

แนวทางการพัฒนาการจัดการโรงแรมบูติก ในย่านเมืองเก่าสงขลา

Guidelines for Developing Management of Boutique Hotels in the Songkhla Old Town Area

พิชญ์สินี จิตละเอียด¹ ศิริภัสสร ปฐมนพวงศ์² ภัชรพล ลิ้มกิตติคุณ³ และกานต์พิชชา ดุลยะลา^{4*}

Phitsini Chitlaaiad¹, Siripatsorn Prathomnupong², Phatcharapon Limkittikoon³, and Kanphitcha Dunyala^{4*}

Received 15 Dec 2024 Revised 30 Dec 2024 Accepted 30 Dec 2024

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการจัดการโรงแรมบูติก ในย่านเมืองเก่าสงขลา 2) เสนอแนวทางการพัฒนาการจัดการโรงแรมบูติก ในย่านเมืองเก่าสงขลา การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้เครื่องมือวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกเจ้าของกิจการของโรงแรมบูติกจำนวน 3 โรงแรม ในพื้นที่ย่านเมืองเก่าสงขลา

ผลการวิจัยพบว่า การจัดการโรงแรมบูติกในย่านเมืองเก่าสงขลา ประกอบด้วย 5 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ปัจจัยด้านการบริการ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านการตลาด และปัจจัยด้านเทคโนโลยี โดยปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง อยู่ในพื้นที่เมืองเก่าที่มีชื่อเสียง สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ ปัจจัยด้านการบริการ มีลักษณะการบริการที่เน้นการบริการแบบเป็นกันเอง เน้นใส่ใจรายละเอียดของผู้มาใช้บริการ ปัจจัยด้านบุคลากร พนักงานหรือเจ้าของกิจการมีทัศนคติที่ดีต่อการทำงานบริการ มีประสบการณ์ในตำแหน่งงาน ให้คำแนะนำและนำเสนอเรื่องราวความเป็นมาในพื้นที่ได้ดี ปัจจัยด้านการตลาด มีกลุ่มเป้าหมาย 2 กลุ่ม คือนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ มีการใช้สื่อโฆษณาผ่านช่องทางออนไลน์ และปัจจัยด้านเทคโนโลยี ทุกโรงแรมมีการนำเทคโนโลยีมาใช้อำนวยความสะดวกให้แก่ผู้มาใช้บริการ เช่น การจองห้องพักผ่าน Facebook page สำหรับแนวทางการพัฒนาการจัดการโรงแรมบูติกในย่านเมืองเก่าสงขลา ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งของโรงแรมบูติกในย่านเมืองเก่าสงขลา ทั้ง 3 โรงแรม ควรปรับปรุงซ่อมแซมพื้นที่สำหรับขยายธุรกิจ อาจซื้อตึกใหม่หรือรีโนเวตตึกเก่าในพื้นที่ใกล้เคียงเพื่อสร้างเป็นโรงแรมที่มีความแตกต่างจากเดิมด้านการบริการ ควรมีพนักงานบริการลูกค้าตลอดเวลา มีบริการรถรับ-ส่ง ผู้เข้าพัก ด้านบุคลากร ควรมีการพัฒนาต่อบุคลากร อบรมพัฒนาความรู้และทักษะอย่างสม่ำเสมอ ด้านการตลาด ควรจำแนกกลุ่มลูกค้า กำหนดกลยุทธ์ในการสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าหรือบริการของตนเอง เน้นการทำตลาดออนไลน์ ด้านเทคโนโลยี ควรนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริการผู้เข้าพักและอำนวยความสะดวกสำหรับพนักงานบริการ อาทิ ระบบการสำรองห้องพัก ระบบเช็คอินหรือเช็คเอาท์ ระบบการจ่ายเงินผ่านระบบ Mobile Banking

คำสำคัญ: โรงแรมบูติก ย่านเมืองเก่าสงขลา แนวทางการพัฒนาการจัดการ

¹⁻³ นักศึกษาปริญญาตรี หลักสูตรการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการบริการ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ จ.สงขลา 90110

Bachelor's degree student, Department of Aviation Industry and Hospitality Management, Faculty of Liberal Arts, Prince of Songkhla University, Songkhla, Thailand, 90110 Email: bantita2110@gmail.com

⁴ อาจารย์ประจำคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ จ.สงขลา 90110

Lecturer, Faculty of Liberal Arts, Prince of Songkhla University, Songkhla, Thailand, 90110 *Corresponding author email: kanphitcha.d@psu.ac.th

Abstract

This study aimed to 1) study the management of boutique hotels in the Songkhla Old Town area, and 2) propose guidelines for the development of boutique hotel management in the Songkhla Old Town area. This research was qualitative research using a semi-structured interview form as a research instrument. Data were collected through in-depth interviews with the owners of 3 boutique hotels in the Songkhla Old Town area.

The results of the research found that the management of boutique hotels in the Songkhla Old Town area consisted of 5 factors: location factor, service factor, personnel factor, marketing factor, and technology factor. The location factor was located in a famous old town area that could attract tourists. The service factor was a service that emphasized friendly service and attention to details of the service users. The personnel factor was that the staff or business owners had a good attitude towards service work, were experienced in their positions, provided advice, and presented stories about the history of the area well. The marketing factor was that there were 2 target groups: Thai and foreign tourists. There was the use of online advertising media. The technology factor was that all hotels used technology to facilitate their customers, such as booking rooms through Facebook pages. For the development guidelines for boutique hotel management in the Songkhla Old Town area Factors related to the location of the boutique hotels in the old town of Songkhla All 3 hotels should renovate and repair the area for business expansion. They may buy a new building or renovate an old building in the nearby area to create a hotel that is different from the original. In terms of service, there should be customer service staff all the time. There is a shuttle service for guests. In terms of personnel, there should be personnel development, training to develop knowledge and skills regularly. In terms of marketing, customers should be classified, strategies should be set to create differences for their products or services, and emphasis should be placed on online marketing. In terms of technology, technology should be used to provide services to guests and facilitate service staff, such as room reservation systems, check-in or check-out systems, and payment systems via mobile banking.

Keywords: Boutique hotels, Songkhla Old Town, Guidelines for developing management

บทนำ

ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว ซึ่งทำให้มี นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาตินิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยในแต่ละปีเป็น จำนวนมาก ทำให้การท่องเที่ยวถือเป็น อุตสาหกรรมหนึ่งในประเทศไทยที่มีความสำคัญและมีบทบาท อย่างมากในการสร้างความเจริญทางด้านเศรษฐกิจของประเทศ ด้านตลาดนักท่องเที่ยวในประเทศ ช่วง 10 ปีที่ผ่านมา (2553-2562) นักท่องเที่ยวคนไทยมีจำนวนเพิ่มขึ้น โดยเฉลี่ย 6.0% ต่อปี (จำนวน คน/ครั้ง) เนื่องจากทางรัฐบาลยังคงมีความไว้วางใจให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็น เครื่องมือในการช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจ รวมถึงกระจายการเจริญเติบโตไปถึงท้องถิ่นด้วย โดยมีการออกมาตรการต่าง ๆ เช่น มาตรการลดหย่อนภาษีจากภาครัฐ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาคเอกชน การเติบโตของสายการบินต้นทุนต่ำ รวมถึงการปรับปรุงสนามบินในจังหวัดต่าง ๆ และการขยายเส้นทางคมนาคมทางถนน ส่งผลให้ นักท่องเที่ยวไทยที่นิยมเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวกมากขึ้น (Krungsri Research Center, 2021)

โรงแรมบูติค (Boutique hotel) เป็นโรงแรมขนาดเล็กที่มีห้องพักตั้งแต่ 10-80 ห้อง ซึ่งเป็นโรงแรมที่มี ลักษณะเฉพาะ ทั้งด้านแนวคิด การตกแต่งทั้งภายนอกและภายใน รวมไปถึงการแต่งกายและการบริการของพนักงาน ทุกอย่างจะต้องถูกคิดออกมาให้มี Concept ไปในแนวทางเดียวกันทั้งหมด โดยจะต้องมีลักษณะเด่นตามมาตรฐาน ทั่วไปอยู่ 3 ด้าน คือ ด้านสถาปัตยกรรมการตกแต่ง การให้บริการ และกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน (Smart Finder, 2019)

สถาปัตยกรรมและการออกแบบตกแต่งภายในของโรงแรมบูติค (Boutique hotel) นั้นมีความโดดเด่น ส่วน ใหญ่มักจะหรูหรา ภูมิสถาปัตย์ หรืออาจจะมาแนวย้อนยุค แต่ผสมผสานกับความทันสมัย นับเป็นความสวยงามบวกกับ ความทันสมัย ซึ่งถือเป็นเอกลักษณ์อันโดดเด่นของบูติคโฮเต็ลเลยก็ว่าได้ อีกทั้งบูติคโฮเต็ลจะมาพร้อมการตกแต่งอย่าง พิถีพิถัน โดยในแต่ละห้องพักอาจจะมีการตกแต่งที่ไม่ซ้ำกัน เพื่อสร้างความรู้สึกลึกซึ้งให้แก่ผู้เข้าพัก ที่พักสไตล์บูติคจะ เน้นความใส่ใจในรายละเอียด ตั้งแต่จำนวนห้องพักที่น้อยกว่าโรงแรมทั่ว ๆ ไป เพื่อที่จะได้บรรยากาศที่อบอุ่นและสงบ โดยห้องพักจะถูกตกแต่งอย่างประณีตและมีรายละเอียดต่างกันไปในแต่ละห้อง ดังนั้น แนวนอนว่างงานบริการเองก็ จะใส่ใจเป็นพิเศษเช่นกัน และที่สำคัญที่สุดก็คือ การบริการของบูติคโฮเต็ลจะเน้นไปที่ความเป็นกันเอง โดยจะทำให้ รู้สึกคุ้นเคยกับผู้คนภายในโรงแรมได้ง่าย บางแห่งอาจจะเจอเจ้าของกิจการออกมาต้อนรับด้วยตัวเองเลยก็ได้ โดยจะ ได้รับการดูแลอย่างใกล้ชิด ทำให้รู้สึกสบาย ๆ ในการที่จะเข้าพัก (Boutiquestay.travel, 2023)

โรงแรมบูติค (Boutique hotel) ในย่านเมืองเก่าสงขลา ตั้งอยู่บนถนน 3 สาย ดังนี้ คือ ถนนนางงาม ถนน นครโน และถนนนครนอก ย่านเมืองเก่าเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว เพราะเป็นแหล่ง ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง เช่น ถนนนางงาม มีสถานที่สำคัญ คือ ศาลเจ้าพ่อหลักเมืองสงขลา ศาลเจ้าพ่อควนอุ ซึ่งเป็น สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ คูบ้าน คูเมือง ของชาวสงขลา และเป็นศูนย์รวมจิตใจของคนไทยเชื้อสายจีน ถนนนครโน มีสถานที่ สำคัญ คือ บ้านนครโน จะเป็นพิพิธภัณฑ์แห่งการอนุรักษ์ เสริมสร้างคุณค่า บ้านนครโนเป็นบ้านไม้จีนแบบโบราณ และบ้านตึกสีขาว ภายในจะเป็นการจัดแสดงของเก่า การอนุรักษ์ของเก่า และถนนนครนอก มีสถานที่สำคัญ คือ หับ โห้ หิน หรือที่ชาวสงขลาเรียกกันว่า โรงสีแดง และมีสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่บอกเล่าถึงความเป็นมาใน สมัยก่อน (Museumthailand.com,2019) ธุรกิจที่พักประเภทบูติค ในย่านเมืองเก่าสงขลา จึงเป็นทางเลือกให้กับ

นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจพักผ่อนในสถานที่ที่ออกแบบให้สอดคล้องกับวัฒนธรรม ประเพณี และความเป็นมาอันยาวนานของเมืองสงขลา ความมีเสน่ห์ของตึกเก่า สถาปัตยกรรมที่มีความเฉพาะถิ่นที่ดึงดูดใจผู้เข้าพัก พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกหลากหลาย เพื่อสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยือน และต้องการกลับมาใช้บริการอีก ซึ่งแนวทางในการสร้างความประทับใจจะต้องประกอบไปด้วยหลายส่วนไม่ว่าจะเป็นอัตราค่าที่พัก สถานที่ตั้ง ขนาดของโรงแรม สิ่งอำนวยความสะดวกสบาย หรือแหล่งผ่อนคลายต่าง ๆ รวมไปถึงการบริการของพนักงานทุกฝ่ายจะต้องมีคุณภาพได้มาตรฐาน ตอบสนองลูกค้าหรือผู้มารับบริการให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด (Jaroenwisan & Sangwichien, 2014)

แนวโน้มอนาคตของที่พักแรมรูปแบบบูติค (Boutique hotel) ยังคงพัฒนาไปอย่างต่อเนื่อง นักท่องเที่ยวให้ความสนใจเรื่องประสบการณ์การเดินทาง ประสบการณ์การเข้าพักและความสะดวกสบายมากขึ้น อีกทั้งรูปแบบที่พักดังกล่าวยังได้รับความสนใจจากผู้ประกอบการรายใหม่ในการขยายกิจการหรือเปิดที่พักรูปแบบบูติคออกแบบที่พักให้ที่มีความโดดเด่นให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสถึงประสบการณ์ใหม่ๆ ผู้วิจัยเล็งเห็นว่าการศึกษาเรื่อง “แนวทางการพัฒนาการจัดการโรงแรมบูติค ในย่านเมืองเก่าสงขลา” จะเป็นประโยชน์แก่เจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรมในรูปแบบดังกล่าว สำหรับการพิจารณาศักยภาพความพร้อม ทั้งด้านเงินทุน เอกลักษณ์ของอาคาร สถานที่ บุคลากร และกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว รวมถึงแนวโน้มที่ตลาดนักท่องเที่ยวในอนาคตคาดหวัง อาทิ ห้องพักประหยัดพลังงาน หรือห้องพักสีเขียวตามแนวทางการท่องเที่ยวสีเขียว (Green Tourism) ที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เหล่านี้จะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถนำเสนอจุดขายด้าน ที่พักและบริการที่เหนือความคาดหวังแก่ผู้มาใช้บริการ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการจัดการโรงแรมบูติค ในย่านเมืองเก่าสงขลา
2. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการจัดการโรงแรมบูติค ในย่านเมืองเก่าสงขลา

ทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจโรงแรมบูติค

1.1 ความหมายของโรงแรมบูติค

คำว่า “บูติค (Boutique)” นั้นความหมายตามพจนานุกรม คือ ร้านเล็ก ๆ ที่ขายสินค้าหรือบริการที่เฉพาะเจาะจง หรือ ร้านขายเครื่องแต่งกายที่เครื่องประดับที่น่าสมัย ส่วนคำว่า “บูติคโฮเทล (Boutique Hotel)” มีผู้นิยมหลากหลายความหมายตามแต่ประสบการณ์หรือลักษณะของโรงแรมที่พบเจอ ลักษณะเด่นของโรงแรมบูติคที่ทำให้แตกต่างจากโรงแรมอื่นๆ ทั่วไป จะแบ่งได้สามด้านหลัก ๆ ดังนี้ (Lucienne Anhar, 2001)

(1) ด้านสถาปัตยกรรม (Architecture and design Style) รูปแบบการออกแบบจะมีความโดดเด่น มีความอบอุ่นใกล้ชิดกับผู้เข้าพัก จะไม่ถูกจำกัดอยู่กับรูปแบบมาตรฐานทั่วไป บางโรงแรมอาจมีการตกแต่งในแต่ละห้องพักด้วยรูปแบบที่แตกต่างกัน เพื่อให้ประสบการณ์ในการพักของลูกค้าแต่ละครั้งไม่เหมือนกัน หรือบางแห่งอาจทำการซุ

ชีวิตให้กับอาคารเก่า ผสมผสานความเป็นอดีต และการตกแต่งสมัยใหม่ที่ร่วมสมัย ก็ทำให้โรงแรมมีความแตกต่างโดดเด่นจากโรงแรมทั่ว ๆ ไป

(2) ด้านการให้บริการ (Service) ความเป็นโรงแรมบูติคเน้นนอกจากเรื่องรูปร่างหน้าตาของโรงแรมแล้ว สิ่งที่ทำให้แตกต่างจากโรงแรมโดยทั่วไปคือการให้ความสำคัญกับประสบการณ์การเข้าพัก และการให้บริการของโรงแรม พนักงานจะเน้นการให้บริการที่อบอุ่น ใกล้ชิดและเป็นกันเอง เนื่องด้วยขนาดที่มักจะไม่ใหญ่มากนัก จึงทำให้การให้บริการทำได้ทั่วถึงกว่าโรงแรมขนาดใหญ่

(3) ด้านกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Target Market) โรงแรมบูติคเน้นกลุ่มลูกค้าเฉพาะกลุ่มที่ต้องการเลือกพัก โรงแรมที่แตกต่างจากโรงแรมมาตรฐานทั่วไป ในช่วงแรกๆ จะเป็นลูกค้าในกลุ่มที่มีรายได้สูง ซึ่งในปัจจุบันโรงแรมประเภทนี้ก็ได้มีเพิ่มมากขึ้น แยกเป็นหลายขนาดและหลายระดับจึงไม่ได้ขึ้นอยู่กับระดับรายได้ของผู้มาพักเป็นหลัก แต่จะขึ้นอยู่กับประสบการณ์ความแตกต่างที่ลูกค้าต้องการ

โดยโรงแรมบูติคต้นฉบับแห่งแรกของโลกคือโรงแรม Blake's Hotel London ประเทศอังกฤษ ในปีคริสต์ศักราช 1978 เป็นโรงแรมระดับ 5 ดาวที่โดดเด่นในด้านของการออกแบบ การให้บริการ และความเป็นส่วนตัว มีห้องพักจำนวน 52 ห้อง และเป็นผู้นำของการใช้คำว่า "Boutique Hotel" อย่างเป็นทางการ (Sukapong, 2009)

โรงแรมบูติค คือ โรงแรมขนาดเล็กที่มีความหรูหรา ให้ความสำคัญในเรื่องความโดดเด่นของสถาปัตยกรรม การบริการที่ให้ความเอาใจใส่ใกล้ชิดจากพนักงาน และการนำเสนอเรื่องราวความเป็นมาผ่านทางสถาปัตยกรรม การบริการของโรงแรมบูติคจะต้องสามารถตอบสนองต่อรูปแบบการดำรงชีวิตของผู้มาใช้บริการ (Thanusing, 2012)

จากความหมายของโรงแรมบูติคสรุปได้ว่า โรงแรมบูติค (Boutique Hotel) เป็นโรงแรมขนาดเล็ก มีจำนวนห้องพักน้อยกว่าโรงแรมมาตรฐานทั่วไป มีลักษณะความโดดเด่นด้านสถาปัตยกรรมที่มีการตกแต่งเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ ด้านการให้บริการจะเน้นการบริการแบบใกล้ชิดลูกค้า มีความเป็นกันเอง และด้านกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจะเป็นกลุ่มที่มีความสนใจในโรงแรมบูติค มีความแตกต่างจากมาตรฐานโรงแรมทั่วไป ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้มาใช้บริการไม่สามารถหาได้จากโรงแรมขนาดใหญ่ เป็นจุดเด่นของโรงแรมบูติค

1.2 ประเภทของโรงแรมบูติค

ประเภทของโรงแรมบูติค (Boutique Hotel) ในประเทศไทยและสามารถจำแนกออกเป็นประเภทต่างๆ ได้ 2 ด้าน คือ ด้านรูปแบบของที่พักและด้านรูปแบบของการบริหารกิจการ ดังนี้ (Kasikorn Research Center, 2012)

1) ด้านรูปแบบของที่พัก สามารถจำแนกประเภทของโรงแรมบูติค ออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

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

(2) ที่พักที่มีการออกแบบให้มีสไตล์ที่ทันสมัย และสะท้อนความเป็นตัวตนของโรงแรมและผู้เข้าพัก นิยมเรียกกันว่า "hip hotel"

(3) ที่พักที่ออกแบบทุกองค์ประกอบอย่างละเอียด โดยเน้นประโยชน์การใช้สอยของพื้นที่ หรือข้าวของเครื่องใช้ และของตกแต่งค่อนข้างมาก เรียกได้ว่าเป็นโรงแรมบูติคระดับหรู หรือโรงแรมบูติคระดับ 5 ดาว ที่มุ่งจับตลาดระดับบน ส่วนใหญ่จะเป็นโรงแรมบูติคที่บริหารแบบโรงแรมเครือขาย ซึ่งจะเน้นการออกแบบเป็นสำคัญ ส่วน

ด้านบริการ ยังเหมือนโรงแรมขนาดใหญ่ที่ให้บริการแบบมาตรฐาน โรงแรมบูติคกลุ่มนี้มักมีราคาแพง เรียกกันว่า “designer hotel”

(4) ที่พักที่ให้ความสำคัญกับรายละเอียดในรูปแบบการใช้งานของผู้มาพัก (life style) 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

2) ด้านรูปแบบของการบริหารกิจการ สามารถจำแนกประเภทของโรงแรมบูติค ออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

(1) โรงแรมบูติคที่เจ้าของกิจการบริหารงานเอง ส่วนใหญ่เป็นโรงแรมของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม โดยใช้เงินลงทุนไม่มากนักและมีประสบการณ์ในการบริหารโรงแรมมาบ้างแม้ไม่มากนัก หรือไม่มีประสบการณ์เลย อาทิ สถาปนิกซึ่งมีความได้เปรียบในด้านการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบและตกแต่ง ทำให้สามารถพัฒนาที่พักให้มีความพิเศษและมีเสน่ห์เฉพาะตัว

รวมทั้งยังสอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบแนวคิดสีเขียว ทำให้สามารถประหยัดการใช้ไฟฟ้าในการให้แสงสว่าง และลดการใช้เครื่องปรับอากาศ เพราะอาคารมีความโล่งและโปร่ง ทำให้แสงสว่างส่องเข้ามาในห้องพักได้เพียงพอในช่วงกลางวัน รวมทั้งยังมีการออกแบบโดยใช้วัสดุหรือต้นไม้ช่วยในการกรองแสงอาทิตย์ที่ส่องเข้ามาในห้องพักตรง ๆ และมีช่องเปิดให้มีลมพัดผ่านทำให้อากาศในห้องพักเย็นสบาย โรงแรมประเภทนี้มักมีขนาดไม่ใหญ่มาก มีจำนวนห้องไม่มาก อาจมีจำนวนห้องพักเพียง 2 – 3 ห้องไปจนถึงประมาณ 100 ห้อง

(2) โรงแรมบูติคที่บริหารกิจการโดยผู้บริหารโรงแรมมืออาชีพรวมทั้งบริหารโดยโรงแรมระบบเครือข่ายที่เริ่มขยายเครือข่ายการบริหารโรงแรมเข้ามาในกลุ่มโรงแรมบูติค ซึ่งกำลังได้รับความนิยมในหมู่นักท่องเที่ยวยุคใหม่ รวมทั้งกลุ่มที่บริหารโรงแรมบูติคโดยเฉพาะ สำหรับโรงแรมบูติคประเภทนี้มักมีห้องจำนวนมากแต่ไม่เกิน 200 ห้อง อย่างไรก็ตาม โรงแรมบูติคที่บริหารโดยโรงแรมระบบเครือข่ายมืออาชีพ มักเน้นในด้านการออกแบบให้เป็นโรงแรมบูติคระดับ 5 ดาว ส่วนในด้านบริการไม่แตกต่างจากโรงแรมขนาดใหญ่ทั่วไป ส่วนกลุ่มที่บริหารโรงแรมบูติคโดยเฉพาะนั้น เน้นการสร้างเอกลักษณ์และรูปแบบเฉพาะตัวให้ที่พัก ทั้งในด้านการตกแต่ง และบริการ รวมทั้งดัดแปลงรูปแบบการบริหารและด้านการตลาดจากโรงแรมระบบเครือข่ายต่างประเทศมาเสริมความแข็งแกร่งให้กับโรงแรมบูติค

สรุปได้ว่า การแบ่งประเภทของโรงแรมบูติคสามารถจำแนกออกในรูปแบบของที่พัก โดยสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภทคือ (1) ที่พักที่ดัดแปลงมาจากตึกเก่าโบราณที่มีประวัติยาวนาน (2) ที่พักที่ออกแบบตามสไตล์ของเจ้าของหรือผู้ที่เข้าพัก ที่มีความโดดเด่นเป็นลักษณะเฉพาะตัว (3) ที่พักที่ออกแบบให้มีความหรูหรา เน้นประโยชน์ใช้สอยในทุกพื้นที่ และ (4) ที่พักที่ออกแบบโดยให้ความสำคัญกับรายละเอียดและเหมาะสมกับไลฟ์สไตล์ของผู้เข้าพัก และสามารถจำแนกตามรูปแบบของการบริหารกิจการ โดยเจ้าของบริหารเอง หรือการจ้างผู้ที่มีความชำนาญมาบริหารจัดการ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับกลุ่มเป้าหมายของโรงแรมบูติค

2. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการโรงแรมบูติก

การจัดการโรงแรมบูติก (Boutique hotel) เป็นการดัดแปลงแนวคิดมาจากการจัดการโรงแรมทั่วไป (Sitthichok, 2017) ประกอบด้วย 5 ปัจจัย ดังต่อไปนี้

(1) ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง (Location)

ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งของโรงแรม นับว่ามีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการในการตัดสินใจเลือกโรงแรมเพื่อเข้าพัก หากโรงแรมบูติกอยู่ในทำเลที่ตั้งที่มีความสะดวกสบายในการเดินทาง บรรยากาศดี ผู้ใช้บริการสามารถรู้สึกถึงความ เป็นพื้นเมือง หรือมีความเป็นส่วนตัว ก็จะเกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการอีกครั้ง ดังนั้นผู้ประกอบการจึงต้อง ให้ความสำคัญในการพิจารณา เลือกสถานที่ตั้ง พร้อมทั้งพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ปัจจัยทางการตลาด ปัจจัยทางด้านต้นทุน เช่น ค่าขนส่ง ค่าแรงงาน ค่าที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ค่าภาษี นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่น ๆ เช่น ระเบียบข้อบังคับและกฎหมาย สิ่งแวดล้อม ทัศนคติของชุมชน ความพร้อมของพนักงาน เป็นต้น

(2) ปัจจัยด้านการบริการ (Service)

การบริการที่ดีจะส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการ ถือเป็นปัจจัยความสำเร็จของ โรงแรมบูติก และ เป็นสิ่งที่ผู้บริหารควรคำนึงถึง เพราะถ้าโรงแรมบูติกมีกระบวนการบริการที่ดีสามารถตอบสนองความต้องการ ของผู้ใช้บริการให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด สร้างความประทับใจที่เหนือความคาดหมาย ก็ก่อให้เกิดการกลับมาใช้ บริการซ้ำ นอกจากนี้จะสามารถรักษาลูกค้าเดิมไว้ได้แล้ว ยังก่อให้เกิดกลุ่มลูกค้ารายใหม่เพิ่มขึ้นด้วย

(3) ปัจจัยด้านบุคลากร (Human Resource)

พนักงานและการบริการเป็นหัวใจสำคัญ ในการดำเนินงานด้านการให้บริการ ซึ่ง ผู้ใช้บริการจะให้ ความสำคัญกับอรรถาธิบายและมารยาทของพนักงานมากที่สุด ดังนั้นการสร้าง ความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า จึงเป็นส่วน จำเป็นอย่างยิ่งสำหรับการบริการในโรงแรมบูติก

(4) ปัจจัยด้านการตลาด (Marketing)

กลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจโรงแรมบูติกให้ประสบความสำเร็จ ควรจะมีกลยุทธ์ สร้างความแตกต่างให้กับสินค้า หรือบริการของตนเอง เน้นสร้างจุดขายด้วยอารมณ์ สินค้าหรือบริการนั้นจะต้องใส่ ความรู้สึกเข้าไปใน สินค้า (Emotional) เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีของลูกค้า (Experience) พร้อมทั้งตอบสนอง รูปแบบ การดำเนินชีวิตให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนมีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าโดยใช้กลยุทธ์ การ บริหารความสัมพันธ์ลูกค้า และมีการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายตลอดจนการมีพันธมิตรในธุรกิจให้มากเพื่อขยายตลาด ให้เติบโตและเพิ่มจำนวนลูกค้าให้เข้าไปใช้บริการให้มากขึ้น

(5) ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technology)

เทคโนโลยีที่ทันสมัยจะช่วยอำนวยความสะดวกสบายให้ผู้ให้บริการและพนักงาน อาทิ

1) Mobile Technology ที่จะช่วยทำให้กระบวนการต่าง ๆ มาอยู่ใน Smartphone ดังนี้

1.1) Online Check-in/out แนวคิดในการให้แขกเช็คอินหรือเช็คเอาท์ผ่านมือถือ สามารถช่วยลด ขั้นตอน ลดเวลาในการเช็คอินเช็คเอาท์ โดยการข้ามขั้นตอน Front Desk

1.2) Mobile Booking ให้แขกจองโรงแรมของคุณผ่านแอปพลิเคชันมือถือ

1.3) Mobile Guest Services คือการให้บริการผ่าน Smart Phone อีกรูปแบบหนึ่งระหว่างที่แขกกำลังเข้าพักอยู่ที่โรงแรม โดยแขกสามารถสั่งอาหาร เครื่องดื่ม หรือซื้อบริการที่จัดไว้ผ่านแอปพลิเคชัน

1.4) Mobile Payment ระบบการจ่ายแบบ Online

2) Intelligent Booking Engine ระบบจองบนเว็บไซต์โรงแรมที่รวมเครื่องมือต่าง ๆ ทางการตลาดเข้าไว้ด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นระบบจองหลัก ระบบขายเซอร์วิสและอัปเดตเพิ่มเติม ระบบ Yield Management และระบบจ่ายเงิน

3) Internet of Things ช่วยให้ทุกสิ่งทุกอย่างเกิดความเป็นอัตโนมัติผ่านเครือข่าย Internet ไม่ว่าจะเป็นประตู ทีวี เครื่องปรับอากาศ ตู้เย็น โทรศัพท์

4) Integrated Reservations ผ่านระบบ PMS ที่จะรวมการจองในทุกช่องทางมารวมกันในระบบเดียว

5) Virtual Reality โรงแรมสามารถนำไปใช้ในการตลาดโดยให้ลูกค้าที่สนใจจะเข้าพักโรงแรมสวมใส่แว่นสำหรับ Virtual Reality เพื่อสำรวจโรงแรมของคุณในแบบจำลอง ก่อนเข้าพัก เพื่อให้เห็นภาพจริง บรรยากาศจริง ที่ถูกจำลองขึ้นมา

รูปแบบการบริหารจัดการโรงแรมบูติคโดยใช้ทรัพยากรและทุนทางวัฒนธรรมท้องถิ่น (Topothai et al., 2022) ได้ศึกษาและสรุปข้อมูล ได้ดังนี้

1. ด้านการจัดการปัจจัยทำเลที่ตั้ง

- (1) ควรอยู่นอกเมืองใกล้ชิดแหล่งชุมชนนั้นๆ
- (2) การเดินทางที่สะดวกสบาย
- (3) โรงแรมบูติคได้สัมผัสกลิ่นอายของทุนทางวัฒนธรรมและชุมชน
- (4) โรงแรมบูติคได้ความแปลกใหม่จากการผสมผสานธรรมชาติกับวัฒนธรรม

2. ด้านการจัดการบริการ

- (1) นำวัฒนธรรมมานำเสนอในรูปแบบการบริการ เช่น การต้อนรับทักทายที่ใช้คำท้องถิ่น
- (2) มีการนำอาหารท้องถิ่นไปประยุกต์เสิร์ฟแขก
- (3) การแต่งกายด้วยเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่น
- (4) นำเสนอองค์ความรู้ต่างๆ ที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเองให้กับลูกค้า
- (5) โรงแรมบูติคควรมีการจัดการบริการแก่ลูกค้าเพื่อให้สอดคล้องกับทุนทางวัฒนธรรมท้องถิ่น
- (6) สร้างสิ่งแปลกใหม่ ที่ไม่สามารถพบได้ทุกที่เพื่อความประทับใจกับแขก

3. ด้านการจัดการบุคลากร

- (1) ควรให้คนในท้องถิ่นหรือคนในชุมชนที่โรงแรมตั้งอยู่เข้ามาเป็นบุคลากรของโรงแรม
- (2) ให้ชุมชนได้เป็นส่วนหนึ่งของโรงแรมบูติค
- (3) มีมีคฤหาสน์ท้องถิ่นให้ความรู้กับลูกค้า

4. ด้านการจัดการการตลาด

(1) นำเอกลักษณ์ความโดดเด่น เอกลักษณ์เฉพาะตัวของโรงแรมบูติคมานำเสนอเป็นจุดขายผ่านช่องทางออนไลน์ คือ Website, Social Media ต่างๆ

(2) ช่องทางออฟไลน์ผ่านทางตัวแทนบริษัทต่างๆ

(3) นำข้อเสนอแนะจากลูกค้ามาปรับแก้ และโปรโมตเป็นจุดขาย เพราะสิ่งที่ลูกค้าแนะนำคือสิ่งที่ลูกค้าต้องการ

(4) จัดเป็นกิจกรรมเพื่อนำเสนอต่อลูกค้า

5. ด้านการจัดการเทคโนโลยี

(1) Internet (Social Media/website) เป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์ ข้อมูลทางการตลาด

(2) อุปกรณ์ IT เช่น iPad/Smart phone เป็นช่องทางในการเข้าถึงข้อมูลต่างๆ ได้ง่ายและสะดวก

(3) นำระบบการจองห้องพักเข้ามาอำนวยความสะดวก เพื่อความสะดวก ถูกต้อง รวดเร็วแม่นยำของผู้เข้าพักและผู้ประกอบการโรงแรม

(4) ระบบการเช็คอิน ช่วยอำนวยความสะดวก ประหยัดเวลา เพื่อความแม่นยำในข้อมูล

(5) จัดทำสื่อวิดีโอเพื่อนำเสนอวัฒนธรรมและรอบกับส่วนต่างๆ ภายในโรงแรม

สรุปได้ว่า การจัดการโรงแรมบูติค (Boutique hotel) ประกอบด้วยปัจจัย ดังนี้ ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ปัจจัยด้านการบริการ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านการตลาด และปัจจัยด้านเทคโนโลยี โดยปัจจัยทั้ง 5 ประการ ต่างมีความเชื่อมโยง และมีผลต่อการตัดสินใจในการประกอบกิจการธุรกิจโรงแรมบูติค ไม่ว่าจะเป็นด้านทำเลที่ตั้ง ที่เป็นศูนย์กลางแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยด้านการบริการ ที่ทุกโรงแรมต่างมีรูปแบบการบริการที่มีรูปแบบเฉพาะตัว มีมาตรฐานที่ต่างจากโรงแรมขนาดใหญ่ ปัจจัยด้านบุคลากรที่มีความพร้อมในการให้บริการ ซึ่งเป็นหัวใจหลักในการให้บริการ ในด้านปัจจัยการตลาด เป็นปัจจัยที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจโรงแรมบูติค ให้เกิดเป็นกลยุทธ์ด้านการตลาดที่สามารถดึงดูดผู้มาใช้บริการและในปัจจัยด้านเทคโนโลยีซึ่งปัจจุบันนับได้ว่าการนำเทคโนโลยีที่มีความทันสมัย เข้ามาช่วยอำนวยความสะดวก สามารถลดขั้นตอนการทำงานที่ซับซ้อนทั้งในส่วนผู้ให้บริการและส่วนผู้ประกอบการ ซึ่งปัจจัยทั้ง 5 มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจและยังสามารถพัฒนาไปตามยุคสมัย เป็นส่วนที่ช่วยให้การทำธุรกิจโรงแรมบูติคมีความคล่องตัวและอำนวยความสะดวกในการดำเนินงาน พัฒนาการบริการที่มีคุณภาพให้กับผู้รับบริการต่อไปได้ในอนาคต

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “แนวทางการพัฒนาการจัดการโรงแรมบูติค ในย่านเมืองเก่าสงขลา” คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการตามวิธีการศึกษา ดังนี้

1. ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้วิจัยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informants) โดยการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) กำหนดเกณฑ์การพิจารณา ประกอบด้วยรายละเอียด ดังนี้

1.1 เจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการโรงแรมบูติค ในพื้นที่ย่านเมืองเก่าสงขลา อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา โรงแรมตั้งอยู่ในพื้นที่ถนนนางงาม ถนนนครในและถนนนครนอก

1.2 คัดเลือกโรงแรมบูติคที่อยู่ในพื้นที่ย่านเมืองเก่าสงขลา ประกอบด้วย 4 ประเภทคือ (1) ที่พักที่ดัดแปลงมาจากตึกเก่าโบราณที่มีประวัติยาวนาน (2) ที่พักที่ออกแบบตามสไตล์ของเจ้าของหรือผู้ที่เข้าพัก ที่มีความโดดเด่นเป็นลักษณะเฉพาะตัว (3) ที่พักที่ออกแบบให้มีความหรูหรา เน้นประโยชน์ใช้สอยในทุกพื้นที่ และ (4) ที่พักที่ออกแบบโดยให้ความสำคัญกับรายละเอียดและเหมาะสมกับไลฟ์สไตล์ของผู้เข้าพัก (Kasikorn Research Center, 2012) โดยคัดเลือกจากโรงแรมบูติคที่มีองค์ประกอบอย่างน้อย 1 ข้อ

1.3 โรงแรมบูติกได้ดำเนินการมาแล้วไม่ต่ำกว่า 1 ปี เนื่องด้วยประสบการณ์และความเสถียรของธุรกิจ ซึ่งธุรกิจที่เปิดมาแล้วอย่างน้อย 1 ปี จะช่วยสร้างความมั่นใจว่ามีความเสถียรภาพทางการเงินและมีฐานลูกค้าอย่างเพียงพอ อีกทั้งเงื่อนไขดังกล่าวยังช่วยป้องกันการเปิดธุรกิจที่อาจไม่ปฏิบัติตามมาตรฐานที่กำหนดหรือไม่ได้รับการควบคุมอย่างเหมาะสม (Krampaiboon, 2019)

จากเกณฑ์พิจารณาผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวนโรงแรมที่ผ่านเกณฑ์มีจำนวน 4 โรงแรม แต่เมื่อผู้วิจัยได้ติดต่อเพื่อขอสัมภาษณ์ ทางเจ้าของโรงแรมไม่สะดวกในการให้ข้อมูล จึงสามารถสัมภาษณ์ได้เพียงจำนวน 3 โรงแรมเท่านั้น

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “แนวทางการพัฒนาการจัดการโรงแรมบูติก ในย่านเมืองเก่าสงขลา” เป็นการรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) โดยมีการสร้างเครื่องมือและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือตามขั้นตอน ดังนี้

2.1 ผู้วิจัยออกแบบข้อคำถามในแบบสัมภาษณ์ โดยการนำเอาแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการโรงแรมบูติก ประกอบด้วย 5 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ปัจจัยด้านการบริการ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านการตลาด และปัจจัยด้านเทคโนโลยี มาตั้งเป็นข้อคำถาม ประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ ประกอบด้วยชื่อ-สกุล ,ตำแหน่ง,ระยะเวลาดำเนินการ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการโรงแรมบูติก ประกอบด้วย 5 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ปัจจัยด้านการบริการ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านการตลาด และปัจจัยด้านเทคโนโลยี จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 3 แนวทางการพัฒนาการจัดการโรงแรมบูติก ในย่านเมืองเก่าสงขลา ประกอบด้วย 5 ข้อ

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

2.2 นำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นมาปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบและแก้ไขแบบสัมภาษณ์ให้มีความถูกต้อง หาค่าความเที่ยงตรงของแบบสัมภาษณ์หรือค่าสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ หรือเนื้อหา (IOC : Index of item objective congruence) โดยมีค่าคะแนน $IOC = 0.77$ ซึ่งมีค่าความเที่ยงตรงเป็นที่ยอมรับได้

2.3 จากนั้นนำแบบสัมภาษณ์ไปทดลองใช้กับผู้ให้ข้อมูล ที่ไม่ใช่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 5 คน เพื่อพิจารณาความเข้าใจของภาษาและประโยคสัมภาษณ์ รวมถึงความยากง่ายของคำที่ใช้ รูปแบบภาษาแล้วนำไปปรับปรุงแบบสัมภาษณ์ให้สื่อความหมายของคำถามได้ตรงตามที่ต้องการมากขึ้น

2.4 ปรับปรุงแบบสัมภาษณ์ในขั้นตอนสุดท้าย โดยการเรียบเรียงลำดับของคำถาม การใช้ภาษา ตรวจสอบความถูกต้องตรงตามเนื้อหาเพื่อนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญต่อไป

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ จากแหล่งข้อมูล 2 แหล่ง คือ

3.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 3 คน ประกอบด้วยผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมบูติกในย่านเมืองเก่าสงขลา คือ (1) บ้านโนนคร บูติกโฮเทล จำนวน 1 คน (2) The Roo Classic Homestay จำนวน 1 คน และ (3) Casa Der See Boutique House จำนวน 1 คน

3.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากการศึกษาค้นคว้าและเก็บรวบรวมเอกสารทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง บทความ หนังสือ งานวิจัยทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงข่าวสารและเว็บไซต์จากแหล่งข้อมูลออนไลน์

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ โดยผู้วิจัยตรวจสอบว่าผู้ให้ข้อมูลได้ให้สัมภาษณ์ในประเด็นที่ครบถ้วน สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และนำข้อมูลมาสกัดและวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) และนำเสนอข้อมูลแนวทางการพัฒนาการจัดการโรงแรมบูติก ในย่านเมืองเก่าสงขลา

ผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง “แนวทางการพัฒนาการจัดการโรงแรมบูติก ในย่านเมืองเก่าสงขลา” ผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูล แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) การจัดการโรงแรมบูติก ในย่านเมืองเก่าสงขลา 2) แนวทางการพัฒนาการจัดการโรงแรมบูติกในย่านเมืองเก่าสงขลา

ส่วนที่ 1 การจัดการโรงแรมบูติก ในย่านเมืองเก่าสงขลา

ผลการศึกษา การจัดการโรงแรมบูติก ในย่านเมืองเก่าสงขลา ประกอบด้วย 5 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ปัจจัยด้านการบริการ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านการตลาด และปัจจัยด้านเทคโนโลยี จากเจ้าของกิจการโรงแรมบูติก ในย่านเมืองเก่าสงขลา จำนวน 3 โรงแรม พบว่า

โรงแรมที่ 1 “บ้านในนคร บูติกโฮเต็ล” ดำเนินธุรกิจโรงแรมบูติก 8 ปี มีแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการโรงแรมบูติก ในย่านเมืองเก่าสงขลา แบ่งออกตามปัจจัยการจัดการ ดังนี้

(1) **ด้านทำเลที่ตั้ง:** เลือกทำเลที่ตั้งมาจากการชอบส่วนตัว การชอบสถานที่ที่เป็นเมืองเก่า ชอบวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรม ความวินเทจ ซึ่งความคิดริเริ่มของเจ้าของกิจการ ไม่ได้มีความตั้งใจที่จะซื้อตึกเพื่อทำธุรกิจโรงแรมที่พักแต่เมื่อได้คำนึงถึงเรื่องทำเลที่ตั้ง ซึ่งตั้งอยู่บนถนนนางงามเป็นศูนย์กลางของย่านเมืองเก่าสงขลา ดังนั้นทางเจ้าของกิจการจึงเริ่มหันมาสนใจในการสร้างธุรกิจโรงแรมที่พักประเภทบูติก โครงสร้างส่วนใหญ่ของตึกนั้นมีพื้นที่ที่จำกัด แต่สามารถตกแต่งได้หลากหลายรูปแบบและสามารถเข้าถึงได้ง่าย เจ้าของกิจการได้นำเอาไลฟ์สไตล์ความชอบส่วนตัวไปใช้ในการตกแต่งสถานที่ ไม่ว่าจะเป็นการนำเฟอร์นิเจอร์เก่าหรือนำเศษอิฐ เศษกระเบื้องที่แตกหักเป็นชิ้น ๆ จากบ้านดั้งเดิม มาประกอบจนกลายเป็นงานโมเสกชิ้นใหม่ เป็นสถาปัตยกรรมที่มีความหลากหลายอยู่ภายในบ้านหลังนี้ ไม่มีรูปแบบที่ตายตัว เป็นจุดเด่นที่ทำให้นักท่องเที่ยวสนใจมาเข้าพักในโรงแรม

(2) **ด้านการบริการ:** การบริการของบ้านในนคร ไม่ได้มีความเป็นมาตรฐานเหมือนโรงแรมทั่วไป เนื่องจากเจ้าของกิจการเป็นคนดูแลทุกส่วนภายในบ้านด้วยตนเอง เน้นความเป็นกันเอง ให้ความรู้สึกเหมือนอยู่บ้าน ในส่วนของอาหารเข้ามีการเสิร์ฟเป็นชุดอาหารเช้า ให้กับผู้มาใช้บริการ โดยเมนูส่วนใหญ่เป็น ข้าวต้มไก่ โรตีสานไก่ ผลไม้ น้ำชาและกาแฟ เจ้าของกิจการเป็นคนปรุงอาหารด้วยตนเอง ทั้งนี้เจ้าของกิจการสามารถให้คำแนะนำสำหรับผู้มาใช้บริการได้แบบ One Stop Service คือ การให้บริการแบบครบจบที่คนเดียว เช่น การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวภายในเมืองสงขลา แนะนำร้านอาหาร แหล่งช้อปปิ้ง ซึ่งทางโรงแรมให้ความสนใจผู้มาใช้บริการอย่างทั่วถึง มีการดูแลตอบสนองตามความต้องการของผู้มาใช้บริการ

(3) **ด้านบุคลากร:** เนื่องจากเจ้าของกิจการเป็นผู้ดูแลบริหารจัดการทุกอย่างด้วยตนเอง บุคลากรที่จ้างจะมีเพียงแม่บ้านที่ช่วยดูแลในส่วนของการทำความสะอาดและทำอาหารให้กับผู้มาใช้บริการในบางครั้งหากมีแขกมาใช้

บริการที่พักรับเป็นจำนวนมาก เนื่องจากเจ้าของกิจการเป็นอดีตพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินของสายการบินไทย มีทักษะและประสบการณ์ในการให้บริการแก่ผู้โดยสารเป็นอย่างดี จึงนำมาประยุกต์ใช้กับกิจการโรงแรม

(4) **ด้านการตลาด:** กลุ่มเป้าหมายที่เข้ามาพักในโรงแรมโดยส่วนใหญ่ เป็นกลุ่มผู้สูงอายุ คนต่างจังหวัด รวมไปถึงชาวต่างชาติทั้งชาวยุโรปและชาวเอเชียเป็นกลุ่มคนที่มีความสนใจในด้านวิถีชีวิตศิลปวัฒนธรรม ส่วนใหญ่รู้จักโรงแรมผ่านช่องทางออนไลน์ และการบอกต่อ ทางโรงแรมไม่ได้มีการทำการตลาดเชิงรุกแต่อย่างใด

(5) **ด้านเทคโนโลยี:** โรงแรมมีการนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ในธุรกิจ ซึ่งผู้ให้บริการสามารถจองห้องพักผ่านเพจ Facebook หรือผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ อาทิเช่น Booking.com, Agoda, Traveloka และ Expedia โดยเจ้าของกิจการใช้ SiteMinder เป็นตัวควบคุมระบบการจองผ่านหลากหลายเอเจนท์ ทำให้ผู้ประกอบการโรงแรมสามารถเปลี่ยนราคาได้แบบเรียลไทม์ และลดความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นจากระบบที่ใช้พนักงานมาป้อนข้อมูล ปรับเปลี่ยนข้อมูลที่ละช่องทาง อีกทั้งมีระบบ Mobile Payment ระบบการจ่ายแบบ Online อำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เข้าพักอีกด้วย

โรงแรมที่ 2 The Roo Classic Homotel ดำเนินธุรกิจโรงแรมบูติค 6 ปี มีแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการโรงแรมบูติค ในย่านเมืองเก่าสงขลา แบ่งออกตามปัจจัยการจัดการ ดังนี้

(1) **ด้านทำเลที่ตั้ง:** เจ้าของกิจการมีความตั้งใจที่อยากจะทำธุรกิจ เนื่องจากได้ที่ดินบริเวณนี้มาจากญาติ มีความตั้งใจจะให้มาดูแลพื้นที่ตรงนี้ ซึ่งก่อนหน้านี้พื้นที่นี้ไม่ได้รับการดูแล ทางเจ้าของกิจการจึงเล็งเห็นว่าควรที่จะปรับปรุงซ่อมแซมพื้นที่ตรงนี้ เพื่อสร้างเป็นร้านข้าวหมูแดง ร้านกาแฟและโรงแรม ซึ่งเจ้าของกิจการยังคงสภาพบ้านเดิมไว้ มีการปรับปรุงซ่อมแซมบางส่วน และนำของใช้เก่าภายในบ้านมาประดับร่วมด้วย ภายในโรงแรมตกแต่งแบบวินเทจให้เหมือนสไตล์บ้านเก่า ให้อารมณ์เหมือนการพักผ่อนที่บ้านในบรรยากาศความรู้สึกที่อบอุ่น

(2) **ด้านการบริการ:** เจ้าของกิจการใส่ใจผู้มาใช้บริการ มีการต้อนรับอย่างอบอุ่น ให้ความรู้สึกแก่ผู้มาใช้บริการเหมือนการไปพักบ้านญาติ มีการจัดเตรียมอาหารเช้าเป็นอาหารภายในท้องถิ่นของจังหวัดสงขลาให้แก่ผู้มาใช้บริการอย่างเต็มที่และทั่วถึง อีกทั้งทางโรงแรมมีบริการเช่ารถจักรยานยนต์

(3) **ด้านบุคลากร:** เจ้าของกิจการเป็นคนดูแลโดยส่วนใหญ่ โดยกิจการมีหุ้นส่วนรวมกัน 3 คน และมีพนักงานที่ดูแลในส่วนของโรงแรมเป็นนักศึกษาที่มาทำพาร์ทไทม์ บางครั้งก็ให้มาช่วยในส่วนของการโรงแรม การบริหารบุคลากรทำได้ง่ายเนื่องจากจำนวนไม่เยอะ เป็นการดูแลพนักงานกับแบบครอบครัวเล็กๆ สามารถบริหารจัดการได้ง่าย

(4) **ด้านการตลาด:** กลุ่มเป้าหมายที่เข้ามาพักโดยส่วนใหญ่ เป็นชาวต่างชาติ อาทิเช่น ชาวยุโรป และชาวจีนมาเลย์ โดยจะมาในลักษณะครอบครัว เนื่องจากทางโรงแรมมีจำนวนห้องและขนาดของห้องที่เหมาะสมที่จะมาพักแบบครอบครัว กลยุทธ์ทางการตลาดในการบริหารไม่ได้มีการทำการตลาดเชิงรุก เน้นการบอกต่อของผู้เข้าพักโดยส่วนใหญ่

(5) **ด้านเทคโนโลยี:** มีการนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ในธุรกิจโรงแรม การจองที่พักผ่านแพลตฟอร์ม อาทิ Traveloka, Agoda นำเทคโนโลยีมาใช้ในการดูแลรักษาความปลอดภัย มีระบบการเปิดปิดประตูโดยใช้คีย์การ์ด

ของโรงแรมในการเข้าออก และมีระบบกล้องวงจรปิดที่ทั่วถึงเพื่ออำนวยความสะดวกและรักษาความปลอดภัยให้กับผู้ใช้บริการ อีกทั้งมีบริการระบบชำระเงินผ่าน QR Code

โรงแรมที่ 3 Casa Der See Boutique House ดำเนินธุรกิจโรงแรมบูติค 1 ปี มีแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการโรงแรมบูติค ในย่านเมืองเก่าสงขลา แบ่งออกตามปัจจัยการจัดการ ดังนี้

(1) **ด้านทำเลที่ตั้ง:** เจ้าของกิจการมีบ้านเก่าและทำธุรกิจร้านกาแฟอยู่แล้วในถนนนครนอก ย่านเมืองเก่าสงขลา ในส่วนของตึกยังไม่ได้มีการพัฒนา จากนั้นจึงเริ่มสนใจอยากทำธุรกิจเกี่ยวกับโรงแรมที่พัก จึงได้ทำการรีโนเวทบ้าน โดยนำของมาตกแต่ง ส่วนใหญ่ของที่นำมาเป็นของที่ซื้อใหม่เกือบจะทั้งหมด เพื่อนำมาตกแต่งให้เข้ากับยุคสมัยใหม่ แต่ยังคงโครงสร้างและสถาปัตยกรรมจีนในสมัยเก่าเอาไว้ ให้สอดคล้องและกลมกลืนไปกับพื้นที่ย่านเมืองเก่าสงขลา

(2) **ด้านการบริการ:** โรงแรมมีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้อง มีตู้มินิบาร์ อ่างจากุซซี่ รวมทั้งบริการอาหารเช้า ระบบอินเทอร์เน็ต ทั้งนี้เจ้าของกิจการไม่ได้ดูแลผู้มาใช้บริการมากนัก เนื่องด้วยส่วนใหญ่จะให้ผู้ที่มาใช้บริการดูแลตนเอง ให้ความรู้สึกเหมือนอยู่บ้าน แต่ก็สามารถเรียกพนักงานเพื่อให้บริการได้ตลอดเวลา

(3) **ด้านบุคลากร:** โรงแรมมีพนักงานแม่บ้าน ทำหน้าที่ดูแลทำความสะอาด พนักงานร้านกาแฟ ที่คอยบริการ และไปช่วยงานโรงแรมในบางครั้ง ซึ่งพนักงานทุกคนมีความรู้ ความสามารถที่จะสื่อสารกับชาวต่างชาติและปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดี เนื่องด้วยส่วนใหญ่ผู้เข้าพักจะเป็นต่างชาติ มาเลเซีย สิงคโปร์ที่สื่อสารภาษาอังกฤษ อีกทั้งมีการอบรมพนักงานเกี่ยวกับการบริการ Service mind อย่างสม่ำเสมอ

(4) **ด้านการตลาด:** กลุ่มเป้าหมายที่เข้ามาพักโดยส่วนใหญ่ เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจากประเทศสิงคโปร์ มาเลเซีย และคนไทยที่มาจากต่างจังหวัด เป็นต้น โรงแรมไม่ได้กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดแบบชัดเจน แต่มีการประชาสัมพันธ์ผ่าน Facebook page ของโรงแรมและการโทรศัพท์ติดต่อสอบถามกับเจ้าของกิจการโดยตรง

(5) **ด้านเทคโนโลยี:** โรงแรมใช้เทคโนโลยีสำหรับการจองห้องพักผ่านแฟนเพจ Facebook ของโรงแรม และการโทรศัพท์จองโดยตรง และโรงแรมมีระบบ Mobile Payment สำหรับการจ่ายแบบ Online เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เข้าพัก

ส่วนที่ 2 แนวทางการพัฒนาการจัดการโรงแรมบูติคในย่านเมืองเก่าสงขลา

อุตสาหกรรมโรงแรมบูติคกำลังขยายตัวอย่างรวดเร็ว ในขณะที่ผู้เข้าพักแสวงหาประสบการณ์ที่น่าจดจำและเป็นส่วนตัวมากขึ้น โรงแรมบูติคมีชื่อเสียงในด้านบรรยากาศ การออกแบบสถาปัตยกรรมที่มีความโดดเด่น กลมกลืนกับวัฒนธรรมท้องถิ่น ผสานกลิ่นอายความเป็นชุมชนอย่างแท้จริง การบริการที่เป็นมิตรจากพนักงานหรือเจ้าของกิจการ มีความใส่ใจรายละเอียดผู้เข้าพัก และสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ซึ่งทั้งหมดนี้ได้รับการรังสรรค์อย่างพิถีพิถันเพื่อสร้างการเข้าพักเป็นประสบการณ์ที่งดงามของผู้เข้าพักโรงแรมบูติค เจ้าของธุรกิจโรงแรมจะต้องมีแนวทางในการพัฒนาการจัดการโรงแรมบูติค เพื่อวางแผนเตรียมรับความท้าทายของธุรกิจโรงแรมบูติค ซึ่งจากการสัมภาษณ์

เจ้าของธุรกิจ สามารถนำมาสรุปแนวทางการพัฒนาการจัดการโรงแรมบูติค ในย่านเมืองเก่าสงขลา ประกอบด้วย 5 แนวทาง ประกอบด้วย

1) **ด้านทำเลที่ตั้ง** โรงแรมบูติคในย่านเมืองเก่าสงขลา ทั้ง 3 โรงแรม ตั้งอยู่บริเวณถนนนางงาม ถนนนครใน และถนนนครนอก ซึ่งเป็นศูนย์กลางของการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา เป็นพื้นที่ที่แสดงให้เห็นถึงความเก่าแก่ มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน โดยเจ้าของธุรกิจได้เลือกทำเลที่ตั้งมาจากการชอบส่วนตัว การชอบสถานที่ที่เป็นเมืองเก่า ชอบวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรม ความวินเทจ เจ้าของกิจการมีความตั้งใจที่จะทำธุรกิจ เนื่องจากได้ที่ดินมาจากญาติ มีความตั้งใจจะให้มาดูแลพื้นที่ ซึ่งก่อนหน้านี้พื้นที่นี้ไม่ได้รับการดูแล จึงเล็งเห็นว่าควรที่จะปรับปรุงซ่อมแซมพื้นที่สำหรับขยายธุรกิจ โดยอาจมีการซื้อตึกใหม่เพิ่มหรือรีโนเวตตึกเก่าในพื้นที่ใกล้เคียงเพื่อสร้างเป็นโรงแรมที่มีความแตกต่างจากเดิม ปรับปรุงและพัฒนาเปลี่ยนพื้นที่ส่วนกลาง เป็นบาร์ มีอาหารให้รับประทาน มีดนตรีบรรเลงในยามค่ำคืน เพิ่มพื้นที่ส่วนกลางภายในโรงแรมให้มากขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวหรือผู้ที่เข้าพักได้มีเวลาทำกิจกรรมหรือพักผ่อนในระยะเวลาสั้น

2) **ด้านการบริการ** การบริการของโรงแรมบูติค ไม่ได้มีการกำหนดเป็นมาตรฐานเหมือนโรงแรมทั่วไป เนื่องจากเจ้าของกิจการเป็นคนดูแลทุกส่วนภายในบ้านด้วยตนเอง เน้นความเป็นกันเอง ให้ความรู้สึกเหมือนอยู่บ้าน มีบริการอาหารเช้าเสิร์ฟเป็นชุด ให้กับผู้มาใช้บริการ โดยเมนูส่วนใหญ่เป็นเมนูอาหาร ข้าวต้มไก่ โรตีสานไก่ ผลไม้ น้ำชาและกาแฟ เจ้าของกิจการเป็นคนปรุงอาหารด้วยตนเอง ทั้งนี้เจ้าของกิจการสามารถให้คำแนะนำสำหรับผู้มาใช้บริการได้แบบ One Stop Service คือ การให้บริการแบบครบจบที่คนเดียว เช่น การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวภายในเมืองสงขลา แนะนำร้านอาหาร แหล่งช้อปปิ้ง ซึ่งทางโรงแรมให้ความใส่ใจผู้มาใช้บริการอย่างทั่วถึง มีการดูแลตอบสนองตามความต้องการของผู้มาใช้บริการ มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้อง มีตู้มินิบาร์ อ่าง จากุซซี่ บริการระบบอินเทอร์เน็ต ทั้งนี้เจ้าของกิจการไม่ได้ดูแลผู้มาใช้บริการมากนัก อย่างไรก็ตาม ยังคงมีแนวทางในการพัฒนาบริการเนื่องด้วยการบริการที่ดีจะส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าพักของผู้ใช้บริการ อาทิ การมีพนักงานซึ่งเป็นบุคลากรท้องถิ่นคอยบริการลูกค้าขณะเข้าพักตลอดเวลา เนื่องด้วยบางครั้งผู้เข้าพักไม่เคยไปใช้บริการ อาจจะยังไม่ทราบว่าสิ่งอำนวยความสะดวกหรือข้าวของเครื่องใช้จัดวางอยู่ในจุดไหน หรือต้องการสอบถามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว การเดินทาง ข้อมูลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง หากมีพนักงานคอยบริการจะเป็นการสร้างความประทับใจให้กับผู้เข้าพักได้ดียิ่งขึ้น และโรงแรมควรมีบริการรถรับ-ส่ง ผู้เข้าพัก เนื่องด้วยถนนในย่านเมืองเก่าสงขลา มีพื้นที่ในการจอดรถจำกัด กรณีที่ผู้เข้าพักนำรถมาเองอาจไม่มีที่จอดรถบริเวณใกล้เคียงโรงแรม โดยข้อมูลการเดินทางของลูกค้าเป็นสิ่งที่เจ้าของกิจการควรมีการสอบถามข้อมูลล่วงหน้า เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้มาใช้บริการ หากโรงแรมบูติคมีกระบวนการส่งมอบการบริการที่ดีสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด สร้างความประทับใจที่เหนือความคาดหมาย และผู้เข้าพักกลับมาใช้บริการซ้ำ นอกจากจะสามารถรักษาลูกค้าเดิมไว้ได้แล้ว ยังก่อให้เกิดกลุ่มลูกค้ารายใหม่เพิ่มขึ้นด้วย

3) **ด้านบุคลากร** การจัดการธุรกิจโรงแรมบูติค พนักงานหรือเจ้าของธุรกิจ คือบุคคลที่มีความสำคัญในการให้บริการแก่ผู้เข้าพัก ด้วยการบริการซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจ ผู้ใช้บริการจะให้ความสำคัญกับอัธยาศัยและมารยาทของพนักงานมากที่สุด ดังนั้นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า จึงเป็นส่วนจำเป็นอย่างมากสำหรับการบริการในโรงแรมบูติค ในขณะที่โรงแรมบูติคทั้งสามโรงแรมมีบุคลากรในการให้บริการจำนวนไม่เยอะ ส่วนใหญ่จะให้บริการโดยเจ้าของกิจการ จึงควรมีแนวทางในการพัฒนาด้านบุคลากร อาทิ การเพิ่มจำนวนพนักงาน การกำหนดตำแหน่งงานและหน้าที่ความรับผิดชอบอย่างชัดเจน ซึ่งเจ้าของกิจการจะต้องมีการกำหนดคุณสมบัติ ความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ของพนักงานตั้งแต่กระบวนการรับพนักงาน การอบรมพัฒนาความรู้และทักษะอย่างสม่ำเสมอ

โดยเฉพาะทักษะด้านการบริการด้วยหัวใจ (Service mind) ที่มีความจำเป็นอย่างมากในธุรกิจโรงแรม ทักษะความรู้ ช่างสังเกต พร้อมบริการ รวมถึงสวัสดิการของพนักงาน การเลื่อนตำแหน่งหรือเพิ่มโอกาสในตำแหน่งงาน เพื่อเป็นขวัญกำลังใจให้แก่พนักงานได้ทำงานอย่างเต็มที่เต็มความสามารถ และการทำงานอย่างมีความสุข

4) ด้านการตลาด กลยุทธ์ทางการตลาดมีความสำคัญในการดำเนินธุรกิจโรงแรมบูติคให้ประสบความสำเร็จ ซึ่งกลุ่มเป้าหมายที่เข้าพักในโรงแรมโดยส่วนใหญ่ เป็นกลุ่มผู้สูงอายุ คนต่างจังหวัด รวมไปถึงชาวต่างชาติทั้งชาวยุโรป และชาวเอเชียอาทิตย นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย สิงคโปร์ และเป็นกลุ่มคนที่มีความสนใจในด้านวิถีชีวิตศิลปวัฒนธรรม ส่วนใหญ่รู้จักโรงแรมผ่านช่องทางออนไลน์ และการบอกต่อ ดังนั้นเจ้าของธุรกิจควรมีแนวทางในการพัฒนาด้านการตลาด โดยควรมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน มีการจำแนกกลุ่มลูกค้า เพื่อออกแบบสินค้าหรือการบริการให้สอดคล้องกับความต้องการ ควรมีกลยุทธ์ในการสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าหรือบริการของตนเองโดยคำนึงถึงจุดเด่นของโรงแรม สร้างประสบการณ์การรับรู้ที่ดีของลูกค้า ส่งมอบความประทับใจผ่านเรื่องราวของการบริการ ควรเน้นการทำการตลาดออนไลน์ เพิ่มช่องทางการรับรู้และเข้าถึงข้อมูลของธุรกิจโรงแรมบูติคผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น อาทิ TikTok, YouTube, Instagram หรือเว็บไซต์ของโรงแรม เพื่อเพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่ายให้กับธุรกิจ อีกทั้งควรทำการตลาดเชิงรุกเพื่อขยายกลุ่มลูกค้าได้ในอนาคตโดยการมีพันธมิตรทางธุรกิจในภาคอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับโรงแรม อาทิ การทำการตลาดผ่านตัวแทนท่องเที่ยวออนไลน์ (Online Travel Agent: OTA)

5) ด้านเทคโนโลยี การดำเนินธุรกิจโรงแรมบูติคจำเป็นต้องมีเทคโนโลยีที่จะช่วยอำนวยความสะดวกสบายให้ผู้ใช้บริการและพนักงาน ซึ่งจากการสัมภาษณ์โรงแรมบูติคในย่านเมืองเก่าสงขลา มีการใช้เทคโนโลยีในการสำรองห้องพัก การชำระเงิน และระบบรักษาความปลอดภัยในโรงแรม ดังนั้นเจ้าของธุรกิจควรมีการนำเทคโนโลยีที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อนมาใช้ในการบริการผู้เข้าพักและอำนวยความสะดวกสำหรับพนักงานบริการ อาทิ ระบบการสำรองห้องพัก ระบบเช็คอินหรือเช็คเอาท์ ระบบ Mobile Guest Services ให้ผู้เข้าพักสามารถสั่งอาหารเครื่องดื่มผ่านแอปพลิเคชัน ระบบอินเทอร์เน็ตเพื่อความบันเทิง รวมถึงระบบการชำระเงินผ่านระบบ Mobile Banking อย่างไรก็ตาม การนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยอำนวยความสะดวกเป็นเรื่องที่ดี หากแต่ไม่ควรใช้เทคโนโลยีในทุกขั้นตอนของการบริการ เพราะบางครั้งเทคโนโลยีอาจจะเป็นช่องว่างในการบริการ อาจส่งผลต่อรูปแบบการบริการของธุรกิจโรงแรมบูติคที่เน้นความเอาใจใส่และความใกล้ชิดจากพนักงาน

อภิปรายผลและสรุป

จากการศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาการจัดการโรงแรมบูติค ในย่านเมืองเก่าสงขลา ผู้วิจัยสามารถสรุปและอภิปรายผล ได้ดังนี้

การจัดการโรงแรมบูติค ในย่านเมืองเก่าสงขลา ประกอบด้วย 5 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ปัจจัยด้านการบริการ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านการตลาด และปัจจัยด้านเทคโนโลยี ด้านทำเลที่ตั้งส่งผลต่อการตัดสินใจในการทำธุรกิจของเจ้าของโรงแรมทั้ง 3 แห่ง เนื่องจากย่านเมืองเก่าสงขลา เป็นศูนย์กลางความเป็นมาของจังหวัดสงขลา ซึ่งมีทั้งแหล่งประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิตของผู้คน มีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติได้ ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกเปิดธุรกิจโรงแรม ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ Wigrasakda (2020) ได้กล่าวว่า โรงแรมบูติค ต้องมอบประสบการณ์ในการเข้าพักที่แตกต่างให้กับผู้มาใช้บริการ มีความจำเป็นในการเสริมสร้างและเข้าใจในด้านทำเลที่ตั้ง ที่มีส่วนในเรื่องของความเป็นมา ความสวยงาม และวิธีการนำเสนอที่อาจจะมีแตกต่างจากโรงแรมทั่วไป นอกจากนี้ ปัจจัยด้านการบริการ โรงแรมทั้ง 3

โรงแรม มีลักษณะการบริการที่เน้นการบริการแบบเป็นกันเอง เน้นใส่ใจรายละเอียดของผู้มาใช้บริการ มีการดูแลเอาใจใส่ในทุกส่วน การจัดเตรียม สถานที่ห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวก อาหารและเครื่องดื่ม เตรียมพร้อมต้อนรับผู้มาใช้บริการเป็นอย่างดี เน้นการบริการที่สร้างความรู้สึกให้ผู้มาใช้บริการเหมือนได้เข้ามาพักผ่อนที่บ้านของตนเอง มีความอบอุ่น ความสะดวกสบายเหมือนพักผ่อนภายในบ้านของตน ซึ่งสอดคล้องกับ Taweephon (2017) ศึกษาวิจัยเรื่อง แนวคิดและการดำเนินธุรกิจของโรงแรมบูติค ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ด้านการบริการของโรงแรมบูติคจะมีการนำเสนอความปลอดภัยในการเข้าพักและความสะดวกสบายภายในบริเวณโดยรอบของบูติคโฮเทลมีการบริการด้านสปา ร้านอาหารและห้องอาหารอย่างน้อย 1 ห้องอาหาร รวมถึงพนักงานบริการมีการนำเสนอภาพลักษณ์ของธุรกิจด้วยการบริการเป็นกันเอง สามารถเข้าถึงตัวผู้ให้บริการได้อย่างสบายใจ และมีความอบอุ่น ในส่วนของปัจจัยด้านบุคลากร ทั้ง 3 โรงแรมพนักงานหรือเจ้าของธุรกิจมีทัศนคติที่ดีต่อการทำงานบริการ มีประสบการณ์ในตำแหน่งงานของตนเอง สามารถที่จะให้คำแนะนำ และนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาในพื้นที่ได้ดี และยังสามารถช่วยเหลือ แก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี และที่สำคัญทั้ง 3 โรงแรมต่างมีบุคลากร ผู้ปฏิบัติงานที่มีความรู้ทักษะด้านภาษาที่สาม ที่สามารถพูดคุยสื่อสารกับกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติได้เป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sithichok (2017) ที่ได้กล่าวว่า บุคลากรของโรงแรมบูติคต้องมีความสามารถในการนำเสนอเรื่องราว เอกลักษณ์ ความโดดเด่นของโรงแรมได้ อีกทั้งปัจจัยด้านการตลาด ทั้ง 3 โรงแรมมีกลุ่มเป้าหมายขนาดใหญ่ 2 กลุ่ม คือนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติ ล้วนมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการมาพักผ่อนหย่อนใจ ชิมชั้บรรยากาศ หาประสบการณ์ที่แปลกใหม่ ในย่านเมืองเก่าสงขลา ซึ่งเป็นการพักผ่อนที่มีความเป็นส่วนตัว เสมือนการพักผ่อนอยู่บ้าน ทั้ง 3 โรงแรม ต่างมีเอกลักษณ์ที่เฉพาะตัว ไม่ว่าจะเป็นในด้านการตกแต่งภายในโรงแรม สถาปัตยกรรมที่มีความหลากหลาย การนำของเก่ามาประดับตกแต่ง เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาใช้บริการ อีกทั้งการใช้สื่อโฆษณาผ่านช่องทางออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้โดยตรงและรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Phatthanaphakdi (2015) พบว่า ธุรกิจโรงแรมบูติคส่วนใหญ่ ตัดสินใจที่จะเลือกใช้การตลาดออนไลน์ ในการโฆษณาแบบการบริการผ่านเว็บไซต์ตัวกลาง เพราะในยุคสมัยใหม่ ผู้คนนิยมใช้เทคโนโลยีเป็นพื้นฐานในการดำรงชีวิตในปัจจุบัน จึงทำให้ตลาดออนไลน์ส่งผลดีต่อธุรกิจโรงแรม และปัจจัยด้านเทคโนโลยี ทั้ง 3 โรงแรม มีการนำเทคโนโลยีมาปรับใช้เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้มาใช้บริการ การนำเทคโนโลยีมาใช้ในธุรกิจโรงแรมจะช่วยลดขั้นตอนในการเลือกใช้บริการโรงแรม แบบการจองโรงแรมผ่านโทรศัพท์ ทั้งนี้ยังมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในส่วนของการดูแลรักษาความปลอดภัยที่สร้างความเชื่อมั่น และสร้างความสะดวกสบายให้แก่ผู้ให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sungsuwan (2021) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ โดยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อพัฒนานวัตกรรมบริการ กรณีศึกษา โรงแรมบูติคในเขตพญา ผลการวิจัยพบว่า โรงแรม บูติคในใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมฐานข้อมูลลูกค้าของโรงแรม มีวิธีการติดต่อลูกค้าทางอีเมล และสื่อสังคมออนไลน์ พนักงานสามารถใช้เทคโนโลยีในการออกแบบบริการต่างๆ ให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งโรงแรมบูติคจะต้องพิจารณาเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่เหมาะสมกับธุรกิจ เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน เสริมสร้างคุณภาพการบริการให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

แนวทางการพัฒนาการจัดการโรงแรมบูติคในย่านเมืองเก่าสงขลา ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งของโรงแรมบูติคในย่านเมืองเก่าสงขลา ทั้ง 3 โรงแรม ควรปรับปรุงซ่อมแซมพื้นที่สำหรับขยายธุรกิจ โดยอาจมีการซื้อตึกใหม่เพิ่มหรือ

โนเวตติกเก่าในพื้นที่ใกล้เคียงเพื่อสร้างเป็นโรงแรมที่มีความแตกต่างจากเดิม ปรับปรุงและพัฒนาเปลี่ยนพื้นที่ส่วนกลาง เป็นบาร์ มีอาหารให้รับประทาน มีดนตรีบรรเลงในยามค่ำคืน เพิ่มพื้นที่ส่วนกลางภายในโรงแรมให้มากขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวหรือผู้ที่เข้าพักได้มีเวลาทำกิจกรรมหรือพักผ่อนในระยะเวลาอันสั้น ซึ่งพื้นที่ตั้งอยู่บริเวณถนนนางงาม ถนนนครใน และถนนนครนอก เป็นศูนย์กลางของการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา สามารถเดินทางสะดวก และพื้นที่แสดงให้เห็นถึงความเก่าแก่ มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน โดยเจ้าของธุรกิจได้เลือกทำเลที่ตั้งมาจากการชอบส่วนตัว การชอบสถานที่ที่เป็นเมืองเก่า ชอบวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรม สอดคล้องกับงานวิจัยของ Topothai et al. (2021) เรื่อง รูปแบบการบริหารจัดการโรงแรมบูติคโดยใช้ทรัพยากรและทุนทางวัฒนธรรมท้องถิ่น ที่กล่าวว่า ทำเลที่ตั้งโรงแรมบูติคอยู่ในแหล่งที่เดินทางได้สะดวกสบาย โรงแรมบูติคได้ซึมซับกลิ่นอายของทุนทางวัฒนธรรมและชุมชน ได้ความแปลกใหม่จากการผสมผสานธรรมชาติกับวัฒนธรรม **ด้านการบริการ** การบริการของโรงแรมบูติค ไม่ได้มีการกำหนดเป็นมาตรฐานเหมือนโรงแรมทั่วไป เนื่องจากเจ้าของกิจการเป็นคนดูแลทุกส่วนภายในบ้านด้วยตนเอง เน้นความเป็นกันเอง แนวทางในการพัฒนาด้านบริการเนื่องด้วยการบริการที่ดีจะส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าพักของผู้ใช้บริการ อาทิ การมีพนักงานซึ่งเป็นบุคลากรที่อยู่ในท้องถิ่นคอยบริการลูกค้า ขณะเข้าพักตลอดเวลา เนื่องด้วยบางครั้งผู้เข้าพักไม่เคยไปใช้บริการ อาจจะยังไม่ทราบว่าสิ่งอำนวยความสะดวกหรือข้าวของเครื่องใช้จัดวางอยู่ในจุดไหน หรือต้องการสอบถามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว การเดินทาง ข้อมูลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง หากมีพนักงานคอยบริการจะเป็นการสร้างความประทับใจให้กับผู้เข้าพักได้ดียิ่งขึ้น โรงแรมควรมีบริการรถรับ-ส่ง ผู้เข้าพัก เนื่องด้วยถนนในย่านเมืองเก่าสงขลา มีพื้นที่ในการจอดรถจำกัด กรณีที่ผู้เข้าพักนำรถมาเอง อาจไม่มีที่จอดรถบริเวณใกล้โรงแรม หากโรงแรมบูติคมีกระบวนการบริการที่ดีสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด สร้างความประทับใจที่เหนือความคาดหมาย และผู้เข้าพักกลับมาใช้บริการซ้ำ นอกจากจะสามารถรักษฐานลูกค้าเดิมไว้ได้แล้ว ยังก่อให้เกิดกลุ่มลูกค้ารายใหม่เพิ่มขึ้นด้วย สอดคล้องกับ Boonvatcharapai et al. (2016) ที่กล่าวไว้ว่า เป้าหมายของโรงแรมบูติคคือการให้บริการเฉพาะกลุ่มหรือบุคคล เพื่อตอบสนองความต้องการเฉพาะที่หลากหลาย เป็นธุรกิจที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์สูง เกี่ยวข้องตั้งแต่โครงสร้างภายนอก (Hardware) รวมไปถึงกระบวนการภายในอย่างการให้บริการ (Software) ซึ่งเกิดจากคนหรือพนักงานผู้ให้บริการ เพื่อนำไปสู่การออกแบบการบริการ (Service Design) ที่ทำให้ลูกค้าได้รับความประทับใจเหนือความคาดหมาย จึงจำเป็นต่อการสร้างประสบการณ์แปลกใหม่ในธุรกิจโรงแรมบูติค **ด้านบุคลากร** การจัดการธุรกิจโรงแรมบูติค พนักงานหรือเจ้าของธุรกิจ คือบุคคลที่มีความสำคัญในการให้บริการแก่ผู้เข้าพัก ด้วยการบริการซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจ ผู้ใช้บริการจะให้ความสำคัญกับอัธยาศัยและมารยาทของพนักงานมากที่สุด ดังนั้นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า จึงเป็นส่วนจำเป็นอย่างมากสำหรับการบริการในโรงแรมบูติค ในขณะที่โรงแรมบูติคทั้งสามโรงแรมมีบุคลากรในการให้บริการจำนวนไม่เยอะ ส่วนใหญ่จะให้บริการโดยเจ้าของกิจการ ควรมีแนวทางในการพัฒนาด้านบุคลากร การอบรมพัฒนาความรู้และทักษะอย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะทักษะด้านการบริการด้วยหัวใจ (Service mind) ที่มีความจำเป็นอย่างมากในธุรกิจโรงแรม ทักษะความรู้ ช่างสังเกต พร้อมบริการ รวมทั้งการออกแบบการบริการให้สอดคล้องกับกลุ่มผู้เข้าพัก ซึ่งสอดคล้องกับ Kanwararat (2013) ที่กล่าวว่า ผู้ประกอบการควรพิจารณาเรื่องการให้ข้อมูลข่าวสารสำคัญแก่บุคลากรทุกคนในโรงแรม ได้แก่ ประวัติความเป็นมา สินค้าและบริการต่างๆ จำเป็นต้องมีการอบรมชี้แจงในประเด็นที่สำคัญกับการบริการ รวมถึงการจัดสรรกำลังคนให้เหมาะสม

ยามค่าคืน เพื่อความปลอดภัยของผู้เข้าพัก เนื่องจากโรงแรมบูติคเป็นองค์กรขนาดเล็ก มีกำลังบุคลากรไม่มากนัก ตลอดจนเรื่องความเอาใจใส่เป็นคุณลักษณะพิเศษของบุคลากรที่ควรหมั่นฝึกฝนเป็นประจำ **ด้านการตลาด** ควรมีแนวทางในการพัฒนาด้านการตลาด โดยควรมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน มีการจำแนกกลุ่มลูกค้า เพื่อออกแบบสินค้าหรือการบริการให้สอดคล้องกับความต้องการ กำหนดกลยุทธ์ในการสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าหรือบริการของตนเองโดยคำนึงถึงจุดเด่นของโรงแรมบูติค สร้างประสบการณ์การรับรู้ที่ดีของลูกค้า ส่งมอบความประทับใจผ่านเรื่องราวของการบริการ ควรเน้นการทำการตลาดออนไลน์ เพิ่มช่องทางการรับรู้และเข้าถึงข้อมูลของธุรกิจโรงแรมบูติคผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น อาทิ TikTok, You tube, Instagram หรือเว็บไซต์ของโรงแรม เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้กับธุรกิจ อีกทั้งควรทำการตลาดเชิงรุกเพื่อขยายกลุ่มลูกค้าได้ในอนาคตโดยการมีพันธมิตรทางธุรกิจในภาคอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับโรงแรม อาทิ การทำการตลาดผ่านตัวแทนท่องเที่ยวออนไลน์ (Online Travel Agent: OTA) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Saenmunkongkul (2014) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีผลในการเลือกเข้าพักโรงแรมบูติคในย่านเมืองเก่ากรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านการส่งเสริมการตลาดคือการประชาสัมพันธ์ทางสื่อโซเชียล การจัดรายการส่งเสริมการขาย **ด้านเทคโนโลยี** ควรมีการนำเทคโนโลยีที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อนมาใช้สำหรับการบริการผู้เข้าพักและอำนวยความสะดวกสำหรับพนักงานบริการ อาทิ ระบบการสำรองห้องพัก ระบบเช็คอินหรือเช็คเอาท์ ระบบ Mobile Guest Services ให้ผู้เข้าพักสามารถสั่งอาหาร เครื่องดื่มผ่านแอปพลิเคชัน ระบบอินเทอร์เน็ตเพื่อความบันเทิง รวมถึงระบบการจ่ายเงินผ่านระบบ Mobile Banking ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Maopraman (2023) ที่ได้ศึกษาเรื่อง นวัตกรรมบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้โรงแรมของลูกค้ากลุ่มจังหวัดอันดามัน จากผลการวิจัย นวัตกรรมบริการด้านกระบวนการหรือขั้นตอนในการทำ งานที่เป็นระบบ นำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อความถูกต้องในการให้บริการ รวมถึงการปรับปรุงและพัฒนาการบริการอยู่เสมอ พร้อมทั้งเน้นระบบความปลอดภัยในการให้บริการเป็นอย่างดี เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้

การนำไปใช้ในเชิงปฏิบัติ

1. โรงแรมบูติคควรมีการพัฒนาพื้นที่ส่วนกลาง เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ต้องการทำกิจกรรมหรือพักผ่อนในระยะเวลาสั้นๆ รวมถึงการสร้างพื้นที่สีเขียวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมให้ผู้เข้าพักรู้สึกมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พลังงาน
2. โรงแรมบูติค ควรมีการเก็บข้อมูลว่าลูกค้าของตนใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social media) ใดสำหรับการเข้าพัก เพื่อให้สื่อสารตรงกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งควรทำการตลาดเชิงรุกเพื่อขยายกลุ่มลูกค้าได้ในอนาคตโดยการมีพันธมิตรทางธุรกิจในภาคอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับโรงแรม อาทิ การทำการตลาดผ่านตัวแทนท่องเที่ยวออนไลน์ (Online Travel Agent: OTA)
3. โรงแรมบูติคควรมีบริการรถรับ-ส่ง ผู้เข้าพักสำหรับการเดินทางมาที่พักรถและเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ใกล้เคียง อีกทั้งมีจุดจอดรถที่ปลอดภัยให้กับผู้เข้าพัก

4. โรงแรมบูติค ควรมีการพัฒนาด้านบุคลากร การอบรมพัฒนาความรู้และทักษะอย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะทักษะด้านการบริการด้วยหัวใจ (Service mind) ที่มีความจำเป็นอย่างมากในธุรกิจโรงแรม ทักษะความรอบรู้ ช่างสังเกต พร้อมบริการ รวมทั้งการออกแบบการบริการให้สอดคล้องกับกลุ่มผู้เข้าพัก

5. โรงแรมบูติคควรมีการนำเทคโนโลยีที่มาใช้ในการบริการผู้เข้าพักและอำนวยความสะดวกสำหรับพนักงานบริการ อาทิ ระบบ Mobile Guest Services ให้ผู้เข้าพักสามารถสั่งอาหาร เครื่องดื่มผ่านแอปพลิเคชัน ระบบการจ่ายเงินผ่านระบบ Mobile Banking

6. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น บริษัททัวร์ ร้านขายของที่ระลึก ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ในพื้นที่ย่านเมืองเก่า อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา สามารถนำข้อมูลไปใช้เพื่อสร้างเครือข่าย พันธมิตรทางธุรกิจ และทำการตลาดสำหรับลูกค้าเฉพาะกลุ่มได้

ข้อจำกัดในการวิจัย

การสัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจโรงแรมบูติคในพื้นที่ได้ไม่ครบถ้วนทุกโรงแรม เนื่องด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ ผู้ประกอบการไม่สะดวกที่จะให้สัมภาษณ์ จึงไม่สามารถเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมบูติคในย่านเมืองเก่าสงขลาได้ครบถ้วน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดของโรงแรมบูติคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าพักใช้บริการ เนื่องด้วยกลุ่มเป้าหมายของโรงแรมอาจจะยังไม่ได้กำหนดอย่างชัดเจน

2. ควรศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มของโรงแรมบูติค เพื่อนำข้อมูลไปออกแบบพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมบูติคให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นตลาดที่มีความน่าสนใจและมีความโดดเด่นเฉพาะกลุ่ม

เอกสารอ้างอิง

- Anhar, L. (2001). *The definition of boutique hotel*. HVS. Retrieved October 10, 2024 from <http://www.hvs.com>
- Boonvatcharapai, T., Jadesadalug, V., & Tuntrabundit, K. (2016). Organizational creativity and service innovation of Thai boutique hotels. *Veridian E-Journal, Silpakorn University (Humanities, Social Sciences and arts)*, 9(3), 1242-1259.
- Boutiquestay.travel. (2023). *What is a "boutique hotel"?* Retrieved October 8, 2024 from [Ahttps://shorturl.asia/HG5zM](https://shorturl.asia/HG5zM)
- Kasikorn Research Center. (2012). *Boutique Hotel: A new type of accommodation that is currently popular*. Retrieved October 9, 2024 from <https://shorturl.asia/Fx2o1>

- Kanwararat, W. (2013). Front office staff quality assessment of boutique hotel: A case study of Shanghai Mansion. *Cultural Approach*, 15(27), 3–15.
- Kerdsiri, C., & Thanitha, S. (2014). *Increasing Values of Hotel Business in Songkhla Using Boutique and Lifestyle Hotel Concept*. Prince of Songkla University.
<https://doi.org/10.14457/PSU.res.2014.9>
- Konrad, A. (2013). *Boutique hotels in Chiang Mai: Criteria and image management reflecting Lanna culture* [Doctoral dissertation, Maejo University]. Maejo University Library.
http://mdc.library.mju.ac.th/thesis/2561/apsorn_konrad/fulltext.pdf
- Krampaiboon, W., (2019). *Make your hotel legal: advice from THE BOUTIQUE KING*.
Retrieved October 1, 2024 from <https://theboutiqueking.com/>
- Krungsri Research Center. (2021). *Hotel business trends*. Retrieved October 22, 2024 from <https://shorturl.asia/nFKRP>
- Maopraman, N. (2023). The influence of service innovation on hotel selection in Andaman provinces. *Journal of Southern Technology*, 17(1), 1–20.
- Museumthailand. (2019). *Songkhla Old Town*. Retrieved September 15, 2024 from <https://shorturl.asia/sWLdA>
- Phatthanaphakdi, I. (2015). *Factors and management process affecting the success level of boutique hotels in Bangkok* [Master's thesis, Hospitality and Tourism Management, Graduate School, Bangkok University]. DSpace at Bangkok University.
http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/1250/3/isaya_phat.pdf
- Saenmunkongkul, P. (2014). *Study of factors affecting the decision of staying in boutique hotels in Bangkok Old Town area* [Independent study Master's Degree, Thammasat University]. TU Digital Collections.
https://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2014/TU_2014_5616033220_706_1279.pdf
- Sitthichok, P. (2017). *Management of boutique style effective service selection of Surintra Boutique Resort for foreign customers* [Independent study Master's Degree, Bangkok University]. DSpace at Bangkok University.
<http://dspace.bu.ac.th/jspui/bitstream/123456789/2792/3/Pattama.sitt.pdf>
- Songkhla Provincial Public Relations Office. (2020). *Songkhla Old Town*. Retrieved October 19, 2024 from <https://shorturl.asia/E7HXU>
- Smart Finder. (2019). *Let's get to know boutique hotel*. Retrieved October 3, 2024 from <https://shorturl.asia/HG5zM>

- Sukapong, S. (2009). *Guidelines for Marketing Management of services for Boutique Hotels in Bangkok: case study of Metrosexual*. Sripatum University
https://doi.nrct.go.th/ListDoi/listDetail?Resolve_DOI=10.14458/SPU.res.2009.24
- Sungsuwan, T. (2021). *Key success factors for customer relationship management by applying IT for developing service innovation: A case study of boutique hotels in Pattaya*. Faculty of Management and Tourism, Burapha University.
https://buuir.buu.ac.th/bitstream/1234567890/4457/1/2565_154.pdf
- Taweephol, R. (2018). Concepts and business operation of boutique hotels in Chiang Mai Municipality, Mueang Chiang Mai District, Chiang Mai. *Dusit Thani College Journal*, 11(1), 116–132. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/journaldtdc/article/view/135495/101242>
- Thanusing, J. (2012). *Management guidelines for boutique hotels: A case study of Rarinjinda Wellness Spa Resort, Chiang Mai* [Master's thesis, Payap University]. Payap University.
- Topothai, P., Kawasawan, C., & Wiroonratch, B. (2022). The module of boutique hospitality management by using local resources and cultural capital. *Journal of Politics, Administration and Law*, 14(1), 98–112. <https://ojs.lib.buu.ac.th/index.php/law/issue/view/869>
- Wigraisakda, K. (2020). *The development of customer experience management proposal for Thai boutique hotels* [Master's thesis, Silpakorn University]. Silpakorn University.