

## บทที่ 1

### บทนำ

#### หลักการและเหตุผล

โรงแรม (Hotel) ตามพระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2478 มาตรา 3 บัญญัติว่า หมายถึง “บรรดาสถานที่ทุกชนิดที่จัดตั้งขึ้นเพื่อรับสินจ้าง สำหรับคนเดินทาง หรือบุคคลที่จะหาที่อยู่หรือที่พักชั่วคราว” โรงแรม เป็นอุตสาหกรรมซึ่งแตกต่างไปจากอุตสาหกรรมชนิดอื่นๆ ที่มีผลผลิตเป็นสินค้ารูปวัตถุ เพราะโรงแรมเป็นอุตสาหกรรมที่มุ่งขายบริการ เช่น การให้เช่าห้องพัก ห้องจัดเลี้ยง ห้องประชุมสัมมนา อาหารเช้า ฯลฯ จึงจำเป็นที่จะต้องมีการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างสิ่งดึงดูดใจผู้เข้าใช้บริการ รวมถึงมีสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการอย่างดีเยี่ยม

จังหวัดลำปางเป็นจังหวัดที่ขึ้นชื่อว่าเป็นจังหวัดศูนย์กลางการคมนาคม และยังเป็นเมืองเศรษฐกิจใหม่ในอนาคตของภาคเหนือซึ่งมีทั้งโรงงานอุตสาหกรรม โรงพยาบาล บริษัท ห้างร้านอยู่เป็นจำนวนมาก ประกอบกับจังหวัดลำปางนั้นยังเป็นจังหวัดที่มีโรงแรมมากเป็นอันดับสามรองจากจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดเชียงราย ซึ่งปัจจุบันจังหวัดลำปางมีจำนวนโรงแรมทั้งสิ้นกว่า 216 แห่ง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2553)

โรงแรมสำหรับพนักงานขาย เป็นโรงแรมอีกประเภทหนึ่งที่ได้รับคามนิยมนมากที่สุดสำหรับอาชีพพนักงานขาย เนื่องจากอาชีพพนักงานขายเป็นอาชีพที่ต้องมีการเดินทางไปเยี่ยมลูกค้าตามต่างจังหวัด ดังนั้นโรงแรมจึงถือได้ว่าเป็นสถานที่ที่สำคัญอย่างมากสำหรับพนักงานขาย และในอำเภอเมืองจังหวัดลำปางก็ได้มีโรงแรมที่เปิดให้บริการสำหรับพนักงานขายอยู่เป็นจำนวนมาก เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและด้วยเหตุนี้เองจึงเป็นผลทำให้พนักงานขายในแต่ละบริษัทเดินทางเข้ามาเพื่อติดต่อธุรกิจและพักอาศัยในอำเภอเมืองจังหวัดลำปางเป็นจำนวนมาก หรือเดินทางมาพักเพื่อเป็นจุดแลกเปลี่ยนการเดินทางไปยังจังหวัดอื่นๆ ซึ่งสามารถสังเกตได้จากปริมาณการจองและเข้าพักในโรงแรม ที่มีปริมาณเพิ่มขึ้นในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา ประกอบกับธุรกิจโรงแรมที่มีระดับราคาต่ำกว่า 500 บาท ซึ่งเป็นระดับราคาที่ตรงกับความต้องการของพนักงานขาย มีปริมาณที่เพิ่มขึ้นจาก 78 แห่งในปี 2550 เป็น 126 แห่งในปี 2551 คิดเป็นอัตราการขยายตัวที่ 61.53 เปอร์เซ็นต์ สะท้อนให้เห็นว่าปริมาณโรงแรมที่มีการขยายตัวนี้ สาเหตุหนึ่งมาจากปริมาณของความต้องการที่มีเพิ่มมากขึ้นนั่นเอง (สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคเหนือเขต 1,2553: ออนไลน์)

ด้วยกลยุทธ์ทางการตลาดของโรงแรมที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือ พนักงานขายนั้น สังเกตได้จากผู้เข้าพักส่วนใหญ่แล้วแต่มีอาชีพเป็นพนักงานขายแทบทั้งสิ้นรวมถึงกลยุทธ์การตลาดต่างๆของโรงแรมได้มีการมุ่งเน้นไปที่ตัวพนักงานขายค่อนข้างมาก และจากการสำรวจเบื้องต้นพบว่าโรงแรมเชลล์ในอำเภอเมืองจังหวัดลำปางมีทั้งสิ้นกว่า 21 โรงแรม อาทิเช่น พินโฮเต็ล สิริเพลส อาคัมสิริ โรงแรมปางทิพย์ โรงแรมบ้านเหนือ โรงแรมลำปางริเวอร์ลอด แม่วังริสอร์ท และ ริเวอร์ไซด์เกสเฮ้าส์ เป็นต้น และยังมีอีกหลายโรงแรมที่มีการเปิดให้บริการสำหรับพนักงานขายเพิ่มมากขึ้นในช่วงระยะเวลา 2-3 ปีที่ผ่านมา ประกอบกับการแข่งขันที่รุนแรงในกลุ่มโรงแรมสำหรับพนักงานขายด้วยกันด้วยการนำเสนอกลยุทธ์ทางการตลาดด้วยวิธีต่างๆ เพื่อแย่งชิงลูกค้า อาทิเช่น กลยุทธ์ราคาพิเศษ การส่งเสริมการขาย โดยการทำบัตรสะสมแต้มสำหรับพัก 10 คืนแถมฟรี 1 คืน พักคืนแรกราคาเต็ม คืนที่สองลดครึ่งราคา เป็นต้น (อนุวัฒน์ ภูวเศรษฐ, 2554:สัมภาษณ์) และจากโอกาสทางการตลาดและความต้องการของตลาดที่มีมากขึ้น ทำให้โรงแรมทั่วไป มีการปรับตัวหรือเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ตลาดเป้าหมายหันมาสนใจตลาด ลูกค้าพนักงานขายมากขึ้น อาทิเช่น โรงแรมเอเชียลำปาง โรงแรมสยาม โรงแรมคิมซิติ และ โรงแรมซูเปอร์ไฮเวย์ เป็นต้น โดยมุ่งทำการตลาดกับกลุ่มดังกล่าวด้วยวิธีการลดราคาห้องพักสำหรับลูกค้าที่แสดงตัวเป็นพนักงานขาย และสร้างความแตกต่างจากโรงแรมพนักงานขายทั่วไป โดยมีระบบอินเทอร์เน็ตไร้สาย ฟรีอาหารเช้า มีกาแฟในห้องพัก เป็นต้น ซึ่งหวังว่าจะเป็นการแย่งชิงลูกค้าในสภาวะการแข่งขันในปัจจุบันได้มากขึ้น

จากสภาพตลาดและการแข่งขันดังกล่าวข้างต้น ทำให้ผู้ศึกษาสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของพนักงานขายในการเลือกใช้บริการ โรงแรม ในอำเภอเมืองลำปาง เนื่องจากปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการเป็นเครื่องมือหรือกลยุทธ์ที่สำคัญที่จำใช้ดึงดูดพนักงานขายให้เข้ามาใช้บริการ โดยผลที่ได้จะเป็นข้อมูลเบื้องต้นให้แก่ผู้ประกอบการ โรงแรมที่จะตอบสนองความต้องการกับกลุ่มลูกค้าพนักงานขายได้เป็นอย่างดี และใช้เป็นแนวทางในการพิจารณาวางแผนและปรับปรุงกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด เพื่อสร้างความแตกต่างในการแข่งขันได้อีกด้วย

#### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของพนักงานขายในการเลือกใช้บริการ โรงแรม ในอำเภอเมืองลำปาง

### ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของพนักงานขายในการเลือกใช้บริการ โรงแรม ในอำเภอเมืองลำปาง
2. เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นพนักงานขาย พร้อมผู้ที่สนใจ โดยสามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการวางกลยุทธ์ในการให้บริการพร้อมทั้งปรับปรุงการให้บริการ ให้มีประสิทธิภาพและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป้าหมายให้มากยิ่งขึ้น

### นิยามศัพท์

**ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ** หมายถึง ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการ และสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่ใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรม

**พนักงานขาย** หมายถึง ผู้แทนขายของบริษัทต่างๆ ที่เดินทางมายังจังหวัดลำปางโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเข้าพบลูกค้า ขายสินค้า หรือให้บริการ

**โรงแรม** หมายถึง สถานที่ประกอบการเชิงการค้าที่นักธุรกิจตั้งขึ้นเพื่อบริการผู้เดินทางในเรื่องของที่พักรออาศัย อาหาร และบริการอื่น ๆ ในอำเภอเมืองจังหวัดลำปาง โดยเน้นกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือ พนักงานขาย และมีกลยุทธ์ทางการตลาดหลักๆ ดังนี้ ระดับราคาห้องพักจะถูกกว่าโรงแรมทั่วไป หรือถ้าแสดงตนว่าเป็นพนักงานขาย จะได้รับส่วนลดราคาห้องพักทันที มีการทำบัตรสมาชิก มีการทำการส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นให้เกิดการเข้าพักอย่างต่อเนื่อง เช่น พัก 10 คืน แลมป์ฟรี 1 คืน ในลักษณะบัตรสะสมแต้ม หรือมีบริการล้างรถ และอินเทอร์เน็ตไร้สายฟรี เป็นต้น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved