

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

ในปัจจุบันอพาร์ทเมนต์ได้กลายเป็นที่อยู่อาศัยที่จำเป็นสำหรับรองรับจำนวนผู้คนในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีเพิ่มขึ้นมาเรื่อย ๆ ในแต่ละปี ไม่ว่าจะเป็นนักศึกษาหรือคนต่างท้องถิ่นที่เข้ามาอยู่อาศัยหรือเพื่อศึกษาและทำงานในจังหวัดเชียงใหม่ เมื่อประชากรมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น จำนวนอพาร์ทเมนต์สร้างใหม่ก็ย่อมเพิ่มจำนวนขึ้น ทำให้เกิดสถานะการแข่งขันทางธุรกิจอพาร์ทเมนต์สูงขึ้น ผู้เข้าพักจึงมีทางเลือกหลากหลายมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะส่วนใหญ่เลือกที่จะเข้าพักในอพาร์ทเมนต์ที่สร้างขึ้นใหม่ ที่มีความได้เปรียบทั้งในเรื่องรูปแบบของห้องพัก ราคา การให้บริการ บรรยากาศแวดล้อม และสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน เหตุผลดังกล่าวนี้ส่งผลให้ผู้ประกอบการอพาร์ทเมนต์รูปแบบเดิมที่ก่อสร้างมาเป็นเวลานานหรืออพาร์ทเมนต์เก่า ที่ขาดการดูแลเอาใจใส่ต่อตัวอาคารทั้งภายในและภายนอก รวมทั้งภายในห้องพัก ต่างประสบปัญหาทางด้านการแข่งขันทางธุรกิจ ทำให้การเก็บรายได้จากค่าเช่าอยู่ในจำนวนต่ำและลดลง ไม่คุ้มค่าและเพียงพอกับค่าใช้จ่ายในการดำเนินการและศักยภาพทำเลที่ตั้งของ อพาร์ทเมนต์ ถึงแม้ว่าทำเลที่ตั้งอยู่ในแหล่งที่มีการได้เปรียบคู่แข่ง เนื่องจากตั้งอยู่ใกล้กับสถานบันการศึกษา สถานบันเทิง ห้างสรรพสินค้า และร้านอาหาร ที่ผู้พักอาศัยสามารถเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ ได้อย่างสะดวกสบายและรวดเร็ว ด้วยเหตุนี้ทำให้ผู้ประกอบการควรมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบของอพาร์ทเมนต์เพื่อเป็นการเพิ่มรายได้และมูลค่าให้มากขึ้นด้วย

นอกจากนี้แนวโน้มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยเป็นจำนวนเงินสูงรองจากอุตสาหกรรมเกษตร โดยเฉพาะอย่างยิ่งจังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีการพัฒนาระบบสาธารณูปโภค การคมนาคมขนส่ง ที่พักและแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ รวมทั้งจุดเด่นทางด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่คือการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และศิลปวัฒนธรรม ด้วยเหตุนี้ความต้องการที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวจึงสูงตามไปด้วย ในปี 2551 จังหวัดเชียงใหม่ มีจำนวนโรงแรมประมาณ 402 แห่ง เพิ่มขึ้นจากจำนวน 376 แห่งในปี 2550 และคาดว่าจะเพิ่มเป็นจำนวน 416 แห่งในปี 2552 โดยมีห้องพักจำนวน 25,870 ห้องในปี 2551 และคาดว่าจะเพิ่มเป็นจำนวน 29,420 ห้องในปี 2552 สำหรับอัตราส่วนการเข้าพักเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 45 ของจำนวนห้องพักทั้งหมดในปี 2551 ที่ผ่านมา และคาดว่าจะเพิ่มเป็นร้อยละ 47 ของจำนวนห้องพักทั้งหมดในปี 2552 (สมาคมโรงแรมไทยภาคเหนือ, 2552) ด้านจำนวนวันเข้าพักเฉลี่ยเป็น

จำนวน 2.2 วันในปี 2551 และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 2.3 วันในปี 2552 (กรุงเทพฯธุรกิจ, 2551) แนวโน้มการเติบโตของโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่มีอัตราเพิ่มขึ้นทั้งจำนวนและรูปแบบที่หลากหลาย ทั้งโรงแรมขนาดใหญ่บริการระดับ 5 ดาว และโรงแรมขนาดเล็ก เช่น โรงแรมบูติก เป็นต้น (สยามธุรกิจ, 2551) และธุรกิจโรงแรมเป็นธุรกิจที่นักลงทุนทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศให้ความสนใจอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะโรงแรมขนาดเล็กในรูปแบบของโรงแรมบูติกที่มีลักษณะเด่นในเรื่องของทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อมที่ดี รวมทั้งราคาและจำนวนของห้องพักอยู่ในอัตราส่วนที่เหมาะสม โดยเห็นได้จากปี พ.ศ.2551 มีโรงแรมบูติกเพียง 34 แห่งและเพิ่มเป็น 56 แห่งในปี 2552 พบว่ามีอัตราการขยายตัวสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว และมีการคาดการณ์ว่าในปี 2552 จะมีอัตราส่วนการลงทุนในโรงแรมบูติกในจังหวัดเชียงใหม่เพิ่มขึ้นร้อยละ 30-50 จากนักลงทุนทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ (ประชาชาติธุรกิจ, 2551) ในช่วงไตรมาสแรกปี 2551 โรงแรมบูติกได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น โดยมีอัตราส่วนการเข้าพักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเฉลี่ยอยู่ในอัตราร้อยละ 35-50 ในขณะที่โรงแรมระดับ 1-4 ดาว มีฐานนักท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นหลัก และมีอัตราส่วนการเข้าพักลดลงอยู่ในอัตราร้อยละ 25-45 เท่านั้น เมื่อเทียบกับช่วงไตรมาสเดียวกันในปี 2549 สำหรับกลุ่มโรงแรม 5 ดาว ซึ่งเป็นเซนของโรงแรมต่างประเทศที่มีราคาห้องพักระหว่าง 8,000 – 15,000 บาท มีอัตราการเข้าพักเฉลี่ยอยู่ในอัตราร้อยละ 55-60 (วรพงษ์ หมู่ขาวได้, 2550)

จากสถิติที่กล่าวข้างต้นชี้ให้เห็นว่า ปัจจุบันโรงแรมบูติกได้รับความนิยมในการเข้าพักมากกว่าโรงแรมเซน และมีแนวโน้มในการขยายตัวได้อย่างรวดเร็ว โดยประเมินอัตราส่วนการเข้าพักได้ประมาณร้อยละ 50-100 ถือเป็นอัตราส่วนที่สูงมากเมื่อเปรียบเทียบกับโรงแรมทั่วไป นอกจากอัตราการเข้าพักที่สูงแล้ว โรงแรมบูติกยังส่งผลทำให้จำนวนวันเข้าพักโดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้นด้วย โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติบางรายใช้เวลาเข้าพักมากกว่า 1 สัปดาห์ขึ้นไป (ประชาชาติธุรกิจ, 2551) ดังนั้นการปรับเปลี่ยนอพาร์ทเมนต์ให้เป็นโรงแรมบูติกจึงเป็นโอกาสที่ดีในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับอาคารเดิมที่มีศักยภาพทางทำเลที่ดีและมีโครงสร้างที่สอดคล้องกับการใช้พื้นที่ของโรงแรมบูติก ซึ่งมีจำนวนห้องพักและกิจกรรมบริการน้อยกว่า ในการปรับเปลี่ยนนี้ต้องมีการศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบหลากหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบและลักษณะของโรงแรมบูติก การศึกษาทางการตลาด การวิเคราะห์โครงสร้างอาคารเดิม เพื่อที่จะนำไปสู่การออกแบบทางสถาปัตยกรรมและการปรับเปลี่ยนที่เหมาะสมทั้งทางการออกแบบและทางด้านธุรกิจ จากการศึกษาทางการตลาดที่เหมาะสมด้วย

เห็นได้ว่าช่องทางการแข่งขันจากธุรกิจการท่องเที่ยวก็เป็นอีกโอกาสหนึ่งสำหรับผู้ประกอบการ อพาร์ทเมนต์ที่ประสบปัญหาด้านการแข่งขันและมีความต้องการที่จะปรับกลยุทธ์ทางการตลาด โดยหันมาปรับเปลี่ยนอพาร์ทเมนต์เดิมที่ก่อสร้างมาเป็นเวลานานหรืออพาร์ทเมนต์

เก่าที่ขาดความดูแลเอาใจใส่ต่อตัวอาคารและห้องพักให้กลายเป็นโรงแรมขนาดเล็กหรือโรงแรมบูติก เนื่องจากมีขนาดอาคารและจำนวนห้องพักที่สามารถปรับเปลี่ยนได้ โดยที่ไม่จำเป็นต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกมากนัก ซึ่งเป็น โอกาสและทางเลือกที่น่าสนใจสำหรับผู้ประกอบการที่ประสบปัญหา

สำหรับงานวิจัยนี้ได้ใช้อาคารล้านนา 1 เป็นตัวอย่างกรณีศึกษา ซึ่งอาคารล้านนา 1 ที่เริ่มก่อสร้างเมื่อปี พ.ศ. 2525 ที่ตั้งอยู่เลขที่ 1 ถนนคลองชลประทาน ตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีลักษณะเป็นอาคารคอนกรีตเสริมเหล็กมีห้องให้เช่าจำนวนทั้งหมด 58 ห้อง ขนาดห้องมาตรฐานขนาด 4 x 5 เมตร มีจำนวน 55 ห้องและห้องขนาด 8 x 4 เมตร จำนวน 3 ห้อง โดยผู้ประกอบการมีความประสงค์ที่ต้องการจะปรับเปลี่ยนอาคารให้เป็นโรงแรมบูติก เนื่องจากอาคารล้านนา 1 มีสภาพภายนอกอาคารดูเก่าทรุดโทรม ประกอบกับสภาพภายในอาคารและห้องพักมีสิ่งอำนวยความสะดวกไม่ครบตามความต้องการของผู้พักอาศัย ประกอบกับไม่มีร้านค้า ร้านอาหาร ร้านซักอบรีดและร้านสะดวกซื้อภายในบริเวณอาคารล้านนา 1 จึงทำให้เก็บค่าเช่าของแต่ละห้องพักต่อเดือนได้ต่ำลง รายได้ที่ได้รับไม่คุ้มค่าและไม่เพียงพอกับค่าใช้จ่ายในการตลาดและบริหาร

ปัจจัยที่กล่าวมาข้างต้นเป็นปัจจัยหลักที่อาคารล้านนา 1 ควรมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบอพาร์ทเมนต์มาเป็นโรงแรมขนาดเล็กหรือโรงแรมบูติก เพื่อเป็นการสร้างรายได้และมูลค่าเพิ่มให้กับอาคารที่มีจุดเด่นและได้เปรียบทางด้านสถานที่ตั้งที่อยู่ใกล้กับสถาบันการศึกษา สถานบันเทิง ห้างสรรพสินค้า และร้านอาหาร ซึ่งผู้พักอาศัยสามารถเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ ได้อย่างสะดวกสบาย รวมทั้งด้านรูปแบบห้องพัก ราคา การให้บริการ บรรยากาศ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน ซึ่งในการปรับเปลี่ยนสามารถนำหลักการทางการตลาดเข้ามาช่วยในการออกแบบรูปแบบใหม่ให้ได้ผลลัพธ์ที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มผู้เช่าพักและเพื่อให้ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จทางธุรกิจประเภทโรงแรมและที่พักด้วย

งานวิจัยนี้ยังมุ่งเน้นถึงกระบวนการการออกแบบและการปรับเปลี่ยนอาคารให้เป็นไปในแนวทางที่เหมาะสม และมีหลักการที่ชัดเจน ที่สถาปนิกและผู้ประกอบการนั้นสามารถนำไปใช้ได้กับทุกโครงการที่ประสบปัญหาที่คล้ายคลึงกัน เนื่องจากการออกแบบในปัจจุบันนั้นสถาปนิกดำเนินการออกแบบโดยผ่านขั้นตอน หรือกระบวนการการออกแบบเท่านั้น โดยขาดการศึกษาหลักการทางด้านการตลาดเพื่อนำมาเป็นองค์ประกอบในการออกแบบให้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ซึ่งหลักการตลาดนั้นสามารถชี้ให้เห็นถึงกลุ่มเป้าหมายและช่องว่างทางการตลาดที่ผู้ประกอบการสามารถแข่งขันได้ และ เพื่อให้สถาปนิกได้ทราบถึงแนวทางและหลักการในการออกแบบ ดังนั้นงานวิจัยชิ้นนี้จึงเล็งเห็นความสำคัญของกระบวนการในการปรับเปลี่ยนอาคารอพาร์ทเมนต์ให้เป็นโรงแรมบูติกในเมือง อย่างมีหลักการที่สามารถกำหนดรูปแบบได้สอดคล้องกับสภาพตลาดและสามารถคาดการณ์ความสำเร็จและเป็นประโยชน์ในการศึกษาค้นคว้าต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาวิธีการปรับเปลี่ยนอาคารอพาร์ทเมนต์ให้เป็นโรงแรมบูติก โดยใช้หลักการตลาดในการหาตำแหน่งทางการตลาดของโครงการ เพื่อนำเสนอรูปแบบและดำเนินการออกแบบให้เหมาะสม
2. เพื่อสรุปกระบวนการปรับเปลี่ยนอาคารอพาร์ทเมนต์ให้กลายเป็นโรงแรมบูติก และสามารถนำกระบวนการที่ได้นั้นนำไปใช้เพื่อเป็นประโยชน์กับผู้ประกอบการ สถาปนิก และโครงการอื่นๆ

1.3 คำถามวิจัย

การศึกษานี้ได้กำหนดคำถามวิจัย ที่ต้องการทราบถึงขั้นตอน และวิธีการปรับเปลี่ยนอพาร์ทเมนต์ให้เป็นโรงแรมบูติก ว่ามีขั้นตอนอะไรบ้าง และใช้หลักการทางการตลาดใดในการปรับเปลี่ยนอาคารอพาร์ทเมนต์ให้เป็นโรงแรมบูติก โดยมีคำถามวิจัยดังนี้

1. โรงแรมบูติกมีความหมายว่าอะไร ลักษณะและรูปแบบของโรงแรมบูติกในต่างประเทศในประเทศไทยและในจังหวัดเชียงใหม่เป็นแบบใดและแตกต่างกันอย่างไร
2. ช่องว่างทางการตลาดที่เหมาะสมสำหรับโรงแรมบูติกที่มีการปรับเปลี่ยนในจังหวัดเชียงใหม่ควรอยู่ในตำแหน่งใด เพื่อให้สามารถเข้าแข่งขันทางธุรกิจได้ตรงกับลักษณะและรูปแบบหลังจากที่มีการปรับเปลี่ยนแล้ว
3. การปรับเปลี่ยนโครงการอาคารล้านนา 1 ให้เป็นโรงแรมบูติกสามารถทำได้ในลักษณะและรูปแบบใดบ้าง รวมทั้งการออกแบบอาคารแบบใดจึงจะเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและปัจจัยต่างๆ
4. โรงแรมบูติกที่ได้มีการปรับเปลี่ยนแล้วสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ครบถ้วนหรือไม่ และกลุ่มลูกค้ามีความพอใจและความคิดเห็นอย่างไรต่อโรงแรมบูติกที่ได้ทำการปรับเปลี่ยนรูปแบบแล้ว
5. ผู้ประกอบการมีความคิดเห็น และ ความพึงพอใจต่อการปรับเปลี่ยนอาคารล้านนา 1 ให้เป็นโรงแรมบูติกอย่างไร

1.4 วิธีการศึกษาและผลการศึกษา

1. ศึกษาถึงความหมาย คำนิยามและคำจำกัดความของคำว่าโรงแรมบูติก โดยศึกษาจากเอกสารงานวิจัย นิตยสารวารสาร สื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งพบว่าโรงแรมบูติกเป็นโรงแรมที่มีขนาดเล็กจำนวนห้องไม่เกิน 50-100 ห้อง สวยงามหรูหรา มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เน้นในเรื่องของการออกแบบที่แตกต่างจากโรงแรมอื่นๆ พนักงานให้บริการอย่างใกล้ชิด และมีสภาพแวดล้อมที่มีความเป็นมนต์เสน่ห์ โดยเฉพาะในส่วนของห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการที่มีความแตกต่างจากโรงแรมนานาชาติ ทั้งยังศึกษาและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะและรูปแบบของโรงแรมบูติกในแต่ละทวีปทั่วโลก ในแต่ละภูมิภาคของประเทศไทยและในจังหวัดเชียงใหม่ โดยวิเคราะห์ได้ 3 รูปแบบได้แก่ 1.แบบคลาสสิก 2.แบบผสมผสาน และ 3.แบบสมัยใหม่

2. นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ทั้งหมดมาทำการวิเคราะห์เพื่อหาช่องว่างทางการตลาดและเพื่อกำหนดตำแหน่งทางการตลาดของโรงแรมบูติกที่มีการปรับเปลี่ยน โดยแบ่งออกได้เป็น 3 เกณฑ์ด้วยกัน ได้แก่ 1.ราคาและลักษณะของโรงแรมบูติก 2.ราคาและประเภทของโรงแรมบูติก และ 3.ลักษณะและประเภทของโรงแรมบูติก ทำให้ทราบถึงตำแหน่งทางการตลาดที่เหลืออยู่และสามารถกำหนดราคา ลักษณะและประเภทของโรงแรมบูติกได้ถูกต้องตามช่องว่างของตลาด คือรูปแบบที่อยู่ในลักษณะสมัยใหม่ และเป็นแบบประเภทในเมือง โดยราคาห้องพักควรอยู่ในช่วงราคา 6,500 – 12,000 บาท ถือเป็นรูปแบบและราคาที่เหมาะสมกับทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อมของโครงการอาคารล้านนา 1 มากที่สุด โดยมีข้อเสนอถึงความเป็นไปได้ในระดับราคาที่ต่ำกว่า 2,500 บาทเพิ่มเติมด้วย

3. ศึกษาและวิเคราะห์รูปแบบอาคารและออกแบบอาคารให้สอดคล้องกับตำแหน่งทางการตลาด และจัดให้มีการใช้พื้นที่ใช้สอยได้อย่างคุ้มค่า สอดคล้องกับระบบโครงสร้างและงานระบบวิศวกรรมที่จำเป็น การออกแบบปรับปรุงอาคารให้ถูกต้องตามกฎหมายควบคุมอาคารและกฎหมายข้อบังคับต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ศึกษาถึงการวางระบบสาธารณูปโภคที่ปลอดภัยและเหมาะสมกับการใช้งานในอาคารได้เป็นอย่างดี

4. สร้างภาพเสมือนจริงและนำมาออกแบบแบบสอบถาม เพื่อเก็บข้อมูลและสอบถามความต้องการ การตอบรับและความคิดเห็นของผู้เข้าพักในโรงแรมบูติกที่เป็นกลุ่มเป้าหมายในเรื่องของรูปแบบห้องพัก ระดับราคาและสิ่งอำนวยความสะดวกที่จัดให้ ผลที่ได้รับแสดงให้เห็นว่ากลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เป็นนักธุรกิจและพนักงานเอกชน ใช้ชีวิตแบบทันสมัย รายได้อยู่ในระดับปานกลางถึงสูง มีความเป็นตัวของตัวเองและต้องการความเป็นส่วนตัวสูง จึงต้องการเข้าพักในโรงแรมที่เป็นเอกลักษณ์และรูปแบบไม่ซ้ำกับโรงแรมที่เคยเข้าพักมาก่อน ผู้เข้าพักจึงมีการตอบรับที่ดีต่อรูปแบบอาคารและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ได้จัดไว้ให้

5. เมื่อได้มีการทดสอบกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายแล้ว นำข้อมูลที่ได้ทำการวิเคราะห์มา นำเสนอผู้ประกอบการเพื่อพิจารณาปรับเปลี่ยนอพาร์ทเมนต์เดิมให้เป็นโรงแรมบูติกตามรูปแบบ และลักษณะที่ได้ออกแบบไว้ โดยที่ผู้ประกอบการได้รับทราบและมีความพึงพอใจในการปรับเปลี่ยนรูปแบบ

6. รวบรวมข้อมูลในแต่ละขั้นตอนทั้งหมด ทำการสรุปข้อมูลเป็นกระบวนการในการปรับเปลี่ยนอาคารอพาร์ทเมนต์ให้เป็นโรงแรมบูติกและอภิปรายผล รวมถึงคำแนะนำสำหรับผู้วิจัย ผู้ออกแบบและผู้ประกอบการในอนาคต

1.5 นิยามศัพท์

อพาร์ทเมนต์ หมายถึง อาคารพักอาศัยเพื่อเช่า ที่มีลักษณะเป็นตึกสูงไม่เกิน 5 ชั้น ซึ่งแบ่งเป็นห้องอยู่อาศัยจำนวนหลายห้องแล้วแต่ขนาด อาศัยอยู่กันหลายครอบครัว มีทางเข้าออก ทางขึ้นลงทางเดินและส่วนอื่นๆ ร่วมกัน ส่วนมากเป็นอาคารชุดระดับล่าง

โรงแรมบูติก หมายถึง โรงแรมขนาดเล็กที่มีจำนวนไม่เกิน 50-100 ห้อง แต่ละห้องอาจมีขนาดไม่เท่ากัน ซึ่งใช้พื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพ มีเอกลักษณ์ในการตกแต่ง มุ่งเน้นตอบสนองความต้องการและไลฟ์สไตล์ของนักเดินทาง โรงแรมเหล่านี้จึงให้ความสำคัญกับบริการ ความเป็นส่วนตัว และความสะอาดมากขึ้น

1.6 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ได้รูปแบบของโรงแรมบูติกในเมือง จากการออกแบบเบื้องต้นที่ผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้ได้
2. ได้กระบวนการปรับเปลี่ยนอพาร์ทเมนต์ไปเป็นโรงแรมบูติกที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับโครงการอื่นๆ ได้
3. ได้แนวทางการบูรณาการศาสตร์ของการศึกษารับรู้สภาพแวดล้อม การตลาด การออกแบบอาคาร และการตกแต่งภายใน
4. สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มของอาคารอพาร์ทเมนต์เก่าให้เป็นโรงแรมบูติกและเพิ่มมูลค่าอุตสาหกรรมโรงแรมและการท่องเที่ยว

1.7 ขอบเขตการศึกษา

1. ขอบเขตด้านพื้นที่ การปรับเปลี่ยนอาคารล้านนา 1 ดำเนินการภายในขอบเขตของพื้นที่ที่ตั้งอาคารในปัจจุบัน ซึ่งรวมถึงอาคารพาณิชย์ข้างเคียงที่เป็นเจ้าของเดียวกันภายใต้เงื่อนไขทางกฎหมายควบคุมอาคาร สำหรับกรอบในการศึกษาเพื่อปรับเปลี่ยนอาคารอพาร์ทเมนต์ให้เป็นโรงแรมบูติกในเมืองนั้น ได้เลือกโครงการอาคารล้านนา 1 เป็นกรณีศึกษาเนื่องจากเป็นโครงการที่สะท้อนให้เห็นถึงปัญหาอพาร์ทเมนต์ในปัจจุบันประกอบกับผู้ประกอบการมีความต้องการปรับเปลี่ยนให้เป็นกิจกรรมอื่นโดยเฉพาะสนใจในการปรับให้เป็นโรงแรมบูติก

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของโรงแรมบูติก รูปแบบและตัวอย่างของโรงแรมบูติก และลักษณะสถาปัตยกรรม ทั้งในระดับโลก ระดับประเทศ และในจังหวัดเชียงใหม่ และศึกษากฎหมายอาคาร พระราชบัญญัติที่เกี่ยวกับอาคารอพาร์ทเมนต์ที่ปรับเปลี่ยนให้เป็นโรงแรมขนาดเล็ก นอกจากนี้ได้มีการนำทฤษฎีทางการตลาดมาใช้ได้แก่แนวคิดความต้องการของผู้บริโภค (Consumer's Needs) แนวคิดการศึกษาคู่แข่งทางการตลาด (Marketing Competition) ทฤษฎีความต้องการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) ทฤษฎีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) และศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อโรงแรมบูติกจากผู้ประกอบการ โรงแรมบูติกในจังหวัดเชียงใหม่

3. ขอบเขตด้านการเก็บข้อมูลและสำรวจพื้นที่ในจังหวัดเชียงใหม่ ในการเก็บข้อมูลของโรงแรมบูติกที่มีอยู่ทั้งหมดในเมืองเชียงใหม่ ได้แบ่งพื้นที่เมืองเชียงใหม่เป็น 5 ส่วน โดยการแบ่งนั้นอาศัยทิศทั้ง 4 เป็นตัวกำหนด ได้แก่ 1. ศูนย์กลางเมืองคือคูเมือง 2. ทิศเหนือคือข้างเฟือก 3. ทิศตะวันออกคือริมน้ำปิง 4. ทิศตะวันตกคือนิมมานเหมินท์ และ 5. ทิศใต้คือห้วยยา โดยมีปัจจัยหลักในการเก็บข้อมูล คือ จำนวนห้อง ราคา ลักษณะ ประเภท สิ่งอำนวยความสะดวก และ อัตราการเข้าพักช่วงเดือนมีนาคม-ตุลาคม (Low Season) และช่วงเดือนพฤศจิกายน-กุมภาพันธ์ (High Season)

4. ขอบเขตด้านการออกแบบ กรอบของการทำงานครอบคลุมถึงการศึกษาเบื้องต้นและการออกแบบทางสถาปัตยกรรมเท่านั้น การออกแบบจะนำเสนอในลักษณะของแบบสถาปัตยกรรมเบื้องต้น (Preliminary Design) ที่แสดงให้เห็นถึงลักษณะภายนอกและภายในอาคาร รวมทั้งรายละเอียดประกอบที่เกี่ยวข้องเท่านั้น โดยไม่รวมถึงแบบก่อสร้างและแบบเพื่อขออนุญาต การออกแบบตกแต่งภายใน ภูมิทัศน์ รวมไปถึงรายการวัสดุและงบประมาณอย่างละเอียด

เนื้อหาในการนำเสนอในบทต่อไป

งานวิจัยนี้ไม่ได้นำเสนอเป็นบทตามรูปแบบวิทยานิพนธ์ทั่วไปแต่จะมีการแยกเป็นบท ซึ่งได้มีหลักการในการนำเสนอเนื้อหาในแต่ละบท โดยอ้างอิงจากขั้นตอนและกระบวนการในการเก็บข้อมูลซึ่งมีการดำเนินการเป็นส่วนตัวทั้งหลักการ การเก็บข้อมูล การวิเคราะห์และผลการวิเคราะห์ให้สอดคล้องกับวิธีปฏิบัติเพื่อจะได้มีการดำเนินการและนำเสนอแต่ละขั้นตอนในแต่ละบทต่อไป ดังนี้

บทที่ 2 หลักการตลาดที่เกี่ยวข้องและแนวทางการวิจัย

เป็นการศึกษาหลักการทางการตลาดที่จะนำมาใช้ในการกำหนดรูปแบบของโรงแรมที่ต้องการปรับเปลี่ยน ช่วยให้การออกแบบสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ความต้องการพื้นฐานที่สำคัญของผู้เข้าพัก รวมถึงรูปแบบและลักษณะที่เหมาะสมในการปรับเปลี่ยนอาคาร เพื่อนำมาสรุปเป็นแนวทางการวิจัยที่ใช้กระบวนการทางการตลาดมาช่วยชี้นำในการออกแบบ

บทที่ 3 โรงแรมบูติก

เป็นการค้นคว้าในเรื่องของประวัติความเป็นมา คำจำกัดความและคำนิยามของโรงแรมบูติก รูปแบบลักษณะและประเภทของโรงแรมบูติกทั้งในต่างประเทศ ในประเทศไทยและในจังหวัดเชียงใหม่ รวมทั้งศึกษาถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและการตลาด รูปแบบการให้บริการของโรงแรมบูติกแต่ละแห่ง และศึกษาถึงลักษณะของโรงแรมบูติกทั้ง 3 รูปแบบที่พบในการค้นคว้าโดยละเอียด เพื่อให้ได้คำจำกัดความและรูปแบบไปใช้ในการหาตำแหน่งทางการตลาดต่อไป

บทที่ 4 การหาตำแหน่งทางการตลาด

นำเสนอการนำหลักการของการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์มาใช้ในการกำหนดตำแหน่งของโรงแรมบูติกในตลาดในเมืองเชียงใหม่ คือ การกำหนดตำแหน่งของโครงการอาคารล้านนา 1 แบ่งเป็น 3 แบบ ได้แก่ 1.ราคาและลักษณะของโรงแรมบูติก 2.ราคาและประเภทของโรงแรมบูติก 3. ลักษณะและประเภทของโรงแรมบูติก เพื่อการหาตำแหน่ง รูปแบบลักษณะและระดับราคาที่เป็นไปได้และเหมาะสม และนำเสนอผลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ รวมทั้งศึกษาโรงแรมที่อยู่ในตำแหน่งที่ใกล้เคียงกัน เพื่อหาข้อสรุปในการกำหนดตำแหน่งและการปรับเปลี่ยนโดยการออกแบบต่อไป

บทที่ 5 การวิเคราะห์อาคารและการออกแบบ

เป็นการนำเสนอผลการวิเคราะห์การใช้พื้นที่ทั้งภายนอกและภายในอาคาร ทิศทางลมและแสงแดด ระบบโครงสร้างอาคาร งานระบบไฟฟ้า-น้ำประปา ระบบรักษาความปลอดภัย กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการปรับเปลี่ยน เช่น กฎหมายควบคุมอาคาร กฎหมายโรงแรม เป็นต้น และการออกแบบรูปแบบอาคารใหม่และห้องพักรูปแบบใหม่ ให้ตรงกับตำแหน่งทางการตลาดที่ได้กำหนดไว้และเพื่อใช้ในการทดสอบกับกลุ่มเป้าหมายต่อไป

บทที่ 6 การทดสอบกับกลุ่มลูกค้า

เป็นการนำเสนอผลการทดสอบความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อโรงแรมบูติกหลังจากที่ได้มีการปรับเปลี่ยน วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามและให้ดูตัวอย่างโรงแรมบูติกที่ปรับเปลี่ยนจากแผ่นพับภาพเสมือนจริง เพื่อแสดงถึงการตอบรับของลูกค้าที่มีต่อโรงแรมบูติกหลังจากที่ได้มีการปรับเปลี่ยนแล้ว ทั้งลูกค้าชาวไทยและชาวต่างชาติ รวมทั้งความคิดเห็นและความต้องการของลูกค้าในส่วนของสภาพแวดล้อมภายนอกอาคาร ภายในห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ลูกค้าต้องการให้มีเพิ่มเติมเข้ามาด้วย โดยนำข้อมูลทั้งหมดที่ได้มีการรวบรวมมาวิเคราะห์และสรุปผล

บทที่ 7 นำเสนอผู้ประกอบการและสรุปผลการศึกษา

สรุปผลการดำเนินการเพื่อนำเสนอผู้ประกอบการ ในเรื่องของรูปแบบและผลการทดสอบตำแหน่งทางการตลาด เพื่อทราบถึงข้อเสนอแนะ และความคิดเห็นของผู้ประกอบการ จากนั้นเข้าสู่การสรุปขบวนการในการศึกษาทั้งหมดและอภิปรายผลการศึกษา รวมทั้ง ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาต่อไปในอนาคต