

# การประมาณการต้นทุนค่าก่อสร้างอสังหาริมทรัพย์ประเภทโรงแรม An Investigation Cost Estimation of Hotel Construction Project

สมบุญ จันทร์แสงโชติ<sup>1</sup> และ ดร. สุกุลพัฒน์ คุ่มไพศาล<sup>2</sup>

Somboon Chansangchoati<sup>1</sup> and Sukulpat Khumpaisal, Ph.D.<sup>2</sup>

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

E-mail: somboon.ca@gmail.com<sup>1</sup>, sukulpat@hotmail.com<sup>2</sup>

## บทคัดย่อ

สมาคมผู้ประเมินค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทย ได้จัดทำบัญชีราคาประเมินค่าก่อสร้าง พ.ศ. 2555 เพื่อให้สมาชิกและผู้เกี่ยวข้องนำไปใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดราคาประเมินสิ่งปลูกสร้าง ซึ่งรายการดังกล่าวไม่มีค่าก่อสร้างต่อตารางเมตรของโรงแรม แต่ระบุไว้ในหมายเหตุว่า โรงแรมมีลักษณะคล้ายอพาร์ทเมนต์ที่ได้กำหนดค่าก่อสร้างไว้แล้วแต่มีการตกแต่งและจัดการเป็นพิเศษ รวมทั้งระดับของโรงแรม การวิจัยนี้ได้ตั้งคำถามว่า การประมาณการต้นทุนค่าก่อสร้างโรงแรมนั้นมีการตกแต่งที่เป็นลักษณะพิเศษอีกหลายรายการที่ควรมาประกอบกรพิจารณาค่าก่อสร้าง การวิจัยนี้ศึกษาการประมาณการต้นทุนค่าก่อสร้างโรงแรม (ราคาต่อตารางเมตร) เพื่อเป็นประโยชน์ต่อวิชาชีพทางด้านประเมินราคาอสังหาริมทรัพย์ เป็นแนวทางในการประเมินราคาให้เป็นมาตรฐาน และมีทิศทางเป็นไปแนวทางเดียวกัน โดยผู้วิจัยจัดทำการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการประเมินราคาทรัพย์สิน สถาปนิกผู้ออกแบบ รวมทั้งสรุปรายละเอียดจากบัญชีแสดงรายการวัสดุงานตกแต่งโรงแรม และใช้การวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อประมวลผลข้อมูล ผลการวิเคราะห์ พบว่า อสังหาริมทรัพย์ประเภทโรงแรมมีต้นทุนของงานตกแต่งที่จำเป็น 7 ส่วน ได้แก่ ส่วนห้องพักและโถงทางเดิน ส่วนพื้นที่สาธารณะ ส่วนบริการอาหารและเครื่องดื่ม ส่วนห้องประชุมและจัดเลี้ยง ส่วนพื้นที่พักผ่อนหย่อนใจ ส่วนสนับสนุนธุรกิจ และส่วนประกอบอาคารเพิ่มเติม

## Abstract

The Valuers Association of Thailand (VAT)'s summation of construction cost issued 2012, provided the rough estimated construction cost per square metre of the properties/buildings to be used as construction cost while conducting the real estate valuation reports. However, this list did not include hotel construction cost. It is only defined in the attached note that the valuers shall assume the apartment / serviced apartment construction cost as the hotel cost, by adding some additional decoration cost. This research set to find at the cost of such special decorative items. It aims to study the current practice of hotel's construction cost estimation, in order to settle the cost estimation standards for the valuers and hotel developers. Research methodology consists of interviews with experienced quantity surveyors / valuation expertises / architects to

estimate the rough construction cost of the selected hotels using the bill of quantities (BOQ). These are following by the qualitative content analysis. The outcomes show the hotel construction cost shall consist of 7 components, including guestroom and corridors, public spaces, food and beverage facilities, function spaces, guest amenities, infrastructure, and common additions, respectively.

**คำสำคัญ (Keywords):** อสังหาริมทรัพย์ (Real Estate), ค่าก่อสร้างโรงแรม (Cost Estimation of Hotel), งานตกแต่งพิเศษ (Additional Decoration Cost)

## 1. บทนำ

การลงทุนในการประกอบธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทโรงแรมเป็นธุรกิจการให้บริการ ทั้งในด้านห้องพัก อาหารและเครื่องดื่ม ห้องจัดเลี้ยง ห้องประชุม ศูนย์บริหารร่างกาย ทัวร์ สปา เป็นต้น รายได้หลักของธุรกิจโรงแรมมาจากค่าห้องพัก ค่าอาหาร และเครื่องดื่ม อีกทั้งเป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนสูง ใช้เวลาในการคิ่ลงทุนนาน และส่วนใหญ่อาศัยการกู้ยืมจากสถาบันการเงิน (ธนาคารกสิกรไทย, 2555)

ปัจจุบันบริษัทประเมินราคาและนักประเมินราคาโครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภทโรงแรม ที่เป็นผู้ประมาณการต้นทุนค่าก่อสร้างอาคารโดยส่วนใหญ่จะอ้างอิงจากราคาประเมินค่าก่อสร้างอาคารต่อตารางเมตรที่กำหนดโดยสมาคมผู้ประเมินค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทย เท่านั้น ซึ่งจากตารางที่กำหนดราคาไว้ จำนวน 31 รายการ ไม่มีราคาต่อตารางเมตรของค่าก่อสร้างโรงแรมแต่ระบุไว้ในหมายเหตุว่า โรงแรมขึ้นอยู่กับตกแต่งจึงกำหนดเป็นมาตรฐานได้ยากอาจทำให้เกิดความสับสนได้ โรงแรมอาจมีลักษณะคล้ายอพาร์ทเมนท์ (อาคารพักอาศัย) ที่ได้กำหนดราคาไว้แล้วเพียงแต่มีการตกแต่งและจัดการเป็นพิเศษ รวมทั้งขึ้นอยู่กับระดับของ

โรงแรม การตกแต่งตามข้อกำหนดของแต่ละเครือโรงแรม ซึ่งตรงกับตารางของสมาคมฯ ดังนี้

**ตารางที่ 1** บัญชีราคาประเมินค่าก่อสร้างอาคาร พ.ศ. 2555

ที่	รายการ (ราคาบาท/ตร.ม.)	ต่ำ	ปานกลาง	สูง
17	อาคารพักอาศัย ไม่เกิน 5 ชั้น	10,500	13,100	14,900
18	อาคารพักอาศัย 6-15 ชั้น	12,700	17,100	20,400
19	อาคารพักอาศัย 16-25 ชั้น	17,000	21,100	27,300
20	อาคารพักอาศัย 26-35 ชั้น	18,800	23,800	30,600

ดังนั้น เมื่อนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ประกอบในการขอสินเชื่อกับทางสถาบันการเงินก็จะส่งผลให้ผู้ประกอบธุรกิจโรงแรมได้รับอนุมัติวงเงินเครดิตไม่สอดคล้องกับงบการลงทุนก่อสร้างจริง ด้วยเหตุนี้อาจเป็นผลให้ผู้ลงทุนไม่สามารถก่อสร้างอาคารโรงแรมได้แล้วเสร็จครบถ้วนตรงตามวัตถุประสงค์ได้ ผู้วิจัยจึงเห็นว่า การวิจัยเรื่องการประเมินราคาค่าก่อสร้างโรงแรม โดยวิธีคิดจากต้นทุน จะช่วยให้บริษัทประเมินราคาและนักประเมินราคามีความเข้าใจชัดเจนครบถ้วน

เกิดประโยชน์ต่อผู้ลงทุนพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภทโรงแรม และสถาบันการเงินที่เป็นผู้ให้สินเชื่อต่อไป

## 2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิธีการประเมินราคาโดยวิธีคิดจากต้นทุน มีวิธีการหรือเทคนิคที่ใช้ในการวิเคราะห์หามูลค่าสิ่งปลูกสร้างที่นิยมใช้มีอยู่ 3 วิธี ประกอบด้วย 1) วิธีถอดแบบโดยละเอียด (BOQ) หรือวิธีการสำรวจปริมาณ (quantity survey) เป็นวิธีการหาราคาค่าก่อสร้างโดยละเอียด ซึ่งเป็นการคิดจากปริมาณวัสดุที่ใช้ในแต่ละส่วนของสิ่งปลูกสร้าง วิธีการนี้ส่วนใหญ่ผู้รับเหมาจะเป็นผู้ใช้ในการดำเนินการ 2) วิธีเปรียบเทียบต่อตารางเมตร (unit cost or unit comparison) เป็นวิธีคำนวณต้นทุนต่อตารางเมตร ซึ่งเป็นวิธีที่นิยมใช้สำหรับนักประเมินราคาทรัพย์สิน โดยเป็นการประมาณการต้นทุนในลักษณะตัวเงินต่อพื้นที่ก่อสร้างของอาคาร 3) วิธีทดแทนต่อหน่วย (unit in place) เป็นวิธีการคำนวณราคาค่าก่อสร้างคล้ายวิธีถอดแบบอย่างละเอียดแต่มีความละเอียดน้อยกว่า โดยจะพิจารณาส่วนประกอบอาคารเป็นหมวดต่าง ๆ และคำนวณหาราคาต่อหน่วยในแต่ละส่วน (ไพโรจน์ ซึ่งศิลป์, 2538)

ประกาศสมาคมผู้ประเมินค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทยที่ 6/2555 เรื่องให้ใช้บัญชีราคาประเมินค่าก่อสร้างอาคาร พ.ศ. 2555 มีข้อดีคือเป็นราคามาตรฐานที่กำหนดโดยสมาคมผู้ประเมินค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทยและส่วนใหญ่ผู้ประเมินราคาทรัพย์สินจะใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงในการประเมินราคาค่าก่อสร้างต่อตารางเมตร แต่มีข้อเสียคือยังไม่ได้กำหนดราคาประเมินของโรงแรมไว้ โดยระบุว่า มีลักษณะคล้ายอพาร์ทเมนท์ (อาคารพักอาศัย) ที่ได้มีการกำหนดราคา

ไว้แล้วและยังไม่รวมงานตกแต่งของโรงแรม โดยการวิเคราะห์เกี่ยวกับวิธีประมาณการต้นทุนค่าก่อสร้างอาคารโรงแรมได้อ้างอิงข้อมูลจากบัญชีราคาประเมินค่าก่อสร้างอาคาร พ.ศ. 2555 พบว่า ในส่วนของต้นทุนค่าก่อสร้างอาคารโรงแรมสามารถเทียบเคียงราคาตามตารางในลำดับที่ 17-20 โดยมีองค์ประกอบมาตรฐานราคาค่าก่อสร้างตามสัญญาเท่านั้น ซึ่งได้แก่ ค่าวัสดุของงานก่อสร้างต่าง ๆ (งานโครงสร้าง งานสถาปัตยกรรมงานระบบประกอบอาคาร) ค่าแรงงานก่อสร้าง ค่าใช้จ่ายทั่วไปในการก่อสร้าง กำไรของผู้รับเหมาและค่าภาษีมูลค่าเพิ่ม (ร้อยละ 7) ทั้งนี้ ในการเลือกใช้ราคาต่อตารางเมตรที่กำหนดไว้จะต้องดูรายละเอียดประกอบราคาของอาคารแต่ละประเภทที่สมาคมผู้ประเมินค่าทรัพย์สินได้กำหนดไว้มาประกอบการพิจารณาเพื่อเลือกใช้ราคาที่กำหนดด้วย (สมาคมผู้ประเมินค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทย, 2555)

ยุทธนา พิทยา (2545) ทำการศึกษาเรื่อง การเปรียบเทียบราคาประเมินทรัพย์สินประเภทโรงแรม โดยวิธีคิดจากต้นทุนกับวิธีคิดจากรายได้เพื่อประกอบการพิจารณาลินเชื่อของสถาบันการเงิน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิธีการประเมินราคาตามมาตรฐานสากลที่เหมาะสมสำหรับการประเมินทรัพย์สินประเภทโรงแรม ซึ่งหากเน้นวิธีคิดจากต้นทุนนั้นจะเหมาะสมกับการประมาณการต้นทุนค่าก่อสร้างโรงแรมที่ก่อสร้างแล้วเสร็จใหม่และยังไม่เปิดดำเนินการ หรืออยู่ระหว่างการออกแบบก่อสร้าง รวมทั้งการประเมินด้วยวิธีนี้เหมาะสมกับการใช้พิจารณาลินเชื่อวงงานก่อสร้างของสถาบันการเงิน

Hotel cost estimating guide 2012 (Nehmer & Feldman, 2012) ได้จัดทำคู่มือเกี่ยวกับการประมาณการต้นทุนงานตกแต่งของ

โรงแรม ซึ่งประกอบด้วย 7 ส่วนประกอบเพิ่มเติม นอกเหนือไป จากอาคารอพาร์ทเมนท์ทั่วไปได้แก่ 1) ส่วนห้องพักและโถงทางเดิน 2) ส่วนพื้นที่ สาธารณะ 3) ส่วนบริการอาหารและเครื่องดื่ม 4) ส่วนห้องประชุมและจัดเลี้ยง 5) ส่วนพื้นที่พักผ่อน หย่อนใจ 6) ส่วนสนับสนุนธุรกิจ และ 7) ส่วน ประกอบอาคารเพิ่มเติม

ทั้งนี้ ยังไม่มีหน่วยงานอื่นใดทำการศึกษา รายละเอียดของงานตกแต่งโรงแรมไว้อย่างชัดเจน ผู้วิจัยจึงใช้ข้อมูลดังกล่าวมาใช้ประกอบการศึกษา

### 3. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษาปัญหาการประเมินราคา ค่าก่อสร้างอาคารประเภทโรงแรม โดยวิธีคิดจาก ต้นทุน

2. ศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อ การประมาณราคาต้นทุนค่าก่อสร้างอาคาร ประเภทโรงแรมโดยวิธีการเปรียบเทียบต่อตาราง เมตร (unit cost or unit comparison) เพื่อกำหนด ช่วงราคา คือ ราคาต่ำ ราคาปานกลาง ราคาสูง เพื่อสรุปราคาประมาณการต้นทุนค่าก่อสร้างที่ เหมาะสม

3. นำเสนอแนวทางการประเมินราคา อสังหาริมทรัพย์ประเภทโรงแรมที่เหมาะสมโดย วิธีการเปรียบเทียบต่อตารางเมตร เพื่อให้บริษัท ประเมินราคาใช้เป็นแนวทางในการประมาณการ ต้นทุนค่าก่อสร้างอาคารโรงแรมให้กับสถาบัน การเงิน

### 4. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เจ้าของกิจการ ผู้ลงทุน และสถาบัน การเงินทราบถึงตัวแปรต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อ ต้นทุนค่าก่อสร้างอสังหาริมทรัพย์ประเภทโรงแรม

2. เจ้าของกิจการ ผู้ลงทุน และสถาบัน การเงิน ทราบว่าการประมาณการต้นทุนค่า ก่อสร้างโดยเปรียบเทียบต่อตารางเมตร เป็นวิธี ที่จะสะท้อนถึงต้นทุนค่าก่อสร้างอาคารได้ เหมาะสมและมีมาตรฐาน

3. สถาบันการเงินได้ข้อมูลสำหรับตัดสินใจและให้วงเงินกู้ค่าก่อสร้างอาคารที่เหมาะสมใน การพิจารณาเงินสินเชื่อให้กับอสังหาริมทรัพย์ ประเภทโรงแรม

4. เป็นประโยชน์ต่อวิชาชีพทางด้าน ประเมินราคาอสังหาริมทรัพย์ เพื่อเป็นแนวทาง ในการนำมาตรฐานการประเมินราคาจากต้นทุน โดยวิธีการเปรียบเทียบต่อตารางเมตร ไปใช้ในการ ประเมินราคาให้เกิดประโยชน์ และมีทิศทาง เป็นไปแนวทางเดียวกัน

### 5. วิธีการวิจัย

การวิจัยเชิงคุณภาพนี้มุ่งศึกษาการ ประมาณการต้นทุนค่าก่อสร้างโรงแรม (ราคาต่อ ตารางเมตร) โดย

1. ผู้วิจัยจัดทำการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ด้านการประเมินราคาทรัพย์สิน และสถาปนิก- วิศวกรผู้ออกแบบก่อสร้างอาคารโรงแรม จำนวน 5 ท่านเกี่ยวกับต้นทุนค่าก่อสร้างโรงแรม นอกจาก งานก่อสร้างตามมาตรฐานแล้วยังมีงานอื่นที่ เกี่ยวข้องหรือมีปัจจัยอื่นที่ส่งผลต่อการประมาณ การต้นทุนก่อสร้างโรงแรมหรือไม่

2. สรุปรายละเอียดต้นทุนค่าก่อสร้างจาก บัญชีแสดงรายการวัสดุงานก่อสร้างและงาน ตกแต่งโรงแรม ที่ก่อสร้างแล้วเสร็จในปี 2555 เพื่อ หาระดับส่วนของค่าก่อสร้างอาคารตามมาตรฐาน กับค่าตกแต่งอาคารโรงแรม และกำหนดเป็นช่วง ราคา คือ ราคาต่ำ ราคาปานกลาง ราคาสูง และ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อประมวลผลข้อมูล

ข้อมูลของโรงแรม จำนวน 9 โรงแรมที่นำมาใช้ประกอบการศึกษานี้ เป็นโรงแรมที่มีที่ตั้งอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร และจังหวัดท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่น พัทยา ภูเก็ต เชียงใหม่ เป็นต้น โดยมีความสูง พื้นที่ และระดับราคาแตกต่างกันไป ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ข้อมูล 9 โรงแรมที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

โรงแรม	สูง	พื้นที่	ราคาห้อง	จังหวัด
1	3	4,708	1,800	เชียงใหม่
2	4	4,585	1,250	เชียงใหม่
3	5	6,216	2,000	ภูเก็ต
4	8	19,699	3,000	กทม.
5	8	5,439	3,200	กทม.
6	5, 6	25,091	4,000	ภูเก็ต
7	25	29,321	3,500	พัทยา
8	31	39,397	4,500	กทม.
9	8	20,563	4,000	ภูเก็ต

ที่มา: ธนาคารกสิกรไทย, 2555

โดยมีการแบ่งระดับงานตกแต่งของโรงแรม ดังนี้

1. งานตกแต่งโรงแรม (ราคาต่ำ) โรงแรมที่ 1-3
2. งานตกแต่งโรงแรม (ปานกลาง) โรงแรมที่ 4-6
3. งานตกแต่งโรงแรม (ราคาสูง) โรงแรมที่ 7-9

ระดับค่าก่อสร้างโรงแรมในการศึกษาวิจัยนี้ หมายถึง ระดับราคาก่อสร้างอาคารและตกแต่งโรงแรม ตามการจัดแบ่งของสมาคมผู้ประเมินค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทย ที่ได้จัดแบ่งราคา

ก่อสร้างอาคารออกเป็น 3 ระดับ คือ ราคาต่ำ ราคาปานกลาง ราคาสูง ตามลำดับ

## 6. ผลการศึกษา

การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการประเมินราคาทรัพย์สินและกลุ่มสถาปนิก-วิศวกรผู้ออกแบบก่อสร้างอาคารโรงแรม จำนวน 5 ท่านสามารถสรุปข้อดีข้อเสียได้ดังนี้ การประมาณการต้นทุนค่าก่อสร้างโรงแรมโดยวิธีเปรียบเทียบต่อตารางเมตร มีข้อดีคือ เป็นวิธีที่เหมาะสมในการใช้เป็นข้อมูลเพื่อประกอบการพิจารณาสินเชื่อของสถาบันการเงิน เนื่องจากขั้นตอนการพิจารณาสินเชื่อคงไม่สามารถที่จะดูรายละเอียดค่าใช้จ่ายได้ทั้งหมดครบถ้วน รวมทั้งระยะเวลาที่ต้องพิจารณาด้วย และทำให้การควบคุมการเบิกเงินกู้ค่าก่อสร้างอาคารโรงแรมของผู้ขอสินเชื่อเพื่อให้เกิดการเบิกเงินกู้ได้อย่างเหมาะสมสอดคล้องกับผลงานการก่อสร้างจริงและก่อสร้างได้แล้วเสร็จตรงตามวัตถุประสงค์ของผู้ลงทุน ส่วนข้อเสียคือ การหาข้อมูลต่างๆ เพื่อมาประกอบการพิจารณานั้นค่อนข้างมีน้อยและยังไม่มีหน่วยงานใดจัดทำราคาประเมินต้นทุนค่าก่อสร้างไว้เป็นมาตรฐาน ส่วนต้นทุนของงานตกแต่งโรงแรม 7 ส่วนได้ทำการสรุปรายละเอียดจากบัญชีแสดงรายการวัสดุ (BOQ) ของโรงแรมจำนวน 9 โรงแรม โดยนำเอาค่าก่อสร้างรวมงานตกแต่งโรงแรมทั้งหมดมาแบ่งแยกออกเป็น 1) งานก่อสร้างอาคารตามมาตรฐาน และ 2) งานตกแต่งโรงแรม โดยมีผลการสรุปค่าเฉลี่ยร้อยละโดยเปรียบเทียบค่าก่อสร้างรวมกับค่าตกแต่งโรงแรม และก่อสร้างตามมาตรฐานกับค่าตกแต่งโรงแรม ตามตารางที่ 3-5 ดังนี้

ตารางที่ 3 งานตกแต่งโรงแรม (ราคาต่ำ)

โรงแรม	ค่าก่อสร้างรวม (บาท)	ค่าก่อสร้างมาตรฐาน	ค่าตกแต่งโรงแรม	*	**
1	112,198,149	81,297,160	30,900,980	28	38
2	105,335,000	81,293,780	24,041,220	23	30
3	124,365,540	86,696,540	37,669,000	30	43
เฉลี่ย				27	37

\* ค่าร้อยละของค่าตกแต่งโรงแรมเทียบกับค่าก่อสร้างรวม

\*\* ค่าร้อยละของค่าตกแต่งโรงแรมเทียบกับค่าก่อสร้างมาตรฐาน

ตารางที่ 4 งานตกแต่งโรงแรม (ราคาปานกลาง)

โรงแรม	ค่าก่อสร้างรวม (บาท)	ค่าก่อสร้างมาตรฐาน	ค่าตกแต่งโรงแรม	*	**
4	401,436,319	294,052,290	107,384,020	27	37
5	206,711,760	142,020,400	64,691,360	31	46
6	884,825,590	649,198,980	235,626,610	27	36
เฉลี่ย				28	39

\* ค่าร้อยละของค่าตกแต่งโรงแรมเทียบกับค่าก่อสร้างรวม

\*\* ค่าร้อยละของค่าตกแต่งโรงแรมเทียบกับค่าก่อสร้างมาตรฐาน

ตารางที่ 5 งานตกแต่งโรงแรม (ราคาสูง)

โรงแรม	ค่าก่อสร้างรวม (บาท)	ค่าก่อสร้างมาตรฐาน	ค่าตกแต่งโรงแรม	*	**
7	995,504,070	669,244,070	326,260,000	33	49
8	1,559,032,800	1,020,944,000	538,088,800	32	48
9	872,422,010	647,968,560	224,453,450	26	35
เฉลี่ย				30	44

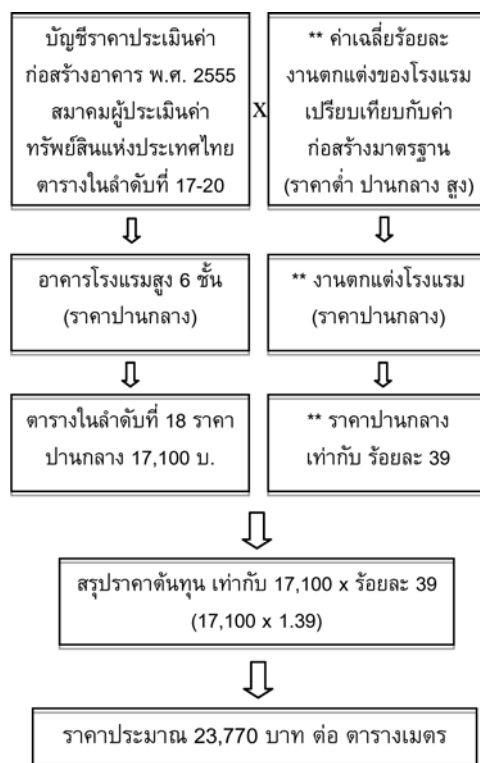
\* ค่าร้อยละของค่าตกแต่งโรงแรมเทียบกับค่าก่อสร้างรวม

\*\* ค่าร้อยละของค่าตกแต่งโรงแรมเทียบกับค่าก่อสร้างมาตรฐาน

## 7. การอภิปรายและวิเคราะห์ผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์ผลการศึกษา พบว่า การประมาณการต้นทุนค่าก่อสร้างโรงแรมประกอบไปด้วยค่าก่อสร้างอาคารตามมาตรฐานและค่าตกแต่งอาคารโรงแรม (7 ส่วน) โดยราคาค่าก่อสร้างตามมาตรฐาน จะใช้ราคาประมาณการค่าก่อสร้างต่อตารางเมตรตามบัญชีราคาประเมิน

ค่าก่อสร้างอาคาร พ.ศ. 2555 ของสมาคมผู้ประเมินค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทย ตามตารางในลำดับที่ 17-20 ซึ่งมีองค์ประกอบมาตรฐานราคาค่าก่อสร้างตามสัญญา และรวมกับงานตกแต่งของโรงแรม (7 ส่วน) โดยนำค่าเฉลี่ยร้อยละ (\*\*) จากตารางที่ 3-5 ตามงานตกแต่งของโรงแรม (ราคาต่ำ ปานกลาง สูง) มาคูณกับราคาค่าก่อสร้างตามมาตรฐานที่กำหนด จะได้เป็นราคาค่าก่อสร้างต่อตารางเมตรรวมของโรงแรมตามภาพ ดังนี้



รูปที่ 1 แสดงตัวอย่างการประมาณการต้นทุนค่าก่อสร้างโรงแรม (ราคาต่อตารางเมตร)

## 8. บทสรุป

ผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า การประมาณการต้นทุนค่าก่อสร้างอาคารโรงแรมโดยวิธีการเปรียบเทียบต่อตารางเมตร (unit cost or unit comparison) ยังมีข้อจำกัดเกี่ยวกับการหาข้อมูลของค่าตกแต่งของโรงแรมที่จำเป็น 7 ส่วน ซึ่งยังไม่มีหน่วยงานใดจัดทำเป็นมาตรฐานไว้โดยทางผู้วิจัยได้ใช้ข้อมูลจาก Hotel cost estimating guide 2012 ของต่างประเทศที่ได้มีการจัดแบ่งงานตกแต่งของโรงแรมมาเป็นข้อมูลประกอบในการวิจัยครั้งนี้ซึ่งมีลักษณะเทียบเคียงกัน ทั้งนี้หากสมาคมผู้ประเมินค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทย หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทโรงแรม ได้เข้ามาทำการศึกษากำหนดวงกรอบแนวทางการตกแต่งที่จำเป็นให้ชัดเจน การประมาณการต้นทุนค่าก่อสร้างอาคารโรงแรมโดยวิธีการเปรียบเทียบต่อตารางเมตร ก็จะมีมาตรฐานและเป็นไปในแนวทางเดียวกัน รวมทั้งจะเกิดประโยชน์ต่อวงการประเมินมูลค่าทรัพย์สิน ผู้ลงทุน และธนาคารที่เป็นผู้ให้สินเชื่อค่าก่อสร้างโรงแรมต่อไป

## References

ธนาคารกสิกรไทย (2555). *แนวทางสำหรับใช้ประกอบในการพิจารณาและคัดเลือกลูกค้าที่จะขอสินเชื่อค่าก่อสร้างอาคารโรงแรม*. สืบค้นเมื่อ 30 กันยายน 2555. จาก <http://www.kasikombank.com>

ปรีชา แดงโรจน์. (2549). *การบริหารจัดการ และปฏิบัติงานโรงแรม (ศตวรรษที่ 21)*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ เอส.อาร์.พรินติ้ง แมสโปรดักส์.

ไพโรจน์ ชิงศิลป์. (2538). *หลักการประเมินราคาทรัพย์สิน* (พิมพ์ครั้งที่ 2) ปรับปรุงใหม่. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์สุชาติ

ยุทธนา พิทยา. (2554). *การศึกษาเปรียบเทียบราคาประเมินทรัพย์สินประเภทโรงแรม โดยวิธีคิดจากต้นทุนกับวิธีคิดจากรายได้เพื่อประกอบการพิจารณาสินเชื่อของสถาบันการเงิน*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วิสูตร จิระดำเกิง. (2552). *การประมาณราคาก่อสร้าง*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์วรรณกิจ.

สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์. (2548). *มาตรฐานจรรยาบรรณและวิชาชีพการประเมินมูลค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง

สมาคมผู้ประเมินค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทย. (2555). *ราคาประเมินค่าก่อสร้างอาคาร พ.ศ. 2555*. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง

อัศวิน พิชญโยธิน. (2547). *การวิเคราะห์ต้นทุนโครงการและการลดต้นทุนโครงการ*. กรุงเทพฯ.

Jonathan, C. N. & Warren, G. F. (2012). *Hotel cost estimating guide 2012 HVS Design*. Wahington D.C.: USA.

# ทัศนคติต่อระบบก่อสร้างบ้านด้วยคอนกรีตสำเร็จ ฐ ฐ ค ฐ ฐ รับสร้างบ้านในกรุงเทพและปริมณฑล

## Attitude towards the Precast Concrete System of the Home Building Companies' Customers in Bangkok and Its Vicinity

จิระวัฒน์ มาลีรักษ์<sup>1</sup> และ ดร. ดำรงค์ศักดิ์ รินชุมภู<sup>2</sup>

Jirawat Maleerak<sup>1</sup> and Damrongsak Rinchumphu, Ph.D.<sup>2</sup>

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

E-mail: jojirawat@hotmail.com<sup>1</sup>. damrongsak\_r@hotmail.com<sup>2</sup>

### บทคัดย่อ

ระบบการก่อสร้างบ้านแบบคอนกรีตสำเร็จรูป เป็นวิธีการใหม่สำหรับธุรกิจรับสร้างบ้านที่จะช่วยแก้ปัญหาเรื่องแรงงานขาดแคลน เนื่องจากใช้ระยะเวลาการก่อสร้างเร็วและใช้แรงงานน้อย แต่ยังคงขาดข้อมูลที่แสดงถึงทัศนคติในการยอมรับของผู้บริโภค ดังนั้น การศึกษานี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติในการยอมรับระบบการก่อสร้างบ้านแบบคอนกรีตสำเร็จรูปของลูกค้ารับสร้างบ้านในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม จำนวน 404 ชุด ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ และวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ผลการศึกษาพบว่า ทัศนคติของผู้บริโภคร้อยละ 63 ยอมรับระบบการก่อสร้างบ้านแบบคอนกรีตสำเร็จรูป โดยมีประเด็นที่ให้การยอมรับมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ ระยะเวลาก่อสร้างเร็ว จำนวนแรงงานที่ใช้น้อย การเกิดขยะบริเวณหน้างานน้อย พื้นที่ใช้สอยคุ้มค่าง่าระบบหล่อในที่ และคุณภาพงานได้มาตรฐานสม่ำเสมอ ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจรับสร้างบ้านสามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปกำหนดรูปแบบการออกแบบบ้านและใช้เป็นกลยุทธ์ด้านการตลาดสำหรับบริษัทรับสร้างบ้าน อันจะส่งผลดีต่อภาพรวมของธุรกิจรับสร้างบ้านต่อไป

### Abstract

The precast concrete system is a new method to solve labors lacking problem for home builders business, due to the faster construction process and using less labors forces. Nevertheless, there was still lacking of the study on customers' acception attitude in the precast concrete system of the home builders' customers in Bangkok and its vicinity. So, this study aimed to study the customers' acception attitude in the precast concrete system of the home builders' customers in Bangkok and its vicinity. The data were collected by using the questionnaire on amount of 404 sets, by accidental sampling method, then analyzing by descriptive statistics. The research results indicate that 63% of customers have accepted the precast concrete system with



present top 5 items as fast construction period, less labor forces, less construction waste, highly efficient space, and invariable quality control. The results are useful to the home builders for house design guideline and market strategic planning, and induced the benefit to overall home building industry.

## 1. บทนำ

ธุรกิจรับสร้างบ้านเป็นธุรกิจที่ต้องใช้แรงงานคนเป็นส่วนใหญ่เพราะเป็นการสร้างตามความต้องการและตามแบบที่ลูกค้าเลือกซึ่งจะมีการปรับเปลี่ยนอยู่ตลอดเวลาแต่หลังจากเกิดเหตุ น้ำท่วมใหญ่ปลายปี 2554 ที่ผ่านมามีทำให้เกิดวิกฤตแรงงานขาด (พัชรา ตัณฑยรรยง, 2555) จากปัจจัยหลายด้าน อาทิ ผลจากนโยบายรับจำนำข้าวการรับจำนำข้าวและพืชผลทางการเกษตรมีการปรับสูงขึ้น ทำให้แรงงานเลือกที่จะทำงานภาคเกษตรอยู่ต่างจังหวัดหรือบ้านเกิดและแรงงานย้ายจากภาคก่อสร้างเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรม ประกอบกับประเทศไทยมีความเข้มงวดในการตรวจสอบสัญชาติแรงงานต่างด้าว ส่วนหนึ่งจึงต้องเดินทางกลับประเทศเพื่อพิสูจน์สัญชาติที่ชายแดนให้ถูกต้องตามกฎหมายก่อนเข้ามาทำงานในประเทศไทย ส่วนปัจจัยต่อมาคือ ต้นทุนการก่อสร้างที่แพงขึ้น เนื่องจากนโยบายค่าแรงขั้นต่ำ 300 บาท และค่าวัสดุก่อสร้างที่แพงขึ้น (กรุงเทพธุรกิจ, 2555) ซึ่งทั้งหมดที่กล่าวมาเป็นปัญหาที่ใหญ่มากสำหรับภาคงานก่อสร้างที่จำเป็นต้องใช้แรงงานคนเป็นหลัก ดังนั้น เพื่อการปรับตัวในวิกฤตขาดแคลนแรงงานและยุคที่ต้นทุนแรงงานสูงการหาทางออก คือ ต้องคิดนวัตกรรมหรือเปลี่ยนมาใช้วัสดุสำเร็จรูปและเครื่องมือเครื่องจักรมาใช้ทดแทนการใช้แรงงาน

และก่อสร้างบ้านได้เร็วขึ้นโดยปัจจุบันเป็นที่ยอมรับว่าปัญหาดังกล่าวสามารถบรรเทาด้วยการเลือกใช้ระบบการก่อสร้างบ้านแบบคอนกรีตสำเร็จรูป ซึ่งสามารถลดระยะเวลาการทำงานและจำนวนแรงงานในขั้นตอนการก่อสร้างเมื่อเทียบกับระบบดั้งเดิม (หล่อในที่) (พัชรา ตัณฑยรรยง, 2555) แต่ปัจจุบันยังขาดการศึกษาในเรื่องทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อระบบการก่อสร้างบ้านแบบคอนกรีตสำเร็จรูป ซึ่งเป็นข้อมูลที่สำคัญในการดำเนินการด้านรูปแบบการออกแบบบ้านและการตลาดของบริษัทรับสร้างบ้าน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงจะทำการศึกษาทัศนคติต่อการยอมรับในระบบดังกล่าว เพื่อนำมาวิเคราะห์และศึกษาความเป็นไปได้ที่จะแก้ไขอุปสรรคในการผลักดันระบบการก่อสร้างบ้านแบบคอนกรีตสำเร็จรูปมาใช้ในธุรกิจรับสร้างบ้าน และพัฒนาแนวทางการออกแบบและกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจรับสร้างบ้าน ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด และสามารถแข่งขันอยู่ในธุรกิจรับสร้างบ้านในอนาคตได้ต่อไป

## 2. ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 2.1 ระบบโครงสร้างคอนกรีตสำเร็จรูป

จากการศึกษาและรวบรวมเอกสารงานวิจัย สามารถแบ่งรูปแบบระบบการก่อสร้างด้วยระบบคอนกรีตสำเร็จรูปออกเป็น 4 ระบบ คือ

1) *ระบบโครง* เป็นระบบที่แยกส่วนประกอบของโครงสร้างคอนกรีตออกเป็นชั้น เช่น เสา คาน แผ่นพื้น ระบบนี้นิยมใช้ในการก่อสร้างอาคารทางอุตสาหกรรม เป็นต้น

2) *ระบบแผ่น* เป็นระบบขึ้นส่วนคอนกรีตสำเร็จรูป ที่มีทั้งแผ่นพื้นสำเร็จรูปและแผ่นผนังสำเร็จรูป ซึ่งจะทำหน้าที่เป็นโครงสร้างของอาคารไปในตัวด้วย ระบบนี้จะช่วยให้สามารถทำการติดตั้งรวดเร็วมาก นิยมใช้กับอาคารประเภทที่พักอาศัย

3) *ระบบกล่อง* ระบบนี้ประกอบด้วยพื้นและผนังเป็นชั้นสำเร็จโดยมีลักษณะคล้ายกล่องเหมาะสำหรับการก่อสร้างที่พักอาศัยขนาดเล็กหรือใช้กับอาคารที่มีรูปแบบหลากหลาย เช่น คอนโดมิเนียม เป็นต้น

4) *ระบบผสม* เป็นระบบที่ใช้ทั้งระบบแผ่นและระบบโครงหรือเสา คาน ร่วมกันอยู่ในโครงสร้างเดียวกันเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการทางสถาปัตยกรรมที่ต่างกันไป (เทอดธรรม ยอดพฤติการณ์, 2555)

โดยการสร้างบ้านด้วยระบบคอนกรีตสำเร็จรูปแบบระบบแผ่นของ บริษัท พุกษาเรียลเอสเตทแล้ว พบว่า ระยะเวลาการก่อสร้างบ้านเดี่ยว 2 ชั้น พื้นที่ขนาด 250 ตารางเมตร มีความเร็วกว่าระบบดั้งเดิมที่ใช้ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ตารางเปรียบเทียบเวลาที่ใช้ในการก่อสร้างบ้านเดี่ยว 2 ชั้น พื้นที่ 250 ตารางเมตร

ลักษณะงาน	ทั่วไป	Precast
1. งานผนังและเสาเข็ม	5	5
2. ฐานราก คานคอดิน เสาชั้น 1 และคาน	20	3
3. เสาชั้น 2 และคานรับโครงหลังคา	16	2

4. ติดตั้งโครงหลังคาเหล็ก	10	3
5. งานมุงกระเบื้องหลังคา	12	3
6. งานก่ออิฐ ฉาบปูน	5	5
7. งานระบบประปาและสุขาภิบาล	20	4
8. งานติดตั้งประตูและหน้าต่าง	7	2
9. งานปูกระเบื้องพื้นและผนัง	55	5
10. งานที่เหลือ อื่น ๆ	35	20
รวมระยะเวลาในการก่อสร้าง	175 วัน	70 วัน

ที่มา: บริษัท พุกษา เรียลเอสเตท จำกัด, 2555

จากตารางสรุปว่า ระบบการก่อสร้างบ้านด้วยคอนกรีตสำเร็จรูป แบบระบบแผ่น ประหยัดเวลาและแรงงานที่ใช้ก่อสร้างบ้านได้

## 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึก ความคิด หรือความเชื่อทัศนคติสามารถเรียนรู้หรือจัดการได้โดยใช้ประสบการณ์ ทัศนคติสามารถรู้หรือถูกตีความจากการสำรวจได้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2542) โดยทัศนคติดีมีองค์ประกอบที่สำคัญอยู่ 3 ประการ คือ องค์ประกอบด้านความรู้ ความเข้าใจ องค์ประกอบด้านความรู้สึก และองค์ประกอบด้านพฤติกรรม (ประภาเพ็ญ สุวรรณ, 2526) ซึ่งแหล่งที่ทำให้เกิดทัศนคติ มีอยู่ 4 แหล่ง คือ ประสบการณ์เฉพาะ การติดต่อสื่อสาร การติดต่อสื่อสารกับผู้อื่น และความเกี่ยวข้องกันกับสถาบันต่าง ๆ (ดำรงศักดิ์ ชัยสนธิ และคณะ, 2543) ทั้งนี้ประเภทของทัศนคติ มี 5 ประเภท คือความเชื่อ ความคิดเห็น ความรู้สึก ความโอนเอียง และความมือคติ (ธงชัย สันติวงษ์, 2539) วิธีการใช้สเกลวัดทัศนคติที่นิยมใช้กันมีอยู่ 4 ประเภท คือ Likert scale, Thurstone scale, Semantic-differential scale และ Staple scale (กฤษทลี รื่นรมย์, 2549)

สรุปได้ว่า ทัศนคติสามารถนำไปใช้ในการประเมินความต้องการและสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดได้ (กฤษณ์ รื่นรมย์, 2549) ซึ่งผู้วิจัยเลือกใช้ Likert scale ที่ประกอบด้วยหลายขั้นตอน เพื่อกลั่นกรองเอาเฉพาะคำถามที่ถูกต้องและเหมาะสมที่จะใช้วัดทัศนคติต่อระบบก่อสร้างบ้านสำเร็จรูป

### 3. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาปัญหาขาดแคลนแรงงานในการก่อสร้างที่อยู่อาศัย
- 2) เพื่อศึกษาแนวทางการแก้ปัญหาขาดแคลนแรงงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การใช้ระบบคอนกรีตสำเร็จรูป ทัศนคติและการยอมรับต่อระบบสร้างบ้านแบบคอนกรีตสำเร็จรูปของลูกค้าบริษัทรับสร้างบ้านในกรุงเทพฯ และปริมณฑล
- 3) เพื่อศึกษาหลักการและทฤษฎีทางด้านทัศนคติและการยอมรับต่อระบบสร้างบ้านแบบคอนกรีตสำเร็จรูปของลูกค้า บริษัทรับสร้างบ้านในกรุงเทพฯ และปริมณฑล
- 4) เสนอรูปแบบ เทคนิค การสร้างบ้านด้วยระบบคอนกรีตสำเร็จรูปที่สอดคล้องต่อทัศนคติของผู้บริโภค

## 4. ระเบียบวิธีวิจัยและขอบเขตของการศึกษา

### 4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างการวิจัย

การศึกษานี้มุ่งสำรวจทัศนคติและการยอมรับต่อระบบสร้างบ้านแบบคอนกรีตสำเร็จรูป ซึ่งมีได้เฉพาะเจาะจงว่า เป็นระบบคอนกรีตสำเร็จรูปประเภทใดระบบหนึ่งเป็นการเฉพาะ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ที่ต้องการสร้างบ้านในกรุงเทพฯ และปริมณฑล จากผู้เข้าชมงานรับสร้างบ้าน Focus 2013 ณ ศูนย์การค้าเซ็นทรัล

ลาดพร้าว จัดโดย สมาคมธุรกิจรับสร้างบ้าน มีบริษัทรับสร้างบ้านชั้นนำเข้าร่วมงานกว่า 30 บริษัท ซึ่งจะทำให้ได้ข้อมูลจากกลุ่มผู้บริโภคที่มีความประสงค์ที่จะสร้างบ้านในอนาคต โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญจำนวน 404 ชุด ใช้การวัดผลแบบ Likert scale และนำข้อมูลมาประมวลผลวิเคราะห์ด้วยสถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ซึ่งเป็นวิธีการเก็บข้อมูลพื้นฐานที่ได้มาตรฐานและการสำรวจทัศนคติที่เหมาะสม (กฤษณ์ รื่นรมย์, 2549)

### 4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

แบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย 5 ส่วน คือ ข้อมูลพื้นฐานของผู้บริโภค ข้อมูลความต้องการสร้างบ้านของผู้บริโภค ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจที่มีต่อระบบสร้างบ้านแบบคอนกรีตสำเร็จรูปทัศนคติเกี่ยวกับระบบสร้างบ้านแบบคอนกรีตสำเร็จรูปของผู้ที่ต้องการสร้างบ้านในกรุงเทพฯ และปริมณฑล และการยอมรับระบบก่อสร้างแบบคอนกรีตสำเร็จรูป

## 5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผู้ประกอบการธุรกิจรับสร้างบ้าน สามารถนำผลการวิจัยไปใช้พัฒนารูปแบบ เทคนิคและการตลาดเพื่อสร้างความเข้าใจในการใช้ระบบคอนกรีตสำเร็จรูปมาใช้ในการสร้างบ้านเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการสร้างบ้านในระบบคอนกรีตสำเร็จรูป

## 6. ผลการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจทัศนคติในการยอมรับต่อระบบสร้างบ้านแบบคอนกรีตสำเร็จรูปโดยไม่ได้เฉพาะเจาะจงประเภทของผู้ที่ต้องการปลูกบ้านในกรุงเทพฯ และ

ปริมาตรผล แสดงได้ดังตารางที่ 2

**ตารางที่ 2** การยอมรับระบบก่อสร้างบ้านแบบคอนกรีตสำเร็จรูป

รายละเอียด	ความถี่	ร้อยละ
ยอมรับ	253	63
ไม่ยอมรับ	36	9
ไม่แน่ใจ	115	28
รวม	404	100

จากตารางแสดงว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ในจำนวนกว่า 63% ให้การยอมรับในระบบการก่อสร้างบ้านแบบคอนกรีตสำเร็จรูป โดยการศึกษายังดำเนินการศึกษาต่อเนื่องในประเด็นองค์ประกอบที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญในลำดับสูงๆ ดังแสดงในตารางที่ 3 ต่อไป

**ตารางที่ 3** แสดงค่าระดับทัศนคติต่อองค์ประกอบต่างๆ ที่สำคัญในระบบสร้างบ้านแบบคอนกรีตสำเร็จรูป

รายการ	เฉลี่ย	ระดับทัศนคติ
1. คุณภาพของงานได้มาตรฐานสม่ำเสมอ	3.63	เห็นด้วยมาก
2. ความแข็งแรงทนทานมากกว่าปกติ	3.53	เห็นด้วยมาก
3. งบประมาณการก่อสร้างที่ต่ำกว่า	3.47	เห็นด้วยมาก
4. เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	3.54	เห็นด้วยมาก
5. ระยะเวลาในการสร้างบ้านเร็ว	4.07	เห็นด้วยมาก
6. จำนวนแรงงานที่ใช้ต่ำกว่า	3.94	เห็นด้วยมาก
7. การเกิดขยะบริเวณหน้างานน้อย	3.88	เห็นด้วยมาก
8. มีกรรรับประกันงานยาวนานกว่า	3.56	เห็นด้วยมาก
9. การควบคุมและตรวจสอบคุณภาพทำได้ง่ายกว่า	3.61	เห็นด้วยมาก

10. ชี้นงานมีคุณภาพเท่าเทียมกัน	3.54	เห็นด้วยมาก
11. ระบบประปา ไฟฟ้า และ สุขาภิบาล ดีกว่าทั่วไป	3.33	เห็นด้วยปานกลาง
12. มีความต้านทานไฟสูง	3.44	เห็นด้วยปานกลาง
13. ป้องกันความร้อนได้ดีกว่าระบบทั่วไป	3.51	เห็นด้วยมาก
14. ด้านทานการซึมของน้ำสูง	3.44	เห็นด้วยปานกลาง
15. รูปแบบของบ้านดูดีกว่า	3.56	เห็นด้วยมาก
16. พื้นที่ใช้สอยคุ้มค่าง่ามากกว่าระบบหล่อในที่	3.69	เห็นด้วยมาก
17. ความยืดหยุ่นในการปรับเปลี่ยนฟังก์ชันมากกว่าระบบทั่วไป	3.44	เห็นด้วยปานกลาง
18. เจาะ ทาบ ต่อเติม ทำได้ง่ายกว่าทั่วไป	3.17	เห็นด้วยปานกลาง

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ที่ต้องการสร้างบ้านในกรุงเทพฯ และปริมาตรผล มีทัศนคติต่อองค์ประกอบในระบบสร้างบ้านคอนกรีตสำเร็จรูป กล่าวคือ เห็นด้วยในระดับมาก (1) มีเพียงทัศนคติเรื่องระบบประปา ไฟฟ้า และสุขาภิบาล ดีกว่าทั่วไป (2) ความยืดหยุ่นในการปรับเปลี่ยนฟังก์ชันมากกว่าระบบทั่วไป และ (3) เจาะ ทาบ ต่อเติมทำได้ง่ายกว่าทั่วไป ที่เห็นด้วยในระดับปานกลาง โดยหากพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทัศนคติของผู้ที่ต้องการปลูกบ้านในกรุงเทพฯ และปริมาตรผลมากที่สุด 5 ลำดับแรก ได้แก่ ระยะเวลาในการสร้างบ้านเร็วกว่า เฉลี่ย 4.07 จำนวนแรงงานที่ใช้ น้อยกว่า เฉลี่ย 3.94 การเกิดขยะบริเวณหน้างาน น้อยกว่า เฉลี่ย 3.88 พื้นที่ใช้สอยคุ้มค่าง่ามากกว่าระบบหล่อในที่ เฉลี่ย 3.69 และคุณภาพของงานได้มาตรฐานสม่ำเสมอ เฉลี่ย 3.63 ตามลำดับ

## 7. สรุปผลและข้อเสนอแนะ

ผลที่ได้จากการวิเคราะห์ทัศนคติในการยอมรับต่อระบบสร้างบ้านคอนกรีตสำเร็จรูปของผู้ที่ต้องการปลูกบ้านในกรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวน 404 ตัวอย่าง พบว่า ผู้ที่ต้องการปลูกบ้านในกรุงเทพฯ และปริมณฑลมีทัศนคติที่ดีต่อระบบสร้างบ้านแบบคอนกรีตสำเร็จรูป และส่วนใหญ่ยังให้การยอมรับระบบนี้ ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจรับสร้างบ้านสามารถนำผลการวิจัยมาใช้ในการเสริมสร้างทัศนคติของผู้บริโภคที่ยังขาดความรู้ความเข้าใจ (ธงชัย สันติวงษ์, 2539) ความเชื่อและส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ให้เห็นถึงประโยชน์ของระบบดังกล่าว ซึ่งเกี่ยวเนื่องกับการกำหนดกลยุทธ์ด้านการตลาด (ประภาเพ็ญ สุวรรณ, 2526) โดยมีข้อเสนอแนะให้ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในการนำเสนอด้านระยะเวลาการก่อสร้างที่รวดเร็ว การออกแบบพื้นที่ใช้สอยคุ้มค่า และคุณภาพงานก่อสร้างได้มาตรฐานสม่ำเสมอ ผ่านการสื่อสารในสื่อการตลาด (ดำรงศักดิ์ ชัยสนธิ และคณะ, 2543) ซึ่งข้อมูลนี้จะเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจรับสร้างบ้านของไทยต่อไป

## References

- กฤษณาลี รื่นรมย์. (2549). *การวิจัยการตลาด*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กรุงเทพธุรกิจ. (2555). "การตลาด-สังคมธุรกิจ", *กรุงเทพธุรกิจ*, พฤษภาคม.
- ดำรงศักดิ์ ชัยสนธิ และคณะ. (2543). *หลักและวิธีการตลาดเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: วังอักษร.
- เทอดธรรม ยอดพุดติการณ. (2555). *การก่อสร้างโดยใช้ระบบโครงสร้าง*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ซีเอ็ดบุ๊ค.
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. (2526). *ทัศนคติ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- พัชรา ตันทยรียง. (2555). *ประชุมวิชาการ 2012 ธุรกิจรับสร้างบ้าน ยุกระดับมาตรฐานเพื่อการแข่งขันในเวที AEC*. กรุงเทพฯ: สมาคมรับสร้างบ้าน.
- พฤษภา เรืองเทศเสถ. (2555). *เอกสารเผยแพร่ "precast: สูดยอดนวัตกรรมก่อสร้าง"*. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2542). *การวิจัยตลาด: ฉบับมาตรฐาน*. กรุงเทพฯ: บริษัท ธรรมสาร จำกัด.

กระบวนการพัฒนาโรงแรมระดับ 3 ดาว ภายใต้มาตรฐาน  
โรงแรมสีเขียวอาเซียน สำหรับผู้ประกอบการไทย  
Three-star Hotel Development Process under the  
Asean Green Hotel Standard for Thai Entrepreneurs

สมพงศ์ โสทะรักษ์<sup>1</sup> และ ดร. กองกoon โตชัยวัฒน์<sup>2</sup>  
Sompong Sotharak<sup>1</sup> and Kongkoon Tochaiwat, Ph.D.<sup>2</sup>

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
E-mail: aeyaniton@yahoo.com<sup>1</sup>, kongkoon@gmail.com<sup>2</sup>

#### บทคัดย่อ

ธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาว เป็นแหล่งรายได้สำคัญของประเทศ มีการแข่งขันสูง จนเกิดปัญหาที่กระทบต่อรายได้ของโรงแรมและสุขภาพผู้เข้าพัก องค์กรพัฒนาโรงแรมจึงส่งเสริมการเข้าสู่การประเมินมาตรฐานโรงแรมสีเขียวเพื่อเป็นเครื่องมือตรวจสอบโรงแรม การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณลักษณะโรงแรม การบริหารจัดการและเสนอแนวทางการพัฒนาโรงแรม 3 ดาวสู่มาตรฐานโรงแรมสีเขียวอาเซียน ที่แก้ปัญหาสภาพโรงแรมทรุดโทรมและเพื่อดำเนินการตามข้อตกลงร่วมกันของประชาคมอาเซียนได้ ขั้นตอนการศึกษาประกอบด้วย การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ โรงแรมระดับ 3 ดาวที่เป็นสมาชิกมาตรฐานมูลนิธิใบไม้เขียว จำนวน 7 ท่าน โดยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหาและการจัดทำแผนที่เชิงมโนทัศน์ ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาโรงแรมที่ผ่านมาตรฐานมูลนิธิใบไม้เขียวไปสู่มาตรฐานโรงแรมสีเขียวอาเซียนต้องมีการดำเนินการตามข้อกำหนดเพิ่มขึ้น 19 ข้อ และพบว่า โรงแรมยังไม่ได้ดำเนินการอยู่ 8 ข้อ จึงมีการเสนอแนวพัฒนาโรงแรมที่สร้างความยั่งยืนในธุรกิจท่องเที่ยวได้

#### Abstract

Three-star hotels business, a major source of income of the country has highly competitive. There are many problems that affect the hotel and guests. So, the hotel development can be used as a business efficiency measurement tool. This research aims to study the physical aspects and the facilities management and to propose the practical guideline of three-star hotel development, which are suitable to nowadays competitions. Research methods comprised an interview of seven entrepreneurs from that are three-star hotels receiving the Green Leaf Foundation Standard, and data analysis by Content Analysis and Concept Mapping Techniques. The findings are the three-star hotels that received the Greenleaf Foundation Standard have 19 additional

requirements, of which eight requirements not be normally implemented, in order to achieve the ASEAN Green Hotel Standard. Finally, the requirements enhance the guidelines for acquiring the ASEAN Green Hotel Certificate and supporting the sustainability of ecological tourism.

**คำสำคัญ (Keywords):** โรงแรมสีเขียว (Green Hotel), โรงแรมระดับ 3 ดาว (Three-star Hotel), ประชาคมอาเซียน (ASEAN Economic Community)

## 1. บทนำ

ธุรกิจท่องเที่ยว มีความสำคัญในการสร้างรายได้ของประเทศ โดยข้อมูลในปี พ.ศ. 2553 มีรายได้จากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ รวมกันกว่า 1,032,000 ล้านบาท โดยมีอัตราที่เพิ่มสูงขึ้นในปีก่อนหน้า คิดเป็นผลิตภัณฑ์มวลรวมอยู่ที่ร้อยละ 7.9 ดังนั้น จึงมีผลต่อการจำนวนโรงแรมและห้องพักที่เพิ่มขึ้น (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2553) ทั้งนี้ ยังมีปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวจากแนวโน้มความนิยมของนักท่องเที่ยวในแถบทวีปเอเชียที่สูงขึ้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2554) ย่อมส่งผลดีต่อธุรกิจท่องเที่ยวของไทยในอนาคต โรงแรมเป็นธุรกิจที่สำคัญด้านหนึ่ง ที่มีจำนวนโรงแรมหรือห้องพักในทุกระดับเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ พบว่าโรงแรมระดับ 3 ดาวมีสัดส่วนมากที่สุดจากข้อมูลปี พ.ศ. 2553 มีจำนวนห้องพัก 369,745 ห้อง จาก 6,500 แห่งจากโรงแรมทั่วประเทศ ด้วยจำนวนดังกล่าว ส่งผลถึงการแข่งขันที่สูงขึ้น จนก่อให้เกิดภาวะห้องพักล้นตลาด จากการแข่งขันการขายก่อให้เกิดปัญหาการขาดการดูแลรักษา ลักษณะทางกายภาพและการจัดการโรงแรมที่ดี นำไปสู่ปัญหาที่กระทบต่อด้านรายได้ของโรงแรมและสุขภาพผู้เข้าพัก ทั้งนี้พบว่า ธุรกิจโรงแรม มีข้อจำกัดที่เป็นจุดอ่อนในการแข่งขันในตลาดเสรีนี้ โดยส่วนใหญ่ราวร้อยละ 70 มีลักษณะเป็นผู้ประกอบการรายย่อยยังขาดการวางแผน และการ

จัดการที่ดี (กรมการท่องเที่ยว, 2555) ประกอบกับแรงหนุนจากการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี พ.ศ. 2558 นี้ ย่อมส่งผลถึงจำนวนนักท่องเที่ยวและการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น จากศึกษาพบว่า โรงแรมระดับ 3 ดาว ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยว จนมีอัตราการเข้าพักเพิ่มมากขึ้น (Tourism Watch for Thailand, 2554) ทั้งนี้ โรงแรมระดับ 3 ดาวที่เป็นสมาชิกสมาคมโรงแรมและมาตรฐานมูลนิธิไปไม่เที่ยวสามารถพัฒนาไปสู่มาตรฐานโรงแรมสีเขียวอาเซียนได้ คือ มีข้อกำหนดที่ดำเนินการที่สอดคล้องกับมาตรฐานโรงแรมสีเขียวอาเซียน ประกอบด้วย 1. การใช้อุปกรณ์ประหยัดไฟฟ้า 2. รณรงค์ให้พนักงานและผู้เข้าพักใช้พลังงานอย่างประหยัด 3. สนับสนุนการใช้ผลิตภัณฑ์ภายในชุมชน 4. มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ที่น่าสนใจรอบ ๆ ที่พักได้ (สมาคมโรงแรมไทย, 2555) แต่โรงแรมระดับ 1 และ 2 ดาว มีข้อจำกัดในการบริหารจัดการโรงแรมและลักษณะทางกายภาพของโรงแรม โดยที่โรงแรมระดับ 4 ถึง 5 ดาว มีการจัดการที่ดีไม่มีข้อจำกัดในการประเมินมาตรฐานกับองค์กรที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ได้

## 2. วัตถุประสงค์การวิจัย

ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยครั้งนี้ 3 ประการ ประกอบด้วย

1. ศึกษาปัญหาการแข่งขันของโรงแรม

2. ศึกษาแนวทางการพัฒนาโรงแรมตามมาตรฐานโรงแรมสีเขียวอาเซียน

3. ศึกษาลักษณะทางกายภาพและการบริหารโรงแรมที่เป็นกรณีศึกษาเปรียบเทียบกับมาตรฐานโรงแรมสีเขียว

4. เสนอแนวทางการพัฒนาทางกายภาพและการบริหารโรงแรมสู่มาตรฐานโรงแรมสีเขียวอาเซียน

### 3. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผู้วิจัยคาดว่าจะได้ประโยชน์จากวิจัยนี้คือ

1. ผู้ประกอบการโรงแรมระดับ 3 ดาว ได้แนวทางในการพัฒนาโรงแรมสู่มาตรฐานโรงแรมสีเขียวอาเซียน เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันได้ เป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ

2. กรมการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสมาคมธุรกิจโรงแรม สามารถนำข้อมูลไปพิจารณาเพื่อกำหนดนโยบายและแผนพัฒนาที่ส่งเสริมธุรกิจโรงแรมได้

### 4. ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มีการเลือกกลุ่มตัวอย่างวิจัยโดยเลือกแบบเจาะจง (purposive sampling) จากคุณสมบัติของผู้ประกอบการโรงแรม โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ 1. ผู้ประกอบการที่ธุรกิจโรงแรมผ่านเกณฑ์มาตรฐานโรงแรมสีเขียวอาเซียน ใน พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2557 โดยรวมทุกระดับโรงแรม จำนวน 3 แห่ง 2. ผู้ประกอบการที่ธุรกิจโรงแรมเป็นสมาชิกสมาคมโรงแรมไทยในระดับ 3 ดาว และเป็นสมาชิกมาตรฐานโรงแรมใบไม้เขียวในปี พ.ศ. 2555 จาก 5 จังหวัดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย กรุงเทพมหานคร ชลบุรี เชียงใหม่ ภูเก็ต และขอนแก่น (กรมการ

ท่องเที่ยว, 2555) มีจำนวน 7 แห่ง โดยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (structured interview) ทั้งนี้ได้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูล 2 วิธีได้แก่ 1. วิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) ด้วยการวิเคราะห์ความถี่ และหาค่าความสอดคล้องภายใน (internal consistency: IC) และ 2. การจัดทำแผนที่เชิงมโนทัศน์ (concept mapping) ตัวแปรในงานวิจัย ประกอบด้วย 1) คุณลักษณะโรงแรม ประกอบด้วย (1) ที่ตั้ง (2) จำนวนห้องพัก (3) วัสดุตกแต่งอาคาร (4) สิ่งอำนวยความสะดวก (5) อุปกรณ์การใช้น้ำ (6) การใช้เครื่องปรับอากาศ และ (7) กิจกรรมทางสังคม 2) การบริหารจัดการโรงแรมตามข้อกำหนดเพิ่มเติม ที่ได้จากการพิจารณาเกณฑ์ที่พบในมาตรฐานโรงแรมสีเขียวอาเซียนแต่ไม่พบในมาตรฐานมูลนิธิใบไม้เขียว 19 ข้อ เพื่อการพัฒนาสู่มาตรฐานโรงแรมสีเขียวอาเซียน

### 5. ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ประกอบไปด้วย

1. มาตรฐานโรงแรมสีเขียวอาเซียน คือ มาตรฐานของโรงแรมสีเขียวที่ประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนตกลงร่วมกันมีเนื้อหาที่เชื่อมโยงถึงการบริหารจัดการทรัพยากรทางกายภาพเพื่อประโยชน์ด้านการบำรุงรักษาและปรับปรุงอาคาร การอบรมพนักงาน ประสิทธิภาพการให้บริการ ทั้งยังครอบคลุมถึงการส่งเสริมกิจกรรมการมีส่วนร่วมของพนักงาน นักท่องเที่ยวและประชาชนในชุมชนให้มีส่วนร่วมต่อรักษาสสิ่งแวดล้อม การสนับสนุนอาชีพและผลิตภัณฑ์ของชุมชน ส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวและชุมชนอย่างยั่งยืน สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าตามแนวโน้มของตลาดได้ (กรมการท่องเที่ยว,

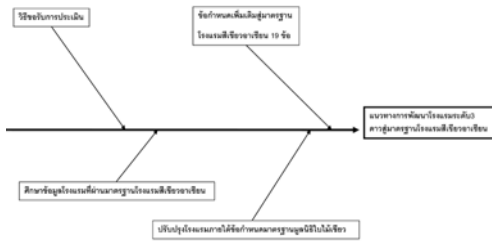


2555) รวมถึงวิธีการขอรับการประเมินสู่มาตรฐานโรงแรมสีเขียว

2. มาตรฐานมูลนิธิใบไม้เขียว คือ มาตรฐานที่มีวัตถุประสงค์ เพื่อเผยแพร่ความรู้แก่ผู้ประกอบการด้านที่พักเพื่อการท่องเที่ยว ให้มีความเข้าใจในการรักษาสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมให้มีการพัฒนาการประกอบธุรกิจโรงแรม ให้มีประสิทธิภาพการบริการควบคู่กับการประหยัดพลังงาน โดยให้สอดคล้องกับความต้องการแก่นักท่องเที่ยวที่เข้าพัก โดยเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการรักษาสิ่งแวดล้อมกับทางโรงแรมเพื่อประกาศในวงกว้าง ในการมีส่วนร่วมของธุรกิจโรงแรมและที่ใส่ใจในสิ่งแวดล้อม ควบคู่กับการมีประสิทธิภาพการบริการ (มูลนิธิใบไม้เขียว, 2555) ทั้งนี้ การบริหารจัดการโรงแรมตามข้อกำหนดเพิ่มเติม ที่ได้จากการพิจารณาเกณฑ์ที่พบในมาตรฐานโรงแรมสีเขียวอาเซียน แต่ไม่พบในมาตรฐานมูลนิธิใบไม้เขียว 19 ข้อ เพื่อการพัฒนาสู่มาตรฐานโรงแรมสีเขียวอาเซียน ประกอบด้วย 1) การมีส่วนร่วมพนักงาน ลูกค้า ผู้ประกอบการร้านค้า มีส่วนร่วมในกิจกรรมการจัดการสิ่งแวดล้อม 2) มีแผนการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม 3) มีกระบวนการประเมินผลกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรม 4) ส่งเสริมการใช้สินค้าในท้องถิ่นเพื่อใช้ในการดำเนินงานโรงแรม ตัวอย่างเช่น อาหาร และสินค้าทางด้านฝีมือต่าง ๆ 5) มีการแผนส่งเสริมกิจกรรมการป้องกันและอนุรักษ์โดยการสร้างจิตสำนึก 6) ส่งเสริมอาชีพในท้องถิ่น 7) ส่งเสริมให้ผู้ใช้บริการมีส่วนร่วมในการแยกขยะและการส่งเสริมการจัดการขยะอันเนื่องมาจากลูกค้า 8) นำเสนอกิจกรรมการประหยัดพลังงานและการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีประหยัดพลังงาน เพื่อลดการใช้พลังงานในโรงแรม 9) ติดตั้งมิเตอร์แยกเพื่อตรวจวัดพลังงาน

ในโรงแรม 10) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้เข้าพักด้านการประหยัดไฟฟ้า 11) จัดทำแผนงานในการซ่อมบำรุงอุปกรณ์เพื่อการประหยัดน้ำ 12) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของแขกในการประหยัดน้ำ 13) จัดทำแผนการดำเนินงานการซ่อมบำรุงพื้นที่และการบำรุงรักษาอุปกรณ์ปรับอากาศ 14) ส่งเสริมและอนุรักษ์ศิลปะและวัฒนธรรมท้องถิ่นด้านการออกแบบอาคาร การใช้วัสดุ การตกแต่ง 15) มีการป้องกันการเกิดน้ำเสียจากสาเหตุต่าง ๆ 16) โรงแรมมีการส่งเสริมการใช้น้ำบำบัดแล้วมารดน้ำต้นไม้ 17) มีการส่งเสริมให้เกิดการบำบัดน้ำเสียด้วยวิธีการที่เหมาะสม 18) ส่งเสริมการจัดทำป้ายหรือสัญลักษณ์ของสารประกอบที่เป็นพิษให้ชัดเจน 19) โรงแรมมีการจัดการวัสดุมีพิษอย่างเหมาะสม

3. การบริหารจัดการทรัพยากรทางกายภาพ คือ การบริหารจัดการ อาคาร พื้นที่ และองค์ประกอบอื่นๆ ให้เกิดผลตอบแทนทางธุรกิจแก่องค์กรได้ โดยมีการบริหารจัดการทรัพยากรทางกายภาพที่เกี่ยวข้องกับผู้ใช้งาน ระบบทำงาน และทรัพยากรทางกายภาพ โดยใช้หลัก 3Ps ประกอบด้วย 1) คน หมายถึง ผู้ใช้งานอาคาร พนักงาน 2) งาน หรือกิจกรรมที่ร่วมกับชุมชนหรือหน่วยงานอื่นๆ และ 3) อาคาร หมายถึง อาคารหรือบริเวณโดยรอบ รวมถึงอุปกรณ์ เครื่องใช้ โดยมีบรรยากาศที่ดีในการทำงาน (เสรีชัย ชาติพานิช, 2553) โดยที่ทฤษฎีเรื่อง มาตรฐานโรงแรมสีเขียวอาเซียนและมาตรฐานมูลนิธิใบไม้เขียวมีกำหนดที่ต้องดำเนินงานภายในโรงแรมโดยแยกเป็นข้อ ๆ โดยมีความเกี่ยวข้องกับผู้ใช้งานอาคาร กิจกรรมและลักษณะอาคารของโรงแรม โดยจะต้องใช้ทฤษฎีการบริหารจัดการทรัพยากรทางกายภาพในดำเนินงานของโรงแรม ทั้งนี้สามารถสรุปเป็นกระบวนการพัฒนาโรงแรมระดับ 3 ดาว สู่มาตรฐานโรงแรมสีเขียวอาเซียน ได้จากรูปที่ 1



รูปที่ 1 กระบวนการพัฒนาโรงแรมระดับ 3 ดาว สู่มาตรฐานโรงแรมสีเขียวอาเซียน

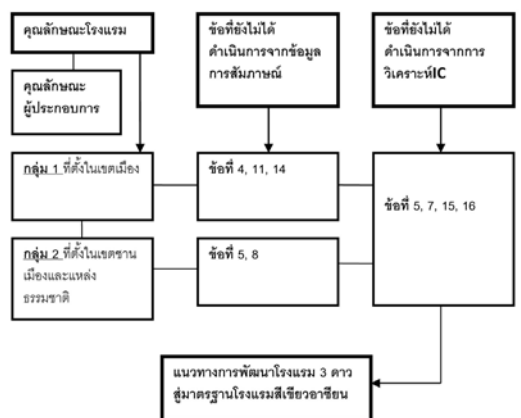
## 6. ผลการศึกษา

ผลศึกษามี ดังนี้

**1. ด้านคุณลักษณะโรงแรม** พบว่า โรงแรมระดับ 3 ดาวส่วนใหญ่เป็นโรงแรมที่มีขนาดเล็ก มีความสนใจการใช้วัสดุตกแต่งที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และเพื่อลดความเสี่ยงจากการเกิดโรคทางเดินหายใจของแขกผู้เข้าพัก มีความพยายามในการใช้อุปกรณ์เสริมในการประหยัดน้ำ กรณีห้องพักที่มีการปรับปรุงใหม่ มีการใช้สุขภัณฑ์ที่ประหยัดน้ำ ด้านเครื่องปรับอากาศ มีการตรวจสอบความสะอาดของเครื่องปรับอากาศเป็นสำคัญ โดยเห็นว่า การปรับปรุงระบบปรับอากาศเป็นเรื่องที่ซับซ้อนและมีต้นทุนที่สูง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานเป็นสำคัญ เนื่องจากโรงแรมระดับ 3 ดาว เป็นโรงแรมระดับกลางประกอบไปด้วย ห้องประชุม ห้องอาหาร และห้องซักรีด เหล่านี้เป็นแหล่งรายได้รองจากห้องพัก ด้านกิจกรรมทางสังคมเป็นกิจกรรมร่วมกับพนักงานของโรงแรมเป็นหลักกิจกรรมที่เป็นอันดับรองลงมา คือ การร่วมกับชุมชนแวดล้อม เนื่องจากการเข้าร่วมกับองค์กรท้องถิ่น เช่น การถนนที่ใช้ร่วมกับชุมชน ทำความสะอาดชายหาดแม่น้ำ

**2. ด้านการบริหารจัดการโรงแรม** ระดับ 3 ดาว พบว่า ได้มีการดำเนินงานภายในยังไม่ครบ

ตามข้อกำหนดที่เพิ่มเติม 19 ข้อ พบว่า มีข้อกำหนดที่โรงแรมยังไม่ได้ดำเนินการอยู่ 8 ข้อ โดยสามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม ที่มีความแตกต่างกันของข้อกำหนดที่ยังไม่ได้ดำเนินการ คือ *กลุ่มที่ 1* โรงแรมที่ตั้งในเขตเมืองมีข้อกำหนดที่ไม่ได้ดำเนินการ คือ ข้อ 4 ด้านโรงแรมมีการส่งเสริมการใช้สินค้าท้องถิ่นเพื่อใช้ในการดำเนินงานในโรงแรม ข้อ 11 โรงแรมมีการจัดทำแผนงานในการซ่อมบำรุงอุปกรณ์เพื่อการประหยัดน้ำและข้อ 14 โรงแรมมีการส่งเสริมอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ด้านการออกแบบอาคาร การใช้วัสดุ การตกแต่ง *กลุ่มที่ 2* โรงแรมที่ตั้งในเขตชานเมืองและแหล่งธรรมชาติ คือ ข้อ 5 โรงแรมมีการส่งเสริมกิจกรรมการป้องกันและอนุรักษ์โดยการสร้างจิตสำนึก ข้อ 8 โรงแรมมีการรณรงค์กิจกรรมการประหยัดพลังงานและการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีประหยัดพลังงาน เพื่อลดการใช้พลังงานในโรงแรม ทั้งนี้ ทั้งสองกลุ่มมีข้อกำหนดที่ยังไม่ได้ดำเนินการที่เหมือนกัน จำนวน 4 ข้อ สามารถสรุปได้ตามรูปที่ 2 และตามตารางที่ 1 ดังนี้



รูปที่ 2 ความสัมพันธ์ของคุณลักษณะโรงแรม 3 ดาวและการบริหารจัดการโรงแรมที่มีผลข้อกำหนดมาตรฐานโรงแรมสีเขียว

**ตารางที่ 1** สรุปแนวทางการบริหารจัดการทรัพยากรทางกายภาพที่ยังไม่ได้ดำเนินการตามมาตรฐานโรงแรมสีเขียวอาเซียน

ข้อกำหนด	การบริหารจัดการทรัพยากร
<b>กลุ่ม 1 ที่ตั้งในเขตเมือง</b> 4. โรงแรมมีการส่งเสริมการใช้สินค้าในท้องถิ่นเพื่อใช้การในการดำเนินงานโรงแรม ตัวอย่างเช่น อาหาร และสินค้าทางด้านฝีมือต่าง ๆ	มีการเพิ่มแผนการจัดซื้อสินค้าท้องถิ่นโดยสามารถตรวจสอบสินค้า ที่มีคุณภาพผ่านองค์กรท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง
11. โรงแรมมีการจัดทำแผนงานในการซ่อมบำรุงอุปกรณ์เพื่อการประหยัดน้ำ	การวางแผนควรมีแผนในเชิงป้องกัน (preventive maintenance) เพิ่มขึ้น จากการซ่อมเป็นรายกรณี
14. โรงแรมมีการส่งเสริมและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมท้องถิ่นด้านการออกแบบอาคาร การใช้วัสดุ การตกแต่ง	ผู้ประกอบการหรือพนักงานมีส่วนร่วมในการกำหนดแนวคิดการออกแบบโรงแรม คัดเลือกผู้ออกแบบ การจัดจ้างผู้รับเหมา รวมถึงการจัดซื้อวัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
<b>กลุ่ม 2 ที่ตั้งในเขตชานเมืองและแหล่งธรรมชาติ</b> 5. โรงแรมมีการส่งเสริมกิจกรรมการป้องกันและอนุรักษ์โดยการสร้างจิตสำนึก	การกำหนดแผนการประเมินอบรมพนักงาน และการจัดงบประมาณ ด้านผลตอบแทน พิเศษเมื่อพนักงานสามารถ ปฏิบัติได้ตามเป้าหมาย
8. โรงแรมมีการการนำเสนอกิจกรรมการประหยัดพลังงาน และการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีประหยัดพลังงาน	ผู้ประกอบการกำหนดแผน การจัดซื้ออุปกรณ์เสริม Aerator เพื่อการประหยัดน้ำติดตั้งที่ปลายหัวจ่ายน้ำ การใช้สปริงเกอร์แทนการรดน้ำด้วยสายยาง และการเปลี่ยนอุปกรณ์ใหม่ ควรเลือกจากคุณสมบัติด้านการประหยัดไฟฟ้า โดยการพิจารณาจากผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรอง เช่น ฉลากเขียวประหยัดไฟ เบอร์ 5 (กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม, 2552)

ข้อกำหนดที่เหมือนกันของทั้งสองกลุ่มที่ดำเนินการ	
5. โรงแรมมีการแผนส่งเสริมกิจกรรมการป้องกันและอนุรักษ์โดยการสร้างจิต สำนึกอนุรักษ์โดย	การกำหนดแผนการประเมินอบรมพนักงาน และการจัดงบประมาณ ด้านผลตอบแทนพิเศษเมื่อพนักงานสามารถปฏิบัติได้ตามเป้าหมาย
7. โรงแรมมีการส่งเสริมให้ผู้เข้าพักร่วมในการแยกขยะและการส่งเสริมการจัดการขยะ	ส่งเสริมกิจกรรมการแยกขยะจากการประชุม โดยมีจุดแยก ขยะภายในบริเวณที่ประชุม เพื่อลดจำนวนจุดแยกขยะ
15. โรงแรมมีการป้องกันการเกิดน้ำเสียจากสาเหตุต่าง ๆ	ตรวจสอบและประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานตามแผนงานที่กำหนดไว้ มีข้อปฏิบัติดังนี้ 1. ลดการปนเปื้อนในน้ำทิ้ง ด้วยการทำความสะอาด ปิดกวดบริเวณที่จะต้องใช้น้ำชำระล้าง 2. การเทศอาหารและไขมันก่อนล้างภาชนะ 3. ล้างวัตถุดิบอาหาร และภาชนะในอ่าง
16. โรงแรมมีการส่งเสริมการใช้น้ำบำบัดแล้วมารดน้ำต้นไม้	ผู้ประกอบการ ประเมินความเหมาะสม ต้นทุน (cost performance) ด้านพื้นที่ และการใช้ประหยัดไฟฟ้าของเครื่องสูบน้ำในการเตรียมบ่อพักน้ำหรือถังเก็บน้ำเพื่อใช้น้ำบำบัดรดน้ำต้นไม้ คู่มือตอนได้จาก รูปที่ 3

แนวทางการนำน้ำบำบัดมาใช้รดต้นไม้ มีกระบวนการผ่านระบบบำบัดน้ำแสดงใน รูปที่ 3 ดังนี้



\*หมายเหตุ กรณีที่ตั้งโรงแรมมีพื้นที่จำกัด ใช้เป็นถังเก็บน้ำได้

**รูปที่ 3** ขั้นตอนการใช้น้ำบำบัดมารดน้ำต้นไม้

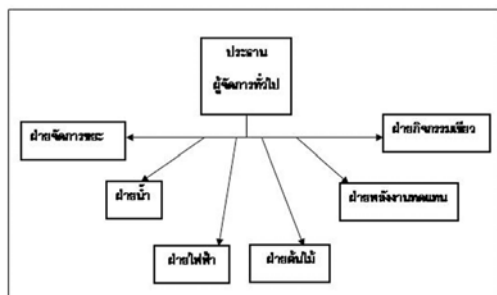
ทั้งนี้ นอกจากการดำเนินการตามแนวทางการพัฒนาแล้ว ผู้ประกอบการยังต้องมีการเตรียมความพร้อม ด้านวิธีการขอรับการประเมินสู่มาตรฐานโรงแรมสีเขียว โดยได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ กลุ่มที่ 1 ดังนี้

1. ด้านจัดเตรียมเอกสาร ประกอบไปด้วย 1) สำเนาใบอนุญาตเปิดโรงแรม 2) สำเนาทะเบียนการค้า 3) ภาพถ่ายกิจกรรมของโรงแรม 4) สำเนาเกียรติบัตรหรือรางวัลที่เคยได้รับ

2. ด้านคณะกรรมการมีการจัดตั้งคณะกรรมการภายในโรงแรม เพื่อบริหารงานให้เป็นไปตามมาตรฐาน โดยมีตำแหน่งที่เพิ่มขึ้นจากคณะกรรมการที่บริหารมูลนิธิไปไม่เขียว ดังแสดงในรูปที่ 4 เรื่องคณะกรรมการภายในโรงแรมที่เพิ่มขึ้นเพื่อดำเนินการสู่มาตรฐานโรงแรมสีเขียวอาเซียน

3. ด้านเครื่องมือตรวจสอบ เจ้าหน้าที่ของมาตรฐานโรงแรมสีเขียวอาเซียนมีการตรวจสอบ โดยใช้ตารางตรวจสอบรายการ การสัมภาษณ์พนักงาน และใช้เครื่องมือวัดพลังงาน

4. การประเมินมาตรฐานโรงแรมสีเขียวอาเซียน มีการตรวจสอบเพื่อประเมินผลงานเป็นช่วงเวลาสม่ำเสมอ เพื่อรักษาคุณภาพและพิจารณาต่ออายุโดยกำหนดจำนวน 2 ครั้งต่อปี



รูปที่ 4 คณะกรรมการภายในมาตรฐานโรงแรมสีเขียวอาเซียน

## 7. บทสรุปและข้อเสนอแนะ

บทความนี้ได้วิจัยข้อกำหนดที่เพิ่มขึ้นโดยการเปรียบเทียบจากเกณฑ์มาตรฐานมาตรฐานภายในประเทศ คือ มาตรฐานสมาคมโรงแรมมาตรฐานมูลนิธิไปไม่เขียวกับมาตรฐานโรงแรมสีเขียวอาเซียน เพื่อการนำเสนอแนวทางการพัฒนาโรงแรมระดับ 3 ดาว สู่มาตรฐานโรงแรมสีเขียวอาเซียน จากการทบทวนวรรณกรรมและการเก็บข้อมูล มีประเด็นที่สำคัญ 3 ประการ คือ

1) การตรวจสอบเพื่อประเมินผล มีเครื่องมือที่สำคัญ คือ แบบตรวจสอบรายการ ที่มีลักษณะตรวจสอบที่ตามสภาพจริง ลดการเกิดความคลาดเคลื่อนของการตรวจสอบข้อมูลและประเมินผล ส่งผลต่อการเป็นที่ยอมรับ นำเชื่อถือของการประเมินในมาตรฐานนี้

2) ข้อกำหนดที่เพิ่มขึ้นโดยการเปรียบเทียบจากเกณฑ์มาตรฐานภายในประเทศกับมาตรฐานโรงแรมสีเขียวอาเซียน จึงสามารถเสนอแนวทางการพัฒนาได้ชัดเจนและสอดคล้องกับคุณลักษณะของโรงแรมได้ โดยแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มโรงแรมที่ตั้งอยู่ชานเมือง หรือใกล้แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ซึ่งมีจุดเน้นการพัฒนาแตกต่างกันไปตามข้อกำหนด ทั้งนี้ มีข้อกำหนดในการพัฒนาที่เหมือนกันที่ต้องดำเนินการทั้งสองกลุ่ม

3) เนื้อหาการวิจัยเกี่ยวข้องกับกระบวนการวางแผนพนักงาน และการจัดการอาคารสถานที่ ซึ่งเป็นเนื้อหาของงานบริหารจัดการทรัพยากรทางกายภาพ โดยเห็นได้จากข้อกำหนดของมาตรฐาน

ข้อเสนอแนะจากการศึกษา 2 ประการคือ

1. สำหรับผู้ประกอบการโรงแรมระดับ 3 ดาว ผลการศึกษาพบว่า ข้อกำหนดมาตรฐานที่เพิ่มขึ้น ไม่ได้ส่งผลต่อต้นทุนการดำเนินงานมากนัก สามารถนำไปปฏิบัติให้สอดคล้องกับทฤษฎีและมาตรฐานโรงแรมสีเขียวอาเซียนได้ โดยเนื้อหาของข้อกำหนดส่วนใหญ่ พบว่า โรงแรมมีการดำเนินงานอยู่เดิมแล้ว เพียงแต่ขาดการติดตามและประเมินผล เช่น การแยกขยะ การใช้อุปกรณ์ประหยัดพลังงาน การมีกิจกรรมทำความสะอาดร่วมกับชุมชน การอบรมพนักงานให้มีจิตสำนึกด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมที่สามารถแนะนำต่อผู้เข้าพักในโรงแรมได้ สิ่งนี้เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลถึงชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของโรงแรม

2. การวิจัยในครั้งต่อไปจึงควรมีการทบทวนวรรณกรรมเพิ่มเติมเพื่อที่การกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่สามารถเป็นตัวแทนได้ในลักษณะที่ครอบคลุมรูปแบบคุณลักษณะของโรงแรมต่าง ๆ เช่น ที่ตั้ง ชุมชนแวดล้อม ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งจะทำให้เกิดแนวทางการพัฒนาโรงแรมตามมาตรฐานโรงแรมสีเขียว ในทุกภูมิภาคของประเทศ เกิดแนวทางการพัฒนาโรงแรมตามมาตรฐานโรงแรมสีเขียวที่หลากหลายขึ้นตามความเหมาะสมของคุณลักษณะโรงแรมได้

## References

- กรมการท่องเที่ยว. (2555). *แผนพัฒนาบริการท่องเที่ยว เพื่อรองรับการเปิดเสรีบริการท่องเที่ยวประจำปี พ.ศ.2555-2560*. กรุงเทพฯ: กรมการท่องเที่ยว, กระทรวงการท่องเที่ยว และกีฬา.
- กรมการท่องเที่ยว. (2555). *มาตรฐานโรงแรมสีเขียวของอาเซียน ฉบับภาษาไทย*. กรุงเทพฯ: กรมการท่องเที่ยว, กระทรวงการท่องเที่ยว และกีฬา กองส่งเสริมบริการท่องเที่ยว.
- กรมควบคุมมลพิษ. (2552). *คู่มือบำบัดน้ำเสียของโรงแรม*. กรุงเทพฯ: กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม.
- กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม. (2552). *7 Ways To Green Your Office*. กรุงเทพฯ: กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2554). *e-TAT Tourism Journal*, 2 (เมษายน – มิถุนายน). สืบค้นเมื่อ 1 สิงหาคม 2555, จาก <http://www.etatjournal.com>
- มูลนิธิไปไม่เสีย. (2555). *มาตรฐานโรงแรมใบไม้เขียว 2555*. สืบค้นเมื่อ 1 สิงหาคม 2555, จาก [http://www.greenleafthai.org/en/green\\_สมาคมโรงแรมไทย](http://www.greenleafthai.org/en/green_สมาคมโรงแรมไทย).
- (2555). *มาตรฐานสมาคมโรงแรม 2555*. สืบค้นเมื่อ 10 สิงหาคม 2555, จาก <http://thaihotels.org/new-checklist>
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2553). *ผลการศึกษาสถานการณ์ธุรกิจโรงแรมและที่พัก ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและจังหวัดชลบุรี*. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.
- เสรีชัย โชติพานิช. (2553). *การบริหารจัดการทรัพยากรกายภาพ หลักการและทฤษฎี*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Tourism Watch for Thailand. (2554). *ไตรมาส 3/54 ไทยเที่ยวไทยท่องเที่ยวสุดไกลกว่าตลาดต่างชาติ*. สืบค้นเมื่อ 12 เมษายน 2556, จาก <http://program.npru.ac.th/twt/>

# ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทตลาดสู่แนวทางการพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยว

## Real Estate Business: Development Guideline from Market to Tourist Market

ชญาณุช หอส์จกุล<sup>1</sup> และ ดร. พรพรรณ วีระปรียากร<sup>2</sup>  
Chayanuch Hosajjakul<sup>1</sup> and Pomphan Verapreyagura, Ph.D.<sup>2</sup>

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
E-mail: somo\_ka@hotmail.com<sup>1</sup>, Dr\_namfon@yahoo.com<sup>2</sup>

### บทคัดย่อ

ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทตลาดในปัจจุบันได้รับการพัฒนาจากตลาดสำหรับรองรับชุมชนสู่การเป็นตลาดเพื่อการท่องเที่ยวมากขึ้น การวิจัยนี้มุ่งสำรวจและศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการกำหนดแนวทางการพัฒนาธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทตลาดเพื่อการท่องเที่ยวบนฐานความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยว จำนวน 414 คน ด้วยแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวตลาดเพื่อการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่ให้ข้อมูลได้มาจากการสุ่มอย่างง่ายตามสัดส่วน ในพื้นที่ซึ่งประกอบด้วย ตลาดน้ำสีภาค พัทยา (ชลบุรี) ตลาดน้ำขวัญเรียม (กรุงเทพมหานคร) ตลาดน้ำพุบัวชม (พระนครศรีอยุธยา) ตลาดน้ำหัวหิน (ประจวบคีรีขันธ์) ตลาดน้ำอโยธยา (พระนครศรีอยุธยา) เพลีนวาน (ประจวบคีรีขันธ์) ข้อมูลจากแบบสอบถามวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการพัฒนาธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทตลาดเพื่อการท่องเที่ยวบนฐานความต้องการของนักท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับ 2 ปัจจัยหลัก คือ ปัจจัยด้านกายภาพ เช่น ความน่าสนใจของร้านค้า และการมีเอกลักษณ์เฉพาะตน และปัจจัยด้านการบริหารจัดการ เช่น คุณภาพการบริการ การจัดการระบบน้ำ ไฟฟ้า แสงสว่างในโครงการการสื่อสารของพนักงานพ่อค้าแม่ค้า ทั้งนี้ ทั้งสองปัจจัยควรต้องดำเนินการไปพร้อมกัน

### Abstract

'Market' is a type of development in real estate industry, now it is evolving from the community market into the market for the tourist in the present trend. This research aims to examine and study the factors that affect to the initial stage of market development to suit the tourist's requirements, in which 414 sets of questionnaire were distributed to the tourists in the following locations: Pattaya Floating Market (Chonburi), Kwan-riam Floating Market (Bangkok), Thungbua-chom Floating Market (Phra Nakhon Si Ayutthaya), Huahin Floating Market (Prachuap Khiri Khan), Ayothaya Floating Market (Phra Nakhon Si Ayutthaya) and Plearnwan (Prachuap Khiri Khan),

respectively. The questionnaires contained with 135 questions, investigating the related factors to the decision making to travel to the aforesaid destinations. Data were analysed by descriptive statistics. The results showed that the 'market' development guidelines should be established based on 2 major factors. The first factor was the physical attributions of the market's space, which are the shops' attractions, and the uniqueness of shops. The second was the facility management aspects, which covered on the quality of services, quality of utilities and facilities' provisions and the communications between the merchants and customers. It is then concluded that the ideal market development strategies must be established based on the mentioned factors.

**คำสำคัญ (Keywords):** แนวทางการพัฒนา (Development Guidelines), ตลาดเพื่อการท่องเที่ยว (Tourist Market), ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ (Real Estate Business)

## 1. บทนำ

ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทตลาดเพื่อการท่องเที่ยว ปัจจุบันมีอัตราการเติบโตเพิ่มมากขึ้น และกระจายตัวอยู่ทุกภูมิภาคของประเทศไทย อีกทั้งกำลังจะกลายเป็นอสังหาริมทรัพย์ที่มีการแข่งขันสูงในการดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ สามารถพิจารณาได้จากธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทตลาดเพื่อการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นและเป็นที่ยอมรับในปัจจุบัน เช่น เฟลีนวาน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่เน้นการขายบรรยากาศย้อนยุคของหัวหิน เป็นตลาดที่มีร้านค้าขายของที่ระลึกย้อนยุคพร้อมจัดกิจกรรมต่าง ๆ ให้นักท่องเที่ยวเข้าไปมีส่วนร่วม หรือตลาดน้ำสี่ภาคพญา อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ซึ่งเป็นตลาดน้ำสร้างใหม่มุ่งเน้นการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ไทยจากทั้งสี่ภาคที่ต้องการดึงดูดนักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ หรือตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม อันเป็นตลาดน้ำโบราณที่ปรับตัวไปเป็นสถานที่ท่องเที่ยว

ที่น่าสนใจ คือ มีการบริหารจัดการโดยประชาชนในชุมชน หรือตลาดสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งเป็นตลาดและพิพิธภัณฑ์ ในรูปการเป็นตลาดโบราณที่ปรับตัวไปเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จ ด้วยการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนเช่นเดียวกัน อย่างไรก็ตาม หากพิจารณา ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทตลาดเพื่อการท่องเที่ยว ด้วยการใช้หลักเกี่ยวกับอุปสงค์และอุปทาน จะพบว่า หากสินค้าและบริการ หรือตลาดเพื่อการท่องเที่ยว มีปริมาณมากเกินความต้องการของผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยว ธุรกิจดังกล่าวก็อาจล้มเหลวได้ในทางกลับกันการเกิดขึ้น ดำรงอยู่ และเปลี่ยนแปลงไปของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทตลาดเพื่อการท่องเที่ยว ที่เกิดขึ้นในพื้นที่ต่างกัน การเติบโต และดำรงอยู่ได้ของธุรกิจอาจแตกต่างกันหรือเหมือนกัน ในประเด็นใดบ้างยังไม่มีข้อสรุปยืนยันตามหลักวิชาการ เนื่องจากอาจมีปัจจัยแห่งความสำเร็จที่แตกต่างกัน ดังนั้น ปัจจัยแห่งความสำเร็จที่ทำให้ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทตลาด

เพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยนี้ดำเนินไปได้  
จึงยังคงเป็นคำถามที่ต้องอาศัยผลการศึกษาใน  
เชิงวิชาการเข้ามาช่วยบ่งชี้อย่างชัดเจน ดังนั้น  
เพื่อให้เกิดดุลยภาพระหว่างอุปสงค์อุปทาน ใน  
ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทตลาดเพื่อการ  
ท่องเที่ยว จึงนำมาสู่ความสำคัญในการวิจัยครั้งนี้  
ภายใต้คำถามการวิจัยที่ว่า “ความสำเร็จหรือความ  
ล้มเหลวของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทตลาด  
ท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับปัจจัยใดบ้างและอย่างไร” โดย  
ผู้วิจัยมุ่งเน้นการศึกษาหาคำตอบจากการวิจัย  
ตามโจทย์ดังกล่าว เพื่อนำผลวิจัยที่ได้มากำหนด  
เป็น “ปัจจัยแห่งความสำเร็จสำหรับธุรกิจอสังหาริม-  
ทรัพย์ประเภทตลาดท่องเที่ยว” ที่เป็นประโยชน์  
ต่อผู้ประกอบการรายย่อย รวมถึงประชาชนผู้  
บริโภคต่อไป

## 2. วัตถุประสงค์การวิจัย

สำรวจและศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ  
กำหนดแนวทางการพัฒนาธุรกิจอสังหาริมทรัพย์  
ประเภทตลาดเพื่อการท่องเที่ยวบนฐานความ  
ต้องการของนักท่องเที่ยว

## 3. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผู้ประกอบการสามารถนำผลการวิจัยนี้ไป  
ช่วยกำหนดหรือวางแนวทางทางการพัฒนาธุรกิจ  
อสังหาริมทรัพย์ประเภทตลาดเพื่อการท่องเที่ยว  
บนฐานความต้องการของนักท่องเที่ยว

## 4. ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่สำหรับการวิจัยครั้งนี้ คือ ตลาดเพื่อ  
การท่องเที่ยว 6 แห่งที่บริหารจัดการโดยเอกชน  
และเน้นขายสินค้าและบริการแก่นักท่องเที่ยว  
เป็นหลัก ได้แก่ ตลาดน้ำสีภาค พัทยา (ชลบุรี)

ตลาดน้ำขวัญเรียม (กรุงเทพมหานคร) ตลาดน้ำ  
ทุ่งบัวชม (พระนครศรีอยุธยา) ตลาดน้ำหัวหิน  
(ประจวบคีรีขันธ์) ตลาดน้ำอโยธยา (พระนครศรี-  
อยุธยา) เพลินวาน (ประจวบคีรีขันธ์)

## 5. ระเบียบวิธีการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยนี้ คือ นักท่อง  
เที่ยว จำนวน 414 คน ที่ได้มาจากการสุ่มอย่าง  
ง่ายตามสัดส่วน กระจายตามพื้นที่วิจัย (6 ตลาด)  
แต่ละแห่งในจำนวนที่เท่ากัน (69 คนต่อพื้นที่)  
เครื่องมือหลักในการวิจัยคือ แบบสอบถามปัจจัย  
ที่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติใจมาท่องเที่ยวตลาดเพื่อ  
การท่องเที่ยว ที่มีลักษณะเป็นมาตรวัด 5 ระดับ  
การวิเคราะห์ข้อมูลดำเนินการด้วยสถิติเชิง  
พรรณนา ได้แก่ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยง  
เบนมาตรฐาน ผสมกับเทคนิคการจัดทำแผนที่  
ทางความคิดในการบริหารจัดการธุรกิจ

## 6. ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับ  
พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักวิชาการไทย ได้แก่  
ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2542) สันติชัย เอื้อจง  
ประสิทธิ์ (2549) ชวัลนุช อุทยาน (2551) สรุปได้  
ว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว สะท้อนได้จากความ  
ต้องการและความจำเป็นในการใช้สินค้าและ  
บริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ดังนั้น การศึกษา  
พฤติกรรมนักท่องเที่ยว จึงทำให้เข้าใจถึงปัจจัย  
ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหรือขอรับบริการ  
ของนักท่องเที่ยวได้อย่างสัมพันธ์กับการดำเนิน  
ธุรกิจท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ การเข้าใจใน  
พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจึงช่วยให้ธุรกิจได้  
พัฒนาโครงการเพื่อความได้เปรียบคู่แข่งอื่น อีก  
ทั้งยังช่วยในการปรับปรุงกลยุทธ์การตลาดของ



ธุรกิจท่องเที่ยว ทั้งในเรื่องของชนิดของสินค้าและบริการที่ต้องการให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

ปัจจุบันตลาดท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านโครงสร้างประชากรและพฤติกรรมพฤติกรรมผู้บริโภคส่วนใหญ่ (เน้นที่ ก) สิ่งอำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวัน ทั้งสินค้าและบริการ กำหนดเวลาที่แน่นอน และบริการที่ครบวงจร ข) ความสำคัญด้านสุขภาพ ความปลอดภัย ค) รูปแบบสินค้าและบริการแบบใหม่ เช่น ระบบสมาชิก ง) การเป็นสินค้าที่แสดงนัยความเป็นเพศได้ จ) สินค้าหรือบริการที่มีลักษณะการประชาสัมพันธ์แบบปากต่อปากในสังคมออนไลน์ (ธเนศ ศิริกิจ, 2555)

### **แนวคิดการแบ่งประเภทตลาดแนวคิดเกี่ยวกับตลาดและการแบ่งประเภทตลาด**

นอกจากนี้ จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับประเภทตลาดจากงานของ ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2542) และกิตติพร ใจบุญ (2549) สรุปได้ว่า ตลาดเป็นสถานที่ที่ผู้ซื้อผู้ขายมาพบกัน เพื่อซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้า ตลาดมีการเปลี่ยนแปลงพัฒนา ทั้งด้านที่ตั้ง รูปแบบ ประเภทของสินค้า ตามสภาพแวดล้อม ทั้งกายภาพและเศรษฐกิจ สังคม การแบ่งประเภทจึงมีทั้งที่แบ่งประเภทตามรูปแบบทางกายภาพ เช่น ตลาดน้ำ ตลาดบก ตลาดนัด รวมถึงแบ่งตามประเภทของที่ขาย ทำเลของตลาดจะอยู่ในบริเวณแหล่งชุมชนหรือเส้นทางการเดินทาง การขยายตัวของเมือง และยังมีตลาดหลายแห่งที่ปรับตัวเพื่อความอยู่รอดจากสังคมที่เปลี่ยนแปลง สร้างจุดขายใหม่มากกว่าสถานที่ซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้ามาเป็นสถานที่ท่องเที่ยว

อีกทั้งตลาดที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวยังสามารถถูกจัดแบ่งเป็นประเภทจากรูปแบบการท่องเที่ยว ได้ 2 รูปแบบหลัก ซึ่งในการวิจัยนี้ก็นักเขียนดังกล่าวเป็นกลไกช่วยในการออกแบบแหล่งข้อมูลและผู้ให้ข้อมูล ซึ่งการแบ่งประเภทตามรูปแบบการท่องเที่ยวแบ่งได้เป็น 1) ประเภทข้อปลีก เน้นการจำหน่ายสินค้า จุดเด่นอยู่ที่ความหลากหลาย ครบครันของประเภทร้านค้า สินค้าในตลาด หรือเป็นร้านค้าที่ขายของเฉพาะอย่าง เช่น ตลาดนัดสวนจตุจักร (กรุงเทพมหานคร) เน้นสินค้าหลายประเภท ตลาดรถไฟ (กรุงเทพมหานคร) เน้นขายของเฉพาะอย่างสำหรับผู้ที่ชอบสินค้าโบราณ ตลาด CICADA (ตลาดจ๊กจั่น ประจวบคีรีขันธ์) เน้นขายสินค้าประเภทงานศิลปะ เป็นต้น 2) ประเภทวิถีชีวิต โดยส่วนมากเป็นตลาดชุมชนที่ได้รับการอนุรักษ์ เช่น ตลาดน้ำยามเย็นอัมพวา (สมุทรสงคราม) ตลาดสามชุก หรือตลาดริมน้ำร้อยปี (สุพรรณบุรี) ส่วนตลาดประเภทนี้ที่ชุมชนไม่ได้เป็นเจ้าของหากแต่เป็นเอกชนเป็นเจ้าของสร้างขึ้นใหม่ สินค้าและบริการที่เน้นเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม เช่น ตลาดน้ำ 4 ภาค พัทยา (ชลบุรี) ตลาดน้ำคลองสระบัว (พระนครศรีอยุธยา) ที่มีการแสดงขับเสภาและเน้นการตกแต่งตลาดแบบย้อนยุคตลาดน้ำอโยธยา (พระนครศรีอยุธยา) ที่เป็นตลาดสร้างใหม่ที่ดึงดูดเด่นของจังหวัดมาเป็นจุดขายของโครงการ

ดังนั้น นัยของการวิจัยนี้จึงเน้นตลาดที่มีรูปแบบที่มีบริหารจัดการโดยเอกชนและเน้นขายสินค้าและบริการแก่นักท่องเที่ยวเป็นหลัก ได้แก่ ตลาดน้ำสี่ภาค พัทยา (ชลบุรี) ตลาดน้ำขวัญเรียม (กรุงเทพมหานคร) ตลาดน้ำทุ่งบัวชม (พระนครศรีอยุธยา) ตลาดน้ำหัวหิน (ประจวบคีรีขันธ์) ตลาดน้ำอโยธยา (พระนครศรีอยุธยา) เพลินวาน (ประจวบคีรีขันธ์)

## 7. ผลการศึกษา

ข้อมูลจากนักท่องเที่ยว จำนวน 414 คน ที่ได้มาจากการสุ่มอย่างง่ายตามสัดส่วน กระจายตามพื้นที่วิจัย (6 ตลาด) แต่ละแห่งในจำนวนที่เท่ากัน (69 คนต่อพื้นที่) ให้ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาตลาดเพื่อการท่องเที่ยวผ่านเครื่องมือที่มีลักษณะเป็นแบบสอบถาม

ผู้วิจัยนำมาวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผนวกกับเทคนิคการจัดทำแผนที่ทางความคิดในการบริหารจัดการธุรกิจ ผลการวิเคราะห์สรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวตลาดเพื่อการท่องเที่ยวของประชาชนส่วนใหญ่ พิจารณาในระดับมากที่สุด หรือที่มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ขึ้นไป รายละเอียด ดังตารางที่ 1 ได้แก่

1. ปัจจัยด้านกายภาพ เช่น ความน่าสนใจของร้านค้า และการมีเอกลักษณ์เฉพาะตน
2. ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ เช่น คุณภาพการบริการ ระบบน้ำ ไฟฟ้า แสงสว่างในโครงการ การสื่อสารของพนักงาน พ่อค้าแม่ค้า

อย่างไรก็ตามทั้งปัจจัยด้านกายภาพและปัจจัยด้านการบริหารจัดการในระดับที่นักท่องเที่ยวให้ข้อมูลว่าเป็นปัจจัยที่ส่งผลในระดับมากที่สุดต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวตลาดเพื่อการท่องเที่ยว สามารถพิจารณาเพิ่มเติมได้จากตารางที่ 1 เช่นเดียวกัน

ตารางที่ 1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาตลาดเพื่อการท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านกายภาพ	คะแนน
1. ร้านค้า ความน่าสนใจของร้านค้า	4.299
2. ตลาดมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว	4.258
3. ห้องน้ำ	4.131
4. การออกแบบ ความสวยงามของตลาด	4.077
5. ร้านอาหาร	4.073
6. ตั้งอยู่ใกล้ถนนสายหลัก	4.066
7. มุมพักผ่อน	4.022
8. การจัดโซนนิ่งร้านค้า ที่จอดรถที่พักผ่อน ในตลาด	4.005
9. การมีจุดหมายตาที่ชัดเจนของตลาด	3.993
10. ทางเข้าออกตลาดที่สะดวก	3.959
ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ	คะแนน
1. คุณภาพการบริการ	4.392
2. การจัดการระบบน้ำ ไฟฟ้า แสงสว่างในโครงการ	4.336
3. การสื่อสารของพนักงาน พ่อค้าแม่ค้า	4.219
4. ภาพลักษณ์ของตลาด	4.200
5. ความสะอาด ความปลอดภัยของตลาด	4.191
6. การคัดเลือกสินค้ามีความหลากหลาย	4.185
7. สินค้าประเภทอาหาร	4.175
8. คุณภาพสินค้า	4.173
9. อัตรากำลังของพนักงาน พ่อค้าแม่ค้า	4.169
10. ปัจจัยด้านราคา	4.124

เมื่อผู้วิจัยนำมาพิจารณาร่วมกันเพื่อนำไปสู่ข้อสรุปและข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว สรุปได้ว่า หากต้องการให้ตลาดสนองพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญกับร้านค้าที่น่าสนใจ และเอกลักษณ์ของตลาดภายใต้คุณภาพการบริการ ระบบสาธารณูปโภคที่เหมาะสม และการสื่อสารของพ่อค้าแม่ค้าที่มีต่อนักท่องเที่ยว

## 8. บทสรุปและข้อเสนอแนะ

การกำหนดแนวทางการพัฒนาธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทตลาดเพื่อการท่องเที่ยวบนฐานความต้องการของนักท่องเที่ยว นั้นหากจะทำให้ได้ประสิทธิผลในระดับมากที่สุดควรดำเนินการอย่างสัมพันธ์กันระหว่างกายภาพและการบริหารจัดการ กล่าวคือ ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญกับ 5 ปัจจัยเหล่านี้เป็นลำดับแรก คือ ร้านค้าที่น่าสนใจ และเอกลักษณ์ของตลาด คุณภาพการบริการ ระบบสาธารณูปโภค สาธารณูปการที่เหมาะสมและการสื่อสารของพ่อค้าแม่ค้าที่มีต่อนักท่องเที่ยว

นอกจากนี้ ข้อเสนอจากการวิจัยยังสะท้อนให้เห็นว่า หากปัจจัยทั้งห้าไม่สามารถดำเนินการได้ อาจเลือกปัจจัยอื่นๆ ที่สำคัญรองลงมาพิจารณาประกอบได้ ได้แก่ ห้องน้ำภายในตลาด ความสะอาด ความปลอดภัย ความหลากหลายของสินค้า คุณภาพของสินค้า เป็นต้น

## References

กิตติพร ใจบุญ. (2549). ตลาดกับวิถีชีวิต: บทสำรวจเบื้องต้นเกี่ยวกับการศึกษาเรื่องตลาดในสังคมไทย. ใน สมรักษ์ ชัยสิงห์กานานนท์ (บรรณาธิการ). *ตลาดในชีวิต ชีวิตในตลาด*

(น.19-102). กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).

ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. (2542). *การวางแผนและพัฒนาลาดการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ชวัลนุช อุทยาน. (2551). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. สืบค้นเมื่อ 25 มกราคม 2556, จาก <http://touristbehaviour.wordpress.com/1/>

ธเนศ ศิริกิจ. (2555). *แนวโน้ม พฤติกรรม ผู้บริโภค ปี 2555 เพื่อวางแผนกลยุทธ์*. สืบค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2555, จาก <http://www.positioningmag.com/magazine>

บริษัท คอร์ พลลนนิ่ง แอนด์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด. (2545). *รายงานฉบับสมบูรณ์ แผนปฏิบัติการกิจกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

บริษัท อินทัช รีเสิร์ช แอนด์ คอนซัลแทนซี่ จำกัด (2553). *รายงานสรุปฉบับผู้บริหารโครงการสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวของชาวไทยในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล*. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

ศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2546). *รายงานฉบับสมบูรณ์แผนแม่บทการพัฒนาการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).

สันติชัย เอื้อจงประสิทธิ์. (2549). *การบริหารท่องเที่ยวเชิงกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ: สามเจริญพาณิชย์.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2552). *THE SUCCESS เรียนรู้ความสำเร็จ ตลาดวิถีไทย: จาก 10 กรณีศึกษา*. กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.

# การปรับปรุงอาคารสำนักงานตำรวจท่องเที่ยวให้เป็นอาคารเขียว

## Tourist Police Office's Improvement to Achieve Green Building Status

อุบลรัตน์ ลูนสิลา<sup>1</sup> และ ดร. พรพรรณ วีระปรียากร<sup>2</sup>  
Ubonrat Loonsila<sup>1</sup> and Pornphan Verapreyagura, Ph.D.<sup>2</sup>

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

E-mail: im\_l\_sila@hotmail.com<sup>1</sup>, Dr\_namfon@yahoo.com<sup>2</sup>

### บทคัดย่อ

อาคารสำนักงานตำรวจท่องเที่ยว เป็นอาคารราชการต้นแบบที่มีศักยภาพที่จะปรับปรุงให้เป็นอาคารเขียวตามแผนอนุรักษ์พลังงาน พ.ศ. 2554-2573 ที่สามารถช่วยส่งเสริมสุขภาพของเจ้าหน้าที่ สร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ เป็นอาคารที่ใช้พลังงานและทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมภายนอกอาคารและสุขภาพอนามัยของผู้ใช้อาคารตลอดช่วงการใช้งานอาคารจนถึงรื้อถอนเมื่อสิ้นสุดการใช้งาน การวิจัยนี้มุ่งสำรวจกายภาพอาคารและพฤติกรรมผู้ใช้งานอาคาร จากตัวแทนสถานีตำรวจท่องเที่ยว 2 แห่งใน 36 แห่งจากการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง คือ กองบังคับการตำรวจท่องเที่ยว และสถานีตำรวจท่องเที่ยวพัทยา นำมาเปรียบเทียบกับแนวทางการจัดการสิ่งแวดล้อมสำหรับอาคารสำนักงานราชการเขียว ของกรมควบคุมมลพิษ กระทรวงพลังงาน ร่วมกับการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้งานของผู้ใช้งานอาคาร 400 คน ซึ่งได้จากการสุ่มแบบแบ่งชั้น เป็นเวลา 3 เดือน ผลการวิจัยพบว่า อาคารเขียวที่เหมาะสมกับพฤติกรรมของผู้ใช้งาน ต้องมีองค์ประกอบ 6 ส่วน ได้แก่ นโยบายในการปรับปรุงอาคาร การป้องกันความร้อนจากภายนอกอาคาร การจัดพื้นที่ใช้สอยเหมาะสมกับทิศทางลมและแสงธรรมชาติ การปรับปรุงวัสดุช่องเปิดและการบังแดดให้ตัวอาคาร การมีพื้นที่สีเขียว และการใช้วัสดุอุปกรณ์สำนักงานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

### Abstract

Tourist Police offices, will become the prototypes of green building for other government buildings, under the Energy Conservation Plan Year 2554-2573. These prototypes will be able to support both the officers' health and the people's impression. Green building refers to a structure and using process that is environmentally responsible, resource efficient, save energy, control the environmental impact and health of residents until demolition in the end of the building. The two purposive samples, the aims of this study are to explore building's physical and user's behavior. Four hundred users from the stratified random sampling technique were collected at the Tourist Police Division in Bangkok and Pattaya in three months. These two stations are samples from thirty six stations in Thailand. All data had compared by the guidelines

for green government office under the control of, Ministry of Energy. The research finding pointed that green building prototype composed by six factors; the policy of organization, the heat protection, the natural light and ventilation, the void's materials and sunshade, the green space and the energy saving equipments

**คำสำคัญ (Keywords):** สถานีตำรวจท่องเที่ยว (Tourist Police), อาคารสำนักงานราชการเขียว (Green Government Office), แนวทางการจัดการสิ่งแวดล้อมสำหรับอาคารสำนักงานราชการเขียวของกรมควบคุมมลพิษ (Guide Line For Green Government Office By Pollution Control Department)

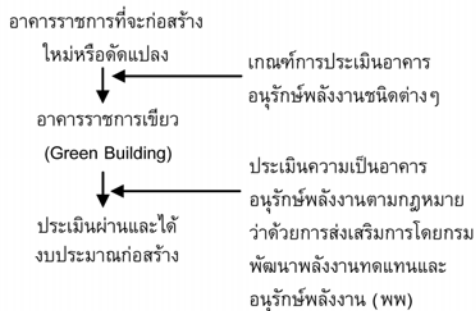
## บทนำ

อาคารสำนักงานตำรวจท่องเที่ยว เป็น อสังหาริมทรัพย์ที่ลงทุนโดยภาครัฐ ซึ่งก่อสร้างโดยคำนึงถึงต้นทุนตามระเบียบราชการมากกว่า การอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อม ปัจจุบัน อาคารสำนักงานตำรวจท่องเที่ยวมีการใช้งานมานาน เมื่อเสื่อมสภาพก็ไม่มีแนวทางในการปรับปรุงที่ชัดเจนนอกจากการปรับปรุงไปตามสภาพ อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาหลักการ Corporate Social Responsibility (CSR) หมายถึง ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ด้านสิ่งแวดล้อม โดยการดำเนินองค์กรให้เป็นไปภายใต้หลักคุณธรรม จริยธรรมและการจัดการที่ดี ร่วมกับแผนอนุรักษ์พลังงาน 20 ปี (พ.ศ. 2554-2573) โดยกระทรวงพลังงาน และมติคณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ ซึ่งมีสาระสำคัญที่จะกระจายภาระความรับผิดชอบต่อสังคมส่วนต่างๆ ของสังคม โดยเฉพาะภาครัฐให้เป็นแบบอย่างที่ดีในการอนุรักษ์พลังงานแล้ว จะเห็นได้ว่า อาคารสำนักงานตำรวจท่องเที่ยวมีศักยภาพที่จะปรับปรุงให้เป็นอาคารอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อมหรืออาคารเขียวได้ เพื่อเป็นแบบอย่างที่ดีให้แก่อาคารราชการอื่นๆ ที่มีจำนวนมากกว่า 12,700 แห่งทั่วประเทศ (หมายเหตุมลพิษ, 2551)

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยศึกษาเกณฑ์การประเมินอาคารเขียว แนวทางการจัดการสิ่งแวดล้อมสำหรับอาคารสำนักงานราชการเขียวของกรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินการใช้พลังงานและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในอาคารราชการ เพื่อให้เหมาะสมกับอาคารสำนักงานตำรวจท่องเที่ยวเขียว ซึ่งเป็นหน่วยงานของภาครัฐที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยการจะทำให้อาคารสำนักงานตำรวจท่องเที่ยวเป็นอาคารเขียวนั้น ผู้วิจัยมุ่งเน้นสำรวจสภาพอาคารปัจจุบันของสำนักงานตำรวจท่องเที่ยวร่วมกับพฤติกรรมการใช้งานของผู้ใช้งานอาคารทุกกลุ่ม เพื่อให้การปรับปรุงอาคารสำนักงานตำรวจท่องเที่ยวเขียวสอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้งาน ช่วยส่งเสริมสุขภาพในการใช้งานให้แก่ผู้ใช้งานอาคาร สามารถอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งทำให้สำนักงานตำรวจท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์ที่ดี มีความรับผิดชอบต่อสังคมในการอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อม

นอกจากนี้ หากพิจารณารายละเอียดของมติคณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติมีความเห็นชอบให้หัวหน้าหน่วยงานราชการและ

รัฐวิสาหกิจทุกแห่งให้ความร่วมมือในการตรวจประเมินแบบอาคารที่จะก่อสร้างใหม่หรือดัดแปลง ตามที่กฎกระทรวงกำหนดประเภทหรือขนาดของอาคารและมาตรฐาน หลักเกณฑ์และวิธีการออกแบบอาคารเพื่ออนุรักษ์พลังงาน พ.ศ. 2552 กำหนด และเห็นชอบให้สำนักงานประมาณพิจารณาค่าขอตั้งงบประมาณในการก่อสร้างอาคารใหม่ของส่วนราชการและรัฐวิสาหกิจ ที่ได้ตรวจประเมินแบบแล้ว โดยเริ่มตั้งแต่ปีงบประมาณ 2556 ด้วยเหตุนี้หน่วยงานของภาครัฐที่จะมีการขอขบประมาณในการก่อสร้างหรือปรับปรุงซ่อมแซมอาคารจึงควรทราบถึงแนวทางการออกแบบหรือปรับปรุงและข้อกำหนดทางกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ดังแผนภูมิต่อไปนี้



จากนี้ข้างต้น จึงนำมาสู่คำถามการวิจัยที่ว่า แนวทางการปรับปรุงอาคารเขียว เพื่อส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์กร ที่มีความเหมาะสมกับอาคารสำนักงานตำรวจท่องเที่ยวในประเทศไทยควรจะเป็นเช่นใด

### วรรณกรรมหลักที่ใช้ในการวิจัย

เกณฑ์และแนวทางในการจัดการสิ่งแวดล้อมสำหรับอาคารสำนักงานราชการเขียวของกรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

ซึ่งมีนัยสรุปได้ว่า ในหน่วยงานต่าง ๆ ของราชการที่เกี่ยวข้องกับความ “เขียว” นั้น แบ่งได้ 2 ส่วน คือ

1) ส่วนการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น สินค้าที่ได้รับรองการติดฉลากเขียว ฉลากคาร์บอนด์ ฉลากสิ่งแวดล้อม เป็นต้น



ฉลากเขียว



ฉลากสิ่งแวดล้อม



ฉลากคาร์บอนด์



2) ส่วนการจัดการสิ่งแวดล้อมของอาคารสำนักงานราชการ คือ ปรับปรุงอาคารเดิมหรือก่อสร้างอาคารใหม่ ตามแนวทางการปรับปรุงอาคารเขียวรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง ซึ่งก็ได้มีการจัดทำเกณฑ์และแนวทางในการจัดการสิ่งแวดล้อมของสำนักงานราชการเขียว เพื่อให้อาคารของภาครัฐที่กระจายอยู่ทั่วประเทศใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุง หรือก่อสร้างอาคารให้เป็นอาคารประหยัดพลังงาน และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

โดยมีการแบ่งหมวดการให้คะแนนเหมือนกัน เพียงแต่ว่ากรณีอาคารก่อสร้างใหม่จะมีหมวดการให้คะแนนด้านวัสดุและการก่อสร้างเพิ่มเติมขึ้นมาสรุป ดังนี้

**หมวดที่ 1** การบริหารจัดการให้เป็นอาคารสำนักงานฯ ชก ม.ช. ๖ (5 คะแนน)

**หมวดที่ 2** ผังบริเวณและงานภูมิสถาปัตยกรรม  
(8 คะแนน)

**หมวดที่ 3** การใช้น้ำ (4 คะแนน)

**หมวดที่ 4** พลังงาน (9 คะแนน)

**หมวดที่ 5** วัสดุและการก่อสร้าง (7 คะแนน)  
(หมวด 5 ใช้ทฤษฎีอาคารทั้งหมด)

**หมวดที่ 6** สภาวะแวดล้อมภายในอาคาร  
(4 คะแนน)

**หมวดที่ 7** การป้องกันผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมภายนอกอาคาร (9 คะแนน)

**หมวดที่ 8** นวัตกรรม (3 คะแนน)

รวม 39 คะแนน และต้องได้คะแนนจาก  
เกณฑ์บังคับทั้ง 10 ข้อ หากไม่ได้ถือว่าตก

ระดับการรับรองคิดเป็นร้อยละของคะแนนเต็ม  
ระดับผ่าน

60-69 คะแนน      ระดับเหรียญทองแดง

70-79 คะแนน      ระดับเหรียญเงิน

80-89 คะแนน      ระดับเหรียญทอง

90      คะแนนขึ้นไป

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษาเกณฑ์และแนวทางในการจัดการสิ่งแวดล้อมสำหรับอาคารสำนักงานราชการเขียว ของกรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

2. สสำรวจกายภาพอาคารปัจจุบันของสำนักงานตำรวจท่องเที่ยวและพฤติกรรมการใช้งานอาคารของผู้ใช้งานอาคารทุกกลุ่ม

3. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างกายภาพอาคารสำนักงานตำรวจท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการใช้งานอาคารเขียวของผู้ใช้งานอาคารทุกกลุ่ม

4. เสนอแนวทางการปรับปรุงอาคารสำนักงานตำรวจท่องเที่ยวเขียว

### ระเบียบวิธีการวิจัย

ขอบเขตของประชากรและพื้นที่การวิจัยสำหรับการวิจัยนี้ เกี่ยวข้องกับ ผู้ใช้งานอาคาร ซึ่งหมายรวมถึง เจ้าหน้าที่ตำรวจท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวและผู้มาติดต่อราชการ จำนวน 400 คน ที่ได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิในพื้นที่เป้าหมายการวิจัย 2 แห่ง คือ กองบังคับการตำรวจท่องเที่ยว กรุงเทพมหานครและสถานีตำรวจท่องเที่ยวพัทยา จังหวัดชลบุรี

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการสำรวจกายภาพอาคารปัจจุบันของสำนักงานตำรวจท่องเที่ยว ได้แก่ กองบังคับการตำรวจท่องเที่ยว และสถานีตำรวจท่องเที่ยวพัทยา พบว่า อาคารมีความเสื่อมโทรมเนื่องจากมีการใช้งานมายาวนาน ไม่มีแนวทางการปรับปรุงที่ชัดเจน มีการจัดพื้นที่ใช้สอยภายในบางส่วนไม่เหมาะสมกับพฤติกรรมการใช้งาน มีการกั้นพื้นที่ใช้สอยเป็นห้องซ้อนกันทำให้พื้นที่ที่ไม่ปรับอากาศอับทึบ อากาศไม่ถ่ายเท สัดส่วนพื้นที่กระจกเทียบกับพื้นที่ผนังที่ประมาณร้อยละ 70/30 ทำให้น้ำแสงธรรมชาติเข้าสู่อาคารได้ดี แต่ในขณะเดียวกันก็นำความร้อนเข้าสู่อาคารได้มากด้วย มีพื้นที่ลาดแข็งภายนอกอาคารมากเกินไป เกณฑ์กำหนดซึ่งจะทำให้พื้นที่เก็บสะสมความร้อนและถ่ายเทเข้าสู่ตัวอาคาร รวมถึงไม่ช่วยชะลอน้ำฝนไหลนอง

ผลการสำรวจพฤติกรรมการใช้งานอาคารพบว่า มีนโยบายการประหยัดพลังงานในอาคารสำนักงานตำรวจท่องเที่ยว ทั้งนี้ ค่าเฉลี่ยความ

พึงพอใจในการใช้งานอาคารในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.35-3.84) และค่าเฉลี่ยที่ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจมากที่สุด คือ วิธีการเดินทางมายังอาคารนี้ เนื่องจากผู้ที่มาใช้งานอาคารส่วนใหญ่เดินทางมาด้วยรถส่วนตัว ดังนั้น ที่ตั้งอาคารที่ห่างไกลจากขนส่งสาธารณะจึงไม่ใช่อุปสรรค แต่ก็ทำให้ความต้องการที่จอดรถเพิ่มมากขึ้นจากเดิม ส่วนค่าเฉลี่ยความรู้ที่มีต่ออาคารสำนักงานเขียวในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย (2.42-2.64) และค่าเฉลี่ยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ที่มีต่ออาคารสำนักงานเขียวมากที่สุด คือ อาคารเขียว คือ อาคารที่รักษาสสิ่งแวดล้อมและใช้ทรัพยากรต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ หมายความว่า มีความรู้ในความหมายของอาคารเขียวว่า คืออะไร นอกจากนี้ ค่าเฉลี่ยความต้องการที่มีต่ออาคารสำนักงานเขียวในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (3.53-4.30) และค่าเฉลี่ยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการที่มีต่ออาคารสำนักงานเขียวมากที่สุด คือ ต้องการให้มีบรรยากาศในการทำงานสะอาด สวยงาม น่าทำงานและเป็นมิตรต่อผู้มาติดต่องาน หมายถึง อาคารที่มีสุขภาวะที่ดี และมีสภาวะน่าสบายเหมาะสมต่อผู้ใช้งาน มีภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรทั้งการทำงานและตัวอาคาร

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างกายภาพอาคารสำนักงานตำรวจท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการใช้งานอาคารของผู้ใช้ทุกกลุ่ม พบว่า เนื่องจากอาคารมีสภาพเสื่อมโทรมทำให้ส่งผลต่อการใช้พื้นที่ใช้สอยภายใน รวมไปถึงการควบคุมคุณภาพอากาศ สร้างทัศนที่ไม่สวยงามภายนอก และไม่มีประสิทธิภาพในการป้องกันความร้อนเข้าสู่อาคารเท่าที่ควร ทำให้เครื่องปรับอากาศทำงานหนักและใช้พลังงานไฟฟ้ามากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ค่าความสัมพันธ์ระหว่างความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการใช้งาน

อาคารในภาพรวม ความรู้ของที่มีต่ออาคารสำนักงานเขียว และความต้องการที่มีต่ออาคารสถานีตำรวจท่องเที่ยว สามารถสรุปได้ดังนี้ ความพึงพอใจในการใช้งานอาคารในภาพรวมและความรู้ของที่มีต่ออาคารสำนักงานเขียว เป็นไปในทางบวก หมายความว่ายิ่งมีความรู้มาก ก็ยิ่งมีความพึงพอใจในการใช้งานอาคารมาก แต่ในขณะเดียวกันค่าความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ที่มีต่ออาคารสำนักงานเขียว และความต้องการที่มีต่ออาคารสำนักงานเขียวเป็นไปในเชิงลบ หมายความว่า ยิ่งมีความรู้มากก็อาจจะยังไม่ต้องการมากตามไปด้วย เนื่องจากมีความคิดว่าการที่อาคารเป็นอาคารเขียวจะต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรมประจำวัน ทำให้ใช้งานอาคารลำบากตามไปด้วย

## บทสรุป

ผลสรุปจากการวิจัยนี้ แสดงให้เห็นว่า การปรับปรุงอาคารสำนักงานตำรวจท่องเที่ยวให้เป็นอาคารราชการเขียว ทั้งกองบังคับการตำรวจท่องเที่ยว และสถานีตำรวจท่องเที่ยว เพื่อเป็นแบบอย่างแก่อาคารราชการอื่น ๆ การจะเป็นอาคารเขียวที่เหมาะสมกับพฤติกรรมของผู้ใช้งาน ต้องมีองค์ประกอบหลัก 6 ส่วน ได้แก่ ด้านนโยบายในการปรับปรุงอาคาร มีความมุ่งมั่นที่จะเป็นอาคารเขียว ด้านการป้องกันความร้อนจากภายนอกอาคาร ควรมีการปรับเปลี่ยนวัสดุผนังหรือเพิ่มแผงบังแดดหรือปลูกต้นไม้ตามความเหมาะสม ด้านการจัดพื้นที่ใช้สอยเหมาะสมกับทิศทางลมและแสงธรรมชาติ ด้านการปรับปรุงวัสดุช่องเปิดและการบังแดดให้ตัวอาคาร ด้านการมีพื้นที่สีเขียว และด้านการใช้วัสดุอุปกรณ์สำนักงานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



นอกจากนี้ การส่งเสริมสุขภาวะการใช้งานอาคารก็เป็นสิ่งจำเป็น ได้แก่ ปริมาณแสงภายในห้อง โดยปรับปรุงให้มีการวางตำแหน่งไฟฟ้าแสงสว่างและช่องเปิดรับแสงธรรมชาติ ที่เพียงพอและเหมาะสมกับตำแหน่งการวางโต๊ะทำงาน อุณหภูมิในอาคารและในห้อง โดยต้องมีการควบคุมอุณหภูมิที่เหมาะสมกับสภาวะนำสบายของผู้ใช้งานอาคาร ใช้เครื่องปรับอากาศที่ได้มาตรฐานและสามารถช่วยประหยัดพลังงานไฟฟ้า คุณภาพอากาศในห้องโดยปรับปรุงอาคารให้วางตำแหน่งเครื่องถ่ายเอกสารในพื้นที่ที่ระบายอากาศได้ดี หลีกเลี่ยงการมีช่องเปิดใกล้กับแหล่งมลพิษ เช่น พื้นที่สูบบุหรี่ เป็นต้น การจัดให้มีพื้นที่สีเขียวทั้งรอบบริเวณอาคารและบนหลังคา ด้านจำนวนต้นไม้ใหญ่ เพื่อให้ร่มเงาแก่พื้นที่แดดแข็งและตัวอาคาร ลดพื้นที่แดดแข็งด้วยการเปลี่ยนพื้นคอนกรีตเป็นบล็อกตวัหนอนปลูกหญ้า เพื่อให้หน้าสามารถซึมผ่านลงดินได้ เป็นต้น รวมถึงด้านชนิดพรรณไม้ต่าง ๆ นั้นต้องเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและใช้น้ำในการดูแลน้อย

## References

- กรมควบคุมมลพิษ, กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (2552). *คู่มือเกณฑ์และแนวทางในการจัดการสิ่งแวดล้อมสำหรับอาคารสำนักงานราชการเขียว กรณีอาคารเดิม*. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.
- จตุวัฒน์ วิโรตมพันธ์. (2554). *อาคารเขียวและเกณฑ์การประเมินอาคารเขียวไทยกับสากล*. ในการสัมมนาทางวิชาการ Green Building วันที่ 17 กันยายน 2554 ณ ภาควิชาวิศวกรรมโยธา คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- จตุวัฒน์ วิโรตมพันธ์. (2554). LEED: Leadership in energy in environmental design. *วารสารธนาคารอาคารสงเคราะห์*, 15(58), 62-69.
- วิมลสิทธิ์ ทรายางกูร และคณะ. (2554). *จิตวิทยาสภาพแวดล้อม: มूलฐานการสร้างสรรค์และจัดการสภาพแวดล้อมน่าอยู่อาศัย*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สถาบันอาคารเขียว. (2553). *เกณฑ์การประเมินความยั่งยืนทางพลังงานและสิ่งแวดล้อมไทย (Thai's Rating of Energy and Environmental Sustainability: TREES)*. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.

อสังหาริมทรัพย์ที่สนองความต้องการกิจกรรมกีฬาเพื่อการนันทนาการ  
สำหรับประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครชั้นใน  
Real Estate which Responded the Needs of the Recreational  
Activities for Peoples in Inner Area of Bangkok

ธนพร วงษ์ดนตรี<sup>1</sup> และ ดร. พรพรรณ วีระปรียากร<sup>2</sup>  
Thanaporn Wongdontri<sup>1</sup> and Pornphan Verapreyagura, Ph.D.<sup>2</sup>

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
E-mail: t\_p\_dragon@hotmail.com<sup>1</sup>, Dr\_namfon@yahoo.com<sup>2</sup>

#### บทคัดย่อ

ภายใต้โจทย์การวิจัยที่ว่า อสังหาริมทรัพย์ที่สนองความต้องการกิจกรรมกีฬาเพื่อการนันทนาการ สำหรับประชาชนจะช่วยส่งเสริมคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้นได้อย่างไร ทำให้การวิจัยเชิงปริมาณนี้มุ่งศึกษาความต้องการกิจกรรมกีฬาเพื่อการนันทนาการของประชาชนใน 21 เขตกรุงเทพมหานคร โดยดำเนินการสอบถามความต้องการของประชาชน 105 คน ซึ่งได้มาจากการสุ่มอย่างง่ายตามสัดส่วนเขตละ 5 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคทางสถิติเชิงพรรณนา ผลการวิเคราะห์พบว่า อสังหาริมทรัพย์ที่สนองความต้องการกิจกรรมกีฬาเพื่อการนันทนาการสำหรับประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครชั้นใน ในรูปแบบสถาน ออกกำลังกายมีสิ่งอำนวยความสะดวกประกอบด้วย 33 องค์ประกอบย่อย ภายใต้ 7 องค์ประกอบหลัก ที่สนองความต้องการกิจกรรมกีฬา 10 ประเภทหลัก ซึ่งผู้ประกอบการรายย่อยสามารถนำองค์ประกอบดังกล่าวไปใช้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ด้านกิจกรรมกีฬาให้เหมาะสมกับความต้องการของประชาชนตาม ผลการศึกษาเบื้องต้น

#### Abstract

Under the research topic that how real estate development activities in order to respond the demand of sport recreation for peoples will serve the better quality of lifes? This research aims to study the needs of recreational activities in 21 districts of Bangkok. Researcher perform the survey of the real demand from 105 respondents by randomly selected from the proportion of data analysis techniques which can get 5 data in each district. Analysis of data in term of descriptive statistics showed the real estate responded the needs of the recreational activities for peoples in inner area of Bangkok consists of 33 components under 7 elements for 10 main sports. Small Medium Enterprise (SMEs) can get some elements for developing the real estate for sport recreation for responding the need of people according to the pilot study.

**คำสำคัญ (Keywords):** อสังหาริมทรัพย์ (Real Estate), ความต้องการ (Need), การนันทนาการ (Recreation), กรุงเทพมหานครชั้นใน (Inner Area of Bangkok)

## 1. บทนำ

ปัจจุบันนี้สถานการณ์การทำงานที่แข่งขันกับเวลาของคนในเมืองส่งผลให้เกิดภาวะความเครียดและปัญหาทางสุขภาพร่างกาย ประกอบกับการเพิ่มขึ้นของประชากรในเมืองจากการย้ายถิ่นของประชากรในชนบท ทำให้สัดส่วนประชากรในเขตเมืองเพิ่มสูงขึ้นจากร้อยละ 31.1 ในปี 2543 เป็นร้อยละ 45.7 ในปี 2553 (แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 พ.ศ. 2555-2559) รัฐบาลจึงเร่งหาแนวทางแก้ไข โดยกำหนดนโยบาย แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 พ.ศ. 2555-2559 ที่มุ่งเน้นการพัฒนาคนและสังคมไทย ส่งเสริมคุณภาพชีวิตในสังคมเมืองเพื่อให้คนเมืองสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีสุขภาพร่างกายและจิตใจที่ดี นอกจากนี้ รัฐบาลได้มีนโยบายในการผ่อนคลายในช่วงเวลาว่างให้กับประชาชนโดยเพิ่มแผนพัฒนานันทนาการแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2555-2559) ที่มุ่งเน้นให้ทั้งทางภาครัฐและเอกชนประกอบกิจกรรมที่เกิดประโยชน์ในช่วงเวลาว่าง ลดกิจกรรมที่ไม่เป็นประโยชน์กับสังคมและครอบครัว เช่น การเสพสิ่งเสพติด กิจกรรมที่สามารถใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ที่สำคัญอย่างหนึ่ง ก็คือ การออกกำลังกาย เพราะช่วยให้ร่างกายและจิตใจเข้มแข็งและยังเป็นการใช้เวลาร่วมกับบุคคลอื่น ๆ ในทางสร้างสรรค์ให้เกิดการพัฒนาทักษะและความคิด ภาครัฐและเอกชนจึงร่วมมือกันในการจัดตั้งสถานที่ออกกำลังกายเพื่อประชาชน ด้วยเหตุนี้ทำให้ผู้ประกอบการรายย่อยจึงสนใจประกอบธุรกิจนันทนาการเพิ่มมากขึ้น

ตัวเลขของสำนักงานข้อมูลและวิจัย สำนักส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตามประเภทมาตรฐานอุตสาหกรรมประเทศไทยในปี 2554 ชี้ว่า สถานบริการด้านการกีฬามีรายได้รวมถึง 1,702,905,893 ล้านบาท ผู้ประกอบการเหล่านี้ต่างหาช่องว่างทางโอกาสและทำเลที่เหมาะสมในการประกอบธุรกิจ ผู้วิจัยจึงเห็นว่าการวิจัยครั้งนี้จะช่วยให้ผู้ประกอบการนำข้อมูลเพื่อไปหาแนวทางในการพัฒนาสถานที่ออกกำลังกายให้ตอบสนองความต้องการของประชาชน

## 2. วัตถุประสงค์การวิจัย

สำรวจความต้องการกิจกรรมกีฬาและสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับกีฬาเพื่อการนันทนาการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครชั้นใน

## 3. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. หน่วยงานภาครัฐและเอกชนสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนาสถานที่ออกกำลังกายได้
2. ผู้ประกอบการรายย่อยทราบถึงความต้องการในการทำกิจกรรมกีฬาเพื่อการนันทนาการของประชาชน

## 4. ขอบเขตด้านพื้นที่

อ้างอิงพื้นที่ว่างจากการวิจัยของกวินครีวิธ (2554) พบว่า มีพื้นที่ว่างขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานครชั้นในที่ไม่สามารถนำมาจัดสรรเนื่องจากเป็นพื้นที่ขนาดเล็ก 100 ตารางวา โดยพื้นที่นี้สามารถนำมาประกอบธุรกิจกีฬาเพื่อการ

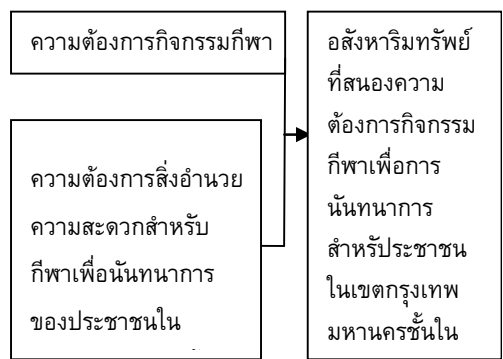
นันทนาการได้ในเขตกรุงเทพมหานครชั้นใน 21 เขต ได้แก่ พระนคร ป้อมปราบศัตรูพ่าย สัมพันธวงศ์ ปทุมวัน บางรัก ยานนาวา สาทร บางคอแหลม ดุสิต บางซื่อ พญาไท ราชเทวี ห้วยขวาง คลองเตย จตุจักร ธนบุรี คลองสาน บางกอกน้อย บางกอกใหญ่ ดินแดง วัฒนา

### 5. ระเบียบวิธีการวิจัย

การออกแบบการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามชนิดกำหนดโครงสร้างสำรวจความต้องการของประชาชนทั่วไปจากแบบสอบถาม Pilot survey จากการสุ่มโดยง่ายในเขตกรุงเทพมหานครชั้นใน 21 เขต เขตละ 5 ราย รวม 105 ราย โดยใช้เทคนิคเชิงพรรณนา โดยแบ่งเป็นเพศหญิง 57 คน คิดเป็นร้อยละ 55 และเพศชาย 48 คนคิดเป็นร้อยละ 45

### 6. กรอบการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปกรอบการวิจัย ได้ตามรูปที่ 1



รูปที่ 1 กรอบการวิจัย

### 7. ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ธุรกิจนันทนาการเป็นธุรกิจ SMEs ที่มีความสำคัญ ทั้งในด้านจำนวนธุรกิจที่มีขนาดใหญ่

ที่สุดในโลก และประโยชน์ของธุรกิจประเภทนี้ยังขยายไปสู่คนทุกวัย ตั้งแต่เด็ก เยาวชน วัยรุ่น วัยที่มีครอบครัว และผู้สูงอายุ (สตรี กระแจ่งพันธ์ุ, 2553, น. 22 อ้างถึงใน Matthew Finn, 2008) สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 พ.ศ. 2555-2559 ที่รัฐบาลให้การสนับสนุนภาครัฐและเอกชนให้มีสถานกีฬาเพื่อนันทนาการพัฒนาคนให้มีศักยภาพในการทำงานเพิ่มขึ้น และตัวเลขของสำนักงานข้อมูลและวิจัย สำนักส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตามประเภทมาตรฐานอุตสาหกรรมประเทศไทยในปี 2554 พบว่า สถานบริการด้านการกีฬามีรายได้รวมสูงขึ้นไปถึง 1,702,905,893 ล้านบาท โดยผู้ประกอบการเหล่านี้ต่างก็มองหาทำเลและช่องว่างในการประกอบธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่สนองความต้องการกิจกรรมกีฬาเพื่อนันทนาการ

อย่างไรก็ตาม ยังมีปัญหาการใช้เวลาว่างของประชาชนในกรุงเทพฯที่เกี่ยวข้องกับยาเสพติดและการประพடுத்தที่ไม่เหมาะสม ทางรัฐบาลจึงได้กำหนดแผนพัฒนานันทนาการแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2555-2559) โดยแบ่งเป็น 4 ยุทธศาสตร์ คือ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การส่งเสริมเด็ก เยาวชน และประชาชนให้มีความรู้ความเข้าใจ ตระหนักถึงคุณค่าของการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์และประกอบกิจกรรมนันทนาการเป็นประจำ ยุทธศาสตร์ที่ 2 การผลิตและพัฒนาบุคลากรในการเป็นผู้นำและจัดบริการนันทนาการ ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาระบบและกลไก การบริหารจัดการนันทนาการ และ ยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาสภาวะแวดล้อม โดยผู้ประกอบการสามารถปรับแผนการบริหารให้สอดคล้องกับทางแผนนันทนาการและยุทธศาสตร์เพื่อเป็นการขยายความร่วมมือระหว่าง

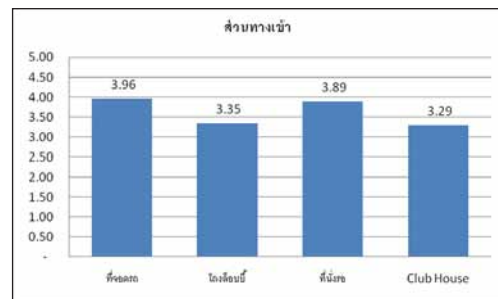
ภาครัฐและเอกชน ทั้งนี้ การเล่นกีฬาแต่ละประเภทต้องใช้สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต่างกันไป สถานประกอบการกีฬาเพื่อการนันทนาการจึงต้องให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวกที่เกี่ยวข้องมากขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมของ Thomas H. Sawyer, (2002) เกี่ยวกับ Physical Activity and Sports Facility Checklist สรุปความได้ว่า 1. ส่วนทางเข้า ประกอบด้วย 1.1 ที่จอดรถ 1.2 โถงล็อบบี้ 1.3 ส่วนที่นั่งรอ 1.4 ส่วน club house 2. ส่วนควบคุม ประกอบด้วย 2.1 ส่วนต้อนรับ 2.2 แคชเชียร์ 2.3 ส่วนบริหารทางด้านระบบ 2.4 ส่วนบริการผ้าเช็ดตัว 2.5 ส่วนบริการล็อกเกอร์ 2.6 บริการแสง สี เสียง 2.7 ส่วนปฐมพยาบาล 3. ส่วนเทรนเนอร์ ประกอบด้วย 3.1 เครื่องออกกำลังกาย 3.2 กระจกเงา 3.3 ทีวี/เครื่องเสียง 3.4 ครูฝึกสอน 3.5 กรรมการในการช่วยตัดสิน 4. ส่วนบริการอิสระประกอบด้วย 4.1 ส่วนดูแลเด็ก 4.2 ส่วนดูแลผู้สูงอายุ 4.3 ส่วนสำหรับบุคคลทั่วไป 5. ร้านค้า/พื้นที่เช่า ประกอบด้วย 5.1 ร้านอุปกรณ์กีฬา 5.2 ร้านอาหาร 5.3 Coffee shop 5.4 ร้านบริการด้านสุขภาพ 5.5 ร้านบาร์ 6. ส่วนสนามกีฬา ประกอบด้วย 6.1 พื้นที่นั่งเชียร์ 6.2 บอร์ดแสดงคะแนน 6.3 พื้นในส่วนสนามกีฬา 7. ส่วนบริการเพิ่มเติม ประกอบด้วย 7.1 ห้องอาบน้ำ 7.2 ห้องอบไอน้ำ 7.3 ห้องซาวหน้า 7.4 ห้องนวด 7.5 ห้องซักรีด 7.6 ส่วนบริการ internet และ wi-fi โดยสัดส่วนการใช้พื้นที่สิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อกิจกรรมกีฬาเพื่อการนันทนาการนี้ขึ้นอยู่กับขนาดพื้นที่สถานกีฬา ความต้องการของประชาชนในการทำกิจกรรมกีฬาและการลงทุนของผู้ประกอบการ

การบริหารสิทธิประโยชน์ของวงการกีฬาเป็นแนวความคิดเชิงธุรกิจของผู้ให้การสนับสนุน โดยการขายหรือการแลกเปลี่ยนสิทธิ์ (โอกาส)

ต่าง ๆ ซึ่งเกี่ยวข้องกับกิจกรรมกีฬา สินค้าและบริการที่จำเป็นต่อการจัดกิจกรรม เพื่อให้ผู้สนับสนุนสามารถนำสิทธิประโยชน์ไปใช้ให้เกิดชื่อเสียงและผลประโยชน์ (ยอดขาย/ภาพพจน์/โอกาส) ทั้งต่อองค์กร พนักงาน ลูกค้า เจ้าของและผู้บริหารธุรกิจ

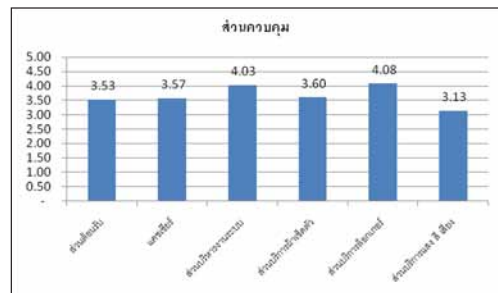
## 8. ผลการศึกษา

พบว่า สิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นในสถานออกกำลังกายแบ่งเป็น 7 องค์ประกอบหลักตามตารางและแผนภูมิ ใ้



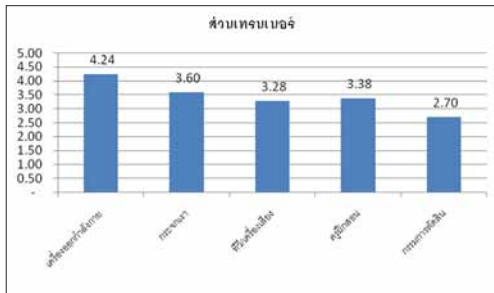
รูปที่ 2 ส่วนทางเข้า

ผลการศึกษาส่วนทางเข้าที่ประชาชนในความต้องการมากที่สุด คือ ที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 3.96) ผู้ประกอบการกีฬามีแนวโน้มในการคำนึงถึงพื้นที่จอดรถเพิ่มขึ้น และหากพื้นที่มีจำกัดให้หาแนวทางเพื่อสังคมร่วมกับทางโรงเรียนหรือวัดเพื่อให้ได้ผลประโยชน์ร่วมกัน



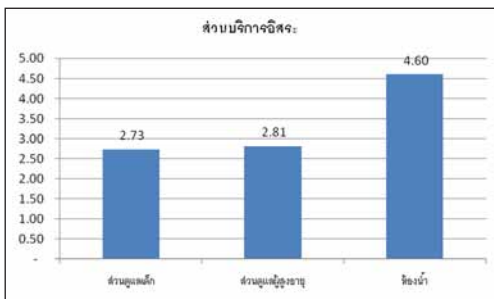
รูปที่ 3 ส่วนควบคุม

ผลการศึกษารายส่วนควบคุมที่ประชาชนให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ส่วนบริการลิฟท์เกออร์ (ค่าเฉลี่ย 4.08) จากการสำรวจพื้นที่ลิฟท์เกออร์ปัจจุบันจะอยู่ติดกับส่วนห้องน้ำเพื่ออำนวยความสะดวกการใช้งานและมีจำนวนมากเพียงพอกับผู้ใช้บริการ



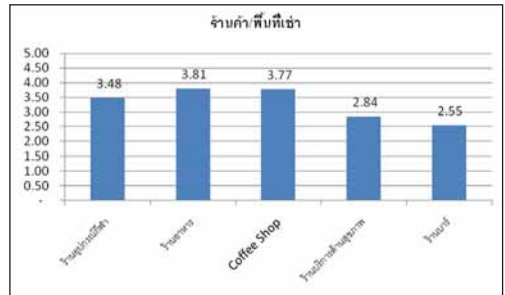
รูปที่ 4 ส่วนทรนเนอร์

ผลการศึกษารายส่วนทรนเนอร์ที่ประชาชนให้ความสำคัญมากที่สุด คือ เครื่องออกกำลังกาย (ค่าเฉลี่ย 4.24) โดยพบว่าเครื่องออกกำลังกายที่นิยมคือเครื่องออกกำลังกายประเภทที่เน้นระบบหมุนเวียนของเลือด ปอด หัวใจ (Cardiorespiratory fitness) เช่น จักรยานปั่นอยู่กับที่ ลู่วิ่ง สายพาน



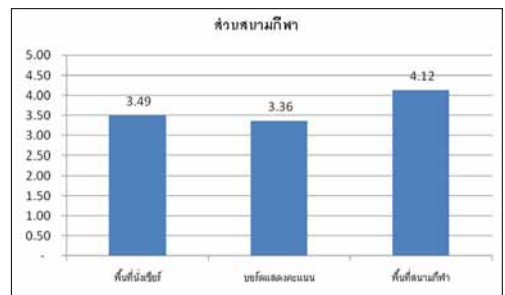
รูปที่ 5 ส่วนบริการอิสระ

ผลการศึกษารายส่วนบริการอิสระที่ประชาชนให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.60) โดยเป็นพื้นที่ซึ่งเกิดอุบัติเหตุได้ง่าย ผู้ประกอบการควรมีอุปกรณ์กันลื่นและราวจับเพื่อป้องกันอุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้น



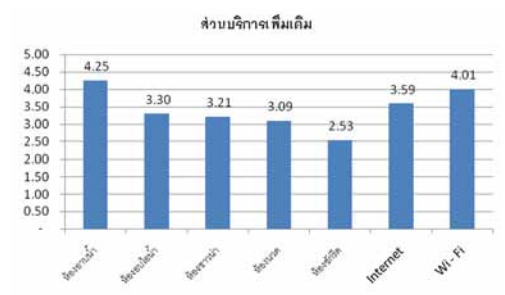
รูปที่ 6 ส่วนร้านค้า/ พื้นที่เช่า

ผลการศึกษารายส่วนร้านค้า/พื้นที่เช่า ที่ประชาชนให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ร้านอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.81) ซึ่งผู้ประกอบการสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางร้านอาหารเพื่อสุขภาพตามกระแสความนิยมในปัจจุบัน



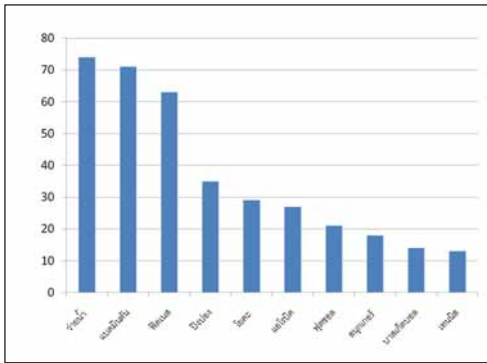
รูปที่ 7 ส่วนสนามกีฬา

ผลการศึกษารายส่วนสนามกีฬา ที่ประชาชนให้ความสำคัญมากที่สุด คือ พื้นที่สนามกีฬา (ค่าเฉลี่ย 4.32) ซึ่งในปัจจุบันมีการใช้พื้นที่สนามเดียวกันแต่สามารถปรับเปลี่ยนกิจกรรมไปตามความต้องการและเวลาได้



รูปที่ 8 ส่วนบริการเพิ่มเติม

ผลการศึกษาร่วมบริการเพิ่มเติม ประชาชนให้ความต้องการมากที่สุด คือ ห้องอาบน้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.25) ควรมีราวจับสำหรับผู้สูงอายุ เพื่อป้องกันอุบัติเหตุ



รูปที่ 9 กีฬาที่ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครให้ความสำคัญ

ผลการศึกษาพบว่า กีฬาที่ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครให้ความสำคัญ คือ 1. วูตบอล 2. แบดมินตัน 3. ฟิตเนส 4. ปิงปอง 5. โยคะ 6. แอโรบิค 7. ฟุตบอล 8. สุนัขเกอร์ 9. บาสเกตบอล 10. เทนนิส โดยประชากรในเขตกรุงเทพมหานครมีความต้องการกิจกรรมกีฬาเพื่อการนันทนาการในการใช้เวลารว่างแตกต่างกันกล่าวคือ ในเขตพระนคร ประชาชนให้ความสำคัญกับกิจกรรมกีฬา 10 ประเภทแตกต่างกัน โดยกีฬาแบดมินตันเป็นกีฬาที่ความต้องการกีฬาเพื่อการนันทนาการของประชาชนมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (แตกต่างกันความสัมพัทธ์ไควสแควร์ เท่ากับ 36.225 ระดับนัยสำคัญ 0.014) อย่างไรก็ตามเขตพื้นที่อื่นๆ ยังคงต้องการกิจกรรมกีฬาที่แตกต่างกันหลากหลายกันไป แต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่าในพื้นที่เหล่านั้นสามารถออกแบบประเภทกิจกรรมกีฬาได้ไม่จำกัดประเภทกีฬา

## 8. บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยนี้พบข้อค้นพบที่ผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำธุรกิจกีฬาเพื่อการนันทนาการยังสามารถเติบโตได้เนื่องจากประชาชนมีความต้องการกิจกรรมกีฬาและสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับกีฬาเพื่อการนันทนาการ โดยผู้ประกอบการในปัจจุบันเริ่มหาโอกาสทางธุรกิจเพิ่มขึ้นโดยตั้งธุรกิจอื่นๆ เข้ามาร่วมกัน เช่น ร้านอาหาร ร้านบริการด้านสุขภาพ ทั้งนี้การสนองความต้องการของประชาชนต้องคำนึงถึงการลงทุนของผู้ประกอบการ ความคุ้มทุนซึ่งขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย เช่น ทำเลของพื้นที่ การเป็นเจ้าของที่ดินหรือพื้นที่เช่าช่วง การมีธุรกิจเสริมอื่นๆ

## References

- กวิน ศรีธวัช, ม.ล. (2555). *นวัตกรรมการสร้างมูลค่าเพิ่มสำหรับการพัฒนาที่ดินขนาดเล็กเพื่อการอยู่อาศัย และการประกอบธุรกิจ*. วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สตรี กระจ่างพันธุ์. (2553). *การศึกษาการดำเนินกิจกรรม ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กรณีศึกษาสนามฟุตบอลให้เข้า เอส-วัน*. วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Thomas, H. S., (2002). *Facilities planning for health, fitness, physical activity, recreation and sports*. Janet Wahlfeldt.

# การจัดทำแผนธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์

## Business Plan for Ecotourism - Homestay

ชลธิดา เจตนธรรมจักร<sup>1</sup> และ ดร. พรพรรณ วีระปรียากร<sup>2</sup>

Cholthida Jettanathamachak<sup>1</sup> and Pornphan Verapreyagura, Ph.D.<sup>2</sup>

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

E-mail: cholthida@hotmail.com<sup>1</sup>, Dr\_namfon@yahoo.com<sup>2</sup>

### บทคัดย่อ

การท่องเที่ยวเป็นแหล่งรายได้หนึ่งที่สำคัญของเศรษฐกิจไทยที่รัฐบาลมุ่งพัฒนาให้มีความสอดคล้องกับกลไกตลาด ปัจจุบันพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มท่องเที่ยวแบบเรียนรู้ ปลอดภัย ใส่ใจสิ่งแวดล้อมและสังคม ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์จึงมีการเติบโตค่อนข้างสูง แต่ยังพบปัญหาด้านการตลาด คุณภาพการบริการและสภาพอาคาร การขาดแหล่งเงินทุน การวิจัยเพื่อจัดทำแผนธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ครั้งนี้อาจช่วยแก้ปัญหาดังกล่าว โดยมีวัตถุประสงค์หลัก 2 ข้อ คือ ศึกษากลุ่มเป้าหมายทางการตลาด และการทำแผนธุรกิจสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ วิจัยใช้การวิเคราะห์ความเหมาะสมโครงการตามเกณฑ์มาตรฐานเบื้องต้นและการวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลจากการสังเกตอย่างมีส่วนร่วมและข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ที่พักอาศัย จากกลุ่มเป้าหมาย 2 กลุ่ม ได้แก่ ผู้ประกอบการรวม 6 คน นักท่องเที่ยวในพื้นที่โฮมสเตย์ จำนวน 6 แห่ง รวม 180 คน ผลการวิจัยนี้พบว่า กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 26-60 ปี การเขียนแผนธุรกิจจึงควรวางกลยุทธ์สอดคล้องกับลูกค้า อันประกอบด้วย 4 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ แผนผลิตภัณฑ์ แผนการตลาด แผนการจัดการ และแผนการเงิน การจัดทำแผนธุรกิจนี้ใช้เป็นเครื่องมือสำหรับชุมชนในการพัฒนาการบริหารจัดการการประกอบการเพื่อให้คุณภาพและผลประโยชน์ประกอบการมีการพัฒนาและเติบโต

### Abstract

Tourism is an important sector of the Thai economy. The policy of Thai government developed tourism that conformed to market mechanism. Recently, Tourists' behavior has changed. New trends are safety and security, travel experience, environment and social consciousness. Then ecotourism-homestay business has grown. However, Homestay often has problems of marketing, service failure and unreliable service, unsustainable profitability, social and cultural. This study focused 2 issues: as target group of studying and guideline of business planning for ecotourism-homestay business. First section analyzed suitable location. And then, the analysis based on the questionnaire from 6 homestay's entrepreneurs 6 persons and tourists 180 persons. Research result found that most customers are aged 26 – 60. The business plan should relate to these customers. There are 4 components, Product Plan, Marketing plan, Management plan



and finance plan. This business plan is a tool for local entrepreneurs to increase turnover and higher quality homestay business.

**คำสำคัญ (Keywords):** แผนธุรกิจ (Business Plan), การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ (Ecotourism-Homestay)

## 1. บทนำ

การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยซึ่งมีอัตราขยายตัวสูงขึ้น ประกอบกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) ในด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นตัวขับเคลื่อน ยกระดับการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับตลาดและชุมชน โดยแนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวใหม่จะนิยมแหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัย เป็นแหล่งการเรียนรู้ ใฝ่ใจสิ่งแวดล้อมและสังคม ส่งผลให้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ เป็นธุรกิจที่มีการเติบโตค่อนข้างสูง สามารถผลักดันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและกระจายรายได้สู่ชุมชนได้ดี แต่ยังมีปัญหาในด้านการตลาด ปัญหาด้านคุณภาพการบริการและอาคาร ปัญหาขาดการสนับสนุนด้านเงินทุน รวมถึงปัญหาผลกระทบด้านสังคมและวัฒนธรรมในการพัฒนาโฮมสเตย์

## 2. วัตถุประสงค์การวิจัย

การศึกษานี้จึงมุ่งตอบใจหยั่งดังกล่าวภายใต้วัตถุประสงค์หลัก 2 ข้อ คือ ศึกษากลุ่มเป้าหมายทางการตลาด และการทำแผนธุรกิจสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์

## 3. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1) ประโยชน์ต่อกลุ่มผู้ร่วมลงทุน แผน

ธุรกิจที่ได้ สามารถเป็นเครื่องมือที่ช่วยในการวางแผนการจัดการในการดำเนินธุรกิจ

2) ประโยชน์ต่อชุมชนและสังคม กล่าวคือ เป็นการเปิดโอกาสให้แก่ผู้ลงทุนรายย่อยหรือชุมชนได้มีโอกาสลงทุน อันเป็นการพัฒนาชุมชนและเป็นการร่วมกันสร้างเงื่อนไขการจัดการทั้งเรื่องทรัพยากรและวัฒนธรรม ให้เกิดความยั่งยืน

## 4. ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้วิจัยดำเนินการสำรวจประเมินแยกโฮมสเตย์ในประเทศไทย โดยเป็นโฮมสเตย์ในประเทศไทย ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างโฮมสเตย์จากการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบกำหนดชั้นภูมิ ภายใต้เกณฑ์การคัดเลือก คือ 1) เป็นโฮมสเตย์มาตรฐานไทย ซึ่งได้รับการรับรองมาตรฐานจากกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ปัจจุบันมีทั้งสิ้น 151 แห่งทั่วประเทศ 2) เป็นโฮมสเตย์ที่เน้นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 3) เกณฑ์ภูมิภาค 4) ความเป็นเอกภพณ์ท์และความเป็นวิวิธภพณ์ท์ จากเกณฑ์ข้างต้น สามารถจำแนกได้ 6 แห่ง ได้แก่ ภาคกลาง 1 แห่ง ได้แก่ ห้วยเขย่งโฮมสเตย์ จ.กาญจนบุรี สามารถท่องเที่ยวได้ช่วงเดือนมิถุนายนถึงเดือนตุลาคม ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1 แห่ง ได้แก่ บูไทรโฮมสเตย์ จ.นครราชสีมา สามารถท่องเที่ยวได้ตลอดปี ภาคใต้ 2 แห่ง ได้แก่ 1) โฮมสเตย์เกาะยาวน้อย จ.พังงา สามารถท่องเที่ยวได้ช่วงเดือนพฤศจิกายนถึงเดือนเมษายน 2) โฮมสเตย์บ้านถ้ำผึ้ง จ.สุราษฎร์ธานี สามารถท่องเที่ยว

เที่ยวได้ตลอดปี ภาคเหนือ 2 แห่ง ได้แก่ 1) โฮมสเตย์บ้านแม่กำปอง จ.เชียงใหม่ สามารถท่องเที่ยวได้ช่วงเดือนตุลาคมถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2) โฮมสเตย์บ้านแม่แฮ จ.เชียงใหม่

### 5. ระเบียบวิธีการวิจัย

การออกแบบการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยการวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามสำรวจความพึงพอใจ และความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยว จากการสุ่มโดยง่ายในกลุ่มโฮมสเตย์เป้าหมาย แห่งละ 30 ราย รวม 180 ราย โดยใช้เทคนิคเชิงพรรณนา และการวิจัยเชิงคุณภาพใช้แบบสัมภาษณ์ชนิดกึ่งโครงสร้าง สัมภาษณ์ดำเนินการบริหารโฮมสเตย์ จากการสุ่มโดยเจาะจงในกลุ่มโฮมสเตย์เป้าหมาย แห่งละ 1 ราย รวม 6 ราย โดยใช้เทคนิคเชิงพรรณนา

### 6. ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

องค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2554) มีองค์ประกอบหลักที่สำคัญ คือ 1) ด้านพื้นที่ มีพื้นฐานความเกี่ยวข้องกับธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น รวมถึงแหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ 2) ด้านการจัดการ เป็นการจัดอย่างยั่งยืน เพื่อให้เกิดเป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบ โดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม 3) ด้านกิจกรรมและกระบวนการ เป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการเรียนรู้ สร้างประสบการณ์ สร้างความตระหนัก และปลูกจิตสำนึกทั้งนักท่องเที่ยว ประชาชน ท้องถิ่นและผู้ประกอบการ 4) การมีส่วนร่วม คำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนในการคิด การวางแผนปฏิบัติ และติดตามผล ส่วนแผนธุรกิจ คือ เครื่องมือที่ช่วยลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ

เป็นการวางแผน องค์ประกอบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ แสดงถึงข้อเท็จจริงในการดำเนินธุรกิจ ทั้งแง่บวกและแง่ลบ รวมถึงแนวความคิด จุดมุ่งหมายของผู้ประกอบการ (จริญญา จันทร์ปาน, 2552; ชัยเสฏฐ์ พรหมศรี, 2553; สำนักบริหารกองทุน, 2545) โดยมีประเด็นสำคัญ จำนวน 4 หัวข้อ คือ 1) แผนการบริหารจัดการ 2) แผนการตลาด 3) แผนการให้บริการ 4) แผนการเงิน

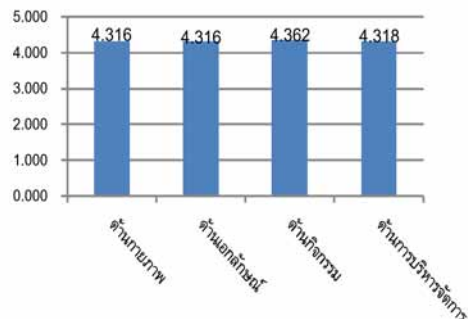
### 7. ผลการศึกษา

จากการสุ่มตัวอย่างประชากรอย่างง่าย โดยใช้กรณีศึกษาประชากรนักท่องเที่ยวด้านความพึงพอใจและความต้องการต่อโฮมสเตย์ทั้ง 6 แห่ง จากหลักสถิติเชิงพรรณนา พบว่า

#### 7.1 ด้านข้อมูลนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง โดยคิดเป็น 60% ผู้ชาย 40% อายุโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 26 ปี-60 ปี โดยมีรูปแบบการมาเป็นกลุ่มและเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว

##### 7.1.1 ด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ



รูปที่ 1 องค์ประกอบที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ

จากรูปที่ 1 องค์ประกอบที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด คือ 1. ด้านกิจกรรม 2. การบริหารจัดการ 3. ด้านเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และ 4. ด้านกายภาพ ตามลำดับ

1) ด้านกิจกรรม ที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจตามลำดับ ได้แก่ กิจกรรมเน้นให้ความรู้และคำนึงถึงการรักษาสีสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 4.727) กิจกรรมเน้นการเรียนรู้วัฒนธรรมของชุมชน (ค่าเฉลี่ย 4.572) กิจกรรมง่ายต่อการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.438) กิจกรรมเกิดจากความคิดของคนในชุมชน (ค่าเฉลี่ย 4.422) กิจกรรมมีความหลากหลายเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตชุมชน (ค่าเฉลี่ย 4.250) กิจกรรมกับราคามีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.077) กิจกรรมมีจำนวนพอเหมาะในแต่ละวัน (ค่าเฉลี่ย 4.050)

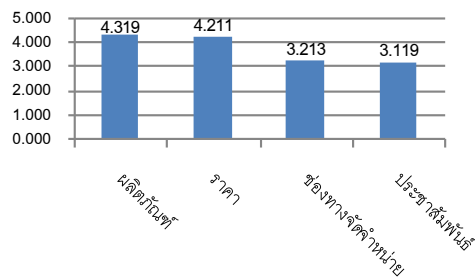
2) ด้านการบริหารจัดการ ที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจตามลำดับ ได้แก่ มีความพร้อมด้านการรักษาความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.527) มีความพร้อมในด้านสุขภาวะอนามัยที่จำเป็นต่อการอยู่อาศัย (ค่าเฉลี่ย 4.461) มีการจัดการด้านสาธารณูปโภค-สาธารณูปการ ที่สอดคล้องกับธรรมชาติของพื้นที่ (ค่าเฉลี่ย 4.416) มีการแบ่งส่วนความรับผิดชอบในการจัดการชุมชนโฮมสเตย์ร่วมกันทั้งชุมชน (ค่าเฉลี่ย 4.338) มีการจัดผังโฮมสเตย์เพื่อเสริมความปลอดภัยในการใช้พื้นที่ต่าง ๆ ของชุมชน (ค่าเฉลี่ย 4.294) มีความพร้อมในการบริหารจัดการความเสี่ยงต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุบัติเหตุต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.127) มีการประชาสัมพันธ์ชุมชนโฮมสเตย์ที่เข้าถึงนักท่องเที่ยวได้ง่ายและหลายรูปแบบสื่อ (ค่าเฉลี่ย 4.061) ตามลำดับ

3) ด้านเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจตามลำดับ ได้แก่ มีวัฒนธรรมและธรรมชาติอันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น (ค่าเฉลี่ย 4.328) มีลักษณะเด่นชัดแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ย 4.311) มีธรรมชาติและวัฒนธรรมให้เรียนรู้ (ค่าเฉลี่ย 4.250) ตามลำดับ

4) ด้านกายภาพ ที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจ

ตามลำดับ ได้แก่ มีที่ตั้งที่แวดล้อมด้วยธรรมชาติ (ค่าเฉลี่ย 4.677) มีจำนวนบ้านพักที่สัดส่วนพอเหมาะกับธรรมชาติที่แวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 4.388) มีสิ่งอำนวยความสะดวกเท่าที่จำเป็นที่ไม่ทำลายธรรมชาติแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 4.361) และสามารถเข้าถึงได้หลากหลายรูปแบบทั้งทางรถยนต์เดินเท้า เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.838) ตามลำดับ

### 7.1.2 ด้านองค์ประกอบการตลาด



รูปที่ 2 ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบการตลาด

จากรูปที่ 2 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์/ที่พัก/กิจกรรม มากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นของความเป็นกันเองของเจ้าของบ้านที่ทำโฮมสเตย์ ความเป็นมิตรของคนในชุมชน อาหาร กิจกรรม สุขลักษณะ ความปลอดภัย และความเหมาะสมระหว่างเวลา จำนวน ประเภทกิจกรรม ในทางกลับกัน ในการประชาสัมพันธ์ ทั้งในส่วนการเข้าถึงข้อมูลและช่องทางการประชาสัมพันธ์ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ กลับให้ความสำคัญในองค์ประกอบการตลาดด้านการประชาสัมพันธ์นี้แค่ระดับปานกลาง

## 7.2 ข้อมูลจากผู้ประกอบการ

### 7.2.1 ด้านการบริหารจัดการ

จากข้อมูลสัมภาษณ์ผู้ประกอบการทั้ง 6 ราย พบว่า รูปแบบการจัดการแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ

คือ 1) การรวมกลุ่ม 2) สหกรณ์ 3) วิสาหกิจชุมชน โดยมีเป้าหมายที่เหมือนกัน คือ เพื่อพัฒนาชุมชน และสร้างรายได้เสริมแก่คนในชุมชน แนวคิดในการดำเนินการ คือ เพื่อเสริมสร้างคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน ในการบริหารจัดการ ทุกรายมีการแบ่งหน้าที่อย่างชัดเจน มีการประชุมทุกเดือนอย่างน้อย 1 ครั้ง มีการแบ่งปัน จัดสรรผลประโยชน์ที่ชัดเจน โดยสรุปประเมินการดำเนินงานในปลายปี ไม่มีการเขียนแผนทางด้านการบริหารจัดการ การตลาด การบริการ รวมถึงการเงิน

#### 7.2.2 ด้านการมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วมภายในชุมชนโฮมสเตย์ที่มีการประกอบการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์อยู่ในระดับดีมาก โดยมีการร่วมมือในกระบวนการคิด ทำ ประเมิน และแก้ไข

#### 7.2.3 ด้านการบริการ

แต่ละโฮมสเตย์จะมีเอกลักษณ์ที่ต่างกันไป การให้บริการเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานโฮมสเตย์ไทยของกรมการท่องเที่ยว และทั้ง 6 ราย ยังไม่มีความพร้อมทางด้านภาษาต่างประเทศ

#### 7.2.4 ด้านการตลาด

ลักษณะลูกค้าเป็นคนไทยมากกว่าคนต่างชาติ มีการบันทึกการขายและการให้บริการ มีการทำการตลาดทางสื่ออินเทอร์เน็ต โบรชัวร์ ออกบูธงานท่องเที่ยวต่าง ๆ โดยได้รับการสนับสนุนจากที่ต่าง ๆ

#### 7.2.5 ด้านการเงิน

แหล่งเงินทุน ผู้ประกอบการ 5 ราย ใช้เงินทุนส่วนตัว อีก 1 ราย ใช้เงินทุนส่วนตัวและกู้จากกองทุนของหมู่บ้าน มีการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่ายตรวจสอบ และเปิดเผยข้อมูลการเงินแก่สมาชิก

### 8. บทสรุปและข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยข้างต้น ชี้ให้เห็นกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เป็นกลุ่มในช่วงอายุ 26-60 ปี มีรายได้ปานกลาง ให้ความสำคัญในด้านกิจกรรมที่เน้นให้ความรู้และคำนึงถึงการรักษาสสิ่งแวดล้อม โดยมีการรูปแบบการมาเป็นกลุ่มและเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว ในด้านผู้ประกอบการยังไม่มีมีการวางแผนด้านต่าง ๆ ไว้ล่วงหน้า จากผลสรุปที่ได้จากการวิจัย ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ สามารถนำข้อมูลด้านความพึงพอใจและความต้องการของนักท่องเที่ยว นำไปพัฒนาโครงการได้ โดยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1) แผนการบริหาร สามารถให้ความสำคัญในส่วนการจัดการด้านต่าง ๆ แตกต่างกัน โดยสัมพันธ์กับจำนวนบ้านพักของโฮมสเตย์ กล่าวคือในโฮมสเตย์ที่มีขนาดใหญ่ขึ้น ควรให้ความสนใจเรื่องการด้านการบริหารจัดการโดยเฉพาะการจัดระบบลำดับในการรับนักท่องเที่ยวของสมาชิกกลุ่มให้ครอบคลุมถึงกรณีที่มีสมาชิกในกลุ่มเป็นจำนวนมาก และควรวางแผนสำหรับการรักษาระบบนิเวศและวิถีชีวิต รองรับกับนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนมากและจำนวนสมาชิกที่มีมากขึ้น

2) แผนการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย ชุมชน บ้านพัก กิจกรรม และการบริการแก่นักท่องเที่ยว โดยควรตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีธรรมชาติอุดมสมบูรณ์ มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น อาคารบ้านพักควรมีความแข็งแรง สะอาด อากาศถ่ายเทห้องน้ำสะอาด และปลอดภัย ควรได้รับการดูแลรักษา และซ่อมบำรุงที่พักอย่างสม่ำเสมอ มีที่พักผ่อน มีอาหารพื้นถิ่นที่สะอาด ใหม่ กิจกรรมและการบริการควรสร้างความประทับใจ ในส่วนด้านราคา เป็นองค์ประกอบหนึ่งที่กลุ่มเป้าหมายทางการตลาดให้ความสำคัญ สำหรับผู้ประกอบการ

การจะต้องพิจารณาองค์ประกอบอื่นที่ส่งผลต่อการตัดสินใจด้านราคา รวมถึง เช่น ความคุ้มค่าของสิ่งที่นักท่องเที่ยวจะได้ เป็นต้น สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มเป้าหมายทางการตลาด เพื่อความเป็นไปได้ที่กลุ่มเป้าหมายทางการตลาดจะตัดสินใจจะซื้อ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดไม่ได้ให้ความสำคัญต่อช่องทางการจัดจำหน่ายมากนัก แต่อย่างไรก็ตาม ช่องทางการจัดจำหน่าย ถือเป็นส่วนประกอบทางการตลาดที่สำคัญ โดยเฉพาะช่องทางในการจองที่พัก ควรเพิ่มช่องทางในการจองที่พักเพิ่มขึ้น เช่น จองออนไลน์ การติดต่อกับบริษัททัวร์ เป็นต้น และในด้านการส่งเสริมการขาย กลุ่มเป้าหมายทางการตลาดไม่ได้ให้ความสำคัญต่อช่องทางการจัดจำหน่ายมากนัก นอกจากการอาศัยการบอกต่อของนักท่องเที่ยวแล้ว ผู้ประกอบการสามารถใช้ช่องทางทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นการลงทุนที่ต่ำ นอกจากนี้ สามารถติดต่อกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคการศึกษาต่าง ๆ ที่มีการสนับสนุนการท่องเที่ยวเป็นตัวช่วยในการส่งเสริมการขายได้

3) แผนการบริการ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง กล่าวคือ มีการต้อนรับที่ดี มีอัธยาศัยไมตรีที่ดี ให้เป็นที่ประทับใจแก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวกลับมาใช้บริการซ้ำ นอกจากนี้ ควรมีการแบ่งหน้าที่อย่างชัดเจน

4) แผนการเงิน ในด้านการลงทุน สำหรับต้นทุนโฮมสเตย์จะประกอบด้วยส่วนปรับปรุงที่พัก ค่าบริการ ค่าสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งมีราคาต้นทุนที่ต่ำ การลงทุนของผู้ประกอบการควรคำนึงถึงความสามารถในการแบกรับต้นทุนและจุดคุ้มทุน เพื่อไม่สร้างหนี้แก่ผู้ประกอบการ ส่วนการตั้งราคายานนั้น ให้ครอบคลุมต้นทุน และผลกำไรที่ผู้ประกอบการ

พอใจ โดยผลกำไรจะแปรไปตามฤดูกาลการท่องเที่ยวและปริมาณของนักท่องเที่ยว ส่วนการวางแผนการเงินในแต่ละปีควรมีการจัดงบในส่วนต่าง ๆ ไม่ว่าเป็นการขอมบ่ารุงที่พัก ดูแลพื้นที่ส่วนรวม การประชาสัมพันธ์ให้ชัดเจน เพื่อสามารถควบคุมค่าใช้จ่ายในแต่ละเดือน และง่ายแก่การจัดการ

## References

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2554). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559*. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2554). *แผนปฏิบัติการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแห่งชาติ*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์อัลชา.
- จริญญา จันท์ปาน. (2552). *การเขียนแผนธุรกิจอย่างมืออาชีพ*. นนทบุรี: ไรต์ซี อินโฟ ดิสทริบิวเตอร์ เซ็นเตอร์.
- ชัยเสฏฐ์ พรหมศรี. (2553). *วิธีเขียนแผนธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: บิ๊กพ้อยท์.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ธุรกิจที่ไม่มีวันตายของประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: ซี.พี.บุ๊ค สแตนดาร์ด.
- ประชิด สฤณะพัฒน์, วิมล จิโรจพันธุ์ และอุดมเชยกิจวงศ์. (2548). *การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แสงดาว.
- สำนักนายกรัฐมนตรี สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2554). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 พ.ศ. 2555 - 2559*. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.
- สำนักบริหารกองทุน. (2545). *คู่มือจัดทำแผนธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม*. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.

# เกณฑ์การคัดเลือกผู้ออกแบบตกแต่งภายใน โครงการอาคารชุดพักอาศัย

## Interior designer Selection Criteria for Condominium Projects

วสวัตดี โชติวงศ์อริยะ<sup>1</sup> และ ดร. กองกoon โตชัยวัฒน์<sup>2</sup>  
Wasawat Chotwong-Ariya<sup>1</sup> and Kongkoon Tochaiwat, Ph.D.<sup>2</sup>  
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
Email: tunezebox@gmail.com<sup>1</sup> kongkoon@gmail.com<sup>2</sup>

### บทคัดย่อ

การคัดเลือกผู้ออกแบบตกแต่งภายในที่เหมาะสมเป็นปัจจัยสำคัญที่สามารถสร้างเอกลักษณ์และคุณค่าให้กับอาคารชุดพักอาศัยได้ประการหนึ่ง ในงานวิจัยนี้วิเคราะห์เกณฑ์ในการคัดเลือกผู้ออกแบบตกแต่งภายในและปัจจัยที่มีผลต่อเกณฑ์การคัดเลือก โดยเก็บข้อมูลแบบสัมภาษณ์จากตัวแทน 5 ท่าน จากบริษัทผู้พัฒนาโครงการ 5 บริษัท และทำการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ผลการวิจัย พบว่า เกณฑ์สำคัญที่มีผลต่อการคัดเลือกผู้ออกแบบตกแต่งภายใน สำหรับอาคารชุดพักอาศัย มีทั้งหมด 18 เกณฑ์ เกณฑ์ที่มีระดับความสำคัญระดับมากที่สุด มี 7 เกณฑ์ ได้แก่ ความตรงต่อเวลา ความเชี่ยวชาญในวิชาชีพ ประสบการณ์การทำงานสำคัญ ผลงานและปริมาณงานที่ได้ ระยะเวลาในการทำงาน การให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ ความเข้าใจในเรื่องอาคารชุดพักอาศัย นอกจากนี้ ผลการวิจัยแสดงว่า ปัจจัยที่มีผลต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ออกแบบตกแต่งภายในของโครงการอาคารชุดพักอาศัยมากที่สุด คือ ราคาค่าของอาคารชุดพักอาศัย

### Abstract

Choosing the right designer is one of the most important factors enhancing the building's uniqueness and value. In this research, the researcher analyzed the factors that affect the selection of the interior designers for condominium projects by interviewing the five representatives of five developers and performing Content Analysis. The results of the analysis pointed out that there were 18 criterions for the condominium. Seven appeared most important; they were punctuality, professional, experience, quality and quantity, time, useful recommendation comprehension about condominium's concept. Besides, the result of the research also showed that the most important criteria which affect the selection of interior designer are condominiums price.

**คำสำคัญ (Keywords):** เกณฑ์ที่มีผลต่อการคัดเลือก (Factors Affecting the Selection), การคัดเลือกผู้ออกแบบตกแต่งภายใน (Interior Designers Selection), การออกแบบตกแต่งภายใน (Interior Designer), อาคารชุดพักอาศัย (Condominium), อสังหาริมทรัพย์ (Real Estate)

## 1. บทนำ

ในปัจจุบันห้องพักในอาคารชุดพักอาศัยที่มีพื้นที่จำกัด การออกแบบหรือแบ่งผังการใช้ประโยชน์ของแต่ละพื้นที่นั้นมีความจำเป็นมาก เนื่องจากห้องชุดส่วนใหญ่จะมีพื้นที่ที่เล็ก เพราะสามารถกำหนดราคาขายให้ดูไม่สูงมาก ทำให้ผู้บริโภคมีความสนใจโครงการมากขึ้น กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ จะเป็นกลุ่มที่อยู่ในช่วงเริ่มต้นการทำงาน และมีความต้องการซื้อที่พักอาศัยที่ราคาไม่สูงมาก และมีความสะดวกในการใช้ชีวิตที่เป็นกิจวัตรของตนเองมากที่สุด (สรลรัชวี สุธรรมทวี, 2553) โดยมีความต้องการที่จะจัดตกแต่งภายในอาคารที่พักอาศัยให้มีสภาพที่ดี มีประโยชน์ใช้สอยสะดวก สวยงามและทันสมัย (คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 2552) การออกแบบภายในจึงเป็นตัวช่วยในการจัดวางผังการใช้สอยพื้นที่ที่มีความน่าสนใจ ไม่รู้สึกว่าขนาดห้องเล็กหรืออึดอัดจนเกินไป อีกทั้งการจัดวางผังและการออกแบบรายละเอียดทั้งหมด จะเพิ่มคุณค่าและเอกลักษณ์ให้กับห้องชุดพักอาศัยของโครงการฯ ถือว่าเป็นจุดสำคัญที่นักพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ จะต้องให้ความสำคัญไม่น้อยกว่าองค์ประกอบอื่นๆ ภายในโครงการอาคารชุดพักอาศัย

การคัดเลือกผู้ออกแบบตกแต่งภายในโครงการอาคารชุดพักอาศัย จึงมีความสำคัญที่ควรทำการศึกษาวิจัย เพราะนอกจากจะได้เกณฑ์การคัดเลือกผู้ออกแบบภายในที่เป็นมาตรฐานแล้ว ยังจะได้ผู้ออกแบบภายในที่สามารถออกแบบให้สอดคล้องกับคุณลักษณะของอาคารชุดพักอาศัยตามนโยบายของผู้พัฒนาโครงการฯ อีกทั้งยังสามารถเพิ่มคุณค่าให้กับโครงการฯ ในด้านความงามการจัดพื้นที่ใช้สอย และยังคงลดปัญหาที่อาจเกิดขึ้นในขั้นตอนการออกแบบตกแต่งภายในได้อีกด้วย

## 2. เนื้อความหลัก

### 2.1 วัตถุประสงค์การวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเกณฑ์การเลือกผู้ออกแบบตกแต่งภายในสำหรับอาคารชุดพักอาศัย และปัจจัยที่มีผลต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ออกแบบตกแต่งภายใน

### 2.2 ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการศึกษาเกณฑ์และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ออกแบบตกแต่งภายในอาคารชุดพักอาศัย จากผู้พัฒนาโครงการอาคารชุดพักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งขอบเขตของการวิจัยไว้ ดังนี้

- 1) ขอบเขตด้านพื้นที่ การศึกษาค้นคว้าทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร
- 2) ขอบเขตด้านกลุ่มตัวอย่างการวิจัยมาจากการเก็บข้อมูลแบบสัมภาษณ์จากผู้เชี่ยวชาญในการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ ประเภทอาคารชุดพักอาศัย ซึ่งได้แก่ ผู้ที่มีอำนาจในการคัดเลือกผู้ออกแบบตกแต่งภายใน โครงการอาคารชุดพักอาศัย เช่น ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ และผู้จัดการฝ่ายออกแบบ
- 3) ขอบเขตของโครงการอสังหาริมทรัพย์ที่ทำการศึกษ ในกรณีวิจัยนี้ ทำการศึกษาเฉพาะโครงการอาคารชุดพักอาศัย

### 2.4 ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพที่ใช้เครื่องมือเชิงคุณภาพเพื่อรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพที่เป็นข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้เชี่ยวชาญในการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ ประเภทอาคารชุดพักอาศัย จำนวน 5 ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อหาเกณฑ์ในการเลือกผู้ออกแบบตกแต่งภายในและปัจจัย

ที่มีผลต่อเกณฑ์การเลือกผู้ออกแบบตกแต่งภายใน สำหรับการวิเคราะห์ระดับความสัมพันธ์ระหว่างกายภาพโครงการและภาพลักษณ์โครงการกับหลักเกณฑ์การคัดเลือกผู้ออกแบบตกแต่งภายในและ ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลกับหลักเกณฑ์การคัดเลือกผู้ออกแบบตกแต่งภายใน ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ โดยค่าระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลกระทบต่อระดับความสัมพันธ์ระหว่างกายภาพโครงการและภาพลักษณ์โครงการ ลักษณะแบบสัมภาษณ์ เป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (rating scale) โดยกำหนดระดับคะแนน ดังนี้

- 5 มีความสำคัญระดับมากที่สุด
- 4 มีความสำคัญระดับมาก
- 3 มีความสำคัญระดับปานกลาง
- 2 มีความสำคัญระดับน้อย
- 1 มีความสำคัญระดับน้อยที่สุด

### 3. ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้ออกแบบและคุณสมบัติของผู้ออกแบบ ได้แก่ หลักการจ้างออกแบบและควบคุมงาน (กิ่งกาญจน์ มโนหาญ, 2550) หลักเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกผู้จัดนิทรรศการ (เทศบาลเมืองกระบี่, 2552) การสรรหาผู้ออกแบบตกแต่งภายใน (Colliano, 2006 อ้างถึงใน ประเชิญ กิจประเสริฐ, 2553) ขอบเขตและขั้นตอนการปฏิบัติวิชาชีพ (สมาคมมัณฑนากรแห่งประเทศไทย, 2551) จะอธิบายเกี่ยวกับเกณฑ์และคุณสมบัติของผู้ที่เข้ามาเป็นผู้ออกแบบ หรือ ดำเนินงานที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปได้ ดังนี้

#### 3.1 เกณฑ์การเลือกผู้ออกแบบตกแต่งภายใน สำหรับโครงการอาคารชุดพักอาศัย

จากการทบทวนวรรณกรรม มีเกณฑ์ที่ตรงกันและสามารถจัดเข้าหมวดเดียวกันอยู่หลายเกณฑ์ โดยมี 4 เกณฑ์ (สมาคมมัณฑนากรแห่งประเทศไทย, 2551) หลักและ 18 เกณฑ์ย่อยที่ได้รับการยอมรับว่ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ทำการคัดเลือกเมื่อต้องทำการเลือกผู้ออกแบบตกแต่งภายในสำหรับโครงการอาคารชุดพักอาศัย และเกณฑ์ที่ใช้ประกอบการคัดเลือกผู้ออกแบบตกแต่งภายในสำหรับโครงการอาคารชุดพักอาศัย สามารถสรุปได้ดังนี้

เกณฑ์หลัก 4 เกณฑ์ ประกอบด้วย

1. เกณฑ์ด้านคุณลักษณะของผู้ออกแบบตกแต่งภายใน ประกอบด้วยเกณฑ์ย่อย 2 เกณฑ์ ได้แก่

- 1) บุคลิกภาพของผู้ออกแบบตกแต่งภายใน (Colliano, 2006 อ้างถึงใน ประเชิญ กิจประเสริฐ, 2553)

- 2) ประสบการณ์ของผู้ออกแบบตกแต่งภายใน (เทศบาลเมืองกระบี่, 2552 )

2. เกณฑ์ด้านทักษะของผู้ออกแบบตกแต่งภายใน ประกอบด้วยเกณฑ์ย่อย 5 เกณฑ์ ได้แก่

- 1) ความเข้าใจในเรื่องอาคารชุดพักอาศัย (กิ่งกาญจน์ มโนหาญ, 2550)

- 2) การให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ (Colliano, 2006 อ้างถึงใน ประเชิญ กิจประเสริฐ, 2553)

- 3) ประวัติทางการศึกษา (สมาคมมัณฑนากรแห่งประเทศไทย, 2551)

- 4) ความเชี่ยวชาญในวิชาชีพ (Colliano, 2006 อ้างถึงใน ประเชิญ กิจประเสริฐ, 2553)

- 5) ความเชี่ยวชาญในการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อการออกแบบ (Colliano, 2006 อ้างถึงใน ประเชิญ กิจประเสริฐ, 2553)



3. เกณฑ์ด้านผลตอบแทนของผู้ออกแบบตกแต่งภายใน ประกอบด้วยเกณฑ์ย่อย 4 เกณฑ์ ได้แก่

1) ค่าตอบแทนในการออกแบบ (กึ่งกาญจน์ มโนหาญ, 2550)

2) จำนวนงวดในการชำระค่าออกแบบ (เทศบาลเมืองกระบี่, 2552 )

3) เงื่อนไขในการชำระค่าออกแบบ (เทศบาลเมืองกระบี่, 2552 )

4) ความพึงพอใจในค่าออกแบบของทั้งสองฝ่าย (Colliano, 2006 อ้างถึงใน ประเชษฐ กิจประเสริฐ, 2553)

4. เกณฑ์ด้านความรับผิดชอบของผู้ออกแบบตกแต่งภายใน ประกอบด้วยเกณฑ์ย่อย 8 เกณฑ์ ได้แก่

1) ระยะเวลาในการทำงาน (กึ่งกาญจน์ มโนหาญ, 2550)

2) จำนวนครั้งในการนำเสนอแบบฯ (Colliano, 2006 อ้างถึงใน ประเชษฐ กิจประเสริฐ, 2553)

3) ผลงานและปริมาณงานที่ได้ (Colliano, 2006 อ้างถึงใน ประเชษฐ กิจประเสริฐ, 2553)

4) ความตรงต่อเวลา (Colliano, 2006 อ้างถึงใน ประเชษฐ กิจประเสริฐ, 2553)

5) ปริมาณงานที่มีอยู่ระหว่างดำเนินการออกแบบ (Colliano, 2006 อ้างถึงใน ประเชษฐ กิจประเสริฐ, 2553)

6) ความพร้อมของบุคลากร (Colliano, 2006 อ้างถึงใน ประเชษฐ กิจประเสริฐ, 2553)

7) ลักษณะการนำเสนองาน (สมาคมมัณฑนากรแห่งประเทศไทย, 2551)

8) การตรวจสอบคุณภาพงานผู้รับเหมา (สมาคมมัณฑนากรแห่งประเทศไทย, 2551)

### 3.2 ปัจจัยที่มีผลต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ ออกแบบตกแต่งภายในสำหรับโครงการ อาคารชุดพักอาศัย

จากการทบทวนวรรณกรรมของ สวัสดิ์ศรี สุธรรมทวี(2553) คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี (2552) และ Think of Living (2011) ผู้วิจัยพบว่า มี 7 ปัจจัยที่ได้รับการยอมรับว่ามีอิทธิพลต่อเกณฑ์การตัดสินใจของผู้ทำการคัดเลือกเมื่อต้องทำการเลือกผู้ออกแบบตกแต่งภายในสำหรับโครงการอาคารชุดพักอาศัย สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ทำเล ที่ตั้งของโครงการฯ
2. สิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการอาคารชุดพักอาศัย
3. ประเภทของอาคารชุดพักอาศัย
4. ขนาดของห้องชุดพักอาศัย
5. รูปแบบและพื้นที่ใช้สอย
6. ระดับราคาของอาคารชุดพักอาศัย
7. วัสดุที่ใช้ในการก่อสร้างและตกแต่ง

## 4. ผลการศึกษา

### 4.1 ระดับความสำคัญของเกณฑ์การคัดเลือก ผู้ออกแบบตกแต่งภายใน

ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของเกณฑ์การคัดเลือกผู้ออกแบบตกแต่งภายใน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในการคัดเลือกผู้ออกแบบตกแต่งภายในโดยพิจารณาจากเกณฑ์ที่มีระดับความสำคัญระดับมากที่สุด มี 7 เกณฑ์ ได้แก่ ความตรงต่อเวลา (5.00) ความเชี่ยวชาญในวิชาชีพ (5.00) ประสบการณ์การทำงานสำคัญ (5.00) ผลงานและปริมาณงานที่ได้ (4.60) ระยะเวลาในการทำงาน (4.60) การให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ (4.50) และความเข้าใจในเรื่องอาคารชุดพักอาศัย (4.50) ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 1

**ตารางที่ 1** ระดับความสำคัญของเกณฑ์การคัดเลือกผู้  
 ออกแบบตกแต่งภายใน

เกณฑ์การเลือกผู้ออกแบบ ภายใน	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
<b>คุณลักษณะของผู้ออกแบบ ฯ</b>		
ประสบการณ์	5.00	มากที่สุด
บุคลิกภาพ	2.40	มาก
<b>ทักษะของผู้ออกแบบ ฯ</b>		
เข้าใจเรื่องอาคารชุด ฯ	4.50	มากที่สุด
การให้คำแนะนำที่เป็น ประโยชน์	4.50	มากที่สุด
ประวัติการศึกษา	2.80	ปานกลาง
ความเชี่ยวชาญในวิชาชีพ	5.00	มากที่สุด
ความเชี่ยวชาญในโปรแกรม คอมพิวเตอร์	2.80	ปานกลาง
<b>ผลตอบแทน</b>		
คำตอบแทน	3.40	ปานกลาง
จำนวนงวดการชำระค่า ออกแบบ	2.00	น้อย
เงื่อนไขในการชำระค่า ออกแบบ	2.20	น้อย
<b>ความรับผิดชอบของผู้ออกแบบ ฯ</b>		
ระยะเวลาในการดำเนินงาน	4.60	มากที่สุด
จำนวนครั้งในการเสนอแบบ	3.60	มาก
ผลงาน ปริมาณงานที่ได้	4.60	มากที่สุด
ความตรงต่อเวลา	5.00	มากที่สุด
ปริมาณงานที่มีระหว่าง ดำเนินการ	2.80	ปานกลาง
ความพร้อมของบุคลากร	3.00	ปานกลาง
ลักษณะของการนำเสนองาน	4.20	มาก
การตรวจสอบคุณภาพ ผู้รับเหมา	4.00	มาก

#### 4.2 ปัจจัยที่มีผลต่อเกณฑ์การเลือกผู้ออกแบบ ตกแต่งภายใน

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อเกณฑ์  
 การคัดเลือกผู้ออกแบบตกแต่งภายใน พบว่า กลุ่ม  
 ตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นว่ามีปัจจัยที่มี  
 ความสัมพันธ์กับหลักเกณฑ์การคัดเลือกผู้  
 ออกแบบตกแต่งภายในในระดับมากที่สุด มีเพียง  
 ปัจจัยเดียว ได้แก่ ระดับราคาของอาคารชุดพัก  
 อาศัย ดังแสดงในตารางที่ 2

**ตารางที่ 2** ระดับความสัมพันธ์ระหว่างกายภาพโครงการ  
 และภาพลักษณ์โครงการกับหลักเกณฑ์การคัดเลือกผู้  
 ออกแบบตกแต่งภายใน

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ระดับราคาของอาคารชุดพัก อาศัย	4.80	มากที่สุด
สิ่งอำนวยความสะดวก ใน โครงการอาคารชุดพักอาศัย	4.00	มาก
ทำเล ที่ตั้ง	3.80	มาก
รูปแบบ และพื้นที่ใช้สอย	3.60	มาก
ประเภทของอาคารชุดพัก อาศัย	2.80	ปานกลาง
ขนาดห้องชุด	2.80	ปานกลาง
วัสดุที่ใช้ก่อสร้างและตกแต่ง	2.60	น้อย

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ระดับราคาที่มี  
 ผลต่อเกณฑ์การคัดเลือกผู้ออกแบบตกแต่ง  
 ภายในมากที่สุด ดังนั้น แม้ระดับคะแนนความ  
 สำคัญโดยรวมทุกระดับราคาของเกณฑ์การคัด  
 เลือก จะเป็นดังแสดงในตารางที่ 1 แต่หากเรา  
 พิจารณาแยกเป็นแต่ละระดับราคา (ดังแสดงใน  
 ตารางที่ 3) แล้ว ระดับความสำคัญของแต่ละ  
 เกณฑ์การคัดเลือกอาจจะเปลี่ยนไป ซึ่งผู้สนใจ  
 อาจนำไปทำการวิจัยต่อยอดงานวิจัยนี้ได้

ตารางที่ 3 ระดับราคาของอาคารชุดพักอาศัย

ระดับราคา	เริ่มต้น	สิ้นสุด
ระดับหรูพิเศษ	200,001	ไม่จำกัด
ระดับหรูหรา	160,001	200,000
ระดับสูงสุด	130,001	160,000
ระดับสูง	100,001	130,000
ระดับชั้นดี	80,001	100,000
ระดับทั่วไป	60,001	80,000
ระดับประหยัด	45,001	60,000
ระดับสุดประหยัด	30,000	45,000

ที่มา: Think of Living, 2011

## 5. บทสรุปผลและข้อเสนอแนะ

จากการวิจัย พบว่า เกณฑ์ย่อยด้านต่าง ๆ ที่มีผลต่อการคัดเลือกผู้ออกแบบตกแต่งภายใน ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความตรงต่อเวลา (5.00) ความเชี่ยวชาญในวิชาชีพ (5.00) ประสบการณ์การทำงานสำคัญ (5.00) ผลงานและปริมาณงานที่ได้ (4.60) ระยะเวลาในการทำงาน (4.60) การให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ (4.50) ความเข้าใจในเรื่องอาคารชุดพักอาศัย (4.50) ตามลำดับ ทั้งนี้ เกณฑ์ดังกล่าวเป็นเกณฑ์ที่ใช้พิจารณาในภาพรวม และอาจจะแตกต่างกันตามระดับราคาของห้องชุดพักอาศัย

## 6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลการวิจัยที่ได้สามารถเป็นแนวทาง สำหรับผู้พัฒนาโครงการฯ ในการคัดเลือกผู้ออกแบบตกแต่งภายในอาคารชุดพักอาศัย โดยพิจารณาคุณลักษณะ ทักษะ ค่าตอบแทน และความรับผิดชอบของผู้ออกแบบ ได้อย่างเหมาะสม

## References

- กึ่งกาญจน์ มโนหาญ. (2550). *วิธีจ้างออกแบบและควบคุมงาน*. สืบค้นเมื่อ 4 กันยายน 2555, จาก <http://tc.mengrai.ac.th>
- คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. (2552). *โครงการอบรมการตกแต่งภายในประจำปี 2552*. สืบค้นเมื่อ 30 มีนาคม 2556, จาก <http://www.bloggang.com/viewblog.php?id=a-riya&group=3>.
- เทศบาลเมืองกระบี่. (2552). *หลักเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกผู้จัดนิทรรศการ (TOR: โครงการก่อสร้างสวนรุกขชาติเขานาบน้ำอำเภอมือเมือง จังหวัดกระบี่)*. สืบค้นเมื่อวันที่ 4 กันยายน 2555, จาก <http://tc.mengrai.ac.th>
- สมาคมมัณฑนากรแห่งประเทศไทย. (2551). *ข้อบังคับมาตรฐานสมาคมมัณฑนากรแห่งประเทศไทยว่าด้วยการประกอบวิชาชีพสถาปัตยกรรมภายในและมัณฑนศิลป์ พ.ศ. 2551*. สืบค้นเมื่อ 4 กันยายน 2555, จาก <http://www.tida.or.th>
- สรลรัชวี สุธรรมทวิ. (2553). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อคอนโดมิเนียมของผู้บริโภค: กรณีศึกษา กรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- Colliano, D. J. (2006). *วิธีการจ้างและบริหารนักออกแบบตกแต่งภายใน [Hoe to hire and manage an interior designer]*. (ประเชิญ กิจประเสริฐ, ผู้แปล). สืบค้นเมื่อ 4 กันยายน 2555, จาก <http://www.onkyo.co.th/index.php?mo=3&art=328775>
- Think of Living. (2011). *ประเภท Segment ของคอนโดมิเนียมกับการวิจิวเจาะลึก*. สืบค้นเมื่อ 4 กันยายน 2555, จาก <http://thinkofliving.com/2011/12/18/ประเภทของคอนโดมิเนียม/>