

การวิจัยนี้เพื่อศึกษาการบริหารเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจบ้านพักตากอากาศในจังหวัดภูเก็ต ศึกษาความสัมพันธ์ของการบริหารเชิงกลยุทธ์กับประสิทธิผลของธุรกิจบ้านพักตากอากาศ และเปรียบเทียบการบริหารเชิงกลยุทธ์จำแนกตามข้อมูลทั่วไปขององค์กรธุรกิจ บ้านพักตากอากาศในจังหวัดภูเก็ต ผู้วิจัยศึกษากระบวนการบริหารกลยุทธ์ตั้งแต่ การวางแผนกลยุทธ์ การปฏิบัติตามกลยุทธ์ และการประเมินผลกลยุทธ์ เก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ได้แก่ (1) ผู้บริหารบ้านพักตากอากาศ จำนวน 10 คน และ (2) เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการบ้านพักตากอากาศ จำนวน 252 คน ใช้ทั้งระเบียบวิธีวิจัยทั้ง เชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกและสำรวจความคิดเห็นด้วย แบบสอบถาม สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าไคสแควร์ F test และการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยสถิติ Scheffé และ Tamhane's T2

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า กลยุทธ์ธุรกิจบ้านพักตากอากาศ ทั้งการวางแผนกลยุทธ์ การปฏิบัติตามกลยุทธ์ และการประเมินผลกลยุทธ์ มีความเหมาะสมในระดับมาก ผลประกอบการ พบว่า เมื่อเทียบกับปีที่แล้วส่วนใหญ่มีผลกำไรและจำนวนผู้ใช้บริการ

เพิ่มขึ้น ส่วนผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การวางแผนกลยุทธ์ การปฏิบัติตามกลยุทธ์ การประเมินผลกลยุทธ์ และการบริหารเชิงกลยุทธ์ มีความสัมพันธ์กับผลกำไรจาก การประกอบธุรกิจ และเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการบ้านพักตากอากาศที่มีสัญชาติผู้ประกอบการ มูลค่าทรัพย์สิน จำนวนเจ้าหน้าที่ ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อความเหมาะสมของกลยุทธ์ ธุรกิจบ้านพักตากอากาศแตกต่างกัน

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า การวางแผนกลยุทธ์ของธุรกิจบ้านพักตากอากาศ ในจังหวัดภูเก็ต อยู่ในช่วง Star โดยใช้กลยุทธ์ ดังนี้ (1) การสร้างความแตกต่าง (2) การเจาะ กลุ่มลูกค้าระดับบน (3) การใช้ต้นทุนต่ำ (4) การสร้างความคุ้มค่าต่อการลงทุน และ (5) การสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์ กลยุทธ์ระดับหน้าที่ ตามส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ (1) มีผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้าเลือกหลากหลาย การบริการที่ครบครันและความเป็นส่วนตัว (2) มีหลายราคาขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้ง ทัศนียภาพ สิ่งอำนวยความสะดวก ขนาดพื้นที่ของบ้าน และสภาพเศรษฐกิจในขณะนั้น (3) จัดจำหน่ายกระทำผ่านหลายช่องทาง (4) มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ ทำการตลาดแบบปากต่อปาก ลดราคา แถมบริการพิเศษ และจัด กิจกรรมพิเศษ (5) จัดทีมงานอย่างชัดเจน ฝึกอบรม พัฒนาบุคลากร และบำรุงรักษาพนักงาน (6) กระบวนการ เน้นความสะดวก และการสร้างความประทับใจ (7) สิ่งแวดล้อมทาง กายภาพ บางโครงการเน้นธรรมชาติ และความเป็นส่วนตัว ส่วนบางโครงการเน้น ความหรูหรา

การปฏิบัติตามกลยุทธ์ เขียนแผนการปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับแผนกลยุทธ์ที่ แบ่งเป็นแผนระยะยาว ระยะปานกลาง และระยะสั้น สร้างความเข้าใจแก่พนักงาน ตรวจสอบผลการปฏิบัติงานแล้วนำไปใช้ประกอบในการวางแผนปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ต่อไป

การประเมินผลกลยุทธ์ การประเมินผลกลยุทธ์แบ่งเป็น 4 ด้าน ได้แก่ (1) ผลกำไร จากการประกอบการ ประเมินจากยอดขาย คือ จำนวนผู้ใช้บริการหรือจำนวนผู้ซื้อ และรายรับ (2) การตลาด ประเมินจากลูกค้าเป็นหลัก (3) การบริหารจัดการ มีการประชุมในระดับ หัวหน้างาน เพื่อตรวจสอบการปฏิบัติงาน และประเมินด้านค่าใช้จ่าย (4) บุคลากรประเมินผล การปฏิบัติงานของพนักงาน เพื่อจัดระบบการให้รางวัลและผลตอบแทนให้เกิดความเป็น ธรรมมากที่สุด

This thesis investigates strategic management at resort businesses in Phuket. Moreover, considered is the relationship between strategic management at these resorts and its business effectiveness. Also compared is the strategic management at these resort businesses with the general management of resort business organizations in Phuket. In this connection, the researcher was concerned with the process of strategic management in regard to the aspects of strategic planning, actual practice by reference to strategies, and, finally, strategic evaluation.

Data were collected from the members of two sample populations. The first sample population was comprised of ten administrators of resort businesses. The second sample population was comprised of 252 personnel engaged in the provision of resort services.

In carrying out this investigation, the researcher utilized both qualitative and quantitative methods. As such, in-depth interviews were conducted and a questionnaire was administered.

Using techniques of descriptive statistics, the data collected were analyzed in terms of frequency, percentage, mean and standard deviation. For testing purposes, the researcher also used the techniques of chi-square, *F* test, Scheffé's paired comparison, and Tamhane's T2 post hoc test.

Findings are as follows:

In carrying out quantitative research in this investigation, the researcher found that strategies in the resort businesses considered were carried out appropriately at a high level in respect to strategic planning, actual practices being congruent with strategies, and strategic evaluation.

It was also found that the businesses enjoyed profits in comparison to the previous year. Additionally, it was found that the number of guests increased. In respect to hypothesis testing, the researcher discovered that profits correlated with strategic planning, actual practices being congruent with strategies, and strategic evaluation. The resorts providing resort services differed in the nationality of the entrepreneurs, the value of assets, and the number of personnel employed. Differences in these factors were determined to be correlated with differences in opinions regarding resort business strategies.

In the qualitative research phase of this investigation, the researcher found that strategic planning of the resort businesses under study were in the star range in respect to the following strategies: (1) exhibiting differences; (2) tapping

upper-level customers; (3) maintaining low costs; (4) establishing investment worthy organizations; and (5) developing a network of relationships.

The strategies at the level of carrying out duties in accordance with marketing mix criteria were as follows: (1) Product: Guests could make selections from a whole range of complete services and privately arranged products. (2) Price: Available was a range of prices in accordance with location, scenery, facilities, and the size of the house. Prices also depended on economic conditions and increases in land prices. (3) Channels of distribution: There were various channels of distribution. (4) Marketing promotion: There were advertisements and publicity conveyed by means of the media, word of mouth, marketing, and discounts governing the provision of special services and special activities. (5) Personnel: Teamwork was clearly exhibited. Personnel were trained and attention was paid to the development and maintenance of desirable traits manifested by personnel. (6) Process: Stressed were convenience and making a good impression. (7) Physical environment: Some projects accentuated nature and privacy, while some projects emphasized elegance.

In carrying out in actual practices the strategies adopted, the researcher found that there was a threefold plan for performance congruent with strategic plans. These strategic plans were divided into short-term, moderate-term and long-term plans. Specifically, employee understanding was fostered and performances were examined. The results of examination were used as information informing planning decisions and indicating the need for adjusting strategies.

In regard to strategic evaluation, the researcher found that evaluation was carried out in four aspects: (1) Profits on the basis of business performance:

Evaluation was in terms of sales volume. Sales volume was calculated on the basis of the numbers of guests and buyers in addition to income. (2) Marketing: This facet of evaluation was primarily based on guests. (3) Management: There were meetings at department head level for purposes of examining performance and evaluating expenditures. (4) Personnel: Evaluation was based on employee performance in order to rationalize rewards and compensation in a fair and equitable manner.