



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 5  
วันที่ 3 เมษายน พ.ศ. 2566

แนวทางการจัดการส่วนผสมทางการตลาด เดอะวีจิตร์ รีสอร์ท  
หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019  
Management Guidelines for Marketing Ingredients the Vijit Resort  
After the Epidemic Situation of the Coronavirus 2019

พงษ์สุระ คู่พงษ์กร<sup>1</sup> และวีระ วีระโสภณ<sup>2</sup>

Email: s64563828009@ssru.ac.th; weera.wee@ssru.ac.th

หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและบริการ  
วิทยาลัยการจัดการอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการส่วนผสมทางการตลาด เดอะวีจิตร์ รีสอร์ทหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เป็นการวิจัยแบบเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและได้ทำการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนในการปฏิบัติตามแนวทางการจัดการส่วนผสมทางการตลาด โรงแรมเดอะวีจิตร์รีสอร์ท หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 รวมจำนวน 12 คน ผลจากการสัมภาษณ์ พบว่า ผลิตภัณฑ์และการบริการ (Product) มีการเปลี่ยนแปลงอย่างเห็นได้ชัดจากเนื่องจากลูกค้าจะพิจารณาการเข้าพักจากหลากหลายองค์ประกอบมากขึ้น ในด้านราคา (Price) ควรมีการปรับปรุงและพัฒนาโดยอาจจะมีการลดต้นทุนหรือมีการลดค่าใช้จ่าย ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ของเดอะวีจิตร์ รีสอร์ท ภูเก็ต มีการปรับปรุง มีการโฆษณาด้วยสื่อโดยมีการออกบูธทั้งภายในและนอกประเทศและสื่อออนไลน์ เดอะวีจิตร์ รีสอร์ท ภูเก็ต ควรมีการส่งเสริมการตลาด Online และ Offline (Promotion) โดยอาจจะมีตัวแทนออกไปประชาสัมพันธ์เผยแพร่นอกจากมีการส่งเสริมการขายผ่านระบบออนไลน์ นอกจากนี้ต้องมีนโยบายเกี่ยวกับการจัดการบุคลากรภายในองค์กร (People) ในด้านการคัดเลือกบุคคลากรเข้ามาทำงาน ด้านสุขอนามัย ด้านฝึกอบรมบุคคลากร ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) อาจจะต้องมีการเปลี่ยนแปลงให้เหมาะสม ปัจจุบัน ทางรีสอร์ทยังคงมีวิวทิวทัศน์เดิม ไม่มีการเปลี่ยนแปลง กระบวนการให้บริการ (Process) ของพนักงานในส่วนต่าง ๆ ต้องปรับปรุงรูปแบบการให้บริการจะต้องมีการบริการลูกค้าที่รวดเร็ว แม่นยำและถูกต้อง และมีพนักงานคอยบริการ 24 ชั่วโมง เพื่อรองรับแขกที่เข้ามาพักและในส่วนทางด้านอาหารจะต้องใส่ใจในส่วนของวัตถุดิบต่างๆ ขึ้น เพื่อให้ได้มาตรฐาน

คำสำคัญ: ส่วนผสมทางการตลาด, เชื้อไวรัสโคโรนา 2019, รีสอร์ท

### Abstract

The purpose of this research was to study the marketing mix management approach for The Vijit Resort after the outbreak of the Coronavirus 2019. The researcher studied relevant literature and research and conducted interviews with those involved in the implementation of marketing mix management guidelines. The Vijit Resort Hotel After the epidemic of the



Coronavirus 2019, a total of 12 people. The results of the interview revealed that products and services (Product) have changed significantly because customers will consider the stay from a variety of elements more. In terms of price (Price), it should be improved and developed, perhaps by reducing costs or reducing costs. The distribution channel (Place) of The Vijit Resort Phuket has been improved. There are media advertisements with booths both inside and outside the country and online media. The Vijit Resort Phuket should have online and offline marketing promotion (Promotion) by having representatives to publicize public relations in addition to online sales promotion. In addition, there must be a policy on personnel management within the organization (People) in terms of recruiting personnel to work. hygiene Personnel training. Physical Evidence may need to be changed to suit. At present, the resort still has the same scenery. no change the service process (Process) of employees in different parts must improve the service model must have fast customer service. accurate and accurate and there are staff available 24 hours a day to accommodate guests who come to stay and in terms of food, must pay attention to every piece of raw materials.

Keywords: Marketing Mix, Corona virus 2019, Resort

## บทนำ

การแพร่ระบาดของโควิด-19 ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย เช่น สายการบิน บิน เครื่องโรงแรม บริษัททัวร์ รวมทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวต่างได้รับผลกระทบอย่างมาก ดังนั้นผู้ประกอบการท่องเที่ยวประเทศไทยจำเป็นต้องมีแนวทางเตรียมความพร้อมทางด้านการท่องเที่ยวเพื่อรองรับกับการระบาดของโควิด-19 และการเตรียมความพร้อมสำหรับการปรับตัวเข้าสู่วิถีชีวิตใหม่ หรือ New normal ดังนี้ การเตรียมความพร้อมในดำเนินงานที่ได้คุณภาพ เช่น การจัดทำแผนป้องกันโควิด-19 ซึ่งต้องมีแนวทางการปฏิบัติพร้อม Checklist สำหรับการป้องกันการติดเชื้อ การนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้เพื่อลดการติดต่อโดยตรงระหว่างบุคคล จัดให้มีเครื่องมืออุปกรณ์ป้องกันส่วนบุคคลที่ได้มาตรฐานให้เพียงพอ ทั้งนี้การจัดหาประสบการณ์ที่ปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว เช่น จัดหาอุปกรณ์เครื่องมือทำความสะอาดและฆ่าเชื้อโรคให้กับลูกค้าที่เข้ามาติดต่อ จัดที่นั่งสำหรับลูกค้าให้เป็นไปตามกฎระเบียบของภาครัฐที่กำหนดไว้จัดให้มีเครื่องมือตรวจสอบการเข้า-ออก (Check-in /Check-out) ที่ไม่ต้องการสัมผัส การสร้างความเชื่อมั่นและความน่าเชื่อถือให้กลับคืนมา เช่น จัดให้มีคู่มือคำแนะนำการปฏิบัติตนล่วงหน้าก่อนการเดินทางบนพื้นฐานของกฎระเบียบของภาครัฐ การสวมหน้ากาก การล้างมือด้วยแอลกอฮอล์และการเว้นระยะห่าง ประสานความร่วมมือกับบริษัทประกันการเดินทางและประกันสุขภาพเพื่อให้ครอบคลุมโควิด-19 รวมทั้งกระบวนการรักษาพยาบาลเมื่อเกิดเหตุจำเป็นเร่งด่วน พร้อมสื่อสารการตลาดว่าประเทศไทยยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาตินึกถึงและจะเน้นนักท่องเที่ยวจากประเทศที่มีการควบคุมโรคได้ดี สามารถเดินทางได้โดยมีใบอนุญาตจากแพทย์ แต่การเดินทางยังต้องอยู่ในการควบคุมเพื่อป้องกันการระบาดซ้ำ รวมทั้งหารือกับภาคเอกชนเพื่อหาวิธีการฟื้นฟูภาคท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เช่น สายการบิน โรงแรม



ร้านอาหาร และอื่น ๆ สุดท้ายผู้ประกอบการท่องเที่ยวต้องปรับตัวให้มีความสำคัญกับการปรับเปลี่ยนบริการของตนเองให้สอดคล้องกับการท่องเที่ยววิถีใหม่ และให้ความสำคัญกับเรื่องของสุขภาพความสะอาด และความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น (ศุภลักษณ์ ศรีวิไลและรุ่งเรือง ทองศรี, 2564) เดอะ วิจิตร รีสอร์ท ภูเก็ต(The Vijitt Resort Phuket) ตั้งอยู่ริมชายหาดมิตรภาพ ซึ่งเป็นหาดส่วนตัว มีความยาวประมาณ 250 เมตร ใกล้กับกับหาดราไวย์ห้องพักมีลักษณะเป็นวิลล่าทุกหลัง มีทั้งหมด 92 หลังโดยตั้งลดหลั่นไปตามเนินเขา ตกแต่งในรูปแบบสถาปัตยกรรมร่วมสมัย พร้อมศิลป์วัฒนธรรมภาคใต้ โดยใช้ไม้สักและวัสดุธรรมชาติท้องถิ่น กลมกลืนไปกับสิ่งแวดล้อมโดยรอบ เน้นความเป็นส่วนตัว หูหระ และเงียบสงบ มีทั้งหมด 7 แบบ

จากที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าจากบทความงานวิจัย ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องพบว่าธุรกิจโรงแรมในปัจจุบันนั้นเป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้น ทำให้นักท่องเที่ยวใช้บริการเพิ่มขึ้นกว่าในอดีต รวมถึงสถานประกอบการจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนส่วนผสมทางการตลาด ไม่ว่าจะเป็นในด้านการให้บริการ ด้านความสะอาด ด้านการบริการ ด้านการตลาดรวมถึงด้านอื่น ๆ ผู้วิจัยจึงมุ่งเน้นแนวทางการจัดการส่วนผสมทางการตลาดของเดอะ วิจิตร รีสอร์ท หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เพื่อที่จะนำไปสู่การพัฒนาผลการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กรให้มีศักยภาพมากขึ้นต่อเนื่องในอนาคต

### วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาส่วนผสมทางการตลาดของโรงแรมเดอะวิจิตร รีสอร์ท หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

### ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง แนวทางการจัดการส่วนผสมการตลาด เดอะวิจิตร รีสอร์ท หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เป็นการวิจัยพัฒนาโดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัย ที่ใช้รูปแบบการวิจัยแบบเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย การวิจัยเอกสาร แบบสัมภาษณ์ และวิจัยเชิงคุณภาพเป็นลักษณะวิจัยเชิงสำรวจซึ่งมีรายละเอียดการดำเนินโครงการวิจัย ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาและรวบรวมเอกสารที่เกี่ยวข้องสำหรับงานวิจัย

1. ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เช่น ส่วนผสมทางการตลาดและเอกสารที่เกี่ยวข้องแนวทางการจัดการส่วนผสมทางการตลาด หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019
2. นำข้อมูลเอกสารต่างๆ มาสังเคราะห์เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินการวิจัย
3. สรุปการสังเคราะห์เอกสารเพื่อใช้ในการดำเนินการวิจัยขั้นต่อไป

ขั้นตอนที่ 2 สัมภาษณ์ประกอบแนวทางการจัดการส่วนผสมทางการตลาดของโรงแรมเดอะวิจิตร รีสอร์ท หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

1. ศึกษาข้อมูลเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทั้งที่เป็นหนังสือและสื่อสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ ผลงานวิจัย วิทยานิพนธ์ งานเขียนทางวิชาการ บทความทางวิชาการ ตลอดจนหนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสาร สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทต่างๆ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาเป็นเครื่องมือที่ใช้ดำเนินงานวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งการสัมภาษณ์จะถามคำถามลักษณะแบบเปิด ดำเนินการสัมภาษณ์ ผู้บริหารและพนักงานโรงแรมเดอะวิจิตร



สอรัท จำนวน 10 คน ประเด็นข้อสัมภาษณ์และเนื้อหาเป็นชุดเดียวกันเพื่อศึกษาแนวทางการบริหารการตลาด  
โรงแรมเดอะวิจิตรรีสอร์ท หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

2 ประชากร ประชากรคือผู้ที่มีส่วนในการปฏิบัติตามแนวทางการจัดการส่วนผสมทางการตลาด  
โรงแรมเดอะวิจิตรรีสอร์ท หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ได้แก่ ผู้บริหารโรงแรม  
เดอะวิจิตร รีสอร์ทจำนวน 3 คน และผู้เกี่ยวข้องเป็นจำนวน 7 คนโดยผู้วิจัยทำแบบสัมภาษณ์เชิงลึก

3. ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยนำข้อมูลมา  
เรียบเรียงและจำแนกอย่างเป็นระบบ จากนั้นนำมาตีความหมายเชื่อมโยงความสัมพันธ์และสร้างข้อสรุปจาก  
ข้อมูลต่างๆ ที่รวบรวมได้และจัดทำเอกสารประกอบการสนทนากลุ่มหลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลแจกแบบ  
สัมภาษณ์เชิงลึกนำมาวิเคราะห์เพื่อพัฒนาเป็นแนวทางการบริหารการตลาดโรงแรมเดอะวิจิตรรีสอร์ท หลัง  
สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

ขั้นตอนที่ 3 นำเสนอแนวทางการจัดการส่วนผสมทางการตลาดโรงแรมเดอะวิจิตรรีสอร์ท หลัง  
สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

1. เมื่อได้ผลจากการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จะนำมาสรุปผลและเขียนเป็นแนว  
ทางการจัดการส่วนผสมทางการตลาดโรงแรมเดอะวิจิตรรีสอร์ท หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส  
โคโรนา 2019และนำแนวทางการสร้างมาตรฐานความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยจัดทำโดยการวิธีการตรวจสอบสามเส้า  
Triangulation หมายถึง การเปรียบเทียบข้อค้นพบ (Finding) ของปรากฏการณ์ ที่ทำการศึกษา  
(Phenomenon) จากแหล่งและมุมมองที่แตกต่างกัน นักวิจัยจำนวนมากคาดหมายว่า Triangulation เป็น  
แนวทางการยืนยันความน่าเชื่อถือ (Credibility, validity) ของข้อมูล

## ผลการวิจัย

ประเด็นการสัมภาษณ์เชิงลึกในการศึกษาแนวทางการจัดการส่วนประสมการตลาด เดอะวิจิตร รี  
สอร์ท ภูเก็ต หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ผลการสัมภาษณ์ พบว่า

1. **Product** ผลิตภัณฑ์และบริการ หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา  
2019 มีการปรับปรุง ณ ปัจจุบัน มีการเปลี่ยนแปลงอย่างเห็นได้ชัดจากลูกค้าที่เป็นชาวต่างชาติ ในตอนนี้จะ  
เป็นลูกค้าชาวไทยมากยิ่งขึ้น ซึ่งลูกค้าจะพิจารณาจากหลากหลายองค์ประกอบ เช่น มีมาตรการป้องกันโควิด  
หรือไม่ พนักงานมีการสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลาหรือไม่ รีสอร์ทมีการจัดเจลแอลกอฮอล์ มีการเว้น  
ระยะห่าง มีการฆ่าเชื้ออุปกรณ์ตลอดเวลาหรือไม่

2. **Price** ในด้านราคาหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ควรมีการ  
ปรับปรุงและพัฒนา ในส่วนของแผนกสปามีการลดต้นทุนหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19  
เนื่องจากช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 โรงแรมจำเป็นต้องมีการจัดการทางด้านความ  
สะอาด ทั้งเจลแอลกอฮอล์ เครื่องตรวจวัดอุณหภูมิ นอกจากนี้มีการลดค่าใช้จ่ายจึงมีการปลูกผลิตภัณฑ์ใช้เอง  
เช่น ปลูกดอกอัญชัญเพื่อใช้สำหรับล้างเท้าลูกค้า ตะไคร้ ใบเตยที่ใช้สำหรับเสิร์ฟนำดื่มให้ลูกค้า

3. **Place** หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ช่องทางการจัดจำหน่าย  
ของเดอะวิจิตร รีสอร์ท ภูเก็ต มีการปรับปรุง เปลี่ยนแปลง (ช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น ผ่านหน้าเพจเว็บไซต์



ออนไลน์ OTA หรือช่องทางการเข้าถึงลูกค้า) มีการโฆษณาด้วยสื่อโดยมีการออกบูธทั้งภายในและนอกประเทศ ติดป้ายไวน์ล สื่อออนไลน์ Facebook, IG

**4. Promotion** เดอะวิจิตร รีสอร์ทท ภูเก็ต ควรมีการส่งเสริมการตลาด Online และ Offline หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 โดยอาจจะมีตัวแทนออกไปประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ ทางรีสอร์ทที่มีการส่งพนักงานฝ่ายขายไปออกบูธทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยจะมีการขายบริการสปาพร้อมกับห้องพัก หรือบริการต่างๆ ณ ช่วงเวลานั้นๆ นอกจากนี้ยังมีการส่งเสริมการขายผ่านระบบออนไลน์

**5. People** เดอะวิจิตร รีสอร์ทท ภูเก็ตต้องมีนโยบายเกี่ยวกับการจัดการบุคลากรภายในองค์กรหรือพนักงานของธุรกิจ หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (ด้านการคัดเลือกบุคลากรเข้ามาทำงาน ด้านสุขอนามัย ด้านฝึกอบรมบุคลากร) ซึ่งการคัดเลือกพนักงาน standard ทั่วไปของพนักงานทุกๆ โรงแรม คือ ต้องมีการได้รับวัคซีนครบตามที่รัฐบาลกำหนด ในทางด้านสุขภาพ ภาษาทำงานภายใต้แรงกดดัน ทำงานด้วยความมั่นใจ เข้าหาลูกค้า พยายามที่จะสอบถามความพึงพอใจของลูกค้า

**6. Physical Evidence** ลักษณะทางกายภาพของเดอะวิจิตร รีสอร์ทท ภูเก็ต (ห้องพัก วิลล่า สระว่ายน้ำ น้ำ ห้องอาหาร ห้องฟิตเนส) อาจจะต้องมีการเปลี่ยนแปลงให้เหมาะสม ปัจจุบันภายหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ทางรีสอร์ทยังคงมีวิวทิวทัศน์เดิม ไม่มีการเปลี่ยนแปลง ในส่วนของลูกค้าก่อนเข้าพักประทับใจในด้านการบริการของแม่บ้านซึ่งเข้มงวดอย่างมากในห้องพักให้เป็นไปตามมาตรฐานของ SHA เช่นห้องพักได้รับการฆ่าเชื้อเรียบร้อยแล้ว มีการจัดเจลแอลกอฮอล์ตามจุดต่างๆ เว้นระยะห่างในการพบปะระหว่างพนักงานกับลูกค้าที่เข้ามาพัก และด้านการบริการในส่วนแผนกแม่บ้านอาจจะต้องมีการทำงานที่ละเอียดมากขึ้น ระเบียบเรียบร้อยมากขึ้น เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจและปลอดภัยตลอดเวลาที่พัก มีการสวมใส่หน้ากากอนามัยอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้ลูกค้ารู้สึกมั่นใจและปลอดภัยในการเข้ารับบริการ จากที่มีมาตรการความสะอาด ก็ควรจะเคร่งครัดเรื่องการทำความสะอาดมากขึ้นอีก

**7. Process** กระบวนการให้บริการของพนักงานในส่วนต่าง ๆ ต่อลูกค้า เช่น แผนกอาหารและเครื่องดื่ม แผนกต้อนรับส่วนหน้า แผนกรักษาความปลอดภัย ต้องการปรับปรุงรูปแบบการให้บริการหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ส่วนด้านการบริการจะต้องมีการบริการลูกค้าที่รวดเร็ว แม่นยำและถูกต้อง และมีพนักงานคอยบริการ 24 ชั่วโมง เพื่อบริการรับแขกที่เข้ามาพักทุกๆ เวลาและในส่วนทางด้านอาหารจะต้องใส่ใจในส่วนของวัตถุดิบต่างๆ ขึ้นเพื่อให้ได้มาตรฐาน

## อภิปรายผล

ผู้วิจัยสรุปและอภิปรายผลงานวิจัยเรื่อง “แนวทางการจัดการส่วนผสมทางการตลาด เดอะวิจิตร รีสอร์ท หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019” ได้ดังนี้

ผลิตภัณฑ์และบริการ หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 มีการปรับปรุง ณ ปัจจุบัน มีการเปลี่ยนแปลงอย่างเห็นได้ชัดจากลูกค้าที่เป็นชาวต่างชาติ ในตอนนี้จะเป็นลูกค้าชาวไทยมากยิ่งขึ้น ซึ่งลูกค้าจะพิจารณาจากหลากหลายองค์ประกอบ ในด้านราคาหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ควรมีการปรับปรุงและพัฒนา ในส่วนของแผนกสปาที่มีการลดต้นทุนหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 โรงแรมจำเป็นที่จะต้องมีการจัดการทางด้านความสะอาด ทั้งเจล



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 5  
วันที่ 3 เมษายน พ.ศ. 2566

แอลกอฮอล์ เครื่องตรวจวัดอุณหภูมิ หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ช่องทางการจัดจำหน่ายของเดอะวิจิตร รีสอร์ท ภูเก็ต มีการปรับปรุง เปลี่ยนแปลง (ช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น ผ่านหน้าเพจเว็บไซต์ ออนไลน์ OTA หรือช่องทางการเข้าถึงลูกค้า) มีการโฆษณาด้วยสื่อโดยมีการออกบูธทั้งภายในและนอกประเทศ ติดป้ายไว้นิล สื่อออนไลน์ Facebook, IG ซึ่งนิธิกานต์ วรรณเสริมสกุลและคณะ (2565) ศึกษาแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครเพื่อการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน พบว่า ส่วนสนับสนุนทางการตลาดในรูปแบบการร่วมมือกับภาครัฐ-โครงการเราเที่ยวด้วยกันมาเป็นอันดับหนึ่งโดยมีค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน อยู่ในระดับที่มากที่สุด เดอะวิจิตร รีสอร์ท ภูเก็ต ควรมีการส่งเสริมการตลาด Online และ Offline หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 โดยอาจจะมีส่วนออกไปประชาสัมพันธ์เผยแพร่ ทางรีสอร์ทที่มีการส่งพนักงานฝ่ายขายไปออกบูธทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยจะมีการขายบริการสปาพร้อมกับห้องพัก หรือบริการต่างๆ ณ ช่วงเวลานั้นๆ นอกจากนี้ยังมีการส่งเสริมการขายผ่านระบบออนไลน์ นอกจากนี้ ธงไชย สุรินทร์วรังกูรและสุธา พงศ์ถาวรภิญโญ (2560) ศึกษาธุรกิจโรงแรมในพื้นที่กรุงเทพมหานครกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการตลาดและการส่งเสริมการขาย ผลการวิจัยพบข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาพัฒนาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการตลาดและการส่งเสริมการขาย ได้แก่ 1) องค์กรธุรกิจโรงแรมควรมีเป้าหมายขององค์กรด้านการพัฒนาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการตลาดและการส่งเสริมการขายที่ชัดเจน 2) องค์กรธุรกิจโรงแรมควรมีส่งเสริมให้มีการทำวิจัยด้านการตลาดและการส่งเสริมการขาย 3) องค์กรธุรกิจโรงแรมควรมีพัฒนาระบบสารสนเทศให้ทันสมัย 4) ผู้ประกอบการควรจัดสรรงบประมาณ บุคลากร และแผนงานอย่างเพียงพอ 5) การประยุกต์ใช้ส่วนประสมทางที่นำเสนอผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและ 6) การสร้างเครือข่ายธุรกิจกับหน่วยงานภายนอก เดอะวิจิตร รีสอร์ท ภูเก็ตต้องมึนโยบายเกี่ยวกับการจัดการบุคลากรภายในองค์กรหรือพนักงานของธุรกิจ หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (ด้านการคัดเลือกบุคลากรเข้ามาทำงาน ด้านสุขอนามัย ด้านฝึกอบรมบุคลากร) ซึ่งการคัดเลือกพนักงาน standard ทั่วไปของพนักงานทุกๆ โรงแรม คือ ต้องมีการได้รับวัคซีนครบตามที่รัฐบาลกำหนด ในทางด้านสุขภาพ ภาษาทำงานภายใต้แรงกดดัน ทำงานด้วยความมั่นใจ เข้าหาลูกค้า พยายามที่จะสอบถามความพึงพอใจของลูกค้า สอดคล้องกับ พิมพ์ชนก สมควรและคณะ (2565) ได้ศึกษาการสร้างมาตรฐานและความเชื่อมั่นในการให้บริการของโรงแรมขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ผลการวิจัย พบว่า มาตรฐานการให้บริการของโรงแรมขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร ควรศึกษาด้านความเชื่อถือว่าไว้วางใจในการบริการ การตอบสนอง การให้ความรู้และทักษะในการบริการของพนักงานในองค์กร การเข้าถึงการบริการ การให้บริการรองรับเหมาะสม การติดต่อสื่อสาร ความปลอดภัย การควบคุมพนักงานภายในองค์กร การเอาใจใส่และให้ความสำคัญแก่ลูกค้า การเตรียมความพร้อมสำหรับให้บริการ ลักษณะทางกายภาพของเดอะวิจิตร รีสอร์ท ภูเก็ต (ห้องพัก วิลล่า สระว่ายน้ำ ห้องอาหาร ห้องฟิตเนส) อาจจะต้องมีการเปลี่ยนแปลงให้เหมาะสม ปัจจุบันภายหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ทางรีสอร์ทยังคงมีวิวทิวทัศน์เดิม ไม่มีการเปลี่ยนแปลง ในส่วนของลูกค้าค่อนข้างประทับใจในด้านการบริการของแม่บ้านซึ่งเข้มงวดอย่างมากในห้องพักให้เป็นไปตามมาตรฐานของ SHA เช่น ห้องพักได้รับการฆ่าเชื้อเรียบร้อยแล้ว มีการจัดเจลแอลกอฮอล์ตามจุดต่างๆ เว้นระยะห่างในการพบปะระหว่างพนักงานกับลูกค้าที่เข้าพัก กระบวนการการให้บริการของพนักงานในส่วนต่าง ๆ ต่อลูกค้าต้องการปรับปรุงรูปแบบการให้บริการหลัง



สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 การบริการจะต้องมีการบริการลูกค้าที่รวดเร็ว แม่นยำและถูกต้อง และมีพนักงานคอยบริการ 24 ชั่วโมง เพื่อรองรับแขกที่เข้ามาพักทุก ๆ เวลา ซึ่ง ธนบวร สิริคุณากรกุล (2563) ได้ทำการศึกษาการบริหารจัดการคุณภาพการบริการโรงแรมขนาดเล็ก ที่มีอิทธิพลต่อ ปัจจัยทางการตลาด ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอเมือง จังหวัด สมุทรสงคราม ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน ซึ่งผลการการ เปรียบเทียบข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยภาพรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .05

### เอกสารอ้างอิง

- The Vijitt Resort Phuket, (2022), The Vijitt Resort Phuket, สืบค้นเมื่อ 29 ธันวาคม 2565, จาก <https://www.vijittresort.com/>
- ธงไชย สุรินทร์วรานุกรและสุธา พงศ์ถาวรภิญโญ, (2560), ธุรกิจโรงแรมในพื้นที่กรุงเทพมหานครกับการใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการตลาดและการส่งเสริมการขาย, วารสารวิชาการการจัดการเทคโนโลยี สารสนเทศและนวัตกรรม, 4 (1), 66-74
- ธนบวร สิริคุณากรกุล, (2563), การบริหารจัดการคุณภาพการบริการโรงแรมขนาดเล็ก ที่มีอิทธิพลต่อปัจจัย ทางการตลาด ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอเมือง จังหวัด สมุทรสงคราม, วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 6 (1), 71-81
- นิติกานต์ วรรณเสริมสกุลและคณะ, (2565), แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดโรงแรมในเขต กรุงเทพมหานครเพื่อการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน, วารสารนวัตกรรมการจัดการศึกษาและการวิจัย, 4(2), 13-26
- พิมพ์ชนก สมควรและคณะ, (2565), การสร้างมาตรฐานและความเชื่อมั่นในการให้บริการของโรงแรมขนาด เล็กในเขตกรุงเทพมหานคร หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019, วารสารบัณฑิตแสงโคมคำ, 7 (2), 247-262
- ศุภลักษณ์ ศรีวิไลและรุ่งเรือง ทองศรี, (2564), การแพร่ระบาดของ โควิด-19 ส่งผลต่อการท่องเที่ยวของ ประเทศไทย, วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น, 7 (8), 405-416