

หัวข้อการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ปัญหาและการจัดการกลยุทธ์เพื่อเพิ่มผล
ประกอบการของธุรกิจการท่องเที่ยวและ
สันทนาการ กรณีศึกษา : บริษัทภูเก็ตแฟนตา
ซี จำกัด (มหาชน)

ชื่อผู้ศึกษา

นางสาวทิพย์พิรุณ พุ่มดวง

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชา

การตลาด

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์อุทัย รัตน์วิจิตรเวช

ปีการศึกษา

2554

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เรื่อง ปัญหาและการจัดการกลยุทธ์เพื่อเพิ่มผลประกอบการ
ของธุรกิจการท่องเที่ยวและสันทนาการ กรณีศึกษา : บริษัทภูเก็ตแฟนตาซี จำกัด (มหาชน) ซึ่ง
ปัญหาของบริษัทคือ การดำเนินงานมีผลกำไรในปี2553ลดลง เมื่อเปรียบเทียบกับปี2552และปี
2551

โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษา คือ

- เพื่อศึกษาวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบัน รวมทั้งศึกษายืนยันปัญหาที่เกิดขึ้นภายใน
บริษัท ภูเก็ตแฟนตาซี จำกัด (มหาชน)
- เพื่อศึกษาแนวทางการกำหนดกลยุทธ์ในการเพิ่มรายได้รวมถึงเพิ่มผลกำไรให้กับบริษัท
ภูเก็ตแฟนตาซี จำกัด (มหาชน)
- เพื่อศึกษาแนวทางการกำหนดกลยุทธ์ในเพิ่มและรักษาฐานลูกค้าให้กับบริษัท ภูเก็ต
แฟนตาซี จำกัด (มหาชน)

โดยได้ทำการแบ่งวิธีการศึกษาออกเป็น2ส่วน คือ การศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Study)
โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและสันทนาการ
จากเอกสารงานวิจัยต่างๆ ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลของกลุ่มแข่งขัน และข้อมูลจากเว็บไซต์
หนังสือพิมพ์ บทความต่างๆที่เป็นประโยชน์ และการศึกษาข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Study) โดย
จัดทำแบบสอบถามเรื่อง ทศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการตัดสินใจมาเที่ยวที่ภูเก็ตแฟนตาซี โดย
เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 ชุด และทำการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยสัมภาษณ์ผู้บริหาร

ของบริษัทภูเก็ตแพนด้า จำกัด (มหาชน) จำนวน 1 ท่าน และสัมภาษณ์ตัวแทนจำหน่าย จำนวน 10 ท่าน โดยกำหนดประเด็นการสัมภาษณ์ตามแนวคิดการจัดการเชิงกลยุทธ์ทางธุรกิจ และกลยุทธ์การตลาดและได้มาประมวลผลการวิเคราะห์ตามทฤษฎี SWOT, Five forces, PEST และ TOWS

ผลของการศึกษาพบว่าสาเหตุของปัญหาคือหนี้สินที่ยังไม่สามารถชำระคืนได้ทำให้ขาดสภาพคล่องทางการเงิน นอกจากนี้สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและการเมืองยังส่งผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวทำให้เดินทางมาเที่ยวน้อยลง รวมถึงลูกค้ารายเดิมที่เคยเดินทางมาเที่ยวแล้วไม่กลับมาเที่ยวอีก เนื่องจากความหลากหลายของผลิตภัณฑ์มีน้อย อย่างไรก็ตามพบว่าธุรกิจยังมีโอกาสเติบโตเนื่องจากความโดดเด่นในด้านความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ที่ไม่เหมือนใคร ดังนั้นเพื่อการเติบโตขององค์กรในการเพิ่มผลกำไรและเพิ่มจำนวนลูกค้ารายใหม่รวมถึงรักษาฐานลูกค้าเก่า จากการศึกษาจึงพบแนวทางดังนี้ กลยุทธ์ระดับองค์กร คือ กลยุทธ์การเติบโต (Growth Strategy) ด้วยการพัฒนาตลาด (Market development strategy) และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product development strategy) กลยุทธ์ระดับธุรกิจ คือ กลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่าง (Differentiation Strategy) กลยุทธ์ระดับหน้าที่ คือ กลยุทธ์การแบ่งส่วนตลาด (STP Strategy), กลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix Strategy) และกลยุทธ์การบริการลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management: CRM)

อย่างไรก็ดีการศึกษาครั้งนี้มีข้อจำกัด คือ ระยะเวลาในการศึกษามีจำกัด การรวบรวมข้อมูลจากคู่แข่งทำได้ยาก และไม่สามารถเก็บรวบรวมข้อมูลบางส่วนจากบริษัทได้อย่างครบถ้วน เนื่องจากข้อมูลบางประเภทบริษัทที่ทำการศึกษาไม่เปิดเผย

ในการศึกษาครั้งต่อไปควรทำการศึกษากลยุทธ์ด้านทรัพยากรบุคคลเพื่อสร้างบุคลากรที่มีคุณภาพและสมรรถนะสูง เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ใช้ทรัพยากรคนจำนวนมากเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของบริษัทในระยะยาว รวมถึงศึกษากลยุทธ์ด้านจิตวิทยาการขายเป็นแนวทางในการบริหารจัดการสมาชิกเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและลดปัญหาที่เกิดขึ้นทั้งในองค์กรและจากลูกค้า