

## บทที่ 7

### การนำเสนอผู้ประกอบการและสรุปผลการศึกษา

ในบทนี้จะมีเนื้อหาที่เกี่ยวกับการสรุปผลการศึกษา ดังนี้ 7.1) สรุปผลการศึกษา 7.2) นำเสนอผู้ประกอบการ 7.3) สรุปขบวนการทั้งหมด 7.4) การอภิปรายผล 7.5) ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาต่อไปในอนาคต

#### 7.1 สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาที่ได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมดและได้นำมาทำการวิเคราะห์ และสามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้ว่า การปรับเปลี่ยนอาคารอพาร์ทเมนต์ให้เป็นโรงแรมบูติกในเมืองนั้น ผู้ประกอบการควรเริ่มต้นจากขั้นตอนการดำเนินการดังต่อไปนี้คือ 7.1.1) ทราบถึงค่านิยมโรงแรมบูติก 7.1.2) ทราบถึงลักษณะทางสถาปัตยกรรมของโรงแรมบูติก 7.1.3) หาตำแหน่งทางการตลาดของอาคารที่จะปรับเปลี่ยน 7.1.4) สัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่เป็นคู่แข่งถึงกลยุทธ์ทางการตลาดที่ผู้ประกอบการนำมาใช้ 7.1.5) วิเคราะห์อาคารและออกแบบ 7.1.6) ทดสอบกับกลุ่มเป้าหมาย

##### 7.1.1 ทราบถึงค่านิยมโรงแรมบูติก

การศึกษาคำจำกัดความของคำว่า “โรงแรมบูติก” ให้่องแท้เพื่อให้ทราบถึงคุณสมบัติของโรงแรมบูติกว่ามีลักษณะและองค์ประกอบอะไรบ้าง และจากการศึกษาพบว่า โรงแรมบูติกมีคำจำกัดความที่หลากหลายไม่มีการระบุเฉพาะเจาะจง ซึ่งเป็นโรงแรมขนาดเล็ก จำนวนห้องไม่เกิน 50-100 ห้อง มีความเป็นเอกลักษณ์ และแตกต่างจากโรงแรมอื่นในด้านการออกแบบ เน้นในเรื่องของการให้บริการที่เป็นกันเอง และบรรยากาศที่มีความเป็นส่วนตัวให้กับลูกค้าที่เข้าพัก

##### 7.1.2 ทราบถึงลักษณะทางสถาปัตยกรรมของโรงแรมบูติก

หลังจากที่ได้ทราบถึงคำจำกัดความหรือนิยามของโรงแรมบูติกแล้ว ขั้นตอนต่อไปคือ การเก็บรวบรวมข้อมูลโรงแรมบูติกทั่วโลก โดยแบ่งพื้นที่ในการเก็บข้อมูลออกเป็น 4 ทวีป ได้แก่ ทวีปแอฟริกา ยุโรป เอเชีย และอเมริกา ซึ่งผลที่ได้จากการเก็บข้อมูลคือ ในแต่ละทวีปนั้นมีการออกแบบสถาปัตยกรรมที่มีรูป 3 ลักษณะด้วยกัน ได้แก่ ลักษณะคลาสสิก ผสมผสาน และสมัยใหม่โดย

ลักษณะคลาสสิกนั้นมึลักษณะที่มีการตกแต่งประดับประดาด้วยลวดลายแกะสลักแบบนูนต่ำ และแบบนูนสูง มีศิลปะทางด้านวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่นเข้ามาเกี่ยวข้องในการตกแต่ง ใช้วัสดุของพื้นถิ่นเข้ามาใช้ในการตกแต่ง

ลักษณะผสมผสานเป็นลักษณะที่อยู่ระหว่างกึ่งกลางของความเป็นคลาสสิก และสมัยใหม่ โดยการลดทอนสัดส่วนในเรื่องของลวดลายในการแกะสลัก และวัสดุนั้นมีการผสมผสานระหว่างเก่ากับใหม่เข้ามาใช้ร่วมกัน

ลักษณะสมัยใหม่คือลักษณะที่อ้างอิงจากรูปทรงเลขาคณิต เช่น รูปทรงสี่เหลี่ยม รูปทรงกลม ผิวของวัสดุเรียบไม่มีลาย มีความมันวาว และไม่มีการแกะสลักลวดลายเหมือนลักษณะคลาสสิก

การแบ่งการเก็บข้อมูลในประเทศไทย ได้แบ่งออกเป็นภาคต่างๆ ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคกลางตอนใต้ โดยลักษณะคลาสสิกนั้นพบไม่มากนักในแต่ละภาค ส่วนมากมีการตกแต่งในลักษณะผสมผสานเสียเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมพื้นถิ่นในแต่ละภาค ที่นำมาผสมผสานกับลักษณะสมัยใหม่ โดยลักษณะสมัยใหม่นั้นพบมากในภาคกลางตอนใต้ เนื่องจากได้รับอิทธิพลตะวันตกมาก จึงทำให้การออกแบบและตกแต่งโรงแรมนั้นมีความเป็นสมัยใหม่มากขึ้น ประเภทรีสอร์ทพบมากในภาคเหนือ ภาคใต้ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนประเภทในเมืองพบมากในภาคกลางตอนใต้ เป็นต้น

สำหรับจังหวัดเชียงใหม่ได้มีการแบ่งการเก็บข้อมูลออกเป็นพื้นที่ ได้แก่ บริเวณนิมมานเหมินท์ ช้างเผือก คูเมือง หายยา และริมแม่น้ำปิง ซึ่งการเก็บข้อมูลนั้น ได้รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องรายชื่อโรงแรมบูติกในจังหวัดเชียงใหม่รู้ภาพของ โรงแรมบูติกลักษณะทางสถาปัตยกรรม ราคาห้องพัก จำนวนห้องพักของแต่ละโรงแรม ประเภทของโรงแรมสิ่งอำนวยความสะดวก อัตราการเข้าพักในช่วง High season และ Low season ผลที่ได้จากการเก็บข้อมูลคือ พบโรงแรมที่มีลักษณะเป็นโรงแรมบูติก จำนวน 42 โรงแรม ในจังหวัดเชียงใหม่ ลักษณะคลาสสิกมีอยู่ 7 โรงแรม ลักษณะผสมผสานมีอยู่ 32 โรงแรม และลักษณะสมัยใหม่มีอยู่ 3 โรงแรม ประเภทในเมืองมีอัตราส่วนใกล้เคียงกันกับประเภทรีสอร์ท โดยมารีรีสอร์ทนั้นพบมากบริเวณชานเมืองหรือต่างอำเภอ

### 7.1.3 ทราบถึงตำแหน่งทางการตลาดของอาคารล้านนา 1

ข้อมูลดังกล่าวนี้มีผลต่อการนำมาศึกษาหาตำแหน่งทางการตลาดของโรงแรมบูติก โดยการหาตำแหน่งของโครงการอาคารล้านนา 1 นั้นแบ่งออกเป็น 3 กราฟด้วยกันคือ 1. ใช้ราคาและรูปแบบของโรงแรมบูติกเป็นเกณฑ์ 2. ใช้ชนิดและรูปแบบของโรงแรมบูติกเป็นเกณฑ์ 3. ใช้ชนิดและราคาของโรงแรมบูติกเป็นเกณฑ์ และนำข้อมูลทั้งหมดมาจัดทำเป็นกราฟโดยปัจจัยดังกล่าวใน

แต่ละกราฟกำหนดค่าแทนด้วยแกน x และ y เป็นตัวกำหนดลักษณะ ประเภท และราคาของ โรงแรมบูติกแต่ละแห่ง ผลของการหาตำแหน่งทางการตลาดของโครงการอาคารล้านนา 1 พบว่าโอกาสทางการตลาดที่โครงการอาคารล้านนา 1 ที่สามารถแข่งขันในตลาดได้มีอยู่ 7 ช่องว่างได้แก่ กราฟแสดงราคาและลักษณะของ โรงแรมบูติก 1. ลักษณะคลาสสิกถึงคลาสสิกผสมผสานในระดับราคา 6,000 บาทขึ้นไป 2. ลักษณะสมัยใหม่ผสมผสานจนถึงสมัยใหม่ มีราคาตั้งแต่ 3,000-12,000 บาทขึ้นไป 3. ลักษณะคลาสสิกจนถึงสมัยใหม่ ในราคาที่ต่ำกว่า 2,500 บาท

กราฟแสดงราคาและประเภทของ โรงแรมบูติก 4.ประเภทในเมืองถึงในเมืองผสมรีสอร์ท ที่ระดับราคาตั้งแต่ 6,500-12,000 บาท 5. ประเภทรีสอร์ท ถึงในเมืองในระดับราคาที่ต่ำกว่า 2,500 บาท และกราฟแสดงประเภทและลักษณะของ โรงแรมบูติก 6. ลักษณะคลาสสิกถึงคลาสสิกผสมในประเภทรีสอร์ท 7. ลักษณะคลาสสิก ถึงคลาสสิกผสมในประเภทในเมือง 8. ลักษณะสมัยใหม่ ในประเภทรีสอร์ท ถึงประเภทในเมือง สำหรับการปรับเปลี่ยนรูปแบบของโครงการอาคารล้านนา 1 นั้นเหมาะสำหรับปรับเปลี่ยนให้อยู่ในลักษณะสมัยใหม่ ประเภทในเมืองและระดับราคาที่ต่ำกว่า 2,500 บาท และ 6,500-12,000 บาท เนื่องจากสภาพแวดล้อมโดยรอบทั้งภายในและภายนอกอาคาร โครงสร้างอาคารและทำเลที่ตั้งมีความเหมาะสมและสะดวกต่อการปรับเปลี่ยนรูปแบบได้อย่างรวดเร็ว เพื่อเป็นการเพิ่มรายได้และมูลค่ามากขึ้นอีกด้วย

#### 7.1.4 ผลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการถึงกลยุทธ์ทางการตลาดที่ผู้ประกอบการ(คู่แข่ง) นำมาใช้

หลังจากที่ได้ตำแหน่งทางการตลาดของโครงการล้านนา 1 แล้ว ได้มีการศึกษาคู่แข่ง เพื่อหาจุดแข็งและจุดอ่อนของแต่ละโรงแรม โดยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเพื่อนำมาปรับใช้กับโครงการอาคารล้านนา 1 เพื่อให้มีประสิทธิในด้านต่างๆ มากที่สุด คู่แข่งที่พบในช่องว่างทางการตลาดที่โครงการล้านนา 1 ต้องแข่งขันด้วยมีทั้งหมด 7 โรงแรมได้แก่ 1. 3B Bed and Breakfast (Modern Simplicity) 2. Aruntara Hotel (Modern Colonial) 3. At Niman Chiangmai (Modern Bohemian) 4. Ban Kong Rao Boutique (Modern) 5. Teavana Chiangmai (Modern Chinese) 6. The 3 Sis Bed and Breakfast ( Contemporary Style ) 7. U Chiangmai (Contemporary Style) จากการที่ได้เข้าสัมภาษณ์ผู้ประกอบการถึงกลยุทธ์ในการดำเนินการ และจุดแข็งจุดอ่อนพบว่า กลยุทธ์ที่ใช้ นั้นไม่ต่างกันมากนัก เช่น การให้ส่วนลดเมื่อจองโรงแรมผ่านทางเว็บไซต์หรือ มีการจองห้องพักล่วงหน้า มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เป็นต้น บางโรงแรมใช้วิธีรวมกันเป็นกลุ่มของโรงแรม บูติกด้วยกัน ตั้งกลุ่มขึ้นมา และมีการเปิดตัวเว็บไซต์เพื่ออำนวยความสะดวกที่ต้องการเลือกพัก จุดแข็งของคู่แข่งคือ การออกแบบที่โดดเด่น และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ทำเลที่ตั้งนั้นมีการเดินทางที่

สะดวกสบาย การให้บริการเป็นแบบกันเอง จุดอ่อนของกลุ่มแข่งคือ บางโรงแรมมีอาหารเข้าให้ชาวต่างชาติเลือกไม่มากนัก สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น การให้บริการทางด้านโทรทัศน์ ที่มีช่องเคเบิลไม่มากนัก และปัจจุบันมีการแข่งขันเรื่องราคาโดยการปรับราคาให้ต่ำลง

### 7.1.5 ผลการวิเคราะห์อาคารและออกแบบ

**การวิเคราะห์อาคาร** ในส่วนของอาคารภายนอก และภายใน ตำแหน่งพื้นที่รวมถึงทิศทางแดด การใช้พื้นที่ของอาคาร งานระบบต่างๆ และกฎหมายพระราชบัญญัติ สภาพภายนอกอาคารมีสภาพทรุดโทรม วัสดุที่ใช้ตกแต่งอาคารอย่างเช่น กระเบื้องนั้นหลุดออกจากหน้าอาคารบางส่วน และสีทาภายนอกก็มีสภาพร่อนออกมาจากผนัง ซึ่งการปรับเปลี่ยนสภาพภายนอกทำได้โดยการรอกสีปูนเก่าออก และทาสีกันชื้น ทางด้านหน้าบริเวณทางเดินใช้ไม้ และกระจกสีเหลืองส้มมาช่วยตกแต่ง และสร้างความเป็นส่วนตัวให้กับผู้เข้าพักมากขึ้น สภาพภายในอาคาร บางห้องพักมีผนังบางส่วนมีรอยร้าวซึม บ้างส่วนมีรอยร้าว ห้องพักมีขนาดเล็ก สามารถแก้ไขในส่วนของผนังที่มีรอยแตกร้าว และนำกระเบื้องโทนสีอ่อนนำมาช่วยในการออกแบบ พื้นที่ใช้สอยในอาคารพบว่า อาคารล้านนา 1 นั้นขาดพื้นที่ส่วนกลางหากมีการปรับเปลี่ยนให้เป็นโรงแรมบูติก พื้นที่ส่วนกลางให้กับลูกค้าที่มาพักนั้นเป็นสิ่งจำเป็น โดยการทบทวนห้องพักรั้งล่างบางส่วนออก ในส่วนของอาคารพาณิชย์ที่อยู่ในบริเวณเดียวกันนี้ ทำมาปรับให้เหมาะกับการใช้งานในโรงแรม โดยปรับพื้นที่ให้เป็นร้านอาหารเพื่อรองรับลูกค้าทั้งใน และนอกคาเฟ่จัดพื้นที่ให้เป็นพื้นที่ของผับและบาร์ในคอนกลางคืนเนื่องจากยังสามารถใช้สอยพื้นที่ให้เกิดความคุ้มค่าได้ โครงสร้างอาคารพบว่า อาคารล้านนา 1 มีโครงสร้างที่เป็นโครงสร้างเสริมเหล็ก พื้นในบริเวณห้องพักเป็นพื้นสำเร็จทั้งหมด ส่วนพื้นบริเวณห้องนํานั้นเป็นพื้นเทคอนกรีตไม่สามารถย้ายได้ จึงทำให้มีการปรับเปลี่ยนเฉพาะการรื้อผนังเพื่อเพิ่มขนาดห้องและย้ายพื้นที่สำเร็จบริเวณชั้น 4 และปรับให้เป็นห้อง Deluxe Room ส่วนระบบสาธารณูปโภคต่างๆ นั้น เช่น ระบบไฟฟ้า ปรับเปลี่ยนให้มีการเดินท่อร้อยสายแทนการเดินเปลือย ระบบโทรศัพท์ควรเพิ่มคู่สายเนื่องจากปัจจุบันไม่เพียงพอ ระบบน้ำประปา จัดเก็บอยู่บนบริเวณบนคาเฟ่ ระบบน้ำเสีย ควรมีการติดตั้งให้ถูกต้องโดยมีการแยกน้ำเสีย ส่วนระบบเครื่องปรับอากาศ ในส่วนบริเวณ ล็อบบี้นั้นควรใช้เครื่องปรับอากาศแบบท่อ Duct เป็นต้น เนื่องจากมีพื้นที่มาก ส่วนระบบอัคคีภัยควรติดตั้งระบบ Smoke detector หรือ Detector Sprinkle และบริเวณบันไดควรมีถังดับเพลิง ตามพระราชบัญญัติกฎหมายอาคาร ตัวอาคารไม่สามารถปรับเปลี่ยนหรือถอนหรือต่อเติมได้ สิ่งที่สามารถทำได้คือ การตกแต่งเท่านั้น และที่จอดรถที่สามารถรองรับได้มีไม่น้อยกว่า 7 คัน ส่วนบันไดหนีไฟนั้นสามารถใช้กับบันไดหลักได้ เนื่องจากมีความกว้างเกินกว่า 1.5 เมตร

การออกแบบอาคารล้านนา 1 ได้มีการปรับเปลี่ยนทั้งภายนอกและภายในอาคาร โดยข้อจำกัดในการออกแบบที่ได้กล่าวไว้ข้างต้นแล้ว การปรับเปลี่ยนรูปลักษณะภายนอกของอาคารล้านนา 1 นั้นใช้วัสดุที่มีความมั่นคง และ พื้นผิวเรียบ เช่น ไม้จริง กระจก สีกันชื้น เหล็ก มาใช้เพื่อตกแต่งให้ดูทันสมัย และมีการสร้างบรรยากาศเพิ่มเติม โดยการทำสวนในแนวตั้ง เนื่องจากเนื้อที่จำกัด ส่วนการตกแต่งภายในอาคารนั้นมีการปรับเปลี่ยนทั้งหมด การปรับเปลี่ยนเริ่มต้นจากการจัดผังบริเวณใหม่ มีการเพิ่มสันทนาการ และสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น Business Center, Library, Fitness เป็นต้น ส่วนห้องพักมีอยู่ 3 รูปแบบด้วยกัน คือ Dormitory Room จำนวน 2 ห้อง แยกชายหญิง ราคาอยู่ที่ 550 ต่อคนต่อคืน แบบ Superior มีจำนวนทั้งหมด 13 ห้อง ราคาอยู่ที่ 2,500 บาทต่อคืน ห้อง Deluxe มีทั้งหมด 3 ห้อง ราคาอยู่ที่ 5,500 บาทต่อคืน ซึ่งรวมทั้งสิ้นอยู่ที่ 18 ห้อง

#### 7.1.6 ทดสอบกับกลุ่มเป้าหมาย

พบว่าประสบความสำเร็จในการปรับเปลี่ยนและออกแบบ อาคารอพาร์ทเมนต์ให้เป็นโรงแรมบูติกในเมือง เนื่องจากผลตอบรับจากผู้ตอบแบบสอบถามเกินร้อยละ 70 การทดสอบเกิดขึ้น เมื่อมีการทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามและภาพเสมือนจริงจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เข้าพักในโรงแรมบูติกที่ได้มีการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการนั้น พบว่าผู้เข้าพักโดยส่วนใหญ่ชอบการตกแต่งโรงแรมในลักษณะการผสมผสานระหว่างลักษณะคลาสสิกและสมัยใหม่ เนื่องจากการผสมผสานระหว่างศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นและความเป็นสมัยใหม่ที่ได้รับอิทธิพลมาจากทางตะวันตก ทำให้โรงแรมมีลักษณะการตกแต่งที่ไม่ล้าหลังหรือล้าสมัยจนเกินไป อยู่ในยุคปัจจุบันอย่างกลางๆ ไม่มากหรือน้อยไป โดยเป็นประเภทในเมือง เดินทางสะดวกและใช้พื้นที่คุ้มค่าสำหรับระดับราคาห้องพักต่อคืนที่ผู้เข้าพักสามารถจ่ายชำระได้ คือ 1,000 – 2,000 บาทต่อคืน มีการให้บริการที่ดีจากพนักงาน มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่รัดกุม สภาพแวดล้อมและบรรยากาศรอบบริเวณ โรงแรม โปร่ง โล่งสบาย อบอุ่นและเป็นกันเอง ภายในห้องพักประกอบด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบครัน อาจมีส่วนที่เพิ่มเติมเข้ามา ได้แก่ ระบบอินเทอร์เน็ต ห้องออกกำลังกาย สระว่ายน้ำ เป็นต้น ซึ่งความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีต่อการปรับเปลี่ยนรูปแบบของโครงการอาคารล้านนา 1 ให้เป็นโรงแรมบูติกนั้น ได้นำเสนอให้กับผู้ประกอบการเพื่อทำการปรับปรุงและจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกให้ครบครัน ปรับโครงสร้างอาคารและสภาพแวดล้อมโดยรอบให้สวยงามและน่าพักอาศัย เพื่อให้การปรับเปลี่ยนรูปแบบของอาคารล้านนา 1 ไปเป็นโรงแรมบูติกตรงกับความต้องการของผู้เข้าพักมากที่สุด

หลังจากที่ได้มีการทดสอบด้วยแบบสอบถามกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในเรื่องของความคิดเห็นเกี่ยวกับการปรับเปลี่ยนโครงการอาคารล้านนา 1 ให้เป็นโรงแรมบูติกในเมือง ผลการวิจัยที่ได้รับจะ



นำเสนอให้กับผู้ประกอบการเพื่อให้ทราบว่าผู้ประกอบการมีความคิดเห็นต่อการปรับเปลี่ยนอาคารเดิมให้เป็นโรงแรมบูติกอย่างไร มีความพอใจในรูปแบบที่ทำการปรับเปลี่ยนหรือไม่ โดยในบทนี้ได้กล่าวถึง 7.1 การนำเสนอผู้ประกอบการ

## 7.2 การนำเสนอผู้ประกอบการ

ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์และการกำหนดตำแหน่งของโรงแรมบูติกที่ต้องการปรับเปลี่ยนทั้งในส่วนของลักษณะ ประเภท และระดับราคา ช่องว่างทางการตลาดที่โรงแรมบูติกยังสามารถเข้าทำการแข่งขันได้ รวมทั้งข้อมูลที่สำคัญที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโรงแรมบูติกและโรงแรมลักษณะใกล้เคียงกันในจังหวัดเชียงใหม่ และความคิดเห็นที่ได้จากการทดสอบกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของโรงแรมบูติก โดยนำข้อมูลทั้งหมดที่ได้เก็บรวบรวมไว้นำเสนอผู้ประกอบการ เพื่อให้แสดงความคิดเห็นและพิจารณาถึงความสามารถและความคุ้มค่าในการปรับเปลี่ยนรูปแบบอาคารให้เป็นโรงแรมบูติกในเมือง

### 7.2.1 ข้อมูลที่นำเสนอผู้ประกอบการ

นำเสนอข้อมูลที่ได้รับจากการกำหนดช่องว่างทางการตลาดของโรงแรมบูติกและการทดสอบกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งพบว่าโครงการอาคารล้านนา 1 ปรับเปลี่ยนรูปแบบอาคารเดิมให้เป็นโรงแรมบูติกโดยให้เป็นลักษณะสมัยใหม่ ประเภทในเมืองและระดับราคาที่อยู่ต่ำกว่า 2,500 บาทต่อคืน และระหว่าง 2,500-5,500 บาทต่อคืน เนื่องจาก ราคา 6,500-12,000 บาทต่อคืนที่ได้จากผลของการหาตำแหน่งทางการตลาดนั้น อาจสูงเกินไป จึงปรับให้เหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน สภาพแวดล้อมโดยรอบทั้งภายในและภายนอกอาคารของโครงการอาคารล้านนา 1 นั้นพบว่าโครงสร้างอาคารและทำเลที่ตั้งมีความเหมาะสม สามารถใช้พื้นที่ใช้สอยได้อย่างคุ้มค่า สามารถเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ ได้อย่างรวดเร็วและสะดวกสบาย

นอกจากนี้นำเสนอความคิดเห็นและข้อสรุปที่ได้จากการทดสอบกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติโดยใช้ภาพเสมือนจริงและแบบสอบถาม ในเรื่องของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม อาชีพ อายุ จุดประสงค์การท่องเที่ยว การตอบรับของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเกี่ยวกับการออกแบบและตกแต่งลักษณะโรงแรมบูติกที่ชอบมากที่สุด ประเภทของโรงแรมที่ชอบเข้าพัก ความสำคัญของภาพรวมของโรงแรมบูติก สิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรมบูติก สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักของโรงแรมบูติกที่ควรจัดให้มี รวมถึงความชอบที่มีต่อทัศนียภาพภายนอกและภายในอาคารของโรงแรมบูติกและความรู้สึกชอบที่มีต่อการออกแบบโรงแรมบูติก เพื่อให้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบได้ตรงกับที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายต้องการเข้าพักมากที่สุด

## 7.2.2 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการ สรุปได้ว่า

จากการพิจารณาข้อมูลที่ได้นำเสนอแล้วนั้น ผู้ประกอบการมีความเห็นและเสนอแนะให้ปรับพื้นที่บางส่วนให้คุ้มค่าและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ดังนี้ คือ

### บริเวณ ชั้น 1

1. ปรับเปลี่ยนให้เป็นพื้นที่สีเขียว เช่น บ่อน้ำ ต้นไม้ และ สวนขนาดเล็ก ในรูปแบบจำลอง ในบริเวณชั้นล่างส่วนของห้อง Business Center

2. ปรับเปลี่ยนบริเวณ ล็อบบี้ให้เปิดโล่ง โดยทาบห้องน้ำเพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียว และย้ายห้องน้ำไปอยู่ในบริเวณหลังบันได

### บริเวณ ชั้น 2

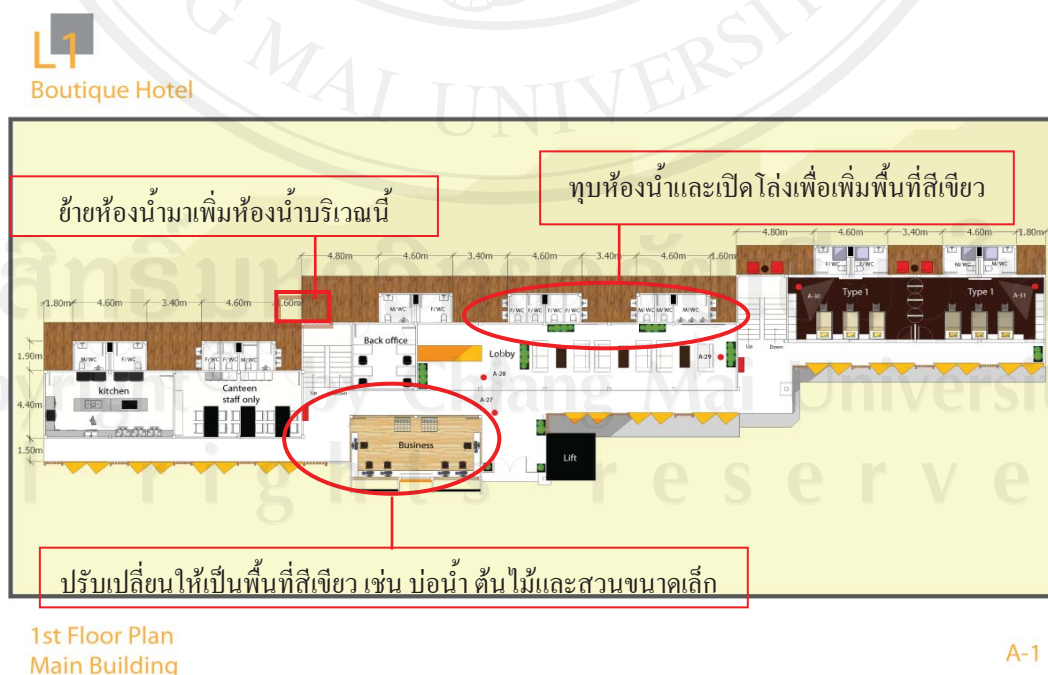
3. บริเวณห้องออกกำลังกาย ทั้งสองห้อง ให้ย้ายไปอยู่แทนที่ห้องเปลี่ยนเสื้อผ้าชาย และหญิง โดยปรับเปลี่ยนห้องออกกำลังกายให้เป็นห้องพักผ่อนเพื่อเพิ่มปริมาณห้องพัก

### บริเวณ ชั้น 3 และ 4

4. บริเวณห้องสันทนาการให้ปรับเปลี่ยนเป็นห้องพักทั้งหมดเพื่อเพิ่มปริมาณห้องพัก

5. เพิ่มวัสดุป้องกันการรบกวนจากเสียงทางด้านหน้าอาคาร

การปรับเปลี่ยนพื้นที่ที่ผู้ประกอบการเสนอแนะมีดังภาพต่อไปนี้



ภาพ 7-1 การปรับเปลี่ยนอาคารในบริเวณชั้นที่ 1

บริเวณด้านทางเข้าห้องโถงหรือล็อบบี้ควรเพิ่มพื้นที่สีเขียวภายในอาคาร เช่น น้ำตก บ่อน้ำในร่ม ต้นไม้ และเสียงธรรมชาติเพื่อสร้างบรรยากาศให้ดูอบอุ่นเป็นกันเองและควรเพิ่มพื้นที่ในส่วนของห้องโถงให้โล่งมากกว่านี้ โดยให้มีการรื้อผนังเดิมออก เพื่อเปิดพื้นที่โล่งให้อากาศถ่ายเทได้สะดวก และย้ายห้องน้ำให้อยู่ในบริเวณหลังบันได

## L1 Boutique Hotel

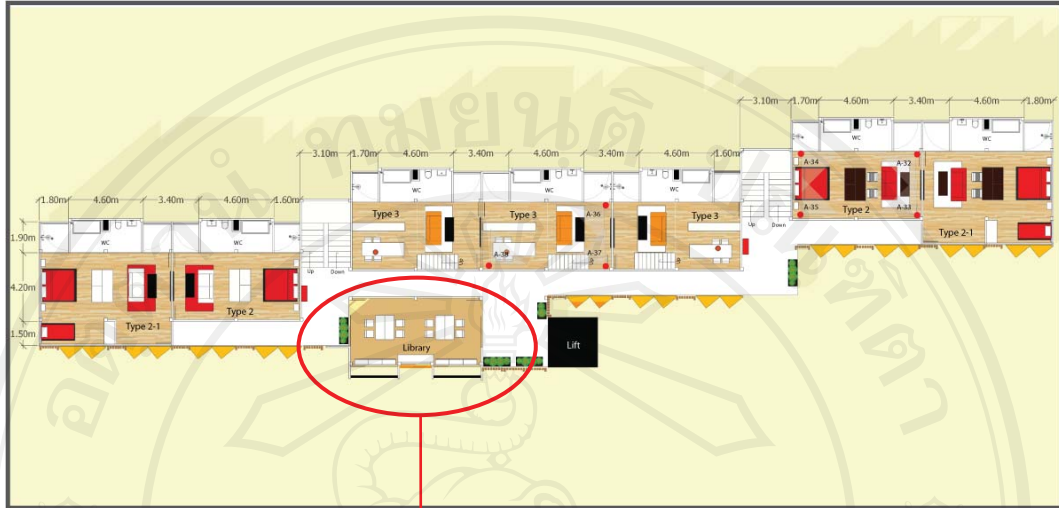


ภาพ 7-2 การปรับเปลี่ยนอาคารในบริเวณชั้นที่ 2

ผู้ประกอบการต้องการปรับเปลี่ยนบริเวณห้องออกกำลังกายให้เป็นห้องพักเพื่อเพิ่มปริมาณยอดผู้เข้าพักให้ได้มากกว่าเดิม และ ย้ายห้องออกกำลังกายให้อยู่ในบริเวณ ห้องเปลี่ยนชุดแต่งกาย เนื่องจากผู้ประกอบการมีความคิดเห็นว่า ผู้เข้าพักสามารถเปลี่ยนเครื่องแต่งกายในห้องพักได้ แล้วผู้ประกอบการคาดว่า โดยมากจะมีเพียงผู้เข้าพักเท่านั้นที่เข้ามาใช้ห้องออกกำลังกายภายในโรงแรม ส่วนด้านหน้า นั้นผู้ประกอบการต้องการเพิ่มวัสดุที่ป้องกันเสียง เช่น นำกระจกมากันพื้นที่ช่องเปิดด้านหน้าเป็นต้น เนื่องจากอาคารล้าหนา 1 เมตรผนังใหญ่ และมีปัญหาเกี่ยวกับเรื่อง มลภาวะทางเสียง จึงต้องการสร้างความเป็นส่วนตัวให้กับลูกค้า และป้องกันการเกิดเสียงรบกวนมากยิ่งขึ้น



L1  
Boutique Hotel



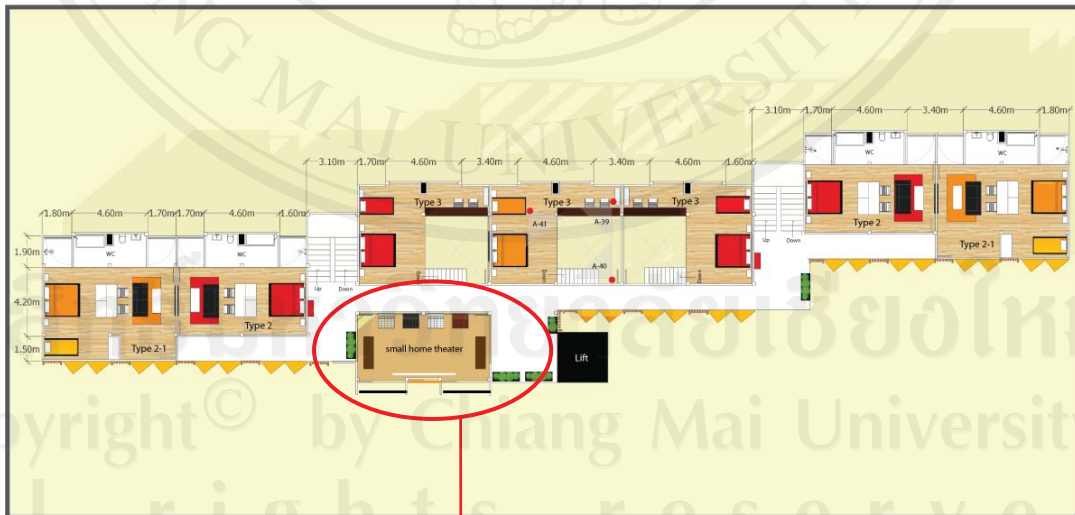
3rd Floor Plan  
Main Building

ปรับเปลี่ยนให้เป็นห้องพัก

A-3

ภาพ 7-3 การปรับเปลี่ยนอาคารในบริเวณชั้นที่ 3

L1  
Boutique Hotel



4th Floor Plan  
Main Building

ปรับเปลี่ยนให้เป็นห้องพัก

A-4

ภาพ 7-4 การปรับเปลี่ยนอาคารในบริเวณชั้นที่ 4

ภาพ 7-3 และ ภาพ 7-4 มีการปรับเปลี่ยนที่คล้ายคลึงกัน โดยการลดสิ่งอำนวยความสะดวกลง เช่น ห้องชมภาพยนตร์ ห้องสมุด และห้องออกกำลังกาย เพื่อเพิ่มจำนวนห้องพักให้มากขึ้น ทำให้ห้องพักจากเดิม 17 ห้องพักเป็น 21 ห้องพัก และสามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้น ผู้ประกอบการเสนอแนะว่า สิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรมบูติก เช่น สปา ซักอบรีด สามารถใช้บริการได้จากร้านต่างๆ ที่ได้จัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่ ที่เป็นเครือข่ายเพื่อเพิ่มความสะดวกให้กับลูกค้า

### 7.3 สรุปกระบวนการทั้งหมด

การสรุปขบวนการทั้งหมดนั้นแบ่งได้เป็น 7 ขั้นตอนด้วยกันได้แก่

1. ศึกษาประวัติความเป็นมาของโรงแรมบูติก และคำจำกัดความ “โรงแรมบูติก” โดยมีการค้นหาและรวบรวมข้อมูลจาก วารสาร นิตยสาร หนังสือพิมพ์ วิทยานิพนธ์ และข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต เป็นต้น และนำมาวิเคราะห์เพื่อทราบถึงความเป็นมาของโรงแรมบูติก และคำจำกัดความของโรงแรมบูติกที่มีหลากหลาย ซึ่งไม่ระบุเฉพาะเจาะจง

2. ศึกษารูปแบบของโรงแรมบูติก ต่างประเทศ ประเทศไทย และจังหวัด โดยการเก็บข้อมูลโรงแรมบูติกในต่างประเทศนั้น ได้แบ่งทวีป ประเทศไทยนั้น ได้แบ่งออกเป็นภาค สำหรับจังหวัดแบ่งพื้นที่เพื่อทำการสำรวจออกเป็นส่วน

3. หาดำแหน่งและช่องว่างทางการตลาดของโครงการ โดยการนำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจพื้นที่โรงแรมบูติกในจังหวัดนั้น หาช่องว่างทางการตลาด โดยการแบ่งกราฟออกเป็น 3 กราฟด้วยกันคือ 1. ใช้ราคาและรูปแบบของโรงแรมบูติกเป็นเกณฑ์ 2. ใช้ชนิดและรูปแบบของโรงแรมบูติกเป็นเกณฑ์ 3. ใช้ชนิดและราคาของโรงแรมบูติกเป็นเกณฑ์

4. สัมภาษณ์ผู้ประกอบการโรงแรมบูติก ที่เป็นคู่แข่งทางการตลาด เมื่อทราบถึงตำแหน่งทางการตลาดของโครงการแล้ว จะทราบถึงคู่แข่งทางการตลาดในตำแหน่งที่ใกล้เคียงกัน การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการนั้น เพื่อทราบถึงกลยุทธ์ทางการตลาด จุดแข็ง และจุดอ่อน ที่ทางโรงแรมคู่แข่งนั้นใช้ในการแข่งขัน

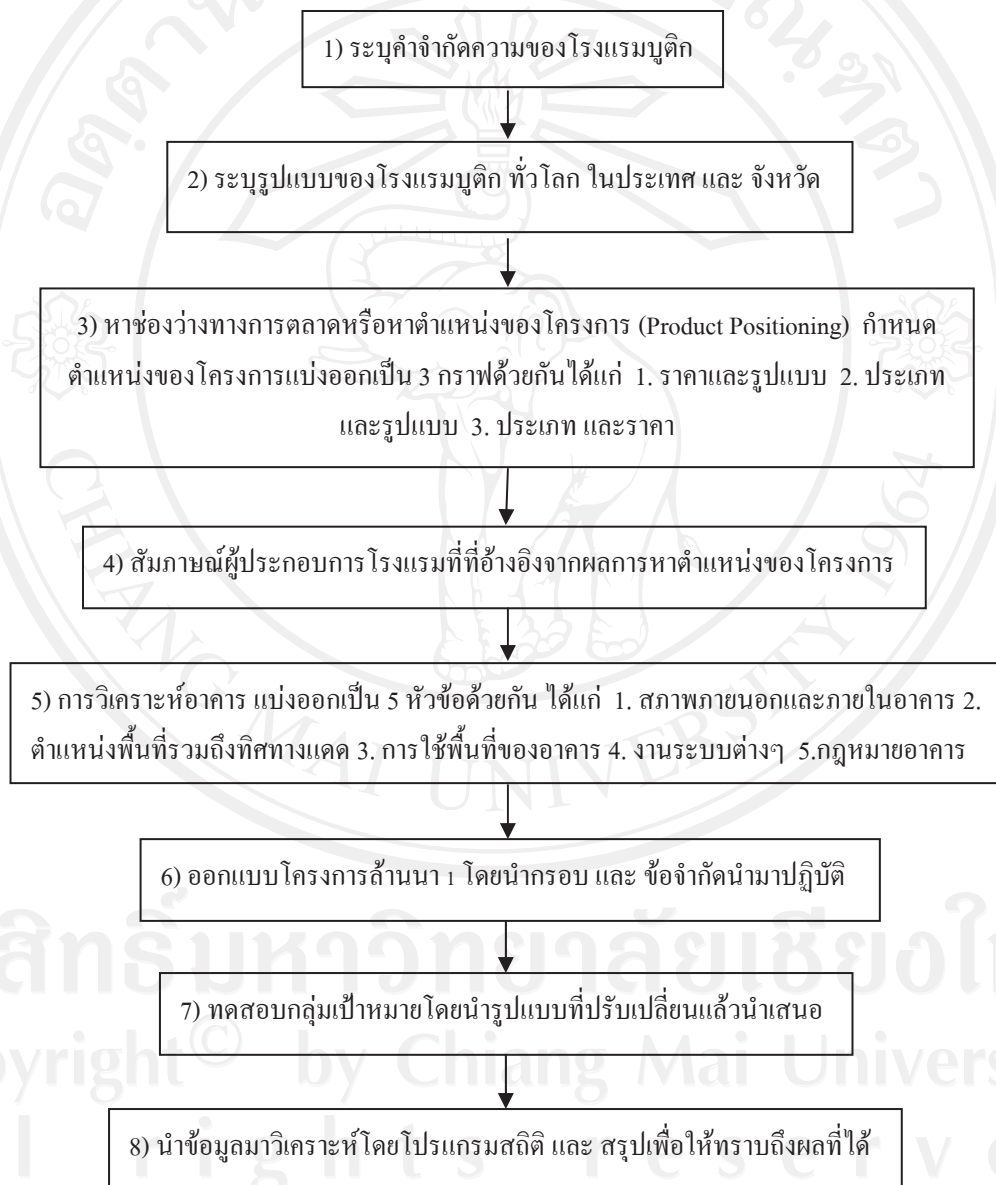
5. วิเคราะห์อาคารล้านนา 1 ในเรื่องของสภาพอาคารภายนอก และภายใน ตำแหน่งพื้นที่ รวมถึงทิศทางแดด การใช้พื้นที่ของอาคาร งานระบบต่างๆ และกฎหมายควบคุมอาคารเพื่อทราบถึงกรอบและข้อจำกัดในการออกแบบอาคารให้เป็นโรงแรมบูติก

6. นำกรอบและข้อจำกัดของการออกแบบอาคารที่ได้มาเบื้องต้น มาเป็นข้อปฏิบัติในการออกแบบในแต่ละส่วนให้ครบถ้วน

7. ทดสอบกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยแจกแบบสอบถามให้กับนักท่องเที่ยวจำนวน 200 คน โดยแบ่งออกเป็นคนไทย 100 คน และชาวต่างชาติ 100 คน ที่เข้าพักโรงแรมบูติกคู่แข่ง

8. นำข้อมูลที่ได้วิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสถิติ เพื่อทราบผลการดำเนินการ ค่าความถี่ของผู้ตอบแบบสอบถาม ค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นที่มีต่อโรงแรม และความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถาม และสรุปขบวนการทั้งหมด

### สรุปกรอบขั้นตอนดำเนินการเพื่อผู้ประกอบการอื่นสามารถนำไปใช้



ภาพ 7-5 สรุปแผนภาพขั้นตอนการดำเนินการ

กราฟ	ผลจากการหาตำแหน่งผลิตภัณฑ์
1. ราคาและลักษณะของโรงแรมบูติก	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ลักษณะคลาสสิกถึงคลาสสิกผสมผสาน ในระดับราคา 6,000 บาทขึ้นไป</li> <li>2. ลักษณะสมัยใหม่ผสมผสานจนถึงสมัยใหม่ มีราคาตั้งแต่ 3,000-12,000 บาทขึ้นไป</li> <li>3. ลักษณะคลาสสิกจนถึงสมัยใหม่ ในราคาที่ต่ำกว่า 2,500 บาท</li> </ol>
2. ราคาและประเภทของโรงแรมบูติก	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ประเภทในเมืองถึงในเมืองผสมรีสอร์ท ที่ระดับราคาตั้งแต่ 6,500-12,000 บาท</li> <li>2. ประเภทรีสอร์ท ถึง ในเมืองในระดับราคาที่ต่ำกว่า 2,500 บาท</li> </ol>
3. ประเภทและลักษณะของโรงแรมบูติก	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ลักษณะคลาสสิกถึงคลาสสิกผสมในประเภทรีสอร์ท</li> <li>2. ลักษณะคลาสสิกถึงคลาสสิกผสมในประเภทในเมือง</li> <li>3. ลักษณะสมัยใหม่ในประเภทรีสอร์ท ถึง ประเภทในเมือง</li> </ol>
คำถามจากแบบสอบถาม	ผลจากแบบสอบถาม
สอบถามเกี่ยวกับความรู้สึกชอบหรือไม่ในการออกแบบ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ชอบภาพรวมในการออกแบบ L1 boutique hotel 168 คน</li> <li>2. ทราบถึงการออกแบบในรูปแบบ modern style 198 คน</li> <li>3. ทราบว่าได้ใช้เทคโนโลยีใหม่พอเพียง 178 คน</li> <li>4. ทราบถึงการออกแบบที่มีเอกลักษณ์ 159 คน</li> <li>5. มีทำเลที่ตั้งเหมาะสม 153 คน</li> <li>6. ขนาดโรงแรมเหมาะสม 171 คน</li> <li>7. ขนาดห้องพักเหมาะสม 160 คน</li> <li>8. สิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ 184 คน</li> <li>9. ชอบสีที่ใช้ในการออกแบบ 154 คน</li> <li>10. ชอบสภาพแวดล้อม 174 คน</li> <li>11. มีความต้องการเข้าพัก 151 คน</li> </ol>

ตาราง 7-1 สรุปผลการดำเนินการทั้งหมดที่ได้จากการหาตำแหน่งผลิตภัณฑ์ แบบสอบถามและ

ผู้ประกอบการ

ข้อเสนอแนะ	ผลจากข้อคิดเห็นและการนำเสนอผู้ประกอบการ
บริเวณชั้น 1	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สิ่งที่ต้องปรับปรุงคือ เรื่อง สภาพแวดล้อมที่ควรมีต้นไม้มากกว่านี้</li> <li>2. ปรับเปลี่ยนบริเวณล็อบบี้ให้เปิดโล่ง โดยทុบห้องน้ำเพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียว และย้ายห้องน้ำไปอยู่ในบริเวณหลังบันได</li> </ol>
บริเวณชั้น 2	บริเวณห้องออกกำลังกายทั้งสองห้องให้ย้ายไปอยู่แทนที่ห้องเปลี่ยนเสื้อผ้าชายและ หญิง โดยปรับเปลี่ยนห้องออกกำลังกายให้เป็นห้องพักผ่อนเพื่อเพิ่มปริมาณห้องพัก
บริเวณชั้น 3-4	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. บริเวณห้องสันทนาการให้ปรับเปลี่ยนเป็นห้องพักทั้งหมดเพื่อเพิ่มปริมาณห้องพัก</li> <li>2. เพิ่มวัสดุป้องกันการรบกวนจากเสียงทางด้านหน้าอาคาร</li> </ol>

ตาราง 7-1 สรุปผลการดำเนินการทั้งหมดที่ได้จากการหาตำแหน่งผลิตภัณฑ์ แบบสอบถามและ  
ผู้ประกอบการ

จากตาราง 7-1 สรุปผลการดำเนินงานทั้งหมดที่ได้จากการหาตำแหน่งผลิตภัณฑ์ แบบสอบถามและผู้ประกอบการพบว่าเมื่อนำมาเปรียบเทียบกันแล้ว ผลของการหาตำแหน่งผลิตภัณฑ์สำหรับการปรับเปลี่ยนรูปแบบของโครงการอาคารล้านนา 1 นั้นเหมาะสำหรับปรับเปลี่ยนให้อยู่ในลักษณะสมัยใหม่ ประเภทในเมืองและระดับราคาที่ต่ำกว่า 2,500 บาท และระดับราคา ถึง 6,500-12,000 บาทต่อกัน โดยผลจากแบบสอบถามกลุ่มเป้าหมายมีความเห็นว่าเป็นลักษณะสมัยใหม่ และสิ่งที่จะต้องปรับปรุงคือ เรื่อง สภาพแวดล้อมที่ควรมีต้นไม้มากกว่านี้ โทสนีห้องควรมีการปรับเปลี่ยนให้อ่อนกว่านี้ และงบประมาณการใช้จ่ายต่อกัน คนไทยอยู่ที่ 1,500 -2,000 บาท และคนต่างชาติอยู่ที่ 2,500-3,000 บาท ซึ่งสำหรับคนไทยนั้นอาจจะต้องมีการปรับลดราคาห้องพักลงมาให้สอดคล้องกับสถานะเศรษฐกิจ สำหรับความคิดเห็นของผู้ประกอบการ มีความสอดคล้องกับผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่องการเพิ่มพื้นที่สีเขียว โดยการปลูกต้นไม้และเพิ่มน้ำตกจำลองเพื่อเป็นการสร้างบรรยากาศให้เป็นธรรมชาติมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังเน้นในเรื่องของจำนวนห้องพัก โดยห้องสมุด ห้องออกกำลังกาย และห้องชมภาพยนตร์ขนาดเล็ก ให้ปรับเปลี่ยนเป็นห้องพักขนาดใหญ่แทน เพื่อให้มีจำนวนห้องพักเพิ่มมากขึ้น จากผลที่ได้สามารถสรุปได้ว่า การออกแบบโดยรวมทั้งภายในและภายนอกอาคาร ควรเป็นลักษณะสมัยใหม่ ประเภทในเมือง ที่มีราคาประมาณ 1,500 - 3,000 บาท ควรใช้โทสนีอ่อน และเน้นความเป็นธรรมชาติโดยการเพิ่มต้นไม้



## 7.4 การอภิปรายผล

ในหัวข้อนี้มีลักษณะเป็นการบ่งชี้ให้เห็นถึงแง่มุมบางประเด็นที่จะนำไปสู่การคิดค้นแก้ไขปรับปรุงการวิจัยในครั้งต่อไป โดยผลการดำเนินการทั้งหมดนี้ได้มีการแบ่งการอภิปรายผลออกเป็น 2 ประเด็นหลัก ได้แก่ 7.4.1 ปัจจัยและผลกระทบในการทำการวิจัย 7.4.2 ความสำเร็จในการใช้ทฤษฎีทางการตลาดเพื่อการออกแบบ

### 7.4.1 ปัจจัยและผลกระทบในการทำการวิจัย

1. การเก็บข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะโรงแรมบูติกนั้นอาจเปลี่ยนไปตามความนิยมของตลาดในแต่ละสมัย ซึ่งในปัจจุบันนี้มีโรงแรมบูติกที่มีการออกแบบที่มีความโดดเด่น และแตกต่างจากโรงแรมบูติกโดยทั่วไปที่มีลักษณะแบบคลาสสิก ผสมผสาน และสมัยใหม่

2. เนื่องจากงานวิจัยชิ้นนี้เริ่มต้นตั้งแต่ปี 2549 และได้อ้างอิงถึงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย จึงควรมีการศึกษาให้รอบคอบ เนื่องจากมีปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบต่อกรเก็บข้อมูล ได้แก่ ปัญหาความไม่มั่นคงทางด้านเศรษฐกิจ และการเมืองซึ่งมีผลกระทบต่อปริมาณนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนจังหวัดเชียงใหม่

3. การนำเสนอข้อมูลในการกำหนดตำแหน่งทางการตลาดของโครงการล้านนา 1 นั้น ในส่วนของการทำการกราฟ 3 ชุด ที่ได้เก็บข้อมูลในจังหวัดเชียงใหม่ 42 โรงแรมนั้น ควรมีความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญเข้ามาเกี่ยวข้องในการตัดสินใจถึงรูปลักษณะสถาปัตยกรรม และประเภทของสถาปัตยกรรมของโรงแรมบูติก ที่ได้มีการรวบรวมข้อมูลมา เพื่อความแม่นยำในผลการหาตำแหน่งช่องว่างทางการตลาดของโครงการอาคารล้านนา 1 เนื่องจากเกณฑ์ในการให้คะแนนที่ใช้ในงานวิจัยนี้มาจากผู้วิจัยโดยตรงเพียงคนเดียว

4. การเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามพบว่า ในช่วงระยะเวลาที่เก็บข้อมูลนั้นเป็นช่วงฤดูฝน จึงทำให้มีอุปสรรค ในการเก็บข้อมูลเนื่องจากปริมาณนักท่องเที่ยวในโรงแรมคู่แข่งทั้ง 7 โรงแรมนั้น มีปริมาณที่ไม่เพียงพอ จึงได้มีการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่มาเยือนจังหวัดเชียงใหม่ และเข้าพักโรงแรมบูติกในจังหวัดเชียงใหม่ บริเวณไนท์บาร์ซ่า และนิมมานเหมินท์ เพิ่มขึ้นด้วย

5. จากการเก็บข้อมูลพบว่ากลุ่มตัวอย่าง 200 คนที่ได้แบ่งออกเป็นชาวไทย จำนวน 100 คน และชาวต่างชาติ จำนวน 100 คน นั้น พบว่าความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่างเฉพาะกลุ่มที่มีปริมาณที่น้อยเกินไปอาจเกิดความคลาดเคลื่อนจากประชากรจริงได้

#### 7.4.2 ความสำเร็จในการใช้ทฤษฎีทางการตลาดเพื่อการออกแบบ

การปรับเปลี่ยนอาคารอพาร์ทเมนต์ให้เป็นโรงแรมบูติกในเมืองนั้นได้อาศัยกระบวนการทางการตลาดจากแนวคิด และการใช้ทฤษฎีดังนี้ คือ 1. แนวคิดเกี่ยวกับการศึกษาคู่แข่งทางการตลาด (Marketing Competition Concept) 2. ทฤษฎีการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning Theory) 3. แนวคิดความต้องการของผู้บริโภค (Consumer's Needs Concept) 4. ทฤษฎีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development Theory) การนำแนวคิด และทฤษฎีทางการตลาดไปใช้นั้นประสบความสำเร็จดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการศึกษาคู่แข่งทางการตลาด (Marketing Competition Concept) ได้นำไปใช้ในขั้นตอน การสำรวจเก็บข้อมูลโรงแรมบูติกในเมืองเชียงใหม่ และ ขั้นตอนการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการคู่แข่งทั้ง 7 โรงแรม พบว่า การศึกษานั้นได้ทราบถึงข้อมูลพื้นฐาน เช่น ราคา สถานที่ตั้ง จำนวนห้อง และสิ่งอำนวยความสะดวก และข้อมูลเชิงลึกที่เกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาด ทราบถึงจุดแข็งและจุดอ่อนที่โรงแรมคู่แข่งมี

2. ทฤษฎีการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning Theory) ได้นำไปใช้หลังจากที่ได้มีการลงพื้นที่สำรวจโรงแรมบูติกในเมืองเชียงใหม่เพื่อนำมาหาตำแหน่งของโครงการ ซึ่งทำให้ทราบถึงตำแหน่งทางการตลาดที่โครงการอาคารล้านนา 1 ควรจะปรับเปลี่ยน

3. แนวคิดความต้องการของผู้บริโภค (Consumer's Needs Concept) ได้นำแนวความคิดนี้ไปใช้ในการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการถึงความต้องการของผู้บริโภคที่เข้าพัก และในขั้นตอนการเก็บข้อมูลกลุ่มเป้าหมายจากแบบสอบถามทำให้ทราบถึงความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการเข้าพัก โรงแรมบูติกนั้นควรจะเป็นอย่างไร

4. ทฤษฎีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development Theory) ได้นำทฤษฎีนี้ไปใช้ในการออกแบบจากอาคารอพาร์ทเมนต์ให้เป็นโรงแรมบูติก โดยการสร้างภาพเสมือนจริง เพื่อใช้เป็นภาพประกอบในการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม

#### 7.5 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาต่อไปในอนาคต

ในหัวข้อนี้มีลักษณะเป็นการเสนอแนะเกี่ยวกับวิธีการวิจัยที่อาจจะเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่จะพิสูจน์ให้ชัดเจนยิ่งขึ้น อีกทั้งจะเป็นการตรวจสอบผลการวิจัยว่าได้ผลจริงมากน้อยอย่างไร รวมทั้งแนะนำประเด็นอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยในลักษณะที่น่าสนใจ โดยมีรายละเอียดคือ

1. ในด้านการสรุปผลการวิเคราะห์ตอบข้อสมมุติฐาน ควรมีการวิเคราะห์ด้วยสถิติขั้นสูง เช่น ค่าความสัมพันธ์ ประกอบเพื่อตรวจสอบดูว่าผลที่ได้จะสอดคล้องกันมากน้อยอย่างไร

2. ควรเพิ่มเติมทฤษฎีที่มีความเกี่ยวข้องกับการหาจุดคุ้มทุนในการดำเนินการกิจการเพื่อให้ผู้ประกอบการได้ทราบถึง ผลที่จะได้รับในการปรับเปลี่ยนในระยะยาว ว่ามีความคุ้มค่าต่อการลงทุนหรือไม่

3. การหาตำแหน่งทางด้านการตลาดจากที่เสนอเป็นแบบ 2 มิติ หรือ แบบแกน  $x$  และ แกน  $y$  หากในอนาคต นักวิจัยที่ต้องการศึกษาเพิ่มเติมนั้น ควรใช้วิธีการหาตำแหน่งทางด้านการตลาดที่เป็นแบบ 3 มิติ หรือ แบบ แกน  $x$  แกน  $y$  และแกน  $z$  พร้อมกัน เพื่อให้เห็นผลการหาตำแหน่งทางด้านการตลาดชัดเจนมากยิ่งขึ้น

4. งานวิจัยชิ้นนี้สามารถพัฒนาต่อไปเพื่อใช้สำหรับการปรับเปลี่ยนอาคารให้เป็นการใช้งานแบบอื่นได้เช่น การนำอาคารพาณิชย์มาปรับเปลี่ยนให้เป็นโรงแรมบูติกขนาดเล็ก หรือ การนำอาคารบางประเภทปรับเปลี่ยนให้เป็นการใช้งานแบบอื่นนอกจากรูปแบบโรงแรม เป็นต้น ซึ่งทางโครงการอาคารล้านนา 1 ได้มีการใช้กระบวนการในรูปแบบเดียวกันนี้ด้วย