

การศึกษาความเป็นไปได้ธุรกิจรีสอร์ทเชิงนิเวศ ตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
ณ อำเภอหนองหญ้า จังหวัดอุบลราชธานี

เปรมธร ครรชนะอรรถ

TNI

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
บัณฑิตวิทยาลัย สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น
ปีการศึกษา 2560

A FEASIBILITY STUDY OF ECOLOGY RESORT VIA SUFFICIENCY ECONOMY
PHILOSOPHY AT NACHALUAI DISTRICT UBONRATCHATHANI PROVINCE

Premtorn Kanchana-at

TNI

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

Graduate School
Thai-Nichi Institute of Technology

Academic Year 2017

หัวข้อสารนิพนธ์

การศึกษาความเป็นไปได้ธุรกิจรีสอร์ทเชิงนิเวศ ตามแนวทาง
ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ณ อำเภอหนองหลวง จังหวัด
อุบลราชธานี

โดย

เปรมธร ครรชนะอรรถ

สาขาวิชา

การจัดการอุตสาหกรรม

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

ดร. สุรสิทธิ์ อุดมธนวนค์

บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็น
ส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(รองศาสตราจารย์ ดร. พิชิต สุขเจริญพงษ์)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

คณะกรรมการสอบสารนิพนธ์

..... ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จักร ดิงศภักดิ์)

..... กรรมการ

(ดร. พาสณ์ ทิฆมทรัพย์)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

(ดร. สุรสิทธิ์ อุดมธนวนค์)

เปรมธร ครรชนะอรรถ : การศึกษาความเป็นไปได้ธุรกิจรีสอร์ทเชิงนิเวศ ตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ณ อำเภอหนองหลวง จังหวัดอุบลราชธานี. อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร. สุรสิทธิ์ อุดมธนาวงศ์, 153 หน้า.

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ทในอำเภอหนองหลวง จังหวัดอุบลราชธานี และ เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ธุรกิจรีสอร์ทเชิงนิเวศ ตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง ณ อำเภอหนองหลวง จังหวัดอุบลราชธานี โดยทำการศึกษาทั้งเชิงคุณภาพ 4 ด้าน คือ ด้านการตลาด ด้านวิศวกรรม ด้านบริหาร และด้านการเงิน ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษานี้ นำมาจากการค้นคว้าเอกสารที่มีอยู่จากแหล่งต่างๆ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งประกอบด้วยความรู้พื้นฐานในธุรกิจ แนวความคิด และทฤษฎี เพื่อประเมินว่าธุรกิจรีสอร์ทนี้มีความเป็นไปได้หรือไม่ และการศึกษาเชิงปริมาณในด้านการตลาด จากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวอายุ 25 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาเป็นค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาเชิงปริมาณทางด้านการตลาด พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง อายุ 25-34 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัท/ลูกจ้าง มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท เวลาที่เดินทางไปท่องเที่ยวจะไปกับครอบครัว และสนใจรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศหรือพักผ่อนตามธรรมชาติ ส่วนผลการศึกษาเชิงคุณภาพทางด้านการตลาด พบว่า พื้นที่ตั้งรีสอร์ทตั้งอยู่ใกล้อุทยานแห่งชาติภูจองนายอย และแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ในจังหวัดอุบลราชธานี นอกจากนี้ ยังเป็นแหล่งเพาะปลูกเกษตรกรรมมีแหล่งน้ำและธรรมชาติที่สมบูรณ์ รวมถึงมีการการสนับสนุนการท่องเที่ยวภายในประเทศจากภาครัฐบาล ซึ่งมีความเป็นไปได้ด้านการตลาด ในด้านวิศวกรรม พบว่า ต้องให้ความสำคัญ การออกแบบทางสถาปัตยกรรม การตกแต่งภายใน การกำหนดแนวคิดรูปแบบรีสอร์ท และห้องพักอาคารในด้านการบริหาร พบว่า ควรมีรูปแบบการดำเนินงานและบริหารจัดการ โดยแบ่งออกเป็น 3 ฝ่าย คือ แผนกให้บริการลูกค้า แผนกบัญชีและการตลาด และแผนกดูแลอาคารสถานที่ และทางด้านการเงิน พบว่า ใช้เงินลงทุนทั้งสิ้น 10 ล้านบาท มีระยะเวลาของโครงการ 10 ปี ระยะเวลาคืนทุนของธุรกิจรีสอร์ทอยู่ที่ 6 ปี 8 เดือน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 3,455,405.29 บาท และอัตราผลตอบแทนการลงทุน (IRR) เท่ากับ 16.87 เปอร์เซ็นต์ จากการศึกษาทำให้สรุปว่า ธุรกิจนี้มีความเป็นไปได้ในการลงทุนเพื่อดำเนินธุรกิจ

บัณฑิตวิทยาลัย

สาขาวิชา การจัดการอุตสาหกรรม

ปีการศึกษา 2560

ลายมือชื่อนักศึกษา

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา

PREMTORN KANCHANA-AT : A FEASIBILITY STUDY OF ECOLOGY RESORT
VIA SUFFICIENCY ECONOMY PHILOSOPHY AT NACHALUAI DISTRICT
UBONRATCHATHANI PROVINCE. ADVISOR : DR. SURASIT UDOMTHANAVONG,
153 PP.

The purposes of this feasibility study were to study consumer behavior in deciding whether to stay in resort in Nachaluai district, Ubonratchathani and to study the possibility for investment in ecological resort business in Nachaluai district, Ubonratchathani under the Sufficiency Economy Philosophy. The study was conducted by four qualitative aspects which were marketing, engineering, administration and finance. The data used for possibility valuation in this study were from various sources including research papers related to business fundamental, approaches and theories. The qualitative data in marketing aspect were from 400 tourists whose age was above twenty five years old as a sample. The study was conducted by the questionnaire. The statistics used were percentage and mean.

The findings in marketing aspect indicated that most of sample tourist; who were female, aged between 25-34 years old, bachelor's degree graduates, company employee, income 10,001-20,000 baht and travelled with family; were interested in ecological tourism. While the findings in quantitative study showed that the resort was located near Phunangjong National Park and other tourist attractions in Ubonratchathani and geography was suitable for agriculture. Moreover, the tourism within Thailand was strongly supported by Thai government which increase the possibility for investment in marketing aspect. The findings in engineering aspect indicated that the ecological resort business should emphasize in architectural design, interior design and the design of room and resort. The findings in administration aspect indicated that the administration of ecological resort business should be divided into three divisions which were customer service division, accounting and marketing division and building and maintenance division. The findings in finance aspect indicated that this project had to use 10 million baht for initial investment for 10 years period of investment. The payback period was 6 years and 8 months. Net present value (NPV) was 3,455,405.29 baht. Internal rate of return (IRR) was 16.87%. According to the findings of four aspects, we were able to conclude that ecological resort business in Nachaluai district, Ubonratchathani had the possibility for investment.

Graduate School
Field of Study Industrial Management
Academic Year 2017

Student's Signature.....
Advisor's Signature.....

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความอนุเคราะห์จากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จักร ดิงศภักดิ์ ผู้อำนวยการหลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการอุตสาหกรรม และ ดร. สุรสิทธิ์ อุดมธนาวงศ์ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่ได้ให้แนวทาง คำปรึกษา คำแนะนำในการจัดทำและการแก้ไขในข้อบกพร่องต่างๆ จนทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้มีความถูกต้องสมบูรณ์ รวมถึงผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน ประกอบด้วย ดร. นิลาวัลย์ สว่างรัตน์, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชันยมัย เจียรกุล และดร. รุ่งอรุณ กระแสร์สินธุ์ ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษา แนะนำและแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ทำให้เครื่องมือการวิจัยมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดาและสมาชิกในครอบครัวซึ่งสนับสนุนและให้กำลังใจต่อผู้วิจัยเสมอมา

สุดท้ายนี้ขอขอบคุณ เพื่อนร่วมสถาบัน เพื่อนต่างสถาบัน เพื่อนๆ และพี่ๆ ปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม ทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือและให้กำลังใจมาโดยตลอด

เปรมธร ครรชณะอรอด

TNI

THAI - NICHI INSTITUTE OF TECHNOLOGY

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญรูป	ฉ
บทที่	
1 บทนำ	1
สภาวะความเป็นมา แนวทางเหตุผล และปัญหา	1
ความมุ่งหมายของการศึกษา	6
ขอบเขตของการศึกษา	6
ขั้นตอนการศึกษา และการดำเนินงาน	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
นิยามศัพท์เฉพาะ	7
แผนงานและระยะเวลาการดำเนินงาน	8
2 หลักการพื้นฐาน เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
หลักการพื้นฐาน	9
การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ	9
แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจรีไซเคิลเชิงนิเวศ	40
แนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	44
อำเภอนาจะหลวย จังหวัดอุบลราชธานี	53
เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	57
3 วิธีดำเนินงานสารนิพนธ์	61
การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	61
วิธีการศึกษา	62
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล	63
วิธีการประมวลผล	73
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	73

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 บทสรุปและข้อเสนอแนะ	74
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	74
สรุปผลการวิจัยและการอภิปรายผล	88
ข้อเสนอแนะ.....	106
บรรณานุกรม.....	108
ภาคผนวก	112
ภาคผนวก ก. แบบสอบถาม.....	113
ภาคผนวก ข. เอกสารขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถามงานวิจัย และผลแบบ	121
ภาคผนวก ค. เอกสารขอความอนุเคราะห์ในการสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูล ในงานวิจัย.....	125
ภาคผนวก ง. งบการเงินรูปแบบธุรกิจรีสอร์ทเชิงนิเวศ ตามแนวทางปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียง ณ อำเภอหนองหลวง จังหวัดอุบลราชธานี	148
ประวัติผู้เขียนสารนิพนธ์	153

TNI

THAI - NICHI INSTITUTE OF TECHNOLOGY

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แผนงานและระยะเวลาการดำเนินงาน	8
2 ตัวแปรส่วนประสมทางการตลาด.....	20
3 โครงการลงทุนโครงการหนึ่งได้กำหนดระยะเวลาในการทำกิจกรรมต่างๆ.....	28
4 การกำหนดระยะเวลาการดำเนินการผลิตสินค้าชนิดหนึ่ง	28
5 สรุปรายจ่ายที่เป็นเงินลงทุนของโครงการ	33
6 ประมาณการต้นทุนสินค้าขาย	34
7 ประมาณการค่าใช้จ่ายบริหารและอื่นๆ	35
8 ประมาณการงบกำไรขาดทุน.....	36
9 ประมาณการงบกระแสเงินสด.....	37
10 สถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของจังหวัดอุบลราชธานีและจำนวนกลุ่มตัวอย่าง	62
11 สมาชิกผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถาม	67
12 IOC Test พฤติกรรมการท่องเที่ยวและการเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ต.....	67
13 IOC Test ปัจจัยทางการตลาดในการเลือกเข้าพักรีสอร์ต	69
14 IOC Test ความคิดเห็นต่อธุรกิจรีสอร์ตเชิงนิเวศ.....	71
15 ผลการวิเคราะห์สถานภาพส่วนบุคคล (เพศ).....	74
16 ผลการวิเคราะห์สถานภาพส่วนบุคคล (อายุ).....	75
17 ผลการวิเคราะห์สถานภาพส่วนบุคคล (การศึกษา).....	75
18 ผลการวิเคราะห์สถานภาพส่วนบุคคล (อาชีพ).....	76
19 ผลการวิเคราะห์สถานภาพส่วนบุคคล (รายได้ต่อเดือน)	76
20 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวและการเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ต (เวลาที่ท่านเดินทางไปท่องเที่ยว ท่านมักจะไปกับใคร).....	77
21 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวและการเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ต (อัตราค่าห้องพักต่อวันที่ท่านใช้บริการ)	78
22 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวและการเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ต (ระยะเวลาที่ในการเข้าพักต่อครั้ง).....	78
23 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวและการเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ต (ช่วงเวลา (วัน) ที่ท่านเดินทางเข้าพักที่พักรีสอร์ตบ่อยที่สุด)	79
24 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวและการเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ต (รูปแบบการท่องเที่ยวที่ท่านสนใจตอบได้มากกว่าหนึ่งข้อ).....	79

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
25 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวและการเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ท (วัตถุประสงค์หลักของการเลือกเข้าพักรีสอร์ท).....	80
26 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวและการเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ท (เหตุผลหลักของท่านในการใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ท)	80
27 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวและการเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ท (ใครเป็นผู้มีส่วนในการตัดสินใจเลือกเข้าพักรีสอร์ท).....	81
28 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวและการเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ท (วิธีการจองที่พักประเภทรีสอร์ทของท่าน).....	81
29 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวและการเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ท (ท่านได้รับข้อมูลเกี่ยวกับรีสอร์ทจากแหล่งใดมากที่สุด)	82
30 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดในการเลือกเข้าพักรีสอร์ท (ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์).....	82
31 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดในการเลือกเข้าพักรีสอร์ท (ปัจจัยด้านราคา).....	83
32 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดในการเลือกเข้าพักรีสอร์ท (ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย).....	83
33 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดในการเลือกเข้าพักรีสอร์ท (ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด)	84
34 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดในการเลือกเข้าพักรีสอร์ท (ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน).....	84
35 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดในการเลือกเข้าพักรีสอร์ท (ปัจจัยด้านกายภาพและการนำเสนอ).....	85
36 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดในการเลือกเข้าพักรีสอร์ท (ปัจจัยด้านกระบวนการ).....	85
37 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อธุรกิจรีสอร์ทเชิงนิเวศ (หากมีรีสอร์ทใหม่เกิดขึ้นในพื้นที่อำเภอหนองจะหลวย โดยรีสอร์ทนี้ จะเป็นลักษณะรีสอร์ทเชิงนิเวศที่เน้นการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ ท่านจะเข้ามาใช้บริการหรือไม่).....	86

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
38 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อธุรกิจรีสอร์ทเชิงนิเวศ (ท่านต้องการให้รีสอร์ทนี้ (ซึ่งเป็นรีสอร์ทเชิงนิเวศ ที่เน้นการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์) มีกิจกรรมอะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่าหนึ่งข้อ)).....	87
39 ระดับราคาห้องพักในแต่ละรูปแบบ	92
40 แผนการดำเนินงานการก่อสร้าง	98
41 กำลังคนในแต่ละแผนก	99
42 ประเภทห้องพัก จำนวนห้องพักและค่าบริการ	101
43 ราคาห้องพักต่อคืนสำหรับห้องเตียงเดี่ยวและเตียงคู่ ตั้งแต่ปีที่ 0-10	101
44 อัตรากำไรขั้นต้นและอัตรากำไรสุทธิ ธุรกิจรีสอร์ทเชิงนิเวศ นางจะหลวยบ้านนา รีสอร์ท	103
45 ผลตอบแทนการลงทุน จากการประมาณการกระแสเงินสดของธุรกิจรีสอร์ทเชิงนิเวศ นางจะหลวยบ้านนารีสอร์ท.....	104
46 ผลการคำนวณ อัตราผลตอบแทนการลงทุน	105
47 การวิเคราะห์ความอ่อนไหว (Sensitivity Analysis).....	106
48 ประมาณการงบดุล นางจะหลวยบ้านนารีสอร์ท สำหรับระยะเวลา 10 ปี	149
49 ประมาณการงบกำไรขาดทุน นางจะหลวยบ้านนารีสอร์ท สำหรับระยะเวลา 10 ปี	150
50 ประมาณการงบกระแสเงินสด นางจะหลวยบ้านนารีสอร์ท สำหรับระยะเวลา 10 ปี	152

สารบัญรูป

รูป		หน้า
1	กราฟแสดงรายได้จากการท่องเที่ยวภายในประเทศรายภูมิภาคไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ.2559 ถึงไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ.2560	2
2	กราฟแสดงจำนวนผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยท่องเที่ยวภายในประเทศรายภูมิภาค ไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ.2558 ถึงไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2560.....	2
3	สถานที่ตั้ง จังอุบลราชธานี.....	4
4	ตัวเลขนักท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี	5
5	ขั้นตอนการศึกษาความเป็นไปได้.....	10
6	Growth-Share Matrix ของ BCG.....	16
7	รายละเอียดและความสัมพันธ์ของระบบการผลิต.....	25
8	การจัดรูปแบบการบริหารงานภายในโดยแบ่งตามหน้าที่	29
9	ความสัมพันธ์ระหว่างเงินทุน ทรัพย์สิน และหนี้สิน.....	31
10	ปรัชญาสามห่วง สองเงื่อนไข	48
11	แผนที่อำเภอหนองบัว จังหวัดอุบลราชธานี.....	54
12	อุทยานแห่งชาติภูจองนายอย อำเภอหนองบัว จังหวัดอุบลราชธานี.....	55
13	น้ำตกห้วยหลวง อำเภอหนองบัว จังหวัดอุบลราชธานี.....	55
14	แก่งกะเลา อำเภอหนองบัว จังหวัดอุบลราชธานี	56
15	Perceptual Map เปรียบเทียบกับคู่แข่งสำคัญ	89
16	วิเคราะห์พีซีจีของแมททริกซ์ “นาจะหลวยบ้านนาฮีรีสอร์ท”	90
17	รูปร่างแผนผังของที่ดิน	94
18	แผนที่แสดงตำแหน่งที่ตั้งของที่ดิน	95
19	แนวคิดภาพรวมของรีสอร์ท	95
20	แนวคิดแผนกต้อนรับ	96
21	แนวคิดร้านอาหารภายในรีสอร์ท	96
22	แนวคิดห้องพักเตียงเดี่ยวและเตียงคู่	97
23	แนวคิดห้องพักเตียงเดี่ยวและเตียงคู่	97
24	ผังโครงสร้างองค์กร	99

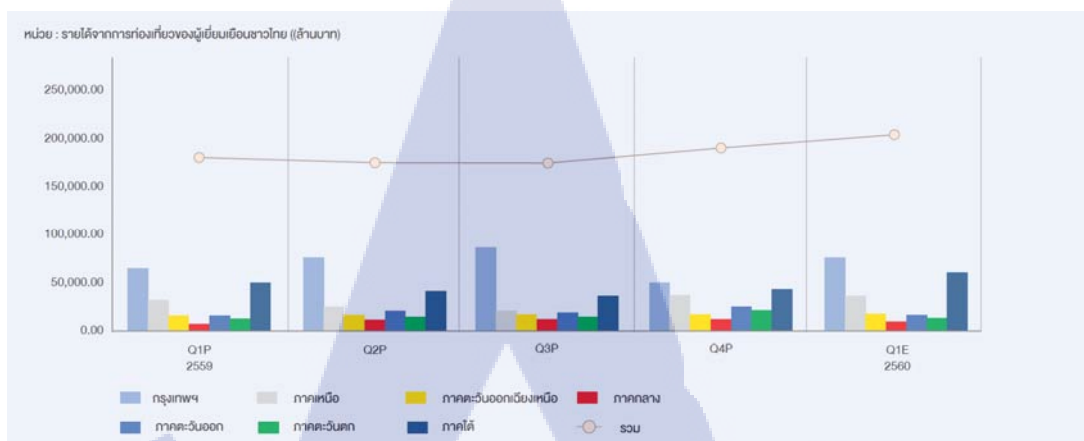
บทที่ 1

บทนำ

สภาวะความเป็นมา แนวทางเหตุผล และปัญหา

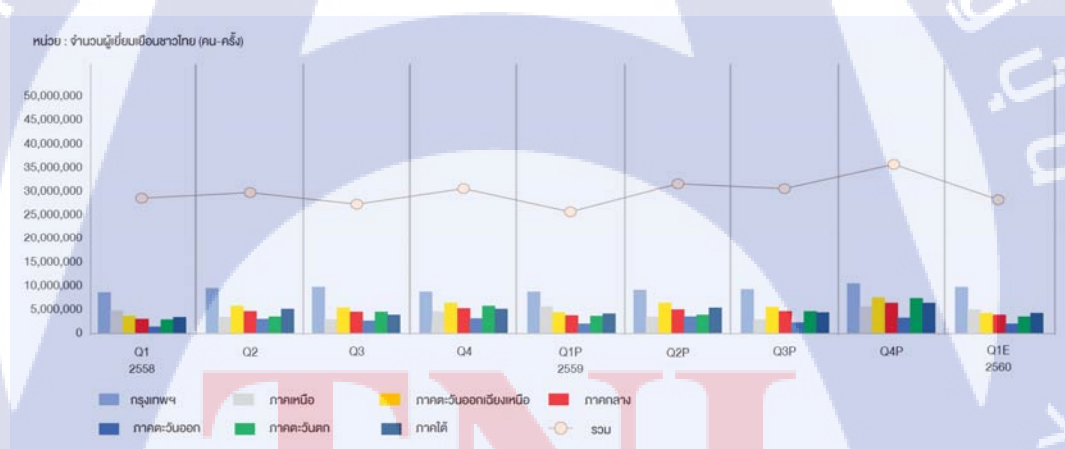
อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญอันดับต้นๆ ของประเทศ สามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศปีละเป็นจำนวนมาก และยังก่อให้เกิดธุรกิจที่เกี่ยวข้องอีกมากมาย อาทิ โรงแรมและที่พัก ภัตตาคาร ร้านอาหาร นวดและสปา ร้านจำหน่ายของที่ระลึก สถานที่ท่องเที่ยวแหล่งใหม่ เป็นต้น ซึ่งก่อให้เกิดการลงทุน การจ้างงาน และการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น โดยในแต่ละปีสามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศหลายแสนล้านบาท สถานการณ์การท่องเที่ยวภายในประเทศของไทย ในไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ.2560 มีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา มีอัตราการเข้าพักเฉลี่ยของสถานพักแรม เท่ากับร้อยละ 73.73 ขยายตัวร้อยละ 0.99 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา มีจำนวนผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศรวม 31,603,004 คน ก่อให้เกิดรายได้จากผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย 230,777.86 ล้านบาท โดยเมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมาขยายตัวร้อยละ 5.43 และ 6.53 ตามลำดับ โดยปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ขยายตัว เนื่องจากสภาพอากาศที่หนาวเย็นในช่วงต้นปีในพื้นที่ภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ดังกล่าวมากขึ้น เช่น การไปเที่ยวชมปรากฏการณ์น้ำค้างแข็ง หรือเหมยขาบ และทะเลหมอกที่ดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่ หรือ อุทยานแห่งชาติภูกระดึง และอุทยานแห่งชาติภูเรือ จังหวัดเลย เป็นต้น (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2560 : ออนไลน์)

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้กล่าวอีกว่า ภูมิภาคที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวภายในประเทศสูงสุด 3 อันดับแรก คือ กรุงเทพฯ 75,314.25 ล้านบาท ภาคใต้ 52,710.54 ล้านบาท และภาคเหนือ 35,617.03 ล้านบาท ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมาพบว่า รายได้จากผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยท่องเที่ยวภายในประเทศขยายตัวร้อยละ 6.53 โดยภูมิภาคที่มีอัตราการขยายตัวสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และกรุงเทพฯ (ขยายตัวร้อยละ 11.69 ร้อยละ 10.83 และร้อยละ 7.21 ตามลำดับ) ตามแนวโน้มการเติบโตของจำนวนผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย โดยรายได้จากการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยในปี พ.ศ. 2560 คาดว่าจะเป็นไปตามเป้าหมาย 0.93 ล้านล้านบาท ที่กำหนดไว้



รูปที่ 1 กราฟแสดงรายได้จากการท่องเที่ยวภายในประเทศรายภูมิภาคไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ.2559 ถึง ไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ.2560

ที่มา : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว ฉบับที่ 7. ออนไลน์.



รูปที่ 2 กราฟแสดงจำนวนผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยท่องเที่ยวภายในประเทศรายภูมิภาค ไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ.2558 ถึงไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2560

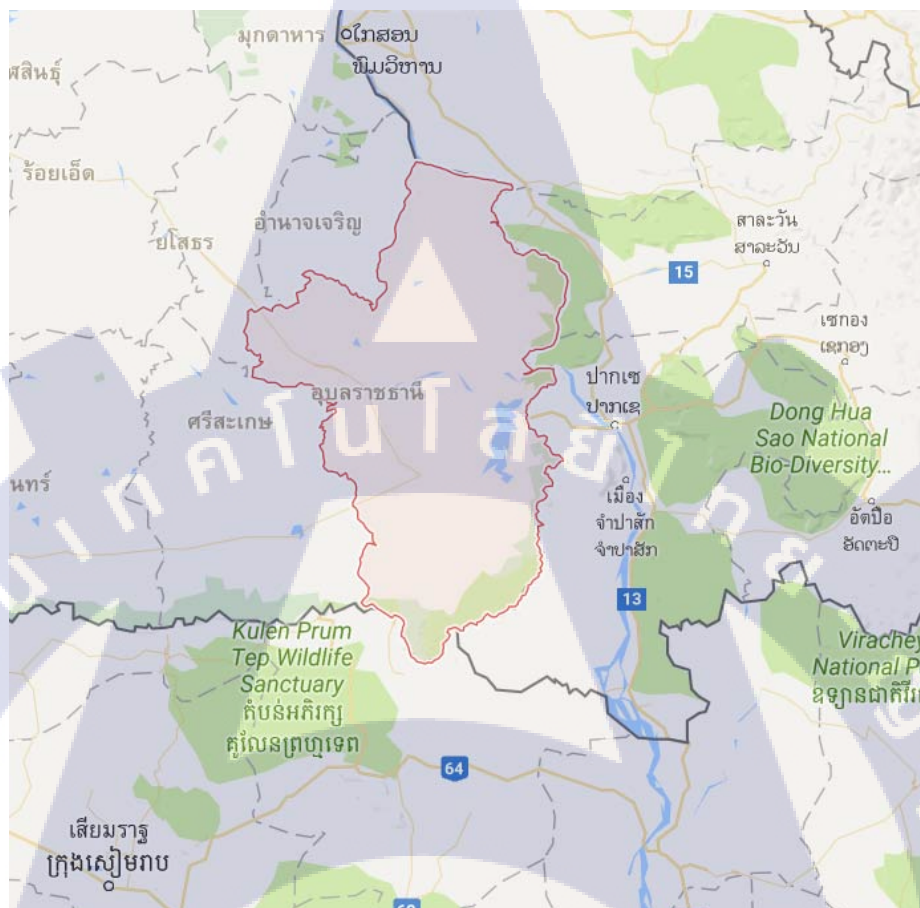
ที่มา : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว ฉบับที่ 7. ออนไลน์.

จากรูปที่ 2 แสดงจำนวนผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยท่องเที่ยวภายในประเทศ ไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2560 มีจำนวน 31,603,004 คน โดยภูมิภาค ที่ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยไปเยือนสูงสุด 3 อันดับแรก คือ กรุงเทพฯ 8,713,731 คน ภาคเหนือ 5,206,708 คน และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 4,310,512 คน ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา พบว่า ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยขยายตัวร้อยละ 5.43 ซึ่งการขยายตัวดังกล่าว ส่วนหนึ่งเป็นผลจากสภาพอากาศที่หนาวเย็น จูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปมากขึ้น ขณะที่ภาคตะวันตกมีแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ และได้รับความนิยม เช่น จังหวัดกาญจนบุรี และจังหวัดเพชรบุรี เป็นต้น ในขณะที่พื้นที่ภาคใต้มีอัตราการเข้าพักของสถานพักแรมลดลงร้อยละ 1.32 อันเป็นผลจากอุทกภัยในหลายจังหวัด เช่น นครศรีธรรมราช สุราษฎร์ธานี กระบี่ และตรัง เป็นต้น โดยภูมิภาคที่ขยายตัวสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และกรุงเทพฯ ขยายตัวร้อยละ 9.21 ร้อยละ 8.62 และร้อยละ 5.20 ตามลำดับ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2560 : ออนไลน์)

จากข้อมูลข้างต้น สถานที่ที่ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยไปเยือนเป็น อันดับสาม ได้แก่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 4,310,512 คน ซึ่งสถานที่ที่ข้าพเจ้าจะศึกษาความเป็นไปได้ธุรกิจรีสอร์ทเชิงนิเวศ ตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ณ อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เหมือนกัน

จังหวัดอุดรธานีเป็นจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ที่สามารถเห็นดวงอาทิตย์ขึ้นได้ก่อนพื้นที่อื่นๆ ของ ประเทศไทย เพราะตั้งอยู่ทางตะวันออกสุดของประเทศ ปัจจุบันเป็นที่ตั้งของเส้นเวลาหลักของประเทศ ที่เส้นแวง 105 องศาตะวันออก และมีความสำคัญในฐานะเป็นเมืองท่องเที่ยวที่เต็มไปด้วยเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ มีวัฒนธรรมและประเพณีดั้งเดิมที่ตกทอดรุ่นสู่รุ่นมาจากบรรพบุรุษตั้งแต่ยุคขอมโบราณ ที่ผสมผสานเข้ากับวัฒนธรรมไทยถิ่นอีสานปัจจุบันเกิดเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่น่าสนใจ อุดรธานียังอุดมไปด้วย ทรัพยากร ธรรมชาติมากมาย ทั้งป่าไม้ สัตว์ป่า พืชพรรณนานาชนิด แหล่งน้ำขนาดใหญ่ น้อยหลายแห่ง และภูมิทัศน์ที่งดงาม แปลกตาโดดเด่น รวมทั้งมีโรงแรมที่พักมากมาย และการคมนาคมสะดวกสบาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีสนามบิน ทำให้จังหวัดอุดรธานีเป็นเมืองท่องเที่ยวที่น่าสนใจไม่แพ้จังหวัดอื่นๆ ของภูมิภาค ที่นักเดินทางไม่ควรพลาดมา เยี่ยมเยือน จังหวัดอุดรธานีเป็นจังหวัดที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับที่ 5 ของประเทศ ตั้งอยู่ในบริเวณแอ่งโคราช ลักษณะพื้นที่โดยทั่วไปเป็น ที่ราบสูงลาดเอียง ไปทางตะวันออก มีแม่น้ำมูลไหลผ่านกลางจังหวัดจากทิศตะวันตกมายังทิศตะวันออก มาบรรจบกับแม่น้ำชีแล้ว ไหลลงสู่แม่น้ำโขงที่อำเภอโขงเจียม มีภูเขาสลับซับซ้อนทางตอนใต้ เทือกเขาสำคัญ คือ เทือกเขาบรรทัด และ เทือกเขาพนมดงรัก (ไปด้วยกันดอทคอม แหล่งชุมนุมของคนชอบเที่ยว. 2559 : ออนไลน์)

สภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์ของจังหวัดอุบลราชธานี



รูปที่ 3 สถานที่ตั้ง จังหวัดอุบลราชธานี

จังหวัดอุบลราชธานี ตั้งอยู่ทางด้านตะวันออกสุดของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีพื้นที่ประมาณ 16,112 ตารางกิโลเมตร หรือ 10 ล้านไร่ จากรูปที่ 3 ที่ตั้งสัมพันธ์ของจังหวัดติดต่อกับ 2 ประเทศ คือ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และ กัมพูชาประชาธิปไตย ส่วนภายในประเทศ ติดต่อกับ 3 จังหวัด คือ ศรีสะเกษ อำนาจเจริญ และยโสธร (สำนักงานไกด์อุบลดอทคอม. 2560 : ออนไลน์)

จังหวัดอุบลราชธานี มีรูปร่างคล้ายรูปหัวใจ หรือรวงผึ้ง ลักษณะภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ราบลูกคลื่นลอนตื้น ตอนกลางเป็นที่ราบลุ่มแม่น้ำมูล มีเทือกเขาตองรัก เป็นพรมแดนธรรมชาติทางด้านทิศใต้ลำน้ำสายสำคัญ ได้แก่ แม่น้ำมูล แม่น้ำชี แม่น้ำโขง ลำเซบก ลำเซบาย ลำโดมน้อย และลำโดมใหญ่

ลักษณะภูมิอากาศ เป็นแบบร้อนชื้น มี 3 ฤดู ฤดูฝน ฤดูร้อน ฤดูหนาว ลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ พัดผ่านช่วงฤดูฝน ลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ พัดผ่านช่วงฤดูหนาว และพายุดีเปรสชันเข้ามามีอิทธิพลช่วงเดือนสิงหาคม ถึงเดือนกันยายน

ในขณะเดียวกัน สถานการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีมีตัวเลขการเติบโตของนักท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยดูได้จาก รูปที่ 4 กราฟแสดงตัวเลขนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี

จากรูปที่ 4 จะเห็นได้ว่าตัวเลขนักท่องเที่ยวมีการปรับตัวเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากปี พ.ศ. 2552 มีตัวเลขนักท่องเที่ยวเดินทางมา ณ จังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 666,785 คน ในปี พ.ศ. 2558 มีจำนวนทั้งสิ้น 1,471,607 คน โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นถึง 804,822 คน หรือเพิ่มขึ้น 82.8% ในระยะเวลา 6 ปี



รูปที่ 4 ตัวเลขนักท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี

ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2560). สถิติการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี พ.ศ. 2556 - 2558. ออนไลน์.

จากข้อมูลข้างต้นที่กล่าวไว้ว่า จังหวัดอุบลราชธานีเป็นจังหวัดท่องเที่ยวที่มีทรัพยากรธรรมชาติมากมาย ทั้งป่าไม้ สัตว์ป่า พืชพรรณนานาชนิด แหล่งน้ำขนาดใหญ่หลายแห่ง และภูมิทัศน์ที่งดงาม แปลกตาโดดเด่น มีแม่น้ำมูลไหลผ่านกลางจังหวัดจากทิศตะวันตกมายังทิศตะวันออก มีภูเขาสลับซับซ้อนทางตอนใต้ ได้แก่ เทือกเขาบรรทัด และ เทือกเขาพนมดงรัก อีกทั้งในปี พ.ศ. 2558 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 1,471,607 คน โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นถึง 804,822 คน หรือเพิ่มขึ้น 82.8% ในระยะเวลา 6 ปี

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการจัดตั้งธุรกิจรีสอร์ทเชิงนิเวศ ตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อให้เข้ากับสภาพแวดล้อมของจังหวัด รีสอร์ทนี้จึงมีการอนุรักษ์ธรรมชาติให้มีความสำคัญกับ การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมที่มีอยู่เดิม ไม่ก่อให้เกิดการรบกวนหรือความเสียหายแก่ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม นำธรรมชาติที่มีอยู่เดิมมาใช้ในตัวโครงการให้เกิดคุณค่ามากที่สุด มีการบริการด้านที่พักและกิจกรรมเชิงนิเวศให้ผู้มาใช้บริการได้สัมผัสกับธรรมชาติ พืชพรรณ ตลอดจนลักษณะทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในแหล่งธรรมชาตินั้น อีกทั้งช่วยสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจที่ส่งผลให้การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเกิดประโยชน์ต่อชุมชนอีกด้วย และมีการผสมผสานปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ห้องพักเป็นลักษณะพออยู่ คือ มีสิ่งอำนวยความสะดวก และให้ความสบายตามสมควร พอกินคือการมีอาหารที่ดีปลอดภัยพอ และยาฆ่าแมลง สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารปลอดภัยที่ใช้ในรีสอร์ท นอกเหนือจากที่ทางรีสอร์ทผลิตเองได้ ก็ยังช่วยรับซื้อผลผลิตทางการเกษตรจากเกษตรกรในพื้นที่

ดังนั้นเพื่อเป็นช่องทางในการขยายกิจการ ที่ดินที่ใช้ในการก่อสร้างนั้น เป็นที่ดินที่ได้ทำการซื้อไว้ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 เป็นที่ดินติดถนนสายหลัก อำเภอหนองหลวง จังหวัดอุบลราชธานี โดยมีเนื้อที่ประมาณ 30 ไร่ แต่ปรากฏว่าปัจจุบัน ยังไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการประเมินศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจรีสอร์ทเชิงนิเวศ ตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ณ อำเภอหนองหลวง จังหวัดอุบลราชธานี ว่าจะมีความเป็นไปได้มากน้อยเพียงไร ในการดำเนินงานจะมีความคุ้มค่าหรือไม่ จะสามารถแข่งขันกับรีสอร์ทอื่นในบริเวณใกล้เคียงได้หรือไม่ และผลตอบแทนที่จะได้คุ้มค่าที่จะลงทุนหรือไม่ โดยคำถามเหล่านี้จะเป็นประเด็นหลักในการทำการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้

ความมุ่งหมายของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ทในอำเภอหนองหลวง จังหวัดอุบลราชธานี
2. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ธุรกิจรีสอร์ทเชิงนิเวศ ตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ณ อำเภอหนองหลวง จังหวัดอุบลราชธานี

ขอบเขตของการศึกษา

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มุ่งเน้นศึกษาความเป็นไปได้ธุรกิจรีสอร์ทเชิงนิเวศ ตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ณ อำเภอหนองหลวง จังหวัดอุบลราชธานี การประเมินความเป็นไปได้ของโครงการที่ยังไม่ได้เริ่มดำเนินการจริง

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ แบ่งเป็นดังนี้
 - 1.1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย
 - 1.2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวและการเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ต
 - 1.3 ปัจจัยทางการตลาดในการเลือกเข้าพักรีสอร์ต
 - 1.4 ความคิดเห็นต่อธุรกิจรีสอร์ตเชิงนิเวศ

ขั้นตอนการศึกษา และการดำเนินงาน

1. ทำการประเมินภาพรวมเศรษฐกิจ (Economy Analysis) อุตสาหกรรม (Industry Analysis) และกำหนดรูปแบบธุรกิจ (Business Model) ที่จะทำประเมินความเป็นไปได้
2. วิเคราะห์หาจุดแข็งจุดอ่อนโอกาสและอุปสรรคของแต่ละรูปแบบธุรกิจ ด้วยวิธี SWOT Analysis และค้นหาปัจจัยที่ทำให้ประสบความสำเร็จ (Key Success Factors)
3. ทำการศึกษาด้านการตลาด ด้านวิศวกรรม ด้านบริหาร และด้านการเงิน
4. ประเมินความเป็นไปได้ทางการเงิน (Financial Feasibility Analysis) และการประเมินการเปลี่ยนแปลง (Sensitivity) ของแต่ละรูปแบบธุรกิจ
5. วิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยง และกำหนดแผนฉุกเฉินรองรับ (Contingency Plan)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้สามารถนำข้อมูลจากการศึกษา ไปเป็นแนวทางในการกำหนดทิศทางในการเริ่มธุรกิจรีสอร์ตเชิงนิเวศ ตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ณ อำเภอห้วยผะดู่ จังหวัดอุบลราชธานี
2. นำข้อมูลที่ได้ไปวางแผนการตลาดและกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจรีสอร์ตเชิงนิเวศ ตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ณ อำเภอห้วยผะดู่ จังหวัดอุบลราชธานี
3. ทำให้ทราบผลการประเมินความเป็นไปได้ของธุรกิจรีสอร์ตเชิงนิเวศ ตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ณ อำเภอห้วยผะดู่ จังหวัดอุบลราชธานี เพื่อวางแผนการลงทุนต่อไปในอนาคต

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. การศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility Study) หมายถึง การวิเคราะห์โอกาสในการลงทุนใหม่ (หรือลงทุนเพิ่ม) โดยใช้กระบวนการคิดไตร่ตรองอย่างมีหลักการ ดำเนินการศึกษาอย่างละเอียดถี่ถ้วนและเป็นระบบ รวมทั้งจัดทำเป็นรายงานไว้ การวิเคราะห์จะกระทำทุกมิติให้ครอบคลุมเพื่อต้องการทราบผลที่จะเกิดขึ้นจากการดำเนินงานตามโครงการ โดยมุ่ง

ค้นหาคำตอบว่า “ควรลงทุนในโครงการที่เสนอนี้หรือไม่ และโครงการที่เสนอม่าจะให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่าหรือไม่”

2. **รีสอร์ท (Resort)** หมายถึง สถานที่พักผ่อน ที่มีเครื่องอำนวยความสะดวก ซึ่งมีการจัดตกแต่ง เหมือนอยู่ในธรรมชาติ หรือตั้งอยู่ติดกับธรรมชาติที่เป็นภูเขา ชนบท โดยมีการปลูกสร้างเป็นหลังๆ และไม่อยู่ในเขตชุมชนหนาแน่น

3. ผู้เยี่ยมเยือน (Visitor) หมายถึง ผู้ที่เดินทางเพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งจำแนกออกเป็นนักท่องเที่ยว (Tourist) คือ ผู้มาเดินทางมาเยี่ยมเยือนชั่วคราวที่พักอยู่ในประเทศไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง

4. **ริสอร์ทเชิงนิเวศ** หมายถึง ริสอร์ทที่มีการอนุรักษ์ธรรมชาติ ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมที่มีอยู่เดิม ไม่ก่อให้เกิดการรบกวนหรือความเสียหายแก่ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม นำธรรมชาติที่มีอยู่เดิมมาไว้ในตัวโครงการให้เกิดคุณค่ามากที่สุด มีการผสมผสานการบริการด้านที่พักและกิจกรรมเชิงนิเวศให้ผู้มาใช้บริการได้สัมผัสกับธรรมชาติ พืชพรรณ ตลอดจนลักษณะทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในแหล่งธรรมชาตินั้น อีกทั้งช่วยสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจที่ส่งผลให้การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเกิดประโยชน์ต่อชุมชนอีกด้วย

5. **รีสอร์ท ตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง** หมายถึง รีสอร์ทที่มีห้องพักที่เป็นลักษณะพออยู่ คือมีสิ่งอำนวยความสะดวก และให้ความสบายตามสมควร พอกินคือการมีอาหารที่ดีปลอดภัยและยาฆ่าแมลง สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารปลอดภัยที่ใช้ในรีสอร์ท นอกเหนือจากที่ทางรีสอร์ทผลิตเองได้ ก็ยังช่วยรับซื้อผลผลิตทางการเกษตรจากเกษตรกรในพื้นที่

แผนงานและระยะเวลาการดำเนินงาน

ตารางที่ 1 แผนงานและระยะเวลาการดำเนินงาน

[illegible]

บทที่ 2

หลักการพื้นฐาน เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

หลักการพื้นฐาน

ในการศึกษาความเป็นไปได้ธุรกิจหรือสหกรณ์เชิงนิเวศ ตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ณ อำเภอนาจะหลวย จังหวัดอุบลราชธานี ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งประกอบด้วยความรู้พื้นฐานในธุรกิจ แนวความคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ผู้ศึกษาได้นำเสนอเป็นลำดับ ดังนี้

1. การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ
2. แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจหรือสหกรณ์เชิงนิเวศ
3. แนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
4. อำเภอนาจะหลวย จังหวัดอุบลราชธานี
5. เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ

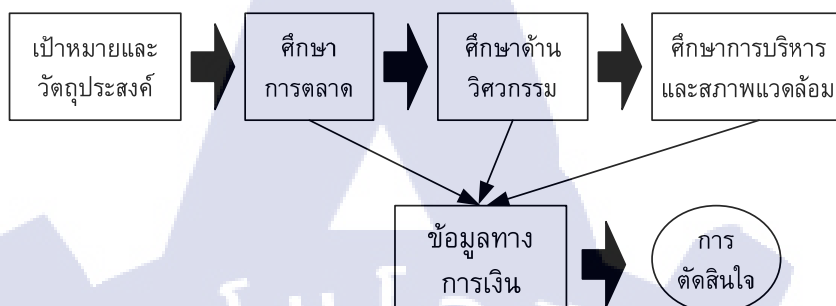
ในการศึกษาเรื่องการลงทุนประเมินความเป็นไปได้ของโครงการใดๆ ก็ตาม สิ่งที่ผู้ลงทุนต้องการทราบก็คือ ผลกำไรจากการลงทุนนั้นๆ และถ้าโครงการใดต้องใช้เงินทุนจำนวนมาก เงินลงทุนนี้อาจจะได้มาจากส่วนของตนเองส่วนหนึ่ง และจากการกู้ยืมมาโดยเอาหลักทรัพย์ไปค้ำประกันอีกส่วนหนึ่ง ดังนั้น การประเมินความเป็นไปได้ของโครงการจึงต้องมีการศึกษาอย่างรอบคอบ เพื่อลดโอกาสเสี่ยงต่อความล้มเหลวที่อาจเกิดขึ้น

ความหมายของการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ หมายถึง การศึกษาเพื่อต้องการทราบผลที่จะเกิดขึ้นจากการดำเนินการตามโครงการนั้นๆ โดยพิจารณาจากการศึกษาด้านการตลาดวิศวกรรม และการเงินของโครงการเป็นหลัก ทั้งนี้เพื่อช่วยผู้ประกอบการตัดสินใจของผู้ที่คิดจะลงทุนในโครงการนั้นๆ ในการศึกษาความเป็นไปได้ดังกล่าวจะต้องบอกรายละเอียด นอกจากนี้จะต้องระบุกำลังการผลิตและสถานที่ตั้งของโครงการที่เหมาะสม การใช้เทคโนโลยีในการผลิตแบบใดมีค่าใช้จ่ายในการลงทุนและดำเนินกิจการเพียงไร ทั้งเพื่อให้ได้ผลตอบแทนการลงทุนให้มากที่สุด (จินทนา กุลชลบุตร; และศิริจันทร์ ทองประเสริฐ. 2545 : 2)

โครงการจะประสบความสำเร็จได้ตามวัตถุประสงค์จำเป็นต้องมีกระบวนการวางแผนที่ดีมีขั้นตอนอย่างเป็นระบบ เราเรียกขั้นตอนหรือระบบนี้ว่า “วงจรการพัฒนาโครงการ (Project Development Cycle)” วงจรการพัฒนาโครงการช่วยให้นักลงทุนมองเห็นภาพกว้างๆ ของงาน

หรือกิจกรรมที่ต้องดำเนินการภายใต้ความรับผิดชอบของผู้บริหารโครงการและบุคลากรที่เกี่ยวข้อง ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้มีผลต่อความสำเร็จและความล้มเหลวของโครงการ (จักร ดิงศรัทีย. 2553 : 11)



รูปที่ 5 ขั้นตอนการศึกษาความเป็นไปได้

ที่มา : ชนงกรณ์ กุณฑลบุตร. (2557). การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนทางธุรกิจ. หน้า 58.

จากรูปที่ 5 ขั้นตอนในการศึกษาความเป็นไปได้ มีดังต่อไปนี้

1. สรุปเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของการลงทุนนั้นๆ เนื่องจากลงทุนมีหลายลักษณะ เช่น การลงทุนในโครงการที่มีอยู่แล้ว แต่เป็นการลงทุนเพื่อปรับปรุงเครื่องจักรหรือปรับระบบบริหาร ซึ่งมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างจากการลงทุนในโครงการใหม่ตั้งแต่เริ่มต้น
2. วางแผนและกำหนดขั้นตอนตลอดจนงานที่เกิดขึ้นในการศึกษาความเป็นไปได้ เนื่องจากการลงทุนแต่ละโครงการมีความแตกต่างกันในด้านวัตถุประสงค์ ทำให้การศึกษาความเป็นไปได้ต้องมีความแตกต่างกันด้วย เช่น การลงทุนเพื่อเริ่มกิจการใหม่ และเป็นกิจการที่ผลิตสินค้า ทำให้ต้องวิเคราะห์ทั้งการตลาดและวิเคราะห์การผลิต ในขณะที่การวิเคราะห์การลงทุนกิจการที่ซื้อสินค้ามาจำหน่าย เพียงแค่วิเคราะห์ด้านการตลาด โดยไม่ต้องวิเคราะห์ด้านการผลิต ในขณะที่การลงทุนเพื่อการเปลี่ยนเครื่องจักรอาจวิเคราะห์ในส่วนที่เป็นตัวเลขด้านการเงินที่เกี่ยวข้องกับความคุ้มค่าเท่านั้น
3. รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องต่อการวิเคราะห์ตามความจำเป็นที่เกี่ยวข้อง เช่น ข้อมูลด้านการตลาด ด้านกระบวนการผลิต ความพร้อมขององค์กร เช่น เงินทุน ผู้บริหาร ฯลฯ และอื่นๆ
4. นำข้อมูลเหล่านั้นมาสรุป จะเห็นได้ว่าข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมทั้งภายนอกและภายในจะส่งผลต่อการประมาณยอดขาย การประมาณยอดขายจะส่งผลต่อการกำหนดกำลังผลิตและรวมถึงค่าใช้จ่ายทุกด้านที่จะเกิดขึ้น ทำให้เกิดเป็นประมาณการทางการเงินขึ้นล่วงหน้า

ได้ หลังจากนั้นจึงเป็นการประมาณความคุ้มค่าในการลงทุน โดยมีการคำนึงถึงมูลค่าเงิน ณ เวลาที่ต่างกัน เนื่องจากกิจการต้องลงทุนก่อน และค่อยๆ มีรายได้กลับเข้ามาในภายหลัง รายได้ ที่กลับเข้ามาเป็นเวลาหลายๆ ปี ทำให้มูลค่าเงินที่ได้ในภายหลังอาจแตกต่างจากมูลค่าเงินในปัจจุบัน จึงต้องมีการปรับค่าเงินที่ได้ในภายหลังให้เท่ากับค่าเงินที่ลงทุนในตอนแรก

5. สรุปความเป็นไปได้ของโครงการ หมายถึง การสรุปความคุ้มค่าของผลตอบแทนที่ ได้กับทุนที่ต้องลง หากคุ้มค่าก็สามารถลงทุนได้

1. การศึกษาด้านการตลาด

ก่อนที่จะเราจะตัดสินใจนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือการบริการเข้าสู่ตลาดไม่ว่าจะเป็น ตลาดผู้บริโภค ตลาดอุตสาหกรรม ตลาดผู้ขายต่อ หรือตลาดรัฐบาลนั้น โดยทั่วไปแล้วเราไม่สามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมหรือตรงกับความต้องการของลูกค้าในทุกตลาดได้ เนื่องจากลูกค้ามีจำนวนมาก มีถิ่นที่อยู่กระจายระเจจาย และมีลักษณะความชอบ ความต้องการ และวิธีการปฏิบัติการซื้อที่แตกต่างกัน (วุฒิสกดิ์ พิศสุวรรณ. 2560 : ออนไลน์)

ดังนั้นเพื่อให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ทางการตลาดในการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน ซึ่ง ความชอบ ความต้องการ และพฤติกรรมของผู้บริโภคมีความหลากหลาย กลยุทธ์การตลาดตาม เป้าหมาย (Target Marketing) จึงถูกนำมาใช้ ซึ่งหมายถึง การจัดผลิตภัณฑ์และส่วนประสมทาง การตลาดที่แตกต่างกันเพื่อสนองความต้องการของตลาด ที่มีลักษณะความชอบ ความต้องการ และพฤติกรรมผู้บริโภคที่แตกต่างกัน ในการจัดส่วนประสมทางการตลาดให้เหมาะสมกับตลาด เป้าหมายนั้นจำเป็นต้องเริ่มต้นด้วยการแบ่งตลาดออกเป็นส่วนๆ โดยอาศัยปัจจัยที่เกี่ยวกับ ผู้บริโภคหรือตลาดเป็นพื้นฐานในการแบ่ง หลังจากนั้นจึงกำหนดตลาดเป้าหมาย และกำหนด ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของบริษัทให้มีความสอดคล้องกับความชอบ ความต้องการ และพฤติกรรม ของตลาดที่เลือกเป็นเป้าหมายนั้น ซึ่งกลยุทธ์การตลาดตามเป้าหมายนี้ มี 3 ข้อ ได้แก่ การแบ่ง ส่วนตลาด (Market Segmentation หรือ Segmenting) การกำหนดตลาดเป้าหมาย (Market Targeting หรือ Targeting) และการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในตลาด (Market Positioning หรือ Positioning) ซึ่ง 3 ข้อนี้เราเรียกว่า STP marketing ซึ่งคำว่า STP ย่อมาจาก Segmenting, Targeting และ Positioning

การทำ STP : Segmenting Targeting and Positioning

1. การแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation หรือ Segmenting) เป็นการแบ่งตลาด สำหรับผลิตภัณฑ์ชนิดใดชนิดหนึ่งออกเป็นตลาดย่อยๆ ที่แตกต่างกันทางด้านความชอบ ความต้องการ และพฤติกรรมผู้บริโภคในแต่ละตลาดย่อยๆ นั้น โดยอาศัยคุณสมบัติของผู้บริโภคหรือตลาดเป็น ปัจจัยในการแบ่ง ทั้งนี้เพื่อให้สามารถแยกตลาดออกเป็นส่วนๆ (Market Segments) และทำให้ เห็นความเด่นชัดที่แตกต่างกันของคุณสมบัติ ความชอบ ความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภค

ที่อยู่ในแต่ละส่วนของตลาด เพื่อจะได้วางแผนและใช้ความพยายามทางการตลาดได้เหมาะสมกับแต่ละส่วนตลาด ตัวอย่าง เช่น ผลิตภัณฑ์กระป๋องแบ่งส่วนตลาดโดยยึดเกณฑ์เพศ วัย รายได้ และรสนิยม เป็นพื้นฐานในการแบ่งตลาดกระป๋องออกเป็นส่วนๆ

2. การกำหนดตลาดเป้าหมาย (Market Targeting หรือ Targeting) ซึ่งเป็นกิจกรรมในการประเมินผลและการเลือกส่วนตลาด (Market Segments) ที่บริษัทเห็นว่าเหมาะสมกับทรัพยากรและความชำนาญของบริษัท ตลอดจนเป็นส่วนตลาดที่มีโอกาสทางการตลาดมีศักยภาพในการสร้างยอดขายและทำกำไรให้กับบริษัท ตัวอย่าง เช่น ผลิตภัณฑ์กระป๋องของบริษัท เลือกตลาดเป้าหมายเป็นผู้หญิง อายุ 30-60 ปี รายได้สูง และรสนิยมดี

3. การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในตลาด (Market Positioning หรือ Positioning) เป็นการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของบริษัทให้เกิดขึ้นในใจของผู้บริโภคในเชิงเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง โดยใช้กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดเป็นเครื่องมือในกระบวนการสร้างตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ตัวอย่าง เช่น ผลิตภัณฑ์กระป๋องของบริษัท จะกำหนดตำแหน่งทางการแข่งขันสำหรับผลิตภัณฑ์ของบริษัท โดยเน้นความเป็นผลิตภัณฑ์กระป๋องหนึ่งซึ่งเป็นมาตรฐานเดียวกับมาตรฐานการส่งออก

การวิเคราะห์ SWOT Analysis

SWOT Analysis คือ การวิเคราะห์โดยการสำรวจจากสภาพการณ์ 2 ด้าน คือ สภาพการณ์ภายในและสภาพการณ์ภายนอก เพื่อให้รู้จักตนเองและรู้จักสภาพแวดล้อมในการทำธุรกิจ ในการวิเคราะห์นี้จะช่วยให้ผู้บริหารในอุตสาหกรรมนั้นๆ ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ทั้งที่เกิดขึ้นแล้วและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคต รวมถึงผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงที่มีต่อธุรกิจของตน ข้อมูลเหล่านี้จะเป็นประโยชน์อย่างมากในการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ กลยุทธ์ และแผนการดำเนินการต่างๆ ที่เหมาะสมต่อไป คอตเลอร์, พี (Kotler, P. 2000 : 46)

การวิเคราะห์ SWOT Analysis เป็นความพยายามของบริษัท ที่จะตรวจสอบเพื่อทราบจุดแข็ง (Strengths) และจุดอ่อน (Weakness) ขององค์กร อันเป็นปัจจัยภายใน รวมทั้งตรวจสอบเพื่อหาโอกาส (Opportunities) และอุปสรรคหรือภัยคุกคาม (Threat) อันเป็นปัจจัยภายนอกองค์กร และด้วยเหตุที่การวิเคราะห์สถานประกอบการด้วยการวิเคราะห์ปัจจัย 4 ดังกล่าว ดังนั้นบางครั้งการวิเคราะห์สถานการณ์จึงเรียกว่า “SWOT Analysis” (พิบูล ที่ปะปาล. 2555 : 90)

1. จุดแข็ง (Strengths) คือปัจจัยภายในที่ส่งผลดี กับการดำเนินธุรกิจของบริษัทซึ่งเป็นข้อได้เปรียบในการดำเนินธุรกิจ องค์กรต้องค้นหาความสามารถที่โดดเด่นเหนือคู่แข่ง เพื่อนำมาใช้เป็นกลยุทธ์ในการดำเนินงานทางด้านการตลาด อาทิเช่น

- 1.1 มีทีมงานบริหารที่เชี่ยวชาญ มีประสบการณ์สูง และมีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล
- 1.2 มีความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรม และลูกค้าเป็นอย่างดี
- 1.3 มีความรู้ความชำนาญด้านเทคนิค หรือทักษะบางอย่างที่โดดเด่นเป็นพิเศษ

- 1.4 มีส่วนครองตลาดสูง เป็นผู้นำทางด้านการตลาด
- 1.5 มีฐานะทางการเงินที่มั่นคง เพื่อสร้างความเจริญเติบโตให้กับธุรกิจ
- 1.6 มีบุคลากรทางด้านการตลาดที่มีคุณภาพสูง
- 1.7 ขีดความสามารถทางด้านการผลิตสูง
- 1.8 มีความสามารถในการแข่งขันด้านราคา
- 1.9 ประสบการณ์ด้านการขายสูง
- 1.10 มีช่องทางการจัดจำหน่ายกว้างและมั่นคง
- 1.11 มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ลอกเลียนแบบได้ยาก
- 1.12 มีชื่อเสียงดีเป็นที่ครองใจลูกค้ามานาน
- 1.13 มีพนักงานที่ซื่อสัตย์และจงรักภักดี
- 1.14 มีการบริหารบุคลากรที่ดี
- 1.15 มีความแข็งแกร่งทางด้านการโฆษณา และการส่งเสริมด้านการตลาด
- 1.16 มีชื่อเสียงทางด้านการบริการลูกค้าที่ดี
- 1.17 มีคุณภาพด้านการผลิตที่ดีกว่าคู่แข่ง
- 1.18 มีความได้เปรียบด้านต้นทุน

2. จุดอ่อน (Weakness) คือ ปัจจัยภายในที่ส่งผลเสีย ผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท ซึ่งส่งผลการดำเนินงานของบริษัทไม่ดี อาทิเช่น

- 2.1 การขาดทรัพยากรด้านการเงิน
- 2.2 การขาดประสบการณ์ด้านการบริหารในอุตสาหกรรมนั้นๆ
- 2.3 องค์กรมีส่วนแบ่งการตลาดน้อยกว่า
- 2.4 เครื่องมือด้านการผลิตมีคุณภาพด้อยกว่า
- 2.5 ชื่อเสียงของบริษัทไม่มีเพราะเป็นบริษัทใหม่
- 2.6 พนักงานไม่จงรักภักดีไม่ซื่อสัตย์
- 2.7 มีแหล่งวัตถุดิบจำกัด และขึ้นอยู่กับฤดูกาล
- 2.8 มีเครื่องจักรที่ไม่ทันสมัยและมีอายุการใช้งานที่นาน
- 2.9 วัฒนธรรมของบริษัทไม่เอื้ออำนวย
- 2.10 โครงสร้างขององค์กรใหญ่และซับซ้อนเกินไป
- 2.11 ผู้บริหารไม่มีวิสัยทัศน์
- 2.12 เป็นธุรกิจที่ต้องใช้แรงงานคนเป็นหลัก
- 2.13 ภาพลักษณ์ของบริษัทไม่ดี
- 2.14 ทิศทางกลยุทธ์ไม่ชัดเจน
- 2.15 มีต้นทุนต่อหน่วยสูงเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งหลัก
- 2.16 การวิจัยและพัฒนา (R & D) ยังล่าช้า

3. โอกาส (Opportunities) คือ ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลดี หรือเป็นประโยชน์กับการดำเนินธุรกิจของบริษัท ซึ่งมีส่วนช่วยให้บริษัทสามารถใช้ความพยายามเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้ หรือมากกว่าที่มุ่งหวังไว้ อาทิเช่น

- 3.1 การเพิ่มบริการให้กับกลุ่มลูกค้ามากขึ้นหรือการขยายเข้าสู่ตลาดใหม่
- 3.2 การขยายสายผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าที่มีขอบเขตกว้างขึ้น
- 3.3 การนำความรู้ความชำนาญหรือความรู้ด้านเทคโนโลยีของบริษัทมาใช้พัฒนาผลิตภัณฑ์หรือธุรกิจใหม่
- 3.4 การเปิดเกมเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งการตลาดจากคู่แข่ง
- 3.5 ความสามารถในการเจริญเติบโตได้อย่างรวดเร็วในสภาวะที่ความต้องการของตลาดเพิ่มขึ้นมาก
- 3.6 การเลิกกีดกันทางการค้าในตลาดต่างประเทศที่น่าสนใจ
- 3.7 การซื้อกิจการของบริษัทคู่แข่ง
- 3.8 การเป็นพันธมิตรหรือการเข้าร่วมลงทุนของธุรกิจซึ่งทำให้การควบคุมของตลาดเพิ่มมากขึ้นและขีดความสามารถของทานแข่งขันขยายตัวมากขึ้นด้วย
- 3.9 การเปิดตัวเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นใหม่มาใช้ให้เกิดประโยชน์ก่อนคู่แข่ง
- 3.10 การเปิดตัวทางการตลาดเพื่อขยายชื่อผลิตภัณฑ์หรือชื่อเสียงขององค์กรให้กว้างขวางขึ้นในท้องตลาดใหม่

4. ภัยคุกคาม (Threat) คือ ปัจจัยภายนอก ที่ส่งผลเสียกับการดำเนินธุรกิจขององค์กร เนื่องจากเกี่ยวข้องกับปัจจัยภายนอก เราจึงไม่สามารถเปลี่ยนแปลงแก้ไขหรือควบคุมไม่ให้เกิดขึ้นได้ ทำได้แต่เพียงวิเคราะห์และคาดการณ์ล่วงหน้าถึงอุปสรรคที่จะเกิดขึ้น ทำให้เราสามารถหาทางป้องกันผลเสียที่เกิดขึ้นให้น้อยลงไปได้ อาทิเช่น

- 4.1 ความเป็นไปได้ที่คู่แข่งหน้าใหม่ที่มีพลังจะเข้ามาเป็นคู่แข่งในอนาคต
- 4.2 การเกิดสินค้าทดแทนทำให้สูญเสียยอดขายไป
- 4.3 การเจริญเติบโตของตลาดมีอัตราชะลอตัวลง
- 4.4 การเปลี่ยนแปลงที่เป็นผลร้าย ด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศและนโยบายการค้าของรัฐบาลต่างประเทศ
- 4.5 การออกกฎระเบียบต่างๆ ขึ้นใหม่ทำให้ต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น
- 4.6 ความอ่อนแอต่อการเกิดภาวะ ชบเซาของธุรกิจ และวัฏจักรธุรกิจ
- 4.7 อำนาจต่อรองของลูกค้าหรือผู้จัดจำหน่ายด้านวัตถุดิบมีมากขึ้น
- 4.8 การเปลี่ยนแปลงด้านความต้องการและสนิยมของผู้ซื้อต่อไปสะพานในอุตสาหกรรม
- 4.9 การเปลี่ยนแปลงที่เป็นผลร้ายทางด้านประชากรศาสตร์
- 4.10 ความอ่อนแอทางด้านพลังผลักดันของอุตสาหกรรม

การวิเคราะห์เครือข่ายธุรกิจ

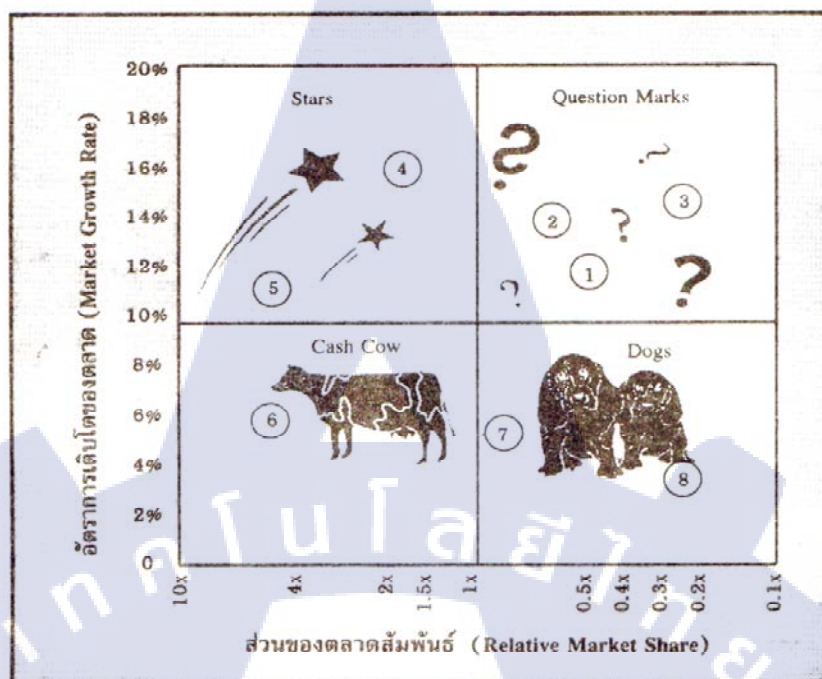
การวิเคราะห์เครือข่ายธุรกิจ เพื่อประเมินฐานะและตำแหน่งทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมไร่อุตสาหกรรมนั้นๆ ซึ่งเครื่องมือที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ ตัวแบบของกลุ่มที่ปรึกษาแห่งเมืองบอสตัน (Boston Consulting Group Model) (พิบูล ที่ปะปาล. 2555 : 117)

กลุ่มที่ปรึกษาแห่งเมืองบอสตัน (Boston Consulting Group : BCG) เป็นบริษัทที่ปรึกษาทางด้านการจัดการชั้นแนวหน้าในสหรัฐอเมริกา ได้พัฒนาตัวแบบเพื่อใช้เป็นเครื่องมือสำหรับวิเคราะห์เครือข่ายธุรกิจขึ้นในปี ค.ศ.1970 โดยนำปัจจัย 2 อย่าง คือ “อัตราการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรม” และ “ส่วนครองตลาดสัมพัทธ์” มาจัดแสดงในรูปของแมทริกซ์เรียกว่า “Growth-Share Matrix” หรือ “BCG” ดังแสดงในรูปที่ 6 วงกลม 8 วง

จากรูปแกนตั้งแสดงอัตราการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมหรือตลาด ต่อปีที่ธุรกิจดำเนินกิจการอยู่ มีตั้งแต่ 0-20 เปอร์เซ็นต์ โดยถือ 10 เปอร์เซ็นต์ เป็นเกณฑ์ในการแบ่ง นั่นคืออัตราการเจริญเติบโตสูงกว่า 10 เปอร์เซ็นต์ ถือเป็นการขยายตัวสูง และอัตราการเจริญเติบโตต่ำกว่า 10 เปอร์เซ็นต์ ถือเป็นการขยายตัวต่ำ

ส่วนแกนนอน แสดงส่วนครองตลาดสัมพัทธ์ซึ่งเป็นการเปรียบเทียบระหว่างส่วนครองตลาด ของหน่วยธุรกิจกับส่วนครองตลาดของกลุ่มแข่งขันในอุตสาหกรรมรายใหญ่ที่สุดซึ่งค่าของส่วนครองตลาดสัมพัทธ์ของหน่วยธุรกิจ คำนวณได้จากสมการดังนี้

$$\text{ส่วนครองตลาดสัมพัทธ์} = \frac{\text{ส่วนครองตลาดของหน่วยธุรกิจของบริษัท}}{\text{ส่วนครองตลาดของกลุ่มแข่งขันรายใหญ่ที่สุด}}$$



รูปที่ 6 Growth-Share Matrix ของ BCG

ที่มา : พิบูล ที่ปะปาล. (2555). การจัดการเชิงกลยุทธ์. หน้า 75.

จากรูปตามแกนนอน ได้แบ่งส่วนไว้ตั้งแต่ 0.1-10 (ต่ำสุด-สูงสุด) โดยถือ 1.0 เป็นเกณฑ์ในการแบ่งระหว่าง ส่วนครองตลาดของผู้นำ และส่วนครองตลาดของผู้ตาม เพราะว่าในอุตสาหกรรมใดก็ตามจะมีเพียงบริษัทเดียวเท่านั้นที่มีส่วนครองตลาดสัมพัทธ์มากกว่า 1.0 ดังนั้นส่วนครองตลาดสัมพัทธ์ที่มีค่ามากกว่า 1.0 ถือว่ามีส่วนครองตลาดสัมพัทธ์สูง และส่วนครองตลาดสัมพัทธ์ที่มีค่าน้อยกว่า 1.0 ถือว่ามีส่วนครองตลาดสัมพัทธ์ต่ำ

เมื่อนำปัจจัย 2 ด้านมาจัดในรูปของ แมททริกซ์ ก็จะได้แมททริกซ์อันประกอบด้วย 4 ช่อง แต่ละช่องแสดงไว้ด้วยรูปสัญลักษณ์ อันแสดงความหมายบ่งบอกถึงฐานะตำแหน่งของหน่วยงานเชิงธุรกิจต่างๆ ซึ่งปรากฏอยู่ในช่องทั้ง 4 นั้น คือ 1. ดวงดาว (Star) 2. โคนม (Cash Cow) 3. เด็กมีปัญหา (Problem Child) หรือเครื่องหมายคำถาม (Question Mark) และ 4. สุนัขเฝ้าบ้าน (Dog)

ปีซีจี ได้พัฒนาตัวแบบการวิเคราะห์เครือข่ายธุรกิจนี้ขึ้นมา โดยยึดถือฐานคติหรือสมมติฐาน อันเป็นความเชื่อพื้นฐานสำคัญ 2 ประการ คือ เชื่อว่าส่วนครองตลาดของหน่วยงานเชิงธุรกิจใดก็ตามยิ่งสูงก็ยิ่งทำให้ฐานะทางการตลาดระยะยาวของหน่วยงานเชิงธุรกิจ นั้นยิ่งสูงตามไปด้วย ทั้งนี้เนื่องจากการมีต้นทุนต่อหน่วยต่ำ และความสามารถในการทำกำไรมีสูง ซึ่งเป็นผลมาจากการประหยัดอันเนื่องมาจากขนาดบริษัทที่มีขนาดใหญ่กว่าย่อมใช้ระบบการผลิต

อัตโนมัติ การโฆษณาและการจัดจำหน่ายที่มีขนาดสูงกว่า รวมทั้งการประหยัดอันเนื่องมาจากการเรียนรู้จากประสบการณ์ที่สะสม ที่ช่วยให้ลดต้นทุนการผลิตลงได้ และเชื่อว่าหน่วยงานเชิงธุรกิจใดก็ตามอยู่ในอุตสาหกรรมที่มีอัตราการขยายตัวสูง ยิ่งสูงเท่าใดก็ยิ่งต้องใช้เงินสูงตามไปด้วยเท่านั้น เพราะเงินจำนวนนั้นจำเป็นจะต้องนำมาใช้เพื่อขยายยอดขายให้สูงขึ้นและเพื่อรักษาฐานะส่วนครองตลาดสูงไว้ให้ยืนยาวต่อไป

จากรูปสัญลักษณ์ที่ปรากฏใน 4 ช่องของแมทริกซ์ อันแสดงถึงฐานะตำแหน่งของหน่วยงานเชิงธุรกิจต่าง ๆ ของบริษัทโดยเปรียบเทียบกับคู่แข่งชั้น ในสภาวะของอัตราการขยายตัวของอุตสาหกรรมในระดับต่าง ๆ รวมทั้งข้อเสนอแนะสำหรับบริษัท เพื่อกำหนดบทบาทของแต่ละสภาพของหน่วยงานเชิงธุรกิจ และแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ที่เหมาะสม อธิบายรายละเอียดได้ดังนี้

1. ดวงดาว (Star) แสดงว่าฐานะหรือตำแหน่งของหน่วยงานเชิงธุรกิจ เป็นผู้นำในตลาดมีส่วนครองตลาดสูง อยู่ในอุตสาหกรรมที่กำลังขยายตัวสูง แสดงให้เห็นว่าหน่วยงานเชิงธุรกิจนั้นจะสามารถทำกำไรได้มาก จึงควรกำหนดเป้าหมายที่จะรักษาจุดเด่นเหนือคู่แข่งของบริษัทเอาไว้เป็นประการสำคัญ เพื่อเผชิญกับคู่แข่งที่กำลังจะเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว แม้ว่าหน่วยงานเชิงธุรกิจนี้จะสามารถทำกำไรได้มาก แต่ก็จำเป็นที่จะต้องใช้ทรัพยากรมากเช่นเดียวกัน เพื่อสนับสนุนให้เจริญก้าวหน้าต่อไป เพราะตลาดยังไม่อิ่มตัว ส่วนครองตลาดจะสามารถรักษาให้อยู่ในระดับเดิม หรือขยายให้เพิ่มขึ้นได้ด้วยการทุ่มเทการโฆษณาให้มากขึ้น ทุ่มความพยายามด้านการจัดจำหน่ายมากขึ้น หรือลดราคาลง เมื่ออัตราการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมลดลง หน่วยงานเชิงธุรกิจที่มีฐานะตำแหน่งดวงดาว (Star) นี้ก็จะเปลี่ยนมาอยู่ในสภาพหรือตำแหน่งของโคนม (Cash Cow)

2. โคนม (Cash Cow) แสดงว่าฐานะหรือตำแหน่งของหน่วยงานเชิงธุรกิจ เป็นผู้นำในตลาดที่มีส่วนครองตลาดสูง แต่อยู่ในอุตสาหกรรมที่ขยายตัวต่ำหรืออิ่มตัวแล้ว โดยปกติหน่วยงานเชิงธุรกิจที่อยู่ในตำแหน่งนี้จะมีลูกค้าประจำหรือลูกค้าที่มีความภักดีต่อผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในความรับผิดชอบของหน่วยงานเชิงธุรกิจ นี้มีปริมาณมากยากที่คู่แข่งจะแย่งชิงไปได้ ดังนั้นจึงทำให้มียอดขายสูงและทำกำไรได้สูงอีกด้วย แต่เนื่องจากว่าหน่วยงานเชิงธุรกิจในตำแหน่งโคนมนี้ไม่ต้องใช้จ่ายเงินเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่หรือขยายตลาดใหม่อีกแล้ว เพราะว่าตลาดในอุตสาหกรรมนั้นลดลงหรืออยู่ในขั้นอิ่มตัวแล้ว บริษัทจึงเพียงแต่ต้องใช้เงินบ้าง เพื่อรักษาสวนครองตลาดสูงเอาไว้ ดังนั้นจึงมีกำไรหรือเงินสดเหลืออยู่มาก ซึ่งเปรียบเสมือนโคนมที่อุดมไปด้วยน้ำนม น้ำนมนี้เปรียบเสมือนเงินสดนั่นเอง กำไรอันเกิดจากหน่วยธุรกิจนี้ บริษัทจะนำไปสนับสนุนหน่วยงานเชิงธุรกิจอื่นๆ บริษัทจึงควรกำหนดกลยุทธ์มุ่งเน้น การโฆษณาเพื่อเตือนความทรงจำ จัดโปรแกรมเพื่อลดราคาเป็นครั้งคราว รักษาช่องทางจัดจำหน่ายเดิมเอาไว้ อาจจะหาวิธีเสนอแบบสไตส์ใหม่ๆ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการซื้อซ้ำ เป็นต้น

3. เด็กมีปัญหา (Problem Child) หรือเครื่องหมายคำถาม (Question Mark) แสดงว่าฐานะหรือตำแหน่งของหน่วยงานเชิงธุรกิจของบริษัทมีส่วนครองตลาดต่ำ เมื่อเทียบกับส่วนครองตลาดของกลุ่มแข่งขัน แต่อยู่ในอุตสาหกรรมที่กำลังขยายตัวสูง ดังนั้นบริษัทจึงจำเป็นต้องใช้เงินมากเพื่อรักษา หรือเพิ่มส่วนครองตลาดให้สูงขึ้น เพื่อเผชิญกับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแข่งขันที่เหนือกว่าซึ่งมีอยู่แล้วในตลาด ปัญหาที่บริษัทต้องตัดสินใจก็คือว่า บริษัทจะเดินหน้าสู้กับคู่แข่งต่อไปหรือจะถอยหลังถอนตัวออกจากตลาดนั้น นี่คือนโยบายที่ยังเป็นเครื่องหมายคำถาม

หน่วยงานเชิงธุรกิจส่วนใหญ่จะเริ่มต้นในฐานะ เด็กมีปัญหาหรือเครื่องหมายคำถามเสมอ การที่บริษัทจะตามผู้นำให้ทันหรือยกฐานะ หน่วยงานเชิงธุรกิจนั้นเข้าสู่ขั้นดวงดาว จำเป็นจะต้องใช้เงินมากเพราะจะต้องเพิ่มโรงงานขึ้น ซื้อมาตรฐานเครื่องต่างๆ เพิ่มขึ้น รวมตลอดทั้งบุคลากรก็ต้องมีเพิ่มขึ้น และจะต้องทุ่มความพยายามทางการตลาดอย่างมากอีกด้วย การใช้สัญลักษณ์เครื่องหมายคำถามในสภาพเช่นนี้ก็เพราะว่าบริษัทจะต้องคิดหนักว่าจะทุ่มเงินลงในงานอย่างไรจะเดินหน้าหรือถอยหลัง ขึ้นอยู่กับว่าบริษัทเชื่อว่า หน่วยงานเชิงธุรกิจของบริษัทจะสามารถแข่งขันในตลาดได้สำเร็จ และมีสิ่งสนับสนุนอย่างเพียงพอคุ้มกับที่จะลงทุนหรือไม่

4. สุนัขเฝ้าบ้าน (Dog) แสดงว่าฐานะหรือตำแหน่งของหน่วยงานเชิงธุรกิจของบริษัทมียอดขายจำกัด เพราะมีส่วนครองตลาดต่ำ เมื่อเทียบกับส่วนครองตลาดของกลุ่มแข่งขัน และอยู่ในอุตสาหกรรมที่อิ่มตัวหรือลดลง หน่วยงานเชิงธุรกิจจะมีกำไรต่ำหรือขาดทุน การลงทุนต่อไปไม่คุ้มค่า โอกาสก้าวหน้ามีน้อย บริษัทซึ่งมีหน่วยงานเชิงธุรกิจในฐานะเช่นนี้ควรเลือกส่วนตลาดที่พอจะทำกำไรบ้างเท่านั้น พยายามตัดค่าใช้จ่ายด้านการบริหารให้น้อยที่สุดหรือไม่ก็ถอนตัวออกจากตลาดนั้นไป

ฐานะหรือตำแหน่งของหน่วยงานเชิงธุรกิจดังกล่าวข้างต้นนี้ เมื่อเวลาผ่านไปก็จะเปลี่ยนแปลงไปตามวงจรชีวิต เช่นเดียวกับวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ นั่นคือหน่วยงานเชิงธุรกิจที่ประสบผลสำเร็จนั้นในขั้นแรกจะเริ่มที่ เด็กมีปัญหา และเคลื่อนเข้าสู่ ดวงดาวในขั้นเจริญเติบโตและจะเปลี่ยนเป็น โคนมในขั้นเจริญเต็มที่ และในที่สุดก็จะเคลื่อนเข้าสู่ตำแหน่ง สุนัขเฝ้าบ้านในขั้นลด ด้วยเหตุนี้บริษัทจึงไม่ควรมองตำแหน่งฐานะของหน่วยงานเชิงธุรกิจแต่เพียงในสภาวะปัจจุบันเท่านั้น แต่ควรมองแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงตำแหน่งในอนาคตอีกด้วยรวมทั้งจะต้องคอยตรวจสอบฐานะหรือตำแหน่งเสมอ เพื่อจำได้ทราบว่ามีปีกลายหรือเมื่อ 2 ปี ที่ผ่านมามีสภาพเป็นอย่างไร และปีต่อไปจะมีแนวโน้มเป็นอย่างไร ทั้งนี้เพื่อจะได้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมต่อไป

การกำหนดกลยุทธ์เพื่อนำไปใช้

นักการตลาดทำการวิเคราะห์หน่วยงานเชิงธุรกิจของบริษัทเช่นเดียวกับนักลงทุนวิเคราะห์หุ้นในตลาดหลักทรัพย์เพื่อการลงทุน ดังนั้นภายหลังจากที่ฝ่ายบริหารได้ทำการวิเคราะห์ หน่วยงานเชิงธุรกิจต่างๆ ของบริษัทและได้จัดแบ่งแยกประเภทตามฐานะและตำแหน่ง

ดังกล่าวข้างต้นแล้ว งานขั้นต่อไปก็คือการกำหนดกลยุทธ์เพื่อให้แต่ละหน่วยงานเชิงธุรกิจนำไปปฏิบัติต่อไป กลยุทธ์ที่จะมอบหมายนำไปใช้มี 4 อย่างดังนี้คือ คอตเลอร์, พี (Kotler, P. 2000 : 70)

1. กลยุทธ์สร้าง (Build Strategy) หรืออาจเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า “กลยุทธ์เพิ่มการลงทุน” (Invest Strategy) ซึ่งหมายถึง บริษัทจะต้องเพิ่มการลงทุนในหน่วยธุรกิจเพิ่มขึ้นให้สามารถสร้างส่วนครองตลาดเพิ่มขึ้น เช่น อาจทุ่มงบโฆษณาให้มากขึ้น เพิ่มความร่วมมือในการจัดจำหน่ายหรือลดราคาผลิตภัณฑ์ให้ต่ำลง ดังนั้นการใช้กลยุทธ์นี้อาจจำเป็นต้องเสียสละรายได้หรือผลกำไรในระยะสั้น สร้างกลยุทธ์ที่เหมาะสมที่จะนำไปใช้กับ หน่วยงานเชิงธุรกิจที่อยู่ในตำแหน่งเด็กมีปัญหาบางหน่วยที่มีศักยภาพ เพื่อสร้างความแข็งแกร่ง ปูทางไปสู่ดวงดาวในอนาคต

2. กลยุทธ์รักษา (Hold Strategy) หรืออาจเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า “กลยุทธ์ป้องกัน” (Protect Strategy) ซึ่งหมายถึง บริษัทจะต้องรักษาสวนครองตลาดในปัจจุบันในฐานะที่เป็นผู้นำอยู่แล้ว การรักษาหมายถึงการรักษาลูกค้าเดิมเอาไว้และไม่จำเป็นต้องลงทุนเพิ่มเพื่อหาลูกค้าใหม่ กลยุทธ์นี้เหมาะกับหน่วยงานเชิงธุรกิจที่อยู่ในตำแหน่งโคนมที่เข้มแข็ง ซึ่งเป็นหน่วยกำลังทำเงิน จึงควรรักษากระแสเงินเข้าให้ยาวนานต่อไป

3. กลยุทธ์เก็บเกี่ยว (Harvest Strategy) เป็นกลยุทธ์ที่บริษัทนำมาใช้โดยมีจุดประสงค์เพื่อเพิ่มกระแสเงินเข้าในระยะสั้น โดยไม่หวังถึงผลที่จะเกิดขึ้นในระยะยาว เพราะบริษัทตั้งใจจะถอนตัวออกจากธุรกิจนั้นในอนาคต ดังนั้นจึงกำหนดโปรแกรมเพื่อตัดทอนค่าใช้จ่ายมากที่สุดในทุกด้าน เช่น ลดค่าใช้จ่ายด้านการโฆษณา ตัดค่าใช้จ่ายไม่เพิ่มโรงงานใหม่ทดแทนที่สึกหรอ ไม่เพิ่มพนักงานขาย เป็นต้น โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อเก็บเกี่ยวผลกำไรให้ได้มากที่สุด กลยุทธ์นี้เหมาะกับหน่วยงานเชิงธุรกิจที่อยู่ในตำแหน่ง โคนมที่อ่อนแอซึ่งมีอนาคตไม่สดใสนัก กลยุทธ์นี้ยังสามารถนำไปใช้กับหน่วยธุรกิจที่อยู่ในตำแหน่ง เด็กมีปัญหาและสุนัขเฝ้าบ้านได้อีกด้วย

4. กลยุทธ์ถอนตัว (Divest Strategy) เป็นกลยุทธ์ที่บริษัทนำมาใช้โดยมีจุดประสงค์เพื่อขายธุรกิจหรือเพื่อเปลี่ยนแปลงสภาพให้เป็นเงินสด เนื่องจากมองเห็นว่าทรัพยากรที่นำมาใช้ในธุรกิจดังกล่าวได้ผลประโยชน์ไม่คุ้มค่า จึงควรนำทรัพยากรไปใช้ประโยชน์ทางด้านอื่นที่มีโอกาสที่จะให้ผลตอบแทนดีกว่า กลยุทธ์นี้เหมาะที่จะนำมาใช้กับหน่วยงานเชิงธุรกิจที่อยู่ในตำแหน่งเด็กมีปัญหาและสุนัขเฝ้าบ้านซึ่งเป็นตัวถ่วงการทำการกำไรของบริษัท

ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix)

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง การนำกลยุทธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (Product) การจัดจำหน่าย (Place or Distribution) การกำหนดราคา (Price) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มาประสมกันเป็นหนึ่งเดียว จัดทำขึ้นโดยมีจุดมุ่งหมาย เพื่อก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนกับตลาดเป้าหมาย และทำให้เกิดความพึงพอใจซึ่งกันและกันสองฝ่าย แลมป์, ซี ดับเบิลยู; แฮร์, เจ เอฟ; และแมคแดเนียล ซี (Lamb, C. W.; Hair, J. F.; and McDaniel, C. 2000 : 44)

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง การรวมกันโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ตัวแปรที่สำคัญภายใต้การควบคุมขององค์กร ที่สามารถใช้ในการทำให้เกิดความต้องการ (Demand) และได้รับประโยชน์จากการแข่งขัน (Competitive Advantage) ตัวแปรเหล่านี้ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product), ช่องทาง (Place), ส่วนส่งเสริมการตลาด (Promotion) และราคา (Price) โดยตัวแปรเหล่านี้จะมีองค์ประกอบย่อยที่สามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อปรับให้เหมาะสม กับความสามารถขององค์กร คอตเลอร์, พี; และเคลเลอร์, เค. แอล. (Kotler, P.; and Keller, K. L. 2012 : 25)

ตารางที่ 2 ตัวแปรส่วนประสมทางการตลาด

สินค้า (Product)	ช่องทาง (Place)	ส่วนส่งเสริม (Promotion)	ราคา (Price)
คุณภาพ (Quality) คุณสมบัติ (Features) ตัวเลือก (Options) รูปแบบ (Style) ชื่อการค้า (Brand Name) บรรจุภัณฑ์ (Packing) ขนาด (Sizes) บริการ (Services) การรับประกัน (Warranties) ผลตอบแทน (Returns)	ช่องทางจำหน่าย (Channels) ความครอบคลุม (Coverage) ตำแหน่ง (Location) คลังสินค้า (Inventory) การขนส่ง (Transport)	โฆษณา (Advertising) พนักงานขาย (Personal Selling) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) การแพร่ข่าว (Publicity)	ราคาขาย (List Price) ส่วนลด (Discounts) ส่วนลด (Allowances) รอบชำระหนี้ (Payment Periods) ส่วนสินเชื่อ (Credit Items)

ที่มา : Kotler, P.; and Keller, K. L. (2012). **Marketing Management.** p. 25.

ส่วนประสมการตลาด ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) การจัดจำหน่าย (Place) การกำหนดราคา (Price) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เราสามารถเรียกส่วนประสมทางการตลาดได้อีก อย่างหนึ่งว่า 4Ps ส่วนประกอบทั้ง 4 ตัวนี้ ทุกตัวมีความเกี่ยวพันกัน P แต่ละตัวมีความสำคัญเท่าเทียมกัน แต่ขึ้นอยู่กับผู้บริหารการตลาดแต่ละคนจะวางกลยุทธ์ โดยเน้นน้ำหนักที่ P ไหนมากกว่ากัน เพื่อให้สามารถ ตอบสนองความต้องการของเป้าหมายทางการตลาด คือ ตัวผู้บริโภค (กองบริการการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์. 2560 : ออนไลน์)

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยแรกที่จะแสดงว่ากิจการพร้อมจะทำธุรกิจได้ กิจการนั้นจะต้องมีสิ่งที่จะเสนอขาย อาจเป็นสินค้าที่มีตัวตน บริการ ความคิด (Idea) ที่จะตอบสนองความต้องการได้ การศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้น นักการตลาด มักจะศึกษาผลิตภัณฑ์ในรูปของผลิตภัณฑ์เบ็ดเสร็จ (Total Product) ซึ่งหมายถึงตัวสินค้าบวกกับความพอใจและผลประโยชน์อื่นที่ผู้บริโภคได้รับจากการซื้อสินค้านั้น ผู้บริหารการตลาดจะต้องมีการปรับปรุงสินค้าหรือบริการที่ผลิตขึ้นมาให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยเน้นถึงการสร้างความพอใจ

ให้แก่ผู้บริโภคและสนองความต้องการของผู้บริโภคเป็นสำคัญ ในการศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ จะต้องศึกษาปัญหาต่างๆ ที่ครอบคลุมถึงการเลือกตัวผลิตภัณฑ์หรือสายผลิตภัณฑ์ การเพิ่มหรือลดชนิดของสินค้าในสายผลิตภัณฑ์ ลักษณะของผลิตภัณฑ์ ในเรื่องคุณภาพ ประสิทธิภาพ สี ขนาด รูปทรง การให้บริการประกอบการขาย การรับประกัน ฯลฯ ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตออกมา จำหน่ายตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มใด วงจรผลิตภัณฑ์ของสินค้ามีระยะเวลานานเท่าใด ในแต่ละช่วงเวลาของวงจรผลิตภัณฑ์นั้น นักบริหารการตลาดควรจะใช้กลยุทธ์ทางการตลาดอย่างไร และเมื่อต้องการที่จะสร้างความเจริญก้าวหน้าให้แก่กิจการ ธุรกิจจะต้องมีการวางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดได้อย่างไร

ปัจจุบันจะเห็นได้ว่าผู้บริโภคให้ความสนใจและพิถีพิถันในการเลือกซื้อสินค้ามากกว่าแต่ก่อน บทบาทของการบรรจุภัณฑ์จึงมีความสำคัญต่อตัวผลิตภัณฑ์อย่างยิ่ง การบรรจุภัณฑ์จะก่อให้เกิดประโยชน์หลักอยู่ 2 ประการด้วยกัน คือ เป็นการป้องกันคุณภาพของสินค้าและช่วยส่งเสริมการจำหน่าย ดังนั้น รูปร่างของภาชนะบรรจุหรือหีบห่อในปัจจุบันจึงมีสีสันสะดุดตาและวัสดุที่ใช้ทำหีบห่อแปลกใหม่กว่าเดิม บ่อยครั้งที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าโดยคำนึงถึงตัวบรรจุภัณฑ์มากกว่าตัวสินค้า ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นมาจำหน่ายในตลาดจะต้องมีการกำหนดตราสินค้าและเครื่องหมายการค้า เพื่อเป็นการแสดงให้เห็นว่า ผลิตภัณฑ์นั้นเป็นของผู้ผลิตรายใดรายหนึ่งอย่างชัดเจน ตราสินค้าเป็นสิ่งมีประโยชน์แก่ผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคทราบว่าสินค้าชนิดนั้นเป็นของผู้ผลิตรายใด ผู้บริโภคจะสามารถใช้ประสบการณ์ในอดีตมาช่วยในการตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น โดยไม่ต้องสอบถามข้อมูลอยู่ตลอดเวลาและเกิดความมั่นใจในการตัดสินใจซื้อสินค้านั้น

2. การกำหนดราคา (Price) เมื่อธุรกิจได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขึ้นมารวมทั้งหาช่องทางการจัดจำหน่ายและวิธีการแจกจ่ายตัวสินค้าได้แล้ว สิ่งสำคัญที่ธุรกิจจะต้องดำเนินการต่อไป คือ การกำหนดราคาที่เหมาะสมให้กับผลิตภัณฑ์ที่จะนำไปเสนอขายก่อนที่จะกำหนดราคาสินค้า ธุรกิจต้องมีเป้าหมายว่าจะตั้งราคาเพื่อต้องการกำไรหรือเพื่อขยายส่วนถือครองตลาด (Market Share) หรือเพื่อเป้าหมายอย่างอื่น อีกทั้งต้องมีการใช้กลยุทธ์ในการตั้งราคาที่จะทำให้เกิดการยอมรับจากตลาดเป้าหมายและสู้กับคู่แข่งได้ในการแข่งขันในตลาด กลยุทธ์ราคาเป็นเครื่องมือที่คู่แข่งนำมาใช้ได้ผลรวดเร็วกว่าปัจจัยอื่นๆ เช่น การลดราคา หรืออาจ ตั้งราคาสินค้าให้สูงสำหรับสินค้าที่มีลักษณะพิเศษในตัวของมันเอง เพื่อแสดงภาพพจน์ที่ดีอาจใช้ผลทางจิตวิทยามาช่วยเสริมการตั้งราคา การตั้งราคาสินค้าอาจมีนโยบายการให้สินเชื่อหรือนโยบายการให้ส่วนลดเงินสดส่วนลดการค้าหรือส่วนลดปริมาณ ฯลฯ นอกจากนั้นธุรกิจจะต้องคำนึงถึงกฎข้อบังคับทางกฎหมายที่จะมีผลกระทบต่อราคาด้วย ราคารวมค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็นต้นทุนของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของผลิตภัณฑ์กับราคาสินค้านั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาเขาจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นผู้กำหนดกลยุทธ์การตลาดด้านราคาต้องคำนึงถึงประเด็นต่างๆ ดังนี้

2.1 คุณค่าที่รับรู้ในสายตาของลูกค้า ซึ่งต้องพิจารณาว่าการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคานั้นผลิตภัณฑ์นั้น

2.2 ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง

2.3 การแข่งขัน

2.4 ปัจจัยอื่นๆ

3. การจัดจำหน่าย (Place or Distribution) ผลิตภัณฑ์ที่ผู้ผลิตผลิตขึ้นมาได้นั้น ถึงแม้ว่าจะมีคุณภาพดีเพียงใดก็ตาม ถ้าผู้บริโภคไม่ทราบแหล่งซื้อและไม่สามารถจะจัดหาได้ เมื่อเกิดความต้องการ 2 ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นมาก็ไม่สามารถตอบสนองความต้องการผู้บริโภคได้ ดังนั้นนักการตลาดจึงจำเป็นต้องพิจารณาว่าที่ไหน เมื่อไร และโดยใครที่จะเสนอขายสินค้า การจัดจำหน่ายเป็นเรื่องที่ซับซ้อนแต่ก็เป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องศึกษา

การจัดจำหน่ายแบ่งกิจกรรมออกเป็น 2 ส่วน คือ ช่องทางจำหน่ายสินค้า (Channel of Distribution) เน้นการศึกษาถึงชนิดของช่องทางการจำหน่ายว่าจะใช้วิธีการขายสินค้าให้กับผู้บริโภคโดยตรง หรือการขายสินค้าผ่านสถาบันคนกลางต่างๆ บทบาทของสถาบันคนกลางต่างๆ เช่น พ่อค้าส่ง (Wholesalers) พ่อค้าปลีก (Retailers) และตัวแทนคนกลาง (Agent Middleman) ที่มีต่อตลาด อีกส่วนหนึ่งของกิจกรรมการจัดจำหน่ายสินค้า คือ การแจกจ่ายตัวสินค้า (Physical Distribution) การกระจาย สินค้าเข้าสู่ตัวผู้บริโภค การเลือกใช้วิธีการขนส่ง (Transportation) ที่เหมาะสมในการช่วยแจกจ่ายสินค้า สื่อการขนส่งได้แก่ การขนส่งทางอากาศ ทางรถยนต์ ทางรถไฟ ทางเรือ และทางท่อ ผู้บริหารการตลาดจะต้องคำนึงว่าจะเลือกใช้สื่ออย่างใดถึงจะดีที่สุด โดยเสียค่าใช้จ่ายต่ำและสินค้านั้นไปถึงลูกค้าทันเวลา ขั้นตอนที่สำคัญอีกประการหนึ่งในการแจกจ่ายตัวสินค้า คือ ขั้นตอนของการจัดเก็บรักษาสินค้า (Storage) เพื่อรอการจำหน่ายให้ทันเวลาที่ผู้บริโภคต้องการ

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการติดต่อสื่อสารไป ยังตลาดเป้าหมาย การส่งเสริมการตลาดเป็นวิธีการที่จะบอกให้ลูกค้าทราบเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย

วัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการตลาด เพื่อบอกให้ลูกค้าทราบว่าผลิตภัณฑ์ออกจำหน่ายในตลาด พยายามชักชวนให้ลูกค้าซื้อและเพื่อเตือนความทรงจำกับตัวผู้บริโภค

การส่งเสริมการตลาดจะต้องมีการศึกษาถึงกระบวนการติดต่อสื่อสาร (Communication Process) เพื่อเข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างผู้รับกับผู้ส่ง การส่งเสริมการตลาดมีเครื่องมือสำคัญที่จะใช้อยู่ 4 ชนิดด้วยกัน ที่เรียกว่าส่วนผสมของการส่งเสริมการตลาด (Promotion Mix) ได้แก่

4.1 การขายโดยใช้พนักงาน (Personal Selling) เป็นการเสนอขายสินค้าแบบเผชิญหน้ากัน (Face-to-Face) พนักงานขายต้องเข้าพบปะกับผู้ซื้อโดยตรงเพื่อเสนอขายสินค้า การส่งเสริมการตลาดโดยวิธีนี้เป็นวิธีที่ดีที่สุดแต่เสียค่าใช้จ่ายสูง

4.2 การโฆษณา (Advertising) หมายถึง รูปแบบของการจ่ายเงินเพื่อการส่งเสริมการตลาด โดยมีได้อาศัยตัวบุคคลในการนำเสนอหรือช่วยในการขาย แต่เป็นการใช้สื่อโฆษณาประเภทต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ป้ายโฆษณา อินเทอร์เน็ต (Internet) สื่อโฆษณาเหล่านี้จะสามารถ เข้าถึงผู้บริโภคเป็นกลุ่มใหญ่ เหมาะสำหรับสินค้าที่ต้องการกระจายตลาดกว้าง

4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) หมายถึง กิจกรรมที่ทำหน้าที่ช่วยพนักงานขายและการโฆษณาในการขายสินค้า การส่งเสริมการขายเป็นการกระตุ้นผู้บริโภคให้เกิดความ ต้องการในตัวสินค้า การส่งเสริมการขายจัดทำในรูปของการแสดงสินค้า การแจกของ ตัวอย่าง แจกคู่มือ ของแถม การใช้แสตมป์เพื่อแลกสินค้าการชิงโชคแจกรางวัลต่างๆ ฯลฯ

4.4 การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) ในปัจจุบันธุรกิจมักสนใจภาพพจน์ของกิจการ ธุรกิจได้ใช้เงินจำนวนมากเพื่อสร้างชื่อเสียง และภาพพจน์ของกิจการ ปัจจุบันองค์กรธุรกิจส่วนใหญ่ไม่ได้เน้นที่การแสวงหากำไร (Maximize Profit) เพียงอย่างเดียว ต้องเน้นที่วัตถุประสงค์ของการให้บริการแก่สังคมด้วย (Social Objective) เพราะความอยู่รอดขององค์กรธุรกิจจะขึ้นอยู่กับที่ยอมรับของกลุ่มผู้บริโภคในสังคม ถ้าหากกลุ่มผู้บริโภคต่อต้านหรือมีความคิดว่าองค์กรธุรกิจแสวงหาผลประโยชน์ให้กับตนมากจนไม่คำนึงถึงสังคมหรือผู้บริโภค เช่น การผลิตสินค้า แล้วปล่อยน้ำเสียลงแม่น้ำหรือทำให้อากาศเป็นพิษก่อให้เกิดผลเสียแก่ส่วนรวม โดยมีได้หาวิธีแก้ไข จะสร้างภาพพจน์ที่ไม่ดีขององค์กรธุรกิจ

ส่วนประสมการตลาด 7 อย่าง หรือ Marketing Mix 7P's

ธุรกิจในการอุตสาหกรรมบริการ (Service Industry) มีความแตกต่างจากธุรกิจอุตสาหกรรมสินค้า อุปโภคและบริโภคทั่วไป เพราะมีทั้งผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ (Tangible Product) และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Product) เป็นสินค้าและบริการที่นำเสนอต่อลูกค้าหรือตลาด กลยุทธ์การตลาดที่นำมาใช้กับธุรกิจบริการ จำเป็นที่จะต้องจัดให้มีส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างจากการตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจที่มีการต้อนรับขับสู้ (Hospitality) เป็นหัวใจหลักในการทำธุรกิจ

แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix) เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ ให้บริการซึ่งเป็นธุรกิจที่แตกต่างสินค้าอุปโภคและบริโภคทั่วไป จำเป็นจะต้องใช้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) 7 อย่าง หรือ 7P's ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดซึ่งประกอบด้วย

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้คือ สิ่งที่ต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้นๆ โดยทั่วไปแล้วผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้ (Tangible Products) และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Products)

2. ด้านราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าน่าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels)

4. ด้านการส่งเสริม (Promotions) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ให้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการและเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์

5. ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขึ้นเป็นความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการต่างๆ ขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

6. ด้านกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence/Environment and Presentation) เป็นแสดงให้เห็นถึงลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอให้กับลูกค้าให้เห็นเป็นรูปธรรม โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็วหรือผลประโยชน์อื่นๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

7. ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการ ที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ

ส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 อย่างข้างต้นเป็นสิ่งสำคัญต่อการกำหนดกลยุทธ์ต่างๆ ทางด้านการตลาดของธุรกิจ ที่จะต้องมีการจัดส่วนประสมแต่ละอย่างให้มีความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของธุรกิจและของอุตสาหกรรมที่แตกต่างกันไปไม่มีสูตรที่ตายตัว

2. การศึกษาด้านวิศวกรรม

หลังจากที่ได้มีการศึกษาทางด้านการตลาดของโครงการแล้วว่าโครงการที่กำลังพิจารณาอยู่นั้นมีความเป็นไปได้ทางการตลาดมากน้อยเพียงใด เพราะการศึกษาทางการตลาดจะมีความสำคัญต่อความสำเร็จและความล้มเหลวของโครงการ หากขาดศึกษาด้านการตลาดแล้วโอกาสที่โครงการจะประสบความสำเร็จย่อมเป็นไปได้ยากโดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบัน

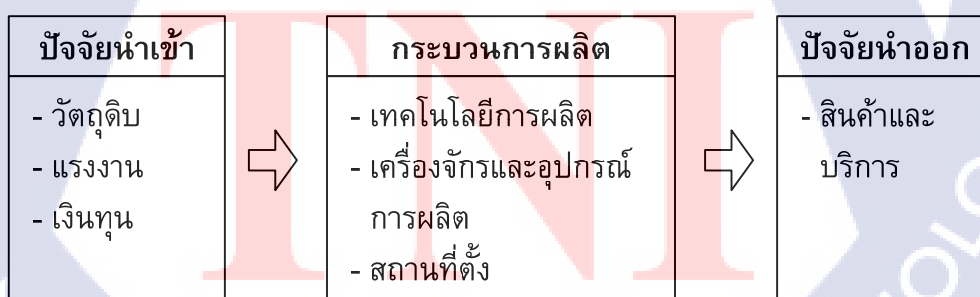
ภาวะการแข่งขันทางธุรกิจมีความรุนแรงและซับซ้อนมากขึ้น ในขั้นตอนต่อมาของการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการก็คือ การวิเคราะห์ทางวิศวกรรมเพื่อศึกษาดูว่าการที่จะผลิตผลิตภัณฑ์ขึ้นมาจำหน่ายมีความเป็นไปได้ทางวิศวกรรมหรือไม่ มีปัญหาหรืออุปสรรคอย่างไร และมีแนวทางที่จะแก้ไขปัญหาได้อย่างไร (ฐาปนา ฉันทไพศาล. 2556 : 4-1)

โครงการแต่ละโครงการจะมีกระบวนการผลิตที่แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่จะทำการผลิตถ้าเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีสูงในการผลิตจะมีระบบการผลิตที่มีความยุ่งยากซับซ้อน ในทางตรงข้ามถ้าเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีน้อยระบบการผลิตก็จะเป็นง่ายไม่มีความยุ่งยาก อย่างไรก็ตามระบบการผลิตจะประกอบด้วยปัจจัยพื้นฐานด้วยกัน 3 ประการ คือ

1. ปัจจัยนำเข้า หมายถึง ปัจจัยที่ใช้พื้นฐานจึงจะให้โครงการเกิดผลผลิตขึ้นมาได้แก่ วัตถุดิบของโรงงานอุตสาหกรรมต่างๆ ตัวอย่างเช่น ในอุตสาหกรรมการผลิตสับประรดกระป๋อง วัตถุดิบโรงงานก็คือสับประรด โรงงานอุตสาหกรรมประกอบรถยนต์ วัตถุดิบก็คือตัวถังรถยนต์ กระบอก ยางรถยนต์ เป็นต้น กำลังคนสำหรับธุรกิจที่มีลักษณะการดำเนินธุรกิจขายบริการ เช่น โรงแรม เงินทุนเป็นปัจจัยนำเข้าที่ใช้ในการผลิตที่ทำให้ธุรกิจดำเนินไปได้

2. กระบวนการผลิต หมายถึง กรรมวิธีในการแปรสภาพปัจจัยนำเข้าให้เป็นสินค้าสำเร็จรูปหรือบริการ ซึ่งในที่นี้หมายถึง เทคโนโลยีในการผลิต เครื่องจักรและอุปกรณ์การผลิต และสถานที่ตั้งของธุรกิจ

3. ปัจจัยนำออก หมายถึง ผลผลิตขั้นสุดท้ายของกระบวนการผลิตของแต่ละธุรกิจ ซึ่งจะออกมาในรูปของสินค้าหรือบริการ เช่น โรงงานผลิตคอมพิวเตอร์จะมีปัจจัยนำออกก็คือเครื่องคอมพิวเตอร์ โรงงานผลิตโทรทัศน์ ปัจจัยนำออกก็คือโทรทัศน์ ธุรกิจโรงแรมปัจจัยนำออกก็คือการให้บริการ เป็นต้น



รูปที่ 7 รายละเอียดและความสัมพันธ์ของระบบการผลิต

ที่มา : ฐาปนา ฉันทไพศาล. (2556). การบริหารโครงการและการศึกษาความเป็นไปได้.

3. การศึกษาด้านการบริหาร

การบริหารโครงการจำเป็นต้องอาศัยปัจจัยที่สำคัญหลายประการ ทั้งทรัพยากรบุคคล และทรัพยากรอื่นๆ ดังนั้น ในการบริหารโครงการจึงจำเป็นต้องมีทรัพยากร (Resources) มาสนับสนุนในปริมาณและคุณภาพที่พอเหมาะสม นอกจากนั้นการบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพ ก็ถือปัจจัยหนึ่ง เพราะถึงแม้จะมีทรัพยากรที่เพียงพอแต่ขาดทักษะทางด้านการบริหารที่ดี ก็มีผลให้โครงการดำเนินงานไม่เป็นไปตามเป้าหมายในแต่ละขั้นตอนที่วางไว้ ส่งผลให้การดำเนินงานตามโครงการล่าช้า หรือสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายมาก จนอาจนำความล้มเหลวมาสู่โครงการได้ (ฐาปนา ฉันทไพศาล, 2556 : 5-1)

ในการศึกษาด้านการบริหารของโครงการ โดยทั่วไปจะแบ่งเป็น 2 ระยะ ได้แก่

1. การบริหารในระยะก่อนดำเนินงาน (Pre-Operating Period)
2. การบริหารในระยะดำเนินงาน (Operating Period)

การบริหารในระยะก่อนดำเนินงาน (Pre-Operating Period)

การบริหารในระยะก่อนดำเนินงาน จะเริ่มตั้งแต่การริเริ่มให้มีโครงการจนถึงโครงการเริ่มดำเนินการผลิต งานที่อยู่ในขั้นตอนนี้ประกอบด้วย การเตรียมการในด้านต่างๆ ได้แก่

1. กิจกรรมย่อยในโครงการ (Project Activities) ในขั้นตอนนี้ผู้วิเคราะห์ต้องทำการแจกแจงงานหรือกิจกรรมในโครงการออกเป็นส่วนย่อยๆ เพื่อจะได้ทราบว่ามียังงานอะไรที่ต้องเตรียมทำบ้าง โดยในการแจกแจงงานหรือกิจกรรมส่วนย่อยดังกล่าวอาจแบ่งเป็นหมวดๆ ได้ดังนี้

1.1 กิจกรรมที่เกี่ยวกับด้านการบริหารทั่วไป เช่น

- 1.1.1 การเตรียมตัวการศึกษาโครงการ
- 1.1.2 การรวมกลุ่มผู้ริเริ่มโครงการ
- 1.1.3 การเลือกหรือว่าจ้างผู้บริหารโครงการ
- 1.1.4 การกำหนดบุคลากรที่ต้องการในโครงสร้างองค์กร
- 1.1.5 การว่าจ้างบุคคลหรือบริษัทที่ปรึกษาทางวิศวกรรม
- 1.1.6 การศึกษารูปแบบขององค์กรธุรกิจ

2.1 กิจกรรมที่เกี่ยวกับด้านการตลาด เช่น

- 2.1.1 การศึกษาระบบการตลาด
- 2.1.2 นโยบายการกำหนดราคา
- 2.1.3 การกำหนดช่องทางการจัดจำหน่าย
- 2.1.4 การส่งเสริมทางการตลาด

- 3.1 กิจกรรมที่เกี่ยวกับด้านวิศวกรรม เช่น
 - 3.1.1 การกำหนดกำลังการผลิตที่เหมาะสม
 - 3.1.2 การเลือกสถานที่ตั้งโรงงาน
 - 3.1.3 การวางผังโรงงาน
 - 3.1.4 การเตรียมงานด้านการจดสิทธิบัตร
 - 3.1.5 การเตรียมที่ดินเพื่อสร้างโรงงาน
 - 3.1.6 การกำหนดคุณลักษณะเฉพาะของอาคารและสิ่งก่อสร้างอื่นๆ
 - 3.1.7 การกำหนดคุณลักษณะเฉพาะของเครื่องจักรและอุปกรณ์
 - 3.1.8 การเตรียมการสั่งซื้อ
 - 3.1.9 การระบุแหล่งวัตถุดิบ
 - 3.1.10 การระบุรายละเอียดของวัตถุดิบที่ใช้
- 4.1 กิจกรรมที่เกี่ยวกับด้านการเงิน เช่น
 - 4.1.1 การกำหนดวงเงินที่ต้องการใช้ลงทุนในโครงการ
 - 4.1.2 การศึกษาเกี่ยวกับแหล่งเงินลงทุน
 - 4.1.3 การยื่นขอกู้เงินจากธนาคารพาณิชย์
 - 4.1.4 การศึกษาสิทธิพิเศษทางด้านภาษีอากร

2. การก่อสร้างโครงการ (Project Construction) การก่อสร้างโครงการ ผู้ประกอบการดำเนินการก่อสร้างเองหรือว่าจ้างบริษัทผู้รับเหมาก่อสร้างก็ได้ ในก่อสร้างผู้ควบคุมโครงการจะต้องพิจารณาปัจจัยต่างๆ ที่อาจมีผลให้การก่อสร้างล่าช้าหรือทำให้งบก่อสร้างบานปลายได้ เช่น วัสดุที่ต้องใช้ในการก่อสร้างจะขาดแคลนหรือไม่ ต้องเตรียมการซื้อไว้มาก่อนหรือไม่ ทั้งนี้เพื่อจะได้ไม่เกิดปัญหาในการจัดการภายหลัง ประเด็นเครื่องจักรที่ใช้ในการก่อสร้างจะจัดหาจากไหน ภายในหรือต่างประเทศ ถ้าเป็นเครื่องจักรในต่างประเทศต้องวางแผนสั่งเข้ามาก่อนล่วงหน้า เพื่อให้สัมพันธ์กับช่วงระยะเวลาในการก่อสร้างหรือไม่ นอกจากนี้ยังต้องพิจารณาปัจจัยอื่นๆ ที่นอกเหนือการควบคุมที่อาจส่งผลต่อการก่อสร้างได้ด้วย เช่น ดิน ฟ้า อากาศ เป็นต้น

3. การกำหนดระยะเวลาการดำเนินการ (Scheduling) ในการกำหนดระยะเวลาการดำเนินการของโครงการ นิยมใช้แผนภูมิของแกนต์ (Gantt Chart) มากำหนด ทั้งเพราะแผนภูมิของแกนต์จะแสดงความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมของโครงการกับช่วงเวลาที่ทำการกิจกรรมนั้น โดยมีการสร้างสัญลักษณ์ให้เห็นว่าแต่ละกิจกรรมมีจุดเริ่มต้นและสิ้นสุดเมื่อใด แผนภูมิของแกนต์นั้นนอกจากจะแสดงให้เห็นถึงแผนงานที่จะทำแล้วยังอาจนำไปใช้บอกความก้าวหน้าของงานในโครงการได้อีกด้วย

ตารางที่ 3 โครงการลงทุนโครงการหนึ่งได้กำหนดระยะเวลาในการทำกิจกรรมต่างๆ

กิจกรรม	ระยะเวลา (เดือน)
1. ดำเนินการกู้เงินจากสถาบันการเงิน	3
2. ถมที่และปรับระดับพื้นที่	1
3. ก่อสร้างโรงงาน	6
4. สั่งซื้อเครื่องจักรและตรวจรับ	2
5. ติดตั้งเครื่องจักร	1
6. สั่งซื้อวัตถุดิบและตรวจสอบ	2
7. ดำเนินการผลิต	1

ที่มา : ฐานา ฉินไพศาล. (2556). การบริหารโครงการและการศึกษาความเป็นไปได้. หน้า 4-5.

จากตารางที่ 3 สามารถนำมาเขียน Gantt Chart ได้ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 การกำหนดระยะเวลาการดำเนินการผลิตสินค้าชนิดหนึ่ง

กิจกรรม	เดือน											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1. ดำเนินการกู้เงินจากสถาบันการเงิน	←		→									
2. ถมที่และปรับระดับพื้นที่				↔								
3. ก่อสร้างโรงงาน				←								
4. สั่งซื้อเครื่องจักรและตรวจรับ									↔			
5. ติดตั้งเครื่องจักร											↔	
6. สั่งซื้อวัตถุดิบและตรวจรับ									↔			
7. ดำเนินการผลิต												↔

จาก Gantt Chart ข้างต้นจะเห็นได้ว่ากิจกรรมที่ต้องรอกิจกรรมก่อนหน้าเสร็จก่อนจึงจะเริ่มกิจกรรมนั้นๆ ได้คือ กิจกรรมที่ 2-3-5-7 กล่าวคือต้องดำเนินการกู้เงินจากสถาบันการเงินก่อน จึงจะถมที่และปรับระดับพื้นที่ จากนั้นจึงสร้างโรงงาน ติดตั้งเครื่องจักรและดำเนินการผลิต ส่วนกิจกรรมที่ 4 และ 6 นั้นอาจทำควบคู่ไปกับกิจกรรมอื่นๆ ได้ เช่น กิจกรรมที่ 4 สั่งซื้อเครื่องจักรและตรวจรับอาจทำควบคู่กับการก่อสร้างโรงงาน ส่วนกิจกรรมที่ 6 สั่งซื้อวัตถุดิบและตรวจรับก็สามารถทำควบคู่ไปกับกิจกรรมที่ 3, 4 และ 5 แต่อย่างไรก็ตามวางแผนให้ได้วัตถุดิบเข้ามาก่อนที่จะเริ่มกิจกรรมที่ 7 คือ ดำเนินการผลิต ซึ่งรวมระยะเวลาดำเนินการในโครงการนี้ทั้งสิ้น 12 เดือน

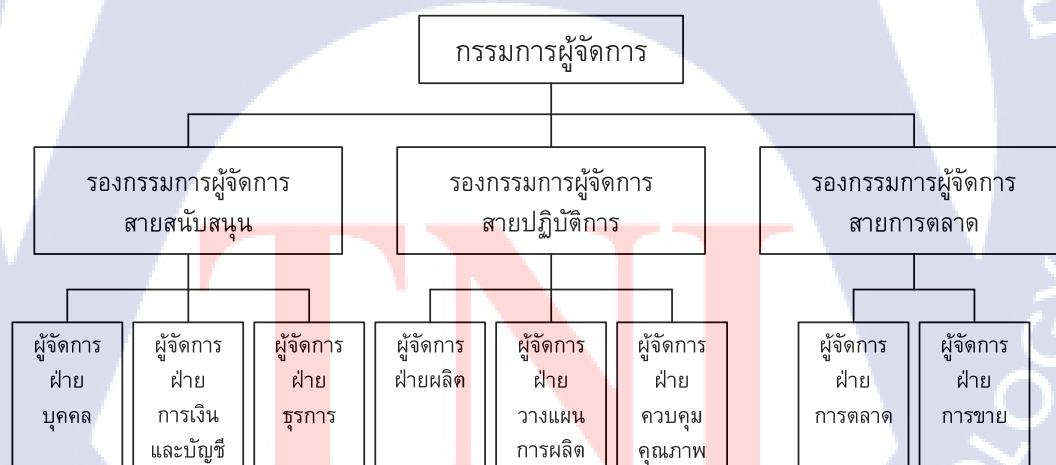
การบริหารในระยะดำเนินงาน (Operating Period)

ในระยะดำเนินงาน ผู้ประกอบการควรทำการศึกษารายละเอียดในเรื่องต่อไปนี้

1. รูปแบบของหน่วยธุรกิจ การประกอบธุรกิจในปัจจุบันสามารถกระทำได้หลายรูปแบบ เพราะการเลือกรูปแบบการประกอบธุรกิจที่เหมาะสมก็จะมีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจด้วย รูปแบบของธุรกิจแต่ละประเภทจะมีทั้งข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบที่แตกต่างกันไป ซึ่งการประกอบธุรกิจ โดยทั่วไปอาจแบ่งได้เป็น 3 รูปแบบ ได้แก่ กิจการเจ้าของคนเดียว (Single Proprietorship) ห้างหุ้นส่วน (Partnership) และบริษัทจำกัด (Corporation)

2. รูปแบบการบริหารภายใน การจัดรูปแบบการบริหารภายในหน่วยงานธุรกิจ จะประกอบด้วยหน่วยงานย่อยๆ ซึ่งได้มีการแบ่งหน้าที่กันอย่างชัดเจน ตลอดจนกำหนดความสัมพันธ์ระหว่างหน้าที่งานนั้นๆ ไว้ในรูปของโครงสร้างองค์การ (Organization Structure หรือ Corporate Structure)

สำหรับการเลือกรูปแบบโครงสร้างองค์การใดในการบริหารงานภายในของโครงการนั้น ควรคำนึงไว้เสมอว่าโครงสร้างดังกล่าวจะต้องนำไปสู่การกำหนดวิธีการทำงานที่เหมาะสมสำหรับแต่ละหน้าที่งาน ซึ่งหมายถึงการมอบหมายอำนาจ หน้าที่ และสำนักรับผิดชอบในการทำงานในหน้าที่นั้นๆ ด้วย ตัวอย่างต่อไปนี้เป็นการจัดโครงสร้างองค์การของโครงการผลิตกล่องและที่ตั้งโชว์เครื่องประดับแห่งหนึ่ง ซึ่งได้จัดตั้งในรูปของบริษัท จำกัด และได้มีการจัดรูปแบบการบริหารงานภายในโดยแบ่งตามหน้าที่ดังรูปที่ 8



รูปที่ 8 การจัดรูปแบบการบริหารงานภายในโดยแบ่งตามหน้าที่

ที่มา : ฐาปนา จีนไพศาล. (2556). การบริหารโครงการและการศึกษาความเป็นไปได้.

3. บุคลากร ในการศึกษาด้านบุคลากรของโครงการ ผู้ริเริ่มโครงการควรศึกษาในเรื่องจำนวนและคุณสมบัติของบุคลากรที่ต้องการ แหล่งที่มาของบุคลากร และการจ่ายค่าตอบแทน

4. การศึกษาด้านการเงิน

เงินลงทุนและแหล่งที่มาของเงินลงทุนมีความสำคัญอย่างมากต่อโครงการลงทุนทุกโครงการ การที่นักลงทุนหรือสถาบันการเงินที่สนับสนุนเงินลงทุนจะยินยอมอนุมัติเงินลงทุนหรือเงินกู้ยืมให้แก่โครงการลงทุนใดๆ ย่อมต้องพิจารณาอย่างรอบคอบถึงศักยภาพของโครงการว่ามีความสามารถในการทำกำไรและให้ผลตอบแทนจากการลงทุนที่คุ้มค่าสูงสุดหรือไม่ ด้วยเหตุนี้ นักลงทุนจึงต้องดำเนินการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการด้วย ทั้งนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงินของโครงการโดยเน้นที่การศึกษาความสามารถในการทำกำไรของโครงการจากการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินซึ่งเป็นตัวชี้วัดประสิทธิภาพในการบริหารงานที่สำคัญ การวิเคราะห์ทางการเงินมีเป้าหมายบ่งบอกละเอียดอยู่ที่ผลประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ลงทุนและเจ้าของเงิน (จักร ดิงศภัทัย. 2553 : 53)

ในการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการทางการเงินจำเป็นต้องวิเคราะห์องค์ประกอบที่สำคัญเหล่านี้ ได้แก่ เงินลงทุน ประมาณการด้านการเงิน ผลตอบแทนการลงทุน อัตราส่วนทางการเงิน และการประเมินโครงการภายใต้ความเสี่ยงและความไม่แน่นอน

เงินลงทุนของโครงการ

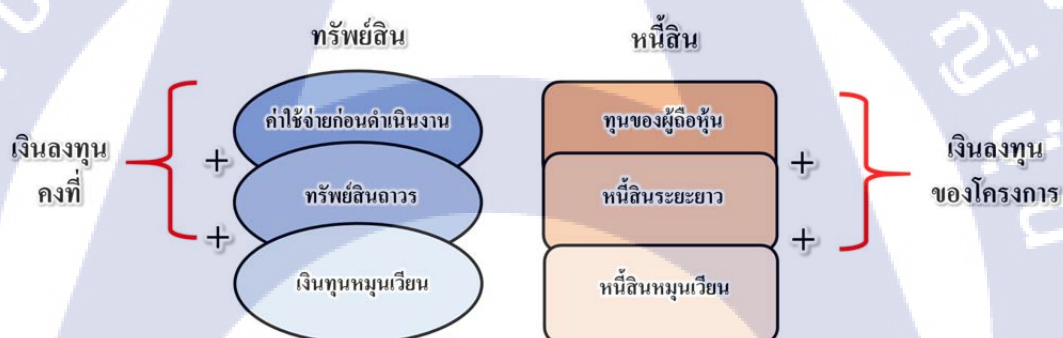
เพื่อให้สามารถวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการจำเป็นต้องเข้าใจความหมายของคำที่เกี่ยวข้องกับเงินลงทุนของโครงการเสียก่อน โครงการลงทุนผลิตสินค้าหรือบริการเพื่อจัดจำหน่ายและมีรายได้หรือรายรับ (Revenue) ซึ่งผลตอบแทนทางการเงิน (Benefit) ของโครงการ ในขณะที่ดำเนินการผลิตหรือให้บริการ โครงการจะมีรายจ่าย (Expenditure) ที่เป็นต้นทุนทางการเงิน (Cost) ของโครงการ ต้นทุนดังกล่าวคือเงินลงทุนของโครงการ เงินลงทุนประกอบด้วย

1. ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นตั้งแต่ริเริ่มโครงการจนถึงเริ่มดำเนินการผลิต ในกรณีโครงการลงทุนเพื่อขยายงานจะหมายถึงค่าใช้จ่ายทั้งหมดตั้งแต่เราดำเนินขยายงานจนถึงวันที่มีรายได้หรือรายรับส่วนเพิ่มจากการขยายงาน ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน ประกอบด้วย เงินเดือนผู้จัดการและพนักงานโครงการ ค่าเดินทาง ค่าติดต่อประสานงาน ค่าเช่า ค่าใบอนุญาต ค่าว่าจ้างศึกษาความเป็นไปได้ ค่าใช้จ่ายในการกู้เงิน ค่าฝึกอบรม ค่าใช้จ่ายทดลองเครื่องจักร ค่าดอกเบี้ยระหว่างก่อสร้าง

2. สินทรัพย์ถาวร ประกอบด้วย ที่ดิน อาคารสิ่งปลูกสร้าง เครื่องจักร อุปกรณ์ เครื่องใช้สำนักงาน ยานพาหนะ และรวมถึงการลงทุนทดแทนสินทรัพย์ถาวรที่มีอายุใช้งานน้อยกว่าอายุโครงการ

3. เงินทุนหมุนเวียน หมายถึง เงินทุน (เงินสด) ที่จัดเตรียมไว้เพื่อรักษาสภาพคล่องของกระแสเงินสดในโครงการซึ่งใช้เป็นค่าใช้จ่ายของการดำเนินงานในช่วงเวลาหนึ่ง เงินทุนหมุนเวียนประกอบด้วย เงินซื้อวัตถุดิบหมุนเวียน เงินเดือน ค่าจ้าง ค่าตอบแทนและสวัสดิการของฝ่ายผลิตและฝ่ายบริหาร ค่าใช้จ่ายในการผลิตและบริหารที่ไม่รวมค่าเสื่อมราคา

เงินทุนหมุนเวียนคำนวณได้จากผลต่างระหว่างสินทรัพย์หมุนเวียนกับหนี้สินหมุนเวียน โดยที่สินทรัพย์หมุนเวียนคือทรัพย์สินที่สามารถเปลี่ยนเป็นเงินสดได้ภายใน 1 ปี และหนี้สินหมุนเวียนคือหนี้สินที่ต้องชำระภายใน 1 ปี การคำนวณหาเงินทุนหมุนเวียนเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการเงินเนื่องจากเจ้าของโครงการจะต้องมีเงินสดในจำนวนดังกล่าวไว้ใช้ดำเนินงานโครงการควบคู่ไปกับการลงทุนในสินทรัพย์ถาวรและค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน ความสัมพันธ์ระหว่างเงินทุนหมุนเวียน ทรัพย์สิน และหนี้สินแสดงได้ดังรูปที่ 9



รูปที่ 9 ความสัมพันธ์ระหว่างเงินทุน ทรัพย์สิน และหนี้สิน

ที่มา : จักร ดิงศกัทธิย์. (2553). การศึกษาความเป็นไปได้และการจัดการโครงการอุตสาหกรรม. (เอกสารประกอบการสอน). หน้า 54.

ประมาณการด้านการเงิน

การประมาณการทางการเงินเป็นการวิเคราะห์การหมุนเวียนของเงินตามรอบระยะเวลาบัญชีตลอดอายุโครงการเพื่อประมาณการรายได้ ต้นทุนสินค้าขาย ค่าใช้จ่ายบริหารและอื่นๆ ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม รายการประกอบงบบัญชี งบกำไรขาดทุน และงบกระแสเงินสด

1. ประเมินการรายได้ รายได้ของโครงการมีองค์ประกอบสำคัญ 2 ส่วนด้วยกัน คือ ปริมาณของสินค้าและผลพลอยได้ที่ขาย และราคาขายต่อหน่วย ประเมินการรายได้ของโครงการ มีที่มาจากผลการศึกษาความเป็นไปได้ด้านอุปสงค์และตลาด และการกำหนดนโยบายด้านราคา ของโครงการ ประเมินการรายได้จะปรากฏอยู่ในประมาณการงบกำไรขาดทุน (ตารางที่ 7) ประมาณการงบกระแสเงินสด (ตารางที่ 8)

2. ประมาณการต้นทุนสินค้าขาย จำแนกได้ดังตารางที่ 5

3. ประมาณการค่าใช้จ่ายบริหารและอื่นๆ จำแนกตามรายการได้ดังตารางที่ 6

4. ประมาณการค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม จำแนกตามประเภทและ ระบุมูลค่าที่เป็นตัวเงินที่ต้องจ่ายในแต่ละช่วงเวลา หรือจ่ายตามรอบระยะเวลาบัญชี อาทิเช่น ค่าใช้จ่ายในการจัดทำรายงานผลกระทบสิ่งแวดล้อม ค่าใช้จ่ายในการสำรวจความคิดเห็นหรือ จัดทำประชาพิจารณ์ ค่าใช้จ่ายในการแก้ไขฟื้นฟูและลดผลกระทบสิ่งแวดล้อมในระยะดำเนินงาน ค่าใช้จ่ายในการตรวจวัดและเฝ้าระวังผลกระทบสิ่งแวดล้อม ค่าใช้จ่ายสนับสนุนสังคม และ ชดเชยผลกระทบ ค่าใช้จ่ายในการสร้างสภาพแวดล้อมใหม่และติดตามผลกระทบสิ่งแวดล้อม ภายหลังยุติโครงการ

5. ประมาณการรายการประกอบงบบัญชี ได้แก่ ภาษี ค่าธรรมเนียม ค่าเสื่อมราคา มูลค่าซาก ดอกเบี้ยและการชำระคืนเงินต้น

6. ประมาณการงบกำไรขาดทุน ในระยะเวลาที่มีการผลิต มีรายละเอียดของงบบัญชี ตามดังตารางที่ 7

7. ประมาณการงบกระแสเงินสด เป็นงบแสดงการไหลเข้าและออกของเงินในโครงการ มีรายละเอียดของงบบัญชีดังตารางที่ 8

TNI

THAI - NICHI INSTITUTE OF TECHNOLOGY

ตารางที่ 5 สรุปรายจ่ายที่เป็นเงินลงทุนของโครงการ

ค่าใช้จ่าย			
ที่ดิน		xxxx	
อาคาร			
- โรงงาน	xxx		
- สำนักงาน		<u>xxx</u>	xxx
ค่าใช้จ่ายในการก่อสร้างอุปกรณ์โรงงาน		xxx	
ค่าใช้จ่ายในการสร้างถนนและพัฒนาที่ดิน		xxx	
ค่าใช้จ่ายในการจัดสร้าง พลังงานน้ำและการบำบัดน้ำเสีย		xxx	
เครื่องจักร			
เครื่องจักรชนิดที่ 1		xxx	
เครื่องจักรชนิดที่ 2		xxx	
เครื่องจักรชนิดที่ 3		<u>xxx</u>	xxx
ยานยนต์			
รถขนส่ง	xxx		
รถยนต์นั่ง		<u>xxx</u>	xxx
เครื่องมือเครื่องใช้ในโรงงาน	xxx		
อุปกรณ์สำนักงาน			
ชนิดที่ 1	xxx		
ชนิดที่ 2 ฯลฯ	xxx		
		<u>xxx</u>	xxx
เครื่องตกแต่งสำนักงาน		xxx	
อื่นๆ		xxx	
	รวม	<u>xxxxx</u>	
ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน			
ค่าใช้จ่ายสำนักงาน	xxx		
เงินเดือนผู้บริหาร	xxx		
เงินเดือนพนักงาน	xxx		
ค่าใช้จ่ายประสานงาน	xxx		
ค่าเลี้ยงรับรอง	xxx		
ค่าธรรมเนียม	xxx		
ฯลฯ		xxx	
		xxx	
		<u>xxx</u>	xxx
			<u>xxx</u>

ตารางที่ 6 ประมาณการต้นทุนสินค้าขาย

(หน่วย : บาท)

รายการ	1	2	3	4
วัตถุดิบ				
ต้นทุนวัตถุดิบทั้งหมด				
ค่าใช้จ่ายในการผลิตด้านพลังงาน				
เงินเดือน ค่าจ้าง และสวัสดิการของฝ่ายผลิต				
ค่าสาธารณูปโภคในกระบวนการผลิต				
ค่าบำรุงรักษาอาคาร เครื่องจักรและอุปกรณ์				
ค่าใช้จ่ายในการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบและสินค้า				
เงินสำรองในการผลิต				
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ				
(หัก) ค่าเสื่อมราคา				
อาคาร				
เครื่องจักรและอุปกรณ์				
รวม				
(= ต้นทุนการผลิตทั้งหมดลบด้วยค่าเสื่อมราคาในฝ่ายผลิต)				

ตารางที่ 7 ประมาณการค่าใช้จ่ายบริหารและอื่นๆ

(หน่วย : บาท)

รายการ	1	2	3	4
เงินเดือน ค่าจ้าง และสวัสดิการของฝ่ายบริหาร				
ค่าสาธารณูปโภค ไฟฟ้า น้ำประปา และ				
การสื่อสารในฝ่ายบริหาร				
ค่าเดินทางและค่าน้ำมันเชื้อเพลิง				
ค่าวัสดุสิ้นเปลืองและเครื่องใช้สำนักงาน				
ค่าบำรุงรักษาอาคารและเครื่องใช้สำนักงาน				
ค่าเลี้ยงรับรอง				
ค่าเบี้ยประกันภัย				
เงินสำรองและค่าใช้จ่ายอื่นๆ ในฝ่ายบริหาร				
(หัก) ค่าเสื่อมราคา				
อาคารและสิ่งปลูกสร้าง				
ยานพาหนะ				
ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับผลกระทบสิ่งแวดล้อม				
รวม				
(= ต้นทุนการผลิตทั้งหมดลบด้วยค่าเสื่อมราคาในฝ่ายผลิต)				

ตารางที่ 8 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

(หน่วย : บาท)

รายการ	1	2	3	4
มูลค่าการขายสินค้า				
สินค้า A				
สินค้า B				
ผลพลอยได้				
รวม				
(หัก) ต้นทุนสินค้า				
กำไรเบื้องต้นจากการขาย				
(หัก) ค่าใช้จ่ายในการบริหารและอื่นๆ				
กำไรสุทธิจากการดำเนินงาน				
(หัก) ดอกเบี้ยชำระ				
กำไรสุทธิก่อนหักภาษี				
(หัก) ภาษีเงินได้นิติบุคคล				
กำไรสุทธิ				

ตารางที่ 9 ประมาณการงบกระแสเงินสด

(หน่วย : บาท)

รายการ	1	2	3	4
มูลค่าการขายสินค้า				
สินค้า A				
สินค้า B				
ผลพลอยได้				
เงินกู้				
ทุนของผู้ถือหุ้น				
รวม				
กระแสเงินสดจ่าย				
ต้นทุนสินค้าที่เป็นเงินสด				
ค่าใช้จ่ายในการบริหารและอื่นๆ				
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน				
ทรัพย์สินถาวร				
เครื่องใช้สำนักงาน				
ภาษีเงินได้นิติบุคคล				
การชำระเงินต้นและดอกเบี้ย				
ดอกเบี้ย				
เงินต้น				
รวม				
กระแสเงินสดรับสุทธิ				
กระแสเงินสดรับสุทธิสะสม				

การวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุน

การวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุนเป็นการวิเคราะห์ความเหมาะสมระหว่างต้นทุนและผลตอบแทนของโครงการเพื่อประเมินความคุ้มค่าของโครงการลงทุน แต่เนื่องจากมูลค่าของเงินจำนวนเดียวกันในเวลาปัจจุบันและอนาคตจะไม่เท่ากัน เงินจะมีมูลค่าเพิ่มขึ้นตามเวลาโดยผลตอบแทนตามเวลาของเงินคือดอกเบี้ย ดังนั้นหากนำเงินในวันนี้ x บาทไปลงทุนและมีผลตอบแทนคืออัตราดอกเบี้ยต่อปีเท่ากับ $i\%$ เมื่อครบปีเงินจะมีค่าเป็น $x(1+i)$ ถ้าลงทุน n ปีเมื่อสิ้นสุดการลงทุนเงินจำนวนดังกล่าวจะมีค่าเป็น $x(1+i)^n$ ด้วยเหตุนี้อัตราผลตอบแทนจากการ

ลงทุนจึงเป็นเกณฑ์ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเป็นอย่างยิ่งโดยเฉพาะการเปรียบเทียบกับอัตราผลตอบแทนขั้นต่ำที่ธุรกิจจะยอมรับได้จากการลงทุน

ในการวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุนทางการเงินมีเกณฑ์พิจารณาตัดสินใจ 3 เกณฑ์ ได้แก่ ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) อัตราผลตอบแทนการลงทุน (IRR) และอัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน

เกณฑ์ที่ 1 ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)

ระยะเวลาคืนทุน หมายถึง ระยะเวลาที่ผลตอบแทนสุทธิ (สะสม) ของโครงการมีค่าเท่ากับค่าลงทุนโครงการ (สะสม) โดยพิจารณาระยะเวลาของจำนวนปีที่จะได้รับผลตอบแทนคุ้มกับเงินลงทุน ระยะเวลาคืนทุนของโครงการจึงพิจารณาจากระยะเวลาที่โครงการใช้เพื่อสร้างผลตอบแทนเท่ากับจำนวนเงินที่ลงทุนไป ยิ่งโครงการคืนทุนเร็วเท่าใดก็ยิ่งดีเพราะทำให้เกิดโอกาสเสี่ยงต่อการขาดทุนในอนาคตน้อยลงและนักลงทุนสามารถนำเงินที่ได้คืนไปลงทุนในโครงการอื่นต่อได้ด้วยมีสูตรคำนวณดังนี้

$$\text{ระยะเวลาคืนทุน} = \frac{\text{ค่าใช้จ่ายในการลงทุน}}{\text{ผลตอบแทนสุทธิเฉลี่ยต่อปี}}$$

เกณฑ์ที่ 2 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)

มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV) คือ ผลต่างระหว่างมูลค่าปัจจุบันของเงินสดที่คาดว่าจะได้รับในแต่ละปีตลอดอายุของโครงการ (B_t) กับมูลค่าปัจจุบันของเงินสดจ่ายออกไปในแต่ละปี ตลอดอายุของโครงการ (C_t) มูลค่าปัจจุบันคำนวณได้จากการใช้ค่าของทุนหรืออัตราดอกเบี้ยที่เหมาะสมนำมาปรับลดค่าจากอนาคตให้เป็นค่าปัจจุบัน ซึ่งค่าของทุนหรืออัตราดอกเบี้ย (r) โคลเอ็นท์ เอลชานัน; และกัสเคย์ จี เทอร์รี่ (Cohn, Elchanan; and Gesk, G. Terry. 1990 : 98)

มูลค่าปัจจุบันสุทธิตามคำนวณได้จากการทำส่วนลดกระแสผลตอบแทนสุทธิตลอดอายุโครงการให้เป็นมูลค่าปัจจุบัน มีสูตรคำนวณดังนี้

$$\begin{aligned} \text{NPV} &= \sum_{t=1}^n \frac{B_t - C_t}{(1+r)^t} \\ \text{หรือ} &= \sum_{t=1}^n \frac{B_t}{(1+r)^t} - \sum_{t=1}^n \frac{C_t}{(1+r)^t} \end{aligned}$$

โดยที่ B_t = ผลตอบแทนในปี t r = อัตราส่วนลด
 C_t = ต้นทุนในปี t n = จำนวนปีทั้งหมดของโครงการ
 t = ระยะเวลาของต้นทุน

โดยอัตราส่วนลดควรมีค่าเท่ากับหรือมากกว่าดอกเบี้ยเงินกู้ระยะยาวหรืออัตราผลตอบแทนที่ได้รับจากการให้กู้ยืม อัตราส่วนลดจึงเป็นตัวชี้วัดโอกาสในการลงทุน เกณฑ์ตัดสินใจพิจารณาจากโครงการที่มีมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับเท่ากับหรือมากกว่าปัจจุบัน กระแสเงินสดจ่าย ($NPV =$ หรือ > 0)

การวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุนด้วยมูลค่าปัจจุบันสุทธิทำให้เห็นโอกาสทำกำไรของโครงการจากการกำหนดอัตราส่วนลดที่สามารถสร้างผลกำไรให้นักลงทุนได้

เกณฑ์ที่ 3 อัตราผลตอบแทนการลงทุน (IRR)

อัตราผลตอบแทนการลงทุนเป็นอัตราส่วนลดที่ทำให้ NPV มีค่าเท่ากับศูนย์ (0) IRR มีสูตรคำนวณ 2 แบบคือ

$$IRR = \text{อัตราส่วนลดตัวต่ำ} + \text{ผลต่างระหว่างอัตราส่วนลดทั้งสอง} \\ \times \left[\frac{NPV \text{ ของอัตราส่วนลดตัวต่ำ}}{\text{ผลต่างของ NPV ตามอัตราส่วนลดทั้งสอง}} \right]$$

หรือ

IRR คือ ค่า r ที่ทำให้

$$\sum_{t=1}^n \frac{B_t - C_t}{(1+r)^t} = 0$$

ในการคำนวณหา IRR มีขั้นตอนเหมือนกับการคำนวณค่า NPV แต่แทนที่จะกำหนดอัตราส่วนลดจะเปลี่ยนมาหาอัตราผลตอบแทนการลงทุนที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการมีค่าเป็นศูนย์แทน เกณฑ์ตัดสินใจพิจารณาจากการเปรียบเทียบ IRR ของโครงการที่คำนวณได้กับอัตราผลตอบแทนขั้นต่ำที่ธุรกิจยอมรับได้ หรือเปรียบเทียบอับอัตราดอกเบี้ยของสถาบันการเงิน ถ้าสูงกว่าถือว่าโครงการมีความคุ้มค่าต่อการลงทุน

การวิเคราะห์ความอ่อนไหว (Sensitivity Analysis)

การวิเคราะห์ความอ่อนไหว (Sensitivity Analysis) เป็นการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสถานะทางการเงินของโครงการจากการเปลี่ยนแปลงในตัวแปรสำคัญที่เกี่ยวข้องเพื่อให้สามารถรับรู้ผลกระทบที่จะเกิดขึ้นโดยตรงกับโครงการ ตัวแปรที่มีการเปลี่ยนแปลงได้แก่ ราคาผลผลิต ปริมาณการจำหน่าย ค่าลงทุน และค่าปัจจัยการผลิต และมักมีผลกระทบต่อความอ่อนไหวของมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) อัตราผลตอบแทนการลงทุน (IRR) ของโครงการ ส่งผลให้ผลตอบแทนการลงทุนและจุดคุ้มทุนของโครงการเปลี่ยนแปลงไป เมื่อวิเคราะห์ความไวและจัดทำงบกระแสเงินสดใหม่ขึ้นอีกครั้งและหากมีการนำโครงการไปปฏิบัติ ผู้จัดการโครงการจะต้องให้ความสนใจต่อการควบคุมตัวแปรที่มีผลให้ NPV หรือ IRR มีความไวต่อการเปลี่ยนแปลงพิเศษ

แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจรีสอร์ทเชิงนิเวศ

ความเป็นมาของรีสอร์ท

โรงแรมตากอากาศหรือรีสอร์ท จะตั้งอยู่ในบริเวณที่มีแหล่งท่องเที่ยว หรือที่มีกิจกรรมดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ซึ่งจะอยู่ห่างหรือไกลจากชุมชนเมือง หรือมีทัศนธรรมชาติโดยรอบที่ดึงดูดใจ เป็นโรงแรมสำหรับผู้ที่ต้องการมาพักผ่อนหย่อนใจ โรงแรมจึงต้องเสนอสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ กิจกรรมเพื่อการกีฬาทั้งในร่มและกลางแจ้ง และรูปแบบสันทนาการที่หลากหลายเพื่อความบันเทิงและเพลิดเพลินเป็นสำคัญ ซึ่งจะสามารถดึงดูดผู้พักให้มาอยู่พักได้นานวันขึ้น และยังอาจดึงดูดผู้อาศัยอยู่บริเวณใกล้เคียงที่มีรายได้ในการใช้จ่ายมากพอให้มาใช้บริการเช่น บริการเพื่อสุขภาพ (ห้องออกกำลังกาย สระว่ายน้ำ สนามกีฬา ฯลฯ) และบริการเพื่อความบันเทิง (ห้องนั่งเล่นฟังเพลง เล่นเกม ฯลฯ) โรงแรมตากอากาศเกิดขึ้นครั้งแรกจากการที่ผู้คนในอดีตนิยมเดินทางไปยังแหล่งที่พบบ่อน้ำพุร้อน เพื่อการพักผ่อนและฟื้นฟูสุขภาพ ในยุคแรกนั้น รีสอร์ทหรือสถานพักตากอากาศจัดเป็นเขตเฉพาะของชนชั้นสูงและกลุ่มชนผู้มีฐานะ ต่อมาจึงเริ่มแพร่หลายมาเป็นที่นิยมของชนชั้นกลางในสมัยหลังสงครามโลกครั้งที่สอง ด้วยเหตุผลที่กลุ่มชนชั้นกลางมีฐานะการเงิน และรายได้ดีขึ้นจากสภาพเศรษฐกิจที่ขยายตัวประกอบกับการกำหนดให้มีวันหยุดพักผ่อนประจำปีที่ได้รับการจ่ายจากนายจ้าง ทำให้ผู้คนสามารถวางแผนการเดินทางพักผ่อนท่องเที่ยว เป็นผลให้มีผู้เดินทางมากขึ้นทั่วโลก พัฒนาการของโรงแรมตากอากาศทั้งโลกในยุคก่อน จะปรากฏอยู่เฉพาะตามแหล่งท่องเที่ยวนอกเมือง แต่ในปัจจุบันมีกิจการที่พักหลายแห่งที่สร้างขึ้นในเมืองและเขตชานเมือง โดยได้รับการออกแบบตกแต่งจัดบริเวณให้มีบรรยากาศสงบร่มรื่นคล้ายเป็นสถานตากอากาศ (อาภาพร จิระวัฒนภิณู, 2552 : 5)

ความหมายของรีสอร์ท

รีสอร์ท หมายถึง สถานที่ประกอบการเชิงการค้าที่นักธุรกิจตั้งขึ้นมีลักษณะเป็นโรงแรมประเภทหนึ่ง มีที่ตั้งอยู่ในแหล่งธรรมชาติ หรืออยู่ใกล้กับธรรมชาติมีบรรยากาศดี เพื่อบริการที่พักรั่วคราวสำหรับเดินทาง ในเรื่องของที่พักอาศัยอาหาร และบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพักอาศัยและเดินทาง หรืออาคารที่มีห้องนอนหลายห้อง ติดต่อเรียงรายกันในอาคารหลังหนึ่ง หรือหลายหลัง ซึ่งมีบริการต่างๆ เพื่อความสะดวกของผู้ที่มาพัก โดยมีค่าตอบแทน และคิดค่าบริการเป็นรายวันหรือไม่เกินหนึ่งเดือน

ประเภทของรีสอร์ท

เฮนคิน, ที ซี (Henkin, T. C. 1979 : 4) ธุรกิจประเภทโรงแรมหรือรีสอร์ท มี 3 ประเภท ดังนี้

1) Commercial or Transient Hotels หรือ โรงแรมเพื่อการค้า หรือโรงแรมสำหรับพักรั่วคราว จุดประสงค์ของโรงแรมประเภทนี้ก็คือ เพื่อให้ไว้ให้แขกของรีสอร์ทติดต่อเจรจาทางธุรกิจหรือเพื่อการท่องเที่ยว โรงแรมแบบนี้จะมีอยู่เยอะกว่าแบบอื่น ฉะนั้นกลุ่มลูกค้าคือนักท่องเที่ยวและนักธุรกิจทั้งหลาย และแน่นอนว่าไม่ได้มีไว้สำหรับให้เช่าอยู่เป็นเวลานาน ส่วนการบริการที่มีให้แก่แขกที่มาพัก คือให้ความสะดวกสบายในทุกๆ ด้าน เช่น จัดเลี้ยง ห้องพัก อาหาร เป็นต้น

2) Residential Hotels หรือโรงแรมเพื่อไว้พักหรือเช่าอยู่เป็นเวลานาน ต่างจากข้อบนที่มีระยะเวลาสั้นกว่า ส่วนใหญ่แล้วจะอยู่บริเวณนอกเมือง หรือต่างจังหวัด จุดประสงค์คือต้องการให้แขกที่พัก เข้ามาพักอยู่เป็นเวลานานได้ ลูกค้าอาจจะมาพักผ่อน หรือทำงานก็ได้ และมีการจัดอาหารตามต้องการให้ได้ แต่บางโรงแรมหรือรีสอร์ทก็เปิดอยู่ในเมืองก็ได้ ถ้าท้องถิ่นนั้นมีความต้องการพักอาศัยเป็นเวลานาน

3) Resort Hotels หรือโรงแรมรีสอร์ท จะมีคล้ายๆกับโรงแรมแบบอื่น แต่โรงแรมแบบนี้จะต้องอยู่ใกล้ แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ อาทิ เกาะต่างๆ ภูเขา ชายทะเล น้ำตก เพื่อให้แขกที่มาพักได้รับบรรยากาศโดยรอบ ฉะนั้นโรงแรมแบบนี้มีจุดประสงค์คือ เน้นการได้พักผ่อนจริงๆ ส่วนการบริการจะมีความหลากหลายอย่างมากขึ้น นอกจากบริการอาหาร เครื่องดื่ม ทำความสะอาด ยังต้องมีบริการด้านอื่นๆ อาทิเช่น ฟิตเนส สระว่ายน้ำ สนามกีฬาทั้งในร่ม และกลางแจ้ง

รีสอร์ทเชิงนิเวศ

รีสอร์ทเชิงนิเวศ คือ รีสอร์ทที่มีการอนุรักษ์ธรรมชาติ ให้มีความสำคัญกับ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ภาษาอังกฤษเรียกว่า “Ecotourism” มีความหมายว่า “การท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยังแหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรมอย่างมีความรับผิดชอบ โดยไม่ก่อให้เกิดการรบกวนหรือความเสียหายแก่ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม แต่มีวัตถุประสงค์อย่างมุ่งมั่น เพื่อชื่นชม ศึกษาเรียนรู้ และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ พืชพรรณ และสัตว์ป่า

ตลอดจนลักษณะทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในแหล่งธรรมชาตินั้น อีกทั้งช่วยสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจที่ส่งผลให้การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเกิดประโยชน์ต่อชุมชนอีกด้วย” (สฤษฎ์ แสงอรุณ. 2560 : ออนไลน์)

แนวคิดพื้นฐานของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

1. เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ (Nature-Based) รวมถึงแหล่งวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ ซึ่งมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น (Identical or Unique) และทรงคุณค่าในพื้นที่นั้น
2. เป็นการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ (Responsibly Travel) และมีการจัดการอย่างยั่งยืน (Sustainable Management) ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบ หรือส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมค่อนข้างต่ำ (No or Low Impact) และช่วยส่งเสริมการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม ของแหล่งท่องเที่ยวให้ยั่งยืนตลอดไป
3. เป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการเรียนรู้ (Learning) และการให้การศึกษา (Education) เกี่ยวกับระบบนิเวศ และสิ่งแวดล้อมของ แหล่งท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มพูนความรู้ (Knowledge) ความประทับใจ (Appreciation) และประสบการณ์ (Experience) ที่มีคุณค่า ซึ่งจะสร้างความตระหนัก และจิตสำนึกที่ถูกต้องทางด้านการอนุรักษ์ ทั้งต่อนักท่องเที่ยว ประชาชนท้องถิ่น ตลอดจนผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง
4. เป็นการท่องเที่ยวที่นำไปสู่การกระจายรายได้ ทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ โดยคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (Involvement of Local Community or People Participation) ในภาคบริการต่างๆ เพื่อก่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อท้องถิ่น (Local Benefit) มากกว่าการท่องเที่ยวที่เคยส่งเสริมกันมาตั้งแต่อดีตจนกระทั่งปัจจุบันที่เรียกว่า Conventional Tourism ซึ่งมักจะเป็น การท่องเที่ยวแบบหมู่คณะใหญ่ๆ (Mass Tourism) ที่ผลประโยชน์ส่วนใหญ่มักจะตกอยู่กับผู้ประกอบการ หรือบริษัทนำเที่ยวเท่านั้น

วัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความแตกต่างอย่างชัดเจนจากการท่องเที่ยวทั่วๆ ไป กล่าวคือ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศมุ่งเน้นในด้านการท่องเที่ยวควบคู่กับการดูแลรักษา และคงไว้ซึ่งคุณภาพสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว การเพิ่มพูนประสบการณ์ที่มีคุณค่าให้นักท่องเที่ยว การพัฒนาจิตสำนึกและความเข้าใจของนักท่องเที่ยวในการทำคุณประโยชน์ให้แก่สิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจ และการปรับปรุงคุณภาพชีวิตของชุมชนที่แหล่งท่องเที่ยวตั้งอยู่นอกจากนี้ ยังมุ่งเน้นด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่น่าสนใจของชุมชนท้องถิ่นดั้งเดิมที่ปรากฏในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เพื่อเปิดโอกาสให้มี

การศึกษาเรียนรู้และสร้างความพึงพอใจเกี่ยวกับความหลากหลายและวิวัฒนาการทางวัฒนธรรมของกลุ่มชนเหล่านั้นด้วย

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีองค์ประกอบสำคัญที่ควรพิจารณาอยู่ 3 ประการ คือ การสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และการมีส่วนร่วมของชุมชนการสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและระบบนิเวศ หากปัจจัยข้างต้นได้รับผลกระทบกระเทือนจากการใช้ประโยชน์ในรูปแบบใดก็ตาม โอกาสที่จะเกิดความเสื่อมโทรมหรือถูกทำลายจนด้อยคุณค่าไปก็มีอยู่สูง

1. การให้ความรู้ความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยว พร้อมทั้งการสร้างจิตสำนึกในการปกป้องรักษาธรรมชาติแวดล้อมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งจำเป็น รวมถึงการสร้างจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์ให้กับราษฎรท้องถิ่น มัคคุเทศก์ และเจ้าหน้าที่ของรัฐที่ดูแลรับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยวนั้นด้วย วิธีการสร้างจิตสำนึกในด้านการอนุรักษ์สำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่นิยมใช้กันโดยทั่วไปได้แก่ การจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติ เช่น การจัดตั้งศูนย์สื่อความหมายธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว การจัดเอกสารสิ่งพิมพ์ที่จำเป็นต่อการศึกษาเรียนรู้ การจัดนิทรรศการ/แผ่นป้ายบรรยายตามจุดท่องเที่ยวต่างๆ การจัดทำเส้นทางเดินป่าศึกษาธรรมชาติ รวมถึงการฝึกอบรมมัคคุเทศก์และเจ้าหน้าที่ให้สามารถชี้แนะและอธิบายเกี่ยวกับธรรมชาติและนิเวศวิทยาของสิ่งต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวพบเห็น

2. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีความสนใจที่จะศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติในลักษณะต่างๆ ทั้งสภาพภูมิทัศน์ตามธรรมชาติ ตลอดจนแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่ยากลำบากต่อการเดินทางและทำหาย นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จึงต้องการการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธรรมชาติในแง่มุมต่างๆ ทั้งในระดับกว้างและระดับลึก ซึ่งเป็นเสมือนการเพิ่มพูนประสบการณ์และได้รับความพึงพอใจในการท่องเที่ยว

3. การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนท้องถิ่นในระยะยาว และขณะเดียวกันการท่องเที่ยวมีผลต่อการคงอยู่ของธรรมชาติแวดล้อม ดังนั้นการเปิดโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะช่วยให้ชุมชนได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม และทำให้ชุมชนท้องถิ่นตระหนักถึงคุณค่าและความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและลดการพึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติลง ซึ่งนับว่าเป็นวิธีการหนึ่งในการส่งเสริมการอนุรักษ์ ซึ่งมีความสำคัญต่อสังคมส่วนรวมระดับประเทศ

ลักษณะการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

โดยลักษณะทั่วไปของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีดังนี้

1. เป็นพื้นที่ธรรมชาติที่มีการอนุรักษ์ไว้ รวมถึงแหล่งประวัติศาสตร์ โบราณคดี และวัฒนธรรมที่ปรากฏในพื้นที่ธรรมชาตินั้นๆ
2. มุ่งเน้นที่คุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวมากกว่าการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ
3. เน้นให้ทุกฝ่ายมีความรับผิดชอบต่อสภาพแวดล้อมธรรมชาติ และวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว
4. ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสเรียนรู้ หรือมีประสบการณ์โดยตรงกับสภาพแวดล้อมธรรมชาติ นอกจากจะได้รับความพึงพอใจแล้ว ยังเป็นการสร้างเสริมประสบการณ์ด้านสิ่งแวดล้อม
5. เป็นการท่องเที่ยวที่ค้ำประกันประโยชน์สู่ธรรมชาติและชุมชนท้องถิ่นทั้งทางตรง และทางอ้อม
6. เป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

กิจกรรมที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดประสบการณ์เรียนรู้แก่นักท่องเที่ยว และไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม อาทิเช่น กิจกรรมการเดินป่า กิจกรรมศึกษาธรรมชาติ กิจกรรมถ่ายรูปธรรมชาติ บันทึกเทปวิดีโอเทปเสียงธรรมชาติ กิจกรรมส่องดูนก กิจกรรมศึกษาเที่ยวถ้ำ หรืออาจเป็นกิจกรรมประเภทตื่นเต้นผจญภัยหรือชื่นชมธรรมชาติก็ได้

ดังที่กล่าวมาข้างต้น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นแนวคิดที่จะทำให้กิจกรรมการท่องเที่ยวช่วยส่งเสริมการศึกษาธรรมชาติและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะช่วยสร้างรายได้ และยังเป็นการสร้างงานให้กับประชาชนในท้องถิ่นเพื่อเพิ่มรายได้ เมื่อประชาชนในท้องถิ่นมีรายได้เพิ่มขึ้นจากกิจกรรมการท่องเที่ยว ก็จะช่วยลดความจำเป็นในการพึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติเพื่อดำรงชีพ ด้วยเหตุผลดังกล่าวการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจึงเป็นวิธีการหนึ่งที่จะทำให้การพัฒนาเศรษฐกิจการท่องเที่ยว และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมสามารถดำเนินควบคู่กันไปได้ หรืออาจกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นรูปแบบหนึ่งของการพัฒนาอย่างยั่งยืน

แนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

ที่มาและความหมายของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

เศรษฐกิจพอเพียง คือ พระราชปรัชญาซึ่งพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช รัชกาลที่ 9 ทรงพระกรุณาพระราชทานแก่พสกนิกรชาวไทย เพื่อให้สังคมไทยมีชีวิตดำรงอยู่ได้ อย่างมั่นคงและยั่งยืน ไม่ว่าเมื่อต้องเผชิญกับวิกฤตการณ์ หรือการเปลี่ยนแปลงใดๆ

บนพื้นฐานวิถีชีวิตดั้งเดิมของสังคมไทยนำมาประยุกต์ใช้ (กองบัญชาการกองทัพบก. 2560 : ออนไลน์)

ในช่วงทศวรรษก่อนวิกฤตเศรษฐกิจปี พ.ศ. 2540 เป็นช่วงที่ประเทศไทยมีการปรับโครงสร้างการผลิต ทั้งยังมีการขยายตัวทางเศรษฐกิจที่สูง ทั้งด้านการส่งออก และการผลิต ทั้งนี้ อัตราการขยายของผลผลิตมวลรวมของประเทศไทยมีการขยายตัวสูงเมื่อเทียบกับประเทศกำลังพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ในช่วงปี พ.ศ. 2502-2516 เฉลี่ยร้อยละ 8.1 ต่อปี แม้ระหว่าง พ.ศ. 2517-2528 ซึ่งเป็นช่วงที่เศรษฐกิจตกต่ำทั่วโลก อัตราการขยายของผลผลิตมวลรวมของประเทศไทยก็ยังสูงถึงร้อยละ 6.3 ต่อปี และปี พ.ศ. 2529-2539 อัตราการขยายของผลผลิตมวลรวมของประเทศไทยเฉลี่ยต่อปีของประเทศไทย คือ ร้อยละ 9.1 การขยายตัวทางเศรษฐกิจการส่งออก และการปรับโครงสร้างการผลิต มีผลจากการที่ประเทศไทยเปิดต่อการค้าการลงทุนจากต่างชาติ สูง มีการลงทุนจากต่างประเทศที่นำเทคโนโลยีและการตลาดมาสู่ประเทศไทย (ศูนย์ศึกษาเศรษฐกิจพอเพียง สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. 2551 : 8)

นอกจากขยายตัวที่ดีแล้ว เศรษฐกิจของประเทศไทยยังมีเสถียรภาพสูง ทั้งด้านของระดับราคาสินค้า อัตราแลกเปลี่ยน และการมีงานทำ โดยในปี 2504-2513 ประเทศไทยมีอัตราเงินเฟ้อเฉลี่ยร้อยละ 2.3 ต่อปี ช่วงปี พ.ศ. 2514-2523 อัตราเงินเฟ้อของประเทศไทยคือร้อยละ 10.0 ต่อปี และในปี พ.ศ. 2524-2533 ประเทศไทยมีอัตราเงินเฟ้อเฉลี่ยร้อยละ 4.4 ต่อปี ในช่วงก่อนวิกฤตปี พ.ศ. 2540 อัตราเงินเฟ้อสูงขึ้นมาเป็น ประมาณร้อยละ 5 ต่อปี ซึ่งก็ยังไม่สูงเมื่อเทียบกับประเทศกำลังพัฒนาทั่วไป

ในการจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 สำนักคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ มีแนวคิดที่จะนำหลักเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นแนวทางใหม่ในการพัฒนาประเทศเนื่องจากปัญหาความไม่สมดุลในการพัฒนาโดยเฉพาะการเกิดวิกฤตทางเศรษฐกิจในปี 2540 ย้ำให้เห็นว่าแนวทางการพัฒนาประเทศที่ผ่านมาของไทยยังไม่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่ยั่งยืนและสมดุลได้ จึงจำเป็นต้องหาแนวทางใหม่ในการพัฒนาประเทศ ซึ่งเศรษฐกิจพอเพียงเป็นกรอบที่เหมาะสม ทำให้เราหลีกเลี่ยงวิกฤตเศรษฐกิจได้ เพื่อให้มีความชัดเจนในความหมายของปรัชญา เพื่อการทำความเข้าใจและทำให้การดำเนินโครงการของหน่วยงานต่างมีทิศทางเดียวกัน สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติจึงได้จัดตั้งคณะทำงานโดยเชิญผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาต่างๆ ร่วมกันประมวลและกลั่นกรองพระราชดำรัสเกี่ยวกับการพัฒนาเศรษฐกิจ เพื่อสังเคราะห์ความหมายของเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช รัชกาลที่ 9

การศึกษาพบว่า พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช รัชกาลที่ 9 ได้พระราชทานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นเวลานานและต่อเนื่องกว่าสามสิบปีแล้ว ทรงมีกระแสพระราชดำรัสให้ผู้บริหารประเทศและประชาชนเห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาที่สมดุล

มีการพัฒนาเป็นลำดับขั้น ไม่เน้นเพียงการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว เช่น พระบรมราชโองการเมื่อวันที่ 19 กรกฎาคม พ.ศ. 2517 ที่ว่า

ในการพัฒนาประเทศนั้นจำเป็นต้องทำตามลำดับขั้น เริ่มด้วยการสร้างพื้นฐาน คือ ความมีกินมีใช้ของประชาชนก่อน ด้วยวิธีการที่ประหยัดระมัดระวัง แต่ถูกต้องตามหลักวิชา เมื่อพื้นฐานเกิดขึ้นมั่นคงพอควรแล้ว การช่วยเหลือสนับสนุนประชาชนในการประกอบอาชีพ และตั้งให้มีความพอกินพอใช้ก่อนอื่นเป็นพื้นฐานนั้นเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งยวด เพราะผู้ที่มีอาชีพและฐานะเพียงพอที่จะพึ่งตนเองย่อมสามารถสร้างความเจริญก้าวหน้าระดับสูงขึ้นไปได้โดยแน่นอน ส่วนการถือหลักที่จะส่งเสริมความเจริญ ให้ค่อยเป็นค่อยไปตามลำดับด้วยความรอบคอบระมัดระวังและประหยัดนั้น ก็เพื่อป้องกันการผิดพลาดล้มเหลว และพระราชดำรัสเมื่อวันที่ 4 ธันวาคม พ.ศ. 2517

ให้เมืองไทยอยู่แบบพออยู่พอกิน ไม่ใช่จะรุ่งเรืองอย่างยอด แต่มีความพออยู่พอกิน มีความสงบเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ ถ้าเรารักความพออยู่พอกินนี้ได้ เราจะยอดยิ่งยวด

จากการประมวลพระราชดำรัสเกี่ยวกับการพัฒนาเศรษฐกิจ เพื่อเป็นแนวคิดใหม่ในการพัฒนาประเทศคณะทำงานได้สรุปเป็นปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และได้รับพระบรมราชานุญาตใช้เป็นกรอบในการจัดทำแผนเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 โดยมีเนื้อหา ดังนี้

ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง เป็นปรัชญาชี้แนะการดำรงอยู่และปฏิบัติตนของประชาชนในทุกระดับตั้งแต่ระดับครอบครัว ระดับชุมชน จนถึงระดับรัฐทั้งในการพัฒนาและบริหารประเทศให้ดำเนินไปในทางสายกลาง โดยเฉพาะการพัฒนาเศรษฐกิจเพื่อให้ก้าวทันต่อโลกยุคโลกาภิวัตน์ ความพอเพียง หมายถึง ความพอประมาณความมีเหตุผล รวมถึงความจำเป็น ที่จะต้องมีระบบภูมิคุ้มกันในตัวที่ดีพอสมควร ต่อการมีผลกระทบใดๆ อันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงทั้งภายนอกและภายใน ทั้งนี้ จะต้องอาศัยความรู้ ความรอบคอบ และความระมัดระวัง อย่างยิ่งในการนำวิชาการต่างๆ มาใช้ในการวางแผนและการดำเนินการทุกขั้นตอน และขณะเดียวกันจะต้องเสริมสร้างพื้นฐานจิตใจของคนในชาติ โดยเฉพาะเจ้าหน้าที่ของรัฐ นักทฤษฎี และนักธุรกิจในทุกระดับ ให้มีสำนึกในคุณธรรมความซื่อสัตย์สุจริต และให้มีความรอบรู้ที่เหมาะสม ดำเนินชีวิตด้วยความอดทน ความเพียร มีสติปัญญา และความรอบคอบ เพื่อให้สมดุลและพร้อมต่อการรองรับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและกว้างขวางทั้งด้านวัตถุสังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมจากโลกภายนอกได้เป็นอย่างดี

โครงสร้างและเนื้อหาของปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

ความหมายของ ความพอเพียงคือ ความพอประมาณ ความมีเหตุมีผล มีระบบภูมิคุ้มกันที่ดีมีต่อผลกระทบของการเปลี่ยนแปลง หากขาดองค์ประกอบใดก็ไม่เป็นพอเพียงที่สมบูรณ์ (ศูนย์ศึกษาเศรษฐกิจพอเพียง. 2551 : 14)

ความพอประมาณ (Moderation) มีสองนัย คือ ความพอดีไม่สุดโต่ง และการยืนได้บนขาของตนเอง (Self-Reliant) เป็นการดำเนินชีวิตอย่างทางสายกลาง โดยมีการกระทำไม่มากเกินไป ไม่น้อยเกินไปในมิติต่างๆ เช่น การบริโภค การผลิตอยู่ในระดับสมดุล การใช้จ่าย การออมอยู่ในระดับที่ไม่สร้างความเดือดร้อนให้ตนเองเป็นสิ่งที่ทำให้เราทำอะไรเต็มตามศักยภาพไม่เบียดเบียนตนเองและผู้อื่น เพื่อเป็นการยืนได้โดยลำแข้งของตนเอง

ความมีเหตุมีผล (Reasonableness) หมายความว่า การตัดสินใจเกี่ยวกับพฤติกรรมต่างๆ ที่มีความพอประมาณในมิติต่างๆ จะต้องมีการไตร่ตรองรู้คิดถึงระยะยาว ต้องมีเป้าหมายและวิธีการที่เหมาะสมมีความรู้ในการดำเนินการ มีการพิจารณาจากเหตุ ปัจจัยและข้อมูลที่เกี่ยวข้องต้องเป็นการมองระยะยาว ตลอดจนถึงถึงผลกระทบของการกระทำและความเสี่ยง จะทำให้มีความพอประมาณทั้งในปัจจุบันและอนาคต

การมีภูมิคุ้มกันในตัวดีพอสมควร (Self-Immunity) พลวัตในมิติต่างๆ ทำให้เรามีการเปลี่ยนแปลงในสภาวะต่างๆ อย่างรวดเร็วขึ้น จึงต้องมีการเตรียมตัวพร้อมรับผลกระทบที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงด้านต่างๆ การกระทำที่เรียกได้ว่าพอเพียงไม่คำนึงถึงเหตุการณ์และผลในปัจจุบัน แต่จำเป็นต้องคำนึงถึงความเป็นไปได้ของสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในอนาคต ภายใต้ข้อจำกัดของข้อมูลที่มีอยู่ และสามารถสร้างภูมิคุ้มกันพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงและการมีภูมิคุ้มกันจะทำให้มีความพอเพียงแม้เมื่อมีการเปลี่ยนแปลง ถึงจะมีเหตุการณ์ที่แย่ที่สุดก็รับมือได้

ความรอบรู้ คือ มีความรู้เกี่ยวกับวิชาการต่างๆ อย่างรอบด้าน ในเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นประโยชน์พื้นฐาน เพื่อนำไปใช้ในการปฏิบัติอย่างพอเพียง การมีความรู้ย่อมทำให้มีการตัดสินใจที่ถูกต้อง ทั้งนี้รวมถึง ความรอบคอบ ความระมัดระวัง คือ มีการวางแผน โดยสามารถที่จะนำความรู้และหลักวิชาต่างๆ มาพิจารณาเชื่อมโยงสัมพันธ์กันและความมีสติ ตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นได้ ในการนำแผนปฏิบัติที่ตั้งอยู่บนหลักวิชาต่างๆ เหล่านั้นไปใช้ในทางปฏิบัติโดยมีการปรับใช้ให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมทั้งทางกายภาพและทางสังคมด้วย

ในส่วนของคุณธรรม ความซื่อสัตย์สุจริต ซึ่งครอบคลุมทั้งชาติ รวมทั้งเจ้าหน้าที่ นักวิชาการ นักธุรกิจ มีสองด้านคือ ด้านจิตใจ/ปัญญา และด้านการกระทำ ในด้านแรกเป็นการเน้นความรู้คู่คุณธรรมตระหนักในคุณธรรม มีความซื่อสัตย์สุจริต และมีความรอบรู้ที่เหมาะสม ส่วนด้านการกระทำหรือแนวทางดำเนินชีวิต เน้นความอดทน ความเพียร สติปัญญา และความรอบคอบ เงื่อนไขนี้จะทำให้การปฏิบัติตามเนื้อหาของความพอเพียงเป็นไปได้ ทำให้ตนเองไม่มี

ความโลภ ไม่เบียดเบียนผู้อื่นหรือสังคม เพราะการมีความโลภจะทำให้อะไรสุดโต่ง ไม่นึกถึงความเสี่ยง ไม่รู้จักพอ มีโอกาสที่จะกระทำการทุจริต

ปรัชญากล่าวถึง ผลที่คาดว่าจะได้รับด้วย โดยความพอเพียงเป็นทั้งวิธีการและผลจากการกระทำ โดยจะทำให้เกิดวิถีการพัฒนาและผลของการพัฒนาที่สมดุล และพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงความสมดุลและความพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง หมายถึง ความสมดุลในทุกด้าน ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม ในขณะเดียวกัน ความสมดุลของการกระทำทั้งเหตุและผล จะนำไปสู่ความยั่งยืนของการพัฒนา ภายใต้พลวัตทั้งภายในและภายนอกประเทศ

หากจะสรุปโครงสร้างของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงให้ชัดเจนขึ้น สามารถแสดงได้รูปที่ 12 ข้างล่างนี้



รูปที่ 10 ปรัชญาสามห่วง สองเงื่อนไข

ที่มา : ศูนย์ศึกษาเศรษฐกิจพอเพียง. (2551). **ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงกับการบริหารการพัฒนา**. หน้า 15.

จากรูปที่ 10 ปรัชญานี้เป็นสามห่วง สองเงื่อนไข คือ ความพอประมาณ ความมีเหตุมีผล และการมีภูมิคุ้มกัน ซึ่งเป็นองค์ประกอบของความพอเพียง และความรู้ คุณธรรมเป็นเงื่อนไขสองประการ

ตัวอย่างแนวคิดการประยุกต์ใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท

1. คำแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท จังหวัดกาญจนบุรี

คำแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท เป็นโรงแรมเดียวในจังหวัดกาญจนบุรี และเป็นโรงแรมเดียวในภาคกลางที่ได้รับรางวัล ไทยแลนด์ ทัวริซึม อวอร์ด หรือรางวัลกินนรี ซึ่งจัดขึ้นโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่คำแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท นอกจากจะได้สูดอากาศบริสุทธิ์แล้วยังเป็นรีสอร์ทตามแนว “เศรษฐกิจพอเพียง” ที่โดดเด่นอีกด้วย คำแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท เปิดดำเนินการในปี พ.ศ. 2536 โดยตั้งอยู่ที่ ต.ลาดหญ้า อ.เมือง จังหวัดกาญจนบุรี มีพื้นที่กว้างใหญ่ โครงการทั้งหมดมีเนื้อที่ กว่า 100 ไร่ ตั้งอยู่ริมแม่น้ำแควใหญ่ ในพื้นที่ มีสวนขนาดใหญ่ อยู่ติดแม่น้ำ ถึงประมาณ 1 กิโลเมตร (ผู้จัดการออนไลน์. 2551 : ออนไลน์)

ในขณะที่จังหวัดกาญจนบุรี มีรีสอร์ทท้องถิ่นที่คำห้อยพักถูกเป็นส่วนใหญ่ หากแต่คำแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท ต้องการยกระดับรีสอร์ทขึ้นมาให้โดดเด่น แม้ในช่วงราว 10 ปีของการประกอบธุรกิจ โรงแรมจะขาดทุน แต่ที่เปิดกิจการอยู่ได้ส่วนหนึ่งมาจากความร่วมมือร่วมใจระหว่าง เจ้าของกิจการ และพนักงาน ที่มีความผูกพัน และจริงใจต่อกัน 15 ปีที่ผ่านมา พนักงานมากกว่า 40 เปอร์เซนต์ มีอายุงานไม่ต่ำกว่า 8-10 ปี และที่นี่ได้เกิดไอเดีย “พลิกวิกฤตเป็นโอกาส”

การพลิก วิกฤต ให้เป็นโอกาส เริ่มต้นขึ้น โดยใช้แนวทางพระราชดำริเรื่องเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช รัชกาลที่ 9 มาทดลองทำเป็นส่วนๆ จนกระทั่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับกิจการของบริษัทฯ อย่างได้ผลชัดเจนเป็นรูปธรรม โดยได้ดำเนินการมา กว่า 3 ปี ไม่รวมการทดลองเป็นโครงการเล็กๆ กว่า 2 ปี ทำให้เริ่มการสร้างกิจการที่มั่นคงขึ้น และกลายเป็นโรงแรมที่มีไอเดียเก๋ไม่เหมือนใคร

คำแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท เริ่ม ฟังตนเองด้านพลังงาน เช่น น้ำ ไฟ แก๊ส และการคมนาคมขนส่ง เป็นต้น โดยต้องหาพลังงานทดแทนให้ได้อย่างน้อย 30 เปอร์เซนต์ ให้เพียงพอต่อการดำรงชีวิต ของทุกชีวิต ภายในคำแสดฯตลอดจนมองหาธุรกิจอื่นมาทดแทน ในกรณีที่ไม่มีลูกค้าเข้ามาใช้บริการโรงแรม ลดการใช้สารเคมีในรีสอร์ท และในอนาคตต้องเลิกใช้สารเคมี เพื่อช่วยคืนระบบนิเวศน์ให้กับธรรมชาติ

เมื่อมองเห็นว่าความพอเพียง เป็นความสำนึกที่ต้องปลูกฝัง ให้เกิดขึ้น และธรรมชาติของสมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้า จะเป็นรากฐานสำคัญ ที่จะช่วยลดความอยาก ความเห็นแก่ตัว และนำทางให้เกิดความพอเพียงขึ้นได้ คำแสด ริเวอร์แคว รีสอร์ท จึงจัดทำโครงการสร้างสถานที่ปฏิบัติธรรมให้แก่พนักงานด้วย เพื่อให้พนักงานได้มีโอกาสสวดมนต์ไหว้พระ พร้อมทั้งนั่งสมาธิ เพื่อรู้จักสงบจิตใจ และมีโอกาสพูดคุยกับผู้บริหาร เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ได้สนทนาธรรม ได้ศึกษาธรรมะ เพื่อใช้ในชีวิตประจำวัน ซึ่งส่วนใหญ่ถ่ายทอดให้โดย เจ้าของ และผู้บริหาร ซึ่งต่อมาขยายเป็น โครงการสวนธรรมคำแสด โดยทางบริษัทฯ ได้จัดกิจกรรม สวดมนต์ทำวัตร เช้า-เย็น ทุกวันจันทร์ และวันพฤหัสบดี รวมเดือนละ 16 ครั้ง

แต่ที่สำคัญคือโครงการลดค่าใช้จ่าย หลังจากที่ได้ดำเนินการไปแล้ว หน่วยงานพัฒนาธุรกิจได้ลดค่าใช้จ่ายของงานที่ไม่ก่อให้เกิดผลกำไร และตัดงานที่สิ้นเปลืองออกไป ลดขนาดของหน่วยงานลง พนักงานสามารถทำงานส่วนอื่นๆ เสริมได้เช่น พนักงานฝ่ายบัญชี สามารถเสริมงานต้อนรับ งานเก็บเงิน งานผู้ช่วยครัว พนักงานแผนกบุคคล, แผนกคอมพิวเตอร์ และข้อมูล สามารถเสริมงานปรุงอาหารโชว์, งานผู้ช่วยก๊วก, งานเสิร์ฟอาหาร, เข้าสมทบทำกิจกรรมสนับสนุนการให้ลูกค้า เป็นต้น

นอกจากนี้ยังลดค่าใช้จ่ายอื่นๆ โดยดำเนินการเพิ่มเช่น ส่งเสริมให้มีการจัดตั้งหน่วยงานผลิตแฮมพู สบู่ จากวัตถุดิบธรรมชาติที่มีอยู่ในโรงแรมแทนการสั่งซื้อแฮมพู สบู่จากภายนอก ที่มีส่วนประกอบของสารเคมีสูงมาก ลดค่าใช้จ่ายด้านการกำจัดขยะ เดิมค่าแสดฯ เสียค่าใช้จ่ายในการทำขยะเดือนละ 1-2 หมื่นบาท จึงได้เริ่มจัดสร้างเตาเผาขยะ และจัดทีมไปศึกษาดูงานที่มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน และได้รับคำแนะนำจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. บุญมา ปานประดิษฐ์ ในการกำจัดขยะ จนกระทั่งมีการสร้างโรงแยกขยะ โรงทำปุ๋ย ไปจนถึงการสร้างและพัฒนาถึงผลิตก๊าซชีวภาพ จนกลายเป็นโครงการกำจัดขยะครบวงจร

จากโครงการกำจัดขยะครบวงจร ก่อให้เกิดผลผลิตตามมาอีก เช่น ได้ปุ๋ย น้ำส้มควันไม้ ถ่านดำ แก๊สหุงต้ม ฯลฯ สิ่งต่างๆ เหล่านี้ จึงเกิดโครงการต่อเนื่องขึ้น คือ โครงการปลูกผัก ปลอดสารพิษ ขึ้นอย่างถาวรโครงการนี้สร้างความมั่นคงทางอาหารให้กับพนักงาน และบรรลุนิเวศประสงคของเจ้าของบริษัทฯ ที่ต้องการจะประกันให้กับพนักงานว่า ถ้าเกิดเหตุการณ์ไม่ดีทางเศรษฐกิจอีก โรงแรมจะยังมีอาหารรับประทานกันได้อีกนาน รวมถึงการผลิตแก๊สชีวภาพจากขยะเศษอาหาร เป้าหมายของโครงการนี้มุ่งเน้นการผลิตแก๊สขึ้นใช้เองให้ได้อย่างน้อย 30 เปอร์เซ็นต์ของการซื้อเข้ามา

โครงการสูบน้ำด้วย กังหันพลังน้ำ และโครงการในอนาคต จะประกอบด้วย การผลิตกระแสไฟฟ้าด้วยพลังงานน้ำ ลดการใช้เครื่องต้มน้ำไฟฟ้า เปลี่ยนเป็นระบบ ต้มน้ำโดยใช้พลังงานความร้อนจากธรรมชาติ ได้แก่ ใช้แสงอาทิตย์กับแก๊สชีวภาพ หรือถ่านไม้ที่ผลิตได้เอง การผลิตไบโอดีเซลจาก ต้นสบู่ดำ การนำพลังงานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมาใช้ทดแทนพลังงานไฟฟ้า และน้ำมัน เช่น พลังงานลม และพลังงานแสงอาทิตย์ เป็นต้น

โครงการต่างๆ นำมาสู่สภาพแวดล้อมใหม่ในปัจจุบัน ที่คำแสดกลับกลายเป็นรีสอร์ทที่มีธรรมชาติบริสุทธิ์ มีหนองและนกกลับมาจำนวนมาก กลายเป็นสถานที่น่าพักผ่อน ซึ่งภายในรีสอร์ท ที่ถือเป็นรีสอร์ทหรู ยังมีสระว่ายน้ำขนาดใหญ่ 2 สระ สปา ลานกิจกรรม มีผักสดจากสวนด้านข้างไว้บริการลูกค้า ข้าวที่สีเอง สบู่และแชมพูที่สกัดเอง สร้างแบรนด์ “คำแสด” ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น ขณะที่รีสอร์ทยังอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวเช่น ห่างจากสะพานข้ามแม่น้ำแควเพียง 16 กม.

2. เรนฟอเรสต์ รีสอร์ท จังหวัดพิษณุโลก

เรนฟอเรสต์ รีสอร์ท ตั้งอยู่บนถนนหลวงหมายเลข 12 ห่างจากจังหวัดพิษณุโลก ประมาณ 24 กิโลเมตร การได้มาพักที่นี่ทำให้ได้เรียนรู้เรื่องเกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียง ในระดับการจัดการโรงแรมอีกด้วย ว่านำมาประยุกต์ใช้ในการจัดการรีสอร์ทขนาดเล็กอย่าง เรนฟอเรสต์ รีสอร์ท ได้อย่างไรบ้าง ซึ่งการนำมาประยุกต์ใช้ ทำให้ทางรีสอร์ทลดต้นทุน ค่าใช้จ่ายภายในไปได้มากที่สุดทีเดียว มากกว่าครึ่งอีก ทางรีสอร์ทเริ่มโครงการด้านเศรษฐกิจ พอเพียงนี้ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553 มีฟาร์มเป็นของตัวเองตั้งอยู่อีกฝากของถนน ตรงข้ามรีสอร์ท ผู้สนใจสามารถเข้าไปเยี่ยมชมในฟาร์มได้ ทุกวันนี้มีคนเข้ามาขอการฝึกอบรมถ่ายทอด ประสบการณ์จากเรนฟอเรสต์ รีสอร์ท เป็นจำนวนมาก ด้วยหลักการที่จะพึ่งพิงตัวเองให้ได้มากที่สุด เรนฟอเรสต์ รีสอร์ท จึงเริ่มต้นทำฟาร์มขึ้นเพื่อ ทำให้กิจกรรมหลายอย่างกลายมาเป็นวงจร เหมือนวัฏจักรหมุนเวียน ลดภาระและปริมาณขยะในรีสอร์ทได้หมด แทบไม่มีขยะหลุดออกจาก รีสอร์ทแห่งนี้ นอกจากพลาสติกบางชนิดที่ยังเปลี่ยนไม่ได้หมด ขยะจากรีสอร์ทนำมาทำปุ๋ย ให้พืช ให้ผักในฟาร์ม ปลูกผัก เลี้ยงหมูหลุม เลี้ยงไส้เดือน และกิจกรรมการเกษตรอีกมาก ไว้รองรับร้านอาหารภายในรีสอร์ท ด้วยปริมาณที่พอดี ไม่มากไม่น้อยไปในการดูแลตัวเอง พอมีเหลือและแบ่งปัน ส่วนอาหารที่กินในรีสอร์ท ก็เป็นผลผลิตพอดีๆ ของทางฟาร์มนั่นเอง ยังร่วมไปถึงการอบรมพนักงาน และชาวบ้านให้มียอดความรู้ในการพึ่งพิงตัวเองให้มากที่สุดด้วย เมื่อเกิดปัญหาภาวะวิกฤติก็สามารถดูแลตัวเองได้ ทั้งการทำสบู่ ไข่ไข่เอง ยังมีผลิตภัณฑ์ใน ห้องน้ำอีกหลายชนิดที่ทางรีสอร์ททำขึ้นใช้เอง สบู่ แชมพู ซึ่งขายเป็นของที่ระลึกให้กับผู้มาพัก อีกด้วย (สะตูดาดอตคอม. 2553 : ออนไลน์)

3. ชุมพรคานานารีสอร์ท จังหวัดชุมพร

ผลจากการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ ทำให้ ชุมพรคานานารีสอร์ท ผ่านพ้นวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ ปี 2540 จนได้รับรางวัลชนะเลิศ การประกวดผลงานตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ประเภทธุรกิจขนาดกลาง ครั้งที่ 1 ของ สำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ หรือ สำนักงาน กปร. (กรมประชาสัมพันธ์. 2558 : ออนไลน์)

ชุมพรคานานารีสอร์ท และศูนย์กีฬาต้าน้ำ ตั้งอยู่ที่หาดทุ่งวัวแล่น ตำบลสะพลี อำเภอบางสะพาน จังหวัดชุมพร การเกิดวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ ปี 2540 ทำให้ชุมพรคานานา รีสอร์ทที่มีภาระหนี้สินเพิ่มขึ้น 30-40% เนื่องจากการที่รัฐบาลประกาศลดค่าเงินบาท ทำให้การ ก่อสร้างโรงแรมใหม่ที่ดำเนินการไปแล้วกว่า 80% หยุดชะงักลง กิจกรรมขาดสภาพคล่องจาก มาตรการเข้มงวดทางการเงินการคลัง ทำให้ธนาคารหยุดการให้ความช่วยเหลือ ภาวะเศรษฐกิจ ชะงัก ทำให้จำนวนลูกค้าลดลงอย่างมาก นอกจากนี้ในเดือนพฤศจิกายนปีเดียวกัน ยังเกิด อุทกภัยใหญ่ในจังหวัดชุมพร ส่งผลให้จำนวนลูกค้าซึ่งมีน้อยอยู่แล้วลดน้อยลงไปอีก ซึ่งเป็นการ

ซ้ำเติมสภาวะขององค์กรเนื่องจากการขาดกระแสเงินสดมาเป็นทุนหมุนเวียนในกิจการ โดยเฉพาะเงินเดือนและค่าจ้างของพนักงาน ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ชุมพรคานานำไม่สามารถควบคุมได้เลย

จากสถานการณ์ดังกล่าว ชุมพรคานานำรีสอร์ทได้น้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ โดยในด้านความพอประมาณ มีการพึ่งพาตนเอง โดยการคิดค้นเครื่องมือผลิตสิ่งของบางอย่างขึ้นใช้เอง เช่น เครื่องคั่วกาแฟ สบู่ น้ำยาทำความสะอาด น้ำยาปรับผ้านุ่ม น้ำมันไบโอดีเซล ใช้การพึ่งพาอาศัย โดยร่วมกับพนักงานและครอบครัว ผลิตสิ่งของส่งมาขายให้กับองค์กร มีการยึดหลักพึ่งพิงกัน โดยการนำสิ่งที่องค์กรมีอยู่มากและไม่ได้ใช้ประโยชน์ ไปแลกเปลี่ยนกับสิ่งของบางอย่างที่จำเป็นต้องใช้จากชาวบ้านหรือชุมชน นอกจากนี้ยังมีการเจริญเติบโตอย่างพอเพียง โดยคำนึงถึงศักยภาพของตัวเอง พนักงาน และสภาพแวดล้อมรอบตัว เพื่อเป็นที่พักตากอากาศระดับสามดาว นอกจากนี้ยังประกอบธุรกิจเฉพาะด้านที่ชำนาญหรือสามารถต่อยอดจากธุรกิจหลักเท่านั้น ในด้านความมีเหตุมีผล มีการสร้างระบบการดำเนินงานภายในองค์กรโดยคำนึงถึงความสอดคล้องเหมาะสมกับภูมิสังคมและพฤติกรรมของพนักงาน จัดโครงสร้างองค์กรใหม่ให้เรียบง่ายไม่ซับซ้อน โดยการจ้างพนักงานที่เป็นคนในพื้นที่ มีการประหยัดทรัพยากรทุกประเภทเพื่อประหยัดต้นทุนและความยั่งยืนของธุรกิจ เช่น การนำวัสดุและสิ่งปฏิกูลมาใช้ประโยชน์ ใช้วัตถุดิบที่ผลิตจากท้องถิ่นและของตนเองเป็นหลัก มีการใช้เครื่องมือ เครื่องจักรและเทคโนโลยีที่เหมาะสมรวมถึงการพัฒนาขึ้นเอง รวมทั้งมีการกระจายความเสี่ยงโดยนำเสนอรูปแบบต่างๆ ของกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น การดำน้ำ การเยี่ยมชมแหล่งต้นน้ำ Home Stay ในด้านการมีภูมิคุ้มกันที่ดี มีการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการสร้างสรรค์นวัตกรรมในการให้บริการ เพื่อให้ลูกค้าและนักท่องเที่ยวได้เห็นและสัมผัสถึงวิถีชนบท เช่น กิจกรรมการดำนา เกี่ยวข้าวในรีสอร์ต นอกจากนี้ ยังมีการให้บริการที่หลากหลาย เพื่อดึงดูดลูกค้าแต่ละกลุ่ม เช่น กลุ่มระดับสูง เน้นกิจกรรมท่องเที่ยวทางทะเล การดำน้ำลึกด้วยเรือขนาดใหญ่ กลุ่มระดับกลาง เน้นการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การล่องแก่ง กลุ่มลูกค้าระดับชาวบ้าน เน้นการเข้ามามีชีวิตชีวาในงานต่างๆ เช่น การทำนาไร่พืช การเกษตรอินทรีย์ ส่วนกลุ่มข้าราชการ คณะบุคคลจะเน้นการประชุม สัมมนา ฝึกอบรมต่างๆ นอกจากนี้ ยังมีการสร้างทรัพยากรขึ้นมาแทนที่ เช่น การปลูกต้นไม้ (ธนาคารต้นไม้) มีการสร้างเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อสร้างความเข้มแข็งและต่อยอดจากการร่วมมือกัน โดยผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ ในการนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในด้านความรู้ ได้ส่งเสริมและเปิดโอกาสให้พนักงานพัฒนาศักยภาพอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ เช่น การนำภูมิปัญญามาปรับใช้และต่อยอดเป็นนวัตกรรม ส่งเสริมให้พนักงานได้รับข้อมูลข่าวสารต่างๆ โดยการติดประกาศข่าวสารให้พนักงานทราบ มีการอบรมถ่ายทอดความรู้ให้กับพนักงานเรื่องการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน ในด้านคุณธรรม ได้ให้โอวาทพนักงานในการเลือกที่จะทำหน้าที่และร่วมกิจกรรม รวมทั้งยังให้การดูแลพนักงานอย่างใกล้ชิด เช่น ดูแลสวัสดิการในด้านต่างๆ ได้แก่ การศึกษา

คำรักษาพยาบาล การดูแลเด็กและคนชรา ให้การดูแลพนักงานหลังเกษียณอายุ โดยให้รับผิดชอบงานที่เหมาะสม อีกทั้งยังส่งเสริมให้พนักงานทำงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริต มีคุณธรรม ช่วยเหลือและไม่เบียดเบียนซึ่งกัน และกัน รวมถึงมีการรักษาสภาพแวดล้อมให้คงสภาพเดิม เช่น บริเวณชายหาดและบริเวณรีสอร์ท และยังให้การสนับสนุนชุมชนอีกด้วย

จากการดำเนินธุรกิจตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงดังกล่าว ทำให้ชุมชนพรานบุรีรีสอร์ท สามารถลดต้นทุน ผ่านวิกฤตเศรษฐกิจ ปี พ.ศ. ๒๕๔๐ มาได้ และยังได้มีการพัฒนาการให้บริการที่แตกต่างจากที่อื่นๆ โดยเน้นการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ทำให้นักท่องเที่ยวสนใจมาเที่ยวอย่างต่อเนื่อง และประสบความสำเร็จมาจนถึงทุกวันนี้

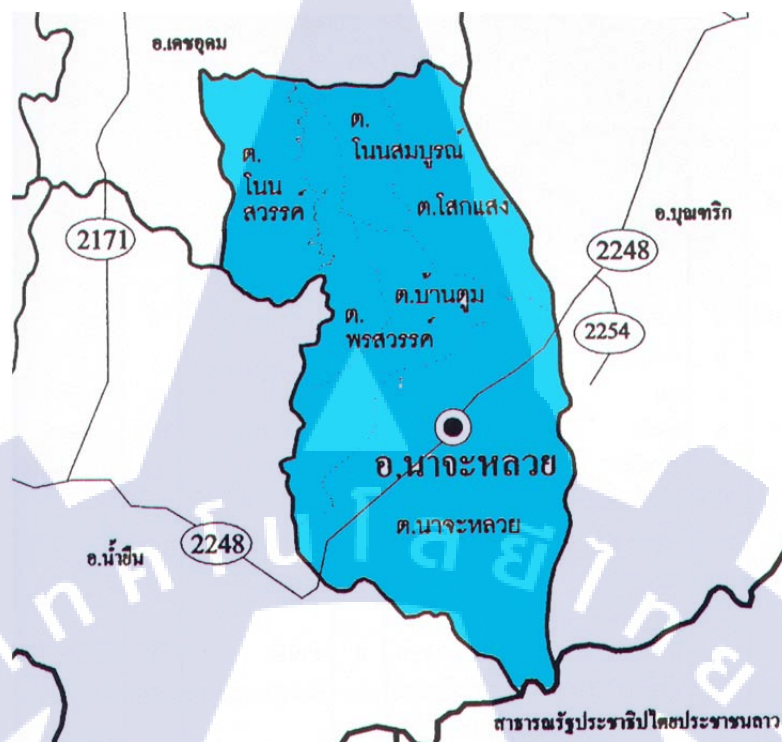
สรุปแนวคิดธุรกิจรีสอร์ทตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

จากตัวอย่างแนวคิดการประยุกต์ใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับธุรกิจโรงแรม และรีสอร์ท ของทั้งสามรีสอร์ท ข้างต้นแล้วนั้น สามารถนำมาสรุปแนวคิดธุรกิจรีสอร์ทเชิงนิเวศ ตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง คือ การพึ่งพาตนเอง ยกตัวอย่างเช่น

1. ด้านพลังงาน มีการนำกังหันพลังน้ำและแผงโซลาร์เซลล์มาใช้ในการผลิตกระแสไฟฟ้าเพื่อใช้ภายในรีสอร์ท ซึ่งเป็นการช่วยลดต้นทุนค่าใช้จ่ายด้วย
2. ด้านเกษตรกรรม มีการปลูกผัก ทำสวนผลไม้ ทำนาข้าว ปลูกปศุสัตว์ เพื่อไว้ทำอาหารให้บริการลูกค้าที่เข้าพัก และยังสามารถทำเป็นกิจกรรม ให้ลูกค้าร่วมกิจกรรมด้วย และนำวัตถุดิบการเกษตร มาแปรรูป เช่น สบู่ แชมพู น้ำยาล้างจาน น้ำยาซักผ้า เพื่อใช้ภายในรีสอร์ท
3. ด้านทดแทนรายได้ กรณีที่ไม่มีลูกค้าเข้ามาใช้บริการ เช่น การสร้างแบรนด์สินค้าของรีสอร์ท ตัวอย่าง ข้าวที่ปลูกและสีเอง สบู่และแชมพูที่สกัดเอง ผักปลอดสารพิษ
4. ด้านสิ่งแวดล้อม จัดทำโครงการโรงแยกขยะและกำจัดขยะครบวงจรภายในรีสอร์ท ซึ่งก่อให้เกิดผลดีตามมาอีก เช่น ปู๋ย ถ่านดำ แก๊สหุงต้ม เป็นต้น
5. ด้านส่งเสริมและแรงงานชุมชน สร้างโอกาสให้กับคนในพื้นที่และสร้างรายได้ในชุมชน เช่น สนับสนุนวัตถุดิบ ผลิตผลเกษตร ที่ผลิตจากท้องถิ่น จ้างคนในพื้นที่ทำงานในรีสอร์ท

อำเภอหนองหลวง จังหวัดอุบลราชธานี

อำเภอหนองหลวง เดิมเป็นตำบลหนึ่งของอำเภอเดชอุดม และแยกตั้งเป็นกิ่งอำเภอเมื่อปี พ.ศ.2515 และได้รับการยกฐานะเป็นอำเภอ เมื่อวันที่ 13 เมษายน พ.ศ.2520 ราษฎรประกอบอาชีพด้านเกษตรกรรมเป็นส่วนใหญ่ ใช้ภาษาอีสาน และภาษาส่วยในบางพื้นที่ ประชากรร้อยละ 80 ย้ายมาจากพื้นที่อื่น อดีตเคยเป็นสมรภูมิสู้รบ กับผู้ก่อการร้าย คอมมิวนิสต์ ซึ่งภายหลังสถานการณ์ได้สงบลงจนถึงปัจจุบัน



รูปที่ 11 แผนที่อำเภอจะหลวย จังหวัดอุบลราชธานี

ที่มา : สำนักงานไกด์อุบลดอกคอม. (2560). สภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์ของ จังหวัดอุบลราชธานี. ออนไลน์.

จากภาพที่ 11 จะเห็นได้ว่าอำเภอจะหลวย ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ของ จังหวัดอุบลราชธานี เป็นอำเภอชายแดน มีพื้นที่ 652 ตารางกิโลเมตร ติดต่อกับสาธารณรัฐ ประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยมีเทือกเขาพนมดงรักเป็นเส้นกันเขตแดน

สิ่งที่เป็นผลิตภัณฑ์โดดเด่นของภูมิปัญญา

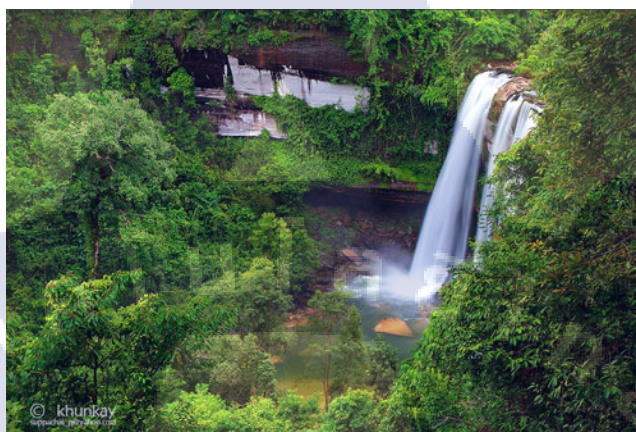
1. ผ้าไหมและผ้าทอมือย้อมสีธรรมชาติ ตำบลโคกแสง
2. หมอนขิด หมอนสามเหลี่ยม กลุ่มแม่บ้านห้วยชันเหนือ ตำบลนาจะหลวย
3. เสื้อลายไทย กลุ่มแม่บ้านโนนสมบูรณ์ ตำบลโนนสมบูรณ์

ทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญของอำเภอ

อุทยานแห่งชาติภูจองนายอย อำเภอจะหลวย จังหวัดอุบลราชธานี

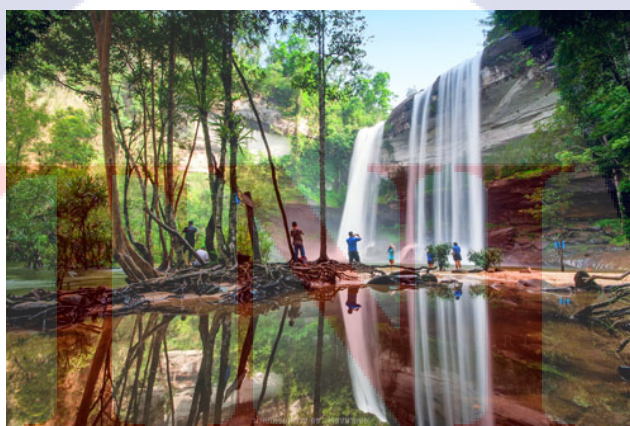
อุทยานแห่งชาติภูจองนายอย ได้รับการจัดตั้งเป็นอุทยานแห่งชาติลำดับที่ 53 ของ ประเทศไทย ด้วยพื้นที่ที่ติดต่อกับประเทศลาว และประเทศกัมพูชา จึงมีการขนานนามที่แห่งนี้

ว่า “สามเหลี่ยมมรกต” นอกจากนี้ยังมีพื้นที่ป่าส่วนหนึ่งอยู่ในแนวเทือกเขาพนมดงรัก ซึ่งมีป่าเบญจพรรณ และป่าเต็งรังที่หนาแน่นสมบูรณ์ เป็นอุทยานฯ ที่มีสภาพธรรมชาติที่สวยงามมากแห่งหนึ่งของเมืองไทย ด้วยการเดินทางที่สะดวกสบาย เพราะมีถนนลาดยางเข้าถึงอุทยานฯ และน้ำตกห้วยหลวง ซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเด่นที่สุด



รูปที่ 12 อุทยานแห่งชาติภูจองนายอย อำเภอหนองพะยอม จังหวัดอุบลราชธานี

ที่มา : ท่องเที่ยวทั่วไทย. (2560). อุทยานแห่งชาติภูจองนายอย อำเภอหนองพะยอม จังหวัดอุบลราชธานี. ออนไลน์.

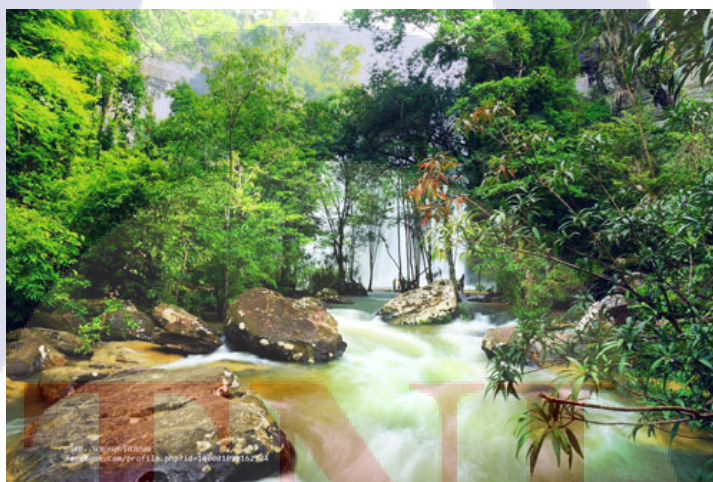


รูปที่ 13 น้ำตกห้วยหลวง อำเภอหนองพะยอม จังหวัดอุบลราชธานี

ที่มา : ท่องเที่ยวทั่วไทย. (2560). อุทยานแห่งชาติภูจองนายอย อำเภอหนองพะยอม จังหวัดอุบลราชธานี. ออนไลน์.

จุดเด่นที่สุดของการเดินทางมาเที่ยวที่ภูจองนายอย คือ การได้มาชมความงามของ น้ำตกห้วยหลวง หรือเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า น้ำตกถ้ำบักเตว เป็นน้ำตกที่มีขนาดใหญ่ เป็นหน้าผา หินที่มีน้ำกระโจนตกจากที่สูงลงสู่แอ่งน้ำเบื้องล่าง มีความสูงประมาณ 40 เมตร ใต้น้ำผานั้นมี ซอกหินที่คุณสามารถเดินลงไปชมน้ำตกได้อย่างใกล้ชิด โดยจะมองเห็นสายน้ำไหลผ่าน ด้านหน้า เหมือนน้ำฝนตกจากชายคา บริเวณแอ่งน้ำด้านล่างน้ำตกสามารถลงเล่นน้ำได้ด้วย กระแสน้ำที่ไหลตกจากที่สูงทำให้เกิดเป็นหาดทรายขนาดเล็ก ย่อม ซึ่งแวดล้อมด้วยป่าไม้ที่ร่มรื่น นับเป็นหาดทรายกลางป่าที่สวยงามไม่เหมือนที่ใดๆ น้ำตกห้วยหลวงจะสวยงามมากที่สุดในช่วง ปลายฝนต้นหนาว หากเป็นช่วงหน้าฝนจะมีปริมาณน้ำมากจนเกิดเสียงน้ำตกดังกึกก้องไปทั่วป่า เลยทีเดียว

จากแอ่งน้ำด้านล่างน้ำตกห้วยหลวง สามารถเดินเลาะไปตามลำธารเพื่อไปชมน้ำตก ประโอนละออ ระยะทางเพียง 100 เมตร เท่านั้น น้ำตกประโอนละออ หรือเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า น้ำตกจุ่มจิม เป็นน้ำตกที่อยู่ต่อกจากน้ำตกห้วยหลวง เป็นน้ำตกขนาดเล็กที่สวยงาม สายน้ำไหล ตกจากหน้าผาไม่สูงนัก แต่ด้านหน้ากว้าง มีแอ่งน้ำที่เหมาะสมสำหรับลงเล่นและนวดตัวด้วย สายน้ำ นอกจากนี้ยังมีสภาพป่าที่ร่มเย็นอีกด้วย



รูปที่ 14 แก่งกะเลา อำเภอนาจะหลวย จังหวัดอุบลราชธานี

ที่มา : ท่องเที่ยวทั่วไทย. (2560). อุทยานแห่งชาติภูจองนายอย อำเภอนาจะหลวย จังหวัดอุบลราชธานี. ออนไลน์.

สำหรับจุดพักผ่อนเล่นน้ำที่น่าสนใจอีกแห่งหนึ่งอยู่ที่ แก่งกะเลา ซึ่งมีลักษณะเป็นลำธารหินไหลแยกเป็น 2 สาย ทำให้เกิดเป็นเกาะเล็กๆ กลางลำธาร ซึ่งทางอุทยานฯ ได้จัดสถานที่เป็นจุดนั่งพักผ่อน เหมาะกับการปิกนิกริมน้ำ จากแก่งกะเลามีเส้นทางเดินศึกษาธรรมชาติระยะสั้น ชมพรรณไม้ไปจนถึงแก่งสนสามพันปี บริเวณแก่งสนสามพันปีนี้เป็นจุดที่สามารถล่องแพไม้ไผ่ชมแมกไม้ริมคลอง ซึ่งคุณสามารถติดต่อขอเจ้าหน้าที่นำทางและแพไม้ไผ่ได้ที่ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

นอกจากการเดินทางไปกลับเพื่อมาชมน้ำตกห้วยหลวง ที่แก่งกะเลาแล้ว ในช่วงเดือนกันยายน-ตุลาคม ยังเป็นช่วงที่ดอกไม้บนลานหินจะเริ่มบาน ซึ่งหากเดินทางมาในช่วงนี้นับว่าคุ้มค่า เพราะจะได้เห็นน้ำตกห้วยหลวงที่มีสายน้ำสวยงาม และทุ่งดอกไม้ป่าจำพวกดอกกระดุมเงิน กระดุมทอง สร้อยสุวรรณา ดุสิตา มณีเทวา และสร้อยจันทร์มากมาย จุดที่พบทุ่งดอกไม้บนลานหินได้แก่บริเวณพลาญหินป่าชาด และพลาญกงเกวียน ถัดขึ้นไปอีกจะเป็นเนินเขาที่อุดมพืชพันธุ์ที่สามารถชมพระอาทิตย์ตกได้อย่างงดงามด้วย

เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โสวัฒน์ โลสูงเนิน (2558) ได้ศึกษาเรื่อง การจัดการธุรกิจโรงแรมตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง: กรณีศึกษาโรงแรมชุมพรคานา รีสอร์ท จังหวัดชุมพรการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาสภาพปัญหาก่อนการดำเนินงานตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (2) ศึกษาวิธีการนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ และ (3) ผลของการนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ในการจัดการธุรกิจโรงแรมชุมพรคานา รีสอร์ท จังหวัดชุมพร วิธีดำเนินการวิจัย กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ผู้บริหารโรงแรมชุมพรคานา รีสอร์ทที่อยู่ในช่วงวิกฤติเศรษฐกิจจำนวน 4 คน เจ้าหน้าที่โรงแรมจำนวน 24 คน และผู้ให้บริการโรงแรมชุมพรคานา รีสอร์ทจำนวน 51 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ เอกสาร, แบบบันทึกภาคสนาม แบบเป็นทางการ แบบสัมภาษณ์ แบบสอบถามและแบบสังเกตแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการวิเคราะห์เชิงพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า (1) สภาพปัญหาก่อนการดำเนินงานตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงทางโรงแรมประสบกับภาวะหนี้สินอย่างมาก (2) วิธีนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ โดยการผลิตของที่จำเป็นใช้เอง และตัดสิ่งที่ไม่จำเป็นออกไป (3) ผลที่ได้ ทำให้พนักงานเกิดความพึงพอใจ โรงแรมสามารถลดหนี้สินได้ และมีสถานภาพทางการเงินเป็นที่ยอมรับของเจ้าหนี้จนกลายเป็นต้นแบบด้านการประยุกต์ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของธุรกิจโรงแรม

ณัฐกัน ใจแสน (2558) ได้ศึกษาเรื่อง โครงการจัดตั้งรีสอร์ทเชิงอนุรักษ์ The Villa Kanchanaburi พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง จำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 62.60 และเพศชาย จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 37.40 ส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 20-29 ปี จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 46.23 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 113 คน คิดเป็น

ร้อยละ 29.35 มีรายได้ ต่อเดือนระหว่าง 10,000-20,000 บาท จำนวน 153 คน คิดเป็น ร้อยละ 39.74 มีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อน จำนวน 274 คน คิดเป็นร้อยละ 71.17 โดยกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 62.08 เคยมาท่องเที่ยว อำเภอศรีสวัสดิ์ มีระยะเวลาในการใช้บริการ จำนวน 1 คืน จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 43.12 บุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยว มากสุดคือ เพื่อน จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 38.70 และมีค่าใช้จ่ายสำหรับที่พัก ต่อคนต่อคืน ระหว่าง 1,000-2,000 บาท จำนวน 199 คน คิดเป็น ร้อยละ 51.69 ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้ บริการที่พัก ให้ความสำคัญ ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านผลิตภัณฑ์สูงสุดคือ การตกแต่ง ด้านราคา สูงสุดคือ ราคาเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม และทำเลที่ตั้ง ด้านทำเลที่ตั้ง สูงสุดคือ บรรยากาศ ด้านการส่งเสริมการตลาด สูงสุดคือ การบริการของพนักงาน ความพึงพอใจในการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ธรรมชาติ มีความพึงพอใจระดับมาก โดยสูงสุดคือ การอนุรักษ์ธรรมชาติมีความสำคัญ การมีส่วนร่วมต่อวิธีการ ดำเนินกิจการที่พักเชิงอนุรักษ์ มีความคิดเห็นในระดับมาก โดยสูงสุด คือ สร้างงานและรายได้ ให้กับชุมชนท้องถิ่น ผลการศึกษาความต้องการต่อสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า มีความต้องการมากที่สุด คือ เครื่องปรับอากาศ จำนวน 297 คน คิดเป็น ร้อยละ 12.45 ด้านกีฬา และสันทนาการ พบว่า มีความต้องการมากที่สุด คือ ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จำนวน 261 คน คิดเป็น ร้อยละ 15.46

นริศรา พรหมใบ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง โครงการธุรกิจรีสอร์ทสำหรับคนรักสุนัข (Propetsional Hotel Development Hybrid Project) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจรีสอร์ทสำหรับคนรักสุนัขใน เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี และศึกษาแนวโน้มการประกอบธุรกิจเกี่ยวกับที่พักสำหรับสุนัข ซึ่งผู้จัดทำโครงการได้ศึกษาวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้วิธีการสำรวจ (Survey Research) เก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการเจ้าของธุรกิจรีสอร์ท และกลุ่มผู้ให้บริการสถาบันฝึกสุนัขนานาชาติ K9 ผลการศึกษาวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการสถาบันฝึกสุนัขส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการนำสุนัขมาพักในย่านพัทยาได้มากที่สุด โดยส่วนใหญ่เลี้ยงสุนัขจำนวน 1 ตัว ในส่วนของพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการรีสอร์ท พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในภาคกลาง ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ทมากที่สุดคือบุคคลในครอบครัวโดยมีแหล่งข้อมูลในการเลือกที่พักจากอินเทอร์เน็ตในเว็บไซต์มากที่สุด และมีพฤติกรรมในการสำรองที่พักไว้ล่วงหน้ามากกว่าการไม่สำรองที่พัก ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกที่พักในระดับราคา 2,001-3,000 บาท ความถี่ในการใช้บริการที่พักจะอยู่ที่ 2-3 คืน โดยเลือกใช้บริการที่พักในช่วงวันวันเสาร์-วันอาทิตย์ มากที่สุด เหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจเลือกใช้บริการที่รีสอร์ทในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ส่วนใหญ่คือเรื่องการมีบรรยากาศดีและค่าใช้จ่ายไม่สูง สำหรับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ท พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับด้านบุคลากรของรีสอร์ทมากที่สุด บุคลากรจะต้องมีลักษณะสุภาพอ่อนโยน อร่อยดี มีมารยาท ซื่อสัตย์ ในการ

ให้บริการ ด้านของผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญในเรื่องความสะดวกของห้องพักและห้องน้ำในห้องพักมากที่สุด ด้านราคาต้องมีการกำหนดราคาขายที่ชัดเจน ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายส่วนใหญ่เลือกใช้บริการจากการบอกต่อปากต่อปาก ด้านการส่งเสริมการขายให้ความสำคัญกับการให้ส่วนลดพิเศษเฉพาะสมาชิกมากที่สุดและด้านกายภาพให้ความสำคัญกับเรื่องความสะดวกของสถานที่มากที่สุด

ดังนั้น การจัดทำโครงการธุรกิจรีสอร์ตสำหรับคนรักสุนัข (Propetsional Hotel Development Hybrid Project) จึงมีแนวโน้มความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจกับนักท่องเที่ยวชาวไทย และต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย และต้องการนำสัตว์เลี้ยงที่เป็นสุนัขเข้ามาท่องเที่ยวและเข้าพักกับเจ้าของได้ ซึ่งธุรกิจนี้จึงมีโอกาความเป็นไปได้สูงที่ประสบความสำเร็จ

นนนัท ฉายอรุณ (2557) ได้ศึกษาเรื่อง โครงการจัดตั้งธุรกิจรีสอร์ตเพื่อสุขภาพ พบว่า การจัดตั้งธุรกิจรีสอร์ตเพื่อสุขภาพ มีการศึกษาการวางแผนการดำเนินงานและศึกษาแนวโน้มการเติบโตของธุรกิจด้านรีสอร์ตและธุรกิจด้านการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เพื่อนำมาพัฒนาธุรกิจในอนาคต เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์จากผู้ประกอบการในธุรกิจด้านรีสอร์ตพบว่าสิ่งสำคัญที่สุดในการทำให้ธุรกิจรีสอร์ตประสบความสำเร็จนั้นการบริการเป็นสิ่งสำคัญ นอกจากนี้ บุคคลากรต้องมีความรู้ความชำนาญในการปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของรีสอร์ตให้ตรงตามเป้าหมายที่วางไว้ และพัฒนาการบริการรูปแบบใหม่และหลากหลายอยู่เสมอ ทำให้สถานที่ใหม่อยู่ตลอดเวลาเหมือนเพิ่งเปิดใหม่เหมือนจะเปิดมานานแค่วันเดียว จากการศึกษารายงาน ทศนคติและความพึงพอใจนั้น พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชอบการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและการบริการด้านที่พักที่ใกล้ชิดธรรมชาติมีลักษณะการเดินทางกับครอบครัวและกลุ่มเพื่อนในช่วงวันหยุด เพื่อพักผ่อนและรู้จักที่พักผ่านทางอินเทอร์เน็ตและการบอกต่อของเพื่อน ความคาดหวังที่จะได้รับการท่องเที่ยวพักผ่อนคือการได้รับอากาศที่บริสุทธิ์ให้ร่างกายได้ผ่อนคลายและได้ทำกิจกรรมร่วมกันกับครอบครัวหรือเพื่อนในด้านปัจจัยในการเลือกที่พักนักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญกับสถานที่เป็นหลักในด้านรูปลักษณ์รวมถึงความสะดวกสบายและความคุ้มค่าที่จะได้รับการมาพักผ่อน

สรัญญา กองละเอียด (2555) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษารูปแบบการจัดการ ที่พักแบบอีโครีสอร์ต (Eco Resort) อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก ซึ่งข้อมูลปฐมภูมิได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง และการประเมินจากการสังเกต (Observation) กลุ่มตัวอย่าง คือ สถานประกอบการที่พักแบบ 4 แห่งตั้งอยู่ในอำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก ได้แก่ ทรัพย์ไพรวัลย์แกรนด์ไฮเทลแอนดรีสอร์ต วนธารา เฮลท์รีสอร์ท แอนด์สปา เรน ฟอเรสท์รีสอร์ท และ เดอะเนเชอรัลปาร์ค รีสอร์ท เดอะ วังทอง ข้อมูลทุติยภูมิศึกษาเกี่ยวกับการวิเคราะห์สถานการณ์ที่พักแบบอีโค รีสอร์ท (Eco Resort) จากการค้นคว้าข้อมูล หนังสือเอกสาร รายงาน และงานศึกษาที่เกี่ยวข้อง โดยนำข้อมูลที่ได้มาตีความวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งพบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 แห่ง มีการจัดการของธุรกิจที่พักแบบอีโค

รีสอร์ท (Eco Resort) ภายในอำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก 3 ด้าน ได้แก่ ด้านสถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ตั้งอยู่บนเส้นทางหลวงหมายเลข 12 เชื่อมโยงกับ ถนนสายหลัก สะดวกต่อเข้าถึง และใกล้ชิดกับแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โดยเฉพาะที่ วนธารา เฮลท์รีสอร์ท แอนด์สปา และเรน ฟอเรสท์รีสอร์ท โดดเด่นในเรื่องการออกแบบห้องพัก ที่มีเอกลักษณ์ไม่ซ้ำกันต่อสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ ส่วนด้านการจัดการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีการประหยัดพลังงาน ที่สามารถช่วย ลดต้นทุนค่าใช้จ่ายให้ทางรีสอร์ท โดยเฉลี่ย 40-50% ต่อปี ในขณะที่ด้านกิจกรรมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มีกิจกรรมล่องแก่งลำน้ำเข็กเป็นเอกลักษณ์ สรุปได้ว่า รูปแบบการจัดการ ที่พักแบบเออีโควิลรีสอร์ท (Eco Resort) ทั้ง 3 ด้านนี้ เป็นแนวทางการดำเนินธุรกิจที่พักแบบเออีโควิลรีสอร์ท (Eco Resort) ที่คำนึงถึงการอนุรักษ์ และความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม เป็นประโยชน์ให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง



TNI

บทที่ 3

วิธีดำเนินงานสารนิพนธ์

ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษา ศึกษาความเป็นไปได้ธุรกิจรีสอร์ทเชิงนิเวศ ตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง กรณีศึกษา อำเภอหนองหญ้า จังหวัดอุบลราชธานี ผู้ศึกษาได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. วิธีการศึกษา
3. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล
4. วิธีการประมวลผล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากร ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือนักท่องเที่ยวที่เป็นคนไทยมีอายุตั้งแต่ 25 ปี ขึ้นไป ที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี 10 เมษายน – 15 เมษายน 2560

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยว ในสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของจังหวัดอุบลราชธานี ได้แก่ อุทยานแห่งชาติผาแต้ม สามพันโบก วัดสิรินธรวรารามภูพร้าว วัดหนองบัว และอุทยานแห่งชาติภูจอง-นายอย

จำนวนนักท่องเที่ยวที่เป็นคนไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี ในปี พ.ศ. 2558 จำนวน 1,403,524 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2560 : ออนไลน์) ซึ่งกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีคำนวณจากสูตรของทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane. 1967) ที่ระดับความคลาดเคลื่อนที่ 0.05 คำนวณได้ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ N คือ จำนวนประชากรทั้งหมด = 1,403,524 คน
e คือ ความคลาดเคลื่อน = 0.05
n คือ จำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้

จะได้ว่า

$$n = 399.88$$

ดังนั้น ขนาดตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้มีจำนวน 400 ตัวอย่าง

วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้ทำการสุ่มตัวอย่างแบบ 2 ขั้นตอน (Two Stage Sampling) ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ทำการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยวิธีการจับฉลากเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของจังหวัดอุบลราชธานี (บริษัท ทิงค์เน็ต จำกัด. 2560 : 359) จำนวน 5 แห่ง จากจำนวนทั้งหมด 58 แห่ง ซึ่งได้แก่

ตารางที่ 10 สถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของจังหวัดอุบลราชธานีและจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

สถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของจังหวัดอุบลราชธานี	ขนาดตัวอย่าง
1. อุทยานแห่งชาติผาแต้ม	80
2. สามพันโบก	80
3. วัดสิรินธรวรารามภูพร้าว	80
4. วัดพระธาตุหนองบัว	80
5. อุทยานแห่งชาติภูจอง-นายอย	80
รวม	400

ขั้นตอนที่ 2 ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยจะแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างที่เมื่อพิจารณาจากภายนอกและสอบถามข้อมูลเบื้องต้นแล้วเป็นผู้มีอายุ 25 ปีขึ้นไป และเดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งมีความสอดคล้องกับลักษณะของประชากรที่ใช้ในการวิจัยและออกเก็บข้อมูลตามสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของจังหวัดอุบลราชธานี โดยให้ได้กลุ่มตัวอย่างละ 80 คน

วิธีการศึกษา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ดำเนินการศึกษา 3 แบบ คือ

1. การวิจัยเอกสาร (Documentary Research) เป็นการศึกษารวบรวมข้อมูลจากเอกสารต่างๆ ทั้งที่เป็นทฤษฎี แนวคิด การบริหาร หลักการ เครื่องมือ ตลอดจน เนื้อหาสาระสำคัญและผลงานที่เกี่ยวข้องต่อธุรกิจรีสอร์ทเชิงนิเวศตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ (Quality Research) เก็บข้อมูลโดยแบ่งออกเป็น

2.1 ด้านการตลาด ทำการแบ่งส่วนตลาด กำหนดตลาดเป้าหมาย และกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์หรือบริการในตลาด

2.2 ด้านวิศวกรรม โดยนำแบบโครงสร้างห้องพักจำลองของรีสอร์ท ไปปรึกษาวิศวกรเพื่อวิเคราะห์และออกแบบการสร้างรีสอร์ทเชิงนิเวศ ตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง อำเภอนาจะหลวย จังหวัดอุบลราชธานี นั้นว่ามีค่าใช้จ่ายในการดำเนินการก่อสร้างเท่าไร

2.3 ด้านการบริหาร ศึกษาการเลือกหรือว่าจ้างผู้บริหารโครงการ กำหนดระยะเวลาการดำเนินการก่อสร้าง

2.4 ด้านการเงิน นำข้อมูลด้านการตลาด ด้านวิศวกรรม ด้านการบริหาร มาวิเคราะห์เพื่อสรุปจำนวนเงินที่ใช้ในการลงทุนธุรกิจ

3. การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) คือการวิจัยเชิงสำรวจ โดยเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม (Questionnaire) แบบปลายปิดและปลายเปิด เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลซึ่งผู้ศึกษาได้สร้างขึ้นเอง

ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นค้านี้คือนักท่องเที่ยวที่เป็นคนไทย อายุ 25 ปีขึ้นไป ที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี จำนวนทั้งหมด 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล

ลักษณะของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม ที่สร้างขึ้นผ่านการตรวจสอบความถูกต้องและความเที่ยงตรงของเนื้อหาของเนื้อหาจากอาจารย์ที่ปรึกษา แบ่งเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 คือ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วยคำถามแบบปลายปิด (Close-ended Response Question) เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 5 ข้อ ได้แก่

ข้อ 1 เพศ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) โดยมีคำตอบให้เลือกสองข้อ (Dichotomous Question)

ข้อ 2 อายุ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) โดยมีคำตอบให้เลือกหลายข้อ (Multichotomous Question)

ข้อ 3 ระดับการศึกษา ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) โดยมีคำตอบให้เลือกหลายข้อ (Multichotomous Question)

ข้อ 4 อาชีพ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) โดยมีคำตอบให้เลือกหลายข้อ (Multichotomous Question)

ข้อ 5 รายได้ต่อเดือน ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) โดยมีคำตอบให้เลือกหลายข้อ (Multichotomous Question)

ตอนที่ 2 คือ พฤติกรรมการท่องเที่ยวและการเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ต ประกอบด้วยคำถามแบบปลายปิด (Close-ended Response Question) เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวและการเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ตของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 10 ข้อ ได้แก่

ข้อ 1 เวลาที่เดินทางไปท่องเที่ยว มักจะไปกับใคร ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) โดยมีคำตอบให้เลือกหลายข้อ (Multichotomous Question)

ข้อ 2 อัตราค่าห้องพักต่อวันที่ใช้บริการ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) โดยมีคำตอบให้เลือกหลายข้อ (Multichotomous Question)

ข้อ 3 ระยะเวลาที่ในการเข้าพักต่อครั้ง ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) โดยมีคำตอบให้เลือกหลายข้อ (Multichotomous Question)

ข้อ 4 ช่วงเวลา (วัน) ที่เดินทางเข้าพักที่พักประเภทรีสอร์ตบ่อยที่สุด ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) โดยมีคำตอบให้เลือกหลายข้อ (Multichotomous Question)

ข้อ 5 รูปแบบการท่องเที่ยวที่สนใจ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) โดยมีคำตอบให้เลือกหลายข้อ (Multichotomous Question)

ข้อ 6 วัตถุประสงค์หลักของการเลือกเข้าพักรีสอร์ต ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) โดยมีคำตอบให้เลือกหลายข้อ (Multichotomous Question)

ข้อ 7 เหตุผลหลักในการใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ต ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) โดยมีคำตอบให้เลือกหลายข้อ (Multichotomous Question)

ข้อ 8 ใครเป็นผู้มีส่วนในการตัดสินใจเลือกเข้าพักรีสอร์ต ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) โดยมีคำตอบให้เลือกหลายข้อ (Multichotomous Question)

ข้อ 9 วิธีการจองที่พักประเภทรีสอร์ต ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) โดยมีคำตอบให้เลือกหลายข้อ (Multichotomous Question)

ข้อ 10 รับข้อมูลเกี่ยวกับรีสอร์ตจากแหล่งใดมากที่สุด ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) โดยมีคำตอบให้เลือกหลายข้อ (Multichotomous Question)

ตอนที่ 3 คือ ปัจจัยทางการตลาดในการเลือกเข้าพักรีสอร์ตเชิงนิเวศ ตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง กรณีศึกษา อำเภอหนองหลวง จังหวัดอุบลราชธานี แบ่งออกเป็น 7 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์, ปัจจัยด้านราคา, ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย, ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด, ปัจจัยด้านบุคคล หรือพนักงาน, ปัจจัยด้านกายภาพและการนำเสนอ

และปัจจัยด้านกระบวนการ ซึ่งมีลักษณะคำถามเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด ใช้วิธีการให้คะแนนแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยกำหนดค่าคะแนนระดับความสำคัญออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

มีระดับความสำคัญมากที่สุด	5	คะแนน
มีระดับความสำคัญมาก	4	คะแนน
มีระดับความสำคัญปานกลาง	3	คะแนน
มีระดับความสำคัญน้อย	2	คะแนน
มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด	1	คะแนน

การแปลผลแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความสำคัญปัจจัยทางการตลาดในการเลือกเข้าพักรีสอร์ทเชิงนิเวศ ตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง กรณีศึกษา อำเภอหนองหลวง จังหวัดอุบลราชธานี ทั้ง 7 ด้าน ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยอาศัยสูตรการคำนวณช่วงกว้างของชั้นดังนี้ (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2558)

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.80
 \end{aligned}$$

ระดับการรับรู้เกี่ยวกับระดับความสำคัญปัจจัยทางการตลาดในการเลือกเข้าพักรีสอร์ทเชิงนิเวศ ตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง กรณีศึกษา อำเภอหนองหลวง จังหวัดอุบลราชธานี ด้วยค่าเฉลี่ยมีเกณฑ์ดังต่อไปนี้

ระดับค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.80 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้เกี่ยวกับระดับความสำคัญปัจจัยทางการตลาดในการเลือกเข้าพักรีสอร์ทเชิงนิเวศ ตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง กรณีศึกษา อำเภอหนองหลวง จังหวัดอุบลราชธานี มีความสำคัญอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ระดับค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.81-2.60 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้เกี่ยวกับระดับความสำคัญปัจจัยทางการตลาดในการเลือกเข้าพักรีสอร์ทเชิงนิเวศ ตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง กรณีศึกษา อำเภอหนองหลวง จังหวัดอุบลราชธานี มีความสำคัญอยู่ในระดับน้อย

ระดับค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.61-3.40 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้เกี่ยวกับระดับความสำคัญปัจจัยทางการตลาดในการเลือกเข้าพักรีสอร์ทเชิงนิเวศ ตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง กรณีศึกษา อำเภอหนองหลวง จังหวัดอุบลราชธานี มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ระดับค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.41-4.20 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้เกี่ยวกับระดับความสำคัญปัจจัยทางการตลาดในการเลือกเข้าพักรีสอร์ทเชิงนิเวศ ตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง กรณีศึกษา อำเภอหนองหลวง จังหวัดอุบลราชธานี มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก

ระดับค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.21-5.00 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้เกี่ยวกับระดับความสำคัญปัจจัยทางการตลาดในการเลือกเข้าพักรีสอร์ทเชิงนิเวศ ตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง กรณีศึกษา อำเภอหนองหลวง จังหวัดอุบลราชธานี มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด

ตอนที่ 4 คือ เป็นคำถามแบบปลายเปิดเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อธุรกิจรีสอร์ทเชิงนิเวศตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง กรณีศึกษา อำเภอหนองหลวง จังหวัดอุบลราชธานี

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาค้นคว้า ข้อมูล เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจตามขอบเขตของเนื้อหา โดยเฉพาะพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการที่พักแรม
2. นำข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้ามารประกอบสร้างเป็นแบบสอบถามให้ครอบคลุมตามขอบเขต เนื้อหาของการศึกษา
3. นำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบข้อคำถามและสอบถามความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม
4. นำแบบสอบถามที่ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแล้ว หาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง Index of Congruence (IOC) ในการพิจารณาความเห็นของผู้เชี่ยวชาญจากการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ในทุกข้อคำถามนั้น มีค่าเท่ากับ 1.00 หากข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 - 1.00 จะคัดเลือกไว้ ส่วนข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 จะพิจารณาปรับปรุง หรือไม่นำมาใช้ โรวินเนล; และแฮมเบิลตัน (สุรสิทธิ์ อุดมธนวศ์. 2557 : 105; อ้างอิงจาก Rovinelli; and Hambleton. 1977)

IOC Test

การตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน

ตารางที่ 11 สมาชิกผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถาม

ผู้เชี่ยวชาญ	รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ	ตำแหน่ง
1	ดร. นิลาวัลย์ สว่างรัตน์	อาจารย์สาขาการตลาดคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
2	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธนย์มัย เจียรกุล	อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น
3	ดร. รุ่งอรุณ กระแสร์สินธุ์	ประธานหลักสูตรสาขาทรัพยากรมนุษย์แบบญี่ปุ่น สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวและการเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ท

ตารางที่ 12 IOC Test พฤติกรรมการท่องเที่ยวและการเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ท

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวและการเลือก ใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ท	ผู้เชี่ยวชาญ			SUM (x)	IOC	สรุปผล
	1	2	3			
1. เวลาที่ท่านเดินทางไปท่องเที่ยว ท่านมักจะไปกับใคร	0	1	1	2	0.67	ใช้ได้
1.1 หมู่คณะ/บริษัทนำเที่ยว	1	1	1	3	1	ใช้ได้
1.2 ครอบครัว	1	1	1	3	1	ใช้ได้
1.3 เพื่อน	1	1	1	3	1	ใช้ได้
1.4 แฟน	1	1	1	3	1	ใช้ได้
1.5 ไปคนเดียว	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2. อัตราค่าห้องพักต่อวันที่ท่านใช้บริการ	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2.1 ต่ำกว่า 500 บาท	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2.2 500 - 999 บาท	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2.3 1,000 - 1,499 บาท	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2.4 1,500 - 2,000 บาท	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2.5 2,100 - 2,499 บาท	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2.6 2,500 บาทขึ้นไป	1	1	1	3	1	ใช้ได้

ตารางที่ 12 IOC Test พฤติกรรมการท่องเที่ยวและการเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ต (ต่อ)

พฤติกรรมกรท่องเที่ยวและการเลือก ใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ต	ผู้เชี่ยวชาญ			SUM (x)	IOC	สรุปผล
	1	2	3			
3. ระยะเวลาที่ในการเข้าพักต่อครั้ง	1	1	1	3	1	ใช้ได้
3.1 1 คืน	1	1	1	3	1	ใช้ได้
3.2 2 - 3 คืน	1	1	1	3	1	ใช้ได้
3.3 4 - 5 คืน	1	1	1	3	1	ใช้ได้
3.4 6 คืน ขึ้นไป	1	1	1	3	1	ใช้ได้
4. ช่วงเวลา (วัน) ที่ท่านเดินทางเข้าพักที่พักร ประเภทรีสอร์ตบ่อยที่สุด	1	1	1	3	1	ใช้ได้
4.1 วันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์)	1	1	1	3	1	ใช้ได้
4.2 วันหยุด (เสาร์-อาทิตย์)	1	1	1	3	1	ใช้ได้
4.3 วันหยุดนักขัตฤกษ์	1	1	1	3	1	ใช้ได้
5. รูปแบบการท่องเที่ยวที่ท่านสนใจตอบได้ มากกว่าหนึ่งข้อ	1	1	1	3	1	ใช้ได้
5.1 เชิงนิเวศ / พักผ่อนตามธรรมชาติ	1	1	1	3	1	ใช้ได้
5.2 แบบผจญภัย	1	1	1	3	1	ใช้ได้
5.3 เชิงวัฒนธรรม / วิถีชีวิตท้องถิ่น	1	1	1	3	1	ใช้ได้
5.4 เที่ยวชมโบราณสถาน	1	1	1	3	1	ใช้ได้
5.5 ท่องเที่ยวยามราตรี	1	1	1	3	1	ใช้ได้
6. วัตถุประสงค์หลักของการเลือกเข้าพักที่พักร	1	1	1	3	1	ใช้ได้
6.1 พักผ่อน / ท่องเที่ยว	1	1	1	3	1	ใช้ได้
6.2 อบรม / สัมมนา	1	1	1	3	1	ใช้ได้
6.3 ดัดท่องเที่ยว / ปฏิบัติงาน	1	1	1	3	1	ใช้ได้
7. เหตุผลหลักของท่านในการใช้บริการที่พัก ประเภทรีสอร์ต	1	1	1	3	1	ใช้ได้
7.1 รูปแบบห้องพัก	1	1	1	3	1	ใช้ได้
7.2 ใกล้แหล่งท่องเที่ยว / มีกิจกรรมเสริม	1	1	1	3	1	ใช้ได้
7.3 การบริการที่ประทับใจ	1	1	1	3	1	ใช้ได้
7.4 อัตราค่าที่พัก	1	1	1	3	1	ใช้ได้
7.5 ทำเลที่ตั้ง / การเดินทาง	1	1	1	3	1	ใช้ได้
7.6 อื่นๆ โปรดระบุ	1	1	1	3	1	ใช้ได้

ตารางที่ 12 IOC Test พฤติกรรมการท่องเที่ยวและการเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ท (ต่อ)

พฤติกรรมกรท่องเที่ยวและการเลือก ใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ท	ผู้เชี่ยวชาญ			SUM (x)	IOC	สรุปผล
	1	2	3			
8. ใครเป็นผู้มีส่วนในการตัดสินใจเลือกเข้าพักที่ รีสอร์ท	1	1	1	3	1	ใช้ได้
8.1 คนในครอบครัว	1	1	1	3	1	ใช้ได้
8.2 เพื่อน	1	1	1	3	1	ใช้ได้
8.3 ผู้บังคับบัญชา	1	1	1	3	1	ใช้ได้
8.4 ตนเอง	1	1	1	3	1	ใช้ได้
9. วิธีการจองที่พักประเภทรีสอร์ทของท่าน	1	1	1	3	1	ใช้ได้
9.1 จองผ่านโทรศัพท์	1	1	1	3	1	ใช้ได้
9.2 จองผ่านอินเทอร์เน็ต / เว็บไซต์	1	1	1	3	1	ใช้ได้
9.3 จองผ่านตัวแทนท่องเที่ยว (Travel Agent)	1	1	1	3	1	ใช้ได้
9.4 จองโดยไม่นัดหมายล่วงหน้า (Walk-in)	1	1	1	3	1	ใช้ได้
9.5 อื่นๆ โปรดระบุ	1	1	1	3	1	ใช้ได้
10. ท่านได้รับข้อมูลเกี่ยวกับรีสอร์ทจากแหล่งใด มากที่สุด	1	1	1	3	1	ใช้ได้
10.1 การโฆษณาจากสื่อสิ่งพิมพ์	1	1	1	3	1	ใช้ได้
10.2 ตัวแทนท่องเที่ยว (Travel Agent)	1	1	1	3	1	ใช้ได้
10.3 งานแสดงสินค้า/การท่องเที่ยว	1	1	1	3	1	ใช้ได้
10.4 อินเทอร์เน็ต	1	1	1	3	1	ใช้ได้
10.5 การแนะนำจากบุคคลที่รู้จัก	1	1	1	3	1	ใช้ได้

ปัจจัยทางการตลาดในการเลือกเข้าพักที่รีสอร์ท

ตารางที่ 13 IOC Test ปัจจัยทางการตลาดในการเลือกเข้าพักที่รีสอร์ท

ปัจจัยทางการตลาดใน การเลือกเข้าพักที่รีสอร์ท	ผู้เชี่ยวชาญ			SUM (x)	IOC	สรุปผล
	1	2	3			
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	1	1	1	3	1	ใช้ได้
1.1 ห้องพักรวมเห็นวิวธรรมชาติ	1	1	1	3	1	ใช้ได้
1.2 มีรูปแบบหรือขนาดของห้องพักให้เลือก หลากหลาย	1	1	1	3	1	ใช้ได้
1.3 อุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก	1	1	1	3	1	ใช้ได้
1.4 คุณภาพและรสชาติอาหาร	1	1	1	3	1	ใช้ได้
1.5 ชื่อเสียงของรีสอร์ทเป็นที่น่าเชื่อถือ	1	1	1	3	1	ใช้ได้

ตารางที่ 13 IOC Test ปัจจัยทางการตลาดในการเลือกเข้าพักรีสอร์ท (ต่อ)

ปัจจัยทางการตลาดในการเลือกเข้าพักรีสอร์ท	ผู้เชี่ยวชาญ			SUM (x)	IOC	สรุปผล
	1	2	3			
2. ปัจจัยด้านราคา	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2.1 มีระดับราคาห้องพักให้เลือกหลากหลาย	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2.2 มีระดับราคาที่สมเหตุสมผล	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2.3 การจ่ายค่ามัดจำสำรองห้องพัก	0	1	1	2	0.67	ใช้ได้
2.4 การกำหนดราคาค่าบริการต่างๆ ชัดเจน	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2.5 มีระบบการชำระเงินที่สะดวกและหลายช่องทาง	1	1	1	3	1	ใช้ได้
3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	1	1	1	3	1	ใช้ได้
3.1 ทำเลที่ตั้ง สะดวกต่อการเดินทาง	1	1	1	3	1	ใช้ได้
3.2 รีสอร์ท อยู่ใกล้สถานที่ปฏิบัติงานของท่าน / แหล่งท่องเที่ยว	1	1	1	3	1	ใช้ได้
3.3 สามารถติดต่อสอบถามหรือสำรองพักได้หลายช่องทาง เช่น ทางอินเทอร์เน็ต, ทางโทรศัพท์, ทางอีเมล	1	0	1	2	0.67	ใช้ได้
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	1	1	1	3	1	ใช้ได้
4.1 การโฆษณาผ่านสื่อออฟไลน์ (ทีวี, วิทยุ, สิ่งพิมพ์, ป้ายประกาศ)	1	1	1	3	1	ใช้ได้
4.2 การโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ (เว็บไซต์, สื่อสังคมออนไลน์)	1	1	1	3	1	ใช้ได้
4.3 มีรายการส่งเสริมการขาย ตามฤดูกาล/เทศกาล	1	1	1	3	1	ใช้ได้
4.4 มีแพ็คเกจราคาพิเศษสำหรับกรุ๊ปท่องเที่ยว	1	1	1	3	1	ใช้ได้
5. ปัจจัยด้านบุคคล หรือพนักงาน	1	1	1	3	1	ใช้ได้
5.1 ความสามารถในการสื่อสารของพนักงาน	1	1	1	3	1	ใช้ได้
5.2 กิริยามารยาทของพนักงาน	1	1	1	3	1	ใช้ได้
5.3 พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส มีความเป็นมิตร	1	1	1	3	1	ใช้ได้
5.4 การให้ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียง	1	1	1	3	1	ใช้ได้
5.5 ชี้แจงให้คำแนะนำและตอบปัญหาข้อซักถามอย่างชัดเจน	1	1	1	3	1	ใช้ได้

ตารางที่ 13 IOC Test ปัจจัยทางการตลาดในการเลือกเข้าพักรีสอร์ท (ต่อ)

ปัจจัยทางการตลาดในการเลือกเข้าพักรีสอร์ท	ผู้เชี่ยวชาญ			SUM (x)	IOC	สรุปผล
	1	2	3			
6. ปัจจัยด้านกายภาพและการนำเสนอ	1	1	1	3	1	ใช้ได้
6.1 บรรยากาศในห้องพักและสถานที่	1	1	1	3	1	ใช้ได้
6.2 มีการตกแต่งที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ	1	1	1	3	1	ใช้ได้
6.3 ความสะอาดบริเวณสถานที่โดยรอบของรีสอร์ท	1	1	1	3	1	ใช้ได้
6.4 มีระบบรักษาความปลอดภัย	1	1	1	3	1	ใช้ได้
7. ปัจจัยด้านกระบวนการ	1	1	1	3	1	ใช้ได้
7.1 มีความรวดเร็วในการสำรองห้องพัก	1	1	1	3	1	ใช้ได้
7.2 มีความรวดเร็วในการเช็คอิน-เช็คเอาท์	1	1	1	3	1	ใช้ได้
7.3 มีการบริการขนส่งสัมภาระให้ผู้เข้าพัก	0	1	1	2	0.67	ใช้ได้
7.4 มีอุปกรณ์เครื่องมือทันสมัยในการให้บริการ	1	1	1	3	1	ใช้ได้

ความคิดเห็นต่อธุรกิจรีสอร์ทเชิงนิเวศ

ตารางที่ 14 IOC Test ความคิดเห็นต่อธุรกิจรีสอร์ทเชิงนิเวศ

ความคิดเห็นต่อธุรกิจรีสอร์ทเชิงนิเวศ	ผู้เชี่ยวชาญ			SUM (x)	IOC	สรุปผล
	1	2	3			
1. หากมีรีสอร์ทใหม่เกิดขึ้นในพื้นที่อำเภอหนองหลวง โดยรีสอร์ทนี้ จะเป็นลักษณะรีสอร์ทเชิงนิเวศ ที่เน้นการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ ท่านจะเข้ามาใช้บริการหรือไม่	1	1	1	3	1	ใช้ได้
1.1 ใช่	1	1	1	3	1	ใช้ได้
1.2 ไม่ใช่ (หยุดตอบแบบสอบถาม)	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2. ท่านต้องการให้รีสอร์ทนี้ (ซึ่งเป็นรีสอร์ทเชิงนิเวศ ที่เน้นการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์) มีกิจกรรมอะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่าหนึ่งข้อ)	1	1	1	3	1	ใช้ได้

ตารางที่ 14 IOC Test ความคิดเห็นต่อธุรกิจรีสอร์ทเชิงนิเวศ (ต่อ)

ความคิดเห็นต่อธุรกิจรีสอร์ทเชิงนิเวศ	ผู้เชี่ยวชาญ			SUM (x)	IOC	สรุปผล
	1	2	3			
2.1 ปลุก บริโภค จำหน่าย ผักปลอดสารพิษ	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2.2 การบริการอาหารแบบปลอดสารพิษ	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2.3 มีกิจกรรมการเกษตรให้นักท่องเที่ยว เช่น ทำนาข้าว ปลูกผัก	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2.4 มีการสาธิตการทำอาหารเพื่อสุขภาพ	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2.5 มีคอร์สอบรมการทำเกษตรและสิ่งแวดล้อมเป็นประจำทุกๆ เดือน	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2.6 มีกิจกรรมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการสาธิตการใช้ประโยชน์จากขยะ	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2.7 การจำหน่ายสินค้าเกษตรและศิลปหัตถกรรมจากชุมชนในท้องถิ่น	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2.8 อื่นๆ โปรดระบุ	1	1	1	3	1	ใช้ได้
3. หากท่านมีโอกาสได้ข้อเสนอแนะรีสอร์ทใหม่ที่กำลังจะก่อสร้างในอำเภอจะหลวย ท่านจะให้ข้อเสนอแนะให้รีสอร์ท คำนึงถึงผลกระทบอะไรบ้าง และราคาค่าที่พักที่ท่านคิดว่าเหมาะสม	1	1	0	2	0.67	ใช้ได้

5. นำแบบสอบถาม เสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อพิจารณาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

6. วัดความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญไปทดลอง (Tryout) กับกลุ่มประชากรที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เป็นคนไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 400 ชุด ตรวจสอบความเป็นปรนัย และความสมบูรณ์ของข้อคำถาม เพื่อวัดความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency Model) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการหาความเชื่อมั่น โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient) (Cronbach. 1990 : 204) ได้ผลสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.919 และใช้เกณฑ์สัมประสิทธิ์แอลฟา ยอมรับที่ค่า α มากกว่าหรือเท่ากับ 0.7 คอร์ติน่า (สุรสิทธิ์ อุดมธนะวงศ์. 2557 : 106; อ้างอิงจาก Cortina. 1993)

7. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การดำเนินการสำรวจเพื่อเก็บข้อมูล มีขั้นตอนดังนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ผู้ศึกษาเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เป็นคนไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งมีสถานที่ท่องเที่ยว 5 แห่ง ที่จะทำให้การเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ อุทยานแห่งชาติผาแต้ม สามพันโบก วัดสิริธรรารามภูพร้าว วัดหนองบัว และอุทยานแห่งชาติภูจอง-นายอย โดยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง
2. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามก่อนที่จะนำไปวิเคราะห์ข้อมูล
3. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากจำนวนแบบสอบถามทำการเก็บจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เป็นคนไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี จำนวนทั้งสิ้น 400 ฉบับ

การวิธีการประมวลผล

การประมวลผลข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของแบบสอบถาม
2. บันทึกข้อมูลที่เป็นรหัสลงในแบบบันทึกข้อมูล และเครื่องคอมพิวเตอร์ตามลำดับ
3. ประมวลผลข้อมูลตามจุดประสงค์ของการศึกษาวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. อธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา เช่น ค่าความถี่ ค่าร้อยละ เป็นต้น
2. วิเคราะห์พฤติกรรมการเดินทางมายังอำเภอห้วย จังหวัดอุบลราชธานีของนักท่องเที่ยวและปัจจัยทางการตลาดในการเลือกเข้าพักรีสอร์ทเชิงนิเวศ ตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ณ อำเภอห้วย จังหวัดอุบลราชธานี ด้วยสถิติค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

บทที่ 4

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยมีผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผลสรุป และข้อเสนอแนะงานวิจัยได้นำเสนอตามหัวข้อดังต่อไปนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล
2. สรุปผลการวิจัยและการอภิปรายผล
3. ข้อเสนอแนะ
 - 3.1 ข้อเสนอแนะในงานวิจัย
 - 3.2 ข้อเสนอแนะงานวิจัยครั้งต่อไป

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลวิเคราะห์ข้อมูลของพฤติกรรมการใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ท และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมรีสอร์ท ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์สถานภาพส่วนบุคคลโดยหาจำนวนร้อยละ

ตารางที่ 15 ผลการวิเคราะห์สถานภาพส่วนบุคคล (เพศ)

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	184	46.00
หญิง	216	54.00
รวม	400	100.00

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 15 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นเพศชาย มีจำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 16 ผลการวิเคราะห์สถานภาพส่วนบุคคล (อายุ)

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
25-34 ปี	258	64.50
35-44 ปี	103	25.75
45-54 ปี	27	6.75
มากกว่า 54 ปีขึ้นไป	12	3.00
รวม	400	100.00

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 16 แสดงให้เห็นว่าส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีช่วงอายุ 25-34 ปี มีจำนวนมากที่สุด โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 25-34 ปี มีจำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 64.50 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ 35-44 ปี มีจำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.75 และนักท่องเที่ยวชาวไทย 45-54 ปี มีจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 17 ผลการวิเคราะห์สถานภาพส่วนบุคคล (การศึกษา)

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	65	16.25
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	148	37.00
ปริญญาตรี	150	37.50
สูงกว่าปริญญาตรี	37	9.25
รวม	400	100.00

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 17 แสดงให้เห็นว่าระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวสำเร็จการศึกษาปริญญาตรีและมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีจำนวนมีจำนวนใกล้เคียงกัน โดยปริญญาตรี มีจำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 และระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีจำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.00 และระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีจำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 18 ผลการวิเคราะห์สถานภาพส่วนบุคคล (อาชีพ)

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ข้าราชการ	53	13.25
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	19	4.75
พนักงานบริษัท/ลูกจ้าง	147	36.75
ธุรกิจส่วนตัว	93	23.00
นักศึกษา	64	16.00
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	25	6.25
รวม	400	100.00

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 18 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวนส่วนใหญ่ที่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัท/ลูกจ้าง มีจำนวนมากที่สุด โดยนักท่องเที่ยวนที่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัท/ลูกจ้าง มีจำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.75 นักท่องเที่ยวนที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีจำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 และนักท่องเที่ยวนที่เป็นนักศึกษา มีจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 19 ผลการวิเคราะห์สถานภาพส่วนบุคคล (รายได้ต่อเดือน)

รายได้ต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
10,000 บาท หรือต่ำกว่า	98	24.50
10,001-20,000 บาท	140	35.00
20,001-30,000 บาท	82	20.50
30,001-40,000 บาท	36	9.00
40,001-50,000 บาท	28	7.00
มากกว่า 50,000 บาท ขึ้นไป	16	4.00
รวม	400	100.00

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 19 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวนส่วนใหญ่ที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีจำนวนมากที่สุด โดยนักท่องเที่ยวนที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีจำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 นักท่องเที่ยวนที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 บาท หรือต่ำกว่า มีจำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.50 และนักท่องเที่ยวนที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001- 30,000 บาท มีจำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.50 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวและการเลือกใช้บริการที่พักประเภท
รีสอร์ท

ตารางที่ 20 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวและการเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ท
(เวลาที่ท่านเดินทางไปท่องเที่ยว ท่านมักจะไปกับใคร)

เวลาที่ท่านเดินทางไปท่องเที่ยว ท่านมักจะไปกับใคร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
หมู่คณะ/บริษัทนำเที่ยว	29	7.25
ครอบครัว	239	59.75
เพื่อน	83	20.75
แฟน	41	10.25
ไปคนเดียว	8	2.00
รวม	400	100.00

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 20 แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวและการเลือกใช้
บริการที่พักประเภทรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวส่วนมากมักจะเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัว โดย
มีจำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 59.75 นักท่องเที่ยวมักจะเดินทางท่องเที่ยวกับเพื่อน โดยมี
จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.75 และนักท่องเที่ยวมักจะเดินทางท่องเที่ยวกับแฟน โดยมี
จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 21 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวและการเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ต (อัตราค่าห้องพักต่อวันที่ท่านใช้บริการ)

อัตราค่าห้องพักต่อวันที่ท่านใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 500 บาท	119	29.75
500-999 บาท	139	34.75
1,000-1,499 บาท	76	19.00
1,500-2,000 บาท	39	9.75
2,100-2,499 บาท	14	3.50
2,500 บาทขึ้นไป	13	3.25
รวม	400	100.00

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 21 แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวและการเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ตของนักท่องเที่ยวมักจะเลือกใช้อัตราค่าห้องพักต่อวัน 500-999 บาท โดยมีจำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.80 นักท่องเที่ยวมักจะเลือกใช้อัตราค่าห้องพักต่อวัน ต่ำกว่า 500 บาท โดยมีจำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.80 และนักท่องเที่ยวมักจะเลือกใช้อัตราค่าห้องพักต่อวัน 1,000-1,499 บาท โดยมีจำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 22 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวและการเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ต (ระยะเวลาที่ในการเข้าพักต่อครั้ง)

ระยะเวลาที่ในการเข้าพักต่อครั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 คืน	202	50.50
2 - 3 คืน	179	44.75
4 - 5 คืน	14	3.50
6 คืน ขึ้นไป	5	1.25
รวม	400	100.00

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 22 แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวและการเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ตของนักท่องเที่ยวมักจะเลือกใช้ระยะเวลาเข้าพัก 1 คืน โดยมีจำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.50 นักท่องเที่ยวมักจะเลือกใช้ระยะเวลาเข้าพัก 2-3 คืน โดยมีจำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.75 นักท่องเที่ยวมักจะเลือกใช้ระยะเวลาเข้าพัก 4-5 คืน โดยมีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 23 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวและการเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ต (ช่วงเวลา (วัน) ที่ท่านเดินทางเข้าพักที่ที่พักประเภทรีสอร์ตบ่อยที่สุด)

ช่วงเวลา (วัน) ที่ท่านเดินทางเข้าพักที่ที่พักประเภทรีสอร์ตบ่อยที่สุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
วันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์)	62	15.50
วันหยุด (เสาร์-อาทิตย์)	242	60.50
วันหยุดนักขัตฤกษ์	96	24.00
รวม	400	100.00

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 23 แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวและการเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ตของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มักจะเลือกช่วงเวลา (วัน) เดินทางเข้าพักที่ที่พักประเภทรีสอร์ตบ่อยที่สุดวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์) โดยมีจำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 60.50 นักท่องเที่ยวมักจะเลือกช่วงเวลา (วัน) เดินทางเข้าพักที่ที่พักประเภทรีสอร์ตบ่อยที่สุดวันหยุดนักขัตฤกษ์ โดยมีจำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 นักท่องเที่ยวมักจะเลือกช่วงเวลา (วัน) เดินทางเข้าพักที่ที่พักประเภทรีสอร์ตบ่อยที่สุดวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) โดยมีจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 24 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวและการเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ต (รูปแบบการท่องเที่ยวที่ท่านสนใจตอบได้มากกว่าหนึ่งข้อ)

รูปแบบการท่องเที่ยวที่ท่านสนใจตอบได้มากกว่าหนึ่งข้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เชิงนิเวศ/พักผ่อนตามธรรมชาติ	294	47.27
แบบผจญภัย	86	13.83
เชิงวัฒนธรรม/วิถีชีวิตท้องถิ่น	101	16.24
เที่ยวชมโบราณสถาน	96	15.43
ท่องเที่ยวชมราตรี	45	7.23
รวม	622	100.00

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 24 แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวและการเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ตของนักท่องเที่ยวโดยสามารถเลือกคำตอบได้มากกว่าหนึ่งข้อ ซึ่งส่วนใหญ่จะสนใจรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ/พักผ่อนตามธรรมชาติ โดยมีจำนวน 294 คน คิดเป็นร้อยละ 47.27 นักท่องเที่ยวสนใจรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม/วิถีชีวิตท้องถิ่น โดย

มีจำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 16.24 นักท่องเที่ยวสนใจรูปแบบการท่องเที่ยวชมโบราณสถาน โดยมีจำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 15.43 นักท่องเที่ยวสนใจรูปแบบการท่องเที่ยวแบบผจญภัย โดยมีจำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 13.83 ตามลำดับ

ตารางที่ 25 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวและการเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ต (วัตถุประสงค์หลักของการเลือกเข้าพักที่รีสอร์ต)

วัตถุประสงค์หลักของการเลือกเข้าพักที่รีสอร์ต	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พักผ่อน/ท่องเที่ยว	368	92.00
อบรม/สัมมนา	19	4.75
ติดต่องาน/ปฏิบัติงาน	13	3.25
รวม	400	100.00

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 25 แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและการเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ตของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักการเข้าพักเพื่อพักผ่อน/ท่องเที่ยว โดยมีจำนวน 368 คน คิดเป็นร้อยละ 92.00

ตารางที่ 26 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวและการเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ต (เหตุผลหลักของท่านในการใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ต)

เหตุผลหลักของท่านในการใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ต	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รูปแบบห้องพัก	83	20.75
ใกล้แหล่งท่องเที่ยว/มีกิจกรรมเสริม	109	27.25
การบริการที่ประทับใจ	68	17.00
อัตราค่าที่พัก	48	12.00
ทำเลที่ตั้ง/การเดินทาง	92	23.00
รวม	400	100.00

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 26 แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและการเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ตของนักท่องเที่ยวมีเหตุผลหลักในการเลือกใช้บริการในระดับที่ใกล้เคียงกัน คือ ใกล้แหล่งท่องเที่ยว/มีกิจกรรมเสริม, ทำเลที่ตั้ง/การเดินทาง และรูปแบบห้องพัก โดยมีจำนวน 109 คน, 92 คน และ 83 คน ตามลำดับ โดยคิดเป็นร้อยละ 27.25, 23, 20.80 ตามลำดับ

ตารางที่ 27 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวและการเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ท (ใครเป็นผู้มีส่วนในการตัดสินใจเลือกเข้าพักที่รีสอร์ท)

ใครเป็นผู้มีส่วนในการตัดสินใจเลือกเข้าพักที่รีสอร์ท	จำนวน (คน)	ร้อยละ
คนในครอบครัว	213	53.25
เพื่อน	76	19.00
ผู้บังคับบัญชา	16	4.00
ตนเอง	95	23.75
รวม	400	100.00

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 27 แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวและการเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวส่วนมากมีบุคคลที่ช่วยในการตัดสินใจเลือกเข้าพักได้แก่ คนในครอบครัว โดยมีจำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.25 นักท่องเที่ยวมีบุคคลที่ช่วยในการตัดสินใจเลือกเข้าพักได้แก่ ตนเอง โดยมีจำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 23.75 นักท่องเที่ยวมีบุคคลที่ช่วยในการตัดสินใจเลือกเข้าพักได้แก่ เพื่อน โดยมีจำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 28 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวและการเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ท (วิธีการจองที่พักประเภทรีสอร์ทของท่าน)

วิธีการจองที่พักประเภทรีสอร์ทของท่าน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
จองผ่านโทรศัพท์	109	27.25
จองผ่านอินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์	151	37.75
จองผ่านตัวแทนท่องเที่ยว (Travel Agent)	24	6.00
จองโดยไม่นัดหมายล่วงหน้า (Walk-in)	116	29.00
รวม	400	100.00

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 28 แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวและการเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวเลือกวิธีการจองที่พักประเภทรีสอร์ทแบบจองผ่านอินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์ โดยมีจำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.75 รองลงมามี 2 วิธีการจองที่พักที่มีจำนวนใกล้เคียงกัน คือ วิธีการจองที่พักประเภทรีสอร์ทแบบจองโดยไม่นัดหมายล่วงหน้า (Walk-in) โดยมีจำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00 นักท่องเที่ยวเลือกวิธีการจองที่พักประเภทรีสอร์ทแบบจองผ่านโทรศัพท์ โดยมีจำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 29 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวและการเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ท (ท่านได้รับข้อมูลเกี่ยวกับรีสอร์ทจากแหล่งใดมากที่สุด)

ท่านได้รับข้อมูลเกี่ยวกับรีสอร์ท จากแหล่งใดมากที่สุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
การโฆษณาจากสื่อสิ่งพิมพ์	38	9.50
ตัวแทนท่องเที่ยว (Travel Agent)	32	8.00
งานแสดงสินค้า/การท่องเที่ยว	23	5.75
อินเทอร์เน็ต	209	52.25
การแนะนำจากบุคคลที่รู้จัก	98	24.50
รวม	400	100.00

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 29 แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวและการเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับรีสอร์ทจากอินเทอร์เน็ต โดยมีจำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.25 และนักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลเกี่ยวกับรีสอร์ทจากการแนะนำจากบุคคลที่รู้จัก โดยมีจำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.50 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดในการเลือกเข้าพักรีสอร์ท

ตารางที่ 30 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดในการเลือกเข้าพักรีสอร์ท (ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	$\bar{x}$	S.D.	การแปลผล
1. ห้องพัคมองเห็นวิวธรรมชาติ	4.32	0.767	มากที่สุด
2. มีรูปแบบหรือขนาดของห้องพักให้เลือกหลากหลาย	4.16	0.767	มาก
3. อุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก	4.27	0.761	มากที่สุด
4. คุณภาพและรสชาติอาหาร	4.07	0.813	มาก
5. ชื่อเสียงของรีสอร์ทเป็นที่น่าเชื่อถือ	4.00	0.833	มาก
รวม	4.16	0.788	มาก

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 30 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวมีการรับรู้เกี่ยวกับระดับความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก มีระดับค่าเฉลี่ย 4.16 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่อง ห้องพัคมองเห็นวิวธรรมชาติ และอุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวก มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีระดับค่าเฉลี่ย 4.32 และ 4.27 ตามลำดับ

ตารางที่ 31 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดในการเลือกเข้าพัก รีสอร์ท (ปัจจัยด้านราคา)

ปัจจัยด้านราคา	$\bar{x}$	S.D.	การแปลผล
1. มีระดับราคาห้องพักให้เลือกหลากหลาย	4.31	0.728	มากที่สุด
2. มีระดับราคาที่สมเหตุสมผล	4.30	0.729	มากที่สุด
3. การจ่ายค่ามัดจำสำรองห้องพัก	3.86	0.839	มาก
4. การกำหนดราคาค่าบริการต่าง ๆ ชัดเจน	4.34	0.709	มากที่สุด
5. มีระบบการชำระเงินที่สะดวกและหลายช่องทาง	4.27	0.783	มากที่สุด
รวม	4.22	0.758	มากที่สุด

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 31 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีการรับรู้เกี่ยวกับระดับความสำคัญปัจจัยด้านราคาอยู่ในระดับมากที่สุด มีระดับค่าเฉลี่ย 4.22 และเมื่อพิจารณารายชื่อ มีระดับราคาห้องพักให้เลือกหลากหลาย, มีระดับราคาห้องพักให้เลือกหลากหลาย, มีระดับราคาที่สมเหตุสมผล และมีระบบการชำระเงินที่สะดวกและหลายช่องทาง มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด โดยระดับค่าเฉลี่ย 4.34 4.31 4.30 และ 4.27 ตามลำดับ

ตารางที่ 32 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดในการเลือกเข้าพัก รีสอร์ท (ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย)

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	$\bar{x}$	S.D.	การแปลผล
1. ทำเลที่ตั้ง สะดวกต่อการเดินทาง	4.43	0.712	มากที่สุด
2. รีสอร์ท อยู่ใกล้สถานที่ปฏิบัติงานของท่าน/ แหล่งท่องเที่ยว	4.25	0.780	มากที่สุด
3. สามารถติดต่อสอบถามหรือสำรองพักได้หลาย ช่องทาง เช่น ทางอินเทอร์เน็ต, ทางโทรศัพท์, ทางอีเมล	4.42	0.696	มากที่สุด
รวม	4.37	0.729	มากที่สุด

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 32 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีการรับรู้เกี่ยวกับระดับความสำคัญปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ทั้งรายด้านและรายชื่ออยู่ในระดับมากที่สุด โดยรายด้านมีค่าเฉลี่ย 4.37 และรายชื่อประกอบด้วย สามารถติดต่อสอบถามหรือสำรองพักได้หลายช่องทาง, ทำเลที่ตั้ง สะดวกต่อการเดินทาง และรีสอร์ท อยู่ใกล้สถานที่ปฏิบัติงานของท่าน/แหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยค่าเฉลี่ย 4.43 4.42 และ 4.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 33 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดในการเลือกเข้าพักรีสอร์ท (ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	$\bar{x}$	S.D.	การแปลผล
1. การโฆษณาผ่านสื่อออฟไลน์ (ทีวี, วิทยุ, สิ่งพิมพ์, ป้ายประกาศ)	4.03	0.851	มาก
2. การโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ (เว็บไซต์, สื่อสังคมออนไลน์)	4.27	0.748	มากที่สุด
3. มีรายการส่งเสริมการขาย ตามฤดูกาล/เทศกาล	4.12	0.777	มาก
4. มีแพ็คเกจราคาพิเศษสำหรับกรุ๊ปท่องเที่ยว	4.09	0.848	มาก
รวม	4.13	0.806	มาก

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 33 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีการรับรู้เกี่ยวกับระดับความสำคัญปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก มีระดับค่าเฉลี่ย 4.13 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่อง การโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ (เว็บไซต์, สื่อสังคมออนไลน์) มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีระดับค่าเฉลี่ย 4.27

ตารางที่ 34 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดในการเลือกเข้าพักรีสอร์ท (ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน)

ปัจจัยด้านบุคคล หรือพนักงาน	$\bar{x}$	S.D.	การแปลผล
1. ความสามารถในการสื่อสารของพนักงาน	4.34	0.729	มากที่สุด
2. กิริยามารยาทของพนักงาน	4.37	0.745	มากที่สุด
3. พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส มีความเป็นมิตร	4.44	0.753	มากที่สุด
4. การให้ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียง	4.26	0.734	มากที่สุด
5. ชี้แจงให้คำแนะนำและตอบปัญหาข้อซักถามอย่างชัดเจน	4.31	0.736	มากที่สุด
รวม	4.34	0.739	มากที่สุด

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 34 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีการรับรู้เกี่ยวกับระดับความสำคัญปัจจัยด้านบุคคล หรือพนักงาน ทั้งรายด้านและรายข้ออยู่ในระดับมากที่สุด โดยรายด้านมีค่าเฉลี่ย 4.34 และรายข้อประกอบด้วย พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส มีความเป็นมิตร, กิริยามารยาทของพนักงาน, ความสามารถในการสื่อสารของพนักงาน, ชี้แจงให้คำแนะนำและตอบปัญหาข้อซักถามอย่างชัดเจน, และการให้ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียง มีปัจจัยค่าเฉลี่ย 4.44 4.37 4.34 4.31 และ 4.26 ตามลำดับ

ตารางที่ 35 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดในการเลือกเข้าพัก รีสอร์ท (ปัจจัยด้านกายภาพและการนำเสนอ)

ปัจจัยด้านกายภาพและการนำเสนอ	$\bar{x}$	S.D.	การแปลผล
1. บรรยากาศในห้องพักและสถานที่	4.36	0.691	มากที่สุด
2. มีการตกแต่งที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ	4.17	0.770	มาก
3. ความสะอาดบริเวณสถานที่โดยรอบของรีสอร์ท	4.39	0.724	มากที่สุด
4. มีระบบรักษาความปลอดภัย	4.41	0.744	มากที่สุด
รวม	4.33	0.732	มากที่สุด

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 35 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีการรับรู้เกี่ยวกับระดับความสำคัญปัจจัยด้านกายภาพและการนำเสนออยู่ในระดับมากที่สุด มีระดับค่าเฉลี่ย 4.33 และเมื่อพิจารณารายข้อ มีระบบรักษาความปลอดภัย, ความสะอาดบริเวณสถานที่โดยรอบของรีสอร์ท และบรรยากาศในห้องพักและสถานที่ มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด โดยระดับค่าเฉลี่ย 4.41 4.39 และ 4.36 ตามลำดับ

ตารางที่ 36 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดในการเลือกเข้าพัก รีสอร์ท (ปัจจัยด้านกระบวนการ)

ปัจจัยด้านกระบวนการ	$\bar{x}$	S.D.	การแปลผล
1. มีความรวดเร็วในการสำรองห้องพัก	4.30	0.735	มากที่สุด
2. มีความรวดเร็วในการเช็คอิน-เช็คเอาท์	4.31	0.721	มากที่สุด
3. มีการบริการขนส่งสัมภาระให้ผู้เข้าพัก	4.15	0.808	มาก
4. มีอุปกรณ์เครื่องมือทันสมัยในการให้บริการ	4.27	0.765	มากที่สุด
รวม	4.26	0.757	มากที่สุด

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 36 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีการรับรู้เกี่ยวกับระดับความสำคัญปัจจัยด้านกระบวนการอยู่ในระดับมากที่สุด มีระดับค่าเฉลี่ย 4.26 และเมื่อพิจารณารายข้อ มีความรวดเร็วในการเช็คอิน-เช็คเอาท์, ความรวดเร็วในการสำรองห้องพัก, มีอุปกรณ์เครื่องมือทันสมัยในการให้บริการ, และมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด โดยระดับค่าเฉลี่ย 4.31 4.30 และ 4.27 ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อธุรกิจรีสอร์ทเชิงนิเวศ

ตารางที่ 37 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อธุรกิจรีสอร์ทเชิงนิเวศ (หากมีรีสอร์ทใหม่เกิดขึ้นในพื้นที่อำเภอหนองหลวง โดยรีสอร์ทนี้ จะเป็นลักษณะรีสอร์ทเชิงนิเวศ ที่เน้นการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ ท่านจะเข้ามาใช้บริการหรือไม่)

หากมีรีสอร์ทใหม่เกิดขึ้นในพื้นที่ อำเภอหนองหลวง โดยรีสอร์ทนี้ จะเป็นลักษณะรีสอร์ทเชิงนิเวศ ที่เน้นการรักษาทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม ซึ่งนำปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ ท่านจะเข้ามาใช้บริการหรือไม่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ใช่	361	90.25
ไม่ใช่	39	9.75
รวม	400	100.00

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 37 แสดงให้เห็นว่าถ้าหากมีรีสอร์ทใหม่เกิดขึ้นในพื้นที่อำเภอหนองหลวง โดยรีสอร์ทนี้ จะเป็นลักษณะรีสอร์ทเชิงนิเวศ ที่เน้นการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชาวไทยจะเข้ามาใช้บริการ มีจำนวน 361 คน คิดเป็นร้อยละ 90.25 และไม่เข้ามาใช้บริการมีจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.75

ตารางที่ 38 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อธุรกิจรีสอร์ทเชิงนิเวศ (ท่านต้องการให้รีสอร์ทนี้ (ซึ่งเป็นรีสอร์ทเชิงนิเวศ ที่เน้นการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์) มีกิจกรรมอะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่าหนึ่งข้อ))

ท่านต้องการให้รีสอร์ทนี้ (ซึ่งเป็น รีสอร์ทเชิงนิเวศ ที่เน้นการรักษา ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมา ประยุกต์) มีกิจกรรมอะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่าหนึ่งข้อ)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ปลูก บริโภค จำหน่าย ผักปลอดสารพิษ	218	19.43
การบริการอาหารแบบปลอดสารพิษ	192	17.10
มีกิจกรรมการเกษตรให้นักท่องเที่ยว เช่น ทำนาข้าว ปลูกผัก	166	14.80
มีการสาธิตการทำอาหารเพื่อสุขภาพ	152	13.55
มีคอร์สอบรมการทำเกษตรและ สิ่งแวดล้อมเป็นประจำทุกๆเดือน	84	7.49
มีกิจกรรมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและ การสาธิตการใช้ประโยชน์จากขยะ	143	12.75
การจำหน่ายสินค้าเกษตรและ ศิลปหัตถกรรมจากชุมชนในท้องถิ่น	167	14.88
รวม	1,122	100.00

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 38 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการให้รีสอร์ทเชิงนิเวศ ที่เน้นการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ โดยส่วนใหญ่ต้องการให้รีสอร์ทมีกิจกรรมการปลูก บริโภค จำหน่ายผักปลอดสารพิษ มีจำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 19.43 การบริการอาหารแบบปลอดสารพิษ มีจำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 17.10 การจำหน่ายสินค้าเกษตรและศิลปหัตถกรรมจากชุมชนในท้องถิ่น มีจำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 14.88 มีกิจกรรมการเกษตรให้นักท่องเที่ยว เช่น ทำนาข้าว ปลูกผัก มีจำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 14.80 และมีการสาธิตการทำอาหารเพื่อสุขภาพ มีจำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 13.55 ตามลำดับ

สรุปและวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อธุรกิจรีสอร์ทเชิงนิเวศ (หากท่านมีโอกาสได้ข้อเสนอแนะรีสอร์ทใหม่ที่กำลังจะก่อสร้างในอำเภอนาจะหลวย ท่านจะให้ข้อเสนอแนะให้รีสอร์ท คำนี้ถึงผลกระทบอะไรบ้าง และราคาค่าที่พักที่ท่านคิดว่าเหมาะสม)

นักท่องเที่ยวมีข้อเสนอแนะ รีสอร์ทใหม่ที่กำลังจะก่อสร้างในอำเภอนาจะหลวย ส่วนใหญ่จะให้ข้อเสนอแนะด้านราคาว่าควรอยู่ระหว่าง 500-1,000 บาท และควรเป็นรีสอร์ทที่รักษาธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม รวมไปถึงการทำประโยชน์ให้กับชุมชน เพื่อให้เป็นการทำธุรกิจร่วมกับชุมชนอย่างยั่งยืน

สรุปผลการวิจัยและการอภิปรายผล

โครงการศึกษาความเป็นไปได้ธุรกิจรีสอร์ทเชิงนิเวศ ตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง กรณีศึกษา อำเภอนาจะหลวย จังหวัดอุบลราชธานี เป็นโครงการที่ผู้ดำเนินการศึกษาความเป็นไปได้สนใจที่จะศึกษาเพื่อการลงทุนธุรกิจรีสอร์ทและเพื่อเป็นช่องทางในการขยายกิจการซึ่งที่ดินที่ใช้ในการก่อสร้างนั้น มีเนื้อที่ประมาณ 30 ไร่ โดยใช้ชื่อโครงการนี้ว่า “นาจะหลวยบ้านนา รีสอร์ท”

1. การศึกษาด้านการตลาด

จากผลวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณของพฤติกรรมการใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ท และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมรีสอร์ท ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี สามารถนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพได้ดังนี้

วิเคราะห์ STP : Segmenting Targeting and Positioning

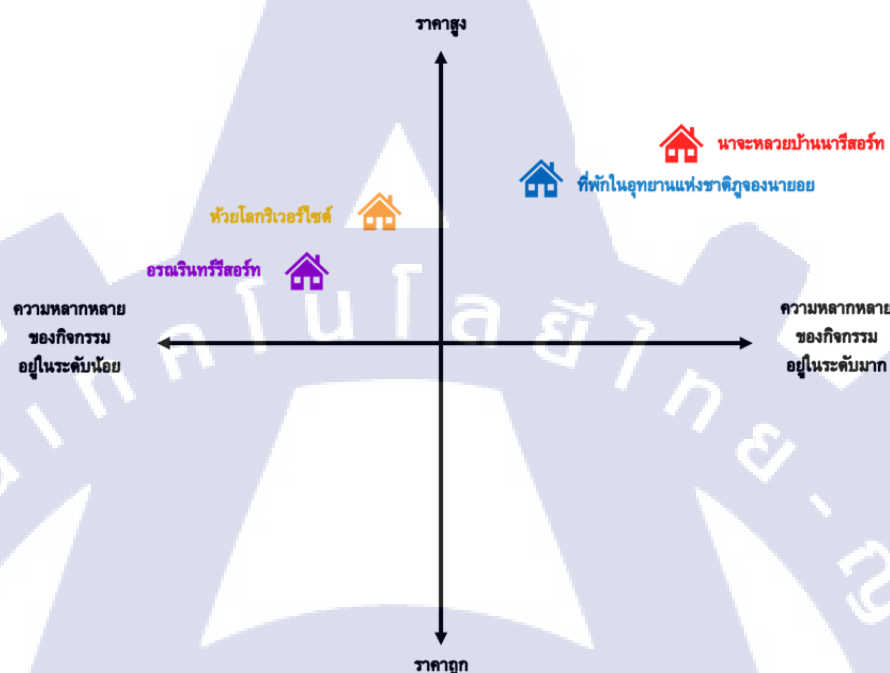
1. การแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation หรือ Segmenting) เป็นการแบ่งเพื่อแยกกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภทออกจากกันให้ชัดเจน เพื่อที่จะได้สามารถเลือกกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างถูกต้อง โดยพิจารณาจากความหลากหลายของกิจกรรมและราคาโดยพฤติกรรมรูปแบบการท่องเที่ยวที่สนใจ แบ่งได้ดังนี้

- 1.1 รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศหรือพักผ่อนตามธรรมชาติ
- 1.2 รูปแบบการท่องเที่ยวผจญภัย
- 1.3 รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหรือวิถีชีวิตท้องถิ่น
- 1.4 รูปแบบการท่องเที่ยวชมโบราณสถาน
- 1.5 รูปแบบการท่องเที่ยวยามราตรี

2. การกำหนดตลาดเป้าหมาย (Market Targeting หรือ Targeting) จากข้อมูลการเก็บแบบสำรวจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและการเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ทนั้น กลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มักจะสนใจรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศหรือพักผ่อนตามธรรมชาติ ดังนั้น

ผู้ศึกษาจึงตัดสินใจเลือกสร้างรีสอร์ทเชิงนิเวศ ตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ณ อำเภอ
นาจะหลวย จังหวัดอุบลราชธานี

3. การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในตลาด (Market Positioning หรือ Positioning)



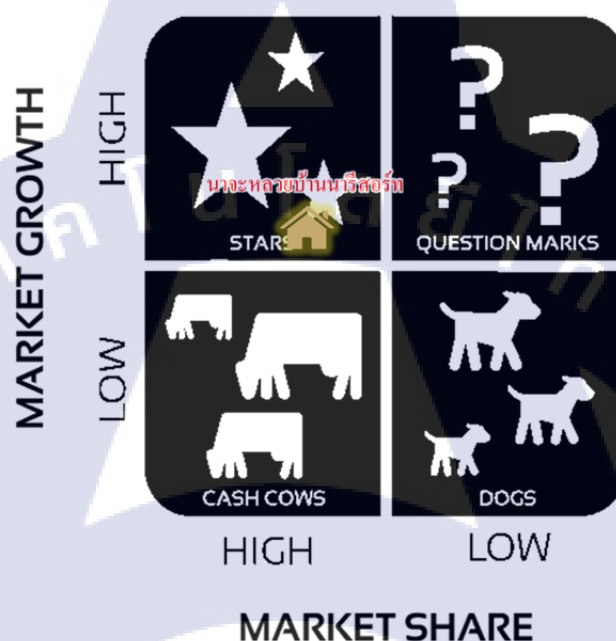
รูปที่ 15 Perceptual Map เปรียบเทียบกับคู่แข่งสำคัญ

เนื่องด้วยพื้นที่ในการทำรีสอร์ท อยู่ที่อำเภอนาจะหลวย จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งรายล้อมด้วยพื้นที่ธรรมชาติ ป่าไม้ อุทยานแห่งชาติ และไร่นา สามารถให้นักท่องเที่ยวได้ประกอบกิจกรรมต่างๆ ได้ มากกว่าแค่พักอาศัยซึ่งจะแตกต่างจากรีสอร์ทอื่นๆ ในบริเวณใกล้เคียง เช่น ทำนาข้าว ปลูกผักและบริโภคผักปลอดสารพิษ การสาธิตการทำอาหารเพื่อสุขภาพ การจำหน่ายสินค้าเกษตรและศิลปหัตถกรรมจากชุมชนในท้องถิ่น เป็นต้น ส่วนในเรื่องราคานั้น ราคาขายห้องพักและบริการต่างๆ อยู่ในระดับราคาค่อนข้างสูง จากความเป็นรีสอร์ทเชิงนิเวศ ตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ที่ต้องการให้บริการแบบพิเศษแก่นักท่องเที่ยวทุกคน

สำหรับคู่แข่งชั้นในธุรกิจเดียวกันเป็นรีสอร์ทอยู่ในพื้นที่อำเภอนาจะหลวย ซึ่งผู้ศึกษาได้ยกตัวอย่างของคู่แข่งชั้นมาทั้ง 3 รายด้วยกันคือ ออร์นรินทร์ รีสอร์ท เป็นรีสอร์ท เป็นรีสอร์ทที่มีความเป็นส่วนตัวในระดับปานกลาง ระดับราคาปานกลาง ภายในรีสอร์ทไม่มีร้านอาหารให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่มาพักและไม่มีกิจกรรมภายในรีสอร์ท ในขณะที่ห้วยโลกริเวอร์ไซด์ เป็นรีสอร์ทที่มีความเป็นส่วนตัวและราคา ในระดับราคาปานกลาง ภายในรีสอร์ทมีร้านอาหารให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่มาพักและไม่มีกิจกรรมภายในรีสอร์ทคล้ายกับออร์นรินทร์ รีสอร์ท และ

สุดท้ายคู่แข่งอย่างที่พักในอุทยานแห่งชาติภูจองนายอย ซึ่งเป็นที่พักสไตล์เรียบง่าย ใกล้ชิดกับธรรมชาติ ความเป็นส่วนตัวในระดับสูง ระดับราคาปานกลางถึงสูง ภายในรีสอร์ทมีร้านอาหาร ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่มาพักและมีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยว

การวิเคราะห์เครือข่ายธุรกิจ



รูปที่ 16 วิเคราะห์บีซีจีของแมทริกซ์ “นางจะหลวยบ้านนารีสอร์ท”

จากวิเคราะห์บีซีจีของแมทริกซ์ ซึ่งนำข้อมูลส่วนแบ่งการตลาดและอัตราการเจริญเติบโตธุรกิจรีสอร์ทจากยอดขายจึงสามารถสรุปได้ว่า “นางจะหลวยบ้านนารีสอร์ท” อยู่ในตำแหน่งดวงดาว (Star) แสดงว่าฐานะหรือตำแหน่งของหน่วยงานเชิงธุรกิจ เป็นผู้นำในตลาด มีส่วนแบ่งการตลาดค่อนข้างสูง อยู่ในอุตสาหกรรมที่พักในอำเภอนางจะหลวย จังหวัดอุบลราชธานี และมีอัตราการเติบโตของรายได้ในช่วงขยายตัว แสดงให้เห็นว่าหน่วยงานเชิงธุรกิจ นั้นจะสามารถทำอะไรได้ จึงควรกำหนดเป้าหมายที่จะรักษาจุดเด่นเหนือคู่แข่งของบริษัทเอาไว้เป็นประการสำคัญ เพื่อเผชิญกับคู่แข่งที่กำลังจะเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว แม้ว่าหน่วยงานเชิงธุรกิจนี้จะสามารถทำอะไรได้ แต่ก็จำเป็นที่จะต้องใช้ทรัพยากรในการบริหารมากเช่นเดียวกัน เพื่อสนับสนุนให้เจริญก้าวหน้าต่อไปอย่างต่อเนื่อง เพราะตลาดท่องเที่ยวของเมืองไทยยังไม่ถึงจุดอิ่มตัว ส่วนการครองตลาดจะสามารถรักษาให้อยู่ในระดับเดิม หรือขยายให้เพิ่มขึ้นได้ด้วยการทุ่มเทงบประมาณกับการโฆษณาให้มากขึ้น และเพิ่มความพยายามด้านการจัดจำหน่ายมากขึ้น หรือลดราคาลง

และเมื่อตลาดมีการแข่งขันมากขึ้นธุรกิจจึงจำเป็นต้องนำโปรโมชั่นใหม่ ๆ มาเพื่อรักษาส่วนการแบ่งตลาด

การวิเคราะห์ SWOT Analysis

1. จุดแข็ง (Strengths)

1.1 พื้นที่ตั้งรีสอร์ทอยู่ในเขตพื้นที่ธรรมชาติ ใกล้อุทยานแห่งชาติภูจองนายอย จังหวัดอุบลราชธานี และแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ นอกจากนี้ ยังเป็นแหล่งเพาะปลูกเกษตรกรรม มีแหล่งน้ำและธรรมชาติที่สมบูรณ์ ซึ่งเหมาะแก่การทำรีสอร์ทเชิงนิเวศ

1.2 รูปแบบที่พัก มีการตกแต่งด้วยวัสดุเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ไม่หรูหราและมีเอกลักษณ์เฉพาะ ซึ่งสอดคล้องกับวิถีชีวิตชาวบ้านในอำเภอ

1.3 ภายในรีสอร์ทมีกิจกรรมให้แก่ผู้เข้าพัก เพื่อเป็นการสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ ให้กับลูกค้า เช่น การทำนา การประดิษฐ์สิ่งของโดยภูมิปัญญาชาวบ้าน จึงทำให้ผู้เข้าพักได้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมไปด้วย

1.4 การให้บริการอาหาร ด้วยวัตถุดิบจากธรรมชาติปลอดสารพิษ และเป็นสิ่งที่ผู้เข้าพักมีส่วนร่วมจากการทำเกษตรกรรม

1.5 รีสอร์ท มีราคาที่ให้ความคุ้มค่ากับผู้เข้าพัก ที่ไม่ได้มุ่งเน้นแค่พักอาศัย แต่ได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมที่ทางรีสอร์ทจัดให้

2. จุดอ่อน (Weakness)

2.1 เนื่องจากเป็นรีสอร์ทเชิงนิเวศ ผู้เข้าพักอาจจะยังไม่คุ้นเคยรูปแบบรีสอร์ท ทำให้บางครั้งยังไม่ตัดสินใจเข้าพัก

2.2 ประสิทธิภาพของทีมงาน ที่ส่วนใหญ่อาจจะยังไม่ชินกับงานบริการด้านธุรกิจรีสอร์ท รวมถึงจำนวนพนักงานมีไม่มาก เพราะเพิ่งเปิดกิจการ

2.3 จำนวนห้องพักมีไม่มากนัก การรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวจำนวนมากอาจจะไม่เพียงพอ

3. โอกาส (Opportunities)

3.1 การสนับสนุนการท่องเที่ยวภายในประเทศจากภาครัฐบาล

3.2 เทคโนโลยีสมัยใหม่สามารถใช้ในการประชาสัมพันธ์รีสอร์ท ทำได้ง่ายขึ้นและเสียค่าใช้จ่ายน้อย นอกจากนี้เทคโนโลยีสามารถช่วยอำนวยความสะดวกในการบริหารจัดการงานได้ง่ายขึ้น

3.3 อำเภอหนองไขว่ จังหวัดอุบลราชธานี นอกจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และยังเป็นทางผ่านเข้าสู่ประเทศลาวและกัมพูชาได้

3.4 ในบริเวณใกล้เคียง รีสอร์ทหรือที่พักต่างๆ มีลักษณะที่เก่า ไม่ปรับปรุง ทำให้ผู้เข้าพักไม่อยากจะเข้าไปพัก

3.5 นักท่องเที่ยว ต้องการแสวงหาพื้นที่ใหม่ๆ ในการท่องเที่ยว อำเภอนาจะหลวย จึงเหมาะเป็นจุดที่นักท่องเที่ยวสนใจ

4. ภัยคุกคาม (Threat)

4.1 เนื่องจากมีระยะทางไกลจากกรุงเทพ รวมถึงจังหวัดอื่นๆ การเดินทางมาท่องเที่ยวอาจจะต้องรอช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์ หรือ ช่วงที่มีวันหยุดยาว

4.2 ความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจภายในประเทศ ทำให้นักท่องเที่ยวเลือกที่จะใช้จ่ายที่จำเป็นก่อน

4.3 ความผันผวนของราคาน้ำมันส่งผลต่อค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว

ส่วนประสมการตลาด 7 อย่าง หรือ Marketing Mix 7P's

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นการให้บริการห้องพักให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทยในรูปแบบของรีสอร์ทเชิงนิเวศ ที่สามารถมองเห็นวิวธรรมชาติ ห้องพักรูปแบบหรือขนาดให้เลือกหลากหลาย มีอุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก มีกิจกรรมเสริม เช่น ทำนาข้าว ปลูกผักและบริโภคผักปลอดสารพิษ การสาธิตการทำอาหารเพื่อสุขภาพ การจำหน่ายสินค้าเกษตรและศิลปหัตถกรรมจากชุมชนในท้องถิ่น เป็นต้น

2. ด้านราคา (Price) โดยทางผู้ศึกษาได้กำหนดราคาห้องพักให้ครอบคลุมกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ต้องการห้องพักระดับราคา 500-999 บาท โดยไม่ตั้งราคาให้สูงจนนักท่องเที่ยวไม่สามารถเข้าพักได้ หรือตั้งราคาให้ต่ำจนทำให้ลูกค้าไม่แน่ใจด้านคุณภาพการบริการ ซึ่งอาจก่อให้เกิดการเสียหายต่อภาพลักษณ์ที่ดีของธุรกิจได้ โดยระดับราคาห้องพักถูกกำหนดขึ้นเบื้องต้น 2 รูปแบบ ในตารางดังนี้

ตารางที่ 39 ระดับราคาห้องพักในแต่ละรูปแบบ

รูปแบบห้องพัก	จำนวน (ห้อง)	ราคา (บาท)
ห้องพักเตียงเดี่ยวมาตรฐาน	12	900
ห้องพักเตียงคู่มาตรฐาน	12	900

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ลูกค้าสามารถติดต่อกับทางโรงแรมด้วยตัวเอง ทั้งการโทรศัพท์ ส่งข้อความผ่านทางเว็บไซต์บริษัท ทางอีเมล และวิธีการอื่นๆ ซึ่งเป็นทางหลักของทางรีสอร์ท และสามารถติดต่อผ่านตัวแทนจำหน่ายของบริษัทนำเที่ยว บริษัทจำหน่ายตั๋ว และโรงแรมผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

4. ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotions) เครื่องมือที่ใช้ในการส่งเสริมการตลาดคือการขายโดยพนักงานขายโดยให้พนักงานต้อนรับเป็นผู้ให้ข้อมูลและแนะนำรีสอร์ท จัดทำการส่งเสริมการขาย เช่น บัตรสมาชิกเพื่อรับส่วนลดหรือคะแนนสะสม การโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ เว็บไซต์ และสื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางหลัก ซึ่งลูกค้าสามารถเห็นและติดตาม ข่าวสารโปรโมชั่นประจำฤดูกาล และแพ็คเกจราคาพิเศษ

5. ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) การคัดเลือกบุคคลหรือพนักงานในการเข้าทำงานที่รีสอร์ทเป็นปัจจัยหลักของงานบริการที่สนับสนุนให้เกิดผลประกอบการและให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจโดยเฉพาะอย่างยิ่งในธุรกิจการบริการ ดังนั้นบุคลากรที่จะเข้ามาควรมีบุคลิกลักษณะที่มียิ้มแย้มแจ่มใส มีความเป็นมิตร กิริยามารยาทดี ความสามารถในการสื่อสารดี สามารถชี้แจงให้คำแนะนำและตอบปัญหาข้อซักถามอย่างชัดเจนให้แก่นักท่องเที่ยว พร้อมทั้งให้ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียงได้อีกด้วย

6. ด้านกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence/Environment and Presentation) บรรยากาศในห้องพักและสถานที่ภายในรีสอร์ทเชิงนิเวศ นั้นต้องมีการตกแต่งที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ สามารถมองเห็นวิวธรรมชาติ มีความเป็นส่วนตัวสูง โดยรอบของรีสอร์ทต้องมีความสะอาด และมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี รวมถึงกิจกรรมภายในรีสอร์ทเชิงนิเวศที่สามารถให้ผู้เข้าพักได้

7. ด้านกระบวนการ (Process) ถือว่าเป็นหน้าตาของธุรกิจ ดังนั้นพนักงานผู้ให้บริการต้องทราบถึงกระบวนการให้บริการ และปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัดเพื่อให้การรอคอยในการใช้บริการน้อยที่สุด ไม่ว่าจะเป็นความรวดเร็วในการสำรองห้องพัก ความรวดเร็วในการเช็คอิน-เช็คเอาท์ และมีการบริการขนส่งสัมภาระให้ผู้เข้าพัก

สรุปลักษณะนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาใช้บริการรีสอร์ทเชิงนิเวศ

จากข้อมูลนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยมีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 25-34 ปี ส่วนระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีและมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัท/ลูกจ้าง มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท นักท่องเที่ยวมีส่วนมากมักจะเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัว เลือกใช้อัตราค่าห้องพักต่อวัน 500-999 บาท ระยะเวลาเข้าพัก 1 คืน เลือกช่วงเวลา (วัน) เดินทางเข้าพักที่พักระเบียงรีสอร์ทบ่อยที่สุดวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์) โดยนักท่องเที่ยวมีความสนใจในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ/พักผ่อนตามธรรมชาติ มีวัตถุประสงค์หลักการเข้าพักเพื่อพักผ่อน/ท่องเที่ยว ในช่วงวันหยุดจากการทำงาน ซึ่งมีเหตุผลหลักในการเลือกบริการ คือ ใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยว/มีกิจกรรมเสริม, ทำเลที่ตั้ง/การเดินทาง และรูปแบบห้องพัก ซึ่งคนในครอบครัว มีส่วนช่วยในการตัดสินใจเลือกเข้าพัก วิธีการจองที่พักส่วนใหญ่ ผ่านอินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์ และนักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลเกี่ยวกับรีสอร์ทจากอินเทอร์เน็ต

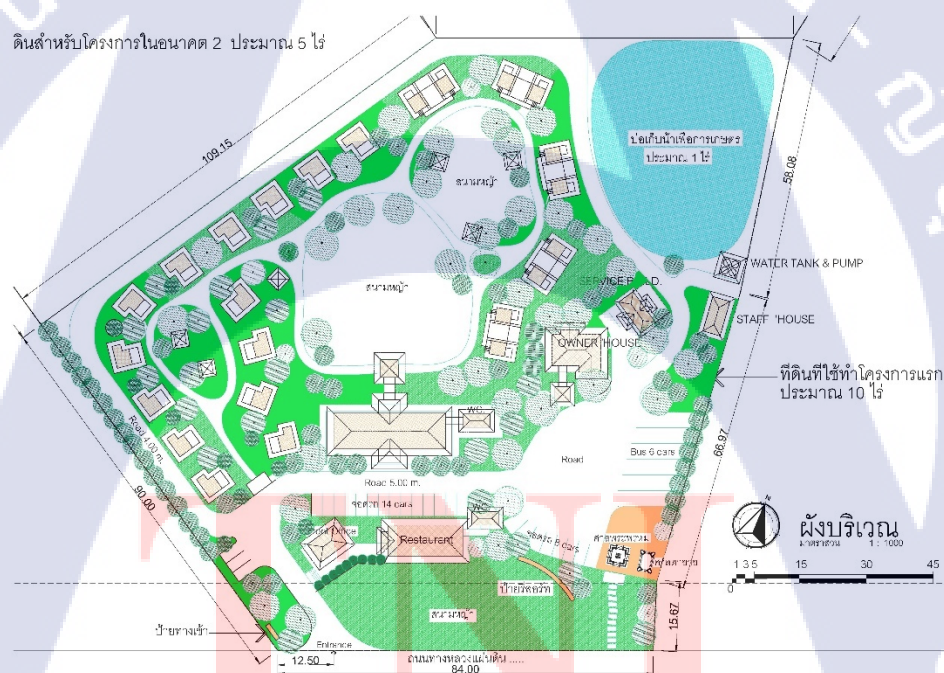
2. การศึกษาด้านวิศวกรรม

การศึกษาด้านวิศวกรรมในกิจการรีสอร์ท ที่เป็นงานในลักษณะการให้บริการนี้ จะศึกษาเรื่อง สถานที่ตั้ง แนวคิดรูปแบบรีสอร์ทและห้องพักอาคาร และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อศึกษาว่าสิ่งเหล่านี้สามารถปฏิบัติได้ และเป็นไปตามเทคนิคหรือเทคโนโลยีที่มีอยู่ในปัจจุบันหรือไม่

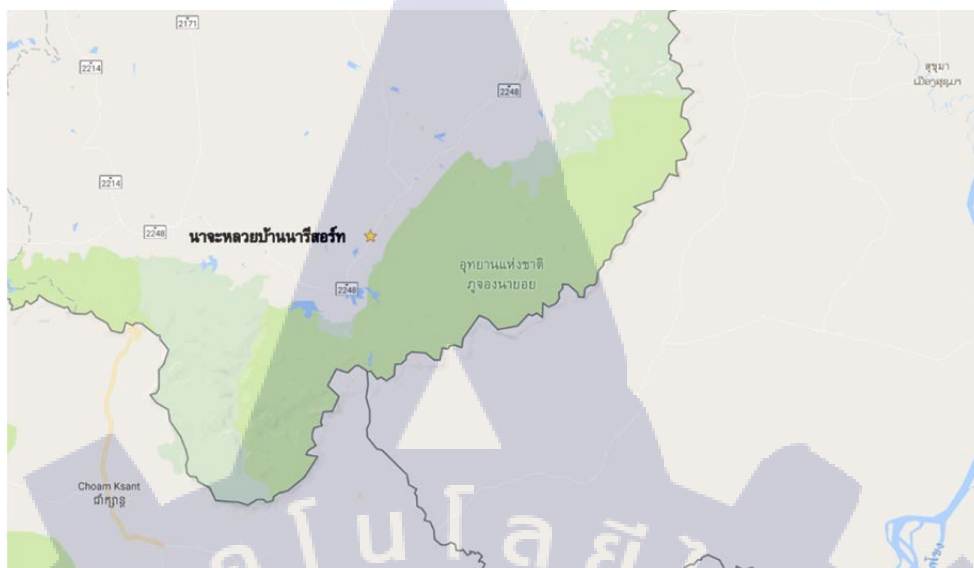
สถานที่ตั้ง

สถานที่ตั้งของพื้นที่โครงการ อยู่ใกล้กับถนนสายหลัก 2248 ตำบลนาจะหลวย อำเภอนาจะหลวย จังหวัดอุบลราชธานี เนื้อที่ 30 ไร่ โดยห่างจากอุทยานแห่งชาติภูจอง-นายอย 22.1 กิโลเมตร และถ้าเดินทางมาจากอำเภออุบลราชธานีมีระยะทาง 94 กิโลเมตร

พื้นที่โครงการห่างจากถนนสายหลัก 15 เมตร มีความกว้าง 84 เมตร และมีความยาว 141 เมตร ตามแผนผังของที่ดินดังรูปที่ 17



รูปที่ 17 รูปร่างแผนผังของที่ดิน



รูปที่ 18 แผนที่แสดงตำแหน่งที่ตั้งของที่ดิน

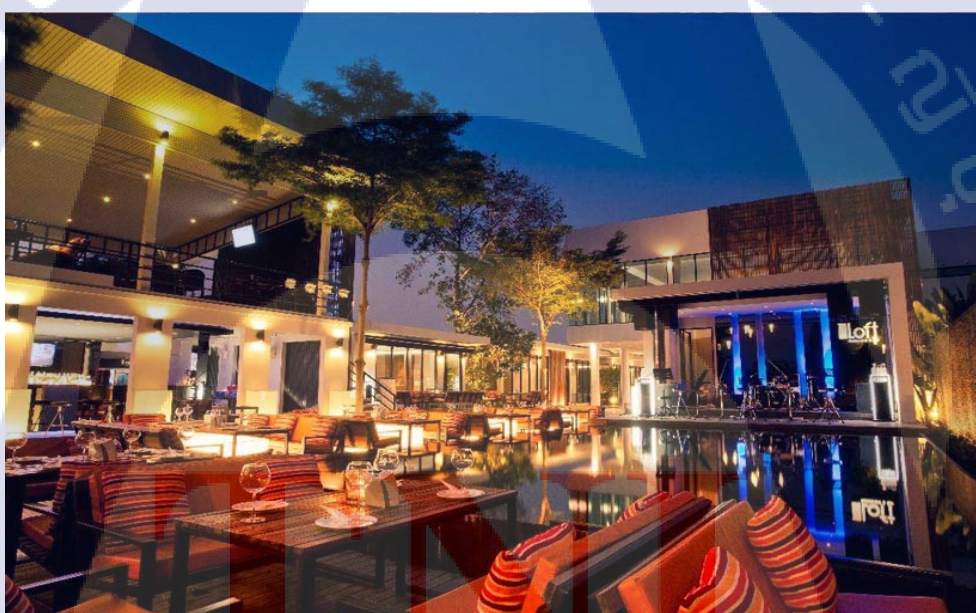
แนวคิดรูปแบบรีสอร์ทและห้องพักอาคาร



รูปที่ 19 แนวคิดภาพรวมของรีสอร์ท



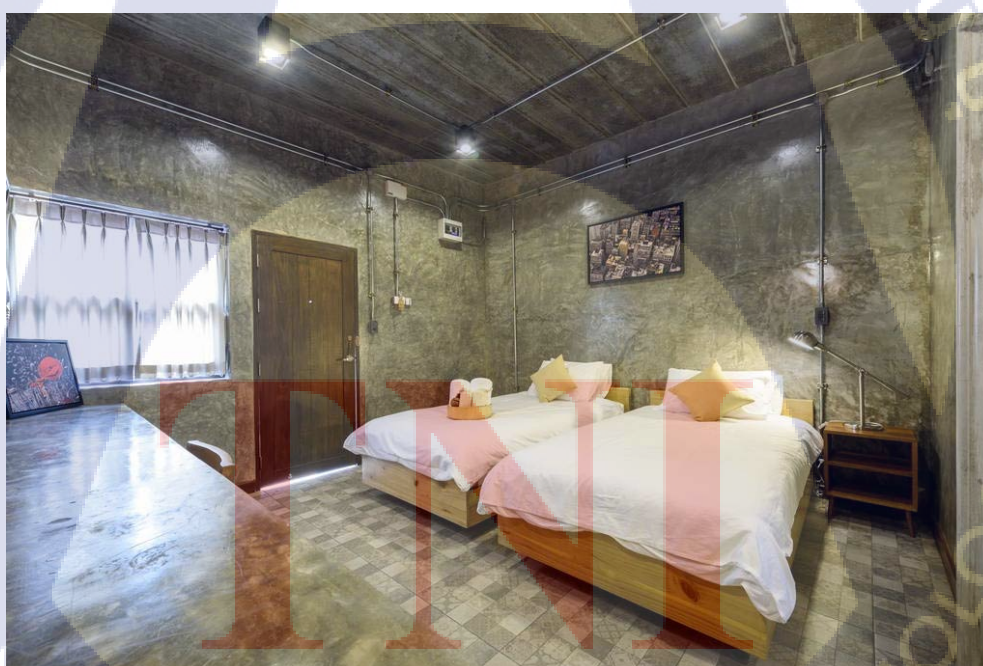
รูปที่ 20 แนวคิดแผนกต้อนรับ



รูปที่ 21 แนวคิดร้านอาหารภายในรีสอร์ท



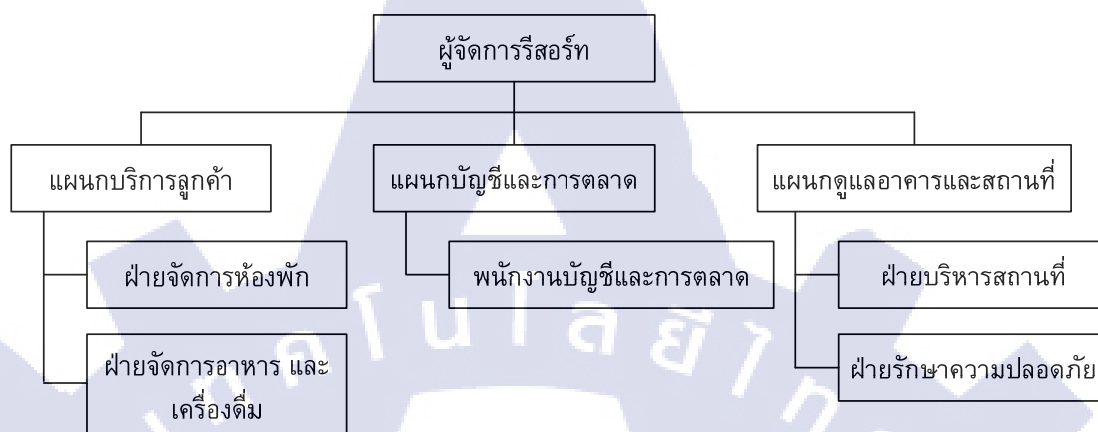
รูปที่ 22 แนวคิดห้องพักเตียงเดี่ยวและเตียงคู่



รูปที่ 23 แนวคิดห้องพักเตียงเดี่ยวและเตียงคู่

โครงสร้างกำลังคน

ทางรีสอร์ทกำหนดให้มีแผนกต่างๆ จำนวน 3 แผนก ประกอบด้วยแผนกให้บริการลูกค้า แผนกบัญชีและการตลาด และแผนกดูแลอาคารสถานที่ ดังรูปที่ 24



รูปที่ 24 ผังโครงสร้างองค์กร

จากผังโครงสร้างองค์กร ในแต่ละแผนกจะมีพนักงานรับผิดชอบในแต่ละตำแหน่ง โดยพนักงานสามารถรายงานตรงสายบังคับบัญชา หรือสามารถติดต่อโดยตรงกับผู้จัดการรีสอร์ทในกรณีสำคัญ โดยเฉพาะกรณีที่กระทบกับความพึงพอใจของลูกค้า กำลังคนแต่ละแผนกตามตารางที่ 41

ตารางที่ 41 กำลังคนในแต่ละแผนก

รายการ	จำนวน (คน)	เงินเดือน (บาท)
ผู้จัดการรีสอร์ท	1	30,000
แผนกบริการลูกค้า		
- ฝ่ายจัดการห้องพัก		
พนักงานต้อนรับ	2	8,500
พนักงานทำความสะอาด	4	8,000
- ฝ่ายจัดการอาหารและเครื่องดื่ม		
หัวหน้าห้องอาหาร	1	10,000
บริการ	2	8,000
พนักงานครัว	2	9,000

ตารางที่ 41 กำลังคนในแต่ละแผนก (ต่อ)

รายการ	จำนวน (คน)	เงินเดือน (บาท)
แผนกบัญชีและการตลาด		
พนักงานบัญชีและการตลาด	1	15,000
แผนกดูแลอาคารและสถานที่		
ผู้จัดการแผนกดูแลอาคารและสถานที่	1	15,000
- ฝ่ายบริหารสถานที่		
พนักงานซ่อมบำรุง	2	9,000
- ฝ่ายรักษาความปลอดภัย		
พนักงานรักษาความปลอดภัย	2	8,500

4. การศึกษาด้านการเงิน

ในการศึกษาด้านการเงิน ได้ทำการศึกษาโดยพิจารณาจากรูปแบบธุรกิจที่ได้สรุปเพื่อการดำเนินงาน คือ รูปแบบรีสอร์ทเชิงนิเวศ ตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยออกแบบให้รีสอร์ทมีบรรยากาศและห้องพักที่มีเอกลักษณ์

รีสอร์ทนี้ประกอบไปด้วยอาคารห้องพัก 1 ชั้น 24 อาคาร ห้องพักจำนวน 24 ห้อง

1. เงินทุนและแหล่งที่มาของเงินทุน

เงินลงทุนทั้งหมดของโครงการ คือ 10,000,000 บาท แบ่งเป็น เงินลงทุน 9,000,000 บาท และเงินสดหมุนเวียนเวียนอีก 1,000,000 บาท โดยเป็นการลงทุนด้วยเงินทุนส่วนตัวทั้งโครงการ

2. สมมติฐานทางการเงิน

2.1 สมมติฐานด้านการลงทุน

ค่าก่อสร้างอาคารห้องพัก	6,000,000 บาท
งานระบบ	300,000 บาท
ค่าตกแต่งภายในและเฟอร์นิเจอร์	1,200,000 บาท
ค่าตกแต่งภายนอกและสวน	1,000,000 บาท
ค่าออกแบบ	300,000 บาท
ค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินการ	200,000 บาท
รวม	9,000,000 บาท

2.2 สมมติฐานประมาณการรายได้ธุรกิจ

2.2.1 โครงการประกอบด้วยห้องพักและราคาค่าบริการดังตารางที่ 42

ตารางที่ 42 ประเภทห้องพัก จำนวนห้องพักและค่าบริการ

ประเภทห้องพัก	จำนวน (ห้อง)	ค่าบริการต่อคืน (บาท)
ห้องพักเตียงเดี่ยวมาตรฐาน	12	900
ห้องพักเตียงคู่มาตรฐาน	12	900

ห้องพักมีทั้งหมด 10 ห้อง ตั้งแต่ปีที่ 3 ปรับราคาห้องพักเพิ่มขึ้นประมาณ 10 เปอร์เซ็นต์ต่อห้องพัก

ตารางที่ 43 ราคาห้องพักต่อคืนสำหรับห้องเตียงเดี่ยวและเตียงคู่ ตั้งแต่ปีที่ 0-10

ประเภทห้องพัก	จำนวน (ห้อง)	ประมาณการค่าบริการต่อคืน (บาท)										
		ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
ห้องพักเตียงเดี่ยวมาตรฐาน	12	900	900	900	1,000	1,100	1,200	1,300	1,400	1,500	1,600	1,700
ห้องพักเตียงคู่มาตรฐาน	12	900	900	900	1,000	1,100	1,200	1,300	1,400	1,500	1,600	1,700

2.2.2 ห้องพักเตียงเดี่ยวและเตียงคู่มาตรฐาน ลูกค้าหลัก คือ ลูกค้าบุคคลทั่วไปที่เดินทางท่องเที่ยวเป็นคู่หรือครอบครัว โดยปีที่ 0 อัตราการเข้าพัก อยู่ที่ 65 เปอร์เซ็นต์ เนื่องจากเป็นช่วง High-Season ซึ่งเป็นช่วงฤดูการท่องเที่ยวฤดูหนาวปลายปี อีกทั้งเป็นช่วงที่รีสอร์ทมีการโปรโมทและการทำโปรโมชั่นอย่างต่อเนื่อง ก่อนเปิดให้บริการ หลังเปิดดำเนินการจริงในปีที่ 1 อัตราการเข้าพักจะลดลงเหลือ 55 เปอร์เซ็นต์ หลังจากนั้น อัตราการเข้าพักในปีที่ 2-3 เพิ่มขึ้นเป็น 58 เปอร์เซ็นต์, ปีที่ 4 เพิ่มขึ้นเป็น 62 เปอร์เซ็นต์, และตั้งแต่ปีที่ 5-10 เพิ่มขึ้นเป็น 65 เปอร์เซ็นต์

2.2.3 รายได้ค่าอาหารและเครื่องดื่มนอกเหนือจากอาหารเช้าคิดเป็น 50 เปอร์เซ็นต์ ของรายได้ค่าห้องพักต่อคืน

2.2.4 รายได้อื่นๆ ได้แก่ รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ของฝากจากฝีมือแรงงานและเกษตรกรในท้องถิ่น ในปีที่ 0-1 เป็น 5 เปอร์เซ็นต์, ปีที่ 2 เพิ่มขึ้นเป็น 10 เปอร์เซ็นต์ และตั้งแต่ปีที่ 3-10 เพิ่มขึ้นเป็น 15 เปอร์เซ็นต์

2.3 สมมติฐานประมาณการค่าใช้จ่ายของธุรกิจ

2.3.1 ค่าใช้จ่ายเพื่อการขายผ่าน Internet คิดเป็น 10 เปอร์เซ็นต์ ของรายได้ค่าห้องพัก

2.3.2 ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับวัสดุสิ้นเปลือง คิดเป็น 5 เปอร์เซ็นต์ ของรายได้ค่าห้องพัก

2.3.3 ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่มสำหรับอาหารเช้า คิดเป็น 10 เปอร์เซ็นต์ ของรายได้ค่าห้องพัก

2.3.4 ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่มเพื่อการจำหน่าย คิดเป็น 30 เปอร์เซ็นต์ ของรายได้ค่าอาหารและเครื่องดื่มนอกเหนือจากอาหารเช้า

2.3.5 ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับรายได้อื่นๆ คิดเป็น 20 เปอร์เซ็นต์ ของรายได้อื่นๆ

2.3.6 ค่าใช้จ่ายในการบริหาร ในส่วนเงินเดือนพนักงาน ปีละ 2,076,000 บาท

2.3.7 เงินเดือนพนักงานปรับเปลี่ยนปีละ 5 เปอร์เซ็นต์ ตั้งแต่ปีที่ 3 เป็นต้นไป

2.3.8 ค่าใช้จ่ายทางด้านบัญชีจากที่ปรึกษาทางบัญชีปีละ 50,000 บาท ปรับเพิ่ม ราคา 3 เปอร์เซ็นต์ ทุก 3 ปี

2.3.9 ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด ในปีที่ 0 ที่เปิดดำเนินการ จำเป็นต้องมีค่าใช้จ่าย ในการตลาดมากเป็นพิเศษ คือ ในช่วงเปิดตัวโครงการคิดเป็น 30 เปอร์เซ็นต์ ของรายได้ทั้งหมด ส่วนปีที่ 1 ถึงปีที่ 5 คิดเป็น 10 เปอร์เซ็นต์ ของรายได้ทั้งหมด หลังจากนั้น เพื่อรักษาอัตราการเข้า พักให้อยู่ในระดับที่ต้องการจึงตั้งงบการตลาดไว้ที่ 5 เปอร์เซ็นต์ ของรายได้ทั้งหมด

2.3.10 ค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน คิดเป็น 15 เปอร์เซ็นต์ ของรายได้ค่าห้องพัก

2.3.11 ค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงและซ่อมแซมทรัพย์สิน ปีที่ 1-5 คิดเป็นปีละ 1 เปอร์เซ็นต์ ของรายได้ทั้งหมด ปีที่ 6-10 ปีละ 2 เปอร์เซ็นต์ ของรายได้ทั้งหมด

2.3.12 ค่าเบี้ยประกันอัคคีภัย 25,000 บาทต่อปี

2.3.13 ค่าใช้จ่ายในการการขายและบริหารอื่นๆ คิดเป็น 1 เปอร์เซ็นต์ ของ รายได้ทั้งหมด

2.3.14 ภาษีเงินได้นิติบุคคล 20 เปอร์เซ็นต์

2.3.15 ค่าเสื่อมราคาคิดอัตราคงที่ตามอายุของทรัพย์สิน ดังนี้

อาคาร	20 ปี
งานระบบ	10 ปี
ค่าตกแต่งและเฟอร์นิเจอร์	10 ปี
ค่าออกแบบ	10 ปี
ค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินการ	5 ปี

3. การวิเคราะห์ผลตอบแทนการลงทุน

3.1 อัตรากำไรขั้นต้นและอัตรากำไรสุทธิ

จากการประมาณการรายได้ตลอดโครงการ ดังแสดงในภาคผนวก ง. งบการเงิน รูปแบบธุรกิจรีสอร์ท มีอัตรากำไรขั้นต้นเฉลี่ย 73.55 เปอร์เซ็นต์ อัตราส่วนกำไรสุทธิพบว่าใน ปีที่ 0 มีอัตราส่วนกำไรสุทธิเป็นบวกคือ 12.85 เปอร์เซ็นต์ แต่ในปีที่ 1 ลดลงเหลือ 8.82 เปอร์เซ็นต์ เหตุผลเนื่องจากปีที่ 0 รีสอร์ทเปิดตัวในช่วง High Season ของแหล่งท่องเที่ยวคือเดือนตุลาคม ถึงเดือนธันวาคมอีกทั้งอัตราค่าห้องพักยังเป็นราคาเริ่มต้น เมื่อปีที่ 3-4 รีสอร์ทเริ่มทำการปรับ ราคาค่าห้องพักทำให้อัตรากำไรสุทธิเพิ่มสูงขึ้นตามลำดับ

ตารางที่ 44 อัตรากำไรขั้นต้นและอัตรากำไรสุทธิ ธุรกิจรีสอร์ทเชิงนิเวศ นาคะหลวยบ้านนารีสอร์ท

รายการ	ปีที่										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
รวมรายได้ทั้งหมด	2,611,440.00	6,721,110.00	7,316,352.00	8,383,320.00	9,857,628.00	11,274,120.00	12,213,630.00	13,153,140.00	14,092,850.00	15,032,160.00	15,971,670.00
กำไรขั้นต้น	1,920,672.00	4,943,268.00	5,395,809.60	6,198,576.00	7,288,670.40	8,336,016.00	9,030,684.00	9,725,352.00	10,420,020.00	11,114,688.00	11,809,356.00
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	335,518.08	592,805.52	902,772.86	1,351,794.24	1,944,979.30	2,508,276.24	3,404,864.34	3,752,290.94	4,095,906.76	4,434,223.46	4,765,703.00
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	73.55%	73.55%	73.55%	73.94%	73.94%	73.94%	73.94%	73.94%	73.94%	73.94%	73.94%
อัตรากำไรสุทธิ (%)	12.85%	8.82%	12.34%	16.12%	19.73%	22.25%	27.88%	28.53%	29.06%	29.50%	29.84%

3.2 ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)

นำกระแสเงินสดจากการเงินมาคำนวณหาผลตอบแทนการลงทุน ดังตารางที่ 45 พบว่าระยะเวลาคืนทุนของธุรกิจรีสอร์ทอยู่ที่ 6 ปี

8 เดือน

ตารางที่ 45 ผลตอบแทนการลงทุน จากการประมาณการกระแสเงินสดของธุรกิจรีสอร์ทเชิงนิเวศ นาคะหลวยบ้านนารีสอร์ท

ปี	กระแสเงินสด (จากงบการเงิน) (บาท)	x PVF (Discount Rate = 12%)	มูลค่าเงินสดปัจจุบัน (PV) (บาท)	เงินสดปัจจุบันสะสม (บาท)	NPV (บาท)	Payback Period
เริ่มต้น	(9,000,000.00)	1.000	(9,000,000.00)	(9,000,000.00)	3,455,405.29	6 ปี 8 เดือน
0	1,251,638.56	0.880	1,101,441.93	(7,898,558.07)		
1	1,344,604.14	0.774	1,041,261.45	(6,857,296.62)		
2	1,577,079.65	0.681	1,074,735.62	(5,782,561.00)		
3	1,913,845.68	0.600	1,147,724.37	(4,634,836.63)		
4	2,358,734.47	0.528	1,244,779.46	(3,390,057.16)		
5	2,781,207.18	0.464	1,291,603.98	(2,098,453.18)		
6	3,003,648.26	0.409	1,227,517.74	(870,935.44)		
7	3,264,218.21	0.360	1,173,925.56	302,990.12		
8	3,521,930.07	0.316	1,114,614.73	1,417,604.85		
9	3,775,667.59	0.279	1,051,527.11	2,469,131.96		
10	4,024,277.25	0.245	986,273.32	3,455,405.29		

3.3 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)

จากการประมาณการงบกระแสเงินสดของธุรกิจรีสอร์ทเชิงนิเวศ นาจะหลวย บ้านนาฮีรีสอร์ท ดังตารางที่ 45 อ้างอิงจากงบกระแสเงินสด (ภาคผนวก ง)

ประมาณการอัตราส่วนลดร้อยละ 12 ค่า NPV ของโครงการเท่ากับ 3,455,405.29 บาท ซึ่ง $NPV > 0$ แสดงว่า ธุรกิจนี้มีความน่าสนใจสำหรับการลงทุน ภายใต้กรอบแนวคิดที่ว่า ธุรกิจมีความน่าสนใจลงทุน หาก $NPV > 0$

3.4 อัตราผลตอบแทนการลงทุน (IRR)

จากตารางที่ 45 ผลตอบแทนการลงทุนในรูปแบบกระแสเงินสดโครงการ 10 ปี เมื่อแทนค่า Discount Rate เท่ากับ 12 เปอร์เซ็นต์ ทำให้ NPV ของธุรกิจเป็นศูนย์ ดังแสดงผลการคำนวณในตารางที่ 46

ตารางที่ 46 ผลการคำนวณ อัตราผลตอบแทนการลงทุน

ปี	กระแสเงินสด (จากงบการเงิน) (บาท)	x PVF (Discount Rate = (16.874%))	มูลค่าเงินสดปัจจุบัน (PV) (บาท)	เงินสดปัจจุบันสะสม (บาท)
เริ่มต้น	(9,000,000.00)	1.000	(9,000,000.00)	(9,000,000.00)
0	1,251,638.56	0.831	1,040,433.48	(7,959,566.52)
1	1,344,604.14	0.691	929,105.88	(7,030,460.64)
2	1,577,079.65	0.574	905,857.27	(6,124,603.37)
3	1,913,845.68	0.477	913,794.31	(5,210,809.06)
4	2,358,734.47	0.397	936,172.69	(4,274,636.37)
5	2,781,207.18	0.330	917,583.59	(3,357,052.78)
6	3,003,648.26	0.274	823,752.51	(2,533,300.27)
7	3,264,218.21	0.228	744,153.01	(1,789,147.25)
8	3,521,930.07	0.190	667,419.93	(1,121,727.32)
9	3,775,667.59	0.158	594,767.98	(526,959.34)
10	4,024,277.25	0.131	526,959.34	0.00

จากตารางผลการคำนวณในตารางที่ 46 อัตราผลตอบแทนการลงทุน แสดงว่า IRR ของธุรกิจเป็น 16.874 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งมากกว่า อัตราผลตอบแทนที่ต้องการ 12 เปอร์เซ็นต์ จากการที่ IRR มีค่ามากกว่าอัตราผลตอบแทนที่ต้องการทำให้ธุรกิจนี้มีความน่าสนใจลงทุน

1.1 กลุ่มนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในด้านช่องทางทางการตลาดมากที่สุด กล่าวคือ ทำเลที่ตั้งรีสอร์ท ต้องสะดวกต่อการเดินทาง และสามารถติดต่อได้หลายช่องทาง ดังนั้น จะต้องอำนวยความสะดวกต่อการเดินทาง เช่น แผนที่ ป้ายบอกทาง รวมถึงการปักหมุดในแผนที่ในกูเกิ้ลแมพ นอกจากนี้จะต้องเพิ่มช่องทางในการติดต่อสื่อสาร เช่น การสื่อสารออนไลน์ให้มากขึ้น เพื่อตอบสนองความรวดเร็ว

1.2 ความสำคัญของบุคลากร หรือพนักงาน เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่มีธุรกิจรีสอร์ทเชิงนิเวศ หรือรีสอร์ทประเภทอื่นๆ จะต้องมีการวางแผนการคัดเลือกพนักงาน และมีการอบรม ให้ความรู้ พนักงาน เพื่อให้พนักงานสามารถสื่อสารกับกลุ่มนักท่องเที่ยวได้

1.3 ปัจจัยทางกายภาพ จะต้องให้ความสำคัญในเรื่องการรักษาความปลอดภัย รวมถึงความสะดวกสบายในบริเวณโดยรอบ เพื่อให้กลุ่มนักท่องเที่ยวนอกจากจะได้รับความสะดวกสบายแล้ว จะต้องมีความมั่นใจความปลอดภัย โดยทำให้รีสอร์ทเปรียบเหมือนบ้านหลังที่สอง

1.4 กลุ่มนักท่องเที่ยวเที่ยว ไม่ได้ต้องการมาแค่พักผ่อน แต่นักท่องเที่ยวต้องการ กิจกรรมเข้ามาเติมเต็มในการเข้าพักที่รีสอร์ทนี้ โดยกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสนใจ คือ ปลูก บริโภค จำหน่ายผักปลอดสารพิษ และการบริการอาหารปลอดสารพิษ ธุรกิจรีสอร์ทจึงต้องมีความพร้อมในการทำกิจกรรมร่วมกับนักท่องเที่ยวด้วย

1.5 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเลือกมาพักผ่อน ในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ ดังนั้นทางธุรกิจจะต้องมีความพร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยวเสมอ

2. ข้อเสนอแนะงานวิจัยครั้งต่อไป

2.1 สำหรับแผนงานในอนาคตนั้นทางองค์กรได้วางแผนขยายจำนวนห้องพักในรูปแบบที่มีความแตกต่างกัน เช่น ห้องพักขนาดคนเดียว ในราคาต่ำ และห้องชุดขนาดครอบครัว รวมถึงการพัฒนารูปแบบกิจกรรมเชิงนิเวศให้มีความหลากหลายมากขึ้น เพื่อเพิ่มฐานลูกค้าในอนาคตที่มีความสนใจในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

2.2 ร่วมมือกับภาครัฐ เช่น กรมอุทยานแห่งชาติ, สำนักงานเกษตรจังหวัด ในการจัด กิจกรรม และให้ความรู้เชิงนิเวศ ให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากขึ้น

บรรณานุกรม

TNI

บรรณานุกรม

- กรมประชาสัมพันธ์. (2558). **ชุมพรคานานารีสอร์ท : ผ่านพ้นวิกฤตด้วยเศรษฐกิจพอเพียง**. สืบค้นเมื่อ 10 มกราคม 2560, จาก http://region2.prd.go.th/ewt_dl_link.php?nid=114637.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). **รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว ฉบับที่ 7**. สืบค้นเมื่อ 1 มิถุนายน 2560, จาก http://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=8060.
- กองบริการการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์. (2560). **ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix)**. สืบค้นเมื่อ 12 กุมภาพันธ์ 2560, จาก <http://academic.udru.ac.th/~samawan/content/02marketingMix.pdf>.
- กองบัญชาการกองทัพบก. (2560). **เศรษฐกิจพอเพียง**. สืบค้นเมื่อ 15 กุมภาพันธ์ 2560, จาก http://www.rta.mi.th/21610u/Data/Data_pro/Popeaing/1.htm.
- กัลยา วาณิชยบัญชา. (2558). **การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล**. พิมพ์ครั้งที่ 27. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จักร ดิงศักดิ์. (2553). **การศึกษาความเป็นไปได้และการจัดการโครงการอุตสาหกรรม**. (เอกสารประกอบการสอน). พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น.
- จันทนา กุลชลบุตร; และศิริจันทร์ ทองประเสริฐ. (2545). **การศึกษาความเป็นไปได้โครงการด้านธุรกิจและอุตสาหกรรม**. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชนงกรณ์ กุลชลบุตร. (2557). **การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนทางธุรกิจ**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชยดล อุบลบาน. (2555). **การศึกษาความเป็นไปได้เพื่อการดำเนินธุรกิจโรงแรมบูติกขนาดเล็ก**. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการวิสาหกิจสำหรับผู้บริหาร). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น.
- ฐาปนา ฉันทไพศาล. (2556). **การบริหารโครงการและการศึกษาความเป็นไปได้**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : บริษัท ธีระฟิล์ม ล้ำไชนเท็กซ์ จำกัด.
- ณัฐภณ ใจแสน. (2558). **โครงการจัดตั้งรีสอร์ทเชิงอนุรักษ์ The Villa Kanchanaburi**. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- ท่องเที่ยวทั่วไทย. (2560). อุทยานแห่งชาติภูจองนายอย อำเภอนาจะพยอม จังหวัดอุบลราชธานี. สืบค้นเมื่อ 27 มิถุนายน 2560, จาก <http://www.ท่องเที่ยวทั่วไทย.com/อุทยานแห่งชาติภูจองนายอย-อุบลราชธานี>.
- นนนัท ฉายอรุณ. (2557). **โครงการจัดตั้งธุรกิจรีสอร์ตเพื่อสุขภาพ**. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- นริศรา พรหมใบ. (2558). **โครงการธุรกิจรีสอร์ตสำหรับคนรักสุนัข**. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- บริษัท ทิงค์เน็ต จำกัด. (2560). **แผนที่และคู่มือ เที่ยวไทย 2560**. กรุงเทพฯ : บริษัท ทิงค์เน็ต จำกัด.
- ไปด้วยกันดอทคอม แหล่งชุมชนของคนชอบเที่ยว. (2559). **ข้อมูลทั่วไปจังหวัดอุบลราชธานี**. สืบค้นเมื่อ 25 มกราคม 2560, จาก <http://paiduaykan.com/province/Northeast/ubonratchathani/ubonratchathani.html>.
- ผู้จัดการออนไลน์. (2551). **“คำแสด” รีสอร์ตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง**. สืบค้นเมื่อ 10 มกราคม 2560, จาก <http://www.manager.co.th/Travel/ViewNews.aspx?NewsID=9510000124554>.
- พิบูล ทีปะปาล. (2555). **การจัดการเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพฯ : อมรการพิมพ์.
- วุฒิศักดิ์ พิศสุวรรณ. (2560). **การแบ่งส่วนตลาดการตลาดเป้าหมาย การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในตลาด**. สืบค้นเมื่อ 9 กุมภาพันธ์ 2560, จาก <http://elearning.bu.ac.th/mua/course/mk212/ch6.html>.
- ศูนย์ศึกษาเศรษฐกิจพอเพียง. (2551). **ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงกับการบริหารการพัฒนา**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สรัญญา กองละเอียด. (2555). **การศึกษารูปแบบการจัดการที่พักแรมแบบอีโค รีสอร์ต (Eco Resort) อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก**. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). พิษณุโลก : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- สฤษฎ์ แสงอรุณ. (2560). **การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ**. สืบค้นเมื่อ 9 กุมภาพันธ์ 2560, จาก www.dnp.go.th/fca16/file/96qfwxab5harkte.doc.
- สะดุดตาดอทคอม. (2553). **เรนฟอเรสท์ รีสอร์ต ธรรมชาติโรแมนติกกับเศรษฐกิจพอเพียง**. สืบค้นเมื่อ 10 มกราคม 2560, จาก <http://www.sadoodta.com/travel/เรนฟอเรสท์-รีสอร์ต-ธรรมชาติโรแมนติกกับเศรษฐกิจพอเพียง>.
- สำนักงานไกด้อบลดอทคอม. (2560). **สภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์ของจังหวัดอุบลราชธานี**. สืบค้นเมื่อ 8 มกราคม 2560, จาก <http://www.guideubon.com/geography.php>.

- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2560). สถิติการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี พ.ศ.2556-2558. สืบค้นเมื่อ 19 มกราคม 2560, จาก <http://service.nso.go.th/nso/web/statseries/statseries23.html>.
- สุรสิทธิ์ อุดมธนาวงศ์. (2557). อิทธิพลของการสนับสนุนกิจกรรมด้านกีฬาที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ที่พึงใจของตราสินค้า. ดุษฎีนิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- โสวัฒน์ โลสูงเนิน. (2558). การจัดการธุรกิจโรงแรมตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง : กรณีศึกษาโรงแรมชุมพรคานา รีสอร์ท จังหวัดชุมพร. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- อัศวิน แสงพิกุล. (2556). ระเบียบวิธีวิจัยด้านการท่องเที่ยวและการโรงแรม. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- อาภาพร จิระวัฒนปัญญา. (2552). การศึกษาพฤติกรรมการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). นครราชสีมา : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.
- Cronbach. (1990). **Essentials of Psychological Testing**. 5th ed. New York : Harper Collins Publishers.
- Cohn, Elchanan; and Gesk, G. Terry. (1990). **The Economics of Education**. 3rd ed. New York : BPCC Wheatons.
- Henkin, T. C. (1979). **Modern Hotel and Motel Management**. London : Cassell.
- Kotler, P. (2000). **Marketing Management Millenium Edition**. 10th ed. New Jersey : Prentice Hall.
- Kotler, P.; and Keller, K. L. (2012). **Marketing Management**. 14th ed. New Jersey : Pearson Education.
- Lamb, C. W.; Hair, J. F.; and McDaniel, C. (2000). **Marketing**. New York : The Mcmald Press Company.
- Taro Yamane. (1967). **Taro Statistic : An Introductory Analysis**. New York : Harper & Row.

ภาคผนวก

TNI

ภาคผนวก ก.
แบบสอบถาม

TNI



แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้ธุรกิจรีสอร์ทเชิงนิเวศ ตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ณ อำเภอนาจะหลวย จังหวัดอุบลราชธานี ปีการศึกษา 2560

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจพฤติกรรมการใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ท และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมรีสอร์ท ของนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี โดยเรามีรายละเอียดของคำถามดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวและการเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ท

ตอนที่ 3 ปัจจัยทางการตลาดในการเลือกเข้าพักที่รีสอร์ท

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นต่อธุรกิจ

2. โปรดตอบคำถามทุกข้อตามความเป็นจริง เพราะคำตอบที่เป็นจริงและสมบูรณ์เท่านั้น จะช่วยให้การวิจัยครั้งนี้เกิดประโยชน์อย่างเต็มที่

3. คำตอบของท่าน ผู้วิจัยจะเก็บเป็นความลับ และจะประมวลผลเป็นรายงานในภาพรวม เพื่อที่จะดำเนินแผนธุรกิจรีสอร์ทเชิงนิเวศ ตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ณ อำเภอนาจะหลวย จังหวัดอุบลราชธานี

เปรมธร ครรชนะอรธ

นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีไทย – ญี่ปุ่น

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ หน้าข้อความที่ตรงกับสภาพความเป็นจริงที่เกี่ยวข้องกับตัวผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

☐ 1) ชาย

☐ 2) หญิง

2. อายุ

☐ 1) 25-34 ปี

☐ 2) 35-44 ปี

☐ 3) 45-54 ปี

☐ 4) มากกว่า 54 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

☐ 1) ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.

☐ 2) มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.

☐ 3) ปริญญาตรี

☐ 4) สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

☐ 1) ข้าราชการ

☐ 2) พนักงานรัฐวิสาหกิจ

☐ 3) พนักงานบริษัท/ลูกจ้าง

☐ 4) ธุรกิจส่วนตัว

☐ 5) นักศึกษา

☐ 6) พ่อบ้าน/แม่บ้าน

☐ 7) อื่นๆ โปรดระบุ

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

☐ 1) 10,000 บาท หรือต่ำกว่า

☐ 2) 10,001-20,000 บาท

☐ 3) 20,001-30,000 บาท

☐ 4) 30,001-40,000 บาท

☐ 5) 40,001-50,000 บาท

☐ 6) มากกว่า 50,000 บาท ขึ้นไป

TNI

TAHITI - NICHI INSTITUTE OF TECHNOLOGY

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวและการเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ต

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ หน้าข้อความที่ตรงกับสภาพความเป็นจริงเกี่ยวกับตัวผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เวลาที่ท่านเดินทางไปท่องเที่ยว ท่านมักจะไปกับใคร

- | | |
|--|--------------------------------------|
| ☐ 1) หมู่คณะ/บริษัทนำเที่ยว | ☐ 2) ครอบครัว |
| ☐ 3) เพื่อน | ☐ 4) แฟน |
| ☐ 5) ไปคนเดียว | |

2. อัตราค่าห้องพักต่อวันที่ท่านใช้บริการ

- | | |
|---|---|
| ☐ 1) ต่ำกว่า 500 บาท | ☐ 2) 500-999 บาท |
| ☐ 3) 1,000-1,499 บาท | ☐ 4) 1,500-2,000 บาท |
| ☐ 5) 2,100-2,499 บาท | ☐ 6) 2,500 บาทขึ้นไป |

3. ระยะเวลาที่ในการเข้าพักต่อครั้ง

- | | |
|---------------------------------------|--|
| ☐ 1) 1 คืน | ☐ 2) 2 - 3 คืน |
| ☐ 3) 4 - 5 คืน | ☐ 4) 6 คืน ขึ้นไป |

4. ช่วงเวลา (วัน) ที่ท่านเดินทางเข้าพักที่พักรีสอร์ตบ่อยที่สุด

- | | |
|--|---|
| ☐ 1) วันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) | ☐ 2) วันหยุด (เสาร์-อาทิตย์) |
| ☐ 3) วันหยุดนักขัตฤกษ์ | |

5. รูปแบบการท่องเที่ยวที่ท่านสนใจตอบได้มากกว่าหนึ่งข้อ

- | | |
|--|---|
| ☐ 1) เชิงนิเวศ/พักผ่อนตามธรรมชาติ | ☐ 2) แบบผจญภัย |
| ☐ 3) เชิงวัฒนธรรม/วิถีชีวิตท้องถิ่น | ☐ 4) เที่ยวชมโบราณสถาน |
| ☐ 5) ท่องเที่ยวยามราตรี | |

6. วัตถุประสงค์หลักของการเลือกเข้าพักที่รีสอร์ต

- | | |
|--|---|
| ☐ 1) พักผ่อน/ท่องเที่ยว | ☐ 2) อบรม/สัมมนา |
| ☐ 3) ติดต่องาน/ปฏิบัติงาน | |

7. เหตุผลหลักของท่านในการใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ต

- | | |
|--|--|
| ☐ 1) รูปแบบห้องพัก | ☐ 2) ใกล้แหล่งท่องเที่ยว/มีกิจกรรมเสริม |
| ☐ 3) การบริการที่ประทับใจ | ☐ 4) อัตราค่าที่พัก |
| ☐ 5) ทำเลที่ตั้ง/การเดินทาง | ☐ 6) อื่นๆ โปรดระบุ |

8. ใครเป็นผู้มีส่วนในการตัดสินใจเลือกเข้าพัก รีสอร์ท

- | | |
|--|------------------------------------|
| ☐ 1) คนในครอบครัว | ☐ 2) เพื่อน |
| ☐ 3) ผู้บังคับบัญชา | ☐ 4) ตนเอง |

9. วิธีการจองที่พักประเภท รีสอร์ทของท่าน

- ☐ 1) จองผ่านโทรศัพท์
- ☐ 2) จองผ่านอินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์
- ☐ 3) จองผ่านตัวแทนท่องเที่ยว (Travel Agent)
- ☐ 4) จองโดยไม่นัดหมายล่วงหน้า (Walk-in)
- ☐ 5) อื่นๆ โปรดระบุ

10. ท่านได้รับข้อมูลเกี่ยวกับรีสอร์ทจากแหล่งใดมากที่สุด

- | | |
|---|---|
| ☐ 1) การโฆษณาจากสื่อสิ่งพิมพ์ | ☐ 2) ตัวแทนท่องเที่ยว (Travel Agent) |
| ☐ 3) งานแสดงสินค้า/การท่องเที่ยว | ☐ 4) อินเทอร์เน็ต |
| ☐ 5) การแนะนำจากบุคคลที่รู้จัก | |

TNI

THAI - NICHI INSTITUTE OF TECHNOLOGY

ตอนที่ 3 ปัจจัยทางการตลาดในการเลือกเข้าพัก รีสอร์ท

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องคะแนนระดับความสำคัญตามความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงหนึ่งช่อง

ปัจจัยทางการตลาดในการเลือกเข้าพัก รีสอร์ท	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์					
1. ห้องพักมองเห็นวิวธรรมชาติ					
2. มีรูปแบบหรือขนาดของห้องพักให้เลือกหลากหลาย					
3. อุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก					
4. คุณภาพและรสชาติอาหาร					
5. ชื่อเสียงของรีสอร์ทเป็นที่น่าเชื่อถือ					
ปัจจัยด้านราคา					
1. มีระดับราคาห้องพักให้เลือกหลากหลาย					
2. มีระดับราคาที่สมเหตุสมผล					
3. การจ่ายค่ามัดจำสำรองห้องพัก					
4. การกำหนดราคาค่าบริการต่างๆ ชัดเจน					
5. มีระบบการชำระเงินที่สะดวกและหลายช่องทาง					
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
1. ทำเลที่ตั้ง สะดวกต่อการเดินทาง					
2. รีสอร์ท อยู่ใกล้สถานที่ปฏิบัติงานของท่าน/แหล่งท่องเที่ยว					
3. สามารถติดต่อสอบถามหรือสำรองพักได้หลายช่องทาง เช่น ทางอินเทอร์เน็ต, ทางโทรศัพท์, ทางอีเมลล์					

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อ การประยุกต์ใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับ ธุรกิจรีสอร์ท	ระดับความสำคัญ				
	มาก ที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด					
1. การโฆษณาผ่านสื่อออฟไลน์ (ทีวี, วิทยุ, สิ่งพิมพ์, ป้ายประกาศ)					
2. การโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ (เว็บไซต์, สื่อสังคมออนไลน์)					
3. มีรายการส่งเสริมการขาย ตามฤดูกาล/เทศกาล					
4. มีแพ็คเกจราคาพิเศษสำหรับกรุ๊ปท่องเที่ยว					
ปัจจัยด้านบุคคล หรือพนักงาน					
1. ความสามารถในการสื่อสารของพนักงาน					
2. กิริยามารยาทของพนักงาน					
3. พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส มีความเป็นมิตร					
4. การให้ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียง					
5. ชี้แจงให้คำแนะนำและตอบปัญหาข้อซักถามอย่างชัดเจน					
ปัจจัยด้านกายภาพและการนำเสนอ					
1. บรรยากาศในห้องพักและสถานที่					
2. มีการตกแต่งที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ					
3. ความสะอาดบริเวณสถานที่โดยรอบของรีสอร์ท					
4. มีระบบรักษาความปลอดภัย					
ปัจจัยด้านกระบวนการ					
1. มีความรวดเร็วในการสำรองห้องพัก					
2. มีความรวดเร็วในการเช็คอิน-เช็คเอาท์					
3. มีการบริการขนส่งสัมภาระให้ผู้เข้าพัก					
4. มีอุปกรณ์เครื่องมือทันสมัยในการให้บริการ					

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นต่อธุรกิจรีสอร์ทเชิงนิเวศ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ หน้าข้อความที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

1. หากมีรีสอร์ทใหม่เกิดขึ้นในพื้นที่อำเภอหนองจะหลวย โดยรีสอร์ทนี้ จะเป็นลักษณะรีสอร์ทเชิงนิเวศ ที่เน้นการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ ท่านจะเข้ามาใช้บริการหรือไม่

☐ ใช่

☐ ไม่ใช่(หยุดตอบแบบสอบถาม)

2. ท่านต้องการให้รีสอร์ทนี้ (ซึ่งเป็นรีสอร์ทเชิงนิเวศ ที่เน้นการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์) มีกิจกรรมอะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่าหนึ่งข้อ)

☐ ปลูก บริโภค จำหน่าย ผักปลอดสารพิษ

☐ การบริการอาหารแบบปลอดสารพิษ

☐ มีกิจกรรมการเกษตรให้นักท่องเที่ยว เช่น ทำนาข้าว ปลูกผัก

☐ มีการสาธิตการทำอาหารเพื่อสุขภาพ

☐ มีคอร์สอบรมการทำเกษตรและสิ่งแวดล้อมเป็นประจำทุกๆเดือน

☐ มีกิจกรรมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการสาธิตการใช้ประโยชน์จากขยะ

☐ การจำหน่ายสินค้าเกษตรและศิลปหัตถกรรมจากชุมชนในท้องถิ่น

☐ อื่นๆ โปรดระบุ

3. หากท่านมีโอกาสได้ข้อเสนอแนะรีสอร์ทใหม่ที่กำลังจะก่อสร้างในอำเภอหนองจะหลวย ท่านจะให้ข้อเสนอแนะให้รีสอร์ท คำนึงถึงผลกระทบอะไรบ้าง และราคาที่พักที่ท่านคิดว่าเหมาะสม

.....

.....

TNI

TAHITI - NICHI INSTITUTE OF TECHNOLOGY

ภาคผนวก ข.

เอกสารขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถามงานวิจัยและผลแบบ
ประเมินความสอดคล้องของข้อคำถามกับคำนิยามขององค์ประกอบต่าง ๆ

TNI



สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น
Thai-Nichi Institute of Technology
泰日工業大学

สำนักงานอธิการบดี สำนักงานอธิการบดี สำนักงานอธิการบดี

1771/1 ถนนพัฒนาการ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพฯ 10250
 โทรศัพท์: 0-2763-2600 โทรสาร: 0-2763-2700 Url: www.tni.ac.th
 1771/1 Pattanakarn Road, Suanluang, Bangkok 10250 Thailand
 Telephone: 0-2763-2600 Facsimile: 0-2763-2700 E-mail: tniinfo@tni.ac.th

ที่ บว. 0801-007-2559

25 มีนาคม 2560

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามงานวิจัย

เรียน ดร. นิลาวัลย์ สว่างรัตน์

อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. แบบตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือสำหรับผู้เชี่ยวชาญ

2. ตัวอย่างแบบสอบถามเพื่อการวิจัย

3. คำโครงการนิพนธ์บทที่ 1

เนื่องด้วย นายเปรมธร ครรชณะอรุณ นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาการจัดการอุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์เรื่อง “การศึกษาความเป็นไปได้ธุรกิจรีไซเคิลเชิงนิเวศ ตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ณ อำเภอหนองเสือ จังหวัดอุบลราชธานี” โดยมี ดร. สุรสิทธิ์ อุดมธนาวงศ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการทำสารนิพนธ์ ในการนี้ ทางหลักสูตรฯ จึงขอเรียนเชิญท่าน เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามการวิจัย

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์จากท่าน ได้โปรดพิจารณาเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นายเปรมธร ครรชณะอรุณ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รังสรรค์ เลิศในสัตย์)

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

ติดต่อสอบถาม

นายเปรมธร ครรชณะอรุณ

โทร. 098-273-6692 E-mail : premtorn.trading@gmail.com



สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น
Thai-Nichi Institute of Technology
泰日工業大学

สำนักงานกิตติ ผลิตบัณฑิต สร้างนักประดิษฐ์ ผลิตนักบริหาร

1771/1 ถนนพัฒนาการ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพฯ 10250
 โทรศัพท์: 0-2763-2600 โทรสาร: 0-2763-2700 Url: www.tni.ac.th
 1771/1 Pattanakarn Road, Suanluang, Bangkok 10250 Thailand
 Telephone: 0-2763-2600 Facsimile: 0-2763-2700 E-mail: tniinfo@tni.ac.th

ที่ บว. 0801-007-2559

25 มีนาคม 2560

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบงานวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธัญมัย เจียรกุล

- สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. แบบตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือสำหรับผู้เชี่ยวชาญ
 2. ตัวอย่างแบบสอบถามเพื่อการวิจัย
 3. คำโครงการนิพนธ์บทที่ 1

เนื่องด้วย นายเปรมธร ครรชนะอรอด นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาการจัดการอุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์เรื่อง “การศึกษาความเป็นไปได้ธุรกิจรีสอร์ทเชิงนิเวศ ตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ณ อำเภอหนองหลวง จังหวัดอุบลราชธานี” โดยมี ดร. สุรสิทธิ์ อุดมธนาวงศ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการทำสารนิพนธ์ ในการนี้ ทางหลักสูตรฯ จึงขอเรียนเชิญท่าน เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบงานวิจัย

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์จากท่าน ได้โปรดพิจารณาเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นายเปรมธร ครรชนะอรอด ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รังสรรค์ เลิศในสัตย์)

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

ติดต่อสอบถาม

นายเปรมธร ครรชนะอรอด

โทร. 098-273-6692 E-mail : premtorn.trading@gmail.com



สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น
Thai-Nichi Institute of Technology
泰日工業大学

สำนักงานคิด พัฒนาผลิตภัณฑ์ สำนักงานประดิษฐ์ ผลิตภัณฑ์บริหาร

1771/1 ถนนพัฒนาการ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพฯ 10250
 โทรศัพท์: 0-2763-2600 โทรสาร: 0-2763-2700 Url: www.tni.ac.th
 1771/1 Pattanakarn Road, Suanluang, Bangkok 10250 Thailand
 Telephone: 0-2763-2600 Facsimile: 0-2763-2700 E-mail: tniinfo@tni.ac.th

ที่ บว. 0801-007-2559

25 มีนาคม 2560

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามงานวิจัย

เรียน ดร. รุ่งอรุณ กระแสร์สินธุ์

- สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. แบบตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือสำหรับผู้เชี่ยวชาญ
 2. ตัวอย่างแบบสอบถามเพื่อการวิจัย
 3. คำโครงการนิพนธ์บทที่ 1

เนื่องด้วย นายเปรมทร ครรชณะอรุณ นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาการจัดการอุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์เรื่อง “การศึกษาความเป็นไปได้ธุรกิจรีสอร์ทเชิงนิเวศ ตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ณ อำเภอหนองหลวง จังหวัดอุบลราชธานี” โดยมี ดร. สุรสิทธิ์ อุดมธนาวงศ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการทำการทำสารนิพนธ์ในการนี้ ทางหลักสูตรฯ จึงขอเรียนเชิญท่าน เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามการวิจัย

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์จากท่าน ได้โปรดพิจารณาเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นายเปรมทร ครรชณะอรุณ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รังสรรค์ เลิศในสัตย์)

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

ติดต่อสอบถาม

นายเปรมทร ครรชณะอรุณ

โทร. 098-273-6692 E-mail : premtorn.trading@gmail.com

ภาคผนวก ค.

เอกสารขอความอนุเคราะห์ในการสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูลในงานวิจัย

TNI

แบบประเมินความสอดคล้องของข้อความกับคำนิยามขององค์ประกอบต่าง ๆ

เรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้ธุรกิจสีสอร์ทเชิงนิเวศ ตามแนวทาง

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ณ อำเภอหนองหลวง จังหวัดอุบลราชธานี

คำชี้แจง

ขอความกรุณาจากผู้เชี่ยวชาญโปรดพิจารณาคุณภาพของเครื่องมือแบบประเมินที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยพิจารณาความสอดคล้องของข้อรายการประเมินว่ามีความสอดคล้องกับนิยามศัพท์ขององค์ประกอบต่าง ๆ หรือไม่ คาคอบที่ได้จากท่านจะเป็นข้อมูลในการปรับปรุงและพัฒนาเครื่องมือแบบประเมินให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น

ขอให้ท่านทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านและกรุณาให้ข้อเสนอแนะ เมื่อต้องมีการแก้ไขลงในช่องว่าง โดยเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินมี 3 ระดับ ดังนี้

+1 เมื่อแน่ใจว่าคำถามมีความสอดคล้องกับองค์ประกอบตามนิยามศัพท์

0 เมื่อไม่แน่ใจว่าคำถามมีความสอดคล้องกับองค์ประกอบนิยามศัพท์

-1 เมื่อแน่ใจว่าคำถามไม่มีความสอดคล้องกับองค์ประกอบตามนิยามศัพท์

ขอกราบขอบพระคุณด้วยความเคารพอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

เปรมธร ครรชณะอรรถ

นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีไทย – ญี่ปุ่น

TNI

แบบแสดงความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ
เรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้ธุรกิจรีสอร์ทเชิงนิเวศ ตามแนวทาง
ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ณ อำเภอนาจะหลวย จังหวัดอุบลราชธานี

คำชี้แจง ขอให้ท่านผู้เชี่ยวชาญได้กรุณาแสดงความคิดเห็นของท่านที่มีต่อแบบสอบถามโดยใช้เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องความคิดเห็นของท่านพร้อมเขียนข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ในการนำไปพิจารณาปรับปรุง

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ที่	ข้อคำถาม	ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		สอดคล้อง 1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่สอดคล้อง -1	
1.	เพศ	✓			
	1. ชาย	✓			
	2. หญิง	✓			
2.	อายุ	✓			
	1. 25-34 ปี		✓		
	2. 35-44 ปี	✓			
	3. 45-54 ปี	✓			
	4. 54 ปีขึ้นไป	✓			
3.	ระดับการศึกษา	✓			
	1. ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	✓			
	2. มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.		✓		
	3. ปริญญาตรี	✓			
	4. สูงกว่าปริญญาตรี	✓			
4.	อาชีพ	✓			
	1. ข้าราชการ		✓		
	2. พนักงานรัฐวิสาหกิจ		✓		
	3. พนักงานบริษัท/ลูกจ้าง	✓			
	4. ธุรกิจส่วนตัว	✓			
	5. นักศึกษา	✓			
	6. พ่อบ้าน/แม่บ้าน	✓			
	7. อื่นๆ โปรดระบุ	✓			

ที่	ข้อความถาม	ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		สอดคล้อง 1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่สอดคล้อง -1	
5.	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	✓			
	1. 10,000 บาท หรือต่ำกว่า	✓			
	2. 10,001-20,000 บาท	✓			
	3. 20,001-30,000 บาท	✓			
	4. 30,001-40,000 บาท	✓			
	5. 40,001-50,000 บาท	✓			
	6. มากกว่า 50,000 บาท ขึ้นไป	✓			

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวและการเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ท

ที่	ข้อความถาม	ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		สอดคล้อง 1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่สอดคล้อง -1	
1.	เวลาที่ท่านเดินทางไปท่องเที่ยว ท่านมักจะไปกับใคร		✓		
	1. หมูคณะ/บริษัทนำเที่ยว	✓			
	2. ครอบครัว	✓			
	3. เพื่อน	✓			
	4. แฟน	✓			
	5. ไปคนเดียว	✓			
2.	อัตราค่าห้องพักต่อวันที่ท่านใช้บริการ	✓			
	1. ต่ำกว่า 500 บาท	✓			
	2. 500-999 บาท	✓			
	3. 1,000-1,499 บาท	✓			
	4. 1,500-2,000 บาท	✓			
	5. 2,100-2,499 บาท	✓			
	6. 2,500 บาทขึ้นไป	✓			
3.	ระยะเวลาที่ในการเข้าพักต่อครั้ง	✓			
	1. 1 คืน	✓			
	2. 2-3 คืน	✓			
	3. 4-5 คืน	✓			
	4. 6 คืน ขึ้นไป	✓			

ที่	ข้อความถาม	ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		สอดคล้อง	ไม่แน่ใจ	ไม่สอดคล้อง	
		1	0	-1	
4.	ช่วงเวลา (วัน) ที่ท่านเดินทางเข้าพักที่พักรประเภทรีสอร์ทที่บ่อยที่สุด	✓			
	1. วันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์)	✓			
	2. วันหยุด (เสาร์-อาทิตย์)	✓			
	3. วันหยุดนักขัตฤกษ์	✓			
5.	รูปแบบการท่องเที่ยวที่ท่านสนใจตอบได้มากกว่าหนึ่งข้อ	✓			
	1. เชิงนิเวศ/พักผ่อนตามธรรมชาติ	✓			
	2. แบบผจญภัย	✓			
	3. เชิงวัฒนธรรม/วิถีชีวิตท้องถิ่น	✓			
	4. เที่ยวชมโบราณสถาน	✓			
	5. ท่องเที่ยวยามราตรี	✓			
6.	วัตถุประสงค์หลักของการเลือกเข้าพักที่รีสอร์ท	✓			
	1. พักผ่อน/ท่องเที่ยว	✓			
	2. อบรม/สัมมนา	✓			
	3. ติดต่องาน/ปฏิบัติงาน	✓			
7.	เหตุผลหลักของท่านในการใช้บริการที่พักรประเภทรีสอร์ท	✓			
	1. รูปแบบห้องพัก	✓			
	2. ใกล้แหล่งท่องเที่ยว/มีกิจกรรมเสริม	✓			
	3. การบริการที่ประทับใจ	✓			
	4. อัตราค่าที่พัก	✓			
	5. ทำเลที่ตั้ง/การเดินทาง	✓			
	6. อื่นๆ โปรดระบุ	✓			
8.	ใครเป็นผู้มีส่วนในการตัดสินใจเลือกเข้าพักที่รีสอร์ท	✓			
	1. คนในครอบครัว	✓			
	2. เพื่อน	✓			
	3. ผู้บังคับบัญชา	✓			
	4. ตนเอง	✓			

ที่	ข้อความถาม	ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		สอดคล้อง 1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่สอดคล้อง -1	
9.	วิธีการจองที่พักประเภทรีสอร์ทของท่าน	✓			
	1. จองผ่านโทรศัพท์	✓			
	2. จองผ่านอินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์	✓			
	3. จองผ่านตัวแทนท่องเที่ยว (Travel Agent)	✓			
	4. อื่นๆ โปรดระบุ	✓			
10.	ท่านได้รับข้อมูลเกี่ยวกับรีสอร์ทจากแหล่งใดมากที่สุด	✓			
	1. การโฆษณาจากสื่อสิ่งพิมพ์	✓			
	2. ตัวแทนท่องเที่ยว (Travel Agent)	✓			
	3. งานแสดงสินค้า/การท่องเที่ยว	✓			
	4. อินเทอร์เน็ต	✓			
	5. การแนะนำจากบุคคลที่รู้จัก	✓			

ตอนที่ 3 ปัจจัยทางการตลาดในการเลือกเข้าพักรีสอร์ท

ที่	ข้อความถาม	ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		สอดคล้อง 1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่สอดคล้อง -1	
1.	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	✓			
	1. ห้องพักมองเห็นวิวธรรมชาติ	✓			
	2. มีรูปแบบหรือขนาดของห้องพักให้เลือก	✓			
	3. อุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก	✓			
	4. คุณภาพและรสชาติอาหาร	✓			
	5. ชื่อเสียงของรีสอร์ทเป็นที่น่าเชื่อถือ	✓			
2.	ปัจจัยด้านราคา	✓			
	1. มีระดับราคาห้องพักให้เลือกหลากหลาย	✓			
	2. มีระดับราคาที่สมเหตุผล	✓			
	3. การจ่ายค่ามัดจำสำรองห้องพัก		✓		
	4. รับชำระค่าบริการต่างๆ ด้วยบัตรเครดิต	✓			

ที่	ข้อความถาม	ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		สอดคล้อง 1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่สอดคล้อง -1	
3.	ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	✓			
	1. ทำเลที่ตั้ง สะดวกต่อการเดินทาง	✓			
	2. สามารถติดต่อได้หลายช่องทาง เช่น ทางอินเทอร์เน็ต, ทางโทรศัพท์, ทางอีเมล	✓			
	3. มีระบบการชำระเงินที่สะดวกและหลายช่องทาง	✓			
4.	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	✓			
	1. การโฆษณาผ่านสื่อออฟไลน์ (ทีวี, วิทยุ, สิ่งพิมพ์, ป้ายประกาศ)	✓			
	2. การโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ (เว็บไซต์, สื่อสังคมออนไลน์)	✓			
	3. มีรายการส่งเสริมการขาย ตามฤดูกาล/เทศกาล	✓			
	4. มีแพ็คเกจราคาพิเศษสำหรับกรู๊ปท่องเที่ยว	✓			
5.	ปัจจัยด้านบุคคล หรือพนักงาน	✓			
	1. ความสามารถในการสื่อสารของพนักงาน	✓			
	2. กิริยามารยาทของพนักงาน	✓			
	3. พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส ความเป็นมิตร	✓			
	4. การให้ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว	✓			
	5. ชี้แจงให้คำแนะนำและตอบปัญหาข้อซักถามอย่างชัดเจน	✓			
6.	ปัจจัยด้านกายภาพและการนำเสนอ	✓			
	1. บรรยากาศในห้องพักและสถานที่	✓			
	2. มีการตกแต่งที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะ	✓			
	3. ความสะอาดบริเวณสถานที่โดยรอบของรีสอร์ท	✓			
	4. มีระบบการรักษาความปลอดภัย	✓			

ที่	ข้อความถาม	ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		สอดคล้อง 1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่สอดคล้อง -1	
7.	ปัจจัยด้านกระบวนการ	✓			
	1. ความรวดเร็วในการสำรองห้องพัก	✓			
	2. ความรวดเร็วในการเช็คอิน-เช็คเอาท์	✓			
	3. การบริการขนส่งสัมภาระให้ผู้เข้าพัก		✓		
	4. มีอุปกรณ์เครื่องมือทันสมัยในการให้บริการ	✓			

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นต่อธุรกิจรีสอร์ทเชิงนิเวศ

ที่	ข้อความถาม	ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		สอดคล้อง 1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่สอดคล้อง -1	
1.	หากมีรีสอร์ทใหม่เกิดขึ้นในพื้นที่อำเภอหนองหลวง โดยรีสอร์ทนี้ จะเป็นลักษณะรีสอร์ทเชิงนิเวศ ที่เน้นการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ ท่านจะเข้ามาใช้บริการหรือไม่	✓			
	1. ใช่	✓			
	2. ไม่ใช่ (หยุดตอบแบบสอบถาม)	✓			
2.	ท่านต้องการให้รีสอร์ทนี้ (ซึ่งเป็นรีสอร์ทเชิงนิเวศ ที่เน้นการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์) มีกิจกรรมอะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่าหนึ่งข้อ)	✓			
	1. ปลูก บริโภค จำหน่าย ผักปลอดสารพิษ	✓			
	2. การบริการอาหารแบบปลอดสารพิษ	✓			
	3. มีกิจกรรมการเกษตรให้นักท่องเที่ยว เช่น ทำนาข้าว ปลูกผัก	✓			
	4. มีการสาธิตการทำอาหารเพื่อสุขภาพ	✓			
	5. มีคอร์สอบรมการทำเกษตรและสิ่งแวดล้อมเป็นประจำทุกๆเดือน	✓			

ที่	ข้อความถาม	ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		สอดคล้อง 1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่สอดคล้อง -1	
	6. มีกิจกรรมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการจัดการใช้ประโยชน์จากขยะ	✓			
	7. การจำหน่ายสินค้าเกษตรและศิลปหัตถกรรมจากชุมชนในท้องถิ่น	✓			
	8. อื่นๆ โปรดระบุ	✓			
3.	หากท่านมีโอกาสได้ข้อเสนอแนะรีสอร์ทใหม่ที่กำลังจะก่อสร้างในอำเภอหนองคาย ท่านจะให้ข้อเสนอแนะให้รีสอร์ท คำนี้ถึงผลกระทบอะไรบ้าง และราคาค่าที่พักที่ท่านคิดว่าเหมาะสม	✓			

ขอแสดงความขอบคุณอย่างยิ่ง

เปรมธร วรรณะวร

(นายเปรมธร วรรณะวร)

ผู้วิจัย

ลงชื่อ.....

(อาจารย์ ดร.ณัฏฐา วรรณะวร)

ผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบเครื่องมือ

TNI

แบบแสดงความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ
เรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้ธุรกิจรีไซเคิลขยะพลาสติก ตามแนวทาง
ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ณ อำเภอหนองหลวง จังหวัดอุบลราชธานี

คำชี้แจง ขอให้ท่านผู้เชี่ยวชาญได้กรุณาแสดงความคิดเห็นของท่านที่มีต่อแบบสอบถามโดยใช้เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องความคิดเห็นของท่านพร้อมเขียนข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ในการนำไปพิจารณาปรับปรุง

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ที่	ข้อความถาม	ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		สอดคล้อง 1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่สอดคล้อง -1	
1.	เพศ	✓			
	1. ชาย	✓			
	2. หญิง	✓			
2.	อายุ	✓			
	1. 25-34 ปี	✓			
	2. 35-44 ปี	✓			
	3. 45-54 ปี	✓			
	4. 54 ปีขึ้นไป	✓			
3.	ระดับการศึกษา	✓			
	1. ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	✓			
	2. มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	✓			
	3. ปริญญาตรี	✓			
	4. สูงกว่าปริญญาตรี	✓			
4.	อาชีพ	✓			
	1. ข้าราชการ	✓			
	2. พนักงานรัฐวิสาหกิจ	✓			
	3. พนักงานบริษัท/ลูกจ้าง	✓			
	4. ธุรกิจส่วนตัว	✓			
	5. นักศึกษา	✓			
	6. พ่อบ้าน/แม่บ้าน	✓			
	7. อื่นๆ โปรดระบุ	✓			

ที่	ข้อความถาม	ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		สอดคล้อง 1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่สอดคล้อง -1	
5.	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	✓			
	1. 10,000 บาท หรือต่ำกว่า	✓			
	2. 10,001-20,000 บาท	✓			
	3. 20,001-30,000 บาท	✓			
	4. 30,001-40,000 บาท	✓			
	5. 40,001-50,000 บาท	✓			
	6. มากกว่า 50,000 บาท ขึ้นไป	✓			

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวและการเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ท

ที่	ข้อความถาม	ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		สอดคล้อง 1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่สอดคล้อง -1	
1.	เวลาที่ท่านเดินทางไปท่องเที่ยว ท่านมักจะไปกับใคร	✓			
	1. หมูคณะ/บริษัทนำเที่ยว	✓			
	2. ครอบครัว	✓			
	3. เพื่อน	✓			
	4. แฟน	✓			
	5. ไปคนเดียว	✓			
2.	อัตราค่าห้องพักต่อวันที่ท่านใช้บริการ	✓			
	1. ต่ำกว่า 500 บาท	✓			
	2. 500-999 บาท	✓			
	3. 1,000-1,499 บาท	✓			
	4. 1,500-2,000 บาท	✓			
	5. 2,100-2,499 บาท	✓			
	6. 2,500 บาทขึ้นไป	✓			
3.	ระยะเวลาที่ในการเข้าพักต่อครั้ง	✓			
	1. 1 คืน	✓			
	2. 2-3 คืน	✓			
	3. 4-5 คืน	✓			
	4. 6 คืน ขึ้นไป	✓			

ที่	ข้อความถาม	ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		สอดคล้อง	ไม่แน่ใจ	ไม่สอดคล้อง	
		1	0	-1	
4.	ช่วงเวลา (วัน) ที่ท่านเดินทางเข้าพักที่พักรประเภทรีสอร์ทที่บ่อยที่สุด	✓			
	1. วันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์)	✓			
	2. วันหยุด (เสาร์-อาทิตย์)	✓			
	3. วันหยุดนักขัตฤกษ์	✓			
5.	รูปแบบการท่องเที่ยวที่ท่านสนใจตอบได้มากกว่าหนึ่งข้อ	✓			
	1. เชิงนิเวศ/พักผ่อนตามธรรมชาติ	✓			
	2. แบบผจญภัย	✓			
	3. เชิงวัฒนธรรม/วิถีชีวิตท้องถิ่น	✓			
	4. เที่ยวชมโบราณสถาน	✓			
	5. ท่องเที่ยวยามราตรี	✓			
6.	วัตถุประสงค์หลักของการเลือกเข้าพักที่รีสอร์ท	✓			
	1. พักผ่อน/ท่องเที่ยว	✓			
	2. อบรม/สัมมนา	✓			
	3. ติดต่องาน/ปฏิบัติงาน	✓			
7.	เหตุผลหลักของท่านในการใช้บริการที่พักรประเภทรีสอร์ท	✓			
	1. รูปแบบห้องพัก	✓			
	2. ใกล้แหล่งท่องเที่ยว/มีกิจกรรมเสริม	✓			
	3. การบริการที่ประทับใจ	✓			
	4. อัตราค่าที่พัก	✓			
	5. ท่าเลที่ตั้ง/การเดินทาง	✓			
	6. อื่นๆ โปรดระบุ	✓			
8.	ใครเป็นผู้มีส่วนในการตัดสินใจเลือกเข้าพักที่รีสอร์ท	✓			
	1. คนในครอบครัว	✓			
	2. เพื่อน	✓			
	3. ผู้บังคับบัญชา	✓			
	4. ตนเอง	✓			

ที่	ข้อคำถาม	ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		สอดคล้อง 1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่สอดคล้อง -1	
9.	วิธีการจองที่พักประเภทรีสอร์ทของท่าน	✓			
	1. จองผ่านโทรศัพท์	✓			
	2. จองผ่านอินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์	✓			
	3. จองผ่านตัวแทนท่องเที่ยว (Travel Agent)	✓			
	4. อื่นๆ โปรดระบุ	✓			
10.	ท่านได้รับข้อมูลเกี่ยวกับรีสอร์ทจากแหล่งใดมากที่สุด	✓			
	1. การโฆษณาจากสื่อสิ่งพิมพ์	✓			
	2. ตัวแทนท่องเที่ยว (Travel Agent)	✓			
	3. งานแสดงสินค้า/การท่องเที่ยว	✓			
	4. อินเทอร์เน็ต	✓			
	5. การแนะนำจากบุคคลที่รู้จัก	✓			

ตอนที่ 3 ปัจจัยทางการตลาดในการเลือกเข้าพักรีสอร์ท

ที่	ข้อคำถาม	ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		สอดคล้อง 1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่สอดคล้อง -1	
1.	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	✓			
	1. ห้องพักมองเห็นวิวธรรมชาติ	✓			
	2. มีรูปแบบหรือขนาดของห้องพักให้เลือก	✓			
	3. อุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก	✓			
	4. คุณภาพและรสชาติอาหาร	✓			
	5. ชื่อเสียงของรีสอร์ทเป็นที่น่าเชื่อถือ	✓			
2.	ปัจจัยด้านราคา	✓			
	1. มีระดับราคาห้องพักให้เลือกหลากหลาย	✓			
	2. มีระดับราคาที่สมเหตุผล	✓			
	3. การจ่ายค่ามัดจำสำรองห้องพัก		✓		
	4. รับชำระค่าบริการต่างๆ ด้วยบัตรเครดิต	✓			

ที่	ข้อความถาม	ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		สอดคล้อง 1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่สอดคล้อง -1	
3.	ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	✓			
	1. ทำเลที่ตั้ง สะดวกต่อการเดินทาง	✓			
	2. สามารถติดต่อได้หลายช่องทาง เช่น ทางอินเทอร์เน็ต, ทางโทรศัพท์, ทางอีเมล	✓			
	3. มีระบบการชำระเงินที่สะดวกและหลายช่องทาง	✓			
4.	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	✓			
	1. การโฆษณาผ่านสื่อออฟไลน์ (ทีวี, วิทยุ, สิ่งพิมพ์, ป้ายประกาศ)	✓			
	2. การโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ (เว็บไซต์, สื่อสังคมออนไลน์)	✓			
	3. มีรายการส่งเสริมการขาย ตามฤดูกาล/เทศกาล		✓		
	4. มีแพ็คเกจราคาพิเศษสำหรับกรู๊ปท่องเที่ยว	✓			
5.	ปัจจัยด้านบุคคล หรือพนักงาน	✓			
	1. ความสามารถในการสื่อสารของพนักงาน	✓			
	2. กิริยามารยาทของพนักงาน	✓			
	3. พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส ความเป็นมิตร	✓			
	4. การให้ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว	✓			
	5. ชี้แจงให้คำแนะนำและตอบปัญหาข้อซักถามอย่างชัดเจน	✓			
6.	ปัจจัยด้านกายภาพและการนำเสนอ	✓			
	1. บรรยากาศในห้องพักและสถานที่	✓			
	2. มีการตกแต่งที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะ	✓			
	3. ความสะอาดบริเวณสถานที่โดยรอบของรีสอร์ท	✓			
	4. มีระบบการรักษาความปลอดภัย	✓			

ที่	ข้อความถาม	ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		สอดคล้อง 1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่สอดคล้อง -1	
7.	ปัจจัยด้านกระบวนการ	✓			
	1. ความรวดเร็วในการสำรองห้องพัก	✓			
	2. ความรวดเร็วในการเช็คอิน-เช็คเอาท์	✓			
	3. การบริการขนส่งสัมภาระให้ผู้เข้าพัก	✓			
	4. มีอุปกรณ์เครื่องมือทันสมัยในการให้บริการ	✓			

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นต่อธุรกิจรีสอร์ทเชิงนิเวศ

ที่	ข้อความถาม	ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		สอดคล้อง 1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่สอดคล้อง -1	
1.	หากมีรีสอร์ทใหม่เกิดขึ้นในพื้นที่อำเภอหนองหลวง โดยรีสอร์ทนี้ จะเป็นลักษณะรีสอร์ทเชิงนิเวศ ที่เน้นการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ ท่านจะเข้ามาใช้บริการหรือไม่	✓			
	1. ใช่	✓			
	2. ไม่ใช่ (หยุดตอบแบบสอบถาม)	✓			
2.	ท่านต้องการให้รีสอร์ทนี้ (ซึ่งเป็นรีสอร์ทเชิงนิเวศ ที่เน้นการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์) มีกิจกรรมอะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่าหนึ่งข้อ)	✓			
	1. ปลูก บริโภค จำหน่าย ผักปลอดสารพิษ	✓			
	2. การบริการอาหารแบบปลอดสารพิษ	✓			
	3. มีกิจกรรมการเกษตรให้นักท่องเที่ยว เช่น ทำนาข้าว ปลูกผัก	✓			
	4. มีการสาธิตการทำอาหารเพื่อสุขภาพ	✓			
	5. มีคอร์สอบรมการทำเกษตรและสิ่งแวดล้อมเป็นประจำทุก ๆ เดือน	✓			

ที่	ข้อความถาม	ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		สอดคล้อง 1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่สอดคล้อง -1	
	6. มีกิจกรรมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการจัดการใช้ประโยชน์จากขยะ	✓			
	7. การจำหน่ายสินค้าเกษตรและศิลปหัตถกรรมจากชุมชนในท้องถิ่น	✓			
	8. อื่นๆ โปรดระบุ	✓			
3.	หากท่านมีโอกาสได้ข้อเสนอแนะรีสอร์ทใหม่ที่กำลังจะก่อสร้างในอำเภอจะหลวย ท่านจะให้ข้อเสนอแนะให้รีสอร์ท คำนี้ถึงผลกระทบอะไรบ้าง และราคาค่าที่พักที่ท่านคิดว่าเหมาะสม	✓			

ขอแสดงความขอบคุณอย่างยิ่ง

เปรมธร วรรณะวร

(นายเปรมธร วรรณะวร)

ผู้วิจัย

ลงชื่อ นิคม

(ผศ.ดร.นิคม ใจกุล)

ผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบเครื่องมือ

TNI

แบบแสดงความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ
เรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้ธุรกิจรีไซเคิลขยะอินทรีย์ตามแนวทาง
ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ณ อำเภอหนองหลวง จังหวัดอุบลราชธานี

คำชี้แจง ขอให้ท่านผู้เชี่ยวชาญได้กรุณาแสดงความคิดเห็นของท่านที่มีต่อแบบสอบถามโดยใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องความคิดเห็นของท่านพร้อมเขียนข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ในการนำไปพิจารณาปรับปรุง

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ที่	ข้อคำถาม	ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		สอดคล้อง 1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่สอดคล้อง -1	
1.	เพศ	✓			
	1. ชาย	✓			
	2. หญิง	✓			
2.	อายุ	✓			
	1. 25-34 ปี	✓			
	2. 35-44 ปี	✓			
	3. 45-54 ปี	✓			
	4. 54 ปีขึ้นไป	✓			
3.	ระดับการศึกษา	✓			
	1. ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	✓			
	2. มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	✓			
	3. ปริญญาตรี	✓			
	4. สูงกว่าปริญญาตรี	✓			
4.	อาชีพ	✓			
	1. ข้าราชการ	✓			
	2. พนักงานรัฐวิสาหกิจ	✓			
	3. พนักงานบริษัท/ลูกจ้าง	✓			
	4. ธุรกิจส่วนตัว	✓			
	5. นักศึกษา	✓			
	6. พ่อบ้าน/แม่บ้าน	✓			
	7. อื่นๆ โปรดระบุ	✓			

ที่	ข้อความถาม	ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		สอดคล้อง 1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่สอดคล้อง -1	
5.	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	✓			
	1. 10,000 บาท หรือต่ำกว่า	✓			
	2. 10,001-20,000 บาท	✓			
	3. 20,001-30,000 บาท	✓			
	4. 30,001-40,000 บาท	✓			
	5. 40,001-50,000 บาท	✓			
	6. มากกว่า 50,000 บาท ขึ้นไป	✓			

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวและการเลือกใช้บริการที่พักประเภทรีสอร์ต

ที่	ข้อความถาม	ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		สอดคล้อง 1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่สอดคล้อง -1	
1.	เวลาที่ท่านเดินทางไปท่องเที่ยว ท่านมักจะไปกับใคร	✓			
	1. หมู่มาก/บริษัทนำเที่ยว	✓			
	2. ครอบครัว	✓			
	3. เพื่อน	✓			
	4. แฟน	✓			
	5. ไปคนเดียว	✓			
2.	อัตราค่าห้องพักต่อวันที่ท่านใช้บริการ	✓			
	1. ต่ำกว่า 500 บาท	✓			
	2. 500-999 บาท	✓			
	3. 1,000-1,499 บาท	✓			
	4. 1,500-2,000 บาท	✓			
	5. 2,100-2,499 บาท	✓			
	6. 2,500 บาทขึ้นไป	✓			
3.	ระยะเวลาที่ในการเข้าพักต่อครั้ง	✓			
	1. 1 คืน	✓			
	2. 2-3 คืน	✓			
	3. 4-5 คืน	✓			
	4. 6 คืน ขึ้นไป	✓			

ที่	ข้อความถาม	ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		สอดคล้อง	ไม่แน่ใจ	ไม่สอดคล้อง	
		1	0	-1	
4.	ช่วงเวลา (วัน) ที่ท่านเดินทางเข้าพักที่พักระยะที่รีสอร์ทที่บ่อยที่สุด	✓			
	1. วันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์)	✓			
	2. วันหยุด (เสาร์-อาทิตย์)	✓			
	3. วันหยุดนักขัตฤกษ์	✓			
5.	รูปแบบการท่องเที่ยวที่ท่านสนใจตอบได้มากกว่าหนึ่งข้อ	✓			
	1. เชิงนิเวศ/พักผ่อนตามธรรมชาติ	✓			
	2. แบบผจญภัย	✓			
	3. เชิงวัฒนธรรม/วิถีชีวิตท้องถิ่น	✓			
	4. เที่ยวชมโบราณสถาน	✓			
	5. ท่องเที่ยวยามราตรี	✓			
6.	วัตถุประสงค์หลักของการเลือกเข้าพักที่รีสอร์ท	✓			
	1. พักผ่อน/ท่องเที่ยว	✓			
	2. อบรม/สัมมนา	✓			
	3. ติดต่องาน/ปฏิบัติงาน	✓			
7.	เหตุผลหลักของท่านในการใช้บริการที่พักระยะที่รีสอร์ท	✓			
	1. รูปแบบห้องพัก	✓			
	2. ใกล้แหล่งท่องเที่ยว/มีกิจกรรมเสริม	✓			
	3. การบริการที่ประทับใจ	✓			
	4. อัตราค่าที่พัก	✓			
	5. ทำเลที่ตั้ง/การเดินทาง	✓			
	6. อื่นๆ โปรดระบุ	✓			
8.	ใครเป็นผู้มีส่วนในการตัดสินใจเลือกเข้าพักที่รีสอร์ท	✓			
	1. คนในครอบครัว	✓			
	2. เพื่อน	✓			
	3. ผู้บังคับบัญชา	✓			
	4. ตนเอง	✓			

ที่	ข้อความถาม	ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		สอดคล้อง 1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่สอดคล้อง -1	
9.	วิธีการจองที่พักประเภทรีสอร์ทของท่าน	✓			
	1. จองผ่านโทรศัพท์	✓			
	2. จองผ่านอินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์	✓			
	3. จองผ่านตัวแทนท่องเที่ยว (Travel Agent)	✓			
	4. อื่นๆ โปรดระบุ	✓			
10.	ท่านได้รับข้อมูลเกี่ยวกับรีสอร์ทจากแหล่งใดมากที่สุด	✓			
	1. การโฆษณาจากสื่อสิ่งพิมพ์	✓			
	2. ตัวแทนท่องเที่ยว (Travel Agent)	✓			
	3. งานแสดงสินค้า/การท่องเที่ยว	✓			
	4. อินเทอร์เน็ต	✓			
	5. การแนะนำจากบุคคลที่รู้จัก	✓			

ตอนที่ 3 ปัจจัยทางการตลาดในการเลือกเข้าพักรีสอร์ท

ที่	ข้อความถาม	ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		สอดคล้อง 1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่สอดคล้อง -1	
1.	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	✓			
	1. ห้องพักมองเห็นวิวธรรมชาติ	✓			
	2. มีรูปแบบหรือขนาดของห้องพักให้เลือก	✓			
	3. อุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก	✓			
	4. คุณภาพและรสชาติอาหาร	✓			
	5. ชื่อเสียงของรีสอร์ทเป็นที่น่าเชื่อถือ	✓			
2.	ปัจจัยด้านราคา	✓			
	1. มีระดับราคาห้องพักให้เลือกหลากหลาย	✓			
	2. มีระดับราคาที่สมเหตุผล	✓			
	3. การจ่ายค่ามัดจำสำรองห้องพัก	✓			
	4. รับชำระค่าบริการต่างๆ ด้วยบัตรเครดิต	✓			

ที่	ข้อความถาม	ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		สอดคล้อง 1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่สอดคล้อง -1	
3.	ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	✓			
	1. ทำเลที่ตั้ง สะดวกต่อการเดินทาง	✓			
	2. สามารถติดต่อได้หลายช่องทาง เช่น ทางอินเทอร์เน็ต, ทางโทรศัพท์, ทางอีเมล	✓			
	3. มีระบบการชำระเงินที่สะดวกและหลายช่องทาง	✓			
4.	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	✓			
	1. การโฆษณาผ่านสื่อออฟไลน์ (ทีวี, วิทยุ, สิ่งพิมพ์, ป้ายประกาศ)	✓			
	2. การโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ (เว็บไซต์, สื่อสังคมออนไลน์)	✓			
	3. มีรายการส่งเสริมการขาย ตามฤดูกาล/เทศกาล	✓			
	4. มีแพ็คเกจราคาพิเศษสำหรับกรู๊ปท่องเที่ยว	✓			
5.	ปัจจัยด้านบุคคล หรือพนักงาน	✓			
	1. ความสามารถในการสื่อสารของพนักงาน	✓			
	2. กิริยามารยาทของพนักงาน	✓			
	3. พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส มีความเป็นมิตร	✓			
	4. การให้ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว	✓			
	5. ชี้แจงให้คำแนะนำและตอบปัญหาข้อซักถามอย่างชัดเจน	✓			
6.	ปัจจัยด้านกายภาพและการนำเสนอ	✓			
	1. บรรยากาศในห้องพักและสถานที่	✓			
	2. มีการตกแต่งที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะ	✓			
	3. ความสะอาดบริเวณสถานที่โดยรอบของรีสอร์ท	✓			
	4. มีระบบการรักษาความปลอดภัย	✓			

ที่	ข้อความถาม	ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		สอดคล้อง 1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่สอดคล้อง -1	
7.	ปัจจัยด้านกระบวนการ	✓			
	1. ความรวดเร็วในการสำรองห้องพัก	✓			
	2. ความรวดเร็วในการเช็คอิน-เช็คเอาท์	✓			
	3. การบริการขนส่งสัมภาระให้ผู้เข้าพัก	✓			
	4. มีอุปกรณ์เครื่องมือทันสมัยในการให้บริการ	✓			

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นต่อธุรกิจรีสอร์ทเชิงนิเวศ

ที่	ข้อความถาม	ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		สอดคล้อง 1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่สอดคล้อง -1	
1.	หากมีรีสอร์ทใหม่เกิดขึ้นในพื้นที่อำเภอหนองหลวง โดยรีสอร์ทนี้ จะเป็นลักษณะรีสอร์ทเชิงนิเวศ ที่เน้นการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ ท่านจะเข้ามาใช้บริการหรือไม่	✓			
	1. ใช่	✓			
	2. ไม่ใช่ (หยุดตอบแบบสอบถาม)	✓			
2.	ท่านต้องการให้รีสอร์ทนี้ (ซึ่งเป็นรีสอร์ทเชิงนิเวศ ที่เน้นการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์) มีกิจกรรมอะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่าหนึ่งข้อ)	✓			
	1. ปลูก บริโภค จำหน่าย ผักปลอดสารพิษ	✓			
	2. การบริการอาหารแบบปลอดสารพิษ	✓			
	3. มีกิจกรรมการเกษตรให้นักท่องเที่ยว เช่น ทำนาข้าว ปลูกผัก	✓			
	4. มีการสาธิตการทำอาหารเพื่อสุขภาพ	✓			
	5. มีคอร์สอบรมการทำเกษตรและสิ่งแวดล้อมเป็นประจำทุกๆเดือน	✓			

ที่	ข้อความถาม	ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		สอดคล้อง 1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่สอดคล้อง -1	
	6. มีกิจกรรมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการจัดการใช้ประโยชน์จากขยะ	✓			
	7. การจำหน่ายสินค้าเกษตรและศิลปหัตถกรรมจากชุมชนในท้องถิ่น	✓			
	8. อื่นๆ โปรดระบุ	✓			
3.	หากท่านมีโอกาสได้ข้อเสนอแนะรีสอร์ทใหม่ที่กำลังจะก่อสร้างในอำเภอหนองคาย ท่านจะให้ข้อเสนอแนะให้รีสอร์ท คำนึงถึงผลกระทบอะไรบ้าง และราคาค่าที่พักที่ท่านคิดว่าเหมาะสม		✓		

ขอแสดงความขอบคุณอย่างยิ่ง

เปรมธร วรรณะวร

(นายเปรมธร วรรณะวร)

ผู้วิจัย

ลงชื่อ จ.น.

ดร.รุ่งอรุณ กระแสสินธุ์

ผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบเครื่องมือ

TNI

ภาคผนวก ง.

งบการเงินรูปแบบธุรกิจรีสอร์ทเชิงนิเวศ ตามแนวทางปรัชญา
เศรษฐกิจพอเพียง ณ อำเภอนาจะหลวย จังหวัดอุบลราชธานี

TNI

ตารางที่ 48 ประมาณการงบดุล หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น สำหรับระยะเวลา 10 ปี

รายการ	ปีที่										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
สินทรัพย์หมุนเวียน											
เงินสด	1,000,000.00	2,596,242.70	4,173,322.35	6,087,168.03	8,445,902.50	11,227,109.68	14,230,757.94	17,494,976.14	21,016,906.21	24,792,573.80	28,816,851.05
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	1,000,000.00	2,596,242.70	4,173,322.35	6,087,168.03	8,445,902.50	11,227,109.68	14,230,757.94	17,494,976.14	21,016,906.21	24,792,573.80	28,816,851.05
สินทรัพย์ถาวร - สุทธิ											
อาคารและค่าพัฒนาที่ดิน	6,000,000.00	5,700,000.00	5,415,000.00	5,144,250.00	4,887,037.50	4,642,685.63	4,410,551.34	4,190,023.78	3,980,522.59	3,781,496.46	3,592,421.64
งานระบบ	300,000.00	292,500.00	285,187.50	278,057.81	271,106.37	264,328.71	257,720.49	251,277.48	244,995.54	238,870.65	232,898.89
ค่าตกแต่งและเฟอร์นิเจอร์	2,200,000.00	2,145,000.00	2,091,375.00	2,039,090.63	1,988,113.36	1,938,410.53	1,889,950.26	1,842,701.51	1,796,633.97	1,751,718.12	1,707,925.17
ค่าออกแบบ	300,000.00	292,500.00	285,187.50	278,057.81	271,106.37	264,328.71	257,720.49	251,277.48	244,995.54	238,870.65	232,898.89
ค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินการ	200,000.00	197,500.00	195,031.25	192,593.36	190,185.94	187,808.62	185,461.01	183,142.75	180,853.46	178,592.80	176,360.39
รวมสินทรัพย์ถาวร	9,000,000.00	8,627,500.00	8,271,781.25	7,932,049.61	7,607,549.54	7,297,562.18	7,001,403.60	6,718,422.99	6,448,001.10	6,189,548.68	5,942,504.96
รวมสินทรัพย์	10,000,000.00	11,223,742.70	12,445,103.60	14,019,217.64	16,053,452.04	18,524,671.86	21,232,161.53	24,213,399.13	27,464,907.31	30,982,122.48	34,759,356.01
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น											
หนี้สินหมุนเวียน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
เงินกู้ยืม OD	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย ภาษีเงินได้นิติบุคคล	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวมหนี้สินหมุนเวียน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
หนี้สินระยะยาว	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวมหนี้	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ส่วนของผู้ถือหุ้น	10,000,000.00	10,000,000.00	10,000,000.00	10,000,000.00	10,000,000.00	10,000,000.00	10,000,000.00	10,000,000.00	10,000,000.00	10,000,000.00	10,000,000.00
กำไรสะสม	335,518.08	928,323.60	1,831,096.46	3,182,890.70	5,127,870.00	7,636,146.24	11,041,010.58	14,793,301.52	18,889,208.28	23,323,431.74	28,089,134.74
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	10,335,518.08	10,928,323.60	11,831,096.46	13,182,890.70	15,127,870.00	17,636,146.24	21,041,010.58	24,793,301.52	28,889,208.28	33,323,431.74	38,089,134.74
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	10,335,518.08	10,928,323.60	11,831,096.46	13,182,890.70	15,127,870.00	17,636,146.24	21,041,010.58	24,793,301.52	28,889,208.28	33,323,431.74	38,089,134.74

ตารางที่ 49 ประมาณการงบกำไรขาดทุน หอจะหลวยบ้านนาฮีสอร์ท สำหรับระยะเวลา 10 ปี

รายการ	ปีที่										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ค่าห้องพัก	1,684,800.00	4,336,200.00	4,572,720.00	5,080,800.00	5,974,320.00	6,832,800.00	7,402,200.00	7,971,600.00	8,541,000.00	9,110,400.00	9,679,800.00
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม นอกเหนือจากอาหารเช้า	842,400.00	2,168,100.00	2,286,360.00	2,540,400.00	2,987,160.00	3,416,400.00	3,701,100.00	3,985,800.00	4,270,500.00	4,555,200.00	4,839,900.00
รายได้อื่น ๆ (ขายผลิตภัณฑ์ของฝาก)	84,240.00	216,810.00	457,272.00	762,120.00	896,148.00	1,024,920.00	1,110,330.00	1,195,740.00	1,281,150.00	1,366,560.00	1,451,970.00
รวมรายได้ทั้งหมด	2,611,440.00	6,721,110.00	7,316,352.00	8,383,320.00	9,857,628.00	11,274,120.00	12,213,630.00	13,153,140.00	14,092,650.00	15,032,160.00	15,971,670.00
ต้นทุนขาย	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
ค่าใช้จ่ายการขายผ่าน Internet	168,480.00	433,620.00	457,272.00	508,080.00	597,432.00	683,280.00	740,220.00	797,160.00	854,100.00	911,040.00	967,980.00
ค่าวัสดุสิ้นเปลือง	84,240.00	216,810.00	228,636.00	254,040.00	298,716.00	341,640.00	370,110.00	398,580.00	427,050.00	455,520.00	483,990.00
ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับอาหาร และเครื่องดื่มสำหรับอาหารเช้า	168,480.00	433,620.00	457,272.00	508,080.00	597,432.00	683,280.00	740,220.00	797,160.00	854,100.00	911,040.00	967,980.00
ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับอาหาร และเครื่องดื่มเพื่อการจำหน่าย	252,720.00	650,430.00	685,908.00	762,120.00	896,148.00	1,024,920.00	1,110,330.00	1,195,740.00	1,281,150.00	1,366,560.00	1,451,970.00
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ	16,848.00	43,362.00	91,454.40	152,424.00	179,229.60	204,984.00	222,066.00	239,148.00	256,230.00	273,312.00	290,394.00
รวมต้นทุนขาย	690,768.00	1,777,842.00	1,920,542.40	2,184,744.00	2,568,957.60	2,938,104.00	3,182,946.00	3,427,788.00	3,672,630.00	3,917,472.00	4,162,314.00
กำไรขั้นต้น	1,920,672.00	4,943,268.00	5,395,809.60	6,198,576.00	7,288,670.40	8,336,016.00	9,030,684.00	9,725,352.00	10,420,020.00	11,114,688.00	11,809,356.00
ค่าใช้จ่ายที่ปรึกษาทางด้านบัญชี	-	50,000.00	50,000.00	50,000.00	51,500.00	51,500.00	51,500.00	53,045.00	53,045.00	53,045.00	54,636.35
ค่าเสื่อมราคา	-	900,000.00	900,000.00	900,000.00	900,000.00	900,000.00	450,000.00	450,000.00	450,000.00	450,000.00	450,000.00
ค่าใช้จ่ายในการตลาด	505,440.00	433,620.00	457,272.00	508,080.00	597,432.00	683,280.00	370,110.00	398,580.00	427,050.00	455,520.00	483,990.00
ค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน	252,720.00	650,430.00	685,908.00	762,120.00	896,148.00	1,024,920.00	1,110,330.00	1,195,740.00	1,281,150.00	1,366,560.00	1,451,970.00
ค่าใช้จ่ายในการซ่อมแซมทรัพย์สิน	26,114.40	67,211.10	73,163.52	83,833.20	98,576.28	112,741.20	244,272.60	263,062.80	281,853.00	300,643.20	319,433.40
ค่าเบี้ยประกันภัย	25,000.00	25,000.00	25,000.00	25,000.00	25,000.00	25,000.00	25,000.00	25,000.00	25,000.00	25,000.00	25,000.00
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารอื่น ๆ	692,000.00	2,076,000.00	2,076,000.00	2,179,800.00	2,288,790.00	2,403,229.50	2,523,390.98	2,649,560.52	2,782,038.55	2,921,140.48	3,067,197.50
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	1,501,274.40	4,202,261.10	4,267,343.52	4,508,833.20	4,857,446.28	5,200,670.70	4,774,603.58	5,034,988.32	5,300,136.55	5,571,908.68	5,852,227.25

ตารางที่ 49 ประมาณการงบกำไรขาดทุน หักจ่ายบ้านนาฮีสอร์ท สำหรับระยะเวลา 10 ปี (ต่อ)

รายการ	ปีที่										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
กำไรจากการดำเนินงาน	419,397.60	741,006.90	1,128,466.08	1,689,742.80	2,431,224.12	3,135,345.30	4,256,080.43	4,690,363.68	5,119,883.45	5,542,779.32	5,957,128.75
ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รายได้สุทธิ ก่อนภาษี	419,397.60	741,006.90	1,128,466.08	1,689,742.80	2,431,224.12	3,135,345.30	4,256,080.43	4,690,363.68	5,119,883.45	5,542,779.32	5,957,128.75
ภาษีเงินได้นิติบุคคล (20%)	83,879.52	148,201.38	225,693.22	337,948.56	486,244.82	627,069.06	851,216.09	938,072.74	1,023,976.69	1,108,555.86	1,191,425.75
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	335,518.08	592,805.52	902,772.86	1,351,794.24	1,944,979.30	2,508,276.24	3,404,864.34	3,752,290.94	4,095,906.76	4,434,223.46	4,765,703.00
กำไร (ขาดทุน) สะสม	335,518.08	928,323.60	1,831,096.46	3,182,890.70	5,127,870.00	7,636,146.24	11,041,010.58	14,793,301.52	18,889,208.28	23,323,431.74	28,089,134.74

ตารางที่ 50 ประมาณการงบกระแสเงินสด หาดูแลบ้านนารีสอร์ท สำหรับระยะเวลา 10 ปี

รายการ	ปี										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน											
ทำไรสุทธิ	335,518.08	592,805.52	902,772.86	1,351,794.24	1,944,979.30	2,508,276.24	3,404,864.34	3,752,290.94	4,095,906.76	4,434,223.46	4,765,703.00
รายการปรับปรุง											
ค่าเสื่อมราคา	-	900,000.00	900,000.00	900,000.00	900,000.00	900,000.00	450,000.00	450,000.00	450,000.00	450,000.00	450,000.00
ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
จ่ายภาษีเงินได้	- 83,879.52	- 148,201.38	- 225,693.22	- 337,948.56	- 486,244.82	- 627,069.06	- 851,216.09	- 938,072.74	- 1,023,976.69	- 1,108,555.86	- 1,191,425.75
รวมกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน	251,638.56	1,344,604.14	1,577,079.65	1,913,845.68	2,358,734.47	2,781,207.18	3,003,648.26	3,264,218.21	3,521,930.07	3,775,667.59	4,024,277.25
กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน											
ค่าก่อสร้างอาคาร ระบบ และตกแต่ง	- 6,000,000.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ค่าปรับปรุงที่ดินและระบบสาธารณูปโภค	- 300,000.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ค่าตกแต่งภายใน ภายนอกและเฟอร์นิเจอร์	- 2,200,000.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ค่าใช้จ่ายในการออกแบบ	- 300,000.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินการ	- 200,000.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวมกระแสเงินสดจากการลงทุน	- 9,000,000.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการจัดหาเงิน											
เงินสดรับจากการเงินส่วนเจ้าของ	10,000,000.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
เงินกู้ยืมระยะสั้น OD	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ชำระคืนเงินกู้ระยะยาว	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวมกระแสเงินสดจากการจัดหาเงิน	10,000,000.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
เงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) สุทธิ	1,251,638.56	1,344,604.14	1,577,079.65	1,913,845.68	2,358,734.47	2,781,207.18	3,003,648.26	3,264,218.21	3,521,930.07	3,775,667.59	4,024,277.25
เงินสดต้นงวด	-	1,251,638.56	2,596,242.70	4,173,322.35	6,087,168.03	8,445,902.50	11,227,109.68	14,230,757.94	17,494,976.14	21,016,906.21	24,792,573.80
เงินสด ณ วันสิ้นสุด	1,251,638.56	2,596,242.70	4,173,322.35	6,087,168.03	8,445,902.50	11,227,109.68	14,230,757.94	17,494,976.14	21,016,906.21	24,792,573.80	28,816,851.05