

ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อแล้วให้เช่ากลับคืน และระบบการจัดการธุรกิจที่พัก แบบขายแล้วเช่ากลับคืน กรณีศึกษา โครงการ มุตติมายา ฟอเรสต์พูลวิลล่า

FACTORS AFFECTING THE PURCHASE AND RENTAL RETURNS, SALES AND LEASEBACK BUSINESS MANAGEMENT SYSTEM A CASE STUDY OF THE MUTIMAYA FOREST POOL VILLA PROJECT

นุสรรา ปานโต

NUSSARA PANTO

มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด

STAMFORD INTERNATIONAL UNIVERSITY

กรุงเทพมหานคร

BANGKOK

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อแล้วเช่ากลับคืนและระบบการจัดการธุรกิจที่พักแบบขายแล้วเช่ากลับคืนของโครงการ มุตติมายา ฟอเรสต์พูลวิลล่า เป็นการวิจัยแบบผสมระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ซึ่งมุ่งเน้นการสำรวจปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อแล้วให้เช่ากลับคืน มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ซื้อบ้าน เพื่อทราบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสิ่งอำนวยความสะดวกแบบขายแล้วเช่ากลับคืน เพื่อได้ข้อมูลข้อกำหนดต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ เพื่อทราบปัจจัยของธุรกิจที่พักแบบขายแล้วเช่ากลับคืนและเพื่อได้ข้อมูลวิธีการบริหารจัดการของธุรกิจที่พักแบบขายแล้วเช่ากลับคืนของโครงการมุตติมายาฟอเรสต์พูลวิลล่า จำนวน 4 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านการจัดการ 2) ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ 3) ด้านการบริการ และ 4) ด้านการตลาด ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ เจ้าของบ้านพูลวิลล่าที่ซื้อแล้วให้โครงการเช่ากลับคืนมาบริหารเป็นโรงแรมในโครงการมุตติมายา ฟอเรสต์พูลวิลล่า จำนวน 64 คนและผู้บริหารระดับหัวหน้าแผนก ประกอบด้วย ผู้จัดการฝ่ายต้อนรับส่วนหน้า ผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ และผู้จัดการฝ่ายธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามวิเคราะห์ข้อมูล โดยการหาค่าความถี่ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้ค่าสถิติ คือ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านในภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ ด้านการบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 ด้านการตลาดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 และด้านการจัดการมีค่าเฉลี่ย 3.72 ตามลำดับ และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสิ่งอำนวยความสะดวกแบบขายแล้วเช่ากลับคืนของโครงการมุตติมายา ฟอเรสต์พูลวิลล่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ ด้านการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ด้านการจัดการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 และด้านทรัพยากรมนุษย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 ตามลำดับ

คำสำคัญ : ธุรกิจที่พักแบบขายแล้วเช่ากลับคืน

ABSTRACT

The research about factors affecting the purchase and rental returns, sales and leaseback business management system of Muthi Maya Forest Pool Villa Project” is a mix of quantitative research and qualitative research. The objective of this research is to study the factors affecting sales and leaseback. The purpose is to examine the factors influencing the decision to purchase a house, to know factors influencing the decision to purchase a real estate in a form of sales and leaseback in order to obtain information of

regulations that influence the decision to join the project, as well as a guideline to manage sales and leaseback business of Muthi Maya Forest Pool Villa Project in four aspects as follow: 1) Management 2) Human Resource Management 3) Service and 4) Marketing. The target population for this study included the owners of pool villa houses that were already passed the process of sales and leaseback by the project to be managed as hotels in Muthi Maya Forest Pool Villa Project in a total of 64 people, and the executives in a level of chief departments included front desk manager, human resources manager and real estate business manager. The tools used in this research were questionnaires. The data analysis was conducted by using frequency, percentage, average, standard deviation. The statistics used were mean and standard deviation.

The research findings show that the levels of opinions about the factors influencing the decision to purchase a house were overall at a high level with an average of 3.77. While considering in each aspect, every aspects is at high level and can be rank as following, service 3.91, followed by the aspect of marketing with an average of 3.77, and then management at 3.72 respectively. The level of opinions about the factors influencing the decision to purchase a real estate in type of sales and leaseback of Muthi Maya Forest Pool Villa Project is overall at a high level with an average of 3.71. While considering in each aspect, every aspects is at high level and can be rank as following, Marketing 3.89, followed by management at with an average of 3.88, and human resources with an average 3.59, respectively.

Keyword : leaseback-time sharing business

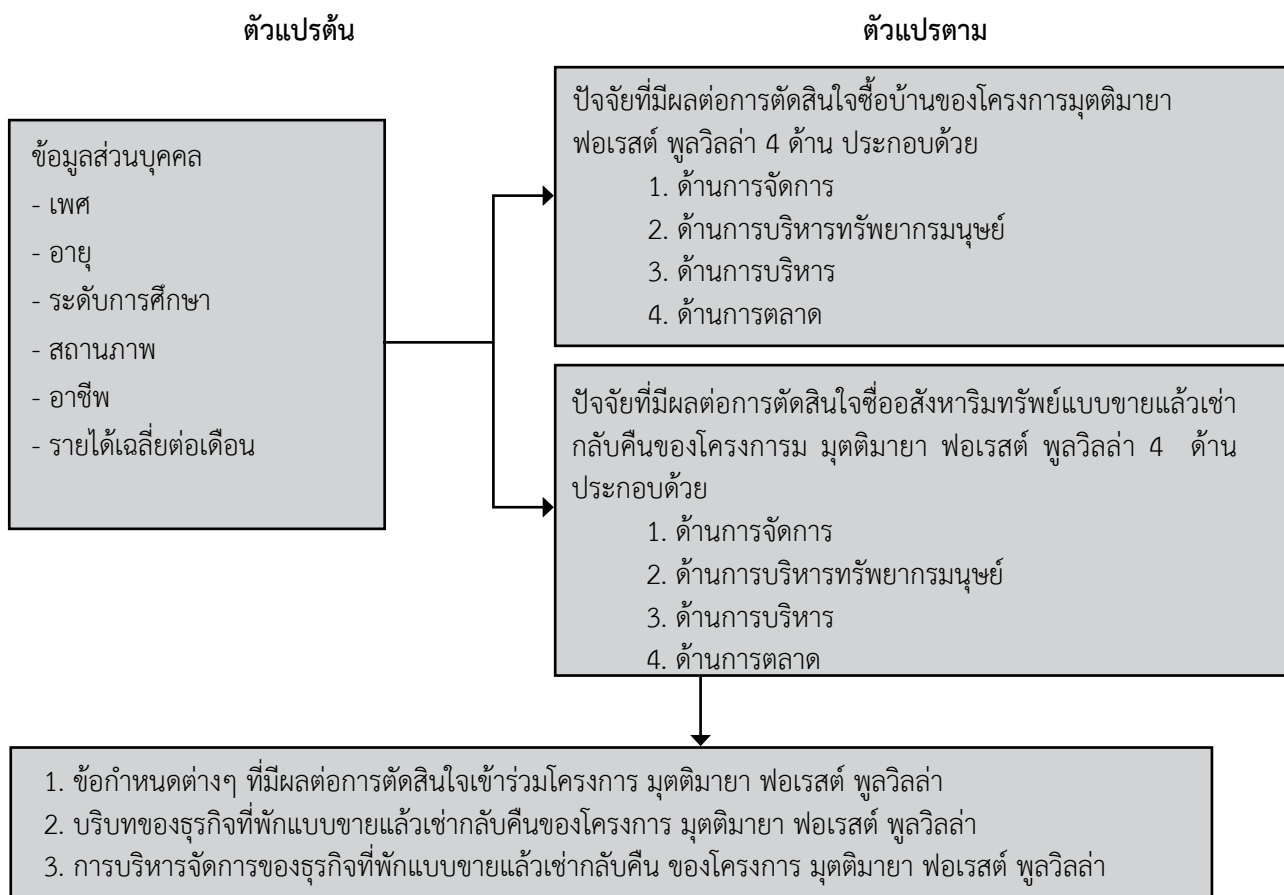
บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยปัจจุบันถือได้ว่ามีอัตราการขยายตัวมากขึ้น จากข้อมูลสถิติโรงแรม และ รีสอร์ท ในปี พ.ศ.2550 บริเวณแหล่งท่องเที่ยวหลักคือ พัทยา ภูเก็ต เชียงใหม่ สมุย หัวหิน มีการเติบโตเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2549 คิดเป็นร้อยละ 9.8 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2550) สืบเนื่องมาจากรัฐบาลมีนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจและส่งเสริมด้านการท่องเที่ยว จึงทำให้มีความต้องการที่พักอาศัยประเภทบ้านพักตากอากาศและอาคารชุดพักตากอากาศเพิ่มมากขึ้น (ผู้จัดการออนไลน์, 2557) นอกเหนือจากแหล่งท่องเที่ยวหลัก ผู้วิจัยพบว่า จังหวัดนครราชสีมาเป็นอีกหนึ่งจังหวัดที่กำลังได้รับความนิยมในการท่องเที่ยวพักผ่อนสำหรับช่วงวันหยุด ด้วยทำเลที่ตั้งที่อยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ มีการคมนาคมที่สะดวกสบาย จึงทำให้มีอัตราจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้นในทุกๆ ปี โดยผู้วิจัยทำการศึกษาจากข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเขตจังหวัดนครราชสีมา ปี พ.ศ. 2552-2554 พบว่า มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเที่ยวในปี พ.ศ. 2552 จำนวน 3,929,523 คน พ.ศ. 2553 จำนวน 5,232,940 คน พ.ศ. 2554 จำนวน 5,771,424 คน (สรุปสถานการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศ

จังหวัดนครราชสีมา พ.ศ. 2552-2554) จะเห็นได้ว่า จังหวัดนครราชสีมา มีแนวโน้มของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นในทุก ๆ ปี โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวหลักของอำเภอปากช่องคือ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวประจำปี พ.ศ. 2556 มาเป็นอันดับหนึ่งของกรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่าและพันธุ์พืช กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ด้วยยอดจำนวนคน 1,077,857 คน (ปี พ.ศ. 2535 จำนวน 852,772 คน) (ผู้จัดการออนไลน์, 2557) เหตุผลดังกล่าวทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และธุรกิจภาคบริการให้ความสนใจลงทุนในเขตพื้นที่อุทยานเขาใหญ่เพิ่มขึ้น เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าที่เพิ่มมากขึ้น และในสถานการณ์ที่พฤติกรรมของผู้บริโภคมีความเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาและคู่แข่งทางธุรกิจเพิ่มขึ้น ทำให้ภาคธุรกิจจะต้องมีความรอบคอบมากขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการจึงต้องสร้างตราสินค้า (brand) ที่มีลักษณะของธุรกิจให้มีความแปลกใหม่ เพื่อที่จะนำมาดึงดูดความสนใจของลูกค้าและสามารถสู้กับผู้ประกอบการรายอื่นได้ และหนึ่งในตราสินค้า (brand) ที่มีคุณลักษณะ (character) ที่ชัดเจน และทำให้คุณลักษณะ (character) นี้กำลังเป็นที่สนใจของผู้ประกอบการในเขต

อุทยานแห่งชาติ เขาใหญ่ก็คือธุรกิจที่พักแบบขายแล้วเช่ากลับคืน (sale and lease back program) และสถานประกอบการแรกๆที่ดำเนินการโดยใช้ระบบการจัดการธุรกิจที่พักแบบขายแล้วเช่ากลับคืนของเขาใหญ่ก็คือ โครงการมุดติมายา ฟอเรสต์พูลวิลล่า เปิดตัวโครงการอสังหาริมทรัพย์ขายบ้านแบบพูลวิลล่าแบบขายแล้วเช่ากลับคืนในปี พ.ศ. 2551 และได้รับการต้อนรับเป็นอย่างดี โดยสามารถปิดการขายโครงการได้ภายในเวลา 1 ปี หลังจากนั้น โครงการมุดติมายา ฟอเรสต์พูลวิลล่า เมื่อวันที่ 2 ธันวาคม พ.ศ. 2552 โดยอยู่ภายใต้การบริหารงานของ โรงแรม ศิริมายา กอล์ฟ รีสอร์ท สปา ได้รับการจัดอันดับจาก Mr. & Mrs. Smith member ให้ติดอันดับ 7 ของโลกในด้านการบริการและเป็นโรงแรมที่เหมาะสมสำหรับคู่รักจาก Agoda.com บริษัทผู้ให้บริการเว็บไซต์สำรองห้องพักในโรงแรมแบบออนไลน์ ซึ่งรับประกันค่าห้องพักที่ดีที่สุดเอเชีย และเป็นส่วนหนึ่งของเครือ Priceline.com (Nasdaq: PCLN) โรงแรมมุดติมายา ยังได้รับการการันตีความโรแมนติกจาก Mr & Mrs. Smith ให้อยู่ใน Top ten most romantic resort in the world อีกด้วย และด้วยวิวที่สวยงามและการบริการเยี่ยมยอด โดยจาก Agoda ให้คำนิยามไว้เป็นโรงแรมโรแมนติกเหนือคำบรรยาย (ผู้จัดการออนไลน์, 2557)

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการสำรวจปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์แบบขายแล้วเช่ากลับคืน เพื่อให้ทราบถึงบริบทและศึกษาระบบการจัดการธุรกิจที่พักแบบขายแล้วเช่ากลับคืน โครงการมุดติมายา ฟอเรสต์พูลวิลล่า ใน 4 ด้านหลัก คือ 1) ด้านการจัดองค์กร 2) ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ 3) ด้านการบริการ และ 4) ด้านการตลาด ว่ามีวิธีการดำเนินการอย่างไร ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์แล้วเช่ากลับคืนและระบบการจัดการธุรกิจที่พักแบบขายแล้วเช่ากลับคืนกรณีศึกษา โครงการมุดติมายา ฟอเรสต์พูลวิลล่า ในครั้งนี้มีความจำเป็นอย่างยิ่งในการศึกษาวิจัย เพราะผลที่ได้จากการศึกษาจะนำไปใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานขององค์กรให้กับผู้บริหารหรือเจ้าของธุรกิจที่เกี่ยวข้องทั้งภาคธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ และธุรกิจบริการ และยังส่งผลต่อความสำเร็จและการดำเนินอยู่ได้ในธุรกิจโรงแรม ซึ่งจะขึ้นต่อภาพรวมของธุรกิจที่พักแรมในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในระดับภูมิภาคต่อไป รวมถึงเป็นแนวทางในการศึกษาให้กับผู้ที่สนใจทั่วไปโดยได้มีการกำหนดกรอบแนวคิดที่จะใช้ในการศึกษาดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อทราบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านของโครงการมุดติมายา ฟอเรสต์พูลวิลล่า
2. เพื่อทราบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์แบบขายแล้วเช่ากลับคืนของโครงการ มุดติมายา ฟอเรสต์พูลวิลล่า
3. เพื่อได้ข้อมูลข้อกำหนดต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจ เข้าร่วมโครงการ มุดติมายา ฟอเรสต์พูลวิลล่า
4. เพื่อทราบบริบทของธุรกิจที่พักแบบขายแล้วเช่ากลับคืนของโครงการ มุดติมายา ฟอเรสต์พูลวิลล่า
5. เพื่อได้ข้อมูลวิธีการบริหารจัดการของธุรกิจที่พักแบบขายแล้วเช่ากลับคืนของโครงการ มุดติมายา ฟอเรสต์พูลวิลล่า

ประโยชน์ของการวิจัย

1. ได้ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านของโครงการมุดติมายา ฟอเรสต์พูลวิลล่า
2. ได้ ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์แบบขายแล้วเช่ากลับคืนของโครงการมุดติมายา ฟอเรสต์พูลวิลล่า
3. ได้ข้อมูลข้อกำหนดต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ มุดติมายา ฟอเรสต์พูลวิลล่า
4. ได้ทราบถึงบริบทของธุรกิจที่พักแบบขายแล้วเช่ากลับคืนของโครงการ มุดติมายา ฟอเรสต์พูลวิลล่า
5. ได้ข้อมูลวิธีการบริหารจัดการของธุรกิจที่พักแบบขายแล้วเช่ากลับคืน ของโครงการ มุดติมายา ฟอเรสต์พูลวิลล่า

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแล้วเช่ากลับคืนและระบบการจัดการธุรกิจที่พักแบบขายแล้วเช่ากลับคืน กรณีศึกษา โครงการ มุดติมายา ฟอเรสต์พูลวิลล่า มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านของโครงการมุดติมายา ฟอเรสต์พูลวิลล่า เพื่อทราบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์แบบขายแล้วเช่ากลับคืนของโครงการ มุดติมายา ฟอเรสต์พูลวิลล่า และได้ข้อมูลข้อกำหนดต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ มุดติมายา ฟอเรสต์พูลวิลล่า ผู้วิจัยกำหนดระเบียบวิธีในการวิจัยโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ประชากร

- ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ประกอบด้วย
- 1.1 เจ้าของบ้านพูลวิลล่าที่ซื้อแล้วให้โครงการเช่ากลับคืนมาบริหารเป็นโรงแรมในโครงการ มุดติมายา ฟอเรสต์พูลวิลล่า จำนวน 64 คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือจำนวนประชากรทั้งหมด
 - 1.2 ผู้บริหารระดับหัวหน้าแผนก ประกอบด้วย
1) ผู้จัดการฝ่ายต้อนรับส่วนหน้า (guest service manager)
2) ผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ (human resource manager) และ 3) ผู้จัดการฝ่ายธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ (kirimaya residence manager)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม คือเจ้าของบ้านพูลวิลล่าที่ซื้อแล้วให้โครงการเช่ากลับคืนมาบริหารเป็นโรงแรมในโครงการ มุดติมายา ฟอเรสต์พูลวิลล่า จำนวน 64 คน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด สถานะภาพอาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นเจ้าของบ้านพูลวิลล่าที่ซื้อแล้วให้โครงการเช่ากลับคืนมาบริหารเป็นโรงแรมในโครงการ มุดติมายา ฟอเรสต์พูลวิลล่า จำนวน 64 คน เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านของโครงการมุดติมายา ฟอเรสต์พูลวิลล่า 4 ด้าน ประกอบด้วย
1) ด้านการจัดการ 2) ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์
3) ด้านการบริการ และ 4) ด้านการตลาด

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของเจ้าของบ้านพูลวิลล่าที่ซื้อแล้วให้โครงการเช่ากลับคืนมาบริหารเป็นโรงแรมในโครงการ มุดติมายา ฟอเรสต์พูลวิลล่า จำนวน 64 คน เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์แบบขายแล้วเช่ากลับคืนของโครงการ มุดติมายา ฟอเรสต์พูลวิลล่า 4 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านการจัดการ 2) ด้านการบริหารทรัพยากร มนุษย์ 3) ด้านการบริการ และ 4) ด้านการตลาด

ส่วนที่ 4 แบบสัมภาษณ์เจ้าของบ้านพูลวิลล่าที่ซื้อแล้ว ให้โครงการเช่ากลับคืนมาบริหารเป็นโรงแรมในโครงการมุดติมายา ฟอเรสต์พูลวิลล่า จำนวน 64 คน เกี่ยวกับข้อมูลข้อกำหนดต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ มุดติมายา ฟอเรสต์พูลวิลล่า การสัมภาษณ์เชิงลึกดังรายละเอียด

ต่อไปนี้เป็น การวิจัยเอกสาร (document research) รวบรวม เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และเอกสารอ้างอิงจากโรงแรม แนวทางการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยใช้เพื่อเก็บข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูลหลัก 3 กลุ่ม ในประเด็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการโรงแรม รูปแบบการขายห้องแล้วเช่ากลับคืน

ส่วนที่ 5 แบบสัมภาษณ์ผู้บริหารระดับหัวหน้าแผนก เกี่ยวกับบริบทของธุรกิจที่พักแบบขายแล้วเช่ากลับคืนของ โครงการ มุตติมายา ฟอเรสต์พูลวิลล่า โดยการวิจัยเอกสาร (document research) รวบรวมเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และเอกสารอ้างอิงจากโรงแรม แนวทางการสัมภาษณ์ ผู้วิจัย ใช้เพื่อเก็บข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูลหลัก 3 กลุ่ม ในประเด็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการโรงแรม รูปแบบการขายห้องแล้วเช่ากลับคืน

ส่วนที่ 6 แบบสัมภาษณ์ผู้บริหารระดับหัวหน้าแผนก เกี่ยวกับวิธีการบริหารจัดการของธุรกิจที่พักแบบขายแล้วเช่ากลับคืน ของโครงการ มุตติมายา ฟอเรสต์พูลวิลล่า ผู้วิจัยใช้ในการศึกษาวิจัยนั้น จะประกอบไปด้วยการวิจัยเอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึกดังรายละเอียดต่อไปนี้ การวิจัยเอกสาร (document research) รวบรวมเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และเอกสารอ้างอิงจากโรงแรม แนวทางการสัมภาษณ์ ผู้วิจัย ใช้เพื่อเก็บข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูลหลัก 3 กลุ่ม ในประเด็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการโรงแรม รูปแบบการขายห้องแล้วเช่ากลับคืน

ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์โดยแบ่งได้ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด สถานะภาพ อาชีพ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จะทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจง ความถี่ (frequency) และการหาค่าร้อยละ (percentage) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็น จะทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย (mean) และส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard division) โดยนำมาวิเคราะห์ ด้วยการกำหนดอันดับภาคชั้น (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2548)

3. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (content analysis) จะใช้วิเคราะห์ข้อมูล ข้อกำหนดต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ บริบทของธุรกิจที่พักแบบขายแล้วเช่ากลับคืนของโครงการ และการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารจัดการของธุรกิจ ที่พักแบบขายแล้วเช่ากลับคืน ของโครงการ มุตติมายา ฟอเรสต์ พูลวิลล่า คือ การวิเคราะห์จากเอกสารที่เกี่ยวข้องทั้งเอกสาร ภายในโรงแรม มุตติมายา ฟอเรสต์ พูลวิลล่า และเอกสารนอก

โรงแรมที่เกี่ยวข้องกับการบริหาร จัดการโรงแรมรูปแบบการ ขายห้องแล้วเช่ากลับคืน การวิเคราะห์ข้อมูลจากการเก็บ รวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ โดยประยุกต์ใช้ข้อมูล ที่รวบรวมมาผนวกกับทฤษฎีตลอดจนงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง แล้วทำการเชื่อมโยงข้อมูลและพิจารณาข้อมูลเพื่อให้สามารถ ตอบวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ได้อย่างสมบูรณ์ จากนั้นจึงสรุป และอภิปรายผลพร้อมข้อเสนอแนะ

นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ด้านการสร้างเครื่องมือวิจัยและด้านการศึกษา เพื่อตรวจสอบ ความเที่ยงตรงของเนื้อหา พร้อมทั้งพิจารณาความถูกต้อง ชัดเจน ของภาษาที่ใช้วิเคราะห์คุณภาพของเครื่องมือ โดยมา หาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruency : IOC) (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2553) โดยคัดเลือก เฉพาะข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป ส่วนข้อที่มีค่า IOC น้อยกว่า 0.5 นำมาปรับปรุงให้เหมาะสม ตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งผลที่ได้จากการทดสอบคือ ค่า IOC = 1.00 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ จึงถือว่าแบบสอบถามนี้ สามารถนำไปใช้ในการเก็บ รวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย ครั้งนี้ได้

ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแล้ว ให้เช่ากลับคืนและระบบการจัดการธุรกิจที่พักแบบขายแล้วเช่า กลับคืน กรณีศึกษา โครงการ มุตติมายา ฟอเรสต์พูลวิลล่า สามารถแสดงผลการวิจัยได้ดังนี้

ข้อมูลส่วนบุคคลของเจ้าของบ้านพูลวิลล่าที่ซื้อแล้วให้ โครงการเช่ากลับคืนมาบริหารเป็นโรงแรมในโครงการ มุตติ มายา ฟอเรสต์พูลวิลล่า จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบ สอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีจำนวน 48 คน (ร้อยละ 75) และเพศหญิง มีจำนวน 16 คน (ร้อยละ 25) ส่วนใหญ่อายุ ระหว่าง 46-55 ปี มีจำนวน 37 คน (ร้อยละ 57.81) จบการ ศึกษาสูงสุดระดับปริญญาโทจำนวน 20 คน (ร้อยละ 31.25) มีสถานภาพ สมรสหรืออยู่ด้วยกันจำนวน 23 คน (ร้อยละ 35.94) ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวจำนวน 50 คน (ร้อยละ 78.13) และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 5 ล้านบาท ขึ้นไป จำนวน 19 คน (ร้อยละ 29.69)

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้าน
ในภาพรวม

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้าน	ระดับความคิดเห็น (N = 64)			
	μ	σ	ระดับ	ลำดับ
1. ด้านการจัดการ (B)	3.72	.79	มาก	3
2. ด้านทรัพยากรมนุษย์ (P)	3.67	.90	มาก	4
3. ด้านการบริการ (S)	3.91	.71	มาก	1
4. ด้านการตลาด (M)	3.77	.87	มาก	2
รวม	3.77	.73	มาก	

ปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจซื้อบ้าน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยด้านการบริการ (S)

มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 รองลงมาคือ ด้านการตลาด (M) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 ด้านการจัดการ (B) มีค่าเฉลี่ย 3.72 และด้านด้านทรัพยากรมนุษย์ (P) มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.67 ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในธุรกิจที่พัก ขายแล้วเช่ากลับคืน	ระดับความคิดเห็น (N = 64)			
	μ	σ	ระดับ	ลำดับ
1) ด้านการจัดการ (B)	3.88	.74	มาก	2
2) ด้านทรัพยากรมนุษย์ (P)	3.59	1.07	มาก	3
3) ด้านการบริการ (S)	3.48	1.00	มาก	4
4) ด้านการตลาด (M)	3.89	.83	มาก	1
รวม	3.71	.76	มาก	

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์แบบขายแล้วเช่ากลับคืนของโครงการ มุดติมายา ฟอเรสต์พูลวิลล่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการตลาด (M) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 รองลงมาคือ ด้านการจัดการ (B) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ด้านทรัพยากรมนุษย์ (P) มีค่าเฉลี่ย 3.59 และด้านการบริการ (S) มีค่าเฉลี่ย 3.48 ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแล้วให้เช่ากลับคืนของเจ้าของบ้านพักพูลวิลล่าในระดับที่มากที่สุด มี 9 ปัจจัย ได้แก่ 1) วิถีทัศน์และบรรยากาศ 2) ทำเลที่ตั้ง 3) การเพิ่มมูลค่าของทรัพย์สินเพื่อการลงทุน 4) การกำหนดราคาเช่า 5) ความคุ้มค่าต่อการลงทุน 6) ผลตอบแทนในรูปแบบของค่าเช่า 7) ความปลอดภัยของโครงการ 8) การมีสิทธิได้กลับมาพักที่โครงการ 9) การคมนาคมสะดวกในการเข้าถึง และความคิดเห็นของบ้านพักตากอากาศ

บริบทของธุรกิจที่พักแบบขายแล้วเช่ากลับคืน ของโครงการ มุดติมายา ฟอเรสต์พูลวิลล่าพบว่าบริษัทโรงแรม

ประเภทขายห้องแล้วเช่ากลับคืน กับบริบทธุรกิจที่พักแบบขายแล้วเช่ากลับคืน ของโครงการ มุดติมายา ฟอเรสต์พูลวิลล่า มีวิธีการดำเนินการที่เหมือนกัน จัดอยู่ในโครงการเพื่อขายแล้วรับเช่ากลับคืนเพื่อนำกลับมาบริหารจัดการในรูปแบบโรงแรมหรือโปรแกรมที่เรียกว่า Kirimaya Residence Leaseback Program ซึ่งเป็นการช่วยบริหารและดูแลวิลล่าให้กับเจ้าของ ในขณะที่ไม่ได้มาพักผ่อน โครงการนี้จะทำให้เจ้าของวิลล่าสามารถมั่นใจได้ว่าตัววิลล่าจะได้รับการดูแลในสภาพที่ดีเสมอด้วยมาตรฐานระดับโรงแรม 5 ดาว สนนราคาของแต่ละยูนิตในมุดติมายาคือ 11 ล้านบาท ซึ่งในการดำเนินธุรกิจดังกล่าวได้มีการกำหนดเงื่อนไขการขายแล้วรับเช่ากลับคืนดังนี้คือเจ้าของวิลล่าจ่ายเงินดาวน์เพียง 3.3 ล้านบาท มีการกำหนดค่าเช่าต่อเดือนๆ ละ 27,000 บาท ตลอดเวลาที่อยู่ในโปรแกรมมีสิทธิได้กลับมาพักที่โครงการ 30 วันต่อ ปี โดยมีการจัดทำเป็นใบสมนาคุณ (voucher) ให้กับเจ้าของบ้าน ซึ่งไม่กำหนดให้ผู้เข้าพัก ดังนั้นเจ้าของสามารถให้วอเชอร์ (voucher) นี้ให้ใครเข้ามาพักก็ได้ โดยมีการกำหนดเป็น 15 สำหรับวันศุกร์ เสาร์ และนักชัตตฤกษ์ และ 15 วัน สำหรับวันอาทิตย์ถึง

พฤษภาคม โดยการใช้บัตรต้องแจ้งล่วงหน้า 30 วัน โดยจะมีพนักงานต้อนรับ (villa host) คอยดูแลการรับจองห้องพักและสรุปการเข้าพักทั้งหมดให้กับเจ้าของวิลล่าให้รับทราบ และจะจัดสรรแขกเข้ามาพักในแต่ละวิลล่าปีละไม่เกิน 130 วัน ตามที่สัญญาได้ระบุไว้ ถ้าโครงการนำบ้านไปบริหารเกินกว่าที่กำหนดไว้ในสัญญาจะมีการแบ่งรายได้ออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนแรกให้กับเจ้าของบ้าน ส่วนที่สองเป็นของโรงแรม และส่วนที่สามเป็นค่าดูแลรักษาวิลล่า ซึ่งจะมีการแบ่งให้เท่าๆ กัน แต่ถ้าเจ้าของบ้านต้องการพักเกินกว่า 30 วันต่อปี ที่ได้กำหนดไว้ตามข้อสัญญาเจ้าของบ้านสามารถเข้าพักได้ในอัตราราคาพิเศษ โดยที่ถ้าเข้าพักในวันธรรมดาคือวันอาทิตย์ถึงวันพฤหัสบดี จะเสียค่าห้องอยู่ในราคา 2,500 บาทและถ้าเป็นช่วงวันศุกร์ เสาร์ หรือวันหยุดชดเชย จะเสียค่าห้องอยู่ในราคา 7,500 บาทจากราคาปกติ 22,000 บาท แต่ข้อจำกัดคือต้องเป็นเจ้าของบ้านและสมาชิกที่มีสิทธิ์ตามที่ได้ระบุรายชื่อไว้ในสัญญาเท่านั้นจึงจะสามารถใช้อัตราราคาพิเศษนี้ได้ นอกเหนือจากนี้แล้วเจ้าของวิลล่ายังได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ ภายในโครงการ เช่นได้รับส่วนลดค่าอาหารและเครื่องดื่ม สปา ได้รับ Golf Membership เป็นต้น การปลอดการชำระค่าส่วนกลาง การปลอดการเสียค่าซ่อมบำรุง ทำสัญญาเช่าครั้งแรก 3 ปี และจะต่อสัญญาอีก 3 ปี

วิธีการบริหารจัดการธุรกิจที่พักแบบขายแล้วเช่ากลับคืน โครงการ มุดติมายา ฟอเรสต์พูลวิลล่า

1. ด้านการจัดองค์กร

เนื่องจากองค์กรของโครงการ มุดติมายา ฟอเรสต์พูลวิลล่าเป็นโรงแรมขนาดเล็ก ทำให้มีข้อได้เปรียบในการบริหารจัดการคือ ช่วยลดขั้นตอนและระยะเวลาในการดำเนินงานภายในองค์กร ทำให้สามารถตัดสินใจให้บริการหรือตัดสินใจแก้ปัญหาได้รวดเร็วสามารถตอบสนองต่อความต้องการ และสามารถสร้างความพึงพอใจแก่ผู้รับบริการได้เพิ่มมากขึ้นด้วยเช่นกัน นอกจากนี้ยังเกิดความได้เปรียบด้านความชัดเจนและประสิทธิภาพในการสื่อสาร เป็นการช่วยลดอัตราความผิดพลาดจากการสื่อสารเนื่องจากการสื่อสารส่วนใหญ่ จะเป็นการสื่อสารโดยตรงไม่ต้องผ่านผู้บริหารหลายระดับเหมือนโครงสร้างองค์กรขนาดใหญ่และพบว่าแผนก Front Office มีความแตกต่างในเรื่องของหน้าที่ในการดำเนินงานที่มีหน้าที่เพิ่มเติมนอกเหนือจากโรงแรมประเภทอื่นคือนอกเหนือจากการดูแลลูกค้าในการเช็คอิน เช็คเอาท์ และให้บริการข้อมูลต่างๆ แล้ว Villa Host ยังมีหน้าที่ดูแลลูกค้าที่เป็นเจ้าของวิลล่าด้วยเพื่อช่วยเหลือในการรับจองห้องพักให้กับเจ้าของบ้าน รวมถึง

สรุปและวางแผนการใช้ใบสมนาคุณ (voucher) และแจ้งรายละเอียดสรุปให้เจ้าของบ้านทราบทุกเดือนรวม ถึงการรับแจ้งประสานงานเรื่องการซ่อมบำรุงรักษาบ้านกับทางแผนกแม่บ้านและแผนกช่าง และสำหรับแผนกที่เพิ่มเติมเข้ามาสำหรับองค์กรโรงแรมขายห้องแล้วเช่ากลับคืน คือ Kirimaya Residence ซึ่งหน้าที่หลักคือการขายอสังหาริมทรัพย์และประสานงานโดยตรงกับแผนก Front Office ดังนั้น 2 แผนกนี้จะมีความเกี่ยวพันกันมากในเรื่องของการดำเนินงาน สำหรับแผนกอื่นๆ ของโรงแรมนั้นก็จะมีการปฏิบัติงานเหมือนกับโรงแรมทั่วไป

2. ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์

จากการศึกษาพบว่าโรงแรม มุดติมายา ฟอเรสต์พูลวิลล่า มีการบริหารจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ไม่ได้แตกต่างจากองค์กรโรงแรมประเภทอื่นๆ คือมีการดำเนินการในกระบวนการของการออกแบบและการวิเคราะห์งาน การสรรหาคัดเลือก การบรรจุแต่งตั้ง การประเมินผลการปฏิบัติงาน การฝึกอบรมและการพัฒนา การจ่ายค่าตอบแทน การบำรุงรักษาสุขภาพอนามัย การควบคุมด้านวินัยและการลงโทษ และ กฎหมายเกี่ยวกับแรงงาน แต่ที่แตกต่างคือการออกแบบและวิเคราะห์ที่มีความแตกต่างออกไปของแผนกต้อนรับส่วนหน้า และมีแผนกคิริมายา เรสซิเดนซ์ เพิ่มเติมขึ้นมา เพื่อรองรับการทำงานโรงแรมรูปแบบการขายห้องแล้วเช่ากลับคืน

3. ด้านการบริการ

โรงแรม มุดติมายา ฟอเรสต์พูลวิลล่า ยืนอยู่บนปัจจัยพื้นฐานที่ผู้รับบริการใช้ในการตัดสินใจคุณภาพของการบริการ มีทั้งหมด 5 ด้าน คือ 1) ความเอาใจใส่ (empathy) 2) ความสะดวกรวดเร็ว (responsiveness) 3) ความมั่นใจ (assurance) 4) ความไว้วางใจ (reliability) และ 5) จับต้องได้ (tangibles) โดยเน้นการให้บริการที่ใกล้ชิด และพยายามตอบสนองความต้องการพื้นฐานของผู้ใช้บริการเนื่องจากต้องการให้ผู้ใช้บริการรู้สึกว่าการเข้ามาพักที่โรงแรม มุดติมายา ฟอเรสต์พูลวิลล่า เหมือนเป็นการอยู่บ้านหลังที่สอง โดยโรงแรมจะมีการกำหนดมาตรฐานในการให้บริการในทุกขั้นตอน หรือเรียกว่า SOP (Standard of Procedure) ให้ครอบคลุมการบริการทั้ง 5 ด้าน ซึ่งสามารถใช้ได้ทั้งลูกค้าทั่วไป และลูกค้าที่เป็นเจ้าของวิลล่า โดยที่พนักงานทุกคนจะต้องยึดถือปฏิบัติกับลูกค้าที่เหมือนกันตามมาตรฐานที่ทางโรงแรมได้ตั้งไว้เท่านั้น ซึ่งจะมีการสุ่มเช็คจากทางหัวหน้าแผนก Duty Manager และมีการจ้างบริษัทข้างนอกหรือที่เรียกว่า Audit เข้ามาตรวจเช็ค

การบริการของพนักงานในทุกส่วนและแจ้งผลให้ทาง Group General Manager /Hotel Manager ทราบเพื่อทราบถึงประสิทธิภาพด้านการบริการของพนักงานและพัฒนาศักยภาพในด้านการบริการต่อไป

4. ด้านการตลาด

จากการศึกษามิติด้านการตลาดของโรงแรมศิริมา ยา กอล์ฟ รีสอร์ทสปา เขาใหญ่ จังหวัด นครราชสีมา (โครงการ มุตติมา ยา ฟอเรสต์พูลวิลล่า) พบว่าช่องทาง การตลาดที่โรงแรมใช้มากที่สุด คือ เว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ต โดยเว็บไซต์ที่สร้างยอดขายมากที่สุด คือ Agoda, Booking.com และ Hotel.com นอกจากนี้ยังมีช่องทางการประชาสัมพันธ์คือ การเดินสายร่วมกิจกรรมประชาสัมพันธ์ ร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ของโรงแรมให้เป็นที่รู้จักทั้งในและต่างประเทศ ทั้งรูปแบบการออกบูธ การจัดโรดโชว์ ทั้งในและต่างประเทศ เป็นต้น โดยลูกค้ากลุ่มเป้าหมายจะเน้นในรูปแบบของลูกค้า FIT และ Group

อภิปรายผล

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านของโครงการ มุตติมา ยา ฟอเรสต์พูลวิลล่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านการจัดการ ได้แก่ ความปลอดภัยภายในโครงการ ทำเลที่ตั้ง และขนาดพื้นที่ใช้สอย การลดหย่อนภาษี 2) ด้านทรัพยากรมนุษย์ ได้แก่ มีคนช่วยดูแลที่พักและอำนวยความสะดวก พนักงานมีความเป็นมืออาชีพและใส่ใจในการบริการ 3) ด้านการบริการ ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน การบริการหลังการขาย และความสะดวกในการเข้าถึงโครงการ และ 4) ด้านการตลาด ได้แก่ การส่งเสริมการขาย ชื่อเสียงของโครงการ และคำแนะนำจากเพื่อน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เฉลิมพงษ์ ชยวิทย์ (2553) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคา 3-5 ล้านบาท ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคา 3-5 ล้านบาท ให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ส่วนประสมการตลาดในระดับสำคัญมากในทุกปัจจัยเรียงลำดับดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่และการส่งเสริมการตลาด ซึ่งมีปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญลำดับแรกในแต่ละด้านดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่องงานก่อสร้างมีคุณภาพและมาตรฐาน ปัจจัยด้านราคาในเรื่องราคาที่เหมาะสม ปัจจัยด้านสถานที่ในเรื่องความสะดวกในการเดินทางเข้า และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในเรื่องมีการให้

ของแถมเพิ่มในช่วงที่มีการส่งเสริมการขาย

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์แบบ ขายแล้วเช่ากลับคืนของโครงการ มุตติมา ยา ฟอเรสต์พูลวิลล่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า 1) ด้านการจัดการ ได้แก่ การบริการหลังการขาย สิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน และความสะดวกในการเข้าถึงโครงการ 2) ด้านทรัพยากรมนุษย์ ได้แก่ การจัดหาบุคคลมาช่วยอำนวยความสะดวกอย่างใกล้ชิดระหว่างเข้าร่วมโครงการ 3) ด้านการบริการ ได้แก่ การมีสิทธิได้กลับมาพักที่โครงการ และ 4) ด้านการตลาด ได้แก่ การมีสิทธิพิเศษต่างๆ ภายในโครงการเช่น ส่วนลดห้องพัก ส่วนลด สปา ของโรงแรม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จตุพร วาริตรี (2554) ได้วิจัยเรื่อง กลยุทธ์การขายแล้วรับเช่ากลับคืนสำหรับอสังหาริมทรัพย์ ประเภทบ้านพักตากอากาศ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อแล้วให้เช่ากลับมี 9 ปัจจัย ได้แก่ 1) วิถีทัศน์และบรรยากาศ 2) ทำเลที่ตั้ง 3) การเพิ่มมูลค่าของทรัพย์สินเพื่อการลงทุน 4) การการันตีค่าเช่า 5) ความคุ้มค่าต่อการลงทุน 6) ผลตอบแทนในรูปของค่าเช่า 7) ความปลอดภัยภายในโครงการ 8) การมีสิทธิได้กลับมาพักที่โครงการ และ 9) การคมนาคมสะดวกในการเข้าถึงโครงการ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาโครงการเพื่อขายแล้วรับเช่ากลับคืนมี 4 ปัจจัย ได้แก่ 1) ลักษณะทางกายภาพที่สนับสนุนโครงการ 2) ความคุ้มค่าต่อการลงทุน 3) การครอบคลุมเงื่อนไขการเช่ากลับ และ 4) ปัญหาและอุปสรรคในการบริหารเป็นโรงแรม ทั้งนี้ความสัมพันธ์ระหว่าง 2 ชุด ปัจจัยข้างต้น นำมาสู่การกำหนดกลยุทธ์การขายแล้วรับเช่ากลับคืนได้ 2 กลยุทธ์ ได้แก่ 1) กลยุทธ์เชิงกระบวนการการบริหารกายภาพ และกลยุทธ์เชิงกระบวนการกำหนดเงื่อนไขการเช่ากลับ โดยกลยุทธ์ทั้ง 2 จำต้องดำเนินการภายใต้ความร่วมมือแบบอรรถประโยชน์ร่วมระหว่างเจ้าของบ้านพักตากอากาศที่ซื้อแล้วให้โครงการเช่ากลับคืน และเจ้าของโครงการหรือผู้บริหารโครงการที่พัฒนาโครงการบ้านพักตากอากาศเพื่อขายแล้วรับเช่ากลับคืน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

1. ปัจจัยทางกายภาพ วิถีทัศน์และบรรยากาศ ทำเลที่ตั้งเป็นแหล่งท่องเที่ยวและการคมนาคมที่สะดวก บ้านพักตากอากาศหรืออาคารชุดจัดว่าเป็นบ้านหลังที่สองของผู้ซื้อควรตั้งอยู่ในทำเลที่วิว ทิวทัศน์และบรรยากาศที่ดีและการคมนาคมที่สะดวก เพื่ออำนวยความสะดวกและเป็นการ

ปลีกตัวจากเมืองหลวง

2. การคุ้มค่าต่อการลงทุนที่เจ้าของบ้านพักควรคำนึงถึงการเพิ่มมูลค่าของทรัพย์สินเพื่อการลงทุน การการันตีราคาเช่าผลตอบแทนในรูปของค่าเช่า เนื่องจากบ้านพักตากอากาศเป็นสถานที่ใช้พักผ่อนชั่วคราว หากไม่ได้อาศัยอยู่เป็นประจำ การซื้อ บ้านดังกล่าวนอกจากจะสร้างความภาคภูมิใจในการเป็นเจ้าของแล้ว ยังส่งผลต่อการเติบโตของธุรกิจท่องเที่ยวร่วมด้วย

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาในครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงรูปแบบของธุรกิจที่พักที่มีการขายแล้วเช่ากลับคืน ซึ่งถือว่าเป็นอีกหนึ่งธุรกิจด้านที่พักที่น่าสนใจ เนื่องจากทำให้ลูกค้ารู้สึกเสมือนว่าเป็นเจ้าของธุรกิจ และก่อให้เกิดรายได้จากการลงทุน ดังนั้นหากมีการศึกษาต่อไปในส่วนของพฤติกรรมและผลตอบรับของลูกค้า อัตราการเข้าพักของลูกค้าที่เป็นเจ้าของบ้านแต่ละรายต่อปี จำนวนลูกค้าที่ต่อสัญญา รวมถึงปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าผู้เป็นเจ้าของวิลล่าต้องการต่อสัญญากับทางโรงแรม อาจทำให้มีข้อมูลสำคัญที่สามารถขยายธุรกิจให้เติบโตต่อไปได้อีก และปรับปรุงรูปแบบหรือมาตรฐานของธุรกิจให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ที่เป็นต้องการเป็นเจ้าของวิลล่าได้

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจาก ดร.จิราณูช โสภาก อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้กรุณาให้ความรู้ คำปรึกษา คำแนะนำ ตลอดจนตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างยิ่ง จนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ขอกราบขอบพระคุณ ดร. ชมพูนุช จิตติถาวร ที่กรุณาให้คำแนะนำ แก้ไขและตรวจสอบเนื้อหา เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเครื่องมือด้านสถิติ จนทำให้การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้สมบูรณ์ ขอขอบพระคุณอาจารย์และเจ้าของงานวิชาการต่างๆ ที่ผู้ศึกษาได้อ้างถึง ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่าน ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์อำนวยความสะดวกและให้ความร่วมมือเป็นอย่างยิ่งในการเก็บข้อมูล แบบสอบถามเป็นอย่างดี คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากการศึกษาค้นคว้าฉบับนี้ ผู้ศึกษาค้นคว้าขอมอบความดีให้แก่ผู้มีพระคุณทุกท่าน

เอกสารอ้างอิง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2550). *Number of Accommodations in Thailand 2007*. กรุงเทพมหานคร : กลุ่มฐานข้อมูลการตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (ไฟล์ดิจิทัล).

จตุร วาริศรี. (2554). *กลยุทธ์การขายแล้วรับเช่ากลับคืน สำหรับบอสังหาริมทรัพย์ประเภทบ้านพักตากอากาศ*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาคศึกษานวัตกรรมการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.

เฉลิมพงศ์ ชยวัชโรดม. (2553). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคา 3-5 ล้านบาท ของผู้บริโภค ในกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาคศึกษารัฐกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.

ธานินทร์ ศิลปจารุ. (2553). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS (พิมพ์ครั้งที่ 11)*. กรุงเทพมหานคร : เอส.อาร์. พรินติ้งแมสโปรดักส์.

ผู้จัดการออนไลน์. (2557). *สวีตสุดๆ กับโรงแรมสุดโรแมนติก สำหรับทริปคู่รัก*. สืบค้นเมื่อ 26 เมษายน 2558, จาก <http://www.manager.co.th/CelebOnline/ViewNews.aspx?NewsID=9570000018112&Html=1&TabID=2&>

ศิริชัย พงษ์วิชัย. (2548). *การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์*. (พิมพ์ครั้งที่ 15). กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ คณะ. (2541). *การวิจัยธุรกิจ*. กรุงเทพมหานคร : เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ.

ผู้เขียนบทความ

นางสาวนุสรา ปานโต

นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว

มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด

เลขที่ 16 กม. 2 ถนนมอเตอร์เวย์ แขวงประเวศ เขตประเวศ

กรุงเทพมหานคร 10250

Nussara_somsom@hotmail.com