

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

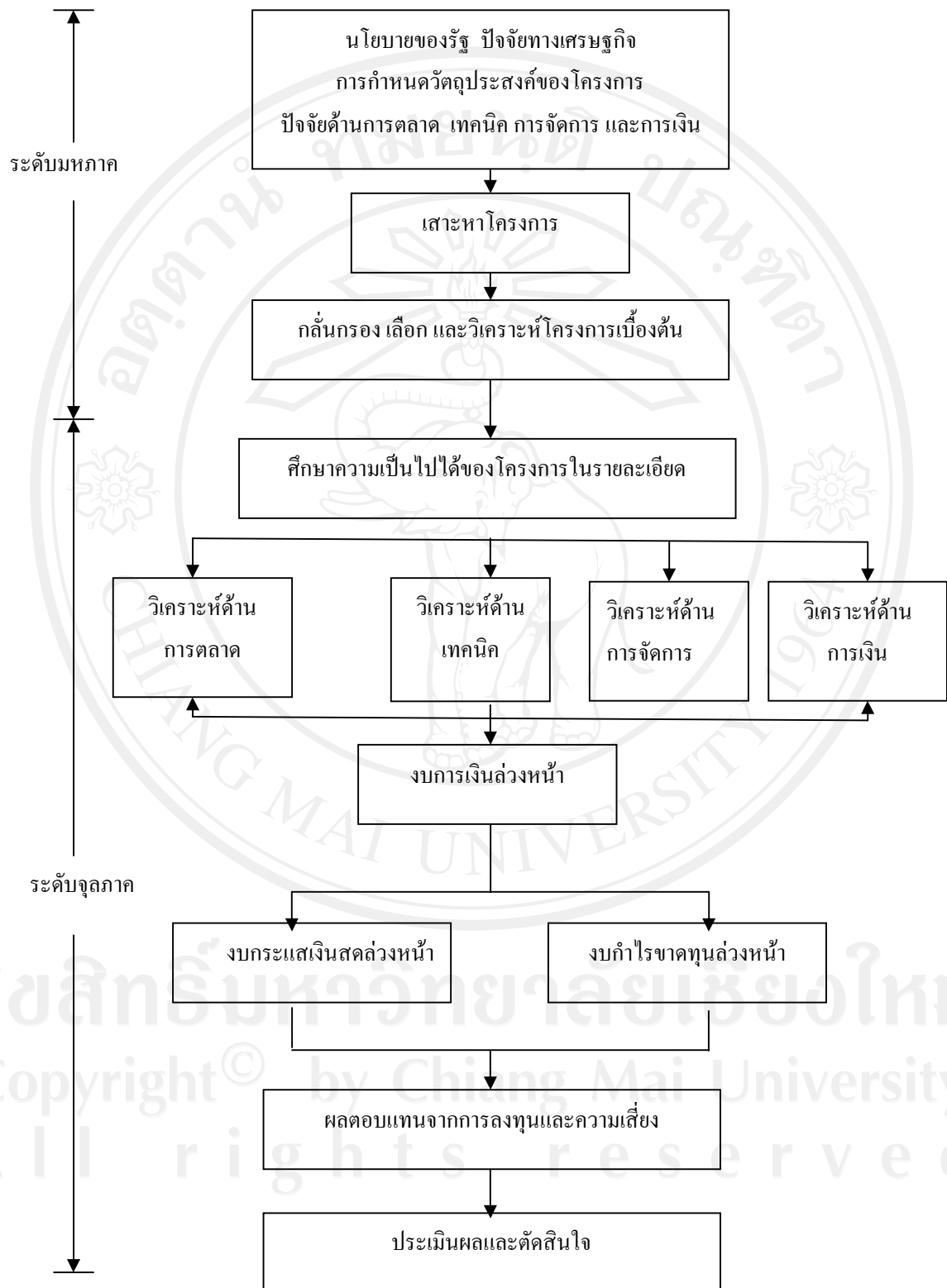
การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจบ้านไร่ยามเย็นบูติกโฮเทล ตำบลฟ้าฮ่าม อำเภอเมืองเชียงใหม่ มีแนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องดังนี้

แนวคิดและทฤษฎี

ทฤษฎีเกี่ยวกับการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุน

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจบ้านไร่ยามเย็นบูติกโฮเทล ตำบลฟ้าฮ่าม อำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยนำทฤษฎีความเป็นไปได้ในการลงทุนมากำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษา 4 กิจกรรม คือ ด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และด้านการเงิน โดยผลของกิจกรรมดังกล่าวจะสรุปออกมาให้เห็นในรูปของงบการเงินผลการดำเนินงานล่วงหน้า (Proforma Financial Statement) ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญนำมาประเมินผล และตัดสินใจว่าจะลงทุนโครงการหรือไม่ โดยพิจารณาที่ผลตอบแทนจากการลงทุน และความเสี่ยงว่าคุ้มกับเงินลงทุนและความเสี่ยงที่คาดว่าจะเกิดขึ้นหรือไม่ (ชัยยศ สันติวงษ์, 2539)

ในการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุน สามารถอธิบายกรอบแนวคิดในการศึกษา โดยการใช้แผนภาพ ที่ 1 ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจบ้านไร่ยามเย็นบูติกโฮเทล ตำบลฟ้าฮ่ามอำเภอเมืองเชียงใหม่

1. การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด

ความเป็นไปได้ทางการตลาด เป็นการศึกษามีจุดมุ่งหมายเพื่อวิเคราะห์สถานะตลาด โดยสรุป จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคทางการตลาด แนวโน้มของตลาด กลุ่มลูกค้า เป้าหมาย เพื่อประเมินผลการตัดสินใจลงทุน โดยนำทฤษฎีสี่ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจ บริการ 7 P's (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2546) มาประกอบในการวิเคราะห์แต่ละด้านเพื่อพิจารณาองค์ประกอบสำคัญทางการตลาดของธุรกิจ ซึ่งประกอบด้วย การศึกษาลักษณะของ บริการ ภาวะความต้องการ (Demand) ภาวะการตอบสนอง (Supply) ส่วนประสมทางการตลาด กลยุทธ์การตลาดธุรกิจบริการและแนวโน้มของตลาด ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) คือ สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อสนองความต้องการของลูกค้า ให้พึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ต้องมีสรรพประโยชน์มีคุณค่าในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้
2. ราคา (Price) คือ คุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าผลิตภัณฑ์กับราคาก่อนการตัดสินใจซื้อ ดังนั้นการกำหนดราคาต้องคำนึงถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ ต้นทุนสินค้า การแข่งขันในตลาด และปัจจัยอื่นๆ
3. สถานที่ตั้ง (Place) คือ การให้บริการที่ถูกต้องไปยังผู้ที่ต้องการใช้บริการในสถานที่ที่ต้องการและในเวลาที่เหมาะสม
4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) คือ การติดต่อ สื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ
5. บุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือกการฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง พนักงานต้องการมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาและการตอบสนองต่อลูกค้า
6. การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) โดยการสร้างคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management) จะเป็นด้านความสะอาด เป็นต้น
7. กระบวนการ (Process) เพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็ว และประทับใจลูกค้า

2. การศึกษาความเป็นไปได้ด้านเทคนิค (ชัยยศ สันตวงษ์, 2539)

ความเป็นไปได้ทางเทคนิค เป็นการพิจารณาว่าโครงการที่กำลังพิจารณานั้นมีความเหมาะสมทางด้านเทคนิคหรือการออกแบบและทางด้านวิศวกรรมเพียงใด นอกจากนั้นก็ควรวิเคราะห์ในเรื่องต่าง ๆ ได้แก่ สถานที่ตั้งของโครงการ การออกแบบและวิศวกรรมของโครงการ ขนาดของโครงการและพิจารณาถึงความคาดหวังของตลาด วัสดุที่ใช้และสิ่งอำนวยความสะดวก

ต่าง ๆ ปริมาณและคุณภาพของแรงงานที่ต้องการ กำหนดการดำเนินงานของโครงการ และ การประมาณค่าใช้จ่ายของโครงการ การวิเคราะห์ด้านเทคนิคจะพิจารณาในเรื่องต่อไปนี้

- 2.1 รูปแบบการดำเนินธุรกิจ โดยพิจารณารูปแบบที่เหมาะสมกับกิจการ
- 2.2 พื้นที่ที่เหมาะสมในการก่อสร้าง ได้แก่ สถานที่ตั้งของโครงการ การออกแบบ และวิศวกรรมของโครงการ ขนาดของโครงการ
- 2.3 การวางผังโครงการ รูปแบบการก่อสร้าง ได้แก่ วัสดุที่ใช้และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ปริมาณและคุณภาพของแรงงานที่ต้องการ กำหนดการดำเนินงานของโครงการ
- 2.4 รูปแบบการดำเนินงาน และการบริหารจัดการ ได้แก่ การประมาณค่าใช้จ่ายของโครงการ
- 2.5 การคาดคะเนความต้องการแรงงาน ได้แก่ บุคลากร การกำหนดรูปแบบการบริหาร การจัดการภายในองค์กร

3. การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการจัดการ (ชัยยศ สันตวิงษ์, 2539)

เป็นการศึกษาถึงการจัดการก่อนการดำเนินงาน ในด้านการขออนุญาตในการก่อสร้างโรงแรม การขออนุญาตในการใช้อาคาร การขออนุญาตเป็นผู้ประกอบการ นอกจากนี้ยังรวมถึงการศึกษาเพื่อกำหนดรูปแบบในการดำเนินงานขององค์กร การจัดโครงสร้างการบริหารงาน การกำหนดคุณสมบัติหน้าที่และความรับผิดชอบในแต่ละตำแหน่ง การสรรหาและการรักษาพนักงาน รวมทั้งการกำหนดค่าตอบแทนในแต่ละตำแหน่งและการดำเนินการต่างๆ การประมาณการค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน การประมาณการค่าใช้จ่ายต่างๆที่โครงการจะต้องจ่ายลงทุนในช่วงก่อนที่กิจการจะเริ่มเปิดดำเนินการ เช่น ค่าจดทะเบียนการค้า ค่าใช้จ่ายในการติดต่องาน เงินเดือนของพนักงานและค่าสาธารณูปโภคในช่วงก่อนเปิดดำเนินงาน

4. การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงิน (เพชร ชุมทรัพย์, 2544)

ความเป็นไปได้ทางการเงิน เป็นการศึกษาผลการดำเนินงานของโครงการ ในด้านรายรับ และด้านรายจ่าย เพื่อจัดทำงบการเงินล่วงหน้า ในการวิเคราะห์กระแสเงินสดเข้า และกระแสเงินสดออก ของโครงการลงทุน เนื่องจากเงินสดเป็นประเด็นศูนย์กลางของการตัดสินใจประเภทของธุรกิจโดยอาศัยเครื่องมือในการวิเคราะห์ทางการเงิน ได้แก่

- 4.1 วิธีระยะเวลาคืนทุนคิดลด (Discount Payback Period) คือวิธีคิดระยะเวลาคืนทุน โดยหากจากกำไรที่ได้รับจากโครงการ โดยมีการปรับค่าเงินตามอัตราที่คิดลด ว่าใช้ระยะเวลานาน

เท่าไรจึงจะคุ้มกับรายจ่ายลงทุนเริ่มแรกพอดี โดยที่กำไรในที่นี้หมายถึงกำไรสุทธิหลังหักภาษีรวมกับต้นทุนทางการเงิน (ดอกเบี้ย) และค่าเสื่อมราคา

ระยะเวลาคืนทุนคิดลด = ระยะเวลาที่ทำให้กระแสเงินสดรับสุทธิที่มีการปรับค่าตามอัตราที่คิดลดมีค่าเท่ากับเงินลงทุนเริ่มแรก

4.2 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV) เกิดจากผลต่างระหว่างมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับสุทธิตามมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่ายสุทธิในแต่ละปีตลอดอายุโครงการ คำนวณได้จากสูตร

$$\text{มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)} = \sum_{t=0}^n \frac{CF_t}{(1+k)^t}$$

เมื่อ CF_0 = เงินลงทุนครั้งแรก

CF_t = กระแสเงินสดสุทธิในปีที่ t

k = ต้นทุนของเงินทุนของโครงการ ซึ่งจะใช้เป็นอัตราส่วนลด แทนที่ในการตัดสินใจคือ ถ้า NPV เป็นบวกก็จะยอมรับโครงการนั้น แต่ถ้า NPV เป็นลบก็จะปฏิเสธโครงการนั้น

4.3 อัตราผลตอบแทนลดค่าหรืออัตราผลตอบแทนของโครงการ (Internal Rate of Return : IRR) เป็นอัตราลดค่าที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสดรับเท่ากับมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่ายสุทธิพอดี คำนวณได้จากสูตร

$$\sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t} = C_0$$

โดย r = อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนของโครงการโดยเฉลี่ยต่อปี

เกณฑ์ในการตัดสินใจคือ จะยอมรับโครงการเมื่ออัตราผลตอบแทนจากการลงทุนของโครงการ (r) มากกว่าอัตราผลตอบแทนที่ต้องการ ต้นทุนของเงินทุนหรืออัตราคิดลด (k) หรือ $r > k$ และปฏิเสธโครงการเมื่อ $r < k$

4.4. การวิเคราะห์โครงการภายใต้ความเสี่ยงและความไว (Sensitivity Analysis)

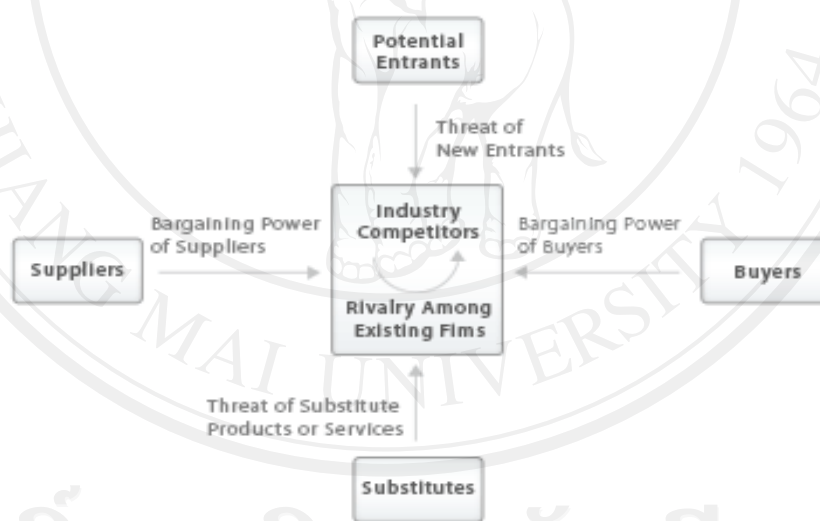
(ฐาปนา ฉันทพิศาล และ อัจฉรา ชีวะตระกูลกิจ, 2542.) เป็นการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของกำไรอันเป็นผลเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงในตัวแปรต่างๆ โดยความเสี่ยงสามารถจำแนกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ ความเสี่ยงทางธุรกิจ (Business Risk) ซึ่งเกิดจากการดำเนินงานของธุรกิจนั้น

โดยตรง เช่น การมีต้นทุนคงที่สูงหรือยอดขายผันผวน ความเสี่ยงทางการเงิน (Financial Risk) คือความเสี่ยงที่เกิดขึ้นเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงปัจจัยสำคัญในตลาดการเงิน เช่น อัตราดอกเบี้ย อัตราเงินเฟ้อ หรือมีการเพิ่มสัดส่วนในหนี้สิน ดังนั้นจึงใช้การวิเคราะห์ความไวเป็นการวิเคราะห์ความเสี่ยงของผลการประเมินโครงการ โดยผู้วิเคราะห์โครงการต้องตัดสินใจเหตุการณ์ในอนาคต ภายใต้เงื่อนไขต่างๆ ที่เปลี่ยนแปลงไปจากภาวะการณ์ที่ได้คาดหมายไว้ที่มีผลกระทบต่อโครงการ ซึ่งตัวแปรที่สำคัญในการใช้วิเคราะห์ผลตอบแทนต่อต้นทุนมี 3 ตัวแปรด้วยกัน ได้แก่ ค่าเช่า จำนวนห้องพักที่มีการเช่า และต้นทุนรวม

การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

Michael Porter ใช้ 5 Force ในการอธิบายสิ่งที่ดึงดูดความสนใจด้านแรงผลักดันทางด้านการแข่งขันทางตลาดในระยะยาว 5 ด้าน (สาคร, 2551: 62) ได้แก่

รูปที่ 1 Five Force Model



1. การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม สิ่งที่ไม่ดึงดูดได้แก่ การมีคู่แข่งจำนวนมาก คู่แข่งมีความเข้มแข็ง หรือมีการแข่งขันอย่างเข้มข้น PLC อยู่ในช่วงDecline ซึ่งสภาพการแข่งขันเหล่านี้นำไปสู่การแข่งขันทางด้านราคา การโฆษณา การออกสินค้าใหม่ ทำให้มีต้นทุนสูงในการผลิตสินค้า

2. การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ สิ่งดึงดูดคือ การมีข้อกีดกันเยอะกับคนใหม่ และออกง่ายถ้าเจ๊ง

3. สินค้าทดแทน สิ่งที่ต้องดูคือ มีสินค้าทดแทนน้อย สินค้าทดแทนมีราคาสูง ผู้บริหารต้องให้ความสำคัญทางด้านเทคโนโลยีของกลุ่มสินค้าทดแทนให้ดี เพราะถ้ามีการพัฒนา มากจะส่งผลต่อกำไรได้

4. อำนาจต่อรองของลูกค้า สิ่งที่ไม่ดีคือ มีลูกค้ารายใหญ่เพียงรายเดียว สินค้า เป็นส่วนประกอบเล็กน้อยของต้นทุนผู้ซื้อ สินค้าไม่มีความแตกต่างกัน ต้นทุนในการเปลี่ยนสินค้า ต่ำ ผู้ซื้อมีความอ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงของราคา

5. อำนาจการต่อรองของ Supplier สิ่งที่ไม่ดีคือ Supplier ขึ้นราคาและลด ปริมาณได้ง่าย เช่น น้ำมัน เพราะมีสินค้าทดแทนน้อย เป็นส่วนสำคัญในการผลิต ต้นทุนในการ เปลี่ยนแปลงสูง build win-win relationship

แนวคิดเรื่องธุรกิจบูติกโฮเทล (กมล รัตนวิระกุล, 2550)

คำว่า “บูติกโฮเทล (Boutique Hotel)” เมื่อพูดถึงความหมายปัจจุบันยังไม่มีใครให้ ความหมายได้ชัดเจน ซึ่งจากการค้นคว้าพบว่า “บูติก (Boutique)” มีรากศัพท์มาจากภาษาฝรั่งเศส มีความหมายว่า ร้านขายเครื่องแต่งกายที่น่าสมัย ร้านเล็กๆ ที่ขายสินค้าหรือบริการที่เฉพาะเจาะจง เช่น ร้านขายสินค้านำเข้า ส่วนคำว่า “โฮเทล (Hotel)” หมายถึง โรงแรมเมื่อนำคำว่า บูติก กับ โฮเทลมารวมกันจะได้ความหมายว่า โรงแรมเล็กๆ ที่น่าสมัยแต่เมื่อกล่าวถึงคำว่า บูติกโฮเทล จะ เป็นที่รู้จักในกลุ่มนักท่องเที่ยวว่าเป็นที่พักอีกประเภทหนึ่งที่กำลังได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว ที่มีกำลังการใช้จ่ายสูง โดยที่พักออกแบบให้มีความสวยงามทางด้านสถาปัตยกรรม มีความ หล่อหลอมและการตกแต่งที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดยส่วนใหญ่แต่ละแห่งจะมีห้องพัก จำนวนน้อยแต่เน้นการบริการที่สามารถดูแลลูกค้าได้อย่างทั่วถึง

จากแนวคิดเรื่องธุรกิจบูติกโฮเทล เป็นแนวคิดที่จะสร้างความแตกต่าง ในธุรกิจ ประเภทโรงแรม โดยแทนที่จะทำการสร้างที่พักจำนวนมากเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว แต่อาศัยความ แตกต่างเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีกำลังการใช้จ่ายสูง โดยอาศัยความแตกต่างของสถานที่พัก และการบริการ ซึ่งไม่เหมือนกับโรงแรมทั่วไป โดยสิ่งที่ถือว่าเป็นกุญแจแห่งความสำเร็จ (Key Success Factors) ของธุรกิจบูติกโฮเทลมีอยู่ 3 เรื่องคือ

1. การออกแบบและสถาปัตยกรรม (Design & Architecture) โดยเน้นความเป็น เอกลักษณ์เฉพาะตัว เช่น บางแห่งเน้นความเรียบง่าย หล่อหลอม บางแห่งเน้นความฉลาด สนุกเร้าใจ บางแห่งเน้นธรรมชาติ การอนุรักษ์ เป็นต้น

2. การบริการแบบเฉพาะตัว (Personalized service) จะเป็นการบริการที่เน้นลูกค้าเป็นหลัก ให้ความสำคัญกับลูกค้าเป็นรายบุคคล เอาใจใส่ดูแลลูกค้าเป็นอย่างดี หรือจัดกิจกรรมเพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ เป็นต้น

3. กลุ่มเป้าหมาย (Target group) เป็นการกำหนดกลุ่มเป้าหมายตามรูปแบบที่คิดขึ้น (Concept) ซึ่งในธุรกิจบุติคโฮเทล กลุ่มเป้าหมายจะไม่ใช้เรื่องเพศ หรือวัย แต่เกี่ยวกับวิถีชีวิต (Life style) ของลูกค้า เช่น กลุ่มที่ต้องการความท้าทายแปลกใหม่ กลุ่มรักธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กลุ่มที่ชอบความสะดวกสบายและความทันสมัย เป็นต้น (กมล รัตนวิระกุล, 2550)

บททวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

หทัย แบบแผน (2549) ได้ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจที่พักแบบพำนักน่านสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้วิธีเก็บข้อมูลจากการแจกแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ 250 ราย และสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเกสต์เฮาส์ที่มีสถานที่ตั้งอยู่บริเวณแหล่งชุมชน มีจำนวนห้องพัก 20-30 ห้อง จำนวน 5 ราย และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุนในด้านการตลาด ด้านเทคนิค และด้านการเงิน โดยพบว่าจากการวิเคราะห์ด้านการตลาด พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-100,000 บาท (นักท่องเที่ยวชาวจีน) นักท่องเที่ยวจะได้รับข้อมูลของจังหวัดเชียงใหม่โดยการแนะนำของคนรู้จัก ค่าใช้จ่ายที่สามารถจ่ายได้ต่อเดือนจะอยู่ในช่วงราคา 10,001-15,000 บาท ที่พักต้องสงบเงียบมีค่าใช้จ่ายที่ประหยัดและมียามรักษาการณ์ ส่วนบริเวณใกล้เคียงที่ต้องการคือร้านอาหารและธนาคาร สถานที่แลกเปลี่ยนเงินตรา ดังนั้น สถานที่ตั้งที่เหมาะสมควรอยู่ในตัวเมืองและเป็นที่พักขนาดเล็ก ราคาห้องพักเดือนละ 3,500 บาท และรายวันคืนละ 400 บาท มีบริการเสริมจากการบริการห้องพักเพิ่มเติมคือ บริการซักรีดและอาหาร ด้านการส่งเสริมการขายใช้วิธีประชาสัมพันธ์ผ่านผู้ขับซักรีดตุ๊กตุ๊กหรือสี่ล้อรับจ้าง สำนักงานการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และผ่านหนังสือท่องเที่ยว

การวิเคราะห์ด้านเทคนิค พบว่า ทำเลที่ตั้งของโครงการที่เหมาะสมกับผู้นับบริเวณถนนเจ็ดยอด ถนนบรรพปราการ ถนนพหลโยธิน เนื่องจากอยู่ในแหล่งชุมชน การคมนาคมสะดวก เป็นกิจการเจ้าของคนเดียว เจ้าของกิจการเป็นผู้จัดการและจ้างพนักงานอีก 2 คน มีห้องพักจำนวน 20 ห้อง ลักษณะเป็นอาคาร 3 ชั้น เงินลงทุนเริ่มแรก 5,520,000 บาท คิดเป็นสัดส่วนของทุนร้อยละ

การวิเคราะห์ด้านการเงินพบว่า โครงการลงทุนธุรกิจที่พักแบบพำนักนานสำหรับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในจังหวัดเชียงราย มีความเป็นไปได้ในการลงทุน โดยมีระยะเวลาโครงการ 20 ปี จากเงินลงทุน 5,520,000 บาท จะมีระยะเวลาคืนทุน (PB) 10 ปี 8 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เมื่อสิ้นสุดโครงการ ณ อัตราคิดลดร้อยละ 4.38 มีค่าเท่ากับ 1,544,899.28 บาท อัตราผลตอบแทนโครงการ (IRR) ร้อยละ 7.48 ซึ่งสูงกว่าอัตราผลตอบแทนขั้นต่ำที่ต้องการ

พัชรพร ยศบุญเรือง (2551) ได้ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจบูติกโฮเทลในเขตอำเภอป่าเย็บ จังหวัดแม่ฮ่องสอน การวิเคราะห์ด้านการตลาด พบว่า ธุรกิจบูติกโฮเทลเป็นธุรกิจค่อนข้างใหม่ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังไม่ค่อยรู้จักมากนัก และเลือกพักในช่วงเดือนพฤศจิกายนถึงเดือนกุมภาพันธ์ โดยกลุ่มเป้าหมายหลักจะเป็นนักท่องเที่ยวที่ทำงานประเภทประกอบธุรกิจส่วนตัว ซึ่งจะเลือกพักโรงแรมในระดับราคาตั้งแต่ 2,001 ถึง 4,000 บาท และข้อมูลที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกที่จะพักจะมาจากคนรู้จักแนะนำ การโฆษณาในหนังสือ และอินเทอร์เน็ต การวิเคราะห์ด้านเทคนิค พบว่าทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมของโครงการมีขนาดพื้นที่ 2 ไร่ ใกล้ตัวเมือง ด้านหลังติดแม่น้ำป่าเย็บ สามารถมองเห็นวิวภูเขาโดยรอบ การดำเนินงานจะอยู่ในรูปแบบของนิติบุคคล ประเภทบริษัทจำกัด การวิเคราะห์ด้านการจัดการ รูปแบบการดำเนินงานและการบริหารจัดการเป็นบริษัท จำกัด ประกอบด้วยผู้ถือหุ้น กรรมการผู้จัดการและผู้จัดการทั่วไป การบริหารงานมีฝ่ายต่างๆ คือ ฝ่ายบริการ ฝ่ายการเงินและบัญชี และฝ่ายการตลาด โดย **การวิเคราะห์ด้านการเงิน** พบว่าในระยะเวลาโครงการ 20 ปี จำนวนเงินลงทุน 17,981,791 บาท จะมีระยะเวลาคืนทุน 9 ปี กับ 176 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ ที่อัตราคิดลดร้อยละ 4 เท่ากับ 17,925,885.32 บาท และมีอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ เท่ากับร้อยละ 11.84 ซึ่งมากกว่าผลตอบแทนทั่วไปในท้องตลาด จึงมีความเป็นไปได้ในการลงทุน

กรรณเกษม วสันตวิษุวัต (2551) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบบูติก ในจังหวัดเชียงใหม่ การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากตัวอย่างจำนวน 213 ตัวอย่างจากผู้ที่ใช้บริการห้องพักของโรงแรมแบบบูติก ในจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 7 แห่ง ที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยคัดเลือกจากหลักเกณฑ์ด้านการออกแบบอันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว และวางตำแหน่งทางการตลาดเป็นโรงแรมแบบบูติก ซึ่งรวบรวมไว้ในคู่มือสถานที่พัก Thailand 100 Best Boutique Hotels ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 31 – 40 ปี การศึกษาสูงสุดคือ ระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท และมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่เพื่อการท่องเที่ยว/พักผ่อน

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการทุกปัจจัยมีผลต่อผู้ใช้บริการโรงแรมแบบบูติก ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคล ด้านกระบวนการ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละด้านมีดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์คือ มีความสะอาดบริเวณส่วนต่างๆ ของโรงแรม และห้องพัก ปัจจัยด้านราคาคือ ราคาห้องพักเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายคือ มีระบบจองห้องพักผ่านเว็บไซต์ของโรงแรมโดยตรง ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดคือ มีการปรับราคาลดลงในช่วงนอกฤดูการท่องเที่ยว (Low Season) ปัจจัยด้านบุคคลคือ พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพคือ มีบรรยากาศเงียบสงบ เป็นส่วนตัว ปัจจัยด้านกระบวนการคือ มีการจัดเตรียมห้องพักให้เรียบร้อยก่อนการเข้าพัก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved