

ชื่อเรื่อง	กลยุทธ์การแข่งขันทางการตลาดของธุรกิจโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ผู้จัดทำ	นางสาว ปรียารรณ ไชยเดชาสวัสดิ์
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร.เทียน เสรวมัญญ์
วันที่อนุมัติผลงาน	2 พฤษภาคม 2557
จำนวนหน้า	111 หน้า
คำสำคัญ	กลยุทธ์การแข่งขันทางการตลาด โรงแรมระดับ 5 ดาว

### บทคัดย่อ

จากการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์การแข่งขันทางการตลาดของธุรกิจโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มุ่งเน้นไปที่โรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีราคาห้องพักเฉลี่ยวันละ 5,000 บาทขึ้นไป และเป็นโรงแรมที่มีห้องพักมากกว่า 100 ห้อง ได้แก่ โรงแรมดาเทวี เชียงใหม่ โรงแรมแห่งกริลา เชียงใหม่ และโรงแรมเลอเมอริเดียน เชียงใหม่ ซึ่งกลุ่มเป้าหมายทั้ง 3 โรงแรมนี้คือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทวีปยุโรป เป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก ส่วนทวีปเอเชียเน้น ประเทศจีน ญี่ปุ่น เป็นกลุ่มประเทศที่มีการเติบโตเพิ่มมากขึ้นในระยะเวลา 2 ปีที่ผ่านมา

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์พบว่า ทุกโรงแรมจะมีนำเสนอ ตำแหน่งทางการตลาด (Product Positioning) ที่ชัดเจน โดยพยายามแสวงหาผลิตภัณฑ์เสริม ที่นอกเหนือจากการบริการด้านห้องพัก อาทิ เช่น สปา ห้องอาหาร ร้านเค้ก บุฟเฟ่ต์ อาหารนานาชาติ หรือร้านกาแฟ เพื่อสร้างเป็นจุดขายที่แตกต่าง และสามารถส่งเสริมให้กับธุรกิจโรงแรมเพิ่มมากขึ้น

กลยุทธ์ด้านราคา ทั้ง 3 โรงแรมเน้นกลยุทธ์ราคาใน 2 ช่วงเวลา คือ ช่วงนอกฤดูการท่องเที่ยว และช่วงฤดูการท่องเที่ยว โดยมีการลดราคาในช่วงนอกฤดูการท่องเที่ยวและเพิ่มราคาในช่วงตามสัดส่วนปริมาณ

กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย ทั้ง 3 โรงแรม ให้ความสำคัญด้านทำเลที่ตั้ง ควรอยู่ใจกลางเมือง เดินทางสะดวก โดยมีช่องทางการจัดจำหน่ายโดยใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือในการหาลูกค้าและมีการใช้บริการบริษัทเอเจนซี่ รวมถึงบริษัททัวร์ต่างๆ

กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด ทั้ง 3 โรงแรม ได้จัดทำเว็บไซต์ขึ้นเพื่อ เผยแพร่ ข้อมูลข่าวสาร และบริการต่างๆ รวมถึงการจัดกิจกรรมพิเศษ อาทิเช่น กิจกรรมทางดนตรี อาหาร เครื่องดื่ม ตามความเหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าระดับบน และทั้งนี้ทุกโรงแรมได้มีการทำการส่งเสริม การขายเพื่อกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อ

PAYAP UNIVERSITY