

แนวทางการเพิ่มอัตราเข้าพักของลูกค้ (Occupancy rate) ของโรงแรม

กรณีศึกษาโรงแรมควีน พัทยา

นันทพัทธ์ โชคอริยพิทักษ์^{1*}, ชนิสร่า แก้วสุวรรณ² และ สิริการย์ ธนศรีบุญยภักดิ์³

¹ นักศึกษาปริญญาโท วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

² อาจารย์ประจำวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

³ นักวิชาการอิสระ, ชลบุรี

THE STUDY ON APPROACHES TO INCREASING OCCUPANCY RATE FOR HOTEL,

A CASE STUDY ON QUEEN HOTEL PATTAYA

Nantapat ChokAriyapitak^{1*}, Chanisara kaeosawan² and Sirikarn Thanasribunyapak³

¹ Master's Degree Student of Graduate School of Commerce Burapha University

² Lecturer of Graduate School of Commerce Burapha University

³ Independent Scholar, Chonburi

Corresponding author email: rary_w@hotmail.com

วันที่รับบทความ (Received) 17 มีนาคม 2565

วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข (Revised) 20 เมษายน 2565

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted) 13 สิงหาคม 2565

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการเพิ่มอัตราการเข้าพักของลูกค้ (Occupancy rate) ศึกษาแนวทางการเพิ่มอัตราการเข้าพักของลูกค้ (Occupancy Rate) ของโรงแรมควีน พัทยาในการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้รูปแบบของการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยเริ่มต้นจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Literature review) ซึ่งมีเนื้อหา แนวคิดเกี่ยวกับแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโรงแรม แนวคิดและความสำคัญของการบริหารอัตราการเข้าพักของลูกค้ โรงแรม ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการเข้าพักของลูกค้โรงแรม ได้แก่ ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก แนวคิดทฤษฎี SWOT ปัจจัยอื่นๆ แล้วทำการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) การสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ประกอบการโรงแรมหรือผู้ให้บริการบริหารจัดการโรงแรมในระดับ 3 ดาวซึ่งมีอัตราการเข้าพักร้อยละ 90 ขึ้นไปและเก็บข้อมูลจนกว่าข้อมูลจะอิ่มตัวและกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นคนไทยอย่างน้อย 6 คนและคนอาเซียนอย่างน้อย 6 คน จนกว่าข้อมูลจะอิ่มตัว

ผลจากการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการเพิ่มอัตราการเข้าพักของลูกค้ (Occupancy rate) ของโรงแรมควีนพัทยา ประกอบด้วย สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักที่ทันสมัย การมีบริการเสริมเพื่อเพิ่มความสะดวกสบายในด้านต่างๆ บริการที่ควรมี ได้แก่ บริการฟรีสัญญาณ WIFI อาหารเครื่องดื่ม แนวทางการเพิ่มอัตราการเข้าพักของลูกค้ (Occupancy Rate) ของโรงแรมควีนพัทยา แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ประกอบด้วย 1)ด้านจุดแข็ง คือ ใกล้เคียง การคมนาคมสะดวก ใกล้สถานที่ท่องเที่ยว 2) ด้านกลุ่มลูกค้ คือ คนเอเชีย

ตะวันออก คนเอเชียกลาง คนตะวันตก และคนยุโรป 3) ด้านการตลาด คือ การจัดการห้องพักตามฤดูกาล การสร้างคอนเทนต์ผ่านสื่อออนไลน์ การเพิ่มช่องทางการจองผ่านสื่อออนไลน์ และการจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย 4) ด้านการพัฒนา คือ การเพิ่มจุดเช็คอิน การปรับปรุงโรงแรมให้ทันสมัย การทำการตลาดออนไลน์ การเพิ่มทักษะทางภาษาให้กับพนักงาน

คำสำคัญ : โรงแรม อัตราเข้าพักโรงแรม ท่องเที่ยว

Abstract

The objective of this research is to study the factors affecting the increase in the occupancy rate of customers (Occupancy rate), study the guidelines for increasing the occupancy rate of the Queen Pattaya Hotel in this study. The researcher used a form of qualitative research starting from literature review and related research (Literature review) which has content. concept about Theoretical concepts related to hotel business. Concept and importance of hotel occupancy management Factors affecting hotel customer stay such as internal factors, external factors, etc. SWOT theory concepts and other factors, then conduct qualitative research, in-depth interviews with hotel operators or hotel management service providers. On a 3-star level, with an occupancy rate of 90% or more, and collecting data until the data is saturated and at least 6 Thai tourists.

The results of the research found that Factors affecting the increase in the occupancy rate of customers (Occupancy rate) of the Queen Pattaya Hotel it features modern in-room amenities. There are additional services to increase convenience in various aspects. Services that should be available include free WIFI signal, food and beverages. and the approach to increasing the occupancy rate of the hotel (Occupancy Rate) of the Queen Pattaya Hotel can be divided into 4 aspects: convenient transportation near attractions The customer group is East Asian people. Central Asians, Westerners and Europeans. The marketing aspect is seasonal room rates. Creating content through online media Increasing booking channels through online media and organizing promotional promotions. The development aspect is to increase the check-in point. Modernizing the hotel online marketing Increasing language skills for employees

Keywords : Hotel, Hotel Occupancy Rate, Travel

ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

แนวโน้มในด้านการท่องเที่ยวสำหรับ ปี พ.ศ 2563 เป็นต้นไป จะเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวแบบใหม่ ๆ ตัวอย่าง ได้แก่ ประการที่หนึ่ง การท่องเที่ยวเชิงสำรวจ ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ เช่น เมืองรอง จะเป็นจุดหมายการท่องเที่ยวที่ยังไม่มีคนไปท่องเที่ยวมาก่อน ประการที่สองคือ การใช้เทคโนโลยี เข้ามา มีส่วนในการตัดสินใจรวมไปจนกระทั่งถึงการที่ได้รับคำแนะนำที่มีความน่าเชื่อถือในข้อมูลโดยใช้เทคโนโลยีเข้ามามีส่วนร่วมในการประมวลผล และเชื่อมโยงคนให้เข้ากับประสบการณ์ ใหม่ ๆ ประการที่สาม คือ การท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ เป็นการท่องเที่ยวที่ทำแบบค่อยเป็นค่อยไป เพื่อได้สัมผัสกับบรรยากาศโดยรอบในบริเวณที่ไป ประการที่สี่คือ การท่องเที่ยวที่เน้นประสบการณ์ เป็นการท่องเที่ยวที่ไปเยือนจุดหมายเพื่อส่งมอบประสบการณ์หลากหลายและมีสิ่งที่น่าสนใจในระหว่างการเดินทางพักผ่อน ประการที่ห้า คือ เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ ความสำคัญกับสัตว์เลี้ยง เพราะสัตว์เลี้ยงเปรียบเสมือนคนในครอบครัว ประการที่หก คือ ทริปปารท่องเที่ยว ระหว่างบุคคลสองวัย เป็นการท่องเที่ยวที่มีผู้สูงอายุและเด็กหรือเที่ยวกับครอบครัว (รุ่งนภา สารพิน, 2562)

เมืองพัทยาได้ชื่อว่าเป็นเมืองแห่งการท่องเที่ยวระดับนานาชาติ ด้านการท่องเที่ยวยามราตรี รู้จักกัน อย่างดีในกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วโลก กระแสการท่องเที่ยวในปัจจุบันเน้นเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ทำให้ มีการปรับภาพลักษณ์ของเมืองพัทยาใหม่ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันการบริการด้านการท่องเที่ยว และ การรักษาสวนแบ่งทางการตลาด เมืองพัทยาได้นำกลยุทธ์เชิงรุกมาใช้ในการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ กับสมาคม สถาบัน และองค์กรการท่องเที่ยวนานาชาติ เช่น การประกวดผลงานการพัฒนาการท่องเที่ยวกับสมาคม ส่งเสริมการท่องเที่ยวมายังภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก (Pacific Asia Travel Association : PATA) ซึ่งเป็นสมาคม ที่เน้นการส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวมายังภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก (สุทัศน์ บุญช่วยเหลือ และดุสิต บุญ ช่วยเหลือ, 2563) รองนายกเมืองพัทยา มีการคาดการณ์ว่า แนวโน้มภาคท่องเที่ยวของเมืองพัทยาปี 2563 ได้รับผลกระทบจาก ปัญหาเศรษฐกิจโลก และค่าเงินบาทแข็งค่าอย่างต่อเนื่อง ทำให้จำนวน นักท่องเที่ยวคนไทยและคนต่างชาติลดลงจาก 14.25 ล้านคน ในปี 2561 เติบโต 4.55% จากปี 2560 แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวคนต่างชาติ 9.32 ล้านคน และนักท่องเที่ยวคนไทย 4.93 ล้านคน โดยมีอัตราการเข้า พักเฉลี่ยต่อปีของโรงแรมในเมืองพัทยาลดลง 20% เมื่อเทียบกับปี 2560 มีการขยายตัวลดลง และมียอดจอง กลับลดลง 20% (มานิช หนองใหญ่ และ ยุทธศักดิ์ สุภสร, 2563) นายกสมาคมโรงแรม ได้กล่าวว่า อุปสรรค ที่ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมมากที่สุดคือ การแข่งขันกับผู้ประกอบการโรงแรมที่ไม่ได้รับ ใบอนุญาตให้ดำเนินธุรกิจ เพราะมีการตัดราคาที่พักของผู้ประกอบการที่ได้รับใบอนุญาตให้ดำเนินธุรกิจอย่าง ถูกกฎหมาย โดยธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาว จะได้รับผลกระทบมากที่สุด เมื่อเทียบกับโรงแรมระดับ 5 ดาว เพราะโรงแรมระดับสูงสามารถปรับและดัดแปลงให้เป็นโรงแรมระดับ 3 ดาวได้ จึงอยากให้ภาครัฐเข้ามา ควบคุมอย่างจริงจัง เพื่อแก้ไขปัญหาโรงแรมที่ไม่ได้รับใบอนุญาต ให้ได้รับใบอนุญาต และเข้ามาอยู่ในระบบ อย่างถูกกฎหมาย หากภาครัฐสามารถจัดการกับปัญหาที่เกิดขึ้นนี้ได้ มีความมั่นใจว่าภาพรวมธุรกิจโรงแรมจะ มีการเติบโตขึ้นปีละ 10-20% ในปัจจุบันโรงแรมมีมูลค่าประมาณ 25% ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 3.3

ล้านล้านบาท (ขนิฐา, 2561) แต่ธุรกิจโรงแรมได้รับผลกระทบจากไวรัสโควิด 19 รวมถึงประเทศจีนและอาเซียน ทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโลก ได้รับผลกระทบเป็นอย่างมาก และยังส่งผลให้ธุรกิจที่มีความเกี่ยวเนื่อง คือโรงแรม-สายการบิน มีลูกค้าจำนวนลดลงอย่างเห็นได้ชัด ทำให้กลุ่มนักท่องเที่ยวคนจีนต้องทำการยกเลิกห้องพักกว่า 5 หมื่นห้อง ทำให้เกิดความเสียหายในด้านการท่องเที่ยว และโรงแรมต่างๆที่ตั้งอยู่ที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีได้รับความเสียหายเป็นจำนวนมากเช่นกัน เพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่เมืองพัทยาเป็นนักท่องเที่ยวคนจีน แต่เมื่อมีข่าวการระบาดของไวรัสโควิด 19 เข้ามาทำให้เมืองพัทยามีรายได้จากนักท่องเที่ยวคนจีนลดลง ซึ่งโรงแรมได้รับผลกระทบและมีความเสียหายเป็นจำนวนมาก เพราะขาดนักท่องเที่ยวคนจีนทำให้รายได้มีจำนวนลดลง และอาจทำให้เกิดความเสียหายระยะยาวต่อผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมในเมืองพัทยา โดยโรงแรม ควีน พัทยา ได้รับผลกระทบกับการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 ผู้ประกอบการโรงแรมจึงจำเป็นต้องวางแผนกลยุทธ์ใหม่ๆเพื่อให้สอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยว เช่น New normal Social Distancing เป็นต้น (ขนิฐา, 2561)

ข้อมูลจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในช่วงปี 2558 ถึง 2561 พบว่าอัตราการร้อยละของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในเมืองพัทยาพอจะสรุปข้อมูลได้ดังนี้ อันดับแรก นักท่องเที่ยวคนไทย ประมาณร้อยละ 34 อันดับสอง นักท่องเที่ยวคนจีน ร้อยละ 20 อันดับสาม นักท่องเที่ยวคนรัสเซีย ร้อยละ 7 อันดับสี่ นักท่องเที่ยวคนเกาหลี ร้อยละ 4.5 และ เป็นนักท่องเที่ยวคนเยอรมัน ประมาณร้อยละ 3 และ สหราชอาณาจักร ร้อยละ 2.5 และนักท่องเที่ยวอื่น ๆ ร้อยละ 29 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562)

ในช่วงระหว่าง 5 ปี ที่ผ่านมามีอัตราการเข้าพักของลูกค้ (Occupancy Rate) ของโรงแรมในเขตเมืองพัทยามีดังนี้ คือ ปีพ.ศ 2559 มีอัตราการเข้าพักเฉลี่ย ประมาณ ร้อยละ 75.90 ปีพ.ศ 2560 มีอัตราการเข้าพักเฉลี่ย ประมาณ ร้อยละ 77.91 ปีพ.ศ 2561 มีอัตราการเข้าพักเฉลี่ย ประมาณ ร้อยละ 79.87 ปีพ.ศ 2562 มีอัตราการเข้าพักเฉลี่ย ประมาณ ร้อยละ 80.52 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562)

อัตราการเข้าพักของโรงแรมควีนพัทยา ดังนี้ คือปีพ.ศ 2559 มีอัตราการเข้าพักเฉลี่ย ประมาณร้อยละ 40.07 ปีพ.ศ 2560 มีอัตราการเข้าพักเฉลี่ย ประมาณร้อยละ 34.01 ปีพ.ศ 2561 มีอัตราการเข้าพักเฉลี่ย ประมาณ ร้อยละ 36.26

โรงแรม ควีน พัทยา Queen Pattaya Hotel ตั้งอยู่ที่ ถนนพัทยากลาง ตำบลหนองปรือ อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี บริเวณของด้านหน้าโรงแรมติดถนนพัทยากลาง เลย์สื่แยกไฟแดงสุดท้าย ก่อนจะถึงทะเล ส่วนด้านหลังของโรงแรม ติดกับถนนซอย 7 สถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียงโรงแรม เช่น ตลาดโต้รุ่งแม่วิไล , ศูนย์การค้า Central Festival Pattaya Beach , Pattaya Walking Street, โรงพยาบาลพัทยาเมโมเรียล, Hard Rock Café, Alcazar Cabaret Pattaya, Safari Dive Center Pattaya, โรงพยาบาลพัทยาอินเตอร์, ศูนย์ การค้า The Avenue Pattaya, Royal Garden Plaza, ศูนย์การค้า Central Marina Pattaya และ ศูนย์การค้า Harbor Pattaya ทางโรงแรมมีบริการห้องพัก แบบห้อง Standard คือ ห้องพักเตียงเดี่ยว และ ห้องพักเตียงคู่ มีจำนวน 92 ห้อง และห้องห้องสวีท Suites หรือ ห้องแฟมิลี่ Family Room มีจำนวน 6 ห้อง รวมจำนวนห้องพักทั้งหมด 98 ห้อง ภายในห้องพักมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น เครื่องปรับอากาศ โทรทัศน์

และอินเทอร์เน็ตฟรี ตู้เย็นพร้อมมินิบาร์ แต่ละห้องมีห้องน้ำส่วนตัวพร้อมฝักบัวน้ำอุ่น จาก Queen Pattaya Hotel และบริการซักรีด ทางโรงแรมมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ไว้คอยบริการลูกค้า เช่น สระว่ายน้ำกลางแจ้ง สถานที่ออกกำลังกาย ที่จอดรถส่วนบุคคล ร้านนวดแผนไทย และห้องอาหาร โดยห้องอาหารมีบริการรูมเซอร์วิส ตั้งแต่เวลา 7:00 – 21:00 น. พร้อมกับ เวลาเปิดห้องอาหาร เพื่อไว้คอยบริการลูกค้าที่ไม่สะดวกในการลงมารับประทานอาหาร และเครื่องดื่ม โรงแรมมีแผนกต้อนรับส่วนหน้าที่พร้อมให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง ไม่เพียงเท่านั้น ผู้เข้าพักสามารถพักผ่อนบนเก้าอี้อาบแดดบริเวณริมสระว่ายน้ำ กลางแจ้งหรือเพลิดเพลินกับการจิบเครื่องดื่มต่าง ๆ ที่ร้านกาแฟในล็อบบี้ได้ตามต้องการ การเดินทางท่านใช้เวลาโดยสายรถยนต์ไปยังถนนคนเดินพัทยา Pattaya Walking Street เพียง 3 นาที และสนามบินนานาชาติสุวรรณภูมิ 2 ชั่วโมง

อัตราการเข้าพักของโรงแรมในเมืองพัทยาดังแต่ปี 2558 ถึงปี 2561 นั้นมีแนวโน้มเติบโตเพิ่มขึ้นโดยตลอดเฉลี่ยปีละประมาณร้อยละ 1 ถึง 2 แต่อัตราการเข้าพักของโรงแรมควีนพัทยา ตั้งแต่ปี 2558 ถึง 2561 กลับตรงกันข้ามคือ มีแนวโน้มลดลงโดยตลอดเฉลี่ยปีละประมาณร้อยละ 3 ถึง 5 มีเพียงปี 2561 ปีเดียวที่อัตราการเข้าพักสูงขึ้นกว่าปี 2560 แต่ก็เป็นการเพิ่มเพียงเล็กน้อย เพียงร้อยละ 2 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562)

กลุ่มลูกค้าที่มาเข้าพักในโรงแรมควีนพัทยาช่วงปี 2558 จนกระทั่งถึงปี 2561 มีสัดส่วนดังนี้ คือ คนยุโรปประมาณ ร้อยละ 70 คนอินเดียและคนตะวันออกกลาง ร้อยละ 10 คนไทย ร้อยละ 10 คนจีนร้อยละ 5 และคนอาเซียนร้อยละ 5 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562)

เหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยในฐานะทายาทของธุรกิจ จึงต้องการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการเพิ่มอัตราการเข้าพักของลูกค้า (Occupancy Rate) ของโรงแรมระดับ 3 ดาว กรณีศึกษา โรงแรมควีนพัทยา เนื่องจาก โรงแรมควีนพัทยา นั้นเป็นธุรกิจหลักของครอบครัวซึ่งประกอบธุรกิจให้บริการห้องพักมาเป็นเวลากว่า 30 ปี ประกอบกับตัวผู้วิจัยเห็นว่า อัตราการเข้าพัก (Occupancy Rate) ของลูกค้าของโรงแรมควีนพัทยา เมื่อเทียบกับโรงแรมอื่นๆ ในเขตเมืองพัทยายังมีอัตราการเข้าพักที่ต่ำกว่าโรงแรมอื่น ประกอบกับแนวโน้มการท่องเที่ยวของไทยเมืองพัทยายังเป็นเมืองหลักซึ่งนักท่องเที่ยวจากประเทศต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น ยุโรป เอเชีย หรือแม้กระทั่งจากกลุ่มประเทศอาเซียน ให้ความสนใจในระดับสูง ผู้วิจัย จึงตัดสินใจทำการวิจัยในการศึกษาแนวทางการเพิ่มอัตราเข้าพักของลูกค้า (Occupancy Rate) ของโรงแรม กรณีศึกษาโรงแรม ควีน พัทยา

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการเพิ่มอัตราการเข้าพักของลูกค้า (Occupancy Rate) ของโรงแรม กรณีศึกษา โรงแรมควีนพัทยา
2. เพื่อศึกษาแนวทางการเพิ่มอัตราการเข้าพักของลูกค้า (Occupancy Rate) ของโรงแรมควีนพัทยา

ในการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้รูปแบบของการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยเริ่มต้นจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Literature Review) ซึ่งมีเนื้อหา แนวคิดเกี่ยวกับแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโรงแรม แนวคิดและความสำคัญของการบริหารอัตราการเข้าพักของลูกค้าโรงแรม ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการเข้าพักของลูกค้าโรงแรม ได้แก่ ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก แนวคิดทฤษฎี SWOT ปัจจัยอื่นๆ แล้วทำการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) การสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ประกอบการโรงแรมหรือผู้ให้บริการบริหารจัดการโรงแรมในระดับ 3 ดาวซึ่งมีอัตราการเข้าพักร้อยละ 90 ขึ้นไปและเก็บข้อมูลจนกว่าจะอิ่มตัวและกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นคนไทยอย่างน้อย 6 คน และคนอาเซียนอย่างน้อย 6 คน หรือจนกว่าจะอิ่มตัว

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ผู้ประกอบการโรงแรมหรือผู้ให้บริการบริหารจัดการโรงแรมในระดับ 3 ดาวซึ่งมีอัตราการเข้าพักร้อยละ 90 ขึ้นไป

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้มี สองกลุ่ม คือ กลุ่มผู้ประกอบการโรงแรมหรือผู้ให้บริการบริหารจัดการโรงแรมในระดับ 3 ดาวซึ่งมีอัตราการเข้าพักร้อยละ 90 ขึ้นไป อย่างน้อย 5 คนหรือเก็บข้อมูลจนกว่าข้อมูลจะอิ่มตัว และกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวคนไทยอย่างน้อย 6 คนและคนอาเซียนอย่างน้อย 6 คน ด้วยการสุ่มอย่างง่าย โดยไม่ซ้ำประเภทที่เก็บข้อมูลไปแล้ว หรือจะเก็บข้อมูลจนกว่าข้อมูลจะอิ่มตัว

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้แก่ แบบสัมภาษณ์ ซึ่งใช้ในการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการโรงแรมหรือผู้ให้บริการบริหารจัดการโรงแรมในระดับ 3 ดาวซึ่งมีอัตราการเข้าพักร้อยละ 90 ขึ้นไป จนกว่าข้อมูลจะอิ่มตัว และ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เป็นคนไทยอย่างน้อย 6 คน คนอาเซียนอย่างน้อย 6 คนจนกว่าข้อมูลจะอิ่มตัว โดยผู้วิจัยสร้างขึ้นจากแบบสัมภาษณ์ จากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง นำมาสร้างเป็นรูปแบบคำถามเชิงสัมภาษณ์

ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย

ในการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้รูปแบบของการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีขั้นตอนการดำเนินการดังนี้

1. การทบทวนวรรณกรรม (Literature review) ทำการศึกษาแนวทฤษฎีและผลงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง ในรูปแบบเอกสารต่างๆ

2. การทำวิจัยเชิงคุณภาพ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการโรงแรมหรือผู้ให้บริการบริหารจัดการจัดการโรงแรมในระดับ 3 ดาวซึ่งมีอัตราการเข้าพักร้อยละ 90 ขึ้นไป และเก็บข้อมูลจนกว่าข้อมูลจะอิ่มตัว สัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวโดยแบ่งเป็นคนไทยอย่างน้อย 6 คน และคนอาเซียน อย่างน้อย 6 คนหรือเก็บข้อมูลจนกว่าจะอิ่มตัว

3. ประมวลผลการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้เพื่อเพิ่มอัตราการเข้าพักของโรงแรมครีนพัททยาให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

4. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยการจำแนกถ้อยคำ หรือข้อความจากกลุ่มตัวอย่างที่แสดงความคิดเห็น แล้วนำมาตีความ สังเคราะห์ และวิเคราะห์ ด้วยหลักแห่งเหตุผล สร้างข้อสรุปแบบอุปนัย (Induction Analysis) อภิปรายถึงข้อเท็จจริงที่ ค้นพบตามสภาพการณ์ ปรากฏการณ์ ความสัมพันธ์ และประเด็นสำคัญ เพื่อตอบคำถามในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้

ผลการศึกษาวิจัย

กลุ่มที่ 1 นักท่องเที่ยวคนไทย

ความสำคัญของการบริหารอัตราการเข้าพักของลูกค้าโรงแรม มาตรฐานของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเมืองพัททยา จะต้อง มี สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักที่ทันสมัย การมีบริการเสริมเพื่อเพิ่มความสะดวกสบายในด้านต่างๆ บริการที่ควรมี ได้แก่ บริการฟรีสัญญาณ WIFI อาหารเครื่องดื่ม กลุ่มลูกค้า ได้แก่ จีน อินเดีย ยุโรป เอเชีย และไทย กลุ่มที่ใดที่โรงแรมครีนพัททยา ควรนำมาใช้ คือ ราคาที่สมเหตุสมผล สิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออัตราการเข้าพักของลูกค้าโรงแรม ปัญหาอุปสรรค ที่เป็นข้อจำกัดของการเข้าสู่ธุรกิจโรงแรมระดับ 2-3 ดาว ในเมืองพัททยาของคู่แข่งรายใหม่ คือ เงินทุนและทำเลที่ตั้ง ปัจจัยหรือดำเนินการเพื่อป้องกันการเข้าสู่ธุรกิจของคู่แข่งรายใหม่ คือ การปรับปรุงอย่างสม่ำเสมอ รักษาลูกค้าเก่า สภาพการ แข่งขันของโรงแรมในระดับ 2-3 ดาวในเขตเมืองพัททยาอยู่ในระดับ สูงมาก ปัจจัยในการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมระดับ 2-3 ดาว ในเมืองพัททยา ประกอบด้วย มีการสร้างโรงแรมเพิ่มขึ้นอยู่ตลอด และแปลงห้องพักรายเดือนมารับรายวัน ควรดำเนินการเพื่อแข่งขัน โดยใช้ความได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้งทำการตลาดเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ และปรับปรุงห้องพักและสภาพแวดล้อมภายนอกห้องพัก ห้องพักประเภทที่สามารถทดแทนบริการที่พักของโรงแรม ระดับ 2-3 ดาวในเขตเมืองพัททยา ได้แก่ ห้องพักซึ่งเป็นห้องพักรายเดือนและคอนโดมิเนียม การแข่งขันดำเนินการโดยการปรับปรุงสภาพแวดล้อมทั้งภายในห้องพักและภายนอกของห้องพักให้ทันสมัยตกแต่งเป็นจุดถ่ายรูปเพื่อเช็กอิน มีส่วนลดพิเศษ การลดอำนาจในการต่อรองของผู้ใช้บริการ โดยการสร้างจุดขาย สร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า คู่ค้าของโรงแรมในระดับ 2-3 ดาว ในเขตเมืองพัททยา มีอำนาจต่อรองค่อนข้างน้อย เพราะ ผู้ขายสินค้าประเภทนี้ในเขตเมืองพัททยาเป็นจำนวนมาก ขึ้นอยู่กับสภาพคล่อง และเศรษฐกิจชะลอตัว ควรดำเนินการเพื่อลดอำนาจต่อรองของคู่ค้า โดยการใช้สถานการณ์โควิด 19 กลุ่มที่ซื้อสินค้าเป็นจำนวนมาก และตัวแทนจำหน่ายประจำ ชำระเป็นเงินสดหรือเครดิตระยะสั้น ปัจจัยด้าน

การเมืองที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรมโรงแรมในระดับ 2-3 ดาวในเขตเมืองพัทยา คือ นโยบายที่ภาครัฐเป็นผู้ออกนโยบาย เช่น นโยบายบริหารสถานการณ์โควิด 19 การดำเนินการของภาครัฐไม่สามารถดำเนินการได้มีประสิทธิภาพพอ และการชุมนุมประท้วงหลาย ๆ ครั้งในประเทศไทย ส่งผลทำให้นักท่องเที่ยวคนไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเมืองพัทยาน้อยลง ปัจจัยด้านเศรษฐกิจที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรมโรงแรมในระดับ 2-3 ดาวในเขตเมืองพัทยา ได้แก่ การเกิดเหตุการณ์โควิด 19 และอัตราเงินเฟ้อสูง ปัจจัยด้านสังคม ได้แก่ สถานการณ์วิกฤตโควิด 19 คำสั่งของภาครัฐในการปิดประเทศ ปัจจัยด้านเทคโนโลยี ได้แก่ โซเชียลมีเดียสังคมออนไลน์ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง FREE WIFI ปัจจัยที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรม ได้แก่ การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม มลภาวะทางเสียงและขยะมูลฝอย กฎหมาย ระเบียบข้อบังคับ คับต่างๆ ได้แก่ วิกฤตโควิด 19 กฎระเบียบทางด้าน EIA และเรื่องเกี่ยวกับภาษี โรงแรมควีนพัทยาไม่สามารถควบคุมปัจจัยภายนอกได้

ความสำคัญในด้านฤดูกาลของธุรกิจโรงแรม การบริหารอัตราการเข้าพักของโรงแรมระดับ 2-3 ดาวในเขตเมืองพัทยา ในช่วง High Season, Medium Season, Low Season และการบริหารอัตราการเข้าพักในแต่ละฤดูกาลของโรงแรมควีนพัทยาควรดำเนินการ โดยแต่ละฤดูกาลโรงแรมต้องใช้กลยุทธ์ต่างกัน และเน้นกลยุทธ์ในด้านของราคา การจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย

ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและความไม่แน่นอน สำหรับสถาน การณ์ โควิด- 19 ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าพักโรงแรม ระดับ 2-3 ดาวในเขตเมืองพัทยา ได้แก่ มาตรการคำสั่งของภาครัฐในการปิดประเทศที่ต่อเนื่องและยาวนาน ส่งผลกระทบต่อภาคการท่องเที่ยวเป็นอันมาก トラบได้นักท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นคนไทยหรือคนต่างชาตินั้นไม่มั่นใจถึงการหยุดการระบาดของโลก การดำเนินการเพื่อลดผลกระทบของสถานการณ์โควิด-19 โดยการใช้เวลาในการฟื้นตัวระหว่างนี้ก็ซ่อมแซมปรับปรุงโรงแรม ฝึกฝนพนักงานให้มีการเตรียมพร้อมด้านการใช้ภาษา ทักษะการให้บริการ ให้พร้อมหลังจากเหตุการณ์กลับมาสู่สภาวะปกติ เน้นในเรื่องของโซเชียลให้ลูกค้าเช็คอินแล้วแชร์เพื่อแลกกับส่วนลดราคา สถานการณ์สงครามการค้าส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าพักโรงแรม ระดับ 2-3 ดาวในเขตเมืองพัทยา ก่อให้เกิดการแข่งขันทางด้านราคา การดำเนินการเพื่อลดผลกระทบของสงครามการค้า โดยการปรับราคาที่เป็นมาตรฐาน และนำไปเปรียบในด้านของทำเลที่ตั้งผนวกกับสร้างจุดขายขึ้นมาเพื่อเสริมรายได้

ส่วนประสมทางการตลาด โรงแรมระดับ 2-3 ดาวในเขตเมืองพัทยาควรมีห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวก มีขนาดของห้องพักที่มีขนาดได้ตามมาตรฐาน และอุปกรณ์อำนวยความสะดวกอย่างครบถ้วน ฟรี WIFI ครอบคลุมพื้นที่ โรงแรมควรตั้งอยู่ในตำแหน่งโซนที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวซึ่งโดยส่วนมากนักท่องเที่ยวนิยมติดทะเล ใกล้แหล่งท่องเที่ยวและคมนาคมสะดวกสบาย ช่องทางการจำหน่าย/จองห้องพัก ผ่าน OTA Off line และ Online ผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย Website ของโรงแรม ขายผ่าน Agent Tour และผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย Facebook / line อินสตาแกรม TIKTOK การสื่อสารทางการตลาดเพื่อสร้างความแตกต่างและความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยอาศัยสื่อโซเชียลมีเดีย Facebook /line อินสตาแกรม TIKTOK ตัวแทนจำหน่ายทางการท่องเที่ยวออนไลน์ (Online Travel Agency) กำหนดระดับราคาห้องพักเพื่อสร้างความ

แตกต่าง โดยราคาห้องพักขึ้นกับช่วงของ Season ระดับราคาห้องพักให้ราคาอยู่ในมาตรฐานที่เหมาะสมกับทำเลที่ตั้ง มีส่วนลดหรือการสะสมแต้มสำหรับแขกเข้ามาใช้พักในครั้งต่อไป

การวิเคราะห์ SWOT โรงแรมควีนพัทยามีจุดแข็ง คือ ทำเลที่ตั้ง ใกล้แหล่งท่องเที่ยว การคมนาคม สะดวกสบาย มีจุดอ่อน คือ การตกแต่งหรือตัวอาคารและสิ่งอำนวยความสะดวกอาจไม่ทันสมัย การบริการ เพราะไม่มีพนักงานที่มีทักษะในด้านของภาษา การบริหารงานจัดการภายใน และการทำการตลาดออนไลน์ โอกาสสำหรับธุรกิจโรงแรม ด้านการตลาด Agent Tour เช่น Agoda.com Expedia.com Booking.com Tripadvisor.com Yelp.com ยังคงมีความต้องการห้องพักอยู่มาก อุปสรรคสำหรับธุรกิจโรงแรมระดับ 2-3 ดาวในเมืองพัทยา คือการระบาดของโควิด 19 ยังไม่สามารถควบคุมนักท่องเที่ยวขาดความเชื่อมั่น และชุมนุมประท้วง

กลุ่มที่ 2 นักท่องเที่ยวคนไทย

ความสำคัญของการบริหารอัตราการเข้าพักของลูกค้าโรงแรม มาตรฐานที่สำคัญสำหรับโรงแรม 2-3 ดาวในเขตเมืองพัทยา จำเป็นจะต้องมีมาตรฐานภายในโรงแรม สิ่งอำนวยความสะดวก และการมีบริการเสริมเพื่อเพิ่มความสบายในด้านต่างๆ กลุ่มลูกค้าหลัก คือ คนเอเชียตะวันออก เช่น จีน เกาหลี ญี่ปุ่น คนอินเดีย เอเชียกลาง คนตะวันตกและคนยุโรป กลยุทธ์ที่ควรนำมาใช้เพื่อสร้างความคุ้มค่า ด้านราคา ด้านสถานที่ และ สิ่งอำนวยความสะดวก

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออัตราการเข้าพักของลูกค้าโรงแรม ปัญหาอุปสรรคในการเข้ามาเป็นคู่แข่งรายใหม่ ประกอบด้วย อุปสรรคด้านทำเลที่ตั้ง และอุปสรรคด้านเงินทุนจำนวน ปัจจัยเพื่อป้องกันการเข้าสู่ธุรกิจของคู่แข่งรายใหม่ คือ การทำการตลาด ปรับปรุงห้องพักให้สวยงามและทันสมัยอยู่เสมอ เน้นการพัฒนาในงานบริการ เน้นเรื่องการกลับมาใช้บริการซ้ำหรือความจงรักภักดีของลูกค้า สถานะการแข่งขันของโรงแรมในระดับ 2-3 ดาวในเขตเมืองพัทยายู่ในระดับรุนแรงมากที่สุดต้องเน้นกลยุทธ์ด้านราคา บริการ กลยุทธ์ด้านทำเลที่ตั้งและช่องทางการจัดจำหน่าย การดำเนินการเพื่อแข่งขันกับโรงแรมระดับ 2-3 ดาว ในเขตเมืองพัทยา ควรเน้นด้านสถานที่ ด้านของราคา เน้นการทำการตลาดโดยการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย การบริการ ปรับปรุงห้องพักให้สวยงามและทันสมัยอยู่เสมอ บริการที่พักประเภทที่สามารถทดแทนบริการที่พักรของโรงแรม ระดับ 2-3 ดาวในเขตเมืองพัทยา ประกอบด้วย อพาร์ทเมนต์รายเดือนและคอนโดมิเนียม การดำเนินการเพื่อแข่งขันกับบริการที่พักรทดแทน โดยการปรับปรุงห้องพักให้สวยงามและทันสมัยอยู่เสมอ เน้นการทำการตลาดโดยการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย ทำการตลาดด้านราคา การดำเนินการเพื่อลดอำนาจในการต่อรองของผู้ใช้บริการด้วยการสร้างความเชื่อมั่นและประทับใจกับลูกค้า สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตัวโรงแรม คู่ค้าของโรงแรมในระดับ 2-3 ดาว ในเขตเมืองพัทยา มีอำนาจต่อรอง คือ กลยุทธ์ด้านราคา และความพึงพอใจ การดำเนินการเพื่อลดอำนาจต่อรองของลูกค้า โดยการต่อรองวิธีการชำระสินค้า การเปรียบเทียบราคาเพื่อหาสินค้าที่ถูกกว่า ปัจจัยด้านการเมืองที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมโรงแรมในระดับ 2-3 ดาวในเขตเมืองพัทยา คือ การชุมนุมประท้วงในประเทศไทย และสถานการณ์โควิด 19 คำสั่งภาครัฐที่ปิดประเทศ ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านเศรษฐกิจสถานการณ์โควิด และอัตราแลกเปลี่ยนและเสถียรภาพของอัตราแลกเปลี่ยน

เงินตราต่างประเทศ ปัจจัยด้านสังคม ประกอบด้วย ปัจจัยด้านสังคมสถานการณ์วิกฤตโควิด 19 คำสั่งของภาครัฐในการปิดประเทศ การรักษาภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยว ปัจจัยด้านเทคโนโลยี ประกอบด้วย อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง FREE WIFI การตลาดออนไลน์ และการสื่อสารสังคมออนไลน์ ปัจจัยด้านการสนใจต่อสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย ปัจจัยด้านการสนใจต่อสิ่งแวดล้อมด้านขยะมูลฝอย น้ำเสีย น้ำท่วมขังในเมืองพัทยา และปัจจัยด้านการสนใจต่อสิ่งแวดล้อมด้านความเป็นธรรมชาติ กฎหมาย ระเบียบข้อบังคับต่างๆ ประกอบด้วย ระเบียบข้อบังคับต่างๆ สถานการณ์โควิด 19 กฎหมายหรือระเบียบข้อบังคับจากภาครัฐมีผล กระทบร้ายแรงต่อภาพลักษณ์ของธุรกิจ และกฎระเบียบทางด้าน EIA โรงแรมควีนพัทยาคควรดำเนินการเพื่อลดผลกระทบของปัจจัยภายนอก เนื่องจากสถานการณ์ไม่สามารถควบคุมได้ จึงทำได้เพียงการพยายามปรับเปลี่ยนให้เข้ากับสถานการณ์

ความสำคัญในด้านฤดูกาลของธุรกิจโรงแรม การบริหารอัตราการเข้าพักของโรงแรมระดับ 2-3 ดาว ในเขตเมืองพัทยา ในช่วง High Season, Low Season, Medium Season ควรดำเนินการบริหารอัตราการเข้าพักแตกต่างกันในแต่ละ Season สถานการณ์ โควิด- 19 ที่ส่งผลกระทบต่อภาคการท่องเที่ยวในเข้าพักโรงแรม ระดับ 2-3 ดาวในเขตเมืองพัทยา ในเขตเมืองพัทยา โดยโรงแรมควีนพัทยาไม่สามารถหลีกเลี่ยงผลกระทบของสถานการณ์โควิด-19 ได้ สถานการณ์สงครามการค้าส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าพักโรงแรม ระดับ 2-3 ดาวในเขตเมืองพัทยา ในด้านราคาห้องพัก โรงแรมควีนพัทยาควรดำเนินการด้านราคา สร้างจุดขาย และการตลาด เพื่อลดผลกระทบของสงครามการค้า

ส่วนประสมทางการตลาด โรงแรมระดับ 2-3 ดาวในเมืองพัทยาคควรมีห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวก โดย ห้องตามมาตรฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกครบ WiFi ฟรี ห้องพักรู้ออกแบบและตกแต่งให้เหมาะสมเรียบง่ายแต่ดูดี ตำแหน่งที่ตั้งติดทะเลและใกล้สถานที่ท่องเที่ยว เดินทางสะดวก มีจุดเช็คอิน ช่องทางการจำหน่าย/จองห้องพัก ควรพัฒนาช่องทางการจำหน่าย/จองห้องพักเพื่อสร้างความแตกต่างและความได้เปรียบ โดย เว็บไซต์ของโรงแรม และ Agent Tour, OTA, Off line และ Online สื่อโซเชียลมีเดีย Facebook / line อินสตาแกรม การสื่อสารทางการตลาด โดยใช้โซเชียล เฟสบุ๊ก/ไลน์ อินสตาแกรม TIKTOK โปรโมชันส่งเสริมการขาย ระดับราคาห้องพักเพื่อความสะดวกในการแข่งขัน ควรใช้กลยุทธ์ราคาห้องพักตามฤดูกาล ระดับราคาห้องพักเป็นราคามาตรฐาน มีส่วนลดพิเศษ และเปรียบเทียบราคากับโรงแรมในโซนเดียว

วิเคราะห์ SWOT โรงแรมควีนพัทยาที่มีจุดแข็ง คือ คมนาคมสะดวก ใกล้แหล่งท่องเที่ยว ทำเลใกล้ทะเล จุดอ่อน คือ พนักงานขาดทักษะด้านภาษา มีโรงแรมเปิดใหม่ในระดับเดียวกัน และเป็นโรงแรมเก่าแก่ขาดความแปลกใหม่ โอกาสทำตลาด คือ Agent Tour นโยบายเพื่อมาส่งเสริมสนับสนุนภาคการท่องเที่ยว หลังจากสถานการณ์โควิด19 มีความต้องการของตลาดนักท่องเที่ยวอยู่เยอะ และมีธรรมชาติและสถานที่ท่องเที่ยวแปลกใหม่ให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยว อุปสรรค คือ สถานการณ์การระบาดของโควิด-19

กลุ่มที่ 3 ผู้ประกอบการ

ความสำคัญของการบริหารอัตราการเข้าพักของลูกค้าโรงแรม มาตรฐานของโรงแรมระดับ 2-3 ดาวจะต้องมี สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักที่ทันสมัย ขนาดของห้องพักต้องไม่ต่ำกว่า 14 ตารางเมตร สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกที่ได้มาตรฐานด้านสาธารณสุขและความสะอาด มาตรฐานด้านงานบริการที่สำคัญสำหรับโรงแรม 2-3 ดาวในเขตเมืองพัทยาจำเป็นจะต้องมี คือ การมีบริการเสริมเพื่อช่วยอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า และการมีทักษะการใช้ภาษาต่างประเทศในการสื่อสาร โดยมีกลุ่มลูกค้าหลัก คือ คนเอเชียตะวันออก เช่น จีน เกาหลี ญี่ปุ่น คนตะวันตก กลุ่มลูกค้ารอง คนอินเดียและเอเชียกลาง และคนไทย โรงแรมระดับ 2-3 ดาวควรสร้างให้เกิดความคุ้มค่าแก่ผู้ใช้บริการในด้านราคา และการให้บริการ ปัญหาอุปสรรคในการเข้ามาเป็นคู่แข่งรายใหม่ คือ อุปสรรคด้านเงินทุน และทำเลที่ตั้ง ปัจจัยเพื่อป้องกันการเข้าสู่ธุรกิจของคู่แข่งรายใหม่ คือ การปรับปรุงห้องพักให้สวยงามและทันสมัยอยู่เสมอ และเน้นการพัฒนาในงานบริการ โรงแรมควีนพัทยา ควรใช้ปัจจัยดำเนินการเพื่อป้องกันการเข้าสู่ธุรกิจของคู่แข่งรายใหม่ โดยการเน้นการรักษาฐานลูกค้าเดิมที่มีอยู่ เน้นการทำการตลาดโดยการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย เน้นกลยุทธ์ด้านราคา สถานะการแข่งขันของโรงแรมในระดับ 2-3 ดาวในเขตเมืองพัทยายู่ในระดับรุนแรงมากที่สุดต้องเน้นกลยุทธ์ด้านราคาและบริการ โดยมีพาตแมนส์รายเดือนเป็นที่พิกัดแทน ผู้ใช้บริการมีอำนาจในการตัดสินใจเลือกที่พักในโรงแรมในเขตเมืองพัทยายู่ในระดับรุนแรงมาก และมีอำนาจต่อรองระดับรุนแรงมาก

ปัจจัยภายนอก (PESTEL ANALYSIS) ปัจจัยด้านการเมืองด้านที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรมโรงแรมในระดับ 2-3 ดาวในเขตเมืองพัทยา คือ การชุมนุมประท้วงทางการเมือง การสลายผู้ชุมนุม ปัจจัยด้านเศรษฐกิจที่ส่งผล คือ ค่าของเงินบาท ปัจจัยด้านสังคมที่ส่งผล คือ ภาพลักษณ์ที่นำเสนอต่อนักท่องเที่ยว ปัจจัยด้านเทคโนโลยีที่ส่งผล คือ ระบบแพลตฟอร์มการจองห้องพัก และสังคมออนไลน์โซเชียลมีเดีย ปัจจัยด้านการสนใจต่อสิ่งแวดล้อมที่ส่งผล คือ การจัดการธรรมชาติให้สวยงาม การกำหนดระเบียบให้มีความเคร่งครัด กฎหมายระเบียบข้อบังคับต่างๆ ที่ส่งผล คือ ข้อบังคับของภาครัฐหรือประกาศปิดเมืองของแต่ละพื้นที่ระเบียบข้อกำหนดของโรงแรมและด้านแรงงาน

ความสำคัญในด้านฤดูกาลของธุรกิจโรงแรม การบริหารอัตราการเข้าพักของโรงแรมระดับ 2-3 ดาวในเขตเมืองพัทยา ในช่วง High Season, Low Season, Medium Season ควรดำเนินการ คือ การบริหารด้านการตลาดตามฤดูกาล กลยุทธ์ด้านราคา การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายทางออนไลน์

ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและความไม่แน่นอน สถานการณ์ โควิด-19 ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าพักโรงแรม ระดับ 2-3 ดาวในเขตเมืองพัทยา คือ อัตราการเข้าพักที่ลดต่ำลง ด้านเศรษฐกิจและการเงินที่ย่ำแย่ สงครามการค้าส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าพักโรงแรม ระดับ 2-3 ดาวในเขตเมืองพัทยา คือ ต้นทุนสินค้าราคาสูงขึ้น

ส่วนประสมทางการตลาด โรงแรมระดับ 2-3 ดาวในเมืองพัทยาควรมีห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกประกอบด้วย สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานครบ พื้นใช้สอยภายในห้อง พักมากกว่า 14 ตรม ขึ้นไป มีฟรีไวไฟให้ บริการ ควรตั้งอยู่ในตำแหน่ง คือ อยู่ในเขตเมืองใกล้แหล่งความเจริญและห้างสรรพสินค้า อยู่ใกล้ทะเล ชายหาด ตำแหน่งมีการคมนาคมขนส่งสะดวกสบาย ใกล้แหล่งท่องเที่ยว ช่องทางการจำหน่าย/จอง

ห้องพัก ประกอบด้วย การจองห้องพักผ่านระบบ OTA ผ่านระบบแอปพลิเคชันเฟสบุ๊ก ไลน์ อินสตาแกรม ผ่านตัวแทนบริษัทท่องเที่ยว การเช็คอินที่โรงแรม การสื่อสารทางการตลาด ประกอบด้วย มีการจัดโปรโมชั่นเพื่อดึงดูดลูกค้าโดยตลอด จัดโปรโมชั่นช่วงโลว์ซีซั่น การสื่อสารทางการตลาด ประกอบด้วย เรื่องความคุ้มค่าของเงินที่ได้จ่ายไป กลยุทธ์การลดราคาเพื่อการแข่งขัน ระดับราคาห้องพักควรราคาอิงกับราคาตลาด

การวิเคราะห์ SWOT โรงแรมที่มีจุดแข็งด้าน ประกอบด้วย ทำเลที่ตั้งอยู่ใจกลางเมือง มีระบบการคมนาคมขนส่งเดินทางผ่านสะดวกสบาย จุดอ่อน ประกอบด้วย ระบบการจัดการไม่เป็นระบบ ขาดทักษะด้านการใช้ภาษาต่างประเทศ โอกาส ประกอบด้วย นโยบายของภาครัฐที่สนับสนุนการท่องเที่ยว อุปสรรค ประกอบด้วย โรคระบาดเช่น โควิด19 ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำและต้นทุนด้านต่างๆที่สูงขึ้น

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการเพิ่มอัตราการเข้าพักของลูกค้า (Occupancy rate) ของโรงแรม สถานะการแข่งขันของโรงแรมในระดับ 2-3 ดาวในเขตเมืองพัทยาอยู่ในระดับ สูงมาก ปัจจัยในการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมระดับ 2-3 ดาว ในเมืองพัทยา ประกอบด้วย การสร้างโรงแรมเพิ่มขึ้นอยู่ตลอด และแปลงห้องพักรายเดือนมารับรายวัน ควรดำเนินการเพื่อแข่งขัน โดยใช้ความได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้งทำการตลาดเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ และปรับปรุงห้องพักและสภาพแวดล้อมภายนอกห้องพัก มีส่วนลดพิเศษ สำหรับสถาน การณ์ โควิด- 19 ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าพักโรงแรม ระดับ 2-3 ดาวในเขตเมืองพัทยา ได้แก่ มาตรการคำสั่งของภาครัฐในการปิดประเทศที่ต่อเนื่องและยาวนาน ส่งผลกระทบต่อภาคการท่องเที่ยวเป็นอันมาก トラบได้นักท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นคนไทยหรือคนต่างชาติยังไม่มั่นใจถึงการหยุดการระบาดของโรค การดำเนินการเพื่อลดผลกระทบของสถานการณ์โควิด-19 สอดคล้องกับ กรีดิสกู๊ดส์ (Greedisgoods, 2018) ปัจจัยภายนอกเกี่ยวกับด้านการเมืองและนโยบายต่าง ๆ ของประเทศที่รัฐบาลเป็นผู้ออกนโยบายออกมาแล้วมีผลกับการดำเนินธุรกิจ นโยบายต่าง ๆ ของรัฐบาลไม่ว่าจะเป็นนโยบายระยะสั้นหรือระยะยาวที่ส่งผลกับธุรกิจ ตัวอย่างนโยบายThailand 4.0 และการให้สิทธิประโยชน์ทางภาษี นโยบายกีดกันทางการค้าของประเทศที่ดำเนินธุรกิจและประเทศคู่ค้า ทั้งการกีดกันทางการค้าที่เป็นภาษีและไม่ใช่อภาษี ระบบการปกครองของประเทศที่ทำธุรกิจและของประเทศคู่ค้าที่เกี่ยวข้อง รวมถึงเสถียรภาพทางการเมือง เช่น มีคนมาประท้วง ปิดถนนบ่อยหรือไม่ ความร่วมมือระหว่างประเทศต่าง ๆ เช่น เขตการค้าเสรีต่าง ๆ (Free Trade) และการยกเว้นภาษี ตัวอย่างเช่น จากวิกฤตการณ์โรคระบาดโควิด 19 ทำให้รัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา จำเป็นจะต้องออกกฎหมายฉุกเฉินเพื่อทำการปิดประเทศ ปิดเมือง และปิดโรงแรม ห้างร้าน เป็นต้น เพื่อป้องกันไม่ให้โรคระบาดขยายตัว จะเห็นได้ว่า คำสั่งดังกล่าวย่อมส่งผลกระทบต่อธุรกิจอย่างคาดไม่ถึงคำสั่งนี้ถือเป็นปัจจัยภายนอกทางด้านการเมืองซึ่งส่งผลกระทบต่อธุรกิจโรงแรม ปัจจัยที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรม ได้แก่ การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมทางเสียงและขยะมูลฝอย สอดคล้องกับ ธนัญญา ลีวงศ์วัฒน์ และณัฐกานท์ ส้มทองมี (2559) ได้กล่าวว่า ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมของประเทศที่เข้าไปลงทุน ตัวอย่างเช่น สภาพภูมิอากาศ ลักษณะทางธรรมชาติ และลักษณะทางภูมิศาสตร์ โดยในส่วน Environment จะเป็นสิ่งที่ส่งผลต่อกิจกรรมต่างๆในการดำเนินธุรกิจ

โดยเฉพาะกิจกรรมทางโลจิสติกส์ และจะได้รับผลกระทบไปได้ถึงธุรกิจโรงแรม โดยผู้เข้าพัก นักท่องเที่ยวจะมีปัญหากับกลิ่นของเสีย ที่ลอยมากับอากาศหายใจ ส่งผลให้เกิดภาพลักษณ์ที่ไม่ดีต่อการท่องเที่ยว และการเข้าพักในโรงแรม

แนวทางการเพิ่มอัตราการเข้าพักของลูกค้ (Occupancy Rate) ของโรงแรมควีนพัทยา ในช่วง High Season, Medium Season, Low Season และการบริหารอัตราการเข้าพักในแต่ละฤดูกาลของโรงแรมควีนพัทยาควรดำเนินการ โดยแต่ละฤดูกาลโรงแรมต้องใช้กลยุทธ์ต่างกัน และเน้นกลยุทธ์ในด้านของราคา การจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย ห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวก มีขนาดของห้องพักที่มีขนาดได้ตามมาตรฐาน และอุปกรณ์อำนวยความสะดวกอย่างครบถ้วน ฟรี WiFi ครอบคลุมพื้นที่ โรงแรมตั้งอยู่ในตำแหน่งโซนที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวซึ่งโดยส่วนมากนักท่องเที่ยวนิยมติดทะเล ใกล้แหล่งท่องเที่ยวและคมนาคมสะดวกสบาย ช่องทางการจำหน่าย/ จองห้องพัก ผ่าน OTA Off line และ Online ผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย Website ของโรงแรม ขายผ่านAgent Tour และผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย Facebook / line อินสตาแกรม TIKTOK การสื่อสารทางการตลาดเพื่อสร้างความแตกต่างและความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยอาศัยสื่อโซเชียลมีเดีย Facebook / line อินสตาแกรม TIKTOK ตัวแทนจำหน่ายทางการท่องเที่ยวออนไลน์ (Online Travel Agency) กำหนดระดับราคาห้องพักเพื่อสร้างความแตกต่าง โดยราคาห้องพักขึ้นกับช่วงของ Season ระดับราคาห้องพักให้ราคาอยู่ในมาตรฐานที่เหมาะสมกับทำเลที่ตั้ง มีส่วนลดหรือการสะสมแต้มสำหรับแขกเข้ามาใช้พักในครั้งต่อไป สอดคล้องกับ ดุษฎีวัฒน์ แก้วอินทร์ (2562) พฤติกรรมการตัดสินใจของผู้ใช้บริการโรงแรม ในเขตจังหวัดเลย ผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการโรงแรม ในเขตจังหวัดเลย มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โดยภาพรวมการตัดสินใจอยู่ในระดับมากค่าเฉลี่ย 3.90 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก 6 ด้าน ระดับปานกลาง 1 ด้าน คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมากค่าเฉลี่ย 4.11 รองลงมา คือ ด้านราคา อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.09 ส่วนด้านที่มีการตัดสินใจต่ำที่สุด คือ ด้านกระบวนการ อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.26 ผู้ใช้บริการโรงแรม ในเขตจังหวัดเลยให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ สรุปได้ว่า ที่พักต้องสะอาด มีการปรับปรุงให้น่าพักอยู่เสมอ ราคาที่พักไม่แพงเกินไป ควรมีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ และท้องถิ่น สภาพภายในโรงแรมต้องดูแลความสะอาดตลอดเวลา มีที่จอดรถสำหรับลูกค้าอย่างเพียงพอโรงแรมควรจัดทำบัตรสมาชิก เพื่อสะสมแต้ม หรือมีส่วนลดสำหรับสมาชิก มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออย่างหลากหลายและต่อเนื่อง ควรมีมาตรการรักษาความปลอดภัยสิน ของลูกค้าและให้บริการลูกค้าที่รวดเร็วทันใจ พนักงานให้บริการควรพูดจาสุภาพ มีมารยาท มีใจรักในงานบริการ และมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ สอดคล้องกับ วีรวัลย์ ปิ่นชุมพลแสง (2561) ศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาปัจจัยการตัดสินใจเลือกเข้าพักโรงแรมและรีสอร์ทของประเทศไทยตามแนวชายฝั่งทะเลอ่าวไทยตะวันตก โดยผลการวิจัยพบว่าผู้ต้องการเข้าพักตัดสินใจเลือกพักโรงแรมในระดับ 3 ดาว 4 ดาว และ 5 ดาว จะพิจารณาจากระดับดาว จากการอธิบายลักษณะห้องพักที่สะอาด มีสิ่งอำนวยความสะดวกตามระดับดาวตามมาตรฐานดาวโรงแรมตามรูปแบบมาตรฐานดาว สามารถตอบสนองความต้องการได้ทุกด้านปัจจัยอีกด้านคือ ทำเลที่ตั้งของโรงแรม เมื่อผู้ต้องการเข้าพักมาท่องเที่ยวโรงแรมและรีสอร์ทของประเทศไทยตามแนว

ชายฝั่งทะเลอ่าวไทยตะวันตก มีความต้องการจะเข้าพักในโรงแรมที่มีทำเลที่ตั้งติดทะเล หรือใกล้ทะเลตามระดับราคาที่พักที่สามารถจะจ่ายได้ นอกจากนี้ทำเลที่ตั้งของโรงแรมต้องหมายรวมถึงใกล้ที่แหล่งชุมชนที่สามารถเดินทางสะดวก และใกล้แหล่งท่องเที่ยวจะสามารถช่วยให้กระบวนการตัดสินใจเลือกพักพิจารณาได้มากขึ้น ปัจจัยสุดท้ายที่มีผลต่อการเข้าพักโรงแรมและรีสอร์ทของประเทศไทยตามแนวชายฝั่งทะเลอ่าวไทยตะวันตกคือ ระบบเครือข่ายของโรงแรม (Chain Hotel) และไม่มีระบบเครือข่ายของโรงแรม พิจารณาถึงการได้มาตรฐานระดับสากลของโรงแรมถ้ามีระบบเครือข่ายโรงแรมจะช่วยให้ง่ายต่อการตัดสินใจได้เร็วมากขึ้น แต่ถ้าเป็นกรณีไม่มีระบบเครือข่ายของโรงแรมจะต้องพิจารณาจากปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่ ระดับดาวที่เป็นมาตรฐานโรงแรม กระบวนการให้บริการ และผลตอบรับจากลูกค้าอื่น ๆ ที่เคยเข้าพักที่มีการติชมมา การส่งเสริมการขาย เป็นต้น นอกจากนี้ความใหม่ของโรงแรมทำให้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกพักในการวิจัยในครั้งนี้ด้วย ซึ่งทำให้ปัจจัยสำคัญดังกล่าวมีผลต่อการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทของประเทศไทยตามแนวชายฝั่งทะเลอ่าวไทยตะวันตกเพื่อนำไปสู่การพิจารณาปัจจัยกำหนดการเต็มใจจะจ่ายของผู้เข้าพักในลำดับต่อไป สอดคล้องกับ PSA Service and Supply (2019) ปัจจัยที่นำมาพิจารณาในการตัดสินใจมาตรฐานโรงแรม ประกอบด้วย สภาพทางกายภาพ เช่นทำเลที่ตั้ง สภาพแวดล้อม การก่อสร้าง เช่นโครงสร้างกายภาพของโรงแรม ระบบในโรงแรม การเลือกใช้วัสดุ และระบบความปลอดภัยของโรงแรม สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้เข้าพัก เช่นของใช้ในโรงแรม มีคุณภาพและความหรูหรา เหมาะสมกับโรงแรม ช่องทางการจำหน่าย/ จองห้องพัก ผ่าน OTA Off line และ Online ผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย Website ของโรงแรม ขายผ่าน Agent Tour และผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย Facebook / line อินสตาแกรม TIKTOK การสื่อสารทางการตลาดเพื่อสร้างความแตกต่างและความได้เปรียบในการแข่งขัน โดย อาศัยสื่อโซเชียลมีเดีย Facebook / line อินสตาแกรม TIKTOK ตัวแทนจำหน่ายทางการท่องเที่ยวออนไลน์ (Online Travel Agency) สอดคล้องกับธนัญญา ลีวงศ์วัฒน์ ญัฐกันนภัส โสมทองมี (2559) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวกับเทคโนโลยี Technology ที่ต้องให้ความสนใจเป็นอันดับแรก ๆ ได้แก่ เทคโนโลยีขั้นพื้นฐานส่วนใหญ่ในประเทศอยู่ระดับไหน ประชากรมีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีมีอยู่' มากน้อยแค่ไหน ตัวอย่างเช่น การเข้าถึง Internet ของคนในประเทศ คนส่วนใหญ่ใช้ช่องทางอะไรในการเข้าถึงสื่อ ตัวอย่างเช่น จากวิกฤตการณ์โรคระบาดโควิด 19 ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค นั่นคือการที่ผู้บริโภคหันมาสั่งซื้อสินค้า อาหาร โดยผ่านระบบแอปพลิเคชัน เช่น Grab Lineman เป็นต้น ส่งผลให้แนวโน้มการให้บริการแบบนี้ได้แบบก้าวกระโดด ฉะนั้นจากการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค ที่หันไปสนใจสื่อออนไลน์มากขึ้น การประชาสัมพันธ์ และการจูงใจก็ควรจะมีการพัฒนาไปสู่ช่องทางที่ประชากรส่วนใหญ่ของโลกกำลังสนใจ พัฒนาไปสู่ช่องทางออนไลน์ สอดคล้องกับ Jiřina Jenčková and Josef Abrhám (2016) กล่าวว่า การเพิ่มขึ้นของอัตราการเข้าพักเฉลี่ยราคาดังนั้นจึงเป็นเรื่องที่เหมาะสมในการเพิ่มอัตราการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีการจอง เพราะว่ามีสิ่งอำนวยความสะดวกจากที่พักเหล่านั้น มักจะใช้วิธีการจองออนไลน์ในการจัดการเพื่อเพิ่มทั้งอัตราการเข้าพักและราคาเฉลี่ย ซึ่งจะนำไปสู่ผลกระทบเชิงบวกต่อผลลัพธ์ทางการเงินของ บริษัท และการเพิ่มรายได้ในธุรกิจการท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาความเห็นของลูกค้า ทั้งในประเทศไทย และคนต่างชาติ ผู้วิจัยมีข้อเสนอต่อไปนี้

1. ทักษะด้านภาษาของพนักงาน ต้องมีการอบรมการใช้ภาษาหรือรับพนักงานที่มีทักษะด้านภาษาให้ตรงตามกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ เช่น ภาษาอังกฤษ จีน เกาหลี ญี่ปุ่น
2. พัฒนาช่องทางการรับรองห้องพักผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่มมากขึ้นให้ครอบคลุมทุกช่องทาง ทั้ง Agoda.com Expedia.com Booking.com Tripadvisor.com Yelp.com
3. พัฒนาจุดถ่ายรูป เช็คอิน ให้ผู้ที่มาท่องเที่ยวได้มีการถ่ายรูป และเช็คอินในสื่อออนไลน์ต่าง ๆ จะส่งผลให้เกิดการประชาสัมพันธ์ส่งต่อกันเป็นทอด ๆ โดยไม่ต้องลงทุน และยังเป็นการตอบสนองเทรนของลูกค้าในปัจจุบันได้เป็นอย่างดี
4. ปรับปรุงตัวอาคารห้องพัก เนื่องจากโรงแรมควีน พัทยา เป็นโรงแรมเก่าแก่ ควรจะมีการปรับปรุงและพัฒนา ซึ่งเทรนในปัจจุบัน อาจจะมีการปรับปรุงได้ออกเป็น 2 ทาง คือ 1. ปรับปรุงให้ดูทันสมัย ตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวสมัยใหม่ 2. ปรับปรุงให้โรงแรมดูมีความวินเทจ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มคนที่ชื่นชอบรูปแบบวินเทจ
5. สร้างคอนเทนต์ทางการตลาดสู่แพลตฟอร์มทางออนไลน์ต่างๆ เพื่อตอบสนองต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน ซึ่งควรมีทั้งข้อมูลโรงแรม และแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ อาจรวมถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นของที่ระลึก วิถีชุมชน
6. เพิ่มบริการด้านต่างๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาใช้บริการ เช่น ทัวร์นำเที่ยวแบบวันเดย์ทริป บริการติดต่อเรือสำหรับเดินทางไปยังเกาะต่าง ๆ บริการห้องประชุม ห้องอาหาร จัดเลี้ยง คาราโอเกะ สัมมนา
7. ศึกษาวิจัยเพิ่มเติม ในเรื่องของการทำการตลาดของโรงแรมไทยในต่างประเทศ เพื่อหาวิธีการทำตลาดไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวคนต่างประเทศได้อย่างตรงกลุ่มเป้าหมาย

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). สถิตินักท่องเที่ยวภายในประเทศ. Retrieved from https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=411
- กรีดีส์กู๊ดส์ (Greedisgoods). (2018). PESTEL Analysis คือ อะไร (การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก). Retrieved from <https://greedisgoods.com/pestel>
- ชนิฐา (Kanittha). (2561). วอนแก้ปัญหาโรงแรมเถื่อน ชี้อันดับ3ดาวกระทบหนัก. Retrieved from <https://www.thaihotelbusiness.com/news->
- ดุชนิวัฒน์ แก้วอินทร์. (2562) พฤติกรรมการตัดสินใจของผู้ใช้บริการโรงแรม ในเขตจังหวัดเลย. วารสารธาตุพนมปริทรรศน์, 3(2), pp.1-10.

ธัญญา ลีวงศ์วัฒน์ และณัฐกัณณภัส โสมทองมี (2559). รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา หนังสือแนะนำ และสิทธิประโยชน์การสมัครสมาชิกสมาคมโรงแรมไทย และมูลนิธิมาตรฐานโรงแรมไทย.

กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสยาม.

มานิช หนองใหญ่ และ ยุทธศักดิ์ สุภสร. (2563). ท่องเที่ยว พัทยา ชิม หวังตลาดดาวรุ่ง “อินเดีย” ภัยอด.

Retrieved from <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/856068>

รุ่งนภา สารพิน. (2562). เทรนด์ท่องเที่ยว 2020. Retrieved from <https://www.thaipost.net/main/detail/48269>

วีรวัลย์ ปิ่นชุมพลแสง (2561). การศึกษาปัจจัยการตัดสินใจเลือกเข้าพักโรงแรมและรีสอร์ทของประเทศไทย ตามแนวชายฝั่งทะเลอ่าวไทยตะวันตก. วารสารการจัดการ สมัยใหม่, 13(2), 35-50.

Jiřina Jenčková & Josef Abrahám. (2016). Smart overbooking in the accommodation facilities in the Czech Republic. *Journal of International Studies*, 9(1), 265-275.

PSA Service & Supply. (2019). ระดับดาวของโรงแรม มาตรฐานโรงแรมวัดจากอะไรบ้าง. Retrieved from <https://psasupply.com>