

บทที่ 3

การกำหนดกลยุทธ์ธุรกิจ

กำหนดทิศทางและเป้าหมายขององค์กร

การกำหนดทิศทางและเป้าหมายของศิริธรรม บูทีค โฮเทล นั้นถือว่าเป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญต่อการวางแผนกลยุทธ์ธุรกิจของโรงแรมเป็นอย่างมาก เนื่องจากการที่โรงแรมสามารถกำหนดทิศทางธุรกิจได้อย่างชัดเจน และเหมาะสมดีจะมีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์ของกิจการที่จะจัดทำขึ้นให้ถูกต้อง และสอดคล้องความมุ่งหวังของกิจการได้ดีต่อไป อันจะนำมาซึ่งความสำเร็จของโรงแรม ซึ่งศิริธรรม บูทีค โฮเทล ได้กำหนดทิศทางธุรกิจให้มีความสอดคล้องและเหมาะสมกับสภาพการณ์ในปัจจุบัน เพื่อให้กิจการสามารถเกิดขึ้นต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วิสัยทัศน์ (Vision)

ศิริธรรม บูทีค โฮเทล เป็นผู้นำในธุรกิจโรงแรมชนิดบูทีค ที่มุ่งสู่ความเป็นเลิศด้านบริการที่เป็นส่วนตัว โดยให้ความสำคัญสูงสุดต่อการสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า และสร้างสัมพันธภาพกับชุมชนพร้อมกระจายรายได้ไปสู่ชุมชน

พันธกิจ (Mission)

1. เพิ่มคุณค่าโดยสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าทั้งด้านคุณภาพ ราคา รวมไปถึงการให้บริการแบบส่วนตัวที่ประทับใจในครั้งแรก เป็นการมุ่งสู่ความเป็นผู้นำด้านบริการที่สร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า
2. สร้างสัมพันธภาพกับชุมชนในท้องถิ่น ด้วยการสร้างงานเพื่อเกิดการกระจายรายได้ไปสู่ชุมชน เป็นการเพิ่มคุณค่าให้กับธุรกิจโรงแรม
3. พัฒนาทรัพยากรมนุษย์อย่างต่อเนื่อง เพื่อจัดระบบการบริหารและการจัดการภายในโรงแรมให้มีประสิทธิภาพ และเกิดจิตสำนึกในการให้บริการ

วัตถุประสงค์ (Objective)

1. เพื่อสร้างผลกำไรในการดำเนินธุรกิจโรงแรม แสดงให้เห็นถึงการเจริญเติบโต ความแข็งแกร่ง และความมั่นคงขององค์กร
2. เพื่อมุ่งเน้นการบริการส่วนตัวที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า และพัฒนารูปแบบและบริการส่วนตัว ให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า
3. เพื่อประโยชน์ต่อสังคมและชุมชนในท้องถิ่น ซึ่งองค์กรควรมีส่วนร่วมในการสร้างรายได้ ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาสังคมและชุมชนในรูปแบบเศรษฐกิจพอเพียง

4. เพื่อพัฒนาบุคลากรให้มีทักษะ ความรู้ความสามารถ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีจิตสำนึกให้บริการเพื่อให้ลูกค้าได้รับบริการที่พึงพอใจอย่างสูงสุด

กฎแห่งความสำเร็จ

1. การสร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีในการเป็นโรงแรมที่มีเอกลักษณ์ความเป็นไทย ผสมผสานกับความทันสมัย ทำให้ลูกค้ายอมรับและประทับใจเหนือคู่แข่ง
2. การมีระบบข้อมูล ข่าวสารและการบริการลูกค้าที่เหนือกว่า
3. การมีสถานที่ตั้งโรงแรมที่สะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ
4. พนักงานมีการบริการด้วยความสุภาพ ยิ้มแย้ม มีมนุษยสัมพันธ์

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (Environmental Analysis)

ในการดำเนินธุรกิจให้เกิดประสิทธิภาพที่ดี จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจ ซึ่งพิจารณา ภูมิทัศน์ โฮเทล ได้นำสถานการณ์ต่าง ๆ ทุกสิ่งทุกอย่างที่อยู่รอบ ๆ โรงแรมมาพิจารณา ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็นสภาพแวดล้อมภายนอก และสภาพแวดล้อมภายใน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (External Environments)

ด้านเศรษฐกิจ (Economic Factor)

ปัจจุบันปัจจัยด้านเศรษฐกิจ เป็นปัญหาสำคัญ ไม่ว่าจะ เป็นระบบเศรษฐกิจของประเทศ รวมไปถึงเศรษฐกิจของโลก ก่อให้เกิดผลกระทบต่อ ท่องเที่ยวเช่นเดียวกัน จากสถานการณ์ปัจจุบันที่ยังขาดเสถียรภาพ มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาและไม่คงที่ เศรษฐกิจเจริญเติบโตในบางช่วง และเศรษฐกิจตกต่ำในบางช่วง หากช่วงของเศรษฐกิจตกต่ำก็อาจทำให้พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนไป กอปรกับราคาน้ำมันสูงขึ้น ดังนั้น การใช้จ่ายเงินในการท่องเที่ยวจึงลดน้อยลง จากสาเหตุดังกล่าวทำให้เกิดความไม่มั่นใจในการใช้จ่ายเงิน จึงส่งผลกระทบต่อธุรกิจโรงแรมซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ด้านการแข่งขัน (Competitive Factor)

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นจังหวัดที่มีการนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนเป็นจำนวนมาก จากการศึกษาสถิติการเลือกพำนักของนักท่องเที่ยว

(การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคกลาง เขต 6, 2548-2549) พบว่า จังหวัดพระนครศรีอยุธยาได้รับความนิยมทั้ง ชาวไทยและชาวต่างประเทศ เพราะเป็นเมืองมรดกโลกที่ได้รับยกย่องจากองค์การยูเนสโก กอปรกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีแนวโน้มการขยายตัวเพิ่มขึ้นตลอดเวลา ดังนั้นธุรกิจบริการ ที่พักแรม รีสอร์ท ธุรกิจเพื่อสุขภาพ จึงถูกสร้างขึ้นมาเป็น

ด้านการเมือง (Political Factor)

อีกปัจจัยหนึ่งที่ไม่สามารถควบคุมได้คือปัจจัยทางการเมือง ที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อธุรกิจโรงแรม สถานการณ์ทางการเมืองมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งที่จะทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจในเรื่องการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว โรงแรมตั้งอยู่ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ไม่ได้เกิดผลกระทบทางตรง แต่เป็นผลกระทบทางอ้อมการเมืองของประเทศไทยในปัจจุบัน ซึ่งเกิดปัญหาจากการรัฐประหาร ก่อให้เกิดความแตกแยกของประชาชน เพราะผู้นำประเทศที่คดโกง จึงส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเกิดความไม่มั่นใจต่อการเดินทางมาประเทศไทย และนักท่องเที่ยวไทย ไม่กล้าเดินทางเพราะประเทศเกิดความไม่สงบสุข เกิดปัญหาภายในประเทศ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม โรงแรมเองก็ไม่ได้นิ่งนอนใจในปัญหาดังกล่าว พยายามนำกลยุทธ์ทางการตลาด ไม่ว่าจะเป็นการประชาสัมพันธ์ การพูดปากต่อปาก ฯลฯ มาใช้เพื่อสร้างความมั่นใจให้ลูกค้าในเรื่องความปลอดภัย

ด้านกฎหมาย (Legal Factor)

ปัจจัยด้านกฎหมายเป็นสิ่งสำคัญอีกประการหนึ่ง ที่จะต้องศึกษากฎหมายและพระราชบัญญัติต่าง ๆ พร้อมทั้งปฏิบัติให้ถูกต้องก่อนการประกอบธุรกิจที่พักแรม ศิรารมย์ บูทิก โฮเทล เป็นโรงแรมที่ตั้งอยู่ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งมีกฎหมายท้องถิ่นโดยเฉพาะ ถ้าเป็นการสร้างตึกหรืออาคารที่อยู่บริเวณรอบเกาะเมือง ห้ามสร้างเกิน 3 ชั้น เกิน 16 เมตร เพื่อไม่ให้เกิดบังโบราณสถาน ดังนั้นธุรกิจโรงแรมจึงต้องดำเนินการอยู่ภายใต้กฎหมาย เนื่องจากโรงแรมมีคอนเซ็ปต์และเอกลักษณ์เป็นของตนเอง โดยสร้างเพียง 20 หลัง แต่ละหลังสร้างเป็น 2 ชั้น แบ่งเป็นหลังละ 2 ห้องพัก รวมทั้งหมดเป็น 40 ห้องพัก เป็นลักษณะแนวบูทิก จึงไม่เป็นปัญหานอกจากนี้โรงแรมยังปฏิบัติตามกฎหมายกำหนด ดำเนินการได้อย่างมีมาตรฐาน และสามารถปฏิบัติตามข้อกำหนดในกฎหมายได้อย่างถูกต้อง เช่น กฎหมายว่าด้วยสิ่งแวดล้อม เพราะโรงแรมเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม จึงไม่ก่อให้เกิดปัญหาตามมา

ด้านสังคมและวัฒนธรรม (Social and Cultural Factors)

ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมเป็นปัจจัยที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจโรงแรมอีกประการหนึ่งที่ศิรารมย์ บูทิก โฮเทล ให้ความสำคัญ ดังนั้นโรงแรมจึงสร้างออกมาในรูปแบบให้สอดคล้องกับบริเวณใกล้เคียงคือ แบบร่วมสมัย (Contemporary) โดยไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ประกอบกับปัจจุบันแนวโน้มโรงแรมสีเขียวเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (ประชาชาติธุรกิจ, 2550, ไม่มีเลขหน้า) และ

ด้านเทคโนโลยี (Technology)

ปัจจุบันปัจจัยด้านเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทเป็นอย่างมากในการดำเนินการธุรกิจโรงแรม กลยุทธ์ทางการตลาดด้านต่าง ๆ การติดต่อสื่อสารทางธุรกิจเพื่อให้เกิดความสะดวกและรวดเร็วเหมาะกับยุคโลกาภิวัตน์ ยุคข่าวสารไร้พรมแดน ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลข่าวสารของโรงแรมได้อย่างรวดเร็ว เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ พร้อมการจำหน่ายสินค้าผ่านทางออนไลน์และผู้บริโภคในปัจจุบันก็นิยมความสะดวกสบาย นิยมซื้อผ่านทางอินเทอร์เน็ต (Internet) ลูกค้าจึงสามารถดูได้จากเว็บไซต์ (Website) เช่น ห้องพัก กิจกรรม หรือสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ของโรงแรม และโรงแรมเองมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยเพราะเป็นโรงแรมสไตล์ร่วมสมัย มี Homepage, Website (www.siraromboutiquehotel.com) ทำให้ลูกค้าจากทุกมุมโลกรู้จักโรงแรมมากขึ้น แนะนำโรงแรมเป็นของตนเอง เป็นกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงข้อมูลของทางโรงแรม โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือชาวต่างชาติ

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน (Internal Environments)

เมื่อโรงแรมพิจารณาถึงสถานการณ์ต่าง ๆ ทุกสิ่งทุกอย่างที่อยู่รอบ ๆ โรงแรม ซึ่งเป็นสภาพแวดล้อมภายนอกแล้ว ทางโรงแรมก็ไม่ควรมองข้ามในเรื่องการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน ที่จะส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจของโรงแรมได้ และในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในนั้น โรงแรมจะพิจารณาจากปัจจัยภายใน ดังต่อไปนี้

ด้านการตลาด

ปัจจัยด้านการตลาดเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรม ฝ่ายการตลาดของศิริราชมย์ บูทีค โฮเทลจึงต้องทราบเป้าหมายของโรงแรม พร้อมการวางแผนให้เป็นไปได้ทางเดียวกันกับนโยบาย รวมไปถึงการมีหน้าที่รับผิดชอบกิจกรรมทางการตลาด รวมไปถึงการวางแผนกลยุทธ์การโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขายให้เหมาะสมตามสถานการณ์ปัจจุบัน โดยจัดให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า เช่น การนำข้อมูลความคิดเห็น การร้องเรียนของลูกค้า มาวิเคราะห์พร้อมปรับปรุงให้เกิดความพึงพอใจ โรงแรมเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสะท้อนให้เห็นภาพลักษณ์และจุดเด่นของโรงแรม และเมื่อลูกค้าเกิดความพึงพอใจ การส่งเสริมทางการตลาดก็เกิดขึ้นโดยปริยาย ซึ่งเป็นการตลาดที่ดีที่สุด โดยรูปแบบการเล่าปากต่อปาก ไม่ต้องเสียค่าโฆษณาประชาสัมพันธ์ ถึงอย่างไรก็ตามทางโรงแรมก็ไม่ได้นิ่งนอนใจ เนื่องจากเป็นโรงแรมสร้างก็ไม่หยุดนิ่งทางการตลาดเพียงแค่นี้ แต่ยังมี การดำเนินการวิจัยและโฆษณาควบคู่ไปด้วย เพื่อให้เป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับในปัจจุบัน

ด้านการบริการและปฏิบัติการ

โรงแรมใส่ใจด้านการบริการและปฏิบัติการเป็นอย่างยิ่ง ดังนั้นจึงนำการบริการที่เป็นพื้นฐานของขบวนการให้บริการ (Process) ที่ประทับใจ เนื่องจากกระบวนการจัดการลูกค้าที่เข้ามา มีขั้นตอนการบริการของการต้อนรับ โดยการสร้างรูปแบบการให้บริการของโรงแรมที่เรียกว่า Sirarom's Service Model ได้แก่ ต้อนรับทักทายลูกค้าที่ใช้บริการ ตอบสนองความต้องการของลูกค้า และรำลาลูกค้าอย่างอบอุ่นก่อนกลับ เป็นพื้นฐานของการต้อนรับ ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ โดยเฉพาะลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก

ขั้นแรกของการบริการของศิริราชมย์ บูทีก โฮเทล ปฏิบัติดังนี้

1. ต้อนรับทักทายแขกประดุจญาติมิตร เรียกชื่อแขกทุกครั้งที่สามารถ
2. ตอบสนองความต้องการของแขก และคาดการณ์ถึงความต้องการของแขกอย่างสม่ำเสมอ
3. รำลาลูกค้าอย่างอบอุ่น เรียกชื่อแขกทุกครั้งที่สามารถด้วยโรงแรมเป็นบริการที่มีคุณลักษณะจำเพาะของธุรกิจบริการ (Characteristics of Service) ดังนั้นจึงปฏิบัติดังต่อไปนี้

ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) เป็นลักษณะจำเพาะ ซึ่งเป็นสินค้าที่จับต้องไม่ได้ ดังนั้นการให้บริการในของศิริราชมย์ บูทีก โฮเทล ย่อมเกิดความเสียดัง เช่น มุมมองของลูกค้า คิดหรือรู้สึกในใจว่าการเข้าไปใช้บริการนั้นจะดีหรือไม่ เช่น การบริการ ความสะอาด ความสะดวกสบาย หรืออาหารจะอร่อยหรือไม่ จะคุ้มค่างบเงิน ดีเหมือนกับที่การโปรโมทหรือไม่ ศิริราชมย์ บูทีก โฮเทลได้ลดความเสี่ยงดังนี้

- ลดความเสี่ยงเรื่องการให้บริการ เนื่องจากการกำหนัดการให้บริการ และเมื่อได้เข้าไปเห็นภายในก็รู้สึกได้จริง ๆ เช่น บรรยากาศ การตกแต่งแบบ modern ซึ่งมีความสวยงาม และคนที่เข้าไปใช้บริการนั้นมีมาก โดยเฉพาะชาวต่างชาติ

- ลดความเสี่ยงเรื่องความปลอดภัยสำหรับบุคคล และปลอดภัยสำหรับรถ เนื่องจากทางโรงแรมมีระบบรักษาความปลอดภัยเป็นพิเศษด้วยระบบมาตรฐาน และดูแลความปลอดภัยของรถยนต์เป็นอย่างดี เมื่อลูกค้ามาจอดรถก็รู้สึกปลอดภัย ไม่เสี่ยงต่อการโจรกรรมรถยนต์ และเกิดความพึงพอใจ ไม่ว่าจะทำกิจกรรมใด ๆ ก็มีความสุขและความสบายใจ

- ลดความเสี่ยงโดยการจัดสิ่งแวดล้อมหรือบรรยากาศให้ชวนเชื่อว่ามีมาตรฐานสูง เช่น ความสะอาด สภาพแวดล้อม โต๊ะ เก้าอี้ ที่นั่งพัก รวมถึงรูปลักษณ์ภายนอกอาคารดูดีมีระดับ เหมาะสมเป็นโรงแรมแนวบูทีกที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม แคสิ่งแวดล้อมและบรรยากาศก็ลดความเสี่ยงไปได้มาก เช่น ความมั่นใจ ความน่าเชื่อถือ และเกิดความรู้สึกถึงความเชื่อมั่นอาชีพ

- การแต่งตัวของพนักงานดี มีแบบฟอร์ม และบุคลิกภาพดี เช่น รูปร่างหน้าตาที่ดี ดูสะอาด เรียบร้อย แสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์ภายนอก โดยเฉพาะเครื่องแบบพนักงานออกแบบให้ กระชับกระฉ่ง สวยงาม เหมาะสม

- ลดความเสี่ยงด้วยการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ เช่น มีป้ายบอกจุดสถานที่ต่าง ๆ ในการแนะนำ เป็นการแสดงให้เห็นถึงความพร้อม ไม่ต้องรอกถามพนักงานให้เสียเวลา

ไม่สามารถแยกแยะระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการได้ (Inseparability) บริการไม่สามารถแยกออกจากผู้ผลิตได้ ผู้บริโภคและผู้ผลิตจะต้องอยู่ในเหตุการณ์เดียวกัน การบริการต้องถูกต้องตั้งแต่ครั้งแรก เนื่องจากศิริราชมย์ บูทิค โฮเทล มีมาตรฐานสูง การเข้าถึงการบริการเนื่องจากผู้บริหารศึกษาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยวมาโดยตรง ย่อมมีใจรักในงานบริการ ย่อมมีการคัดเลือกพนักงานเป็นอย่างดี หรือกลยุทธ์อื่น ๆ ที่สามารถครองใจลูกค้าได้ เช่น พนักงานมีสีหน้ายิ้มแย้มแจ่มใส ท่าทางดูดีมาก มีวาจาอ่อนหวาน หรือที่เราเรียกว่างามอย่างไทย ใคร ๆ ก็รัก จึงเหมาะกับงานบริการ ตลอดจนเอาใจใส่พนักงาน โดยทำ Internal marketing มีการคัดเลือกพนักงานเป็นอย่างดี และอบรมให้พนักงานจะจดจำทุกอย่างที่ลูกค้าชอบและปฏิบัติต่อลูกค้า ส่วนหัวหน้างานก็ให้เกียรติและเอาใจใส่ลูกน้อง การลดความเสี่ยงในคุณลักษณะจำเพาะ ของข้อผิดพลาดที่จะเกิดขึ้นในระหว่างเหตุการณ์ที่ผู้ผลิต (ผู้ให้บริการ) กับผู้บริโภค (ผู้รับบริการ) ในเวลาเดียวกัน ก็คือ การมีมาตรการป้องกัน เพื่อไม่ให้เกิดความผิดพลาดไม่ว่ากรณีใด ๆ จะไม่มีคำว่าผิดครั้งแรก เพราะจะไม่มีโอกาสแก้ตัวได้อีก พนักงานจึงถูกถูกสั่งสอนและฝึกอบรมก่อนการปฏิบัติงานจริง ฝึกการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า รวมทั้งฝึกอบรมบุคลิกภาพ (ลักษณะโดยรวมทั้งหมดของบุคคล) เช่น กาย วาจา และใจ ต้องดี ควบคู่ไปด้วยถึงจะสามารถบริการลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง ดังนั้นการปฏิสัมพันธ์ย่อมมีประสิทธิภาพ เปรียบกับสุขภาพที่ว่าทำดี ได้ดี ก่อให้เกิดการพูดปากต่อปาก และในที่สุด Brand Value ของศิริราชมย์ บูทิค โฮเทล ก็เกิดขึ้นมีมูลค่าในใจลูกค้า

มีความผันแปรในการให้บริการ (Variability) ปัจจัยภายนอกมีอิทธิพลต่อการบริการ การให้บริการต่าง ๆ มีรูปแบบและวิธีการให้บริการแตกต่างกันไป เป็นการยากที่จะกำหนดมาตรฐานเดียวกัน เช่น บริการคนเดียวกันอาจให้บริการแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับอารมณ์และสุขภาพของผู้ให้บริการ ระยะเวลาของการให้บริการ การแก้ไข ศิริราชมย์ บูทิค โฮเทล ใช้วิธี โดยมีระบบทำให้พนักงานปฏิบัติอย่างเดียวกัน (The same way) โดยคัดเลือกบุคลากรที่ดี และจัด

การบริการไม่สามารถจัดเก็บรักษาเอาไว้ได้ (Perishability) บริการเป็นสิ่งที่ไม่อาจเก็บรักษาเอาไว้ได้ ตัวอย่างเช่นการเตรียมห้องพัก ถ้าไม่มีแขกพักก็สูญเปล่า ทางโรงแรมก็มีวิธีการในการแก้ไขคือการเพิ่มราคาสูงในช่วงที่มีความต้องการ(Demand) สูง ราคาที่สูง ทดแทนการที่ขาดรายได้ ในช่วงที่มีความต้องการ(Demand) ต่ำ ราคาที่ต่ำ หรือมีการจัด โปรโมชั่น(Promotion) ลด แลก แจก แถม เป็นการชักจูงหรือดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการมากขึ้น

ด้านการเงินและการบัญชี

ปัจจัยด้านการเงินและการบัญชี มีหน้าที่ในการตรวจสอบและควบคุมทรัพย์สินรายได้และค่าใช้จ่ายทั้งหมดของ ศิรารมย์ บูทีค โฮเทล ควบคุมชั่วโมงการทำงาน การจ่ายค่าแรง และค่าล่วงเวลาของพนักงานทั้งหมด ซึ่งจะต้องติดต่อประสานงานกับแผนกอื่น ๆ การจัดการด้านการเงิน สามารถช่วยให้ฝ่ายจัดการได้ทำการตัดสินใจ ด้านการเงินของโรงแรม โดยมุ่งให้เกิดผลกำไรมากที่สุด โดยเฉพาะผู้ถือหุ้นต้องการเห็นผลการลงทุนเป็นตัวเงิน ฝ่ายจัดการด้านการเงินต้องใช้ทักษะในการบริหารและจัดการเงินให้บรรลุเป้าหมายตามที่ ศิรารมย์ บูทีค โฮเทล กำหนดไว้ในแผนธุรกิจ

การจัดการด้านการเงินการบัญชี

1. การจัดการด้านสินทรัพย์ ได้จัดการสินทรัพย์คงที่ และสินทรัพย์หมุนเวียนให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยสามารถสร้างผลผลิตการบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมได้รับผลตอบแทนที่น่าพอใจ
2. การจัดการเงินทุนงบประมาณ เป็นการลงทุนด้านสินทรัพย์คงที่ โดยทำการประเมินผลการลงทุนในแง่การหมุนเวียนของเงินสดกับค่าใช้จ่ายในการลงทุน เพื่อเปรียบเทียบจุดคุ้มทุนกับผลกำไรที่ได้รับ
3. การพัฒนาโครงสร้างเงินทุนของโรงแรม การจัดงบลงทุนค่าใช้จ่ายเป็นค่าสินทรัพย์ เพื่อป้องกันความเสี่ยงให้โรงแรมอยู่ในภาวะที่สามารถชำระหนี้ได้
4. การวิเคราะห์และการวางแผนการเงิน เป็นสิ่งสำคัญจำเป็นต้องวิเคราะห์และวางแผนด้านการเงิน โดยเน้นกลยุทธ์ในการปฏิบัติการและค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น เช่น ด้านพนักงาน ด้านการผลิตบริการและเครื่องมือ และอุปกรณ์ต่าง ๆ เพื่อสามารถใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจด้านการเงินของบริษัทในอนาคต

5. การควบคุมการเงินและการจัดทำงานงบประมาณ ได้ให้ความสำคัญเป็นพิเศษ เพื่อช่วยให้ฝ่ายจัดการได้ติดตามแผนการใช้จ่ายให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ตามแผนปฏิบัติงาน เช่น การดำเนินงาน การควบคุม การใช้จ่าย และการจัดทำงานงบประมาณ เป็นต้น

ด้านการจัดการองค์กร

ปัจจัยด้านการจัดการองค์กรถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ ศิริราชมัย บูทิด โฮเทล ได้มุ่งเน้นเป้าหมายตามที่กำหนด เพื่อให้มีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จตามที่ตั้งไว้ แต่สามารถยืดหยุ่น และปรับเปลี่ยนการปฏิบัติงานไปตามสภาวะการณ์แวดล้อม มีการบริหารโดยใช้ทรัพยากรให้บรรลุเป้าหมาย เช่น การใช้กระบวนการวางแผน การจัดระบบงานควบคุม เป็นต้น โดยแบ่งการจัดการองค์กรได้ดังต่อไปนี้

การจัดการระบบควบคุมบัญชีวัสดุอุปกรณ์

1. จัดการควบคุมค่าใช้จ่ายทุกฝ่ายในศิริราชมัย บูทิด โฮเทล
2. จัดทำและพัฒนาแบบฟอร์มในการลงทุนบัญชีตามประเภทของวัสดุ
3. ตรวจสอบวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้แล้ว
4. ควบคุมค่าใช้จ่ายให้เป็นไปตามกระบวนการ

ด้านการวิจัยและพัฒนา

ปัจจัยด้านการวิจัยและการพัฒนา เป็นสิ่งสำคัญมาก โดยเฉพาะโรงแรมที่เปิดใหม่อย่าง ศิริราชมัย บูทิด โฮเทล จำเป็นจะต้องศึกษาความต้องการของลูกค้า โดยการเก็บข้อมูลลูกค้า เพื่อนำมาปรับปรุงเปลี่ยนแปลงให้เกิดความพึงพอใจอยู่เสมอ และนำมาวางแผนการตลาด โดยจัดให้ฝ่ายการตลาดเป็นผู้ดำเนินการ เช่น วิจัยเพื่อทราบความต้องการ หรือความพึงพอใจของลูกค้า การวิจัยผลิตภัณฑ์ หรือวิจัยคู่แข่ง เป็นต้น

การวิเคราะห์ทำเลที่ตั้ง

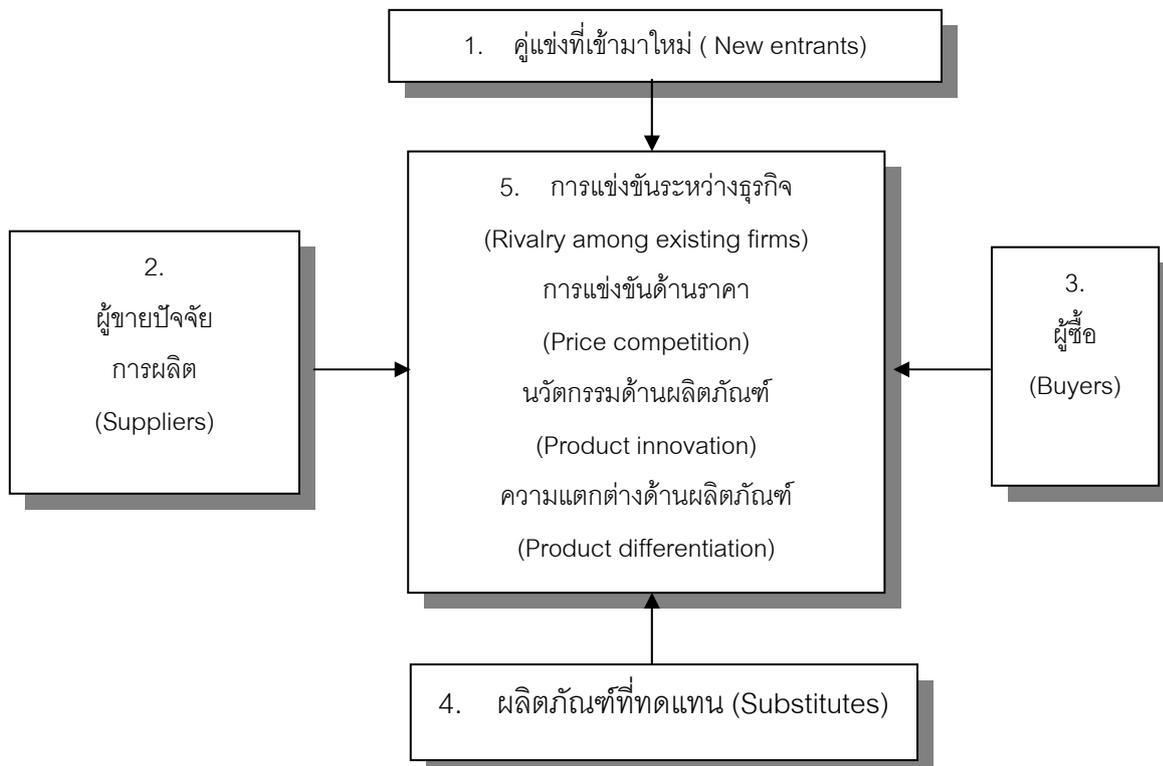
สถานที่ตั้ง ถนนอุทอง ตำบลประตูลี้ อำเภอนครศรีอยุธยา

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 13000 โทร. 0-3532-4172 โทรสาร 0-3532-4173

ศิริราชมัย บูทิด โฮเทล ตั้งอยู่บริเวณเกาะเมือง ถนนอุทอง ต.ดิริมน้ำเจ้าพระยา ใกล้สวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ ทำเลที่ตั้งสะดวกสบายในการเดินทาง รวมไปถึงระบบสาธารณูปโภคครบครัน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

การวิเคราะห์สภาพการแข่งขัน

ศิริธรรม บุษิก ไโฮเทล ได้มีการศึกษาคู่แข่งชั้น โดยศึกษากลยุทธ์ของคู่แข่งเป็นสิ่งสำคัญ สำหรับการวางแผนการตลาดที่มีประสิทธิผล ซึ่งอาจออกแบบระบบเพื่อรวบรวมกลยุทธ์ของคู่แข่งชั้นอย่างต่อเนื่อง ธุรกิจของ ศิริธรรม บุษิก ไโฮเทล มีการเปรียบเทียบด้าน ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาดกับคู่แข่งชั้นทางตรง เพื่อให้ทราบถึงข้อได้เปรียบและเสียเปรียบทางการแข่งขัน และยังต้องทราบถึงภาวะแรงกดดันจากคู่แข่งชั้นจากการวิเคราะห์ปัจจัยทางธุรกิจ 5 ประการ (Five Forces Model of Competition) ซึ่งประกอบด้วย อุปสรรคจากคู่แข่งที่เข้ามาใหม่ในตลาด (The threat of new entrants to the market) อำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต (The bargaining power of the firm's suppliers) อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ (The bargaining power of buyers) อุปสรรคจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ (The treat of substitute products) การเพิ่มขึ้นของการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น (The intensity of rivalry among competitors)



ภาพ 5 แสดงผลกระทบจากแรงกดดัน 5 ประการ

“ทีมา” (Porter, Michael E., 1993, p. 56 อ้างอิงใน เครื่องมือในการวิเคราะห์ Five Force Model, 2551)

1. ภัยคุกคามจากคู่แข่งหน้าใหม่ (Threat of New Entrants)

ศิริราชมย์ บูทีก โฮเทล นั้น วิเคราะห์ว่าภัยคุกคามจากคู่แข่งหน้าใหม่ของโรงแรมคือ คู่แข่งชั้นรายใหม่ที่เข้ามาในอุตสาหกรรมธุรกิจโรงแรมบูทีก เป็นโรงแรมขนาดเล็กที่ต่างจากโรงแรมเซิน มีการลงทุนที่ต่ำกว่าโรงแรมขนาดเล็กและขนาดใหญ่ มีอัตราการตอบแทนที่คุ้มค่า ทำให้ธุรกิจนี้ได้รับความสนใจค่อนข้างสูง ทำให้เกิดคู่แข่งเข้ามาในธุรกิจโรงแรมประเภทนี้อย่างต่อเนื่อง โรงแรมบูทีกมักมีดีไซด์ที่แตกต่างและโดดเด่น หรืออาจมีธีมของการสร้างโรงแรมที่น่าสนใจ ขณะที่บางแห่งอาจดัดแปลงมาจากอาคารที่มีประวัติศาสตร์ยาวนาน ขณะที่บริเวณเฉพาะบุคคล กลุ่ม (Customized service) ก็ถือเป็นอีกหนึ่งจุดขายของโรงแรมลักษณะนี้เพราะขนาดโรงแรมที่เล็กกว่า พนักงานจึงสามารถใส่ใจกับรายละเอียดของลูกค้าแต่ละคน และมีความใกล้ชิด กับลูกค้าทุกคนได้มากกว่าโรงแรมขนาดใหญ่

ศิริราชมย์ บูทีก โฮเทล ตระหนักถึงอัตราการเข้ามาของคู่แข่งชั้นรายอื่น ๆ ที่มีค่อนข้างสูง เนื่องจากผลการตอบแทนที่คุ้มค่า ทำให้นักลงทุนต่างตื่นตัวที่จะลงทุนในธุรกิจลงทุนประเภทนี้ โดยผู้บริหารของศิริราชมย์ บูทีก โฮเทล ก็ได้ศึกษาและทราบว่า ปัจจุบันโรงแรมบูทีกเป็นกระแสที่มีให้เห็นมาหลายปีแล้ว แต่เริ่มเป็นกระแสนิยมเมื่อไม่กี่ปีนี้ได้รับการตอบรับจากกลุ่มลูกค้าที่ชื่นชอบความเป็นส่วนตัวและความแปลกใหม่โรงแรมบูทีกสามารถตอบสนองความต้องการของนักเดินทางตามกระแสความนิยมในโรงแรมประเภทนี้

2. อำนาจการต่อรองของผู้จัดจำหน่าย (Bargaining Power of Suppliers)

เนื่องจาก ศิริราชมย์ บูทีก โฮเทล เป็นโรงแรมขนาดเล็กส่วนมากทางโรงแรมจะเป็นผู้จัดซื้อสินค้าเอง จะมีการจัดซื้อสินค้าบางประเภทที่ทางโรงแรมต้องติดต่อกับผู้จัดจำหน่าย ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด และเครื่องดื่ม การต่อรองของผู้จัดจำหน่ายถือได้ว่ามีอิทธิพลต่อศิริราชมย์ บูทีก โฮเทล ค่อนข้างน้อย แต่หากมองในมุมมองของผลประโยชน์หรือต้นทุนวัตถุดิบที่ทางโรงแรมจัดซื้อเข้ามานั้นจะพบว่า ในกรณีที่โรงแรมซื้อวัตถุดิบเองทุกครั้งในปริมาณน้อยก็จะได้ไม่ได้รับส่วนลดเท่ากับโรงแรมขนาดใหญ่ที่สั่งซื้อวัตถุดิบครั้งละมาก ๆ จากผู้จัดจำหน่าย ดังนั้นราคาต้นทุนการผลิตของโรงแรมจะแตกต่างกันยิ่งถ้าศิริราชมย์ บูทีก โฮเทล ซื้อสินค้าเองตามท้องตลาดในราคาปกติเหมือนกับลูกค้าปลีกทั่วไป จะส่งผลให้ทางโรงแรมมีต้นทุนการผลิตสูงและมีข้อจำกัดในการลดราคาให้แก่ลูกค้าเพราะต้องคำนึงถึงต้นทุนการผลิตเป็นหลัก ซึ่งมีเหตุผลหลายประการที่ทำให้ผู้ขายมีอำนาจการต่อรอง เช่น จำนวนผู้ขายวัตถุดิบยิ่งน้อยราย ยิ่งทำให้ผู้ขายมีอำนาจในการต่อรองมากขึ้น และสัดส่วนที่ผู้ขายนั้นขายให้เรา ยิ่งน้อย อำนาจในการต่อรองก็ยิ่งเพิ่มขึ้น การรวมตัวของผู้ขายยิ่งมากอำนาจการต่อรองของผู้ขายยิ่งมาก จำนวนแหล่งวัตถุดิบหรือวัตถุดิบที่มี

ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเอง มีผู้ขายจำนวนมากที่ต้องการทำธุรกิจกับโรงแรม แต่ก็มีจำนวนผู้ขายเพียงไม่กี่รายที่ได้โอกาส โรงแรมเป็นผู้เลือกผู้ขายที่เสนอขายสินค้าที่มีคุณภาพและราคาประหยัด จึงแทบจะพูดได้ว่าผู้ขายไม่มีอำนาจในการต่อรอง

3. อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ (Bargaining Power of Buyers)

ธุรกิจของ ศิรารมย์ บูทีก โฮเทล ได้ดำเนินธุรกิจตามแนวคิดโรงแรมบูทีก โดยเน้นการสร้างจุดขายที่แตกต่างให้แก่ลูกค้าซึ่งจะได้รับประสบการณ์ใหม่ความรู้สึกใหม่ การบริการอย่างใกล้ชิดเป็นส่วนตัวและความประทับใจ ราคาห้องพักของโรงแรมบูทีกค่อนข้างสูง เมื่อเปรียบเทียบกับโรงแรมทั่วไป แต่ผู้ที่มาเข้าพักกลับไม่สนใจด้านราคาห้องพักมากนักแต่สนใจในรูปแบบของโรงแรมที่สามารถตอบสนองความเป็นตัวตนของผู้มาพัก สำหรับธุรกิจโรงแรมอย่าง ศิรารมย์ บูทีก โฮเทล ผู้บริโภคมีอำนาจการต่อรองค่อนข้างน้อยหรือกล่าวได้ว่าไม่มีผลหรืออิทธิพลต่อการกำหนดราคาของโรงแรม เนื่องจากจำนวนผู้ประกอบการโรงแรมแนวบูทีกยังมีจำนวนน้อยราย ทำให้โรงแรมได้เปรียบทางด้านอำนาจการต่อรองลูกค้า เพราะลูกค้ายังไม่มีตัวเลือกใดที่สามารถทดแทนกันได้

4. ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทนกันได้ (Threat of Substitute Products)

ธุรกิจโรงแรมมีการแข่งขันกันกับธุรกิจที่พักประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากโรงแรม เนื่องจากมีลักษณะคล้ายคลึงกันและทดแทนกันได้ หากพิจารณาถึงธุรกิจที่พักประเภทอื่น ไม่ว่าจะเป็น อพาร์ทเมนต์ เกสต์เฮ้าส์ และโฮมสเตย์ การบริการด้านที่พักที่หลากหลายเป็นทางเลือกสำหรับลูกค้าในการเลือกใช้บริการยิ่งจำนวนสินค้าทดแทนเพิ่มขึ้นมากเท่าใดจึงเป็นอุปสรรคต่อการทำธุรกิจมากขึ้น เราจึงต้องพยายามสร้างคุณสมบัติของ ห้องพักและการบริการที่แตกต่างเหนือกว่าคู่แข่งและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ ลูกค้าบางกลุ่มจึงเต็มใจที่จะจ่ายเพื่อความพึงพอใจที่จะได้รับ โรงแรมบูทีกมีราคาห้องพักที่สูงกว่าห้องพักทั่วไป จึงเป็นเหตุผลที่ทำให้ลูกค้าเลือกใช้บริการ Guest House, Home Stay และโรงแรมทั่วไป

ถึงแม้จะมีความคล้ายคลึงกันแต่ก็ไม่สามารถเป็นสินค้าที่นำมาทดแทนกันได้เพราะกลุ่มลูกค้าที่เลือกพักที่ ศิรารมย์ บูทีก โฮเทล เป็นกลุ่มลูกค้าเฉพาะที่ชอบในความโดดเด่นของโรงแรมที่ต่างจากที่พักอื่น ๆ

5. สภาวะแข่งขันระหว่างคู่แข่งในปัจจุบัน (Marketing Plan)

สภาวะแข่งขันระหว่างคู่แข่งในปัจจุบันของโรงแรมบูทีคกับธุรกิจของ ศิรารมย์ บูทีค โฮเทล มีหลายปัจจัยที่ทำให้การแข่งขันรุนแรงขึ้น เช่น คู่แข่งขันมีขนาดและความสามารถในการประกอบธุรกิจที่เท่าเทียมกัน ความต้องการของผู้บริโภคลดลง มีข้อกำหนดและความเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจทำให้คู่แข่งทางการค้าจำเป็นต้องใช้การตัดทอนราคาหรือเครื่องมือทางยุทธศาสตร์ทางการแข่งขันอื่น ๆ เพื่อเพิ่มจำนวนยอดขาย มีคู่แข่งทางการค้าเกิดความไม่พึงพอใจในส่วนแบ่งทางการตลาดของตนและเกิดความพยายามที่จะผลักดันธุรกิจของตนให้อยู่ในตำแหน่งที่ดีขึ้น โดยภาพรวมจำนวนห้องพักในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีประมาณ 1,900 ห้อง (สำนักงานจังหวัดพระนครศรีอยุธยา, 2550, หน้า 11) ซึ่งมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นอย่างแน่นอนในอนาคตการแข่งขันย่อมรุนแรงขึ้น

จากแนวคิดที่เป็นเอกลักษณ์ ไม่เหมือนใคร ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้วยความแตกต่าง ความรุ่มร้อนและสีสันของพันธุ์ไม้ ซึ่งปัจจุบันแนวคิดสีเขียวมาแรงด้วยสภาวะโลกร้อน คู่แข่งภายในจังหวัดจึงอยู่ในสภาวะที่ไม่รุนแรงมากนัก โรงแรมบูทีคเป็นธุรกิจที่นำเสนอรูปแบบเฉพาะจึงไม่จำเป็นต้องใช้การลดราคาและการใช้กิจกรรมทางการตลาดมากนัก เพราะจะทำให้จุดยืนทางการตลาดของธุรกิจโรงแรมเปลี่ยนไป ซึ่งแต่ละโรงแรมมีเอกลักษณ์และจุดขายที่ต่างกันอย่างสิ้นเชิงแล้วถึงแม้ว่าการเข้ามาของคู่แข่งของโรงแรมประเภทนี้จะมีมากขึ้นแต่ภาวะการแข่งขันถือได้ว่าไม่รุนแรง

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT) ของการเข้าสู่ธุรกิจ

จุดแข็ง (Strengths)

- **สถานที่ตั้งของโรงแรม** ศิรารมย์ บูทีค โฮเทล มีสถานที่ตั้งที่ดี เหมาะสม ติดริมแม่น้ำเป็นจุดขายง่าย ๆ สามารถเป็นเส้นทางท่องเที่ยวโดยเรือมีบรรยากาศแม่น้ำเจ้าพระยาที่ลูกค้าสามารถได้สัมผัสได้ และโรงแรมตั้งอยู่ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จึงเหมาะสมกับการประกอบธุรกิจโรงแรม เนื่องจากจังหวัดพระนครศรีอยุธยาจัดเป็นเมืองท่องเที่ยวแห่งหนึ่ง ซึ่งมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ เดินทางมามาก เพราะมีชื่อเสียงในด้านโบราณสถาน โบราณวัตถุที่ล้ำค่า มีวัดที่เก่าแก่มากมาย รวมถึงการที่เป็นเมืองหลวงเก่าของไทย จากสาเหตุนี้เองจึงทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเพื่อชมความงามของสิ่งต่าง ๆ ที่ได้รับการยกย่องจากองค์การ UNESCO ให้เป็นมรดกโลก

- **มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น มีบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติ และมีการตกแต่งดีไซน์**

โรงแรมมีจุดเด่นเฉพาะตัว ได้เปรียบคู่แข่ง แตกต่างไม่เหมือนกับโรงแรมอื่น ๆ ที่อยู่ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และเป็นเอ็กซ์คลูซีฟ นอกจากนี้ยังมีการดีไซน์ตกแต่งแบบ ออกแบบโดยใช้ศิลปะแนวร่วมสมัย (Contemporary) เน้นการตกแต่งด้วยวัสดุชั้นดี และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว (Theme) สวยงามท่ามกลางความเขียวขจี ทั้งภายนอกและภายในมีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง ที่พักที่สงบเงียบในบรรยากาศแห่งการพักผ่อนท่ามกลางพรรณไม้ไม่น้อยใหญ่อันเงียบสงบและร่มรื่น เรือนพักแต่ละห้องอยู่ท่ามกลางความเขียวขจีของไม้ไทยนานาพันธุ์ ทั้งไม้ยืนต้นและไม้ดอก ให้ความรู้สึกที่เป็นส่วนตัว หลีกหนีความวุ่นวายในชีวิตประจำวัน มีทัศนียภาพอันสวยงามจากแม่น้ำเจ้าพระยาและวัดนักบุญยอแซฟ ทำให้เป็นจุดขายหนึ่งที่ตั้งดูดีลูกค้า

- **กระบวนการให้บริการ (Process) ประทับใจ และเอาใจใส่ดูแลเหมือนญาติ**

เนื่องจากกระบวนการจัดการลูกค้าของโรงแรม มีมาตรฐานและเอกลักษณ์เป็นของตนเอง มีการบริการตามแนววัฒนธรรมไทย นุ่มนวล เอื้ออาทร เอาใจใส่ มีขั้นตอนการบริการของการต้อนรับ สามขั้นตอนในการให้บริการ (Three Steps of service) ได้แก่ ต้อนรับทักทายลูกค้าที่ใช้บริการ ตอบสนองความต้องการของลูกค้า และรำลาลูกค้าอย่างอบอุ่น ก่อนกลับ มีการบริการแบบ T.E.A.M (Together, Everyone, Achieves, More) เป็นพื้นฐานของการต้อนรับ ด้วยความเป็นโรงแรมขนาดเล็ก ทำให้พนักงานสามารถดูแลลูกค้าได้ทั่วถึง เป็นกันเอง มีความซื่อสัตย์ สร้างความอบอุ่น ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ โดยเฉพาะลูกค้าชาวต่างชาติ จุดเด่นของโรงแรม คือ การมีหัวใจในการบริการ (Service mind) ในการบริการลูกค้าตามที่ลูกค้าคาดหวัง เช่น การให้บริการอาหารที่สะอาด ความปลอดภัยของสุขภาพ เนื่องจากทางโรงแรมคัดสรรผลิตภัณฑ์อาหารที่ดีต่อสุขภาพเรียกได้ว่าสร้างสรรค์จริง ๆ มีคุณค่า ใช้อัตถุติบที่ปลอดภัยสารพิษ (อาหารเพื่อสุขภาพ ทุกอย่างปลอดภัยสารพิษ) เป็นการเอาใจใส่ดูแลสุขภาพของแขก

- **มี Homepage, Website (www.siraromboutiquehotel.com)** ทำให้ลูกค้าจากทุกมุมโลกรู้จักโรงแรมมากขึ้น เพราะมี Homepage, Website แนะนำโรงแรมเป็นของตนเอง เป็นการสร้างจุดแข็งของโรงแรม ในเรื่องการทำกลยุทธ์ทางการตลาด โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายคือชาวต่างชาติ

- **ลักษณะกายภาพโดยรวมของโรงแรม (Physical Evidence)** ลักษณะทางกายภาพของโรงแรมมีสไตล์ มีไอเดียการตกแต่งที่เป็นเอกลักษณ์ทั้งบรรยากาศภายในและภายนอกของโรงแรม มีการตกแต่งที่เรียบง่ายแต่ทรงเสน่ห์ ออกแบบห้องพักอย่างลงตัว อาทิเช่นเฟอร์นิเจอร์เน้นวัสดุธรรมชาติทำให้ดูกลมกลืนและความสวยงาม

- **กระจายรายได้เข้าสู่ชุมชน** ศิรารมย์ บูทีค โฮเทล มีบริการสปาและอบไอน้ำ แต่เป็นการจ้างจากชาวบ้านบริเวณใกล้เคียง พร้อมการส่งเสริมทัศนียภาพ โดยติดต่อกับร้านอาหารข้าง ๆ โรงแรม รวมไปถึงการนั่งรถสามล้อถีบชมความงามในยามค่ำคืน จึงเป็นการกระจายรายได้เข้าสู่ชุมชนไปในตัว นอกจากนี้ยังเป็นมิตรกับชุมชนบริเวณใกล้เคียงด้วย

จุดอ่อน (Weaknesses)

- **เจ้าของกิจการขาดประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจโรงแรม** ผู้บริหารขาดความชำนาญและประสบการณ์ด้านการบริหารธุรกิจโรงแรม เนื่องจากศิรารมย์ บูทีค โฮเทล เป็นโรงแรมเปิดใหม่ ถึงแม้ว่าทีมผู้บริหารของโรงแรมจะเรียนในสาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรมจากมหาวิทยาลัยนเรศวร แต่ไม่เคยประกอบธุรกิจมาก่อน อาจทำให้เป็นจุดอ่อนในการบริหารจัดการ โดยเฉพาะสำหรับมือใหม่ เพราะปัจจุบันมีการแข่งขันกันสูงในธุรกิจโรงแรม ดังนั้นประสบการณ์จึงเป็นสิ่งสำคัญในการดำเนินธุรกิจ เพราะเป็นการเรียนรู้วิธีการต่าง ๆ เช่น การแก้ปัญหา การใช้กลยุทธ์ด้านการตลาดในปัจจุบัน

- **เป็นโรงแรมใหม่ทำให้ลูกค้ารู้จักน้อย** โรงแรมเปิดใหม่ทำให้เป็นที่รู้จักน้อย อาจทำให้เกิดผลกระทบในช่วงแรกของการดำเนินธุรกิจ ถึงแม้ว่าทางโรงแรมจะมี Homepage, Website (www.siraromboutiquehotel.com) เป็นของตนเอง แต่ยังคงอาศัยเวลาสำหรับจุดคุ้มทุน และการดำเนินธุรกิจ ให้เป็นที่รู้จักและยอมรับสำหรับลูกค้า ดังนั้นจึงเป็นจุดอ่อนของโรงแรมเปิดใหม่

- **กระบวนการสรรหาขาดประสิทธิภาพ** เนื่องจากเป็นโรงแรมที่เปิดใหม่ ดังนั้นกระบวนการสรรหาอาจขาดประสิทธิภาพ เช่น ได้พนักงานที่ไม่มีประสบการณ์ เพราะเป็นโรงแรมยังไม่เป็นที่รู้จักและยอมรับจากบุคคล ตัวเล็อกในการสรรหาจึงมีน้อย อาจก่อให้เกิดผลเสียได้

- **พนักงานต้องปฏิบัติหน้าที่หลายด้าน** ขาดความชำนาญเฉพาะด้าน เนื่องจากเป็นโรงแรมที่เปิดใหม่ อาจจะทำให้ไม่ได้รับการยอมรับและความไว้วางใจด้านการบริการ ดังนั้นพนักงานอาจมีน้อย ทำให้ต้องปฏิบัติหน้าที่หลายด้าน และเมื่อเกิดเหตุการณ์นี้ ต่อไปอาจพบปัญหา การหมุนเวียนเข้า-ออกของพนักงานค่อนข้างสูง

- **ข้อบกพร่องด้านระบบการจัดการ** การเป็นโรงแรมใหม่ที่เพิ่งเข้าสู่ธุรกิจทำให้มีประสบการณ์ในการทำธุรกิจโรงแรมน้อยกว่าคู่แข่ง ซึ่งอาจพบข้อบกพร่องด้านการบริหารจัดการ เช่น การตรวจสอบ การควบคุม ฯลฯ ถือเป็นจุดอ่อนเพราะทำให้คุณภาพการให้บริการน้อยกว่าคู่แข่งชั้น นอกจากนี้การมีต้นทุนสูงจากการแนะนำโรงแรมเข้าสู่ธุรกิจ ยังทำให้โรงแรมมี

- **ต้นทุนการดำเนินงานธุรกิจสูง** โรงแรมมีต้นทุนสูง เนื่องจากเป็นโรงแรมที่เปิดดำเนินการมาไม่นาน จึงต้องลงทุนด้านต่าง ๆ มากมาย ทั้งค่าใช้จ่ายผันแปรและค่าใช้จ่ายคงที่ เช่น เงินเดือนพนักงาน ค่าอุปกรณ์สำนักงาน ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ ค่าจ้างทีมงานมืออาชีพและค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาด ถือเป็นจุดอ่อนเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งเพราะโรงแรมศิริราชมย์ บูทิค โฮเทล ต้องรับความเสี่ยงสูงจากการรับภาระต้นทุนสูงกว่าคู่แข่ง แต่ยังคงรักษาระดับราคาให้อยู่ในระดับไม่สูงกว่าคู่แข่งมากนัก เพื่อป้องกันมิให้ลูกค้าหันไปใช้บริการโรงแรมอื่น นอกจากนี้โรงแรมยังมีระยะเวลาคืนทุนสูงกว่าคู่แข่งที่อยู่ในธุรกิจนี้มาก่อน

โอกาส (Opportunities)

- **ปัจจุบันโรงแรมในสไตล์บูทิค** ซึ่งเป็นโรงแรมแนวใหม่กำลังได้รับความนิยมจากลูกค้า ก่อให้เกิดอัตราการบริโภคที่สูงขึ้น ปัจจุบันบูทิค โฮเทล เป็นที่พักแนวใหม่ที่เป็นที่นิยมของชาวต่างชาติที่ต้องการสัมผัสบรรยากาศอันมีเอกลักษณ์และบริการที่โรงแรมใหญ่ ๆ ให้ไม่ได้ ส่วนในประเทศไทยก็เป็นที่นิยมเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ เพื่อสนองตอบไลฟ์สไตล์ใหม่ของนักท่องเที่ยว ดังนั้นจึงเป็นโอกาสของโรงแรมในสไตล์ดังกล่าว

- **โรงแรมตั้งอยู่ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โบราณสถานทางและประวัติศาสตร์** โรงแรมตั้งอยู่ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โอกาสของโรงแรมจึงมีมาก เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ หันมาให้ความสนใจการท่องเที่ยวมากขึ้น โดยเฉพาะปัจจุบันผู้คนชอบท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และจังหวัดพระนครศรีอยุธยาก็มี Destination ที่สวยงามไว้รองรับผู้มาเยือน ไม่ว่าจะเป็นวัดวาอาราม สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ มีทั้งธรรมชาติที่สวยงาม ประกอบกับโบราณสถานที่สำคัญต่าง ๆ มากมายที่สวยงามคงเป็นเอกลักษณ์และขนบธรรมเนียม วัฒนธรรมที่อ่อนน้อมและดีงาม จึงทำให้มีจำนวนผู้เดินทางมาเยี่ยมเยือนจำนวนมาก ดังจะเห็นได้จากสถิติการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งจำนวนนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ เป็นผลดีต่อการการรองรับลูกค้าสำหรับธุรกิจโรงแรม ดังนั้น แนวโน้มของธุรกิจโรงแรมจึงมีโอกาสเติบโตอย่างรวดเร็ว

- **โรงแรมตั้งอยู่ใกล้เมืองหลวง ทำให้สะดวกในการเดินทาง** จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นเมืองธรรมชาติระดับโลกที่อยู่ใกล้เมืองหลวง ดังนั้นการเดินทางจึงสะดวกสบาย มีการก่อสร้างทางคมนาคมสายตรงจากรุงเทพฯ มีระยะทางเพียง 76 กิโลเมตร และค่านิยมของคนในปัจจุบันหันมาให้ความสนใจการเดินทางมากขึ้นไม่ว่าจะเป็นการเดินทางเพื่อธุรกิจ หรือพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งส่งผลให้ธุรกิจด้านโรงแรมเป็นที่นิยมมากขึ้น ส่วนรูปแบบการดำเนิน

- **แนวโน้มปี 2008 ธุรกิจโรงแรมเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม** แนวโน้มการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมสูงขึ้นเรื่อย ๆ ทำให้เป็นโอกาสในการรวบรวมลูกค้าเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากโรงแรมมีคอนเซ็ปต์ในการรักษาสิ่งแวดล้อมอยู่แล้ว เช่น โรงแรมใช้น้ำยาทำความสะอาดที่ไม่มีสารพิษ ใช้ถังขยะในห้องพักที่ทำจากวัสดุรีไซเคิล และใช้หลอดไฟประหยัดพลังงาน เทรนด์สีเขียวกำลังมาแรง ดังนั้นจึงเป็นโอกาส เป็นประโยชน์ด้านการเงิน อาทิเช่น การใช้หลอดประหยัดไฟจะช่วยลดค่าไฟที่ต้องจ่ายลง นั่นก็แสดงว่าการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเท่ากับเป็นมิตรกับธุรกิจ

- **การแข่งขันยังไม่สูง เนื่องจากบริเวณใกล้เคียงในเขตที่พักไม่มีคู่แข่งในสไตล์บูติก** โรงแรมมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว แนวบูติก โฮเทล ซึ่งมีคู่แข่งเพียง 2 แห่งคือ พลุชยารีสอร์ท แอนด์ สปาอยู่ในเขตตำบลคลองสวนพูล และดิโอล์ดพาลาเชอ อยู่ในเขตตำบลสวนพริก อยู่ห่างจากศิริราชมัย บูติก โฮเทลประมาณ 10 กิโลเมตร และ 4 กิโลเมตรตามลำดับ เนื่องจากที่ตั้งของโรงแรมอยู่ในเขตเกาะเมืองอำเภอพระนครศรีอยุธยา ทำให้มีโอกาสรองรับลูกค้าที่ต้องการมาพักในเขตนี้ ต้องการเข้ามาชมความงามของบริเวณรอบเกาะเมือง โดยมาพักแรมในบรรยากาศแบบธรรมชาติ เงียบสงบ และเป็นกันเอง พร้อมบริการที่ประทับใจ

- **ปัจจุบันคนใส่ใจสุขภาพมากขึ้น** เรียกได้ว่ากำลังอินเทรนด์ และทางโรงแรมก็มีการให้บริการที่ด้านสุขภาพ เช่น การบริการสปา พร้อมบริการอาหารสุขภาพ เน้นวัตถุดิบที่ปลอดสารพิษ อาทิ ผักปลอดสารพิษจากศูนย์ศิลป์บางไทร โครงการหลวง เป็นต้น จึงเป็นโอกาสทองอีกทางหนึ่งของการรับใช้ผู้ที่รักสุขภาพ

- **รัฐบาลให้การสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยว** ปัจจุบันหน่วยงานการท่องเที่ยว ช่วยกันรณรงค์ส่งเสริมการท่องเที่ยว ทั้งภาครัฐและเอกชน เช่น การจัดกิจกรรมของหน่วยงานต่าง ๆ ตัวอย่างเช่น การจัดงานเทศกาลตลอดทั้งปี ตลอดทั่วทุกภาค เช่น เที่ยวทั่วไทยไปได้ทุกเดือน รวมถึงการจัดงานระดับโลก ให้นำประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการจัดงานประชุมต่าง ๆ เพื่อเผยแพร่ประเทศไทยให้กับประเทศต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จักเป็นที่ยอมรับ และเดินทางมาท่องเที่ยวมากขึ้น ทำให้โรงแรมมีผลพลอยได้

อุปสรรค (Threats)

- **การแข่งขันระหว่างธุรกิจโรงแรมมีสูงขึ้น** จากการรณรงค์ส่งเสริมการท่องเที่ยว ทำให้มีนักท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกประเทศเพิ่มมากขึ้น ธุรกิจที่พักแรมจึงเกิดขึ้นเป็นเงาตามตัวเช่นกัน เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวให้เพียงพอ จะเห็นได้ว่ามีที่พักแรม และรีสอร์ทต่าง ๆ เป็นจำนวนมากในประเทศไทย ดังนั้น การแข่งขันระหว่างธุรกิจโรงแรมในปัจจุบันจึงมีสูงขึ้น
- **ภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลง ในปัจจุบันนี้ภาวะเศรษฐกิจเปลี่ยนแปลงไป** มีความผันแปร ส่งผลกระทบต่อธุรกิจท่องเที่ยว เช่น ราคาน้ำมันที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น หรือบางครั้งก็ลดลงตามภาวะของตลาดโลก ทำให้ราคาค่าใช้จ่ายในการเดินทางเพิ่ม หรือลดตามภาวะเศรษฐกิจในขณะนั้น นักท่องเที่ยวจึงขาดความมั่นใจในการใช้จ่ายเงิน ทำให้ผลกระทบต่อธุรกิจโรงแรมด้วย
- **ปัญหาการเมืองและความไม่สงบของสามจังหวัดชายแดนภาคใต้** จากเหตุการณ์ความไม่สงบใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ส่งผลกระทบต่อนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว เพราะนับวันกว้างขยายออกไปมากขึ้นมากเรื่อย ๆ การระเบิดตามสถานที่ต่าง ๆ และการฆ่าบุคคลที่อยู่ในพื้นที่ เกิดขึ้นทุกวัน ทำให้มีประชาชนเสียชีวิตไปมาก นักท่องเที่ยวเกิดความไม่มั่นใจต่อสถานการณ์ในขณะนี้ ก็ให้เกิดผลกระทบต่อธุรกิจโรงแรมเช่นเดียวกัน

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการตลาด

กลยุทธ์ด้านความแตกต่างระดับธุรกิจ (Business Level Strategy)

โรงแรมศิริราชมย์ บูทีค โฮเทล เป็นกิจการโรงแรมแนวใหม่ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จึงเน้นกลยุทธ์หลัก คือ การสร้างความแตกต่าง ในการมุ่งการบริการโดยการถือเกณฑ์ความเป็นเอกลักษณ์ หรือสร้างความแตกต่างออกมาให้ปรากฏแก่สายตาของนักท่องเที่ยวหรือลูกค้า อันจะนำโรงแรมสู่ความได้เปรียบคู่แข่งขัน ในการสร้างมูลค่าเพิ่มที่เพิ่มขึ้น ซึ่งมีผลต่อการสร้างความพึงพอใจในระดับสูงแก่ลูกค้า

จากการที่ศิริราชมย์ บูทีค โฮเทล มีต้นทุนในการเริ่มเข้าสู่ธุรกิจค่อนข้างสูง การที่โรงแรมนำกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างมาใช้จะทำให้โรงแรมสามารถกำหนดอัตราค่าบริการให้บริการที่สูงได้ เพราะกลุ่มลูกค้าไม่มีความอ่อนไหวต่อราคาหรืออัตราค่าบริการ ความสำเร็จของโรงแรมจึงขึ้นอยู่กับคุณค่าและเอกลักษณ์ในการเป็นโรงแรมบูทีคที่มีรูปแบบร่วมสมัย (Contemporary) และมีการบริการที่หลากหลาย รวดเร็ว มีคุณภาพ ประทับใจลูกค้า เสนอแก่นักท่องเที่ยวหรือลูกค้า ซึ่งยากต่อการเลียนแบบจากคู่แข่ง อันจะทำให้ให้นักท่องเที่ยวหรือลูกค้าเชื่อถือ ตระหนักถึงการมีเอกลักษณ์ และมีความจงรักภักดีต่อการบริการของโรงแรม

คิรารมย์ บุทิด โฮเทล สามารถดำเนินการเพื่อสร้างสร้างความแตกต่างได้ ดังนี้

1. พัฒนารูปแบบการบริการให้มีความหลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีหลากหลายทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ
2. การทำโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ให้ครอบคลุมและทั่วถึง เช่น อินเทอร์เน็ต เทคโนโลยีไร้สาย โทรทัศน์ วิทยุ และสื่อสิ่งพิมพ์ ป้ายผ้า แผ่นพับ เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและเป็นการสร้างชื่อเสียงให้เป็นที่รู้จัก
3. การบริการลูกค้าด้วยการบริการข้อมูลข่าวสารด้วยระบบอัตโนมัติตลอด 24 ชั่วโมง การติดตามและส่งข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวและบริการของโรงแรมไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ
4. การมีกิจกรรมที่มีส่วนร่วมแก่สังคม เช่น การส่งเสริมการท่องเที่ยวร่วมกับท้องถิ่น หน่วยงานรัฐบาลและเอกชน
5. การสร้างความเชื่อมั่นด้านคุณภาพและการให้บริการแก่ลูกค้า ด้วยการมีกฎระเบียบของโรงแรมอย่างชัดเจน ที่เปิดเผยแก่ลูกค้า
6. มีระบบการรับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการรับบริการของโรงแรมที่สถานที่ตั้งของโรงแรมและทางอินเทอร์เน็ต

กลยุทธ์ระดับหน้าที่ (Functional Level Strategy)

ตาราง 10 แสดงกลยุทธ์ด้านการตลาด

การปฏิบัติการ (Implementation)	การควบคุม (Control)
<p>1. ผลิตภัณฑ์ (Product)</p> <p>ผลิตภัณฑ์ของโรงแรม คือ การบริการ</p> <ul style="list-style-type: none"> - การสร้างการยอมรับและสร้างเอกลักษณ์ของโรงแรมเพื่อการจดจำของลูกค้า 	<ul style="list-style-type: none"> - การออกแบบและตกแต่งพื้นที่ทุกส่วนของโรงแรมสไตล์ร่วมสมัย(contemporary)ที่มีการผสมผสานที่ลงตัว มีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้
<ul style="list-style-type: none"> - การเป็นพันธมิตรและประสานกับผู้ประกอบการโรงแรม บริษัทนำเที่ยวต่าง ๆ แหล่งวัตถุดิบที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของลูกค้า เพื่อสร้างการยอมรับของลูกค้าหรือนักท่องเที่ยว 	<ul style="list-style-type: none"> - การศึกษาและรวบรวมข้อมูลผู้ประกอบการโรงแรม ที่พัก บริษัทนำเที่ยว แหล่งวัตถุดิบที่มีชื่อเสียงจากสื่อต่าง ๆ ได้แก่ เว็บไซต์ กระทรงพาณิชย์ กระทรงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ฯลฯ
<ul style="list-style-type: none"> - การนำเสนอการบริการที่มีความหลากหลาย ได้แก่ สปา ห้องอาหาร ของที่ระลึก สระว่ายน้ำ ฯลฯ 	<ul style="list-style-type: none"> - สํารวจความนิยมของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการที่พักรูปแบบต่าง ๆ โดยการสอบถามโดยตรง การศึกษารายงานการวิเคราะห์จากแหล่งต่าง ๆ ได้แก่ วารสาร บทความ หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ กระทรงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ฯลฯ แล้วนำมาปรับปรุง พัฒนา และประยุกต์ใช้
<ul style="list-style-type: none"> - การบริการลูกค้า ด้วยการบริการข้อมูลข่าวสารด้วยระบบอัตโนมัติตลอด 24 ชั่วโมง 	<ul style="list-style-type: none"> - การจัดทำระบบบริการข้อมูลอัตโนมัติที่มีประสิทธิภาพ

ตาราง 10 (ต่อ)

การปฏิบัติการ (Implementation)	การควบคุม (Control)
<p>1. ผลิตภัณฑ์ (Product)</p> <ul style="list-style-type: none"> - การติดตามและส่งข้อมูลข่าวสาร ด้านกิจกรรมและการให้บริการของโรงแรมไปยัง กลุ่มลูกค้าเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง - การสร้างความเชื่อมั่นด้านคุณภาพ และการให้บริการแก่ลูกค้า ด้วยการมี กฎระเบียบของโรงแรมอย่างชัดเจน ที่เปิดเผย แก่ลูกค้า - มีระบบการรับความคิดเห็นของลูกค้า ต่อการรับบริการของโรงแรมทั้งที่โรงแรมและ ทางอินเทอร์เน็ต 	<ul style="list-style-type: none"> - การจัดทำกระบวนการรวบรวมข้อมูล ลูกค้าที่ใช้บริการอย่างเป็นระบบ และจัดเก็บ ข้อมูลอย่างเป็นระเบียบ มีการติดต่อให้ข้อมูล ข่าวสารลูกค้าอย่างต่อเนื่อง - การมีกฎระเบียบของโรงแรมอย่างชัดเจน การให้ความสำคัญกับการให้บริการ โดยการ ตรวจสอบสภาพการทำงาน และการให้บริการ อย่างสม่ำเสมอ - จัดทำกล่องรับความคิดเห็นที่โรงแรม และ มีกระดานให้แสดงความคิดเห็นทางเว็บไซต์ของ โรงแรม
<p>2. ราคา (Price)</p> <p>ผลิตภัณฑ์ของโรงแรม คือ การบริการ</p> <ul style="list-style-type: none"> - การตั้งราคาสูงกว่าคู่แข่งขึ้น เนื่องจาก โรงแรมมีภาพลักษณ์ในการเป็นโรงแรมสไตล์ นูที่คที่มีบริการหลากหลาย มีคุณภาพ มีความ แตกต่างด้านการบริการที่เหนือกว่าคู่แข่งขึ้น ลูกค้าเต็มใจที่จะจ่ายในราคา (ค่าบริการ) ที่สูง 	<ul style="list-style-type: none"> - ทำการสำรวจราคาของคู่แข่งต่าง ๆ อยู่ ตลอดเวลาเพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลง รวมทั้งศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคเสมอเพื่อ สร้างความแตกต่างในการบริการเหนือคู่แข่ง
<p>3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ขยายช่องทางการจัดจำหน่ายให้ ครอบคลุมทั้งในประเทศและนอกประเทศ 	<ul style="list-style-type: none"> - พยายามสร้างความชอบ และพยานหลักฐาน ความ ต้องการของลูกค้าในแต่ละภูมิภาค แต่ละ ประเทศ แล้วจึงเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายไป ยังภูมิภาคและประเทศที่มีแนวโน้มได้รับความนิยม จากนักท่องเที่ยว

ตาราง 10 (ต่อ)

การปฏิบัติการ (Implementation)	การควบคุม (Control)
<p>4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)</p> <ul style="list-style-type: none"> - การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ให้ครอบคลุมทั่วถึง เช่น อินเทอร์เน็ต เทคโนโลยีไร้สาย โทรศัพท์และวิทยุ และสื่อสิ่งพิมพ์ ป้ายผ้า แผ่นพับ เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และเป็นการสร้างชื่อเสียงให้เป็นที่รู้จัก 	<ul style="list-style-type: none"> - การสำรวจสื่อที่ได้รับความนิยมแล้วทุ่มงบประมาณในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์
<ul style="list-style-type: none"> - การมีกิจกรรมที่มีส่วนร่วมกับสังคม เช่น การส่งเสริมการท่องเที่ยวร่วมกับท้องถิ่น หน่วยงานรัฐบาลและเอกชน 	<ul style="list-style-type: none"> - การศึกษากิจกรรมที่เป็นประโยชน์ คาดว่าจะได้รับความสนใจจากประชาชน และให้ความร่วมมือกับท้องถิ่น หน่วยงานของรัฐบาล และเอกชนอย่างสม่ำเสมอ

ตาราง 11 แสดงกลยุทธ์ด้านการวิจัยและพัฒนา

การปฏิบัติการ (Implementation)	การควบคุม (Control)
<ul style="list-style-type: none"> - การวิจัยและพัฒนาในลักษณะ Service Research ซึ่งเป็นการวิจัยและพัฒนาเพื่อพัฒนาการบริการให้มีความหลากหลายและรวดเร็ว 	<ul style="list-style-type: none"> - การตั้งทีมในการวิจัยและพัฒนาด้านการบริการอย่างจริงจัง โดยการศึกษาและรวบรวมข้อมูลการท่องเที่ยว และสถิติต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยอย่างต่อเนื่องทุกปี

ตาราง 12 แสดงกลยุทธ์ด้านการดำเนินงาน

การปฏิบัติการ (Implementation)	การควบคุม (Control)
<ul style="list-style-type: none"> - การบริหารจัดการโรงแรมด้านต่าง ๆ ได้แก่ การตลาด การเงิน การดำเนินการ ฯลฯ ที่ดี - การติดตั้งระบบออนไลน์เพื่ออำนวยความสะดวก และเป็นการสื่อสารระหว่างโรงแรมกับตัวแทนและลูกค้าสามารถทำธุรกรรม เช่น สำรองห้องพัก แจ้งข้อมูลข่าวสาร ฯลฯ 	<ul style="list-style-type: none"> - ศึกษาการบริหารจัดการธุรกิจโรงแรมชั้นนำ เพื่อนำด้านดีมาเป็นต้นแบบ และนำข้อดีออกมาปรับปรุงกับโรงแรม - นำระบบออนไลน์มาใช้และมีการตรวจสอบอย่างสม่ำเสมอ และกำหนดรหัสผ่าน (Password) แก่ผู้ใช้งาน ได้แก่ ผู้บริหาร พนักงาน เป็นต้น

ตาราง 13 แสดงกลยุทธ์ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์

การปฏิบัติการ (Implementation)	การควบคุม (Control)
<ul style="list-style-type: none"> - การสรรหาและคัดเลือกพนักงานที่มีประสิทธิภาพ - การพัฒนาพนักงานให้มีความรู้ความสามารถในการบริการรูปแบบต่าง ๆ 	<ul style="list-style-type: none"> - การคัดเลือกบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมและมีใจรักในงานด้านบริการ - การฝึกอบรมพนักงานใหม่ก่อนเข้าทำงาน และจัดให้มีการประชุมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างพนักงานกับผู้บริหารทุกเดือน มีการสัมมนาระหว่างผู้บริหารกับตัวแทนจำหน่ายทุกไตรมาส
<ul style="list-style-type: none"> - การรักษาพนักงานให้ทำงานกับโรงแรมนาน ๆ และมีแรงจูงใจ มีความกระตือรือร้นในการทำงาน 	<ul style="list-style-type: none"> - การบริหารค่าตอบแทนที่เหมาะสม มีสวัสดิการที่ดี มีการให้รางวัลแก่พนักงานที่สร้างชื่อเสียงและความประทับใจแก่ลูกค้า และมีการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานทุกปีโดยผู้บริหารและเพื่อนร่วมงาน เพื่อให้พนักงานนำผลการประเมินไปพัฒนาและปรับปรุงการทำงานของตนเอง
<ul style="list-style-type: none"> - การใช้ประโยชน์จากพนักงานอย่างเหมาะสม 	<ul style="list-style-type: none"> - การจัดพนักงานทำในตำแหน่งงานที่เหมาะสมและพัฒนาให้พนักงานเรียนรู้งานให้มีความสามารถด้านอื่น ๆ สามารถหมุนเวียนงานได้เพื่อลดความผิดพลาดและความเสียหายเมื่อต้องสูญเสียพนักงานตำแหน่งใด ๆ ไป

ตาราง 14 แสดงกลยุทธ์ด้านการเงิน

การปฏิบัติการ (Implementation)	การควบคุม (Control)
- การจัดทำงบประมาณรายรับ – รายจ่าย	- การจัดทำงบประมาณโดยการประชุมกับทุกฝ่ายอย่างเหมาะสม แล้วรวบรวมและเก็บข้อมูลงบประมาณในคอมพิวเตอร์เพื่อความสะดวกในการจัดเก็บ และการใช้งาน
- การเพิ่มกำไร	- การขยายลูกค้าทั้งในและนอกประเทศ สร้างความแตกต่างด้านบริการ และพยายามลดต้นทุนที่ไม่จำเป็น
- การเพิ่มจำนวนลูกค้า	- ประชาสัมพันธ์มากขึ้น ส่งเสริมการตลาดต่อเนื่องและสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าด้วยรอยยิ้ม การบริการ การรักษาความสะอาด ความปลอดภัยด้านทรัพย์สินและชีวิตอย่างเคร่งครัด ฯลฯ
- ประเมินความต้องการเงินลงทุน และแหล่งที่มาของเงินทุน	- จัดทำรายงานทางการเงิน เพื่อให้ทราบสถานะทางการเงินของโรงแรมว่าขณะนี้โรงแรมมีสถานะทางการเงินเป็นอย่างไร มีความต้องการเงินทุนเพิ่มหรือไม่ และถ้าหากมีความต้องการจะต้องจัดหาจากแหล่งใด
- การจัดหาเงินทุนระยะยาว	- การศึกษาแนวโน้มเศรษฐกิจและอัตราดอกเบี้ยของสถาบันการเงินต่าง ๆ และดำเนินการกู้ยืมเงินแบบสัญญาค้ำประกัน โดยมีกำหนดการชำระหนี้มากกว่า 1 ปี