

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

จังหวัดเชียงใหม่ถือเป็นอีกหนึ่งจังหวัดที่มีรายได้หลักมาจากการท่องเที่ยว ดังจะเห็นได้จากสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาจังหวัดเชียงใหม่ในแต่ละปี ซึ่งมีมากกว่า 2.5 ล้านคน (กรมการท่องเที่ยว, 2553 : ออนไลน์) ซึ่งสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวมากกว่า 19,500 ล้านบาท (สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่, 2553 : ออนไลน์) นับว่ามีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของจังหวัดเป็นอย่างมาก และนอกจากเชียงใหม่จะเป็นเมืองแห่งการท่องเที่ยวแล้ว ยังเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของภาคเหนือ รวมถึงศูนย์รวมทางการศึกษา ห้างสรรพสินค้า ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ โรงแรม โรงพยาบาล และ สถานบันเทิงต่างๆ อีกด้วย ธุรกิจโรงแรมจึงเป็นอีกธุรกิจหนึ่งในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้น สังกัดได้จากจำนวนโรงแรมที่เพิ่มสูงขึ้นเป็นจำนวน 447 แห่ง ในปี 2553 โดยเพิ่มขึ้นจากปี 2552 ถึง 37 แห่ง (กรมการท่องเที่ยว, 2553 : ออนไลน์) ส่งผลให้ธุรกิจจำหน่ายอุปกรณ์ทำความสะอาดสำหรับโรงแรม มีการขยายตัวเช่นเดียวกัน โดยเฉพาะอุปกรณ์ประเภทเครื่องดูดฝุ่น ซึ่งถือเป็นอุปกรณ์ทำความสะอาดที่สำคัญสำหรับโรงแรม

เครื่องดูดฝุ่นในปัจจุบันที่ใช้ภายในโรงแรม แบ่งออกเป็นสองประเภท คือ เครื่องดูดฝุ่นแบบแห้ง ใช้สำหรับดูดฝุ่นทั่วไป และเครื่องดูดฝุ่นแบบเปียกซึ่งใช้ได้ทั้งดูดฝุ่นและดูดน้ำ มีหลากหลายขนาด เช่น 15 ลิตร 30 ลิตร และ 60 ลิตร ซึ่งแตกต่างกันไปตามลักษณะการใช้งาน เครื่องดูดฝุ่นในประเทศไทยส่วนใหญ่นำเข้าจากต่างประเทศ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มประเทศหลักๆ ได้แก่ กลุ่มประเทศในแถบยุโรปและอเมริกา ยี่ห้อที่เป็นที่รู้จักและนิยมใช้ในปัจจุบัน คือ ยี่ห้อนิลฟิสก์ ยี่ห้อเทนแนนท์ และยี่ห้อคาร์เซอร์ ซึ่งแต่ละยี่ห้อจะมีตัวแทนจำหน่ายในประเทศไทยเพียงรายเดียวที่กรุงเทพฯ และมีสาขาย่อย หรือตัวแทนขายตามเมืองใหญ่ๆ เช่น เชียงใหม่ ภูเก็ต และขอนแก่น ซึ่งจำหน่ายกลุ่มตลาดธุรกิจระดับบน เช่น โรงแรมระดับ 3 ดาวขึ้นไป โรงพยาบาลชั้นนำ บริษัทรับเหมาทำความสะอาดที่มีชื่อเสียง และโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ เนื่องจากสินค้ามีราคาสูงเพราะผลิตจากวัสดุที่มีคุณภาพ อายุการใช้งานยาวนาน เสียเงียบไม่ก่อให้เกิดการรบกวนผู้อื่นในขณะที่ใช้งาน มีการบริการหลังการขายและรับประกันสินค้า อายุการเก็บสต็อกอะไหล่ยาวนานถึง 10 ปี ส่วนอีกกลุ่มเป็นสินค้านำเข้าจากประเทศจีน ผู้นำเข้านำมาติดตรายี่ห้อเอง ไม่มีตัวแทนจำหน่ายอย่างเป็นทางการ นิยมใช้ในโรงแรมต่ำกว่า 3 ดาว เกสต์เฮาส์

เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ เนื่องจากสินค้าราคาถูกกว่ากลุ่มแรก 3-5 เท่า รับประทานเฉพาะมอเตอร์เพียง 1 ปี ไม่มีบริการหลังการขาย ซึ่งอะไหล่จะขามาพร้อมสินค้าที่นำเข้ามาในแต่ละครั้ง หากหมดรุ่นแล้วก็จะไม่มีจำหน่ายในตลาด ผู้ใช้จึงนิยมเปลี่ยนเครื่องใหม่มากกว่าจะนำมาซ่อมแซมเพราะอะไหล่หายาก (สุเมธ สุขวิศิษฐ์, 2554 : สัมภาษณ์)

จากการเพิ่มขึ้นของจำนวนโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ ส่งผลถึงจำนวนผู้จำหน่ายเครื่องดูดฝุ่นภายในจังหวัดเพิ่มขึ้นจาก 5 ราย เป็น 10 ราย ภายในระยะเวลา 2-3 ปี ประกอบด้วยผู้จำหน่ายรายใหญ่จากกรุงเทพฯ ที่มาเปิดสาขา เช่น วาย.เอ็น.ซี (ไทยแลนด์) จอห์นสัน ไดเวอร์ซี อีโคแล็บ นิลพิสท์แอดวานซ์ โพรวินเซียนซ์ฟพลายส์ฯ ซึ่งใช้กลยุทธ์ด้านราคาเพื่อดึงดูดใจลูกค้า เช่น มีระบบแบ่งชำระยาวนานถึง 6 งวด หรือให้เครดิตนานขึ้นถึง 120 วัน กลยุทธ์การส่งเสริมการขาย เช่น นำเครื่องเก่ามาแลกซื้อเครื่องใหม่ และรายละเอียดระดับท้องถิ่น ยกตัวอย่างเช่น เชียงใหม่เจนิโทเรียล บัญชุน นำชัยเทรดดิ้ง ที่ใช้กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ด้วยการปรับเปลี่ยนตราสินค้าที่จำหน่ายอยู่ตลอดเวลาเพื่อหาสินค้าที่มีคุณภาพและมีต้นทุนต่ำ กลยุทธ์ด้านราคาด้วยการลดราคาให้ต่ำกว่าคู่แข่งที่เสนอราคาเปรียบเทียบ ยื่นข้อเสนอพิเศษสำหรับผู้รับผิดชอบการจัดซื้อ เป็นต้น (มานิช เฉลยไกร, 2554 : สัมภาษณ์) และจากขนาดของโรงแรมในปัจจุบันที่แตกต่างกัน การพิจารณาเลือกซื้อเครื่องดูดฝุ่นเพื่อนำมาใช้งานให้เหมาะสมก็อาจแตกต่างกันไป ทั้งนี้ธุรกิจควรให้ความสำคัญในการค้นหาความต้องการของลูกค้าเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าองค์กรได้อย่างแท้จริง และควรปรับปรุงพัฒนาคุณภาพสินค้า บริการ เช่น การบริการหลังการขาย ซึ่งถือเป็นสิ่งที่ช่วยเพิ่มรายได้ให้ธุรกิจเช่นกัน เพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้เหนือกว่าคู่แข่ง

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงต้องการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อธุรกิจโรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการซื้อเครื่องดูดฝุ่น เพื่อนำผลการศึกษามาใช้เป็นแนวทางการตัดสินใจในการลงทุน การวางแผนทางการตลาด การบริหารงาน และการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อธุรกิจโรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการซื้อเครื่องดูดฝุ่น จำแนกตามความแตกต่างของขนาดโรงแรม ยังเป็นประโยชน์ในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดให้มีความเหมาะสมและตรงตามความต้องการของโรงแรมแต่ละขนาด นอกจากนี้ผลการศึกษายังเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการที่สนใจสามารถนำไปใช้กับพื้นที่อื่นๆ ของจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดอื่นๆต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อธุรกิจโรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อเครื่องดูดฝุ่น
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับผลของปัจจัยที่มีผลต่อธุรกิจโรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อเครื่องดูดฝุ่น จำแนกตามความแตกต่างของขนาดห้องพักโรงแรม

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อธุรกิจโรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อเครื่องดูดฝุ่น
2. สามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นประโยชน์สำหรับผู้ประกอบธุรกิจจำหน่ายเครื่องดูดฝุ่น เพื่อใช้เป็นข้อมูลและแนวทางในการกำหนดและปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมกับสภาวะการแข่งขันในปัจจุบัน

นิยามศัพท์

ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดซื้อ หมายถึง สิ่งต่างๆ ที่มีผลต่อการจัดซื้อสินค้าเพื่อใช้ในธุรกิจ ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยสิ่งแวดล้อม ปัจจัยองค์การ ปัจจัยความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยส่วนประสมการตลาด

เครื่องดูดฝุ่น หมายถึง อุปกรณ์ไฟฟ้าที่ใช้ประโยชน์ สำหรับการดูดฝุ่นเพื่อทำความสะอาดภายในบริเวณต่างๆ ของโรงแรม

ธุรกิจโรงแรม หมายถึง กิจกรรมที่ประกอบธุรกิจให้บริการด้านที่พักประเภทโรงแรม และบุตคิรีสอร์ท ในอำเภอเมืองเชียงใหม่