

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

การขาย เป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมทางการตลาด ซึ่งเป็นกลไกที่จะทำให้มีการเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการ ไปสู่ผู้บริโภค ดังนั้นในหลายธุรกิจ จึงให้ความสำคัญต่อการขายเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การขายโดยพนักงานขาย (Personal Selling) ซึ่งมีบทบาทมากในปัจจุบัน เนื่องจากพนักงานขายสามารถใช้กลยุทธ์และเทคนิคการขายด้วยวิธีต่างๆ โดยปรับให้เข้ากับสถานการณ์และสอดคล้องกับลูกค้า ซึ่งพนักงานขายสามารถรับทราบถึงความรู้สึก และสามารถกระตุ้นการซื้อขายได้ทันที ดังนั้น การขายโดยพนักงานขาย จึงมีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจให้สามารถประสบความสำเร็จได้ และในปัจจุบันจำนวนของพนักงานขายได้มีเพิ่มมากขึ้นกว่าในอดีต ซึ่งจากข้อมูลสถิติ อาชีพพนักงานขาย เป็นอาชีพที่มีอัตราการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2549 เป็นต้นมา ซึ่งเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ย 6.91 เปอร์เซ็นต์ต่อปี รองจากอาชีพทาง ด้านการเกษตรและการประมง (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2553: ออนไลน์)

โรงแรม (Hotel) ถือได้ว่าเป็นธุรกิจหนึ่งที่ทำให้บริการ ทางด้านห้องพักชั่วคราวสำหรับคนเดินทาง โดยอาชีพพนักงานขายก็เป็นอีกหนึ่งอาชีพที่มีการเดินทางอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นโรงแรมจึงถือได้ว่าเป็นสถานที่ที่สำคัญของอาชีพพนักงานขาย เป็นอย่างมาก และเนื่องจาก จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่ใหญ่อันดับสองรองจากกรุงเทพมหานคร และยังเป็น เมืองเศรษฐกิจที่ใหญ่ที่สุดของภาคเหนือ ซึ่งมีทั้งโรงงานอุตสาหกรรม โรงพยาบาล บริษัท ห้างร้านอยู่เป็นจำนวนมาก พร้อมทั้งยังเป็นจุดศูนย์กลางของการ ดำเนินธุรกิจ การคมนาคม และการ ติดต่อสื่อสาร ในรูปแบบต่างๆ ประกอบกับจังหวัดเชียงใหม่ยังเป็นจังหวัดที่มีโรงแรมมากที่สุดในเขตภาคเหนือ ซึ่งปัจจุบันจังหวัดเชียงใหม่มีจำนวนโรงแรมทั้งสิ้น 536 แห่ง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย , 2553) ทำให้จังหวัดเชียงใหม่กลายเป็นศูนย์กลางในหลายๆด้าน ทั้งภาคธุรกิจและสิ่งอำนวยความสะดวกทางด้านที่พัก ด้วยเหตุนี้เองจึงเป็นผลทำให้ พนักงานขายในแต่ละบริษัทเดินทางเข้ามาเพื่อ ติดต่อ ธุรกิจและพักอาศัยในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นจำนวนมาก ซึ่งสามารถสังเกตได้จากปริมาณการจองและเข้าพักในโรงแรม ที่มีปริมาณเพิ่มขึ้นในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา ประกอบกับธุรกิจโรงแรมที่มีระดับราคาต่ำกว่า 500 บาท ซึ่งเป็นระดับราคาที่ตรงกับความต้องการของพนักงานขาย มีปริมาณที่เพิ่มขึ้นจาก 78 แห่งในปี 2550 เป็น 126 แห่งในปี 2551 คิดเป็นอัตราการขยายตัวที่ 63.15 เปอร์เซ็นต์ สะท้อนให้

เห็นว่าปริมาณ โรงแรมที่มีการขยายตัวนี้ สาเหตุหนึ่งมาจากปริมาณของความต้องการที่มีเพิ่มมากขึ้นนั่นเอง (สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยภาคเหนือเขต 1,2553: ออนไลน์; จักริน ยาสุมุท, 2553: สัมภาษณ์)

ธุรกิจโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่มีการทำการตลาดที่ค่อนข้างแตกต่างกันไปตามกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยโรงแรมที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เป็นพนักงานขาย ซึ่งจะสังเกตได้จากผู้เข้าพักส่วนใหญ่ล้วนแล้วแต่มีอาชีพเป็นพนักงานขายแทบทั้งสิ้นรวมถึงกลยุทธ์การตลาดต่างๆ ของโรงแรมได้มีการมุ่งเน้นไปที่ตัวพนักงานขายค่อนข้างมาก และจากการสำรวจเบื้องต้นพบว่าโรงแรมดังกล่าวมีอยู่เป็นจำนวนมากในจังหวัดเชียงใหม่ อาทิเช่น โรงแรมแฟมมิลี่ โรงแรมบีวัน (B1) โรงแรมนิเวเอเชีย โรงแรมเชียงใหม่เซลล์ โรงแรมคุ้มตานาน โรงแรมปางสะพานเพลส และ โรงแรมกระแสน้ำเรสซิเดนส์ เป็นต้น และยังมีอีกหลายโรงแรมที่มีการเปิดให้บริการสำหรับพนักงานขาย โดยตรงเพิ่มมากขึ้น ในช่วงระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา ประกอบกับการแข่งขันที่ รุนแรง รวมถึงการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดด้วยวิธีต่างๆ เพื่อแย่งชิงลูกค้า อาทิเช่น กลยุทธ์ราคาพิเศษ การส่งเสริมการขาย โดยการทำบัตรสะสมแต้มต่างๆ พร้อมทั้ง โอกาสทางการตลาดและความต้องการของตลาดที่มีมากขึ้น ทำให้โรงแรมทั่วไป มีการปรับตัวหรือเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ตลาดเป้าหมายหันมาสนใจ ตลาดลูกค้าพนักงานขายมากขึ้น อาทิเช่น โรงแรมบีทู (B2) โรงแรมเซ็นเตอร์ปาร์ค โรงแรมพรทิพย์ และ โรงแรมไฮเวย์ เป็นต้น โดยมุ่งทำการตลาดกับกลุ่มดังกล่าวด้วยวิธีการลดราคาห้องพักสำหรับลูกค้าที่แสดงตัวเป็นพนักงานขาย และสร้างความแตกต่างจากโรงแรมเซลล์ทั่วไป โดยมีระบบอินเทอร์เน็ตไร้สาย ฟรีอาหารเช้า มีกาแฟในห้องพัก เป็นต้น ซึ่งหวังว่าจะเป็นการแย่งชิงลูกค้าในสถานการณ์แข่งขันในปัจจุบันได้มากขึ้น (จักริน ยาสุมุท, 2553: สัมภาษณ์)

จากสภาพตลาดและการแข่งขันดังกล่าวข้างต้น ทำให้ผู้ศึกษาสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการ ที่มีผลต่อพนักงานขายในการเลือกใช้บริการโรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่และผลที่ได้จะเป็นข้อมูลเบื้องต้นให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมที่จะตอบสนองความต้องการกับกลุ่มลูกค้าพนักงานขายได้เป็นอย่างดี และใช้เป็นแนวทางในการพิจารณาวางแผนและปรับปรุงกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด เพื่อสร้างความแตกต่างในการแข่งขันได้อีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อพนักงานขายในการเลือกใช้บริการ โรงแรม ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึง ปัจจัย ส่วนประสมการตลาด บริการ ที่มีผลต่อ พนักงานขายในการเลือกใช้บริการโรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่
2. เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นพนักงานขาย พร้อมผู้ที่สนใจ โดย สามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทาง ในการวางกลยุทธ์ในการให้บริการพร้อมทั้งปรับปรุงการให้บริการ ให้มีประสิทธิภาพและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป้าหมายให้มากยิ่งขึ้น

นิยามศัพท์

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ หมายถึง ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการ ให้บริการ และสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่ใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม

พนักงานขาย หมายถึง ผู้แทนขายของบริษัทต่างๆ ที่เดินทางมายังจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเข้าพบลูกค้า ขายสินค้า หรือให้บริการ

โรงแรม หมายถึง สถานที่ประกอบการเชิงการค้าที่นักธุรกิจตั้งขึ้นเพื่อบริการผู้เดินทางในเรื่องของที่พักรักษาตัว อาหาร และบริการอื่นๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยเน้นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายคือ พนักงานขาย และมีกลยุทธ์ทางการตลาดหลักๆ ดังนี้ ราคาค่าห้องพักจะถูกลงกว่าโรงแรมทั่วไป หรือถ้าแสดงตนว่าเป็นพนักงานขาย จะได้รับส่วนลดราคาห้องพักทันที มีการทำบัตรสมาชิก มีการทำการส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นให้เกิดการเข้าพักอย่างต่อเนื่อง เช่น พัก 10 คืนแถมฟรี 1 คืน ในลักษณะบัตรสะสมแต้ม หรือมีบริการล้างรถ และอินเทอร์เน็ตไร้สายฟรี เป็นต้น