



การศึกษาปัจจัยที่มีผลในการเลือกเข้าพักโรงแรมบูติก
ในย่านเมืองเก่ากรุงเทพมหานคร

โดย

นายปณต แสนมันคงกุล

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชานวัตกรรมการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2557
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

การศึกษาปัจจัยที่มีผลในการเลือกเข้าพักโรงแรมบูติก
ในย่านเมืองเก่ากรุงเทพมหานคร

โดย

นายปณต แสนมันคงกุล



การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชานวัตกรรมการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2557
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



STUDY OF FACTORS AFFECTING THE DECISION OF STAYING IN
BOUTIQUE HOTEL IN BANGKOK OLD TOWN AREA

BY

MR. PANOD SAENMUNKONGKUL



AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE
REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF MASTER DEGREE OF SCIENCE
INNOVATIVE REAL ESTATE DEVELOPMENT
FACULTY ARCHITECTURE AND PLANNING
THAMMASAT UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR 2014
COPYRIGHT OF THAMMASAT UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง

การค้นคว้าอิสระ

ของ

นายปณต แสนมันคงกุล

เรื่อง

การศึกษาปัจจัยที่มีผลในการเลือกเข้าพักโรงแรมบูติก ในย่านเมืองเก่ากรุงเทพมหานคร

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (นวัตกรรมการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์)

เมื่อวันที่ 10 พฤษภาคม พ.ศ. 2558

ประธานกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ



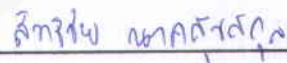
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กองกুমภ์ โตชัยวัฒน์)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระหลัก



(อาจารย์ ดร. ดำรงค์ศักดิ์ รินชุมภู)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระร่วม



(ดร. สิทธิชัย นาคสุขสกุล)

คณบดี



(รองศาสตราจารย์ เกลิมวัฒน์ ตันตสวัสดิ์)

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	การศึกษาปัจจัยที่มีผลในการเลือกเข้าพักโรงแรมบูติก ในย่านเมืองเก่ากรุงเทพมหานคร
ชื่อผู้เขียน	นายปณต แสนมันคงกุล
ชื่อปริญญา	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	นวัตกรรมการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	อาจารย์ ดร. ดำรงค์ดี รินชุมภู
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ (ร่วม)	ดร. สิทธิชัย นาคสุขสกุล
ปีการศึกษา	2557

บทคัดย่อ

จากการรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ของประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้นั้น ส่งผลให้การท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้เติบโตขึ้นเป็นอย่างมาก รวมถึงนโยบายแผนพัฒนาผังเมืองของกรุงเทพมหานครในปี 2556 เพื่อฟื้นฟูย่านเมืองเก่าด้วยการปรับปรุงภูมิทัศน์ และฟื้นฟูย่านต่าง ๆ เพื่อสร้างชุมชนเข้มแข็ง อนุรักษ์ บูรณะอาคารเก่า เพื่อสร้างการท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมให้แก่กรุงเทพมหานคร ดังนั้นการศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลในการเลือกเข้าพักโรงแรมบูติก ในย่านเมืองเก่ากรุงเทพมหานคร โดยเป็นการศึกษาเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (questionnaire) จำนวน 400 ชุด ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ และทำการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการใช้งานโรงแรมบูติกพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีเหตุผลในการเลือกเข้าพัก เพราะลักษณะทางสถาปัตยกรรมและการตกแต่ง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างตัดสินใจเลือกเข้าพักในโรงแรมประเภทนี้ด้วยตนเอง และใช้วิธีในการจองและเข้าถึงข้อมูลของโรงแรมผ่านอินเทอร์เน็ต โดยเลือกเข้าพักในช่วงเทศกาลและวันหยุดยาว มีลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับครอบครัว ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเลือกประเภทห้องพักแบบเตียงเดี่ยวขนาดใหญ่ (double bed) และชอบการออกแบบตกแต่งห้องพักในลักษณะอนุรักษ์อาคารเก่า ราคาห้องพักเหมาะสมอยู่ระหว่าง 1,001-3,000 บาทต่อคืน สิ่งอำนวยความสะดวก ที่ให้ความสำคัญ นอกเหนือจากห้องพักคือร้านอาหารและสระว่ายน้ำ ทางด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด จะเห็นได้ว่าในทุกๆด้าน ล้วนมีระดับความสำคัญที่มาก โดยที่จะให้ความสำคัญมากที่สุดสอดคล้องกับแนวคิดของโรงแรมบูติก คือด้านผลิตภัณฑ์ บรรยากาศและการออกแบบตกแต่ง ด้านพนักงานและด้านกระบวนการ คือ การให้บริการของพนักงานที่ดีและรวดเร็ว

คำสำคัญ: การสำรวจความพึงพอใจ, พฤติกรรมการท่องเที่ยว, ย่านเมืองเก่า, โรงแรมบูติก

Independent Study Title	STUDY OF FACTORS AFFECTING THE DECISION OF STAYING IN BOUTIQUE HOTEL IN BANGKOK OLD TOWN AREA
Author	Mr. Panod Saenmunkongkul
Degree	Master of Science
Department/Faculty/University	Innovative Real Estate Development Architecture and Planning Thammasat University
Independent Study Advisor	Damrongsak Rinchumphu, Ph.D.
Independent Study Co-Advisor	Sittichai Naksuksakul, D.Eng.
Academic Years	2014

ABSTRACT

In 2015, ASEAN has established an integrated ASEAN Economic Community (AEC). It has affected the tourist industry in this region which had rapidly grows. The policy of Urban Development Plan of Bangkok in 2013, restoration an old town by renovating landscape and area to create strong community, conserve old building in creating a historical and cultural tourism in Bangkok. The study aimed has focused on identify factors of staying in boutique hotel. The research has come from questionnaire based on satisfaction survey with 95% confidential to study the customer behavior of tourists. The 400 data were collected from both Thais and foreign tourists. The results from this study shown that tourists, who are interested in boutique hotel, prefer architecture and decoration of the hotel as the most preferable factor. The tourists have done researching and collecting hotel information by themselves via internet. In additional, the terms of staying in boutique hotel from the tourists' behavior were travelling with family during season's holiday and long weekend. The most preferable room is double bed with conservative decoration. The appropriate rate is between 1,001-3,000 baths per night. For the facilities, the survey illustrates that tourists give precedence on a restaurant and swimming pool, respectively. However, the factor of marketing mix has shown that there are priority in every parts of it but to give most important in consistent with the concept of boutique hotel which are product, atmosphere and design decoration. Also the staff and process is to provide better and faster in services as well.

Keywords: Boutique Hotel, Customer Behavior, Old Town Area, Satisfaction Survey

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยการค้นคว้าอิสระเรื่อง “การศึกษาปัจจัยที่มีผลในการเลือกเข้าพักโรงแรมบูติก ในย่านเมืองเก่ากรุงเทพมหานคร” นี้ สำเร็จลงได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณาอย่างสูงจาก อาจารย์ ดร. ดำรงค์ศักดิ์ รินชุมภู และ ดร. สิทธิชัย นาคสุขสกุล อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ที่กรุณาให้คำแนะนำปรึกษาตลอดจนปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่อย่างยิ่ง ขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

นอกจากนี้ต้องขอขอบคุณบุคคลอีกหลายท่าน อาจารย์ภาควิชาวิศวกรรมการพัฒนา อสังหาริมทรัพย์ทุกท่าน ตั้งใจ ถ่ายทอดความรู้ให้แก่ลูกศิษย์ทุกคน เพื่อน ๆ พี่ ๆ น้อง ๆ Mired 6 ทุกท่านที่ได้ร่วมเรียนและแบ่งปันประสบการณ์อันมีค่าต่าง ๆ มาด้วยกัน ให้คำปรึกษาและให้ความช่วยเหลือสนับสนุนมาโดยตลอด

สุดท้ายนี้ ขอขอบพระคุณทุก ๆ คนในครอบครัว ทั้งคุณพ่อ คุณแม่ พี่ ๆ น้อง ๆ ทุกคนที่คอยสนับสนุน และคอยเป็นกำลังใจให้ตลอดมา

นายปณต แสนมันคงกุล

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(2)
กิตติกรรมประกาศ	(3)
สารบัญตาราง	(7)
สารบัญภาพ	(9)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์	2
1.3 ขอบเขตในการดำเนินการวิจัย	2
1.4 ระเบียบวิธีการวิจัย	3
1.4.1 ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา	3
1.4.2 ประชากรและหน่วยตัวอย่าง	4
1.4.3 การวิเคราะห์ข้อมูล	4
1.4.4 กรอบแนวคิดการวิจัย	4
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
1.6 นิยามศัพท์	6
1.6.1 โรงแรม	6
1.6.2 โรงแรมบูติก	6
1.6.3 นักท่องเที่ยว	6

บทที่ 2	วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
2.1	แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจโรงแรมบูติก	7
2.1.1	ความหมายของโรงแรมบูติก	7
2.1.2	องค์ประกอบพื้นฐานของโรงแรมบูติก	8
2.1.3	ประเภทของโรงแรมบูติก	9
2.2	แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภค	10
2.2.1	ลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์	11
2.2.2	ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	12
2.2.3	การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing consumer behavior)	13
2.2.4	ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด	14
2.3	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	16
2.4	บทสรุปแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	17
บทที่ 3	วิธีการวิจัย	18
3.1	ขอบเขตการศึกษา	18
3.1.1	ขอบเขตด้านเนื้อหา	18
3.1.2	ขอบเขตด้านพื้นที่	18
3.1.2	ขอบเขตด้านประชากร	19
3.2	การกำหนดขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือก	19
3.3	กรอบการวิจัย	20
3.4	รูปแบบการวิจัย	21
3.5	การรวบรวมข้อมูล	22
3.6	การวิเคราะห์ข้อมูล	22
บทที่ 4	ผลวิเคราะห์ข้อมูล	23
4.1	ผลการวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม	23
4.2	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	24
4.3	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้งานโรงแรมบูติก	30

4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	45
4.5 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล	49
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	51
5.1 บทสรุปของงานวิจัย	51
5.2 ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะ	52
รายการอ้างอิง	54
ภาคผนวก	56
ภาคผนวก ก แบบสอบถามการค้นคว้าอิสระเรื่อง “การศึกษาปัจจัยที่มีผลในการเลือกเข้าพักโรงแรมบูติก ในย่านเมืองเก่ากรุงเทพมหานคร”	57
ภาคผนวก ข Questionnaire “STUDY OF FACTORS AFFECTING THE DECISION OF STAYING IN BOUTIQUE HOTEL IN BANGKOK OLD TOWN AREA”	68
ประวัติผู้เขียน	80

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค 7 O's Model	17
4.1 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ	34
4.2 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ	34
4.3 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพ	34
4.4 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสัญชาติ	34
4.5 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	34
4.6 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้รวมของครอบครัวต่อเดือน	34
4.7 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลในการเลือกเข้าพักโรงแรม บูติกประเภทอาคารปรับปรุงในย่านเมืองเก่ากรุงเทพมหานคร	34
4.8 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่มีผลในการตัดสินใจเลือก เข้าพักในโรงแรมประเภทนี้	34
4.9 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวิธีในการจองและเข้าถึงข้อมูล ของโรงแรม	34
4.10 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามช่วงเวลา que เข้าพักโรงแรม	34
4.11 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว	34
4.12 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทห้องพักในโรงแรมบูติก ในย่านเมืองเก่ากรุงเทพมหานคร ที่จะเลือกในการเข้าพัก	34
4.13 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยว และการเข้าถึงโรงแรม	35
4.14 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะการออกแบบตกแต่ง ห้องพักโรงแรมบูติกในย่านเมืองเก่ากรุงเทพมหานครที่ชื่นชอบมากที่สุด	35
4.15 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนคืนที่เข้าพัก	36
4.16 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามราคาค่าที่พักเหมาะสมสำหรับ โรงแรมบูติกในย่านเมืองเก่า กรุงเทพมหานคร	37
4.17 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ นอกจากห้องพักที่ให้ความสำคัญ	38
4.18 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้ ความสำคัญเป็นอันดับแรก	39
4.19 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้ ความสำคัญเป็นอันดับสอง	40
4.20 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้ ความสำคัญเป็นอันดับสาม	41

4.21	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบริการหรือข้อเสนอแนะอื่น ๆ สำหรับโรงแรมบูติกที่ควรเพิ่มเติม	42
4.22	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเคยเข้าพักในโรงแรมบูติกหรือไม่	42
4.23	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัญหาที่พบในการเข้าพัก โรงแรมบูติก	43
4.24	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความประทับใจที่มีต่อโรงแรมบูติก	44
4.25	ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	45
4.26	ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา	46
4.27	ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	46
4.28	ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านส่งเสริมการตลาด	47
4.29	ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านพนักงาน	48
4.30	ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	48
4.31	ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ	49

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย	5
2.1 ลำดับชั้นความต้องการของ Maslow	11
3.1 แผนที่แสดงตำแหน่งย่านที่ทำการศึกษา	19
3.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย	20
3.3 รูปแบบการวิจัย	21
4.1 ช่วงเวลาที่เข้าพักโรงแรม	32
4.2 ลักษณะการออกแบบตกแต่งห้องพักโรงแรมบูติกในย่านเมืองเก่ากรุงเทพมหานคร ที่ชื่นชอบมากที่สุด	35
4.3 สิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ นอกจากห้องพักที่ให้ความสำคัญ	38

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

หลังจากผ่านวิกฤตการณ์การเมืองในปี พ.ศ. 2556 ประเทศไทยกำลังเดินทางพัฒนาเศรษฐกิจในหลายด้าน ซึ่งการท่องเที่ยวก็เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลักที่สร้างรายได้ให้กับประเทศอย่างมากมาโดยตลอด ประกอบกับในปี พ.ศ. 2558 ที่จะมาถึง ซึ่งประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้นั้นจะรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Asean Economic Community: AEC) ทำให้เกิดการวิเคราะห์และคาดการณ์กันว่ามีโอกาสอย่างมากที่จะส่งผลให้การท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้เติบโตขึ้นเป็นอย่างมาก

ประเทศไทยเมื่อเทียบกับประเทศในภูมิภาคเดียวกันแล้วมีความได้เปรียบอยู่หลายประการ เช่น ที่ตั้งอยู่ในทำเลที่เหมาะสม มีภูมิอากาศที่ท่องเที่ยวได้ทั้งปี มีวัฒนธรรมท้องถิ่นที่น่าสนใจอยู่หลากหลาย ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวค่อนข้างต่ำ (thaihotelsandtravel.com, 2556) เหล่านี้ทำให้ประเทศไทยมีโอกาสที่ดีในด้านการท่องเที่ยว

กรุงเทพมหานครเป็นเมืองที่น่าท่องเที่ยวอันดับต้น ๆ ของโลกมาตลอดระยะเวลา 4-5 ปีที่ผ่านมา แม้ว่าปีล่าสุดอันดับจะตกลงมาที่อันดับสอง (<http://www.manager.co.th>, 2557) สอดรับกับนโยบายแผนพัฒนาผังเมือง กรุงเทพมหานคร 3 ด้าน ของหม่อมราชวงศ์สุขุมพันธุ์ บริพัตร ผู้ว่าราชการจังหวัด กรุงเทพมหานคร ในปี 2556 ซึ่งหนึ่งในนั้นก็คือ “ฟื้นฟูย่านเมืองเก่าชีวิตใหม่” สำหรับแนวทางในการพัฒนาคือการปรับปรุงภูมิทัศน์ และฟื้นฟูย่านต่าง ๆ เพื่อสร้างชุมชนเข้มแข็ง อนุรักษ์ บูรณะอาคารเก่า เพื่อสร้างการท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมให้แก่กรุงเทพมหานคร นอกจากนี้แล้ว ยังเป็นการตระหนักถึงคุณค่าและความสำคัญทางประวัติศาสตร์วัฒนธรรมของอาคารเก่าที่ควรอนุรักษ์ไว้อีกด้วย

ทิศทางการท่องเที่ยวในปัจจุบันพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสมัยใหม่เริ่มมีลักษณะที่เปลี่ยนไป นอกเหนือจากเรื่องของมาตรฐานความสะดวกสบายในการพักโรงแรมแล้ว นักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญกับประสบการณ์การเดินทางที่แตกต่างมากขึ้น ดังนั้นที่พักที่เป็นมาตรฐานหรือโรงแรมเครือข่าย (chain hotels) ต่าง ๆ อาจไม่ใช่จุดหลักให้การเลือกที่พักรวมเพียงอย่างเดียว ในช่วงหลังนี้โรงแรมขนาดเล็กที่เน้นเอกลักษณ์เฉพาะตัว หรือที่เรียกว่าโรงแรมบูติก (boutique hotel) จึงได้รับความนิยมอย่างมาก (สุภัทธา สุขชู, 2547)

นอกจากแนวทางการออกแบบโรงแรมบูติก ให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและเป็นที่ต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายแล้ว แนวทางการบริหารจัดการที่มีคุณภาพยังมีความสำคัญต่อการพัฒนาธุรกิจ

โรงแรมบูติกอีกด้วย (จารุรัศมิ์ ธนุสิงห์, 2555) ซึ่งประเด็นดังกล่าวจึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจต่อการพัฒนาธุรกิจโรงแรมบูติก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการปรับปรุงอาคารเก่าแก่เพื่อนำมาพัฒนาเป็นธุรกิจโรงแรมบูติกจึงมีความสำคัญอย่างมาก

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาลักษณะด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรมในการเลือกใช้โรงแรมบูติกของนักท่องเที่ยว

1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมบูติกของนักท่องเที่ยว

1.3 ขอบเขตในการดำเนินการวิจัย

1.3.1 การวิจัยเรื่องแนวทางการปรับปรุงอาคารในย่านเมืองเก่ากรุงเทพมหานครฯ เพื่อพัฒนาเป็นโรงแรมบูติก ผู้วิจัยได้กำหนดพื้นที่ที่ทำการศึกษาโดยยึดตามย่านที่ทางกรุงเทพมหานครฯ นั้นเลือกเป็นย่านนำร่องในการพัฒนาเมืองตามแผน จำนวน 5 ย่าน ดังนี้

1.3.1.1 ย่านคลองสาน-กะดีจีน

1.3.1.2 ย่านตลาดน้อย

1.3.1.3 บริเวณโดยรอบพระบรมมหาราชวัง

1.3.1.4 ย่านเยาวราช

1.3.1.5 ตลาดยอด

1.3.2 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลในการศึกษา คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติจำนวน 400 คน ทั้งที่เคยและไม่เคยมีประสบการณ์ในการเข้าพักโรงแรมบูติก

1.3.3 ผู้วิจัยกำหนดการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการแจกแบบสอบถามให้แก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติจำนวน 400 คน โดยแบบสอบถามมีเนื้อหา ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

(1) อายุ

(2) วงจรชีวิตครอบครัว

(3) อาชีพ

(4) สถานภาพทางเศรษฐกิจ

(5) การศึกษา

(6) ค่านิยมและรูปแบบการดำเนินชีวิต

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมและลักษณะการใช้งานโรงแรมบูติกของนักท่องเที่ยว
ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมบูติก (ความคิดเห็น

Scale 1-5)

- (1) ด้านผลิตภัณฑ์ (product)
- (2) ด้านราคา (price)
- (3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (place)
- (4) ด้านการส่งเสริม (promotion)
- (5) ด้านบุคคล (people) หรือพนักงาน (employee)
- (6) ด้านกายภาพและการนำเสนอ (physical evidence/environment and presentation)
- (7) ด้านกระบวนการ (process)

1.4 ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้จะเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) จากการสอบถามความคิดเห็นจากกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ และเชิงคุณภาพ (qualitative research) จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญแขนงต่าง ๆ โดยมุ่งเน้นศึกษาปัจจัยที่เป็นแนวทางในการปรับปรุงอาคารเพื่อพัฒนาเป็นโรงแรมบูติก โดยระเบียบวิธีวิจัยดังนี้

1.4.1 ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

ข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ ข้อมูลด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โรงแรมและรีสอร์ทรวมถึงสถิติมูลค่าการท่องเที่ยว เก็บรวบรวมจากเอกสาร หนังสือ รวมถึงข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานสถิติแห่งชาติ สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว เป็นต้น ข้อมูลการปรับปรุงอาคาร ศึกษาจากเอกสารที่เผยแพร่ หนังสือ และข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

ข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ ข้อมูลของนักท่องเที่ยวเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (questionnaire) เป็นเครื่องมือในการวิจัย

1.4.2 ประชากรและหน่วยตัวอย่าง

ประชากร คือ นักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างชาติที่พักหรือเคยพักในโรงแรมประเภทบูติกในกรุงเทพมหานคร

เทคนิคการเลือกตัวอย่าง ในการศึกษาครั้งนี้ ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้วิธีการคัดเลือกตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (non – probability sampling) สุ่มตัวอย่างแบบตาม

สะดวก (convenience sampling) จากโรงแรมและแหล่งท่องเที่ยวในบริเวณเขตเมืองเก่า กรุงเทพมหานคร

จำนวนหน่วยตัวอย่าง ตามการกำหนดตัวอย่างจากกลุ่มประชากรของ Taro Yamane's ที่ความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกินร้อยละ 5 ซึ่งได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย

1.4.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

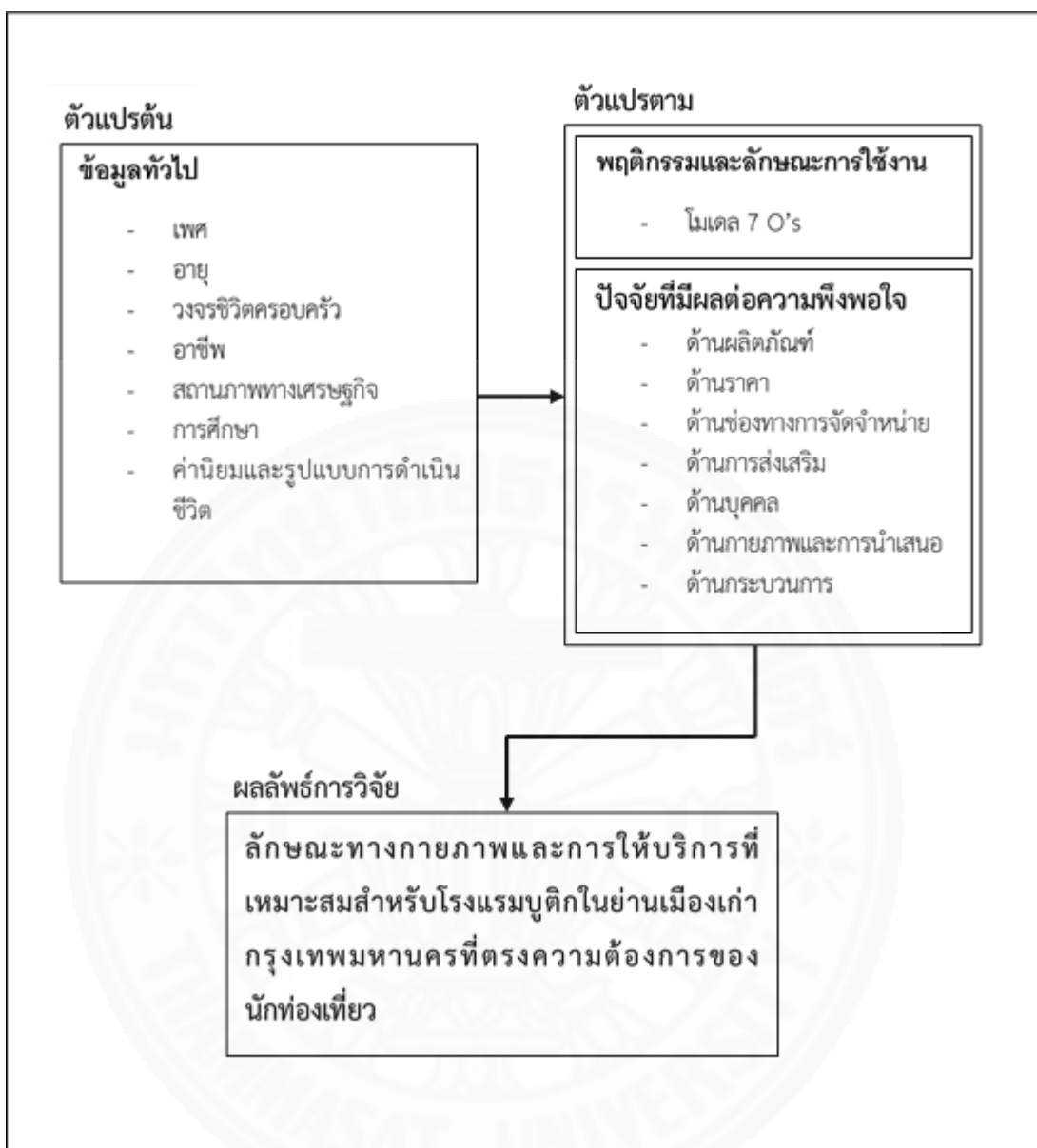
การวิจัยครั้งนี้จะใช้แบบสอบถาม (questionnaire) และเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร งานวิจัย และการสำรวจ เป็นเครื่องมือในการวิจัยโดยมีตัวแปรที่จะนำมาศึกษา ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการลักษณะการใช้งานโรงแรมบูติกของนักท่องเที่ยว

1.4.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการวิจัยนี้ได้กำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัย ตามภาพที่ 1.1 ประกอบไปด้วยตัวแปรต้น คือ พฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งประกอบไปด้วย ข้อมูลของผู้บริโภค ลักษณะการใช้งานโรงแรมบูติก



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 ผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์สามารถนำข้อมูล และผลสรุปการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางการให้บริการของโรงแรมบูติกที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างแท้จริง

1.5.2 เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจให้กับเจ้าของอาคารในย่านเมืองเก่า

1.5.3 เพื่อเป็นข้อมูลและเกณฑ์ในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่จะเข้าพักในโรงแรมบูติกรายานเมืองเก่ากรุงเทพมหานคร

1.6 นิยามศัพท์

1.6.1 โรงแรม หมายถึง ที่พักที่มีไว้สำหรับขายบริการให้แก่นักท่องเที่ยว หรือผู้มาเยือนทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ซึ่งมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ครบถ้วน เช่น ห้องปรับอากาศ ห้องชุด พักผ่อน ห้องอาหาร ห้องประชุม สระว่ายน้ำ หรือสถานบันเทิง เป็นต้น

1.6.2 โรงแรมบูติก หมายถึง โรงแรมขนาดเล็กที่มีความโดดเด่นและแตกต่างทั้งทางด้าน การออกแบบตกแต่ง การให้บริการและ กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

1.6.3 นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปอยู่ในสถานที่อันมิใช่ที่พักถาวรของตน ซึ่งเป็นการเดินทางไปอยู่ชั่วคราวเพื่อวัตถุประสงค์อื่น ๆ ที่ไม่ใช่วัตถุประสงค์ทางธุรกิจ

บทที่ 2

วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง แนวทางการปรับปรุงอาคารในย่านเมืองเก่ากรุงเทพมหานคร เพื่อพัฒนาเป็นโรงแรมบูติก ผู้วิจัยมุ่งที่จะศึกษาแนวทางในการปรับปรุงทั้งในด้านความต้องการของผู้บริโภค และลักษณะทางกายภาพ โดยได้นำ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาประกอบการศึกษา และเพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิด ดังนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจโรงแรมบูติก
 - 2.1.1 ความหมายของโรงแรมบูติก
 - 2.1.2 องค์ประกอบพื้นฐานของโรงแรมบูติก
 - 2.1.3 ประเภทของโรงแรมบูติก
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภค
 - 2.2.1 ลำดับชั้นความต้องการของมนุษย์
 - 2.2.2 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว
 - 2.2.3 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (analyzing consumer behavior)
 - 2.2.4 ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด
- 2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.4 บทสรุปแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจโรงแรมบูติก

2.1.1 ความหมายของโรงแรมบูติก

คำว่า “บูติก (boutique)” นั้นความหมายตามพจนานุกรม คือ ร้านเล็ก ๆ ที่ขายสินค้าหรือบริการที่เฉพาะเจาะจง หรือ ร้านขายเครื่องแต่งกายที่เครื่องประดับที่นำสมัย ส่วนคำว่า “บูติกโฮเทล (Boutique Hotel)” มีผู้ให้คำนิยามอยู่หลากหลายความหมายตามแต่ประสบการณ์ หรือลักษณะของโรงแรมที่พบเจอ โดย Lucienne Anhar (2001) ได้กล่าวไว้ว่าลักษณะเด่นของโรงแรมบูติก ที่ทำให้แตกต่างออกจากโรงแรมอื่น ๆ ทั่วไป จะแบ่งได้สามด้านหลัก ๆ ดังนี้

(1) ด้านสถาปัตยกรรม (architecture and design style) รูปแบบการออกแบบนั้น จะมีความโดดเด่น มีความอบอุ่นใกล้ชิดกับผู้พัก จะไม่ถูกจำกัดอยู่กับรูปแบบมาตรฐานทั่วไป บางโรงแรมอาจมีการตกแต่งในแต่ละห้องพักด้วยรูปแบบที่แตกต่างกัน เพื่อให้ประสบการณ์ในการพักของลูกค้าแต่ละ

ครั้งไม่เหมือนกัน หรือบางแห่งอาจทำการชุบชีวิตให้กับอาคารเก่า ผสมผสานความเป็นอดีต และการตกแต่งสมัยใหม่ที่ร่วมสมัย ก็ทำให้โรงแรมมีความแตกต่างโดดเด่นจากโรงแรมทั่ว ๆ ไป

(2) ด้านการให้บริการ (service) ความเป็นโรงแรมบูติกนั้นนอกจากเรื่องรูปร่างหน้าตาของโรงแรมแล้ว สิ่งที่ทำให้แตกต่างจากโรงแรมโดยทั่วไปคือการให้ความสำคัญกับประสบการณ์การเข้าพัก และการให้บริการของโรงแรม พนักงานจะเน้นการให้บริการที่อบอุ่น ใกล้ชิดและเป็นกันเอง เนื่องด้วยขนาดที่มักจะมิขนาดไม่ใหญ่มากนัก จึงทำให้การให้บริการทำได้ทั่วถึงกว่าโรงแรมขนาดใหญ่ ๆ

(3) ด้านกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (target market) โรงแรมบูติกนั้นจะเน้นกลุ่มลูกค้าเฉพาะกลุ่มที่ต้องการเลือกพักโรงแรมที่แตกต่างจากโรงแรมมาตรฐานทั่วไป ในช่วงแรก ๆ นั้นจะเป็นลูกค้าในกลุ่มที่มีรายได้สูง ซึ่งในปัจจุบันโรงแรมประเภทนี้ก็ได้มีเพิ่มมากขึ้น แยกเป็นหลายขนาดและหลายระดับ จึงไม่ได้ขึ้นอยู่กับระดับรายได้ของผู้มาพักเป็นหลัก แต่จะขึ้นอยู่กับประสบการณ์ความแตกต่างที่ลูกค้าต้องการนั่นเอง

โดยโรงแรมบูติกต้นฉบับแห่งแรกของโลกคือโรงแรม Blake's Hotel London ประเทศอังกฤษ ในปีคริสต์ทศวรรษ 1978 เป็นโรงแรมระดับ 5 ดาวที่โดดเด่นในด้านของการออกแบบ การให้บริการ และความเป็นส่วนตัว มีห้องพักจำนวน 52 ห้อง และเป็นผู้นำของการใช้คำว่า “Boutique Hotel” อย่างเป็นทางการ

จาร์จรัสมิ์ ธนูสิงห์ (2555) ให้คำจำกัดความโรงแรมบูติกว่า คือ โรงแรมขนาดเล็กที่มีความหรูหรา ให้ความสำคัญในเรื่องความโดดเด่นของสถาปัตยกรรม การบริการที่ให้ความเอาใจใส่ใกล้ชิดจากพนักงาน และการนำเสนอเรื่องราวความเป็นมาผ่านทางสถาปัตยกรรม การบริการของโรงแรมบูติกจะต้องสามารถตอบสนองต่อรูปแบบการดำรงชีวิตของผู้มาใช้บริการจึงเป็นสถานที่ที่สามารถสะท้อนให้เห็นถึงบุคลิกและรูปแบบการดำรงชีวิตของผู้มาใช้บริการ

2.1.2 องค์ประกอบพื้นฐานของโรงแรมบูติก

องค์ประกอบที่พื้นฐานของโรงแรมบูติกหากมองในด้านการบริหารจัดการแล้ว จาร์จรัสมิ์ ธนูสิงห์ (2555) ได้กล่าวไว้ว่ารูปแบบในการบริหารจัดการโรงแรมบูติกแบ่งได้ออกเป็น 4 มิติ ได้แก่

(1) มิติด้านการจัดองค์กร ในมิติด้านการจัดองค์กร พบว่า โรงแรมบูติกมีการบริหารจัดการไม่ได้แตกต่างจากโรงแรมประเภทอื่น ๆ หรือโรงแรมแบบเครือข่ายมากนักแต่ ส่วนที่แตกต่างคือ ในส่วนผังโครงสร้างองค์กรซึ่งจะเล็กและไม่ซับซ้อนนัก ทำให้มีข้อดีคือ ช่วยลดขั้นตอนและระยะเวลาในการดำเนินงานภายในองค์กร สามารถตัดสินใจให้บริการหรือตัดสินใจแก้ปัญหาได้รวดเร็ว ทำให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการและสามารถสร้างความพึงพอใจแก่ผู้รับบริการได้เพิ่มมากขึ้น

(2) มิติด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ในมิติด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ สิ่งที่แตกต่างกันระหว่างโรงแรมบูติกและโรงแรมประเภทอื่น ๆ ในแง่การบริหารทรัพยากรมนุษย์ คือด้านคุณสมบัติของบุคลากร ที่จะต้องตรงกับรูปแบบการให้บริการที่มีลักษณะเฉพาะตัวของโรงแรมบูติกนั้น ๆ และยังให้ความสำคัญถึงการบริการที่เป็นกันเองใกล้ชิดกับผู้มาใช้บริการมากกว่า โดยที่บุคลากรจะถูกปลูกฝังให้มีความรักในองค์กร อยากที่จะทำงานเพื่อองค์กรมากกว่า

(3) มิติด้านการบริการ ในมิติด้านการบริการนั้น โรงแรมบูติกสามารถตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจได้ครบถ้วนและรวดเร็วกว่าโรงแรมประเภทอื่น ๆ ด้วยข้อได้เปรียบในด้านขนาดที่ไม่ใหญ่มากนัก ทำให้การเข้าถึง การให้การตอบสนอง สามารถทำได้ทันทั่วถึง

(4) มิติด้านการตลาดบริการ สำหรับมิติสุดท้ายด้านการตลาดบริการ โดยการอ้างอิงจากแนวคิดส่วนผสมทางการตลาด 4Ps โรงแรมบูติกจะเน้นขายประสบการณ์และภาพลักษณ์ของสินค้ามากกว่าตัวสินค้าจริง ๆ ซึ่งต้องใช้ความพยายามในการทำการตลาดที่มากกว่าโรงแรมโดยทั่วไป โดยช่องทางที่มีประสิทธิภาพและราคาถูกคือช่องทางทางอินเทอร์เน็ต

2.1.3 ประเภทของโรงแรมบูติก

สำหรับโรงแรมบูติกในประเทศไทย หากแบ่งออกตามรูปแบบของที่พัก สามารถจำแนกออกเป็นประเภทต่าง ๆ ได้ดังนี้

(1) ที่พักที่ดัดแปลงมาจากอาคารเก่าแก่ที่มีประวัติศาสตร์ยาวนาน โดยมีแนวโน้มที่เด่นชัดในย่านเก่าแก่ อาทิ เกษะรัตนโกสินทร์และพื้นที่รอบ ๆ เช่น ย่านถนนพระสุเมรุ ซึ่งอยู่การไม่ไกลจากสถานที่สำคัญ ได้แก่ ภูเขาทอง อนุสาวรีย์ประชาธิปไตย บางลำพู พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ และพระบรมมหาราชวัง เป็นต้น

(2) ที่พักที่มีการออกแบบให้มีสไตล์ที่ทันสมัย และสะท้อนความเป็นตัวตนของโรงแรมและผู้เข้าพัก นิยมเรียกกันว่า “hip hotel”

(3) ที่พักที่ออกแบบทุกองค์ประกอบอย่างละเอียด โดยเน้นประโยชน์การใช้สอยของพื้นที่ หรือข้าวของเครื่องใช้ และของตกแต่งค่อนข้างมาก เรียกได้ว่าเป็นโรงแรมบูติกระดับหรู หรือโรงแรมบูติกระดับ 5 ดาว ที่มุ่งจับตลาดระดับบน ส่วนใหญ่จะเป็นโรงแรมบูติกที่บริหารแบบโรงแรม

เครือข่าย ซึ่งจะเน้นการออกแบบเป็นสำคัญ ส่วนด้านบริการ ยังเหมือนโรงแรมขนาดใหญ่ที่ให้บริการแบบมาตรฐาน โรงแรมบูติคกลุ่มนี้มักมีราคาแพง เรียกกันว่า “designer hotel”

(4) ที่พักที่ให้ความสำคัญกับรายละเอียดในรูปแบบการใช้งานของผู้มาพัก (lifestyle) เรียกกันว่า “lifestyle hotel” เช่น เน้นกลุ่มที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ใส่ใจในสุขภาพ โดยมีบริการสปา รวมทั้งร้านอาหารประเภทอาหารอินทรีย์ (organic food) กลุ่มที่ชื่นชอบในงานศิลปะ และของเก่า กลุ่มที่ต้องการความเงียบสงบ ความเป็นส่วนตัว ในบรรยากาศความเป็นธรรมชาติที่ร่มรื่น ผ่อนคลาย กลุ่มที่ต้องการประสบการณ์อะไรที่แปลกใหม่ ไม่เคยพบเห็นมาก่อน กลุ่มที่เน้นการประหยัดพลังงาน และลดโลกร้อน ภายใต้แนวคิดสีเขียว (green idea) และกลุ่มที่ต้องการบริการที่สัมผัสกับสิ่งแวดล้อม และชุมชนในท้องถิ่นนั้น ๆ เป็นต้น (ศูนย์วิจัยธนาคารกสิกรไทย, 2555)

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภค

ธุรกิจโรงแรมนั้นเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ ซึ่งจะต้องตอบสนองกับความต้องการของลูกค้า ดังนั้นจึงต้องทำความเข้าใจในด้านพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้าเสียก่อน

ผู้บริโภค ในงานวิจัยนี้หมายถึงนักท่องเที่ยว หรือลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการโรงแรม ซึ่งในด้านการรับบริการนั้นก็มีความแตกต่างออกไปจากการใช้บริการในธุรกิจอื่น ๆ

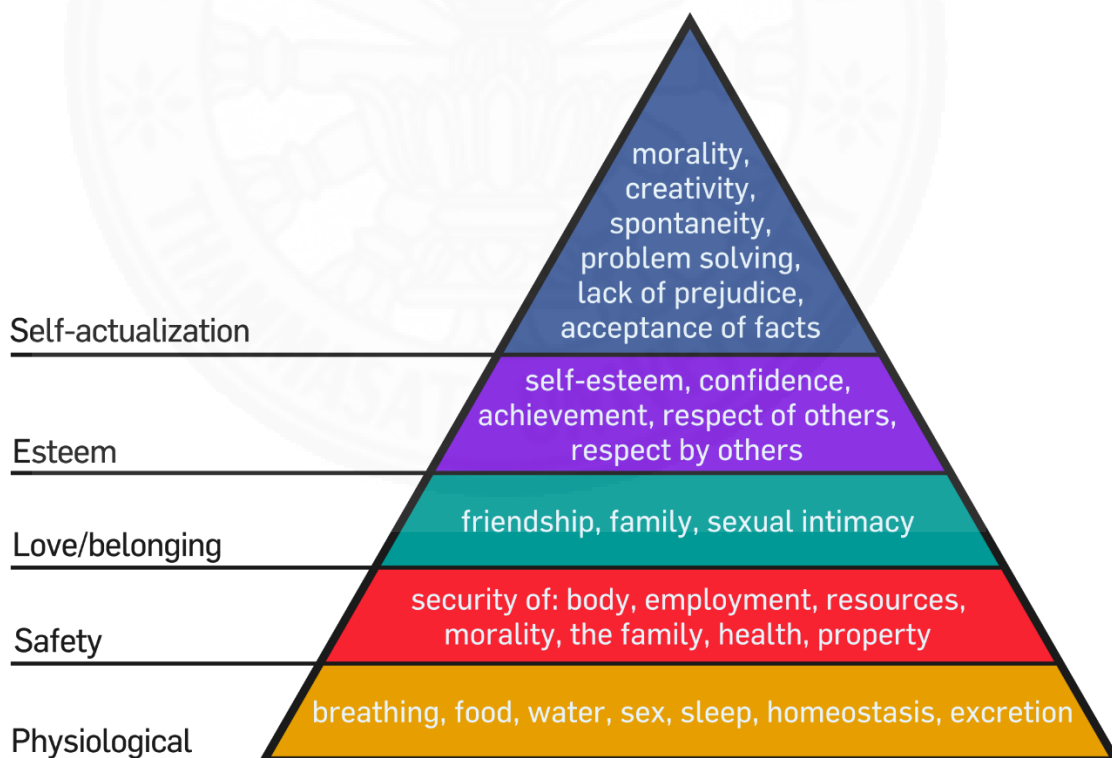
จิระวัฒน์ อนุวิชานนท์ (2554) ได้กล่าวถึงคำว่า “servicescapes” ซึ่งหมายถึงรูปแบบหรือสภาพแวดล้อมที่มีลักษณะทางกายภาพ รวมไปถึงองค์ประกอบอื่น ๆ ที่มีผลต่อประสบการณ์การบริการของลูกค้า ซึ่งเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการพัฒนาโรงแรมเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งแบ่งได้ออกเป็น 4 ประการ

- (1) เพื่อสร้างประสบการณ์และพฤติกรรมของลูกค้า
- (2) เพื่อส่งเสริมภาพพจน์ การวางตำแหน่งทางการตลาด และการสร้างความแตกต่าง
- (3) เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า
- (4) เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับบริการและส่งเสริมความสามารถในการผลิต

2.2.1 ลำดับชั้นความต้องการของมนุษย์

ลำดับชั้นความต้องการของมนุษย์ (the need –hierarchy conception of human motivation) Maslow (1943) ได้เรียงลำดับความต้องการของมนุษย์จากขั้นต้นไปสู่ความต้องการขั้นต่อไปไว้เป็นลำดับดังนี้

- (1) ความต้องการทางด้านร่างกาย (physiological needs)
- (2) ความต้องการความปลอดภัย (safety needs)
- (3) ความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของ (belongingness and love needs)
- (4) ความต้องการได้รับความนับถือยกย่อง (esteem needs)
- (5) ความต้องการที่จะเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง (self-actualization needs)



ภาพที่ 2.1 ลำดับชั้นความต้องการของ Maslow

จากภาพที่ 3.1 โดยปกติแล้วโรงแรมโดยทั่วไปในระดับเดียวกันนั้น ความต้องการของลูกค่านั้นจะหยุดอยู่ที่ชั้นที่ 2 – 3 เท่านั้น ส่วนโรงแรมบูติกนั้น กลุ่มลูกค้าที่เข้ามาพักส่วนใหญ่ล้วนต้องการประสบการณ์ที่แตกต่างออกไป ซึ่งความต้องการของลูกค้ากลุ่มนี้อาจจะไปถึงชั้นที่ 4 หรือ 5

2.2.2 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

จิระวัฒน์ อนุวิชานนท์ (2554) ได้กล่าวถึงปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าพักโรงแรมของนักท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 6 ข้อ ดังนี้

(1) อายุ (age) อายุที่แตกต่างกันในแต่ละช่วงวัยนั้น จะมีความแตกต่างกันในเรื่องความต้องการและความสนใจที่แตกต่างกันด้วย เช่นการท่องเที่ยวทางโบราณสถานจะดึงดูดใจวัยผู้ใหญ่มากกว่า เป็นต้น

(2) วงจรชีวิตครอบครัว (family life cycle) ช่วงชีวิตของแต่ละบุคคลก็ส่งผลถึงลักษณะการท่องเที่ยวด้วย เช่น สถานะทางการสมรส อายุของบุตรในขณะนั้น ๆ ซึ่งหากบุตรมีอายุน้อยก็อาจมีแนวโน้มในการเดินทางน้อยลง หรือการตัดสินใจในการเข้าพักในโรงแรมที่มีความสะดวกสบายมากขึ้น

(3) อาชีพ (occupation) อาชีพมาความสัมพันธ์กับสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม แต่ละอาชีพอาจมีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน เช่น นักธุรกิจเดินทางเพื่อการเข้าร่วมประชุม เป็นต้น

(4) สถานภาพทางเศรษฐกิจ (economic circumstances) ประกอบด้วย รายได้ การออม อำนาจในการซื้อ และทัศนคติเกี่ยวกับการใช้จ่าย ซึ่งจะส่งผลถึงการเลือกระดับในการให้บริการของโรงแรม

(5) การศึกษา (education) ผู้มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะหาข้อมูล ใช้หลักเหตุผลในการเปรียบเทียบทั้งเรื่องราคาและคุณภาพ เพื่อให้ได้รับการบริการที่สมเหตุสมผลกับราคาที่จ่ายไป เป็นต้น

(6) ค่านิยมและรูปแบบการดำเนินชีวิต (value and lifestyle) เช่น กลุ่มที่มีแนวคิดด้านอนุรักษ์นิยม จะสนใจท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต เป็นต้น

2.2.3 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (analyzing consumer behavior)

ศิริวราธร พงศกรรังศิลป์ (2547) ได้กล่าวถึงการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (analyzing consumer behavior) โดยใช้หลักการโมเดล 7 O's และโมเดล 6 W's และ 1 H ซึ่งมีลักษณะเป็นคำถามและคำตอบต่อกันเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ประกอบไปด้วย

ตาราง 2.1

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค 7 O's Model

6 W's 1H (คำถาม)	7 O's (คำตอบ)
ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย Who constitutes the market?	ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย Occupants
ผู้บริโภคซื้ออะไร What does the market buy?	สิ่งที่ลูกค้าซื้อ Objects
ทำไมลูกค้าจึงซื้อสินค้านั้น Why does the market buy?	วัตถุประสงค์ในการซื้อ Objectives
ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ Who participates in the buying?	ผู้ที่เกี่ยวข้องในการซื้อ Organization
ผู้บริโภคซื้ออย่างไร How does the market buy?	กระบวนการตัดสินใจซื้อ Operations
ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด When does the market buy?	โอกาสในการซื้อ Occasions
ผู้บริโภคซื้อที่ไหน Where does the market buy?	สถานที่จำหน่ายสินค้า Outlets

ศิริวราธร เสรีรัตน์ (2546) ได้อธิบายโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค 7 O's Model ดังนี้

(1) ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (who is in the target market?) เป็นคำถามเพื่อต้องการทราบถึงตลาดเป้าหมาย (target market) หรือลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (occupants) ทางด้านประชากรศาสตร์ ภูมิศาสตร์ จิตวิทยา หรือจิตวิเคราะห์ และ พฤติกรรมศาสตร์

(2) ผู้บริโภคซื้ออะไร (what does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อต้องการทราบถึงสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อและต้องการได้จากผลิตภัณฑ์ (objects) คือ ต้องการคุณสมบัติหรือ

องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (product component) และความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง (competitive differentiation)

(3) ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (why does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อต้องการทราบถึงวัตถุประสงค์ซื้อ (objectives) ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพื่อสนองความต้องการของเขาด้านร่างกายและด้านจิตวิทยา ซึ่งต้องศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อคือปัจจัยภายในหรือปัจจัยทางจิตวิทยา ปัจจัยทางสังคม และวัฒนธรรม และ ปัจจัยเฉพาะบุคคล

(4) ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (who participates in the buy?) เป็นคำถามเพื่อต้องการทราบถึงบทบาทของกลุ่มต่าง ๆ (organizations) ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อประกอบด้วย ผู้ริเริ่ม ผู้ที่มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อ และ ผู้ใช้

(5) ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (when does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อต้องการทราบถึงโอกาสในการซื้อ (occasions) เช่น ช่วงเดือนใดของปี หรือช่วงฤดูกาลใดของปี ช่วงวันใดของเดือน ช่วงเวลาใดของวัน โอกาสพิเศษหรือเทศกาลวันสำคัญต่าง ๆ เป็นต้น

(6) ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (where does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อต้องการทราบถึง สถานที่ ช่องทางหรือแหล่ง (outlets) ที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อ เช่น ห้างสรรพสินค้าซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านขายของชำ เป็นต้น

(7) ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (how does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อต้องการทราบถึงขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (operations) ประกอบด้วย การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูลการประเมินผลทางเลือก ตัดสินใจซื้อ และ พฤติกรรมภายหลังการซื้อ

2.2.4 ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด

Philip Kotler (2003) ได้ให้แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (service marketing mix) ไว้ว่าเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการซึ่งเป็นธุรกิจที่แตกต่างสินค้าอุปโภคและบริโภคทั่วไป จำเป็นจะต้องใช้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) 7 อย่าง หรือ 7P's ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด ซึ่ง 7P's นั้นประกอบไปด้วย

(1) ด้านผลิตภัณฑ์ (product) คือ ผลรวมของ “วัตถุ” (objects) และ “กระบวนการ” (processes) ซึ่งให้คุณค่าแก่ลูกค้า ปัจจุบันคำว่าผลิตภัณฑ์เป็นคำที่มีความหมายรวมถึง สินค้า (manufactured goods/products) และบริการ (services)

(2) ด้านราคา (price) คือ มูลค่าของผลิตภัณฑ์ซึ่งสามารถสร้างรายได้ให้แก่ผู้ผลิตและมีอิทธิพลต่อการรับรู้ในเรื่องคุณค่าและคุณภาพของบริการที่ผู้ผลิตนำเสนอ ดังนั้นการกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตจำเป็นต้องเลือกวิธีใดวิธีหนึ่งในวิธีหลัก 3 วิธี คือ วิธีการกำหนดราคาจากต้นทุน (cost-based pricing) วิธีการกำหนดราคาจากการแข่งขัน (competition-based

Pricing) และวิธีกำหนดราคาจากคุณค่าของผลิตภัณฑ์ลูกค้ารับรู้ (Value-based Pricing) และวิธีกำหนดราคาจากคุณค่าของผลิตภัณฑ์ลูกค้ารับรู้ (Value-based Pricing)

(3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (place) ประกอบด้วย 2 ประเด็นหลัก คือ การเลือกทำเลที่ตั้งสำหรับให้บริการ (location) และช่องทางการนำเสนอบริการ (channels) ในการตัดสินใจเกี่ยวกับการจัดจำหน่ายบริการผู้บริหารกิจการบริการจะต้องคำนึงถึงหลักเกณฑ์ที่สำคัญ 2 ประการคือ การเข้าถึงได้ (accessibility) ได้แก่ ความง่ายและความสะดวกสบายในการซื้อ ในการใช้ หรือในการรับบริการ และความพร้อมที่จะให้บริการ (availability) ได้แก่ ระดับความพร้อมในการให้บริการแก่ลูกค้าซึ่งจะทำให้ลูกค้าสามารถซื้อ ใช้ หรือรับบริการได้ เนื่องจากบริการไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ (perishability) ดังนั้นการจัดจำหน่ายบริการนักบริการนักการตลาดจึงควรให้ความสำคัญกับ 3 ปัจจัย ที่สำคัญ คือ สถานที่ในการนำเสนอบริการ (where) เวลาในการนำเสนอบริการ (when) และวิธีการในการนำเสนอบริการ (how)

(4) ด้านการส่งเสริม (promotion) คือ การให้ข้อมูลที่จำเป็นแก่ลูกค้า ให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ชักจูงใจให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ และช่วยเตือนความจำแก่ลูกค้า ดังนั้นนักการตลาดจำเป็นต้องรู้จักเลือกใช้เครื่องมือในการสื่อสารต่าง ๆ ให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการบริการของกิจการ

(5) ด้านบุคคล (people) หรือพนักงาน (employee) คือ ผู้มีส่วนร่วมในการนำเสนอบริการให้กับลูกค้า ซึ่งมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของลูกค้า ซึ่งบุคคลจึงต้องรวมถึงพนักงานของกิจการ ลูกค้าที่มาใช้บริการ และลูกค้าคนอื่น ๆ ที่อยู่ในสภาพแวดล้อมของบริการนั้นด้วย เฉพาะอย่างยิ่งพนักงานส่วนหนามีความสำคัญต่อความสำเร็จในการให้บริการ

(6) ด้านกายภาพและการนำเสนอ (physical evidence/environment and presentation) หมายถึง สิ่งที่เป็นรูปธรรมต่าง ๆ ที่สามารถมองเห็นหรือรับรู้ได้และใช้เป็นเครื่องบ่งชี้ถึงคุณภาพของบริการ ดังนั้น หลักฐานทางกายภาพจึงอาจรวมถึง สิ่งแวดล้อมทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ สถานบริการหรือสถานที่ในการให้บริการซึ่งกิจการและลูกค้ามีปฏิสัมพันธ์กัน และสิ่งต่าง ๆ ที่จับต้องได้ซึ่งอำนวยความสะดวกหรือช่วยสื่อสารเกี่ยวกับบริการ อย่างไรก็ตาม หลักฐานทางกายภาพสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. ภูมิทัศน์บริการ (servicescape) คือ สภาพแวดล้อมทางกายภาพทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ในการให้บริการลูกค้า แบ่งออกเป็น 2 ประเภทย่อย คือ สภาพแวดล้อมภายนอก (facility exterior) เช่น รูปลักษณ์ภายนอกของตัวอาคาร และที่จอดรถ เป็นต้น และสภาพแวดล้อมภายใน (facility interior) เช่น การตกแต่งภายในตัวสถานที่ให้บริการ เป็นต้น

2. สิ่งที่ต้องจับต้องได้ประเภทอื่น (other tangibles) หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่สามารถมองเห็นเป็นรูปธรรมที่ช่วยในการสื่อสารกับลูกค้า เช่น นามบัตร เครื่องแบบและการแต่งกายของพนักงาน เอกสาร แผนพับต่าง ๆ เป็นต้น

(7) ด้านกระบวนการ (process) คือ ขั้นตอน วิธีการ งานประจำ และงานต่าง ๆ ที่ต้องปฏิบัติตามกำหนดเวลา รวมถึงกิจการต่าง ๆ ในการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการให้กับลูกค้า หรืออาจกล่าวอีกนัยหนึ่ง กระบวนการก็คือ วิธีการและขั้นตอนต่าง ๆ ที่ใช้เพื่อให้กิจการบรรลุผลสำเร็จที่ต้องการ

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาปัจจัยที่มีผลในการเลือกเข้าพักโรงแรมบูติก ในย่านเมืองเก่ากรุงเทพมหานครมีดังต่อไปนี้

อนาวิน อ่อนสำอางค์ (2557) ศึกษาเรื่องการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมบูติกของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ลักษณะด้านประชากรของนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นกลุ่มที่มีการศึกษาและรายได้ดี มีกำลังซื้อ โดยมีพฤติกรรมการหาข้อมูลการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ตและท่องเที่ยวโรงแรมบูติกปีละ 2-3 ครั้ง โดยปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงานเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยที่มีความสำคัญลำดับสุดท้ายคือ ปัจจัยด้านราคา ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับหัวใจของการดำเนินธุรกิจโรงแรมบูติก คือ การบริการและการออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์ ดังนั้นผู้ประกอบการโรงแรมบูติกควรให้ความสำคัญกับการบริการเป็นอย่างมาก เนื่องจากนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญเป็นลำดับต้น ๆ เพื่อรักษารฐานลูกค้าและสร้างความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืนต่อไป

จารุรัศมี ธนุสิงห์ (2555) ศึกษาเรื่อง แนวทางการบริหารจัดการโรงแรมบูติก กรณีศึกษาโรงแรมระรินจินดา เวลเนส สปา รีสอร์ทจังหวัดเชียงใหม่ ได้ข้อสรุปดังนี้ (1) มิติการจัดองค์กร เป็นองค์กรขนาดเล็กทำให้มีข้อได้เปรียบ คือ ช่วยลดขั้นตอนและระยะเวลาในการดำเนินงานภายในองค์กรในด้านการสื่อสารภายในองค์กร ทำให้เกิดประสิทธิภาพในการสื่อสารมากขึ้น (2) มิติด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ เน้นการดูแลบุคลากรอย่างใกล้ชิด ข้อดีคือก่อให้เกิดบรรยากาศที่ดีในการทำงาน เมื่อบุคลากรทำงานได้อย่างมีความสุขก็จะสามารถให้บริการที่ดีนอกจากนี้ยังเกิดความภักดีต่อองค์กร (3) มิติด้านการบริการ เน้นการให้บริการที่ใกล้ชิดและพยายามตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ นอกจากนี้ยัง

มุ่งให้บริการที่เหนือความคาดหมายเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า และ (4) มิติด้านตลาดบริการ พบว่าช่องทางการตลาดที่โรงแรมใช้มากที่สุด คือ เว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ต รองลงมาคือผ่านตัวแทนจำหน่าย ส่วนช่องทางการประชาสัมพันธ์ คือ การเดินสายร่วมกิจกรรมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ของโรงแรมให้เป็นที่รู้จักทั้งในและต่างประเทศ

2.4 สรุปแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนวรรณกรรมในบทที่ 2 นี้ ผู้วิจัยได้รับรู้ถึงความหมาย แนวคิด ทฤษฎีและวิธีการต่าง ๆ ซึ่งมีความสอดคล้องสัมพันธ์กับการวิจัยในครั้งนี้ อันได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจโรงแรมบูติก แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมและความต้องการของ ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการออกแบบการวิจัย ซึ่งจะนำเสนอวิธีการวิจัยในบทที่ 3 และนำเสนอผลการวิจัยและบทสรุปของงานวิจัยในบทที่ 4 และ 5 ต่อไป

บทที่ 3 วิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่องแนวทางการปรับปรุงอาคารในย่านเมืองเก่ากรุงเทพมหานคร เพื่อพัฒนาเป็นโรงแรมบูติก ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางในการดำเนินการวิจัยโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.1 ขอบเขตการศึกษา

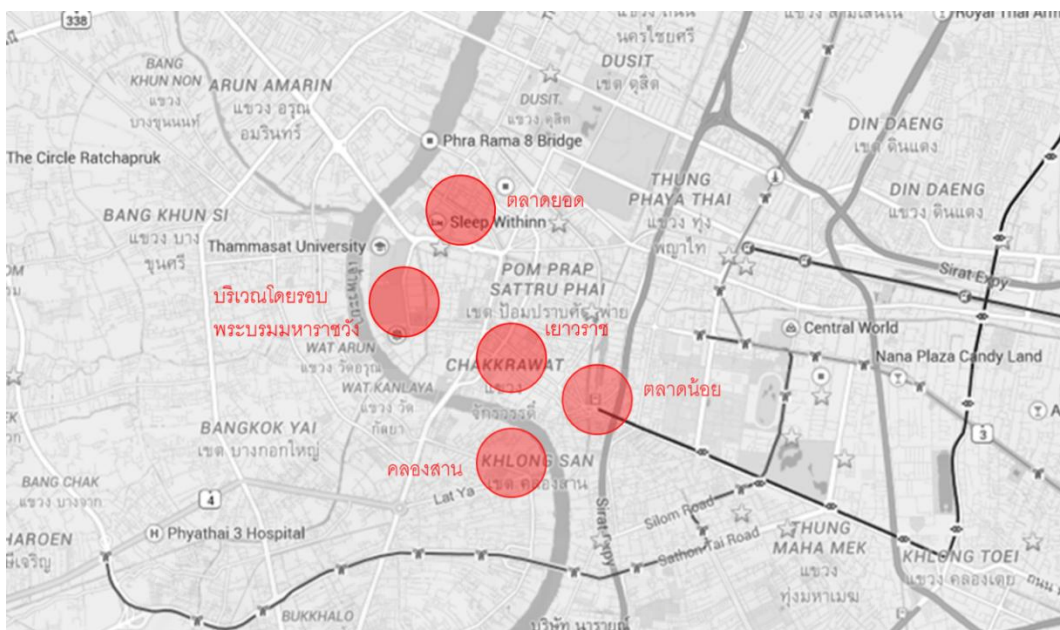
3.1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาลักษณะด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการใช้โรงแรมบูติก โดยมุ่งเน้นจะศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเข้าพักโรงแรมบูติก ที่อยู่ในย่านเมืองเก่ากรุงเทพมหานคร

3.1.2 ขอบเขตด้านพื้นที่

การวิจัยการศึกษาปัจจัยที่มีผลในการเลือกเข้าพักโรงแรมบูติก ในย่านเมืองเก่ากรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้กำหนดพื้นที่ที่ทำการศึกษาโดยยึดตามย่านที่ทางกรุงเทพมหานครนั้นเลือกเป็นย่านนำร่องในการพัฒนาเมืองตามแผนแม่บทกรุงเทพมหานคร จำนวน 5 ย่าน ดังนี้

- (1) ย่านคลองสาน-กะดีจีน
- (2) ย่านตลาดน้อย
- (3) บริเวณโดยรอบพระบรมมหาราชวัง
- (4) ย่านเยาวราช
- (5) ตลาดยอด



ภาพที่ 3.1 แผนที่แสดงตำแหน่งย่านที่ทำการศึกษ

3.1.3 ขอบเขตด้านประชากร

สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากร คือ นักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างชาติทั้งที่เคยและไม่เคยมีประสบการณ์ในการเข้าพักในโรงแรมประเภทบูติกในกรุงเทพมหานคร

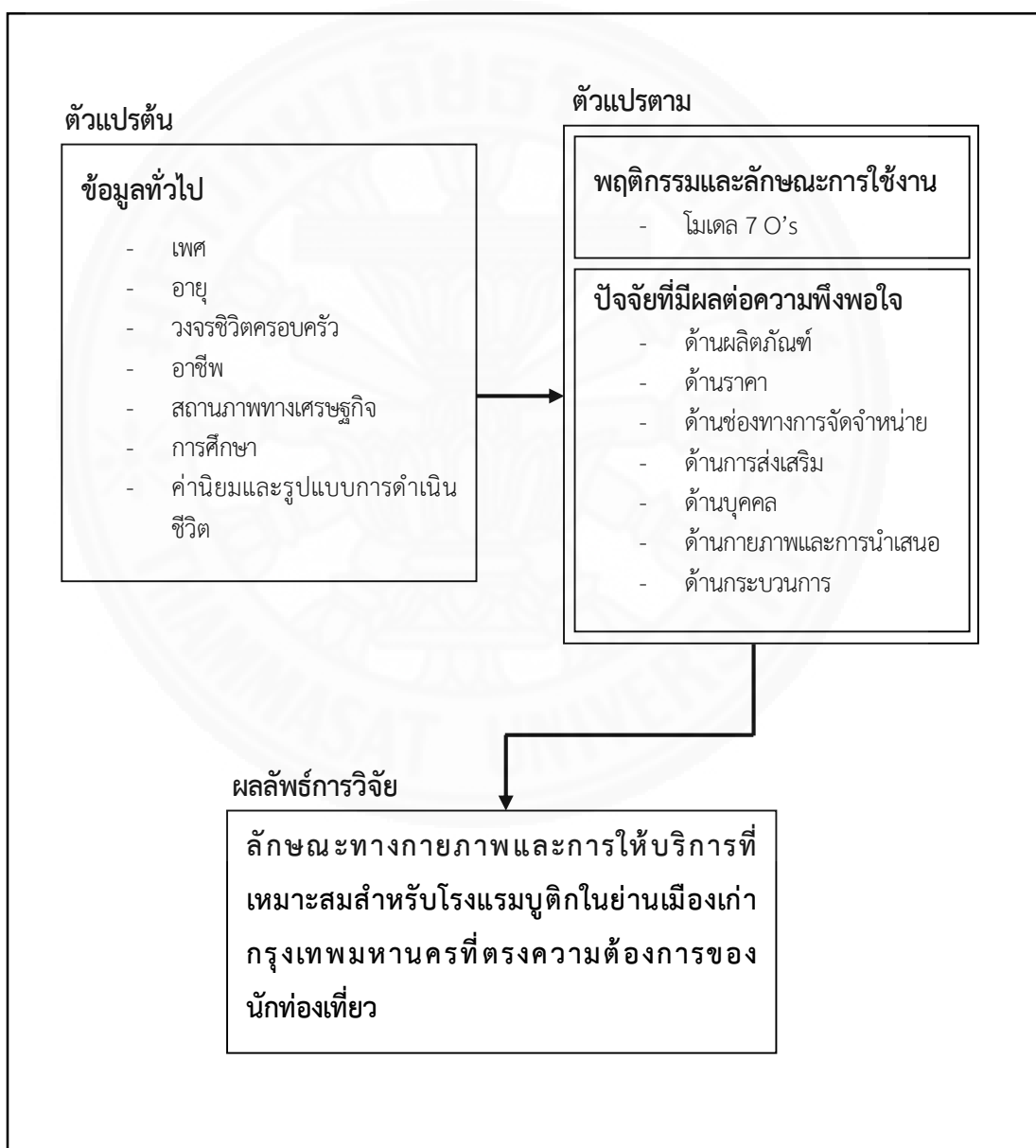
3.2 การกำหนดขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือก

เทคนิคการเลือกตัวอย่าง ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้น สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณจึงใช้วิธีการคัดเลือกตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (non-probability sampling) สุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (convenience sampling) จากโรงแรมและแหล่งท่องเที่ยวในบริเวณเขตเมืองเก่ากรุงเทพมหานคร โดยกำหนดตัวอย่างจากกลุ่มประชากรของ Taro Yamane's ที่ความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกินร้อยละ 5 ซึ่งได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย

3.3 กรอบการวิจัย

ในการวิจัยนี้ได้กำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัย ตามภาพที่ 3.2 ประกอบไปด้วยตัวแปรต้น คือ พฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งประกอบไปด้วย ข้อมูลของผู้บริโภค ลักษณะการใช้งานโรงแรมบูติก และ ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ

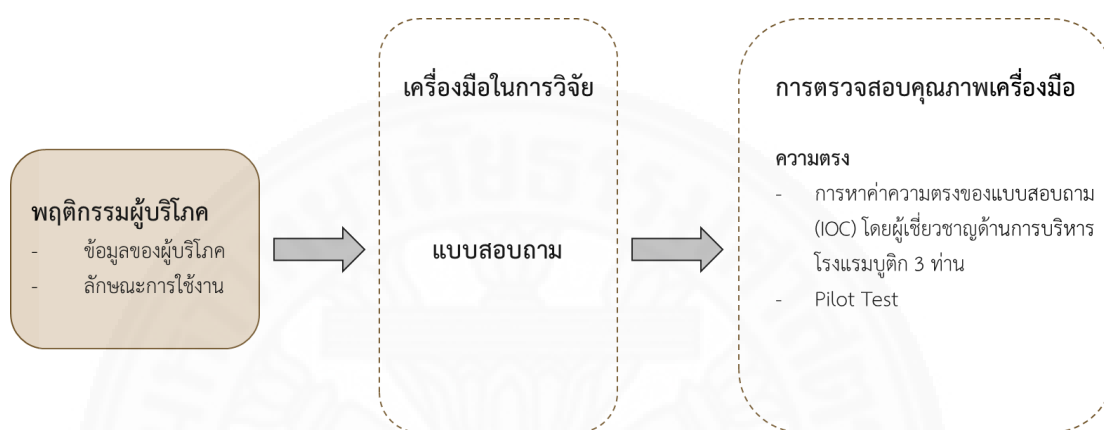
ตัวแปรตามคือ ลักษณะทางกายภาพและการให้บริการที่เหมาะสมสำหรับโรงแรมบูติกในย่านเมืองเก่า กรุงเทพมหานคร



ภาพที่ 3.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

3.4 รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้จะเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) โดยมุ่งเน้นศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเข้าพักโรงแรมบูติก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้ คือ การวิเคราะห์เนื้อหา และใช้การประมวลผลทางสถิติต่อไป



ภาพที่ 3.3 รูปแบบการวิจัย

โดยที่แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยว จะประกอบด้วยเนื้อหา 3 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมและลักษณะการใช้งานโรงแรมบูติกของนักท่องเที่ยว
- ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมบูติก

แบบสอบถามตอนที่ 1 จะมีลักษณะการสอบถามข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ อายุ วงจรชีวิตครอบครัว อาชีพ สถานภาพทางเศรษฐกิจ การศึกษา ค่านิยมและรูปแบบการดำเนินชีวิต

แบบสอบถามตอนที่ 2 จะมีลักษณะการสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมและลักษณะการใช้งานโรงแรมบูติกของนักท่องเที่ยว เช่น จำนวนครั้งในการใช้บริการ ประเภทห้องพักที่เลือก ราคาห้องพักที่เลือกใช้บริการ เป็นต้น

แบบสอบถามตอนที่ 3 เป็นการสอบถามเกี่ยวกับการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมบูติก ซึ่งมีลักษณะเป็นคำถามประเภทมาตราส่วนประเมินค่าแบบลิเคิร์ต (Likert's Scale) โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

- ระดับที่ 1 ระดับความสำคัญน้อยที่สุด
- ระดับที่ 2 ระดับความสำคัญน้อย

- ระดับที่ 3 ระดับความสำคัญปานกลาง
 ระดับที่ 4 ระดับความสำคัญมาก
 ระดับที่ 5 ระดับความสำคัญมากที่สุด
- แบบสอบถามตอนที่ 4 เป็นการสอบถามเกี่ยวกับคำแนะนำและข้อเสนอแนะอื่น ๆ

3.5 การรวบรวมข้อมูล

ในการรวบรวมข้อมูลทางด้านผู้บริโภคนั้นจะรวบรวมจากจากโรงแรมและแหล่งท่องเที่ยวในบริเวณเขตเมืองเก่ากรุงเทพมหานคร โดยเก็บข้อมูลทั้งจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ ทั้งที่เคยและไม่เคยมีประสบการณ์ในการเข้าพักโรงแรมบูติก

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.6.1 ผู้วิจัยจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ในเรื่องข้อมูลพื้นฐานและลักษณะการใช้งาน ความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามผู้วิจัยใช้เทคนิคทางสถิติ ดังนี้

- (1) ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ค่าสถิติ ร้อยละ
- (2) ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมและลักษณะการใช้งานโรงแรมบูติกของนักท่องเที่ยว ใช้ค่าสถิติ ร้อยละ
- (3) การประเมินระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมบูติก ใช้ค่าสถิติ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ซึ่งจะนำค่าเฉลี่ยที่คำนวณได้มาเทียบกับเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดขึ้นเพื่อการประเมินผลในครั้งนี้ โดยที่เกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดขึ้น โดยจะใช้เกณฑ์ในการแบ่งระดับการหาช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น (class interval) โดยจะใช้วิธีการคำนวณหาช่วงกว้างระหว่างชั้นตามหลักการค่าเฉลี่ย ดังนี้

- 4.21 – 5.00 ระดับความสำคัญ “มากที่สุด”
 3.41 – 4.20 ระดับความสำคัญ “มาก”
 2.61 – 3.40 ระดับความสำคัญ “ปานกลาง”
 1.81 – 2.60 ระดับความสำคัญ “น้อย”
 1.00 – 1.80 ระดับความสำคัญ “น้อยที่สุด”

3.6.2 สรุปและนำเสนอเป็นแนวทางการให้บริการของโรงแรมบูติกที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างแท้จริง

บทที่ 4

ผลวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาปัจจัยที่มีผลในการเลือกเข้าพักโรงแรมบูติก ในย่านเมืองเก่ากรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลโดยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ซึ่งจัดเรียงลำดับการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

- 4.1 ผลการวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม
- 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง
- 4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้งานโรงแรมบูติก
- 4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
- 4.5 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 ผลการวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ออกแบบแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย ซึ่งประกอบไปด้วยเนื้อหาทั้งสิ้น 4 ส่วน ดังที่ได้กล่าวไปในบทที่ 3 หลังจากนั้นจึงนำแบบสอบถามได้ไปทดสอบความเหมาะสมด้วย IOC test จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เมื่อแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญแล้ว ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดสอบ Pilot test เพื่อวิเคราะห์ค่าความเที่ยง (reliability) ด้วย Cronbach's Alpha ได้ค่า 0.765 (ค่ามากกว่า 0.70) แสดงว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือสามารถนำไปใช้ในการเก็บภาคสนามจริงได้

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

การวิเคราะห์พื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง โดยแสดงผลเป็นความถี่ และร้อยละ เกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4.1

จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	181	45.20
หญิง	219	54.80
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 54.80 และเป็นเพศชาย จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 45.20

ตารางที่ 4.2

จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 26 ปี	55	13.80
26-30 ปี	96	24.00
31-35 ปี	71	17.80
36-40 ปี	38	9.50
41-45 ปี	22	5.50
46-50 ปี	18	4.50
50-55 ปี	21	5.20
55-60 ปี	34	8.50
มากกว่า 60 ปี	45	11.20
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26-30 ปี จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 รองลงมาคือ 31-35 ปี จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.80 และ อายุต่ำกว่า 26 ปี จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.80 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3

จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	238	59.50
สมรส	147	36.75
หย่าหรือหม้าย	15	3.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 59.50 รองลงมาคือสถานภาพสมรส จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.75 และสถานภาพหย่าหรือหม้าย จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4

จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสัญชาติ

สัญชาติ	จำนวน	ร้อยละ
Thais	354	88.60
Malaysians	8	2.00
American	7	1.85
Filipino	5	1.25
Italians	4	1.00
French	3	0.85
Germans	3	0.85
Israelis	2	0.50

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสัญชาติ

สัญชาติ	จำนวน	ร้อยละ
Koreas	2	0.50
Turks	2	0.50
English	2	0.50
Australians	1	0.20
Belgians	1	0.20
Chinese	1	0.20
Jamaicans	1	0.20
Jordanians	1	0.20
Dutch	1	0.20
Singaporean	1	0.20
Swiss	1	0.20
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นสัญชาติไทย จำนวน 354 คน คิดเป็น ร้อยละ 88.60 นอกจากนั้นเป็นชาวต่างชาติจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.4

ตารางที่ 4.5

จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15,000 บาท	39	9.80
15,000-30,000 บาท	106	26.50
30,001-50,000 บาท	86	21.50
50,001-75,000 บาท	55	13.80
75,001-100,000 บาท	41	10.20
มากกว่า 100,000 บาท	73	18.20
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 15,000 - 30,000 บาทต่อเดือน จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50 รองลงมาคือรายได้ต่อเดือนระหว่าง 30,001-50,000 บาทต่อเดือน จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.50 และรายได้ต่อเดือนมากกว่า 100,000 บาท จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.20 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6

จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้รวมของครอบครัวต่อเดือน

รายได้รวมของครอบครัวต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20,000 บาท	15	3.80
20,000-30,000 บาท	17	4.20
30,001-50,000 บาท	31	7.80
50,001-75,000 บาท	48	12.00
75,001-100,000 บาท	59	14.80
100,001-150,000 บาท	69	17.20
150,001-200,000 บาท	49	12.20
มากกว่า 200,000 บาท	112	28.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีรายได้รวมของครอบครัวต่อเดือนมากกว่า 200,000 บาทต่อเดือน จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 รองลงมาคือ รายได้รวมของครอบครัวต่อเดือนระหว่าง 100,001 -150,000 บาท จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.20 และรายได้รวมของครอบครัวต่อเดือนระหว่าง 75,001-100,000 บาท จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.80 ตามลำดับ

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้งานโรงแรมบูติก

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้งานโรงแรมบูติก โดยแสดงผลเป็นความถี่ และร้อยละ เกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4.7

จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลในการเลือกเข้าพักโรงแรมบูติกประเภท อาคารปรับปรุงในย่านเมืองเก่ากรุงเทพมหานคร

เหตุผลในการเลือกเข้าพักโรงแรมบูติกประเภทอาคารปรับปรุง ในย่านเมืองเก่ากรุงเทพมหานคร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	จำนวน	ร้อยละ
ลักษณะทางสถาปัตยกรรมและการตกแต่ง	292	73.00
ใกล้แหล่งท่องเที่ยว	177	44.25
ความน่าสนใจของชุมชนในพื้นที่	163	40.75
ประสบการณ์ที่แตกต่าง	146	36.50
สนใจในวัฒนธรรมและประเพณี	124	31.00
ความเป็นกันเองในการให้บริการ	123	30.75
ติดต่อธุรกิจ	13	3.25
อื่น ๆ	2	0.50

จากตารางที่ 4.7 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีเหตุผลในการเลือกเข้าพักโรงแรมบูติกประเภทอาคารปรับปรุงในย่านเมืองเก่ากรุงเทพมหานคร คือลักษณะทางสถาปัตยกรรมและการตกแต่ง จำนวน 292 คน คิดเป็นร้อยละ 73 รองลงมา ใกล้แหล่งท่องเที่ยว จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.25 และ ความน่าสนใจของชุมชนในพื้นที่ จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 40.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8

จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่มีผลในการตัดสินใจเลือกเข้าพักในโรงแรมประเภทนี้

บุคคลที่มีผลในการตัดสินใจเลือกเข้าพักในโรงแรมประเภทนี้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	จำนวน	ร้อยละ
ตนเอง	293	73.25
ครอบครัว	149	37.25
เพื่อน	136	34.00
คู่รัก	130	32.50
บริษัท	14	3.50

จากตารางที่ 4.8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกเข้าพักในโรงแรมประเภทนี้ด้วยตนเอง จำนวน 293 คน คิดเป็นร้อยละ 73.25 รองลงมาคือ ให้ครอบครัวตัดสินใจ จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.25 และ ให้เพื่อนตัดสินใจ จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9

จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวิธีในการจองและเข้าถึงข้อมูลของโรงแรม

วิธีในการจองและเข้าถึงข้อมูลของโรงแรม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	จำนวน	ร้อยละ
อินเทอร์เน็ต เช่น อะโกดา (agoda) ทริปแอดไวเซอร์ (tripadvisor)	358	89.50
เข้าติดต่อโดยตรงที่โรงแรม (walk in)	137	34.25
งานท่องเที่ยว	86	21.50
รวมอยู่ในแพคเกจทัวร์	51	12.75
จองผ่านสำนักงานขายของเอเจนซี	25	6.25

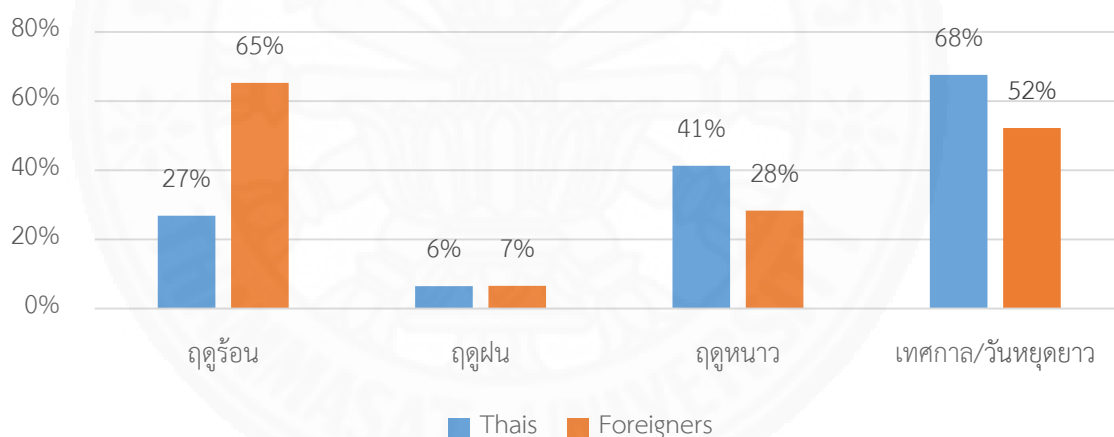
จากตารางที่ 4.9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้วิธีในการจองและเข้าถึงข้อมูลของโรงแรมผ่าน อินเทอร์เน็ต เช่น อะโกดา (agoda) ทริปแอดไวเซอร์ (tripadvisor) เป็นต้น จำนวน 358

คน คิดเป็นร้อยละ 89.50 รองลงมาคือ การเข้าติดต่อโดยตรงที่โรงแรม (walk in) จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.25 และ จากงานท่องเที่ยว จำนวน 86 คนคิดเป็นร้อยละ 21.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10

จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้เข้าพักโรงแรม

ช่วงเวลาที่ใช้เข้าพักโรงแรม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	จำนวน	ร้อยละ
เทศกาล หรือ วันหยุดยาว	263	65.75
ฤดูหนาว	159	39.75
ฤดูร้อน	125	31.25
ฤดูฝน	26	6.50



ภาพที่ 4.1 ช่วงเวลาที่ใช้เข้าพักโรงแรม

จากตารางที่ 4.10 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ใช้เข้าพักที่โรงแรมในช่วงเทศกาลหรือวันหยุดยาว จำนวน 263 คน คิดเป็นร้อยละ 65.75 รองลงมาคือช่วงฤดูหนาว จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.75 และ ช่วงฤดูร้อน จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.25 ตามลำดับ และหากเปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ ชาวต่างชาติจะนิยมเลือกช่วงเวลาท่องเที่ยวในฤดูร้อนมากกว่าช่วงเทศกาลหรือวันหยุดยาวและฤดูหนาว ดังแสดงในภาพ 4.1

ตารางที่ 4.11

จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว

ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	จำนวน	ร้อยละ
ครอบครัว	243	60.75
เพื่อน	218	54.50
คู่รัก	136	34.00
คนเดียว	68	17.00
เพื่อนร่วมงาน	39	9.75

จากตารางที่ 4.11 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัวจำนวน 243 คน คิดเป็นจำนวน 60.75 รองลงมาคือ เพื่อน จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 54.50 และ คู่รัก จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12

จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทห้องพักในโรงแรมบูติกในย่านเมืองเก่า กรุงเทพมหานคร ที่จะเลือกในการเข้าพัก

ประเภทห้องพักในโรงแรมบูติกในย่านเมืองเก่ากรุงเทพมหานคร ที่จะเลือกในการเข้าพัก	จำนวน	ร้อยละ
แบบเตียงเดี่ยวขนาดใหญ่ (double bed)	157	39.25
แบบเตียงคู่ (twin bed)	138	34.50
แบบห้องสูท (suite) (มีส่วนนั่งเล่นอยู่ด้วย)	58	14.50
แบบเตียงเดี่ยว (single bed)	42	10.25
อื่น ๆ	6	1.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.12 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เลือกประเภทห้องพักในโรงแรมบูติกในย่านเมืองเก่ากรุงเทพมหานครแบบแบบเตียงเดี่ยวขนาดใหญ่ (double bed) จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.25 รองลงมาคือ แบบเตียงคู่ (twin bed) จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.50 และแบบห้องสูท (suite) (มีส่วนนั่งเล่นอยู่ด้วย) จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13

จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยว และการเข้าถึงโรงแรม

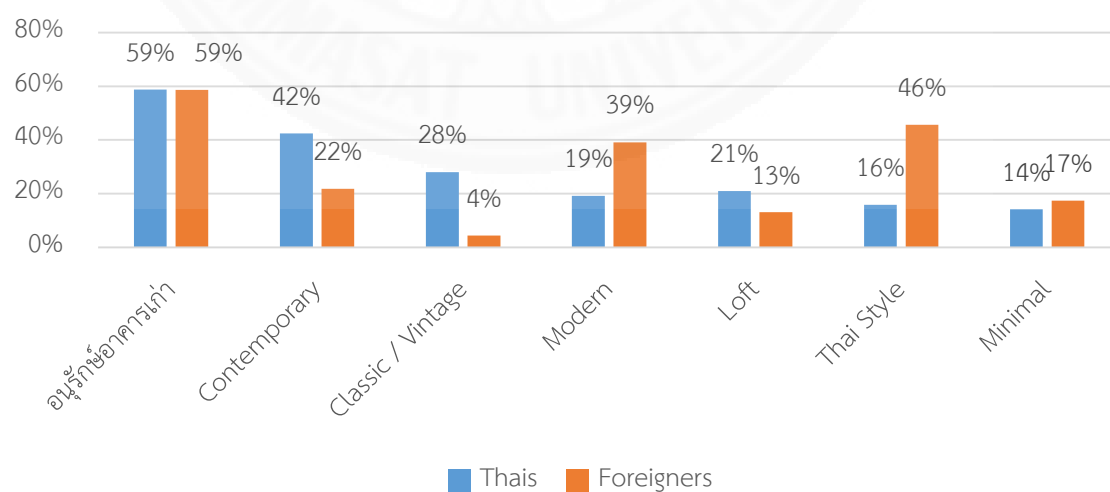
รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยว และการเข้าถึงโรงแรม	จำนวน	ร้อยละ
รถส่วนตัว (รถยนต์, มอเตอร์ไซด์, ...)	239	59.70
ระบบขนส่งสาธารณะ (รถไฟฟ้า, รถเมล์, แท็กซี่, ...)	137	34.25
บริษัททัวร์ (รถทัวร์, รถตู้, ...)	23	5.80
อื่น ๆ	1	0.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.13 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เลือกการเดินทางโดยรถส่วนตัว เพื่อ เข้าถึงโรงแรมจำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 59.70 รองลงมาคือ ระบบขนส่งสาธารณะ จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.25 และ บริษัททัวร์ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.80 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14

จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะการออกแบบตกแต่งห้องพักโรงแรมบูติกใน ย่านเมืองเก่ากรุงเทพมหานครที่ชื่นชอบมากที่สุด

ลักษณะการออกแบบตกแต่งห้องพักโรงแรมบูติกในย่านเมืองเก่า กรุงเทพมหานครที่ชื่นชอบมากที่สุด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	จำนวน	ร้อยละ
อนุรักษ์อาคารเก่า	235	58.75
รูปแบบร่วมสมัย (contemporary)	160	40.00
รูปแบบคลาสสิก หรือ วินเทจ (classic or vintage)	101	25.25
รูปแบบทันสมัย (modern)	86	21.50
รูปแบบลอฟท์ (loft)	80	20.00
รูปแบบไทย (thai style)	77	19.25
รูปแบบมินิมอล (minimal)	58	14.50



ภาพที่ 4.2 ลักษณะการออกแบบตกแต่งห้องพักโรงแรมบูติกในย่านเมืองเก่ากรุงเทพมหานครที่ชื่นชอบมากที่สุด

จากตารางที่ 4.14 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ชื่นชอบการออกแบบตกแต่งห้องพัก โรงแรมบูติกในย่านเมืองเก่ากรุงเทพมหานครในลักษณะอนุรักษ์อาคารเก่า จำนวน 235 คน คิดเป็น ร้อยละ 58.75 รองลงมาคือ ลักษณะรูปแบบร่วมสมัย (contemporary) จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 และลักษณะรูปแบบคลาสสิกหรือวินเทจ (classic or vintage) จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.25 ตามลำดับ นอกจากนี้ จากภาพที่ 4.2 เมื่อสังเกตจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ นอกจากที่ส่วนใหญ่ชื่นชอบการออกแบบตกแต่งห้องพักในลักษณะอนุรักษ์อาคารเก่าแล้ว ยังมีความสนใจในการตกแต่งรูปแบบไทยและรูปแบบทันสมัยอีกด้วย

ตารางที่ 4.15

จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนคืนที่เข้าพัก

จำนวนคืนที่เข้าพัก	จำนวน	ร้อยละ
2 คืน	245	61.25
1 คืน	74	18.50
3 คืน	54	13.50
4 คืนขึ้นไป	27	6.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.15 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เข้าพักในโรงแรมบูติกเฉลี่ยครั้งละ 2 คืนมากที่สุด จำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 61.25 รองลงมาคือ 1 คืน จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50 และ 3 คืน จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16

จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามราคาค่าที่พักที่เหมาะสมสำหรับโรงแรมบูติกในย่านเมืองเก่า กรุงเทพมหานคร

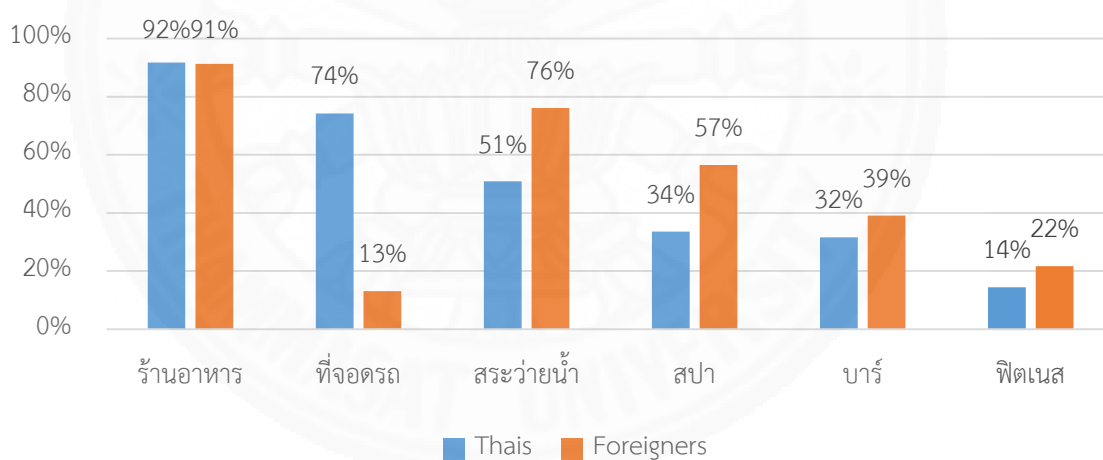
ราคาค่าที่พักที่เหมาะสมสำหรับโรงแรมบูติกในย่านเมืองเก่า กรุงเทพมหานคร	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1,001 บาท	53	13.25
1,001 – 3,000 บาท	246	61.50
3,001 – 5,000 บาท	81	20.25
5,001 – 8,000 บาท	17	4.25
8,001 – 10,000 บาท	1	0.25
10,001 บาทขึ้นไป	2	0.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.16 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่คิดว่าราคาค่าที่พักที่เหมาะสมสำหรับโรงแรมบูติกในย่านเมืองเก่า กรุงเทพมหานครควรอยู่ระหว่าง 1,001-3,00 บาทต่อคืน จำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 61.50 รองลงมาคือ ราคาค่าที่พักระหว่าง 3,001-5,000 บาท จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.25 และราคาค่าที่พักต่ำกว่า 1,001 บาท จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17

จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ นอกจากห้องพักที่ให้ความสำคัญ

สิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ นอกจากห้องพักที่ให้ความสำคัญ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	จำนวน	ร้อยละ
ร้านอาหาร	367	91.75
ที่จอดรถ	269	67.25
สระว่ายน้ำ	215	53.75
สปา	145	36.25
บาร์	130	32.50
ฟิตเนส	61	15.25



ภาพที่ 4.3 สิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ นอกจากห้องพักที่ให้ความสำคัญ

จากตารางที่ 4.17 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวกคือ ร้านอาหาร จำนวน 367 คน คิดเป็นร้อยละ 91.75 รองลงมาคือ ที่จอดรถ จำนวน 269 คนคิดเป็นร้อยละ 67.25 และสปา จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.25 ตามลำดับ และหากเป็นชาวต่างชาติจะให้ความสำคัญที่สระว่ายน้ำเป็นมากกว่าที่จอดรถ เนื่องจากเดินทางโดยระบบขนส่งสาธารณะ ดังแสดงในภาพ 4.3

ตารางที่ 4.18

จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก

สิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก	จำนวน	ร้อยละ
ร้านอาหาร	167	41.80
ที่จอดรถ	155	38.80
สระว่ายน้ำ	33	8.20
บาร์	25	6.20
สปา	15	3.80
ฟิตเนส	5	1.20
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.18 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวกในเรื่องร้านอาหารเป็นอันดับแรก จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.80 รองลงมาคือ ที่จอดรถ จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.80 และ สระว่ายน้ำ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.20 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.19

จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับสอง

สิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับสอง	จำนวน	ร้อยละ
ร้านอาหาร	158	39.50
ที่จอดรถ	69	17.25
สระว่ายน้ำ	64	16.00
บาร์	46	11.50
สปา	42	10.50
ฟิตเนส	21	5.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.19 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวกในร้านอาหาร เป็นอันดับสอง จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.50 รองลงมาคือที่จอดรถ จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.25 และ สระว่ายน้ำจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20

จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับสาม

สิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับสาม	จำนวน	ร้อยละ
สระว่ายน้ำ	117	29.20
สปา	91	22.80
บาร์	60	15.00
ร้านอาหาร	46	11.50
ที่จอดรถ	46	11.50
ฟิตเนส	40	10.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.20 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวกในเรื่องสระว่ายน้ำจำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.20 รองลงมาคือสปา จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.80 และ บาร์ จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.21

จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบริการหรือข้อเสนอแนะอื่น ๆ สำหรับโรงแรมบูติกที่ควรเพิ่มเติม

บริการหรือข้อเสนอแนะอื่น ๆ สำหรับโรงแรมบูติกที่ควรเพิ่มเติม	จำนวน	ร้อยละ
บริการอินเทอร์เน็ตไร้สายฟรี	16	19.28
การบริการรถรับส่งและการเอาใจใส่ลูกค้า	14	16.87
ความสะอาด ความสะอาด ความปลอดภัย	7	8.43
ร้านอาหาร	3	3.61
สถานที่จอดรถ	3	3.61
อื่น ๆ	40	48.19
รวม	83	100.00

จากตารางที่ 4.21 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ต้องการให้โรงแรมบูติกมีบริการอื่น ๆ เช่น แผนที่ท่องเที่ยวในพื้นที่ ห้องคาราโอเกะ นวดแผนไทยเพื่อสุขภาพ มัคคุเทศก์ เป็นต้น จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 48.19 รองลงมาคือต้องการให้มีบริการอินเทอร์เน็ตไร้สายฟรีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 19.28 และบริการรถรับส่งและการเอาใจใส่ลูกค้า จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 16.87 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.22

จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเคยเข้าพักในโรงแรมบูติกหรือไม่

การเคยเข้าพักในโรงแรมบูติก	จำนวน	ร้อยละ
เคย	267	66.80
ไม่เคย	133	33.20
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.22 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เคยเข้าพักในโรงแรมบูติกจำนวน 267 คน คิดเป็นร้อยละ 66.80 และไม่เคยเข้าพักโรงแรมบูติก จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.20

ตารางที่ 4.23

จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัญหาที่พบในการเข้าพักโรงแรมบูติก

ปัญหาที่พบในการเข้าพักโรงแรมบูติก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีที่จอดรถ	126	31.50
การเข้าถึงโรงแรม	122	30.50
สิ่งอำนวยความสะดวกหรือบริการ ไม่เพียงพอ	121	30.25
ความสะอาด	105	26.25
คุณภาพของอาหารในที่พัก	98	24.50
ราคาแพง (ไม่เหมาะสมกับคุณภาพ)	89	22.25
ขนาดของห้องเล็กเกินไป	84	21.00
ไม่มีลิฟต์	69	17.25
อุปกรณ์เครื่องใช้ภายในห้องชำรุด	66	16.50
ผลกระทบจากสภาพแวดล้อม (เสียงรบกวน กลิ่น)	55	13.75
ไม่มีสัญญาณอินเทอร์เน็ต	45	11.25
พนักงานน้อย และ ให้บริการไม่ทั่วถึง	23	5.75
ความยุ่งยากในการจองห้องพัก	16	4.00
การสื่อสารกับพนักงาน	9	2.25
อื่น ๆ	-	-

จากตารางที่ 4.23 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่พบปัญหาในการไม่มีที่จอดรถเมื่อเข้าพักโรงแรมบูติกจำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.50 รองลงมาคือปัญหาการเข้าถึงโรงแรม จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.50 และปัญหาสิ่งอำนวยความสะดวกหรือบริการ ไม่เพียงพอ จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.24

จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความประทับใจที่มีต่อโรงแรมบูติก

ความประทับใจที่มีต่อโรงแรมบูติก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	จำนวน	ร้อยละ
การออกแบบตกแต่ง	170	42.50
ใกล้สถานที่ท่องเที่ยว	146	36.50
ประสบการณ์แปลกใหม่ในการเข้าพัก	111	27.75
บรรยากาศโดยรอบของโรงแรมที่ดี	109	27.25
การให้บริการที่มีความเป็นกันเอง	102	25.50
ราคาถูก	57	14.25
ความสะดวกในการเข้าถึง	28	4.00
การให้บริการที่รวดเร็ว	21	5.25
ความสะดวกในการจองห้องพัก	19	4.75

จากตารางที่ 4.24 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีความประทับใจต่อโรงแรมบูติกในเรื่องการออกแบบตกแต่ง จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.50 รองลงมาคือ โรงแรมบูติกใกล้สถานที่ท่องเที่ยว จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.50 และ ต้องการประสบการณ์แปลกใหม่ในการเข้าพัก จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.75 ตามลำดับ

4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และด้านกระบวนการ โดยแสดงผลเป็นความเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4.25

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	\bar{X}	S.D.	ระดับความสำคัญ	ลำดับ
รูปแบบการตกแต่งสวยงาม	3.95	0.815	มาก	1
รูปแบบการตกแต่งที่มีเอกลักษณ์แตกต่างชัดเจน	3.93	0.854	มาก	2
การคงไว้ซึ่งลักษณะสถาปัตยกรรมเดิมของอาคาร	3.84	0.934	มาก	3
ความสะดวกในการเข้าถึงโรงแรม	3.79	0.877	มาก	4
ทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งท่องเที่ยว	3.77	0.920	มาก	5
อยู่ในชุมชนที่มีลักษณะเฉพาะทางวัฒนธรรม	3.56	0.910	มาก	6
รวม	3.80	0.885	มาก	

จากตารางที่ 4.25 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ภาพรวมให้ความสำคัญมาก ($\bar{X} = 3.80$) เมื่อพิจารณารายประเด็นนั้น กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากในประเด็นของโรงแรมบูติกควรมีรูปแบบการตกแต่งสวยงาม ($\bar{X} = 3.95$) รองลงมาคือรูปแบบการตกแต่งที่มีเอกลักษณ์แตกต่างชัดเจน ($\bar{X} = 3.93$) และ การคงไว้ซึ่งลักษณะสถาปัตยกรรมเดิมของอาคาร ($\bar{X} = 3.84$)

ตารางที่ 4.26

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา

ด้านราคา	\bar{X}	S.D.	ระดับความสำคัญ	ลำดับ
ราคาห้องพักเหมาะสมกับระยะเวลาที่เข้าพัก (ยิ่งพักนานยิ่งถูกลง)	3.71	0.873	มาก	1
มีระดับราคาหลากหลายให้เลือก	3.63	0.846	มาก	2
มีราคาต่ำกว่าโรงแรมรูปแบบอื่น	3.34	0.874	ปานกลาง	3
รวม	3.56	0.865	มาก	

จากตารางที่ 4.26 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านราคาภาพรวมให้ความสำคัญมาก ($\bar{X} = 3.56$) เมื่อพิจารณารายประเด็นนั้นกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากในประเด็นของราคาห้องพักเหมาะสมกับระยะเวลาที่เข้าพัก (ยิ่งพักนานยิ่งถูกลง) ($\bar{X} = 3.71$) รองลงมาคือมีระดับราคาหลากหลายให้เลือก ($\bar{X} = 3.63$) และ ให้ความสำคัญปานกลางในเรื่องราคาต่ำกว่าโรงแรมรูปแบบอื่น ($\bar{X} = 3.34$)

ตารางที่ 4.27

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	\bar{X}	S.D.	ระดับความสำคัญ	ลำดับ
ความสะดวกในการจองโรงแรม	3.99	0.819	มาก	1
สามารถจองห้องพัก และ ชำระเงินผ่านช่องทางทางอินเทอร์เน็ต	3.94	0.866	มาก	2
ความหลากหลายของช่องทางการจองห้องพัก	3.76	0.853	มาก	3
มีบริการสำรองห้องพัก ผ่านบริษัทตัวแทนการท่องเที่ยว	3.10	0.987	ปานกลาง	4
รวม	3.70	0.881	มาก	

จากตารางที่ 4.27 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายภาพรวมให้ความสำคัญมาก ($\bar{X} = 3.70$) เมื่อพิจารณารายประเด็นนั้นกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากในประเด็นของความสะดวกในการจองโรงแรม ($\bar{X} = 3.99$) รองลงมาคือสามารถจองห้องพัก และ ชำระเงินผ่านช่องทางทางอินเทอร์เน็ต ($\bar{X} = 3.94$) และความหลากหลายของช่องทางการจองห้องพัก ($\bar{X} = 3.76$)

ตารางที่ 4.28

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านส่งเสริมการตลาด

ด้านส่งเสริมการตลาด	\bar{X}	S.D.	ระดับความสำคัญ	ลำดับ
มีการประชาสัมพันธ์ทางสื่อสังคมออนไลน์ (social network)	3.69	0.828	มาก	1
จัดรายการส่งเสริมการขายร่วมกับโปรโมชั่นบัตร	3.49	0.898	มาก	2
จัดรายการส่งเสริมการขายภายในงานท่องเที่ยว	3.43	0.921	มาก	3
โปรโมชั่นสะสมแต้มการเข้าใช้บริการ	3.09	1.001	ปานกลาง	4
มีการจัดรายการส่งเสริมการขายผ่านทางอีเมลส่วนตัว	2.88	0.994	ปานกลาง	5
รวม	3.32	0.928	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.28 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านส่งเสริมการตลาดภาพรวมให้ความสำคัญปานกลาง ($\bar{X} = 3.32$) เมื่อพิจารณารายประเด็นนั้นกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากในประเด็นของ มีการประชาสัมพันธ์ทาง Social Network ($\bar{X} = 3.69$) รองลงมาคือจัดรายการส่งเสริมการขายร่วมกับโปรโมชั่นบัตร ($\bar{X} = 3.49$) และจัดรายการส่งเสริมการขายภายในงานท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.43$)

ตารางที่ 4.29

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านพนักงาน

ด้านพนักงาน	\bar{X}	S.D.	ระดับความสำคัญ	ลำดับ
ความสุภาพในการให้บริการ	4.27	0.843	มากที่สุด	1
ความเอาใจใส่ และ เป็นกันเองในการให้บริการ	4.24	0.828	มากที่สุด	2
ความสามารถในการแก้ไขปัญหาของพนักงาน	4.06	0.839	มาก	3
บุคลิกภาพของพนักงาน	3.98	0.827	มาก	4
ความเชี่ยวชาญในด้านการท่องเที่ยว	3.74	0.867	มาก	5
รวม	4.06	0.839	มาก	

จากตารางที่ 4.29 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านพนักงานภาพรวมให้ความสำคัญมาก ($\bar{X} = 4.06$) เมื่อพิจารณารายละเอียดนั้นกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุดในประเด็นของ ความสุภาพในการให้บริการของพนักงาน ($\bar{X} = 4.27$) รองลงมาคือความเอาใจใส่ และ เป็นกันเองในการให้บริการ ($\bar{X} = 4.24$)

ตารางที่ 4.30

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	\bar{X}	S.D.	ระดับความสำคัญ	ลำดับ
มีบรรยากาศ และ สภาพแวดล้อมโดยรอบโรงแรมที่ดี	4.15	0.784	มาก	1
เครื่องแบบและการแต่งกายของพนักงานที่ดี	3.62	0.772	มาก	2
มีการเสริมบรรยากาศด้วยกลิ่นหอมภายในโรงแรม	3.46	0.900	มาก	3
มีเสียงดนตรีประกอบบรรยากาศภายในโรงแรม	3.25	0.895	ปานกลาง	4
รวม	3.62	0.838	มาก	

จากตารางที่ 4.30 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพภาพรวมให้ความสำคัญมาก ($\bar{X} = 3.62$) เมื่อพิจารณารายประเด็นนั้นกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากในประเด็นของ โรงแรมบูติกควรมีบรรยากาศ และสภาพแวดล้อมโดยรอบโรงแรมที่ดี ($\bar{X} = 4.15$) รองลงมาคือเครื่องแบบและการแต่งกายของพนักงานที่ดี ($\bar{X} = 3.62$) และมีการเสริมบรรยากาศด้วยกลิ่นหอมภายในโรงแรม ($\bar{X} = 3.46$)

ตารางที่ 4.31

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ

ด้านกระบวนการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความสำคัญ	ลำดับ
การปฏิบัติการที่รวดเร็ว	4.06	0.791	มาก	1
มีรูปแบบแนวทางการให้บริการที่แปลกใหม่	3.60	0.887	มาก	2
รวม	3.83	0.839	มาก	

จากตารางที่ 4.31 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านกระบวนการภาพรวมให้ความสำคัญมาก ($\bar{X} = 3.83$) เมื่อพิจารณารายประเด็นนั้นกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากในประเด็นของ โรงแรมบูติกควรมีการปฏิบัติการที่รวดเร็ว ($\bar{X} = 4.06$) และมีรูปแบบแนวทางการให้บริการที่แปลกใหม่ ($\bar{X} = 3.60$)

4.6 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 26-30 ปี มีสถานภาพโสด สัญชาติไทย จำนวน รายได้ต่อเดือนระหว่าง 15,000 - 30,000 บาทต่อเดือน มีรายได้รวมของครอบครัวต่อเดือนมากกว่า 200,000 บาทต่อเดือน

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้งานโรงแรมบูติกพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีเหตุผลในการเลือกเข้าพักโรงแรมบูติกในย่านเมืองเก่ากรุงเทพมหานคร เพราะลักษณะทางสถาปัตยกรรมและการตกแต่ง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างตัดสินใจเลือกเข้าพักในโรงแรมประเภทนี้ด้วยตนเอง และใช้วิธีในการจองและเข้าถึงข้อมูลของโรงแรมผ่าน เช่น อกด์้า ทริปแอดไวเซอร์ เป็นต้น โดยเลือกเข้าพักที่โรงแรมบูติกในช่วงเทศกาลและวันหยุดยาว มีลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับครอบครัว ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเลือกประเภทห้องพักในโรงแรมบูติกในย่านเมืองเก่ากรุงเทพมหานครแบบเตียงเดี่ยว

ขนาดใหญ่ (double bed) และกลุ่มตัวอย่างการเดินทางโดยรถส่วนตัวเพื่อเข้าถึงโรงแรมบูติก อีกทั้งกลุ่มตัวอย่างชื่นชอบการออกแบบตกแต่งห้องพักโรงแรมบูติกในย่านเมืองเก่ากรุงเทพมหานครในลักษณะอนุรักษ์อาคารเก่า และเข้าพักในโรงแรมบูติก 1-3 คืน ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างคิดว่าราคาค่าที่พักเหมาะสมสำหรับโรงแรมบูติกในย่านเมืองเก่า กรุงเทพมหานครควรอยู่ระหว่าง 1,001-3,000 บาท ต่อคืน รวมทั้งกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวก คือร้านอาหาร กับ สระว่ายน้ำ โดยกลุ่มตัวอย่างมีความต้องการให้โรงแรมบูติกมีบริการอื่น ๆ เช่น แผนที่ท่องเที่ยวในพื้นที่ ห้องคาราโอเกะ นวดแผนไทยเพื่อสุขภาพ มัคคุเทศก์ เป็นต้น และส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างเคยเข้าพักในโรงแรมบูติก พบปัญหาในการไม่มีที่จอดรถเมื่อเข้าพักโรงแรมบูติก แต่มีความประทับใจต่อโรงแรมบูติกในเรื่องการออกแบบตกแต่ง

สรุปการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านพนักงาน เมื่อวิเคราะห์แต่ละด้านทำให้ทราบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ ในประเด็นของโรงแรมบูติกควรมีรูปแบบการตกแต่งสวยงาม ด้านราคาให้ความสำคัญมากในประเด็นของราคาห้องพักเหมาะสมกับระยะเวลาที่เข้าพัก ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายให้ความสำคัญมากในประเด็นของความสะดวกในการจองโรงแรม ด้านส่งเสริมการตลาดภาพรวมให้ความสำคัญมากในประเด็นของ มีการประชาสัมพันธ์ทาง สื่อสังคมออนไลน์ (social network) ด้านพนักงานภาพรวมให้ความสำคัญมากในประเด็นของ ความสุภาพในการให้บริการของพนักงาน ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพให้ความสำคัญมากในประเด็นของ โรงแรมบูติกควรมีบรรยากาศ และ สภาพแวดล้อมโดยรอบโรงแรมที่ดี และด้านกระบวนการภาพรวมให้ความสำคัญมากในประเด็นของ โรงแรมบูติกควรมีการปฏิบัติการที่รวดเร็ว

บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

5.1 บทสรุปและการอภิปรายผลการวิจัย

จากวัตถุประสงค์การวิจัยที่ศึกษาเรื่องการศึกษาปัจจัยที่มีผลในการเลือกเข้าพักโรงแรมบูติก ในย่านเมืองเก่ากรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้แบ่งการอภิปรายเป็นหัวข้อดังนี้

5.1.1 ด้านประชากรศาสตร์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 26-30 ปี มีสถานภาพโสด สัญชาติไทย จำนวนรายได้ต่อเดือนระหว่าง 15,000 - 30,000 บาทต่อเดือน มีรายได้รวมของครอบครัวต่อเดือนมากกว่า 200,000 บาทต่อเดือน ซึ่งจากผลการวิจัยจะพบว่ากลุ่มลูกค้าของโรงแรมบูติกในประเทศไทยนั้นเป็นกลุ่มชนชั้นกลางขึ้นไปและมีกำลังซื้อ

5.1.2 ด้านของพฤติกรรมและการใช้โรงแรมบูติกของนักท่องเที่ยว

จากการศึกษาตามวัตถุประสงค์พบว่า ลักษณะทางสถาปัตยกรรมและการตกแต่ง โดยเฉพาะแบบที่มีกลิ่นไอของอาคารเก่า ส่งผลในการเลือกเข้าพัก เนื่องจากเป็นจุดหลักจุดหนึ่งที่ทำให้แตกต่างจากโรงแรมประเภทอื่น ๆ และเนื่องจากย่านต่าง ๆ ในขอบเขตการวิจัย ล้วนมีลักษณะที่แตกต่างกันออกไป เช่นย่านเยาวราช เป็นย่านที่มีความโดดเด่นทั้งทางด้านของลักษณะทางสถาปัตยกรรม และ วัฒนธรรมจีน ที่มีลักษณะเฉพาะ ย่านคลองสาน เป็นย่านประวัติศาสตร์ริมน้ำที่เก่าแก่ที่สุดแห่งหนึ่งของกรุงเทพ ทั้งสองย่านปรากฏการตั้งถิ่นฐานบ้านเรือนที่สืบเนื่องจากสมัยกรุงศรีอยุธยาและมีความเป็นย่านที่มีความหลากหลายของกลุ่มชาติพันธุ์สูง วิถีชีวิตความเป็นอยู่ต่าง ๆ ล้วนเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวเสาะหา เพื่อที่จะได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่ ผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก

ด้วยการติดต่อสื่อสารในปัจจุบันนั้นเป็นไปได้อย่างรวดเร็วและไร้ข้อจำกัด การหาข้อมูลและการจองผ่านช่องทางทางอินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางที่สะดวกรวดเร็ว เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการต้องปรับตัว และราคาที่เหมาะสมนั้นจะอยู่ในระหว่าง 1,001-3,000 บาทต่อคืน

นอกจากนี้ด้วยข้อจำกัดของพื้นที่ทำให้โรงแรมในย่านนี้มีความจำกัดในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยนอกเหนือจากห้องพักแล้ว ร้านอาหาร ที่จอดรถ และสระว่ายน้ำ เป็นสิ่งที่

นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญเป็นสิ่งแรก ๆ ซึ่งหากเป็นชาวต่างชาติจะให้ความสำคัญที่สระว่ายน้ำมากกว่าที่จอดรถ เนื่องจากมักนิยมเดินทางโดยระบบขนส่งสาธารณะมากกว่า

ด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาตินั้น มีทั้งความเหมือนและความแตกต่างกัน เช่น ชาวต่างชาติจะนิยมเลือกช่วงเวลาท่องเที่ยวในฤดูร้อน ซึ่งจะแตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มักจะนิยมท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลหรือวันหยุดยาวและฤดูหนาว เนื่องมาจากความแตกต่างของสภาพภูมิอากาศของประเทศนั้น ๆ ในด้านรูปแบบการออกแบบตกแต่ง เนื่องจากชาวต่างชาติที่เข้ามา มักคาดหวังที่จะได้รับประสบการณ์ที่ไม่เคยเจอมาก่อน หรือสิ่งที่เป็นเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว ดังนั้นจึงมีความสนใจในการตกแต่งรูปแบบไทยอีกด้วย

5.1.3 ทางด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

จะเห็นได้ว่าในทุก ๆ ด้าน ล้วนมีระดับความสำคัญที่มาก โดยที่จะให้ความสำคัญมากที่สุดสอดคล้องกับแนวคิดของโรงแรมบูติค คือด้านผลิตภัณฑ์ ในส่วนการตกแต่งที่สวยงาม มีเอกลักษณ์ และมีการคงไว้ซึ่งลักษณะสถาปัตยกรรมเดิม ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ต้องมีความสะดวกและเข้าถึงได้ง่ายผ่านช่องทางทางอินเทอร์เน็ต ด้านพนักงานและด้านกระบวนการ คือ การให้บริการของพนักงานที่ดีมีความเชี่ยวชาญ บุคลิกภาพดีมีความสุข และ ด้านสภาพแวดล้อมที่มีบรรยากาศที่ดี เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่เลือกเข้าพักโรงแรมบูติค ล้วนแสวงหาประสบการณ์และการให้บริการที่ต่างไปจากโรงแรมทั่วไป ผู้ประกอบการจึงควรมุ่งเน้นพัฒนาเพื่อการแข่งขันให้ความสำคัญส่วนประสมทางการตลาดเหล่านี้ มากกว่าในเรื่องของการส่งเสริมการตลาดที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญน้อยกว่า

ผลจากการวิเคราะห์ทำให้ทราบถึงความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งเปลี่ยนแปลงไปอยู่เสมอตามสถานที่และสถานการณ์ ดังนั้นผู้ประกอบการควรสำรวจความพึงพอใจอย่างสม่ำเสมอ เพื่อนำมาพัฒนาปรับปรุงให้ตอบสนองให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

5.2 ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะ

เนื่องจากงานวิจัยนี้มุ่งเน้นการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลในการเลือกเข้าพักโรงแรมบูติค เป็นการศึกษามุมมองของนักท่องเที่ยวที่มีต่อโรงแรมบูติค การนำผลการวิจัยไปใช้หรือพัฒนาต่อยอดนั้น ควรพิจารณา ร่วมกับการศึกษาความเป็นไปได้ในด้านอื่น ๆ ด้วย เช่น ด้านกายภาพ (physical) ซึ่งในแต่ละพื้นที่ มีข้อบังคับและกฎเกณฑ์ที่แตกต่างกันออกไป รวมถึงข้อกำหนดของโรงแรมต่าง ๆ ด้าน

การเงินการลงทุน (financial) เพื่อศึกษาถึงความคุ้มค่า ความเสี่ยงต่าง ๆ ในการประกอบธุรกิจ โรงแรม

ในด้านข้อจำกัดของการเก็บข้อมูลนั้น อาจความคลาดเคลื่อนจากการเข้าถึงข้อมูลของ ชาวต่างชาติที่ทำได้ลำบากกว่าชาวไทย ทำให้ผลการวิจัยอาจไม่สมบูรณ์นัก จึงแจ้งไว้ให้ผู้อ่านได้ทราบ พร้อมทั้งเหตุผลทั้งนี้เพื่อที่ผู้จะนำผลการวิจัยไปใช้

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาข้อมูล พฤติกรรม และปัจจัยในการเลือกใช้บริการของ นักท่องเที่ยวเฉพาะในพื้นที่ย่านเมืองเก่า กรุงเทพมหานครเท่านั้น ดังนั้นในบริเวณพื้นที่อื่น ๆ จึงควรมี การทำการวิจัยใหม่ เนื่องจากบริบทที่แตกต่างกันออกไป และปรับเปลี่ยนตามความเหมาะสมตาม สภาพแวดล้อมนั้น ๆ



รายการอ้างอิง

หนังสือและบทความในหนังสือ

จิระวัฒน์ อนุวิชานนท์. (2554). การตลาดการท่องเที่ยวและการบริการ. กรุงเทพมหานคร: บริษัท
ธรรมสาร จำกัด.

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. (2547). หลักการตลาด. กรุงเทพมหานคร: บริษัท สำนักพิมพ์ท็อป จำกัด.

บทความวารสาร

ภัทรภร ชัยพุทธรณพันธ์. (2554). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจโรงแรม
บูติกขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร, วารสารการจัดการสมัยใหม่ ปีที่ 9 ฉบับที่ 2 เดือน
กรกฎาคม – ธันวาคม 2554, หน้า 78.

วิทยานิพนธ์

จารุรัศมี ธนุสิงห์. (2555). แนวทางการบริหารจัดการโรงแรมบูติก กรณีศึกษาโรงแรมระรินจินดา
เวลเนส สปารีสอร์ทจังหวัดเชียงใหม่, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยพะเยา,
คณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์, สาขาวิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว.

ธีรกานต์ ศรีสัตยากุล. (2554). แนวทางการออกแบบพื้นที่ใช้สอยของโรงแรมเพื่อพักอาศัยขนาดเล็กที่
ถูกดัดแปลงมาจากตึกแถว กรณีศึกษาโรงแรมขนาดเล็กในย่านสีลม, วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง.

พิมพ์ชนก เกสพานิช. (2557). แนวทางการออกแบบปรับปรุงอาคารพาณิชย์เก่าเพื่อเป็นอาคารพัก
อาศัยในเขตพื้นที่ใจกลางเมืองกรุงเทพมหานคร, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ,
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง.

รุ่งชัย ทรัพย์สุกสี. (2555). แนวทางการพัฒนาตึกแถวเพื่อใช้เป็นโรงแรมขนาดเล็กในย่านศูนย์กลาง
ธุรกิจ, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรม
ศาสตร์และการผังเมือง, สาขาวิชาพัฒนศาสตร์และการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์.

อนาวิล อ่อนสำอางค์. (2556). *ศึกษาเรื่องการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมบูติกของนักท่องเที่ยวชาวไทย*, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง, สาขาวิชาวัตกรรมการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2557). *สถิติจำนวนนักท่องเที่ยว*. สืบค้นจาก www.tourism.go.th.
เมื่อวันที่ 8 สิงหาคม 2557

Thai Hotels & Travel magazine. (2556). *AEC ปลุกธุรกิจโรงแรมไทย โอกาสที่มาพร้อมการรับมือ*. สืบค้นจาก <http://www.thaihotelsandtravel.com>. เมื่อวันที่ 8 สิงหาคม 2557

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2555). *Boutique Hotel : ที่พักรูปแบบใหม่ที่กำลังมาแรงในปัจจุบัน*. สืบค้นจาก <http://www.ksmcare.com/Article/82/27821/Boutique-Hotel>. เมื่อวันที่ 8 สิงหาคม 2557

Anhar, Lucienne. (2001). *The Definition of Boutique Hotels*. สืบค้นจาก <http://www.hospitalitynet.org/news/4010409.html>. เมื่อวันที่ 15 กันยายน 2557

กฎกระทรวงกำหนดประเภทและหลักเกณฑ์การประกอบธุรกิจโรงแรม. (2551). สืบค้นจาก <http://www.bsa.or.th/กฎหมาย/กฎกระทรวง-กำหนดประเภทและหลักเกณฑ์การประกอบธุรกิจโรงแรม-พศ-๒๕๕๑.html> เมื่อวันที่ 20 ตุลาคม 2557

ข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร เรื่อง ควบคุมอาคาร. (2544). สืบค้นจาก http://www.tca.or.th/tca_website เมื่อวันที่ 20 ตุลาคม 2557



ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

การค้นคว้าอิสระเรื่อง “การศึกษาปัจจัยที่มีผลในการเลือกเข้าพักโรงแรมบูติก
ในย่านเมืองเก่ากรุงเทพมหานคร”



คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
FACULTY OF ARCHITECTURE AND PLANNING, THAMMASAT UNIVERSITY

อาคารคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12121
โทร. 0-2986-9434, 0-2986-9605-6 โทรสาร 0-2986-8067 อีเมล info@ap.tu.ac.th www.tds.tu.ac.th

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

การค้นคว้าอิสระเรื่อง “การศึกษาปัจจัยที่มีผลในการเลือกเข้าพักโรงแรมบูติก
ในย่านเมืองเก่ากรุงเทพมหานคร”

คำชี้แจง: แบบสอบถามฉบับนี้เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับข้อมูลความต้องการและลักษณะการใช้งานโรงแรมบูติกประเภทที่มีที่มาจากการปรับปรุงอาคารในย่านเมืองเก่ากรุงเทพมหานคร และการให้น้ำหนักปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โดยแบบสอบถามมีทั้งหมด 4 ส่วนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้งานโรงแรมบูติก

ตอนที่ 3 การให้น้ำหนักปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้โรงแรมบูติกในย่านเมืองเก่า

กรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติม

ผู้วิจัยขอรับรองว่าใช้ข้อมูลที่ได้เพื่อการศึกษาเท่านั้นและไม่เปิดเผยข้อมูลใด ๆ แก่บุคคลภายนอก และขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามที่ได้ให้ข้อมูลจากการตอบแบบสอบถาม ทั้งนี้ข้อมูลที่ได้รับจะเป็นประโยชน์แก่วงการวิชาการต่อไป

ปณต แสนมันคงกุล

นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชานวัตกรรมการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ศูนย์รังสิต

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง: โปรดอ่านคำถาม และเลือกคำตอบที่ตรงกับท่านมากที่สุด โดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () หรือเติมข้อความลงในช่องว่างที่กำหนด

1. เพศ

() ชาย () หญิง

2. อายุ

() ต่ำกว่า 26 ปี () 26-30 ปี () 31-35 ปี
 () 36-40 ปี () 41-45 ปี () 46-50 ปี
 () 51-55 ปี () 55-60 ปี () 60 ปี ขึ้นไป

3. สถานภาพสมรส

() โสด () สมรส () หย่า/หม้าย

4. ระดับการศึกษาสูงสุด

() ประถมศึกษา () มัธยมศึกษา () ปวช/ปวส/อนุปริญญาหรือเทียบเท่า
 () บริญาตรีหรือเทียบเท่า () สูงกว่าปริญญาตรี () อื่น ๆ โปรดระบุ.....

5. อาชีพ

() ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ () พนักงานบริษัทเอกชน
 () รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ () พ่อบ้าน/แม่บ้าน
 () รับจ้าง/เกษตรกร () เกษียณอายุ
 () อื่น ๆ โปรดระบุ.....

6. รายได้ต่อเดือนโดยเฉลี่ยของท่าน

() ต่ำกว่า 15,000 บาท () 15,001-30,000 บาท () 30,001-50,000 บาท
 () 50,001-75,000 บาท () 75,001-100,000 บาท () มากกว่า 100,000 บาท

7. รายได้รวมของครอบครัวต่อเดือนโดยเฉลี่ย

() ต่ำกว่า 20,000 บาท () 20,001-30,000 บาท () 30,001-50,000 บาท
 () 50,001-70,000 บาท () 70,001-100,000 บาท () 100,001-150,000 บาท
 () 150,001-200,000 บาท () มากกว่า 200,000 บาท

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้งานโรงแรมบูติก

คำชี้แจง: โปรดอ่านคำถาม และเลือกคำตอบที่ตรงกับท่านมากที่สุด โดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () หรือเติมข้อความลงในช่องว่างที่กำหนด

1. ท่านคิดว่าข้อใดคือเหตุผลในการเลือกเข้าพักโรงแรมบูติกประเภทอาคารปรับปรุงในย่านเมืองเก่ากรุงเทพฯ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> สนใจในวัฒนธรรม/ประเพณี | <input type="checkbox"/> ลักษณะทางสถาปัตยกรรม/การตกแต่ง |
| <input type="checkbox"/> ความน่าสนใจของชุมชนในพื้นที่ | <input type="checkbox"/> ใกล้แหล่งท่องเที่ยว |
| <input type="checkbox"/> ประสบการณ์ที่แตกต่าง | <input type="checkbox"/> ความเป็นกันเองในการให้บริการ |
| <input type="checkbox"/> ติดต่อธุรกิจ | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ..... |

2. ท่านคิดว่าใครคือบุคคลที่มีผลในการตัดสินใจเลือกเข้าพักในโรงแรมประเภทนี้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> ตนเอง | <input type="checkbox"/> คู่รัก |
| <input type="checkbox"/> เพื่อน | <input type="checkbox"/> ครอบครัว |
| <input type="checkbox"/> บริษัท | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ..... |

3. ท่านมีวิธีในการจอง/เข้าถึงข้อมูลของโรงแรมอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Internet (Agoda Tripadvisor) | <input type="checkbox"/> งานท่องเที่ยว..... |
| <input type="checkbox"/> รวมอยู่ในแพคเกจทัวร์ | <input type="checkbox"/> เข้าติดต่อโดยตรงที่โรงแรม (Walk in) |
| <input type="checkbox"/> จองผ่านสำนักงานขายของเอเจนซี | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ..... |

4. ช่วงเวลาที่ท่านเข้าพักโรงแรม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> ฤดูร้อน | <input type="checkbox"/> ฤดูฝน |
| <input type="checkbox"/> ฤดูหนาว | <input type="checkbox"/> เทศกาล/วันหยุดยาว |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ..... | |

5. โดยปกติลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวของท่านเป็นอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | | |
|-----------------------------------|--|---|
| <input type="checkbox"/> คนเดียว | <input type="checkbox"/> เพื่อน | <input type="checkbox"/> คู่รัก |
| <input type="checkbox"/> ครอบครัว | <input type="checkbox"/> เพื่อนร่วมงาน | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ..... |

6. ประเภทห้องพักในโรงแรมบูติกในย่านเมืองเก่ากรุงเทพมหานคร ที่ท่านว่าจะเลือกในการเข้าพัก

() แบบเตียงเดี่ยว (Single Bed)



() แบบเตียงคู่ (Twin Bed)



() แบบเตียงเดี่ยวขนาดใหญ่ (Double Bed)



() แบบห้องสูท (Suite) (มีส่วนนั่งเล่นอยู่ด้วย)



7. โดยปกติรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยว/การเข้าถึงโรงแรมของท่านคืออะไร

() รถส่วนตัว (รถยนต์ มอเตอร์ไซด์ ฯลฯ)

() ระบบขนส่งสาธารณะ (รถไฟฟ้า รถเมล์ แท็กซี่ ฯลฯ)

() บริษัททัวร์ (รถทัวร์ รถตู้ ฯลฯ)

() อื่น ๆ โปรดระบุ.....

8. ลักษณะการออกแบบตกแต่งห้องพักโรงแรมบูติกในย่านเมืองเก่ากรุงเทพมหานคร ที่ท่านชื่นชอบมากที่สุด 2 รูปแบบ (เลือก 2 ข้อเท่านั้น)

() อนุรักษ์อาคารเก่า



() รูปแบบทันสมัย (Modern)



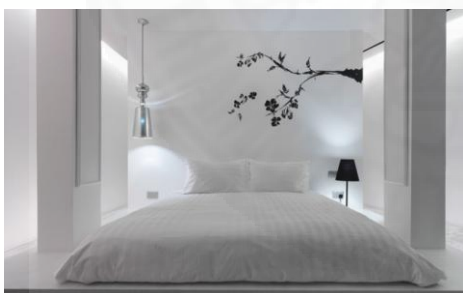
() รูปแบบร่วมสมัย (Contemporary)



() รูปแบบลอฟท์ (Loft)



() รูปแบบมินิมอล (Minimal)

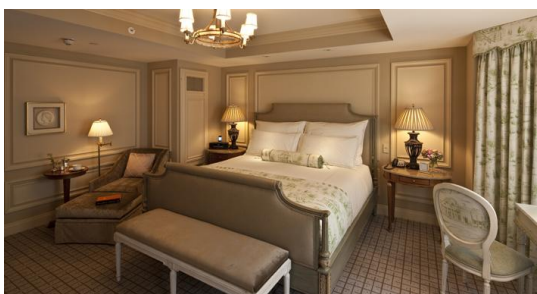


() รูปแบบไทย



() รูปแบบคลาสสิก/วินเทจ (Classic/Vintage)

() อื่น ๆ โปรดระบุ.....



9. จำนวนคืนที่เข้าพัก (โดยเฉลี่ยต่อครั้ง)

.....คืน

10. ราคาค่าที่พักที่ท่านคิดว่าเหมาะสมสำหรับโรงแรมบูติกในย่านเมืองเก่า กรุงเทพมหานคร (บาท/คืน)

- () ต่ำกว่า 1,000 () 1,001 – 3,000 () 3,001 – 5,000
 () 5,001 – 8,000 () 8,001 – 10,000 () 10,001 ขึ้นไป

11. สิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ นอกจากห้องพัก ที่ท่านให้ความสำคัญ 3 อันดับแรก

* โปรดระบุตัวเลข 1, 2, 3 (1 = ให้ความสำคัญมากที่สุด)

- () ร้านอาหาร () บาร์ () ฟิตเนส
 () สระว่ายน้ำ () สปา () ที่จอดรถ
 () อื่น ๆ โปรดระบุ.....

12. บริการหรือข้อเสนอแนะอื่น ๆ สำหรับโรงแรมบูติกที่ควรเพิ่มเติม

.....

13. ท่านเคยเข้าพักในโรงแรมบูติกหรือไม่

- () เคย () ไม่เคย (เข้าไปตอบตอนที่ 3)

ความประทับใจและปัญหาที่พบจากการพักโรงแรมบูติก (สำหรับผู้ที่เคยเข้าพักในโรงแรมบูติก)

14. ปัญหาที่พบในการเข้าพักโรงแรมบูติก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () การเข้าถึงโรงแรม () ขนาดของห้องเล็กเกินไป
 () สิ่งอำนวยความสะดวกหรือบริการ ไม่เพียงพอ () คุณภาพของอาหารในที่พัก
 () อุปกรณ์เครื่องใช้ภายในห้องชำรุด () ความสะอาด
 () ไม่มีลิฟต์ () ราคาแพง (ไม่เหมาะสมกับคุณภาพ)
 () ไม่มีที่จอดรถ () ความยุ่งยากในการจองห้องพัก
 () ผลกระทบจากสภาพแวดล้อม (เสียงรบกวน, กลิ่น,....) () การสื่อสารกับพนักงาน
 () พนักงานน้อย/ให้บริการไม่ทั่วถึง () ไม่มีสัญญาณอินเทอร์เน็ต
 () อื่น ๆ โปรดระบุ.....

15. ความประทับใจที่มีต่อโรงแรมบูติก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> ใกล้เคียงสถานที่ท่องเที่ยว | <input type="checkbox"/> ราคาถูก |
| <input type="checkbox"/> ความสะดวกในการจองห้องพัก | <input type="checkbox"/> การให้บริการที่รวดเร็ว |
| <input type="checkbox"/> การออกแบบตกแต่ง | <input type="checkbox"/> การให้บริการที่มีความเป็นกันเอง |
| <input type="checkbox"/> บรรยากาศโดยรอบของโรงแรมที่ดี | <input type="checkbox"/> ประสบการณ์แปลกใหม่ในการเข้าพัก |
| <input type="checkbox"/> ความสะดวกในการเข้าถึง | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ..... |



ตอนที่ 3 การให้น้ำหนักปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้โรงแรมบูติกในย่านเมืองเก่า กรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง: โปรดอ่านข้อความต่อไปนี้ และใส่เครื่องหมาย ✓ ลงบนหมายเลขที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านโดย

พิจารณาจากอิทธิพลของปัจจัยนั้น ๆ ที่มีต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมบูติก โดย 1

หมายถึง ไม่มีความสำคัญอย่างยิ่ง และ 5 หมายถึง มีความสำคัญอย่างยิ่ง

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้โรงแรมบูติกในย่านเมืองเก่า กรุงเทพมหานคร	ระดับความสำคัญ				
	1	2	3	4	5
1. ผลิตภัณฑ์ (Product)					
1.1 รูปแบบการตกแต่งสวยงาม					
1.2 รูปแบบการตกแต่งที่มีเอกลักษณ์แตกต่างชัดเจน					
1.3 การคงไว้ซึ่งลักษณะสถาปัตยกรรมเดิมของอาคาร					
1.4 อยู่ในชุมชนที่มีลักษณะเฉพาะทางวัฒนธรรม					
1.5 ทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งท่องเที่ยว					
1.6 ความสะดวกในการเข้าถึงโรงแรม					
2. ราคา (Price)					
2.1 มีราคาต่ำกว่าโรงแรมรูปแบบอื่น					
2.2 มีระดับราคาหลากหลายให้เลือก					
2.3 ราคาห้องพักเหมาะสมกับระยะเวลาที่เข้าพัก (ยิ่งพักนานยิ่งถูกลง)					
3. การจัดจำหน่าย (Place)					
3.1 ความสะดวกในการจองโรงแรม					
3.2 ความหลากหลายของช่องทางการจองห้องพัก					
3.3 สามารถจองห้องพัก/ชำระเงินผ่านช่องทางทางอินเทอร์เน็ต					
3.4 มีบริการสำรองห้องพักผ่านบริษัทตัวแทนการท่องเที่ยว (บริษัททัวร์)					
4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)					
4.1 มีการประชาสัมพันธ์ทาง Social Network					
4.2 จัดรายการส่งเสริมการขายภายในงานท่องเที่ยว					
4.3 จัดรายการส่งเสริมการขายร่วมกับโปรโมชั่นบัตรเครดิต/เว็บไซต์					
4.4 โปรโมชั่นสะสมแต้มการเข้าใช้บริการ					
4.5 มีการจัดรายการส่งเสริมการขายผ่านทางอีเมลส่วนตัว					

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้โรงแรมบูติกในย่านเมืองเก่า กรุงเทพมหานคร	ระดับความสำคัญ				
	1	2	3	4	5
5. พนักงาน (People)					
5.1 ความเชี่ยวชาญในด้านการท่องเที่ยว					
5.2 ความสุภาพในการให้บริการ					
5.3 ความเอาใจใส่/เป็นกันเองในการให้บริการ					
5.4 บุคลิกภาพของพนักงาน					
5.5 ความสามารถในการแก้ไขปัญหาของพนักงาน					
6. สภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical environment)					
6.1 มีเสียงดนตรีประกอบบรรยากาศภายในโรงแรม					
6.2 มีการเสริมบรรยากาศด้วยกลิ่นหอมภายในโรงแรม					
6.3 เครื่องแบบ/การแต่งกายของพนักงานที่ดี					
6.4 มีบรรยากาศ/สภาพแวดล้อมโดยรอบโรงแรมที่ดี					
7. กระบวนการ (Process)					
7.1 การปฏิบัติการที่รวดเร็ว					
7.2 มีรูปแบบแนวทางการให้บริการที่แปลกใหม่					

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะหรือความคิดเห็นเพิ่มเติม

คำชี้แจง: หากมีข้อเสนอแนะหรือความคิดเห็นเพิ่มเติมสำหรับการศึกษาปัจจัยที่มีผลในการเลือกเข้าพักโรงแรมบูติก ในย่านเมืองเก่ากรุงเทพมหานคร นอกจากปัจจัยทั้งหมดที่ได้กล่าวในแบบสอบถามข้างต้น กรุณาเติมข้อความลงในช่องว่างที่กำหนด

.....

.....

.....

.....



ภาคผนวก ข

Questionnaire

“STUDY OF FACTORS AFFECTING THE DECISION OF STAYING IN BOUTIQUE
HOTEL IN BANGKOK OLD TOWN AREA”



คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
FACULTY OF ARCHITECTURE AND PLANNING, THAMMASAT UNIVERSITY

อาคารคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12121
โทร. 0-2986-9434, 0-2986-9605-6 โทรสาร 0-2986-8067 อีเมล info@ap.tu.ac.th www.tds.tu.ac.th

ภาคผนวก ข

Questionnaire

“STUDY OF FACTORS AFFECTING THE DECISION OF STAYING IN BOUTIQUE HOTEL IN BANGKOK OLD TOWN AREA”

Explanation: This questionnaire is about the information needs and usage for the study of factors affecting the decision of staying in boutique hotel in Bangkok old town area which has included weighting factors that has affecting the use of boutique hotel. Therefore, the questionnaire has consisted of 4 parts:

Part 1 General Information

Part 2 Usage Behavior of Boutique Hotel

Part 3 The weight factors affecting the decision of staying in boutique hotel in Bangkok old town area

Part 4 Suggestions and comments

Authors certify that the information provided for educational purposes only and will not disclose any information to the outside parties. Thank you to all respondents, therefore the information obtained will be useful in the academic field further more.

Panod Saenmunkongkul

MASTER DEGREE OF SCIENCE INNOVATIVE REAL ESTATE DEVELOPMENT
FACULTY OF ARCHITECTURE AND PLANNING THAMMASAT UNIVERSITY

Part 1 General Information

Explanation: Please mark the text as a comment or write your message in the space

1. Gender

Male Female

2. Age

Under 26 years 26-30 years 31-35 years
 36-40 years 41-45 years 46-50 years
 51-55 years 56-60 years Over 60 years

3. Marital Status

Single Married Divorced/Widowed

4. Country of origin

.....

5. Education Level

Primary Secondary Diploma/Certificate
 Bachelor Degree Above Bachelor Degree Other.....

6. Occupation

Trader/Business owner Employee
 Government employee/State Enterprises Housewife
 Worker/Farmer Retirement
 Other.....

7. Monthly Income

Less than 15,000 baht (460\$) 15,001-30,000 baht (460\$ - 900\$)
 30,001-50,000 baht (900\$ - 1,500\$) 50,001-75,000 baht (1,500\$ - 2,285\$)
 75,001-100,000 baht (2,285\$ - 3,055\$) More than 100,000 baht (3,055\$)

8. Family monthly Income

- Less than 20,000 baht (600\$) 20,001-30,000 baht (600\$ - 900\$)
- 30,001-50,000 baht (900\$ - 1,500\$) 50,001-70,000 baht (1,500\$ - 2,150\$)
- 70,001-100,000 baht (2,150\$ - 3,055\$) 100,001-150,000 baht (3,055\$ - 4,570\$)
- 150,001-200,000 baht (4,570\$ - 6,100\$) More than 200,000 baht (6,100\$)



Part 2 Usage Behavior of Boutique Hotel

Explanation: Please mark the text as a comment or write your message in the space

1. Which do you think is the reason in boutique hotel which has renovated from a building in Bangkok old town area? (Can choose more than 1 answer)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Interest in cultural/ traditional | <input type="checkbox"/> Architectural/Interior Decoration |
| <input type="checkbox"/> Attractiveness of the local community | <input type="checkbox"/> Nearby tourist attractions |
| <input type="checkbox"/> Unique experience | <input type="checkbox"/> Unique & Intimate Services |
| <input type="checkbox"/> Business reasons | <input type="checkbox"/> Other..... |

2. Who are the most influential people in making decision to stay in boutique hotel? (Can choose more than 1 answer)

- | | |
|----------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Myself | <input type="checkbox"/> Couple |
| <input type="checkbox"/> Friend | <input type="checkbox"/> Family |
| <input type="checkbox"/> Company | <input type="checkbox"/> Other..... |

3. How do you book hotel room/access for the hotel information? (Can choose more than 1 answer)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Internet (Agoda, Tripadvisor ,.....) | <input type="checkbox"/> Travel Fair..... |
| <input type="checkbox"/> Including in tour package | <input type="checkbox"/> Walk in |
| <input type="checkbox"/> Travel agency | <input type="checkbox"/> Other..... |

4. Time of traveling? (Can choose more than 1 answer)

- | | |
|-------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> Summer | <input type="checkbox"/> Rainy |
| <input type="checkbox"/> Winter | <input type="checkbox"/> Festival/ Long weekend |
| <input type="checkbox"/> Other..... | |

5. Who do you like to travel with? (Can choose more than 1 answer)

- | | | |
|---------------------------------|------------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Alone | <input type="checkbox"/> Friend | <input type="checkbox"/> Couple |
| <input type="checkbox"/> Family | <input type="checkbox"/> Colleague | <input type="checkbox"/> Other..... |

6. What kind of room type would you prefer if the hotel is in Bangkok old town area?

Single Bed



Twin Bed



Double Bed



Suite (include living area)



7. How do you travel/access to the hotel?

- Personal vehicle (Car, Motorcycle, ...)
- Public transportation (Train, Bus, Taxi, ...)
- With tour group (Bus, Van, ...)
- Other.....

8. Most 2 favorite of decorative features for a boutique hotel in Bangkok old town area in your opinion? (Choose 2)

Conservation of architectural heritage



Modern



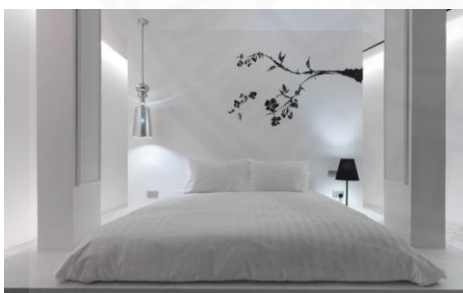
Contemporary



Loft



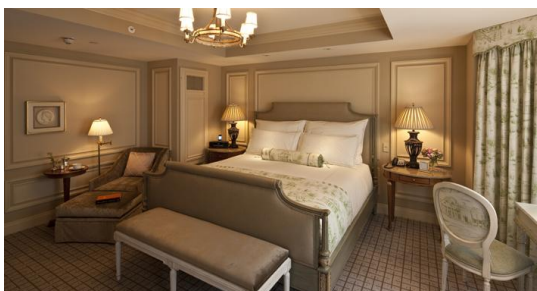
Minimal



Thai Style



Classic/Vintage



Other.....

9. Duration of stay? (Nights) *Average per time

.....night(s)

10. Appropriate room price for a boutique hotel in Bangkok old town area (Bath/ night)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Less than 1,001 (Less than 30\$) | <input type="checkbox"/> 1,001 – 3,000 (30\$ - 90\$) |
| <input type="checkbox"/> 3,001 – 5,000 (90\$ - 150\$) | <input type="checkbox"/> 5,001 – 8,000 (150\$ - 245\$) |
| <input type="checkbox"/> 8,001 – 10,000 (245\$ - 300\$) | <input type="checkbox"/> 10,001 up (300\$ up) |

11. Priority of other facilities you prefer (besides hotel room)

* Please write 1, 2, 3 (1 = the most important)

- | | | |
|--|------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Restaurant | <input type="checkbox"/> Bar | <input type="checkbox"/> Fitness |
| <input type="checkbox"/> Swimming Pool | <input type="checkbox"/> Spa | <input type="checkbox"/> Parking lot |
| <input type="checkbox"/> Other..... | | |

12. Other services you prefer or any suggestion

.....

.....

.....

13. Have you ever stay in a boutique hotel?

- Yes No (go to Part 3)

Impressions and problems staying in Boutique hotel (For persons who have been staying in boutique hotel)

14. Problems staying in Boutique hotel (Can choose more than 1 answer)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Hotel approaching | <input type="checkbox"/> Room size is too small |
| <input type="checkbox"/> Lack of facility/Service | <input type="checkbox"/> Quality of food |
| <input type="checkbox"/> Malfunctioning appliance | <input type="checkbox"/> Hygiene problems |
| <input type="checkbox"/> No Elevator | <input type="checkbox"/> Too expensive |
| <input type="checkbox"/> No parking lot | <input type="checkbox"/> Complicated room booking |
| <input type="checkbox"/> Affected by surrounding? (Noise, Smell, ...) | <input type="checkbox"/> Communication Problems with Hotel Staff |
| <input type="checkbox"/> Delay in providing service | <input type="checkbox"/> Poor Wi-Fi Signal |
| <input type="checkbox"/> Other..... | |

15. Impression of staying in Boutique hotel (Can choose more than 1 answer)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Nearby tourist attractions | <input type="checkbox"/> Low price |
| <input type="checkbox"/> Easy booking | <input type="checkbox"/> Providing fast service |
| <input type="checkbox"/> Design / Decoration | <input type="checkbox"/> Intimate service |
| <input type="checkbox"/> Good surrounding atmosphere | <input type="checkbox"/> New and Unique hotel experience |
| <input type="checkbox"/> Convenient access | <input type="checkbox"/> Other..... |



Part 3 The weight factors affecting the decision of staying in boutique hotel in Bangkok old town area

Explanation: Please read the following messages and put ✓ on the number that corresponds to your opinion on the basis of factors that would influence on the decision of staying in boutique hotel. (1 = definitely not important and 5 = the most important)

Factors affecting the decision of staying in Boutique Hotel in Bangkok old town area	Priority				
	1	2	3	4	5
1. Product					
1.1 Nice decoration					
1.2 Unique design					
1.3 Conservation of architectural heritage					
1.4 Located in community with unique culture					
1.5 Nearby tourist attractions					
1.6 Easy access to hotel					
2. Price					
2.1 Lower price than other hotel type					
2.2 Various price level to choose					
2.3 Price is lower due to longer stay					
3. Place					
3.1 Easy Booking					
3.2 Various channel of reservation					
3.3 Booking and Payment can be done via the Internet					
3.4 Booking via travel agency					
4. Promotion					
4.1 Providing promotion via Social Network channel					
4.2 Providing promotion in tourism fair					
4.3 Providing promotion with credit card/website					
4.4 Providing promotion of collecting point for each stay					
4.5 Providing promotion via personal e-mail					

Factors affecting the decision of staying in Boutique Hotel in Bangkok old town area	Priority				
	1	2	3	4	5
5. People					
5.1 Proficiency of tourism information					
5.2 Politeness of service					
5.3 Carefulness/Intimate service					
5.4 Good staff personality					
5.5 Ability to solve problems					
6. Physical environment					
6.1 Background music in hotel area					
6.2 Aroma to enhance hotel atmosphere					
6.3 Nice staff uniform					
6.4 Good surrounding atmosphere					
7. Process					
7.1 Quick operation					
7.2 Has uniquely service style					

Part 4 Suggestions and comments

Explanation: Suggestions and comments for “the study of factors affecting the decision of staying in boutique hotel in Bangkok old town area,” in addition to the factors mentioned in the above, please fill in the space provided



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ นาย ปณต แสนมันคงกุล
วันเดือนปีเกิด 19 สิงหาคม 2528
ตำแหน่ง สถาปนิกภายในอาวุโส บริษัท จาร์เคิน จำกัด

ผลงานทางวิชาการ

ปณต แสนมันคงกุล และ ดำรงค์ศักดิ์ รินชุมภู และ สิทธิชัย นาคสุขสกุล. (2558). งานประชุมวิชาการ Built Environment Research Associates Conference, BERAC 6

ประสบการณ์ทำงาน 2556 – ปัจจุบัน: สถาปนิกภายในอาวุโส
บริษัท จาร์เคิน จำกัด
2554 – 2556: สถาปนิกภายในอิสระ
2553 – 2554: สถาปนิกภายใน
บริษัท ดีคัส จำกัด