

ความแตกต่างระหว่างการพัฒนาที่ปักประภทโฮสเทลที่มีแนวคิดเชิงธุรกิจกับที่มีแนวคิดธุรกิจเกื้อกูล
ในเขตเมืองเก่ากรุงเทพมหานคร : กรณีศึกษา โครงการ เฮีย โฮสเทล และ วันซ์ อะเกน โฮสเทล



นางสาวนารัตน์ อิมพัฒน์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

บทคัดย่อและแฟ้มข้อมูลฉบับเต็มของวิทยานิพนธ์ตั้งแต่ปีการศึกษา 2554 ที่ให้บริการในคลังปัญญาจุฬาฯ (CUIR)
เป็นแฟ้มข้อมูลของนิสิตเจ้าของวิทยานิพนธ์ ที่ส่งผ่านทางบัณฑิตวิทยาลัย

The abstract and full text of theses from the academic year 2011 in Chulalongkorn University Intellectual Repository (CUIR)
are the thesis authors' files submitted through the University Graduate School.

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเคหพัฒนาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการพัฒนาที่อยู่อาศัยและอสังหาริมทรัพย์ ภาควิชาเคหการ

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2559

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

THE DIFFERENCE OF HOSTEL DEVELOPMENT BETWEEN
GENERAL AND INCLUSIVE BUSINESS CONCEPTS IN HISTORICAL AREA
IN BANGKOK: A CASE STUDIES OF HERE HOSTEL AND ONCE AGAIN HOSTEL

Miss Wanarat Impath



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Housing Development Program in Housing and Real

Estate Development

Department of Housing

Faculty of Architecture

Chulalongkorn University

Academic Year 2016

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

ความแตกต่างระหว่างการพัฒนาที่พักประเภทโฮสเทลที่มีแนวคิดเชิงธุรกิจกับที่มีแนวคิดธุรกิจเกื้อกูลในเขตเมืองเก่า กรุงเทพมหานคร : กรณีศึกษา โครงการ เฮีย โฮสเทล และ วันซ์ อะเกน โฮสเทล

โดย

นางสาวนารัตน์ อิมพัฒน์

สาขาวิชา

การพัฒนาที่อยู่อาศัยและอสังหาริมทรัพย์

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

รองศาสตราจารย์ ดร. กุณฑลทิพย์ พานิชภักดิ์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารบัณฑิต

.....คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร. ปิ่นรัชฎ์ กาญจนนัฐิติ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ
(ศาสตราจารย์ ดร. เสริชญ์ โชติพานิช)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(รองศาสตราจารย์ ดร. กุณฑลทิพย์ พานิชภักดิ์)

.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. บุษรา โปวาทอง)

.....กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร. ดุษฎี ทายตะคุ)

.....กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(ดร. วิชัย วีรต์กพันธ์)

5873586625 : MAJOR HOUSING AND REAL ESTATE DEVELOPMENT

KEYWORDS: HOSTEL, GENERAL BUSINESS, INCLUSIVE BUSINESS, HISTORICAL AREA, BANGKOK

WANARAT IMPATH: THE DIFFERENCE OF HOSTEL DEVELOPMENT BETWEEN GENERAL AND INCLUSIVE BUSINESS CONCEPTS IN HISTORICAL AREA IN BANGKOK: A CASE STUDIES OF HERE HOSTEL AND ONCE AGAIN HOSTEL. ADVISOR: ASSOC. PROF. KUNDOLDIBYA PANITCHPAKDI, Ph.D., 206 pp.

The historical area in Bangkok plays an important role in tourism and cultural awareness, leading to the establishments of hostels. As a result, this study aimed to investigate the differences in hostel development between general and inclusive business concepts in terms of process, operational results and lessons learnt from the development. The study was based on the literature review, the developers' interviews and customer satisfaction results. In addition, the satisfaction reports of those who booked the hostels online, the researcher's observations by staying overnight at the hostels, interviewing customers and hostel staff were included as research tools. As for the physical aspects, the blueprints of the hostels were examined, including survey and observation. Regarding the community aspects, surveys and interviews were carried out.

The findings revealed that the developers that followed the general business concept focused on financial issues. They selected an old row-house and an architect and a general building contractor. The building accommodated 51 beds with functional areas and the selling point was Thainess based on the physical features of the building and the surrounding communities. The construction took one year and four months. The marketing was conducted online. The staff was those who were interested and the service was friendly. The developers could attract the targeted customers – backpackers who preferred entertainment – and the customer satisfaction rate was very high. The profits were also high and the occupancy rate was at 85%. However, problems arose during construction because the buildings were in a deteriorating condition, the co-developers' lack of expertise and also external factors; consequently, the development cost was high and development planning took one year and seven months.

While the developers that followed the inclusive business concept focused on both the financial issue and community development, they conducted a feasibility study to select the location and the building. The data were analyzed and plans for conducting business and developing communities were drawn. Financial issues and customer needs were taken into consideration when the functional areas were designed. The building accommodated 100 beds. The unique characteristics of communities were used to decorate the building. Marketing was conducted online. Community residents were hired to work there and a community tour was operated. Most of the guests were as targeted – those who preferred tranquility – and the customer satisfaction rate was very high. However, this kind of hostel did not meet the needs of ecotourists. The profits were higher than expected and the occupancy rate was at 70%, which was higher than the market average. The process development followed the principles so few problems arose. The development planning took one year and five months but the construction took only six months, resulting in low cost. Such development also benefitted communities, in that, community residents could earn more income and gain more knowledge about their communities. However, there were some problems about builders and service providers – community residents – because they were not as well prepared as well as customers that did not respond to community services.

It can be concluded that the two hostels are different in terms of concept and development process, but they are successful in terms of business plans and customer satisfaction. The general business concept benefits only the developers while the inclusive business concept benefits the developers, customers and communities.

Department: Housing

Field of Study: Housing and Real Estate Development

Academic Year: 2016

Student's Signature

Advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้เนื่องจากได้รับความกรุณาจากท่านอาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.กฤษณทิพย์ พานิชภักดิ์ ที่ได้สละเวลาให้คำปรึกษาอันมีค่า ให้ความรู้และความเอาใจใส่ทั้งในทางวิชาการและให้แบบอย่างที่ดีในการดำเนินชีวิตแก่ลูกศิษย์ ขอขอบพระคุณผู้พัฒนาและพนักงานกรณีสึกษาทั้งสองโครงการ และบุคลากรชุมชนต่างๆ ที่ได้ให้ความร่วมมือและให้ข้อมูลอันมีค่า ขอขอบพระคุณคณาจารย์และท่านผู้เชี่ยวชาญในสาขาต่างๆ ที่ได้ให้ความคิดเห็น คำชี้แนะอันเป็นประโยชน์ต่องานวิจัย กราบขอบพระคุณท่านคณะกรรมการทุกท่านตั้งแต่ท่านรองศาสตราจารย์ ดร. ปิ่นรัชฎ์ กาญจนนัฐิติ ศาสตราจารย์ ดร. เสริชย์ โชติพานิชย์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. บุษรา โปวาทอง รองศาสตราจารย์ ดร. ดุษฎี ทายตะคุ และ ดร. วิชัย วิรัตน์ พันธุ์ ที่ได้สละเวลาอันมีค่าให้คำแนะนำและชี้แนะในงานวิจัยนี้ ขอกราบขอบพระคุณบิดามารดาและญาติพี่น้องที่ให้การสนับสนุนและเป็นกำลังใจในมาโดยตลอด และสุดท้ายขอบคุณเพื่อนร่วมรุ่นและรุ่นพี่รุ่นน้องภาควิชาเคหการทุกท่าน ที่ได้ร่วมเรียนรู้พัฒนาให้คำชี้แนะ กระทั่งวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญภาพ.....	ฐ
สารบัญตาราง.....	ด
บทที่ 1.....	1
บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 คำถามในงานวิจัย.....	8
1.3 วัตถุประสงค์ในการวิจัย.....	9
1.4 ขอบเขตการวิจัย.....	9
1.5 วิธีดำเนินการวิจัย	10
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ	10
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	11
บทที่ 2.....	12
แนวคิด ทฤษฎี เอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	12
กลุ่มที่ 1 แนวคิดทฤษฎีด้านการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์	13
1.1 ความหมายและการจำแนกประเภทที่พักแรม.....	13
1.2 แนวคิดทฤษฎีด้านกายภาพของที่พักประเภทโฮสเทล.....	14
1.3 แนวคิดทฤษฎีด้านกระบวนการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์	16
1.4 แนวคิดทฤษฎีด้านตลาดการท่องเที่ยว.....	20

1.5	แนวคิดทฤษฎีด้านการตลาดที่พักรวม.....	23
1.6	แนวคิด ทฤษฎีด้านการบริหารที่พักรวม	26
1.7	แนวคิด ทฤษฎีด้านการประเมินผลที่พักรวม	27
กลุ่มที่ 2 :	แนวคิด ทฤษฎีด้านกิจการที่มีแนวคิดเชิงสังคม.....	29
2.1	แนวคิดธุรกิจทั่วไป (General Business)	29
2.2	แนวคิดธุรกิจเกื้อกูล (Inclusive Business Model).....	29
2.3	แนวคิดและทฤษฎีกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise Model).....	32
2.4	แนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชน (People Participation Concept)	33
กลุ่มที่ 3 :	แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	35
3.1	แนวคิด ทฤษฎีด้านการอนุรักษ์.....	35
3.2	แนวคิดและทฤษฎีด้านการปรับปรุงอาคาร	36
3.3	กฎหมายที่เกี่ยวข้อง	38
3.4	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	40
4.	กรณีศึกษา ที่พักรวมที่มีแนวคิดเชิงสังคม.....	45
5.	กรอบแนวคิดจากการทบทวนวรรณกรรม.....	48
บทที่ 3.....		49
วิธีดำเนินการวิจัย		49
3.1	การศึกษาข้อมูลเบื้องต้น.....	49
3.2	กรอบแนวคิดการวิจัย	51
3.3	การคัดเลือกกรณีศึกษา	52
3.4	ขอบเขตการวิจัย.....	54
3.5	ระเบียบวิธีดำเนินการวิจัย	55
3.5.1	ขั้นตอนดำเนินการวิจัย	59

3.5.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	60
3.5.3 วิธีวิจัย เครื่องมือและแหล่งข้อมูลในการวิจัย	61
3.6 ขั้นตอนการเก็บข้อมูล.....	62
3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล สรุปผลการวิจัย.....	64
3.8 ข้อจำกัดในการวิจัย	64
3.9 สรุปตารางดำเนินการวิจัย	65
บทที่ 4.....	66
ความเป็นมาโครงการ แนวคิด กระบวนการพัฒนาและผลการดำเนินงาน	66
4.1 กรณีศึกษาที่ 1 : เฮีย โฮสเทล (Here Hostel).....	66
4.1.1 ทำเลที่ตั้ง	66
4.1.2 ภายภาพตัวอาคารก่อนการพัฒนา	68
4.1.3 ความเป็นมาโครงการ.....	69
4.1.5 กระบวนการพัฒนา.....	70
4.1.6 สรุปกระบวนการพัฒนากรณีศึกษาที่ 1	78
4.2 กรณีศึกษาที่ 2 : วันซ์ อะเกน โฮสเทล (Once Again Hostel).....	79
4.2.1 ภายภาพทำเลที่ตั้ง	79
4.2.2 ภายภาพตัวอาคารก่อนการพัฒนา	81
4.2.3 ความเป็นมาโครงการ.....	82
4.2.4 แนวคิดการพัฒนา.....	82
4.2.5 กระบวนการพัฒนา.....	84
4.2.6 สรุปกระบวนการพัฒนากรณีศึกษาที่ 2	98
4.3 ผลการดำเนินงาน.....	99
4.3.1 ผลด้านกายภาพ.....	99

4.3.2	ผลด้านการบริหารและการจัดการบริการ	108
4.3.3	ผลด้านการจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวก	112
4.3.4	ผลด้านการจัดการตลาด	113
4.3.5	การวัดผลด้านลักษณะกลุ่มลูกค้า	115
4.3.6	การวัดผลด้านความพึงพอใจกลุ่มลูกค้า	121
4.3.7	การวัดผลด้านการเงิน	127
4.3.8	ผลด้านชุมชน	129
4.4	สรุปปัญหาและอุปสรรคของการพัฒนา.....	138
1.	กรณีศึกษาที่ 1 เฮีย โฮสเทล (Here Hostel).....	138
2.	กรณีศึกษาที่ 2 วันซ์ อะเกน โฮสเทล (Once Again Hostel)	139
บทที่ 5.....		140
การวิเคราะห์ผลการศึกษา.....		140
5.1	วิเคราะห์ความแตกต่างของผู้พัฒนาและผู้ร่วมพัฒนา.....	140
5.2	วิเคราะห์ความแตกต่างของแนวคิดการพัฒนา	142
5.3	วิเคราะห์ความแตกต่างของกระบวนการพัฒนา	143
5.4	วิเคราะห์ความแตกต่างของผลด้านกายภาพ	147
1.	การคัดเลือกที่ตั้ง การคัดเลือกตัวอาคารและความเปลี่ยนแปลง	147
2.	ความแตกต่างของการจัดพื้นที่ใช้สอยอาคาร	148
3.	ความแตกต่างของการออกแบบตกแต่งและสร้างบรรยากาศโครงการ	150
5.5	วิเคราะห์ความแตกต่างของผลด้านการบริหารจัดการ.....	152
5.6	วิเคราะห์ความแตกต่างของผลด้านการจัดการตลาด.....	153
5.7	วิเคราะห์ความแตกต่างของความสำเร็จ ด้านกลุ่มลูกค้า.....	154
5.8	วิเคราะห์ความแตกต่างของความสำเร็จ ด้านความพึงพอใจกลุ่มลูกค้า	155

1.	วิเคราะห์ความสำเร็จด้านความพึงพอใจกลุ่มลูกค้า.....	155
2.	วิเคราะห์แตกต่างของความพึงพอใจกลุ่มลูกค้า : ด้านความพึงพอใจ.....	155
3.	วิเคราะห์แตกต่างของความพึงพอใจกลุ่มลูกค้า : ด้านความไม่พึงพอใจ.....	157
5.9	วิเคราะห์ความแตกต่างของความสำเร็จ ด้านการเงิน	158
1.	วิเคราะห์ความสำเร็จด้านการเงิน	158
2.	วิเคราะห์ความแตกต่างด้านการเงิน	159
5.10	วิเคราะห์ผลด้านการก่อกลุ่มชุมชน	160
1.	วิเคราะห์ความแตกต่างของผลดำเนินงานการก่อกลุ่มชุมชน.....	160
2.	วิเคราะห์ลักษณะธุรกิจก่อกลุ่มกรณีศึกษา	160
3.	วิเคราะห์ผลประโยชน์ร่วมของธุรกิจก่อกลุ่มตามทฤษฎี	161
4.	วิเคราะห์ความสำเร็จของการดำเนินงานธุรกิจก่อกลุ่ม.....	162
5.	วิเคราะห์ความพึงพอใจของชุมชนในการเข้าร่วมโครงการ	163
5.11	วิเคราะห์ผลความสำเร็จของการพัฒนา.....	164
5.12	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ	165
บทที่ 6.....		166
สรุปและอภิปรายผลการศึกษา.....		166
6.1	สรุปผลการศึกษา.....	166
6.2	สรุปบทเรียนจากการศึกษา	169
1.	บทเรียนจากแนวคิดการพัฒนา.....	169
2.	บทเรียนจากกระบวนการพัฒนา.....	170
3.	บทเรียนจากผลการดำเนินงาน	172
4.	สรุปบทเรียนจากศึกษาการพัฒนา	172
6.3	อภิปรายผลการศึกษา.....	173

รายการอ้างอิง	176
ภาคผนวก ก.	179
แบบสัมภาษณ์และเอกสารประกอบการสัมภาษณ์	179
ภาคผนวก ข.	188
ข้อมูลเอกสารผู้ให้บริการจองห้องพัก	188
ภาคผนวก ค.	193
ข้อมูลด้านชุมชน	193
ภาคผนวก ง.....	205
ประวัติผู้เชี่ยวชาญผู้ให้สัมภาษณ์	205
ประวัติผู้เชี่ยวชาญนิพนธ์	206



สารบัญภาพ

หน้า

บทที่ 1

ภาพที่ 1. 1	โครงสร้างเศรษฐกิจไทยพ.ศ.2558	1
ภาพที่ 1. 2	แนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ปี พ.ศ.2552-56.....	1
ภาพที่ 1. 3	ความสามารถในการแข่งขันของการท่องเที่ยวไทยปี 2558.....	2
ภาพที่ 1. 5	สัดส่วนการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวใน 1 วัน	2
ภาพที่ 1. 6	จำนวนนักท่องเที่ยวแยกตามภูมิภาค 2555-2557.....	2
ภาพที่ 1. 8	เขตอนุรักษ์ พรบ.ผังเมือง 2556 และข้อบัญญัติ กทม.พรบ.ควบคุมอาคาร 2522	3
ภาพที่ 1. 7	มรดกทางสถาปัตยกรรมและวัฒนธรรมเขตเมืองเก่า กทม.....	4
ภาพที่ 1. 9	จำนวนโรงแรมและเกสต์เฮาส์ใน กทม.	4
ภาพที่ 1. 10	แสดงประเภทที่พักและพัฒนาการที่พักรักนักท่องเที่ยวในย่านเมืองเก่า.....	5
ภาพที่ 1. 11	บ้านพักเยาวชนแห่งแรกของประเทศไทยและของโลก.....	7
ภาพที่ 1. 12	แสดงกรณีศึกษาและที่ตั้ง.....	9

บทที่ 2

ภาพที่ 2. 1	ผังแสดงกระบวนการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์.....	17
ภาพที่ 2. 2	แผนภูมิกระบวนการศึกษาความเป็นไปได้โครงการ	18
ภาพที่ 2. 3	องค์ประกอบของการท่องเที่ยว.....	21
ภาพที่ 2. 4	กระบวนการบริหารจัดการโรงแรม	27
ภาพที่ 2. 5	โครงสร้างองค์กรโรงแรมขนาดเล็ก.....	27
ภาพที่ 2. 6	แสดงแนวคิด Base of Pyramid : BOP.....	29
ภาพที่ 2. 7	แสดงความสัมพันธ์ของการมีส่วนร่วมของชุมชนและประโยชน์ที่ได้รับ	30
ภาพที่ 2. 8	การมีส่วนร่วมของชุมชนกับธุรกิจท่องเที่ยว	31

ภาพที่ 2. 9 แสดงแนวคิดกิจการเพื่อสังคม.....	32
ภาพที่ 2. 10 ระดับขั้นของการมีส่วนร่วมตามแนวคิดของ Cohen & Uphoff.....	34
ภาพที่ 2. 11 ระดับขั้นของการมีส่วนร่วมตามแนวคิดของ IAP2.....	35
บทที่ 3	
ภาพที่ 3. 1 แผนผังแสดงกรอบแนวคิดการวิจัย	51
ภาพที่ 3. 2 เกณฑ์คัดเลือกกรณีศึกษา 1	52
ภาพที่ 3. 3 เกณฑ์คัดเลือกกรณีศึกษา 2.....	53
ภาพที่ 3. 6แผนที่ตั้งโครงการและชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้อง.....	54
ภาพที่ 3. 4 ขอบเขตการวิจัย กรณีศึกษาที่ 1 Here Hostel	54
ภาพที่ 3. 5 ขอบเขตการวิจัย กรณีศึกษาที่ 2 Once Again Hostel	55
ภาพที่ 3. 7 ผังแสดงขั้นตอนการวิจัย	59
บทที่ 4	
ภาพที่ 4. 1 แสดงที่ตั้งโครงการ.....	66
ภาพที่ 4. 2 สภาพแวดล้อมโครงการ Here Hostel.....	67
ภาพที่ 4. 3 ตัวอาคารก่อนการพัฒนา.....	68
ภาพที่ 4. 4 การตรวจสอบสภาพและเริ่มรื้อถอนอาคาร Here Hostel.....	71
ภาพที่ 4. 5 ตัวอย่างการตกแต่ง Rough-Luxe Design.....	72
ภาพที่ 4. 7 การออกแบบวางผังอาคาร Here Hostel.....	74
ภาพที่ 4. 7 การออกแบบรูปลักษณ์อาคาร Here Hostel	75
ภาพที่ 4. 8 สรุประบวนการพัฒนา.....	78
ภาพที่ 4. 9 แสดงที่ตั้งโครงการ.....	79
ภาพที่ 4. 11 สภาพแวดล้อมโครงการ.....	80
ภาพที่ 4. 11 ตัวอาคารก่อนการพัฒนา Once Again Hostel.....	81
ภาพที่ 4. 12 การวิเคราะห์ทำเลที่ตั้งโดยผู้พัฒนา Once Again Hostel	84

ภาพที่ 4. 13	จากการสำรวจชุมชนโดยผู้พัฒนา Once Again Hostel.....	85
ภาพที่ 4. 14	ตัวอย่างการวิเคราะห์ด้านเศรษฐศาสตร์โดยผู้พัฒนา Once Again Hostel.....	86
ภาพที่ 4. 15	การวิเคราะห์ส่วนตลาดโดยผู้พัฒนา Once Again Hostel	87
ภาพที่ 4. 16	การวิเคราะห์คู่แข่งโดยผู้พัฒนา Once Again Hostel	87
ภาพที่ 4. 17	การกำหนดแนวคิดโครงการโดยผู้พัฒนา Once Again Hostel.....	88
ภาพที่ 4. 18	การคาดการณ์กลุ่มเป้าหมายโครงการโดยผู้พัฒนา Once Again Hostel.....	89
ภาพที่ 4. 19	การวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนและตำแหน่งทางการตลาด Once Again Hostel....	89
ภาพที่ 4. 20	การวางกลยุทธ์การตลาดและสร้างจุดขายโดยผู้พัฒนา.....	90
ภาพที่ 4. 21	การวางแผนบริหารโครงการ.....	90
ภาพที่ 4. 22	แนวคิดการออกแบบโครงการโดยผู้พัฒนา.....	91
ภาพที่ 4. 23	การปรับปรุงอาคาร Once Again Hostel	94
ภาพที่ 4. 24	ทัศนียภาพโครงการ Once Again Hostel.....	95
ภาพที่ 4. 25	สรุปกระบวนการพัฒนาของกรณีศึกษาที่ 2.....	98
ภาพที่ 4. 1	รูปลักษณ์หลังการพัฒนา Here Hostel	99
ภาพที่ 4. 2	พื้นที่หลังการพัฒนา Here Hostel.....	99
ภาพที่ 4. 3	โครงสร้างหลังการพัฒนา Here Hostel.....	100
ภาพที่ 4. 4	ผังพื้นที่ใช้สอยอาคาร Here Hostel.....	100
ภาพที่ 4. 5	หลังการพัฒนา Once Again Hostel.....	103
ภาพที่ 4. 6	พื้นที่หลังการพัฒนา Once Again Hostel.....	103
ภาพที่ 4. 7	ผังพื้นที่ใช้สอยอาคาร Once Again Hostel.....	104
ภาพที่ 4. 8	ผังองค์กรและเวลาปฏิบัติงาน Here Hostel	108
ภาพที่ 4. 9	ภาพบรรยากาศการให้บริการ Here Hostel	109
ภาพที่ 4. 10	การซ่อมบำรุงอาคาร Here Hostel.....	109
ภาพที่ 4. 11	ผังองค์กรและเวลาปฏิบัติงาน Once Again Hostel.....	110

ภาพที่ 4. 12 ภาพบรรยากาศการให้บริการ Once Again Hostel.....	111
ภาพที่ 4. 13 การซ่อมบำรุงอาคาร Once Again Hostel	111
ภาพที่ 4. 14 แผนที่ศึกษาข้อมูลชุมชน Here Hostel.....	129
ภาพที่ 4. 15 การศึกษาข้อมูลชุมชนโดยรอบ Here Hostel.....	130
ภาพที่ 4. 16 การศึกษาข้อมูลชุมชนที่เกี่ยวข้อง	137
บทที่ 5	
ภาพที่ 5. 1 การวิเคราะห์ความแตกต่างของผู้พัฒนา	140
ภาพที่ 5. 2 การวิเคราะห์ความแตกต่างของแนวคิด	142
ภาพที่ 5. 3 วิเคราะห์ความแตกต่างของกระบวนการพัฒนา.....	144
ภาพที่ 5. 4 สรุปกระบวนการก่อกลุ่มชุมชน	146
ภาพที่ 5. 5 วิเคราะห์ความแตกต่างของพื้นที่ใช้สอยอาคาร.....	148
ภาพที่ 5. 6 วิเคราะห์ความแตกต่างของการจัดห้องพัก.....	149
ภาพที่ 5. 7 การวิเคราะห์ความแตกต่างด้านการบริหาร	152
ภาพที่ 5. 8 การวิเคราะห์ความแตกต่างของกลุ่มลูกค้า.....	154
ภาพที่ 5. 9 วิเคราะห์ค่าคะแนนความพึงพอใจ ข้อมูล OTA	155
ภาพที่ 5. 10 วิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นลูกค้า ข้อมูล OTA.....	155
ภาพที่ 5. 11 วิเคราะห์ความไม่พึงพอใจของลูกค้า ข้อมูล OTA.....	157
ภาพที่ 5. 12 วิเคราะห์การลงทุน	158
ภาพที่ 5. 13 วิเคราะห์การลงทุน	159
ภาพที่ 5. 14 สรุปข้อคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ.....	165
บทที่ 6	
ภาพที่ 6 1 สรุปบทเรียนแนวคิดการพัฒนา.....	170
ภาพที่ 6 2 สรุปบทเรียนจากกระบวนการพัฒนา	171
ภาพที่ 6 3 สรุปบทเรียนจากกระบวนการพัฒนา	172

ภาพที่ 6 4 สรุปเรียนการพัฒนา.....	172
ภาพที่ 6 5 สรุปอภิปรายผล	173

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	12
ตารางที่ 3 โฮสเทลประเภทต่างๆ (www.hostelworld.com).....	16
ตารางที่ 4 แสดงการวิเคราะห์ทฤษฎีพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาด.....	22
ตารางที่ 5 การแบ่งงานแผนกต่างๆของโรงแรม (สนง.SME, 2557).....	27
ตารางที่ 6 การมีส่วนร่วมของชุมชนกับธุรกิจท่องเที่ยว (Tewes-Gradl, 2014).....	32
ตารางที่ 7 ตารางแสดงระดับการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ 8 ชั้น ของ Arnstein	35
ตารางที่ 8 ตารางทบทวนงานวิจัย.....	44
ตารางที่ 9 ตารางระเบียบวิจัย.....	58
ตารางที่ 10 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัย.....	60
ตารางที่ 11 ตารางสรุปการดำเนินการวิจัย	65
ตารางที่ 12 แสดงการคำนวณหน่วยขยายโครงการ	73
ตารางที่ 13 แสดงกระบวนการก่อสร้าง	77
ตารางที่ 14 ตารางคำนวณหน่วยขยายโครงการ Once Again Hostel	92
ตารางที่ 15 พื้นที่ใช้สอยอาคาร Here Hostel	102
ตารางที่ 16 พื้นที่ใช้สอยอาคาร Once Again Hostel	107
ตารางที่ 17 สิ่งอำนวยความสะดวกกรณีศึกษา	112
ตารางที่ 18 ช่องทางการตลาด Here Hostel.....	113

ตารางที่ 19	ช่องทางการตลาด Once Again Hostel	114
ตารางที่ 20	ลักษณะกลุ่มลูกค้า Here Hostel.....	116
ตารางที่ 21	ลักษณะกลุ่มลูกค้า Once Again Hostel.....	119
ตารางที่ 22	ค่าคะแนนความพึงพอใจลูกค้าจากฐานข้อมูล OTA Here Hostel	121
ตารางที่ 23	ความคิดเห็นความพึงพอใจลูกค้าจากฐานข้อมูล OTA Here Hostel.....	122
ตารางที่ 24	ความพึงพอใจลูกค้าจากการสัมภาษณ์ OTA Here Hostel	123
ตารางที่ 25	ค่าคะแนนความพึงพอใจลูกค้าจากฐานข้อมูล OTA Once Again Hostel	124
ตารางที่ 26	ความคิดเห็นความพึงพอใจลูกค้าจากฐานข้อมูล OTA Once Again Hostel	125
ตารางที่ 27	ความพึงพอใจลูกค้าจากการสัมภาษณ์ OTA Here Hostel	126
ตารางที่ 28	ผลด้านการเงินโครงการ Here Hostel	127
ตารางที่ 29	ผลด้านการเงินโครงการ Once Again Hostel	128
ตารางที่ 30	ผลการดำเนินงานการเกื้อกูลชุมชน Once Again Hostel	133
ตารางที่ 31	วิเคราะห์ความแตกต่างของการคัดเลือกที่ตั้งและตัวอาคาร.....	147
ตารางที่ 32	การวิเคราะห์ความแตกต่างของการออกแบบ.....	150
ตารางที่ 33	สรุปเปรียบเทียบความแตกต่างความคิดเห็นลูกค้า	156
ตารางที่ 34	สรุปเปรียบเทียบความแตกต่างความคิดเห็นลูกค้า	157
ตารางที่ 35	วิเคราะห์ผลความสำเร็จด้านการเงิน	158
ตารางที่ 36	วิเคราะห์ผลการดำเนินงานด้านการเงิน.....	159
ตารางที่ 37	วิเคราะห์ผลประโยชน์ร่วมของธุรกิจเกื้อกูล	161
ตารางที่ 38	วิเคราะห์ความสำเร็จของผลการดำเนินงานธุรกิจเกื้อกูล.....	162
ตารางที่ 39	วิเคราะห์ความพึงพอใจของชุมชน	163
ตารางที่ 40	วิเคราะห์ผลความสำเร็จ	164
ตารางที่ 41	สรุปอภิปรายผล.....	173

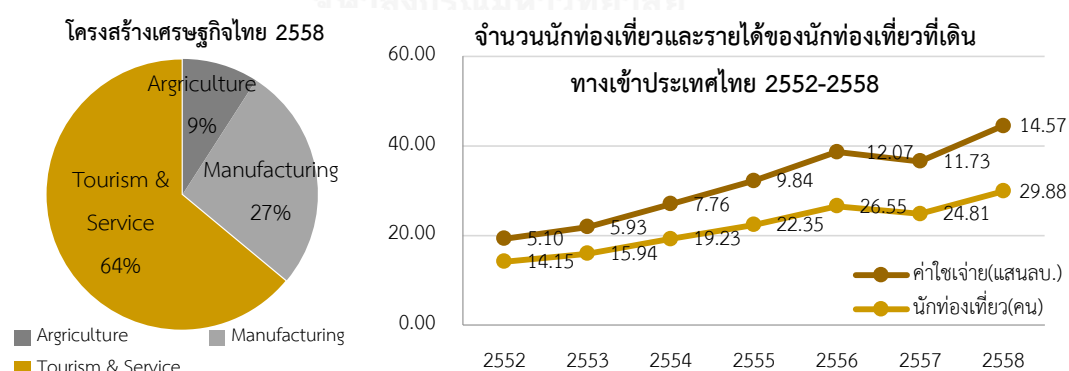
บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในโครงสร้างเศรษฐกิจไทยจากสัดส่วนที่สูงถึงร้อยละ 63.9 ของ GDP มีมูลค่ากว่า 2.23 ล้านล้านบาท ที่เกิดจากรายได้จากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว รายจ่ายจากการสนับสนุนของภาครัฐ รายได้จากภาคการผลิตอื่นๆ ในธุรกิจการท่องเที่ยว การจ้างงาน การลงทุนของภาคเอกชน รวมถึงการพัฒนาด้านสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ฯลฯ

การท่องเที่ยวไทยมีอัตราเติบโตสูงและนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 14.1 ล้านคน (2552) เป็น 29.8 ล้านคน (2558) และคาดการณ์ว่าจะเพิ่มขึ้นถึง 67 ล้านคน (2573) โดยได้รับการบันทึกสถิติในปีพ.ศ. 2558 ว่ามีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามามากเป็นอันดับ 11 ของโลกและมีรายได้จากนักท่องเที่ยวสูงถึง 44.6 พันล้านดอลลาร์ เป็นอันดับ 6 ของโลก (UNWTO, 2016) อันเนื่องจากประเทศไทยมีจุดแข็งด้านการเป็นศูนย์กลางคมนาคมของภูมิภาค มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรม มีการอำนวยความสะดวกทางธุรกิจและบริการที่ดี มีสภาวะที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว มีทรัพยากรมนุษย์และแรงงานรองรับ และมีความคุ้มค่าด้านราคา¹ ฯลฯ จึงเป็นปัจจัยสร้าง "องค์ประกอบการท่องเที่ยว (Tourism Element)" อันได้แก่ "นักท่องเที่ยว" (อุปสงค์) ให้เดินทางเข้ามาและก่อให้เกิด "ธุรกิจท่องเที่ยว" (อุปทาน) ได้แก่ โรงแรมและที่พัก นำเที่ยว จำหน่ายสินค้า อาหาร-เครื่องดื่ม การขนส่ง แหล่งบันเทิง และธุรกิจอื่นๆ



ภาพที่ 1. 1 โครงสร้างเศรษฐกิจไทยพ.ศ.2558

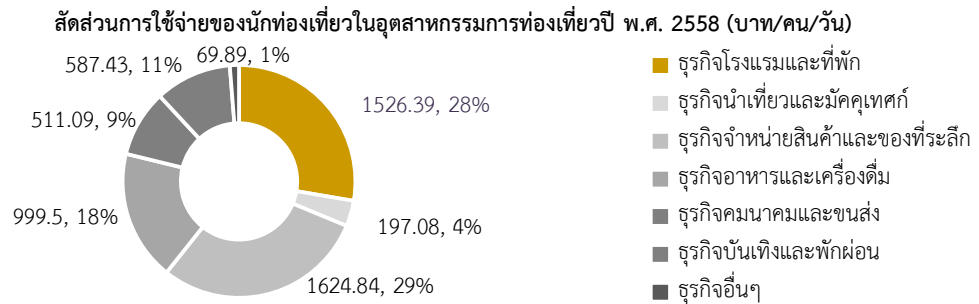
ภาพที่ 1. 2 แนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ปี พ.ศ.2552-56 (กรมการท่องเที่ยว)

¹ World Economic Forum, "The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015," (2015).



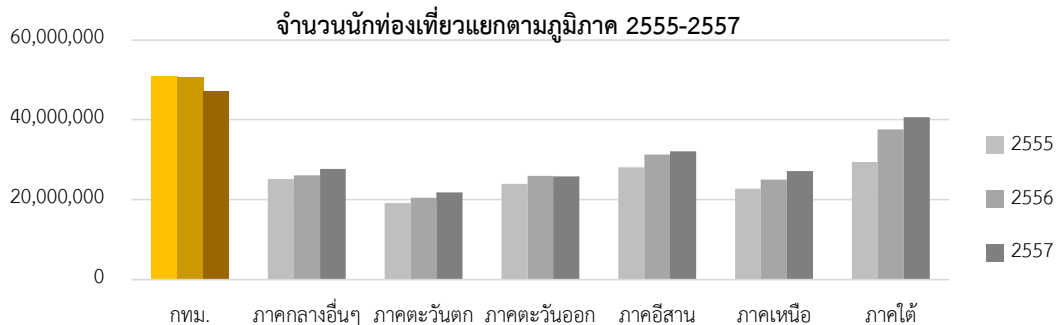
ภาพที่ 1. 3 ความสามารถในการแข่งขันของการท่องเที่ยวไทยปี 2558 ลำดับที่ 35 จาก 141 ประเทศ (WEF, 2015)

“ธุรกิจโรงแรมและที่พัก” (Hotel & Accommodation) เป็นหนึ่งในธุรกิจท่องเที่ยวทั้ง 7 ประเภทและเป็นธุรกิจตั้งต้นที่กระจายรายได้สู่ธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องและสร้างรายได้จำนวนมาก เนื่องจากที่พักเป็นปัจจัยแรกที่ต้องคำนึงถึงในการเดินทางท่องเที่ยว โดยจากอัตราเฉลี่ยค่าใช้จ่ายใน 1 วันของนักท่องเที่ยวในปีพ.ศ.2558 อยู่ที่ 5,516 บาท/คน/วัน พบว่ามีสัดส่วนการใช้จ่ายเพื่อที่พักแรมถึง 28% คิดเป็นมูลค่ากว่า 408,002 ล้านบาท (สสช, 2558)



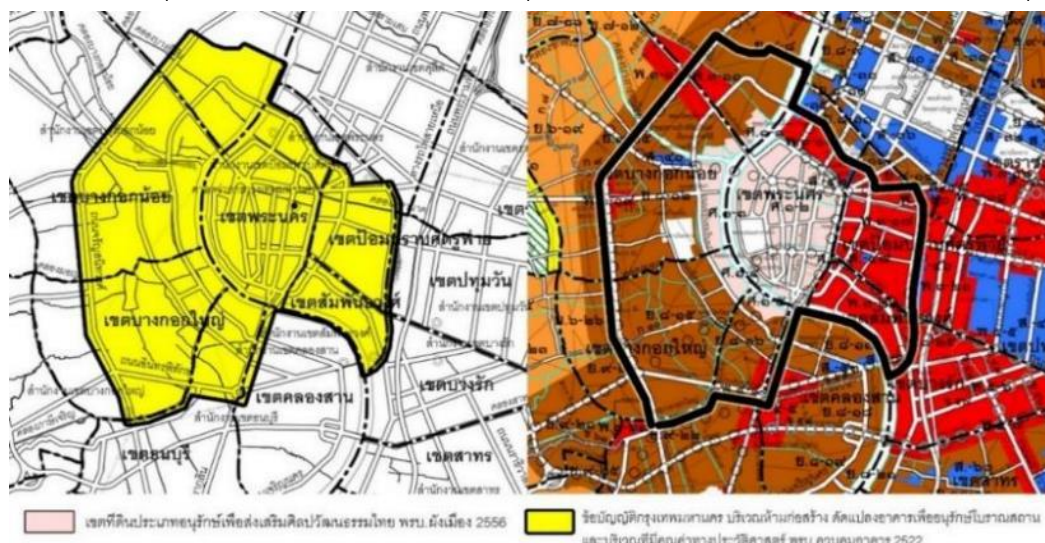
ภาพที่ 1. 4 สัดส่วนการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวใน 1 วัน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ)

กรุงเทพมหานครเป็นเมืองท่องเที่ยวยอดนิยมอันดับต้นๆ อันเป็นจุดหมายของนักท่องเที่ยวทั่วโลกเดินทางเข้ามาไม่ต่ำกว่า 40 ล้านคนต่อปี (Mastercard, 2558) เนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวิทยาการ และแหล่งท่องเที่ยวเชิงนันทนาการ ฯลฯ โดยเฉพาะ “เขตเมืองเก่ากรุงเทพมหานคร”



ภาพที่ 1. 5 จำนวนนักท่องเที่ยวแยกตามภูมิภาค 2555-2557 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย)

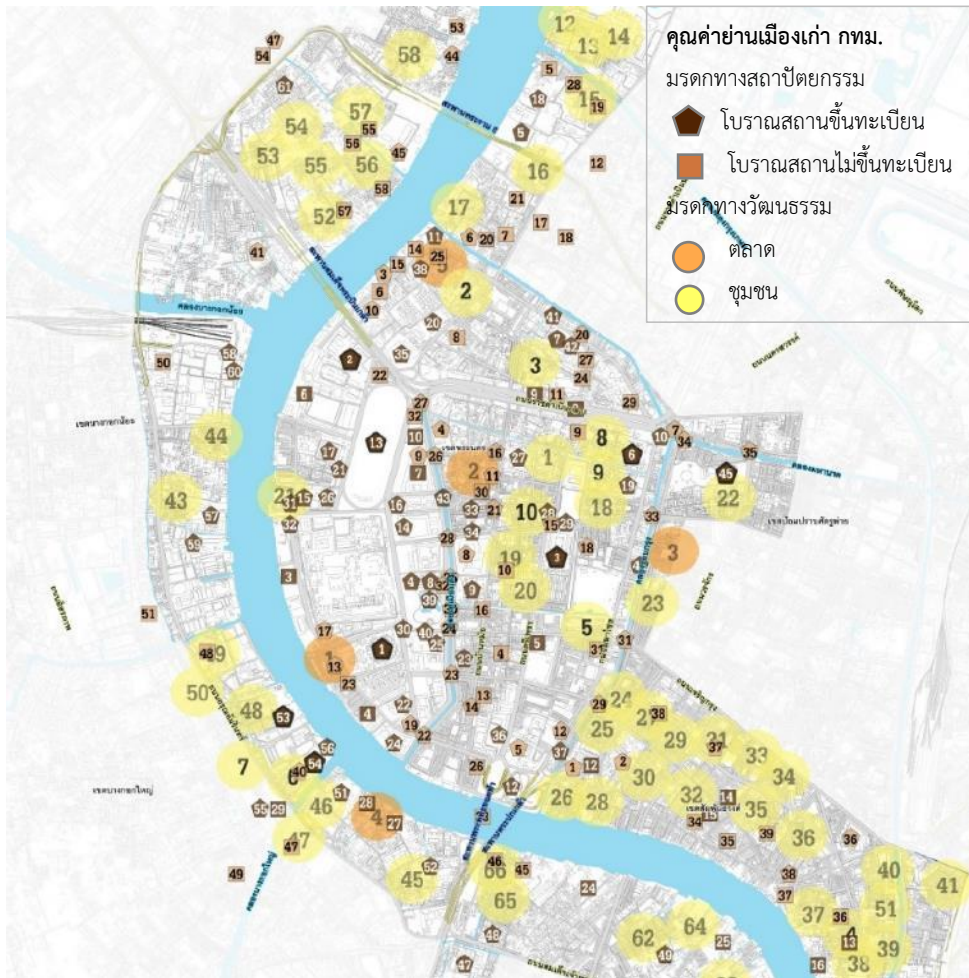
“เขตเมืองเก่ากรุงเทพมหานคร” หมายความว่าพื้นที่ที่ภาครัฐโดยสำนักนายกรัฐมนตรี ได้ออกกฎหมายเพื่ออนุรักษ์พื้นที่เมืองเก่าผ่าน “ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการอนุรักษ์และพัฒนากรุงรัตนโกสินทร์และเมืองเก่าพ.ศ.2546” กำหนดพื้นที่อนุรักษ์ตามกฎหมาย 2 ฉบับคือ “พื้นที่เขตอนุรักษ์เพื่อส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมไทย ตามพระราชบัญญัติผังเมือง 2556” และ “ข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร ตามพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร 2522 กำหนดบริเวณห้ามก่อสร้าง ดัดแปลงอาคารบางประเภทในเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย เขตสัมพันธวงศ์ เพื่ออนุรักษ์โบราณสถานและบริเวณที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ต่อเนื่องบริเวณกรุงรัตนโกสินทร์” ซึ่งมีการกำหนดขอบเขตพื้นที่เขตเมืองเก่าเพื่อการควบคุมการใช้ประโยชน์ที่ดินและควบคุมการก่อสร้างอาคารให้เป็นไปตามแนวทางอนุรักษ์



ภาพที่ 1. 6 เขตอนุรักษ์ พรบ.ผังเมือง 2556 และข้อบัญญัติ กทม.บริเวณห้ามก่อสร้างดัดแปลง พรบ.ควบคุมอาคาร 2522

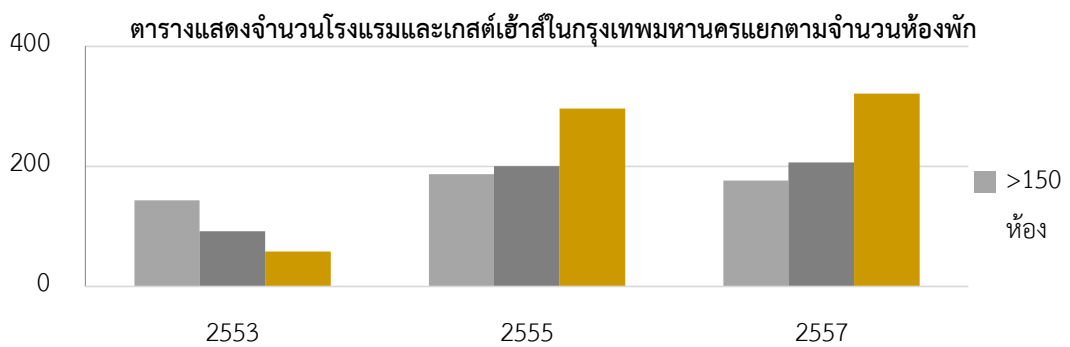
แต่ในขณะเดียวกัน เขตเมืองเก่าอันเป็นพื้นที่ใจกลางเมืองที่มีความต้องการใช้ประโยชน์ที่ดิน จึงได้รับการพัฒนาทั้งด้านโครงสร้างพื้นฐาน ได้แก่ ระบบขนส่งมวลชนรถไฟฟ้าหรือโครงการเพื่อการพัฒนาอนุรักษ์ฟื้นฟูเมือง และโครงการอสังหาริมทรัพย์ทั้งเพื่อการอยู่อาศัยและการท่องเที่ยว ซึ่งมีการพัฒนาโครงการขึ้นมากมายหลากหลายในพื้นที่ โดยเฉพาะรูปแบบการนำอาคารเก่ามาปรับปรุงประโยชน์ใช้สอย ซึ่งแนวทางที่สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่และกฎหมาย

ในด้านการท่องเที่ยว “เขตเมืองเก่า” เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญที่สุดแห่งหนึ่งในกรุงเทพฯ เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีคุณค่าด้าน “สถาปัตยกรรม” อันได้แก่ โบราณสถาน อาคารอนุรักษ์และภูมิทัศน์ที่งดงามเป็นเอกลักษณ์ แตกต่างจากย่านอื่นๆ และคุณค่าด้าน “วัฒนธรรม” อันได้แก่ ศิลปกรรม วัฒนธรรม-ประเพณี ประวัติศาสตร์ ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม จึงทำให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่สำคัญ และดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในพื้นที่ไม่ต่ำกว่า 20 ล้านคน (ททท, 2558)

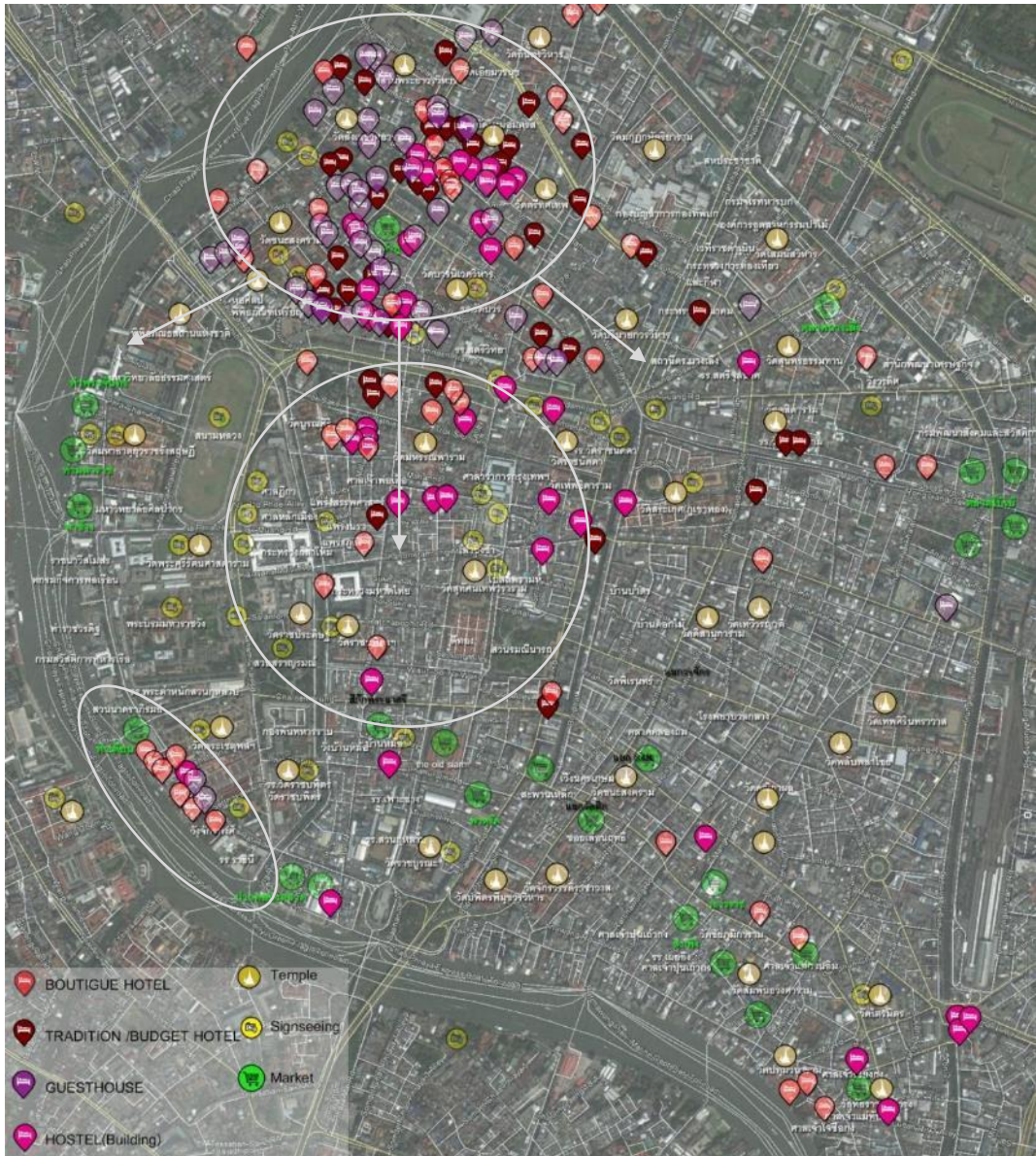


ภาพที่ 1. 7 มรดกทางสถาปัตยกรรมและวัฒนธรรมเขตเมืองเก่า กทม. (โครงการสำรวจมรดกวัฒนธรรมเจ้าพระยา สำนักผังเมืองกทม.)

นักท่องเที่ยว ส่งผลให้เกิดความต้องการด้านที่พักแรมและสิ่งอำนวยความสะดวก โดยในด้านความต้องการที่พักในเขตเมืองเก่า ทำให้เกิดการพัฒนาโรงแรมและที่พักนักท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆขึ้น ซึ่งจากข้อมูลการสำรวจกิจการโรงแรมและเกสต์เฮาส์ปีพ.ศ. 2553-2557 พบว่าโดยส่วนใหญ่เป็นโรงแรมขนาดเล็กและมีแนวโน้มการเพิ่มจำนวนมากขึ้น



ภาพที่ 1. 8 จำนวนโรงแรมและเกสต์เฮาส์ใน กทม. แยกตามจำนวนห้องพัก (สสช, 2553-57)



ภาพที่ 1. 9 แสดงประเภทที่พักและพัฒนาการที่พักนักท่องเที่ยวในย่านเมืองเก่า (ผู้วิจัย)

จากการสำรวจและวิเคราะห์ที่พักขนาดเล็กในเขตเมืองเก่าของผู้วิจัย จำแนกประเภทได้ดังนี้

- 1) เกสต์เฮาส์ (Guesthouse) เป็นที่พักราคาถูกที่เจ้าของแบ่งบ้านให้เช่าเป็นห้องๆ มีห้องน้ำรวม
- 2) โรงแรม (Tradition Hotel) อาคารที่มีห้องนอนเรียงกันอยู่หลายๆห้อง มีบริการที่ตอบสนองความสะดวกสบายของนักท่องเที่ยว
- 3) โรงแรมบูติก โฮเทล (Boutique Hotel) เป็นโรงแรมขนาดเล็กเน้นการออกแบบตกแต่งที่มีเอกลักษณ์ มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันท่าที่จำเป็น
- 4) โฮสเทล (Hostel) เป็นที่พักราคาประหยัดที่มีลักษณะเป็นห้องนอนรวม มีพื้นที่ส่วนกลางให้ใช้ร่วมกัน คิดค่าบริการรายเตียง

โดยพัฒนาการที่พัคนักท่องเที่ยวเริ่มต้นที่ย่านข้าวสาร-บางลำพูในรูปแบบที่พักราคาถูก ประเภทเกสต์เฮาส์ โรงแรมราคาประหยัดและโฮสเทลเกิดขึ้นตามลำดับและกระจุกตัวอยู่ในบริเวณดังกล่าว ต่อมาเกิดการกระจายตัวไปยังพื้นที่อื่นๆ ในทางทิศใต้ของพื้นที่และเป็นที่พักที่มีราคาสูงขึ้น โดยพื้นที่ริมน้ำเจ้าพระยาส่วนใหญ่ถูกพัฒนาเป็นที่พักประเภทโรงแรมบูติคโฮเทล ที่มีราคาสูงเนื่องจากมีทำเลที่ตั้งที่มีทัศนียภาพที่ดี ในขณะที่ย่านชุมชนและย่านพาณิชยกรรมเดิมนั้น มีการพัฒนาที่พักประเภทโฮสเทลโดยใช้การดัดแปลงอาคารเดิม ขึ้นเป็นส่วนใหญ่ในบริเวณนี้

“โฮสเทล” (Hostel) เป็นที่พักราคาประหยัดที่คิดค่าบริการเป็นรายเตียง มีลักษณะเป็นห้องนอนรวมมีตั้งแต่ 2-30 เตียง ให้นักเดินทางพักร่วมกันและมีพื้นที่ส่วนกลางไว้อำนวยความสะดวกแก่ผู้เข้าพักใช้ร่วมกัน เช่น ห้องน้ำ ห้องโถง ห้องนั่งเล่น ครูว์ ฯลฯ ลักษณะของโฮสเทลส่งเสริมให้ผู้เข้าพักเรียนรู้การอยู่ร่วมกัน เคารพสิทธิและให้เกียรติซึ่งกันและกัน การได้ใช้เวลาร่วมกันทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนประสบการณ์และวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน (วรพันธ์ คล้ามไพบูลย์, 2558)

โฮสเทลกำเนิดขึ้นในปี ค.ศ.1912 ประเทศเยอรมัน โดยริชาร์ด ชีร์แมน (Richard Shirman) พานักเรียนไปทัศนศึกษาตามพื้นที่ชนบทที่ห่างไกล กลุ่มนักเรียนเหล่านั้นต้องพักในฟาร์มหรือตามโรงเรียนที่ไม่ได้ใช้งาน โดยการปรับห้องเรียนให้เป็นห้องพักรวม หลังจากนั้นชีร์แมนได้มีแนวคิดจัดตั้ง “บ้านพักเยาวชน (Youth Hostel)” ขึ้น ณ ปราสาทอาลเทนา (Altena) เป็นโฮสเทลแห่งแรกของโลก ซึ่งกลายเป็นกระแสเคลื่อนไหวทางการศึกษาที่สำคัญของเยอรมนีช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 1 ต่อมากระแสยุคบุปผาชน (Hippy) และราคาเครื่องบินที่ถูกลง ทำให้เกิดแนวคิด “การแสวงหาประสบการณ์จากการเดินทาง” และเป็นจุดกำเนิด “นักท่องเที่ยวแบบแบ็กแพ็คเกจอร์”(Backpacker) ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าหลักของโฮสเทลในยุคปัจจุบัน สำหรับประเทศไทยนำแนวคิดบ้านเยาวชนมาใช้ครั้งแรกโดยกระทรวงศึกษาธิการ แต่ไม่ประสบผลสำเร็จ กระทั่งปี พ.ศ.2534 ได้มีการรื้อฟื้นและเปิดกิจการบ้านเยาวชนเทเวศร์ มีที่พัก 84 เตียง โดยนายสนธิ คล้ามไพบูลย์ เป็นการดูแลโดยเอกชนเป็นครั้งแรก ต่อมาคือสมาคมบ้านพักเยาวชนแห่งประเทศไทย²



บ้านพักเยาวชนเทเวศร์หรือสมาคมบ้านพักเยาวชนแห่งประเทศไทย

² วรพันธ์ คล้ามไพบูลย์ และ จิตติพันธ์ ศรีภักสิทธิ์, The Hostel Bible(กรุงเทพฯ: ซูเปอร์กรีน สตูดิโอ, 2558).



ปราสาท อัลเทน่า (Altena Castle) บ้านพักเยาวชนแห่งแรกของ

ภาพที่ 1. 10 บ้านพักเยาวชนแห่งแรกของประเทศไทยและของโลก

เดิมโฮสเทลมีจุดมุ่งหมายเพื่อบริการที่พักแก่เยาวชนในราคาย่อมเยา แต่ปัจจุบันจุดมุ่งหมายและรูปแบบได้เปลี่ยนไปจากเดิมมาก กลุ่มลูกค้าหลักของโฮสเทลเป็นวัยรุ่นใหม่หรือกลุ่มคนอายุน้อยที่มีรายได้ดีและศักยภาพในการใช้จ่ายสูง นิยมใช้สื่อดิจิทัลจึงมีข้อมูลในการตัดสินใจอย่างรอบคอบ และมีพฤติกรรมชอบเข้าสังคม (TAT Review, 2015) รูปแบบของโฮสเทลตอบรับกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าว ดังนั้นแนวทางการพัฒนาโฮสเทลจึงไม่ใช่เพียงที่พักราคาประหยัดอีกต่อไป แต่คือที่พักเชิงสร้างสรรค์เพื่อตอบสนองกับความต้องการของกลุ่มลูกค้า

แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวปี พ.ศ.2558-2560 โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มการท่องเที่ยวและการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยว คือ

1. นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการเดินทางด้วยตัวเอง (FIT) มากถึง 82.5% โดยในกลุ่มนี้เลือกเข้าพักโฮสเทลถึง 64% (ททท, 2557)
2. ยุคดิจิทัลและอินเทอร์เน็ต ทำให้สามารถหาข้อมูล วางแผนการเดินทาง จองห้องพักและตัวเครื่องบินด้วยตัวเองผ่านระบบออนไลน์ รวมถึงการแชร์ข้อมูลและประสบการณ์ผ่านเครือข่ายสังคม (Social Media) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางและการเลือกที่พักแรม
3. แนวโน้มสายการบินต้นทุนต่ำได้รับความนิยมมากขึ้น จึงเกิดการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น และกระตุ้นให้เกิดการเดินทางนอกฤดูกาลท่องเที่ยว

นอกจากนี้แนวคิดการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ประสบการณ์ชีวิต ความสนใจการท่องเที่ยวแบบเฉพาะตัว (lifestyle & Special Interest) รวมถึงกระแสการอนุรักษ์และให้ความสำคัญกับท้องถิ่น ยังส่งเสริมให้ที่พักประเภทโฮสเทลมีแนวโน้มได้รับความนิยมมากขึ้นด้วย จึงทำให้ผู้ประกอบการรายย่อยมีโอกาสพัฒนาที่พักเพื่อรองรับการท่องเที่ยวประเภทโฮสเทล เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ใช้การลงทุนน้อย ผลตอบแทนสูง โครงสร้างธุรกิจขนาดเล็กง่ายต่อการบริหารและมีแนวโน้มการเติบโตที่ดี (บุริม

โศทกานนท์ [CMMU], 2559) แต่ยังมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโฮสเทลเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาธุรกิจให้ผู้ประกอบการไม่มากนัก

จากการทบทวนวรรณกรรมและการศึกษาข้อมูลโฮสเทลในเขตเมืองเก่าเบื้องต้น พบว่า มีโฮสเทลในเขตเมืองเก่าจำนวน 119 โครงการ ส่วนใหญ่มีแนวคิดพัฒนาด้านกายภาพเพื่อเป็นจุดขายเชิงธุรกิจ หรือเป็นแนวคิดการพัฒนาในเชิงธุรกิจทั่วไป (General Business) แต่พบว่ามี 1 โครงการที่นำแนวคิดเชิงสังคมมาเป็นจุดขายโครงการ คือ โครงการ วันซ์ อะเกน โฮสเทล ที่มีแนวคิดธุรกิจเกื้อกูลชุมชน (Inclusive Business) ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาความแตกต่างของการพัฒนาที่พักประเภทโฮสเทลที่มีแนวคิดเชิงธุรกิจและที่มีแนวคิดธุรกิจเกื้อกูล โดยมีวิธีการคัดเลือกดังนี้

- 1) คัดเลือกโฮสเทลที่มีแนวคิดเชิงสังคม ที่มีเพียง 1 โครงการ คือ วันซ์ อะเกน โฮสเทล เป็นกรณีศึกษาที่มีแนวคิดธุรกิจเกื้อกูล
- 2) คัดเลือกโฮสเทลที่มีแนวคิดเชิงธุรกิจ โดยใช้เกณฑ์ควบคุมปัจจัย ด้านที่ตั้ง ราคา และความพึงพอใจที่ใกล้เคียงกับกรณีศึกษาที่ 1 พบว่ามีโครงการที่เข้าเกณฑ์ทั้ง 3 ด้านคือ เฮียโฮสเทล (Here Hostel) เป็นกรณีศึกษาที่มีแนวคิดเชิงธุรกิจ

ทั้งนี้เพื่อศึกษาถึงความแตกต่างของการพัฒนาที่พักประเภทโฮสเทลที่มีแนวคิดเชิงธุรกิจและที่มีแนวคิดธุรกิจเกื้อกูลกับชุมชนในเขตเมืองเก่ากรุงเทพมหานคร ในด้านแนวคิด กระบวนการและผลการดำเนินการเป็นอย่างไร แตกต่างกันอย่างไร เพื่อศึกษาบทเรียนที่ได้จากการพัฒนาและเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในการปรับใช้ เพื่อพัฒนาที่พักประเภทโฮสเทลที่เหมาะสมกับพื้นที่เขตเมืองเก่า ที่เป็นพื้นที่เชิงวัฒนธรรมและสังคมต่อไป

1.2 คำถามในงานวิจัย

การพัฒนาที่พักประเภทโฮสเทลในเขตเมืองเก่ากรุงเทพมหานครที่มีแนวคิดเชิงธุรกิจและที่มีแนวคิดธุรกิจเกื้อกูลชุมชน มีแนวคิด กระบวนการและผลการดำเนินงานเป็นอย่างไร มีความแตกต่างกันอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวคิด กระบวนการ ผลการดำเนินงาน และปัญหาอุปสรรค ของพัฒนาที่พักประเภทโฮสเทลที่มีแนวคิดเชิงธุรกิจและที่มีแนวคิดธุรกิจเกื้อกูล ในเขตเมืองเก่ากรุงเทพมหานคร
2. เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่าง ของการพัฒนาที่พักประเภทโฮสเทลที่มีแนวคิดเชิงธุรกิจและที่มีแนวคิดธุรกิจเกื้อกูล ในเขตเมืองเก่ากรุงเทพมหานคร
3. เพื่อสรุปบทเรียน ของการพัฒนาที่พักประเภทโฮสเทลที่มีแนวคิดเชิงธุรกิจและที่มีแนวคิดธุรกิจเกื้อกูล ในเขตเมืองเก่ากรุงเทพมหานคร

1.4 ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยนี้เพื่อศึกษาแนวคิด กระบวนการ และผลการดำเนินงานของการพัฒนาที่พักประเภทโฮสเทลในเขตเมืองเก่ากรุงเทพมหานครที่มีแนวคิดเชิงธุรกิจ กรณีศึกษาโครงการ เฮีย โฮสเทล และแนวคิดธุรกิจเกื้อกูล กรณีศึกษาโครงการ วันซ์ อะเกน โฮสเทล เพื่อนำมาวิเคราะห์ความแตกต่างของการพัฒนาโครงการในแนวคิดเชิงธุรกิจและเชิงสังคม



กรณีศึกษาที่ 1 : Here Hostel (HH)

กรณีศึกษาที่ 2 : Once Again Hostel (OH)

ภาพที่ 1. 11 แสดงกรณีศึกษาและที่ตั้ง

1.5 วิธีดำเนินการวิจัย

1. ทบทวนวรรณกรรมจาก แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยและเอกสารที่เกี่ยวข้อง
2. สำรวจพื้นที่เขตเมืองเก่าและเก็บข้อมูลที่พนักงานท่องเที่ยวเบื้องต้นเพื่อใช้คัดเลือกกรณีศึกษา
3. นำข้อมูลที่ได้มาปรึกษาผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในเขตเมืองเก่า
4. สร้างกรอบแนวคิดการวิจัย นำมาคัดเลือกกรณีศึกษา และศึกษาข้อมูลเบื้องต้นโครงการจากเอกสารและการสัมภาษณ์เบื้องต้น
5. นำข้อมูลมากำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างการวิจัย
6. สร้างเครื่องมือการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง และแบบสำรวจ สังเกต
7. เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ การสำรวจและการเข้าที่พักสังเกตการณ์
8. รวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ผลในด้านแนวคิด กระบวนการและผลการดำเนินงาน ปัญหาอุปสรรค ข้อดีข้อจำกัด ปัจจัยความสำเร็จ เปรียบเทียบระหว่างกรณีศึกษาและแนวคิดทฤษฎี
9. นำผลการไปสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ โดยสร้างแบบสัมภาษณ์จากการทบทวนวรรณกรรม
10. นำผลการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ข้อมูลอีกครั้ง สรุปและเสนอแนะผลการวิจัย

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

โฮสเทล (Hostel) หมายถึง ที่พักแรมราคาประหยัดที่มีลักษณะเป็นห้องนอนรวมให้นักเดินทางได้พักร่วมกับผู้อื่น คิดค่าบริการเป็นรายเตียงและมีพื้นที่ส่วนกลางไว้อำนวยความสะดวกแก่ผู้เข้าพักได้ใช้ร่วมกัน

โฮสเทลที่มีแนวคิดเชิงธุรกิจ (General Business Hostel) หมายถึง ที่พักประเภทโฮสเทลที่ดำเนินกิจกรรมการผลิตและการบริการตามกลไกตลาดโดยก่อให้เกิดรายได้เป็นผลกำไรหรือผลตอบแทนในรูปแบบอื่นๆ

ธุรกิจเกื้อกูลกับชุมชน (Inclusive Business) หมายถึง กิจกรรมที่ดำเนินกิจกรรมการผลิตจำหน่ายหรือการบริการ โดยมีการเปิดโอกาสให้ชุมชนผู้มีรายได้น้อยเข้ามามีส่วนร่วมในห่วงโซ่อุปทานธุรกิจ ทั้งในแง่ผู้ซื้อ ผู้ผลิต ผู้ใช้แรงงานหรือผู้ประกอบการ เพื่อสร้างผลประโยชน์ร่วมกันและเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต

โฮสเทลที่มีแนวคิดเกื้อกูล (Inclusive Business Hostel) หมายถึง ที่พักประเภทโฮสเทลที่ดำเนินกิจกรรมตามกลไกตลาด โดยมีการเปิดโอกาสให้ชุมชนผู้มีรายได้น้อยเข้ามามีส่วนร่วมในห่วงโซ่อุปทานธุรกิจเพื่อสร้างผลประโยชน์ร่วมกันทั้งในแง่ผู้ซื้อ ผู้ผลิต ผู้ใช้แรงงานหรือผู้ประกอบการ

กิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) หมายถึง กิจกรรมที่ดำเนินงานตามกลไกตลาดโดยมีเป้าหมายอย่างชัดเจนตั้งแต่เริ่มต้น เพื่อแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาชุมชน สังคม หรือสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก ซึ่งมิได้มุ่งสร้างกำไรสูงสุดต่อผู้ถือหุ้นหรือเจ้าของกิจการ

โรงแรมที่มีแนวคิดกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise Hotel) หมายถึง โรงแรมที่ดำเนินงานตามกลไกตลาดเพื่อเป้าหมายในการแก้ปัญหาหรือพัฒนาชุมชน สังคม สิ่งแวดล้อมเป็นหลัก **เขตเมืองเก่ากรุงเทพมหานคร** พื้นที่ตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการอนุรักษ์และพัฒนากรุงรัตนโกสินทร์และเมืองเก่า พ.ศ.2546 กำหนดขอบเขตพื้นที่อนุรักษ์ไว้ใน พระราชบัญญัติผังเมือง 2556 และข้อบัญญัติ กทม. 2522

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเป็นบทเรียนให้กับผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์ สามารถนำไปปรับใช้ในการพัฒนาโครงการในการพัฒนาที่พักแรมประเภทโฮสเทลในเขตเมืองเก่า
2. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อภาครัฐในการมีนโยบายส่งเสริมหรือมีมาตรการควบคุมการพัฒนาที่พักประเภทโฮสเทลที่เหมาะสมต่อเขตเมืองเก่า
3. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อภาคเอกชน ภาครัฐและภาคเอกชนให้ตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์เพื่อความยั่งยืน



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี เอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องความแตกต่างระหว่างการพัฒนาที่พักประเภทโฮสเทลที่มีแนวคิดเชิงธุรกิจ และที่มีแนวคิดธุรกิจเกื้อกูลในเขตเมืองเก่ากรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา โครงการ เฮีย โฮสเทล (Here Hostel) และ วันซ์ อะเกน โฮสเทล (Once Again Hostel) นี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา

1. แนวคิด กระบวนการและผลการดำเนินงาน ของโครงการกรณีศึกษา
2. เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่าง ปัญหาอุปสรรคของการพัฒนา
3. หาแนวทางการพัฒนาที่เหมาะสมกับพื้นที่เมืองเก่าอันเป็นพื้นที่ที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรม

จาก ที่มา-ความสำคัญและวัตถุประสงค์ในการวิจัย ต้องมีความรู้ความเข้าใจในหลักการและกระบวนการทั้งด้านการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์และด้านสังคม ดังนั้นในการทบทวนวรรณกรรม จึงได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยแบ่งหัวข้อการศึกษาเป็น 3 กลุ่มดังนี้

กลุ่มที่ 1	กลุ่มที่ 2	กลุ่มที่ 3
แนวคิดทฤษฎีด้านการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ (ประเภทที่พักแรม)	แนวคิดทฤษฎีด้านกิจการที่มีแนวคิดทางสังคม	แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
1.1 ความหมายและการจำแนกประเภทที่พักแรม	2.1 แนวคิดทฤษฎีธุรกิจทั่วไป	3.1 แนวคิด ทฤษฎีด้านอาคารอนุรักษ์
1.2 องค์ประกอบกายภาพของที่พักประเภทโฮสเทล	2.2 แนวคิด ทฤษฎีธุรกิจเกื้อกูล	3.2 แนวคิด ทฤษฎีด้านการปรับปรุงอาคารเก่า
1.3 แนวคิด ทฤษฎีด้านกระบวนการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์	2.3 แนวคิด ทฤษฎีกิจการเพื่อสังคม	3.3 กฎหมายที่เกี่ยวข้อง <ul style="list-style-type: none"> ● กฎหมายโรงแรม ● กฎหมายอาคารอนุรักษ์
1.4 แนวคิด ทฤษฎีด้านการท่องเที่ยว	2.4 แนวคิด ทฤษฎีกิจการมีส่วนร่วมของชุมชน	3.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
1.5 แนวคิด ทฤษฎีด้านการตลาดที่พักแรม	2.5 แนวคิด ทฤษฎีการประเมินผลทางสังคม	
1.6 แนวคิด ทฤษฎีด้านการบริหารที่พักแรม	2.6 กรณีศึกษา	
1.7 แนวคิด ทฤษฎีด้านการประเมินผลที่พักแรม		

ตารางที่ 1 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กลุ่มที่ 1 แนวคิดทฤษฎีด้านการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

1.1 ความหมายและการจำแนกประเภทที่พักแรม

1.1.1 ความหมายของ “ที่พักแรม” (Accommodation)

“ที่พักแรม” หมายถึง การประกอบกิจการขายบริการที่พักเพื่อนักเดินทางที่ต้องการพักค้างคืน ซึ่งอาจมีบริการอาหารและเครื่องดื่มไว้บริการด้วย (กุลวดี ละม้ายจีน, 2553)

“ที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว” หมายถึง โรงแรมหรือสถานประกอบการแบบอื่นๆ ที่เปิดให้บริการบุคคลทั่วไปบริการบุคคลทั่วไปเป็นที่พักชั่วคราว (นฤมล คงทน, 2549)

1.1.2 ประเภทของที่พักแรม จำแนกออกเป็น 2 ประเภทหลัก คือ

1) โรงแรม (Hotel) อ้างอิงความหมายตาม มาตรา 3 และ 25 พรบ.โรงแรม 2547

หมายถึง สถานที่พักทุกชนิดที่จัดตั้งขึ้นเพื่อรับสินจ้างและจะต้องมีการจัดบริการอาหารและเครื่องดื่มแก่ผู้เข้าพักหรือผู้ใช้บริการ โดยมีเกณฑ์การจำแนกโรงแรมหลายประเภท เช่น ที่ตั้ง ขนาด ราคา ระดับการบริการ มาตรฐาน กลุ่มเป้าหมาย และการบริหาร ฯลฯ

2) ที่พักนักท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ ได้แก่

- บ้านพักเยาวชนหรือโฮสเทล (Hostel) เป็นที่พักราคาประหยัดที่มีลักษณะเป็นห้องนอนรวม คิดค่าบริการเป็นรายเตียงและมีพื้นที่ส่วนกลางใช้ร่วมกัน
- ที่พักพร้อมอาหารเช้า (Bed&Breakfast) ที่พัก(บ้าน)ที่มีเจ้าของดูแลรวมอาหารเช้า
- เกสต์เฮาส์ (Guesthouse) เป็นบ้านที่เจ้าของแบ่งห้องให้เช่า มีห้องนอนแยก ใช้ห้องน้ำแยกหรือร่วมกัน มีที่สำหรับแขกปรุงอาหารหรือรับประทานอาหารร่วมกัน
- ที่พักริมทาง (Motel) ที่พักริมทางหลวงชานเมืองสำหรับผู้ที่เดินทางไกลโดยใช้รถ
- ที่พักแบบจัดสรรเวลาพัก (Timesharing) ที่พักจัดสรรสิทธิ-เวลาพักผ่อนเวียนกัน
- อาคารที่พักระยะยาว (Service apartment) เป็นที่พักที่มีลักษณะเหมือนอพาร์ทเมนท์ มีครัวและบริการทำความสะอาด ให้บริการระยะยาว
- โฮมสเตย์ (Homestay) บ้านที่นักท่องเที่ยวพักร่วมกับเจ้าของเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิต มีที่พักและอาหาร
- บังกะโล (Bungalow), ชาเลต์ (Chalet), เคบิน (Cabin), ลอร์ด (Lodge), คอทเทจ (Cottage) เป็นบ้านพักตั้งอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ
- ที่พักกลางแจ้ง (Camp/Caravan) เป็นที่พักแรมนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบธรรมชาติ ได้แก่ การกางเต็นท์ การนอนในรถพ่วงหรือรถตู้

1.2 แนวคิดทฤษฎีด้านกายภาพของที่พักประเภทโฮสเทล³

1.2.1 ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจโฮสเทล

วรพันธ์ คล้ามไพบูลย์ได้กล่าวไว้ในหนังสือ Hostel Bible ว่าปัจจัยที่ต้องคำนึงในการดำเนินธุรกิจโฮสเทลให้ประสบความสำเร็จมี 3 อย่าง คือ

- 1) **จุดขาย (Creativity)** คือ การที่ผู้ประกอบการใช้ความคิดสร้างสรรค์ สร้างความแตกต่าง (Unique Selling Point) ให้เป็นจุดขาย โดยการใช้ทรัพยากรทั้งด้าน
 - **Hardware** คือ การสร้างจุดขายด้านกายภาพที่จับต้องได้ เช่น การออกแบบรูปแบบอาคาร การจัดพื้นที่ใช้สอย การสร้างบรรยากาศ การตกแต่ง ฯลฯ
 - **Software** คือ จุดขายที่มาจากความคิด ระบบการทำงาน เช่น จากกลยุทธ์การตลาด การสร้างแบรนด์ กิจกรรมและการบริการ ฯลฯ
- 2) **การเชื่อมโยง (Connecting)** หมายถึง การใช้ประโยชน์จากองค์ประกอบที่มีอยู่โดยรอบ คือ “ทำเลที่ตั้งและการตลาด” โดยการเลือกทำเลที่ตั้งขึ้นอยู่กับปัจจัยดังนี้
 - **Destination** คือ เลือกทำเลที่เป็นจุดหมายการเดินทางของนักท่องเที่ยว เช่น ไกล่พระบรมมหาราชวัง ไกล่ข้าวสาร ไกล่สวนจตุจักร
 - **Transportation** คือ เลือกทำเลใกล้จุดสัญจรหรือขนส่งมวลชน เช่น ไกล่อนุสาวรีย์ชัยฯ พญาไท ไกล่ท่าเรือด่วนเจ้าพระยา ฯลฯ
 - **Transaction** คือ เลือกทำเลใกล้ย่านการค้า เช่น ไกล่สยามสแควร์ เยาวราช ฯลฯ
- 3) **ชุมชน (Community)** คือ การสร้างชุมชนการอยู่ร่วมกันของนักท่องเที่ยว ต่างเชื้อชาติ ภาษา วัฒนธรรม ให้เกิดบรรยากาศการอยู่ร่วมกัน ซึ่งหัวใจหลักของธุรกิจโฮสเทลที่แตกต่างจากการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทอื่นๆ

1.2.2 ประเภทของโฮสเทล จำแนกตามลักษณะได้ 3 ประเภทหลัก คือ



- 1) **บ้านพักเยาวชนนานาชาติ (Hostelling International : HI)** เกิดจากแนวคิดของ ริชาร์ด ซีร์แมน เป็นเครือข่ายที่พักที่มีอยู่ทั่วโลก ขึ้นตรงต่อองค์กรบ้านพักนานาชาติโดยตั้งมีสำนักงานใหญ่อยู่ที่ประเทศอังกฤษ เพื่อจัดหาที่พักราคาประหยัดและสนับสนุนให้เยาวชนออกเดินทางท่องเที่ยวเพื่อประสบการณ์เรียนรู้
- 2) **ธุรกิจโฮสเทล (Independent Hostel)** คือ กิจการโฮสเทลที่เกิดจากการลงทุนธุรกิจ โดยเฉพาะภาคเอกชนเป็นหลัก มักเกิดขึ้นตามเมืองใหญ่ เพื่อตอบสนองความต้องการที่พักราคาประหยัดของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีความแตกต่างหลากหลายรูปแบบ







³ Ibid.

- 3) **ธุรกิจโฮสเทลรูปแบบใหม่ (Boutique Hostel/Design Hostel/Luxury Hostel)** เกิดจากความต้องการนำเสนอรูปที่พักรูปแบบใหม่ต่างๆ ที่ยังคงจุดเด่นของโฮสเทลดั้งเดิมไว้เพื่อการสนองตอบความต้องการนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปหรือนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม เช่น การเพิ่มความหรูหราสะดวกสบายของ Poshtel ฯลฯ

1.2.3 รูปแบบของโฮสเทล มีรูปแบบหลักๆ ที่พบทั่วไป 5 รูปแบบ คือ

- 1) **เบสิค โฮสเทล หรือ บัดเจต โฮสเทล (Basic/Budget Hostel)** เป็นโฮสเทลรูปแบบดั้งเดิมที่เน้นความประหยัด ที่พักระบาย เรียบง่าย ให้ผู้เข้าพักบริการตัวเอง แต่อาจมีการสร้างกิจกรรมเองโดยผู้เข้าพักหรือมีการนำเที่ยวโดยเจ้าของโฮสเทลเอง
- 2) **สแตนดาร์ด โฮสเทล (Standard Hostel)** เป็นโฮสเทลที่เน้นความเรียบง่าย สะดวกปลอดภัย ไม่เน้นกิจกรรมจึงมีบรรยากาศเงียบสงบเหมาะกับลูกค้าที่เดินทางมาทำธุระ
- 3) **ดีไซน์ โฮสเทล (Design Hostel)** เป็นโฮสเทลที่สร้างจุดเด่นโดยการออกแบบให้มีความเอกลัทธิเพื่อเป็นจุดขายและเป็นที่ยึดจำ ส่วนใหญ่ลูกค้าเป็นกลุ่มผู้รักงานศิลปะและชอบการออกแบบ กลุ่มคนรุ่นใหม่และกลุ่มคนยุคดิจิทัล
- 4) **ไลฟ์สไตล์ โฮสเทล (Design Hostel)** เป็นโฮสเทลที่เน้นการทำกิจกรรมระหว่างผู้เข้าพัก ไม่เน้นการออกแบบแต่มีพื้นที่ทำกิจกรรม บรรยากาศและมีการบริการที่ใส่ใจ
- 5) **ปาร์ตี้ โฮสเทล (Party Hostel)** เป็นโฮสเทลที่เน้นจัดกิจกรรมสังสรรค์เป็นหลัก มีพื้นที่อำนวยความสะดวกจัดกิจกรรม การออกแบบเน้นพื้นที่ส่วนกลางมากกว่าห้องพัก

รูปแบบโฮสเทล	ภายนอกอาคาร	ห้องพัก	ห้องนั่งเล่น	ที่ตั้ง	ราคา	จุดขาย
1. Basic/Budget Hostel ตัวอย่าง “Spicy Thai”				เชียงใหม่	เฉลี่ย 250	ความเป็นกันเอง ใกล้แหล่งท่องเที่ยว
2. Standard Hostel ตัวอย่าง “บ้านนานาชาติ สุขุมวิท”				สุขุมวิท กรุงเทพฯ	เฉลี่ย 300	สะดวก ใกล้ขนส่งมวลชน ใกล้แหล่งท่องเที่ยว
3. Design Hostel ตัวอย่าง “Yim Huakwang Hostel” “POD Hostel”	 	 	 	ห้วยขวาง กรุงเทพฯ อนุสาวรีย์ ชัยสมรภูมิ กรุงเทพฯ	เฉลี่ย 650	การออกแบบ สิ่งอำนวยความสะดวก ใกล้ขนส่งมวลชน

4. Lifestyle Hostel ตัวอย่าง “Lub D Hostel”				สยามสแควร์ กรุงเทพฯ	เฉลี่ย 450	ใกล้ขนส่งมวลชน ใกล้แหล่งท่องเที่ยว
5. Party Hostel ตัวอย่าง “Slumber Party Hostel”				กระบี่	เฉลี่ย 300	การจัดงานสังสรรค์ ใกล้แหล่งท่องเที่ยว

ตารางที่ 2 โฮสเทลประเภทต่างๆ (www.hostelworld.com)

1.2.4 พื้นที่ใช้สอยโฮสเทล การจัดพื้นที่ใช้สอยโฮสเทลควรประกอบด้วยพื้นที่ 3 ส่วนดังนี้

1) พื้นที่สร้างรายได้ (Salable Area) แบ่งเป็น 2 ส่วนหลัก คือ

1.1) พื้นที่ส่วนกลาง (Common Area) ได้แก่

- Facility Area คือพื้นที่เชื่อมต่อกับอำนวยความสะดวกระหว่างลูกค้าและพนักงาน ได้แก่ โถงต้อนรับ Reception Check-in
- Common Area หรือพื้นที่ส่วนกลางใช้ร่วมกันของผู้เข้าพัก อาจเป็นห้องหรือพื้นที่ Outdoor ใช้เป็นทั้ง ห้องนั่งเล่น ทำกิจกรรม รับประทานอาหาร
- Kitchen Area หรือพื้นที่ครัว ให้ผู้เข้าพักใช้เตรียมอาหารง่ายๆได้เอง
- Laundry Area หรือห้องซักผ้า มีตู้หยอดเหรียญให้ผู้เข้าพักซักเสื้อผ้าตัวเอง
- Luggage Store หรือห้องเก็บกระเป๋า
- Theater Room เป็นห้องกิจกรรมที่แยกออกมาจาก Common Area
- Public Toilet & Shower พื้นที่ห้องน้ำรวม

1.2) พื้นที่ห้องพัก (Guest Room) ห้องพักของโฮสเทลมี 2 ประเภท

- ห้องพักส่วนตัวพร้อมห้องน้ำในตัว (Private room with bathroom Suite)
- ห้องพักรวมพร้อมห้องน้ำรวม (Dormitory room with share bathroom)

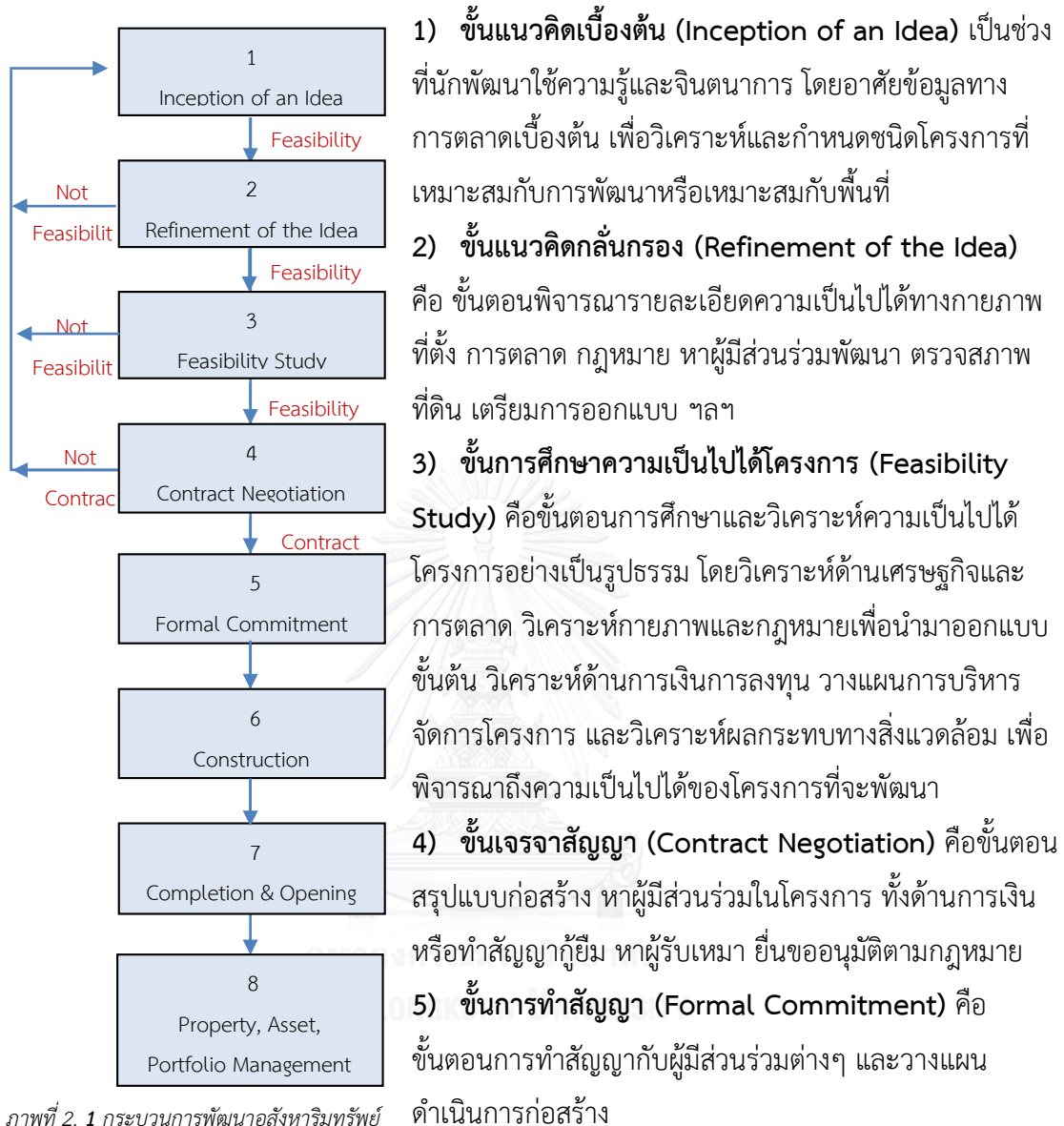
2) พื้นที่ไม่สร้างรายได้ (Non-Salable Area) ได้แก่ ห้องเก็บของ-เก็บผ้า ส่วนทำงานฝ่ายต่างๆ ห้องเครื่องและห้องช่าง ห้องพนักงาน ส่วนบริการโครงการต่างๆ ควรมีไม่เกิน 30-40% ของพื้นที่

1.3 แนวคิดทฤษฎีด้านกระบวนการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

1.3.1 ขั้นตอนกระบวนการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์⁴

⁴ Gary L.Berens Mike E.Mile, Mark J.Eppli and Marc A.Weiss, , *Real Estate Development Principle and Process*, ed. 3(Washington D.C.USA Urban Land Institute, 2007).

กระบวนการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์โดยทั่วไปประกอบด้วย 8 ขั้นตอนดังนี้



ภาพที่ 2.1 กระบวนการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

- 6) **ขั้นการก่อสร้าง (Construction)** คือช่วงดำเนินการก่อสร้าง ที่ต้องควบคุมเทคนิคและคุณภาพงาน ควบคุมงบประมาณและระยะเวลาให้เป็นไปตามแผนงาน
- 7) **ขั้นการเปิดตัวโครงการ (Completion and Formal Opening)** คือ ขั้นเตรียมดำเนินงานเมื่อการก่อสร้างแล้วเสร็จ พนักงานปฏิบัติงานจริง ทำการประชาสัมพันธ์-การตลาด และค่าใช้จ่ายในการเปิดโครงการ
- 8) **ขั้นการดำเนินงานโครงการ (Property, Asset and Portfolio management)** คือขั้นตอนการดำเนินงาน ทำการตลาด การจัดการและบริหารโครงการ ดูแลปรับปรุง ซ่อมแซมหรือปรับเปลี่ยนรูปแบบตามความจำเป็น ทำให้โครงการมีประสิทธิภาพในการใช้งานและมีมูลค่านำไปสู่การลงทุนในอนาคต

1.3.2 การศึกษาความเป็นไปได้โครงการ (Feasibility Study) ⁵

การศึกษาความเป็นไปได้โครงการอสังหาริมทรัพย์นั้นได้มีผู้ให้คำนิยามไว้หลากหลาย ดังนี้ เจมส์ เอ แกรสแคมป์ กล่าวว่า “โครงการอสังหาริมทรัพย์จะมีความเป็นไปได้เมื่อผ่านการวิเคราะห์ข้อมูลที่มีเหตุผลน่าเชื่อถือแล้ว สามารถแสดงถึงโอกาสความเป็นไปได้ของวัตถุประสงค์การพัฒนาโครงการได้อย่างชัดเจนเป็นที่น่าพึงพอใจ โดยการเลือกแนวทางปฏิบัติให้เหมาะสมกับเงื่อนไขทางบริบทและทรัพยากรที่มีอยู่จำกัด” (James A. Graaskamp, 1972)

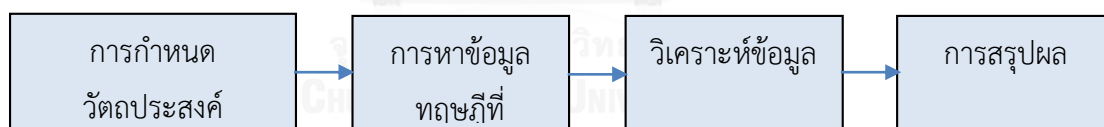
จอห์น อี วอลช์ กล่าวว่า คือ “ผลจากการศึกษาวิจัยข้อมูลอย่างมีระบบโดยผู้เชี่ยวชาญสาขาต่างๆ” (John E. Walsh Junior, 1971)

หลุยส์ เจ กูดแมน และ ราล์ฟ เอ็น เลิฟ กล่าวว่า คือ “กระบวนการตัดสินใจว่าโครงการที่คิดขึ้นมาสามารถปฏิบัติได้หรือไม่” (Louis J. Goodman & Ralph N. Love, 1980)

ประสิทธิ์ ตงยั้งศิริ กล่าวว่า คือ “การศึกษาและจัดทำเอกสารที่ประกอบไปด้วยข้อมูลต่างๆ ที่จำเป็น แสดงถึงความมีเหตุผลที่ดีของโครงการ สามารถนำไปปฏิบัติได้จริงและให้ผลตอบแทนการลงทุนที่คุ้มค่า” (ประสิทธิ์ ตงยั้งศิริ, 2542)

กล่าวได้ว่า การศึกษาความเป็นไปได้โครงการ คือ การศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลโดยพิจารณาปัจจัยหลายๆด้านที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาโครงการเพื่อประเมินความเป็นไปได้และความคุ้มค่าในการลงทุน เพื่อพิจารณาทางเลือกที่เหมาะสมต่อบริบทและข้อจำกัด ให้ผลเป็นที่พึงพอใจ โดยการจัดทำเป็นเอกสารอย่างเป็นรูปธรรม

1) กระบวนการศึกษาความเป็นไปได้โครงการ มี 4 ขั้นตอนหลัก คือ



ภาพที่ 2. 2 แผนภูมิกระบวนการศึกษาความเป็นไปได้โครงการ

2) การวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาความเป็นไปได้โครงการ

2.1) ปัจจัยภายนอก ประกอบด้วย

2.1.1) การวิเคราะห์ด้านเศรษฐศาสตร์ (Economic Analysis) ต้องคำนึงถึง

- การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจที่มีผลกระทบต่อโครงการ เช่น สภาวะเงินเฟ้อ การจ้างงาน การลงทุน อัตราดอกเบี้ย ฯลฯ
- ผลกระทบที่โครงการมีต่อเศรษฐกิจ เช่น การตอบสนองความต้องการทางเศรษฐกิจ ผลตอบแทนสู่สังคม

⁵ อ้างถึงใน ร.ศ.ไตรรัตน์ จารุทัศน์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, “เอกสารคำสอน รายวิชา กระบวนการพัฒนาที่อยู่อาศัยและอสังหาริมทรัพย์อย่างยั่งยืน”(ภาควิชาเคหการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2559).

2.1.2) การวิเคราะห์ด้านการตลาด (Marketing Analysis) ต้องคำนึงถึง

- อุปสงค์-อุปทาน ของตลาด (Demand & Supply)
- แนวโน้มการเติบโตของตลาด (Market Potential)
- วิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขัน (SWOT)
- ส่วนแบ่งตลาด-กลุ่มเป้าหมาย-ตำแหน่งการตลาด (Segmentation-Targeting-Positioning)
- คู่แข่ง (Competitor)
- ผลิตภัณฑ์และบริการ-ราคา-ช่องทางจัดจำหน่าย-การส่งเสริมการขาย (Product/Price/Place/Promotion)
- จุดขาย (Selling Point)

2.1.3) การวิเคราะห์ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม (Social & Environment Analysis)

- สิ่งแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อโครงการ เช่น การระบายน้ำ ชุมชนแออัด
- โครงการมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น น้ำเสีย ขยะ ความเป็นอยู่ชุมชน

2.2) ปัจจัยภายใน ประกอบด้วย

2.2.1) การวิเคราะห์กายภาพ (Physical & Technic Analysis) ต้องคำนึงถึง

- ความเป็นไปได้ทางกฎหมายและการดำเนินธุรกรรม
- การวิเคราะห์ทางกายภาพ เช่น การวิเคราะห์ทำเลที่ตั้ง การเข้าถึง สาธารณูปโภค วิเคราะห์ที่ดิน รูปร่างลักษณะ สภาพที่ดิน สภาพอาคารและโครงสร้าง เทคนิคการก่อสร้าง
- ความเป็นไปได้ในการออกแบบวางผัง การจัดพื้นที่ การใช้งานพื้นที่ ออกแบบตกแต่งอาคาร การสร้างความสวยงามและสร้างจุดเด่น
- การประเมินต้นทุนการก่อสร้าง ระยะเวลาดำเนินการ ผู้รับเหมางาน

2.2.2) ด้านการเงิน (Financial Analysis) ต้องคำนึงถึง

- เงินลงทุนและค่าใช้จ่าย (ค่าก่อสร้าง ค่าดำเนินการ ค่าพัฒนา) พิจารณาหาแหล่งเงินทุนและความสามารถในการชำระ
- ผลตอบแทน-กำไร มีตัวแปรที่ต้องพิจารณาคือ อัตราผลตอบแทนการลงทุน อัตราผลตอบแทนเฉลี่ย มูลค่าโครงการ จุดคุ้มทุน ระยะเวลาคืนทุน ฯลฯ
- จัดทำแผนการเงินในรูปแบบกำไร-ขาดทุน งบกระแสเงินสด งบดุล ฯลฯ

2.2.3) ด้านการบริหารจัดการ (Management Analysis) ต้องคำนึงถึง

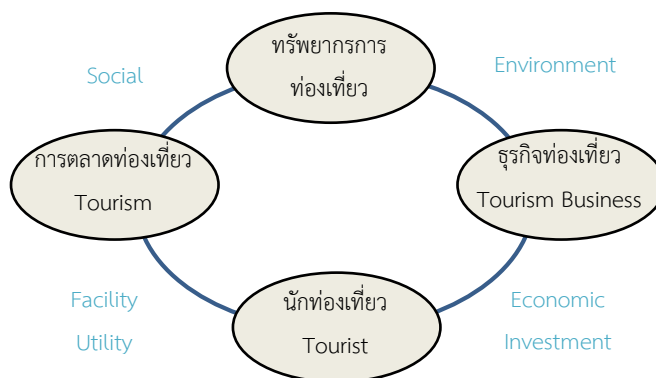
- การจัดการองค์กร ได้แก่ โครงสร้างองค์กร บุคลากร สายการบังคับบัญชา
- ระบบบริหารและควบคุม ได้แก่ การกำหนดระบบการทำงาน ติดตาม ควบคุม ตรวจสอบภายใน
- ผู้ร่วมงาน ได้แก่ การกำหนดคุณสมบัติและคัดเลือก อบรม ประเมินผล
- นโยบายและกลยุทธ์ในการทำงาน เป็นปัจจัยเชิงคุณภาพวัดมาตรฐานการทำงานและการจัดการองค์กรของผู้บริหาร

1.4 แนวคิดทฤษฎีด้านตลาดการท่องเที่ยว

1.4.1 องค์ประกอบการท่องเที่ยว (Tourism Element)⁶ ประกอบด้วย

- 1) **นักท่องเที่ยว (Tourist)** จัดเป็นอุปสงค์การท่องเที่ยว (Tourism Demand) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุด เป็นความปรารถนาในการเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เข้าร่วมกิจกรรมหรือจุดประสงค์อื่นๆ
- 2) **ตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Marketing)** เป็นกระบวนการการวางแผนและปฏิบัติในทางการตลาดเพื่อตอบสนองผู้บริโภคและบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร
- 3) **ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource)** หรือแหล่งท่องเที่ยว จัดเป็นอุปทานการท่องเที่ยว (Tourism Supply) เป็นทรัพยากรที่สำคัญโดยมีการจัดหมวดหมู่เป็น 3 ประเภท ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี และแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม
- 4) **ธุรกิจท่องเที่ยว (Tourism Business)** เป็นอุปทานท่องเที่ยวด้านบริการ ไม่ใช่จุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวแต่เป็นบริการที่รองรับความสะดวกสบายหรือให้ความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยว จึงอาจเป็นตัวดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เช่นกัน ได้แก่ ที่พัก อาหาร แหล่งจำหน่ายสินค้า แหล่งบันเทิง กิจกรรมและบริการสิ่งอำนวยความสะดวก องค์ประกอบการท่องเที่ยวจะมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน แต่อาจส่งผลกระทบต่อปัจจัยแวดล้อมอื่นๆ เช่น สิ่งแวดล้อม ระบบนิเวศ โครงสร้างพื้นฐาน เศรษฐกิจและการลงทุน ฯลฯ

⁶ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, “รายงานขั้นสุดท้ายการดำเนินการเพื่อกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ”, (กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติไทย, 2542)



ภาพที่ 2. 3 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว (ททท, 2557)

1.4.2 ประเภทของนักท่องเที่ยว⁷ นักท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทหลัก ดังนี้

- 1) **นักท่องเที่ยว (Tourist)** คือ นักท่องเที่ยวที่มีวางแผนการเดินทางล่วงหน้าในระยะเวลาที่แน่นอน ส่วนใหญ่เดินทางเป็นกลุ่ม มีจุดประสงค์เพื่อเปิดหูเปิดตาได้สัมผัสสถานที่และสิ่งแวดล้อมใหม่ๆ อาจไม่ได้สนใจวัฒนธรรมท้องถิ่นมากนัก มักเดินทางไปในหัวเมืองใหญ่ๆมากกว่าพื้นที่ห่างไกลและเลือกที่พักที่สะดวกสบาย เช่น โรงแรมมาตรฐาน ตัวอย่างเช่น กลุ่มทัวร์จีน กลุ่มทัวร์รัสเซีย
- 2) **นักเดินทาง (Traveler)** คือ นักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสวัฒนธรรมและธรรมชาติ สนใจเรียนรู้วิถีชีวิตท้องถิ่น ส่วนใหญ่เดินทางคนเดียว เดินทางเป็นคู่หรือกลุ่มเล็กๆ เพื่อเก็บเกี่ยวประสบการณ์อย่างแท้จริง มักเลือกเดินทางไปในสถานที่ท้องถิ่นเข้าถึงยาก เช่น เดินหรือขี่จักรยานลัดเลาะในตรอกซอกซอย
- 3) **นักท่องเที่ยวสะพายเป้ (Backpacker)** คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวอย่างอิสระ มักมีระยะเวลาการเดินทางยาวนานภายใต้งบประมาณจำกัด มักโดยสารรถขนส่งมวลชน ที่พักพักราคาถูก จึงเป็นลูกค้าหลักในธุรกิจโฮสเทล แบ่งเป็นกลุ่มย่อยอีก 3 กลุ่ม คือ
 - **Pioneer Backpacker** คือ แบ็กแพ็กเกอร์ดั้งเดิมที่มีพื้นฐานการเป็น Hippy อยู่อย่างเรียบง่าย มีบุคลิกชัดเจน สนใจเรื่องจิตวิญญาณ ชื่นชอบศิลปะ ชอบพบปะพูดคุยกับเพื่อนใหม่ เดินทางไปเรื่อยๆไม่มีแผนการหรือกำหนดเวลาที่ชัดเจน มักเลือกที่พักราคาถูกที่สุด
 - **Modern Backpacker** คือ แบ็กแพ็กเกอร์ไม่ได้มีงบประมาณจำกัดแต่ชื่นชอบการท่องเที่ยวแบบอิสระและการพบปะผู้คน จึงมักมีบุคลิกการแต่งกายดี มีการวางแผนการเดินทางที่ชัดเจน มีระยะเวลากำหนด มักเลือกพักในย่านวัฒนธรรมที่มีความสงบ เลือกที่พักที่ดี ออกแบบสวยงาม ราคาสมเหตุสมผล

⁷ วรรณิ์ คำลามโพบูลย์ และ จิตติพนัธ์ ศรีภสิกรณั, *The Hostel Bible*.

- **Flashpacker/Hipster** คือ แบ็กแพ็กเกอร์สมัยใหม่ มักมีรายได้ดี ชอบการท่องเที่ยวที่มีรสนิยม มีบุคลิกการแต่งกายทันสมัย มีรสนิยมชอบงานศิลปะ-งานออกแบบ ไม่เน้นของถูก นิยมใช้เทคโนโลยีและสื่อดิจิทัล จึงมักเลือกที่พักที่ออกแบบตกแต่งสวยงาม มีความสะดวกสบายและต้องการอินเทอร์เน็ต

1.4.3 แนวคิดการวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (6Ws+1H)⁸

การวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายสามารถนำมาใช้วางกลยุทธ์การตลาดดังนี้

คำถาม (ทฤษฎี 6Ws+1H)	คำตอบ	กลยุทธ์การตลาด
1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย? (Who is in the target market?)	- ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) - ประชากรศาสตร์ - ภูมิศาสตร์ - จิตวิทยา - พฤติกรรมการบริโภค	Target Marketing, Segmentation SIVA, DESTEP, Marketing mix 4Ps
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร? (What does the customer buy?)	- สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects) ได้แก่ โรงแรมและบริการ คุณสมบัติและองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product Components)	Marketing mix 4Ps, STP Analysis, Differentiation, Red-Blue-White Ocean, Brand-Identity
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ? (Why does the customer buy?)	- วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) - ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ได้แก่ ปัจจัยภายในนอก-ภายในและปัจจัยเฉพาะบุคคล	Marketing mix 4Ps, Brand-Identity, Demand-Supply
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ? (Who participates in the buying)	- บทบาทของกลุ่มต่างๆ (Organization) ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย ผู้ริเริ่ม ผลมีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อ และผู้ใช้	Marketing mix 4Ps, Multi-Channel, STP Analysis
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด? (When does the customer buy?)	- โอกาสในการซื้อ (Occasions) ฤดูกาล ท่องเที่ยว เทศกาล โอกาสพิเศษ วันหยุด เวลาว่าง	Marketing mix 4Ps, Multi-Channel, Marketing System
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน? (Where does the customer buy?)	- แหล่งหรือสถานที่จำหน่าย (Outlets) เช่น สำนักงานหรือตัวแทนจำหน่าย ฯลฯ	Marketing mix 4Ps, Multi-Channel, Marketing System
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร? (How does the customer buy?)	- ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ - การรับรู้ปัญหาหรือความต้องการ - การค้นหาข้อมูล - การประเมินผลพฤติกรรม - การตัดสินใจซื้อ - ความรู้สึกหลังการซื้อ	Marketing mix 4Ps, Multi-Channel, Marketing System

ตารางที่ 3 แสดงการวิเคราะห์ทฤษฎีพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาด

⁸ ดัดแปลงจาก ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว(กรุงเทพมหานคร2551).

1.5 แนวคิดทฤษฎีด้านการตลาดที่พักรวม

1.5.1 กลยุทธ์การตลาดตามเป้าหมาย (STP Analysis) ⁹

คือ การแบ่งส่วนของการตลาด กำหนดกลุ่มเป้าหมายและการกำหนดตำแหน่งทางการตลาด ซึ่งหมายถึง การจัดผลิตภัณฑ์และส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกันเพื่อสนองความต้องการของตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคที่แตกต่างกัน โดยมีกระบวนการที่ต้องพิจารณา ดังนี้คือ

- 1) **การแบ่งส่วนของการตลาด (Market Segmentation/Segmentation)** เป็นการแบ่งตลาดผลิตภัณฑ์ประเภทที่พักรวมและบริการ ออกเป็นตลาดย่อยๆ โดยใช้คุณสมบัติต่างๆ ของตลาดและผู้บริโภคเป็นปัจจัยในการแบ่ง เช่น ความแตกต่างด้านความชอบ ความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งทำให้เห็นความแตกต่างของคุณสมบัติที่เด่นชัดขึ้น เพื่อสามารถวางแผนการตลาดให้เหมาะสมกับแต่ละส่วนแบ่งตลาด

หลักเกณฑ์การแบ่งส่วนของการตลาดผู้บริโภค (Bases for segmenting consumer markets)

- แบ่งตามภูมิศาสตร์ (Geographic segmentation) เช่น ประเทศ รัฐ จังหวัด อำเภอ หมู่บ้าน โดยคำนึงถึงลักษณะและพฤติกรรมของคนในแต่ละพื้นที่ภูมิศาสตร์
- แบ่งตามประชากรศาสตร์ (Demographic segmentation) เช่น อายุ เพศ ครอบครัว รายได้ การศึกษา อาชีพ ศาสนา เชื้อชาติ เป็นเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องอย่างสูงกับความต้องการผู้บริโภคและอัตราการซื้อผลิตภัณฑ์
- แบ่งส่วนตามหลักจิตวิทยา (Psychographic segmentation) ใช้ความแตกต่างของบุคลิกลักษณะและการดำรงชีวิต
- แบ่งตามพฤติกรรม (Behavioristic segmentation) ใช้เกณฑ์ความรู้ ทัศนคติ การตอบสนองต่อคุณสมบัติหรือการใช้งานหรือโอกาสในการซื้อผลิตภัณฑ์

- 2) **การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Targeting analysis)** เป็นการเลือกส่วนแบ่งตลาดที่เหมาะสมกับทรัพยากร-ความชำนาญ มีศักยภาพและโอกาสในการพัฒนา มี 2 ขั้นตอน

- **การประเมินส่วนตลาด (Evaluating the market segment)** โดยศึกษาส่วนตลาด 3 ด้าน คือ ขนาดและการเติบโตของส่วนตลาด ความสามารถของใจของส่วนตลาด วัตถุประสงค์และทรัพยากรขององค์กร
- **การเลือกส่วนตลาด (Selecting the market)** มี 3 วิธี คือ เลือกการตลาดที่ไม่แตกต่าง เลือกการตลาดที่แตกต่างกัน หรือเลือกการตลาดมุ่งเฉพาะส่วน

⁹ ภาควิชาการตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, "การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย และการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์" (2554).

- 3) การวางตำแหน่งทางการตลาด (Positioning) เป็นกระบวนการตลาดเพื่อสร้างและรักษาแนวคิดของผลิตภัณฑ์ให้เกิดขึ้นในใจลูกค้า ซึ่งต้องอาศัยกระบวนการสื่อสารทางการตลาดโดยการสร้างเอกลักษณ์หรือจุดเด่น(USP)ให้ผู้บริโภคจดจำในเชิงเปรียบเทียบกับคู่แข่ง มีวิธีกำหนด คือ กำหนดตามคุณลักษณะภายนอกของโครงการ กำหนดตามผลประโยชน์ที่ลูกค้าได้รับ กำหนดตามคุณลักษณะของลูกค้า กำหนดตามความเหนือกว่าในเชิงเปรียบเทียบกับคู่แข่ง กำหนดตามประเภทของผลิตภัณฑ์ กำหนดตามคุณสมบัติ คุณภาพและราคาของผลิตภัณฑ์

1.5.2 กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix : 7Ps)

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่เป็นปัจจัยที่สามารถควบคุมได้ที่กิจการใช้เพื่อตอบสนองต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและบรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดที่เหมาะสมกับธุรกิจ

Philip Kotler ได้ให้แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการ 7 ประการ (7Ps) คือ¹⁰

- 1) **ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)** เป็นสิ่งที่สนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้ คือสิ่งที่กิจการต้องมอบให้แก่ลูกค้า และลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้นๆ โดยทั่วไปแล้วผลิตภัณฑ์โรงแรมแบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ
 - **ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ (Tangible Product)** คือห้องพัก-สิ่งอำนวยความสะดวก
 - **ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้** ได้แก่ บริการ (Service) กิจกรรม (Activity) บรรยากาศ (Atmosphere)
- 2) **ด้านราคา (Price)** หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของบริการ (Value) กับราคาของบริการนั้น (Price) ถ้าคุณค่าสูงกว่าลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดราคาที่เหมาะสมจะเป็นตัวกำหนดตำแหน่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์และกลุ่มลูกค้า รวมถึงสื่อว่าโรงแรมนั้นมีมาตรฐานในระดับใด ปัจจัยในการกำหนดราคาได้แก่
 - **ปัจจัยภายนอก (External factor)** ได้แก่ คู่แข่ง ทำเลที่ตั้ง ฤดูกาล ฯลฯ
 - **ปัจจัยภายใน (Internal factor)** ได้แก่ วัตถุประสงค์หรือนโยบายขององค์กร ต้นทุนผลิตภัณฑ์
- 3) **ด้านช่องทางการตลาดและการจัดจำหน่าย (Place)** เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ในคุณค่าของลูกค้าและ

¹⁰ อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ Philip Kotler, ศุกร เสรีรัตน์, องอาจ ปทพานิช และปริญ ลักษิตานนท์,, การบริหารการตลาดยุคใหม่ (กรุงเทพมหานคร: บริษัท ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด, 2546).

คุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels) ช่องทางจัดจำหน่ายที่พิกเมนท์มี 3 ลักษณะ

- **ช่องทางตรง (Direct Distribution)** เป็นช่องทางจำหน่ายที่ลูกค้าจองห้องพักโดยตรงกับโรงแรม เป็นวิธีที่ง่ายและประหยัดค่าใช้จ่าย เช่น การ Walk-in การจองผ่านโทรศัพท์ การจองโดยตรงผ่านอินเทอร์เน็ตและเว็บไซต์
- **ผ่านตัวแทนหรือเครือข่ายโรงแรม** เป็นการจำหน่ายผ่านตัวแทนหรือเครือข่ายของโรงแรม โดยการจ้างตัวแทนหรือบริษัททำหน้าที่รับผิดชอบ ซึ่งเป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพสูงในเรื่องความถูกต้องของการจำหน่าย
- **ผ่านตัวกลางการจัดจำหน่าย (Intermediaries)** เป็นการจำหน่ายผ่านธุรกิจอื่นๆที่มีลักษณะการดำเนินงานที่แตกต่างออกไป เช่น ระบบ Online Travel Agency (OTA), ระบบการจองของสายการบิน, บริษัททัวร์, บริษัทจัดประชุมและท่องเที่ยวแบบให้รางวัล, บริษัทหรือหน่วยงานตัวกลางด้านการท่องเที่ยว, การขายผ่านพันธมิตรธุรกิจ

- 4) **ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)** เป็นเครื่องมือสำคัญที่ใช้ติดต่อสื่อสารกับผู้ใช้บริการลูกค้าโดยเพื่อแจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการ ตัวอย่างกลยุทธ์ส่งเสริมการขายของโรงแรม เช่น การประชาสัมพันธ์ การโฆษณา เทคนิคส่งเสริมการขาย การขายโดยบุคคล การเขียนความเห็นหรือบทความ
- 5) **ด้านบุคลากร (People)** หรือพนักงานของโรงแรม ซึ่งต้องมีการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง เป็นความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการต่างๆขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมีทัศนคติและความสามารถที่จะตอบสนองผู้ใช้บริการ มีความคิดริเริ่มและความสามารถในการแก้ปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับโรงแรมได้
- 6) **ด้านกระบวนการ (Process)** เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการ วิธีปฏิบัติด้านบริการที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว สร้างความประทับใจ
- 7) **ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)** เป็นการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ คุณภาพโดยรวมให้กับลูกค้า ทั้งด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และการบริการที่รวดเร็ว หรือแม้แต่การสร้างบรรยากาศในส่วนที่ลูกค้ามองเห็น เช่น ทำเลที่ตั้ง สิ่งแวดล้อมโดยรอบ บรรยากาศ สิ่งแวดล้อมที่โรงแรมสร้างขึ้น

1.6 แนวคิด ทฤษฎีด้านการบริหารที่พักรวม

1.6.1 หลักการบริหารจัดการที่พักรวม (Hotel Management)¹¹

การบริหารจัดการ (Management) คือ กระบวนการของการใช้ประโยชน์ทรัพยากรต่างๆ โดยฝ่ายบริหาร (Executive) เพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กร

ทรัพยากรธุรกิจโรงแรม (Resources) ได้แก่ ทรัพยากรบุคคลและทรัพยากรวัตถุดิบ 7 อย่าง ได้แก่ บุคลากร (People), เงิน (money), เวลา (Time), วิธีปฏิบัติงาน (Work procedures & Methods), พลังงาน (Energies), วัสดุสิ่งของ (Materials), อุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ (Equipments)

เป้าหมายองค์กร (Organization objectives) ของธุรกิจโรงแรมโดยทั่วไป คือ

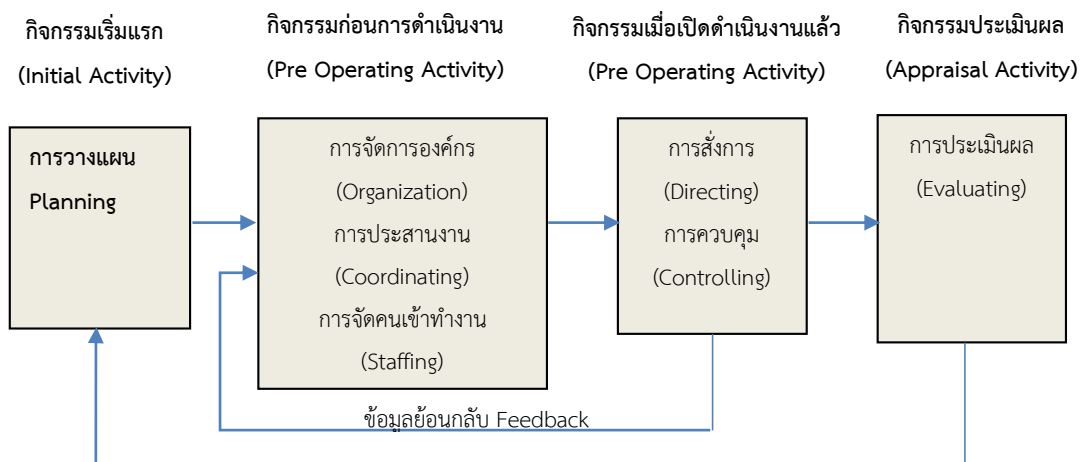
- เพิ่มผลกำไรหรือลดต้นทุน
- บรรลุมาตรฐานคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ
- สร้างและรักษาภาพลักษณ์ที่ดีต่อสาธารณชน

1.6.2 กระบวนการบริหารจัดการที่พักรวม (Management Process)

หน้าที่การบริหารจัดการโรงแรมมี 7 องค์ประกอบ คือ

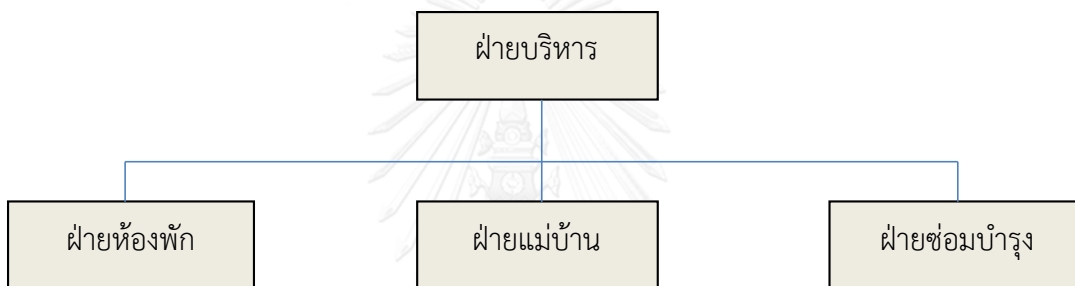
- 1) **การวางแผน (Planning)** คือ การตั้งเป้าหมาย กำหนดวัตถุประสงค์และวิธีสำหรับปฏิบัติ เพื่อบรรลุถึงเป้าหมายเหล่านั้น
- 2) **การจัดการองค์กร (Organization)** คือ การจัดการทรัพยากรบุคคลที่มีให้ดีที่สุด สามารถนำไปใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่ เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้
- 3) **การประสาน (Coordinating)** คือ การประสานสัมพันธ์บุคลากรให้ทำหน้าที่ได้อย่างกลมเกลียว เหมาะสม และเข้ากันกับอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้เพื่อประสิทธิผลสูงสุด
- 4) **การจัดคนเข้าทำงาน (Staffing)** คือ การมุ่งสรรหา จัดจ้าง บรรจบุคคลากรที่มีคุณวุฒิ คุณสมบัติที่ดีที่สุด เหมาะสมกับตำแหน่งของงาน
- 5) **การสั่งการ (Directing)** คือ การตรวจตรา พิจารณาให้รอบคอบถี่ถ้วน กำหนดเวลาทำงาน กำหนดวินัย ระเบียบแบบแผน ข้อบังคับของพนักงาน
- 6) **การควบคุม (Controlling)** คือ การตรวจสอบ สอบสวน พิสูจน์ โดยเกณฑ์การวัดความแตกต่างระหว่างผลงานที่แท้จริง เทียบกับมาตรฐาน
- 7) **การประเมินผล (Evaluating)** คือ การพิจารณา ดิชมวิจารณ์ความก้าวหน้าของการดำเนินงาน

¹¹ ปรีชา แดงโรจน์, การบริหารและปฏิบัติงานโรงแรม ศตวรรษที่ 21(กรุงเทพฯ: บริษัท เอส อาร์ทพริ้นติ้ง แมสโปรดักส์ จำกัด, 2549).



ภาพที่ 2. 4 กระบวนการบริหารจัดการโรงแรม (ปรีชา แดงโรจน์, 2549)

1.6.3 การจัดโครงสร้างองค์กรที่พักรวมขนาดเล็ก



ภาพที่ 2. 5 โครงสร้างองค์กรโรงแรมขนาดเล็ก (ททท, 2545)

ตารางแสดงการแบ่งงานเป็นแผนกต่างๆของที่พักแรม	
งานส่วนหน้าบ้าน (Front of the House)	งานส่วนหลังบ้าน (Back of the House)
1. งานบริการสัมภาระและการรับใช้	1. งานบัญชี
2. งานส่วนหน้า	2. งานเตรียมอาหาร
3. งานแม่บ้าน	3. งานเก็บของในคลังพัสดุ
4. งานจองห้องพัก	4. งานล้างจาน
5. งานภัตตาคาร	5. งานรักษาความปลอดภัย
6. งานบาร์	6. งานช่าง งานบำรุงรักษา
7. งานจัดเลี้ยง	7. งานซักรีด
8. งานประชุม	8. งานบุคคล
9. งานอำนวยความสะดวกด้านนันทนาการ	9. งานฝึกอบรม

ตารางที่ 4 การแบ่งงานแผนกต่างๆของโรงแรม (สนง.SME, 2557)

1.7 แนวคิด ทฤษฎีด้านการประเมินผลที่พักรวม

1.7.1 การประเมินผลลัพธ์ของธุรกิจ

ตัวชี้วัดประสิทธิภาพในการทำธุรกิจ (Key Performance Indicator : KPI) ใช้การประเมินตามหลัก Balance Scored (BSC)¹² มีองค์ประกอบที่ควรคำนึงดังนี้

1) **ด้านการเงิน (Financial Perspective)** เช่น

- ผลกำไร (Net Profit) หรือ ผลกำไรเฉลี่ย (Average Gross Profit Margin)
- จุดคุ้มทุน (Breakeven Point)
- ผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI)

2) **ด้านลูกค้า (Customer Perspective)** เช่น

- ส่วนแบ่งทางการตลาด (Market Share) ตัวชี้วัดสัดส่วนธุรกิจในตลาด
- การแสวงหาลูกค้าใหม่ (Acquisition) ตัวชี้วัดความสามารถในดึงดูดลูกค้า
- การรักษาลูกค้าเก่า (Retention) ตัวชี้วัดความสามารถในการรักษาลูกค้า
- ความพึงพอใจ (Satisfaction) ตัวชี้วัดความพึงพอใจที่ลูกค้าได้รับ
- ประโยชน์ที่ลูกค้าได้รับ (Customer Value) เป็นตัววัดผลประโยชน์ที่ลูกค้าได้รับจากการลงทุนขององค์กร

3) **ด้านการดำเนินงานภายใน (Internal Process Perspective)** เป็นการพิจารณาคุณค่าจากภายในองค์กร

- นวัตกรรม (Innovation)
- การดำเนินงาน (Operation)
- บริการหลังการขาย (After Sale Service)

4) **ด้านการเรียนรู้เพื่อการพัฒนา (Learning and Growth Perspective)**

- ความพึงพอใจของพนักงาน (Employee Satisfaction)
- ประสิทธิภาพของพนักงาน (Employee Productivity & Efficiency)

1.7.2 **ดัชนีวัดความสำเร็จห้องพัก**¹³ ประกอบด้วย

- 1) อัตราการเข้าพัก (Occupancy Rate)
- 2) อัตราราคาห้องพักเฉลี่ย (Average Room Rate / Revenue Per Available Room)
- 3) ต้นทุนทางตรงของห้องพัก (Direct Room)

¹² Robert S. Kaplan & David P. Norton, "Balanced Scorecard - Measure the Drive Performance"(1990).

¹³ กมล รัตนวิระกุล, Why Hotels Fail?(กรุงเทพฯ: บริษัท แอดวานซ์ โฮสপিทาลิตี้ คอนซัลแตนท์ จำกัด, 2551).

กลุ่มที่ 2 : แนวคิด ทฤษฎีด้านกิจการที่มีแนวคิดเชิงสังคม

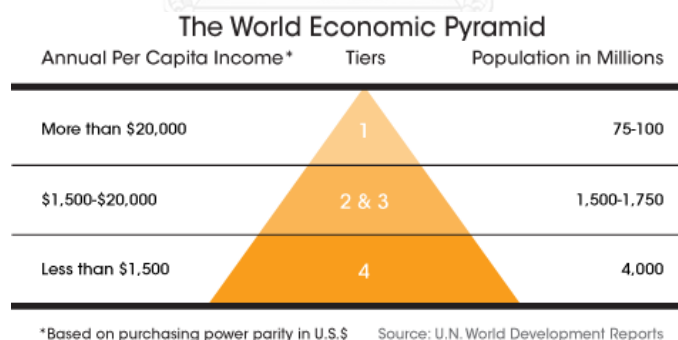
2.1 แนวคิดธุรกิจทั่วไป (General Business)

ธุรกิจทั่วไป หมายถึง กระบวนการของกิจการทางเศรษฐกิจที่สัมพันธ์เป็นระบบและอย่างต่อเนื่องในด้านการผลิต การซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะได้กำไรหรือผลตอบแทนจากกิจกรรมนั้น ดังนั้นกล่าวได้ว่า กิจกรรมใดที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ได้ผลกำไร (Profit) ถือว่าเป็นธุรกิจ

2.2 แนวคิดธุรกิจเกื้อกูล (Inclusive Business Model)

“สภาธุรกิจโลกเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน”(World Business Council for Sustainable Development : WBCSD) ได้นิยามคำว่า “**Inclusive Business**” ขึ้นใน พ.ศ.2548 เพื่อใช้เป็นแนวทางในการประกอบธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยคำนึงถึงชุมชนในระดับฐานรากของเศรษฐกิจ

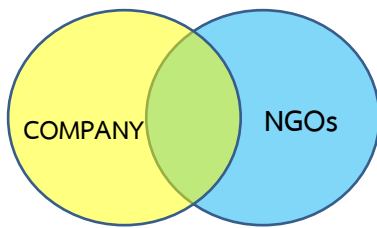
- **แง่อุปสงค์** โดยการพัฒนา ส่งมอบและบริการผลิตภัณฑ์ตามกำลังผู้บริโภคที่เป็นผู้มีรายได้น้อย ให้สามารถเข้าถึงสินค้าและบริการเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต เช่น ผลิตภัณฑ์ที่ชุมชนต้องการ กิจการด้านสุขภาพ อนามัย สุขาภิบาล การศึกษา พลังงาน น้ำ การเงิน ฯลฯ
- **แง่อุปทาน** ด้วยการสร้างงานแก่คนในท้องถิ่นที่มีรายได้น้อย เปิดโอกาสในการเป็นผู้ส่งมอบ ผู้ค้า ผู้จัดจำหน่าย ผู้ให้บริการ แรงงาน หรือผู้ประกอบการในห่วงโซ่ธุรกิจ (Value Chained)



ภาพที่ 2. 6 แสดงแนวคิด Base of Pyramid : BOP

“ธุรกิจเกื้อกูล” มาจากพื้นฐานแนวคิดที่ผู้มีรายได้น้อยเป็นฐานของปิรามิด (Base of Pyramid : BOP) ที่มีอยู่เป็นจำนวนมากและขาดโอกาสต่างๆ อันได้แก่

- ขาดโอกาสในการเข้าถึงสินค้าที่ดีและคุณภาพ หรือการซื้อสินค้าราคาสูงกว่าท้องตลาด
- ขาดโอกาสในการสร้างรายได้จากการเข้าถึงตลาด เพื่อนำเสนอสินค้าและบริการ
- ขาดข้อมูล-ความรู้ด้านการตลาด ทำให้ผลผลิต-การออกจำหน่ายไม่ตรงความต้องการตลาด
- ขาดสาธารณูปโภคและการขนส่ง ขาดนวัตกรรมและเทคโนโลยี

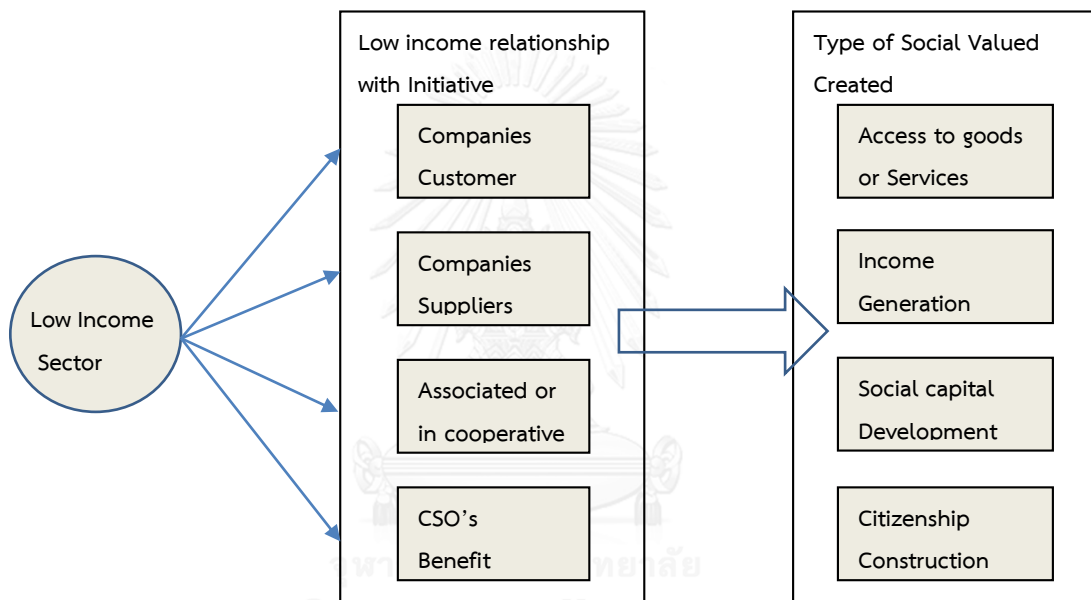


“Inclusive Business = Private Sector + Low Income Sector”

กิจการที่ใช้แนวคิดนี้จะมีลักษณะผสมระหว่างการทำเนิงานรูปแบบบริษัทและองค์กรไม่แสวงหากำไร จึงจัดว่าเป็น “กิจการที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR)”

2.2.1 แนวคิดผลประโยชน์ร่วมในธุรกิจเกื้อกูล¹⁴

ธุรกิจเกื้อกูลมีเป้าหมายในการสร้างผลประโยชน์ร่วมกันกับชุมชนผู้มีรายได้น้อย (Mutual Benefit) ให้เกิดขึ้นในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ (Value Chain)



ภาพที่ 2. 7 แสดงความสัมพันธ์ของการมีส่วนร่วมของชุมชนและประโยชน์ที่ได้รับ : 2010)

2.2.2 แนวคิดธุรกิจเกื้อกูลในการท่องเที่ยว (Inclusive Business in Tourism)¹⁵

กิจกรรมในธุรกิจการท่องเที่ยวและโรงแรมที่สามารถดึงชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมได้ ได้แก่

- 1) การบริการและการซ่อมบำรุง (Maintenance and Service)
- 2) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activity)
- 3) งานฝีมือ (Crafts)
- 4) อาหารและเครื่องดื่ม (Food & Beverage)

¹⁴ Ezequiel Reficco Particia Marquez, Gabriel Berger & SEKN, , *Socially Inclusive Business*(Harvard University, 2010).

¹⁵ Mariska van Gaalen and Christian Pirzer Christina Tewes-Gradl, *Destination Mutual Benefit : A Guide to Inclusive Business in Tourism*(EVADA UG, 2014).

- 5) การขนส่ง (Transportation)
- 6) การอนุรักษ์ทรัพยากร สิ่งแวดล้อม (Natural Conservation)
- 7) การก่อสร้าง (Construction)

	Maintenance and services	Activities	Crafts	Food and beverage	Transportation	Natural conservation	Construction
Tour operator							
Transport company							
Accommodation							
Restaurant							
Souvenir shop							
Activity provider							

ภาพที่ 2.8 การมีส่วนร่วมของชุมชนกับธุรกิจท่องเที่ยว (Tewes-Graddl, 2014)

กิจกรรมการมีส่วนร่วมในธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรม

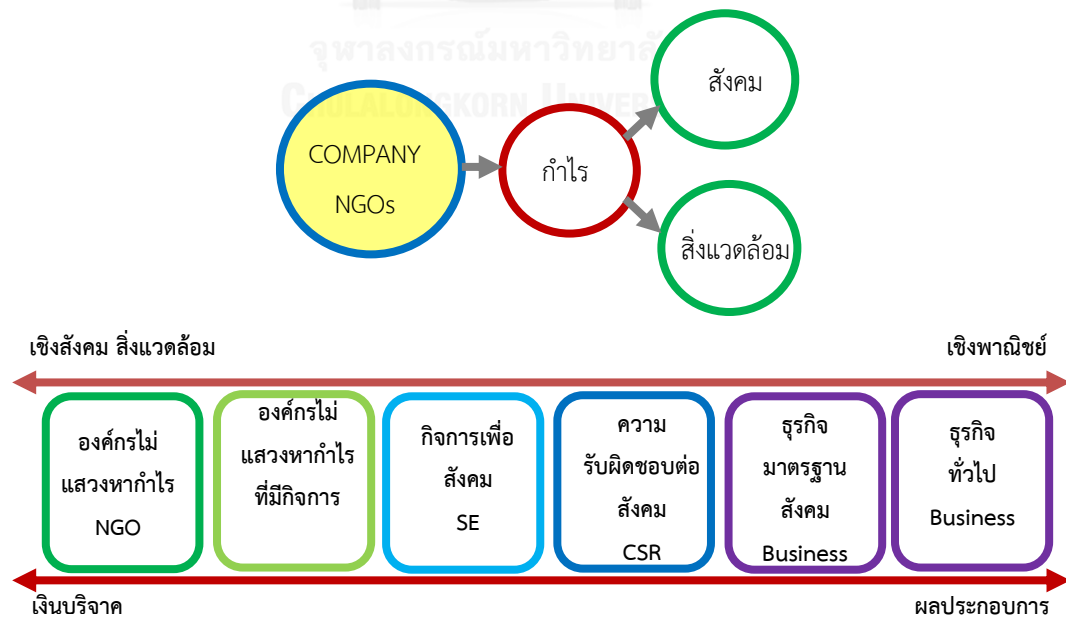
กิจกรรม	โอกาสการมีส่วนร่วมของชุมชน	ผลประโยชน์
1.การบริการและซ่อมบำรุง	<ul style="list-style-type: none"> - การจ้างงาน การสอนงาน - การสร้างธุรกิจอื่นให้ชุมชน เช่น ซักรีด ทำสวน ช่างประปา ฯลฯ - การบริการด้านสุขภาพกับลูกค้าจากความรู้ชุมชน - การจัดการขยะโดยชุมชน 	<ul style="list-style-type: none"> - เกิดความสัมพันธ์ที่ดีกับคนในชุมชน - ลดปัญหาเรื่องบุคลากร พนักงาน - เกิดการยอมรับนักท่องเที่ยวของคนในชุมชน - ลดปัญหาจราจร - มีบริการด้านสุขภาพแก่นักท่องเที่ยว - สร้างความตระหนักรู้เรื่องปัญหาสิ่งแวดล้อม
2.กิจกรรมการท่องเที่ยว	<ul style="list-style-type: none"> - ร่วมมือหรือจ้างกับมัคคุเทศก์ท้องถิ่น - ร่วมกับชุมชนสร้างกิจกรรมศิลปะและงานฝีมือ - ออกแบบทัวร์ใหม่เส้นทางชุมชน - ส่งเสริมนักท่องเที่ยวให้ออกไปทัศนศึกษาชุมชน - ร่วมกับกิจการในชุมชนสร้างตลาด 	<ul style="list-style-type: none"> - เกิดการท่องเที่ยวชุมชนโดยตรง ไม่ผ่านทัวร์ - เกิดนวัตกรรมและผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ - เพิ่มเวลาการเข้าพักของนักท่องเที่ยวได้ - ส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรมชุมชน - ช่วยพัฒนาการตลาดให้กิจการท้องถิ่น
3.งานฝีมือ	<ul style="list-style-type: none"> - ชื่อของที่ระลึกจากงานฝีมือชุมชน - ชื่อหรือของใช้ในกิจการจากงานฝีมือชุมชน - จัดพื้นที่หรือเวลาในการขายงานฝีมือ - ให้ข้อมูลนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับงานฝีมือชุมชน - จัดการงานฝีมือ ขยะและนำกลับมาใช้ใหม่ 	<ul style="list-style-type: none"> - ขยายฐานด้วยการสร้างเอกลักษณ์ให้ชุมชน - ลดค่าใช้จ่ายด้วยอุปทานชุมชน - ลดความขัดแย้งกับผู้ขายหรือคนกลาง - สร้างประสบการณ์สินค้าชุมชนที่แท้จริงกับลูกค้า - ลดขยะ
4.อาหารและเครื่องดื่ม	<ul style="list-style-type: none"> - ชื่อหรือจัดหาอาหารจากชุมชน - ชื่อหรือจัดหาผลิตภัณฑ์อาหารจากชุมชน - ชื่อหรือจัดหาผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มจากชุมชน - ผลิตอาหารเองโดยจ้างชุมชนดูแล 	<ul style="list-style-type: none"> - ลดค่าใช้จ่ายด้านอาหาร - พัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารชุมชนให้ดีขึ้น - ตอบสนองลูกค้าด้วยประสบการณ์อาหารท้องถิ่น - สร้างโอกาสให้นักท่องเที่ยวเข้าร่วมมีประสบการณ์ทำอาหารหรือเก็บเกี่ยวผลผลิต
5.การขนส่ง	<ul style="list-style-type: none"> - จ้างงานคนขับรถในชุมชน - ร่วมงานกับธุรกิจขนส่งในท้องถิ่น 	<ul style="list-style-type: none"> - คนขับรถชุมชนมีความชำนาญทาง - ลดความเสี่ยงทางธุรกิจเรื่องการเดินทาง

	<ul style="list-style-type: none"> - จัดให้ข้อมูลนักท่องเที่ยวสามารถใช้บริการชุมชนส่งชุมชน - นำรูปแบบการเดินทางท้องถิ่นมาใช้เช่น จักรยาน 	<ul style="list-style-type: none"> - การเดินทางแบบดั้งเดิมสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยว
6.การอนุรักษ์ทรัพยากร	<ul style="list-style-type: none"> - เข้าที่ดินจากชุมชนเพื่อช่วยอนุรักษ์ที่ดินจากความไม่พร้อมของชุมชน - แลกเปลี่ยนความรู้เรื่องการอนุรักษ์กับชุมชน - อำนวยความสะดวกกิจกรรมอนุรักษ์ - สนับสนุนกิจกรรมอนุรักษ์ 	<ul style="list-style-type: none"> - ช่วยอนุรักษ์คุณภาพสิ่งแวดล้อม - สร้างองค์ความรู้และเทคนิคการอนุรักษ์ - สร้างความแข็งแกร่งทางชื่อเสียงด้านอนุรักษ์
7.การก่อสร้าง	<ul style="list-style-type: none"> - เข้าที่ดินจากชุมชน - ซื้อวัสดุก่อสร้างจากชุมชน - ใช้ผู้รับเหมาหรือแรงงานจากท้องถิ่น ชุมชน - ใช้ช่างฝีมือท้องถิ่น - ใช้เทคนิค ภูมิปัญญาท้องถิ่น ลดพลังงาน 	<ul style="list-style-type: none"> - ปกป้องที่ดินจากการถูกทำลายและรักษาความสัมพันธ์กับชุมชนเจ้าของที่ดิน - ลดมลพิษด้านการก่อสร้าง - สร้างชื่อเสียงทางกายภาพที่ดีต่อนักท่องเที่ยว - สร้างความประทับใจในเอกลักษณ์ท้องถิ่น - ลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน

ตารางที่ 5 การมีส่วนร่วมของชุมชนกับธุรกิจท่องเที่ยว (Tewes-Gratl, 2014)

2.3 แนวคิดและทฤษฎีกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise Model)

“กิจการเพื่อสังคม” (Social Enterprise) คือ การที่เอกชนซึ่งเป็นบุคคล กลุ่มบุคคล หรือชุมชนได้ประกอบกิจการหรือดำเนินการโดยมีเป้าหมายอย่างชัดเจนตั้งแต่เริ่มต้น เพื่อแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาชุมชน สังคม หรือสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก และมีรายรับจากการขาย การผลิตสินค้า หรือการให้บริการ ซึ่งมีได้มุ่งสร้างกำไรสูงสุดต่อผู้ถือหุ้นหรือเจ้าของกิจการ (สนง.กิจการเพื่อสังคมแห่งชาติ, 2554)



ภาพที่ 2. 9 แสดงแนวคิดกิจการเพื่อสังคม (Alter K., 2004)

ลักษณะของกิจการเพื่อสังคม¹⁶

- 1) มีเป้าหมายทางสังคมและสิ่งแวดล้อม
 - มีการกำหนดวัตถุประสงค์อย่างชัดเจนตั้งแต่เริ่มต้น โดยเป้าหมายไม่ใช่ผลกำไรสูงสุด
- 2) มีรูปแบบการดำเนินงานกิจการที่มีความยั่งยืนทางการเงิน
 - มีที่มาแหล่งเงินทุนที่ชัดเจน หลากหลายแหล่ง
 - มีรายได้จากการขายสินค้าและบริการ โดยมีการผลิตสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง
- 3) เป็นมิตรต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
 - มีกระบวนการผลิต หรือการดำเนินงานที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสุขภาพ สังคมและสิ่งแวดล้อม ในระยะยาว
 - มีการใช้นวัตกรรมต่างๆในการแก้ปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม
- 4) ผลกำไรกลับคืนสู่สังคมตามเป้าหมายที่วางไว้
 - ผลกำไรส่วนใหญ่นำไปใช้หรือขยายผลเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ทางสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ได้กำหนดไว้
 - มีสัดส่วนการปันผลให้หุ้นส่วนที่น้อยกว่าการนำไปใช้ทางสังคม
- 5) ดำเนินการอย่างโปร่งใส มีธรรมาภิบาล
 - มีอิสระในการบริหาร ใช้หลักการตัดสินใจร่วมกันของสมาชิก ไม่ใช่สัดส่วนทุน
 - มีการจัดตั้งกลุ่มเครือข่ายที่ทำงานร่วมกัน
 - เป็นการมีส่วนร่วมโดยธรรมชาติของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จึงจัดว่าเป็นธุรกิจแบบมีส่วนร่วมรูปแบบหนึ่ง

2.4 แนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชน (People Participation Concept)

2.4.1 รูปแบบการมีส่วนร่วมของชุมชน¹⁷ มี 3 รูปแบบใหญ่ๆ

- 1) การมีส่วนร่วมแบบเป็นไปเอง (Spontaneous) เป็นการอาสา-รวมตัวกันเอง ไม่ได้ได้รับความช่วยเหลือจากภายนอก เพื่อแก้ปัญหาชุมชนที่ประสบร่วมกัน มีเป้าหมายร่วมกัน
- 2) การมีส่วนร่วมแบบชักนำ (Induced) เป็นการเข้าร่วมกันโดยต้องการความเห็นชอบหรือสนับสนุนจากภาครัฐหรือหน่วยงานอื่น เป็นรูปแบบของประเทศกำลังพัฒนา
- 3) การมีส่วนร่วมแบบบังคับ (Coercive) เป็นการมีส่วนร่วมภายใต้การดำเนินงานโดยภาครัฐหรือหน่วยงาน เป็นรูปแบบที่ได้รับผลทันที แต่อาจไม่เกิดผลในระยะยาว

¹⁶ Thai Social Enterprise Office, "Social Enterprise Business Model Book Se 101 Introduction to Social Enterprise," (2554).

¹⁷United Nation, Department of International Economic and Social Affairs

2.4.2 ขั้นตอนการมีส่วนร่วมตามแนวคิด Cohen & Uphoff¹⁸

1) การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและวางแผน (Decision Making)

เป็นการร่วมคิดร่วมวางแผน จัดเตรียมความพร้อมและสิ่งอำนวยความสะดวก ร่วมประชุมลงความเห็น-ข้อเสนอแนะและแบ่งหน้าที่ปฏิบัติ

2) การมีส่วนร่วมในการดำเนินการ (Implementation)

เป็นได้ทั้งการเข้าร่วมกิจกรรม ร่วมแรงร่วมใจ ร่วมบริหารหรือการสนับสนุนทรัพยากร

3) การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ (Benefit)

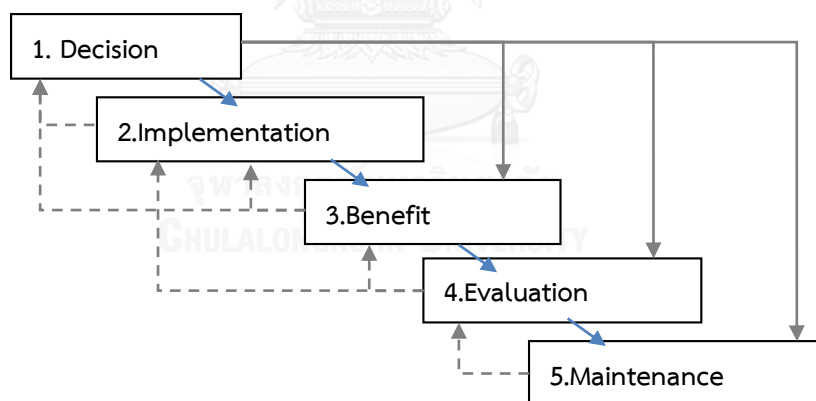
สมาชิกมีสิทธิ์ได้รับประโยชน์ เป็นได้ทั้งตัวเงินและวัตถุ โดยต้องมีการจัดสรรโดยยุติธรรม เพื่อกระตุ้นให้กิจกรรมดำเนินต่อไป

4) การมีส่วนร่วมในการประเมินผล (Evaluation)

เมื่อดำเนินการแล้ว อาจมีปัญหาเกิดขึ้นจึงต้องมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ประชุมเพื่อประเมินงานและแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น

5) การมีส่วนร่วมบำรุงรักษา (Maintenance)

เมื่อมีการใช้ผลประโยชน์ร่วมกันแล้วต้องมีการทำนุบำรุงรักษาทรัพยากรร่วมกันไม่ให้เสื่อมโทรมลงไปจนไม่เกิดประโยชน์



ภาพที่ 2. 10 ระดับขั้นของการมีส่วนร่วมตามแนวคิดของ Cohen & Uphoff

2.4.3 ระดับการมีส่วนร่วมของชุมชน

- 1) Shery R. Arnstein ได้เสนอรูปแบบ “ขั้นบันไดการมีส่วนร่วมของชุมชน 8 ขั้นตอน” คือ¹⁹

¹⁸ สุรียพร พงษ์พานิช, "การมีส่วนร่วมของประชาชน บทบาทใหม่ของประชาชนกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน,"

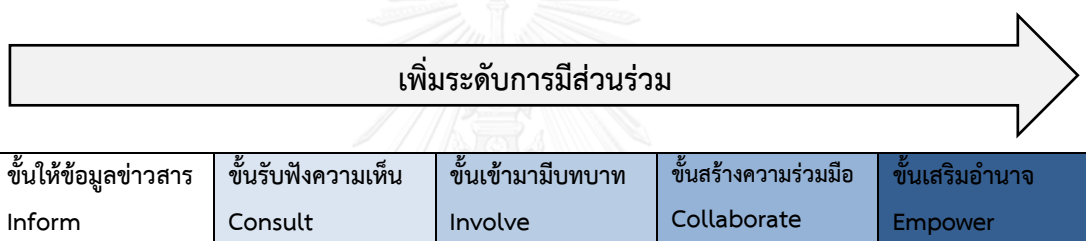
<http://conservation.forest.ku.ac.th/>.

¹⁹ Shery R. Arnstein, "A Ladder of Citizen Participation," *Journal of the American Institute of Planners* 35, no. 4 (1969).

	ขั้นตอนการมีส่วนร่วม	ระดับการมีส่วนร่วม
8	ขั้นควบคุมโดยชุมชน (Citizen Control)	การมีส่วนร่วมระดับอำนาจเป็นของประชาชน (Degree of citizen power)
7	ขั้นใช้อำนาจผ่านตัวแทน (Delegated Power)	
6	ขั้นเป็นหุ้นส่วน (Partnership)	
5	ขั้นปรึกษาหารือ (Placation)	การมีส่วนร่วมบางส่วน/ระดับพิธีกรรม (Partial Participation)
4	ขั้นแสดงความคิดเห็น (Consultation)	
3	ขั้นให้ข้อมูล (Information)	
2	ขั้นชี้แจง (Therapy)	ไม่มีส่วนร่วม/ระดับการใช้ประโยชน์ (Non-Participation)
1	ขั้นถูกจัดให้กระทำ (Manipulation)	

ตารางที่ 6 ตารางแสดงระดับการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ 8 ขั้น ของ Arnstein

2) สมาคมนานาชาติด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน (International Association of Public Participation) ได้แบ่งระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนเป็น 5 ขั้นตอน²⁰



ภาพที่ 2. 11 ระดับขั้นของการมีส่วนร่วมตามแนวคิดของ IAP2

กลุ่มที่ 3 : แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1 แนวคิด ทฤษฎีด้านการอนุรักษ์

การอนุรักษ์ หมายถึง การดูแลรักษาเพื่อให้คงคุณค่าไว้ โดยการป้องกัน สงวนรักษา การบูรณปฏิสังขรณ์หรือการประยุกต์ใช้สอย มีระดับที่แตกต่างกัน โดยอาจใช้วิธีหนึ่งหรือหลายวิธีร่วมกัน รวมถึงการอนุรักษ์เพื่อรื้อฟื้น ฟื้นฟูเพื่อให้สามารถนำกลับมาใช้ประโยชน์และสืบสานให้คงอยู่ต่อไป²¹

เกณฑ์การพิจารณาคุณค่าอาคาร เกณฑ์คุณค่าพื้นฐาน (Basic Criteria)²²

- 1) ประวัติศาสตร์ (History) หมายถึง สิ่งที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์หรือบุคคลที่เกิดขึ้นในอดีตซึ่งได้มีการบันทึกไว้ การอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรมนั้นจึงเป็นการอนุรักษ์ประวัติศาสตร์ด้วย ซึ่งมักจะเกี่ยวข้องกับช่วงเวลาที่เราใช้อธิบายความสัมพันธ์ของมรดกวัฒนธรรมนั้นๆกับเหตุการณ์หรือบุคคลที่เกิดขึ้นในประวัติศาสตร์

²⁰ International Association of Public Participation, "Public Participation Spectrum,"(IAP2 International Federation 20142014).

²¹ ICOMOS, "กฎบัตรประเทศไทย ว่าด้วยการบริหารจัดการแหล่งมรดกวัฒนธรรม,"(2550).

²² ยงธนันท์ พิมลเสถียร, การปรับปรุงฟื้นฟูและการอนุรักษ์เมือง(กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ธรรมศาสตร์, 2556).

- 2) **โบราณคดี (Archeology)** หมายถึง การมีหลักฐานที่ใช้อธิบายได้ถึงมนุษย์และอารยธรรมของมนุษย์ในอดีต หลักฐานทางโบราณคดีใช้เพื่อศึกษาอดีตและอารยธรรมมนุษย์
- 3) **ลักษณะแห่งการก่อสร้าง (Architecture)** หมายถึง สิ่งก่อสร้างหรือสถาปัตยกรรมที่มีลักษณะเด่นในด้านรูปแบบ ยุคสมัย วิธีการก่อสร้าง วัสดุหรือองค์ประกอบต่างๆ ที่แสดงให้เห็นถึงความสามารถของผู้สร้างในอดีต สถาปัตยกรรมอาจใช้เป็นหลักฐานทางประวัติศาสตร์และโบราณคดี รวมทั้งเป็นองค์ประกอบหลักในการอนุรักษ์ย่าน-เมืองด้วย
- 4) **สุนทรียภาพ (Aesthetic)** หรือความงาม เป็นคุณสมบัติที่ผู้พบเห็นเกิดความรื่นรมย์ยินดี ตื่นตาตื่นใจ หรือเกิดความสะเทือนใจก็ได้ สุนทรียภาพเป็นนามธรรม (Abstract) ค่อนข้างสูง เนื่องจากความงามขึ้นอยู่กับบุคคล
- 5) **อายุ (Age)** มีความเกี่ยวข้องกับด้านประวัติศาสตร์ในเรื่องของช่วงเวลา ตามหลักสากลนับเวลาว่าเป็นประวัติศาสตร์ไว้ที่ 50 ปี ส่วนมากใช้เป็นเกณฑ์ในการระบุอาคาร

3.2 แนวคิดและทฤษฎีด้านการปรับปรุงอาคาร ²³

3.2.1 ประเภทของการปรับปรุงอาคาร

Edgar Lion ได้แบ่งประเภทการปรับปรุงอาคารตามเกณฑ์อายุอาคาร (ช่วงเวลาสงครามโลกครั้งที่ 2 เป็นเกณฑ์) และเกณฑ์การใช้งาน แบ่งประเภทดังนี้ (Edgar Lion, 1982)

- 1) **Old Building – Same Use** คือ กรณีอาคารเก่า ต้องการปรับปรุงเนื่องจากอายุการใช้งานที่มากขึ้น เกิดความเสื่อมและทรุดโทรมของอาคารและระบบต่างๆ รวมถึงการปรับปรุงผิวอาคารด้วย โดยไม่ได้เปลี่ยนแปลงการใช้งาน
- 2) **Old Building – New Use** คือ กรณีอาคารเก่า ต้องการปรับปรุงเพื่อเปลี่ยนรูปแบบการใช้งานเดิมให้รองรับการใช้งานใหม่ อาจมีเรื่องการปรับปรุงสภาพลักษณะใหม่อาคารให้สอดคล้องกันด้วย
- 3) **New Building – Same Use** คือ กรณีอาคารใหม่ ต้องการการปรับปรุงในส่วนประกอบย่อยที่จำเป็นหรือโดยรวม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้งานของอาคาร
- 4) **New Building – New Use** คือ กรณีอาคารใหม่ ต้องการการปรับปรุงการเพื่อเปลี่ยนแปลงรูปแบบการใช้งานอาคาร มากกว่าเพื่อภาพลักษณ์

²³ อ้างถึงใน ปิยะพันธ์ มั่นคง, "การปรับปรุงทางกายภาพของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ตั้งแต่ พ.ศ.2524-2551" (จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2552).

3.2.2 ขอบเขตและระดับการปรับปรุงอาคาร

David Highfield ได้แบ่งขอบเขตและระดับการบูรณะปรับปรุงอาคารตามความเปลี่ยนแปลงของพื้นที่จากน้อยไปมาก ดังนี้ (David Highfield, 1987)

- 1) เก็บรักษาโครงสร้างของอาคาร รวมถึงรายละเอียดปลีกย่อยต่างๆ ไว้เช่นเดิมทั้งหมด โดยทำการปรับปรุงเฉพาะพื้นผิวภายใน (Interior Finishing) และอุปกรณ์ภายในต่างๆ
- 2) เก็บรักษาผนังและพื้นผิวนอกอาคารและหลังคาไว้ โดยทำการปรับปรุงส่วนประกอบภายในอาคารบางส่วน เช่น บันได หรือลิฟต์ เป็นต้น รวมถึงการปรับปรุงพื้นผิวภายใน และอุปกรณ์
- 3) เก็บรักษาผนังและพื้นผิวนอกอาคารและหลังคาไว้ โดยทำการปรับปรุงส่วนประกอบสำคัญภายในอาคาร รวมถึงการรื้อถอน-ต่อเติมโครงสร้างหรือผนังภายใน และการปรับปรุงพื้นผิวภายใน และอุปกรณ์
- 4) เก็บรักษาผนังภายนอกอาคารไว้ โดยรื้อถอนหลังคาและส่วนประกอบภายในทั้งหมด จึงทำการก่อสร้างอาคารใหม่โดยใช้ผนังอาคารเดิม ลักษณะการปรับปรุงนี้มักเกิดกับอาคารที่มีส่วนประกอบภายนอกควรค่าแก่การเก็บรักษา แต่อาจต้องปรับเปลี่ยนการใช้งานให้เหมาะสมกับความต้องการปัจจุบัน
- 5) เก็บรักษาผนังภายนอกอาคารไว้บางส่วน รื้อถอนส่วนที่เหลือและก่อสร้างอาคารใหม่โดยใช้ผนังอาคารเดิม ลักษณะการปรับปรุงนี้มักเกิดขึ้นกับอาคารที่อยู่บริเวณหัวมุม
- 6) เก็บรักษาผนังภายนอกอาคารไว้เพียงส่วนเดียว รื้อถอนส่วนที่เหลือหมดและก่อสร้างอาคารใหม่ ลักษณะการปรับปรุงนี้มักเกิดขึ้นกับอาคารที่ควรค่าแก่การรักษาเพียงด้านเดียวและมักตั้งอยู่บนถนนสายหลัก
- 7) การรื้อถอนส่วนประกอบทั้งหมดของอาคารเดิม แล้วสร้างอาคารใหม่

3.2.3 การปรับปรุงอาคารด้านประโยชน์ใช้สอย (Function) แบ่งเป็น 2 ประเภท

- 1) การปรับปรุงหรือพัฒนาให้ดีขึ้น (Upgrading) ทำได้ 2 รูปแบบ คือ
 - 1.1) การเพิ่มความสามารถทางเทคโนโลยี
 - 1.2) การเพิ่มประสิทธิภาพโดยการปรับปรุงพื้นที่
 - **Alteration** การเปลี่ยนแปลงแก้ไขรูปแบบภายในอาคารเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้งาน แต่ไม่เพิ่มพื้นที่ในอาคาร โดยใช้การก่อสร้าง
 - **Allocate** การจัดสรรพื้นที่ในอาคารเพื่อให้เหมาะสมต่อการใช้งาน
 - **Re layout** การปรับเปลี่ยนหรือการจัดพื้นที่ใหม่ จากการใช้งานพื้นที่เดิมเพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์การใช้งานพื้นที่ใหม่

- 2) การเปลี่ยนแปลงประเภทการใช้งาน (Adaptation/Re-function) มี 3 ประเภท
 - 2.1) Adaptive Reuse คือการปรับปรุง เปลี่ยนแปลงอาคารที่มีอยู่ให้ตอบสนองกับวัตถุประสงค์การใช้งานที่เปลี่ยนแปลงไป
 - 2.2) Adaptive Abuse คือการปรับปรุง เปลี่ยนประโยชน์การใช้งานอาคารใหม่ เนื่องจากความเสื่อมโทรมของโครงสร้างและสถาปัตยกรรม
 - 2.3) Conversion คือการเปลี่ยนแปลงการใช้งานของอาคารไปสู่การใช้งานอย่างอื่น ซึ่งต้องพิจารณากฎหมายประกอบ

3.3 กฎหมายที่เกี่ยวข้อง

3.3.1 พระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ.2547

มาตรา 4 : นิยามความหมายของโรงแรมตามกฎหมาย

“โรงแรม” หมายความว่า สถานที่พักที่จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ในทางธุรกิจเพื่อบริการที่พักชั่วคราวสำหรับคนเดินทางหรือบุคคลอื่นใดโดยมีค่าตอบแทน ทั้งนี้ไม่รวมถึง

- 1) สถานที่พักที่จัดตั้งขึ้นเพื่อให้บริการที่พักชั่วคราวซึ่งดำเนินการโดยส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์กรมหาชน หรือหน่วยงานอื่นๆของรัฐ หรือเพื่อการกุศล หรือการศึกษา ทั้งนี้มิใช่เป็นการหาผลกำไรหรือรายได้มาแบ่งปันกัน
- 2) สถานที่พักที่จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้บริการที่พักอาศัยที่คิดค่าบริการเป็นรายเดือนขึ้นไปเท่านั้น
- 3) สถานที่พักอื่นใดตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

มาตรา 13 : กำหนดลักษณะสถานที่พักที่เข้าชายโรงแรม

“ให้สถานที่พักที่มีจำนวนห้องพักในอาคารเดียวกันหรือหลายอาคารรวมกันไม่เกินสี่ห้อง และจำนวนผู้พักรวมกันทั้งหมดไม่เกิน 20 คน ซึ่งจัดตั้งขึ้นเพื่อให้บริการที่พักชั่วคราวสำหรับคนเดินทางหรือบุคคลอื่นใดโดยมีค่าตอบแทนอันมีลักษณะเป็นการประกอบกิจการเพื่อหารายได้เสริม และได้แจ้งให้นายทะเบียนทราบตามแบบที่รัฐมนตรีกำหนด ไม่เป็นโรงแรมตามข้อ (3) ของ มาตรา 4”

3.3.2 กฎกระทรวงว่าด้วย “ข้อกำหนดประเภทและหลักเกณฑ์การประกอบธุรกิจโรงแรม พ.ศ. 2551”

แบ่งออกโรงแรมเป็น 4 ประเภท

- 1) โรงแรมประเภท 1 หมายความว่า โรงแรมที่ให้บริการเฉพาะห้องพัก
- 2) โรงแรมประเภท 2 หมายความว่า โรงแรมที่ให้บริการห้องพักและอาหาร หรือสถานที่สำหรับบริการอาหารหรือสถานที่สำหรับประกอบอาหาร

- 3) โรงแรมประเภท 3 หมายความว่า โรงแรมที่ให้บริการห้องพัก ห้องอาหารหรือสถานที่สำหรับบริการอาหารหรือสถานที่สำหรับประกอบอาหาร และสถานบริการตามกฎหมายว่าด้วยสถานบริการหรือห้องประชุมสัมมนา
- 4) โรงแรมประเภท 3 หมายความว่า โรงแรมที่ให้บริการห้องพัก ห้องอาหารหรือสถานที่สำหรับบริการอาหารหรือสถานที่สำหรับประกอบอาหาร สถานบริการตามกฎหมายว่าด้วยสถานบริการและห้องประชุมสัมมนา

3.3.3 กฎกระทรวงว่าด้วย “การกำหนดลักษณะอาคารประเภทอื่นที่ใช้ประกอบธุรกิจโรงแรม พ.ศ.2559”

การกำหนดหลักเกณฑ์ของอาคารแต่ละประเภทที่จะสามารถนำมาใช้ประกอบธุรกิจโรงแรมได้จะต้องมีการปรับปรุงแก้ไขให้มีลักษณะและมาตรฐานความปลอดภัยตามที่กำหนดไว้ในกฎกระทรวง จึงจะสามารถขออนุญาตเปลี่ยนการใช้อาคาร หรือประกอบธุรกิจโรงแรมได้ อาทิ ความกว้างของช่องทางเดิน บันได การติดตั้งเครื่องดับเพลิง



3.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโฮสเทลและกิจการที่มีแนวคิดเชิงสังคม โดยมีข้อสรุปจากงานวิจัยในด้านต่างๆ เพื่อนำไปใช้ในงานวิจัยนี้คือ

1. แนวคิดการพัฒนา : นำไปใช้ในการวิเคราะห์แนวคิดในงานวิจัย

ปัจจัยการพัฒนากิจการเชิงสังคมที่สำคัญคือ วิสัยทัศน์และประสบการณ์ของผู้พัฒนา

2. กระบวนการพัฒนาด้านกายภาพ : นำไปใช้ในการวิเคราะห์ด้านกายภาพในงานวิจัย

การคัดเลือกที่ตั้ง – ที่ตั้งโครงการแตกต่างกันตามจุดมุ่งหมายทางด้านสังคมหรือด้านผลกำไร การคัดเลือกที่ตั้งต้องตรงกับกลุ่มเป้าหมายโครงการ

การคัดเลือกอาคาร – ส่วนใหญ่ดัดแปลงจากอาคารเก่าหรือตึกแถว พื้นที่ที่เหมาะสมคือตั้งแต่ 2 คูหาขึ้นไป

การออกแบบ – ต้องคำนึงปัจจัย คือ ความสะอาด การตกแต่ง รูปลักษณะภายนอก ขนาด พื้นที่กว้างขวางและความปลอดภัย เน้นการออกแบบให้โดดเด่นและต้องมีพื้นที่ส่วนกลาง

การก่อสร้าง – โรงแรมที่มีแนวคิดเชิงสังคมมีระยะเวลาก่อสร้างนานกว่าโรงแรมทั่วไป

3. ผลดำเนินงานและการลงทุน : นำไปใช้ในการวิเคราะห์การลงทุนในงานวิจัย

โฮสเทลที่มีแนวคิดเชิงธุรกิจเฉลี่ยมีระยะคืนทุน 5-10 ปี อัตราเข้าพักเฉลี่ยร้อยละ 70

ส่วนโรงแรมที่มีแนวคิดเชิงสังคมผลตอบแทนเหมือนโรงแรมทั่วไป มีแหล่งการเงินแตกต่างจากโรงแรมทั่วไปคือ จากการระดมทุนหรือ NGO ได้รับชื่อเสียงตราสินค้าและช่องทางการตลาดที่พิเศษกว่าโรงแรมทั่วไป

4. ผลดำเนินงานด้านกลุ่มลูกค้า : นำไปใช้ในการวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าในงานวิจัย

นักท่องเที่ยวที่เข้าพักโฮสเทลย่านเมืองเก่าส่วนใหญ่เป็นชาวยุโรป ชอบการปฏิสัมพันธ์ ส่วนใหญ่คุ้นเคยกับการพักโฮสเทล เดินทาง 1-2 คน เข้าพัก 1-4 วัน โดยจองห้องพักผ่าน Internet และตัดสินใจจากความเห็น Online เลือกที่พักจากปัจจัย ด้านกายภาพสิ่งแวดล้อม การออกแบบ การบริการ ราคา ความสะอาด ความปลอดภัย และชอบการบริการแบบเป็นกันเอง

5. วิธีวิจัย : นำไปใช้ในเป็นแนวทางระเบียบวิธีวิจัยในงานวิจัย

งานวิจัยที่มีวัตถุประสงค์ศึกษากระบวนการพัฒนาใช้วิธีวิจัยโดยการสัมภาษณ์ผู้พัฒนา งานวิจัยที่มีวัตถุประสงค์ศึกษาผลเชิงธุรกิจโฮสเทลใช้วิธีวิจัยโดยแบบสอบถามผู้เข้าพักและสัมภาษณ์ผู้พัฒนา งานวิจัยที่มีวัตถุประสงค์ศึกษารูปแบบและลักษณะทางกายภาพ ใช้วิธีวิจัยโดยการสำรวจ

1) ธนัชธันย์ พิพิธสิน วิทยานิพนธ์เรื่อง กระบวนการพัฒนาโรงแรมบูติคที่มีกิจการเพื่อสังคม หลักสูตรเคหะพัฒนาสถาปัตยกรรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ภาควิชาเคหะการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2557

วัตถุประสงค์ : เพื่อศึกษาแนวคิดและกระบวนการในการพัฒนาโรงแรมที่มีกิจการเพื่อสังคม

ระเบียบวิธีวิจัย : โดยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการกรณีศึกษา 4 โครงการ รวมถึงโรงแรมบ้านพักประวัติศาสตร์หลวงราชไมตรี จังหวัดจันทบุรี ซึ่งเป็นโครงการที่มีแนวคิด “ร่วมอนุรักษ์ด้วยการร่วมเป็นเจ้าของ” ซึ่งเป็นรูปแบบหนึ่งของการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาโครงการ

ผลสรุปการวิจัย : ผลการวิจัยพบว่า โรงแรมที่มีกิจการเพื่อสังคม มีผลประกอบการเหมือนโรงแรมทั่วไปและยังสามารถแก้ไขปัญหาสังคมที่เป็นเป้าหมายของโรงแรมได้ ซึ่งล้วนเกิดจากวิสัยทัศน์และประสบการณ์ของผู้บริหารเป็นสำคัญ โดยกรณีศึกษากลุ่มที่เน้นด้านสังคมใช้เวลาในการก่อสร้างมากกว่าเนื่องจากการเรียนรู้ร่วมกันและเพื่อแก้ไขปัญหาสังคม ส่วนกลุ่มที่มุ่งเน้นด้านผลกำไรเริ่มปรับแนวคิดด้านสังคมเมื่อโรงแรมประสบปัญหาและพบว่าแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงช่วยให้สามารถแก้ปัญหาของโครงการได้ โดยที่มาแหล่งการเงินและการเลือกที่ตั้งโครงการแตกต่างกันตามจุดมุ่งหมายทางด้านสังคมและด้านผลกำไร ด้านการตลาดโรงแรมที่มุ่งด้านสังคมมีช่องทางการตลาดที่พิเศษกว่าและมีชื่อเสียงตราสินค้าที่ยั่งยืนกว่า งานวิจัยนี้มีข้อเสนอแนะให้มีการวัดผลทางสังคมต่อไป

2) กฤษฏา ฉัฐมะ วิทยานิพนธ์เรื่อง การศึกษารูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มในการพัฒนาโครงการที่พักประเภทโฮสเทลในกรุงเทพมหานคร หลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตร์หาบัณฑิต สาขาวิชาสถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 2558

วัตถุประสงค์ : เพื่อศึกษารูปแบบโฮสเทลในกรุงเทพฯ และหารูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มทั้งด้านกายภาพและบริการตามทำเลที่ตั้ง และหาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าพัก

ระเบียบวิธีวิจัย : ศึกษาโฮสเทลในกลุ่มทำเลที่ตั้งที่แตกต่างกัน 5 ทำเล รวมถึงย่านวัฒนธรรมเมืองเก่า โดยการสำรวจและสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและผู้เข้าพักในโครงการกรณีศึกษา 15 โครงการ

ผลสรุปการวิจัย : ผลการวิจัยพบว่า โฮสเทลส่วนใหญ่เป็นการนำอาคารเก่ามาปรับปรุงการใช้งานส่วนใหญ่นิยมตั้งตามแนวรถไฟฟ้าเพื่อการเข้าถึงที่สะดวก รูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มนั้นมีขึ้นอยู่กับกลุ่มลูกค้าและทำเลที่ตั้ง โดยทำเลย่านวัฒนธรรมเป็นกลุ่มชาวยุโรป มีพฤติกรรมชอบการปฏิสัมพันธ์ จึงเน้นพื้นที่ส่วนกลางสำหรับการพักผ่อน ส่วนทำเลย่านธุรกิจส่วนใหญ่เป็นชาวเอเชียมีพฤติกรรมชอบความเป็นส่วนตัว จึงมีการออกแบบห้องพักส่วนตัวอยู่ ด้านการออกแบบเน้นความโดดเด่นพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวก และสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการบริการอย่างเป็นกันเอง

3) ธนาวุฒิ ศุภางค์รัตน์ วิทยานิพนธ์เรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเข้าพักโฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานคร หลักสูตรศิลปศาสตรมหา

บัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและโรงแรม คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร 2552

วัตถุประสงค์ : เพื่อศึกษาปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการเข้าพัก และศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่สัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกเข้าพักที่ที่พักประเภทโฮสเทล

ระเบียบวิธีวิจัย : โดยศึกษาข้อมูลจากผู้เข้าพักโฮสเทลยอดนิยมในกรุงเทพมหานครจำนวน 385 ราย โดยการใช้แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับ ประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการใช้บริการ ความพึงพอใจด้านปัจจัยทางการตลาด และสอบถามข้อเสนอแนะ

ผลสรุปการวิจัย : ผลการวิจัยพบว่า ผู้เข้าพักส่วนใหญ่เคยพักในโฮสเทลมาแล้ว และเดินทางคนเดียวหรือสองคน ระยะเวลาการเข้าพัก 1-4 วัน โดยมีสัดส่วนการเลือกห้องพักแบบเดี่ยวและแบบรวมใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่จองผ่านอินเทอร์เน็ต โดยปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าพักมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ ด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ ด้านการให้บริการและด้านราคา

4) **ธีรกานต์ ศรีสัตยากุล วิทยานิพนธ์เรื่อง แนวทางการออกแบบพื้นที่ใช้สอยของโรงแรมเพื่อพักอาศัยขนาดเล็กที่ถูกดัดแปลงมาจากตึกแถว : กรณีศึกษาโรงแรมขนาดเล็กย่านสีลม**
หลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 2554

วัตถุประสงค์ : เพื่อศึกษาลักษณะทางกายภาพของโรงแรมขนาดเล็กที่ดัดแปลงมาจากตึกแถวและจัดลำดับปัจจัยทางกายภาพโรงแรมที่มีส่งผลต่อการบริหารจัดการพื้นที่และการตัดสินใจเลือกเข้าพัก

ระเบียบวิธีวิจัย : ศึกษาข้อมูลทางกายภาพจากการสำรวจและเอกสาร ใช้แบบสอบถามผู้เข้าพักเพื่อศึกษาข้อมูลด้านการปัจจัยทางกายภาพที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าพัก

ผลสรุปการวิจัย : ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการออกแบบพื้นที่ใช้สอยในโรงแรมขนาดเล็กที่ดัดแปลงมาจากตึกแถวเก่า แตกต่างกันในแต่ละการใช้งาน ได้แก่ ความสะอาด การตกแต่ง รูปลักษณะภายนอก ขนาดพื้นที่กว้างขวางและความปลอดภัย เป็นปัจจัยสำคัญในการออกแบบพื้นที่

5) **รุ่งชัย ภรณ์สุกสี วิทยานิพนธ์เรื่อง แนวทางการพัฒนาตึกแถวเพื่อใช้เป็นโรงแรมขนาดเล็กในย่านศูนย์กลางธุรกิจ หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 2555**

วัตถุประสงค์ : เพื่อศึกษาองค์ประกอบทางกายภาพและจัดลำดับความสำคัญในการพัฒนา ศึกษาความเป็นไปได้โครงการและวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของลักษณะทางกายภาพที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าพัก

ระเบียบวิธีวิจัย : ใช้วิธีการสำรวจทางกายภาพโรงแรมขนาดเล็กจำนวน 5 แห่ง การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและสถาปนิก และการใช้แบบสอบถามข้อมูลผู้เข้าพักจำนวน 400 ราย ด้านปัจจัยทางกายภาพที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ

ผลสรุปการวิจัย : ผลการศึกษาพบว่า การพัฒนาโรงแรมขนาดเล็กควรมีเตียงแถว 2 คูหาขึ้นไป มีระยะเวลาการคืนทุนอยู่ที่ 5-10 ปี อัตราการเข้าพักอยู่ที่ร้อยละ 70 และยังพบว่าปัจจัยด้านประชากรมีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบทางกายภาพอาคารที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าพัก และได้เสนอแนะให้ผู้พัฒนาเลือกที่ตั้งให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย

6) **ณัฐภรณ์ เหลืองพิพัฒน์ วิทยานิพนธ์เรื่อง เรื่อง อิทธิพลความเห็นออนไลน์ต่อการตัดสินใจจองที่พักราคาประหยัด (Hostel) ในเขตกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยว หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและโรงแรม คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร 2555**

วัตถุประสงค์ : เพื่อศึกษาปัจจัยในการเลือกจองห้องพัก ด้านอิทธิพลความคิดเห็นออนไลน์ ด้านประชากรศาสตร์ ด้านส่วนประสมทางการตลาด

ระเบียบวิธีวิจัย : โดยใช้แบบสอบถามนักท่องเที่ยวจำนวน 385 รายที่เข้าพักในโฮสเทล 7 แห่งในกรุงเทพมหานคร

ผลสรุปการวิจัย : ผลการวิจัยพบว่า ผู้เข้าโฮสเทลส่วนใหญ่อ่านความคิดเห็นออนไลน์และระบุว่าในการจองห้องพักครั้งต่อไปจะอ่านความคิดเห็นออนไลน์เสมอ

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น เนื่องจากการศึกษาด้านพฤติกรรมผู้บริโภค ด้านการตลาดและรูปแบบทางกายภาพของโฮสเทลไว้พอสมควร ทำให้ผู้วิจัยสามารถนำข้อมูลมาใช้เป็นแนวทางในการวิจัยและใช้ในการช่วยวิเคราะห์เปรียบเทียบผลการวิจัยในขั้นต่อไปได้ แต่พบว่ายังไม่มีงานวิจัยด้านแนวคิดและกระบวนการพัฒนาสังหาริมทรัพย์ประเภทโฮสเทล รวมถึงงานวิจัยด้านการพัฒนาโครงการที่มีแนวคิดด้านสังคมยังมีน้อย จึงเห็นควรมีการศึกษาเพิ่มเติม เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการสังหาริมทรัพย์เป็นแนวทางในการนำไปประยุกต์ใช้และพัฒนาโครงการ สามารถนำความรู้มาสู่ภาควิชาการและภาครัฐเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป

ผู้วิจัย	ชื่อเรื่อง	วัตถุประสงค์	ขอบเขต	เครื่องมือ/ประชากร	ข้อค้นพบ	ข้อเสนอแนะ
อณิชนันท์ พิทธิพลิน (อสังหาริมทรัพย์, จุฬาลงกรณ์ : 2557)	กระบวนการพัฒนาโรงแรมบูติคที่มีกิจกรรมเพื่อสังคม	1. เพื่อศึกษากระบวนการพัฒนาโรงแรมบูติคที่มีกิจกรรมเพื่อสังคม 2. เพื่อศึกษาแนวคิดผู้ประกอบการ	ร.ที่มีกิจการเพื่อสังคมตามเกณฑ์ สภ.ก.กิจกรรมเพื่อสังคม 4 แห่ง มีบันทึกประวัติศาสตร์รางวัลราชไมตรี จ.จันทบุรี เป็นกรณีศึกษาเพิ่มเติม	สัมภาษณ์ 1.ผู้ประกอบการ 2.ผู้เชี่ยวชาญ	-เป้าหมายที่แตกต่าง คือ กลุ่มเป้าหมายสังคม และกลุ่มเป้าหมายอื่น โดยไม่เฉพาะผู้ประกอบการเพื่อสังคม ทั่วไปและสามารถแก้ไขปัญหาสังคมได้ กลุ่มเป้าหมายสังคมใช้เวลานานแหล่งการเงิน ช่องทางการตลาด และชื่อเสียงพิเศษกว่ากลุ่มเป้าหมายอื่น	ให้วิธีวิจัยด้านการวัดผลทางสังคมต่อไป
กฤษฎา อัญมณี (สถาปัตย์, ธรรมศาสตร์: 2558)	การศึกษารูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มในกาการพัฒนาโครงการที่พักประเภทโฮสเทลในกรุงเทพมหานคร	1. เพื่อจัดรูปแบบโฮสเทลในกรุงเทพฯ 2. วิเคราะห์และจัดรูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มตามทำเลที่ตั้ง 3. เปรียบเทียบปัจจัยทางการตลาด	โฮสเทลในกรุงเทพฯ ในย่านศูนย์กลางธุรกิจ ย่านสถานบันเทิง ย่านตามแนวรถไฟฟ้า ย่านวัฒนธรรม และย่านสถานบันเทิงแหล่งวัฒนธรรม	สัมภาษณ์ 1.ผู้ประกอบการ 2.ลูกค้า ทั้งละ 10 ราย	ส่วนใหญ่เป็นการปรับปรุงอาคารเก่า ในย่านวัฒนธรรม เป็นกลุ่มลูกค้าวัยโจ๋ของนักเรียนมัธยมถึงชั้นปีที่ 3 ส่วนกลาง ในย่านพาณิชย์กรรมตั้งตามแนวรถไฟฟ้า กลุ่มลูกค้าเป็นชาวเอเชีย ชอบความเป็นส่วนตัว จึงมีห้องพักเดี่ยวเน้นการออกแบบให้โดดเด่น การบริการเป็นกันเอง	ต้องเข้าใจกลุ่มลูกค้าและความต้องการตามทำเลที่ตั้งโครงการ ให้มีการศึกษาการบริหารงานหรือพัฒนาการโฮสเทล
ชนวดี สุภาจระรัตน์ (การจัดการ, มศว 2552)	ปัจจัยทางตลาดที่ส่งผลถึงพฤติกรรมการช้อปปิ้งของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเข้าพักโฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานคร	1. ศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการเข้าพัก 2. ศึกษาปัจจัยทางการตลาดนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ 3. ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการเข้าพักกับความสำคัญปัจจัยการตลาดที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญ	โฮสเทล 7 แห่ง ใน กรุงเทพฯ	แบบสอบถาม ลูกค้า 385 คน	ผู้เข้าพักส่วนใหญ่โดยทั่วไปโฮสเทลมาแล้ว เดินทาง 1-2 คน ระยะเวลาการเข้าพัก 1-4 วัน โดยมีสัดส่วนการเลือกห้องพักเดี่ยวและรวมใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่จองผ่านอินเทอร์เน็ต โดยปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าพักมาก คือ ด้านสิ่งแวดล้อมภายนอก ด้านการให้บริการและด้านราคา	เสนอแนะให้ผู้พัฒนาเลือกที่ตั้งให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย
รุ่งชัย กรชัยสุภกิจ (อสังหาริมทรัพย์, ธรรมศาสตร์: 2556)	แนวทางการพัฒนาที่พักเพื่อใช้เป็โรงแรมขนาดเล็กลงในย่านศูนย์กลางธุรกิจ	1. ศึกษาองค์ประกอบทางกายภาพและลำดับความสำคัญในการพัฒนาโครงการ 2. ศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินในการพัฒนาโครงการ 3. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการเข้าพักที่เกี่ยวกับลักษณะทางกายภาพที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าพัก	โฮสเทลในกรุงเทพฯจำนวน 5 แห่ง	แบบสำรวจกายภาพ แบบสัมภาษณ์ 1.ผู้ออกแบบ 2.ผู้เข้าพัก	การพัฒนาโรงแรมขนาดเล็กลงมีความแตกต่าง 2 ดูหาขึ้นไปมีระยะเวลาที่อยู่ที่ 5-10 ปี อัตราการเข้าพักอยู่ที่ร้อยละ 70 และยังคงพบว่ามีปัจจัยด้านประชากรมีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบทางกายภาพอาคารที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าพัก	
ธีรภาณุ ศรีสัตยาดุล (สถาปัตย์, ธรรมศาสตร์: 2554)	แนวทางการออกแบบพื้นที่ใช้สอยของโรงแรมเพื่อพักอาศัยขนาดเล็กที่ถือกำเนิดมาจากที่พักแนวทางการศึกษาในย่านเสียมเตี	1. ศึกษาลักษณะทางกายภาพของโรงแรมขนาดเล็กที่ดัดแปลงมาจากที่พักแนว 2. ศึกษาการจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยทางกายภาพต่อการจัดการพื้นที่ใช้สอยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าพักของนักท่องเที่ยว	โรงแรมขนาดเล็กในย่านเสียมเตี	แบบสำรวจกายภาพ แบบสอบถาม ผู้เข้าพัก	นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับความสะอาด การตกแต่ง รูปลักษณ์ภายนอก ขนาดพื้นที่ กว้างขวาง และความปลอดภัยเป็นอันดับต้น ๆ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ส่งผลโดยตรงกับการออกแบบพื้นที่ใช้สอยในโรงแรมขนาดเล็กที่ดัดแปลงจากที่พัก	ต้องเข้าใจกลุ่มลูกค้าและความต้องการตามทำเลที่ตั้งโครงการ ให้มีการศึกษาการบริหารงานหรือพัฒนาการโฮสเทล

ตารางที่ 7 ตารางทบทวนงานวิจัย

4. กรณีศึกษา ที่พักที่มีแนวคิดเชิงสังคม

บ้านพักประวัติศาสตร์หลวงราชไมตรี²⁴



1. ที่ตั้งโครงการ ตำบลวัดใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี
2. ประวัติชุมชนริมน้ำจันทบูร

เป็นชุมชนเก่าแก่กว่า 150 ปีบนถนนสายแรกของจันทบุรี ด้วยลักษณะทางภูมิศาสตร์จึงกลายเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจการค้าและคมนาคมทั้งภายในและต่างประเทศ มีการผสมผสานทางเชื้อชาติและวัฒนธรรม ทั้งไทย จีนและญวน มีทั้งข้าราชการและพ่อค้าคหบดี เป็นชุมชนที่มีความเจริญรุ่งเรืองมากในอดีต และยังคงรักษาวิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณีและสถาปัตยกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ได้รับอิทธิพลตะวันตกและจีนให้ยังคงคุณค่าเป็นเสน่ห์มาถึงปัจจุบัน



3. จุดเริ่มต้นโครงการ

เริ่มขึ้นในปีพ.ศ.2551 โดยนักศึกษาจากสถาบันอาศรมศิลป์ได้ลงพื้นที่ทำวิจัยด้านการอนุรักษ์แบบมีส่วนร่วม มีการดำเนินการเพื่อสร้างความตระหนักรู้และสร้างพลังชุมชนถึง 5 ปี เกิดการตั้ง “คณะกรรมการพัฒนาชุมชนริมน้ำ” และวิสัยทัศน์การพัฒนา “วัฒนธรรมนำการค้า” โดยคณะวิจัยได้ดำเนินกิจกรรมต่างๆและสร้างภาคีเครือข่ายทั้งในและนอกพื้นที่ เช่น เอกชนและ NGO ให้การสนับสนุนด้านการเงิน เครือข่ายสถานศึกษาช่วยสร้างกระบวนการเรียนรู้ มีการจัดการทางการตลาด ประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลชุมชน ชุมชนให้ความร่วมมือโดยมอบบ้านให้พัฒนาเป็น “บ้านเรียนรู้ชุมชน” ที่มาโครงการมาจากชุมชนต้องการแหล่งเรียนรู้เพิ่มเติม สถาบันฯจึงได้เสนอแนวคิด “กิจการเพื่อสังคม” ซึ่งได้รับความเห็นชอบจากชุมชนให้พัฒนา

4. แนวคิดโครงการ

²⁴รศ. ศรีสกุลไชยรัก, (2559).

เพื่อการอนุรักษ์สถาปัตยกรรม พื้นฟูและรักษาวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชนให้ยั่งยืนทั้งในมิติทางสังคม วัฒนธรรมและเศรษฐกิจ โดยไม่มุ่งพัฒนาตามกระแสท่องเที่ยวเชิงการค้า

วางเป้าหมายโครงการ 4 ระดับ คือ 1) ระดับคน เพื่อสร้างงาน ความเป็นอยู่ที่ดีและความภูมิใจในท้องถิ่น 2) ระดับย่าน เพื่อการอนุรักษ์สถาปัตยกรรมและฟื้นฟูชุมชน 3) ระดับเมือง เพื่อให้เกิดแหล่งท่องเที่ยว 4) ระดับประเทศ เพื่อเป็นตัวอย่างการอนุรักษ์อย่างมีส่วนร่วมควบคู่การประกอบกิจการและกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือชุมชนทั่วประเทศ

5. กระบวนการพัฒนาโครงการ

1) กระบวนการฟื้นฟูชุมชนโดยการมีส่วนร่วม

โดยเริ่มตั้งแต่กระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วม ในปีพ.ศ.2551-55 ใช้เวลากว่า 5 ปี

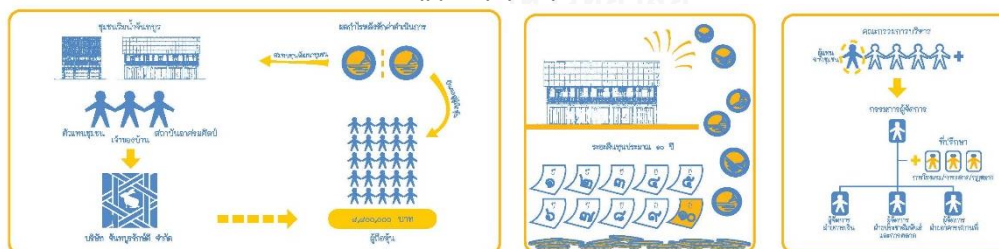
2) กระบวนการจัดตั้งโครงการ

เกิดขึ้นในปีพ.ศ.2555 โดยชุมชน สถาบันฯและภาคีเครือข่าย ได้ร่วมกันกำหนดวัตถุประสงค์ นโยบายและแผนการดำเนินงาน ศึกษาความเป็นไปได้โครงการทั้งด้านการตลาด การเงิน การลงทุน โดยจัดตั้ง “บริษัท จันทบูรวิสาหกิจ จำกัด” ดำเนินงานในรูปแบบบริษัท

3) กระบวนการระดมทุนและจัดสรรผลกำไร

ใช้การระดมทุนจากชาวชุมชน ชาวจันทบุรีและบุคคลทั่วไป หุ้นละ 1,000 บาท ค่าก่อสร้าง 8.8 ล้านบาท ระยะเวลาระดมทุน 2 ปี ค่าเช่าอาคารเดือนละ 1 บาท สัญญา 30 ปี จัดสรรผลกำไรหลังหักค่าใช้จ่ายเป็น 2 ส่วน คือ คืนเงินปันผลผู้ถือหุ้นและสมทบทุนเพื่อพัฒนาชุมชน 10% โดยมีสมมติฐานการลงทุนคือ ระยะเวลาคืนทุนใน 10 ปี อัตราการเข้าพักที่ 60% ปันผลทันทีเมื่อมีกำไร

แนวคิดโครงการ



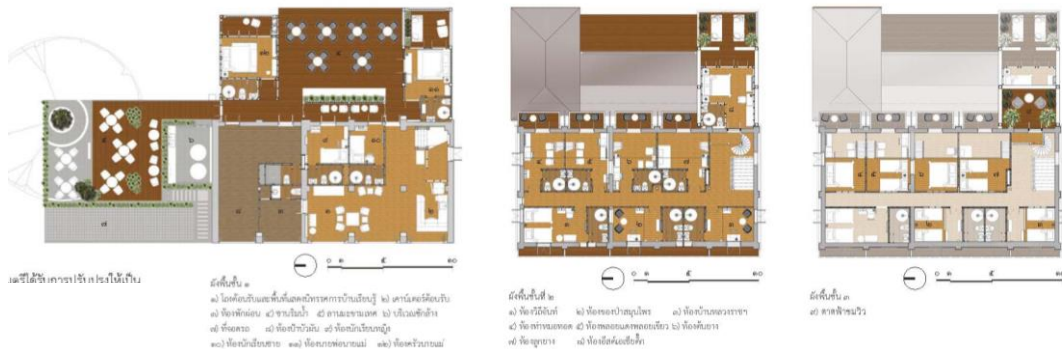
4) กระบวนการพัฒนากายภาพและการก่อสร้าง

ใช้วิธีการปรับประโยชน์ใช้สอย มีออกแบบและพัฒนาโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการอนุรักษ์



สำรวจและวิเคราะห์สภาพอาคาร ก่อนการพัฒนาอาคารมีสภาพเสื่อมโทรม ใช้วิธีการขุดฐานรากสำรวจเป็นจุดๆเพื่อวิเคราะห์ความแข็งแรงโครงสร้าง พบว่าแข็งแรงพอที่จะรับน้ำหนักการใช้งาน

การออกแบบ โดยพัฒนาเป็นที่พักเพื่อเป็นเรียนรู้ประวัติศาสตร์ขนาด 12 ห้อง การเก็บกรอบอาคารเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ลักษณะสถาปัตยกรรมตามยุคสมัย จัดพื้นที่แสดงนิทรรศการประวัติชีวิตและผลงาน ตกแต่งเอกลักษณ์แต่ละห้องแสดงเรื่องราวช่วงชีวิตหลวงราชไมตรี



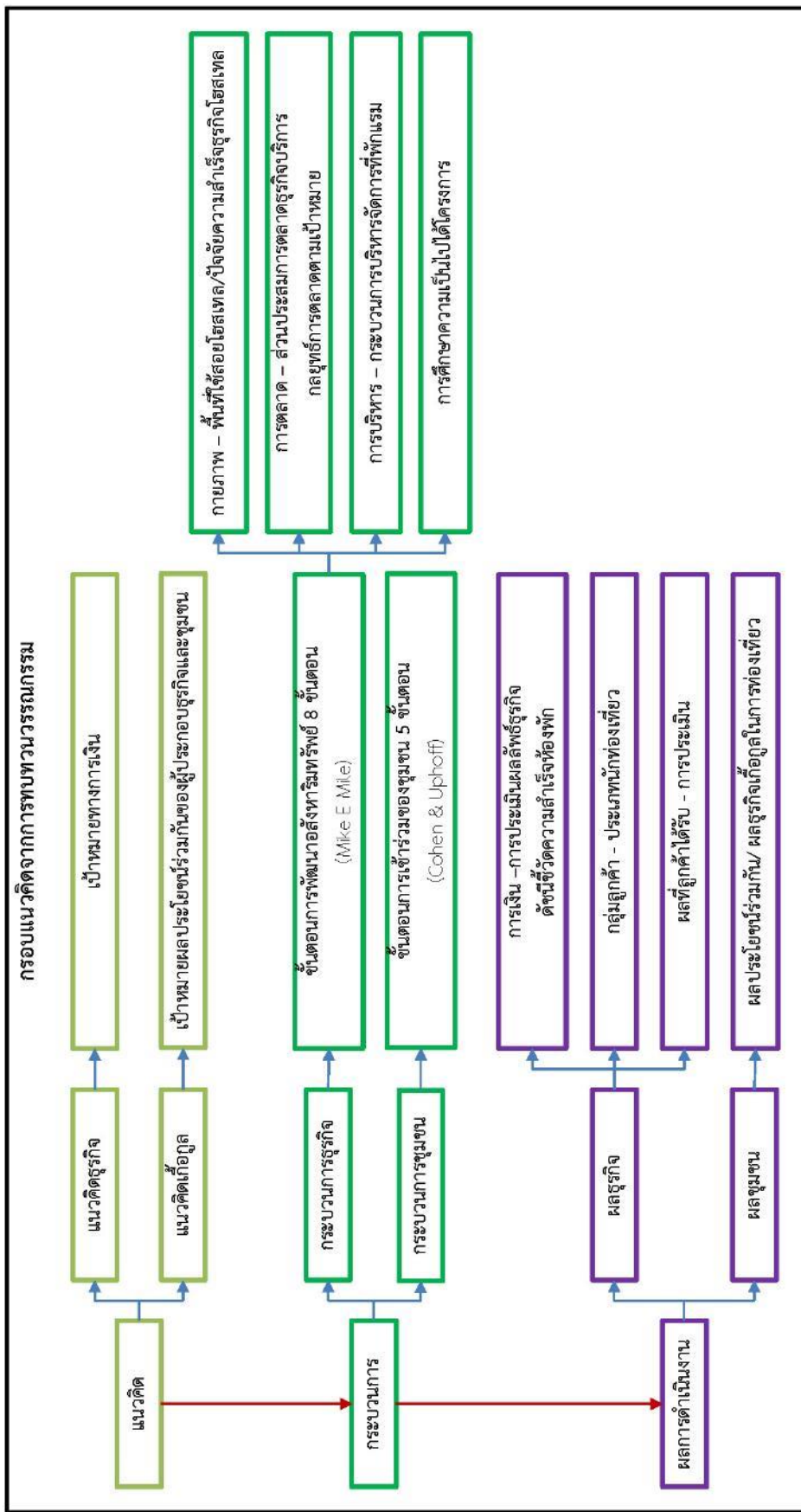
การก่อสร้าง ใช้เทคนิคแยกแยะส่วนดั้งเดิมและส่วนที่ปรับปรุงใหม่ เน้นการเก็บผนังรับน้ำหนักภายนอกไว้และเสริมความแข็งแรง ทาสีเดิมของอาคาร เพิ่มผนังภายในเป็นผนังเบาใส่แผ่นกันเสียง

5) กระบวนการหลังการก่อสร้าง



การดำเนินงาน มีห้องพักจำนวน 12 ห้อง ราคา 1,100-2,650 อัตราการเข้าพักที่ 40-50% มีคณะกรรมการบริหารไม่ต่ำกว่า 5 คน มาจากการคัดเลือกของผู้ถือหุ้น และต้องมีตัวแทนจากชุมชนอย่างน้อย 1 คน มีหน้าที่กำหนดนโยบายและแผนงาน คัดเลือกบุคลากรบริการซึ่งเป็นคนในชุมชน

5. กรอบแนวคิดจากการทำงานวรรณกรรม



ภาพที่ 2. 12 กรอบแนวคิดจากการทำงานวรรณกรรม

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษา แนวคิด กระบวนการและผลการดำเนินงานของกรณีศึกษา เพื่อศึกษาความแตกต่างของการพัฒนาที่פקประเภทโฮสเทลตามแนวคิดเชิงธุรกิจและแนวคิดธุรกิจเกื้อกูล โดยทำการศึกษา ตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ศึกษาข้อมูลเบื้องต้น
2. สร้างกรอบแนวคิดการวิจัย
3. คัดเลือกกรณีศึกษา
4. กำหนดขอบเขตงานวิจัย
5. กำหนดระเบียบวิธีดำเนินการวิจัย โดย
 - สร้างตารางระเบียบวิธีดำเนินการวิจัย
 - กำหนดขั้นตอนดำเนินการวิจัย
 - กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
 - กำหนดวิธีวิจัยที่ใช้ สร้างเครื่องมือในการวิจัย ระบุแหล่งข้อมูลในการวิจัย
6. ขั้นตอนการเก็บข้อมูล
7. วิเคราะห์ข้อมูล สรุปผลการวิจัย
8. ข้อจำกัดในการวิจัย
9. ตารางสรุปดำเนินการวิจัย

3.1 การศึกษาข้อมูลเบื้องต้น

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเพื่อนำมาสู่หัวข้อวิจัย การคัดเลือกกรณีศึกษาและวิธีดำเนินการวิจัยโดยแบ่งการศึกษาข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน คือ

3.1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจพื้นที่เขตเมืองเก่าและโครงการกรณีศึกษา 2 ครั้งก่อนการวิจัย

- ครั้งที่ 1 – สำรวจพื้นที่เขตเมืองเก่า พบว่าแนวทางการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เป็นไปในเชิงการท่องเที่ยว โดยเฉพาะที่พักนักท่องเที่ยวขนาดเล็กประเภทโฮสเทลถูกพัฒนาขึ้นเป็นจำนวนมาก ผู้วิจัยจึงเก็บข้อมูลที่พักประเภทโฮสเทลนำมาวิเคราะห์ทำเลที่ตั้ง-แนวโน้มการพัฒนาและลักษณะกายภาพนำมาสู่การคัดเลือกโครงการกรณีศึกษา

- ครั้งที่ 2 – สํารวจโครงการกรณีศึกษา โดยใช้การสำรวจ สังเกตการณ์ สัมภาษณ์ข้อมูล เบื้องต้นจากเจ้าหน้าที่พนักงานและผู้อยู่อาศัยรอบพื้นที่ จัดบันทึกข้อมูลและบันทึก ภาพถ่ายประกอบ

3.1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

1) ข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้ค้นคว้าข้อมูลเบื้องต้นจากแนวคิด-ทฤษฎี เอกสาร หนังสือและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตเมืองเก่า การท่องเที่ยวโดยชุมชน การพัฒนาสังฆาริมทรัพย์ ประเภทที่พักนักท่องเที่ยว โรงแรมและโฮสเทล การอนุรักษ์และปรับปรุงการใช้งานอาคารเก่า ความรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ การพัฒนา การอนุรักษ์และฟื้นฟูเมืองเก่าหรือชุมชนเก่าแก่ กิจกรรมที่มีแนวคิดด้านสังคม และนำมาสู่การกำหนดหัวข้อการวิจัย คำถามและวัตถุประสงค์การวิจัย

2) ข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

ประกอบด้วย กฎหมายผังเมือง กฎหมายและข้อบังคับการอนุรักษ์ในเขตเมืองเก่า กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับโรงแรม กฎข้อบังคับอื่นๆ ข้อมูลด้านสถิติการท่องเที่ยว ข้อมูลสถิติด้านการโรงแรม ข้อมูลด้านเศรษฐกิจ การเงิน แนวโน้มหรือการวิเคราะห์ทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย ข่าวสาร ข้อมูลสถานการณ์หรือนโยบายทางการเมืองที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย นำมาเป็นข้อมูลวิเคราะห์และใช้อ้างอิงที่มาและความสำคัญของงานวิจัย

3) ข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับโครงการกรณีศึกษา

ประกอบด้วย รายงานและเอกสารจากผู้พัฒนา ข้อมูลทั่วไปโครงการและข้อมูลเชิงการตลาดของระบบผู้ให้บริการจองห้องพักออนไลน์ ข้อมูลข่าวสารโครงการที่เผยแพร่ทางสื่อออนไลน์ต่างๆ ข้อมูลเอกสารและงานวิจัยที่มีผู้เคยรวบรวมไว้ นำมาประกอบการวิจัย

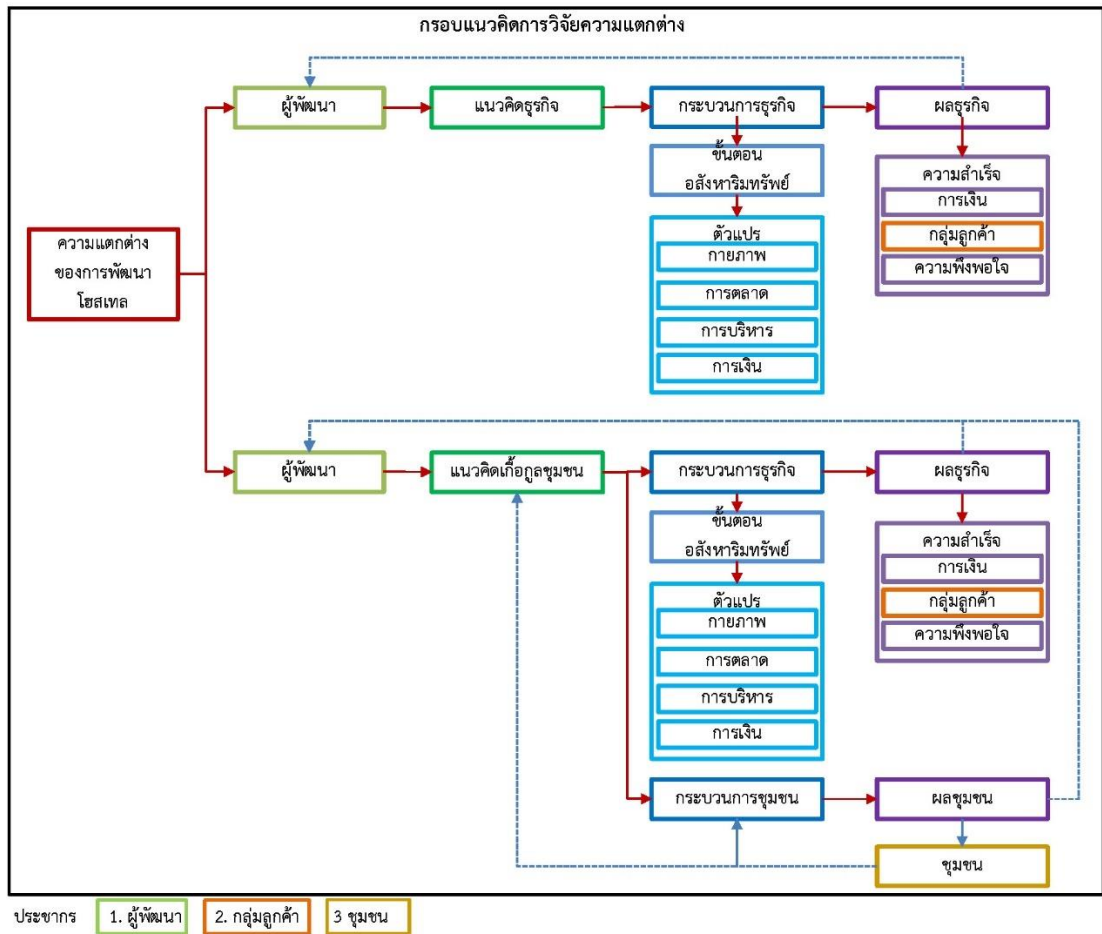
4) ข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญ

ผู้วิจัยได้ปรึกษาขอคำแนะนำในการทำวิจัยจากผู้เชี่ยวชาญด้านอาคารอนุรักษ์ ผู้เชี่ยวชาญด้านผังเมืองและการฟื้นฟูย่านเมืองเก่า ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาโครงการที่มีแนวคิดด้านสังคม

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลเบื้องต้นที่รวบรวมได้ทั้งหมดแบ่งเป็น 3 กลุ่ม เพื่อนำมาใช้กำหนดกรอบแนวคิดจากการทบทวนวรรณกรรม กรอบแนวคิดการวิจัย กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง สร้างเครื่องมือการวิจัย นำไปใช้เก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป (รายละเอียดในบทที่ 2)

- กลุ่มที่ 1 แนวคิด ทฤษฎีด้านการพัฒนาสังฆาริมทรัพย์ (ประเภทที่พักแรม)
- กลุ่มที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีด้านกิจกรรมที่มีแนวคิดทางสังคม
- กลุ่มที่ 3 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.2 กรอบแนวคิดการวิจัย



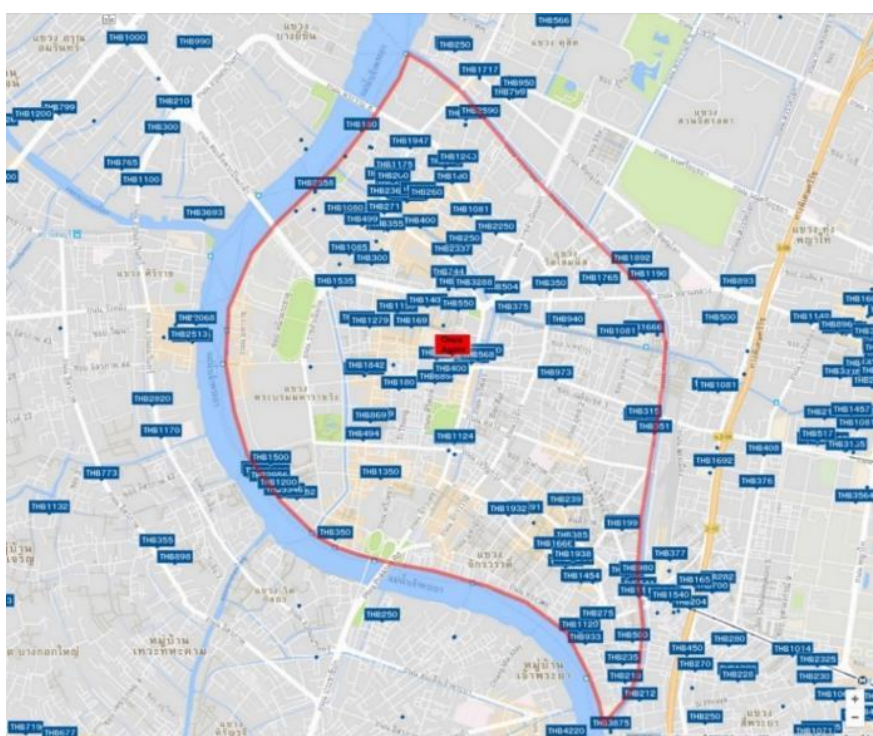
ภาพที่ 3.1 แผนผังแสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาความแตกต่างของการพัฒนาที่พักประเภทโฮสเทลตามแนวคิดเชิงธุรกิจ และแนวคิดธุรกิจเกี่ยวกับ ทั้งในแนวคิด กระบวนการ และผลการดำเนินงานการพัฒนาโครงการ โดยมีสมมติฐานความแตกต่างเกิดจากผู้พัฒนาเป็นสำคัญ ที่ทำให้แนวคิดการพัฒนาแตกต่างกันทั้งในเชิงธุรกิจและด้านชุมชน และมีสมมติฐานว่าแนวคิดที่แตกต่างเป็นผลให้เกิดกระบวนการพัฒนาที่แตกต่างกันทั้งในเชิงธุรกิจและด้านชุมชน แนวคิดกับกระบวนการส่งผลให้ผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้นมีความแตกต่างทั้งในด้านธุรกิจและชุมชน รวมถึงผลความแตกต่างที่ผู้พัฒนาและชุมชนจะได้รับ

3.3 การคัดเลือกกรณีศึกษา

การคัดเลือกกรณีศึกษาที่มีแนวคิดที่แตกต่างกันในเชิงธุรกิจและด้านสังคม โดยมีการคัดเลือกกรณีศึกษาจากที่พักประเภทโฮสเทลในเขตเมืองเก่า ตามเกณฑ์ดังนี้

1. เกณฑ์คัดเลือกโครงการที่มีแนวคิดพัฒนาเชิงธุรกิจและแนวคิดเชิงสังคมเป็นแนวคิดโครงการ จากเกณฑ์ดังกล่าว พบว่า มีโครงการที่นำแนวคิดเชิงสังคมมาปรับใช้ในการสร้างมูลค่าและพัฒนาโครงการ จำนวน 1 โครงการจาก 119 โครงการ คือ วันซ์ อะเกน โฮสเทล (Once Again Hostel) ใช้ “แนวคิดธุรกิจเกื้อกูล” (Inclusive Business) เป็นกรณีศึกษาที่ 1

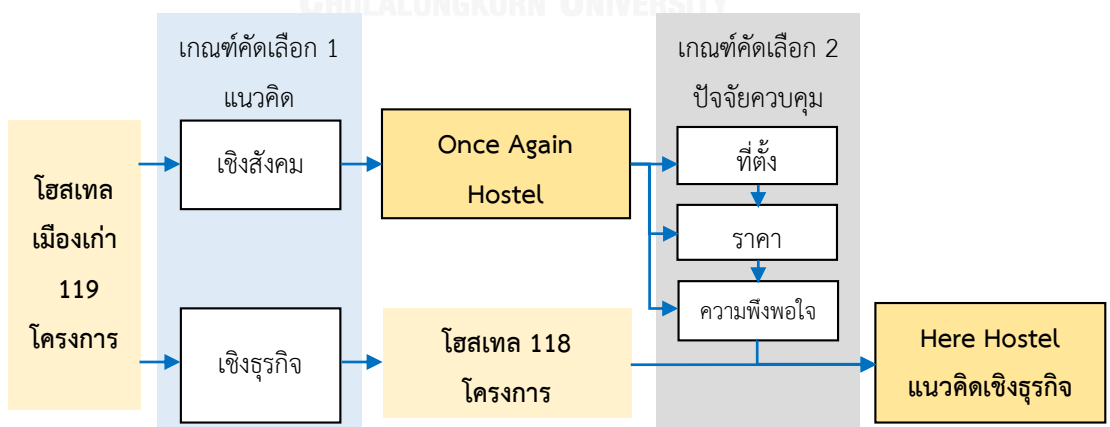
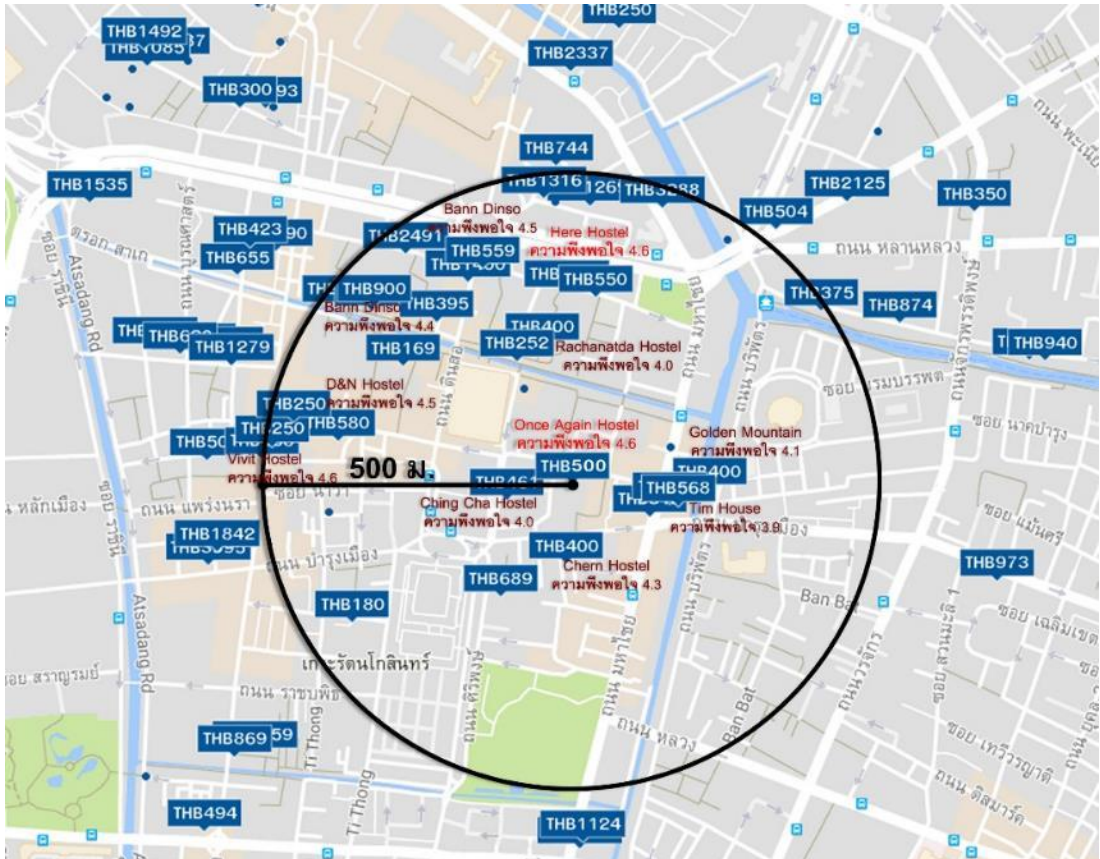


ภาพที่ 3. 2 เกณฑ์คัดเลือกกรณีศึกษา 1

จากนั้นคัดเลือกกรณีศึกษาที่มีแนวคิดพัฒนากายภาพเพื่อเป้าหมายเชิงธุรกิจที่เหลือจำนวน 118 โครงการ ด้วยเกณฑ์ควบคุมปัจจัยให้ใกล้เคียงกรณีศึกษาที่ 1 ดังนี้

2. เกณฑ์ควบคุมปัจจัยด้านที่ตั้งโครงการ จากเกณฑ์ดังกล่าว พบว่ามีโครงการที่ตั้งอยู่ใกล้เคียงกรณีศึกษาที่ 1 ในระยะ 500 เมตร จำนวน 28 โครงการ
3. เกณฑ์ควบคุมปัจจัยด้านราคา โดยกรณีศึกษาที่ 1 มีราคาเฉลี่ย 500 บาท จึงคัดเลือกโครงการที่มีราคาเฉลี่ยอยู่ในช่วง 450-550 บาท มีจำนวน 10 โครงการ
4. เกณฑ์ควบคุมปัจจัยด้านความสำเร็จความพึงพอใจ โดยกรณีศึกษาที่ 1 มีค่าคะแนนความพึงพอใจจากฐานข้อมูลผู้ให้บริการจองห้องพักที่ 4.6 คะแนน (Agoda.com) จึงคัดเลือกโครงการที่มีค่าคะแนนความพึงพอใจอยู่ในช่วง 4.5-4.7 คะแนน มีจำนวน 4 โครงการ

โดยจากเกณฑ์การคัดเลือกทั้งหมด พบว่า มีโครงการที่เข้าเกณฑ์พิจารณาที่ใกล้เคียงกับกรณีศึกษาที่ 1 วันซ์ อะเกน โฮสเทล มากที่สุดคือ โครงการ เฮีย โฮสเทล (Here Hostel) ที่นำคุณค่าทางสถาปัตยกรรม คืออาคารเก่าอายุ 90 ปี มาปรับเปลี่ยนการใช้งาน สร้างมูลค่าและพัฒนาโครงการที่มี “แนวคิดเชิงธุรกิจ” (General Business) เป็นกรณีศึกษาที่ 2

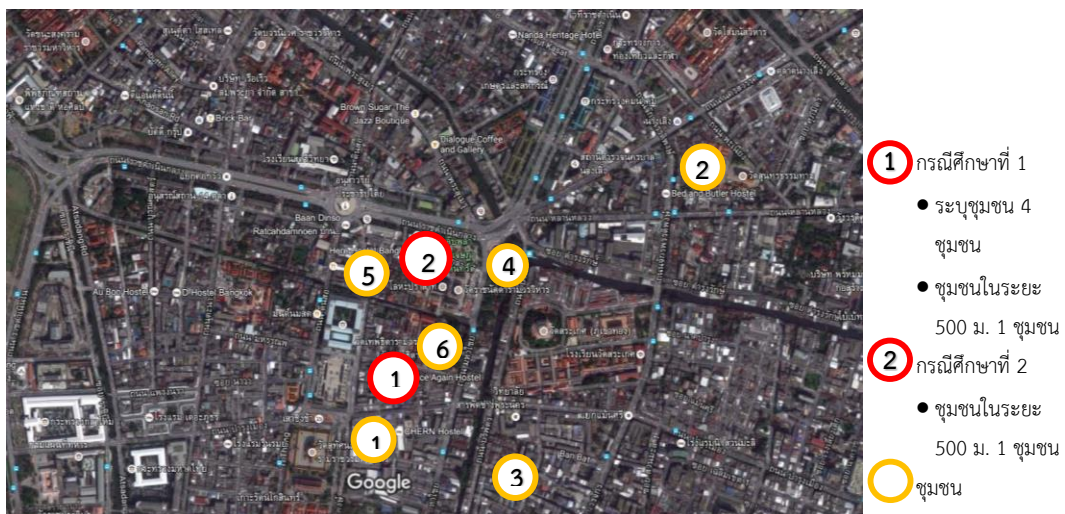


ภาพที่ 3.3 เกณฑ์คัดเลือกกรณีศึกษา 2

3.4 ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตการศึกษาเชิงพื้นที่ในงานวิจัยนี้ ประกอบด้วย การศึกษาการพัฒนาที่พักประเภทโฮสเทลในเขตเมืองเก่าที่มีแนวคิดเชิงธุรกิจ คือโครงการ เฮีย โฮสเทล และโครงการที่มีแนวคิดธุรกิจ เกื้อกูล คือโครงการ วันซ์ อะเกน โฮสเทล โดยมีขอบเขตการศึกษาด้านเนื้อหาโดยการศึกษาแนวคิด กระบวนการพัฒนาและผลดำเนินงานทั้งในเชิงธุรกิจและผลด้านชุมชน ซึ่งมีชุมชนที่เกี่ยวข้องกับกรณีศึกษา 6 ชุมชน

ที่ตั้งโครงการและชุมชนที่เกี่ยวข้อง



ภาพที่ 3. 4 แผนที่ตั้งโครงการและชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

1. กรณีศึกษาที่ 1 : HERE HOSTEL มหาวิทยาลัย



ภาพที่ 3. 5 ขอบเขตการวิจัย กรณีศึกษาที่ 1 Here Hostel

ที่ตั้ง : 196/3-8 ถ.ราชดำเนินกลาง แขวงบวรนิเวศ เขตพระนคร กทม. 10200

2. กรณีศึกษาที่ 2 : ONCE AGAIN HOSTEL



ภาพที่ 3. 6 ขอบเขตการวิจัย กรณีศึกษาที่ 2 Once Again Hostel

ที่ตั้ง : 22 ซอยสำราญราษฎร์ เขตพระนคร กทม.10200

3. ชุมชนที่เกี่ยวข้องกับกรณีศึกษา 6 ชุมชน

- 3.1 ชุมชนหลังวัดราชชนิตดา เป็นชุมชนที่เป็นที่ตั้งโครงการกรณีศึกษาที่ 1
- 3.2 วัดเทพธิดาราม เป็นที่อยู่ใกล้เคียงโครงการกรณีศึกษาที่ 2 ในระยะ 500 ม.
- 3.3 ชุมชนวังกรมพระสมมตอมรินทร์ เป็นชุมชนที่เข้าร่วมดำเนินงานกับกรณีศึกษาที่ 2
- 3.4 ชุมชนป้อมมหากาฬ เป็นชุมชนที่เข้าร่วมดำเนินงานกับกรณีศึกษาที่ 2
- 3.5 ชุมชนบ้านบาตร เป็นชุมชนที่เข้าร่วมดำเนินงานกับกรณีศึกษาที่ 2
- 3.6 ชุมชนย่านตลาดนางเลิ้ง

3.5 ระเบียบวิธีดำเนินการวิจัย

ระเบียบวิธีดำเนินการวิจัยของงานวิจัยเรื่องนี้แสดงตามตารางต่อไปนี้

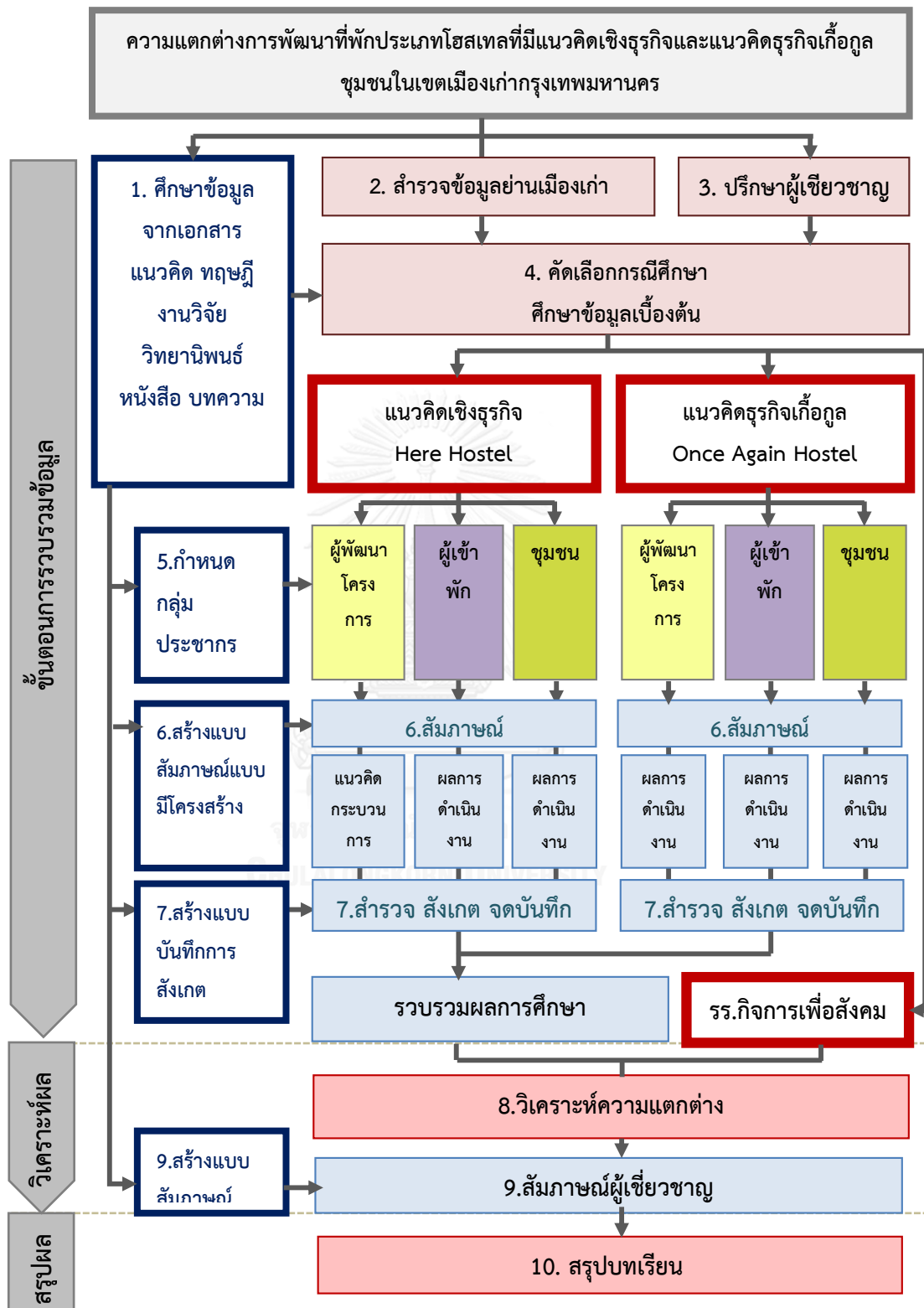
วัตถุประสงค์	ประเด็นศึกษา	ขั้นตอน	ตัวแปรหลัก	วิธีวิจัย	แหล่งข้อมูล	เครื่องมือ	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
1. เพื่อศึกษาแนวคิด	แนวคิดการพัฒนา	ขั้นตอน	ตัวแปรหลัก	ศึกษาเอกสาร	บันทึก รายงาน รูปภาพ จากหนังสือ-จดหมายเหตุ ผู้พัฒนา	สำเนา แบบบันทึก สืออิเล็กทรอนิกส์	ผู้พัฒนา ชุมชนที่อยู่ โดยรอบ	กรณี 1 ผู้พัฒนา 3 คน คุณเอกสิทธิ์ คุณอนุวัตร คุณชลดดา กรณี 2 ผู้พัฒนา 2 คน คุณภัทพรกร คุณศานนท์ ชุมชนที่อยู่โดยรอบโครงการ
				สัมภาษณ์	ชุมชนที่อยู่โดยรอบโครงการ	แบบสัมภาษณ์ โครงสร้าง		
				การสำรวจ		แบบบันทึกภาพถ่าย		
				ศึกษาเอกสาร	แนวคิดทฤษฎี แผนงาน บันทึก ภาพถ่าย จาก ผู้พัฒนา	สำเนา แบบจด บันทึก สืออิเล็กทรอนิกส์		
				สัมภาษณ์	ผู้พัฒนา	แบบสัมภาษณ์แบบมี โครงสร้าง	ผู้พัฒนา	กรณี 1 ผู้พัฒนา 3 คน คุณเอกสิทธิ์ คุณอนุวัตร คุณชลดดา กรณี 2 ผู้พัฒนา 2 คน คุณภัทพรกร คุณศานนท์

วัตถุประสงค์	ประเด็นศึกษา	ขั้นตอน	ตัวแปรหลัก	วิธีวิจัย	แหล่งข้อมูล	เครื่องมือ	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง	
1. ศึกษากระบวนการ และปัญหาอุปสรรค	กระบวนการพัฒนา (ก่อนการก่อสร้าง)	ดูปฏิทินงานและแบบ- ออกแบบระบบสุขภาพ	การวางแผนงาน การศึกษาความเป็นไปได้ทาง กายภาพ-กฎหมาย-การออกแบบ- การก่อสร้าง ทางเศรษฐศาสตร์ การตลาด การเงิน การบริหาร สังคม สิ่งแวดล้อม	ศึกษาเอกสาร	แผนงานธุรกิจ บันทึก ภาพถ่าย งบการเงิน แบบ ก่อสร้างจากผู้พัฒนา ข้าราชการ สื่ออิเล็กทรอนิกส์	สำเนา บันทึก สื่ออิเล็กทรอนิกส์	ผู้พัฒนา ผู้ออกแบบ ชุมชนที่ เกี่ยวข้อง	กรณี 1 ผู้พัฒนา 3 คน คุณเอกสิทธิ์ คุณอนุวัตร คุณชเตตา กรณี 2 ผู้พัฒนา 2 คน คุณภัทรรกร คุณศานนท์ ชุมชนคนกลุ่มตัวอย่าง 16 คน	
			การดำเนินการก่อสร้าง	ศึกษาเอกสาร	แผนงานก่อสร้าง บันทึก ภาพถ่าย งบก่อสร้าง แบบ ก่อสร้างจากผู้พัฒนา ข้าราชการ สื่ออิเล็กทรอนิกส์	สำเนา บันทึก สื่ออิเล็กทรอนิกส์	ผู้พัฒนา ชุมชนที่ เกี่ยวข้อง	กรณี 1 ผู้พัฒนา 3 คน คุณเอกสิทธิ์ คุณอนุวัตร คุณชเตตา กรณี 2 ผู้พัฒนา 2 คน คุณภัทรรกร คุณศานนท์ ชุมชนคนกลุ่มตัวอย่าง 16 คน	
		(ระหว่างก่อสร้าง)	บูรณาการ	การบริหารจัดการ (โครงสร้าง องค์กร จัดการปฏิบัติงาน จัดการ พนักงาน จัดการบริหารจัดการ ซ่อมบำรุง) การตลาดหลังเปิดตัว การเงินหลังเปิดตัว	ศึกษาเอกสาร	แผนงานธุรกิจ บันทึก ภาพถ่าย งบการเงิน จาก ผู้พัฒนา ข้าราชการสื่อ อิเล็กทรอนิกส์	สำเนา แบบจดบันทึก อินเตอร์เน็ต	ผู้พัฒนา พนักงาน ชุมชน	กรณี 1 ผู้พัฒนา 3 คน คุณเอกสิทธิ์ คุณอนุวัตร คุณชเตตา กรณี 2 ผู้พัฒนา 2 คน คุณภัทรรกร คุณศานนท์ ชุมชนคนกลุ่มตัวอย่าง 16 คน
					ศึกษาเอกสาร	โครงการกรณีศึกษา	แบบสัมภาษณ์แบบมี โครงสร้าง	ผู้พัฒนา พนักงาน ชุมชน	ผู้พัฒนา พนักงาน ชุมชน
	(หลังการก่อสร้าง)			เชิงลึกสังเกตการณ์	โครงการกรณีศึกษา	แบบบันทึกภาพถ่าย	ผู้พัฒนา พนักงาน ชุมชน	ผู้พัฒนา พนักงานกรณี 1 - 8 คน พนักงานกรณี 1 - 10 คน ชุมชนคนกลุ่มตัวอย่าง 16 คน	

วัตถุประสงค์	ประเด็นศึกษา	ตัวแปรหลัก	วิธีวิจัย	แหล่งข้อมูล	เครื่องมือ	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
1. เพื่อศึกษาผลการดำเนินงานตามแผนงาน	ผลการดำเนินงาน	กายภาพ	การสำรวจ เข้าพัก การสังเกตการณ์	โครงการกรณีศึกษา	แบบบันทึก ภาพถ่าย	ผู้พัฒนา พนักงาน ชุมชน	
	ด้านผู้ประกอบการ	ผลตอบแทนทางธุรกิจการเงิน อัตราการเข้าพัก กายภาพ สิ่งแวดล้อม	สัมภาษณ์ ศึกษาเอกสาร	ผู้พัฒนา บันทึกการเงิน ประเมิน รายได้ รายจ่ายโครงการ	แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง สำเนา บันทึก	ผู้พัฒนา	กรณี 1 ผู้พัฒนา 3 คน กรณี 2 ผู้พัฒนา 2 คน
	ด้านผู้ใช้บริการ	ความพึงพอใจทางกายภาพ ความพึงพอใจการบริการ	สัมภาษณ์ การสำรวจ เข้าพัก การสังเกตการณ์	ผู้ใช้บริการ ผู้เข้าพัก	แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง บันทึก สังเกต ภาพถ่าย	ผู้ใช้บริการ ผู้เข้าพัก	กรณี 1 ผู้ใช้บริการ 19 คน กรณี 2 ผู้ใช้บริการ 15 คน
2. เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างพัฒนา	ความแตกต่างของการพัฒนา	กายภาพสิ่งแวดล้อม อาชีพ รายได้ ความรู้ ความสัมพันธ์ในชุมชน การรักษาวินัยธรรมชุมชน ความพึงพอใจ	สัมภาษณ์ การสำรวจ เข้าพัก การสังเกตการณ์	ชุมชน ผู้เข้าพัก	แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง บันทึก สังเกต ภาพถ่าย	ชุมชน	กรณี 1 ผู้พัฒนา 3 คน คุณเอกสิทธิ์ คุณอนุวัตร คุณชลดดา กรณี 2 ผู้พัฒนา 2 คน คุณัทพรกร คุณศานนท์
	ความแตกต่างของการพัฒนา	ผลการศึกษา แนวคิด กระบวนการ ผลการดำเนินงาน	การสำรวจ การสังเกตการณ์ วิเคราะห์ความแตกต่างของผลการศึกษา	ชุมชน ผลการศึกษา	แบบบันทึกการ สังเกต ภาพถ่าย	ชุมชน	
3. สรุปบทเรียน	จากการวิเคราะห์ความแตกต่าง	ความคิดเห็นผู้ใช้ชวชาญ	สัมภาษณ์	ผู้ใช้ชวชาญ	แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง	ผู้ใช้ชวชาญ เขตเมืองเก่า	ผู้ใช้ชวชาญเขตเมืองเก่า คุณระพีพัฒน์
		บทเรียนการพัฒนาจากแนวคิดที่แตกต่าง					

ตารางที่ 8 ตารางระเบียบวิจัย

3.5.1 ขั้นตอนดำเนินการวิจัย



ภาพที่ 3. 7 แสดงขั้นตอนการวิจัย

3.5.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยเรื่องนี้มีประชากรเป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกับโครงการกรณีศึกษาและบุคคลในชุมชนที่เกี่ยวข้องกับโครงการกรณีศึกษาทั้ง 2 โครงการ คือ

1. โฮสเทลที่มีแนวคิดเชิงธุรกิจ กรณีศึกษา เฮีย โฮสเทล (Here Hostel)
2. โฮสเทลที่มีแนวคิดเชิงธุรกิจเกื้อกูล กรณีศึกษา วันซ์ อะเกน โฮสเทล (Once Again Hostel)

โดยทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างดังต่อไปนี้

กลุ่มประชากร	คัดเลือกจาก	กรณี 1 Here Hostel		กรณี 2 Once Again Hostel	
		ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
1. ผู้พัฒนา	เจ้าของโครงการ (เป็นผู้มีส่วนพัฒนา)	4 คน 3 คน	3 คน	3 คน 2 คน	2 คน
2. ผู้ใช้บริการ	การสุ่มจากจำนวนผู้เข้าพัก (เตียง x อัตราการเข้าพัก)	51 เตียง OC 80%	20 คน	100 เตียง OC 70%	15 คน
3. ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง	1. ผู้ออกแบบ 2. พนักงาน	ผู้พัฒนา 8 คน	1 คน 8 คน	ผู้พัฒนา 16 คน	1 คน 10 คน
4. ชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ²⁵	ผู้ที่ไม่มีส่วนได้เสีย - จากการสุ่มตัวอย่าง ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง - ผู้นำชุมชน - ผู้ที่โครงการระบุชื่อ	ชุมชนวัด ราชันดดา	ผู้ที่ค้าขายและ พักอาศัย รอบๆโครงการ จำนวน 6 คน	ชุมชนที่มีส่วน เกี่ยวข้องกับ โครงการ 5 ชุมชน	1. วัดเทพธิดาราม - สุ่ม 3 คน 2. วังกรมฯ 3 คน - ผู้นำชุมชนระบุชื่อ 1 คน - ประธานชุมชน 1 คน - สุ่ม 1 คน 3. ป้อมมหากาฬ 2 คน - ประธานชุมชน 1 คน - รองประธานชุมชน 1 คน 4. บ้านบาตร 3 คน - ผู้นำชุมชนระบุชื่อ 3 คน 5. นางเลิ้ง - รองประธานชุมชน 1 คน - ผู้นำชุมชนระบุชื่อ 1 คน - ผู้นำชุมชนไม่ระบุชื่อ 1 คน
5. ผู้เชี่ยวชาญ	นักวิชาการด้านเมืองเก่า และท่องเที่ยวชุมชน	1 คน			

ตารางที่ 9 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัย

²⁵ รายละเอียดกลุ่มตัวอย่างชุมชนแสดงในภาคผนวก

3.5.3 วิธีวิจัย เครื่องมือและแหล่งข้อมูลในการวิจัย

การวิจัยโดยการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากแหล่งข้อมูลแบ่งได้เป็น 2 ส่วน คือ

1) แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิในประเด็น การศึกษาแนวคิดในการพัฒนากระบวนการพัฒนา ผลการดำเนินงานโครงการ โดยใช้วิธีวิจัยที่แตกต่างกันตามกลุ่มตัวอย่างดังนี้

1.1) วิธีวิจัยโดยการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง

โดยการศึกษาแนวคิดทฤษฎีและข้อมูลเบื้องต้นของโครงการ นำมาสร้างแบบสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อเก็บข้อมูลในด้านต่างๆตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย มีประเด็นการสัมภาษณ์ คือ

- ผู้พัฒนา ในประเด็น แนวคิด กระบวนการพัฒนา และผลการดำเนินงานในด้าน ภายนอก การออกแบบก่อสร้าง การเงินการลงทุน การตลาด การบริหารจัดการ การ คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและสังคม กระบวนการเกื้อกูลชุมชน
 - ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนา ในประเด็น กระบวนการพัฒนาโครงการ ได้แก่ ผู้ออกแบบ พนักงาน ทั้งในแง่แนวคิดการพัฒนา ขั้นตอนกระบวนการพัฒนา การ บริหารจัดการและการบริการ
 - ผู้เชี่ยวชาญ ในแง่ความคิดเห็นและคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ
- เครื่องมือในการวิจัย** ได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง

1.2) วิธีวิจัยโดยการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง

ใช้วิธีการสนทนากับผู้ให้สัมภาษณ์โดยมีโครงสร้างคำถามปลายเปิด และจดบันทึก คำตอบหลังการสนทนาสิ้นสุด และนำมาบันทึกการสัมภาษณ์

- ผู้เข้าพัก ในประเด็น ผลการดำเนินงาน ในแง่ความความเห็นและความพึงพอใจของ ผู้เข้าพักและผู้ให้บริการที่มีต่อโครงการ
- ชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ในประเด็นการมีส่วนร่วมในการพัฒนาโครงการ ผลที่ชุมชน ได้รับ ความเห็นและความพึงพอใจของชุมชน

เครื่องมือการวิจัย ได้แก่ แบบบันทึกการสัมภาษณ์ เครื่องบันทึกเสียง

1.3) วิธีวิจัยโดยสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม

ใช้วิธีการเข้าพักในโครงการกรณีศึกษาเพื่อสังเกตการณ์ปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่พนักงาน ผู้ ให้บริการของโครงการ สังเกตลักษณะ พฤติกรรม ความต้องการและความพึงพอใจของผู้เข้าพัก

เครื่องมือการวิจัย ได้แก่ แบบบันทึกการสังเกต

1.4) วิธีวิจัยโดยการสำรวจพื้นที่โครงการและตัวอาคาร

ในประเด็นการสำรวจ เพื่อศึกษาข้อมูลด้านทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อมแวดล้อม ข้อมูลด้าน ภายภาพ การออกแบบ ปัญหาและอุปสรรคของโครงการ

เครื่องมือการวิจัย – แบบบันทึกการสังเกต อุปกรณ์ถ่ายภาพ

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลทุติยภูมิในประเด็น แนวคิด กระบวนการพัฒนา ผลการดำเนินงาน ดังนี้

2.1) วิธีวิจัยโดยการศึกษเอกสาร

เครื่องมือการวิจัย ได้แก่ เอกสารที่เกี่ยวข้อง คือ

- **แนวคิด-ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง** เพื่อคัดเลือกกรณีศึกษา กำหนด ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง สร้างแบบสัมภาษณ์-แบบสังเกตและใช้วิเคราะห์ข้อมูล
- **เอกสารที่เกี่ยวข้อง** เช่น ประวัติพื้นที่ ประวัติอาคาร กฎหมาย ฯลฯ
- **เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาโครงการ** เช่น แผนงาน แผนการตลาด แผนการเงิน แผนการบริหาร บันทึก รายงาน รายงานประเมินผล แบบก่อสร้าง รูปภาพ รูปถ่าย ข่าวสารจากสื่อต่างและข้อมูลด้านการตลาดจากสื่อออนไลน์ ฯลฯ

3.6 ขั้นตอนการเก็บข้อมูล

1. **การสำรวจพื้นที่เมืองเก่า** : เก็บรวบรวมข้อมูลที่พนักงานท่องเที่ยวในเขตเมืองเก่า นำมา กำหนดหัวข้อวิจัยและคัดเลือกกรณีศึกษา ในเดือนกรกฎาคม พ.ศ.2559
2. **การสัมภาษณ์ข้อมูลเบื้องต้นผู้พัฒนา** : เก็บข้อมูลเบื้องต้นที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาโครงการ นำมาใช้ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง สร้างเครื่องมือการวิจัย ในเดือนพฤศจิกายน พ.ศ.2559
3. **สอบหัวข้อวิทยานิพนธ์**
4. **การสัมภาษณ์ผู้พัฒนากรณีศึกษาที่ 2 ครั้งที่ 2** : เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้พัฒนาในด้านแนวคิด กระบวนการ และผลการดำเนินงานทางธุรกิจ ในเดือนมกราคม พ.ศ.2560
5. **การสัมภาษณ์ผู้พัฒนากรณีศึกษาที่ 1 ครั้งที่ 2** : เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้พัฒนาในด้านแนวคิด กระบวนการ และผลการดำเนินงาน ในเดือนมกราคม พ.ศ.2560
6. **การสัมภาษณ์ผู้พัฒนากรณีศึกษาที่ 2 ครั้งที่ 3** : เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้พัฒนาในด้านแนวคิดเชิงสังคมและกระบวนการมีส่วนร่วมกับชุมชน ในเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ.2560
7. **การเข้าพักสังเกตการณ์กรณีศึกษาที่ 2 ครั้งที่ 1** : เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้พนักงานในด้านการบริการ สัมภาษณ์ผู้เข้าพักในด้านความพึงพอใจ สังเกตการณ์ผู้พัฒนาและพนักงานด้านการบริหารจัดการ ลักษณะบริการและบรรยากาศ สังเกตการณ์ผู้เข้าพักในด้านลักษณะประชากร พฤติกรรม ความพึงพอใจในโครงการ สิ่งอำนวยความสะดวกและการได้รับบริการ

สำรวจโครงการเพื่อศึกษาลักษณะกายภาพ บรรยากาศ สิ่งอำนวยความสะดวก ปัญหาและอุปสรรคโครงการ ระยะเวลา 1 สัปดาห์ ในเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ.2560

8. การเก็บข้อมูลพื้นที่เมืองเก่า : เก็บข้อมูลจากการสำรวจโดยรอบโครงการกรณีศึกษาทั้งสอง เพื่อใช้วิเคราะห์ด้านกายภาพ สภาพแวดล้อม สังคม-ความเป็นอยู่ เศรษฐกิจและแนวโน้มการพัฒนาของพื้นที่ตั้งโครงการ ช่วงเวลาเดียวกันกับการเข้าพักกรณีศึกษาที่ 2
9. การสำรวจข้อมูลเบื้องต้นชุมชน : เก็บข้อมูลจากการสำรวจลักษณะทางกายภาพ ทำเลที่ตั้ง สภาพแวดล้อม เศรษฐกิจและแนวโน้มการพัฒนา ในเดือนมีนาคม พ.ศ.2560
10. การเก็บข้อมูลชุมชนย่านนางเลิ้ง : เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ความพึงพอใจในการมีส่วนร่วม และสำรวจกายภาพ สภาพแวดล้อมและเอกลักษณ์ชุมชน ในเดือนมีนาคม พ.ศ.2560
11. การเข้าพักสังเกตการณ์กรณีศึกษาที่ 1 : เก็บข้อมูลในปัจจุบันเดียวกันกับการเข้าพักกรณีศึกษาที่ 2 ระยะเวลา 1 สัปดาห์ ในเดือนมีนาคม พ.ศ.2560
12. การเก็บข้อมูลชุมชนวัดราชนัดดา : เก็บข้อมูลจากการสำรวจกายภาพ สภาพแวดล้อมและเอกลักษณ์ชุมชนและการสัมภาษณ์ชุมชน ช่วงเวลาเดียวกันกับการเข้าพักกรณีศึกษาที่ 1
13. การเก็บข้อมูลชุมชนป้อมมหากาฬ : เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ความพึงพอใจในการมีส่วนร่วม และสำรวจกายภาพ สภาพแวดล้อมและเอกลักษณ์ชุมชน ในเดือนมีนาคม พ.ศ.2560
14. การเข้าพักสังเกตการณ์กรณีศึกษาที่ 2 ครั้งที่ 2 : เก็บข้อมูลการบริหารและผู้ใช้พักเพิ่มเติมเพื่อใช้ในการเปรียบเทียบกรณีศึกษา ระยะเวลา 4 วัน ในเดือนเมษายน พ.ศ.2560
15. การเก็บข้อมูลวังกรมพระสมมติอมรพันธ์ : เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ความพึงพอใจในการมีส่วนร่วม และสำรวจกายภาพ สภาพแวดล้อมและเอกลักษณ์ชุมชน ช่วงเวลาการเข้าพัก
16. การเก็บข้อมูลชุมชนโดยรอบโครงการ : เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ความพึงพอใจในการมีส่วนร่วม และสำรวจกายภาพ สภาพแวดล้อมและเอกลักษณ์ชุมชน ช่วงเวลาเดียวการเข้าพัก
17. รวบรวมข้อมูล สรุปผลเบื้องต้น
18. การเก็บข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญการท่องเที่ยวชุมชน : เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ ในเดือนเมษายน พ.ศ.2560
19. รวบรวมข้อมูล

3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงประจักษ์ โดยมีขั้นตอนดังนี้

- รวบรวมข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิที่ได้จากการสัมภาษณ์ สํารวจและสังเกตการณ์ เรียบเรียงและลำดับความสำคัญของข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัย
- ประมวลผลและวิเคราะห์เนื้อหาข้อมูล ในเรื่องแนวคิดการพัฒนา ขั้นตอนกระบวนการพัฒนา ผลการดำเนินงานของโครงการ โดยวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนา วิเคราะห์และเปรียบเทียบแนวคิดของกรณีศึกษา วิเคราะห์และเปรียบเทียบกระบวนการพัฒนาของกรณีศึกษา วิเคราะห์เปรียบเทียบผลการดำเนินงานของกรณีศึกษา วิเคราะห์เปรียบเทียบการพัฒนากับแนวคิดทฤษฎี และวิเคราะห์ความสอดคล้องของแนวคิด กระบวนการ ผลการดำเนินงาน โดยนำเสนอในวิธีการพรรณนาอภิปรายผลการวิจัย
- สรุปผลข้อมูล จากการวิเคราะห์บทเรียนที่ได้จากการศึกษา ปัญหาอุปสรรคและปัจจัยความสำเร็จของโครงการ โดยการพรรณนาผลการวิจัย
- นำผลการสรุปไปสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านเมืองเก่าและการท่องเที่ยว
- วิเคราะห์ผลข้อมูลจากการประมวลผลการสัมภาษณ์ และสรุปผลการวิจัย

3.8 ข้อจำกัดในการวิจัย

ปัญหาและอุปสรรคที่ทำให้เกิดข้อจำกัดในการวิจัยนี้ จำแนกได้เป็น

1. ข้อจำกัดด้านระเบียบวิธีวิจัย เป็นปัญหาอุปสรรคที่พบเมื่อต้องลงพื้นที่เก็บข้อมูล จำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนเครื่องมือและวิธีวิจัยให้เหมาะสมกับสถานการณ์ กลุ่มตัวอย่างและระยะเวลา อาทิเช่น
 - ผู้ประกอบการไม่ต้องการให้สัมภาษณ์ผู้เข้าพักเนื่องจากเกรงจะเกิดรบกวนลูกค้า ผู้วิจัยจำต้องปรับเปลี่ยนวิธีวิจัย เป็นการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้างโดยใช้แบบบันทึกข้อมูลภายหลังการสัมภาษณ์และใช้การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมโดยการเข้าพัก รวมถึงใช้ข้อมูลคะแนนวิจารณ์ทางสื่อออนไลน์ซึ่งเป็นข้อมูลทุติยภูมิมาร่วมประกอบการวิเคราะห์
 - เปลี่ยนแปลงวิธีการเก็บข้อมูลด้านพนักงานจากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเป็นการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้างและการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมโดยการเข้าพัก
 - ในระหว่างการลงพื้นที่เก็บข้อมูลกรณีศึกษาที่ 1 พบว่าชุมชนได้รับผลประโยชน์มีจำกัดอยู่เพียงบริเวณรอบๆโครงการ ไม่เกี่ยวข้องกับชุมชนอื่นๆที่ได้รับประโยชน์ในโครงร่างวิทยานิพนธ์ จึงเก็บข้อมูลเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องเท่านั้น

- ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์โดยการสุ่มตัวอย่างชุมชน ผลที่ได้ไม่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย ผู้วิจัยจึงเน้นการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่สามารถให้ข้อมูลที่ชัดเจนได้ อาทิ ผู้นำชุมชน ประธานชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่โครงการระบุไว้

2. ข้อจำกัดด้านข้อมูล อาทิเช่น

- ผู้ประกอบการในบางกรณีศึกษาไม่ต้องการให้สัมภาษณ์ผู้มีส่วนร่วมในการพัฒนาโครงการทำอื่นๆ นอกเหนือจากผู้พัฒนา เนื่องจากปัญหาทางธุรกิจ

3. ข้อจำกัดด้านระยะเวลา

- เนื่องจากโครงการกรณีศึกษาที่ 1 มีการปิดปรับปรุงในระหว่างที่ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลาหนึ่ง จึงมีระยะเวลาจำกัดในการเก็บข้อมูล
- เนื่องจากโครงการกรณีศึกษาที่ 2 มีผลการดำเนินงานด้านชุมชนที่มีผลจำกัด เนื่องจากเปิดดำเนินการได้เพียง 1 ปี 6 เดือน

3.9 สรุปตารางดำเนินการวิจัย

การดำเนินงานวิจัย		2559							2560						
		ม.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.
1	ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัย														
2	เก็บข้อมูลโดยการสำรวจเบื้องต้น														
3	ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ														
4	เลือกกรณีศึกษา ศึกษาข้อมูลเบื้องต้น														
5	สอบหัวข้อวิทยานิพนธ์														
6	สร้างเครื่องมือวิจัย กำหนดกลุ่มประชากร														
7	เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์														
8	เก็บข้อมูลโดยการสำรวจและการสังเกต														
9	วิเคราะห์ผล สรุปผล														
10	สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ														
11	ข้อสรุปทฤษฎี														
12	ส่งร่างวิทยานิพนธ์เตรียมสอบ														
13	สอบวิทยานิพนธ์														
14	เขียนเล่มวิทยานิพนธ์ แก้ไข														
15	ส่งเล่มวิทยานิพนธ์ฉบับสมบูรณ์														
16	นำเสนอบทความ														

ตารางที่ 10 ตารางสรุปการดำเนินการวิจัย

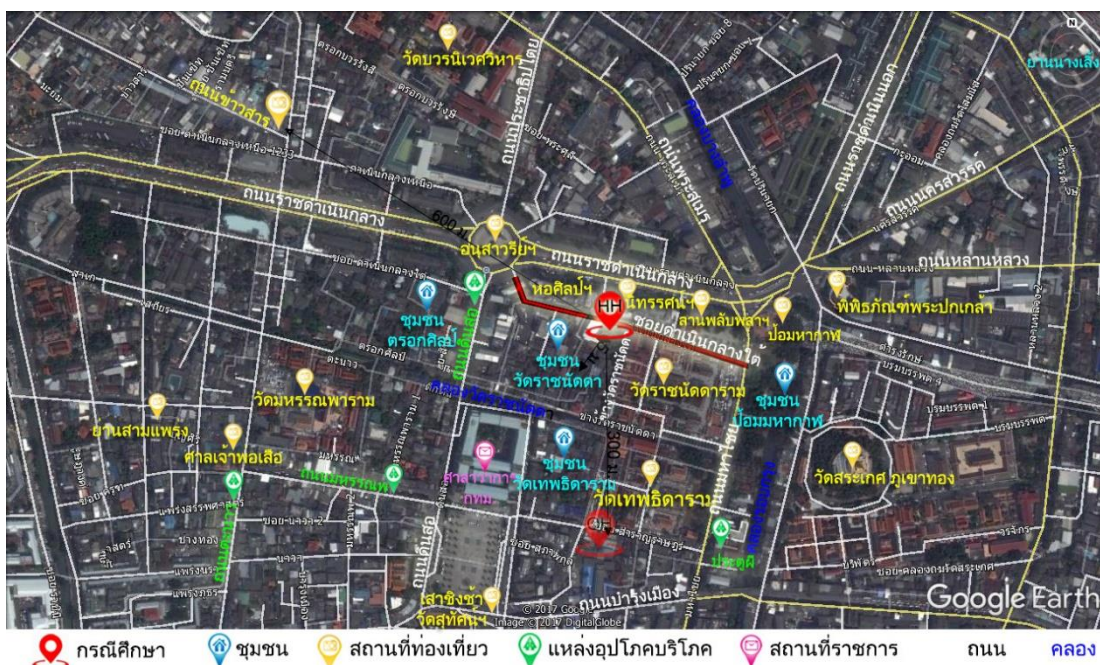
บทที่ 4

ความเป็นมาโครงการ แนวคิด กระบวนการพัฒนาและผลการดำเนินงาน

ข้อมูลด้านแนวคิด กระบวนการและผลการดำเนินงานโครงการกรณีศึกษา มาจากการสัมภาษณ์ผู้พัฒนา การสำรวจและการสังเกตการณ์โครงการ โดยแบ่งการรายงานผลการศึกษาดังนี้

1. กรณีศึกษาที่ 1 : ก่อนการพัฒนา แนวคิด กระบวนการและผลการดำเนินงาน
2. กรณีศึกษาที่ 2 : ก่อนการพัฒนา แนวคิด กระบวนการและผลการดำเนินงาน

4.1 กรณีศึกษาที่ 1 : เฮีย โฮสเทล (Here Hostel)



ภาพที่ 4. 1 แสดงที่ตั้งโครงการ

4.1.1 ทำเลที่ตั้ง

1. **ที่ตั้งโครงการ** 196/3-8 ซ.ดำเนินกลางใต้ ถ.ราชดำเนิน แขวงบวรนิเวศน์ เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร 10220 ตั้งอยู่ในพื้นที่ “ชุมชนหลังวัดราชนัดดา” มีอาณาเขตติดต่อ

ทิศเหนือ ติดซอยดำเนินกลางใต้ หลังตึกแถวถนนราชดำเนินกลาง (ร.8-นิทรรศน์รัตนโกสินทร์)

ทิศตะวันออก ติดซอยข้างวัดราชนัดดา โรงเรียนและวัดราชนัดดา (ร.3)

ทิศใต้ ติดบ้านเดี่ยวไม้พักอาศัยภายในชุมชนวัดราชนัดดา ที่ดินวัด (ร.6,7)

ทิศตะวันตก ติดตึกแถวเอกชน 2 ชั้น 5 คูหา ยุคสมัยเดียวกัน (ร.6)

2. การสัญจร-การเข้าถึง

การเข้าถึง จากซอยดำเนินกลางใต้ ซึ่งเป็นซอยแคบ กว้างประมาณ 4 เมตร เข้าถึงได้ 2 วิธีคือ

- 1) ทางรถยนต์ เข้าได้จากถนนราชดำเนินกลาง มี 2 ช่องจราจร เดินทางเดียว ไปสุดที่ถนนมหาไชย
- 2) การเดินเท้า เข้า-ออกได้จากถนนราชดำเนินกลางและถนนมหาไชย และจาก ซอยข้างวัดราชันต์ดาผ่านชุมชนและคลองหลอดวัดราชันต์ดาไปออกถนนดินสอ

3. สภาพแวดล้อมโดยรอบที่ตั้ง

ตั้งอยู่หลังตึกแถวถนนราชดำเนินไม่ติดถนนใหญ่ ด้านหน้าติด “ซอยดำเนินกลางใต้” ซึ่งมักมี รถยนต์จอดอยู่ 1 ช่องจราจร มีแผงลอยขายอาหาร 3-5 แผงในเวลากลางวัน ด้านทิศตะวันออกติด กำแพงโรงเรียนวัดราชันต์ดาและด้านทิศตะวันตกมีที่โล่งคั่น ถัดไปเป็นตึกแถว 2 ชั้นยุคสมัยเดียวกัน จำนวน 5 คูหา มีผู้พักอาศัยอยู่และประกอบกิจการขายของชำ, ร้านเสริมสวย, ด้านหลังติดชุมชนวัด ราชันต์ดาซึ่งเป็นชุมชนพักอาศัย ค่อนข้างเงียบสงบโดยเฉพาะในช่วงกลางวัน



ภาพที่ 4. 2 สภาพแวดล้อมโครงการ Here Hostel

4. ชุมชนโดยรอบที่ตั้งโครงการ

- 1) ติดชุมชนวัดราชันต์ดา 50 ม.
- 2) ชุมชนวัดเทพธิดาราม 150 ม.
- 3) ชุมชนป้อมมหากาฬ 200 ม.
- 4) ชุมชนตรอกศิลป์ 250 ม.

5. ทรัพยากรการท่องเที่ยว (ในระยะ 500 ม.)

- แหล่งท่องเที่ยว 1) พิพิธภัณฑ์นิทรรศน์รัตนโกสินทร์ 10 ม. 2) หอศิลป์ร่วมสมัยราชดำเนิน 50 ม.
3) วัดราชันต์ดาฯ-โลหะปราสาท 70 ม. 4) ลานพลับพลามหาเจษฎาบดินทร์ 100 ม.

- 5) วัดเทพธิดารามวรวิหาร 100 ม. 6) อนุสาวรีย์ประชาธิปไตย 200 ม.
 7) ป้อมมหากาฬ 200 ม. 8) พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ 300 ม.
 9) วัดบวรนิเวศวิหาร 370 ม. 10) วัดมเหยงคณ์พาราม 400 ม.
 11) ศาลา กทม.-เสาชิงช้า-วัดสุทัศน์ฯ 400 ม.12) วัดสระเกศ-ภูเขาทอง 500 ม.

แหล่งบันเทิง ถนนข้าวสาร-บางลำพู ระยะ 600 ม.

แหล่งอาหาร ถนนดินสอ มหรณพ ตะนาว ย่านประตูผี ตลาดชุมชนวัดราชันดดา (200-600 ม.)

6. เศรษฐกิจทำเลที่ตั้ง

จากการสังเกตสำรวจพื้นที่โดยรอบ พบว่ามีนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวนมากเริ่มกระจายตัวมาจากย่านถนนข้าวสาร มีธุรกิจด้านบริการท่องเที่ยวประเภทโรงแรม ร้านค้า ร้านอาหาร เกิดขึ้นกระจายอยู่ในย่านการค้า และมีแนวโน้มว่าจะมีการพัฒนาที่พักนักท่องเที่ยวมากขึ้น

4.1.2 ภายภาพตัวอาคารก่อนการพัฒนา



ภาพที่ 4. 3 ตัวอาคารก่อนการพัฒนา

ลักษณะทางกายภาพก่อนการพัฒนา

กรรมสิทธิ์ที่ดิน	เจ้าของอาคารเป็นเอกชน (นายควม)
ลักษณะอาคาร	ตึกแถวเก่า อายุประมาณ 90 ปี อาคารยุค ร.6 สร้างเพื่อให้เช่าพักอาศัย-ประกอบกิจการ
ขนาดและพื้นที่อาคาร	ผังอาคารเป็นรูปตัวแอลจำนวน 12 คูหา สูง 2 ชั้น สูงชั้นละ 3 เมตร ขนาดคูหาละ 3.5 x 10 เมตร พื้นที่ทั้งหมด 780 ตร.ม.
โครงสร้างอาคาร	โครงสร้างรับน้ำหนักเป็นไม้ ผนังภายนอกเป็นก่ออิฐฉาบปูน ฝ้า-ผ้า-ผนังภายใน-ประตู-หน้าต่างเป็นไม้ หลังคาเป็นกระเบื้อง
สภาพอาคาร	โครงสร้าง-องค์ประกอบที่เป็นไม้และหลังคาชำรุดทรุดโทรม ผังอาคารยังคงสภาพดี
การใช้งาน	เดิมให้เช่าพักอาศัย แต่อาคารทรุดโทรมมากเจ้าของจึงยกเลิกสัญญาจำนวน 6 คูหาและปิดอาคารรอการปรับปรุงซ่อมแซม แต่ยังมีผู้เช่าเดิมอยู่ 3 คูหา ด้านข้างวัดราชฯ

4.1.3 ความเป็นมาโครงการ

เฮีย โฮสเทล เป็นที่พักประเภทโฮสเทลในรูปแบบดีไซน์โฮสเทล (Design Hostel) จัดเป็นที่พักราคาประหยัด เริ่มพัฒนาโดยใช้พื้นที่ก่อสร้างระยะที่ 1 จำนวน 6 คูหา จากตึกแถว จำนวน 12 คูหา พื้นที่ 400 ตารางเมตร มีผู้ร่วมพัฒนาจำนวน 3 คน เป็นทั้งหุ้นส่วนและผู้บริหาร โครงการและเคยประกอบกิจการประเภทอื่นร่วมกันมาก่อนคือ

- 1) คุณเอกสิทธิ์ โกสินทโรบล จบการศึกษาด้านสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว นักเขียน เครเอทีฟ
- 2) คุณอนุวัตร กิ่งตระกูล จบการศึกษาด้านศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว นักเขียน นักออกแบบ
- 3) คุณชลดา ทัพแสง จบการศึกษาด้านครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ร้านอาหาร

จุดเริ่มต้นการพัฒนาในเดือนสิงหาคม พ.ศ.2556 โดยคุณเอกสิทธิ์และเพื่อนสถาปนิกปรับปรุงอาคารหอศิลป์ร่วมสมัยราชดำเนิน ได้ขับรถผ่านเข้าไปในซอยดำเนินกลางใต้ ผ่านตัวอาคารซึ่งปิดซ่อมแซมและติดประกาศให้เช่า ได้เกิดความประทับใจในตัวอาคารและสถาปัตยกรรม ต้องการนำมาปรับปรุงโยชน์ใช้สอย

4.1.4 แนวคิดการพัฒนา

แนวคิดโครงการ²⁶

แนวคิดหลักโครงการมาจากตัวอาคารที่เป็นอาคารเก่าอายุกว่า 90 ปี รูปแบบสถาปัตยกรรมยุคแรกในสมัยรัชกาลที่ 6 อันเป็นแรงบันดาลใจให้ผู้พัฒนาต้องการจะแสดงความเป็นไทยผ่านองค์ประกอบด้านต่างๆ 4 ด้าน คือ

- 1) **ตัวอาคาร** ที่แสดงถึงรูปแบบสถาปัตยกรรมที่ได้รับความนิยมในยุคสมัยหนึ่งของไทย บอกเล่าความเป็นมาและการคงอยู่ของตัวอาคารเองผ่านกาลเวลา
- 2) **สภาพแวดล้อม** เป็นชุมชนดั้งเดิมที่ยังคงสัมผัสได้ถึงวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมของไทย เช่น บ้านเรือนไทย วัด โรงเรียน และคนในชุมชนที่มีการดำเนินวิถีชีวิตดั้งเดิมแบบไทย
- 3) **การตกแต่ง** บรรยากาศแบบบ้านไทยดั้งเดิม ให้ชาวต่างชาติสัมผัสได้ถึงความเป็นอยู่แบบไทย แต่เพิ่มองค์ประกอบบางอย่างที่ทันสมัยมีสีสันให้ความรู้สึกขัดแย้งกับอาคาร
- 4) **การบริการ** ที่เป็นกันเองอันเป็นลักษณะนิสัยของคนไทย ในบรรยากาศแบบเจ้าบ้านคนไทยที่รอต้อนรับเพื่อนชาวต่างชาติ ภายใต้แนวคิด “Living Thai Living Here”

²⁶ จากการสัมภาษณ์ผู้พัฒนา 22 พ.ย.2559

แนวคิดการออกแบบ

มาจากความประทับใจในตัวอาคารเดิมแต่สภาพโครงสร้างที่ไม่เอื้ออำนวย ผู้พัฒนาจึงมีแนวความคิดการออกแบบโดยการเก็บกรอบอาคารเดิมและคงรูปลักษณะภายนอกไว้ โดยไม่ทำการเปลี่ยนแปลงสภาพอันเป็นเสน่ห์ของตัวอาคาร แต่ตกแต่งภายในใหม่ทั้งหมดให้คงบรรยากาศแบบบ้านไทยดั้งเดิมอยู่ โดยมีแนวความคิดตกแต่งในรูปแบบ “เรฟ ลูคซ์” (Rough-Luxe) ผสมผสานกับองค์ประกอบบางอย่างที่มีความทันสมัย ให้บรรยากาศที่รื่นเริงสนุกสนาน เช่น สไลเดอร์ (Slider), เรือ, ผับตกแต่ง, เครื่องเรือนหรือวัสดุอุปกรณ์ที่มีสีสันสดใส ฯลฯ

เป้าหมายโครงการ

เน้นเป้าหมายการพัฒนาในเชิงธุรกิจ โดยนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการตอบสนองลูกค้าเพื่อผลตอบแทนทางการเงินเป็นหลัก

4.1.5 กระบวนการพัฒนา

กระบวนการพัฒนาโครงการแบ่งเป็น 3 ช่วงเวลา คือ ช่วงก่อน, ระหว่างและหลังการก่อสร้าง มีขั้นตอนการพัฒนา 8 ขั้นตอน²⁷ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้พัฒนา ดังนี้

ช่วงก่อนการก่อสร้าง

1. ขั้นแนวคิดเบื้องต้น

เริ่มขึ้นในเดือนสิงหาคม พ.ศ.2556 หลังจากที่ผู้พัฒนาพบอาคาร จึงปรึกษากับหุ้นส่วน โดยตกลงกันว่าจะนำอาคารมาพัฒนาโครงการ จึงติดต่อขอเช่าจากเจ้าของอาคารและขอให้ยกเลิกการปรับปรุงอาคารก่อนเนื่องจากต้องการคงรูปลักษณะเดิมไว้ โดยตกลงสัญญาเช่าอาคารจำนวน 6 คูหา เป็นเงิน 60,000 บาท/เดือน ระยะเวลา 9 ปี

หลังจากนั้นผู้พัฒนาปรึกษารื้อกันเพื่อหาโครงการที่เหมาะสม แนวคิดแรกจะพัฒนาเป็นร้านกาแฟจักรยาน (Bike Café) แต่ที่ตั้งอยู่ด้านหลังอาคาร ไม่ติดถนนใหญ่ ไม่มีพื้นที่จอดรถ ยากต่อการเข้าถึงและการประชาสัมพันธ์ จึงปรึกษาเพื่อนผู้ประกอบการโฮสเทลอยู่ (One Day Hostel) ได้รับแนะนำให้พัฒนาเป็นโฮสเทล เนื่องจากมีศักยภาพ ดังนี้

- 1) เป็นอาคารเก่าที่มีสถาปัตยกรรมสวยงามตามยุคสมัย
 - 2) ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวและอยู่ในย่านชุมชนเก่าแก่ สามารถใช้เป็นจุดขายได้
 - 3) ลูกค้าโฮสเทลไม่ได้ใช้รถ โดยเฉพาะชาวตะวันตกนิยมเดินเท้าไปยังสถานที่ต่างๆ
 - 4) ธุรกิจโฮสเทลเน้นการตลาดออนไลน์ ไม่จำเป็นต้องมีหน้าร้าน
- ผู้พัฒนาจึงตัดสินใจพัฒนาเป็นที่พำนักท่องเที่ยวประเภทโฮสเทล

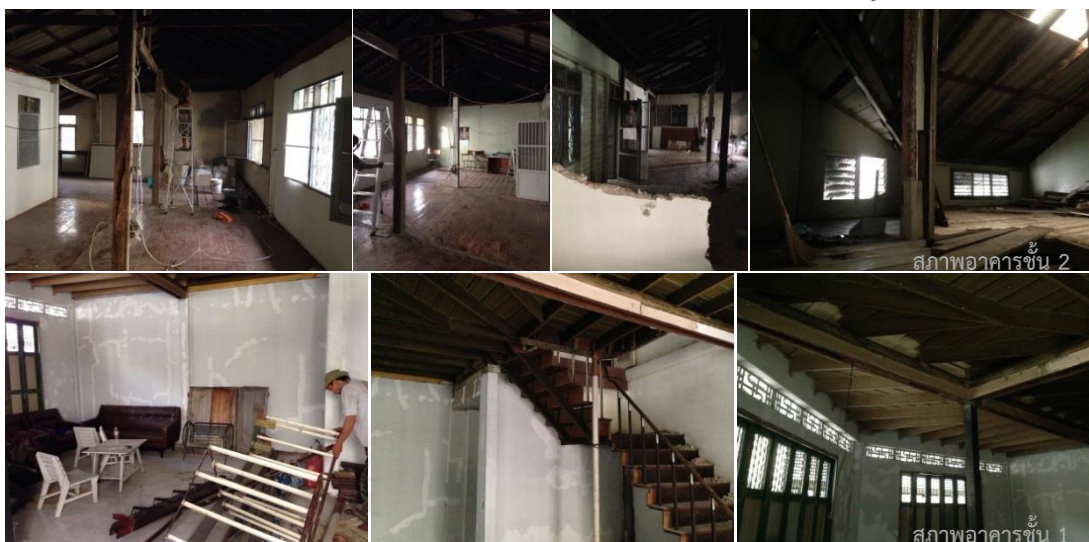
²⁷ ทฤษฎีกระบวนการพัฒนาสังหาริมทรัพย์ หน้า 39

2. ขั้นแนวคิดถักกรอง

เริ่มในเดือน ก.ย. 56 ขณะที่ธุรกิจโฮสเทลยังไม่เป็นที่รู้จัก ผู้พัฒนาจึงศึกษาข้อมูลทั่วไปจากอินเทอร์เน็ต มีแนวคิดแรกจะทำเป็นห้องพักนอนรวมกันหมดให้ได้จำนวนเตียงมากที่สุด แต่หลังจากที่ผู้พัฒนาได้ไปทดลองเข้าพักโฮสเทลที่ต่างประเทศ คือ สิงคโปร์และญี่ปุ่น โดยเลือกพักหลากหลายรูปแบบ-ราคา จึงได้สังเกตและเก็บข้อมูลมาปรึกษาหารือกันหาข้อสรุปด้านการตลาด

ในเดือนตุลาคม สถาปนิกและผู้รับเหมาได้เริ่มเข้ามาตรวจสอบสภาพอาคาร และพบว่าโครงสร้างที่เป็นไม้อาคารมีความทรุดโทรมมาก ไม่สามารถรับน้ำหนักการใช้งานประเภทที่พักแรมได้ ผู้พัฒนาจึงได้นำข้อมูลทั้งหมดมาปรึกษาหารือหาข้อสรุปด้านกายภาพและการออกแบบ

ในเดือน ต.ค.56 เริ่มมีการลงทุนบางส่วนเพื่อรื้อถอนโครงสร้างเดิมโดยผู้รับเหมารายที่ 1



ภาพที่ 4. 4 การตรวจสอบสภาพและเริ่มรื้อถอนอาคาร ต.ค.56 Here Hostel

3. ขั้นการศึกษาความเป็นไปได้โครงการ

เริ่มในเดือน ต.ค.56 ผู้พัฒนานำข้อมูลเบื้องต้น การไปดูงานและการตรวจสอบสภาพอาคารมาปรึกษาหารือกันกระทั่งได้ข้อสรุปดังนี้

3.1 การวิเคราะห์สรุปด้านการตลาด

- **แนวคิดหลักโครงการ** คือ “Living Thai Living Here” โดยการนำเสนอความเป็นไทยในแง่มุมต่างๆ ทั้งตัวอาคาร สภาพแวดล้อม การตกแต่งและบริการ
- **กำหนดกลุ่มเป้าหมาย** ด้วยการกำหนดราคาขายค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับตลาด โดยคาดการณ์ว่ากลุ่มเป้าหมายจะเป็นชาวตะวันตกและมีพฤติกรรมต้องการความสงบ
- **กำหนดผลิตภัณฑ์** ได้แก่ กำหนดรูปแบบห้องพักให้มีทั้งห้องพักรวมและห้องพักเดี่ยว กำหนดจำนวนเตียงให้ไม่ต่ำกว่า 50 เตียงซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้จากการคำนวณ

ทางการเงิน และกำหนดราคาขายเฉลี่ยที่ 400 บาท โดยคำนวณควบคู่กับรูปแบบห้องและจำนวนเตียง

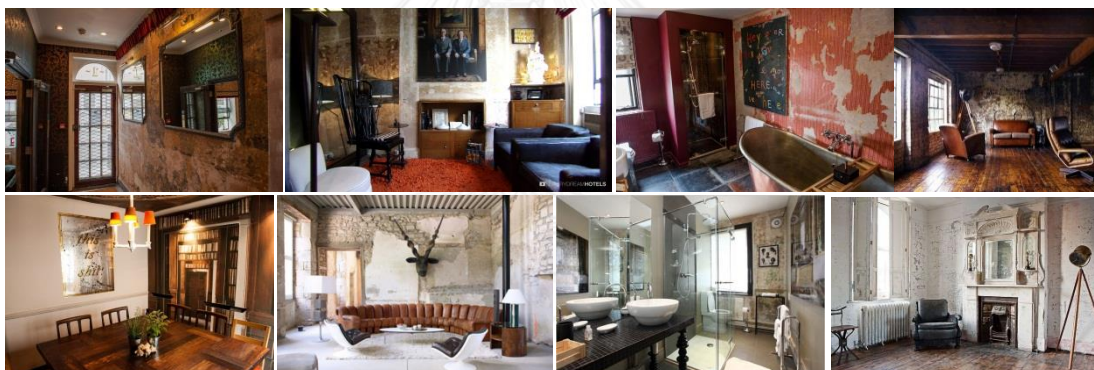
3.2 การวิเคราะห์ด้านการเงิน

มีการศึกษาเพื่อนักการเงินสินเชื่อนาคารให้ช่วยวิเคราะห์ ซึ่งนักการเงินใช้หลักการคำนวณเดียวกันกับที่พักประเภทโรงแรม ผลที่ได้คือ จะต้องใช้เงินลงทุนสูงกว่า 10 ล้านบาท คืนทุนมากกว่า 10 ปี ความเป็นไปได้ต่ำไม่สามารถขออนุมัติสินเชื่อได้ ในขณะที่เริ่มมีการลงทุนและรื้อถอนโครงสร้างบางส่วนไปแล้ว ผู้พัฒนาจึงตัดสินใจดำเนินการก่อสร้างต่อไปโดยใช้เงินลงทุนจากหุ้นส่วน และนำหลักการคำนวณมาปรับใช้ในภายหลัง

3.3 การวิเคราะห์ด้านการออกแบบ

นำข้อสรุปด้านแนวคิดโครงการ แนวคิดการออกแบบและการกำหนดผลิตภัณฑ์โครงการ ให้สถาปนิกนำไปออกแบบและเขียนแบบ มีรายละเอียดดังนี้

- 1) **แนวคิดการออกแบบ** คือ เก็บกรอบอาคารภายนอกไว้ และปรับปรุงภายในใหม่ทั้งหมด รูปแบบ Rough Luxe แบบไทยประยุกต์ทันสมัย รื่นเริง สนุกสนาน



ภาพที่ 4. 5 ตัวอย่างการตกแต่ง Rough-Luxe Design, Rough-Luxe Hotel, London

- 2) **การจัดพื้นที่ใช้สอย** แบ่งพื้นที่ ดังนี้

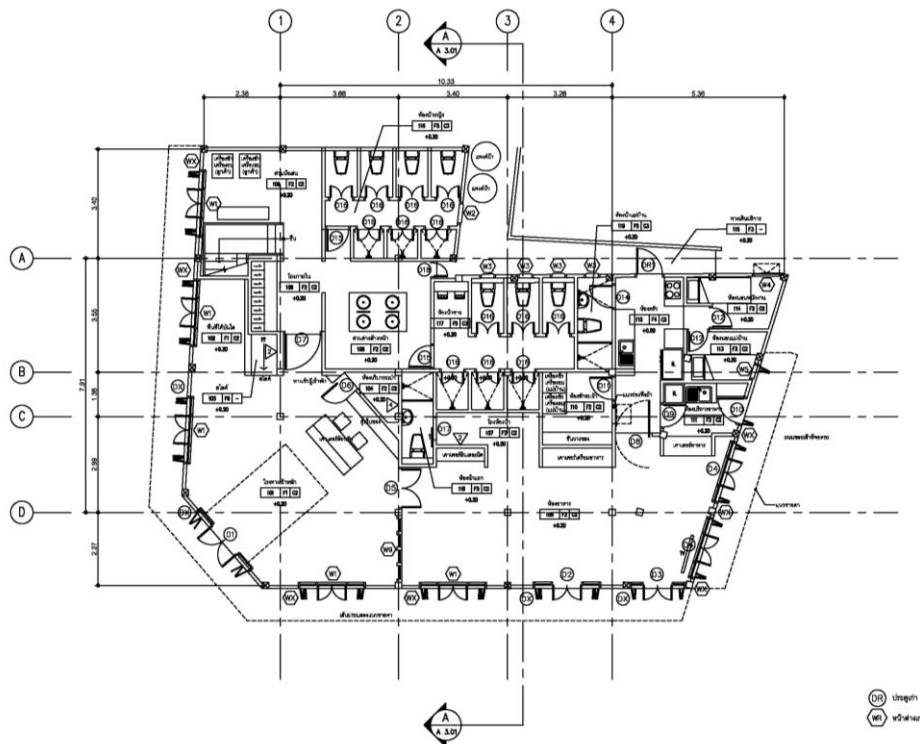
- 2.1) **พื้นที่ส่วนกลาง** จัดให้อยู่ชั้น 1 ทั้งหมด แบ่งเป็นพื้นที่เปิดโล่ง-ไม่ติดแอร์ ได้แก่ พื้นที่ส่วนกลาง (Common Area) ใช้เป็นห้องนั่งเล่นและรับประทานอาหาร ส่วนพื้นที่ส่วนกลางใช้ร่วมกันเป็นพื้นที่ปิด ได้แก่ โถงต้อนรับ (Facility & Reception Area), พื้นที่ครัว (Kitchen Area), ห้องน้ำรวม (Public Toilet & Shower)
- 2.3) **พื้นที่สร้างรายได้** ได้แก่ ห้องพักเดี่ยวและรวม (Guest / Dormitory Room)
- 2.4) **พื้นที่ไม่สร้างรายได้** ได้แก่ ห้องเครื่อง ห้องช่าง ห้องเตรียมอาหาร ห้องเก็บของ ห้องแม่บ้านและห้องพนักงานจัดให้อยู่ชั้น 1 ส่วนพื้นที่เก็บของ เก็บผ้าออกแบบให้เป็นตู้ซ่อนติดผนังในพื้นที่ต่างๆเพื่อประหยัดพื้นที่และสะดวกในการใช้งาน

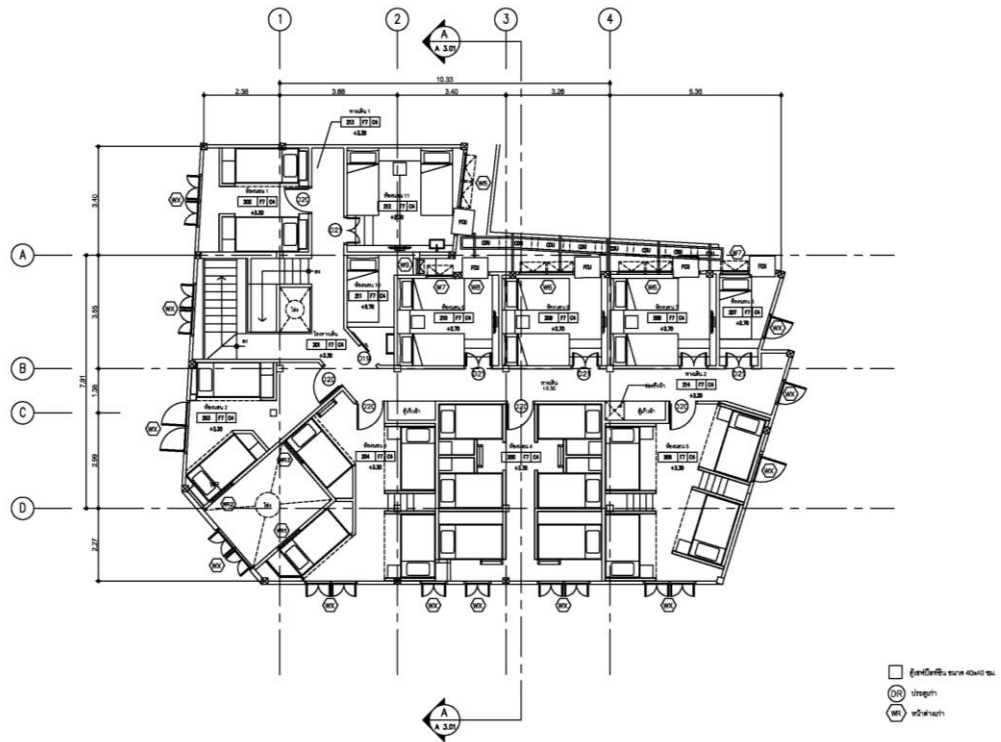
3) การกำหนดหน่วยขาย

ผู้พัฒนามีแผนก่อสร้างโครงการเป็น 2 ระยะ มีการกำหนดหน่วยขาย ดังนี้

ระยะโครงการ	พื้นที่ขาย	จำนวนหน่วย		อัตราค่าเช่า	
		ห้อง	เตียง		
ระยะที่ 1	ชั้นที่ 1	ไม่มีการกำหนดหน่วยขาย			
	ชั้นที่ 2	ห้องพัก			<u>เฉลี่ย 443 บาท/เตียง/คืน</u>
		1.ห้องรวม 4 เตียง	2	8	550 บาท/เตียง/คืน
		2.ห้องรวม 8 เตียง	1	8	520 บาท/เตียง/คืน
		3.ห้องรวมหญิง 8 เตียง	1	8	550 บาท/เตียง/คืน
		4.ห้องรวม 12 เตียง	1	12	490 บาท/เตียง/คืน
5.ห้องเดี่ยว เตียงเดี่ยว	4	8	990 บาท/ห้อง/คืน		
	6.ห้องเดี่ยว เตียงคู่	2	2	990 บาท/ห้อง/คืน	
	รวมห้องพัก	11	46	20,380 บาท/คืน	
ระยะที่ 2	ชั้นที่ 1	ยังไม่มีกำหนดหน่วยขาย			
		รวมห้องพัก			
รวมห้องพักทั้งหมด		11	46	20,380 บาท/คืน	

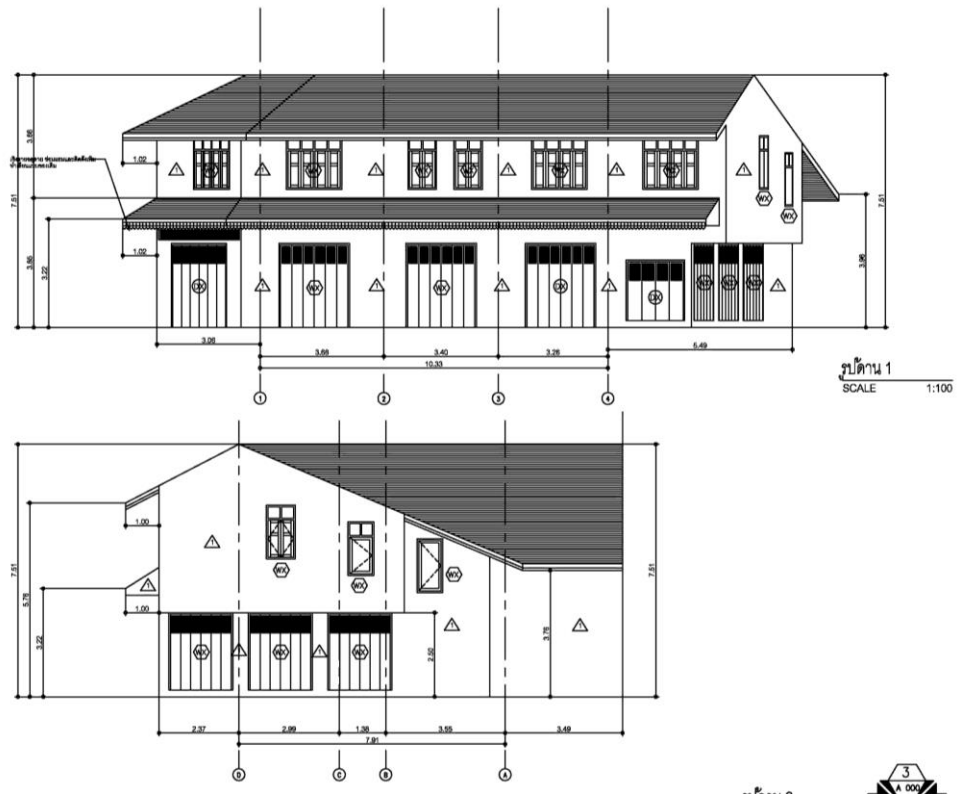
ตารางที่ 11 แสดงการคำนวณหน่วยขายโครงการ



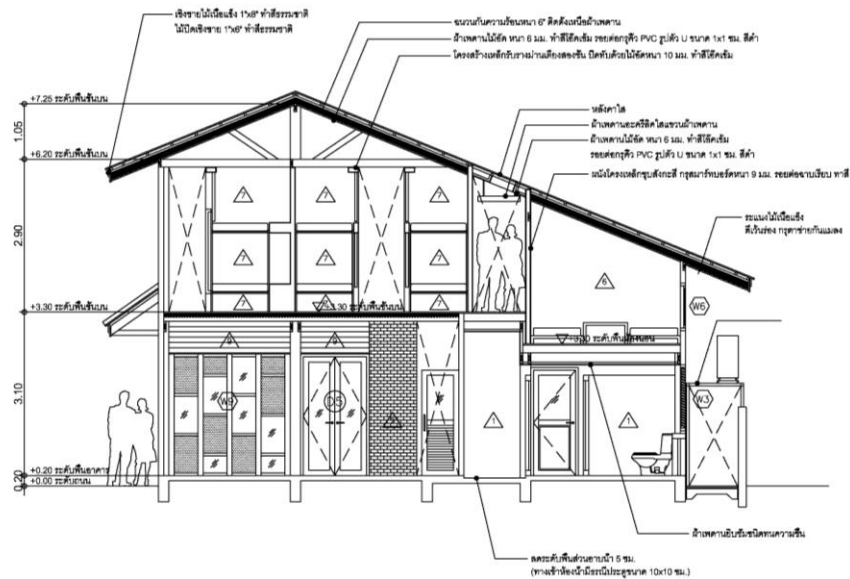


ผังพื้นที่ 2

ภาพที่ 4. 6 การออกแบบวางผังอาคาร Here Hostel



รูปด้าน



รูปตัด

ภาพที่ 4. 7 การออกแบบรูปปลั๊กชนอาคาร Here Hostel

4. ขั้นเจรจาและทำสัญญา

เริ่มในเดือนพฤศจิกายน พ.ศ.2556 ใช้การตั้งงบการลงทุนที่ 3 ล้านบาท โดยการลงหุ้นส่วนเท่าๆกัน คนละ 1 ล้านบาท มีการคาดการณ์แผนการก่อสร้างเริ่มในช่วงปลายปี พ.ศ.2556 ให้แล้วเสร็จในปี พ.ศ.2557 ไม่พบว่ามี การขออนุญาตตัดแปลงอาคาร

ช่วงระหว่างการก่อสร้าง

5. ขั้นตอนการก่อสร้าง

เริ่มมาตั้งแต่ในเดือนตุลาคม พ.ศ.2556 โดยผู้รับเหมารายที่ 1 เข้าดำเนินการรื้อถอนโครงสร้างเดิมที่เป็นไม้ แล้วก่อสร้างโครงสร้างใหม่ด้วยเหล็กและคอนกรีตเสริมเหล็ก ใช้การควบคุมหน้างานเนื่องจากแบบก่อสร้างยังไม่แล้วเสร็จ แต่มีปัญหาที่เกิดจากความเสื่อมของอาคาร ทำให้ต้องซ่อมแซมแก้ไขอยู่ตลอด กระทั่งในเดือนธันวาคม พ.ศ.2556 เกิดการประท้วงปิดถนนราชดำเนิน ผู้รับเหมาไม่สามารถเข้าปฏิบัติงานได้จึงต้องหยุดงานก่อสร้างเป็นระยะเวลา 6 เดือน หลังจากนั้นผู้พัฒนายกเลิกสัญญาว่าจ้างเนื่องจากผู้รับเหมาก่อสร้างผิดจากแบบ ทำให้ใช้เงินทุนก่อสร้างเกินกว่างบประมาณที่ตั้งไว้และงานล่าช้ากว่ากำหนด

ในเดือนมิถุนายน พ.ศ.2558 ผู้พัฒนาหาผู้รับเหมารายที่ 2 มาดำเนินการก่อสร้างต่อ โดยมี การลงทุนเพิ่มอีก 2 ล้านบาท แต่มีการควบคุมงบประมาณการก่อสร้างอย่างเข้มงวด

กระทั่งในเดือนสิงหาคม พ.ศ.2558 สถาปนิกเขียนแบบก่อสร้างแล้วเสร็จ แต่การก่อสร้างมีการปรับเปลี่ยนหน้างานจนไม่สามารถดำเนินการได้ตรงตามแบบ จึงมีการปรับเปลี่ยนระหว่างการก่อสร้างกระทั่งก่อสร้างแล้วเสร็จ ใช้เวลาทั้งหมด 8 เดือน

สรุปขั้นตอนการก่อสร้าง	
<p>1. รื้อถอนโครงหลังคา ผนังและพื้น ภายในทั้งหมด เหลือเพียงกรอบ อาคารภายนอก</p>	
<p>2. รื้อถอนโครงสร้างเดิมที่เป็นไม้ ได้แก่ เสา คาน และโครงหลังคา</p>	
<p>3. ทำฐานรากอาคารใหม่ด้วย คอนกรีตเสริมเหล็ก</p>	
<p>4. เปลี่ยนเสาชั้น 1 เป็นคอนกรีต เสริมเหล็ก เสาชั้น 2 เป็นไม้(จาก โครงสร้างเดิม) เปลี่ยนโครงสร้าง พื้นเป็นคานเหล็กผสมกับตงไม้</p>	
<p>5. เทพื้นชั้น 1 ด้วยคอนกรีตเสริม เหล็ก ปูพื้นด้วยไม้ที่ได้จากการรื้อ ถอนอาคารเดิม</p>	

<p>6. เปลี่ยนโครงสร้างหลังคาเป็นโครงเหล็ก ปูกระเบื้องหลังคาด้วยไฟเบอร์ซีเมนต์</p>	
<p>7. ก่อผนังภายในชั้น 1 ด้วยอิฐมวลเบาฉาบผิวคอนกรีต และก่อผนังชั้น 2 ด้วยโครงไม้ปิดผิวด้วยไม้ กระดานตีซ้อนเกล็ดจากผนังอาคารเดิม</p>	
<p>8. ติดตั้งบันได ประตูหน้าต่างและอุปกรณ์</p>	
<p>9. ภายในชั้น 1 ตกแต่งเครื่องเรือนติดตั้งถาวร (Built-in Furniture) และเครื่องเรือนลอยตัว ชั้น 2 ตกแต่งเครื่องเรือนติดตั้งถาวรเป็นหลัก</p>	

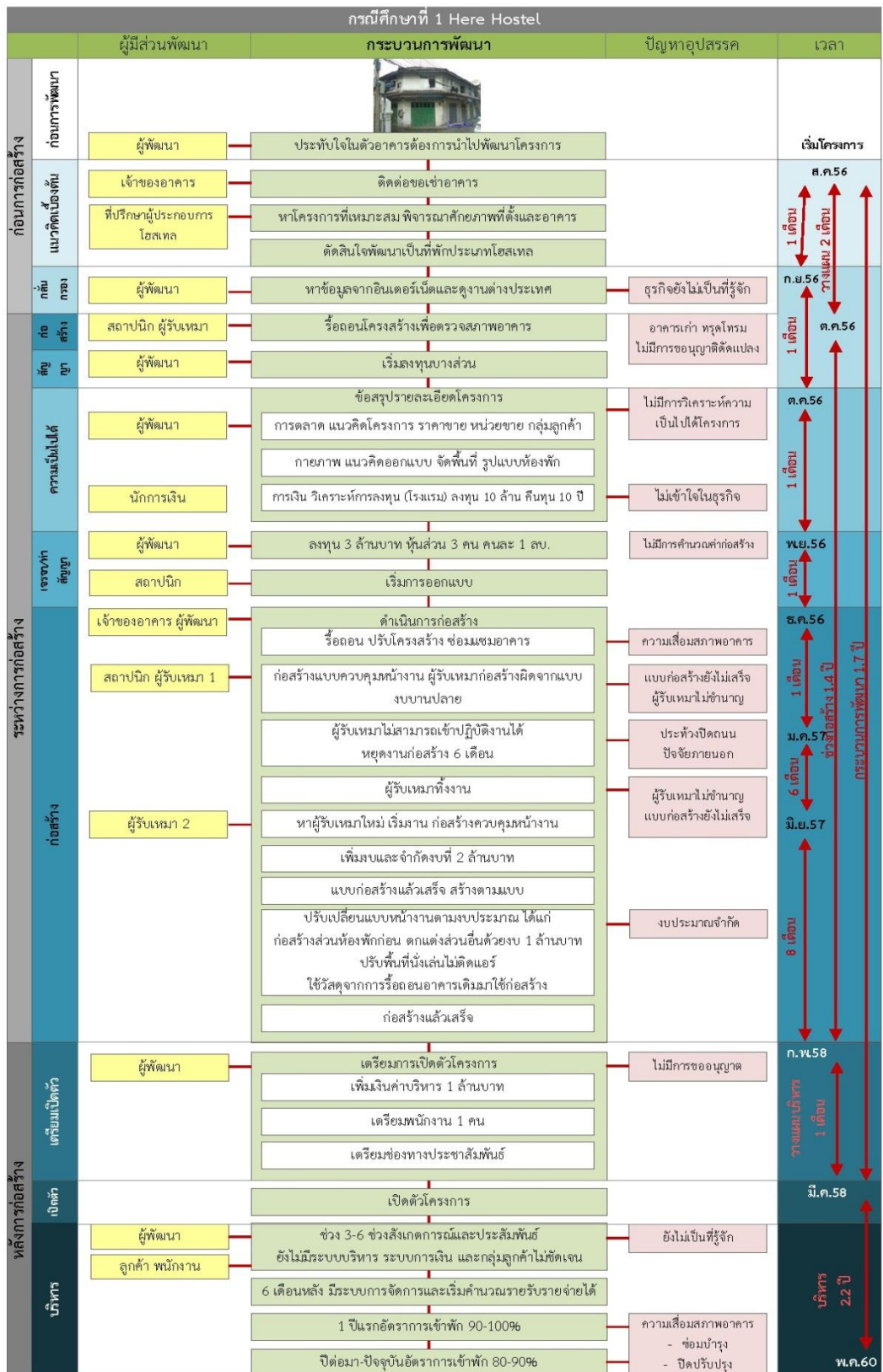
ตารางที่ 12 แสดงกระบวนการก่อสร้าง

ช่วงหลังการก่อสร้าง

10. ขั้นตอนเปิดตัวโครงการ

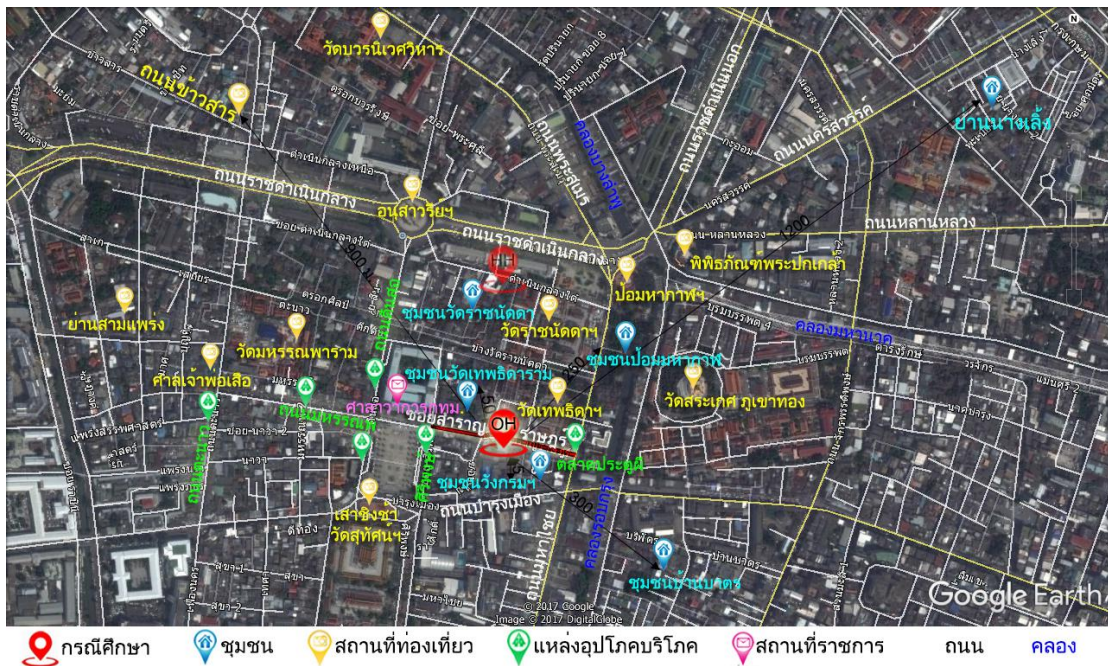
เตรียมการเปิดตัวโครงการในเดือนมีนาคม พ.ศ 2558 ด้วยการเพิ่มเงินทุนค่าดำเนินการบริหารจำนวน 1 ล้านบาท จัดเตรียมพนักงานต้อนรับไว้ 1 คน เตรียมการประชาสัมพันธ์ จัดทำเว็บไซต์โครงการ (Website) เฟซบุค (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) และลงประกาศในสื่อออนไลน์ทราเวล เอเจนซี (Online travel agencies OTA)

4.1.6 สรุปกระบวนการพัฒนากรณีศึกษาที่ 1



ภาพที่ 4. 8 สรุปกระบวนการพัฒนา

4.2 กรณีศึกษาที่ 2 : วันซ์ อะเกน โฮสเทล (Once Again Hostel)



ภาพที่ 4. 9 แสดงที่ตั้งโครงการ

4.2.1 กายภาพทำเลที่ตั้ง

1. **ที่ตั้งโครงการ** : 22 ซอยสำราญราษฎร์ แขวงสำราญราษฎร์ เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร 10200 ตั้งอยู่ใกล้พื้นที่ “ชุมชนวัดเทพธิดาราม” และ “ชุมชนวังกรมพระสมมตอมรินทร์” มีอาณาเขตติดต่อดังนี้

ทิศเหนือ ติดซอยสำราญราษฎร์ ตรงกันข้ามกับวัดและชุมชนวัดเทพธิดาราม (ร.3)

ทิศตะวันออก ติดบ้านแถวไม้พักอาศัยชุมชนวังกรมพระสมมตอมรินทร์ (ร.5)

ทิศใต้ ติดชุมชนวังกรมพระสมมตอมรินทร์ (ร.5)

ทิศตะวันตก ติดตึกแถวเอกชน 3 ชั้น 6 คูหา

2. การสัญจร-การเข้าถึง

- การเข้าถึง** จากซอยสำราญราษฎร์ ซึ่งเป็นซอยแคบ กว้างประมาณ 6 เมตร เข้าถึงได้ 2 วิธีคือ
- 1) ทางรถยนต์ เข้าได้จากถนนมหาไชย มี 2 ช่องจราจร เดินรถได้ทางเดียว ไปออกที่ถนนศิริพงษ์ (ด้านข้างศาลาว่าการกรุงเทพฯ)
 - 2) การเดินเท้า เส้นทางที่ 1 เข้า-ออกได้จากถนนมหาไชยและถนนศิริพงษ์
เส้นทางที่ 2 เข้า-ออกผ่านชุมชนวังกรมฯ ไปออกถนนบำรุงเมือง

3. สภาพแวดล้อมโดยรอบที่ตั้ง

ตั้งอยู่ในซอยแคบแต่การจราจรพลุกพล่าน เนื่องจากเป็นเส้นทางลัดจากถนนมหาไชยไปยัง ศาลาว่าการกรุงเทพฯ หน้าอาคารเข้าวัดเทพธิดารามฯ ด้านทิศตะวันออกติดบ้านชุมชนวังกรมฯ 4 หลังเป็นร้านขายอาหาร ถัดไปเป็นตึกแถว 3 ชั้น รูปแบบเดียวกันจำนวน 4 และ 16 คูหา ที่ประกอบกิจการร้านค้า ขายของชำ ร้านอาหารและร้านสะดวกซื้อ ด้านทิศตะวันตกติดตึกแถว 3 ชั้น 6 คูหา ประกอบกิจการร้านค้า ร้านอาหารและโรงพิมพ์ และด้านหลังติดบ้านและอาคารของวังเดิม โดยรอบที่ตั้งโครงการอยู่ในย่านการค้าดั้งเดิมบริเวณปากคลองโอ่งอ่าง เคยเป็นที่ตั้งของตลาดใหญ่สำคัญแห่งหนึ่งในอดีต คือตลาดสดสำราญราษฎร์(ตลาดประตูผี) อยู่ใกล้ถนนและสถานที่สำคัญ ตั้งแต่อดีต ดังนั้นพื้นที่โดยรอบจึงประกอบไปด้วยร้านค้า ร้านอาหารจำนวนมากและค่อนข้างคึกคักตลอดทั้งวัน โดยร้านอาหารที่มีชื่อเสียงจะเปิดในช่วงเวลากลางวัน



ภาพที่ 4. 10 สภาพแวดล้อมโครงการ

4. ชุมชนโดยรอบที่ตั้งโครงการ

- 1) ชุมชนวังกรมฯ 10 ม.
- 2) ชุมชนวัดเทพธิดาราม 50 ม.
- 3) ชุมชนวัดราชนันทดา 200 ม.
- 4) ชุมชนป้อมมหากาฬ 250 ม.
- 5) ชุมชนบ้านบาตร 300 ม.
- 6) ย่านนางเลิ้ง 1200 ม.

5. ทรัพยากรการท่องเที่ยว (ที่อยู่ใกล้เคียงในระยะ 500 ม.)

แหล่งท่องเที่ยว 1) วัดเทพธิดารามวรวิหาร 30 ม. 2) กทม.-เสาชิงช้า- โบสถ์พราหมณ์-วัดสุทัศน์ฯ 170 ม. 2) วัดราชนันทารวิหาร-โลหะปราสาท 200 ม. 4) ย่านสังฆภัณฑ์ 120 ม. 15) วัดสระเกศและภูเขาทอง 300 ม. 6) พิพิธภัณฑ์นิทรรศน์รัตนโกสินทร์ 350 ม. 7) หอศิลป์ร่วมสมัยราชดำเนิน 350 ม. 5) ลานพลับพลามหาเจษฎาบดินทร์ 350 ม. 8) อนุสาวรีย์ประชาธิปไตย 400 ม. 13) ป้อมมหากาฬ 400 ม. 11) ย่านสามแพร่ง 400 ม. 10) ศาลเจ้าพ่อเสือ 500 ม. 14) พิพิธภัณฑ์พระปกเกล้าฯ 500 ม. 14) พิพิธภัณฑ์พระปกเกล้าฯ 500 ม. 12) วัดราชบพิธราฯ 600 ม.

แหล่งบันเทิง ถนนข้าวสาร-บางลำพู 900 ม.

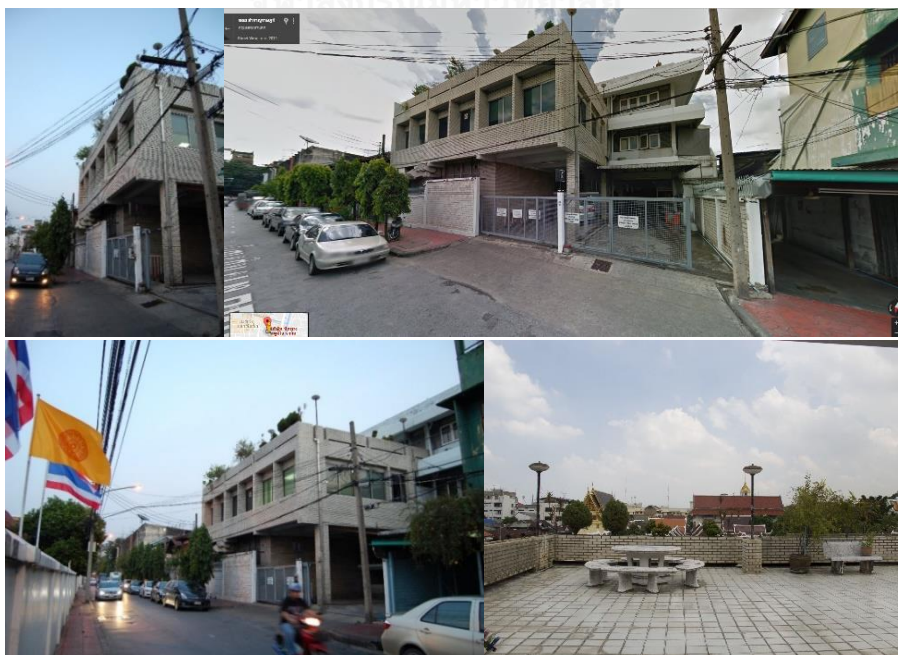
สวนสาธารณะ สวนรมณีนาถ 400 ม.

แหล่งอาหาร ได้แก่ ย่านประตูผี ถนนดินสอ ถนนมหารณพ ถนนตะนาว ตลาดตรอกหม้อ ตลาดชุมชนหลังวัดราชนันทดา 100-500 ม.

6. เศรษฐกิจทำเลที่ตั้ง

จากการการสังเกต พบว่าผู้ที่อยู่อาศัยในตึกแถวที่ติดถนนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพค้าขาย ส่วนชุมชนวัดเทพฯและวังกรมฯเป็นชุมชนพักอาศัยส่วนใหญ่ โดยจากการสำรวจสังเกตพื้นที่โดยรอบ พบว่าเกิดโรงแรมขนาดเล็กขึ้นจำนวนหนึ่ง จึงมีนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวนมากอยู่ในพื้นที่ โดยมีแนวโน้มว่าย่านนี้จะพัฒนาในเชิงการท่องเที่ยวมากขึ้นเนื่องจากอยู่ในแหล่งชุมชนย่านการค้า

4.2.2 กายภาพตัวอาคารก่อนการพัฒนา



ภาพที่ 4. 11 ตัวอาคารก่อนการพัฒนา Once Again Hostel

ลักษณะทางกายภาพก่อนการพัฒนา

ที่ตั้ง	22 ซอยสำราญราษฎร์ แขวงสำราญราษฎร์ เขตพระนคร กรุงเทพมหานครชุมชนวัดเทพธิดารามและชุมชนวังกรมพระสมมตอมรพันธ์
กรรมสิทธิ์ที่ดิน	ครอบครัวธนาสารอักษร
ลักษณะอาคาร	เป็นตึกเดี่ยว อายุ 30 ปี อาคารยุคสมัยใหม่ สร้างเพื่อประกอบกิจการโรงพิมพ์
ขนาดและพื้นที่อาคาร	ขนาดอาคาร 23 x 26 เมตร ส่วนหน้าสูง 2 ชั้น ส่วนหลังสูง 3 ชั้น พื้นที่ทั้งหมด 1,490 ตารางเมตร ระยะที่ 1 พัฒนาเป็นโฮสเทล 875 ตารางเมตร
โครงสร้างอาคาร	โครงสร้าง ผนังภายนอกและหลังคาเป็นคอนกรีตเสริมเหล็กทั้งหมด สามารถรองรับน้ำหนักเครื่องจักรที่ใช้ในการพิมพ์ได้ และมีระยะห่างโครงสร้างเสาประมาณ 5-6 เมตร ระยะพื้น-พื้นสูงชั้น 1 ที่ 4.50 เมตร ชั้น 2 ที่ 3.5 เมตร
สภาพอาคาร	ค่อนข้างสมบูรณ์แข็งแรง สภาพดี รับน้ำหนักได้มาก
การใช้งาน	เดิมครอบครัวผู้พัฒนาใช้ประกอบกิจการโรงพิมพ์และพักอาศัย ต่อมาเมื่อประมาณ 10 ปี ก่อน ครอบครัวได้ย้ายกิจการไปตั้งสำนักงานใหม่ แต่ผู้พัฒนายังใช้พักอาศัยอยู่

4.2.3 ความเป็นมาโครงการ

วันซ์ อะเกน โฮสเทล เป็นที่พักประเภทโฮสเทลรูปแบบดีไซน์โฮสเทล เป็นที่พักราคาประหยัด เริ่มพัฒนาโดยใช้พื้นที่ชั้น 1, 2 และ 3 ของอาคารในการก่อสร้างระยะที่ 1 พื้นที่ 875 ตารางเมตร มีผู้ร่วมหุ้น 3 คน เป็นผู้พัฒนาและผู้บริหารโครงการจำนวน 2 คน ซึ่งเป็นเพื่อนที่จบการศึกษาระดับมัธยมและอุดมศึกษาที่เดียวกัน คือ

- 1) คุณภัททกร ธนาสารอักษร จบการศึกษาด้านสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ประกอบอาชีพสถาปนิก เจ้าของบริษัทออกแบบ
- 2) คุณศานนท์ หวังสร้างบุญ จบการศึกษาด้านวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ประกอบอาชีพวิศวกร

จุดเริ่มต้นการพัฒนาเมื่ออาคารว่างลงจากการใช้งาน คุณภัททกรจึงได้ปรึกษากับหุ้นส่วนภายในครอบครัวต้องการนำอาคารไปพัฒนาโครงการประเภทที่พักอาศัยที่สามารถส่งเสริมธุรกิจในพื้นที่ได้ และเริ่มร่างแบบในช่วงเดือนกันยายน พ.ศ.2557

4.2.4 แนวคิดการพัฒนา

แนวคิดโครงการ

เกิดจากที่ตั้งโครงการอยู่ในย่านที่มีชุมชนเก่าแก่ที่มีคุณค่าของกรุงรัตนโกสินทร์อยู่หลายชุมชน ผู้พัฒนาจึงมีแนวคิดพัฒนาโครงการด้วย “แนวคิดธุรกิจเก๋กูล” และ “แนวคิดโครงการ” ดังนี้

1. แนวคิดธุรกิจเกื้อกูล (Inclusive Business)

โดยผู้พัฒนานิยาม แนวคิดธุรกิจเกื้อกูลของตนไว้ว่า “ธุรกิจเกื้อกูล คือ การดำเนินธุรกิจด้วยปัจจัยด้านการลงทุนและผลตอบแทน โดยเจ้าของธุรกิจและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต้องอยู่ให้ได้ โดยเปิดโอกาสให้ชุมชนที่อยู่ใกล้เคียงได้เข้ามามีส่วนร่วมในทุกกระบวนการดำเนินโครงการและจัดสรรรายได้ อย่างเป็นธรรม”

2. แนวคิดโครงการ

ผู้พัฒนากำหนดแนวคิดในการพัฒนาโครงการ คือ “โฮสเทลแห่งการแบ่งปันใน 3 ด้าน” ได้แก่

- 1) แบ่งปันชุมชนภายใน หมายถึง สร้างบรรยากาศแห่งการปฏิสัมพันธ์กัน แบ่งปันมิตรภาพระหว่างชุมชนภายในที่พัก
- 2) แบ่งปันภายนอก หมายถึง ต้องการแบ่งปันสิ่งดีๆ ให้กับชุมชนโดยรอบ อาทิ การสร้างงาน สร้างกิจการให้กับชุมชนและสืบสานวัฒนธรรม
- 3) แบ่งปันความเป็นไทย หมายถึง นำเสนอความเป็นไทยผ่านการออกแบบ บรรยากาศ การตกแต่ง การบริการและกิจกรรม ให้ลูกค้าได้รับการต้อนรับอย่างอบอุ่นจากเจ้าบ้านคนไทย

แนวคิดการออกแบบ

นำเสนอความเป็นไทยผ่านชุมชนเก่าแก่ของเกาะรัตนโกสินทร์ โดยการดึงเอกลักษณ์ชุมชน 4 ชุมชน ที่ได้คัดเลือกมาใช้ในการออกแบบ จัดวางองค์ประกอบและตกแต่งอาคาร โดยใช้แนวคิดการออกแบบ “Calm & Peaceful” คือ ตกแต่งแบบเรียบง่าย หรรษา อบอุ่น สร้างบรรยากาศแบบไทยที่ให้ความรู้สึกต้อนรับอย่างอบอุ่น

เป้าหมายโครงการ

ผู้พัฒนาวางเป้าหมายทั้งในเชิงธุรกิจ คือ ต้องการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพผ่านความเป็นไทย เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและกลับมาอีก และเป้าหมายเชิงสังคมว่าจะเป็น “โฮสเทลแห่งการแบ่งปัน” (Sharing Enterprise Hostel) ที่เป็นมิตรต่อชุมชนรอบข้าง ชุมชนชีวิตเมืองเก่าให้กลับมาใช้ชีวิตชีวาอีกครั้ง โดยคาดหวังให้การท่องเที่ยวช่วยกระตุ้นการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน

4.2.5 กระบวนการพัฒนา²⁸

ข้อมูลกระบวนการพัฒนาแบ่งเป็น 3 ช่วงเวลา คือ ช่วงก่อน ระหว่างและหลังการก่อสร้าง มี 8 ขั้นตอน ดังนี้

ช่วงก่อนการก่อสร้าง

1. ขั้นแนวคิดเบื้องต้น

เริ่มขึ้นในเดือนกันยายน พ.ศ.2557 ผู้พัฒนาที่ 1 พิจารณาหาโครงการที่เหมาะสมโดยการศึกษาค้นคว้าข้อมูลด้านการตลาด พบว่า พื้นที่โดยรอบมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก จึงพิจารณาทางเลือกระหว่าง

- 1) โรงแรมหรู ซึ่งพิจารณาว่าตนเองไม่มีพื้นฐานการบริการ
- 2) โรงแรมราคาประหยัด โดยได้ศึกษาข้อมูลเพิ่มเติม พบว่า มีสัดส่วนนักท่องเที่ยวแบบแบ็คแพ็คเกอร์ เป็นจำนวนมาก จึงตัดสินใจพัฒนาเป็นที่พักประเภทโฮสเทล

2. ขั้นแนวคิดถ่วงกรอง

ดำเนินต่อไปในเดือน ก.ย.57 ผู้พัฒนาซึ่งเป็นสถาปนิก จึงได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้านกายภาพโครงการเอง ดังนี้

2.1 วิเคราะห์ด้านทำเลที่ตั้ง พบว่ามีศักยภาพ คือ

- 1) อยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวสำคัญที่เป็นจุดหมายปลายทางนักท่องเที่ยว ได้แก่ พระบรมหาราชวัง วัด วัง สถานที่สำคัญต่างๆ รวมถึง ถนนข้าวสาร บางลำพู พระอาทิตย์
- 2) ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนย่านการค้าและอาหารที่มีชื่อเสียง อาทิ ผัดไทประตูผี
- 3) เข้าถึงยากแต่ไม่ไกลจากระบบขนส่งมวลชน และสามารถเดินเท้าไปยังสถานที่ต่างๆได้
- 4) ตั้งอยู่ในย่านที่เป็นชุมชนเก่าแก่จำนวนมาก สามารถนำใช้เป็นจุดขายได้

MOST ATTRACTIVE PLACE FOR TOURIST IN RATTANAKOSIN AREA



Khao San Road or Khao San Road (Thai: ถนนข้าวสาร) is a short street in central Bangkok, Thailand. It is in the Banglamphu area of (Phra Nakhon district) about 1 kilometre (0.62 mi) north of the Grand Palace and Wat Phra Kaew.

There are several pubs and bars where backpackers meet to discuss their travels. The area is internationally known as a center of dancing, partying, and just prior to the traditional Thai New Year (Songkran festival) of 13-15 April, water splashing that usually turns into a huge water fight. One Thai writer has described Khao San as "...a short road that has the longest dream in the world".

ภาพที่ 4. 12 การวิเคราะห์ทำเลที่ตั้งโดยผู้พัฒนา Once Again Hostel

²⁸ ข้อมูลการสัมภาษณ์

2.2 วิเคราะห์กายภาพตัวอาคาร โดยการตรวจสอบสภาพอาคารพบว่ามีศักยภาพ ดังนี้

- 1) โครงสร้างมีความแข็งแรงมากสามารถรองรับน้ำหนักได้มากกว่า 1000 กก./ตร.ม.
- 2) โครงสร้างมีระยะห่างเสากว้างถึง 5-7 ม. และโครงสร้างพื้น-พื้นสูง 3.5-4.5 ม. และมีผนังกันภายในน้อย ง่ายต่อการปรับเปลี่ยนพื้นที่ใช้งาน

จากนั้นผู้พัฒนาจึงสรุปว่าทำเลที่ตั้งและตัวอาคารมีความเป็นไปได้ในการพัฒนาเป็นโฮสเทล

2.3 วิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการออกแบบ

โดยผู้พัฒนาได้ทดลองออกแบบจัดวางพื้นที่ใช้สอยและหาแนวคิดโครงการ โดยมีความสนใจเรื่องชุมชนในเกาะรัตนโกสินทร์ จึงได้ชักชวนผู้พัฒนารายที่ 2 ซึ่งประกอบอาชีพวิศวกรแต่มีความสนใจงานด้านชุมชนเข้ามาร่วมเป็นหุ้นส่วนพัฒนา

3 ขั้นการศึกษาความเป็นไปได้โครงการ

เริ่มขึ้นในเดือนมกราคม พ.ศ.2558 ผู้พัฒนาได้มีการศึกษาความเป็นไปได้ด้านต่างๆ ที่แตกต่างจากทั่วไปคือลงพื้นที่สำรวจชุมชน ดังนี้

3.1 ศึกษาความเป็นไปได้ด้านสังคม สิ่งแวดล้อมและชุมชน

ผู้พัฒนาได้เริ่มศึกษาข้อมูลชุมชนโดยรอบที่ตั้งโครงการย่านรัตนโกสินทร์ โดยจัดทำรายชื่อกว่า 20 ชุมชน และทำการลงพื้นที่สำรวจชุมชนต่างๆ พบว่า ชุมชนเหล่านั้นมีเอกลักษณ์และคุณค่าควรอนุรักษ์ แต่บางชุมชนได้สูญหายไปจากพื้นที่แล้ว บางชุมชนไม่ได้สืบทอดเอกลักษณ์แล้ว และบางชุมชนยังคงมีเอกลักษณ์อันน่าสนใจอยู่ จึงเป็นแรงบันดาลใจให้ผู้พัฒนาประสงค์จะช่วยรักษาชุมชนและมรดกทางวัฒนธรรมเหล่านี้ โดยใช้แนวคิดธุรกิจเกื้อกูล ฟื้นฟูชุมชนเก่าแก่ให้มีชีวิตชีวาอีกครั้ง



ภาพที่ 4. 13 จากการสำรวจชุมชนโดยผู้พัฒนา Once Again Hostel

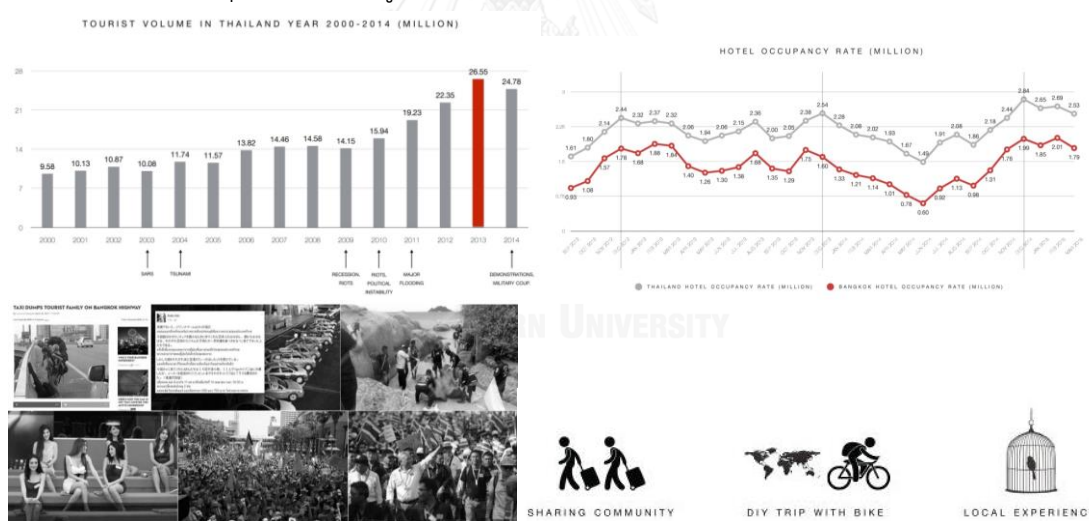
โดยได้ศึกษาข้อมูลชุมชนที่เหลือและคัดเลือกชุมชนที่มีคุณค่าทางเอกลักษณ์ชุมชนและมีความพร้อมในการเข้าร่วมงานจำนวน 4 ชุมชน ได้แก่

- 1) ชุมชนวังกรมพระสมมตอมรินทร์ ที่ตั้งอยู่ใกล้เคียงโครงการ ซึ่งเป็นที่ตั้งของวังเก่าแก่ ยังคงมีการประกอบอาชีพเย็บสบง จีวรพระ
- 2) ชุมชนป้อมมหากาฬ ตั้งอยู่ไม่ไกลจากโครงการ ซึ่งมีลักษณะเป็นบ้านไม้โบราณ และมีการประกอบอาชีพดั้งเดิม เช่น การทำกรงนก เลี้ยงนกเขาชวา การปั้นเครื่องเคลือบดินเผา
- 3) ชุมชนบ้านบาตร ซึ่งยังมีการประกอบอาชีพทำบาตรพระ
- 4) ย่านตลาดนางเลิ้ง เป็นที่ตั้งของตลาดและโรงหนังเก่าแก่ และยังคงมีการอนุรักษ์การแสดงดั้งเดิม เช่น ละครชาตรี การเดินรำที่เคยรุ่งเรืองในอดีต

จากนั้นผู้พัฒนาได้วางแผนธุรกิจที่สามารถดึงชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม ติดต่อกับและประสานงานกับชุมชนเพื่อให้ดำเนินงานตามแผนการได้

3.2 ศึกษาความเป็นไปได้ด้านเศรษฐศาสตร์

ผู้พัฒนาได้ชักชวนเพื่อนที่เป็นนักการตลาดมาช่วยวิเคราะห์ด้านเศรษฐศาสตร์และการตลาด โดยจัดทำแผนการตลาด (Marketing Plan) วิเคราะห์ปัจจัยต่างๆ เช่น คาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยว และแนวโน้มในแต่ละปี, อัตราการเข้าพักโรงแรมในประเทศและกรุงเทพฯ, ภาพลักษณ์-สถานการณ์ท่องเที่ยวไทยในปัจจุบัน, แนวโน้มรูปแบบการท่องเที่ยวที่เป็นกระแสความนิยมของโลก

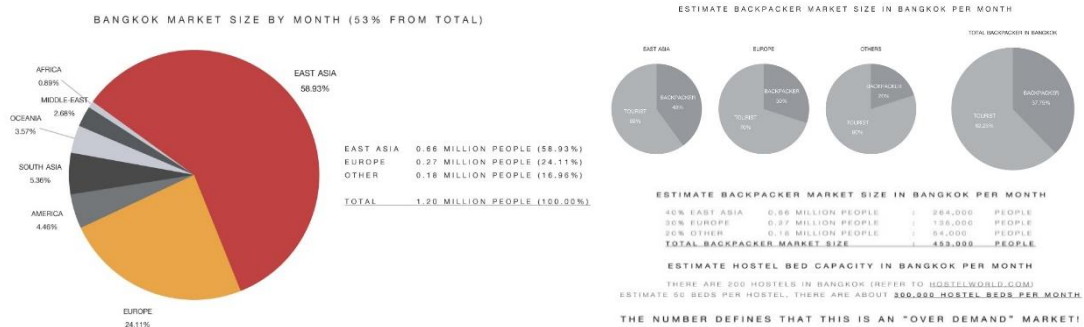


ภาพที่ 4. 14 ตัวอย่างการวิเคราะห์ด้านเศรษฐศาสตร์โดยผู้พัฒนา Once Again Hostel

3.3 ศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด เช่น

- 1) วิเคราะห์ขนาดตลาดและจำแนกนักท่องเที่ยวในกรุงเทพฯ (Market size/Market Share)
- 2) วิเคราะห์คาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวแบ็คแพ็คเกอร์ในตลาด (Market Segmentation)

ผู้พัฒนาได้สรุปข้อมูลจากการวิเคราะห์ว่า สถานการณ์ธุรกิจโฮสเทลด้านอุปสงค์นั้น มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ยังมีความต้องการของตลาดอยู่ แต่ในด้านอุปทานความสามารถในการรองรับมีมากและใกล้ถึงภาวะล้นตลาด หรืออุปทานส่วนเกินแล้ว (Over Supply)



ภาพที่ 4. 15 การวิเคราะห์ส่วนตลาดโดยผู้พัฒนา Once Again Hostel

3) วิเคราะห์คู่แข่ง (Competitor)

ผลการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ คือ ทำเลที่ตั้ง แนวคิดโครงการและการกำหนดราคาขาย

ผู้พัฒนาศึกษาข้อมูลปัจจัยความสำเร็จโดยละเอียดของคู่แข่งทั้งทางตรงและทางอ้อม ได้แก่ เฮีย โฮสเทล (ทางตรง) โอลด์ทาวน์ (ถ.เจริญกรุง) เดอะ ยาร์ด (ถ.พหลโยธิน) สุนีตา (ถ.ข้าวสาร)

THERE ARE 3 MAIN FACTORS TO DEFINE TARGET COMPETITOR



LOCATION

KHAOSAN : DIRECT COMPETITOR
CHAEONKRUNG & PHAYATHAI ROAD : SECONDARY COMPETITOR
SUKHUMVIT & SIAM : INDIRECT COMPETITOR



CONCEPT

EXPERIENCE SHARING : THE EXPERIENCE OFFERED TO CUSTOMER SUCH AS COMMON AREA
SOCIAL SHARING : THE CONCEPT OF SOCIAL CONCERNING SUCH AS GREEN CONCEPT
THAI CONCEPT : THE CONCEPT OF THAI STYLE OFFERING SUCH AS SERVICE MIND



PRICE LEVEL

HIGH LEVEL : 500 BAHT UP
MIDDLE LEVEL : 350-499 BAHT
LOW LEVEL : 150-349 BAHT

PRIMARY TARGET COMPETITORS



HERE HOSTEL
RATCHADAMNEON ROAD, PHRANAKHON, BANGKOK

LIVING NATURE WE HAVE ADOPTED AN ENVIRONMENTALLY FRIENDLY AND NATURE-CONSERVING CONCEPTUAL DESIGN
LIVING CULTURE FROM HERE HOSTEL, YOU CAN EASILY GET TO KHAOSAN IN 5-10 MINUTES
LIVING TRAIL-LIVING HERE HOSTEL THE REALLY 100 YEARS OLD BUILDING

SECONDARY TARGET COMPETITORS



OLDTOWN HOSTEL
CHAEONKRUNG ROAD, BANGRAK, BANGKOK

CONCEPT HAVING FUN WITH OLDTOWN STAY WITH COMFORT AND ALL THE LATEST FACILITIES WHILE TRAVELLING AROUND BANGKOK
DESIGN HIGH BUILDING BUILDING, THE BEAUTY OF HERITAGE BUILDING FOUND IN 1920 UNDER THE MIXTURE OF WESTERN-INFLUENCED AND THAI ARCHITECTURE, WELL CONSERVED AND THERE WILL BE ONLY MINIMAL CHANGES TO THE INTERIOR DESIGN.

SECONDARY TARGET COMPETITORS



THE YARD HOSTEL
PHAHONYOTHIN ROAD, PHAYA THAI, BANGKOK

CONCEPT IN THAI "YARD" MEANS RELATIVE, AND ONCE YOU'VE STAYED WITH US, YOU BECOME PART OF THE YARD FAMILY!
GREEN CONCEPT WE USED RECYCLE PAPER AND NATURAL INSULATION IN THE CONSTRUCTION OF THIS ROOM, THESE MATERIAL HELP NATURALLY COOL THE SURROUNDING HOT ENVIRONMENT

SECONDARY TARGET COMPETITORS



SUNETA KHAOSAN HOSTEL
KHAOSAN ROAD, PHRANAKHON, BANGKOK

USP CONVENIENT AND VARIOUS ACCOMMODATIONS SERVICE, THE CABIN BED OF THAI STYLE CAPSULE BED WHICH SIMULATED THE TRAIN BEING FOR YOUR PRIVATE RELAXING, WIDE LOBBY AREA FOR MEETING AND TALKING WITH THE FELLOW TRAVELLERS

ภาพที่ 4. 16 การวิเคราะห์คู่แข่งโดยผู้พัฒนา Once Again Hostel

4) กำหนดแนวคิดโครงการ (Company Concept)

“โฮสเทลแห่งการแบ่งปันใน 3 ด้าน” คือ แบ่งปันชุมชนภายใน แบ่งปันชุมชนภายนอก แบ่งปันความเป็นไทย

5) กำหนดภาพลักษณ์องค์กรและตราสินค้า (Brand Personality/Identity)

ผู้พัฒนาวางภาพลักษณ์โฮสเทลเสมือนเป็นบุคคลคนหนึ่ง โดยให้มีลักษณะเหมือนผู้ชายวัย 35-40 มีบุคลิกภาพดี กระตือรือร้น ใจกว้าง มีจิตสาธารณะ รักความเป็นไทย อบอุ่นและเป็นมิตร มีพฤติกรรมผ่อนคลายและความเป็นศิลปิน ชื่นชอบการปั่นจักรยาน ชอบลิ้มรสอาหาร ชอบการผจญภัยค้นหาสิ่งใหม่ๆ มีความสนใจในวิถีชีวิต ชอบปฏิสัมพันธ์และรักธรรมชาติ



ภาพที่ 4. 17 การกำหนดแนวคิดโครงการโดยผู้พัฒนา Once Again Hostel

6) กำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ (Targeting) ผู้พัฒนาคาดการณ์กลุ่มเป้าหมายเป็น 2 กลุ่ม

6.1) กลุ่มเป้าหมายหลัก เป็นคนชนชั้นกลาง อายุ 20-35 ปี เป็นนักเรียน นักศึกษาและคนทำงานทั่วไป มีลักษณะชื่นชอบการท่องเที่ยว ต้องการความผ่อนคลายจากการทำงานหนัก มีพฤติกรรมท่องเที่ยวแบบแบ็คแพ็คเกอร์ หาข้อมูลที่พักจากอินเทอร์เน็ตโดยพิจารณาด้านราคาและทำเลที่ตั้งสะดวกสบายเป็นหลัก มีความต้องการท่องเที่ยวเพื่อเปิดประสบการณ์และพบเพื่อนใหม่

6.2) กลุ่มเป้าหมายรอง เป็นคนชนชั้นกลาง-สูง อายุ 28-45 ปี เป็นพนักงานบริษัท ประกอบอาชีพอิสระหรือเจ้าของธุรกิจ มีลักษณะชอบการผจญภัย รักโลก คิดบวก รักความสงบ หลงใหลวัฒนธรรมพื้นถิ่น มีพฤติกรรมหาข้อมูลที่พักจากอินเทอร์เน็ตโดยพิจารณาด้านคุณภาพ บริการ สิ่งอำนวยความสะดวก และประสบการณ์ท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ มีความต้องการสัมผัสประสบการณ์ที่แท้จริงของการท่องเที่ยวนั้นๆ ต้องการความเป็นส่วนตัว



TARGET CUSTOMER
SECONDARY TARGET : GREEN TRAVELLERS
NICHE BUT POTENTIAL TARGET

- GENERAL : AGE 28-45 YEARS OLD
- STATUS : MIDDLE UPPER-HIGH CLASS
- OCCUPATION : OFFICE WORKERS; ENTREPRENEUR, FREELANCE
- PERSONALITY : LOVE THE EARTH, ADVENTURE, POSITIVE; LOVE PRIVACY, FASCINATE IN LOCAL CHARMING
- BEHAVIOUR : CHOOSE HOTEL FROM WEBSITE SUCH AS AGODA, BOOKING OR FRIEND ADVISOR, LOCAL TRIP
- HOT BUTTONS : 1) QUALITY SERVICE AND FACILITIES 2) EXPERIENCE OFFERING
- NEEDS : SEARCH FOR LIFE EXPERIENCE, NEED OF AUTHENTIC, NEED OF PRIVACY TIME



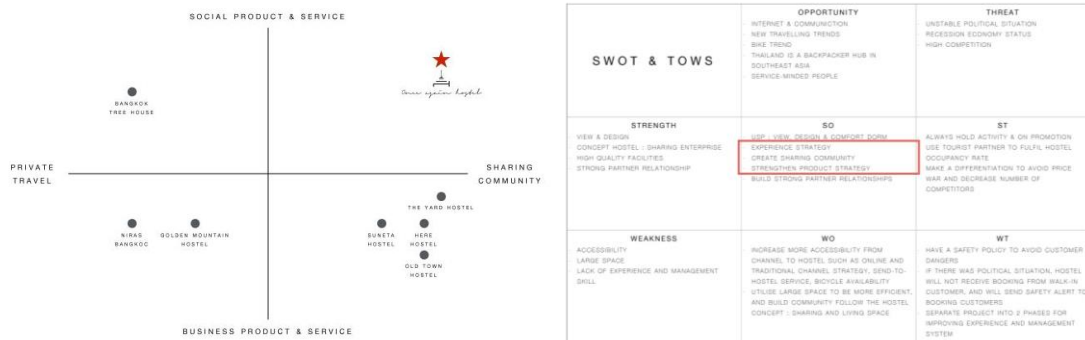
ภาพที่ 4. 18 การคาดการณ์กลุ่มเป้าหมายโครงการโดยผู้พัฒนา Once Again Hostel

7) การวางตำแหน่งทางการตลาด (Positioning)

ผู้พัฒนาวางตำแหน่งทางการตลาดให้อยู่ระดับบน คือ กำหนดผลิตภัณฑ์-บริการให้ครบครันเหมือนคู่แข่งที่อยู่ในตำแหน่งเดียวกัน แต่การสร้างตลาดใหม่ในเชิงสังคม

8) วิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน (SWOT Analysis)

ผู้พัฒนาวิเคราะห์ว่า ตนมีจุดแข็งด้าน 3 ด้าน คือ 1) การนำเสนอประสบการณ์การท่องเที่ยวท้องถิ่น 2) การสร้างสังคมแห่งการแบ่งปัน 3) การกำหนดผลิตภัณฑ์และการบริการที่ครบครัน



ภาพที่ 4. 19 การวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนและตำแหน่งทางการตลาดโดยผู้พัฒนา Once Again Hostel

9) วางกลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategy)

โดยการสร้างความแตกต่างโดยเปิดตลาดใหม่ที่เรียกว่า “ไวท์ โอเชียน (White Ocean)” เป็นมุมมองการตลาดที่คำนึงถึงด้านสังคมด้วย

10) สร้างจุดขาย (Key Selling Point)

สร้างจุดขายโครงการด้วยแนวคิดการแบ่งปันใน 3 ด้าน คือ 1) แบ่งปันความเป็นไทย-โดยการนำเสนอผลิตภัณฑ์และการบริการ ที่แสดงถึงความเป็นไทย 2)แบ่งปันชุมชนภายใน-ด้วยการสร้างบรรยากาศการปฏิสัมพันธ์ 3)แบ่งปันชุมชนภายนอก-ด้วยสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวชุมชน

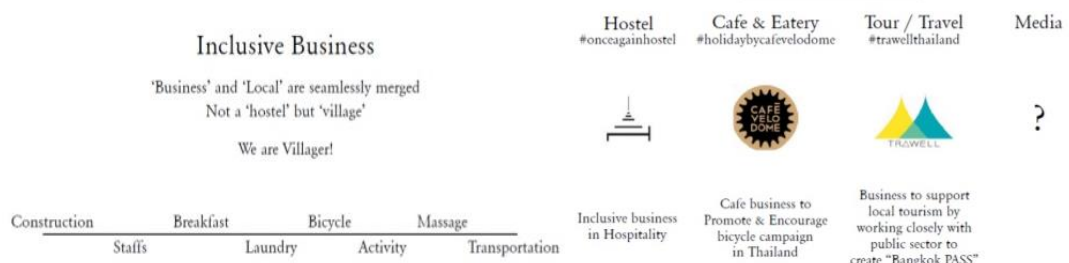


ภาพที่ 4. 20 การวางกลยุทธ์การตลาดและสร้างจุดขายโดยผู้พัฒนา

3.4 ศึกษาความเป็นไปได้ด้านการบริหาร

ผู้พัฒนามีการวางแผนการบริหารที่แตกต่างจากการพัฒนาทั่วไปโดย การวางแผนปฏิบัติงานที่ดึงเอาทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชน มาแจกแจงในห่วงโซ่อุปทานธุรกิจโฮสเทล (Hostel value chained)

1. จัดสรรแม่บ้านและพนักงานต้อนรับโดยการจ้างงานชุมชน โดยคัดเลือกบุคคลลักษณะ อริยาไคยดีและมีทักษะภาษาอังกฤษ ในเบื้องต้นพนักงานต้อนรับเป็นคนในชุมชนบ้านบาตร แม่บ้านเป็นคนในชุมชนวัดราชันดตา
2. จัดเตรียมอาหารเช้าโดยการเวียนซื้ออาหารจากร้านท้องถิ่น และอาหารที่ขายในโฮสเทล จะต้องไม่ซ้ำกับร้านท้องถิ่น เบื้องต้นจึงเปิดเป็นร้านแบบคาเฟ่จักรยาน เพื่อส่งเสริมการใช้จักรยานลดมลภาวะ
3. การซักกรีด การออกแบบไม่มีห้อง Laundry แต่ใช้การจ้างงานคนในชุมชนวังกรมฯ
4. จัดเตรียมแท็กซี่บริการ โดยจ้างคนในชุมชนวันละ 3 คัน
5. จัดกิจกรรมท่องเที่ยว ให้ชาวบ้านเอาจักรยานมาฝากให้เช่าแก่นักท่องเที่ยว และจัดกิจกรรมทัวร์ในแต่ละชุมชนใช้เวลาประมาณครึ่งวัน
6. วางแผนการในอนาคต อาทิ ธุรกิจเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชน การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว และการประชาสัมพันธ์เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์



ภาพที่ 4. 21 การวางแผนบริหารโครงการ

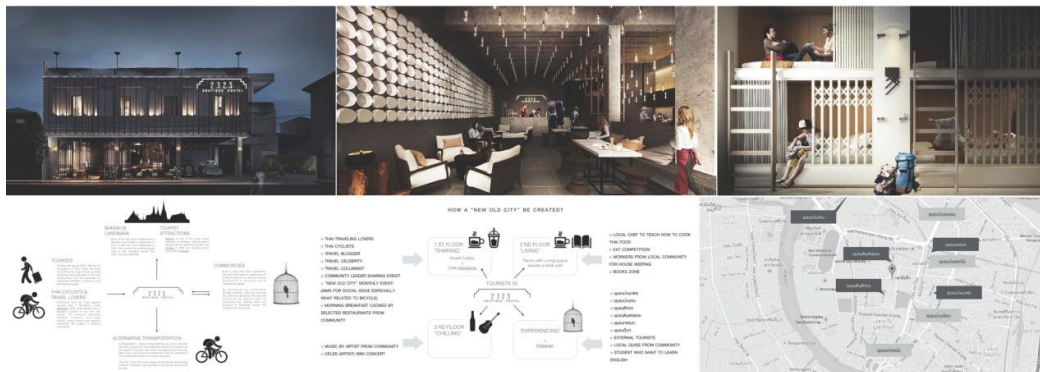
3.5 ศึกษาความเป็นไปได้ด้านการออกแบบ

ผู้พัฒนารายที่ 1 ทำการออกแบบและเขียนแบบก่อสร้างด้วยตัวเอง ใช้เวลาออกแบบ เขียนแบบก่อสร้างทั้งหมด 9 เดือน มีรายละเอียดคือ

1) แนวคิดการออกแบบ

ออกแบบการสร้างบรรยากาศและใช้องค์ประกอบที่แสดงถึงความเป็นไทยและการนำเอาเอกลักษณ์ชุมชนต่างๆที่ได้คัดเลือกมาใช้ในการออกแบบ ได้แก่

- ออกแบบรูปลักษณ์ภายนอกอาคาร ให้คล้าย “ทรงนก” เอกลักษณ์ชุมชนป้อมมหากาฬ
- การตกแต่งผนังภายในโถงต้อนรับด้วย “ฝาบาตร” แสดงถึงเอกลักษณ์ชุมชนบ้านบาตร
- ออกแบบโถงทางเข้าเหมือนชานบ้านไทย ตกแต่งโถงต้อนรับด้วยไฟเพดานให้มีรูปร่างคล้ายจั่วเรือนไทย ตกแต่งภายในห้องต่างๆด้วยประตูไม้ทรงสูงแบบเรือนไทย ใช้วัสดุตกแต่งหลักๆเป็นไม้ทาสีคล้ายผนังฝากระดานเรือนไทย ตกแต่งภายในห้องพักด้วยบานเลื่อนเหล็กเปิดปิดแบบบ้านคนจีนโบราณ มีบันไดเหมือนทางเข้าบ้านเรือนไทย เป็นต้น



ภาพที่ 4. 22 แนวคิดการออกแบบโครงการโดยผู้พัฒนา

2) การจัดพื้นที่ใช้สอย แบ่งพื้นที่ ดังนี้

2.1) พื้นที่ส่วนกลางสาธารณะ เป็นพื้นที่ส่วนกลางที่ใช้ร่วมกันของผู้เข้าพักและบุคคลภายนอก ได้แก่ โถงต้อนรับ (Facility Area/Reception), พื้นที่ส่วนกลาง (Common Area), พื้นที่ครัว (Kitchen Area), ห้องเก็บกระเป๋า (Luggage Store) และห้องน้ำ จัดอยู่ในชั้น 1

2.2) พื้นที่ส่วนกลางส่วนตัว เป็นพื้นที่ส่วนกลางที่ใช้ร่วมกันเฉพาะผู้เข้าพักที่ต้องการความเป็นส่วนตัวมากขึ้น ถูกจัดให้อยู่ในชั้น 2 ได้แก่ ห้องนั่งเล่น (Living room) ห้องน้ำรวม (Public Toilet & Shower) และระเบียงดาดฟ้า (Rooftop Terrace) เป็นพื้นที่นั่งเล่นที่อาจเกิดความอึดอัดจึงจัดไว้บนชั้นดาดฟ้าชั้น 3 เพื่อลดการรบกวนชุมชน

2.3) พื้นที่สร้างรายได้ ได้แก่ ห้องพักรวม (Dormitory Room) จัดให้อยู่ในชั้น 2 และ 3

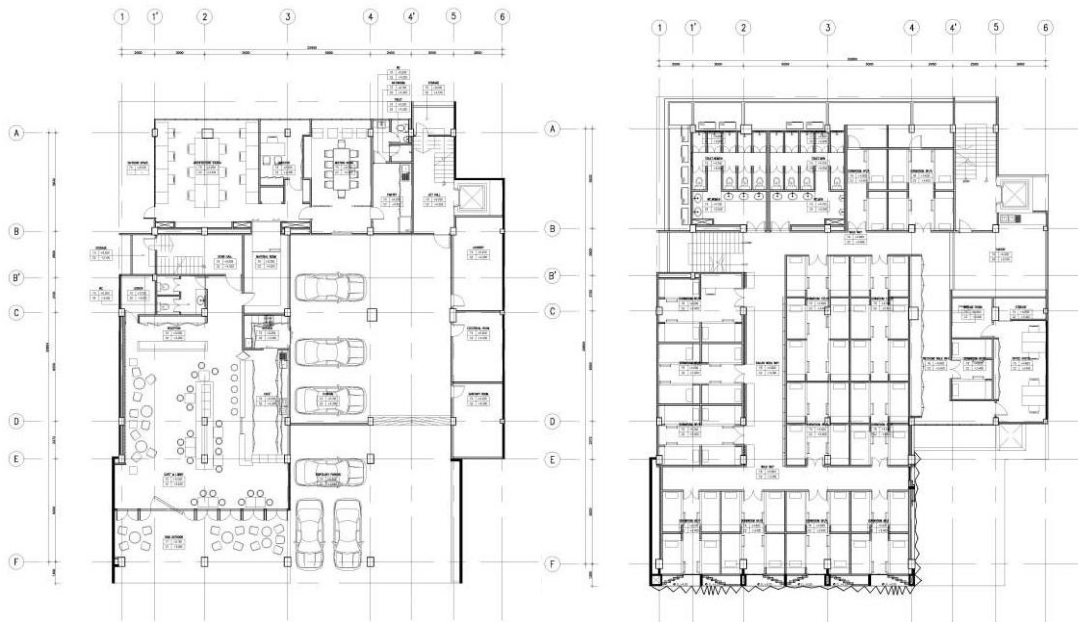
2.4) พื้นที่ไม่สร้างรายได้ ได้แก่ ห้องเครื่อง ห้องช่าง จัดให้อยู่ชั้น 1 พื้นที่เก็บของ เก็บผ้า ออกแบบให้เป็นผู้ซ่อนตีคณังในพื้นที่ต่างๆเพื่อประหยัดพื้นที่และสะดวกในการใช้งาน และห้องพนักงานจัดให้อยู่ในชั้น 2

3) การกำหนดหน่วยขาย

ผู้พัฒนาออกแบบพื้นที่ทั้งหมดไว้ล่วงหน้า โดยกำหนดระยะงานก่อสร้างโครงการเป็น 2 ระยะ มีพื้นที่ขายตามระยะงานก่อสร้างและชั้นของอาคาร ดังนี้

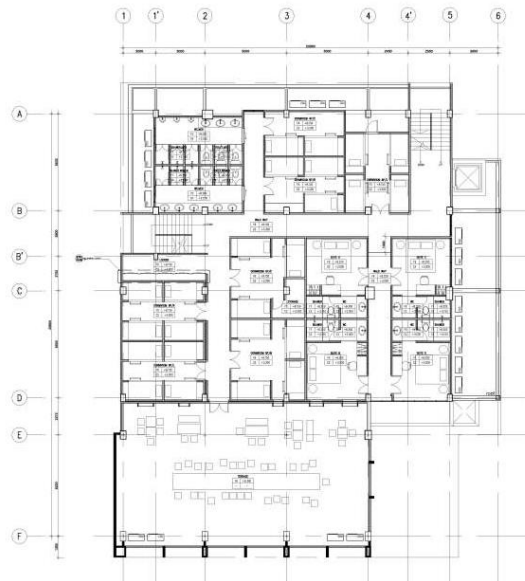
ระยะ โครงการ	พื้นที่ขาย	จำนวนหน่วย		อัตราค่าเช่า
		ห้อง	เตียง	
ระยะที่ 1	พื้นที่ให้เช่าทำร้านกาแฟ บริการอื่นๆ			30,000 บาท/เดือน
	<ul style="list-style-type: none"> ● ผ้าเช็ดตัว ● ชักวีด ● ตู้กดน้ำ 			20 บาท/ครั้ง 40 บาท/ครั้ง 5 บาท/ครั้ง
	ห้องพัก 1.ห้องรวม 4 เตียง 2.ห้องรวม 6 เตียง 3.ห้องรวม 8 เตียง 4.ห้องรวมหญิง 8 เตียง 5. ห้องรวม 8 เตียงมีหน้าต่าง 6.ห้องรวม 8 เตียงมีประตูล็อก 7.ห้องรวม 12 เตียงมีประตูล็อก	2 1 3 2 2 2 2	8 6 24 16 16 16 24	เฉลี่ย 411 บาท/คน/คืน 500 บาท/คน/คืน 500 บาท/คน/คืน 450 บาท/คน/คืน 500 บาท/คน/คืน 500 บาท/คน/คืน 650 บาท/คน/คืน 475 บาท/คน/คืน
	รวมห้องพัก	14	110	45,200 บาท/คืน
ระยะที่ 2	ห้องพัก 1.ห้องรวม 4 เตียง 2.ห้องรวม 6 เตียง 3.ห้องรวม 8 เตียง 4.ห้องรวม 8 เตียงมีประตูล็อก 5.ห้องพักเดี่ยว เตียงคู่	1 1 3 2 4	4 6 24 16 8	เฉลี่ย 500 บาท/คน/คืน 500 บาท/คน/คืน 500 บาท/คน/คืน 500 บาท/คน/คืน 650 บาท/คน/คืน 1,400 บาท/ห้อง/คืน
	รวมห้องพัก	11	58	33,000 บาท/คืน
รวมห้องพักทั้งหมด		25	168	96,800 บาท/คืน

ตารางที่ 13 ตารางคำนวณหน่วยขายโครงการ Once Again Hostel

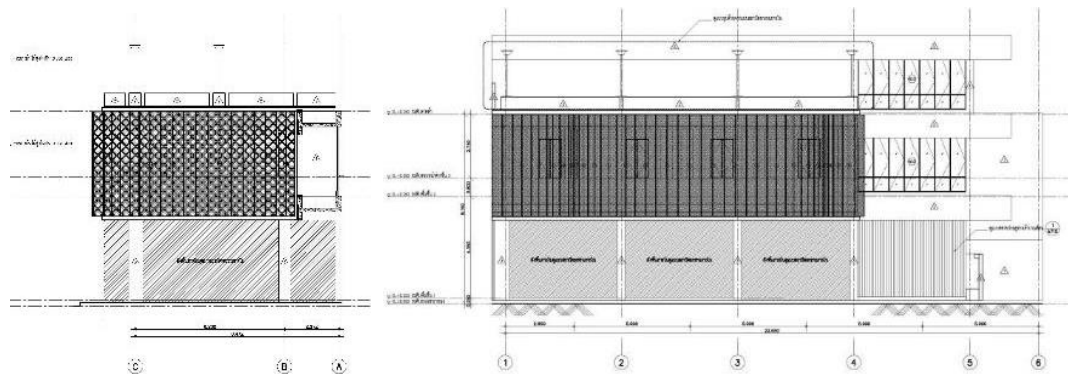


ผังพื้นที่ 1

ผังพื้นที่ 2

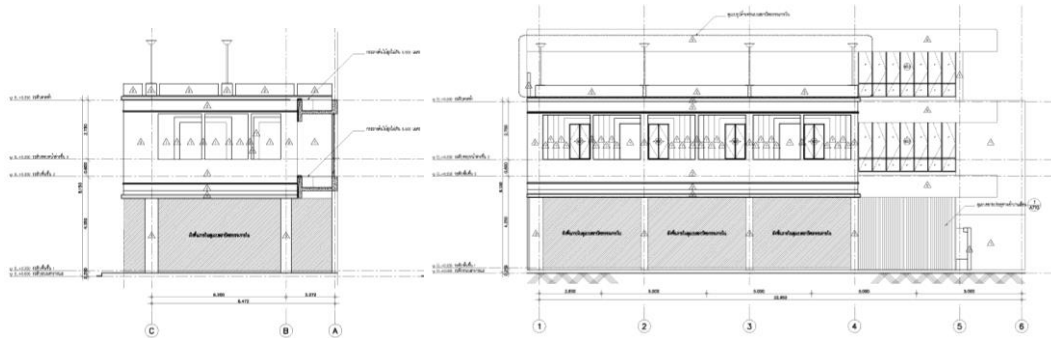


ผังพื้นที่ 3



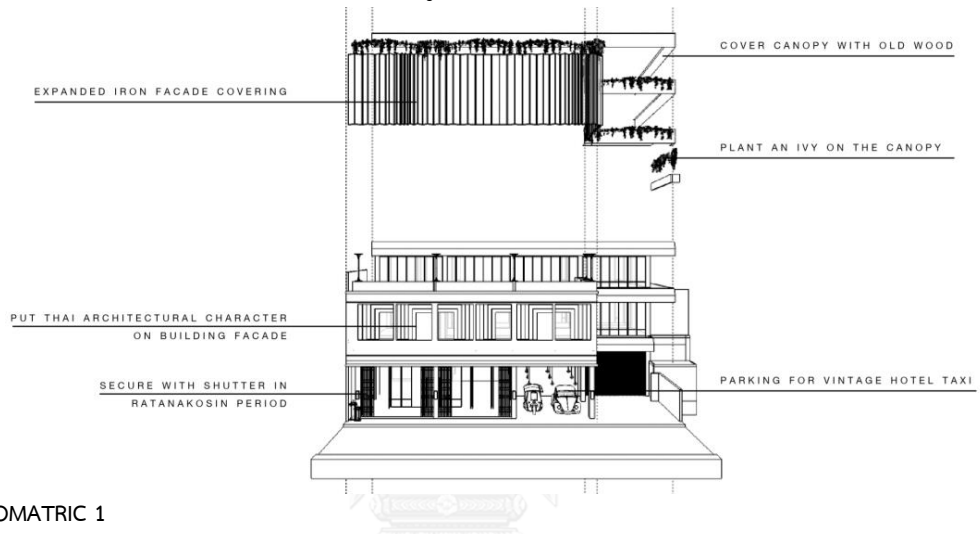
รูปด้านอาคาร 1

รูปด้านอาคาร 2

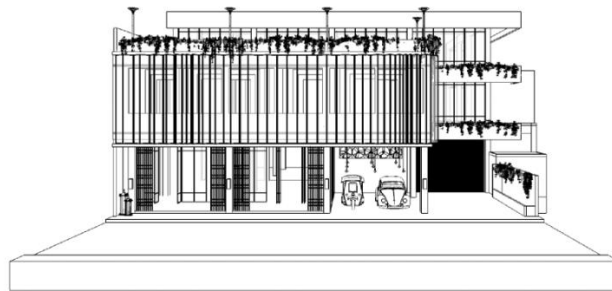


รูปตัดอาคาร 1

รูปตัดอาคาร 2

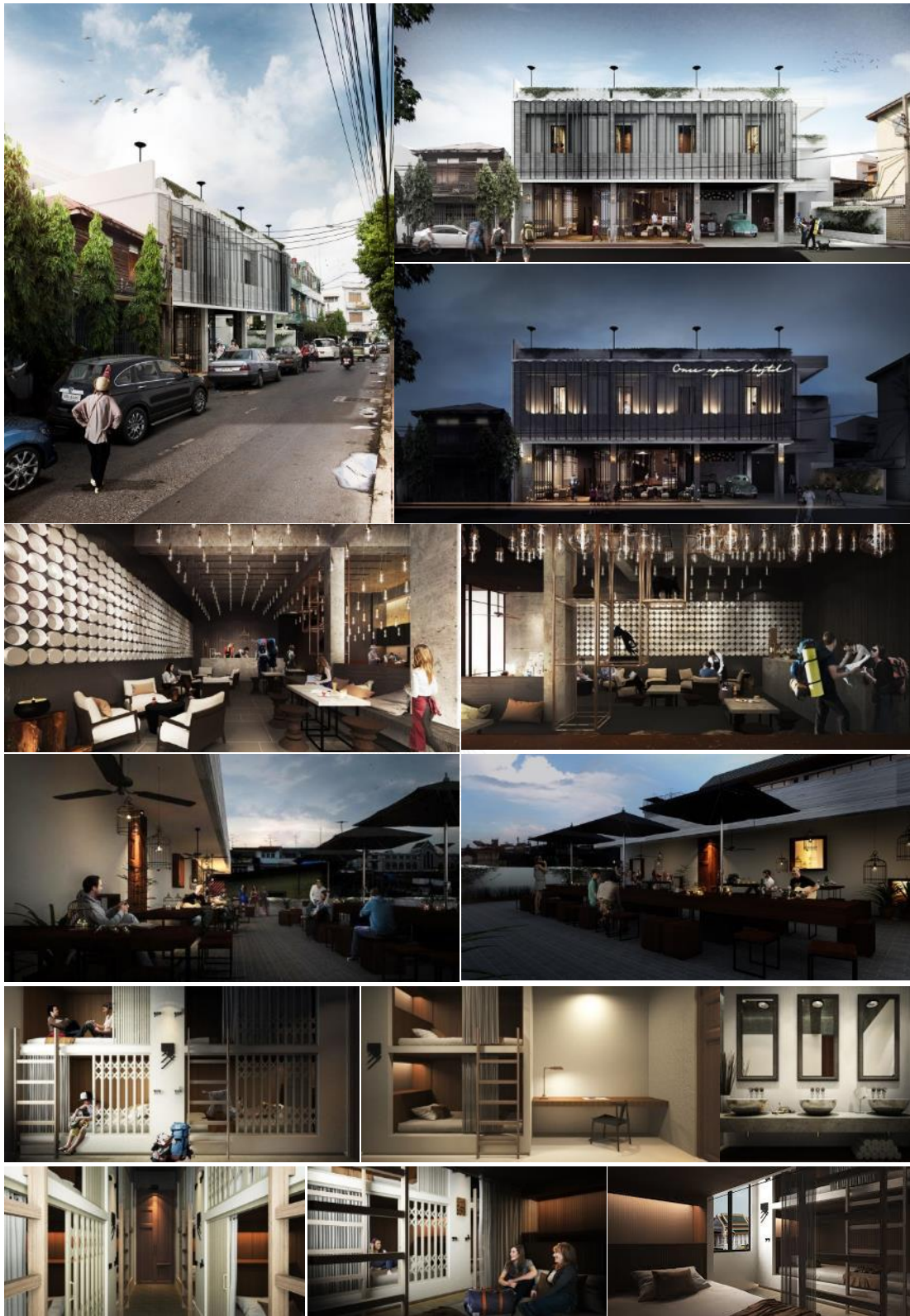


รูป ISOMATRIC 1



รูป ISOMATRIC 2

ภาพที่ 4. 23 การปรับปรุงอาคาร Once Again Hostel



ภาพที่ 4. 24 ทักษะภาพโครงการ Once Again Hostel

3.6 ศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงิน²⁹

วิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินโดยผู้พัฒนารายที่ 2 ซึ่งประกอบอาชีพวิศวกร แสดงข้อมูลโดยประมาณการจากการสัมภาษณ์ดังนี้

1) ด้านเงินลงทุน

เงินลงทุนทั้งสิ้น 10.2 ล้านบาท แบ่งเป็น 1) สัญญาเช่าที่ดินระยะยาว 5 ล้านบาท 2) ค่าก่อสร้าง 3 ล้านบาท 3) ค่าดำเนินการ 2.2 ล้านบาท

มีการคำนวณกรณีกู้ยืมธนาคารในอัตรา 50 : 50 คือ เป็นเงิน 5.1 ล้านบาท เป็นดอกเบี้ย 1.2 ล้านบาท (อัตรา 8.88%ต่อปี) ระยะเวลากู้ยืม 5 ปี (60 งวด) รวมเป็นเงินลงทุน 11.3 ล้านบาท

2) ด้านรายรับ

รายรับขั้นต้นเฉลี่ยทั้งปี 8.33 ล้านบาท/ปี ประมาณการจากแหล่งต่างๆ ดังนี้

2.1) รายรับจากที่พักจำนวน 110 เตียง ราคาเฉลี่ยที่ 500 บาท โดยคำนวณอัตราการใช้พักระหว่าง 45-85% รวมเป็นรายรับเฉลี่ย 7.39 ล้านบาท/ปี

2.2) รายรับอื่นๆ ได้แก่ จากการให้เช่าร้านอาหาร อัตราค่าเช่าเฉลี่ย 30,000 บาท/เดือน, รายรับจากการให้เช่าอุปกรณ์ เช่น ผ้าเช็ดตัวครึ่งละ 20 บาท, บริการซักผ้าครึ่งละ 40 บาท, บริการตักน้ำครึ่งละ 5 บาท รวมเป็นรายรับเฉลี่ย 0.94 ล้านบาท/ปี

3) ด้านค่าใช้จ่าย

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยทั้งปี 5.67 ล้านบาท/ปี ประมาณการจากส่วนต่างๆ ได้แก่ เงินเดือน ค่าใช้จ่ายการตลาด ค่าสาธารณูปโภค ค่าใช้จ่ายบริหาร ค่าใช้จ่ายซ่อมบำรุงและค่าเสื่อมราคา

4) ด้านผลตอบแทนการลงทุน

กำไรขั้นต้นเฉลี่ยทั้งปี (NPV) 2.66 ล้านบาท/ปี ประมาณการระยะเวลาคืนทุนที่ 5 ปี มีการคำนวณอัตราผลตอบแทนการลงทุน (IRR) ทั้งกรณีต่ำสุด กรณีเฉลี่ยและกรณีสูงสุด คือ -3.53%, 0.44% และ 27.5% ตามลำดับ

โดยผู้พัฒนาพิจารณาข้อมูลทางการเงินแล้วว่ามีความเป็นไปได้ในการพัฒนาโครงการ

4 ขั้นเจรจาสัญญา

เริ่มในเดือนพฤษภาคม พ.ศ.2558 เมื่อผู้พัฒนาเขียนแบบก่อสร้างแล้วเสร็จ ส่งให้ผู้รับเหมาประมูลราคา 3 ราย โดยคัดเลือกรายที่ให้ราคาต่ำสุด คือ บริษัท ทีแอลพี คอนสตรัคชั่น (TLP Consruction) ด้านการลงทุน ใช้การลงทุนแบบลงหุ้นส่วน 3 หุ้น มูลค่าเงินลงทุน 10 ล้านบาท

5 ขั้นทำสัญญา

เดือนพ.ศ.58 ผู้รับเหมาวางแผนงานก่อสร้างระยะเวลา 4 เดือน ใช้งบประมาณ 8.5 ล้านบาท

²⁹ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์และเอกสารจากผู้พัฒนา (ไม่อนุญาตให้เผยแพร่เอกสารด้านการเงิน)

ช่วงระหว่างการก่อสร้าง

6 ขั้นตอนการก่อสร้าง

เริ่มดำเนินการก่อสร้างโดยผู้รับเหมาหลักในเดือนมิถุนายน พ.ศ.2558 ใช้งบก่อสร้างทั้งหมด 8.5 ล้านบาท ใช้เวลาก่อสร้างจริง 6 เดือนแล้วเสร็จในเดือนธันวาคม พ.ศ.2558 มีปัญหาการก่อสร้างเล็กน้อยด้านคุณภาพงานที่ไม่เรียบร้อย-ชำรุดง่าย และก่อสร้างแล้วเสร็จล่าช้ากว่ากำหนด

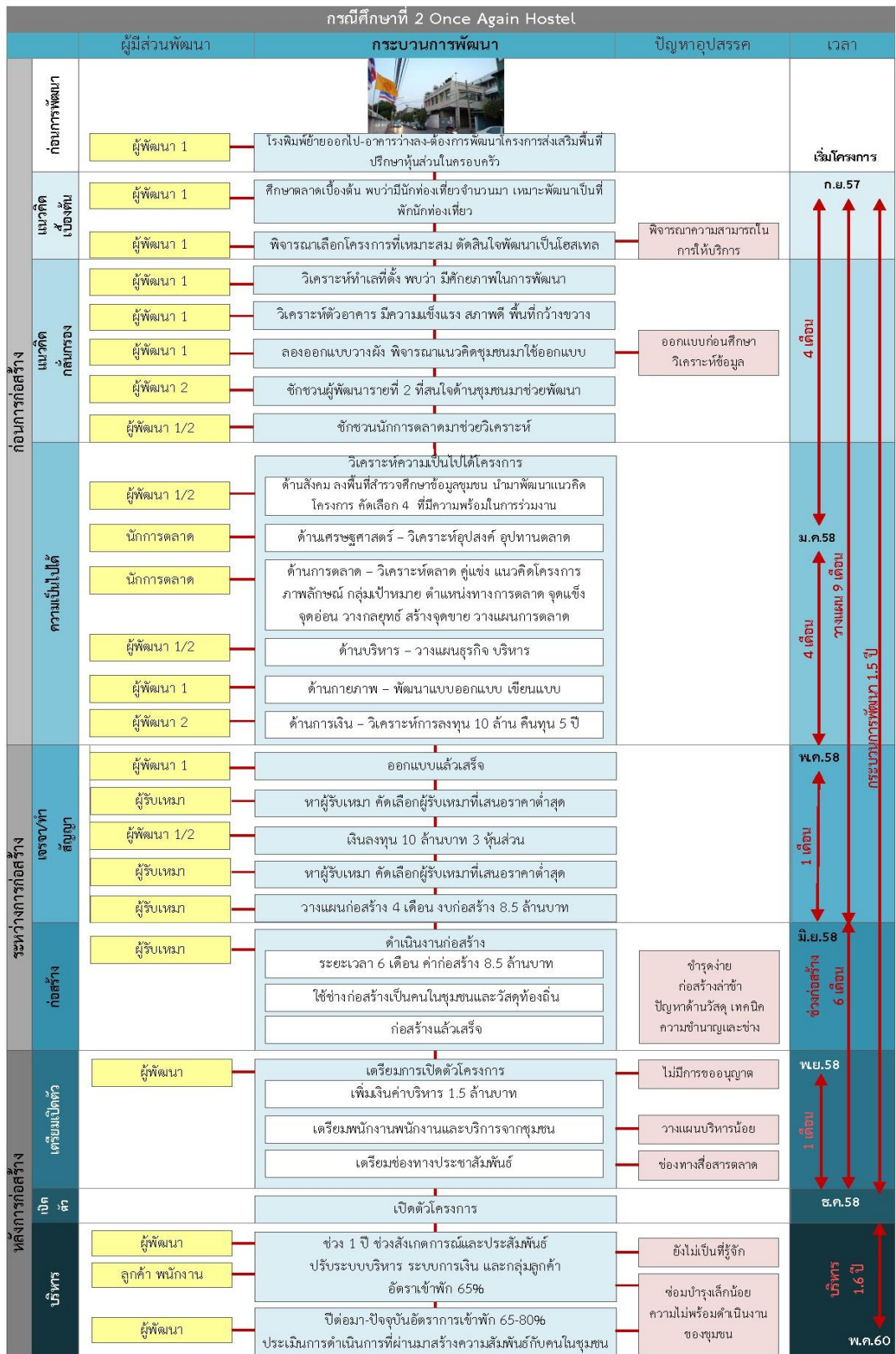
ด้านเทคนิคการก่อสร้างโดยใช้โครงสร้างอาคารเดิมทั้งหมด และตกแต่งภายนอก-ภายในใหม่ ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนในการก่อสร้าง คือ มีการจ้างงานช่างก่อสร้างจากชุมชนใกล้เคียง และใช้วัสดุตกแต่งท้องถิ่นจากชุมชนบางส่วน

ช่วงหลังการก่อสร้าง

7 ขั้นการเปิดตัวโครงการ

ผู้พัฒนาเตรียมการเปิดตัวโครงการในเดือนธันวาคม พ.ศ.2558 ด้านการเงินโดยการเพิ่มเงินลงทุนค่าบริหารงาน 1.5 ล้านบาท ด้านการตลาดเตรียมการประชาสัมพันธ์ตั้งแต่เดือนกันยายน 2558 โดยจัดทำเว็บไซต์โครงการ (Website) เฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) และลงประกาศผ่านผู้ให้บริการจองห้องพักออนไลน์ (Online travel agencies : OTA) ด้านการบริหาร จัดเตรียมพนักงานต้อนรับและแม่บ้าน โดยมีแม่บ้านจากชุมชนวัดราชนัดดา วังกรมฯ และพนักงานต้อนรับจากชุมชนบ้านบาตร

4.2.6 สรุปรกระบวนการพัฒนากรณีศึกษาที่ 2



ภาพที่ 4. 25 สรุปรกระบวนการพัฒนาของกรณีศึกษาที่ 2

4.3 ผลการดำเนินงาน

ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลผลการดำเนินงานจากการศึกษาเอกสาร การสัมภาษณ์ผู้พัฒนา ผู้เข้าพัก พนักงานและชุมชนที่เกี่ยวข้อง การสำรวจและการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม มีผลการศึกษาดังนี้

4.3.1 ผลด้านกายภาพ

1. กรณีศึกษาที่ 1 เฮีย โฮสเทล (Here Hostel)

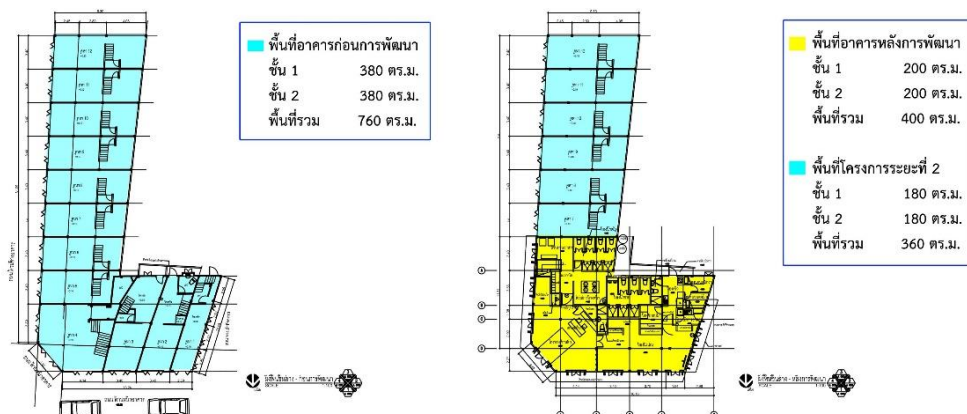
1.1 รูปลักษณ์อาคารหลังการพัฒนา



ภาพที่ 4. 26 รูปลักษณ์หลังการพัฒนา Here Hostel

รูปลักษณ์อาคารหลังการพัฒนามีความเปลี่ยนแปลงน้อยมาก เนื่องจากมีการเก็บรักษาสภาพเปลือกอาคารไว้ ก่อผนังอาคารใหม่บางส่วน ซ่อมแซมประตูหน้าต่างบานที่ชำรุดและเปลี่ยนเป็นบานกระจกในพื้นที่ติดแอร์ เปลี่ยนหลังคาเป็นกระเบื้องไฟเบอร์ซีเมนต์และเปิดช่องแสงโถงทางเดิน

1.2 พื้นที่อาคารหลังการพัฒนา



ภาพที่ 4. 27 พื้นที่หลังการพัฒนา Here Hostel

พื้นที่อาคารหลังการพัฒนาไม่มีความเปลี่ยนแปลง แต่แบ่งพื้นที่พัฒนา ในระยะแรกใช้อาคาร 6 คูหาติดชอยดำเนินกลางใต้ พื้นที่ 400 ตร.ม. (ชั้นละ 200 ตร.ม) และระยะที่ 2 อีก 6 คูหาติดชอยข้างวัด พื้นที่ 360 ตร.ม. รวมเป็น 760 ตร.ม.

1.3 โครงสร้างอาคารหลังการพัฒนา



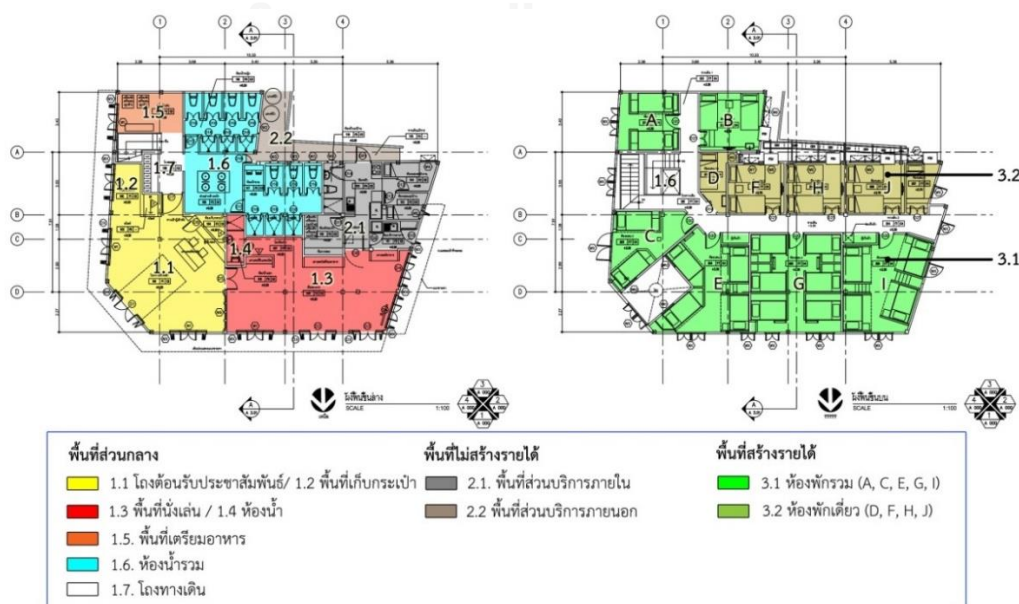
ภาพที่ 4. 28 โครงสร้างหลังการพัฒนา Here Hostel

มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างอาคารเกือบทั้งหมด โดยทำฐานรากคอนกรีต เปลี่ยนเสาชั้น 1 เป็นเหล็กและคอนกรีตเสริมเหล็ก เสาชั้น 2 เป็นไม้ คานและโครงหลังคาเปลี่ยนเป็นเหล็ก ใช้ดิ่งไม้ และพื้นไม้กระดานตีชิด ก่อผนังภายในชั้น 1 ด้วยคอนกรีต ชั้น 2 เป็นไม้กระดานตีซ้อนเกร็ด

1.4 รูปแบบการใช้งาน

มีการเปลี่ยนแปลงโดยผนังภายในถูกทุบให้เป็นพื้นที่เดียวกันต่อเนื่องกันไป ชั้น 1 ใช้เป็นพื้นที่ส่วนกลางโครงการ ชั้น 2 ใช้เป็นพื้นที่ห้องพัก

1.5 พื้นที่ใช้สอยอาคาร



ภาพที่ 4. 29 ผังพื้นที่ใช้สอยอาคาร Here Hostel

1. พื้นที่ส่วนกลาง	ภาพประกอบ
<p>1.1 โถงต้อนรับ (Facility Area) พื้นที่ 48 ตร.ม. ติดแอร์ชั้น 1 อาคาร การใช้งาน ใช้เป็นส่วนต้อนรับ ประชาสัมพันธ์ Check-in/out พังพักคอย การตกแต่ง ตกแต่งเครื่องเรือนเก่าสร้าง Slider เรือโบราณและภาพกราฟฟิค</p> <p>1.2 พื้นที่เก็บกระเป๋า (Luggage Area) พื้นที่ ได้ Slider ใช้เก็บกระเป๋าและรองเท้า</p>	
<p>1.3 พื้นที่นั่งเล่นส่วนกลาง(Common Area) พื้นที่ 46 ตร.ม. พื้นที่เปิดโล่งไม่ติดแอร์ การใช้งาน ใช้เป็นพื้นที่นั่งเล่น ทำกิจกรรม และรับประทานอาหารของผู้เข้าพัก การตกแต่ง แสดงโครงสร้าง-ตกแต่งผนังอิฐ เครื่องเรือนเก่าสีสนิมสไตและภาพกราฟฟิค</p> <p>1.4 ห้องน้ำรวม (Public Toilet) พื้นที่ 3 ตร.ม. 1 ห้อง</p>	
<p>1.5 พื้นที่เตรียมอาหาร (Pantry Area) พื้นที่ 9 ตร.ม. อยู่ด้านหลังสุดอาคารชั้น 1 การใช้งาน ใช้สำหรับให้ผู้เข้าพักเตรียม อาหารเองพร้อมที่นั่งรับประทานอาหาร</p>	
<p>1.6 ห้องอาบน้ำรวม (Share Toilet & Bathroom) พื้นที่ 42 ตร.ม. การใช้งาน ใช้อ่างล้างมือร่วมกันแยกส่วน อาบน้ำชาย-หญิง</p>	
<p>1.7 โถงและทางเดิน (Corridor) พื้นที่ 56 ตร.ม.ได้แก่ โถงทางเข้า โถงบันได โถงทางเดินหน้าห้อง การตกแต่ง สร้างความประทับใจให้ผู้เข้าพัก ด้วยการตกแต่งสร้างบรรยากาศไทยๆ</p>	
2. พื้นที่ไม่มีสร้างรายได้	ภาพประกอบ
<p>2.1 พื้นที่ส่วนบริการภายใน พื้นที่ 30 ตร.ม.อยู่ด้านหลังพื้นที่ส่วนกลาง</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ห้องครัว (Kitchen Area) ● ห้องซักรีด (Laundry Area) ● ห้องเก็บของ-อาหาร 	

<ul style="list-style-type: none"> • ห้องพักพนักงาน • พื้นที่เก็บของ 		     				
<p>2.2 พื้นที่ส่วนบริการภายนอก</p> <p>พื้นที่ 16 ตร.ม.ติดตั้งระบบน้ำ-ปรับอากาศ</p>						
<p>3. พื้นที่สร้างรายได้ ได้แก่ ห้องพักจำนวน 10 ห้อง 51 เตียง ประกอบด้วย ห้องพักเดี่ยวและห้องพักรวม ดังนี้</p>						
ประเภทห้องพัก		ห้อง	เตียง	พื้นที่ (ตร.ม.)	ราคาห้องพัก	รายได้ (บาท/คืน)
ห้องพักรวม	ห้องรวม	A	4	11.00	550 บาท/เตียง/คืน	2,200
	ห้องรวม	C	4	13.00	550 บาท/เตียง/คืน	2,200
	ห้องรวม	B	6	12.00	550 บาท/เตียง/คืน	3,300
	ห้องรวมหญิง	E	8	23.00	550 บาท/เตียง/คืน	4,400
	ห้องรวม	I	8	24.00	520 บาท/เตียง/คืน	4,160
	ห้องรวม	G	12	29.00	490 บาท/เตียง/คืน	5,880
	รวม	6 ห้อง	42 เตียง	112.00	-	22,140
ห้องพักเดี่ยว	ห้องเดี่ยว	D	2	5.00	990 บาท/ห้อง/คืน	990
	ห้องเดี่ยว	F	2	9.00	990 บาท/ห้อง/คืน	990
	ห้องเดี่ยว	H	2	10.00	990 บาท/ห้อง/คืน	990
	ห้องเดี่ยว	J	3	14.00	990 บาท/ห้อง/คืน	990
	รวม	4 ห้อง	9 เตียง	38.00	-	3,960
รวมทั้งหมด		10 ห้อง	51 เตียง	150.00	เฉลี่ย 512 บาท/เตียง	26,100
ภาพประกอบห้องพักประเภทต่างๆ						
  			  			
ห้อง A และ C			ห้อง B			
  			  			
ห้อง I			ห้อง E			
   						
ห้อง G						
  			  			
ห้อง D, F และ H			ห้อง J			

ตารางที่ 14 พื้นที่ใช้สอยอาคาร Here Hostel

2. กรณีศึกษาที่ 2 วันซ์ อะเกน โฮสเทล

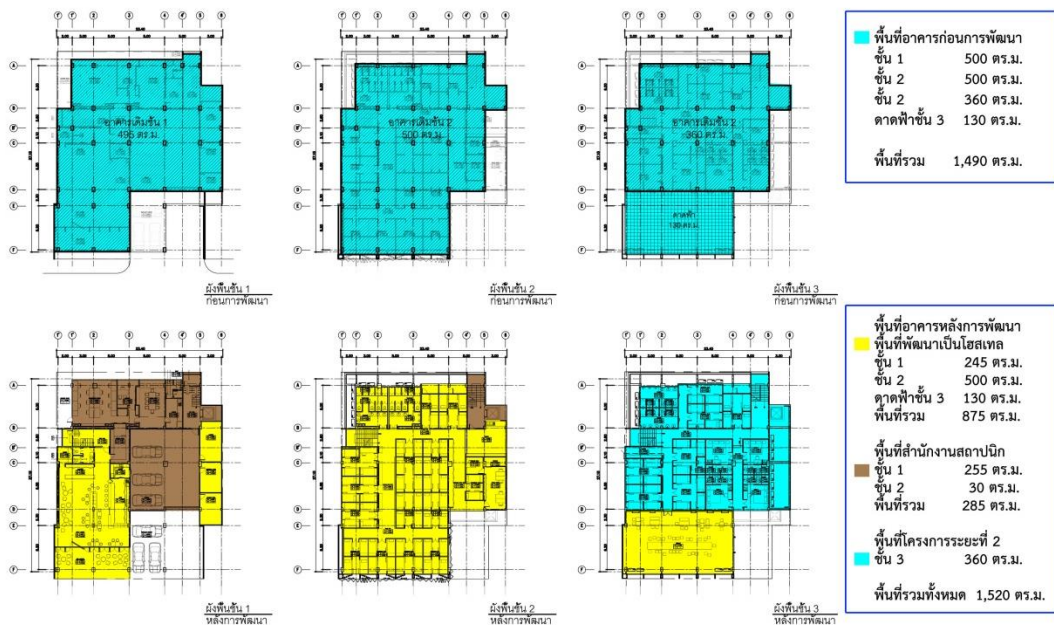
2.1 รูปลักษณ์อาคารหลังการพัฒนา



ภาพที่ 4. 30 หลังการพัฒนา Once Again Hostel

หลังการพัฒนารอบอาคารไม่มีความเปลี่ยนแปลง แต่มีการเปลี่ยนวัสดุเปลือกอาคารทาสีขาวหุ้มด้วยตระแกรงอะลูมิเนียม ฉาบผิวผนังชั้น 1 ด้วยคอนกรีตเปลือย เปลี่ยนประตู-หน้าต่างเป็นบานกระจกวงกบสีดำเปิดเต็มผนัง ตกแต่งพื้นและฝ้าขานทางเข้าอาคารด้วยไม้

2.2 พื้นที่อาคารหลังการพัฒนา



ภาพที่ 4. 31 พื้นที่หลังการพัฒนา Once Again Hostel

พื้นที่พัฒนามีความเปลี่ยนแปลงเล็กน้อย จากเดิมพื้นที่อาคาร 1,490 ตร.ม. โดยในระยะแรกพัฒนาเป็นโฮสเทลใช้พื้นที่อาคารชั้น 1, ชั้น 2 และดาดฟ้าชั้น 3 รวมพื้นที่ทั้งหมด 875 ตร.ม. และพัฒนาเป็นสำนักงานสถาปนิกใช้พื้นที่ 285 ตร.ม. ส่วนระยะที่ 2 พื้นที่ชั้น 3 อีก 360 ตร.ม. อยู่ระหว่างหาโครงการที่จะพัฒนา รวมพื้นที่โครงการหลังพัฒนา 1,520 ตร.ม.

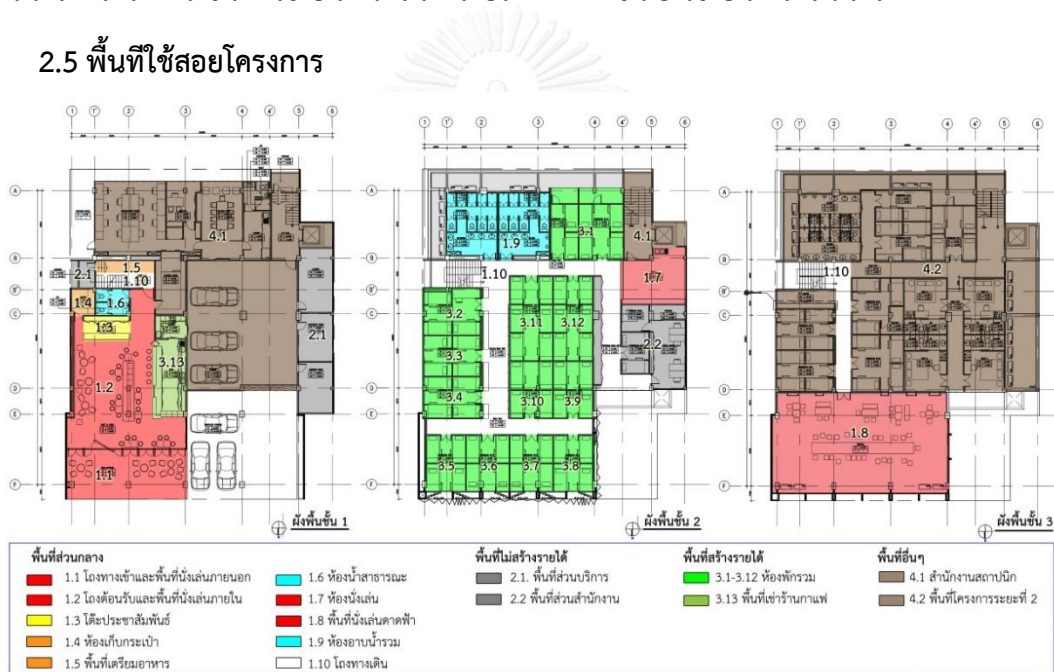
2.3 โครงสร้างอาคารหลังการพัฒนา

หลังการพัฒนาโครงสร้างอาคารไม่มีความเปลี่ยนแปลง



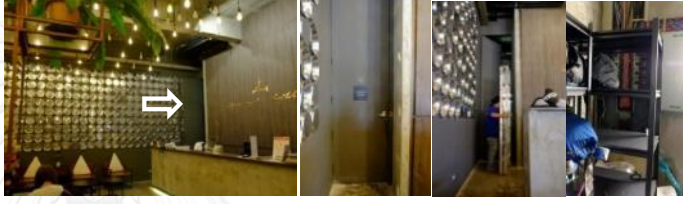





2.4 รูปแบบการใช้งานอาคาร

หลังการพัฒนามีการใช้งานพื้นที่ต่อเนื่องในรูปแบบของตึกเดี่ยว โดยชั้น 1 ใช้เป็นพื้นที่ส่วนกลางโครงการ ชั้น 2 ใช้เป็นพื้นที่สร้างรายได้ ดาดฟ้าชั้น 3 ใช้เป็นพื้นที่ส่วนกลาง

2.5 พื้นที่ใช้สอยโครงการ



ภาพที่ 4. 32 ผังพื้นที่ใช้สอยอาคาร Once Again Hostel

1. พื้นที่ส่วนกลาง	ภาพประกอบ
<p>1.1 <u>โถงทางเข้า-พื้นที่นั่งเล่นภายนอก</u> พื้นที่ 37 ตร.ม. พื้นที่ภายนอกทางเข้าชั้น 1 <u>การใช้งาน</u> ใช้เป็นทางเข้าอาคารพื้นที่ นั่งเล่นและสูบบุหรี่</p>	
<p>1.2 <u>โถงต้อนรับ-พื้นที่นั่งเล่นภายใน</u> (Facility & Common Area) พื้นที่ 103 ตร.ม. พื้นที่ภายในของชั้น 1 <u>การใช้งาน</u> ใช้เป็นพื้นที่พักผ่อน พื้นที่ นั่งเล่นหลักและใช้รับประทาน <u>การตกแต่ง</u> วัสดุคอนกรีตเปลือย-ไม้-เหล็ก- กระจก ตกแต่งผนังฝ้าบาตร ไฟเดพาน เครื่องเรือนไม้</p>	
<p>1.3 <u>โต๊ะประชาสัมพันธ์ (Reception Area)</u> ใช้เป็นส่วนต้อนรับ Check-in บริการลูกค้า</p> <p>1.4 <u>ห้องเก็บกระเป๋า (Luggage Area)</u> พื้นที่ 6 ตร.ม. อยู่ด้านหลังประชาสัมพันธ์ <u>การใช้งาน</u> ห้องเครื่องไฟฟ้า ฝากกระเป๋า</p>	
<p>1.5 <u>พื้นที่เตรียมอาหาร (Pantry Area)</u> พื้นที่ 5 ตร.ม. อยู่ใต้บันไดชั้น 1 <u>การใช้งาน</u> ใช้สำหรับให้ผู้เข้าพักและ แม่บ้านเตรียมอาหาร</p>	
<p>1.6 <u>ห้องน้ำสาธารณะ (Public Toilet)</u> พื้นที่ 5 ตร.ม. มี 2 ห้องอยู่ด้านหลังโต๊ะ ประชาสัมพันธ์ <u>การใช้งาน</u> ใช้ร่วมกันของผู้เข้าพัก พนักงานและผู้ใช้บริการอื่น</p>	
<p>1.7 <u>ห้องนั่งเล่น (Living Room)</u> พื้นที่ 23 ตร.ม. อยู่ชั้น 2 <u>การใช้งาน</u> เป็นพื้นที่ส่วนกลางขนาดเล็ก ของผู้เข้าพักที่ต้องการความสงบส่วนตัว</p>	
<p>1.8 <u>พื้นที่นั่งเล่นดาดฟ้า</u> (Rooftop Terrace) พื้นที่ 130 ตร.ม. อยู่ชั้น 3 <u>การใช้งาน</u> นั่งเล่นและใช้สังสรรค์</p>	
<p>1.9 <u>ห้องอาบน้ำรวม</u> (Share Toilet & Bathroom) พื้นที่ 55 ตร.ม. อยู่ชั้น 2 <u>การใช้งาน</u> ใช้ร่วมกันระหว่างผู้เข้าพัก</p>	

<p>1.10 โถงและทางเดิน (Corridor) พื้นที่ 106 ตร.ม. ได้แก่ โถงบันได โถงทางเดินหน้าห้อง การตกแต่ง มีการตกแต่งแบบเรียบง่าย</p>						
<p>2. พื้นที่ไม่สร้างรายได้</p>	<p>ภาพประกอบ</p>					
<p>2.1 พื้นที่ส่วนบริการ พื้นที่ 98 ตร.ม. อยู่ชั้น 1</p> <ul style="list-style-type: none"> • ห้องซักรีด – ใช้ซักรีดเครื่องนอน • ห้องเครื่องไฟฟ้าและประปา • ห้องเก็บของ/ตู้เก็บของ <p>2.2 พื้นที่ส่วนสำนักงานอาคาร พื้นที่ อยู่ชั้น 2 ของอาคาร</p>						
<p>3. พื้นที่สร้างรายได้ ประกอบด้วย พื้นที่ให้เช่าและห้องพัก</p>						
<p>3.1 พื้นที่ให้เช่า พื้นที่ 25 ตร.ม อยู่ชั้น 1 ราคาเช่า 30,000 บาท/เดือน</p>						
<p>3.2 ห้องพักรวม 12 ห้อง จำนวน 100 เตียง มีรายละเอียดดังนี้</p>						
<p>ประเภทห้องพัก</p>		<p>ห้อง</p>	<p>เตียง</p>	<p>พื้นที่ (ตร.ม.)</p>	<p>ราคาห้องพัก</p>	<p>รายได้ (บาท/คืน)</p>
<p>ห้องพักรวม</p>	<p>ห้องรวม Superior</p>	<p>12</p>	<p>6</p>	<p>42.00</p>	<p>620 บาท/เตียง/คืน</p>	<p>3,720</p>
	<p>ห้องรวม</p>	<p>1</p>	<p>6</p>	<p>22.00</p>	<p>570 บาท/เตียง/คืน</p>	<p>3,420</p>
	<p>ห้องรวม</p>	<p>2,3,9 (3)</p>	<p>8 (24)</p>	<p>20.00 (60.00)</p>	<p>490 บาท/เตียง/คืน</p>	<p>11,760</p>
	<p>ห้องรวม Temple view</p>	<p>4,5,6,7 (3)</p>	<p>8 (32)</p>	<p>19.00 (76.00)</p>	<p>520 บาท/เตียง/คืน</p>	<p>16,640</p>
	<p>ห้องรวมหญิง</p>	<p>8</p>	<p>8</p>	<p>20.00</p>	<p>520 บาท/เตียง/คืน</p>	<p>4,160</p>
	<p>ห้องรวม</p>	<p>10</p>	<p>12</p>	<p>28.00</p>	<p>450 บาท/เตียง/คืน</p>	<p>5,400</p>
	<p>ห้องรวมหญิง</p>	<p>11</p>	<p>12</p>	<p>28.00</p>	<p>475 บาท/เตียง/คืน</p>	<p>5,700</p>
	<p>รวมทั้งหมด</p>		<p>12 ห้อง</p>	<p>100 เตียง</p>	<p>276.00</p>	<p>เฉลี่ย 508 บาท/เตียง</p>
<p>ภาพประกอบห้องพักประเภทต่างๆ</p>						
<p>ห้อง 6 เตียง Superior (ห้อง 12)</p>						
<p>ห้อง 6 เตียง (ห้อง 1)</p>						

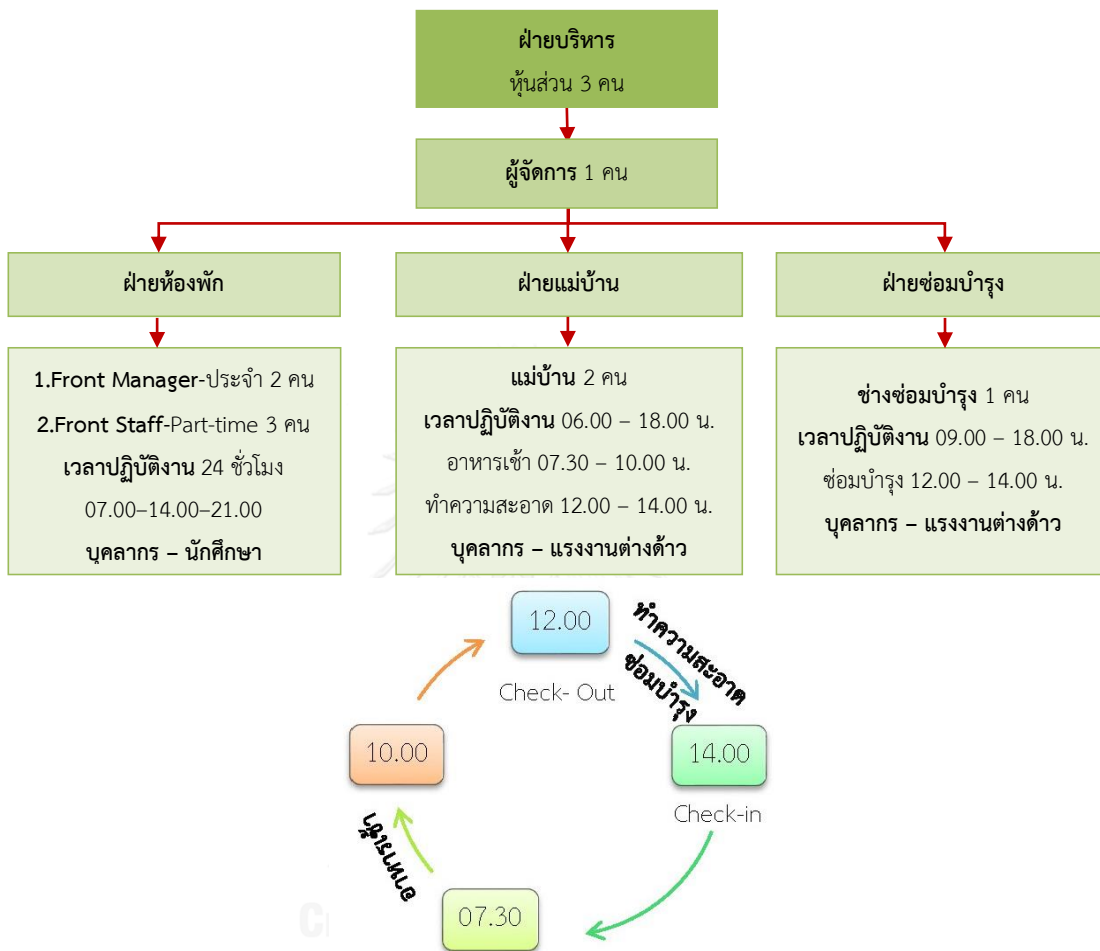
	
<p>ห้อง 8 เตียง (ห้อง 2, 3, 9) ห้อง 8 เตียงหญิง (ห้อง 8)</p>	
<p>ห้อง 8 เตียง Temple View (ห้อง 4, 5, 6, 7)</p>	
<p>ห้อง 12 เตียง (ห้อง 10) ห้อง 12 เตียงหญิง (ห้อง 11)</p>	

ตารางที่ 15 พื้นที่ใช้สอยอาคาร Once Again Hostel

4.3.2 ผลด้านการบริหารและการจัดการบริการ

1. กรณีศึกษาที่ 1 เฮีย โฮสเทล (Here Hostel)

1.1 การจัดการองค์กร³⁰



ภาพที่ 4. 33 ผังองค์กรและเวลาปฏิบัติงาน Here Hostel

ช่วงแรกไม่มีการวางแผนบริหาร กระทั่งดำเนินงานได้ 3 เดือน มีการจัดองค์กรเป็น 3 ระดับคือ

- 1) ฝ่ายบริหาร คือ ผู้พัฒนาทั้ง 3 คน
- 2) หัวหน้าฝ่าย คือ ผู้จัดการ 1 คน
- 3) ฝ่ายปฏิบัติงานแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ
 - 3.1) ฝ่ายห้องพักเป็นพนักงานประจำ 2 คน และชั่วคราว 3 คน ทำหน้าที่จองห้องพัก ต้อนรับและบริการลูกค้า มีเวลาปฏิบัติงานแบ่งเป็น 3 ระยะเวลา หมุนเวียนกัน คือ กะเช้า (07.00-14.00) กะบ่าย (14.00-21.00) กะดึก (21.00-07.00)

³⁰ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้พัฒนา พนักงาน และการสังเกตการณ์

3.2) ฝ่ายแม่บ้าน 2 คน ทำหน้าที่ เตรียมอาหารเช้า (07.30-10.00) ทำความสะอาด ห้องพักและพื้นที่ส่วนกลาง (12.00-14.00)

3.3) ฝ่ายซ่อมบำรุง 1 คน ทำหน้าที่ ซ่อมบำรุงประจำวัน (12.00-14.00)

ระบบปฏิบัติงาน ผู้พัฒนามีการประชุมประเมินและวางแผนงานกันสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง โดยผู้จัดการ ประสานงาน สั่งการควบคุม จัดคนเข้าทำงานและดูแลลูกค้า เนื่องจากผู้พัฒนาพักอยู่ที่อื่น

1.2 การจัดลักษณะบริการและบุคลากรให้บริการ

บุคลากรบริการส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา มีทักษะภาษาอังกฤษดี มีมีอัธยาศัยและมนุษยสัมพันธ์ดี ลักษณะให้การบริการแบบเป็นกันเอง เช่น การร่วมพูดคุยสังสรรค์กับลูกค้า การชวนลูกค้าร่วมรับประทานอาหารเย็น การแนะนำและพาลูกค้าไปเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวด้วยตัวเอง ฯลฯ



ภาพที่ 4. 34 ภาพบรรยากาศการให้บริการ Here Hostel

1.3 การจัดการซ่อมบำรุงและบุคลากร

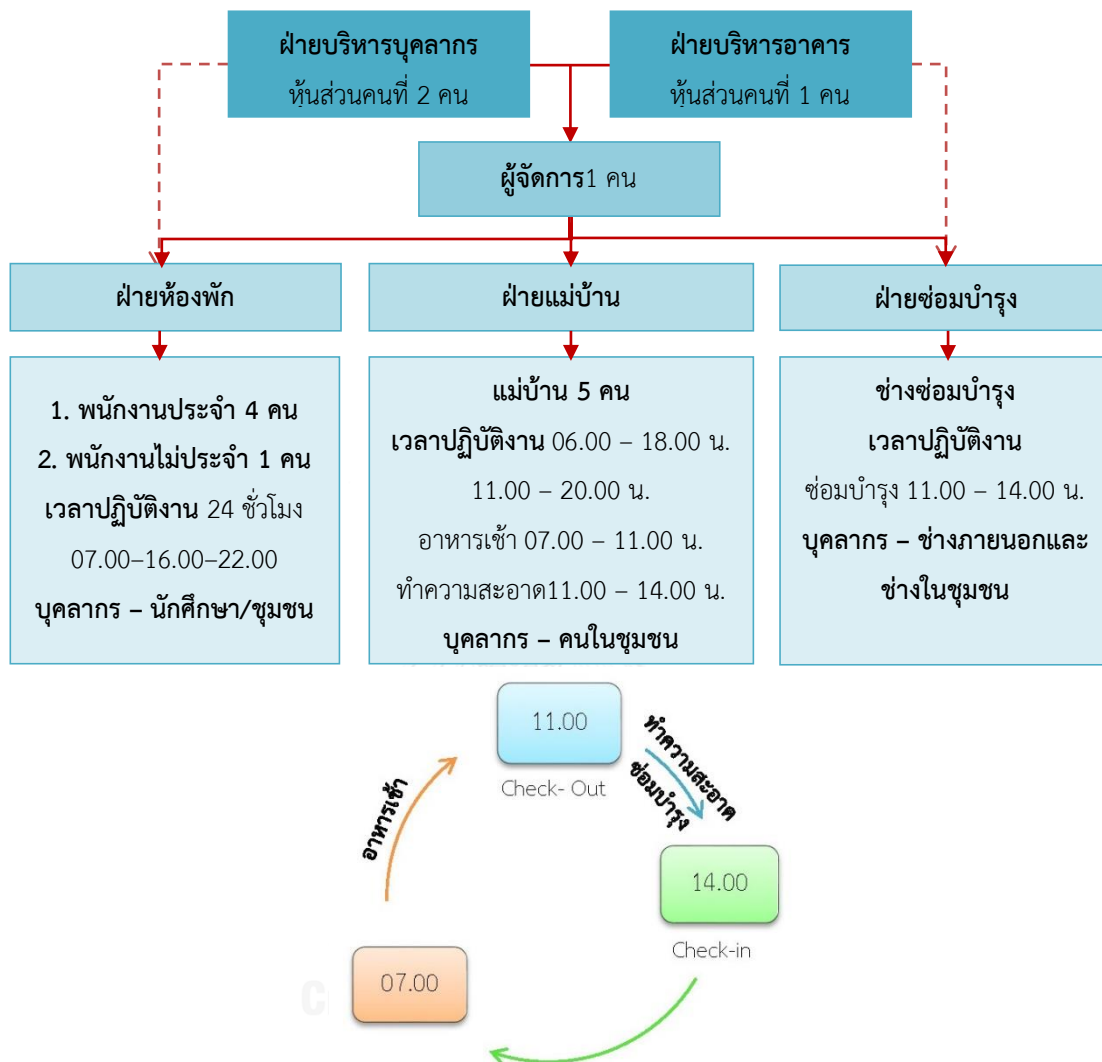
ผู้พัฒนาจึงจัดให้มีเวลาการซ่อมบำรุงในช่วง 12.00 – 14.00 น. ของทุกวัน เพื่อการตกแต่งอาคารและการซ่อมบำรุง เนื่องจากความเสื่อมของอาคารที่ต้องการการปรับปรุงซ่อมแซมอย่างสม่ำเสมอ แต่ก็ยังพบปัญหาที่จำเป็นต้องปิดปรับปรุงในเดือนมีนาคม พ.ศ.2560 โดยแม่บ้านและพนักงานซ่อมบำรุงเป็นชาวต่างด้าว



ภาพที่ 4. 35 การซ่อมบำรุงอาคาร Here Hostel

2. กรณีศึกษาที่ 2 วันซ์ อะเกน โฮสเทล (Once Again Hostel)

2.1 การจัดการองค์กร



ภาพที่ 4. 36 ผังองค์กรและเวลาปฏิบัติงาน Once Again Hostel

ช่วงแรกวางแผนเฉพาะการจัดสรรบุคลากรในชุมชน ต่อมา มีการจัดองค์กรเป็น 3 ระดับคือ

- 1) ฝ่ายบริหาร คือ ผู้พัฒนาทั้ง 2 คน
- 2) หัวหน้าฝ่าย คือ ผู้จัดการ 1 คน
- 3) ฝ่ายปฏิบัติงานแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ
 - 3.1) ฝ่ายห้องพักเป็นพนักงานประจำ 4 คน และชั่วคราว 1 คน ทำหน้าที่จองห้องพัก ต้อนรับและบริการลูกค้า มีเวลาปฏิบัติงานแบ่งเป็น 3 ระยะเวลา หมุนเวียนกัน คือ กะเช้า (07.00-16.00) กะบ่าย (16.00-22.00) กะดึก (22.00-07.00)
 - 3.2) ฝ่ายแม่บ้าน 5 คน ทำหน้าที่ เตรียมอาหารเช้า (07.00-11.00) ทำความสะอาด

ห้องพักและพื้นที่ส่วนกลาง (11.00-14.00)

3.3) ฝ่ายซ่อมบำรุง 1 คน ทำหน้าที่ ซ่อมบำรุงประจำวัน (11.00-14.00)

ระบบปฏิบัติงาน ผู้พัฒนามีการแบ่งหน้าที่รับผิดชอบตามความถนัด มีการประชุมประเมินและวางแผนงานกันทุก 1-2 สัปดาห์ ผู้พัฒนาสั่งการควบคุมและจัดคนเข้าทำงานโดยตรงเนื่องจากผู้พัฒนาพักอยู่ในโครงการ มีผู้จัดการช่วยประสานงานบุคลากรและดูแลลูกค้า

2.2 การจัดลักษณะบริการและบุคลากรให้บริการ

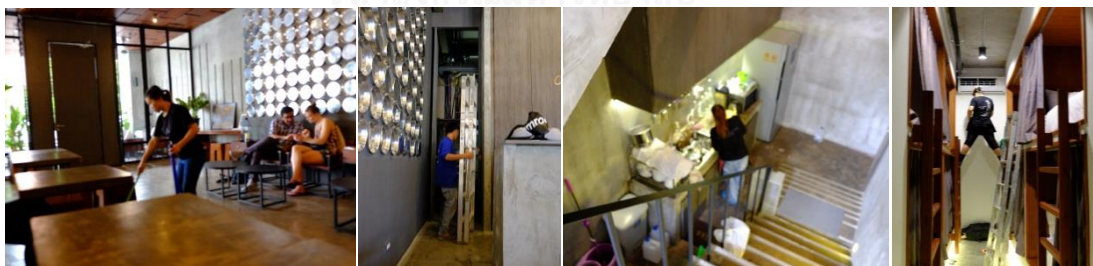
พนักงานต้อนรับส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา โดยมีบางช่วงเวลาเป็นคนในชุมชน ที่มีทักษะภาษาอังกฤษที่ดี มีบุคลิกภาพดี มีอัธยาศัยและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีลักษณะการให้บริการแบบมาตรฐานโรงแรม 2-3 ดาว



ภาพที่ 4. 37 ภาพบรรยากาศการให้บริการ Once Again Hostel

2.3 การจัดการซ่อมบำรุงและบุคลากร

ผู้พัฒนาจัดให้มีเวลาทำความสะอาดและซ่อมบำรุงในช่วง 11.00 – 14.00 น. ของทุกวัน โดยมีการชำระดูแลอุปกรณ์เล็กน้อยจากการใช้งานบ่อยครั้งและลูกค้ามักจะไม่ระมัดระวัง ซึ่งหากมีการเช็คอินในเวลาดังกล่าวจะให้ลูกค้ากระเป๋าวีในห้องพักกระเป๋าวี



ภาพที่ 4. 38 การซ่อมบำรุงอาคาร Once Again Hostel

4.3.3 ผลด้านการจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวก

สิ่งอำนวยความสะดวก		รายละเอียด	
		กรณีศึกษา 1 (HH)	กรณีศึกษา 2 (OH)
ไม่มีค่าบริการ	ภายในเตียง	<ul style="list-style-type: none"> • เตียงขนาด 3.5 ฟุต พื้นที่ข้างเตียง50ซม. • ปลั๊กไฟ 2 ช่องและหัวเสียบ USB 1 ช่องไฟหัวเตียงชนิดมีก้าน • ที่แขวนผ้า • ตู้ล็อกเกอร์ขนาดใหญ่ภายในเตียง • มีม่านทุกเตียง 	<ul style="list-style-type: none"> • เตียงขนาด 3.5 ฟุต • ปลั๊กไฟ 1 ช่อง • ไฟใต้เตียง • ปุ่มที่แขวนผ้า • ตู้ล็อกเกอร์ปลายเตียง (มีค้ำมัดจำ) • มีม่านทุกเตียง • มีประตูล็อกเฉพาะบางห้อง (มีค้ำมัดจำ)
	ภายในห้องพัก	<ul style="list-style-type: none"> • ปรับอุณหภูมิภายในห้องได้ • ล็อกเกอร์เก็บของในห้องพักรวม • โต๊ะเครื่องแป้งในห้องรวมหญิง 	<ul style="list-style-type: none"> • อุณหภูมิห้อง 24°C ไม่มีรีโมท
	พื้นที่นั่งเล่น	พื้นที่นั่งเล่นส่วนกลาง	พื้นที่นั่งเล่นภายนอก/ภายใน/ดาดฟ้า/ห้องนั่งเล่น
	พื้นที่เตรียมอาหาร	มีที่เตรียมอาหารพร้อมที่นั่ง	มีที่เตรียมอาหาร
	อินเทอร์เน็ต	มีทุกพื้นที่	มีทุกพื้นที่
	ยืมหนังสือ	มี	มี
	อาหารเช้า	7.30 – 10.00 น.	7.00 – 10.00 น.
	เครื่องดื่มสำเร็จรูป	มี	มี
	ทำความสะอาด	12.00 – 14.00 น.	11.00 – 14.00 น.
	ผ้าเช็ดตัว	เปลี่ยนใหม่ได้ใน 3 วัน (มีค้ำมัดจำ 20 บาท)	เปลี่ยนใหม่ได้ใน 1 วัน (มีค้ำมัดจำ 100 บาท)
	อุปกรณ์อาบน้ำ	มี	มี
	พนักงานต้อนรับ 24 ชั่วโมง	มี	มี
	ระบบความปลอดภัย	คีย์การ์ด กล้อง CCTV 24 ชั่วโมง	คีย์การ์ด กล้อง CCTV 24 ชั่วโมง
	บริการฝากกระเป๋า	ฝากได้ 30 วัน	มีห้องฝากกระเป๋า
	อำนวยความสะดวกท่องเที่ยว	แผนที่ท่องเที่ยวและคำแนะนำการเดินทาง	แผนที่ท่องเที่ยวทั่วไปและชุมชน คำแนะนำการเดินทาง
มีค่าบริการ	ร้านอาหารและเครื่องดื่ม	ไม่มี	มี
	ซักรีด	โดยแม่บ้าน คิดค่าบริการครั้งละ 100 บาท	โดยคนในชุมชนวังกรมฯ คิดค่าบริการครั้งละ 60 บาท
	ขายเครื่องดื่ม	มีตู้ขายเครื่องดื่มภายในโครงการ	มีตู้ขายเครื่องดื่ม – ไม่ขายสุรา
	นำเที่ยว	ไม่มี	นำเที่ยวชุมชนโดยพนักงานหรือบริษัทในเครือผู้พัฒนา
	ขายตั๋วนำเที่ยว	มี	มี
	รถบริการ	เรียกรถแท็กซี่ค่าบริการครั้งละ 30 บาท	มีจักรยานให้เช่า บริการเรียกแท็กซี่ เรียกตุ๊กตา โดยใช้เทคโนโลยีในเครือผู้พัฒนา
	นวดแผนไทย	ไม่มี	โดยคนในชุมชน

ตารางที่ 16 สิ่งอำนวยความสะดวกกรณีศึกษา

4.3.4 ผลด้านการจัดการตลาด

1. กรณีศึกษาที่ 1 เฮีย โฮสเทล (Here Hostel)

HH	ช่องทางจัดจำหน่าย		ช่องทางประชาสัมพันธ์	
1.ช่องทางตรง	Website Facebook	การใช้งาน 10%	Website Facebook Instagram	การใช้งาน 95%
2.ตัวกลางจัดจำหน่าย	Online Travel Agency (OTA) https:// www.agoda.com https://www.hostelworld.com https://www.expedia.co.th https://th.tripadvisor.com https://th.hotels.com	การใช้งาน 90% นายหน้า 15-20%	https://www.booking.com https:// www.agoda.com https://www.hostelworld.com https://th.tripadvisor.com	แนะนำ โดยผู้เข้าพัก
3.สื่อมวลชน			สื่อมวลชนไทย ออนไลน์และนิตยสารท่องเที่ยว, ออกแบบ, Lifestyle Review Blogger, Volunteer	
4.ปากต่อปาก			ผู้เข้าพัก ผู้เข้าพักแนะนำกันเอง หรือผ่านSocial Media	
5.สิ่งพิมพ์			Brochure, แผ่นพับ	การใช้งาน 5%
HH	การส่งเสริมการขาย			
1.จัดกิจกรรม	มีกิจกรรมเป็นครั้งคราว เช่น จัดเลี้ยงอาหารไทยในวันสำคัญ จัดกิจกรรมวันสงกรานต์ ฯลฯ			
2.จัดส่วนลด	มีส่วนลดในช่วง Low Season และวันสำคัญหรือเทศกาลตามกลุ่มลูกค้า เช่น ให้ส่วนลดแก่ลูกค้าชาวจีนในช่วงวันตรุษจีน หรือช่วงฤดูร้อนของชาวยุโรป			

ตารางที่ 17 ช่องทางการตลาด Here Hostel

มีช่องทางการตลาดทางออนไลน์เป็นหลัก โดยจัดจำหน่ายและประชาสัมพันธ์ผ่านระบบผู้ให้บริการจองห้องพักออนไลน์ (OTA) และช่องทางตรง ผ่านเว็บไซต์โครงการ (Website) และสื่อสังคม (Social Media) ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม ส่วนช่องทางอื่นๆ ได้แก่ ผ่านสื่อมวลชนออนไลน์ การแนะนำปากต่อปากโดยผู้เข้าพัก และสื่อสิ่งพิมพ์

มีการส่งเสริมการขาย โดยการจัดส่วนลด และการจัดกิจกรรมภายในโครงการเป็นครั้งคราว

2. กรณีศึกษาที่ 1 วันซ์ อะเกน โฮสเทล (Once Again Hostel)

OH	ช่องทางจัดจำหน่าย		ช่องทางประชาสัมพันธ์	
1.ช่องทางตรง	<u>Website</u> http://www.onceagainhostel.com <u>Facebook</u> https://www.facebook.com/onceagainhostel	การใช้งาน 15-20%	<u>Website</u> http://www.onceagainhostel.com <u>Facebook</u> https://www.facebook.com/onceagainhostel <u>Instagram</u> https://www.instagram.com/onceagainhostel	การใช้งาน 95%
2.ตัวกลางจัดจำหน่าย	<u>Online Travel Agency (OTA)</u> https://www.booking.com https://www.agoda.com https://www.hostelworld.com https://www.expedia.co.th https://th.tripadvisor.com https://th.hotels.com	การใช้งาน 80-85% นายหน้า 15-20%	https://www.booking.com https://www.agoda.com https://www.hostelworld.com https://th.tripadvisor.com	แนะนำโดยผู้เข้าพัก
3.สื่อมวลชน			<u>สื่อมวลชนไทย</u> ออนไลน์และนิตยสารท่องเที่ยว, ออกแบบ, สังคม, Lifestyle <u>Review Blogger, Volunteer</u>	
4.ปากต่อปาก			<u>ผู้เข้าพัก</u> ผู้เข้าพักแนะนำกันเอง หรือผ่าน Social Media	
5.สิ่งพิมพ์			Brochure, แผ่นพับ, แผนที่	การใช้งาน 5%
OH	การส่งเสริมการขาย			
1.จัดกิจกรรม	จัดกิจกรรมภายในโฮสเทลอื่นตามเทศกาล เช่น กิจกรรมสงกรานต์ กิจกรรมปีใหม่ ฯลฯ			
2.จัดส่วนลด	มีส่วนลดในช่วง Low Season ประมาณ 15% ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางตรงและผ่านตัวกลาง (OTA)			
3.จัดกิจกรรมท่องเที่ยว	จัดกิจกรรมท่องเที่ยวย่านเมืองเก่าและไปยังชุมชนต่างๆโดยผู้พัฒนาหรือพนักงาน เป็นครั้งคราว เช่น เดินหรือปั่นจักรยานทัวร์เมืองเก่า ทัวร์ชุมชนใช้เวลาครึ่งวัน			
4.กิจกรรมชุมชน	จัดกิจกรรมกับชุมชน เช่น ค่ายเด็ก สอนภาษาอังกฤษเด็ก			

ตารางที่ 18 ช่องทางการตลาด Once Again Hostel

มีช่องทางการตลาดทางออนไลน์เป็นหลัก โดยจัดจำหน่ายและประชาสัมพันธ์โครงการ และเผยแพร่เรื่องราวชุมชน ผ่านระบบ OTA และช่องทางตรง ผ่านเว็บไซต์โครงการและสื่อสังคม ส่วนช่องทางอื่นๆ ได้แก่ ได้รับความสนใจจากสื่อมวลชนเป็นพิเศษ การแนะนำปากต่อปากโดยผู้เข้าพัก และสื่อสิ่งพิมพ์

มีการส่งเสริมการขาย โดยการจัดส่วนลด กิจกรรมภายใน กิจกรรมท่องเที่ยวชุมชน และกิจกรรมกับชุมชน

4.3.5 การวัดผลด้านลักษณะกลุ่มลูกค้า

1. กรณีศึกษาที่ 1 เฮีย โฮสเทล (Here Hostel)

2. ลักษณะประชากรกลุ่มลูกค้า			
2.1 ฐานข้อมูล OTA	เพศ 		อายุ
	สัญชาติ 		การเดินทาง
	สัญชาติ 		
2.2 ข้อมูลการ ³¹ สัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่าง 19 คน	เพศ	ชาย หญิง	จำนวน 10 คน จำนวน 9 คน
	อายุ	15-24 ปี 25-34 ปี 35-44 ปี 45-60 ปี	จำนวน 5 คน จำนวน 8 คน จำนวน 5 คน จำนวน 1 คน
	อาชีพ	นักเรียน-นักศึกษา	จำนวน 5 คน

³¹ รายละเอียดข้อมูลการสัมภาษณ์ แสดงในภาคผนวก หน้า 169

		พนักงาน ลูกจ้าง-อาชีพอิสระ ธุรกิจส่วนตัว นักกฎหมาย ศิลปิน	จำนวน 6 คน จำนวน 4 คน จำนวนละ 1 คน
	สัญชาติ	เนเธอร์แลนด์ ไทย เยอรมัน แคนาดา / จีน อเมริกา / จีน / อินเดีย / เม็กซิโก	จำนวน 6 คน จำนวน 4 คน จำนวน 3 คน จำนวนละ 2 คน จำนวนละ 1 คน
	การเดินทาง	คนเดียว กลุ่มเพื่อน คู่รัก	จำนวน 11 คน จำนวน 7 คน จำนวน 1 คน
	พฤติกรรม ท่องเที่ยว	เชิงวัฒนธรรม เชิงบันเทิง เพื่อธุรกิจ	จำนวน 8 คน จำนวน 10 คน จำนวน 1 คน
3. พฤติกรรมกลุ่มลูกค้า			
3.1	พฤติกรรมการจองห้องพัก		<ul style="list-style-type: none"> ส่วนใหญ่ศึกษาข้อมูล ตัดสินใจเข้าพักและจองล่วงหน้าผ่านระบบออนไลน์
3.2	พฤติกรรมการเข้าพัก		<ul style="list-style-type: none"> ลูกค้าชาวยุโรปท่องเที่ยวระยะยาว 1-3 เดือน มีพฤติกรรมพักกลับมาพักซ้ำใน 1 รอบการเดินทาง ลูกค้าชาวเอเชียท่องเที่ยวระยะสั้น 1-2 สัปดาห์ ระยะเวลาเข้าพักเฉลี่ย 2-3 วัน
3.3	พฤติกรรมขณะเข้าพัก		<ul style="list-style-type: none"> เช้า – มักตื่นค่อนข้างสาย กลางวัน – มักออกไปเที่ยวย่านเมืองเก่าและย่านใกล้เคียงหรือไปจังหวัดใกล้เคียง กลางคืน – มักออกไปเที่ยวถนนข้าวสาร หรือดื่มสังสรรค์กันในพื้นที่นั่งเล่นส่วนกลาง เข้านอนหรือกลับจากถนนข้าวสารค่อนข้างดึก
3.4	พฤติกรรม ลักษณะนิสัย		<ul style="list-style-type: none"> ชอบทำความรู้จักกัน ชอบการเข้าสังคมและการสนทนากัน มีการรวมกลุ่มกันออกไปท่องเที่ยว บางรายมีพฤติกรรมไม่อាប់น้ำ
3.5	พฤติกรรมการหลังการเข้าพัก		<ul style="list-style-type: none"> มีการแนะนำผู้อื่นให้มาพัก โดยเฉพาะชาวเนเธอร์แลนด์ ลูกค้าเก่ามีพฤติกรรมมาพักซ้ำ

ตารางที่ 19 ลักษณะกลุ่มลูกค้า Here Hostel

จากข้อมูลทั้ง 2 แหล่ง สรุปลักษณะประชากรกลุ่มลูกค้า

เพศ – ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

อายุ – กลุ่มหลักเป็นวัยรุ่น (15-24 ปี) และวัยทำงาน (25-34 ปี)
กลุ่มรองเป็นวัยผู้ใหญ่ (35-44 และ 45-60 ปี)

สัญชาติ – กลุ่มหลักเป็นชาวยุโรปโดยเฉพาะชาวเนเธอร์แลนด์
กลุ่มรองเป็นชาวเอเชีย

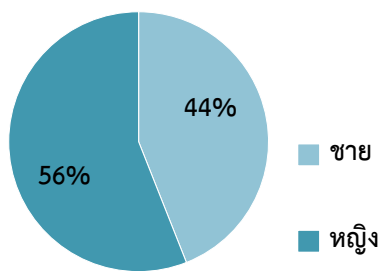
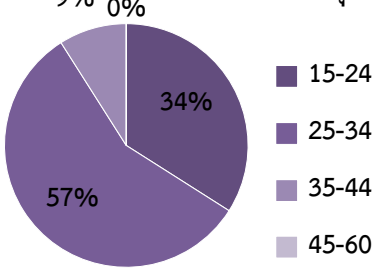
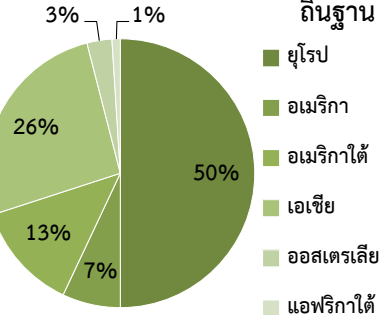
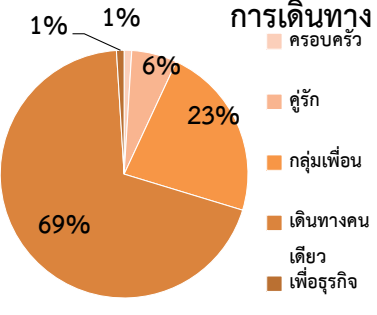
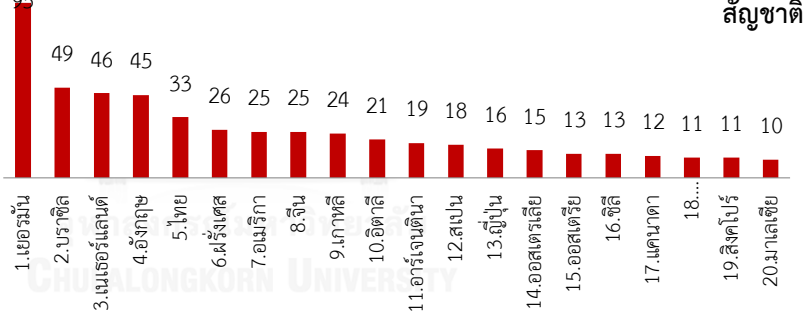
อาชีพ – นักเรียนนักศึกษา ลูกจ้าง พนักงานบริษัท ประกอบอาชีพอิสระ ศิลปิน ธุรกิจส่วนตัว

จากข้อมูลทั้ง 2 แหล่ง สรุปพฤติกรรมกลุ่มลูกค้า

การเดินทาง – กลุ่มหลักเป็นกลุ่มเดินทางคนเดียว กลุ่มรองเป็นกลุ่มเพื่อน

การท่องเที่ยว - ส่วนใหญ่กลุ่มลูกค้ามีพฤติกรรมชอบความบันเทิง ท่องเที่ยวเชิงบันเทิง โดยเฉพาะถนนข้าวสาร รองลงมาเป็นย่านเมืองเก่าและย่านการค้า มีพฤติกรรมชอบเข้าสังคม รวมกลุ่มกันไปท่องเที่ยวหรือรวมกลุ่มกันสังสรรค์กันในพื้นที่นั่งส่วนกลาง โดยชาวเนเธอร์แลนด์ ซึ่งมีพฤติกรรมแนะนำให้ผู้อื่นเข้ามาพักต่อไปกลายเป็นลูกค้ากลุ่มใหญ่ของโครงการ

2. กรณีศึกษาที่ 2 วันซ์ อะเกน โฮสเทล (Once Again Hostel)

1. ลักษณะกลุ่มลูกค้า			
1.1 ฐานข้อมูล OTA	เพศ 		อายุ 
	ถิ่นฐาน 		การเดินทาง 
	สัญชาติ 		
1.2 ข้อมูลการ สัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่าง 15 คน	เพศ	ชาย หญิง	จำนวน 9 คน จำนวน 6 คน
	อายุ	15-24 ปี 25-34 ปี 35-44 ปี 45-60 ปี	จำนวน 5 คน จำนวน 7 คน จำนวน 3 คน -
	สัญชาติ	เยอรมัน เนเธอร์แลนด์ แคนาดา จีน /โคลัมเบีย/บราซิล/ เบลเยียม	จำนวน 4 คน จำนวน 3 คน จำนวน 3 คน จำนวนละ 1 คน
	อาชีพ	นักเรียน-นักศึกษา	จำนวน 5 คน

		นักร้องแบบ นักวางแผน นักมวย	จำนวน 3 คน จำนวนละ 1 คน
	การเดินทาง	คนเดียว กลุ่มเพื่อน	จำนวน 13 คน จำนวน 2 คน
	พฤติกรรม ท่องเที่ยว	เชิงวัฒนธรรม เชิงบันเทิง	จำนวน 9 คน จำนวน 6 คน
2. พฤติกรรมกลุ่มลูกค้า			
2.1 พฤติกรรมการจองห้องพัก	<ul style="list-style-type: none"> ส่วนใหญ่ศึกษาข้อมูล ตัดสินใจเข้าพักและจองล่วงหน้าผ่านระบบออนไลน์ มีส่วนน้อยไม่ได้จองล่วงหน้า (Walk-in) มักจองแบบวันต่อวัน 		
2.2 พฤติกรรมการเข้าพัก	<ul style="list-style-type: none"> ลูกค้าชาวยุโรปท่องเที่ยวระยะยาว 1-3 เดือน มีพฤติกรรมพักกลับมาพักซ้ำใน 1 รอบการเดินทาง ลูกค้าชาวเอเชียท่องเที่ยวระยะสั้น 1 สัปดาห์ ระยะเวลาการเข้าพักเฉลี่ย 3-4 วัน 		
2.3 พฤติกรรมขณะเข้าพัก	<ul style="list-style-type: none"> เช้า – มักตื่นในช่วงเวลาอาหารเช้า กลางวัน – ส่วนใหญ่มักออกไปเที่ยวย่านเมืองเก่าและย่านใกล้เคียง หรือไปจังหวัดใกล้เคียง ผู้เข้าพักส่วนหนึ่งที่ไม่ได้ออกไปเที่ยว มักนั่งทำงานอยู่บริเวณพื้นที่นั่งเล่นส่วนกลาง กลางคืน – มักออกไปเที่ยวถนนข้าวสารหรือถนนเยาวราช ผู้เข้าพักส่วนหนึ่งที่ไม่ได้ออกไปเที่ยวมักพักผ่อนในห้องพักหรือนั่งทำงานในห้องนั่งเล่น หรือสังสรรค์บนพื้นที่ดาดฟ้า เข้านอนหรือกลับจากถนนข้าวสารค่อนข้างดึก 		
2.4 พฤติกรรม ลักษณะนิสัย	<ul style="list-style-type: none"> ชอบทำความรู้จักกัน ชอบการเข้าสังคมและการสนทนากัน มีการรวมกลุ่มกันออกไปท่องเที่ยว 		
2.5 พฤติกรรมหลังการเข้าพัก	<ul style="list-style-type: none"> มีการแนะนำผู้อื่นให้มาพักผ่านสื่อออนไลน์ ลูกค้าเก่ามีพฤติกรรมมาพักซ้ำ 		

ตารางที่ 20 ลักษณะกลุ่มลูกค้า Once Again Hostel

จากข้อมูลทั้ง 2 แหล่ง สรุปลักษณะประชากรกลุ่มลูกค้า

เพศ – ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

อายุ – กลุ่มหลักเป็นวัยทำงาน (25-34 ปี)

กลุ่มรองเป็นวัยรุ่น (15-24 ปี) และกลุ่มวัยผู้ใหญ่ (35-44 ปี)

สัญชาติ – กลุ่มหลักเป็นชาวยุโรปโดยเฉพาะชาวเยอรมัน

กลุ่มรองเป็นชาวเอเชียและอเมริกาใต้

อาชีพ – นักเรียนนักศึกษา นักออกแบบ นักวางแผน อาชีพอิสระ

จากข้อมูลทั้ง 2 แหล่ง สรุปพฤติกรรมกลุ่มลูกค้า

การเดินทาง – กลุ่มหลักเป็นกลุ่มเดินทางคนเดียว กลุ่มรองเป็นกลุ่มเพื่อน

การท่องเที่ยว - ส่วนใหญ่กลุ่มลูกค้ามีพฤติกรรมชอบความสงบ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมย่านเมืองเก่า และย่านการค้า มีพฤติกรรมทั้งชอบเข้าสังคัมและ มีการรวมกลุ่มกันไปท่องเที่ยวหรือรวมกลุ่มกันสังสรรค์บนพื้ที่นั่งเล่น หรือดาดฟ้า แต่ค่อนข้างรักความสงบ



4.3.6 การวัดผลด้านความพึงพอใจกลุ่มลูกค้า

ผู้วิจัยทำการศึกษาข้อมูลด้านความพึงพอใจกลุ่มลูกค้าดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลค่าคะแนนความพึงพอใจจากฐานข้อมูล OTA 3 แหล่ง ซึ่งเป็นเกณฑ์ที่ใช้กับโรงแรมทั่วโลก ได้เกณฑ์วัดระดับความสำเร็จและได้เกณฑ์ปัจจัยความพึงพอใจ 7 ด้าน คือ ทำเลที่ตั้ง ความสะอาด กสบายห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวก พนักงานและบริการ ความสะอาด บรรยากาศภายใน ความคุ้มค่าเงินและความปลอดภัย
2. นำไปสร้างเกณฑ์วัดผลความแตกต่างของปัจจัยความพึงพอใจด้านต่างๆของกรณีศึกษา ซึ่งมีเกณฑ์ที่เพิ่มเติมขึ้นมาอีก 2 ด้านที่พบในข้อมูลความคิดเห็น คือ ด้านกายภาพตัวอาคารการตกแต่ง และบรรยากาศสภาพแวดล้อมโครงการ นำมาวัดผลความแตกต่างของปัจจัยด้านต่างๆจากข้อมูลความคิดเห็นลูกค้าทั้งด้านความพึงพอใจและไม่พึงพอใจ
3. ตรวจสอบผลปัจจัยความพึงพอใจที่ได้ โดยการสัมภาษณ์กลุ่มลูกค้า

1. กรณีศึกษาที่ 1 เฮีย โฮสเทล (Here Hostel)

1.1 ข้อมูลค่าคะแนนความพึงพอใจของลูกค้า

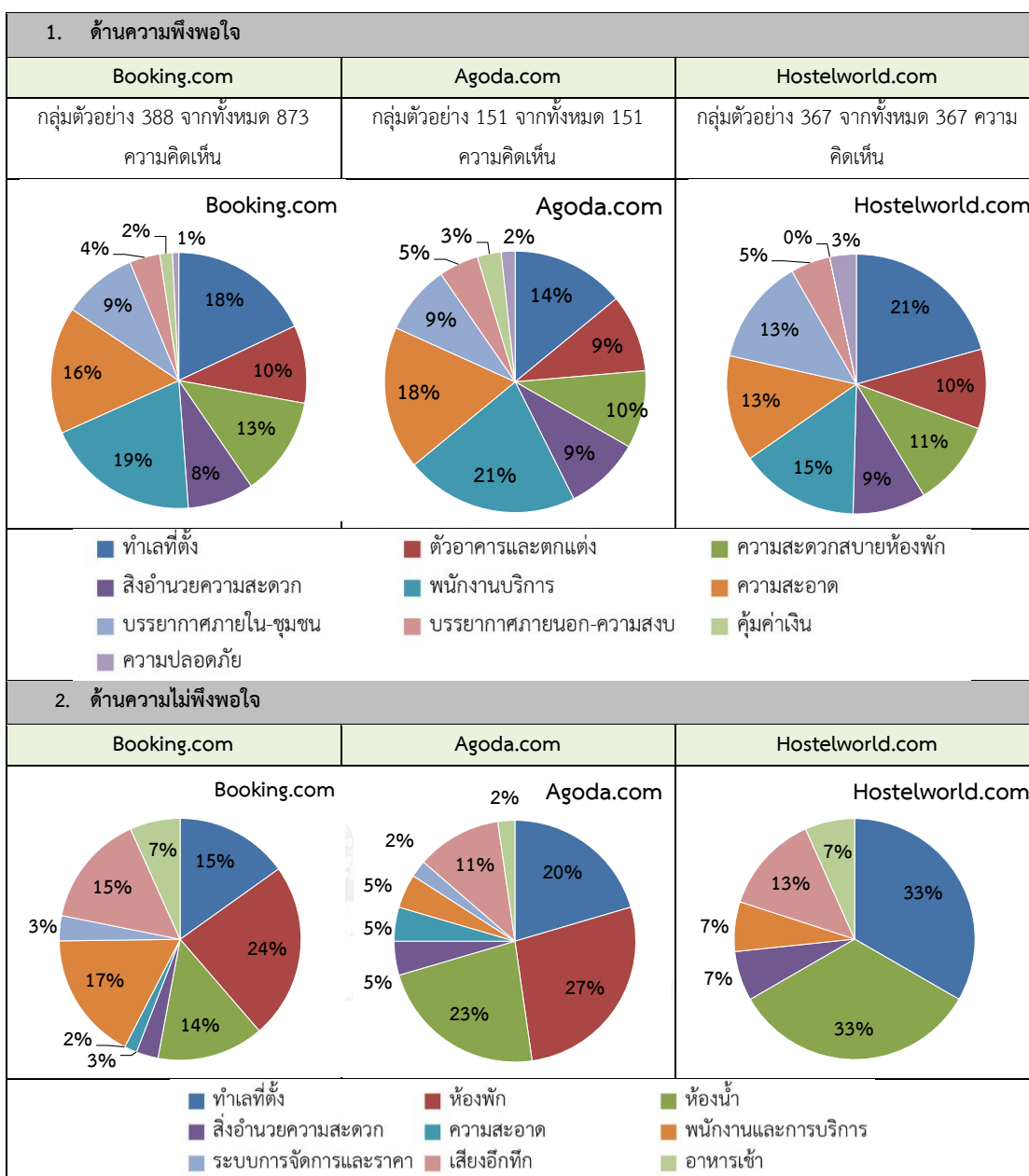
ความพึงพอใจผู้เข้าพัก	Booking.com	Agoda.com	Hostelworld.com	รวมค่าคะแนน
จำนวนผู้ให้คะแนน	1421	145	333	1,899 คน
ทำเลที่ตั้ง	8.8 (4)	8.4 (5)	9.2 (3)	26.4 (5)
ความสะอาด กสบายห้องพัก	8.7 (5)	9.1 (3)	-	17.8 (6)
สิ่งอำนวยความสะดวก	8.9 (3)	8.9 (4)	9.2 (3)	27.0 (3)
พนักงานและบริการ	9.0 (2)	9.3 (1)	9.5 (1)	27.8 (1)
ความสะอาด	9.2 (1)	9.2 (2)	9.4 (2)	27.8 (2)
บรรยากาศ	-	-	9.0 (5)	9.0 (8)
คุ้มค่าเงิน	8.8 (4)	9.1 (3)	9.1 (4)	27.0 (4)
ความปลอดภัย	-	-	9.4 (2)	9.4 (7)
อาหารเช้า	7.7 (6)	-	-	7.7 (10)
อินเทอร์เน็ต	8.7 (5)	-	-	8.7 (9)
ค่าคะแนนเฉลี่ย	8.9	8.9	9.3	9.0

ตารางที่ 21 ค่าคะแนนความพึงพอใจลูกค้าจากฐานข้อมูล OTA Here Hostel

จากข้อมูลทั้ง 3 แหล่ง มีค่าคะแนนความพึงพอใจลูกค้าที่ 9.0 สรุปได้ว่า กรณีศึกษา ได้รับความสำเร็จด้านความพึงพอใจกลุ่มลูกค้าในระดับ “ดีเยี่ยม” ³² โดยมีปัจจัยความพึงพอใจสูงสุดคือ “ด้านพนักงานบริการ”

³² คำนียามโดย OTA จากคำว่า “Superb

1.2 ข้อมูลความคิดเห็นความพึงพอใจของลูกค้า³³



ตารางที่ 22 ความคิดเห็นความพึงพอใจลูกค้าจากฐานข้อมูล OTA Here Hostel

สรุปผลจากข้อมูลความคิดเห็นความพึงพอใจของลูกค้า พบว่า ปัจจัยด้านที่ลูกค้าพึงพอใจมากที่สุด คือ “พนักงานบริการ” ในแง่ยินดีให้บริการอย่างเป็นกันเอง

ด้านความไม่พึงพอใจมากที่สุด คือ “ความไม่สะอาดสบายในห้องพัก” ได้แก่ ห้องนอนเล็กเตียงแข็ง อับและวางบนพื้น มีแมลง อุณหภูมิห้องร้อน ไฟในห้องไม่สว่าง สวิตช์ไฟอยู่นอกห้องพัก

³³ ผลลำดับความแตกต่างของปัจจัยแสดงในบทวิเคราะห์ หน้า 168

1.3 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่าง 19 คน

ด้านความพึงพอใจ	จำนวน ความเห็น	ด้านความไม่พึงพอใจ	จำนวน ความเห็น
1. ทำเลที่ตั้ง	17	เสียงอึกทึก/เสียงก้อง	10
2. ความสะอาดสบายห้องพัก	15	ภายในห้องพักร้อน/ไม่สะอาดสบาย	7
3. สิ่งอำนวยความสะดวก	13	สวิตซ์ไฟอยู่นอกห้อง	2
4. ตัวอาคารและการตกแต่ง	12	โตนแมลงกัด	2
5. บรรยากาศภายในโครงการ	10	ห้องน้ำอยู่คนละชั้น	2
6. พนักงานบริการ	9	พนักงานบริการ	1
บรรยากาศภายนอกโครงการ	9		
7. ความสะอาด	8	ความสะอาด	1
ความคุ้มค่าเงิน	8		
8. ความปลอดภัย	7		
ความคิดเห็นเพิ่มเติม		-	

ตารางที่ 23 ความพึงพอใจลูกค้าจากการสัมภาษณ์ OTA Here Hostel

สรุปผลจากข้อมูลการสัมภาษณ์ พบว่า ปัจจัยด้านที่ลูกค้าพึงพอใจมากที่สุด คือ “ทำเลที่ตั้ง” ในแง่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยวคือถนนข้าวสาร

ด้านความไม่พึงพอใจมากที่สุด คือ “ปัญหาเรื่องเสียง” ได้แก่ มีเสียงดังอึกทึกในเวลากลางคืน จากผู้ที่ดื่มสังสรรค์ในห้องนั่งเล่นหรือผู้ที่กลับมาจากข้าวสาร ห้องพักไม่กันเสียง มีเสียงดังจากท่อและเครื่องปรับอากาศ

ไม่มีความคิดเห็นเพิ่มเติม

2. กรณีศึกษาที่ 2 วันซ์ อะเกน โฮสเทล (Once Again Hostel)

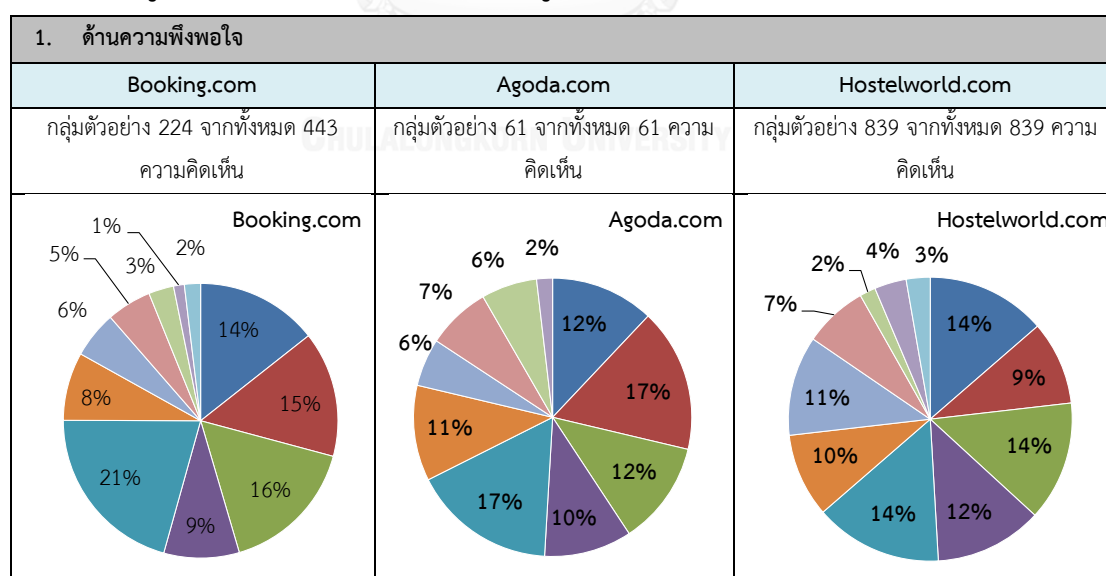
2.1 ข้อมูลค่าคะแนนความพึงพอใจของลูกค้า

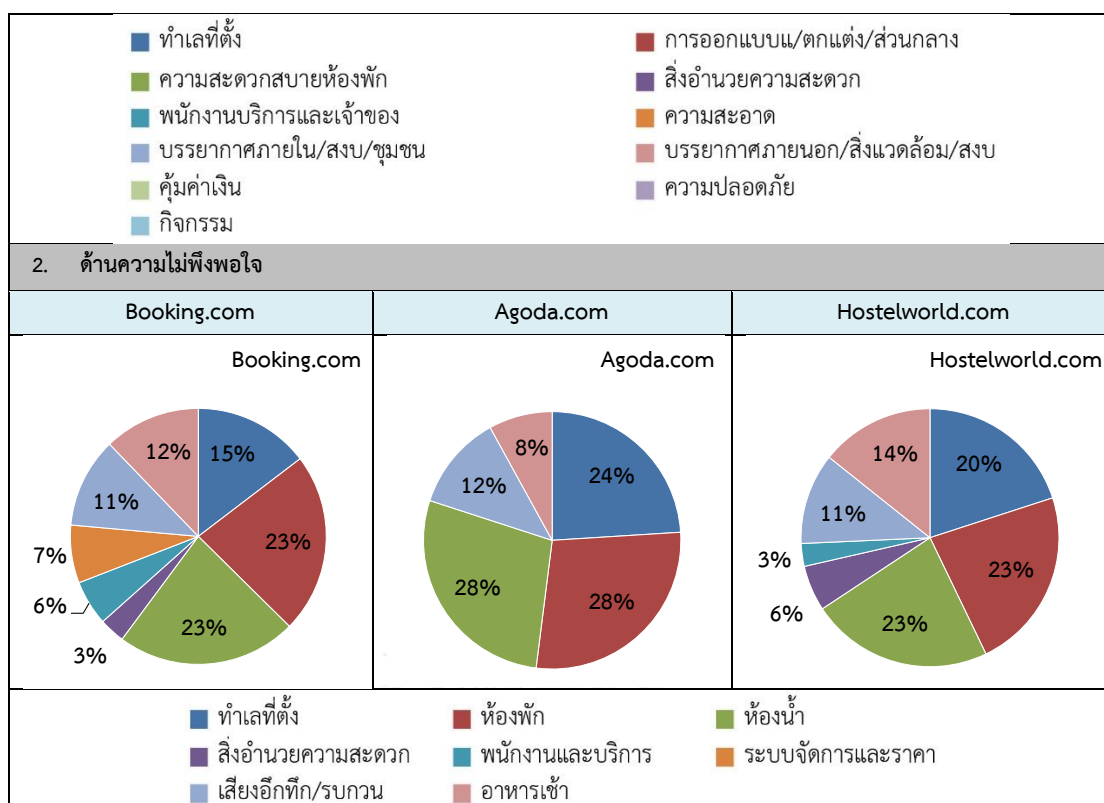
ความพึงพอใจผู้เข้าพัก	Booking.com	Agoda.com	Hostelworld.com	รวมค่าคะแนน
จำนวนผู้ให้คะแนน	680	55	793	
ทำเลที่ตั้ง	8.7 (4)	8.3 (6)	8.8 (5)	25.8 (5)
ความสะดวกสบายห้องพัก	9.0 (3)	9.5 (1)	-	18.5 (6)
สิ่งอำนวยความสะดวก	9.0 (3)	8.7 (5)	9.1 (4)	26.8 (4)
พนักงานและบริการ	9.3 (2)	9.1 (2)	9.3 (2)	27.7 (1)
ความสะอาด	9.0 (3)	8.9 (3)	9.3 (2)	27.2 (2)
บรรยากาศ	-	-	8.7 (6)	8.6 (7)
ความปลอดภัย	-	-	9.4 (1)	9.4 (9)
คุ่มค่าเงิน	9.0 (3)	8.8 (4)	9.2 (3)	27.0 (3)
อาหารเช้า	-	-	-	-
อินเทอร์เน็ต	9.6 (1)	-	-	9.6 (8)
ค่าคะแนนเฉลี่ย	9.0	8.7	9.1	8.0

ตารางที่ 24 ค่าคะแนนความพึงพอใจลูกค้าจากฐานข้อมูล OTA Once Again Hostel

จากข้อมูลทั้ง 3 แหล่ง มีค่าคะแนนความพึงพอใจลูกค้าที่ 8.9 สรุปได้ว่า กรณีศึกษา ได้รับความสำเร็จด้านความพึงพอใจกลุ่มลูกค้าในระดับ “ดีเยี่ยม” โดยมีปัจจัยความพึงพอใจสูงสุดคือ “ด้านพนักงานบริการและเจ้าของ”

2.2 ข้อมูลความคิดเห็นความพึงพอใจของลูกค้า





ตารางที่ 25 ความคิดเห็นความพึงพอใจลูกค้าจากฐานข้อมูล OTA Once Again Hostel

สรุปผลจากข้อมูลความคิดเห็นความพึงพอใจของลูกค้า พบว่า ปัจจัยด้านที่ลูกค้าพึงพอใจมากที่สุด คือ “พนักงานบริการ” ในแง่ สื่อสารภาษาอังกฤษได้ดี ยินดีให้คำแนะนำและบริการ มีความรู้ด้านการท่องเที่ยวและท้องถิ่น

ด้านความไม่พึงพอใจมากที่สุด คือ “ความไม่สะดวกสบายในห้องพัก” ได้แก่ บางห้องไม่มีหน้าต่าง ทางเดินในห้องแคบ ไม่มีที่วางกระเป๋า เครื่องปรับอากาศไม่ทั่วถึง-ปรับอุณหภูมิไม่ได้ สิ่งอำนวยความสะดวกในเตียงไม่เพียงพอ มีแมลง

ข้อสังเกตจากการศึกษาคือ

- ลูกค้าพึงพอใจหลายด้านใกล้เคียงกัน แสดงว่าลูกค้าพักค่อนข้างพึงพอใจในแทบทุกด้านของโครงการ
- ลูกค้ามีความพึงพอใจ “ด้านกิจกรรม” ในแง่การได้ร่วมกิจกรรมที่ผู้พัฒนาได้จัดให้มีขึ้นร่วมกับชุมชนและกิจกรรมท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งเป็นปัจจัยด้านที่เพิ่มขึ้นมาจากกรณีศึกษาที่ 1
- ผู้ให้ความคิดเห็นในด้านที่ไม่พึงพอใจมีจำนวนน้อยกว่ากรณีศึกษาที่ 1

2.3 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่าง 15 คน

ด้านความพึงพอใจ	จำนวน ความเห็น	ด้านความไม่พึงพอใจ	จำนวน ความเห็น
1. การออกแบบตกแต่ง-พื้นที่ส่วนกลาง ความสะอาดสบายห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวก พนักงานบริการและเจ้าของ ความสะอาด	15	ความไม่สะดวกสบายในห้องพัก	6
	15	ราคาแพง	4
	15	อาหารเช้าไม่น่ารับประทาน	4
	15	ทำเลที่ตั้งไกลขนส่ง	3
	15	ไม่มีข้อมูลท่องเที่ยว	3
2. บรรยากาศภายในโครงการ	14	เสียงอึกทึก	2
3. ทำเลที่ตั้ง	12	ความไม่สะดวกสบายในห้องน้ำ	2
4. บรรยากาศภายนอก	8		
5. คุ่มค่าเงิน	7		
6. ความปลอดภัย	6		
ความคิดเห็นเพิ่มเติม	มีความพึงพอใจเกินความคาดหมาย		

ตารางที่ 26 ความพึงพอใจลูกค้าจากการสัมภาษณ์ OTA Here Hostel

สรุปผลจากข้อมูลการสัมภาษณ์ พบว่า ปัจจัยด้านที่ลูกค้าพึงพอใจมากที่สุด ถึง 4 ด้าน ได้แก่

- 1) พนักงานบริการและเจ้าของ
 - 2) การออกแบบตกแต่งและส่วนกลาง มีพื้นที่ส่วนกลางที่ตอบสนองกิจกรรมที่หลากหลาย
 - 3) ความสะอาดสบายของห้องพัก ในแง่ความสะอาด สบายและครบครัน
 - 4) สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการ ในแง่ความครบครัน
 - 5) ความสะอาด ในแง่ความสะอาดของสิ่งอำนวยความสะดวกโดยเฉพาะห้องน้ำและห้องพัก
- ด้านความไม่พึงพอใจมากที่สุด คือ “ความไม่สะดวกสบายในห้องพัก”

ด้านความคิดเห็นเพิ่มเติม คือลูกค้ามีความพึงพอใจในการเข้าพักเกินความคาดหมาย

ผลการสัมภาษณ์สอดคล้องกับผลข้อมูล OTA ที่มีปัจจัยความพึงพอใจด้านต่างๆใกล้เคียงกัน

4.3.7 การวัดผลด้านการเงิน ³⁴

ข้อมูลด้านการเงินประกอบด้วย การลงทุน รายรับ รายจ่าย และผลตอบแทนทางการเงิน

1. กรณีศึกษาที่ 1 เฮีย โฮสเทล (Here Hostel)

1. การลงทุน	มูลค่า	หน่วย
1.1 ค่าก่อสร้างรวมตกแต่ง	4,000,000	บาท
1.2 ค่าดำเนินงานก่อสร้าง	1,000,000	บาท
1.3 ค่าบริหารเตรียมเปิดโครงการ	1,000,000	บาท
รวมการลงทุน	6,000,000	บาท
2. ค่าใช้จ่าย (เมื่อเปิดดำเนินงาน)		
2.1 ค่าเช่าอาคาร	720,000	บาท/ปี
2.2 ค่าใช้จ่ายบริหาร	1,500,000	บาท/ปี
2.3 ค่าสาธารณูปโภค	720,000	บาท/ปี
2.4 ค่าต้นทุนห้อง	2,373,413	บาท/ปี
รวมค่าใช้จ่าย / ปี	5,313,413	บาท/ปี
รวมค่าใช้จ่าย-ปัจจุบัน (พ.ศ.60)	11,512,395	บาท
3. รายรับและแหล่งที่มา		
3.1 รายรับจากห้องพัก	8,101,248	บาท/ปี
3.2 ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	600,000	บาท/ปี
3.3 ค่าอื่นๆ เช่น ขายทัวร์ ซักรีด	240,000	บาท/ปี
รวมรายรับ / ปี	8,941,248	บาท/ปี
รวมรายรับ-ปัจจุบัน (พ.ศ.60)	19,372,704	บาท
4. การประเมินผลลัพธ์ของธุรกิจโรงแรม	ผลตอบแทนทางการเงิน	หน่วย
4.1 ผลกำไรขั้นต้น (Gross Profit)	3,627,835	บาท/ปี
อัตรากำไรขั้นต้น (Gross Profit Margin)	40.57	%
4.2 ผลกำไรสุทธิ ณ ปัจจุบัน (หักเงินลงทุน)	1,860,309	บาท
4.3 ผลตอบแทนการลงทุน (ROI ณ ปัจจุบัน)	31	%
4.4 ผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (ROE)	93.02	%
4.5 จุดคุ้มทุน (Breakeven Point)	1 ปี 8 เดือน	ปี
5. ดัชนีวัดความสำเร็จห้องพัก		
5.1 รายได้เฉลี่ยต่อเตียง (Rev.PAR)	435.2	บาท/เตียง/คืน
5.2 อัตราการเข้าพัก (Occupancy Rate)	80-90	%
อัตราการเข้าพักเฉลี่ย (Average Occupancy Rate)	85	%
5.3 ราคาห้องพักเฉลี่ย (Average Room Rate)	512	บาท/เตียง/คืน
5.4 ต้นทุนห้อง (Direct Room)	150	บาท/เตียง/คืน
6. เปรียบเทียบการลงทุนกับหน่วยขาย		
6.1 การลงทุน / หน่วยขาย	117,647	บาท/เตียง
6.2 ระยะเวลา / หน่วยขาย	11	วัน/เตียง

ตารางที่ 27 ผลด้านการเงินโครงการ Here Hostel

³⁴ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้พัฒนา คือ เงินลงทุน รายรับและแหล่งที่มา ค่าใช้จ่าย ระยะเวลาคืนทุนและอัตราการเข้าพัก แสดงผลการเงินโดยการคำนวณ (ผู้วิจัย) ประกอบรายละเอียดผลการคำนวณในภาคผนวก

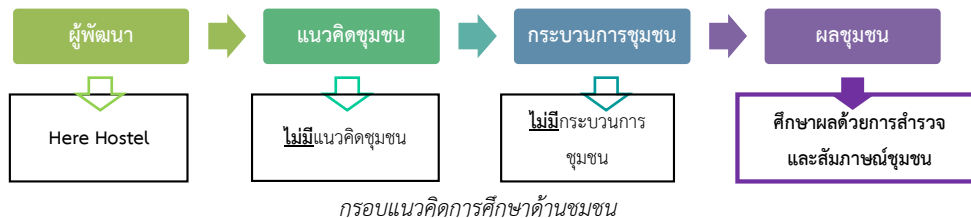
2. กรณีศึกษาที่ 1 วันซ์ อะเกน โฮสเทล (Once Again Hostel)

1. การลงทุน	มูลค่า	หน่วย
1.1 ค่าก่อสร้างรวมตกแต่ง	8,500,000	บาท
1.2 ค่าดำเนินงานก่อสร้าง	1,500,000	บาท
1.3 ค่าบริหารเตรียมเปิดโครงการ	1,500,000	บาท
รวมการลงทุน	11,500,000	บาท
2. ค่าใช้จ่าย (เมื่อเปิดดำเนินงาน)		
2.1 ค่าเช่าอาคาร	1,000,000	บาท/ปี
2.2 ค่าใช้จ่ายบริหาร	4,073,820	บาท/ปี
2.3 ค่าสาธารณูปโภค	1,357,392	บาท/ปี
2.4 ค่าต้นทุนห้อง	3,832,500	บาท/ปี
รวมค่าใช้จ่าย / ปี	10,263,712	บาท/ปี
รวมค่าใช้จ่าย-ปัจจุบัน (พ.ศ.60)	15,395,568	บาท
3. รายรับและแหล่งที่มา		
3.1 รายรับจากห้องพัก	12,979,400	บาท/ปี
3.2 ค่าเช่าพื้นที่	360,000	บาท/ปี
3.3 ค่าเครื่องดื่ม	120,000	บาท/ปี
3.4 ค่าอื่นๆ เช่น ขายทัวร์	120,000	บาท/ปี
รวมรายรับ / ปี	13,579,400	บาท/ปี
รวมรายรับ-ปัจจุบัน (พ.ศ.60)	20,369,100	บาท
4. การประเมินผลลัพธ์ของธุรกิจโรงแรม	ผลตอบแทนทางการเงิน	หน่วย
4.1 ผลกำไรขั้นต้น (Gross Profit) อัตรากำไรขั้นต้น (Gross Profit Margin)	3,315,688 24.42	บาท/ปี %
4.2 ผลกำไรสุทธิ ณ ปัจจุบัน (หักเงินลงทุน)	-6,526,468	บาท
4.3 ผลตอบแทนการลงทุน (ROI ณ ปัจจุบัน)	-	%
4.4 ผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (ROE)	-	%
4.5 จุดคุ้มทุน (Breakeven Point)	3 ปี 6 เดือน	ปี
5. ดัชนีวัดความสำเร็จห้องพัก		
5.1 รายได้เฉลี่ยต่อเตียง (Rev.PAR)	356	บาท/เตียง/คืน
5.2 อัตราการเข้าพัก (Occupancy Rate)	65-80	%
อัตราการเข้าพักเฉลี่ย (Average Occupancy Rate)	70	%
5.3 ราคาห้องพักเฉลี่ย (Average Room Rate)	508	บาท/เตียง/คืน
5.4 ต้นทุนห้อง (Direct Room)	150	บาท/เตียง/คืน
6. เปรียบเทียบการลงทุนกับหน่วยขาย		
6.1 การลงทุน / หน่วยขาย	115,000	บาท/เตียง
6.2 ระยะเวลา / หน่วยขาย	5	วัน/เตียง

ตารางที่ 28 ผลด้านการเงินโครงการ Once Again Hostel

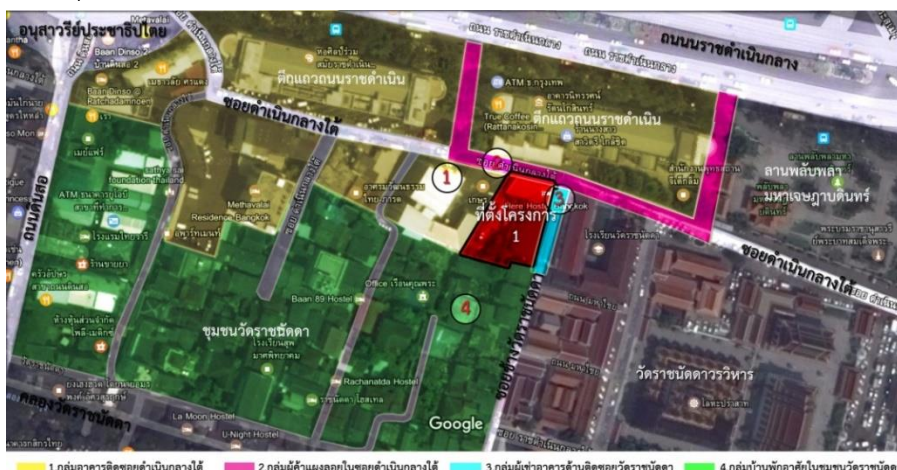
4.3.8 ผลด้านชุมชน

1. กรณีศึกษาที่ 1 เฮีย โฮสเทล (Here Hostel)



กรอบแนวคิดการศึกษาด้านชุมชน

จากกรอบแนวคิดการศึกษาผลด้านชุมชน กรณีศึกษาที่ 1 ไม่มีแนวคิดและกระบวนการด้านชุมชน ผู้วิจัยจึงศึกษาผลด้านชุมชนโดยการสำรวจและสัมภาษณ์ชุมชนที่อยู่โดยรอบโครงการ โดยแบ่งชุมชนเป็น 4 กลุ่ม มีผลการศึกษาดังนี้



ภาพที่ 4. 39 แผนที่ศึกษาข้อมูลชุมชน Here Hostel

1.1 กลุ่มอาคารติดซอยดำเนินกลางใต้

ผู้อยู่อาศัยในตึกแถวและประกอบกิจการค้าขายที่ชั้นล่างของอาคาร ประเภทกิจการได้แก่ ร้านขายของชำ ร้านเสริมสวย ฯลฯ และมีอาคารที่ประกอบกิจการอื่นๆ ได้แก่ ร้านล้างรถ โรงแรม 2-3 แห่ง โรงเรียนสอนวัฒนธรรมอินเดีย ภัตตาคาร ฯลฯ

ผลการสัมภาษณ์ พบว่าได้รับประโยชน์เล็กน้อย เนื่องจากลูกค้าโฮสเทลไม่ได้ซื้อสินค้าหรือใช้บริการจากร้านค้าเหล่านี้ โดยลูกค้ามักจะซื้อสินค้าจากร้านสะดวกซื้อ และสินค้าประเภทเครื่องดีมั้นมีจำหน่ายภายในโฮสเทล พบว่า ร้านเสริมสวยมีผู้อยู่อาศัยที่เคยทำงานเป็นพนักงานต้อนรับโฮสเทล



1.2 กลุ่มผู้ค้าแผงลอย-รถเข็นในซอยดำเนินกลางใต้

เป็นผู้ค้าขายอาหารไทย ก๋วยเตี๋ยว อาหารทานเล่น บริเวณหน้าโฮสเทลปากซอยดำเนินกลางใต้
ผลการสัมภาษณ์ พบว่าได้รับประโยชน์เล็กน้อย โดยลูกค้าโฮสเทลมีการซื้ออาหารประเภททาน
 เล่นรับประทานบ้าง แต่ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นคนไทยที่ทำงานในละแวกใกล้เคียงมากกว่า

พบว่า แม่ค้าขายรายหนึ่งให้ข้อมูลว่าเคยเช่าพักอาศัยอยู่ภายในอาคารกรณีศึกษาก่อนการ
 ปรับปรุง แต่ไม่ได้รับการต่อสัญญาเนื่องจากเจ้าของอาคารต้องการซ่อมแซมอาคารและขึ้นค่าเช่า



1.3 กลุ่มผู้เช่าอาคารด้านติดซอยข้างวัดราชนัดดา

มีผู้เช่าเดิมอยู่ 2 คูหา ได้แก่ บ้านที่ประกอบกิจการค้าขายอาหาร และสมาคมโหราศาสตร์
ผลการสัมภาษณ์ พบว่าได้รับประโยชน์เล็กน้อย เนื่องจากลูกค้าชาวต่างชาติไม่ได้รับประทาน
 อาหารไทยเป็นประจำและหากลูกค้าต้องการทานอาหารไทยมักได้รับการแนะนำให้ไปร้านที่มีชื่อเสียง
 ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นคนไทยที่ทำงานอยู่ละแวกใกล้เคียงหรือคนที่มาชมนิทรรศน์ฯ

พบว่า ผู้เช่าอาคารเดิมไม่ได้รับการต่อสัญญาเช่าและกำลังเตรียมตัวย้ายออก เนื่องจาก
 เจ้าของอาคารให้สัญญาเช่าแก่ผู้พัฒนาโฮสเทลเพื่อขยายโครงการในระยะที่ 2



1.4 กลุ่มบ้านพักอาศัยภายในชุมชนวัดราชนัดดา

ผลการสำรวจ บ้านพักในชุมชนมีรั้วรอบขอบชิด ไม่พบความเกี่ยวข้องกับกรณีศึกษา

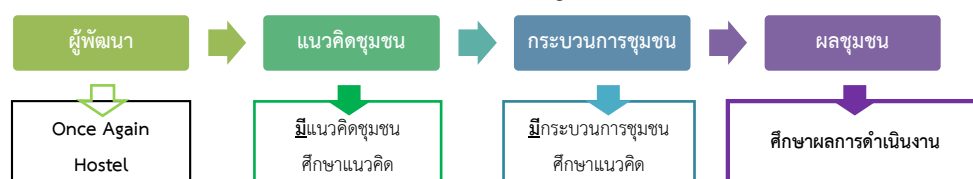
พบว่า มีบ้าน 2-3 หลังในชุมชนถูกปรับปรุงให้เป็นที่พักประเภทโฮสเทลและโฮมสเตย์



ภาพที่ 4. 40 การศึกษาข้อมูลชุมชนโดยรอบ Here Hostel

สรุปผลการศึกษาด้านชุมชนกรณีศึกษาที่ 1 มีผลด้านชุมชนได้รับประโยชน์เพียงเล็กน้อย

2. กรณีศึกษาที่ 2 วันซ์ อะเกน โฮสเทล (Once Again Hostel)



กรอบแนวคิดการศึกษาด้านชุมชน

จากกรอบแนวคิดการศึกษาผลด้านชุมชน กรณีศึกษาที่ 2 มีแนวคิดและกระบวนการด้านชุมชน ผู้วิจัยจึงศึกษาทั้งแนวคิด กระบวนการ ผลการดำเนินงานและผลความพึงพอใจชุมชน

1. ผลการดำเนินงานของโครงการกรณีศึกษา³⁵ แบ่งเป็นด้านต่างๆดังนี้

1.1 การนำเสนอเอกลักษณ์ชุมชน	
แนวคิด	การนำเสนอเอกลักษณ์ชุมชน
กระบวนการ	ศึกษาเอกลักษณ์ชุมชน ออกแบบ จัดหาวัสดุ หาผู้ร่วมงาน จัดทำและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์
ผลดำเนินงาน	<ol style="list-style-type: none"> 1. การออกแบบและตกแต่งนำเสนอเอกลักษณ์ชุมชนโดยใช้วัสดุที่ได้ในท้องถิ่น ได้แก่ ฝาบาตร ไม้ และการตกแต่งด้วยรูปภาพ 2. ว่าจ้างช่างภาพและนักเขียนบทความให้จัดทำสื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เรื่องราวและข้อมูลเกี่ยวชุมชนต่างๆผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์
ผลที่เกิด	<ol style="list-style-type: none"> 1. การออกแบบดำเนินการสำเร็จแต่จากการสัมภาษณ์ผู้เข้าพัก มีการรับรู้เข้าใจค่อนข้างน้อย 2. การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์มีการดำเนินการสำเร็จ แต่มีความถี่ของการประชาสัมพันธ์น้อย และไอ้หน้าที่ยังไปยัง Trawell
1.2 การจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวก	
แนวคิด	ไม่ทำซ้ำกับคนในชุมชนเพื่อไม่ให้เกิดการแข่งขัน เพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้า
กระบวนการ	ศึกษาพื้นที่ วิเคราะห์และวางแผนจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า ชุมชนมีขายอาหารไทย-จีน-พื้นถิ่น มีร้านขายของชำ รับจ้างบริการต่าง
ผลดำเนินงาน	<ol style="list-style-type: none"> 1. ให้ร้านที่มาเช่าพื้นที่ขายอาหารเข้าแบบอื่น 2. จัดให้มีพื้นที่เตรียมอาหารขนาดเล็กให้ลูกค้าออกไปรับประทานอาหารร้านอื่น และประสานกับร้านใกล้เคียงให้ลูกค้าสั่งอาหารเข้ามารับประทานได้ 3. มีตู้บริการเครื่องดื่มแต่ไม่ขายเครื่องดื่มประเภทสุรา 4. ไม่จัดให้มีห้องซักรีดภายในโรงแรม 5. จัดบริการอาหารเช้าโดยคนในชุมชนจัดเตรียมอาหารหมุนเวียนกัน 4 ชุมชน
ผลที่เกิด	<ol style="list-style-type: none"> 1. ผู้เช่าพื้นที่ร้านค้าเป็น Bike Cafe ขายกาแฟและอาหารเช้าแบบตะวันตก 2. มีการใช้พื้นที่เตรียมอาหารน้อย ลูกค้ามักออกไปรับประทานอาหารภายนอก-ร้านข้างเคียง 3. ร้านของชำขายสินค้าได้มากขึ้นโดยเฉพาะเครื่องดื่มประเภทสุรา

³⁵ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้พัฒนาและเอกสารแผนการดำเนินงาน

	4. กระจายงานบริการซักรีดให้ชุมชน 5. ยกเลิกการเตรียมอาหารเช้าโดยชุมชน	
1.3 การจ้างงานบริการและซ่อมบำรุง		
แนวคิด	เปิดโอกาสให้ชุมชนเข้าร่วมดำเนินงานโครงการ	
กระบวนการ	วางแผนงาน ประสานงานชุมชน จัดหาและคัดเลือกบุคลากร	
ผลดำเนินงาน	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีการจ้างงานแม่บ้านเป็นคนในชุมชนต่างๆโดยรอบ 2. มีการจ้างงานพนักงานต้อนรับเป็นคนในชุมชน 3. มีการจ้างงานผู้ให้บริการซักรีดเป็นคนในชุมชน โดยช่วยจัดระบบการจัดกา 4. มีการจ้างช่างก่อสร้างเป็นคนในชุมชน 5. มีการจ้างช่างซ่อมบำรุงเป็นคนในชุมชน 6. มีการจ้างงานผู้ให้บริการนวดแผนไทย 	<p>ชุมชน วังกรมฯและ วัดราชนัคดา บ้านบาตร วังกรมฯ</p> <p>วังกรมฯ</p> <p>วังกรม</p>
ผลที่เกิด	<ol style="list-style-type: none"> 1. ปัจจุบันพนักงานต้อนรับได้ลาออกแล้ว โดยมีทักษะด้านภาษาเพิ่มขึ้น และทำให้ได้รับงานในสถานทูต 2. ผู้ให้บริการซักรีดได้มีการขยายบริการมากขึ้น 	
1.4 กิจกรรมการท่องเที่ยว		
แนวคิด	ใช้การท่องเที่ยวช่วยกระตุ้นการพัฒนาชุมชน	
กระบวนการ	วางแผนออกแบบทัวร์ กิจกรรมและบริการ ประสานงาน จัดหามัคคุเทศก์-ชุมชนผู้ให้บริการ จัดหาลูกค้า จัดหาทรัพยากร	
ผลดำเนินงาน	<ol style="list-style-type: none"> 1. จัดให้มีกิจกรรมท่องเที่ยวชมเมืองเก่าและท่องเที่ยวชุมชน 4 ชุมชนแบบ One day Trip พร้อมบริการอาหาร <ul style="list-style-type: none"> ● วังกรมฯ – ชมวังเก่า การทำจิ๋วพระ ● ป้อมทากาฟ – ชมบ้านไม้โบราณ การทำเศียรพ่อก่ กรงนกเขา เรียนรู้วิถีชีวิตและทำกิจกรรมร่วมกับชุมชน ● บ้านบาตร – ชมการทำบาตรและร่ำวงบ้านบาตร ● นางเล็ง – ชมตลาด โรงหนัง ละครชาตรี บ้านเต็นรำและเรียนทำอาหาร 2. จัดการจองเข้าพักแบบโฮมสเตย์กับชุมชนต่างๆ 3. จัดให้เช่าจักรยานและให้ชุมชนนำจักรยานมาให้ลูกค้าเช่าปั่นท่องเที่ยว 	
ผลที่เกิด	<ol style="list-style-type: none"> 1. การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวมี 2 ลักษณะ คือ การนำเที่ยวโดยเจ้าของและพนักงานจะมีการจัดขึ้นเป็นครั้งคราวตามโอกาส และการจัดนำเที่ยวโดยบริษัท Trawel 2. การจัดที่พักแบบโฮมสเตย์ยังไม่ได้รับการตอบรับเท่าที่ควร 3. การจัดให้เช่าจักรยานยังไม่ได้รับการตอบรับเท่าที่ควร 	
1.5 จัดกิจกรรมกับชุมชนและการให้ความรู้ชุมชน		

แนวคิด	เพื่อให้ชุมชนตระหนักรู้คุณค่าการคงอยู่
กระบวนการ	วางแผนออกแบบกิจกรรม จัดหาทรัพยากรและบุคลากร ประสานชุมชน จัดการประชาสัมพันธ์
ผลดำเนินงาน	<ol style="list-style-type: none"> 1. จัดกิจกรรมสอนภาษาอังกฤษให้เด็กโดยพนักงานและลูกค้า 2. จัดกิจกรรมค่ายเด็กในชุมชน โดยขอให้สถานที่ชุมชนโดยเชิญชวนอาสาสมัครเข้าร่วม 3. จัดกิจกรรมร่วมกันระหว่างผู้เข้าพักและชุมชนในวันสำคัญ โดยขอให้สถานที่และให้ชุมชนช่วยจัดการอาหาร 4. เข้าร่วมหาแนวทางแก้ปัญหาการรื้อย้ายชุมชนป้อมมหากาฬ
ผลที่เกิด	<ol style="list-style-type: none"> 1. การจัดการกิจกรรมชุมชนปัจจุบันอยู่ในการบริหารจัดการโดยบริษัท Trawell 2. การเข้าร่วมหาแนวทางแก้ปัญหาเป็นการร่วมกันหลายภาคส่วนโดยผู้พัฒนา มีบทบาทในการพัฒนาแนวทาง “มหากาฬโมเดล” (Mahakhan Model) ด้านการออกแบบ ด้านการจัดกิจกรรม จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์
1.6 การขนส่ง	
	<ol style="list-style-type: none"> 1. จัดการบริการแท็กซี่เป็นคนในชุมชน 2. จัดบริการรถตุ๊กตุ๊กเดินทางและท่องเที่ยวเมืองเก่า

ตารางที่ 29 ผลการดำเนินงานการเกื้อกูลชุมชน Once Again Hostel

2. ผลการดำเนินงานของธุรกิจสังคมเครือข่ายผู้พัฒนา³⁶

จากการดำเนินงานธุรกิจโฮสเทลมาเป็นเวลา 1 ปี ผู้พัฒนา มีการประเมินผล พบว่า มีด้านที่สามารถดำเนินงานได้สำเร็จและไม่สำเร็จ แต่สามารถเชื่อมความสัมพันธ์กับชุมชนได้ในระดับหนึ่ง จึงทำให้ให้ผู้พัฒนารายที่ 2 พัฒนาธุรกิจในรูปแบบ “ธุรกิจสังคม” (Social Business) ชื่อบริษัท “ทราเวล (Trawell)” เพื่อต่อยอดงานด้านชุมชน มีลักษณะเป็นบริษัทพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน เริ่มจาก 4 ชุมชนเดิม แล้วเริ่มขยายขอบเขตงานไปให้ครอบคลุมเขตเมืองเก่า เนื่องจากมีเจ้าของธุรกิจเป็นกลุ่มเดียวกัน จึงมีการดำเนินงานที่ซื่อสัตย์และสนับสนุนกันอยู่ มีรูปแบบการดำเนินงานคือ

- 1) ศึกษาข้อมูลแต่ละชุมชน ด้านเอกลักษณ์ ทรัพยากร ปัญหา
- 2) วิเคราะห์แนวทางการพัฒนา โครงการหรือผลิตภัณฑ์
- 3) ดำเนินการพัฒนา โครงการหรือผลิตภัณฑ์ออกมา มีผลการดำเนินงาน ดังนี้

2.1 พัฒนาผลิตภัณฑ์และนำออกจำหน่าย	
<ul style="list-style-type: none"> ● ผลิตกระเป๋าจากเศษผ้าที่เหลือจากการเย็บจีวร โดยให้นักออกแบบช่วยออกแบบผลิตภัณฑ์ แจกคนในชุมชนตัดเย็บและนำออกจำหน่ายทางออนไลน์ 	ชุมชนวังกรมฯ
2.2 พัฒนาการท่องเที่ยว	
<ul style="list-style-type: none"> ● ร่วมมือกับบริษัท Bangkok Vanguard จัดการท่องเที่ยวชุมชนในเขตเมืองเก่า 	4 ชุมชน

³⁶ ข้อมูลจากเอกสารการประเมินและการสัมภาษณ์ผู้พัฒนา

2.3 พัฒนาด้านการเดินทาง	
<ul style="list-style-type: none"> พัฒนาเทคโนโลยีที่ให้บริการเดินทางท่องเที่ยวชุมชนโดยรถตุ๊กๆชื่อ Tuk Tuk Hop 	
2.4 เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ชุมชน	
<ul style="list-style-type: none"> ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับชุมชนเผยแพร่ออนไลน์ จัดทำหนังสือแนะนำการท่องเที่ยวชุมชนในมุมมองของคนในชุมชน 	ชุมชนเขตเมืองเก่า
2.5 ส่งเสริมการเรียนรู้	
<ul style="list-style-type: none"> ร่วมกับสำนักวิจัย (สกว.) ผลักดันงานวิจัยเรื่อง การจัดการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมชุมชนนางเลิ้ง ร่วมมือกับมหาวิทยาลัยจัดหลักสูตรและการบรรยาย 	

ผลการดำเนินงานการธุรกิจสังคม

3. ผลที่ชุมชนได้รับและความพึงพอใจของชุมชน

ข้อมูลด้านความพึงพอใจจากการสำรวจและสัมภาษณ์ความพึงพอใจชุมชนที่อยู่ใกล้เคียงและชุมชนที่เกี่ยวข้อง โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้นำชุมชน ผู้มีส่วนร่วมที่ผู้พัฒนาได้ระบุข้อมูลไว้และผู้ไม่มีส่วนร่วม โดยแบ่งผลการศึกษาเป็นกลุ่มต่างๆ ดังนี้

3.1.1 กลุ่มตึกแถวติดซอยสำราญราษฎร์

ผู้ให้สัมภาษณ์ ผู้อยู่อาศัยในตึกแถวประกอบกิจการค้าขายได้แก่ ร้านสะดวกซื้อ ร้านอาหาร ไทย-จีน ร้านขายของชำ-เบ็ดเตล็ด ร้านสังฆภัณฑ์ ร้านซ่อมวัสดุอุปกรณ์-เครื่องยนต์ โรงพิมพ์ โรงแรม ด้านหลังตึกแถวเป็นตลาดเก่าสำราญราษฎร์มีแผงขายผัก-ผลไม้-เครื่องปั้นดินเผา

ผลการสัมภาษณ์ พบว่าได้รับประโยชน์จากการขายสินค้าได้มากขึ้นโดยเฉพาะเครื่องดื่มประเภทสุราและร้านอาหารไทย โดยผู้ค้ามีการเพิ่มเมนูเป็นภาษาอังกฤษและภาษาจีน



กลุ่มตึกแถวติดซอยสำราญราษฎร์

3.1.2 ชุมชนวัดเทพธิดาราม

ลักษณะเป็นบ้านไม้ปลูกติดกัน ใช้พักอาศัยหรือให้เช่าพัก มีการค้าขายของชำเล็กน้อย
ผู้ให้สัมภาษณ์ แม่ค้าขายของในชุมชน

ผลการสัมภาษณ์ พบว่าได้รับประโยชน์จากการค้าขายให้ลูกค้าโฮสเทลบ้าง เนื่องจากเป็น
 เส้นทางที่ลูกค้าใช้เดินลัด ไปยังวัดราชนาค วัดเทพธิดาราม ถนนดินสอ ถนนสำราญราษฎร์

พบว่า มีบ้าน 2-3 หลังในชุมชนถูกปรับปรุงให้เป็นที่พักประเภทโฮสเทลและโฮมสเตย์ และมี
 ผู้รับจ้างให้บริการด้านการท่องเที่ยวเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวกระจายตัวอยู่ในชุมชน



การสำรวจชุมชนวัดเทพธิดาราม

3.1.3 ชุมชนวังกรมพระสมมตอมรพันธ์

มีลักษณะเป็นบ้านไม้ปลูกติดกัน ยังคงมีบ้านที่ประกอบอาชีพรับจ้างเย็บจิวรเหลืออยู่ 3 หลัง
ผู้ให้สัมภาษณ์ ประธานชุมชน ผู้ให้บริการซักรีด คนรับทำอาหารเลี้ยงแขก

ผลการสัมภาษณ์ จากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนร่วม พบว่า มีความพึงพอใจกับการร่วมงานกับ
 โครงการเนื่องจากทำให้เกิดรายได้ที่แน่นอน มีรายได้ประมาณ 10,000 บาท/เดือน และมีรายได้จาก
 การจัดหาอาหารให้ทัวร์

จากการสัมภาษณ์ประธานชุมชนซึ่งผู้ไม่มีส่วนร่วม พบว่า ไม่เห็นด้วยกับการดำเนินงานของ
 โฮสเทล เนื่องจากการเกิดประโยชน์หรือการกระจายรายได้ไม่ทั่วถึงและมีการใช้พื้นที่ว่างตากผ้า หรือ
 การใช้สถานที่จัดงานทำให้เกิดการรบกวนคนในชุมชน



การสำรวจชุมชนวังกรมพระสมมตอมรพันธ์

3.1.4 ชุมชนป้อมมหากาฬ

มีลักษณะเป็นบ้านไม้โบราณปลูกชิดกัน ยังมีการประกอบอาชีพเลี้ยงนกเขาชาวทำกรงนกเขา ปั่นเคียวพ่อก่ ชุมชนป้อมมหากาฬกำลังอยู่ในช่วงเจรจาปัญหาการขอคืนที่ดินเพื่อจัดทำสวนสาธารณะ ขณะเข้าทำการสำรวจมีการเฝ้าระวังรักษาความปลอดภัยอย่างเข้มงวด

ผู้ให้สัมภาษณ์ ประธานและรองประธานชุมชน (บุคคลอื่นไม่อนุญาตให้สัมภาษณ์)

ผลการสัมภาษณ์ จากการสัมภาษณ์ผู้นำชุมชน พบว่า ได้รับประโยชน์จากการดำเนินงานของกลุ่มผู้พัฒนาหลายด้าน โดยเฉพาะการหาแนวทางแก้ปัญหาการไล่อื้อชุมชน ได้แก่ การผลิตสื่อและประชาสัมพันธ์ การจัดการกิจกรรมต่างๆ และมีความพึงพอใจในการร่วมงานกับผู้พัฒนามาก



การสำรวจชุมชนป้อมมหากาฬ

3.1.5 ชุมชนบ้านบาตร

มีลักษณะเป็นบ้านไม้ปลูกติดกันใช้พักอาศัยและยังคงมีอาชีพทำบาตรพระอยู่ 5 ครอบครัว

ผู้ให้สัมภาษณ์ ผู้นำชุมชน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่โครงการระบุไว้

ผลการสัมภาษณ์ จากการสัมภาษณ์ผู้นำชุมชน พบว่า ได้รับประโยชน์ด้านการสร้างรายได้ให้กับชุมชน และทำให้เกิดการประชาสัมพันธ์สร้างชื่อเสียงให้แก่ชุมชนบ้านบาตร เนื่องจากชุมชนมีความกังวลด้านที่อยู่อาศัย จึงมีค่อนข้างพึงพอใจในการร่วมงานกับผู้พัฒนา

จากการสัมภาษณ์ผู้นำชุมชนผู้มีส่วนร่วมกับโฮสเทล พบว่ามีความพึงพอใจการทำงานของ ผู้พัฒนา แต่ไม่สามารถขายผลิตภัณฑ์ให้กับนักท่องเที่ยวที่เป็นลูกค้าของโฮสเทลได้ เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นวัยรุ่นหรือคนอายุน้อยที่ยังไม่สนใจซื้อผลิตภัณฑ์ของชุมชน



การสำรวจชุมชนบ้านบาตร

3.1.6 ชุมชนย่านนางเลิ้ง

มีลักษณะเป็นตึกแถว ใช้พักอาศัยและประกอบกิจการค้าขายอาหารเป็นส่วนใหญ่ ผู้ให้สัมภาษณ์ รองประธานชุมชน ผู้นำชุมชน ที่โครงการระบุและผู้ที่ไม่มีส่วนร่วม ผลการสัมภาษณ์ จากการสัมภาษณ์รองประธานชุมชน พบว่า มีคนในชุมชนที่ได้รับประโยชน์ด้านรายได้บ้าง แต่ผู้ให้สัมภาษณ์ไม่พึงพอใจกับรูปแบบการจัดทัวร์ของโฮสเทล เนื่องจากมีความเห็นว่าไม่เป็นกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนและไม่เกิดประโยชน์อย่างแท้จริงและทั่วถึง แต่พึงพอใจกับกระบวนการทำงานของหน่วยงานวิจัย (สกว.)

จากการสัมภาษณ์ผู้นำชุมชนที่มีส่วนร่วมในหน่วยงานวิจัย พบว่ามีความพึงพอใจกับกระบวนการทำงานของหน่วยงานวิจัย โดยไม่แสดงความคิดเห็นกับรูปแบบการทำงานของโฮสเทล



การสำรวจชุมชนย่านนางเลิ้ง

ภาพที่ 4. 41 การศึกษาข้อมูลชุมชนที่เกี่ยวข้อง

4.4 สรุปปัญหาและอุปสรรคของการพัฒนา

1. กรณีศึกษาที่ 1 เฮีย โฮสเทล (Here Hostel)

ช่วงก่อนการก่อสร้าง

- 1.1. ปัญหาอุปสรรคด้านข้อมูลและความเข้าใจในธุรกิจ ในช่วงเริ่มการพัฒนา ธุรกิจโฮสเทล ยังไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลาย จึงมีอุปสรรคด้านข้อมูลและความรู้ความเข้าใจลักษณะธุรกิจ ลักษณะกลุ่มลูกค้าและการใช้งานของลูกค้า
- 1.2. ปัญหาอุปสรรคด้านการวางแผนงาน มีการวางแผนงานค่อนข้างน้อย

ช่วงการก่อสร้าง

- 1.3. ปัญหาอุปสรรคด้านความรู้ความเชี่ยวชาญของผู้ร่วมพัฒนา ทั้งด้านผู้ออกแบบ ควบคุมงาน ไม่เชี่ยวชาญด้านการอนุรักษ์อาคาร เกิดการตัดสินใจรีรอถอนและก่อสร้าง ข้ามขั้นตอน ด้านผู้รับเหมาก่อสร้างที่ไม่ชำนาญการปรับปรุงอาคารเก่า เกิดการก่อสร้างล่าช้า ก่อสร้างผิดจากแบบ และทำให้ค่าก่อสร้างเกินงบประมาณที่ตั้งไว้ และด้านนักการเงินที่ไม่เข้าใจในธุรกิจโฮสเทล เกิดการวิเคราะห์ด้านการเงินที่ไม่ตรงกับธุรกิจ ส่งผลให้ผู้พัฒนาตัดสินใจลงทุนด้วยหุ้นส่วนตนเอง โดยการตั้งงบประมาณการลงทุนไว้อย่างจำกัด
- 1.4. ปัญหาอุปสรรคความเสื่อมสภาพของอาคาร เป็นอุปสรรคสำคัญของการพัฒนา โครงการ ก่อให้เกิดการตัดสินใจรีรอถอนเปลี่ยนโครงสร้างทั้งหมด เป็นอุปสรรคในการก่อสร้างที่ต้องมีการซ่อมแซมปรับปรุงขณะดำเนินงานก่อสร้าง ทำให้การก่อสร้างล่าช้า และเกินงบประมาณที่ตั้งไว้ และยังเป็นอุปสรรคในขั้นตอนการดำเนินงานโครงการด้วย
- 1.5. ปัญหาอุปสรรคด้านงบประมาณการลงทุน มีการจำกัดงบประมาณลงทุน ทำให้ที่ต้องมีการปรับเปลี่ยน การก่อสร้างเป็นไปตามงบประมาณ เป็นเหตุหนึ่งการก่อสร้างล่าช้า
- 1.6. ปัญหาอุปสรรคจากปัจจัยภายนอก ได้แก่ การประท้วงปิดถนนทำให้ต้องหยุดงาน ก่อสร้างถึง 6 เดือน เป็นเหตุการณ์ก่อสร้างล่าช้า ปัญหาผู้รับเหมาทีมงานทำให้ต้องหาผู้รับเหมาใหม่มาดำเนินการก่อสร้างต่อไป

ช่วงหลังการก่อสร้าง

- 1.7. ปัญหาอุปสรรคจากการออกแบบ ผู้ออกแบบไม่เข้าใจการใช้งานและการจัดวางพื้นที่ใช้สอยที่ไม่ตรงกับใช้งานของลูกค้า เช่น สวิตซ์ไฟฟ้าอยู่นอกห้องพัก ห้องน้ำมีน้อยและอยู่คนละชั้นยากต่อการใช้งาน ซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมของลูกค้า เช่น การไม่อาบน้ำ
- 1.8. ปัญหาอุปสรรคการซ่อมบำรุงจากการเสื่อมสภาพอาคาร เป็นอุปสรรคในการดำเนินงานที่ต้องมีการซ่อมบำรุงเป็นประจำ และเกิดการปิดปรับปรุงอาคารในช่วงฤดูการท่องเที่ยว ทำให้เสียโอกาสทางธุรกิจและยังเป็นอุปสรรคต่อการใช้งานลูกค้า

2. กรณีศึกษาที่ 2 วันซ์ อะเกน โฮสเทล (Once Again Hostel)

ช่วงก่อนการก่อสร้าง

- 2.1 ปัญหาอุปสรรคด้านระยะเวลาการวางแผนงาน ผู้พัฒนามีการลงพื้นที่ศึกษาข้อมูลชุมชน ศึกษาข้อมูลเชิงการพัฒนาธุรกิจ มีการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทุกด้านและวางแผนการดำเนินงานก่อนการก่อสร้าง ซึ่งใช้ระยะเวลาที่ยาวนานเพื่อการพัฒนาตามแนวคิดธุรกิจเกื้อกูล

ช่วงการก่อสร้าง

- 2.2 ปัญหาอุปสรรคด้านผู้ก่อสร้าง ได้แก่ ด้านความชำนาญของช่างก่อสร้าง และอุปสรรคจากช่างก่อสร้างภายนอกและที่เป็นคนในชุมชนที่ทำให้การก่อสร้างล่าช้าไป 2 เดือน
- 2.3 ปัญหาอุปสรรคด้านเทคนิคและวัสดุที่เลือกใช้ ที่เกิดการชำรุดง่าย
- 2.4 ปัญหาอุปสรรคการวางแผนเตรียมเปิดโครงการ โดยวางแผนการบริหารเฉพาะด้านการจัดสรรบุคลากรที่เป็นคนในชุมชน

ช่วงหลังการก่อสร้าง

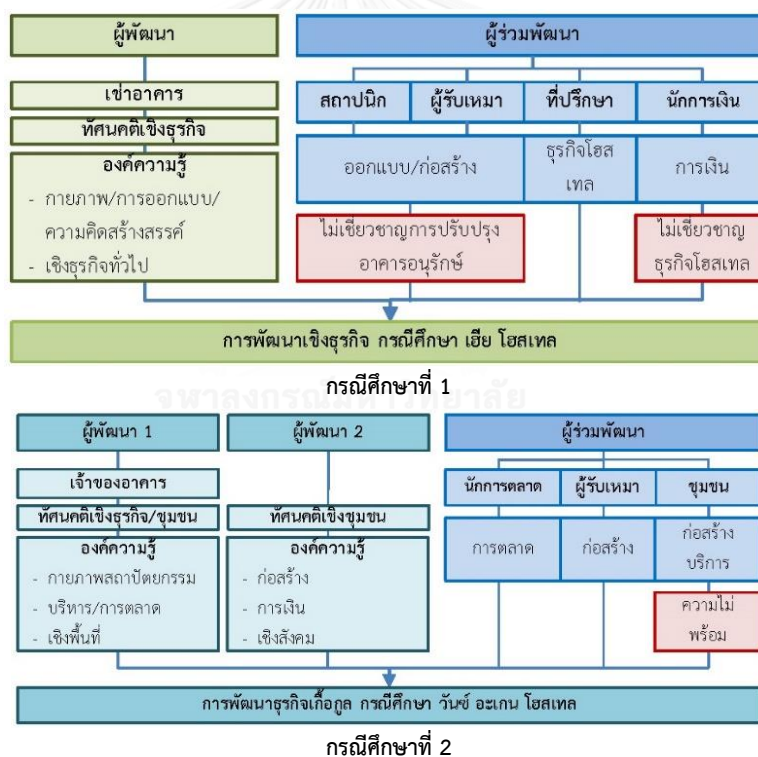
- 2.5 ปัญหาอุปสรรคการซ่อมบำรุง เล็กน้อยจากการใช้งานของลูกค้าและระบบอาคารเก่า
- 2.6 ปัญหาอุปสรรคการจากความพร้อมของชุมชน ในการร่วมดำเนินงานด้านการให้บริการ เช่น ความไม่พร้อมในการจัดสรรอาหารเช้าโดยชุมชน ความไม่พร้อมในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ความไม่พร้อมของช่างคนในชุมชน
- 2.7 ปัญหาอุปสรรคกลุ่มลูกค้าไม่สนองตอบต่อบริการ โดยกลุ่มหลักโครงการเป็นกลุ่มท่องเที่ยวแบบประหยัด ไม่ต้องการบริการที่มีค่าใช้จ่าย และยังไม่มีการสนับสนุนขึ้นชอชบริการท่องเที่ยวชุมชน จึงไม่ตอบรับกับบริการด้านชุมชนบางอย่าง เช่น การจัดสรรอาหารจากชุมชน การท่องเที่ยวชุมชน

บทที่ 5 การวิเคราะห์ผลการศึกษา

จากการศึกษา ความแตกต่างของการพัฒนาที่พักประเภทโฮสเทลที่มีแนวคิดเชิงธุรกิจและที่มีแนวคิดธุรกิจเกื้อกูลในเขตเมืองเก่ากรุงเทพมหานคร มีผลการศึกษาด้าน แนวคิด กระบวนการและผลการดำเนินงานของโครงการกรณีศึกษา นำมาวิเคราะห์ความแตกต่างของการพัฒนา เพื่อสรุปบทเรียนที่ได้จากการศึกษา อภิปรายผลและเสนอแนะผลต่อไป โดยวิเคราะห์ผลตามกรอบแนวคิดดังนี้



5.1 วิเคราะห์ความแตกต่างของผู้พัฒนาและผู้ร่วมพัฒนา



ภาพที่ 5. 1 การวิเคราะห์ความแตกต่างของผู้พัฒนา

ความแตกต่างของผู้พัฒนาและผู้ร่วมพัฒนา ในการพัฒนาที่พักประเภทโฮสเทลที่แนวคิดเชิงธุรกิจและธุรกิจเกื้อกูลจำแนกได้เป็นประเด็น ดังนี้

1. **ความเป็นเจ้าของและคนในพื้นที่** แตกต่างกันโดย ผู้พัฒนากรณีศึกษาที่ 1 เป็นคนนอกพื้นที่ มีทัศนคติเข้าอาคารเพื่อประกอบกิจการ ขณะที่กรณีศึกษาที่ 2 ผู้พัฒนาเป็นผู้ที่พักอาศัยในพื้นที่ มีทัศนคติพัฒนาธุรกิจที่คำนึงถึงชุมชนรอบข้าง
2. **วิสัยทัศน์เชิงพื้นที่ เชิงชุมชน** แตกต่างกันโดย ผู้พัฒนากรณีศึกษาที่ 1 มีทัศนคติใช้สภาพแวดล้อมพื้นที่เพื่อผลธุรกิจ ขณะที่ผู้พัฒนากรณีศึกษาที่ 2 มีแนวคิดทัศนคติเชิงสังคม และมีวิสัยทัศน์การดึงศักยภาพพื้นที่และชุมชนช่วยเพื่อพัฒนาโครงการ
3. **องค์ความรู้ผู้พัฒนาและผู้ร่วมพัฒนา** แตกต่างกันที่ ผู้พัฒนากรณีศึกษาที่ 1 มีความรู้ด้านการพัฒนากายภาพและธุรกิจทั่วไป ขณะที่ผู้พัฒนากรณีศึกษาที่ 2 มีความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดยมีการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมทั้งในเชิงพื้นที่และชุมชน
4. **ความรู้ความชำนาญของผู้ร่วมพัฒนา** แตกต่างกันโดย กรณีศึกษาที่ 1 ทั้ง มีผู้ร่วมพัฒนาไม่เชี่ยวชาญในการอนุรักษ์อาคารเก่าและด้านการเงินของธุรกิจโฮสเทล ขณะที่ผู้พัฒนากรณีศึกษาที่ 2 มีการดึงผู้ชำนาญในด้านอื่นๆที่ตนไม่ถนัดให้มาร่วมพัฒนา เช่น นักการตลาด นักเขียนเพื่อผลิตสื่อ สถาปนิกชุมชนเพื่อพัฒนางานด้านชุมชน และดึงศักยภาพชุมชนมาใช้ในการพัฒนาโครงการ

สรุปผลบทเรียนจากการวิเคราะห์กรณีศึกษาในด้านผู้พัฒนาและผู้มีส่วนพัฒนา

- การพัฒนาเชิงธุรกิจ ผู้พัฒนาสามารถพัฒนาที่พักประเภทโฮสเทลได้โดยความรู้ด้านกายภาพและด้านธุรกิจทั่วไป (การลงทุน-ผลตอบแทน) โดยผู้ร่วมพัฒนาควรมีความเชี่ยวชาญในด้านที่เกี่ยวข้องด้วย
- การพัฒนาธุรกิจเกื้อกูล ผู้พัฒนาโดยต้องอาศัยความรู้ในเชิงธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในการพัฒนาโครงการ จำต้องมีทัศนคติเชิงสังคมและมีวิสัยทัศน์ในการดึงศักยภาพชุมชนจึงจำเป็นต้องมีความรู้ในเชิงพื้นที่และชุมชนที่อยู่รอบข้างด้วย

5.2 วิเคราะห์ความแตกต่างของแนวคิดการพัฒนา



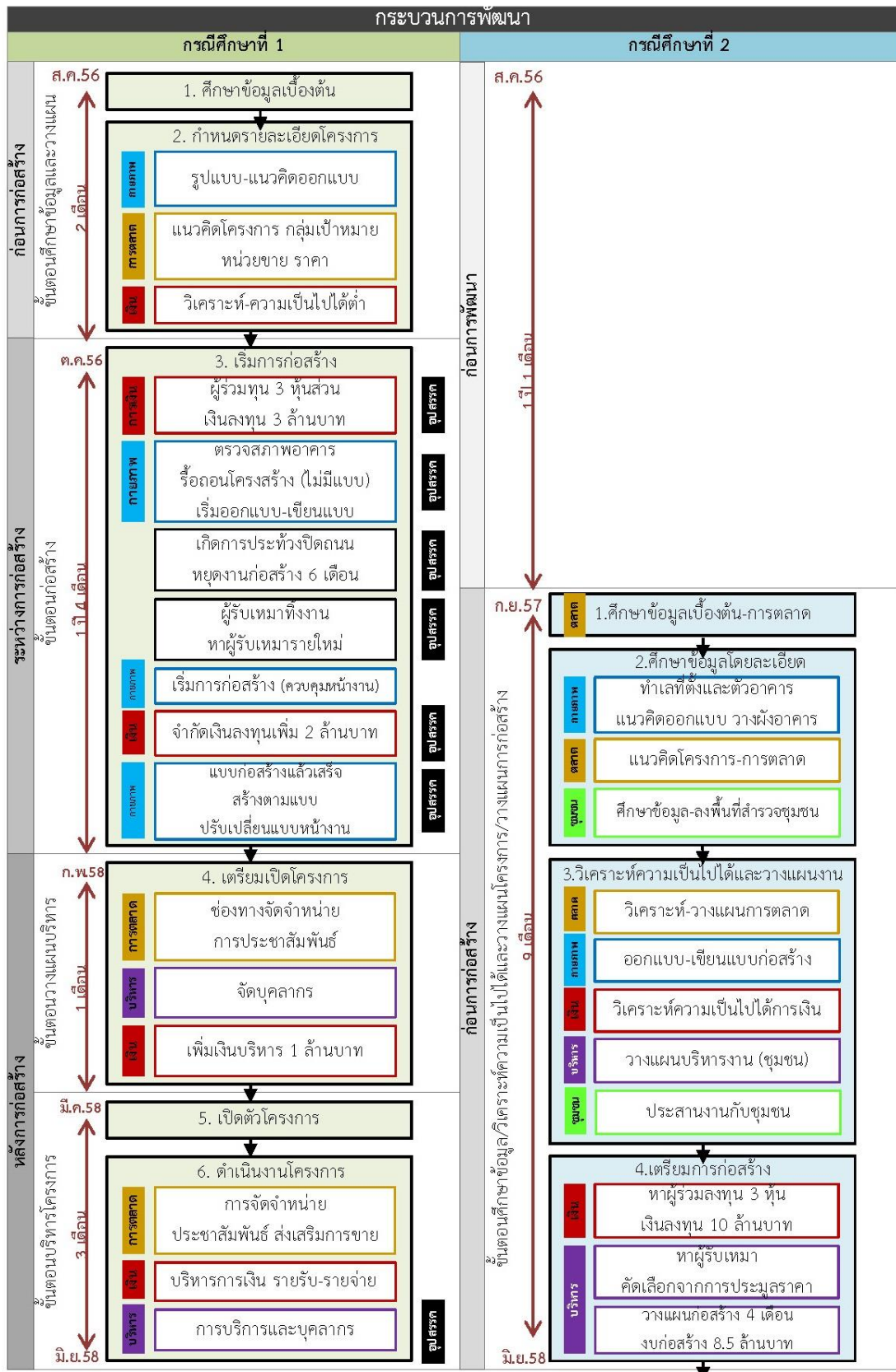
ภาพที่ 5. 2 การวิเคราะห์ความแตกต่างของแนวคิด

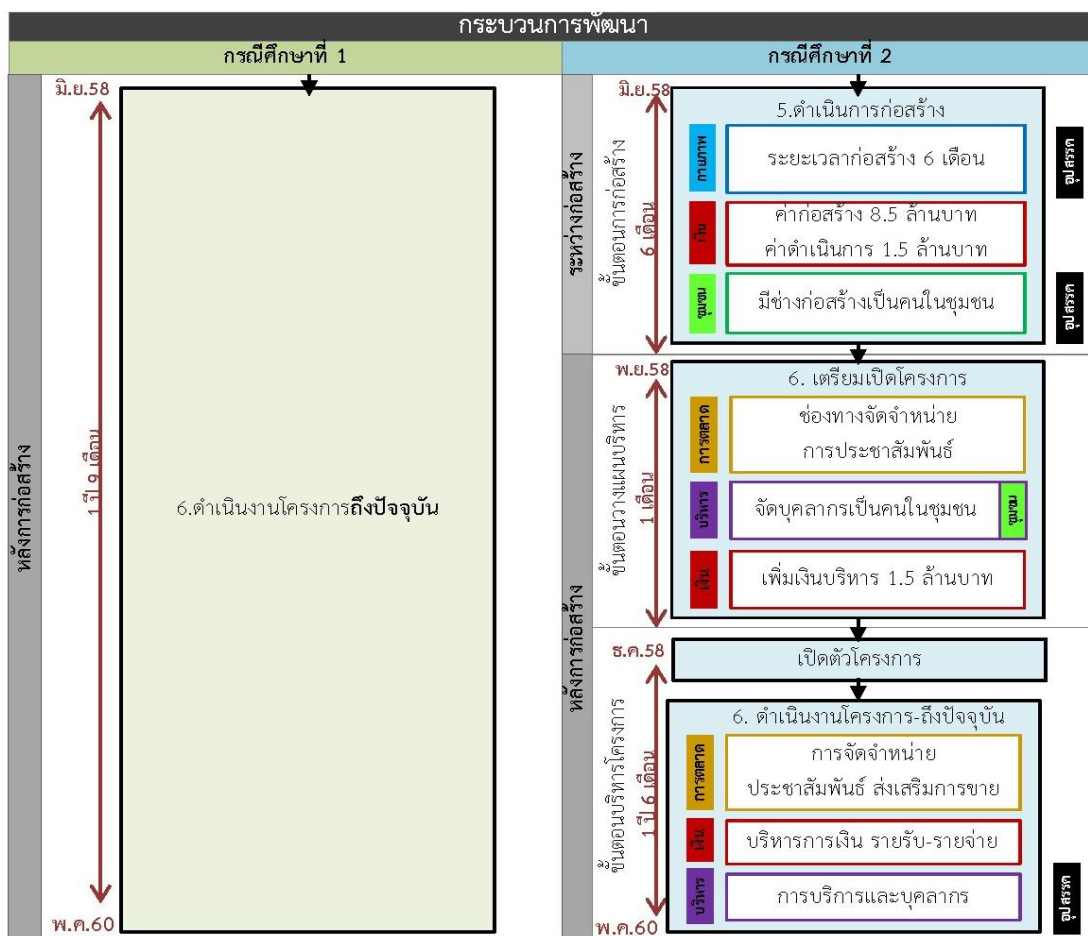
จากการวิเคราะห์แนวคิดการพัฒนาของผู้พัฒนาทั้ง 2 กรณีศึกษา พบว่ามีความแตกต่าง คือ กรณีศึกษาที่ 1 มีแนวคิด “การพัฒนาคุณภาพและการบริการเพื่อผลด้านการเงิน” ขณะที่กรณีศึกษาที่ 2 มีแนวคิด “การพัฒนาด้านกายภาพ การบริการ การตลาด การบริหารเชิงชุมชน และการเกื้อกูลชุมชน เพื่อผลด้านการเงินและผลด้านชุมชน”

สรุปผลบทเรียนจากการวิเคราะห์ คือ แนวคิดการพัฒนามีความสำคัญเนื่องจากเป็นปัจจัยกำหนดแนวทางการพัฒนาโครงการโดย

- การพัฒนาเชิงธุรกิจ มีแนวคิดแบบการพัฒนาที่พักประเภทโฮสเทลทั่วไป คือ เน้นการพัฒนาด้านกายภาพและการบริการตอบสนองกลุ่มลูกค้าเพื่อผลตอบแทนทางการเงิน
- การพัฒนาธุรกิจเกื้อกูล นอกจากการพัฒนาด้านกายภาพและการบริการเหมือนธุรกิจทั่วไปแล้ว จำต้องมีแนวคิดเชิงชุมชนตั้งแต่การกำหนดแนวคิดโครงการ ซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นแนวคิดทางการตลาดเชิงชุมชนได้ด้วย โดยต้องอาศัยแนวคิดการบริหารจัดการเชิงชุมชนเพื่อการวางแผนดำเนินงานด้วย

5.3 วิเคราะห์ความแตกต่างของกระบวนการพัฒนา





ภาพที่ 5. 3 วิเคราะห์ความแตกต่างของกระบวนการพัฒนา

1. สรุปกระบวนการพัฒนาในเชิงธุรกิจ

กรณีศึกษาที่ 1 อภิปรายจากแผนภาพการวิเคราะห์ข้างต้นดังนี้

- 1) ขั้นตอนศึกษาข้อมูลเบื้องต้น หาโครงการที่เหมาะสม ใช้เวลา 1 เดือน (ส.ค.56)
- 2) ขั้นตอนกำหนดรายละเอียดโครงการ ด้านกายภาพ การตลาดและการเงิน ใช้เวลา 1 เดือน (ก.ย.56)
- 3) ขั้นตอนการก่อสร้าง เริ่มเมื่อรื้อถอนตรวจสอบสภาพอาคารและดำเนินการก่อสร้างต่อเนื่องเรื่อยมาด้วยการควบคุมหน้างานโดยไม่มีแผนก่อสร้างและแบบก่อสร้างยังไม่แล้วเสร็จ ไม่มีการคำนวณค่าก่อสร้างจึงลงทุนด้วยการตั้งบิวและควบคุมการก่อสร้างให้เป็นไปตามงบประมาณ ใช้เวลาทั้งสิ้น 1 ปี 4 เดือน (ต.ค.56-ก.พ..58)
- 4) ขั้นตอนเตรียมเปิดโครงการ เตรียมการบริหารและการตลาด ใช้เวลา 1 เดือน (มี.ค.58)
- 5) ขั้นตอนเปิดโครงการ (มี.ค.58)
- 6) ขั้นตอนบริหารโครงการ ดำเนินงานด้านบริหาร การเงิน การตลาด กายภาพโครงการ ระยะเวลา 2 ปี 2 เดือน

สรุปกระบวนการพัฒนาทั้งสิ้น 1 ปี 7 เดือน ล่าช้ากว่าที่กำหนด 7 เดือน

กรณีศึกษาที่ 2 อภิปรายจากแผนภาพการวิเคราะห์ข้างต้นดังนี้

- 1) ขั้นตอนศึกษาข้อมูลเบื้องต้น ด้านการตลาด หาโครงการที่เหมาะสม ใช้เวลา 1 เดือน (ก.ย.57)
- 2) ขั้นตอนศึกษาข้อมูลโดยละเอียด ด้านกายภาพ การตลาด และลงพื้นที่ศึกษาข้อมูลชุมชน ใช้เวลา 4 เดือน (ก.ย.57-ม.ค.58)
- 3) ขั้นตอนวิเคราะห์ความเป็นไปได้และวางแผนโครงการ ด้านการตลาด บริหารชุมชน ออกแบบเขียนแบบ วิเคราะห์การเงินและติดต่อประสานงานชุมชนใช้เวลา 4 เดือน (ม.ค.-พ.ค.58)
- 4) ขั้นตอนเตรียมการก่อสร้าง หาผู้มีส่วนร่วมก่อสร้างและลงทุน ใช้เวลา 1 เดือน (พ.ค.58)
- 5) ขั้นตอนก่อสร้าง มีช่างชุมชนร่วมก่อสร้าง ใช้เวลา 6 เดือน (มิ.ย.-พ.ย.58)
- 6) ขั้นเตรียมเปิดโครงการ เตรียมการตลาด การบริหารเชิงธุรกิจและชุมชน ใช้เวลา 1 เดือน (ธ.ค.58)
- 7) ขั้นตอนเปิดโครงการ (ธ.ค.58)
- 8) ขั้นตอนบริหารโครงการ ดำเนินงานด้านบริหารธุรกิจและชุมชน การตลาดธุรกิจและชุมชน การเงิน กายภาพโครงการ ระยะเวลา 1 ปี 6 เดือน

สรุปกระบวนการพัฒนาทั้งสิ้น 1 ปี 5 เดือน ล่าช้ากว่าที่กำหนด 2 เดือน

2. วิเคราะห์ความแตกต่างของกระบวนการพัฒนา

สรุปเป็นประเด็นความแตกต่างได้ดังนี้

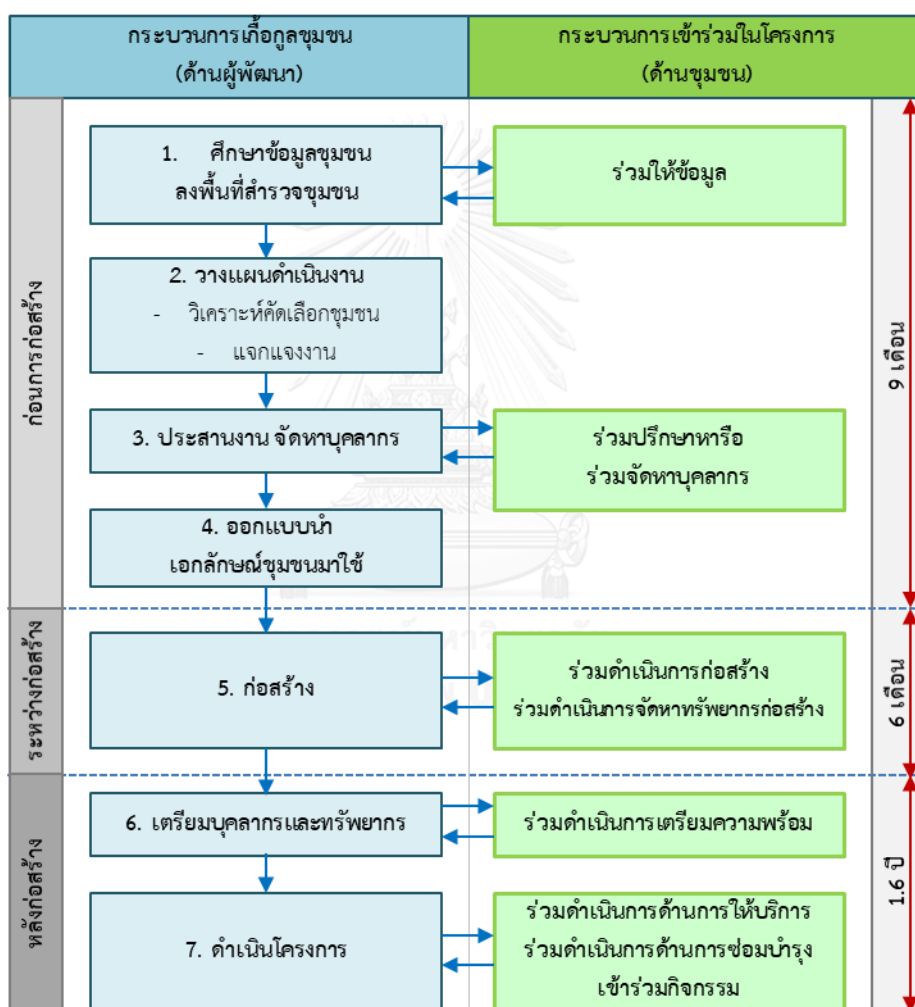
1. **ความแตกต่างในขั้นตอนก่อนการก่อสร้าง** หรือขั้นตอนการวางแผนงาน โดยกรณีศึกษาที่ 1 มีการศึกษาข้อมูลและวางแผนงานก่อนการก่อสร้างค่อนข้างน้อย เพียง 2 เดือน ขณะที่กรณีศึกษาที่ 2 มีการศึกษาข้อมูล วิเคราะห์และวางแผนงานทั้งด้านธุรกิจและด้านชุมชนอย่างรอบคอบก่อนการก่อสร้าง ใช้เวลาในขั้นตอนนี้ถึง 9 เดือน
2. **ความแตกต่างในขั้นตอนการก่อสร้าง** ซึ่งเป็นผลต่อเนื่องจากการวางแผนงาน ทำให้ทั้งสองโครงการมีความแตกต่างในด้าน
 - ระยะเวลาการก่อสร้าง ที่กรณีศึกษาที่ 1 ใช้เวลาในการก่อสร้างนานถึง 1 ปี 4 เดือน ขณะที่กรณีศึกษาที่ 2 ใช้เวลาก่อสร้างเพียง 6 เดือน
 - งบการลงทุน กรณีศึกษาที่ 1 ตั้งงบประมาณจำกัดไว้ 3 ล้านบาท แต่การก่อสร้างใช้งบบานปลายไปถึง 2 ล้านบาท (ค่าก่อสร้างทั้งหมด 5 ล้านบาท) ขณะที่กรณีศึกษาที่ 2 คาดการณ์ก่อสร้างที่ 8.5 ล้านบาทโดยการก่อสร้างไม่เกินงบประมาณ

- ปัญหาและอุปสรรค โดยกรณีศึกษาที่ 1 มีปัญหาและอุปสรรคค่อนข้างมากในกระบวนการก่อสร้าง ขณะที่กรณีศึกษาที่ 2 มีปัญหาอุปสรรคเพียงเล็กน้อยในกระบวนการก่อสร้าง³⁷

3. ความแตกต่างของกระบวนการก่อสร้าง

โดยกรณีศึกษาที่ 1 ไม่มีกระบวนการด้านชุมชน ขณะที่กรณีศึกษาที่ 2 มีกระบวนการก่อสร้างชุมชนในทุกขั้นตอนการพัฒนา

4. สรุปกระบวนการก่อสร้าง



ภาพที่ 5. 4 สรุปกระบวนการก่อสร้าง

³⁷ สรุปปัญหาอุปสรรค หน้า 151

5.4 วิเคราะห์ความแตกต่างของผลด้านกายภาพ

1. การคัดเลือกที่ตั้ง การคัดเลือกตัวอาคารและความเปลี่ยนแปลง

การคัดเลือกที่ตั้ง การคัดเลือกตัวอาคาร		ความแตกต่าง		
			กรณีศึกษาที่ 1 (HH)	กรณีศึกษาที่ 2 (OH)
ทำเลที่ตั้ง	กายภาพทำเลที่ตั้ง			
	1) แหล่งท่องเที่ยว	✓	ใกล้แหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม/ถนน ข้าวสาร	✓
	2) แหล่งอุปโภคบริโภค	✗	อยู่ในชุมชนพักอาศัย แหล่งอุปโภค 15 นาที	✓
	3) การเข้าถึง	✗	เข้าถึงยาก หายาก	✗
	4) การเดินทาง	✗	หารถบริการยาก	✓
	5) การขนส่ง	✗	ไกลระบบขนส่งมวลชน	✗
	เศรษฐกิจและสังคมที่ตั้ง			
	1) เชิงการท่องเที่ยว	✓		✓
	2) อาชีพ	✗	รับจ้าง ค่าขายเล็กน้อย	✓
	สภาพแวดล้อมที่ตั้ง			
	1) สถาบัน	✓	วัด, โรงเรียน, ป้อมฯ, ตึกแถวราช ดำเนิน	✓
	2) สภาพแวดล้อมชุมชน	✗	ชุมชนพักอาศัย / เงียบสงบ	✓
	ตัวอาคาร	1) รูปแบบอาคาร พื้นที่ภายใน การใช้งาน	✗	เดิม ตึกแถว พักอาศัย เดิม เล็กแคบ แบ่งเป็นห้องๆ เปลี่ยนรูปแบบ
2) รูปลักษณ์		✓	เดิม มีเอกลักษณ์ ไม่เปลี่ยน คงกรอบอาคารที่มี เอกลักษณ์	✓
3) โครงสร้าง		✗	เดิม ไม้ ทรุดโทรม เปลี่ยนโครงสร้างทั้งหมด	✓
4) พื้นที่อาคาร		✗	เดิม พื้นที่ขนาดเล็ก ไม่เปลี่ยน	✓

ตารางที่ 30 วิเคราะห์ความแตกต่างของการคัดเลือกที่ตั้งและตัวอาคาร

จากการวิเคราะห์ความแตกต่างของการคัดเลือกทำเลที่ตั้งและตัวอาคาร สรุปประเด็นดังนี้

1. การคัดเลือกทำเลที่ตั้ง มีความแตกต่างกันโดย กรณีศึกษาที่ 1 มีการวิเคราะห์คัดเลือกที่ตั้งโครงการโดยคำนึงเฉพาะด้านทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งท่องเที่ยวสำคัญโดยเฉพาะถนนข้าวสาร ตั้งอยู่ในสภาพแวดล้อมชุมชนพักอาศัยเงียบสงบ ขณะที่กรณีศึกษาที่ 2 มีการวิเคราะห์คัดเลือกทำเลที่ตั้ง โดยคำนึงถึงปัจจัยทั้งด้านอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวเชิง

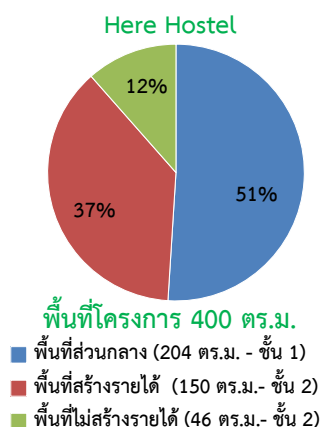
วัฒนธรรม อยู่ในแหล่งชุมชนเก่าแก่จำนวนมาก และเป็นย่านการค้าที่มีสิ่งอุปโภคบริโภค และแหล่งอาหารที่มีชื่อเสียง

2. **การคัดเลือกตัวอาคาร** มีความแตกต่างกันโดย กรณีศึกษาที่ 1 คัดเลือกตัวอาคารจากรูปลักษณะสถาปัตยกรรมภายนอกที่มีเอกลักษณ์ใช้เป็นจุดขาย ขณะที่กรณีศึกษาที่ 2 มีการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของตัวอาคารทั้งด้านรูปลักษณะที่ง่ายต่อการออกแบบตกแต่งสร้างเอกลักษณ์ใหม่ รูปแบบอาคารที่เป็นตึกเดี่ยว การใช้งานต่อเนื่องกันทั้งอาคารและพื้นที่ภายในที่มีช่วงเสาและคานกว้าง ไม่มีผนังกัน ง่ายต่อการปรับเปลี่ยนการใช้งาน โครงสร้างอาคารเดิมที่เป็นโรงพิมพ์มีความแข็งแรงสูง สามารถรองรับน้ำหนักการใช้งานใหม่ได้ และพื้นที่อาคารที่มีขนาดใหญ่เพียงพอรองรับการใช้งานใหม่

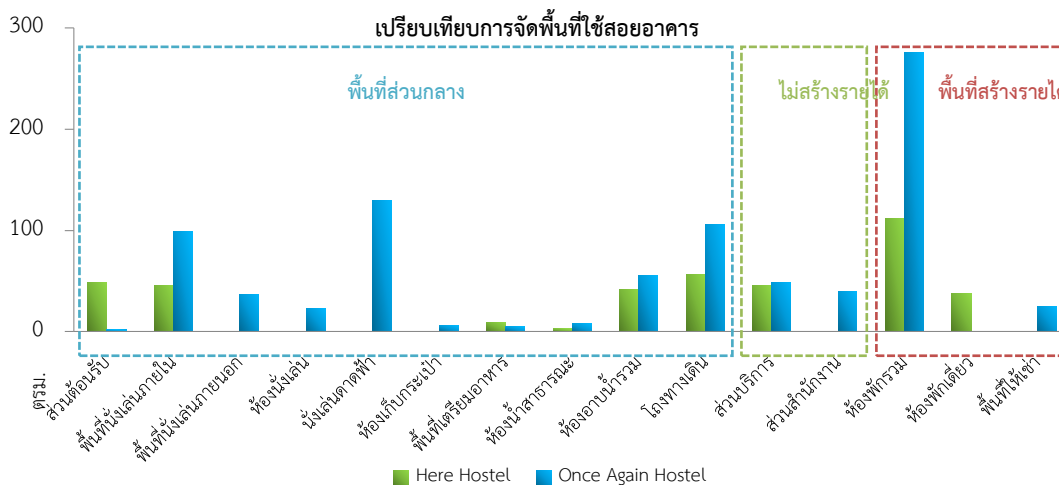
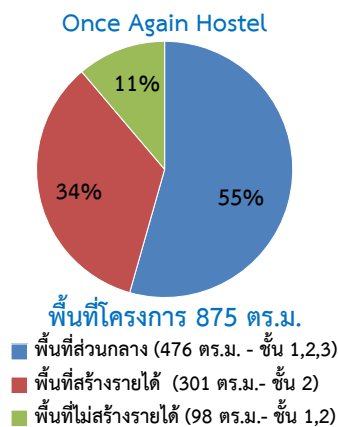
2. ความแตกต่างของการจัดพื้นที่ใช้สอยอาคาร

การจัดพื้นที่ใช้สอยอาคาร

พื้นที่ใช้สอยอาคาร กรณีศึกษา 1



พื้นที่ใช้สอยอาคาร กรณีศึกษา 2

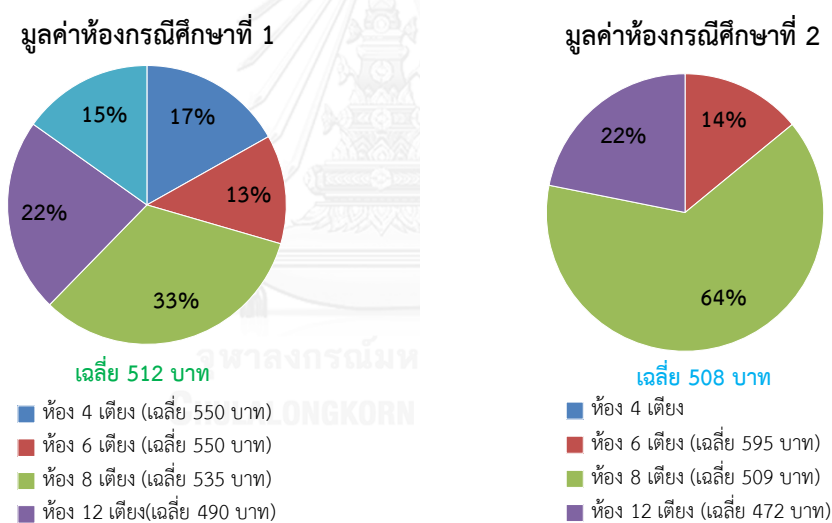


ภาพที่ 5. 5 วิเคราะห์ความแตกต่างของพื้นที่ใช้สอยอาคาร

ความแตกต่างของการจัดพื้นที่ใช้สอยโครงการ วิเคราะห์ได้เป็นประเด็น ดังนี้

- 1. ขนาดพื้นที่อาคาร** เป็นผลจากการคัดเลือกอาคารก่อนการพัฒนา ซึ่งขนาดพื้นที่แตกต่างกันทำให้มีการจัดพื้นที่ใช้สอยที่แตกต่างกัน โดยกรณีศึกษาที่ 2 มีพื้นที่อาคารที่มากกว่า ทำให้สามารถจัดพื้นที่ใช้สอยได้ครบถ้วนเหมาะสมมากกว่า
- 2. สัดส่วนพื้นที่** เป็นผลจากความแตกต่างของแนวคิด โดยกรณีศึกษาที่ 1 เน้นที่มีแนวคิดเชิงธุรกิจ จึงเน้นพื้นที่สร้างรายได้มาสัดส่วนมากกว่า ขณะที่กรณีศึกษาที่ 2 มีแนวคิดการสร้างชุมชนจึงให้ความสำคัญกับพื้นที่ส่วนกลางมากกว่า
- 3. การจัดพื้นที่ใช้สอย** มีความแตกต่างจากแนวคิด โดยกรณีศึกษาที่ 2 มีการวิเคราะห์ลักษณะกลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการความเป็นส่วนตัวและคำนึงถึงผลกระทบชุมชน จึงมีการจัดพื้นที่นั่งเล่นส่วนกลางหลากหลายพื้นที่เพื่อรองรับการใช้งานที่แตกต่างกัน

การจัดห้องพัก



ภาพที่ 5. 6 วิเคราะห์ความแตกต่างของการจัดห้องพัก

- 4. การจัดห้องพัก** มีความแตกต่างกันเป็นผลจากแนวคิดโครงการ โดยกรณีศึกษาที่ 1 มีการคำนึงถึงรายรับที่จะได้ จึงมีการจัดห้องพักหลากหลายรูปแบบทั้งห้องเดี่ยวและห้องรวม เพื่อโอกาสในการขายลูกค้าที่มีความต้องการแตกต่างกัน โดยมีการกำหนดสัดส่วนห้องพักและราคาขายที่ค่อนข้างสูง ทำให้ราคาเฉลี่ยห้องพักไม่ต่ำจนเกินไป ขณะที่กรณีศึกษาที่ 2 ที่การคาดการณ์กลุ่มลูกค้าที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน จึงจัดเฉพาะห้องพักรวม ซึ่งมีการจัดสัดส่วนห้องพักและการกำหนดราคาต่ำกว่ากรณีศึกษาที่ 1 เล็กน้อย

3. ความแตกต่างของการออกแบบตกแต่งและสร้างบรรยากาศโครงการ

กรณีศึกษาที่ 1 (HH)	กรณีศึกษาที่ 2 (OH)
1. แนวคิดการออกแบบ	1. แนวคิดการออกแบบ
<ul style="list-style-type: none"> • ภายนอก - เก๋กรอบอาคาร • ภายใน - Rough-Luxe Design ตกแต่งบรรยากาศแนวคิด Living Thai living Here ตกแต่งองค์ประกอบที่ทันสมัย สนุกสนาน	<ul style="list-style-type: none"> • ภายนอก - ตกแตงนำเสนอเอกลักษณ์ชุมชน • ภายใน - ตกแตงนำเสนอเอกลักษณ์ชุมชน ตกแต่งองค์ประกอบนำเสนอความเป็นไทย ตกแต่งบรรยากาศ Calm and Peaceful
2. การออกแบบตกแต่งภายนอกอาคาร	2. การออกแบบตกแต่งภายนอกอาคาร
	
<ul style="list-style-type: none"> • คงรูปลักษณะกรอบอาคารเดิม 	<ul style="list-style-type: none"> • ออกแบบเปลือกอาคารใหม่
3. การออกแบบตกแต่งภายในอาคาร	3. การออกแบบตกแต่งภายในอาคาร
	
<ul style="list-style-type: none"> • สร้างมูลค่าอาคารด้วยการตกแต่งภายในทุกพื้นที่ให้สวยงาม โดยการตกแต่งผิวหยาบ ตกแต่งบรรยากาศสนุกสนาน รื่นเริง มีสีสัน 	<ul style="list-style-type: none"> • สร้างมูลค่าอาคารด้วยการจัดพื้นที่นั่งเล่นหลายพื้นที่ • สร้างมูลค่าอาคารด้วยการตกแต่งแบบเรียบง่าย ให้ความรู้สึกอบอุ่น
4. การสร้างบรรยากาศโครงการ	4. การสร้างบรรยากาศโครงการ
	
<ul style="list-style-type: none"> • สร้างบรรยากาศด้วยสิ่งแวดล้อม โดยการออกแบบให้พื้นที่นั่งเล่นเปิดโล่งสัมผัสบรรยากาศภายนอก • สร้างบรรยากาศโดยผู้เข้าพักเอง • สร้างบรรยากาศด้วยบริการ 	<ul style="list-style-type: none"> • สร้างบรรยากาศด้วยการออกแบบพื้นที่นั่งเล่นหลายแห่ง และมีพื้นที่นั่งเล่นภายนอกสัมผัสบรรยากาศสิ่งแวดล้อม • สร้างบรรยากาศโดยผู้เข้าพักเอง • การสร้างบรรยากาศด้วยบริการและกิจกรรม

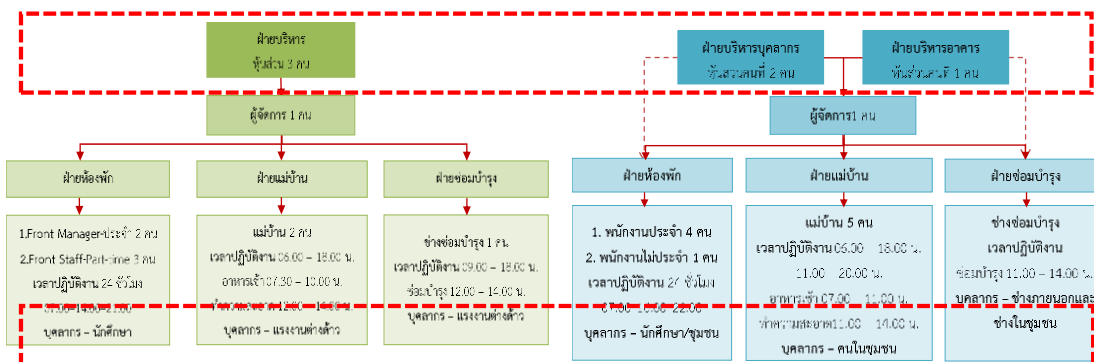
ตารางที่ 31 การวิเคราะห์ความแตกต่างของการออกแบบ

วิเคราะห์ความแตกต่างของการออกแบบได้เป็นประเด็น ดังนี้

1. **การออกแบบตกแต่งภายนอก** มีความแตกต่างกัน โดยกรณีศึกษาที่ 1 เป็นผลจาก ภายนอกอาคาร โดยการคงเอกลักษณ์อาคารไว้เป็นจุดขาย ขณะที่กรณีศึกษาที่ 2 เป็น ผลจากจากแนวคิดชุมชนโดยการนำเอกลักษณ์ชุมชนมาสร้างเอกลักษณ์จุดขายโครงการ
2. **การออกแบบตกแต่งภายใน** มีความแตกต่างกันจากแนวคิดและรูปแบบการออกแบบ (Style) ที่ผู้พัฒนาเลือกใช้ โดยกรณีศึกษาที่ 1 มีการสร้างมูลค่าด้วยการออกแบบตกแต่ง ทางกายภาพที่มีสีสันเป็นหลัก ขณะที่กรณีศึกษาที่ 2 มีการสร้างมูลค่าด้วยการออกแบบ ตกแต่งที่เรียบง่ายและการจัดพื้นที่ตอบสนองการใช้งาน
3. **การสร้างบรรยากาศโครงการ** ทั้ง 2 โครงการมีการสร้างบรรยากาศจาก สภาพแวดล้อม ชุมชนและการบริการที่เหมือนกัน ขณะที่ กรณีศึกษาที่ 2 มีความแตกต่างจากการใช้ ศักยภาพพื้นที่จัดกิจกรรมบรรยากาศโครงการ

สรุปได้ว่าการออกแบบที่แตกต่างกันเป็นผลมาจากกายภาพอาคารและแนวคิดการออกแบบ โดยผลการออกแบบที่แตกต่างกันนี้ส่งผลต่อกลุ่มลูกค้าโครงการที่แตกต่างกันด้วย

5.5 วิเคราะห์ความแตกต่างของผลด้านการบริหารจัดการ



ภาพที่ 5.7 การวิเคราะห์ความแตกต่างด้านการบริหาร

จากผลการศึกษา พบว่าทั้ง 2 โครงการ มีโครงสร้างการจัดการองค์กรที่เหมือนกัน โดยวิเคราะห์ความแตกต่างของการบริหารจัดการเป็นประเด็น ดังนี้

1. ระบบการจัดการองค์กร มีความแตกต่างกันโดย กรณีศึกษาที่ 2 มีการแบ่งงานหน้าที่รับผิดชอบของฝ่ายบริหารตามความถนัด และการสั่งการควบคุม ประเมินงานได้โดยตรงจากการพักอาศัยอยู่ในโครงการ ขณะที่กรณีศึกษาที่ 1 ต้องใช้การประชุมประเมินงานและสั่งงานผ่านผู้จัดการเนื่องจากพักอาศัยที่อื่น
2. การจัดสรรบุคลากร มีความแตกต่างกันโดย กรณีศึกษาที่ 2 มีการจัดสรรบุคลากรโครงการที่เป็นคนในชุมชน ประกอบด้วย พนักงานต้อนรับในบางช่วงเวลา แม่บ้านทั้งหมดของโครงการ ช่างซ่อมบำรุงโครงการบางส่วน อาทิ ช่างแอร์ชุมชนวังกรมฯ ฯลฯ ขณะที่กรณีศึกษาที่ 2 จัดสรรบุคลากรเป็นคนทั่วไป
3. การจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวก มีความแตกต่างกันโดย กรณีศึกษาที่ 2 มีการใช้ศักยภาพชุมชนในการอำนวยความสะดวกโครงการ ประกอบด้วย การซักรีดมีผู้ให้บริการเป็นคนในชุมชนวังกรมฯ การให้บริการรถแท็กซี่และรถตุ๊กๆที่เป็นคนในชุมชน การให้เช่าจักรยานของคนในชุมชน การให้บริการนวดแผนไทยโดยคนในชุมชน การให้จองเข้าพักกับชุมชนแบบโฮมสเตย์ ฯลฯ ขณะที่กรณีศึกษาที่ 1 ไม่มีการบริการโดยชุมชน

5.6 วิเคราะห์ความแตกต่างของผลด้านการจัดการตลาด

1. วิเคราะห์ความเหมือนของการจัดการตลาด

จากผลการศึกษา³⁸ วิเคราะห์ความเหมือนของการจัดช่องทางการตลาดทั้ง 2 โครงการได้ดังนี้

1.1 ช่องทางจัดจำหน่าย ผ่านระบบออนไลน์เป็นหลัก ประกอบด้วย

- ช่องทางหลักคือ การจัดจำหน่ายผ่านตัวกลาง “ผู้ให้บริการจองห้องพัก” (OTA)
- ช่องทางรอง คือ ช่องทางตรงผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ได้แก่ เว็บไซต์โครงการ และช่องทางตรงผ่านสื่อเครือข่ายสังคม ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook)

1.2 ช่องทางประชาสัมพันธ์ ผ่านระบบออนไลน์เป็นหลัก ประกอบด้วย

- ช่องทางหลักคือ ช่องทางตรง ได้แก่ เว็บไซต์ เฟซบุ๊กและอินสตาแกรม (Instagram)
- ช่องทางรองผ่านระบบ OTA
- ช่องทางการแนะนำแบบปากต่อปากโดยลูกค้า ทั้งการแนะนำตัวต่อตัว การเผยแพร่ผ่านสื่อเครือข่ายสังคม
- ช่องทางผ่านสื่อมวลชนออนไลน์ หรือ Review Blogger
- ช่องทางสื่อสิ่งพิมพ์

1.3 การส่งเสริมการขาย ที่เหมือนกันคือ มีการจัดกิจกรรมในวันสำคัญและจัดส่วนลด

2. วิเคราะห์ความแตกต่าง

โดยกรณีศึกษาที่ 2 ที่มีแนวคิดธุรกิจเกื้อกูล มีช่องทางการตลาดและกิจกรรมส่งเสริมการขายที่ความแตกต่างจากกรณีศึกษาที่ 1 สรุปเป็นประเด็นได้ดังนี้

1. การประชาสัมพันธ์นำเสนอเรื่องราวชุมชน ผ่านช่องทางประชาสัมพันธ์ของโครงการ
2. มีช่องทางประชาสัมพันธ์พิเศษผ่านสื่อมวลชน เนื่องจากโครงการได้รับความสนใจจากสื่อมวลชนเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะด้านการออกแบบ ท่องเที่ยว Lifestyle และสังคม
3. มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นการส่งเสริมการขาย ได้แก่ กิจกรรมการท่องเที่ยวเมืองเก่า การท่องเที่ยวชุมชน

³⁸ ผลการศึกษาหน้า 126-127

5.7 วิเคราะห์ความแตกต่างของความสำเร็จ ด้านกลุ่มลูกค้า

กลุ่มลูกค้า	ความเหมือน แตกต่าง	กรณีศึกษาที่ 1 (HH)	กรณีศึกษาที่ 2 (OH)	
1. ลักษณะประชากร	ความเหมือน			
	- เพศ - ถิ่นฐาน	หญิงมากกว่าชาย ส่วนใหญ่ชาวยุโรป	หญิงมากกว่าชาย ส่วนใหญ่ชาวยุโรป	
	ความแตกต่าง			
	- อายุ - อาชีพ - สัญชาติ	1)วัยรุ่น-วัยทำงาน 2)วัย ผู้ใหญ่ ส่วนใหญ่ทั่วไป นักศึกษา ส่วนใหญ่เนเธอร์แลนด์	วัยทำงาน ทั่วไป นักออกแบบ นักศึกษา ส่วนใหญ่เยอรมัน	
2. พฤติกรรม	ความเหมือน			
	- การเดินทาง - ท่องเที่ยว - ลักษณะนิสัย	คนเดียวหรือ 1-2 คน ระยะยาว 1-3 เดือน แบบประหยัด ไม่วางแผนท่องเที่ยว ชอบเข้าสังคม การปฏิสัมพันธ์	คนเดียวหรือ 1-2 คน ระยะยาว 1-3 เดือน แบบประหยัด ไม่วางแผนท่องเที่ยว ชอบเข้าสังคม การปฏิสัมพันธ์	ลักษณะของ นักท่องเที่ยว แบ็ค แพ็คเกจ
	ความแตกต่าง			
	- ท่องเที่ยว - ลักษณะนิสัย	ย่านบันเทิง ถนนข้าวสาร ชอบความบันเทิง	ย่านวัฒนธรรม ย่านเมืองเก่า ชอบความสงบเป็นส่วนตัว	
สรุปลักษณะกลุ่มลูกค้า		นักท่องเที่ยวประเภทแบ็ค แพ็คเกจทั่วไป	นักท่องเที่ยวประเภทแบ็ค แพ็คเกจเชิงอนุรักษ์	

ภาพที่ 5. 8 การวิเคราะห์ความแตกต่างของกลุ่มลูกค้า

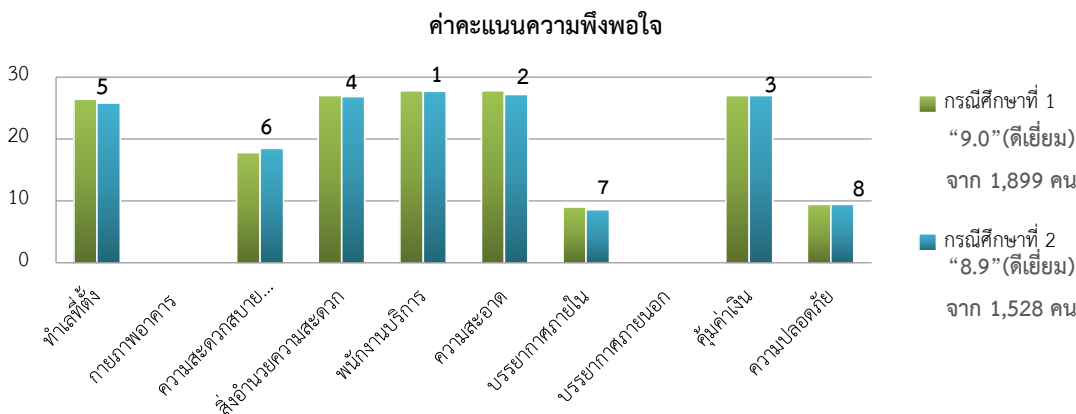
สรุป กลุ่มลูกค้าโครงการ กรณีศึกษาที่ 1 เป็นนักท่องเที่ยวประเภทแบ็คแพ็คเกจทั่วไป ตรงตามกลุ่มเป้าหมายที่ผู้พัฒนาคาดการณ์ไว้

กลุ่มลูกค้าโครงการ กรณีศึกษาที่ 2 เป็นนักท่องเที่ยวประเภทแบ็คแพ็คเกจเชิงอนุรักษ์ ตรงตามกลุ่มเป้าหมายหลักที่ผู้พัฒนาตั้งเป้าหมายไว้ แต่ยังไม่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายรองที่ตั้งเป้าหมายไว้ว่าจะ เป็น ลูกค้าประเภทนักเดินทางเชิงอนุรักษ์ (Green Traveler)

กลุ่มลูกค้าทั้งสองโครงการมีลักษณะทางประชากรคล้ายกัน แตกต่างกันด้านพฤติกรรม

5.8 วิเคราะห์ความแตกต่างของความสำเร็จ ด้านความพึงพอใจกลุ่มลูกค้า

1. วิเคราะห์ความสำเร็จด้านความพึงพอใจกลุ่มลูกค้า

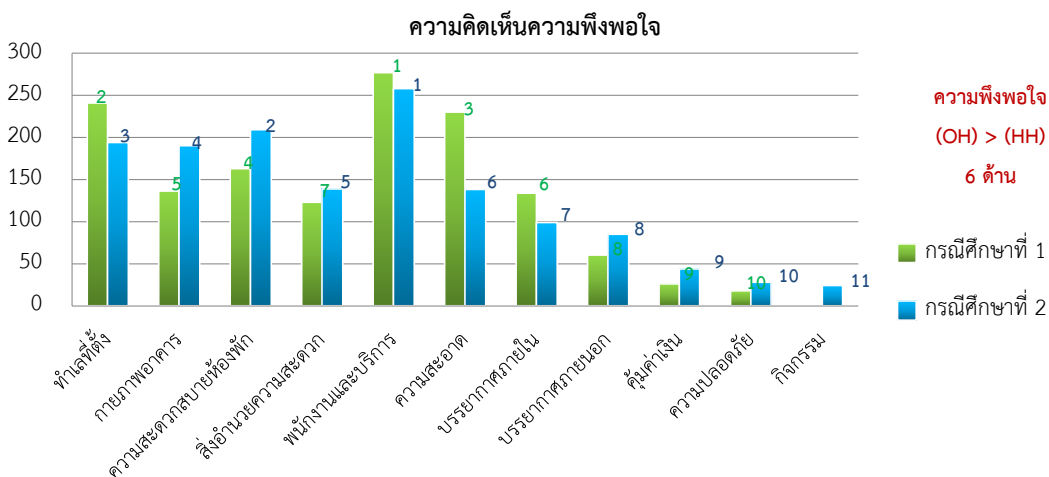


ภาพที่ 5. 9 วิเคราะห์ค่าคะแนนความพึงพอใจ ข้อมูล OTA

จากผลข้อมูลค่าคะแนนความพึงพอใจมีความแตกต่างกันน้อยมาก จึงสามารถสรุปได้เพียงความสำเร็จด้านความพึงพอใจ โดยลูกค้ามีความพึงพอใจทั้ง 2 โครงการเป็นอย่างมากในระดับ “ดีเยี่ยม” โดยกรณีศึกษาที่ 1 มีค่าคะแนน 9.0 มากกว่ากรณีศึกษาที่ 2 ค่าคะแนน 8.9 เล็กน้อย จึงสรุปได้ว่าทั้ง 2 โครงการมีความสำเร็จด้านความพึงพอใจกลุ่มลูกค้า และทั้ง 2 โครงการ มีปัจจัยความสำเร็จมากที่สุดเหมือนกัน คือ “ด้านพนักงานและบริการ”

2. วิเคราะห์แตกต่างของความพึงพอใจกลุ่มลูกค้า : ด้านความพึงพอใจ

2.1 ผลความคิดเห็นกลุ่มลูกค้า



ภาพที่ 5. 10 วิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นลูกค้า ข้อมูล OTA

กรณีศึกษาที่ 1	กรณีศึกษาที่ 2	เปรียบเทียบ
1. พนักงานและบริการ	1. พนักงานและบริการ	กรณีศึกษาที่ 1 > กรณีศึกษาที่ 2
2. ทำเลที่ตั้ง	2. ความสะดวกสบายห้องพัก	
2. ความสะอาด	3. ทำเลที่ตั้ง	
3. ความสะดวกสบายห้องพัก	4. กายภาพอาคาร	3. บรรยากาศภายใน
5. กายภาพอาคาร	6. สิ่งอำนวยความสะดวก	กรณีศึกษาที่ 2 > กรณีศึกษาที่ 1
6. บรรยากาศภายในโครงการ	7. ความสะอาด	1. ความสะดวกสบายห้องพัก
7. สิ่งอำนวยความสะดวก	8. บรรยากาศภายใน	2. กายภาพอาคาร
8. บรรยากาศภายนอก	9. บรรยากาศภายนอก	3. สิ่งอำนวยความสะดวก
9. คุ่มค่าเงิน	10. คุ่มค่าเงิน	4. บรรยากาศภายนอก
10. ความปลอดภัย	11. ความปลอดภัย	5. ความปลอดภัย
	12. กิจกรรม	6. กิจกรรม

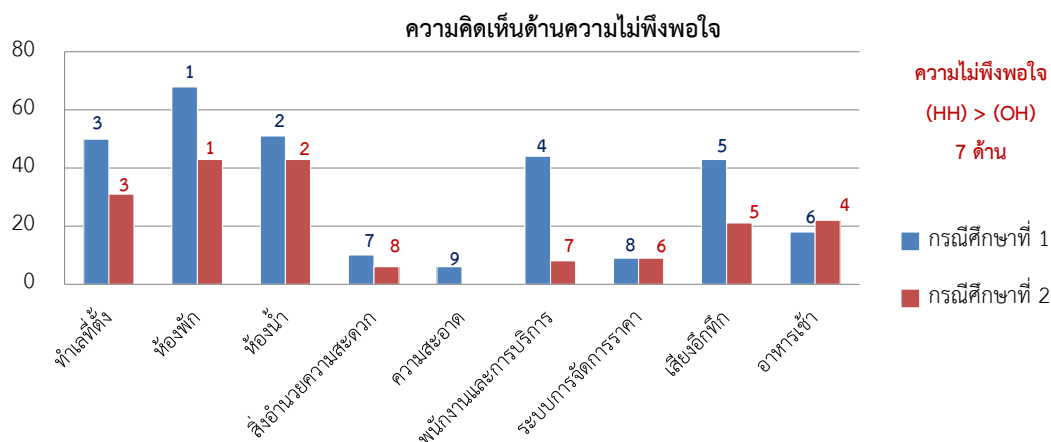
ตารางที่ 32 สรุปเปรียบเทียบความแตกต่างความคิดเห็นลูกค้า

จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นผู้เข้าพักโดยการคำนวณอัตราผู้ให้ความคิดเห็นที่จำนวนเท่ากันพบว่า กรณีศึกษาทั้งสองโครงการได้รับความพึงพอใจด้านต่างๆที่แตกต่างกัน (ตามตาราง) โดยกรณีศึกษาที่ 2 ได้รับความพึงพอใจจากลูกค้ามากกว่ากรณีศึกษาที่ 1 จำนวน 6 ด้าน และทั้ง 2 โครงการ มีปัจจัยความสำเร็จมากที่สุดเหมือนกัน คือ “ด้านพนักงานและบริการ”

2.2 ผลจากการสัมภาษณ์ความพึงพอใจ

การสัมภาษณ์ผู้เข้าพักโครงการเป็นการตรวจสอบปัจจัยที่ได้จากผลการศึกษาและความคิดเห็นเพิ่มเติม สรุปได้ว่าผู้เข้าพักทั้ง 2 โครงการมีความพึงพอใจในโครงการกรณีศึกษาที่เข้าพัก โดยกรณีศึกษาที่ 1 ส่วนใหญ่ศึกษาข้อมูล ตัดสินใจเลือกพักและจองล่วงหน้า และค่อนข้างพึงพอใจในการเข้าพักตามความคาดหมาย ส่วนกรณีศึกษาที่ 2 มีทั้งลูกค้าที่จองห้องพักล่วงหน้าและลูกค้าที่ไม่ได้จองล่วงหน้า โดยลูกค้าค่อนข้างมีความพึงพอใจในการเข้าพักมากเกินความคาดหมาย

3. วิเคราะห์แตกต่างของความพึงพอใจกลุ่มลูกค้า : ด้านความไม่พึงพอใจ



ภาพที่ 5. 11 วิเคราะห์ความไม่พึงพอใจของลูกค้า ข้อมูล OTA

กรณีศึกษาที่ 1	กรณีศึกษาที่ 2	เปรียบเทียบ
ความไม่สะดวกสบายในห้องพัก	ความไม่สะดวกสบายในห้องพัก	กรณีศึกษาที่ 1 > กรณีศึกษาที่ 2
ความไม่สะดวกสบายในห้องน้ำ	ความไม่สะดวกสบายในห้องน้ำ	
ทำเลที่ตั้งไม่สะดวกสบาย	ทำเลที่ตั้งไม่สะดวกสบาย	1. ความไม่สะดวกสบายในห้องพัก
พนักงานและการบริการ	อาหารเข้า	2. ความไม่สะดวกสบายในห้องน้ำ
เสียงอึกทึกโครมโครม	ระบบการจัดการและราคา	3. พนักงานและการบริการ
อาหารเข้า	พนักงานและการบริการ	4. เสียงอึกทึกโครมโครม
สิ่งอำนวยความสะดวก	เสียงอึกทึกโครมโครม	5. สิ่งอำนวยความสะดวก
ระบบการจัดการและราคา	สิ่งอำนวยความสะดวก	6. ระบบการจัดการและราคา
ความสะอาด		7. ความสะอาด
		กรณีศึกษาที่ 2 > กรณีศึกษาที่ 1
		1. อาหารเข้า

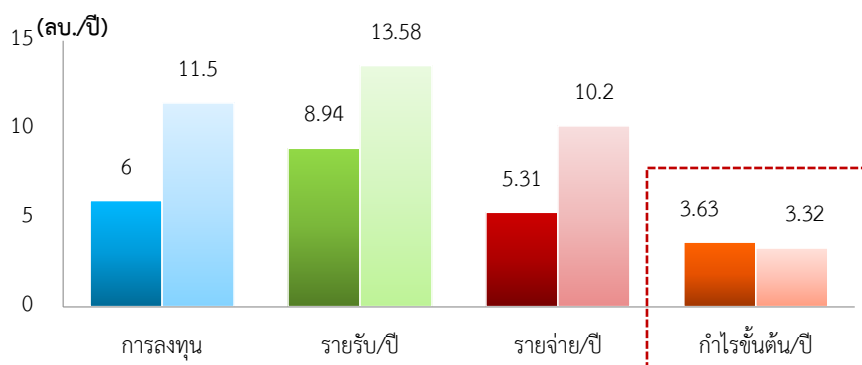
ตารางที่ 33 สรุปเปรียบเทียบความแตกต่างความคิดเห็นลูกค้า

วิเคราะห์ผลการศึกษา พบว่า กรณีศึกษาที่ 1 ลูกค้ามีความไม่พึงพอใจมากกว่ากรณีศึกษาที่ 2 จำนวนถึง 7 ด้าน และทั้ง 2 โครงการ มีปัญหาอุปสรรคที่ทำให้ลูกค้าไม่พึงพอใจมากที่สุดเหมือนกัน คือ “ด้านความไม่สะดวกสบายในห้องพัก”

สรุปผลการศึกษา ความพึงพอใจกลุ่มลูกค้าซึ่งใช้วัดผลความสำเร็จเชิงธุรกิจ คือ ทั้งสองโครงการได้รับผลสำเร็จด้านความพึงพอใจจากลูกค้าโครงการของตน ในระดับความพึงพอใจดีเยี่ยม โดยมีความแตกต่างคือ กรณีศึกษาที่ 2 ได้รับความพึงพอใจจากลูกค้ามากกว่า อย่างเกินความคาดหมาย และมีด้านที่ลูกค้าไม่พึงพอใจน้อยกว่ากรณีศึกษาที่ 1 โดยทั้ง 2 โครงการมีปัจจัยความสำเร็จสูงสุดเหมือนกันคือ พนักงานและบริการ ส่วนปัจจัยรองลงมา คือ ทำเลที่ตั้ง และผลการพัฒนาด้านกายภาพอาคารอื่นๆ

5.9 วิเคราะห์ความแตกต่างของความสำเร็จ ด้านการเงิน

1. วิเคราะห์ความสำเร็จด้านการเงิน



ภาพที่ 5.12 วิเคราะห์การลงทุน

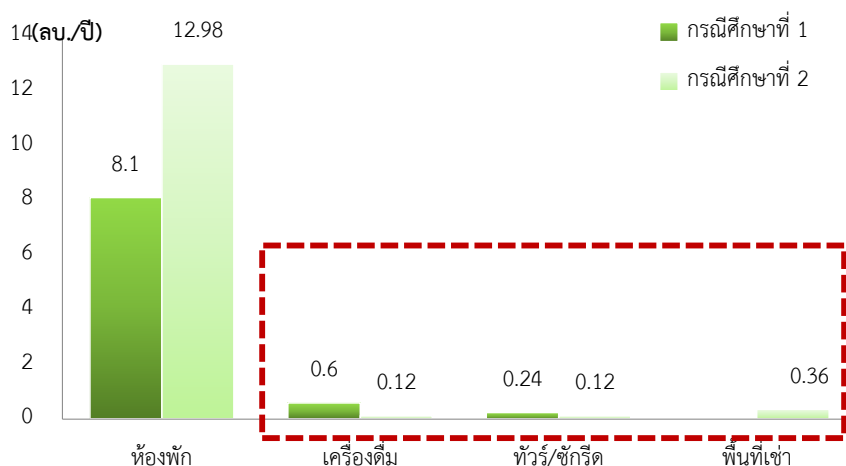
การประเมินผลลัพธ์ของธุรกิจที่พัก	กรณีศึกษา 1		กรณีศึกษา 2	ตลาด	หน่วย
1. ผลกำไรขั้นต้น (Gross Profit)	3,627,835	>	3,315,688	-	บาท/ปี
อัตรากำไรขั้นต้น (Gross Profit Margin)	40.57	>	24.42		%
2. ผลกำไรสุทธิ ณ ปัจจุบัน (หักเงินลงทุน)	1,860,309	>	-6,526,468		บาท
3. ผลตอบแทนการลงทุน (ROI ณ ปัจจุบัน)	31	-	-		%
4. ผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (ROE)	93.02	-	-		%
5. จุดคุ้มทุน (Breakeven Point)	1 ปี 8 เดือน	>	3 ปี 6 เดือน	5-10	ปี
ดัชนีวัดความสำเร็จห้องพัก	กรณีศึกษา 1		กรณีศึกษา 2		
1. รายได้เฉลี่ยต่อเตียง (Rev.PAR)	435.2	>	356		บาท/เตียง/คืน
2. อัตราการเข้าพัก (Occupancy Rate)	80-90	>	65-80		%
อัตรากำไรห้องพักเฉลี่ย	85	>	70	70	%
3. ราคาห้องพักเฉลี่ย (Average Room Rate)	512	>	508		บาท/เตียง/คืน
4. ต้นทุนห้อง (Direct Room)	150	=	150		บาท/เตียง/คืน

ตารางที่ 34 วิเคราะห์ผลความสำเร็จด้านการเงิน

จากผลการศึกษาความสำเร็จด้านการเงิน วิเคราะห์ได้ว่า กรณีศึกษาที่ 1 มีระยะคืนทุนที่ 1.8 ปี และมีอัตราการเข้าพักเฉลี่ยที่ 85% และกรณีศึกษาที่ 2 มีระยะคืนทุนที่ 3.6 ปี และมีอัตราการเข้าพักเฉลี่ยที่ 70% ซึ่งมากกว่าโฮสเทลในตลาดที่มีระยะคืนทุนเฉลี่ย 5-10 ปี และมีอัตราการเข้าพักเฉลี่ยที่ 70% จึงสรุปได้ว่า ทั้งสองโครงการมีความสำเร็จในด้านการเงินเมื่อเทียบกับตลาด

วิเคราะห์เปรียบเทียบความสำเร็จของกรณีศึกษา พบว่า กรณีศึกษาที่ 1 มีความสำเร็จด้านการเงินมากกว่ากรณีศึกษาที่ 2 ทั้ง ด้านผลกำไร ระยะคืนทุน รายได้เฉลี่ยต่อเตียง อัตราการเข้าพัก และราคาห้องพักเฉลี่ย

2. วิเคราะห์ความแตกต่างด้านการเงิน



ภาพที่ 5.13 วิเคราะห์การลงทุน

เปรียบเทียบต้นทุนการพัฒนากับหน่วยขาย	กรณีศึกษาที่ 1		กรณีศึกษาที่ 2	
1. เงินลงทุน/หน่วยขาย	117,647	>	115,000	บาท/เตียง
2. ระยะเวลา/หน่วยขาย	11	>	5	วัน/เตียง

ตารางที่ 35 วิเคราะห์ผลการดำเนินงานด้านการเงิน

วิเคราะห์ความแตกต่างของผลด้านการเงินเป็นประเด็น ดังนี้

- แหล่งที่มารายรับโครงการ** ทั้งสองโครงการมีรายรับหลักจากห้องพักเหมือนกัน แต่มีความแตกต่างด้านแหล่งที่มารายได้เสริม โดยกรณีศึกษาที่ 1 ที่มีแนวคิดเชิงธุรกิจ มีช่องทางรายรับเสริมจากแหล่งอื่นที่หลากหลายกว่าและมีมูลค่ารายรับมากกว่า จึงคุ้มทุนเร็วกว่า ขณะที่กรณีศึกษาที่ 2 มีแนวคิดเกื้อกูลชุมชน จึงมีการจำกัดรายได้ที่จะได้จากแหล่งอื่นเพื่อกระจายรายได้ให้กับชุมชน เช่น การมีรายได้จากการขายเครื่องตัดและทัวร์เพียงเล็กน้อย และการไม่มีรายได้จากบริการซักรีด
- ต้นทุนการพัฒนาเทียบกับหน่วยขาย** เมื่อเทียบต้นทุนการพัฒนา ด้านเงินลงทุนและระยะเวลา พบว่ามีความแตกต่างโดยกรณีศึกษาที่ 1 มีต้นทุนการพัฒนาที่สูงกว่ากรณีศึกษาที่ 2 แม้จะมีการควบคุมปัจจัยทางการเงิน เนื่องจากขาดการวางแผนพัฒนาในช่วงกระบวนการก่อสร้าง

5.10 วิเคราะห์ผลด้านการถือกุหลุมชน

1. วิเคราะห์ความแตกต่างของผลดำเนินงานการถือกุหลุมชน³⁹

กรณีศึกษาที่ 1 จากผลการศึกษา พบว่า ชุมชนได้รับประโยชน์จากโครงการจากการขายสินค้าให้กับลูกค้าได้เพียงเล็กน้อย สรุปได้ว่า มีความถือกุหลุมชนเพียงเล็กน้อยหรือไม่มีเลย

กรณีศึกษาที่ 2 จากผลการศึกษาพบว่า มีผลดำเนินงานโครงการที่ชุมชนได้รับประโยชน์สรุปได้ว่า มีความถือกุหลุมชน ดังนั้นผู้วิจัยจึงมุ่งวิเคราะห์ผลความถือกุหลุมชนเฉพาะกรณีศึกษาที่ 2 ดังนี้

2. วิเคราะห์ลักษณะธุรกิจถือกุหลุมการศึกษา

จากนิยาม “แนวคิดธุรกิจถือกุหลุม” หมายถึง แนวทางในการประกอบธุรกิจอย่างยั่งยืนโดยคำนึงถึงชุมชนในระดับฐานรากเศรษฐกิจ (สภาธุรกิจโลกเพื่อความยั่งยืน : WBCSD)

- **“แง่อุปสงค์”** คือ การพัฒนา ส่งมอบและบริการผลิตภัณฑ์ตามกำลังผู้บริโภคที่เป็นผู้มีรายได้น้อย ให้สามารถเข้าถึงสินค้าและบริการเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต เช่น ผลิตภัณฑ์ที่ชุมชนต้องการ กิจกรรมด้านสุขภาพ อนามัย สุขภาพบาล การศึกษา พลังงาน น้ำ การเงิน ฯลฯ
- **“แง่อุปทาน”** คือ การสร้างงานแก่คนในท้องถิ่นที่มีรายได้น้อย เปิดโอกาสในการเป็นผู้ส่งมอบ ผู้ค้า ผู้จัดจำหน่าย ผู้ให้บริการ แรงงาน หรือผู้ประกอบการในห่วงโซ่ธุรกิจ

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้พัฒนามีแนวคิดเปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานโครงการ และจากผลการศึกษาชุมชน พบว่า ชุมชนได้รับประโยชน์ด้านต่างๆดังนี้

- 1) การขายสินค้าและบริการ ให้กับลูกค้าโครงการ (อาหาร เครื่องดื่ม)
- 2) เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ จากการเป็นผู้ให้บริการและแรงงานในโครงการ (ซักรีดแม่บ้าน ช่างซ่อมบำรุง บริการเดินทาง)
- 3) การผลิตและส่งมอบสินค้าให้กับโครงการ (อาหาร วัสดุก่อสร้าง กระเป๋าผ้าหรือสินค้า)
- 4) เป็นผู้ประกอบการในห่วงโซ่ธุรกิจ (ขายสินค้า จัดบริการ ผู้จัดกิจกรรม ในการจัดทัวร์)
- 5) ได้รับความรู้เพิ่มเติม (ค่ายเด็ก กิจกรรมชุมชน)
- 6) ได้รับการส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรม (ประชาสัมพันธ์ ออกแบบเอกลักษณ์ชุมชน ร่วมโครงการหากาฟโมเดล ร่วมงานวิจัยนางเล็ง)

จึงสรุปได้ว่า กรณีศึกษาที่ 2 “เป็นธุรกิจถือกุหลุมในแง่อุปทาน” ตามทฤษฎี

³⁹ หน้า 142

3. วิเคราะห์ผลประโยชน์ร่วมของธุรกิจท่องเที่ยวตามทฤษฎี⁴⁰

ธุรกิจท่องเที่ยวมีเป้าหมายในการสร้างผลประโยชน์ร่วมกันระหว่างผู้พัฒนากับชุมชน จากผลการศึกษาผลการดำเนินงานโครงการนำมาวิเคราะห์ผลประโยชน์ร่วมที่ผู้พัฒนาและชุมชนได้รับ คือ

ผลการดำเนินงาน	ผลประโยชน์ร่วม
1. การนำเสนอเอกลักษณ์ชุมชน	<ul style="list-style-type: none"> • สร้างความประทับใจในเอกลักษณ์ท้องถิ่น • สร้างชื่อเสียงให้กับชุมชน • สร้างความตระหนักรู้คุณค่าชุมชน
2. การจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวก	<ul style="list-style-type: none"> • ไม่เกิดการแข่งขันกับชุมชน • ลดค่าใช้จ่ายด้านอาหาร • ลดการรบกวนชุมชนและส่งเสริมธุรกิจชุมชน • ตอบสนองลูกค้าด้วยประสบการณ์อาหารท้องถิ่น • ส่งเสริมธุรกิจชุมชน
3. การจ้างงานบริการและซ่อมบำรุง	<ul style="list-style-type: none"> • ลดปัญหาเรื่องบุคลากร พนักงาน • เกิดความสัมพันธ์ที่ดีกับคนในชุมชน • เกิดการยอมรับนักท่องเที่ยวของคนในชุมชน • สร้างชื่อเสียงทางกายภาพที่ดีต่อนักท่องเที่ยว • ลดปัญหาจราจร • มีบริการด้านสุขภาพแก่นักท่องเที่ยว
4. กิจกรรมท่องเที่ยว	<ul style="list-style-type: none"> • เกิดการท่องเที่ยวชุมชนโดยตรง ไม่ผ่านทัวร์ • ช่วยส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรมชุมชน • สร้างโอกาสให้ลูกค้ามีประสบการณ์ทำอาหารท้องถิ่น • ช่วยพัฒนาการตลาดให้กิจการท้องถิ่น • การเดินทางแบบดั้งเดิมสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยว
5. จัดกิจกรรมและให้ความรู้ชุมชน	<ul style="list-style-type: none"> • ชุมชนได้รับความรู้เพิ่มเติม • เกิดความสัมพันธ์ที่ดีกับคนในชุมชน • เกิดการยอมรับนักท่องเที่ยวของคนในชุมชน
6. การขนส่ง	<ul style="list-style-type: none"> • คนขับรถชุมชนมีความชำนาญทาง • ลดความเสี่ยงทางธุรกิจเรื่องการเดินทาง • เกิดนวัตกรรมการเดินทาง
7. พัฒนาผลิตภัณฑ์	<ul style="list-style-type: none"> • เกิดนวัตกรรมและผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์
8. ส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรม	<ul style="list-style-type: none"> • ช่วยส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรมชุมชน • สร้างความตระหนักรู้คุณค่าชุมชน • สร้างองค์ความรู้และเทคนิคการอนุรักษ์ • สร้างความแข็งแกร่งทางชื่อเสียงด้านอนุรักษ์

ตารางที่ 36 วิเคราะห์ผลประโยชน์ร่วมของธุรกิจท่องเที่ยว

⁴⁰ ทฤษฎีผลประโยชน์ร่วมกันในธุรกิจท่องเที่ยว (Mutual Benefit) และทฤษฎีธุรกิจท่องเที่ยวในการท่องเที่ยว (Inclusive Business in Tourism)

จากผลการวิเคราะห์ สรุปได้ว่า ผลการดำเนินงานธุรกิจเกื้อกูลของกรณีศึกษาที่ 2 ก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งกับผู้พัฒนาและชุมชน ในลักษณะผลประโยชน์ร่วมกัน ในลักษณะต่างๆตามการวิเคราะห์

4. วิเคราะห์ความสำเร็จของการดำเนินงานธุรกิจเกื้อกูล

ผลการดำเนินงาน		ความสำเร็จ	ปัญหาอุปสรรค
1. การนำเสนอเอกลักษณ์ชุมชน	<ul style="list-style-type: none"> การออกแบบนำเสนอเอกลักษณ์ชุมชน ประชาสัมพันธ์เผยแพร่ชุมชน จัดทำหนังสือแนะนำการท่องเที่ยวชุมชนโดยคนในชุมชน 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ✓ ✓ 	แต่ไม่ความต่อเนื่อง
2. การจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวก	<ul style="list-style-type: none"> ให้เข้าร้านอาหารที่ไม่เข้ากับชุมชน จัดพื้นที่เตรียมอาหารขนาดเล็ก ไม่จำหน่ายสุรา จัดการบริการอาหารโดยชุมชน นำอาหารจากร้านข้างเคียงมารับประทานได้ 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ✓ ✓ ✗ ✓ 	ความไม่พร้อมของชุมชน และลูกค้าไม่ตอบรับบริการ
3. การจ้างงานบริการ	<ul style="list-style-type: none"> จ้างงานแม่บ้าน จ้างงานพนักงาน การจ้างงานซักรีด การจ้างงานช่างก่อสร้าง การจ้างงานช่างซ่อมบำรุง การจ้างงานหมอนวดชุมชน 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓ 	
4. กิจกรรมท่องเที่ยว	<ul style="list-style-type: none"> จัดท่องเที่ยวชุมชน เข้าพักแบบโฮมสเตย์กับชุมชน ให้เช่าจักรยาน 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ✗ ✗ 	แต่ไม่ความต่อเนื่อง ความไม่พร้อมของชุมชน ลูกค้าไม่ตอบรับบริการ
5. จัดกิจกรรมและให้ความรู้ชุมชน	<ul style="list-style-type: none"> สอนภาษาอังกฤษ ค่ายเด็ก จัดกิจกรรมระหว่างผู้เข้าพักและชุมชน 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ✓ ✓ 	แต่ไม่ความต่อเนื่อง แต่ไม่ความต่อเนื่อง แต่ไม่ความต่อเนื่อง
6. การขนส่ง	<ul style="list-style-type: none"> บริการแท็กซี่ชุมชน บริการเรียกรถตุ๊กๆโดยใช้เทคโนโลยีที่ผู้พัฒนาจัดทำขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ✓ 	
9. พัฒนาผลิตภัณฑ์	<ul style="list-style-type: none"> จ้างชุมชนผลิตกระเป๋าผ้าจากเศษจิว 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 	
7. ส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรม	<ul style="list-style-type: none"> ส่งเสริมกระบวนการ “มหากาฬโมเดล” ส่งเสริมงานวิจัย “การจัดการท่องเที่ยวชุมชนนางเลิ้ง” 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ✓ 	

ตารางที่ 37 วิเคราะห์ความสำเร็จของผลการดำเนินงานธุรกิจเกื้อกูล

จากผลการวิเคราะห์สรุปได้ว่า กรณีศึกษาที่ 2 มีผลการดำเนินงานด้านการเกื้อกูลชุมชนมีทั้งด้านที่มีผลสำเร็จและไม่สำเร็จ หรือ สำเร็จบางส่วน ส่วนที่สำเร็จเกิดจากด้านผู้พัฒนา ส่วนด้านที่ไม่สำเร็จมีปัญหาอุปสรรคที่สำคัญ คือ 1) การดำเนินการของผู้พัฒนาขาดความต่อเนื่อง 2) ลูกค้าไม่ตอบรับบริการหรือกลุ่มลูกค้าไม่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่ชอบท่องเที่ยวชุมชน 3) ความไม่พร้อมของระบบการจัดการและบุคลากรคนในชุมชน

5. วิเคราะห์ความพึงพอใจของชุมชนในการเข้าร่วมโครงการ

ชุมชน (กลุ่มตัวอย่าง)	การมีส่วนร่วม/ประโยชน์	ความพึงพอใจ
1. กลุ่มตึกแถวติดซอยสำราญราษฎร์	<ul style="list-style-type: none"> ขายสินค้า อาหารและ บริการ 	พึงพอใจ
2. ชุมชนวัดเทพธิดาราม	<ul style="list-style-type: none"> ขายสินค้า อาหารและ บริการ 	พึงพอใจ
3. ชุมชนวังกรมพระสมมตอมรพันธ์	<ul style="list-style-type: none"> จ้างงาน จัดทัวร์ จัดกิจกรรม จ้างทำผลิตภัณฑ์ 	ผู้มีส่วนร่วมมีความพึงพอใจ ผู้นำชุมชนที่ไม่มีส่วนร่วมไม่เห็นด้วยกับแนวทางการดำเนินงาน
4. ชุมชนป้อมมหากาฬ	<ul style="list-style-type: none"> จัดทัวร์ จัดกิจกรรม มหากาฬโมเดล 	ผู้นำชุมชนที่มีส่วนร่วมมีความพึงพอใจมาก
5. ชุมชนบ้านบาตร	<ul style="list-style-type: none"> จัดทัวร์ จัดกิจกรรม ให้ความรู้เด็กในชุมชน 	ผู้มีส่วนร่วมและผู้นำชุมชนผู้มีส่วนร่วมมีความพึงพอใจ
6. ชุมชนย่านนางเลิ้ง	<ul style="list-style-type: none"> จัดทัวร์ ร่วมกับหน่วยวิจัย สกว. 	ผู้นำชุมชนไม่พึงพอใจ ผู้นำชุมชนไม่เห็นด้วย

ตารางที่ 38 วิเคราะห์ความพึงพอใจของชุมชน

จากผลการศึกษา สรุปได้ว่า กรณีศึกษาที่ 2 มีผลการดำเนินงานด้านพึงพอใจในการมีส่วนร่วมของชุมชน มีทั้งความพึงพอใจมาก พึงพอใจ ไม่พึงพอใจและไม่เห็นด้วย โดยชุมชนที่มีความพึงพอใจมากคือ ชุมชนป้อมมหากาฬ เนื่องจากผู้พัฒนาเข้าไปมีส่วนช่วยเหลือในหาแนวทางแก้ไขปัญหาการไร้ชื่อชุมชนในหลายด้านที่ตันทนอด ส่วนชุมชนให้ความคิดเห็นว่ามีความพึงพอใจ คือ ชุมชนวังกรมพระสมมตอมรพันธ์ เนื่องจากตั้งอยู่ใกล้โครงการ จึงได้รับประโยชน์จากการพัฒนามากที่สุด จากการจ้างงาน สร้างรายได้ให้กับชุมชน ขณะที่ชุมชนบ้านบาตรมีความคิดเห็นว่ามีค่าพึงพอใจ เนื่องจากมีส่วนช่วยกระตุ้นชุมชนด้วยกิจกรรม ได้รับความรู้ และช่วยเผยแพร่ชื่อเสียงเพื่อการคงอยู่ของชุมชน ส่วนชุมชนที่มีความคิดเห็นไม่พึงพอใจและไม่เห็นด้วย คือ ชุมชนย่านนางเลิ้ง เนื่องจากเห็นว่าไม่เป็นการพัฒนาชุมชนที่แท้จริง และชุมชนมีการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเอง ส่วนชุมชนที่อยู่รอบโครงการอื่น ๆ มีความพึงพอใจเนื่องจากได้รับประโยชน์ด้านการมีรายได้เพิ่มขึ้น

5.11 วิเคราะห์ผลความสำเร็จของการพัฒนา

การพัฒนา	กรณีศึกษาที่ 1 แนวคิดเชิงธุรกิจ	กรณีศึกษาที่ 2 แนวคิดธุรกิจเกื้อกูล
แนวคิด	การพัฒนาด้านกายภาพและบริการ เป้าหมายทางการเงิน	การพัฒนาด้านกายภาพและบริการ การตลาด การบริหาร เป้าหมายทางการเงินและชุมชน
กระบวนการ	เน้นกระบวนการก่อสร้าง	เน้นกระบวนการวางแผนงาน วิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านต่างๆ
ผลการดำเนินงาน	<p>1. กายภาพ</p> <p>2. บริหาร</p> <p>3. การตลาด</p> <p>4. กลุ่มลูกค้า</p> <p>5. การเงิน</p> <p>6. การเกื้อกูลชุมชน</p>	<p>1. กายภาพ</p> <p>2. บริหาร</p> <p>3. การตลาด</p> <p>4. กลุ่มลูกค้า</p> <p>5. การเงิน</p> <p>6. การเกื้อกูลชุมชน</p>
สรุป	ผลการดำเนินงานในเชิงธุรกิจสำเร็จตรงตามเป้าหมายเชิงธุรกิจ	ผลการดำเนินงานในเชิงธุรกิจสำเร็จตรงตามเป้าหมายเชิงธุรกิจ ผลด้านการเกื้อกูลสำเร็จบางส่วน

ตารางที่ 39 วิเคราะห์ผลความสำเร็จ

สรุปผลการศึกษา กรณีศึกษาที่ 1 เป็นโครงการที่มีแนวคิดเชิงธุรกิจ มีผลความสำเร็จเชิงธุรกิจตรงตามเป้าหมายที่วางไว้

ส่วนกรณีศึกษาที่ 2 มีแนวคิดธุรกิจเกื้อกูล มีผลความสำเร็จเชิงธุรกิจตรงตามเป้าหมายทางธุรกิจที่วางไว้ แต่ผลการดำเนินงานในด้านการเกื้อกูลชุมชนสำเร็จบางส่วน

5.12 ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ

คุณ ระพีพัฒน์ เกษโกศล - ผู้เชี่ยวชาญด้านเมืองเก่าและการท่องเที่ยวชุมชน

ให้ความคิดเห็นในด้านปัจจัยความแตกต่างของการพัฒนาทั้ง 2 แนวคิดเกิดจาก

1. **ตัวผู้พัฒนาและผู้มีส่วนร่วมพัฒนา** ที่กรณีศึกษาที่ 1 ไม่มีผู้ที่มีทัศนคติเชิงสังคมหรือองค์ความรู้ในเชิงพื้นที่ ส่วนผู้พัฒนากรณีศึกษาที่ 2 มีผู้ที่มีทัศนคติเชิงสังคมและมีความรู้ในเชิงพื้นที่ และยังมีแนวคิดก้าวหน้ากว่าโดยการเล็งเห็นศักยภาพพื้นที่และชุมชน
2. **กระแสการอนุรักษ์เมืองและชุมชน** เพราะกระแสการพัฒนาที่เริ่มย้อนกลับมาสู่การฟื้นฟูพัฒนาเมืองเก่าและให้คุณค่าความสำคัญของคนหรือชุมชนมากขึ้น ทำให้คนรุ่นใหม่หันมาสนใจและเล็งเห็นความเป็นไปได้ทางธุรกิจจากแนวคิดเชิงสังคม ต่างจากแนวคิดธุรกิจเดิมนอกจากนี้ผู้เชี่ยวชาญยังให้ความเห็นข้อดี ข้อด้อยและข้อเสนอแนะให้การพัฒนา

กรณีศึกษาที่ 1	
ข้อดี	<ul style="list-style-type: none"> • การดำเนินการตอบโจทย์เป้าหมายทางธุรกิจตามที่ตั้งไว้และเห็นผล • มีข้อดีในเชิงการพัฒนาธุรกิจที่ทำให้มุ่งตอบสนองลูกค้าและบริการได้ดี
ข้อด้อย	<ul style="list-style-type: none"> • ปรับปรุงอาคารเพื่อใช้ประโยชน์ไม่ใช้การอนุรักษ์ • ในพื้นที่พัฒนานี้ หากไม่มีฐานคิดเชิงสังคม มองว่าไม่ต้องพึ่งพาชุมชน จะส่งผลเสียต่อการดำเนินโครงการในระยะยาว • พื้นที่พัฒนามีทรัพยากรหลายอย่าง แต่ไม่มีข้อมูลความรู้ความเข้าใจ หรือไม่มีผู้มีส่วนร่วมที่มีความรู้ความเข้าใจ เป็นการจำกัดตัวเอง ทำให้เสียโอกาสที่จะได้จากทรัพยากรพื้นที่ที่มีคุณค่า
ข้อเสนอแนะ	<ul style="list-style-type: none"> • ต้องปรับฐานคิดใหม่ซึ่งมาจากตัวบุคคลเป็นหลัก และถึงแม้ผู้ร่วมพัฒนาจะไม่ใช่มุมมองที่ทัศนคติเชิงสังคม แต่ควรผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจฐานชุมชน สังคมและพื้นที่มาช่วยพัฒนา • มีฐานคิดและควรนำไปปฏิบัติด้วย ซึ่งนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์กับโครงการได้หลายอย่าง เช่น พาลูกค้าไปเที่ยววัด เที่ยวชุมชน สอนหนังสือเด็ก เพิ่มทางเลือกใหม่ โอกาสท่องเที่ยวให้ลูกค้า เพิ่มโอกาสให้ชุมชน
กรณีศึกษาที่ 2	
ข้อดี	<ul style="list-style-type: none"> • ผู้พัฒนากลุ่มนี้มีขอบสวางหาความรู้และทำด้วยตัวเอง จึงมีแนวคิดที่ทัศนคติก้าวหน้า ตัวอย่างเช่น โฮสเทลมีทำงานกับชุมชนได้ระดับหนึ่ง แต่ไปต่อยอดสนับสนุนธุรกิจอื่นได้อีก • ผู้พัฒนาเป็นกรุ่นใหม่ มีความรู้เรื่องเทคโนโลยีดี มีเครือข่ายสังคมในระดับหนึ่ง จึงเข้าถึงได้หลากหลาย • มีแนวคิดชุมชนช่วยส่งเสริมธุรกิจ ภาพลักษณ์ดี มีผลิตภัณฑ์ในมือ
ข้อจำกัด	<ul style="list-style-type: none"> • มีความคิดแต่ต้องลงมือปฏิบัติ งานชุมชนเป็นงานยาก ต้องใช้เวลา ความเข้าใจ • มีประสบการณ์น้อย ขาดการยอมรับ ชุมชนมักยอมรับที่ตัวบุคคล จึงต้องมีความชัดเจนจริงใจ มีเป้าหมายการพัฒนาเป็นหลักไม่ใช่ธุรกิจ • ชุมชนต้องมีความพร้อม หากชุมชนมีความกังวลในเรื่องอื่นอยู่ ก็พัฒนาได้ยาก • ต้องมีการถ่ายทอดแนวคิดความรู้สู่องค์กร(พนักงาน)ให้เป็นไปในทางเดียวกันด้วย • กระแสเมืองเก่าและธุรกิจสังคมจะมีคู่แข่งมากขึ้น
ข้อเสนอแนะ	<ul style="list-style-type: none"> • ต้องมีเป้าหมายที่ชัดเจนตั้งแต่เริ่มต้น ต้องมีฐานคิดเดียวกัน เป็นเอกภาพไปในทิศทางเดียวกันทั้งระหว่างองค์กรและระหว่างชุมชน • ต้องหาประสบการณ์ มีความรู้ความเข้าใจกระบวนการพัฒนาชุมชน จำแนกบทบาทหน้าที่รับผิดชอบให้ชัดเจน • ต้องมีความตั้งใจ พยายาม ต้องใช้เวลาและต้องต่อเนื่อง • มีการแบ่งปันผลประโยชน์ที่เหมาะสม
ข้อเสนอแนะต่อภาครัฐ	<ul style="list-style-type: none"> • ควรมีเกณฑ์หรือมาตรฐานกำหนดลักษณะธุรกิจที่มีแนวคิดเชิงสังคมให้ชัดเจน • ควรมีการศึกษาข้อดีข้อเสียของทั้งแนวคิดธุรกิจและชุมชน หรือประเมินความเหมาะสมของธุรกิจ ทั้งจากด้านลูกค้าและด้านชุมชน
ต่อสาธารณะ	<ul style="list-style-type: none"> • การพัฒนาท่องเที่ยวชุมชนควรให้ชุมชนมีบทบาทในการจัดการและเป็นเจ้าของ หลักการโดยชุมชนเพื่อชุมชน

ภาพที่ 5. 14 สรุปข้อคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ

บทที่ 6

สรุปและอภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องความแตกต่างระหว่างการพัฒนาที่פקประเภทโฮสเทลที่มีแนวคิดเชิงธุรกิจกับที่มีแนวคิดธุรกิจเกื้อกูลในเขตเมืองเก่ากรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา โครงการ เฮีย โฮสเทล และวันซ์ อะเกน โฮสเทล ผู้วิจัยได้ศึกษาความแตกต่างของแนวคิด กระบวนการพัฒนาและผลดำเนินงานของกรศึกษา โดยสรุปผลการศึกษา ดังนี้

6.1 สรุปผลการศึกษา

จากผลการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่า การพัฒนาที่פקประเภทโฮสเทลที่มีแนวคิดเชิงธุรกิจและที่มีแนวคิดธุรกิจเกื้อกูล มีกระบวนการพัฒนาและผลการดำเนินงานที่แตกต่างกันจากแนวคิดที่แตกต่างกัน โดยโครงการกรณีศึกษาที่ 1 ที่มีแนวคิดเชิงธุรกิจ มีแนวคิดและเป้าหมายการพัฒนาเพื่อผลธุรกิจ มีกระบวนการพัฒนาในเชิงธุรกิจเพียงด้านเดียว มีผลความสำเร็จในเชิงธุรกิจ โดยเกิดผลประโยชน์ทางธุรกิจแก่ด้านผู้พัฒนาเพียงฝ่ายเดียว ขณะที่โครงการกรณีศึกษาที่ 2 ที่มีแนวคิดธุรกิจเกื้อกูล มีแนวคิดและเป้าหมายทั้งเชิงในธุรกิจและการเกื้อกูลชุมชน มีกระบวนการพัฒนาทั้งในด้านธุรกิจและกระบวนการด้านชุมชน มีผลความสำเร็จในเชิงธุรกิจ ที่เกิดผลประโยชน์กับทั้งผู้พัฒนา ลูกค้าและชุมชน โดยมีประเด็นความแตกต่างกันในด้านดังต่อไปนี้

1. ความแตกต่างด้านผู้พัฒนา

- กรณีศึกษาที่ 1 ผู้พัฒนาเป็นคนนอกพื้นที่ มีทัศนคติเชิงธุรกิจ มุ่งองค์ความรู้ด้านกายภาพและธุรกิจทั่วไป โดยมีผู้ร่วมพัฒนาที่ขาดความเชี่ยวชาญ
- กรณีศึกษาที่ 2 ผู้พัฒนาเป็นเจ้าของอาคาร มีทัศนคติเชิงธุรกิจและสังคม มุ่งองค์ความรู้ด้านธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ พื้นที่และชุมชน มีแนวคิดดึงผู้ชำนาญด้านต่างๆมาร่วมพัฒนา

2. ความแตกต่างด้านแนวคิด

- กรณีศึกษาที่ 1 แนวคิดพัฒนาในเชิงธุรกิจทั่วไป คือ การพัฒนาด้านกายภาพและบริการเพื่อเป้าหมายผลตอบแทนทางการเงิน
- กรณีศึกษาที่ 1 แนวคิดพัฒนาในเชิงธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่มีแนวคิดด้านการเกื้อกูลชุมชนด้วย เพื่อเป้าหมายผลตอบแทนทางการเงินและการฟื้นฟูชุมชน

3. ความแตกต่างด้านกระบวนการ

3.1 การศึกษาข้อมูลวางแผนงาน

- กรณีศึกษาที่ 1 มีการศึกษาข้อมูล และการวางแผนงานน้อย

- กรณีศึกษาที่ 1 มีการศึกษาข้อมูล วิเคราะห์ความเป็นไปได้และวางแผนงานอย่างรอบด้านที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และด้านชุมชน

3.2 การคัดเลือกที่ตั้ง

- กรณีศึกษาที่ 1 คัดเลือกที่ตั้งใกล้ถนนข้าวสารและตั้งอยู่ในสภาพแวดล้อมชุมชน
- กรณีศึกษาที่ 2 คัดเลือกที่ตั้งใกล้แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อยู่ในแหล่งชุมชนเก่าแก่ ชุมชนย่านการค้าแหล่งอุปโภคบริโภค ที่มีการเดินทางสะดวก

3.3 การคัดเลือกอาคาร

- กรณีศึกษาที่ 1 คัดเลือกอาคารตึกแถวเก่าที่มีเอกลักษณ์ แต่โครงสร้างทรุดโทรมพื้นที่ขนาดเล็ก
- กรณีศึกษาที่ 2 คัดเลือกอาคารตึกเดี่ยวที่มีรูปลักษณะภายนอกและพื้นที่ภายในง่ายต่อสร้างออกแบบ โครงสร้างแข็งแรง พื้นที่กว้างขวางเพียงพอต่อการใช้งาน

3.4 การกำหนดแนวคิดโครงการ

- กรณีศึกษาที่ 1 ใช้แนวคิดนำเสนอความเป็นไทยผ่านการออกแบบทางกายภาพ
- กรณีศึกษาที่ 2 ใช้แนวคิดการแบ่งปันชุมชนภายนอก-ภายใน นำเสนอความเป็นไทยและชุมชน นำมาใช้เป็นจุดขายทั้งด้านกายภาพและการตลาด

3.5 การออกแบบ

- กรณีศึกษาที่ 1 ออกแบบภายนอกคงเอกลักษณ์อาคารไว้ ออกแบบภายในด้วยแนวคิด **Rough-Luxed Style**
- กรณีศึกษาที่ 2 ออกแบบภายนอกสร้างเอกลักษณ์สื่อถึงชุมชน ออกแบบภายในด้วยแนวคิด **Calm & Peaceful** ที่คำนึงถึงบรรยากาศแวดล้อมวัดและชุมชน

3.6 การจัดพื้นที่ใช้สอยและห้องพัก

- กรณีศึกษาที่ 1 จัดพื้นที่ใช้สอยหลักๆตามขนาดพื้นที่จำกัด จัดห้องพักโดยคำนึงถึงผลด้านการเงินเป็นหลัก
- กรณีศึกษาที่ 2 จัดพื้นที่ใช้สอยและห้องพัก โดยคำนึงถึงผลด้านการเงิน การใช้งานลูกค้า แนวคิดโครงการด้านการสร้างชุมชนและพื้นที่ไม่ให้รบกวนชุมชน

3.7 การก่อสร้าง

- กรณีศึกษาที่ 1 มีการมีสถาปนิกและผู้รับเหมาทั่วไป ไม่เชี่ยวชาญการอนุรักษ์อาคาร ใช้เวลาก่อสร้าง 1 ปี 4 เดือนล่าช้ากว่ากำหนดมาก ก่อสร้างเกินงบประมาณ มีปัญหาอุปสรรคในการก่อสร้างมาก

- กรณีศึกษาที่ 2 ผู้พัฒนาเป็นผู้ออกแบบก่อสร้างควบคุมงาน มีผู้รับเหมาทั่วไปและช่างก่อสร้างคนในชุมชน ใช้เวลาก่อสร้าง 6 เดือนล่าช้ากว่ากำหนดเล็กน้อย ค่าก่อสร้างตามที่ตั้งไว้ มีปัญหาอุปสรรคในการก่อสร้างเล็กน้อย

3.8 การจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวก

- กรณีศึกษาที่ 1 จัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกโฮสแบบทั่วไป
- กรณีศึกษาที่ 2 มีการใช้ศักยภาพชุมชนช่วยอำนวยความสะดวกและบริการ

3.9 การจัดสรรบุคลากร

- กรณีศึกษาที่ 1 มีพนักงานต้อนรับเป็นนักศึกษา แม่บ้านและช่างซ่อมบำรุงเป็นแรงงานต่างด้าว
- กรณีศึกษาที่ 2 มีพนักงานต้อนรับเป็นนักศึกษา แม่บ้าน ช่างซ่อมบำรุง ผู้ให้บริการเป็นคนในชุมชน

3.10 ช่องทางการตลาดและการส่งเสริมการขาย

- กรณีศึกษาที่ 1 มีช่องทางการตลาดออนไลน์ การแนะนำปากต่อปากและสื่อมวลชนทั่วไป มีการส่งเสริมการขายโดยการจัดส่วนลดและกิจกรรมภายในเป็นครั้งคราว
- กรณีศึกษาที่ 2 มีช่องทางการตลาดทางธุรกิจและด้านชุมชนทางออนไลน์ การแนะนำปากต่อปากและมีสื่อมวลชนให้ความสนใจเป็นพิเศษ มีการส่งเสริมการขายโดยการจัดส่วนลด จัดกิจกรรมภายใน กิจกรรมกับชุมชนและกิจกรรมท่องเที่ยว

3.11 กระบวนการเกื้อกูลชุมชน

- กรณีศึกษาที่ 1 ไม่มีกระบวนการด้านชุมชน
- กรณีศึกษาที่ 2 มีกระบวนการเข้าร่วมของชุมชนด้าน ร่วมให้ข้อมูล ให้คำปรึกษา จัดหาบุคลากร ดำเนินการก่อสร้างและจัดหาทรัพยากรก่อสร้าง เตรียมความพร้อมดำเนินงานด้านการบริการและการซ่อมบำรุง ร่วมกิจกรรม

4. ผลการดำเนินงาน

4.1 ผลด้านลักษณะกลุ่มลูกค้า

- กรณีศึกษาที่ 1 มีกลุ่มลูกค้าเป็นนักท่องเที่ยวแบคแพ็กเกอร์ทั่วไป ชาวยุโรป (เนเธอร์แลนด์) วัยรุ่น ท่องเที่ยวย่านบันเทิง ชอบความบันเทิงและการเข้าสังคม ลูกค้าที่ได้ ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่วางไว้
- กรณีศึกษาที่ 1 มีกลุ่มลูกค้าเป็นนักท่องเที่ยวแบคแพ็กเกอร์เชิงอนุรักษ์ ชาวยุโรป (เยอรมัน) วัยทำงาน ท่องเที่ยวย่านวัฒนธรรม ชอบการเข้าสังคมแต่รักความสงบ ลูกค้าที่ได้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายหลักที่วางไว้ แต่ยังไม่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายรอง คือ นักเดินทางเชิงอนุรักษ์

4.2 ผลสำเร็จด้านความพึงพอใจของลูกค้า

- กรณีศึกษาที่ 1 ได้รับความพึงพอใจจากลูกค้าโครงการอย่างดีเยี่ยม โดยมีปัจจัยที่ลูกค้าพึงพอใจด้าน 5 อันดับแรก คือ พนักงานบริการ ทำเลที่ตั้ง ความสะอาด ความสะดวกสบายห้องพัก และกายภาพอาคาร แต่มีด้านที่ลูกค้าไม่พึงพอใจหลายด้าน
- กรณีศึกษาที่ 2 ได้รับความพึงพอใจจากลูกค้าโครงการอย่างดีเยี่ยม โดยมีปัจจัยที่ลูกค้าพึงพอใจด้าน 5 อันดับแรก คือ พนักงานบริการ ความสะดวกสบายห้องพัก ทำเลที่ตั้ง กายภาพอาคาร และสิ่งอำนวยความสะดวก โดยลูกค้ามีความพึงพอใจเกินความคาดหมาย มีด้านที่ไม่พึงพอใจเพียงเล็กน้อย

4.3 ผลสำเร็จทางการเงิน

- กรณีศึกษาที่ 1 มีรายได้จากหลายแหล่ง มีผลกำไรปีละ 3.6 ล้านบาท ราคาเฉลี่ย 437 บาท/เตียง การคืนทุนที่ 1.8 เดือน มีอัตราการเข้าพักที่ 85% ต้นทุนพัฒนา 117,647 บาท/เตียง ระยะเวลาพัฒนา 11 วัน/เตียง ถือว่าประสบผลสำเร็จทางการเงินเมื่อเทียบกับเกณฑ์ของตลาด แต่มีต้นทุนการพัฒนาสูง
- กรณีศึกษาที่ 2 มีการกระจายรายได้สู่ชุมชน มีผลกำไรปีละ 3.3 ล้านบาท ราคาเฉลี่ย บาท/เตียง มีระยะการคืนทุนที่ 3 ปี 6 เดือน มีอัตราการเข้าพักที่ 70% มีต้นทุนพัฒนาต่อเตียงที่ 115,00 บาท ระยะเวลาพัฒนาต่อเตียง 5 วัน ถือว่าประสบผลสำเร็จทางการเงินเมื่อเทียบกับเกณฑ์ของตลาด และมีต้นทุนการพัฒนาต่ำ

4.4 ผลดำเนินงานด้านการเกื้อกูลชุมชน (ผลประโยชน์ร่วมกัน)

- กรณีศึกษาที่ 1 ไม่มีการเกื้อกูลชุมชน
- กรณีศึกษาที่ 2 การมีเกื้อกูลชุมชนในแง่อุปทาน ก่อให้เกิดผลประโยชน์ร่วมกันระหว่างผู้พัฒนา ลูกค้าและชุมชน ก่อให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ เพิ่มความรู้ และส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรมชุมชน โดยมีความสำเร็จของการดำเนินงาน บางส่วน ชุมชนมีความพึงพอใจบางส่วน

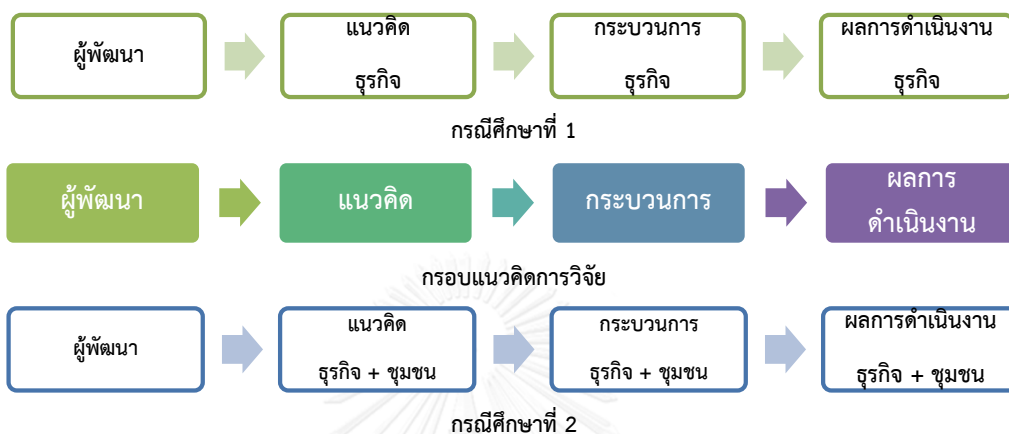
6.2 สรุปบทเรียนจากการศึกษา

จากผลการศึกษาความแตกต่างของการพัฒนาในด้านแนวคิด กระบวนการ ผลการดำเนินงาน มีข้อค้นพบจากบทเรียน เป็นประเด็นดังนี้

1. บทเรียนจากแนวคิดการพัฒนา

จากผลสรุปความแตกต่าง พบว่า การพัฒนาทั้งสองโครงการมีความแตกต่างกันเนื่องจากแนวคิดการพัฒนาโครงการที่แตกต่างกัน ซึ่งแนวคิดการพัฒนาส่งผลต่อกระบวนการพัฒนา แนวคิดและ

กระบวนการส่งผลต่อผลการดำเนินงาน และผลการดำเนินงานสะท้อนแนวคิด ดังเช่น กรณีศึกษาที่ 1 มีแนวคิดเชิงธุรกิจ กระบวนการมุ่งพัฒนาเพื่อธุรกิจ ผลความสำเร็จที่ได้ก็ตอบโจทย์ธุรกิจ (โดยไม่มีผลด้านชุมชน) ขณะที่กรณีศึกษาที่ 2 มีแนวคิดเกื้อกูลและคำนึงถึงชุมชนรอบข้าง กระบวนการพัฒนาก็มีด้านการเกื้อกูลชุมชนและการเข้าร่วมของชุมชน ผลที่ได้ก็มีทั้งผลทางธุรกิจและผลด้านชุมชน สอดคล้องกับกรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 6.1 สรุปทเรียนแนวคิดการพัฒนา

ดังนั้นจึงสรุปทเรียนจากการศึกษาว่า แนวคิดการพัฒนาที่มีความสำคัญมากต่อการพัฒนาโครงการ จึงควรมีการกำหนดแนวคิดและเป้าหมายก่อนการพัฒนาโครงการ โดยต้องพิจารณาให้รอบถึงผลของการพัฒนาตามแนวคิดนั้นๆ ทั้งผลที่จะเกิด ผลที่จะได้รับและผลกระทบ

2. บทเรียนจากกระบวนการพัฒนา

กระบวนการพัฒนาทั้งสองโครงการมีความแตกต่างกันอย่างชัดเจนในขั้นตอนการวางแผนงานก่อนการก่อสร้างหรือเปิดตัวโครงการ โดยเมื่อเปรียบเทียบกับทฤษฎีกระบวนการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์⁴¹ พบว่า กระบวนการพัฒนากรณีศึกษาที่ 1 นอกจากมีวางแผนน้อยแล้ว ยังไม่เป็นไปตามขั้นตอนทฤษฎีด้วย จึงมีปัญหาและอุปสรรคเกิดขึ้นมากกว่า มีต้นทุนการพัฒนาสูงกว่า ใช้เวลาในการก่อสร้างนานกว่า กรณีศึกษาที่ 2 ซึ่งมีการศึกษาข้อมูล วิเคราะห์ความเป็นไปได้และวางแผนงานอย่างรอบคอบ และยังเป็นไปตามทฤษฎีเกือบทุกขั้นตอน จึงมีปัญหาและอุปสรรคน้อยกว่า มีต้นทุนการพัฒนาต่ำกว่า ใช้เวลาในการก่อสร้างน้อยกว่า

⁴¹ หน้า 30

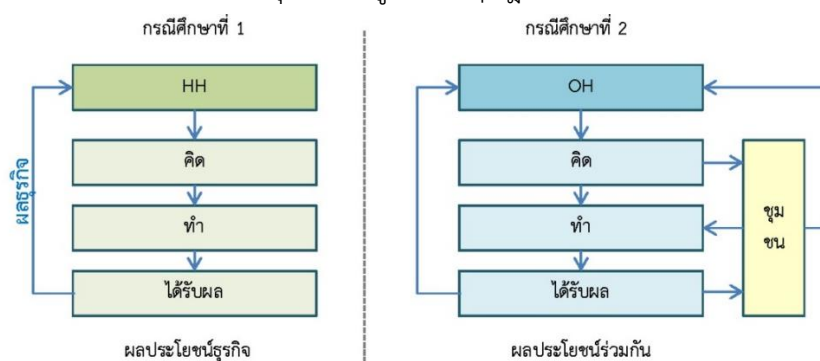
กรณีศึกษาที่ 1		กรณีศึกษาที่ 2		ทฤษฎี กระบวนการ อสังหาริมทรัพย์
กระบวนการพัฒนา	ทฤษฎี	กระบวนการพัฒนา	ทฤษฎี	
ก่อนการก่อสร้าง ส.ค.56 1. ศึกษาข้อมูลเบื้องต้น กำหนดรายละเอียดโครงการ ด้านกายภาพ รูปแบบโครงการ แนวคิดออกแบบ ด้านการตลาด แนวคิดโครงการ กลุ่มเป้าหมาย หน่วยงาน ราคา	แนวคิดเบื้องต้น แนวคิด กลับกรอง	ก.ย.57 ศึกษาข้อมูลเบื้องต้น ด้านการตลาด ศึกษาข้อมูลรายละเอียด ด้านกายภาพ ทำเลที่ตั้งและอาคาร แนวคิดออกแบบ วางผังอาคาร ด้านการตลาด แนวคิดโครงการและการตลาด ด้านสังคม-ชุมชน ลงพื้นที่ศึกษาชุมชน	แนวคิดเบื้องต้น กลับกรอง ความเป็นไปได้ แนวคิด กลับกรอง	1 ขั้นแนวคิดเบื้องต้น
ระหว่างการก่อสร้าง ส.ค.56 2. เริ่มการก่อสร้าง ด้านการเงิน ทำผู้ร่วมทุน 3 ทุน เงินลงทุน 3 ล้านบาท ด้านกายภาพ ตรวจสอบอาคาร รื้อถอนโครงสร้าง เริ่มออกแบบ-เขียนแบบ เกิดการประท้วงปิดถนน หยุดงานก่อสร้าง 6 เดือน ผู้รับเหมาทำงาน ทำผู้รับเหมารายใหม่และเริ่มก่อสร้าง ด้านการเงิน จำกัดเงินลงทุนเพิ่ม 2 ล้านบาท แบบก่อสร้างแล้วเสร็จ ก่อสร้างตามแบบ/ปรับเปลี่ยนแบบ การก่อสร้างแล้วเสร็จ	ก่อสร้าง เจรจา สัญญา กลับกรอง วิเคราะห์ความเป็นไปได้ ศึกษากอง ก่อสร้าง เจรจา สัญญา ก่อสร้าง	วิเคราะห์ความเป็นไปได้และวางแผนงาน วิเคราะห์และวางแผนการตลาด วางแผนบริหารงาน (ด้านชุมชน) ออกแบบ เขียนแบบก่อสร้าง คำนวณทางการเงิน	วิเคราะห์ความเป็นไปได้ วิเคราะห์ความเป็นไปได้ ศึกษากอง วิเคราะห์ความเป็นไปได้ ศึกษากอง	2 ขั้นแนวคิด กลับกรอง
หลังการก่อสร้าง ก.พ.58 3. เตรียมเปิดโครงการ ด้านการตลาด การจัดจำหน่าย ประชาสัมพันธ์ ด้านการบริหาร จัดบุคลากร ด้านการเงิน เพิ่มเงินบริหาร 1 ล้านบาท	เตรียมเปิดโครงการ เตรียมเปิดโครงการ เตรียมเปิดโครงการ	วางแผนเตรียมงานก่อสร้าง ทำผู้ร่วมลงทุน 3 ทุน เงินลงทุน 10 ล้านบาท ทำผู้รับเหมา คัดเลือกจากการประมูลราคา วางแผนก่อสร้าง 4 เดือน งบก่อสร้าง 8.5 ล้านบาท	เจรจา ทำสัญญา ก่อสร้าง	3 ขั้นศึกษา ความเป็นไปได้
ก่อนการก่อสร้าง ก.พ.58 4. เปิดตัวโครงการ ดำเนินงานโครงการ สิ่งปัจจุบัน ด้านการตลาด ด้านการเงิน ด้านการบริหาร	เปิดโครงการ ดำเนินงานโครงการ	ดำเนินการก่อสร้าง 6 เดือน ค่าก่อสร้างรวมตกแต่ง 10 ล้านบาท	ก่อสร้าง	4 ขั้นเจรจา สัญญา
ระหว่างการก่อสร้าง ส.ค.58 เตรียมเปิดโครงการ ด้านการตลาด การจัดจำหน่าย ประชาสัมพันธ์ ด้านการบริหาร จัดบุคลากรและชุมชน ด้านการเงิน เพิ่มเงินบริหาร 1.5 ล้านบาท	เตรียมเปิดโครงการ เตรียมเปิดโครงการ เตรียมเปิดโครงการ	ส.ค.58 เปิดตัวโครงการ ดำเนินงานโครงการ สิ่งปัจจุบัน ด้านการตลาด ด้านการเงิน ด้านการบริหาร	เปิดโครงการ เปิดโครงการ เปิดโครงการ	5 ขั้นทำ สัญญา
หลังการก่อสร้าง พ.ค.60 ดำเนินงานโครงการ สิ่งปัจจุบัน ด้านการตลาด ด้านการเงิน ด้านการบริหาร	เปิดโครงการ ดำเนินงานโครงการ	พ.ค.60 เปิดตัวโครงการ ดำเนินงานโครงการ สิ่งปัจจุบัน ด้านการตลาด ด้านการเงิน ด้านการบริหาร	เปิดโครงการ เปิดโครงการ เปิดโครงการ	6 ขั้นการ ก่อสร้าง
✓ ข้อดี ✗ ปัญหาอุปสรรค				7 ขั้นการ เปิดตัว โครงการ
				8 ดำเนินการ โครงการ

ภาพที่ 6 2 สรุปบทเรียนจากการพัฒนา

ดังนั้นจึงสรุปบทเรียนจากการศึกษาว่า การศึกษาข้อมูล วิเคราะห์และวางแผนงานมีความสำคัญมากต่อกระบวนการพัฒนา โดยเฉพาะโครงการที่มีแนวคิดเชิงรุกจำเป็นต้องมีการวางแผนเพื่อดำเนินงานให้สำเร็จทั้งทางธุรกิจและด้านชุมชน และแม้โครงการที่มีแนวคิดเชิงธุรกิจจะพัฒนาให้ประสบผลสำเร็จได้โดยวางแผนน้อย แต่ประสบปัญหาและอุปสรรคอย่างมากจากการไม่วางแผนงาน

3. บทเรียนจากผลการดำเนินงาน

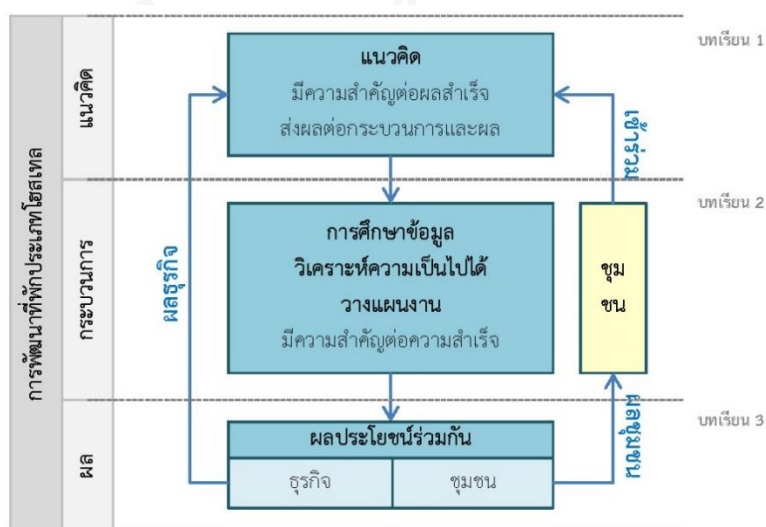
จากผลการศึกษาที่มีข้อค้นพบว่า ทั้งโครงการที่มีแนวคิดเชิงธุรกิจและที่มีแนวคิดธุรกิจเกื้อกูล มีผลความสำเร็จในเชิงธุรกิจเหมือนกัน โดยโครงการเชิงธุรกิจกรณีศึกษาที่ 1 มีผลประโยชน์เกิดขึ้นกับผู้พัฒนาฝ่ายเดียว โดยผู้พัฒนาเป็นผู้ดำเนินการโครงการแต่เพียงฝ่ายเดียวเช่นกัน ขณะโครงการธุรกิจเกื้อกูล กรณีศึกษาที่ 2 มีผลประโยชน์เกิดแก่ทั้งผู้พัฒนาและชุมชน ผู้พัฒนาได้รับประโยชน์จากการเข้าร่วมงานของชุมชนทั้งด้านทรัพยากรและด้านการตลาด ชุมชนได้รับประโยชน์จากการมีงานมีรายได้ ความรู้เพิ่มเติมและชื่อเสียงชุมชน ก่อให้เกิดลักษณะการดำเนินงานร่วมกันเพื่อผลประโยชน์ร่วมกัน อันเป็นเป้าหมายของแนวคิดธุรกิจเกื้อกูลตามทฤษฎี



ภาพที่ 6.3 สรุปบทเรียนจากกระบวนการพัฒนา

ดังนั้นจึงสรุปบทเรียนจากผลการดำเนินงานว่า การพัฒนาโครงการในแนวคิดธุรกิจเกื้อกูลเกิดผลประโยชน์ที่เป็นข้อได้เปรียบมากกว่าการพัฒนาในเชิงธุรกิจเพียงอย่างเดียว

4. สรุปบทเรียนจากศึกษาการพัฒนา

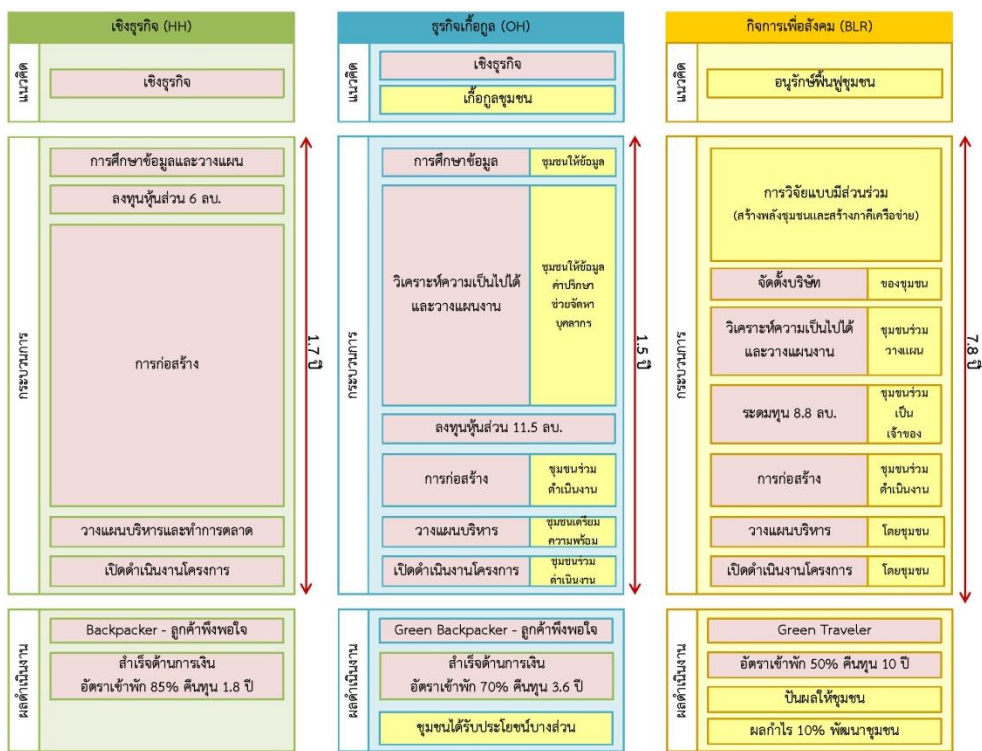


ภาพที่ 6.4 สรุปเรียนการพัฒนา

สรุป รูปแบบการพัฒนาที่เหมาะสมที่ได้จากบทเรียนคือ รูปแบบตามแนวคิดธุรกิจเกื้อกูล

6.3 อภิปรายผลการศึกษา

จากผลสรุปความแตกต่างของการพัฒนา คือ การพัฒนาที่פקประเภทโฮสเทลที่มีแนวคิดเชิงธุรกิจและที่มีแนวคิดธุรกิจเกื้อกูล มีความแตกต่างกันทั้งแนวคิด กระบวนการและผลการดำเนินงาน โดยสรุปบทเรียนที่ได้ คือ รูปแบบแนวคิดธุรกิจเกื้อกูลมีความเหมาะสมในการพัฒนา อภิปรายผลโดยการเปรียบเทียบการพัฒนาที่פקนักท่องเที่ยวทั้ง 3 รูปแบบ คือ 1)แนวคิดเชิงธุรกิจ กรณีศึกษาเฮียโฮสเทล 2)แนวคิดธุรกิจเกื้อกูล กรณีศึกษา วันซ์ อะเกน โฮสเทล 3)แนวคิดกิจการเพื่อสังคม กรณีศึกษา บ้านพักประวัติศาสตร์หลวงราชไมตรี คือ



ภาพที่ 6 5 สรุปอภิปรายผล

ข้อดี	ข้อดี	ข้อดี
1. มีผลสำเร็จทางการเงินมากที่สุด ผู้พัฒนาได้รับประโยชน์ทางธุรกิจฝ่ายเดียว	1. มีผลสำเร็จทางการเงินค่อนข้างดี ผู้พัฒนาได้รับประโยชน์ทางธุรกิจ จากการเข้าร่วมของชุมชน 2.ชุมชนได้รับประโยชน์จากการเข้าร่วมดำเนินงานโครงการ	2. เป็นการมีส่วนร่วมของชุมชนมากที่สุด ทั้งการสร้างพลังชุมชน การเป็นเจ้าของกิจการ การร่วมวางแผน ร่วมดำเนินงาน ร่วมรับประโยชน์และร่วมบำรุงรักษา
ข้อด้อย	ข้อด้อย	ข้อด้อย
1. ผู้พัฒนาเป็นผู้ดำเนินงานฝ่ายเดียว 2. มีปัญหาอุปสรรคในการพัฒนามาก 3. ชุมชนไม่มีส่วนร่วมและไม่ได้รับประโยชน์จากการพัฒนา	1. ใช้เวลาในการศึกษาข้อมูลและวางแผนนาน 2. มีปัญหาอุปสรรคด้านความพร้อมและกลุ่มลูกค้าไม่ยังไม่ตรงกับที่คาดการณ์	1..ใช้เวลาพัฒนาโครงการนานที่สุด 2. มีความสำเร็จทางการเงินน้อยที่สุด

ตารางที่ 40 สรุปอภิปรายผล

จากผลการเปรียบเทียบการพัฒนาทั้ง 3 รูปแบบ พบว่า แนวคิดการพัฒนาที่แตกต่างกันในเชิงธุรกิจและเชิงสังคม ทำให้มีกระบวนการที่แตกต่างกันออกไป โดยมีข้อดี ข้อด้อยในแต่ละด้านที่แตกต่างกัน โดยสรุปได้ว่าการพัฒนาที่มีแนวคิดเชิงธุรกิจที่มีเป้าหมายเชิงธุรกิจ กระบวนการก็จะมุ่งในเชิงธุรกิจ และมีโอกาสได้รับผลสำเร็จเชิงธุรกิจสูง โดยผู้พัฒนาได้รับประโยชน์ในเชิงธุรกิจแต่เพียงผู้เดียว และต้องดำเนินงานทั้งหมด ซึ่งมีโอกาสเกิดความเสี่ยงในการดำเนินงานสูง และอาจมีปัญหาอุปสรรคมาหากไม่มีการวางแผนที่ดี

ขณะที่ การพัฒนาที่มีแนวคิดธุรกิจเกื้อกูลที่มีเป้าหมายให้เกิดผลประโยชน์ร่วมกันในเชิงธุรกิจและชุมชน ในกระบวนการพัฒนาจึงต้องมีการวางแผนเพื่อผลสำเร็จทั้งในเชิงธุรกิจและการเข้าร่วมของชุมชน ซึ่งการวางแผนส่งผลให้เกิดปัญหาอุปสรรคน้อยในการดำเนินงาน ต้นทุนการพัฒนาและระยะเวลาต่ำ เนื่องจากการวางแผนงาน โดยผลการดำเนินงานมีความสำเร็จในเชิงธุรกิจ ผู้พัฒนาได้รับประโยชน์จากการเข้าร่วมของชุมชน และชุมชนก็ได้รับประโยชน์จากการเข้าร่วมดำเนินงาน โครงการ มีลักษณะการดำเนินงานแบบร่วมกันทำร่วมกันได้รับประโยชน์ (Win-Win Situation) ซึ่งเป็นผลประโยชน์ที่มากกว่าในเชิงธุรกิจเพียงอย่างเดียว

ส่วนการพัฒนาในแนวคิดกิจการเพื่อสังคม มีเป้าหมายด้านชุมชนและสังคมเป็นหลัก จึงต้องมีกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในทุกด้านมากที่สุด ทั้งกระบวนการสร้างพลังชุมชน ให้ชุมชนเข้าร่วมคิดร่วมวางแผน ร่วมเป็นหุ้นส่วนเจ้าของกิจการ ร่วมกันดำเนินงาน ร่วมกันบริหาร ร่วมบำรุงรักษา และร่วมกันรับผลประโยชน์ โดยผลประโยชน์ที่เกิดจากธุรกิจเป็นผลประโยชน์ของชุมชน ใช้ในการพัฒนาชุมชน ซึ่งต้องใช้เวลาในการพัฒนายาวนานมากที่สุดและมีผลความสำเร็จน้อย แต่เป็นผลประโยชน์ชุมชนที่ยั่งยืนที่สุด

ผลการศึกษาและการอภิปรายผลดังที่กล่าวมานี้ เป็นข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาเพื่อผู้ประกอบการสามารถนำไปพิจารณาเลือกใช้ในการพัฒนาโครงการตามแต่ละรูปแบบของ แนวคิดกระบวนการ และผลการดำเนินงาน หรือนำไปปรับใช้เพื่อการพัฒนาที่เหมาะสมต่อไปในอนาคต

รายการอ้างอิง

- Arnstein, Sherry R. "A Ladder of Citizen Participation." *Journal of the American Institute of Planners* 35, no. 4 (1969/07/01 1969): 216-24.
- Christina Tewes-Gradl, Mariska van Gaalen and Christian Pirzer. *Destination Mutual Benefit : A Guide to Inclusive Business in Tourism*. EVADA UG, 2014.
- ICOMOS. "กฎบัตรประเทศไทย ว่าด้วยการบริหารจัดการแหล่งมรดกวัฒนธรรม." 2550.
- International Association of Public Participation. "Public Participation Spectrum." IAP2 International Federation 2014, 2014.
- Mike E.Mile, Gary L.Berens, Mark J.Eppli and Marc A.Weiss, . *Real Estate Development Principle and Process*. edited by 3 Washington D.C.U.S.A Urban Land Institute, 2007.
- Particia Marquez, Ezequiel Reficco, Gabriel Berger & SEKN, . *Socially Inclusive Business*. Harvard University, 2010.
- Philip Kotler, อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภร เสรีรัตน์, องอาจ ปทะวานิช และปริญญา ลักษิตานนท์,. *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ซีระฟิล์มและโซเท็กซ์ จำกัด, 2546.
- Robert S. Caplan & David P. Norton. "*Balanced Scorecard - Measure the Drive Performance*". 1990.
- Thai Social Enterprise Office. "Social Enterprise Business Model Book Se 101 Introduction to Social Enterprise." (2554).
- World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015." (2015).
- กมล รัตนวิระกุล. *Why Hotels Fail?* กรุงเทพฯ: บริษัท แอดวานซ์ โฮสพิทาลิตี้ คอนซัลแตนท์ จำกัด, 2551.
- ดัดแปลงจาก ฉลองศรี พิมลสมพงษ์. *การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว*. กรุงเทพมหานคร 2551.
- ปรีชา แดงโรจน์. *การบริหารและปฏิบัติงานโรงแรม ศตวรรษที่ 21*. กรุงเทพฯ: บริษัท เอส อาร์.พี นติ้ง แมสโปรดักส์ จำกัด, 2549.

ภาควิชาการตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. "การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย และการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์" , 2554.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, อ้างถึงใน ร.ศ.ไตรรัตน์ จารุทัศน์. "เอกสารคำสอน รายวิชา กระบวนการพัฒนาที่อยู่อาศัยและอสังหาริมทรัพย์อย่างยั่งยืน". ภาควิชาเคหการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2559.

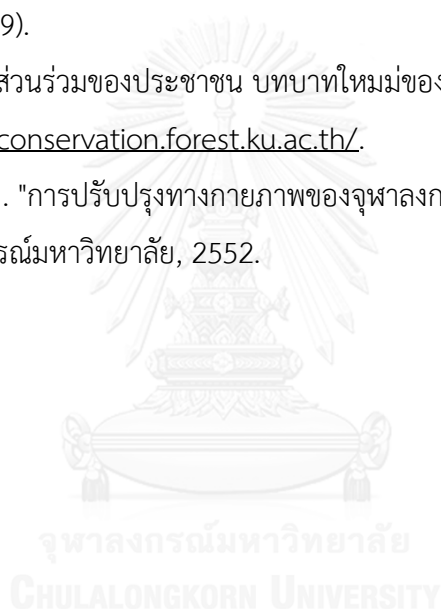
ยงธนีสร์ พิมลเสถียร. การปรับปรุงฟื้นฟูและการอนุรักษ์เมือง. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ธรรมศาสตร์, 2556.

วรพันธ์ คล้ามไพบูลย์ และ จิตติพันธ์ ศรีกสิกรณ. *The Hostel Bible*. กรุงเทพฯ: ชูเปอร์กรีน สตูดิโอ, 2558.

ศรีสกุลไชยรัก, ธป. (2559).

สุรีพร พงษ์พานิช. "การมีส่วนร่วมของประชาชน บทบาทใหม่ของประชาชนกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน." <http://conservation.forest.ku.ac.th/>.

อ้างถึงใน ปิยะพันธ์ มั่นคง. "การปรับปรุงทางกายภาพของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ตั้งแต่ พ.ศ.2524-2551." จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2552.





ภาคผนวก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ภาคผนวก ก.

แบบสัมภาษณ์และเอกสารประกอบการสัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์ผู้พัฒนา

เรื่อง การพัฒนาประเภทโฮสเทลในเขตเมืองเก่ากรุงเทพมหานคร

กรณีศึกษา

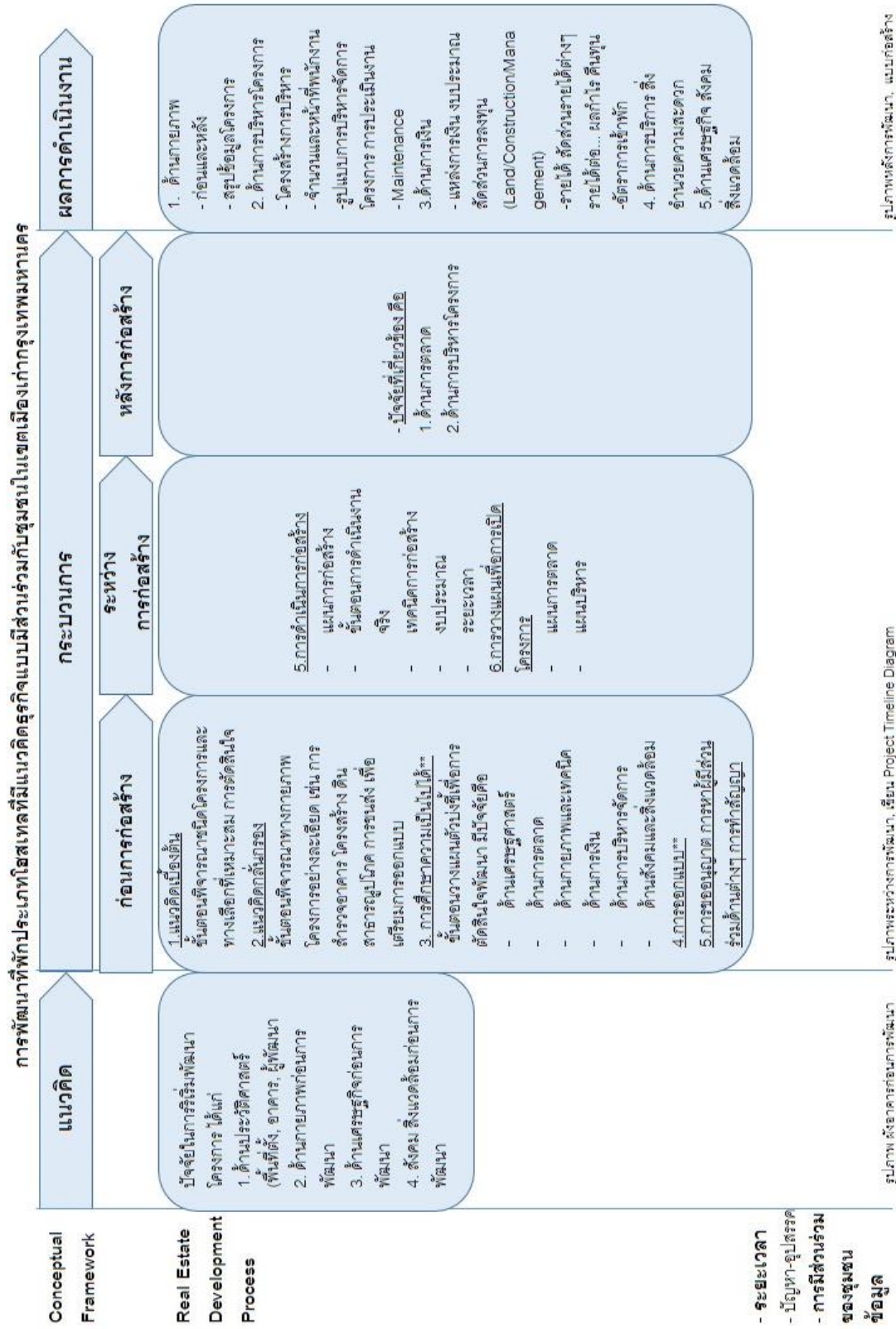
ผู้ให้ข้อมูลสัมภาษณ์ :

วันที่

ประเด็นคำถาม

1. จุดเริ่มต้น การตัดสินใจพัฒนา ?.....
2. แนวคิดโครงการ แนวคิดการออกแบบ จุดขายโครงการ เป้าหมายโครงการ ?.....
3. ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนา ?.....
4. ขั้นตอนกระบวนการในการพัฒนา ?.....
5. กลุ่มลูกค้าเป้าหมายและกลุ่มลูกค้าโครงการ ?.....
6. ช่องทางการตลาดและการส่งเสริมการขาย ?.....
7. การลงทุนและผลตอบแทน รายรับ ค่าใช้จ่าย ผลตอบแทนห้องพัก ?.....
8. การจัดการบริหารงาน ?.....
9. การมีส่วนร่วมชุมชน ?.....
10. ผลการดำเนินการตามเป้าหมาย ?.....
11. ปัญหาและอุปสรรคการพัฒนา ?.....

เอกสารประกอบการเก็บข้อมูล



แบบบันทึกการสัมภาษณ์ผู้เข้าพัก

วิทยานิพนธ์เรื่อง การพัฒนาที่พักประเภทโฮสเทลที่มีในเขตเมืองเก่ากรุงเทพมหานคร

กรณีศึกษา Her Hostel และ Once Again Hostel

โดย นางสาวนารัตน์ อัมพันธ์

สาขาวิชาการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ภาควิชาเคหการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คำชี้แจง : แบบบันทึกการสัมภาษณ์ผู้เข้าพัก เรื่อง พฤติกรรมการเข้าพักและความพึงพอใจของผู้เข้าพักในโครงการกรณีศึกษา Once Again Hostel โดยการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์

ชื่อ.....เพศ.....สัญชาติ.....
อายุ.....อาชีพ/รายได้.....การศึกษา.....

ส่วนที่ 2 : พฤติกรรมการเข้าพัก

1. ประวัติการเข้าพัก.....
2. วิธีการจอง.....เวลาเข้าพัก.....
3. รูปแบบ.....ราคาห้องพัก.....จำนวนวันเข้าพัก.....
4. พฤติกรรมผู้เข้าพัก-ท่องเที่ยว
 - 4.1 จุดประสงค์การเดินทาง.....
 - 4.2 การเดินทาง.....
 - 4.3 การใช้พื้นที่โรงแรม.....
 - 4.4 การท่องเที่ยว.....
 - 4.5 การใช้จ่าย.....

ส่วนที่ 3 : ความพึงพอใจในการเข้าพัก

1. ด้านกายภาพอาคาร.....
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก.....
3. ด้านสิ่งแวดล้อมอาคาร.....
4. ด้านการบริการ.....
5. ความคิดเห็นเพิ่มเติมอื่นๆ.....

บันทึกการสังเกต

.....
.....
.....
.....

แบบบันทึกการสังเกตการบริหารจัดการโครงการ

วิทยานิพนธ์เรื่อง การพัฒนาที่พักประเภทโฮสเทลที่มีแนวคิดแบบมีส่วนร่วมในเขตเมืองเก่า

กรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา Once Again Hostel

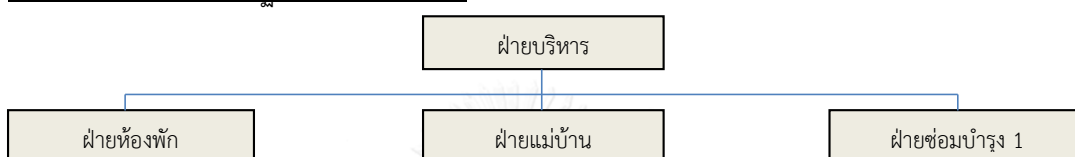
โดย นางสาวนารัตน์ อัมพัฒน์

สาขาวิชาการพัฒนอสังหาริมทรัพย์ ภาควิชาเคหการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คำชี้แจง : แบบบันทึกการสังเกตการบริหารจัดการและปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ในโครงการกรณีศึกษา Once Again Hostel

สถานที่สังเกตวันที่/เวลา.....

ส่วนที่ 1 : โครงสร้างการปฏิบัติงาน (จำนวน.....)

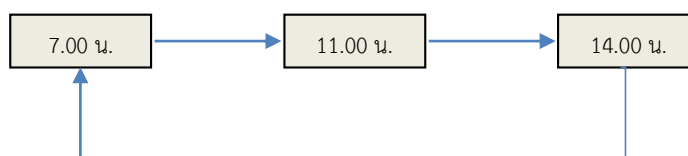


ส่วนที่ 2 : ข้อมูลเจ้าหน้าที่

ข้อมูลเจ้าหน้าที่	ตำแหน่ง	หน้าที่	เวลาปฏิบัติงาน	การปฏิบัติงาน
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				

ส่วนที่ 3 : สรุปการปฏิบัติงาน

.....



บันทึกการสังเกต

.....

ข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้พัฒนากรณีศึกษาที่ 1 Here Hostel

ผู้ให้ข้อมูลสัมภาษณ์ : คุณชลดา ทัพแสง หุ้นส่วน เจ้าของโครงการ / วันที่ 22 พ.ย. 59

1. จุดเริ่มต้น การตัดสินใจพัฒนา

เริ่มจากขับรถผ่านโดยเลี้ยวเส้นทางหลัก เห็นบ้านนี้ปิดปรับปรุงอยู่ ชอบในรูปแบบสถาปัตยกรรม จึงสอบถามได้ข้อมูลและติดต่อขอเข้าไป โดยให้หยุดการปรับปรุงไว้ ช่วงปี 56 โฮสเทลยังไม่เป็นที่รู้จัก ปรึกษากันว่าจะทำ Bike café แต่ติดปัญหาว่ามันอยู่ในซอย ยากในการทำตลาด โดยได้ปรึกษาพี่ที่ทำโฮสเทล One day แนะนำว่าที่นี่มีศักยภาพพัฒนาเป็นโฮสเทลจากปัจจัย รูปทรงอาคารที่มีเอกลักษณ์ความเป็นไทย และที่ตั้งอยู่ในระยะเดินไปถึงสถานที่ท่องเที่ยวได้ สภาพแวดล้อมมีความเป็นชุมชนแท้ๆ ใกล้วัด ใกล้โรงเรียน

2. แนวคิดโครงการ

จุดเริ่มต้นคือประทับใจในอาคารนี้ มันสวยสะดุดตา มีเรื่องราวที่เล่าผ่านอาคารและเราไม่ยากไปลบมัน อยากรักษาเอกลักษณ์ของตึกตามยุคสมัยไว้ เก็บภายนอกทุกอย่างไว้เหมือนเดิม แต่อาคารหลังนี้อายุเกือบร้อยแล้ว สถาปนิกเข้ามาดูแล้วพบว่าโครงสร้างเป็นไม้ มีปลวกกิน มันอยู่ไม่ได้แล้ว ไม่สามารถรองรับคนจำนวนมากได้ จึงต้องทำให้มันแข็งแรง ลงเสาโครงสร้างใหม่เป็นเสาเหล็ก ทำพื้นใหม่ เหมือนสร้างใหม่แต่เก็บข้างนอกไว้

แนวคิดออกแบบ คือ เราต้องการจะนำเสนอความเป็นตัวเรา ไม่เปลี่ยนตัวเรา เพื่อให้ลูกค้ามาเมืองไทย แวะมากรุงเทพฯ ได้ประสบการณ์แบบนี้ เหมือนเพื่อนมาหาที่บ้าน คือ Concept หลักๆ โดยเพิ่มจุดขายบางอย่าง เช่น Slider เพราะคนชอบ Social อยากให้มีอะไรที่เอาไปบอกต่อ เช่น ถ่ายรูปหรือเขียนเป็น Content

3. ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนา

มี Partner 4 หุ้น ทำธุรกิจร้านอาหาร แต่มาทำที่นี่ 3 คน คนหนึ่งจบสถาปัตย์ จุฬา อีกคนจบครุศาสตร์ จุฬา และอีกคนจบศิลปกรรมศาสตร์ ม.กรุงเทพฯ ส่วนสถาปนิกเป็นเพื่อนกัน ทำงาน Renovate อาคารเก่าเป็นหอศิลป์ปราสาทเนินของกระทรวงวัฒนธรรม

4. ขั้นตอนกระบวนการพัฒนา

เจอดึกปลายปี 56 เริ่มทำต้นปี 57 แต่ติดมือผู้รับเหมาหยุดงานครึ่งปี เริ่มทำต่อกลางปี 57 แล้วเปิดมีนา 58

การศึกษาข้อมูล ส่วนหนึ่งก็ดูตาม Internet และไปดูงานที่สิงคโปร์ ญี่ปุ่น ศึกษาว่าอะไรคือโฮสเทล เดิมเข้าใจว่าเป็นการมา Share ห้องกัน แต่ก็ได้เปลี่ยนทัศนคติว่าคนที่มาพักโฮสเทล เขาอยากได้ประสบการณ์พบปะกันระหว่างการเดินทางจึงเลือกมาพัก โดยราคาเป็นปัจจัยรองไม่ใช่หลัก เขาเป็นนักท่องเที่ยวที่มี Lifestyle ที่ดี เราก็กินตาม List ว่า Facility ที่จะต้องสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มนี้ที่มากกว่า Original Hostel วางพื้นที่หลักๆที่ต้องใช้ก่อน เช่น พื้นที่ห้องพักและ Feather ในเตียงและ Dormitory มีอะไรบ้าง แล้วโยนโจทย์เข้าไปให้สถาปนิก

วิเคราะห์ทำเลที่ตั้ง ข้อดีคือ โฮสเทลไม่จำเป็นต้องมีที่จอดรถและอยู่ติดริมถนน หรืออยู่ใจกลางเมืองที่พลุกพล่าน ลูกค้าจะมาพักที่นี่เพราะมันใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวที่เค้าจะไป ก็คือ ถนนข้าวสาร พระบรมมหาราชวัง วัดโพธิ์ เค้าจะหาที่พักใกล้ๆที่เขาอยากจะไป เลยทำให้ถึงแม้เราอยู่หลังถนนใหญ่ แต่ดูจาก Google map มันก็ไม่ได้ไกลจากที่เขาจะไป ก็จะเลือกมาพักเพราะเค้าก็ไม่ได้ขับรถมา

วิเคราะห์ความเป็นไปได้ มี Finance Bank เสาสูตรสำหรับคนที่จะขอยุทธทำโรงแรมโดยใช้ Cost ต่างๆที่โรงแรมจะต้องมีในแต่ละเดือนซึ่งเยอะมาก คิดออกมาคืนทุน 10 ปี ก็เลยไม่ได้ใช้นำมาใช้เพราะลงทุนไปแล้ว แต่ประโยชน์คือเราได้เรียนรู้ Fix cost ตรงนั้นมา

สัญญาเช่า 9+12 ปี เนื่องจากจะขยาย Phase 2 ออกไปด้านหลัง สัญญา 6 คูหาแรก 60,000 บาท 6 ห้องหลัง 48,000 บาท

การออกแบบจัดพื้นที่ ลูกค้าที่มาพัก คือ ต้องการทั้งความเป็นส่วนตัวและการปฏิสัมพันธ์ ฉะนั้นต้องสร้างพื้นที่ส่วนกลาง สำหรับการพบปะกัน ขณะเดียวกันพื้นที่ส่วนเตียงต้องทำให้มีความเป็นส่วนตัวและมีความสะดวกสบาย เช่น เพิ่มผ้า màn และมีลิ้นชักเล็กๆที่เก็บกระเป๋า Carry on size มีพื้นที่ข้างเตียงให้รู้สึกว่ามีไม้ยึดติดเกินไป มีไฟหัวเตียงและUSBแต่ละเตียง เพื่อให้ทุกอย่างมันอยู่รอบตัวเรา คล้ายๆอยู่ในห้องเล็กๆ และพวกเครื่องนอนต้องรู้สึกสบาย คือ ผ้าหมักก็เป็นนม ให้ความนุ่ม 2 ใบ แยกให้มีห้องผู้หญิงอย่างเดียวเพราะว่าเตียงนี้ผู้หญิงเดินคนเดียวเองเยอะขึ้นจึงเพิ่ม CCTV, Keycard, มี Front 24 ชั่วโมง คือ รูปแบบเราเป็น Design Hostel โดยลูกค้าที่ตัดสินใจมาพักจาก Character และ Design รองลงมาคือ Facility และ Service

ห้องพัก จำนวน 51 เตียง ราคาเริ่มที่ 490.-

ก่อสร้าง หาผู้รับเหมาด้วยวิธีปกติ เปลี่ยนมา 2 ชุด คือ ชุดแรกทำงานช้ามากเพราะเราไม่มีแบบชัดเจนเขาก็ทำไปเรื่อยๆ แล้วชุดใหม่ก็เข้ามา เจ้าของเขาช่วยออกค่าทำหลังคาด้วย

5. กลุ่มลูกค้า

คือราคาเราก็ไม่ถูกเมื่อเทียบกับตลาด ถึงจะไม่สะดวกสบายมากที่สุด แต่ลูกค้าก็พร้อมที่จะจ่ายเพราะเขาชอบอยากจะมาพัก ส่วนใหญ่คือตัดสินใจเลือกแล้ว จากเห็นภาพ บรรยากาศ อ่านรีวิวมา ก็กะ Screen ลูกค้า Character แบบนี้ Culture แบบนี้ ที่ส่วนใหญ่เป็นลูกค้ายุโรปแบบ Feel Art หน่อย ชอบการเดินทางเที่ยว ชอบนั่ง Open air แต่ชาวเอเชียไม่ชอบเพราะมันไกล ร้อน

ส่วนใหญ่ลูกค้าเลือกมาพักเพราะมันใกล้ข้าวสาร ไป Hang out แล้วเขาเดินกลับมาได้ไม่รู้สึกว่ามันลำบาก ถ้าพักแถวนั้นเสี่ยงมันดังเพราะที่เที่ยวนั้นผสมกัน เค้ารู้สึกอยู่ที่นั่นเค้าได้ Relax ถ้าอยากเที่ยวก็ค่อยเดินไป ส่วนใหญ่ก็ไปถนนข้าวสาร พระบรมมหาราชวัง วัดโพธิ์ เข้าไปในเมืองบ้าง แต่ปกติก็เที่ยวในละแวก Old town และมีแบบจองแบบ One day trip ไปเลยว่าจะไปกาญจนบุรี อยุธยาหรือเกาะเต่า คือ กรุงเทพฯ เป็น Hub

จะไปเที่ยวไหนก็เริ่มต้นที่นี่ แล้วลูกค้าชาวยุโรปเที่ยวไม่ต่ำกว่า 1-2 เดือน เริ่มที่กรุงเทพฯ แล้ววนไปตาม South East Asia ลาว กัมพูชา ฯลฯ ครบ 3 เดือนก็จะกลับมาที่กรุงเทพฯ เพื่อบินกลับบ้าน ถ้าเป็นเอเชียจะมีช่วงการเที่ยวสั้นๆ เพราะไม่สามารถทำงานได้ บางครั้งก็มีลูกค้าคนไทยเป็นเด็กๆ Gen Y ชอบมาถ่ายรูป เที่ยวเขาวราช แล้วก็มาพักผ่อนหนึ่งก่อนกลับ

สรุปคือเป็นยุโรป 80-85% เอเชีย 10-15% เป็นผู้หญิงเยอะกว่า แบบมาคนเดียว อายุตั้งแต่วัยรุ่น 18-30 ปี เฉลี่ย 20-30 ปี พัก 2-3 วัน มีพฤติกรรมมาพักแล้วกลับมาอีกในหนึ่งรอบ เป็นลูกค้าเก่าเยอะ

6. ช่องทางการตลาดและการส่งเสริมการขาย

การตลาดหลัก ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติ ช่องทางติดต่อทางเดียวที่เราจะทำ Marketing กับเค้าได้คือ 99% คือ Online อีกแค่ 1% คือ Brochure Poster ประชาสัมพันธ์ทาง IG Facebook ขายทาง OTA (Booking.com, Hostel World, Agoda มีค่าใช้จ่าย 10-15%) และอีกทางคือ การจองตรง อันนี้จะยังไม่เยอะ คือตอนเริ่มต้องพึ่ง OTA เยอะเพราะมันมี Review จนเป็นที่รู้จักลูกค้าจะ Direct book มาจองกับโรงแรมโดยตรง จ่ายตั้งผ่านทาง Paypal

การตั้งราคา เริ่มต้นที่ 490.- ช่วง Low season ก็ลดราคาแต่ไม่เกิน 390.- ซึ่งเป็นราคาเฉลี่ยแล้ว คือถ้าเราลดมาก Target มันก็เป็นคนละกลุ่มกัน เราไม่ต้องการ ซึ่งการลดต้องเทียบกับอัตราการเข้าพักด้วย

กิจกรรมส่งเสริมการขาย มีสอนทำอาหารไทย วันครบรอบประจำปี มีเล่นกิจกรรม ส่วนทัวร์เป็นบริการให้ลูกค้ามากกว่า

7. การลงทุนและผลตอบแทน รายรับ ค่าใช้จ่าย ผลตอบแทนห้องพัก

การลงทุน ก่อสร้างรวมค่าตกแต่งประมาณ 5 ล้านบาท ค่า Operation คือวางไว้ก่อนเปิด 1 ล้าน 3 ทุนส่วนคือวางเงินไว้ก่อน 3 ล้าน แต่มันเกินงบเพราะมีงานซ่อมแซมเยอะ พอมันเพิ่มเป็น 5 ล้าน ก็เริ่มมีกรอบว่าเหลืออะไรที่ต้องทำ อะไรยังไม่ได้ทำบ้าง เช่นค่าที่นอน ค่าสุขภัณฑ์ ต้องใช้เท่าไรก็ต้องทำให้ได้เท่านี้ งบติดแอร์ไม่มีก็ตัดออก ที่นั่งเล่นเลยเป็น Open-air

ค่าใช้จ่าย ต้นทุนห้อง 10-15%

รายรับ ค่าห้องพัก ค่าเครื่องดื่ม 10-15% ค่านายหน้าจากทัวร์ รายได้จากค่าซักผ้า ค่าแท็กซี่ รวมๆกันก็เลยคืนทุนเร็ว

ผลตอบแทนห้องพัก Occupancy rate จะอยู่ที่ไม่ต่ำกว่า 80% ตลอดเวลา เฉลี่ยทั้งปีซึ่งถือว่าสูงมาก คืนทุนแล้ว (1.7-1.8 ปี)

8. การจัดการบริหารงาน

ตอนนี้มีพนักงาน 3 ตำแหน่ง 1) Hostel Manager 1 ตำแหน่ง ดูแลความเรียบร้อยของโฮสเทล เช่น ของพัง ของเสีย จ่ายตลาด งานเอกสาร 2) Front Manager 1 ตำแหน่ง คือ เป็นคนที่ดูแลน้องๆเรื่องการต้อนรับลูกค้า 3) Front Staff อีก 1 ตำแหน่ง คือคนต้อนรับลูกค้าในแต่ละกะ ซึ่งมี Part time เป็น 3 กะ ในวันหนึ่งจะมี 2 คน กะเวลาคือ 1) เช้า 7am-2pm 2) บ่าย 12am – 9pm 3) กลางคืน 9 pm-7 มี Front 24 ชั่วโมงเพื่อเหตุการณ์ไม่คาดคิด

ช่วงแรกระบบยังไม่ดี ต้องมานั่งรอลูกค้าเองซึ่งไม่รู้ว่าจะมากี่โมงเพราะไม่มีกะกลางคืน มีพนักงานคนเดียว ตอนหลังไม่มีไปรับ มี Map Direction ให้เป็นข้อมูลให้ลูกค้ามาเอง และมีบริการจากที่นี้ไปสนามบิน

9. ผลการดำเนินงานตามเป้าหมายและแผนในอนาคต

เป้าหมายตอนแรกไม่มี แต่ช่วง 3-6 เดือนเริ่มคำนวณรายรับค่าใช้จ่ายได้ ตามคาดคือคืนทุนปลายปี 60 แต่ตอนนี้คืนทุนแล้ว (1.7-1.8 ปี) และจะมีการขยายโครงการในระยะที่ 2 เพิ่ม Facility ให้มากกว่านี้ มีแผนมาตั้งแต่ปีที่แล้วเพิ่งจะเริ่มได้เพราะคนเช่าเดิมเค้าจะหมดสัญญา โดยรูปแบบจะเปลี่ยนไปไม่เน้นจำนวนเตียงมากๆ แต่อยากให้ลูกค้ามีส่วนกลางมากขึ้น จริงๆเกินความคาดหมายไปแล้ว เพราะเริ่มจากไม่รู้จะอะไรเลย ได้อัตราเข้าพักที่ดีก็เกินคาดแล้ว มีโครงการจะขยาย Phase 2 และมันก็ Oversupply แล้ว จึงต้องพยายามรักษารฐานลูกค้าต่อไปเป็นความท้าทายใหม่

10. การมีส่วนร่วมชุมชน

มี Front manager เป็นคนแถวนี้เวลาทำกิจกรรมก็ให้คนแถวนี้มาช่วย ทำอาหาร ช่วยนิมนต์พระ บางคนก็เอาแท็กซี่มาขับรับส่งลูกค้า หรือลูกค้าก็ซื้ออาหารแถวนี้บ้าง

11. ปัญหาอุปสรรค

- ในช่วงแรกมีปัญหาบางอย่างที่ไม่ได้ถูกออกแบบไว้ เช่น ไม่มีที่วางรองเท้า แล้วชาวยุโรปก็ไม่ถอดรองเท้าทำให้พื้นไม่สะอาด
- สวิตช์ไฟใน Dom ไม่ได้อยู่ในห้อง เพราะสถาปนิกออกแบบมารวมกันไว้ที่ห้องแม่บ้าน อยากให้ดูเรียบร้อย ปรากฏว่าลูกค้าบางคนก็อยากเปิดไฟ บางคนก็อยากปิด เลยต้องย้ายไปไว้หน้าห้อง ไฟในห้องก็ไม่ได้ก็เอากะดาษสีไป Drop แสงให้มันลงเป็นจุดๆ ลดการวิจารณ์ไปได้
- อุณหภูมิในห้องก็เออร์โมทไปวางไว้เลยให้ปรับกันเอง โฮสเทลเป็นธุรกิจที่มี Detail เยอะ มากพอคนมาอยู่รวมกัน ความต้องการไม่เหมือนกัน ลูกค้าคนอื่นๆที่อ่าน Review ก็เข้าใจเนื่องจากมันเป็นการอยู่ร่วมกัน จะตรงความต้องการทุกคนก็คงยาก เราก็ก็นำปัญหาให้มันมีทางออกคือต้อง Flexible
- งาน Renovate มัน Fix Budget ยากกว่าการสร้างชิ้นใหม่ เพราะทำไปก็จะเจอปัญหาเรื่อยๆ ควบคุมยาก
- ปัญหาก่อสร้างต่างๆไป งานไม่เรียบร้อย แต่เราก็รับได้ เพราะคิดว่าไม่เหมือนบ้านเรา
- ต้อง Maintenance ตลอดเวลา

ข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้พัฒนากรณีศึกษาที่ 2 Once Again Hostel

ผู้ให้ข้อมูลสัมภาษณ์ : คุณภัททกร ธนสารอักษร หัวหน้างาน เจ้าของโครงการ / วันที่ 24 ม.ค. 60

1. ประวัติอาคาร จุดเริ่มต้นโครงการ

อาคารนี้สร้างมาได้ประมาณ 30 ปีแล้ว เมื่อก่อนเป็นโรงแรมของที่บ้านแล้วย้ายไปที่อื่น ส่วนเราอยู่ที่นี่ ก็เลยอยากจะปรับปรุงเป็นที่พักอาศัยที่จะส่งเสริมธุรกิจแถวนี้ได้ มีอยู่ 2 ทางเลือก คือ 1.เป็นโรงแรม Luxury 6 ดาว 2.เป็นโรงแรมถูกๆ แต่เราไม่มีประสบการณ์ด้านการบริการ ก็เลยเลือกเป็นโฮสเทล แล้วปรึกษากับคนที่บ้านที่เขาทำธุรกิจอยู่ซึ่งหุ้นส่วนหลักๆเป็นญาติกัน

จากนั้นก็มาลง Detail ลองออกแบบจัดวางแปลนอาคาร หา Concept โดยคิดว่าแขกที่มาพักเขาอยากได้บรรยากาศประเทศเรากี่เลยจะนำเสนอความเป็นไทยให้ต่างชาติได้สัมผัสเนื่องจากย่านที่มีชุมชนเก่าแก่เยอะ เพราะเมื่อก่อนตรงนี้เป็นเกาะรัตนโกสินทร์ชั้นในเขตวังหลวง คนที่อยู่เป็นเจ้าขุนมูลนายคือเป็นฝ่ายบริหารจะไม่ทำอาชีพ แล้วส่วนรอบนอกถึงจะเป็นชุมชนต่างๆทำหน้าที่เป็น Supplier ทำของเข้าไปในเมืองหลวง ฉะนั้นเขาจะมีงาน อาชีพเก่าแก่ มีความรู้ ไม่ว่าจะเป็นชุมชนบ้านบาตร ชุมชนวัดประคด หรือชุมชนดอกไม้ไฟ เราก็มองว่าชุมชนเป็นจุดเด่นของที่นี่และไม่อยากทำให้มันดู Royal เกินไป อยากให้มันเข้าใจง่าย ๆ น่าจะเป็นอะไรที่ต่อใจคนไทยมากกว่า ก็เลยเอาเรื่องชุมชนไทยและความเป็น Local มาออกแบบ เลือกบางชุมชน เช่น ตรงโถงก็ออกแบบชุมชนบ้านบาตร คือแสดงอะไรที่ตรงไปตรงมาไม่ต้องซับซ้อนมากเพราะคนไทยยังไม่รู้ด้วยซ้ำว่ามีชุมชนเหล่านี้อยู่ แล้วคนต่างชาติเขาก็ไม่รู้ ฝรั่งเศสถามว่าที่ตกแต่งนี่คืออะไร ก็ตอบว่ามันเป็น Monk Bolt Cover อธิบายต่อว่า แถวนั้นมีชุมชนที่ทำบาตรด้วยมืออยู่ ถ้าคุณสนใจเราก็คงพาไปดูได้ ไม่คิดค่าพาไปดู ซึ่งถ้าต้องการมี Experience ใหม่ ๆ เช่น ลองตีบาตร ก็สามารถซื้อทัวร์กับเราได้ อันนี้คือเป็นที่เราก็คิดกัน แล้วเราก็คูกับชุมชน 4 ชุมชน มีชุมชนบ้านบาตร นางเลิ้ง วังกรมพระสมมติอมรพันธ์ ป้อมมหากาฬ เพราะ 4 ชุมชนนี้พร้อมที่จะให้คนเข้าไปได้เลย อย่างชุมชนบ้านบาตรมีวิธีการทำบาตร ชุมชนนางเลิ้งมีละครชาตรีเป็นละครพื้นบ้านของไทยประกอบดนตรีไทย มีค่ายมวยไทยอยู่ด้วย มีวัฒนธรรมเก่าแก่ มีตลาดนางเลิ้ง ความเป็นไทยท้องถิ่น ชุมชนวังกรมพระมีวังเก่าอยู่ข้างในซอยข้างๆนี้เลยมีอาชีพเย็บจักร ป้อมมหากาฬก็จะมีบ้านเก่าแก่ตั้งแต่ยุค ร.5-ร.6-ร.7 มีบ้านตำราวจ้างเดิม มีบ้านประปาที่ดูแลน้ำประปาสยามก่อนและก็มีการทำกรงกเขาขวาที่ทำด้วยไม้เป็นงาน Handmade มีการปั้นดินเผาภาชนะฟอแก้ว ซึ่งเป็นงานหัตถกรรมที่มีคุณค่า เพราะฉะนั้น 4 ชุมชนนี้มีศักยภาพในการเข้าถึง

2. กระบวนการพัฒนา

วิเคราะห์ทำเลที่ตั้ง อาคารเป็นโรงแรมที่ถูกออกแบบมาครั้งหนึ่งแล้ว มีความแข็งแรงสูงมาก เพราะต้องรับน้ำหนักเครื่องจักรได้ ฉะนั้นการปรับปรุงให้รับน้ำหนักคนจึงทำได้ คือโรงแรมตามกฎหมายต้องรับ นน. 300 กก/ตร.ม. แต่ที่นี้ขึ้นล่างรับได้ 1,000 กก/ตร.ม. ชั้น 2 รับ นน.ได้ 500 กก/ตร.ม. เพราะเงินไม่ห่วงเรื่องความแข็งแรง

วิเคราะห์ทำเลที่ตั้ง พิจารณาคือเรื่องการเดินทางเพราะไม่มีขนส่งมวลชน BTS MRT มาถึง แต่เราคิดว่าคนที่มาคือเขามี Destination อยู่แล้วว่าเขาอยากดูวัฒนธรรม มาดูวัดวาอาราม และ MRT หัวลำโพงก็ถือว่าใกล้พอสมควร นั่ง Taxi ต่อมา 10 นาทีก็ถึง หรือนั่ง Airport link มาลงพญาไทต่อ Taxi ไม่เกินครึ่งชั่วโมง ก็เลยคิดว่าการขนส่งไม่ได้เป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจของคนที่มา

ศึกษาตลาด แถวนั้นมีฝรั่งที่เป็น Backpacker เยอะ ก็เลยมีการสำรวจตลาดโดยอ้างอิงจากสถิตินักท่องเที่ยวที่เข้ามาในประเทศไทย โดยเราประมาณการเอาเองว่าเป็น Backpacker เท่าไหร่ และตอนแรกมันยัง Overdemand อยู่ ทุกวันนี้เข้าใจว่าน่าจะ Oversupply แล้ว

สำรวจชุมชน ในวันแรกที่เรามาเดินสำรวจ เราทำ List ไว้ 10-20 ชุมชน พอไปจริงๆคือหายไปหมดแล้ว ไปชุมชนซื้อรถประคดเข้าไปคือเจียบมาก ไปเคาะประตูแล้วมียายแก่ๆเปิดประตูถามว่ามาทำอะไรแล้วนี่ เราก็ตอบว่าจะมาขอดูวิธีการทำสายรัดประคด ยายก็บอกว่าเลิกทำไปนานแล้ว คือเค้าไม่ได้สืบต่อกัน ซึ่งส่วนตัวเรามองว่าเป็นงานฝีมือและเสียดายมากๆ แล้วเราก็ดึงเป้าไว้ว่าต้องไม่ให้มันเกิดขึ้นอีก ต้องพยายามรักษาสิ่งเหล่านี้ไว้ให้ได้ เราก็เลยมองว่าเรามีแขกฝรั่งอยู่ประมาณ 100 คน และสามารถพาเค้าไปชุมชนต่างๆ แล้วสามารถพัฒนาชุมชนเหล่านั้นได้ ไม่ว่าจะเป็นการทำ Local tour หรือพาเค้าไปแล้วให้เค้าไปจับจ่ายใช้สอยภายใน อยากให้เค้าเจอ Experience ที่ดี ๆ ใหม่ ๆ แล้วคนในชุมชนเองก็ได้เงินทุนจากตรงนั้นไปด้วย เป็นการพัฒนาร่วมกัน Win-Win Situation แล้วเราเองได้พาแขกไปเจออะไรใหม่ๆซึ่งเค้าเองก็สนุก มันก็เลยเป็นสิ่งที่ออกมาว่ากรอกแบบเพื่อชุมชนเก่าๆ

วิเคราะห์ความเป็นไปได้ เราก็คงไปชวนน้องที่เป็น Marketing โดยตรงมาช่วยวิจัย โดยเราเป็นคนคุมหัวข้อที่ต้องการวิจัย คือเราหา Partnership ไปเรื่อยๆ แต่เรารู้ว่าต้องทำอะไรบ้าง คือเราสนใจศาสตร์ทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการเมือง สังคม ธุรกิจ การตลาด คืออาจจะรู้หลายอย่าง แต่สิ่งที่เรารู้จริงอาจจะมีแค่บางอย่างเท่านั้น ถ้าเราต้องการรู้มากขึ้นเราก็คงต้องคุยกับคนที่รู้มากกว่าเรามาช่วยงาน เสร็จแล้วเราก็คงได้มีการทำแผน ทำ Feasibility ทุกอย่าง แผนการตลาด วิเคราะห์ทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของ การบริหารงาน-โครงการ เรื่องการเงิน เรื่องการวางแผนงาน

แนวคิดโครงการ ตอนทำ Marketing plan มันมี Key word สามอันนี้เลยกลายเป็นแนวคิดโครงการคือเราจะมี Key Agenda Concept อยู่ 3 Item คือ

- Sharing Community ชุมชนที่อยู่โดยรอบและคนในโฮสเทลเอง เพราะ Backpacker เค้าจะชอบมีความสัมพันธ์กัน จะไม่ได้อยู่เจียบๆเป็นส่วนตัว แยกกันไปให้ชุมชน ชุมชนก็ไปให้แขกเหมือนกัน

- Sharing Enterprise เราไม่อยากจะคำว่า Social Enterprise เพราะมันมี Mind set บางอย่างว่าเพื่อสังคม แต่เรามองว่าไม่ใช่ เราอยากเป็นธุรกิจที่อยู่ด้วยตัวเองให้ได้ก่อน แล้วค่อยไปแบ่งปันให้คนอื่น ถ้าเรายังอยู่เองไม่ได้ เราก็ไม่คิดว่ามัน Work เราเลยเลี่ยงคำโดยใช้คำว่า Sharing Enterprise
- Sharing Thai ถ่ายทอดความเป็นไทยออกมาให้คนต่างชาติเห็น
ทั้งสาม Key เลยออกมาเป็นชื่อ Once Again Hostel มี 2 หมายความว่า คือ 1.แขกมาครั้งหนึ่งแล้วอยากกลับมาอีก See you Once Again และ 2.mission ที่อยากฟื้นชีวิตชุมชนรอบเกาะรัตนโกสินทร์ขึ้นมาอีกครั้ง ชื่อนี้ก็เลยแฝงไว้สองความหมาย ในแง่ที่ท่องเที่ยวและเพื่อสังคม อันนี้เป็นที่มาของ Once Again

วิเคราะห์ด้านเศรษฐศาสตร์ คือ Demand-Supply วิเคราะห์ตอนแรกว่าเป็นตลาดที่ Over Demand อยู่

วิเคราะห์ด้านการตลาด คือพยายามทำแผนการตลาดจริงๆ ดูว่าแขกเราเป็นใคร(Target) แล้วเราเองจะเป็นใคร(Positioning) มีกลยุทธ์ในการขายแขกเหล่านี้ยังไง ไม่ได้ทำ Marketing mix และเป็น White Ocean เป็นตลาดใหม่ ก่อนหน้านี้เราก็เป็นสถาปนิกออกแบบทั่วไปทำงานให้ลูกค้า จนมาทำอันนี้ก็อยากทำให้สังคมมากขึ้น ทำเพื่อคนอื่นมากขึ้น

วิเคราะห์ด้านการเงิน ตอนแรกก็คิดงบไว้คือ 10 ล้าน ถ้าตาม Feast จะคืนทุนที่ 5 ปี

วิเคราะห์การบริหาร แผนบริหารไม่มี แต่พอเราได้ทำวิจัยครอบครัวแล้ว เราเลยคิดไปถึงขั้นที่จะใช้คนในชุมชนทำงานไปด้วย

- ตั้งแต่ขั้นก่อสร้างก็จะพยายามหาช่างแถวนี้มาช่วยก่อสร้างในบางอย่างที่เราทำได้
- พอสร้างเสร็จแล้ว เรามีการจ้างงาน
- เคยมี Front เป็นคนในชุมชนบ้านบาตรโดยตอนแรกด้วย Skill ที่ไม่ได้เก่งภาษาอังกฤษมาก จนผ่านไปเกือบๆปี พูดอังกฤษคล่องจนเค้าไปได้งานที่สถานทูตแทนแล้ว คือเราก็ตกกับเค้าที่ได้งานที่ดีขึ้น แล้วเค้าก็นิสัยดีมากตั้งใจทำงาน เราเห็นว่าคนในชุมชนมีศักยภาพเพียงพอ
- สุดท้ายแล้วคือเป็นช่วง Pre opening ก็มีกิจการจ้างงานแม่บ้านเป็นคนในละแวกนี้เหมือนกัน เป็นการช่วยเหลือคนเหมือนกัน
- โฮสเทลที่อื่นๆจะมีบริการ Laundry ตู้หยอดเหรียญให้ แต่ของเราจะใช้บริการจากชุมชนข้างๆ (วังกรม) ซักให้ เค้าก็ได้รายได้จากตรงนั้น เราก็กระจาย Service ไปรอบๆที่ของเรา
- ที่นี้เราไม่ขาย Alcohol แต่ไม่ได้ห้ามกิน ร้าน Local ที่เป็นร้านโชห่วยก็มียอดขายขึ้น 2 เท่า จากเมื่อก่อนเป็นร้านเล็กๆ ตอนนั้นขายมีป้ายภาษาอังกฤษ

ก่อสร้าง ผู้รับเหมาไปหาๆมา 3 เจ้า แล้วส่งแบบไปให้ แล้วประมูลราคากัน ก็เลือกเจ้าที่ถูกที่สุดมา แผนการก่อสร้างมาจากผู้รับเหมาเสนอมา ตอนแรก 4 เดือน แต่เข้าไปเป็น 6 เดือน ส่วนผลงานก็ไม่ค่อยดีมาก สภาพแบบพังๆหน่อย ปัญหาระหว่างก่อสร้างหลักๆก็เป็นที่ช่างก่อสร้างทำงานช้ากว่ากำหนด ไม่มาบ้าง ไม่เป็นไปตามแผนงาน เทคนิคการก่อสร้างต่างๆ ก่ออิฐฉาบปูน เดินงานไฟฟ้า ประปาแบบทั่วไป ของเก่าแทบไม่ต้องรื้ออะไรเลย งบประมาณการก่อสร้าง 8.5 ล้านบาท ระยะเวลาประมาณ 6 เดือน

สรุปกระบวนการ เริ่มโครงการ ก.ย.2014 (เริ่มออกแบบก่อน) เริ่มทำ Marketing plan ม.ค.2015 ช่วงออกแบบเขียนแบบ 9 เดือน ช่วงก่อสร้าง 6 เดือน (สร้างเสร็จแล้วแต่ยังมีการปรับปรุงอยู่เรื่อยๆ) เปิดเมื่อ ธ.ค.2015 (ตอนนี้ 1 ปี 1 เดือน)

3. การออกแบบ วางผัง จัดพื้นที่

พื้นที่อาคารทั้งหมด 1000 กว่า ตร.ม. เป็นพื้นที่โฮสเทล 750 ตรม. ที่แรกจะมี Plan ว่าจะขยาย แต่ตอนนี้คนเปิดโฮสเทลเยอะมากก็เลยดูก่อนว่าที่เหลือจะเอาไว้ทำอะไร

4. การตลาด กลุ่มลูกค้า

ตำแหน่งการตลาด แต่เรา Start ที่ 450- เพราะมองว่าเป็นการคัดกรองลูกค้าและเป็นการบอกว่าเราเป็นโฮสเทลที่ดี มีมาตรฐาน บริการที่ดี เรามี Facility ที่ดี

กลุ่มลูกค้า กลุ่มเป้าหมายหลักเป็น Backpacker แต่กลุ่มที่ต้องการเป็น Green traveler นักท่องเที่ยวแนวสังคมที่ต้องการการเดินทางใหม่ๆ ประสบการณ์ใหม่ๆ ที่จะมาเพราะที่นั่นเท่านั้น ตอนนี้เริ่มมีแต่น้อยมาก แต่ที่เราต้องการจริงๆคือ Green Backpacker ซึ่งเราเชื่อว่า Trend มันจะมา แต่ไม่รู้ว่ามีเมื่อไหร่ คือทุกอย่างเราเตรียมพร้อมไว้แล้ว เช่น การช่วยเหลือสังคม การเสนอ Experience ที่แตกต่าง เรามีห้องพักที่ดี แต่คนที่มาเป็น Backpacker เค้ายังไม่สนใจด้านสังคม เค้าสนใจแค่เที่ยว ไม่ได้มาพักเพราะ Concept แต่เค้าเข้ามาก็เริ่มถามๆว่ามีที่ไหนแนะนำๆ เราก็ Support ด้วย Map ให้เค้า คือเค้าก็เดินบ้างไม่เดินบ้าง แต่เราก็กาลัง Educated ตลาดอยู่ และ Serve ด้วย Map & planning ให้ เมื่อก่อนเคยมีจัดทัวร์แต่ไม่มีลูกค้า เนื่องจากเค้าไม่ยอมจ่ายเงินเพิ่มซึ่งเป็นปัญหาของลูกค้ายุคนี้ เหมือนตอนจะทำ cooking class กับร้านข้างๆ แต่ลูกค้าไม่ยอมจ่ายเพิ่ม เลยล้มไปก่อน ตอนนี้เราเลยช่วยเหลือชุมชนโดยการเขียน Content เรื่องของเค้ามาเล่าให้คนอื่นฟังต่อ โดยเฉพาะคนไทยด้วยกันเองสนใจเรื่องนี้มาก ฝรั่งเศสยังไม่สนใจ ให้ค่อยๆเกิดขึ้นเอง

ราคาขาย การกำหนดราคาขายมาจาก Competitor analysis แล้วลูกค้าที่เราต้องการก็จะต้องกำหนดราคาเท่านี้ 400-500

ช่องทางการตลาด หลักๆ มี OTA , Booking.com, Hostel world.com บางทีมี Blocker มาขออนุญาตแล้วจะมา Review ให้ แล้วก็จะ มีสื่อไทยมาสัมภาษณ์เรื่องเกี่ยวกับสังคม Magazine ท่องเที่ยว ออกแบบ ซึ่งไม่ค่อยมีผลเนื่องจากคนไทยไม่ได้มาพักกับเรา สื่อไทยช่วยในแง่ชื่อเสียง Recitation แต่ไม่มีผลกับ Marketing แต่ด้วยความเป็นเพื่อสังคม ชื่อเสียงจะดีกว่าโฮสเทลอื่นแน่นอน แต่เราต้องการเป็นมากกว่าโฮสเทลที่เพิ่ม เรื่องสังคมมาด้วย

5. การเงิน การลงทุนและผลตอบแทน

เงินลงทุน ก่อนแรก 11.5 ล้าน เป็นค่ารีโนเวท ตกแต่ง ไม่ได้ทำโครงสร้างหลักๆไปหนักที่ Interior เป็นเตียง Build in ทั้งหมด ราคา ค่อนข้างสูง

รายได้ มีเตียง 100 เตียง ราคาเริ่มที่ 450-650.- ตอนคิด Feast. เฉลี่ยที่ 500.-

วิธีคิด คือ 100 เตียง x 500 บาท x Occupancy rate

รายได้หลักๆมาจากห้องพัก 90% ที่เหลือก็เป็นขนานน้ำที่ค่าเฟมาเช่าที่เรา (ชวนกันมาจาก Café Verodome ธรรมชาติทำพระจันทร์ เป็นคาเฟ่กรายน เพราะเห็นว่าค่าเพื่อเมืองเหมือนกัน ที่แรกจะขายเองไม่ได้จริงจังกขนาดนี้) เดือนละประมาณ 30,000 บาท (คิดราคาตาม GP 15% ของยอดขาย ขั้นต่ำ 200,000.-จะเท่ากับ 30,000 พอดี)

รายจ่าย เฉลี่ย 50% (60%) ของรายได้

1. ค่าบริหาร (Admin) 30% ของรายได้

ได้แก่ เงินเดือน, Maintenance cost, ค่า Agency fee 20%ของราคาห้องพัก, ค่าMarketingต่ำมาก

2. ค่าต้นทุนห้อง (Cost of goods sold) 10% ของรายได้ เช่น ค่าซักที่นอน ค่าอาหาร ค่าไฟในห้อง

3. ค่าน้ำค่าไฟ 10% ของรายได้

อัตราการเข้าพัก ไม่มี Season ช่วง High ค่อนข้างเต็ม อยู่ที่ 70-80 % (เดือน 6-7-8 และ 11-3) ปีแรกเปิดมาเฉลี่ย 65-67% (รันพีลปี แรก 40%-50%-60% แล้วเฉลี่ยที่ 60% ไปเรื่อยๆ) พอทำจริงน่าจะคืนทุนใน 3 ปีครึ่ง-4 ปี แต่ช่วง Low ไม่แน่นอน เพราะลูกค้าเป็น High school ที่หยุดเที่ยวระหว่าง 1 ปีทั่วโลก จะมาเมื่อไหร่ก็ได้

6. การบริหาร

แผนบริหารไม่มี องค์กรที่เล็กมากๆ ได้แก่ 1.Manager (แยกดูแลคนและห้องพักและดูแลอาคาร ปรับปรุง ก่อสร้าง) 2.Staff (Front Reception 4 คนประจำ และ Part time 1 คน- แม่บ้าน 5 คน – พนักงานอื่นๆ เขียน Contain 1 คน graphic 1 คน) จ้างประจำหมด

ด้าน Maintenance จะมีซ่อมเรื่อยๆ เพราะแขกเป็น Backpacker จะทำอะไรตังตัง พังเรื่อยๆ

7. การมีส่วนร่วมชุมชน

มีทัวร์ Local ซึ่งก็ได้บ้างไม่ได้บ้าง พูดอังกฤษได้บ้างไม่ได้บ้าง นัดไว้ก็มาบ้างไม่มาบ้าง ไม่ได้เป็นโปรแกรมประจำซึ่งตั้งใจว่าจะทำประจำ แต่ Set up ไม่ได้ ต้องหวังกับคนรุ่นใหม่ แต่ก็ดีกว่าไม่ทำอะไรเลย ที่แรกจะจัดเพื่อรองรับลูกค้า แต่มันไม่มีลูกค้า เราเลยเป็นการทำกิจกรรมกับ ชุมชนก่อน รอให้ตลาดมันโตขึ้นมีความต้องการและความพร้อมของชุมชนเราจะทำจริงจังขึ้น ปัญหาของชุมชนคือ ค่าไม่ได้คิดว่าถ้ามีโอกาสเข้ามา ต้องรีบคว้าไว้ พอ Mind set มันไม่เหมือนกันมันก็ยาก เราจึงต้องไปปลูกฝังตั้งแต่รุ่นลูกรุ่นหลาน เราก็หวังว่าเด็กเหล่านี้จะโตขึ้นเป็นวัยรุ่นและเป็น วัยรุ่นที่มีคุณภาพของชุมชน

การทำงานกับชุมชนค่อนข้างยาก เราก็พยายาม educate ค่าด้วยการมาทำกิจกรรมอย่างอื่น เช่น Neighbour Youth camp เป็น การเอาเด็กชุมชนมาทำค่ายด้วยกัน ไปจัดที่ชุมชนต่างๆ นอนด้วยกัน เราคิดว่าเราสอนเด็กง่ายกว่าสอนคนแก่ เป็นอนาคตของชาติ โดยแยก Part กัน ใช้ชื่อว่าจัดโดย Once Again Hostel และ Trawel โดยคนที่มาเป็น Staff รับ Volunteer ที่เสียเงินให้เราเอาไปบริหารจัดการค่าย ก็ได้แค่ 10 คน และปีละ 1 ครั้ง เพราะการจัดการก็ยาก ชุมชนเองก็ไม่ได้พร้อมขนาดนั้นเพราะเราต้องไปขอสถานที่ค่า

8. การประเมินผล

การประเมินพนักงานมีเรื่อยๆแต่องค์กรเล็กเราใช้การพูดคุย ประเมิน Occ.rate เพื่อปรับปรุงเรื่อยๆ

พอเราเปิดตรงนี้ขึ้นมา คิดว่ามีการพัฒนาและตื่นตัวกันหมดเลย เช่น ร้านข้าวต้มเปิดตรงนี้ก็รีโนเวทใหม่ เปิดร้านเกมส์ ร้านโชห่วย โฮสเทล ที่เปิดก่อนเราก็รีโนเวทใหม่ ซึ่งเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจ เกิดการหมุนเวียนมากขึ้น เกิดการตื่นตัวของภาพรวมไม่ใช่เราคนเดียว เมื่อก่อนคนที่นี่ก็มี กิจกรรมเล็ก เสียบๆ ขายไปวันๆ พอมีตรงนี้เค้าก็จริงจังมากขึ้น คือเรามีเป้าหมายว่าอยากให้ชอยนี้เป็นชอยที่ Hip มากๆแต่มันก็ยากเพราะชาวบ้าน เขาก็ไม่ได้มีเงินทุน

9. ปัญหาอุปสรรค

- 1) ปัญหาระหว่างก่อสร้างหลักๆก็เป็นที่ช่างก่อสร้าง ทำงานช้ากว่ากำหนด ไม่มาบ้าง ไม่เป็นไปตามแผนงาน
- 2) การจัดการไม่เจอปัญหาอะไรมาก จุกจิก เช่น แยกเมา แยกอ้วก
- 3) การทำงานกับชุมชนค่อนข้างยาก

ภาคผนวก ข.

ข้อมูลเอกสารผู้ให้บริการจองห้องพัก

ตารางข้อมูลแสดงรายละเอียดกลุ่มลูกค้าจากฐานข้อมูลผู้ให้บริการจองห้องพัก

ฐานข้อมูล Booking.com	กรณีศึกษาที่ 1 HERE HOSTEL		กรณีศึกษาที่ 2 ONCE AGAIN HOSTEL	
	จำนวน	อัตราส่วน (%)	จำนวน	อัตราส่วน (%)
เพศ				
ชาย	252	42 %	266	44 %
หญิง	350	58 %	340	56 %
รวม	602	100 %	606	100 %
อายุ				
15-24	38	35 %	36	34
25-34	52	48 %	60	57
35-44	12	11 %	9	9
45-60	6	6 %	-	-
รวม	108	100 %	105	100 %
ลักษณะการเดินทาง				
ครอบครัว	8	1 %	9	1 %
คู่รัก	201	14 %	39	6 %
กลุ่มเพื่อน	339	24 %	158	23 %
เดินทางคนเดียว	873	61 %	476	69 %
เพื่อธุรกิจ	14	1 %	5	1 %
รวม	1,435	100 %	687	100 %
สัญชาติ				
ยุโรป	387	60 %	333	50 %
อเมริกา	38	6 %	44	7 %
อเมริกาใต้	36	6 %	88	13%
เอเชีย	155	24 %	168	26 %
ออสเตรเลีย	24	4 %	18	3 %
แอฟริกาใต้	1	0 %	7	1 %
รวม	641	100 %	658	100 %

ตารางแสดงข้อมูลผู้เข้าพักแบ่งตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ ฐานข้อมูล Booking.com

ข้อมูลแสดงการจำแนกความคิดเห็นความพึงพอใจผู้เข้าพัก
ฐานข้อมูลผู้ให้บริการจองห้องพัก กรณีศึกษาที่ 1

ความคิดเห็นผู้เข้าพัก	กรณีศึกษาที่ 1 HERE HOSTEL							
	Booking.com		Agoda.com		Hostelworld		สรุป	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ทำเลที่ตั้ง	159	18%	57	14%	25	21%	241	17%
กายภาพอาคาร	87	10%	39	9%	12	10%	138	10%
ความสะอาดห้องพัก	111	13%	39	10%	13	11%	163	12%
สิ่งอำนวยความสะดวก	74	8%	38	9%	11	9%	123	9%
พนักงานและบริการ	172	19%	87	21%	18	15%	277	20%
ความสะอาด	142	16%	72	18%	16	13%	230	16%
บรรยากาศชุมชนภายใน	83	9%	35	9%	16	13%	134	10%
บรรยากาศภายนอก	34	4%	20	5%	6	5%	60	4%
คุ่มค่าเงิน	14	2%	12	3%	-	-	26	2%
ความปลอดภัย	7	1%	7	2%	4	3%	18	1%
กิจกรรม	-	-	-	-	-	-	-	-
รวมความคิดเห็น	883	100%	406	100%	121	100%	1410	100%
ด้านไม่พึงพอใจ	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ทำเลที่ตั้ง	36	15%	9	20%	5	33%	45	15%
ในห้องพัก	56	24%	12	27%	-	-	68	23%
ในห้องน้ำ	34	14%	10	23%	5	33%	49	17%
สิ่งอำนวยความสะดวก	7	3%	2	5%	1	7%	10	3%
ความสะอาด	4	2%	2	5%	-	-	6	2%
พนักงานบริการ	41	17%	2	5%	1	7%	44	15%
ระบบการจัดการ	8	3%	1	2%	-	-	9	3%
เสียงอึกทึก	36	15%	5	11%	2	13%	43	15%
อาหารเช้า	16	7%	1	2%	1	7%	18	6%
รวมความคิดเห็น	238	100%	44	100%	15	100%	292	100%

ตารางแสดงความคิดเห็นผู้เข้าพัก กรณีศึกษาที่ 1

ข้อมูลแสดงการจำแนกความคิดเห็นความพึงพอใจผู้เข้าพัก
ฐานข้อมูลผู้ให้บริการจองห้องพัก กรณีศึกษาที่ 2

ความคิดเห็นผู้เข้าพัก	กรณีศึกษาที่ 2 ONCE AGAIN HOSTEL							
	Booking.com		Agoda.com		Hostelworld		สรุป	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ทำเลที่ตั้ง	68	14%	13	12%	30	14%	111	14%
กายภาพอาคาร	70	15%	18	17%	21	9%	109	14%
ความสะอาดห้องพัก	77	16%	13	12%	30	14%	120	15%
สิ่งอำนวยความสะดวก	42	9%	11	10%	27	12%	80	10%
พนักงานและบริการ	98	21%	18	17%	32	14%	148	18%
ความสะอาด	38	8%	12	11%	21	10%	71	9%
บรรยากาศชุมชนภายใน	26	6%	6	6%	25	11%	57	7%
บรรยากาศภายนอก	25	5%	8	7%	16	7%	49	6%
คุ่มค่าเงิน	14	3%	7	6%	4	2%	25	3%
ความปลอดภัย	6	1%	2	2%	8	4%	16	2%
กิจกรรม	9	2%	-	-	6	3%	15	2%
รวมความคิดเห็น	473	100%	108	100%	220	100%	801	100%
ด้านไม่พึงพอใจ	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ทำเลที่ตั้ง	18	15%	6	24%	7	20%	31	%
ในห้องพัก	28	23%	7	28%	8	23%	43	%
ในห้องน้ำ	28	23%	7	28%	8	23%	43	%
สิ่งอำนวยความสะดวก	4	3%	-	-	2	6%	6	%
ความสะอาด	-	-	-	-	-	-	-	%
พนักงานบริการ	7	6%	-	-	1	3%	8	%
ระบบการจัดการ	9	7%	-	-	-	-	9	%
เสียงอึกทัก	14	11%	3	12%	4	11%	21	%
อาหารเช้า	15	12%	2	8%	5	14%	22	%
รวมความคิดเห็น	123	100%	25	100%	35	100%	183	100%





ตารางแสดงความคิดเห็นผู้เข้าพัก กรณีศึกษาที่ 2

ข้อมูลการสัมภาษณ์กลุ่มลูกค้า
กรณีศึกษาที่ 1

เพศ	สัญชาติ	อายุ (ปี)	อาชีพ (การศึกษา)	จอง	พัก		เดินทาง	วัตถุประสงค์การเดินทาง	ความพึงพอใจ										ไม่พึงพอใจ			
					ห้อง	กิน			ปัจจัย													
									1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		ความคิดเห็น		
1	หญิง	จีน	25-34	พนักงานบริษัท	OTA	เดี่ยว	3	2 คน	เที่ยววัฒนธรรม/ช้อปปิ้ง ไปวัด จตุจักร ตลาด ห้างฯ		•	•		•	•		•			•		ห้องน้ำคนละชั้น, เสียง อึกทึก
2	หญิง	จีน	25-34	พนักงานบริษัท	OTA	เดี่ยว	3	2 คน	เที่ยววัฒนธรรม/ช้อปปิ้ง ไปวัด จตุจักร ตลาด ห้างฯ			•		•	•		•	•		•		ห้องน้ำคนละชั้น, เสียง อึกทึก
3	หญิง	ไทย	35-44		OTA	เดี่ยว	1	กลุ่ม เพื่อน	เที่ยววัฒนธรรม ย่านเมืองเก่า	•	•						•					ร้อน, เสียงก้อง (ในห้อง)
4	หญิง	ไทย	35-44	พนักงานรัฐ	OTA	เดี่ยว	1	กลุ่ม เพื่อน	เที่ยววัฒนธรรม ย่านเมืองเก่า	•	•						•					ร้อน, เสียงก้อง (ในห้อง)
5	หญิง	ไทย	35-44	พนักงานรัฐ	OTA	เดี่ยว	1	กลุ่ม เพื่อน	เที่ยววัฒนธรรม ย่านเมืองเก่า	•	•						•					ร้อน, เสียงก้อง (ในห้อง)
6	ชาย	ไทย	35-44	ธุรกิจส่วนตัว	OTA	เดี่ยว	1	กลุ่ม เพื่อน	เที่ยววัฒนธรรม ย่านเมืองเก่า	•	•	•					•					ร้อน, เสียงก้อง (ในห้อง)
7	ชาย	เยอรมัน	35-44	อาชีพอิสระ	OTA	รวม	4	คน เดี่ยว	ชมมรดกโลก/ช้อปปิ้ง		•	•	•	•	•		•					เสียงอึกทึก, กลิ่นสี
8	หญิง	เยอรมัน	25-34	พนักงานบริษัท	OTA	เดี่ยว	1	คู่รัก	เที่ยววัฒนธรรม ย่านเมืองเก่า	•												ไม่สะดวกสาย, เสียงดัง, ไม่สะอาด
9	ชาย	ดัตช์	15-24	นักศึกษา	OTA	รวม	3	คน เดี่ยว	เที่ยวบันเทิง/ช้อปปิ้ง ไปชิวสาร จตุจักร ห้างฯ ดจว.	•	•	•	•	•	•							
10	ชาย	ดัตช์	15-24	จบปริญญาตรี (ECO)	OTA	รวม	2	คน เดี่ยว	เที่ยวบันเทิง/วัฒนธรรม ไปวัด ชิวสาร ห้างฯ ดจว.	•		•	•	•	•							ห้องน้ำคนละชั้น
11	ชาย	ดัตช์	15-24	จบอนุปริญญา (MED)	OTA	รวม	5	คน เดี่ยว	เที่ยวบันเทิง/วัฒนธรรม ไปวัด ชิวสาร ห้างฯ ดจว.	•	•	•	•	•	•		•					ร้อน, ห้องน้ำคนละชั้น
13	หญิง	ดัตช์	25-34	พนักงานบริษัท	OTA	รวม	2	คน เดี่ยว	เที่ยววัฒนธรรม/ช้อปปิ้ง ย่านเมืองเก่า จตุจักร ตลาด	•	•	•	•	•	•		•	•				สวิตช์ไฟอยู่ภายนอกห้อง
14	หญิง	ดัตช์	15-24	นักศึกษา	OTA	รวม	1	คน เดี่ยว	เที่ยววัฒนธรรม/ช้อปปิ้ง ไปวัด ตลาด	•		•	•				•					การบริการ
15	หญิง	ดัตช์	15-24	นักเรียนมัธยม	OTA	รวม	7	คน เดี่ยว	เที่ยวบันเทิง/ช้อปปิ้ง ไปชิวสาร จตุจักร ห้างฯ ดจว.	•	•	•	•				•	•				สวิตช์ไฟอยู่ภายนอกห้อง, ห้องน้ำคนละชั้น, มี แมลง
16	หญิง	แคนาดา	25-34	อาชีพอิสระ (มัธยม)	OTA	รวม	3	กลุ่ม เพื่อน	เที่ยวบันเทิง/ช้อปปิ้ง ไปชิวสาร ตลาด จตุจักร ดจว.	•		•	•				•	•				โดนแมลงกัด
17	ชาย	แคนาดา	25-34	อาชีพอิสระ ลูกจ้าง	OTA	รวม	3	กลุ่ม เพื่อน	เที่ยวบันเทิง/ช้อปปิ้ง ไปชิวสาร จตุจักร ห้างฯ ดจว.	•		•	•				•	•				
18	ชาย	อเมริกา	25-34	อาชีพอิสระ ลูกจ้าง	OTA	รวม	2	กลุ่ม เพื่อน	เที่ยวบันเทิง/ช้อปปิ้ง ไปชิวสาร จตุจักร ห้างฯ ดจว.	•		•	•				•	•				ร้อน
19	ชาย	อินเดีย	25-34	นักกฎหมาย (PHD)	OTA	เดี่ยว	7	คน เดี่ยว	ประชุมงาน (UN)	•	•		•	•			•					เสียงอึกทึก
20	ชาย	เม็กซิโก	45-60	ศิลปิน	OTA	เดี่ยว	2	คน เดี่ยว	เที่ยววัฒนธรรม สำรวจเมืองเก่า	•	•	•	•				•	•				ไม่สะดวกสาย, เสียง อึกทึก
รวม										17	17	11	11	9	8	10	8	7				

- ทำเลที่ตั้ง
- ตัวอาคารและการตกแต่ง
- ความสะดวกสบายห้องพัก
- สิ่งอำนวยความสะดวก
- พนักงานบริการ
- ความสะอาด
- บรรยากาศภายในโครงการ
- บรรยากาศภายนอกโครงการ
- คุ้มค่าเงิน
- ความปลอดภัย

ภาคผนวก ค.
ข้อมูลด้านชุมชน
ชุมชนผู้ให้สัมภาษณ์

ชุมชน	การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างชุมชนผู้ให้สัมภาษณ์					
1. วัดราชันคีตา	สัมภาษณ์โดยการสุ่มตัวอย่าง					
2. วัดเทพธิดาราม	สัมภาษณ์โดยการสุ่มตัวอย่างจำนวน 3 คน					
3. วัดกรมพระสมมตอมรพันธ์						
	คุณจันทร์ ผู้นำ ระบุไว้ ✓	กลุ่มผู้เฝ้าจิ๋ว - ระบุไว้ ✗	คุณจรัญ ประธานชุมชน ไม่มีส่วน เกี่ยวข้อง ✓	คุณแดง - ไม่มีส่วน เกี่ยวข้อง ✓		
4. ป้อมมหากาฬ						
	คุณกบ ประธานชุมชน ระบุไว้ ✓	คุณเล็ก - ระบุไว้ ✗	คุณยุ - ระบุไว้ ✗	คุณดาว - ระบุไว้ ✗	คุณดิง - ระบุไว้ ✗	คุณพรเทพ รองประธาน มีส่วนเกี่ยวข้อง ✓
5. บ้านบาตร						
	คุณอารีย์ - ระบุไว้ ✓	คุณกฤณา ผู้นำ ระบุไว้ ✓	คุณอมร - ระบุไว้ ✗	พี่เปา ผู้นำ ระบุไว้ ✓	คุณเล็ก - ระบุไว้ ✗	คุณแอน - ระบุไว้ ✗
6. ย่านนางเลิ้ง						
	คุณกัลยา - ระบุไว้ ✗	คุณแดง รองประธาน ระบุไว้ ✓	คุณน้ามนต์ - ระบุไว้ ✗	คุณหมู - ระบุไว้ ✗	คุณก้อย - ระบุไว้ ✗	คุณสมพงษ์ ผู้นำ มีส่วนเกี่ยวข้อง ✓

ตารางกลุ่มตัวอย่างชุมชน

✓ ได้สัมภาษณ์ ✗ ไม่ได้สัมภาษณ์

ความเป็นมาและพัฒนาการของพื้นที่ศึกษา

กรณีศึกษาทั้งสองโครงการตั้งอยู่ในพื้นที่ “ทิศตะวันออกของกรุงรัตนโกสินทร์ชั้นนอก” มีความเป็นมาดังนี้

สมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช - รัชกาลที่ 1

การสร้างเมือง ทรงสถาปนากรุงรัตนโกสินทร์เป็นราชธานีในปี พ.ศ.2325 บนฝั่งตะวันออกแม่น้ำเจ้าพระยา มีคลอง 2 ชั้น คือ “คลองคูเมืองเดิม” เรียกพื้นที่นี้ว่า “กรุงรัตนโกสินทร์ชั้นใน” โปรดให้สร้างกำแพง ประตูและป้อมปราการล้อมรอบพร้อมชุด “คลองรอบกรุง” เรียกพื้นที่นี้ว่า “กรุงรัตนโกสินทร์ชั้นนอก” เป็นพื้นที่ดินอ่อนใช้ปลูกข้าวเลี้ยงเมือง และชุดคลองเชื่อมระหว่างพื้นที่ ได้แก่ คลองลัดวัดเทพธิดาราม วัดราชบพิธตรและคลองวัดสุทัศน์

การปกครอง ทรงโปรดให้สร้างพระบรมมหาราชวังเป็นศูนย์กลางการปกครองและมีที่ทำการบริหารราชการแผ่นดินอยู่รอบๆ มีวังเจ้านายตามตำแหน่งยุทธศาสตร์สำคัญแต่ละวังมีข้าราชการบริพารได้บังคับบัญชาจำนวนมากขึ้นทำให้เกิดชุมชนขึ้นตามตำแหน่งวังที่โปรดให้สร้างขึ้น

การตั้งถิ่นฐาน เดิม “บางกอก” เป็นเมืองหน้าด่าน มีการตั้งฐานอย่างเบาบาง ได้แก่ ชาวมอญ ชาวยุวนและชาวลาวที่ลี้ภัยมาตั้งแต่ก่อนมาได้รับพระราชทานให้ตั้งบ้านเรือน ชาวตะวันตกให้หยุดเรืออยู่ที่ทิศใต้ ส่วนชาวจีนเดิมอยู่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาฝั่งตะวันออก ทรงโปรดให้ย้ายไปนอกกำแพงเมืองทางทิศใต้และใช้พื้นที่นั้นก่อสร้างพระราชวัง จนเมื่อแล้วเสร็จจึงเริ่มมีประชาชนชาวไทยย้ายมาตั้งถิ่นฐานในเขตเมืองมากขึ้น ส่วนใหญ่ตั้งบ้านเรือนตามริมแม่น้ำคูคลองและหนาแน่นบริเวณปากคลองต่างๆ โดยมีวัดเป็นศูนย์กลางชุมชนทั้งวัดหลวงและวัดราษฎร์ ทรงพระราชดำริจะสร้างศูนย์กลางเมืองจึงโปรดให้สร้างวัดสุทัศน์เทพวรารามโบสถ์พราหมณ์และเสาชิงช้าขึ้นทางทิศตะวันออก

การคมนาคม มีแม่น้ำคูคลองเป็นเส้นทางสัญจรหลักและใช้อุปโภคบริโภค จึงตั้งบ้านเรือนตามริมคลอง ทางทิศตะวันออกได้แก่ คลองลัดวัดเทพธิดาราม คลองวัดสุทัศน์และการขุดคลองขนาดขึ้นทำให้ชุมชนดั้งเดิมบริเวณนั้นหนาแน่นขึ้น เส้นทางสัญจรทางบกจากพระราชวังไปทางทิศตะวันออก เป็นเส้นทางอัญเชิญพระศากยมุนีมาประดิษฐานที่วัดสุทัศน์ ผ่านบริเวณชุมชนหนาแน่นจนถึงประตูสำราญราษฎร์ ไปยังวัดสระเกศซึ่งเป็นสถานที่ตั้งศพ และมีชุมชนเดิมตั้งถิ่นฐานอยู่แล้ว จึงเกิดถนนเชื่อมพื้นที่สำคัญทางศาสนาในเขตเมืองต่อไปยังนอกเมืองทางทิศตะวันออก จนกลายเป็นย่านสังฆภัณฑ์ที่ใหญ่ที่สุดในกรุงเทพฯ คือ ถนนบำรุงเมือง

ในสมัยรัชกาลที่ 2 เมืองขยายตัวออกจากชั้นในไปในทิศตะวันออกและทิศใต้โดยมีวังเจ้านายเป็นเครื่องชี้นำ

สมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว - รัชกาลที่ 3

เป็นช่วงที่เศรษฐกิจรุ่งเรืองจากการค้าสำเภากับจีน แต่เกิดสงครามกับประเทศข้างเคียง จึงมีการขุดคลองแสนแสบเป็นเส้นทางลำเลียงทางทหาร ต่อมาเป็นเส้นทางสำคัญเชื่อมต่อกับหัวเมืองทางทิศตะวันออก ในส่วนของเขตเมืองมีการสร้างวังขึ้นในจุดยุทธศาสตร์เพื่อป้องกันเมืองทางทิศตะวันออกบริเวณประตูสำราญราษฎร์ และทิศใต้บริเวณประตูสะพานหิน

ทรงมีพระราชดำริจะขยายเมืองไปในทิศตะวันออก จึงทรงบูรณปฏิสังขรณ์วัดสุทัศน์ฯ ต่อจาก รัชกาลที่ 1 และสร้างประธานด้วยการหล่อทองคำให้เกิดชุมชนย่านใต้ทองขึ้น โดยบริเวณใกล้เคียงมีชุมชนพราหมณ์ ชุมชนชาวจีนศาลเจ้าพ่อเสือและชุมชนดินสอพองตั้งถิ่นฐานอยู่เดิม อีกทั้งยังเป็นที่ตั้งของตลาดบกที่สำคัญ คือ ตลาดเสาชิงช้าและตลาดประตูผี และทรงโปรดให้สร้างวัดราชนิตดาวรวิหาร วัดเทพธิดารามวรวิหารและภูเขาทองขึ้นเป็นปูชนียสถานที่วัดสระเกศ เกิดชุมชนขึ้นโดยรอบวัด ทำให้กรุงรัตนโกสินทร์ชั้นนอกทางทิศตะวันออกกลายเป็นพื้นที่ชุมชนใหญ่แห่งหนึ่งของกรุงเทพมหานคร

สมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว - รัชกาลที่ 4

ทรงดำเนินนโยบายปรับปรุงประเทศเนื่องจากตระหนักถึงภัยคุกคามจากชาติมหาอำนาจตะวันตก ทรงโปรดให้ชุด “คลองผดุงกรุงเกษม” เพื่อขยายขอบเขตเมืองออกไปทางทิศตะวันออกอีกเท่าตัว เนื่องจากมีชุมชนหนาแน่นภายในพระนครจนไม่สามารถขยายได้อีกจึงโปรดให้สร้างวังเรียงรายไปตามกำแพงเมืองตั้งแต่ประตูสำราญราษฎร์ไปถึงประตูสะพานหินเพื่อควบคุมพื้นที่ โปรดให้ตัดถนนตรงเป็นการขยายเมืองออกไปนอกกำแพงพระนคร และตัดถนนภายในเมืองคือ เจริญกรุง บำรุงเมือง เทืองนคร เริ่มสร้างตึกแถวขึ้นตามเส้นทางถนนดังกล่าว

สมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว - รัชกาลที่ 5

เป็นช่วงที่พัฒนาประเทศให้เจริญรุดหน้าตลอดรัชสมัยและไม่ได้จำกัดอยู่เพียงเขตพระนคร ทรงปฏิรูปการปกครองเป็นกระทรวง ทบวงกรม เกิดการแยกสถานที่ทำงาน วังจึงเป็นลดบทบาทลงเป็นเพียงที่พักอาศัย ในด้านสาธารณูปโภคพัฒนาระบบคมนาคมทางบก โดยมีการตัดถนนพร้อมสร้างตึกแถวริมถนนหลายสาย สร้างทางรถไฟทำให้เกิดการขยายตัวของเมืองไปสู่ภูมิภาคอื่น เกิดระบบรถราง รถเมล์และรถสวนตัวขึ้น เกิดระบบไฟฟ้า ระบบสื่อสาร และทรงสร้างสถานศึกษาขึ้น

ทางด้านทิศตะวันออก ประตูสำราญราษฎร์เป็นที่ตั้งวังกรมพระสมมตวรพันธ์ มีสะพานเชื่อมถนนบำรุงเมืองไปยังพระราชวังปทุมวัน ซึ่งเป็นพื้นที่ขยายตัวของเมืองออกนอกกำแพงเมือง และการขยายตัวไปทางด้านทิศเหนือนำโดยพระราชวังดุสิต มีถนนสามเสนและถนนราชดำเนินเชื่อม

ทรงสร้างตลาดบกสำคัญ คือ ตลาดเสาชิงช้า นอกพระนคร คือ ตลาดนางเลิ้ง ทำให้ทางด้านทิศตะวันออกนี้มีการค้าขายคึกคัก

สมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว - รัชกาลที่ 6

กรุงเทพฯ ขยายตัวไปทางทิศเหนือถึงวังพญาไท ทิศตะวันออกถึงจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีการรื้อกำแพงเมืองเพื่อสร้างถนน การคมนาคมทางบกมีความสำคัญแทนที่ทางน้ำ นิยมสร้างตึกแถวเพื่อการค้าขายและประกอบกิจการขึ้นทดแทนบ้านเดี่ยว และมีการจัดตั้งระบบเทศบาล

สมัยรัชกาลที่ 7- 8

เป็นช่วงเปลี่ยนระบบการปกครอง ในปี 2484-2499 มีการจัดตั้งที่ทำการเทศบาลนครและต่อมาเป็นที่ตั้งศาลาว่าการกรุงเทพฯ ขึ้นที่ตำบลเสาชิงช้า พื้นที่ทางทิศตะวันออกจึงยังทวีความสำคัญด้านศูนย์การปกครองเมือง แม้มีการยกเลิกตลาดเสาชิงช้าและสร้างเป็นลานคนเมือง แต่พื้นที่โดยรอบยังคงค้าขายคึกคักและมีชุมชนที่อยู่อาศัยของข้าราชการตั้งเดิมกระจายอยู่โดยรอบ เป็นบ้านแถวหรือตึกแถวใช้ค้าขายและพักอาศัย อาคารมีอายุค่อนข้างมาก บางแห่งมีการรื้อสร้างใหม่บนพื้นที่เดิม จึงมีความเปลี่ยนแปลงด้านขอบเขตและความหนาแน่น ไม่มีการสร้างวังและวัด โดยวังเก่าถูกปรับเปลี่ยนมาเป็นสถานที่ราชการ มีการปฏิสังขรณ์วัดในโอกาสพิเศษ เช่น กรุงเทพฯ ครบรอบ 150 ปี และ 200 ปี มีการขึ้นทะเบียนอนุรักษณ์กำแพงและป้อมปราการที่เหลือเพียง 4 ป้อม เส้นทางคมนาคมทางบกมีความสำคัญมาก คูคลองถูกถมสร้างถนน ถนนเดิมแคบและเล็กในขณะที่มีการใช้รถเพิ่มขึ้นมากจนเกิดปัญหาการจราจรติดขัด

สมัยรัชกาลที่ 9

เป็นรัชสมัยที่ยาวนาน ประเทศมีการพัฒนาและเจริญก้าวหน้าในทุกด้าน การขยายตัวของเมืองไปทั่วทุกทิศทางโดยมีถนนตัวนำความเจริญการใช้ที่ดินในเขตพระนครชั้นในเป็นวัง วัด และสถานที่ราชการเป็นส่วนใหญ่ ส่วนการใช้ที่ดินชั้นนอกเป็นที่อยู่อาศัยทั้งลักษณะบ้านเดี่ยวและตึกแถวทางทิศตะวันออก และที่ดินประเภทพาณิชย์กรรมย่านการค้าทางทิศใต้ ชุมชนและบ้านเรือนมีการกระจายตัวออกนอกกรุงรัตนโกสินทร์มากขึ้นโดยเฉพาะผู้มีฐานะดีซึ่งต้องการหนีความแออัดและสภาพแวดล้อมที่ตึกเก่า แต่ผู้มีรายได้น้อยไม่สามารถอพยพไปอยู่ที่อื่นได้จึงมีแนวโน้มจะเกิดสลัมในย่านที่อยู่อาศัยหนาแน่น

สรุปลักษณะทางกายภาพ สภาพแวดล้อม เศรษฐกิจและสังคมพื้นที่ศึกษา

สรุปได้ว่าพื้นที่ภายในกรุงรัตนโกสินทร์ชั้นในมีลักษณะเป็นศูนย์กลางการเมืองการปกครองประเทศทั้งสิ้น องค์ประกอบสำคัญคือ พระบรมหาราชวัง วัด และสถานที่ราชการ ในขณะที่พื้นที่กรุงรัตนโกสินทร์ชั้นนอกนั้นมีการตั้งถิ่นฐานของขุนนาง ข้าราชการ ผู้ประกอบอาชีพค้าขาย และผู้ประกอบการผลิตเครื่องอุปโภคบริโภคให้แก่วังหลวง จึงกลายเป็นแหล่งที่อยู่อาศัย แหล่งการค้าสำคัญ และแหล่งผลิตงานช่างงานฝีมือดั้งเดิม โดยมีการตั้งถิ่นฐานชุมชนและทิศทางการขยายตัวของเมืองมาทางทิศตะวันออกอย่างชัดเจน จากปัจจัยดังนี้

- สถานที่สำคัญในสมัยรัชกาลที่ 1 โปรดให้สร้างได้กลายเป็นศูนย์กลางเมืองได้แก่ วัดสุทัศน์ เสาชิงช้า โบสถ์พรหมณ์
- การเกิดตลาดและย่านการค้าสำคัญ เช่น ตลาดเสาชิงช้า ถนนดินสอ ปากคลองโอ่งอ่างและย่านตลาดประตูผี ตลาดนางเลิ้ง
- การสร้างศูนย์รวมจิตใจ เช่น วัดราชบพิธ วัดเทพธิดาราม วัดมเหยงคณ์ วัดสระเกศและภูเขาทอง
- การสร้างวังเจ้านายเพื่อเป็นแกนนำการขยายตัวและปกครองชุมชน เช่น วังกรมพระสมมติฯ วังประจักษ์ศิลปาคม
- การเกิดเส้นทางคมนาคมสำคัญเป็นแกนนำในการขยายตัวของชุมชน เช่น การตั้งบ้านเรือนตามคลองลัดวัดเทพธิดาราม คลองวัดราชบพิธ หรือ การเกิดถนนบำรุงเมืองที่เป็นถนนที่เชื่อมต่อพื้นที่สำคัญและการขยายตัวทางทิศตะวันออก การเกิดถนนราชดำเนินกลายเป็นถนนเส้นหลักของย่านทางทิศเหนือและทิศตะวันออก

ปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ทำให้พื้นที่ทางทิศตะวันออกนี้กลายเป็นแหล่งชุมชนเก่าแก่ขนาดใหญ่ของกรุงเทพฯ รวมถึงชุมชนที่อยู่ในขอบเขตการศึกษา คือ ชุมชนหลังวัดราชบพิธ ชุมชนวัดเทพธิดาราม ชุมชนวังกรมพระสมมติฯ ชุมชนป้อมมหากาฬ ชุมชนบ้านบาตร และย่านตลาดนางเลิ้ง

ข้อมูลจากการสำรวจและสังเกต พบว่า พื้นที่ศึกษามีแนวโน้มการพัฒนาในเชิงการท่องเที่ยว โดยองค์ประกอบด้านกายภาพ อันได้แก่ วัด สถานที่ราชการและภูมิทัศน์ กลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของย่าน และมีการนำอาคารเก่ามาปรับปรุงการใช้งานในเชิงการท่องเที่ยว เช่น พิพิธภัณฑ์ ห้างสรรพสินค้า ตลาด ฯลฯ ย่านการค้าในอดีตกลายเป็นแหล่งบันเทิง แหล่งอาหาร แหล่งจำหน่ายสินค้าและบริการแก่นักท่องเที่ยว เช่น ย่านถนนดินสอ ย่านถนนข้าวสาร ฯลฯ ย่านพักอาศัยถูกปรับเปลี่ยนเป็นที่พำนักนักท่องเที่ยว เช่น โรงแรม โฮสเทล โฮมสเตย์ ฯลฯ การประกอบอาชีพดั้งเดิมหายไปหรือปรับเปลี่ยนมาในเชิงการท่องเที่ยวหรือชุมชนหันมาประกอบอาชีพบริการท่องเที่ยว เช่น บริการขนส่ง บริการนำเที่ยว เป็นต้น สรุปได้ว่าการพัฒนาในพื้นที่เขตเมืองเก่าและพื้นที่ศึกษามีแนวโน้มเป็นไปในเชิงการท่องเที่ยว ทั้งด้านกายภาพ เศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม

ข้อมูลชุมชนที่เกี่ยวข้อง

ชุมชนหลังวัดราชนัดดา



ที่ตั้ง ถนนราชดำเนินกลาง แขวงบวรนิเวศน์ เขตพระนคร

พื้นที่ ประมาณ 5 ไร่ 3 งาน

ขอบเขตชุมชน

ทิศเหนือ ติดซอยดำเนินกลางใต้ ด้านหลังตึกแถวถนนราชดำเนิน (ร.5)

ทิศใต้ ติดคลองหลอดวัดเทพธิดาราม (ร.1)

ทิศตะวันออก ติดวัดราชนัดดา (ร.3)

ทิศตะวันตก ติดถนนดินสอ (ร.5)

ภาพแสดงขอบเขตชุมชน

ประวัติชุมชน⁴²⁴³

ช่วงรัชกาลที่ 1-3 (ช่วงต้นกรุงรัตนโกสินทร์)

รัชกาลที่ 1 ทรงโปรดให้ขุดคลองวัดเทพธิดารามขึ้นเพื่อเป็นเส้นทางคมนาคมทางน้ำ จึงมีประชาชนตั้งบ้านเรือนและทำการเกษตรตามเส้นทางคลอง โดยมีปัจจัยการตั้งถิ่นฐานสำคัญคืออยู่ใกล้ “ตลาดบ้านดินสอ” เป็นแหล่งผลิตดินสองพองและ “ตลาดน้ำคลองมหานาค” เป็นตลาดที่สำคัญ กระทั่งปีพ.ศ.2385 รัชกาลที่ 3 โปรดเกล้าให้สร้างวัดราชนัดดารามพระราชทานแก่ “สมเด็จพระนางโสมนัสวัฒนาวดี” หลังการสร้างสถานที่สำคัญเป็นศูนย์กลางเมืองทางทิศตะวันออกหลายแห่ง คือ โบสถ์พราหมณ์ เสาชิงช้า วัดสุทัศน์เทพวราราม ภูเขาทองและวัดเทพธิดา ทำให้มีผู้คนมาตั้งบ้านเรือนหนาแน่นโดยรอบวัดราชนัดดาเกิดเป็นชุมชนที่มีไหลผ่านกลาง

ช่วงรัชกาลที่ 4-6

รัชกาลที่ 4 ทรงโปรดให้ขุดคลองผดุงกรุงเกษมขึ้นอันเป็นการขยายขอบเขตเมืองออกไปทางตะวันออกจึงทำให้ผู้คนไปอยู่อาศัยมากยิ่งขึ้น ต่อมาในรัชกาลที่ 5 ทรงโปรดให้ตัด “ถนนราชดำเนินกลาง, ถนนดินสอ, ถนนมหาไชย” ถึงรัชกาลที่ 6 ส่งผลให้เกิดขอบเขตชุมชนที่ชัดเจนขึ้นและทำให้การคมนาคมทางบกมีความสำคัญแทนที่การสัญจรทางน้ำ เริ่มมีการก่อสร้างอาคารคอนกรีตและตึกแถวขึ้นทดแทนบ้านเดี่ยวโดยเฉพาะริมถนนหลัก มีการเปลี่ยนแปลงการใช้งานจากที่พักอาศัยเป็นที่ทำการค้า เกิดระบบสุขภาพโดยพื้นที่ชุมชนหลังวัดราชนัดดาอยู่ในเขตสุขภาพที่ 1

ช่วงรัชกาลที่ 7-9

ในสมัยรัชกาลที่ 7-8 มีการก่อสร้างตึกแถวริมถนนราชดำเนิน เป็นเสมือนกำแพงที่ทำให้พื้นที่ภายในยังคงเป็นชุมชนพักอาศัย ต่อมาในสมัยรัชกาลที่ 9 เกิดสถานที่ราชการ สำนักงานและธนาคารขึ้นบริเวณริมถนนราชดำเนิน จึงทำให้พื้นที่โดยรอบชุมชนปรับเปลี่ยนเป็นตึกแถวโดยเฉพาะบริเวณริมถนนดินสอและซอยหลัก

ลักษณะทั่วไปปัจจุบัน

ที่ตั้ง	หลังอาคาร 1 ถนนราชดำเนินกลาง แขวงบวรนิเวศน์ เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร
พื้นที่	พื้นที่ประมาณ 5 ไร่ 3 งาน
กรรมสิทธิ์	เป็นที่ดินเอกชน 128 หลัง ที่ดินสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ 40 หลังและที่ดินวัด 7 หลัง
ประชากร	175 หลังคาเรือน / ประชากร 1,026 คน : ชาย 487 คน, หญิง 539 คน
อาชีพ	มีอาชีพค้าขายหาบเร่แผงลอย ร้านค้าในตลาด รับราชการและรัฐวิสาหกิจ
ลักษณะชุมชน	เป็นประเภทชุมชนแออัด มีลักษณะเป็นชุมชนเพื่อการอยู่อาศัยเป็นหลัก
กายภาพชุมชน	- มีลักษณะเป็นตรอกทางเดินเท้า 4 เส้นทาง มีทางเข้าออก 6 ทาง - รูปแบบอาคาร 1)บ้านไม้เดี่ยวและกลุ่ม 2)บ้านตึกเดี่ยวและกลุ่ม 3)ตึกแถว2-3ชั้น 4)ตึก4ชั้น

อัตลักษณ์ชุมชน

สถาปัตยกรรม

1. วัดราชนัดดารามวรวิหาร เป็นพระอารามหลวงชั้นตรี สร้างในปี 2389 สมัยรัชกาลที่ 3 พร้อมโลหะปราสาทเป็นที่ประดิษฐานพระบรมสารีริกธาตุมีเพียง 3 แห่งในโลก และลานพลับพลามหาเจษฎาบดินทร์ซึ่งเป็นที่รับแขกเมือง
2. ถนนราชดำเนินและตึกแถวริมถนนราชดำเนิน ซึ่งมีพิพิธภัณฑน์ทรรศน์รัตนโกสินทร์ตั้งอยู่

⁴² เดือนเต็มดวง บุญคง. “การคงอยู่ของชุมชนพักอาศัยในพื้นที่กรุงรัตนโกสินทร์ : กรณีศึกษา ชุมชนหลังวัดราชนัดดา”. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต สาขาวิชาเคหการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548.

⁴³ สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์, [Online] <https://www.slideshare.net/WatharWarashanon/58-pdf-50534877>, สืบค้นเมื่อ 25 มีนาคม 2560

3. โรงเรียนวัดราชันดดาและอาคารเรียนเก่าแก่
4. ถนนดินสอและตึกแถวริมถนนดินสอ
5. บ้านไม้โบราณเคยเป็นที่พักอาศัยของขุนนางหลายท่าน เช่น บ้านขุนโกวิทวิจารณ์ บ้านพระยาลักษณมณีฯ บ้านพระศรีสาคร โรงเรียนสุพมาศพิทยาคม เรือนขนมปังขิง เรือนมะนิลา

ศิลปวัฒนธรรม

1. ตลาดพระวัดราชันดดา เป็นแหล่งค้า-เช่าพระ เทวรูป เทพบูชา แหล่งใหญ่ที่สุดในกรุงเทพฯ
2. ใกล้แหล่งจำหน่ายเครื่องสังฆภัณฑ์ และบ้านบางหลังในชุมชนการประกอบอาชีพเย็บจีวร
3. แหล่งอาหารที่มีชื่อเสียงถนนดินสอ



ภาพแสดงชุมชน

ชุมชนวัดเทพธิดาราม⁴⁴



ที่ตั้ง ถนนมหาไชย แขวงสำราญราษฎร์ เขตพระนคร

ขอบเขตชุมชน

ทิศเหนือ ติดคลองวัดเทพธิดาราม(ร.1)

ทิศใต้ ติดซอยสำราญราษฎร์ (ร.9)

ทิศตะวันออก ติดถนนมหาไชย (ร.5)

ทิศตะวันตก ติดศาลาว่าการกรุงเทพมหานคร (ร.9)

ภาพแสดงขอบเขตชุมชน

ประวัติชุมชน

ในปีพ.ศ.2379 รัชกาลที่ 3 โปรดให้ “กรมหมื่นภูมินทรภักดี” สร้างวัดเทพธิดารามวรวิหารขึ้นที่ “ตำบลสวนหลวงพระยาไกร” เพื่อเฉลิมพระเกียรติแด่พระธิดาองค์ใหญ่ “พระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมหมื่นอัปสรสุดาเทพ” (พระองค์เจ้าหญิงวิลาส) แล้วเสร็จในปี พ.ศ.2382 โดยวัดเทพธิดารามมีลักษณะทางสถาปัตยกรรมเป็นที่ได้รับอิทธิพลจากศิลปะจีนตามรูปแบบศิลปะราชานิยมในรัชสมัย มีการวางผังในลักษณะหันหน้าออกสู่กำแพงพระนครทางทิศตะวันออก (คลองรอบกรุง) ด้านถนนมหาไชย ด้านทิศเหนือมีการตัดคลองลัดข้างวัดขึ้นเพื่อเป็นเส้นทางสัญจรทางน้ำ ส่วนทางด้านทิศใต้แต่เดิมเป็นพื้นที่แนวภูภูวัด ต่อมาทางราชการได้ขอพื้นที่บริเวณนี้เพื่อทำขอรเชื่อมระหว่างถนนดินสอและถนนมหาไชย และเป็นเส้นทางที่ใช้ในการเคลื่อนย้ายศพออกจากพระนครเพื่อนำไปยังวัดสระเกศ จึงเรียกบริเวณนี้ว่า “ประตูลี้” ในสมัยจอมพล ป.พิบูลสงครามได้เปลี่ยนชื่อเป็น “ซอยสำราญราษฎร์” ส่วนทางด้านทิศตะวันตกหลังจากมีการสร้างวัดและคลองจึงมีประชาชนมาตั้งบ้านเรือนพักอาศัย ทำการค้า รับจ้างและรับราชการ จนกลายเป็น “ชุมชนวัดเทพธิดาราม” ใน

ลักษณะทั่วไปปัจจุบัน

ที่ตั้ง	ถนนมหาไชย แขวงสำราญราษฎร์ เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร
กรรมสิทธิ์	เป็นที่ดินเอกชนหลายเจ้าของได้รับมรดกตกทอดกันมา และส่วนที่ติดกำแพงวัดเป็นที่ดินของวัดที่ให้ประชาชนเช่าอยู่อาศัย
ประชากร	49 หลังคาเรือน /49 ครัวเรือน/ ประชากร 303 คน : ชาย 142 คน, หญิง 161 คน
อาชีพ	มีอาชีพค้าขาย รับจ้าง บางส่วนรับราชการและรัฐวิสาหกิจ
ลักษณะชุมชน	เป็นประเภทชุมชนเมือง มีลักษณะเป็นชุมชนเพื่อการอยู่อาศัยเป็นหลัก
กายภาพชุมชน	- มีลักษณะเป็นตรอกทางเดินเท้า มีทางเข้าออก 2 ทาง ซ.สำราญราษฎร์และถนนบำรุงเมือง - รูปแบบอาคาร เป็นห้องแถวอาคารไม้ 2 ชั้น ปลุกติดต่อกันเป็นแนวยาวขนานกับทางเท้า

อัตลักษณ์ชุมชน

สถาปัตยกรรม

⁴⁴ ศูนย์ข้อมูลเกาะรัตนโกสินทร์ สำนักหอสมุด ม.ศิลปากร, 2558

1. วัดเทพธิดารามวรวิหาร เป็นพระอารามหลวงชั้นตรี สถาปัตยกรรมจีนประยุกต์ มีหอไตรที่ได้รับรางวัลอนุรักษ์จากยูเนสโก พ.ศ.2554 และพิพิธภัณฑ์ “บ้านกวี” เคยเป็นที่พำนักของ “สุนทรภู่” ขณะบวชเป็นภิกษุ
2. ศาลาว่าการกรุงเทพและลาน กทม.
3. บ้านไม้เก่าเคยเป็นที่พักอาศัยของบุคคลสำคัญ เช่น คุณสมาน กาญจนผลิน (นักแต่งเพลงลูกทุ่ง-ลูกกรุง), คุณสน่ห์ สุทธิพันธ์ คุณปัญญา รุ่งเรือง (นักแสดงภาพยนตร์)

ศิลปวัฒนธรรม

1. โกลั้แหล่งจำหน่ายเครื่องสังฆภัณฑ์และแหล่งเช่าพระ
2. โกลั้แหล่งอาหารที่มีชื่อเสียง



ภาพแสดงชุมชน

ชุมชนวังกรมพระสมมตอมรพันธ์



ที่ตั้ง ถนนสำราญราษฎร์ แขวงสำราญราษฎร์ เขตพระนคร พื้นที่ ประมาณ 1 ไร่
ขอบเขตชุมชน

ทิศเหนือ ติดซอยสำราญราษฎร์

ทิศใต้ ติดถนนบำรุงเมือง

ทิศตะวันออก ติดตลาดสำราญราษฎร์

ทิศตะวันตก ติดโรงเรียนเทเวศร์วิทยาลัย

ภาพแสดงขอบเขตชุมชน

ประวัติชุมชน⁴⁵

ตั้งตามชื่อวัง “พระบรมวงศ์เธอ พระองค์เจ้าสวัสดิประวัติ กรมพระสมมตอมรพันธ์” ต้นราชสกุล “สวัสดิกุล ณ อยุธยา” พระโอรสใน พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (ร.4) กับเจ้าจอมมารดาหุ่น ได้รับพระราชทานที่ดินริมถนนบำรุงเมืองใกล้วัดเทพธิดารามจากพระราชบิดา เมื่อพระองค์ดำรงตำแหน่งไปรเวตเสนาบดี (ราชเลขาธิการ) ในพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (ร.5) ทรงโปรดเกล้าให้สร้างวังและตำหนัก ณ ที่ดินผืนนี้ พระราชทานแก่พระองค์เจ้าสวัสดิประวัติขณะดำรงตำแหน่งมรคณายกของวัด

พระองค์เจ้าสวัสดิประวัติได้สร้างห้องแถวขึ้นเพื่อเป็นที่อยู่ของบริวารที่รับใช้อยู่ได้พักอาศัยในพื้นที่บริเวณวังกลายเป็นชุมชนวังกรมมาในปัจจุบัน พระองค์ได้ประทับอยู่ที่วังนี้ตลอดพระชนม์ชีพและสิ้นพระชนม์ในปี 2458 พระชันษา 55 ปี กระทั่งกรมหมื่นราชศักดิ์ทงไถ่ได้สิ้นพระชนม์ลง ที่ดินส่วนใหญ่ได้ตกทอดเป็นของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ที่ได้ให้ประชาชนเช่าอยู่อาศัย ส่วนตัววังถูกทิ้งร้างกระทั่งปี.ศ.2475 ได้ถูกเช่าเป็นบ้านพักตำรวจ สน.สำราญราษฎร์ ต่อมาได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของอาคารเรียนโรงเรียนเทเวศร์วิทยาลัยซึ่งได้ปิดกิจการไปแล้ว คงเหลือแต่อาคารตำหนักหม่อมเจ้าประวัติที่ยังคงความเป็นวังเดิมอยู่ ส่วนละแวกชุมชนมีข้าราชการทหารย้ายมาพักอาศัย มีชาวจีนเข้ามาขายไข่จนปรากฏเป็นชื่อตรอกไข่ บ้างก็ทำการค้าขาย บ้างทำเครื่องหยาบ บ้างประกอบอาชีพเย็บจีวร ตาลปัตร ไບลาน โด๊ะหมูปูชา ธรรมาสน์เทศน์ จนกลายเป็นย่านค้าขายเครื่องสังฆภัณฑ์และขยายตัวไปถึงเสาชิงช้า

ลักษณะทั่วไปปัจจุบัน

ที่ตั้ง	ถนนสำราญราษฎร์ แขวงสำราญราษฎร์ เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร
พื้นที่	พื้นที่ประมาณ 1 ไร่
กรรมสิทธิ์	เป็นที่ดินของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ส่วนที่ติดถนนเป็นที่ดินของเอกชนและบางส่วนเป็นของวัดเทพธิดาราม
ประชากร	78 หลังคาเรือน / ประชากร 267 คน : ชาย 123 คน, หญิง 144 คน

⁴⁵ ศูนย์ข้อมูลเกาะรัตนโกสินทร์ สำนักหอสมุด ม.ศิลปากร, 2558

อาชีพ	มีอาชีพค้าขาย รับจ้าง รับราชการ
ลักษณะชุมชน	เป็นประเภทชุมชนแออัด มีลักษณะเป็นชุมชนเพื่อการอยู่อาศัยเป็นหลัก
กายภาพชุมชน	- มีลักษณะเป็นตรอกทางเดินเท้า มีทางเข้าออก 2 ทาง ซ.สำราญราษฎร์และถนนบำรุงเมือง - รูปแบบอาคาร เป็นห้องแถวอาคารไม้ 2 ชั้น ปลุกติดต่อกันเป็นแนวยาวขนานกับทางเท้า

อัตลักษณ์ชุมชน

สถาปัตยกรรม

1. อาคารตำหนักหม่อมเจ้าประวดี เป็นส่วนหนึ่งของวังกรมพระสมมตอมรินทร์ที่ยังคงเหลืออยู่และเคยเป็นที่ประทับของสมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี (สมเด็จย่า)
2. สะพานพระสมมตอมรรค เป็นสะพานข้ามคลองรอบกรุงที่สร้างขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 5 เดิมเป็นทางเข้า-ออกพระนครและใช้ลำเลียงศพออกพระนครไปยังวัดสระเกศ
3. บ้านพระยาประสานดุริยศัพท์ ผู้มีฝีมือในการบรรเลงปี่และระนาดเอก

ศิลปวัฒนธรรม

1. แหล่งขายเครื่องสังฆภัณฑ์ใหญ่ที่สุดในกรุงเทพฯ โดยชุมชนยังมีอาชีพเย็บผ้าเหลือง สบงจีวร ตาลปัตรใบลาน
2. เป็นย่านที่มีร้านอาหารมีชื่อเสียง เช่น ผัดไทประตูผี ข้าวต้มเปิดประตูผี ฯลฯ



ภาพแสดงชุมชน

ชุมชนป้อมมหากาฬ



ที่ตั้ง ถนนมหาไชย แขวงบวรนิเวศน์ เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

พื้นที่ ประมาณ 4 ไร่ 3 งาน

ขอบเขตชุมชน

ทิศเหนือ จรดสะพานผ่านฟ้าลีลาศ

ทิศใต้ ติดคลองวัดเทพธิดาราม

ทิศตะวันออก ติดคลองโอง่าง

ทิศตะวันตก ติดป้อมมหากาฬ

ภาพแสดงขอบเขตชุมชน

ประวัติชุมชน⁴⁶

ช่วงรัชกาลที่ 1-3

ป้อมมหากาฬเป็น 1 ใน 2 ป้อมที่ยังคงหลงเหลือปรากฏอยู่ในปัจจุบันจากทั้งหมด 14 ป้อม เป็นป้อมที่ใช้รักษาพระนครทางทิศตะวันออก ตั้งอยู่ริมคลองรอบกรุงบริเวณเชิงสะพานผ่านฟ้าลีลาศ รัชกาลที่ 1 ทรงโปรดให้สร้างกำแพงพระนครและป้อมปราการพร้อมชุดคลองคูเมืองล้อมรอบเพื่อป้องกันข้าศึก แล้วเสร็จในสมัยรัชกาลที่ 3 และมีการขุดคลองมหานาคเชื่อมต่อกับคลองรอบกรุงเป็นผลให้เกิดท่าเรือที่ใช้สำหรับขนานางและเจ้านายใช้เดินทางเข้า-ออกเมือง และแหล่งการค้าขายทางน้ำระหว่างพระนครและหัวเมืองตะวันออกบนพื้นที่ขานกำแพงป้อมมาซึ่งเป็นพื้นที่ว่างเปล่า ต่อมาข้าราชการที่ดูแลการสร้างวัดราชนัคดารามเข้ามาตั้งบ้านเรือนอยู่อาศัยในพื้นที่นี้ ปรากฏเป็นชุมชนขึ้น

สมัยรัชกาลที่ 4-6

ในสมัยรัชกาลที่ 4 มีการขุดคลองผดุงกรุงเกษมและสร้างภูเขาทองทางทิศตะวันออก ทำให้พื้นที่ป้อมมหากาฬคึกคักขึ้นเนื่องจากเป็นศูนย์กลางคมนาคม ช่วงสมัยรัชกาลที่ 5 มีการออกเอกสารสิทธิให้ข้าราชการตำรวจครอบครองที่ดินได้ถูกต้องตามกฎหมาย จึงมีขุนนางและข้าราชการบริหารเข้ามาตั้งบ้านเรือนตามแนวกำแพงตั้งแต่เชิงสะพานผ่านฟ้าลีลาศไปตามถนนมหาไชยจนถึงคลองวัดเทพธิดาราม เรียกว่าตรอกพระยาเพชร

⁴⁶ศูนย์ข้อมูลเกาะรัตนโกสินทร์ สำนักหอสมุด ม.ศิลปากร, 2558

เพราะเป็นบ้านพักของพระยาเพชรปราณี (ตรี) ที่ตั้งคณะลิเกทรงเครื่องซึ่งมีชื่อเสียงมากและยังเป็นแหล่งผลิตเครื่องดนตรีไทยและกลอง ต่อมาในสมัยรัชกาลที่ 6 ได้มีการสร้างท่าเรือสำหรับเจ้านายเดินทางไปยังวังสระปทุมและเพื่อเป็นที่ประทับเมื่อมีงานเสด็จต่างๆ อาทิ งานเจดีย์ภูเขาทอง การเล่นสั๊กว และกิจการของวัดราชนัคดาและวัดเทพธิดาราม

สมัยรัชกาลที่ 7-9

ในปีพ.ศ.2492 ป้อมมหากาฬได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นโบราณสถานและมีโครงการปรับปรุงภูมิทัศน์มาตั้งแต่ปีพ.ศ.2502 ในสมัยจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ แต่การตั้งบ้านเรือนในป้อมมหากาฬมีลักษณะเป็นตรอกซอกซอยคล้ายชุมชนแออัดและเกิดเพลิงไหม้ขึ้นในปีพ.ศ.2513 ชุมชนเดิมย้ายออกไปและมีกลุ่มคนใหม่เข้ามาพักอาศัย กรุงเทพมหานครจึงได้ขอซื้อที่ดินและรื้อถอนบ้านหลังป้อมบางส่วนในปีพ.ศ.2515 ต่อมาในปีพ.ศ. 2521 รัฐบาลมีแผนแม่บทการอนุรักษ์และพัฒนากรุงรัตนโกสินทร์ในวาระครบรอบ 200 ปี จำนวน 20 โครงการ รวมถึงการสร้างสวนสาธารณะบนพื้นที่ป้อมมหากาฬ กรมศิลปากรจึงได้เข้าบูรณะซ่อมแซมป้อมมาในปีพ.ศ.2525 กระทั่งปีพ.ศ. 2535 กรุงเทพมหานครได้ประกาศพระราชกฤษฎีกากำหนดพื้นที่บริเวณที่ดิน โดยประชาชนเจ้าของที่ดินได้รับค่ารื้อถอนแล้วส่วนหนึ่ง แต่ผู้พักอาศัยยังไม่ยินยอมย้ายออกจากพื้นที่ จึงทำให้ชุมชนป้อมมหากาฬยังเผชิญปัญหาโลว์กระทั่งปัจจุบัน

ลักษณะทั่วไปปัจจุบัน

ที่ตั้ง	ถนนมหาไชย แขวงบวรนิเวศน์ เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร
พื้นที่	พื้นที่ประมาณ 4 ไร่ 3 งาน
กรรมสิทธิ์	อยู่ในความดูแลของกรุงเทพมหานคร 21 แปลง โอนกรรมสิทธิ์แล้ว 37 หลัง อยู่ระหว่างโอนกรรมสิทธิ์อีก 5 หลัง อีก 14 หลังไม่ยอมเจรจา โดยมีการรื้อถอนแล้ว 16 หลัง
ประชากร	56 หลังคาเรือน / ประชากร 283 คน ตามทะเบียนราษฎร์
อาชีพ	มีอาชีพค้าขาย รับจ้าง รับราชการ และมีอาชีพหัตถกรรมดั้งเดิม
ลักษณะชุมชน	เป็นประเภทชุมชนแออัด มีลักษณะเป็นชุมชนเพื่อการอยู่อาศัยเป็นหลัก
กายภาพชุมชน	- มีลักษณะเป็นตรอกทางเดินเท้า มีทางเข้าออกเป็นประตูช่องกุด 4 ช่องและจากถนนราชดำเนิน 1 ทางและสามารถเข้าออกทางคลองมหานาค - รูปแบบอาคาร เป็นบ้านไม้เก่าแก่ 2 ชั้น ปลูกติดต่อกันเป็นแนวยาวขนานกับทางเท้า

อัตลักษณ์ชุมชน

สถาปัตยกรรม

1. ป้อมมหากาฬและกำแพงพระนคร เป็นป้อมปราการที่สร้างในสมัยรัชกาลที่ 1 ที่ยังเหลืออยู่ 1 ใน 2 แห่ง และอาคารท่าเรือพระยาฤทธิสารประกาศที่เคยเป็นที่ประทับระหว่างเสด็จประพาสของเจ้านาย ทั้งหมดได้ขึ้นทะเบียนเป็นโบราณสถานแล้ว กทม.มีแผนก่อสร้างสวนสาธารณะ
2. บ้านไม้เก่าแก่ควรค่าแก่การอนุรักษ์ เช่น หมื่นศักดิ์แสนยกรเป็นบ้านทรงไทยตามแบบมาตรฐานเรือนไทยเดิม เรือนไม้สักโบราณ บ้านประปา
3. คลองมหานาคและสะพานมหาดไทยอุทิศ ยังคงเส้นทางคมนาคมทางน้ำจนถึงปัจจุบัน

ศิลปวัฒนธรรม

1. มีงานฝีมือและอาชีพหัตถกรรมดั้งเดิม เช่น ทำกรงนกและเลี้ยงนกเขาชวา การปั้นเซียร์พ้อแก่และตุ๊กตาดินเผาฯ ชีตัดตนในอริยาบถต่างๆ เลี้ยงไก่ชน ค้าขายพลุดะไล
2. คณะลิเกทรงเครื่องโบราณคณะเพชรปราณี เป็นคณะลิเกแบบชวามลายูผสมกับละครนอกแต่งกายหรูหราเลียนแบบราชสำนัก ชุดออกภาษาเป็นละครเต็มรูปแบบใช้วงร่ำมะนาบรรเลงตอนออกแขก วงปี่พาทย์บรรเลงช่วงละคร และเป็นแหล่งผลิตเครื่องดนตรีไทยโดยมีช่างที่มีชื่อเสียงในสมัยรัชกาลที่ 6 คือ นายอู่และนางบุญส่ง ไม่เสื่อมสุข ช่างทำกลอง
3. เคยเป็นตลาดนกเขาชวา เคยมีชุมชนบ้านสายที่เคยเป็นชุมชนทำสายรัดประคด เคยมีตรอกถ่านที่ค้าขายถ่านและมีการเปียผลไม้ในคลองมหานาค
4. มีประเพณี “งานไหว้พ่อปู่ป้อมมหากาฬ” ในช่วงเทศกาลสงกรานต์





ภาพแสดงชุมชน

ชุมชนบ้านบาตร



ที่ตั้ง แยกเมรุปูน ซอยบ้านบาตร ถนนบำรุงเมืองและถนนบริพัตร แขวงสำราญราษฎร์ เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร

พื้นที่ ประมาณ 4 ไร่ 37 งาน

ภาพแสดงขอบเขตชุมชน

ประวัติชุมชน⁴⁷

ชุมชนบ้านบาตรไม่ปรากฏหลักฐานการตั้งถิ่นฐานที่แน่ชัดประมาณการว่ามีอายุกว่า 200 ปี จากคำบอกเล่าบ้างก็ว่าเป็นชาวกรุงศรีอยุธยาที่อพยพเข้ามาเมื่อเสียกรุงครั้งที่ 2 (2310) มาตั้งบ้านเรือนเมื่อมีการขุดคลองรอบกรุงเมื่อสถาปนากรุงรัตนโกสินทร์.ศ.2326 บ้างก็ว่าเป็นชาวอยุธยาที่ถูกเกณฑ์เข้าร่วมกองทัพในสมัยรัชกาลที่ 3 ได้มารวมตัวกันตั้งบ้านเรือนและประกอบอาชีพทำบาตรพระเช่นเดียวกับในสมัยอยุธยาจนเป็นที่รู้จักกันว่า “ตลาดบ้านบาตร” เป็นบาตรที่ทำด้วยมือต้องใช้ช่างฝีมือจำนวนมากมีทั้งช่างหลวงและช่างอิสระ ในช่วงปีพ.ศ.2490 ชาวบ้านหันมาประกอบอาชีพทำบาตรกันเกือบทั้งหมด จนได้ยินเสียงตีบาตรดังไปทั่วบริเวณ ผลิตรันละ 20-30 ใบ แต่ในภายหลังกรมศาสนาอนุญาตให้พระภิกษุใช้บาตรที่ผลิตจากโรงงานได้ ทำให้การผลิตบาตรของชุมชนบ้านบาตรหยุดชะงักไป และได้มีการฟื้นฟูขึ้นมาใหม่โดยสำนักงานเขตป้อมปราบฯ ในปี.ศ.2544 แต่ปัจจุบันเหลือช่างทำบาตรอยู่เพียง 5 ครอบครัวเท่านั้น นอกจากนี้บ้านบาตรยังเป็นจุดกำเนิด รำวงบ้านบาตรซึ่งเป็นคณะรำวงที่มีชื่อเสียงในยุคจอมพล ป.พิบูลสงคราม อีกทั้งยังเป็นที่ตั้งของสำนักดนตรี “หลวงประดิษฐไพเราะ (ศร ศิลปะบรรเลง)” ซึ่งเป็นจุดกำเนิดศิลปินและครูเพลงวงพิพาทย์

ลักษณะทั่วไปปัจจุบัน

ที่ตั้ง	แยกเมรุปูน ซอยบ้านบาตร ถนนบำรุงเมืองและถนนบริพัตร แขวงสำราญราษฎร์ เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร
พื้นที่	พื้นที่ประมาณ 4 ไร่ 37 งาน
กรรมสิทธิ์	เป็นที่ดินของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์
ประชากร	136 หลังคาเรือน / 186 ครัวเรือน/ ประชากร 473 คน : ชาย 236 คน, หญิง 237 คน
อาชีพ	มีอาชีพค้าขาย รับจ้าง รับราชการ และมีอาชีพทำบาตร
ลักษณะชุมชน	เป็นประเภทชุมชนแออัด มีลักษณะเป็นชุมชนเพื่อการอยู่อาศัยเป็นหลัก
กายภาพชุมชน	- มีลักษณะเป็นตรอกทางเดินเท้า มีทางเข้าออก ทาง - รูปแบบอาคาร เป็นบ้านไม้ 1-2 ชั้น และบ้านปูน 1-2 ชั้น ปกติดต่อกัน

อัตลักษณ์ชุมชน

สถาปัตยกรรม

1. บ้านไม้โบราณแบบยกใต้ถุนสูง มีบ่อน้ำแทบทุกบ้าน

ศิลปวัฒนธรรม

2. การทำบาตรแบบดั้งเดิมด้วยมือที่ถูกต้องด้วยหลักธรรมวินัย ซึ่งมีถึง 21 ขั้นตอนและต้องใช้ช่างฝีมือในแต่ละขั้นตอน
3. มีพิธีไหว้ครูก่อนทำบาตร มีพิธีกรรมไหว้ศาลพ่อปู่บ้านบาตรในช่วงสงกรานต์ มีการรำและแสดงละครชาตรีถวายพ่อปู่
4. เป็นแหล่งกำเนิดคณะรำวงบ้านบาตร และสำนักดนตรีหลวงประดิษฐไพเราะที่มีชื่อเสียงของยุคสมัย

⁴⁷ ข้อมูลชุมชน 6 ชุมชน เทร่ ตรอก ครั้งที่ 1, สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์



ภาพแสดงชุมชน

ย่านนางเลิ้ง

ประกอบด้วย 4 ชุมชนที่ขึ้นทะเบียน คือ ชุมชนวัดสุนทรธรรมทาน ชุมชนแขวงวัดโสมนัส ชุมชนศุภมิตร 1 และชุมชนศุภมิตร 2



ที่ตั้ง แขวงวัดโสมนัส เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร

ขอบเขตพื้นที่

ทิศเหนือ ติดวัดโสมนัสราชวรวิหารและถนนนครสวรรค์

ทิศใต้ ติดถนนหลานหลวง

ทิศตะวันออก ติดถนนกรุงเกษมและซอยศุภมิตร

ทิศตะวันตก ถนนจักรพรรดิพงษ์

ภาพแสดงขอบเขตย่านนางเลิ้ง

ประวัติชุมชน^{48,49}

ช่วงรัชกาลที่ 1-3 (ช่วงต้นกรุงรัตนโกสินทร์)

เดิมพื้นที่บริเวณนี้มีชื่อเรียกหลายชื่อ เช่น ตำบลคอกกระบือ หุ่นสัมป่อย บ้านสนามควาย มีสภาพเป็นที่รกร้างว่างเปล่ามีประชาชนมาตั้งบ้านเรือนประปราย ใช้เป็นพื้นที่เลี้ยงช้างหลวงและใช้เลี้ยงกระบือ ในสมัยรัชกาลที่ 1 ทรงพระราชทานที่ดินให้เชลยชาวเขมรนับถือศาสนาพุทธจากการปราบกบฏในปี พ.ศ.2325 จำนวน 500 ครอบครัวอยู่อาศัย (กลุ่มนี้คือช่างผลิตเครื่องปั้นดินเผาในภายหลัง) พระยาแสนยกรได้รับบริจาคที่ดินและบ้านให้สร้างวัดขึ้นเรียกกันว่าวัดสนามกระบือ ต่อมาได้พระราชทานชื่อว่า “วัดสุนทรธรรมทาน” (วัดแคนางเลิ้ง) รัชกาลที่ 3 ทรงพระราชทานที่ดินให้ชาวไทยมุสลิมที่ติดตามกองทัพจากการปราบกบฏภาคใต้ (พัตลุงและนครศรีธรรมราช) ปีพ.ศ.2373-2375 ตั้งบ้านเรือนบริเวณวัดนี้ เรียกกลุ่มนี้ว่า ไพรหลวง เพราะได้รับการฝึกหัดงานช่างศิลป์ และมีความสามารถด้านศิลปะการแสดงละครชาตรีและหนังตะลุง

ช่วงรัชกาลที่ 4-6

สมัยรัชกาลที่ 4 เมื่อมีการขุดคลองผดุงกรุงเกษมขึ้นในปีพ.ศ.2394 เป็นเส้นทางค้าขายสำคัญโดยเฉพาะบริเวณที่เรียกว่านางเลิ้งในปัจจุบัน มีเรือค้าข้าว อัญญา และกระบือ กล้วยเป็นแหล่งค้าขายเครื่องปั้นดินเผาที่มีชื่อเสียง โดยเฉพาะตุ่มใส่น้ำที่เรียกว่า “ตุ่มอีเลิ้ง” จนกลายมาเป็นชื่อเรียกพื้นที่ย่านนี้ ต่อมาสมัยรัชกาลที่ 5 มีการสร้างวังเจ้านายและกลายเป็นศูนย์กลางชุมชนบริเวณนางเลิ้งหลายแห่ง และทรงโปรดให้สร้าง “ตลาดนางเลิ้ง” เป็นตลาดบกแห่งแรกของกรุงเทพมหานคร และโปรดให้ตัด “ถนนนครสวรรค์” พร้อมสร้าง “สะพานเทวกรรมรังรักษ์” เป็นเส้นทางคมนาคมและมีรางแดงอำนวยความสะดวกในการเดินทาง ทำให้ตลาดนางเลิ้งมีความคึกคักมาก ในสมัยรัชกาลที่ 6 ยกนางเลิ้งเป็นอำเภอหนึ่ง และมีโรงหนัง “ศาลาเฉลิมธานี” มาเปิดกิจการในปีพ.ศ.2461 ทำให้ย่านนางเลิ้งเป็นย่านการค้าและความบันเทิงแห่งหนึ่งของยุค ต่อมาในปีพ.ศ. 2472 เกิดเพลิงไหม้ครั้งใหญ่ส่งผลให้ตลาดซบเซาลงบ้างและมีการสร้างตึกแถวขึ้นทดแทน

ช่วงรัชกาลที่ 7-9 (ถึงยุคปัจจุบัน)

ภายหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครอง วังเจ้านายกลายเป็นสถานที่ราชการ ตลาดนางเลิ้งเกิดเพลิงไหม้หลายครั้ง โรงหนังปิดกิจการลงในปีพ.ศ.2536 กลายเป็นโกดังเก็บสินค้า ทำให้ย่านตลาดนางเลิ้งซบเซาลง กลายเป็นแหล่งขายอาหารสำเร็จรูปและขนมหวานรองรับคนทำงานในพื้นที่ **ลักษณะทั่วไปปัจจุบัน** ย่านนางเลิ้งประกอบด้วยชุมชน 4 ชุมชน คือ

1) ชุมชนวัดสุนทรธรรมทาน

ทิศเหนือ ติดถนนนครสวรรค์

ทิศตะวันออก ติดถนนพะเนียง

⁴⁸ ข้อมูลชุมชน 6 ชุมชน เดร์ ตรอก ครั้งที่ 1, สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์

⁴⁹ เขียมสุรย์ สิริศรีศักดิ์. “การศึกษาเพื่อการอนุรักษ์ย่านนางเลิ้ง”. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาสถาปัตยกรรมศาสตร์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.

ทิศใต้ ดิถนลานหลางหลวง**ทิศตะวันออก** ดิถนลานจักรพรรดิพงษ์

ที่ตั้ง	ถนนพะเนียง แขวงวัดโสมนัส เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร
พื้นที่	มีพื้นที่ประมาณ 1 ไร่
กรรมสิทธิ์	เป็นที่ดินของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ บางส่วนเป็นที่ดินวัด (กรมศาสนา)
ประชากร	51 หลังคาเรือน/ 74 ครัวเรือน / ประชากร 473 คน : ชาย 99 คน, หญิง 125 คน
ลักษณะชุมชน	เป็นประเภทชุมชนแออัด มีลักษณะเป็นชุมชนเพื่อการอาศัยและทำการค้า
อาชีพ	ค้าขาย รับจ้าง รับราชการ พนักงานบริษัท-ห้างร้าน

2) **ชุมชนวัดโสมนัส****ทิศเหนือ** ดิถวัดโสมนัสวิหาร**ทิศตะวันออก** ดิถถนนกรุงเกษม**ทิศใต้** ดิถถนนนครสวรรค์**ทิศตะวันตก** ดิถถนนพะเนียง

ที่ตั้ง	ถนนกรุงเกษมใกล้วัดโสมนัสฯ แขวงวัดโสมนัส เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร
พื้นที่	มีพื้นที่ประมาณ 12 งาน
กรรมสิทธิ์	เป็นที่ดินวัด (กรมศาสนา)
ประชากร	137 หลังคาเรือน/ 343 ครัวเรือน / ประชากร 922 คน : ชาย 540 คน, หญิง 832 คน
ลักษณะชุมชน	เป็นประเภทชุมชนแออัด มีลักษณะเป็นชุมชนเพื่อการอาศัยและทำการค้า
อาชีพ	ค้าขาย รับจ้าง รับราชการ พนักงานบริษัท-ห้างร้าน

3) **ชุมชนศุภมิตร 1****ทิศเหนือ** ดิถถนนนครสวรรค์**ทิศตะวันออก** ดิถถนนกรุงเกษม**ทิศใต้** ถนนศุภมิตร**ทิศตะวันตก** ดิถชุมชนศุภมิตร 2

ที่ตั้ง	ตรอกนางเลิ้ง แขวงวัดโสมนัส เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร
พื้นที่	มีพื้นที่ประมาณ 6 งาน
กรรมสิทธิ์	เป็นที่ดินของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์
ประชากร	141 หลังคาเรือน/ 170 ครัวเรือน / ประชากร 672 คน : ชาย 312 คน, หญิง 360 คน
ลักษณะชุมชน	เป็นประเภทชุมชนแออัด มีลักษณะเป็นชุมชนเพื่อการอาศัยและทำการค้า
อาชีพ	ส่วนใหญ่รับจ้าง ค้าขาย

4) **ชุมชนศุภมิตร 2****ทิศเหนือ** ดิถถนนนครสวรรค์**ทิศตะวันออก** ดิถชุมชนศุภมิตร 1 และถนนศุภมิตร**ทิศใต้** ดิถถนนศุภมิตร-ถนนพะเนียง**ทิศตะวันตก** ดิถถนนพะเนียง

ที่ตั้ง	ถนนพะเนียง แขวงวัดโสมนัส เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร
พื้นที่	มีพื้นที่ประมาณ 1 ไร่
กรรมสิทธิ์	เป็นที่ดินของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ บางส่วนเป็นที่ดินวัด (กรมศาสนา)
ประชากร	337 หลังคาเรือน/ 380 ครัวเรือน / ประชากร 986 คน : ชาย 573 คน, หญิง 413 คน
ลักษณะชุมชน	เป็นประเภทชุมชนแออัด มีลักษณะเป็นชุมชนเพื่อการอาศัยและทำการค้า
อาชีพ	ส่วนใหญ่รับจ้าง ค้าขาย

อัตลักษณ์ชุมชน**สถาปัตยกรรม**

- วัดสุนทรธรรมทาน หรือวัดนางเลิ้ง เป็นวัดราษฎร์ที่เจ้าพระยาแสนยากรได้อุทิศที่ดินและบ้านของตนสร้างวัดเพื่อประดิษฐานพระพุทธรูปที่นำมาจากตำบลคอแหลม ต่อมากลายเป็นศูนย์กลางชุมชน
- วัดโสมนัสวิหาร เป็นพระอารามหลวงชั้นโท สร้างในสมัยรัชกาลที่ 4 พระราชทานอุทิศแต่สมเด็จพระนางเจ้าโสมนัสวัฒนาวดี
- วังเจ้านายและขุนนางเก่าแก่หลายแห่ง เช่น
 - วังจอมพลกรมหลวงนครไชยศรีสุรเดช (วังมหานาค) พ.ศ.2443 ปัจจุบันพื้นที่บางส่วนปลูกสร้างเป็นตลาคมนานาค บางส่วนเป็นกรมพัฒนาพลังงานทดแทน บางส่วนยังเป็นที่พักของราชสกุลจิระประวัติ

- วังกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ (วังนางเลิ้ง) พ.ศ.2445 ปัจจุบันคือ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร คงเหลือเพียงเรือนหมอพรและประตูวัง
 - วังกรมหลวงสิงหวิกรมเกรียงไกร (วังสะพานขาว) พ.ศ.2450 ปัจจุบันพระตำหนักที่ประทับเป็นที่ทำการของกรมประชาสัมพันธ์
 - วังสมเด็จพระยาตำราจราชานุภาพ (วังวรดิศ) พ.ศ.2454 ปัจจุบันเป็นพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ บางส่วนเป็นที่ประทับราชสกุลตีสกุล
 - บ้านเจ้าพระยาธรรมศักดิ์มนตรี ปัจจุบันเป็นโรงเรียนสตรีจุลนาค
4. ตลาดนางเลิ้งและตึกแถวนางเลิ้ง ตลาดบกแห่งแรกของประเทศไทย สร้างในพ.ศ.1443 สมัยรัชกาลที่ 5 ปัจจุบันเป็นแหล่งขายอาหารและขนมหวานชื่อดัง
 5. โรงหนังศาลาเฉลิมไทย อาคารไม้อายุกว่า 100 ปี เป็นแหล่งมรดกพันเชิงเก่าแก่ที่ทำให้นางเลิ้งเป็นแหล่งศิลปะการแสดงแขนงต่างๆ
 6. บ้านไม้โบราณต่างๆ

ศิลปวัฒนธรรม

1. เป็นแหล่งศิลปะการแสดงแขนงต่างๆและบุคลากรสำคัญ เช่น
 - คณะละครครูพูน เรื่องนนท์ คณะที่มีชื่อเสียงและยังสืบต่อมาถึงปัจจุบันโดย ครูทองใบและครูบุญสร้าง เรื่องนนท์ รับประทานอาหารนั่งตะลุง ลิเก พิณพาทย์ไทยมอญ
 - ชุมชนบ้านนาฏศิลป์ปราณีศิลป์ที่ก่อตั้งมาตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 6 โดยเริ่มจากโจน ละครชาตรีและดนตรีไทย และยังเป็นผู้สร้างภาพยนตร์ไทยยุคแรกๆ
 - มิตร ชัยบัญชา อาศัยอยู่ในย่านนี้ในวัยเด็ก กระทั่งได้เป็นนักแสดงภาพยนตร์ชื่อดังคนหนึ่งของยุค
2. เดิมเป็นแหล่งบันเทิงเรีงรมย์ เป็นที่รู้จักว่าตรอกสะพานยาวซึ่งได้ปิดตัวไปแล้ว และย่านการพนัน มีโรงบ่อนการพนันหลายแห่ง ต่อมากฎหมายห้ามเปิดบ่อนการพนันแต่มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบเป็นอย่างอื่น เช่น เวทีมวยราชดำเนิน สนามม้านางเลิ้ง สลากกินแบ่งรัฐบาล



ภาพแสดงชุมชน

ภาคผนวก ง.
ประวัติผู้เชี่ยวชาญผู้ให้สัมภาษณ์

คุณ ระพีพัฒน์ เกษโกศล

ตำแหน่ง

- นักวิชาการ ผู้ชำนาญการกลุ่มงานพัฒนาการท่องเที่ยว กองการท่องเที่ยว สำนักวัฒนธรรม กีฬาและการท่องเที่ยว
- เลขานุการเครือข่ายการท่องเที่ยวภาคประชาสังคม

ประวัติการศึกษา

- สำเร็จการศึกษา ปริญญาโทเศรษฐศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- สำเร็จการศึกษา ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ประวัติการทำงาน

- ผู้บรรยายพิเศษด้านการท่องเที่ยว วัฒนธรรม พัฒนาสังคม สถาบันอุดมศึกษา องค์กรธุรกิจ องค์กรชุมชนด้านท่องเที่ยวและวัฒนธรรม
- จัดตั้ง ประสานการดำเนินงานของสมาชิกเครือข่ายการท่องเที่ยวภาคประชาสังคม
- ดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

จัดทำสื่อและคู่มือการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวัฒนธรรม

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

ชื่อ : นางสาวนารัตน์ อิมพัฒน์

วัน/เดือน/ปี เกิด : 12 มิถุนายน พ.ศ.2528

ประวัติการศึกษา :

มัธยมศึกษา โรงเรียนอุดรพิทยานุกูล จังหวัดอุดรธานี

ปริญญาตรี สถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต (สถ.บ.) คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปริญญาโท หลักสูตรเคหพัฒนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการพัฒนที่อยู่อาศัย
และอสังหาริมทรัพย์ ภาควิชาเคหการ คณะสถาปัตยกรรม

ศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวัติการทำงาน : พ.ศ.2552 บริษัท แดชเชิล ดีไซน์ จำกัด

พ.ศ.2553-2559 บริษัท เอเซเว่น คอร์ปอเรชั่น จำกัด

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY