สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ

๖๐ปี มหาวิทยาลัยบูรพา

คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

การประชุมวิชาการรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์แห่งชาติ ครั้งที่ 15

"โลกาภิวัตน์ ภูมิภาคอภิวัตน์ ท้องถิ่นอภิวัตน์: นัยต่อสังคมไทย"

(Globalization, Regionalization, and Localization: Implications for Thai Society)

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ

๖๐ปี มหาวิทยาลัยบูรพา

คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

The 15th National Conference on Political Science and Public Administration 2015

การประชุมวิชาการ รัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์แห่งชาติ ครั้งที่ 15

บทความฉบับเต็ม

โลกาภิวัตน์ ภูมิภาคอภิวัตน์ ท้องถิ่นอภิวัตน์: นัยต่อสังคมไทย

Globalization, Regionalization and Localization: Implications for Thai Society

จัดโดย

คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

ได้รับทุนอุดหนุนการทำกิจกรรมส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัยจาก

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ

3

การประชุมวิชาการรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์แห่งชาติ ครั้งที่ 15 โลกาภิวัตน์ ภูมิภาคอภิวัตน์ ท้องถิ่นอภิวัตน์: นัยต่อสังคมไทย

Globalization, Regionalization and Localization: Implications for Thai Society

ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ

1. ศาสตราจารย์ ดร. อนุสรณ์ ลิ่มมณี
2. รองศาสตราจารย์ ดร. วีระ สมบูรณ์
3. รองศาสตราจารย์ ดร. ไชยยันต์ ไชยพร
4. รองศาสตราจารย์ ดร. ธันวัฒน์ รัตนสัค
5. รองศาสตราจารย์ ดร. สมศักดิ์ สามัคคีธรรม
6. รองศาสตราจารย์ ดร.ปิยากร หวังมหาพร
7. รองศาสตราจารย์ ดร. ศุภวัฒนากร วงศ์ธนวสุ
8. รองศาสตราจารย์ ดร. อัชกรณ์ วงศ์ปรีดี
9. รองศาสตราจารย์ ดร. โคทม อารียา
10. รองศาสตราจารย์ ดร. ชัยยนต์ ประดิษฐ์ศิลป์
11. รองศาสตราจารย์ ดร. โกวิทย์ กังสนันท์
12. รองศาสตราจารย์มานิต ศุทธสกุล
13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พิศาล มุกดารัศมี
14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พจนา พิชิตปัจจา
15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. รุ้งนภา ยรรยงเกษมสุข
16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ไพฑูรย์ โพธิสว่าง
17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ร้อยตรี ดร. ณัฐกริช เปาอินทร์
18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศุภมิตร ปิติพัฒน์
19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธีระ กุลสวัสดิ์
20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สัมฤทธิ์ ยศสมศักดิ์
21. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. บุษบง ชัยเจริญวัฒนะ
22. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โอฬาร ถิ่นบางเตียว
23. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประพีร์ อภิชาตสกล
24. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เกษม เพ็ญพินันท์
25. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. รงค์ บุญสวยขวัญ
26. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศาสตรินทร์ ตันสุน
27. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุระชัย ชูผกา

28. ร้อยตำรวจเอก ดร. วิเชียร ตันศิริคงคล
29. ดร. นิติ มณีกาญจน์
30. ดร. เก่งกิจ กิติเรียงลาภ
31. ดร. ปิยะ นาควัชระ
32. ดร. วีระยุทธ พรพจน์ธนมาศ
33. ดร. ภัสนันท์ พ่วงเถื่อน
34. ดร. อนุรัตน์ อนันทนาธร
35. ดร. อมรทิพย์ อมราภิบาล
36. ดร. ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์
37. พันตำรวจโท ดร. ไวพจน์ กุลาชัย
38. ดร. มาโนชญ์ อารีย์
39. ดร. จักรี ไชยพินิจ
40. ดร. ชัยณรงค์ เครือนวน
41. ดร. สกฤติ อิสริยานนท์
42. ดร. ชัยณรงค์ ศรีมันตะ
43. ดร. บุญรอด บุญเกิด
44. ดร. สกุล อ้นมา
45. ดร. บุญเลิศ ยองเพ็ชร
46. ดร. สรชัย ศรีนิสานต์สกุล
47. ดร. สติธร ธนานิธิโชติ
48. ดร. โชติสา ขาวสนิท
49. ดร. ภัทรพงษ์ รัตนเสวี
50. ดร. ภัทราวดี มากมี
51. อาจารย์พงศธร แก้วมณี
52. อาจารย์ณัฐวัฒน์ กฤตยานวัช
53. อาจารย์จิรายุทธ์ สีม่วง
54. อาจารย์นพวรรณ พึ่งพา
55. นายปกรณ์ สัตยวณิช

กลยุทธ์การตลาดของธุรกิจโรงแรม เฌอ รีสอร์ท อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี

MARKETING STRATEGY OF THE HOTEL BUSINESS CHER RESORT IN CHAAM, PHETCHABURI

มนัสสินี บุญมีศรีสง่า[1] พชรมน วิภาตนาวิน[2]
[1] อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
[2]นักศึกษาปริญญาตรี สาขาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1)เพื่อศึกษากลยุทธ์ของการบริหารของธุรกิจโรงแรมบูติกขนาดเล็กในเขตพื้นที่ชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 2)เพื่อศึกษาแนวทางการปฏิบัติที่ดีในการดำเนินธุรกิจโรงแรมบูติกขนาดเล็กในเขตพื้นที่ชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และ 3)เพื่อศึกษาปัญหาและแนวทางการแก้ปัญหาด้านการประกอบธุรกิจโรงแรมบูติกขนาดเล็กในเขตพื้นที่ชะอำ จังหวัดเพชรบุรี เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์ระดับลึก (In-depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลหลัก ผู้บริหาร 1 คน พนักงานต้อนรับ 2 คน และลูกค้าที่เข้าพัก 4 คน รวมทั้งหมด 7 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ โทรศัพท์ Iphone5, Ipad2 และ กล้อง Cannon

ผลการวิจัยพบว่า 1)ผู้ที่เข้ามาใช้บริการ เฌอ รีสอร์ท ต้องการพักผ่อน ในบรรยากาศเงียบสงบ และบริการที่มีคุณภาพ 2)รูปแบบและกลยุทธ์การตลาดธุรกิจกาของ เฌอ รีสอร์ทเป็นแบบธุรกิจครอบครัว เป็นการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นระบบ ใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด มาเป็นเครื่องมือสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้มาใช้บริการ และการฝึกอบรมพนักงานให้บริการแก่ผู้เข้าพัก ผู้บริหารมีวิสัยทัศน์ชัดเจน มุ่งเน้นความเป็นส่วนตัวให้แก่ลูกค้า 3) อุปสรรคที่พบ คือ ผู้เที่มาใช้บริการเพิ่มขึ้นทุกปี ที่พักไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าในวันหยุดสุดสัปดาห์ ส่งผลให้สูญเสียโอกาสทางการตลาด จำเป็นต้องมีการแก้ไขและปรับปรุงปัญหาดังกล่าว เพื่อส่งเสริมให้เฌอ รีสอร์ท มีความมั่นคงในธุรกิจ

คำสำคัญ: กลยุทธ์, ธุรกิจโรงแรม, โรงแรมบูติก, การบริการ, เพชรบุรี

Abstract

This research aims to 1) To study the strategy of the management of a small boutique hotel in Cha-am district Phetchaburi Province 2) To study the best practices in business, a small boutique hotel in Cha-am district Phetchaburi Province 3) To identify problems and solutions for enterprises, small businesses Christ Ministries boutique hotel in Cha-am district Phetchaburi Province A qualitative study In-depth interviews key informants including one executive This research aims to 1) study the business operations of Cher Resort Cha-am, Phetchaburi Province. 2) to study the strategic management of a small boutique hotel in Cha-am district. Phetchaburi and 3) to study the success factors of entrepreneurs, small boutique hotel in Cha-am district. Phetchaburi Province A qualitative study In-depth interviews (In-depth Interview) key informants including one executive, two staff and four customers, including seven people, Equipment are used in research is iPhone 5, iPad 2 and Cannon Camera

The results showed that the 1) who use the service JE resort to rest in a quiet atmosphere and quality service 2) model and marketing strategy for the business. Cher, the resort is a family business. Marketing mix strategy Is a tool to create satisfaction to the service. And employee training service for the guests from the administrators have a clear vision Focus on customer privacy 3).Is the flight service uses up every year. Accommodation is not adequate to the needs of customers in the weekend. Result in loss of market opportunities. Need to be modified and improved the problem in order to promote Cher resort.

Keywords: strategy , business hotel , boutique hotel , services , Phetchaburi

บทนำ

จากสถานการณ์เศรษฐกิจในปัจจุบัน พบว่าปัจจัยแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจและสังคมมีความผันผวนอย่างมาก ทางด้านค่าเงินบาท อัตราดอกเบี้ย ความไม่สงบทางการเมือง ล้วนแล้วแต่เป็นประเด็นสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทยเป็นอย่างมาก แต่ทว่าการขยายตัวอย่างรวดเร็วของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลับทวีบทบาทมาก ประกอบกับนโยบายและกิจกรรมส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวอย่างจริงจังและต่อเนื่องของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งหน่อยงานภาครัฐและภาคเอกชน ส่งผลให้มีนักท่องเที่ยวเข้าท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวนมากขึ้น จากข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยในปี 2554 มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2555 พบว่ามีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาจำนวน 22,353,903 คน และในปีพ.ศ.2556 นักท่องเที่ยวมีจำนวน 26,546,725 คน สถานการณ์นักท่องเที่ยวในช่วงเดือนมกราคม – กรกฎาคม 2557 มีจำนวน 13,626,929 คน มีการหดตัวร้อยละ 10.47 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีผ่านมาการหดตัวดังกล่าวเป็นผลจากการลดลงของจำนวนนักท่องเที่ยวต่อเนื่องกันกว่า 7 เดือน จากแนวโน้มดังกล่าวคาดว่า สถานการณ์โดยรวมจะปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง (กรมการท่องเที่ยว, 2557)

ในปี 2557 การท่องเที่ยวได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ทางการเมืองในประเทศ ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศลดลงร้อยละ 6.7 จากปีก่อน จนกระทั่งมีการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง เมื่อวันที่ 22 พฤษภาคม 2557 ทำให้นักท่องเที่ยวจีนซึ่งเป็นตลาดอันดับที่ 1 ของไทยสามารถฟื้นตัวกลับมาได้อย่างรวดเร็วหลังจากสถานการณ์ทางการเมืองในประเทศคลี่คลายและทำสถิติสูงสุดเป็นประวัติการณ์ได้อีกครั้งในช่วงไตรมาสสุดท้ายของปีแม้ภาวะเศรษฐกิจจีนจะชะลอตัวส่วนหนึ่งเป็นผลจากมาตรการเร่งฟื้นฟูและมาตรการยกเว้นค่าธรรมเนียมวีซ่านักท่องเที่ยวจีนและไต้หวันเป็นเวลา 3 เดือน ตั้งแต่เดือนสิงหาคม – พฤศจิกายน 2557 (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2557) ทางด้านของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) สาขาการบริการที่มีมูลค่า GDP มากที่สุดคือ สาขาโรงแรมและภัตตาคารมีมูลค่ารวม 621,684.0 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40.1 ต่อมูลค่ารวมของ SMEs ภาคการบริการสาขาอสังหาริมทรัพย์มีมูลค่ารวม 266,262.0 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 17.2 ต่อมูลค่ารวมของ SMEs (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2557)ภาคการบริการ ได้แก่ โรงแรมระดับห้าดาว โฮมสเตร์ เกสท์เฮาส์ และโรงแรมบูติก ปัจจุบันธุรกิจโรงแรมและที่พักประเภทบูติกเป็นที่ยอมรับกันอย่างแพร่หลายในกลุ่มนักท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นธุรกิจที่สะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ มีความโดดเด่น ทางด้านสถาปัตยกรรม และรูปแบบของการให้บริการที่สามารถตอบสนองความต้องการพื้นฐานของลูกค้า สร้างความอิสระให้กับนักท่องเที่ยว จุดเด่นที่สำคัญของโรงแรมประเภทบูติก คือ ความเป็นส่วนตัว เนื่องจากโรงแรมมีขนาดไม่ใหญ่มากนัก ทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกเหมือนอยู่ในบ้านของตน ตลอดจนการ

บริการของพนักงานที่ให้บริการอย่างทั่วถึง เนื่องห้องพักมีจำนวนไม่มากนัก และสามารถขายห้องพักได้ในราคาค่อนข้างสูงตามความหรูหรา นับเป็นธุรกิจที่กำลังได้รับความนิยมและมีแนวโน้มเติบโตในหลายประเทศ

ธุรกิจโรงแรมและที่พักในประเทศไทย พบว่ามีการขยายตัวเพิ่มขึ้นทั่วทั้งภูมิภาคของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในจังหวัดที่เป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยว เช่น แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภาคกลางที่อยู่ติดกับทะเล นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะนิยมเดินทางมาพักผ่อนและท่องเที่ยว เช่นชายหาดชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี อีกทั้งยังมีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เช่น ถ้ำเขาย้อย อุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรี (เขาวัง) พระราชนิเวศน์มฤคทายวัน อันเป็นที่ประทับของรัชกาลที่ 6 และใกล้พระราชวังไกลกังวล ซึ่งเป็นที่ประทับของรัชกาลปัจจุบัน องค์ประกอบดังกล่าวส่งเสริมให้เกิดการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยว ภาพรวมของการเดินทางท่องเที่ยวในชะอำ จังหวัดเพชรบุรีจึงมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา คิดเป็นร้อยละ 7.39 โดยแบ่งเป็นผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.70 ชาวต่างชาติมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นค่อนข้างสูงถึงร้อยละ 49.96 เนื่องจากเป็นจังหวัดที่อยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมากนัก ทำให้มีจำนวนของนักท่องเที่ยวและรายได้เพิ่มขึ้นจากปีก่อนจำนวนมหาศาล (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2557)

จากเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัยได้เห็นถึงการเจริญเติบโตของธุรกิจที่พักประเภทโรงแรมบูติก จึงได้เลือกทำการศึกษาถึงปัจจัยแห่งความสำเร็จของ เฌอ รีสอร์ท อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี เนื่องจากผู้วิจัยเห็นว่า เฌอ รีสอร์ทเป็นธุรกิจที่พักประเภทบูติก สไตล์ทัศสมัยผสมผสานกับธรรมชาติ (Modern Nature) ตกแต่งด้วยเส้นสายของต้นไม้ให้กลายเป็นการแสดงศิลปะริมชายหาด เนื่องจากรีสอร์ทแห่งนี้ตั้งอยู่ไม่ห่างจากตัวเมืองชะอำและตัวเมืองหัวหินมากนัก เฌอ รีสอร์ทจึงเป็นตัวเลือกที่น่าสนใจอย่างยิ่งหากต้องการพักผ่อนอย่างสงบและสบาย แต่ไม่อยากอยู่ไกลจากตัวเมืองที่มีทุกอย่างครบครัน โรงแรมบูติกนับว่าเป็นธุรกิจที่มีแนวโน้มการเจริญเติบโตที่ดี แต่ยังขาดการศึกษาถึงลักษณะของธุรกิจและข้อมูลของอุตสาหกรรมนี้ เพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการรายย่อยในการวางแผนดำเนินการได้อย่างถูกต้อง โดยลักษณะของธุรกิจนั้นมีจุดเน้นที่การสร้างเอกลักษณ์ให้เป็นที่ยอมรับของตลาด ฉะนั้นการวางแผนกลยุทธ์และการบริหารของผู้บริหารจึงเป็นปัจจัยสำคัญให้ธุรกิจประสำความสำเร็จ ซึ่งในปี 2557 เฌอ รีสอร์ท ได้รับการจัดอันดับให้เป็นสุดยอดโรงแรมบูติกไทย จาก Thailand Boutique Awards หรือ TBA (โครงการประกวดโรงแรมบูติกขนาดกลางและขนาดเล็ก, ออนไลน์) โดยการศึกษาครั้งนี้สามารถนำไปใช้ประกอบเป็นแนวทางให้ผู้ที่กำลังริเริ่มหรือคิดที่จะประกอบกิจการประเภทนี้ และเป็นประโยชน์ต่อผู้บริหาร

กิจการโรงแรมในการวางแผนและพัฒนากิจการโรงแรมให้มีประสิทธิภาพรวมถึงการยกระดับมาตรฐานการให้บริการและคุณภาพของโรงแรมบูติกในประเทศไทยต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1.เพื่อศึกษากลยุทธ์การตลาดของธุรกิจโรงแรมบูติกขนาดเล็กในเขตพื้นที่ชะอำ จังหวัดเพชรบุรี
2.เพื่อศึกษาแนวทางการปฏิบัติที่ดีในการดำเนินธุรกิจโรงแรมบูติกขนาดเล็กในเขตพื้นที่ชะอำ จังหวัดเพชรบุรี
3.เพื่อศึกษาปัญหาและแนวทางการแก้ปัญหาด้านการประกอบธุรกิจโรงแรมบูติกขนาดเล็กในเขตพื้นที่ชะอำ จังหวัดเพชรบุรี

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงกลยุทธการดำเนินงานธุรกิจโรงแรมประเภทบูติกให้ประสบความสำเร็จ
2. ทำให้ทราบวิธีตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการจากประสบการณ์จริงของผู้ให้บริการ
3. ทำให้ทราบถึงปัญหาและอุปสรรค และวิธีการแก้ปัญหา ของการบริหารโรงแรมประเภทบูติก
4. เพื่อนำผลการศึกษาไปเป็นแนวทางพัฒนาประสิทธิภาพของธุรกิจโรงแรมประเภทบูติก
5. เพื่อใช้เป็นข้อมูลสำหรับผู้สนใจประกอบกิจการโรงแรมประเภทบูติก

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ กำหนดแนวทางในการดำเนินการวิจัยดังนี้

1.ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ในการศึกษาครั้งนี้คือโรงแรมประเภทบูติก เฌอ รีสอร์ท เขตชะอำ จังหวัดเพชรบุรี

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยเรื่องปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจโรงแรมประเภทบูติก เฌอ รีสอร์ท เป็นการศึกษานโยบายการบริหารและการปฏิบัติของโรงแรม ในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการของ โรงแรม ศึกษาปัญหาและ อุปสรรคในด้านการบริหารจัดการ โดยมีแนวคิด ทฤษฎี และ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง คือ กลยุทธ์การตลาดทั้ง 8P's ด้าน และการวิเคราะห์ SWOT

3. ขอบเขตด้านประชากร

การเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องด้านการบริหารและการปฏิบัติงานของ เฌอ รีสอร์ท อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลัก คือผู้บริหาร หัวหน้าพนักงาน และ ลูกค้าที่มาใช้บริการ

4.ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ คือ เดือนมีนาคมถึงเดือนพฤษภาคม 2558

ทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาวิจัยกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจโรงแรมเฌอ รีสอร์ท อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษากลุ่มเป้าหมาย โดยมีแนวคิดทฤษฎีและข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

กลยุทธ์ส่วนผสมการตลาดบริการธุรกิจการโรงแรมเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและการบริการจึงต้องมีการจัดการตลาดที่ดีและมีประสิทธิภาพ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวหรือลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในโรงแรมได้รับความพึงพอใจด้านที่พักและด้านอาหาร ธุรกิจบริการจึงมีส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย (อดุลย์ จาตุรงคกุล, 2542: หน้า 312-443)

ยุพาวรรณ วรรณวาณิชย์ (2551: หน้า 29) ส่วนประสมทางการตลาดดั้งเดิมถูกพัฒนาขึ้นมาสำหรับธุรกิจกิจการและบริการที่มีลักษณะเฉพาะแตกต่าง ผู้ให้บริการเป็นส่วนหนึ่งของการบริการ ปัญหาของการรักษาคุณภาพของการบริการ ไม่สามารถควบคุมคุณภาพของการบริการให้อยู่ในมาตรฐานได้เท่าเดิม ส่วนประสมการตลาดที่เป็นที่รู้จักมากที่สุด ได้แก่ 4P's ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์การจำหน่ายการส่งเสริมการตลาดและราคา ต่อมามีการร่วมกันปรับปรุงและเพิ่มเติมส่วนประสมการตลาดขึ้นใหม่ให้เหมาะสมสำหรับธุรกิจการบริการ รูปแบบใหม่นี้พัฒนาขึ้นประกอบด้วยปัจจัย 8 ประการ ต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product)
2. ราคา (Price)
3. การจัดจำหน่าย (Place)
4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)
5. บุคลากร (People)
6. ลักษณะทางการภาพ (Physical Evidence)
7. กระบวนการ (Process)
8. ผลิตภาพ (Productivity)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศุภลักษณ์ สุริยะ (2556) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของแผนกต้อนรับส่วนหน้าโรงแรมเพื่อรับรองนักท่องเที่ยวอาเซียนกรณีศึกษา โรงแรมบูติก ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร พบว่านักท่องเที่ยวอาเซียนมีความคาดหวังในคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและคาดหวังต่อคุณลักษณะคุณภาพการบริการของแผนกต้อนรับส่วนหน้าของโรงแรมบูติก ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร สูงกว่าการรับรู้ในทุกด้าน ทั้งนี้เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว การบริการและการประเมินคุณภาพการบริการเป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยให้ผู้บริหารผู้จัดการโรงแรมและพนักงานโรงแรม สามารถมองเห็นจุดอ่อน จุดแข็ง เพื่อนำไปพัฒนาและปรับปรุงกลยุทธ์ให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวอาเซียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และการเติบโตของธุรกิจต่อไป

ฤทัยชนก ไผ่ผาด (2555) ได้ศึกษาแนวทางการใช้กลยุทธ์การรักษาลูกค้า โรงแรมห้าดาวในจังหวัดเชียงใหม่ มี ครบทั้ง 10 ประเด็น แต่มีรูปแบบที่หลากหลายออกไป ทุกโรงแรมที่ให้สัมภาษณ์ จะแบ่งลูกค้าของโรงแรมออกเป็นกลุ่มตามความสนใจ และการกำหนดตำแหน่งของโรงแรม(market segmentation and positioning) อีกทั้งต้องมีการลงทุนในเทคโนโลยี เรื่องที่สำคัญมากที่สุดที่ค้นพบคือเรื่องของการนาเทคโนโลยีมาใช้ในระบบการเก็บข้อมูลของลูกค้า ซึ่งแต่ละโรงแรมใช้โปรแกรมสำเร็จรูปที่แตกต่างกันไป โรงแรมต้องมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลทุก ๆ การติดต่อระหว่างลูกค้ากับธุรกิจ ต้องมีการปรับปรุงฐานข้อมูลของลูกค้าให้ทันสมัยอยู่เสมอ จากนั้นนาข้อมูลที่ได้มาแยกแยะ และวิเคราะห์สรุปข้อมูลที่ได้ มีการเรียนรู้ความต้องการของลูกค้ามากขึ้น ต้องมีการติดต่อลูกค้าเดิมอย่างสม่ำเสมอ จะการนาเสนอโปรโมชั่นใหม่ๆ และการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ จัดทาระบบปฏิบัติการดึงข้อมูลและอานวยความสะดวกให้กับพนักงานส่วนหน้าของโรงแรม โรงแรมขนาดใหญ่ ใช้ระรบ call center และ one stop service ในการให้บริการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า เพื่อการติดต่อ และตอบสนองลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว

ภัทรภร ชัยพุทธนพันธ์ (2554) ได้การศึกษาวิจัยพบว่า โรงแรมบูติคขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วยโรงแรมที่มีจำนวนห้องพักตั้งแต่ 7-79 ห้อง มีการบริหารโดยเครือข่ายโรงแรมจำนวน 17 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 20.5 มีจุดขายที่สำคัญคือการบริการที่เป็นเลิศ ร้อยละ 59.04 มีอัตราการเข้าพักเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 69.78 ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการบริหาร (7S ของแมคคินซีย์) มีความสำคัญในระดับมากโดยมีปัจจัยด้านระบบมีระดับความสำคัญมากที่สุด ด้านความสำเร็จของโรงแรมบูติกขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร มีระดับความสำเร็จในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความสำเร็จด้านกระบวนการภายในมีระดับสูงสุดและด้านที่มีผล

ความสำเร็จต่ำสุดคือความสำเร็จด้านการเงินที่มีผลสำเร็จในระดับปานกลางความสัมพันธ์ของปัจจัยทางการบริหาร (7S ของแมคคินซีย์) กับความสำเร็จของผู้ประกอบธุรกิจโรงแรมบูติคขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กันในทางบวกทุกด้าน

วิธีการวิจัย

1.แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษามี 2 ประเภท คือ

1.1 แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง บทความทางวิชาการ

1.2 ข้อมูลประเภทกรณีศึกษา ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักในรูปแบบของนักวิจัยเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่ต้องการ

2.วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

2.1 แหล่งข้อมูลประเภทเอกสารและสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์มี 2 วิธีการ ได้แก่

2.1.1 ค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร บทความทางวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากห้องสมุดมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

2.1.2ค้นคว้าจากข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อค้นหาบทความทางวิชาการ วิทยานิพนธ์ ทางอิเล็กทรอนิกส์จากเว็บไซท์

2.2 ข้อมูลประเภทกรณีศึกษา

ผู้วิจัยสัมภาษณ์จากผู้ให้ข้อมูลหลักทั้งหมดจำนวน 7 คนจาก เฌอ รีสอร์ท อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี จากนั้นผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ถึงปัญหาและอุปสรรค

3.เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ ตัวผู้วิจัย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนและละเอียดรอบครอบอย่างเป็นกลาง ผู้วิจัยได้เตรียมแนวคำถามในการวิจัยที่สร้างจากกรอบแนวคิดและทฤษฎีโดยการใช้คำถามปลายเปิดและร่วมเข้าสังเกตในการดำเนินงานของโรงแรมและได้พูดคุยกับผู้ที่เกี่ยวข้อง นอกจากนั้นผู้วิจัยได้เตรียม เครื่องบันทึกเสียงจากโทรศัพท์ Iphone5 Ipad2 กล้อง Cannon สำหรับการทำวิจัยภาคสนาม

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การตลาดของธุรกิจโรงแรมเฌอ รีสอร์ท โดยใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือ 8P's และการวิเคราะ SWOT เป็นตัวขับเคลื่อน เมื่อผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม (ปฐมภูมิ) โดยการลงพื้นที่สัมภาษณ์และเก็บข้อมูลเอกสาร (ทุติยภูมิ) เรียบร้อยและผู้วิจัย นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาใช้การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ โดยนำข้อมูลที่เก็บได้มาเรียบเรียง วิเคราะห์ และพรรณนาแล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น เพื่อพิจารณาว่าข้อมูลมีความถูกต้องหรือไม่ จากนั้นผู้วิจัยจะต้องศึกษาข้อมูลที่ได้และทำความเข้าใจ เพื่อเข้าสู่ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลออกมารวมทั้งสำรวจภายในตัวเอของผู้วิจัยเพื่อดูว่าผู้วิจัยนั้นมีข้อสรุปเกี่ยวกับสถานที่ศึกษาครั้งนี้อย่างไร โดยผู้วิจัยควรมีทัศนคติที่เปิดกว้าง เมื่อทำความเข้าใจข้อมูลที่ได้มาเรียบร้อยแล้ว เลือกประเด็นหลักจากข้อมูลที่ได้มานำมาแบ่งเป็นหัวข้อการดำเนินธุรกิจของธุรกิจโรงแรม เฌอ รีสอร์ท อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี

5.การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

การตรวจสอบข้อมูลผู้วิจัยใช้วิธีตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) ในการตรวจสอบ ความน่าเชื่อถือของข้อมูล โดย การตรวจสอบสามเส้าด้านผู้วิจัย (Investigator Triangulation) คือ การตรวจสอบว่าผู้วิจัยแต่ละคนได้ข้อมูลต่างกันอย่างไร แทนการใช้ผู้วิจัยคนเดียวในการเก็บข้อมูลการวิจัยทั้งหมด เป็นการสร้างความน่าเชื่อถือดีกว่าผู้วิจัยเพียงคนเดียว (พิทักษ์ ศิริวงศ์ และคณะ, 2011)

ผลการศึกษา

ธุรกิจโรงแรมบูติกเติบโตในปัจจุบันกำลังได้รับความนิยมอย่างมากโดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นหรือคู่รัก เนื่องด้วยสไตล์ที่มีความโดดเด่นและการให้บริการเทียบเท่าโรงแรมระดับห้าดาว จึงส่งผลให้ เฌอ รีสอร์ท ประสบความสำเร็จในธุริกจโรงแรมบูติกและจากการศึกษาซึ่งสามารถสรุปได้ว่า กลยุทธ์ของการตลาดของโรงแรม เฌอ รีสอร์ท ประกอบไปด้วย ส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 8 ประการ ได้แก่

1.ด้านองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product elements)

มนุษย์จะมองหาสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการของตนเอง ซึ่ง เฌอ รีสอร์ท สามารถตอบสนองกับทุกสไตล์ ในการพักผ่อน จุดเด่น ด้านความสงบ ร่มรื่น อีกทั้งได้รับรางวัลรับรองจากหลายสถาบัน ว่าเป็นโรงแรมประเภทบูติกที่มีความทันสมัย ผสมผสานกับธรรมชาติ สถาปัตยกรรมที่มีความโดดเด่น มีเอกลักษณ์ ห้องพักมีหลายรูปแบบพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันภายใน

ห้องพัก อีกทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ทั้งสระว่ายน้ำ ที่ออกแบบให้มีไฟหลากหลายสีสันในยามค่ำคืน สามารถสร้างบรรยากาศให้รู้สึกผ่อนคลาย พร้อมทั้งยังมี ห้องอาหารและบาร์ เปิดให้บริการภายในพื้นที่โรงแรม

2.ด้านราคา (Price)

การกำหนดราคาที่พัก มีความสัมพันธ์กับคุณค่า (Value) ต้องสอดคล้องกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์และการให้บริการ ลูกค้าตัดสินใจซื้อจากการกำหนดราคาและการให้บริการที่มีความเหมาะสม ส่วน เฌอ รีสอร์ท ได้กำหนดการตั้งราคาไว้ตามรูปแบบห้องพัก โดยราคาจะเริ่มต้นอยู่ที่ 3,500 – 12,000 บาท ถือว่าราคาไม่สูงเกินไป สำหรับกลุ่มลูกค้าที่เป็นคู่รัก และวัยรุ่น ที่ต้องการพักผ่อนอย่างเต็มที่

3.ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

การส่งเสริมการขายเป็นเครื่องที่สำคัญ ในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการเพื่อชักจูงและดึงดูดให้ผู้ใช้บริการรายใหม่ และ ผู้ใช้บริการ มาใช้บริการ

3.1 ผู้ใช้บริการ

เฌอ รีสอร์ท มีการสอบถามข้อมูลของผู้เข้าพัก โดยผู้เข้าพักจะต้องกรอก เบอร์โทรศัพท์ , อีเมล์ ,ที่อยู่ สอบถามเบอร์โทรศัพท์ ในกรณีที่ผู้เข้าพักลืมสิ่งของ ทางโรงแรมจะติดต่อไปยังผู้เข้าพักโดยตรง สอบถามอีเมล์และที่อยู่ ทางโรงแรมจะส่งโปรโมชั่น สิทธิพิเศษ แก่ลูกค้าที่เคยมาพัก เพื่อรักษาฐานลูกค้าเดิมไว้หากผู้ที่เข้าพักมีวันเกิดในวันที่เข้าพัก ทางโรงแรมมีเค้กวันเกิดสำหรับผู้ที่เข้าพัก

3.2 ผู้ใช้บริการรายใหม่

ในส่วนการส่งเสริมการตลาดภายนอกทางผู้บริหารมีการติดต่อประชาสัมพันธ์กับเว็บไซต์หรือสื่อโซเชียวมีเดียต่างๆ เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลโรงแรมและออกโปโมชันของโรงแรมเพื่อให้เป็นที่รู้จักแก่ลูกค้ากลุ่มใหม่

4.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

สถานที่หรือสภาพแวดล้อมเป็นอีกหนึ่งองค์ประกอบที่สำคัญของธุรกิจโรงแรมและที่พัก ซึ่งมีผลต่อการรับรู้และการตัดสินใจเลือกของลูกค้า ในส่วน เฌอ รีสอร์ท ตั้งอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพ โรงแรมอยู่ระหว่างชะอำและหัวหิน มีพื้นที่ติดชายหาดชะอำ ลูกค้าส่วนใหญ่ขับรถส่วนตัวมาเอง ในส่วนลูกค้าที่นั่งรถตู้มา ทางโรงแรมมีจุดรับลูกค้าและบริการรถรับ-ส่งที่โรงแรมโดยไม่เสียค่าบริการ นอกจากนี้ยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่ของโรงแรม ได้แก่ ห้องอาหารและบาร์ออกแบบให้เปิดโล่งสามารถรับลมทะเลได้ เป็นการสร้างบรรยากาศให้แก่ผู้ใช้บริการ

5.ด้านบุคคล (People)

หัวใจหลักของธุรกิจโรงแรมและที่พัก กล่าวคือ การบริการ ซึ่งองค์ประกอบของการบริการ คือพนักงานในองค์กร ต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า พนักงานต้องมีความสามารถมีทัศนคติที่สามรถตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ ในส่วนของ เฌอ รีสอร์ท ผู้บริหารมองเห็นความสำคัญแก่พนักงาน โดยมีการฝึกอบรม พนักงานและทำแบบสอบถามความต้องการของพนักงานเป็นระยะ

6.ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation)

เป็นการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ให้แก่ลูกค้าทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ เฌอ รีสอร์ท ให้ความสำคัญกับลูกค้าเป็นอันดับต้น การใส่ใจรายละเอียดของลูกค้า ดูแลเปรียบเสมือนเป็นเครือญาติ ลูกค้าจะได้ความรู้สึกเสมือนอยู่ที่บ้าน ด้วยจุดเด่นของเฌอ รีสอร์ท คือการตกแต่งด้วยพันธุ์ไม้ชนิดต่างผสมกับโทนสี ขาว เทา ดำและการออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์ เมื่อผู้เข้าพักได้เช็คอินเข้าที่พัก ในแต่ละห้องจะของที่ระลึกจากเฌอ รีสอร์ท เป็น ต้นไม้ ซึ่งกระถ่างทำจากขวดพลาสติกที่ผู้เข้าพักได้ใช้งานไปแล้ว นำมารีไซเคิลมอบเป็นของที่ระลึกที่ทรงคุณค่า ทำให้ผู้เข้าพักรู้สึกประทับใจ และเป็นสิ่งที่จะต้องดูแลระยะยาว ทำให้นึกถึงเฌอ รีสอร์ท

7.ด้านผลิตภาพและคุณภาพ (Productivity and quality)

โรงแรมมีเอกลักษณ์โดดเด่นทางด้านการบริการ สถาปัตยกรรม บรรยากาศ และการให้ความเป็นส่วนตัวแก่ผู้ใช้บริการ ภายในโรงแรมมีร้านอาหารสไตล์บาร์ สำหรับผู้เข้าพักที่ไม่ต้องการไปไหนไกล และได้รับรางวัลร้านอาหารดีเด่นจากหลายๆนิตยสาร เพื่อให้ผู้เข้าพักของเฌอ รีสอร์ทได้รับคุณภาพจากการใช้บริการอย่างคุ้มค่า

8.ด้านกระบวนการ (Process)

กระบวนการต่างๆ ในการจัดการด้านสินค้าและบริการ มีระเบียบข้อปฏิบัติที่ชัดเจนและรวดเร็วเพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ กระบวนการในการจัดการด้านการบริการ ที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และเกิดความภักดีในตัวสินค้ากระบวนการผลิตภัณฑ์ที่ รวดเร็ว ผิดพลาดน้อย และทำได้งานมาก ในส่วนของการให้บริการ เฌอ รีสอร์ท เกิดขึ้นตั้งแต่ลูกค้าถึงลานจอดรถจะมีพนักงานต้อนรับและรับกระเป๋าไปยันฝ่ายต้อนรับ พร้อมให้บริการน้ำ (welcome drink) และนำลูกค้าไปยังห้องพัก พร้อมอธิบายสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ลูกค้าสามารถแจ้งความต้องการได้ตลอดเวลา

การวิเคราะห์ จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาสและอุปสรรค ของ เฌอ รีสอร์ท

SWOT analysis โดย S มาจาก Strengths หมายถึง จุดเด่นหรือจุดแข็ง ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยภายใน เป็นข้อดีที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายใน W มาจาก Weaknesses หมายถึง จุดด้อยหรือ

จุดอ่อน ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยภายใน เป็นปัญหาหรือข้อบกพร่องที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในต่างๆ จะต้องหาวิธีในการแก้ปัญหานั้น O มาจาก Opportunities หมายถึง โอกาส ซึ่งเกิดจากปัจจัยภายนอก เป็นผลจากการที่สภาพแวดล้อมภายนอก เอื้อประโยชน์หรือส่งเสริมการดำเนินงาน โอกาสแตกต่างจากจุดแข็งตรงที่โอกาสนั้นเป็นผลมาจากสภาพแวดล้อมภายนอก แต่จุดแข็งนั้นเป็นผลมาจากสภาพแวดล้อมภายใน T มาจาก Threats หมายถึง อุปสรรค ซึ่งเกิดจากปัจจัยภายนอก เป็นข้อจำกัดที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอก จำเป็นต้องปรับกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องและพยายามขจัดอุปสรรคต่างๆ ที่เกิดขึ้นให้ได้จริง

S- Strengths จุดแข็ง

1. โรงแรมและรีสอร์ทตั้งอยู่ในทำเลที่ตั้งที่ดี ริมชายหาดชะอำ อยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว ใกล้แหล่งชุมชน ใกล้ศูนย์กลางการค้า ใกล้ระบบขนส่งมวลชน เดินทางสะดวก
2. มีระบบการจองห้องพักผ่านอินเตอร์เน็ต
3. มีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า เช่น ระบบความปลอดภัยที่ดี มีกิจกรรมด้านการพักผ่อนหย่อนใจ ได้แก่ สระว่ายน้ำ ร้านอาหาร และบาร์ เป็นต้น
4. มีการทำตลาดผ่านสื่อออนไลน์ในการส่งลูกค้าเข้าพัก
5. การบริการของพนักงานที่มีประสิทธิภาพ และมีทักษะในการทำงาน โดยเฉพาะการบริการเป็นกันเองแบบคนไทย
6. มีผู้ประกอบการจำนวนมากที่มีประสบการณ์ในธุรกิจมายาวนาน
7. หลายกิจการมีชื่อเสียงด้านอาหารอร่อย

W- Weakness จุดอ่อน

1. เป็นกิจการที่มีต้นทุนคงที่และค่าใช้จ่ายที่สูงโดยเฉพาะอย่างยิ่ง
2. ผู้ประกอบการไม่ได้จบด้านการบริหารโรงแรมโดยตรง อาจขาดทักษะในการบริหารการโรงแรม
3. จำนวนห้องพักไม่พอต่อความต้องการของลูกค้า
4. ขนาดโรงแรมมีขนาดจำกัดทางด้านพื้นที่ไม่สามารถจัดงานรองรับกลุ่มใหญ่สำหรับจัดเลี้ยงจัดสัมมนา

O- Opportunities โอกาส

1. ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลก มีความหลากหลายทางธรรมชาติ มีความเป็นเอกลักษณ์ในแต่ละแหล่งท่องเที่ยว

2. นิสัยของคนไทยเป็นคนโอบอ้อมอารี มีน้ำ ใจ เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว และ มีใจรักบริการ

3. การสนับสนุนในด้านต่างๆ จากทั้ง ภาครัฐ และสมาคมธุรกิจท่องเที่ยว

T- Threats อุปสรรค

1. การแข่งขันจากประเทศในภูมิภาคอาเซียน

2. ภาวะเศรษฐกิจของต่างประเทศทั้ง ในยุโรปและอเมริกายังมีปัญหา ทำให้นักท่องเที่ยวลดลง

3. การแข่งขันที่สูงขึ้นจากการมีโรงแรมเปิดใหม่ และการแข่งขันด้านราคา

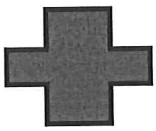
4. ความไม่สงบทางด้านการเมือง

5. ธุรกิจโรงแรม และรีสอร์ท มีความเป็นฤดูกาลทำให้ในช่วง Low Season มีลูกค้าน้อย

อภิปลายผล

กลยุทธ์ทางการตลาด8p's

1. ด้านสินค้าและบริการ (Product)
2. ด้านราคา (Price)
3. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)
4. ด้านการจัดจำหน่าย (Place)
5. ด้านบุคคล (People)
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)
7. ด้านผลิตภาพและคุณภาพ (Productivity)
8. ด้านกระบวนการ (Process)



ภาพลักษณ์องค์กรที่ดี (Image)
บริการด้วยใจ (Service mind)
ความยุติธรรม (Justice)
ความโปร่งใสและตรวจสอบได้ (Transparency)
เอกลักษณ์หนึ่งเดียว (Brand Identity)

โมเดลโครงสร้างของกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจโรงแรม เฌอ รีสอร์ท อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี

จากการศึกษาและสัมภาษณ์สามารถสร้างโมเดลในหัวข้อกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจโรงแรม เฌอ รีสอร์ท อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี สรุปได้ว่า ผู้บริหารมีระบบการดำเนินการอย่างเป็นระบบ โดยใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด 8P's และการวิเคราะห์ SWOT มาใช้ในการสรุปผล อีกทั้งคำนึกถึง ภาพลักษณ์องค์กร การบริการ ความยุติธรรม ความโปร่งใส และ ความเป็น

เอกลักษณ์ ที่สามารถทำให้ลูกค้ารู้สึกประทับใจ และกลับมาใช้บริการ เฌอ รีสอร์ทสามารถตอบสนองความต้องการผู้เข้าพักส่วนใหญ่ ที่เข้ามาพักในเฌอ รีสอร์ทต้องการความสงบและความเป็นส่วนตัว เนื่องจากผู้เข้าพักส่วนใหญ่ของโรงแรมจะเป็นคู่รักซึ่ง เฌอ รีสอร์ท สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าหลักของโรงแรมได้อย่างดี เนื่องจากเฌอ รีสอร์ทเป็นโรงแรมบูติกขนาดเล็ก มีการตกแต่งแปลกใหม่จากโรงแรมทั่วไป ให้ความสงบและเน้นความใส่ใจลูกค้า กลุ่มลูกค้าของเฌอ จะเป็นคนเมืองที่มีกำลังซื้อ หาความสงบในวันหยุด ซึ่งมีอยู่จำนวนมากแต่ด้วยขนาดของโรงแรมที่มีห้องจำกัดและมีพื้นที่เดินเล่นไม่มากนัก จึงยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าได้อย่างทั่วถึง

ธุรกิจโรงแรมบูติกกำลังเจริญเติบโตและเป็นปัจจัยนำรายได้เข้าสู่อำเภอชะอำ เนื่องจากความต้องการพักผ่อนของคนเมืองช่วงวันหยุด และจังหวังเพชรบุรีอยู่ไม่ไกลจากตัวเมือง ทำให้สะดวกแก่การเดินทาง ดังนั้นผู้บริหารหรือผู้ที่คิดจะก่อตั้งโรงแรมบูติก ควรคำนึกถึงความต้องการของลูกค้าเป็นปัจจัยสำคัญ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1.ควรพัฒนาสถานที่ให้รองรับต่อความต้องการของลูกค้า ที่ต้องการจัดสถานที่หรืองานสังสรรค์เพื่อเพิ่มช่องทางการตลาด

2.ควรมีการเชื่อโยงเครือข่ายธุรกิจนำเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ต้องการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่จังหวัดเพชรบุรี

2.ควรมีการจัดทำตารางข้อมูลแนวโน้มให้ทันสมัยตลอดเวลา เพื่อนำข้อมูลที่ได้มามาศึกษาและวางแผน พัฒนาองค์กรหรือจัดโปรโมชั่นหรือส่งเสริมการขาย ในช่วงที่ลูกค้าเข้าพักน้อย

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1.ควรศึกษาระบบการรักษาและขยายฐานลูกค้า ในยุค AEC ของโรงแรมบูติกในประเทศไทย

2.ศึกษาระบบการจัดการสมัยใหม่ ที่ทำให้ระบบการทำงานของโรงแรมบูติกประสบความสำเร็จ

บรรณานุกรม

กรมการท่องเที่ยว. (2557).สรุปสถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย.[ระบบออนไลน์] เข้าถึงได้จาก:http://www.m-society.go.th/article_attach/12133/16378.pdf. สืบค้น 25 เมษายน 2558

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. "Domestic Tourism Statistics" Select Year 2014 Select Province Phetchaburi. เข้าถึงได้จาก: http:// www2.tat .or.th/stat / web/static_tst.php. สืบค้น 29 เมษยน 2558

โครงการประกวดโรงแรมบูติกขนาดกลางและขนาดเล็ก TBA2010. [ระบบออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:http://www.thailandboutiqueawards.com.สืบค้นวันที่28 เมษายน 2558

ณรงค์วิทย์ แสนทอง. (ม.ป.ป.). กลยุทธ์ 8 p. กรุงเทพฯ:บริษัท พีเพิลแวลูว์ จำกัด.

ทับทิม วงศ์ประยูร วันทนีย์ ภูมิภัทราคม ศิริวรรณ คิวดี สมยศ อวเกียรติ วัชระ ไทยโพธิ์ศรี และพิไลพร วุฒิ. (2548). ความรู้ เบื้องต้นเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2557.ประเด็นเศรษฐกิจในรอบปี2557.[ระบบออนไลน์] เข้าถึงได้จาก https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/EconomicConditions/ AnnualReport/AnnualReport/annual_Y57_T.pdf. สืบค้นวันที่ 25 เมษายน 2558.

พิทักษ์ ศิริวงศ์ และคณะ. 2554. "การให้ความหมาย ที่มาของความหมาย รูปแบบ และกลยุทธ์การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)." วารสารวิชาการ Veridian E-Journal.ปีที่4 , ฉบับที่2, (กันยายน:ธันวาคม) : 190.

ภัทรภร ชัยพุทธนพันธ์. 2554.ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จ ในการประกอบธุรกิจโรงแรมบูติคขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร.มหาบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ยุพาวรรณ วรรณวาณิชย์. 2551. การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ศุภลักษณ์ สุริยะ. 2556. แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของแผนกต้อนรับส่วนหน้าโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอาเซียน กรณีศึกษา :โรงแรมบูติก กรุงเทพมหานคร. [ระบบออนไลน์] เข้าถึงได้จาก: libdcms.nida.ac.th/thesis6/2556/b180586.pdf สืบค้นวันที่ 28 เมษายน 2558