

แรงจูงใจในการลงทุนของผู้ประกอบการโรงแรมบูติกในเขตอำเภอหัวหิน - ชะอำ

Motivation the Investment in Boutique Hotels of the Entrepreneurs

in Hua Hin - Cha Am

◆ นุจรี ปันแสน

นิสิตปริญญาโท สาขาการท่องเที่ยวและโรงแรม คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด

Nujaree Pansaen

Student of Master, Program in Hotel and Tourism Management, Faculty of Business

Management, Stamford International University, Thailand, E-mail:amnujaree@hotmail.com

◆ บุญรัตน์ สัมพันธ์วัฒน์ชัย

อาจารย์ประจำบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด

Boonyarat Samphanwattanachai.

Ph.D. Graduate, Lecturer, Stamford International University, Thailand

E-mail: boonyarat.samphanwattanachai@stamford.edu

Abstract

The objectives of this research were to study the motivation level of social action, study motivation factors level in Learning Needs Theory, study the nature of business investment needs, and study the tendency of return on investment of boutique hotel-type accommodation business in the area of Hua Hin - Cha-Am District. According to research method, the representative samples were used in this study were total of six entrepreneurs of boutique hotel accommodation business in the area of Hua Hin - Cha-Am District under classification into contemporary style for three entrepreneurs and modern style for three entrepreneurs. Two levels of data collection were collected, including 1) questionnaire by purposive random sampling whereas data was collected using Delphi technique for three times and statistics consisting of Median and Interquartile range were applied for data analysis, and 2) interview whereas content analysis was applied as an interpretation outline of content summary of documents, leading to content analysis from in-depth interview.

The finding of the research result indicated that social action of most of the entrepreneurs was maximally motivated in pull factors consisting of their own business progress, more number of tourists, and change in tourist behavior. In maximum motivation level of learning needs, it included planning, orientation, behavior of challenge and will and attempt liking,

working venture and high competition and as well as return on investment. In performance measurement, the finding indicated that contemporary style can create maximum added value to the project.

Keywords: Boutique Hotel, Motivation, Entrepreneur

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านความต้องการจากการเรียนรู้ ลักษณะความต้องการในการลงทุนและศึกษาแนวโน้มผลตอบแทนจากการลงทุนในการประกอบธุรกิจที่พักประเภทโรงแรมบูติกในเขตอำเภอหัวหิน - ชะอำ กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการที่พักประเภทโรงแรมบูติกในเขตอำเภอหัวหิน - ชะอำ โดยเป็นแบบผสมผสานและแบบสมัยใหม่ แบบละ 3 ท่าน รวมจำนวน 6 ท่าน ใช้การเก็บข้อมูล 2 ระดับ คือ (1) แบบสอบถาม ด้วยวิธีการเลือกเฉพาะเจาะจง ดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยเทคนิคเดลฟาย จำนวน 3 ครั้ง โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่ามัธยฐานและค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (2) แบบสัมภาษณ์ ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาเป็นกรอบตีความสรุปไปสู่การวิเคราะห์การสัมภาษณ์เจาะลึก

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เกิดแรงจูงใจด้านกระทำทางสังคมด้านปัจจัยจูงใจมากที่สุด คือ การเห็นโอกาสทางธุรกิจจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ชอบแสดงออกถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตของตนเอง ส่วนด้านความต้องการเรียนรู้มากที่สุด คือ มีการวางแผน เป้าหมายสูง กล้าเสี่ยง และชอบการแข่งขัน อีกทั้งได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนที่ดี ซึ่งจากตัวชี้วัดผลการดำเนินงานยังพบว่า โรงแรมบูติกแบบผสมผสานสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มสูงสุดให้กับโครงการ

คำสำคัญ : โรงแรมบูติก แรงจูงใจ การลงทุน

บทนำ

ผู้ประกอบการถือเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ทั้งนี้การศึกษาถึงปัจจัยอันเป็นมูลเหตุของการเป็นผู้ประกอบการรวมถึงทัศนคติและพฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการจะนำไปสู่แนวทางในการพัฒนาส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ อันนำไปสู่ความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ และในปัจจุบันธุรกิจ SMEs ถือเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการเติบโตของเศรษฐกิจในหลายประเทศ โดยเฉพาะประเทศกำลังพัฒนาซึ่งรวมถึงประเทศไทยด้วย ดังเช่น ข้อมูลมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ในปี 2557 เท่ากับ 13,148,601 ล้านบาท ซึ่ง SMEs มีสัดส่วนมูลค่า 5,212,004 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 39.6 ของ GDP รวมทั้งประเทศ (The Office of SMEs Promotion, 2014)

จากสถานการณ์เศรษฐกิจทั่วโลกในปัจจุบันจึงทำให้รัฐบาลเห็นความสำคัญของการพัฒนาธุรกิจ SMEs ที่จะเป็นตัวช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการท่องเที่ยวซึ่งเป็นธุรกิจด้านบริการที่สำคัญที่ส่งผลต่อ

สภาพเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ ซึ่ง ณ ปัจจุบันการท่องเที่ยวไทยมีการขยายตัวสูงดังจะเห็นได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามายังประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากปี พ.ศ. 2556 จำนวน 55.39 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.49 เป็น 57.32 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2557 จะเห็นได้ว่าแนวโน้มการท่องเที่ยวไทยยังคงสามารถเติบโตได้อย่างรวดเร็วและต่อเนื่องถึงแม้จะเกิดสถานการณ์จากหลายๆ ด้านในช่วงที่ผ่านมาไม่ว่าจะเป็น ปัญหาการเมือง ภัยพิบัติ และเศรษฐกิจโลก เป็นต้น ประกอบกับรายได้จากการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2556 จำนวน 1,531,092.43 พันล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.78 เป็น 1,604,241.13 พันล้านบาท ในปี พ.ศ. 2557 (Department of Tourism, 2014)

จากการที่ภาครัฐมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวไทยให้นักท่องเที่ยวทั่วโลกได้รับรู้ซึ่งรวมถึงพื้นที่เมืองท่องเที่ยวคู่แฝด หัวหิน - ชะอำ และหนึ่งในธุรกิจที่พัฒนาไปพร้อมกับธุรกิจการท่องเที่ยวคือ ธุรกิจที่พัก โดยโรงแรมถือเป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจที่มีการพัฒนาในลักษณะที่หลากหลายเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่แสวงหาสิ่งใหม่ ๆ และโรงแรมบูติกเป็นโรงแรมลักษณะใหม่ที่นักท่องเที่ยวทั่วโลกให้ความสนใจและมีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว จากนโยบายภาครัฐและโอกาสทางธุรกิจทำให้นักลงทุนให้ความสำคัญกับธุรกิจโรงแรมที่จะสามารถพัฒนาธุรกิจให้สอดคล้องเหมาะสมกับศักยภาพ

จากการศึกษางานวิจัยในประเทศไทยด้านการท่องเที่ยวและโรงแรมที่ศึกษาถึงแรงจูงใจในการตัดสินใจ รวมถึงผลตอบแทนในการลงทุนธุรกิจโรงแรมบูติกยังไม่พบว่ามีการศึกษาในเชิงลึกอย่างจริงจัง ประกอบกับธุรกิจโรงแรมบูติกถือเป็นธุรกิจที่มีความน่าสนใจในบริบทที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับโครงการ ทั้งนี้ผู้ที่นำข้อมูลไปใช้ควรทำความเข้าใจปัจจัยต่าง ๆ เกี่ยวกับแรงจูงใจและตัวชี้วัดผลการดำเนินงานเพื่อนำมาปรับใช้พัฒนาและดึงดูดนักลงทุนให้มาลงทุนในเขตอำเภอหัวหิน - ชะอำให้มากขึ้น ผู้เขียนคาดหวังว่าบทความนี้จะประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจศึกษาสามารถนำไปศึกษาต่อยอดในงานวิจัยต่อไป

วัตถุประสงค์

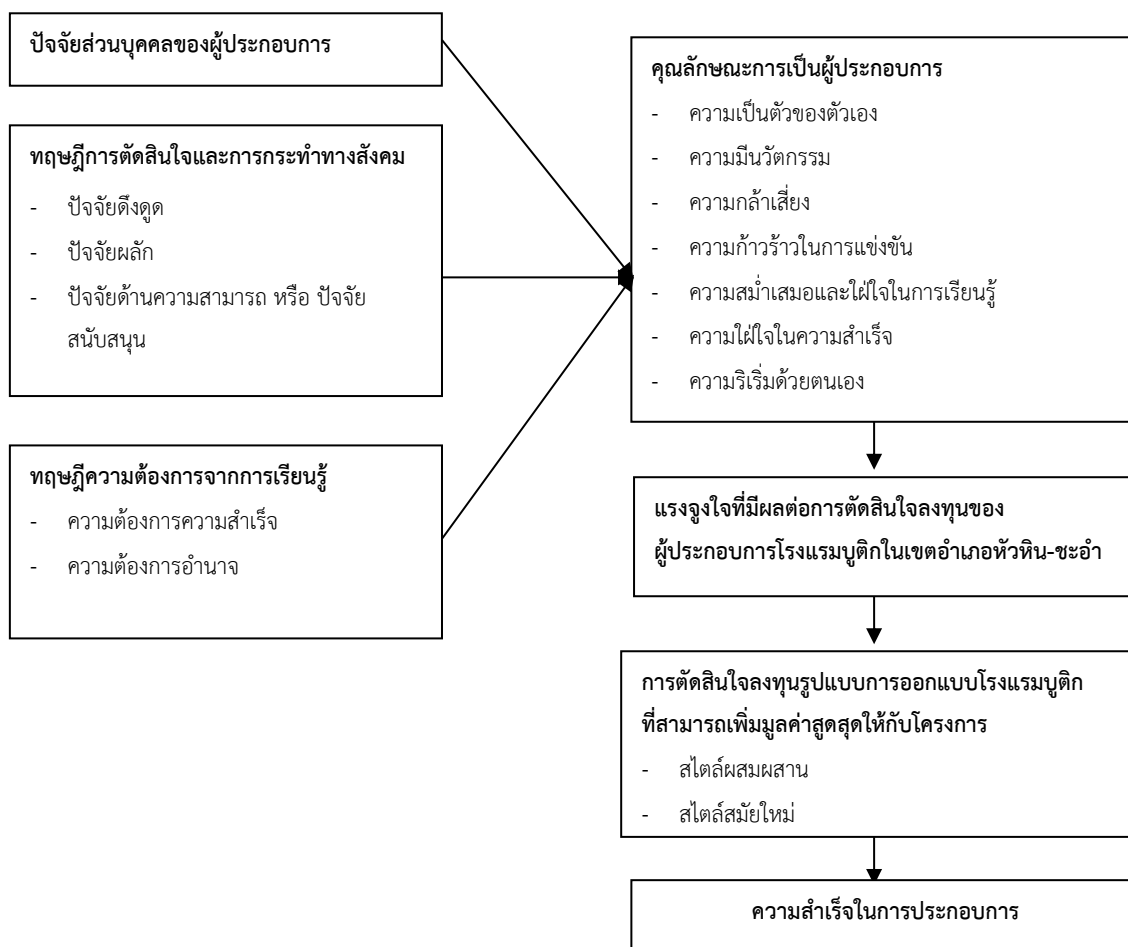
1. เพื่อศึกษาระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีการตัดสินใจและการกระทำทางสังคมของผู้ประกอบการโรงแรมบูติกในเขตอำเภอหัวหิน - ชะอำ
2. เพื่อศึกษาระดับของแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ของผู้ประกอบการโรงแรมบูติกในเขตอำเภอหัวหิน - ชะอำ
3. เพื่อศึกษาลักษณะความต้องการลงทุนธุรกิจที่พักประเภทโรงแรมบูติกของผู้ประกอบการโรงแรมบูติกในเขตอำเภอหัวหิน - ชะอำ
4. เพื่อศึกษาแนวโน้มผลตอบแทนจากการลงทุนธุรกิจโรงแรมบูติกในเขตอำเภอหัวหิน - ชะอำ

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโรงแรมบูติกในเขตอำเภอหัวหิน - ชะอำ

2. ขอบเขตด้านพื้นที่ คือ ผู้ประกอบการโรงแรมบูติกในเขตอำเภอหัวหิน - ชะอำ โดยมีเกณฑ์คัดเลือก ดังนี้ 1) ตรงตามนิยามความหมายโรงแรมบูติก จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2) เป็นโรงแรมบูติกสร้างใหม่ที่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์และอำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 3) มีการออกแบบที่สามารถเป็นตัวแทนของโรงแรมบูติกรูปแบบผสมผสาน รูปแบบสมัยใหม่และมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว

กรอบแนวคิด



นิยามศัพท์

ผู้ประกอบการ หมายถึง เจ้าของกิจการที่มีอำนาจในการตัดสินใจในการบริหารโรงแรมบูติกในเขตอำเภอหัวหิน-ชะอำ

ทฤษฎีการตัดสินใจและการกระทำทางสังคม หมายถึง ทฤษฎีของ Reeder ประกอบด้วย 3 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยดึงดูด ปัจจัยผลักและปัจจัยด้านความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุน

ทฤษฎีความต้องการการเรียนรู้ หมายถึง ทฤษฎีของ McClelland ประกอบด้วย 3 ปัจจัย ได้แก่ ความต้องการความสำเร็จ ความต้องการอำนาจและความต้องการความผูกพัน แต่ในงานวิจัยฉบับนี้ใช้เพียง 2

ปัจจัย คือ ความสำเร็จ ความต้องการอำนาจ เพราะตรงกับลักษณะนิสัยของผู้ประกอบการ ส่วนเหตุผลที่ไม่เลือกความต้องการความผูกพันเนื่องจากเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นหลังการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการแล้ว

โรงแรมบุติก หมายถึง โรงแรมขนาดเล็กที่สร้างใหม่ในเขตอำเภอหัวหิน - ชะอำ ที่มีการตกแต่งโดดเด่น เป็นเอกลักษณ์ของตัวเองรวมถึงการใส่ใจรายละเอียดทุกตัวอย่างทั่วถึง

การทบทวนวรรณกรรม

ทฤษฎีการตัดสินใจและการกระทำทางสังคม

Reeder (1995) เสนอแนวคิดไว้ว่า แต่ละคนมีพฤติกรรมและเหตุผลในการตัดสินใจแตกต่างกันขึ้นอยู่กับเหตุผลพื้นฐานที่คิดว่าสอดคล้องหรือตรงกับปัญหาที่เกิดขึ้น ณ ขณะนั้น อาจรวมถึงน้ำหนักของเหตุผลดังกล่าวด้วย ดังนั้นการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งของคนแต่ละคนอาจมีเหตุผลเพียงปัจจัยเดียว หรือหลาย ๆ ปัจจัยรวมกันซึ่งเป็นเหตุผลที่ช่วยสนับสนุนในการตัดสินใจประกอบด้วย 1) ปัจจัยดึงดูด ได้แก่ จุดมุ่งหมาย ความเชื่อ ค่านิยม นิสัยและขนบธรรมเนียม 2) ปัจจัยผลัก ได้แก่ ความคาดหวัง ข้อผูกพัน การบังคับ 3) ปัจจัยความสามารถ หรือปัจจัยสนับสนุน ได้แก่ โอกาส ความสามารถ การสนับสนุน

ทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้

McClelland (2014) เสนอแนวคิดไว้ว่า คนเราเรียนรู้ความต้องการจากสังคมที่เกี่ยวข้อง ความต้องการจึงถูกก่อตัวและถูกพัฒนาหล่อหลอมมาตลอดช่วงชีวิตของแต่ละคนและเรียนรู้แล้วว่าสังคมต้องการสิ่งใด เราจึงมีความต้องการที่สำคัญ 2 ประการได้แก่ 1) ความต้องการความสำเร็จ คือ การต้องการที่จะทำงานให้ดี มีประสิทธิภาพเพื่อมีคุณภาพชีวิตที่ดี ซึ่งมีลักษณะพฤติกรรมที่มีเป้าหมายในการทำงานสูงมุ่งมั่นต่อความสำเร็จ ต้องการความก้าวหน้า มีความรับผิดชอบสูง 2) ความต้องการอำนาจ คือ การต้องการสร้างอิทธิพล ซึ่งมีลักษณะพฤติกรรมแสวงหาโอกาส ขอบแข่งขัน สนุกกับอุปสรรคเพื่อแก้ไขปัญหาให้ได้

ทฤษฎีผู้ประกอบการ

Oxford dictionary (2016) ได้ให้ความหมายของผู้ประกอบการ คือ บุคคลที่พยายามสร้างกำไรจากธุรกิจโดยยอมรับความเสี่ยงและมีแนวความคิดริเริ่มด้วยตนเอง

Kritikos (2014) กล่าวถึงความสำคัญของผู้ประกอบการไว้ว่า ผู้ประกอบการนั้นมีความสำคัญอย่างมากต่อธุรกิจ เพราะเป็นผู้ที่บริหารงานดูแลงานทั้งหมดขององค์กรรวมทั้งเป็นผู้กำหนดวิสัยทัศน์ นโยบายและกลยุทธ์ต่าง ๆ ให้เหมาะสมกับองค์กร รวมทั้งเป็นผู้ที่ต้องมีความชำนาญในธุรกิจของตน เป็นผู้ที่ยอมรับความเสี่ยง เป็นผู้ที่มีความอดทนและมีความมุ่งมั่นที่จะนำพาธุรกิจของตนไปสู่ความสำเร็จ

Krauss (2003) ได้กล่าวถึงลักษณะของผู้ประกอบการไว้ดังนี้ 1) ความเป็นตัวเอง ที่สามารถนำตัวเองไปสู่โอกาสและสามารถตัดสินใจได้ในสถานการณ์บังคับ 2) ความมีนวัตกรรม มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่เสมอ 3) ความกล้าเสี่ยง มีความกล้าตัดสินใจในสถานะที่ไม่แน่นอน 4) ความก้าวร้าวในการแข่งขัน มุ่งมั่นอย่างสูงในการทำสิ่งต่างๆและมีการบริหารจัดการที่ดี 5) ความสม่ำเสมอและใฝ่เรียนรู้ มีความมั่นคงในอารมณ์ตลอดจนนำข้อบกพร่องที่เกิดขึ้นมาเป็นประสบการณ์ในการเรียนรู้ต่อไป 6) ความใฝ่ใจในความสำเร็จ เป็น

ผู้แสวงหาโอกาสอยู่เสมอ 7) ความริเริ่มด้วยตนเอง มีความกระตือรือร้นที่จะแสวงหาความรู้ มุ่งมั่นมานะที่จะเอาอุปสรรค

กระบวนการตัดสินใจลงทุนของผู้ประกอบการ

Robbins (in Suksawat, P. et al, 2014) ได้อธิบายกระบวนการตัดสินใจไว้ 5 ขั้นตอน ดังนี้ 1) การกำหนดปัญหา เป็นการระบุปัญหา วิเคราะห์ปัญหาให้ตรงประเด็น 2) กำหนดทางเลือก อีกทั้งต้องพิจารณาความเป็นไปได้ คุณภาพที่จะทางเลือกไปปฏิบัติ 3) เลือกทางเลือกที่ดีที่สุด โดยลำดับความสำคัญรวมถึงใช้เทคนิคต่าง ๆ เข้าช่วย 4) การนำไปใช้ เป็นการนำทางเลือกจากขั้นที่ 3 ไปปฏิบัติจริง ซึ่งในขั้นนี้อาจประสบสำเร็จหรือล้มเหลวก็ได้ ก็ต้องพิจารณาจุดแข็งจุดอ่อน เพื่อทบทวนกระบวนการใหม่ 5) การติดตามผล ได้แก่ การสร้างระบบการควบคุมและการประเมินผล ซึ่งผู้บริหารจะได้ข้อมูลย้อนกลับซึ่งจะช่วยให้แก้ไขปัญหาหรือทำการตัดสินใจใหม่ให้ได้ผลลัพธ์ของการปฏิบัติที่ดีที่สุด

ความหมายความเป็นมาและภาพรวมของธุรกิจโรงแรมบูติก

บูติกโฮเต็ล (Tourism Authority of Thailand, 2014) หมายถึง โรงแรมขนาดเล็กที่แตกต่างและโดดเด่นมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวทั้งการออกแบบและบริการที่ถูกปรับเปลี่ยนตามกระแสแฟชั่นและแนวคิดของผู้ประกอบการ

แนวคิดดังกล่าว อาศัยช่องว่างที่เหลืออยู่ในตลาด (Niche Market) ซึ่งมีขนาดเล็ก มีความจำเพาะสำหรับกลุ่มผู้บริโภคที่มีความต้องการสินค้าหรือบริการอย่างใดอย่างหนึ่งเป็นพิเศษตลาดเฉพาะกลุ่ม (Specific Market Segment) ประกอบกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทำให้ระบบอินเทอร์เน็ตครอบคลุมมากขึ้น ทำให้นักท่องเที่ยวทั่วทุกมุมโลกรู้จักและเข้าถึงการจองบูติกโฮเต็ลได้ง่ายซึ่งเป็นปัจจัยบวกต่อกระแสนิยมบูติกโฮเต็ลมากขึ้น สำหรับประเทศไทยที่พักประเภทบูติกโฮเต็ลได้ขยายตัวอย่างรวดเร็วในหมู่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติซึ่งเอื้อประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ SME ที่มีเงินทุนไม่มาก โดยเน้นการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบและตกแต่งให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวรวมถึงการให้บริการเอาใจใส่ดูแลลูกค้าเป็นอย่างดี

นอกจากนี้ Anhar (2012) ที่ปรึกษาและวิเคราะห์มูลค่าจาก HVS-International ได้ให้คำจำกัดความเป็นลักษณะโรงแรมบูติกไว้ 3 ประการ ดังนี้ 1) การออกแบบและสถาปัตยกรรม เป็นการออกแบบสถาปัตยกรรมและการตกแต่งภายในใหม่ 2) การบริการแบบเฉพาะตัว เป็นการบริการที่ให้ความสำคัญกับลูกค้าเป็นหลัก รวมถึงรูปแบบการบริการที่มีลักษณะเฉพาะตัว 3) กลุ่มเป้าหมาย เป็นการกำหนดกลุ่มเป้าหมายตามรูปแบบที่กำหนดขึ้น (Concept) เกี่ยวกับรูปแบบการใช้ชีวิตและตัวตน (Individuality) รวมออกมาเป็นรูปแบบการดำเนินชีวิต (Life style) ของลูกค้าผ่านรูปแบบการเดินทาง

รูปแบบการออกแบบโรงแรมบูติก

Chanklup (2011) ได้ทำวิจัยเรื่อง แนวโน้มการพัฒนารูปแบบโรงแรมบูติก กรณีศึกษาโรงแรมในเขตอำเภอหัวหิน - ชะอำ พบว่า โรงแรมบูติกได้เป็น 4 แบบ ดังต่อไปนี้ 1) แบบพื้นถิ่น (Indigenous

Style) มีลักษณะการออกแบบตกแต่งโดยอิงจากลักษณะเฉพาะ (Character) ของพื้นที่นั้น ๆ 2) แบบย้อนยุค (Classic Style) มีลักษณะการออกแบบตกแต่งที่ยึดถือรูปแบบทางประวัติศาสตร์ในแต่ละยุคสมัยมาเป็นแนวทางในการสร้างบรรยากาศ 3) แบบผสมผสาน (Contemporary Style) ใช้ลักษณะการผสมผสานระหว่าง 2 รูปแบบขึ้นไปในการออกแบบ จะมีการออกแบบโดยลดในรายละเอียดจากต้นแบบฉบับแต่ยังคงกลิ่นอายความเป็นรูปแบบนั้น ๆ อยู่ 4) แบบสมัยใหม่ (Modern Style) ใช้ลักษณะการออกแบบที่สอดคล้องกับสถาปัตยกรรมยุคสมัยใหม่ (Modern Architecture) ในราวยุคศวรรษที่ 19 - 20 ที่มีรูปทรงเรียบง่าย แต่เน้นการตกแต่งด้วยรูปทรงเรขาคณิต ใช้วัสดุจากอุตสาหกรรมใหม่ มีการใช้สีสันทันในการตกแต่งและเน้นการใช้วัสดุที่มีเอกลักษณ์เพื่อสร้าง Character ที่เป็นลักษณะเฉพาะให้เกิดเป็นภาพจำมากกว่าโรงแรมบูติกรูปแบบอื่น ๆ เช่น Hip Hotel, Chic Hotel เป็นต้น

วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง คือ เจ้าของธุรกิจที่พักประเภทโรงแรมบูติกในเขตอำเภอหัวหิน - ชะอำ เลือกแบบเฉพาะเจาะจง โดยแบ่งเป็นแบบผสมผสานและแบบสมัยใหม่ แบบละ 3 ท่าน รวมจำนวน 6 ท่าน โดยใช้เกณฑ์พิจารณาคัดเลือก ดังนี้ 1) เป็นบุคคลที่มีความรู้ ความเข้าใจและประสบการณ์ในธุรกิจโรงแรมบูติกไม่น้อยกว่า 5 ปี 2) เป็นบุคคลที่ได้รับการยอมรับในวงธุรกิจที่พักประเภทโรงแรมบูติก 3) มีคุณลักษณะเป็นผู้นำ โน้มน้าวหรือชักจูงในด้านความคิดเห็นในธุรกิจโรงแรมบูติก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

(1) การวิจัยเอกสาร (Documentary Research) ใช้การวิเคราะห์เนื้อหาเป็นกรอบตีความสรุปเนื้อหาของเอกสารซึ่งนำไปสู่การวิเคราะห์เนื้อหาจากการสัมภาษณ์เจาะลึก

(2) แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นแบบสอบถามปลายปิดใช้ในการเก็บข้อมูลด้วยเทคนิคเดลฟาย (Delphi Technique) คือ แบ่งเก็บข้อมูล 3 รอบ

(3) การสัมภาษณ์ (Interview) เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึกในรูปแบบการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเป็นคำถามปลายเปิดซึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการได้เสนอความคิดเห็นอย่างเต็มที่ ไม่มีการชี้นำคำตอบเพื่อให้ได้ข้อเท็จจริงมากที่สุด

(4) การหาค่าตัวชี้วัดผลดำเนินงานและสัดส่วนต้นทุนต่อรายได้ของโรงแรมบูติก มีดังนี้

4.1 อัตราการเข้าพัก (Occupancy Rate) เป็นตัวชี้วัดความสามารถในการขายห้องพักของโรงแรมโดยการคำนวณเป็นร้อยละ ดังนี้

$$\text{อัตราการเข้าพัก} = \frac{\text{ห้องพักที่ขายได้}}{\text{จำนวนห้องพักทั้งหมด}} * 100$$

4.2 รายได้ต่อห้องพักพร้อมขาย (Revenue Per Available Room: RevPAR) เป็นตัวชี้วัดความสามารถหารรายได้จากห้องพักที่โรงแรมมีอยู่ โดยหาได้จาก

$$\text{RevPAR} = \text{รายได้ค่าห้องพักทั้งหมด} / (\text{จำนวนห้องพัก} * \text{จำนวนวันในรอบปี})$$

$$= \text{อัตราห้องพักเฉลี่ย} * \text{อัตราการเข้าพัก}$$

4.3 ค่าห้องพักเฉลี่ย (Average Daily Room Rate: ADR) เป็นอัตราการเข้าพักเฉลี่ยของโรงแรม และรายได้ต่อห้องพักพร้อมขายที่คำนวณได้สามารถนำมาคำนวณหาอัตราห้องพักเฉลี่ย ได้ความสัมพันธ์ ดังนี้

$$\text{อัตราค่าห้องพักเฉลี่ย} = \text{RevPAR} / \text{อัตราการเข้าพัก}$$

4.4 สัดส่วนต้นทุนต่อรายได้ของโรงแรม โดยคิดเป็นหน่วยต่อตารางเมตรและต้นทุนไม่รวมค่าที่ดินโครงการ

$$\text{มูลค่าเพิ่ม} = \text{ต้นทุน ตรม.} / \text{รายได้ผลตอบแทน ตรม.}$$

การตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัย

ทั้งแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ มีการตรวจสอบคุณภาพทั้งการตรวจสอบความครอบคลุม ความถูกต้องของเนื้อหาและภาษาที่ใช้ (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน ผลการตรวจสอบพบว่า แบบสอบถามมีค่า IOC ตั้งแต่ 0.6 ขึ้นไปทุกข้อ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

(1) การวิจัยเอกสาร ด้วยการศึกษาวเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารวิจัยวารสาร สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับแหล่งข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญและแหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

(2) แบบสอบถาม ใช้เทคนิคเดลฟาย จำนวน 3 ครั้ง โดยรอบที่ 1 ส่งแบบสอบถามชนิดปลายปิดแบบมาตราส่วนประมาณค่าของไลเคิร์ตจำนวน 6 ฉบับ แล้วนำคำตอบมาหาค่ามัธยฐาน และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์นำค่าสถิติที่ได้มาเขียนแบบสอบถามรอบที่ 2 ส่วนรอบที่ 2 และ 3 ส่งแบบสอบถามที่มีเนื้อหาสาระเช่นเดียวกับครั้งที่ 1 พร้อมทั้งแสดงค่ามัธยฐาน และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ทั้งของกลุ่มและความคิดเห็นเดิมของผู้ตอบเพื่อทบทวนคำตอบเดิมอีกครั้ง เพื่อยืนยันหรือแก้ไข พร้อมแสดงเหตุผล

(3) การสัมภาษณ์ เป็นการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยเตรียมคำถามแบบมีโครงสร้างซึ่งกำหนดคำถามออกมาเป็นประเด็นให้ครอบคลุมและสอดคล้องกับเรื่องวิจัย ซึ่งใช้เวลาสัมภาษณ์ประมาณ 60 - 90 นาที ขึ้นอยู่กับความสะดวกของผู้ให้สัมภาษณ์ แล้วนำมาถอดเทปและนำข้อมูลมาจัดหมวดหมู่ในประเด็นที่เกี่ยวข้องจากนั้นนำไปให้ผู้ประกอบการตรวจสอบความถูกต้องก่อนที่จะนำข้อมูลมาวิเคราะห์

การวิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผล

(1) การวิจัยเอกสาร ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา เป็นกรอบตีความสรุปไปสู่การวิเคราะห์เนื้อหาจากการสัมภาษณ์เจาะลึก

(2) แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคเดลฟาย โดยใช้แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ โดยความคิดเห็นที่ตรงกันร้อยละ 60 ขึ้นไปจะถูกตัดไว้ ส่วนสถิติใช้วิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่ามัธยฐาน ตั้งแต่ 3.50 ขึ้นไป และ ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ที่มีค่าไม่เกิน 1.50

(3) การสัมภาษณ์ นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาถอดเทปตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์แล้วนำข้อมูลที่ได้มาจัดหมวดหมู่ตามประเด็นที่เกี่ยวข้องในเรื่องนั้นๆ และทบทวนความถูกต้องของข้อมูลโดยให้ผู้ประกอบการแต่ละคนตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลก่อนนำไปวิเคราะห์ จากนั้นนำข้อมูลที่ได้รับจากตรวจสอบจากผู้ประกอบการมาทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) แล้วจึงนำเสนอในรูปแบบเชิงพรรณนา

ผลการศึกษา

แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 จากแบบสอบถามความคิดเห็นผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่าง

(1) ด้านการกระทำและการตัดตัดสินใจทางสังคม พบว่า ระดับมากที่สุด คือ ความต้องการความก้าวหน้าในกิจการ ความร่ำรวย ความมีชื่อเสียงในกิจการ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และความคิดเห็นที่อยู่ในระดับมาก คือ มองเห็นโอกาส ความสนใจในธุรกิจ ผลตอบแทนจากการลงทุน ต้องการอิสระในการทำงาน มีเงินทุนเพียงพอมีความรู้ความสามารถในการประกอบธุรกิจอย่างดี

(2) ด้านความต้องการจากการเรียนรู้ พบว่า ระดับมากที่สุด คือ มีการวางแผน กำหนดเป้าหมาย และควบคุมระบบการทำงานสูงกว่าคนทั่วไป มีพฤติกรรมที่ชอบท้าทายความสามารถและมีความมุ่งมั่น มีความรับผิดชอบสูงกว่าคนทั่วไป มีความมุ่งมั่นที่จะเอาชนะอุปสรรคต่าง ๆ และความคิดเห็นในระดับมาก มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และมีการปรับปรุงพัฒนางานสม่ำเสมอที่สูงกว่าคนทั่วไป โนมนำให้ผู้อื่นได้

(3) ด้านการตัดสินใจลงทุน พบว่า ระดับมากที่สุด คือ ก่อนตัดสินใจเลือกรูปแบบการลงทุน ได้ทำการศึกษา วิเคราะห์ถึงปัญหา รวมความเป็นไปได้ในการลงทุน ประเมินทางเลือกถึงความเป็นไปได้ หลังจากตัดสินใจลงทุนแล้วเมื่อเกิดปัญหาจะมีการติดตามผล ทบทวน ประเมิน รวมถึงทำการแก้ไขปัญหาดังกล่าวอย่างสม่ำเสมอ ความคิดเห็นในระดับมาก คือ การที่ท่านตัดสินใจลงทุนในโรงแรมที่ท่านเป็นเจ้าของอยู่ เนื่องจากความชอบส่วนตัว

(4) ด้านแนวโน้มผลตอบแทนจากการลงทุน พบว่า หากพิจารณารูปแบบของการออกแบบโรงแรมบูติกที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้สูงสุดนั้น ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาโดยใช้ข้อมูลของต้นทุนเบื้องต้น (ไม่รวมค่าที่ดินโครงการ) โดยใช้ค่า Occupancy Rate และ ค่า Rack Rate (อัตราค่าห้องพักเต็มราคาที่ไม่มีส่วนลด) มาวิเคราะห์ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานของโรงแรม คือ ค่า Occupancy Rate, ค่า RevPAR, ค่า ADR และวิเคราะห์สัดส่วนมูลค่าเพิ่ม ซึ่งสามารถใช้สัดส่วนของต้นทุน (ไม่รวมค่าที่ดินโครงการ) ต่อรายได้ (Revenue) เพราะโรงแรมบูติกมีลักษณะพื้นที่ใช้สอยที่มีเอกลักษณ์สูง รวมถึงมีขนาดและจำนวนห้องพักที่แตกต่างกัน ดังนั้นเพื่อลดความคลาดเคลื่อน ผู้วิจัยจึงวิเคราะห์สัดส่วนต้นทุนต่อรายได้ โดยใช้การเปรียบเทียบเป็นหน่วยตารางเมตรเพื่อลดความคลาดเคลื่อนในงานวิจัยและให้ผลการศึกษาที่ถูกต้อง เทียบตรงมากที่สุด โดยสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

ตารางที่ 1: แสดงตัวชี้วัดผลการดำเนินงานและผลรายได้โดยเฉลี่ยของโรงแรมบูติกกรณีศึกษา

Boutique Hotel	พื้นที่ขาย		ตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน			รายได้ทั้งหมด	รายได้/ตารางเมตร	
	จำนวนห้อง	ตารางเมตร	Occupancy rate (%)	RevPAR (บาทต่อห้อง)	ADR (บาทต่อห้อง)	(บาท)	(บาท/ตรม)	
A	32	1,316	83.90	6,482	5,438	207,435	158	2
B	26	1,716	86.93	5,286	4,596	137,447	80	5
C	38	1,800	79.24	6,505	5,154	247,184	137	3
D	40	1,600	71.33	10,202	7,277	408,070	255	1
E	35	1,345	72.41	2,931	2,123	102,602	76	6
F	36	2,048	71.63	5,007	3,586	180,243	88	4

ค่า Occupancy Rate พบว่า 3 อันดับแรกเป็นโรงแรมบูติกรูปแบบผสมผสานมีอัตราการเข้าพักสูงสุด คือ โรงแรม B 86.93% โรงแรม A 83.90% และโรงแรม C 79.24% ส่วนรูปแบบสมัยใหม่มีอัตราการเข้าพักน้อยทั้ง 3 โรงแรม คือ โรงแรม E 72.41% โรงแรม F 71.63% และโรงแรม D 71.33% ตามลำดับ สำหรับโรงแรมบูติกรูปแบบที่มีรายได้ต่อห้องพักพร้อมขาย (RevPAR) สูงสุด พบว่า รูปแบบสมัยใหม่โรงแรม D 10,202 บาท รองลงมาเป็นรูปแบบผสมผสาน โรงแรม C 6,505 บาท โรงแรม A 6,482 บาท โรงแรม B 5,282 บาท รูปแบบสมัยใหม่ โรงแรม F 5,007 บาท และโรงแรม E 2,931 บาท ตามลำดับ ในส่วนของอัตราค่าห้องพักเฉลี่ย (ADR) สูงสุด พบว่า รูปแบบสมัยใหม่ โรงแรม D 7,277 บาท รองลงมาเป็นรูปแบบผสมผสาน โรงแรม A 5,438 บาท โรงแรม C 5,154 บาท โรงแรม B 4,596 บาท รูปแบบสมัยใหม่ โรงแรม F 3,586 บาท และโรงแรม E 2,123 บาท ตามลำดับ

เมื่อนำรายได้ต่อห้องพักพร้อมขาย (RevPAR) เพื่อคำนวณหารายได้พื้นที่ต่อตารางเมตรของแต่ละโรงแรม พบว่า โรงแรมบูติกรูปแบบสมัยใหม่ โรงแรม D สามารถทำรายได้สูงสุด คิดเป็น 255 บาท/ตรม. รองลงมาเป็นรูปแบบผสมผสาน โรงแรม A 158 บาท/ตรม. โรงแรม C 137 บาท/ตรม. รูปแบบสมัยใหม่ โรงแรม F 88 บาท/ตรม. รูปแบบผสมผสาน โรงแรม B 80 บาท/ตรม. และรูปแบบสมัยใหม่ โรงแรม E 76 บาท/ตรม. ตามลำดับ

ตารางที่ 2: แสดงต้นทุนโครงการโดยเฉลี่ยของโรงแรมบูติกกรณีศึกษาแต่ละแห่ง

Boutique Hotel	ต้นทุนโครงการ (บาท)	พื้นที่ขาย		ต้นทุนห้อง (บาท/ห้อง)	ต้นทุน/ตารางเมตร (บาท/ตรม.)	
		จำนวนห้อง	ตารางเมตร			
A	44,900,000	32	1,316	1,403,125	34,119	6
B	74,050,000	26	1,716	2,848,077	43,153	5
C	85,900,000	38	1,800	2,260,526	47,722	3
D	131,800,000	40	1,600	3,295,000	82,375	1
E	81,190,000	35	1,345	2,319,714	60,364	2
F	96,840,000	36	2,048	2,690,000	47,285	4

หมายเหตุ: ต้นทุนไม่รวมค่าที่ดินโครงการ เนื่องจากค่าดินอาจทำให้เกิดผลคลาดเคลื่อนได้

ด้านผลสรุปต้นทุนโครงการต่อตารางเมตร(ไม่รวมค่าที่ดินโครงการ) พบว่า โรงแรมบูติกรูปแบบสมัยใหม่ โรงแรม D มีต้นทุนสูงสุด 82,375 บาท/ตรม. รองลงมาเป็นโรงแรม E 60,364 บาท/ตรม. รูปแบบผสมผสาน โรงแรม C 47,722 บาท/ตรม. รูปแบบสมัยใหม่ โรงแรม F 47,285 บาท/ตรม. รูปแบบผสมผสาน โรงแรม B 43,153 บาท/ตรม. และโรงแรม A 34,119 บาท/ตรม. ตามลำดับ

เมื่อเปรียบเทียบอันดับรายได้และต้นทุนต่อตารางเมตร พบว่า รายได้แต่ละอันดับค่อนข้างสอดคล้องกับอันดับของต้นทุนเฉลี่ยต่อตารางเมตรของโรงแรมนั้น ๆ อาทิเช่น โรงแรมบูติก D รูปแบบสมัยใหม่ มีต้นทุนต่อตารางเมตรสูงสุด สอดคล้องกับรายได้ต่อตารางเมตรสูงสุดเช่นกัน แต่โรงแรมบูติก E รูปแบบสมัยใหม่ มีต้นทุนต่อตารางเมตรอันดับที่ 2 แต่กลับมีรายได้ต่อตารางเมตรต่ำสุด ซึ่งสวนทางกับโรงแรมบูติก A รูปแบบผสมผสาน มีต้นทุนต่อตารางเมตรต่ำสุด แต่กลับมีรายได้ต่อตารางเมตรอันดับที่ 2 ทำให้คาดการณ์ไว้ว่า โรงแรมบูติกรูปแบบผสมผสานสามารถสร้างมูลค่าให้กับโครงการสูงสุด

และหากนำผลสรุปโดยพิจารณาจากรายได้และต้นทุนโครงการต่อตารางเมตรมาเปรียบเทียบหาสัดส่วนของต้นทุนต่อรายได้ จะทำให้ทราบถึงสัดส่วนที่สามารถนำไปวิเคราะห์มูลค่าเพิ่มของโครงการได้พบว่า โรงแรมบูติก A รูปแบบผสมผสาน มีต้นทุนต่อตารางเมตร เป็นสัดส่วน 216 ส่วน ต่อ รายได้โครงการ 1 ส่วน ทำให้ทราบว่าโรงแรมบูติกรูปแบบผสมผสานสามารถสร้างมูลค่าให้กับโครงการสูงสุด

ฉะนั้นสรุปผลจากตัวชี้วัดผลการดำเนินงานได้ว่าโรงแรมบูติกรูปแบบผสมผสานมีอัตราการเข้าพัก (Occupancy Rate) ค่อนข้างสูง และหากพิจารณาผลการเปรียบเทียบอันดับของรายได้และต้นทุน (ต่อตารางเมตร) ร่วมกับผลการเปรียบเทียบสัดส่วนต้นทุนต่อรายได้ (ต่อตารางเมตร) จะพบว่า โรงแรมบูติกรูปแบบผสมผสานเป็นรูปแบบการออกแบบที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับโครงการได้สูงสุด

ตอนที่ 2 จากแบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่าง

(1) มุมมองต่อการกระทำและการตัดตัดสินใจทางสังคม พบว่า มาจากมองเห็นโอกาสในธุรกิจผลตอบแทนจากการลงทุน การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เนื่องจากวันหยุดสุดสัปดาห์ส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาจากกรุงเทพฯ เหตุที่เลือกหัวหิน-ชะอำ เพราะเดินทางสะดวก ใกล้ สภาพน้ำทะเล ยังถือว่าดีอยู่ ประกอบกับค่าครองชีพไม่แพงมากนักและมีแหล่งท่องเที่ยวค่อนข้างมาก อีกทั้งต้องการอิสระในการทำงานซึ่งการทำโรงแรมสามารถใส่ไอเดียการตกแต่ง การออกแบบปรับเปลี่ยนได้ตลอดทำให้สนุกในการทำงาน อีกทั้งบางท่านก็มีเงินทุน มีความรู้ในด้านการบริหารโรงแรมหรือบางท่านก็มีความชื่นชอบส่วนตัวในการอยากทำโรงแรมอีกทั้งยังได้รับการสนับสนุนจากครอบครัวและเพื่อน ๆ เป็นต้น

(2) มุมมองต่อแรงจูงใจความต้องการจากการเรียนรู้ พบว่า ต้องการความสำเร็จที่เหนือกว่าคนอื่นซึ่งมุ่งมั่นในการทำงานอย่างจริงจัง ทั้งปรับปรุงและพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อมุ่งสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้ อีกทั้งการที่จะมุ่งสู่เป้าหมายได้ตามกำหนดก็ต้องมีการวางแผนเป้าหมาย มีทักษะในการต่อรองอันนำมาสู่อำนาจและโอกาสที่เหนือกว่าคู่แข่งและที่สำคัญต้องรักษาคุณภาพของงานให้ดียิ่ง

(3) มุมมองต่อการตัดสินใจลงทุนรูปแบบการออกแบบโรงแรมบูติก พบว่า นอกจากการวางแผนดำเนินธุรกิจในพื้นที่พื้นฐานแล้วควรพัฒนากลยุทธ์การตลาดทั้งเชิงรุกและเชิงรับ เพื่อเพิ่มศักยภาพของธุรกิจให้แข็งแกร่งท่ามกลางภาวะการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ผู้ประกอบการต้องโน้มน้าวใจให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริการของตน โดยลูกค้าเลือกตัดสินใจเอง

(4) มุมมองต่อแนวโน้มผลตอบแทนจากการลงทุนที่พักประเภทโรงแรมบูติก พบว่า เป็นกลุ่มที่มีรายได้สูงพร้อมที่จะจ่ายเงินซื้อสินค้าและบริการในราคาแพง มีความต้องการเฉพาะเจาะจง (Market Differentiation) ที่ค่อนข้างสูง จึงสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับโครงการมากกว่าโรงแรมมาตรฐานทั่วไป ควรทำการศึกษาแนวโน้มในพื้นที่ที่จะลงทุนด้วยว่าโรงแรมบูติกแบบใดที่ตอบโจทย์นักท่องเที่ยว รวมถึงแนวโน้มบูติกที่จะเป็นที่นิยมในอนาคตเพื่อจัดเตรียมรองรับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลง ซึ่งในปัจจุบันกระแสความนิยมรักษ์ธรรมชาติ รักสุขภาพและผ่อนคลายได้รับความนิยมมากขึ้นและมีจำนวนน้อยซึ่งจะเป็นแนวโน้มของโรงแรมบูติกในระยะต่อไป

อภิปรายผล

(1) ด้านการกระทำและการตัดสินใจทางสังคม พบว่า จากแบบสอบถามผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด คือ ความต้องการความก้าวหน้าในกิจการ ความร่ำรวย การมีชื่อเสียงในกิจการของตนเอง การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และความคิดที่อยู่ในระดับมาก คือ มองเห็นช่องทางหรือโอกาส ความสนใจในธุรกิจโรงแรมบูติก ผลตอบแทนจากการลงทุน ความอิสระในการทำงาน มีเงินทุน มีความรู้ในการประกอบธุรกิจเป็นอย่างดี สอดคล้องกับ Reeder (1995) ที่ได้เสนอทฤษฎีการตัดสินใจและการกระทำทางสังคม ที่กล่าวถึงปัจจัยดึงดูดว่าผู้กระทำจะพยายามทำเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ ส่วนปัจจัยผลักคือ การคาดหวังให้สืบทอดกิจการต่อ ส่วนปัจจัยสนับสนุน คือ การมีความรู้ ประสบการณ์ในเรื่องนั้น ๆ

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่มีมุมมองต่อแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม โดยพบว่า จากลักษณะการออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่สามารถเพิ่มราคาได้ตามกลุ่มเป้าหมาย มีอิสระในการสร้างสรรค์ในการออกแบบและทำงานซึ่งสอดคล้องกับ Krauss (2003) ที่ได้กล่าวถึงลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จไว้ว่าสามารถตัดสินใจได้ในสถานการณ์ที่บีบบังคับแล้วนำไปสู่โอกาส ความมีนวัตกรรมใหม่ที่สร้างสินค้าและบริการที่แตกต่างจากคู่แข่ง มีความกล้าเสี่ยง รวมถึงมุ่งมั่นอย่างสม่ำเสมออันนำไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้

(2) ด้านแรงจูงใจความต้องการจากการเรียนรู้ พบว่า จากแบบสอบถามผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด คือ มีการวางแผน กำหนดเป้าหมาย และควบคุมระบบการทำงานด้วยตนเองที่สูงกว่าคนทั่วไป มีพฤติกรรมที่ชอบท้าทายความสามารถและมุ่งมั่นพยายาม มีความรับผิดชอบสูงกว่าคนทั่วไป มีความมุ่งมั่นที่จะเอาชนะอุปสรรคต่าง ๆ มีความกล้าเสี่ยง และความคิดเห็นในระดับมาก มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และมีการปรับปรุงพัฒนางานอย่างสม่ำเสมอที่สูงกว่าคนทั่วไปสอดคล้องกับ McClelland

(2014) ที่กล่าวไว้ในทฤษฎีความต้องการจากการเรียนรู้ไว้ว่า คนเราต้องเรียนรู้จากสังคมที่อยู่แล้วถูกหล่อหลอมรู้ว่าสังคมต้องการสิ่งใด

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่มีมุมมองต่อแรงจูงใจความต้องการจากการเรียนรู้ โดยพบว่า ต้องการความสำเร็จที่เหนือกว่าคนอื่นซึ่งมุ่งมั่นในการทำงานอย่างจริงจัง ปรับปรุงและพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อมุ่งสู่เป้าหมายที่ตั้ง มีการวางแผนเป้าหมาย มีทักษะในการต่อรองและที่สำคัญต้องรักษาคุณภาพของงานให้ดียิ่ง และสอดคล้องกับ Jindaapon (2015) ได้ศึกษาเรื่อง การเป็นเจ้าของกิจการในทัศนคติต่อความเสี่ยง พบว่า ผู้ประกอบการในประเทศเนเธอร์แลนด์ เยอรมนี นอร์เวย์ รัสเซีย และจีน ยอมรับความเสี่ยงได้ดีกว่าลูกจ้าง

(3) ด้านลักษณะความต้องการลงทุนธุรกิจที่พึงประเภทโรงแรมบูติก พบว่า จากแบบสอบถามผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่าง มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด คือ ก่อนตัดสินใจได้ทำการศึกษา วิเคราะห์ถึงปัญหาและความเป็นไปได้ในการลงทุน ประเมินแนวโน้มผลตอบแทนจากการลงทุนแล้ว เมื่อเกิดปัญหาที่ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้จะมีการติดตามผล ทบทวน ประเมิน รวมถึงทำการแก้ไขปัญหาดังกล่าวอย่างสม่ำเสมอ ความคิดเห็นในระดับมาก คือ การที่ท่านตัดสินใจลงทุนในโรงแรมที่ท่านเป็นเจ้าของอยู่ เนื่องจากความชอบส่วนตัว สอดคล้องกับ Robbins (in Suksawat, P. et al, 2014) ที่ได้กล่าวถึงขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจ โดยมี 5 ขั้นตอน คือ 1) การกำหนดปัญหา เป็นการวิเคราะห์สาเหตุที่แท้จริง 2) การกำหนดทางเลือก 3) การเลือกที่ดีที่สุดมาพิจารณาข้อดี ข้อเสียก่อนทำไปใช้ 4) การนำไปใช้ เป็นการนำทางเลือกไปปฏิบัติ รวมถึงพิจารณาผลกระทบ และ 5) การติดตามผล เป็นการประเมินผลว่าเป็นไปตามเป้าหมายหรือไม่ เพื่อนำไปแนวโน้มปรับปรุงการตัดสินใจ

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่มีมุมมองต่อการตัดสินใจลงทุนรูปแบบการออกแบบโรงแรมบูติก โดยพบว่า นอกจากการวางแผนดำเนินธุรกิจในขั้นพื้นฐานแล้ว พัฒนากลยุทธ์ทั้งเชิงรุกและเชิงรับ ให้คุ้มค่าแก่ลูกค้า สอดคล้องกับ Gray (in Thanusing, C. et al, 2011) ที่ได้กล่าวถึงอุปสงค์และอุปทานของธุรกิจโรงแรมไว้ว่า จะต้องศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อการวิเคราะห์การออกแบบให้สนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้ตรงจุด

(4) จากการศึกษาแนวโน้มผลตอบแทนจากการลงทุน พบว่า จากการเติบโตของโรงแรมบูติกที่มีเพิ่มขึ้นจากนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายที่มีช่วงอายุในวัยรุ่นและวัยทำงาน สอดคล้อง Chanklup (2011) ได้ศึกษาเรื่อง แนวโน้มการพัฒนาารูปแบบโรงแรมบูติก กรณีศึกษาโรงแรมในเขตอำเภอหัวหิน-ชะอำ ได้ทำการศึกษาผลชี้วัดการดำเนินงานของโรงแรมบูติกทั้ง 4 สไตล์ ได้แก่ รูปแบบพื้นถิ่น รูปแบบย้อนยุค รูปแบบผสมผสานและรูปแบบสมัยใหม่ โดยเปรียบเทียบค่า Occupancy Rate, ค่า RevPAR, รายได้และต้นทุนต่อตารางเมตร พบว่า โรงแรมบูติกรูปแบบสมัยใหม่สามารถสร้างมูลค่าให้กับโครงการได้สูงสุด และมีแนวโน้มว่าในอนาคตโรงแรมบูติกรูปแบบที่เน้นธรรมชาติจะได้รับความความสนใจจากนักท่องเที่ยวสูง

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่มีมุมมองต่อแนวโน้มผลตอบแทนจากการลงทุนที่พักประเภทโรงแรมบูติก โดยพบว่า แนวโน้มบูติกในรูปแบบธรรมชาติที่จะเป็นที่นิยมในอนาคต และมีจำนวนน้อยอยู่ซึ่งสอดคล้องกับ Boonyam (2011) ศึกษาเรื่อง การท่องเที่ยวสีเขียวเพื่อความยั่งยืนของโลกและแนวทางสำหรับผู้ประกอบการ พบว่า กระแสการท่องเที่ยวสีเขียวจะกลายเป็นทางเลือกที่สำคัญของนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นการท่องเที่ยวสีเขียวที่เกี่ยวกับธรรมชาติ วัฒนธรรม การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม รักษาวัฒนธรรมท้องถิ่นโดยสร้างความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะนำผลวิจัยไปใช้

(1) ด้านการกระทำทางสังคม พบว่า ส่วนใหญ่ต้องการความสำเร็จเหนือกว่าคนอื่น แสวงหาพันธมิตรทางการค้า หากในบางสถานการณ์บีบคั้นอาจนำไปสู่โอกาสทางธุรกิจรวมถึงการสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ แต่ที่ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการมากที่สุด คือ การปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ 300 บาท ทำให้มีต้นทุนเพิ่มจึงเป็นปัญหาต้นทุนค่าห้องพักในการแข่งขันทำการตลาด

(2) ด้านความต้องการจากการเรียนรู้ พบว่า มีกระบวนการวางแผนรวมถึงกระบวนการตัดสินใจ เป้าหมายมาตรฐานการทำงานที่สูงเพื่อให้เกิดความมุ่งมั่น ทুমเตื่องานเต็มที่ และจากสิ่งเหล่านี้จึงหล่อหลอมให้เป็นผู้ที่แสวงหาโอกาส มีการวางแผนทำงาน ชอบการแข่งขัน สนุกกับความท้าทาย

(3) ด้านการตัดสินใจลงทุนรูปแบบการออกแบบโรงแรมบูติก พบว่า ต้องสร้างอุปสงค์ที่แปลกใหม่ให้เกิดขึ้นก่อนผนวกเข้ากับการโปรโมททางการตลาดตามกระแสเทรน ณ ขณะนั้นหรือทวนกระแส เพื่อให้เกิดการสร้างสรรครูปแบบใหม่ ๆ แต่ต้องศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวร่วมด้วย

(4) ด้านแนวโน้มผลตอบแทนจากการลงทุน พบว่า ควรใช้ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานทั้งค่า Occupancy, ค่า RevPAR, ค่า ADR, รายได้ต่อต้นทุน (ต่อตารางเมตร) และ ค่า Repeater ร่วมด้วยเพื่อยืนยันการกลับมาใช้บริการของ Target Group เพื่อลดความคาดเคลื่อนของการศึกษา

ข้อเสนอแนะที่ใช้ในการวิจัยครั้งต่อไป

(1) เนื่องจากโรงแรมบูติกการออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์จึงมีความแตกต่างในเรื่องจำนวนห้องพัก ขนาดห้องพัก รวมถึงพื้นที่ส่วนกลางของแต่ละโครงการ หากนำไปวิจัยต้องคำนึงถึงเรื่องนี้ด้วย

(2) การวิเคราะห์หามูลค่าเพิ่มสำหรับการลงทุนธุรกิจโรงแรม มีตัวชี้วัดที่สำคัญ ๆ เช่น ต้นทุนเบื้องต้นของโครงการ ค่า RevPAR ค่า Occupancy rate สัดส่วนของ Repeater ของโรงแรม และรวมถึงระยะเวลาการเข้าพัก เป็นต้น ซึ่งหากนำส่วนที่ไม่ได้นำมาใช้ในการงานวิจัยครั้งนี้ไปวิจัยหรือศึกษาเชิงลึกก็จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างมาก

(3) เสนอแนะให้ทำการวิจัยโรงแรมบูติกในเทรนด์ใหม่ ๆ เช่น Natural Hotel, Hip Hotel เป็นต้น เนื่องจากมีการศึกษาเรื่องโรงแรมบูติกและการสร้างมูลค่าเพิ่มมีค่อนข้างน้อยจึงอยากสนับสนุนให้ศึกษา จะได้เป็นแนวทางในการประกอบธุรกิจและพัฒนาด้านอสังหาริมทรัพย์ต่อไป

References

- Anhar, Lucienne K. (2012). *The definition of boutique hotels*. Retrieved August 10, 2016, from <http://www.hospitaliynet.org/news/4010409.html>
- Boonyam, Treetip. (2011). Green Tourism for the World Sustainability and the Guidelines for Entrepreneurs. *Executive Journal*, 31(2), 184-189.
- Chanklup, Bennapha. (2011). *Development Trend of Boutique hotel Style: A Case Study of Hotels in Hua-Hin and Cha-Am*. A Thesis for the degree of master of housing development program in real estate development, Department of housing faculty of architecture. Chulalongkorn university.
- Department of Tourism. (2014). *Tourist Statistic in 2014*. Retrieved from <http://www.tourism.go.th/home/details/11/221/24691>
- Jindaapon, Paan. (2015). Entrepreneurship and Risk Attitudes. *Executive Journal*, 34(1), 130-135.
- Krauss, Stefanie I. (2003). *Psychological Success Factors of Small and Micro Business Owners in Southern Africa: A Longitudinal Approach*. Hesse: University of Giessen.
- Kritikos, Alexander S. (2014). *Entrepreneurs and their impact on job and economic growth*. Retrieved August 14, 2016, from <https://wol.iza.org/uploads/articles/8/pdfs/entrepreneurs-and-their-impact-on-jobs-and-economic-growth.pdf>
- McClelland, David C. (2014). *Learned Needs Theory*. Retrieved August 10, 2016 from <https://www.mindtools.com/pages/article/human-motivation-theory.htm>
- Oxford dictionaries. *The definition of entrepreneur*. Retrieved August 13, 2016, from <http://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/entrepreneur>
- Reeder, William. (1995). *Partial theories from the 25 year research program on directive factor in Believer and social action*. New York: McGraw-Hill. 60-74.
- Suksawat, Pranom. et al. (2014). The Model Development on Communication Competency of Leaders is Small and Medium Enterprises of Contraction Service Business. *Industrial Education Journal*. 7(2), 12-24.
- Thanusing, Charurat. and Madhyamapurush, Warach. (2011). *Trend for Boutique Hotel Management: A Case Study of the Hotel Rarinjinda Wellness Spa Resort, Chiang Mai Province*. 1st Phayao research conference. Phayao: Book center of Phayao university.

The Office of SMEs Promotion. (2014). SMEs White Paper 2014. Retrieved August 21, 2016, from http://www.sme.go.th/th/images/data/SR/download/2015/report_year/รายงานสถานการณ์/บทที่%201.pdf

Tourism Authority of Thailand. (2014). *The definition of boutique hotels*. Retrieved from <http://tourisminvest.tat.or.th/en/links/28-english/old?start=3>



Nujaree Pansaen, MBA. (Hotel and Tourism Management), Stamford International University, Thailand, 2008 B.B.A (Accounting) (Second class honors) Bangkok University, Thailand.



Dr.Boonyarat Samphanwattanachai, Ph.D. Graduate, Lecturer, Stamford International University, Thailand.