1,100,000 บาท คาดการณ์อายุการใช้งานเอาไว้ 5 ปี ดังนั้น คิดค่าเสื่อมอยู่ที่ ปีละ 20% โดยวิธีเส้นตรง เท่ากับต้องหักค่าเสื่อมปีละ 220,000 บาท และในปี พ.ศ. 2567 ยานพาหนะมีมูลค่าคงเหลืออยู่ที่ 440,000 บาท

อาคาร ได้มีการก่อสร้างขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2558 ราคา 6,000,000 บาท คาดการณ์อายุการใช้งานเอาไว้ 20 ปี ดังนั้น คิดค่าเสื่อมอยู่ที่ ปีละ 5% โดยวิธีเส้นตรง เท่ากับว่าต้องหักค่าเสื่อมปีละ 300,000 บาท และในปี พ.ศ. 2567 อาคารมีมูลค่าคงเหลืออยู่ที่ 3,300,000 บาท

2.3 การประมาณการยอดขาย

รายได้หลักของรีสอร์ท ABC มาจากการให้บริการห้องพัก โดยจำนวนห้องพักทั้งหมดสามารถรองรับได้สูงสุด 26 ห้องต่อวัน โดยแบ่งออกเป็นห้องพักตึก 18 ห้อง บ้านเดี่ยว 8 ห้อง เปิดบริการทุกวัน ตลอด 24 ชั่วโมง โดยใน 1 เดือน (30 วัน) สามารถรองรับได้ 780 ห้อง สัดส่วนการเข้าพักในแต่ละเดือนขึ้นอยู่กับฤดูกาลท่องเที่ยว ดังนั้นจึงประมาณการจำนวนห้องพักที่ถูกใช้บริการต่อเดือนดังนี้

ตารางที่ 8 ประมาณการจำนวนห้องพักต่อเดือน

จำนวนห้องพักที่ใช้บริการต่อเดือน												
รายการ	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
สัดส่วนการเข้าพัก (%)	60	40	20	20	20	30	30	30	30	40	50	60
บ้านเดี่ยว	144	96	48	48	48	72	72	72	72	96	120	144
ห้องพักตึก	324	216	108	108	108	162	162	162	162	216	270	324

โดยทางรีสอร์ท ABC ได้คำนวณรายได้จากการให้บริการห้องพัก ตามตารางแสดงประมาณการจำนวนลูกค้าที่เข้าพักในแต่ละเดือน โดยอ้างอิงราคาห้องพักในแต่ละเดือนจากการตั้งราคาห้องพักในบทที่ 2

ตารางที่ 9 ประมาณการรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน												
รายการ	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
อัตราค่าบริการต่อหลัง	3,200	2,800	2,800	2,800	2,800	2,800	2,800	2,800	2,800	2,800	3,200	3,200
จำนวนบ้านเดี่ยว	144	96	48	48	48	72	72	72	72	96	120	144
รายได้	460,800	268,800	134,400	134,400	134,400	201,600	201,600	201,600	201,600	268,800	384,000	460,800
อัตราค่าบริการต่อห้อง	3,000	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	3,000	3,000
จำนวนห้องพักตึก	324	216	108	108	108	162	162	162	162	216	270	324
รายได้	972,000	540,000	270,000	270,000	270,000	405,000	405,000	405,000	405,000	540,000	810,000	972,000
รวมรายได้จากห้องพัก	1,432,800	808,800	404,400	404,400	404,400	606,600	606,600	606,600	606,600	808,800	1,194,000	1,432,800

ในปีแรกรีสอร์ท ABC จะมีรายได้รวมจากที่พัก รวมอาหารเช้า เท่ากับ 9,616,800 บาท และมีอัตราเติบโตอยู่ที่ 3% ในปีที่ 1-5 และในปีต่อไป ไม่มีการรักษาอัตราการจองห้องพักไม่ให้ต่ำกว่า 40% และในส่วนของรายได้อื่นๆ มาจากค่ากิจกรรมเสริมที่ลูกค้าสนใจเพิ่มเติม ค่าอาหารเพิ่มเติม มีอัตราเติบโตอยู่ที่ 3% ต่อปี

ตารางที่ 10 ประมาณการรายได้ต่อปี

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้จากห้องพัก	9,316,800.00	9,596,304.00	9,884,193.12	10,180,718.91	10,486,140.48
รายได้อื่นๆ	300,000.00	309,000.00	318,270.00	327,818.10	337,652.64
รายได้รวม (บาท)	9,616,800.00	9,905,304.00	10,202,463.12	10,508,537.01	10,823,793.12

2.4 การประมาณการค่าใช้จ่าย

2.4.1 ต้นทุนขาย

ในส่วนของต้นทุนขาย จะประกอบไปด้วย ค่าของใช้ส่วนตัวภายในห้อง ค่าอาหารเช้าและค่ากิจกรรม และค่าอื่นๆ โดยจะคิดจากร้อยละ 40 ของรายได้รวม

ตารางที่ 11 ประมาณการต้นทุนขายต่อปี

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้รวม	9,616,800.00	9,905,304.00	10,202,463.12	10,508,537.01	10,823,793.12
ต้นทุนขาย (40%)	3,846,720	3,962,122	4,080,985	4,203,415	4,329,517

2.4.2 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

ตารางที่ 12 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานต่อปี

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินเดือนพนักงาน 3%	299,000	307,970	317,209	326,725	336,527
ค่าน้ำ 3%	18,000	18,540	19,096	19,669	20,259
ค่าไฟฟ้า 5%	40,000	42,000	44,100	46,305	48,620
ค่าโทรศัพท์ 5%	12,000	12,600	13,230	13,892	14,586
ค่าอินเทอร์เน็ต	12,000	12,000	12,000	12,000	12,000
ค่าใช้จ่ายการตลาด	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000
ค่าเสื่อมราคา	640,000	639,999	420,000	420,000	419,999
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000

ตารางที่ 12 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานต่อปี (ต่อ)

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สวัสดิการพนักงาน	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000
ค่าตกแต่ง	300,000	300,000	300,000	300,000	300,000
รวมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	1,591,000	1,603,109	1,395,635	1,408,591	1,421,992

บริษัท ABC ได้ประมาณการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ในปี 1-5 โดยเงินเดือนพนักงานและค่าน้ำ เพิ่มขึ้น ร้อยละ 3 ต่อปี และในส่วนของค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ต่อปี ค่าอินเทอร์เน็ตปีละ 12,000 บาท ค่าการตลาด ปีละ 200,000 บาท ค่าเสื่อมราคา ปีแรก 640,000 บาท ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด ปีละ 20,000 บาท ค่าสวัสดิการพนักงาน 50,000 บาท และค่าตกแต่ง ปีละ 300,000 บาท

2.5 งบกำไรขาดทุน

ตารางที่ 13 งบกำไรขาดทุน ปีที่ 1 ถึงปีที่ 5

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้					
รายได้จากการขายและบริการ	9,616,800	9,905,304	10,202,463	10,508,537	10,823,793
รายได้สุทธิ	9,616,800	9,905,304	10,202,463	10,508,537	10,823,793
ต้นทุนขาย 40%	3,846,720	3,962,122	4,080,985	4,203,415	4,329,517
กำไรขั้นต้น	5,770,080	5,943,182	6,121,478	6,305,122	6,494,276
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน					
เงินเดือนพนักงาน 3%	299,000	307,970	317,209	326,725	336,527
ค่าน้ำ 3%	18,000	18,540	19,096	19,669	20,259
ค่าไฟฟ้า 5%	40,000	42,000	44,100	46,305	48,620
ค่าโทรศัพท์ 5%	12,000	12,600	13,230	13,892	14,586
ค่าอินเทอร์เน็ต	12,000	12,000	12,000	12,000	12,000
ค่าใช้จ่ายการตลาด	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000
ค่าเสื่อมราคา	640,000	639,999	420,000	420,000	419,999
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000
สวัสดิการพนักงาน	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000
ค่าตกแต่ง	300,000	300,000	300,000	300,000	300,000
รวมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	1,591,000	1,603,109	1,395,635	1,408,591	1,421,992

ตารางที่ 13 งบกำไรขาดทุน ปีที่ 1 ถึงปีที่ 5 (ต่อ)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรจากการดำเนินงาน	4,179,080	4,340,073	4,725,843	4,896,531	5,072,284
ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
กำไรก่อนหักภาษี	4,179,080	4,340,073	4,725,843	4,896,531	5,072,284
ภาษี 30%	1,253,724	1,302,022	1,417,753	1,468,959	1,521,685
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	2,925,356	3,038,051	3,308,090	3,427,572	3,550,599

ในส่วนของงบกำไรขาดทุนของรีสอร์ท ABC จากตารางงบกำไรขาดทุนข้างต้น จะพบว่า กำไร (ขาดทุน) สุทธิตลอด 5 ปี มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ โดยในปีที่ 1 ได้กำไร 3,060,764 บาท ปีที่ 2 ได้กำไร 3,177,522 บาท ปีที่ 3 ได้กำไร 3,451,744 บาท ปีที่ 4 ได้กำไร 3,575,536 บาท และในปีที่ 5 ได้กำไร 3,703,002 บาท ซึ่งจะสอดคล้องกับรายได้ที่เพิ่มขึ้นทุกปี และในส่วนของภาษี จะคิดจาก ร้อยละ 30 ของกำไรก่อนหักภาษี

2.6 งบแสดงฐานะการเงิน

ตารางที่ 14 งบแสดงฐานะการเงิน ปีที่ 1 ถึงปีที่ 5

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	1,740,000.00	5,305,355.00	8,763,406.38	12,491,496.18	16,339,067.05
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	1,740,000.00	5,305,355.00	8,763,406.38	12,491,496.18	16,339,067.05
สินทรัพย์ถาวร					
อาคาร (สุทธิ)	3,000,000.00	2,700,000.00	2,400,000.00	2,100,000.00	1,800,000.00
ยานพาหนะ (สุทธิ)	220,000.00	1.00	1.00	1.00	1.00
อุปกรณ์เครื่องใช้ (สุทธิ)	480,000.00	360,000.00	240,000.00	120,000.00	1.00
รวมสินทรัพย์ถาวร	3,700,000.00	3,060,001.00	2,640,001.00	2,220,001.00	1,800,002.00
รวมสินทรัพย์	5,440,000.00	8,365,356.00	11,403,407.38	14,711,497.18	18,139,069.05
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น					
หนี้สิน					
เจ้าหนี้การค้า	-	-	-	-	-
เงินกู้ระยะยาว	-	-	-	-	-
รวมหนี้สิน	-	-	-	-	-
ส่วนของผู้ถือหุ้น					
ทุน	5,440,000.00	5,440,000.00	5,440,000.00	5,440,000.00	5,440,000.00
กำไรสะสมต้นงวด	-	2,925,356.00	5,963,407.38	9,271,497.18	12,699,069.05
กำไรสุทธิในงวด	2,925,356.00	3,038,051.38	3,308,089.80	3,427,571.87	3,550,598.98
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	5,440,000.00	8,365,356.00	11,403,407.38	14,711,497.18	18,139,069.05
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	5,440,000.00	8,365,356.00	11,403,407.38	14,711,497.18	18,139,069.05

ในส่วนของงบแสดงฐานะการเงินของรีสอร์ท ABC ในปีแรกมีสินทรัพย์รวมทั้งหมด 5,440,000 บาท ซึ่งประกอบไปด้วยสินทรัพย์หมุนเวียนคือเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด 1,740,000 บาท สินทรัพย์ถาวร 3,700,000 บาท ในส่วนของสินทรัพย์ถาวรประกอบไปด้วย ค่ารีโนเวทอุปกรณ์ของใช้ ยานพาหนะ และอาคาร ทั้งนี้รีสอร์ทใช้เงินทุนส่วนของเจ้าของทั้งหมด โดยไม่มีการกู้ยืมเงิน ส่งผลให้ไม่มีหนี้สินระยะสั้นและระยะยาว และในส่วนของการประเมินในปีแรกจะยกไปรวมกับกำไร(ขาดทุน)สุทธิในปีที่ 2 รวมเป็นกำไรสะสมของปีที่ 2

2.7 จุดคุ้มทุน

ตารางที่ 15 การคำนวณจุดคุ้มทุน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย	9,616,800	9,905,304	10,202,463	10,508,537	10,823,793
ต้นทุนผันแปร	3,866,720	3,982,122	4,100,985	4,223,415	4,349,517
กำไรส่วนเกิน	5,750,080	5,923,182	6,101,478	6,285,122	6,474,276
อัตรากำไรส่วนเกิน	0.60	0.60	0.60	0.60	0.60
ต้นทุนคงที่	1,571,000.00	1,583,109.00	1,375,635.30	1,388,590.96	1,401,991.62
จุดคุ้มทุนต่อปี	2,627,440.45	2,647,424.11	2,300,240.81	2,321,682.70	2,343,870.96

ในส่วนของจุดคุ้มทุน โดยจะคิดจาก ยอดขาย นำมาหักด้วย ต้นทุนผันแปร จะได้เป็น กำไรส่วนเกิน และหา อัตรากำไรส่วนเกิน โดยนำ กำไรส่วนเกิน มาหารด้วย ยอดขาย และเมื่อได้อัตรากำไรส่วนเกินแล้วจึงนำไปหารต้นทุนคงที่ จะได้จุดคุ้มทุนต่อปี ซึ่งจากการคำนวณจุดคุ้มทุนในปีแรกพบว่ารีสอร์ทต้องมีรายได้ 2,627,440.45 บาทขึ้นไปถึงจะคุ้มทุน ซึ่งจากการประมาณการรายได้มีมูลค่า 9,616,800 บาท ดังนั้น จึงสามารถคุ้มทุนได้ตั้งแต่ปีแรกเป็นต้นไป

2.8 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) อัตราผลตอบแทนการลงทุน (IRR) และระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)

การคำนวณมูลค่าปัจจุบันในอัตราคิดลด 10%

ตารางที่ 16 กระแสเงินสดรับสุทธิ 5 ปี

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินลงทุน	- 5,440,000.00					
รายได้		9,616,800.00	9,905,304.00	10,202,463.12	10,508,537.01	10,823,793.12
หัก ต้นทุนขาย		3,846,720.00	3,962,121.60	4,080,985.25	4,203,414.81	4,329,517.25
กำไรขั้นต้น		5,770,080.00	5,943,182.40	6,121,477.87	6,305,122.21	6,494,275.87
หัก ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน		1,591,000.00	1,603,109.00	1,395,635.30	1,408,590.96	1,421,991.62

ตารางที่ 16 กระแสเงินสดรับสุทธิ 5 ปี (ต่อ)

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรจากการดำเนินงาน		4,179,080.00	4,340,073.40	4,725,842.57	4,896,531.25	5,072,284.26
หัก ดอกเบี้ยจ่าย		-	-	-	-	-
กำไรก่อนหักภาษี		4,179,080.00	4,340,073.40	4,725,842.57	4,896,531.25	5,072,284.26
หัก ภาษี 30%		1,253,724.00	1,302,022.02	1,417,752.77	1,468,959.37	1,521,685.28
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ		2,925,356.00	3,038,051.38	3,308,089.80	3,427,571.87	3,550,598.98
บวก ค่าเสื่อมราคา		640,000.00	639,999.00	420,000.00	420,000.00	419,999.00
กระแสเงินสดรับสุทธิ	- 5,440,000.00	3,565,356.00	3,678,050.38	3,728,089.80	3,847,571.87	3,970,597.98
กระแสเงินสดรับสะสม	- 5,440,000.00	- 1,874,644.00	1,803,406.38	5,531,496.18	9,379,068.05	13,349,666.03

ตารางที่ 17 คำนวณ NPV IRR PB

NPV	8,735,285.14
IRR	61%
Payback Period (ปี)	1.51

จากการคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV) พบว่าบริษัทมีมูลค่ากระแสเงินสดสุทธิจากการลงทุนในครั้งนี้เป็นบวก หรือเท่ากับ 8,735,285.14 บาท และเมื่อเทียบกระแสเงินสดอิสระที่โครงการดำเนินงานตลอดระยะเวลา 5 ปี กับเงินลงทุนเริ่มต้นพบว่า อัตราผลตอบแทนลงทุน (Internal Rate of Return : IRR) เท่ากับ 61% ในส่วนของระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) จากการพิจารณากระแสเงินสดรับพบว่า มีระยะเวลาคืนทุน 1.51 ปี

2.9 อัตราส่วนทางการเงิน

ตารางที่ 18 อัตราส่วนทางการเงิน

รายการวิเคราะห์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
อัตราส่วนประสิทธิภาพในการใช้สินทรัพย์ (Efficiency Ratio)					
อัตราหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม (Total Asset Turnover)	1.77	1.18	0.89	0.71	0.60
อัตราหมุนเวียนของสินทรัพย์ถาวร (Net Fixed Asset Turnover)	2.60	3.24	3.86	4.73	6.01

ตารางที่ 18 อัตราส่วนทางการเงิน (ต่อ)

รายการวิเคราะห์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
อัตราส่วนความสามารถในการทำกำไร (Profitability Ratio)					
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (Operating Profit Margin)	43.46%	43.82%	46.32%	46.60%	46.86%
อัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin)	30.42%	30.67%	32.42%	32.62%	32.80%
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ทั้งหมด (Return On Assets : ROA)	54%	36%	29%	23%	20%
อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (Return On Equity : ROE)	54%	36%	29%	23%	20%

2.9.1 อัตราหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม (Total Asset Turnover)

จากตารางข้างต้นมีอัตราหมุนเวียนของสินทรัพย์รวมในปีแรกอยู่ที่ 1.77 เท่า ปีที่ 2 อยู่ที่ 1.18 เท่า ปีที่ 3 อยู่ที่ 0.89 ปีที่ 4 อยู่ที่ 0.69 ปีที่ 5 อยู่ที่ 0.60 จะเห็นว่าอัตราหมุนเวียนของสินทรัพย์รวมลดลงตามลำดับ แสดงว่ามีประสิทธิภาพในการใช้สินทรัพย์ที่กิจการมีอยู่ลดลง ในปีแรกสินทรัพย์รวมสามารถนำไปสร้างยอดขายได้ 1.77 เท่า

2.9.2 อัตราหมุนเวียนของสินทรัพย์ถาวร (Net Fixed Asset Turnover)

จากตารางแสดงให้เห็นว่าอัตราหมุนเวียนของสินทรัพย์ถาวรในปีแรกอยู่ที่ 2.60 เท่า โดยมีอัตราเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ ตามลำดับ บ่งบอกถึงความสามารถของกิจการว่ามีการใช้สินทรัพย์ถาวรอย่างมีประสิทธิภาพ

2.9.3 อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (Operating Profit Margin)

รายได้หักต้นทุนขายและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานจะได้กำไรจากการดำเนินงาน ซึ่งในตารางข้างต้นอัตรากำไรจากการดำเนินงานนั้นอยู่ที่ 43.46% ในปีแรกและสูงขึ้นในปีต่อไปตามลำดับ และในปีที่ 5 มีอัตราอยู่ที่ 46.86% จะเห็นได้ว่ามีอัตราเพิ่มขึ้น บ่งบอกได้ว่ามีประสิทธิภาพในการทำกำไรและจัดการค่าใช้จ่ายมากขึ้น

2.9.4 อัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin)

จากตารางจะเห็นว่าอัตรากำไรสุทธิในปีที่ 1 อยู่ที่ 30.42% และมีอัตราสูงขึ้นทุกปี ซึ่งในปีที่ 5 มีอัตราอยู่ที่ 32.80% สะท้อนให้เห็นว่ามีความสามารถในการทำกำไรสุทธิมากขึ้นและการดำเนินงานของกิจการก็มีประสิทธิภาพด้วย

2.9.5 อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ทั้งหมด (Return On Assets : ROA)

อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ทั้งหมด ในปีแรก อยู่ที่ 54% ปีที่ 2 มีอัตราอยู่ที่ 36% ปีที่ 3 มีอัตราอยู่ที่ 29% ปีที่ 4 มีอัตราอยู่ที่ 23% ปีที่ 5 มีอัตราอยู่ที่ 20% จะเห็นว่าลดลง เนื่องจากอัตรากำไรสุทธิเพิ่มขึ้น แต่มีการเพิ่มขึ้นน้อยกว่าอัตรากำไรสุทธิที่เพิ่มขึ้น และภายในระยะเวลา 5 ปีนี้กำไรที่ได้มาทั้งหมดไม่ได้นำไปลงทุนเพิ่มเพื่อขยายกิจการ

2.9.6 อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (Return On Equity : ROE)

เนื่องจากบริษัท ABC ดำเนินกิจการโดยใช้ทุนที่เป็นส่วนของผู้ถือหุ้น 100% จึงไม่มีหนี้สิน ผลลัพธ์จึงออกมาเป็นค่าเท่ากับอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ทั้งหมดหรือ ROA คือ ในปีแรกมีอัตราอยู่ที่ 54% ปีที่ 2 มีอัตราอยู่ที่ 36% ปีที่ 3 มีอัตราอยู่ที่ 29% ปีที่ 4 มีอัตราอยู่ที่ 23% ปีที่ 5 มีอัตราอยู่ที่ 20% เนื่องจากอัตรากำไรสุทธิเพิ่มขึ้นน้อยกว่าอัตรากำไรสะสมและภายในระยะเวลา 5 ปีนี้ กำไรที่ได้มาทั้งหมดไม่ได้นำไปลงทุนเพิ่มเพื่อขยายกิจการ



บทที่ 5

การประเมินความเสี่ยงและปัจจัยความสำเร็จ

การประเมินความเสี่ยง

1. ความเสี่ยงด้านทรัพยากรบุคคล

มีการคาดการณ์ความเสี่ยงด้านทรัพยากรบุคคล ดังนี้

1.1 พนักงานลาหยุดพร้อมกันหลายคน เนื่องจากริสอร์ท ABC เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง หากเกิดเหตุ อาจส่งผลให้มีพนักงานไม่เพียงพอต่อการให้บริการและรองรับลูกค้า

1.2 พนักงานบริการไม่ดี ปฏิบัติต่อลูกค้าด้วยกิริยาที่ไม่สุภาพ

วิธีป้องกันและรับมือกับความเสี่ยงด้านทรัพยากรบุคคล คือ ทางริสอร์ทได้มีแหล่งในการติดต่อเพื่อหาพนักงานชั่วคราวมาทำงานแทน มีการตั้งงบประมาณค่าจ้างสำหรับจ้างพนักงานชั่วคราว เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นและทำให้กิจการดำเนินต่อไปได้ และมีการอบรมและพูดคุยกับพนักงานให้เข้าใจถึงงานที่ทำ สร้างขวัญและกำลังใจให้กับพนักงาน

2. ความเสี่ยงด้านการตลาด

มีการคาดการณ์ความเสี่ยงด้านการตลาด ดังนี้

2.1 ต้นทุนต่างๆ ในการทำการตลาดอาจเพิ่มขึ้นในอนาคต ส่งผลให้ค่าใช้จ่ายสูงขึ้นตามไปด้วย

2.2 ลูกค้าใช้บริการน้อยกว่าที่คาดการณ์ไว้ ส่งผลให้รายได้และอัตราการเติบโตของกิจการลดลง

วิธีป้องกันและรับมือกับความเสี่ยงด้านการตลาด คือ จัดทำเว็บไซต์ของริสอร์ทและแอปพลิเคชันให้ทันสมัยที่สุด เพื่อให้ลูกค้าได้เข้าถึงได้ง่ายขึ้นและดูน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น จะช่วยส่งผลในการตัดสินใจในการเข้าใช้บริการของริสอร์ท และดูมีมาตรฐานมากยิ่งขึ้น ประชาสัมพันธ์ในสื่อต่างๆ เพื่อเป็นที่รู้จัก จัดเก็บข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับภัยพิบัติ การเมือง แนวโน้มการท่องเที่ยว เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ให้ทราบถึงสถานการณ์ปัจจุบัน และสามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาดได้อย่างทันเวลา

3. ความเสี่ยงด้านการเงิน

มีการคาดการณ์ความเสี่ยงด้านการเงิน ดังนี้

3.1 เกิดการขาดสภาพคล่องของเงินสด ทำให้มีการหมุนเวียนเงินไม่ทันสำหรับค่าใช้จ่าย

3.2 เกิดการทุจริต เช่น มีพนักงานขโมยเงินสดย่อยที่แบ่งไว้ให้ใช้หรือเงินที่ลูกค้าจ่ายค่าห้องพักมาเป็นเงินสด

3.3 มีการคิดราคาผิดพลาดทำให้ความน่าเชื่อถือของรีสอร์ทลดลง

วิธีป้องกันและรับมือกับความเสี่ยงด้านการเงิน คือ นำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาใช้ในการทำงาน เพื่อลดความผิดพลาดที่จะเกิดขึ้น จัดทำระบบทางด้านบัญชีและการเงินให้เป็นระบบมากยิ่งขึ้น จัดตั้งเงินทุนสำรองเพื่อใช้ในกรณีสถานการณ์ฉุกเฉิน สำหรับอยู่ได้นาน 6 เดือน สามารถอยู่ได้ นำหลักธรรมาภิบาลเข้ามาใช้ในการบริหาร

4. ความเสี่ยงด้านคู่แข่งในอุตสาหกรรม

มีการคาดการณ์ความเสี่ยงด้านคู่แข่งในอุตสาหกรรม ดังนี้

ตลาดท่องเที่ยวมีการเติบโตหลังสถานการณ์โควิด-19 ส่งผลให้มีผู้สนใจลงทุนในธุรกิจที่พักมากขึ้น ซึ่งจังหวัดเพชรบูรณ์ก็มีความเป็นไปได้สูงที่จะมีนักลงทุนเข้ามาลงทุน ส่งผลให้ส่วนแบ่งทางการตลาดลดลง

วิธีป้องกันและรับมือกับความเสี่ยงด้านคู่แข่งในอุตสาหกรรม คือ เนื่องจากทางรีสอร์ทมีกลยุทธ์สร้างความเป็นเอกลักษณ์ของที่พักรับบริการ จึงมีมาตรการเพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และเลือกเข้ามาพักที่รีสอร์ท โดยมีการกำหนดและควบคุมรักษามาตรฐานการบริการ เช่น ประเมินผลเป็นประจำ หากมีข้อร้องเรียนก็จะหาทางแก้ไขให้ได้ไวที่สุดเท่าที่จะทำได้ สร้างแบบประเมินความพึงพอใจของลูกค้า อีกทั้งนำเสนอความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของ รีสอร์ท ABC ผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ ให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้

5. ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติการ

มีการคาดการณ์ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติการ ดังนี้

เกิดเหตุที่ไม่คาดคิดขึ้น ทำให้ทางรีสอร์ทต้องรับมือไม่ทัน เช่น โรคระบาด ไฟดับ ภัยพิบัติ น้ำท่วม ไฟไหม้ หรือภัยธรรมชาติอื่นๆ ซึ่งก่อนให้เกิดความเสียหายได้

วิธีป้องกันและรับมือกับความเสี่ยงด้านการปฏิบัติการ คือ จัดเตรียมแผนไว้สำหรับรับมือกับภัยธรรมชาติและอุบัติเหตุที่จะเกิดขึ้น เช่น อบรมให้พนักงานมีความรู้เรื่องการระงับอัคคีภัยเบื้องต้น มีข้อมูลศูนย์กู้ภัย เป็นต้น

6. ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์

มีการคาดการณ์ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ ดังนี้

เนื่องจากธุรกิจมีการแข่งขันกันสูงในปัจจุบันเพราะมีผู้ประกอบการในตลาดมากมาย แต่ละรายก็ต้องการยอดขายเพิ่มสูงขึ้น และหากเศรษฐกิจมีการชะลอตัวส่งผลให้ลูกค้าลดลงตามภาวะเศรษฐกิจ ก็จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ไปตามสถานการณ์แต่ละช่วง

วิธีป้องกันและรับมือกับความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ คือ ต้องติดตามข่าวสารสถานการณ์ปัจจุบันของธุรกิจท่องเที่ยวและทิศทางของเศรษฐกิจตลอดเวลา เพื่อที่จะสามารถวิเคราะห์และปรับใช้กลยุทธ์ให้ตรงกับสถานการณ์ได้

7. ความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม

มีการคาดการณ์ความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม ดังนี้

ปัญหาเรื่องขยะมูลฝอย รีสอร์ทเป็นสถานที่ที่คนเข้ามาพักและใช้บริการและทำกิจกรรมต่างๆ ทำให้เกิดขยะเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ถ้าหากไม่มีการจัดการขยะที่ดีจะทำให้ขยะล้นเกิดความเสี่ยงปรกและส่งผลถึงเหม็นรบกวน ส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมและบรรยากาศเป็นอย่างมาก

วิธีป้องกันและรับมือกับความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม คือ จัดทำแผนจัดการขยะอย่างมีประสิทธิภาพ มีการนำกิจกรรม 3R มาใช้ คือ การลดขยะ การนำไปใช้ซ้ำ การนำกลับไปใช้ใหม่ เช่น ลดการใช้ถ้วยโฟมหรือถ้วยพลาสติกเปลี่ยนมาใช้ถ้วยที่สามารถล้างแล้วกลับมาใช้ใหม่ได้ ลดการใช้พลาสติกโดยการใส่ใบตองหรือกระดาษห่อแทน

8. ความเสี่ยงด้านสังคม

มีการคาดการณ์ความเสี่ยงด้านสังคม ดังนี้

8.1 เกิดความขัดแย้งระหว่างเจ้าของกิจการกับชาวบ้านในท้องถิ่น ทำให้อยู่ร่วมกันอย่างไม่มีความสุข

8.2 มีคนกล่าวหาว่าร้ายกิจการ หรือให้ความเท็จ ส่งต่อข้อมูลที่ผิดๆ ส่งผลกระทบให้กิจการเกิดความเสียหาย

วิธีป้องกันและรับมือกับความเสี่ยงด้านสังคม คือ สร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อชาวบ้าน มีการช่วยเหลือชาวบ้าน เมื่อมีงานในชุมชนเข้าร่วมกิจกรรมกับชาวบ้าน เพื่อสร้างสัมพันธ์ไมตรีต่อกัน เช่น การสร้างอาชีพให้กับชาวบ้านในชุมชน ช่วยหาช่องทางเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับชาวบ้านในชุมชนและธุรกิจของเรา ได้ประโยชน์กันทั้งสองฝ่าย

ปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ (Key Success Factors)

ในการทำธุรกิจนั้นเราสามารถประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวได้ ซึ่งการที่เราจะประสบความสำเร็จนั้นมาจากปัจจัยที่หลากหลาย ปัจจัยที่สำคัญที่จะทำให้ธุรกิจรีสอร์ท ABC ประสบความสำเร็จ ได้แก่

1. บุคลากร

ในการทำธุรกิจรีสอร์ทสิ่งที่สำคัญมากๆ อย่างหนึ่ง คือ การบริการจะต้องมีพนักงานที่ดี บริการดี มีจิตใจบริการ ยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาไพเราะ มีความซื่อสัตย์ ดูแลลูกค้าได้ดี ลูกค้าจะรู้สึกคุ้มค่ากับการเข้ามาพักผ่อนและยอมจ่ายเงินเพื่อซื้อบริการที่ดี

2. การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

รีสอร์ทของเราสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เพื่อให้เกิดความประทับใจและเป็นเอกลักษณ์ คือ มีความเป็นกันเองกับลูกค้า ให้ความรู้สึกเหมือนเป็นครอบครัวเดียวกัน เมื่อลูกค้าเข้ามาพักแล้วเกิดความสบายใจ รู้สึกปลอดภัย สามารถแนะนำเรื่องการเดินทางหรือข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวได้ และมีการแบ่งผลผลิตจากการปลูกผักผลไม้ให้กับลูกค้า เช่น เมื่อมีกล้วยน้ำหว้าสุกก็จะตัดจากต้นมาแบ่งให้ลูกค้า ได้ทานกับและสามารถนำกลับไปได้ ทำให้ได้ใจจากลูกค้า ลูกค้ารู้สึกประทับใจได้

3. ความปลอดภัยของผู้เข้าพัก

ความปลอดภัยของผู้เข้าพัก เป็นอีกปัจจัยที่สร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อความปลอดภัยและความสบายใจของผู้เข้าพัก มีมาตรการป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาขึ้น โดยทางรีสอร์ท ABC จะมีพนักงานรักษาความปลอดภัยคอยดูแลสอดส่องอยู่ตลอด 24 ชั่วโมง เมื่อเกิดเหตุสามารถเรียกได้ทันที

4. เสียงของลูกค้า

ธุรกิจบริการจะสร้างความประทับใจให้ลูกค้า เพื่อลูกค้าประทับใจและกลับมาใช้บริการอีกครั้ง ต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาอยู่เสมอ รับฟังเสียงของลูกค้า เพื่อนำมาปรับใช้ให้มีการบริการที่ดีขึ้นและมีประสิทธิภาพ

5. การบริหารงาน

การทำธุรกิจนั้นไม่ได้มีแค่ตัวเรา แต่ยังมีพนักงานและคนอื่นๆ ที่อยู่ในธุรกิจด้วย เราต้องบริหารงานเพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน ไปในทิศทางเดียวกันทั้งองค์กร มีเป้าหมายที่ชัดเจนจะทำให้เราประสบความสำเร็จได้

6. มีช่องทางการติดต่อที่เข้าถึงได้ง่าย

ธุรกิจเกี่ยวกับที่พักนั้นมีคู่แข่งเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จึงจำเป็นต้องมีช่องทางออนไลน์เพื่อให้เข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้นและทั่วถึง โดยทางรีสอร์ทเราก็มีช่องทางออนไลน์หลากหลาย เช่น เว็บไซต์ เอเจนซี่ เฟซบุ๊ก โซเชียลมีเดียต่างๆ ลูกค้าสามารถเข้าไปดูรูปรีสอร์ทและข่าวสารจากทางรีสอร์ท

กิจกรรมต่างๆ ที่มีให้บริการ รีวิวกาลูกค้าที่เคยเข้ามาพัก เพื่อเพิ่มการตัดสินใจของลูกค้าใหม่ที่สนใจจะเข้ามาพัก อีกทั้งยังมีการสร้างตำแหน่งระบุใน Google Map ด้วย



บรรณานุกรม

TNI

บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566). **แผนปฏิบัติการรายปี (พ.ศ. 2566)**. สืบค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2566, จาก <https://secretary.mots.go.th/ewtadmin/ewt/secretary/download/PDF/plan66smots.pdf>.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2566). **วิกฤติโควิด 19**. สืบค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2566, จาก <https://www.bot.or.th/th/our-roles/special-measures/covid-19.html>.
- มิเชล เกา. (2566). **เทรนด์ท่องเที่ยวในปี 2567 คนไทยมีแนวโน้มเดินทางด้วยงบจำกัด และรักความยั่งยืนมากขึ้น**. สืบค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2566, จาก <https://www.thairath.co.th/lifestyle/travel/2739617>.
- วิศัลย์ โฆษิตานนท์. (2562). **ท่องเที่ยววิถี 4 มรดกโลก**. สืบค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2566, จาก <https://wisonk.wordpress.com/2019/10/15/ท่องเที่ยววิถี-4-มรดกโลก/>.
- (2556). **เมืองท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หล่มเก่า : วิถีไทหล่ม**. สืบค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2566, จาก <https://wisonk.wordpress.com/2013/04/19/เมืองท่องเที่ยวเชิงวัฒ/>.
- องค์การบริหารส่วนจังหวัดเพชรบูรณ์. (2566). **คู่มือการท่องเที่ยวเพชรบูรณ์ 2566**. เพชรบูรณ์ : องค์การบริหารส่วนจังหวัดเพชรบูรณ์.
- Choowap. (2558). **บ้านไม้พิชา**. สืบค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2566, จาก <https://www.choowap.com/th/hotel/maipicha-home>.
- DDproperty Editorial Team. (2564). **8 วิธีปลูกผักสลัดกินเองที่บ้าน-สร้างรายได้ พื้นที่จำกัดก็ทำได้**. สืบค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2566, จาก <https://www.ddproperty.com/คู่มือซื้อขาย/วิธีการปลูกผักสลัดแบบง่าย-ๆ-ในบ้านคุณ-27913>.
- Industry Team. (2566). **แนวโน้มธุรกิจและอุตสาหกรรมไทยปี 2566-68**. สืบค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2566, จาก <https://www.krungsri.com/th/research/industry/summary-outlook/industry-outlook-2023-2025>.
- MGR Online. (2559). **“บุญมี ขนมหิน” หล่มเก่า รสเด็ด เส้นสด สีสันหลากหลาย**. สืบค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2566, จาก <https://mgronline.com/travel/detail/9590000051539>.
- Thairath Online. (2560). **ไถ่อย่างข้าวเบือ อาหารเด็ดของคนเพชรบูรณ์บ้านเฮา**. สืบค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2566, จาก <https://asean67110.blogspot.com/2017/08/blog-post.html>.

Thailand Tourism Directory. (2558). บ้านไม้พินา หล่มเก่า. สืบค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2566, จาก <https://thailandtourismdirectory.go.th/accommodations/98198>.





ภาคผนวก

ภาคผนวก ก.
คำถามในการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง

TNII



คำถามในการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง

คำถามในการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง จะแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เคยมาใช้บริการรีสอร์ทในจังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 5 คน
2. กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ไม่เคยมาใช้บริการรีสอร์ทในจังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 5 คน

คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

1. เพศ
2. อายุ
3. อาชีพ
4. รายได้ต่อเดือน
5. ระดับการศึกษา
6. ความชอบส่วนตัว
7. งานอดิเรก

แนวคำถามเกี่ยวกับการการท่องเที่ยวและที่พัก

1. เรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความพึงพอใจ
 1. ปกติแล้วคุณท่องเที่ยวแบบใด บ่อยแค่ไหน
 2. ปกติแล้วใช้บริการที่พักรูปแบบใด เช่น โรงแรม รีสอร์ท โฮสเทล
 3. คุณเคยเข้าพักที่รีสอร์ทที่ไหน พักกี่วัน
 4. ปกติแล้วคุณไปพักที่รีสอร์ท ท่องเที่ยวกับใคร
 5. คุณชอบบริการของรีสอร์ทที่ไปพักไหม ชอบอะไร ไม่ชอบอะไร
 6. โดยปกติแล้วคุณเดินทางไปท่องเที่ยวอย่างไร
 7. คุณพอใจกับรีสอร์ทที่เคยเข้าไปพักมากน้อยแค่ไหน เรื่องอะไร เหตุใด
 8. คุณมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับรีสอร์ทอะไรบ้าง

2. เรื่องปัญหาและความต้องการของลูกค้า

9. คุณพบเจอปัญหาอะไรบ้างในการเข้าพักที่รีสอร์ท อยากให้ปรับปรุงอะไรบ้าง
10. ในการเลือกใช้บริการรีสอร์ทคุณคำนึงถึงอะไรบ้าง อย่างไร
11. ทำไมคุณถึงเลือกเข้าพักที่รีสอร์ท
12. เหตุผลในการเข้าพักที่รีสอร์ทเพื่ออะไร
13. คุณมีความต้องการอะไรบ้างในการพักที่รีสอร์ท และต้องการอะไรเพิ่มบ้าง

3. เรื่องปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ

3.1 ด้านผลิตภัณฑ์และการให้บริการ (Product & Service)

แบบใด

14. คุณชอบและอยากใช้บริการที่พักแบบไหน บรรยากาศ สภาพแวดล้อม
15. คุณเลือกทำเลรีสอร์ทที่เข้าใช้บริการอย่างไร
16. คุณอยากให้มีกิจกรรมรูปแบบไหน อะไรบ้าง
17. คุณเคยเข้าร่วมกิจกรรมอะไรบ้าง ชอบกิจกรรมแบบไหน ไม่ชอบแบบไหน
18. หากรีสอร์ทของเรามีกิจกรรมทำอาหารท้องถิ่น เช่น บีบเส้นขนมจีน ทำไก่ย่างข้าวเบือ คุณมีความสนใจหรือไม่ คิดอย่างไรกับกิจกรรมนี้

3.2 ด้านราคา (Price)

19. ที่ผ่านมากคุณพักที่รีสอร์ทในราคาเท่าไรต่อคืน
20. หากรีสอร์ทเรามีห้องพักรีสตอลบ้านเป็นหลัง มีห้องน้ำในตัว รองรับ 2-3 คน พร้อมบริการอาหารเช้า คุณยินดีจ่ายในราคาเท่าไร

3.3 ด้านช่องทางการให้บริการ (Place)

21. ปกติเวลาจองที่พัก คุณจองผ่านช่องทางใดบ้าง และช่องทางที่ชอบมากที่สุดคือช่องทางใด เพราะเหตุใด
22. หากรีสอร์ทเรามีช่องทางการจองห้องพักผ่านโทรศัพท์ เคาน์เตอร์เช็คอิน เฟซบุ๊ก ไลน์ คุณมีความเห็นอย่างไร และมีข้อเสนอแนะอย่างไรบ้าง
23. ปกติคุณเล่นโซเชียลมีเดียอะไรมากที่สุด
24. ปกติเวลาคุณหาข้อมูลที่พักในเว็บไซต์ คุณหาจากเว็บไซต์ไหนบ้าง

3.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

25. คุณหาข้อมูลที่พิกจากแหล่งใดบ้าง
26. การอ่านรีวิวจากเพจที่พิกมีผลกระทบต่อการตัดสินใจหรือไม่ มากน้อยเพียงใด
27. คุณเข้าพิกที่รีสอร์ทซ้ำเดิมบ้างหรือไม่ เพราะเหตุ
28. คุณอยากให้รีสอร์ทจัดส่งเสริมการตลาดอย่างไรบ้าง มีโปรโมชั่นแบบใด
29. หากรีสอร์ทมีส่วนลดพิเศษให้ 10% สำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการซ้ำ 3 ครั้งขึ้นไป คุณมีความคิดเห็นอย่างไรและมีข้อเสนอแนะอะไรบ้าง

3.5 ด้านบุคลากร (People)

30. จากที่ผ่านมาคุณพบเจอลักษณะพนักงานที่ไม่ชอบหรือไม่ มีที่ชอบบ้างไหม แบบไหน อย่างไร
31. หากรีสอร์ทเรามีพนักงานต้อนรับ แม่บ้านทำความสะอาด คนสวน พนักงานในการทำกิจกรรม คอยให้บริการ คุณมีความคิดเห็นอย่างไรและมีข้อเสนอแนะอะไรเพิ่มเติมไหม

3.6 ด้านลักษณะแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment)

32. รูปลักษณ์ของที่พิกมีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกหรือไม่ มากน้อยเพียงใด
33. จากประสบการณ์ท่องเที่ยวของคุณ คุณชื่นชอบรูปลักษณ์ของที่พิกแบบใดมากที่สุด เพราะเหตุใด
34. จากประสบการณ์ท่องเที่ยวของคุณ คุณชื่นชอบบรรยากาศรอบๆ ที่พิกแบบใดมากที่สุด เพราะเหตุใด
35. หากรีสอร์ทเรามีการตกแต่งแบบเรียบง่าย ตามวัฒนธรรมท้องถิ่น และมีบรรยากาศไร่นาสวน แปลงผักสวนครัว คุณมีความคิดเห็นอย่างไรและมีข้อเสนอแนะอะไรเพิ่มเติม

3.7 ด้านกระบวนการ (Process)

36. จากประสบการณ์การใช้บริการรีสอร์ทที่ผ่านมา คุณประทับใจการบริการอะไรบ้างและไม่ประทับใจอะไรบ้าง เพราะอะไร
37. จากประสบการณ์การใช้รีสอร์ทที่ผ่านมาคุณอยากให้มีการอะไรเพิ่มเติมบ้าง เพราะเหตุใด
38. โดยปกติแล้วคุณจองที่พักล่วงหน้าก่อนใช้บริการหรือไม่ เพราะเหตุใด
39. หากเรามีการเก็บข้อมูลการเข้าพักของลูกค้า คุณมีความคิดเห็นอย่างไรบ้าง มีข้อเสนอแนะอย่างไร

40. หากรีสอร์ทเรามีพื้นที่กว้างสามารถจัดงานนอกสถานที่ได้ คุณมีความคิดเห็นอย่างไรบ้าง มีข้อเสนอแนะอย่างไร

41. หากรีสอร์ทเรามีบริการอาหารรับส่งคุณไปยังสถานที่ท่องเที่ยวได้ คุณมีความคิดเห็นอย่างไรบ้าง มีข้อเสนอแนะอย่างไร

4. เรื่องแนวโน้มการเข้ามาใช้บริการ

42. คุณมีแนวโน้มที่จะสนใจมาใช้บริการรีสอร์ทเรามากน้อยเพียงใด เพราะเหตุใด



ภาคผนวก ข.
ผลการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง



ผลการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง

1. คำถามเกี่ยวกับข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์

1. เพศ
2. อายุ
3. อาชีพ
4. รายได้ต่อเดือน
5. ระดับการศึกษา
6. ความชอบส่วนตัวด้านการท่องเที่ยว
7. งานอดิเรก

ตารางที่ 19 คำตอบคำถามเกี่ยวกับข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์

ผู้ให้สัมภาษณ์	คำตอบ
คนที่ 1	เพศหญิง อายุ 25 ปี อาชีพธุรกิจส่วนตัว รายได้ต่อเดือน 20,000-25,000 บาท ระดับการศึกษาปริญญาตรี ชอบท่องเที่ยวในประเทศและต่างประเทศกับครอบครัว งานอดิเรกดูคลิปท่องเที่ยวคลิปทำอาหาร
คนที่ 2	เพศหญิง อายุ 26 ปี อาชีพผู้ช่วยนักวิจัย รายได้ต่อเดือน 20,000-25,000 บาท ระดับการศึกษาปริญญาตรี งานอดิเรกอ่านนิยายค่ะ
คนที่ 3	เพศหญิง อายุ 36 ปี อาชีพผู้ช่วยทันตแพทย์ รายได้ต่อเดือน 20,000-25,000 บาท ระดับการศึกษาปริญญาตรี ชอบท่องเที่ยวที่สบายๆ ค่ะ ไม่กางเต็นท์ งานอดิเรก อ่านนิยาย ฟังเพลง ดูซีรีส์ค่ะ
คนที่ 4	เพศชาย อายุ 28 ปี อาชีพสถาปนิก รายได้ต่อเดือน 25,000 บาท กำลังศึกษาอยู่ ระดับปริญญาโท โดยส่วนตัวชอบเที่ยวหลายแบบครับ ชุมชนบ้าง อยู่ธรรมชาติ ห่างไกลชุมชนหน่อยครับ งานอดิเรกตอนนี้ก็มีประกอบโมเดลบ้าง อ่านหนังสืออยู่ ห้องบ้าง เล่นเกมบ้างค่ะ
คนที่ 5	เพศหญิง อายุ 42 ปี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือน 30,000-40,000 บาท ค่ะ ศึกษาในระดับปริญญาโท ชอบเที่ยวในประเทศไทยเชิงธรรมชาติกับ ครอบครัวค่ะ งานอดิเรกก็จะเป็นเรื่องการถักไหมพรมค่ะ
คนที่ 6	เพศหญิง อายุ 25 ปี อาชีพพนักงานบริษัท รายได้ต่อเดือน 20,000-25,000 บาท ระดับการศึกษาปริญญาตรี งานอดิเรกชอบฟังเพลงค่ะ
คนที่ 7	เพศหญิง อายุ 28 ปี อาชีพพนักงานบริษัท รายได้ต่อเดือน 25,000-30,000 บาท ระดับการศึกษาปริญญาตรี ชอบท่องเที่ยวเน้นธรรมชาติค่ะ งานอดิเรกดูซีรีส์ค่ะ
คนที่ 8	เพศหญิง อายุ 50 ปี อาชีพพนักงานแบบอิสระ รายได้ต่อเดือน 30,000-40,000 บาท ค่ะ ระดับการศึกษาปริญญาตรีค่ะ ชอบเที่ยวตามธรรมชาติ งานอดิเรกจะหาที่ ท่องเที่ยวหาร้านอาหารค่ะ

ตารางที่ 19 คำตอบคำถามเกี่ยวกับข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์ (ต่อ)

ผู้ให้สัมภาษณ์	คำตอบ
คนที่ 9	เพศชาย อายุ 29 ปี อาชีพคุณครู รายได้ต่อเดือน 20,000-25,000 บาท ศึกษาในระดับปริญญาตรีครับ ชอบเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเล งานอดิเรกดูหนังฟังเพลงครับ
คนที่ 10	เพศหญิง อายุ 32 ปี อาชีพพยาบาล รายได้ต่อเดือน 20,000-30,000 บาท ศึกษาในระดับปริญญาตรีค่ะ ชอบท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ งานอดิเรกเล่นกีฬา

2. เรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความพึงพอใจ

คำถาม 1 : ปกติแล้วคุณท่องเที่ยวกับใคร บ่อยแค่ไหน

ตารางที่ 20 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 1

ผู้ให้สัมภาษณ์	คำตอบ
คนที่ 1	ปกติแล้วจะท่องเที่ยวกับครอบครัวค่ะ 90% อีก 10% จะไปกับเพื่อน เที่ยวเดือนละ 1-3 ครั้ง ค่ะ
คนที่ 2	ปกติไปคนเดียวบ้าง กับเพื่อนบ้างละครับครอบครัวค่ะ ทุกๆ 3 เดือนไป 1 ที่ค่ะ
คนที่ 3	ไปกับที่บ้านค่ะ ไม่ก็เพื่อน ปีหนึ่งประมาณ 3 ครั้งค่ะ
คนที่ 4	จะมีทั้งไปกับแฟน เพื่อน และครอบครัวด้วยครับ เฉลี่ยต่อปีก็ 3-4 ครั้งครับ
คนที่ 5	จะเที่ยวกับคนในครอบครัวเป็นส่วนมากค่ะ อย่างน้อย 1 ครั้งต่อเดือนค่ะ
คนที่ 6	ไปกับแฟนค่ะ ประมาณ 4 เดือนครั้งค่ะ
คนที่ 7	ไปกับเพื่อนและคนรักค่ะ ถ้าเป็นต่างจังหวัดก็ 2 เดือนครั้งค่ะ
คนที่ 8	เที่ยวคนเดียวบ้างกับเพื่อนบ้างค่ะ ปีละ 2-3 ครั้งค่ะ
คนที่ 9	ในจังหวัดเที่ยว 3-4 ครั้งต่อเดือนกับเพื่อน แต่ถ้าเที่ยวต่างจังหวัดก็ 3 เดือนครั้ง
คนที่ 10	เพื่อนและพี่สาว ปีละ 2-3 ครั้ง

คำถาม 2 : ปกติแล้วใช้บริการที่พักรูปแบบใด เช่น โรงแรม รีสอร์ท โฮสเทล

ตารางที่ 21 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 2

ผู้ให้สัมภาษณ์	คำตอบ
คนที่ 1	ส่วนมากจะเป็นโรงแรมถ้าไปกับครอบครัวค่ะ แต่ถ้าไปกับเพื่อนก็จะพักรีสอร์ทค่ะ
คนที่ 2	ส่วนมากก็โรงแรมค่ะ มีรีสอร์ทบ้าง
คนที่ 3	ส่วนมากก็พักรีสอร์ทและก็มีรีสอร์ทบ้าง
คนที่ 4	จะมีหลากหลายเลยแต่ส่วนใหญ่จะเป็นโรงแรมกับรีสอร์ทที่สะดวกส่วนใหญ่นะครับ
คนที่ 5	ส่วนมากจะเป็นโรงแรมค่ะ
คนที่ 6	ก็มีโรงแรมบ้าง รีสอร์ทบ้างค่ะ
คนที่ 7	โรงแรม เต็นท์ค่ะ

ตารางที่ 21 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 2 (ต่อ)

ผู้ให้สัมภาษณ์	คำตอบ
คนที่ 8	หลายแบบค่ะ แล้วแต่ที่จะไป Airbnb โรงแรมบ้างค่ะ
คนที่ 9	ปกติจะเป็นโรงแรมซะส่วนใหญ่ครับ
คนที่ 10	ส่วนใหญ่จะเป็นรีสอร์ท

คำถาม 3 : คุณเคยเข้าพักที่รีสอร์ทที่ไหน พักกี่วัน

ตารางที่ 22 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 3

ผู้ให้สัมภาษณ์	คำตอบ
คนที่ 1	ที่ภูทับเบิกค่ะ 1 คืนละก็ที่เขาต่อ 1 คืนละ
คนที่ 2	เคยค่ะที่กาญจนบุรี พัก 1 คืน
คนที่ 3	เคยพักที่ระยองค่ะ ส่วนใหญ่ก็ประมาณ 2 คืน
คนที่ 4	ที่เคยไปอยู่ที่เชียงใหม่ก็มีครับ ภูเก็ตก็มี เพชรบูรณ์ ตราดครับ ปกติอยู่ประมาณ 2 คืนครับและก็มีย้ายไปพักที่อื่นบ้างครับ
คนที่ 5	เคยที่สตั๊ดหีบะ เชียงใหม่บ้างค่ะ ประมาณ 3 วัน 2 คืนค่ะ เพชรบูรณ์เคยไปที่เขาต่อค่ะ
คนที่ 6	ไปรีสอร์ทกับเพื่อนค่ะ 2 วัน 1 คืน
คนที่ 7	เคยค่ะ พี่เขาต่อที่ภูทับเบิกค่ะ 1-2 คืนค่ะ
คนที่ 8	เคยไปที่จันทบุรีค่ะ พัก 2 วัน 1 คืนค่ะ
คนที่ 9	เคยที่เกาะล้าน 3 วัน 2 คืน
คนที่ 10	ก็เคยไปหลายที่ค่ะ ถ้าที่เขาต่อก็ 1-2 คืน แล้วแต่วันว่าง

คำถาม 4 : ปกติแล้วคุณไปพักที่รีสอร์ท ท่องเที่ยวกับใคร

ตารางที่ 23 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 4

ผู้ให้สัมภาษณ์	คำตอบ
คนที่ 1	กลุ่มเพื่อนๆ
คนที่ 2	กับเพื่อนๆเป็นกลุ่มหลายๆ คน
คนที่ 3	ที่บ้านและก็มีไปกับที่ทำงานค่ะ
คนที่ 4	ก็จะมีทั้งไปกับแฟนบ้าง เพื่อนไปด้วยบ้างครับ มีไปกับครอบครัวบ้างครับ
คนที่ 5	ส่วนมากไปกับครอบครัว
คนที่ 6	กับเพื่อนกับแฟนค่ะ
คนที่ 7	กับเพื่อนและคนรักค่ะ
คนที่ 8	ถ้ารีสอร์ทก็จะไปกับกลุ่มเพื่อนๆ
คนที่ 9	ไปกับกลุ่มเพื่อน
คนที่ 10	เพื่อนและที่บ้านค่ะ

คำถาม 5 : คุณชอบบริการของรีสอร์ทที่ไปพักไหม ชอบอะไร ไม่ชอบอะไร

ตารางที่ 24 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 5

ผู้ให้สัมภาษณ์	คำตอบ
คนที่ 1	ไม่ค่อยชอบค่ะ เพราะสิ่งอำนวยความสะดวกไม่ค่อยครบ เช่น ที่ภูทับเบิกมันธรรมชาติมากมันก็จะลำบากในการเข้าห้องน้ำหรือทำธุระส่วนตัวค่ะ ไม่สะอาด ส่วนเขาค้อก็พอได้ค่ะแต่บางที่ก็รู้สึกไม่ค่อยปลอดภัย
คนที่ 2	ชอบที่มีอาหารเย็นค่ะ แต่ที่ไม่ชอบคือประตูเชื่อม2ห้องมันเปิดหากันได้ ถ้าไปเจอคนอื่นก็รู้สึกไม่ส่วนตัวเท่าไรค่ะ
คนที่ 3	ชอบที่นอนดี ผ้าห่มดี สถานที่ดีทะเลค่ะ แต่บางที่ก็ไม่มีใครเป่าลมให้ค่ะ แต่ถ้ามีก็ดีค่ะ
คนที่ 4	บริการที่ชอบคือพนักงานต้อนรับที่ต้อนรับตั้งแต่เราเข้ารีสอร์ทครับและก็นำพาพวกของใช้ต่างๆ ทั้งภายนอกห้องและในห้องพักว่ามีอะไรให้บริการบ้างครับ ส่วนที่ไม่ชอบก็เคยเจอบ้างครับที่สองที่
คนที่ 5	ยังไม่เคยเจอรีสอร์ทที่ประทับใจทั้งหมดค่ะ จะดูเรื่องของอาหารเช้าถ้ามีก็จะชอบค่ะ ถ้าที่ไหนอาหารไม่โอเคก็ไม่อยากใช้บริการค่ะ
คนที่ 6	ชอบบริการรถรับส่งค่ะ มีกิจกรรมให้ทำ
คนที่ 7	ชอบบริการอาหารเช้าค่ะ สระว่ายน้ำ
คนที่ 8	อาหารค่ะ ชอบที่เป็นบุฟเฟ่ต์ตัวเองมากกว่าค่ะ ชอบพวกบริการจัดเตียงให้ทุกวันค่ะ พวกบริการเครื่องดื่มในห้องค่ะ
คนที่ 9	ก็ชอบที่เขามีมอเตอร์ไซด์ให้ยืม สะดวกในการเดินทาง รีสอร์ทช่วยให้เราเดินทางไปแต่ละที่สะดวกมากขึ้น ส่วนที่ไม่ชอบคือที่เคาเตอร์จะไม่มีพนักงานอยู่ในเราถาม
คนที่ 10	ส่วนใหญ่บริการก็ชอบร้านอาหารที่อยู่ในรีสอร์ทไปเลยค่ะ

คำถาม 6 : โดยปกติแล้วคุณเดินทางไปท่องเที่ยวอย่างไร

ตารางที่ 25 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 6

ผู้ให้สัมภาษณ์	คำตอบ
คนที่ 1	ขับรถส่วนตัวไปเอง
คนที่ 2	ไปรถส่วนตัวค่ะ
คนที่ 3	รถส่วนตัวค่ะ
คนที่ 4	ก็โดยส่วนใหญ่จะเป็นรถส่วนตัวครับ น้อยครั้งที่จะใช้ขนส่งมวลชนครับ
คนที่ 5	รถยนต์ส่วนตัวค่ะ
คนที่ 6	ส่วนมากรถส่วนตัวค่ะ แต่ก็มีรถตู้บ้าง
คนที่ 7	รถยนต์ส่วนตัวค่ะ
คนที่ 8	ไปรถส่วนตัวค่ะ
คนที่ 9	รถสาธารณะครับ
คนที่ 10	รถส่วนตัวค่ะ

คำถาม 7 : คุณพอใจกับรีสอร์ทที่เคยเข้าไปพักมากน้อยแค่ไหน เรื่องอะไร เหตุใด

ตารางที่ 26 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 7

ผู้ให้สัมภาษณ์	คำตอบ
คนที่ 1	7 เต็ม 10 ค่ะ เรื่องห้องน้ำค่ะ มันไม่ค่อยส่วนตัว ไม่สะดวก
คนที่ 2	ให้ 7 เต็ม 10 ค่ะ เพราะว่าตอนนั้นไปตอนปีใหม่แล้วเขาให้คนนอกเข้มาจุดพลุได้ รู้สึกไม่โอเคหน่อยค่ะ เรานอนอยู่ 555
คนที่ 3	ให้ 8 เต็ม 10 ค่ะ ห้องดี แอร์เย็น
คนที่ 4	ที่พอใจก็เป็นเรื่องบริการและเรื่องอาหารครับ ให้อยู่ที่ 9 เต็ม 10 ครับ
คนที่ 5	รีสอร์ทก็จะพอใจในเรื่องของอาหารเข้ามีให้บริการค่ะ และก็ในกรณีรีสอร์ทที่อยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยวค่ะ
คนที่ 6	8 เต็ม 10 ค่ะ ที่พักค่อนข้างสะอาด แอร์เย็น เต็มใจโอเค ห้องน้ำโอเค แต่ที่ไม่ชอบจะเป็นเจอเรื่องน้ำไหลเบาๆค่ะ
คนที่ 7	ก็ชอบเรื่องสถานที่ค่ะ วิวธรรมชาติ การบริการดี มียกกระเป๋าให้ค่ะ พาไปยังที่พักบริการอาหารเข้าที่ถูกต้องค่ะ ให้ 9 เต็ม 10 ค่ะ
คนที่ 8	ชอบ 9/10 ค่ะ เป็นรีสอร์ทที่สะอาดดี มีสระว่ายน้ำด้วยค่ะ
คนที่ 9	8/10 เรื่องความสะดวกครับ
คนที่ 10	พอใจ เรื่องที่พัก บรรยากาศธรรมชาติรอบๆ ที่พัก

คำถาม 8 : คุณมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับรีสอร์ทอะไรบ้าง

ตารางที่ 27 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 8

ผู้ให้สัมภาษณ์	คำตอบ
คนที่ 1	เรื่องความสะดวกจะเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้รู้สึกที่เราประทับใจหรือไม่ประทับใจในการไปครั้งนั้นๆ
คนที่ 2	อยากให้มีต้นไม้เยอะๆ ร่มรื่นๆ ค่ะ
คนที่ 3	ไม่มีค่ะ
คนที่ 4	สำหรับรีสอร์ทอย่างแรกคิดว่าเรื่องบริการ อย่างน้อยต้องมีพนักงานต้อนรับลูกค้า ไม่ปล่อยให้ลูกค้าต้องมารอโดยที่พนักงานไม่อยู่สแตนด์บายครับ และก็การที่สามารถแนะนำส่วนในห้องพักและบริการของรีสอร์ทนั้นครับ เพื่อให้ลูกค้าเข้าในการบริการของรีสอร์ทนั้นครับ
คนที่ 5	ที่จริงแล้วไปเที่ยวที่สวยๆ แล้วมีกิจกรรมและสถานที่ที่เราผ่อนคลายอะค่ะ ให้เราไม่ต้องออกไปเที่ยวข้างนอกก็ได้ค่ะ แค่มีกิจกรรมให้ทำ สถานที่สวยๆ ให้ถ่ายรูปก็ดีค่ะ
คนที่ 6	อยากให้พนักงานที่ดูแลมีจิตใจบริการ ไม่ใช่ทำตามหน้าที่ค่ะ และเรื่องน้ำไหลเบาๆค่ะ
คนที่ 7	ก็ยังไม่มีเพิ่มเติมค่ะ

ตารางที่ 27 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 8 (ต่อ)

ผู้ให้สัมภาษณ์	คำตอบ
คนที่ 8	คนที่มาพักผ่อนต้องการความสบาย เข้ามาพักแล้วรู้สึกได้พักผ่อนอย่างนี้จะค่ะ
คนที่ 9	บางที่ไม่มีพนักงานอยู่เคาท์เตอร์แล้วต้องการความช่วยเหลือเลยไม่รู้จะให้ใครมาช่วย อยากให้พนักงานอยู่ตลอดครับ
คนที่ 10	ไม่ค่อยมีนะคะ ไม่มีค่ะ

3. เรื่องปัญหาและความต้องการของลูกค้า

คำถาม 9 : คุณพบเจอปัญหาอะไรบ้างในการเข้าพักที่รีสอร์ท อยากให้ปรับปรุงอะไรบ้าง

ตารางที่ 28 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 9

ผู้ให้สัมภาษณ์	คำตอบ
คนที่ 1	เรื่องความสะดวกค่ะ
คนที่ 2	ก็เรื่องความเป็นส่วนตัวค่ะ
คนที่ 3	เรื่องที่นอนค่ะ บางที่ใช้ผ้าห่มไม่ค่อยดี แต่ก็ไม่ค่อยเจอปัญหาอะไรเท่าไหร่ค่ะ
คนที่ 4	ที่เคยเจอก็จะมีเรื่องการติดต่อที่ต้อนรับจะไม่เจอพนักงานไม่สามารถติดต่อได้ครับ จะฝากกระเป๋าก็ไม่ได้ครับ
คนที่ 5	เคยไปพักรีสอร์ทแล้วเจอปัญหาเครื่องทำน้ำอุ่นน้ำไม่ไหลอะไรอย่างนี้จะค่ะ
คนที่ 6	เรื่องพนักงานยังไม่เป็นระบบอะค่ะ จะใช้ช่วยบางเรื่องก็ต้องไปตามอีกคนนึงมา และ ก็ไม่ได้ทำให้รู้สึกประทับใจในการบริการขนาดนั้นค่ะ
คนที่ 7	ยังไม่มีค่ะ
คนที่ 8	ที่จอดรถน้อยค่ะ ไปถึงช้าก็ต้องไปจอดข้างนอกค่ะ บางที่อาหารเข้าก็ไม่ค่อยชอบค่ะ เรื่องความสับสนของพนักงาน
คนที่ 9	บางที่เราจองที่พักในราคาสูง แต่พวกอุปกรณ์ในห้องไม่มี เช่น พวกผ้าขนหนู อุปกรณ์ อาบน้ำอย่างนี้ คือค่าที่พักราคาสูงเราก็ก็นั่นใจว่ามีเลยไม่ได้เอาไป แต่พอไปถึงแล้ว มันไม่มี
คนที่ 10	ปัญหาก็มีเรื่องการเดินทางเข้ารีสอร์ทค่ะ มันลึกและหายาก

คำถาม 10 : ในการเลือกใช้บริการรีสอร์ทคุณคำนึงถึงอะไรบ้าง อย่างไร

ตารางที่ 29 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 10

ผู้ให้สัมภาษณ์	คำตอบ
คนที่ 1	ความสวยงามของสถานที่ ใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการไป ละก็สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น อยากให้เป็น Pet Friendly อย่างนี้ละ ใกล้แหล่งของกิน มีที่จอดรถ
คนที่ 2	ใกล้ที่เที่ยวนะ ขับรถไม่ไกลไปถึงได้เลย เรื่องของกินไม่ค่อยเท่าไร แต่ถ้าไปต่างประเทศก็จะเลือกใกล้รถไฟฟ้า เราจะเอารถไฟฟ้าเป็นหลัก
คนที่ 3	ความสะดวกสบายนะ ตรงนั้นใกล้อะไรไหม เดินทางสะดวกไหมอะนะ
คนที่ 4	แหล่งที่ท่องเที่ยว บรรยากาศที่ตั้งของรีสอร์ทครับ
คนที่ 5	อันดับแรกก็จะเป็นความสะดวกของในห้องนะ บรรยากาศพวกกิจกรรมต่างๆ บรรยากาศของโรงแรมอะนะ
คนที่ 6	หลักๆ ก็คือหน้าตาที่พัก ว่าเป็นแบบไหน ราคาเท่าไร มีบริการอะไรบ้าง รวมอาหารเช้าไหม
คนที่ 7	ค่าที่พักเหมาะสมไหม หรือเราไม่ไหวหรือเปล่า ทำเลที่ตั้งและการรีวิวว่าดีมีข้อตำหนิอะไรนะ
คนที่ 8	เดินทางสะดวกก่อนเลยถ้าขับรถไปได้ก็จะได้ แต่ถ้าบางที่มีสิ่งที่น่าสนใจมาก แต่เดินทางยาก ไม่สะดวกก็ยอมไปนะ
คนที่ 9	เรื่องราคา แล้วก็สถานที่ตั้งรีสอร์ทมันสามารถไปที่ท่องเที่ยวได้อย่างง่ายไหม ถ้าเราไม่มีรถส่วนตัว
คนที่ 10	อย่างแรกคือบริการ สองคือธรรมชาติ การตกแต่งรีสอร์ทประมาณนี้ละ

คำถาม 11 : ทำไมคุณถึงเลือกเข้าพักที่รีสอร์ท

ตารางที่ 30 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 11

ผู้ให้สัมภาษณ์	คำตอบ
คนที่ 1	เพราะผู้ร่วมทริปเลือกอะ 555 มีสัตว์เลี้ยงไปด้วยจึงต้องเลือกรีสอร์ทเป็น Pet Friendly เพื่อให้สัตว์เลี้ยงเข้าไปได้
คนที่ 2	เพราะที่อื่นมันเต็มอะ 555 รีสอร์ทเขามันกว้างและร่มรื่น
คนที่ 3	เดินทางสะดวกดีนะ
คนที่ 4	สถานที่ใกล้ธรรมชาติครับ ถ้าไปได้ก็อยากได้ที่ใกล้ทะเล ใต้บรรยากาศ ใกล้จุดท่องเที่ยวด้วยครับ
คนที่ 5	เรื่องราคาที่เหมาะสมผลนะ
คนที่ 6	เพราะว่าราคาเหมาะสมกับที่พัก และดูรีวิวด้วยนะ
คนที่ 7	รีวิวโอเค ราคาจับต้องได้ละ จ่ายไหวละ

ตารางที่ 30 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 11 (ต่อ)

ผู้ให้สัมภาษณ์	คำตอบ
คนที่ 8	เพราะมันได้ใกล้ชิดธรรมชาติ
คนที่ 9	ราคาเหมาะสมและเรื่องความสะดวกในการไปที่ท่องเที่ยวที่เราอยากไป ก็อ่านตามกระทู้ที่เขาว่าพักที่ไหนเดินทางสะดวก
คนที่ 10	รีสอร์ทสวย มีความเป็นธรรมชาติค่ะ

คำถาม 12 : เหตุผลในการเข้าพักที่รีสอร์ทเพื่ออะไร

ตารางที่ 31 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 12

ผู้ให้สัมภาษณ์	คำตอบ
คนที่ 1	มาท่องเที่ยวค่ะ 5555
คนที่ 2	ไปเที่ยว จะไปใส่บาตรตอนเช้าค่ะเลยไปนอนค้างคืนเพราะมันไกล
คนที่ 3	ไปเที่ยวค่ะ ไปดูคอนเสิร์ต
คนที่ 4	ไปพักผ่อนและซึมซับบรรยากาศครับ และบางที่ต้องการไปเห็นชุมชนผู้คนแถวนั้นที่เราสามารถไปเที่ยวได้ครับ
คนที่ 5	ส่วนมากไปพักผ่อนค่ะ เวลาไปต่างจังหวัดก็จะหาโรงแรมที่พักดีหน่อยเพราะเน้นเรื่องของการพักผ่อนซะส่วนใหญ่ค่ะ ไม่ค่อยได้มีแพลนออกไปเที่ยวค่ะ เลยอยากได้กิจกรรมที่อยู่ในโรงแรมไปเลย ไม่ต้องไปหาที่เที่ยวค่ะ
คนที่ 6	ไปเที่ยวและพักผ่อนค่ะ
คนที่ 7	ไปท่องเที่ยว พักผ่อนค่ะ
คนที่ 8	พักผ่อนค่ะ
คนที่ 9	ถ้าเป็นรีสอร์ทส่วนมากไปท่องเที่ยวครับ
คนที่ 10	ไปท่องเที่ยวและพักผ่อนไปในตัวค่ะ ก็เลยเลือกที่ไม่วุ่นวายมาก

คำถาม 13 : คุณมีความต้องการอะไรบ้างในการพักรีสอร์ท และต้องการอะไรเพิ่มบ้าง

ตารางที่ 32 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 13

ผู้ให้สัมภาษณ์	คำตอบ
คนที่ 1	ก็อย่างที่บอกค่ะ เรื่องความสะดวกสะอาดค่ะอันดับ 1
คนที่ 2	ธรรมชาติค่ะ ร่มรื่น
คนที่ 3	ก็ยังไม่มีค่ะ ที่เคยไปถ้าอยากได้อะไรก็ขอเขาได้ค่ะ ห้องก็สะอาดปกติ เลยยังไม่มีอะไรเพิ่มเติมค่ะ
คนที่ 4	คงจะเป็นเรื่องการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในบริเวณนั้นครับ หรือพาทัวร์พาไปจุดท่องเที่ยวของพื้นที่แถวนั้น

ตารางที่ 32 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 13 (ต่อ)

ผู้ให้สัมภาษณ์	คำตอบ
คนที่ 5	เรื่องของกิจกรรมที่รีสอร์ทเสนอให้กับทางลูกค้าอะคะ ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมด้านอาหาร กิจกรรม Adventure ต่างๆ อะคะ ถ้าเป็นกิจกรรมที่น่าสนใจก็ยินดีที่จะจ่ายเพิ่มนะอะ
คนที่ 6	ถ้าเป็นรีสอร์ทที่มีกิจกรรมด้วยก็อาจจะมีแพคเกจเหมาจ่าย ราคาจะถูกกว่าซื้อแยกอะ
คนที่ 7	ถ้าไปพักก็อยากให้มีกิจกรรมที่รีสอร์ทจัดให้เพราะบางที่เราไม่ได้ออกไปเที่ยวไหนก็อยากให้มีกิจกรรมจัดขึ้น เช่น มีจัดเวิร์กช็อปอะไรแบบนี้นะอะ
คนที่ 8	ความสะอาดและความปลอดภัยอะ บางที่ข้างนอกสะอาด สวย แต่ในห้องมันชื้นมีเชื้อรา ก็ต้องดูแลหน่อยอะ ละก็คนที่ไปพักก็คนใช้ชีวิตในเมืองเขาก็ต้องการความสะดวกสบาย เยอะอะ ในห้องก็ต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกเยอะหน่อย เช่น เครื่องทำน้ำอุ่น
คนที่ 9	ความเป็นส่วนตัว บางที่ห้องมันติดกันอาจจะได้ยินเสียงห้องข้างๆ เรื่องแนะนำที่ท่องเที่ยวด้วย บางที่เราไม่ใช่คนในพื้นที่ก็อยากให้นำมาแนะนำเราไปไหนดี
คนที่ 10	ก็เรื่องความสะดวกและในรีสอร์ทมีกิจกรรมหลายๆ อย่างมากขึ้น

4. เรื่องปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ

ด้านผลิตภัณฑ์และการให้บริการ (Product & Service)

คำถาม 14 : คุณชอบและอยากใช้บริการที่พักแบบไหน บรรยากาศ สภาพแวดล้อมแบบใด

ตารางที่ 33 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 14

ผู้ให้สัมภาษณ์	คำตอบ
คนที่ 1	ชอบความเป็นธรรมชาติอะ แต่ก็อยากให้รู้สึกได้ว่าตรงนั้นมันปลอดภัยแล้วก็ถึงจะเป็นธรรมชาติก็จริงแต่สิ่งอำนวยความสะดวกต้องครบ อย่างเราไปบางที่ก็มีข้อจำกัดเช่น ไม่ได้อยู่ในเมืองบางที่ก็ต้องเดินทางออกไปไกลแต่ที่พักก็ไม่มีของตอบสนองความต้องการของเราอะคะ
คนที่ 2	มีความเป็นธรรมชาติ สงบ มีร่มอะ มีต้นไม้ให้รู้สึกว่ามันเย็น
คนที่ 3	อย่างถ้าไปทะเลก็อยากได้ที่ใกล้หาดอะไรแบบนี้นะอะ ใกล้ที่เที่ยว ใกล้แหล่งของกิน
คนที่ 4	เป็นรีสอร์ทที่มีการดูแลลูกค้า มีการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวแก่ลูกค้าได้รับ ส่วนที่พักก็ค่อนข้างจะชัฟพอร์ตเรื่องความเป็นส่วนตัวของลูกค้าครับจากบริเวณด้านนอกครับ
คนที่ 5	ก็จะเน้นเรื่องธรรมชาติอะ ภูเขา น้ำ ลำธาร อะไรแบบนี้นะอะ
คนที่ 6	ชอบแบบธรรมชาติ ไม่แออัด ปลอดภัย
คนที่ 7	ชอบที่พักแนวโลคอลแต่เป็นที่แบบไม่ได้ดูน่ากลัวอะ เป็นความโลคอลที่ดูสบาย มีความธรรมชาติ กลิ่นไอพื้นบ้านอะ
คนที่ 8	บรรยากาศที่เป็นธรรมชาตินี้แหละอะ ใช้วัสดุพื้นถิ่นมาตกแต่ง ที่นอนดูดี นอนสบาย อาหารอร่อย
คนที่ 9	ที่พักดี รอบๆ บรรยากาศสวย พนักงานบริการดีหลักๆ
คนที่ 10	ชอบแนวโลคอล หรืออยู่ในชุมชน บรรยากาศของจังหวัดนั้นๆที่เราไปอะ

คำถาม 15 : คุณเลือกทำเล็รส์อร์ทที่เข้าใช้บริการอย่างไร

ตารางที่ 34 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 15

ผู้ให้สัมภาษณ์	คำตอบ
คนที่ 1	ใกล้แหล่งท่องเที่ยว ใกล้แหล่งของกินค่ะ วิวด้วย ถ้าสวยแต่อยู่ไกลก็คุ้มค่าที่จะไปค่ะ
คนที่ 2	ใกล้ที่เที่ยวค่ะ
คนที่ 3	ใกล้แหล่งท่องเที่ยว เดินทางสะดวกค่ะ
คนที่ 4	ก็เลือกจากเป้าหมายที่เราจะไปครับ ถ้าจะไปอำเภอนี้จังหวัดนี้ก็จะไปรีสอร์ทที่ใกล้เคียงกับสถานที่นั้น และดูรีวิวการให้บริการครับตามคำแนะนำของเว็บไซต์ครับ
คนที่ 5	บรรยากาศโดยรวม ถึงแม้จะอยู่ไกลไปหน่อยแต่ถ้าบรรยากาศดีก็โอเคค่ะ เพราะไม่ได้ออกไปเที่ยวอยู่แล้วค่ะ อยู่แต่ในที่พักเป็นส่วนใหญ่
คนที่ 6	ใกล้ร้านอาหารที่ไป หรือใกล้ที่ท่องเที่ยว
คนที่ 7	อันดับแรกก็ดูว่ามรที่จอดรถหรือเปล่า โลเคชั่นใกล้ชุมชนหรือเปล่า ไม่น่ากลัวค่ะ
คนที่ 8	เดินทางสะดวกอันดับแรกเลยค่ะ
คนที่ 9	ใกล้แหล่งท่องเที่ยวและก็ของกินด้วยจะได้ไปทั้ง 2 อย่างทั้งเที่ยวและกิน
คนที่ 10	ก็ดูหลายๆ โรงแรมและเลือกที่ชอบค่ะ

คำถาม 16 : คุณอยากให้มกิจกรรมรูปแบบไหน อะไรบ้าง

ตารางที่ 35 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 16

ผู้ให้สัมภาษณ์	คำตอบ
คนที่ 1	ถ้าไปกับเพื่อนก็อยากให้มีกิจกรรมอะไรทำจะได้ไม่น่าเบื่อเกินไปค่ะ
คนที่ 2	กิจกรรมชอบเล่นน้ำค่ะ เกี่ยวกับน้ำ เช่นสไลเดอร์
คนที่ 3	ไม่ต้องมีก็ได้ค่ะ เพราะไปนอนเฉยๆ
คนที่ 4	กิจกรรมอาจจะเป็นกิจกรรมประจำจังหวัดหรืออำเภอก็ได้ สามารถจัดเป็นกิจกรรมภายในรีสอร์ท เช่น การจัดโชว์รำที่เป็นารำของอำเภอนั้นๆ หรืออาจจะมิโซว์ระบำไฟริมทะเลอย่างนี้ค่ะ
คนที่ 5	ที่จริงแล้วอยากเป็นกิจกรรมที่ทำร่วมกับครอบครัวค่ะ ไม่ว่าจะเป็นเด็กหรือผู้ใหญ่แล้วนะคะ หรือกิจกรรมที่ทำร่วมกับเพื่อนๆก็ได้ค่ะ
คนที่ 6	แล้วแต่จังหวัดค่ะ ถ้าเป็นเพชรบูรณ์ก็เป็นกิจกรรมทางด้านอาหารค่ะ เช่น มะขามแปรรูป
คนที่ 7	มีจัดงานเกี่ยวกับพื้นที่นั้นๆค่ะ เช่นถ้าไปเชียงใหม่ก็ทอผ้า ถ้าไปใต้ก็มดัย้อมผ้าอะไรแบบนี้ค่ะ เป็นจ่ายเงินเพิ่มก็ได้ค่ะ
คนที่ 8	กิจกรรมท้องถิ่นค่ะ ถ้าแถวนั้นมีอาหารของพื้นที่นั้นเลยก็อาจจะมิให้ลูกค้าทำ แบบทำไม่ยากค่ะ เช่น ผ้าย้อมคราม รุ่งทำผ้ากับครอบครัวอย่างนี้ค่ะ

ตารางที่ 35 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 16 (ต่อ)

ผู้ให้สัมภาษณ์	คำตอบ
คนที่ 9	กิจกรรมที่มันทำงานง่าย ๆ และเป็นของดีประจำท้องถิ่น อาจจะเป็นของชิ้นเล็กๆ เช่น พวงกุญแจ หรือพวกอาหาร
คนที่ 10	ก็เป็นกิจกรรมที่ไม่ต้องยากมากค่ะ ง่าย ๆ กิจกรรมท้องถิ่นที่ไม่เคยทำ

คำถาม 17 : คุณเคยเข้าร่วมกิจกรรมอะไรบ้าง ชอบกิจกรรมแบบไหน ไม่ชอบแบบไหน

ตารางที่ 36 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 17

ผู้ให้สัมภาษณ์	คำตอบ
คนที่ 1	ไม่เคยไปรีสอร์ทที่มีกิจกรรมทำเลยคะ
คนที่ 2	เคยไปเล่นน้ำคะ ล่องเรือ ล่องแพ
คนที่ 3	เคยไปกาญจน์แล้วมีล่องแพคะ ก็ชอบคะสนุกก็ เหนื่อยดีคะ
คนที่ 4	ที่เคยเข้าส่วนมากก็จะเป็นงานโชว์ที่รีสอร์ทจัดให้ครับ เป็นช่วงวันหยุดของอาทิตย์นั้นๆ และก็มีที่เขพาชมชุมชนหรือหมู่บ้านครับ
คนที่ 5	เคยที่นครนายกคะ ก็ชอบนะคะ สนุกดี มีพายเรือ ขี่รถวิบาก ยิ่งปั่นอย่างนี้จะคะ ล่องแก่งคะ มีการจ่ายเงินเพิ่มบางกิจกรรมคะ
คนที่ 6	ชอบพายเรือคะ ที่ไม่ชอบก็ยังไม่มีนะคะ
คนที่ 7	พายเรือคะ เพราะไปใกล้กับแม่น้ำ พายเรือดูวิวคะ
คนที่ 8	ไม่เคยคะ
คนที่ 9	ไม่เคยครับ ไม่ค่อยได้อยู่ในรีสอร์ทแค่พักเฉยๆ
คนที่ 10	ส่วนใหญ่ไปจะไม่ค่อยมีกิจกรรมให้ทำคะ

คำถาม 18 : หากรีสอร์ทของเรามีกิจกรรมทำอาหารท้องถิ่น เช่น บีบเส้นขนมจีน ทำไก่ย่างข้าวเบือ เก็บผักออแกนิก คุณมีความสนใจหรือไม่ คิดอย่างไรกับกิจกรรมนี้

ตารางที่ 37 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 18

ผู้ให้สัมภาษณ์	คำตอบ
คนที่ 1	ก็น่าสนใจนะคะ เพราะว่าเราไปถึงแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบูรณ์อะสิ่งที่ขึ้นชื่อก็คือ ขนมจีน ก็เหมือนได้ไปลองทำเองดูสักครั้ง ก็ไม่ใช่ว่าทุกคนจะทำได้เองอะคะ 555 กิจกรรมน่าสนใจดีทำเองกินเองน่าตื่นเต้นไปอีกแบบคะ และอีกอย่างก็ถ้าสมมติเราไม่มีแพลนจะออกไปไหนข้างนอก อยู่พักผ่อนในที่พักได้เต็มที่ก็ไม่น่าเบื่อดีคะ
คนที่ 2	มันยากคะ เราเป็นคนขี้เกียจทำ 5555 ก็เลยไม่ค่อยสนใจทำไหว ชอบแบบไปชมไปเล่นเฉยๆ แต่ถ้าไปทำอะไรก็ไม่ค่อยชอบทำเท่าไรคะ

ตารางที่ 37 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 18 (ต่อ)

ผู้ให้สัมภาษณ์	คำตอบ
คนที่ 3	ก็น่าสนใจ เพราะมันเป็นอาหารพื้นเมืองแบบถ้ำอยู่บ้านตัวเองก็ไม่ได้ทำได้ง่ายๆ ถ้ามีแรงจูงใจให้ทำก็น่าสนใจค่ะ
คนที่ 4	ถ้าเป็นกิจกรรมประจำเมืองหรือท้องถิ่นอยู่แล้วก็น่าสนใจเลย เพราะเป็นการแนะนำถึงภูมิปัญญาของชาวบ้านและกิจกรรมของชาวบ้านในพื้นที่นั้นๆ
คนที่ 5	ก็เป็นกิจกรรมที่น่าสนใจนะค่ะ แต่ต้องดูที่ถึสอร์ทด้วยว่ามีบรรยากาศดีไหมน่าพักผ่อนไหมอะค่ะ
คนที่ 6	สนใจ น่าทำค่ะ เพราะว่าได้ทำและได้บริโภคเอง ภูมิใจว่าเราทำเองค่ะ ได้โพสลงโซเชียลด้วยค่ะ
คนที่ 7	ก็โอเคะนะค่ะ ถือว่าเป็นกิจกรรมที่น่าสนใจของชุมชนนั้นๆค่ะ อยากเข้าร่วมค่ะ
คนที่ 8	สนใจค่ะ อยากลองทำกิจกรรมที่บอกค่ะ แต่ถ้าจะมีกิจกรรมต้องมีการโปรโมทล่วงหน้า นะคะบอกว่าจะมีกิจกรรมนี้ๆ ในอนาคต ให้ลูกค้าได้แพลนไว้
คนที่ 9	ก็ดีนะ มันเป็นของประจำท้องถิ่น ไม่ได้มีทั่วไป มีความน่าสนใจที่จะทำและเรียนรู้ อยากลองประสบการณ์ที่ได้ชิมอาหารท้องถิ่นที่เราได้ทำเอง ไม่มีโอกาสได้ชิมทั่วไป
คนที่ 10	ถ้าเป็นกิจกรรมที่เราอยู่ต่างจังหวัดแล้วไม่เคยทำ อันนี้ก็ที่น่าสนใจทำค่ะ เพราะเราไปพักผ่อนอยู่แล้วถ้ามีกิจกรรมทำในรีสอร์ทไม่ต้องออกไปก็น่าสนใจมากกว่า จะได้ไม่เหนื่อย

ด้านราคา (Price)

คำถาม 19 : ที่ผ่านมากุณพักที่รีสอร์ทในราคาเท่าไรต่อคืน

ตารางที่ 38 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 19

ผู้ให้สัมภาษณ์	คำตอบ
คนที่ 1	1,000-2,000 บาทค่ะ แต่ราคานี้ไม่ได้ทำกิจกรรมค่ะ
คนที่ 2	ไม่เกิน 2,000 บาทค่ะ
คนที่ 3	ประมาณ 2,000 บาทค่ะ
คนที่ 4	ก็จะมีตั้งแต่ 2,000-5,000 ต่อคืนก็มีครับ
คนที่ 5	1,500-3,000 บาทอะค่ะ
คนที่ 6	ไม่เกิน 3,000 ค่ะ
คนที่ 7	เฉลี่ยต่อคนไม่เกิน 2,000 บาทค่ะ ห้องไม่เกิน 3,000-4,000 ค่ะ ไม่รวมกิจกรรมค่ะ
คนที่ 8	ประมาณ 1,500 บาทค่ะ
คนที่ 9	600-1,000 บาท
คนที่ 10	ประมาณ 1,500 บาทขึ้นไปค่ะ

คำถาม 20 : หากรีสอร์ทเรามีห้องพักสไตล์บ้านเป็นหลัง มีห้องน้ำในตัว รองรับ 2-3 คน พร้อมบริการอาหารเช้าและกาแฟสด คุณยินดีจ่ายในราคาเท่าไร

ตารางที่ 39 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 20

ผู้ให้สัมภาษณ์	คำตอบ
คนที่ 1	ถ้า 2 คน มีกิจกรรมทำคิดว่า 2,000 บาทค่ะ เพราะปกติพักก็พันต้นๆ แบบที่ไม่มีกิจกรรมค่ะ แต่ถ้ามีกิจกรรมด้วยก็คิดว่า 2,000-2,500 ก็ยินดีค่ะ
คนที่ 2	1,000-2,000 ค่ะ ประมาณนี้
คนที่ 3	2,000-2,500 บาทค่ะ ถ้ามีกิจกรรมให้ทำด้วย
คนที่ 4	1,000-1,500 บาทครับ
คนที่ 5	ถ้ายังไม่รวมกิจกรรมก็คิดว่าไม่เกิน 2,000 ค่ะ ถ้ารวมก็ไม่เกิน 3,000 ค่ะ
คนที่ 6	ก็ไม่เกิน 1,800 ต่อคืนค่ะแบบไม่รวมการทำกิจกรรม
คนที่ 7	ไม่เกิน 3,000 บาทค่ะที่ไหว
คนที่ 8	1,500-2,000 บาทค่ะ
คนที่ 9	ไม่เกิน 2,000 บาทครับ
คนที่ 10	ถ้ามีกิจกรรมน่าสนใจ ก็บาทเราก็จ่ายค่ะ

ด้านช่องทางการให้บริการ (Place)

คำถาม 21 : ปกติเวลาจองที่พัก คุณจองผ่านช่องทางใดบ้าง และช่องทางที่ชอบมากที่สุดคือช่องทางใด เพราะเหตุใด

ตารางที่ 40 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 21

ผู้ให้สัมภาษณ์	คำตอบ
คนที่ 1	จองผ่านเอเจนซีเป็นส่วนมากค่ะ พวก Agoda Booking เพราะว่าสะดวกดีเปรียบเทียบราคาในเว็บนั้นได้เลย และค่อนข้างมั่นใจว่าจะไม่โดนโกงค่ะ
คนที่ 2	จองกับเพจเฟซบุ๊กโดยตรงเลยค่ะส่วนใหญ่ เพราะจะได้ถามทางเขาด้วย ถ้าเป็นเอเจนซีจะถามทางไม่ค่อยได้
คนที่ 3	ปกติไม่ค่อยได้จองเองค่ะ 5555
คนที่ 4	ส่วนมากก็ติดต่อตามเพจของที่พักเลยครับ และก็ไปดูผ่าน Agoda Traveloka บ้างครับ แต่ที่ชอบก็ทางหน้าเพจครับ เพราะว่ามีคนแนะนำและรีวิวครับ
คนที่ 5	ส่วนมากจองผ่าน Agoda ค่ะ เพราะว่ามีส่วนลด โปรโมชั่นอะค่ะ
คนที่ 6	Agoda Facdebook ค่ะ ชอบเฟซบุ๊กมากที่สุดค่ะเพราะได้คุยกับเจ้าของโดยตรง
คนที่ 7	เพจที่พักโดยตรงเลยค่ะ จะได้ถามความต้องการกับทางที่พักได้เลยค่ะ
คนที่ 8	เว็บไซต์ Agoda Trip.com ค่ะ เพราะว่ามีโปรโมชั่นดี

ตารางที่ 40 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 21 (ต่อ)

ผู้ให้สัมภาษณ์	คำตอบ
คนที่ 9	ช่องทางออนไลน์ พวก Booking Agoda บางทีก็ติดต่อทางรีสอร์ทโดยตรง ทางเพจเฟซบุ๊คเขา
คนที่ 10	ช่องทางที่จองบ่อยคือ Agoda Booking ค่ะ เพราะจองง่ายและมีส่วนลดด้วย

คำถาม 22 : หากรีสอร์ทเรามีช่องทางการจองห้องพักผ่านโทรศัพท์ เคาน์เตอร์เช็คอิน เฟซบุ๊ค ไลน์ คุณมีความเห็นอย่างไร และมีข้อเสนอแนะอย่างไรบ้าง

ตารางที่ 41 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 22

ผู้ให้สัมภาษณ์	คำตอบ
คนที่ 1	ก็เป็นอีกช่องทางที่ติดต่อกับลูกค้าได้โดยตรงค่ะ แต่ข้อเสนอแนะก็คือต้องทำให้น่าเชื่อถืออะค่ะ เพราะสมัยนี้เฟจปลอมม้นเยอะ
คนที่ 2	ก็ว่าดีนะค่ะ ถ้าเป็นไลน์ เฟช ก็สะดวกดีค่ะเพราะถามเยอะ
คนที่ 3	ก็ถ้าจองผ่านโทรศัพท์ก็ดีค่ะ เพราะก็จะได้นั่งๆ มีที่พักแ่นๆ ก็สะดวกดี
คนที่ 4	ก็ดีครับ เพิ่มช่องทางการติดต่อที่มากขึ้น สะดวกแก่ลูกค้าดีครับ
คนที่ 5	ถ้ามีการตลาดที่ดีหรือมีช่องทางให้เห็นว่ารีสอร์ทเป็นรูปแบบไหน มีการประชาสัมพันธ์ดี ก็คิดว่าน่าสนใจค่ะ
คนที่ 6	ก็ดีเลยละค่ะ ก่อนข้างครบถ้วนนะค่ะ
คนที่ 7	ถ้ามีหลายช่องทางก็ดีค่ะ แต่ก็ให้ตอบด้วยนะค่ะ555
คนที่ 8	ก็ดีนะคะมันก็กลุ่มบางคนที่ชอบคุยทางโทรศัพท์
คนที่ 9	ก็ดีนะ จะได้ติดต่อหลายทางตามที่ถูกค่าสะดวก บางคนสะดวกโทร บางคนสะดวกพิมพ์ สะดวกไลน์ สะดวกเฟซบุ๊ค ก็หลายช่องทางดี
คนที่ 10	ก็ง่ายดีอีกรูปแบบหนึ่งค่ะ แต่ละคนก็สะดวกไม่เหมือนกันค่ะ

คำถาม 23 : ปกติคุณเล่นโซเชียลมีเดียอะไรมากที่สุด

ตารางที่ 42 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 23

ผู้ให้สัมภาษณ์	คำตอบ
คนที่ 1	อินสตาแกรมค่ะ
คนที่ 2	ทวิตเตอร์ค่ะ
คนที่ 3	ติ๊กต็อกค่ะ กับทวิตเตอร์
คนที่ 4	เฟซบุ๊ค อินสตาแกรมครับ
คนที่ 5	เฟซบุ๊ค อินสตาแกรมค่ะ และก็มีไลน์ด้วยค่ะ
คนที่ 6	อินสตาแกรมค่ะ

ตารางที่ 42 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 23 (ต่อ)

ผู้ให้สัมภาษณ์	คำตอบ
คนที่ 7	TikTok ค่ะมากที่สุด
คนที่ 8	TikTok ค่ะ
คนที่ 9	อินสตาแกรมครับ
คนที่ 10	อินสตาแกรมมากกว่าค่ะ

คำถาม 24 : ปกติเวลาคุณหาข้อมูลที่ปักในเว็บไซต์ ค้นหาจากเว็บไซต์ไหนบ้าง

ตารางที่ 43 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 24

ผู้ให้สัมภาษณ์	คำตอบ
คนที่ 1	Agoda Booking Google ค่ะ
คนที่ 2	ส่วนมากก็หาทาง Google ไปเลยคะ ค้นหาที่เกี่ยวข้องแล้วเข้าตามเพจที่มีคนมารีวิวว่าจังหวัดนี้ที่ไหนน่าเที่ยว แล้วก็เข้า Google map หาที่พักคะ
คนที่ 3	Google ค่ะ
คนที่ 4	เฟซบุคครับ แต่หลังๆ จะเป็นทางดิกดอทคอม
คนที่ 5	ใช้ Google ก่อนเลยคะ หาที่พัก
คนที่ 6	Agoda Trip.com Traveloka ค่ะ
คนที่ 7	ก็จะหาจากใน TikTok ไปเลยคะ ว่ามีคนมารีวิวไหม
คนที่ 8	ส่วนใหญ่หาใน Google เลยคะ แล้วก็ไปตามที่เขาบอก
คนที่ 9	Google ซะส่วนใหญ่มันก็จะลิงก์ไปที่ Booking Agoda
คนที่ 10	จะหาในเฟซบุคและไอจีคะ

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

คำถาม 25 : ค้นหาข้อมูลที่ปักจากแหล่งใดบ้าง

ตารางที่ 44 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 25

ผู้ให้สัมภาษณ์	คำตอบ
คนที่ 1	ทางอินเทอร์เน็ตคะ Agoda Booking Google ค่ะ
คนที่ 2	ทาง Google เลยคะ
คนที่ 3	Google ค่ะ
คนที่ 4	หลักๆ ก็อินเทอร์เน็ตครับ แต่ถ้ามีเพื่อนทำงานโซนนั้นๆ ก็อาจจะขอคำแนะนำจากคนในพื้นที่ได้ครับ
คนที่ 5	เน้นเป็นทางอินเทอร์เน็ตคะ

ตารางที่ 44 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 25 (ต่อ)

ผู้ให้สัมภาษณ์	คำตอบ
คนที่ 6	ค้นหาในเน็ต รีวิวในยูทูปค่ะ Google
คนที่ 7	ทางอินเทอร์เน็ตค่ะ แต่ก็มีถามคนรู้จักบ้างแต่น้อยค่ะ
คนที่ 8	อินเทอร์เน็ตและก็มีถามเพื่อนบ้างค่ะ เช่น จะไปจับทุเรียนก็จะถามเพื่อนที่อยู่จับทุเรียนค่ะ
คนที่ 9	จากอินเทอร์เน็ต พวกกระทู้ท่องเที่ยว
คนที่ 10	หาทางอินเทอร์เน็ตมากกว่าค่ะ

คำถาม 26 : การอ่านรีวิวจากเพจที่ปักมีผลกระทบต่อการตัดสินใจหรือไม่ มากน้อยเพียงใด

ตารางที่ 45 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 26

ผู้ให้สัมภาษณ์	คำตอบ
คนที่ 1	ค่อนข้างมากค่ะ เพราะว่าส่วนมากลูกค้าที่มารีวิวก็มีทั้งดีและไม่ดีค่ะ แต่เราก็ดูว่ารีวิวเขาข้อเสียไหนที่เรารู้สึกว่าเราจับได้ก็ไม่ได้มีปัญหาค่ะ แต่จะดูพวกเรื่องความสะอาด ห้องน้ำ ที่จอดรถ ประมาณนี้ค่ะ
คนที่ 2	ก็มีนะค่ะ มาก ถ้ารีวิวไม่ดีหรือมีกลิ่นบูหรือก็จะไม่เอาเลยละ
คนที่ 3	ก็มีผลมากอยู่ค่ะ เพราะเขาเข้ามาปักจริง ๆ ได้เห็นรูปจริง ๆ ที่เขาเข้ามาปัก แต่ก็ดูเวลาด้วยว่าเขารีวิวไว้นานหรือยัง
คนที่ 4	ก็มีค่อนข้างมากเลยครั้น เพราะว่าบางทีเขา รีวิวไปเราก็ต้องมานั่งฟังรีวิวจากลูกค้าเป็นหลักครั้น
คนที่ 5	ก็เป็นอีกช่องทางหนึ่งนะค่ะที่ทำให้เกิดความน่าสนใจเพราะมีคนเคยไปมาแล้วจะเห็นว่า มีรูปแบบเป็นยังงี้ ก็มีผลต่อการเข้าปักอยู่มากค่ะ
คนที่ 6	ค่อนข้างมากค่ะ เพราะรีวิวได้เห็นก่อนเข้า ภายใน ได้เห็นว่าอยู่จริง
คนที่ 7	ค่อนข้างมากเลยละ บางรีวิวไม่ดีซัก 10 คนก็จะพิจารณาแล้วคะมันน่าจะไม่ใช่โอเคละ แต่ถ้ารีวิวดีก็จะดูความถี่ในการรีวิวมีมากน้อยแค่ไหน ความเป็นไปได้ค่ะ
คนที่ 8	รีวิวก็มีผลมากค่ะ แต่ก็อ่านจากหลายๆที่
คนที่ 9	ก็มีผลมาก เพราะว่าเราไม่รู้จักและไม่เคยไป คนที่รีวิวก็จะรีวิวจากที่เขาไปเขาเห็น
คนที่ 10	ก็มีผลมากนะค่ะ ค่ะแน่นอน 5 ก็มีผลไป 4 แล้วละ

คำถาม 27 : คุณเข้าพักที่รีสอร์ทซ้ำเดิมบ้างหรือไม่ เพราะเหตุ

ตารางที่ 46 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 27

ผู้ให้สัมภาษณ์	คำตอบ
คนที่ 1	ถ้ารีสอร์ทไม่ค่อยมีข้าะ แต่โรงแรมจะซ้ำบ้าง เพราะมีความสะดวกสบายและมีมาตรฐานคะ
คนที่ 2	ไม่เคยเลยคะ
คนที่ 3	ไม่ค่อยได้ไปซ้ำที่เดิมคะ ไปจังหวัดเดิมก็จริงแต่ไม่ค่อยซ้ำที่พัก
คนที่ 4	ก็มีบ้างครับ เพราะว่าประทับใจในการบริการและราคาในการเข้าพักครับ
คนที่ 5	ถ้าเข้าพักแล้วประทับใจก็มีไปที่เดิมบ้างคะ
คนที่ 6	ยังไม่เคยเลยคะ
คนที่ 7	ไม่ค่อยนะคะ ถ้าไปจังหวัดเดิมก็หาที่พักใหม่ๆ คะ
คนที่ 8	ที่ผ่านมายังไม่เคยไปซ้ำที่เดิมคะ แต่ถ้าไปจังหวัดเดิมแล้วประทับใจที่พักก็จะพักที่เดิมคะ
คนที่ 9	ไม่ค่อยได้ซ้ำที่เดิม เพราะอยากลองประสบการณ์ใหม่ๆ บ้าง ถึงจะไปจังหวัดเดิม หรือประทับใจที่เดิม แต่ก็อยากลองสัมผัสที่ใหม่ๆ บ้าง
คนที่ 10	ไม่เคยคะ

คำถาม 28 : คุณอยากให้รีสอร์ทจัดส่งเสริมการตลาดอย่างไรบ้าง มีโปรโมชั่นแบบใด

ตารางที่ 47 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 28

ผู้ให้สัมภาษณ์	คำตอบ
คนที่ 1	มีโปรโมชั่นคะ ละก็โปรโมชั่นกิจกรรมต่างๆ ที่รู้สึกว่าเราต้องมาพักที่นี่จะได้ทำกิจกรรมที่อื่นไม่มี
คนที่ 2	ถ้าเป็นรีสอร์ทจะเป็นที่พักพร้อมอาหารเย็น หรือมีรถรับส่งไปสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ คะ หรือว่าเป็นโบ๊ชวณะนาสถานที่เที่ยว
คนที่ 3	เรื่องอาหารคะ มีบุฟเฟ่ต์รวมอยู่รวมในค่าห้อง
คนที่ 4	ก็อาจจะนอนพักหลายคืนแล้วได้ส่วนลดในการเข้าพัก 10-15% หรือแถมเป็นเครื่องดื่มหรือนาฬิกาข้อมือ หรือ มีเซตอาหารให้ครับ
คนที่ 5	ทำเป็นคอนเท้นคลิปลั่นๆ ก็ดีนะคะ สมัยนี้เห็นใน Tik Tok กันเยอะ คนก็เอาไปลงสตอรี่ในเฟสบุค อินสตาแกรมกันเยอะคะ
คนที่ 6	อาจจะเข้าพักรับแล้วได้กิจกรรมฟรีในช่วงโปรโมชั่น หรือเข้ากับแล้วได้บัตรส่วนลดอะไรสักอย่างคะ
คนที่ 7	ฟรีอาหารเช้าหรือมีส่วนลด 10% อะไรแบบนี้คะ หรือเข้าพักรับแล้วได้ส่วนลดร้านค้าเพะไรแบบนี้คะ

ตารางที่ 47 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 28 (ต่อ)

ผู้ให้สัมภาษณ์	คำตอบ
คนที่ 8	พัก 5 ครั้ง ฟรี 1 ครั้ง หรือ พัก 5 ครั้ง ได้ด้วยเซอร์พาเพื่อนมาได้ค่ะ
คนที่ 9	มีจัดโปรโมชั่นช่วงเทศกาล อาจจะมีแพคเกจกิจกรรมในช่วงเทศกาล
คนที่ 10	ก็อาจจะอยากให้มีโปรโมชั่นส่วนลด หรือรวมกิจกรรมไปกับค่าที่พักค่ะ

คำถาม 29 : หากรีสอร์ทมีส่วนลดพิเศษให้ 10% สำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการซ้ำ 3 ครั้งขึ้นไป คุณมีความคิดเห็นอย่างไรและมีข้อเสนอแนะอะไรบ้าง

ตารางที่ 48 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 29

ผู้ให้สัมภาษณ์	คำตอบ
คนที่ 1	ก็รู้สึกไม่ได้ดีดุดะ เพราะลูกค้าบางคนก็ไม่ได้ไปเที่ยวบ่อยๆ หรือบางคนก็คิดว่ารอบหน้าอยากไปลองพักที่อื่นบ้าง เปลี่ยนบรรยากาศ แต่มีข้อเสนอแนะค่ะ คือส่วนตัวคิดว่าการทำให้ลูกค้าประทับใจตั้งแต่ครั้งแรกเป็นเรื่องที่สำคัญกว่าค่ะ เพราะมันจะทำให้ลูกค้ากลับมาหาเราได้มาซ้ำเราได้มากกว่าที่เราเสนอข้อเสนอโปรโมชั่นให้กับลูกค้าค่ะ
คนที่ 2	เฉยๆ ค่ะ เพราะไม่ค่อยได้ไปซ้ำที่เดิมอะค่ะเลยไม่ค่อยได้ใช้ส่วนลด
คนที่ 3	ไม่ค่อยได้ไปซ้ำอะค่ะ อาจซ้ำแต่ไม่ถึง 3 ครั้งค่ะ เลยยังไม่ค่อยน่าสนใจเท่าไร
คนที่ 4	คิดว่าถ้า 10% อาจจะน้อยไปหน่อย 15-20% และได้บริการแถมเพิ่ม กิจกรรมเพิ่มก็จะดีครับ
คนที่ 5	ก็ดีนะคะถ้ามีโปรโมชั่นที่จูงใจลูกค้าเก่า
คนที่ 6	คิดว่าความน่าสนใจ 7/10 เพราะอยากเที่ยวที่หลายหลายก่อนกลับไปทีเดิม แต่ถ้าเข้าพักรั้งแรกแล้วได้ส่วนลดครั้งต่อไปอาจจะน่าสนใจมากกว่าค่ะ
คนที่ 7	ถ้ามากกว่า 10% ก็จะน่าสนใจอยู่ค่ะ
คนที่ 8	คิดว่าส่วนมากก็ไม่ได้พักซ้ำอะค่ะ คิดว่าครั้งแรกสร้างความประทับใจจะสำคัญกว่าค่ะ
คนที่ 9	ก็ดีนะ เพราะว่าเป็นการใส่ใจลูกค้าเก่า ตอบแทนลูกค้าเก่าบ้าง
คนที่ 10	ถ้ามาพักรั้งที่ 2 ให้ส่วนลดเลยน่าจะดีกว่าค่ะ ดีดุดกว่า

ด้านบุคลากร (People)

คำถาม 30 : จากที่ผ่านมาคุณพบเจอลักษณะพนักงานที่ไม่ชอบหรือไม่ มีที่ชอบบ้างไหม แบบไหน อย่างไร

ตารางที่ 49 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 30

ผู้ให้สัมภาษณ์	คำตอบ
คนที่ 1	ส่วนมากก็เจอพนักงานดีค่ะ แต่ก็อาจจะมีคนที่ไม่ค่อยเต็มใจให้บริการลูกค้าซักเท่าไร บางคนทำสีหน้าไม่พอใจหรือรำคาญเวลาถามเยอะค่ะ 5555
คนที่ 2	ชอบพนักงานที่แนะนำที่เที่ยวไปยังไง กินข้าวยังงัย กลับยังงัยค่ะ ไปขึ้นรถตู้ที่ไหน หรือบางทีก็เรียกวินให้เราค่ะ แนะนำดี ส่วนที่ไม่ชอบก็เป็นพนักงานที่ไม่ค่อยคุยกับเราค่ะ พนักงานหน้าไม่ดี ถามอะไรก็ไม่อยากตอบเราก็เลยไม่ชอบเท่าไร
คนที่ 3	เท่าที่เจอมาก็ยังไม่มีที่ไม่ชอบนะคะ เขาก็บริการดี ยิ้มแย้มแจ่มใสดีค่ะ
คนที่ 4	เคยเจอพนักงานที่ไม่ชอบก็คือพนักงานห้องอาหารที่เขาจะต้องรอให้เราเรียกถึงจะเดินมาบริการครับ คือค่อนข้างจะไม่ได้เดินดูลูกค้าอย่างทั่วถึงครับ
คนที่ 5	ยังไม่เคยเจอพนักงานที่ไม่โอเคคะ เจอแต่ที่ดูแลดีมากค่ะ
คนที่ 6	ที่ชอบคือให้บริการดี ยิ้มแย้ม เต็มใจช่วยเหลือแนะนำ ที่ไม่ชอบคือถามคำตอบคำ เหมือนไม่อยากตอบลูกค้า
คนที่ 7	ค่อนข้างประทับใจนะคะ ยกกระเป๋ามาให้ บริการดีค่ะ น้อยค่ะที่ไม่ดี
คนที่ 8	แบบที่ชอบก็ Friendly ค่ะ เคยเจอที่พูดจาน่ารัก พูดเพราะค่ะ พนักงานมีมายเซตที่ดีค่ะ
คนที่ 9	ส่วนมากก็เจอที่ชอบ ที่พูดจาเพราะ บริการดี แต่ที่ไม่ชอบคือไม่ค่อยอยู่เคาเตอร์
คนที่ 10	ส่วนใหญ่ไม่เจอที่ไม่ชอบนะคะ ส่วนใหญ่บริการดี

คำถาม 31 : หากรีสอร์ทเรามีพนักงานต้อนรับ แม่บ้านทำความสะอาด คนสวน พนักงานในการทำกิจกรรม คอยให้บริการตลอดเวลา คุณมีความคิดเห็นอย่างไรและมีข้อเสนอแนะอะไรเพิ่มเติมไหม

ตารางที่ 50 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 31

ผู้ให้สัมภาษณ์	คำตอบ
คนที่ 1	ก็ดีค่ะ มีพนักงานคอยให้บริการได้ทั่วถึงดี สะดวก ลูกค้ารู้สึกปลอดภัยในการทำกิจกรรมก็มีคนประกบคอยดูแล
คนที่ 2	ก็ได้ค่ะ ถ้ามีคนคอยทำงานก็ไม่ได้มีปัญหาอะไร
คนที่ 3	ก็ดีค่ะ อำนวยความสะดวกดี เราเข้าตอนไหนก็มีคนตลอด มีความปลอดภัยดีค่ะ
คนที่ 4	ค่อนข้างดีนะคะครับที่มีพนักงานที่อยู่สแตนด์บายคอยซัพพอร์ตเราได้ตลอดเวลา แต่เรื่องพนักงานต้อนรับอาจจะเรื่องคอยรับสายลูกค้าตลอดเวลาครับเพื่อมีการแจ้งเรื่องมาครับ

ตารางที่ 50 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 31 (ต่อ)

ผู้ให้สัมภาษณ์	คำตอบ
คนที่ 5	ก็ถือว่าเป็นจุดหนึ่งที่เป็นแรงจูงใจให้คนที่เข้ามาพักรู้สึกถึง Service Mind ค่ะ รู้สึกอุ่นใจค่ะ
คนที่ 6	ดีมากเลยคะ เหมือนกับว่ารีสอร์ทมีการใส่ใจลูกค้าอยู่เสมอ
คนที่ 7	ก็ไม่ต้องตลอดเวลาก็ได้ค่ะ อาจจะอยู่ตอนเราเรียกค่ะ
คนที่ 8	ดีค่ะ แต่พนักงานต้องมีความ Friendly นะคะ
คนที่ 9	เป็นการจัดการที่ดี คือลูกค้าก็มีความต้องการไม่เหมือนกันแต่ละคนทีไปก็จะได้สอบถามได้ถูก เรื่องความสะดวกด้วย ความปลอดภัย หรือเรื่องอื่นๆ จะได้ครบถ้วน
คนที่ 10	ก็ถ้ามีคนคอยบริการก็รู้สึกดีค่ะ ถ้าเราไปใช้บริการก็อยากได้บริการที่ดี

ด้านลักษณะแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment)

คำถาม 32 : รูปลักษณ์ของที่พักรับผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกหรือไม่ มากน้อยเพียงใด

ตารางที่ 51 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 32

ผู้ให้สัมภาษณ์	คำตอบ
คนที่ 1	มีค่ะ เพราะว่าเป็นคนซึ่กแล้ว 555 มีผลมากๆ บางทีเข้าไปแล้วเรื่องไฟก็มีผลต่อการจัดไฟอย่างนี้
คนที่ 2	มีค่ะ คือถ้าเป็นการตกแต่งไม่ค่อยดีจะดูเรื่องพวกอุปกรณ์ของใช้ที่มีให้มากกว่าค่ะ
คนที่ 3	ไม่มีเยอะค่ะ นอนแบบไหนก็ได้ค่ะ
คนที่ 4	ก็มีผลเยอะเลยครับ เพราะเราไปพักก็อยากได้สภาพห้องพักที่ดี คุณภาพห้อง ความสะดวก ตกแต่งดี เลือกโทนสีที่เราสบาย ไม่อึดอัด
คนที่ 5	มีผลตัดสินใจแน่นอนค่ะ อย่างการจัดโรงแรมให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย เป็นแนวมิโมล แนววินเทจ หรือแนวอื่นๆ ก็เป็นอีกจุดที่น่าสนใจค่ะ
คนที่ 6	ก็มีผลมากนะค่ะ 9/10 เพราะว่าถ้าที่พักดูแบบเก่าๆ โทรมๆ เหมือนนอนแล้วไม่สบายใจไม่อยากพักค่ะ เพราะเราไปห้องเที่ยวก็อยากได้ประสบการณ์ที่ดีกลับมา
คนที่ 7	มากเลยคะ
คนที่ 8	มีผลค่ะ เพราะว่าเราเป็นอินทรีเรีย เรายังจะมองการตกแต่งมากหน่อย
คนที่ 9	มีผล เพราะบางทีไปกับเพื่อนหลายๆ คนก็อยากจะรวมตัวกันเยอะๆ ต้องการที่กว้างๆ
คนที่ 10	ก็ไม่เสมอไปค่ะ ส่วนใหญ่จะเน้นการบริการมากกว่าค่ะ

คำถาม 33 : จากประสบการณ์ท่องเที่ยวของคุณ คุณชื่นชอบรูปลักษณะของที่พักแบบใดมากที่สุด เพราะเหตุใด

ตารางที่ 52 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 33

ผู้ให้สัมภาษณ์	คำตอบ
คนที่ 1	ก็ชอบแบบเรียบๆ ไม่ต้องมีตกแต่งมากมายค่ะ โมเดิร์นๆค่ะ
คนที่ 2	ชอบเป็นปูนเปลือยค่ะมันเย็นดี แต่ไม่ชอบห้องน้ำเอ้าท์ดอร์
คนที่ 3	ชอบแบบเป็นสัดเป็นส่วนค่ะ อย่างห้องน้ำก็ต้องมีกัน มีความเป็นส่วนตัว
คนที่ 4	ไม่ต้องตกแต่งเยอะรุงรังมากเกินไปครับ มีความเรียบง่าย โทนสีที่ค่อนข้างสบายตาครับ
คนที่ 5	ที่จริงเป็นคนชอบหลากหลายสไตล์ค่ะ มีรูปลักษณะที่แตกต่างกันออกไปค่ะ
คนที่ 6	ชอบแบบอบอุ่น มีการตกแต่งอย่างลงตัวค่ะ
คนที่ 7	ชอบลักษณะที่ออกแบบที่ใกล้ชิดธรรมชาติหรืออาคารที่แฝงในธรรมชาติอย่างนี้ค่ะ
คนที่ 8	แบบที่มันมีความพื้นถิ่นของสถานที่นั้นค่ะ และพวกเจดีย์ชอบแบบเอิร์ทโทนค่ะ
คนที่ 9	เป็นพื้นที่ที่โล่งๆ อยู่สบาย สามารถเอาตัวเองไปไว้ที่ไหนก็ได้ ส่วนภายนอกก็ชอบบรรยากาศโล่งๆ เหมือนกัน ถึงจะธรรมชาติแต่ก็ไม่ใช่แบบเป็นป่า เป็นสวนโล่งๆ สบายตาสบายใจ
คนที่ 10	ชอบที่สุดเป็นแบบรีสอร์ทที่แบบกลางๆบ้านๆ เจ้าของดูแลเป็นอย่างดีค่ะ

คำถาม 34 : จากประสบการณ์ท่องเที่ยวของคุณ คุณชื่นชอบบรรยากาศรอบๆ ที่พักแบบใดมากที่สุด เพราะเหตุใด

ตารางที่ 53 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 34

ผู้ให้สัมภาษณ์	คำตอบ
คนที่ 1	ชอบเงียบสงบ แบบไม่วุ่นวายค่ะ
คนที่ 2	ชอบอากาศเย็นค่ะ
คนที่ 3	ชอบที่มีที่ให้ถ่ายรูปค่ะ มีจุดถ่ายรูป มีสวน มีบรรยากาศดี
คนที่ 4	รีสอร์ทที่มีสระน้ำหรือมีเสียงน้ำที่ทำให้เรารู้สึกผ่อนคลายครับ หรือมีต้นไม้ที่หลากหลาย แต่ไม่ปลูกมากเกินไปจะดูเหมือนป่าครับ
คนที่ 5	ที่ชอบที่สุดก็นครนายกค่ะ มีน้ำข้างๆ มีภูเขา มีป่าค่ะ และที่อื่นจะเป็นบ้านต้นไม้ค่ะ
คนที่ 6	ชอบแบบปลอดโปร่ง โล่งสบาย สะอาดค่ะ
คนที่ 7	ชอบที่ไม่วังเวงค่ะ 555 ชอบที่มีต้นไม้เยอะๆ ร่มรื่นค่ะ
คนที่ 8	ส่วนใหญ่ที่ไปมาก็ชอบหมดนะค่ะ มองไปไหนก็เจอดนไม้ค่ะ เห็นวิว
คนที่ 9	ชอบเป็นลายกว้าง ตกแต่งได้แต่ก็ไม่เยอะเกินไป ดอกไม้ตกแต่งสวนหน่อยนึง
คนที่ 10	เงียบและเป็นภูเขาแม่น้ำอะไรแบบนี้ค่ะ

คำถาม 35 : หากรีสอร์ทเรามีการตกแต่งแบบเรียบง่าย ตามวัฒนธรรมท้องถิ่น และมีบรรยากาศเป็นสวนต้นไม้ แปลงผักสวนครัว คุณมีความคิดเห็นอย่างไรและมีข้อเสนอแนะอะไรเพิ่มเติม

ตารางที่ 54 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 35

ผู้ให้สัมภาษณ์	คำตอบ
คนที่ 1	ก็ดีนะคะ น่าสนใจดี เพราะมีกิจกรรมเก็บผักออแกนิกด้วย ก็เป็นจุดเด่นของรีสอร์ทที่มีกิจกรรมนี้ค่ะ
คนที่ 2	ก็ชอบค่ะ ชอบๆ พื้นที่สีเขียว
คนที่ 3	ก็ดูเข้าถึงธรรมชาติดีค่ะ นำไปใกล้ชิดธรรมชาติได้ง่าย ได้รู้ว่าท้องถิ่นเขามีอะไรบ้าง
คนที่ 4	ก็ดูดีนะคะ อาจจะเพิ่มไฟส่องต้นไม้ให้ดูไม่มืดเกินไป
คนที่ 5	โดยปกติแล้วเป็นคนชอบแนวธรรมชาติๆ ค่ะ ก็ถ้ามีการตกแต่งสวยก็คิดว่าดีค่ะ อาจจะเน้นเรื่องของ Marketing นำเสนอที่พิกออกมาได้ดีค่ะ
คนที่ 6	ก็น่าสนใจค่ะ ได้ไปพักวิถีชีวิตคนต่างจังหวัด ไม่มีรถติดแออัดดีค่ะ แต่ก็ต้องดูแลเรื่องมดแมลงด้วย
คนที่ 7	ก็ถือว่าเป็นการจัดที่ดูน่าสนใจดีค่ะ โอเคดีค่ะ
คนที่ 8	ก็น่าสนใจนะคะ สนใจแปลงผักที่เข้าไปเลือกผักตัวเอง
คนที่ 9	ก็อยากให้ทำเป็นสัดส่วนพอดีกัน มองเข้าไปแล้วไม่รกตา
คนที่ 10	ก็เป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่น่าสนใจค่ะ มีกิจกรรมก็ไม่ต้องออกไปไหนไกลๆ

ด้านกระบวนการ (Process)

คำถาม 36 : จากประสบการณ์การใช้บริการรีสอร์ทที่ผ่านมา คุณประทับใจการบริการอะไรบ้างและไม่ประทับใจอะไรบ้าง เพราะอะไร

ตารางที่ 55 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 36

ผู้ให้สัมภาษณ์	คำตอบ
คนที่ 1	ที่ประทับใจก็ได้รับการช่วยเหลือที่ตรงจุดค่ะ
คนที่ 2	บริการของพนักงานอะค่ะ ถ้าจะกลับไปใช้บริการอีกเราก็ดูที่พนักงานบริการเป็นหลักค่ะ แต่ถ้าห้องมีกลิ่นบูหรีก็จะไม่เอาเลยคะ
คนที่ 3	ประทับใจห้องสะอาด พนักงานดียิ้มแย้มแจ่มใส
คนที่ 4	ที่ประทับใจก็น่าจะเป็นเรื่องการต้อนรับที่มารอรับตั้งแต่ที่จอดรถเลย ยกกระเป๋าและแนะนำไปส่งถึงห้องพักครับ มีห้องอาหารที่พนักงานเดินคอยบริการตลอด ส่วนที่ไม่ชอบคือเจอพนักงานต้องรับไม่อยู่แล้วทิ้งเบอร์ไว้ให้ เราจะฝากกระเป๋าไม่ได้เลยต้องแบกไปเที่ยวด้วยครับ เจอพนักงานห้องอาหารที่บริการไม่เต็มที่

ตารางที่ 55 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 36 (ต่อ)

ผู้ให้สัมภาษณ์	คำตอบ
คนที่ 5	ที่ประทับใจที่สุดก็คงเป็นเรื่องของบรรยากาศภายในโรงแรมค่ะ พนักงานต้อนรับคอยดูแลให้คำแนะนำ อาหารเข้าค่ะ เคยไปพักที่นครนายกแล้วมีกิจกรรมให้ทำก็รู้สึกสนุกค่ะ
คนที่ 6	ประทับใจคือลิ้มเอาแปรงสีฟันไปค่ะ จะออกไปข้างนอกแต่ที่รีสอร์ทมีให้เลยไม่ต้องออกไปค่ะ สิ่งที่ไม่ประทับใจคือบริการล่าช้าค่ะ
คนที่ 7	ก็เรื่องการแนะนำเกี่ยวกับที่พัก ยกกระเป๋ามาให้ ส่วนที่ไม่ชอบก็บริการไม่ดีค่ะ พุดไม่ได้ ห้องพักไม่สะอาดค่ะ
คนที่ 8	ประทับใจพนักงานเคาท์เตอร์คุยกันรู้เรื่องค่ะ ยิ้มแย้ม แก้ปัญหาให้เราได้ค่ะ และประทับใจอาหารที่เป็นบุฟเฟต์ค่ะ อร่อยดี บริการสรวายน้ำ
คนที่ 9	ประทับใจการบริการเรื่องคำพูดที่สุภาพของพนักงาน ฟังแล้วดูดี ที่ไม่ประทับใจก็ไม่ค่อยอยู่ที่เคาท์เตอร์บางที่ต้องโทรตาม
คนที่ 10	ก็มีประทับใจเรื่องการดูแลนี้แหละค่ะ และรีสอร์ทมีบรรยากาศที่ดีและบริการที่ดีคู่กันไป

คำถาม 37 : จากประสบการณ์การใช้รีสอร์ทที่ผ่านมาคุณอยากให้มีการอะไรเพิ่มเติมบ้าง เพราะเหตุใด

ตารางที่ 56 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 37

ผู้ให้สัมภาษณ์	คำตอบ
คนที่ 1	คำแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวค่ะ ถ้าเป็นพวกกรรรับส่งก็ไม่มีปัญหาเพราะเราก็มีรถอยู่แล้วค่ะ 555
คนที่ 2	มีพนักงานต้อนรับ 24 ชั่วโมงค่ะ
คนที่ 3	ไม่มีค่ะ
คนที่ 4	อยากให้มีการแนะนำพาเที่ยวตามจุดท่องเที่ยวอื่นๆ
คนที่ 5	ชอบในเรื่องของการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวค่ะ เพราะคนต่างจังหวัดไปก็ไม่รู้เลยว่าควรจะไปเที่ยวจุดไหนก่อน เราไปถามบางที่ก็บอกแค่ไปตรงนั้นตรงนี้ เส้นทางก็วนไปวนมาค่ะ ก็อยากได้เมนูว่ามาเที่ยวที่นี่แล้วควรไปที่ไหนบ้านใน 1 วัน ไปไหนก่อนไปไหนทีหลังอะค่ะ
คนที่ 6	ยังไม่มีค่ะ
คนที่ 7	อยากให้จัดอาหารเช้าหลากหลายและเพียงพอค่ะ บางที่ข้าวต้มอย่างเดียวไม่อิ่มค่ะ
คนที่ 8	บริการรถรับส่งของโรงแรมค่ะ เพราะบางที่ก็ไปเองยาก อยากให้มี Welcome Drink ค่ะ เพราะบางคนก็มาเหนื่อยๆ
คนที่ 9	บริการเพิ่มเติมก็มีอาหารเช้าที่หลากหลาย เพราะส่วนมากก็ข้าวผัด ข้าวต้ม และก็มีบริการรับส่งที่ดี แต่ถ้าไม่มีก็เข้าใจอยู่ แต่ถ้ามีก็ดี 5555
คนที่ 10	อยากให้มีแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวพื้นบ้านค่ะ เพราะเราไม่สามารถหาได้ทางอินเทอร์เน็ต

คำถาม 38 : โดยปกติแล้วคุณจองที่พักล่วงหน้าก่อนใช้บริการหรือไม่ เพราะเหตุใด

ตารางที่ 57 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 38

ผู้ให้สัมภาษณ์	คำตอบ
คนที่ 1	ก็จองค่ะ กลัวไปแล้วเต็ม
คนที่ 2	จองค่ะ ปกติจองก่อนเป็นเดือน2เดือน เพราะกลัวมันเต็มค่ะ เคยไปใกล้ๆ แล้วมันเต็มเลยต้องหาที่พักไกลออกไปอีก แต่ดีที่มีรถส่วนตัว
คนที่ 3	เป็นไปได้ก็จองค่ะ เพราะกลัวเต็ม
คนที่ 4	ก็มีจองล่วงหน้าบ้างครับ เพราะบางทีไปช่วง High Season ก็จะมีลูกค้าเยอะต้องจองก่อนครับ
คนที่ 5	จองล่วงหน้าค่ะ เพราะเวลาไปเที่ยวแต่ละครั้งค่อนข้างวางแผนเรื่องห้องพักส่วนใหญ่จะไม่ค่อยดูว่าจะไปไหน จะเอาที่พักเป็นหลักค่ะ เน้นที่พักมากกว่า
คนที่ 6	จองก่อนเสมอค่ะ จะได้รู้ว่าเรามาพักที่นี่และได้เตรียมความพร้อมได้อย่างเหมาะสม
คนที่ 7	จองล่วงหน้า 2-3 เดือนค่ะ เพราะกลัวเต็มค่ะ
คนที่ 8	จองล่วงหน้าค่ะ เพราะจองหน้างานราคาแพงค่ะ
คนที่ 9	จองล่วงหน้า เพราะว่าเวลาเราจะไปที่ไหนก็หาข้อมูล มีการแพลนไว้ล่วงหน้าต้องจองไม่อย่างไปแล้วเจอที่พักไม่ดีหรือที่เต็ม ก็เลยต้องจองก่อน ดูรีวิวไปก่อน
คนที่ 10	จองล่วงหน้าค่ะเพราะถ้าหากเต็มเราจะได้แพลนได้

คำถาม 39 : หากเรามีการเก็บข้อมูลการเข้าพักของลูกค้า คุณมีความคิดเห็นอย่างไรบ้าง มีข้อเสนอแนะอย่างไร

ตารางที่ 58 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 39

ผู้ให้สัมภาษณ์	คำตอบ
คนที่ 1	ก็ดีนะคะ เวลาลูกค้ากลับมาอีกก็อาจจะต้อนรับ Welcome Back ที่กลับมาอีก ลูกค้าก็จะประทับใจที่เราจำเขาได้ค่ะ
คนที่ 2	ก็ไม่ได้มีปัญหาอะไรนะคะ ถ้าเก็บเรื่องการบริหารทั่วไป
คนที่ 3	ก็ดีค่ะ สร้างความประทับใจให้ลูกค้าได้ดีค่ะ
คนที่ 4	ก็ค่อนข้างจะเป็นการใส่ใจลูกค้ามาก เพราะลูกค้าจะประทับใจที่เราจำลูกค้าได้ครับ
คนที่ 5	ก็ถือว่าดีนะคะ รู้สึกว่าโรงแรมจำลูกค้าได้ รู้สึกถึงความเอาใจใส่ลูกค้าค่ะ
คนที่ 6	ก็โอเคค่ะ เพื่อมีสิทธิพิเศษอะไร
คนที่ 7	ก็ไม่ได้มีปัญหาอะไรค่ะ ยินดีให้ทางโรงแรมเก็บข้อมูลค่ะ
คนที่ 8	ได้ค่ะ ไม่มีปัญหาอะไรค่ะ ก็เป็นการเก็บข้อมูลลูกค้าด้วย

ตารางที่ 58 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 39 (ต่อ)

ผู้ให้สัมภาษณ์	คำตอบ
คนที่ 9	ก็ไม่ได้ซีเรียอะไร ถ้าบางทีเกิดเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดก็จะได้รับตัวถูก และเรื่องส่วนลตที่จะบริการลูกค้าเขาก็เอามาจากฐานข้อมูลได้ โอเคอยู่
คนที่ 10	อาจจะก็ไม่ต้องมีก็ได้ค่ะ เพราะว่าถ้าเขากลับมาอีกก็น่าจะประทับใจอยู่

คำถาม 40 : หากรีสอร์ทเรามีพื้นที่กว้างสามารถจัดงานนอกสถานที่ได้ คุณมีความคิดเห็นอย่างไรบ้าง มีข้อเสนอแนะอย่างไร

ตารางที่ 59 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 40

ผู้ให้สัมภาษณ์	คำตอบ
คนที่ 1	ก็น่าสนใจค่ะ บรรยากาศดีและยังจัดงานได้ด้วยแต่ก็จะมีเรื่องผู้เข้าพักคนอื่นถ้ามีจัดงานวันที่เราไปเข้าพักก็ไม่โอเคค่ะ รมกวน แต่ถ้าสมมติเหมารีสอร์ทแล้วจัดงานก็โอเคนะคะ ดีเลยค่ะ
คนที่ 2	อาจจะปิดส่วนตัวเองไม่ให้คนนอกเข้าหรืออาจจะแยกโซนออกมาเลยค่ะ เพราะมีเสียงดัง บางคนก็ไม่ชอบเสียงดังค่ะ บางทีมีจัดงานแต่มีคนนอกแอบเข้าไปได้ก็อาจเกิดความเสียหายได้ค่ะ
คนที่ 3	ก็ดีค่ะ เพราะว่าถ้าคนชอบก็อาจจะกลับมาจัดได้
คนที่ 4	เห็นด้วยครับ เป็นการดีที่จัดกิจกรรมต่างๆ ได้ในรีสอร์ท เมื่อมีงานจัดตามประเพณีที่จัดในรีสอร์ทก็เป็นจุดกระตุ้นการท่องเที่ยวของจังหวัดนั้นด้วยครับ
คนที่ 5	ถ้าทางโรงแรมมีพื้นที่ที่ค่อนข้างเยอะก็ถือเป็นอีกช่องทางรายได้ของโรงแรมดีค่ะ และก็มีให้คนภายนอกมาใช้บริการได้ด้วยค่ะ
คนที่ 6	ดีเลยค่ะ จะสามารถรองรับคณะกลุ่มใหญ่ได้เลยค่ะ
คนที่ 7	โอเคเลยค่ะ ถือว่าเป็นมัลติฟังก์ชันเลยค่ะ สำหรับลูกค้าที่อยากจัดงานค่ะ หลากหลายดีค่ะ
คนที่ 8	ก็โอเคค่ะ แต่การที่จะเลือกรีสอร์ทมาจัดงานต้องมีจุดเด่นน่าสนใจค่ะถึงมาจัดที่นี่
คนที่ 9	ถ้ามีที่กว้างขนาดนั้นก็ดี เพราะคนก็จะได้เข้ามาใช้บริการได้ด้วย พักได้ด้วย
คนที่ 10	ก็เป็นเรื่องที่ดีค่ะ จะได้เป็นการให้คนอื่นได้รู้จักรีสอร์ทมากขึ้นและประทับใจมากขึ้นค่ะ

คำถาม 41 : หากรีสอร์ทเรามีบริการหารถรับส่งคุณไปยังสถานที่ท่องเที่ยวได้ คุณมีความคิดเห็นอย่างไรบ้าง มีข้อเสนอแนะอย่างไร

ตารางที่ 60 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 41

ผู้ให้สัมภาษณ์	คำตอบ
คนที่ 1	ส่วนตัวก็ไม่ได้จำเป็นค่ะ เพราะมีรถไปเอง
คนที่ 2	ก็โอเคค่ะ เพราะเราไปแบบไม่มีรถส่วนตัว จะหารถไปก็ยากค่ะ ถ้ารีสอร์ทมีรับส่งเป็นช่วงเวลาก็โอเคค่ะ อาจจะเป็นส่งไปขนส่งอย่างนี้ก็โอเคเหมือนกันค่ะ
คนที่ 3	ถ้ามีก็ดีค่ะ จะได้ไม่ต้องขับรถเองค่ะ เราเหนื่อย
คนที่ 4	ก็ค่อนข้างเห็นด้วยและเป็นบริการที่ดีครับ ถ้ามีการจ่ายเงินเพิ่มก็ยินดีครับ
คนที่ 5	ก็ดีเลยค่ะ ถ้ามี
คนที่ 6	ดีมากเลยค่ะ เพราะไปแต่ละครั้งถ้าไม่เอารถไปเองก็จะลำบากในการไปหารถ
คนที่ 7	ก็โอเคค่ะ มีตัวเลือกได้เยอะดี
คนที่ 8	มีก็ดีค่ะ ถ้าลูกค้าต้องขับรถไปในที่ที่ลำบากก็ไม่อยากเอารถตัวเองไปเสี่ยงค่ะ
คนที่ 9	ดีที่สุด เพราะเราไม่ใช่คนในพื้นที่ก็รู้อยู่ไปยังไม่รู้จะไปอย่างไร หรือเราไปโดยสารสาธารณะก็จะเดินทางลำบากหน่อย ถ้ามีก็ดี
คนที่ 10	ก็ดีค่ะเผื่อเราขับรถมาไกลแล้วเหนื่อยก็ได้มีรถพาไปสถานที่ท่องเที่ยวอีกวันก็น่าจะเป็นสิ่งที่ดี

5. เรื่องแนวโน้มนำการเข้ามาใช้บริการ

คำถาม 42 : คุณมีแนวโน้มที่จะสนใจมาใช้บริการรีสอร์ทเรามากน้อยเพียงใด เพราะเหตุใด

ตารางที่ 61 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 42

ผู้ให้สัมภาษณ์	คำตอบ
คนที่ 1	ก็ถ้ามีกิจกรรมอย่างที่ว่ามาน่าสนใจอยู่นะค่ะ เพราะว่ายังไม่เห็นที่ไหนทำเลย ได้ทำเองกินเองกับครอบครัวด้วยค่ะ
คนที่ 2	ถ้าเป็นเพชรบูรณ์ก็จะดูบรรยากาศรอบๆ ก่อนค่ะ ถ้ามันใกล้ที่เราจะไปก็น่าสนใจอยู่ค่ะ
คนที่ 3	ปานกลางค่ะ เพราะยังไม่เคยไปเพชรบูรณ์และไม่มีแพลนไปค่ะ
คนที่ 4	ถ้ามีกิจกรรมท้องถิ่นก็เป็นจุดที่น่าสนใจในการท่องเที่ยวเหมือนกันครับ
คนที่ 5	ที่จริงแล้วเพชรบูรณ์ก็มีอากาศดีทั้งปีอยู่แล้วนะค่ะ ก็อาจจะเป็นอีกที่หนึ่งที่ดึงดูดสนใจไปค้างค่ะ เพราะมีกิจกรรมให้ทำดีค่ะ อย่างที่บอกไม่ค่อยได้ออกไปข้างนอกเท่าไรค่ะ เน้นมาพักผ่อนมากกว่าค่ะ
คนที่ 6	ให้ 8/10 ค่ะ เพราะว่ารู้สึกได้เปลี่ยนบรรยากาศและได้ทำกิจกรรมที่ไม่เคยทำมาก่อนค่ะ

ตารางที่ 61 คำตอบของผู้สัมภาษณ์ คำถามที่ 42 (ต่อ)

ผู้ให้สัมภาษณ์	คำตอบ
คนที่ 7	ก็น่าสนใจดีค่ะ ถ้ามีการจัดกิจกรรมตามที่กล่าวมาค่ะ เพราะมันก็มีตัวเลือกให้เราได้ทำดี มีกิจกรรมให้ทำดีค่ะ
คนที่ 8	ก็ต้องดูก่อนค่ะว่าหน้าตาที่ปักเป็นแบบไหน แต่มีสวณผักก็น่าสนใจนะคะ
คนที่ 9	8/10 เพราะว่ามามีกิจกรรมที่น่าสนใจแล้วบรรยากาศรอบๆ ก็ดูโล่งๆ ธรรมชาติดี ชอบแบบโล่งๆ อยู่แล้ว มีบริการที่มีพนักงานอยู่ประจำก็น่าพักยิ่งขึ้น
คนที่ 10	ก็มีแนวโน้มมากค่ะ เพราะไม่เคยพักรีสอร์ทที่มีกิจกรรมมาก่อน ก็น่าสนใจดีค่ะ

