

ชื่อวิทยานิพนธ์ การศึกษาแนวคิดบุติกและไลฟ์สไตล์โฮเต็ลเพื่อนำไปสู่การเพิ่มมูลค่า
แก่ธุรกิจโรงแรมในจังหวัดสงขลา
ผู้เขียน นางสาวธนิศา แสงวิเชียร
สาขาวิชา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว
ปีการศึกษา 2554

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณลักษณะของที่พักแบบบุติกและไลฟ์สไตล์โฮเต็ลที่ส่งผลต่อราคาห้องพักที่นักท่องเที่ยวเต็มใจจ่าย รวมทั้งศึกษาลักษณะและรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยว เพื่อกำหนดแนวทางการเพิ่มมูลค่าให้แก่ธุรกิจโรงแรมในจังหวัดสงขลา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วยองค์กรธุรกิจโรงแรมบุติกทั่วประเทศจำนวน 30 ราย และนักท่องเที่ยวในเขตอำเภอหาดใหญ่ และอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา จำนวน 400 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบมีจุดมุ่งหมายและตามความสะดวก เครื่องมือวิจัยประกอบด้วยแบบประเมินและแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวน การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณผ่านตัวแบบราคาเฮโดนิค และการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านคุณลักษณะที่พักของบุติกและไลฟ์สไตล์โฮเต็ลที่มีอิทธิพลต่อความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ มาตรฐานดาว ทรานสิทิว และความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สำหรับลักษณะและรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา พบว่า ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25-35 ปี สถานภาพโสด รายได้เฉลี่ย 25,000-45,000 บาท ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน นิยมอาศัยบ้านเดี่ยว และใช้รถญี่ปุ่น มีพฤติกรรมการความสนใจด้านกีฬาทั้งกีฬาในร่มและกีฬากลางแจ้ง นิยมการฟังเพลง/ดูโทรทัศน์ อ่านหนังสือ ชมภาพยนตร์และการรับประทานอาหารนอกบ้าน มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ย 10,000-50,000 บาทต่อครั้ง ชื่นชอบการออกแบบตกแต่งสไตล์ทันสมัย ชอบสีเอิร์ทโทน นิยมแสงไฟสีขาว นิยมการใช้ตู้อบน้ำ ส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวบุติก และมีความต้องการเข้าพักที่พักรูปแบบบุติกและไลฟ์สไตล์โฮเต็ลในจังหวัด

สงขลา ซึ่งมีความเต็มใจจ่ายสูงสุดที่ราคาห้องพัก 2,500 บาท โดยต้องการองค์ประกอบด้าน
คุณลักษณะของที่พัก ได้แก่ ด้านอินเทอร์เน็ต ด้านการบริการตามความต้องการเฉพาะบุคคล และ
ด้านกิจกรรมพิเศษในระดับมากที่สุด

แนวทางการเพิ่มมูลค่าแก่ธุรกิจโรงแรม ได้แก่ การกำหนดรูปแบบคุณลักษณะของ
ที่พักแบบบูติกและไลฟ์สไตล์โฮเต็ลให้ตอบสนองความต้องการและสอดคล้องกับรูปแบบการดำเนิน
ชีวิตของกลุ่มเป้าหมายโดยคำนึงถึงการสร้างคุณค่าให้แก่ลูกค้าเป็นสำคัญอันจะนำไปสู่การเพิ่ม
มูลค่าแก่ธุรกิจด้วยการเพิ่มผลประโยชน์ให้มากกว่าการเพิ่มขึ้นของต้นทุน เช่น การประเมิน
มาตรฐานโรงแรม และการเข้าเป็นสมาชิกมูลนิธิโดยไม่เสีย เป็นต้น

คำสำคัญ: บูติกและไลฟ์สไตล์โฮเต็ล รูปแบบการดำเนินชีวิต คุณลักษณะของโรงแรม ความเต็มใจ
จ่าย และตัวแบบราคาแฮดอนิก

Thesis Title **A Study of Boutique and Lifestyle Hotel Concepts toward Value Creation of Hotel Business in Songkhla Province**

Author **Miss Thanitha Sangwichien**

Major Program **Master of Business Administration in Tourism Management**

Academic year **2011**

ABSTRACT

This research focused on the key attributes found in boutique and life-style hotels that influence a traveler's willingness-to-pay. In addition, this study determined the effect of demographics, personal life-style and traveler's preferences on characteristic attributes of boutique and life-style hotels. Furthermore, this study analyzed these key attributes in order to develop guidelines and recommendations for hotel businesses in the Songkhla Province regarding the feasibility of investments in this type of hotels. Surveys were conducted using a sample population of 30 randomly selected awarding-winning boutique hotels in Thailand and 400 travelers from the city of Hat Yai. Tools used in this research included a hotel assessment form and a survey of each traveler's demographic, life-style and preference toward boutique and life-style hotels. Results were presented in terms of percentages, means, and standard deviations. Statistical analysis was conducted using analysis of variance (ANOVA), multiple regression using the Hedonic Price Model and content analysis.

Results of multiple regression analysis of randomly selected boutique hotels in Thailand revealed that the attributes which showed significant ($p < 0.05$) effect on the traveler's willingness-to-pay were star rating, brand and green responsibility. Moreover, the study indicated that the highest percentage of tourists surveyed were between the ages of 25-35 years old, single with a monthly income ranging from 25,000-45,000 Baht, and work for private businesses. In addition, the sample group prefers to live in houses, drive Japanese cars, play both indoor and outdoor sports, listen to music, watch TV, read books, see a movie and eat out. This group spends on the average between 10,000-50,000 Baht per trip, and prefers rooms with modern designs and decorations, earth tone colors, day-light illumination, and standing showers. Most of the sample population also indicated that they are familiar with boutique hotels and are interested in staying at a boutique hotel in Songkhla at a willingness-to-pay amount of around 2,500 Baht. They also

expressed 'highest degree of preference' for Internet, personalized service, and customized activities attributes.

Consequently, the strategy for value creation of hotel businesses should be aimed at designing and determining hotel attributes that meet the preferences of the target group. The hotel business must focus on increasing value for customers. As a result, in order to increase the values of hotel businesses in Songkhla Province, entrepreneurs must increase benefits rather than increasing investments by assessing hotel quality and emphasizing environmental responsibility.

Keywords: Boutique Hotel, Life-Style, Hotel Attributes, Willingness-to-Pay, Hedonic