

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

โรงแรม (Hotel) ตามพระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2478 มาตรา 3 บัญญัติว่า หมายถึง “บรรดาสถานที่ทุกชนิดที่จัดตั้งขึ้นเพื่อรับสินจ้าง สำหรับคนเดินทาง หรือบุคคลที่จะหาที่อยู่หรือที่พักชั่วคราว” โรงแรม เป็นอุตสาหกรรมซึ่งแตกต่างไปจากอุตสาหกรรมชนิดอื่น ๆ ที่มีผลผลิตเป็นสินค้ารูปวัตถุ เพราะ โรงแรมเป็นอุตสาหกรรมที่มุ่งขายบริการ เช่น การให้เช่าห้องพัก ห้องจัดเลี้ยง ห้องประชุมสัมมนา ธารวายน้ำ ฯลฯ จึงจำเป็นที่จะต้องมีการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างสิ่งดึงดูดใจ ผู้เข้าใช้บริการ รวมถึงมีสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการอย่างดียิ่ง

จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ.2545-2549) ได้ระบุยุทธศาสตร์การเพิ่มสมรรถนะและขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศโดยให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการค้าด้านบริการที่มีศักยภาพเพื่อสร้างงานและกระจายรายได้โดยพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มการจ้างงานและกระจายรายได้สู่จังหวัดตลอดจนส่งเสริมไทยเที่ยวไทยและการประสานความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้าน จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดหนึ่งทางภาคเหนือของประเทศไทยที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวชมในแต่ละปีเป็นจำนวนมาก เนื่องจากสภาพทางภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรมและมีธรรมชาติสวยงามเหมาะสมต่อการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก อีกทั้งยังเป็นเมืองเศรษฐกิจทางภาคเหนือของประเทศไทยที่กำลังขยายตัวเพื่อรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ มีเงินทุนหมุนเวียนในธุรกิจแต่ละวันจำนวนมาก อันเป็นผลดีต่อธุรกิจโดยรวม จำนวนนักท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่เฉพาะคนไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมื่อ ปี พ.ศ. 2545 มีจำนวน 1,639,473 คน เปรียบเทียบกับปี 2546 มีจำนวน 1,714,843 คน เพิ่มขึ้นถึง 4.60 เปอร์เซ็นต์ (สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยภาคเหนือเขต 1, 2547 ภาวะระบบออนไลน์)

จากข้อมูลของสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคเหนือ เขต 1 เมื่อเดือนสิงหาคม ปี พ.ศ. 2547 โรงแรมในประเทศไทยมีจำนวน 3,600 โรงแรม มีห้องพักรวม 300,000 ห้อง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีโรงแรม 95 โรงแรม จำนวนห้องพักมี 11,584 ห้อง โรงแรมที่เปิดให้บริการสามารถจัดเป็นกลุ่มโดยอาศัยเกณฑ์ต่างๆ เช่น จัดกลุ่มโรงแรมตามที่ตั้ง จัดกลุ่มโรงแรมโดยพิจารณาจากจำนวนห้องพักที่เปิดให้บริการ จัดกลุ่มโรงแรมโดยพิจารณา

จากลักษณะการให้บริการ จัดกลุ่มโรงแรมโดยใช้สัญลักษณ์รูปดาว จำนวน 1-5 ดวง โดยพิจารณาจากเกณฑ์ที่วัดที่กำหนดไว้ และการจัดแบ่งโรงแรมออกเป็นกลุ่ม ๆ ตามระดับราคาห้องพัก สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยภาคเหนือเขต 1 ได้จัดแบ่งโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ ออกเป็นกลุ่ม ๆ ตามระดับราคาห้องพักแรมเฉลี่ยเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 ระดับราคาห้องพัก ตั้งแต่ 2,500 บาท ขึ้นไป มี 8 แห่ง จำนวนห้องพักรวม 1,896 ห้อง กลุ่มที่ 2 ระดับราคาห้องพัก ตั้งแต่ 1,500 - 2,499 บาท มี 7 แห่ง จำนวนห้องพักรวม 1,782 ห้อง กลุ่มที่ 3 ระดับราคาห้องพัก ตั้งแต่ 1,000 - 1,499 บาท มี 16 แห่ง จำนวนห้องพักรวม 2,399 ห้อง กลุ่มที่ 4 ระดับราคาห้องพัก ตั้งแต่ 500 - 999 บาท มี 23 แห่ง จำนวนห้องพักรวม 2,641 ห้อง กลุ่มที่ 5 ระดับราคาห้องพักต่ำกว่า 500 บาท มี 41 แห่ง จำนวนห้องพักรวม 2,866 ห้อง เกสต์เฮาส์ มี 119 แห่ง จำนวนห้องพักรวม 2,562 ห้อง โรงแรม ระดับกลุ่ม 3 ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ได้แก่ กลุ่มพนักงาน กลุ่มนักธุรกิจ กลุ่มสมาคมหรือองค์กรเอกชน กรุ๊ปทัวร์ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ แต่ละกลุ่มดังกล่าวล้วนมีแนวโน้มการใช้บริการในโรงแรม ระดับกลุ่ม 3 เพิ่มขึ้น เห็นได้จากข้อมูลสถานพักแรมในจังหวัดเชียงใหม่ โรงแรม ระดับกลุ่ม 3 ในปี พ.ศ. 2545 มีจำนวนผู้เข้าพัก 156,993 คน และในปี พ.ศ. 2546 มีจำนวน 315,140 คน เพิ่มขึ้น 158,147 คน คิดเป็นอัตราที่เพิ่มขึ้น 100.74% (สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยภาคเหนือ เขต 1, สิงหาคม 2547 ข: ระบบออนไลน์) จะเห็นได้ว่าโรงแรม ระดับกลุ่ม 3 เป็นกลุ่มที่มีผู้เข้าพักเพิ่มสูงขึ้นมากทั้งนี้เนื่องจากเป็นโรงแรมที่มีราคาและคุณภาพสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้ใช้บริการดังกล่าวข้างต้นและมีการให้บริการครบเช่นห้องประชุมสัมมนา ซึ่งระดับกลุ่ม 4 กลุ่ม 5 และเกสต์เฮาส์ ไม่สามารถให้บริการได้

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการ โรงแรมระดับกลุ่ม 3 ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ แผนการตลาดในการดำเนินธุรกิจโรงแรม ระดับกลุ่ม 3

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการ โรงแรม ระดับกลุ่ม 3 ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. เพื่อทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการ โรงแรม ระดับกลุ่ม 3 ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

2. เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจ โรงแรมและผู้สนใจ โดยสามารถนำข้อมูล ไปใช้ในการปรับปรุงการบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ตามสภาพเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน

นิยามศัพท์

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (The Services Marketing Mix) หมายถึง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีการจัดกิจกรรมเกี่ยวข้องกับการนำเสนอสิ่งซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคโดยทำให้กิจการสามารถบรรลุวัตถุประสงค์และอยู่รอดได้ อาจรวมถึงสามารถขยายขนาดของกิจการได้ในอนาคต ประกอบด้วย 7 P's ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่ (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) การสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence & Presentation) กระบวนการให้บริการ (Process)

ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามทั่วไปที่เดินทางมาใช้บริการพักรีสตays ในโรงแรมระดับกลุ่ม 3 ตั้งแต่ 1 คืนขึ้นไป และไม่ใช่นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

โรงแรมระดับกลุ่ม 3 หมายถึง โรงแรมที่มีราคาห้องพักตั้งแต่ 1,000 บาท ถึง 1,499 บาท