

การศึกษาความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจโฮสเทล กรณีศึกษา: พื้นที่เขตคลองสาน
ธนบุรี

THE FEASIBILITY STUDY OF HOSTEL IN KHLONG SAN, THONBURI



การศึกษาความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจโฮสเทล กรณีศึกษา: พื้นที่เขตคลองสาน ธนบุรี

THE FEASIBILITY STUDY OF HOSTEL IN KHLONG SAN, THONBURI



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารจัดการออกแบบภายใน
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2561



© 2562

ขวัญกมล เกรียงอุปถัมภ์

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารจัดการออกแบบภายใน

เรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจโฮสเทล กรณีศึกษา : พื้นที่เขตคลองสาน
ธนบุรี

ผู้วิจัย ขวัญกมล เกรียงอุบลัมภ์

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนธร กิตติกานต์)

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

(ดร.ภิรมย์ แจ่มใส)

ผู้แทนบัณฑิตวิทยาลัย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริวรรณ รุจิพงษ์)

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์.ดร.ธีระยุทธ ชุมสาย ณ อยุธยา)

(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

8 ธันวาคม 2561

ขวัญกมล เกรียงอุบลมภ์. ปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารจัดการ
ออกแบบภายใน, ธันวาคม 2561, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

การศึกษาความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจโฮสเทล กรณีศึกษา: พื้นที่เขตคลองสาน ธนบุรี
(142 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนธร กิตติกานต์

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจโฮสเทล พื้นที่เขตคลองสาน มี
วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ (Feasibility Study) โดยการศึกษาหลักการความ
เป็นไปได้ทั้งด้านการตลาด ทางด้านเทคนิค ทางด้านการบริหาร และทางด้านการเงินในการทำธุรกิจ
ประเภทโฮสเทล

งานวิจัยนี้เป็นวิจัยเชิงคุณภาพ ศึกษาและวิจัยด้วยการรวบรวมข้อมูล ทบทวนวรรณกรรม
รวมถึงศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง จากนั้นทำการเก็บข้อมูลภาคสนามโดยการลงสัมภาษณ์
เจ้าของกิจการและพนักงานที่เกี่ยวข้องในการประกอบธุรกิจโฮสเทลในเขตคลองสาน และรอบเขต
คลองสาน โดยการตั้งคำถามจากปัจจัย 4 หลักการ ได้แก่ ทางด้านการตลาด ทางด้านเทคนิค
ทางด้านการบริหาร และทางด้านการเงิน และนำมาวิเคราะห์ อธิบายเป็นรายละเอียดเชิงพรรณนา
สรุปประเด็นสำคัญ และเพื่อใช้แนวทางในการช่วยตัดสินใจของผู้ที่ต้องการลงทุนประกอบธุรกิจโฮส
เทล เขตคลองสาน

สรุปผลการศึกษาพบว่า พื้นที่เขตคลองสาขามีศักยภาพเพียงพอในการประกอบธุรกิจโฮสเทล
ให้ประสบความสำเร็จได้ โดยอาศัยหลักการความเป็นไปได้ของโครงการ และจากการสัมภาษณ์พบว่า
เจ้าของกิจการและพนักงานธุรกิจโฮสเทลเห็นด้วยกับหลักการแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการศึกษา
ความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจโฮสเทลด้านการตลาดที่น่าเสนอมากที่สุด จากการนำเสนอเรื่อง
การผสมผสานศิลปวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่มาสร้างคุณค่าและเป็นจุดแข็งซึ่งทำให้โฮสเทล
แตกต่างจากที่อื่น

อนุมัติ:

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

Kriangupatham, K. M. Arch. (Interior Architect, Interior Design Management), May 2019, Graduate School, Bangkok University.

The feasibility study of hostel in Khlong San, Thonburi (142 pp.)

Thesis Advisor: Asst. Prof. Thanathorn Kittikarn, Ph.D.

ABSTRACT

This research is a feasibility study of hostel business in Khlong San area. The objective is to study the feasibility of the project by studying the principles of marketing feasibility, technical management and financial in the business of hostel type.

This research is qualitative research. Carry out with collection of data, literature review including studying relevant concepts and theories. Then, the field data was collected by interviewing business owners and employees involved in conducting the hostel business in Khlong San District, and around Khlong San district by asking questions on 4 factors, analyzed and described as descriptive details. Summary of key points shall be the guidelines to help decision makers who want to invest in the hostel business in Khlong San District.

The results of the study found that Khlong San area has the potential to establish successful hostel business. Based on the project's feasibility principle and from the interview, found that the business owner and hostel business staff agreed with the principles, concepts and theories about the feasibility study of the proposed hostel business marketing. By the presentation of the unique combination of culture and art of the area shall create value with strength, and shall make the hostel different from others.

Approved: _____

Thesis Advisor

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์ช่วยเหลือจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนธร กิตติกานต์ และดร.ภิรมย์ แจ่มใส ที่ปรึกษาร่วมวิทยานิพนธ์ซึ่งท่านได้เสียสละเวลาให้คำแนะนำ ช่วยเหลือ ชี้แนะแนวทางในการทำวิจัยรวมถึงการให้กำลังใจ ให้แรงคิด และให้โอกาสในการพัฒนาความสามารถเสมอมา ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของท่านและขอกราบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณคณะกรรมการทุกท่าน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศิริวรรณ รุจิพงษ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ถิรายุ ชุมสาย ณ อยุธยา ที่ได้กรุณาตรวจสอบเนื้อหา ให้ข้อเสนอแนะ และชี้แนะแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขที่เป็นประโยชน์ต่อการทำวิจัยครั้งนี้ รวมถึงขอขอบคุณอาจารย์ทุกท่านที่เคยสั่งสอนอบรมให้ความรู้ต่างๆที่ติดลือดมา

ขอขอบพระคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการให้ข้อมูลจากโฮสเทลทั้ง 10 แห่ง คือ ดิลกจันทร์ โฮสเทล อินดรอกแอนด์อินน์ซอย โฮสเทล สยามปลั๊กอิน โฮสเทล ย.ยักษ์ โฮสเทล เอ็มเกรย์ โฮสเทล แอนด์คาเฟ่ 2ดับเบิลยู เบด แอนด์ เบรคฟาสต์ กรุงเทพฯ ลอฟท์เทล 22 เฮียร์ โฮสเทล บางกอกชิงช้า โฮสเทล กรุงเทพฯ และเบดสเปรด โฮสเทล ที่สละเวลามาให้สัมภาษณ์และตอบคำถามรวมถึงยังให้ความร่วมมือในการพาชมและแนะนำสถานที่

และที่สำคัญที่สุด ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ คุณป้า และพี่ ๆ ทุกคนในครอบครัวที่คอยสนับสนุน ให้ความช่วยเหลือ คำแนะนำ และกำลังใจแก่ผู้วิจัย ในการศึกษาปริญญาโทและการทำวิทยานิพนธ์จนประสบความสำเร็จ

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณและคุณค่าอันพึงมีในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เพื่อเป็นข้อมูลในการประกอบกิจการโฮสเทล เขตคลองสาน ให้ประสบความสำเร็จ

ขวัญกมล เกรียงอุปถัมภ์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย	2
1.3 ขอบเขตการวิจัย	2
1.4 สมมติฐานการวิจัย	2
1.5 คำถามการวิจัย	3
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ	3
1.8 กรอบแนวความคิดการวิจัย	4
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม	5
2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับพื้นที่เขตคลองสาน จังหวัดกรุงเทพมหานคร	5
2.2 แนวคิดที่เกี่ยวข้องโฮสเทล (Hostel)	7
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการศึกษาความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจด้านการตลาด	10
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการศึกษาความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจด้านการเทคนิค	12
2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการศึกษาความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจด้านบริหารจัดการ	14
2.6 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการศึกษาความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจด้านการการเงินและเศรษฐศาสตร์	16
2.7 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค และพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว	19
2.8 ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (7P's)	24

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย	26
3.1 รวบรวมข้อมูล	26
3.2 กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	28
3.3 Pilot Study	29
3.4 การออกแบบโครงการ	29
3.5 การออกแบบการตรวจทานความเป็นไปได้ของโครงการ	30
3.6 ขั้นตอนการสรุปผล	31
3.7 วิเคราะห์ศักยภาพพื้นที่คลองสานเพื่อหาที่ตั้งโครงการ	31
3.8 การวิเคราะห์ที่ตั้งโครงการ	37
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	51
4.1 การออกแบบโครงการ	51
4.2 การออกแบบการตรวจทานความเป็นไปได้ของโครงการ	100
4.3 ผลจากการตรวจทานความเป็นไปได้ของโครงการ	106
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษาวิจัยและข้อเสนอแนะ	137
5.1 สรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการด้านกายภาพ	137
5.2 สรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการด้านการตลาด	138
5.3 สรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการด้านการบริหาร	139
5.4 สรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการด้านการเงิน	140
บรรณานุกรม	141
ประวัติเจ้าของผลงาน	142
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการขออนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในวิทยานิพนธ์	

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1: แสดงพื้นที่การแบ่งเขตการปกครองเขตคลองสาน	7
ตารางที่ 3.1: หลักการคร่าวๆในการกำหนดขนาดตัวอย่างของแนวทางการเก็บรวบรวมข้อมูล	28
ตารางที่ 3.2: แสดงหลักเกณฑ์การวิเคราะห์เลือกที่ตั้งอาคาร	48
ตารางที่ 3.3: แสดงการวิเคราะห์พื้นที่ตั้งโครงการ (SWOT Analysis)	50
ตารางที่ 4.1: วิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่ตั้งโครงการ	54
ตารางที่ 4.2: องค์ประกอบพื้นที่สร้างรายได้ของโฮสเทล	58
ตารางที่ 4.3: สัดส่วนพื้นที่ห้องนอนต่อจำนวนคนของโฮสเทล	59
ตารางที่ 4.4: แสดงข้อมูลโฮสเทลที่อยู่ในพื้นที่คลองสาน กรุงเทพฯ	69
ตารางที่ 4.5: แสดงค่าใช้จ่ายบุคลากรของโครงการ	77
ตารางที่ 4.6: แสดงแผนการดำเนินงานก่อนเปิดโครงการ	78
ตารางที่ 4.7: แสดงการประมาณการเงินลงทุนคงที่ทั้งหมดของโครงการ	80
ตารางที่ 4.8: แสดงรายได้ประมาณการยอดขายต่อปี กรณี Best Case (100%)	81
ตารางที่ 4.9: แสดงรายได้ประมาณการยอดขายต่อปี กรณี Most Likely Case (75%)	81
ตารางที่ 4.10: แสดงรายได้ประมาณการยอดขายต่อปี กรณี Worst Case (50%)	82
ตารางที่ 4.11: แสดงรายได้ประมาณการยอดขาย กรณี Best Case (100%) ปีที่ 1-5	82
ตารางที่ 4.12: แสดงรายได้ประมาณการยอดขาย กรณี Most Likely Case (75%) ปีที่ 1-5	83
ตารางที่ 4.13: แสดงรายได้ประมาณการยอดขาย กรณี Worst Case (50%) ปีที่ 1-5	84
ตารางที่ 4.14: แสดงรายได้ต้นทุนแปรผัน กรณี Best Case (100%) ปีที่ 1-5	85
ตารางที่ 4.15: แสดงรายได้ต้นทุนแปรผัน กรณี Most Likely Case (75%) ปีที่ 1-5	85
ตารางที่ 4.16: แสดงรายได้ต้นทุนแปรผัน กรณี Worst Case (50%) ปีที่ 1-5	85
ตารางที่ 4.17: อัตราเงินเดือนพนักงาน	86
ตารางที่ 4.18: แสดงค่าใช้จ่ายในการขายและบริการ กรณี Best Case (100%) ปีที่ 1-5	87
ตารางที่ 4.19: แสดงค่าใช้จ่ายในการขายและบริการ กรณี Most Likely Case (75%) ปีที่ 1-5	87

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.20: แสดงค่าใช้จ่ายในการขายและบริการ กรณี Worst Case (50%) ปีที่ 1-5	88
ตารางที่ 4.21: งบกำไรขาดทุน-กรณีดีเยี่ยม (Best Case) สำหรับปี 2562-2566	88
ตารางที่ 4.22: งบกำไรขาดทุน-กรณีที่เป็นไปได้มากที่สุด (Most Likely Case) สำหรับปี 2562-2566	91
ตารางที่ 4.23: งบกำไรขาดทุน - กรณีย่ำแย่ สำหรับปี 2562-2566	94
ตารางที่ 4.24: ตารางแสดงยอดขายสุทธิสำหรับปีที่ 1-5	97
ตารางที่ 4.25: ตารางแสดงกำไรจากการดำเนินงานสำหรับปีที่ 1-5	97
ตารางที่ 4.26: ตารางแสดงระยะเวลาคืนทุน (Pay-back Period)	97
ตารางที่ 4.27: ตารางแสดงมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value; NPV) กรณีดีเยี่ยม	98
ตารางที่ 4.28: ตารางแสดงมูลค่าปัจจุบัน (Net Present Value; NPV) กรณีเป็นไปได้มากที่สุด	98
ตารางที่ 4.29: ตารางแสดงมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value; NPV) กรณีย่ำแย่	99
ตารางที่ 4.30: ตารางแสดงอัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return; IRR)	99
ตารางที่ 4.31: ตารางแสดงสรุปผลอัตราผลตอบแทนของโครงการทุกกรณี	100
ตารางที่ 4.32: แบบสัมภาษณ์ผู้บริหารกิจการโฮสเทล	102
ตารางที่ 4.33: แบบสอบถามผู้บริหารกิจการโฮสเทล	105
ตารางที่ 4.34: สรุปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จากผู้บริหารกิจการโฮสเทลเขตคลองสาน	107
ตารางที่ 4.35: สรุปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จากผู้บริหารกิจการโฮสเทลฝั่งพระนคร	116
ตารางที่ 4.36: ตารางสรุปปัจจัยของการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการที่ได้จากการสัมภาษณ์	125
ตารางที่ 4.37: แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับโครงการ	127
ตารางที่ 4.38: สรุปผลสัมภาษณ์ด้านกายภาพเกี่ยวกับโครงการ	129
ตารางที่ 4.39: สรุปผลสัมภาษณ์ด้านกายภาพเกี่ยวกับโครงการ	130
ตารางที่ 4.40: สรุปแบบสอบถามด้านการบริหารจัดการเกี่ยวกับโครงการ	131
ตารางที่ 4.41: สรุปแบบสอบถามด้านการเงินเกี่ยวกับโครงการ	133

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1: แสดงกรอบแนวความคิดการวิจัย	4
ภาพที่ 2.1: แสดงเขตพื้นที่เขตคลองสาน จังหวัดกรุงเทพมหานคร	6
ภาพที่ 2.2: รูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างง่ายหรือ S-R Theory	20
ภาพที่ 2.3: กระบวนการตัดสินใจซื้อ	21
ภาพที่ 3.1: ผังแสดงความเชื่อมโยงของงานวิจัย	27
ภาพที่ 3.2: แสดงแผนที่และเส้นทางคมนาคมในคลองสาน	33
ภาพที่ 3.3: การแบ่งบริเวณ 3 บริเวณ พื้นที่คลองสาน เพื่อทำการวิเคราะห์	34
ภาพที่ 3.4: แผนที่แสดงสถานที่ท่องเที่ยวของย่านคลองสาน	38
ภาพที่ 3.5: แผนที่แสดงสถานที่ท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์	39
ภาพที่ 3.6: แผนที่แสดงสถานที่ท่องเที่ยวด้านสถาปัตยกรรม	39
ภาพที่ 3.7: แผนที่แสดงสถานที่ท่องเที่ยวด้านประเพณีวัฒนธรรม	40
ภาพที่ 3.8: แผนที่แสดงสถานที่ท่องเที่ยวด้านมรดกวัฒนธรรม	41
ภาพที่ 3.9: แผนที่แสดงสถานที่ท่องเที่ยวด้านวิถีชีวิต	41
ภาพที่ 3.10: แผนที่แสดงสถานที่ท่องเที่ยวด้านอาหาร	42
ภาพที่ 3.11: แผนที่จุดที่ 1 (Site A)	43
ภาพที่ 3.12: รูปภาพด้านหน้าอาคารจุดที่ 1 (Site A)	43
ภาพที่ 3.13: แผนที่จุดที่ 2 (Site B)	44
ภาพที่ 3.14: รูปภาพด้านหน้าอาคารจุดที่ 2 (Site B)	45
ภาพที่ 3.15: แผนที่จุดที่ 3 (Site C)	46
ภาพที่ 3.16: รูปภาพด้านหน้าอาคารจุดที่ 3 (Site C)	46
ภาพที่ 3.17: แผนที่แสดงที่ตั้งอาคารพาณิชย์ทั้ง 3 อาคาร ที่นำมาวิเคราะห์หาที่ตั้งโครงการ	47
ภาพที่ 3.18: แสดงการเปรียบเทียบและให้คะแนนพื้นที่ตั้งโครงการจากการวิเคราะห์ที่ตั้งทั้ง 3 จุด	49
ภาพที่ 4.1: แสดงจุดที่ตั้งโครงการในเขตคลองสาน	52
ภาพที่ 4.2: แสดงการวิเคราะห์ที่ตั้งและสภาพแวดล้อมของโครงการ	53
ภาพที่ 4.3: แผนที่แสดงเส้นทางในการเข้าถึงโครงการ	55
ภาพที่ 4.4: แสดงผังเดิมของอาคารพาณิชย์ชั้นที่ 1	56

สารบัญภาพ (ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 4.5: แสดงผังเดิมของอาคารพาณิชย์ชั้นที่ 2	57
ภาพที่ 4.6: แสดงผังเดิมของอาคารพาณิชย์ชั้นที่ 3	57
ภาพที่ 4.7: แสดงองค์ประกอบการใช้งานและการเชื่อมต่อของพื้นที่ภายในโฮสเทล	60
ภาพที่ 4.8: แสดงการเชื่อมโยงพื้นที่ ชั้นที่ 1	61
ภาพที่ 4.9: แสดงการเชื่อมโยงพื้นที่ ชั้นที่ 2	62
ภาพที่ 4.10: แสดงการเชื่อมโยงพื้นที่ ชั้นที่ 3	62
ภาพที่ 4.11: แสดงการวางผังพื้นที่ใช้สอยชั้นที่ 1	63
ภาพที่ 4.12: แสดงการวางผังพื้นที่ใช้สอยชั้นที่ 2	64
ภาพที่ 4.13: แสดงการวางผังพื้นที่ใช้สอยชั้นที่ 3	65
ภาพที่ 4.14: แสดงรูปแบบของโรงแรม อันทยา ภูเก็ต	66
ภาพที่ 4.15: แสดงรูปแบบของอาม่าโฮสเทล	67
ภาพที่ 4.16: รูปแบบแนวความคิดการออกแบบโฮสเทล	68
ภาพที่ 4.17: แสดงตำแหน่งการตลาดด้านราคาและคุณภาพของคู่แข่งที่อยู่ในละแวกใกล้เคียง	72
ภาพที่ 4.18: แสดงโครงสร้างการบริหารจัดการพนักงานของโฮสเทล	75
ภาพที่ 4.19: แสดงแผนภูมิสรุปผลสอบถามการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ	134

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ หลายประเทศจึงให้ความสำคัญในการพัฒนา รวมถึงประเทศไทยที่มีการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง เพราะทั้งศักยภาพด้านทำเลที่ตั้งในการเป็นจุดศูนย์กลางการคมนาคมของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ศักยภาพด้านความหลากหลายทางทรัพยากรธรรมชาติ และด้านความหลากหลายทางศิลปวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ซึ่งการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนั้น ทำให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมธุรกิจโรงแรมขึ้นหลายประเภทตามพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยผลสำรวจในปี 2558 ของแผนการท่องเที่ยวระดับโลกของวีซ่า (Visa Global Travel Intentions Study) ได้ให้ข้อมูลจากแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวจำนวน 13,000 คน จาก 25 ประเทศ พบว่านักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวคนเดียวมีเพิ่มมากขึ้น กว่าปี 2557 ถึงร้อยละ 10 ส่งผลให้ธุรกิจโฮสเทลเติบโตขึ้น เนื่องจากนักท่องเที่ยวคนเดียวนั้นเลือกใช้บริการโฮสเทลคิดเป็นร้อยละ 64 โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวในช่วงอายุ 18-30 ปี ซึ่งมีเหตุผลหลักคือเรื่องราคา ความต้องการพบปะเพื่อนใหม่ การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวด้วยกัน และที่สำคัญคือเรื่องทำเลที่ตั้งที่สามารถเดินทางคมนาคมได้อย่างสะดวกสบาย

ทำเลที่ตั้งถือเป็นสิ่งสำคัญมากสำหรับธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กประเภทโฮสเทล การพิจารณาเลือกทำเลที่ตั้งของโฮสเทลก็ควรที่จะอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ และใกล้แหล่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อความสะดวกสบายของการเดินทาง ดังนั้นพื้นที่ในกรุงเทพมหานครที่มีศักยภาพเพียงพอสำหรับการประกอบธุรกิจโฮสเทล และในพื้นที่ยังไม่ค่อยมีธุรกิจโฮสเทลเกิดขึ้น หนึ่งในพื้นที่ที่น่าสนใจนั้น คือ เขตคลองสาน จากปัจจัยที่ได้กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจโฮสเทล ในเขตพื้นที่คลองสาน เนื่องจากพื้นที่เขตคลองสาน เป็นพื้นที่ส่วนต่อขยายที่เชื่อมต่อกับเขตพระนครและเขตบางรัก ซึ่งทั้ง 2 พื้นที่นี้เป็นพื้นที่ที่มีการประกอบธุรกิจโฮสเทลเป็นจำนวนมากและประสบความสำเร็จ และเขตคลองสานถือเป็นเขตอนุรักษ์เมืองเก่า แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และศิลปวัฒนธรรมทางฝั่งธนบุรี นอกจากนั้นเขตคลองสานยังเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพเพียงพอสำหรับการประกอบธุรกิจโฮสเทลในอีกหลายด้านเช่น การคมนาคมที่สะดวกทั้งทางบกและทางน้ำได้แก่ เรือข้ามฟาก รถโดยสารสาธารณะและรถไฟฟ้าอีกหลายสาย

งานวิจัยนี้จะป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพที่ทำการศึกษาปัจจัยต่างๆที่เกี่ยวกับการศึกษาความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจโฮสเทลให้ประสบความสำเร็จได้แก่ หลักการความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด ทางด้านเทคนิค ทางด้านการบริหาร และทางด้านการเงิน ในการทำธุรกิจประเภทโฮสเทล

ลของพื้นที่เขตคลองสาน ซึ่งงานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการหรือผู้ที่สนใจจะประกอบธุรกิจโฮสเทล เพื่อเป็นตัวอย่างและเป็นแนวทางในการตัดสินใจสำหรับผู้ที่ต้องการลงทุนประกอบธุรกิจโฮสเทล

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ (Feasibility Study) ในการทำโรงแรมที่พักขนาดเล็ก ประเภทโฮสเทล พื้นที่เขตคลองสาน จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยการศึกษาถึงหลักการความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด ทางด้านเทคนิค ทางด้านการบริหาร และทางการเงินในการทำธุรกิจประเภทโฮสเทล

1.3 ขอบเขตการวิจัย

การศึกษางานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยอาศัยหลักการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการ (Feasibility Study) และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องอื่นๆ

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจโฮสเทล พื้นที่เขตคลองสาน จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยเนื้อหาที่ใช้ในการวิจัย คือ

1.3.1.1 ศึกษาและทำความเข้าใจโรงแรมขนาดเล็กประเภทโฮสเทล (Hostel)

1.3.1.2 ศึกษาถึงภาพรวมของบริบท และที่พักในพื้นที่เขตคลองสาน กรุงเทพฯ

1.3.1.3 ศึกษาหลักการทฤษฎีความเป็นไปได้ของโครงการ (Feasibility Study)

1.3.2 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ กิจการโฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานคร และรวมถึงผู้ประกอบการที่บริหารกิจการโฮสเทลในปัจจุบัน

1.3.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

การศึกษานี้ได้กำหนดขอบเขตด้านพื้นที่ คือ พื้นที่ในเขตกรุงเทพมหานครฝั่งธนบุรี

1.4 สมมติฐานการวิจัย

การศึกษาทฤษฎีเรื่องความเป็นไปได้ของโครงการ (Feasibility study) มีส่วนสำคัญของการตัดสินใจประกอบธุรกิจในเรื่องความคุ้มค่าของโครงการ

1.5 คำถามการวิจัย

- 1.5.1 การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการสามารถใช้วิเคราะห์เพื่อการตัดสินใจประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการได้หรือไม่
- 1.5.2 การที่ประกอบธุรกิจโฮสเทลให้เกิดความสำเร็จ ควรมีปัจจัยที่สำคัญอะไรบ้าง

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.6.1 ทำให้ทราบถึงความเป็นไปได้ในการดำเนินธุรกิจโฮสเทลในพื้นที่เขตคลองสาน
- 1.6.2 ทำให้ทราบถึงปัจจัยในการทำโฮสเทลให้ประสบความสำเร็จ
- 1.6.3 สามารถใช้เป็นข้อมูลที่ช่วยในการตัดสินใจของผู้ที่ต้องการลงทุนธุรกิจโฮสเทล

1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.7.1 Hostel หรือ โฮสเทล หมายถึง ที่พักหรือโรงแรมราคาประหยัดแบบหนึ่ง ที่มีพื้นที่เพมาจากทางยุโรป มีจุดประสงค์มุ่งเน้นให้เกิดสังคมเล็กๆระหว่างผู้ที่มาพักด้วยกัน เสริมสร้างให้เกิดการพูดคุยกันระหว่างผู้ที่มาพัก จึงมักจะมีลักษณะเป็นห้องนอนแบบหอพัก ที่มีเตียงนอนสองชั้นและมีห้องน้ำส่วนกลางไว้ให้ใช้ร่วมกัน แต่บางแห่งก็อาจจะมีห้องแบบแยกเป็นส่วนตัวและมีห้องน้ำในตัว ทั้งนี้โฮสเทลแต่ละแห่งจะมีพื้นที่ส่วนกลางที่มีไว้ให้ผู้ที่มาพักได้มานั่งเล่น ทานข้าว พูดคุย พบปะกัน เช่น ห้องทานอาหาร ห้องครัวส่วนกลาง ห้องดูทีวีและห้องนั่งเล่น โฮสเทลส่วนใหญ่จะไม่มีบริการแบบครบวงจรเหมือนโรงแรม เช่น เรื่องการซักอบรีดผ้า หรือการบริการเสิร์ฟอาหารไปยังห้องพัก จะพยายามให้ผู้ที่มาพักรับผิดชอบเรื่องต่างๆเหล่านี้ด้วยตัวเอง

1.7.2 การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ หมายถึง การวิเคราะห์ธุรกิจโรงแรมประเภทโฮสเทลในด้านต่างๆ เพื่อเกิดความมั่นใจว่ามีความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจให้เกิดความคุ้มค่าต่อการลงทุน และสามารถใช้ทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ดังนั้นการศึกษความเป็นไปได้จึงต้องวิเคราะห์ปัจจัยด้านการตลาด ด้านเทคนิคหรือกายภาพ ด้านการบริหารจัดการ และด้านการเงินของธุรกิจ

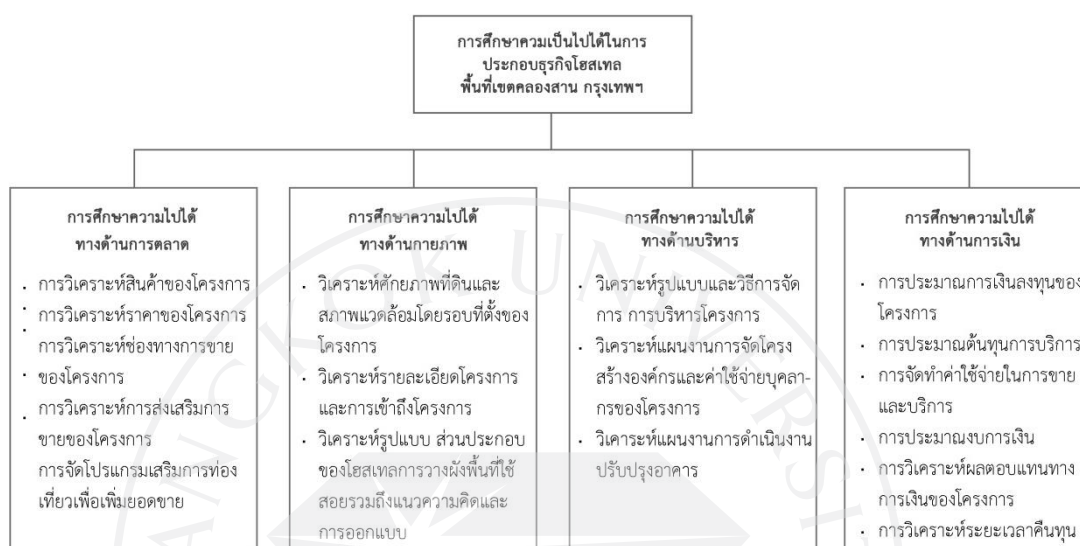
1.7.3 นักท่องเที่ยว หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีอายุตั้งแต่ 18 – 35 ปี

1.7.4 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้า และบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออกของนักท่องเที่ยว

1.7.5 แบ็คแพ็คเกอร์ (Back Packer) หมายถึง นักท่องเที่ยวที่จัดการการเดินทางเองไม่ต้องการความสะดวกสบายมากนัก มีการใช้จ่ายต่อวันน้อยกว่า แต่จะมีระยะเวลาที่พำนักราวนานกว่า

1.8 กรอบแนวความคิดการวิจัย

ภาพที่ 1.1: แสดงกรอบแนวความคิดการวิจัย



บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนทำธุรกิจโฮสเทล ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและรวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ(Feasibility Study) เพื่อจะได้นำมาเป็นข้อมูลการกำหนดกรอบแนวความคิดงานวิจัย และระเบียบวิธีในการดำเนินการวิจัย ซึ่งมีเนื้อหาดังนี้

2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับพื้นที่เขตคลองสาน จังหวัดกรุงเทพมหานคร

2.2 แนวคิดที่เกี่ยวข้องโฮสเทล (Hostel)

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการศึกษาความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจด้านการตลาด

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการศึกษาความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจด้านการเทคนิค

2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการศึกษาความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจด้านการบริหาร

2.6 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการศึกษาความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจด้านการการเงิน

2.7 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค และพฤติกรรมการตัดสินใจของ

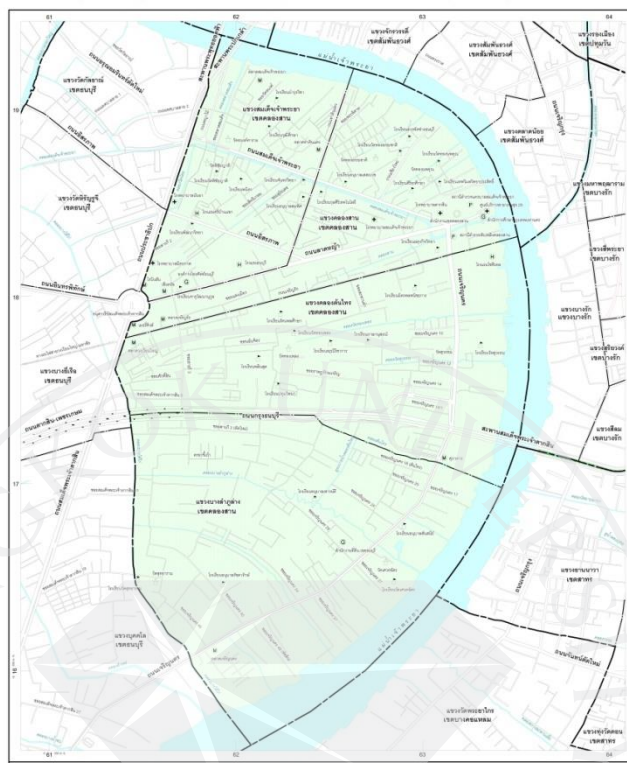
นักท่องเที่ยว

2.8 ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (7P's)

2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับพื้นที่เขตคลองสาน จังหวัดกรุงเทพมหานคร

เขตคลองสานเป็น 1 ใน 50 เขตการปกครองของกรุงเทพมหานคร อยู่ในกลุ่มเขตกรุงธนบุรี ซึ่งถือเป็นเขตอนุรักษ์เมืองเก่า แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรมทางฝั่งธนบุรี

ภาพที่ 2.1: แสดงเขตพื้นที่เขตคลองสาน จังหวัดกรุงเทพมหานคร



ที่มา: เขตคลองสาน. (2562). สืบค้นจาก <http://th.wikipedia.org/wiki/เขตคลองสาน>.

2.1.1 ที่ตั้งและอาณาเขตการปกครอง

ตั้งอยู่บริเวณตะวันออกสุดของฝั่งธนบุรีมีอาณาเขตติดต่อกับพื้นที่การปกครองต่างๆ เรียงตามเข็มนาฬิกาดังนี้

- 1) ทิศเหนือ ติดต่อกับเขตพระนครและเขตสัมพันธวงศ์มีแนวกึ่งกลางแม่น้ำเจ้าพระยาเป็น เส้นแบ่งเขต
- 2) ทิศตะวันออก ติดต่อกับเขตบางรักและเขตสาทรมีแนวกึ่งกลางแม่น้ำเจ้าพระยาเป็น เส้นแบ่งเขต
- 3) ทิศใต้ ติดต่อกับเขตบางคอแหลมมีแนวกึ่งกลางแม่น้ำเจ้าพระยาเป็นเส้นแบ่งเขต
- 4) ทิศตะวันตก ติดต่อกับเขตธนบุรี คลองบางไส้ไก่ ถนนสมเด็จพระเจ้าตากสินและถนนประชาธิปไตยเป็นเส้นแบ่งเขต

2.1.2 การแบ่งเขตการปกครอง

เขตคลองสาน แบ่งเขตการปกครองย่อยออกเป็น 4 แขวง ได้แก่

- 1) แขวงสมเด็จเจ้าพระยามีเนื้อที่ 1.16 ตารางกิโลเมตร
- 2) แขวงคลองสานมีเนื้อที่ 1.49 ตารางกิโลเมตร
- 3) แขวงบางลำภูล่างมีเนื้อที่ 2.47 ตารางกิโลเมตร
- 4) แขวงคลองตันไทรมีเนื้อที่ 1.75 ตารางกิโลเมตร

ตารางที่ 2.1: แสดงพื้นที่การแบ่งเขตการปกครองเขตคลองสาน

อักษรไทย	อักษรโรมัน	พื้นที่ (ตร.กม.)	จำนวน ประชากร (ธันวาคม 2560)	จำนวนบ้าน (พฤษภาคม 2560)	ความหนาแน่น ประชากร (ธันวาคม 2560)
สมเด็จ เจ้าพระยา	Somdet Chao Phraya	1.16	13,353	5,068	11,511.20
คลองสาน	Khlong San	1.49	16,178	5,738	10,857.71
บางลำภูล่าง	Bang Lamphu Lang	2.47	24,757	13,286	10,023.07
คลองตันไทร	Khlong Ton Sai	1.75	18,975	14,095	10,842.85
ทั้งหมด		6.87	73,263	38,187	10,664.19

ที่มา: เขตคลองสาน. (2562). สืบค้นจาก <http://th.wikipedia.org/wiki/เขตคลองสาน>.

2.1.3 ระบบขนส่งมวลชน

สถานีกรุงธนบุรีและสถานีวงเวียนใหญ่ของรถไฟฟ้าเฉลิมพระเกียรติ 6 รอบพระชนมพรรษา สายสีลม

2.2 แนวคิดที่เกี่ยวข้องโฮสเทล (Hostel)

นอกเหนือไปจากแหล่งท่องเที่ยวแล้ว โฮสเทล (Hostel) ถือว่าเป็นพื้นที่หลักที่สามารถพบเจอกับกลุ่มนักท่องเที่ยวแบบสะพายเป้ได้ง่ายที่สุด โดยทั่วไปแล้วนักท่องเที่ยวแบบสะพายเป้มักจะเลือกพักที่โฮสเทล อาจกล่าวได้ว่าสองสิ่งนี้เป็นของคู่กัน เพราะฉะนั้นแล้ว พื้นที่ดังกล่าวจึงมีส่วนสำคัญในการสร้างความหมาย ตัวตน และอัตลักษณ์ของผู้คนที่เข้าไปอยู่ในพื้นที่นั้น ในเมื่อโฮสเทลมี

ลักษณะเฉพาะพื้นที่ที่ไม่เหมือนกับที่พักแบบอื่นๆ จึงเป็นเรื่องจำเป็นที่จะต้องอธิบายว่าโฮสเทลมีรูปแบบ และสภาพแวดล้อมอย่างไร (การณียภาส ภู่งงุทธิ์, 2559)

โฮสเทลมีจุดกำเนิดเมื่อปี 1909 เมื่อ Richard Shirmman ครูใหญ่ชาวเยอรมันนำนักเรียนของเขาออกไปทัศนศึกษาในชนบท นักเรียนเหล่านี้มักจะพักตามฟาร์มของเกษตรกรบ้าง หรือตามโรงเรียนบ้าง เมื่อเป็นเช่นนี้ Shirmman จึงริเริ่มที่จะจัดห้องเรียนที่ไม่ได้ใช้งานในขณะนั้นให้กลายเป็นห้องนอนของนักเรียนของเขา โดยเอาเตียงมาซ้อนกันหลายชั้นเพื่อจะได้นอนกันได้หลายคน ลักษณะเช่นนี้ถูกเรียกว่า "โฮสเทลเยาวชน" (Youth Hostel) (วรพันธุ์ คล้ามไพบูลย์ และจิตติพันธ์ ศรีกสิกรรม, 2558) โฮสเทลเยาวชนมักจะเปิดให้ผู้เดินทางที่ผ่านไปผ่านมาเข้าพักในราคาถูก ในช่วงเริ่มแรกนั้น บางครั้งที่พักอาจจะเป็นห้องเรียน โรงนา โรงกสิกรรม เป็นต้น โฮสเทลเยาวชนเริ่มเป็นรูปเป็นร่างมีห้องพักและที่จัดแบบถาวรก็ในปี 1992 โดยโฮสเทลแห่งแรกเกิดขึ้นที่ปราสาท Altena ในเยอรมนี (Nagy, 2016 อ้างใน การณียภาส ภู่งงุทธิ์, 2559) เป็นที่น่าสังเกตว่าหอพักรวมในมหาวิทยาลัยที่นอนรวมกันหลายคนก็ถูกเรียกว่าโฮสเทลเช่นกัน

โฮสเทลมีลักษณะสำคัญคือเป็นห้องพักที่นอนรวมกันได้หลายคน มักจะจัดห้องให้มีเตียงซ้อนกันเพื่อประหยัดพื้นที่ ห้องหนึ่งอาจจะมี 6, 8, 10, 12 เตียง หรือมากกว่า นอกจากนี้โฮสเทลยังต้องมีพื้นที่ส่วนรวมที่ผู้เข้าพักสามารถใช้ร่วมกันได้เช่น ห้องน้ำ ห้องครัว ห้องนั่งเล่น ห้องอ่านหนังสือ หรือพื้นที่สำหรับจัดงานเลี้ยง เป็นต้น ด้วยความที่สภาพพื้นที่ของโฮสเทลมีความเป็นส่วนรวมสูง ค่าใช้จ่ายในการเข้าพักจึงต่ำเมื่อเทียบกับห้องส่วนตัวของโรงแรม หรือเกสต์เฮาส์ โฮสเทลในยุคเริ่มแรกอาจจะมีกฎสำหรับผู้เข้าพักเช่น ผลิตเปลี่ยนเวรทำอาหาร หรือทำความสะอาดห้องน้ำ ซึ่งในปัจจุบันก็อาจจะมีหลงเหลืออยู่บ้างตามโฮสเทลที่เน้นรูปแบบดั้งเดิม (วรพันธุ์ คล้ามไพบูลย์ และจิตติพันธ์ ศรีกสิกรรม, 2558)

จากลักษณะที่กล่าวไปของโฮสเทลจะพบว่าความเป็นส่วนตัวในพื้นที่แบบนี้มีต่ำมาก แทบจะกล่าวได้ว่าพื้นที่ส่วนตัวเพียงหนึ่งในโฮสเทลก็คือห้องน้ำ เพราะว่าพื้นที่อื่นๆ ต้องใช้ร่วมกันทั้งหมด เมื่อเข้าพักในห้องก็ต้องนอนรวมกับผู้อื่น ต้องพบปะผู้คนใหม่ๆ ตลอดเวลา ซึ่งเป็นอีกสาเหตุหนึ่งที่ทำให้กลุ่มนักท่องเที่ยวแบบสะพายเป้เลือกที่จะเข้าพักในโฮสเทล เพราะพวกเขาต้องการที่จะพบปะผู้คนใหม่ๆ อยู่เสมอนั่นเอง อย่างไรก็ตามงานศึกษาโฮสเทลในประเทศเยอรมนีของ เนทจี (Nagy, 2016 อ้างใน การณียภาส ภู่งงุทธิ์, 2559) พบว่าโฮสเทลในปัจจุบันห้องพักมีขนาดเล็กลง คนเข้าพักได้น้อยลง นั้นหมายความว่าความเป็นส่วนตัวจะเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับโฮสเทลในยุคเริ่มแรก

การแบ่งปันพื้นที่ของโฮสเทลเป็นกระบวนการสำคัญในการแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ในการท่องเที่ยว มิตรภาพ และสิ่งของบางอย่าง (O'Regan, 2010 อ้างใน การณียภาส ภู่งงุทธิ์, 2559) และเป็นพื้นที่พักผ่อนเพื่อให้เหล่านักท่องเที่ยวแบบสะพายเป้สามารถที่จะวางแผนการเดินทางของพวกเขาได้ต่อไป เนื่องจากการเดินทางของพวกเขาไม่มีแผนที่ชัดเจน การแลกเปลี่ยน

ประสบการณ์บนพื้นที่แห่งนี้จึงมีความสำคัญอย่างมาก เพราะพวกเขาจะรู้ว่าจะไปไหนต่อ เมื่อไหร่ และต้องเตรียมตัวยังไง โฮสเทลจึงเหมือนเป็นจุดสำคัญที่ทำให้การท่องเที่ยวแบบสะพายเป้ราบรื่นยิ่งขึ้น นักท่องเที่ยวที่เข้าพักในโฮสเทลจึงมีความเป็นมิตรสูง และพวกเขาก็ต้องการความเป็นมิตรจากคนที่อยู่ในพื้นที่นั้นเช่นกัน ไม่ว่าจะจากผู้เข้าพักด้วยกัน หรือจากพนักงานในโฮสเทลเองก็ตาม กิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในโฮสเทลมักจะเป็นกิจกรรมที่ผู้คนมาปฏิบัติสัมพันธ์กัน ไม่ว่าจะเป็นการพูดคุย แลกเปลี่ยน เลี้ยงฉลอง ขวณกันไปท่องเที่ยวแม้จะยังไม่รู้จักกันมาก่อนก็ตาม และถึงแม้ว่าโฮสเทลส่วนมากจะมีกฎว่าห้ามมีเพศสัมพันธ์ในโฮสเทล แต่ก็เคยมีกรณีต้องห้ามนี้เกิดขึ้น ตามที่กล่าวไปว่า เหล่านักท่องเที่ยวแบบสะพายเป้มักจะมีลักษณะนิสัยที่เปิดกว้าง เป็นมิตร พวกเขาจึงทำความรู้จักกับคนแปลกหน้าได้ง่าย

นอกเหนือจากนั้น โฮสเทลยังเป็นสถานที่ที่เหล่านักท่องเที่ยวแบบสะพายเป้บางคนเรียกว่า “บ้าน” (Home) เมื่อเขาเกิดความประทับใจในโฮสเทลแห่งใด เขามักจะกลับไปพักเสมอเมื่อมีโอกาส ในขณะที่เขาเดินทางห่างจากบ้านเกิดของตนเอง เขาย่อมหาบ้านหลังที่สองเพื่อให้เกิดความรู้สึกสบายใจขณะเดินทาง ความเป็นบ้านจึงไม่ใช่สิ่งที่ตายตัวหรือปรับเปลี่ยนไม่ได้ มันสามารถถูกสร้างขึ้นมาได้ ถ้าพวกเขารู้สึกเหมือนว่าได้อยู่ที่บ้านของตนเองจริงๆ ในแง่นี้แล้ว โฮสเทลจึงมีลักษณะเป็นกันเอง ยืดหยุ่น ไม่เข้มงวดเหมือนกับโรงแรมใหญ่ๆ เพื่อให้ผู้เข้าพักรู้สึกเหมือนว่าตนเองอยู่บ้าน และไม่รู้สึกละแวกกับคนอื่นๆ (แม้ว่าจะเป็นเหตุผลแบบการตลาดก็ตาม)

การดำรงอยู่ของพื้นที่แบบโฮสเทลจึงเป็นสิ่งที่สร้างความเป็นนักท่องเที่ยวดำรงอยู่ของพื้นที่แบบโฮสเทลจึงเป็นสิ่งที่สร้างความเป็นนักท่องเที่ยวแบบสะพายเป้ขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ด้วยสภาพพื้นที่ที่เน้นความเป็นส่วนรวม บังคับให้คนในพื้นที่มีปฏิสัมพันธ์กัน มีราคาห้องพักที่ถูกมาก ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ที่เดินทางด้วยงบประมาณอันจำกัด และต้องการเดินทางเป็นระยะเวลานาน แต่อย่างไรก็ตามไม่สามารถสรุปได้ว่าผู้เข้าพักโฮสเทลทั้งหมดจะเป็นนักท่องเที่ยวแบบสะพายเป้ เนื่องจากผู้เข้าพักบางคนอาจเป็นเพียงคนเดินทางผ่าน ซึ่งบางครั้งคำถามที่มักจะได้รับจากคนกลุ่มนี้ก็คือคำถามว่าห้องที่จะจัดให้เขาเข้าพักมีคนพักอยู่แล้วกี่คน ถ้ามีจำนวนเยอะเขาก็จะไม่เข้าพัก หรือเปลี่ยนไปพักในห้องที่คนน้อยกว่าแทน หรือบางครั้งก็จะเลือกพักในห้องที่มีคนเชื้อชาติเดียวกันกับตนเอง พวกเขาไม่ได้ต้องการมาพบผู้คนใหม่ๆ แต่อย่างใด รวมถึงนักท่องเที่ยวยางกลุ่มที่เข้ามาพักโฮสเทลก็มักเป็นกลุ่มใหญ่ พักห้องเดียวกันทั้งหมด

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการศึกษาความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจด้านการตลาด

2.3.1 การวิเคราะห์โครงการทางด้านอุปสงค์หรือการตลาด

วัตถุประสงค์ของการวิเคราะห์โครงการทางด้านอุปสงค์หรือการตลาด

2.3.1.1 เพื่อวิเคราะห์หาอุปสงค์หรือความต้องการสินค้าและบริการของตลาด ทำให้สามารถกำหนดลักษณะ รูปแบบและคุณภาพของสินค้าที่เหมาะสมกับอุปสงค์ของตลาดและประมาณการปริมาณการผลิตหรือกำหนดขนาดการผลิตให้เหมาะสมเพื่อให้แน่ใจได้ว่าเมื่อโครงการลงทุนผลิตไปแล้วเป็นที่ต้องการของตลาด ซึ่งจะมีผลต่อความเป็นไปได้ของโครงการ

2.3.1.2 เพื่อประมาณการหรือคาดคะเนอุปสงค์ของสินค้าและแนวโน้มในอนาคตหากการประมาณการทางด้านอุปสงค์หรือการตลาดคลาดเคลื่อนก็จะมีผลทำให้การวิเคราะห์โครงการทางด้านเทคนิคและการเงินคลาดเคลื่อนไปด้วย

2.3.1.3 เพื่อคาดคะเนหรือประมาณการอุปทานของสินค้าโดยจะพิจารณาอุปทานทั้งตลาดภายในประเทศและต่างประเทศและประมาณการอุปทานและแนวโน้มในอนาคต และเมื่อประมาณการอุปสงค์และอุปทานของตลาดได้แล้วก็นำมาเปรียบเทียบกับกันและศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการโดยเปรียบเทียบอุปสงค์และอุปทานของสินค้าที่โครงการกำลังจะผลิตหากประมาณการว่าอุปสงค์ของสินค้าและบริการหรือผลผลิตของโครงการมีมากกว่าอุปทานที่มีอยู่ในตลาดมากโครงการนั้นก็มีความเป็นไปได้ในการลงทุนหรือมั่นใจได้ว่าผลผลิตสินค้าและบริการออกมาแล้วจะตรงตามความต้องการของตลาดและสามารถจำหน่ายได้

2.3.1.4 เพื่อพิจารณาขีดความสามารถในการแข่งขันและส่วนแบ่งของตลาดแนวโน้มอุปสงค์ของสินค้าและบริการของโครงการและขีดความสามารถในการแข่งขันทั้งภายในประเทศและต่างประเทศว่ามีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้นมากน้อยแค่ไหนสภาพคู่แข่งในตลาดเป็นอย่างไร มีโอกาสในการทำกำไรได้มากน้อยแค่ไหน

ดังนั้นการวิเคราะห์โครงการทางด้านอุปสงค์หรือการตลาดจึงมีความจำเป็นสำหรับโครงการของภาคเอกชนโดยเฉพาะโครงการใหม่ๆที่ยังไม่เคยผลิตมาก่อนซึ่งยังไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มความต้องการของตลาด การวิเคราะห์โครงการทางด้านอุปสงค์หรือการตลาดจึงทำให้มั่นใจได้ว่าผลผลิตของโครงการเมื่อผลิตออกมาแล้วสามารถจำหน่ายได้มีปริมาณการผลิตที่สอดคล้องกับอุปสงค์ของตลาดซึ่งทำให้สามารถทำกำไรหรือได้รับผลตอบแทนคุ้มค่าต่อการลงทุน ในขณะที่โครงการของภาครัฐซึ่งส่วนใหญ่มีเป้าหมายเพื่อบริการสังคมก็จะทำให้มั่นใจได้ว่าการลงทุนในโครงการจะสามารถบริการประชาชนได้ทั่วถึง ตรงตามความต้องการของสังคมหรือเป็นโครงการที่มีความจำเป็น มีประโยชน์อย่างแท้จริงกับประชาชนส่วนใหญ่ซึ่งมีความคุ้มค่าต่อการลงทุน

2.3.2 ปัจจัยที่ใช้ในการวิเคราะห์ทางด้านอุปสงค์หรือการตลาด

2.3.2.1 ผลผลิตของโครงการหรือสินค้าหรือบริการของโครงการ จะวิเคราะห์ผลผลิตของโครงการหรือสินค้าหรือบริการว่าโครงการผลิตสินค้าหรือบริการอะไร มีลักษณะรูปแบบ และคุณภาพอย่างไรและเป็นสินค้าหรือบริการที่ซื้อขายกันอยู่ในตลาดหรือไม่ ผลผลิตของโครงการสอดคล้องตามความต้องการของลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมายผู้ได้รับประโยชน์ของโครงการอย่างไร

2.3.2.2 ปริมาณสินค้าหรือบริการของโครงการ จะพิจารณาปริมาณสินค้าหรือบริการของโครงการทั้งทางด้านอุปสงค์และอุปทานและนำมาเปรียบเทียบ หากอุปสงค์ของสินค้าหรือบริการที่โครงการจะผลิตมีมากกว่าอุปทานแสดงให้เห็นว่าโครงการมีความเป็นไปได้ในการลงทุน ทั้งนี้การพิจารณาทางด้านอุปสงค์จะรวบรวมข้อมูลปริมาณความต้องการซื้อสินค้าและบริการทั้งในอดีตและปัจจุบัน รวมทั้งประมาณการแนวโน้มอุปสงค์ในอนาคต

2.3.2.3 ราคาของสินค้าหรือบริการของโครงการ พิจารณาราคาของสินค้าหรือบริการของโครงการทั้งในอดีตปัจจุบันและราคาในอนาคตว่ามีแนวโน้มเป็นอย่างไร ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาพการแข่งขัน โครงสร้างตลาดของสินค้าหรือบริการที่โครงการผลิตออกมา รวมทั้งเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของโครงการว่าเป็นอย่างไร

2.3.2.4 ปัจจัยการผลิตและวัตถุดิบ พิจารณาปัจจัยการผลิตหรือวัตถุดิบที่โครงการต้องใช้ในการผลิตสินค้าหรือบริการ ซึ่งต้องพิจารณาทั้งทางด้านปริมาณและราคาปัจจัยการผลิตว่ามีแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร โครงสร้างตลาดวัตถุดิบที่ใช้เป็นอย่างไร แหล่งที่มาของวัตถุดิบที่สำคัญจำเป็นต้องนำเข้าจากต่างประเทศหรือไม่ การหาวัตถุดิบอื่นทดแทนเป็นไปได้หรือไม่อย่างไร หากราคาปัจจัยการผลิตเปลี่ยนแปลงสูงขึ้นมากก็จะมีผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตซึ่งมีผลต่อความเป็นไปได้ของโครงการ

2.3.2.5 แผนการจัดจำหน่ายและการจัดการทางด้านการตลาด พิจารณาแผนการจัดจำหน่ายและการจัดการทางด้านการตลาดของโครงการว่าเป็นอย่างไร มีการวางแผนการจัดการทางการตลาดที่น่าเชื่อถืออย่างไรและมีการวางแผนแนวโน้มในอนาคตเป็นอย่างไร ประมาณการส่วนแบ่งทางการตลาดเป็นอย่างไรและแนวโน้มในอนาคต มีช่องทางการจัดจำหน่ายมากน้อยแค่ไหน วิธีการจัดจำหน่ายเป็นอย่างไรและต้องใช้ต้นทุนในการจัดจำหน่ายและประชาสัมพันธ์มากน้อยแค่ไหน รวมทั้งพิจารณาสถานที่ตั้งโครงการและสถานที่จัดจำหน่ายเหมาะสมหรือไม่ซึ่งจะมีผลต่อต้นทุนค่าขนส่งและค่าใช้จ่ายทางการตลาดของโครงการ

ดังนั้นการวิเคราะห์โครงการทางด้านอุปสงค์หรือการตลาดเป็นเครื่องมือที่สำคัญอย่างหนึ่งที่จะพิจารณาความเป็นไปได้ของโครงการว่าจะสามารถบรรลุได้ตามวัตถุประสงค์หรือเพื่อให้มั่นใจได้ว่าเมื่อผลิตสินค้าหรือบริการออกมาแล้วจะเป็นที่ต้องการของตลาดหรือมีตลาดรองรับซึ่งแสดงว่าโครงการจะมีรายได้หรือมีผลตอบแทนคุ้มค่าต่อการลงทุน

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการศึกษาความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจด้านการเทคนิค

หลังจากวิเคราะห์โครงการทางด้านอุปสงค์หรือการตลาดทำให้ทราบขนาดการผลิต ปริมาณความต้องการสินค้าหรือบริการและวางแผนการผลิตรูปแบบ ลักษณะ คุณภาพของสินค้า รวมทั้งแนวโน้มการผลิตขนาดการผลิตในอนาคต ซึ่งการตัดสินใจว่าต้องใช้เทคนิคการผลิตอย่างไร ต้องใช้เครื่องมือ เครื่องจักร อุปกรณ์การผลิตปัจจัยการผลิตอย่างไรให้เหมาะสม จึงจำเป็นต้องวิเคราะห์โครงการทางด้านเทคนิคซึ่งจำเป็นต้องอาศัยผู้ชำนาญทางด้านเทคนิคเฉพาะด้าน ในการวิเคราะห์รูปแบบกระบวนการผลิต กรรมวิธีการผลิต เครื่องมือเครื่องจักรและอุปกรณ์การผลิตและเทคโนโลยีที่เหมาะสมตามวัตถุประสงค์ของโครงการ

2.4.1 วัตถุประสงค์ของการวิเคราะห์โครงการทางด้านเทคนิค

2.4.1.1 เพื่อเลือกรูปแบบเทคนิคการผลิตที่เหมาะสม ทางเลือกด้านเทคนิคมีหลายรูปแบบทั้งกระบวนการผลิต ขั้นตอนการผลิต เครื่องมือและอุปกรณ์การผลิต ขนาดการผลิต การใช้วัตถุดิบ เทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตซึ่งจะมีผลต่อต้นทุนการผลิต ดังนั้นจึงต้องเปรียบเทียบทางเลือกของเทคนิคการผลิตว่าทางเลือกใดเหมาะสมที่สุดที่ใช้ต้นทุนการผลิตน้อยที่สุดหรือเป็นทางเลือกที่ใช้ทรัพยากรของโครงการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.4.1.2 เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการประมาณการต้นทุนการผลิตของโครงการ เมื่อเลือกเทคนิคการผลิตที่เหมาะสมที่ทำให้ประหยัดวัตถุดิบหรือปัจจัยการผลิต รวมทั้งการใช้เทคโนโลยีการผลิต เครื่องมือเครื่องจักรอุปกรณ์การผลิตที่มีประสิทธิภาพและมีกำลังการผลิตที่เหมาะสม สามารถผลิตสินค้าได้ตามปริมาณและคุณภาพที่ต้องการตามวัตถุประสงค์ของโครงการก็จะสามารถประมาณการต้นทุนการผลิตได้อย่างถูกต้องซึ่งการวิเคราะห์โครงการทางด้านเทคนิคมีความจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับโครงการลงทุนที่ผลิตสินค้าหรือบริการใหม่ๆ ซึ่งยังไม่ทราบกระบวนการผลิตที่จะต้องเลือกขนาดการผลิต เครื่องมือเครื่องจักร เทคโนโลยีที่เหมาะสมรวมทั้งการเลือกปัจจัยการผลิต วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตว่าควรจะใช้วัตถุดิบประเภทใด สัดส่วนเท่าไรเพื่อจะได้ผลผลิตตามความต้องการของตลาดหรืออุปสงค์ของตลาดซึ่งจะได้ข้อมูลมาจากการวิเคราะห์โครงการทางด้านอุปสงค์หรือการตลาด

2.4.1.3 เพื่อพิจารณาความเหมาะสมทางเทคนิคและระบบการบำรุงรักษาและการวางแผนด้านเทคนิคในอนาคต โครงการที่กำลังพิจารณาควรมีความยืดหยุ่นในการปรับเปลี่ยนเทคนิคการผลิตอย่างไรหากมีการเปลี่ยนแปลงในอนาคตและมีระบบการบำรุงรักษาหรือไม่อย่างไร ซึ่งจะบ่งชี้ว่าโครงการจะสามารถแก้ไขปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคตได้อย่างไร

2.4.1.4 เพื่อนำผลการวิเคราะห์โครงการทางด้านเทคนิคไปใช้ในการวิเคราะห์โครงการทางด้านอื่นๆ การวิเคราะห์โครงการทางด้านเทคนิคมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับการวิเคราะห์ทางด้านการปฏิบัติการเงินและสิ่งแวดล้อม เช่น การวิเคราะห์โครงการทางด้านเทคนิคในการเลือกเทคนิคการผลิตที่ใช้เครื่องจักร อุปกรณ์การผลิต เทคโนโลยีการผลิตและปัจจัยการผลิต วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

ทำให้สามารถนำมาประมาณการต้นทุนการผลิตของโครงการและประมาณการกำลัการผลิตซึ่งจะนำมาใช้ในการวิเคราะห์โครงการทางการเงินและเศรษฐศาสตร์ นอกจากนั้นการเลือกใช้เครื่องจักร อุปกรณ์การผลิต เทคโนโลยีการผลิตจะสามารถนำมาพิจารณาได้ว่ามีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมหรือทำลายระบบนิเวศน์ การใช้ทรัพยากรธรรมชาติมากน้อยแค่ไหนอย่างไร

ดังนั้นความถูกต้องแม่นยำในการวิเคราะห์โครงการทางด้านเทคนิคมีผลต่อความถูกต้องในการวิเคราะห์โครงการทางด้านอื่นๆ ต่อไป เช่น หากประมาณการใช้ปัจจัยการผลิตหรือวัตถุดิบในการผลิตผิดพลาดน้อยเกินไปก็จะทำให้ประมาณต้นทุนการผลิตต่ำกว่าความเป็นจริงอาจมีผลทำให้ตั้งราคาขายน้อยเกินไปหรือมีผลกำไรน้อยกว่าที่คาดการณ์ไว้ได้ซึ่งจะมีผลต่อการวิเคราะห์โครงการทางการเงินและทางเศรษฐศาสตร์ในการคำนวณหาผลตอบแทนและต้นทุนของโครงการ

2.4.2 ปัจจัยที่ใช้ในการวิเคราะห์ทางด้านเทคนิค

2.4.2.1 กระบวนการผลิต กระบวนการผลิตจะมีหลายรูปแบบโดยจะเปรียบเทียบรูปแบบทางเลือกที่เหมาะสมที่สุดที่ทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการโดยที่เสียต้นทุนการผลิตต่ำที่สุด

2.4.2.2 ขนาดการผลิต ขนาดการผลิตหรือขีดความสามารถในการผลิต ขึ้นอยู่กับเงินทุนของโครงการ ต้นทุนการผลิตและกำลังเครื่องมือเครื่องจักรที่เลือกให้สอดคล้องเหมาะสมกัน รวมทั้งการมีแหล่งวัตถุดิบที่เพียงพอทั้งในปัจจุบันและในอนาคตซึ่งจะต้องสอดคล้องกับความต้องการของตลาดซึ่งจะเชื่อมโยงกับการวิเคราะห์โครงการทางด้านอุปสงค์หรือการตลาดว่ามีการวางแผนขนาดกำลัการผลิตมากน้อยแค่ไหน

2.4.2.3 สถานที่ ทำเลที่ตั้งโครงการ โครงการแต่ละประเภทจะเลือกสถานที่ตั้งแตกต่างกันไป ซึ่งส่วนใหญ่สถานที่ตั้งจะเกี่ยวข้องกับค่าขนส่ง ดังนั้นควรเลือกสถานที่ตั้งที่ทำให้โครงการเสียค่าใช้จ่ายต่ำที่สุด ทั้งนี้จะต้องคำนึงถึงความเหมาะสมความสะดวกและค่าขนส่งของปัจจัยการผลิต ผลผลิตหรือสินค้า แหล่งกำลังแรงงาน และปัจจัยทางด้านตลาด รวมทั้งกฎระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง และคุณภาพของสิ่งแวดล้อม ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ความเป็นอยู่ของชุมชนสังคม

2.4.2.4 ช่วงระยะเวลาการลงทุน การเลือกช่วงเวลาในการลงทุนโครงการให้เหมาะสม บางครั้งลงทุนช้าหรือเร็วเกินไปก็จะมีผลเสียกับโครงการได้จึงต้องเลือกจังหวะช่วงเวลาที่สุดคล้องกับความต้องการของอุปสงค์หรือตลาด ดังนั้นจึงต้องพิจารณาเลือกเวลาของการเริ่มโครงการ ว่าสมควรจะลงทุนในช่วงใด เช่น โครงการมีแผนจะผลิตเสื้อกันหนาวก็ควรจะเริ่มโครงการลงทุนก่อนฤดูหนาวเพื่อจะได้สามารถผลิตให้ทันและจัดจำหน่ายผลผลิตได้ในช่วงฤดูหนาวพอดี

ดังนั้นการวิเคราะห์โครงการทางด้านเทคนิคจะเป็นเครื่องช่วยพิจารณาความเป็นไปได้ของโครงการว่าเป็นโครงการที่มีเทคนิคการผลิตและกระบวนการผลิตที่เหมาะสมมีความเป็นไปได้ในการปฏิบัติจริงและทำให้สามารถประมาณการต้นทุนการผลิตและค่าใช้จ่ายต่างๆในกระบวนการผลิต

กำลังการผลิต ทั้งนี้หลังจากที่ได้ข้อมูลจากการวิเคราะห์โครงการทางด้านอุปสงค์หรือการตลาดแล้วทำให้สามารถตัดสินใจเลือกว่าควรใช้เทคนิคการผลิตอย่างไรให้มีกำลังการผลิตที่สอดคล้องกับปริมาณอุปสงค์หรือความต้องการของลูกค้ารวมทั้งแนวทางในการขยายการผลิตสำหรับรองรับแนวโน้มความต้องการสินค้าในอนาคต

2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการศึกษาความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจด้านบริหารจัดการ

2.5.1 วัตถุประสงค์ของการวิเคราะห์โครงการทางด้านบริหารจัดการ

2.5.1.1 เพื่อศึกษาโครงสร้างขององค์กร การจัดรูปองค์กรว่ามีความเหมาะสมหรือไม่อย่างไร เนื่องจากรูปแบบโครงสร้างขององค์กรจะมีผลต่อการบริหารดำเนินโครงการกล่าวคือหากโครงสร้างขององค์กรมีความซับซ้อนขั้นตอนมากเกินไปอาจมีผลทำให้การบริหารโครงการล่าช้าไม่เป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้ หรือรูปแบบโครงสร้างขององค์กรไม่รัดกุมอาจทำให้การบริหารจัดการโครงการเกิดการผิดพลาดได้ง่ายหรือเกิดความขัดแย้งกันภายในองค์กร

2.5.1.2 เพื่อพิจารณาแนวทางการบริหารจัดการและการวางแผนของผู้ดำเนินโครงการโครงการมีการจัดการที่เหมาะสมหรือไม่ มีการวางแผนอย่างไรและมีหลักการบริหารโครงการ การอำนวยการและการวางระบบการควบคุมติดตามประเมินผลเหมาะสมหรือไม่

2.5.1.3 เพื่อพิจารณาความเหมาะสมและพอเพียงของผู้บริหารโครงการและบุคลากร ทำให้แน่ใจได้ว่าการบริหารจัดการ มีผู้บริหาร ผู้ร่วมโครงการ บุคลากรหรือการจัดทีมงานที่เหมาะสมไม่มากหรือน้อยเกินไปหรือมีการจัดสรรบุคลากรอย่างพอเพียงและเหมาะสมรวมทั้งการวางแผนบริหารงานบุคคล การกำหนดอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบและทีมงานโครงการและกำหนดเงินเดือน ค่าจ้าง ค่าใช้จ่ายสำหรับบริหารงานบุคคล

2.5.1.4 เพื่อพิจารณาโอกาสในการได้รับความช่วยเหลือหรือการสนับสนุนทางด้านต่างๆ เช่น ทางด้านการเงิน เทคโนโลยี การสนับสนุนจากหน่วยงานของภาครัฐบาล เอกชน หรือชุมชน รวมทั้งองค์กรต่างๆจากหน่วยงานภายในประเทศและต่างประเทศ ทั้งนี้การได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆทำให้การดำเนินงานของโครงการสามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีมากกว่าโครงการที่ไม่ได้รับการสนับสนุน

2.5.2 ปัจจัยที่ใช้ในการวิเคราะห์ทางด้านบริหารจัดการ

2.5.2.1 โครงสร้างขององค์กร การวิเคราะห์โครงการทางด้านบริหารจัดการจะศึกษาโครงสร้างขององค์กร หรือการจัดสายงานของโครงการว่ามีลักษณะอย่างไรมีสายงานบังคับบัญชาที่ซับซ้อนจนทำให้งานล่าช้าหรือไม่ และรูปแบบการจัดองค์การเป็นอย่างไร เนื่องจากลักษณะโครงสร้างขององค์กรบางครั้งจะเป็นอุปสรรคในการบริหารจัดการซึ่งจะมีผลทำให้โครงการยากในการบรรลุตามวัตถุประสงค์ได้

2.5.2.2 การบริหารจัดการและการจัดสรรบุคลากร พิจารณาการบริหารจัดการและการจัดสรรบุคลากร ทักษะความรู้ความชำนาญของผู้บริหารโครงการและผู้ร่วมโครงการ ว่ามีความเหมาะสมและมีการจัดสรรจำนวนบุคลากรอย่างเพียงพอหรือไม่ รวมทั้งความร่วมมือกันในการทำงาน การกำหนดอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบ เงินเดือนหรือค่าตอบแทนและค่าใช้จ่าย อื่นๆที่เกี่ยวข้อง บุคคลว่าเหมาะสมหรือไม่อย่างไรและวิเคราะห์ศักยภาพขององค์การว่าเป็นอย่างไร เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

2.5.2.3 ระบบบริหารและควบคุม พิจารณาว่าโครงการมีระบบบริหารงานและการควบคุมติดตามหรือไม่อย่างไร มีการวางแผนในการติดตามและประเมินผลอย่างเหมาะสมหรือไม่อย่างไร มีการวางระบบสารสนเทศ ระบบการสื่อสารและอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบอย่างไร แนวทางในการจัดการโครงการทางด้านต่างๆเน้นที่การจัดการในเชิงคุณภาพ การจัดการทางการเงิน และการบริหารเวลาหรือไม่อย่างไรซึ่งกระบวนการบริหาร การติดตามและประเมินผลโครงการจะมีส่วนทำให้โครงการสามารถบรรลุผลได้ตามระยะเวลาและเป้าหมายที่กำหนด

2.5.2.4 นโยบายและระเบียบกฎเกณฑ์ต่างๆ พิจารณาว่าในการบริหารโครงการมีระเบียบกฎเกณฑ์หรือข้อบังคับอย่างไรซึ่งบางครั้งนโยบายหรือระเบียบกฎเกณฑ์ที่โครงการจะต้องปฏิบัติตามอาจเป็นอุปสรรคในการดำเนินโครงการได้ เช่น บางโครงการจะมีกฎหมายควบคุมต้องได้รับใบอนุญาตจากภาครัฐบาลหรือหน่วยงานในระดับการเมืองท้องถิ่นก่อนดำเนินการหรือโครงการที่มีผลกระทบกับสิ่งแวดล้อมก็จำเป็นต้องได้รับใบอนุญาตและต้องทำรายงานการวิเคราะห์ผล กระทบสิ่งแวดล้อมและต้องได้รับการอนุมัติโครงการก่อนจึงจะสามารถดำเนินโครงการได้ หรือบางโครงการมีนโยบายที่จะต้องดำเนินโครงการอยู่แล้วซึ่งจะเลือกโครงการที่เหมาะสมที่สุดที่ใช้เงินลงทุนหรือมีต้นทุนน้อยที่สุด

2.5.2.5 หน่วยงานสนับสนุนและช่วยเหลือโครงการ พิจารณาโครงการว่ามีผู้สนับสนุนโครงการหรือได้รับความช่วยเหลือจากภาครัฐ การเมืองท้องถิ่น หน่วยงานใดบ้างหรือได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาคเอกชนทั้งภายในและต่างประเทศหรือไม่อย่างไร ทั้งนี้บางโครงการอาจมีนโยบายจำเป็นต้องมีโครงการอยู่แล้ว โครงการนั้นย่อมจะได้รับการสนับสนุนและความช่วยเหลือทางด้านต่างๆจากหน่วยงานต้นสังกัดเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ หากบางโครงการมีผล กระทบกับกลุ่มผู้เสียผลประโยชน์หรือหน่วยงานระดับการเมืองท้องถิ่นก็อาจเป็นอุปสรรคในการดำเนินโครงการหรือทำให้การดำเนินโครงการล่าช้าได้จึงต้องมีมาตรการหรือแนวทางแก้ไขเพื่อให้การบริหารจัดการสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

2.6 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการศึกษาความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจโฮสเทลด้านการเงินและเศรษฐศาสตร์

2.6.1 วัตถุประสงค์ของการวิเคราะห์ทางการเงิน

2.6.1.1 เพื่อประเมินความคุ้มค่าในการลงทุนของโครงการ โดยจะเปรียบเทียบระหว่างผลตอบแทนหรือรายได้ที่เกิดจากโครงการกับต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายของโครงการในรูปของตัวเงินและประเมินผลตอบแทนจากการลงทุนในโครงการหรือความสามารถทำกำไรของโครงการว่า เป็นไปได้หรือไม่ ผู้ลงทุนหรือผู้ถือหุ้นจะได้ผลตอบแทนหรือกำไรอย่างน้อยเพียงใด ลงทุนแล้วจะใช้เวลาคืนทุนนานแค่ไหนรวมทั้งประมาณการแนวโน้มในอนาคตว่าจะสามารถทำกำไรได้อย่างไร ในการดำเนินโครงการจะก่อให้เกิดประโยชน์และคุ้มค่าต่อการลงทุนอย่างน้อยแค่ไหนซึ่งการวิเคราะห์โครงการทางการเงินจะเน้นที่ตัวเงินโดยคิดมูลค่าตามราคาตลาด

2.6.1.2 เพื่อวิเคราะห์สถานะทางการเงินของโครงการและแหล่งที่มาของเงินทุน จะประมาณการงบการเงินของโครงการ ทำให้ทราบสถานะทางการเงินของโครงการ ความสามารถในการทำกำไรของโครงการ รวมทั้งสภาพคล่อง แหล่งที่มาของเงินทุน ความสามารถในการกู้ยืมและชำระคืนเงินกู้ ซึ่งผลของการวิเคราะห์สถานะทางการเงินของโครงการจะเป็นเครื่องช่วยในการตัดสินใจในการปล่อยเงินกู้หรือการร่วมลงทุนของสถาบันการเงินและนักลงทุนและทำให้มั่นใจได้ว่าโครงการมีความเป็นไปได้ในการลงทุนสามารถดำเนินโครงการไปได้ตามวัตถุประสงค์โดยไม่มีปัญหาขาดสภาพคล่องทางการเงินและมีแหล่งเงินทุนสนับสนุนเพียงพอ

2.6.1.3 เพื่อพิจารณาการจัดการทางการเงินของโครงการ เพื่อพิจารณาการวางแผนทางการเงินของโครงการ ว่าเหมาะสมหรือไม่อย่างไร มีแหล่งที่มาของ เงินทุน มีการบริหารและการควบคุมการดำเนินงานทางการเงินอย่างเป็นระบบหรือไม่อย่างไร ทั้งนี้เพื่อให้โครงการประสบปัญหาขาดสภาพคล่องทางการเงินและเพื่อให้แน่ใจได้ว่าโครงการจะสามารถดำเนินไปได้ตามวัตถุประสงค์โดยไม่มีปัญหาทางการเงิน

2.6.2 วัตถุประสงค์ของการวิเคราะห์โครงการทางด้านเศรษฐศาสตร์

2.6.2.1 เพื่อประเมินความคุ้มค่าในการลงทุนของโครงการในการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้แน่ใจได้ว่าโครงการที่ลงทุนไปนั้นจะคุ้มค่ากับการใช้ทรัพยากรหรือปัจจัยการผลิต โดยจะคำนึงถึงต้นทุนภายนอก ต้นทุนค่าเสียโอกาส มองในแง่ส่วนรวม สังคมหรือระดับประเทศ การวิเคราะห์โครงการทางด้านเศรษฐศาสตร์จะเน้นที่มูลค่าทางเศรษฐกิจ ซึ่งการประเมินผลตอบแทนหรือผลประโยชน์จากโครงการเปรียบเทียบกับต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายของโครงการจะแตกต่างจากการวิเคราะห์โครงการทางการเงิน ทั้งนี้การวิเคราะห์โครงการทางด้านเศรษฐศาสตร์จะศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการเพื่อให้มั่นใจได้ว่าผลประโยชน์หรือผลตอบแทนที่สังคมจะได้รับจะคุ้มค่าต่อการลงทุนจากการใช้ทรัพยากรหรือต้นทุนที่เกิดขึ้นโดยจะประเมินมูลค่าออกมาเป็นตัวเงินซึ่งจะเน้นที่

ผลประโยชน์ของสังคมเป็นหลัก

2.6.2.2 เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบของโครงการว่ามีผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสวัสดิการของสังคม จะพิจารณาผลกระทบภายนอกที่อาจเกิดขึ้นทั้งทางบวกและทางลบ และให้แน่ใจได้ว่าการลงทุนในโครงการจะคุ้มค่าในการลงทุนและการลงทุนในโครงการมีส่วนช่วยพัฒนาเศรษฐกิจหรือพัฒนาประเทศ ทำให้เพิ่มสวัสดิการของสังคมส่วนรวมมากขึ้น ซึ่งจะเน้นผลประโยชน์ของประชาชนในระดับประเทศ

2.6.3 ปัจจัยที่ใช้ในการวิเคราะห์ทางการเงินและเศรษฐศาสตร์

2.6.3.1 การประมาณการหรือการคาดคะเนงบการเงินของโครงการ การวิเคราะห์โครงการทางการเงินและเศรษฐศาสตร์จะพิจารณาจากการประมาณการงบกระแสเงินสด การเคลื่อนไหวของกระแสเงินสดเข้าและเงินสดออกของโครงการซึ่งจะทำให้วิเคราะห์ได้ว่าโครงการมีรายได้หรือเงินสดไหลเข้ามาในช่วงใดและต้องมีรายจ่ายหรือเงินสดไหลออกซึ่ง จำเป็นต้องใช้เงินทุนหรือต้องกู้ยืมเงินในช่วงเวลาใดมากน้อยแค่ไหนเพื่อจะได้วางแผนจัดหาเงินทุนได้ทัน ทำให้การดำเนินงานของโครงการไม่ต้องหยุดชะงักหรือไม่มีปัญหาทางการเงินและสามารถประมาณการได้ว่าโครงการจะสามารถชำระคืนเงินกู้ได้เมื่อไหร่และมีกำไรหรือคุ้มทุนในช่วงเวลาใด

2.6.3.2 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน หลังจากที่ได้เริ่มดำเนินโครงการไปแล้วจะประมาณการงบการเงินและนำข้อมูลจากงบการเงินต่าง ๆ มาคำนวณหาอัตราส่วนทางการเงินเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์โครงการทางการเงินเพื่อชี้ถึงฐานะทางการเงินของโครงการ ความสามารถทำกำไรของโครงการ รวมทั้งสภาพคล่องของโครงการ ความสามารถชำระหนี้และการจ่ายเงินปันผลซึ่งอัตราส่วนทางการเงินโดยทั่วไป เช่น อัตราส่วนกำไรสุทธิต่อยอดขาย (Net Profit Margin on Sales) อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ทั้งหมด (Return on Total Assets) ซึ่งจะแสดงถึงผลตอบแทนจากการลงทุนหรือความสามารถในการลงทุนของโครงการว่ามีประสิทธิภาพอย่างไร

2.6.3.3 การวิเคราะห์แหล่งเงินทุนของโครงการ พิจารณาถึงแหล่งที่มาของเงินทุนของโครงการเนื่องจากการจัดหาแหล่งเงินทุนแต่ละวิธีจะมีต้นทุนค่าใช้จ่ายหรือดอกเบี้ยจ่าย รวมทั้งเงื่อนไขที่แตกต่างกันซึ่งจะมีผลกระทบกับกำไรหรือผลตอบแทนของโครงการและหากเป็นโครงการลงทุนของภาครัฐที่ต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมากซึ่งจำเป็นต้องจัดหาแหล่งเงินทุนจากงบประมาณแผ่นดิน หรือแหล่งเงินกู้จากภายในและต่างประเทศ โดยต้องวิเคราะห์ทางด้านเศรษฐศาสตร์เนื่องจากอาจจะมีผลกระทบกับปริมาณเงินในระบบ อัตราดอกเบี้ย อัตราแลกเปลี่ยนหรือดุลการชำระเงิน ซึ่งเป็นผลกระทบในระดับประเทศ

2.6.3.4 การวิเคราะห์ความเสี่ยงและความไม่แน่นอนของโครงการ เนื่องจากการลงทุนของโครงการมีความไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับปัจจัยทั้งภายในและภายนอกโครงการซึ่งไม่สามารถควบคุมได้ ดังนั้นการประมาณการงบการเงินต่างๆของโครงการอาจมีการคาดเคลื่อนได้จึงจำเป็นต้อง

วิเคราะห์ความเสี่ยงของโครงการเพื่อช่วยในการตัดสินใจในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงหรือความไม่แน่นอนเกิดขึ้น โดยอาจจะวิเคราะห์ความเสี่ยง เช่น การวิเคราะห์ความไว (Sensitivity Analysis) การวิเคราะห์สถานการณ์ (Scenario Analysis)

สรุปจากการวิเคราะห์โครงการหรือการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการทางด้านต่างๆดังที่ได้กล่าวมาแล้วนั้น เนื่องจากแต่ละโครงการจะมีความหลากหลายมีลักษณะ ขนาด วัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันดังนั้นในการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการหรือทางวิเคราะห์โครงการอาจเน้นทางด้านใดด้านหนึ่งตามความเหมาะสมของแต่ละโครงการ แต่ทั้งนี้ไม่ว่าจะเป็นโครงการของภาครัฐหรือเอกชนจำเป็นต้องวิเคราะห์โครงการทางการเงินและเศรษฐศาสตร์ เพื่อให้แน่ใจได้ว่าโครงการมีความเหมาะสมและคุ้มค่าต่อการลงทุน สำหรับโครงการของภาครัฐบาลที่เน้นทางด้านสวัสดิการของประชาชน จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์โครงการทางด้านเศรษฐศาสตร์มากกว่าทางการเงิน เนื่องจากบางโครงการเป็นสิ่งจำเป็นต้องลงทุนอยู่แล้วถึงแม้ว่าจะไม่สามารถได้รับผลตอบแทนในรูปของตัวเงินได้คุ้มค่าแต่จะเลือกลงทุนในโครงการที่ใช้ต้นทุนน้อยกว่าในขณะที่ได้รับผลประโยชน์เท่ากัน หากเป็นโครงการใหม่ที่ไม่เคยทำมาก่อนก็จำเป็นต้องวิเคราะห์โครงการทางด้านอุปสงค์หรือการตลาดและ ทางด้านเทคนิคด้วย เพื่อจะได้ทราบถึงอุปสงค์ของตลาด ปริมาณการผลิต เทคนิคการผลิต ปัจจัยการผลิต เพื่อที่จะสามารถประมาณการต้นทุนการผลิตและเลือกกระบวนการผลิตที่เหมาะสมเนื่องจากไม่เคยทำการผลิตมาก่อนและนำข้อมูลการวิเคราะห์โครงการทางด้านอุปสงค์และทางด้านเทคนิคมาวิเคราะห์โครงการทางการเงินและเศรษฐศาสตร์ สำหรับโครงการที่มีขนาดใหญ่จำเป็นต้องวิเคราะห์ปัจจัยทางสังคม การเมืองและสิ่งแวดล้อมเพราะมีแนวโน้มที่จะมีผลกระทบกับสังคมและสิ่งแวดล้อม เนื่องจากเป็นโครงการใหญ่ย่อมจะมีผลกระทบกับวิถีการดำเนินชีวิตของชุมชน ย่อมเกี่ยวข้องกับกลุ่มผู้เสียผลประโยชน์และกลุ่มผู้ได้รับประโยชน์หรือกลุ่มการเมืองท้องถิ่น และต้องศึกษาระเบียบกฎหมายเกณฑ์ข้อบังคับในแต่ละพื้นที่ จึงจำเป็นต้องวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการทางด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม นอกจากนั้นโครงการขนาดใหญ่จำเป็นต้องมีการวิเคราะห์โครงการทางด้านการบริหารจัดการเพื่อให้มั่นใจได้ว่าผู้บริหารโครงการและองค์กรจะสามารถดำเนินโครงการได้สำเร็จลุล่วง เนื่องจากการดำเนินโครงการจะต้องประสบกับความเสี่ยง ความไม่แน่นอนและมีข้อจำกัดทางด้านเวลา งบประมาณและคุณภาพตามเงื่อนไขที่กำหนด ดังนั้นจึงต้องมีการวิเคราะห์โครงการหรือการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการทางด้านต่างๆ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าโครงการที่เลือกมีความเหมาะสมคุ้มค่าต่อการลงทุนและสามารถดำเนินการได้จริงตามแผนงานที่กำหนดไว้

2.7 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค และพฤติกรรมกระตุ้นใจของนักท่องเที่ยว

2.7.1 นิยามของพฤติกรรมผู้บริโภค

คอตเลอร์ และเคลเลอร์ (Kotler & Keller, 2012) ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่าหมายถึง การศึกษาบุคคล กลุ่มคน และองค์กร ในกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการเลือก การซื้อ หรือการใช้สินค้า บริการ ความคิด หรือประสบการณ์ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของบุคคลเหล่านั้นได้ โดยนักการตลาดจำเป็นต้องเข้าใจทั้งทฤษฎีและพฤติกรรมผู้บริโภคที่แท้จริงอย่างถ่องแท้

โซโลมอน (Solomon, 2009) ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่าหมายถึง การกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือก (Selecting) การซื้อ (Purchasing) การใช้ (Using) และการใช้จ่าย (Disposing) ของสินค้าหรือบริการต่างๆเพื่อตอบสนองความต้องการ และความปรารถนา

เอ็นเจล แบล็คเวลล์ และมีเนียร์ค (Engel, Blackwell & Miniard, 1990) ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่าหมายถึง การกระทำต่างๆที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาซึ่งการบริโภค และการจ่ายใช้สอยซึ่งสินค้าและบริการ รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นทั้งก่อนและหลังการกระทำดังกล่าวด้วย

เลาดอน และบิลดา (Loudon & Bitta, 1988) ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่าหมายถึง กระบวนการตัดสินใจและกิจกรรมทางกายภาพที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องเมื่อมีการประเมินการได้มา การใช้หรือจ่ายใช้สอยซึ่งสินค้าและบริการ

จากความหมายข้างต้นจึงสามารถสรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกซื้อ สืบค้นข้อมูล การซื้อ และการใช้สินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคลซึ่งผู้บริโภคเป็นหัวใจของพฤติกรรมผู้บริโภค เมื่อทำความเข้าใจความต้องการของแต่ละคน กระบวนการทางความคิด ปัญหา และการกระทำ จะทำให้สามารถเข้าใจถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคได้ ซึ่งเป็นประโยชน์ในการวางกลยุทธ์ทางการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.7.2 โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และศุภร เสรีรัตน์ (2541) กล่าวว่า โมเดลพฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นนั้นผ่านเข้ามาในความรู้สึนึกคิดของผู้บริโภค (Buyer's Black Box) ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำ ซึ่งผู้บริโภคหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆ ของผู้ซื้อแล้วก็จะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's Purchase Decision) โดยการซื้อหรือไม่ซื้อ จุดเริ่มต้นของโมเดลนี้อยู่ที่การมีสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ให้เกิดความ

ต้องการก่อนแล้วทำให้เกิดการตอบสนอง (Response) ดังนั้นโมเดลนี้จึงอาจเรียกว่า S-R Theory โดยมีรายละเอียดของทฤษฎี 3 ส่วน ดังนี้ คือ

ภาพที่ 2.2: รูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างง่ายหรือ S-R Theory



ที่มา: ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และศุภร เสรีรัตน์. (2541). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: วิสิทธ์พัฒนา.

1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus) สิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นเองจากภายในร่างกาย (Inside Stimulus) และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก (Outside Stimulus) เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า (Buying Motive) ซึ่งอาจใช้เหตุจูงใจซื้อด้านเหตุผลและใช้เหตุจูงใจให้ซื้อด้านจิตวิทยา (อารมณ์) ก็ได้ สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

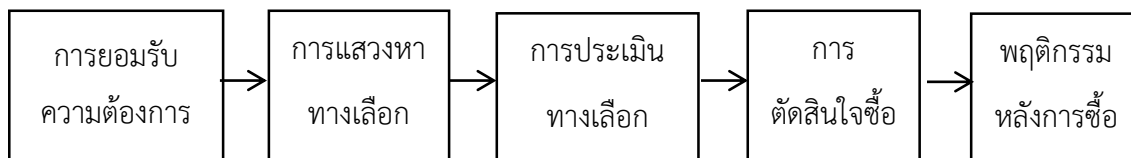
1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุมและต้องจัดให้มีขึ้น เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ซึ่งประกอบด้วย สิ่งกระตุ้นทางด้านผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ และการส่งเสริมการตลาด

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่นๆ (Other Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์กรซึ่งไม่สามารถควบคุมได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ ได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจ เทคโนโลยี กฎหมาย และการเมือง วัฒนธรรม ฯลฯ

2. กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อเปรียบเสมือนกล่องดำ (Black Box) ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer's Characteristics) และกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (Buyer's Decision Process) ประกอบด้วยขั้นตอนต่างๆ 5 ขั้นตอน โดยทุกขั้นตอนล้วนได้รับอิทธิพลมาจากปัจจัยต่างๆ ที่อยู่โดยรอบกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดยเริ่มจากกระบวนการตัดสินใจซื้อ 5 ขั้นตอน ดังนี้

ภาพที่2.3: กระบวนการตัดสินใจซื้อ



ที่มา: วิทวัส รุ่งเรืองผล. (2552). *หลักการตลาด Principle of marketing* (พิมพ์ครั้งที่ 5).

กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

1. การยอมรับความต้องการ (Need Recognition) กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคจะเกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคเกิดความต้องการ ซึ่งอาจจะเป็นความต้องการในระดับพื้นฐาน หรือที่เรียกว่า “ความจำเป็น (Need)” นอกจากความต้องการระดับพื้นฐานแล้วยังมีความต้องการในระดับที่สูงขึ้นที่อาจเรียกว่าเป็น “ความต้องการหรือความอยาก (Want)” ที่เกิดจากสิ่งกระตุ้นภายนอกมาปลุกเร้าให้เกิดความต้องการ

2. การแสวงหาทางเลือก (Identification of Alternatives) เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นภายหลังการยอมรับความต้องการของผู้บริโภค โดยผู้บริโภคจะแสวงหาทางเลือกหรือแสวงหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์นั้นๆ ก่อนตัดสินใจซื้อ เช่น ประเภทและชนิด คุณลักษณะทั่วไป ราคาสินค้า ผู้ผลิต ผู้ให้บริการ สถานที่ซื้อ รวมถึงการบริการหลังการขายของผลิตภัณฑ์ เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อครั้งนั้นๆ

3. การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) ภายหลังการแสวงหาทางเลือกหรือแสวงหาข้อมูลได้ดีในระดับที่ต้องการแล้ว ผู้บริโภคจะทำการประเมินทางเลือกต่างๆ จากข้อมูลเหล่านั้น โดยการเปรียบเทียบข้อดี-ข้อด้อยและความเหมาะสมอื่นๆ ทั้งความจำเป็น ระดับราคา และทัศนคติส่วนตัวของผู้บริโภคที่มีต่อตราสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์นั้นๆ

ในขั้นตอนการประเมินทางเลือก ผู้บริโภคจะทำการตัดตัวเลือกที่มีอยู่มากมายในขั้นตอนการแสวงหาทางเลือก ให้เหลือทางเลือกที่จำกัด โดยปกติแล้วจะเหลือ 3-5 ทางเลือก เพื่อทำการประเมินผลโดยละเอียดและเป็นระบบ

4. การตัดสินใจซื้อและการตัดสินใจที่เกี่ยวข้องกับการซื้อ (Purchase and Related Decision) เมื่อสามารถประเมินทางเลือก หรือสรุปเลือกตราสัญลักษณ์และรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ต้องการได้แล้ว จะเข้าสู่ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ และระบุคุณลักษณะที่ต้องการเพิ่มเติมจากผลิตภัณฑ์นั้นๆ เช่น สถานที่จำหน่าย เงื่อนไขการชำระเงิน บริการขนส่งสินค้าและบริการหลังการขาย โดยขั้นตอนนี้จะ

เกี่ยวข้องกับการเจรจาต่อรองระหว่างผู้ซื้อ ผู้ขาย ซึ่งผู้บริโภคอาจทำการเปลี่ยนแปลงการตัดสินใจ ณ จุดที่ทำการซื้อได้หากได้รับข้อมูลเพิ่มเติมจากผู้ขายหรือผู้ขายเสนอเงื่อนไขพิเศษ เช่น การลดราคา หรือการแถมสินค้า เพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงการตัดสินใจ เป็นต้น

5. พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post-Purchase Behavior) เป็นขั้นตอนหนึ่งในกระบวนการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคจะประเมินคุณค่าหรือประโยชน์ที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์ที่ได้ตัดสินใจไปแล้ว พฤติกรรมหลังการซื้อจะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นั้นๆ ของผู้บริโภคในการซื้อครั้งต่อไป จนผู้บริโภคนั้นกลายมาเป็นลูกค้าประจำที่มีความภักดีต่อตราสินค้าของผู้ผลิต หรือต่อร้านค้ารวมถึงการแนะนำในลักษณะปากต่อปากไปยังผู้ใกล้ชิดให้ซื้อผลิตภัณฑ์นั้นๆ

ลักษณะผู้ซื้อ (Buyer's Characteristics) จะอยู่ภายใต้ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการซื้อ ดังนี้

1. ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม (Cultural Factor)

- วัฒนธรรมพื้นฐาน (Culture) เป็นลักษณะพื้นฐานของบุคคลในสังคม
- วัฒนธรรมกลุ่มย่อย (Subculture) หมายถึง วัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มที่มี

ลักษณะเฉพาะและแตกต่างกัน ซึ่งมีอยู่ภายในสังคมขนาดใหญ่และสลับซับซ้อน มีรากฐานจากเชื้อชาติ ศาสนา สืบทอด หรือภูมิภาคที่แตกต่างกัน ทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคแตกต่างกันออกไปและกลุ่มเดียวกันจะมีพฤติกรรมคล้ายคลึงกัน

2. ปัจจัยทางด้านสังคม (Social Factors)

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ลักษณะทางสังคม ประกอบด้วยกลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาทและสถานะของผู้ซื้อ

- กลุ่มอ้างอิง (Reference Groups) ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนสนิท โดยกลุ่มอ้างอิงจะมีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความคิดเห็น ค่านิยมของบุคคล
- ครอบครัว (Family) บุคคลในครอบครัวถือว่ามีอิทธิพลมากที่สุดต่อทัศนคติการรับรู้และค่านิยมของบุคคล

- บทบาทและสถานะ (Roles and Statuses) บุคคลจะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง องค์กรและสถาบันต่างๆโดยจะมีบทบาทและสถานะแตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม

3. ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors)

การตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลด้านต่างๆ ได้แก่

- อายุ (Age) อายุที่ต่างกันจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่ต่างกัน
- วงจรชีวิตครอบครัว (Family Life Cycle Stage) เป็นขั้นตอนการดำรงชีวิตของบุคคลในลักษณะของการมีครอบครัว การดำรงชีวิตในแต่ละขั้นตอนเป็นสิ่งที่มีความต้องการ ทัศนคติและค่านิยมของบุคคล ทำให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์และพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน

- อาชีพ (Occupation) อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน
- โอกาสทางเศรษฐกิจ (Economic Circumstances) หรือรายได้ (Income) โอกาสทางเศรษฐกิจของบุคคลจะกระทบต่อสินค้าและบริการที่เขาตัดสินใจซื้อ
- การศึกษา (Education) ผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ
- ค่านิยมหรือคุณค่า (Value) และรูปแบบการใช้ชีวิต

4. ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological Factor)

การเลือกซื้อของบุคคลที่ได้รับอิทธิพลมาจากปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและการใช้สินค้า ซึ่งมีอยู่ 5 อย่างด้วยกัน

- การจูงใจ (Motivation) หมายถึง พลังสิ่งกระตุ้น (Drive) ที่อยู่ภายในตัวบุคคลซึ่งกระตุ้นให้บุคคลปฏิบัติ
- การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการที่บุคคลตีความและการรับรู้ข้อมูล
- การเรียนรู้ (Learning) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมซึ่งเป็นผลจากประสบการณ์บุคคล การเรียนรู้ของบุคคลจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับสิ่งกระตุ้น (Stimulus) และจะเกิดการตอบสนอง (Response) สิ่งกระตุ้นนั้น
- ความเชื่อถือ (Belief) เป็นความคิดซึ่งบุคคลยึดถือเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีต
- ทัศนคติ (Attitude) หมายถึง การประเมินความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจของบุคคล ความรู้สึกด้านอารมณ์และแนวโน้มการปฏิบัติที่มีผลต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

3. การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ โดยจะมีการตัดสินใจประเด็นต่างๆ ดังนี้

- 3.1.1 การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product Choice)
- 3.1.2 การเลือกตราสินค้า (Brand Choice)
- 3.1.3 การเลือกผู้ขาย (Dealer Choice)
- 3.1.4 การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase Timing)
- 3.1.5 การเลือกปริมาณในการซื้อ (Purchase Amount)

2.8 ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (7P's)

ธุรกิจอุตสาหกรรมการบริการ (Service Industry) มีความแตกต่างจากธุรกิจอุตสาหกรรมสินค้า อุปโภคและบริโภคทั่วไป เพราะมีทั้งผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ (Tangible Product) และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Product) เป็นสินค้าและบริการที่นำเสนอต่อลูกค้าหรือตลาดกลยุทธ์การตลาดที่นำมาใช้ กับธุรกิจการบริการจำเป็นที่จะต้องจัดให้มีส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างจากการตลาดโดยทั่วไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจที่มีการต้อนรับ (Hospitality) เป็นหัวใจหลักในการทำธุรกิจ

คอตเลอร์ (Kotler, 2003, p. 29) ได้ให้แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix) ไว้ว่าเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการซึ่งเป็นธุรกิจที่แตกต่างสินค้าอุปโภคและบริโภคทั่วไป จำเป็นจะต้องใช้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) 7 อย่าง หรือ 7P's ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดซึ่งประกอบด้วย

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้ คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้า และลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น โดยทั่วไป แล้วผลิตภัณฑ์ แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้ (Tangible Products) และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Products)

2. ด้านราคา (Price) หมายถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์รูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคานั้นลูกค้าจะตัดสินใจซื้อดังนั้นการกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการอย่างชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกกระดบบบริการที่ต่างกัน

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็น กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมใน การนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้าซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ(Channels)

4. ด้านการส่งเสริม (Promotions) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญ ในการติดต่อสื่อสารให้ ผู้ใช้บริการโดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการและ เป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์

5. ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขึ้นเป็นความสัมพันธ์ระหว่าง เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการต่างๆ ขององค์กรเจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดี สามารถ ตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

6. ด้านกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence/Environment and Presentation) เป็นการ แสดงให้เห็นถึงลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอให้กับลูกค้าให้เห็นเป็นรูปธรรม โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าไม่ว่าจะเป็น ด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย หรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

7. ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติใน ด้านการบริการ ที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการ เพื่อบริการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็วและทำให้ผู้ใช้ บริการเกิดความประทับใจ

ส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 อย่างข้างต้นเป็นสิ่งสำคัญต่อการกำหนดกลยุทธ์ต่างๆ ทางด้านการตลาดของธุรกิจ ที่จะต้องมีการจัดส่วนประสมแต่ละอย่างให้มีความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของ ธุรกิจและของอุตสาหกรรมที่แตกต่างกันไปไม่มีสูตรที่ตายตัว



บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษานี้เป็นการศึกษาความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจโฮสเทล (Hostel) พื้นที่เขตคลองสาน กรุงเทพฯ ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยแบบเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ (Feasibility Study) ในการทำโรงแรมที่พักขนาดเล็ก ประเภทโฮสเทล เขตคลองสาน โดยการศึกษาถึงหลักการความเป็นไปได้ทางด้านกายภาพ ทางด้านการตลาด ทางด้านการบริหาร และทางด้านการเงิน ในการทำธุรกิจ ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้ เพื่อใช้เป็นแนวทางประกอบการตัดสินใจของผู้ที่สนใจลงทุนทำธุรกิจโฮสเทล

3.1 การรวบรวมข้อมูล

3.1.1 แหล่งข้อมูล ในการศึกษาสำหรับงานวิจัยชิ้นนี้ ประกอบด้วย 2 ส่วนหลักๆ ได้แก่

3.1.1.1 ข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ ข้อมูลจากการศึกษางานวิจัย และการทบทวนวรรณกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องข้อบ่งชี้ของงานวิจัย โดยนำข้อมูลที่สำคัญมาใช้อ้างอิงในการศึกษางานวิจัยชิ้นนี้ และใช้ประกอบกับการศึกษากรณีตัวอย่างของงานวิจัยในอดีตที่ผ่านมาด้วย

3.1.1.2 ข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ ข้อมูลจากการสำรวจพื้นที่ สอบถามและสัมภาษณ์ผู้บริหารกิจการโฮสเทลทั้งในเขตคลองสานและฝั่งพระนคร ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักในการศึกษาครั้งนี้ โดยการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลและการสำรวจพื้นที่เขตคลองสาน จะนำไปสู่การออกแบบแบบสอบถามด้วยตนเอง (Self-respond Questionnaire) เพื่อเก็บข้อมูลและวิเคราะห์เพื่อสรุปผลการวิจัย

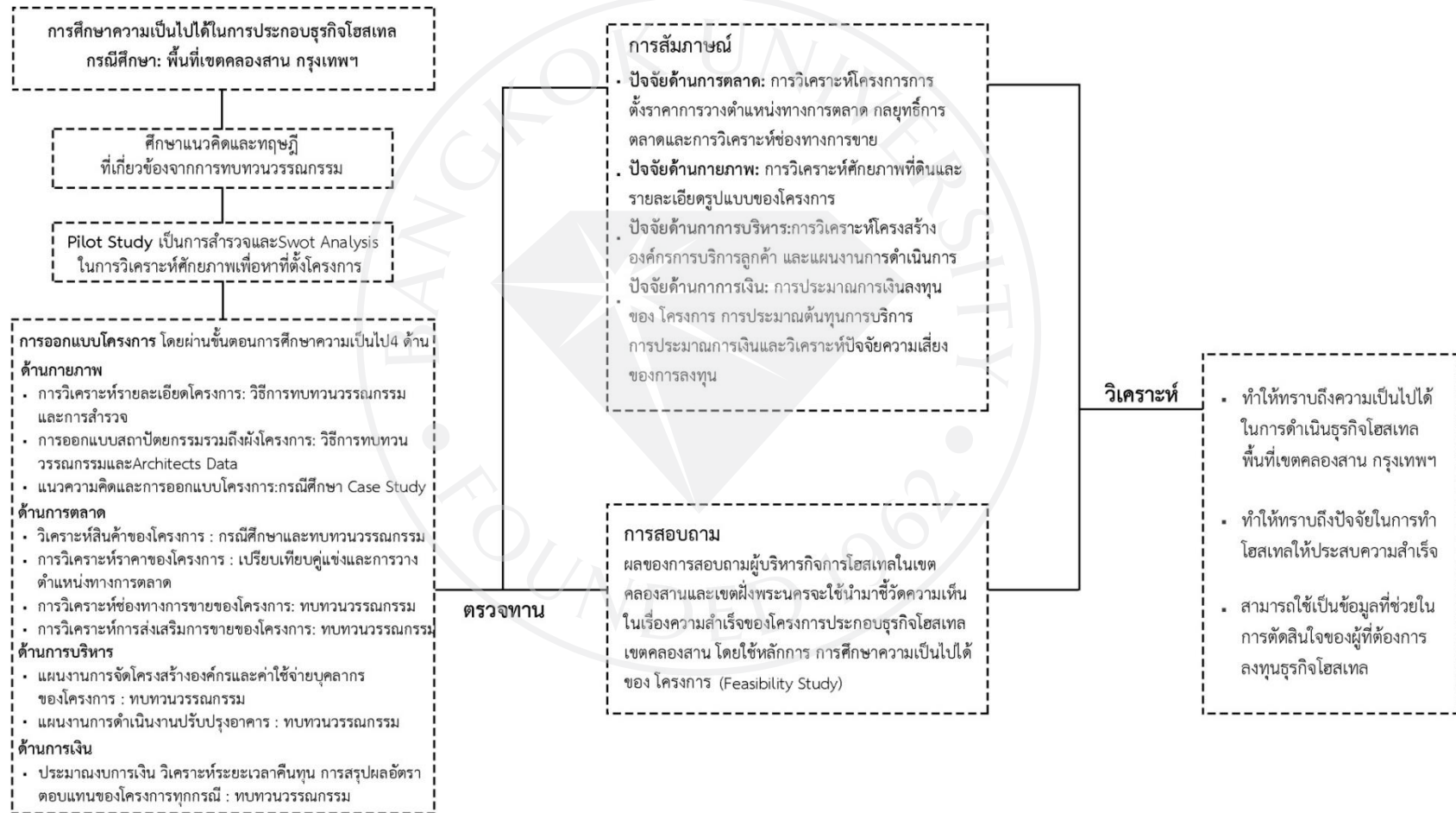
3.1.2 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ในงานวิจัยชิ้นนี้ ประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่

3.1.2.1 การสำรวจข้อมูลและการวิเคราะห์ SWOT Analysis เพื่อการทำ Pilot Study ในการวิเคราะห์ศักยภาพพื้นที่คลองสาน เพื่อหาที่ตั้งโครงการที่เหมาะสมต่อการทำโฮสเทล

3.1.2.2 การออกแบบโครงการ เป็นขั้นตอนการออกแบบโครงการธุรกิจโฮสเทล เขตคลองสาน โดยการวิเคราะห์โครงการด้วยหลักการ การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านกายภาพ ด้านการตลาด ด้านการบริหาร และด้านการเงิน

3.1.2.3 การออกแบบการตรวจทานความเป็นไปได้ของโครงการ ด้วยวิธีการสัมภาษณ์และแบบสอบถาม โดยคำถามจะอิงหลักการ การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านกายภาพ ด้านการตลาด ด้านการบริหาร และด้านการเงิน

ภาพที่ 3.1: ผังแสดงความเชื่อมโยงของงานวิจัย



3.2 กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 ประชากร (Population)

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

3.2.1.1 ผู้บริหารกิจการโฮสเทลในเขตคลองสาน ซึ่งจากการสำรวจข้อมูลมีโฮสเทลที่เปิดกิจการในย่านคลองสาน ทั้งหมด 10 แห่ง

3.2.1.2 ผู้บริหารกิจการโฮสเทลในเขตพระนครและเจริญกรุง ซึ่งจากการสำรวจข้อมูลมีโฮสเทลที่เปิดกิจการในเขตฝั่งพระนคร ทั้งหมด 46 แห่ง

3.2.2 กลุ่มตัวอย่าง (Sample)

งานวิจัยชิ้นนี้ใช้หลักเกณฑ์การสุ่มกลุ่มตัวอย่างรูปแบบ กลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งเป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยพิจารณาจากการตัดสินใจของผู้วิจัยเพื่อ ความเหมาะสมในการวิจัย และลักษณะของกลุ่มที่เลือกเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ตารางที่ 3.1: หลักการคร่าวๆในการกำหนดขนาดตัวอย่างของแนวทางการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล	หลักการคร่าวๆ
การสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Interviewing key informants) หรือการสัมภาษณ์ระดับลึก (In-depth interviews)	สัมภาษณ์ประมาณ 5 - 30 บุคคล

ที่มา: ประไพพิมพ์ สุธีวสินนท์ และประสพชัย พสุนนท์กลยุทธ์. (2559). กลยุทธ์การเลือกตัวอย่าง สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ. *วารสารปวาริตา*, 29(2), 31-48.

จากตารางที่ 3.1 จึงแบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็น 2 กลุ่ม คือ

3.2.2.1 ผู้บริหารกิจการโฮสเทลในเขตคลองสานที่เปิดกิจการในย่านคลองสานจำนวน 5 แห่ง ได้แก่ 1) ดิลกจันทร์ โฮสเทล 2) อินดรอกแอนด์อินน์ชอย โฮสเทล 3) สยามปลั๊กอินโฮสเทล 4) ย. ยักษ์ โฮสเทล และ 5) เอ็มเกรย์ โฮสเทลแอนด์ คาเฟ่

3.2.2.2 ผู้บริหารกิจการโฮสเทลที่เปิดกิจการในเขตฝั่งพระนครจำนวน 5 แห่ง ได้แก่ 1) 2 ดับเบิลยู เบดแอนด์เบรกฟาสต์ โฮสเทล 2) ลอฟท์เทล 22 โฮสเทล 3) เฮียร์โฮสเทล 4) ชิงช้า โฮสเทล และ 5) เบดสเปอร์ดโฮสเทล

3.3 Pilot Study

การทำ Pilot Study ในการวิจัยครั้งนี้ คือ การหาข้อมูลและการสำรวจพื้นที่เขตคลองสาน เพื่อทำ SWOT Analysis ในการวิเคราะห์ศักยภาพเพื่อหาที่ตั้งที่เหมาะสมในการประกอบธุรกิจโฮสเทล ย่านคลองสาน โดยการแบ่งข้อมูลเป็น 2 ส่วน คือ

3.3.1 การวิเคราะห์ศักยภาพพื้นที่เขตคลองสานโดยใช้วิธีการ SWOT Analysis หาบริเวณที่ตั้งที่เหมาะสมในการทำโครงการ โดยการวิเคราะห์การแบ่งพื้นที่คลองสานตามศักยภาพของพื้นที่

3.3.2 การวิเคราะห์ที่ตั้งโครงการ โดยการหาทำเลที่ตั้ง (Site Selection) และทำการวิเคราะห์ SWOT Analysis ที่ตั้งโครงการ หาข้อดีและข้อด้อยของโครงการ

3.4 การออกแบบโครงการ

เป็นขั้นตอนการออกแบบโครงการธุรกิจโฮสเทล เขตคลองสาน โดยผ่านขั้นตอนการศึกษาความเป็นไป (Feasibility Study) ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่

3.4.1 การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการด้านกายภาพ ซึ่งแบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

3.4.1.1 การวิเคราะห์พื้นที่ (Site Analysis) สภาพแวดล้อม รายละเอียดและการเข้าถึงโครงการ : ใช้การวิเคราะห์จากการทบทวนวรรณกรรมและการสำรวจ

3.4.1.2 การออกแบบสถาปัตยกรรมรวมถึงผังโครงการ: ใช้การวิเคราะห์จากการทบทวนวรรณกรรมและข้อมูลการออกแบบ Architects Data

3.4.1.3 แนวความคิดและการออกแบบโครงการ: ใช้การวิเคราะห์จากกรณีศึกษา (Case Study)

3.4.2 การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการด้านการตลาด เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 4Ps) ของโครงการ ซึ่งแบ่งเนื้อหาออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

3.4.2.1 การวิเคราะห์สินค้าของโครงการ (Product): ใช้การวิเคราะห์จากกรณีศึกษา (Case Study) และจากการทบทวนวรรณกรรม

3.4.2.2 การวิเคราะห์ราคาของโครงการ (Price) : ใช้การวิเคราะห์จากการทบทวนวรรณกรรม การวิเคราะห์จากการเปรียบเทียบคู่แข่งและการวางตำแหน่งทางการตลาด (Positioning)

3.4.2.3 การวิเคราะห์ช่องทางการขายของโครงการ (Place/Distribution) : ใช้การวิเคราะห์จากการทบทวนวรรณกรรม

3.4.2.4 การวิเคราะห์การส่งเสริมการขายของโครงการ (Promotions) : ใช้การวิเคราะห์จากการทบทวนวรรณกรรม

3.4.3 การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการด้านการบริหาร ในการศึกษาด้านการบริหาร โครงการจะเป็นการศึกษาจากการทบทวนวรรณกรรม แบ่งเนื้อหาออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

3.4.3.1 แผนงานการจัดโครงสร้างองค์กรและค่าใช้จ่ายบุคลากรของโครงการ : ใช้การวิเคราะห์จากการทบทวนวรรณกรรม

3.4.3.2 แผนงานการดำเนินงานปรับปรุงอาคาร : ใช้การวิเคราะห์จากการทบทวนวรรณกรรม

3.4.4 การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการด้านการเงิน ในการวิเคราะห์ด้านการเงิน เนื่องจากข้อมูลเรื่องการเงินเป็นข้อมูลที่ตายตัว มีการใช้หลักการคำนวณประมาณในการดำเนินการ และผลตอบแทนจากการลงทุนที่เหมือนกันทุกโครงการ จึงนำวิธีการคำนวณด้านการเงินมาปรับใช้ให้เข้ากับโครงการ

ซึ่งเนื้อหาด้านการเงิน จะแบ่งออกเป็น 11 ส่วน จากการวิเคราะห์การทบทวนวรรณกรรม ได้แก่ การวิเคราะห์การได้มาของเงินลงทุนและการใช้คืน การประมาณการเงินลงทุนของโครงการ การประมาณต้นทุนการบริการ สมมติฐานในการจัดทำค่าใช้จ่ายในการขายและบริการ ประมาณการเงิน การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงินของโครงการ การวิเคราะห์ระยะเวลาคืนทุน การวิเคราะห์มูลค่าปัจจุบันสุทธิ การวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนภายใน และการสรุปผลอัตราผลตอบแทนของโครงการทุกกรณี

3.5 การออกแบบการตรวจทานความเป็นไปได้ของโครงการ

การออกแบบแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม จะเป็นการอ้างอิงข้อมูลจากการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการทั้ง 4 ด้าน ได้แก่

- 1) การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการด้านการกายภาพ
- 2) การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการด้านการตลาด
- 3) การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการด้านการบริหาร
- 4) การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการด้านการเงิน

3.5.1 การออกแบบ แบบสัมภาษณ์ จะเป็นการสัมภาษณ์ผู้บริหารกิจการโฮสเทลในเขตคลองสานและเขตฝั่งพระนคร โดยข้อมูลจะแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของโฮสเทลที่ทำการเก็บข้อมูล

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ

3.5.2 การออกแบบ แบบสอบถาม จะเป็นการสัมภาษณ์ผู้บริหารกิจการโฮสเทลในเขตคลองสานและเขตฝั่งพระนคร ผลของการสอบถามผู้บริหารกิจการโฮสเทลจะนำมาชี้วัดความเห็นในเรื่องความสำเร็จของโครงการธุรกิจโฮสเทล เขตคลองสาน

3.6 ขั้นตอนการสรุปผล

ขั้นตอนการสรุปผลซึ่งเป็นขั้นตอนการสรุปข้อมูลที่ได้จากทั้งการสำรวจ สอบถาม สัมภาษณ์ และข้อมูลจากการวิเคราะห์ปัจจัยที่ทำให้ประกอบธุรกิจโฮสเทลให้สำเร็จ โดยการอธิบายผ่านหลักการ การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ เพื่อทำการสรุปและเสนอแนะแนวทางในการประกอบธุรกิจ โฮสเทล เขตคลองสาน ให้ประสบความสำเร็จ

3.7 วิเคราะห์ศักยภาพพื้นที่คลองสานเพื่อหาที่ตั้งโครงการ

การใช้ประโยชน์ที่ดินของพื้นที่คลองสานมีความหลากหลาย แสดงให้เห็นว่าเป็นพื้นที่ที่มีความเจริญรุ่งเรืองและมีบทบาทสำคัญของฝั่งธนบุรี โดยเฉพาะความสำคัญด้านพาณิชยกรรม ทำให้ย่านคลองสานมีความหลากหลายในการใช้ประโยชน์ที่ดินและอาคาร ที่มีทั้งพาณิชยกรรมโกดังสินค้า ที่อยู่อาศัย สถาบันศาสนา สถาบันราชการ และเกษตรกรรม การใช้ประโยชน์ที่ดินและอาคารเชิงพาณิชยกรรมส่วนใหญ่กระจุกหนาแน่น เป็นแนวยาวตามริมแม่น้ำเจ้าพระยาที่เป็นแม่น้ำสายหลัก พื้นที่ย่านพาณิชยกรรมที่สำคัญคือ ย่านตึกแดงและย่านตึกขาว ที่มีทั้ง ตลาดสมเด็จพระเจ้าพระยา ตึกแขกท่าเรือกลไฟ นอกจากนี้ยังมีศาสนสถานที่สำคัญหลายแห่ง ได้แก่ วัดทองธรรมชาติ วัดทองนพคุณ วัดอนงค์ราม มัสยิดภูตอิสลาม มัสยิดเซฟี ศาลเจ้ากวนอู และศาลเจ้าชำนอง จากพื้นที่ที่มีความสำคัญทางด้านประวัติศาสตร์ จึงทำให้พื้นที่คลองสานเป็นพื้นที่ที่น่าสนใจในการลงทุนทำธุรกิจ

การคมนาคมพื้นที่คลองสาน ระบบการขนส่งได้มีการพัฒนาโครงการรถไฟฟ้าสายสีทอง ตามนโยบายของกรุงเทพมหานคร บนถนนเจริญนคร ที่จะเชื่อมต่อ รถไฟฟ้าสายสีเขียว สีแดง และสีม่วง เข้าด้วยกันในอนาคต และในพื้นที่โครงการยังสร้างท่าเทียบเรือ 4 ท่า เพื่อรองรับการสัญจรทางน้ำ ด้วยเช่น เรือยอร์ชส่วนตัว เรือสำราญของนักท่องเที่ยว และเรือข้ามฟาก 73 ท่าเรือโดยรอบ พื้นที่เขตคลองสานจึงจะเป็นจุดเชื่อมโยงการสัญจรทาง รถ ราง เรือ แห่งสำคัญ ในกรุงเทพ

3.7.1 การเดินทางมาพื้นที่เขตคลองสานมีทั้งหมด 4 วิธี ดังนี้

3.7.1.1 วิธีเดินทางโดยรถยนต์ มี 3 เส้นทาง ดังนี้

1) จากทางด่วนพิเศษศรีรัช

- มาจากบางนา-คลองเตย ลงทางออกสาทร เลี้ยวซ้ายเข้าถนนเจริญราษฎร์ ข้ามสะพานตากสิน เลี้ยวซ้ายเข้าถนนเจริญนคร
- มาจากแจ้งวัฒนะ ลงทางออกสีลม เลี้ยวซ้ายเจอแยกสุรศักดิ์ เลี้ยวขวาเข้าถนนสุรศักดิ์ แล้วเลี้ยวขวาข้ามสะพานตากสิน เลี้ยวซ้ายเข้าถนนเจริญนคร

2) จากฝั่งพระนคร

- จากถนนสุขุมวิท เลี้ยวซ้ายเข้าถนนวิฑูรย์ ตรงมาเข้าถนนสาทร ข้ามสะพานตากสิน เลี้ยวซ้ายเข้าถนนเจริญนคร

- จากถนนเจริญกรุง เลี้ยวขวาเข้าถนนสีลม เลี้ยวขวาเข้าถนนสุรศักดิ์ แล้วเลี้ยวขวาเข้าถนนสาทร ข้ามสะพานตากสิน เลี้ยวซ้ายเข้าถนนเจริญนคร
- จากถนนราชดำเนิน เลี้ยวเข้าถนนวรจักร ข้ามสะพานพระปกเกล้า ถึงวงเวียนเล็ก เลี้ยวซ้ายเข้าถนนสมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอฯ ตรงมาเข้าถนนเจริญนคร
- จากแยกคลองเตย เลี้ยวเข้าถนนพระราม 3 ตรงมาข้ามสะพานพระราม 3 ขีดซ้ายทางออกถนนเจริญนคร เพื่อวนลงถนนสมเด็จพระเจ้าตากสิน จากนั้นเลี้ยวซ้ายเข้าถนนพระราม 3 จากนั้นเลี้ยวซ้ายเข้าถนนเจริญนคร

3) จากฝั่งธนบุรี

- จากถนนเพชรเกษม มุ่งหน้าสู่วงเวียนใหญ่ ขีดซ้ายสู่ถนนลาดหญ้า แล้วเลี้ยวขวาเข้าถนนเจริญนคร
- จากถนนราชพฤกษ์ ก่อนถึงสถานี BTS กรุงธนบุรี (S7) ขีดซ้ายเข้าสู่ทางคู่ขนาน เลี้ยวซ้ายเข้าสู่ถนนเจริญนคร
- จากถนนราษฎร์บูรณะ ถึงแยกบุคคโล วิ่งตรงเข้าสู่ถนนเจริญนคร
- จากถนนอิสรภาพ เลี้ยวซ้ายเข้าสู่ถนนลาดหญ้า เลี้ยวขวาเข้าสู่ถนนเจริญนคร

3.7.1.2 วิธีเดินทางโดยรถเมล์

บนถนนเส้นเจริญนครมีรถเมล์คอยให้บริการอยู่จำนวนมาก และมีป้ายรถประจำทางตั้งอยู่เป็นระยะๆ ตลอดทั้งเส้น โดยรถเมล์สายสำคัญได้แก่

- รถเมล์สาย 17: ท่าข้าม-อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ
- รถเมล์สาย 84: อ้อมใหญ่-สถานีรถไฟฟ้าววงเวียนใหญ่
- รถเมล์สาย 85: วัดแจ้งร้อน-สถานีรถไฟฟ้าววงเวียนใหญ่
- รถเมล์สาย 111: วงกลมเจริญนคร-ตลาดพลู
- รถเมล์สาย 149: อุพุทธรณ์ทลสาย 2-สถานีขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพ(เอกมัย)
- รถเมล์สาย 173: บางขุนเทียน-มีนบุรี
- รถเมล์สาย 177: วงกลมบางบัวทอง-วงเวียนใหญ่-อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ

3.7.1.3 วิธีเดินทางโดยเส้นทางเรือ

มีท่าเรืออยู่หลายแห่งที่สามารถใช้บริการได้ ได้แก่ ท่าเรือดินแดง ท่าเรือวัดทองธรรมชาติ ท่าเรือวัดสุวรรณ ท่าเรือเปี๊ยะ และท่าเรือไอคอนสยาม

3.7.1.4 วิธีเดินทางโดยขนส่งระบบราง

ปัจจุบันมีรถไฟฟ้าสายสีเขียว โดยจะวิ่งตัดผ่านพื้นที่ย่านตามแนวถนนเส้นกรุงธนบุรีไปสถานีที่อยู่ในพื้นที่ย่านได้แก่ สถานีกรุงธนบุรีและสถานีวงเวียนใหญ่ และรถไฟฟ้าสายสีม่วง เส้นทางบางใหญ่-บางซื่อ-ราษฎร์บูรณะ

ในอนาคตจะมีรถไฟฟ้าสายสีทอง แนวเส้นทางจะต่อเชื่อมกับสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอสกรุงธนบุรี ไปทางทิศตะวันออกตามแนวเส้นทางคูขนานของถนนกรุงธนบุรี เลี้ยวซ้ายขึ้นทางทิศเหนือไปตามแนวถนนเจริญนครผ่านแยกคลองสาน ไปสิ้นสุดที่ถนนสมเด็จพระยาที่บริเวณหน้าโรงพยาบาลตากสิน

ภาพที่ 3.2: แผนที่เส้นทางคมนาคมในเขตคลองสาน



3.7.2 วิเคราะห์การแบ่งพื้นที่เขตคลองสาน

จากการศึกษาและสำรวจพื้นที่เขตคลองสาน ทำให้สามารถวิเคราะห์ศักยภาพพื้นที่ออกเป็น 3 บริเวณ ดังนี้

ภาพที่ 3.3: การแบ่งพื้นที่คลองสานออกเป็น 3 บริเวณ



3.7.2.1 บริเวณที่ 1 คือ พื้นที่บริเวณแขวงลำภูกลาง เป็นย่านที่อยู่อาศัยและย่านพาณิชยกรรมเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งจากการสำรวจพบว่าพื้นที่ในบริเวณนี้มีผู้ประกอบการพาณิชยกรรมมากที่สุด พื้นที่นี้มีการคมนาคมที่สะดวกทั้งโครงการทางด่วน และเป็นส่วนต่อขยายจากสถานีกรุงธนบุรี

3.7.2.2 บริเวณที่ 2 คือ พื้นที่แขวงคลองตันไทร ซึ่งจากการสำรวจพบว่าบริเวณนี้ส่วนใหญ่ เป็นธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ทั้งธุรกิจโรงแรม คอนโดมิเนียม และห้างสรรพสินค้า เพราะเป็นที่ตั้งของโรงแรมริมแม่น้ำเจ้าพระยา ระดับไฮเอนด์ ไม่ว่าจะเป็นโรงแรม Peninsula Bangkok และ Millennium Hilton Bangkok และยังเป็นที่ตั้งของโครงการ ICON SIAM ทำให้ย่านนี้เป็นพื้นที่หรูหราที่สุดแห่งหนึ่งของกรุงเทพมหานคร จึงเปรียบเสมือนพื้นที่บริเวณนี้เป็นย่านทำเลทองทางด้านอสังหาริมทรัพย์

3.7.2.3 บริเวณที่ 3 คือ พื้นที่แขวงคลองสานและแขวงสมเด็จพระเจ้าพระยา ในพื้นที่นี้จะรวมพื้นที่ย่านกุฎีจีนด้วย ซึ่งเป็นย่านประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรมทางฝั่งธนบุรี เพราะมีศาสนสถานและสถาปัตยกรรมทั้งของชาวจีน คือศาลเจ้าพ่อเสือ ศาลกวนอู ทางศาสนาคริสต์คือโบสถ์ ซางตากรู้ส หรือจะเป็นทางศาสนาอิสลาม คือ มัสยิดตึกขาว ที่เป็นอาคารทางประวัติศาสตร์ที่มีเรื่องราวเป็นร้อยปี และยังมีชุมชนที่เก่าแก่ของฝั่งธนบุรีคือชุมชนกุฎีจีนที่มีประวัติความเป็นมายาวนานทั้งด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่มีความหลากหลายทางเชื้อชาติและศาสนา ทั้งไทย จีน มอญ

โปรตุเกส ทำให้พื้นที่บริเวณนี้เป็นย่านประวัติศาสตร์ของคลองสาน ทำให้ย่านนี้มีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจหลายแห่งที่น่าสนใจ

3.7.3 การวิเคราะห์ศักยภาพพื้นที่เขตคลองสานโดยใช้วิธีการ SWOT Analysis

3.7.3.1 การวิเคราะห์จุดแข็งหรือจุดเด่นของโครงการ (Strengths: S)

- พื้นที่เขตคลองสานถือเป็นหนึ่งในย่านประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรมที่เก่าแก่ที่สุดแห่งหนึ่งของกรุงเทพมหานคร ที่มีมรดกทางวัฒนธรรมทรงคุณค่าจำนวนมาก เช่น แหล่งท่องเที่ยวโบราณสถาน ได้แก่ วัดพิชยญาติการาม วัดอนงคาราม วัดทองธรรมชาติ วัดทองนพคุณ วัดเศวตฉัตร วัดสุทธาราม ป้อมป้อมปิจามิตร มัสยิดเซฟี(ตึกขาว) มัสยิดกุฎิลอิสลาม(ตึกแดง) บ้านหวังหลี่ อุทยานเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระศรีนครินทร์ราชบรมราชชนนี ฮ่วยจุงโล่ง บ้านโปะกี้ และบ้านพระประเสริฐวานิช (เขียว) /วังค้ำคาว เป็นต้น

- พื้นที่เขตคลองสานมีรูปแบบสถาปัตยกรรมในพื้นที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ที่สามารถส่งเสริมด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ โรงน้ำปลาทั้ง่วนฮะ ชุมชนบ้านช่างนาคน วัดอนงคาราม บ้านหวังหลี่ มัสยิดเซฟี(ตึกขาว) มัสยิดกุฎิลอิสลาม (ตึกแดง) และศาลเจ้าพ่อเสือ เป็นต้น

- พื้นที่เขตคลองสานตั้งอยู่บนทำเลที่ตั้งยุทธศาสตร์ (Strategic Location) เพราะตั้งอยู่ริมแม่น้ำเจ้าพระยา ทำให้เห็นวิวทิวทัศน์ได้และยังส่งผลดีต่อการเดินทางคมนาคมทางน้ำอีกด้วย

- พื้นที่เขตคลองสานกำลังพัฒนาระบบขนส่งมวลชนทางรางคือสีทอง ทำให้สะดวกต่อการเดินทางภายในคลองสานมากขึ้น

- พื้นที่เขตคลองสานกำลังมีหลายหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนร่วมกันพัฒนาให้เป็นย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และโมเดลของย่านนี้ ก็จะถูกใช้เป็นต้นแบบ เป็นแผนที่ยั่งยืน ขยายไปในพื้นที่อื่นๆ ของกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด (อ้างอิงจากบทความผ่านพัฒนาย่านเจริญกรุง-คลองสาน การขยายตัวของเมืองกับการรักษาอัตลักษณ์ของชุมชน เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน)

3.7.3.2 การวิเคราะห์จุดอ่อนหรือจุดด้อยของโครงการ (Weaknesses: W)

- พื้นที่เขตคลองสานขาดการดูแลรักษามาเป็นเวลานาน อาคารสถาปัตยกรรมที่มีคุณค่าเสื่อมโทรม บางที่ถูกปล่อยให้ร้าง ซึ่งส่งผลต่อทัศนียภาพโดยรวมของพื้นที่ ได้แก่ โรงน้ำปลาทั้ง่วนฮะ โรงเกลือแหลมทองแบเทียมเอี้ย เป็นต้น

- พื้นที่เขตคลองสานมีการจราจรค่อนข้างติดขัดและไม่สะดวกต่อการเดินทาง และพื้นที่คลองสานยังขาดแคลนที่จอดรถ ร้านค้า หน่วยงานราชการที่จอดรถไม่เพียงพอ มีการจอดรถบนพื้นผิวจราจร ทั้งรถยนต์ส่วนบุคคล รถประจำทาง และรถบรรทุก ทำให้ส่งผล ต่อการสัญจรของนักท่องเที่ยวได้

- พื้นที่เขตคลองสานบางพื้นที่เป็นชุมชนแออัด ทำให้พื้นที่สกปรก มีเสียงดังรบกวน ทางเดินคับแคบ และในบางพื้นที่ขาดความปลอดภัยในเวลากลางคืน เนื่องจากถนนมีไฟน้อย ซึ่งอาจทำให้เกิดปัญหา อาชญากรรม ปัญหามลภาวะ และปัญหาทัศนียภาพ ทำให้นักท่องเที่ยวอาจเกิดความกลัวและไม่ไว้วางใจในการเลือกพักได้ ได้แก่ชุมชนหลังตลาดเจริญนคร ชุมชนข้างโรงเรียนมิตรพลพาณิชย์การ ชุมชนซอยเจริญนคร20 เป็นต้น ซึ่งชุมชนเหล่านี้อยู่ในแขวงลำภูลำ (ซึ่งเป็นบริเวณที่ 3 ของการแบ่งพื้นที่เขตคลองสาน

3.7.3.3 การวิเคราะห์โอกาสของโครงการ (Opportunities: O)

- พื้นที่เขตคลองสานกำลังได้รับความช่วยเหลือทั้งจากทางภาครัฐและเอกชนที่เห็นความสำคัญในพื้นที่ และมีการพัฒนาพื้นที่เขตคลองสานและพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาให้กลับมาน่าท่องเที่ยวอีกครั้งหนึ่ง เช่น แผนพัฒนาริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาในเขตกรุงเทพมหานคร และโครงการพัฒนาพื้นที่ย่านคลองสาน-กะตีดิจิน โดยศูนย์ออกแบบและพัฒนาเมือง และจากบทสัมภาษณ์ของ คุณกิตติรัตน์ ปิติพานิช รองผู้อำนวยการ (Thailand Creative & Design Center; TCDC) ว่า “ศักยภาพของย่านเจริญกรุงคลองสาน สามารถจะพัฒนาเป็นย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ เพราะอยู่ติดริมแม่น้ำเจ้าพระยา มีสถาปัตยกรรมเก่าแก่ มีระบบขนส่งสาธารณะ มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและเป็นย่านธุรกิจ ศิลปะและการออกแบบที่มีชื่อเสียง” ดังนั้นในอนาคตพื้นที่คลองสานจะมีนักลงทุนที่ให้ความสนใจ ในการทำธุรกิจมากขึ้น (อ้างอิงจากบทความผ่านพัฒนาย่านเจริญกรุง-คลองสาน การขยายตัวของเมืองกับการรักษาอัตลักษณ์ของชุมชน เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน)

- พื้นที่เขตคลองสานกำลังเป็นที่สนใจของนักลงทุน เช่นการมีโอคอนสยามที่เป็นแลนด์มาร์คสำคัญแห่งใหม่ของประเทศไทย ทำให้พื้นที่เขตคลองสานดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติเป็นจำนวนมาก และยังทำให้สถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆในเขตคลองสานได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นด้วย

3.7.3.4 การวิเคราะห์ความเสี่ยงของโครงการ (Threats : T)

- เศรษฐกิจของประเทศไทยอยู่ในช่วงฟื้นฟูกำลังพัฒนาแต่ยังขาดการกระตุ้น นักลงทุนยังไม่ค่อยมีความมั่นใจในการลงทุน บางธุรกิจมีการพัฒนาสูง แต่บางธุรกิจก็ยังมีพัฒนาน้อย ซึ่งทำให้ ขาดการกระจายรายได้ทำให้ประชาชน ไม่กล้าใช้เงิน ทำให้ธุรกิจการท่องเที่ยวชะลอตัวลง

- การเดินทางคมนาคมในฝั่งธนบุรียังไม่ค่อยสะดวกเมื่อเทียบกับฝั่งพระนครเช่นการเดินทางด้วยรถยนต์ต้องพึ่งสะพานข้ามแม่น้ำเจ้าพระยาเท่านั้น จึงเป็นอุปสรรคทำให้รถติด โดยเฉพาะช่วงเวลาเร่งด่วนในวันธรรมดา และการเดินทางส่วนใหญ่จะต้องใช้รถยนต์ หรือมอเตอร์ไซค์รับจ้าง เนื่องจากสถานที่สำคัญไม่ได้กระจุกตัวอยู่ด้วยกัน

- พื้นที่ฝั่งพระนครส่วนใหญ่จะเป็นพื้นที่สีแดง มีข้อกำหนดที่เอื้อให้ก่อสร้าง อสังหาริมทรัพย์เพื่อการพาณิชย์กรรม ส่วนพื้นที่ฝั่งธนบุรีส่วนใหญ่เป็นพื้นที่สีน้ำตาลส่วนใหญ่ เป็น อสังหาริมทรัพย์เพื่ออยู่อาศัยเมื่อเปรียบเทียบทั้ง 2 ฝั่งจะเห็นว่าฝั่งธนบุรีจะถูกวางให้เป็นพื้นที่สำหรับ อยู่อาศัย และฝั่งพระนคร จะเป็นลักษณะเพื่อการพาณิชย์มากกว่า ทำให้ความเจริญของฝั่งพระนคร มี มากกว่าฝั่งธนบุรี ทั้งอาคารสำนักงาน ศูนย์การค้าขนาดใหญ่

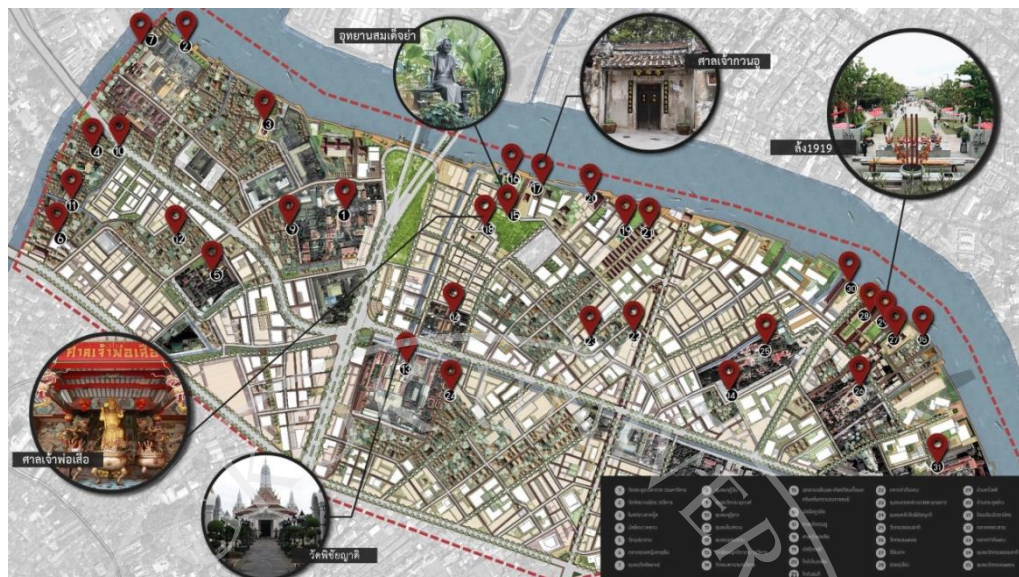
จากการวิเคราะห์ศักยภาพพื้นที่คลองสานทั้ง 3 ย่าน พบว่าพื้นที่บริเวณที่ 3 คือ ย่านแขวง คลองสานและแขวงสมเด็จพระยา เป็นพื้นที่ที่เหมาะสมสำหรับทำธุรกิจโฮสเทลมากที่สุด ทั้งในเรื่อง ของการเดินทาง สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม และจากโครงการที่ภาครัฐและ เอกชนให้ความสนใจในการพัฒนาพื้นที่

3.8 การวิเคราะห์ที่ตั้งโครงการ

จากการวิเคราะห์ศักยภาพพื้นที่คลองสานโดยใช้หลักการ SWOT Analysis พบว่าพื้นที่ที่ เหมาะสมสำหรับทำธุรกิจโฮสเทลมากที่สุด คือ พื้นที่ย่านแขวงคลองสานและแขวงสมเด็จพระยา ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์เพื่อหาที่ตั้งโครงการในการประกอบกิจการโฮสเทลในขั้นต่อไป

จุดแข็งที่สำคัญที่สุดของการประกอบกิจการธุรกิจโฮสเทลให้สำเร็จคือ ท่าเลที่ตั้ง เพราะ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มักจะชอบพักสถานที่ที่มีท่าเลดี เป็นจุดสังเกตได้ง่ายมีการเดินทางที่สะดวก จากที่พักไปยังจุดที่ให้บริการขนส่งมวลชนสาธารณะได้ ตั้งอยู่ไม่ห่างจากแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม บริเวณใกล้เคียง สังเกตได้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เลือกพักโฮสเทล นิยมที่จะเดินทางจุดหมายที่จะไปไม่จำเป็นต้องอาศัยรถ ยิ่งถ้าอยู่ใกล้แหล่งชุมชน สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ ร้านอาหาร ตลาดนัดหรือถนนคนเดินจะได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวมากขึ้น

ภาพที่ 3.4: แผนที่แสดงสถานที่ท่องเที่ยวของย่านคลองสาน



3.8.1 แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญใกล้ที่ตั้งโครงการ แบ่งออกเป็น 6 ด้าน คือ

3.8.1.1 สถานที่ท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ คือ 1) มัสยิดกูวติล 2) ศาลเจ้ากวนอู 3) สวนสมเด็จพระยา 4) ศาลเจ้าพ่อเสือ 5) วัดอนงคาราม 6) วัดพิชัยญาติการาม 7) โรงเกลือแหลมทอง 8) มัสยิดเซฟี 9) ศาลเจ้าชำนอง 10) ท่าเรือท่าดินแดง 11) ตลาดท่าดินแดง 12) วัดทองธรรมชาติ 13) กลุ่มอาคารศิลปะวัฒนธรรมวังหลี่ 14) สมาคมเจ๊กก่า จีจินเกาะ 15) วัดทองนพคุณ 16) ป้อมป้องกันจามิตร 17) โรงพยาบาลสมเด็จเจ้าพระยา

ภาพที่ 3.5: แผนที่แสดงสถานที่ท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์



3.8.1.2 สถานที่ท่องเที่ยวด้านสถาปัตยกรรม คือ รูปแบบสถาปัตยกรรมไทย ได้แก่ 1) พระวิหารวัดอนงคารามฯ 2) วัดทองธรรมชาติ รูปแบบสถาปัตยกรรมมุสลิม ได้แก่ 3) มัสยิดเซฟี รูปแบบสถาปัตยกรรมจีน ได้แก่ 4) ศาลเจ้าพ่อเสือ 5) กลุ่มอาคารตระกูลหวั่งหลี และรูปแบบสถาปัตยกรรมสมัยใหม่ ได้แก่ 6) สะพานพุทธยอดฟ้า

ภาพที่ 3.6: แผนที่แสดงสถานที่ท่องเที่ยวด้านสถาปัตยกรรม



3.8.1.3 สถานที่ท่องเที่ยวด้านประเพณีวัฒนธรรม คือ 1) มัสยิดภูวติล 2) ศาลเจ้ากวนอู 3) สวนสมเด็จพระยา 4) ศาลเจ้าพ่อเสือ 5) วัดอนงคาราม 6) มัสยิดเซฟี 7) ศาลเจ้าซำโนกง 8) ตลาดท่าดินแดง 9) วัดทองธรรมชาติ 10) สมาคมเจ๊กก่า จีจิ้นเกาะ 11) วัดทองนพคุณ

ภาพที่ 3.7: แผนที่แสดงสถานที่ท่องเที่ยวด้านประเพณีวัฒนธรรม



3.8.1.4 สถานที่ท่องเที่ยวด้านมรดกวัฒนธรรม คือ 1) สมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี 2) ตระกูลบุญนาคน 3) ตระกูลนานา 4) ตระกูลหวังหลี 5) ตระกูลโปษยานนท์(โปษัก)

ภาพที่ 3.8: แผนที่แสดงสถานที่ท่องเที่ยวด้านมรดกวัฒนธรรม



3.8.1.5 สถานที่ท่องเที่ยวด้านวิถีชีวิต คือ 1) สวนสมเด็จพระยา 2) วัดอนงคาราม 3) วัดพิชยญาติการาม 4) โรงเกลือแหลมทอง 5) ท่าเรือท่าดินแดง 6) โกดังเซงกี้ 7) ถนนท่าดินแดง 8) ตลาดท่าดินแดง 9) วัดทองธรรมชาติ 10) สมาคมเจ๊กก่า จีจิ้นเกาะ 11) วัดทองนพคุณ

ภาพที่ 3.9: แผนที่แสดงสถานที่ท่องเที่ยวด้านวิถีชีวิต



3.8.1.6 สถานที่ท่องเที่ยวด้านอาหาร คือ 1) แป้งข้าวหมาก กัลยารนิช 2) หมู สะเต๊ะทำดินแดง 3) ห่านพะโล้ทำดินแดง 4) น้ำแข็งไสบัวเกีย ทำดินแดง 5) ข้าวมันไก่ทำดินแดง 6) นมสดขนมปังทำดินแดง 7) ข้าวต้มตามสั่งทำดินแดง 8) ข้าวหมูแดงทำดินแดง

ภาพที่ 3.10: แผนที่แสดงสถานที่ท่องเที่ยวด้านอาหาร



จากการสำรวจพบว่าพื้นที่ตั้งโครงการ คือ แขวงคลองสานและแขวงสมเด็จพระเจ้าพระยา เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Attraction) ที่รวมสถานที่ท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางศิลปะและขนบธรรมเนียม ประเพณีต่างๆ ที่มีความสำคัญ และมีความหลากหลายทางสถานที่ท่องเที่ยว ปัจจุบันจึงทำให้เป็นตัวกระตุ้นความสนใจในการเลือกพักของนักท่องเที่ยวได้

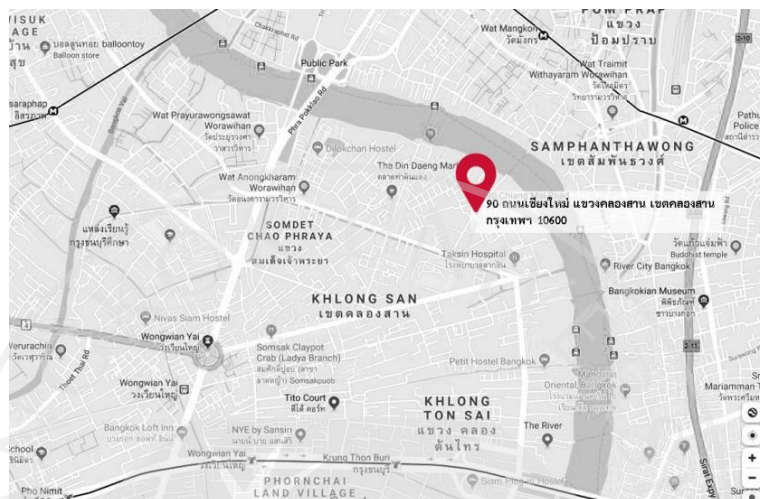
3.8.2 การวิเคราะห์เลือกที่ตั้งโครงการ (Site Selection)

ในการวิจัยครั้งนี้ได้ทบทวนวรรณกรรมในการประกอบธุรกิจโฮสเทล จากการพัฒนาอาคารพาณิชย์เพื่อให้เป็นพาณิชย์กรรมประเภทธุรกิจโรงแรม ดังนั้นการวิเคราะห์การเลือกที่ตั้งโครงการ (Site Selection) จึงใช้การวิเคราะห์ที่ตั้งโครงการจากอาคารพาณิชย์ที่อยู่ในเขตคลองสาน

หลังจากการสำรวจทำเลที่ตั้งโครงการ คือ แขวงคลองสานและแขวงสมเด็จพระเจ้าพระยา ซึ่งเป็นพื้นที่ที่เลือกในการทำการศึกษ ได้เลือกอาคารพาณิชย์ในการลงทุนประกอบกิจการโฮสเทลทั้งหมด 3 จุด คือ

3.8.2.1 จุดที่ 1 Site A คือ 90 ถนนเชียงใหม่ แขวงคลองสาน เขตคลองสาน
กรุงเทพฯ 10600

ภาพที่ 3.11: แผนที่จุดที่1 (Site A)



ที่มา: แผนที่. (2562). สืบค้นจาก <http://maps.google.com>.

1) รูปทางด้านหน้าอาคารจุดที่1 (Site A)

ภาพที่ 3.12: รูปทางด้านหน้าอาคารจุดที่1 (Site A)



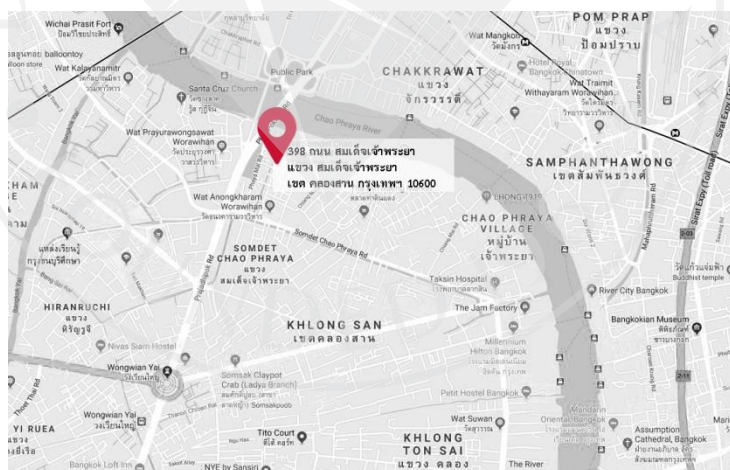
2) วิเคราะห์อาคาร : เป็นอาคารพาณิชย์ 3 ชั้น จำนวน 3 คูหา กว้าง 15 เมตร ยาว 12 เมตร ขนาดพื้นที่ภายในอาคารรวม 540 ตารางเมตร มีที่ว่างหน้าอาคารเป็นฟุตบาททางเดิน ตัวอาคารมีสภาพคงเดิม ยังไม่มีการเปลี่ยนแปลง และยังคงอยู่สภาพดี ไม่ทรุดโทรม

3) ข้อดี: ตัวอาคารเป็นคุรุหิรมทำให้มีอากาศถ่ายเทได้สะดวกและยังออกแบบ ตัวอาคารด้านข้างได้ และยังสามารถเป็นจุดที่สังเกตได้ง่ายจากผู้พบเห็นอีกด้วย และอาคารตั้งอยู่ใกล้ สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญคือ ล้ง1919และวัดทองธรรมชาติ ในรัศมีไม่เกิน5 เมตร ทำให้ลูกค้าที่เข้าพัก เดินไปเที่ยวได้สะดวก และจากการที่อยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยวทำให้ลูกค้าสามารถหาของกินได้สะดวก อีกด้วย

4) ข้อเสีย: ตัวอาคารตั้งอยู่ใกล้วิทยาลัยสารพัดช่าง อนุบุรี ทำให้เวลาช่วงเช้า และช่วงเย็นในเวลาเช้าและเลิกเรียนได้รับเสียงดังจากนักเรียนเข้ามาภายในอาคารได้

3.8.2.2 จุดที่ 2 Site B คือ 398 ถนน สมเด็จพระเจ้าพระยา แขวง สมเด็จพระเจ้าพระยา เขต คลองสาน กรุงเทพฯ 10600

ภาพที่ 3.13: แผนที่จุดที่2 (Site B)



ที่มา: แผนที่. (2562). สืบค้นจาก <http://maps.google.com>.

1) รูปด้านหน้าอาคารจุดที่2 (Site B)

ภาพที่ 3.14: รูปภาพด้านหน้าอาคารจุดที่2 (Site B)



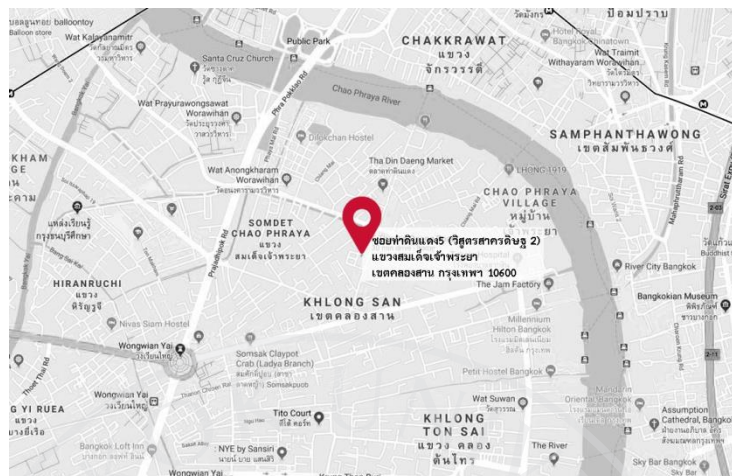
2) วิเคราะห์อาคาร: เป็นอาคารพาณิชย์หุ้มมุงรูปสี่เหลี่ยมคางหมู 2 ชั้น หน้ากว้าง 15 เมตร ความลึกส่วนที่ตื้นที่สุด 4 เมตร และความลึกส่วนที่กว้างที่สุด 8 เมตร ขนาดพื้นที่ภายในอาคารรวม 327 ตารางเมตร

3) ข้อดี: เป็นอาคารพาณิชย์ที่ตั้งอยู่หุ้มมุงของอาคาร และเป็นรูปทรงแปลก ทำให้เป็นจุดสนใจของคนที่พบเห็นได้ง่าย และตัวอาคารยังมีช่องเปิดทั้ง 3 ด้าน ทำให้ภายในอาคารมีอากาศถ่ายเทได้สะดวก ที่ตั้งอาคารใกล้กับสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ คือ ศาลเจ้าพ่อเสือและอุทยานเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระศรีนครินทร์ราชบรมราชชนนี ในรัศมีไม่เกิน 1 กิโลเมตร

4) ข้อเสีย: ตัวอาคารปล่อยให้ร้างทำให้ทรุดโทรมมาก ยากต่อการปรับปรุงและแก้ไข อาจทำให้ไม่คุ้มทุนในการจัดตั้งโครงการ และภายในอาคารมีขนาดเล็กเกินไปทำให้มีพื้นที่ที่ไม่เหมาะสมและไม่เพียงพอต่อการจัดแบ่งห้องพัก

3.8.2.3 จุดที่ 3 Site C คือ ซอยท่าดินแดง5 (วิสูตรสาครดิษฐ์ 2) แขวงสมเด็จเจ้าพระยา เขตคลองสาน กรุงเทพฯ 10600

ภาพที่ 3.15: แผนที่จุดที่3 (Site C)



ที่มา: แผนที่. (2562). สืบค้นจาก <http://maps.google.com>.

1) รูปด้านหน้าอาคารจุดที่2 (Site C)

ภาพที่ 3.16: รูปภาพด้านหน้าอาคารจุดที่3 (Site C)



2) วิเคราะห์อาคาร : เป็นอาคารพาณิชย์ 4 ชั้น หน้ากว้าง 12 เมตร ยาว 12 เมตร ขนาดพื้นที่ภายในอาคารรวม 576 ตารางเมตร มีที่ว่างหน้าอาคารเป็นฟุตบาททางเดิน ตัวอาคารมีสภาพคงเดิม ยังไม่มีการเปลี่ยนแปลง และยังคงอยู่สภาพดี ไม่ทรุดโทรม

3) ข้อดี: เป็นอาคารพาณิชย์ที่ตั้งอยู่หัวมุมของอาคาร และอยู่ทางเข้าซอยท่าดินแดง5 ทำให้เป็นจุดสนใจของคนที่พบเห็นได้ง่าย และตัวอาคารยังมีช่องเปิดทั้ง 3 ด้าน ทำให้ภายในอาคารมีอากาศถ่ายเทได้ง่าย และตั้งอยู่ใกล้กับตลาดท่าดินแดงอยู่ใกล้แหล่งชุมชนทำให้หาของกินได้ง่าย และเดินทางสะดวก

4) ข้อเสีย: ที่ตั้งอาคารอยู่ใกล้แหล่งชุมชนทำให้ผู้คนพลุกพล่าน บรรยากาศไม่เป็นส่วนตัวและไม่สงบ ทัศนียภาพในการมองเห็นไม่ดีเพราะอยู่ติดกับตลาดอาจมีกลิ่นเหม็นและสกปรกได้ ที่ตั้งโครงการไม่ได้อยู่ใกล้สถานที่ที่ถือว่าสำคัญ การเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ลำบากกว่าที่ตั้งที่เลือกอีก 2 ที่ และสิ่งแวดล้อมโดยรวมอาจไม่ดีเท่าที่ควร

ภาพที่ 3.17: แผนที่แสดงที่ตั้งอาคารพาณิชย์ทั้ง 3 อาคาร ที่นำมาวิเคราะห์หาที่ตั้งโครงการ

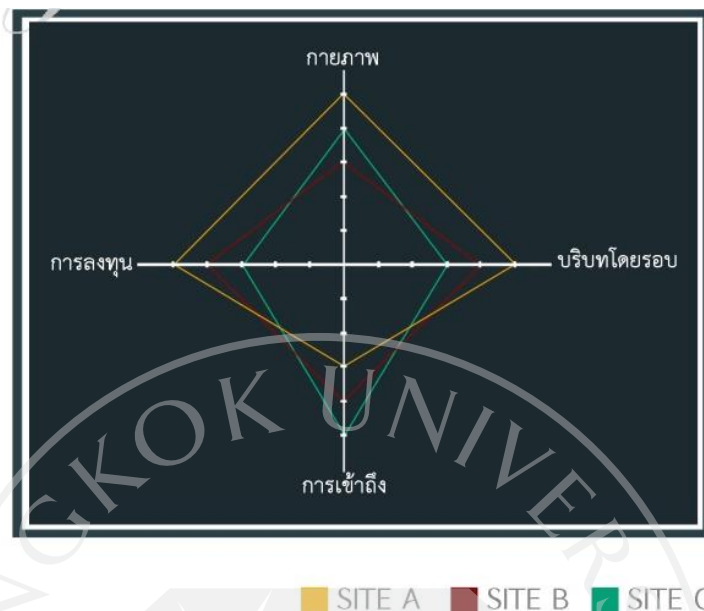


ปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดที่ทำให้โครงการประสบความสำเร็จของธุรกิจโรงแรม คือ การเลือกสถานที่ตั้งของโรงแรม ในเชิงเศรษฐศาสตร์ ให้คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมของพื้นที่ รวมถึงการศึกษากฎหมายการแบ่งเขตพื้นที่ของท้องถิ่น และที่สำคัญอีกประการคือ ขนาดของโรงแรมกับสถานที่ตั้งต้องมีความสัมพันธ์กันมากที่สุด การเลือกจุดที่ตั้งของกิจการนำหลักเกณฑ์การวิเคราะห์อาคารพาณิชย์ในการให้คะแนนที่ตั้งทั้ง 3 จุด

ตารางที่ 3.2: แสดงหลักเกณฑ์การวิเคราะห์เลือกที่ตั้งอาคาร

หลักเกณฑ์		A	B	C
กายภาพ	ความเหมาะสมของขนาดที่ดิน	4	4	4
	ลักษณะอาคารเดิม	4	4	5
	มุมมองเข้าโครงการและสิ่งแวดล้อมรอบๆ บริเวณที่ตั้ง	4	4	4
	ทัศนียภาพในการมองเห็น	5	4	4
	ความปลอดภัยของที่ตั้งโครงการ	4	4	4
การเดินทาง	ความสะดวกในการเข้าถึง	4	4	5
	การเดินทางด้วยขนส่งสาธารณะทั้งทางบก และทางน้ำ	4	4	5
บริบท	ลักษณะพื้นที่โดยรอบ	4	4	4
	แหล่งสนับสนุนโครงการ	5	4	3
	ราคาประเมินที่ดิน	5	4	4
ความคุ้มค่าใน การลงทุน	ความเหมาะสมของโครงการในการใช้ที่ดิน	4	3	3
	การขยายต่อในอนาคต	5	4	3
รวม		52	47	48

ภาพที่ 3.18: แสดงการเปรียบเทียบและให้คะแนนพื้นที่ตั้งโครงการจากการวิเคราะห์ที่ตั้งทั้ง 3 จุด



ดังนั้นจึงสรุปการเลือกที่ตั้งของโครงการคือ อาคารพาณิชย์จุดที่ 1 (Site A) คือ 90 ถนน เชียงใหม่ แขวงคลองสาน เขตคลองสาน กรุงเทพฯ ขนาดพื้นที่ภายในอาคาร 540 ตารางเมตร เพราะ อาคารตั้งอยู่ไม่ห่างจากแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในย่านคลองสานเช่น โครงการล้ง1919 วัดทองธรรมชาติ และชุมชนกุฎีจีน ทำให้สามารถดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยวได้ และยังมีการเดินทางที่สะดวกจากที่พักไปยังจุดที่ให้บริการขนส่งมวลชนสาธารณะได้คือ สามารถเดินไปยังรถไฟฟ้าสายสีทองและท่าเรือโดยสารได้ง่ายและสะดวก และตัวอาคารยังเป็นอาคารพาณิชย์ที่มีโครงสร้างสมบูรณ์และคุ้มค่าในการลงทุนทำธุรกิจโฮสเทล

3.5.3 การวิเคราะห์พื้นที่ตั้งโครงการโดยใช้วิธีการ SWOT Analysis

ตารางที่ 3.3: แสดงการวิเคราะห์พื้นที่ตั้งโครงการ (SWOT Analysis)

จุดแข็งหรือจุดเด่น (Strengths : S)	จุดอ่อนหรือจุดด้อย (Weaknesses : W)
- โครงการตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ทั้งทางด้านกายภาพ เศรษฐกิจ และสังคม ทำให้พื้นที่ตั้งเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย - เป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม และเชื้อชาติทำให้นักท่องเที่ยวได้เห็นความแตกต่างของวิถีชีวิตของคนในชุมชน - มีอาหารการกินที่หลากหลายและมีเอกลักษณ์ - การเข้าถึงที่ตั้งโครงการสามารถเข้าได้หลายทางและโครงการตั้งอยู่ใกล้แม่น้ำเจ้าพระยาทำให้สะดวกในการเดินทางทางน้ำ	- พื้นที่ตั้งโครงการ ขาดการดูแลรักษามาเป็นเวลานาน อาคารสถาปัตยกรรมและสถานท่องเที่ยวที่มีคุณค่าเสื่อมโทรม บางที่ถูกปล่อยให้ร้าง ซึ่งส่งผลกระทบต่อทัศนียภาพโดยรวมของพื้นที่และเกิดความไม่น่ามอง - พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นซอยเล็กๆน้อยๆทำให้ยากต่อการพัฒนา - ที่ตั้งโครงการใกล้กับสถานศึกษาทำให้ง่ายได้ในบางเวลา
โอกาส (Opportunities : O)	ความเสี่ยง (Threats : T)
- การพัฒนาพื้นที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และการร่วมกันอนุรักษ์พื้นที่ในชุมชนและพื้นที่ที่สำคัญจากหลายหน่วยงาน - ที่ตั้งโครงการอยู่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญทำให้ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวในการเลือกเข้าพักได้ - ที่ตั้งโครงการอยู่ติดกับรถไฟฟ้าสายสีทองทำให้สะดวกต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยว	- เศรษฐกิจของประเทศไทยอยู่ในช่วงฟื้นฟู ทำให้นักท่องเที่ยวบางคนไม่เชื่อถือในการเข้ามาเที่ยว - พื้นที่ตั้งโครงการกำลังได้รับความสนใจในการพัฒนาอาจทำให้มีการแข่งขันในการเปิดกิจการโฮสเทลที่มากขึ้น

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนทำธุรกิจโฮสเทล ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและรวบรวม แนวความคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาทำการออกแบบโครงการ การศึกษาความเป็นไปได้ของการจัดตั้งธุรกิจโฮสเทลเขตคลองสาน โดยอาศัยหลักการ ทั้ง 4 ด้านคือ ด้านกายภาพ ด้านการตลาด ด้านการบริหาร และด้านการเงิน

หลังจากนั้นจึงนำแบบเสนอโครงการไปสอบถามข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์และวิธีสอบถาม ผู้บริหารกิจการทั้ง 10 แห่ง ได้แก่ 1) ดิลกจันทร์ โฮสเทล 2) อินทรอก แอนด์อินน์ ซอยโฮสเทล 3) สยามปลั๊กอินโฮสเทล 4) ย.ยักษ์โฮสเทล 5) เอ็มเกรย์โฮสเทลแอนด์คาเฟ่ 6) 2 ดับเบิลยู เบดแอนด์ เบรกฟาสต์ โฮสเทล 7) ลอฟท์เทล 22 โฮสเทล 8) เฮียร์โฮสเทล 9) ซิงช้าโฮสเทล และ 10) เบตสเปรด โฮสเทล แล้วจึงนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อหาความเป็นไปได้ในการลงทุนทำธุรกิจโฮสเทลเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร ให้ประสบความสำเร็จ

4.1 การออกแบบโครงการ

เนื้อหาแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

4.1.1 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการกายภาพของโครงการ (Technical Feasibility Study) เป็นการวิเคราะห์ด้านการศึกษาความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจโฮสเทลด้านเทคนิคเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านกายภาพ ทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อมของโครงการ ตลอดจนข้อจำกัดต่างๆ เพื่อนำมาวิเคราะห์ลักษณะของโครงการ

โดยจากการวิเคราะห์การเลือกที่ตั้งโครงการโดยผ่านการวิเคราะห์ Swot Analysis ในบทที่ 3 จึงทำให้ได้ที่ตั้งโครงการ คือ 90 ถนนเชียงใหม่ แขวงคลองสาน เขตคลองสาน จังหวัด กรุงเทพมหานคร 10600

ภาพที่ 4.1: แสดงจุดที่ตั้งโครงการในเขตคลองสาน



4.1.1.1 ด้านกายภาพและสภาพแวดล้อมของพื้นที่โครงการ

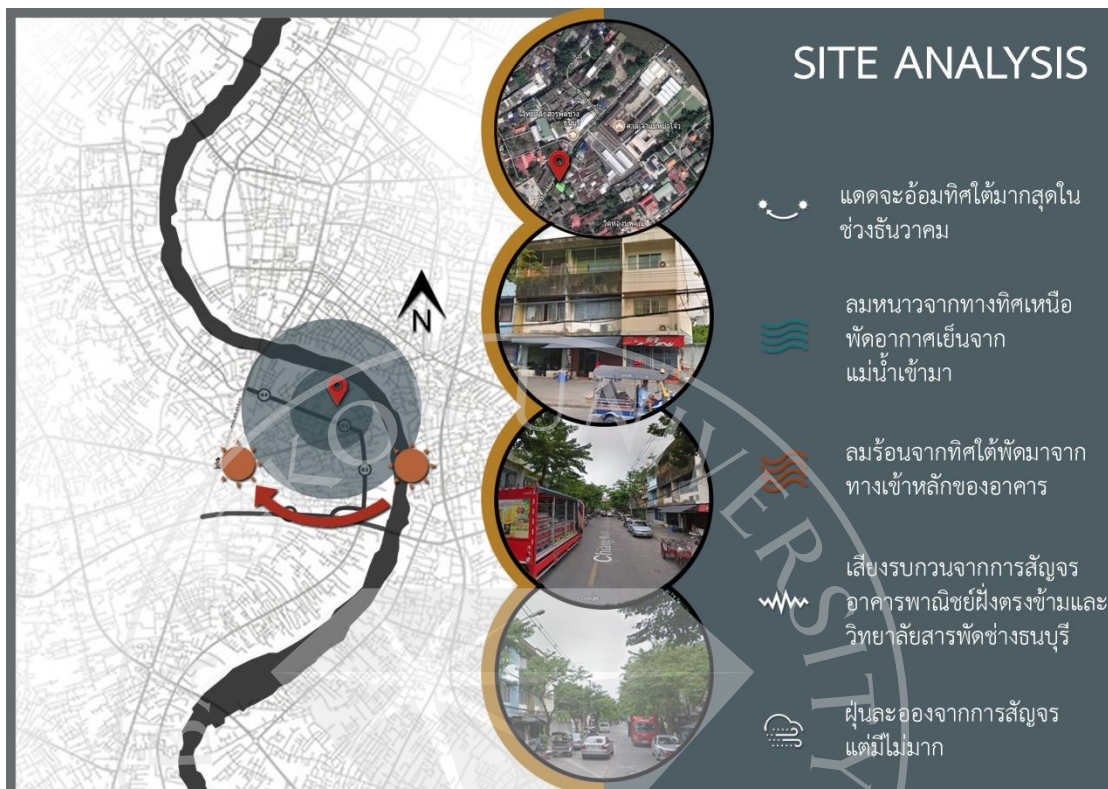
พื้นที่ย่านกุฎีจีน เขตคลองสานเป็นพื้นที่ที่ติดกับแม่น้ำเจ้าพระยาสามารถเชื่อมต่อการเดินทางไปยังพื้นที่ทางการค้าหลักของประเทศโดยทางเรือ ทำให้เป็นทำเลที่มีความเจริญทางด้านเศรษฐกิจตั้งแต่อดีต พื้นที่แห่งนี้จึงเป็นศูนย์รวมความหลากหลายทางด้านวัฒนธรรม เช่น ไทยเดิม จีน และมุสลิม ลักษณะการใช้ที่ดินบริเวณนี้ในปัจจุบันเป็นที่อยู่อาศัยโดยมีสัดส่วนที่ร้อยละ 41 รองลงมาคือการใช้ประโยชน์แบบผสมผสาน ศาสนา คลังสินค้า และพาณิชยกรรม

1) เกร็ดลักษณะของพื้นที่ย่านกุฎีจีน คลองสาน

- พื้นที่บริเวณกุฎีจีน เป็นพื้นที่ชุมชนสำหรับอยู่อาศัยที่ติดกับแม่น้ำเจ้าพระยา จึงทำให้มีความหลากหลายทั้งทางเชื้อชาติ ศาสนา และวัฒนธรรม
- พื้นที่บริเวณกุฎีจีน เป็นพื้นที่ชุมชนที่เก่าแก่ ควรค่าแก่การอนุรักษ์ เพราะพื้นที่นี้มีอาคารสถาปัตยกรรมที่มีการผสมผสานรูปแบบระหว่างโปรตุเกส และจีน
- มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญเช่น วัด ศาลเจ้า และมัสยิด ที่สำคัญอยู่เป็นจำนวนมาก รวมถึงยังเป็นที่ตั้งป้อมปราการที่สำคัญ คือ ป้อมป้องกันจามิตร และมีการพัฒนาการคมนาคมขนส่งด้วยการสร้างสะพานพุทธยอดฟ้า

2) รายละเอียดโครงการด้านกายภาพ

ภาพที่ 4.2 แสดงการวิเคราะห์ที่ตั้งและสภาพแวดล้อมของโครงการ



ที่ตั้งโครงการ :

ที่ตั้งโครงการตั้งอยู่ในพื้นที่ 90 ถนนเชียงใหม่ แขวงคลองสาน เขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร 10600 โครงการห่างจากถนนสมเด็จพระยาประมาณ 250 เมตร

ลักษณะอาคาร :

เป็นอาคารพาณิชย์ 3 คูหา จำนวน 3 ชั้น กว้าง 12 เมตร ยาว 15 เมตร ขนาดพื้นที่ภายในอาคารรวม 540 ตารางเมตร

การวิเคราะห์อาคาร :

ข้อดี: ตัวอาคารเป็นคูหาริมทำให้มีอากาศถ่ายเทได้สะดวกและยังออกแบบตัวอาคารด้านข้างได้ และยังสามารถเป็นจุดที่สังเกตได้ง่ายจากผู้พบเห็นอีกด้วย และอาคารตั้งอยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญคือ ล้ง1919และวัดทองธรรมชาติ ในรัศมีไม่เกิน5 เมตร ทำให้ลูกค้าที่เข้าพักเดินไปเที่ยวได้สะดวก และจากการที่อยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยวทำให้ลูกค้าสามารถหาของกินได้สะดวกอีกด้วย

ข้อเสีย: ตัวอาคารตั้งอยู่ในซอยที่มีถนนกว้าง 3 เมตร และสามารถเข้าออกได้ทางเดียว

และโครงการตั้งอยู่ใกล้วิทยาลัยสารพัดช่าง ธนบุรี ทำให้เวลาช่วงเช้าและช่วงเย็นในเวลาเช้าและเลิกเรียนได้รับเสียงดังจากนักเรียนเข้ามาภายในอาคารได้

3) วิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่ตั้งของโครงการ

ตารางที่ 4.1: วิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่ตั้งโครงการ

ทิศทางแสงแดด	ทิศทางลม	มลภาวะทางเสียง ฝุ่น และควัน	มุมมอง
ด้านหน้าโครงการเป็นทิศตะวันออกเฉียงใต้ติดกับถนน	มีตึกแถวสูง 3 ชั้น ตั้งขวางทิศทางลมเข้าอยู่ด้านทิศตะวันตกเฉียงใต้	ได้รับมลภาวะทางเสียง ฝุ่น และควันจากถนนด้านหน้าโครงการและอาคารพาณิชย์ฝั่งตรงข้าม	มุมมองที่ดีที่สุดที่มองเข้ามาภายในโครงการคือด้านหน้าของโครงการ เพราะเป็นถนน ทำให้คนที่ผ่านเห็นได้ง่าย
ด้านข้างซ้ายโครงการเป็นทิศตะวันออกเฉียงใต้ติดกับที่ดินเปล่าและอาคารเป็นหลังริมคูหา	ได้รับลมหนาวจากทิศเหนือด้านหลังโครงการ	ได้รับมลภาวะทางเสียง ฝุ่น และควันจากถนนด้านข้างโครงการ	ด้านข้างซ้ายโครงการเป็นย่านอาคารพาณิชย์ โรงเรียน และทางเข้า ล้ง 1919
ด้านข้างขวาโครงการเป็นทิศตะวันตกเฉียงเหนือติดกับอาคารพาณิชย์	ได้รับไอน้ำจากแม่น้ำด้านข้างโครงการ	ได้รับมลภาวะทางเสียงจากอาคารที่ตั้งอยู่ข้างขวาของโครงการ	ด้านข้างขวาโครงการเป็นที่ดินเปล่า จึงมีรั้วกันจากที่ดินเปล่าข้างๆ
ด้านหลังโครงการเป็นทิศตะวันออกเฉียงเหนือติดกับที่ดินเปล่า	ได้รับไอน้ำจากที่ว่างด้านหลังโครงการเพราะเป็นที่ดินเปล่า	ไม่ได้รับมลภาวะทางเสียง เพราะเป็นที่ดินเปล่า	ด้านหลังโครงการเป็นที่ดินเปล่าไม่ได้รับการดูแล มีหญ้าและต้นไม้ขึ้น

ข้อดี: สภาพแวดล้อมที่ตั้งของโครงการ เนื่องจากที่ตั้งโครงการเป็นอาคารพาณิชย์คูหาริมและด้านหน้าอาคารตั้งอยู่ในทิศตะวันออกเฉียงใต้ ทำให้ในเวลาเช้ามีแดดอ่อนๆเข้ามา

ในอาคารด้านหน้าอาคาร และตัวอาคารเป็นคูหาบริเวณฝั่งขวาของอาคารเป็นพื้นที่โล่งทำให้ตัวอาคารสามารถรับลมเข้าได้ดีมากหาเปิดช่องทางลมฝั่งนี้

ข้อเสีย: เนื่องจากอาคารอยู่ท่ามกลางชุมชนอาคารพาณิชย์และโรงเรียน ในเวลาเช้าและเลิกเรียนโครงการอาจได้รับเสียงรบกวน ดังนั้นอาจต้องทำผนังกันเสียงรบกวนในส่วนของห้องพัก

4) การเข้าถึงโครงการ:

ภาพที่ 4.3: แผนที่แสดงเส้นทางการเข้าถึงโครงการ



การเดินทางสามารถใช้เรื่อโดยสารข้ามฝั่งจากเขตพระนครได้ โดยมีทำเรื่อที่ใกล้เคียงโครงการทั้ง 5 จุด (ดูหมายเลข 1-5) ได้แก่

- 1) ทำเรื่อราชวงศ์ - ทำเรื่อดินแดง
- 2) ทำเรื่อสวัสดี - ทำเรื่อวัดทองธรรมชาติ (เป็นจุดที่ใกล้โครงการมากที่สุด)
- 3) ทำเรื่อสี่พระยา - ทำเรื่อคลองสาน
- 4) ทำเรื่อโอเรียนเต็ล - ทำเรื่อวัดสุวรรณ

5) ทำเรือสาทร - ทำเรือเปิปซี่

เมื่อข้ามฟากมาฝั่งธนบุรีแล้วสามารถต่อแท็กซี่หรือวินมอเตอร์ไซด์มาที่ ถ. เชียงใหม่ (หน้าปากซอยมีป้ายวัดทองธรรมชาติ) เข้ามาประมาณ 400 เมตร ถึงโครงการ หรือสามารถเดินทางโดยรถไฟฟ้าBTS ลงสถานีสะพานตากสินหรือสถานีกรุงธนบุรี

ข้อดี: ที่ตั้งอาคารได้เปรียบเรื่องการเดินทางเพราะสามารถเดินทางมายังโครงการได้ทั้ง 3 วิธี คือทางเรือ ทางรถยนต์-มอเตอร์ไซด์ และรถไฟรางเดียว (รถไฟฟ้าสายสีทองซึ่งคาดการณ์จะเสร็จในปี 2563) และเนื่องจากโครงการตั้งอยู่ใกล้กับโครงการ ล้าง1919 ทำให้สามารถโดยสารเรือและลงตรงทำเทียบเรือของโครงการล้าง1919ได้เลย

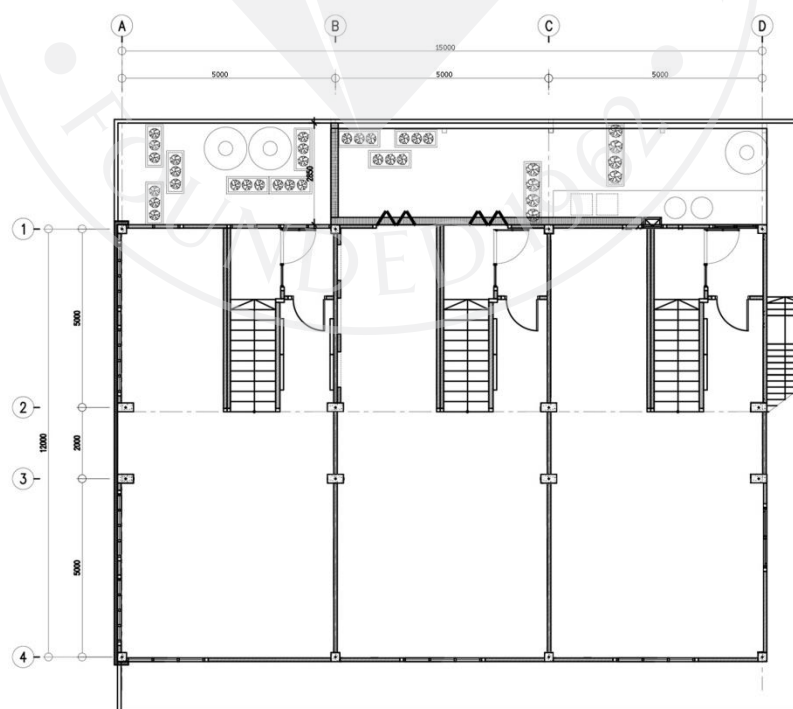
ข้อเสีย: ในซอยโครงการมีสถานศึกษาตั้งอยู่ด้วยจึงอาจมีรถติดในช่วงเช้าและช่วงเย็นในเวลาเช้าและเลิกเรียนของโรงเรียนได้

4.1.1.2 ลักษณะการให้บริการของโรงแรม

1) ผังเดิมของอาคารพาณิชย์

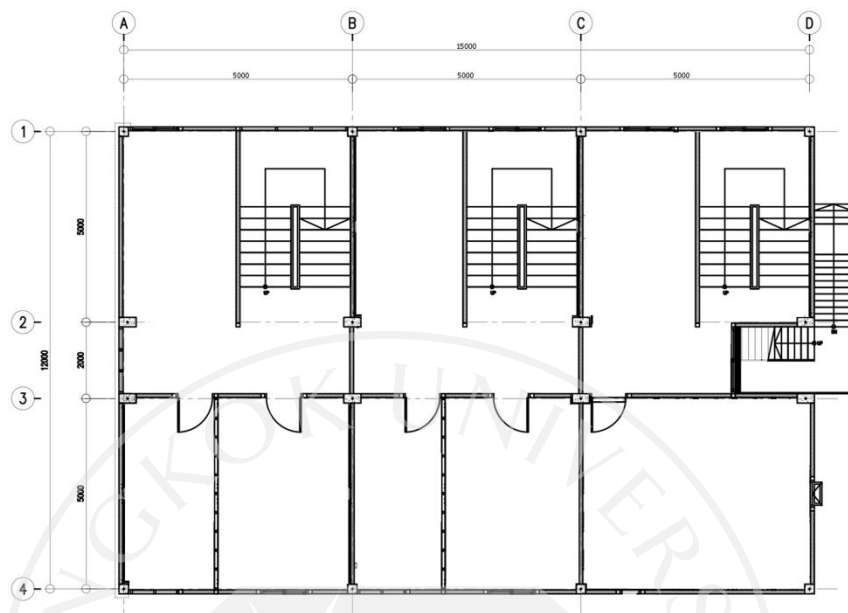
1.1) ผังเดิมของอาคารพาณิชย์ชั้นที่ 1

ภาพที่ 4.4: แสดงผังเดิมของอาคารพาณิชย์ชั้นที่ 1



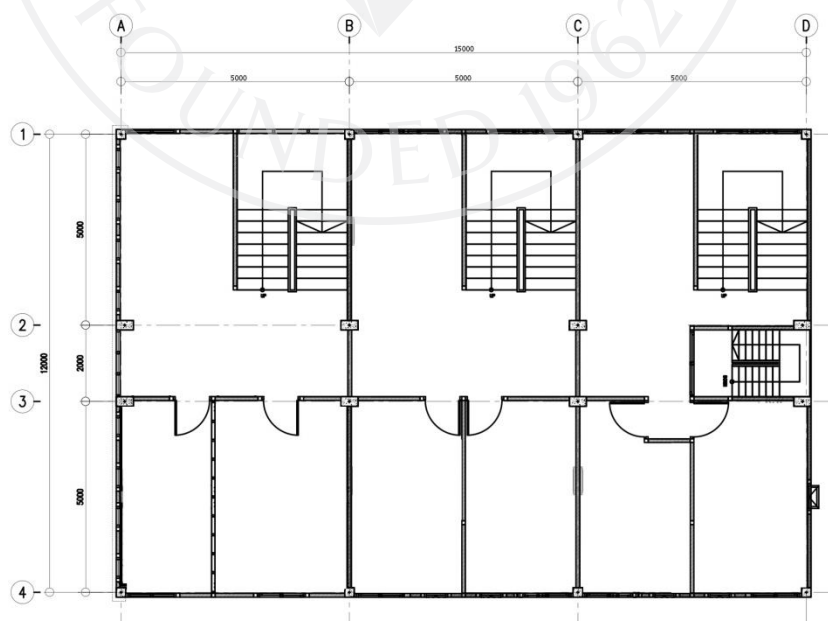
1.2) ผังเดิมของอาคารพาณิชย์ชั้นที่ 2

ภาพที่ 4.5: แสดงผังเดิมของอาคารพาณิชย์ชั้นที่ 2



1.3) ผังเดิมของอาคารพาณิชย์ชั้นที่ 3

ภาพที่ 4.6: แสดงผังเดิมของอาคารพาณิชย์ชั้นที่ 3



ที่ตั้งโครงการเดิมเป็นอาคารพาณิชย์ 3 ชั้น 3 คูหา ด้านหน้าโครงการติดกับถนนเชียงใหม่และอาคารพาณิชย์ฝั่งตรงข้าม ด้านขวาและด้านหลังโครงการเป็นคูหาริมที่ดินเปล่าและด้านซ้ายโครงการติดกับอาคารพาณิชย์และโครงการหลัง 1919

ข้อดี: เป็นอาคารพาณิชย์ที่มีสภาพอาคารดีมาก มีพื้นที่ใช้สอยด้านหลังอาคาร และเป็นอาคารคูหาริมทำให้สามารถทำช่องเปิดเพื่อให้อากาศถ่ายเทได้สะดวกและทำให้แสงลอดผ่านเข้ามาเพื่อประหยัดพลังงานในเวลากลางวัน และตัวอาคารยังสามารถออกแบบด้านข้างได้อีกด้วยทำให้โครงการมีพื้นที่สามารถออกแบบได้ทั้ง 2 ด้านและยังช่วยให้เป็นจุดสังเกตได้ง่ายของลูกค้า และชั้น 2 และชั้น 3 ของอาคารมีการแบ่งเป็นห้องได้สัดส่วนดีทำให้โครงการประหยัดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานในส่วนนี้

ข้อเสีย: เป็นอาคารพาณิชย์ที่ยังไม่มีการใช้งานร่วมกันทั้ง 3 คูหา ทำให้ส่วนประกอบของอาคารแยกกันใช้งาน เช่น อาคารเดิมทั้ง 3 คูหายังไม่มีการเชื่อมต่อเข้าด้วยกัน จึงต้องทำการเจาะผนังเพื่อเชื่อมต่อเพื่อการใช้งานร่วมกันได้ อาคารเดิมมีบันไดของแต่ละคูหาทำให้ต้องทุบบันไดที่เหลือที่เดียวเพื่อเพิ่มพื้นที่การใช้งานให้กับโครงการ

พื้นที่ใช้งานของโฮสเทล แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 พื้นที่สร้างรายได้

ตารางที่ 4.2: องค์ประกอบพื้นที่สร้างรายได้ของโฮสเทล

ประเภทพื้นที่	สิ่งอำนวยความสะดวกภายในพื้นที่	ควรติดกับพื้นที่
พื้นที่นันทนาการ	สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับพื้นที่ส่วนรวม หรือพื้นที่กิจกรรมที่มีความสอดคล้อง ต่อวัฒนธรรมท้องถิ่น	-
โซนเงียบ	ห้องสมุดหรือกิจกรรมส่วนรวมที่ไม่เกิดเสียงรบกวน	ห้องนอน
พื้นที่เตรียมอาหารและรับประทานอาหาร	พื้นที่สำหรับการขงเครื่องดื่มและของว่างในลักษณะบริการตนเอง	-

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.2 (ต่อ): องค์ประกอบพื้นที่สร้างรายได้ของโฮสเทล

ประเภทพื้นที่	สิ่งอำนวยความสะดวกภายในพื้นที่	ควรติดกับพื้นที่
ห้องนอน	พื้นที่ในส่วนห้องพักเป็นการนอนรวม ทำให้มีอุปกรณ์ที่ใช้เฉพาะแต่ละเตียง ประกอบไปด้วย ล็อกเกอร์ โคมไฟ ปลั๊กไฟ คีย์การ์ดสำหรับใช้ไฟฟ้า ชั้นวางของ เตียง เครื่องนอน หมอนและผ้าห่ม และโดยภาพรวมของห้องนั้นควรมีระบบระบายอากาศ บันไดในกรณีเตียงสองชั้น	-
ห้องน้ำ	แยกส่วนห้องน้ำและห้องส้วมออกจากกันเพื่อความสะดวกในการใช้งาน	ห้องนอน

ตารางที่ 4.3: สัดส่วนพื้นที่ห้องนอนต่อจำนวนคนของโฮสเทล

พื้นที่ห้อง	จำนวนคน
มากกว่าหรือเท่ากับ 6 ตารางเมตร แต่น้อยกว่า 10 ตารางเมตร	ผู้ใหญ่ 1 คน
มากกว่าหรือเท่ากับ 10 ตารางเมตร แต่น้อยกว่า 12 ตารางเมตร	ผู้ใหญ่ 2 คน

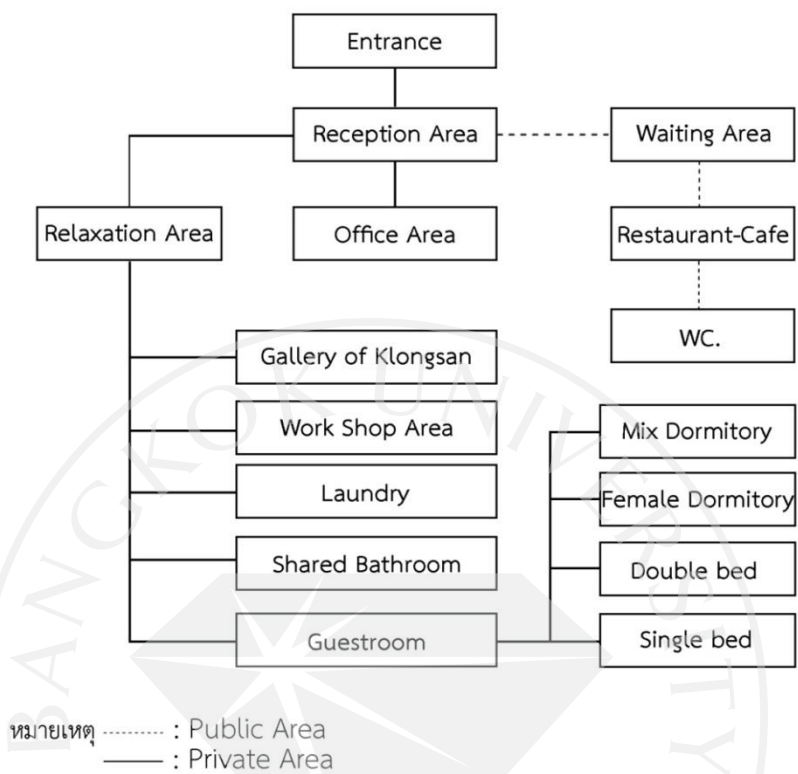
ที่มา: Ministry of Education. (2017). *THE EDUCATION (HOSTEL)*. Retrieved from <https://www.education.govt.nz/assets/Documents/School/Running-a-school/Hostel-Regulations/2017-Hostel-Guidelines.pdf>.

ส่วนที่ 2 พื้นที่ไม่สร้างรายได้

พื้นที่ส่วนนี้ควรมีพื้นที่ไม่เกินร้อยละ 30-40 ของพื้นที่ทั้งหมด ประกอบไปด้วย ทางเดินภายในอาคาร ทางหนีไฟ และพื้นที่ส่วนของการบริหารจัดการหลังบ้าน (Back of the House) ประกอบไปด้วย ห้องเก็บผ้าปูเตียง ห้องทำงานของฝ่ายบัญชีการเงิน ห้องเครื่องและห้องช่าง ห้องพักพนักงาน เป็นต้น

2) องค์ประกอบพื้นที่การใช้งานและการเชื่อมต่อของพื้นที่ภายในโฮสเทล

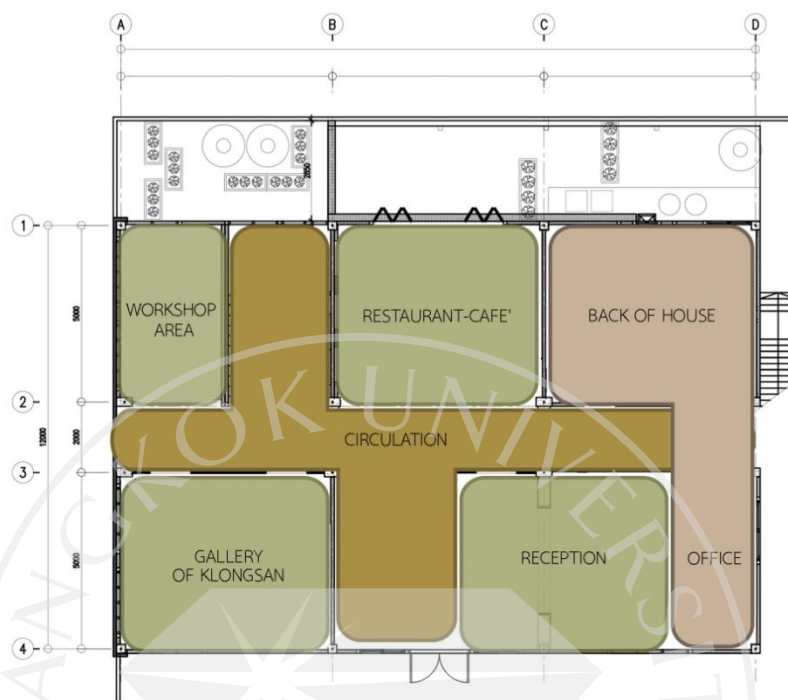
ภาพที่ 4.7: แสดงองค์ประกอบการใช้งานและการเชื่อมต่อของพื้นที่ภายในโฮสเทล



3) การวิเคราะห์การเชื่อมโยงพื้นที่ (Zoning)

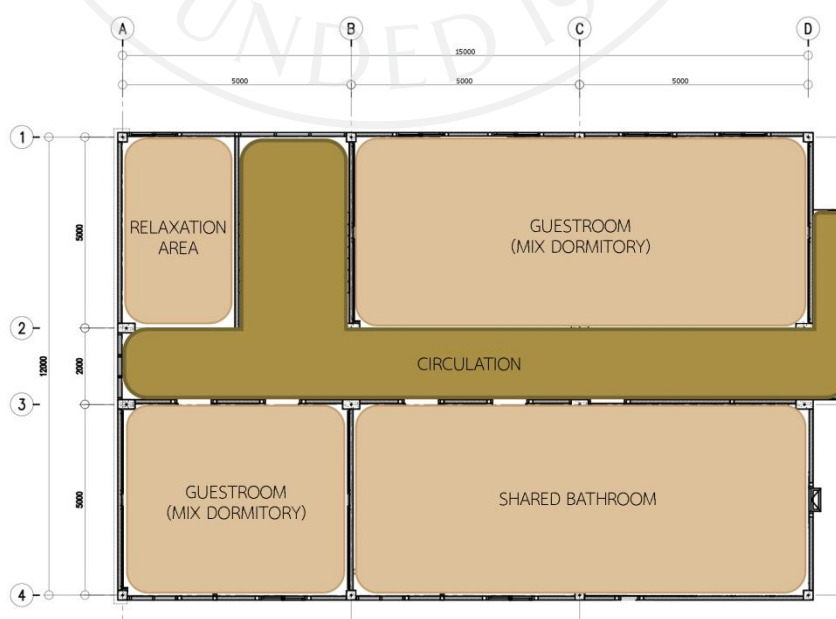
3.1) การวิเคราะห์การเชื่อมโยงพื้นที่ ชั้นที่ 1

ภาพที่ 4.8: แสดงการเชื่อมโยงพื้นที่ ชั้นที่ 1



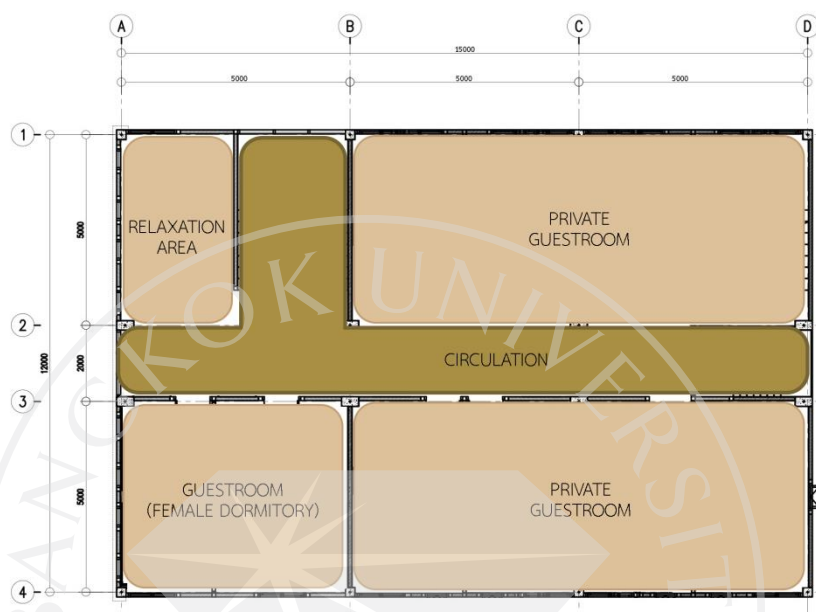
3.2) การวิเคราะห์การเชื่อมโยงพื้นที่ ชั้นที่ 2

ภาพที่ 4.9: แสดงการเชื่อมโยงพื้นที่ ชั้นที่ 2



3.3) การวิเคราะห์การเชื่อมโยงพื้นที่ ชั้นที่ 3

ภาพที่ 4.10: แสดงการเชื่อมโยงพื้นที่ ชั้นที่ 3



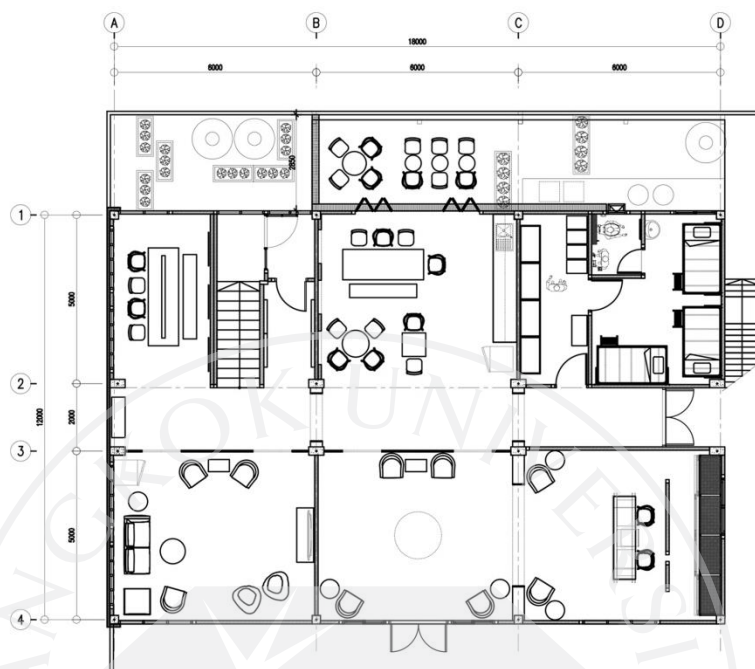
4) ส่วนประกอบของโครงการ แบ่งเป็น 3 ชั้น การจัดวางผังจะแยกออกเป็น 2 ส่วนคือ ส่วนสาธารณะจะอยู่ชั้น 1 เพื่อรองรับลูกค้าที่ไม่ได้เข้าพัก ในส่วนนี้จะมีการบริการร้านอาหาร เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับโครงการ และมีส่วนของแกลลอรี่แสดงประวัติความเป็นมาของชุมชนคลองสาน เพื่อรองรับให้กับผู้ที่สนใจ และส่วนของชั้น 2 และ 3 จะเป็นส่วนของลูกค้าที่เข้าพัก เพื่อความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัยของลูกค้าที่เข้าพัก

5) การวางผังพื้นที่ใช้สอยโครงการทั้ง 3 ชั้น

5.1) การวางผังพื้นที่ใช้สอยชั้นที่ 1 ของโครงการ

ชั้นที่ 1: เป็นส่วนสาธารณะเปิดให้บุคคลที่ไม่ได้เข้าพักสามารถใช้งานได้ (Public Area) ได้แก่ ส่วนต้อนรับ ส่วนพักผ่อนและนั่งเล่น ส่วนแกลลอรี่แสดงประวัติความเป็นมาของชุมชนคลองสาน ส่วนร้านอาหารและครัว ห้องน้ำสาธารณะ และส่วนของพนักงาน

ภาพที่ 4.11: แสดงการวางผังพื้นที่ใช้สอยชั้นที่ 1

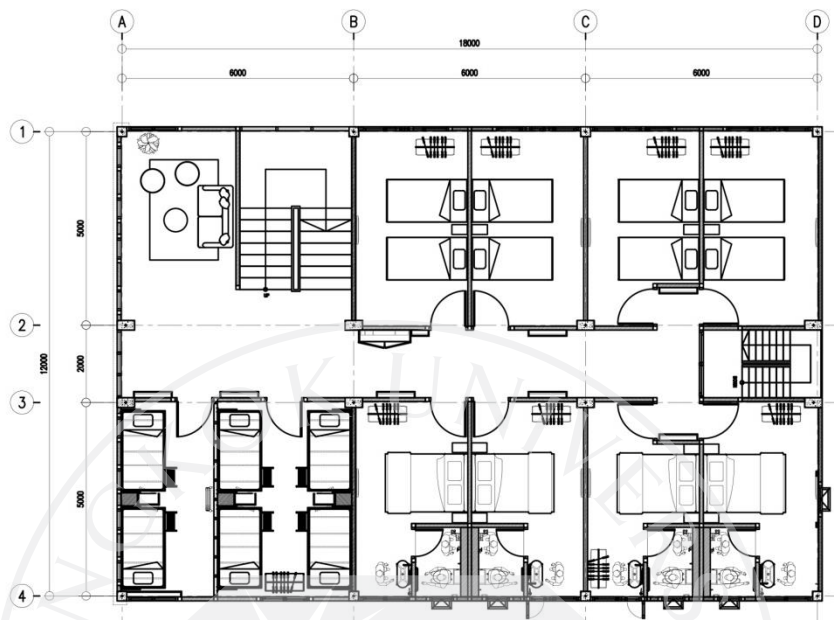


5.2) การวางผังพื้นที่ใช้สอยชั้นที่ 2 ของโครงการ

ชั้นที่ 2 : เป็นส่วนที่บุคคลภายนอกไม่สามารถเข้าใช้งานได้

(Private Area) คือ ส่วนห้องพักรวม 4 เตียง ทั้งหมด 3 ห้อง ห้องพักรวม 8 เตียง ทั้งหมด 3 ห้อง ส่วนพักผ่อน และห้องน้ำ ชั้นนี้รองรับลูกค้าได้ทั้งหมด 36 คน

ภาพที่ 4.13: แสดงการวางผังพื้นที่ใช้สอยชั้นที่ 3



4.1.1.3 แนวความคิดและการออกแบบโฮสเทล

จากการสำรวจโฮสเทลคู่แข่งที่อยู่ภายในพื้นที่คลองสานทั้ง 10 แห่ง พบว่าเป็นการออกแบบรูปแบบมินิมอล (Minimal) และรูปแบบลอฟต์ (Loft) เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งยังไม่มีโฮสเทลในย่านที่มีการออกแบบให้มีรูปแบบสอดคล้องกับพื้นที่ตั้งโครงการ ดังนั้นโครงการจึงมีแนวความคิดในการออกแบบที่สื่อถึงอัตลักษณ์พื้นที่ตั้งโครงการ เพื่อให้แตกต่างจากโฮสเทลอื่นๆ ในย่านคลองสาน

1) กรณีศึกษา จะเป็นการนำเสนอรูปแบบโฮสเทลที่มีการออกแบบที่ได้รับเอกลักษณ์จากที่ตั้งโครงการเป็นหลัก

1.1) โรงแรม อัญญา ภูเก็ต (O'nya Phuket Hotel)

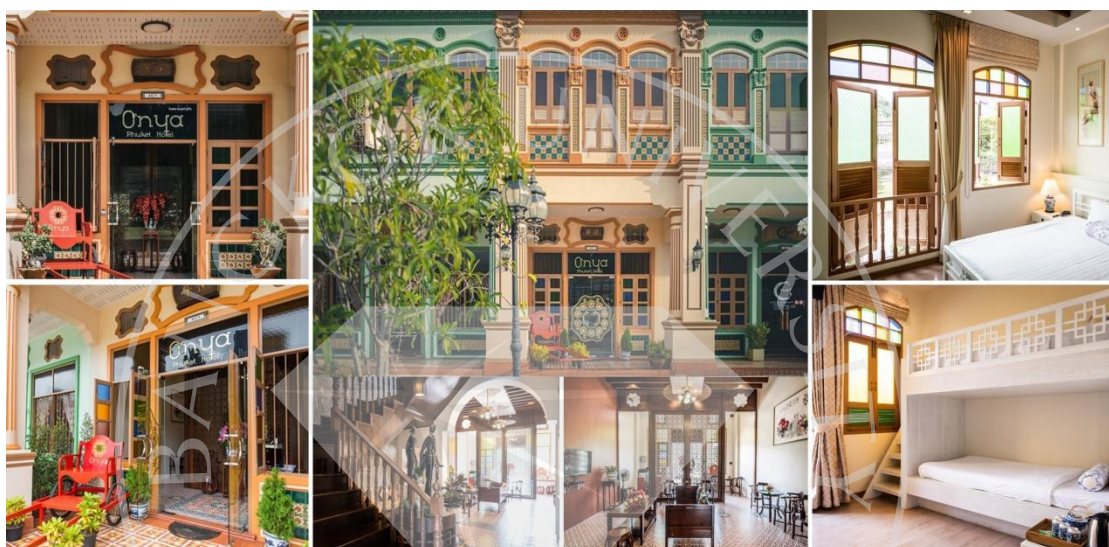
ที่ตั้งโครงการ: ซอยสะพานหิน เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

แนวความคิดและการออกแบบโครงการ: การออกแบบของโครงการเป็นการออกแบบสไตล์ชิโนโปรตุกีสที่เป็นเอกลักษณ์ของเมืองภูเก็ต ตัวอาคารเป็นการออกแบบด้วยสถาปัตยกรรมท้องถิ่นของภูเก็ตแบบดั้งเดิมผสมผสานการออกแบบรูปแบบทันสมัยมากขึ้น ทำให้เป็นความแตกต่างที่มาพร้อมกับสีส้มอันเป็นเอกลักษณ์ของโครงการ

โครงการออกแบบให้อาคารมีกลิ่นอายความเป็นภูเก็ตอยู่ทั่วทุกมุมในโรงแรม ตั้งแต่ล็อบบี้ที่ตกแต่งด้วยแผงกันไม้ลายฉลุ กระเบื้องลายโบราณ ภาพวาดลายจีน รวมถึงขนมพื้นเมืองภูเก็ตที่ทางโรงแรมมีให้บริการตลอดทั้งวัน เมื่อขึ้นบันไดไปยังห้องพัก ระหว่างทางเดินจะได้

เห็นการออกแบบที่นำเอารูปแบบอาคารหน้าบ้านตึกแถวสมัยก่อนมาใช้ด้วย ส่วนของห้องพักก็นำแบบตกแต่งเพดานให้มีคานไม้หน้าต่างทรงโค้งที่ประดับด้วยกระจกสีตามแบบบ้านโบราณ แผงลายฉลุบนหัวเตียง รวมถึงของใช้ภายในห้อง โคมไฟเครื่องลายคราม ชุดชาจีน เก้าอี้ไม้ และเซรามิก ทำให้ลูกค้าที่เข้าพักได้นึกย้อนไปยังวิถีชีวิตของคนสมัยก่อน

ภาพที่ 4.14: แสดงรูปแบบของโรงแรม อันทยา ภูเก็ต



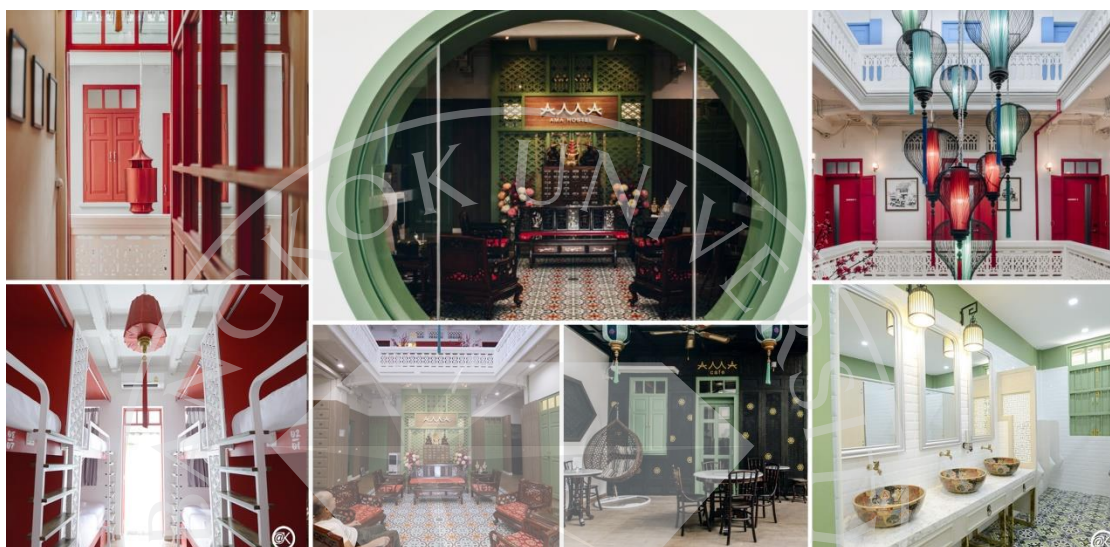
1.2) อาม่า โฮสเทล (AMA Hostel Bangkok)

ที่ตั้งโครงการ: ถนนเฉลิมพระเกียรติรัชกาลที่ 9 เมืองภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต
แนวคิดและการออกแบบโครงการ: โครงการเป็นโฮสเทลและคาเฟ่สไตล์จีนที่ซ่อนตัวอยู่ในซอยสะพานหิน ย่านเมืองเก่า เต็มไปด้วยวิถีชีวิตของชุมชนชาวไทยเชื้อสายจีนที่ยังคงอนุรักษ์บ้านเก่าและวิถีชีวิตเดิมไว้ท่ามกลางยุคที่เปลี่ยนไป

โครงการเป็นอาคารเก่าแก่ที่มีเอกลักษณ์และมีอายุยาวนานกว่า 200 ปี ก่อนจะถูกรีโนเวทให้เข้ากับยุคสมัยด้วยสไตล์การตกแต่งรูปแบบจีนร่วมสมัย ซึ่งออกแบบเป็น 3 ฤดูกาลที่แตกต่างกัน โดยแต่ละชั้นนั้นจะสื่อแนวความคิดของโทนแต่ละฤดูออกมา ผ่านการใช้สีและวัสดุที่ต่างกันออกไป อย่างชั้นที่หนึ่ง Spring Season เลือกใช้โทนสีเขียว สื่ออารมณ์ให้เหมือนบ้านจีนสมัยก่อนที่ยังคงโครงสร้างเดิมและเอกลักษณ์ของตัวบ้านไว้มากที่สุด ชั้นที่สองตกแต่งแบบฤดู Summer Season ด้วยโทนสีแดง ตามแนวความคิดสไตล์จีน ที่มักถูกจับคู่และถูกโฉลกกับสิ่งมงคลอย่างสีแดง โชนหลักๆ ของชั้นนี้ประกอบไปด้วยห้องพักรูปแบบโฮสเทลที่ให้ความสะดวกสบาย และในส่วนของโรงแรมมี Room Type ให้เลือกตั้งแต่จำนวน 2 คน, 4 คน, 6 คน ไปจนถึง 8 คน และชั้น

ที่สาม Rainy Season มาในแนวความคิดฤดูฝนที่คุมโทนด้วยสีฟ้า - ขาวสดใส ตกแต่งในสไตล์โมเดิร์น ความพิเศษคือในอนาคตชั้นนี้จะเปิดเป็น Rooftop Bar ให้เข้ามาแสงก์เอาท์รับลมริมสระน้ำแบบสบายๆ

ภาพที่ 4.15: แสดงรูปแบบของอามาโฮสเทล



2) แนวคิดการออกแบบของโครงการ

แนวคิดการออกแบบโครงการจะเป็นการนำเอาเอกลักษณ์วัฒนธรรมของที่ตั้งมาเป็นเอกลักษณ์ในการออกแบบ โดยการดึงจุดเด่นของย่านกะดีจีน-คลองสานที่เป็นที่ตั้งของโครงการ คือ การเป็นชุมชนที่มีความหลากหลายทางศาสนาและเชื้อชาติ โครงการจึงนำเอาอัตลักษณ์ความเป็นคลองสานเข้ามาผสมผสานสอดแทรกในส่วนของการออกแบบอาคาร ห้องพัก อาหาร กิจกรรมต่างๆ ที่โครงการได้จัดบริการเพื่อให้นักท่องเที่ยวที่เข้าพักมีส่วนร่วมกับวัฒนธรรมของย่านนี้และเพื่อสร้างความแตกต่างให้ต่างจากที่อื่น

การออกแบบโครงการเน้นการออกแบบที่พักเพื่อตอบโจทย์ผู้เข้าพักมากที่สุด โฮสเทลที่มีการตกแต่งสวยงาม มีสไตล์ที่ชัดเจนมักจะได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยว ดังนั้นการออกแบบโครงการ เป็นการออกแบบเพื่อแสดงความเป็นอัตลักษณ์ของพื้นที่ โครงการจึงเลือกการออกแบบสไตล์ชิโนโปรตุกีส เพื่อสอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ และโครงการนำเอาศิลปะภายในพื้นที่มาประยุกต์ใช้เพื่อทำให้โฮสเทลมีความสอดคล้องให้เข้ากับชุมชนด้วยเช่น นำเอาเรื่องราวของศาลเจ้าที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของย่านมาเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบโดยนำเอาศิลปะจีนมาผสมผสานศิลปะตะวันตก เพื่อให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมของย่านที่มีความหลากหลายทางวิถีชีวิตและ

เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักจะได้สัมผัสเรื่องราวประวัติศาสตร์ของคลองสาน ซึ่งจะทำให้
นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจกับโฮสเทล

ภาพที่ 4.16: รูปแบบแนวความคิดการออกแบบโฮสเทล



4.1.2 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการตลาดของโครงการ (Market Feasibility Study)

การวิเคราะห์ด้านการศึกษาความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจโฮสเทลด้านการตลาดเป็น
การวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 4Ps) ของโครงการ เพื่อนำ
มาเป็นเครื่องมือและเป็นกลยุทธ์ในการวางแผนการตลาดประกอบด้วยหลักการ 4 ด้าน คือ

4.1.2.1 การวิเคราะห์สินค้าของโครงการ (Product)

พื้นที่กุฎจีน ย่านคลองสาน เป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพในการทำโรงแรมประเภทโฮสเทล
เพราะเป็นพื้นที่ที่รวมแหล่งศิลปวัฒนธรรม แต่ยังไม่ค่อยมีโรงแรมที่มีคุณภาพและการออกแบบที่
สอดคล้องกับสิ่งแวดล้อมของย่าน โครงการจึงมีจุดประสงค์ที่จะทำที่พักที่เชื่อมโยงนำเอาเอกลักษณ์
ของย่าน มาออกแบบโครงการทั้งทางด้านการออกแบบอาคารภายนอกและภายใน รวมถึงรูปแบบ
การใช้ชีวิตและวิถีชุมชนในท้องถิ่น เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักได้เกิดประสบการณ์ในการเข้า
พักและเกิดความประทับใจ และทำให้เป็นแรงจูงใจในการเข้าพักและเป็นการประชาสัมพันธ์ใน

ลักษณะปากต่อปาก ทั้งในคนใกล้ชิดและแลกเปลี่ยนประสบการณ์กันในโซเชียลเน็ตเวิร์ค ซึ่งจะทำให้เกิดผลดีในด้านการตลาดได้อีกด้วย

โครงการมีจุดประสงค์ที่จะเน้นความสะดวกสบาย และมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันที่จำเป็นต่อนักท่องเที่ยวที่เข้าพักตามมาตรฐานของโรงแรมประเภท โฮสเทล ได้แก่ เคาท์เตอร์เช็คอินและให้บริการด้านการท่องเที่ยว พื้นที่เก็บสัมภาระของนักท่องเที่ยว พื้นที่สำหรับทำงานและอ่านหนังสือ พื้นที่สำหรับนั่งเล่นและพูดคุยแลกเปลี่ยนประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวที่เข้าพักด้วยกัน พื้นที่สำหรับบริการซักผ้า พื้นที่ห้องอาหารและบาร์ รวมถึงพื้นที่เตรียมอาหารสำหรับอาหารเช้าของนักท่องเที่ยวที่เข้าพัก ส่วนห้องพักจะแบ่งเป็น2 ประเภท คือห้องพักรวม (Dormitory room) และห้องพักส่วนตัว (Single Room) โดยแต่ละห้องจะมีการให้บริการอินเทอร์เน็ตไร้สายในห้องพักและในส่วนกลาง เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยวที่เข้าพัก

4.1.2.2 การวิเคราะห์ราคาของโครงการ (Price)

การตั้งราคาของโครงการใช้วิธีเทียบเคียงกับคู่แข่ง โดยศึกษาราคาห้องพักโฮสเทลที่อยู่ในพื้นที่คลองสาน กรุงเทพฯ โดยวัดจากราคาและคุณภาพที่นักท่องเที่ยวที่เข้าพักจะได้รับ เพื่อหาราคาที่เหมาะสมสำหรับโครงการ

1) เปรียบเทียบข้อมูลโฮสเทลที่อยู่ในละแวกเขตคลองสาน กรุงเทพฯ

ตารางที่ 4.4: แสดงข้อมูลโฮสเทลที่อยู่ในพื้นที่คลองสาน กรุงเทพฯ

ชื่อที่พัก	คะแนนจากเว็บไซต์ Booking (เรื่องสิ่งอำนวยความสะดวก)	สถานที่สำคัญใกล้เคียง	ลักษณะอาคาร	ประเภท	ราคา
1. Dilokchan	9.1	ยอดพิมานริเวอร์วอล์ค , ชุมชนกุฎีจีน	อาคารพาณิชย์ 2 คูหา 2 ชั้น	ห้องพัก รวม ห้องพักเดี่ยว	515 บาท 800 บาท

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.4 (ต่อ): แสดงข้อมูลโฮสเทลที่อยู่ในพื้นที่คลองสาน กรุงเทพฯ

ชื่อที่พัก	คะแนนจาก เว็บไซต์ Booking (เรื่อง สิ่งอำนวยความสะดวก)	สถานที่สำคัญ ใกล้เคียง	ลักษณะอาคาร	ประเภท	ราคา
2. Petit Hostel	8.8	เดอะแจม แฟคทอรี, ท่าเรือโอเรียน เต็ล	อาคารพาณิชย์ 1 คูหา 4 ชั้น	ห้องพัก รวม ห้องพัก เดี่ยว	220 บาท 770 บาท
3. Bangkok Sanookdee	9.8	สถานีรถไฟ บีทีเอส กรุง ธนบุรี, ไอคอน สยาม	อาคารพาณิชย์ 1 คูหา 2ชั้น	ห้องพัก รวม ห้องพัก เดี่ยว	389 บาท 998 บาท
4. Décor Do Hostel	8.0	สถานีรถไฟ บีทีเอส กรุง ธนบุรี, ไอคอน สยาม	อาคารพาณิชย์ 2 คูหา 3ชั้น	ห้องพัก รวม ห้องพัก เดี่ยว	240 บาท 780 บาท
5. Siam plug in the gallery	9.4	สถานีรถไฟ บีทีเอส กรุง ธนบุรี,	อาคารพาณิชย์ 2 คูหา 3ชั้น	ห้องพัก รวม ห้องพัก3 คน	400 บาท 1,350 บาท
6. Inn Trog And In Soi	8.9	อนุสาวรีย์วง เวียนใหญ่, สถานีรถไฟ บีทีเอส วง เวียนใหญ่	อาคารพาณิชย์ 2 คูหา 4ชั้น	ห้องพัก รวม ห้องพัก เดี่ยว	300 บาท 600 บาท

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.4 (ต่อ): แสดงข้อมูลโฮสเทลที่อยู่ในพื้นที่คลองสาน กรุงเทพฯ

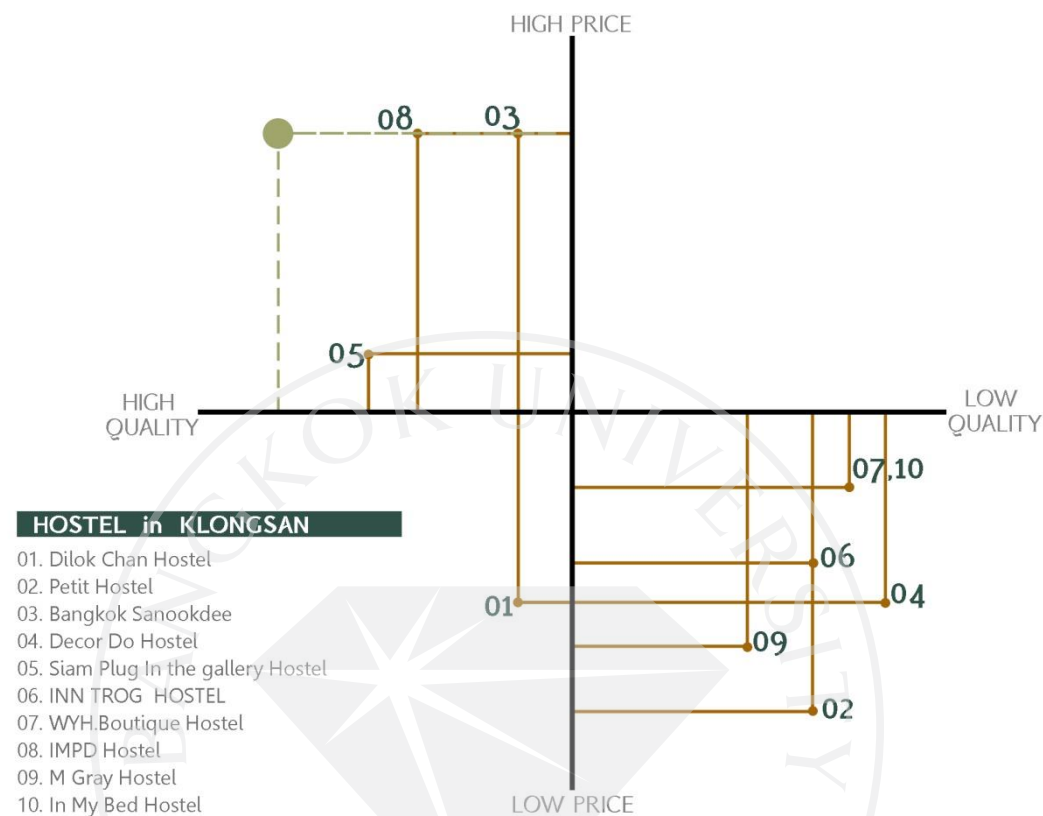
ชื่อที่พัก	คะแนนจาก เว็บไซต์ Booking (เรื่อง สิ่งอำนวยความสะดวก)	สถานที่สำคัญ ใกล้เคียง	ลักษณะอาคาร	ประเภท	ราคา
7. WYH. Boutique	8.5	อนุสาวรีย์วง เวียนใหญ่, สถานีรถไฟฟ้ าบีทีเอส วง เวียนใหญ่	อาคารพาณิชย์ 2 คูหา 2ชั้น	ห้องพัก รวม ห้องพัก เดี่ยว	350 บาท 1,200 บาท
8. IMPDHostel	9.3	สถานีรถไฟฟ้ าบีทีเอส วง เวียนใหญ่	อาคารพาณิชย์ 1 คูหา 4ชั้น	ห้องพัก รวม ห้องพัก เดี่ยว	380 บาท 1,140 บาท
9. M Gray	8.6	สถานีรถไฟฟ้ าบีทีเอส วง เวียนใหญ่	อาคารพาณิชย์ 2 คูหา 4ชั้น	ห้องพัก รวม ห้องพัก เดี่ยว	220 บาท 620 บาท
10. In my bed	8.3	สถานีรถไฟฟ้ าบีทีเอส วง เวียนใหญ่	อาคารพาณิชย์ 2 คูหา 4ชั้น	ห้องพัก รวม ห้องพัก เดี่ยว	220 บาท 620 บาท

โดยข้อมูลดังกล่าว จะเป็นข้อมูลที่ศึกษาจากเว็บไซต์ Booking ในวันที่ 20
กุมภาพันธ์ 2561 และราคาห้องพัก คือราคาในวันที่ 23-24 กุมภาพันธ์ 2561

2) การวางตำแหน่งทางการตลาด (Positioning)

การวางตำแหน่งทางการตลาดของโครงการเมื่อเทียบกับคู่แข่งจะใช้ราคาและ
คุณภาพของ โฮสเทลที่อยู่ในละแวกใกล้เคียงเป็นเกณฑ์ (จากตารางที่ 4.1)

ภาพที่ 4.17: แสดงตำแหน่งการตลาดด้านราคาและคุณภาพของคู่แข่งที่อยู่ในวงใกล้เคียง



การวิเคราะห์คู่แข่งในตลาดกลุ่มกิจการประเภทเดียวกัน ทำให้ทราบถึงสถานะของธุรกิจในด้านต่างๆ และนำผลที่ได้มาใช้ในการพัฒนากลยุทธ์ของตน ข้อมูลที่ทำการศึกษาคู่แข่งนี้ นำมาใช้ในการกำหนดส่วนแบ่งทางการตลาด

จากการศึกษาคู่แข่งด้านราคาและคุณภาพในตารางที่ 4.4 จึงนำมาวิเคราะห์เป็นกราฟเปรียบเทียบราคาและคุณภาพกับโฮสเทลคู่แข่งในคลองสานทั้ง 10 แห่ง ทำให้สรุปได้ว่ามีโฮสเทล 4 ที่ ที่มีคะแนนด้านคุณภาพที่สูงจากความคิดเห็นของผู้ใช้งานคือ ดิลกจันทร์ บางกอกสนุกดี สยามปลั๊กอิน และไอเอ็มพีดี โฮสเทล

โครงการจึงนำหลักการการวางตำแหน่งทางการตลาด (Positioning) มาใช้ในการคำนวณและหาค่าเฉลี่ยของราคาของห้องพัก โดยมีหลักเกณฑ์การอ้างอิงคือเรื่องราคา สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ รวมถึงการบริการของโฮสเทลที่ได้คะแนนสูงทั้ง 4 โฮสเทล (ตามรูปภาพที่ 4.17) ดังนั้นราคาห้องพักของโครงการ คือ ห้องพักส่วนตัวต่อคืนราคา 1,200 บาท และห้องพักรวมต่อคืนราคา 500 บาท (ราคานี้ได้จากการหาค่าเฉลี่ยราคาของโรงแรมดิลกจันทร์ บางกอกสนุกดี สยาม

ปลั๊กอิน และไอเอ็มพีดี โฮสเทล ซึ่งเป็นโฮสเทลที่โครงการวางตำแหน่งเป็นคู่แข่งและราคาอิงจากตารางที่ 4.1) ถึงแม้ว่าจะเป็นโครงการที่เปิดดำเนินกิจการใหม่แต่มีความมั่นใจในทำเลที่อยู่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญหลายแห่งเช่น ลัง1919 วัดทองธรรมชาติและกลุ่มอาคารตระกูลหวั่งหลี ใกล้กับแหล่งอำนวยความสะดวกต่างๆมากมาย ทำให้โครงการมีความสะดวกต่อการเดินทางมากกว่า เพราะใกล้กับท่าเรือและรถไฟฟ้าสายสีทองที่จะสร้างเสร็จในปี2563 อีกทั้งยังพร้อมให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับที่เทียบเท่าหรือมากกว่าคู่แข่ง และยังได้เปรียบและทันสมัยกว่าโครงการจึงคิดว่าจะสามารถแย่งส่วนแบ่งทางการตลาดได้อย่างแน่นอน

4.1.2.3 การวิเคราะห์ช่องทางการขายของโครงการ (Place/Distribution)

การพัฒนากลยุทธ์ทางช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการเพิ่มยอดขายของโครงการ ซึ่งช่องทางการจัดจำหน่ายของโครงการมีทั้ง ช่องทางออนไลน์ (Online) และออฟไลน์ (Off-Line) คือ

1) ช่องทางออนไลน์ ในปัจจุบันมีความสำคัญอย่างมาก สำหรับการพัฒนาการจองห้องพัก เพราะแขกที่เข้าพักสามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารได้ง่าย ผ่านเว็บไซต์การท่องเที่ยวและสังคมออนไลน์ เพื่อหาราคา โอกาส และกิจกรรมต่างๆ สำหรับการเดินทาง เพื่อใช้เป็นแรงจูงใจในการเข้าพัก

- เว็บไซต์ของโรงแรม (Hotel Branded Website) เป็นอีกทางเลือกที่สำคัญของการจองห้องพัก โดยการให้แขกผู้ที่สนใจจองตรง (Direct Booking) กับโรงแรม และไม่ต้องผ่านตัวกลางเช่น Online Travel Agent ต่างๆ วิธีนี้เป็นวิธีการขายที่ง่ายกว่าการโทรจอง เพราะแขกที่เข้าพักสามารถรับรู้ข้อมูลและโปรโมชั่นของโรงแรมได้รวดเร็ว

- เอเจนซีสำหรับการจองห้องพักออนไลน์ (OTA) เป็นเว็บไซต์เกี่ยวกับการจองโรงแรมและท่องเที่ยว เนื่องจากโครงการเน้นนักท่องเที่ยวทั่วโลก โครงการจึงเน้นช่องทางการขายไปที่เว็บไซต์ต่างๆ ซึ่งถือเป็นช่องการขายหลัก ได้แก่ เว็บไซต์ที่มีชื่อเสียง ตัวแทนการขายการจองโรงแรม ได้แก่ Agoda, Booking, HostelBookers, Trivago, Tripadviso และอื่นๆ

- โซเชียลมีเดีย (Social Media) ในปัจจุบันเทคโนโลยีถูกพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทำให้การท่องเที่ยว การค้นหาข้อมูลต่างๆ ถูกดำเนินการผ่านสังคมออนไลน์ (Social Media) เช่น เฟสบุ๊ก (Facebook), ทวิตเตอร์ (Twitter), อินสตาแกรม (Instagram) เป็นต้น โดยที่นักท่องเที่ยวที่สนใจหาข้อมูลโรงแรมสามารถหาข้อมูลโรงแรม โปรโมชั่น รูปภาพความประทับใจ รวมถึงความคิดเห็นจากแขกท่านอื่น ทำให้เป็นแรงจูงใจในการเลือกเข้าพักได้อีกทาง และยังใช้ในการติดต่อสอบถามกับพนักงานขายได้โดยตรงและรวดเร็ว

2) ช่องทางออฟไลน์ เป็นช่องทางที่ดึงดูดผู้อยู่อาศัยในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้สะดวกสบายในการทำงานกับอินเทอร์เน็ต คือ ระบบโทรศัพท์ (Call Center) เป็นช่องทางการ

ขายผ่านระบบโทรศัพท์ของโรงแรม และใช้รูปแบบการออกบูธการท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยว รู้จัก และสนใจโปรโมชั่น ได้อีกทาง

สรุปช่องทางการขายของโครงการจะใช้ ทั้ง 2 ช่องทางในการจัดจำหน่ายเพื่อเปิด โอกาสให้โครงการเพิ่มยอดขายและยอดการจองมากขึ้น และให้นักท่องเที่ยวที่สนใจได้รู้จักที่พัก และเปรียบเทียบข้อมูลกับคู่แข่ง

4.1.2.4 การวิเคราะห์การส่งเสริมการขายของโครงการ (Promotions)

เป็นการติดต่อสื่อสารเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ เพื่อเพิ่มและจูงใจของ ลูกค้า ซึ่งมีการศึกษาการเตรียมความพร้อมด้านส่งเสริมการตลาดในประเด็นย่อย คือ มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์โรงแรมและที่พักในเว็บไซต์ของกลุ่มประเทศอาเซียน เว็บไซต์ของตัวแทนจำหน่าย การ ทำเอกสารและโฆษณาประชาสัมพันธ์ในภาษาประจำชาติของลูกค้ากลุ่ม อาเซียน การจัดรายการ ส่งเสริมการตลาดพิเศษเฉพาะกลุ่มอาเซียน และมีการส่งเสริมการขายโดย กระบวนการทางการตลาด

1) การโฆษณา

- การโฆษณาผ่านทางโซเชียลเน็ตเวิร์ค เช่น เฟสบุ๊ก (Facebook) , ทวิตเตอร์ (Twitter), อินสตาแกรม (Instagram) เป็นต้น โดยให้นักท่องเที่ยวที่สนใจหาโปรโมชั่น รูปภาพ ความประทับใจรวมถึงความคิดเห็นจากแขกท่านอื่น ทำให้เป็นแรงจูงใจในการเลือกเข้าพักได้อีกทาง
- การโฆษณาลงเว็บไซต์ขององค์กร เพิ่มโอกาสให้นักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างประเทศรู้จักโรงแรม มากขึ้น

- การโฆษณาในนิตยสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และจัดทำโบชัวร์และตั้ง ที่สนามบินและสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆในกรุงเทพฯ

2) การลดราคาของห้องพัก

การส่งเสริมการขายด้วยการลดราคาของห้องพัก เพื่อจูงใจให้ลูกค้าเข้ามาพักใน ช่วงเวลานั้น เป็นกลยุทธ์การกระตุ้นความต้องการของลูกค้า ซึ่งมักได้ผลในระยะเวลาสั้น โดยมีการลด ราคาห้องพักหรือมีการเพิ่มบริการอย่างอื่นเข้าไป ในกรณีที่ลูกค้าเข้ามาพักในช่วงเวลานั้นๆ

3) การจัดโปรแกรมเสริมการท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวที่เข้าพักมีส่วนร่วม

ร่วมกับวัฒนธรรมท้องถิ่นที่เข้าพักทำให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสถึงวิถีชีวิตของผู้คนในชุมชนนั้นๆ โดยทาง โครงการจะจัดกิจกรรมการเดินทางย่านคลองสานทั้งเส้นทางชุมชนวิถีชีวิตที่เป็นชุมชน เก้าแก้วของคลองสานและเส้นทางวิถีชีวิตและวัฒนธรรมริมแม่น้ำเจ้าพระยาในเขตคลองสาน พร้อมทั้งพานักท่องเที่ยวที่เข้าพักเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของคลองสานพร้อมอธิบายประวัติความเป็นมาของสถานที่นั้นเช่น ศาลเจ้าพ่อเสือ ศาลเจ้ากวนอู มัสยิดกุฎิล บ้านกระต๊อช้างหรือวังคางคาว (ฮั่วจั้น) วัดทองนพคุณ พิพิธภัณฑ์บ้านหลังคาแดง เป็นต้น ซึ่งการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวจะทำให้

เกิดความประทับใจของนักท่องเที่ยวที่เข้าพักเพื่อเพิ่มมูลค่าให้โฮสเทลและยังเป็นการช่วยพัฒนาชุมชน รักษาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่มีมาตั้งแต่อดีตให้ยังคงอยู่ได้อีกด้วย

4.1.3 การวิเคราะห์การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการบริหารของโครงการ (Management Feasibility Study) ในการวิจัยบนี้ จะเป็นการพูดถึงภาพรวมของการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการด้านการบริหาร ซึ่งเนื้อหาจะไม่เฉพาะเจาะจงเฉพาะเขตคลองสาน

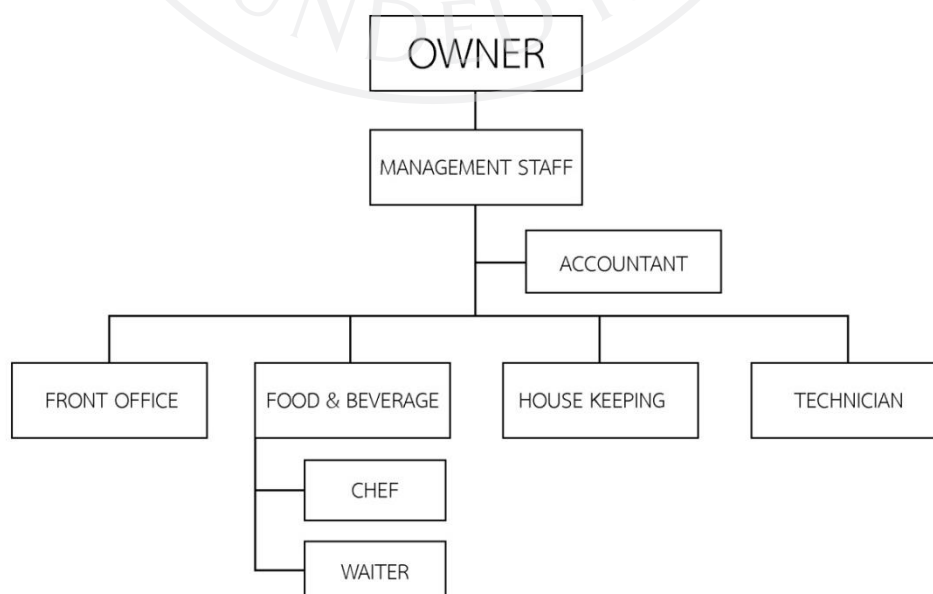
4.1.3.1 แผนงานการจัดโครงสร้างองค์กรและค่าใช้จ่ายบุคลากรของโครงการ

ธุรกิจโฮสเทลเป็นธุรกิจที่ให้ความสำคัญในเรื่องของการบริการ มีการเข้าถึงลูกค้ามากกว่าโรงแรมการต้อนรับและการดูแลอย่างเป็นกันเองจึงมีความจำเป็นที่จะต้องให้ความสำคัญในเรื่องของการอบรมพนักงาน ให้เข้าถึงลูกค้าได้อย่างเหมาะสม

การจัดโครงสร้างองค์กรของโครงการจะแบ่งตามลักษณะหน้าที่ของงาน (Functional Organization) ซึ่งในส่วนของโครงการจะแบ่งออกเป็น 6 ฝ่าย คือ

- 1) ผู้จัดการ
- 2) พนักงานบัญชี
- 3) พนักงานต้อนรับ
- 4) แม่บ้าน
- 5) พ่อครัว-พนักงานเสิร์ฟ
- 6) ช่างทั่วไป

ภาพที่ 4.18: แสดงโครงสร้างการบริหารจัดการพนักงานของโฮสเทล



รายละเอียดการทำงานขององค์กรในแต่ละฝ่าย (Job Description) ได้กำหนดและระบุหน้าที่ได้ดังต่อไปนี้

1) ผู้จัดการโครงการ (Management Staff) หน้าที่

- บริหารจัดการให้การทำงานเป็นไปตามวัตถุประสงค์
- บริหารงานในองค์กรให้บรรลุเป็นไปตามเป้าหมาย
- ควบคุมและดูแลการทำงานของแต่ละฝ่าย
- ควบคุมและดูแลการทำงานโดยรวมขององค์กร

2) พนักงานบัญชี (Accountant)

- ดูแลระบบการเงินของโครงการ
- รับผิดชอบเรื่องรายรับและรายจ่ายของโครงการอย่างถูกต้องและเหมาะสม
- รับผิดชอบ ดูแล ประสานงานและเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับโครงการ
- ประสานงานและดูแลพนักงาน

3) พนักงานต้อนรับ (Front Office)

- ดูแลและสร้างความประทับใจให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุดที่เข้ามาใช้
- ให้คำแนะนำ แก้ไขปัญหาและบริการลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ
- ร่วมพัฒนาและหาแนวทางให้โครงการประสบผลสำเร็จตามเป้าหมาย

4) แม่บ้าน (House Keeping)

- ดูแลและรับผิดชอบต่อความสะอาดของโครงการ
- ดูแลและทำความสะอาดห้องพักรวมถึงห้องต่างๆ ภายในโครงการ
- ตรวจสอบความสะอาดและความเรียบร้อยทั้งบริเวณภายในและภายนอกของ

- ประสานงานกับฝ่ายช่างเพื่อให้ซ่อมอุปกรณ์ต่างๆ ที่ชำรุดภายในห้องพักและ

5) ช่างซ่อมบำรุง (Technician)

- ดูแลและซ่อมแซมส่วนต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกของโครงการ
- รับผิดชอบและดูแลอุปกรณ์ซ่อมบำรุงส่วนต่างๆ ของโครงการ
- ประสานงานกับฝ่ายแม่บ้านเพื่อซ่อมอุปกรณ์ต่างๆ ที่ชำรุดภายในห้องพักและ

6) พ่อครัวพนักงานเสิร์ฟ (Chef&Waiter)

- ดูแลและรับผิดชอบในการประกอบอาหารให้กับลูกค้า

- ดูแลและควบคุมมาตรฐานการประกอบอาหาร
- สร้างสรรค์รายการเมนูอาหารใหม่ๆให้กับทางร้านอาหารของโรงแรม
- ตกแต่งหรือจัดแจงห้องอาหารให้ดูดี และสะดวกสบาย รวมถึงทำความสะอาด

ห้องอาหาร

- จัดวางโต๊ะเก้าอี้ และอุปกรณ์เครื่องใช้บนโต๊ะ
- ต้อนรับลูกค้า รับจองโต๊ะจากลูกค้าที่โทรศัพท์เข้ามาสั่งจอง
- รับคำสั่งเกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่มจากลูกค้า และนำอาหารและเครื่องดื่ม

ไปเสิร์ฟ

ตารางที่ 4.5: แสดงค่าใช้จ่ายบุคลากรของโครงการ

ลำดับ	ตำแหน่งงาน	จำนวน	อัตราเงินเดือน	รวมเงินเดือน
1.	ผู้จัดการโครงการ	1	30,000 บาท	30,000 บาท
2.	พนักงานบัญชี	1	20,000 บาท	20,000 บาท
3.	พนักงานต้อนรับ	2	15,000 บาท	30,000 บาท
4.	พนักงานทำความสะอาด	2	11,000 บาท	22,000 บาท
5.	ช่างซ่อมบำรุง	1	12,000 บาท	12,000 บาท
6.	พ่อครัว	1	20,000 บาท	20,000 บาท
7.	พนักงานเสิร์ฟ	1	11,000 บาท	11,000 บาท
รวมจำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายเงินเดือน		9	119,000 บาท	145,000 บาท

ข้อมูลในส่วนนี้มาจากการทบทวนวรรณกรรมและคิดจากอัตราค่าจ้างขั้นต่ำของแรงงาน ซึ่งการจัดโครงสร้างองค์กรของโครงการจะแบ่งตามลักษณะหน้าที่ของโครงการ แบ่งออกเป็น 6 ฝ่าย คือ ผู้จัดการโครงการ รองลงมาคือ พนักงานบัญชี พนักงานต้อนรับ พ่อครัวและพนักงานเสิร์ฟ แม่บ้าน และช่างทั่วไป โดยค่าใช้จ่ายในแต่ละเดือนของบุคลากรรวมทั้งสิ้น 130,000 บาทต่อเดือน และค่าใช้จ่ายในส่วนนี้จะเป็นการคิดของการประมาณการเงินลงทุนของโครงการ ในเรื่องต่อไป

4.1.3.2 แผนงานการดำเนินงานปรับปรุงอาคาร

ตารางที่ 4.6: แสดงแผนการดำเนินงานก่อนเปิดโครงการ

ปี	ปีที่1-2562												ปีที่2-2563												ระยะเวลา
เดือน	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
ตกลงผู้ออกแบบ	■																								1 เดือน
ตกลงผู้รับเหมา	■	■																							2 เดือน
ขอสินเชื่อ	■	■	■																						3 เดือน
ออกแบบการปรับปรุง		■	■																						2 เดือน
ขออนุญาตก่อสร้าง				■	■	■	■																		3 เดือน
ปรับปรุงอาคาร							■	■	■	■	■	■	■	■											8 เดือน
ปรับปรุงภายใน													■	■	■										3 เดือน
เริ่มดำเนินงาน																	■	■	■						2 เดือน
เปิดตัวโครงการ																	■	■	■						3 เดือน
ระยะเวลาทั้งหมด	ระยะเวลาการดำเนินงานก่อสร้าง 16 เดือน																								

ระยะเวลาการดำเนินการก่อสร้าง (Time Frame) คือ ระยะเวลาดำเนินงานออกแบบ จนถึงขั้นตอนการก่อสร้างรวมถึงระยะเวลาที่ใช้ติดต่อขอสินเชื่อ จนถึง การเปิดตัวโครงการเป็นระยะเวลา ดำเนินการทั้งหมด 16 เดือน

4.1.4 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการเงินของโครงการ (Financial Feasibility Study)

ในการวิจัยบทนี้ จะเป็นการพูดถึงภาพรวมของการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการด้านการเงิน ซึ่งเนื้อหาจะไม่เฉพาะเจาะจงเฉพาะเขตคลองสาน เนื่องจากข้อมูลเรื่องการเงินเป็นข้อมูลที่ตายตัว มีการใช้หลักการการคำนวณงบประมาณในการดำเนินการและผลตอบแทนจากการลงทุนที่เหมือนกันทุกการประกอบกิจการโฮสเทล โครงการจึงนำวิธีการมาปรับใช้ให้เข้ากับโครงการ ซึ่งเนื้อหาแบ่งเป็น 11 ส่วน ได้แก่

- 1) วัตถุประสงค์ด้านการเงิน
- 2) การวิเคราะห์การได้มาของเงินลงทุนและการใช้คืน
- 3) การประมาณการเงินลงทุนของโครงการ
- 4) การประมาณต้นทุนการบริการ
- 5) สมมติฐานในการจัดทำค่าใช้จ่ายในการขายและบริการ
- 6) ประมาณงบการเงิน
- 7) การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงินของโครงการ
- 8) การวิเคราะห์ระยะเวลาคืนทุน

9) การวิเคราะห์มูลค่าปัจจุบันสุทธิ

10) การวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนภายใน

11) การสรุปผลอัตราผลตอบแทนของโครงการทุกกรณี

4.1.4.1 วัตถุประสงค์ด้านการเงิน

1) เพื่อประเมินการบริหารด้านการเงินของโครงการให้มีความมั่นคงและเกิดประสิทธิภาพในการประกอบการ

2) เพื่อประเมินความสามารถเรื่องงบประมาณในการดำเนินการให้เกิดประสิทธิภาพ

3) เพื่อประมาณการผลตอบแทนจากการลงทุน

4.1.4.2 การวิเคราะห์การได้มาของเงินลงทุนและการใช้คืน

ผู้ดำเนินการกำหนดระยะเวลาการคาดการณ์งบการเงินของโครงการ โดยเริ่มก่อสร้างสิ่งปลูกสร้างภายในโครงการตั้งวันที่ 1 มกราคม 2562 โดยทดลองเปิดใช้ให้บริการเป็นอย่างทางการในวันที่ 1 พฤษภาคม 2563 และจะทำการปรับปรุงและพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อเพิ่มความพร้อมและเปิดอย่างเป็นทางการในวันที่ 15 พฤษภาคม 2563

โครงการนี้มีอายุสัญญาเช่าที่ดินเป็นระยะเวลา 10 ปี ค่าเช่าที่ดินเป็นมูลค่า 600,000 บาท ต่อปีนับ จากวันที่เริ่มก่อสร้าง โดยมีแหล่งเงินทุนมาจากทุนภายในของเจ้าของเป็นจำนวนเงิน 13,275,600 บาท

4.1.4.3 การประมาณการเงินลงทุนของโครงการ

การประมาณการเงินลงทุนของโครงการ (Cost Estimation) เป็นการประมาณต้นทุนเงินลงทุนรวมของโครงการได้จากเงินลงทุนคงที่ ได้แก่ ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน ค่าเช่าที่ ค่าสร้างสิ่งก่อสร้าง ค่าปรับปรุงภูมิทัศน์ ค่าตกแต่งภายใน ค่าสิ่งอำนวยความสะดวกตลอดจนค่าใช้จ่ายอุปกรณ์ต่างๆ มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.7: แสดงการประมาณการเงินลงทุนคงที่ทั้งหมดของโครงการ

Cost Estimation						
Capital Expenditures						
CAPEX items	Year 0	Year 1	Year 2	Year 3	Year 4	Year 5
Renovation	5,000,000					
IT Infrastructure	250,000					
Production Eqt.	1,500,000					
Furniture	5,000,000					
Air Condition [23]	276,000					
CCTV [16]	69,600					
key card system [9]	180,000					
Other Equipment	1,000,000					
Total CAPEX	13,275,600	0	0	0	0	0
Expenses						
Expenses Items	Year 0	Year 1	Year 2	Year 3	Year 4	Year 5
Building Rental	600,000	600,000	600,000	600,000	600,000	600,000
Office Expenses		24,000	24,000	24,000	24,000	24,000
Maintainance		100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
PR & Promote Activities	1,000,000	1,000,000	800,000	800,000	600,000	500,000
Salary		1,740,000	1,827,000	1,918,350	2,014,268	2,114,981
Total Expenses	1,600,000	3,464,000	3,351,000	3,442,350	3,338,268	3,338,981

รายได้ประมาณการยอดขายต่อปีแบ่งเป็น 3 กรณีคือ กรณีดีเยี่ยม กรณีเป็นไปได้มากที่สุด และกรณีย่ำแย่

1) รายได้ประมาณการยอดขายต่อปี กรณี Best Case (100%)

ตารางที่ 4.8: แสดงรายได้ประมาณการยอดขายต่อปี กรณี Best Case (100%)

รายได้จากการให้บริการ : Best Case 100%					
รายการ	จำนวน	ราคา	รายได้/วัน	รายได้/เดือน	รายได้/ปี
Type : Female Dormitory	14	500	7,000	210,000	2,520,000
Type : Mix Dormitory	30	500	15,000	450,000	5,400,000
Type : Deluxe Twin	4	1,200	4,800	144,000	1,728,000
Type : Deluxe Double	4	1,500	6,000	180,000	2,160,000
Service Charge 10%		370	3,280	98,400	1,180,800
Café & Restaurant		5,000	5,000	150,000	1,800,000
รวม			41,080	1,232,400	14,788,800

2) รายได้ประมาณการยอดขายต่อปี กรณี Most Likely Case (75%)

ตารางที่ 4.9: แสดงรายได้ประมาณการยอดขายต่อปี กรณี Most Likely Case (75%)

รายได้จากการให้บริการ : Most Likely Case 75%					
รายการ	จำนวน	ราคา	รายได้/วัน	รายได้/เดือน	รายได้/ปี
Type : Female Dormitory	10	500	5,000	150,000	1,800,000
Type : Mix Dormitory	22	500	11,000	330,000	3,960,000
Type : Deluxe Twin	3	1,200	3,600	108,000	1,296,000
Type : Deluxe Double	3	1,500	4,500	135,000	1,620,000
Service Charge 10%		370	2,410	72,300	867,600
Café & Restaurant		3,750	3,750	112,500	1,350,000
รวม			30,260	907,800	10,893,600

3) รายได้ประมาณการยอดขายต่อปี กรณี Worst Case (50%)

ตารางที่ 4.10: แสดงรายได้ประมาณการยอดขายต่อปี กรณี Worst Case (50%)

รายได้จากการให้บริการ : Worst Case 50%					
รายการ	จำนวน	ราคา	รายได้/วัน	รายได้/เดือน	รายได้/ปี
Type : Female Dormitory	7	500	3,500	105,000	1,260,000
Type : Mix Dormitory	15	500	7,500	225,000	2,700,000
Type : Deluxe Twin	2	1,200	2,400	72,000	864,000
Type : Deluxe Double	2	1,500	3,000	90,000	1,080,000
Service Charge 10%		370	1,640	49,200	590,400
Café & Restaurant		2,500	2,500	75,000	900,000
รวม			20,540	616,200	7,394,400

รายได้ประมาณการยอดขายแบ่งเป็น 3 กรณีคือ กรณีดีเยี่ยม กรณีเป็นไปได้มากที่สุด และกรณีแย่ๆ ของปีที่ 1-5

1) รายได้ประมาณการยอดขาย กรณี Best Case (100%) ปีที่ 1-5

ตารางที่ 4.11: แสดงรายได้ประมาณการยอดขาย กรณี Best Case (100%) ปีที่ 1-5

รายได้จากการให้บริการ ปี 1-5 : กรณี Best Case (เพิ่ม5% ต่อปี)					
รายการ	Year 1	Year 2	Year 3	Year 4	Year 5
Type : Female Dormitory	2,520,000	2,646,000	2,778,300	2,917,215	3,063,076
Type : Mix Dormitory	5,400,000	5,670,000	5,953,500	6,251,175	6,563,734
Type : Deluxe Twin	1,728,000	1,814,400	1,905,120	2,000,376	2,100,395

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.11 (ต่อ): แสดงรายได้ประมาณการยอดขาย กรณี Best Case (100%) ปีที่ 1-5

รายได้จากการให้บริการ ปี 1-5 : กรณี Best Case (เพิ่ม5% ต่อปี)					
รายการ	Year 1	Year 2	Year 3	Year 4	Year 5
Type : Deluxe Double	2,160,000	2,268,000	2,381,400	2,500,470	2,625,494
Service Charge 10%	1,180,800	1,239,840	1,301,832	1,366,924	1,435,270
Café & Restaurant	1,800,000	1,890,000	1,984,500	2,083,725	2,187,911
Total	14,788,800	15,528,240	16,304,652	17,119,885	975,879

2) รายได้ประมาณการยอดขาย กรณี Most Likely Case (75%) ปีที่ 1-5

ตารางที่ 4.12: แสดงรายได้ประมาณการยอดขาย กรณี Most Likely Case (75%) ปีที่ 1-5

รายได้จากการให้บริการ ปี 1-5 : กรณี Most likely Case (เพิ่ม5% ต่อปี)					
รายการ	Year 1	Year 2	Year 3	Year 4	Year 5
Type : Female Dormitory	1,800,000	1,890,000	1,984,500	2,083,725	2,187,911
Type : Mix Domitory	3,960,000	4,158,000	4,365,900	4,584,195	4,813,405
Type : Deluxe Twin	1,296,000	1,360,800	1,428,840	1,500,282	1,575,296
Type : Deluxe Double	1,620,000	1,701,000	1,786,050	1,875,353	1,969,120
Service Charge 10%	867,600	910,980	956,529	1,004,355	1,054,573
Café & Restaurant	1,350,000	1,417,500	1,488,375	1,562,794	1,640,933
Total	10,893,600	11,438,280	12,010,194	12,610,704	13,241,239

3) รายได้ประมาณการยอดขาย กรณี Worst Case (50%) ปีที่ 1-5

ตารางที่ 4.13: แสดงรายได้ประมาณการยอดขาย กรณี Worst Case (50%) ปีที่ 1-5

รายได้จากการให้บริการ ปี 1-5 : กรณี Worst Case (เพิ่ม5% ต่อปี)					
รายการ	Year 1	Year 2	Year 3	Year 4	Year 5
Type : Female Dormitory	1,260,000	1,323,000	1,389,150	1,458,608	1,531,538
Type : Mix Dormitory	2,700,000	2,835,000	2,976,750	3,125,588	3,281,867
Type : Deluxe Twin	864,000	907,200	952,560	1,000,188	1,050,197
Type : Deluxe Double	1,080,000	1,134,000	1,190,700	1,250,235	1,312,747
Service Charge 10%	590,400	619,920	650,916	683,462	717,635
Café & Restaurant	900,000	945,000	992,250	1,041,863	1,093,956
Total	7,394,400	7,764,120	8,152,326	8,559,942	8,987,939

รายได้ต้นทุนแปรผันแบ่งเป็น 3 กรณีคือ กรณีดีเยี่ยม กรณีเป็นไปได้มากที่สุด และกรณีแย่ ของปีที่ 1-5

1) รายได้ต้นทุนแปรผัน กรณี รายได้ต้นทุนแปรผันBest Case (100%) ปีที่1-

ตารางที่ 4.14: แสดงรายได้ต้นทุนแปรผัน กรณี Best Case (100%) ปีที่ 1-5

ต้นทุนแปรผันปี 1-5 : กรณี Best Case					
รายการ	Year 1	Year 2	Year 3	Year 4	Year 5
ต้นทุน Café & Restaurant 30%	540,000	567,000	595,350	625,118	656,373
รวม	540,000	567,000	595,350	625,118	656,373

2) รายได้ต้นทุนแปรผัน กรณี Most Likely Case (75%) ปีที่ 1-5

ตารางที่ 4.15: แสดงรายได้ต้นทุนแปรผัน กรณี Most Likely Case (75%) ปีที่ 1-5

ต้นทุนแปรผันปี 1-5 : กรณี Most likely Case					
รายการ	Year 1	Year 2	Year 3	Year 4	Year 5
ต้นทุน Café & Restaurant 30%	405,000	425,250	446,513	468,838	492,280
รวม	405,000	425,250	446,513	468,838	492,280

3) รายได้ต้นทุนแปรผัน กรณี Worst Case (50%) ปีที่ 1-5

ตารางที่ 4.16: แสดงรายได้ต้นทุนแปรผัน กรณี Worst Case (50%) ปีที่ 1-5

ต้นทุนแปรผันปี 1-5 : กรณี Worst Case					
รายการ	Year 1	Year 2	Year 3	Year 4	Year 5
ต้นทุน Café & Restaurant 30%	270,000	283,500	297,675	312,559	328,187
รวม	270,000	283,500	297,675	312,559	328,187

4.1.4.4 การประมาณต้นทุนการบริการ

การจัดการทำแผนการเงิน หลังจากการประมาณยอดขายเรียบร้อยแล้วต่อไปจึงเป็นการประเมินต้นทุนการบริการและค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ต้นทุนการบริการของโครงการมีดังต่อไปนี้ เงินเดือนพนักงานที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการบริการลูกค้าประกอบด้วย ผู้จัดการและพนักงานบริการ เงินเดือนพนักงานจะมีการปรับขึ้น 5% ของทุกปี

ตารางที่ 4.17: อัตราเงินเดือนพนักงาน

เงินเดือนพนักงาน (บาท/เดือน)			
ลำดับ	ตำแหน่งงาน	จำนวน (คน)	รวมเงินเดือน
1.	ผู้จัดการโครงการ	1	30,000 บาท
2.	พนักงานบัญชี	1	20,000 บาท
3.	พนักงานต้อนรับ	2	30,000 บาท
4.	พนักงานทำความสะอาด	2	22,000 บาท
5.	ช่างซ่อมบำรุง	1	12,000 บาท
6.	พ่อครัว	1	20,000 บาท
7.	พนักงานเสิร์ฟ	1	11,000 บาท
รวมจำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายเงินเดือน		9	145,000 บาท

4.1.4.5 สมมุติฐานในการจัดทำค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

1) เงินเดือนพนักงานอ้างอิงจากโครงสร้างพนักงานในบทที่ 5 ผู้ดำเนินการกำหนดให้โครงการมีการจ่ายเงินเดือนพนักงานเพิ่มขึ้น 5% ทุกๆปี

2) ค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาดผู้ดำเนินการกำหนดให้มีงบประมาณสำหรับการจัดกิจกรรมต่างๆ

*หมายเหตุ ค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นข้างต้นมาจากการดำเนินงานของโครงการที่มียอดขายเพิ่มขึ้นของทุกๆ ปี

ซึ่งมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน แบ่งเป็น 3 กรณี คือ กรณีดีเยี่ยม กรณีเป็นไปได้มากที่สุด และกรณีแย่

1) ค่าใช้จ่ายในการขายและบริการ กรณี Best Case (100%) ปีที่ 1-5

ตารางที่ 4.18: แสดงค่าใช้จ่ายในการขายและบริการ กรณี Best Case (100%) ปีที่ 1-5

เงินเดือนพนักงานต่อปี : กรณี Best Case						
	Year 1	Year 2	Year 3	Year 4	Year 5	
เติบโต 5% ต่อปี	1,740,000	1,827,000	1,918,350	2,014,268	2,114,981	
ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด : กรณี Best Case						
	Year 0	Year 1	Year 2	Year 3	Year 4	Year 5
		15%	15%	10%	5%	5%
แปรผันตามยอดขาย 5-15%	1,000,000	1,150,000	1,322,500	1,454,750	1,527,488	1,603,862

2) ค่าใช้จ่ายในการขายและบริการ กรณี Most Likely Case (75%) ปีที่ 1-5

ตารางที่ 4.19: แสดงค่าใช้จ่ายในการขายและบริการ กรณี Most Likely Case (75%) ปีที่ 1-5

เงินเดือนพนักงานต่อปี : กรณี Most Likely Case						
	Year 1	Year 2	Year 3	Year 4	Year 5	
เติบโต 5% ต่อปี	1,305,000	1,370,250	1,438,763	1,510,701	1,586,236	
ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด : กรณี Most Likely Case						
	Year 0	Year 1	Year 2	Year 3	Year 4	Year 5
		15%	15%	10%	5%	5%
แปรผันตามยอดขาย 5-15%	750,000	862,500	991,875	1,091,063	1,145,616	1,202,896

3) ค่าใช้จ่ายในการขายและบริการ กรณี Worst Case (50%) ปีที่ 1-5

ตารางที่ 4.20: แสดงค่าใช้จ่ายในการขายและบริการ กรณี Worst Case (50%) ปีที่ 1-5

เงินเดือนพนักงานต่อปี: กรณี Worst Case						
	Year 1	Year 2	Year 3	Year 4	Year 5	
เติบโต 5% ต่อปี	870,000	913,500	959,175	1,007,134	1,057,490	
ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด : กรณี Most Likely Case						
	Year 0	Year 1	Year 2	Year 3	Year 4	Year 5
		15%	15%	10%	5%	5%
แปรผันตามยอดขาย 5-15%	500,000	575,000	661,250	727,375	763,744	801,931

4.1.4.6 ประมาณงบการเงิน

การประมาณงบการเงินจะเริ่มต้นจากการจัดทำกำไรขาดทุนของโฮสเทลก่อน เพื่อที่จะคาดการณ์ความสามารถในการทำกำไรของโฮสเทลเป็นระยะเวลา 5 ปีข้างหน้า โดยแบ่งเป็น 3 กรณี คือ กรณีดีเยี่ยม กรณีที่เป็นไปได้มากที่สุด และกรณีย่ำแย่

1) งบกำไรขาดทุน-กรณีดีเยี่ยม (Best Case) สำหรับปี 2562-2566

ตารางที่ 4.21: งบกำไรขาดทุน-กรณีดีเยี่ยม (Best Case) สำหรับปี 2562-2566

Income Statement & Cashflow						
Cash Outflow						
CAPEX items	Year 0	Year 1	Year 2	Year 3	Year 4	Year 5
Renovation	5,000,000					
IT Infrastructure	250,000					

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.21 (ต่อ): งบกำไรขาดทุน-กรณีดีเยี่ยม (Best Case) สำหรับปี 2562-2566

Income Statement & Cashflow						
Cash Outflow						
CAPEX items	Year 0	Year 1	Year 2	Year 3	Year 4	Year 5
Production Eqt.	1,500,000					
Furniture	5,000,000					
Air Condition [23]	276,000					
CCTV [16]	69,600					
IT Infrastructure	180,000					
Other Equip.	1,000,000					
Total CAPEX	13,275,600	0	0	0	0	0
Cash Inflow						
	Year 0	Year 1	Year 2	Year 3	Year 4	Year 5
Revenues		14,788,800	15,528,240	16,304,652	17,119,885	17,975,879
Cost of Goods Sold		540,000	567,000	595,350	625,118	656,373
Gross Profit		14,248,800	14,961,240	15,709,302	16,494,767	17,319,505
Selling and Administration	1,600,000	3,614,000	3,873,500	4,097,100	4,265,755	4,442,843
EBITDA		10,634,800	11,087,740	11,612,202	12,229,012	12,876,662
Depreciation and Amortization		1,655,120	1,655,120	1,655,120	1,655,120	1,655,120
EBIT		8,979,680	9,432,620	9,957,082	10,573,892	11,221,542
Interest Expenses (Long-Term Loan)		0	0	0	0	0
EBT		8,979,680	9,432,620	9,957,082	10,573,892	11,221,542
Corporate Tax		1,795,936	1,886,524	1,991,416	2,114,778	2,244,308

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.21 (ต่อ): งบกำไรขาดทุน-กรณีดีเยี่ยม (Best Case) สำหรับปี 2562-2566

Income Statement & Cashflow						
Cash Inflow						
CAPEX items	Year 0	Year 1	Year 2	Year 3	Year 4	Year 5
Net Profit	(1,600,000)	7,183,744	7,546,096	7,965,666	8,459,114	8,977,234
Add Back Depreciation and Amortization		1,655,120	1,655,120	1,655,120	1,655,120	1,655,120
Long Term Loan						
Total Cash Inflow	(1,600,000)	8,838,864	9,201,216	9,620,786	10,114,234	10,632,354
Net Cashflow	(14,875,600)	8,838,864	9,201,216	9,620,786	10,114,234	10,632,354
Beginning		(14,875,600)	(6,036,736)	3,164,480	12,785,266	22,899,499
Ending	(14,875,600)	(6,036,736)	3,164,480	12,785,266	22,899,499	33,531,853
	0	1	2	3	4	5
Net Operating Cashflow (Free Cashflow)	(14,875,600)	8,838,864	9,201,216	9,620,786	10,114,234	10,632,354
PV (Discount Rate 6.5%)	(14,875,600)	8,299,403	8,112,337	7,964,559	7,862,027	7,760,351
PV (Discount Rate 10%)	(14,875,600)	8,035,331	7,604,311	7,228,239	6,908,158	6,601,855
PV (Discount Rate 12%)	(14,875,600)	7,891,843	7,335,153	6,847,885	6,427,778	6,033,083
Discount Rate	6.50%	10.00%	12.00%			
NPV	25,123,078	21,502,293	19,660,143			
IRR on Project(%) (in 6 years)	55.83%	Payback Period	1.85	Years		

2) งบกำไรขาดทุน-กรณีที่เป็นไปได้มากที่สุด (Most Likely Case) สำหรับปี
2562-2566

ตารางที่ 4.22: งบกำไรขาดทุน-กรณีที่เป็นไปได้มากที่สุด (Most Likely Case) สำหรับปี 2562-2566

Income Statement & Cashflow						
Cash Outflow						
CAPEX items	Year 0	Year 1	Year 2	Year 3	Year 4	Year 5
Renovation	5,000,000					
IT Infrastructure	250,000					
Production Eqt.	1,500,000					
Furniture	5,000,000					
Air Condition[23]	276,000					
CCTV [16]	69,600					
IT Infrastructure	180,000					
Other Equipment	1,000,000					
Total CAPEX	13,275,600	0	0	0	0	0
Cash Inflow						
	Year 0	Year 1	Year 2	Year 3	Year 4	Year 5
Revenues		10,893,600	11,438,280	12,010,194	12,610,704	13,241,239
Cost of Goods Sold		405,000	425,250	446,513	468,838	492,280
Gross Profit		10,488,600	11,013,030	11,563,681	12,141,866	12,748,959
Selling and Administration	1,200,000	2,710,500	2,905,125	3,072,825	3,199,316	3,332,132

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.22 (ต่อ): งบกำไรขาดทุน-กรณีที่เป็นไปได้มากที่สุด (Most Likely Case) สำหรับปี 2562-2566

Income Statement & Cashflow						
Cash Inflow						
CAPEX items	Year 0	Year 1	Year 2	Year 3	Year 4	Year 5
EBITDA		7,778,100	8,107,905	8,490,856	8,942,549	9,416,827
Depreciation and Amortization		1,655,120	1,655,120	1,655,120	1,655,120	1,655,120
EBIT		6,122,980	6,452,785	6,835,736	7,287,429	7,761,707
Interest Expenses (Long-Term Loan)		0	0	0	0	0
EBT		6,122,980	6,452,785	6,835,736	7,287,429	7,761,707
Corporate Tax		1,224,596	1,290,557	1,367,147	1,457,486	1,552,341
Net Profit	(1,200,000)	4,898,384	5,162,228	5,468,589	5,829,944	6,209,365
Add Back Depreciation and Amortization		1,655,120	1,655,120	1,655,120	1,655,120	1,655,120
Long Term Loan						
Total Cash Inflow	(1,200,000)	6,553,504	6,817,348	7,123,709	7,485,064	7,864,485
Net Cashflow	(14,475,600)	6,553,504	6,817,348	7,123,709	7,485,064	7,864,485
Beginning		(14,475,600)	(7,922,096)	(1,104,748)	6,018,961	13,504,024
Ending	(14,475,600)	(7,922,096)	(1,104,748)	6,018,961	13,504,024	21,368,510

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.22 (ต่อ): งบกำไรขาดทุน-กรณีที่เป็นไปได้มากที่สุด (Most Likely Case) สำหรับปี 2562-2566

Income Statement & Cashflow						
Cash Inflow						
CAPEX items	Year 0	Year 1	Year 2	Year 3	Year 4	Year 5
	0	1	2	3	4	5
Net Operating Cashflow (Free Cashflow)	(14,475,600)	6,553,504	6,817,348	7,123,709	7,485,064	7,864,485
PV (Discount Rate 6.5%)	(14,475,600)	6,153,525	6,010,578	5,897,356	5,818,313	5,740,137
PV (Discount Rate 10%)	(14,475,600)	5,957,731	5,634,172	5,352,148	5,112,399	4,883,227
PV (Discount Rate 12%)	(14,475,600)	5,851,343	5,434,748	5,070,515	4,756,893	4,462,520
Discount Rate	6.50%	10.00%	12.00%			
NPV	15,144,309	12,464,076	11,100,420			
IRR on Project(%) (in 6 years)	38.77%	Payback Period	2.63	Years		

3) งบกำไรขาดทุน - กรณีย่ำแย่ สำหรับปี 2562-2566

ตารางที่ 4.23: งบกำไรขาดทุน - กรณีย่ำแย่ สำหรับปี 2562-2566

Income Statement & Cashflow						
Cash Outflow						
CAPEX items	Year 0	Year 1	Year 2	Year 3	Year 4	Year 5
Renovation	5,000,000					
IT Infrastructure	250,000					
Production Eqt.	1,500,000					
Furniture	5,000,000					
Air Condition[23]	276,000					
CCTV [16]	69,600					
IT Infrastructure	180,000					
Other Equipment	1,000,000					
Total CAPEX	13,275,600	0	0	0	0	0
Cash Inflow						
	Year 0	Year 1	Year 2	Year 3	Year 4	Year 5
Revenues		7,394,400	7,764,120	8,152,326	8,559,942	8,987,939
Cost of Goods Sold		270,000	283,500	297,675	312,559	328,187
Gross Profit		7,124,400	7,480,620	7,854,651	8,247,383	8,659,752
Selling and Administratioon	800,000	1,807,000	1,936,750	2,048,550	2,132,878	2,221,422
EBITDA		5,317,400	5,543,870	5,806,101	6,114,506	6,438,331
Depreciation and Amortization		1,655,120	1,655,120	1,655,120	1,655,120	1,655,120
EBIT		3,662,280	3,888,750	4,150,981	4,459,386	4,783,211

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.23 (ต่อ): งบกำไรขาดทุน - กรณีย้ำแย สำหรับปี 2562-2566

Income Statement & Cashflow						
Cash Inflow						
CAPEX items	Year 0	Year 1	Year 2	Year 3	Year 4	Year 5
Interest Expenses (Long-Term Loan)		0	0	0	0	0
EBT		3,662,280	3,888,750	4,150,981	4,459,386	4,783,211
Corporate Tax		732,456	777,750	830,196	891,877	956,642
Net Profit	(800,000)	2,929,824	3,111,000	3,320,785	3,567,509	3,826,569
Add Back Depreciation and Amortization		1,655,120	1,655,120	1,655,120	1,655,120	1,655,120
Long Term Loan						
Total Cash Inflow	(800,000)	4,584,944	4,766,120	4,975,905	5,222,629	5,481,689
Net Cashflow	(14,075,600)	4,584,944	4,766,120	4,975,905	5,222,629	5,481,689
Beginning		(14,075,600)	(9,490,656)	(4,724,536)	251,369	5,473,997
Ending	(14,075,600)	(9,490,656)	(4,724,536)	251,369	5,473,997	10,955,686
	0	1	2	3	4	5
Net Operating Cashflow (Free Cashflow)	(14,075,600)	4,584,944	4,766,120	4,975,905	5,222,629	5,481,689

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.23 (ต่อ): งบกำไรขาดทุน- กรณียาแม่ สำหรับปี 2562-2566

Income Statement & Cashflow						
Cash Inflow						
CAPEX items	Year 0	Year 1	Year 2	Year 3	Year 4	Year 5
PV (Discount Rate 6.5%)	(14,075,600)	4,305,112	4,202,094	4,119,298	4,059,670	4,000,980
PV (Discount Rate 10%)	(14,075,600)	4,168,131	3,938,942	3,738,471	3,567,126	3,403,697
PV (Discount Rate 12%)	(14,075,600)	4,093,700	3,799,522	3,541,751	3,319,075	3,110,457
Discount Rate	6.50%	10.00%	12.00%			
NPV	6,611,553	4,740,767	3,788,905			
IRR on Project(%) (in 6 years)	22.03%	Payback Period	4.20	Years		

4.1.4.7 การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงินของโครงการ

สมมุติฐานทางการเงินของโครงการคือ ลงทุนครั้งแรกเพียงครั้งเดียวเท่ากับ 13,275,600 บาท สำหรับ 5 ปีที่ได้วางแผนทางการเงินจากส่วนก่อนหน้า ทำให้ทราบถึงยอดขายสุทธิและกำไรจากการดำเนินงาน ดังตารางที่ 4.18 : ตารางแสดงยอดขายสุทธิ สำหรับปีที่ 1- 5 และโฮสเทลมีกำไรจากการดำเนินงานดังนี้

1) ยอดขายสุทธิสำหรับปีที่ 1-5

ตารางที่ 4.24: ตารางแสดงยอดขายสุทธิสำหรับปีที่ 1-5

ยอดขายสุทธิ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
Best Case	14,788,800	15,528,240	16,304,652	17,119,885	17,975,879
Most Likely Case	10,893,600	11,438,280	12,010,194	12,610,704	13,241,239
Worst Case	7,394,400	7,764,120	8,152,326	8,559,942	8,987,939

2) ยอดขายสุทธิสำหรับปีที่ 1-5

ตารางที่ 4.25: ตารางแสดงกำไรจากการดำเนินงานสำหรับปีที่ 1-5

กำไรสุทธิ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
Best Case	7,183,744	7,546,096	7,965,666	8,459,114	8,977,234
Most Likely Case	4,898,384	5,162,228	5,468,589	5,829,944	6,209,365
Worst Case	2,929,824	3,111,000	3,320,785	3,567,509	3,826,569

4.1.4.8 การวิเคราะห์ระยะเวลาคืนทุน (Pay-back Period)

การวิเคราะห์ผลการตอบแทนทางการเงินโดยวิธีระยะเวลาคืนทุนจะคำนวณกำไรจากการดำเนินงานเปรียบเทียบกับเงินลงทุนจำนวน 14,875,600 บาท ว่าต้องใช้ระยะเวลานานเท่าใดจึงจะคืนทุนโดยอยู่ภายใต้สมมติฐานที่ว่าไม่มีการนำเงินกำไรที่ได้ไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์อื่น

ตารางที่ 4.26: ตารางแสดงระยะเวลาคืนทุน (Pay-back Period)

	Pay-Back Period
Best Case	1 ปี 9 เดือน
Most Likely Case	2 ปี 7 เดือน
Worst Case	4 ปี 2 เดือน

4.1.4.9 การวิเคราะห์มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value; NPV) คือ ส่วนเกินของมูลค่าปัจจุบัน ในกระแสเงินสดสุทธิกับเงินลงทุนเริ่มแรก

$$\text{สูตร NPV} = \text{PV} - \text{I}$$

NPV = มูลค่าปัจจุบันสุทธิ

PV = มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดตลอดอายุโครงการลงทุน

I = เงินลงทุนเริ่มแรกกฎการตัดสินใจถ้า NPV มีค่าเป็นบวกกิจการก็ควรที่จะยอมรับการลงทุนในโครงการนั้นแต่ ถ้า NPV นั้นมีค่าติดลบกิจการก็ควรปฏิเสธการลงทุนสำหรับอัตราคิดลด (Discount Rate)

เนื่องจากสมมติฐานการดำเนินงานของบริษัท คือ สามารถทำรายได้อย่างต่อเนื่องจึงกำหนด NPV สำหรับ 5 ปีข้างหน้าเพื่อการพิจารณา โดยแบ่งเป็น 3 กรณี คือ กรณีดีเยี่ยม กรณีที่เป็นไปได้มากที่สุด และกรณีแย่

1) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value; NPV) กรณีดีเยี่ยม

ตารางที่ 4.27: ตารางแสดงมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value; NPV) กรณีดีเยี่ยม

NPV	25,123,078	21,502,293	19,660,143
IRR on Project (%)	55.83%	Payback	1.85
(in 6 years)		Period	Years

2) แสดงมูลค่าปัจจุบัน (Net Present Value; NPV) กรณีเป็นไปได้มากที่สุด

ตารางที่ 4.28: ตารางแสดงมูลค่าปัจจุบัน (Net Present Value; NPV) กรณีเป็นไปได้มากที่สุด

NPV	15,144,309	12,464,076	11,100,420
IRR on Project (%)	38.77%	Payback	2.63
(in 6 years)		Period	Years

3) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value; NPV) กรณียำแย้

ตารางที่ 4.29: ตารางแสดงมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value; NPV) กรณียำแย้

NPV	6,611,553	4,740,767	3,788,905
IRR on Project (%) (in 6 years)	22.03%	Payback Period	4.20 Years

4.1.4.10 การวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return; IRR)

อัตราผลตอบแทนของการลงทุนที่ทำให้มูลค่าปัจจุบัน (Present Value; PV) ของกระแสเงินสดรับสุทธิมีค่าเท่ากับเงินลงทุน หรืออีกนัยก็คือ NPV มีค่าเท่ากับ 0 กฎการตัดสินใจ คือ ควรยอมรับโครงการลงทุน ถ้า IRR มีค่าเกินกว่าต้นทุนของเงินทุน Cost of Capital ซึ่งเกิดอัตราผลตอบแทนที่เจ้าของต้องการ

ตารางที่ 4.30: ตารางแสดงอัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return; IRR)

	(Internal Rate of Return; IRR)
Best Case	55.83 %
Most Likely Case	38.77 %
Worst Case	22.03 %

อัตราผลตอบแทนเป็นการศึกษาเพื่อให้ทราบถึงผลตอบแทนที่โครงการได้รับจากเงินที่ลงทุนไป โดยเลือกลงทุนกับโครงการที่มีค่า IRR สูงกว่าค่าเสียโอกาสของเงินทุน จากกรณีศึกษาพบว่าอัตราผลตอบแทนของโครงการ IRR ของทั้ง 3 กรณี มีค่ามากกว่าค่าเสียโอกาสของเงินทุน

4.1.4.11 การสรุปผลอัตราผลตอบแทนของโครงการทุกกรณี

สรุปผลอัตราผลตอบแทนของโครงการ โดยคิดเป็นกรณีดังต่อไปนี้ คือ กรณีดีเยี่ยม กรณีเป็นไปได้มากที่สุด และกรณียำแย้ที่สุด

ตารางที่ 4.31: ตารางแสดงสรุปผลอัตราผลตอบแทนของโครงการทุกกรณี

Description	Best Case	Most Likely Case	Worst Case
ยอดขาย ปี1	14,788,800	10,893,600	7,394,400
กำไรสุทธิ ปี1	7,183,744	4,898,384	2,929,824
กระแสเงินสดสุทธิ ปี1	8,838,864	6,553,504	4,584,944
Payback Period	1.85 Years	2.63 Years	4.20 Years
NPV	25,123,078	15,144,309	6,611,553
IRR	56%	39%	22%

สรุปผลวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน กรณีการศึกษาวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน จากกรณี Most likely case ทางผู้วิจัยจึงตัดสินใจทำโครงการโฮสเทล เนื่องจากมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เป็นบวกเท่ากับ 15,144,309 บาท และอัตราผลตอบแทนของโครงการ(IRR) เท่ากับ 39% ซึ่งมากกว่าต้นทุนทางการเงินส่วนเจ้าของ แม้ว่าจะพิจารณาความเป็นไปได้จากกรณี Worst Case อัตราผลตอบแทนของโครงการ(IRR) เท่ากับ 22% และยังมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นบวกอยู่เพราะฉะนั้น โครงการนี้ยังมีความน่าสนใจในการลงทุน

4.2 การออกแบบการตรวจทานความเป็นไปได้ของโครงการ

การออกแบบแบบการตรวจทานความเป็นไปได้ของโครงการ ด้วยวิธีแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ จะเป็นการออกแบบการตรวจทานด้วยการอิงข้อมูลของการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการทั้ง 4 ด้าน ได้แก่

- 1) การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการด้านการกายภาพ
- 2) การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการด้านการตลาด
- 3) การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการด้านการบริหาร
- 4) การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการด้านการเงิน

4.2.1 กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริหารกิจการโฮสเทลทั้ง 10 แห่ง ซึ่งแบ่งเป็น 2 ส่วนคือ

4.2.1.1 โรงแรมที่ดำเนินกิจการเชตคลองสาน

- 1) ดิลกจันทร์ โฮสเทล (Dilokchan Hostel)
- 2) อินทรอกแอนด์อินน์ซอย โฮสเทล (Inn Trog & Inn Soi Hostel)
- 3) สยามปลั๊กอิน โฮสเทล (Siam plug in Hostel)

4) ย. ยักษ์ โฮสเทล (Yor yak Hostel)

5) เอ็มเกรย์ โฮสเทล แอนด์ คาเฟ่ (M gray Hostel&Café)

4.2.1.2 โรงแรมที่ดำเนินกิจการฝั่งพระนคร

6) 2 ดับเบิลยู เบด แอนด์ เบรคฟาสต์ (2W Bed & Breakfast Bangkok)

7) ลอฟท์เทล 22 (Loftel 22 Hostel)

8) เฮียร์ โฮสเทล บางกอก (Here Hostel Bangkok)

9) ชิงช้า โฮสเทล กรุงเทพฯ (ChingCha Hostel Bangkok)

10) เบดสเปรด (Bedsread Hoste)

4.2.2 การออกแบบการสัมภาษณ์เพื่อการสอบทานความเป็นไปได้ของโครงการ

การออกแบบแบบสัมภาษณ์ จะเสนอข้อมูลผลการวิเคราะห์ แบ่งเนื้อหาออกเป็น 6 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นของโฮสเทล ได้แก่ ที่ตั้งโครงการ จำนวนผู้เข้าพักที่รองรับได้ ราคาห้องพัก ความเป็นมาของโครงการ แนวความคิดของโครงการ กลุ่มเป้าหมาย ช่วงอายุของลูกค้า ที่เข้าพัก ระยะเวลาในการเข้าพัก ปัญหาที่พบจากลูกค้า สิ่งที่โฮสเทลได้รับคำชื่นชม ข้อดีและข้อเสียของโครงการ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านกายภาพ ได้แก่ ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านศักยภาพที่ตั้ง ลักษณะการให้บริการของโรงแรม และแนวทางการออกแบบ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านการตลาด ได้แก่ ส่วนประกอบของโฮสเทล การตั้งราคา ช่องทางการขายของโครงการ และการส่งเสริมการขายของโครงการ

ส่วนที่ 4 ปัจจัยด้านการบริหาร ได้แก่ แผนงานและระยะเวลาดำเนินการ ปัจจัยในการเลือกจำนวนพนักงานและหน้าที่ของแต่ละฝ่าย

ส่วนที่ 5 ปัจจัยด้านการเงิน ได้แก่ งบประมาณในการลงทุน ระยะเวลาในการลงทุน

ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะ ได้แก่ ความคิดเห็นเกี่ยวกับปริมาณลูกค้าที่เข้าพัก กลยุทธ์วิธีการดึงดูดลูกค้า แนวโน้มในอนาคตเกี่ยวกับธุรกิจโฮสเทล วิธีการรับมือกับคู่แข่งธุรกิจ ข้อเสนอแนะสำหรับคนที่ต้องการเปิดโฮสเทลในอนาคต

ตารางที่ 4.32: แบบสัมภาษณ์ผู้บริหารกิจการโฮสเทล

บทสัมภาษณ์ผู้บริหารกิจการโฮสเทล	
หัวข้อ	โรงแรมที่อยู่บริเวณใกล้เคียงและรอบๆ โครงการ 10 ที่
1. ข้อมูลทั่วไปของโรงแรม	
1. ที่ตั้งโครงการ	
2. รองรับลูกค้าที่เข้าพักต่อวัน	
3. ราคาห้องพัก	
4. ความเป็นมาของโครงการ	
5. เอลักษณะของโครงการ	
6. ลูกค้าส่วนใหญ่ที่เข้าพักเป็นชาติ ไหน และ คิดเป็นสัดส่วนเท่าไร	
7. ลูกค้าส่วนใหญ่ที่เข้ามาพักมีช่วง อายุเท่าไร	
8. ลูกค้าส่วนใหญ่มาจากคน	
9. ระยะเวลาในการเข้าพัก	
10. ปัญหาส่วนใหญ่ที่พบจากลูกค้า	
11. สิ่งที่โฮสเทลได้รับคำชื่นชมจากลูกค้า	
12. ข้อดีของโครงการ	
13. ข้อเสียของโครงการ	
2. ปัจจัยด้านการตลาด	
1. ส่วนประกอบของโรงแรม	
2. การตั้งราคา	
3. ช่องทางการขายโครงการ	
4. การส่งเสริมการขายโครงการ	
3. ปัจจัยด้านกายภาพ	
1. ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านศักยภาพที่ตั้ง ในการเป็นโฮสเทล	

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.32 (ต่อ): แบบสัมภาษณ์ผู้บริหารกิจการโฮสเทล

บทสัมภาษณ์ผู้บริหารกิจการโฮสเทล	
หัวข้อ	โรงแรมที่อยู่บริเวณใกล้เคียงและรอบๆ โครงการ 10 ที่
2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับลักษณะการให้บริการ ของโรงแรม	
3. ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการออกแบบ	
4. ปัจจัยด้านการบริหาร	
1. แผนงานและระยะเวลาดำเนินการ ก่อนเปิด โครงการ	
2. ปัจจัยในการเลือกจำนวนพนักงาน และ หน้าที่ในแต่ละฝ่าย	
5. ปัจจัยด้านการเงิน	
1. งบประมาณในการลงทุน	
2. ระยะเวลาในการคืนทุน	
6. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม	
1. ความคิดเห็นเกี่ยวกับการความคุ้มค่าในการ ลงทุนทำโฮสเทล	
2. กลยุทธ์วิธีการดึงดูดค่าให้เข้ามาพัก	
3. แนวโน้มในอนาคตเกี่ยวกับธุรกิจ Boutique Hostel	
4. วิธีการรับมือกับคู่แข่งธุรกิจ	
5. ข้อเสนอแนะ สำหรับคนที่ต้องการเปิดโฮส เทลในอนาคต	

ซึ่งข้อมูลจากการสัมภาษณ์จะเป็นข้อมูลของการวิเคราะห์โฮสเทลในภาพรวมตามการให้
ข้อมูลจากผู้บริหารกิจการโฮสเทลทั้ง 10 แห่ง ข้อมูลในส่วนนี้ผู้วิจัยจะนำมาเสนอเป็นผลสรุป และ
ข้อคิดเห็นจากผู้ให้สัมภาษณ์

4.2.3 การออกแบบการสอบถามเพื่อทดสอบหาความเป็นไปได้ของโครงการ

จะเสนอข้อมูลการวิเคราะห์ แบ่งเนื้อหาออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ปัจจัยด้านกายภาพ ได้แก่ ด้านกายภาพและสภาพแวดล้อมของพื้นที่โครงการที่ตั้งโครงการ ลักษณะการให้บริการของโรงแรม การวางผังพื้นที่ใช้สอยโครงการ และแนวความคิดการออกแบบโฮสเทล

ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านการตลาด ได้แก่ การวิเคราะห์สินค้าของโครงการ การวิเคราะห์ราคาของโครงการ การวิเคราะห์ช่องทางการขายของโครงการ การวิเคราะห์การส่งเสริมการขายของโครงการ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านการบริหาร ได้แก่ แผนงานการจัดโครงสร้างองค์กรและค่าใช้จ่ายบุคลากรของโครงการ แผนงานการดำเนินงานปรับปรุงอาคาร

ส่วนที่ 4 ปัจจัยด้านการเงิน ได้แก่ การวิเคราะห์การประมาณการเงินลงทุนของโครงการ การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงินของโครงการ

ผลจากการสอบถามด้วยวิธีการสอบถาม จะเป็นการชี้วัดผลของผู้ให้สัมภาษณ์ โดยคำตอบจะเป็นข้อมูลปริมาณการเห็นด้วยของโครงการ (ร้อยละของจำนวนผู้ให้สอบถามทั้ง 10 แห่ง) โดยตัวเลข 1-10 ในตาราง เป็นรายชื่อโฮสเทลของการให้สัมภาษณ์ ดังนี้

หมายเลข 1 ดิลกจันทร์ โฮสเทล (Dilokchan Hostel)

หมายเลข 2 อินทรอกแอนด์อินน์ซอย โฮสเทล (Inn Trog & Inn Soi Hostel)

หมายเลข 3 สยามปลั๊กอิน โฮสเทล (Siam plug in Hostel)

หมายเลข 4 ย. ยักษ์ โฮสเทล (Yor yak Hostel)

หมายเลข 5 เอ็มเกรย์ โฮสเทล แอนด์ คาเฟ่ (M gray Hostel&Café)

หมายเลข 6 2 ดับเบิลยู เบดแอนด์ เบรคฟาสต์ กรุงเทพฯ (2W Bed & Breakfast Bangkok)

หมายเลข 7 ลอฟท์เทล 22 (Loftel 22 Hostel)

หมายเลข 8 เฮียร์ โฮสเทล บางกอก (Here Hostel Bangkok)

หมายเลข 9 ชิงช้า โฮสเทล กรุงเทพฯ (ChingCha Hostel Bangkok)

หมายเลข 10 เบดสเปรด (Bedspread Hostel)

4.3 ผลจากการตรวจทานความเป็นไปได้ของโครงการ

ผลจากการสอบทานข้อมูล ด้วยวิธีการสัมภาษณ์และวิธีการสอบถาม ผู้วิจัยได้แบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

4.3.1 ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารกิจการโฮสเทลเขตคลองสานและฝั่งพระนคร

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์จะเป็นข้อมูลของการวิเคราะห์โฮสเทลที่ได้ทำการศึกษา ข้อมูลจากผู้ให้สัมภาษณ์จะนำมาเสนอในภาพรวมของการศึกษาการประกอบกิจการโฮสเทล

4.3.2 ข้อมูลที่ได้จากการสอบถามผู้บริหารกิจการโฮสเทลเขตคลองสานและเขตฝั่งพระนคร

ข้อมูลจากการสอบถามผู้บริหารกิจการโฮสเทลในเขตคลองสานและเขตฝั่งพระนคร จะเป็นการวิเคราะห์การเห็นด้วยกับโครงการที่จัดทำหรือไม่ โดยคำตอบจะเป็นการแปรผลเป็นตัวเลข (ร้อยละ) เพื่อนำมาชี้วัดความเห็นในเรื่องความสำเร็จของโครงการประกอบธุรกิจโฮสเทล เขตคลองสาน

4.3.3 สรุปข้อมูลจากการสอบทานข้อมูล จะเป็นการสรุปข้อมูลจากการวิเคราะห์ข้อมูลหลังการสัมภาษณ์และการสอบถาม เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวัดผลสรุปหาความเป็นไปได้ในการทำโฮสเทลเขตคลองสาน



4.3.1.1 ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จากผู้บริหารกิจการโฮสเทลเขตคลองสาน

ตารางที่ 4.34: สรุปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จากผู้บริหารกิจการโฮสเทลเขตคลองสาน

สรุปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารกิจการโฮสเทล					
ชื่อโรงแรม หัวข้อ	โรงแรมที่ดำเนินกิจการเขตคลองสาน				
	ดิลกจันทร์	อินทรอก-อินชอย	สยาม ปลีกอิน	ยอ ยักษ์	เอ็ม เกรย์
ข้อมูลเบื้องต้นของโรงแรม					
1. ที่ตั้งโครงการ	แขวง สมเด็จเจ้าพระยา	แขวง คลอนสาน	แขวง คลอนสาน	แขวง คลอนสาน	แขวง คลอนสาน
2. รองรับแขกที่เข้าพัก (จำนวน)	รองรับลูกค้า 28 คน	รองรับลูกค้า 40 คน	รองรับลูกค้า 38 คน	รองรับลูกค้า 48 คน	รองรับลูกค้า 24 คน
3. ราคาห้องพัก	250/800 บาท	300/600 บาท	300/1145 บาท	400 บาท	320/880 บาท
4. ความเป็นมาของโครงการ	ต้องการรีโนเวทบ้าน	ซื้อตึกเพื่อปล่อยเช่าจึงเกิดเป็นโฮสเทล	เจ้าของชอบเดินทางเลยมีความใฝ่ฝันอยากทำโฮสเทล	เจ้าของชอบเดินทางท่องเที่ยว จึงเกิดเรื่องราวของโฮสเทล	เปลี่ยนมา 3 เจ้าของ

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.34 (ต่อ): สรุปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จากผู้บริหารกิจการโฮสเทลเขตคลองสาน

สรุปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารกิจการโฮสเทล					
ชื่อโรงแรม หัวข้อ	โรงแรมที่ดำเนินกิจการเขตคลองสาน				
	ดิลกจันทร์	อินทรอก-อินชอย	สยาม ปลีกอิน	ยอ ยักษ์	เอ็ม เกรย์
5. สิ่งที่แสดงถึงความเป็นโฮส-เทล	อยู่ในย่านชุมชนเก่าย่านวัฒนธรรม ไทย	เน้นการเป็น local เหมือนผู้เข้าพักอยู่บ้าน	การออกแบบโครงการ โดย ใช้การออกแบบระหว่าง สิ่งใหม่และสิ่งเก่าผสมผสานกัน	การมีเรื่องราวในการเล่าเรื่องของการออกแบบ คือ ยักษ์ และความเจียบสงบของที่พัก และการให้บริการที่ดี	รูปแบบการดีไซน์ ที่ดึงดูดลูกค้าให้เข้าพัก
6. ลูกค้าส่วนใหญ่ที่เข้าพักเป็นชาติไหน และคิดเป็นสัดส่วน	ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชาวยุโรป และคนไทยที่เข้ามาทำธุระในมหาวิทยาลัย	ส่วนใหญ่เป็นคนไทย เช่น กลุ่มนักศึกษา	แล้วแต่ช่วงไหนของปี ส่วนมากเป็นคนยุโรป	ในช่วงแรกเป็นยุโรป และตอนนี้มีการตีตลาด คนไทยและคนจีนที่มาทำงาน	แล้วแต่ฤดูกาล
7. ลูกค้าส่วนใหญ่ที่เข้ามาพักมีอายุเท่าไร	20-40 ปี	18-35 ปี	20-45 ปี	25-35 ปี	20-45 ปี

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.34 (ต่อ): สรุปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จากผู้บริหารกิจการโฮสเทลเขตคลองสาน

สรุปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารกิจการโฮสเทล					
หัวข้อ	ชื่อโรงแรม	โรงแรมที่ดำเนินกิจการเขตคลองสาน			
	ดิลกจันทร์	อินทรอก-อินชอย	สยาม ปลีกอิน	ยอ ยักษ์	เอ็ม เกรย์
8. ลูกค้าส่วนใหญ่เดินทางมากับใคร	มาเป็นคู่	กลุ่มเพื่อน	2-3 คน	คู่และเป็นกลุ่ม สัมมนา	คู่
9. ระยะเวลาในการเข้าพัก	1-2 คืน	1-3 คืน	2 คืน	1-3 คืน	1 คืน
10. ปัญหาที่พบจากลูกค้า	ลูกค้าไม่ค่อยสร้างปัญหา ให้กับโรงแรม	ลูกค้าไม่ค่อยสร้าง ปัญหาให้กับโรงแรม	ปัญหาเรื่องเสียง	ปัญหาจากลูกค้า ด้วยกันในเรื่องเสียง ดังรบกวน	ปัญหาเรื่องเสียง จากภายนอกอาคาร
11. สิ่งที่โฮสเทลได้รับคำ ชื่นชมจากลูกค้า	เจ้าของดูแลเอง ทำให้ ลูกค้ารู้สึกอบอุ่น เป็นกันเอง ที่พักยังใหม่ สะอาด	ความสะอาด ความคุ้มค่า	การบริการของพนักงาน ความสะอาดและการ ออกแบบ	ความเงียบสงบของ ที่พัก และการ บริการของพนักงาน	ความเงียบสงบของ ที่พักและความ สะอาด

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.34 (ต่อ): สรุปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จากผู้บริหารกิจการโฮสเทลเขตคลองสาน

สรุปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารกิจการโฮสเทล					
ชื่อโรงแรม หัวข้อ	โรงแรมที่ดำเนินกิจการเขตคลองสาน				
	ดิลกจันทร์	อินทรอก-อินชอย	สยาม ปลีกอิน	ยอ ยักษ์	เอ็ม เกรย์
12. ข้อดีของโครงการ	อยู่ในย่านชุมชนเก่าย่านวัฒนธรรมเป็นชุมชนเก่าของสมเด็จย่า	ให้ความเป็นส่วนตัวปลอดภัย สะอาด ราคาไม่แพง	มีความสงบ ไม้รบกวน	ใกล้รถไฟฟ้ามาก	การออกแบบโครงการ
13. ข้อเสียของโครงการ	นักท่องเที่ยวยังไม่ค่อยรู้จักพื้นที่ตั้งโครงการ	สภาพแวดล้อมมีผลกระทบ เช่น เสียงรบกวนจากรถบนถนน	การเดินทางมาที่พัก ไกลและหายาก	ไกลจากสนามบินและขนส่งรถไฟ	อยู่ในซอย ไกลจากรถไฟฟ้า
ปัจจัยด้านการตลาด					
1. ส่วนประกอบของโรงแรม	มีคาเฟ่ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้เข้าพัก	ควรมีทุกองค์ประกอบของโฮสเทล	ควรมีทุกองค์ประกอบของโฮสเทล	การมีส่วนร่วมในแต่ละพื้นที่การใช้งาน	มีร้านอาหารรองรับลูกค้า
2. การตั้งราคา	ตั้งราคาตามสถานที่	ตั้งราคาตามพื้นที่ตั้ง	ตั้งราคาตามสถานที่	ตั้งราคาตามสิ่งที่ลูกค้าจะได้รับ	ตั้งราคาตามคู่แข่ง

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.34 (ต่อ): สรุปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จากผู้บริหารกิจการโฮสเทลเขตคลองสาน

สรุปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารกิจการโฮสเทล					
ชื่อโรงแรม หัวข้อ	โรงแรมที่ดำเนินกิจการเขตคลองสาน				
	ดิลกจันทร์	อินทรอก-อินชอย	สยาม ปลีกอิน	ยอ ยักษ์	เอ็ม เกรย์
3. ช่องทางการขาย โครงการ	ช่องทางออนไลน์	ช่องทางออนไลน์	ช่องทางออนไลน์	ช่องทางออนไลน์	ช่องทางออนไลน์
4. การส่งเสริมการขาย โครงการ	การโฆษณาผ่านทาง โซเชียลเน็ตเวิร์คและ โฆษณาได้เที่ยววิถีชุมชน	โฆษณาผ่านช่องทาง ออนไลน์	การโฆษณาผ่านทางโซเชียล เน็ตเวิร์ค และสื่อต่างๆ	ช่องทางออนไลน์	ช่องทางออนไลน์
ปัจจัยด้านกายภาพ					
1. ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านศักยภาพที่ตั้ง ในการเป็นโฮสเทล	นทท. ยังไม่ค่อยมาพักฝั่ง คลองสาน ใช้สามารถใช้ โครงการล้ง เป็นจุดขาย เพิ่ม	โฮสเทลสามารถตั้งอยู่ที่ ไหนก็ได้	ศักยภาพของพื้นที่มีความ เหมาะสม	ที่ตั้งโครงการมี สถานที่ท่องเที่ยว ใหม่ๆ ที่คนยังไม่รู้จัก	โครงการใกล้กับการ เดินทางที่สะดวก

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.34 (ต่อ): สรุปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จากผู้บริหารกิจการโฮสเทลเขตคลองสาน

สรุปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารกิจการโฮสเทล					
ชื่อโรงแรม หัวข้อ	โรงแรมที่ดำเนินกิจการเขตคลองสาน				
	ดิลกจันทร์	อินทรอก-อินชอย	สยาม ปลีกอิน	ยอ ยักษ์	เอ็ม เกรย์
2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับลักษณะการให้บริการของโรงแรม	แนะนำให้ท่องเที่ยวตามวิถีของชุมชน	โฮสเทลต้องมีความสะอาด และเรียบง่าย	ควรมีห้องฝากเก็บสัมภาระของลูกค้า	มีพื้นที่นั่งเล่นรองรับลูกค้า	สร้างความปลอดภัยให้กับลูกค้า
3. ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการออกแบบ	รูปแบบการออกแบบให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมโดยรอบแนะนำจัดห้องพักให้เป็น 4 เตียง/ห้อง	สไตล์มินิมอล ไม่เน้นการตกแต่ง	แยกการใช้งานสาธารณะให้แยกกับพื้นที่ส่วนตัว ในส่วนของ Bunk bed ให้มีความส่วนตัวต่อเตียงข้างๆ เพื่อความปลอดภัยของลูกค้า	ออกแบบโดยถ่ายทอดเรื่องราว	จัดห้องพักส่วนตัวไว้ด้านบน เพื่อความสะดวก
ปัจจัยด้านการบริหาร					
1. แผนงานและระยะเวลาดำเนินการ ก่อนเปิดโครงการ	ภายใน 1 ปี	2 ปี	ภายใน 1-2 ปี	ภายใน 1 ปี	ภายใน 1 ปี

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.34 (ต่อ): สรุปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จากผู้บริหารกิจการโฮสเทลเขตคลองสาน

สรุปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารกิจการโฮสเทล					
ชื่อโรงแรม หัวข้อ	โรงแรมที่ดำเนินกิจการเขตคลองสาน				
	ดิลกจันทร์	อินทรอก-อินชอย	สยาม ปลีกอิน	ยอ ยักษ์	เอ็ม เกรย์
2. ปัจจัยในการเลือก จำนวนพนักงาน และ หน้าที่ในแต่ละฝ่าย	จำนวนพนักงานขึ้นอยู่กับจำนวนห้องพัก แต่เจ้าของเป็นคนที่สำคัญที่ต้องดูแล บริหาร	พนักงาน 5 คน	พนักงานต้อนรับแบ่งเป็น 3 เวลา 7.00-16.00น. 14.00-23.00น. 22.00-06.00น.	ตามปริมาณห้องพัก	ตามปริมาณห้องพัก
ปัจจัยด้านการเงิน					
1. งบประมาณในการลงทุน	ถ้ามีอาคารเป็นของตัวเอง ใช้บ 5 ล้าน	5-10 ล้าน	ค่าออกแบบ 10 ล้าน	ค่าออกแบบ 5 ล้าน	5-10 ล้าน
2. ระยะเวลาในการคืนทุน	5 ปี	6-7 ปี	10 ปี	7-10 ปี	7-10 ปี

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.34 (ต่อ): สรุปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จากผู้บริหารกิจการโฮสเทลเขตคลองสาน

สรุปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารกิจการโฮสเทล					
ชื่อโรงแรม หัวข้อ	โรงแรมที่ดำเนินกิจการเขตคลองสาน				
	ดิลกจันทร์	อินทรอก-อินชอย	สยาม ปลีกอิน	ยอ ยักษ์	เอ็ม เกรย์
ข้อเสนอแนะ					
1. ความคิดเห็นเกี่ยวกับการความคุ้มค่าในการลงทุนทำโฮสเทล	ร้อยละ 50 ขึ้นไป	ต้องมีผู้เข้าพัก 30% ต่อวัน	วางแผนให้มีนักท่องเที่ยวเข้าพักร้อยละ 50 - 100	ร้อยละ 50 ขึ้นไป	ร้อยละ 50 ขึ้นไป
2. กลยุทธ์วิธีการดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาพัก	ให้ความอบอุ่น เป็นกันเองกับลูกค้า	รักษามาตรฐานของการให้บริการ	บริการด้วย Service Mind	ฟรีอาหารเช้า	รักษามาตรฐานของการให้บริการ
3. แนวโน้มในอนาคตเกี่ยวกับธุรกิจ Boutique Hostel	มีคู่แข่งเพิ่มมากขึ้น ทำให้ธุรกิจในอนาคตอยู่ยาก	เป็นไปได้เพราะพื้นที่มีศักยภาพอยู่ในอนาคต เพราะการคมนาคมสะดวกมากขึ้น มีห้างสรรพสินค้าเปิดใหม่	การออกแบบเป็นสิ่งสำคัญในการที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจเข้าพัก	การออกแบบให้มีเอกลักษณ์เป็นของตัวเอง	มีการเติบโตขึ้นไปเรื่อยๆ ทำให้มีการพัฒนาอีกหลายปัจจัย

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.34 (ต่อ): สรุปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จากผู้บริหารกิจการโฮสเทลเขตคลองสาน

สรุปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารกิจการโฮสเทล					
หัวข้อ	ชื่อโรงแรม	โรงแรมที่ดำเนินกิจการเขตคลองสาน			
	ดิลกจันทร์	อินทรอก-อินชอย	สยาม ปลีกอิน	ยอ ยักษ์	เอ็ม เกรย์
4. วิธีการรับมือกับคู่แข่งธุรกิจ	หาจุดเด่นของโฮสเทล โฆษณาให้เที่ยววิถีชีวิต	ใช้จุดเด่นด้านการ บริการของพนักงาน	เข้าใจความต้องการของ ลูกค้า	ดีตลาดให้เทียบฝั่ง พระนคร โฆษณาการ ท่องเที่ยว	ที่ตั้งต้องมีความ สะดวกต่อการ เดินทาง
5. ข้อเสนอแนะ สำหรับ คนที่ต้องการเปิดโฮสเทล ในอนาคต	ดูเรื่องกฎหมายอาคาร หาทำเลที่ตั้งที่มีศักยภาพ มากพอ	เน้นการสร้างภาพ ประทับใจของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้ากลับมา พักซ้ำ	นอกจากเรื่องการออกแบบ ควรมีใจรักในการบริการ	ดึงดูดขาย ความมี เอกลักษณ์ของธุรกิจ	ต้องมีใจรักในการ บริการ และมีอัธยาศัยดี

4.3.1.2 ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จากผู้บริหารกิจการโฮสเทลฝั่งพระนคร

ตารางที่ 4.35: สรุปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จากผู้บริหารกิจการโฮสเทลฝั่งพระนคร

สรุปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ เจ้าของกิจการและพนักงาน					
หัวข้อ	ชื่อโรงแรม	โรงแรมที่อยู่นอกเขตโครงการ (ฝั่งพระนคร-เจริญกรุง)			
	2 ดับเบิลยู เบด	ลอฟท์เทล 22	เฮียร์ โฮสเทล	ซิงช้า โฮสเทล	เบรต สเปรด
ข้อมูลเบื้องต้นของโรงแรม					
1. ที่ตั้งโครงการ	ถ.พระราม4	ถ.เจริญกรุง	ถ.เจริญกรุง	ถ.ศิริพงษ์	ถ.พระสุเมรุ
2. รองรับแขกที่เข้าพัก	รองรับลูกค้า 35 คน	รองรับลูกค้า 70 คน	รองรับลูกค้า 38 คน	รองรับลูกค้า 65 คน	รองรับลูกค้า 80 คน
3. ราคาห้องพัก	370 บาท	250 บาท	520 บาท	540 บาท	419 บาท
4. ความเป็นมาของโครงการ	ความใฝ่ฝันของเจ้าของ	ต้องการพัฒนาชุมชน เริ่มต้นด้วยการเป็นเกสต์เฮ้าส์	เกิดจากการเจออาคารสวยและมีศักยภาพในการทำโฮสเทล	มีอาคารที่ตั้งอยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยว	เป็นเจ้าของอาคารจึงนำมาพัฒนาให้เกิดรายได้
5. สิ่งที่แสดงถึงความเป็นโฮสเทล	มีการดีไซน์ที่ดึงดูดลูกค้า	แสดงออกถึงความเป็นเงินอย่างชัดเจน	มีพื้นที่รองรับในการพักผ่อนเยอะ เช่นสวน	การออกแบบ และเน้นความเป็นส่วนตัว	การตกแต่งโมเดิร์นสไตล์ ลอฟท์ผสมผสานกับโคโลเนียล

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.35 (ต่อ): สรุปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จากผู้บริหารกิจการโฮสเทลฝั่งพระนคร

สรุปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ เจ้าของกิจการและพนักงาน					
หัวข้อ	ชื่อโรงแรม	โรงแรมที่อยู่นอกเขตโครงการ (ฝั่งพระนคร-เจริญกรุง)			
	2 ดับเบิลยู เบด	ลอฟท์เทล 22	เฮียร์ โฮสเทล	ชิงช้า โฮสเทล	เบรต สเปรด
6. ลูกค้าส่วนใหญ่ที่เข้าพักเป็นชาติไหน และคิดเป็นสัดส่วน	คนจีนและคนยุโรป	ส่วนใหญ่เป็นคนจีนและคนไทย	ส่วนใหญ่เป็นคนยุโรป อเมริกา คนไทยน้อย	ชาวยุโรป และคนเอเชียสลับกัน	ชาวยุโรป อังกฤษ เกาหลี และญี่ปุ่น
7. ลูกค้าส่วนใหญ่ที่เข้ามาพักมีอายุเท่าไร	20-35 ปี	18-40 ปี	18-45 ปี	20-35 ปี	20-40 ปี
8. ลูกค้าส่วนใหญ่เดินทางมากับใคร	2-4 คน	กลุ่มเพื่อน และครอบครัว	เดินทางคนเดียว	มาเป็นคู่ และกลุ่มเพื่อน	กลุ่มเพื่อน
9. ระยะเวลาในการเข้าพัก	1-3 วัน	2 คืน	2-3 วัน	1-3 คืน	

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.35 (ต่อ): สรุปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จากผู้บริหารกิจการโฮสเทลฝั่งพระนคร

สรุปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ เจ้าของกิจการและพนักงาน					
หัวข้อ	ชื่อโรงแรม	โรงแรมที่อยู่นอกเขตโครงการ (ฝั่งพระนคร-เจริญกรุง)			
	2 ดับเบิลยู เบด	ลอฟท์เทล 22	เฮียร์ โฮสเทล	ชิงช้า โฮสเทล	เบรต สเปรด
10. ปัญหาที่พบจากลูกค้า	เรื่องที่จอตรก และไม่มีลิฟต์	จองห้องพักในราคาถูกแต่มีความต้องการมากกว่าจำนวนเงินที่จ่าย เช่น อาหารเช้า	ลูกค้าไม่ค่อยสร้างปัญหาให้กับโรงแรม	พื้นที่ขนาดเล็กไม่เพียงพอต่อการเก็บกระเป๋าขนาดใหญ่	
11. สิ่งที่โฮสเทลได้รับคำชื่นชมจากลูกค้า	การบริการ สะดวกต่อการเดินทาง	ความสะอาด คาเฟ่และการบริการของพนักงาน	มีพื้นที่รองรับลูกค้าเยอะ เช่น สระว่ายน้ำ	บรรยากาศโดยรวม มีการบริการอาหารเช้า และบาร์ในตอนเย็นที่ชั้นดาดฟ้า	การใส่ใจจากพนักงาน
12. ข้อดีของโครงการ	เดินทางสะดวก	ให้เรียนรู้วัฒนธรรมย่านเก่าแก่ของกรุงเทพฯ	มีพื้นที่รองรับลูกค้าเยอะ	ใกล้ที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ	ใกล้ถนนข้าวสารซึ่งมีนักท่องเที่ยวตลอดทั้งวัน

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.35 (ต่อ): สรุปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จากผู้บริหารกิจการโฮสเทลฝั่งพระนคร

สรุปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ เจ้าของกิจการและพนักงาน					
หัวข้อ	ชื่อโรงแรม	โรงแรมที่อยู่นอกเขตโครงการ (ฝั่งพระนคร-เจริญกรุง)			
	2 ดับเบิลยู เบด	ลอฟท์เทล 22	เฮียร์ โฮสเทล	ชิงช้า โฮสเทล	เบรต สปรด
13. ข้อเสียของโครงการ	ไม่มีที่จอดรถ	ตั้งอยู่ในชุมชน มีเสียงรบกวนจากสิ่งรอบข้าง	ตัวอาคารเป็นอาคารเก่า ทำให้ตัวงานระบบไม่สามารถแก้ไขได้เยอะ	มีเสียงรบกวนจากด้านนอกอาคาร	การโปรโมทในช่วงแรกของโครงการ
ปัจจัยด้านการตลาด					
1. ส่วนประกอบของโรงแรม	ควรมีทุกองค์ประกอบของโฮสเทล	คาเฟ่รองรับผู้เข้าพักและคนในย่านนั้น	ควรมีทุกองค์ประกอบของโฮสเทล	ควรมีคาเฟ่และร้านอาหาร และพื้นที่ใช้สอยอื่นๆ นอกจากที่พัก	ควรมีทุกองค์ประกอบของโฮสเทล
2. การตั้งราคา	ตั้งราคาอิงจากคู่แข่ง	ตั้งราคาอิงจากคู่แข่ง	ตั้งราคาอิงจากคู่แข่ง	ตั้งราคาอิงจากคู่แข่ง	ตั้งราคาอิงจากคู่แข่ง
3. ช่องทางการขายโครงการ	ช่องทางออนไลน์	ช่องทางออนไลน์	ช่องทางออนไลน์	ช่องทางออนไลน์	ช่องทางออนไลน์

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.35 (ต่อ): สรุปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จากผู้บริหารกิจการโฮสเทลฝั่งพระนคร

สรุปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ เจ้าของกิจการและพนักงาน					
หัวข้อ	ชื่อโรงแรม	โรงแรมที่อยู่นอกเขตโครงการ (ฝั่งพระนคร-เจริญกรุง)			
	2 ดับเบิลยู เบด	ลอฟท์เทล 22	เฮียร์ โฮสเทล	ชิงช้า โฮสเทล	เบรต สปรด
4. การส่งเสริมการขายโครงการ	โฆษณาผ่านช่องทางออนไลน์	มีส่วนลดสำหรับผู้เข้าพักในระยะยาว	โฆษณาผ่านช่องทางออนไลน์	โฆษณาทางช่องทางออนไลน์ และจัดอีเวนท์	โฆษณาผ่านช่องทางออนไลน์
ปัจจัยด้านกายภาพ					
1. ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านศักยภาพที่ตั้ง ในการเป็นโฮสเทล	มีสถานที่ท่องเที่ยวและการเดินทางที่เหมาะสมต่อการทำโฮสเทล	สถานที่ท่องเที่ยวย่านคลองสานยังไม่มีที่รู้จัก	มีสถานที่ท่องเที่ยว และการเดินทางที่เหมาะสมต่อการทำโฮสเทล	ต้องอยู่ในพื้นที่ที่เข้าถึงได้ง่าย มีสถานที่สำคัญใกล้เคียงเพื่อดึงดูดลูกค้า	ย่านที่พักมีสถานที่ท่องเที่ยวรองรับนักท่องเที่ยวตลอดทั้งวัน
2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับลักษณะการให้บริการของโรงแรม	มีร้านอาหารและร้านกาแฟ ให้รองรับลูกค้า	ให้ความสำคัญกับการบริการของพนักงาน	ควรมีทุกองค์ ประกอบเทียบเท่าโรงแรม	ที่พักต้องสะอาด และการบริการที่ดี พร้อมให้ความช่วยเหลือลูกค้า	มีร้านอาหารและร้านกาแฟ ให้รองรับลูกค้า

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.35 (ต่อ): สรุปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จากผู้บริหารกิจการโฮสเทลฝั่งพระนคร

สรุปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ เจ้าของกิจการและพนักงาน					
หัวข้อ	ชื่อโรงแรม	โรงแรมที่อยู่นอกเขตโครงการ (ฝั่งพระนคร-เจริญกรุง)			
	2 ดับเบิลยู เบด	ลอฟท์เทล 22	เฮียร์ โฮสเทล	ชิงช้า โฮสเทล	เบรต สเปรด
3. ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการออกแบบ	ออกแบบที่พิกให้สอดคล้องกับบริบทโดยรอบ	การออกแบบมีผลต่อจำนวนผู้เข้าพัก	ใช้ความชอบของเจ้าของเพื่อเป็นแรงผลักดันในการพัฒนาโฮสเทลต่อไป	ความชอบของเจ้าของโครงการหรือออกแบบให้กลมกลืนกับบริบทโดยรอบ	การใช้กราฟฟิคดีไซน์ดึงดูดลูกค้า
ปัจจัยด้านการบริหาร					
1. แผนงานและระยะเวลาดำเนินการก่อนเปิดโครงการ	ภายใน 1 ปี	ภายใน 6 เดือน	ภายใน 6 เดือน	ภายใน 1 ปี	ภายใน 1 ปี
2. ปัจจัยในการเลือกจำนวนพนักงาน และหน้าที่ในแต่ละฝ่าย	พนักงาน 5-6คน	พนักงาน 6 คน	พนักงาน 6 คน	พนักงาน 7 คน	พนักงาน 5-6 คน

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.35 (ต่อ): สรุปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จากผู้บริหารกิจการโฮสเทลฝั่งพระนคร

สรุปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ เจ้าของกิจการและพนักงาน					
หัวข้อ	ชื่อโรงแรม	โรงแรมที่อยู่นอกเขตโครงการ (ฝั่งพระนคร-เจริญกรุง)			
	2 ดับเบิลยู เบด	ลอฟท์เทล 22	เฮียร์ โฮสเทล	ชิงช้า โฮสเทล	เบรต สเปรด
ปัจจัยด้านการเงิน					
1. ระยะเวลาในการคืนทุน	ภายใน 1 ปี	ภายใน 5 ปี	ภายใน 1 ปี	ภายใน 2-3 ปี	ภายใน 7-8 ปี
2. งบประมาณในการลงทุน	5-10 ล้าน	5-10 ล้าน	5-10 ล้าน	5-10 ล้าน	5-10 ล้าน
ข้อเสนอแนะ					
1. ความคิดเห็นเกี่ยวกับการความคุ้มค่าในการลงทุนทำโฮสเทล	ต้องมีผู้เข้าพักตลอดปี คิดเป็น 60 %	ต้องมีผู้เข้าพักตลอดปี คิดเป็น 60 %	ต้องมีผู้เข้าพักตลอดปี คิดเป็น 60 %	คำนึงถึงงบประมาณในการลงทุน เช่น ไม้ต้องเช่าพื้นที่	ต้องมีผู้เข้าพัก 50 % ต่อเดือน
2. กลยุทธ์วิธีการดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาพัก	การออกแบบให้ดึงดูดจากลูกค้า	มีโปรโมชั่นส่วนลดราคาห้องพัก	เน้นการบริการให้ดีที่สุด	มีโปรโมชั่นลดราคาห้องพักตลอดทั้งปี	การสร้างคาแรกเตอร์ให้โฮสเทล ให้เป็นที่จดจำ

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.35 (ต่อ): สรุปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จากผู้บริหารกิจการโฮสเทลฝั่งพระนคร

สรุปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ เจ้าของกิจการและพนักงาน					
หัวข้อ	ชื่อโรงแรม	โรงแรมที่อยู่นอกเขตโครงการ (ฝั่งพระนคร-เจริญกรุง)			
	2 ดับเบิลยู เบด	ลอฟท์เทล 22	เฮียร์ โฮสเทล	ชิงช้า โฮสเทล	เบรต สปรต
3. แนวโน้มในอนาคตเกี่ยวกับธุรกิจโฮสเทล	ธุรกิจมีการต่อยอดไปได้เรื่อยๆ ต้องพัฒนาธุรกิจไปเรื่อยๆ	เรื่องที่ตั้งโครงการเป็นสิ่งสำคัญ รวมถึงการศึกษากฎหมายควบคุมประเภทอาคารที่พัฒนาอยู่เสมอ	โฮสเทลขนาดใหญ่ขึ้น มีองค์ประกอบเทียบเท่าโรงแรม	นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวไทยคงที่ยากต่อการดึงดูดลูกค้าให้มาพักโฮสเทล	คนรุ่นใหม่สามารถท่องเที่ยวได้ด้วยตัวเองมากขึ้นทำให้มีผลกับการดีไซน์โฮสเทลด้วย การสร้างคาแรกเตอร์ให้กับโฮสเทล
4. วิธีการรับมือกับคู่แข่งธุรกิจ	รักษามาตรฐานให้ตรงกับการโฆษณา	ศึกษาข้อดีของคู่แข่งแล้วนำมาปรับปรุงกับโครงการของตัวเอง	สร้างมาตรฐานของโครงการให้ดี	ไม่โฟกัสกับคู่แข่ง แต่พัฒนาโฮสเทลของตัวเองให้ดีขึ้นเรื่อยๆ เพื่อให้ผู้เข้าพักประทับใจ	ศึกษาความต้องการของลูกค้า เช่น การสร้างความทรงจำที่ดีให้กับลูกค้าที่มาพักด้วยโปรโมชั่นอาหารเช้าต่างๆ

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.35 (ต่อ): สรุปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จากผู้บริหารกิจการโฮสเทลฝั่งพระนคร

สรุปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ เจ้าของกิจการและพนักงาน					
หัวข้อ	ชื่อโรงแรม	โรงแรมที่อยู่นอกเขตโครงการ (ฝั่งพระนคร-เจริญกรุง)			
	2 ดับเบิลยู เบด	ลอฟท์เทล 22	เฮียร์ โฮสเทล	ชิงช้า โฮสเทล	เบรด สเปรด
5. ข้อเสนอแนะ สำหรับคนที่ต้องการ เปิดโฮสเทลในอนาคต	รักษาภาพลักษณ์ให้ ตรงกับการโฆษณา	คำนึงเรื่องกฎหมายใน การขออนุญาตเปิดโฮส เทล	ให้ดูเรื่องกฎหมายอาคาร ให้ดีกว่าก่อน	ศึกษาเรื่องกฎหมาย ควบคุมประเภท อาคารก่อนการเปิด โฮสเทล รายรับรายจ่าย เจ้าของโครงการต้อง รักการบริการ	การเดินทางจากโฮส-เทลไป ยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ต้องสะดวก ใกล้สถานที่ ท่องเที่ยว

4.3.1.2 สรุปปัจจัยของการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการที่ได้จากการสัมภาษณ์
จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารกิจการโฮสเทลแบ่งข้อมูลออกเป็น 4 ด้าน ตามเรื่อง
การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ เขตคลองสาน

ตารางที่ 4.36: ตารางสรุปปัจจัยของการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการที่ได้จากการสัมภาษณ์

สรุปปัจจัยของการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการที่ได้จากการสัมภาษณ์		
ปัจจัย	ความคิดเห็น	ข้อเสนอแนะ
1) ปัจจัยด้านกายตลาด	ส่วนประกอบของ : โฮสเทลควรมี ทุกองค์ประกอบเพื่อสนองความ ต้องการของลูกค้า การตั้งราคา : ควรอิงราคาตลาด คู่แข่งของโฮสเทล ช่องทางการขายโครงการ : ช่องทางออนไลน์ทุกทาง การส่งเสริมการขายโครงการ : การโฆษณาผ่านทางโซเชียล เน็ตเวิร์ค และการลดราคาห้องพัก เพื่อกระตุ้นยอดขาย	สถานที่ท่องเที่ยวฝั่งคลองสานยัง ไม่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ จึงต้องมีการจัดทำโฆษณาให้ นักท่องเที่ยวได้รู้จักมากขึ้น และ ยังถือเป็นโอกาสในการพัฒนา ชุมชนให้มีชีวิตที่ดีขึ้น
2) ปัจจัยด้านกายภาพ	ศักยภาพที่ตั้งของโครงการเป็นสิ่ง สำคัญ ดังนั้นควรมีทำเลที่ตั้งที่ สะดวกในการเดินทาง และ สามารถเข้าถึงได้ง่าย อยู่ในย่าน สำคัญและแหล่งท่องเที่ยวในการ ดึงดูดนักท่องเที่ยว	- ก่อนการออกแบบควรคำนึง เรื่องของกฎหมายอาคารให้ดี - ข้อดีของการออกแบบที่ดีดึงดูด สายตาลูกค้าและจัดให้มีส่วน ต่างๆสำหรับการถ่ายรูปทำให้เกิด การโฆษณาโดยไม่ต้องลงทุน
3) ปัจจัยด้านการ บริหาร	แผนงานและระยะเวลาดำเนินการ ก่อนเปิดโครงการโดยส่วนใหญ่จะ ใช้เวลาภายใน 1 ปี ในการ	พนักงานทุกคนจะต้องมี Service Mind ในการบริการลูกค้า สร้าง ความเป็นกันเองให้กับลูกค้า

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.36 (ต่อ): ตารางสรุปปัจจัยของการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการที่ได้จากการสัมภาษณ์
สัมภาษณ์

สรุปปัจจัยของการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการที่ได้จากการสัมภาษณ์		
ปัจจัย	ความคิดเห็น	ข้อเสนอแนะ
4) ปัจจัยด้านการเงิน	ก่อนการเปิดกิจการควรทำงบประมาณการลงทุนและการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงินของโครงการ เพื่อวิเคราะห์ความอยู่รอดของโครงการ และควรวางแผนกระตุ้นยอดขายให้มีผู้เข้าพักรับรองโดยเฉลี่ยร้อยละ 50 ขึ้นไป เพื่อคืนทุนให้ได้ภายใน 5-10 ปี	สำหรับผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของอาคารอยู่แล้ว และมีต้นทุนที่มากพอ โฮสเทลเป็นทางเลือกธุรกิจที่น่าสนใจ แต่ก็จำเป็นต้องพัฒนาและวางแผนให้ดีขึ้น เพราะในอนาคตการแข่งขันทางธุรกิจโฮสเทลจะมีการแข่งขันที่สูงขึ้น

จากการวิเคราะห์การสัมภาษณ์ของผู้บริหารธุรกิจโฮสเทลทำให้ทราบถึงแนวโน้มในการทำธุรกิจโฮสเทลในอนาคตว่า จะมีการแข่งขันที่สูงมากขึ้นเรื่อยๆ ผู้ลงทุนควรศึกษาปัจจัยในการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการให้ดี เพื่อให้โครงการที่ลงทุนนั้นอยู่รอด ผู้บริหารธุรกิจโฮสเทลได้ให้คำแนะนำเพิ่มเติมในการประกอบธุรกิจโฮสเทล ดังนี้

1) การให้บริการที่ดีของผู้ประกอบการ ลูกค้าที่มาใช้บริการจะมีความรู้สึกอบอุ่น และอยากกลับมาใช้บริการอีก ทั้งยังมีการบอกต่อให้กับคนที่รู้จัก ซึ่งถือเป็นการประชาสัมพันธ์ให้โรงแรมไปในตัว

2) ศักยภาพของทำเลที่ตั้ง ทำเลที่ตั้งอยู่ในย่านสำคัญเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวและสะดวกในการเดินทาง สามารถเข้าถึงได้ง่าย ในกรณีมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ก็จะเป็นการเพิ่มข้อได้เปรียบให้กับผู้ประกอบการ เช่น มีบริการอินเทอร์เน็ตให้ใช้โดยไม่คิดค่าบริการ มีพื้นที่ใช้สอยส่วนกลาง

3) สิ่งอำนวยความสะดวก ราคาที่มีความเหมาะสม ก็จะช่วยให้ลูกค้าสามารถตัดสินใจเข้ามาใช้บริการมากขึ้นด้วย

4) ราคาของห้องพัก ต้องเป็นราคาที่เหมาะสมต่อการบริการ จึงจะช่วยให้ลูกค้าตัดสินใจใช้บริการมากขึ้นด้วย

4.3.2 การสอบถามเพื่อการสอบทานความเป็นไปได้ของโครงการ

เป็นการสอบถามผู้บริหารกิจการโฮสเทล เกี่ยวกับแบบโครงการที่จัดทำในเนื้อหาข้อ 4.1 ด้วยการสอบทานแบบสอบถาม เพื่อวิเคราะห์สรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการทั้ง 4 เรื่อง คือปัจจัยด้านกายตลาด ปัจจัยด้านกายภาพ ปัจจัยด้านการบริหาร และปัจจัยด้านการเงิน ว่าเห็นด้วยหรือไม่กับกับโครงการที่จัดทำขึ้นมา ผลคำตอบจะเป็นการชี้วัดถึงความเป็นไปได้ในการประกอบกิจการโฮสเทล เขตคลองสาน

ตารางที่ 4.37: แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับโครงการ

ปัจจัยของการศึกษา ความเป็นไปได้ของ โครงการ	แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับโครงการ (เห็นด้วยหรือไม่)									
	โฮสเทลที่อยู่บริเวณใกล้เคียง โครงการ					โฮสเทลที่อยู่บริเวณนอกเขต โครงการ				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ปัจจัยด้านกายภาพ										
ที่ตั้งโครงการ	✓	X	✓	✓	✓	✓	X	✓	✓	✓
ลักษณะการให้บริการ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X	✓
การออกแบบโฮสเทล	✓	X	✓	✓	✓	X	✓	✓	✓	✓
ปัจจัยด้านการตลาด										
การวิเคราะห์สินค้า	✓	X	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
การวิเคราะห์ราคา	✓	✓	✓	X	✓	✓	✓	✓	✓	✓
การวิเคราะห์ช่องทางการ ขาย	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
การวิเคราะห์การส่งเสริม การขาย	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ปัจจัยด้านการบริหารการจัดการ										
CULTURAL GUIDE TOUR	✓	X	✓	✓	✓	✓	X	✓	✓	✓
Service Mind to Service Excellence	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.37 (ต่อ): แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับโครงการ

ปัจจัยของการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ	ผลสัมฤทธิ์ความคิดเห็นเกี่ยวกับโครงการ (เห็นด้วยหรือไม่)									
	โฮสเทลที่อยู่บริเวณใกล้เคียงโครงการ					โฮสเทลที่อยู่บริเวณนอกเขตโครงการ				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
แผนงานการจัดโครงสร้างองค์กร	✓	✓	✓	✓	X	✓	✓	✓	✓	✓
แผนงานการดำเนินงาน	✓	✓	✓	✓	X	✓	✓	✓	✓	✓
ปัจจัยด้านการเงิน										
การวิเคราะห์การประมาณการเงินลงทุนของโครงการ	X	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X	✓	✓
การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงินของโครงการ	X	✓	✓	✓	X	✓	✓	✓	✓	✓

หลังจากให้ผู้บริหารกิจการโฮสเทลทำแบบสอบถามและสัมภาษณ์ความคิดเห็นเกี่ยวกับโครงการ “การศึกษาความเป็นไปได้ของการประกอบธุรกิจโฮสเทล เขตคลองสาน” ผู้วิจัยได้แยกประเด็นในการอธิบายสรุปผลสัมฤทธิ์ ทั้ง 4 ด้าน ดังนี้

- 1) สรุปผลสัมฤทธิ์ด้านกายภาพเกี่ยวกับโครงการ
- 2) สรุปผลสัมฤทธิ์ด้านการตลาดเกี่ยวกับโครงการ
- 3) สรุปผลสัมฤทธิ์ด้านการบริหารเกี่ยวกับโครงการ
- 4) สรุปผลสัมฤทธิ์ด้านการเงินเกี่ยวกับโครงการ

4.3.2.1 รูปแบบสอบถามด้านกายภาพเกี่ยวกับโครงการ

ตารางที่ 4.38: สรุปผลสัมพัณณ์ด้านกายภาพเกี่ยวกับโครงการ

สรุปผลสัมพัณณ์ด้านกายภาพเกี่ยวกับโครงการ			
เรื่อง	ผลจากการสอบถาม		ความคิดเห็นเกี่ยวกับบทสัมพัณณ์
	POSITIVE THINKING	NEGATIVE THINKING	
SITE LOCATION	80%	20%	ผู้ให้สัมพัณณ์เห็นด้วยกับที่ตั้งโครงการ ในการที่ตั้งโครงการในพื้นที่ฝั่งคลองสานใกล้กับใกล้กับย่านที่มีประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมที่เก่าแก่ ผู้ให้สัมพัณณ์ให้เป็นจุดสนใจของนักท่องเที่ยวได้ ในส่วนที่ไม่เห็นด้วยให้สัมพัณณ์ว่านักท่องเที่ยวยังไม่สนใจเท่าฝั่งพระนคร
HOSTEL FACILITIES	90%	10%	ผู้ให้สัมพัณณ์เห็นด้วยกับการให้บริการของโฮสเทล ในเรื่องการแบ่งเป็นส่วนทำเงิน 80% และจัดเป็นประเภทห้องพัก ทั้ง Dormitory และ Private room และส่วนสาธารณะที่คนภายนอกสามารถเข้าใช้ได้แก่ร้านอาหาร แกลลอรี่
HOSTEL DESIGN	80%	20%	ผู้ให้สัมพัณณ์เห็นด้วยกับแนวคิดการออกแบบจากบริบทของที่ตั้งคือการได้สัมผัสสัมผัสเสน่ห์กลิ่นอายพื้นที่วัฒนธรรมในคลองสานและภูมิเงิน โดยมี การตกแต่งออกแบบเป็นสไตล์ชิโนโปรตุกีส ผสมผสานความเป็นไทย จีน และตะวันตกเข้าไว้ด้วยกัน เพื่อสร้างเอกลักษณ์โครงการให้เป็นที่น่าจดจำ และสอดคล้องกับเรื่องราวบริบทของทำเลที่ตั้งในส่วนที่ไม่เห็นด้วยให้สัมพัณณ์ว่าการลงทุนออกแบบอาจไม่คุ้มทุนกับการลงทุนเพราะนักท่องเที่ยวบางกลุ่มชอบความเรียบง่ายของที่พัค

4.3.2.2 สรุบบแบบสอบถามด้านการตลาดเกี่ยวกับโครงการ

ตารางที่ 4.39: สรุบบแบบสอบถามด้านการตลาดเกี่ยวกับโครงการ

สรุปผลสัมภาษณ์ด้านการตลาดเกี่ยวกับโครงการ			
เรื่อง	ผลจากการสอบถาม		ความคิดเห็นเกี่ยวกับบทสัมภาษณ์
	POSITIVE THINKING	NEGATIVE THINKING	
การวิเคราะห์ สินค้าของ โครงการ (Product)	90%	10%	ผู้ให้สัมภาษณ์เห็นด้วยกับการทำโฮสเทลที่ประสบความสำเร็จจะต้องมีส่วน ประกอบของการให้บริการเน้นความสะดวกสบาย และมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันและมีการพัฒนาโครงการให้มีคุณภาพให้แตกต่างและคุ้มค่า โดยนำเสนอวัฒนธรรมและเอกลักษณ์ของคลองสานเป็นตัวเชื่อมการออกแบบและการให้บริการ
การวิเคราะห์ ราคาของ โครงการ (Price)	90%	10%	ผู้ให้สัมภาษณ์เห็นด้วยกับการตั้งราคาห้องพักโฮสเทลที่ใช้กลยุทธ์การตั้งราคาอิงคู่แข่ง เพราะเป็นหลักการ เพื่อเป็นวิธีการโปรโมทโครงการ และโครงการจะต้องมีคุณภาพที่มากกว่าเพื่อเป็นจุดแข็ง เช่น วิธีการพรีอาหารเช้าที่เป็นอาหารท้องถิ่น รวมถึงแถมการพาทัวร์ย่านแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของท้องถิ่น เป็นต้น
การวิเคราะห์ ช่องทางการขาย ของโครงการ (Place/ Distribution)	98%	2%	ผู้ให้สัมภาษณ์ให้สัมภาษณ์ว่าลูกค้าส่วนใหญ่ของโฮสเทลจะเป็นการจองห้องพักล่วงหน้าทางโครงการจึงเน้นช่องทางการขาย ทาง Online Travel Agents (OTA) เป็นหลัก และลูกค้าส่วนใหญ่ที่เลือกพักโฮสเทลจะอยู่ในช่วงอายุ 18-35 ปี ซึ่งเป็นช่วงอายุที่ชอบเล่นโซเชียล จึงจำเป็นต้องมีช่องทางการขายในรูปแบบโซเชียลมีเดียด้วย

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.39 (ต่อ): สรุปแบบสอบถามด้านการตลาดเกี่ยวกับโครงการ

สรุปผลสัมภาษณ์ด้านการตลาดเกี่ยวกับโครงการ			
เรื่อง	ผลจากการสอบถาม		ความคิดเห็นเกี่ยวกับบทสัมภาษณ์
	POSITIVE THINKING	NEGATIVE THINKING	
การวิเคราะห์ การส่งเสริมการ ขายของ โครงการ (Promotions)	95%	5%	ผู้ให้สัมภาษณ์ให้สัมภาษณ์ว่าโครงการจะเน้นการโฆษณาผ่านทางโซเชียลเน็ตเวิร์ค โดยที่นักท่องเที่ยวที่สนใจข้อมูลของโฮสเทลและโปรโมชั่น รวมถึงความคิดเห็นจากแขกท่านอื่น ทำให้เป็นแรงจูงใจในการเลือกเข้าพัก และตั้งลดราคาตามเทศกาลต่างๆ

4.3.2.3 สรุปแบบสอบถามด้านการบริหารจัดการเกี่ยวกับโครงการ

ตารางที่ 4.40: สรุปแบบสอบถามด้านการบริหารจัดการเกี่ยวกับโครงการ

สรุปผลสัมภาษณ์ด้านการบริหารจัดการเกี่ยวกับโครงการ			
เรื่อง	ผลจากการสอบถาม		ความคิดเห็นเกี่ยวกับบทสัมภาษณ์
	POSITIVE THINKING	NEGATIVE THINKING	
CULTURAL GUIDE TOUR	85%	15%	ผู้ให้สัมภาษณ์เห็นด้วยกับการจัดโปรแกรมทัวร์ ย่านแหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม และการขายขนมและอาหารท้องถิ่น เช่นอาหารตำรับโปรตุเกส เช่น กระทงทองไส้สับแหยก จีบนกไทย ขนมฝรั่งกุฎีจีน เป็นต้น การจัดแกลเลอรี รวบรวมข้อมูลประวัติศาสตร์ย่านคลองสาน ทั้งรูปภาพและเนื้อหาสำหรับนักท่องเที่ยวที่สนใจ

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.40 (ต่อ): สรุปแบบสอบถามด้านการบริหารจัดการเกี่ยวกับโครงการ

สรุปผลสัมฤทธิ์ด้านการบริหารจัดการเกี่ยวกับโครงการ			
เรื่อง	ผลจากการสอบถาม		ความคิดเห็นเกี่ยวกับบทสัมภาษณ์
	POSITIVE THINKING	NEGATIVE THINKING	
Service Mind to Service Excellence	95%	5%	ผู้ให้สัมภาษณ์ให้สัมภาษณ์ว่าการบริการถือเป็นสิ่งสำคัญในการประกอบธุรกิจโฮสเทลให้ประสบความสำเร็จจึงต้องมีการสอนและฝึกพนักงานทุกคนให้มีความรักการบริการ (Service Mind) เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในการกลับมาใช้บริการ
แผนงานการจัดโครงสร้างองค์กร (Organization)	85%	15%	การเข้าพักโฮสเทลจะเป็นการให้บริการตนเองเป็นหลัก ดังนั้นพนักงานในการดูแลจึงไม่ต้องมีจำนวนมาก และเน้นไปที่พนักงานต้อนรับเป็นหลักในการดูแลความเรียบร้อย ให้คำแนะนำและแก้ปัญหาให้กับลูกค้า
แผนงานการดำเนินงานปรับปรุงอาคาร	90%	10%	ผู้ให้สัมภาษณ์ให้สัมภาษณ์ว่า แผนงานและระยะเวลาดำเนินการก่อนเปิดโครงการโดยส่วนใหญ่จะใช้เวลาประมาณ 1-3 ปี ในการดำเนินการ

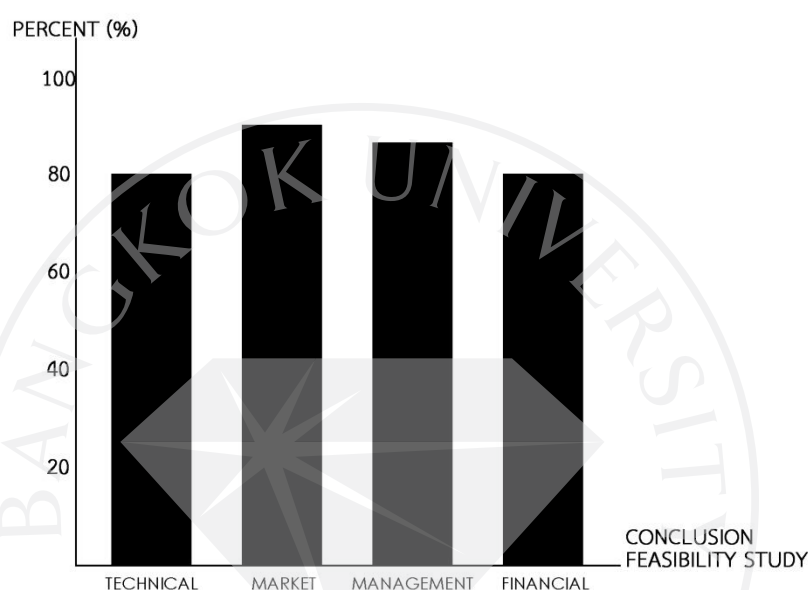
4.3.2.4 สรุบบแบบสอบถามด้านการเงินเกี่ยวกับโครงการ

ตารางที่ 4.41: สรุบบแบบสอบถามด้านการเงินเกี่ยวกับโครงการ

สรุปผลสัมภาษณ์ด้านการเงินเกี่ยวกับโครงการ			
เรื่อง	ผลจากการสอบถาม		ความคิดเห็นเกี่ยวกับบทสัมภาษณ์
	POSITIVE THINKING	NEGATIVE THINKING	
การวิเคราะห์ การประมาณ การเงินลงทุน ของโครงการ	80%	20%	ผู้ให้สัมภาษณ์ให้สัมภาษณ์ว่าการเปิดกิจการโฮสเทลสำหรับผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของอาคารอยู่แล้ว และมีต้นทุนที่มากพอ โฮสเทลเป็นทางเลือกธุรกิจที่น่าสนใจ แต่ก็จำเป็นต้องพัฒนาและวางแผนให้ดีขึ้น เพราะในอนาคตการแข่งขันทางธุรกิจโฮสเทลจะมีการแข่งขันที่สูงขึ้นจากเดิมมาก จึงต้องศึกษาโครงการให้มีความแตกต่างจากที่อื่น
การวิเคราะห์ ผลตอบแทน ทางการเงิน ของโครงการ	80%	20%	ผู้ให้สัมภาษณ์ให้สัมภาษณ์ว่าก่อนการเปิดกิจการควรทำงบประมาณการลงทุนและการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงินของโครงการ เพื่อวิเคราะห์ความสำเร็จของโครงการและควรวางแผนให้รัดกุม และเพื่อกระตุ้นยอดขายให้มีผู้เข้าพักต่อคนโดยเฉลี่ยร้อยละ 50 ขึ้นไป เพื่อคืนทุนให้ได้ภายใน 3-7 ปี และอาจต้องคิดในเรื่องการบริหารควบคู่ไปด้วยเช่นการจัดโปรโมชั่นเพื่อเรียกลูกค้า และเพื่อแย่งชิงผลกำไรจากคู่แข่ง

4.3.2.4 การวิเคราะห์หลังจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโฮสเทล 10 ที่แล้วนำผลสรุปมาวิเคราะห์และแยกหัวข้อตามปัจจัยของการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ คือ ปัจจัยด้านกายตลาด ปัจจัยด้านกายภาพ ปัจจัยด้านการบริหาร และปัจจัยด้านการเงิน

ภาพที่ 4.19: แสดงแผนภูมิสรุปผลสอบถามการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ



- 1) ปัจจัยของการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการด้านกายภาพ
จากการสอบถามผู้ประกอบการกิจการโฮสเทล พบว่าความคิดเห็นร้อยละ 85 เห็นด้วยกับแบบโครงการของการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการด้านกายภาพที่นำไปสัมภาษณ์
- 2) ปัจจัยของการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการด้านการตลาด
จากการสอบถามผู้ประกอบการกิจการโฮสเทล พบว่าความคิดเห็นร้อยละ 95 เห็นด้วยกับแบบโครงการของการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการด้านการตลาดที่นำไปสัมภาษณ์
- 3) ปัจจัยของการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการด้านการบริหาร
จากการสอบถามผู้ประกอบการกิจการโฮสเทล พบว่าความคิดเห็นร้อยละ 90 เห็นด้วยกับแบบโครงการของการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการด้านการบริหารที่นำไปสัมภาษณ์
- 4) ปัจจัยของการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการด้านการเงิน
จากการสอบถามผู้ประกอบการกิจการโฮสเทล พบว่าความคิดเห็นร้อยละ 80 เห็นด้วยกับแบบโครงการของการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการด้านการเงินที่นำไปสัมภาษณ์

จากการสรุปผลการสอบถามพบว่าผู้บริหารกิจการโฮสเทลเห็นด้วยกับ แบบโครงการด้านการตลาดมากที่สุดจากการวิเคราะห์หลักการตลาด 4P ของโครงการ และผลสัมฤทธิ์และแบบสอบถาม จากการชี้วัดของกลุ่มเป้าหมายทำให้วิเคราะห์ การประกอบธุรกิจโฮสเทลที่คล่องสาน มีความเป็นไปได้ที่จะสำเร็จของโครงการ

4.3.3 ผลการสอบทานความเป็นไปได้ของโครงการ

จากการสอบทานข้อมูลทั้งการสัมภาษณ์และการสอบถาม ผู้วิจัยได้แบ่งการสอบทานตามหลักการความเป็นไปได้ของโครงการ แบ่งเป็น 4 ด้าน ดังนี้

4.3.3.1 การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการด้านกายภาพ ของโครงการ

การวิเคราะห์จากการสอบทานด้านกายภาพของโครงการ ผู้ให้สัมภาษณ์ได้ให้สัมภาษณ์ว่า ท่าเลสถานที่ตั้งมีความสำคัญมากที่สุดในการประกอบกิจการโฮสเทล คือ สถานที่ตั้งของโฮสเทลใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวและชุมชน รองลงมาคือ สถานที่ตั้งของโฮสเทลใกล้ร้านค้า ร้านอาหาร ท่าเลที่ตั้งต้องเดินทางสะดวก ง่ายต่อการเดินทางไปยังสถานที่ตั้งต่างๆ ท่าเลที่ตั้งที่เหมาะสมต้องใกล้กับรถไฟ เพราะลูกค้าส่วนใหญ่ของโฮสเทล เป็นนักท่องเที่ยวแบ็คแพ็คเกอร์ ที่มักจะเลือกที่พักที่ง่ายต่อการเดินทาง ในเรื่องของแนวความคิดการออกแบบโฮสเทล ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ให้สัมภาษณ์ว่าการออกแบบโครงการจากบริบทที่ตั้ง เป็นสิ่งที่น่าสนใจในการออกแบบ เพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชอบความสวยงามของที่พัก ถ้าที่พักมีสไตล์การออกแบบที่ชัดเจนจะสามารถช่วยดึงดูดลูกค้าได้ง่ายกว่าโฮสเทลอื่น ด้านลักษณะกายภาพทั่วไปของโครงการผู้ให้สัมภาษณ์ได้ให้สัมภาษณ์ว่า ระบบรักษาความปลอดภัย สภาพแวดล้อมภายในโฮสเทล บรรยากาศภายในห้องพักไม่แออัด และความสะดวกภายในห้องน้ำก็เป็นสิ่งสำคัญ

4.3.3.2 การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการด้านการตลาดของโครงการ

การวิเคราะห์จากการสอบทานด้านการตลาดของโครงการ ผู้ให้สัมภาษณ์ได้ให้สัมภาษณ์ว่า สินค้าหรือที่พัก มีความสำคัญมากที่สุดในการประกอบกิจการโฮสเทล ซึ่งในด้านผลิตภัณฑ์คือ ขนาดห้อง รองลงมาคือ สิ่งอำนวยความสะดวก รูปแบบห้องพักที่หลากหลาย สภาพห้องพัก และความสะดวก ด้านราคาของผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ราคาห้องพักที่หลากหลาย รองลงมาคือ ความเหมาะสมของราคาห้องพักที่เมื่อเปรียบเทียบกับสิ่งอำนวยความสะดวก การกำหนดราคาห้องพักและบริการที่ชัดเจน ความเหมาะสมของราคาห้องพักเมื่อเปรียบเทียบกับโฮสเทลอื่นๆซึ่งการกำหนดราคาห้องพักผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่จะอิงจากการวางตำแหน่งทางการตลาด (Positioning) เพราะเป็นราคากลางของตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาดผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากที่สุดคือ การรวมบริการระหว่างห้องพักกับบริการอื่นๆ มีผลต่อการตัดสินใจเข้าพัก เช่น การแถมอาหารเช้าพร้อมกับราคาที่พัก รองลงมาคือ การทำทัวร์ท่องเที่ยววิถีชีวิตชุมชนภูฏาน ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นด้วย เพราะเป็นการเพิ่มคุณค่าให้กับที่พักและยังเป็นการ

สร้างรายได้ให้กับชุมชนอีกด้วย ด้านการประชาสัมพันธ์โฮสเทลให้เป็นที่ยอมรับ ผู้ให้สัมภาษณ์บอกว่า เป็นสิ่งสำคัญที่สุด เพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะจองที่พักล่วงหน้ามาก่อน และการมีเว็บไซต์ของโฮสเทล ยังเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับโครงการอีกทางหนึ่ง และด้านโปรโมชั่นจะต้องมีการจัดลดราคาห้องพักเพื่อจูงใจให้ลูกค้าเข้ามาพักในช่วงเวลานั้น และยังเป็นกลยุทธ์การกระตุ้นความต้องการของลูกค้าอีกทางหนึ่ง

4.3.3.3 การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการด้านการบริหารของโครงการ

การวิเคราะห์จากการสอบทานด้านการบริหารของโครงการ ผู้ให้สัมภาษณ์ได้ให้สัมภาษณ์ว่า เรื่องพนักงานให้บริการ ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญสูงสุดคือ มีความรู้และความเข้าใจในงานบริการ รองลงมาคือ ให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส สุภาพ เป็นมิตรและมีความสามารถในการสื่อสารด้วยภาษาต่างประเทศ ด้านกระบวนการบริการผู้ให้สัมภาษณ์ให้ความสำคัญสูงสุดคือ ความสะดวกสบายในการชำระเงินค่าห้องพัก รองลงมาคือ ความรวดเร็วของขั้นตอนการลงทะเบียนเข้าออกห้องพัก และความแม่นยำของระบบการจองห้องพัก ซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ยังให้สัมภาษณ์ว่าต้องมีการแบ่งหน้าที่งานให้พนักงานอย่างชัดเจน เพื่อความเข้าใจของพนักงานในการปฏิบัติหน้าที่ในส่วนต่างๆที่รับผิดชอบ

4.3.3.4 การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการด้านการเงินของโครงการ

การวิเคราะห์จากการสอบทานด้านการเงินของโครงการ ผู้ให้สัมภาษณ์ได้ให้สัมภาษณ์ว่าก่อนการเปิดกิจการควรทำงบประมาณลงทุนและการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงินของโครงการ เพื่อวิเคราะห์ความสำเร็จของโครงการ ด้านการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงินของโครงการผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ได้ให้สัมภาษณ์ว่าโครงการจะต้องวางแผนกระตุ้นยอดขายให้มีผู้เข้าพักต่อคืนโดยเฉลี่ยร้อยละ 50 ขึ้นไป ส่วนวันเข้าพักในเทศกาลสำคัญต้องมีนักท่องเที่ยวเข้าพักต่อคืนโดยเฉลี่ยร้อยละ 70 ขึ้นไป และด้านการวิเคราะห์ระยะเวลาคืนทุนผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ได้ให้สัมภาษณ์ว่ากิจการโฮสเทลที่สำเร็จจะต้องคืนทุนให้ได้ภายใน 3-5 ปี

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ (Feasibility Study) มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุนประกอบธุรกิจ และวิเคราะห์หาปัจจัยที่ทำให้การประกอบธุรกิจให้สำเร็จ โดยการวิเคราะห์สรุปผลการศึกษาความเป็นไป ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านกายภาพ ด้านการตลาด ด้านการบริหาร และด้านการเงิน เพื่อเสนอแนวทางในการประกอบธุรกิจโฮสเทล เขตคลองสาน รายละเอียดมีดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการด้านกายภาพ

จากการวิเคราะห์เนื้อหาและการสอบถาม แบ่งเนื้อหาการสรุปผลด้านกายภาพ ออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

5.1.1 ด้านการวิเคราะห์ที่ตั้ง สภาพแวดล้อม รายละเอียดและการเข้าถึงโครงการ จากการหาที่ตั้งโครงการด้วยวิธีการสำรวจและการวิเคราะห์ Swot Analysis ทำให้ได้ที่ตั้งโครงการที่เหมาะสมต่อการประกอบธุรกิจโฮสเทล คือ อาคารพาณิชย์ 90 ถนนเชียงใหม่ แขวงคลองสาน เขตคลองสาน กรุงเทพฯ โครงการตั้งอยู่ในย่านกุฎีจีน เป็นชุมชนเก่าแก่ที่รวมความหลากหลายทางเชื้อชาติ ศาสนาและวัฒนธรรม ทำให้บริบทโครงการมีความโดดเด่นในด้านที่ตั้งเป็นอย่างมาก ด้วยพื้นที่ทำเลของโครงการเป็นชุมชนเก่าแก่ ทำให้มีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญอยู่บริเวณใกล้เคียงเป็นจำนวนมาก เช่น กลุ่มอาคารตระกูลหวั่งหลี ศาลเจ้าพ่อเสือ หรือวัดทองธรรมชาติ เป็นต้น (แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญย่านคลองสานในหน้า 38) ด้านการเข้าถึงโครงการทำได้ทั้ง 4 วิธี คือ เดินทางโดยรถยนต์ เดินทางโดยสารคือรถสองแถวและมอเตอร์ไซด์รับจ้าง เดินทางเส้นทางเรือ คือท่าเรือ หวั่งหลี และเดินทางโดยรถไฟฟ้าสายสีทอง (เปิดในปี 2563) ซึ่งจากการสอบถามผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับที่ตั้งโครงการสำคัญสูงสุดในการทำโฮสเทล ดังนั้นจึงเห็นด้วยกับทำเลที่ตั้งโครงการเป็นอย่างมากเพราะ ที่ตั้งโครงการตั้งอยู่ในย่านวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ประเพณีและวิถีชีวิต

5.1.2 ด้านการออกแบบสถาปัตยกรรมรวมถึงผังโครงการ จากการวิเคราะห์ทบทวนวรรณกรรมลักษณะการให้บริการของโรงแรมแบ่งเป็นพื้นที่สร้างรายได้ คือ ส่วนต้อนรับ ส่วนพักผ่อน และนั่งเล่น ร้านอาหาร ห้องน้ำ ห้องพัก และส่วนแกลลอรี่แสดงประวัติรวมถึงวิถีชีวิตชุมชนกุฎีจีนเพื่อให้ลูกค้าเข้าพักมีส่วนร่วมับชุมชนและยังเป็นการสร้างคุณค่าให้กับโครงการ และพื้นที่ไม่สร้างรายได้ ประกอบไปด้วย ทางเดินภายในอาคาร ทางหนีไฟ และพื้นที่ส่วนของการบริหารจัดการและส่วนของพนักงาน

5.1.3 ด้านแนวความคิดและการออกแบบโครงการ จากการวิเคราะห์กรณีศึกษา การออกแบบโครงการเน้นการออกแบบที่พักเพื่อตอบสนองต่อโจทย์ผู้เข้าพักมากที่สุด โฮสเทลที่มีการตกแต่งสวยงาม มีสไตล์ที่ชัดเจนมักจะได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยว ดังนั้นการออกแบบโครงการจึงเป็นการออกแบบเพื่อแสดงความเป็นอัตลักษณ์ของพื้นที่ โครงการจึงเลือกการออกแบบสไตล์ชิโนโปรตุกีส ให้สอดคล้องกับบริบทของที่ตั้ง เพื่อสร้างคุณค่าและเอกลักษณ์ให้กับโครงการ เหมือนกับคำตอบของผู้ให้สัมภาษณ์ว่าการออกแบบโครงการจากบริบทที่ตั้ง เป็นสิ่งที่น่าสนใจในการออกแบบ เพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชอบความสวยงามของที่พัก ถ้าที่พักมีสไตล์การออกแบบที่ชัดเจนจะสามารถช่วยดึงดูดลูกค้าได้ง่ายกว่าโฮสเทลอื่น

5.2 สรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการด้านการตลาด

เป็นการสรุปข้อมูลทางด้านส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 4Ps) ของโครงการ ซึ่งแบ่งการสรุปเนื้อหาเป็น 4 ส่วน ดังนี้

5.2.1 ด้านการวิเคราะห์สินค้าของโครงการ จากการวิเคราะห์กรณีศึกษาและจากการทบทวนวรรณกรรม องค์ประกอบพื้นที่ของโครงการที่สำคัญแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนแรก เป็นพื้นที่ส่วนกลาง ซึ่งประกอบไปด้วย พื้นที่สาธารณะ พื้นที่เตรียมอาหาร พื้นที่รับประทานอาหาร ห้องดูหนัง เป็นต้น ส่วนที่สอง เป็นส่วนออฟฟิศ ประกอบด้วย ครั้ว ห้องเก็บของ ห้องซักรีด และห้องเครื่องต่างๆ ส่วนที่สาม เป็นห้องพัก จะแบ่งเป็นห้องพักเดี่ยวและห้องพักรวม ผู้ให้สัมภาษณ์ได้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับห้องพักว่า ห้องพักเป็นเรื่องสำคัญมากที่สุดของพื้นที่ในโฮสเทล โดยเฉพาะขนาดห้องที่เหมาะสม รองลงมาคือ สิ่งอำนวยความสะดวกและรูปแบบห้องพักที่หลากหลาย

5.2.2 ด้านการวิเคราะห์ราคาของโครงการ จากการวิเคราะห์การทบทวนวรรณกรรม การตั้งราคาของโครงการจะใช้วิธีการเทียบเคียงกับคู่แข่งที่ตั้งอยู่ในพื้นที่เดียวกันและบริเวณใกล้เคียงกับโครงการ โดยเริ่มจากการเปรียบเทียบข้อมูลโฮสเทลทั้งด้านราคาและคุณภาพ และวิเคราะห์การวางตำแหน่งทางการตลาด (Positioning) มาใช้ในการคำนวณและหาค่าเฉลี่ยราคาของห้องพักโฮสเทล ซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับราคาของห้องพักมากที่สุด คือ ความเหมาะสมของราคาห้องพักที่เปรียบเทียบกับสิ่งอำนวยความสะดวก การกำหนดราคาห้องพักและบริการที่ชัดเจน ความเหมาะสมของราคาห้องพักเมื่อเปรียบเทียบกับโฮสเทลอื่น ซึ่งการกำหนดราคาห้องพักผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่จะอิงจากการวางตำแหน่งทางการตลาด เพราะเป็นราคากลางของตลาด

5.2.3 ด้านการวิเคราะห์ช่องทางการขายของโครงการ จากการวิเคราะห์การทบทวนวรรณกรรม ช่องทางการจัดจำหน่ายของโครงการแบ่งเป็น 2 รูปแบบ คือช่องทางออนไลน์ ซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่ที่เข้าพักโฮสเทลจะอยู่ในช่วงอายุ 18-35 ช่องทางออนไลน์ จึงเป็นช่องทางที่สำคัญในการจองห้องพัก ช่องทางออนไลน์มี 3 รูปแบบ ได้แก่ 1) เว็บไซต์ของโรงแรม ซึ่งช่องทางการขายนี้ยังเป็น

การช่วยทำให้ธุรกิจมีความน่าเชื่อถือมากขึ้นด้วย 2) การจองห้องพักออนไลน์ (OTA) เป็นการจองโรงแรมและการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวทั่วโลกใช้ เช่น Agoda, Booking.com Trivago Tripadviso และอื่นๆ 3) โซเชียลมีเดีย (Social Media) ซึ่งกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นกลุ่มวัยรุ่น การค้นหาข้อมูลต่างๆ ส่วนใหญ่จึงผ่านสังคมออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ก อินสตาแกรม และทวิตเตอร์ โครงการจึงต้องให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ด้านนี้ด้วย ส่วนช่องทางออฟไลน์ จะเป็นการออกบูธการท่องเที่ยวและการฝากโบรชัวร์ผ่านสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญและร้านอาหารในเขตคลองสาน เพื่อให้นักท่องเที่ยวรู้จักมากขึ้น ทางด้านผู้ให้สัมภาษณ์ให้สัมภาษณ์ว่าการประชาสัมพันธ์โฮสเทลให้เป็นที่รู้จัก เป็นสิ่งสำคัญที่สุด เพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะจองที่พักล่วงหน้าผ่านช่องทางออนไลน์ หรือจองผ่านเว็บไซต์ของโฮสเทล ซึ่งการมีเพจหรือเว็บไซต์ของโฮสเทล จะสามารถสร้างความน่าเชื่อถือให้กับโครงการได้อีกทางหนึ่ง

5.2.4 ด้านการวิเคราะห์การส่งเสริมการขายของโครงการ จากการวิเคราะห์การทบทวนวรรณกรรม ด้านการส่งเสริมการขายสิ่งที่สำคัญที่สุด คือ การรวมบริการระหว่างห้องพักกับบริการอื่นๆ เช่น รวมราคาอาหารเช้า เป็นต้น ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจเข้าพักของลูกค้า รองลงมาคือ การทำทัวร์ท่องเที่ยววิถีชีวิตชุมชนกุฎีจีน เพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับโครงการและเป็นส่วนช่วยในการประชาสัมพันธ์โฮสเทลให้เป็นที่รู้จัก และการจัดโปรโมชั่นลดราคาห้องพัก จากการสอบถาม ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นด้วย กับการแถมอาหารเช้าพร้อมกับราคาที่พักเพื่อจูงใจนักท่องเที่ยวในการเข้าพักมากที่สุด รองลงมาคือ การทำทัวร์ท่องเที่ยววิถีชีวิตชุมชนกุฎีจีน ทั้งยังเป็นการเพิ่มคุณค่าให้กับที่พักและยังเป็นการสร้างรายได้ให้กับชุมชนอีกด้วย และต้องจัดโปรโมชั่นลดราคาห้องพักเพื่อจูงใจให้ลูกค้าเข้ามาพักในช่วงเวลาเทศกาล การลดราคาเป็นกลยุทธ์การกระตุ้นความต้องการของลูกค้าอีกทางหนึ่ง

5.3 สรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการด้านการบริหาร

5.3.1 ด้านแผนงานการจัดโครงสร้างองค์กร จากการวิเคราะห์การทบทวนวรรณกรรม ด้านพนักงานเป็นปัจจัยสำคัญของการบริการ ซึ่งต้องมีการอบรมพนักงานอยู่เสมอ เพื่อให้พนักงานมีความรู้และความเข้าใจในงานบริการ รองลงมาคือ ให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส สุภาพ เป็นมิตรและมีความสามารถในการสื่อสารด้วยภาษาต่างประเทศ เพราะลูกค้าที่เข้าพักส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติ ด้านกระบวนการบริการ มีความสำคัญที่สุดคือ ความสะดวกสบายในการชำระเงินค่าห้องพัก รองลงมาคือ ความรวดเร็วของขั้นตอนการลงทะเบียนเข้าออกห้องพัก และความแม่นยำของระบบการจองห้องพัก ผู้ให้สัมภาษณ์ให้สัมภาษณ์ว่าส่วนใหญ่ทางเจ้าของจะเป็นผู้ควบคุมการดูแลงานบริการทุกส่วนเองเป็นหลัก ทำให้นักท่องเที่ยวที่เข้าพักรู้สึกถึงความอบอุ่นต่อการเข้าพักมากกว่าโรงแรม ดังนั้นหากผู้ที่สนใจทำธุรกิจโฮสเทล นอกจากการลงทุนแล้วควรมีเวลาในการใส่ใจดูแลควบคุมการบริการและพนักงานด้วย เพื่อให้พนักงานมีประสิทธิภาพในการบริการเพิ่มขึ้นด้วย

5.4 สรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการด้านการเงิน

จากการวิเคราะห์การทบทวนวรรณกรรมเรื่องการเงิน สรุปผลวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน จากการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน ในกรณี Most likely case ทางผู้วิจัยจึงตัดสินใจทำโครงการโฮสเทล เนื่องจากมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เป็นบวกเท่ากับ 15,144,309 บาท และอัตราผลตอบแทนของโครงการ (IRR) เท่ากับ 39% ซึ่งมากกว่าต้นทุนทางการเงินส่วนเจ้าของ แม้ว่าจะพิจารณาความเป็นไปได้จากกรณี Worst Case อัตราผลตอบแทนของโครงการ (IRR) เท่ากับ 22% และยังมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นบวกอยู่เพราะฉะนั้น โครงการนี้ยังมีความน่าสนใจในการลงทุน จากการตรวจทาน ผู้ให้สัมภาษณ์ได้ให้สัมภาษณ์ว่าก่อนการเปิดกิจการควรทำงบประมาณการลงทุน และการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงินของโครงการ เพื่อวิเคราะห์ความสำเร็จของโครงการด้านการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงิน ของโครงการผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ได้ให้สัมภาษณ์ว่าโครงการจะต้องวางแผนกระดุนยอดขายให้มีผู้เข้าพักต่อคืนโดยเฉลี่ยร้อยละ 50 ขึ้นไป ส่วนวันเข้าพักในเทศกาลสำคัญต้องมีนักท่องเที่ยวเข้าพักต่อคืนโดยเฉลี่ยร้อยละ 70 ขึ้นไป และด้านการวิเคราะห์ระยะเวลาคืนทุนผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ได้ให้สัมภาษณ์ว่ากิจการโฮสเทลที่สำเร็จจะต้องคืนทุนให้ได้ภายใน 3-5 ปี

บรรณานุกรม

- การันยภาส ภู่งยุทธ. (2559). *นักท่องเที่ยวแบบสะพายเป้ (backpacker) กับโฮสเทล (hostel): การสร้างความหมาย และอัตลักษณ์ผ่านพื้นที่*. สืบค้นจาก https://www.academia.edu/30484471/นักท_องเที_ยวแบบสะพายเป_backpacker_กับโฮสเทล_hostel_การสร_างความหมายและอัตลักษณ์_ผ_านพื_นที่_.
- เขตคลองสาน. (2562). สืบค้นจาก <http://th.wikipedia.org/wiki/เขตคลองสาน>.
- ประไพพิมพ์ สุธีสินนันท และประสพชัย พสุนนท์กลุยุทธ์. (2559). กลยุทธ์การเลือกตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ. *วารสารปาริชาติ*, 29(2), 31-48.
- แผนที่. (2562). สืบค้นจาก <http://maps.google.com>.
- วรพันธุ์ คล้ามไพบูลย์ และจิตติพันธ์ ศรีกสิกรณ. (2558). *เปลี่ยนบ้านเก่าเป็นบูติกโฮเต็ล*. กรุงเทพฯ: ซูเปอร์กรีน สตูดิโอ.
- วิทวัส รุ่งเรืองผล. (2552). *หลักการตลาด Principle of marketing* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และศุภกร เสรีรัตน์. (2541). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: วิสิทธิ์พัฒนา.
- Engel, J.F., Blackwell, R.D., & Miniard, P.W. (1990). *Consumer behavior*. Chicago: Dryden.
- Kotler, P. (2003). *Marketing management* (11th ed.). Upper Saddle River New Jersey: Prentice-Hall.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2012). *Marketing management* (14th ed.). New York: Pearson Education.
- Loudon, D., & Bitta, A.J.D. (1988). *Consumer behavior: Concepts and applications* (3rd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Ministry of Education. (2017). *THE EDUCATION (HOSTEL)*. Retrieved from <https://www.education.govt.nz/assets/Documents/School/Running-a-school/Hostel-Regulations/2017-Hostel-Guidelines.pdf>.
- Solomon, M.R. (2009). *Consumer behavior: Buying, having and being* (8th ed.). New Jersey: Prentice Hall.

ประวัติเจ้าของผลงาน

ชื่อ – สกุล

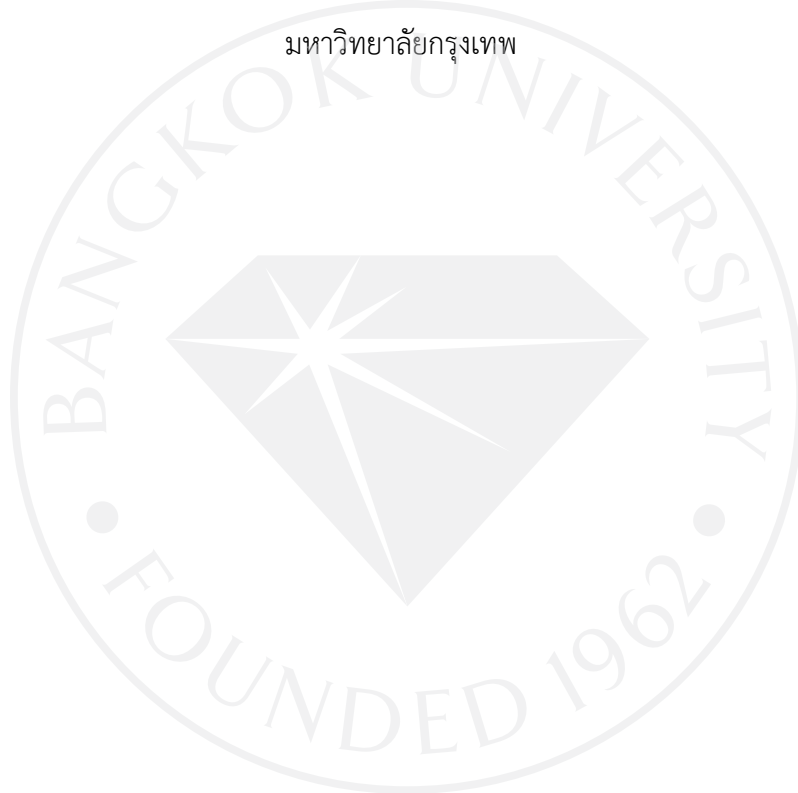
นางสาวขวัญกมล เกรียงอุปถัมภ์

อีเมล

kwankamol.kria@gmail.com

ประวัติการศึกษา

พ.ศ.2559 สำเร็จการศึกษาปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
จากคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สาขาออกแบบภายใน
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 16 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2562

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) [REDACTED] ... อยู่บ้านเลขที่ 239/20

ซอย ถนน ตำบล/แขวง โนนจาว

อำเภอ/เขต จังหวัด รหัสไปรษณีย์ 24150

เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 759.1100 131

ระดับปริญญา ☐ ตรี ☒ โท ☐ เอก

หลักสูตร สถาบันศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการออกแบบภายใน

คณะ สถาบันศึกษาศาสตร์ ซึ่งต่อไปเรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร

10110 ซึ่งต่อไปเรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้

สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานวิทยานิพนธ์ / สารนิพนธ์หัวข้อ

การศึกษาความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจโฮสเทล

กรณีศึกษา พื้นที่ เขต คลองสาน จนนบุรี

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร สถาบันศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ (ต่อไปเรียกว่า “วิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มีกำหนดระยะเวลาในการนำวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ต่อสาธารณชน ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนา งาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์ ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับ บุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับ ลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้ ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับ อนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญาฉบับนี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาโดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ.....ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
(.....)

ลงชื่อ.....ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
(อาจารย์อภิญญา จุลพิสิฐ)
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและพื้นที่การเรียนรู้

ลงชื่อ.....พยาน
(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ.....พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนธร กิตติกานต์)
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร