

บทที่ 1

บทนำ

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง การวางแผนกลยุทธ์การตลาดอินเทอร์เน็ตของบริษัท วิง ทราเวล เชียงใหม่ จำกัด ในครั้งนี้ เป็นการศึกษาการวางแผนการตลาดและกลยุทธ์การตลาดอินเทอร์เน็ต เพื่อส่งเสริมงานด้านการตลาด และเป็นแนวทางในการจัดทำเว็บไซต์ ที่เหมาะสมสำหรับรูปแบบการสร้างรายได้ของบริษัท วิง ทราเวล เชียงใหม่ จำกัด

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

แผนการตลาดเปรียบเสมือนแผนที่เดินทางที่จะนำธุรกิจไปสู่ความสำเร็จ แต่บางองค์กรมักประสบปัญหาและความยุ่งยากในการจัดทำ ซึ่งส่วนใหญ่เกิดจากสาเหตุของความเข้าใจที่ไม่ถูกต้องเกี่ยวกับกระบวนการวางแผน โดยทั่วไปผู้บริหารมักวางแผนอนาคตโดยอิงกับการคาดเดาเรื่องยอดขายและงบประมาณเท่านั้น ไม่คำนึงถึงความสำคัญของการแบ่งส่วนตลาด (Segmentation Targeting Positioning) หรือมองไม่เห็นความจำเป็นในการรวบรวมข้อมูล (Information Database) ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในขั้นตอนการวางแผนการตลาด การขาดการพิจารณาถึงตลาดที่เป็นจริงและการขาดความคำนึงถึงความเปลี่ยนแปลงผันแปรของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ การมองข้ามภาวะการเปลี่ยนแปลงของตัวธุรกิจเองอาจนำมาซึ่งความล้มเหลว

บางองค์กรอาจประสบความสำเร็จทางธุรกิจได้ โดยไม่มีการวางแผนอาจมีความเป็นไปได้ ขณะเดียวกันการวางแผนอย่างระมัดระวังก็อาจล้มเหลวได้เช่นกัน แต่ในเชิงสถิติ องค์กรที่ทำกำไรได้ดีจะต้องมีการวางแผนการตลาดอย่างรอบคอบ การวางแผนการตลาดที่ผิดพลาดส่วนใหญ่เกิดจากปัญหาของความไม่สัมพันธ์กันระหว่างการวางแผนกับความต้องการประสบความสำเร็จทางธุรกิจและวิธีการปฏิบัติการ ธุรกิจที่ดีจึงต้องมีแผนการตลาดไว้สำหรับเป็นแนวทางในการดำเนินงานและมีเป้าหมายร่วมกัน อย่างไรก็ตามการที่ธุรกิจจะประสบความสำเร็จได้นั้นไม่ได้ขึ้นอยู่กับกระบวนการตลาดที่ดีเท่านั้นแต่อาจรวมไปถึงโชคด้วย การระบุเกณฑ์มาตรฐานของความสำเร็จขององค์กรว่าอยู่ในระดับใดนั้นจะต้องคำนึงถึงคุณภาพของลูกค้าและหรือคุณภาพของสินค้าและบริการด้วย

โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อการดำเนินงานจำเป็นต้องคำนึงถึงความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในปัจจุบัน ภาวะการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจที่รวดเร็วและแข่งขันสูง ทำให้องค์กรต้องมีความสามารถในการปรับเปลี่ยนการทำงานให้ทันกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไป ธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีมูลค่าเพิ่มขึ้นทุกๆ ปี ในปี 2548 คาดว่ามีมูลค่าประมาณ 486 พันล้านเหรียญสหรัฐ ในจำนวนนี้เป็น

การซื้อขายตัวเครื่องบิน 54% ซื้อที่พัก 25% ซื้อโปรแกรมการท่องเที่ยว 21% ระบบคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีทางการจัดการระบบสารสนเทศจึงมีบทบาทมากในการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจท่องเที่ยวซึ่งเป็นธุรกิจที่นำรายได้เข้าประเทศเป็นอันดับหนึ่ง (แผนแม่บทพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2547)

บริษัท วิง ทราเวล เชียงใหม่ จำกัด เป็นบริษัทจำหน่ายโปรแกรมการท่องเที่ยว ที่มีจำนวนลูกค้าจากต่างประเทศทั่วโลกกว่า 1,000 รายต่อปี สัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่เป็นลูกค้าโดยตรงและตัวแทนการเดินทางที่เป็นบริษัทคู่ค้าที่สำคัญของบริษัทนั้น ได้แก่ สาธารณรัฐเกาหลี (ประเทศเกาหลีใต้) 99% สหรัฐอเมริกา สาธารณรัฐประชาชนจีนและฮ่องกง 1% ดังนั้นสาธารณรัฐเกาหลีจึงเป็นประเทศคู่ค้าสำคัญที่สุดของบริษัท วิง ทราเวล เชียงใหม่ จำกัด

ลูกค้าแต่ละรายจะติดต่อผ่านตัวแทนการเดินทางในต่างประเทศเพื่อแสดงความต้องการซื้อบริการทางการท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยวิธีการตลาดที่บริษัทใช้ในการทำตลาดคือ

1) ส่งใบรายการโปรแกรมการท่องเที่ยวทางไปรษณีย์ตรงสู่ลูกค้าและตัวแทนการเดินทางในต่างประเทศ ปีละประมาณ 500 ฉบับ รวมทั้งการส่งให้กับลูกค้าที่มีอยู่เดิมและกลุ่มผู้มุ่งหวังใหม่จากรายชื่อที่มีอยู่ของตัวแทนการเดินทางในต่างประเทศ โดยใบแสดงรายการโปรแกรมการท่องเที่ยวดังกล่าวต้องมีการปรับปรุงใหม่ทุกๆ 6-12 เดือน

2) การลงโฆษณาในนิตยสารท่องเที่ยวต่างประเทศจำนวน 2 ฉบับ

3) การออกงานแสดงแนะนำสินค้าและบริการ รวมถึงการส่งเสริมการตลาดด้านต่างๆ ของบริษัทในสาธารณรัฐเกาหลี ปีละ 1 ครั้ง ทั้งที่สนับสนุนโดยรัฐบาลและดำเนินการด้วยตนเอง

วิธีการดำเนินงานของบริษัทคือ หลังจากที่ได้รับการสั่งซื้อจากลูกค้าแล้ว ไม่ว่าจะด้วยทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ เครื่องโทรสาร จดหมาย หรือโทรศัพท์จากตัวแทนการเดินทางในต่างประเทศ ลูกค้าหรือตัวแทนเดินทางในต่างประเทศจะต้องทำการยืนยันการซื้อ โดยการโอนเงินเข้าบัญชีของบริษัท จากนั้นบริษัทจะส่งใบรายการยืนยันการซื้อพร้อมทั้งรายละเอียดทั้งหมดของโปรแกรมให้ทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ หรือเครื่องโทรสาร

จากวิธีการตลาดดังกล่าวทำให้มีปริมาณฐานลูกค้าที่แคบ มีความยุ่งยากในการดำเนินงานเสียค่าใช้จ่ายมากในการติดต่อสื่อสารกับตัวแทนการเดินทาง และทำให้บริษัทไม่สามารถเพิ่มปริมาณลูกค้าด้วยตนเองได้ ต้องรอรับลูกค้าจากตัวแทนการเดินทางในต่างประเทศเพียงทางเดียว นอกจากนี้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในปัจจุบันทำให้บริษัทเห็นควรในการวางแผนกลยุทธ์การตลาดอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นการวางแผนการตลาดสำหรับเว็บไซต์ www.wingcnx.com เพื่อใช้อำนวยความสะดวกและติดต่อสื่อสารกับตัวแทนการเดินทางในต่างประเทศได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ (Business to Business : B2B) พร้อมทั้งสรรหาลูกค้ารายใหม่ด้วยตนเอง (Business to Customer : B2C) ควบคู่ไปกับการทำตลาดแบบเดิมที่ทำอยู่

คั้งนั้นการศึกษาในครั้งนี้ผู้ศึกษาจึงมุ่งไปที่การวางแผนกลยุทธ์การตลาดอินเทอร์เน็ต (Internet-Marketing) โดยใช้แนวทางในการสื่อสารและทำงานร่วมกับตัวแทนการเดินทางและลูกค้า เพื่อตอบสนองความต้องการของตัวแทนการเดินทางและลูกค้าให้ทั่วถึง ครอบคลุม และมีประสิทธิภาพมากขึ้น เปิดโลกทัศน์ของการตลาดแบบเฉพาะบุคคล (One-to-One Marketing) และการติดต่อแบบ เวลาจริง (Real-Time)

1.2 วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อวางแผนกลยุทธ์การตลาดอินเทอร์เน็ต (Internet-Marketing) ของ บริษัท วิง ทราเวล เชียงใหม่ จำกัด
- 2) เพื่อส่งเสริมงานด้านการตลาดและเป็นแนวทางในการจัดทำเว็บไซต์ www.wingcnx.com ที่เหมาะสมสำหรับรูปแบบการสร้างรายได้ของบริษัท วิง ทราเวล เชียงใหม่ จำกัด

1.3 ประโยชน์ที่จะได้รับจากการศึกษา

- 1) ได้แผนการตลาดอินเทอร์เน็ตสำหรับเว็บไซต์ www.wingcnx.com และรูปแบบการดำเนินงานด้านการตลาดอินเทอร์เน็ตของ บริษัท วิง ทราเวล เชียงใหม่ จำกัด
- 2) ได้เว็บไซต์ www.wingcnx.com เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายและเป็นการส่งเสริมการตลาดของบริษัท
- 3) ลดระยะเวลาดำเนินงาน และค่าใช้จ่ายในการติดต่อประสานงาน
- 4) เป็นการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางเว็บไซต์ ให้ บริษัท วิง ทราเวล เชียงใหม่ จำกัด เป็นที่รู้จักในวงการการท่องเที่ยวไทยและต่างประเทศมากยิ่งขึ้น

1.4 นิยามศัพท์

แผนการตลาด หมายถึง แผนการเพื่อใช้กำหนดทิศทางและแนวทางในการทุ่มเทความพยายามทางการตลาด การกำหนดกลไกในการตรวจสอบและประเมินผลกิจกรรมการตลาดไว้ล่วงหน้า การกำหนดวิธีในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดเพื่อให้กิจการสามารถบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่มุ่งหวัง โดยคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรทางการตลาดให้เกิดประโยชน์สูงสุด สอดคล้องกับความเป็นไป รวมถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม ในดำเนินธุรกิจทั้งภายนอกและภายในกิจการ (ที่มา : สื่อการสอนวิชาหลักการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร)

กลยุทธ์การตลาด หมายถึง กลุ่มของวัตถุประสงค์ นโยบาย และกฎที่เกี่ยวข้องกับการใช้ความพยายามทางการตลาดของกิจการ ภายใต้สภาวะการแข่งขันและสภาวะแวดล้อมทางการตลาด รวมทั้งเทคนิควิธีการที่จะทำให้องค์กรบรรลุสู่เป้าหมายในการปฏิบัติการที่ได้กำหนดไว้ โดยอาจเป็นเป้าหมายทางกำไรหรือเป้าหมายอื่น เช่น ชื่อเสียงขององค์กร ภาพลักษณ์ของสินค้าและบริการ เป็นต้น (ที่มา : Dictionary of Management, Dr.B.N. Ahuja)

การตลาดอินเทอร์เน็ต หมายถึง การดำเนินกิจกรรมทางการตลาดโดยใช้เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ เช่น คอมพิวเตอร์ เป็นเครื่องมือในการดำเนินกิจการทางการตลาดกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการ

กลยุทธ์การตลาดอินเทอร์เน็ต หมายถึง เทคนิควิธีการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด โดยใช้เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์และโปรแกรมคอมพิวเตอร์ในแบบต่างๆ เป็นเครื่องมือในการดำเนินกิจการทางการตลาดกับกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการในเว็บไซต์ที่ได้จัดทำขึ้น และเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับรู้และเข้าถึงเว็บไซต์ได้โดยสะดวก

เว็บไซต์ (Web site) หมายถึง หน้าเว็บเพจหลายๆ หน้า ซึ่งเชื่อมโยงกันผ่านทางระบบเครือข่าย ส่วนใหญ่จัดทำขึ้นเพื่อนำเสนอข้อมูลผ่านคอมพิวเตอร์ หน้าแรกของเว็บไซต์เรียกว่า โฮมเพจ (Home Page) การเรียกดูเว็บไซต์นิยมเรียกดูผ่านซอฟต์แวร์ในลักษณะของภาษาทางคอมพิวเตอร์ที่โปรแกรมเรียกว่า เว็บเบราว์เซอร์ (Web Browser)