



## รายงานฉบับสมบูรณ์

โครงการทรัพยากรและศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสร้างสรรค์  
ในจังหวัดน่าน (Creative Health Tourism)

ศูนย์เศรษฐศาสตร์สาธารณสุข

คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

โดย

ศาสตราจารย์ ดร.ศิริเพ็ญ ศุภกาญจนกันติ

รองศาสตราจารย์ ดร.ชนทาล แฮร์เบอร์โฮลต์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัชรพงศ์ รติสุขพิมล

นายชินพรรธน์ สิทธิกรชยาพงษ์

ได้รับการสนับสนุนจาก

โครงการสร้างเสริมพลังจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กองทุนศตวรรษที่ 2

(Second Century Fund: C2F)

มกราคม 2565



## รายงานฉบับสมบูรณ์

โครงการทรัพยากรและศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสร้างสรรค์  
ในจังหวัดน่าน (Creative Health Tourism)

ศูนย์เศรษฐศาสตร์สาธารณสุข

คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

โดย

ศาสตราจารย์ ดร.ศิริเพ็ญ ศุภกาญจนกันติ

รองศาสตราจารย์ ดร.ชนทาล แฮร์เบอร์โฮลต์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัชรพงศ์ รติสุขพิมล

นายชินพรรณ์ สิทธิกรชยาพงษ์

ได้รับการสนับสนุนจาก

โครงการสร้างเสริมพลังจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กองทุนศตวรรษที่ 2

(Second Century Fund: C2F)

มกราคม 2565

รายงานฉบับสมบูรณ์  
โครงการทรัพยากรและศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสร้างสรรค์  
ในจังหวัดน่าน (Creative Health Tourism)

ศูนย์เศรษฐศาสตร์สาธารณสุข  
คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

โดย

ศาสตราจารย์ ดร.ศิริเพ็ญ ศุภกาญจนกันติ	หัวหน้าโครงการและผู้วิจัย
รองศาสตราจารย์ ดร.ชั้นทาล แฮร์เบอร์โฮลต์	ผู้วิจัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัชรพงศ์ รติสุขพิมล	ผู้วิจัย
นายชินพรรณ์ สิทธิกรชยาพงษ์	ผู้วิจัย
ดร.ดวงฤทัย นิคมรัฐ	ผู้เชี่ยวชาญทางวิทยาศาสตร์
นางสาวนภัสสร แสนชัย	ผู้ช่วยวิจัย
นายสิริวิษณุ พันธุ์ศักดิ์	ผู้ช่วยวิจัย
นางสาวภัทราวดี วุฒิมาพรพงศ์	ผู้ช่วยวิจัย
นางพัชณี เสวกพันธ์	ผู้ประสานงานโครงการ

ได้รับการสนับสนุนจาก  
โครงการสร้างเสริมพลังจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กองทุนศตวรรษที่ 2  
(Second Century Fund: C2F)

มกราคม 2565

## กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัยที่ 1.4 ทรัพยากรและศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน (Creative Health Tourism) ภายใต้โครงการการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Development of Creative Tourism) ชุดโครงการวิจัยภายใต้โครงการแผนพัฒนาวิชาการจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย “สร้างเสริมพลังสุขภาพก้าวสู่ศตวรรษที่ 2 ช่วงที่ 2” สามารถดำเนินการจนประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ไปด้วยดี เนื่องด้วยได้รับการสนับสนุนเงินทุนวิจัยจากโครงการสร้างเสริมพลังสุขภาพฯ กองทุนศตวรรษที่ 2 (Second Century Fund: C2F) และได้รับความอนุเคราะห์ ความร่วมมือ ความช่วยเหลือ และการสนับสนุนจากผู้ที่เกี่ยวข้องหลายฝ่ายส่งผลทำให้การดำเนินโครงการเป็นไปด้วยความเรียบร้อยตลอดจนจบโครงการ

ขอขอบคุณประธานกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวออยสภาค คลินิกสมุนไพร หมอศุภการแพทย์แผนไทย โสมสเดย์นายเดช ผู้ใหญ่บ้านพีเหนือ วิสาหกิจชุมชนชีววิถีตำบลน้ำเกีฮัน วิสาหกิจชุมชนขวัญธารา เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนส่งเสริมและพัฒนาสมุนไพรตำบลบ่อสวก วิสาหกิจชุมชนชมรมแพทย์แผนไทยตำบลบ่อสวก วิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรบ้านเชียงยืน วิสาหกิจชุมชนเกษตรปลอดภัย บ้านม่วงเจริญราษฎร์ วิสาหกิจกลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านดอนอุดม วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าบ้านชาวหลวง วิสาหกิจชุมชนทอผ้าบ้านนาปางพัฒนา วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าบ้านป่าฝางสามัคคี วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าบ้านนามน วิสาหกิจชุมชนบ้านสวนงอกงาม วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลผลิตการเกษตรจากอ้อย บ้านสบยาว ศูนย์บูรณาการวัฒนธรรมไทยสายใยชุมชน วิสาหกิจชุมชนแปรรูปเกษตรเมืองโพง สำนักงานมูลนิธิส่งเสริมการเรียนรู้ชุมชน วิสาหกิจชุมชนท่าลี่ชีวาสม หมู่บ้านมณีพฤกษ์ หมู่บ้านปากนาย โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลบ่อสวก องค์การบริหารส่วนตำบลในตำบลที่อยู่ในพื้นที่การศึกษาทั้งหมด และสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดน่าน ที่ได้ให้ความร่วมมือในด้านข้อมูลความรู้เชิงพื้นที่ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการดำเนินงานและการร่วมทำกิจกรรมต่าง ๆ ของโครงการทั้งหมด หากขาดความช่วยเหลือและความอนุเคราะห์จากทุกฝ่าย ยากที่โครงการจะประสบความสำเร็จได้ ทางคณะวิจัยขอกราบขอบพระคุณและขอบคุณไว้ในโอกาสนี้

สุดท้ายนี้คณะวิจัยหวังว่าโครงการวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผู้สนใจศึกษาวิจัยต่อไปในภายภาคหน้า

คณะวิจัย

มกราคม 2565

## บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary)

หลายทศวรรษที่ผ่านมา ประเทศไทยมีแนวโน้มสูงต่อการค้าโลกในภาคสินค้าและบริการ ซึ่งทำให้มีความเป็นไปได้ในการค้าโลกของไทยโดยผ่านการวิวัฒนาการระบบการค้าระหว่างประเทศ ตลอดจนความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งในอดีตที่ผ่านมามีการพัฒนาด้านเศรษฐกิจเป็นไปอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ ยุคแรก เรียกว่า “ประเทศไทย 1.0” เน้นการเกษตรเป็นหลัก ยุคสอง เรียกว่า “ประเทศไทย 2.0” เน้นอุตสาหกรรมแต่เป็นอุตสาหกรรมเบา เช่น การผลิตและขายรองเท้า เครื่องหนัง เครื่องตีมีด เครื่องประดับ เครื่องเขียน กระเป๋า เครื่องนุ่งห่ม เป็นต้น ยุคที่สาม เรียกว่า “ประเทศไทย 3.0” เป็นอุตสาหกรรมหนักและการส่งออก เช่น การผลิตและขาย ส่งออกเหล็กกล้า รถยนต์ ถังน้ำมัน แยกก๊าซธรรมชาติ ปูนซีเมนต์ เป็นต้น แต่ไทยในยุค 1.0 2.0 และ 3.0 รายได้ประเทศยังอยู่ในระดับปานกลางและตกอยู่ในกับดักประเทศที่มีรายได้ปานกลาง หากไม่พัฒนาเศรษฐกิจสร้างประเทศ จึงเป็นเหตุให้นำไปสู่ยุคที่สี่ในปัจจุบัน (2564) “ประเทศไทย 4.0” ให้เป็นเศรษฐกิจใหม่ (New Engines of Growth) มีรายได้สูง โดยวางเป้าหมายให้เกิดภายใน 5-6 ปีนี้

จากข้อมูลในการศึกษาเพื่อเพิ่มศักยภาพทางการตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (พิจารณาเฉพาะชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาใช้บริการด้านสุขภาพจากโรงพยาบาลเอกชนในไทย) ซึ่งได้ประมาณการว่า ในปี พ.ศ. 2555 ตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโลกจะมีมูลค่าสูงถึง 1,740,000 ล้านบาท (58,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) โดยภูมิภาคเอเชียใต้ และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ครองส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ร้อยละ 15 ของมูลค่าตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโลก หรือคิดเป็นมูลค่าตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในภูมิภาคเอเชียใต้และตะวันออกเฉียงใต้ มีประเทศผู้ให้บริการด้านสุขภาพที่สำคัญ คือ สิงคโปร์ ไทย อินเดีย มาเลเซีย และฟิลิปปินส์

ในขณะที่ประเทศไทยเป็นประเทศเปิดและเป็นประเทศที่เป็นจุดหมายปลายทางสำหรับนักท่องเที่ยว แต่สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแล้วได้เติบโตอย่างกระหน่ำหนอย่างมากมายในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา จากการเกิดวิกฤตเศรษฐกิจในปี พ.ศ. 2540 ทำให้อัตราการครองเตียงของโรงพยาบาลเอกชนมีอัตราลดลงอย่างมีนัยสำคัญอย่างมาก ทำให้โรงพยาบาลเอกชนรายใหญ่ที่มีบริการการแพทย์แบบ High-End ต้องแสวงหาคู่ค้าจากภายนอกประเทศที่มีกำลังซื้อลดลง เนื่องจากได้ลงทุนไปเป็นจำนวนมากในช่วงเศรษฐกิจเติบโตนั่นเอง ตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา ดังนั้นรัฐบาลไทยได้มีนโยบายส่งเสริมการส่งออกบริการทางการแพทย์ หรือการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อสร้างรายได้ให้กับประเทศ

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Creative Health Tourism) เป็นแนวคิดใหม่ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เน้นถึงคุณค่าของการท่องเที่ยวจากแนวคิดด้านสุขภาพและสุขภาพที่สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจจากฐานรากโดยชุมชน เพื่อชุมชน และก่อให้เกิดความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว ไม่ใช่การท่องเที่ยวแบบกลุ่มขนาดใหญ่ที่มีการเติบโตเฉพาะกลุ่มที่ได้รับผลประโยชน์และขาดความยั่งยืน โดยทั่วไปแล้ว การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Medical & Health Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงาม

งดงามในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่มีจิตสำนึกต่อการส่งเสริมและรักษาสุขภาพและสิ่งแวดล้อม ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบ่งออก 2 ประเภทคือ การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion Tourism) และการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ (Health Healing Tourism/Medical Tourism) ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพโดยมีชุมชนเป็นฐานและประชาชนเป็นศูนย์กลาง เป็นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสร้างสรรค์

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพถือได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของแผนพัฒนาประเทศในระยะยาวจากยุทธศาสตร์ที่ 8 การพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัย และนวัตกรรม ภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พัฒนาอุตสาหกรรมชีวเภสัชภัณฑ์ในประเทศเข้มแข็งเป็นฐานเศรษฐกิจใหม่ เพิ่มคุณภาพชีวิตประชาชน ให้มีความสำคัญกับการลงทุนวิจัยและพัฒนาในกลุ่มเทคโนโลยีที่ประเทศไทยมีศักยภาพ อาทิ การแพทย์ กลุ่มที่นำไปสู่การพัฒนาแบบก้าวกระโดด อาทิ เทคโนโลยีชีวภาพ (ยาชีววัตถุ เภสัชพันธุศาสตร์ ฯลฯ) กลุ่มที่ช่วยลดความเหลื่อมล้ำและยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน เช่น เทคโนโลยีทางการแพทย์ (ยาและวัคซีน อุปกรณ์/เครื่องมือแพทย์) โดยมีรายละเอียดการพัฒนาตามกลุ่มคลัสเตอร์ดังนี้ 1.จัดสรรงบประมาณต่อเนื่องเพื่อต่อยอดงานวิจัยเชิงลึก งานวิจัยขั้นประยุกต์/ทดลอง ทั้งการทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบวิจัยตลาด และโรงงานนำร่อง เพื่อให้สามารถแปลงงานวิจัยไปสู่การใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์และสังคมอย่างเป็นรูปธรรม 2.มุ่งเน้นการร่วมลงทุนระหว่างรัฐและเอกชน (Public Private Partnership : PPP) 3.ส่งเสริมให้คนไทยสามารถเป็นเจ้าของเทคโนโลยีใหม่ ๆ ในตลาดโลกผ่านกลไกกองทุนต่าง ๆ เช่น กองทุนเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขัน สำหรับอุตสาหกรรมเป้าหมาย กองทุนพัฒนาผู้ประกอบการเทคโนโลยีและนวัตกรรม ฯลฯ 4.ภาครัฐเป็นผู้ลงทุนในเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ (Disruptive Technology) 5.ส่งเสริมการดำเนินงานเป็นเครือข่ายระหว่างสถาบันการศึกษา สถาบันการวิจัย ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนหรือชุมชน

โครงการวิจัยที่ 1.4 ทริพยากรและศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน (Creative Health Tourism) ภายใต้โครงการการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Development of Creative Tourism) ชุดโครงการวิจัยภายใต้โครงการแผนพัฒนาวิชาการจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย “สร้างเสริมพลังจุฬาฯ ก้าวสู่ศตวรรษที่ 2 ช่วงที่ 2” เป็นหนึ่งในโครงการซึ่งจะพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างสร้างสรรค์โดยเป็นการวิจัยทางสังคมศาสตร์ภายใต้กลุ่มความเชี่ยวชาญด้านสังคมศาสตร์ มีความหลากหลาย โดยมีแกนกลางของงานวิจัยร่วมคือการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภายใต้มิติทางสังคมศาสตร์ที่เน้นการพัฒนาชุมชนคุณภาพชีวิต คุณภาพของชุมชน ผลประโยชน์และต้นทุนร่วมของชุมชน การดำรงอยู่ ความยั่งยืนของโครงการที่ดำเนินการโดยชุมชน

วัตถุประสงค์การศึกษา คือ 1. เพื่อทำการศึกษาทริพยากรที่ใช้ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสร้างสรรค์ของจังหวัดน่าน 2. เพื่อประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดน่าน

3. เพื่อทำการศึกษารูปแบบการบริการและผลิตภัณฑ์ ด้านธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพและธุรกิจผลิตภัณฑ์สุขภาพและสมุนไพรไทยในจังหวัดน่าน 4. เพื่อศึกษารูปแบบบริการและผลิตภัณฑ์ที่เป็นความร่วมมือกันของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐกิจ ได้แก่ ชุมชน วิชากิจชุมชน หน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่น หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง 5. เพื่อศึกษาผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสร้างสรรค์ในพื้นที่เป้าหมาย จังหวัดน่าน และ 6. เพื่อส่งเสริมให้เกิดกระบวนการสร้างความร่วมมือ การมีส่วนร่วมระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งในภาครัฐและภาคเอกชน ในการร่วมวางแผน การร่วมสร้างกระบวนการ การเผยแพร่องค์ความรู้ ความเข้าใจและร่วมกันทำให้เกิดแนวทางการสร้างและส่งเสริมระบบการจูงใจให้หน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ได้ร่วมมือสนับสนุนดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับและเป้าหมายของโครงการที่ 1.4 สามารถสรุปได้ดังนี้ 1. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความรู้ ความเข้าใจ และมีศักยภาพต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสร้างสรรค์ 2. เกิดความร่วมมือจากการสร้างเครือข่ายในกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 3. แนวทางการออกแบบ ปรับปรุงระบบที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในการพำนักระยะยาว โฮมสเตย์ การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร และการนวดแผนไทย 4. แนวทางการจัดระบบบริการที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในการพำนักระยะยาว โฮมสเตย์ การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร และการนวดแผนไทย 5. สมาชิกในชุมชนได้รับผลตอบแทนจากการพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่ม 6. ผลิตภัณฑ์และบริการทางสุขภาพมีมาตรฐานตรงตามอุปสงค์ ได้แก่ การพำนักระยะยาว โฮมสเตย์ การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร การนวด 7. แผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสร้างสรรค์ทั้งในระดับตำบล โฮมสเตย์ การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร และ 8. กระบวนการสร้างความร่วมมือ การมีส่วนร่วมระหว่างกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในการร่วมวางแผน การร่วมสร้างกระบวนการ การเผยแพร่องค์ความรู้ ความเข้าใจและร่วมกันทำให้เกิดแนวทางการสร้างและส่งเสริมระบบการจูงใจให้หน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ได้ร่วมมือสนับสนุนดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง

โครงการที่ 1.4 มีกรอบการศึกษาดังนี้ ขั้นตอนที่หนึ่ง การศึกษาและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิทั้งหมดที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างสร้างสรรค์ ปัจจัยความสำเร็จของการดำเนินการท่องเที่ยวโดยเน้นชุมชน เงื่อนไขและปัจจัยสนับสนุนให้เกิดศักยภาพในการพัฒนาแผนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสร้างสรรค์ในชุมชน ขั้นตอนที่สอง การวิเคราะห์หลักเกณฑ์ เงื่อนไข และบริบทในการคัดเลือกพื้นที่ที่มีศักยภาพ และทรัพยากรที่จำเป็นในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสร้างสรรค์ในชุมชน ขั้นตอนที่สาม ศึกษาและวิเคราะห์โดยการลงพื้นที่ภาคสนามของทุกอำเภอในจังหวัดน่าน และคัดเลือกพื้นที่ที่มีศักยภาพ ขั้นตอนที่ยี่สี่ ดำเนินการวิเคราะห์กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อวางแผนพัฒนาศักยภาพความเป็นไป แผนธุรกิจ การต่อยอดเชิงพาณิชย์ การพัฒนาห่วงโซ่คุณค่า ของสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสร้างสรรค์ในพื้นที่เป้าหมาย และขั้นตอนสุดท้าย ศึกษาผลผลิต ผลลัพธ์ และ

ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ในพื้นที่เป้าหมาย กล่าวโดยสรุปได้ว่าการศึกษานี้พบว่าพื้นที่จังหวัดน่านมีศักยภาพและทรัพยากรที่เหมาะสมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างสร้างสรรค์ โดยสามารถสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจจากแผนธุรกิจในสินค้าและบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยชุมชนเพื่อชุมชนและก่อให้เกิดความยั่งยืนโดยมีกระบวนการทำงานร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมพัฒนา และร่วมแก้ไขปัญหา กับชุมชน และเครือข่ายวิชาการที่ชุมชนเข้าร่วม ทั้งนี้ชุมชนเป็นผู้ขับเคลื่อน โดยมีการสนับสนุนแนวความคิด การอบรม การฝึกปฏิบัติ จากภาคีภาคการศึกษาทั้งในพื้นที่และจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยเป็นหน่วยคิด

เมื่อได้กำหนดพื้นที่การศึกษาได้ลงสำรวจพื้นที่และการสัมภาษณ์เชิงลึกกับชาวบ้านรวมถึงเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนในพื้นที่ พบว่า ชาวบ้านในพื้นที่เป้าหมายยังขาดองค์ความรู้บางประการที่ช่วยในการดำเนินงาน ส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของพื้นที่ ดังนั้น ทางโครงการจึงได้สำรวจและสอบถามความต้องการของชาวบ้านในพื้นที่เพื่อกำหนดหัวข้อการอบรมองค์ความรู้ที่ชาวบ้านสนใจ โดยมีหัวข้อสำหรับการอบรมดังนี้ การอบรมความรู้เกี่ยวกับการเขียนแผนธุรกิจ การอบรมเชิงปฏิบัติการแปรรูปน้ำมันสมุนไพรและบาล์มสมุนไพร การอบรมการบริหารโฮมสเตย์แบบครบวงจร การอบรมเชิงปฏิบัติการมาตรฐานการนวดเพื่อสุขภาพ

เนื่องจากพื้นที่จังหวัดน่านมีศักยภาพเพียงพอสำหรับผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อสุขภาพในการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ นอกจากการดำเนินการจัดกิจกรรมพัฒนาศักยภาพชาวบ้านและพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์สมุนไพรในพื้นที่แล้วทางโครงการจึงมุ่งเน้นในการสนับสนุนทั้งการตรวจสอบวัตถุดิบและการตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ทางโครงการยังให้การสนับสนุนในการพัฒนาตราสินค้าของวิสาหกิจชุมชนตำบลบ่อสวก และการจัดทำแผนการมีส่วนร่วมของชุมชนเชิงธุรกิจของโฮมสเตย์และผลิตภัณฑ์สมุนไพรของชุมชน โดยผลผลิตของโครงการนี้ประกอบไปด้วย 1. การคัดสรรกลุ่มเป้าหมายและพัฒนาศักยภาพของกลุ่ม พบว่ากลุ่มกิจกรรมที่มีศักยภาพระดับชุมชน ได้แก่ โฮมสเตย์ นวดแผนไทย บริการพำนักระยะยาว และผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสมุนไพร และกลุ่มที่จำเป็นต้องได้รับการพัฒนาต่อเนื่องในปัจจุบัน ได้แก่ บริการเวชสำอาง ศูนย์ฟื้นฟูสุขภาพ บ้านพักผู้สูงอายุ และสปา 2. การจัดอบรม และการจัดการประชุมระดับปฏิบัติการเพื่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประเด็นที่กำหนด 3. การจัดทำแผนการมีส่วนร่วมของชุมชนเชิงธุรกิจในหัวข้อโฮมสเตย์และการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร 4. การจัดทำหนังสือคู่มือการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสร้างสรรค์ “เส้นทางรักสุขภาพ” ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สัมผัสวิถีชุมชน น่านนคร และ 5. วิดีทัศน์ผลงานของโครงการและวีดิทัศน์แนะนำการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสร้างสรรค์ “เส้นทางรักสุขภาพ”

ปัญหาที่ค้นพบในการศึกษาคั้งนี้สามารถสรุปได้ดังนี้ อุปสรรคเกี่ยวกับระยะเวลาในการดำเนินโครงการเนื่องจากการท่องเที่ยวในจังหวัดน่านโดยทั่วไปมีลักษณะเป็นการท่องเที่ยวที่อิงตามฤดูกาล แต่ระยะเวลาในการเริ่มของโครงการเป็นช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวในช่วงระยะพักตัว ส่งผลทำให้การเก็บข้อมูล

การท่องเที่ยวเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลในมุมมองของผู้ให้บริการมากกว่าในมุมมองของผู้รับบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงฤดูฝนและฤดูกาลเก็บเกี่ยวผลผลิตทางการเกษตรที่ผู้เข้าร่วมโครงการจำเป็นต้องจัดการกับปัญหาน้ำท่วมและผลผลิตการเกษตรของตนเองก่อน ประการที่สอง การทำงานในโครงการย่อยเป็นไปตามเป้าหมายและแผนการดำเนินการ แต่มีอุปสรรคการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทำให้กิจกรรมของชุมชนหยุดชะงัก ประการที่สาม ปัญหาในการค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภายในจังหวัด และประการสุดท้าย ปัญหาการระบาดของ COVID-19 ทำให้คณะวิจัยไม่สามารถลงพื้นที่เพื่อดำเนินการวิจัยได้ ส่งผลทำให้การดำเนินการโครงการล่าช้ากว่าที่กำหนด

## สารบัญ

กิตติกรรมประกาศ.....	ง
บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary).....	จ
สารบัญ.....	ญ
สารบัญตาราง.....	ฎ
สารบัญรูปภาพ.....	ฏ
บทที่ 1 บทนำ.....	15
1. ความเป็นมา.....	15
2. วัตถุประสงค์.....	22
3. กรอบการศึกษา.....	23
4. แผนการศึกษาและกรอบระยะเวลาในการศึกษา.....	23
5. ผลที่คาดว่าจะได้รับ.....	26
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	30
1. แนวคิดทฤษฎีการฝึกอบรม.....	30
2. แนวคิดทฤษฎีการท่องเที่ยว.....	36
3. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ.....	48
4. นโยบายและแผนงานที่เกี่ยวข้อง.....	51
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	61
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	63
1. การศึกษาข้อมูลพื้นฐาน.....	63
2. การพัฒนาหัวข้อการฝึกอบรม.....	63
3. การสนับสนุนของโครงการวิจัย.....	64
4. การเขียนแผนธุรกิจ.....	66

บทที่ 4	ผลการศึกษา.....	68
1.	ผลการสำรวจพื้นที่เพื่อเลือกพื้นที่เป้าหมายในการศึกษาและพัฒนา.....	68
2.	ผลการจัดกิจกรรมและฝึกอบรมเพื่อพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่ .....	71
3.	ผลการพัฒนาและสนับสนุนของโครงการให้แก่พื้นที่เป้าหมาย .....	73
4.	แผนการมีส่วนร่วมของชุมชนเชิงธุรกิจของโฮมสเตย์และผลิตภัณฑ์สมุนไพร.....	81
บทที่ 5	สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ .....	87
1.	สรุปผลการศึกษา .....	87
2.	การอภิปรายผลการศึกษา .....	92
3.	ปัญหาที่ค้นพบจากการศึกษา.....	94
เอกสารอ้างอิง.....		95
ภาคผนวก .....		99
ภาคผนวก ก	ภาพกิจกรรม.....	100
ภาคผนวก ข	รูปแบบที่ใช้ในการพัฒนาตราสินค้าของวิสาหกิจชุมชน .....	117
ภาคผนวก ค	แผนการมีส่วนร่วมของชุมชนเชิงธุรกิจโฮมสเตย์.....	127
ภาคผนวก ง	แผนการมีส่วนร่วมของชุมชนเชิงธุรกิจผลิตภัณฑ์สมุนไพร.....	177

## สารบัญตาราง

ตารางที่ 1-1 ประชากรจากการลงทะเบียน จำแนกตามอำเภอ พ.ศ.2553 - 2561.....	19
ตารางที่ 1-2 ขั้นตอนการดำเนินงานและระยะเวลาโครงการฯ .....	25
ตารางที่ 1-3 ผลผลิต (Output) ของการดำเนินงานในแต่ละกิจกรรมของโครงการฯ.....	26
ตารางที่ 4-1 การสำรวจพื้นที่จังหวัดน่านของคณะวิจัย .....	68
ตารางที่ 5-1 สรุปผลผลิต (Output) ของการดำเนินงานในแต่ละกิจกรรมของโครงการ .....	88
ตารางที่ 5-2 สรุปผลการดำเนินงานของโครงการ .....	91
ตารางที่ 5-3 ความสอดคล้องของผลกระทบของโครงการและเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน .....	93

## สารบัญรูปภาพ

รูปที่ 1-1 ผลการวิเคราะห์ Shift-Share เปรียบเทียบ ภาคเหนือ และทั่วประเทศ (2544 : 2550 และ 2550 : 2554) ....	17
รูปที่ 1-2 กรอบการศึกษา .....	23
รูปที่ 2-1 กระบวนการถ่ายโอนการเรียนรู้ (Learning Transfer Model).....	36
รูปที่ 2-2 รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยว .....	40
รูปที่ 4-1 การทดสอบความเป็นพิษของดอกเมี่ยงสด และดอกเมี่ยงแห้ง .....	74
รูปที่ 4-2 การทดสอบความเป็นพิษของใบเมี่ยงสดและแห้งที่มีความเป็นพิษต่อเชื้อ Saccharomyces.....	75
รูปที่ 4-3 เชื้อยีสต์ที่ได้จากการคัดแยกจากใบเมี่ยงหมัก.....	76
รูปที่ 4-4 Lactobacilli ที่คัดแยกได้จากใบเมี่ยงหมัก .....	76
รูปที่ 4-5 Lactobacilli spp. mixed with Yeast ที่พบจากจากน้ำหมักใบเมี่ยง .....	77
รูปที่ 4-6 Yeast ที่คัดแยกได้จากน้ำหมักใบเมี่ยงที่ชุมชนทำไว้ มีตัวอย่างสามชนิด Saccharomyces spp.....	77
รูปที่ 4-7 Lactobacilli ภายใต้อกล้องจุลทรรศน์ ที่แยกได้จากน้ำหมักใบเมี่ยงได้มาจากชุมชน .....	77
รูปที่ 4-8 Cocci ที่เป็นกลุ่มจุลินทรีย์อื่นที่พบในน้ำหมักใบเมี่ยง .....	78
รูปที่ 4-9 หยดเอ็นยิดที่หั่น และ ระหว่างการสกัดด้วยแอลกอฮอล์ .....	79
รูปที่ 4-10 ความไม่เป็นพิษของสารสกัดหยดเอ็นยิดต่อจุลินทรีย์ คือ ยีสต์ Saccharomyces cerevisiae, Escherichia coli, Bacillus subtilis, Staphylococcus aureus .....	79
รูปที่ 4-11 สัญลักษณ์ที่ทางชุมชนเลือก.....	80
รูปที่ 4-12 สัญลักษณ์ที่ได้รับการปรับจนเสร็จสิ้น .....	80
รูปที่ 4-13 แปรนต์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ่อสวก.....	83
รูปที่ 4-14 สัญลักษณ์แบรนด์ (Logo) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ่อสวก .....	84
รูปที่ ก-1 ภาพกิจกรรมวันที่ 16 มีนาคม 2563.....	102
รูปที่ ก-2 ภาพกิจกรรมวันที่ 19 มีนาคม 2563.....	104
รูปที่ ก-3 ภาพกิจกรรมวันที่ 20 มีนาคม 2563.....	106
รูปที่ ก-4 ภาพกิจกรรมการทำผลิตภัณฑ์สมุนไพร.....	111
รูปที่ ก-5 ภาพกิจกรรมการอบรมการพัฒนาคุณภาพโฮมสเตย์.....	113
รูปที่ ก-6 การอบรมการนวดแผนไทย .....	116
รูปที่ ข-1 รูปแบบการสานไม้จากตาเหลวผสมผสานกับรูปทรงของตาเหลว.....	118
รูปที่ ข-2 รูปแบบการสานไม้จากตาเหลวผสมผสานกับรูปทรงของตาเหลว.....	119
รูปที่ ข-3 รูปแบบการสานไม้จากตาเหลวผสมผสานกับรูปแบบลายทอผ้าบ่อสวก .....	120

รูปที่ ข-4 รูปแบบการสานไผ่จากตาเหลวผสมผสานกับรูปแบบลายทอลายน้ำไหล .....	121
รูปที่ ข-5 รูปแบบการสานไผ่จากตาเหลวผสมผสานกับรูปทรงตาเหลว .....	122
รูปที่ ข-6 รูปแบบการสานไผ่จากตาเหลวผสมผสานกับรูปทรงเครื่องปั้นดินเผา .....	123
รูปที่ ข-7 รูปแบบการสานไผ่จากตาเหลวผสมผสานกับรูปแบบลายดาวล้อมเดือน .....	124
รูปที่ ข-8 รูปแบบผ้าทอลายบ่อสวกผสมผสานกับรูปแบบจิ้งหะของลายผ้า .....	125
รูปที่ ข-9 รูปแบบผ้าทอลายบ่อสวกผสมผสานกับรูปแบบของกริดตาเหลว .....	126

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1. ความเป็นมา

หลายทศวรรษที่ผ่านมา ประเทศไทยมีแนวโน้มสูงต่อการค้าโลกในภาคสินค้าและบริการ ซึ่งทำให้มีความเป็นไปได้ในการค้าโลกของไทยโดยผ่านการวิวัฒนาการระบบการค้าระหว่างประเทศ ตลอดจนความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศ และระบบการขนส่ง ประเทศไทยถูกจัดอันดับเป็นประเทศที่มีรายได้ปานกลางระดับสูงในปี พ.ศ. 2554 (Upper Middle Income) และระบบเศรษฐกิจ ไทยพึ่งพาภาคการบริโภคและการส่งออกเป็นสำคัญ โดยมีสัดส่วนการส่งออกต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ถึงร้อยละ 7 ในปี พ.ศ. 2553 (World Bank) อดีตที่ผ่านมา การเติบโตทางเศรษฐกิจเป็นกุญแจสำคัญในการลดความยากจนในประเทศไทย อย่างไรก็ตามการเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) มีอัตราการเติบโตน้อยกว่า 2.5% ต่อปีในช่วงปี พ.ศ. 2557 และปี พ.ศ. 2559 ธนาคารโลกได้พยากรณ์อัตราการเติบโตในปี พ.ศ. 2560 ว่าจะสูงถึง 3.2%

ภาคอุตสาหกรรมและบริการเป็นภาคหลักในผลิตภัณฑ์มวลรวม (GDP) ในประเทศของไทย โดยภาคอุตสาหกรรมคิดเป็นสัดส่วน 39.2% ของ GDP ส่วนภาคเกษตรกรรมเป็นสัดส่วน 8.4% ของ GDP น้อยกว่าภาคการขนส่งและการค้า ตลอดจนการสื่อสาร ซึ่งเป็นสัดส่วน 13.4% และ 9.8% ของ GDP ตามลำดับ ภาคก่อสร้างและเหมืองแร่เป็นสัดส่วน 4.3% ของ GDP ภาคอื่น (ซึ่งรวมภาคการเงิน การศึกษา โรงแรมและร้านอาหาร) เป็นสัดส่วน 24.9% ของ GDP โทรคมนาคมและการค้าบริการกำลังกำเนิดเป็นศูนย์กลางการขยายอุตสาหกรรมและการแข่งขันทางเศรษฐกิจ

ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกเป็นอันดับที่ 24 ของโลก และมีมูลค่าการนำเข้าเป็นอันดับที่ 23 ของโลก มูลค่าการส่งออกคิดเป็น US\$214.37 billion (2558) ประเทศคู่ค้าหลัก ได้แก่ ประเทศจีน ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา มาเลเซีย สิงคโปร์ อินโดนีเซีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ออสเตรเลีย ฮองกงและเกาหลีใต้ ประเทศไทยมีเศรษฐกิจใหญ่ที่สุดเป็นอันดับสองในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ รองจากประเทศอินโดนีเซีย ทว่า GDP ต่อหัวในปีพ.ศ. 2555 ค่อนข้างต่ำ (\$7,188) ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ประเทศไทยจัดว่ามี GDP ต่อหัวกลาง ๆ รองจากประเทศสิงคโปร์ บรูไนและมาเลเซีย

ประเทศไทยในอดีตที่ผ่านมามีการพัฒนาด้านเศรษฐกิจเป็นไปอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ ยุคแรก เรียกว่า “ประเทศไทย 1.0” เน้นการเกษตรเป็นหลัก ยุคสอง เรียกว่า “ประเทศไทย 2.0” เน้นอุตสาหกรรมแต่เป็นอุตสาหกรรมเบา เช่น การผลิตและขายรองเท้า เครื่องหนัง เครื่องดื่ม เครื่องประดับ เครื่องเขียน กระเป๋า เครื่องนุ่งห่ม เป็นต้น ยุคที่สาม เรียกว่า “ประเทศไทย 3.0” เป็นอุตสาหกรรมหนักและการส่งออก เช่น การผลิตและขาย ส่งออกเหล็กกล้า รถยนต์ ถังน้ำมัน แยกก๊าซธรรมชาติ ปูนซีเมนต์ เป็นต้น แต่ไทยในยุค 1.0 2.0 และ 3.0 รายได้ประเทศยังอยู่ในระดับปานกลางและตกอยู่ในกับดักประเทศที่มีรายได้ปานกลาง

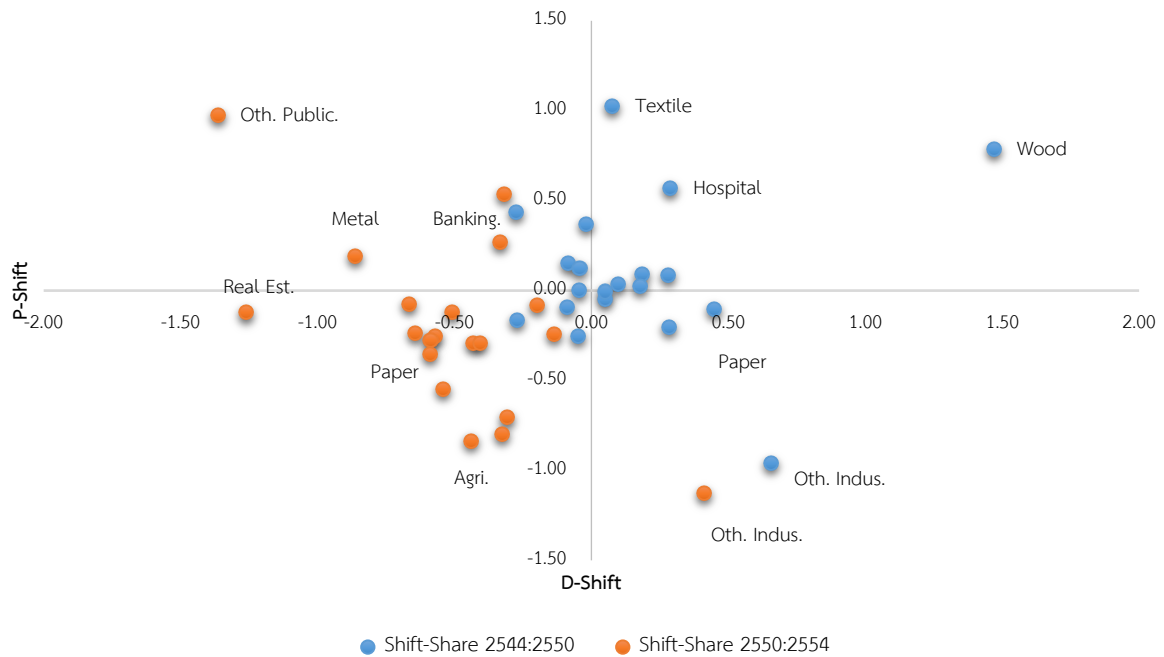
หากไม่พัฒนาเศรษฐกิจสร้างประเทศ จึงเป็นเหตุให้นำไปสู่ยุคที่สี่ในปัจจุบัน (2564) “ประเทศไทย 4.0” ให้เป็นเศรษฐกิจใหม่ (New Engines of Growth) มีรายได้สูง โดยวางเป้าหมายให้เกิดภายใน 5-6 ปีนี้

ทั้งนี้ จากข้อมูลในการศึกษาเพื่อเพิ่มศักยภาพทางการตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (พิจารณาเฉพาะชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาใช้บริการด้านสุขภาพจากโรงพยาบาลเอกชนในไทย) ซึ่งได้ประมาณการว่า ในปีพ.ศ. 2555 ตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโลกจะมีมูลค่าสูงถึง 1,740,000 ล้านบาท (58,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) โดยภูมิภาคเอเชียใต้ และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ครองส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ร้อยละ 15 ของมูลค่าตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโลก หรือคิดเป็นมูลค่าตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในภูมิภาคเอเชียใต้ และตะวันออกเฉียงใต้ มีประเทศผู้ให้บริการด้านสุขภาพที่สำคัญ คือ สิงคโปร์ ไทย อินเดีย มาเลเซีย และฟิลิปปินส์ โดยสิงคโปร์มีส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุด โดยมีสัดส่วนร้อยละ 33 คิดเป็นมูลค่าประมาณ 90,000 ล้านบาท รองลงมา คือ ไทย สัดส่วนร้อยละ 26 คิดเป็นมูลค่าประมาณ 70,000 ล้านบาท และอินเดีย สัดส่วนร้อยละ 19 คิดเป็นมูลค่าประมาณกว่า 50,000 ล้านบาท ตามลำดับ

สำหรับผลิตภัณฑ์มวลรวมของภาคเหื่อนั้น ในภาพรวมผลิตภัณฑ์ภาค (GRP) ในปีพ.ศ. 2561 ขยายตัวร้อยละ 4.8 ต่อเนื่องจากที่ขยายตัวร้อยละ 4.2 ในปีพ.ศ. 2560 เป็นผลมาจากการผลิตภาคเกษตรขยายตัวร้อยละ 3.9 จากที่ขยายตัวร้อยละ 1.9 ในปีก่อนหน้า ส่วนการผลิตภาคเกษตรขยายตัวร้อยละ 7.5 ชะลอลงจากที่ขยายตัวร้อยละ 11.1 ในปีก่อนหน้า มีสาเหตุมาจากการปลูกพืชที่ลดลง พืชหลักที่ให้ผลผลิตลดลง ได้แก่ ข้าว ผลไม้ และยางพารา อย่างไรก็ตาม ปริมาณผลผลิตพืชที่ยังคงเพิ่มขึ้น ได้แก่ อ้อยโรงงาน ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ส่งผลให้การบริการทางการเกษตรชะลอลงตามพื้นที่เพาะปลูกพืชและพื้นที่เกี่ยวหลักที่ลดลง (กองบัญชาการตำรวจตระเวนชายแดน สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2561)

จากการศึกษาเรื่อง การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางเศรษฐกิจของประเทศไทย ผลกระทบต่อความยั่งยืนของระบบประกันสุขภาพ การเข้าถึงบริการทางการแพทย์ ความมั่นคงของมนุษย์ และรูปแบบการดูแลผู้สูงอายุในระยะยาว ของ ศิริเพ็ญ สุภกาญจนกันติและคณะ (2560) พบว่า จากการศึกษาภาคเหนือ เทียบกับทั่วประเทศแล้วผลการวิเคราะห์ Shift-Share ของภาคเหนือ เทียบกับ ทั่วประเทศ แสดงดังรูปที่ 1.1 พบว่า สาขาอุตสาหกรรมใน ปีพ.ศ. 2544 เทียบกับ ปี พ.ศ. 2550 มีการเคลื่อนย้ายอยู่ใน Quadrant ที่ 1 และ 2 แสดงถึงอุตสาหกรรมส่วนใหญ่ในภาคเหนือ นั้น ยังมีศักยภาพการแข่งขันในระดับประเทศและท้องถิ่น โดยอุตสาหกรรมเด่น เช่น อุตสาหกรรมไม้และไม้แปรรูป อุตสาหกรรมกระดาษและสิ่งพิมพ์ อุตสาหกรรมสิ่งทอ การบริการทางการแพทย์ เป็นต้น ขณะเดียวกันเมื่อพิจารณาในช่วงถัดมา คือ ปี พ.ศ. 2550 เทียบกับ ปีพ.ศ. 2554 ผลการเปรียบเทียบ พบว่า อุตสาหกรรมส่วนใหญ่เคลื่อนย้ายไปอยู่ใน Quadrant ที่ 3 ซึ่งแสดงว่า อุตสาหกรรมส่วนใหญ่ นั้นมีความสามารถในการแข่งขันลดลง สาเหตุสำคัญอาจเกิดจากการเคลื่อนย้ายแรงงานไปยังสาขาการผลิตอื่นที่เกิดขึ้นใหม่ และให้ผลตอบแทนที่สูงกว่า โดยสาขาการผลิตในกลุ่มนี้ เช่น สาขาการเกษตร อุตสาหกรรมกระดาษ และสิ่งพิมพ์ เป็นต้น (ศิริเพ็ญ สุภกาญจนกันติและคณะ, 2560)

รูปที่ 1-1 ผลการวิเคราะห์ Shift-Share เปรียบเทียบ ภาคเหนือ และทั่วประเทศ (2544 : 2550 และ 2550 : 2554)



**ที่มา :** การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางเศรษฐกิจของประเทศไทย ผลกระทบต่อความยั่งยืนของระบบประกันสุขภาพ การเข้าถึงบริการทางการแพทย์ ความมั่นคงของมนุษย์ และรูปแบบการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุในระยะยาว (ศิริเพ็ญ ศุภกาญจนกันติและคณะ, 2560)

### จังหวัดน่าน

จังหวัดน่าน ตั้งอยู่ติดกับชายแดนทางด้านทิศตะวันออกของภาคเหนือตอนบน ติดกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป.ลาว) ห่างจากกรุงเทพฯ โดยทางรถยนต์ ประมาณ 668 กิโลเมตร ระดับความสูงของพื้นที่อยู่สูง 2,112 เมตรจากระดับน้ำทะเลปานกลาง มีพื้นที่ 11,472.076 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 7,170,045 ไร่ ใหญ่เป็นอันดับ 4 ของประเทศ

น่าน มีสภาพภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นภูเขาซึ่งวางตัวในแนวเหนือ-ใต้ โดยเฉพาะบริเวณชายแดนด้านเหนือและตะวันออกซึ่งเป็นรอยต่อกับ สปป.ลาว มีดอยภูคาในเขตอำเภอปัว เป็นยอดเขาที่สูงที่สุดในจังหวัด คือมีความสูงถึง 1,980 เมตร ส่วนพื้นที่ราบจะอยู่บริเวณตอนกลางของจังหวัด และตามลุ่มน้ำต่าง ๆ แหล่งน้ำที่สำคัญของจังหวัดคือแม่น้ำน่าน ซึ่งมีต้นกำเนิดทางตอนเหนือของจังหวัด แล้วไหลลงไปยังเขื่อนสิริกิติ์ในจังหวัดอุตรดิตถ์ และบรรจบกับแม่น้ำปิงที่จังหวัดนครสวรรค์เป็นแม่น้ำเจ้าพระยา นอกจากนี้ยังมีลำน้ำสาขาต่าง ๆ ที่สำคัญ ได้แก่ ลำน้ำสา ลำน้ำว้า ลำน้ำสมุน ลำน้ำปัว ลำน้ำย่าง ลำน้ำแหง เป็นต้น มีพื้นที่ที่กว้างใหญ่ พื้นที่เต็มไปด้วยภูเขาสูงสลับซับซ้อน ทั้งยังมีประชากรหลายชาติพันธุ์ นับว่าเป็นดินแดนของความหลากหลายอีกแห่งหนึ่งของประเทศ

## 1. การเดินทาง

เนื่องด้วยภูมิศาสตร์ของจังหวัดน่านมีพื้นที่ติดต่อกับจังหวัดอื่น ๆ ไม่มาก และเป็นจังหวัดชายแดนติดกับ สปป.ลาว ดังนั้นการเดินทางมาจังหวัดน่านจึงมีเส้นทางที่จำกัด ไม่มีทางรถไฟ แต่ก็มีท่าอากาศยานน่านนคร รวมทั้งมีถนนสายหลักที่ตัดผ่านตลอดความยาวตั้งแต่เหนือลงมาและมีสภาพผิวถนนที่ดี สามารถใช้งานได้ตลอดห่างจากกรุงเทพฯ โดยทางรถยนต์ ประมาณ 668 กิโลเมตร

ทางรถไฟ จังหวัดน่านไม่มีเส้นทางรถไฟผ่าน แต่สามารถเดินทางมาลงที่สถานีรถไฟเด่นชัย อำเภอด่านซ้าย จังหวัดแพร่ แล้วเดินทางด้วยถนนระยะทางประมาณ 140 กิโลเมตร ตามทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 101 มายังตัวจังหวัดได้

ทางอากาศ มีท่าอากาศยานน่านนคร ซึ่งเป็นสนามบินพาณิชย์ตั้งอยู่ทางตอนเหนือของตัวเมืองห่างประมาณ 3 กิโลเมตร มีเที่ยวบินระหว่างท่าอากาศยานเชียงใหม่ ท่าอากาศยานเชียงราย ท่าอากาศยานดอนเมือง และท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ (วิกิพีเดีย, 2564)

## 2. อำเภอต่าง ๆ ในจังหวัดน่าน

2.1 อำเภอเมืองน่าน อยู่ในบริเวณกึ่งกลางของพื้นที่จังหวัด เป็นเมืองขนาดย่อม มีประชากรไม่หนาแน่น

2.2 อำเภอแม่จริม อยู่ทางตะวันออกของจังหวัด มีสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม

2.3 อำเภอบ้านหลวง อยู่ทางตะวันตก ติดกับจังหวัดพะเยา มีผู้คนเบาบาง

2.4 อำเภอนาน้อย ทางด้านใต้ของจังหวัด มีเส้นทางติดกับจังหวัดแพร่ มีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญคือ อุทยานแห่งชาติศรีน่าน และเสาดินนาน้อย

2.5 อำเภอปัว อำเภอศูนย์กลางเศรษฐกิจทางตอนบนของจังหวัด มีสถานที่ท่องเที่ยวที่เก่าแก่และเป็นที่ตั้งของอุทยานแห่งชาติดอยภูคา พื้นที่โดยรอบมีสภาพเป็นภูเขา

2.6 อำเภอท่าวังผา บริเวณช่วงกลางของจังหวัด มีชื่อเสียงเรื่องการทอผ้า ของหมู่บ้านไทยลื้อ และมีวัดเก่าแก่ คือวัดหนองบัว

2.7 อำเภอเวียงสา เดิมเรียกอำเภอสา เป็นเสมือนประตูสู่จังหวัด มีน้ำตกดอยสวรรค์ วัดดอยไชย และวัดบุญยืน

2.8 อำเภอทุ่งช้าง สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ เป็นที่มั่นสำคัญของพรรคคอมมิวนิสต์ประเทศไทย มีอนุสาวรีย์วีรกรรมทุ่งช้างประดิษฐานอยู่

2.9 อำเภอเชียงกลาง อำเภอเล็ก ๆ ทางตอนเหนือ มีรีสอร์ทสวย ๆ สำหรับนักท่องเที่ยวหลายแห่ง

2.10 อำเภอนาหมื่น อำเภอทางใต้สุดของจังหวัด ติดกับจังหวัดอุดรธานี มีหมู่บ้านชาวประมงน้ำจืดที่อาศัยแอ่งน้ำเหนือเขื่อนสิริกิติ์ทำการประมง และเป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ

2.11 อำเภอสันติสุข อำเภอขนาดเล็กทางตะวันออกของจังหวัด มีความสงบท่ามกลางขุนเขา

2.12 อำเภอบ่อเกลือ มีบ่อเกลือโบราณและตำนานเก่าแก่ สันนิษฐานว่าน่าจะเป็นที่ตั้งของเมืองภูคาสมัยโบราณ ปัจจุบันเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ โดยเฉพาะเป็นจุดเริ่มต้นของการท่องเที่ยวเส้นทางน้ำ


2.13 อำเภอสองแคว อยู่ทางตะวันตกเฉียงเหนือของจังหวัด ติดกับจังหวัดพะเยา และมีด่านชายแดนไทยลาวทางตอนเหนือ มีหมู่บ้านชนกลุ่มน้อย ที่เรียกว่า ชาวขมุ พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นเขาสูง


2.14 อำเภอภูเพียง อยู่ใกล้กับอำเภอเมืองน่าน เป็นที่ตั้งของพระธาตุแช่แห้ง

2.15 อำเภอเฉลิมพระเกียรติ อำเภอเหนือสุดของจังหวัดน่าน มีด่านชายแดนไทยลาวและหมู่บ้านชาวเขา เป็นแหล่งปลูกส้มสีทองที่สำคัญของจังหวัดและแหล่งต้นน้ำของแม่น้ำสายสำคัญ คือแม่น้ำน่าน (ธนัชชา ลัมวุฒิ, 2558)

### 3. ประชากรในจังหวัด

ตารางที่ 1-1 ประชากรจากการลงทะเบียน จำแนกตามอำเภอ พ.ศ.2553 - 2561

 หมายถึงจำนวนประชากรได้เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อน

 หมายถึงจำนวนประชากรได้ลดลงเมื่อเทียบกับปีก่อน

อันดับ	อำเภอ	พ.ศ. 2561	พ.ศ. 2560	พ.ศ. 2559	พ.ศ. 2558	พ.ศ. 2557	พ.ศ. 2556	พ.ศ. 2555	พ.ศ. 2554	พ.ศ. 2553
1	เมืองน่าน	82,347	82,213	82,207	81,984	81,706	81,778	81,981	81,706	81,481
2	เวียงสา	70,646	70,855	70,850	70,895	70,743	70,717	70,695	70,424	70,382
3	ปัว	64,501	64,679	64,687	64,813	64,710	64,551	64,486	64,214	64,318
4	ท่าวังผา	50,932	50,924	50,965	50,955	50,943	50,974	51,257	51,265	51,485
5	ภูเพียง	36,152	36,154	36,114	35,951	35,777	35,833	35,730	35,609	35,639
6	น่าน้อย	32,689	32,891	32,961	32,978	32,929	32,821	32,681	32,657	32,599
7	เชียงกลาง	27,434	27,655	27,758	27,840	27,921	28,019	28,070	28,127	28,190
8	ทุ่งช้าง	18,895	18,861	18,755	18,658	18,499	18,375	18,329	18,305	18,277
9	แม่จริม	16,260	16,272	16,211	16,151	16,057	15,989	15,913	15,779	15,647
10	สันติสุข	15,746	15,793	15,854	15,864	15,841	15,875	15,796	15,814	15,823
11	บ่อเกลือ	15,104	15,111	15,025	14,907	14,855	14,809	14,684	14,596	14,455
12	นาหมื่น	14,457	14,549	14,644	14,685	14,680	14,696	14,700	14,754	14,807
13	สองแคว	12,321	12,281	12,293	12,216	12,112	12,044	12,017	11,954	11,860
14	บ้านหลวง	11,653	11,747	11,769	11,845	11,866	11,886	11,900	11,997	12,013
15	เฉลิมพระเกียรติ	9,853	9,852	9,823	9,776	9,625	9,545	9,434	9,411	9,387
	รวม	479,989	479,838	479,916	479,518	478,264	477,912	477,673	476,612	476,363

ที่มา : (สำนักงานสถิติจังหวัดน่าน 2558) และ (สำนักงานสถิติจังหวัดน่าน, 2563)

#### 4. ผลผลิตภูมิภาคและจังหวัดต่อหัว

ผลผลิตภูมิภาคต่อหัวในปี พ.ศ.2561 เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2560 ในทุกภาค มีลำดับดังนี้ ภาคเหนือ (ร้อยละ 7.0) ภาคตะวันตก (ร้อยละ 5.4) เขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล (ร้อยละ 5.1) ภาคตะวันออก (ร้อยละ 4.7) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ร้อยละ 3.6) ภาคกลาง (ร้อยละ 2.8) และภาคใต้ (ร้อยละ 1.7) ตามลำดับ ส่วนระดับประเทศ ผลผลิตมวลรวมในประเทศต่อหัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.2 (กองบัญชาการตำรวจตระเวนชายแดน สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2561) เมื่อพิจารณาผลผลิตจังหวัดต่อหัวในปี พ.ศ. 2561 แล้ว จังหวัดน่านอยู่ที่ลำดับที่ 60 จาก 77 จังหวัด โดยมีค่าอยู่ที่ 75,676 บาท ขณะที่อันดับหนึ่งคือ จังหวัดระยอง มีผลผลิตจังหวัดต่อหัวคือ 1,067,449 บาท และกรุงเทพมหานคร มีผลผลิตจังหวัดต่อหัวอยู่ลำดับสอง มีค่า 604,421 บาท จังหวัดที่มีค่าต่ำสุด คือ แม่ฮ่องสอน มีค่า 58,370 บาท

อย่างไรก็ตามจากการศึกษาของ ศูนย์วิจัยความสุขชุมชน (Academic Network for Community Happiness Observation and Research, ANCHOR) มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ เรื่อง ผลการจัดอันดับจังหวัดแห่งความสุขของประเทศไทย กรณีศึกษาตัวอย่างประชาชนอายุ 18 ปีขึ้นไปใน 77 จังหวัดทั่วประเทศ จำนวนทั้งสิ้น 12,429 ตัวอย่าง ดำเนินโครงการระหว่างวันที่ 1-19 มีนาคม พ.ศ. 2556 พบว่า จังหวัดที่มีค่าสูงสุดคือจังหวัดแม่ฮ่องสอน 60.9% ที่มีค่าต่ำสุดคือกรุงเทพมหานคร 20.8% จังหวัดระยองอยู่อันดับที่ 70 มีคะแนน 32.3% จังหวัดน่าน มีคะแนนอยู่อันดับที่ 10 มีคะแนน 54.8% จะเห็นได้ว่าจังหวัดที่มีค่าผลผลิตจังหวัดต่อหัวสูงกลับมีค่าความสุขของจังหวัดที่ต่ำ สาเหตุเนื่องมาจากความแออัด สภาพแวดล้อมที่แย่ ความปลอดภัย ความเครียดของประชากร ดังนั้นการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ และจังหวัดต้องคำนึงถึงประเด็นสำคัญนี้เช่นกัน การพัฒนาเศรษฐกิจจะไม่ได้ดูที่ความเติบโตของดัชนีอย่างเดียวต้องคำนึงถึงการพัฒนาทางสังคมและเศรษฐกิจ (Economic and Social Development) ไปพร้อม ๆ กัน (ศูนย์วิจัยความสุขชุมชน, 2556)

ในขณะที่ประเทศไทยเป็นประเทศเปิดและเป็นประเทศที่เป็นจุดหมายปลายทางสำหรับนักท่องเที่ยว แต่สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแล้วได้เติบโตอย่างกระหน่ำขึ้นอย่างมากในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาจากการเกิดวิกฤตเศรษฐกิจในปี พ.ศ. 2540 ทำให้อัตราการครองเตียงของโรงพยาบาลเอกชน มีอัตราลดลงอย่างมีนัยสำคัญอย่างมาก ทำให้โรงพยาบาลเอกชนรายใหญ่ที่มีบริการการแพทย์แบบ High-End ต้องแสวงหาคอนไซ์จากภายนอกประเทศที่มีกำลังซื้อลดลง เนื่องจากได้ลงทุนไปเป็นจำนวนมากในช่วงเศรษฐกิจเติบโตนั่นเอง ตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา รัฐบาลไทยได้มีนโยบายส่งเสริมการส่งออกบริการทางการแพทย์ หรือการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อสร้างรายได้ให้กับประเทศ

ถึงแม้ว่าการเดินทางเชิงสุขภาพได้กำเนิดขึ้นหลายพันปี และหากย้อนไปในปี พ.ศ. 2513 เมื่อคนรวยมีฐานะดีจากประเทศกำลังพัฒนาเดินทางไปรักษาพยาบาลที่พัฒนาแล้ว จนมาถึงปี พ.ศ. 2523 เริ่มจากประเทศคิวบา การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้ก่อกำเนิดขึ้นและเป็นคนไซ์จากประเทศที่พัฒนาแล้วมารับบริการการรักษาจากประเทศกำลังพัฒนา (UN ESCAP, 2009) ประเทศไทยก็เช่นกันได้ดำเนินการตาม และ 10 ปี

ที่ผ่านมาประเทศไทยได้แสวงหาแนวทางให้ประเทศเป็น “Medical Hub” ซึ่งในปัจจุบันหลายประเทศต่างให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งสร้างรายได้จำนวนมากเข้าประเทศในแต่ละปี โดยนอกจากการใช้จ่ายสำหรับบริการด้านการแพทย์ของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในโรงพยาบาลเอกชนของไทยแล้วยังมีการใช้จ่ายในธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องด้านการท่องเที่ยวที่ติดตามมาทั้งจากนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและผู้ติดตามผู้ป่วยต่างชาติ นอกจากนี้ ยังมีการใช้จ่ายในบริการแพทย์ทางเลือกเพื่อส่งเสริมสุขภาพ ป้องกันโรค อาทิ นวดแผนไทย และสปาจากสถานบริการนอกโรงพยาบาล ของนักท่องเที่ยวต่างชาติทั่วไปของไทยอีกด้วย สำหรับจังหวัดน่านแล้ว จากข้อจำกัดด้าน อุปทาน ด้านประชากร ด้านภูมิประเทศ จึงจำเป็นต้องศึกษาประเภทบริการ ผลิตภัณฑ์ที่มีแหล่งกำเนิดในจังหวัด พัฒนาจากจุดเด่นของจังหวัด แสวงหาความร่วมมือในจังหวัดและจังหวัดอื่น เช่น กรุงเทพมหานคร เพื่อเพิ่มศักยภาพของจังหวัด พัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์

จากยุทธศาสตร์ที่ 8 การพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัย และนวัตกรรม ภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พัฒนาอุตสาหกรรมชีวเภสัชภัณฑ์ในประเทศเข้มแข็งเป็นฐานเศรษฐกิจใหม่ เพิ่มคุณภาพชีวิตประชาชน ให้ความสำคัญกับการลงทุนวิจัยและพัฒนาในกลุ่มเทคโนโลยีที่ประเทศไทยมีศักยภาพ อาทิ การแพทย์ กลุ่มที่นำไปสู่การพัฒนาแบบก้าวกระโดด อาทิ เทคโนโลยีชีวภาพ (ยาชีววัตถุ เภสัชพันธุศาสตร์ ฯลฯ) กลุ่มที่ช่วยลดความเหลื่อมล้ำและยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน เช่น เทคโนโลยีทางการแพทย์ (ยาและวัคซีน อุปกรณ์/เครื่องมือแพทย์) โดย

- จัดสรรงบประมาณต่อเนื่องเพื่อต่อยอดงานวิจัยเชิงลึก งานวิจัยขั้นประยุกต์/ทดลอง ทั้งการทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบ วิจัยตลาด และโรงงานนำร่อง เพื่อให้สามารถแปลงงานวิจัยไปสู่การใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ และสังคมอย่างเป็นรูปธรรม

- มุ่งเน้นการร่วมลงทุนระหว่างรัฐและเอกชน (Public Private Partnership : PPP)

- ส่งเสริมให้คนไทยสามารถเป็นเจ้าของเทคโนโลยีใหม่ ๆ ในตลาดโลกผ่านกลไกกองทุนต่าง ๆ เช่น กองทุนเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขัน สำหรับอุตสาหกรรมเป้าหมาย กองทุนพัฒนาผู้ประกอบการเทคโนโลยี และนวัตกรรม ฯลฯ

- ภาครัฐเป็นผู้ลงทุนในเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ (Disruptive Technology)

- ส่งเสริมการดำเนินงานเป็นเครือข่ายระหว่างสถาบันการศึกษา สถาบันการวิจัย ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนหรือชุมชน

โครงการวิจัยที่ 1.4 ทริพยากรและศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน (Creative Health Tourism) ภายใต้โครงการการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Development of Creative Tourism) ชุดโครงการวิจัยภายใต้โครงการแผนพัฒนาวิชาการจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย “สร้างเสริม

พลังจูงใจ ก้าวสู่ศตวรรษที่ 2 ช่วงที่ 2” เป็นหนึ่งในโครงการซึ่งจะพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างสร้างสรรค์โดยเป็นการวิจัยทางสังคมศาสตร์ภายใต้กลุ่มความเชี่ยวชาญด้านสังคมศาสตร์จุฬารักษ์ โดยประกอบไปด้วย โครงการวิจัยที่ 1.1 นวัตกรรมอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์จากจังหวัดน่านสู่สากล เพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ โครงการวิจัยที่ 1.2 การประยุกต์ความรู้ทางประวัติศาสตร์เพื่อการท่องเที่ยว ภาควิชาประวัติศาสตร์ คณะอักษรศาสตร์ โครงการวิจัยที่ 1.3 การจัดตั้งศูนย์อ้างอิงและวิจัยฐานข้อมูลทางภูมิศาสตร์ เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม เพื่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน ภาควิชาภูมิศาสตร์ คณะอักษรศาสตร์ โครงการวิจัยที่ 1.4 ทรัพยากรและศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน ศูนย์เศรษฐศาสตร์สาธารณสุข คณะเศรษฐศาสตร์ โครงการวิจัยที่ 1.5 การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์วิถีเกษตรกรรม จังหวัดน่าน หน่วยปฏิบัติการวิจัยชนพื้นเมืองและทางเลือกการพัฒนา สถาบันวิจัยสังคม โครงการวิจัยที่ 1.6 การเพิ่มศักยภาพการจัดการขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวภายในพื้นที่จังหวัดน่านและเชื่อมต่อกับ สปป.ลาว สถาบันการขนส่ง โครงการวิจัยที่ 1.7 การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์พื้นที่จังหวัดน่าน คณะนิเทศศาสตร์ จะเห็นได้ว่าการวิจัยมีมิติด้านสังคมศาสตร์มีความหลากหลายโดยมีแกนกลางของงานวิจัยร่วมคือการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภายใต้มิติทางสังคมศาสตร์ที่เน้นการพัฒนาชุมชน คุณภาพชีวิต คุณภาพของชุมชน ผลประโยชน์และต้นทุนร่วมของชุมชน การดำรงอยู่ ความยั่งยืนของกิจกรรมต่างๆ ภายใต้แนวคิด การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งอาศัยการดำเนินการโดยชุมชน

## 2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อทำการศึกษาทรัพยากรที่ใช้ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสร้างสรรค์ รวมทั้งภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เกี่ยวกับตำรับยาและวิธีการรักษาแบบโบราณของจังหวัดน่าน

2.2 เพื่อประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดน่าน

2.3 เพื่อทำการศึกษาหารูปแบบการบริการและผลิตภัณฑ์ ด้านธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพและธุรกิจผลิตภัณฑ์สุขภาพและสมุนไพรไทยในจังหวัดน่าน ศูนย์ฟื้นฟูสุขภาพ บ้านพักผู้สูงอายุ สปาและนวดแผนไทย บริการพำนักระยะยาว และบริการเวชสำอางแบบสร้างสรรค์

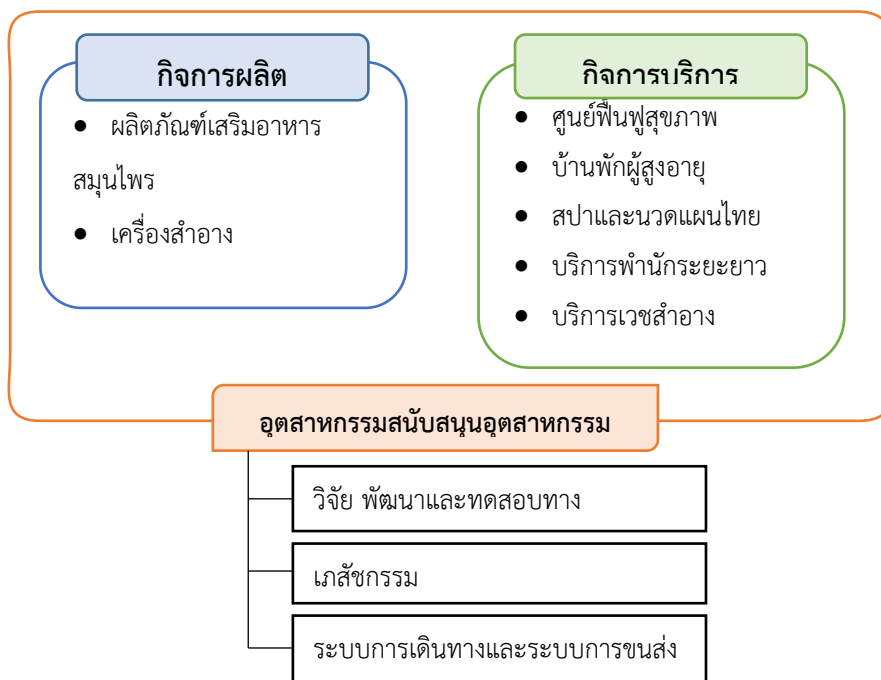
2.4 เพื่อศึกษารูปแบบบริการและผลิตภัณฑ์ที่เป็นความร่วมมือกันของหน่วยงาน ผู้ประกอบการ นักลงทุนในกรุงเทพมหานครกับผู้ประกอบการชุมชนในจังหวัดน่าน เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่ม และพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่อยู่บนฐานของความเป็นน่าน

2.5 เพื่อศึกษาผลกระทบทั้งด้านบวกและด้านลบ เพื่อก่อให้เกิดความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสร้างสรรค์

2.6 เพื่อส่งเสริมให้เกิดกระบวนการสร้างความร่วมมือ การมีส่วนร่วมระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งในภาครัฐและภาคเอกชน ในการร่วมวางแผน การร่วมสร้างกระบวนการ การเผยแพร่องค์ความรู้ ความเข้าใจและร่วมกันทำให้เกิดแนวทางการสร้างและส่งเสริมระบบการจูงใจให้หน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ได้ร่วมมือสนับสนุนดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง

### 3. กรอบการศึกษา

นโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร : โครงสร้างอุตสาหกรรมการแพทย์ (บางส่วน) ดังรูปที่ 1-2



ที่มา : ปรับปรุงจากเอกสารประกอบการประชุมคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนครั้งที่ 3/2559

รูปที่ 1-2 กรอบการศึกษา

### 4. แผนการศึกษาและกรอบระยะเวลาในการศึกษา

โครงการทรัพยากรและศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน (Creative Health Tourism) เริ่มตั้งแต่เดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2562 ถึงเดือนมกราคม พ.ศ. 2564 รวมระยะเวลาการศึกษาทั้งสิ้น 2 ปี โดยมีกระบวนการทำงาน ดังนี้

#### ปีที่ 1

1. ขั้นการเตรียมโครงการในการคัดเลือกผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภาครัฐและภาคเอกชน การมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน เช่น ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคมและประชาชนใน จังหวัดน่าน

2. ทำการประสาน ชี้แจง ทำความเข้าใจร่วมกันกับหน่วยงาน เพื่อทำการคัดเลือกผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย พื้นที่ตำบลที่จะดำเนินโครงการ โดยการประชุม แลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็น แนวคิดต่าง ๆ หลักการ การปฏิบัติตามนโยบาย กฎหมายที่เกี่ยวข้อง ปัจจัยและทรัพยากรที่มีอยู่ ห่วงโซ่อุปทาน สภาพปัญหา ผลตอบแทน ผลกระทบ เป็นต้น

3. การสร้างเครื่องมือในการสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม การเก็บข้อมูลและอบรมผู้ช่วยวิจัย ในการใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยการศึกษาข้อมูลปฐมภูมินี้จะแบ่งการเก็บข้อมูลออกเป็น 3 ส่วน โดยแยกตามวิธีการเก็บข้อมูล ดังนี้

3.1 แบบสำรวจ เป็นการเก็บข้อมูลสภาพทางกายภาพปัจจุบันของจังหวัดน่าน ได้แก่

- จำนวนผู้ประกอบการที่มีศักยภาพ ทั้งอุตสาหกรรมเป้าหมายและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

- สภาพทางกายภาพ ระบบการเดินทาง การอำนวยความสะดวก

- รูปแบบสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ศูนย์ฟื้นฟูสุขภาพ บ้านพัก

ผู้สูงอายุ สปาและนวดแผนไทย บริการพำนักระยะยาว และบริการเวชสำอาง

3.2 แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เพื่อใช้สัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้อง ข้อมูลสถานบริการ มาตรฐาน เป็นการสำรวจด้านความพร้อม และข้อเสนอแนะในการให้บริการ

3.3 การประชุมกลุ่มย่อย เป็นการประชุมร่วมเพื่อทราบถึง จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรค ศักยภาพของสถานบริการ รวมถึงข้อเสนอแนะ เพื่อพิจารณาข้อมูล รวมถึงการพัฒนากลยุทธ์การพัฒนา แนวทางปฏิบัติ มาตรฐานผลิตภัณฑ์และบริการ นำเสนอเป็นร่างแนวทางในการจัดทำแผนพัฒนา

## ปีที่ 2

4. การวิเคราะห์ข้อมูล จะใช้วิธีการวิเคราะห์ TOWS ในการวิเคราะห์ทางเลือกเชิงยุทธศาสตร์ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวสุขภาพเชิงสร้างสรรค์ ก่อให้เกิดรายได้ภายในจังหวัดน่าน รายได้ในท้องถิ่น ใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นอย่างคุ้มค่า มีมูลค่าเพิ่ม มีตำแหน่งงานเพิ่มขึ้น รักษาสภาวะแวดล้อม หาผู้ร่วมทุน ก่อให้เกิดการวิจัยและพัฒนา และกระตุ้นระบบการศึกษาที่เปิดกว้างขึ้น มีหลากหลายโปรแกรม อาจพัฒนา จนเป็นศูนย์กลางของภูมิภาค อาศัยโครงสร้างพื้นฐานในระดับอุดมศึกษาของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในจังหวัด เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

5. การประเมินมูลค่าของโครงการหากเกิดการร่วมทุน ร่วมพัฒนาระหว่างผู้ประกอบการชุมชน ในจังหวัดกับ นักลงทุน นักพัฒนาในกรุงเทพมหานคร เพื่อหารูปแบบบริการและผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเฉพาะ เพื่อเพิ่มมูลค่าและระดับรายได้ของชุมชนและรายได้ของจังหวัด และทำให้จังหวัดน่านอยู่ในห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวสุขภาพแบบสร้างสรรค์

ตารางที่ 1-2 ขั้นตอนการดำเนินงานและระยะเวลาโครงการฯ

ขั้นตอนการดำเนินงาน	ระยะเวลาดำเนินงาน			
	ปีที่ 1 (2562)		ปีที่ 2 (2563)	
	งวดที่ 1	งวดที่ 2	งวดที่ 3	งวดที่ 4
1. ขั้นการเตรียมโครงการ	เดือนที่ 1		เดือนที่ 1	
2. การทำการประสาน ชี้แจง ทำความเข้าใจ ร่วมกันกับหน่วยงานในจังหวัด	เดือนที่ 2		เดือนที่ 2-3	
3. การสร้างเครื่องมือในการเก็บข้อมูล	เดือนที่ 3-4			
4. อบรมผู้ช่วยวิจัยในการใช้เครื่องมือ	เดือนที่ 5			
5. อบรมและศึกษาดูงานในจังหวัดที่ศึกษา ที่ดำเนินการ	เดือนที่ 6			
6. การลงพื้นที่สำรวจสถานบริการ สถานประกอบการ ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์		เดือนที่ 7-9		
7. การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น		เดือนที่ 10		
8. นำผลการศึกษามาประกอบการจัดทำแผน ยุทธศาสตร์สำหรับจังหวัด		เดือนที่ 11-12		
9. นำเสนอร่างแบบแผนยุทธศาสตร์ และระบบ บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยการจัด ระดมความคิดเห็น จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน			เดือนที่ 4-6	
10. ปรับปรุงเพิ่มเติมแผน และประมาณราคา				เดือนที่ 7-12
11. ดำเนินการศึกษาการดำเนินการตามแผน และแนวทางแก้ไข				เดือนที่ 7-12

## 5. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

### 5.1 ผลผลิต (Output)

ตารางที่ 1-3 ผลผลิต (Output) ของการดำเนินงานในแต่ละกิจกรรมของโครงการฯ

แผนการศึกษา	ปีที่1	ปีที่ 2
1. คัดเลือกผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ได้กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ศึกษาของจังหวัดในการร่วมพัฒนารูปแบบสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ศูนย์ฟื้นฟูสุขภาพ บ้านพักผู้สูงอายุ สปาและนวดแผนไทย บริการพำนักระยะยาว และบริการเวชสำอาง อย่างน้อย 30 คน (6 คนในแต่ละกลุ่ม จำนวน 5 กลุ่ม จาก 5 ตำบล)	ได้กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ศึกษาใน จังหวัดที่มีศักยภาพในการดำเนินโครงการ อย่างน้อย 18 คน 3 กลุ่ม 3 ตำบล
2. อบรม และศึกษาดูงานระหว่างตำบล	ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีความรู้ความเข้าใจที่ตรงกันใน 5 กลุ่ม 5 ตำบล	ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีความรู้ความเข้าใจที่ตรงกัน โดยมีศักยภาพในการดำเนินโครงการสำหรับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อเริ่มดำเนินการเกี่ยวกับศูนย์ฟื้นฟูสุขภาพ บ้านพักผู้สูงอายุ สปาและนวดแผนไทย บริการพำนักระยะยาว และบริการเวชสำอาง ในตำบลเป้าหมายอย่างน้อย 3 ตำบล
3. การลงพื้นที่สำรวจสภาพแวดล้อมระบบบริการและผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพ	เก็บข้อมูลทรัพยากรและปัจจัยการผลิตในตำบลเป้าหมาย 5 ตำบลเพื่อบันทึกข้อมูล โดยเฉพาะอย่างยิ่งภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการรักษาด้วยสมุนไพร ตำรับยาและวิธีการรักษาแบบโบราณของจังหวัดน่านเพื่อการดำรงคเเอกลักษณ์เฉพาะของจังหวัดน่านที่แตกต่างจากรูปแบบทั่วไป	เก็บข้อมูลทรัพยากรและปัจจัยการผลิตเพิ่มเติมเพื่อวิเคราะห์กลุ่มและตำบลที่มีศักยภาพในการทำแผนในระดับตำบล เพื่อรวมแผนในระดับจังหวัด อย่างน้อย 3 ตำบล

แผนการศึกษา	ปีที่ 1	ปีที่ 2
4. จัดประชุมรับฟังความคิดเห็นร่างแผนยุทธศาสตร์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	สัมภาษณ์นักลงทุนในกรุงเทพฯ ที่สนใจลงทุนในจังหวัดน่านอย่างน้อย 3 กลุ่มโดยต้องคงเอกลักษณ์ของจังหวัดน่านเป็นการสร้างสรรค์ทั้งเอกลักษณ์และมูลค่าเพิ่มทั้งต่อนักลงทุนและชุมชนในจังหวัดน่าน	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชนเข้าร่วมจัดทำแผนในระดับตำบลและจังหวัด รวมทั้งแผนร่วมลงทุน โดยมีจำนวนแผนในระดับตำบล 3 ตำบล และได้แผนระดับจังหวัด เป็นแผนรายปี และแผนระยะ 5 ปี
5. การปรับปรุงแผน		จากการนำเสนอและระดมความคิดเห็นจะนำมาวิเคราะห์เพื่อปรับปรุงแผนในระดับตำบลและแผนจังหวัด
6. การประเมินมูลค่าของโครงการที่มีศักยภาพและดำเนินการได้	วิเคราะห์และจัดทำแบบจำลองเพื่อการประเมินมูลค่าโครงการ	การประเมินมูลค่าของโครงการที่มีศักยภาพและดำเนินการได้อย่างน้อย 1 โครงการ
7. การพัฒนาการวิจัยระดับปริญญาโท	มีนิสิตป.โท เข้าร่วมวิจัยรับทุน 2 คน	มีนิสิตป.โท รับทุน 2 คน

## 5.2 ผลลัพธ์ (Outcome)

1. สถานบริการ สถานประกอบการ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีความรู้ ความเข้าใจ และมีศักยภาพต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสร้างสรรค์
2. หน่วยงานภาครัฐ ได้รับความรู้ ความเข้าใจ และมีนวัตกรรมต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสร้างสรรค์
3. เกิดความร่วมมือจากการสร้างเครือข่ายในจังหวัด ทั้งหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และบุคคลทั่วไป
4. แนวทางการออกแบบ ปรับปรุงระบบที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ศูนย์ฟื้นฟูสุขภาพ บ้านพักผู้สูงอายุ สปาและนวดแผนไทย บริการพำนักระยะยาว และบริการเวชสำอาง
5. แนวทางการจัดระบบบริการที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ รวมทั้งศูนย์ฟื้นฟูสุขภาพ บ้านพักผู้สูงอายุ สปาและนวดแผนไทย บริการพำนักระยะยาว และบริการเวชสำอาง
6. ทราบการประเมินมูลค่าของโครงการ รูปแบบบริการและผลิตภัณฑ์ที่เป็นความร่วมมือกันของหน่วยงาน ผู้ประกอบการ นักลงทุนในกรุงเทพฯ กับผู้ประกอบการชุมชนในจังหวัดน่าน เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่ม และพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่อยู่บนฐานของความเป็นน่าน

7. คนในท้องถิ่นได้รับผลตอบแทนจากการพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่ม
8. ผลิตภัณฑ์และบริการทางสุขภาพมีมาตรฐานตรงตามอุปสงค์ อาทิเช่น ศูนย์ฟื้นฟูสุขภาพ บ้านพักผู้สูงอายุ สปาและนวดแผนไทย บริการพนักกระยะยาว และบริการเวชสำอาง
9. ได้แผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสร้างสรรค์ทั้งในระดับตำบลและจังหวัด
10. ได้กระบวนการสร้างความร่วมมือ การมีส่วนร่วมระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน ในการร่วมวางแผน การร่วมสร้างกระบวนการ การเผยแพร่องค์ความรู้ ความเข้าใจและร่วมกัน ทำให้เกิดแนวทางการสร้างและส่งเสริมระบบการจูงใจให้หน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ได้ร่วมมือ สนับสนุนดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง

### 5.3 ตัวชี้วัดผลการดำเนินการ (Key Performance Indicators)

#### ปีที่ 1

1. สถานบริการ สถานประกอบการ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้าร่วมโครงการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แบบสร้างสรรค์ จำนวน 30 รายใน 5 ตำบล
2. หน่วยงานภาครัฐได้รับความรู้ ความเข้าใจและมีนวัตกรรมเบื้องต้นต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แบบสร้างสรรค์ จำนวน 5 หน่วยงาน
3. ความร่วมมือในการสร้างเครือข่ายในจังหวัดทั้งหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และบุคคลทั่วไป เพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ รวมทั้งศูนย์ฟื้นฟูสุขภาพ บ้านพักผู้สูงอายุ สปาและนวดแผนไทย บริการพนักกระยะยาว และบริการเวชสำอาง อย่างน้อยใน 3 ตำบล
4. เริ่มแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางสุขภาพมีมาตรฐานตรงตามอุปสงค์ อย่างน้อย 1 โครงการ

#### ปีที่ 2

1. สถานบริการ สถานประกอบการ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้าร่วมโครงการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แบบสร้างสรรค์ จำนวนรวม 18 รายใน 3 ตำบล
2. หน่วยงานภาครัฐได้รับความรู้ ความเข้าใจและมีนวัตกรรมเบื้องต้นต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบ สร้างสรรค์ จำนวน 5 หน่วยงาน
3. ความร่วมมือในการสร้างเครือข่ายในจังหวัดทั้งหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และบุคคลทั่วไป และการมีผู้สนใจร่วมทุนอย่างน้อย 1 กลุ่ม
4. มีแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางสุขภาพ อย่างสร้างสรรค์ อย่างมีมาตรฐานตรงตาม อุปสงค์ อย่างน้อย 3 โครงการใน 3 ตำบล

5. มีแนวทางการออกแบบ ปรับปรุงระบบที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในระดับตำบล 3 ตำบล
6. มีแนวทางการจัดระบบบริการที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ศูนย์ฟื้นฟูสุขภาพ บ้านพักผู้สูงอายุ สปาและนวดแผนไทย บริการพำนักระยะยาว และบริการเวชสำอาง ใน 3 ตำบล และระดับจังหวัด
7. การประเมินมูลค่าของโครงการที่มีศักยภาพและดำเนินการได้อย่างน้อย 1 โครงการ
8. แผนการพัฒนาเพื่อให้คนในท้องถิ่นได้รับผลตอบแทนจากการพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มจำนวน 3 แผนในระดับตำบลและแผนในระดับจังหวัด
9. มีแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางสุขภาพ มีมาตรฐานตรงตามอุปสงค์ มีมูลค่าเพิ่มอย่างสร้างสรรค์ คงเอกลักษณ์ของจังหวัดน่านใน 3 ตำบล

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. แนวคิดทฤษฎีการฝึกอบรม

การฝึกอบรม คือ กระบวนการจัดการเรียนรู้อย่างเป็นระบบ เพื่อสร้างความรู้หรือเพิ่มพูนความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skill) ความสามารถ (Ability) และเจตคติ (Attitude) ที่จะช่วยปรับปรุงการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น (Goldstein, 1993 : 3 อ้างถึงใน จุฑารัตน์ ช่างเจริญ, 2557) ดังนั้น การฝึกอบรมถือเป็นกระบวนการที่สำคัญในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เป็นหัวใจสำคัญของความพยายามในการออกแบบอย่างต่อเนื่อง ปรับปรุงความสามารถและศักยภาพของบุคลากร หน่วยงานหรือองค์กรต่าง ๆ มักใช้รูปแบบการฝึกอบรม เป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาฝึกฝน เพิ่มพูนความรู้ความสามารถให้กับบุคลากรในหน่วยงาน ทั้งด้านทักษะและด้านวิชาการ ส่งผลให้ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานดีขึ้น โดยทั่วไปแล้วการฝึกอบรมบุคลากรในหน่วยงานมีจุดประสงค์ ดังต่อไปนี้ (Wexley & Latham, 1991 อ้างถึงใน จุฑารัตน์ ช่างเจริญ, 2557)

1. เพื่อปรับปรุงระดับความตระหนักรู้ในตนเอง (Self-Awareness) ของแต่ละบุคคล ความตระหนักรู้ในตนเองคือ การเรียนรู้เกี่ยวกับตนเอง อันได้แก่ การทำความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทและความรับผิดชอบของตนเองในหน่วยงาน การตระหนักถึงความแตกต่างระหว่างสิ่งที่ตนเองปฏิบัติจริงและปรัชญาที่ยึดถือ การเข้าใจถึงทัศนคติที่ผู้อื่นมีต่อตนเอง และการเรียนรู้ว่าการกระทำของตน มีผลกระทบต่อผู้อื่นอย่างไร เป็นต้น

2. เพื่อเพิ่มพูนทักษะการทำงาน (Job skills) ของแต่ละบุคคล โดยอาจเป็นทักษะด้านใดด้านหนึ่งหรือหลายด้านก็ได้ เช่น การใช้คอมพิวเตอร์การดูแลรักษาความปลอดภัยในการทำงาน หรือการปกครองบัญชีลูกน้อง เป็นต้น

3. เพื่อเพิ่มพูนแรงจูงใจ (Motivation) ของแต่ละบุคคล อันจะทำให้การปฏิบัติงานเกิดผลดี แม้ว่าบุคคลหนึ่ง ๆ จะมีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงาน แต่หากขาดแรงจูงใจในการทำงานแล้ว บุคคลนั้นก็อาจจะมิได้ใช้ความรู้และความสามารถของตนเองอย่างเต็มที่ และผลงานก็ย่อมไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร ดังนั้น การสร้างแรงจูงใจในการทำงานจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จของหน่วยงาน

กระบวนการฝึกอบรม ประกอบด้วยขั้นตอนที่สำคัญ 4 ขั้นตอน ดังนี้ (दनัย เทียนพุม, 2540)

1. การกำหนดหรือวิเคราะห์ความจำเป็นในการฝึกอบรม (Training Needs Analysis or Needs Assessments) ความจำเป็นในการฝึกอบรมและพัฒนาถือว่าเป็นสิ่งที่สำคัญมาก โดยพิจารณาถึงสิ่งที่ขาดหรือข้อบกพร่องบนพื้นฐานของการเปรียบเทียบระหว่างผลงานที่ต้องการกับการที่เป็นอยู่ โดยอาศัยโมเดลของขีดความสามารถ (Competency Model) ในการกำหนดแนวทางฝึกอบรมและพัฒนา

2. การออกแบบและพัฒนาหลักสูตรการฝึกอบรม (Developing and Design Training Programs) เมื่อวิเคราะห์ได้ว่าหน่วยงานและบุคลากรต้องการได้รับการแก้ไขหรือจูงใจให้ปรับปรุงผลงาน จึงต้องมีการออกแบบและพัฒนาหลักสูตรเพื่อใช้ในการฝึกอบรม

3. การบริหารหลักสูตร (Training Delivery) สามารถกำหนดช่วงเวลาของกิจกรรมเป็นระยะ ๆ เพื่อให้กิจกรรมในการฝึกอบรมดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย จำเป็นจะต้องมีการจัดตั้งคณะกรรมการดำเนินงาน เพื่อกำหนดหน้าที่รับผิดชอบและประสานงานกันในการฝึกอบรม

4. การประเมินและติดตามผลการฝึกอบรม (Training Evaluation and Follow Up) เพื่อให้สามารถนำมาปรับปรุงหลักสูตรให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

ณัฐพันธ์ เชนรนนท์ (2541) ได้กล่าวถึง ขั้นตอนในการจัดการฝึกอบรมไว้ 8 ลำดับขั้น ดังต่อไปนี้

1. วิเคราะห์ความต้องการในการฝึกอบรม (Needs Analysis) ผู้ที่จะจัดทำโครงการฝึกอบรมต้องทำการศึกษาและวิเคราะห์ถึงความต้องการในการฝึกอบรมของกลุ่มเป้าหมาย ความต้องการนี้อาจจะมีสาเหตุมาจากข้อบกพร่อง หรือปัญหาในการปฏิบัติงาน เช่น ผลผลิตตกต่ำ งานล่าช้า ผลผลิตมีตำหนิ ขวัญและกำลังใจของบุคลากรตกต่ำ เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นกุญแจหรือเครื่องบ่งชี้ถึงความจำเป็นในการฝึกอบรม โดยเฉพาะสถานการณ์ปัจจุบันที่มีการปรับปรุงลักษณะการทำงาน โดยการนำวิทยากรที่ก้าวหน้ามาประยุกต์ใช้ ทำให้บุคลากรจำเป็นต้องได้รับการฝึกอบรม เพื่อให้มีความรู้ความสามารถทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น นอกจากนี้ในหลายหน่วยงานที่สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้มีความรู้ความสามารถทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น นอกจากนี้หลายหน่วยงานที่สามารถทำงานได้อย่างมีคุณภาพและประสิทธิภาพมากขึ้น ล้วนแต่จะก่อให้เกิดความต้องการในการฝึกอบรมด้วยกันทั้งสิ้น

2. ตรวจสอบความต้องการ (Examine each Needs) ผู้จัดทำโครงการฝึกอบรมจะต้องพิจารณาเปรียบเทียบถึงความต้องการหรือลำดับความจำเป็นในแต่ละกิจกรรมที่ต้องการจัดการฝึกอบรม โดยที่จะต้องคำนึงถึงปัจจัยรอบข้างที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้แล้วผู้จัดทำโครงการสมควรที่จะต้องพิจารณาถึงความเป็นไปได้ที่การฝึกอบรมจะสามารถนำมาใช้ปรับปรุงหรือเพิ่มประสิทธิภาพของกิจกรรมนั้น เนื่องจากว่าการฝึกอบรมไม่สามารถจะถูกนำมาประยุกต์ใช้ในทุุกกิจกรรมที่ประสบปัญหา หรือมีความต้องการที่จะเปลี่ยนแปลงเสมอไป ดังนั้นผู้จัดทำโครงการจึงต้องมีการศึกษาวิเคราะห์และพิจารณาให้ถี่ถ้วน เพราะการจัดการฝึกอบรมที่มีความไม่จำเป็นหรือไม่เหมาะสม ย่อมจะก่อให้เกิดความสิ้นเปลืองงบประมาณ กำลังคน เวลาและอุปกรณ์อย่างไม่จำเป็น

3. ออกแบบโครงการฝึกอบรม (Design Training Program) ผู้จัดทำโครงการฝึกอบรมจะเริ่มทำการออกแบบและวางแผนงานสำหรับการฝึกอบรมที่จะจัดขึ้นจากข้อมูลที่ได้ในขั้นตอนที่ผ่านมา โดยผู้มีหน้าที่วางแผนจะต้องคำนึงถึงลักษณะและประเภทของการฝึกอบรมที่จะจัดหัวข้อการฝึกอบรม จำนวนผู้เข้ารับการฝึกอบรม สถานที่ผู้บรรยายหรือวิทยากร อุปกรณ์เครื่องใช้ต่าง ๆ งบประมาณ เป็นต้น เพื่อที่โครงการฝึกอบรมที่ออกมา มีความพร้อมสมบูรณ์และเหมาะสมกับความต้องการ ตลอดจนป้องกันอุปสรรคที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต

4. นำเสนอโครงการต่อผู้บริหาร (Propose Program to Upper Management) เมื่อผู้จัดทำโครงการฝึกอบรมได้ทำการสำรวจความจำเป็นและวางแผนการฝึกอบรมแล้ว ยังมีหน้าที่ต้องเสนอโครงการ เพื่อรับความเห็นชอบจากผู้บริหารระดับสูง โดยที่ขั้นตอนนี้ผู้จัดทำโครงการจะต้องเตรียมตัวโดยเฉพาะข้อมูลสนับสนุนโครงการ เพื่อที่จะตอบข้อซักถามต่าง ๆ จากผู้บริหาร โดยที่หลังการพิจารณาอาจจะต้องมีการปรับปรุง

โครงการให้เหมาะสม เพื่อให้การฝึกอบรมสามารถดำเนินได้ด้วยความสะดวกสบาย และสามารถประสานงานกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องอย่างมีประสิทธิภาพ

5. จัดวางระเบียบในการดำเนินงาน (Issue Regulations on Training) เมื่อฝ่ายบริหารให้ความเห็นชอบต่อโครงการ ผู้จัดโครงการฝึกอบรมจะต้องจัดวางระเบียบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติการให้เหมาะสม ถูกต้อง เช่น การฝึกอบรมสมควรจะมีลักษณะอย่างไร มีระเบียบข้อบังคับในการนำความรู้ ความสามารถ และทักษะที่ได้รับไปใช้ในการเลื่อนขั้นเงินเดือน เลื่อนตำแหน่ง หรือปรับคุณวุฒิที่สอดคล้องกับกฎระเบียบของหน่วยงาน

6. ฝึกอบรม (Training) หลังจากการวางแผนงานอย่างละเอียดรอบคอบ ผู้จัดโครงการจะเริ่มทำการเปิดโครงการฝึกอบรม โดยจะเปิดรับสมัครผู้ที่สนใจ หรือคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายตามความเหมาะสม เพื่อเข้ารับการฝึกอบรม ติดต่อวิทยากรที่มีความรู้และรายละเอียดการดำเนินงานให้เรียบร้อย และเริ่มดำเนินการฝึกอบรม จัดการสถานที่และรายละเอียดการดำเนินงานให้เรียบร้อย และเริ่มดำเนินการฝึกอบรม ในขั้นตอนนี้ทางคณะผู้จัดจะต้องมีการตื่นตัวต่อการเปลี่ยนแปลงหรือสถานการณ์ฉุกเฉินที่อาจจะมีขึ้นอยู่เสมอ ไม่ว่าจะเป็นการปรับเปลี่ยนเวลา สถานที่และวิทยากร ให้เป็นไปตามความเหมาะสมของสถานการณ์ เพื่อให้การฝึกอบรมดำเนินไปสู่เป้าหมายอย่างราบรื่นที่สุด

7. การประเมินผล (Evaluation) ขั้นตอนนี้ผู้จัดการฝึกอบรมจะทำการเก็บข้อมูลและประเมินผลเพื่อตรวจสอบว่าการฝึกอบรมที่จัดขึ้นบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้หรือไม่ มีอุปสรรคหรือปัญหาใดเกิดขึ้นระหว่างดำเนินการ เพื่อที่จะได้ทำการปรับปรุงและแก้ไขให้การดำเนินงานราบรื่นไม่มีอุปสรรค และการฝึกอบรมตรงกับวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ในครั้งต่อไป ซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อทั้งหน่วยงานและผู้เข้ารับการอบรมในระยะยาว

8. การติดตามผล (Follow up) เป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญมากขั้นตอนหนึ่งของการฝึกอบรม เนื่องจากผู้จัดโครงการฝึกอบรมจะต้องติดตามผลของการฝึกอบรมว่าประสบผลสำเร็จหรือไม่เพียงใด ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีการเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาจากอดีตอย่างไรบ้าง โดยอาจจะใช้วิธีการต่าง ๆ ในการประเมิน เช่น ติดตามผลการปฏิบัติงาน ให้ผู้บังคับบัญชากรอกแบบสอบถาม (Questionnaire) หรือตอบแบบสัมภาษณ์ เพื่อที่จะได้นำผลลัพธ์มาใช้ประกอบการพัฒนาโครงการฝึกอบรมและผู้เข้ารับการฝึกอบรมต่อไป โดยการประเมินผลอาจทำได้ทั้งในระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาวตามความเหมาะสมของแต่ละโครงการ และปัจจัยแวดล้อมอื่น

ขั้นตอนการฝึกอบรมตามที่กล่าวมานั้น เพื่อให้การฝึกอบรมประสบความสำเร็จ บรรลุวัตถุประสงค์ของการฝึกอบรมที่ได้กำหนดไว้ แนวคิดการถ่ายโอนการเรียนรู้ในการฝึกอบรม จะช่วยให้การฝึกอบรมเกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ผู้จัดอบรมจะต้องรู้จักเลือกใช้เทคนิควิธีการฝึกอบรมให้เหมาะสม ทั้งกับเนื้อหาสาระที่ต้องการจะถ่ายทอด และเหมาะสมกับผู้เข้ารับการฝึกอบรมว่าเป็นกลุ่มคนประเภทใด ซึ่งเทคนิคการฝึกอบรมมีหลายวิธีให้เลือกใช้ หรือใช้หลายวิธีร่วมกัน ดังนี้ (เชมณัฐ ฎกกองไชย, 2559)

### 1. การบรรยาย (Lecture)

การฝึกอบรมประเภทนี้ เป็นการสื่อสารทางเดียว จึงเป็นเทคนิคที่เหมาะสมสำหรับเนื้อหาเชิงทฤษฎี วิชาการ ผู้ให้การอบรมหรือวิทยากรมีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนั้นๆ แตกต่างกับผู้เข้ารับการฝึกอบรมมาก หรือมากพอสมควร แต่วิธีการนี้ไม่เหมาะกับเนื้อหาที่ต้องลงมือปฏิบัติ เพราะเป็นการพูดบรรยายอย่างเดียว ซึ่งผู้บรรยายอาจมีรูปภาพ วีดิทัศน์ หรือเอกสารประกอบการบรรยายช่วยด้วย

### 2. การสัมมนา (Seminar)

วิธีนี้จะคล้ายกับการบรรยายมาก แต่เป็นการสื่อสารสองทาง ดังนั้นผู้เข้ารับการอบรมควรมีพื้นฐานความรู้ในเรื่องนั้น ๆ พอสมควร จึงจะสามารถสื่อสารเสนอความคิดเห็นหรือตอบข้อซักถามระหว่างกันได้ อย่างไรก็ตาม ข้อจำกัดของวิธีนี้ คือ หากผู้เข้ารับการฝึกอบรมไม่มีการโต้ตอบสื่อสารกับผู้ฝึกอบรมหรือผู้เข้ารับการฝึกอบรมท่านอื่น ก็จะทำให้กลายเป็นลักษณะของการบรรยายที่ไม่แตกต่างจากการบรรยายทั่วไป

### 3. การอภิปรายเป็นคณะ (Panel Discussion)

เป็นลักษณะของการผสมระหว่างการบรรยายกับการสัมมนาเข้าด้วยกัน กล่าวคือ เป็นการบรรยายโดยผู้ให้การฝึกอบรมหรือวิทยากรซึ่งมีหลายท่าน เป็นผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ แต่อาจจะเชี่ยวชาญต่างศาสตร์ ต่างสาขาอาชีพกันก็ได้ ส่วนผู้เข้ารับฟังสามารถที่จะซักถามหรือเสนอความคิดเห็นใด ๆ ร่วมด้วย

### 4. การประชุมอภิปราย (Conference)

เป็นการฝึกอบรมที่ใช้หลักการเดียวกับการสัมมนา เป็นการสื่อสาร 2 ทางแต่จะแตกต่างกันตรงที่สมาชิกผู้เข้ารับการฝึกอบรมนั้น เป็นระดับเดียวกันหรือใกล้เคียงกันมากกว่าการสัมมนา อีกทั้งในการสัมมนานั้นอาจแบ่งเป็นช่วงของการซักถามโต้ตอบ ในขณะที่การประชุมอภิปรายจะสามารถทำได้เลยตั้งแต่เริ่มต้นของการประชุม เทคนิคนี้ส่วนใหญ่จะใช้กับผู้บริหาร

### 5. การแสดงบทบาทสมมติ (Role Playing)

เทคนิคนี้เหมาะกับเนื้อหาที่ต้องการให้แสดงให้เห็นว่า ผู้เข้ารับการฝึกอบรมทำได้จริงและพยายามฝึกทักษะให้ทำได้มากยิ่งขึ้น อาจใช้ควบคู่กับการบรรยาย และนำเอาเทคนิคนี้เสริม ผู้เข้ารับการฝึกอบรมจะได้รับบทบาทสมมติ และให้ทดลองแสดงให้ดูต่อหน้าผู้เข้ารับการฝึกอบรมท่านอื่น ๆ

### 6. การศึกษากรณีตัวอย่าง (Case Study)

เทคนิคนี้อาจใช้ร่วมกับการบรรยาย และ/หรือการแสดงบทบาทสมมติก็ได้ เป็นการฝึกอบรมโดยใช้กรณีศึกษาที่เป็นเรื่องหรือเหตุการณ์ที่เคยเกิดขึ้นจริงมาแล้ว (แต่ปัจจุบันอาจเป็นกรณีศึกษาที่สร้างหรือคิดขึ้นมาเองก็ได้) นำมาให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมได้เรียนรู้ และรู้จักวิเคราะห์ หาทางเลือกต่าง ๆ ในการตัดสินใจ รวมทั้งวิเคราะห์ข้อดีข้อเสียในแต่ละทางเลือก

### 7. การสาธิต (Demonstration Method)

เทคนิคนี้จะไม่เหมาะกับผู้บริหาร แต่จะเหมาะกับผู้ปฏิบัติงานจริงมากกว่า เนื่องจากเป็น เนื้อหาที่ต้องแสดงให้เห็นจริง โดยอาจนำผู้เข้ารับการฝึกอบรมจึงจะสามารถเรียนรู้และทำได้จริง อุปกรณ์เครื่องมือต่าง ๆ ที่เป็นอุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้จริง หรืออาจมีบางชนิดที่พลิกแพลงประยุกต์แทนได้ นำมาใช้ประกอบการสาธิต

#### 8. การระดมสมอง (Brain Storming)

เทคนิคนี้ใช้สำหรับอบรมผู้บริหาร ซึ่งต้องเผชิญกับปัญหาต่าง ๆ และอาจต้องได้รับการฝึกฝนในเรื่องของการแก้ปัญหาและการตัดสินใจ โดยเทคนิคการระดมสมอง มักหยิบยกประเด็น ปัญหาที่โดดเด่น น่าสนใจขึ้นมา ให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมช่วยกันเสนอแนวทางในการแก้ปัญหา ซึ่งจะได้เรียนรู้ความคิดซึ่งกันและกัน

#### 9. เทคนิคการใช้โสตทัศนูปกรณ์ (Audiovisual Techniques)

เทคนิควิธีนี้เป็นการฝึกอบรมโดยใช้เครื่องมืออุปกรณ์ทางด้านโสตทัศนูปกรณ์มาช่วยในการฝึกอบรม เช่น ภาพยนตร์ โทรทัศน์วงจรปิด เทปวิทยุ วีดีโอเทป แผ่นซีดี คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์อื่น ๆ เป็นต้น เทคนิคนี้จะใช้เป็นตัวเสริมให้กับเทคนิคการฝึกอบรมวิธีอื่น ๆ

#### 10. เกมการจัดการ (Business/Management Game)

เทคนิคการฝึกอบรมวิธีนี้เป็นเรื่องของการบริหารจัดการโดยเฉพาะ ซึ่งถูกพัฒนามาจากเกม ปัจจุบันใช้เครื่องคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยในการคำนวณผล โดยจะแข่งขันเป็นทีม แต่ละทีมจะได้ข้อมูลทางด้านการบริหารจัดการเหมือนกัน แต่การตัดสินใจจะแตกต่างกันไป เป็นการให้ปฏิบัติเหมือนเหตุการณ์จริง อาจเป็นเรื่องเกี่ยวกับการสื่อสาร การตัดสินใจ การวางแผน การเป็นผู้นำ มนุษย์สัมพันธ์ ฯลฯ ขนาดของกลุ่มในการแข่งขันขึ้นอยู่กับเกมการแข่งขัน วิธีการ ทุกคนในกลุ่มร่วมกันแข่งขันตามเกม

การเลือกใช้เทคนิคการฝึกอบรม ต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการฝึกอบรม เนื้อหาสาระในหลักสูตร ผู้เข้ารับการอบรม และจำนวนผู้เข้ารับการฝึกอบรม หากคัดเลือกเทคนิคการฝึกอบรมเหมาะสมกับการฝึกอบรมจะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านความรู้ ทักษะหรือทัศนคติที่ต้องการ ช่วยกระตุ้นให้ผู้เข้ารับการอบรม เกิดความต้องการที่จะเรียนรู้มากขึ้น ไม่รู้สึกเบื่อหน่าย และได้รับประสบการณ์เรียนรู้ที่สอดคล้องกับความต้องการมากขึ้น

การฝึกอบรมเป็นวิธีการหนึ่งของการเรียนรู้และพัฒนา มีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยปรับปรุง ผลการปฏิบัติงานของบุคลากรให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น และการฝึกอบรมมีส่วนช่วยแก้ไขพฤติกรรม การทำงานด้วยการเพิ่มพูนความรู้ ทักษะ ความสามารถ และทัศนคติแก่บุคลากร เมื่อเกิดการฝึกอบรมแล้วจะก่อให้เกิดการถ่ายโอนทางลบหรือไม่ก่อให้เกิดการถ่ายโอนขึ้น ผู้จัดโครงการฝึกอบรมต้องช่วยและสนับสนุนให้การฝึกอบรมเกิดการถ่ายโอนทางบวกขึ้น ซึ่งหมายถึง ผู้จัดต้องเข้าใจในกระบวนการถ่ายโอนการเรียนรู้ด้วยเช่นกัน (ชูชัย สมितिไกร, 2556)

แนวคิดกระบวนการถ่ายโอนการเรียนรู้ (Learning Transfer Model) เป็นแนวคิดที่พัฒนามาจาก Baldwin and Ford (1988) อธิบายถึง 3 ประเด็นใหญ่ คือ ปัจจัยนำเข้าการฝึกอบรม (Training Inputs) ผลที่ได้จากการฝึกอบรม (Training Outputs) และเงื่อนไขของการถ่ายโอนการเรียนรู้ (Condition of Transfer) ดังรูปที่ 2-1 โดยแต่ละประเด็นมีรายละเอียดดังนี้ (Baldwin & Ford, 1988)

1. ปัจจัยนำเข้าการฝึกอบรม (Training Input) มีการศึกษาปัจจัยในองค์ประกอบหลัก 3 ด้าน คือ

1.1 คุณลักษณะของผู้เข้าอบรม (Trainee Characteristics) มีอิทธิพลต่อการฝึกอบรมอย่างมาก เช่น ความสามารถทางสติปัญญาของผู้เข้าอบรมยิ่งสูงเท่าไร ยิ่งทำให้การเรียนรู้และจดจำได้ยิ่งสูงขึ้น เป็นต้น

1.2 การออกแบบโครงการฝึกอบรม (Training Design) การใส่ใจกับรูปแบบการฝึกอบรมส่งผลให้การถ่ายโอนการเรียนรู้มีโอกาสเกิดสูง

1.3 สภาพแวดล้อมของการทำงาน (Work Environment) มีส่วนสนับสนุนต่อการนำความรู้ไปใช้ เช่น หัวหน้างานมอบหมายงานหลังการฝึกอบรม เป็นต้น

2. ผลที่ได้จากการฝึกอบรม (Training Outputs) คือ ผู้เข้าอบรมได้เรียนรู้เนื้อหาสาระต่าง ๆ ในแต่ละหลักสูตร (Learning) และการจดจำเนื้อหาสาระได้ (Retention)

3. เงื่อนไขของการถ่ายโอนการเรียนรู้ (Condition of Transfer) การถ่ายโอนการเรียนรู้จะเกิดขึ้นเมื่อผู้เข้าอบรมได้นำความรู้ไปปรับใช้กับการทำงาน (Generalization of Knowledge) และสามารถเก็บรักษาความรู้ไว้กับตนเองได้นาน (Maintenance of Knowledge)

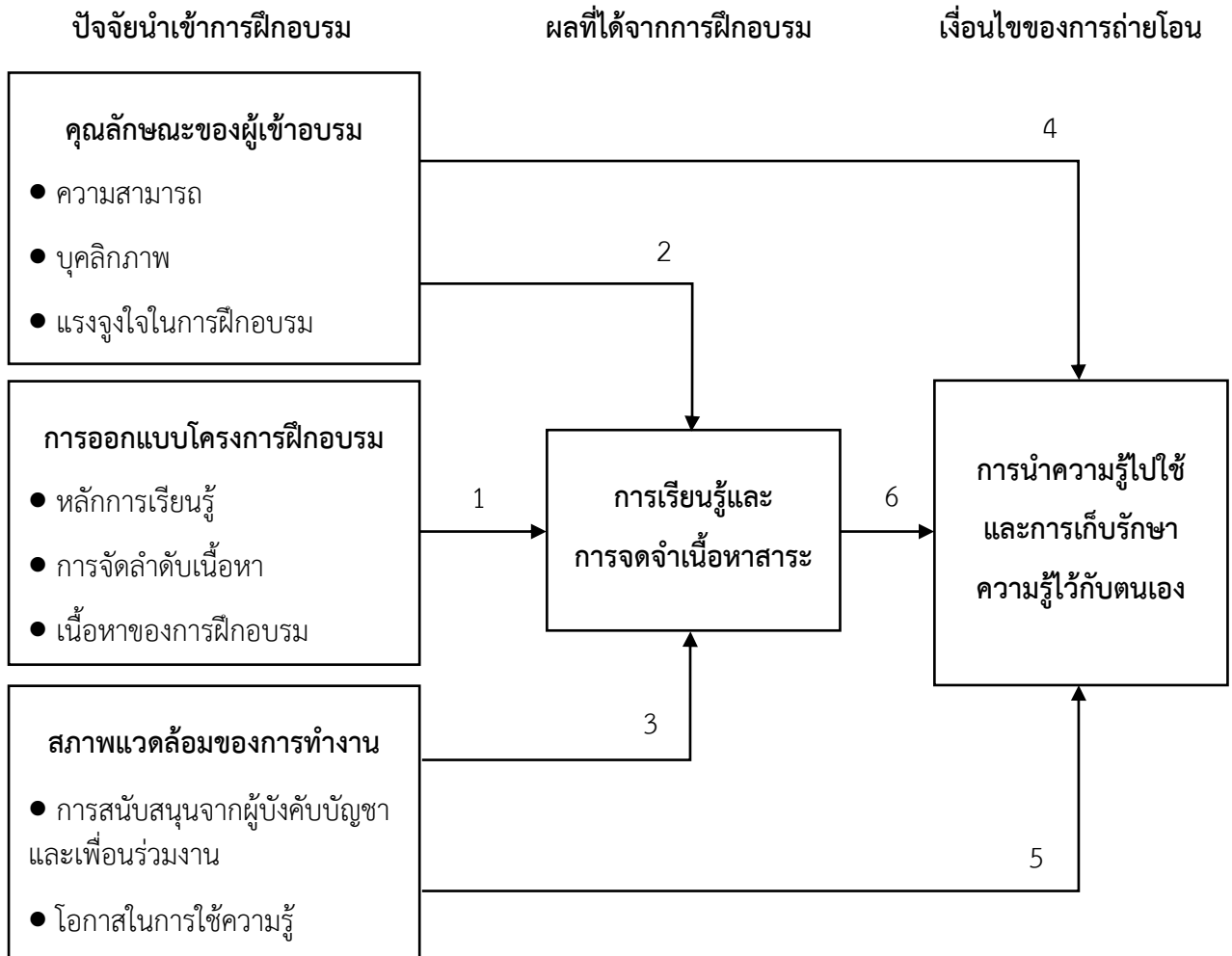
ดังนั้นเงื่อนไขของการถ่ายโอนการเรียนรู้จึงสำคัญมาก ถ้าผู้เข้าอบรมไม่นำความรู้ไปใช้ ถือว่าการอบรมเกิดความสูญเปล่า และจากเงื่อนไขของการถ่ายโอนการเรียนรู้ กระบวนการถ่ายโอนการเรียนรู้ จะเกิดขึ้นได้นั้น ต้องเกิดจากผู้เรียนมีการเรียนรู้และจดจำสิ่งที่เรียนรู้ได้ จึงจะสามารถดึงสิ่งที่เรียนรู้ไปใช้งานได้ และเงื่อนไขของการถ่ายโอนการเรียนรู้ยังต้องอาศัยคุณลักษณะของผู้เข้าอบรมและสภาพแวดล้อมของการทำงานมาผลักดันอีกด้วย นอกจากนี้การเรียนรู้และจดจำได้ต้องถูกผลักดันด้วย การออกแบบโครงการฝึกอบรมที่มีคุณภาพ พร้อมกับการผลักดันจากคุณลักษณะของผู้เข้าอบรมและสภาพแวดล้อมของการทำงานเช่นกัน

ผลลัพธ์ที่ได้จากกระบวนการถ่ายโอนการเรียนรู้ (Outcome of Learning Transfer) มีดังนี้

1. ผลการถ่ายโอนทางบวก (Positive Transfer) คือ ผู้เข้าอบรม เรียนรู้และนำความรู้ไปใช้งาน และความรู้ส่งผลให้การทำงานมีประสิทธิภาพสูงขึ้น

2. ผลการถ่ายโอนทางลบ (Negative Transfer) คือ ผู้เข้าอบรมเรียนรู้และนำความรู้ไปใช้ และความรู้ส่งผลให้การทำงานมีประสิทธิภาพลดลง

3. ไม่มีการถ่ายโอนเกิดขึ้น (Zero Transfer) คือ การเรียนรู้ไม่เกี่ยวข้องหรือไม่ส่งผลใด ๆ ต่อการทำงาน หรือเรียนแล้วไม่นำความรู้ไปใช้งาน (Lim, Werner, & DeSimone, 2013)



ที่มา : Baldwin, T.T & Ford, J.K. (1988) “Transfer of training: A review and directions for future research” Personnel Psychology, 41 (65)

**รูปที่ 2-1** กระบวนการถ่ายโอนการเรียนรู้ (Learning Transfer Model)

**2. แนวคิดทฤษฎีการท่องเที่ยว**

การท่องเที่ยว (Tourism) ได้มีผู้นิยามความหมายไว้อย่างหลากหลาย โดยองค์การสหประชาชาติได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้น ณ กรุงโรม ประเทศอิตาลี เมื่อปี พ.ศ. 2506 ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทาง (Travel) ที่มีเงื่อนไข 3 ประการ คือ

1. การเดินทาง (Travel) หมายถึง การเดินทางที่ไม่ได้ถูกบังคับหรือเพื่อสินจ้าง โดยมีการวางแผนเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง และใช้ยานพาหนะนำไปเป็นระยะทางไกลหรือระยะทางไกลก็ได้
2. จุดหมายปลายทาง (Destination) หมายถึง มีจุดหมายปลายทางที่จะไปอยู่เป็นการชั่วคราวแล้วต้องเดินทางกลับที่อยู่เดิมหรือภูมิลำเนาเดิม โดยเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไปเยือนและใช้ช่วงเวลาหนึ่ง ณ ที่นั้น ซึ่ง ณ ที่นั้นมีสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่เพียงพอสำหรับสนองความต้องการและความพอใจให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยือน

3. ความมุ่งหมาย (Purpose) หมายถึง มีความมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ในการเดินทางใดก็ได้ที่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ โดยมีความมุ่งหมายในการเดินทางอยู่หลายอย่างด้วยกัน ซึ่งผู้เดินทางคนหนึ่งอาจมีความมุ่งหมายในการเดินทางในการเดินทางมากกว่าหนึ่งอย่างก็ได้ (องค์การสหประชาชาติ, 2506)

องค์การการท่องเที่ยวโลก (The World Tourism Organization : UNWTO) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวดังนี้ “Tourism comprises the activities of the person traveling to and staying in places outside their usual environment for not more than one consecutive year for leisure, business and other purpose.” จากความหมายนี้สรุปได้ว่าการท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางของบุคคลจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว (ไม่มากกว่า 1 ปี ติดต่อกัน) เดินทางด้วยความสมัครใจเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ติดต่อธุรกิจและวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ได้ แต่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้ ซึ่งสอดคล้องกับสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (2546) ที่ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่าเป็นการเดินทางเพื่อผ่อนคลายความเครียด แสวงหาประสบการณ์แปลกใหม่ โดยมีเงื่อนไขว่า การเดินทางนั้น เป็นการเดินทางเพียงชั่วคราว ผู้เดินทางจะต้องไม่ถูกบังคับให้เดินทาง และไม่เป็นการตั้งใจเดินทางเพื่อหารายได้

องค์การการท่องเที่ยวโลก (www.unwto.org) ได้มีการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวได้ 3 รูปแบบหลัก ได้แก่ (วาริชต์ มัชยมบุรุษ, 2562)

#### 1. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural Based Tourism) ประกอบด้วย

1.1 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ

1.2 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (Marine Ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติทางทะเลที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศทางทะเล

1.3 การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (Geo-Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่เป็นหินผา ลานหินทราย อุโมงค์โพรง ถ้ำน้ำลอด ถ้ำหินงอกหินย้อย เพื่อดูความงามของภูมิทัศน์ที่มีความแปลกของการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่โลก ศึกษารวมชาติของหิน ดิน แร่ต่าง ๆ และฟอสซิล

1.4 การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรมสวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และเลี้ยงสัตว์ เพื่อชื่นชมความสวยงามความสำเร็จและเพลิดเพลินในสวนเกษตร

1.5 การท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ (Astrological Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อไปชมปรากฏการณ์ทางดาราศาสตร์ที่เกิดขึ้นในแต่ละวาระ เช่น สุริยุปราคา ฝนดาวตก จันทรุปราคา และการดูดาวจักราศีที่ปรากฏในท้องฟ้าแต่ละเดือน เพื่อการเรียนรู้ระบบสุริยะจักรวาล

## 2. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural Based Tourism) ประกอบด้วย

2.1 การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์ เพื่อชื่นชมและเพลิดเพลินในสถานที่ท่องเที่ยวได้ความรู้ มีความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์และโบราณคดี

2.2 การท่องเที่ยวงานชมวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural And Traditional Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยว เพื่อชมงานประเพณีต่าง ๆ ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้น ๆ จัดขึ้น ได้รับความเพลิดเพลินตื่นตาตื่นใจในสุนทรียะศิลป์เพื่อศึกษาความเชื่อ การยอมรับนับถือ การเคารพพิธีกรรมต่าง ๆ

2.3 การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (Rural Tourism/Village Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้าน ชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิต และผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษมีความโดดเด่น เพื่อความเพลิดเพลินได้ความรู้ดูผลงานสร้างสรรค์และภูมิปัญญาพื้นบ้าน

## 3. รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) ประกอบด้วย

3.1 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรมเพื่อการพักผ่อนและเรียนรู้วิธีการรักษาสุขภาพกายใจ ได้รับความเพลิดเพลินและสุนทรียภาพ มีความรู้ต่อการรักษาคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดี อนึ่ง การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนี้บางแห่งอาจจัดรูปแบบเป็นการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและความงาม (Health Beauty And Spa)

3.2 การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา (Edu-Meditation Tourism) หมายถึง การเดินทางเพื่อทัศนศึกษาแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากปรัชญาทางศาสนา หาความรู้ สัจธรรมแห่งชีวิตมีการฝึกทำสมาธิ นักท่องเที่ยวบางกลุ่มมุ่งการเรียนรู้วัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย เช่น การทำอาหารไทยการนวดแผนไทย รำไทย มวยไทย การช่างและงานศิลปหัตถกรรมไทย รวมถึงการบังคับช้างและเป็นควาญช้าง เป็นต้น

3.3 การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย (Ethnic Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่วัฒนธรรมของชนกลุ่มน้อยหรือชนเผ่าต่าง ๆ เช่น หมู่บ้านชาวไทยโซ่ง หมู่บ้านผู้ไทย หมู่บ้านชาวกูย หมู่บ้านชาวกะเหรี่ยง หมู่บ้านชาวจีนฮ่อ เป็นต้น

3.4 การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเล่นกีฬาตามความถนัดความสนใจในประเภทกีฬา เช่น กอล์ฟ ดำน้ำ ตกปลา สนุกเกอร์ กระดานโตคลื่น สกีน้ำ เป็นต้น ให้ได้รับความเพลิดเพลินความสนุกสนานตื่นเต้น

3.5 การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure Travel) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษ ที่นักท่องเที่ยวเขาไปเที่ยวแล้วได้รับความสนุกสนานตื่นเต้นหวาดเสียว ผจญภัย มีความทรงจำ ความปลอดภัย และได้ประสบการณ์ใหม่

3.6 การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์และฟาร์มสเตย์ (Home Stay & Farm Stay) หมายถึง นักท่องเที่ยวกลุ่มที่ต้องการใช้ชีวิตใกล้ชิดกับครอบครัวในท้องถิ่นที่ไปเยือนเพื่อการเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรมท้องถิ่น

3.7 การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Long Stay) หมายถึง กลุ่มผู้ใช้ชีวิตในบ้านปลายหลังเกษียณอายุจากการทำงานที่ต้องการมาใช้ชีวิตต่างแดนเป็นหลัก เพื่อเพิ่มปัจจัยที่ห้าของชีวิตคือ การท่องเที่ยว โดยเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศเฉลี่ย 3 – 4 ครั้งต่อปี คราวละนาน ๆ อย่างน้อย 1 เดือน

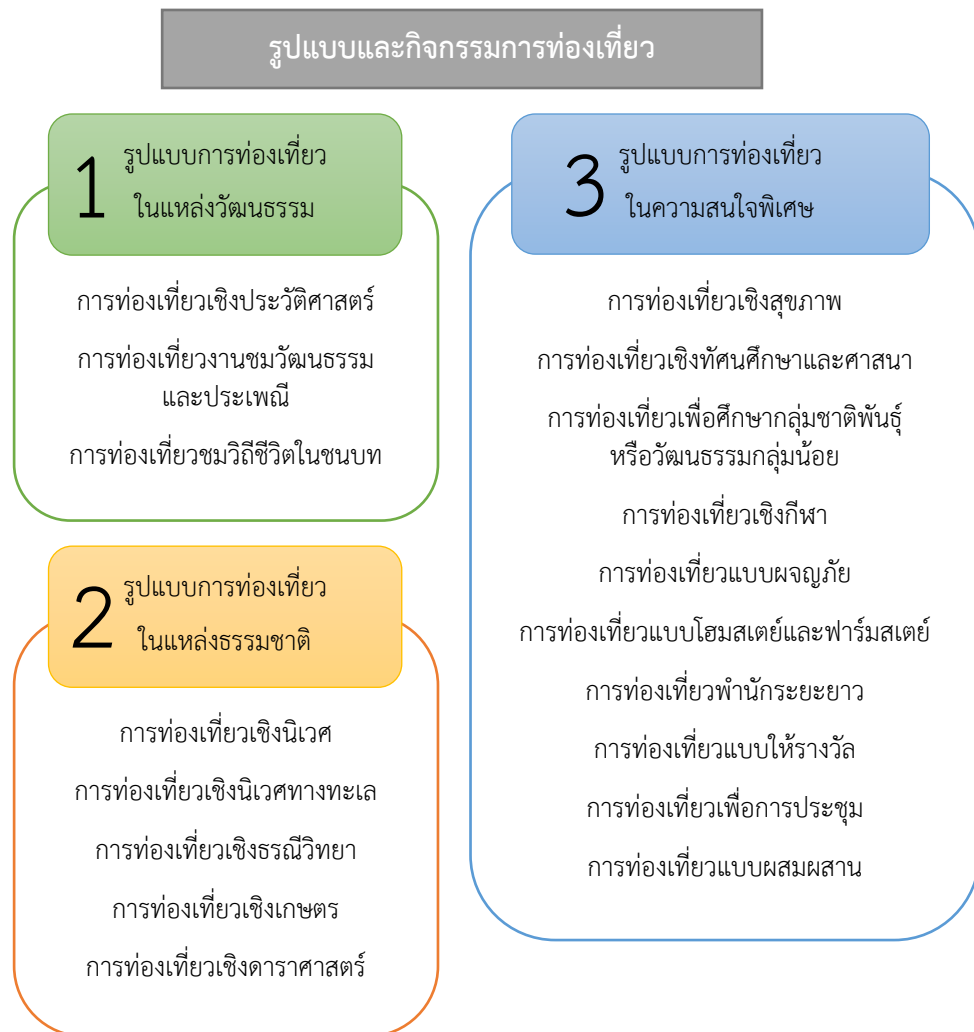
3.8 การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล (Incentive Travel) หมายถึงการจูงใจให้แก่มูลงค้ำของ บริษัทที่ประสบความสำเร็จ (มีความเป็นเลิศ) ในการขายสินค้า นั้น ๆ ตามเป้าหมายหรือเกินเป้าหมาย เช่น กลุ่มผู้แทนบริษัทจำหน่ายรถยนต์ ผู้แทนบริษัทจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า ผู้แทนบริษัทจำหน่ายเครื่องสำอาง จากภูมิภาคหรือจังหวัดต่าง ๆ ที่สามารถขายสินค้าประเภทนั้นได้มากตามที่บริษัทผู้แทนจำหน่ายในประเทศ ตั้งเป้าหมายไว้เป็นการให้รางวัลและจูงใจให้เที่ยว โดยออกค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ค่าพักรวมและค่าอาหาร ระหว่างการเดินทางให้กับผู้ร่วมเดินทาง เป็นการจูงใจการพักรวมตั้งแต่ 2-7 วัน เป็นรายการนำเที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ อาจเป็นรายการนำเที่ยวแบบผสมผสาน หรือรายการนำเที่ยวในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง

3.9 การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม (MICE หมายถึง M=Meeting / I= Incentive / C=Conference / E=Exhibition) เป็นการจูงใจให้แก่มูลงค้ำของผู้ที่จัดประชุม มีรายการจูงใจเที่ยวก่อนการประชุม (Pre-Tour) และการจูงใจการนำเที่ยวหลังการประชุม (Post-Tour) โดยการจูงใจการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ทั่วประเทศ เพื่อบริการให้กับผู้เข้าร่วมประชุมโดยตรงหรือสำหรับผู้ร่วมเดินทางกับผู้ประชุม อาจเป็นรายการท่องเที่ยววันเดียว หรือรายการเที่ยวพักรวม 2-4 วัน โดยคิดราคาแบบเหมารวมค่าอาหารและบริการท่องเที่ยว

3.10 การท่องเที่ยวแบบผสมผสาน เป็นอีกรูปแบบหนึ่งของผู้จัดการการท่องเที่ยวคัดสรรรูปแบบการท่องเที่ยวที่กล่าวมาแล้วข้างต้น นำมาจูงใจการนำเที่ยว เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้รับความแตกต่างระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในระยะยาวนานตั้งแต่ 2-7 วันหรือมากกว่านั้น เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเกษตร (Eco-Agro Tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและประวัติศาสตร์ (Agro-Historical Tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย (Eco-Adventure Travel) การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยาและประวัติศาสตร์ (Geo-Historical Tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวัฒนธรรม (Agro-Cultural Tourism) เป็นต้น

นอกจากนี้ในปัจจุบัน การท่องเที่ยวได้พิจารณาจากความต้องการหรือพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเพิ่มเติม ทำให้มีรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีแนวคิดใหม่ขึ้นมา เช่น Green Tourism ที่คนมาท่องเที่ยวจะต้องอนุรักษ์ธรรมชาติหรือช่วยลดภาวะโลกร้อน เช่น การท่องเที่ยวในเกาะสมุย หรือ War Tourism ที่นักท่องเที่ยวต้องการสัมผัสกับอดีตในสมัยสงคราม เช่น การท่องเที่ยวสะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี หรือ Volunteer

Tourism ที่นักท่องเที่ยวเป็นอาสาสมัครมาช่วยทำกิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์ในสถานที่และเดินทางท่องเที่ยวต่อ เช่น การที่มีอาสาสมัครมาช่วยงานสึนามิในประเทศไทย เป็นต้น



**รูปที่ 2-2** รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยว

ทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว ถือได้ว่าเป็นสินค้าหรือบริการทางการท่องเที่ยว Robert M. McIntosh และ Charles R. Goildner (1994) (ภคพร ภูมิยาภรณ์, 2562) ได้แบ่งองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเป็น 4 ประการ ดังนี้

1. นักท่องเที่ยว ซึ่งต้องใช้จ่ายเงินในการเดินทางอย่างน้อยสุดเป็นค่าอาหาร ถ้าพักค้างคืนก็จะใช้จ่ายเป็นค่าที่พัก ค่าของที่ระลึก และการบริการอื่น ๆ ด้วย ค่าใช้จ่ายเหล่านี้จะหมุนเวียนกระจายไปในธุรกิจการบริการต่าง ๆ ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ก่อให้เกิดการสร้างงานและกระจายรายได้สู่ระบบเศรษฐกิจของท้องถิ่น สำหรับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้กำหนดประเภทของนักท่องเที่ยวเอาไว้เพื่อใช้ประโยชน์ในการเก็บสถิติเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1.1 นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ค้างคืน (International Tourism) หมายถึง ชาวต่างประเทศ ที่เดินทางไปเยือนประเทศใดประเทศหนึ่ง และพำนักอยู่ตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไป (ไม่น้อยกว่า 1 คืน และไม่มากกว่า 60 วัน) โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางที่มีใช้ประกอบอาชีพเพื่อหารายได้

1.2 นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ค้างคืน (Domestic Tourism) คือ กลุ่มผู้เดินทางเฉพาะ ในอาณาเขตประเทศไทย

1.3 นักท่องเที่ยวที่ไม่ค้างคืน (Excursionists) คือ บุคคลที่เดินทางมาเยือน ชั่วคราวโดยมีเวลา พำนักในประเทศที่มาเยือนน้อยกว่า 24 ชั่วโมง และไม่พักค้างคืน

2. ธุรกิจซึ่งทำหน้าที่จัดหาสินค้าต่าง ๆ และบริการสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ การคมนาคมขนส่ง ที่พักแรม ร้านอาหารและภัตตาคาร การบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ร้านค้าของที่ระลึก และขายสินค้าพื้นเมือง ฯลฯ

3. รัฐบาลของประเทศหรือท้องถิ่นที่เป็นเจ้าของบ้าน ซึ่งทำหน้าที่

3.1 จัดให้มีโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) เช่น ถนน สะพาน สถานีรถไฟ รถโดยสาร ท่าเรือ ท่าอากาศยาน ระบบไฟฟ้า น้ำประปา ระบบการสื่อสารที่ทันสมัย เช่น โทรศัพท์ ดาวเทียม ฯลฯ เป็นการลงทุน เพื่อการท่องเที่ยวของประเทศ และเพื่อความสะดวกสบายของคนในท้องถิ่น

3.2 อำนวยความสะดวกในเรื่องระเบียบพิธีการเข้าเมือง การขนส่งระหว่างท่าอากาศยานกับที่พัก หรือสถานีขนส่ง และการบริการให้ข่าวสารด้านที่พัก

3.3 การสร้างภาพลักษณ์ (Image) ของประเทศ การโฆษณาเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ประเทศ ให้เป็นที่รู้จักและสนใจของนักท่องเที่ยวภายในประเทศและจากต่างประเทศ

3.4 การรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวในทุกแหล่งท่องเที่ยว

4. ตัวเจ้าของบ้านหรือประชาชนในประเทศนั้น ๆ ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการต้อนรับและดึงดูด ในท่องเที่ยวหรือแขกผู้มาเยือนให้กลับมาเยือนท้องถิ่นนั้นซ้ำอีก หรืออาจจะชักชวนผู้ที่ไม่เคยมาเยือน ให้ตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวโดย

3.1 บุคลากรที่ปฏิบัติงานในธุรกิจบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งจะมีความสัมพันธ์ใกล้ชิด กับนักท่องเที่ยวต้องมีความรู้ และทักษะในงานอาชีพของตนสามารถให้บริการอย่างมีคุณภาพ

3.2 ประชาชนทั่วไปจะต้องแสดงความเป็นมิตรไมตรีจิต เช่น ยิ้ม ทักทาย พุดคุยด้วย ให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยวที่ประสบปัญหาหรือเดือดร้อน เช่น บอกเส้นทางให้ช่วยเหลือเมื่อประสบอุบัติเหตุ เจ็บป่วยกระทันหัน หรือประสบภัยจากโจรผู้ร้าย ช่วยกันอนุรักษ์ และพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ ในท้องถิ่นของตน ให้คงความงามและมีคุณค่าเป็นทรัพยากรของชาติสืบไป

3.3 เป้าหมายหรือผลประโยชน์ของการท่องเที่ยวที่มีต่อประเทศ

- เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ด้วยการสร้างรายได้เข้าประเทศเป็นเงินตราต่างประเทศ และกระจายรายได้ทั่วไปทุกภูมิภาคของประเทศจากสถิติของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวประเทศไทยเพิ่มขึ้นตามลำดับ

- ส่งเสริมการจ้างงาน สร้างอาชีพอย่างกว้างขวาง ทั้งที่เป็นแรงงาน ธุรกิจบริการโดยตรง และแรงงานทางอ้อม เช่น เกษตร ชวนา กรรมกร บริษัท ห้างร้านต่าง ๆ ที่จำหน่ายอุปกรณ์เครื่องใช้ต่าง ๆ ที่ใช้เป็นกิจกรรมท่องเที่ยว

- สร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศในด้านการแหล่งท่องเที่ยว ที่มีคุณภาพ และคุ้มค่าต่อการมาท่องเที่ยว เป็นการเผยแพร่วัฒนธรรมของประเทศให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายทั่วโลก

สถานที่ท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจำเป็นต้องประกอบด้วย 5 องค์ประกอบหลัก หรือ องค์ประกอบ 5A (Dickman, 1996 อ้างถึงใน พรพิชญ์ พรหมศิวะพัลลภ, กุลดา เพ็ชรวรอุณ, & ชัชวาล แพนกุด เรือ, 2548) ซึ่งจากการศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบของทรัพยากรการท่องเที่ยว สามารถสรุปได้ ดังนี้

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) สิ่งดึงดูดใจจัดเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างยิ่ง เพราะเป็นสิ่งที่จูงใจให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้น ๆ อาจเป็นสถานที่ที่มีความสวยงาม เป็นเอกลักษณ์และเป็นที่ยอดนิยม ซึ่งโดยทั่วไป สถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงมักจะมีสิ่งดึงดูดใจมากกว่า

2. การคมนาคมขนส่งและความสะดวกในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) สถานที่ท่องเที่ยวอาจมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ แต่หากนักท่องเที่ยวไม่สามารถเดินทางไปยังสถานที่นั้นได้ แหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้นอาจไร้ประโยชน์ ดังนั้นความสะดวกในการคมนาคมขนส่งและความสะดวกในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งสำคัญ

3. สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ (Amenities) หมายถึง การจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานให้นักท่องเที่ยว อาทิ สาธารณูปโภคน้ำ ไฟ โทรศัพท์ ห้องสุขา และสิ่งอำนวยความสะดวก ที่นักท่องเที่ยวจำเป็นต้องใช้ เช่น ร้านอาหาร โรงพยาบาล ธนาคาร สำนักงานไปรษณีย์ การบริการในกรณีฉุกเฉิน เป็นต้น

4. ที่พัก (Accommodation) สถานที่ท่องเที่ยวควรมีจำนวนที่พักที่เพียงพอ พร้อมทั้งมีความหลากหลายด้านราคาและการบริการที่มีความเหมาะสมต่อสถานที่ โดยที่พักไม่ควรอยู่ห่างไกลจากแหล่งท่องเที่ยวมากนัก

5. กิจกรรม (Activities) สถานที่ท่องเที่ยวควรมีกิจกรรมต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวสามารถทำในช่วงเวลาที่พำนักและท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้น ๆ โดยกิจกรรมต่าง ๆ ควรมีความหลากหลายและตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวด้วย

นอกจากองค์ประกอบของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยวแล้ว เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ได้มากยิ่งขึ้น ผู้ประกอบการจึงต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยว โดยสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ซึ่งอธิบายได้ดังนี้ (นรินดา แซ่กอ, 2559)

2.1 ปัจจัยภายใน คือ ปัจจัยที่เกิดจากสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถปรับปรุงแก้ไขได้ ประกอบด้วย

2.1.1 ทรัพยากรการท่องเที่ยว เป็นสิ่งที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยี่ยมชมสถานที่นั้น ๆ ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางโบราณสถานประวัติศาสตร์และศาสนา และทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมและประเพณี

2.1.2 ความปลอดภัย เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวคำนึงถึงมากในการเดินทางไปท่องเที่ยว ระบบรักษาความปลอดภัยจึงต้องมีประสิทธิภาพ

2.1.3 โครงสร้างพื้นฐาน ประกอบด้วย ระบบการคมนาคม ระบบไฟฟ้า ระบบน้ำประปา และระบบโทรคมนาคม เป็นต้น

2.1.4 สิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เช่น ระบบตรวจคนเข้าเมือง ที่พัก ร้านอาหาร บริการข่าวสาร และบริการนำเที่ยว เป็นต้น

2.1.5 สินค้าของที่ระลึก เป็นสิ่งที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว นั้น ๆ โดยมีการควบคุมคุณภาพการผลิตและการบรรจุหีบห่อที่สวยงาม เป็นต้น

2.1.6 การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ เป็นสิ่งสำคัญในการส่งเสริมการตลาดเพื่อให้สถานที่ท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักและสร้างความเข้าใจในบริบทของพื้นที่ รวมถึงการสร้างความเข้าใจให้กับนักท่องเที่ยว ก่อนการเดินทางมาท่องเที่ยว

2.1.7 ภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยรรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวในนามด้านต่าง ๆ ซึ่งมีทั้งด้านที่ดีและไม่ดี ทำให้ต้องรักษามาตรฐานภาพลักษณ์ให้ได้อยู่เสมอ

2.2 ปัจจัยภายนอก คือ ปัจจัยที่ไม่ได้เกิดจากสถานที่ท่องเที่ยว แต่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของนักท่องเที่ยว ประกอบไปด้วยปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

2.2.1 สภาวะเศรษฐกิจและการเมืองของโลก มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปริมาณนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวทั่วโลก กล่าวคือ เมื่อเศรษฐกิจดีและการเมืองมั่นคงจะทำให้การเดินทางท่องเที่ยวมีมากขึ้นตามไปด้วย

2.2.2 รายได้ของครัวเรือน มีผลกระทบต่อความนิยมในการท่องเที่ยวคือ เมื่อรายได้ของครัวเรือนเพิ่มขึ้นและราคาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวไม่เปลี่ยนแปลง ทำให้มูลค่าสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวลดน้อยลง ผู้คนมีอำนาจในการใช้จ่าย จึงนิยมเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น

2.2.3 การขยายเส้นทางคมนาคม โดยคมนาคมที่มีความสะดวกปลอดภัย สามารถเดินทางได้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ สถานที่ที่มีรูปแบบการคมนาคมที่หลากหลายจะได้รับความสนใจในการท่องเที่ยวมากกว่า

2.2.4 การเปลี่ยนแปลงนโยบายทางการเมือง ส่งผลกระทบต่อการวางแผนการตลาด และการส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อรายได้ของประชาชนที่ประกอบอาชีพในภาคส่วนของการท่องเที่ยว รวมทั้งส่งผลกระทบต่อสังคม ประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนในท้องถิ่นอีกด้วย

การศึกษาถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว เป็นหนึ่งในเรื่องที่หน่วยงานภาครัฐ เอกชน รวมไปถึงผู้ประกอบการในแต่ละระดับควรให้ความสนใจ เพื่อให้สามารถตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ โดยพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยวมีขั้นตอนสำคัญ 9 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2555 อ้างถึงใน นรินดา แซ่กอ, 2559)

ขั้นตอนที่ 1 การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Promotion) เป็นการอำนวยความสะดวกข้อมูล การท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย โดยผ่านสื่อต่าง ๆ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับข่าวสารการท่องเที่ยวเหล่านั้น เช่น จากหนังสือพิมพ์ จากนิตยสาร จากองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว จากบริษัทนำเที่ยว จากญาติมิตร เป็นต้น ข้อมูลทางการท่องเที่ยวอาจเป็นข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรมศาสตร์ ที่พัก คมนาคม ความปลอดภัย เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 2 ความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละคน (Need) เมื่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้รับ ข้อมูลการท่องเที่ยวแล้ว ก็จะก่อให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวขึ้นภายในจิตใจของนักท่องเที่ยวแต่ละคน ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวต้องการส่งเสริมสิ่งที่ดีไปหรือเพิ่มรสชาติให้กับชีวิต เช่น เกิดความเบื่อหน่าย อยากเปลี่ยนบรรยากาศ ต้องการเดินทางท่องเที่ยวให้ได้เห็นสิ่งใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มพูนประสบการณ์ เป็นต้น โดยปกติแล้ว นักท่องเที่ยวส่วนมากต้องการไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ค่าครองชีพถูก การให้บริการได้มาตรฐาน มีความสะดวกสบายและปลอดภัยในการท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ 3 สิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว (Motivation) เป็นแรงกระตุ้นให้อยากท่องเที่ยว ซึ่งเกิดจาก ปัจจัย 2 ประการ คือ Push Factor เป็นสภาพเงื่อนไขมากระตุ้นผลักดันให้เกิดความต้องการหลีกเลี่ยง ความจำเจซ้ำซากในชีวิตประจำวันเพื่อไปท่องเที่ยว และ Pull Factor เป็นสภาพเงื่อนไขที่ดึงดูดให้ไปชม แหล่งท่องเที่ยวหรือร่วมกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ซึ่งอาจแบ่งสิ่งจูงใจออกเป็น 4 ประเภท คือ 1. สิ่งจูงใจทางด้านกายภาพ (Physical Motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการพักผ่อนทางร่างกาย และจิตใจให้สดชื่น รักษาบำรุงสุขภาพ เช่น การอาบน้ำแร่ การร่วมกิจกรรมกีฬา เป็นต้น 2. สิ่งจูงใจทางด้านวัฒนธรรม (Culture Motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการอยากรู้จักวัฒนธรรมของ

ประเทศที่ไม่เคยรู้จักมาก่อน รวมทั้งการดำเนินชีวิต ศิลปะ สถานที่ทางประวัติศาสตร์ และเทศกาลต่าง ๆ

3. สิ่งจูงใจทางด้านส่วนตัว (Personal Motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการส่วนตัว เช่น การเดินทางไปเยี่ยมญาติมิตร การไปจาริกแสวงบุญ เป็นต้น 4. สิ่งจูงใจด้านสถานภาพและชื่อเสียง (Prestige and Status Motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการพัฒนาระดับตัวเองให้สูงขึ้นและสร้างชื่อเสียง เช่น การเข้าร่วมการประชุมการศึกษาต่อต่างประเทศ เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 4 การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว (Decision Making) นับว่าเป็นองค์ประกอบที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวมาก เมื่อผู้ประสงค์เดินทางจากการท่องเที่ยว ได้รับข้อมูลทางการท่องเที่ยว แล้วเกิดความต้องการอยากท่องเที่ยวขึ้น อีกทั้งแรงกระตุ้นจากสิ่งจูงใจจะทำให้เกิดภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว (Tourist Image) ของแต่ละท้องถิ่นขึ้น เพื่อประกอบการพิจารณาตัดสินใจจะไปท่องเที่ยวที่ไหนดีที่สุด โดยคำนึงถึงการประหยัด ปลอดภัย สะดวกสบาย และความอภิรมย์มากที่สุดเป็นเกณฑ์ ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยวอาจปรากฏทั้งในลักษณะบวกหรือลบก็ได้ เช่น ประเทศยุโรปมีความปลอดภัยสูง แต่ค่าใช้จ่ายสูงตามไปด้วย ประเทศสังคมนิยมมีเงื่อนไขเข้าประเทศยุ่งยาก เป็นต้น จากการสำรวจปัจจัยในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวมี 8 ประการตามลำดับความสำคัญดังต่อไปนี้ จะไปท่องเที่ยวที่ไหน จะไปท่องเที่ยวเมื่อไหร่ จะไปท่องเที่ยวโดยทางใด (บก เรือ อากาศ) จะไปท่องเที่ยวกับใคร จะไปท่องเที่ยวนานเท่าไร จะไปท่องเที่ยวเพื่อชมอะไร จะไปพักผ่อนในสถานที่ประเภทไหน และจะไปท่องเที่ยวแต่ละสถานที่กี่วัน

ขั้นตอนที่ 5 การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว (Planning for Expenditure) โดยปกติเมื่อตัดสินใจจะไปสถานที่ท่องเที่ยวใด ก็จะต้องศึกษาค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ยิ่งถ้าไปท่องเที่ยวต่างประเทศจะต้องเสียค่าใช้จ่ายเป็นจำนวนมากก็ต้องเตรียมเงินเก็บไว้ จึงต้องมีการวางแผนก่อน 1 – 2 ปี ในการวางแผนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว จึงต้องวางแผนค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่จะเกิดขึ้นในการท่องเที่ยวสถานที่นั้น ๆ เช่น ค่าพาหนะเดินทาง ค่าเดินทาง ค่าที่พัก ค่ารักษาพยาบาล ค่าใช้จ่ายซื้อของที่ระลึก เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 6 การเตรียมการเดินทาง (Travel Preparation) เมื่อตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่แน่นอนและมีการวางแผนค่าใช้จ่ายเสร็จหมดแล้ว ในขั้นนี้ผู้เดินทางจะเตรียมตัวในเรื่องการจองตั๋วพาหนะในการเดินทาง การจองรายการท่องเที่ยว การยืนยันการเดินทาง จัดทำเอกสารการเดินทาง เช่น หนังสือเดินทาง (Passport) การอนุญาตเข้าประเทศ (Visa) เป็นต้น นอกจากนั้นยังต้องเตรียมเสื้อผ้าและของใช้จำเป็นในระหว่างการเดินทาง การแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ตลอดจนการเตรียมการเรื่องสุขภาพ และภารกิจส่วนตัว

ขั้นตอนที่ 7 การเดินทางท่องเที่ยว (Travel) เป็นการเดินทางออกจากบ้านเพื่อท่องเที่ยว จนกระทั่งท่องเที่ยวเสร็จแล้วเดินทางกลับถึงบ้าน โดยจะมีการประเมินผลการท่องเที่ยวเป็นระยะ ๆ ตามประสบการณ์ที่ได้รับ เริ่มตั้งแต่ยานพาหนะที่นำเข้าสู่จุดหมายปลายทางหรือแหล่งท่องเที่ยว สภาพแวดล้อมต่าง ๆ ตลอดจน

ที่พัก อาหารการกิน และอื่น ๆ เพื่อประเมินผลการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้ว่าเป็นที่น่าพอใจหรือไม่ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจเดินทางในครั้งต่อไป หรืออาจจะบอกต่อให้บุคคลอื่นเดินทางมาท่องเที่ยวในสถานที่แห่งนี้ หรือบอกต่อบุคคลอื่นไม่ให้เดินทางมาสถานที่แห่งนี้

ขั้นตอนที่ 8 ประสพการณ์การท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวได้มีการประเมินผลการเดินทางอาจเป็นสถานที่ สภาพแวดล้อม ผู้คน การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก ก็จะได้ผลของประสพการณ์การท่องเที่ยว ซึ่งแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ คือ มีความพึงพอใจ เป็นประสพการณ์ทางบวก (Positive) ที่นักท่องเที่ยวได้รับ หรือสัมผัสสิ่งต่าง ๆ ในขณะที่เดินทางท่องเที่ยว และไม่มี ความพึงพอใจ เป็นประสพการณ์ทางลบ (Negative) ที่นักท่องเที่ยวได้รับหรือสัมผัสสิ่งต่าง ๆ ในขณะที่เดินทางท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ 9 ทศนคติของนักท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวได้รับประสพการณ์จากการท่องเที่ยวแล้ว ก็จะเกิดทัศนคติจากการท่องเที่ยวครั้งนี้ ถ้าหากนักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจ ก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้ และอาจทำให้เขากลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้ขยายอาณาเขตของกิจกรรมทางเศรษฐกิจเข้าใกล้วิถีชีวิตของชุมชนมากขึ้น ในขณะที่แนวโน้มการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีการเติบโตในทิศทางบวกนักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งให้ความสนใจกับการเดินทางไปสัมผัสความจริงแท้ดั้งเดิมของพื้นที่ต่าง ๆ ในไทยเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ชุมชนเป็นหนึ่งในเงื่อนไขที่สำคัญ ที่ทำให้การท่องเที่ยวมีความน่าสนใจมากขึ้น เนื่องจากชุมชนเป็นผู้ใกล้ชิดกับนักท่องเที่ยว และแนวโน้มการท่องเที่ยวโดยชุมชนเริ่มเป็นที่สนใจมากขึ้น เนื่องจากนักท่องเที่ยวเริ่มให้ความสนใจกับการท่องเที่ยวแบบเรียนรู้วัฒนธรรมชุมชน เพื่อเพิ่มประสพการณ์ จะเห็นได้จากองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) หรือ อพท. โดยให้ความสำคัญกับแผนขับเคลื่อนอพท. ระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2562 - 2565) ที่มุ่งเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อสร้างชุมชนแห่งความสุข ซึ่งจะช่วยสร้างรายได้ให้กับชุมชน สอดคล้องกับแนวคิดของ สายรุ้ง ดินโคกสูง (2549) ได้อธิบายการท่องเที่ยวในชุมชนว่าเป็นการเปิดหมู่บ้านให้นักท่องเที่ยวเข้ามาหาประสพการณ์พักผ่อนหย่อนใจกับธรรมชาติ ก่อให้เกิดการจับจ่ายใช้สอยภายในหมู่บ้าน โดยประชาชนในหมู่บ้านเป็นผู้ดำเนินการจัดรูปแบบการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวตามแนวทางที่เหมาะสมกับทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนได้อย่างยั่งยืนและมีประสิทธิภาพ และได้สรุปภาพรวมของการท่องเที่ยวโดยชุมชนว่า ปัจจัยภายในที่จะทำให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนประสบความสำเร็จคือ ชาวบ้านมีจุดประสงค์ร่วมกัน ความรักและห่วงหาพันทรัพยากรของชุมชน การมีผู้นำที่มาจาก การเลือกตั้ง ความเป็นเครือญาติการบริหารจัดการที่โปร่งใสยุติธรรมและการให้สมาชิกมีส่วนร่วมในกระบวนการจัดการ ส่วนปัจจัยภายนอกที่จะทำให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนประสบความสำเร็จ คือการศึกษาคุณภาพกระเปาะียบ รัฐและบริษัทเอกชนให้การสนับสนุนและการได้รับการยอมรับจากนักท่องเที่ยว ทั้งนี้จะต้องสร้างจิตสำนึกแก่ชุมชน สร้างงานสร้างอาชีพแก่ชาวบ้าน การพัฒนาแบบเป็นกลุ่ม การรักษา

ผลประโยชน์ร่วมกันของชาวบ้านและทำให้ชุมชนมีความผูกพันอยู่กับธรรมชาติจึงจะทำให้ชุมชนเข้มแข็ง และสามารถพึ่งตนเองได้

การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนต้องทำอย่างมีส่วนร่วม หรือ Co-creation ถือเป็นกุญแจ เพื่อการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยใช้การประสานเชื่อมโยงเครือข่ายจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาควิชาการ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนมา ‘ร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมปฏิบัติ ร่วมรับผิดชอบ และร่วมรับผลประโยชน์’ (อพท., 2564) โดยมีองค์ประกอบ 5 ประการ คือ

1. เน้นการนำเสนออัตลักษณ์ความเป็นไทยและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพ มากกว่าเน้นปริมาณนักท่องเที่ยว โดยมุ่งการสร้างคุณค่าและเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

2. มีการบริหารจัดการที่สมดุลระหว่างความต้องการของนักท่องเที่ยวกับผลประโยชน์ของเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว ยึดหลักความสมดุลของเศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม เพื่อมิให้เกิดความเหลื่อมล้ำทางรายได้ และป้องกันกลุ่มทุนนอกพื้นที่เข้ามาครอบงำผลประโยชน์และทิ้งปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เสื่อมโทรมให้กับแหล่งท่องเที่ยว

3. มีการสร้างสรรค์กิจกรรมใหม่ ๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาในช่วงนอกเทศกาลท่องเที่ยว โดยต้องเป็นกิจกรรมใหม่ ๆ ที่น่าสนใจและซ้ำเสริมกัน

4. เน้นการบูรณาการการทำงานระหว่างชุมชนท่องเที่ยวและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยชุมชนให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน มุ่งเป้าหมายการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

5. มีการรับฟังความเห็นระหว่างกัน ทั้งชุมชน ประชาชน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เพื่อร่วมกันแก้ไขปัญหาและหาทางออกเพื่อเป็นที่ยอมรับจากทุกฝ่าย

จากแนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ที่มองว่าชุมชนเป็นศูนย์กลางในการพัฒนา จนทำให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาแบบองค์รวมที่มีคนเข้ามามีส่วนร่วม เมื่อมองในบริบทของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ต้องการให้ชุมชนมีส่วนร่วมและได้ประโยชน์จากการท่องเที่ยว จึงควรมีหลักการร่วมกันดังนี้ (กมลชนก จันทร์เกตู, 2560)

1. การท่องเที่ยวโดยชุมชนต้องมาจากความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง ชุมชนได้มีการพิจารณาถึงสภาพของปัญหา ผลกระทบทางการท่องเที่ยวที่จะเกิดขึ้น แล้วชุมชนร่วมตัดสินใจลงมติที่จะดำเนินการตามแนวทางที่ชุมชนเห็นสมควร

2. สมาชิกในชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการคิด การวางแผน การทำกิจกรรม ติดตามประเมินผล เรียนรู้ และรับประโยชน์ร่วมกัน

3. ชุมชนต้องการรวมกันเป็นกลุ่ม เป็นชมรม หรือองค์กร องค์กรการบริหาร ส่วนตำบล (อบต.) เพื่อเป็นตัวแทนในการทำหน้าที่แทนสมาชิกทั้งหมด และดำเนินการทางด้านการกำหนดทิศทางและนโยบาย การบริหาร การจัดการ การประสานงาน มีประสิทธิภาพและเป็นไปตาม เจตนารมณ์ของสมาชิกในชุมชน
4. รูปแบบ เนื้อหา และกิจกรรมของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ต้องคำนึงถึง การอยู่ร่วมกันอย่างมีศักดิ์ศรี มีความเท่าเทียมกัน มีความเป็นธรรม และให้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ การเมือง สังคม และวัฒนธรรม ในเชิงสร้างสรรค์และลดผลกระทบในเชิงลบ
5. มีกฎ กติกา ที่เห็นร่วมกันจากชุมชน สำหรับการจัดการท่องเที่ยวที่ชัดเจน และสามารถกำกับการดูแล ให้เป็นไปตามกติกาที่วางไว้
6. ชุมชนที่จัดการท่องเที่ยว สมาชิกในชุมชน ชาวบ้านทั่วไปและนักท่องเที่ยว ควรมีการเรียนรู้ซึ่งกัน และกันอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดการพัฒนาทางกระบวนการท่องเที่ยวที่ถูกต้องและเหมาะสม
7. การท่องเที่ยวโดยชุมชน จะต้องมีส่วนร่วมกันภายในชุมชน เช่น ความ สะอาด ความปลอดภัย การกระจายรายได้ที่เป็นธรรมของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง และพิจารณาร่วมกันถึงขีดความสามารถในการรองรับ
8. รายได้ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว มีส่วนนำไปสนับสนุนการพัฒนาชุมชนและรักษาสิ่งแวดล้อมของชุมชน
9. การท่องเที่ยวจะไม่ใช่อาชีพหลักของชุมชน และชุมชนต้องดำรงอาชีพหลักของตนเองไว้ได้ ทั้งนี้ หากอาชีพของชุมชนเปลี่ยนไป การจัดการท่องเที่ยวจะเป็นการทำลายชีวิตและจิตวิญญาณดั้งเดิมของชุมชน อย่างชัดเจน
10. องค์กรชุมชนมีความเข้มแข็งพอที่จะจัดการกับผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นได้ และพร้อมจะหยุด เมื่อเกินความสามารถในการจัดการสิ่งเหล่านั้น หากมองในแง่ความพร้อมของชุมชนและประสิทธิภาพ ในการบริหารจัดการท่องเที่ยวในมิติของชุมชนแล้ว การท่องเที่ยวโดยชุมชนจะเป็นไปได้ด้วยดีนั้น ยังต้องพิจารณาจากมิตินอกชุมชนที่เข้ามาเกี่ยวข้องด้วย ได้แก่ การตลาด นโยบายรัฐที่เข้ามาสนับสนุน พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เป็นต้น

### 3. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health & Wellness Tourism) คือ การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิต และพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งอาจมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมสุขภาพโดยเฉพาะหรือแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยว บางส่วนมาใช้บริการส่งเสริมสุขภาพ โดยอาจจะแบ่งเป็นกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพและหรือกิจกรรม เพื่อป้องกัน บำบัดรักษา ฟันฟู หรือปรับปรุงสุขภาพ เช่น การรับคำปรึกษา แนะนำด้านสุขภาพ การออกกำลังกายอย่างถูกวิธี การนวด อบ ประคบสมุนไพร การฝึกปฏิบัติสมาธิ รวมถึงสุขภาพการรับประทานอาหาร ตลอดจนการตรวจ ร่างกาย การรักษาพยาบาล และเป็นส่วนหนึ่งของบริบทของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย

โดยมีแรงจูงใจที่สำคัญ คือ การใช้เวลาว่างโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสุขภาพที่ดี ทั้งนี้อาจรวมถึงการเข้าพักในโรงแรมเฉพาะด้านให้มีอาชีพที่มีความรู้ที่เหมาะสมให้การดูแลแต่ละบุคคล โดยนักท่องเที่ยวต้องใช้โปรแกรมส่งเสริมสุขภาพที่ครอบคลุม ซึ่งประกอบด้วย สมรรถภาพทางกาย การดูแลความงาม โภชนาการเพื่อสุขภาพ อาหารลดน้ำหนัก การผ่อนคลาย การทำสมาธิ และจิตใจ และกิจกรรมให้ความรู้ด้านสุขภาพ (นันทา สองหลวง, 2561) โดยส่วนใหญ่แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion Tourism) เป็นการเดินทางเพื่อเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติเพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตทางวัฒนธรรมและเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวมาทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพอย่างถูกหลักวิชาการและมีคุณภาพมาตรฐาน เช่น วารีบำบัด การนวด อบ ประคบสมุนไพร การอาบน้ำแร่หรือน้ำพุร้อน การฝึกกายบริหาร ท่าฤๅษีดัดตน การบริการอาหารและเครื่องดื่ม เพื่อสุขภาพ เป็นต้น

2. การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ (Health Healing Tourism) เป็นการเดินทางเพื่อเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติเพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตทางวัฒนธรรมและเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวไปรับบริการบำบัดรักษาสุขภาพ การรักษาพยาบาลและการฟื้นฟูสุขภาพในโรงพยาบาลหรือสถานพยาบาลที่มีคุณภาพมาตรฐานอย่างแท้จริง เช่น การตรวจร่างกาย การรักษาโรคต่าง ๆ การทำฟัน และการรักษาสุขภาพฟัน การทำศัลยกรรมความงาม การฟื้นฟูรักษาโรค เป็นต้น

นอกจากนั้นยังสามารถจำแนกการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพออกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ (ณารัตนา วีระกิจ, ชัยนันต์ ไชยเสน, พุทธพร อักษรไพโรจน์, & ศศิธร สนเปี่ยม, 2562) คือ การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ และการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ โดยการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourism) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มุ่งประโยชน์ต่อการรักษาฟื้นฟูสุขภาพของนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ มีแรงจูงใจหลักหรือแรงจูงใจรองในการเดินทางออกนอกประเทศเพื่อรับบริการทางการแพทย์ กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์บรรจุไว้ในโปรแกรมการท่องเที่ยวจะสามารถแบ่งเป็น 2 ส่วนใหญ่ ๆ คือ ส่วนการบำบัดรักษาโรค และส่วนการพักผ่อนหย่อนใจ (Holiday/Leisure) โดยมีบริการหลักที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ใช้ คือ การบริการทางการแพทย์ โปรแกรมการท่องเที่ยวที่ปรับให้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละคนเพื่อช่วยบำบัดรักษาโรค (เช่น สปา การนวดเพื่อผ่อนคลาย เป็นต้น) ที่พักระดับหรู บริการรถเช่า ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ประสานงานเรื่องวีซ่าและเอกสารเดินทาง ที่ปรึกษาทางการแพทย์ รวมถึงกิจกรรม พักผ่อนหย่อนใจในช่วงก่อนหรือหลังการรักษาโรค ในขณะที่นักท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Health Tourism) มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ทำให้สุขภาพดีขึ้นโดยการทำกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อสนองความต้องการทางกายภาพ (Physical) จิตใจ (Mental) จิตวิญญาณ (Spiritual) อารมณ์ (Emotional) สิ่งแวดล้อม (Environmental) และสังคม (Social) โดยกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพนิยมทำ ได้แก่ สปาเพื่อสุขภาพ โยคะ การทำสมาธิ การออกกำลังกาย อาหารเพื่อสุขภาพ และการตรวจสุขภาพ เป็นต้น

องค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (ชยาภรณ์ อธิเวชพลกุล & ไพฑูรย์ เจตธารงชัย, 2561) ได้แก่

1. นักท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Tourists) คือ ผู้ที่ต้องการจะบริโภคสินค้าหรือบริการจากการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

2. ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource) เป็นสิ่งที่มีคุณค่าต่อการท่องเที่ยว ซึ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวหรือมาเยือน ณ จุดหมายปลายทางและเกี่ยวข้องกับคามพึงพอใจโดยตรงของนักท่องเที่ยวที่ได้รับจากประสบการณ์ระหว่างการท่องเที่ยว มีองค์ประกอบ 2 ประการ (Mill & Morrison, 2012) ดังนี้

2.1 แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมาเยือน เพื่อทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ แบ่งเป็น 3 ประเภท (Panriansaen et al., 2016) ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพที่มนุษย์สร้างขึ้น และแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพแบบผสมผสาน

2.2 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ เช่น การทำสปา การนวด การอาบน้ำ ออกกำลังกาย และการทำสมาธิ เป็นต้น (Global Wellness Institute, 2015)

3. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Tourism Facilities) เป็นสิ่งที่แสดงถึงศักยภาพ การท่องเที่ยวและสนับสนุนให้จุดหมายปลายทางมีความโดดเด่นและดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว แบ่งเป็น 4-ประเภท ได้แก่ ที่พักแรม อาหารและเครื่องดื่ม บริการ สนับสนุนเพื่อการท่องเที่ยว และโครงสร้างพื้นฐาน

4. การขนส่ง (Transportation) แบ่งเป็น 3-ประเภท ได้แก่ การขนส่งทางบก การขนส่งทางอากาศ และการขนส่งทางน้ำ

5. องค์กรการท่องเที่ยว (Tourism Organizations) หน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบการท่องเที่ยวโดยตรง ได้แก่ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ส่วนหน่วยงานภาคเอกชนที่รับผิดชอบ เช่น สมาคมส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวไทยผู้ประกอบการนำเที่ยว ผู้ประกอบการสถานที่ท่องเที่ยว เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานที่ชุมชนท้องถิ่นตั้งขึ้นเพื่อพัฒนาและสนับสนุน การท่องเที่ยวภายในชุมชน

6. การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและตลาดการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ อาจเผยแพร่ข้อมูลผ่านสิ่งพิมพ์ อินเทอร์เน็ต ศูนย์บริการข่าวสาร และโครงการท่องเที่ยวพิเศษ

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) นับเป็นรูปแบบหนึ่งทางการท่องเที่ยวที่ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดเฉพาะทาง (Niche Market) และเป็นจุดขายสำคัญของการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Long Stay Tourism) ในอดีตผู้ที่ท่องเที่ยวในกลุ่มนี้มักเป็นผู้สูงอายุหรือผู้ที่มีปัญหาสุขภาพ แต่ในปัจจุบันผู้ที่สนใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเริ่มมีความหลากหลายวัยมากยิ่งขึ้น ไม่จำเป็นต้องเป็นผู้ที่มีปัญหาสุขภาพ แต่ผู้ที่ต้องการพักผ่อนจากการทำงานก็เริ่มให้ความสนใจกับการท่องเที่ยว

เชิงสุขภาพมากยิ่งขึ้น อันจะเป็นผลดีต่อการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวในประเทศไทย ทั้งในด้านการอนุรักษ์ ทรัพยากร ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และยังช่วยเสริมสร้างคุณภาพชีวิตของนักท่องเที่ยวและประชาชน รวมไปถึง ชุมชนที่อาศัยอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรม อย่างไรก็ตามประเทศไทยยังจำเป็นต้องดำเนินการ วิจัยออกแบบการผลิต และพัฒนาโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพรูปแบบใหม่ ๆ ที่น่าสนใจและมีคุณภาพบริการ ใหม่มากยิ่งขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น

เนื่องด้วยปัจจัยและแนวโน้มที่กำลังเปลี่ยนไปในทุกมิติส่งผลให้กลุ่มนักท่องเที่ยวในอนาคต มีจุดประสงค์ในการท่องเที่ยวที่แปรเปลี่ยนจากเดิม แนวโน้มในระยะ 10 ปีข้างหน้า นักท่องเที่ยวที่ยังคงเป็น กลุ่มนักท่องเที่ยวหลักของโลก ได้แก่ นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด และ นักท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีส่วนแบ่งทางตลาดเชิงมูลค่าอยู่ในระดับสูง อีกทั้งยังมีแนวโน้มการเดินทางท่องเที่ยวในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มากขึ้น (คณะกรรมการนโยบายการ ท่องเที่ยวแห่งชาติ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา) นอกจากนี้กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเริ่มมีแนวโน้มเติบโต อย่างชัดเจน เช่นเดียวกันกับกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสิ่งแวดล้อมและนิเวศ รวมไปถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คาดว่าจะมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นแบบทวีคูณเช่นเดียวกัน และเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชั้นดีหรือมีรายได้ค่อนข้าง สูงสำหรับประเทศไทย จากผลสำรวจความพึงพอใจในบริการด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญ (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561) พบว่า บริการด้านการท่องเที่ยวที่มีความ พึงพอใจมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ บริการเชิงสุขภาพ (เช่น สปา นวด แผนไทย เป็นต้น) มัคคุเทศก์ ประชาชน แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด

ดังนั้นเพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของแนวโน้มต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว ประเทศไทย ควรพัฒนาสาขาการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง เล็งเห็นการเติบโตของความต้องการในตลาดเพื่อคว้าโอกาส เนื่องจากประเทศไทยมีศักยภาพและความได้เปรียบในเชิงปริมาณและความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมและธรรมชาติ อีกทั้งมีความพร้อมและความครบถ้วนทางการแพทย์และคุณภาพการให้บริการ ด้านสุขภาพอย่างครบวงจรในราคาย่อมเยาเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งในภูมิภาค

#### 4. นโยบายและแผนงานที่เกี่ยวข้อง

##### 4.1 วิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2579

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติสูงเป็นอันดับ 4 ของโลกในปี พ.ศ. 2561 ทำให้การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่สร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นจำนวนมาก และเป็น อุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ต่อเนื่องไปยังอุตสาหกรรมอื่น ๆ ทำให้ภาคการท่องเที่ยวเข้ามามีบทบาทสำคัญ ต่อเศรษฐกิจไทยอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ แต่การท่องเที่ยวก็มีจุดอ่อนและมีความเปราะบางต่อสถานการณ์ต่าง ๆ ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะโรคระบาด ความไม่มั่นคง

ทางการเมือง หรือแม้แต่ภัยธรรมชาติ ทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยต้องเตรียมเพื่อรับมือกับสิ่งต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ และก้าวทันการเปลี่ยนแปลง เพื่อให้การท่องเที่ยวไทยยังคงบทบาทการเป็นสาขาหลักในการรักษาเสถียรภาพและขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560)

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้วิเคราะห์สถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวทั้งในระดับโลกและประเทศ รวมทั้งพิจารณาองค์ประกอบสำคัญในการกำหนดวิสัยทัศน์ จึงได้กำหนดวิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2579 ได้ดังนี้ “ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยว คุณภาพชั้นนำของโลกที่เติบโตอย่างมีดุลยภาพบนพื้นฐานความเป็นไทย เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน” โดยมีแนวคิดหลักในการพัฒนาตามองค์ประกอบ 5 ประการ คือ

1. ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลก
2. การเติบโตอย่างมีดุลยภาพ
3. การเติบโตบนพื้นฐานความเป็นไทย
4. การส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วน
5. การพัฒนาอย่างยั่งยืน

ทั้งนี้ ได้มีการกำหนดแนวทางการพัฒนา (Roadmap) ในระยะ 20 ปี เพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายตามกรอบเวลาในการพัฒนาสู่การบรรลุวิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย ทั้งในระยะสั้นหรือภายใน 5 ปี (พ.ศ. 2564) ระยะกลางหรือภายใน 10 ปี (พ.ศ. 2570) และระยะยาวหรือภายใน 20 ปี (พ.ศ. 2579) โดยได้มีการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาก่อเป็น 5 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้า และบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อรองรับการขยายตัวของการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความสมดุลให้กับการท่องเที่ยวไทย ผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม การส่งเสริมวิถีไทย และการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว

และยุทธศาสตร์ที่ 5 การบูรณาการการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560)

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – 2564) อยู่ภายใต้ วิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2579 เป็นการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะแรกหรือระยะสั้น (5 ปีแรก) ซึ่งมีจุดมุ่งหมายเพื่อวางรากฐานและแก้ไขปัญหาเร่งด่วนที่เป็นอุปสรรคสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว

ทั้งด้านคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว บุคลากรการท่องเที่ยว และโครงสร้างพื้นฐาน รวมทั้งการสร้างสมดุลของการพัฒนา ทั้งในมิติของพื้นที่ เวลา กิจกรรม รูปแบบ และกลุ่มนักท่องเที่ยว การเตรียมความพร้อมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว สู่การเติบโตในอนาคตบนพื้นฐานของการลงทุนพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ การทำงานอย่างบูรณาการระหว่าง ภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และระหว่างประเทศ เพื่อให้สอดคล้องกับ 5 ยุทธศาสตร์ ของวิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2579 แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับนี้ ได้แบ่งออกเป็น 4 เป้าประสงค์ 10 ตัวชี้วัด 5 พันธกิจ โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### 1. เป้าประสงค์

- 1.1 การเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว
- 1.2 การเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างสมดุล
- 1.3 การกระจายรายได้และผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวสู่ทุกพื้นที่และทุกภาคส่วน
- 1.4 การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบนพื้นฐานอัตลักษณ์และวิถีไทย

#### 2. ตัวชี้วัด

- 2.1 จำนวนแหล่งท่องเที่ยวและสถานประกอบการด้านการท่องเที่ยวที่ได้รับเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน การท่องเที่ยวไทย เพิ่มสูงขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 5 ต่อปี
- 2.2 อันดับขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย เป็น 1 ใน 30 อันดับแรกของโลก หรือ 1 ใน 7 อันดับแรกของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก
- 2.3 ความเชื่อมั่นในสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวของไทยที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน ไม่น้อยกว่าร้อยละ 90
- 2.4 รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติมีอัตราการขยายตัวไม่ต่ำกว่าร้อยละ 10 ต่อปี
- 2.5 การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีอัตราการขยายตัวไม่ต่ำกว่าร้อยละ 3 ต่อปี
- 2.6 สัดส่วนการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในช่วงเดือนมิถุนายน – กันยายน ไม่ต่ำกว่า 1 ใน 3 ของการเดินทางตลอดทั้งปี
- 2.7 รายได้จากการท่องเที่ยวในจังหวัดรอง (จังหวัดที่มีจำนวนผู้เยี่ยมชมต่ำกว่า 1 ล้านคน) มีอัตราการขยายตัวไม่ต่ำกว่าร้อยละ 12 ต่อปี
- 2.8 ดัชนีการรับรู้และเข้าใจในเอกลักษณ์ความเป็นไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ และนักท่องเที่ยวไทยเพิ่มสูงขึ้น อย่างต่อเนื่องทุกปี
- 2.9 อันดับขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว (TTCI) ของประเทศไทย ด้านความเด่นชัดของ วัฒนธรรมและนันทนาการจากการสืบค้นออนไลน์ด้านการท่องเที่ยว (Cultural & Entertainment Tourism Digital Demand) เป็น 1 ใน 10 อันดับแรกของโลก

2.10 ดัชนีด้านความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการท่องเที่ยวของประเทศไทยใน 6 มิติที่สำคัญพัฒนาขึ้นอย่างน้อย 10 อันดับในแต่ละมิติ

### 3. พันธกิจ

3.1 พัฒนาคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวสินค้าและบริการในการท่องเที่ยวทุกรูปแบบอย่างมีมาตรฐานและสมดุล อีกทั้งมีความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว สิ่งแวดล้อม และอัตลักษณ์วิถีไทย เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยให้มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ

3.2 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกให้มีคุณภาพและมาตรฐานในระดับสากล สามารถรองรับปริมาณของนักท่องเที่ยวที่เติบโตอย่างต่อเนื่องและความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปตามบริบทแวดล้อม รวมทั้งสภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

3.3 พัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในระดับภูมิภาคและระดับโลก สนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ตลอดจนสร้างความเข้าใจและความภาคภูมิใจในความเป็นไทย จิตสำนึกท้องถิ่นและการเป็นเจ้าบ้านที่ดี

3.4 สร้างสมดุลในนักท่องเที่ยวผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม การส่งเสริมวิถีไทยและการสร้างความมั่นใจของนักท่องเที่ยว เพื่อผลักดันประเทศไทยสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพตามเป้าหมายให้สามารถสร้างรายได้ และส่งเสริมการกระจายรายได้ให้แก่ประเทศอย่างยั่งยืน

3.5 ส่งเสริมการบูรณาการการบริหารจัดการการท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมและการบูรณาการของภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนให้มีเอกภาพและมีประสิทธิภาพ สนับสนุนความร่วมมือระหว่างประเทศในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว

## 4.2 แผนแม่บทแห่งชาติว่าด้วยการพัฒนาสมุนไพรไทย ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 – 2564)

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ นอกจากการให้ความสำคัญกับบริการที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวได้แล้ว ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการบริการต้องมีมาตรฐานและมีประสิทธิภาพอีกด้วย วัตถุประสงค์ที่นำมาใช้ในการผลิตเป็นสินค้าสำหรับบริการเชิงสุขภาพ คือ สมุนไพรไทย เนื่องจากสามารถหาได้ง่ายและมีราคาไม่แพง อีกทั้งยังมีคุณสมบัติที่ช่วยบรรเทาอาการต่าง ๆ ได้ดี ตัวอย่างกลุ่มสินค้าตลาดสมุนไพร ได้แก่ อาหารเสริม (Nutraceuticals) เวชสำอาง (Cosmeceuticals) และผลิตภัณฑ์สปา แต่อย่างไรก็ตามการบริหารจัดการสมุนไพรที่ไม่เป็นระบบที่ผ่านมาส่งผลให้เกิดการขาดแคลนวัตถุดิบ หลายชนิด คุณภาพวัตถุดิบไม่ผ่านมาตรฐาน และปัญหาด้านการกำหนดมาตรฐานคุณภาพวัตถุดิบ (กระทรวงสาธารณสุข และองค์การภาครัฐ - เอกชน, 2559)

รัฐบาลไทยและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาสมุนไพรไทย ซึ่งเป็นภูมิปัญญาและทรัพยากรที่สำคัญของประเทศ รวมถึงปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น จึงกำหนดให้มีการจัดทำแผนการพัฒนาที่เป็นระบบอย่างยั่งยืนขึ้น โดยคณะกรรมการอำนวยการและคณะกรรมการดำเนินการยกวางแผนแม่บทแห่งชาติว่าด้วยการพัฒนาสมุนไพรไทย พ.ศ. 2560 – 2564 แผนแม่บทฉบับนี้ นอกจากจะมีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมและรักษาภูมิปัญญาอันทรงคุณค่าที่เกี่ยวกับสมุนไพรไทยแล้ว ยังมีเป้าหมายเพื่อพัฒนาการผลิตและใช้ประโยชน์สมุนไพรไทยอย่างมีคุณภาพ เพิ่มประสิทธิภาพและครบวงจร ซึ่งจะส่งผลต่อความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนของสมุนไพรไทยและการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของไทย

กระทรวงสาธารณสุขร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้ร่วมจัดทำแผนแม่บทแห่งชาติว่าด้วยการพัฒนาสมุนไพรไทย ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2560 – 2564 ภายใต้แนวคิด เน้นความร่วมมือในแนวคิด “ประชารัฐ” โดยมีภาครัฐ 9 กระทรวง และสถาบันภาคเอกชน เสริมสร้างศักยภาพและกลไกการขับเคลื่อนเชิงนโยบายครอบคลุม ทั้งมิติเศรษฐกิจ สังคม วิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและสุขภาพ และบูรณาการแนวทางดำเนินงานตลอดห่วงโซ่อุปทาน และสร้างมูลค่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของสมุนไพร โดยมีการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมเป็นฐานนำไปสู่การกำหนดวิสัยทัศน์ “สมุนไพรไทยเพื่อความมั่นคงทางสุขภาพและความยั่งยืนของเศรษฐกิจไทย (Thai Herbs for Health and Sustainable Economy)” โดยมีรายละเอียด 4 พันธกิจ 2 เป้าหมาย 4 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

### 1. พันธกิจ

- 1.1 พัฒนาสมุนไพรไทยให้เป็นที่ยอมรับ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างเต็มศักยภาพ และมีประสิทธิภาพ
- 1.2 สนับสนุนให้เกิดการผลิตสมุนไพรที่ได้มาตรฐาน มีคุณภาพ และสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
- 1.3 เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของสมุนไพรไทยในตลาดทั้งในและต่างประเทศ
- 1.4 ส่งเสริมให้เกิดความรู้ความเข้าใจและใช้สมุนไพรไทยอย่างถูกต้อง เหมาะสม

### 2. เป้าหมาย

- 2.1 ประเทศไทยจะเป็นประเทศที่ส่งออกวัตถุดิบสมุนไพรคุณภาพและผลิตภัณฑ์สมุนไพรชั้นนำของภูมิภาค ASEAN ภายในปี พ.ศ. 2564
- 2.2 มูลค่าของวัตถุดิบสมุนไพรและผลิตภัณฑ์สมุนไพรภายในประเทศเพิ่มขึ้นอย่างน้อย 1 เท่าตัวภายในปี พ.ศ. 2564

### 3. ยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์ที่ 1 : ส่งเสริมผลิตผลของสมุนไพรที่มีศักยภาพตามความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ

ยุทธศาสตร์ที่ 2 : พัฒนาอุตสาหกรรม และการตลาดสมุนไพรให้มีคุณภาพระดับสากล

ยุทธศาสตร์ที่ 3 : ส่งเสริมการใช้สมุนไพร เพื่อการรักษาโรคและการสร้างเสริมสุขภาพ

ยุทธศาสตร์ที่ 4 : สร้างความเข้มแข็งของ การบริหารและนโยบาย ภาครัฐเพื่อการขับเคลื่อนสมุนไพรไทยอย่างยั่งยืน

โดยยุทธศาสตร์ที่ 1 – 3 มีเป้าหมายในการดำเนินการเพื่อส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาสมุนไพรให้ครบวงจรเริ่มตั้งแต่การผลิตวัตถุดิบ และสารสกัด สมุนไพรที่ตรงตามความต้องการและมีคุณภาพ (การส่งเสริมการพัฒนาสมุนไพรไทยในช่วงต้นทาง) การผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรด้วยกระบวนการผลิตที่มีคุณภาพ และได้รับการรับรองมาตรฐานต่าง ๆ เพื่อพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ และสร้างความมั่นใจแก่ผู้บริโภค (การส่งเสริมการพัฒนาสมุนไพรไทยในช่วงกลางทาง) และการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์สมุนไพร รวมทั้งผลักดันให้เกิดการใช้สมุนไพรเพื่อการรักษาโรคและการส่งเสริมสุขภาพ เพื่อเป็นทางเลือกในการสร้างความมั่นคงทางสุขภาพของประชาชนร่วมกับการแพทย์แผนปัจจุบันในระบบสาธารณสุข (การส่งเสริมและพัฒนาสมุนไพรไทยในช่วงปลายน้ำ) ขณะที่ยุทธศาสตร์ที่ 4 มีเป้าหมายในการสร้างกลไก เพื่อสนับสนุนให้เกิดการดำเนินการพัฒนาสมุนไพรไทยอย่างต่อเนื่องและเป็นรูปธรรม

#### 4.3 แผนยุทธศาสตร์องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2560 – 2563

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) หรือ อพท. จัดตั้งขึ้นตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2546 โดยมีเป้าหมายการทำงานเป็นไปตามนโยบายรัฐบาลที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มรายได้และกระจายรายได้ไปสู่ชุมชนท้องถิ่น โดยให้ อพท. มีบทบาทในการบริหารและพัฒนาพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวในเชิงบูรณาการ มีวิสัยทัศน์ในการดำเนินงานว่า “เป็นองค์กรแห่งความเป็นเลิศด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อสร้างชุมชนแห่งความสุข” สำหรับพันธกิจที่ต้องดำเนินการประกอบด้วย 1. พัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวเพื่อสร้างความเป็นธรรมและลดความเหลื่อมล้ำในสังคม 2. บริหารจัดการพัฒนาการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืนด้วยแนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชน เป็นองค์กรทำงานเชิงประสานและบูรณาการ และ 3. การทำงานร่วมกับทุกภาคีพัฒนาขีดความสามารถการท่องเที่ยวด้วยนวัตกรรมให้ทันต่อพลวัตการท่องเที่ยว

แผนขับเคลื่อนองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) ระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2562 – 2565) เป็นแผนที่จัดทำขึ้นโดยการทบทวนแผนยุทธศาสตร์ อพท. ที่มีอยู่เดิม ประกอบกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกขององค์กร และการประชุมรับฟังความคิดเห็นของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ รวมทั้งการพัฒนาแผนให้มีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ นโยบายรัฐบาล แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – 2564) แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในเขตพัฒนา

การท่องเที่ยว แผนแม่บทพื้นที่พิเศษ รวมทั้งสะท้อนถึงภารกิจ อำนาจหน้าที่ ตามพระราชกฤษฎีกา จัดตั้ง อพท. โดยมีรายละเอียด 4 พันธกิจ 7 เป้าประสงค์ 4 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

### 1. พันธกิจ

- 1.1 พัฒนาพื้นที่ต้นแบบเพื่อสร้างการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
- 1.2 พัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน
- 1.3 ส่งเสริมการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ เสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชน
- 1.4 บูรณาการร่วมกับทุกภาคีเพื่อพัฒนาขีดความสามารถในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

### 2. เป้าประสงค์

- 2.1 พัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่พิเศษเพื่อมุ่งสู่ชุมชนแห่งความสุข
- 2.2 สร้างเสริมและกระจายรายได้เพื่อลดความเหลื่อมล้ำด้วยการท่องเที่ยวโดยชุมชน
- 2.3 สร้างต้นแบบของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อขยายผลไปยังพื้นที่อื่น
- 2.4 ประสานความร่วมมือทุกภาคีเพื่อเสริมสร้างศักยภาพกลไกและระบบบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่นำไปสู่ความยั่งยืนอย่างบูรณาการ
- 2.5 พื้นที่ที่ได้รับการพัฒนาตามแนวทางของเกณฑ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก (Global Sustainable Tourism Criteria : GSTC)
- 2.6 เพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันทางการท่องเที่ยว
- 2.7 ร่วมพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC)

### 3. ยุทธศาสตร์

- ยุทธศาสตร์ที่ 1 : บริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษสู่ความเป็นต้นแบบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
- ยุทธศาสตร์ที่ 2 : พัฒนาและส่งเสริมต้นแบบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโดยชุมชนที่ได้มาตรฐาน
- ยุทธศาสตร์ที่ 3 : บูรณาการ ประสาน และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของทุกภาคีในการจัดการการท่องเที่ยว
- ยุทธศาสตร์ที่ 4 : ขับเคลื่อนสู่องค์กรที่เป็นเลิศในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

อพท. จะทำหน้าที่เป็นองค์กรกลางในการประสาน ส่งเสริมและสนับสนุนทุกภาคีการพัฒนาให้เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการพื้นที่ เพื่อการท่องเที่ยวในเชิงบูรณาการและประสานงานกับองค์กรปกครองท้องถิ่นหรือพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาพื้นที่ที่มีศักยภาพในการท่องเที่ยว ให้มีการบริหารจัดการพื้นที่ เพื่อการท่องเที่ยวในเชิงคุณภาพ ด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมแบบ Co-Creation การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Low Carbon Tourism) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ในพื้นที่พิเศษ ภายใต้อกรอบการบริหารจัดการตามเกณฑ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก (Global Sustainable Tourism Criteria : GSTC) ขององค์การการท่องเที่ยวโลก (United Nations World Tourism Organization :

UNWTO) ซึ่งจะก้าวขึ้นเป็นผู้นำ ในด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของภูมิภาค (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน), 2561)

#### 4.4 แผนพัฒนาจังหวัดน่าน (พ.ศ. 2561 – 2565)

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 กำหนดแนวทางให้จังหวัดและกลุ่มจังหวัดใช้เป็นกรอบในการจัดทำแผนพัฒนาจังหวัดและกลุ่มจังหวัดและแผนปฏิบัติการประจำปี ตลอดจนหน่วยงานและภาคีการพัฒนาทั้งในส่วนกลาง ภูมิภาคและท้องถิ่น นำไปใช้ในการจัดทำแผนระดับพื้นที่ที่มีความสอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาภาค ซึ่งสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และด้านเทคโนโลยี สภาพแวดล้อม โดยเฉพาะการพัฒนาที่มุ่งเน้นการพัฒนา ที่เน้นกระจายไปสู่ภูมิภาคเพิ่มมากขึ้น สำหรับภาคเหนือซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพ มีอัตลักษณ์ที่โดดเด่น และสภาพพื้นที่ทางธรรมชาติเป็นแหล่งต้นน้ำสำคัญของแม่น้ำ ลักษณะเศรษฐกิจภาคเหนือมีขนาดเล็ก โครงสร้างเศรษฐกิจขับเคลื่อนโดยภาคบริการและภาคเกษตร โดยมีสัดส่วนส่วนใหญ่เป็นการค้าส่งค้าปลีก การศึกษา และบริการภาครัฐ สำหรับโรงแรมและภัตตาคาร ซึ่งมีแนวโน้มขยายตัวสูงสอดคล้องกับการเติบโตของการท่องเที่ยว ภาคเกษตร แต่ขณะเดียวกัน พื้นที่เศรษฐกิจค่อนข้างจะกระจุกตัวในจังหวัดใหญ่ เช่น เชียงใหม่ นครสวรรค์ เชียงราย เป็นต้น ในส่วนของจังหวัดที่มีสภาพเศรษฐกิจขนาดเล็กยังไม่ได้รับการส่งเสริมมากนัก

จังหวัดน่านได้กำหนดกรอบการพัฒนาเพื่อให้สอดคล้องทั้งในระดับพื้นที่ และระดับภูมิภาค เสริมสร้างขีดความสามารถของพื้นที่และขยายฐานของเศรษฐกิจของภาค เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ คือ “พัฒนาเป็นฐานเศรษฐกิจสร้างสรรค์ มูลค่าสูงเชื่อมโยงเศรษฐกิจกับประเทศในกลุ่มอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง” ในส่วนของแผนพัฒนาจังหวัดน่าน พ.ศ. 2561 - 2565 ฉบับทบทวน กำหนดกรอบการบรรลุเป้าหมาย ดังนี้

1. มุ่งเน้นรายได้จากการแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่ศักยภาพของจังหวัด โดยการนำองค์ความรู้มาพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่า (Value Added) และเพิ่มโอกาสในการแข่งขันสินค้าและบริการให้เพิ่มสูงขึ้น
2. ป้องกัน รักษา และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและคุณภาพสิ่งแวดล้อม สร้างสมดุล การอนุรักษ์ และใช้ประโยชน์ อย่างยั่งยืนและเป็นธรรมรวมทั้งเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการ ทรัพยากรน้ำ เพื่อให้สังคมมั่นคงและสมดุลยั่งยืน
3. สนับสนุนให้เกษตรกรปรับเปลี่ยนพืชเชิงเดี่ยว เป็นพืชแบบผสมผสาน โดยเน้นการผลิตเพื่อบริโภคในพื้นที่ลดการนำเข้าและพัฒนาศักยภาพและส่งเสริมการตลาดด้านการเกษตร รวมทั้งพัฒนาระบบตลาดกลางสินค้าเกษตรและโลจิสติกส์
4. พัฒนาการท่องเที่ยวให้เจริญเติบโตอย่างสมดุล ยั่งยืน และเพิ่มศักยภาพการให้บริการเดิม และขยายฐานบริการใหม่ ๆ พร้อมทั้งยกระดับแหล่งท่องเที่ยวสู่ความเป็นสากลอย่างยั่งยืน
5. เสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและสังคม พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกต่อสังคมผู้สูงอายุและสร้างความมั่นคงในพื้นที่ชายแดน และทำงานให้เกิดความสอดคล้อง

เชื่อมโยงกับภายใต้การมีส่วนร่วมของภาคประชาชน โดยมุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพชีวิต สร้างโอกาสและส่งเสริมอาชีพเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนในจังหวัด โดยจังหวัดน่านได้กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ 5 ประเด็น ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยองค์ความรู้เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจในลักษณะประชารัฐ

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมโดยการมีส่วนร่วมของภาคประชาสังคม

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การเพิ่มประสิทธิภาพและศักยภาพการผลิตการเกษตร

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาการท่องเที่ยวให้เจริญเติบโตอย่างสมดุลและยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและสังคม

สำหรับภาคการท่องเที่ยว ภาคเหนือมีความโดดเด่นด้านวัฒนธรรมและธรรมชาติ มีทัศนียภาพสวยงาม อากาศเย็นสบาย มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ ผู้คนมีความเป็นมิตร จึงมีนักท่องเที่ยวหลั่งไหลเข้ามาอย่างต่อเนื่อง และเริ่มขยายตลาดท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มมากขึ้น เช่น MICE การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ การท่องเที่ยวชุมชน การพำนักระยะยาว (สำนักงานจังหวัดน่าน, 2562)

จากแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – 2564) ได้มุ่งเน้นให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพถือเป็นยุทธศาสตร์สำคัญในการพัฒนาสินค้าและบริการเพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว มุ่งให้เกิดการกระจายรายได้และผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวสู่ทุกพื้นที่และทุกภาคส่วน รวมถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบนพื้นฐานอัตลักษณ์และวิถีไทย ทั้งนี้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นกิจกรรมที่ผสมผสานระหว่างกิจกรรมเที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมเชิงสุขภาพ โดยเน้นการส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion) การรับประทานอาหารสมุนไพรเพื่อสุขภาพ การส่งเสริมสุขภาพด้วยสมุนไพรท้องถิ่น การเที่ยวชมแหล่งการเรียนรู้สมุนไพรท้องถิ่น และท่องเที่ยวป่าสมุนไพร และจัดบริการ เช่น สปา นวดเพื่อสุขภาพ สอดคล้องกับรัฐบาลที่ให้ความสำคัญกับส่งเสริมนวัตกรรมและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ เพิ่มรายได้ให้ประเทศ ได้กำหนดให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพของโลก (Medical Hub) ติดอันดับ 1 ใน 10 ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ นอกจากนี้สมุนไพรของไทย เป็น 1 ในพืชเศรษฐกิจตัวใหม่ที่ขับเคลื่อนโมเดล Thailand 4.0 จึงจำเป็นต้องสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรไทย ยกกระดับผลิตภัณฑ์สุขภาพจากสมุนไพรไทยที่มีศักยภาพให้ไปวางจำหน่ายในต่างประเทศ และโอกาสขยายช่องทางธุรกิจสมุนไพรไปยังประเทศสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจ อาเซียน และทำให้เกิดความมั่นคงด้านอุตสาหกรรมยาแผนไทยและสมุนไพร นอกจากนี้ยังสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดน่าน และเชื่อมโยงเป็นสินค้าส่งออกสู่เศรษฐกิจ

ประชาคมอาเซียน ซึ่งสามารถสร้างอาชีพ สร้างงาน สร้างรายได้ให้แก่ประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนและแรงงานที่กลับภูมิลำเนา

สำหรับในช่วงวิกฤติที่ประเทศไทยได้เผชิญหน้ากับโรคระบาดโคโรนา 19 ทำให้ประเทศไทยพบกับสถานการณ์การท่องเที่ยวที่หดถอย โดยในปี 2563 นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้าประเทศไทยลดลงร้อยละ 83.2 เมื่อเทียบกับปี 2562 และมีรายได้จากการท่องเที่ยวลดลงร้อยละ 83.6 เมื่อเทียบกับปี 2562 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564) ถึงกระนั้นทางหน่วยงานรัฐบาลยังให้การสนับสนุนจัดทำสัมมนาการยกระดับแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวปลอดภัย (Safety Zone) เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมการเปิดประเทศรับนักท่องเที่ยวและทำความเข้าใจกับด้านผู้ให้บริการ โดยกำหนดว่า การท่องเที่ยวสีขาว สถานประกอบการต้องมียุทธศาสตร์ประกอบดังนี้ 1.ความสะอาด 2.ความสะอาด 3.ความปลอดภัย 4.การรักษาสิ่งแวดล้อม และ 5.มีความเป็นธรรมชาติ พร้อมต้องมีมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย อีกทั้งสถานประกอบการต้องผ่านการรับรองมาตรฐาน Safety & Health Administration (SHA) โดยมีพื้นที่นำร่องได้แก่ 1. ย่านเมืองเก่าจังหวัดน่าน เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวเขตเมือง 2. หาดบางแสน จังหวัดชลบุรี เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ 3. เอเชียทีค กรุงเทพมหานคร เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น 4. ชุมชนบ้านไร่กองขิง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวชุมชน 5. เขาวราช กรุงเทพมหานคร เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวย่านการค้า ซึ่งแผนขั้นต่อไปเป็นการเปิดเมือง โดยกำหนดแผนพื้นที่ท่องเที่ยว รับชาวต่างชาติ ซึ่งประกอบไปด้วย 4 ระยะ ได้แก่ ระยะที่ 1 เปิดรับนักท่องเที่ยวที่ได้รับวัคซีนแล้ว และกักตัวตามระยะเวลาที่ศูนย์บริหารสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือ ศบค.กำหนด ระยะที่ 2 Phuket Sandbox เปิดรับนักท่องเที่ยวที่ได้รับวัคซีนแล้ว ระยะที่ 3 ผ่อนคลายในพื้นที่ที่มีศักยภาพ 10 จังหวัด ซึ่งประกอบด้วย ภูเก็ต กระบี่ พังงา สุราษฎร์ธานี เชียงใหม่ ชลบุรี บุรีรัมย์ เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ และกรุงเทพมหานคร ระยะที่ 4 เปิดรับนักท่องเที่ยวที่ได้รับวัคซีนแล้วไม่ต้องกักตัว ซึ่งนโยบายต่อยอดต่อไปเป็นนโยบายแผนการท่องเที่ยวปี 2565 การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม (Creative Tourism) ซึ่งจะเน้นให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ใหม่ ๆ จากการท่องเที่ยวในพื้นที่ นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสวัฒนธรรมที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่มและการมีส่วนร่วมกับพื้นที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ

จะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion Tourism) นั้นเป็นหนึ่งในกิจกรรมที่พัฒนามาจากฐานรากของชุมชน เน้นการเดินทางท่องเที่ยว ในแหล่งท่องเที่ยวและใช้ทรัพยากรและภูมิปัญญาไทย รวมถึงสมุนไพรที่มีในท้องถิ่นเป็นหลัก หากสามารถพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวรูปแบบนี้ได้ ก็ถือเป็นการส่งเสริมให้เกิดความเติบโตระบบเศรษฐกิจชุมชน โดยมีชุมชนเป็นผู้ได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวโดยตรง ปัจจุบันมีชุมชนหลายแห่งที่จัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism) และนำมาผสมผสานกับกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) และนำเสนอแก่นักท่องเที่ยวในรูปแบบของ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างสร้างสรรค์ (Creative Health Tourism) นอกจากนักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสกับวัฒนธรรมและ

วิถีชีวิตชุมชนแล้ว ยังเป็นการเพิ่มประสบการณ์ร่วมกับคนในท้องถิ่น และอาจเกิดการถ่ายทอดความรู้หรือแลกเปลี่ยนระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชนอีกด้วย

### 5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พิชญานันท์ อมรพิชญ์ (2557) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาศักยภาพบุคคลในชุมชนเพื่อการจัดการด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ของท้องถิ่น จังหวัดเชียงใหม่ ปีที่ 2 การวิจัยครั้งนี้ พบว่า ศักยภาพบุคคลในชุมชนเพื่อการจัดการด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของท้องถิ่นต้องมีการพัฒนาในด้านการเงินและบัญชีและด้านบุคลากรไปพร้อมกัน โดยในส่วนของด้านการเงินและบัญชีควรนำความรู้และประสบการณ์ที่ได้จากการพัฒนามาปรับใช้อย่างจริงจัง มีการบันทึกค่าใช้จ่ายทั้งหมดของแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนการลงต้นทุนรวมเพื่อคำนวณเป้าหมายในการขายบริการท่องเที่ยวอีกทั้งยังต้องคิดวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนโปรแกรมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ควรพยายามที่จะคำนวณต้นทุนที่เกิดขึ้นจริงและร่วมกันวิเคราะห์หาราคาขายที่เหมาะสม เพื่อให้ได้ผลตอบแทนที่มีผลกำไรและชุมชนอยู่ได้และในส่วนของด้านบุคลากรนั้น ควรมีการจัดแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบของสมาชิกอย่างเป็นรูปธรรมและมีการติดตามกระตุ้นอย่างสม่ำเสมอ จึงจะทำให้การพัฒนาด้านบุคลากรเกิดผลสำเร็จอย่างแท้จริง สอดคล้องกับการศึกษาของ ดวงพร อ่อนหวาน และคณะ (2556) ศึกษาการเสริมสร้างศักยภาพชุมชนเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน พบว่า จากการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน การค้นหาแกนนำและผลการวิเคราะห์ศักยภาพของแกนนำนั้น ทำให้ทราบถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ส่งผลไปยังการออกแบบเนื้อหา และกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อพัฒนาศักยภาพของแกนนำจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยผลจากกิจกรรมการเสริมสร้างศักยภาพเรื่องการบริหารจัดการกลุ่มทำให้กลุ่มแกนนำมีความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีการทำงานเป็นทีม มีศักยภาพเรื่องการบริหารจัดการกลุ่มเพิ่มขึ้น การมีส่วนร่วมของชุมชน และมีความรู้เรื่องการบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยสังเกตได้จากหลังจากมีการจัดตั้งกลุ่มการท่องเที่ยวโดยชุมชนขึ้นมีการจัดโครงสร้างกลุ่มและคัดเลือกคณะกรรมการตามโครงสร้างที่ตรงกับความสามารถของแต่ละคน มีการสร้างกฎกติกาต่าง ๆ ของกลุ่ม ผลจากการวัดและตรวจสอบความรู้ความเข้าใจในประเด็น เป้าหมายหลัก 2 ประเด็น ได้แก่ ประเด็นการบริหารจัดการกลุ่มการท่องเที่ยวโดยชุมชน และการเสริมสร้างการมีส่วนร่วม

วุฒิชชาติ สุนทรสมัย และปิยะพร ธรรมชาติ (2559) ได้ศึกษาถึงรูปแบบการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสุขภาพของจังหวัดปราจีนบุรี เพื่อการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนอย่างยั่งยืน ทำให้ทราบว่า กลุ่มชุมชนและตัวแทนชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ได้แก่ กลุ่มปลูกและแปรรูปสมุนไพรไทย มีความสนใจ และเข้าใจในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นอย่างดี รวมถึงชุมชนเองก็มีศักยภาพเพียงพอต่อการรวมกลุ่มในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ด้านการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสุขภาพ การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวดังกล่าวจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากองค์กร ภาครัฐและเอกชนโดยทำหน้าที่เป็นผู้สนับสนุน เริ่มตั้งแต่ต้นน้ำไปจนถึงปลายน้ำ ซึ่งจะทำให้เกิดความเข้มแข็งด้านเครือข่าย และทำให้เกิดศักยภาพด้านการท่องเที่ยว

ชุมชนรวมถึงการเชื่อมโยงเครือข่ายของธุรกิจชุมชน อันนำมาซึ่งการพัฒนา เครือข่ายชุมชนอย่างยั่งยืนต่อไป สอดคล้องกับการศึกษาของ วรภพ วงศ์รอด (2562) เรื่อง การพัฒนาศักยภาพเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน : ศึกษากรณี ตำบลเขาหิน อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครสวรรค์ พบว่า การมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนต้องอาศัยการมีส่วนร่วมจากภาครัฐท้องถิ่นและชุมชนโดยการพัฒนา ระบบสาธารณูปโภคเพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและมีป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว กลุ่ม องค์กรและชุมชน ร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวสอดคล้องอาชีพและวิถีวัฒนธรรม ภาครัฐ และท้องถิ่นอบรมให้ความรู้ การพัฒนา พื้นฟูและการอนุรักษ์ทรัพยากร จัดสถานที่อำนวยความสะดวก นักท่องเที่ยว เช่น ร้านอาหารที่ระลึก ร้านอาหาร ที่พัก ตลอดจนการปรับปรุงระบบข้อมูลและการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์

นัชชนลิน อินทนูพัฒน์ (2563) ศึกษาเรื่อง ศักยภาพชุมชนเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษาชุมชน อ่างเก็บน้ำลำพอก จังหวัดสุรินทร์ พบว่า การจัดการการท่องเที่ยวมีองค์ประกอบ ดังนี้ 1) ลักษณะเฉพาะของชุมชน ซึ่งจำเป็นต้องมีการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อนโอกาส และอุปสรรค ของการจัดการการท่องเที่ยว 2) กลุ่มเครือข่ายความร่วมมือ เป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญที่ทำให้เกิดการบูรณาการการทำงาน ร่วมกันทุกภาคส่วน เช่น ชุมชนต่าง ๆ ที่มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการจัดการการท่องเที่ยว ผู้ผลิตสินค้าที่มี ลักษณะเฉพาะของชุมชน รวมถึงการได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ และผู้ประกอบการ ซึ่งเป็น องค์ประกอบที่เชื่อมต่อระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชน 3) การเพิ่มขีดความสามารถการท่องเที่ยวชุมชน ทั้งใน ระดับคนในชุมชน ผู้นำ ชุมชน รวมถึงการพัฒนาและถ่ายทอดองค์ความรู้ชุมชน สามารถพัฒนาสู่การจัดการ การท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืนโดย ใช้การท่องเที่ยวเป็น เครื่องมือสำหรับการพัฒนา ชุมชนสู่การสร้างเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์บนพื้นฐานของการต่อยอดองค์ความรู้ และภูมิปัญญาท้องถิ่น 4) การกำหนดแผนแม่บทและแผนปฏิบัติการการท่องเที่ยว เพื่อเป็นแนวทางการจัดการ การท่องเที่ยว ตอบสนองต่อนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทย ที่มุ่งเน้นการส่งเสริมให้ชุมชนมีบทบาท ต่อการจัดการการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของการรักษา เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาติโดยมีเป้าหมายเพื่อ สร้างเศรษฐกิจสู่ชุมชนฐานราก และ 5) กระบวนการพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือ นำไปสู่การกำหนดรูปแบบ การจัดการการท่องเที่ยว

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาหารูปแบบการบริการและผลิตภัณฑ์ ด้านธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพ และธุรกิจผลิตภัณฑ์สุขภาพและสมุนไพรไทยในจังหวัดน่าน ส่งเสริมให้เกิดกระบวนการสร้างความร่วมมือ การมีส่วนร่วมระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งในภาครัฐและภาคเอกชน ในการร่วมวางแผน การร่วมสร้าง กระบวนการ การเผยแพร่องค์ความรู้ โดยการดำเนินการจะเป็นการวิจัยและพัฒนาซึ่งจะดำเนินการวิจัย ตามขั้นตอนดังนี้

#### 1. การศึกษาข้อมูลพื้นฐาน

ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาข้อมูลพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพของทรัพยากรทางธรรมชาติ ทรัพยากรบุคคล และโครงสร้างพื้นฐานในพื้นที่ของ จ.น่าน โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลจากแหล่งทุติยภูมิและปฐมภูมิ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบวิเคราะห์เอกสาร การลงพื้นที่เพื่อสัมภาษณ์เชิงลึก รวมถึงการจัดประชุมกลุ่มย่อย มีรายละเอียดการดำเนินการ ดังนี้

1.1 ศึกษาพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวของ จ.น่าน จากเอกสารที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ผ่านหน่วยงานของภาครัฐ ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.) และสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด (สสจ.) เพื่อสร้างความเข้าใจในบริบท และลักษณะทางภูมิศาสตร์ของพื้นที่

1.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล ผ่านการสนทนากลุ่ม การลงพื้นที่สำรวจสภาพแวดล้อมระบบบริการ และผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพ รวมถึงศักยภาพของบุคลากรและโครงสร้างพื้นฐานของพื้นที่

1.3 การคัดเลือกพื้นที่ โดยวิเคราะห์จากความเป็นไปได้ในการพัฒนาศักยภาพด้านสภาพแวดล้อมระบบบริการและผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพ

1.4 การจัดประชุมกลุ่มย่อย ศึกษาความพร้อมและต้องการของพื้นที่ในแต่ละด้าน เพื่อจัดทำหัวข้อในการฝึกอบรมให้เหมาะสม ภายใต้หัวข้อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างสร้างสรรค์

#### 2. การพัฒนาหัวข้อการฝึกอบรม

การออกแบบหัวข้อการฝึกอบรม โดยการนำข้อมูลที่ได้จากขั้นตอนการศึกษาข้อมูลพื้นฐาน มากำหนดหัวข้อการฝึกอบรมแบบผสมผสาน โดยมีองค์ประกอบ คือ วัตถุประสงค์ คุณสมบัติของผู้เข้าฝึกอบรม ระยะเวลาการฝึกอบรม จำนวนผู้เข้ารับการฝึกอบรม บรรยากาศในการฝึกอบรม เนื้อหาสาระ วิธีการฝึกอบรม สื่อ เครื่องมือ อุปกรณ์ แหล่งเรียนรู้ และการประเมินผล ดำเนินการภายใต้วัตถุประสงค์หลัก ได้แก่ การพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และการพัฒนาคุณภาพของบริการ เพื่อให้เกิดความชัดเจนในการฝึกอบรมจึงแบ่งหัวข้อในการฝึกอบรมออกเป็น 2 ส่วนตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

## 2.1 การฝึกอบรมด้านผลิตภัณฑ์

หัวข้อการฝึกอบรมจะเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากวัตถุดิบพื้นถิ่นของชุมชน ใช้รูปแบบการฝึกอบรมแบบบรรยายและการอบรมเชิงปฏิบัติการ โดยแบ่งการฝึกอบรมออกเป็นหัวข้อต่าง ๆ ดังนี้ การควบคุมคุณภาพวัตถุดิบ กฎหมายหรือมาตรฐานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง การยกระดับมาตรฐานการผลิต เพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ การเรียนรู้ความต้องการของตลาด ศักยภาพกิจกรรมของลูกค้า การสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ การเพิ่มคุณค่าสินค้าด้วยบรรจุภัณฑ์ รวมถึงการให้ผู้เชี่ยวชาญแนะนำข้อควรปรับปรุงแก่ผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ เพื่อให้ชุมชนสามารถเขียนแผนธุรกิจของชุมชนร่วมกันได้

## 2.2 การฝึกอบรมด้านบริการ

การฝึกอบรมจะสร้างเครือข่ายโฮมสเตย์ของพื้นที่ในตำบล ใช้รูปแบบการฝึกอบรมแบบบรรยายและการอบรมเชิงปฏิบัติการ โดยแบ่งการฝึกอบรมออกเป็นหัวข้อต่าง ๆ ดังนี้ ด้านที่พักและด้านอาหารและโภชนาการ ด้านความปลอดภัยและด้านอภัยภัยมีตรีของเจ้าของบ้าน ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวและด้านทรัพยากรธรรมชาติ ด้านวัฒนธรรม และด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่า และด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์และด้านการประชาสัมพันธ์

## 3. การสนับสนุนของโครงการวิจัย

โครงการศึกษาทรัพยากรและศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน ได้สนับสนุนชุมชนโดยพิจารณาตามเกณฑ์การคัดเลือกพื้นที่ศึกษาของโครงการ แล้วพบว่า พื้นที่จังหวัดน่านมีศักยภาพเพียงพอสำหรับผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อสุขภาพในการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ จึงมุ่งเน้นในการสนับสนุนการตรวจสอบวัตถุดิบสำคัญที่เป็นเอกลักษณ์ในพื้นที่ที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพสามารถจำแนกได้ดังนี้

### 3.1 การตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบ

การพัฒนาคุณภาพวัตถุดิบสมุนไพรเพื่อการนำไปสู่ผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรให้ได้มาตรฐานที่มีในปัจจุบันหลายชนิด เช่น มาตรฐาน Good Agricultural and Collection Practices ของ WHO มาตรฐาน GAP มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ของกรมวิชาการเกษตร และของมกท. IFOAM accredited ซึ่งต้องมีการตรวจวิเคราะห์คุณภาพของวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอ โครงการศึกษาทรัพยากรและศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสร้างสรรค์ในจังหวัดน่านได้ทำการเก็บตัวอย่างสารสกัดสมุนไพร เพื่อทำการตรวจวิเคราะห์คุณภาพด้านการปนเปื้อนเชื้อจุลินทรีย์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของคุณภาพเบื้องต้นสำหรับสารสกัดสมุนไพร ต้องมี ต้องทำการส่งเสริมให้ชุมชนได้ทราบ และพึงตระหนักให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพตามข้อกำหนดในประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่องกำหนดลักษณะของผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ผลิตได้ นำเข้า หรือขาย

การทดสอบตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ ด้วยจุดประสงค์เพื่อป้องกันบอกความสะอาดของวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์แปรรูปพืชสมุนไพร ที่มักพบการปนเปื้อนที่ใบ ลำต้น ราก โดยอาจเนื่องมาจากเซลล์อาจเกิด

ความเสียหาย ตั้งแต่แปลงเพาะปลูก จากการเข้าทำลายของแมลง นกหรือจุลินทรีย์ นอกจากนี้ยังอาจเกิด ความเสียหายในระหว่างการเก็บเกี่ยว การทดสอบประสิทธิภาพของสารสกัดสมุนไพรก่อนจะช่วยลด การปนเปื้อนจุลินทรีย์ซึ่งใช้หลักการตามวิธีมาตรฐาน ISO 16212:2008 Cosmetics-Microbiology- Enumeration of yeast and mould/ IO 18415:2007 Cosmetics-Microbiology Detection of specified and non-specified Microorganisms/ ISO 21149:2006 Cosmetics-Microbiology-Enumeration and detection of aerobic mesophilic bacteria

### 3.2 การตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์

การตรวจวิเคราะห์คุณภาพ ด้านการปนเปื้อนเชื้อจุลินทรีย์ในตัวอย่างสารสกัด เพื่อนำไปทำเป็น ผลิตภัณฑ์สารสกัดสมุนไพร โดยการสร้างแนวทางการสร้างมาตรฐานคุณภาพด้านความสะอาดของผลิตภัณฑ์ ผลที่ได้จะบ่งบอกว่าตัวอย่างที่ผ่านหรือไม่ผ่านมาตรฐาน สามารถบ่งบอกว่าการปนเปื้อนปริมาณเชื้อแบคทีเรีย ในอากาศ ยีสต์และรามาน้อยแค่ไหน จากตัวอย่างสารสกัดสมุนไพรชนิด หญ้าเอ็นยืด มะแขว่น และหอมแดง

ทั้งนี้จากแนวทางการตรวจสอบที่ได้จะช่วยให้อุปกรณ์ได้ตระหนัก ในกระบวนการแปรรูปขั้นต้นของ แหล่งผลิต ที่อาจเกิดการปนเปื้อนเชื้อจุลินทรีย์ที่อาจมีการปนเปื้อนมากับวัตถุดิบ สมุนไพร บุคลากรผู้เกี่ยวข้อง กับการแปรรูปและผลิต สภาพอากาศ หรือสภาพแวดล้อมทั่วไปของอาคารสถานที่ที่ใช้แปรรูป เป็นแนวทาง ส่งเสริมให้ทราบว่า จำเป็นต้องตรวจสอบและระวังไม่ให้เกิดการปนเปื้อนจุลินทรีย์และสารที่จุลินทรีย์ผลิตขึ้น ซึ่งเป็นองค์ประกอบเบื้องต้นที่พึงระวัง เพื่อป้องกันหรือลดการเกิดการเปลี่ยนแปลงคุณลักษณะต่าง ๆ ของตัวอย่างผลิตภัณฑ์แปรรูปสารสกัดพืชสมุนไพร ด้วยคุณลักษณะที่เปลี่ยนแปลงที่ตอบสนองกับคุณภาพ นอกเหนือจากการที่จะสามารถสังเกตได้ด้วยตนเอง เช่น ก่อเกิดการเปลี่ยนแปลงของสี กลิ่น ความชื้น ความหนืด การเกิดฟอง และการแยกชั้น เป็นต้น การเกิดปัญหาการปนเปื้อนเชื้อจุลินทรีย์ดังกล่าวที่ผู้ผลิต ในชุมชนต้องพึงคำนึง อันเป็นส่วนสำคัญของปัญหาต่อผู้บริโภค ทั้งในกลุ่มผู้สูงอายุ ผู้ป่วย ผู้ที่มีปัญหาผิวหนัง ผิวที่มีบาดแผล ผู้ที่เป็นโรคผิวหนัง และเด็ก

### 3.3 การออกแบบตราสินค้า

การออกแบบตราสินค้า มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความโดดเด่นและแตกต่าง เพื่อให้เป็นที่รู้จัก ของตัวสินค้าและบริการในวงกว้าง และเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค โดยประโยชน์ของการมีตราสินค้านั้น ได้แก่

1. เพื่อสร้างภาพพจน์และความน่าเชื่อถือให้กับองค์กรและผลิตภัณฑ์ เมื่อผลิตภัณฑ์นั้นเป็นที่รู้จัก ในตลาดแล้ว จะส่งผลให้การมีตัวตนที่จะคงอยู่และรับผิดชอบต่อการกระทำใด ๆ ในตราสินค้านั้นส่งผลกระทบต่อองค์กรมากขึ้น

2. สร้างการจดจำต่อองค์กรและผลิตภัณฑ์ เมื่อได้เห็นหรือได้ยินชื่อนี้ จะเป็นการยืนยัน ย้ำเตือน ว่าผลิตภัณฑ์ยังคงอยู่เสมอ ไม่หายไปไหน

3. สร้างความแตกต่างให้กับองค์กรและผลิตภัณฑ์ การที่ตราสินค้ามีลักษณะไม่เหมือนกัน อยู่บนบรรจุภัณฑ์หรือผลิตภัณฑ์ที่คล้ายคลึงกัน จะสามารถช่วยแยกตัวตนและความแตกต่างได้

4. เพื่อป้องกันการลอกเลียนผลิตภัณฑ์ การลอกเลียนแบบตราสินค้ามีความผิดทางกฎหมายได้ ถ้าตราสินค้านั้นมีการจดทะเบียนตราสินค้าไว้

ทั้งนี้การปรับทิศทางของตราสินค้า ให้เป็นมุมมองเดียวกัน มีความเข้าใจที่ตรงกันระหว่างเจ้าของธุรกิจและผู้บริโภคเป็นหน้าที่ของเจ้าของธุรกิจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ ดังนั้นการเก็บข้อมูลและความคิดเห็นจากลูกค้าจึงเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างตราสินค้าให้เป็นที่จดจำ

#### 4. การเขียนแผนธุรกิจ

การเขียนแผนธุรกิจนั้นเปรียบเสมือนคู่มือประกอบการดำเนินธุรกิจที่ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมี เพื่อใช้ในการกำหนดทิศทาง ขั้นตอน และการวางแผนการดำเนินธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ธุรกิจบรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมายที่วางไว้ ซึ่งหมายถึง รายได้ กำไรที่คาดหวัง โดยแผนธุรกิจที่มีประสิทธิภาพนั้น สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการนำเสนอต่อสถาบันการเงินต่างๆ หรือหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อประกอบการพิจารณาเงินกู้ หรือพิจารณาร่วมลงทุน ทั้งนี้แผนธุรกิจที่ดีนั้นควรมีลักษณะที่ครอบคลุมเนื้อหาที่สำคัญ ง่ายต่อการเข้าใจของผู้อ่าน และที่สำคัญต้องมีความเป็นไปได้จริงในการปฏิบัติแผน โดยองค์ประกอบของแผนธุรกิจสามารถจำแนกได้ดังนี้

##### 4.1 บทสรุปผู้บริหาร

การทำบทสรุปผู้บริหารเป็นส่วนสำคัญในแผนธุรกิจที่จะสรุปใจความสำคัญทั้งหมดของแผนธุรกิจนั้น ๆ ให้ผู้อ่านแผนธุรกิจสามารถเข้าใจได้โดยง่ายและเป็นส่วนที่ทำให้ผู้อ่านนั้นสามารถพิจารณาถึงความน่าสนใจในตัวธุรกิจนั้นว่าเหมาะสมที่จะเข้าไปอ่านในรายละเอียดเชิงลึกของแผนธุรกิจต่อไปหรือไม่

##### 4.2 การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด

เป็นการประเมินความเป็นไปได้หรือผลกระทบจากสภาพแวดล้อมทางการตลาดทั้งภายนอกและภายในองค์กรที่ส่งผลกระทบต่อองค์กร โดยในการวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดในปัจจุบัน เป็นการอธิบายถึงข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับตลาด ผลิตภัณฑ์ การแข่งขัน การจัดจำหน่าย และสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ การกำหนดและการวิจัยตลาดเป้าหมายเพื่อค้นหาถึงลักษณะพฤติกรรม การซื้อ เพื่อคาดคะเนงบกำไรขาดทุน รวมทั้งคาดคะเนความเป็นไปได้ทางการตลาด ซึ่งในการวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการตลาด ผลิตภัณฑ์ การแข่งขัน การจัดจำหน่าย และสิ่งแวดล้อมมหภาคที่เกี่ยวข้อง

### 4.3 ลักษณะและโครงสร้างธุรกิจ

เป็นส่วนที่อธิบายถึงลักษณะของธุรกิจในปัจจุบัน และทิศทางที่จะเป็นไปได้ในอนาคต บอกเล่าถึงรายละเอียดความเป็นมาของกิจการ โครงสร้างหุ้นส่วนและเจ้าของกิจการ ข้อมูลพื้นฐานที่เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการในธุรกิจนั้น ๆ มีการระบุถึงที่อยู่ปัจจุบันของบริษัท มีการกำหนดวิสัยทัศน์และเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ รวมไปถึงการวิเคราะห์ปัจจัยที่ทำให้ประสบความสำเร็จของกิจการที่สามารถวัดผลได้ มีความท้าทายและเกิดขึ้นได้จริงในองค์กร

### 4.4 แผนกลยุทธ์

เป็นการวางแผนกลยุทธ์ (Strategic Planning) ซึ่งหมายถึงการวางแผนระยะยาวขององค์กร บนรากฐานทางการวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของกิจการจากการประเมินสถานะแวดล้อมภายใน ประกอบกับการแสวงหาโอกาสและค้นหาอุปสรรคจากการประเมินสถานะแวดล้อมภายนอกซึ่งการวางแผนกลยุทธ์ต้องคำนึงถึงการแข่งขันระหว่างองค์กรตนเองกับองค์กรอื่นด้วย ซึ่งการวางแผนกลยุทธ์ขององค์กรแบ่งออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ การวางแผนกลยุทธ์ระดับบริษัท (Corporate Strategic Planning) การวางแผนกลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Strategic Planning) และการวางแผนกลยุทธ์ระดับหน้าที่ (Functional Strategic Planning)

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

ในบทนี้จะกล่าวถึงผลการลงพื้นที่ศึกษา ส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แบบสร้างสรรค์ของพื้นที่เป้าหมายตั้งแต่เดือนเมษายน 2562 ถึง เดือนธันวาคม 2564 ของโครงการทรัพยากร และศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน (Creative Health Tourism) โดยแบ่ง ออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ 1. ผลการสำรวจพื้นที่เพื่อเลือกพื้นที่เป้าหมายในการศึกษาและพัฒนา 2. ผลการจัดกิจกรรมและฝึกอบรมเพื่อพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่ 3. ผลการพัฒนาและสนับสนุนจากคณะวิจัยให้แก่พื้นที่เป้าหมาย และ 4. แผนการมีส่วนร่วมของชุมชน เชิงธุรกิจของโฮมสเตย์และผลิตภัณฑ์สมุนไพร

#### 1. ผลการสำรวจพื้นที่เพื่อเลือกพื้นที่เป้าหมายในการศึกษาและพัฒนา

คณะวิจัยลงพื้นที่จังหวัดน่านเพื่อดำเนินการสำรวจพื้นที่เพื่อศึกษาความเป็นไปได้เชิงพื้นที่ แหล่งทรัพยากรทางธรรมชาติที่เหมาะสมต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และหากกลุ่มตัวอย่างของ สถานประกอบการ วิชากิจชุมชน หรือผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ที่จะนำมาศึกษาและพัฒนา ตั้งแต่ช่วงเดือนกุมภาพันธ์ 2562 ถึง ตุลาคม 2562 เป็นระยะเวลาทั้งหมด 6 เดือน โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 4-1

ตารางที่ 4-1 การสำรวจพื้นที่จังหวัดน่านของคณะวิจัย

เดือน	พื้นที่สำรวจ	ผลการสำรวจพื้นที่
เมษายน 2562	วิชากิจชุมชน บ้านน้ำเกียน ต.น้ำเกียน อ.ภูเพียง	พื้นที่ประสบผลสำเร็จในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็น อย่างมากทั้งรีสอร์ท และโฮมสเตย์รวมถึงเลือกใช้ ผลิตภัณฑ์ของวิชากิจชุมชนฯ
	บ้านสบายว ต.เมืองจั้ง อ.ภูเพียง	พื้นที่เหมาะสมต่อการท่องเที่ยวเฉพาะฤดูร้อนเนื่องจาก เป็นการสร้างชุมชนไม้ไผ่ขึ้นบริเวณเส้นทางน้ำไหล จึงถือ เป็นจุดหนึ่งที่โดดเด่นสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้รู้จัก จังหวัดน่าน นอกเหนือจากฤดูหนาวได้มากขึ้น
	ศูนย์บูรณาการวัฒนธรรม ไทยสายใยชุมชน ต.ป่าคา อ.ท่าวังผา	พื้นที่เป็นสถานที่แสดงวัฒนธรรมของคนไทลื้อ เช่น การ แต่งกาย กลไลการเก็บน้ำ รวมไปถึงวิถีชีวิต โดยการเล่า เรื่องผ่านภาพและแบบจำลอง
	บ่อเกลือโบราณ ต.บ่อเกลือใต้ อ.บ่อเกลือ	พื้นที่มีชื่อเสียงด้านการผลิตเกลือภูเขาที่ไม่มีที่ใดเหมือน เนื่องจากเป็นบ่อน้ำเกลือที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ จะมีการขายผลิตภัณฑ์ที่ทำจากเกลือเป็นจำนวนมาก และผลิตภัณฑ์ไม่มีความแตกต่างกัน

เดือน	พื้นที่สำรวจ	ผลการสำรวจพื้นที่
พฤษภาคม 2562	บ้านท่าลี่ ต.ซึ้ง อ.เวียงสา	พื้นที่ส่วนใหญ่มีการเพาะปลูกสมุนไพรและเลี้ยงวัว อีกทั้งพื้นที่อยู่ในช่วงพัฒนาและวางระบบของวิสาหกิจฯ และทางพื้นที่ยังขาดการเชื่อมโยงกับภาครัฐ หน่วย สนับสนุนและงบประมาณเพื่อกำหนดมาตรฐานของ วัตถุดิบ กระบวนการผลิต รวมไปถึงการส่งเสริมความรู้ ต่าง ๆ แก่ชาวบ้าน
	ร้านริสาสินี ต.ในเวียง อ.เมืองน่าน	ร้านริสาสินีเป็นสปาที่เดียวใน จ.น่าน ที่ได้รับใบอนุญาต ในการประกอบการ
	ศูนย์บูรณาการวัฒนธรรม ไทยสายใยชุมชน ต.ป่าคา อ.ท่าวังผา	พื้นที่เป็นสถานที่แสดงวัฒนธรรมของคนไทลื้อ เช่น การแต่งกาย กลไลการเก็บน้ำ รวมไปถึงวิถีชีวิต โดย การเล่าเรื่องผ่านภาพและแบบจำลอง
มิถุนายน 2562	วิสาหกิจชุมชนแปรรูป เกษตรเมืองโพง ต.คู่งษ์ อ.สันติสุข	ในพื้นที่พบผลิตภัณฑ์คือกล้วยตากจากพลังงาน แสงอาทิตย์ แต่ทางวิสาหกิจฯยังขาดความรู้ ในการตั้งราคา และมาตรฐานของผลิตภัณฑ์
	วิสาหกิจชุมชนท่าลี่ ชีวาสม ต.ซึ้ง อ.เวียงสา	พื้นที่อยู่ในช่วงการพัฒนากลุ่มวิสาหกิจ
	คลินิกสมุนไพรหอมสุก การแพทย์แผนไทย ต.ฝายแก้ว อ.ภูเพียง	พื้นที่นี้เป็นโรงงานเพียงแห่งเดียวที่ได้มาตรฐาน GMP ในจังหวัดน่าน (โรงงานโฮงยา)
	ต.บ่อสวก	ในพื้นที่มีการเพาะปลูกสมุนไพรและภูมิปัญญาด้านการ ทอผ้า และเป็นพื้นที่ต้นแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และการทำ Long term care แต่ขาดการสนับสนุน อย่างต่อเนื่องจากภาครัฐ ทำให้ไม่สามารถเติบโตได้ เท่าที่ควร
	อ.ปัว	พื้นที่ส่วนมากอยู่บนเขาทำให้อากาศเย็นสบาย มีโฮมสเตย์เป็นจำนวนมาก เนื่องจากเป็นเส้นทางผ่าน ไปสู่อุทยานแห่งชาติดอยภูคา พื้นที่จึงเหมาะแก่การ พักผ่อนแบบสัมผัสบรรยากาศ
กรกฎาคม 2562	หมู่บ้านมณีพฤกษ์ ต.ปอน อ.ทุ่งช้าง	พื้นที่ตั้งอยู่บนเทือกเขาของอุทยานแห่งชาติดอยภูคา มีอากาศเย็นตลอดปี ทำให้นักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก

เดือน	พื้นที่สำรวจ	ผลการสำรวจพื้นที่
	หมู่บ้านปากนาย ต.นาทะนุง อ.นาหมื่น	พื้นที่สถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากสำหรับตอนใต้ของ จ.น่าน เนื่องด้วยวิถีชีวิตชาวบ้านจะประกอบทำธุรกิจเป็นแพเรืออาหาร ทำการประมงและชักลากแพ ทำให้เป็นที่ท่องเที่ยวหลักของ อ.นาหมื่น แต่เนื่องจากปัญหาของการขาดแคลนน้ำและฝนที่ไม่ตกต้องตามฤดูกาล ซึ่งส่งผลกระทบต่อชาวบ้านและการท่องเที่ยว
ตุลาคม 2562	วิสาหกิจชุมชนขวัญธารา ต.น้ำเกียน อ.ภูเพียง	พื้นที่สถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับคัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์ OTOP เด่นในระยะเวลาเพียง 3 ปี และเริ่มทำการตลาดไปยังประเทศจีน แต่จำนวนสมาชิกของกลุ่มมีจำนวนไม่มากในระดับเครือข่าย ค้าขายการดำเนินงานของเอกชน
	ต.สกาต อ.ปัว	รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Ecotourism) โดยเอกลักษณ์ของ ต.สกาต คือใบเมี่ยง ซึ่งชาวบ้านในพื้นที่จะปลูกแทรกตามไหล่เขาและบริเวณโดยรอบบ้านและนับเป็นการอนุรักษ์ป่าไม้ในพื้นที่ การดำเนินการโดยชุมชนเพื่อเพิ่มมูลค่าเพิ่มของใบเมี่ยง เพิ่มรายได้ลดการทำลายป่าไม้และพื้นที่ปลูกข้าวโพด

จากการลงพื้นที่สำรวจ ทางคณะวิจัยได้คัดสรรพื้นที่ที่น่าสนใจได้แก่ 1.ตำบลน้ำเกียน อำเภอภูเพียง 2.ตำบลสกาต อำเภอปัว 3.ตำบลบ่อสวก อำเภอเมืองน่าน จากนั้นทางคณะวิจัยได้ทำการวิเคราะห์พื้นที่เพิ่มเติมพบว่าตำบลน้ำเกียน อ.ภูเพียง นั้นหลังจากการสำรวจพบว่า เป็นพื้นที่ทางอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ประสบผลสำเร็จอย่างมากทั้งด้านรีสอร์ทและโฮมสเตย์รวมไปถึงผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนฯ ในส่วนของพื้นที่ตำบลสกาต อำเภอปัว เป็นอีกหนึ่งพื้นที่ที่เหมาะสมแก่การศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Ecotourism) และเอกลักษณ์ของตำบลสกาต คือ ใบเมี่ยง ซึ่งชาวบ้านในพื้นที่จะปลูกแทรกตามไหล่เขาและบริเวณโดยรอบบ้านและนับเป็นการอนุรักษ์ป่าไม้ในพื้นที่ นอกจากนี้ยังพบการดำเนินการโดยชุมชนเพื่อเพิ่มมูลค่าเพิ่มของใบเมี่ยง เพิ่มรายได้เพื่อลดการทำลายป่าไม้ แต่พบว่า พื้นที่นั้นเป็นพื้นที่เปราะบาง ดังนั้นสำหรับสองพื้นที่ข้างต้น ทางคณะวิจัยจึงได้ทำการสนับสนุนด้านงานวิจัยการตรวจสอบผลิตภัณฑ์เพื่อให้พื้นที่นำไปใช้ประโยชน์ต่อไป และทางคณะวิจัยได้เลือกพื้นที่ตำบลบ่อสวก อำเภอเมืองน่าน เป็นพื้นที่เป้าหมายหลักในการศึกษา ส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสร้างสรรค์ เนื่องด้วยพื้นที่

ตำบลบ่อสวกนั้นใกล้ตัวเมื่อนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางได้สะดวก มีทรัพยากรทางธรรมชาติ ภูมิปัญญา  
ด้านการทอผ้า รวมไปถึงแหล่งศึกษาทางประวัติศาสตร์เป็นฐานนำไปสู่การพัฒนาต่อยอด

ภายหลังจากการสำรวจทั้งหมด ทางคณะวิจัยได้พบกับตำบลบ้านพื อำเภอบ้านหลวงซึ่งเป็นพื้นที่ที่มี  
ศักยภาพในเรื่องของแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงการทำเกษตรแบบผสมผสาน เพื่อความยั่งยืนของประชาชนใน  
พื้นที่ โดยมีโฮมสเตย์บ้านพืเหนือ ตำบลบ้านพื อำเภอบ้านหลวง จังหวัดน่าน เป็นโฮมสเตย์ที่ส่งเสริม  
การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและเชิงอนุรักษ์ ซึ่งคณะวิจัยตัดสินใจเลือกเป็นการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว  
(Long Stay) เพราะที่นี้ มีการนำหลักเศรษฐกิจพอเพียงเข้ามาประยุกต์ใช้กับการท่องเที่ยว ทำให้สามารถ  
แลกเปลี่ยนเรียนรู้การดำเนินชีวิตแบบคนในท้องถิ่นได้ ดังนั้นจึงได้เลือกพื้นที่ตำบลสากด อำเภอบัว ตำบลบ้านพื  
อำเภอบ้านหลวง ตำบลบ่อสวก อำเภอมือฉ่องน่าน เชื่อมโยงเข้าด้วยกันเพื่อให้ได้แผนบูรณาการการท่องเที่ยวเชิง  
สุขภาพอย่างสร้างสรรค์

## 2. ผลการจัดกิจกรรมและฝึกอบรมเพื่อพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในพื้นที่

จากการลงสำรวจพื้นที่และการสัมภาษณ์เชิงลึกกับชาวบ้านรวมถึงเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ  
และเอกชนในพื้นที่ พบว่า ชาวบ้านในพื้นที่เป้าหมายยังขาดองค์ความรู้บางประการที่ช่วยในการดำเนินงาน  
ส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของพื้นที่ ดังนั้น ทางคณะวิจัยจึงได้สำรวจ  
และสอบถามความต้องการของชาวบ้านในพื้นที่เพื่อกำหนดหัวข้อการอบรมองค์ความรู้ที่ชาวบ้านสนใจ  
โดยมีหัวข้อสำหรับการอบรมดังนี้ การอบรมความรู้เกี่ยวกับการเขียนแผนธุรกิจ การอบรมเชิงปฏิบัติการแปรรูป  
น้ำมันสมุนไพรและบาล์มสมุนไพร การอบรมการบริหารโฮมสเตย์แบบครบวงจร การอบรมเชิงปฏิบัติการ  
มาตรฐานการนวดเพื่อสุขภาพ

การอบรมความรู้เกี่ยวกับการเขียนแผนธุรกิจจัดกิจกรรมวันที่ 16 มีนาคม 2563 ณ โรงแรมน่าน  
กรีนเลควิว รีสอร์ทและวันที่ 19 – 20 มีนาคม 2563 จัดประชุมจัดทำ Workshop ที่พื้นที่ของชุมชน  
โดยมีวัตถุประสงค์ให้ความรู้เกี่ยวกับรูปแบบการบริการและผลิตภัณฑ์ด้านธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพ  
และ ธุรกิจผลิตภัณฑ์สุขภาพและสมุนไพรไทยในจังหวัดน่าน ศูนย์ฟื้นฟูสุขภาพ บ้านพักผู้สูงอายุ สป่า  
และนวดแผนไทย บริการพำนักระยะยาว และบริการเวชสำอางแบบสร้างสรรค์ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนา  
การท่องเที่ยวแห่งชาติ มีทั้งหมด 5 ยุทธศาสตร์ได้แก่ 1.การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการ  
ด้านการท่องเที่ยวให้เกิดสมดุลและยั่งยืน 2.การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อรองรับ  
การขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 3.การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และสนับสนุนการมีส่วนร่วม  
ของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว 4.การสร้างสมดุลให้กับการท่องเที่ยวไทย ผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม  
การส่งเสริมวิถีไทย การสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว 5.การบูรณาการการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

และการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศ และแผนแม่บทแห่งชาติว่าด้วยการพัฒนาสมุนไพร มีทั้งหมด 4 ยุทธศาสตร์ได้แก่ 1.ส่งเสริมผลิตผลของสมุนไพรไทยที่มีศักยภาพตามความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ 2.พัฒนาอุตสาหกรรมและการตลาดสมุนไพรให้มีคุณภาพระดับสากล 3.ส่งเสริมการใช้สมุนไพรเพื่อการรักษาโรคและการสร้างเสริมสุขภาพ 4.สร้างความเข้มแข็งของการบริหารและนโยบายภาครัฐเพื่อการขับเคลื่อนสมุนไพรไทยอย่างยั่งยืนโดยมีภาพกิจกรรมดังภาคผนวก ก

การอบรมเชิงปฏิบัติการแปรรูปน้ำมันสมุนไพรและบาล์มสมุนไพรจัดเมื่อวันที่ 9 ตุลาคม 2563 ณ โรงเรียนบ้านม่วงเจริญราษฎร์ ตำบลผาสิ่ง อำเภอมืองน่าน โดยมีอาจารย์ชูลี ลากโชติเป็นวิทยากรสอน ซึ่งเป็นวิทยากรจากศูนย์ฝึกอาชีพวัดวรจรยาवास โดยกิจกรรมการอบรมเชิงปฏิบัติการนี้มีเป้าหมายเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปน้ำมันสมุนไพรและบาล์มสมุนไพรและมาตรฐานการผลิตสินค้าภายในชุมชน โดยมีภาพกิจกรรมดังภาคผนวก ก

หลังจากที่ชุมชนบ่อสวกได้ริเริ่มก่อตั้งโครงการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพโดยมีองค์การบริหารส่วนตำบลบ่อสวก อำเภอมืองน่าน จังหวัดน่าน กระทรวงมหาดไทยเป็นผู้รับผิดชอบ และก่อตั้งคณะกรรมการขับเคลื่อนโครงการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ทางคณะวิจัยจึงเลือกผลิตภัณฑ์แปรรูปเพื่อสุขภาพ และ บริการได้แก่ ประการที่หนึ่ง บริการนวดแผนไทยและสปาที่บ้าน ประการที่สอง บริการโฮมสเตย์ระดับชุมชน โดยผลิตภัณฑ์ที่เลือกศึกษา คือ “น้ำมันเหลืองและน้ำมันเขียว”โดยวัตถุประสงค์ที่ใช้ในการผลิตจะอาศัยวัตถุดิบภายในชุมชนทั้งหมดบนพื้นฐานของศักยภาพและความต้องการในชุมชน ทางคณะวิจัยจึงได้จัดการอบรมการบริหารโฮมสเตย์แบบครบวงจรและอบรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปเพื่อสุขภาพให้กับสมาชิกในคณะกรรมการขับเคลื่อนโครงการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ โดยมีรายละเอียดกิจกรรมดังต่อไปนี้

การอบรมการบริหารโฮมสเตย์แบบครบวงจรจัดเมื่อวันที่ 10 ตุลาคม พ.ศ. 2563 ณ ห้องประชุม องค์การบริหารส่วนตำบลบ่อสวก อ.เมืองน่าน จ.น่าน โดยมีอาจารย์ชินพรรณ สิทธิกรชยาพงษ์ หนึ่งในคณะวิจัยเป็นวิทยากร กิจกรรมในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้ชุมชนมีการจัดทำโฮมสเตย์เพื่อเป็นการสร้างงานสร้างรายได้ ให้กับชุมชน พร้อมทั้งสนับสนุนและพัฒนาโฮมสเตย์ของชุมชนให้มีมาตรฐานและสามารถนำเสนอเพื่อเข้าสู่กระบวนการรับรองมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย โดยคำนึงถึงความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติและคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชน ให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างเป็นธรรม โดยมีบรรยายการจัดกิจกรรม ดังภาคผนวก ก

การอบรมเชิงปฏิบัติการมาตรฐานการนวดเพื่อสุขภาพจัดเมื่อวันที่ 11 ตุลาคม 2563 ณ ลานอเนกประสงค์ที่ทำการชมรมกำนันผู้ใหญ่บ้าน หมู่ 3 ตำบลบ่อสวก อำเภอมืองน่าน ซึ่งทางโครงการได้เชิญอาจารย์ณัฐภา กุลรินทร์ และ คุณขจร โทนินจากวิทยาลัยชุมชนน่านมาเป็นวิทยากร ซึ่งกิจกรรมนี้มีเป้าหมาย

ให้ความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานการนวดและการนวดเชิงสุขภาพเพื่อให้ชุมชนสามารถสร้างอาชีพเกี่ยวข้องกับการบริการเชิงสุขภาพ และให้สมาชิกมีองค์ความรู้ในด้านการผลิตและพัฒนาองค์ความรู้ในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ โดยเน้นการสร้างเสริมสร้างให้ชุมชนตำบลบ่อสวกเกิดการพัฒนาคูณภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สามารถผ่านการรับรองและแสดงเครื่องหมายการรับรองคุณภาพตาม มอก. ISO/IEC 17025 ก่อนที่ชุมชนจะขอขึ้นทะเบียนผลิตภัณฑ์น้ำมันเหลืองและน้ำมันเขียวในปีต่อไป ในการเตรียมการที่ชุมชนจำเป็นต้องผ่านการทดสอบโรงงานผู้ผลิตในชุมชน ต้องมีการผ่านได้ใบรับรองคุณภาพของวัตถุดิบที่ใช้ในผลิตภัณฑ์ ซึ่งน้ำมันเหลืองและน้ำมันเขียวผลิตด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มาจากวัตถุดิบในท้องถิ่น และต้องการให้ได้คุณภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ผ่านการรับรองมาตรฐานคุณภาพ ได้เครื่องหมายการรับรองในกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพโดดเด่นผลิตภัณฑ์ในกลุ่มประเภทยาหม่องน้ำ จึงได้เลือกวัตถุดิบคือ หญ้าเอ็นยัด มะแขว่น และหัวหอมแดง ที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ด้วยคุณสมบัติที่เด่นของวัตถุดิบที่ได้ผ่านการคัดเลือกไว้ คือ เป็นวัตถุดิบมาจากการเพาะปลูกปลอดสารพิษ เป็นสมุนไพรในครัวเรือนที่รู้จักกันแพร่หลายในชุมชน เพาะปลูกดูแลง่าย มีผลผลิตสูง การบำรุงรักษาดูแลง่าย เมื่อทำเป็นสารสกัดในน้ำมันซึ่งเป็นส่วนผสมของน้ำมันเหลืองและน้ำมันเขียว ให้สารสำคัญที่ละลายในน้ำมันที่มีสรรพคุณส่งเสริมประสิทธิภาพในกลุ่มผลิตภัณฑ์ยาหม่องน้ำ เพื่อใช้ในกิจการสปา การนวด และการดูแลสุขภาพ วัตถุดิบทั้งสามชนิดโดยเฉพาะหญ้าเอ็นยัดที่มีสรรพคุณช่วยลดอาการปวดเมื่อย ยึดเส้นยึด บรรเทาและผ่อนคลาย ยับยั้งจุลินทรีย์ที่ก่อโรคหลากหลายชนิด โดยมีภาพกิจกรรมดังกล่าว

### 3. ผลการพัฒนาและสนับสนุนของโครงการให้แก่พื้นที่เป้าหมาย

จากการสำรวจพบว่า พื้นที่จังหวัดน่านมีศักยภาพเพียงพอสำหรับผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อสุขภาพในการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ ทางโครงการจึงมุ่งเน้นในการสนับสนุนทั้งการตรวจสอบวัตถุดิบและการตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ทางโครงการยังให้การสนับสนุนในการพัฒนาตราสินค้าของวิสาหกิจชุมชนตำบลบ่อสวกโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### 3.1. การตรวจสอบวัตถุดิบและการตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์

สำหรับการตรวจสอบวัตถุดิบและการตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ ทางโครงการมุ่งเน้นการสนับสนุนทั้งการตรวจสอบวัตถุดิบและการตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ เนื่องด้วยพื้นที่จังหวัดน่านมีศักยภาพเพียงพอสำหรับผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อสุขภาพโดยจะเน้นการตรวจสอบวัตถุดิบสำคัญที่เป็นเอกลักษณ์ในพื้นที่ที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์สุขภาพและการตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ชุมชนนำมาเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ เพื่อให้ชุมชนสามารถนำผลการตรวจของวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ไปใช้ได้ทันในภาคฤดูร้อนทั้งในด้านการขอใบรับรองผลิตภัณฑ์และการต่อยอดการผลิตสินค้าเพื่อสุขภาพเพิ่มเติม

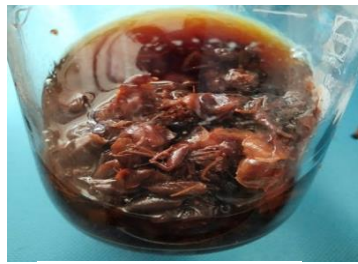
ทางโครงการมีการสนับสนุนการตรวจสอบวัตถุดิบในพื้นที่ตำบลสกาด อำเภอปัว โดยได้ทำการทดสอบความเป็นพิษของสารสกัดดอกเมี่ยง จากการเจือจางตัวอย่างน้ำสารสกัดดอกเมี่ยงทั้งชนิดสดและแห้ง และสารสกัดใบเมี่ยงด้วย Ethanol ประกอบกับการสังเกตการเจริญเติบโตของเชื้อ ยีสต์ พบว่ามีความเป็นพิษของสารสกัดดอกเมี่ยงในระดับต่ำ ดังแสดงในรูปที่ 4-1



(ก)



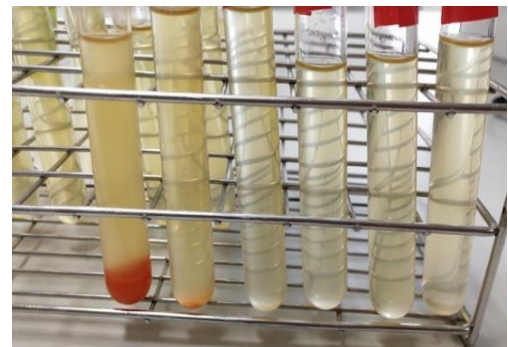
(ข)



(ค)



(ง)

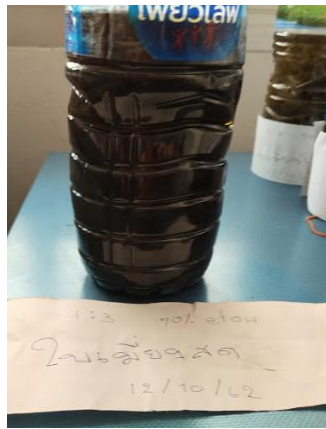


(จ)

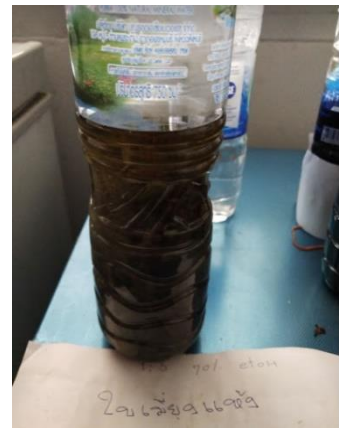
**รูปที่ 4-1** การทดสอบความเป็นพิษของดอกเมี่ยงสด และดอกเมี่ยงแห้ง

โดยการทดสอบความเป็นพิษของดอกเมี่ยงสดเป็นดังรูปที่ 4-1(ก) และการทดสอบความเป็นพิษของดอกเมี่ยงแห้งเป็นดังรูปที่ 4-1 (ข) เมื่อทำการหมักเป็นเวลานาน 30 วัน เป็นดังรูปที่ 4-1 (ค) และนำมาทำการทดสอบความเป็นพิษต่อเซลล์สิ่งมีชีวิตชั้นสูงซึ่งคือ เชื้อยีสต์ โดยนำสารสกัดจากดอกเมี่ยงมาเจือจางตัวอย่างด้วย Ethanol จากนั้นนำมาทดสอบเชื้อยีสต์ กับที่ความเข้มข้นแตกต่างกัน ดังรูปที่ 4-1 (ง) ซึ่งสามารถ

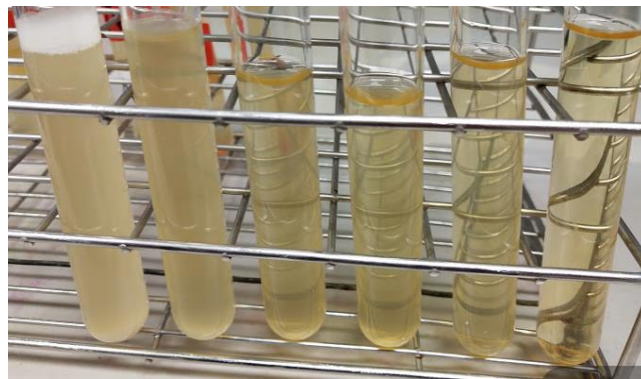
เรียงความเข้มข้นของเชื้อยีสต์ จากขวามือไปซ้ายมือได้ความเข้มข้นดังนี้ 10,000, 7,000, 5,000, 3,000, 1,000 และ 500, mg/mL เรียงจากสารสกัดที่เจือจางมากไปน้อย พบว่า ไม่มีความเป็นพิษในสารสกัดดังกล่าว



(ก)



(ข)



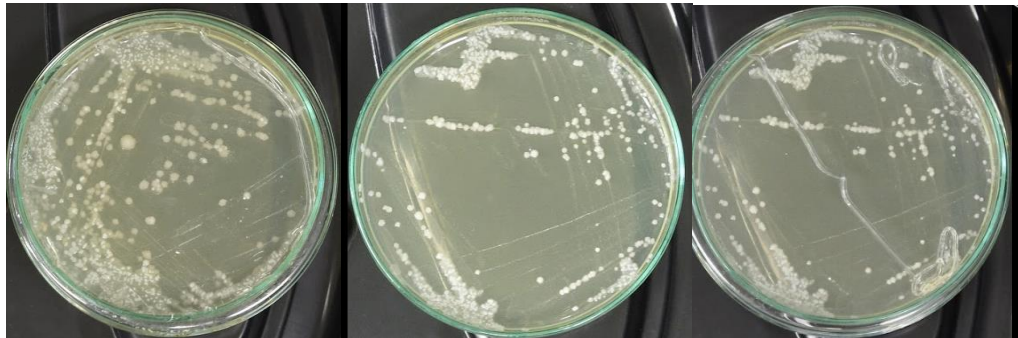
(ค)

#### รูปที่ 4-2 การทดสอบความเป็นพิษของใบเมี่ยงสดและแห้งที่มีความเป็นพิษต่อเชื้อ *Saccharomyces*

ข้างต้นเป็นการทดสอบดอกเมี่ยงต่อไปจะเป็นการทดสอบใบเมี่ยง เมื่อทำการทดสอบต่อเนื่อง โดยนำใบเมี่ยงทั้งสดและแห้งมาหนักได้น้ำหนักใบเมี่ยงสดดังรูปที่ 4-2 (ก) และน้ำหนักใบเมี่ยงแห้งดังรูปที่ 4-2 (ข) มาทดสอบความเป็นพิษด้วยวิธีการเดียวกันกับดอกเมี่ยง ผลการทดลองไปในทิศทางเดียวกันกับดอกเมี่ยง โดยทั้งดอกและใบเมี่ยงมีพิษต่อเชื้อ *Saccharomyces* ต่ำ ดังรูปที่ 4-2 (ค)

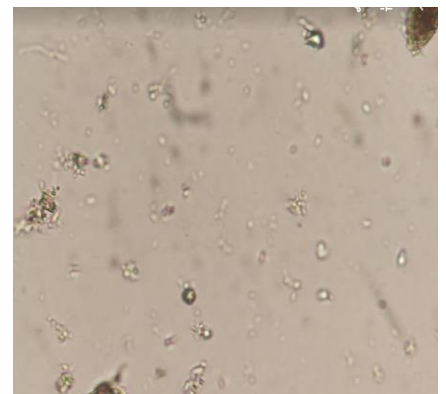
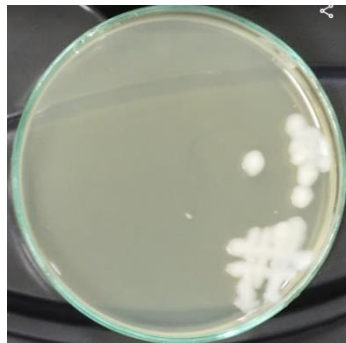
นอกจากนี้ทางนักวิจัยของโครงการได้นำเอาใบเมี่ยงหมักมาแยกเชื้อจุลินทรีย์เพิ่มเติม พบว่าเป็นกลุ่ม *Lactobacilli* ที่ช่วยสร้างรสชาติที่เปรี้ยว ออกฝาดลดลง แต่ค่อนข้างมีน้ำ และ Yeast ที่มีความสามารถสร้างแอลกอฮอล์ ได้สูง 4-5% (v/v) ทั้งนี้เชื้อยีสต์และแบคทีเรียเหล่านี้ได้ลองนำไปใช้หมักผลไม้โดยให้น้ำตาล ปริมาณที่เหมาะสมกับการทำไวน์ สามารถให้รสชาติเฉพาะตัว และสามารถนำไปเป็นหัวเชื้อช่วยในการหมัก เมี่ยงให้ไวขึ้น ลดการปนเปื้อนขึ้นเชื้อราที่ไม่พึงประสงค์ และส่วนเฉพาะ *Lactobacillus* spp. สามารถช่วยให้

เนื้อนุ่มและมีกลิ่นรสชาติพิเศษ ตัวอย่างที่ได้เช่นรูปที่ 4-3 ถึง รูปที่ 4-8 คือเชื้อยีสต์ *Lactobacilli* และ *Lactobacilli* mixed with Yeast ที่คัดแยกจากใบเมี่ยงหมัก



รูปที่ 4-3 เชื้อยีสต์ที่ได้จากการคัดแยกจากใบเมี่ยงหมัก

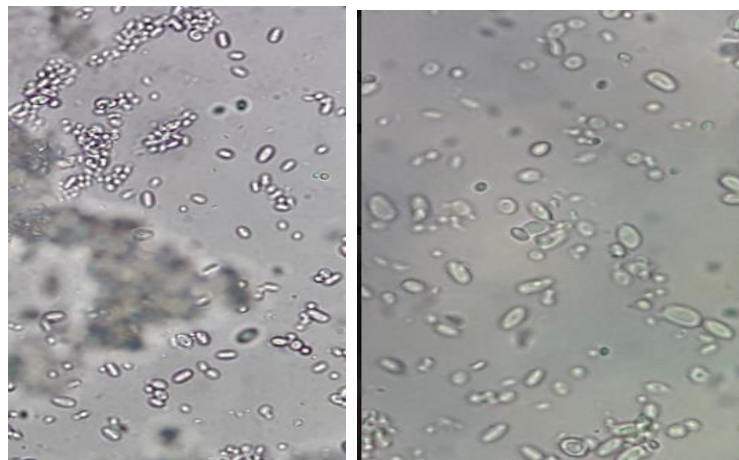
จากการทดลองพบว่าเชื้อยีสต์ที่ได้จากการคัดแยกจากใบเมี่ยงหมักสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการนำไปหมักไวน์ให้กลิ่นพิเศษดังรูปที่ 4-3 หากใช้ใบเมี่ยงหมักด้วยเชื้อเหล่านี้ แล้วนำน้ำไปหมักไวน์ผลไม้หรือปรุงโดยหมักใสในเนื้อสัตว์สามารถนำไปพัฒนาต่อยอดกับผลิตภัณฑ์ของชุมชนได้ต่อไป



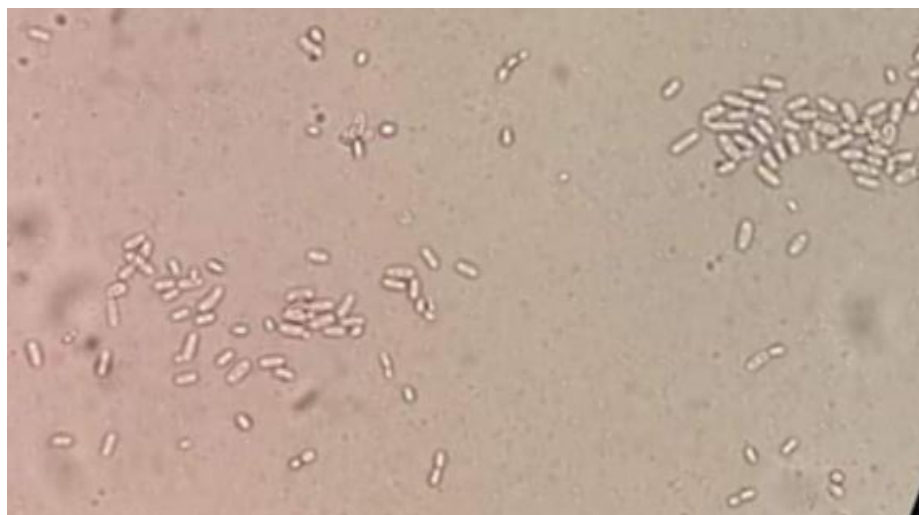
รูปที่ 4-4 *Lactobacilli* ที่คัดแยกได้จากใบเมี่ยงหมัก



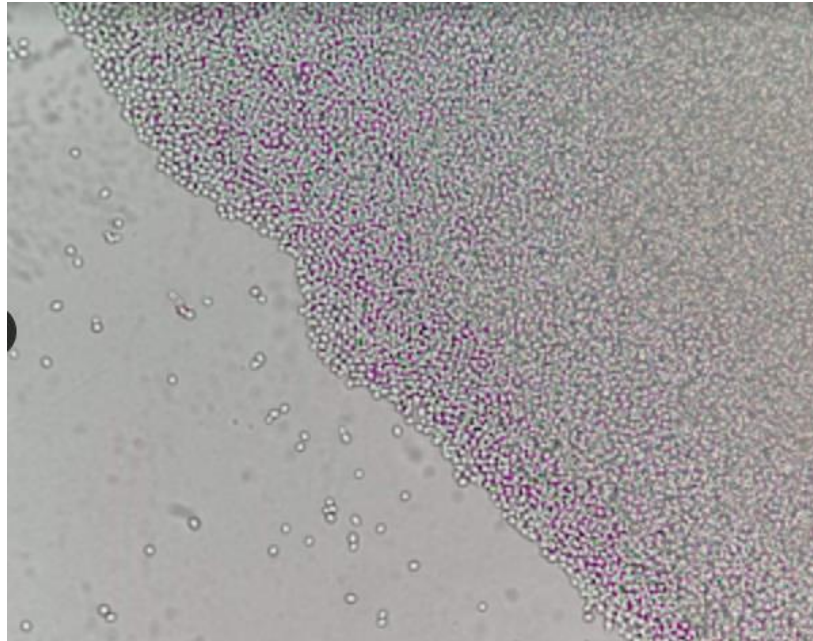
รูปที่ 4-5 *Lactobacilli* spp. mixed with Yeast ที่พบจากจากน้ำหมักใบเมี่ยง



รูปที่ 4-6 Yeast ที่คัดแยกได้จากน้ำหมักใบเมี่ยงที่ชุมชนทำไว้ มีตัวอย่างสามชนิด *Saccharomyces* spp.



รูปที่ 4-7 *Lactobacilli* ภายใต้กล้องจุลทรรศน์ ที่แยกได้จากน้ำหมักใบเมี่ยงได้มาจากชุมชน

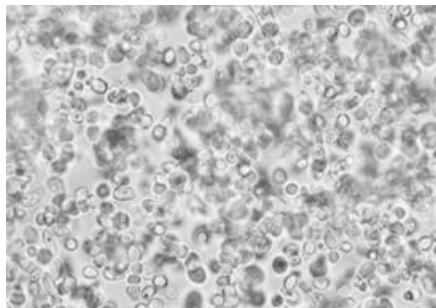


รูปที่ 4-8 Cocci ที่เป็นกลุ่มจุลินทรีย์อื่นที่พบในน้ำหมักไบเมียง

นอกจากพื้นที่ของตำบลดงสาม อำเภอปัว ยังมีพื้นที่ตำบลบ่อสวกที่ทางโครงการให้การสนับสนุนการตรวจสอบวัตถุดิบ ซึ่งของพื้นที่ตำบลบ่อสวกคือหญ้าเอ็นยัด โดยศึกษาดูความเป็นพิษของสารสกัดหญ้าเอ็นยัด ด้วยการสังเกตการเจริญเติบโตของยีสต์ ในการทดสอบได้นำหญ้าเอ็นยัดสดมาทำการล้าง ตัดพร้อมบดและการทำยาหมัก (Maceration) ในน้ำมัน ซึ่งการทำยาหมักคือการหมักพืชสมุนไพรที่ได้ขนาดตามต้องการในตัวทำละลายที่เหมาะสม อาจใช้เวลา 3-7 วัน หรือตามความเหมาะสมและต้องเขย่าเป็นครั้งคราว สำหรับการทำยาหมักในครั้งนี้นักวิจัยได้ทำการหมักในน้ำมัน Ethanol และ PEG/H<sub>2</sub>O ดังรูปที่ 4-9 พบว่า มีส่วนที่ผ่านการสกัดเอาสารที่ไม่ละลายน้ำแต่ละลายในน้ำมันได้แต่ต้องทำให้แห้งก่อน และคั่วเล็กน้อยก่อนการแช่ในที่นี่ใช้ Mineral Oil และการสกัดด้วยสารที่ละลายในน้ำได้ ในที่นี่ใช้ 1. PEGและน้ำ 2. Ethanol พบว่าการสกัดด้วย Ethanol ได้ Chlorophyll และสารละลายที่มีขี้ขาว ผลการทดสอบพบว่า หญ้าเอ็นยัดไม่มีความเป็นพิษที่ความเข้มข้น  $8 \times 10^4$  ppm ไม่มีผลกระทบต่อการเจริญเติบโตของยีสต์ และไม่ยับยั้งการเจริญเติบโตของจุลินทรีย์ ดังรูปที่ 4-10



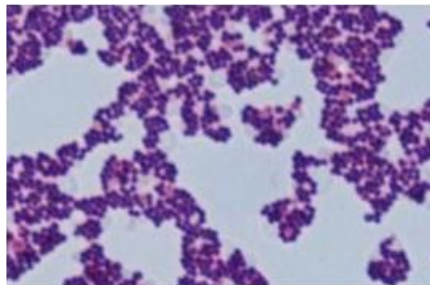
รูปที่ 4-9 หญ้าเอ็นยืดที่หั่น และ ระหว่างการสกัดด้วยแอลกอฮอล์



*S. cerevisiae*



*Escherichia coli*



*Staphylococcus aureus*



*Bacillus subtilis*

รูปที่ 4-10 ความไม่เป็นพิษของสารสกัดหญ้าเอ็นยืดต่อจุลินทรีย์ คือ ยีสต์ *Saccharomyces cerevisiae*, *Escherichia coli*, *Bacillus subtilis*, *Staphylococcus aureus*

### 3.2. การพัฒนาตราสินค้าของวิสาหกิจชุมชน

นอกจากนี้ทางโครงการยังให้การสนับสนุนในการพัฒนาตราสินค้าของวิสาหกิจชุมชน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความโดดเด่นและภาพจำที่เป็นเอกลักษณ์ของสัญลักษณ์ในตัวสินค้าและบริการของชุมชนในวงกว้างเพื่อให้เป็นที่รู้จัก ซึ่งต้นแบบที่จะนำมาออกแบบเป็นสัญลักษณ์ ทางชุมชนได้เลือกผลิตภัณฑ์ที่สืบทอดเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของชุมชนตำบลบ่อสวกได้แก่ ตาเหลว ลายผ้าไหมลายบ่อสวก ลายผ้าไหมลายดาวล้อมเดือน ลายผ้าไหมลายน้ำไหล เครื่องปั้นดินเผา ซึ่งทางคณะวิจัยได้นำเสนอ สัญลักษณ์ ทั้งหมด 9 รูปแบบ สามารถดูรายละเอียดได้ที่ภาคผนวก ข โดยรูปแบบสัญลักษณ์ที่ทางชุมชนเลือกเป็นรูปแบบที่นำเอาลักษณะของรูปแบบการสานไม้จากตาเหลวผสมผสานกับลายการทอผ้าแบบดาวล้อมเดือนดังรูปที่ 4-11 และเพื่อให้สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาในอนาคตของทางชุมชนที่จะพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และการมีผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร ทางชุมชนจึงได้ให้ทางคณะวิจัยเพิ่มเติมสัญลักษณ์ที่สื่อถึงการใช้สมุนไพรของทางชุมชนด้วยจึงได้มีการพัฒนาสัญลักษณ์ต่อเนื่องจนเป็นดังรูปที่ 4-12



รูปที่ 4-11 สัญลักษณ์ที่ทางชุมชนเลือก



รูปที่ 4-12 สัญลักษณ์ที่ได้รับการปรับจนเสร็จสิ้น

#### 4. แผนการมีส่วนร่วมของชุมชนเชิงธุรกิจของโฮมสเตย์และผลิตภัณฑ์สมุนไพร

ทางโครงการได้นำข้อมูลทรัพยากรและปัจจัยการผลิตในตำบลเป้าหมายที่มีศักยภาพ 3 ตำบล เพื่อสร้างแผนการมีส่วนร่วมของชุมชนเชิงธุรกิจในหัวข้อโฮมสเตย์ และการผลิตผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรซึ่งในรายงานวิจัยจะสรุปเกี่ยวกับลักษณะธุรกิจ การวิเคราะห์สภาพองค์กร (SWOT Analysis) และการกำหนดทิศทางการธุรกิจ โดยสามารถอ่านรายละเอียดฉบับสมบูรณ์ของแผนการมีส่วนร่วมของชุมชนเชิงธุรกิจของทั้งโฮมสเตย์และผลิตภัณฑ์สมุนไพร ได้ที่ภาคผนวก ค และภาคผนวก ง

##### 4.1 แผนการมีส่วนร่วมของชุมชนเชิงธุรกิจโฮมสเตย์

###### 1. ลักษณะธุรกิจโฮมสเตย์

###### 1.1 ลักษณะธุรกิจ

ธุรกิจโฮมสเตย์ที่ให้บริการที่พักภายใต้บรรยากาศธรรมชาติ ตั้งอยู่ที่ตำบลบ่อสวก อำเภอเมือง จังหวัดน่าน ซึ่งใช้เวลาเดินทางเพียง 20 – 30 นาทีจากสนามบินน่านนคร และขนส่งสาธารณะ โดยการออกแบบห้องพักในลักษณะผสมผสานระหว่างความเป็นโมเดิร์นกับบ้านสมัยก่อนยกทรงสูง โอบล้อมไปด้วยสวนผัก สวนผลไม้ และทุ่งนา ในห้องอาบน้ำสามารถมองออกไปเป็นบรรยากาศทุ่งนาได้ นอกจากนี้ยังมีบริการนวดไทยสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาไกลและต้องการนวดเพื่อความผ่อนคลาย และมีกิจกรรมเส้นทางท่องเที่ยวเรียนรู้วิถีชีวิตคนในตำบลบ่อสวก มีการทำเวิร์คช็อปตามศูนย์การเรียนรู้ในตำบลที่สำคัญ เช่น การทำเครื่องปั้นดินเผา การทอผ้าไหมลายพื้นเมืองซึ่งมีเอกลักษณ์ของตำบลบ่อสวก การทำไส้อั่ว การทำเกษตรพื้นฐาน เป็นต้น

###### 2. การวิเคราะห์สภาพองค์กร (SWOT Analysis)

###### 2.1 จุดแข็ง (Strengths)

1. ทำเลที่ตั้งอยู่ในตำบล บ่อสวก ไม่ไกลจากตัวเมืองน่าน โดยห่างจากสนามบินน่านนคร ซึ่งอยู่ห่างจากที่พัก 18 กิโลเมตร และห่างจากสถานีขนส่ง 13 กิโลเมตร
2. ธรรมชาติโดยรอบที่พักรอบล้อมไปด้วยสวนหย่อมและทุ่งนา และเห็นถึงวิถีชาวบ้านในชุมชนนั้น ทำให้มีเอกลักษณ์และจุดดึงดูดนักท่องเที่ยว
3. ราคาที่พักไม่สูงมาก
4. มีสไตล์การออกแบบที่พักที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวสอดคล้องกับบรรยากาศธรรมชาติโดยรอบ
5. มีกิจกรรมเส้นทางท่องเที่ยวในตำบลเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตชาวบ้าน โดยมีกิจกรรม เช่น ศูนย์การเรียนรู้ผ้าทอ ศูนย์การเรียนรู้เกษตร ศูนย์การเรียนรู้เครื่องปั้นดินเผา ฯลฯ
6. มีภาคีเครือข่ายในชุมชน และกลุ่มวิสาหกิจในชุมชนต่าง ๆ สามารถร่วมกันโปรโมทสินค้าและบริการผ่านโฮมสเตย์ได้

## 2.2 จุดอ่อน (Weakness)

1. โหมสเตย์เพิ่งเปิดได้ไม่นาน ยังไม่เป็นที่รู้จักในหมู่มาก ต้องเน้นไปที่การทำการตลาด
2. การอยู่ไกลจากภูเขา ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดเด่นในจังหวัดน่าน

## 2.3 โอกาส (Opportunities)

1. รัฐบาลมีการดำเนินนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจในด้านการท่องเที่ยว เพราะเนื่องจากสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ส่งผลให้ประเทศสูญเสียรายได้ในภาคการท่องเที่ยวอย่างมาก
2. จังหวัดน่านเป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ส่งผลทำให้รูปแบบโหมสเตย์เป็นรูปแบบการอนุรักษ์ธรรมชาติรวมถึงพัฒนาชุมชนไปในตัว

## 2.4 อุปสรรค (Threats)

1. ปัญหาฝุ่น PM 2.5 ที่ปกคลุมในภาคเหนือส่งผลกระทบต่อสภาพอากาศในจังหวัดน่าน อาจทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางไปเที่ยวในจังหวัดอื่นแทน
2. ปัญหาความไม่แน่นอนทางด้านเศรษฐกิจ การเมือง รวมไปถึงการแพร่ระบาดของโรคติดต่อ ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศ และต่างประเทศ
3. การแข่งขันในธุรกิจโหมสเตย์เกิดขึ้นค่อนข้างสูง

## 3. การกำหนดทิศทางขององค์กร

### 3.1 วิสัยทัศน์

โหมสเตย์แนววิถีชีวิตชุมชน อันดับ 1 ในตำบลบ่อสวก จังหวัดน่าน

### 3.2 พันธกิจ

1. ให้บริการลูกค้าด้วยใจและให้ความรู้สึกเหมือนครอบครัว เพื่อให้ลูกค้ามีความสุข
2. รักษาวัฒนธรรมในชุมชนของตนเองเพื่อความสามัคคีและความเข้มแข็งที่ยั่งยืน
3. ดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตชุมชนผสมผสานกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

### 3.3 เป้าหมาย

#### เป้าหมายระยะสั้น (1-2 ปี)

- สร้างการรับรู้ให้ทั่วถึงโดยผ่านช่องทาง Online ได้แก่ Facebook, Agoda โดยใน Facebook ตั้งเป้าให้มียอดผู้กด Like Page 5,000 คน ภายใน 1 ปีแรก และอีก 5,000 คนในปีที่ 2 ส่วนช่องทาง Offline จะเป็นการประชาสัมพันธ์ผ่านภาคีเครือข่ายทั้งหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และสถานศึกษา ที่มาศึกษาดูงานในตำบลบ่อสวก

- มียอดการจองที่พักอยู่ที่ 20-40 % ในปีแรก และเพิ่มขึ้นเป็น 50% ในปีที่ 2
- สร้างภาคีเครือข่ายภายในชุมชนเพื่อพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวในตำบล

#### เป้าหมายระยะยาว (3-5 ปี)

- จำนวนยอด Like Facebook เพิ่มขึ้นเป็น 20,000 คน
- มียอดจองที่พักเพิ่มขึ้นเป็น 70%

- มีเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในตำบลสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ชาติ พร้อมด้วยกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยว โดยมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการ 50% จากยอดจองที่พัก

#### 4.2 แผนการมีส่วนร่วมของชุมชนเชิงธุรกิจผลิตภัณฑ์สมุนไพร

##### 1. ลักษณะธุรกิจผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสมุนไพร : น้ำมันนวดเพื่อสุขภาพ

วิสาหกิจชุมชนบ่อสวก เกิดจากการจัดตั้งของคณะกรรมการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพของตำบลบ่อสวก ผ่านการทำโครงการย่อยพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพโดยชุมชน ด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น และสมุนไพรพื้นบ้าน ตั้งอยู่ที่ ตำบลบ่อสวก อำเภอเมืองน่าน จังหวัดน่าน สภาพแวดล้อมโดยรอบจะล้อมรอบไปด้วยพื้นที่ทำการเกษตรและสมุนไพรในชุมชน เพื่อนำผลผลิตทางการเกษตรมาพัฒนาและแปรรูปผลิตภัณฑ์เป็นน้ำมันนวดเพื่อสุขภาพ โดยจะนำวัตถุดิบที่ได้ไปแปรรูปที่โรงงานแปรรูปสมุนไพรของวิสาหกิจชุมชนบ่อสวก ผลิตภัณฑ์จะมีทั้ง น้ำมันนวดเพื่อสุขภาพ(เหลือง) น้ำมันนวดเพื่อสุขภาพ(เขียว) บาล์มเหลือง และบาล์มเขียว โดยทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนใช้ชื่อแบรนด์ว่า “BORSUAK HERB COMMUNITY ENTERPRISE NETWORK”



รูปที่ 4-13 แบนด์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ่อสวก



## รูปที่ 4-14 สัญลักษณ์แบรนด์ (Logo) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ่อสวก

### 2. การวิเคราะห์สภาพองค์กร (SWOT Analysis)

#### 2.1 จุดแข็ง (Strengths)

1. สถานที่ตั้งการผลิตอยู่ในชุมชนบ่อสวก ซึ่งเป็นทั้งสถานที่ท่องเที่ยวรวมไปถึงแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตชาวบ้าน ทำให้สามารถเดินทางไปท่องเที่ยวตามสถานที่ใกล้เคียงได้อีก
2. ภาพลักษณ์ของวิสาหกิจชุมชนบ่อสวก มีจุดแข็งคือความสามัคคีของคนในชุมชนในการร่วมมือกันในการรักษาภูมิปัญญาในการผลิต พัฒนาและแปรรูปสมุนไพร
3. พนักงานในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน (ชาวบ้านในตำบล) เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในด้านการเกษตรโดยตรง และพร้อมรับองค์ความรู้ใหม่ ๆ ในด้านการแปรรูปสมุนไพรกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เข้ามาสนับสนุน
4. มีการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management : CRM) หมายถึง การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง โดยอาศัยหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนร่วมกับชุมชนในพื้นที่ เช่น การจัดงานแสดงสินค้าประจำจังหวัด หรือ งานประจำตำบล หรือกลุ่มลูกค้าที่มาร่วมเรียนรู้ระหว่างวิสาหกิจชุมชน รวมไปถึงการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น ช่องทางออนไลน์ (Social media) เป็นต้น
5. วัตถุประสงค์ในชุมชนที่ใช้ในการผลิตสามารถผ่านการรับรองและแสดงเครื่องหมายการรับรองคุณภาพตาม มอก. ISO/IEC 17025 ก่อนที่ชุมชนจะขอขึ้นทะเบียนผลิตภัณฑ์น้ำมันนวดเพื่อสุขภาพ

#### 2.2 จุดอ่อน (Weakness)

1. การเป็นวิสาหกิจชุมชนเป็นหลักแหล่งที่แน่นอน เป็นที่รู้จักของลูกค้าแค่เฉพาะกลุ่ม การเข้าถึงในระดับพื้นที่อาจจะต้องค้นหาด้วยตนเอง จึงจำเป็นต้องสร้างการรับรู้ต่อตราสินค้า (Awareness) เน้นการโฆษณา ประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องเพื่อให้วิสาหกิจชุมชนเป็นที่จดจำของกลุ่มลูกค้า
2. ขาดพันธมิตรทางธุรกิจที่มีศักยภาพสูง ที่มีความรู้หรือทักษะในการผลิตและแปรรูปผลิตภัณฑ์ การพัฒนารูปแบบการให้บริการ การอบรมบุคลากรและการบริหารงาน
3. ผลิตภัณฑ์ยังไม่มีหลากหลาย มีการแข่งขันที่สูงมากทั่วประเทศ จึงจำเป็นต้องใช้จุดเด่นของวัตถุประสงค์ในการสร้างมูลค่า

#### 2.3 โอกาส (Opportunities)

1. สภาพแวดล้อมในยุคปัจจุบันที่เข้าสู่ยุคเทคโนโลยีส่งผลต่อพฤติกรรมของคนทุกกลุ่มวัย การใช้งานโทรศัพท์มือถือ หรือนั่งทำงานหน้าจอกอมพิวเตอร์ ส่งผลให้เกิดอาการปวดเมื่อยตามร่างกายจนอาจนำไปสู่โรคออฟฟิศซินโดรม (Office syndrome) หรือแม้กระทั่งการเกิดอุบัติเหตุต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการปวดเมื่อยพักช้า เคล็ดขัดยอกตามร่างกาย ทำให้จำเป็นต้องมีการพกน้ำมันนวดเพื่อสุขภาพไว้เพื่อบรรเทาอาการเบื้องต้นได้
2. ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี แผนแม่บทแห่งชาติว่าด้วยการพัฒนาสมุนไพรไทย ซึ่งเป็นนโยบายของภาครัฐที่สนับสนุนการใช้สมุนไพรไทย เพื่อใช้ในการผลิตและแปรรูป

3. แนวโน้มการดูแลสุขภาพของคนในประเทศ พฤติกรรมการซื้อสินค้าเพื่อสุขภาพเริ่มเป็นที่นิยมขึ้นอย่างแพร่หลาย เพื่อรักษาอาการปวดเมื่อยตามร่างกาย รวมไปถึงเป็นการผ่อนคลาย

## 2.4 อุปสรรค (Threats)

1. แนวโน้มเศรษฐกิจไทยในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 นั้นมีแนวโน้มที่ชะลอตัวลงมา ซึ่งเป็นผลจากปัจจัยลบจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่กระทบอย่างรุนแรง ทั้งการปิดประเทศทำให้นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยไม่ได้ และต้นทุนของผู้ผลิตที่มีราคาสูงจึงทำให้ราคาสินค้าสูงขึ้นตาม จึงส่งผลไปจนถึงภาคครัวเรือนที่จะต้องชะลอการใช้จ่ายและการท่องเที่ยว

2. น้ำมันนวดเพื่อสุขภาพ เป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันค่อนข้างสูงอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นลูกค้าอาจเปลี่ยนไปใช้ผลิตภัณฑ์ของแบรนด์อื่นได้เสมอ

## 3. การกำหนดทิศทางขององค์กร

### 3.1 วิสัยทัศน์

เป็นวิสาหกิจชุมชนที่มีความสามัคคี ร่วมใจกันพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสมุนไพร และใช้วัตถุดิบในชุมชน เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน

### 3.2 พันธกิจ

- ใช้วัตถุดิบสมุนไพรจากธรรมชาติในชุมชน 100%
- กลุ่มชาวบ้านในวิสาหกิจชุมชนมีความรู้และประสบการณ์ในการผลิตสมุนไพรไทย
- โรงงาน อุปกรณ์และเครื่องมือการผลิต ผ่านการฆ่าเชื้อด้วยกรรมวิธีที่ถูกต้อง มีความสะอาด และปลอดภัย

- แสดงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้านในชุมชนผ่านผลิตภัณฑ์

- ใช้เทคโนโลยีที่ช่วยให้วิสาหกิจและชาวบ้านในชุมชนสามารถปรับตัวกับยุคดิจิทัลได้อย่างยั่งยืน

### 3.3 เป้าหมาย

#### เป้าหมายระยะสั้น

- สร้างความรับรู้ของวิสาหกิจชุมชนให้เป็นที่จดจำและสร้างความประทับใจให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
- มีการพัฒนาระบบการเกษตรเพื่อทำให้สมุนไพรเป็นวัตถุดิบที่มีคุณภาพมากขึ้น
- มีการอบรมทรัพยากรให้กับสมาชิกในชุมชนเพื่อเก็บไว้ใช้ในยามแก่ชรา
- สามารถพึ่งพาตนเองได้มากขึ้น โดยการเพิ่มองค์ความรู้และทักษะต่าง ๆ เพื่อนำมาพัฒนาวิสาหกิจของตนเองจนกว่าคนในชุมชนจะสามารถพึ่งพาตนเองได้

#### เป้าหมายระยะยาว

- เป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่เป็นที่จดจำลูกค้าภายในจังหวัดน่านตลอดจนทั่วทั้งประเทศ

- มีอัตราการเติบโตของยอดขายไม่ต่ำกว่า 20% ต่อปี อย่างสม่ำเสมอ

- พัฒนาและขยายช่องทางการขายทางออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นเทียบเท่าในระดับสากล



## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

#### 1. สรุปผลการศึกษา

โครงการวิจัยที่ 1.4 ทรัพยากรและศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน (Creative Health Tourism) ภายใต้โครงการการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Development of Creative Tourism) ชุดโครงการวิจัยภายใต้โครงการแผนพัฒนาวิชาการจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย “สร้างเสริมพลังชุมชน ก้าวสู่ศตวรรษที่ 2 ช่วงที่ 2” ได้ดำเนินงานตามกรอบและวัตถุประสงค์โครงการย่อย โดยการทำงานตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ทางโครงการสำรวจเชิงพื้นที่เพื่อเลือกพื้นที่เป้าหมายสำหรับศึกษา พบว่าพื้นที่ที่น่าสนใจได้แก่ 1.ตำบลน้ำเกีฮ่วน อำเภอภูเพียง 2.ตำบลสากด อำเภอปัว 3.ตำบลบ่อสวก อำเภอเมืองน่าน เนื่องจากพื้นที่ดังกล่าว มีการทำงานของหน่วยงานที่หลากหลายได้แก่ ภาคเอกชนหรือวิสาหกิจชุมชนที่เกี่ยวข้อง หน่วยงานภาครัฐ องค์กรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดน่าน เริ่มมีการประสานงานร่วมกันและรวมตัวกันในระยะสั้น ในการหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในระดับชุมชนมีการสร้างคณะกรรมการในการดำเนินการบวกกับแนวคิดที่จะพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ รวมไปถึงงบประมาณที่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ และทางโครงการได้เลือกพื้นที่ตำบลบ่อสวก อำเภอเมืองน่าน เป็นพื้นที่เป้าหมายหลักในการศึกษา ส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสร้างสรรค์ เนื่องด้วยพื้นที่ตำบลบ่อสวกนั้นใกล้ตัวเมืองนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางได้สะดวก มีทรัพยากรทางธรรมชาติ ภูมิปัญญาด้านการทอผ้า รวมไปถึงแหล่งศึกษาทางประวัติศาสตร์เป็นฐานนำไปสู่การพัฒนาต่อยอด และเลือกพื้นที่ตำบลสากด อำเภอปัว และตำบลบ้านพี อำเภอบ้านหลวงมาเชื่อมเข้าด้วยกันเพื่อให้ได้แผนบูรณาการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างสร้างสรรค์

เมื่อกำหนดพื้นที่การศึกษาทางคณะวิจัยจึงลงสำรวจพื้นที่และสัมผัสเชิงลึกกับชาวบ้านรวมถึงเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนในพื้นที่ พบว่า ชาวบ้านในพื้นที่เป้าหมายยังขาดองค์ความรู้ บางประการที่ช่วยในการดำเนินงาน ส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของพื้นที่ ดังนั้นทางโครงการจึงได้สำรวจและสอบถามความต้องการของชาวบ้านในพื้นที่เพื่อกำหนดหัวข้อการอบรมองค์ความรู้ที่ชาวบ้านสนใจ โดยมีหัวข้อสำหรับการอบรมดังนี้ การอบรมความรู้เกี่ยวกับการเขียนแผนธุรกิจ การอบรมเชิงปฏิบัติการแปรรูปน้ำมันสมุนไพรและบาล์มสมุนไพร การอบรมการบริหารโฮมสเตย์แบบครบวงจร การอบรมเชิงปฏิบัติการมาตรฐานการนวดเพื่อสุขภาพ

เนื่องจากพื้นที่จังหวัดน่านมีศักยภาพเพียงพอสำหรับผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อสุขภาพในการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ นอกจากการดำเนินการจัดกิจกรรมพัฒนาศักยภาพชาวบ้านและพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์สมุนไพรในพื้นที่แล้วทางโครงการยังมุ่งเน้นในการสนับสนุนทั้งการตรวจสอบวัตถุดิบและการตรวจสอบการตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ทางโครงการยังให้การสนับสนุนในการพัฒนาตราสินค้าของวิสาหกิจ

ชุมชนตำบลบ่อสวกและการจัดทำแผนการมีส่วนร่วมของชุมชนเชิงธุรกิจของโฮมสเตย์และผลิตภัณฑ์สมุนไพรของชุมชนตลอดจนแผนการดำเนินงานโครงการย่อยที่กำหนดไว้สามารถสรุปผลผลิตของโครงการได้และสรุปผลการดำเนินงานของโครงการดังตารางที่ 5-1 และตารางที่ 5-2

ตารางที่ 5-1 สรุปผลผลิต (Output) ของการดำเนินงานในแต่ละกิจกรรมของโครงการ

กิจกรรมที่ดำเนินงาน/ ข้อกำหนด	ผลการดำเนินงาน	
	ผลผลิต (Output) ตามเป้าหมาย	ผลผลิตที่เกิดขึ้นจริง (Actual Output)
1. การคัดเลือกผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ศึกษาของจังหวัดจำนวนอย่างน้อย 18 คน 3 กลุ่ม 3 ตำบล ร่วมพัฒนารูปแบบสิ่งอำนวยความสะดวกของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสร้างสรรค์ ได้แก่ ศูนย์ฟื้นฟูสุขภาพ บ้านพักผู้สูงอายุ สปาและนวดแผนไทย บริการพำนักระยะยาว และบริการเวชสำอาง	กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ศึกษาของจังหวัดจำนวนอย่างน้อย 18 คน 3 กลุ่ม 3 ตำบล ร่วมพัฒนารูปแบบสิ่งอำนวยความสะดวกของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสร้างสรรค์ พบว่า กลุ่มกิจกรรมที่มีศักยภาพสำหรับชุมชน ได้แก่ โฮมสเตย์ นวดแผนไทย บริการพำนักระยะยาว และผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสมุนไพร และกลุ่มที่จำเป็นต้องได้รับการพัฒนาในปัจจุบัน ได้แก่ บริการเวชสำอาง ศูนย์ฟื้นฟูสุขภาพ บ้านพักผู้สูงอายุ และสปา
2. การอบรม และการจัดการประชุมระดับปฏิบัติการ	ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีความรู้ความเข้าใจในพื้นที่เป้าหมายในหัวข้อศูนย์ฟื้นฟูสุขภาพ บ้านพักผู้สูงอายุ สปาและนวดแผนไทย บริการพำนักระยะยาว และบริการเวชสำอาง	-ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดทำแผนธุรกิจ ขั้นตอนการวางแผนการผลิตที่ตรงกับความต้องการของตลาด มาตรฐานการผลิต คุณภาพสินค้าและบริการ มาตรฐานโฮมสเตย์ มาตรฐานการนวดแผนไทยเบื้องต้น การอบรมเชิงปฏิบัติการกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร การตรวจคุณภาพมาตรฐานและวัตถุดิบทางห้องปฏิบัติการวิทยาศาสตร์ของผลิตภัณฑ์ การจดทะเบียนสิทธิบัตรทางปัญญา ในหัวข้อต่อไปนี้ นวดแผนไทย โฮมสเตย์ และการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร -สูตร ตำรับ มาตรฐาน การแปรรูปสมุนไพร

<p>3. การลงพื้นที่สำรวจสภาพแวดล้อมระบบบริการและผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพ</p>	<p>ข้อมูลทรัพยากรและปัจจัยการผลิตในตำบลเป้าหมาย 5 ตำบล เพื่อสร้างแผนการมีส่วนร่วมของชุมชนเชิงธุรกิจในหัวข้อ ศูนย์ฟื้นฟูสุขภาพ บ้านพัก ผู้สูงอายุ สปาและนวดแผนไทย บริการพำนักระยะยาว และบริการเวชสำอาง</p>	<p>-ข้อมูลทรัพยากรและปัจจัยการผลิตในตำบลเป้าหมายที่มีศักยภาพ 3 ตำบล เพื่อสร้างแผนการมีส่วนร่วมของชุมชนเชิงธุรกิจในหัวข้อโฮมสเตย์ และการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร</p> <p>-สำหรับหัวข้อศูนย์ฟื้นฟูสุขภาพ บ้านพัก ผู้สูงอายุ สปา และบริการเวชสำอางพบว่า จำเป็นต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องในอนาคต</p> <p>-เครือข่ายข้อมูล เครือข่ายความสัมพันธ์ความร่วมมือในพื้นที่ตำบลเป้าหมายที่มีศักยภาพ 3 ตำบล</p> <p>-กลุ่มความร่วมมือ คณะทำงาน กลุ่มการขับเคลื่อนโครงการในระดับชุมชน</p> <p>-การตรวจมาตรฐานคุณภาพของวัตถุดิบเพื่อใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปจากสมุนไพรในชุมชน จำนวน 4 วัตถุดิบ ได้แก่ ใบเมี่ยง หญ้าเอ็นยืด หอมแดง และมะแขว่น</p> <p>-การให้คำแนะนำสำหรับการสร้างมาตรฐานและคุณภาพผลิตภัณฑ์บนพื้นฐานของการรองรับการตรวจพิสูจน์ในระดับห้องปฏิบัติการและมาตรฐานกลาง</p> <p>-การให้คำแนะนำด้านคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปจากสมุนไพรในชุมชนด้านการออกฤทธิ์ทางชีวภาพ ได้แก่ การต้านอนุมูลอิสระ การต้านออกซิเดชั่น และการเสริมสร้างคอลลาเจน การปนเปื้อนของสารพิษและไม่เป็นพิษต่อเซลล์มนุษย์ และการต้านจุลินทรีย์</p>
--	---	---

<p>4. การจัดประชุมรับฟังความคิดเห็นร่างแผนยุทธศาสตร์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง</p>	<p>สัมภาษณ์นักลงทุนในกรุงเทพฯ ที่สนใจลงทุนในจังหวัดน่านอย่างน้อย 3 กลุ่มโดยต้องคงเอกลักษณ์ของจังหวัดน่านเป็นการสร้างสรรค์ทั้งเอกลักษณ์และมูลค่าเพิ่มทั้งต่อนักลงทุนและชุมชนในจังหวัดน่าน</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ชุมชน วิสาหกิจชุมชน หน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่น หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง เข้าร่วมฟังความคิดเห็นการจัดทำแผนธุรกิจที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนา</li> <li>-นักลงทุนที่คาดว่าจะสนใจในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพยังไม่มี ความสนใจในการลงทุนขนาดใหญ่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน ได้แก่ ศูนย์ฟื้นฟูสุขภาพ บ้านพักผู้สูงอายุ และบริการเวชสำอาง เนื่องจากศักยภาพทรัพยากร การสนับสนุนจากภาครัฐ และอุปสงค์ไม่เพียงพอหรือไม่คุ้มทุนในระยะสั้น</li> <li>-เครื่องหมายการค้าที่แสดงอัตลักษณ์ และความร่วมมือ การมีส่วนร่วมของชุมชน</li> <li>-ความรู้ ความเข้าใจร่วมกันเกี่ยวกับแนวความคิดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสร้างสรรค์</li> </ul>
<p>5. การปรับปรุงแผน</p>	<p>การนำเสนอและระดมความคิดเห็นในกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และนำมาวิเคราะห์เพื่อปรับปรุงแผนที่การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสร้างสรรค์</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-เส้นทางสุขภาพที่เกิดขึ้นจากการมีส่วนร่วมของชุมชนและตรงกับความต้องการของตลาด สามารถสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ตลอดจนการต่อยอดกับภาคีเครือข่ายทางวิชาการในพื้นที่</li> <li>-คู่มือเส้นทางสุขภาพที่เข้าใจง่าย สามารถใช้ได้จริง</li> <li>-วิดิทัศน์ ภาพนิ่ง ข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ที่ใช้ในการนำเสนอผลงาน การประชาสัมพันธ์พื้นที่เป้าหมาย</li> <li>-ความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ เพื่อการสร้างความต่อเนื่อง การนำแผนไปใช้ประโยชน์ การสร้างความยั่งยืนของชุมชน</li> </ul>

		-เกียรติบัตรการมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย -การประชุมสัมพันธและการเชื่อมโยงพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสร้างสรรค์ในพื้นที่เป้าหมาย
6. การประเมินมูลค่าของโครงการที่มีศักยภาพและดำเนินการได้	วิเคราะห์และจัดทำเกณฑ์ในการจำแนกพื้นที่เป้าหมายที่มีศักยภาพ	เกณฑ์ในการจำแนกพื้นที่เป้าหมายที่มีศักยภาพ
7. การพัฒนาการวิจัยระดับปริญญาตรีและโท	นิสิตปริญญาโท เข้าร่วมวิจัยรับทุน 2 คน	นิสิตปริญญาตรี 2 คน และนิสิตปริญญาโท 1 คน

#### ตารางที่ 5-2 สรุปผลการดำเนินงานของโครงการ

ผลการดำเนินงานโครงการ	จำนวน	หน่วยนับ
1.การลงพื้นที่ตลอดโครงการ	13	ครั้ง
2.พื้นที่ที่เข้าศึกษา	15	อำเภอ
	28	ตำบล
3.พื้นที่ดำเนินโครงการ	3	อำเภอ
	3	ตำบล
4.การประชุมกลุ่มย่อย	10	ครั้ง
5.การประชุมเชิงปฏิบัติการ	8	ครั้ง
6.ผลการตรวจรับรองคุณสมบัติของวัตถุดิบ (ดอกเหมียง ใบเหมียง หน่อยื่นยึด มะไฟจีน ใบหมี หอมแดง มะแขว่น)	7	วัตถุดิบ
7.VDO ผลการดำเนินงานของโครงการ	5	คลิป
8.VDO เส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ “เส้นทางรักสุขภาพ”	1	คลิป
9.คู่มือเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ “เส้นทางรักสุขภาพ”	1	เล่ม
10.แผนธุรกิจ	2	แผน
11.เครื่องหมายการค้าของเครือข่ายสุขภาพชุมชนบ่อสวก	1	เครื่องหมาย
12. เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนส่งเสริมและพัฒนาสมุนไพรตำบลบ่อสวก (บ่อสวกเฮิร์บ)	1	เครือข่าย
13. กลุ่มจุฬา ท่องเที่ยวน่านเชิงสุขภาพ มีสมาชิก 19 คน	19	คน
14. สมาชิกโครงการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มีสมาชิก 50 คน	50	คน

ผลการดำเนินงานโครงการ	จำนวน	หน่วยนับ
15. โฮมสเตย์บ่อสวกท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มีสมาชิก 22 คน	22	คน
16. การพัฒนาการวิจัยระดับปริญญาตรีและระดับปริญญาโท	3	นิสิตปริญญาตรี 2 คน และนิสิต ปริญญาโท 1 คน
17. รายงานสรุปผลการวิจัย	30	เล่ม
18. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์	100	เล่ม

## 2. การอภิปรายผลการศึกษา

โครงการทรัพยากรและศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน (Creative Health Tourism) ได้ให้ความสำคัญกับการดำเนินแผนการศึกษาให้สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาทั้งของแผนพัฒนาจังหวัดน่านและแผนการพัฒนาในระดับองค์กรต่าง พบว่าการดำเนินโครงการสอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – 2564) ในด้านวางรากฐานและแก้ไขปัญหาเร่งด่วนที่เป็นอุปสรรคสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว ทั้งด้านคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว บุคลากรการท่องเที่ยว และโครงสร้างพื้นฐาน รวมทั้งการสร้างสมดุลของการพัฒนา ทั้งในมิติของพื้นที่ เวลา กิจกรรม รูปแบบ และกลุ่มนักท่องเที่ยว การเตรียมความพร้อมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว สู่การเติบโตในอนาคตบนพื้นฐานของการลงทุนพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่เพื่อให้สอดคล้องกับ 5 ยุทธศาสตร์ ของวิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2579

จากการวิเคราะห์ความสอดคล้องของโครงการบรรลุเป้าหมายการพัฒนาของแผนแม่บทแห่งชาติว่าด้วยการพัฒนาสมุนไพรไทย ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 – 2564) ที่ให้ความสำคัญกับวิสัยทัศน์ “สมุนไพรไทยเพื่อความมั่นคงทางสุขภาพและความยั่งยืนของเศรษฐกิจไทย (Thai Herbs for Health and Sustainable Economy)” โดยผลการดำเนินงานของโครงการสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ดังนี้ 1. ด้านการพัฒนาสมุนไพรไทยให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างเต็มศักยภาพ และมีประสิทธิภาพ 2. ด้านการสนับสนุนให้เกิดการผลิตสมุนไพรที่ได้มาตรฐาน มีคุณภาพ และสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่การผลิตภัณฑ์สมุนไพร และ 3. ด้านการส่งเสริมให้เกิดความรู้ความเข้าใจและใช้สมุนไพรไทยอย่างถูกต้อง และผลการดำเนินงานยังสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2560 – 2563 ที่มีเป้าหมายเพื่อเพิ่มรายได้และกระจายรายได้ไปสู่ชุมชนท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องในเป้าหมายการประสานความร่วมมือทุกภาคีเพื่อเสริมสร้างศักยภาพพลโลกและระบบบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่นำไปสู่ความยั่งยืนอย่างบูรณาการ และการสร้างเสริมและกระจายรายได้เพื่อลดความเหลื่อมล้ำด้วยการท่องเที่ยวโดยชุมชน

นอกจากนี้เมื่อวิเคราะห์ผลการดำเนินงานของโครงการกับแผนพัฒนาจังหวัดน่าน (พ.ศ. 2561 – 2565) พบว่า การดำเนินโครงการนั้นมีความสอดคล้องกับทิศทางของยุทธศาสตร์ที่ทางจังหวัดได้ตั้งกรอบเป้าหมายการพัฒนาไว้ ดังนี้ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยองค์ความรู้เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทาง

เศรษฐกิจใน ลักษณะประชารัฐ ยุทธศาสตร์ที่ 2 การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมโดยมีส่วนร่วมของ ภาคประชาสังคม ซึ่งโครงการได้พัฒนาในส่วนของกรมเน้นการเพิ่มรายได้จากการแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพของจังหวัด โดยการนำองค์ความรู้มาพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่า (Value Added) และเพิ่มโอกาสในการแข่งขันสินค้าและบริการให้เพิ่มสูงขึ้น และให้ความสำคัญต่อการทำงานอย่างมีส่วนร่วมจากทุกหน่วยงานภาคีและชาวบ้านในพื้นที่เพื่อการพัฒนาชุมชนที่ยั่งยืนและการวิเคราะห์ถึงผลกระทบของโครงการที่มีความสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals–SDGs) ดังรายละเอียดดังตารางที่ 5-3

ตารางที่ 5-3 ความสอดคล้องของผลกระทบของโครงการและเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

ผลกระทบ (Impact)	เป้าหมายของ SDGs	
	เป้าหมายของ SDGs	รายละเอียดเป้าหมาย SDGs
-เครือข่ายชุมชนและกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียมีศักยภาพในการพัฒนา การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสร้างสรรค์โดยเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน	เป้าหมายที่ 17 เสริมความเข้มแข็งให้แก่งlobalการดำเนินงานและฟื้นฟูสภาพหุ้นส่วนความร่วมมือระดับโลกสำหรับการพัฒนาที่ยั่งยืนการเงิน	เสริมความแข็งแกร่งของการระดมทรัพยากรภายในประเทศโดยรวมถึงผ่านทางการสนับสนุนระหว่างประเทศไปยังประเทศกำลังพัฒนา เพื่อพัฒนาขีดความสามารถภายในประเทศในการเก็บภาษีและรายได้ของอื่นๆของรัฐ
-นักท่องเที่ยวและชุมชนเข้าใจและมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสร้างสรรค์โดยเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน	เป้าหมายที่ 12 สร้างหลักประกันให้มีรูปแบบการบริโภคและผลิตที่ยั่งยืน	ดำเนินการให้เป็นผลตามกรอบการค้าดำเนินงานระยะ 10 ปีว่าด้วยการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน ทุกประเทศนำไปปฏิบัติโดยประเทศพัฒนาแล้วเป็นผู้นำ โดยคำนึงถึงการพัฒนาและขีดความสามารถของประเทศกำลังพัฒนา
-ชุมชนเติบโตอย่างยั่งยืนจากการพัฒนา การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสร้างสรรค์โดยเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน	เป้าหมายที่ 8 ส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่องครอบคลุมและยั่งยืน การจ้างงานเต็มที่และมีผลิตภาพ และการมีงานที่สมควรสำหรับทุกคน	-ส่งเสริมนโยบายที่มุ่งการพัฒนาที่สนับสนุนกิจกรรมที่มีผลิตภาพ การสร้างงานที่สมควร ความเป็นผู้ประกอบการ ความสร้างสรรค์และนวัตกรรม และส่งเสริมการเกิดและการเติบโตของวิสาหกิจรายย่อยขนาดเล็ก และขนาดกลาง ซึ่งรวมถึงผ่านการเข้าถึงบริการทางการเงิน -ออกแบบและใช้นโยบายที่ส่งเสริม

		การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนที่จะสร้างงาน และส่งเสริมวัฒนธรรมและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ภายในปี 2573
-ชุมชนต่อยอดแนวความคิดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสร้างสรรค์โดยเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน	เป้าหมายที่ 8 ส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่อง ครอบคลุมและยั่งยืน การจ้างงานเต็มที่และมีผลิตภาพ และการมีงานที่สมควรสำหรับทุกคน	-ส่งเสริมนโยบายที่มุ่งการพัฒนาที่สนับสนุนกิจกรรมที่มีผลิตภาพ การสร้างงานที่สมควร ความเป็นผู้ประกอบการ ความสร้างสรรค์ และนวัตกรรม และส่งเสริมการเกิดและการเติบโตของวิสาหกิจรายย่อย ขนาดเล็ก และขนาดกลาง ซึ่งรวมถึงผ่านการเข้าถึงบริการทางการเงิน -ออกแบบและใช้นโยบายที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนที่จะสร้างงาน และส่งเสริมวัฒนธรรมและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ภายในปี 2573

### 3. ปัญหาที่ค้นพบจากการศึกษา

ปัญหาที่ค้นพบในการศึกษาครั้งนี้สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

อุปสรรคเกี่ยวกับระยะเวลาในการดำเนินโครงการเนื่องจากการท่องเที่ยวในจังหวัดน่านโดยทั่วไปมีลักษณะเป็นการท่องเที่ยวที่อิงตามฤดูกาลแต่ระยะเวลาในการเริ่มของโครงการเป็นช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวในช่วงระยะพักตัว ส่งผลทำให้การเก็บข้อมูลการท่องเที่ยวเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลในมุมมองของผู้ให้บริการมากกว่าในมุมมองของผู้รับบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงฤดูฝนและฤดูกาลเก็บเกี่ยวผลผลิตทางการเกษตรที่ผู้เข้าร่วมโครงการจำเป็นต้องจัดการกับปัญหาน้ำท่วมและผลผลิตการเกษตรของตนเองก่อน

ปัญหาที่ค้นพบในการประสานงานกับโครงการย่อยอื่น ๆ

*ประการที่หนึ่ง* การทำงานในโครงการย่อยเป็นไปตามเป้าหมายและแผนการดำเนินการ แต่มีอุปสรรคการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทำให้กิจกรรมของชุมชนหยุดชะงัก

*ประการที่สอง* ปัญหาในการหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภายในจังหวัดเนื่องจากจังหวัดน่านยังไม่เคยจัดทำการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทำให้ข้อมูลดังกล่าวยังไม่ครบถ้วน ถึงแม้ว่าทางจังหวัดน่านจะสนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แต่ในทางปฏิบัติแล้วชุมชน หรือการจัดการพื้นที่พิเศษยังขาดความเข้าใจและการกระจายตัวของผลประโยชน์หรือการพัฒนาที่เน้นพื้นที่เป็นฐาน และประชาชนเป็นศูนย์กลาง

*ประการสุดท้าย* ปัญหาการระบาดของ COVID-19 ทำให้คณะวิจัยไม่สามารถลงพื้นที่เพื่อทำวิจัยได้ ส่งผลทำให้การดำเนินการโครงการล่าช้ากว่าที่กำหนด

## เอกสารอ้างอิง

- Baldwin, T. T., & Ford, J. K. (1988). TRANSFER OF TRAINING: A REVIEW AND DIRECTIONS FOR FUTURE RESEARCH. *Personnel Psychology*, 41(1), 63-105.  
doi:<https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.1988.tb00632.x>
- Global Wellness Institute. (2015). *The Global Wellness Tourism Economy Report 2013 & 2014. Miami: GWI*. Retrieved from [https://globalwellnessinstitute.org/wp-content/uploads/2018/06/GWI\\_2013\\_and\\_2014\\_Global\\_Wellness\\_Tourism\\_Economy\\_Report\\_Final.pdf](https://globalwellnessinstitute.org/wp-content/uploads/2018/06/GWI_2013_and_2014_Global_Wellness_Tourism_Economy_Report_Final.pdf)
- Lim, G. S., Werner, J. M., & DeSimone, R. L. (2013). *Human Resource Development for Effective Organizations: Principles and Practices Across National Boundaries*: Cengage Learning.
- Mill, R. C., & Morrison, A. M. (2012). *The Tourism System 7th* (Seventh ed.): Dubuque: Kendall Hunt Publishing.
- เฉลิมรัฐ ภูทองไชย. (2559). ตำราวิชา การบริหารทรัพยากรมนุษย์ภาครัฐ(pp. 556). Retrieved from <http://portal5.udru.ac.th/ebook/pdf/upload/17UU9i5S85HU3Si1n86t.pdf>
- กมลชนก จันท์เกตุ. (2560). การจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา : ชุมชนเกาะยอ จังหวัดสงขลา. (รัฐศาสตรมหาบัณฑิต (บริหารรัฐกิจและกิจการสาธารณะ)). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ. Retrieved from [http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2017/TU\\_2017\\_5903010014\\_8197\\_8295.pdf](http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2017/TU_2017_5903010014_8197_8295.pdf)
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). รายงานวิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2579 Retrieved from [https://secretary.mots.go.th/ewtadmin/ewt/policy/download/article/article\\_20170509151433.pdf](https://secretary.mots.go.th/ewtadmin/ewt/policy/download/article/article_20170509151433.pdf)
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2564). รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว ปีที่ 2 ฉบับที่ 1/2564. Retrieved from กรุงเทพมหานคร:  
[https://www.mots.go.th/download/article/article\\_20210521170904.pdf](https://www.mots.go.th/download/article/article_20210521170904.pdf)
- กระทรวงสาธารณสุข และองค์การภาครัฐ - เอกชน. (2559). แผนแม่บทแห่งชาติว่าด้วยการพัฒนาสมุนไพรไทย ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2560–2564. นนทบุรี: บจก.ทีเอส อินเทอร์เน็ต.
- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการจัดทำตัวชี้วัดภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย. Retrieved from [https://secretary.mots.go.th/ewtadmin/ewt/policy/download/article/article\\_20190624122428.pdf](https://secretary.mots.go.th/ewtadmin/ewt/policy/download/article/article_20190624122428.pdf)

- กองบัญชาประชาชนชาติ สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2561). ผลิตภัณฑ์ภาคและจังหวัด แบบปริมาณลูกโซ่ ฉบับ พ.ศ. ๒๕๖๑ Gross Regional and Provincial Product Chain Volume Measures 2018 Edition. Retrieved from [https://www.nesdc.go.th/ewt\\_dl\\_link.php?nid=5628&filename=gross\\_regional](https://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=5628&filename=gross_regional)
- คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2560-2564. กรุงเทพฯ: สำนักงานกิจการโรงแรมองค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.
- จุฑารัตน์ ช่างเจริญ. (2557). ความต้องการในการพัฒนาตนเองของพนักงาน บริษัท โฮโย (ไทยแลนด์) จำกัด. (หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยบูรพา, Retrieved from [http://digital\\_collect.lib.buu.ac.th/dcms/files/55930254/title.pdf](http://digital_collect.lib.buu.ac.th/dcms/files/55930254/title.pdf)
- ชยาภรณ์ วีระพลกุล, & ไพฑูรย์ เจตธารงชัย. (2561). กลยุทธ์การตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในพื้นที่อำเภอเมืองระนองจังหวัดระนอง MARKETING STRATEGY TO PROMOTE WELLNESS TOURISM IN MUEANG DISTRICT, RANONG PROVINCE. วารสารรัชต์ภาคย์, 12(27), 85-100. Retrieved from <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/RJPJ/article/download/162541/117302/>
- ชูชัย สมितिไกร. (2556). การฝึกอบรมบุคลากรในองค์การ (พิมพ์ครั้งที่ 8 ed.). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฐพันธ์ เขจรนนท์. (2541). การจัดการทรัพยากรบุคคล (พิมพ์ครั้งที่ 1 ed.). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณาริญา วีระกิจ, ชัยนันต์ ไชยเสน, พุทธพร อักษรไพโรจน์, & ศศิธร สนเปี่ยม. (2562). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของจังหวัดภูเก็ตเพื่อยกระดับสู่การเป็นศูนย์กลางนานาชาติการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ The Development Guidelines of Medical Tourism to Upgrade Phuket to be an International Medical Hub. วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ, 15(2), 35-57. Retrieved from <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jitt/article/download/177741/162416/>
- दनัย เทียนพุ่ม. (2540). การบริหารทรัพยากรบุคคลเรื่องการวางแผนอาชีพและแผนสืบทอดตำแหน่ง (พิมพ์ครั้งที่ 1 ed.). กรุงเทพฯ: สถาบันการจัดการงานบุคคล สมาคมการจัดการงานบุคคลแห่งประเทศไทย.
- ดวงพร อ่อนหวาน, จักรพงษ์ พวงงามชื่น, & อุดมลักษณ์ ดวงลกตก. (2556). การเสริมสร้างศักยภาพชุมชนเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน. In. เชียงใหม่.
- ธนัชชา ลัมวุฒิ. (2558). ประวัติเมืองน่าน. Retrieved from <https://sites.google.com/site/nannaxyu/>

- นรีนาดา แซ่กอ. (2559). พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยแม่โจ้, เชียงใหม่. Retrieved from [http://mdc.library.mju.ac.th/thesis/2561/narenada\\_sae-kor/fulltext.pdf](http://mdc.library.mju.ac.th/thesis/2561/narenada_sae-kor/fulltext.pdf)
- นัชณลิน อินทนุพัฒน์. (2563). ศักยภาพชุมชนเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษาชุมชน อ่างเก็บน้ำลำพอก จังหวัดสุรินทร์ วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 39(2), 61-73. Retrieved from [http://www.journal.msu.ac.th/upload/articles/article2624\\_8905.pdf](http://www.journal.msu.ac.th/upload/articles/article2624_8905.pdf)
- นัทชา สองหลวง. (2561). แนวทางการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสุขภาพจังหวัดขอนแก่น Guidelines on planning for community-based Health Tourism Development in Khon Kaen Province. 149-160. Retrieved from <https://thm.msu.ac.th/conference/file/15-แนวทางการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสุขภาพจังหวัดขอนแก่น.pdf>
- พรพิชญ์ พรหมศิระพัลลภ, กุลดา เพ็ชรวรอุณ, & ชัชวาล แพนกุดเรือ. (2548). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่. Retrieved from กรุงเทพฯ:
- พิชญานันท์ อมรพิชญ์. (2557). การพัฒนาศักยภาพบุคคลในชุมชนเพื่อการจัดการด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ของท้องถิ่น จังหวัดเชียงใหม่ ปีที่ 2. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- ภคพร ภูมิยาภรณ์. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ในปี 2562. (ศิลปศาสตรบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ. Retrieved from <http://km-ir.arts.tu.ac.th/s/ir/item/833>
- วรภพ วงศ์รอด. (2562). การพัฒนาศักยภาพเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน : ศึกษากรณีตำบลเขาตืน อ.เภอเก้าเลี้ยว จังหวัดนครสวรรค์ Potential Development for Sustainable Community-Based Tourism Management : The Case of Khaodin Sub-district, Kaoliao District, Nakonsawan Province. บัณฑิตศึกษาปริทรรศน์ วิทยาลัยสงฆ์นครสวรรค์ 7(3), 203-220. Retrieved from <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jgsnsbc-journal/article/download/238829/163166/>
- วรัชต์ มัธยมบุรุษ. (2562). โครงสร้างของระบบการท่องเที่ยว Structure of Tourism System. วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย, 14(1), 94-102. Retrieved from <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/tourismtaat/article/download/175101/125276/>
- วิกิพีเดีย. (2564). จังหวัดน่าน. Retrieved from <https://th.wikipedia.org/wiki/จังหวัดน่าน>
- วุฒิชชาติ สุนทรสมัย, & ปิยะพร ธรรมชาติ. (2559). รูปแบบการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสุขภาพของจังหวัดปราจีนบุรีเพื่อการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนอย่างยั่งยืน Community-Based Healthy Tourism Patterns for Sustainable Development of Community-Based Enterprise

- Networking in Prajinburi Province. วารสารสมาคมนักวิจัย, 21(3), 167-181. Retrieved from [http://www.ar.or.th/ImageData/Magazine/10044/DL\\_10290.pdf](http://www.ar.or.th/ImageData/Magazine/10044/DL_10290.pdf)
- ศิริเพ็ญ ศุภกาญจนกันติและคณะ. (2560). การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางเศรษฐกิจของประเทศไทย ผลกระทบต่อความยั่งยืนของระบบประกันสุขภาพ การเข้าถึงบริการทางการแพทย์ ความมั่นคงของมนุษย์ และ รูปแบบการดูแลผู้สูงอายุในระยะยาว. ศูนย์เศรษฐศาสตร์สาธารณสุข จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศูนย์วิจัยความสุขชุมชน. (2556). ผลการจัดอันดับจังหวัดแห่งความสุขของประเทศไทย : กรณีศึกษาตัวอย่าง ประชาชนอายุ 18 ปีขึ้นไปใน 77 จังหวัดทั่วประเทศ. มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ. Retrieved from [http://www2.maehongson.go.th/usrupl/dailyevent/march2013/leadm3d28\\_doc.pdf](http://www2.maehongson.go.th/usrupl/dailyevent/march2013/leadm3d28_doc.pdf)
- สำนักงานสถิติจังหวัดน่าน (2558). รายงานสถิติจังหวัดน่าน พ.ศ. 2558 Retrieved from <http://nan.nso.go.th/images/attachments/article/314/%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%87%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%AA%E0%B8%96%E0%B8%B4%E0%B8%95%E0%B8%B4%20%E0%B8%9E.%E0%B8%A8.%202558.pdf>
- สำนักงานสถิติจังหวัดน่าน. (2563). รายงานสถิติจังหวัดน่าน พ.ศ. 2562. สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. น่าน. Retrieved from <http://nan.nso.go.th/images/attachments/article/รายงานสถิติ%20พ.ศ.%202562.pdf>
- สายรุ้ง ดินโคกสูง. (2549). การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน : กรณีศึกษา หาดชบา ตำบลชบา อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สำนักงานจังหวัดน่าน. (2562). แผนพัฒนาจังหวัดน่าน (พ.ศ.2561 – 2565) ฉบับทบทวน รอบปี พ.ศ. 2564. Retrieved from <http://www.nan.go.th/upload/1614140619.pdf>
- องค์กรสหประชาชาติ. (2506). การเดินทางและท่องเที่ยวระหว่างประเทศ. Paper presented at the การประชุมองค์กรสหประชาชาติประจำปี 2506, อิตาลี.
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). (2561). แผนขับเคลื่อนองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) ระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2562 - 2565). องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. กรุงเทพฯ. Retrieved from [/plan\\_2562\\_-\\_2565.pdf](#)

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก  
ภาพกิจกรรม

ภาพกิจกรรมการอบรมความรู้เกี่ยวกับการเขียนแผนธุรกิจ  
จัดกิจกรรมวันที่ 16 มีนาคม 2563 ณ โรงแรมน่านกรีนเลควิว รีสอร์ท  
และวันที่ 19 – 20 มีนาคม 2563 จัดประชุมจัดทำ Workshop ที่องค์การบริหารส่วนตำบลบ่อสวก



(ก)



(ข)



(ค)

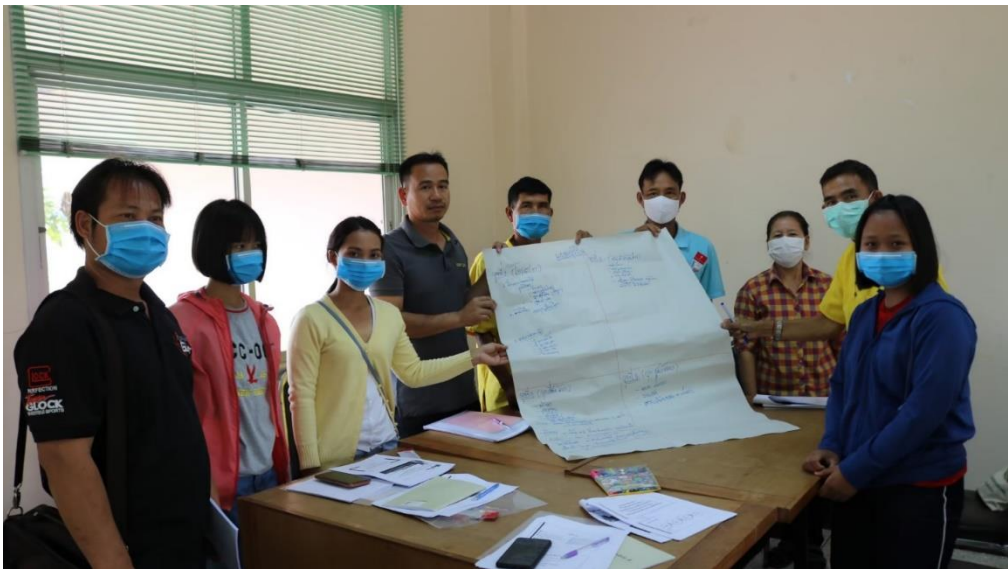


(ง)

รูปที่ ก-1 ภาพกิจกรรมวันที่ 16 มีนาคม 2563



(ဂ)



(ဈ)



(ည)



(ง)



(จ)

รูปที่ ก-2 ภาพกิจกรรมวันที่ 19 มีนาคม 2563



(ก)



(ข)



(ค)



(ง)



(จ)

รูปที่ ก-3 ภาพกิจกรรมวันที่ 20 มีนาคม 2563

ภาพกิจกรรมการอบรมเชิงปฏิบัติการแปรรูปน้ำมันสมุนไพรและบาล์มสมุนไพร  
เมื่อวันที่ 9 ตุลาคม 2563 ณ โรงเรียนบ้านม่วงเจริญราษฎร์ ตำบลผาสิ่งห์ อำเภอมืองน่าน



(ก)



(ข)



(ค)



(ง)



(จ)



(ข)



(၅)



(၆)



(ณ)

รูปที่ ก-4 ภาพกิจกรรมการทำผลิตภัณฑ์สมุนไพร

ภาพกิจกรรมการอบรมการบริหารโฮมสเตย์แบบครบวงจรจัดเมื่อวันที่ 10 ตุลาคม พ.ศ. 2563  
ณ ห้องประชุม องค์การบริหารส่วนตำบลบ่อสวก อ.เมืองน่าน จ.น่าน



(ก)



(ข)



(ค)



(ง)

รูปที่ ก-5 ภาพกิจกรรมการอบรมการพัฒนาคุณภาพโฮมสเตย์

ภาพกิจกรรมการอบรมเชิงปฏิบัติการมาตรฐานการนวดเพื่อสุขภาพจัดเมื่อวันที่ 11 ตุลาคม 2563 ณ ลานอเนกประสงค์ที่ทำการชมรมกำนันผู้ใหญ่บ้าน หมู่ 3 ตำบลบ่อสวก อำเภอเมืองน่าน



(ก)



(ข)



(ค)



(จ)



(จ)



(ข)

รูปที่ ก-6 การอบรมการนวดแผนไทย

ภาคผนวก ข

รูปแบบที่ใช้ในการพัฒนาตราสินค้าของวิสาหกิจชุมชน



รูปที่ ข-1 รูปแบบการสานไฟ้จากตาเหลวผสมผสานกับรูปทรงของตาเหลว

กริดจาก ๓๓เหลี่ยม + กริดจากรูปทรง๓๓เหลี่ยม

กริดจาก ๓๓เหลี่ยม + กริดจากรูปทรง๓๓เหลี่ยม

**DESIGN 02**

**บุษบ๋อฮอว**  
**BORSUAK**

**DESIGN 02**

รูปที่ ข-2 รูปแบบการสานไม้จากตาเหลวมผสมผสานกับรูปทรงของตาเหลว

กริดจาก ๓เหลี่ยม

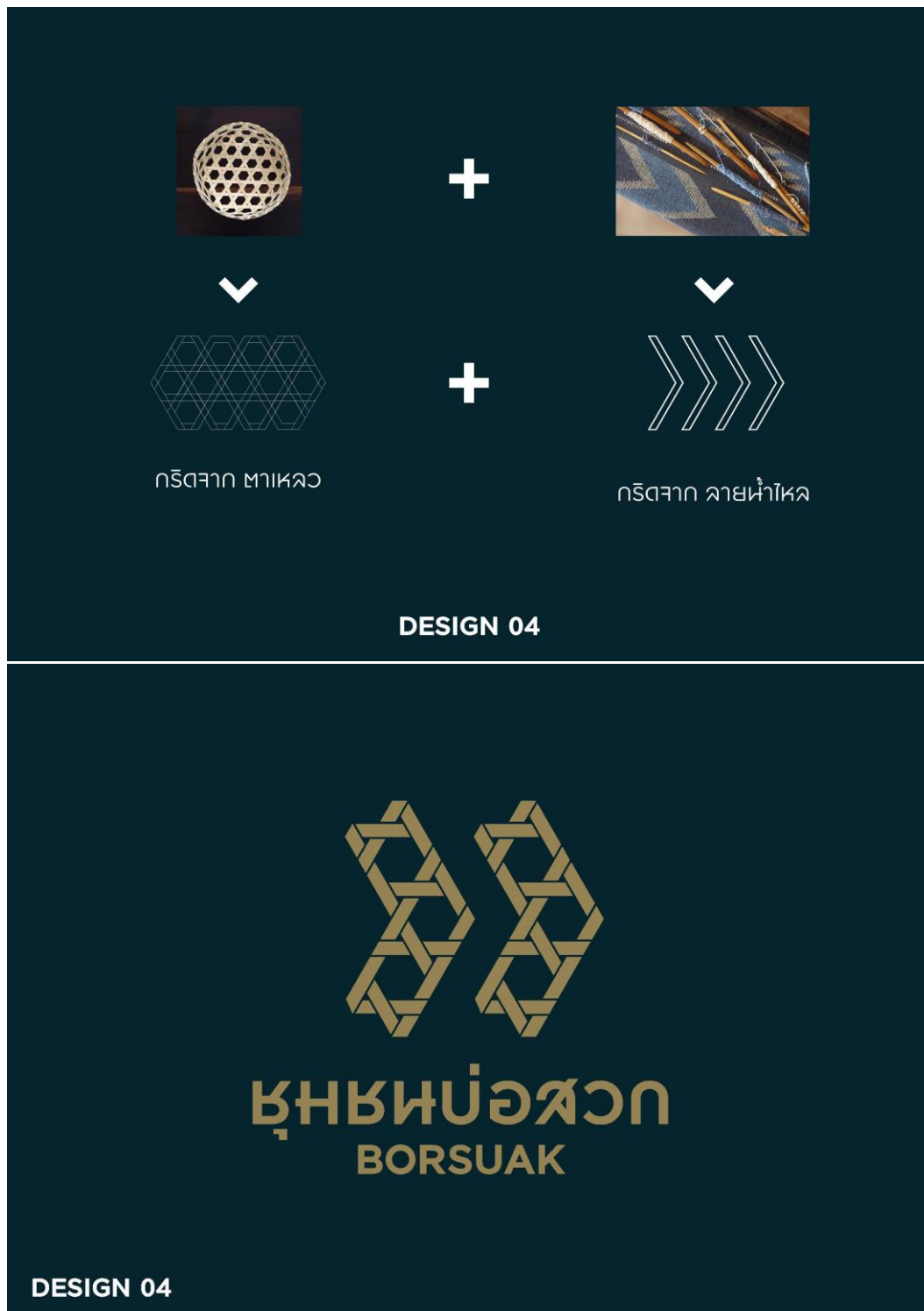
กริดจาก ลายบ่อสวก

DESIGN 03

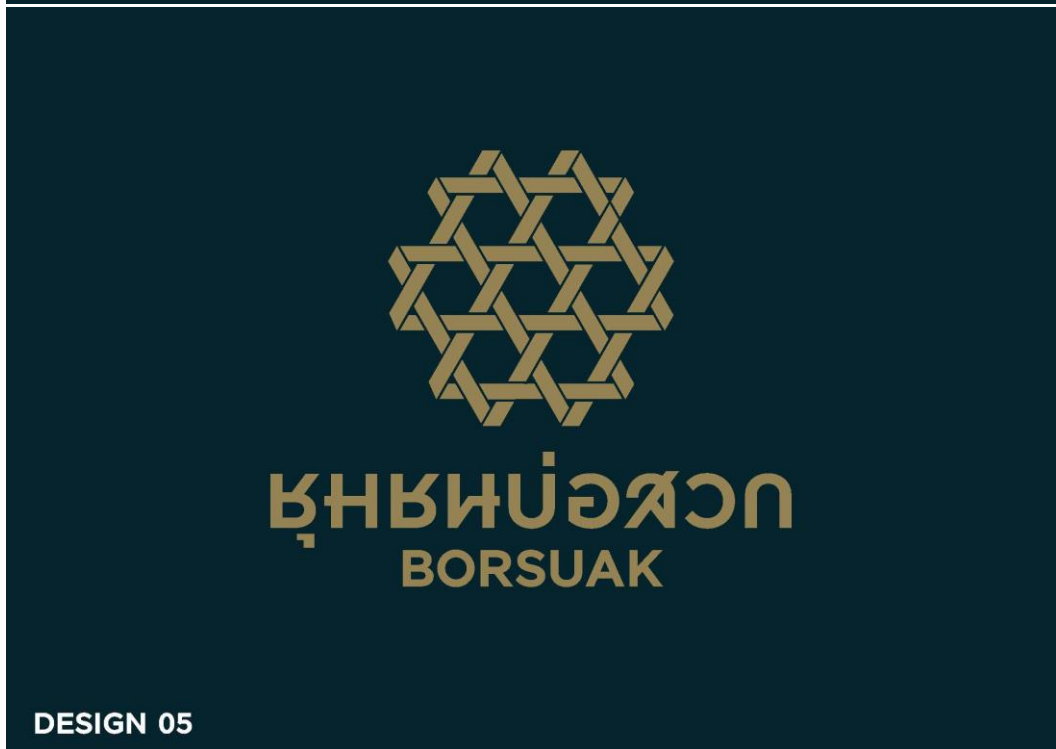
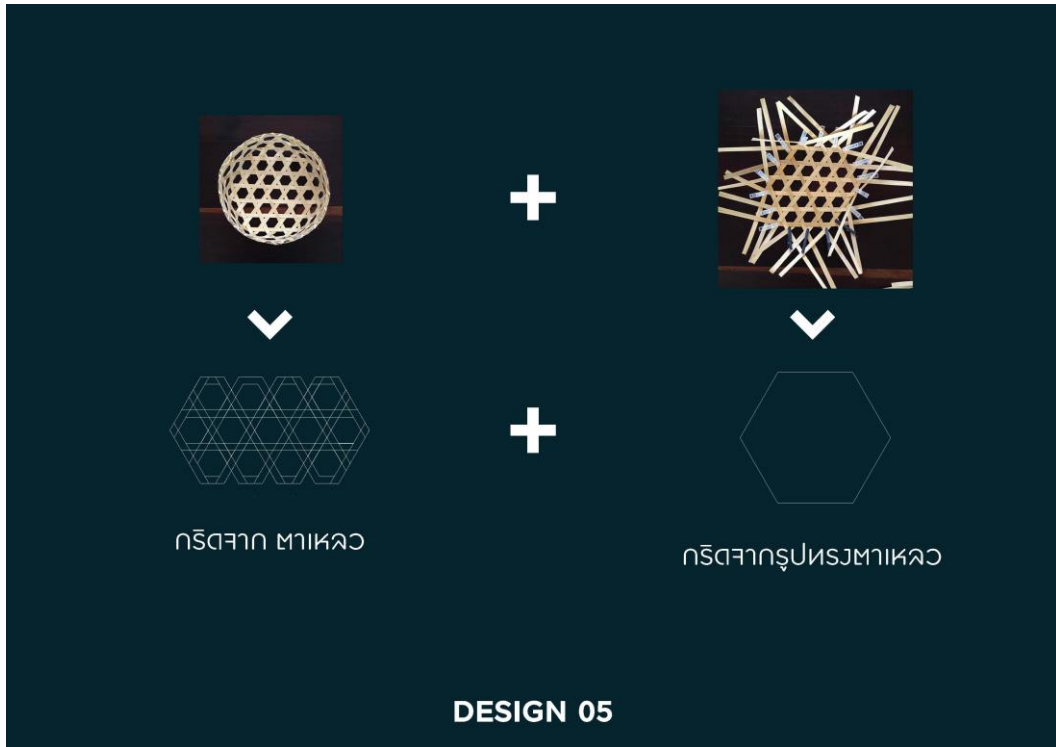
บุษบ่อสวก  
BORSUAK

DESIGN 03

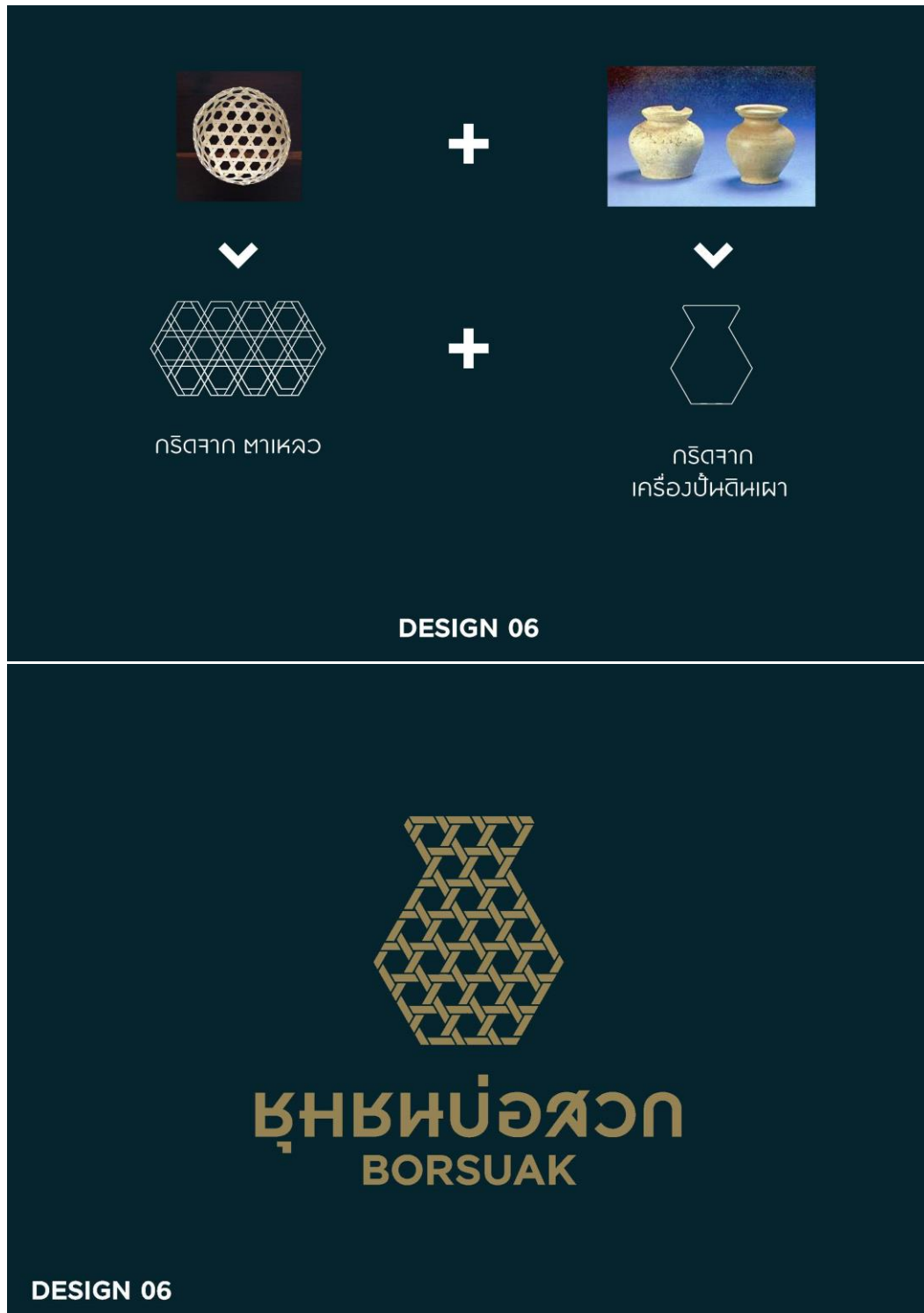
รูปที่ ข-3 รูปแบบการสานไฟ้จากตาเหลวผสมผสานกับรูปแบบลายทอผ้าบ่อสวก



รูปที่ ข-4 รูปแบบการสานไฟจากตาเหลวผสมผสานกับรูปแบบลายทอลายน้ำไหล



รูปที่ ข-5 รูปแบบการสานไม้จากตาเหลวผสมผสานกับรูปทรงตาเหลว



รูปที่ ข-6 รูปแบบการสานไม้จากตาเหลวผสมผสานกับรูปทรงเครื่องปั้นดินเผา

กริดจาก ๓๓เหลี่ยม

กริดจาก ลายดาวล้อมเดือน

**DESIGN 07**

**บุษนบ่อซวก**  
**BORSUAK**

**DESIGN 07**

รูปที่ ข-7 รูปแบบการสานไม้จากตาเหลวผสมผสานกับรูปแบบลายดาวล้อมเดือน



▼



กริดจาก ลายบ่อสวก

+



กริดจาก จังหวะ  
วงลายผ้า

**DESIGN 08**

---



**บุษบ่อสวก**  
**BORSUAK**

**DESIGN 08**

รูปที่ ข-8 รูปแบบผ้าทอลายบ่อสวกผสมผสานกับรูปแบบจังหวะของลายผ้า

กริดจาก ลายบ่อสวน

กริดจาก ภาเคลว

DESIGN 09

บุษบ่อสวน  
BORSUAK

DESIGN 09

รูปที่ ข-9 รูปแบบผ้าทอลายบ่อสวนผสมผสานกับรูปแบบของกริดตาเหลี่ยม

ภาคผนวก ค

แผนการมีส่วนร่วมของชุมชนเชิงธุรกิจไฮมสเตย์



แผนการมีส่วนร่วมของชุมชนเชิงธุรกิจโฮมสเตย์  
โครงการทรัพยากรและศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสร้างสรรค์  
ในจังหวัดน่าน (Creative Health Tourism)

โดย

ศาสตราจารย์ ดร. ศิริเพ็ญ ศุภกาญจนกันติ  
อ.ชินพรรณ ลิทธิกรชยาพงษ์  
รองศาสตราจารย์ ดร. ชันทาล แฮร์เบอร์โฮลต์  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วัชรพงศ์ รติสุขพิมล

ได้รับการสนับสนุนจาก  
โครงการสร้างเสริมพลังจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กองทุนศตวรรษที่ 2  
(Second Century Fund: C2F)

ศูนย์เชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านเศรษฐศาสตร์สาธารณสุข  
คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
และเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนส่งเสริมและพัฒนาสมุนไพรตำบลบ่อสวก (บ่อสวกเอิร์บ)  
ตำบลบ่อสวก อำเภอเมือง จังหวัดน่าน

มกราคม 2565



แผนการมีส่วนร่วมของชุมชนเชิงธุรกิจโฮมสเตย์  
โครงการทรัพยากรและศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน  
(Creative Health Tourism)

โดย

ศาสตราจารย์ ดร. ศิริเพ็ญ ศุภกาญจนกันติ	หัวหน้าโครงการ
ดร. ดวงฤทัย นิคมรัตน์	ที่ปรึกษา
นางสาวกิตติยาภรณ์ สิทธิกรชยาพงษ์	ที่ปรึกษา
นางสาวชุลี ลามโชติ	ที่ปรึกษา
อ.ชินพรรณ สติทธิกรชยาพงษ์	นักวิจัย
รองศาสตราจารย์ ดร. ชันทาล แฮร์เบอร์โฮลส์	นักวิจัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วัชรพงศ์ รติสุขพิมล	นักวิจัย
นางสาวนภัสสร แสนชัย	ผู้ช่วยนักวิจัย
นางสาวภัทราวดี วุฒิมาพรพงศ์	ผู้ช่วยนักวิจัย
นายสิริวิชญ์ พันธุ์ศักดิ์	ผู้ช่วยนักวิจัย
นางพัชนี เสวกพันธ์	ผู้ประสานงานโครงการ
นางประณิต โกษาแสง	ผู้ประสานงานโครงการ

ได้รับการสนับสนุนจาก

โครงการสร้างเสริมพลังจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กองทุนศตวรรษที่ 2  
(Second Century Fund: C2F)

ศูนย์เชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านเศรษฐศาสตร์สาธารณสุข

คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

และเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนส่งเสริมและพัฒนาสมุนไพรตำบลบ่อสวก (บ่อสวกเอีร์บ)

ตำบลบ่อสวก อำเภอเมือง จังหวัดน่าน

มกราคม 2565



แผนการมีส่วนร่วมของชุมชนเชิงธุรกิจโฮมสเตย์  
โครงการทรัพยากรและศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน  
(Creative Health Tourism)

โดย		
ศาสตราจารย์ ดร. ศิริเพ็ญ ศุภกาญจนกันติ	หัวหน้าโครงการ	คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ดร. ดวงฤทัย นิคมรัตน์	ที่ปรึกษา	คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
นางสาวกิตติยาภรณ์ สิทธิกรชยาพงษ์	ที่ปรึกษา	ธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน)
นางสาวชุลี ลาภโชติ	ที่ปรึกษา	ศูนย์ฝึกออาชีพ กรุงเทพมหานคร วัดวรจรยาวาส
อ.ชินพรรณ สิทธิกรชยาพงษ์	นักวิจัย	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
รองศาสตราจารย์ ดร. ชันทาล แฮร์เบอร์โฮลต์	นักวิจัย	คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วัชรพงศ์ รติสุขพิมล	นักวิจัย	คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
นางสาวนภััสสร แสนชัย	ผู้ช่วยนักวิจัย	ศูนย์เชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านเศรษฐศาสตร์ สาธารณสุข
นางสาวภัทราวดี วุฒิมาพรพงศ์	ผู้ช่วยนักวิจัย	ศูนย์เชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านเศรษฐศาสตร์ สาธารณสุข
นายสิริวิษณุ พันธุ์ศักดิ์	ผู้ช่วยนักวิจัย	ศูนย์เชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านเศรษฐศาสตร์ สาธารณสุข
นางพัชนี เสวกพันธ์	ผู้ประสานงานโครงการ	ศูนย์เชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านเศรษฐศาสตร์ สาธารณสุข
นางประณิต โกษาแสง	ผู้ประสานงานโครงการ	ศูนย์เชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านเศรษฐศาสตร์ สาธารณสุข

ศูนย์เชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านเศรษฐศาสตร์สาธารณสุข

คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

และเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนส่งเสริมและพัฒนาสมุนไพรตำบลบ่อสวก (บ่อสวกเอิร์บ)

ตำบลบ่อสวก อำเภอเมือง จังหวัดน่าน

มกราคม 2565

## แผนการมีส่วนร่วมของชุมชนเชิงธุรกิจโฮมสเตย์



ชื่อธุรกิจ ตั้ง โฮมสเตย์  
ประเภทธุรกิจ บริการ โฮมสเตย์  
ที่อยู่ 176 ตำบลสวน อำเภอมืองน่าน จังหวัดน่าน 55000

โดย

โครงการทรัพยากรและศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน  
(Creative Health Tourism)

ศูนย์เชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านเศรษฐศาสตร์สาธารณสุข  
คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
และเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนส่งเสริมและพัฒนาสมุนไพรตำบลบ่อสวน (บ่อสวนเฮิร์บ)  
ตำบลบ่อสวน อำเภอมือง จังหวัดน่าน

โครงการการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Development of Creative Tourism)

ชุดโครงการวิจัยภายใต้โครงการแผนพัฒนาวิชาการจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

“สร้างเสริมพลังชุมชน ก้าวสู่ศตวรรษที่ 2 ช่วงที่ 2” จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

มกราคม 2565

## บทสรุปผู้บริหาร

ประเทศไทยตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวในฐานะกลไกที่สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยในปี 2560 นั้นประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวอยู่ที่อันดับ 34 จาก 136 ประเทศ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ผ่านมาของประเทศไทยสามารถเพิ่มขีดความสามารถของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตามในยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยจึงต้องมีการปรับตัวตามแนวโน้มที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อรักษาและพัฒนาขีดความสามารถด้านการท่องเที่ยวของประเทศให้มีความยั่งยืน

ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยภายใต้แผนยุทธศาสตร์ชาติประเด็นการท่องเที่ยวนั้น จะมุ่งเน้นการสร้างควมหลากหลายด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยว รวมไปถึงมุ่งเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวในสาขาต่าง ๆ ที่มีศักยภาพ แต่ยังคงรักษาจุดเด่นของประเทศด้านขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม และอัตลักษณ์ความเป็นไทยไว้ โดยในปัจจุบันสาขาการท่องเที่ยวที่กำลังจะเป็นแนวโน้มในธุรกิจการท่องเที่ยวในอนาคต คือ **การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม** โดยมุ่งเน้นการใช้องค์ความรู้และนวัตกรรมผนวกกับจุดแข็งด้านความหลากหลายทางทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และวิถีชีวิต เพื่อสร้างคุณค่าให้กับสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

จากแนวโน้มธุรกิจการท่องเที่ยวข้างต้นจึงได้เล็งเห็นถึงโอกาสในการทำธุรกิจโฮมสเตย์ ภายใต้ชื่อ “ตัง โฮมสเตย์” ซึ่งเป็นโฮมสเตย์แนวบ้านสวนเป็นที่พักอาศัยแบบชั่วคราว เป็นสถานที่พักผ่อนให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่ชอบบรรยากาศวิถีชีวิตชาวบ้าน วิถีชีวิตคนพื้นเมืองของภาคเหนือในจังหวัดน่าน เรียนรู้กิจกรรมต่าง ๆ ที่ชาวบ้านสืบทอดกันมาตั้งแต่อดีต เช่น ทำเครื่องปั้นดินเผา ปลูกพืชสมุนไพร ทอผ้าพื้นเมือง ทำนาข้าว ฯลฯ ค่าบริการที่พักไม่สูงมาก เน้นการให้บริการแบบเป็นกันเอง ทำให้ผู้ที่มาพักอาศัยสามารถพักผ่อนได้อย่างเต็มที่

## สารบัญ

บทสรุปผู้บริหาร.....	ก
สารบัญ .....	ข
สารบัญตาราง .....	ง
สารบัญรูปภาพ .....	จ
บทที่ 1 การวิเคราะห์ตลาด.....	1
1. การวิเคราะห์สภาพตลาดโฮมสเตย์ในปัจจุบัน.....	1
2. แนวโน้มตลาดโฮมสเตย์ .....	1
บทที่ 2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม.....	4
1. โครงสร้างอุตสาหกรรมโรงแรมและที่พัก .....	4
1.1 แบ่งตามวัตถุประสงค์ของการเข้าพัก.....	4
1.2 แบ่งตามลักษณะเฉพาะตัวของที่พัก .....	5
2. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก.....	6
2.1 สภาพแวดล้อมทางการเมือง.....	6
2.2 สภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจ (-)(+).....	7
2.3 สภาพแวดล้อมทางด้านทรัพยากรธรรมชาติ.....	8
2.4 สิ่งแวดล้อมทางด้านเทคโนโลยี .....	8
2.5 ปัจจัยด้านสังคม.....	8
3. การวิเคราะห์ความน่าสนใจของอุตสาหกรรมด้วย Five Forces Model.....	9
3.1 การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ (Treat of New Entrants) .....	9
3.2 การคุกคามจากสินค้าหรือบริการทดแทน (Treat of Substitutes) (-).....	11
3.3 อำนาจการต่อรองของคู่ค้า (Bargaining Power of Suppliers) (+)(-).....	11
3.4 อำนาจต่อรองของผู้ใช้บริการ (Bargaining Power of Customers).....	12
3.5 การแข่งขันของคู่แข่งในอุตสาหกรรม (Industry Rivalry) .....	12
4. การวิเคราะห์คู่แข่งชั้น (Competitor Analysis).....	13
4.1 คู่แข่งทางตรง (Direct Competitor).....	13
4.2 คู่แข่งทางอ้อม (Indirect Competitor).....	15
5. การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค .....	16

6. ปัจจัยหลักที่มีผลต่อความสำเร็จ (Key Success Factors) .....	17
6.1 การสื่อสารให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย .....	17
6.2 การบริการด้วยใจนำไปสู่ความสำคัญที่ดีกับลูกค้า .....	17
6.3 ความสวยงามของสถานที่ .....	17
6.4 กิจกรรมวัฒนธรรมชุมชน .....	17
บทที่ 3 ลักษณะและโครงสร้างธุรกิจ .....	18
1. ลักษณะธุรกิจโฮมสเตย์ .....	18
1.1 ลักษณะธุรกิจ .....	18
1.2 ชื่อธุรกิจ .....	18
2. การวิเคราะห์สภาพองค์กร (SWOT Analysis) .....	19
2.1 จุดแข็ง (Strengths) .....	19
2.2 จุดอ่อน (Weakness) .....	19
2.3 โอกาส (Opportunities) .....	19
3. การกำหนดทิศทางขององค์กร .....	19
3.1 วิสัยทัศน์ .....	19
3.2 พันธกิจ .....	20
3.3 เป้าหมาย .....	20
บทที่ 4 แผนกลยุทธ์ .....	21
1. แนวทางการจัดการเชิงกลยุทธ์ .....	21
1.1 กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate Level Strategy) .....	21
1.2 กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Strategy) .....	21
1.3 กลยุทธ์ระดับหน้าที่ (Functional Level Strategy) .....	21
2. กลยุทธ์ระดับปฏิบัติการ .....	22
2.1 กลยุทธ์ด้านการตลาด .....	22
2.2 กลยุทธ์ด้านการดำเนินงาน .....	29
2.3 กลยุทธ์ด้านการเงิน .....	34

## สารบัญตาราง

ตารางที่ 2-1 รายละเอียดบ่อสวกโฮมสเตย์ (WoodHome Nan Homestay).....	13
ตารางที่ 2-2 รายละเอียดเฮือนแม่คำปวนโฮมสเตย์ .....	14
ตารางที่ 2-3 รายละเอียดโรงแรม่านบูติก (Nan Boutique Hotel).....	15
ตารางที่ 2-4 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคด้วย 6WS และ 1H.....	16
ตารางที่ 4-1 ราคาห้องพักตามวันที่เข้าพัก.....	26
ตารางที่ 4-2 ราคาห้องพักตามช่วงเดือนที่เข้าพัก.....	26
ตารางที่ 4-3 แสดงโครงสร้างเงินทุนของตั้งโฮมสเตย์.....	35
ตารางที่ 4-4 แสดงประมาณการจำนวนห้องพักที่ใช้บริการต่อเดือน.....	37
ตารางที่ 4-5 แสดงการประมาณรายได้จากการบริการที่พัก และรายได้อื่น ๆ.....	38
ตารางที่ 4-6 แสดงรายได้ทั้งหมดในระยะเวลา 5 ปี.....	39
ตารางที่ 4-7 แสดงค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการ.....	39
ตารางที่ 4-8 แสดงค่าใช้จ่ายทางการตลาด.....	40
ตารางที่ 4-9 แสดงการประมาณการงบกำไรขาดทุน.....	40

## สารบัญรูปภาพ

รูปที่ 2-1 บรรยากาศบ่อสวกโฮมสเตย์ (WoodHome Nan Homestay).....	14
รูปที่ 2-2 บรรยากาศเขื่อนแม่คำปวนโฮมสเตย์ .....	15
รูปที่ 2-3 บรรยากาศโรงแรม่านบูติก (Nan Boutique Hotel).....	16
รูปที่ 4-1 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์.....	23
รูปที่ 4-2 ตัวอย่างบรรยากาศภายนอกที่พักตั้งโฮมสเตย์ .....	24
รูปที่ 4-4 แผนผังที่ตั้งตั้งโฮมสเตย์ .....	30
รูปที่ 4-5 แผนผังการแบ่งสัดส่วนตั้งโฮมสเตย์ .....	30
รูปที่ 4-6 เส้นทางกิจกรรมการท่องเที่ยวในตำบลบ่อสวก.....	33

## บทที่ 1 การวิเคราะห์ตลาด

### 1. การวิเคราะห์สภาพตลาดโฮมสเตย์ในปัจจุบัน

ปัจจุบันธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ทำหน้าที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจในประเทศไทย เนื่องจากภาครัฐบาลมีมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง รวมไปถึงภาคการท่องเที่ยวเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญสำหรับประเทศไทย โดยเฉพาะธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับที่พัก ซึ่งเป็นธุรกิจหนึ่งที่มีความสัมพันธ์กันโดยตรงกับภาคการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ เป็นต้น ซึ่งจะมีระดับราคาที่หลากหลายตามขนาดของที่พัก ทำเลสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญต่าง ๆ ที่ใกล้ที่พักนั้น ๆ สิ่งอำนวยความสะดวก การให้บริการ รวมไปถึงความปลอดภัยที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ

จากบริบทสภาพพื้นที่ของประเทศไทยที่ปกคลุมด้วยสิ่งแวดล้อมธรรมชาตินั้นทำให้ โฮมสเตย์เป็นธุรกิจที่น่าสนใจ สามารถเป็นอีกอาชีพที่สามารถสร้างรายได้และเป็นที่ยอมรับโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่อยากสัมผัสความงดงามของธรรมชาติและวิถีชีวิตของชุมชน รวมไปถึงเรียนรู้กิจกรรมภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดมาในอดีต นอกจากนี้อากาศที่บริสุทธิ์ เป็นหนึ่งในปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักมีความรู้สึกผ่อนคลาย เพราะในปัจจุบันรูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไป นักท่องเที่ยวเริ่มให้ความสนใจในการท่องเที่ยวแบบพักผ่อนที่ให้ความสงบ โดยเฉพาะผู้ที่อาศัยในเมืองหรือกรุงเทพฯ สภาพเศรษฐกิจที่มีการแข่งขันที่ค่อนข้างสูง ทำให้ผู้คนส่วนมากมีความเครียดสะสมเพิ่มมากขึ้น ถือว่าเป็นโอกาสที่ดีและเป็นช่องทางในการทำธุรกิจสำหรับคนที่มีความรักในดิน บ้าน หรือสวน อยู่ในพื้นที่ต่างจังหวัดที่ติดกับธรรมชาติ สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้นั้นมาเปลี่ยนให้เป็นธุรกิจโฮมสเตย์ ซึ่งธุรกิจโฮมสเตย์นั้นมีหลากหลายรูปแบบ เช่น โฮมสเตย์วิถีชีวิตชาวบ้าน โฮมสเตย์ท่องเที่ยวธรรมชาติ ฯลฯ

### 2. แนวโน้มตลาดโฮมสเตย์

ผลสำรวจของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่า นักท่องเที่ยวในปัจจุบันแสวงหาการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ (Experience Tourism) มากขึ้นกว่าเดิม โดยยินยอมจ่ายเงินให้กับค่าประสบการณ์ต่าง ๆ เช่น การแสดง การฝึกงานหัตถกรรม การผจญภัย ซึ่งส่วนหนึ่งก็รวมถึงการเข้าพักในบ้านเรือนของคนในท้องถิ่น หรือการพักโฮมสเตย์ (Homestay) โฮมสเตย์ นับเป็นส่วนสำคัญของการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและชุมชนเป็นอย่างยิ่ง ซึ่งจะเป็นการช่วยสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคมให้กับประเทศ โดยผู้ประกอบการด้านบริการของไทยเหล่านี้จะเป็นผู้สื่อสารเผยแพร่ความรู้ วิถีชาวบ้าน ภูมิปัญญาท้องถิ่น ประเพณี และศิลปวัฒนธรรมไทยไปสู่นักท่องเที่ยวที่มาจากทั่วโลก

การท่องเที่ยวแบบชุมชนโดยพักในบ้านคนท้องถิ่นหรือโฮมสเตย์ เป็นที่นิยมขึ้นในไทยเมื่อราว พ.ศ. 2537-2539 ยุคที่นักศึกษานิคมโบกรถไปท่องเที่ยวตามหมู่บ้านที่ห่างไกล และออกค่ายพัฒนาชุมชน ซึ่งต่อมาทางภาครัฐได้ส่งเสริมการท่องเที่ยวรูปแบบโฮมสเตย์ โดยออกกฎกระทรวงยกเว้นโฮมสเตย์ ไม่ให้ต้องอยู่ภายใต้ข้อกำหนดของธุรกิจโรงแรมตาม พ.ร.บ. โรงแรมที่เข้มงวดกว่า ทำให้ธุรกิจโฮมสเตย์เริ่มแพร่หลายมากขึ้น โดยเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติที่ห่างไกล จำนวนนักท่องเที่ยวยังมีน้อย ไม่คุ้มค่าต่อการเปิดโรงแรมของกลุ่มทุน รวมถึงชุมชนที่มีวัฒนธรรมประเพณีเป็นเอกลักษณ์ เช่น ชนเผ่าชาวเขา ชาวภูไท ชาวซอง เป็นต้น

ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการโฮมสเตย์เริ่มมีมากขึ้น นักท่องเที่ยวในระยะหลังมีความต้องการในด้านเทคโนโลยีที่สามารถอำนวยความสะดวกเพิ่มมากขึ้น เช่น ต้องการเครื่องปรับอากาศ ตู้เย็น อินเทอร์เน็ต ทำให้วิถีของโฮมสเตย์ต้องรับผลกระทบตามไปด้วย โฮมสเตย์ท้องถิ่นที่ไม่มีทุนสำรองมากพอที่จะลงทุนต่อเติมซื้อเครื่องอำนวยความสะดวก ก็จะถอดใจเลิกกิจการไป อีกทั้งยังเกิดภาวะการแข่งขันเชิงธุรกิจ โดยมีกิจการรีสอร์ตท้องถิ่นที่ใช้ชื่อ โฮมสเตย์ แต่บริการแบบโรงแรม อาศัยช่องว่างเข้ามาแย่งลูกค้าที่พักไปด้วยการประสานกับเว็บไซต์เอเจนซีท่องเที่ยวออนไลน์ เช่น Agoda หรือ booking.com ทำให้โฮมสเตย์แบบเดิมที่ยังใช้การติดต่อโดยตรงเสียเปรียบ ปัญหาสำคัญอีกส่วนที่พบคือ รายได้จากโฮมสเตย์ยังไม่สามารถสร้างงานสร้างอาชีพให้แก่คนในชุมชนเพียงพอที่จะเป็นรายได้หลัก เนื่องจากรายได้เฉลี่ยของโฮมสเตย์ต่อปี จากการสำรวจของกรมการท่องเที่ยวนั้น เฉลี่ยเพียงปีละ 9,327 บาท อีกทั้งยังขาดการพัฒนาต่อยอดแหล่งท่องเที่ยวโฮมสเตย์ให้มีสินค้าและบริการที่จะแสวงหารายได้จากนักท่องเที่ยวให้ได้มากขึ้นกว่าการให้ที่พักและประสบการณ์ในท้องถิ่น ทำให้ชุมชนต้องเข้มแข็ง ตั้งใจจริง และใช้ความรู้ที่ถูกต้อง เพื่อให้สามารถสร้างโอกาสที่จับต้องได้

โฮมสเตย์หลายแห่งประสบความสำเร็จและสามารถขยายเครือข่ายในชุมชน สร้างงาน รายได้ และชีวิตให้กับท้องถิ่นที่มีผู้สูงอายุจำนวนมากได้เป็นอย่างดี เครือข่ายโฮมสเตย์ที่ประสบความสำเร็จ จำเป็นต้องมีแกนนำชุมชนที่เข้มแข็ง มีความรู้ และมีความน่าเชื่อถือเพียงพอที่จะโน้มนำให้ชาวบ้านในท้องถิ่นร่วมมือปฏิบัติสร้างโฮมสเตย์ให้มีมาตรฐานได้ ในหลายชุมชนก็อาศัยคนรุ่นใหม่เข้ามาเรียนในเมืองแล้วกลับไปพัฒนาระบบโฮมสเตย์ โดยเฉพาะการติดต่อจองที่พัก และการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ ถ่ายภาพ ตัดต่อวิดีโอ ประชาสัมพันธ์ จนทำให้มีลูกค้าทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติรู้จัก รวมถึงการสร้างสินค้าเฉพาะท้องถิ่นให้เกิดรายได้เสริม นอกจากนี้ยังมีสถาบันการเงินที่ได้เปิดโอกาสและให้ความรู้ในการลงทุนแก่ผู้ประกอบการท้องถิ่น ซึ่งยังมีความต้องการอีกมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ข้อมูลแนวโน้มกำไรธุรกิจที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท โดยระบบคลังข้อมูลธุรกิจของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ที่ได้คาดการณ์ตัวเลขผลกำไรเฉลี่ยในปี พ.ศ. 2562 ของกลุ่มธุรกิจโฮมสเตย์ว่า มีโอกาสที่จะมีกำไรเติบโตเฉลี่ยเกินล้านบาทได้ นับเป็นการคาดการณ์ที่นักลงทุนและผู้ที่จะประกอบกิจการโฮมสเตย์ต้องให้ความสำคัญ

เมื่อมองโดยรอบด้าน และเห็นแนวโน้มที่น่าสนใจ ธุรกิจโฮมสเตย์จึงเป็นธุรกิจที่ยังมีโอกาที่เปิดกว้าง ทั้งผู้ประกอบการในท้องถิ่น ชุมชน และเป็นทางออกของการกลับไปใช้ชีวิตในต่างจังหวัด ของผู้ที่มีความคิดริเริ่ม ใช้ความรู้ความสามารถและความผูกพันกับท้องถิ่นบ้านเกิดให้กลายเป็นเม็ดเงินลงทุน เพื่อพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่เสริมจากอาชีพหลัก และสร้างอนาคตที่สดใสของชนบทได้ด้วยสมองและการร่วมแรงร่วมใจ ลงมือทำ

## บทที่ 2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม หมายถึง การทำความเข้าใจถึงการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผลต่อการแข่งขันในอนาคต ความน่าสนใจของอุตสาหกรรม รวมไปถึงความสามารถในการทำกำไร และความพร้อมของกิจการ ดังนั้นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการควรทำ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการตัดสินใจกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจ

### 1. โครงสร้างอุตสาหกรรมโรงแรมและที่พัก

ธุรกิจโฮมสเตย์ เป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับภาคการท่องเที่ยว โดยผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) หมวดที่พักแรมและบริการด้านอาหาร (Accommodation and food service activities) ในปี พ.ศ. 2562 มีมูลค่า 1.03 ล้านล้านบาท ซึ่งคิดเป็นสัดส่วน 6.1% ของ GDP ทั้งประเทศ

ประเทศไทยนับว่าเป็นประเทศเป้าหมายยอดนิยมของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จากการมีสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่ดึงดูดความสนใจ รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญต่าง ๆ ติดอันดับโลกกระจายอยู่ตามภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วประเทศ โดยภาคการท่องเที่ยวในประเทศไทยจะมีความได้เปรียบด้านค่าครองชีพ และราคาห้องพักที่ถูกกว่าต่างประเทศ ทำให้การท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้นมีความคุ้มค่าในด้านการเงิน (Value for money) (พุทธชาติ ลุนคำ, 2564)

#### 1.1 แบ่งตามวัตถุประสงค์ของการเข้าพัก

##### 1. โรงแรมประเภทธุรกิจ (Commercial Hotels)

เป็นโรงแรมที่รองรับลูกค้าที่เดินทางเข้ามาทำธุรกิจ ส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ใจกลางเมืองหรือเขตที่มีร้านค้าหรือแหล่งธุรกิจก่อตั้งอยู่อย่างหนาแน่น เพื่อความสะดวกในการเดินทาง ซึ่งในความสะดวกนั้นเองที่ทำให้โรงแรมประเภทนี้เป็นที่สนใจสำหรับลูกค้ากลุ่มอื่นด้วยเช่นกันยกตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาเป็นกรุ๊ป หรือนักท่องเที่ยวที่มาประชุมสัมมนาจากหน่วยงานหรือองค์กรต่าง ๆ สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานรวมถึงหนังสือพิมพ์ สัญญาณอินเทอร์เน็ต อาหารเช้า บริการรับส่ง หรือ อื่น ๆ

##### 2. โรงแรมสนามบิน (Airport Hotels)

มีสถานที่ตั้งอยู่ในระแวกสนามบินที่เป็นสนามบินนานาชาติ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวหรือนักธุรกิจที่รอต่อเครื่อง นักท่องเที่ยวที่รอเดินทางท่องเที่ยวทางอากาศ หรือพนักงานสายการบินต่าง ๆ โดยมีข้อดีคือสถานที่ตั้งอยู่ใกล้สนามบินทำให้มีความสะดวกในการเดินทาง โรงแรมประเภทนี้จะมีบริการระหว่างสนามบินกับโรงแรม และอาจจะมีห้องประชุมเพื่อบริการเนื่องจากแขกไม่ต้องการเสียเวลาในการเดินทางเข้าเมืองซึ่งจะประหยัดทั้งค่าใช้จ่ายและเวลา

### 3. โรงแรมห้องชุด (Suite Hotels)

เป็นโรงแรมที่มีห้องพักเป็นห้องชุดล้วน ๆ หมายถึง เป็นห้องที่มีห้องรับแขกแยกออกจากห้องนอน หรือบางแห่งอาจจะมีห้องครัวเล็กให้ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกหลากหลาย เช่น มีห้องนั่งเล่น ห้องนอน และห้องน้ำแยกต่างหากภายในห้องพัก ซึ่งโรงแรมประเภทนี้เป็นที่นิยมในกลุ่มผู้มีอำนาจใช้จ่ายที่สูง สามารถรองรับลูกค้าเพื่อการทำธุรกิจ ในขณะที่เดียวกันก็ยังสามารถสร้างสรรค์ได้อีกด้วย

### 4. โรงแรมประเภทพักอาศัย (Residential Hotels)

โรงแรมประเภทนี้คล้ายกับโรงแรมห้องสวีท แต่จะมีห้องครัวเพิ่มมาด้วย เหมาะสำหรับผู้ที่กระแะยาวที่พักอาศัยตั้งแต่หนึ่งอาทิตย์ขึ้นไป ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นแขกที่เข้าพักคนเดียวและไม่ค่อยต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ของโรงแรม

### 5. โรงแรมเพื่อการพักผ่อน (Resort Hotels)

เป็นลักษณะที่พักตากอากาศซึ่งตั้งอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ เช่น ทะเล ภูเขา ป่าไม้ หรือจะเป็นทำเลที่อยู่ห่างไกลจากชุมชนและมีทิวทัศน์ที่สวยงาม สิ่งอำนวยความสะดวกจะเป็นไปในลักษณะที่ทำให้ผู้พักรู้สึกผ่อนคลาย เช่น นวดแผนไทย สปา กิจกรรมทางน้ำ (Smart Finder, 2559)

## 1.2 แบ่งตามลักษณะเฉพาะตัวของที่พัก

### 1. โฮสเทล (Hostel)

เป็นที่พักราคาประหยัดไว้รองรับนักท่องเที่ยวแบ็กแพ็กเกอร์ (Backpacker) ส่วนใหญ่จะเป็นห้องพักรวมเรียกว่า Dormitory ที่มีเตียงหลายเตียง เช่น เตียง 2 ชั้น อยู่ในห้องเดียวกัน ห้องน้ำใช้ร่วมกัน (แต่ปัจจุบันก็มีห้องส่วนตัวบริการด้วย) บางแห่งแบ่งห้องชาย-หญิงเพื่อความปลอดภัยและความสบายใจ ที่พักประเภทนี้เหมาะกับคนงบน้อยและคนที่ชอบพบปะผู้คน เพราะมักมีพื้นที่ส่วนกลางไว้ให้ผู้เข้าพักนั่งคุย แลกเปลี่ยนประสบการณ์

### 2. โฮมสเตย์ (Homestay)

เป็นที่พักที่มีลักษณะเปิดบ้านตัวเองให้คนเข้าพัก แต่ลักษณะพิเศษที่เพิ่มเติมมาก็คือมักจะให้อยู่กินเสมือนเป็นเจ้าของบ้าน พร้อมพาไปเที่ยวภายในชุมชนเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตท้องถิ่นในพื้นที่นั้น ๆ เช่น ถ้าไปอยู่ชุมชนทอผ้า เจ้าบ้านก็จะพานักท่องเที่ยวไปศึกษาเรียนรู้ขั้นตอนการทอผ้า กลางวันก็จะรับประทานอาหารร่วมกัน เป็นลักษณะของที่พัก กิจกรรมและอาหาร

### 3. เกสต์เฮ้าส์ (Guesthouse)

เป็นที่พักที่มีลักษณะคล้ายโรงแรมมากที่สุด แต่ย่อส่วนทั้งขนาดและบริการลงมาก โดยอาจมีเพียงห้องพักกับอาหารเช้าไว้บริการ เน้นราคาขอมเยา สิ่งอำนวยความสะดวกมีค่อนข้างจำกัด ปัจจุบันบางแห่งบริการห้องพักแบบ Dormitory ด้วยจึงทำให้เกสต์เฮ้าส์กับโฮสเทลออกจากกันแทบไม่ออก

### 4. รีสอร์ท (Resort)

ในเมืองไทยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะนิยมเรียกแท็กซี่ แต่รีสอร์ทจะต่างจากโรงแรมตรงที่โลเคชั่น รีสอร์ทมักตั้งอยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยว เช่น ทะเล ภูเขา น้ำตก ส่วนใหญ่สร้างเป็นหลัง ๆ หรือถ้าเป็นตึกก็ไม่สูงนัก เน้นเป็นตึกแนวราบ ในขณะที่โรงแรมมักมีลักษณะเป็นตึกสูง ตั้งอยู่ในเมืองดังนั้นถ้าเป็นที่พักซึ่งเป็นตึกสูง อยู่ในเมือง จึงควรเรียกว่าโรงแรมมากกว่ารีสอร์ทนั่นเอง (BeUBeyond, 2560)

## 2. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก

### 2.1 สภาพแวดล้อมทางการเมือง

ข้อเสนอยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2579 และแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 - 2564)

ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2579 มีวิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทยว่า “ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลกที่เติบโตอย่างมีดุลยภาพบนพื้นฐานความเป็นไทยเพื่อส่งเสริมการพัฒนา เศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน” วิสัยทัศน์จึงเปรียบเสมือนเป็นกรอบ ชี้นำทิศทางและกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศทั้งในระยะสั้น 5 ปี (จัดทำแผนพัฒนา การท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2560 – 2564) ระยะกลาง 10 ปี (พ.ศ. 2560 – 2569) และระยะยาว 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579) เพื่อให้มีความต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ จึงได้จัดให้มีประเด็นยุทธศาสตร์ 5 ประเด็น โดยยุทธศาสตร์ที่ 1 จะเป็นเรื่องของการพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวและสินค้า บริการ ด้านการท่องเที่ยว รวมถึงการส่งเสริมความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว ยุทธศาสตร์ที่ 2 เน้นเรื่องการพัฒนา โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว ยุทธศาสตร์ที่ 3 ให้ความสำคัญกับการพัฒนา ขีดความสามารถของทรัพยากรมนุษย์ ยุทธศาสตร์ที่ 4 เน้นการสร้างสมดุลในนักท่องเที่ยว และประเด็นสุดท้าย เน้นการส่งเสริมการมีส่วนร่วมและบูรณาการของภาครัฐ เอกชน และชุมชนในการบริหารจัดการ ซึ่งในแต่ละ ประเด็นจะมีการกำหนดแนวทางการดำเนินการซึ่งสามารถแบ่งออกเป็นระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว เพื่อสามารถพัฒนาได้อย่างต่อเนื่องและสอดคล้องกัน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559)

สรุปประเด็นเรื่องการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการเมือง (Political Factors) จะส่งผลกระทบต่อด้านบวกต่อธุรกิจโฮมสเตย์โดยในเรื่องของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – 2564) และยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2579 เป็นส่วนสำคัญที่ช่วยทำให้ธุรกิจโฮมสเตย์สามารถพัฒนาและเติบโตได้อย่างยั่งยืนทั้งในเรื่องของชุมชน สังคม โครงสร้างพื้นฐานและที่สำคัญคือ เรื่องของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ จึงนับว่าเป็นส่วนสำคัญอันดับแรกในการขับเคลื่อน (Drive force)

## 2.2 สภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจ (-)(+)

ประเทศไทยเป็นประเทศที่ให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เพราะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย ซึ่งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนี้สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นอันดับต้น ๆ มาเป็นระยะเวลาอันยาวนาน จากการซื้อบริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โฮมสเตย์ (Homestay) จึงเป็นรูปแบบหนึ่งของธุรกิจการท่องเที่ยว เป็นการดำเนินกิจกรรมที่เน้นการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน

**1. ผลกระทบจากการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวในประเทศและต่างประเทศในภาพรวมหดตัว (-)**

### 2. ธนาคารแห่งประเทศไทยปรับลดอัตราดอกเบี้ยนโยบายเหลือ 0.50% (+)

คณะกรรมการนโยบายการเงิน ประเมินว่า เศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มขยายตัวร้อยละ 3.0 และ 4.7 ในปี พ.ศ. 2564 และ พ.ศ. 2565 ตามลำดับ โดยขยายตัวต่ำกว่าประมาณการเดิมบ้างจากการปรับลดจำนวนนักท่องเที่ยว และผลกระทบของการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) จึงทำให้ต้องดำเนินนโยบายการเงินแบบผ่อนคลายเป็นต่อเนื่องและสนับสนุนให้เร่งดำเนินมาตรการให้ความช่วยเหลือฟื้นฟูผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบจากการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ที่ออกมาเพิ่มเติมเพื่อช่วยให้สามารถกระจายสภาพคล่องไปสู่ผู้ได้รับผลกระทบให้ตรงจุด ลดภาระหนี้ และสนับสนุนเศรษฐกิจช่วงฟื้นฟูในอนาคต ควบคู่กับการผลักดันให้สถาบันการเงินเร่งปรับปรุงโครงสร้างหนี้ ขณะที่มาตรการทางการคลังต้องพยุงเศรษฐกิจ โดยไม่ขาดช่วง โดยเฉพาะการเร่งเบิกจ่ายภายใต้แผนฟื้นฟูเศรษฐกิจหลังสามารถควบคุมการระบาดระลอกใหม่ได้ ควบคู่กับการดำเนินนโยบายด้านอุปทานเพื่อปรับรูปแบบธุรกิจและยกระดับทักษะแรงงาน ซึ่งจะช่วยให้เศรษฐกิจฟื้นตัวอย่างยั่งยืน

ภายใต้กรอบการดำเนินนโยบายการเงินที่มีเป้าหมายเพื่อรักษาเสถียรภาพราคา ควบคู่กับดูแลเศรษฐกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืนและเต็มศักยภาพ และรักษาเสถียรภาพระบบการเงิน คณะกรรมการฯ ยังคงให้น้ำหนักกับการสนับสนุนการฟื้นตัวของเศรษฐกิจเป็นสำคัญ รวมจะติดตามความเพียงพอของมาตรการภาครัฐและปัจจัยเสี่ยงต่าง ๆ โดยเฉพาะสถานการณ์การระบาดทั้งในและต่างประเทศ ในการดำเนินนโยบายการเงินในระยะข้างหน้า โดยพร้อมใช้เครื่องมือนโยบายการเงินที่เหมาะสมเพิ่มเติมหากจำเป็น

### 2.3 สภาพแวดล้อมทางด้านทรัพยากรธรรมชาติ

ในปัจจุบันผู้บริโภคทั่วโลกหันมาให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมทางด้านทรัพยากรธรรมชาติมากขึ้น ซึ่งทรัพยากรธรรมชาตินั้น หมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ เช่น ป่าไม้ สัตว์ป่า อากาศ ดิน น้ำ มนุษย์ พืช ผัก หรือสมุนไพรต่าง ๆ ซึ่งในประเทศไทยนั้นถือเป็นประเทศที่อุดมไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งมีบทบาทที่สำคัญในการขับเคลื่อนการเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจ ไม่ว่าจะเป็น ป่าไม้ แหล่งต้นน้ำ สภาพแวดล้อมทางทะเลและทรัพยากรธรณี เป็นเครื่องมือสำคัญในการสนับสนุนอุตสาหกรรมการผลิต การส่งออกและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย อย่างไรก็ตาม การพัฒนาเศรษฐกิจในช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมา มักเกิดขึ้นจากการใช้ทรัพยากรธรรมชาติเหล่านี้อย่างไม่ยั่งยืน ส่งผลกระทบต่อทุกภาคส่วน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาคการผลิต ซึ่งจำเป็นต้องใช้วัตถุดิบที่ทรัพยากรธรรมชาติภายในประเทศจัดสรรมาให้

การดำเนินธุรกิจโฮมสเตย์นั้น มีบริบทสภาพแวดล้อมของพื้นที่ที่มีความได้เปรียบในเรื่องของสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติอย่างมาก เนื่องจากในประเทศไทยมีพื้นที่ปกคลุมไปด้วย ป่าไม้ ภูเขา แม่น้ำ ทะเล รวมไปถึงสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติอีกหลายแห่ง ดังนั้นในธุรกิจโฮมสเตย์จึงมีความสามารถในการพัฒนาต่อไปได้เพื่อส่งเสริมภาคการท่องเที่ยวและความมั่นคงทางเศรษฐกิจ

### 2.4 สิ่งแวดล้อมทางด้านเทคโนโลยี

ปัจจุบันนี้สิ่งแวดล้อมทางด้านเทคโนโลยี ได้มีการเข้ามาพัฒนาและเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ผู้ประกอบธุรกิจต่าง ๆ จึงจำเป็นต้องคอยติดตามการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ รวมถึงต้องมีการนำเทคโนโลยีต่าง ๆ เหล่านี้มาช่วยในการพัฒนาหรือเป็นส่วนหนึ่งในกลยุทธ์ในการบริหารธุรกิจ เช่น เทคโนโลยีทางการผลิต การใช้เทคโนโลยีวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด นำเทคโนโลยีมาเป็นช่องทางการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภค โดยธุรกิจส่วนใหญ่จะต้องสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันสำหรับผลิตภัณฑ์หรือบริการที่จะขาย วิธีการบริโภคของคนในปัจจุบันอาจจำเป็นต้องอาศัยความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี เนื่องจากธุรกิจในปัจจุบันให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีอย่างมากจึงจำเป็นต้องติดตามสิ่งใหม่ ๆ ทางด้านเทคโนโลยีจากคู่แข่ง ดังนั้นธุรกิจต่าง ๆ จึงต้องจัดระบบ และคอยติดตามสภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยี

### 2.5 ปัจจัยด้านสังคม

นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องปลอดภัย สะอาด มีการรักษาสภาพแวดล้อม และใช้สื่อสารสนเทศในการท่องเที่ยวมากขึ้น รูปแบบของการท่องเที่ยวจึงมีแนวโน้มท่องเที่ยวแบบอิสระ สนใจการท่องเที่ยวเฉพาะทาง เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure Tourism) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา เป็นต้น นอกจากนี้ผลกระทบต่อด้านสังคม กระแสโลกาภิวัตน์ และวัฒนธรรมโลกที่เข้ามาในประเทศไทย การเปิดการค้าเสรี ก่อให้เกิดการอพยพย้ายถิ่น การเคลื่อนย้าย

แรงงาน ส่งผลต่อวิถีชีวิตคนไทยทั้งระดับครอบครัว ชุมชนและประเทศ เกิดการสูญหายของวัฒนธรรมพื้นถิ่น ปัจจุบันเหล่านี้ล้วนส่งผลต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย

แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการตัดสินใจเลือกจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สัมผัสวิถีชีวิตของชุมชน และประเพณีท้องถิ่นนั้น ๆ ซึ่งมากกว่าการท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว ในขณะที่เดียวกัน Booking.com ได้เผยแนวโน้มการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2562 ที่วิเคราะห์จากรีวิวกว่า 163 ล้านรายการของผู้เดินทางที่เข้าพักได้จริง รวมถึงแบบสำรวจจากผู้เดินทาง 21,500 คนจาก 29 ประเทศ พบว่า การเดินทางของนักท่องเที่ยวนั้นมีแนวโน้มในปี พ.ศ. 2562 จะปรากฏแนวโน้มการเดินทางประเภทใหม่และวิธีการที่จะช่วยเติมเต็มความต้องการส่วนตัวของผู้เดินทาง ดังจะเห็นได้ว่าผู้เดินทางมุ่งมั่นที่จะมองหาและทำให้ทริปเดินทางมีความหมายยิ่งขึ้น กว่าครึ่ง (56%) ยอมรับว่าการเดินทางได้สอนทักษะการใช้ชีวิตที่ประเมินค่าไม่ได้ให้กับพวกเขา โดยในปี พ.ศ. 2562 จะมีผู้คนจำนวนเพิ่มขึ้นที่ต้องการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ในระหว่างออกเดินทางท่องเที่ยว ทั้งนี้เมื่อกล่าวถึงบรรดาทริปที่มีวัตถุประสงค์ดังกล่าวนั้นประเภทที่ได้รับความนิยมมากที่สุด ผู้เดินทางทั่วโลก 68% เลือกที่จะไปทริปแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมเพื่อเรียนรู้ทักษะใหม่ ๆ จึงสะท้อนให้เห็นว่ารูปแบบการท่องเที่ยว (Tourism Segment Trends) กำลังจะเกิดการเปลี่ยนแปลงกลุ่มนักท่องเที่ยวในอนาคตที่จะมีเลือกแหล่งท่องเที่ยวจากจุดประสงค์ในการท่องเที่ยวที่ตนสนใจ (Booking.com, 2561)

### 3. การวิเคราะห์ความน่าสนใจของอุตสาหกรรมด้วย Five Forces Model

#### 3.1 การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ (Treat of New Entrants)

ธุรกิจที่มีความสามารถในการทำกำไรสูง ส่วนใหญ่มักจะมีคู่แข่งที่เข้ามาแข่งขันในตลาดเป็นเรื่องปกติ แต่ถ้การเข้ามาแข่งขันภายในตลาดจะต้องมีเงินทุนมากซึ่งเงินทุนนี้คือ กำแพงในการขวางกั้น (High Barrier Entry) ทำให้คู่แข่งรายใหม่ไม่สามารถเข้ามาแข่งขันได้โดยง่าย นอกจากนี้สินค้าและบริการของผู้ประกอบการเองจะต้องมีลักษณะที่โดดเด่นเฉพาะตัว และเป็นที่ต้องการตลอดจนสามารถสร้างความพึงพอใจตามความคาดหวังของลูกค้าจนคู่แข่งไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ จะเป็นตัวสกัดกั้นคู่แข่งรายใหม่ได้ในทางตรงกันข้าม การดำเนินธุรกิจถ้าผู้ประกอบการไม่สามารถออกจากตลาดได้ จึงถือว่าเป็น กำแพงในการขวางกั้น (High Barrier Entry) เช่นกัน ซึ่งความต้องการในการเลิกกิจการ ด้วยเหตุผลที่ว่าธุรกิจมีการลงทุนในสินทรัพย์ถาวรเป็นเงินลงทุนจำนวนมาก รวมไปถึงความผูกพันที่เจ้าของกิจการมีต่อตัวกิจการเองนั้น โดยข้อจำกัดในการเข้าสู่อุตสาหกรรมของคู่แข่งรายใหม่นั้น ได้แก่

1. เงินลงทุน (Capital Requirements) เงินลงทุนที่มีจำนวนสูงเกินไป อาจเป็นอุปสรรคสำหรับคู่แข่งรายใหม่ หรือถ้าเป็นธุรกิจที่มีความจำเป็นต้องใช้เงินลงทุนที่สูงทำให้นักลงทุนจากภายในยังไม่กล้าตัดสินใจเข้ามาลงทุน ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว เพราะทำให้มีความเสี่ยงสูงที่ผลการดำเนินงานของธุรกิจที่ลงทุนนั้นขาดทุน

2. การประหยัดเนื่องจากขนาด (Economics of Scale) คู่แข่งที่เข้ามาริเริ่มทำธุรกิจอาจต้องพบเจอกับแรงกดดัน ทั้งในเรื่องของการบริหารจัดการ การประหยัดต้นทุนการผลิตให้สอดคล้องกับปริมาณความต้องการของตลาดที่เพิ่มขึ้น เพื่อสามารถแข่งขันกับคู่แข่งที่มีอยู่ในปัจจุบันที่มีความพร้อมและความได้เปรียบกว่า

3. ต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนแปลงไปใช้สินค้าอื่น (Switching Cost) การนำเสนอสินค้าให้กับลูกค้าโดยที่คู่แข่งกับผู้ผลิตรายเดิมที่มีอยู่ เนื่องจากลูกค้าไม่ต้องการที่จะหันไปใช้สินค้าอื่นที่ไม่คุ้นเคยหรือไม่ต้องการเสียเงินเพื่อการปรับเปลี่ยนกระบวนการบางอย่างอันเนื่องมาจากสินค้าที่ผลิตใหม่มีลักษณะการใช้งานไม่เหมือนกัน ทำให้ลูกค้าไม่สนใจที่จะปรับเปลี่ยนมาใช้สินค้าตัวใหม่ทำให้ธุรกิจรายใหม่อาจจะต้องใช้เงินลงทุนมากกว่าเดิมในการชักจูงให้ลูกค้าหันมาซื้อสินค้าของตนเอง

4. การเข้าถึงช่องทางการจำหน่าย (Access to Distribution Channels) คู่แข่งรายใหม่จะต้องใช้ความพยายามที่จะเข้าไปแทรกแซงช่องทางการจัดจำหน่ายโดยชักจูงหรือให้ข้อเสนอที่ดีกว่าเพื่อให้พ่อค้าส่งสินค้าของตัวเองได้

5. นโยบายของรัฐบาล ถ้ารัฐบาลไม่มีนโยบายส่งเสริม หรือมีข้อห้ามสัมปทาน เช่น ในไทยตัวอย่างที่ชัดเจนคือ สัมปทานคลื่นความถี่โทรศัพท์เคลื่อนที่และทีวีดิจิตอล เป็นต้น

6. ความเสียเปรียบด้านต้นทุน (Cost Disadvantages) ในการดำเนินงาน ธุรกิจใหม่อาจมีต้นทุนการดำเนินงานที่สูง เช่นการลงทุนด้านการวิจัยหรือความรู้ต่างๆ รวมทั้งประสบการณ์ทางด้านการทำงานและการดำเนินงานสายงานธุรกิจนั้นๆ ซึ่งมีปัจจัยนี้มากก็จะเป็นผลดีกับผู้ประกอบการรายเดิม

### **การวิเคราะห์ภัยคุกคามจากคู่แข่งรายใหม่ : ธุรกิจโฮมสเตย์**

การเริ่มต้นทำธุรกิจโฮมสเตย์ในจังหวัดน่านนั้น จำเป็นต้องมีการจดทะเบียนให้ถูกต้อง รวมไปถึงการปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับทางกฎหมายโรงแรมและกฎหมายควบคุมอาคารซึ่งเป็นกฎหมายที่มีความสัมพันธ์กัน และหากเป็นการดัดแปลงบ้านให้เป็นโฮมสเตย์หรือเป็นโรงแรมขนาดเล็กนั้น ในปี 2559 กรมโยธาฯ ได้ออก “กฎกระทรวงกำหนดลักษณะอาคารประเภทอื่นที่ใช้ประกอบธุรกิจโรงแรม พ.ศ. 2559” (ราชกิจจานุเบกษา, 2559) ทำให้เกิดความซับซ้อนในขั้นตอนการทำธุรกิจ อีกทั้งกฎกระทรวงฉบับดังกล่าวจะหมดอายุในปี 2564 ทำให้ผู้ประกอบการรายใหม่ที่ต้องการเข้ามาในอุตสาหกรรม โดยการดัดแปลงอาคารหรือบ้านเก่าเพื่อทำโฮมสเตย์ จะไม่สามารถทำได้หลังปี 2564 รวมไปถึงการระบาดของโรคโควิด - 19 ทำให้ผู้ประกอบการรายย่อยที่มีเงินทุนน้อยขาดรายได้ในการดำเนินธุรกิจจนบางรายต้องปิดกิจการ ส่งผลให้คู่แข่งที่มีเงินทุนสูงหรือมีอำนาจทางการเงินมากชิงส่วนแบ่งการตลาดไปได้

### 3.2 การคุกคามจากสินค้าหรือบริการทดแทน (Treat of Substitutes) (-)

ลักษณะของธุรกิจโฮมสเตย์ เป็นธุรกิจบริการที่พัก ซึ่งจะมีลักษณะการให้บริการคล้ายโรงแรมหรือรีสอร์ทขนาดเล็ก แต่ไม่สามารถทดแทนกันได้อย่างสมบูรณ์ เพราะเนื่องจากธุรกิจโฮมสเตย์มีลักษณะเด่นที่แตกต่างออกไปคือ เน้นให้ลูกค้าได้พักผ่อนในรูปแบบวิถีชีวิตชาวบ้านในท้องถิ่นนั้น ๆ ได้สัมผัสกับความงดงามของธรรมชาติ ซึ่งโรงแรมและรีสอร์ทส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นไปที่ความสะดวกสบายในที่พักเป็นมากกว่าบรรยากาศของธรรมชาติเป็นหลัก ในส่วนของปัจจัยเรื่องราคาห้องพัก การเติบโตอย่างก้าวกระโดดทางเทคโนโลยีของธุรกิจ Startup ภาคการท่องเที่ยวอย่างเช่น Airbnb ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มให้บริการห้องพักในระดับราคาต่ำถึงปานกลาง จากผลวิจัยของ SCB EIC (2559) กล่าวว่า การเติบโตดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อในเชิงลบของธุรกิจโฮมสเตย์โดยตรง

### 3.3 อำนาจการต่อรองของคู่ค้า (Bargaining Power of Suppliers) (+)(-)

ธุรกิจโฮมสเตย์ เป็นธุรกิจที่ให้บริการด้านที่พัก โดยรายได้หลักจะมาจากค่าห้องพัก และรายได้จากการขายอาหารและเครื่องดื่ม หรือผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่โฮมสเตย์รับมาขาย รวมไปถึงรายได้จากการจัดโปรแกรมเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในพื้นที่ ดังนั้นการพิจารณาอำนาจการต่อรองของคู่ค้า สามารถแบ่งได้เป็น

#### 1. ด้านสถานที่ (-)

มีอำนาจต่อรองที่สูง เนื่องจากในปัจจุบันโฮมสเตย์มักเลือกที่ดินที่อยู่ในทำเลที่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ จึงทำให้นักท่องเที่ยวมีความต้องการในการพักในโฮมสเตย์ที่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ นั้น ๆ เพื่อชมความสวยงามของธรรมชาติได้สะดวกขึ้น จึงส่งผลให้อำนาจในการต่อรองในการเลือกซื้อที่ดินของนายทุนที่จะประกอบธุรกิจโฮมสเตย์นั้นลดลง

#### 2. ด้านแรงงาน (-)

เนื่องจากในปัจจุบันการกระจายตัวของธุรกิจและอุตสาหกรรมยังกระจายไม่ทั่วถึงในประเทศไทย จึงส่งผลให้เกิดการย้ายถิ่นของแรงงานจากต่างจังหวัดเข้าไปทำงานในกรุงเทพฯ หรือตามจังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญในประเทศ ซึ่งจะทำให้แรงงานที่มีอยู่ในชุมชนเดิมนั้นขาดความพร้อมทางด้านทักษะ และองค์ความรู้ในธุรกิจบริการ ส่งผลให้เกิดการขาดแคลนแรงงานที่มีความพร้อมในด้านของทักษะและประสบการณ์ จึงทำให้อำนาจในการต่อรองของแรงงานที่มีคุณภาพสูง

### 3. ด้านต้นทุนวัตถุดิบของอาหารและเครื่องดื่ม (+)

เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความสามารถในการเกษตร จึงทำให้ภาวะสินค้าในอุตสาหกรรมวัตถุดิบอาหารสดและวัตถุดิบที่จำหน่ายมีความแตกต่างกันไม่มาก จึงจำเป็นต้องปรับราคาให้เป็นไปตามราคามาตรฐานของตลาด ส่งผลให้ลูกค้าซึ่งเป็นผู้ประกอบการธุรกิจโฮมสเตย์มีอำนาจต่อรองกับฝั่งผู้จัดหาวัตถุดิบ (Supplier) ได้

### 4. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (-)

ในการทำธุรกิจโฮมสเตย์เป็นธุรกิจขนาดเล็ก ซึ่งมีจำนวนห้องห้องพักที่ค่อนข้างน้อย (ไม่เกิน 4 ห้อง) ปริมาณการสั่งซื้อสินค้าในแต่ละรอบจึงมีจำนวนน้อย ทำให้อำนาจในการต่อรองของผู้จัดหาวัตถุดิบ (Supplier) จึงมีค่อนข้างสูงต่อธุรกิจโฮมสเตย์

### 3.4 อำนาจต่อรองของผู้ใช้บริการ (Bargaining Power of Customers)

กลุ่มผู้ให้บริการ (Visitor) ของธุรกิจโฮมสเตย์ในจังหวัดน่าน แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มนักท่องเที่ยว (Traveler) ซึ่งรวมทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ กลุ่มที่สอง คือ กลุ่มผู้สูงอายุ (Elderly Tourists) ซึ่งนักท่องเที่ยวเหล่านี้จะให้ความสำคัญกับอาหารเพื่อสุขภาพ ความสะอาด รวมไปถึงการสัมผัสธรรมชาติเป็นหลัก และกลุ่มที่สาม คือ นักท่องเที่ยวกลุ่มแบกเป้ (Backpacker Market) ซึ่งกลุ่มนี้จะชอบเดินทางท่องเที่ยวอย่างอิสระ มีค่าใช้จ่ายต่ำ เน้นไปที่ชมความสวยงามตามธรรมชาติมากกว่าความสะดวกสบายในห้องพัก ซึ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวเหล่านี้จะใช้เวลาในการพักอาศัยไม่นาน แล้วเปลี่ยนสถานที่พักเพื่อไปท่องเที่ยวในสถานที่อื่นต่อ

### 3.5 การแข่งขันของคู่แข่งในอุตสาหกรรม (Industry Rivalry)

ผลกระทบของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ในปัจจุบันส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งในสถานการณ์ปกตินั้นมีนักท่องเที่ยวจากทั้งในประเทศและต่างประเทศมาท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง โดยธุรกิจโฮมสเตย์ในปัจจุบันนี้มีการแข่งขันที่ค่อนข้างสูงอย่างต่อเนื่อง ทั้งจากการที่เทคโนโลยีทางการตลาดเข้ามาทำให้ลดต้นทุนในการดำเนินธุรกิจได้ จึงทำให้มีผู้ประกอบการหน้าใหม่เพิ่มเข้ามาจำนวนมากในธุรกิจโฮมสเตย์ จึงทำให้ผู้ประกอบการมีกลยุทธ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการแข่งขัน เช่น การจัดสถานที่ที่สวยงามบริเวณที่พักเพื่อเป็นจุดให้นักท่องเที่ยวได้ถ่ายรูปลงตาม Social Media และเป็นที่จดจำในโลกออนไลน์เป็นกลยุทธ์การโปรโมทไปในตัว รวมไปถึงการตัดราคาห้องพัก (Price War) โดยลดราคาในช่วงวันธรรมดาเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว แต่อย่างไรก็ดีจากมาตรการสนับสนุนการท่องเที่ยวของภาครัฐ เป็นสัญญาณที่ดีในการฟื้นฟูเศรษฐกิจหลักจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) และช่วยทำให้อัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดน่านเติบโตขึ้น

#### 4. การวิเคราะห์คู่แข่งชั้น (Competitor Analysis)

การวิเคราะห์คู่แข่งชั้นของธุรกิจโฮมสเตย์ทำให้ทราบถึงความสามารถในการบริหารจัดการของคู่แข่งแต่ละราย และทราบถึงจุดแข็ง จุดอ่อน หรือกลยุทธ์ในการทำธุรกิจเพื่อนำไปเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ของธุรกิจตนเองได้อย่างเหมาะสม โดยเกณฑ์ที่ใช้กำหนดกรอบคู่แข่ง คือ บริเวณสถานที่ตั้งของที่พักที่อยู่ในพื้นที่ อำเภอเมือง และอำเภอบ้านพื จังหวัดน่าน ซึ่งแบ่งคู่แข่งออกเป็น 2 กลุ่มดังนี้

##### 4.1 คู่แข่งทางตรง (Direct Competitor)

คู่แข่งทางตรงจะมีลักษณะจำนวนห้องพักใกล้เคียงกัน และส่วนใหญ่จะตั้งอยู่บริเวณเดียวกัน แม้กระทั่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายกลุ่มเดียวกัน

##### 1. บ่อสวกโฮมสเตย์ (WoodHome Nan Homestay)

ตารางที่ 2-1 รายละเอียดบ่อสวกโฮมสเตย์ (WoodHome Nan Homestay)

รายละเอียด	จำนวนห้องพัก	ช่วงราคา	วิเคราะห์
<p><b>ที่ตั้ง :</b> 110 หมู่ 10 ต.บ่อสวก อ.เมือง จ.น่าน 55000</p> <p><b>กลุ่มลูกค้าหลัก :</b> นักท่องเที่ยวในประเทศ ที่ชอบการท่องเที่ยวแนว วิถีชีวิตชุมชน</p> <p><b>การเดินทาง :</b> จากตัวเมือง 8 กิโลเมตร ระยะเวลาเดินทางสู่ สนามบิน : 20 นาที</p>	<p>ห้องพักสำหรับ 2 คน จำนวน 5 ห้อง</p>	<p>400 บาท (ต่อคนต่อคืน)</p>	<p><b>จุดแข็ง :</b> เป็นโฮมสเตย์ที่มีความพร้อม ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน อย่างครบถ้วน ตั้งอยู่ใจกลางชานเมือง น่าน และเป็นจุดที่ยอดเยี่ยมในการ ออกสำรวจเที่ยวชมน่าน ด้วยทำเลที่ตั้ง ซึ่งอยู่ห่างจากกลางใจเมืองเพียง 8 กิโลเมตร</p> <p><b>จุดอ่อน :</b> พื้นที่บริเวณรอบ ๆ โฮมสเตย์ อยู่ติดกับบ้านหลังอื่น จึงไม่ค่อยเห็นวิว ตามธรรมชาติเท่าที่ควร</p>

รูปที่ 2-1 บรรยากาศบ่อสวกโฮมสเตย์ (WoodHome Nan Homestay)



ที่มา : <https://www.agoda.com/woodhome-nan-homestay/hotel/nan-th.html?cid=1844104>

## 2. เขื่อนแม่คำป่วนโฮมสเตย์

ตารางที่ 2-2 รายละเอียดเขื่อนแม่คำป่วนโฮมสเตย์

รายละเอียด	จำนวนห้องพัก	ช่วงราคา	วิเคราะห์
<p><b>ที่ตั้ง :</b> 47 หมู่ 10 ต.บ่อสวก อ.เมือง จ.น่าน 55000</p> <p><b>กลุ่มลูกค้าหลัก :</b> นักท่องเที่ยวในประเทศ ที่ขอการท่องเที่ยวแนว วิถีชีวิตชุมชน</p> <p><b>การเดินทาง :</b> จากตัวเมือง 8 กิโลเมตร ระยะเวลาเดินทางสู่ สนามบิน : 20 นาที</p>	<p>ห้องพักสำหรับ 2 คน จำนวน 3 ห้อง (ห้องแอร์ 1 ห้อง ห้องพัดลม 2 ห้อง)</p>	<p>ห้องแอร์ 450 บาท ห้องพัดลม 350 บาท (ต่อคนต่อคืน) *พิเศษถ้าเรียน การทำไส้อั่วบวกเพิ่ม 100 บาท (ต่อคน)</p>	<p><b>จุดแข็ง :</b> เป็นโฮมสเตย์ที่มีความพร้อม ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน อย่างครบถ้วน ตั้งอยู่ใจกลางเมืองน่าน และเป็นจุดที่ยอดเยี่ยมในการออก สำรวจเที่ยวชมน่าน ด้วยทำเลที่ตั้งซึ่ง อยู่ห่างจากกลางเมืองเพียง 8 กิโลเมตร และที่สำคัญมีการสอนทำไส้อั่ว ซึ่งเป็น อาหารพื้นบ้านที่ขึ้นชื่อของตำบลบ่อสวก</p> <p><b>จุดอ่อน :</b> พื้นที่บริเวณรอบโฮมสเตย์อยู่ ติดกับบ้านหลังอื่น จึงไม่ค่อยเห็นวิว ตามธรรมชาติเท่าที่ควรแนวทางการ ตกแต่งบ้านยังไม่เป็นจุดสนใจของ นักท่องเที่ยวมากนัก</p>

## รูปที่ 2-2 บรรยากาศเคาท์เตอร์แม่ค้าป่วนโฮมสเตย์



### 4.2 คู่แข่งทางอ้อม (Indirect Competitor)

คู่แข่งทางอ้อม เป็นธุรกิจที่ใช้แทนด้วยวัตถุประสงค์คือการพักค้างคืน เช่น โรงแรม รีสอร์ท เป็นต้น

#### 1. โรงแรมน่านบูติก

ตารางที่ 2-3 รายละเอียดโรงแรมน่านบูติก (Nan Boutique Hotel)

รายละเอียด	จำนวนห้องพัก	ช่วงราคา	วิเคราะห์
<p><b>ที่ตั้ง :</b> 1/11 ถนนข้าหลวง ต.ในเวียง อ.เมือง จ.น่าน 55000</p> <p><b>กลุ่มลูกค้าหลัก :</b> นักท่องเที่ยวในประเทศและต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดน่านโดยเลือกอำเภอเมืองเป็นสถานที่แรก เพราะใกล้สนามบิน</p> <p><b>การเดินทาง :</b> ระยะทางจากสนามบิน ประมาณ 3 กิโลเมตร</p>	30 - 50 ห้อง	1,000 – 2,000 บาท/คืน	<p><b>จุดแข็ง :</b> เป็นโรงแรมที่ตั้งอยู่ในตัวเมืองใกล้สนามบิน และมีร้านค้าสถานที่หรือสิ่งอำนวยความสะดวกสบายพร้อม รวมไปถึงมีจำนวนห้องพักที่มากพอจะรองรับนักท่องเที่ยว</p> <p><b>จุดอ่อน :</b> พื้นที่บริเวณโรงแรมอยู่ในตัวเมืองทำให้นักท่องเที่ยวไม่ได้สัมผัสบรรยากาศจากธรรมชาติ เพราะจุดมุ่งหมายของการมาเที่ยวที่จังหวัดน่านส่วนใหญ่คือการได้สัมผัสบรรยากาศธรรมชาติและวิถีชีวิตในชุมชน</p>

## รูปที่ 2-3 บรรยากาศโรงแรมนันบูติก (Nan Boutique Hotel)



ที่มา : <https://www.nanboutique.com/>

### 5. การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค

ในการทำความเข้าใจผู้บริโภคสำหรับธุรกิจโฮมสเตย์จะอาศัยจากปัจจัยและความต้องการของผู้บริโภค ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อ และการใช้งานของผู้บริโภค เพื่อทราบถึงลักษณะ ความต้องการ และพฤติกรรม การซื้อของผู้บริโภค ดังนั้นเจ้าของกิจการจะหาคำตอบให้กับคำถามเกี่ยวกับการตลาดโดยใช้การวิเคราะห์ที่เกี่ยวข้องกับ 6WS และ 1H ดังตาราง

#### ตารางที่ 2-4 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคด้วย 6WS และ 1H

คำถาม (6WS และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ
1. ใครเป็นตลาดเป้าหมาย (Who is target market?)	ลักษณะของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจะแบ่งเป็น 1. ผู้ที่ชื่นชอบการท่องเที่ยว 2. ผู้ที่ต้องการพักผ่อนนอกสถานที่ในวันหยุด
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?)	ความงามของสถานที่และธรรมชาติในบริเวณรอบ ๆ รวมไปถึง ความสะดวกสบายในที่พัก
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?)	วัตถุประสงค์ส่วนตัวของผู้ที่ต้องการเข้าพักในโฮมสเตย์ ทั้งปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยภายนอก

คำถาม (6WS และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?)	ตัวเราเอง เพื่อนร่วมทริป รวมถึงคนในครอบครัว
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?)	เมื่อต้องการเดินทางไปท่องเที่ยว
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy? )	ช่องทางออนไลน์ ได้แก่ Facebook Line และ Agoda
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)	เมื่อผู้บริโภคสืบหาข้อมูลของที่พักต่าง ๆ ในบริเวณพื้นที่ใกล้เคียงแล้วนำข้อมูลที่ได้มาเปรียบเทียบทั้งในด้าน ราคา ความสวยงาม การเดินทางสะดวก จากนั้นจึงตัดสินใจซื้อ

## 6. ปัจจัยหลักที่มีผลต่อความสำเร็จ (Key Success Factors)

### 6.1 การสื่อสารให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย

การสื่อสารจากผู้ให้บริการจำเป็นต้องสร้างการรับรู้ในเรื่องของโฮมสเตย์ตั้งแต่ ประวัติความเป็นมา ในพื้นที่ สภาพแวดล้อมในปัจจุบันในชุมชน ในส่วนของการใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารทั้ง Facebook, Instagram, YouTube ในการเข้าถึงและสื่อสารให้กลุ่มลูกค้าทางออนไลน์ได้รับรู้

### 6.2 การบริการด้วยใจนำไปสู่ความสำคัญที่ดีกับลูกค้า

สิ่งที่สำคัญที่สุดในธุรกิจบริการ คือ การส่งมอบบริการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าที่ได้รับบริการไปแล้วเกิดความพึงพอใจ โดยในธุรกิจโฮมสเตย์นั้นการต้อนรับลูกค้าที่มาพักอย่างมีอัธยาศัยที่ดี และอบอุ่น ส่งผลให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการซ้ำ

### 6.3 ความสวยงามของสถานที่

สิ่งแรกที่ลูกค้าจะพิจารณาในการเลือกโฮมสเตย์ในปัจจุบันส่วนใหญ่จะมองที่ความสวยงามของสถานที่ทั้งในโฮมสเตย์และบริเวณพื้นที่โดยรอบ การออกแบบโครงสร้างโฮมสเตย์และพื้นที่โดยรอบให้เป็นเอกลักษณ์ตามบริบทพื้นที่จึงเป็นสิ่งสำคัญเพราะในยุคนี้นักท่องเที่ยวจะนิยมถ่ายภาพแล้วลงในสื่อออนไลน์

### 6.4 กิจกรรมวัฒนธรรมชุมชน

กิจกรรมในชุมชนต่าง ๆ ที่บ่งบอกถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในภาคเหนือ และในจังหวัดน่าน เช่น การทอผ้าไหม การทำเครื่องปั้นดินเผา ทำนา ปลูกพืชสมุนไพร ทำขนมพื้นบ้าน นำกิจกรรมเหล่านี้ในชุมชนมารวมเข้าด้วยกันเพื่อสร้างเป็นเส้นทางกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้มีกิจกรรมร่วมกับคนในชุมชน

## บทที่ 3 ลักษณะและโครงสร้างธุรกิจ

### 1. ลักษณะธุรกิจโฮมสเตย์

#### 1.1 ลักษณะธุรกิจ

เป็นธุรกิจโฮมสเตย์ที่ให้บริการที่พักภายใต้บรรยากาศธรรมชาติ ตั้งอยู่ที่ตำบลบ่อสวก อำเภอเมือง จังหวัดน่าน ซึ่งใช้เวลาเดินทางเพียง 20 – 30 นาทีจากสนามบินน่านนคร และขนส่งสาธารณะ โดยตั้งโฮมสเตย์จะออกแบบห้องพักในลักษณะผสมผสานระหว่างความเป็นโมเดิร์นกับบ้านสมัยก่อนยกทรงสูง โอบล้อมไปด้วยสวนผัก สวนผลไม้ และทุ่งนา ในห้องอาบน้ำสามารถมองออกไปเป็นบรรยากาศทุ่งนาได้ ตรงกลางโฮมสเตย์มีบ่อน้ำเล็ก ๆ ตกแต่งอย่างสวยงาม ซึ่งวัตถุดิบที่นำมาประกอบอาหารให้ลูกค้าได้รับประทานก็มาจากสวนผักในโฮมสเตย์ซึ่งเป็นผักปลอดสารพิษ นอกจากนี้ยังมีบริการนวดไทย สำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาไกล และต้องการนวดเพื่อความผ่อนคลาย และมีกิจกรรมเส้นทางท่องเที่ยวเรียนรู้วิถีชีวิตคนในตำบลบ่อสวก มีการทำเวิร์คช็อปตามศูนย์การเรียนรู้ในตำบลที่สำคัญ เช่น การทำเครื่องปั้นดินเผา การทอผ้าไหมลายพื้นเมือง ซึ่งมีเอกลักษณ์ของตำบลบ่อสวก การทำไส้ฉั้ว การทำเกษตรพื้นฐาน เป็นต้น

ตั้ง โฮมสเตย์ มีบริการห้องพัก แบ่งเป็น 3 รูปแบบ คือ

1. บ้านเดี่ยว จำนวน 4 หลัง รองรับลูกค้าสูงสุด 6 ท่าน

- บ้านทรงสูงสไตล์โมเดิร์น 3 หลัง มีระเบียงส่วนตัว เตี้ยใหญ่ 1 เตี้ย รองรับ 1-2 ท่าน  
ห้องน้ำแยกออกมา 1 ห้องใช้รวมกันโดยมีจุดตั้งตุ๊กตาที่สามารถเปิดหน้าต่างห้องน้ำไปชมวิวทุ่งนาได้

- บ้านทรงไทยสไตล์ชุมชน 1 หลัง ใช้วัสดุเป็นไม้สัก มีห้องน้ำในตัว รองรับลูกค้าได้ 1-2 ท่าน

2. ห้องขนาดใหญ่ จำนวน 2 ห้อง รองรับลูกค้าได้สูงสุด 8 ท่าน

การออกแบบเป็นห้องนอนแบบ Studio มีห้องน้ำในตัว พร้อมบริการเตียงเสริม ห้องละ 4 ท่าน

3. ลานกางเต็นท์ จำนวน 2 หลัง รองรับลูกค้าสูงสุด 4 ท่าน

เต็นท์ขนาด 2 คน มีห้องน้ำและห้องอาบน้ำส่วนกลาง จุดกางเต็นท์ติดกับสวนและทุ่งนา ทำให้ใกล้ชิดธรรมชาติมากขึ้น และสามารถนำเต็นท์ส่วนตัวมาได้

#### 1.2 ชื่อธุรกิจ

“ตั้ง โฮมสเตย์” เป็นชื่อพยางค์เดียวที่มีการใช้คำที่บ่งบอกถึงภาษาถิ่น ซึ่งดัดแปลงมาจากคำว่า “ห้างตั้ง” ซึ่งหมายถึงทุ่งนา เพื่อสื่อถึงวิถีชีวิตชาวบ้านในชุมชนตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน ทำให้รู้สึกเรียบง่าย มีชีวิตชีวา และมีความอุดมสมบูรณ์รายล้อมตามลักษณะของผืนนาและธรรมชาติในตำบลบ่อสวก

## 2. การวิเคราะห์สภาพองค์กร (SWOT Analysis)

### 2.1 จุดแข็ง (Strengths)

1. ท่าเลที่ตั้งอยู่ในตำบล บ่อสวก ไม่ไกลจากตัวเมืองน่าน โดยห่างจากสนามบินน่านนคร ซึ่งอยู่ห่างจากที่พัก 18 กิโลเมตร และห่างจากสถานีขนส่ง 13 กิโลเมตร
2. ธรรมชาติโดยรอบที่พักรจะล้อมรอบไปด้วยสวนหย่อมและทุ่งนา และเห็นถึงวิถีชาวบ้านในชุมชนนั้น ทำให้มีเอกลักษณ์และจุดดึงดูดนักท่องเที่ยว
3. ราคาที่พักไม่สูงมาก
4. มีสไตล์การออกแบบที่พักที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวสอดคล้องกับบรรยากาศธรรมชาติโดยรอบ
5. มีกิจกรรมเส้นทางการท่องเที่ยวในตำบลเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตชาวบ้าน โดยมีกิจกรรม เช่น ศูนย์การเรียนรู้ผ้าทอ ศูนย์การเรียนรู้เกษตร ศูนย์การเรียนรู้เครื่องปั้นดินเผา ฯลฯ
6. มีภาคีเครือข่ายในชุมชน และกลุ่มวิสาหกิจในชุมชนต่าง ๆ สามารถร่วมกันโปรโมทสินค้าและบริการผ่านโฮมสเตย์ได้

### 2.2 จุดอ่อน (Weakness)

1. โฮมสเตย์เพิ่งเปิดได้ไม่นาน ยังไม่เป็นที่รู้จักในหมู่มาก ต้องเน้นไปที่การทำการตลาด
2. อยู่ไกลจากภูเขา ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดเด่นในจังหวัดน่าน

### 2.3 โอกาส (Opportunities)

1. รัฐบาลมีการดำเนินนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจในด้านการท่องเที่ยว เพราะเนื่องจากสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ส่งผลให้ประเทศสูญเสียรายได้ในภาคการท่องเที่ยวอย่างมาก
2. จังหวัดน่านเป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ส่งผลทำให้รูปแบบโฮมสเตย์เป็นรูปแบบการอนุรักษ์ธรรมชาติและรวมถึงพัฒนาชุมชนไปในตัว

### 2.4 อุปสรรค (Threats)

1. ปัญหาฝุ่น PM 2.5 ที่ปกคลุมในภาคเหนือส่งผลกระทบต่อสภาพอากาศในจังหวัดน่าน อาจทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางไปเที่ยวในจังหวัดอื่นแทน
2. ปัญหาความไม่แน่นอนทางด้านเศรษฐกิจ การเมือง รวมไปถึงการแพร่ระบาดของโรคติดต่อส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศ และต่างประเทศ
3. การแข่งขันในธุรกิจโฮมสเตย์เกิดขึ้นค่อนข้างสูง

## 3. การกำหนดทิศทางขององค์กร

### 3.1 วิสัยทัศน์

เป็นโฮมสเตย์แนววิถีชีวิตชุมชน อันดับ 1 ในตำบลบ่อสวก จังหวัดน่าน

### 3.2 พันธกิจ

1. ให้บริการลูกค้าด้วยใจและให้ความรู้สึกเหมือนครอบครัว เพื่อให้ลูกค้ามีความสุข
2. รักษาวัฒนธรรมในชุมชนของตนเองเพื่อความสามัคคีและความเข้มแข็งที่ยั่งยืน
3. ดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตชุมชนผสมผสานกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

### 3.3 เป้าหมาย

#### เป้าหมายระยะสั้น (1-2 ปี)

- สร้างการรับรู้ให้ทั่วถึงโดยผ่านช่องทาง Online ได้แก่ Facebook, Agoda โดยใน Facebook ตั้งเป้าให้มียอดผู้กด Like Page 5,000 คน ภายใน 1 ปีแรก และอีก 5,000 คนในปีที่ 2 ส่วนช่องทาง Offline จะเป็นการประชาสัมพันธ์ผ่านภาคีเครือข่ายทั้งหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และสถานศึกษา ที่มาศึกษาดูงานในตำบลบ่อสวก

- มียอดการจองที่พักอยู่ที่ 20-40 % ในปีแรก และเพิ่มขึ้นเป็น 50% ในปีที่ 2
- สร้างภาคีเครือข่ายภายในชุมชนเพื่อพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวในตำบล

#### เป้าหมายระยะยาว (3-5 ปี)

- จำนวนยอด Like Facebook เพิ่มขึ้นเป็น 20,000 คน
- มียอดจองที่พักเพิ่มขึ้นเป็น 70%
- มีเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในตำบลสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ชาติ พร้อมด้วยกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยว โดยมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการ 50% จากยอดจองที่พัก

## บทที่ 4 แผนกลยุทธ์

### 1. แนวทางการจัดการเชิงกลยุทธ์

#### 1.1 กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate Level Strategy)

**กลยุทธ์ระยะสั้น** คือ การสร้างภาคีเครือข่ายกับวิสาหกิจชุมชนต่าง ๆ ในตำบลเพื่อสร้างเส้นทางกิจกรรมการท่องเที่ยวในตำบลให้มีประสิทธิภาพ และมุ่งเน้นในส่วนของการบริหารจัดการห้องพักและอาหารภายในโฮมสเตย์ให้ได้มาตรฐานตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ รวมไปถึงการพัฒนาศักยภาพของชาวบ้านในตำบลให้มีความรู้ ความเข้าใจในธุรกิจการท่องเที่ยว เพื่อสร้างความพร้อมในการแข่งขันให้กับธุรกิจการท่องเที่ยวในตำบล

#### 1.2 กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Strategy)

เนื่องจากธุรกิจโฮมสเตย์ในตำบลบ่อสวก มีการเชื่อมโยงภาคีเครือข่ายกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในตำบล ดังนั้นในการกำหนดกลยุทธ์จึงต้องพิจารณาถึงปัจจัยพฤติกรรมของผู้บริโภคและการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก โดยจะใช้เครื่องมือของ Porter's Generic Strategy โดยจะเลือกใช้กลยุทธ์ Differentiation Focus ซึ่งก็คือ กลยุทธ์การเน้นความแตกต่าง จะเน้นจับกลุ่มลูกค้าเฉพาะทาง ซึ่งตั้งโฮมสเตย์ จะเน้นกลุ่มลูกค้าที่รักการท่องเที่ยวแนววิถีชีวิตชุมชน โดยมีส่วนร่วมกับกิจกรรมต่าง ๆ ในชุมชนนั้น

#### 1.3 กลยุทธ์ระดับหน้าที่ (Functional Level Strategy)

ธุรกิจโฮมสเตย์ สามารถจำแนกได้เป็น 4 แผนตามลักษณะงาน หรือตามศักยภาพของคนในตำบลดังต่อไปนี้

**แผนบริหารจัดการ :** ทำหน้าที่ขยายตลาดให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง ให้ข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดที่พักให้ลูกค้า จัดทำบัญชีและงบประมาณต่าง ๆ ในธุรกิจ หาข้อมูลแนวคิดในการทำธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อนำมาพัฒนาโฮมสเตย์ตนเอง

**แผนกต้อนรับและผู้นำทริปกิจกรรม :** ทำหน้าที่ต้อนรับลูกค้าอย่างอบอุ่นเมื่อลูกค้ามาถึงที่พัก แนะนำประวัติโฮมสเตย์หรือประวัติความเป็นมาในชุมชนเบื้องต้น และสามารถพานักท่องเที่ยวดำเนินกิจกรรมตามเส้นทางการท่องเที่ยวในตำบลได้

**แผนกแม่บ้านและครัว :** ทำหน้าที่ดูแลความสะอาดความเรียบร้อยในโฮมสเตย์และบริเวณรอบ ๆ ทั้งก่อนลูกค้าเข้าพัก และหลังลูกค้าออกจากที่พัก รวมไปถึงการจัดเตรียมอาหารเช้า และเครื่องดื่มให้เรียบร้อย และสะอาดตามสุขลักษณะ

**แผนกช่างและสวน :** ทำหน้าที่ดูแลระบบความปลอดภัยในโฮมสเตย์ ทั้งระบบไฟฟ้า ระบบประปา รวมไปถึงอุปกรณ์เครื่องใช้ในห้องพัก เพื่อแก้ไขปัญหาการชำรุดของอุปกรณ์ในเวลาฉุกเฉินได้ทันที อีกทั้งในเรื่องของการตกแต่งดูแลสวน และทუნาน้ำให้สวยงาม

## 2. กลยุทธ์ระดับปฏิบัติการ

### 2.1 กลยุทธ์ด้านการตลาด

#### 1. การเลือกกลุ่มตลาดเป้าหมาย (Target Market)

ตั้งโฮมสเตย์ ตั้งอยู่ในพื้นที่ที่ติดท้องนา ในตำบลบ่อสวก อำเภอเมือง จังหวัดน่าน ซึ่งเป็นพื้นที่โล่งกว้างปกคลุมไปด้วยผืนนารอบ ๆ ซึ่งเป็นวิถีชีวิตของชาวบ้านในตำบลนั้น อีกทั้งยังสามารถเดินทางเข้าตัวเมืองได้อย่างสะดวกรวดเร็วหรือเดินทางต่อไปยังแหล่งท่องเที่ยวสำคัญในจังหวัดน่านได้ สามารถเดินทางเข้ามาในตำบลบ่อสวกโดยรถยนต์ส่วนบุคคล ทำให้สามารถกำหนดกลุ่มตลาดเป้าหมายโดยแบ่งออกเป็น กลุ่มเป้าหมายหลัก (Primary Target) และกลุ่มเป้าหมายรอง (Secondary Target) ดังนี้

#### กลุ่มเป้าหมายหลัก (Primary Target)

กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตชุมชน เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบในวัฒนธรรมประเพณีในถิ่นนั้น ๆ รวมไปถึงได้สัมผัสกับธรรมชาติด้วย หรือมองหาสถานที่เงียบสงบเพื่อพักผ่อน หนีจากความวุ่นวายในเมืองหลวง ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมีรายได้ B+ ขึ้นไปหรือรายได้ปานกลางขึ้นไป จะมุ่งเน้นไปที่ประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวมากกว่าความสะดวกสบาย

#### กลุ่มเป้าหมายรอง (Secondary Target)

- กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาทำการศึกษาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในชุมชน ส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวที่มาจากหน่วยงานภาครัฐ หรือหน่วยงานเอกชน ที่เข้ามาทำการศึกษาวิจัยต่าง ๆ หรือศึกษาเรียนรู้กิจกรรมวิถีชีวิตของคนในชุมชน เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน

- กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวจากเอเชีย เช่น ญี่ปุ่น จีน เพราะชื่นชอบธรรมชาติในประเทศไทยและพาครอบครัวมาศึกษาวิถีชีวิตของคนในประเทศ

#### 2. การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Positioning)

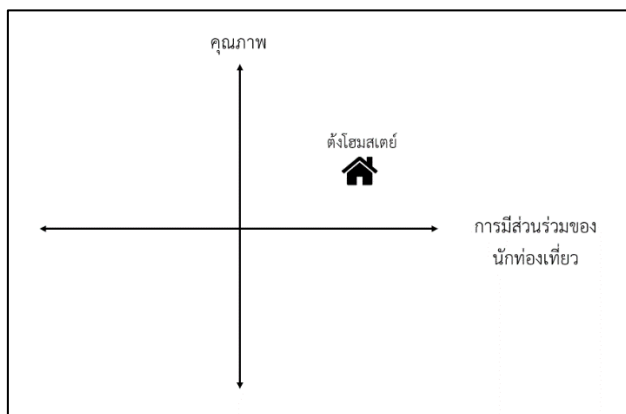
ธุรกิจตั้งโฮมสเตย์ได้มีการวางตำแหน่งของธุรกิจเพื่อให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายหลัก และกลุ่มเป้าหมายรองได้ดังนี้

- คุณภาพที่ตั้งโฮมสเตย์จะนำเสนอแก่นักท่องเที่ยว จะมุ่งเน้นในส่วนของคุณค่าทางจิตใจที่นักท่องเที่ยวจะได้รับจากการศึกษาวิถีชีวิตของคนในชุมชน วัฒนธรรมประเพณีต่าง ๆ ของคนในท้องถิ่นนั้น

- การมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ระหว่างนักท่องเที่ยวกับชาวบ้านในชุมชน

- การบริการ ธุรกิจโฮมสเตย์ แสดงให้เห็นถึงความหลากหลายในการบริการ เช่น บริการรถรับ-ส่งจากสถานีขนส่งมายังที่พัก การนำเที่ยวตามสถานที่สำคัญในตำบล บริการนวดแผนไทย และให้ความรู้ในด้านวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชนนั้น

รูปที่ 4-1 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์



### 3. ส่วนประสมทางการตลาด

- กลยุทธ์ทางด้านผลิตภัณฑ์และการให้บริการ (Product & Service)

กลยุทธ์ทางด้านผลิตภัณฑ์และการบริการนั้นถือว่าเป็นสิ่งสำคัญในการทำธุรกิจโฮมสเตย์อย่างยิ่ง เพื่อให้ลูกค้านึกถึงและสามารถดึงดูดลูกค้าให้กลับมาใช้บริการอีก ดังนั้นจึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการจัดการกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ ดังนี้

#### 1. ด้านการบริการ

##### 1.1 บริการห้องพัก

ในส่วนของการบริการห้องพักเพื่อให้ตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย จะมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการห้องพักจากเดิมที่มีการออกแบบบริหารห้องพักทั้งหมด 3 รูปแบบ คือ 1) บ้านเดี่ยว 4 หลัง โดยทั้ง 4 หลังนี้มีระเบียบส่วนตัว มีห้องน้ำในตัว รองรับ 1-2 ท่าน/หลัง 2) ห้อง Studio ห้องน้ำในตัว จำนวน 2 ห้อง รองรับ 3-5 ท่าน/หลัง 3) ลานกางเต็นท์ขนาด 2 คน จำนวน 2 หลัง โดยการออกแบบดังกล่าวข้างต้นเป็นการออกแบบตอนเริ่มทำธุรกิจ หลังจากนั้นพอลูกค้าเข้าจึงได้สอบถามความเห็นของลูกค้า เพื่อนำมาปรับปรุงบริการห้องพักให้ดีขึ้น โดยปรับเปลี่ยนรูปแบบห้องพักเป็นเพิ่มบ้านเดี่ยว อีก 1 หลัง เป็น 3 หลัง เพราะลูกค้าส่วนมากจะชอบพักบ้านเดี่ยวเพราะบรรยากาศดี และเพิ่มห้องน้ำที่มีวิวทุ่งนาในตัวทุกห้อง เพื่อเป็นส่วนตัวของผู้ที่เข้ามาพัก

รูปที่ 4-2 ตัวอย่างบรรยากาศภายนอกที่พักตั้งโฮมสเตย์



### 1.2 การบริการด้านอาหาร

ในส่วนของการบริการด้านอาหารของตั้งโฮมสเตย์จะให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม โดยเริ่มตั้งแต่เมื่อลูกค้าเดินทางมาถึงที่พักแล้วจะมีเครื่องดื่ม (Welcome drink) เป็น น้ำอัญชันมะนาวสด พร้อมขนมทานเล่นท้องถิ่นต่าง ๆ ของภาคเหนือ เช่น ขนมตาล ขนมกล้วย ข้าวแต่น เป็นต้น เพื่อรองท้องและดับกระหาย และในส่วนของอาหารมื้อเช้า ทางตั้งโฮมสเตย์จะจัดสรรให้ฟรีโดยคิดค่าบริการรวมไปกับค่าห้องพักเรียบร้อยแล้ว โดยอาหารเช้าจะเป็นอาหารที่ทำสดและวัตถุดิบที่นำมาทำจะปลอดสารเคมี เพื่อความปลอดภัยของลูกค้า นอกจากนี้ในมือเย็นหากลูกค้าต้องการรับประทานอาหารที่บ้านกับทางตั้งโฮมสเตย์ต้องแจ้งล่วงหน้า (เพราะลูกค้าบางกลุ่มอาจไปรับประทานอาหารร้านข้างนอก)

### 1.3 บริการด้านศูนย์การเรียนรู้

ในส่วนของการบริการด้านการเรียนรู้ ตั้งโฮมสเตย์ได้จัดทำโปรแกรมเส้นทางการท่องเที่ยว เพื่อให้ผู้เข้าพักได้ศึกษาเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมประเพณีของชาวบ้านในชุมชนผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ตามสถานที่ในตำบล ได้แก่

- โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลบ่อสวก ต.บ่อสวก อ.เมืองน่าน ตำบลบ่อสวก ถือเป็นพื้นที่ต้นแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การปลูกสมุนไพร และการทำ Long Term Care ทำให้หน่วยงานภาครัฐมีงบประมาณในการจัดทำโครงการ โรงแปรรูปสมุนไพรและสวนสมุนไพร ซึ่งเป็นพื้นที่สาธารณประโยชน์ของหมู่บ้าน เมื่อเสร็จสิ้นโครงการ จะทำ MOU กับอบต.

**กิจกรรม :** ศึกษารูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพ เป็นแกนกลางด้านสมุนไพรในตำบล และมีโรงแปรรูปสมุนไพรในตำบลจากงบประมาณของภาครัฐ

- วิสาหกิจชุมชนเกษตรปลอดภัยบ้านม่วงเจริญราษฎร์ หมู่ 3 ต.บ่อสวก อ.เมืองน่าน เป็นกลุ่มวิสาหกิจที่ระดมชาวบ้านที่สนใจเรื่องเกษตรปลอดภัย ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่ปราศจากสารเคมี

**กิจกรรม :** ศึกษาศูนย์การเรียนรู้ด้านเกษตรเพื่อสุขภาพ

- วิสาหกิจชุมชนบ้านสวนงอกงาม หมู่ 4 ต.บ่อสวก อ.เมืองน่าน จัดทำโรงเรือนสำหรับการปลูกพืชผักปลอดสารเคมี โดยลงทุนด้วยตัวเอง พืชผักในโรงเรือน ได้แก่ กระน้ำใบหยิก(เคล) หน่อไม้ฝรั่ง ผักสลัด มันม่วง จึงจำหน่าย(ปลูกไว้ใส่แมลงแทนการใช้สารเคมี และสามารถประกอบอาหารได้) สมาชิกในกลุ่มเวลาจะส่งผลผลิตทางการเกษตรจะนำสินค้ามารวมกันแล้วไปส่งให้พ่อค้าคนกลาง

**กิจกรรม :** ศึกษาศูนย์การเรียนรู้ด้านเกษตรเพื่อสุขภาพ

- กลุ่มทอผ้าพื้นเมืองโบราณบ้านป่าฝางสามัคคี หมู่ 13 ต.บ่อสวก อ.เมืองน่าน เป็นกลุ่มทอผ้าพื้นบ้านที่มีลายเป็นเอกลักษณ์ เช่น ลายมะฝาง แต่ยังไม่ได้รับการจดลิขสิทธิ์จากกรมทรัพย์สินทางปัญญา

**กิจกรรม :** ศึกษาศูนย์การเรียนรู้ด้านผ้าทอ

- ศูนย์การเรียนรู้ภูมิปัญญาหม่อนไหมผ้าทอโบราณเมืองน่าน หมู่ 9 ต.บ่อสวก อ.เมืองน่าน เป็นกลุ่มทอผ้าไหมที่เน้นงานอนุรักษ์ โดยใช้วัตถุดิบในชุมชน เช่น รังไหม เปลือกไม้ย้อมสีธรรมชาติ และมีกรรมวิธีขั้นตอนการผลิตแบบโบราณอนุรักษ์ และที่สำคัญมีปัจจัยด้านสุขภาพคือการใช้รังไหมซึ่งนำมาเป็นวัตถุดิบที่สำคัญในการผลิตผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ได้

**กิจกรรม :** ศึกษาศูนย์การเรียนรู้ด้านผ้าทอ และการใช้วัตถุดิบจากรังไหมในการทำผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ

## 2. ด้านผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ของตั้งโฮมสเตย์จะเป็นผลิตภัณฑ์ที่มาจากวิสาหกิจชุมชนในตำบลบ่อสวก ซึ่งเป็นสมาชิกของกลุ่มท่องเที่ยวในตำบล โดยตั้งโฮมสเตย์จะให้วิสาหกิจชุมชนในเครือข่ายนำผลิตภัณฑ์ของตนเอง มาฝากขายได้ เป็นการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน โดยผลิตภัณฑ์ที่นำมาวางขายส่วนใหญ่ ได้แก่ หม่องไพร น้ำมันนวดเพื่อสุขภาพ แชมพูจากสมุนไพร ครีมน้ำจากสมุนไพร

**รูปที่ 4-3** ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่สมาชิคนำมาวางขายในที่พักตั้งโฮมสเตย์



### 3. กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง

ตั้งโฮมสเตย์ เป็นธุรกิจโฮมสเตย์ที่มุ่งเน้นการบริการให้ผู้เข้าพักได้รับการพักผ่อนที่สะดวกสบาย ผ่อนคลายไปกับทุ่งนาและสวนบริเวณรอบ ๆ ที่พัก โดยห้องพักถูกออกแบบให้เข้ากับบรรยากาศธรรมชาติมากที่สุด โดยรูปแบบห้องพักจะเน้นไปที่การตกแต่งด้วยวัสดุจากธรรมชาติสไตล์โมเดิร์น นอกจากนี้ความแตกต่างของรูปแบบที่พักล้วนยังมี กิจกรรมต่าง ๆ ที่เป็นวิถีชีวิตของชาวบ้านในชุมชนให้ผู้เข้าพักได้ศึกษาเรียนรู้

#### ● กลยุทธ์ด้านราคา (Price)

##### 1. Weekend Pricing

พฤติกรรม การจองเที่ยวของคนในประเทศไทยส่วนใหญ่จะเที่ยววันศุกร์ถึงวันอาทิตย์ ซึ่งเป็นวันที่สามารถหยุดงานเพื่อไปท่องเที่ยวพักผ่อนตามสถานที่ต่าง ๆ ได้ ดังนั้นเมื่อความต้องการในการท่องเที่ยวในวันดังกล่าวเพิ่มสูงจึงสามารถใช้เป็นกลยุทธ์ในการสร้างราคาได้ โดยที่ ราคาห้องประเภทบ้านเดี่ยวจะอยู่ที่ 2,900 บาทต่อคืน ประเภทห้องสตูดิโอราคา 1,900 บาทต่อคืน ส่วนลานกางเต็นท์ราคา 500 บาทต่อคืน ในขณะที่วันจันทร์ถึงวันศุกร์ราคาลดเหลือ บ้านเดี่ยวจะอยู่ที่ 2,100 บาทต่อคืน ประเภทห้องสตูดิโอราคา 1,500 บาทต่อคืน ส่วนลานกางเต็นท์ราคา 500 บาท ต่อคืน

ตารางที่ 4-1 ราคาห้องพักตามวันที่เข้าพัก

	บ้านเดี่ยว	ห้องสตูดิโอ	ลานกางเต็นท์
วันจันทร์-วันพฤหัสบดี (Weekday)	2,100	1,900	500
วันศุกร์ถึงวันอาทิตย์ (Weekend)	2,900	1,500	500

##### 2. Seasonal Pricing

ในช่วงฤดูหนาวเป็นฤดูที่นักท่องเที่ยวจะนิยมมาเที่ยวที่ภาคเหนือ (High season) ซึ่งช่วงฤดูหนาวเป็นช่วงที่อุณหภูมิลดลงเหมาะกับการท่องเที่ยวพักผ่อนอบอุ่นของคนในประเทศไทย โดยเริ่มตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน ถึง เดือนมกราคม

ในช่วง Low season คือช่วงฤดูร้อนซึ่งปัจจุบันฤดูร้อนในประเทศไทยมักมีระยะเวลาอันยาวนานตั้งแต่เดือน กุมภาพันธ์ – ตุลาคม

ตารางที่ 4-2 ราคาห้องพักตามช่วงเดือนที่เข้าพัก

	บ้านเดี่ยว	ห้องสตูดิโอ	ลานกางเต็นท์
High Season (เดือนพฤศจิกายน – มกราคม)	3,500	2,500	1,000
Low Season (เดือนกุมภาพันธ์ - ตุลาคม)	2,900	1,900	500

- **กลยุทธ์ด้านช่องทางการให้บริการ (Place)**

ช่องทางการจัดจำหน่ายห้องพักมีด้วยกัน 3 ช่องทาง ได้แก่

1. OTA (online travel agent) : ในปัจจุบันการเข้ามาของยุคเทคโนโลยีส่งผลให้ธุรกิจการให้บริการที่พักต้องเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย โดยนักท่องเที่ยวจะค้นหาช่องทางการจองห้องพักผ่านอินเทอร์เน็ต เช่น Agoda, Traveloka ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มที่ให้บริการหาห้องพักให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบายแค่ค้นหาและทำการจองห้องพักผ่านโทรศัพท์มือถือก็ทำได้ ทำให้ ดั่งโฮมสเตย์ สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ง่าย

2. Social Media : ปัจจุบัน Facebook, Line, Instagram เป็นแอปพลิเคชันที่นิยมกันอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน ทั้งในเรื่องของการติดต่อสื่อสาร การหาข้อมูล หรือช่องทางการโปรโมท ดังนั้นการจองผ่านช่องทางนี้ลูกค้าสามารถใช้วิธีโอนเงินผ่าน Mobile internet banking ได้ทันที

3. งานกิจกรรมต่าง ๆ ในระดับจังหวัดหรือระดับตำบล วิธีนี้เป็นกลยุทธ์แรก ๆ ที่มีมานานแล้ว ผ่านการจัดบูทเพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ กับผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชมงาน อีกทั้งยังมีโปรโมชันพิเศษให้กับลูกค้าที่มาเที่ยวในงาน

- **กลยุทธ์ทางการส่งเสริมการตลาด (Promotion)**

ดั่งโฮมสเตย์เป็นโฮมสเตย์ที่ก่อตั้งขึ้นไม่นาน และไม่ได้ตั้งอยู่ในตำบลท่องเที่ยวสำคัญในจังหวัดน่าน ดังนั้นกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาดในระยะแรกจะให้ความสำคัญในเรื่อง การสร้างการรับรู้ (Awareness) ผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อเป็นที่รู้จักในหมู่นักท่องเที่ยวในระยะแรก และสามารถสร้างแรงจูงใจในการเข้ามาทดลองใช้บริการ โดยดั่งโฮมสเตย์ใช้กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดดังนี้

**1. บทความบนช่องทางออนไลน์**

สร้าง Story ที่สามารถบอกเล่าเรื่องราวประวัติความเป็นมาของตำบลบ่อสวก ตั้งแต่วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชน ประเพณีวัฒนธรรม กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในชุมชน รวมไปถึงประวัติความเป็นมาของดั่งโฮมสเตย์ โดยถ่ายทอดรายละเอียดผ่านทางภาพถ่าย หรือคลิปวิดีโอสั้น ๆ และมีการบรรยายเรื่องราวได้ภาพหรือคลิปวิดีโอเป็นบทความสั้น ๆ ประกอบ จากนั้นจึงลงใน Social media ได้แก่ Facebook, Instagram, YouTube และ Google เพื่อใช้เป็น Content Marketing ในการนำเสนอก่อนจะเชื่อมโยงไปสู่กระบวนการขายห้องพัก โดย Content ที่ใช้จะมี Concept Slogan ว่า “ใช้ชีวิต Slow life @น่าน”

**2. ออกบูทในงานระดับตำบล/จังหวัด**

ในจังหวัดน่าน จะมีการจัดบูทกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งในระดับจังหวัดและในระดับตำบล เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัด และเพิ่ม awareness ให้กับผู้ที่เข้ามาในงาน เพื่อให้รับรู้ว่าเป็นตำบลบ่อสวกนั้นมี ดั่งโฮมสเตย์ ที่เป็นธุรกิจโฮมสเตย์ที่รองรับนักท่องเที่ยวให้เข้ามาใช้บริการห้องพักได้โดยไม่ไกลจากตัวเมืองและปกคลุมไปด้วยธรรมชาติที่สวยงาม นอกจากนั้นยังมีการขายแพ็คเกจการท่องเที่ยวราคาพิเศษ

เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว หรือแม้กระทั่งมีการส่งเสริมการขายผ่านช่องทางออนไลน์เช่น การกดไลค์ กดแชร์ เพจ Facebook, Instagram และ Line@ เพื่อรับส่วนลดค่าที่พัก

- **กลยุทธ์ทางด้านบุคลากร (People)**

ลักษณะของธุรกิจโฮมสเตย์ เป็นธุรกิจที่ให้บริการที่พักแก่ลูกค้า ดังนั้นทรัพยากรบุคคลจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้ ดังนั้นตั้งโฮมสเตย์จึงต้องมาการคัดเลือกพนักงานที่มีใจรักการบริการ มีอัธยาศัยดี ยินดีให้ความช่วยเหลือกับลูกค้าโดยไม่มีข้อแม้ใด ๆ และให้ความรู้กับลูกค้าเกี่ยวกับข้อมูลต่าง ๆ ของที่พัก และข้อมูลข่าวสารในตำบล

- 1. การคัดเลือกพนักงาน**

ในการคัดเลือกพนักงาน ตั้งโฮมสเตย์จะมุ่งเน้นไปที่การกระจายรายได้สู่ชุมชน เพื่อให้ชุมชนนั้นสามารถเติบโต และเข้มแข็งได้อย่างยั่งยืน โดยพนักงานที่คัดเลือกจะเป็นคนในตำบลบ่อสวก ที่มีใจรักการบริการ จะเข้ามารับการสัมภาษณ์ทดสอบศักยภาพต่าง ๆ จากเจ้าของธุรกิจ

- 2. การฝึกอบรมพัฒนาความรู้**

ตั้งโฮมสเตย์จะมีการฝึกอบรมพัฒนาความรู้ของพนักงานในด้านต่าง ๆ โดยผ่านวิทยากรจากหน่วยงานการท่องเที่ยวระดับจังหวัด หรือหน่วยงานการศึกษาในระดับมหาวิทยาลัย เพื่อเป็นการปรับปรุงศักยภาพในการให้บริการต่อไป รวมไปถึงการแลกเปลี่ยนปัญหาการทำงานต่าง ๆ

- **กลยุทธ์ทางด้านลักษณะแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment)**

ตั้งโฮมสเตย์มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ ดังนั้นภาพลักษณ์ของโฮมสเตย์จึงมีความสำคัญมาก เพื่อตอกย้ำความเป็นเอกลักษณ์ของโฮมสเตย์ภาคเหนือ ทำให้ลูกค้าไม่สับสนกับความเป็นตัวตนของโฮมสเตย์

- 1. รูปแบบการจัดตั้งโฮมสเตย์**

การออกแบบตั้งโฮมสเตย์ให้มีความเป็นเอกลักษณ์ อันดับแรกต้องคำนึงถึงบรรยากาศในภาคเหนือ เพื่อให้นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าเป็นบ้านพักที่ให้ความผ่อนคลาย รู้สึกถึงธรรมชาติ มีการใช้ป้ายคำศัพท์ที่เป็นภาษาท้องถิ่นแปะตามสวน หรือตั้งเป็นชื่อห้องพักในแต่ละห้อง ในส่วนของตัวบ้านพักสถาปนิกจะต้องไม่ออกแบบให้หรูหราหรือทันสมัยเกินไป ให้คงความเป็นบ้านในชนบทบ้าง

- 2. การจัดบริเวณโดยรอบตั้งโฮมสเตย์**

ตั้งโฮมสเตย์มีพื้นที่รอบ ๆ เป็นทุ่งนา ส่วนพื้นที่ภายในเป็นสวดยกับบ่อน้ำตรงกลางบ้านพัก การออกแบบพื้นที่โดยรอบของตั้งโฮมสเตย์จะใช้หลักการออกแบบเพื่อให้มีความใกล้เคียงธรรมชาติในชุมชนท้องถิ่นตำบลบ่อสวกมากที่สุด และที่สำคัญต้องสร้างจุดถ่ายรูปที่หลากหลายเพราะในปัจจุบันนักท่องเที่ยวนิยมถ่ายรูปวิวธรรมชาติคู่กับบ้านพักที่นักท่องเที่ยวมาใช้บริการ

- **กลยุทธ์ด้านกระบวนการ (Process)**

กลยุทธ์ด้านกระบวนการนั้นเป็นปัจจัยสำคัญในการทำให้ธุรกิจโฮมสเตย์นั้นสามารถดำเนินการได้อย่างเป็นระบบมากขึ้น ดังนั้นตั้งโฮมสเตย์จึงได้กำหนดกลยุทธ์ทางด้านกระบวนการข้างต้นไว้ 3 ด้าน ดังนี้

### 1. ระบบการจองห้องพักล่วงหน้า

ในสมัยก่อนการจองห้องพักล่วงหน้านั้นอาจจะต้องใช้การโทรศัพท์ทางเดียว แต่ในปัจจุบันการเข้ามาของเทคโนโลยีทำให้ระบบการจองห้องพักล่วงหน้ามีความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น ดังนั้นตั้งโฮมสเตย์จึงได้มีการปรับตัวให้มีระบบการจองห้องพักล่วงหน้าผ่านช่องทางออนไลน์ โดยสามารถติดต่อโอนเงินผ่าน Line@ และ Facebook โดยใช้ช่องทางการโอนเงินคือ Mobile banking ทุกธนาคาร ซึ่งสามารถทำการจองห้องพักล่วงหน้าได้ไม่เกิน 1 ปี นับจากวันที่จอง และสามารถยกเลิกการจองได้ก่อนวันเข้าพัก 2 สัปดาห์ โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย ถ้าหากเกินช่วงเวลาดังกล่าวทางตั้งโฮมสเตย์จะคือเงินเป็นจำนวน 50% ของราคาห้องพักที่ลูกค้าได้จองไว้

### 2. ขั้นตอนการให้บริการของพนักงาน

ตั้งโฮมสเตย์จะมีการกำหนดแนวทางการให้บริการลูกค้าให้กับพนักงานทุกคน โดยพนักงานจะต้องสามารถแนะนำห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ รวมถึงสามารถแจ้งกฎเกณฑ์ข้อปฏิบัติต่าง ๆ ให้ลูกค้าทราบ และที่สำคัญพนักงานทุกคนจะต้องสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างลูกค้าตั้งแต่ก่อนใช้บริการ และหลังใช้บริการ เพื่อสร้างความประทับใจและเป็นที่น่าจดจำให้กับลูกค้า นอกจากนี้ตั้งโฮมสเตย์จะมีตารางการปฏิบัติงานของพนักงานแต่ละตำแหน่งทั้งในเรื่องการต้อนรับแขก การจัดอาหารและเครื่องดื่ม การจัดเตรียมห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ จัดเตรียมตกแต่งทำความสะอาดสวน บ่อน้ำ ตกต่างกันไปตามตำแหน่งและหน้าที่

### 3. ระบบการประเมินการให้บริการและรับฟังความคิดเห็น

ตั้งโฮมสเตย์มีช่องทางให้ลูกค้าได้เสนอความคิดเห็น หรือข้อเสนอแนะต่าง ๆ เพื่อสามารถนำไปปรับปรุงโฮมสเตย์ต่อไปในอนาคต โดยมีสมุดลงความเห็นให้หลังจากเช็คเอาท์ออกจากที่พัก หรือลูกค้าสามารถแสดงความคิดเห็นผ่านช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ เช่น Facebook, Instagram และ Line@ ได้

## 2.2 กลยุทธ์ด้านการดำเนินงาน

กลยุทธ์ด้านการดำเนินงาน เป็นกลยุทธ์ที่ทำให้ธุรกิจโฮมสเตย์สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้อย่างราบรื่น และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น ตั้งโฮมสเตย์จึงได้วางแผนกลยุทธ์ด้านการดำเนินการได้ดังนี้

### 2.2.1 การแบ่งสัดส่วนพื้นที่

พื้นที่ของดั่งโฮมสเตย์ตั้งอยู่ใน ต.บ่อสวก อ.เมือง จ.น่าน มีพื้นที่ขนาดประมาณ 2 ไร่ เดิมที่เป็นบ้านพักอาศัยส่วนตัวของเจ้าของโฮมสเตย์ แต่สังเกตเห็นว่าพื้นที่ที่เหลืออยู่สามารถทำธุรกิจโฮมสเตย์ได้ อีกทั้งยังมีวิวทิวทัศน์ที่สวยงามเวลามองออกมาจากที่พัก

รูปที่ 4-4 แผนผังที่ตั้งดั่งโฮมสเตย์



รูปที่ 4-5 แผนผังการแบ่งสัดส่วนดั่งโฮมสเตย์



## 1. ที่พัก

โซนที่พักสำหรับลูกค้าจะแบ่งออกเป็น 3 โซน คือ บ้านเดี่ยว ห้อง Studio และลานกางเต็นท์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

- โซนบ้านเดี่ยว : อยู่ด้านในสุดของโฮมสเตย์ หน้าทางเข้าจะมีสวนเล็ก ๆ ล้อมรอบ และมีบ่อน้ำตั้งอยู่ตรงกลางระหว่างบ้านพักจำนวน 3 หลัง พร้อมระเบียงสามารถเห็นวิวทุ่งนารอบ ๆ โฮมสเตย์ได้ และมีห้องน้ำใหญ่แยกออกมาจากบ้านทั้ง 3 หลัง 1 ห้อง มีอ่างอาบน้ำที่สามารถมองออกไปเห็นวิวทุ่งนา และมีอีก 1 หลัง อยู่ด้านหน้าถัดจากห้องอาหาร
- โซนห้อง Studio : อยู่ด้านหน้าถัดจากห้องอาหารและจุดต้อนรับนักท่องเที่ยว มีทั้งหมด 2 ห้องและมีห้องน้ำในตัว สามารถพักได้ห้องละ 3 – 5 ท่าน
- ลานกางเต็นท์ : อยู่ตรงข้ามที่จอดรถ ซึ่งในส่วนของลานกางเต็นท์นั้นเป็นพื้นที่เปิดใหม่เพื่อตอบรับกระแสนักท่องเที่ยวในปัจจุบันที่เริ่มกลับมานิยมกางเต็นท์ มีพื้นที่สำหรับ 2 เต็นท์ สามารถนำเต็นท์มาเองได้

## 2. พื้นที่ส่วนกลาง

พื้นที่ส่วนกลาง ประกอบไปด้วยจุดต้อนรับนักท่องเที่ยว จะเป็นหน้าเคาท์เตอร์เล็ก ๆ ตั้งอยู่บริเวณด้านหน้าโฮมสเตย์ และมีห้องอาหารที่สามารถนั่งชมวิวหรือนักพักผ่อนได้ตั้งอยู่บริเวณด้านหน้าโฮมสเตย์เช่นกัน

## 3. ลานจอดรถ

ลานจอดรถตั้งอยู่บริเวณลานกางเต็นท์ สามารถรองรับรถยนต์ได้มากที่สุด 5 – 7 คัน โดยมีสวนและต้นไม้อยู่รอบ ๆ เพื่อบังแดดและสร้างความร่มรื่น

## 4. สวน

พื้นที่สวนจะประกอบไปด้วยต้นไม้ขนาดล้อมรอบบริเวณโฮมสเตย์ ทั้งนอกและใน และพื้นที่ส่วนข้างนอกจะโอบล้อมไปด้วยทุ่งนา พืชผักที่ปลูกที่บริเวณสวนจะปลอดสารพิษและนำมาเป็นวัตถุดิบในการปรุงอาหารพื้นบ้านให้กับลูกค้าที่เข้ามาพัก

## 2.2.2 รูปแบบและระยะเวลาในการให้บริการ

การให้บริการของทางโฮมสเตย์มี 4 รูปแบบ ได้แก่ การให้บริการห้องพัก การให้บริการอาหารเช้า/อาหารว่าง ของฝาก และ กิจกรรมเส้นทางท่องเที่ยวในตำบล

### 1. การให้บริการห้องพัก

ห้องพักทั้ง 3 รูปแบบของ ตังโฮมสเตย์ คือ บ้านเดี่ยว ห้องStudio และลานกางเต็นท์ จะเปิดให้บริการทุกวัน โดยมีเวลาเช็คอิน คือ 14.00 น. และเวลาเช็คเอาท์ คือ 12.00 น.

### 2. การให้บริการอาหารเช้า/อาหารว่าง

อาหารเช้าของตังโฮมสเตย์จะเป็นอาหารที่ทำง่ายไม่หนักท้อง เช่น ข้าวต้ม โจ๊ก ขนมปังไส้กรอก นอกจากนี้จะเตรียมเมนูพื้นเมืองของภาคเหนือให้ลูกค้าได้เลือกทาน โดยเมนูอาหารพื้นเมืองนั้นจะปรับเปลี่ยนไปตามฤดูกาล หรือตามความเหมาะสมในการหาวัตถุดิบ และสำหรับอาหารว่างทางตังโฮมสเตย์จะจัดขนมพื้นเมือง กับน้ำอัญชันมะนาว ให้กับลูกค้าเวลาเดินทางมาถึงที่พัก นอกเหนือจากนี้หากลูกค้าต้องการรับประทานอาหารเช้าที่ตังโฮมสเตย์จะต้องแจ้งความประสงค์กับพนักงานล่วงหน้า จึงสามารถจัดเตรียมอาหารเช้าที่เป็นอาหารพื้นเมืองของคนน่านได้

### 3. ของฝาก

ของฝากที่หน้าเคาน์เตอร์บริการของทางตังโฮมสเตย์ส่วนใหญ่จะเป็นผลิตภัณฑ์จากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในตำบลบ่อสวก ซึ่งเป็นภาคีเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในตำบลบ่อสวกนำมาฝากขาย เพื่อเป็นการกระจายรายได้ให้กับชุมชน โดยสินค้าที่นำมาได้แก่ แชมพูสระผมจากสมุนไพร ครีมนวดหน้าจากสมุนไพร น้ำมันนวดเพื่อสุขภาพ หม่องไพร ฯลฯ

### 4. กิจกรรมเส้นทางท่องเที่ยวในตำบล

สำหรับลูกค้าที่ต้องการจะท่องเที่ยวในรูปแบบศึกษาวิถีชีวิตคนในชุมชนตำบลบ่อสวก ตังโฮมสเตย์ร่วมกับคณะกรรมการภาคีเครือข่ายการท่องเที่ยวในตำบล จัดทำทริปเส้นทางท่องเที่ยวในตำบลโดยมีกิจกรรมดังเส้นทางต่อไปนี้

รูปที่ 4-6 เส้นทางกิจกรรมการท่องเที่ยวในตำบลบ่อสวก



ที่มา : ชุมชนท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในเขตจังหวัดเชียงราย พะเยา แพร่ และน่าน, เพจ MFU 4 Local

### 2.2.3 อุปกรณ์ต่าง ๆ ที่มีไว้ให้บริการ

ในปัจจุบันความต้องการพื้นฐานที่เป็นสิ่งสำคัญสำหรับลูกค้าในการมาใช้บริการห้องพัก คือ Wi-Fi และสัญญาณจำเป็นต้องมีคุณภาพที่ดีเพราะลูกค้าบางรายอาจจำเป็นต้องมีการติดต่อสื่อสารทางไกล

#### 1. ห้องพักรูปแบบบ้าน

- ห้องนอน เตียงนอนขนาดนอนได้ 2 ท่านพร้อมหมอนและผ้าห่ม แอร์ 1 ตัว พัดลม 1 ตัว โทรทัศน์ 1 เครื่อง ตู้เสื้อผ้า 1 ตู้ โต๊ะวางของ 1 ตัว เก้าอี้ไม้ 1 ตัว
- ห้องน้ำ ชักโครก 1 ตัว เครื่องทำน้ำอุ่น 1 เครื่อง ห้องอาบน้ำ 1 ห้อง อ่างล้างหน้า 1 ที่ ผ้าเช็ดตัวและผ้าเช็ดผมอย่างละ 2 ชุด ไดรเป่าผม 1 ตัว อุปกรณ์ทำความสะอาดร่างกาย (สบู่ ครีมอาบน้ำ แชมพู คัตตอนบัด)

#### 2. ห้องพักแบบสตูดิโอ

- ห้องนอน เตียงนอนขนาดนอนได้ 1 ท่านพร้อมหมอนและผ้าห่มจำนวน 3-5 เตียง แอร์ 1 ตัว พัดลม 1 ตัว TV 1 เครื่อง ตู้เสื้อผ้า 3 ตู้ โต๊ะวางของ 3 ตัว เก้าอี้ไม้ 3 ตัว
- ห้องน้ำ ชักโครก 1 ตัว เครื่องทำน้ำอุ่น 1 เครื่อง ห้องอาบน้ำ 1 ห้อง อ่างล้างหน้า 1 ที่ ผ้าเช็ดตัวและผ้าเช็ดผมอย่างละ 2 ชุด ไดรเป่าผม 1 ตัว อุปกรณ์ทำความสะอาดร่างกาย (สบู่ ครีมอาบน้ำ แชมพู คัตตอนบัด)

#### 2.2.4 กระบวนการจัดซื้อวัตถุดิบสำหรับทำอาหารในตั้งโฮมสเตย์

สำหรับกระบวนการสั่งซื้อวัตถุดิบเพื่อนำมาประกอบอาหาร ตั้งโฮมสเตย์จะเลือกซื้อวัตถุดิบจากชาวบ้านในชุมชนบ่อสวก ซึ่งส่วนใหญ่ชาวบ้านนั้นต่างมีอาชีพเป็นเกษตรกรอยู่แล้ว และนอกจากนั้นวัตถุดิบที่มาจากชาวบ้านในชุมชนยังเป็นวัตถุดิบปลอดสารเคมี รวมไปถึงเป็นการกระจายรายได้ให้กับชาวบ้านในตำบลอย่างยั่งยืน นอกจากการสั่งซื้อวัตถุดิบจากชุมชน ตั้งโฮมสเตย์ยังมีส่วนผักในบริเวณโฮมสเตย์ที่ปลอดสารพิษ เพื่อนำมาประกอบอาหารให้ลูกค้าทาน ส่วนขนมพื้นเมืองก็จะสั่งซื้อจากชาวบ้านในชุมชนเช่นกัน

#### 2.2.5 การดูแลทำความสะอาด ดูแลสวน

ผู้ประกอบการธุรกิจโฮมสเตย์บางรายอาจไม่ให้ความสำคัญเรื่องการดูแลทำความสะอาดสวนแต่จริง ๆ แล้วเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง เพราะสวนเป็นองค์ประกอบของความสวยงามทางธรรมชาติอย่างหนึ่ง ที่สร้างความประทับใจให้กับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการได้ ดังนั้นตั้งโฮมสเตย์จึงจัดคนงานดูแลสวน รวมไปถึงดูแลความสะอาดทั้งในและนอกที่พักจำนวน 2 คน

#### 2.2.6 กระบวนการชำระเงิน

ตั้งโฮมสเตย์มีช่องทางในการชำระเงินทั้งหมด 3 ช่องทาง ดังนี้

- การชำระผ่านเงินสด เป็นวิธีดั้งเดิมและยังใช้กันอยู่ในปัจจุบันของกลุ่มนักท่องเที่ยว โดยสามารถชำระผ่านเคาน์เตอร์หน้าโฮมสเตย์ได้เลย แต่ในอนาคตนั้นการเข้ามาของสกุลเงินดิจิทัลยังเป็นเรื่องท้าทายสำหรับธุรกิจโฮมสเตย์ที่จะเปลี่ยนระบบการชำระเงินให้มีความทันสมัยและสะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น
- การชำระผ่าน Mobile Banking เป็นวิธีที่เริ่มเป็นที่นิยมกันอย่างแพร่หลายในวงกว้าง เนื่องจากในปัจจุบันทุกคนต่างใช้ Smart phone จึงทำให้สามารถดาวน์โหลดแอปพลิเคชันทางการเงิน (Mobile Banking) โดยโอนทางโทรศัพท์ลูกค้าไปยังบัญชีของโฮมสเตย์ได้

### 2.3 กลยุทธ์ด้านการเงิน

กลยุทธ์ทางการเงินของ ตั้งโฮมสเตย์ จัดทำเพื่อใช้ในการบริหารจัดการเงินทุน รวมถึงบริหารรายรับ รายจ่าย และกำหนดโครงสร้างเงินทุนให้มีความสอดคล้องกับแผนกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนการวิเคราะห์ผลตอบแทนจากการลงทุน ระยะเวลาในการคืนทุน เพื่อวัดความสามารถของกิจการ

### 2.3.1 วัตถุประสงค์และเป้าหมายทางการเงิน

#### 1. วัตถุประสงค์ทางการเงิน

- เพื่อประเมินความเป็นไปได้ของโครงการ ผ่านเครื่องมือทางการเงินในการวิเคราะห์  
ผลตอบแทน

- เพื่อบริหารการดำเนินงานให้มีสภาพคล่อง และบริหารต้นทุนทางการเงินเพื่อให้อยู่  
ในระดับที่เหมาะสม

- เพื่อวิเคราะห์ความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจโฮมสเตย์

- เพื่อวางแผนโครงสร้างทางการเงินให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ในการดำเนินงาน  
และให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

#### 2. เป้าหมายทางการเงิน

- มีรายได้จากห้องพักเติบโตในปีที่ 1-5 จำนวน 50-70%

- มีรายได้จากยอดขายผลิตภัณฑ์จากวิสาหกิจชุมชน และเส้นทางท่องเที่ยวใน  
ตำบลบ่อสวกเติบโตในปีที่ 1-5 จำนวน 50-70%

### 2.3.2 การกำหนดสมมติฐานทางการเงิน

#### 1. แหล่งที่มาของเงินทุน โครงสร้างเงินทุน และต้นทุนทางการเงิน

ตั้งโฮมสเตย์ ใช้เงินลงทุนเริ่มต้น 5,000,000 บาท ประกอบด้วยตัวอาคารที่เป็น  
ส่วนของผู้เช่า 2,000,000 บาท และเงินลงทุน 3,000,000 บาท โดยมีที่มาจากโครงสร้างเงินทุน 2 ส่วน  
คือ ส่วนของผู้เช่า และเงินลงทุนจากการกู้ยืมธนาคาร ซึ่งมีอัตราส่วน 1 ต่อ 5 เนื่องจากตั้งโฮมสเตย์เป็น  
ธุรกิจที่มีการลงทุนในช่วงแรกสูง แต่ผู้เช่ามีที่ดินและงบประมาณเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว จึงไม่จำเป็นต้องกู้เงิน  
จากธนาคารในจำนวนที่มากนัก และทำให้โฮมสเตย์ได้รับประโยชน์ในการเสียภาษีที่ลดลง (Tax Shield)  
จะส่งผลให้มีกระแสเงินสดที่เพิ่มมากขึ้น

ตารางที่ 4-3 แสดงโครงสร้างเงินทุนของตั้งโฮมสเตย์

แหล่งเงินทุน	จำนวนเงิน (บาท)	สัดส่วนทางการเงิน (%)	อัตราผลตอบแทน ที่ต้องการ (%)	WACC
ส่วนของผู้เช่า	4,000,000	75	20	0.15
จากการกู้ยืมธนาคาร	1,000,000	25	6.15	0.0154
<b>รวม</b>	<b>5,000,000</b>	<b>100</b>		<b>8.06</b>

ต้นทุนทางการเงินของกิจการ (Weighted Average Cost of Capital : WACC) สามารถคำนวณได้โดย การเฉลี่ยน้ำหนักต้นทุนทางการเงินระหว่างส่วนของผู้ถือหุ้นและส่วนของผู้กู้โดยมีอัตราส่วน 4 : 1 โดยอัตราผลตอบแทนที่ต้องการในส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 20% และ อัตราผลตอบแทนจากการกู้ยืมจากรธนาคารเท่ากับ 6.15% จากอัตราดอกเบี้ย MLR ของธนาคารออมสิน (ธนาคารแห่งประเทศไทย, เมษายน 2564) ทำให้สามารถคำนวณต้นทุนทางการเงินของกิจการได้เท่ากับ 8.06% โดยวิธีการคำนวณดังนี้

$$WACC = E/(D+E) re + D/(D+E) rd (1-T)$$

โดยที่ E คือ สัดส่วนเงินลงทุนในส่วนของผู้ถือหุ้น

D คือ สัดส่วนเงินลงทุนจากการกู้ยืมธนาคาร

re คือ อัตราผลตอบแทนที่ต้องการในส่วนของผู้ถือหุ้น

rd คือ อัตราผลตอบแทนที่ต้องการในการกู้ยืมจากรธนาคารหรือดอกเบี้ย

T คือ อัตราภาษีนิติบุคคล

$$\begin{aligned} \text{ดังนั้น } WACC &= [4,000,000 / (4,000,000 + 1,000,000) \times 0.2] + \\ &[1,000,000 / (4,000,000 + 1,000,000) \times 0.0615 \times (1 - 0.20)] \\ &= 8.06 \% \end{aligned}$$

## 2. การประมาณการรายได้

รายได้ของตั้งโฮมสเตย์มาจากการให้บริการที่พัก ส่วนรายได้รองนั้นมาจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของวิสาหกิจชุมชนในตำบลบ่อสวกที่นำมาฝากขายที่หน้าเคาน์เตอร์ และค่าบริการจากการจัดทริปกิจกรรมเส้นทางท่องเที่ยวในตำบลบ่อสวก เนื่องจากตั้งโฮมสเตย์เป็นธุรกิจเปิดใหม่ยังไม่เป็นที่รู้จักกันในวงกว้าง ดังนั้นเป้าหมายของปริมาณการเข้าพักในปีที่ 1-2 เฉลี่ยอยู่ที่ 50-60% และจะเพิ่มขึ้นเป็น 60-70% ในปีที่ 3-5 ตามแผนกลยุทธ์ที่วางไว้ ทั้งนี้จำนวนห้องพักที่วางไว้ทั้งหมด 3 ประเภท 8 หลัง หรือประมาณไม่เกิน 20 คนต่อวัน จึงประมาณการจำนวนห้องพักที่ถูกใช้บริการต่อเดือนดังนี้

ตารางที่ 4-4 แสดงประมาณการจำนวนห้องพักที่ใช้บริการต่อเดือน

	สัดส่วนการเข้าพัก (ร้อยละ)	บ้านเดี่ยว (หลัง)	ห้องสตูดิโอ (หลัง)	ลานกางเต็นท์ (หลัง)
ม.ค.	70	40	6	6
ก.พ.	70	40	6	6
มี.ค.	50	24	3	2
เม.ย.	50	24	3	2
พ.ค.	50	24	3	2
มิ.ย.	50	24	3	2
ก.ค.	50	24	3	2
ส.ค.	50	24	3	2
ก.ย.	50	24	3	2
ต.ค.	50	24	3	2
พ.ย.	70	40	6	6
ธ.ค.	70	40	6	6

โดยทางตั้งโฮมสเตย์ได้คำนวณหารายได้จากการบริหารห้องพักตามแสดงการประมาณจำนวนลูกค้าที่เข้าพักในแต่ละเดือน โดยอ้างอิงราคาห้องพักในแต่ละเดือนจากการตั้งราคาห้องพักในบทที่ 4 เรื่องกลยุทธ์ด้านราคา และรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์จากวิสาหกิจชุมชน รวมไปถึงรายได้จากการจัดทริปกิจกรรมเส้นทางท่องเที่ยวในตำบลบ่อสวก อยู่ที่ 20% ของรายได้ค่าบริการห้องพัก ดังนั้นสามารถคำนวณออกมาเป็นรายได้ประมาณการในปีแรกได้ดังนี้

ตารางที่ 4-5 แสดงการประมาณรายได้จากการบริการที่พัก และรายได้อื่น ๆ

	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
อัตราค่าบริการต่อหลัง (บาท)	3,500	3,500	2,900	2,900	2,900	2,900	2,900	2,900	2,900	2,900	3,500	3,500
บ้านเดี่ยว (หลัง)	40	40	24	24	24	24	24	24	24	24	40	40
<b>รายได้ (ล้านบาท)</b>	<b>0.14</b>	<b>0.14</b>	<b>0.0696</b>	<b>0.0696</b>	<b>0.0696</b>	<b>0.0696</b>	<b>0.0696</b>	<b>0.0696</b>	<b>0.0696</b>	<b>0.0696</b>	<b>0.14</b>	<b>0.14</b>
อัตราค่าบริการต่อหลัง (บาท)	2,500	2,500	1,900	1,900	1,900	1,900	1,900	1,900	1,900	1,900	2,500	2,500
ห้องสตูดิโอ (หลัง)	6	6	3	3	3	3	3	3	3	3	6	6
<b>รายได้ (ล้านบาท)</b>	<b>0.015</b>	<b>0.015</b>	<b>0.0057</b>	<b>0.0057</b>	<b>0.0057</b>	<b>0.0057</b>	<b>0.0057</b>	<b>0.0057</b>	<b>0.0057</b>	<b>0.0057</b>	<b>0.015</b>	<b>0.015</b>
อัตราค่าบริการต่อหลัง (บาท)	1,000	1,000	500	500	500	500	500	500	500	500	1,000	1,000
ลานกางเต็นท์ (หลัง)	6	6	2	2	2	2	2	2	2	2	6	6
<b>รายได้ (ล้านบาท)</b>	<b>0.006</b>	<b>0.006</b>	<b>0.001</b>	<b>0.001</b>	<b>0.001</b>	<b>0.001</b>	<b>0.001</b>	<b>0.001</b>	<b>0.001</b>	<b>0.001</b>	<b>0.006</b>	<b>0.006</b>
<b>รวมรายได้จากห้องพัก (ล้านบาท)</b>	<b>0.161</b>	<b>0.161</b>	<b>0.0763</b>	<b>0.0763</b>	<b>0.0763</b>	<b>0.0763</b>	<b>0.0763</b>	<b>0.0763</b>	<b>0.0763</b>	<b>0.0763</b>	<b>0.161</b>	<b>0.161</b>
รายได้อื่นๆ	0.0322	0.0322	0.0152	0.0152	0.0152	0.0152	0.0152	0.0152	0.0152	0.0152	0.0322	0.0322
<b>รายได้รวม</b>	<b>0.1932</b>	<b>0.1932</b>	<b>0.0915</b>	<b>0.0915</b>	<b>0.0915</b>	<b>0.0915</b>	<b>0.0915</b>	<b>0.0915</b>	<b>0.0915</b>	<b>0.0915</b>	<b>0.1932</b>	<b>0.1932</b>

ในปีแรกตั้งโฮมสเตย์จะมีรายได้รวมจากการให้บริการที่พัก ผลิตภัณฑ์จากวิสาหกิจชุมชน และทริปกิจกรรมเส้นทางท่องเที่ยวในตำบลบ่อสวก เท่ากับ 1.5048 ล้านบาท และมีอัตราเติบโตอยู่ที่ 3 – 5% ในปีที 1-5 และรักษาอัตราการจองห้องพักจ่อปีไม่ให้ต่ำกว่า 50% ในปีต่อ ๆ ไป ซึ่งสามารถคำนวณรายได้ทั้งหมดในระยะเวลา 5 ปีได้ดังนี้

ตารางที่ 4-6 แสดงรายได้ทั้งหมดในระยะเวลา 5 ปี

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
อัตราการเข้าพัก	50%	55%	60%	65%	70%
รายได้จากห้องพัก	1.5048	1.5800	1.6553	1.7305	1.8057
รายได้อื่น ๆ	0.2504	0.2629	0.2754	0.2880	0.0500
<b>รายได้รวม</b>	<b>1.7552</b>	<b>1.8429</b>	<b>1.9307</b>	<b>2.0185</b>	<b>1.8557</b>

### 3. การประมาณการต้นทุน

ตั้งโฮมสเตย์เป็นธุรกิจโฮมสเตย์ที่ให้บริการที่พักจึงมีต้นทุนในส่วนของการบริการอาหารและเครื่องดื่ม ต้นทุนของผลิตภัณฑ์จากวิสาหกิจชุมชนในตำบล รวมไปถึงต้นทุนการจัดเส้นทางท่องเที่ยวในตำบลบ่อสวก โดยประมาณการต้นทุนค่าอาหารและเครื่องดื่มเท่ากับ 20-30% ของราคาอาหาร ส่วนต้นทุนของผลิตภัณฑ์จากวิสาหกิจชุมชนคิดเป็น 40-50% ของราคาขาย และต้นทุนการจัดทริปเส้นทางท่องเที่ยวในตำบล เท่ากับ 10-20% ของราคาทริป ซึ่งตั้งโฮมสเตย์นั้นไม่เน้นการแสวงหากำไรจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากวิสาหกิจชุมชนและทริปเส้นทางท่องเที่ยวในตำบล เพราะต้องการสนับสนุนการสร้างรายได้ให้กับชาวบ้านในตำบลและสร้างการมีส่วนร่วมอย่างยั่งยืน

### 4. การประมาณการค่าใช้จ่าย

ตั้งโฮมสเตย์ได้ประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการ รวมไปถึงค่าใช้จ่ายทางการตลาดในปีที่ 1-5 โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4-7 แสดงค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการ

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินเดือนพนักงาน	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000
ค่าน้ำ	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000
ค่าไฟ	80,000	80,000	80,000	80,000	80,000
ค่าอินเทอร์เน็ต	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000
<b>รวม (บาท)</b>	<b>324,000</b>	<b>324,000</b>	<b>324,000</b>	<b>324,000</b>	<b>324,000</b>

ตารางที่ 4-8 แสดงค่าใช้จ่ายทางการตลาด

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
ช่องทางออฟไลน์					
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
ช่องทางออนไลน์					
<b>รวม (บาท)</b>	<b>20,000</b>	<b>20,000</b>	<b>20,000</b>	<b>20,000</b>	<b>20,000</b>

### 5. การประมาณการงบกำไรขาดทุน

ตารางที่ 4-9 แสดงการประมาณการงบกำไรขาดทุน

งบกำไรขาดทุน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
รายได้	1,755,200	1,842,900	1,930,700
ต้นทุนขายและบริการ	526,560	526,560	526,560
กำไรขั้นต้น	1,228,640	1,316,340	1,404,140
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	344,000	344,000	344,000
กำไรจากการดำเนินงาน	884,640	972,340	1,060,140
หัก ภาษีเงินได้ 30%	265,392	291,720	318,042
กำไรสุทธิ	619,284	680,620	742,098
<b>กำไรสะสมปลายงวด</b>	<b>619,284</b>	<b>680,620</b>	<b>742,098</b>

#### 2.3.3 วิเคราะห์สถานการณ์และ Sensitivity Analysis

สำหรับกรณีที่เกิดเหตุการณ์ที่ไม่คาดฝันซึ่งส่งผลกระทบต่อภาพรวมในการดำเนินธุรกิจ หากเกิดการเปลี่ยนแปลงทางการเงินซึ่งทำให้รายได้ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย เพื่อประเมินสถานการณ์ และเตรียมการรองรับแก้ไขต่อไป โดยกำหนดสมมติฐานเป็น 2 กรณีคือ

1. สถานการณ์ที่ส่งผลดีต่อโครงการ (Best case) มีรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 20
2. สถานการณ์ที่เป็นผลเสียต่อโครงการ (Worst case) มีรายได้ลดลงร้อยละ 20

**สถานการณ์ที่ส่งผลดีต่อโครงการ (Best Case)** คาดการณ์ว่าจะมีรายได้เพิ่มขึ้นจากสถานการณ์ปกติร้อยละ 20 โดยคาดการณ์จากปัจจัยต่อไปนี้

ปัจจัยภายใน

ตั้งโฮมสเตย์ ตั้งอยู่ใกล้อำเภอเมืองน่าน จังหวัดน่าน ซึ่งอยู่ในภาคเหนือทำให้เป็นจุดดึงดูดที่ทำให้ลูกค้าต้องการมาพักผ่อนสัมผัสบรรยากาศตามธรรมชาติ รวมถึงมาศึกษาวิถีชีวิตชาวบ้าน และมีประเพณีวัฒนธรรมของภาคเหนือที่น่าสนใจอีกมากมาย

ปัจจัยภายนอก

ปัญหาภาวะความเครียดของคนในยุคปัจจุบันส่งผลให้ความต้องการพักผ่อนในวันหยุดมีเพิ่มมากขึ้น เพื่อช่วยพักผ่อนจิตใจและผ่อนคลายร่างกาย และที่สำคัญมาตรการการเปิดประเทศอันเนื่องมาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) เป็นปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเข้ามาสร้างรายได้ให้กับภาคการท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย

**สถานการณ์ที่เป็นผลเสียต่อโครงการ (Worst Case)** คาดการณ์ว่าจะมีรายได้ลดลงจากสถานการณ์ปกติร้อยละ 20 โดยคาดการณ์จากปัจจัยต่อไปนี้

ปัจจัยภายใน

เนื่องจากธุรกิจที่พักมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องส่งผลให้เกิดคู่แข่งมากราย ทำให้มีการแข่งขันที่ค่อนข้างสูงอาจเป็นปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจขาดรายได้

ปัจจัยภายนอก

ปัญหาสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันรวมถึงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ส่งผลกระทบในเชิงลบต่อภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งหมด ซึ่งรวมไปถึงธุรกิจผลิตภัณฑ์และบริการในประเทศเช่นกัน ดังนั้นการขาดหายไปของนักท่องเที่ยวจึงเป็นสาเหตุสำคัญอย่างยิ่งที่ทำให้ธุรกิจขาดรายได้

## ภาคผนวก ง

แผนการมีส่วนร่วมของชุมชนเชิงธุรกิจผลิตภัณฑ์สมุนไพร



แผนการมีส่วนร่วมของชุมชนเชิงธุรกิจ: Borsuak Herb  
โครงการทรัพยากรและศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสร้างสรรค์  
ในจังหวัดน่าน (Creative Health Tourism)

โดย

ศาสตราจารย์ ดร. ศิริเพ็ญ ศุภกาญจนกันติ  
อ.ชินพรรณ ลิทธิกรชยาพงษ์  
รองศาสตราจารย์ ดร. ชันทาล แฮร์เบอร์โฮลล์  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วัชรพงศ์ รติสุขพิมล

ได้รับการสนับสนุนจาก  
โครงการสร้างเสริมพลังจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กองทุนศตวรรษที่ 2  
(Second Century Fund: C2F)

ศูนย์เชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านเศรษฐศาสตร์สาธารณสุข  
คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
และเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนส่งเสริมและพัฒนาสมุนไพรตำบลบ่อสวก (บ่อสวกเอิร์บ)  
ตำบลบ่อสวก อำเภอเมือง จังหวัดน่าน

มกราคม 2565



แผนการมีส่วนร่วมของชุมชนเชิงธุรกิจ: Borsuak Herb  
โครงการทรัพยากรและศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน  
(Creative Health Tourism)

โดย

ศาสตราจารย์ ดร. ศิริเพ็ญ ศุภกาญจนกันติ	หัวหน้าโครงการ
ดร. ดวงฤทัย นิคมรัตน์	ที่ปรึกษา
นางสาวกิตติยาภรณ์ สิทธิกรชยาพงษ์	ที่ปรึกษา
นางสาวชุลี ลามโชติ	ที่ปรึกษา
อ.ชินพรรณ สิริทธิกรชยาพงษ์	นักวิจัย
รองศาสตราจารย์ ดร. ชันทาล แฮร์เบอร์โฮลต์	นักวิจัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วัชรพงศ์ รติสุขพิมล	นักวิจัย
นางสาวนภัสสร แสนชัย	ผู้ช่วยนักวิจัย
นางสาวภัทราวดี วุฒิมาพรพงศ์	ผู้ช่วยนักวิจัย
นายสิริวิษณุ พันธุ์ศักดิ์	ผู้ช่วยนักวิจัย
นางพัชนี เสวกพันธ์	ผู้ประสานงานโครงการ
นางประณิต โกษาแสง	ผู้ประสานงานโครงการ

ได้รับการสนับสนุนจาก

โครงการสร้างเสริมพลังจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กองทุนศตวรรษที่ 2  
(Second Century Fund: C2F)

ศูนย์เชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านเศรษฐศาสตร์สาธารณสุข

คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

และเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนส่งเสริมและพัฒนาสมุนไพรตำบลบ่อสวก (บ่อสวกเอิร์บ)

ตำบลบ่อสวก อำเภอเมือง จังหวัดน่าน

มกราคม 2565



แผนการมีส่วนร่วมของชุมชนเชิงธุรกิจ: Borsuak Herb  
โครงการทรัพยากรและศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน  
(Creative Health Tourism)

โดย

ศาสตราจารย์ ดร. ศิริเพ็ญ ศุภกาญจนกันติ	หัวหน้าโครงการ	คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ดร. ดวงฤทัย นิคมรัตน์	ที่ปรึกษา	คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
นางสาวกิตติยาภรณ์ สิทธิกรชยาพงษ์	ที่ปรึกษา	ธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน)
นางสาวชุลี ลาภโชติ	ที่ปรึกษา	ศูนย์ฝึกอาชีพ กรุงเทพมหานคร วัดวรจรยยาวาส
อ.ชินพรรณ สิทธิกรชยาพงษ์	นักวิจัย	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
รองศาสตราจารย์ ดร. ชันทาล แฮร์เบอร์โฮลล์	นักวิจัย	คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วัชรพงศ์ รติสุขพิมล	นักวิจัย	คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
นางสาวนภััสสร แสนชัย	ผู้ช่วยนักวิจัย	ศูนย์เชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านเศรษฐศาสตร์ สาธารณสุข
นางสาวภัทราวดี วุฒิมาพรพงศ์	ผู้ช่วยนักวิจัย	ศูนย์เชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านเศรษฐศาสตร์ สาธารณสุข
นายสิริวิษณุ พันธุ์ศักดิ์	ผู้ช่วยนักวิจัย	ศูนย์เชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านเศรษฐศาสตร์ สาธารณสุข
นางพัชนี เสวกพันธ์	ผู้ประสานงานโครงการ	ศูนย์เชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านเศรษฐศาสตร์ สาธารณสุข
นางประณิต โกษาแสง	ผู้ประสานงานโครงการ	ศูนย์เชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านเศรษฐศาสตร์ สาธารณสุข

ศูนย์เชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านเศรษฐศาสตร์สาธารณสุข

คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

และเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนส่งเสริมและพัฒนาสมุนไพรตำบลบ่อสวก (บ่อสวกเฮิร์บ)

ตำบลบ่อสวก อำเภอเมือง จังหวัดน่าน

มกราคม 2565

แผนการมีส่วนร่วมของชุมชนเชิงธุรกิจ: Borsuak Herb



ชื่อธุรกิจ	Borsuak Herb
ประเภทธุรกิจ	ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสมุนไพร: น้ำมันนวดเพื่อสุขภาพ
ที่อยู่	ตำบลบ่อสวก อำเภอเมืองน่าน จังหวัดน่าน 55000

โดย

โครงการทรัพยากรและศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบสร้างสรรค์ในจังหวัดน่าน  
(Creative Health Tourism)

ศูนย์เชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านเศรษฐศาสตร์สาธารณสุข  
คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
และเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนส่งเสริมและพัฒนาสมุนไพรตำบลบ่อสวก (บ่อสวกเฮิร์บ)  
ตำบลบ่อสวก อำเภอเมือง จังหวัดน่าน

โครงการการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Development of Creative Tourism) ชุด

โครงการวิจัยภายใต้โครงการแผนพัฒนาวิชาการจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

“สร้างเสริมพลังชุมชน ก้าวสู่ศตวรรษที่ 2 ช่วงที่ 2” จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

มกราคม 2565

## บทสรุปผู้บริหาร

ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลกที่เติบโตอย่างมีคุณภาพบนพื้นฐานความเป็นไทย ซึ่งพื้นฐานในการเติบโตของการท่องเที่ยว คือ สินค้าและบริการ ถือเป็นปัจจัยหลักที่ต้องมีเอกลักษณ์ และได้มาตรฐานในระดับสากล รวมไปถึงในด้านของคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว บุคลากรการท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐาน รวมทั้งการสร้างความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการ ทั้งในเชิงพื้นที่ เชิงเวลา ฤดูกาล และรูปแบบการท่องเที่ยว เพื่อการสร้างรายได้และกระจายสู่ชุมชนอย่างยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแห่งชาติ โดยในปัจจุบันจังหวัดน่านกำลังจะได้รับการพัฒนาส่งเสริมในด้านการท่องเที่ยวเพราะเป็นจังหวัดที่มีสินค้าและบริการที่เป็นเอกลักษณ์ รวมไปถึงวัฒนธรรมพื้นบ้านที่สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดน่านได้

ตำบลบ่อสวก อำเภอเมือง จังหวัดน่าน เป็นตำบลที่มีที่ตั้งไม่ไกลจากอำเภอเมือง จังหวัดน่าน เป็นชุมชนเกษตรกรรมผสมผสาน มีจำนวนหมู่บ้านทั้งสิ้น 10 หมู่บ้าน สามารถเดินทางไปมาได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว และเป็นหนึ่งในตำบลที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวโดยมีการเชื่อมโยงของสินค้าและบริการหลากหลายชนิด โดยจุดเด่นของตำบลบ่อสวกนั้นเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปะและวัฒนธรรมมีการผสมผสานวิถีชีวิตเกษตรกรรม กลืนกลมกับสุขภาพ สะท้อนผ่านชุมชนเมืองที่มีวิถีเกษตรเป็นฐาน และนอกจากนี้แล้วตำบลบ่อสวกกล่าวได้ว่าเป็นบ่ออารยธรรม ตั้งแต่ผ้าทอมือลายโบราณต่าง ๆ เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละหมู่บ้านในตำบล เครื่องปั้นดินเผา เตาเผาเครื่องปั้นโบราณ เครื่องดนตรี เครื่องจักสาน รวมไปถึงประเพณีและวัฒนธรรมที่สืบทอดมาจากรุ่นสู่รุ่น ทำให้ตำบลบ่อสวกเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว

สมุนไพร และตำรับโบราณถือได้ว่าเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่สำคัญอย่างยิ่งโดยอิงพื้นฐานของเกษตรกรรม ตลอดจนพื้นที่บ่อสวกเป็นพื้นที่เกษตรกรรมที่มีความอุดมสมบูรณ์ สามารถปลูกผลิตผลทางเกษตรกรรม อาทิเช่น ข้าว ใบเมี่ยง ฝ้าย ไม้ และสมุนไพร ส่งผลให้การแปรรูปผลิตผลทางเกษตรกรรม ได้แก่ การแปรรูปสมุนไพรเพื่อสุขภาพ การแปรรูปฝ้าย ไม้เพื่อการกลั่นกรอง ตลอดจนตำบลบ่อสวกได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ ภาควิชาการ ให้เป็นตำบลสมุนไพร โดยส่งเสริมการปลูกสมุนไพร และแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพจากสมุนไพร

เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนส่งเสริมและพัฒนาสมุนไพรตำบลบ่อสวก (บ่อสวกเฮิร์บ) ตำบลบ่อสวก อำเภอเมือง จังหวัดน่าน เป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้นแบบในด้านภูมิปัญญาการสร้างอาชีพในด้านของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสมุนไพรพื้นบ้าน โดยชาวบ้านในชุมชนได้นำวัตถุดิบที่มีอยู่ในชุมชนมาใช้ประโยชน์ และลดการใช้สารเคมี ผลิตภัณฑ์ที่ได้จึงปลอดภัยจากผู้บริโภคและเป็นการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมด้วย การร่วมมือการของคนในชุมชนเหล่านี้จึงทำให้เกิดการกระจายรายได้ไปสู่ชุมชนอย่างยั่งยืน โดยกลุ่มวิสาหกิจจะใช้กลยุทธ์ในการสร้าง

ความแตกต่างในเรื่องของคุณภาพและความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะช่วยให้กลุ่มวิสาหกิจสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนอย่างยั่งยืนต่อไปในระยะยาว

สำหรับในด้านการดำเนินงานเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนส่งเสริมและพัฒนาสมุนไพรตำบลบ่อสวก (บ่อสวกเฮิร์บ) มีจุดแข็งในด้านของความเข้มแข็งและความสามัคคีของคนในชุมชนในการรวมกลุ่มของชาวบ้าน แต่ละหมู่บ้านในการจัดตั้งสมาชิก รวมไปถึงคณะกรรมการเพื่อดำเนินงานในการผลิตสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งสินค้าและบริการในตำบลบ่อสวกจะอาศัยวัตถุดิบจากชาวบ้านในชุมชนเป็นหลัก เพื่อกระจายรายได้เข้าสู่ชุมชน ด้านการบริหารจัดการเงินทุนหมุนเวียนที่ใช้ดำเนินการ มาจากทุนที่ระดมจากสมาชิกและผลกำไรในแต่ละปี โดยไม่มีการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินแต่อย่างใด การดำเนินงานมีนโยบายพึ่งตนเอง และเติบโตอย่างค่อยเป็นค่อยไป บริหารจัดการบนหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ด้านการบริหารยึดหลักธรรมาภิบาล เน้นความโปร่งใสของการเงินบัญชี ตรวจสอบได้ และการมีส่วนร่วมของทุกฝ่าย ควบคู่กับหลักคุณธรรมจริยธรรม ในการเป็นผู้ผลิตสินค้าที่เน้นคุณภาพเป็นสำคัญ มีสำนึกที่ซื่อสัตย์ต่อตนเองและผู้บริโภค

ในส่วนของการตลาดนั้น เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนส่งเสริมและพัฒนาสมุนไพรตำบลบ่อสวก (บ่อสวกเฮิร์บ) ต้องการเจาะกลุ่มลูกค้าที่รักในการใช้ผลิตภัณฑ์ จากสมุนไพรและไม่ใช้สารเคมี โดยปัจจุบันอาศัยร้าน รวมไปถึงออกบูทตามงานกิจกรรมต่าง ๆ ในระดับตำบล และในระดับจังหวัดซึ่งอาศัยความร่วมมือของทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการขับเคลื่อน โดยกลยุทธ์ที่ใช้ในการตลาดคือการสื่อสารและส่งเสริมการขายให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย และใช้เทคโนโลยีโดยมีช่องทางในการขายออนไลน์

สำหรับความเป็นไปได้ของแผนธุรกิจของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนส่งเสริมและพัฒนาสมุนไพรตำบลบ่อสวก (บ่อสวกเฮิร์บ) สมาชิกในชุมชนจะต้องมีความรู้และประสบการณ์เฉพาะด้านในเรื่องของการทำผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสมุนไพรเป็นอย่างไร หรืออาจส่งให้ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านในแต่ละแผน เป็นผู้วิเคราะห์ให้คำแนะนำในแผนธุรกิจเพื่อให้แผนธุรกิจเกิดประสิทธิภาพ และดำเนินกิจการไปได้อย่างยั่งยืน

## สารบัญ

บทสรุปผู้บริหาร .....	ก
สารบัญ .....	ค
สารบัญตาราง .....	จ
สารบัญรูปภาพ.....	ฉ
<b>บทที่ 1 การวิเคราะห์ตลาด.....</b>	<b>1</b>
1. การวิเคราะห์สภาพตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสมุนไพรในปัจจุบัน .....	1
2. แนวโน้มตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสมุนไพร .....	1
<b>บทที่ 2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม .....</b>	<b>3</b>
1. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมระดับมหภาค (Marco Environment Analysis) .....	3
1.1 สภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจ (Economic Environment).....	3
1.2 สภาพแวดล้อมทางด้านทรัพยากรธรรมชาติ (Natural Environment) .....	3
1.3 สิ่งแวดล้อมทางด้านเทคโนโลยี (Technological Environment) .....	4
2. การวิเคราะห์ธุรกิจด้วย Five Force Model .....	4
2.1 การเข้ามาของคู่แข่งชั้นรายใหม่ (Treat of New Entrants) .....	5
2.2 การคุกคามจากสินค้าหรือบริการทดแทน (Treat of Substitutes) .....	6
2.3 อำนาจการต่อรองของลูกค้า (Bargaining Power).....	7
2.4 อำนาจต่อรองจากคู่ค้า (Power of Suppliers).....	7
2.5 การแข่งขันของคู่แข่งในอุตสาหกรรม (Industry Rivalry) .....	8
3. การวิเคราะห์อุตสาหกรรม (Industry Life Cycle).....	8
4. การวิเคราะห์คู่แข่งชั้น (Competitors Analysis).....	10
5. การวิเคราะห์ลูกค้าและคุณค่าของลูกค้า (Customer Needs and Value Analysis).....	14
6. ปัจจัยที่ทำให้ประสบความสำเร็จ (Key Success Factor).....	16
<b>บทที่ 3 ลักษณะและโครงสร้างธุรกิจ.....</b>	<b>18</b>
1. ลักษณะธุรกิจผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสมุนไพร : น้ำมันนวดเพื่อสุขภาพ .....	18
2. การวิเคราะห์สภาพองค์กร (SWOT Analysis).....	19
3. การกำหนดทิศทางขององค์กร .....	20
3.1 วิสัยทัศน์.....	20
3.2 พันธกิจ .....	20

3.3 เป้าหมาย .....	21
<b>บทที่ 4 แผนกลยุทธ์ .....</b>	<b>22</b>
1. กลยุทธ์ระดับวิสาหกิจชุมชน .....	22
2. กลยุทธ์ระดับปฏิบัติการ .....	22
2.1 กลยุทธ์ด้านการตลาด (Marketing Strategy) .....	22
2.2 กลยุทธ์ด้านการจัดการ .....	24
2.3 กลยุทธ์ด้านการเงิน .....	30

## สารบัญตาราง

ตารางที่ 2-1 การวิเคราะห์ข้อมูลคู่แข่งทางตรง.....	12
ตารางที่ 2-2 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคด้วย 6WS และ 1H.....	15
ตารางที่ 4-1 รูปประมาณการงบดำเนินการเริ่มต้น (Initial Cash Outflow).....	31
ตารางที่ 4-2 ตารางประมาณการรายได้ของวิสาหกิจชุมชน.....	32
ตารางที่ 4-3 ตารางประมาณการรายจ่ายของวิสาหกิจชุมชน.....	33
ตารางที่ 4-4 รายละเอียดการประมาณการค่าใช้จ่ายรายการ Fix cost และ Variable cost.....	33
ตารางที่ 4-5 รายละเอียดการประมาณการงบกำไรขาดทุนเมื่อสถานการณ์เป็นไปตามที่คาดไว้โดยใช้ งบประมาณสนับสนุนจากภาครัฐ.....	34

## สารบัญรูปรูปภาพ

รูปที่ 2-1 การวิเคราะห์ธุรกิจด้วย Five Force Model .....	4
รูปที่ 3-1 ชื่อแบรนด์กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนส่งเสริมและพัฒนาสมุนไพรตำบลบ่อสวก (บ่อสวกเฮิร์บ)...	18
รูปที่ 3-2 สัญลักษณ์แบรนด์ (Logo) กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนส่งเสริมและพัฒนาสมุนไพรตำบลบ่อสวก (บ่อสวกเฮิร์บ).....	18
รูปที่ 4-1 แนวโน้มความสนใจในน้ำมันนวดของคนในประเทศไทย 5 ปีย้อนหลัง (พ.ศ. 2559 - พ.ศ. 2564)..	23

## บทที่ 1 การวิเคราะห์ตลาด

### 1. การวิเคราะห์สภาพตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสมุนไพรในปัจจุบัน

ในยุคที่เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวัน อาจก่อให้เกิดปัญหาพฤติกรรมของมนุษย์ ไม่ว่าจะเป็นการใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ การทำงานที่ต้องอาศัยการใช้ร่างกาย การเคลื่อนไหวในรูปแบบเดิมซ้ำ ๆ หรืออยู่กับที่เป็นเวลานาน รวมไปถึงอุบัติเหตุจากสถานการณ์ต่าง ๆ ทั้งหมดนี้ล้วนส่งผลกระทบต่อระบบโครงสร้างของร่างกาย ทำให้เกิดอาการปวด เมื่อย เหนื่อย คัดขอก ฟกช้ำ ของกล้ามเนื้อ ซึ่งในระยะแรกอาการเหล่านี้อาจไม่เป็นอันตรายมากนัก แต่ในระยะยาวหากพฤติกรรมของมนุษย์ยังดำเนินไปในรูปแบบเดิม ปัญหาอาการดังกล่าวอาจจะกลับมากลายเป็นอาการเรื้อรังได้ในที่สุด สำหรับปัญหาเหล่านี้ อาจแก้ปัญหาได้โดยการรักษากับแพทย์แผนปัจจุบันที่โรงพยาบาล แต่เนื่องจากการพบแพทย์อาจใช้ระยะเวลา ทำให้การพบแพทย์อาจเป็นทางเลือกสุดท้ายหรือเมื่อมีอาการรุนแรง สำหรับผู้ที่มีอาการไม่รุนแรง หรือเริ่มมีอาการ มักแก้ปัญหาด้วยวิธีการหันมาใช้ผลิตภัณฑ์คลายกล้ามเนื้อเพื่อบรรเทาอาการแทน เนื่องจากหาได้ง่าย มีราคาไม่แพง และสามารถใช้ได้ด้วยตนเอง ธุรกิจผลิตภัณฑ์น้ำมันนวดเพื่อสุขภาพ จึงเป็นธุรกิจที่ได้รับความสนใจมากขึ้นจากในอดีต มีผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าอย่างหลากหลาย จนในปัจจุบันเราจะสังเกตได้ว่า น้ำมันนวดได้กลายเป็นหนึ่งในของที่ต้องมีในบ้านเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

### 2. แนวโน้มตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสมุนไพร

ตลาดสมุนไพรในปัจจุบัน กำลังมีความต้องการเพิ่มขึ้น ไม่ว่าจะเป็น ชিং ข่า ตะไคร้ ไพล มะกรูด กวาวเครือ วังหางจระเข้ ฯลฯ ทั้งการใช้เพื่อบริโภคแบบสดและนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ทำให้มีมูลค่าเพิ่มหลายเท่าตัว โดยสามารถนำมาแปรรูปเป็นเครื่องดื่มสำเร็จรูป เครื่องแกงสำเร็จรูป อาหารเสริม เครื่องสำอาง รวมไปถึงแปรรูปเป็นยา เช่น น้ำมันนวด น้ำมันหอมระเหย สบู่ แชมพู ครีมนวด ครีมทาผิว ชาสมุนไพร ยาแคปซูลอัดเม็ด เป็นต้น โดยจากการสำรวจเบื้องต้นพบว่าตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสมุนไพรในตลาดเอเชียและตลาด CLMV (กัมพูชา ลาว เมียนมา และเวียดนาม) สามารถทำได้ง่ายกว่าตลาดยุโรป สหรัฐฯ หรือญี่ปุ่น เพราะปัญหาและอุปสรรคในเรื่องกฎระเบียบข้อบังคับไม่ยุ่งยากมาก และระยะทางใกล้กว่า ทำให้ไม่เป็นภาระในด้านการขนส่ง ทั้งนี้ปัจจุบันประเทศไทยส่งออกสมุนไพรเป็นมูลค่ากว่า 500 ล้านบาท สรรกัตจากสมุนไพรกว่า 270 ล้านบาท และผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสมุนไพรอีกกว่า 71,000 ล้านบาท

จากปัญหาสุขภาพและปัญหาพฤติกรรมของคนในยุคปัจจุบัน ส่งผลให้เกิดอาการปวด เมื่อย เหนื่อย คัดขอก ฟกช้ำ ของกล้ามเนื้อ อาการบาดเจ็บจากการเล่นกีฬาหรืออุบัติเหตุ รวมไปถึงทำให้เกิดโรคออฟฟิศซินโดรม (Office syndrome) เป็นโรคยอดนิยมในปัจจุบันที่เกิดจากพฤติกรรมของคนในปัจจุบัน จากอิริยาบถในการทำงาน การนั่งหลังค่อม แม้กระทั่งความเครียด ซึ่งอาจลุกลามจนกลายเป็นอาการปวดเรื้อรัง จึงทำให้

ธุรกิจผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสมุนไพร กลายเป็นอีกช่องทางหนึ่งสำหรับผู้ริเริ่มในการทำธุรกิจ ด้วยการเป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนต่ำ ระยะเวลาในการคืนทุนสั้น รวมไปถึงความต้องการในการบริโภคเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

สาเหตุหนึ่งที่ทำให้ธุรกิจผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสมุนไพร ได้รับการตอบรับอย่างดีนั้น ก็เนื่องจากอัตราราคาที่ไม่สูงมาก โดยราคาเริ่มต้นอยู่ที่ประมาณ 50 บาท ไปจนถึงสูงสุดไม่เกิน 500 บาท ขึ้นอยู่กับคุณภาพของวัตถุดิบและกระบวนการผลิตและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของแต่ละร้าน ด้วยอัตราราคาที่ไม่สูงและอัตราค่ารักษาพยาบาลในปัจจุบันในโรงพยาบาลทั้งภาครัฐและเอกชนค่อนข้างสูง จึงทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อบรรเทาอาการเจ็บปวดในขั้นต้น และอำนวยความสะดวกในการรักษาที่รวดเร็ว ส่งผลให้ความต้องการในการใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสมุนไพรมีอยู่อย่างต่อเนื่อง

## บทที่ 2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม

### 1. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมระดับมหภาค (Marco Environment Analysis)

#### 1.1 สภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจ (Economic Environment)

จากสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ที่ส่งผลกระทบต่อทั่วโลก ทำให้แนวโน้มเศรษฐกิจไทยในปี พ.ศ. 2563 จากการประมาณการของสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ คาดว่าจะลดลงร้อยละ 6.0 โดยมูลค่าการส่งออกสินค้าปรับตัวลดลงร้อยละ 7.5 การบริโภคภาคเอกชน และการลงทุนรวมปรับตัวลดลงร้อยละ 0.9 และร้อยละ 3.2 ตามลำดับ อัตราเงินเฟ้อทั่วไปเฉลี่ยอยู่ที่ -0.9 และดุลบัญชีเดินสะพัดเกินดุลร้อยละ 2.8 ของ GDP ในส่วนของธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และสถาบันการเงินเฉพาะกิจ ปรับลดอัตราดอกเบี้ยเงินฝากและเงินกู้ลงต่อเนื่องจากไตรมาสก่อนหน้า ซึ่งเป็นโอกาสดีต่อผู้ที่กำลังริเริ่มในการขอสินเชื่อในการประกอบธุรกิจ ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากมาตรการทางการเงินของภาครัฐที่ดำเนินการผ่านสถาบันการเงินเฉพาะกิจเพื่อช่วยเหลือ เยียวยา และฟื้นฟูผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) อย่างต่อเนื่อง

แนวโน้มของเศรษฐกิจไทยในปี พ.ศ. 2564 นั้นมีแนวโน้มที่จะฟื้นตัวต่อเนื่องจากช่วงครึ่งหลังของปี พ.ศ. 2563 โดยมีปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญมาจาก 1) ความสำเร็จในการควบคุมการแพร่ระบาดภายในประเทศและแรงสนับสนุนเพิ่มเติมจากมาตรการบริหารเศรษฐกิจของรัฐบาลซึ่งส่งผลให้อุปสงค์ภายในประเทศขยายตัวอย่างต่อเนื่อง 2) การฟื้นตัวของเศรษฐกิจและปริมาณการค้าโลกภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดในหลายประเทศที่ผ่านพ้นจุดสูงสุดไปแล้วและคาดว่าจะสามารถควบคุมการแพร่ระบาดได้มากขึ้น ซึ่งจะช่วยสนับสนุนภาคการส่งออกของไทย 3) มาตรการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของภาครัฐ 4) ผลของการปรับตัวตามฐานการขยายตัวที่ต่ำผิดปกติในปี พ.ศ. 2563 อย่างไรก็ดี ยังมีข้อจำกัดและความเสี่ยงที่อาจส่งผลต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจในปี 2564 ได้แก่ ความไม่แน่นอนของสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ในหลายประเทศซึ่งอาจมีความยืดหยุ่นและรุนแรงมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ ปริมาณการค้าโลก ภาคการท่องเที่ยว เงื่อนไขด้านการจ้างงาน และฐานะการเงินภาครัฐวิสาหกิจและภาคธุรกิจรวมทั้งความเสี่ยงจากสถานการณ์ภัยแล้งและความผันผวนของระบบเศรษฐกิจและการเงินโลก

#### 1.2 สภาพแวดล้อมทางด้านทรัพยากรธรรมชาติ (Natural Environment)

ในปัจจุบันผู้บริโภคทั่วโลกหันมาให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมทางด้านทรัพยากรธรรมชาติมากขึ้น ซึ่งทรัพยากรธรรมชาตินั้น หมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ เช่น ป่าไม้ สัตว์ป่า อากาศ ดิน น้ำ มนุษย์ พืช ผัก หรือสมุนไพรต่าง ๆ ซึ่งในประเทศไทยนั้นถือเป็นประเทศที่อุดมไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งมีบทบาทที่สำคัญในการขับเคลื่อนการเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจ ไม่ว่าจะเป็น ป่าไม้ แหล่งต้นน้ำ สภาพแวดล้อมทางทะเลและทรัพยากรธรณี เป็นเครื่องมือสำคัญในการสนับสนุนอุตสาหกรรมการผลิต

การส่งออกและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย อย่างไรก็ตาม การพัฒนาเศรษฐกิจในช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมาทำให้เกิดขึ้นจากการใช้ทรัพยากรธรรมชาติเหล่านี้อย่างไม่ยั่งยืน ส่งผลกระทบต่อทุกภาคส่วน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาคการผลิต ซึ่งจำเป็นต้องใช้วัตถุดิบที่ทรัพยากรธรรมชาติภายในประเทศจัดสรรมาให้

การดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสมุนไพรนั้น วัตถุดิบหลักที่สำคัญนั้นก็คือ “สมุนไพร” ซึ่งคนไทยไม่เพียงแต่นำสมุนไพรมาใช้เป็นยารักษาโรคเท่านั้น แต่ยังสามารถนำมาดัดแปลงเพื่อบริโภคในรูปของอาหารและเครื่องดื่ม หรือแม้กระทั่งแปรรูปเป็นยารักษาอาการเจ็บป่วยต่าง ๆ เนื่องจากในประเทศไทยมีอาชีพเกษตรกรเป็นอาชีพหลัก ซึ่งตามต่างจังหวัดเกือบทุกบ้านจะนิยมปลูกสมุนไพร และพืชผักสวนครัวไว้บริโภคภายในครัวเรือน รวมถึงปลูกไม้ประดับควบคู่ไปกับการทำพืชสวนชนิดอื่น ๆ ดังนั้นการส่งเสริมให้เกษตรกรให้ความสำคัญกับการปลูกสมุนไพร และเห็นถึงความสำคัญของคุณประโยชน์ของสมุนไพร รวมไปถึงการส่งเสริมสุขภาพของประชาชนด้วยการพึ่งตนเองจึงเน้นไปที่การดูแลรักษาสุขภาพในเบื้องต้นนั้น ทำให้ห่วงโซ่อุปทาน (Supply chain) ในธุรกิจ ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสมุนไพร สามารถมีความสามารถในการพัฒนาต่อไปได้เพื่อส่งเสริมความมั่นคงทางเศรษฐกิจ

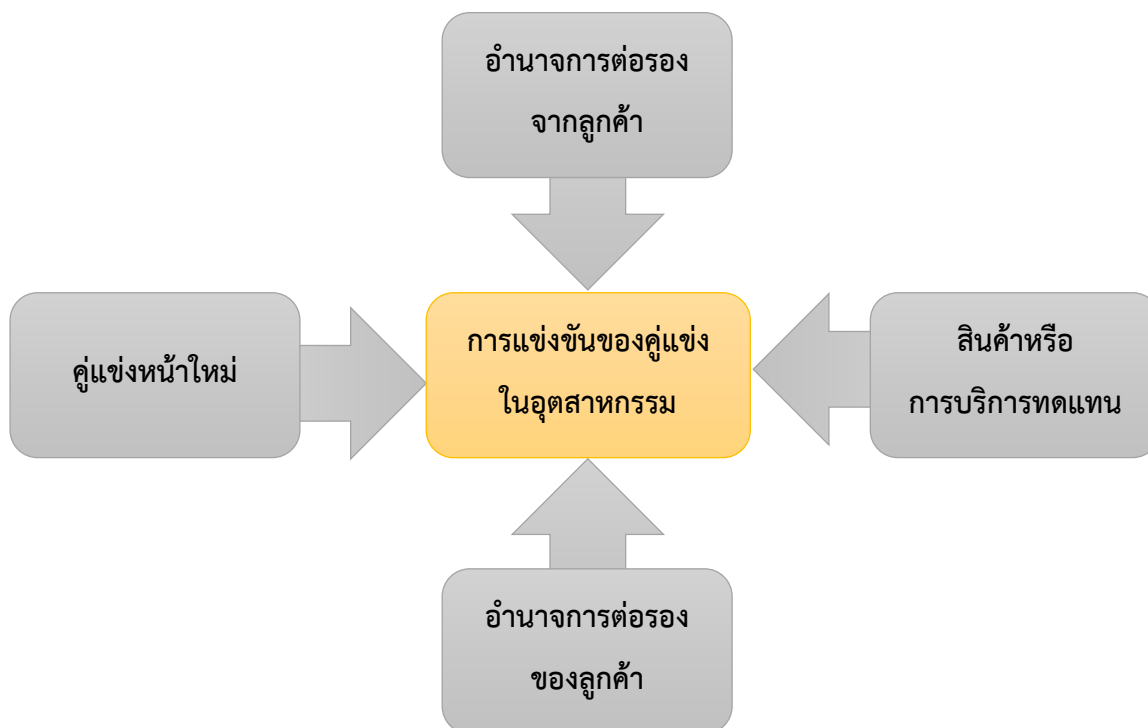
### 1.3 สิ่งแวดล้อมทางด้านเทคโนโลยี (Technological Environment)

ปัจจุบันนี้สิ่งแวดล้อมทางด้านเทคโนโลยี ได้มีการเข้ามาพัฒนาและเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วผู้ประกอบการธุรกิจต่าง ๆ จึงจำเป็นต้องคอยติดตามการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ รวมถึงต้องมีการนำเทคโนโลยีต่าง ๆ เหล่านี้มาช่วยในการพัฒนาหรือเป็นส่วนหนึ่งในกลุ่มยุทธศาสตร์ในการบริหารธุรกิจ เช่น เทคโนโลยีทางการผลิต การใช้เทคโนโลยีวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด นำเทคโนโลยีมาเป็นช่องทางการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภค โดยธุรกิจส่วนใหญ่จะต้องสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันสำหรับผลิตภัณฑ์ วิธีการบริโภคของคนในปัจจุบันอาจจำเป็นต้องอาศัยความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี เนื่องจากธุรกิจในปัจจุบันให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีอย่างมากจึงจำเป็นต้องติดตามสิ่งใหม่ ๆ ทางด้านเทคโนโลยีจากคู่แข่ง ความไม่ต่อเนื่องทางด้านเทคโนโลยีจึงอาจทำให้เกิดปัญหาสำหรับผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิต ดังนั้นธุรกิจต่าง ๆ จึงต้องจัดระบบ และคอยติดตามสภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยี

## 2. การวิเคราะห์ธุรกิจด้วย Five Force Model

เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันในรูปของแรงกดดันพื้นฐานทางการแข่งขันทั้ง 5 ประการ โดย Michael E. Porter ซึ่งมีอิทธิพลต่อความสามารถในการดำเนินธุรกิจของกิจการ ได้แก่ การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ การคุกคามจากสินค้าหรือบริการทดแทน อำนาจต่อรองของลูกค้า อำนาจต่อรองจากคู่ค้า และการแข่งขันของคู่แข่งในอุตสาหกรรม

### รูปที่ 2-1 การวิเคราะห์ธุรกิจด้วย Five Force Model



## 2.1 การเข้ามาของผู้แข่งขันรายใหม่ (Treat of New Entrants)

ธุรกิจที่มีความสามารถในการทำกำไรสูง ส่วนใหญ่มักจะมีคู่แข่งที่เข้ามาแข่งขันในตลาดเป็นเรื่องปกติ แต่ถ้การเข้ามาแข่งขันภายในตลาดจะต้องมีเงินทุนมากซึ่งเงินทุนนี้คือ กำแพงในการขวางกั้น (High Barrier Entry) ทำให้คู่แข่งรายใหม่ไม่สามารถเข้ามาแข่งขันได้โดยง่าย นอกจากนี้สินค้าและบริการของผู้ประกอบการเองจะต้องมีลักษณะที่โดดเด่นเฉพาะตัว และเป็นที่ต้องการตลอดจนสามารถสร้างความพึงพอใจตามความคาดหวังของลูกค้าจนคู่แข่งไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ จะเป็นตัวสกัดกั้นคู่แข่งรายใหม่ได้

ในทางตรงกันข้ามเองนั้น การดำเนินธุรกิจถ้าผู้ประกอบการไม่สามารถออกจากตลาดได้ จึงถือว่าเป็นกำแพงในการขวางกั้น (High Barrier Entry) เช่นกัน ซึ่งความต้องการในการเลิกกิจการ ด้วยเหตุผลที่ว่าธุรกิจมีการลงทุนในสินทรัพย์ถาวรเป็นเงินลงทุนจำนวนมาก รวมไปถึงความผูกพันที่เจ้าของกิจการมีต่อตัวกิจการเองนั้น โดยข้อจำกัดในการเข้าสู่อุตสาหกรรมของคู่แข่งรายใหม่นั้น ได้แก่

1. เงินลงทุน (Capital Requirements) เงินลงทุนที่มีจำนวนสูงเกินไป อาจเป็นอุปสรรคสำหรับคู่แข่งรายใหม่ หรือถ้าเป็นธุรกิจที่มีความจำเป็นต้องใช้เงินลงทุนที่สูงทำให้นักลงทุนจากภายในยังไม่กล้าตัดสินใจเข้ามาลงทุน ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว เพราะทำให้มีความเสี่ยงสูงที่ผลการดำเนินงานของธุรกิจที่ลงทุนนั้นขาดทุน

2. การประหยัดเนื่องจากขนาด (Economics of Scale) คู่แข่งที่เข้ามาริเริ่มทำธุรกิจ อาจต้องพบเจอกับแรงกดดัน ทั้งในเรื่องของการบริหารจัดการ การประหยัดต้นทุนการผลิตให้สอดคล้องกับปริมาณความต้องการของตลาดที่เพิ่มขึ้น เพื่อสามารถแข่งขันกับคู่แข่งที่มีอยู่ในปัจจุบันที่มีความพร้อมและความได้เปรียบกว่า

3. ต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนแปลงไปใช้สินค้าอื่น (Switching Cost) การนำเสนอสินค้าให้กับลูกค้าโดยที่ต้องแข่งขันกับผู้ผลิตรายเดิมที่มีอยู่ เนื่องจากลูกค้าไม่ต้องการที่จะหันไปใช้สินค้าอื่นที่ไม่คุ้นเคยหรือไม่ต้องการเสียเงินเพื่อการปรับเปลี่ยนกระบวนการบางอย่างอันเนื่องมาจากสินค้าที่ผลิตใหม่มีลักษณะการใช้งานไม่เหมือนกัน ทำให้ลูกค้าไม่สนใจที่จะปรับเปลี่ยนมาใช้สินค้าตัวใหม่ทำให้ธุรกิจรายใหม่อาจจะต้องใช้เงินลงทุนมากกว่าเดิมในการชักจูงให้ลูกค้าหันมาซื้อสินค้าของตนเอง

4. การเข้าถึงช่องทางการจำหน่าย (Access to Distribution Channels) คู่แข่งรายใหม่จะต้องใช้ความพยายามที่จะเข้าไปแทรกแซงช่องทางการจัดจำหน่ายโดยชักจูงหรือให้ข้อเสนอที่ดีกว่าเพื่อให้พ่อค้าส่งสินค้าของตัวเองได้

5. นโยบายของรัฐบาล ถ้ารัฐบาลไม่มีนโยบายส่งเสริม หรือมีข้อห้ามสัมปทาน เช่น ในไทยตัวอย่างที่ชัดเจนคือ สัมปทานคลื่นความถี่โทรศัพท์เคลื่อนที่และทีวีดิจิทัล เป็นต้น

6. ความเสียเปรียบด้านต้นทุน (Cost Disadvantages) ในการดำเนินงานธุรกิจใหม่อาจมีต้นทุนการดำเนินงานที่สูง เช่น การลงทุนด้านการวิจัยหรือความรู้ต่าง ๆ รวมทั้งประสบการณ์ทางด้านการทำงานและการดำเนินงานสายงานธุรกิจนั้น ๆ ซึ่งมีปัจจัยนี้มากก็จะเป็นผลดีกับผู้ประกอบการรายเดิม

**การวิเคราะห์ภัยคุกคามจากผู้แข่งขันรายใหม่ : ผลกระทบที่แปรรูปจากสมุนไพรมัน (น้ำมันนวดเพื่อสุขภาพ)**

ธุรกิจน้ำมันนวดเพื่อสุขภาพเป็นธุรกิจที่สามารถทำเงินได้ไม่ยากนัก เนื่องจากในปัจจุบันปัญหาเรื่องอาการปวดเมื่อยตามร่างกาย เป็นปัญหาที่ควบคู่กับคนในยุคสมัยนี้อยู่แล้ว ดังนั้นคนส่วนใหญ่จึงมีน้ำมันนวดติดบ้าน หรืออาจพกพาไปตามสถานที่ต่าง ๆ เช่น ที่ทำงาน เป็นต้น

วิธีการป้องกันภัยคุกคามจากผู้แข่งขันหน้าใหม่ สำหรับธุรกิจน้ำมันนวดเพื่อสุขภาพนั้น ผู้บริโภคจะให้ความสำคัญในเรื่องของคุณสมบัติในการรักษาของวัตถุดิบที่ใช้เป็นส่วนผสม ซึ่งน้ำมันนวดนั้นส่วนใหญ่ นำวัตถุดิบมาจากสมุนไพรไทยในบ้านเรา มาแปรรูปทั้งนั้น ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมุ่งเน้นไปที่การตรวจสอบคุณสมบัติของวัตถุดิบที่ใช้ รวมถึงการตั้งคุณสมบัติของวัตถุดิบมาใช้ในการผลิตให้ได้ เพื่อสามารถแก้ อาการปวดเมื่อยของผู้บริโภคได้ตรงตามความต้องการ และเพิ่มความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์ให้โดดเด่นกว่าคู่แข่งรายอื่น ๆ

## 2.2 การคุกคามจากสินค้าหรือบริการทดแทน (Treat of Substitutes)

การคุกคามจากสินค้าหรือบริการทดแทนในที่นี้กล่าวถึง สินค้าที่มาทดแทนสินค้าที่กำหนดอยู่ โดยจะไม่ใช้สินค้าประเภทเดียวกัน แต่วัตถุประสงค์ในการใช้งานจะคล้ายกันหรือเหมือนกัน ทำให้สามารถเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าทดแทนหากพิจารณาแล้วว่าจะมีความคุ้มค่าหรือมีประสิทธิภาพในการใช้งานมากกว่าสินค้าของเรา โดยจากกรณีผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสมุนไพรมัน : น้ำมันนวดเพื่อสุขภาพนั้น ในปัจจุบันจะมีสเปรย์บรรเทาอาการปวด เมื่อย หรือแผ่นบรรเทาอาการปวด เมื่อย ซึ่งสินค้าเหล่านี้มีจุดเด่น

ตรงที่ความสะดวกสบายในการใช้งานที่มีมากกว่าน้ำมันนวดเพื่อสุขภาพ แต่อย่างไรก็ตามเชื่อว่าจะไม่มีความหมายรับมือกับสถานการณ์ดังกล่าว เนื่องจากน้ำมันนวดเพื่อสุขภาพสามารถใช้ควบคู่ไปกับทักษะการนวด ซึ่งเป็นสินค้าที่สามารถใช้งานร่วมกันกับบริการนั้นก็คือ การนวดแผนโบราณ หรือนวดสปา ดังนั้นสินค้านี้จึงได้รับความนิยมในหมู่คนรักการนวด หรือแม้กระทั่งเจ้าของร้านนวดซึ่งต้องมีสินค้าเหล่านี้ไว้ใช้ประกอบธุรกิจ จึงขอกล่าวว่าผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงการสร้างแบรนด์ให้ติดตลาด จนมีกลุ่มลูกค้าที่ภักดีต่อสินค้าแล้วจะทำให้ลูกค้ากลุ่มดังกล่าวเกิดการบอกต่อกันปากต่อปาก และทำให้สินค้าของเรามีเอกลักษณ์และคุณค่ามากกว่าสินค้าทดแทนได้

### 2.3 อำนาจการต่อรองของลูกค้า (Bargaining Power)

ลูกค้าถือได้ว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดในการดำเนินธุรกิจ จึงส่งผลให้ลูกค้ามีอำนาจในการเจรจาต่อรอง อุตสาหกรรมที่ลูกค้ามีอำนาจในการเจรจาต่อรองสูง ๆ จึงจำเป็นต้องทำให้ภาคธุรกิจของตนเองพัฒนาคุณภาพของสินค้าให้สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าให้ได้ และการตั้งราคาอาจไม่สามารถตั้งสูงกว่าคู่แข่งได้มากนัก เพราะจะทำให้ลูกค้าสามารถต่อรองโดยการนำราคาสินค้าประเภทเดียวกันของคู่แข่งมาเป็นอำนาจในการต่อรองได้ ส่วนอุตสาหกรรมที่ลูกค้ามีอำนาจในการเจรจาต่อรองน้อย ส่วนใหญ่นั้นจะเป็นอุตสาหกรรมที่มีคู่แข่งน้อยราย หรือเป็นธุรกิจที่มีอำนาจในการผูกขาดตลาด ยกตัวอย่างเช่น ธุรกิจพลังงาน ธุรกิจสื่อสาร เป็นต้น ซึ่งเราจะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมเหล่านี้ไม่ค่อยปรับราคาลดลง เพราะเป็นสิ่งที่ลูกค้ามีความต้องการในการใช้บริการอยู่ตลอด

### 2.4 อำนาจต่อรองจากคู่ค้า (Power of Suppliers)

อำนาจในการต่อรองจากคู่ค้านั้นมาจาก ผู้จัดหาวัตถุดิบ (Supplier) ซึ่งหมายถึง คนหรือองค์กรที่จัดหาสินค้าให้ตรงตามความต้องการกับธุรกิจอื่น ๆ ซึ่งการค้นหาผู้จัดหาวัตถุดิบที่สามารถให้ราคาที่คุ้มค่า พอเพียง และมีประสิทธิภาพนั้นเปรียบเสมือนหัวใจของความสำเร็จในการทำธุรกิจ การต่อรองกับผู้จัดหาวัตถุดิบนั้นจึงมุ่งเน้นไปที่ประเด็นเรื่อง วิธีการชำระเงิน ราคาและคุณภาพของวัตถุดิบที่ต้องชำระ รวมไปถึงการป้องกันความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้น เช่น การชำระเงินล่าช้า การได้รับสินค้าช้ากว่าที่กำหนดไว้ เป็นต้น ดังนั้นถ้าการเจรจาต่อรองกับคู่ค้าประสบความสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี จะทำให้กิจการของเราสามารถที่จะลดต้นทุนในการผลิต อันนำไปสู่การเพิ่มผลกำไรของกิจการได้ดีที่สุด ซึ่งการผลิต ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสมุนไพร : น้ำมันนวดเพื่อสุขภาพ นั้นค่อนข้างที่จะได้เปรียบกว่าอุตสาหกรรมอื่น ๆ ตรงที่วัตถุดิบที่ต้นทุนที่ต่ำมากซึ่งเจ้าของธุรกิจบางรายสามารถลงทุนระยะแรกในการปลูกสมุนไพรในพื้นที่เพาะปลูกของตนเองได้ หรือแม้กระทั่งรวมตัวจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนภายในพื้นที่หรือชุมชนของตนเอง เพื่อที่จะเพิ่มขนาดพื้นที่ในการเพาะปลูกสมุนไพร อีกทั้งยังเป็นการกระจายรายได้ให้กับชาวบ้านในชุมชนอีกด้วย

## 2.5 การแข่งขันของคู่แข่งในอุตสาหกรรม (Industry Rivalry)

ในการแข่งขันของคู่แข่งในอุตสาหกรรม หากมีคู่แข่งที่มีศักยภาพเท่ากันจำนวนมาก จะส่งผลให้เกิดการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมที่รุนแรงมากขึ้นจนทำให้เกิดการแย่งลูกค้ากัน แต่ในบางกรณี จะมีจำนวนผู้ประกอบการน้อยรายที่มีสัดส่วนการครองตลาดใกล้เคียงกัน ก็สามารถมีการแข่งขันที่รุนแรงได้ สิ่งที่มีเกิดขึ้นคือการทำสงครามตัดราคา (Price War) หรือการทำโปรโมชั่นเพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับกลุ่มลูกค้า ทั้งนี้การที่จะรักษากลุ่มลูกค้าให้อยู่กับธุรกิจของเราคือการสร้าง Customer Loyalty หรือความจงรักภักดีต่อลูกค้า ซึ่งจะมีส่วนสำคัญที่ทำให้ธุรกิจขนาดเล็กประสบความสำเร็จ ตัวอย่างเช่น การมอบรางวัลให้กับลูกค้าที่เข้าร่วม Loyalty Program การทำการตลาดให้ถูกกลุ่มเป้าหมาย การเปิดรับความเห็นจากลูกค้า เป็นต้น ดังนั้น การที่อุตสาหกรรมใดอุตสาหกรรมหนึ่งไม่มีคู่แข่งเลยก็อาจส่งผลเสีย คือ การที่ครองตลาดอยู่ฝ่ายเดียว ทำให้สามารถกำหนดความเป็นไปได้ของตลาดได้ (Monopoly) โดยสามารถทำการขึ้นราคาเพื่อที่จะเอาเปรียบผู้บริโภค ฉะนั้นแล้วการมีคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกันก็ไม่ใช่อะไรเสียเสมอไป เพราะเป็นการช่วยผลักดันคู่แข่งซึ่งกันและกันในการพัฒนาสินค้าไปในทิศทางที่ดีขึ้น หรือแม้กระทั่งเกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ ซึ่งผู้ที่รับประโยชน์ก็คือผู้บริโภคนั่นเอง

## 3. การวิเคราะห์อุตสาหกรรม (Industry Life Cycle)

เนื่องจากอุตสาหกรรมแต่ละอุตสาหกรรมมีลักษณะโครงสร้าง และการดำเนินงานที่แตกต่างกัน จึงทำให้เกิดผลกระทบในแต่ละอุตสาหกรรมที่ไม่เท่ากัน ดังนั้นเราจึงจำเป็นต้องวิเคราะห์ข้อมูลในแต่ละอุตสาหกรรม เพื่อที่จะใช้ในการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจ รวมไปถึงสร้างความได้เปรียบเชิงธุรกิจได้ ดังนั้นธุรกิจจึงต้องพิจารณาถึงลักษณะของอุตสาหกรรม โดยคำนึงถึง 3 ปัจจัยหลัก ได้แก่

**3.1 ความสัมพันธ์กับวัฏจักรธุรกิจ (Sensitivity to the Business Cycle)** ซึ่งในการเปลี่ยนแปลงของภาวะเศรษฐกิจในช่วงที่กำลังรุ่งเรืองกับภาวะเศรษฐกิจที่กำลังชะลอตัวนั้น ย่อมส่งผลกระทบต่อผลประกอบการของอุตสาหกรรมต่าง ๆ โดยสามารถจำแนกอุตสาหกรรมเมื่อเปรียบเทียบกับภาวะเศรษฐกิจได้เป็น 3 กลุ่ม คือ

1. อุตสาหกรรมที่เติบโตสูงกว่าการเติบโตของเศรษฐกิจ เช่น ในปัจจุบันการเข้ามาของเทคโนโลยี มีบทบาทในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจมากขึ้น อุตสาหกรรมที่มีการเติบโตสูง ซึ่งนำโดยธุรกิจบริการสมัยใหม่ (Modern services) เช่น ธุรกิจบริการด้าน IT Software และการเงิน
2. อุตสาหกรรมที่เติบโตในระดับเดียวกับเศรษฐกิจ เป็นอุตสาหกรรมที่เติบโตและสร้างรายได้ให้กับประเทศสอดคล้องกับ GDP ของแต่ละประเทศนั้น ๆ เช่น ในประเทศไทยมีอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อน GDP ของประเทศไทย

3. อุตสาหกรรมที่ไม่ตกต่ำตามเศรษฐกิจ เป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพ และขีดความสามารถในการอยู่รอดแม้จะเกิดภาวะเศรษฐกิจตกต่ำก็ตาม เช่น อุตสาหกรรมอาหาร ผลิตภัณฑ์ยา หรือบริการด้านการแพทย์ เพราะไม่ว่าจะเป็นภาวะเศรษฐกิจใด การบริโภคก็ยังคงมีความจำเป็นเพื่อดำรงชีวิตอยู่

โดยปัจจัยที่สามารถบ่งชี้ว่าอุตสาหกรรมมีความสัมพันธ์กับวัฏจักรธุรกิจมากน้อยเพียงใด คือ ยอดขายของสินค้าหรือบริการ เช่น ยอดขายของอุตสาหกรรมอาหาร ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสมุนไพร ผลิตภัณฑ์ยา

**3.2 วงจรชีวิตของอุตสาหกรรม (Industry Life Cycle)** เป็นรูปแบบขั้นตอนการพัฒนาอุตสาหกรรมสามารถแบ่งออกเป็น 4 วัฏจักร ได้แก่

1. ระยะบุกเบิก (Start-up) ในวัฏจักรนี้จะมีผู้ผลิตจำนวนน้อย ซึ่งจะสอดคล้องกับยอดขายที่ยังเติบโตช้า เพราะเนื่องจาก ผลิตภัณฑ์ยังอยู่ในช่วงที่กำลังพัฒนา ส่งผลให้บางธุรกิจเกิดผลกำไรที่ต่ำหรือบางรายอาจขาดทุนได้ และในระยะนี้อัตราการล้มเหลวของธุรกิจมีแนวโน้มค่อนข้างสูง

2. ระยะเจริญเติบโต (Consolidation) ในระยะนี้ผลิตภัณฑ์อาจได้รับการพัฒนาคุณภาพจนสมบูรณ์แล้วจนเป็นที่ยอมรับของตลาดในระดับหนึ่ง สอดคล้องกับยอดขายของกิจการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว จนเริ่มมีคู่แข่งเข้ามาในตลาด แต่การแข่งขันอาจยังไม่รุนแรง

3. ระยะเติบโตเต็มที่ (Maturity) ในระยะที่สามนี้ ยอดขายของกิจการจะเพิ่มในอัตราที่ลดลง ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าทดแทนจะเข้ามาแข่งขัน ทำให้เกิดการแข่งขันที่รุนแรงมาก รวมไปถึงกำไรที่เริ่มลดลง

4. ระยะถดถอย (Declination) ในระยะสุดท้ายนี้ยอดขายของกิจการจะลดลง ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เข้ามาทดแทนสามารถทำยอดขายแซงหน้า ผลิตภัณฑ์ของกิจการเราจนทำให้อัตรากำไรลดลง และในบางกิจการอาจถอนตัวออกจากตลาด

**3.3 ภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรม** ในแต่ละอุตสาหกรรมนั้นย่อมมีภาวะการแข่งขันภายในที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกันไป โดยปัจจัยหลักในการพิจารณา มี 5 ข้อ ได้แก่

1. การแข่งขันระหว่างคู่แข่งที่มีอยู่ในปัจจุบัน ในอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันที่สูง ส่งผลให้กิจการอาจจะดำเนินธุรกิจได้ลำบาก แต่ในขณะเดียวกันนั้น กิจการที่สามารถอยู่รอดได้ในอุตสาหกรรมนั้น ๆ ย่อมหมายความว่ากิจการนั้นมีศักยภาพและขีดความสามารถเพียงพอ

2. การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ หากทำให้คู่แข่งเข้ามาสู่ตลาดได้ยาก ส่งผลทำให้แนวโน้มที่จะทำธุรกิจให้ได้กำไรสูง

3. สินค้าทดแทน หากในตลาดมีสินค้าทดแทนจำนวนมาก ก็อาจส่งผลให้ยอดขายมีการเติบโตในอัตราส่วนที่ลดลง

4. อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ ถ้าหากผู้ซื้อที่มีอำนาจในการเจรจาต่อรองมาก ดังนั้นผู้ซื้อสามารถที่จะต่อรองราคาให้ต่ำ ส่งผลทำให้การขายสินค้าทำได้ค่อนข้างยากและอาจทำให้กำไรลดลงกว่าที่คาดการณ์ไว้

5. อำนาจการต่อรองของบริษัทผู้ขายวัตถุดิบ บริษัทที่มีอำนาจต่อรองกับผู้ขายวัตถุดิบน้อย ย่อมทำให้การทำธุรกิจเป็นไปด้วยความยากลำบาก เพราะจะทำให้ราคาต้นทุนสินค้าสูงขึ้น ส่งผลให้กำไรที่ได้อลดลง

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า การวิเคราะห์ภาวะการแข่งขันเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ผู้ประกอบการจำเป็นต้องพิจารณาว่าแต่ละอุตสาหกรรมนั้นมีความแข็งแกร่งเพียงใด และสามารถนำมาพิจารณาศักยภาพในการดำเนินกิจการของตนเองได้ในระยะยาวต่อไปได้

#### 4. การวิเคราะห์คู่แข่งชั้น (Competitors Analysis)

ในกระบวนการวิเคราะห์คู่แข่งชั้น (Competitors Analysis) นั้นจะมีองค์ประกอบหลายอย่างที่สำคัญ เพราะผลที่ได้รับจะช่วยให้เจ้าของธุรกิจนั้นเข้าใจว่าใครคือคู่แข่งของคุณ ตำแหน่งของแบรนด์คุณเป็นอย่างไร จุดแข็งและจุดอ่อนในกิจการของคุณเป็นอย่างไร คู่แข่งมีกระบวนการติดต่อสื่อสารอย่างไร รวมไปถึงการเปรียบเทียบกับแบรนด์ของเราแล้ว จะมีความแตกต่างกันอย่างไร ซึ่งมีกระบวนการในการวิเคราะห์ดังนี้

##### 4.1 รวบรวมรายชื่อคู่แข่งทั้งหมด

ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสมุนไพร : น้ำมันนวดเพื่อสุขภาพ นั้นมีคู่แข่งทั้งองค์กรเอกชน วิสาหกิจชุมชนในระดับตำบล ที่เป็นคู่แข่งทั้งทางตรงและทางอ้อม รวมไปถึงคู่แข่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคต โดยสามารถจำแนกประเภทธุรกิจเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

##### กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดน่าน

1. วิสาหกิจชุมชนชีววิถี
2. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มพัฒนาสมุนไพรครบวงจร ตำบลน้ำมวบ อำเภอเวียงสา
3. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มพัฒนาสมุนไพรครบวงจร บ้านเชียงแข็ง
4. วิสาหกิจชุมชนแม่แจ่มจันทร์สมุนไพรไทย
5. วิสาหกิจชุมชนพัฒนาสมุนไพรครบวงจร ตำบลคูด้
6. วิสาหกิจชุมชน บ้านสมุนไพรเก้ายา
7. วิสาหกิจชุมชนเกษตรปลอดภัย บ้านม่วงเจริญราษฎร์
8. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มยาหม่องสมุนไพรผู้สูงอายุบ้านหลวง ม.1
9. วิสาหกิจชุมชนพัฒนาสมุนไพรครบวงจรบ้านป่าไร่

##### ร้านค้าปลีกประจำจังหวัดน่าน

10. ร้านค้า OTOP NAN

##### ธุรกิจภาคเอกชน

11. คลินิกสมุนไพรหอมสุขภาพแพทย์แผนไทย จังหวัดน่าน

12. ร้านค้า E-commerce
13. ร้านขายยา
14. ห้างสรรพสินค้า
15. ร้านค้าปลีกขนาดเล็ก

โดยคู่แข่งทั้ง 3 กลุ่มสามารถวิเคราะห์โดยแบ่งเป็น คู่แข่งทางตรง และคู่แข่งทางอ้อม

#### **คู่แข่งทางตรง (Direct Competitor)**

คู่แข่งทางตรง คือ คู่แข่งที่เข้ามาแข่งขันในตลาด หรือในกลุ่มเป้าหมายเดียวกัน มีสินค้า หรือบริการที่เหมือนกัน จนทำให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายนั้นเกิดทางเลือก โดยจากการศึกษาและสำรวจคู่แข่งทางตรงที่จำหน่ายน้ำมันนวดเพื่อสุขภาพ ในระดับจังหวัดน่านนั้น ได้แก่ คลินิกสมุนไพรหอมอศุการแพทย์แผนไทย ร้านค้า OTOP NAN และ วิสาหกิจชุมชนเกษตรปลอดภัย บ้านม่วงเจริญราษฎร์ ดังตารางที่ 2-1 ดังนี้

ตารางที่ 2-1 การวิเคราะห์ข้อมูลคู่แข่งทางตรง

หัวข้อ	วิสาหกิจชุมชน	คลินิกสมุนไพรหมอศุภ การแพทย์แผนไทย	OTOP NAN	วิสาหกิจชุมชนเกษตรปลอดภัย บ้านม่วงเจริญราษฎร์
ภาพรวม ขององค์กร	เป็นวิสาหกิจชุมชนที่แปรรูป ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร	เป็นองค์กรเอกชนเพื่อชุมชนที่ ให้บริการสุขภาพรวมถึงผลิตภัณฑ์ เพื่อสุขภาพจากตำรับยาโบราณ	เป็นแหล่งรวมสินค้า OTOP ชั้นนำ ต่าง ๆ ในจังหวัด	เป็นวิสาหกิจชุมชนที่แปรรูปผลิตภัณฑ์ จากสมุนไพร
ข้อได้เปรียบ ในการแข่งขัน	ใช้วัตถุดิบจากในชุมชนที่ผ่านการ รับรองคุณภาพของวัตถุดิบในระดับ มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)	มีการใช้ความรู้ในการบำบัดโรคโดย ใช้ยาในตำรับวิชาการแพทย์แผน โบราณควบคู่ไปกับการขาย ผลิตภัณฑ์	เป็นศูนย์กลางในการขายผลิตภัณฑ์ OTOP ต่างๆที่สำคัญในจังหวัดน่าน จึงเป็นแหล่งดึงดูดลูกค้า	ความสามัคคีของกลุ่มวิสาหกิจในชุมชน ใช้วัตถุดิบภายในชุมชนทำให้เกิดการ กระจายรายได้ได้อย่างยั่งยืนในระยะยาว
ตลาด กลุ่มเป้าหมาย	กลุ่มผู้สูงอายุที่มีอาการปวดเมื่อย กลุ่มคนทั่วไปที่มีอาการปวดเมื่อย กลุ่มนักกีฬาที่มีอาการบาดเจ็บ	กลุ่มผู้ที่มีอาการปวดเมื่อย หรือ บาดเจ็บจากการเล่นกีฬา	กลุ่มลูกค้าที่เข้ามาซื้อของฝาก	กลุ่มลูกค้าที่เข้ามาร่วมเรียนรู้ใน วิสาหกิจชุมชน
ส่วนแบ่งในตลาด (เฉพาะในจังหวัด)	30%	40%	15%	15%
กลยุทธ์การตลาด	ดึงดูดเด่นประโยชน์ และสรรพคุณ จากวัตถุดิบสมุนไพรที่ใช้ในการ แปรรูปเพื่อดึงดูดผู้บริโภค	ใช้กลยุทธ์โดยการตรวจวินิจฉัยโรค จาก แพทย์แผนไทย เพื่อทำการ แยกโรคว่าคนไข้ป่วยด้วยกลุ่ม สาเหตุการก่อโรคใด เพื่อขยายหา สาเหตุแล้วขายสินค้าได้ตรงจุด	ใช้ความเป็นศูนย์กลางในการรวม สินค้าชั้นนำในจังหวัดเพื่อดึงดูด นักท่องเที่ยว	อาศัยความสามัคคีความร่วมมือส่วนร่วมใน ชุมชนในการเป็นวิสาหกิจชุมชน ต้นแบบเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว

หัวข้อ	วิสาหกิจชุมชน	คลินิกสมุนไพรหมอศุภ การแพทย์แผนไทย	OTOP NAN	วิสาหกิจชุมชนเกษตรปลอดภัย บ้านม่วงเจริญราษฎร์
ผลิตภัณฑ์และ การบริการ	น้ำมันนวดเพื่อสุขภาพ	บริการตรวจวินิจฉัยโรค และ ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ	ยาหม่องจากสมุนไพร ลูกประคบสมุนไพร น้ำมันนวด	ชาเอ็นยี่ตคล้ายเส้น
ราคา	100 – 200 บาท	250 – 500 บาท	100 – 300 บาท	100 – 200 บาท
ช่องทางการ กระจายสินค้า และบริการ	ช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ - Shopee - Lazada - Facebook	ขายที่คลินิกสมุนไพรหมอศุภ การแพทย์แผนไทย จ.น่าน และ ช่องทางออนไลน์	ร้านค้า OTOP ในจังหวัดน่าน	วิสาหกิจชุมชนบ้านม่วงเจริญราษฎร์ และช่องทางออนไลน์
จุดแข็ง	มีวัตถุดิบที่ผ่านการตรวจรับรอง คุณภาพ	มีจุดเด่นในการตรวจให้บริการ ทางการแพทย์ในพื้นที่เบื้องต้น	เป็นแหล่งดึงดูดนักท่องเที่ยวอันดับ ต้น ๆ ในจังหวัด รวมทั้งมี ผลิตภัณฑ์หลากหลาย	เป็นวิสาหกิจชุมชนที่กระจายรายได้ ให้แก่ชุมชนได้อย่างยั่งยืน
จุดอ่อน	ขาดความรู้ความสามารถทางธุรกิจ ในการขยายตลาด	การตรวจวินิจฉัยทางการแพทย์ สามารถตรวจได้เฉพาะกลุ่มโรค	ร้านค้าไม่สามารถให้คำแนะนำใน ส่วนของคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ใน เชิงลึกได้	ขาดความรู้ความสามารถทางธุรกิจใน การขยายตลาด
โอกาส	ใช้เทคโนโลยีในการหาช่องทางขาย สินค้า	ไม่มีธุรกิจประเภทเดียวกันที่ สามารถตรวจวินิจฉัยโรคเบื้องต้น ในเขตชุมชนได้	ไม่มีร้านค้าอื่น ๆ ในพื้นที่ใกล้เคียง ที่รองรับสินค้าได้เยอะ	เป็นแหล่งเรียนรู้สำหรับผู้ที่ต้องการเข้า มาศึกษาการแปรรูปผลิตภัณฑ์จาก สมุนไพร
ภัยคุกคาม	มีคู่แข่งจำนวนมากเพราะเป็นสินค้า ที่มีความต้องการสูง	ลูกค้าที่อยู่ไกลใช้ระยะเวลาในการ การเดินทางมาตรวจรับบริการ	พื้นที่อยู่ใจกลางเมืองซึ่งอาจไม่ สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มุ่งไป เที่ยวตามธรรมชาติได้	ไม่ค่อยเป็นที่รู้จักจากกลุ่มนักท่องเที่ยว มากนักอาจต้องอาศัยความร่วมมือกับ หน่วยงานต่าง ๆ ในการเข้าถึงลูกค้า

### คู่แข่งทางอ้อม (Indirect Competitor)

คู่แข่งทางอ้อม คือ คู่แข่งที่เจาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเดียวกัน แต่มีสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน หรืออาจจะเจาะตลาดอื่น แต่ตัวสินค้าและบริการมีความเหมือน หรือคล้ายคลึงกันมาก โดยจากการศึกษาและสำรวจคู่แข่งทางอ้อมที่ทำผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสมุนไพร นั้น ได้แก่ ร้านค้า E-commerce ร้านขายยา ร้านค้าปลีกขนาดเล็ก และห้างสรรพสินค้า โดยมีสินค้าที่สามารถทดแทนน้ำมันนวดเพื่อสุขภาพ ดังต่อไปนี้

## 5. การวิเคราะห์ลูกค้าและคุณค่าของลูกค้า (Customer Needs and Value Analysis)

**5.1 ทฤษฎีพฤติกรรมของผู้บริโภค (Theory of Consumer Behavior)** หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมไปถึงกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก (ตำราศักดิ์ ชัยสนธิ 2558: 86) โดยประโยชน์ของการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค เพื่อที่จะได้รู้จักและเข้าใจผู้บริโภค รวมไปถึงการหาวิธีแก้ปัญหาในการดำเนินการทางการตลาด เพื่อให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จอย่างดีที่สุด ทั้งนี้ประโยชน์ของการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคสามารถจำแนกได้ดังต่อไปนี้

1. ช่วยให้เจ้าของกิจการเข้าใจถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค และสามารถโน้มน้าวความต้องการสินค้าของผู้บริโภคในอนาคต เพื่อการปรับกลยุทธ์ทางการตลาด
2. ช่วยให้ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถที่จะหาหนทางแก้ไขพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคในกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ถูกต้อง และสอดคล้องกับความสามารถในการตอบสนองของธุรกิจมากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นผลดีต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและการดำเนินธุรกิจ
3. ช่วยให้การพัฒนาตลาดและการพัฒนาผลิตภัณฑ์สามารถทำได้ดีขึ้น โดยการศึกษารูปแบบความต้องการ การกระตุ้นและการตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค
4. เพื่อเป็นประโยชน์ในการแบ่งส่วนตลาด (Market share) เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ตรงกับชนิดของสินค้าที่ต้องการ ตรงกับปริมาณที่ต้องการ ตรงกับเวลาและสถานที่ที่ต้องการ รวมไปถึงเงื่อนไขอื่น ๆ
5. ช่วยในการปรับปรุงกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจตนเอง เพื่อสร้างรายได้เปรียบคู่แข่ง

### กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

ขั้นที่ 1 การรับรู้ถึงสภาพปัญหา กระบวนการซื้อจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อ ผู้ซื้อสามารถทราบถึงปัญหาหรือความต้องการของตนเอง

ขั้นที่ 2 การค้นคว้าหาข้อมูล ผู้บริโภคจะแสวงหาข้อมูลเพื่อรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจจากทุกช่องทาง ไม่ว่าจะเป็นทั้ง Online และ Offline หากข้อมูลไม่เพียงพอจึงจำเป็นต้องหาข้อมูลเพิ่มเติมจากภายนอก

ขั้นที่ 3 การประเมินผลทางเลือก ผู้บริโภคจะนำข้อมูลที่ได้มาจัดเรียงเป็นหมวดหมู่ และวิเคราะห์ถึงข้อดี ข้อเสีย ของสินค้านั้น ๆ เพื่อนำมาเปรียบเทียบ หาทางเลือกให้เกิดความคุ้มค่ามากที่สุด

ขั้นที่ 4 การตัดสินใจในการเลือกทางที่ดีที่สุด หลังจากทราบถึงข้อดีและข้อเสียของสินค้า หลังจากนั้นผู้บริโภคจะต้องตัดสินใจเลือกทางที่ดีที่สุดให้กับตนเองในการแก้ปัญหา โดยมักใช้ประสบการณ์ในอดีตเป็นเกณฑ์ ทั้งประสบการณ์ของตนเอง และผู้อื่น

ขั้นที่ 5 การประเมินผลภายหลังจากการซื้อ ผู้บริโภคจะนำผลิตภัณฑ์ที่ซื้อมานั้นมาใช้ ในขณะเดียวกันก็จะทำการประเมินผลลัพธ์ของผลิตภัณฑ์ที่ใช้ไปด้วย ซึ่งจะเห็นได้ว่ากระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อนั้นเป็นกระบวนการที่ต่อเนื่อง ไม่ได้หยุดตรงที่การซื้อ

### การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior)

ในอดีตการทำความเข้าใจผู้บริโภคจะอาศัยจากประสบการณ์ในการขายสินค้า แต่การเจริญเติบโตของบริษัทและตลาดจะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ทำให้นักการตลาดไม่ได้ติดต่อกับลูกค้าโดยตรงกับลูกค้า นักการตลาดจึงจำเป็นต้องศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อและการใช้งานของผู้บริโภค เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการ และพฤติกรรม การซื้อของผู้บริโภค ดังนั้นเจ้าของกิจการจะหาคำตอบให้กับคำถามเกี่ยวกับการตลาดโดยใช้การวิเคราะห์ที่เกี่ยวข้องกับ 6WS และ 1H ดังตาราง

ตารางที่ 2-2 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคด้วย 6WS และ 1H

คำถาม (6WS และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ
1. ใครเป็นตลาดเป้าหมาย (Who is target market?)	ลักษณะของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจะแบ่งเป็น 1. ประชากรตั้งแต่วัยทำงาน - ผู้สูงอายุ 2. อาศัยอยู่ในประเทศไทย 3. ชื่นชอบการนวดด้วยน้ำมันนวดสมุนไพร 4. มีอาการปวดเมื่อย หรือบาดเจ็บจากอุบัติเหตุต่าง ๆ
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?)	ผู้บริโภคต้องการซื้อคุณสมบัติของน้ำมันนวดที่มีจุดเด่นจากวัตถุดิบจากสมุนไพรที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?)	เพื่อบรรเทาอาการปวดเมื่อยกล้ามเนื้อ หรือบาดเจ็บจากอุบัติเหตุ
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?)	ตัวเราเอง รวมถึงคนในครอบครัว
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด	ซื้อเมื่อมีไว้ประจำบ้าน เมื่อมีอาการจะได้นำมาใช้งานได้ทันที

คำถาม (6WS และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ
(When does the consumer buy?)	
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy? )	ช่องทางออนไลน์ ได้แก่ - Shopee - Lazada - Facebook
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)	เมื่อผู้บริโภคเห็นถึงสรรพคุณของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตน้ำมัน ชนิดที่แตกต่างจากร้านอื่น ๆ

### 6. ปัจจัยที่ทำให้ประสบความสำเร็จ (Key Success Factor)

ในการกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจจำเป็นต้องมี ปัจจัยที่ทำให้ประสบความสำเร็จ (Key Success Factors) โดยปัจจัยนั้นควรเป็นสิ่งที่กำหนดโดยความต้องการของผู้บริโภคมากกว่าความต้องการของเจ้าของกิจการ ซึ่งต้องมีการสำรวจความต้องการของลูกค้า เพื่อทราบว่าลูกค้าต้องการอะไร และอะไรเป็นสิ่งที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจจ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการ สำหรับปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสมุนไพรประสบความสำเร็จนั้น (ปรีดี นุกุลสมปรารถนา, 2563) ได้แก่

**6.1 กลยุทธ์** ในการทำธุรกิจจะต้องครอบคลุมด้านการเป็นผู้นำ การบริหารจัดการ และการวางแผน โดยปัจจัยด้านกลยุทธ์นั้นจะประกอบไปด้วย

1. ธุรกิจนั้นควรตั้งขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Customer – Driven) การทำธุรกิจผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสมุนไพร : น้ำมันนวดเพื่อสุขภาพ จำเป็นต้องเข้าใจความต้องการของลูกค้า โดยลูกค้าต้องการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อบรรเทาอาการปวดเมื่อย หรือบาดเจ็บจากอุบัติเหตุต่าง ๆ

2. ความเป็นผู้นำ (Leaders) เจ้าของกิจการต้องสื่อสารคุณค่าของแต่ละกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าและผู้บริโภค

3. ทำในสิ่งที่ถนัด (Focus) วิสาหกิจชุมชนเป็นการรวมกลุ่มกันของคนในชุมชนที่เริ่มทำกิจกรรมจากสิ่งที่ตนเองถนัดนั้นคือการปลูกสมุนไพรในพื้นที่ของตนเอง จากนั้นได้เกิดการพัฒนาต่อยอดมาสู่การเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อขยายธุรกิจอย่างยั่งยืน

4. ความชัดเจน (Clear) การกำหนดกลยุทธ์ตั้งแต่กระบวนการผลิตไปสู่การขาย รวมไปถึงหน้าที่ความรับผิดชอบของพนักงานต้องมีความชัดเจน

5. แผนสำหรับอนาคต (Future Plan) ในปัจจุบันการแข่งขันที่ค่อนข้างสูง ทำให้ต้องมีการปรับแผนอยู่ตลอดเวลา เพื่อดูว่ามีขั้นตอนไหนที่สามารถพัฒนาได้

**6.2 พนักงาน** วิสาหกิจชุมชนจะบริหารจัดการพนักงานซึ่งเป็นชาวบ้านในชุมชนอย่างไร เพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ด้วยมุมมองด้านการบริการงานบุคคล ตัวพนักงาน การเรียนรู้ และการพัฒนา

**6.3 กระบวนการทำงาน** ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการกระบวนการทำงานภายในวิสาหกิจชุมชน ทั้งในมิติของกระบวนการ และการทำงาน

**6.4 การตลาด** เป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนวิสาหกิจชุมชน โดยมุ่งเน้นไปที่การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ยอดขาย และการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

**6.5 การเงิน** วิสาหกิจชุมชนควรมีการจัดการด้านการเงิน สินทรัพย์ รวมไปถึงอุปกรณ์และทรัพยากรต่าง ๆ ที่ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

### บทที่ 3 ลักษณะและโครงสร้างธุรกิจ

#### 1. ลักษณะธุรกิจผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสมุนไพร : น้ำมันนวดเพื่อสุขภาพ

เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนส่งเสริมและพัฒนาสมุนไพรตำบลบ่อสวก (บ่อสวกเฮิร์บ) เกิดจากการจัดตั้งของคณะกรรมการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพของตำบลบ่อสวก ผ่านการทำโครงการย่อยพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพโดยชุมชน ด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น และสมุนไพรพื้นบ้าน ตั้งอยู่ที่ ตำบลบ่อสวก อำเภอเมืองน่าน จังหวัดน่าน สภาพแวดล้อมโดยรอบจะล้อมรอบไปด้วยพื้นที่ทำการเกษตรและสมุนไพรในชุมชน เพื่อนำผลผลิตทางการเกษตรมาพัฒนาและแปรรูปผลิตภัณฑ์เป็นน้ำมันนวดเพื่อสุขภาพ โดยจะนำวัตถุดิบที่ได้ไปแปรรูปที่โรงงานแปรรูปสมุนไพรของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนส่งเสริมและพัฒนาสมุนไพรตำบลบ่อสวก (บ่อสวกเฮิร์บ) ผลิตภัณฑ์จะมีทั้ง น้ำมันนวดเพื่อสุขภาพ(เหลือง) น้ำมันนวดเพื่อสุขภาพ(เขียว) บาล์มเหลือง และบาล์มเขียว โดยทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนใช้ชื่อแบรนด์ว่า “BORSUAK HERB COMMUNITY ENTERPRISE NETWORK”

รูปที่ 3-1 ชื่อแบรนด์กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนส่งเสริมและพัฒนาสมุนไพรตำบลบ่อสวก (บ่อสวกเฮิร์บ)



รูปที่ 3-2 สัญลักษณ์แบรนด์ (Logo) กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนส่งเสริมและพัฒนาสมุนไพรตำบลบ่อสวก (บ่อสวกเฮิร์บ)



## 2. การวิเคราะห์สภาพองค์กร (SWOT Analysis)

### 2.1 จุดแข็ง (Strengths)

- สถานที่ตั้งการผลิตอยู่ในชุมชนบ่อสวน ซึ่งเป็นทั้งสถานที่ท่องเที่ยวรวมไปถึงแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตชาวบ้าน ทำให้สามารถเดินทางไปท่องเที่ยวตามสถานที่ใกล้เคียงได้อีก

- ภาพลักษณ์ของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนส่งเสริมและพัฒนาสมุนไพรตำบลบ่อสวน (บ่อสวนเฮิร์บ) มีจุดแข็งคือความสามัคคีของคนในชุมชนในการร่วมมือกันในการรักษาภูมิปัญญาในการผลิต พัฒนาและแปรรูปสมุนไพร

- พนักงานในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน (ชาวบ้านในตำบล) เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในด้านการเกษตรโดยตรง และพร้อมรับองค์ความรู้ใหม่ ๆ ในด้านการแปรรูปสมุนไพรกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เข้ามาสนับสนุน

- มีการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management : CRM) หมายถึง การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง โดยอาศัยหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนร่วมกับชุมชนในพื้นที่ เช่น การจัดงานแสดงสินค้าประจำจังหวัด หรือ งานประจำตำบล หรือกลุ่มลูกค้าที่มาร่วมเรียนรู้ระหว่างวิสาหกิจชุมชน รวมไปถึงการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น ช่องทางออนไลน์ (Social media) เป็นต้น

- วัตถุประสงค์ในชุมชนที่ใช้ในการผลิตสามารถผ่านการรับรองและแสดงเครื่องหมายการรับรองคุณภาพตาม มอก. ISO/IEC 17025 ก่อนที่ชุมชนจะขอขึ้นทะเบียนผลิตภัณฑ์น้ำมันนวดเพื่อสุขภาพ

### 2.2 จุดอ่อน (Weakness)

- การเป็นวิสาหกิจชุมชนเป็นหลักแหล่งที่แน่นอน เป็นที่รู้จักของลูกค้าแค่เฉพาะกลุ่ม การเข้าถึงในระดับพื้นที่อาจจะต้องค้นหาด้วยตนเอง จึงจำเป็นต้องสร้างการรับรู้ต่อตราสินค้า (Awareness) เน้นการโฆษณา ประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องเพื่อให้วิสาหกิจชุมชนเป็นที่จดจำของกลุ่มลูกค้า

- ขาดพันธมิตรทางธุรกิจที่มีศักยภาพสูง ที่มีความรู้หรือทักษะในการผลิตและแปรรูปผลิตภัณฑ์ การพัฒนารูปแบบการให้บริการ การอบรมบุคลากรและการบริหารงาน
- ผลิตภัณฑ์ยังไม่มีหลากหลาย มีการแข่งขันที่สูงมากทั่วประเทศ จึงจำเป็นต้องใช้จุดเด่นของวัตถุดิบในการสร้างมูลค่า

### 2.3 โอกาส (Opportunities)

- สภาพแวดล้อมในยุคปัจจุบันที่เข้าสู่ยุคเทคโนโลยีส่งผลต่อพฤติกรรมของคนทุกกลุ่มวัย การใช้งานโทรศัพท์มือถือ หรือนั่งทำงานหน้าจอคอมพิวเตอร์ ส่งผลให้เกิดอาการปวดเมื่อยตามร่างกายจนอาจนำไปสู่โรคออฟฟิศซินโดรม (Office syndrome) หรือแม้กระทั่งการเกิดอุบัติเหตุต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการปวดเมื่อยพักช้า เคล็ดขัดยอกตามร่างกาย ทำให้จำเป็นต้องมีการพกน้ำมันนวดเพื่อสุขภาพไว้เพื่อบรรเทาอาการเบื้องต้นได้
- ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี แผนแม่บทแห่งชาติว่าด้วยการพัฒนาสมุนไพรไทย ซึ่งเป็นนโยบายของภาครัฐที่สนับสนุนการใช้สมุนไพรไทย เพื่อใช้ในการผลิตและแปรรูป
- แนวโน้มการดูแลสุขภาพของคนในประเทศ พฤติกรรมการซื้อสินค้าเพื่อสุขภาพเริ่มเป็นที่นิยมขึ้นอย่างแพร่หลาย เพื่อรักษาอาการปวดเมื่อยตามร่างกาย รวมไปถึงเป็นการผ่อนคลาย

### 2.4 อุปสรรค (Threats)

- แนวโน้มเศรษฐกิจไทยในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 นั้นมีแนวโน้มที่ชะลอตัวลงมา ซึ่งเป็นผลจากปัจจัยลบจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่กระทบอย่างรุนแรง ทั้งการปิดประเทศทำให้นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยไม่ได้ และต้นทุนของผู้ผลิตที่มีราคาสูงจึงทำให้ราคาสินค้าสูงขึ้นตาม จึงส่งผลไปจนถึงภาคครัวเรือนที่จะต้องชะลอการใช้จ่ายและการท่องเที่ยว
- น้ำมันนวดเพื่อสุขภาพ เป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันค่อนข้างสูงอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นลูกค้าอาจเปลี่ยนไปใช้ผลิตภัณฑ์ของแบรนด์อื่นได้เสมอ

## 3. การกำหนดทิศทางขององค์กร

### 3.1 วิสัยทัศน์

เป็นวิสาหกิจชุมชนที่มีความสามัคคี ร่วมใจกันพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสมุนไพร และใช้วัตถุดิบในชุมชน เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน

### 3.2 พันธกิจ

- ใช้วัตถุดิบสมุนไพรจากธรรมชาติในชุมชน 100%

- กลุ่มชาวบ้านในวิสาหกิจชุมชนมีความรู้และประสบการณ์ในการผลิตสมุนไพรไทย
- โรงงาน อุปกรณ์และเครื่องมือการผลิต ผ่านการเช่าซื้อด้วยกรรมวิธีที่ถูกต้อง มีความสะอาด และปลอดภัย

- สะท้อนถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้านในชุมชนผ่านผลิตภัณฑ์
- ใช้เทคโนโลยีที่ช่วยให้วิสาหกิจและชาวบ้านในชุมชนสามารถปรับตัวกับยุคดิจิทัลได้อย่างยั่งยืน

### 3.3 เป้าหมาย

#### เป้าหมายระยะสั้น

- สร้างความรู้ของวิสาหกิจชุมชนให้เป็นที่จดจำและสร้างความประทับใจให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
- มีการพัฒนาระบบการเกษตรเพื่อให้สมุนไพรเป็นวัตถุดิบที่มีคุณภาพมากขึ้น
- มีการอบรมทรัพยากรให้กับสมาชิกในชุมชนเพื่อเก็บไว้ใช้ในยามเกษรา
- สามารถพึ่งพาตนเองได้มากขึ้น โดยการเพิ่มองค์ความรู้และทักษะต่าง ๆ เพื่อนำมาพัฒนาวิสาหกิจของตนเองจนกว่าคนในชุมชนจะสามารถพึ่งพาตนเองได้

#### เป้าหมายระยะยาว

- เป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่เป็นที่จดจำลูกค้าภายในจังหวัดน่านตลอดจนทั่วทั้งประเทศ
- มีอัตราการเติบโตของยอดขายไม่ต่ำกว่า 20% ต่อปี อย่างสม่ำเสมอ
- พัฒนาและขยายช่องทางการขายทางออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นเทียบเท่าในระดับสากล

## บทที่ 4 แผนกลยุทธ์

### 1. กลยุทธ์ระดับวิสาหกิจชุมชน

การดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีสมาชิกอยู่จำนวน 30 คน โดยทางกลุ่มจะใช้วิธีในการจ้างแรงงานสมาชิกในกระบวนการผลิต แปรรูป และจัดสรรเงินที่ได้รับจากการดำเนินงานการจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสมุนไพรเพื่อสุขภาพ ได้แก่ น้ำมันนวดเพื่อสุขภาพ(เหลือง) น้ำมันนวดเพื่อสุขภาพ(เขียว) บาล์มเหลือง บาล์มเขียว โดยมีการแบ่งกระบวนการผลิตกัน เช่น ฝ่ายปลูกสมุนไพร ฝ่ายจัดเตรียมเครื่องมือการแปรรูป ฝ่ายรวบรวมวัตถุดิบ ฝ่ายผลิต และฝ่ายขาย โดยสมาชิกทุกคนมีความชำนาญมากเนื่องจากเป็นภูมิปัญญาเดิมของชุมชนอยู่แล้ว

กลยุทธ์ที่จะทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนประสบความสำเร็จมีปัจจัยดังนี้

1.1 คณะกรรมการกลุ่ม การดำเนินงานที่จะทำให้กลุ่มเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ จำเป็นต้องมีความเข้มแข็งของคณะกรรมการ การมีความคิดสร้างสรรค์ในการริเริ่มทำสิ่งใหม่ ๆ หรือทำกิจกรรมต่าง ๆ ในวิสาหกิจชุมชน มีความตั้งใจและทุ่มเทในการทำงาน สามารถติดต่อประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน ทั้งในเรื่องของการพัฒนาและแปรรูปผลิตภัณฑ์ องค์ความรู้ในการบริหารธุรกิจ มีความสามัคคีในการทำงานร่วมกันเป็นหมู่คณะ และมีความเสียสละแก่ส่วนรวม

1.2 การมีส่วนร่วมของสมาชิกในวิสาหกิจชุมชน เป็นอีกกลยุทธ์ที่สำคัญในการพัฒนาวิสาหกิจ เพราะในการดำเนินงานจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากสมาชิกในกลุ่มทุกขั้นตอนของการผลิต ทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ เพื่อให้สมาชิกได้มีการแสดงความคิดเห็นและเสนอแนะปัญหาต่าง ๆ ในกลุ่มได้

1.3 กระบวนการเรียนรู้ของสมาชิกกลุ่ม จะทำให้กลุ่มวิสาหกิจสามารถพัฒนาได้อย่างรวดเร็วในด้านต่าง ๆ เช่น การบริหารจัดการ การผลิตและแปรรูปผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร การตลาด เพราะการได้รับองค์ความรู้ และทักษะจะทำให้กลุ่มดำเนินงานได้ตามวัตถุประสงค์

1.4 ผลิตภัณฑ์ ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีการพัฒนาน้ำมันนวดเพื่อสุขภาพที่ได้มาตรฐาน ปลอดภัยต่อผู้บริโภค รวมไปถึงตั้งคุณสมบัติของสมุนไพรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

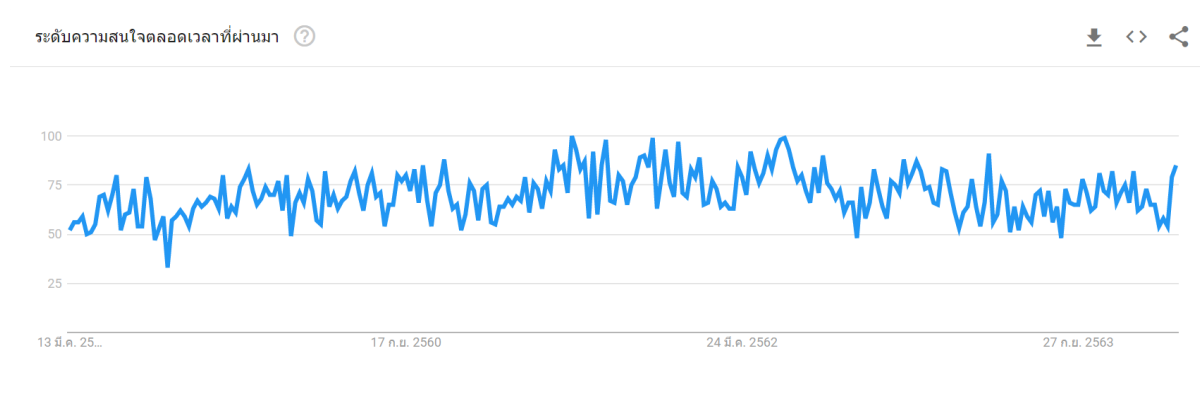
### 2. กลยุทธ์ระดับปฏิบัติการ

#### 2.1 กลยุทธ์ด้านการตลาด (Marketing Strategy)

กลยุทธ์ 4C คือ กลยุทธ์ทางการตลาดที่คิดจากมุมมองของลูกค้า เพื่อค้นหาว่า ลูกค้าต้องการอะไร คิดอย่างไร นำเสนอคุณค่าของวิสาหกิจชุมชน รวมไปถึงประสบการณ์ให้กับลูกค้า สามารถช่วยสร้างการตลาด และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากขึ้น โดยกลยุทธ์ 4C ได้แก่

**1. Customer** กลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้องเปลี่ยนมาสนใจลูกค้าให้มากขึ้น รวมไปถึงการศึกษาและทำความเข้าใจลูกค้าว่าสิ่งที่ลูกค้าต้องการจริง ๆ แล้วคืออะไร เพื่อรวบรวมข้อมูลว่าลูกค้ามีปัญหาอะไรบ้าง หลังจากนั้นจึงนำเสนอสินค้าที่มารองรับความต้องการ โดยจากการสำรวจโดยใช้เทคโนโลยี Google trend เพื่อสำรวจความสนใจน้ำมันนวดในช่องทางออนไลน์ พบว่า ความสนใจน้ำมันนวดตลอดช่วงระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน (พ.ศ. 2559 - พ.ศ. 2564) พบว่าประชากรในประเทศไทยให้ความสนใจในน้ำมันนวดอย่างสม่ำเสมอ

**รูปที่ 4-1** แนวโน้มความสนใจในน้ำมันนวดของคนในประเทศไทย 5 ปีย้อนหลัง (พ.ศ. 2559 - พ.ศ. 2564)



ที่มา : Google Trends, น้ำมันนวด, 2559-2564.

**2. Cost** ความคุ้มค่าของลูกค้า ลูกค้าจะเกิดการเปรียบเทียบราคาของสินค้าที่ลูกค้าต้องการ และคุณภาพที่ได้รับว่ามีความคุ้มค่าหรือไม่ในราคานี้ รวมไปถึงปัจจัยอื่น ๆ ที่ลูกค้าต้องแลกกับการซื้อสินค้า ดังนั้นการตั้งราคาสินค้าควรตั้งให้สอดคล้องกับคุณภาพของสินค้า และความคุ้มค่าที่ลูกค้าได้รับ หากสินค้าราคาสูงมาก และคุณภาพดี ลูกค้าก็จะยอมจ่าย เพราะรู้สึกว่ามีคุณค่า แต่ถ้าหากราคาสินค้าสูงมาก แต่คุณภาพไม่ดี อาจจะทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พอใจในเรื่องราคาและไปซื้อสินค้าของคู่แข่งก็ได้ โดยราคาน้ำมันนวดในปัจจุบันส่วนใหญ่จะอยู่ที่ประมาณ 100 – 400 บาทต่อขวด ทางกลุ่มจะตั้งราคาน้ำมันนวดอยู่ที่ 120 บาทต่อขวดโดยใช้ความเป็นวิสาหกิจชุมชน และวัตถุดิบสมุนไพรที่ปลูกในชุมชนโดยผ่านการรับรองวัตถุดิบ เป็นตัวดึงดูดลูกค้า

**3. Convenience** หรือความสะดวกสบายในการซื้อหรือใช้บริการ ในส่วนนี้เป็นโจทย์ที่ท้าทายสำหรับวิสาหกิจชุมชนเป็นอย่างยิ่งเพราะเนื่องจากเดิมช่องทางในการขายของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจะอาศัยการขายจากหน้าร้านวิสาหกิจเอง ขายผ่านงานกิจกรรมต่าง ๆ ในระดับตำบล ระดับอำเภอ และระดับจังหวัด หรือขายผ่านกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาศึกษาเรียนรู้ฐานในชุมชน แต่ด้วยการเข้ามาของยุคดิจิทัลซึ่งทำให้เปิด

ช่องทางการค้าที่กว้างขึ้นดังนั้นช่องทางออนไลน์ที่วิสาหกิจชุมชนจำเป็นต้องมีเพื่อเพิ่มช่องทางการขาย ได้แก่ Facebook, Line, Lazada, Shopee และเว็บไซต์ของวิสาหกิจชุมชนที่สร้างขึ้น

**4. Communication** การสื่อสาร และการเลือกช่องทางการสื่อสารให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งการสื่อสารในที่นี้จะมุ่งเน้นไปที่การชักชวน หรือชี้แนะให้มาซื้อผลิตภัณฑ์ของตนเอง แต่จะมุ่งเน้นไปที่ การนำเสนอคุณสมบัติของวัตถุดิบในตัวผลิตภัณฑ์ เช่น น้ำมันนวดเพื่อสุขภาพ มีจุดเด่นอยู่ที่การนำไปจาก ต้นเอ็นยึดที่มีสรรพคุณในการบรรเทาอาการ ปวด เมื่อย เคล็ดขัดยอก ถ้าหากเราสื่อสารให้ลูกค้าทราบว่า ทำไมลูกค้าจึงเหมาะสมกับสินค้าของเรา ในขณะนั้นลูกค้าอาจจะยังไม่ตัดสินใจซื้อ แต่อาจเก็บข้อมูลสรรพคุณ ไว้พิจารณาหากถึงเวลาที่ลูกค้ามีความจำเป็นต้องใช้งานจริง ๆ

## 2.2 กลยุทธ์ด้านการจัดการ

กิจกรรมหลัก (Primary Activities) ของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนส่งเสริมและพัฒนาสมุนไพรตำบล บ่อสวก (บ่อสวกเฮิร์บ) มีดังนี้

### ส่วนที่ 1 การนำเข้าวัตถุดิบ (Inbound Logistic)

- น้ำมันเหลืองสมุนไพร

#### ส่วนผสมที่ 1 : ส่วนผสมสมุนไพรเดี่ยว

1. ไพลสด	2	กิโลกรัม
2. ขมิ้นชันหรือขมิ้นอ้อย	500	กรัม
3. ว่านเอ็นเหลือง	500	กรัม
4. ว่านม้าเหลือง	500	กรัม
5. ว่านนางคำ	500	กรัม
6. บอระเพ็ด	200	กรัม
7. สมุนไพรอื่น ๆ ที่มีสรรพคุณแก้ปวดเมื่อย เคล็ด ขัดยอก เส้นเอ็น และให้น้ำมันสี		

เหลืองปริมาณ 500 กรัมต่อสมุนไพรสดชนิดนั้น ๆ

8. เถาวัลย์เปรียง	100	กรัม
9. เถาโคคลาน	100	กรัม
10. เถาเอ็นอ่อน	100	กรัม
11. ดอกกานพลู	100	กรัม
12. ลูกมะแขว่นหรือมะแขว่น	100	กรัม
13. น้ำมันงา	1	แกลลอน (3ลิตร)

#### ส่วนผสมที่ 2 : น้ำมันเหลืองสมุนไพร (ส่วนผสมต่อ 1 ขวดปอนด์)

1. เมนทอล	150	กรัม
-----------	-----	------

2. พิมเสน	100	กรัม
3. การบูร	100	กรัม
4. น้ำมันระกำ	1	ปอนด์
5. น้ำมันอบเชย	1	ออนซ์
6. น้ำมันอบเชย(E)	1	ออนซ์ (Essential oil)
7. น้ำมันกานพลู	2	ออนซ์
8. น้ำมันกานพลู(E)	1	ออนซ์ (Essential oil)
9. น้ำมันมะพร้าว	½	ออนซ์
10. น้ำหอมดอกไม้กลิ่นโมก	½	ออนซ์
11. น้ำมันโรสแมรี่	1	ออนซ์
12. น้ำมันโรสแมรี่(E)	1	ออนซ์ (Essential oil)
13. น้ำมันเปปเปอร์มินท์	1	ออนซ์
14. น้ำมันยูคาลิปตัส(E)	1	ออนซ์ (Essential oil)
15. น้ำมันส้ม(E)	½	ออนซ์ (Essential oil)
16. น้ำมันลาเวนเดอร์	½	ออนซ์

**ส่วนผสมที่ 3 : บาล์มเหลืองสมุนไพร (ส่วนผสมต่อน้ำมันเหลืองเคี้ยว 1 ขวดปอนด์)**

1. เมนทอล	150	กรัม
2. พิมเสน	75	กรัม
3. การบูร	75	กรัม
4. น้ำมันระกำ	1	ปอนด์
5. น้ำมันอบเชย	1	ออนซ์
6. น้ำมันอบเชย(E)	1	ออนซ์ (Essential oil)
7. น้ำมันกานพลู	2	ออนซ์
8. น้ำมันกานพลู(E)	1	ออนซ์ (Essential oil)
9. น้ำมันพริก	1	ช้อนโต๊ะ
10. น้ำหอมดอกไม้(โมก)	½	ออนซ์
11. น้ำมันโรสแมรี่	1	ออนซ์
12. น้ำมันโรสแมรี่(E)	1	ออนซ์ (Essential oil)
13. น้ำมันเปปเปอร์มินท์	1	ออนซ์
14. น้ำมันยูคาลิปตัส(E)	1	ออนซ์ (Essential oil)
15. น้ำมันลาเวนเดอร์	½	ออนซ์
16. น้ำมันส้ม(E)	½	ออนซ์ (Essential oil)

17. วาสลิน	1	กิโลกรัม
18. พาราฟินแว๊กซ์	350	กรัม
19. ซีผึ้งแท้	350	กรัม

● **น้ำมันเขียวสมุนไพร**

**ส่วนผสมที่ 1 : ส่วนผสมสมุนไพรตุ๋น**

1. ว่านเอ็นยึดหรือหญ้าเอ็นยึด	500	กรัม
2. เถาวัลย์เปรียง	100	กรัม
3. เถาโคคลาน	100	กรัม
4. เถาเอ็นอ่อน	100	กรัม
5. มะแข่นหรือมะแข่วน	200	กรัม
6. น้ำมันมะพร้าว	1	แกลลอน (3ลิตร)

**ส่วนผสมที่ 2 : น้ำมันเขียวสมุนไพร (ส่วนผสมต่อน้ำมันเขียวตุ๋น1ขวดปอนด์)**

1. เมนทอล	200	กรัม
2. พิมเสน	100	กรัม
3. การบูร	100	กรัม
4. น้ำมันระกำ	1	ปอนด์
5. น้ำมันกานพลู	2	ออนซ์
6. น้ำมันกานพลู(E)	1	ออนซ์ (Essential oil)
7. น้ำหอมดอกไม้	½	ออนซ์
8. น้ำมันลาเวนเดอร์	½	ออนซ์
9. น้ำมันลาเวนเดอร์(E)	1	ออนซ์ (Essential oil)
10. น้ำมันเปปเปอร์มินท์	1	ออนซ์
11. น้ำมันยูคาลิปตัส(E)	3	ออนซ์ (Essential oil)
12. สีเขียว(ละลายน้ำมัน)	1	ซอง

**ส่วนผสมที่ 3 : บาล์มเขียวสมุนไพร (ส่วนผสมต่อน้ำมันเขียวตุ๋น1ขวดปอนด์)**

1. เมนทอล	200	กรัม
2. พิมเสน	100	กรัม
3. การบูร	100	กรัม
4. น้ำมันระกำ	1	ปอนด์
5. น้ำมันกานพลู	2	ออนซ์
6. น้ำมันกานพลู(E)	1	ออนซ์ (Essential oil)
7. น้ำหอมดอกไม้(โมก)	½	ออนซ์

8. น้ำมันลาเวนเดอร์	1/2	ออนซ์
9. น้ำมันลาเวนเดอร์(E)	1	ออนซ์ (Essential oil)
10. น้ำมันยูคาลิปตัส(E)	3	ออนซ์ (Essential oil)
11. น้ำมันเปปเปอร์มินท์	1	ออนซ์
12. วาสลีน	1	กิโลกรัม
13. พาราฟินแว๊กซ์	350	กรัม
14. ซี้ผึ้งแท้	350	กรัม
15. สีเขียว(ละลายน้ำมัน)	1	ซอง

## ส่วนที่ 2 การผลิตและปฏิบัติการ (Operation)

### ● น้ำมันเหลืองสมุนไพร

#### ส่วนผสมที่ 1 : ส่วนผสมสมุนไพรเดี่ยว

วิธีทำ 1. สมุนไพรสดรายการที่ 1-6 หั่นชิ้นเล็ก ๆ ขนาดเท่า ๆ กัน

2. สมุนไพร 8-10 ซึ่งเป็นสมุนไพรแห้งหั่นเป็นชิ้นเล็ก ๆ

3. สมุนไพรรายการที่ 11 และ 12 ตำพอแหลก

4. นำสมุนไพรรายการที่ 8-10 เคี่ยวกับน้ำมันงาประมาณ 15 นาที จากนั้นเติมสมุนไพรรายการที่ 1-6 แล้วเคี่ยวจนสมุนไพรแห้ง

5. นำสมุนไพรที่แห้งแล้วขึ้นสะเด็ดน้ำมันแล้วเติม 11 และ 12 เคี่ยวต่อ 15 นาที

6. กรองน้ำมันที่ได้นำมาผสมน้ำมันสมุนไพรและบาล์มต่อไป

#### ส่วนผสมที่ 2 : น้ำมันเหลืองสมุนไพร

วิธีทำ 1. ผสมน้ำมันเหลืองกับส่วนผสมที่ละตัวคนให้ละลายและเข้ากันยกเว้นส่วนผสม (E) หรือ Essential oil ใส่เมื่อส่วนผสมตัวอื่นละลายดีหมดแล้ว

#### ส่วนผสมที่ 3 : บาล์มเหลืองสมุนไพร

วิธีทำ 1. ผสมน้ำมันเหลืองกับส่วนผสมที่ 1-16 ยกเว้น (E) หรือ Essential oil จะผสม Essential oil เมื่อส่วนผสมอื่น ๆ ละลายหมดแล้ว

2. นำส่วนผสมที่ 17-19 ใส่ในภาชนะที่นำไปตุ๋นได้และมีฝาปิด (กั้นน้ำเข้า) ตุ่นจนส่วนผสมทั้งหมดละลาย แล้วยกลงพร้อมน้ำ

3. นำส่วนผสมที่ทำในข้อ 1 เทลงในข้อ 2 จากนั้นคนเบา ๆ ให้เข้ากันแล้วนำมาบรรจุภัณฑ์ในขณะที่เป็นน้ำจากนั้นทิ้งไว้ให้เย็นจนผลิตภัณฑ์แข็งตัวจึงปิดฝา

### ● น้ำมันเขียวสมุนไพร

#### ส่วนผสมที่ 1 : ส่วนผสมสมุนไพรตุ๋น

วิธีทำ 1. นำสมุนไพรข้อ 1-5 มาตำให้แหลกจากนั้นนำมาตุ๋นกับน้ำมันมะพร้าว 1-2 ชั่วโมง

2. กรองกากทิ้งนำน้ำมันใสมาผสมกับส่วนผสม

#### ส่วนผสมที่ 2 : น้ำมันเขียวสมุนไพร

วิธีทำ 1. ผสมน้ำมันเขียว(ตุ๋น)กับส่วนผสม 1-11 ยกเว้น (E) ใส่ทีหลัง เมื่อส่วนผสมอื่นละลายเข้ากัน

ส่วนผสมที่ 3 : บาล์มเขียวสมุนไพร

- วิธีทำ
1. ผสมน้ำมันเขียวตุนกับส่วนผสม 1-11 ยกเว้น (E) ใส่เมื่อส่วนผสมอื่น ๆ ละลายหมดแล้ว
  2. ผสม 12-14 ในภาชนะตุนจากนั้นตุนจนละลายแล้วยกออกจากเตาพร้อมน้ำร้อน
  3. เติมส่วนผสมที่ 1 ในภาชนะที่มีส่วนผสมที่ 2 คนเบา ๆ จนส่วนผสมละลายเข้ากันเสร็จแล้วบรรจุภาชนะขณะเป็นน้ำ ทิ้งให้เย็นจนแข็งตัว

การจัดสถานที่แปรรูปผลิตภัณฑ์

การจัดสถานที่แปรรูปผลิตภัณฑ์ขึ้นอยู่กับงบประมาณที่หน่วยงานภาครัฐได้จัดสรรให้ ภายใต้ชื่อโครงการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพโดยชุมชน ด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นและสมุนไพรพื้นบ้าน ตำบลบ่อสวก อำเภอเมืองน่าน จังหวัดน่าน โดยมี โรงตากสมุนไพร โรงอบสมุนไพร และครุภัณฑ์ทางการแพทย์ที่ใช้ในกระบวนการผลิต

### ส่วนที่ 3 การขนส่งสินค้าไปยังลูกค้า (Outbound Logistic)

#### ช่องทาง Offline

- ลูกค้าที่มาศึกษาดูงานในวิสาหกิจชุมชนสามารถซื้อสินค้าผ่านหน้าร้านของวิสาหกิจชุมชนได้โดยตรง
- ลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่งานจัดแสดงสินค้าในตำบล อำเภอ และในจังหวัด สามารถซื้อสินค้าผ่านหน้าร้านของวิสาหกิจชุมชนได้โดยตรง

#### ช่องทาง Online

- ลูกค้าที่อยู่ไกลจากตำบลหรืออยู่จังหวัดอื่น ๆ สามารถสั่งซื้อสินค้าโดยผ่านช่องทาง Online ตามแอปพลิเคชันต่าง ๆ ได้แก่ Facebook, Line, Shopee และ Lazada โดยจะมีค่าธรรมเนียมในการขนส่งสินค้า

### ส่วนที่ 4 การตลาดและการขาย (Marketing and Sales)

- มีบัตรสมาชิกของวิสาหกิจชุมชน เอาไว้ใช้สะสมคะแนน เพื่อรับส่วนลดหรือของแถมพิเศษ
- มีการโฆษณาผ่านเสียงตามสายในระดับตำบล ระดับอำเภอ และระดับจังหวัด
- มีการโฆษณาผ่านช่องทาง Social Media เช่น Facebook เว็บไซต์จังหวัด กลุ่มLine เพื่อส่งข่าวสาร กิจกรรมต่าง ๆ
- มีการออกบูธร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน รวมไปถึงหน่วยงานสถานศึกษาต่าง ๆ เช่น ตลาดประจำปีจังหวัดน่าน
- ชาวบ้านในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถเป็นผู้โฆษณาสินค้าแก่ลูกค้าได้โดยตรง โดยให้คำแนะนำผลิตภัณฑ์รวมถึงสรรพคุณให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า

กิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) ของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนส่งเสริมและพัฒนาสมุนไพร ตำบลบ่อสวก (บ่อสวกเฮิร์บ) มีดังนี้

#### **ส่วนที่ 1 การบริหารงานทั่วไป (General Administration/Infrastructure)**

สมาชิกวิสาหกิจชุมชนทำหน้าที่ในการบริหารงานทั่วไป จัดการด้านการเงิน ระบบสหกรณ์วิสาหกิจชุมชน ประสานงานกับหน่วยงานภาคีเครือข่ายต่าง ๆ

#### **ส่วนที่ 2 การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources Management)**

ทำหน้าที่บริหารสมาชิกในวิสาหกิจชุมชน และดำเนินการสรรหา คัดเลือก ฝึกอบรม การสร้างแรงจูงใจและสร้างความจงรักภักดีต่อวิสาหกิจชุมชน บริหารค่าจ้างและผลตอบแทน

#### **ส่วนที่ 3 การวิจัย เทคโนโลยี และการพัฒนาระบบงาน (Research, Technology and System Development)**

ประสานงานกับหน่วยงานวิชาการเพื่อขอความร่วมมือในการพัฒนาคุณภาพวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงการติดตามเทรนด์สุขภาพ และคิดค้นนวัตกรรมใหม่ ๆ

#### **ส่วนที่ 4 การจัดหา (Procurement)**

วางแผนและดำเนินงานจัดซื้อ ผลิตภัณฑ์, วัตถุดิบ, และอุปกรณ์เครื่องมือต่าง ๆ ที่ใช้ในการผลิต และแปรรูปผลิตภัณฑ์ โดยเลือกคู่ค้าที่ขายสินค้ามีคุณภาพในราคาที่เหมาะสม ถ้าหาได้ในชุมชนของตนเองก็ถือว่าเป็นการกระจายรายได้ให้กับคนในชุมชนได้เป็นอย่างดี

### **2.3 กลยุทธ์ด้านการเงิน**

กลยุทธ์ด้านการเงิน เป็นกลยุทธ์ที่ดำเนินการในด้านการประเมินผลกระทบ ที่เน้นความคุ้มค่าในการลงทุนก่อนที่จะตัดสินใจดำเนินงานในวิสาหกิจชุมชน รวมไปถึงการดำเนินกิจกรรมด้านการประเมินผลสถานะทางการเงินเพื่อการปรับแผนทางการเงิน ซึ่งจะพิจารณาดังรายการต่อไปนี้

### 2.3.1 ประมาณการงบดำเนินการสำหรับวิสาหกิจชุมชนเริ่มต้น (Initial Cash Outflow)

ตารางที่ 4-1 ตารางสรุปประมาณการงบดำเนินการเริ่มต้น (Initial Cash Outflow)

รายการจ่าย	จำนวนเงิน (บาท)
ค่าที่ดินและสิ่งก่อสร้าง	500,000.00
ค่าครุภัณฑ์	300,000.00
ค่าตอบแทนผู้ปฏิบัติงาน	180,000.00
ค่าใช้จ่าย	100,000.00
เงินทุนหมุนเวียน	200,000.00
<b>งบดำเนินการเริ่มต้น (Initial Cash Outflow)</b>	<b>1,280,000.00</b>

รายละเอียดงบดำเนินการเริ่มต้น ประกอบด้วย

1. ค่าที่ดินและสิ่งก่อสร้าง 500,000 บาท จำแนกเป็น

- ก่อสร้างอาคารผลิตและแปรรูปผลิตภัณฑ์สมุนไพร	400,000	บาท
- ค่าสำรวจและออกแบบ	25,000	บาท
- ค่าควบคุมก่อสร้าง	25,000	บาท
- ระบบไฟฟ้า	25,000	บาท
- ระบบน้ำปะปา	25,000	บาท

2. ค่าครุภัณฑ์ 300,000 บาท จำแนกเป็น

- สำนักงาน	50,000	บาท
- ยานพาหนะและขนส่ง	100,000	บาท
- คอมพิวเตอร์	30,000	บาท
- งานบ้านงานครัว	10,000	บาท
- โฆษณาและเผยแพร่	10,000	บาท
- การเกษตร	80,000	บาท
- การแพทย์	20,000	บาท

3. ค่าตอบแทนผู้ปฏิบัติงานผู้ทำหน้าที่บริหารจัดการประจำวิสาหกิจชุมชน 5 คน เดือนละ

3,000 บาท × 12 เดือน × 5 คน = 180,000 บาท

4. ค่าใช้จ่าย 100,000 บาท จำแนกเป็น

- ค่าใช้จ่ายในการประชุม สัมมนาและ ฝึกอบรม	100,000	บาท
---	---------	-----

5. นอกจากงบดำเนินการเริ่มต้นของวิสาหกิจชุมชนข้างต้นแล้ว ทางวิสาหกิจชุมชนควรมีเงินทุนหมุนเวียน เพื่อใช้สำรองค่าใช้จ่ายอื่น ๆ เช่น ค่าสาธารณูปโภค ค่าจ้างพนักงาน เป็นต้น ควรมีเงินทุนสำรองประมาณ 200,000 บาท

### 2.3.2 แหล่งที่มาของเงินทุน

งบดำเนินการเริ่มต้นมีมูลค่าทั้งสิ้น 1,280,000 บาท โดยแบ่งเป็นค่าใช้จ่ายก่อนการเปิดดำเนินการ 1,080,000 บาท และเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงาน 200,000 บาท โดยจะใช้งบประมาณจากการเขียนโครงการจากภาครัฐภายใต้ข้อเสนอโครงการภายใต้แผนงานหรือโครงการบัญชีแนบตามบัญชีท้าย พ.ร.ก. ให้อำนาจกระทรวงการคลังกู้เงินเพื่อแก้ไขปัญหา เยียวยา และฟื้นฟูเศรษฐกิจและสังคมที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 โดยมีโครงการย่อยคือ “โครงการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพโดยชุมชน ด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นและสมุนไพรพื้นบ้าน ตำบลบ่อสวก อำเภอมืองน่าน จังหวัดน่าน”

### 2.3.3 สมมติฐานทางการเงิน

#### 1. การประมาณการรายได้

จากการสำรวจข้อมูลจากผู้ประกอบการน้ำมันนวดเพื่อสุขภาพ ในจังหวัดน่าน พบว่าในปีแรกมีอัตราการซื้อสินค้าเฉลี่ยอยู่ที่ 5 ขวดต่อวัน โดยมีอัตราค่าสินค้าต่อรายอยู่ที่ 100 บาท และจะมีการเติบโตประมาณร้อยละ 10 ในปีถัดไป

ตารางที่ 4-2 ตารางประมาณการรายได้ของวิสาหกิจชุมชน

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
จำนวนสินค้าเฉลี่ยต่อวัน (ขวด)	10	12	15
รายได้เฉลี่ยต่อวัน (บาท)	1,000	1,200	1,500
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	30,000	36,000	45,000
<b>รวมรายได้ต่อปี(บาท)</b>	<b>360,000</b>	<b>432,000</b>	<b>540,000</b>

## 2. การประมาณการรายจ่าย

ตารางที่ 4-3 ตารางประมาณการรายจ่ายของวิสาหกิจชุมชน

รายการสินทรัพย์	มูลค่าเริ่มต้น (บาท)	อายุ (ปี)	ค่าเสื่อมปีละ (บาท)
ค่าที่ดินและสิ่งก่อสร้าง	500,000	10	50,000
ค่าครุภัณฑ์	300,000	5	60,000

ดังนั้น ค่าเสื่อมราคาปีที่ 1-5 ปีละ 110,000 บาท ค่าเสื่อมราคาปีที่ 6-10 ปีละ 50,000 บาท

จึงสรุปการประมาณการรายจ่าย แยกเป็นรายการ Fix cost และ Variable cost ได้ดังนี้

ตารางที่ 4-4 รายละเอียดการประมาณการค่าใช้จ่ายรายการ Fix cost และ Variable cost

ค่าใช้จ่าย Fix Cost	ต่อเดือน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
ค่าสาธารณูปโภค	2,000	24,000	24,000	24,000
ค่าจ้างพนักงาน	15,000	180,000	180,000	180,000
ภาษีป้าย	-	1,000	1,000	1,000
จัดทำและตรวจสอบบัญชี	-	5,000	5,000	5,000
ค่าเสื่อมราคา	-	110,000	110,000	110,000
	<b>รวม Fix Cost</b>	<b>320,000</b>	<b>320,000</b>	<b>320,000</b>
ค่าใช้จ่าย Variable Cost	ร้อยละ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	2.00	10,000	10,200	10,404
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	2.00	10,000	10,200	10,404
ค่าวัสดุสิ้นเปลือง	2.00	10,000	10,200	10,404
ค่าตอบแทนเพิ่มเติมของสมาชิก	2.00	10,000	10,200	10,404
วิสาหกิจชุมชน				
	<b>รวม Variable Cost 8 % ต่อปี</b>	<b>40,000</b>	<b>40,800</b>	<b>41,616</b>
	<b>รวมค่าใช้จ่าย</b>	<b>360,000</b>	<b>360,800</b>	<b>361,616</b>

### 3. การประมาณการงบกำไรขาดทุน

ตารางที่ 4-5 รายละเอียดการประมาณการงบกำไรขาดทุนเมื่อสถานการณ์เป็นไปตามที่คาดไว้โดยใช้  
งบประมาณสนับสนุนจากภาครัฐ

งบกำไรขาดทุน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
รายได้	360,000.00	432,000.00	540,000.00
ต้นทุนขายและบริการ	50,000.00	50,000.00	50,000.00
กำไรขั้นต้น	310,000.00	382,000.00	390,000.00
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	60,000.00	60,000.00	60,000.00
กำไรจากการดำเนินงาน	250,000.00	322,000.00	330,000.00
หัก ภาษีเงินได้ 30%	75,000.00	96,600.00	99,000.00
กำไรสุทธิ	175,000.00	225,400.00	231,000.00
กำไรสะสมปลายงวด	175,000.00	225,400.00	231,000.00

### 4. วิเคราะห์สถานการณ์และ Sensitivity Analysis

สำหรับกรณีที่เกิดเหตุการณ์ที่ไม่คาดฝันซึ่งส่งผลกระทบต่อภาพรวมในการดำเนินธุรกิจ หากเกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านการเงินซึ่งทำให้รายได้ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย เพื่อประเมินสถานการณ์ และเตรียมการรองรับแก้ไขต่อไป โดยกำหนดสมมติฐานเป็น 2 กรณีคือ

1. สถานการณ์ที่ส่งผลดีต่อโครงการ (Best case) มีรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 20
2. สถานการณ์ที่เป็นผลเสียต่อโครงการ (Worst case) มีรายได้ลดลงร้อยละ 20

**สถานการณ์ที่ส่งผลดีต่อโครงการ (Best case)** คาดการณ์ว่าจะมีรายได้เพิ่มขึ้นจาก สถานการณ์ปกติร้อยละ 20 โดยคาดการณ์จากปัจจัยต่อไปนี้

#### ปัจจัยภายใน

เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนส่งเสริมและพัฒนาสมุนไพรตำบลบ่อสวก (บ่อสวกเอิร์บ) ตั้งอยู่ใกล้ อำเภอมืองน่าน ซึ่งทำให้ลูกค้าสามารถเดินทางมาท่องเที่ยวได้สะดวก รวมถึงมาศึกษาวิถีชีวิตชาวบ้าน บรรยากาศตามธรรมชาติ กระบวนการผลิตมีคุณภาพ วัตถุดิบทุกอย่างที่นำมาผลิตได้รับการตรวจรับรองคุณภาพ สะอาด ปลอดภัย

### ปัจจัยภายนอก

ปัญหาการใช้อุปกรณ์ทางเทคโนโลยี เช่น โทรศัพท์มือถือ คอมพิวเตอร์ เพื่อใช้ในการทำงาน หรือพักผ่อน ส่งผลให้เกิดอาการเมื่อยล้าทางร่างกาย หรือแม้กระทั่งภาวะความเครียด รวมไปถึงอุบัติเหตุต่าง ๆ ที่ไม่คาดคิด ส่งผลให้เกิดอาการบาดเจ็บตามกล้ามเนื้อได้ และที่สำคัญมาตรการการเปิดประเทศ อันเนื่องมาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) เป็นปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเข้ามาสร้างรายได้ให้กับภาคการท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย

**สถานการณ์ที่เป็นผลเสียต่อโครงการ (Worst case)** คาดการณ์ว่าจะมีรายได้ลดลงจากสถานการณ์ปกติร้อยละ 20 โดยคาดการณ์จากปัจจัยต่อไปนี้

### ปัจจัยภายใน

การควบคุมคุณภาพและปริมาณของวัตถุดิบที่นำมาผลิตให้ได้มาตรฐานในระยะยาว ยังมีความไม่แน่นอน

### ปัจจัยภายนอก

ปัญหาสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันรวมถึงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ส่งผลกระทบในเชิงลบต่อภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งหมด ซึ่งรวมถึงธุรกิจผลิตภัณฑ์และบริการในประเทศเช่นกัน ดังนั้นการขาดหายไปของนักท่องเที่ยวจึงเป็นสาเหตุสำคัญอย่างยิ่งที่ทำให้ธุรกิจขาดรายได้