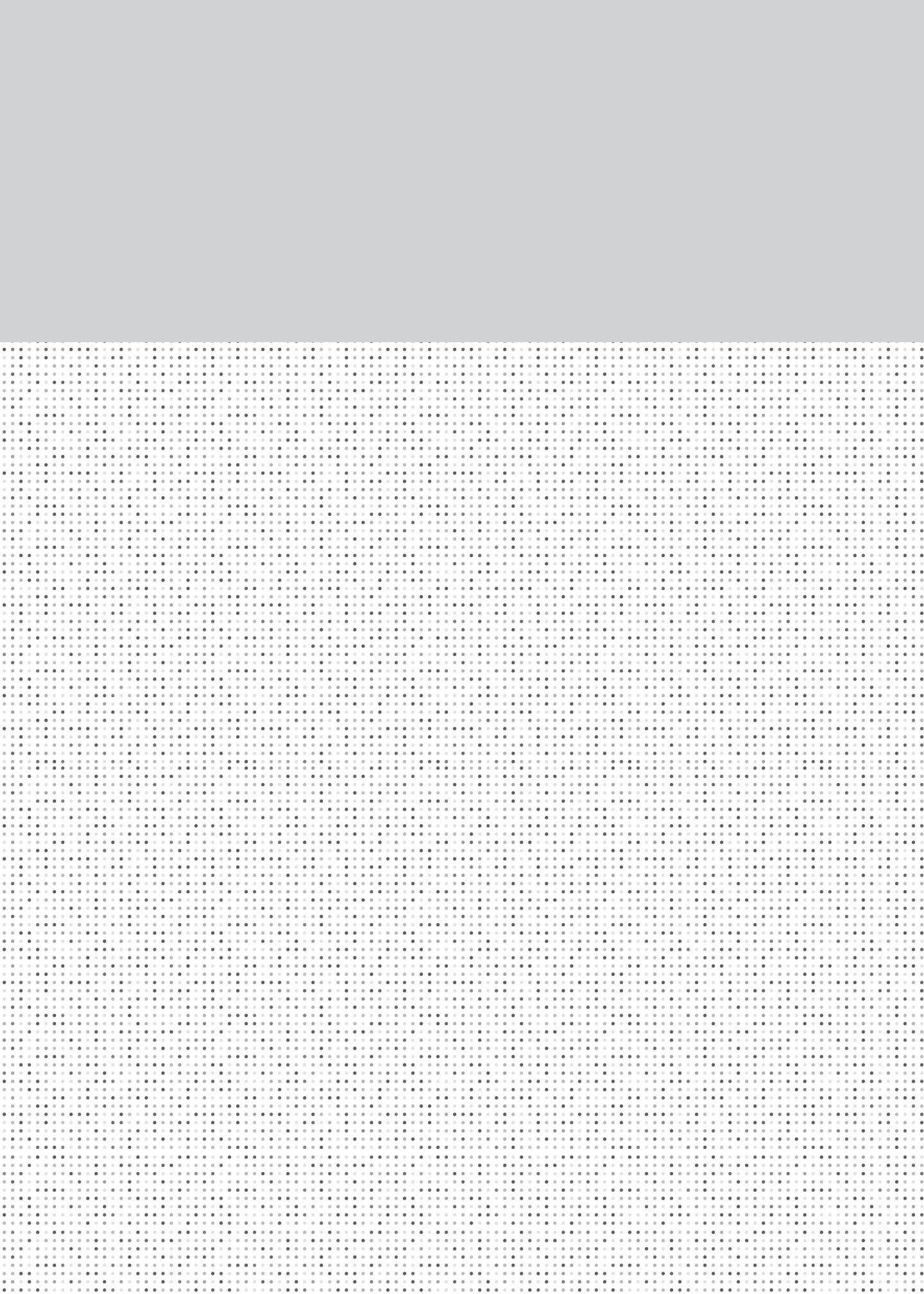




การจัดการเชิงกลยุทธ์
การจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม



การวางแผนกลยุทธ์โดยใช้สุนทรียสาธกเพื่อเพิ่มยอดขายห้องพัก
กรณีศึกษา: หอพัก เฟอร์รี่ ปาร์ค อิน จังหวัดขอนแก่น

STRATEGIC PLANNING BY APPRECIATIVE INQUIRY TO INCREASE OCCUPANCY
SALERATE CASE STUDY: FERRY PARK INN DORMITORY IN KHON KAEN

กรกมล เตரியมิชานนท์¹
กิตติ มโนคัน²

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อแก้ปัญหาจำนวนห้องพักในหอพัก เฟอร์รี่ ปาร์ค อิน ที่มีลูกค้าเข้าพักน้อยลงในทุกๆปี โดยต้องการศึกษาเพื่อค้นหากลยุทธ์ในการเพิ่มยอดขายห้องพัก ซึ่งใช้ทฤษฎีของสุนทรียสาธกในการค้นหาข้อมูล โดยการสัมภาษณ์ และตั้งคำถามเชิงบวก กลุ่มที่ทำการสัมภาษณ์มีทั้งหมด 2 กลุ่ม ได้แก่ ผู้จัดการหอพัก 1 ราย และลูกค้าของหอพัก แบ่งออกเป็น ลูกค้าทั่วไป 43 ราย และบุคลากรของสถาบันกวดวิชา 6 ราย โดยนำข้อมูลที่ได้อามาวิเคราะห์เพื่อหาจุดเด่นและจุดรวมที่ดีของห้องพัก จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์ร่วมกับทฤษฎีสภาพแวดล้อมทั่วไป ทฤษฎีวิเคราะห์คู่แข่งชั้น ทฤษฎีวิเคราะห์ทางการตลาด และปัจจัยกลยุทธ์ทั้ง 4 ด้าน เพื่อกำหนดวิสัยทัศน์ และวางแผนกลยุทธ์ การทั้งหมดที่กล่าวมาจึงได้กลยุทธ์ด้านการสร้างความแตกต่าง ทั้งหมด 3 โครงการ แบ่งออกเป็น โครงการสร้างอัตลักษณ์ให้กับหอพักเฟอร์รี่ ปาร์ค อิน โครงการเช่าหอพักเป็นกลุ่ม และ โครงการเพิ่มช่องทางประชาสัมพันธ์ สื่อสาร และการบริการ ซึ่งได้นำโครงการทั้ง 3 ไปทดลองปฏิบัติจริงในเดือนมีนาคม ถึงเดือนพฤษภาคม พบว่าทั้ง 3 เดือนมียอดขายเพิ่มขึ้นจากปีที่แล้วถึง 423,064 บาท หรือคิดเป็นร้อยละ 60.2

คำสำคัญ: กลยุทธ์ สุนทรียสาธก หอพัก

Abstract

This study is a qualitative research; the purposes of study were to resolve the problem in term of customer that has been annually decreased. The study has concentrated at strategic planning by using Appreciate Inquiry for collecting the positive data from interview and questioning. The target group could be divided into 2 segments such as individual customers 43 Peoples and 6 group customers from tutor institution. The positive data was transformed to divergence and convergence of the dormitory. Thence, the result was analyzed along with PESTE Analysis, Five-Force Model, Marketing Mix and Balance Score Card for defining vision and strategy. The conclusion was desired to 3 projects such as Identity designing for Ferry Park Inn, group renting and increasing the channel of public relations communication and service. The Projects were conducted in March to May for evaluating effective of the strategies. As a result, the sale rate increased to 423,064 baht which was 60 percent from last year sale.

Keywords: strategy, Appreciative Inquiry, Dormitory

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น 999/7 ซ.จินตคาม ถ.ทหาร ต.หมากแข้ง อ.เมือง จ.อุดรธานี 41000 088-0282128 kronkamon@mailkku.com

² อาจารย์ สำนักก่อสร้างสะพาน กรมทางหลวงชนบท กรุงเทพมหานคร

บทนำ

จังหวัดขอนแก่นเป็นจังหวัดหนึ่งที่เป็นศูนย์กลางทางด้านเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ และยังมีมหาวิทยาลัยขอนแก่น ซึ่งเป็นศูนย์การศึกษาที่เป็นอันดับหนึ่งในภาคอีสาน เป็นแหล่งรวมความรู้ และความสามารถของนักศึกษาที่เห็นถึงความสำคัญของการเรียนการศึกษา จึงมีทั้งนักศึกษา และนักเรียนจากที่ต่างๆ เข้ามาหาความรู้เป็นจำนวนมาก นักศึกษามหาวิทยาลัยจึงมากกว่าหอพักของมหาวิทยาลัยจะรับเข้าพักได้ ทำให้ธุรกิจหอพักเริ่มมีความนิยมมากขึ้น ซึ่งเห็นได้ว่าใน 5 ปีที่ผ่านมา ได้เกิดหอพัก อพาร์ทเมนท์ และคอนโดมิเนียมจนทำให้หอพักเกิดการอึดตัว เกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นมากมายภายในหอพัก เกิดการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้น เกิดคู่แข่งทั้งทางการค้า และการบริการ ทำให้ผู้ประกอบการต้องปรับปรุงเปลี่ยนแปลงที่พักของตนเองให้ดีขึ้น

ในปี พ.ศ. 2551 หอพักเฟอร์รี่ ปาร์ค อิน ซึ่งตั้งอยู่ที่ 178 หมู่ 12 ต.ศิลา อ.เมือง จ.ขอนแก่น มีพื้นที่ทั้งหมดประมาณ 700 ตารางวา เป็นหนึ่งในหอพักที่มีความแตกต่างจากที่อื่น คือ รูปทรงที่แตกต่างโดยการออกแบบมีความคิดมาจากเรือเฟอร์รี่ 2 ลำ ที่ลอยอยู่เคียงข้างกัน ข้างในหอพักมีความโล่ง สามารถถ่ายเทอากาศได้มากกว่าที่อื่นๆ เพราะเป็นที่โล่งกว้างทางด้านในหอพัก โดยห้องพักตกแต่งเป็นห้องชุดห้องชุดรูปแบบทันสมัย (Modern) พร้อมเครื่องอำนวยความสะดวกครบครัน หอพักมีที่จอดรถซึ่งสามารถจอดรถยนต์ได้อย่างพอเพียง และมีบริการอินเทอร์เน็ต กล้องวงจรปิด และประตูคีย์การ์ด พร้อมทั้งพนักงานรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง แต่ทางการขาย หอพัก เฟอร์รี่ ปาร์ค อินได้แข่งขันทางด้านราคาคือการลดราคาต่ำลงในทุกๆปี แต่การแข่งขันที่เพิ่มมากขึ้นโดยเฉพาะการแข่งขันด้านราคาที่สูงขึ้น ทำให้หอพักเฟอร์รี่ ปาร์ค อิน มีรายได้ที่ต่ำลงทุกปี

ดังนั้น ทางหอพักเฟอร์รี่ ปาร์ค อิน จึงได้ตระหนักถึงความสำคัญของการดำเนินธุรกิจมีการวางแผนกำหนดทิศทางของหอพักให้ชัดเจน และให้เกิดประโยชน์ในหลายๆส่วน ทั้งยังเพื่อพัฒนาธุรกิจของตัวหอพักให้ดีขึ้นซึ่งจะทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน จึงจำเป็นต้องมีกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ โดยใช้ทฤษฎีสุนทรียศาสตร์ ในการค้นหาข้อมูลเชิงบวกมาวิเคราะห์ร่วมกับทฤษฎีสภาพแวดล้อมทั่วไป ทฤษฎีวิเคราะห์คู่แข่ง ทฤษฎีวิเคราะห์ทางการตลาด และปัจจัยกลยุทธ์ทั้ง 4 ด้าน เพื่อกำหนดวิสัยทัศน์ และวางแผนกลยุทธ์

วัตถุประสงค์

เพื่อสืบค้นประสบการณ์เชิงบวกของธุรกิจหอพักจาก ลูกค้าและบุคลากรของหอพักเฟอร์รี่ ปาร์ค อิน จังหวัดขอนแก่น

เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ในการเพิ่มยอดขายของหอพักเฟอร์รี่ ปาร์ค อิน จังหวัดขอนแก่น

วิธีดำเนินการศึกษา

1. การสืบค้น

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการสืบค้นในเชิงปฏิบัติการ (Action Research) เป็นการนำข้อมูลที่สืบค้นได้มาวิเคราะห์และพัฒนาตามแนวทางของสุนทรียศาสตร์ (Appreciative Inquiry: AI) เพื่อค้นหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นเชิงบวกและนำมากำหนดกลยุทธ์เพื่อเพิ่มยอดขายต่อไป

การสืบค้นจะใช้วิธีการสัมภาษณ์ โดยแบ่งกลุ่มออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

- 1.1 ผู้ประกอบการ โดยมีรายละเอียดคือ ผู้จัดการหอพัก 1 ราย
- 1.2 ผู้บริโภค โดยมีรายละเอียดดังนี้ ลูกค้าทั่วไป 43 ราย และ บุคลากรของสถาบันกววิชาทั้งหมด

6 ราย

2. การใช้เครื่องมือตามแนวทางของสุนทรียสาธก (Appreciative Inquiry: AI)

การศึกษาครั้งนี้ใช้เครื่องมือตามแนวทางของสุนทรียสาธก(Appreciative Inquiry: AI) คือการศึกษาเชิงปฏิบัติการโดยการตั้งคำถามเชิงบวกกับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการของหอพักเฟอร์รี่ ปาร์ค อิน และบุคลากรของหอพักเฟอร์รี่ปาร์ค อิน โดยจะใช้ข้อมูลนี้เพื่อทำการวิเคราะห์ต่อไป

2.1 แนวคำถามที่ต้องการสัมภาษณ์ โดยชุดคำถามในการสัมภาษณ์มีดังนี้

1.1.1 ผู้จัดการหอพัก โดยการตั้งคำถามเช่น มีวิธีการขายห้องพักอย่างไรจึงขายได้ กว่าปกติได้ และ วันที่มีลูกค้าเข้ามาสอบถามที่พักเกี่ยวกับเรื่องอะไรบ้าง สิ่งที่ดีที่เกิดกับหอพัก และสิ่งที่ชอบเกี่ยวกับหอพัก

1.1.2 ผู้บริโภค โดยแยกสัมภาษณ์ ดังนี้

1) ลูกค้าที่พักอยู่ที่หอพักทั้งลูกค้าเก่า และลูกค้าใหม่ จำนวน 43 คน โดยคำถามคือ ประสบการณ์ที่ดีเมื่อเข้ามาใช้บริการและพักอาศัย ความประทับใจเกี่ยวกับหอพัก และทำไมจึงตัดสินใจพักที่หอพักนี้

2) บุคลากรสถาบันกวดวิชาทั้งหมด 6 ราย โดยคำถามคือ ประสบการณ์ที่ดีเมื่อเข้ามาใช้บริการและพักอาศัย ความประทับใจเกี่ยวกับหอพัก และทำไมจึงตัดสินใจพักที่หอพักนี้

ทั้งนี้ในการสัมภาษณ์อาจปรับเปลี่ยนไปตามความเหมาะสมของการสัมภาษณ์นั้นๆ แต่จะยึดหลักตามคำถามข้างต้นให้ได้มากที่สุดเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ต้องการ

3. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเพื่อกำหนดกลยุทธ์

เครื่องมือที่ใช้กำหนดกลยุทธ์ ทางผู้ศึกษาได้ใช้ทฤษฎีตามแนวทางของสุนทรียสาธก (Appreciative Inquiry: AI) เพื่อที่จะนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์และข้อมูลของหอพักเฟอร์รี่ ปาร์ค อิน มาทำการศึกษา และวิเคราะห์ให้กลายเป็นข้อมูล จากนั้นจึงนำข้อมูลจากแหล่งต่างๆ มาวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลตามทฤษฎีต่างๆ ดังนี้ ทฤษฎีการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมทั่วไป (General External Environment) ทฤษฎีการวิเคราะห์คู่แข่ง (Five Forces Model) การวิเคราะห์องค์กร (SOAR Analysis) ทฤษฎีสั้นส่วนประสมทางการตลาด (7 P's Strategy) ทฤษฎีการวัดผลการดำเนินงานอย่างสมดุล (Balanced Scorecard) และ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำมาเชื่อมโยงกันเพื่อกำหนดแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์เพื่อเพิ่มยอดขายให้กับหอพักเฟอร์รี่ ปาร์ค อิน จังหวัดขอนแก่น

4. ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

แหล่งที่มาของข้อมูล และเครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูลในครั้งนี้มาจากข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ดังนี้

4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการรวมทั้งบุคลากรและคู่แข่ง รวมถึงผู้บริโภค เกี่ยวกับหอพัก

4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษา ค้นคว้า และเก็บรวบรวมข้อมูล จากหนังสือ วารสาร หนังสือพิมพ์ สารนิพนธ์ คุชชินินท์ งานวิจัย และเว็บไซต์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจะทำการนำข้อมูลจากสัมภาษณ์ตามแนวทางของสุนทรียสาธก ประกอบกับข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ตามหลักทฤษฎีกลยุทธ์เพื่อนำมาวิเคราะห์ตามกระบวนการ Whole-system 4-D Dialogue [1] ดังนี้

5.1 การค้นหา (Discovery) คือ โดยการค้นหากลุ่มเป้าหมายของลูกค้าและทำการสัมภาษณ์โดยใช้สุนทรียสาธกเข้ามาช่วยในการตั้งคำถาม และวิเคราะห์ข้อมูลออกมาเป็นจุดร่วมและจุดเด่น หลังจากนั้นจึงนำเครื่อง

มือที่ช่วยในการกำหนดกลยุทธ์ทั้ง 6 อย่าง เข้ามาวิเคราะห์

5.2 การวาดฝัน (Dream) คือ การวาดฝันถึงหอพักในแบบที่ต้องการโดยนำข้อมูลจากการค้นหาช่วยในการวิเคราะห์เพื่อหาวิสัยทัศน์ พันธกิจ และ วัตถุประสงค์ กำหนดกลยุทธ์ให้เป็นไปตามที่กำหนดไว้ข้างต้น และวางแผนระยะเวลาในการดำเนินการ

5.3 การออกแบบ (Design) คือ การออกแบบจัดทำโครงการแบบละเอียดตามที่ได้กำหนดกลยุทธ์ไว้ และดำเนินการให้เป็นไปตามแบบที่กำหนดไว้ในการวาดฝัน

5.4 การดำเนินการ (Destiny) คือ ขั้นตอนที่ต้องสรุปข้อมูลที่ได้ลงมือทำตามโครงการที่กำหนดเอาไว้ โดยการวัดผลตามผลเปรียบเทียบกับการดำเนินการในการออกแบบ

ผลการศึกษา

1. การกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และ เป้าหมาย

วิสัยทัศน์ : เป็นหอพักที่มีมาตรฐาน พร้อมสภาพแวดล้อมที่น่าอยู่ และเป็นที่ยอมรับในระดับสากล

พันธกิจ : ปรับปรุงหอพักให้สวยงามและมีงานบริการที่เป็นกันเอง และทำให้ลูกค้าประทับใจ แม้ยังไม่ได้เข้าพัก

เป้าหมาย: เพิ่มยอดได้ให้เพิ่มขึ้น 20 % เมื่อเปรียบเทียบกับเดือนจากปีที่แล้ว ลูกค้าเข้าพักมากขึ้น และมีลูกค้ารู้จักหอพักมากขึ้น

กลุ่มเป้าหมาย: นักศึกษาภายในมหาวิทยาลัยขอนแก่น และกลุ่มนักเรียนที่เข้ามาเรียนพิเศษภายในมหาวิทยาลัยขอนแก่น

2. การกำหนดกลยุทธ์การตลาด

จากข้อมูลทั้งหมดทำให้สามารถกำหนดกลยุทธ์คือ การสร้างความแตกต่าง (Different strategy) เพื่อให้แตกต่างจากหอพักทั่วไป สร้างเอกลักษณ์ที่ดีให้แก่ตัวหอพัก ทำให้ลูกค้าเกิดความภักดี (Brand Loyalty) โดยเน้นที่การตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อทำตามหลักการตามวิสัยทัศน์ของหอพัก ซึ่งมีทั้งหมด 3 โครงการ

2.1 โครงการที่ 1 สร้างอัตลักษณ์ให้กับหอพัก (Identity Design)

โดยการนำเอาตราสัญลักษณ์ของหอพักมาตีพิมพ์ในผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่หอพักนำมาใช้ เช่น ชุดพนักงาน อุปกรณ์ที่ใช้ในสำนักงาน อีกทั้งโครงสร้างของหอพักให้มีเอกลักษณ์ จึงนำเอาจุดเด่นของหอพักมาช่วยเสริมภาพลักษณ์ที่ดี เช่น การตกแต่งหอพักให้ดูสวยงามในวันเทศกาลต่างๆ โดยทั้งหมด เป็นโครงการที่ตอบสนองปัจจัยส่งเสริมทางการตลาด เพื่อให้ลูกค้าสามารถจดจำภาพลักษณ์ของหอพัก ทำให้ดึงดูดลูกค้ารายใหม่ และทำให้ลูกค้ารายเก่าจดจำในภาพลักษณ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของหอพักได้ และนำไปบอกต่อ ชักชวนให้บุคคลภายนอกเข้ามาถ่ายรูป หรือชักชวนเข้ามาที่หอพัก ทั้งยังสร้างความภักดี

ผลกรวิเคราะห์ของโครงการ คือ การวัดผลได้ใช้การดัชนีชี้วัดผลงานหรือความสำเร็จของงาน (Key Performance Indicator) เปรียบเทียบกับเป้าหมายที่ได้กำหนดเอาไว้ 1 เดือน 3 เดือน และ 1ปี (ระยะเวลา 1 ปียังไม่อาจติดตามผลได้เพราะระยะเวลาในการทำโครงการมีจำกัด) จากการวัดผลการทำโครงการในครั้งนี้ ทำให้เกิดการสอบถามของลูกค้าและผู้ที่สนใจเพิ่มมากขึ้น และมีผู้ที่เข้ามาถ่ายรูปภายในหอพักและนำลงอินเตอร์เน็ตซึ่งจะช่วยให้เกิดการโฆษณาให้กับหอพักอีกทาง ลูกค้าเกิดความประทับใจ เข้ามาสอบถามและชักชวนเพื่อนให้เข้ามาภายในหอพัก มีลูกค้าใหม่ที่ได้รับคำแนะนำจากลูกค้าที่อาศัยอยู่ในหอพักเข้ามาเพิ่มมากขึ้น

2.2 โครงการที่ 2 การเช่าห้องพักเป็นกลุ่ม (Group Renting)

โดยการทำการตลาดเชิงรุก คือการนำเอกสารโปรโมชั่นเข้าไปนำเสนอต่อสถาบันกวดวิชาโดยตรง ซึ่งเป็นโครงการเพื่อตอบสนองปัจจัยด้านการตลาด และราคา เพื่อที่จะสามารถเพิ่มรายรับให้กับหอพักได้รวดเร็วและแน่นอนที่สุด

ผลการวิเคราะห์โครงการคือ การวัดผลได้ใช้การดัชนีชี้วัดผลงานหรือความสำเร็จของงาน เปรียบเทียบกับเป้าหมายที่กำหนดจากสถิติเมื่อปีที่แล้ว ซึ่งผลการวัดผลในครั้งนี้นำเป้าหมายที่กำหนดคือ 1 เดือน 10 ห้อง และ 3 เดือน 50 ห้อง 1 ปี 100 ห้อง ผลคือเมื่อเปรียบเทียบกับเป้าหมาย 1 เดือนเพิ่มขึ้นร้อยละ 320 และ 3 เดือนเพิ่มขึ้นร้อยละ 68 โดยเป็นเดือนที่นักเรียนปิดเทอมและเข้ามาเรียนที่สถาบันกวดวิชา ทำให้เกิดยอดการของหอพักที่เพิ่มขึ้น ซึ่งปัญหาที่เกิดขึ้นคือ เป็นโครงการที่ทำได้แค่ในระยะสั้นเพียงแค่ 2 เดือน แต่ก็มีมีการแก้ปัญหาโดยการต่อยอดโครงการต่อไป จากเพียงแค่ติดต่อกับสถาบันกวดวิชาเพียงอย่างเดียว อาจจะเริ่มต่อไปที่สถาบันอื่นๆที่เข้ามาทำธุรกิจที่มหาลัย และโอกาสจากการเปิดประชาคมอาเซียน (ASEAN) อีกด้วย

2.3 โครงการที่ 3 ช่องทางประชาสัมพันธ์ สื่อสาร และการบริการ (Channel Of Communication)

โดยจัดทำสื่อต่างๆในอินเทอร์เน็ต เช่น ไลน์ (LINE) เฟซบุ๊ก (FACEBOOK) เพื่อให้ง่ายในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า และมีเว็บไซต์ที่สามารถจองและโอนเงินได้ง่ายและสะดวกแม้ว่าลูกค้าจะอยู่ต่างจังหวัด ซึ่งเป็นกลยุทธ์เพื่อตอบสนองปัจจัยด้านราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และกระบวนการให้บริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ทำให้ลูกค้ารู้สึกจับต้องได้ง่าย สื่อสารกับลูกค้าได้รวดเร็ว เพิ่มความมั่นใจให้แก่ลูกค้า ทั้งยังช่วยให้ลูกค้าไว้วางใจในการบริการ

ผลการวิเคราะห์โครงการคือ การวัดผลได้ใช้การดัชนีชี้วัดผลงานหรือความสำเร็จของงาน เปรียบเทียบกับเป้าหมายที่กำหนดจากสถิติเมื่อปีที่แล้ว โดยกำหนดเป้าหมายคือ 1 เดือนจะต้องมีลูกค้าติดต่อผ่านช่องทางสื่อสาร 40 ครั้ง 3 เดือน 70 ครั้ง 1 ปี 1000 ซึ่งผลการเปรียบเทียบเป้าหมาย 1 เดือนเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 และ 3 เดือนเพิ่มขึ้นร้อยละ 21 ครั้ง โดยผลจากการดำเนินการทำให้ลูกค้าพึงพอใจในการให้บริการเพิ่มมากขึ้น เพิ่มยอดการจองของหอพัก ลดการออกจากหอพัก มีคำแนะนำจากลูกค้าเพิ่มมากขึ้น

3. สรุปผลรวมของทั้ง 3 โครงการ

จากการดำเนินการศึกษาและแก้ปัญหา ทำให้สามารถสรุปได้ว่าแผนกลยุทธ์ที่ได้ สามารถนำไปใช้ได้จริงโดยสามารถเพิ่มศักยภาพในการประกอบการของหอพักเฟอร์รี่ ปาร์คอิน ได้อย่างมีนัยสำคัญโดยจะเห็นได้จากผลประกอบการของหอพักในเดือน มีนาคม – พฤษภาคม 2558 หอพักเฟอร์รี่ ปาร์ค อิน มีผลกำไรเพิ่มขึ้นร้อยละ 60.2 เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน (ตารางที่ 1)

สรุป

ในปี 2558 หอพักเฟอร์รี่ ปาร์ค อิน เกิดการแข่งขันในธุรกิจค่อนข้างสูง อีกทั้งผู้เข้าพักยังลดน้อยลงทุกปี ทำให้ผู้ศึกษาต้องการเพิ่มยอดขายห้องพักให้เพิ่มมากขึ้น โดยการให้ทฤษฎีสุนทรียสาธกเพื่อให้เข้าใจถึงจุดดี จุดเด่นขององค์กร ทั้งยังใช้ทฤษฎีการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายนอก และทฤษฎีวิเคราะห์คู่แข่งเพื่อหาโอกาสและรู้ถึงประเภทของคู่แข่งที่จะต้องเตรียมตัวรับมือ จากนั้นจึงใช้ทฤษฎีสวนประสมทางการตลาด และทฤษฎีการวัดผลการดำเนินงานอย่างสมดุล เพื่อกำหนดกลยุทธ์ และกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จในการศึกษา จึงได้กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง โดยจัดออกเป็น 3 โครงการ คือ โครงการสร้างอัตลักษณ์ให้กับหอพักเฟอร์รี่ ปาร์ค อิน โครงการเช่าห้องพักเป็นกลุ่ม และ โครงการเพิ่มช่องทางประชาสัมพันธ์ สื่อสาร และการบริการ โดยสรุปแล้วผลของการจัดทำโครงการ

ทำออกมาได้รับผลตอบแทนที่ดีซึ่งทำให้ลูกค้าเริ่มสนใจในห้องพักเพิ่มมากขึ้น เพิ่มยอดขายให้กับห้องพักได้จริง และการวัดผลเปรียบเทียบชี้ชัดว่าควรทำกลยุทธ์ต่อไปอีก 1 ปีเพื่อวัดผลอีกครั้ง และหากยังมีผลดีต่อธุรกิจก็จะจัดทำอีก 4 ปี โดยเน้นที่โครงการเช่าห้องพักเป็นกลุ่ม มาจัดทำเป็นโครงการอื่นๆ เพื่อเพิ่มยอดขายได้เพิ่มมากขึ้น เช่น หากเมื่อเปิดประชาคมอาเซียน(AEC) จะสามารถที่จะติดต่อนักเรียนต่างชาติที่เข้ามาพักทั้งในระยะสั้นและระยะยาวให้เข้ามาพักที่ห้องพักได้ อีกทั้งโครงการนี้ยังสามารถจัดทำในรูปแบบของโมเดลธุรกิจ (Business Models) คือการหาพื้นที่สำหรับทำห้องสอนหนังสือ หรือ ห้องสำหรับอ่านหนังสือ อีกทั้งยังสามารถเปิดร้านกาแฟข้างเพื่อหารายได้อีกทาง หรืออาจจะทำสถาบันกวดวิชาขึ้นเอง ซึ่งจะทำให้ได้เป็นอีกธุรกิจที่ส่งเสริมกันและกันได้อีกทาง

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการศึกษาอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณาอย่างยิ่ง จากอาจารย์ที่ปรึกษา และอาจารย์ทุกท่านที่ได้ช่วยแนะนำแนวทาง เพื่อปรับปรุง แก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ตลอดระยะเวลาในการทำศึกษานี้ ซึ่งขอกราบขอบพระคุณไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณลูกค้าห้องพักเฟอร์รี่ ปาร์ค อิน และสถาบันกวดวิชาที่ได้สละเวลาให้สัมภาษณ์จึงทำให้มีข้อมูลในการทำงาน ทั้งยังเป็นกำลังใจที่ดีที่ทำให้โครงการประสบความสำเร็จ

ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ (นายเกรียงศักดิ์ และนางเพ็ญศรี เจริญวิชานนท์) ผู้ให้กำเนิด อบรมเลี้ยงดู ให้กำลังใจและสนับสนุนเป็นอย่างดีมาโดยตลอด จนทำให้ผู้ศึกษามีวันนี้ได้

เอกสารอ้างอิง

[1] ภิญญู รัตนพันธุ์. (2550). หลักการพื้นฐานของสุนทรียศาสตร์ (AI). ค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2558, จาก <http://www.aithailand.org>

ตารางที่ 1 ตารางการวัดผลเปรียบเทียบจากปีที่แล้วในระยะเวลา 3 เดือนในการจัดทำโครงการ

ปี	เดือนที่นำมาเปรียบเทียบ			ผลรวม
	มีนาคม	เมษายน	พฤษภาคม	
57	280,450	220,874	200,390	701,714
58	413,998	370,400	340,380	1,124,778
เปรียบเทียบ	133,548	149,526	139,990	423,064
ร้อยละ	47.6 %	67%	69%	60.2%