บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญของปัญหา

ในโลกธุรกิจปัจจุบันอินเทอร์เน็ต (Internet) ถือเป็นสิ่งสำคัญยิ่งของแต่ละองค์กร เนื่องจากอินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีส่วนสำคัญยิ่งในการติดต่อสื่อสารและแลกเปลี่ยนข้อมูลได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์และความได้เปรียบในด้านการแข่งขันเชิงธุรกิจอย่างมากมาย ไม่ว่าจะเป็นด้านการศึกษา ซึ่งสามารถที่จะค้นคว้าหาข้อมูลต่างๆ โดยการค้นหาได้จากระบบอินเทอร์เน็ต เช่น การหาข้อมูลที่เปรียบเสมือนคลังความรู้ที่มหาศาล การติดต่อสื่อสารเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลกัน ไม่ว่าจะเป็นการส่งไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือการพูดคุยด้วยการส่งสัญญาณภาพและเสียง หรือด้านธุรกิจการค้าที่ปัจจุบันมีการซื้อขายผ่านทางการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งต้องอาศัยอินเทอร์เน็ตเข้ามามีส่วนช่วยในการเลือกซื้อหรือขายสินค้าและบริการผ่านอินเทอร์เน็ตเช่นกัน ดังนั้นองค์กรต่างๆ จึงจำเป็นต้องมีการนำอินเทอร์เน็ตมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

ปัจจุบันองค์กรในประเทศไทยหลายแห่งได้ให้ความสนใจต่อการนำอินเทอร์เน็ตมาใช้ในองค์กรมากมาย ซึ่งจะเห็นได้จากปัจจุบันองค์กรส่วนใหญ่ได้มีการจัดทำเว็บไซต์ของบริษัทเพื่อเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการขององค์กรโดยผ่านระบบอินเทอร์เน็ต เนื่องจากสามารถที่จะประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ ที่ต้องการเผยแพร่ได้ตลอด 24 ชั่วโมงและยังสามารถที่จะแก้ไขข้อมูลได้อย่างรวดเร็วอีกด้วย นอกจากนี้ยังประหยัดงบประมาณในการประชาสัมพันธ์ แต่สามารถที่จะสื่อสารได้กว้างไกลทั้งในประเทศและทั่วโลก ดังนั้นการทำการตลาดอิเล็กทรอนิกส์จึงเข้ามามีบทบาทมากยิ่งขึ้น ดังจะเห็นได้ว่าองค์กรธุรกิจต่างๆ ในประเทศไทยได้มีการทำการตลาดอิเล็กทรอนิกส์กันอย่างแพร่หลายมากขึ้น โดยเจ้าของธุรกิจได้ให้ความสำคัญในการทำการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าในด้านข้อมูลของสินค้าและการบริการ เพื่อเป็นทางเลือกแก่ลูกค้าที่จะได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง รวดเร็ว มีความทันสมัยและความเป็นมาตรฐาน และมีประโยชน์ต่อองค์กรในด้านการวางแผนกลยุทธ์และนำมาพัฒนากระบวนการในการซื้อขายสินค้าและบริการที่สะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น

การทำการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Marketing หรือ E-marketing) คือ การนำเอาเทคโนโลยีการสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Communication Technology) วิธีการต่างๆ เข้ามาช่วยในการทำการตลาด ยกตัวอย่างเช่น อินเทอร์เน็ต (Internet) จดหมายข่าวอิเล็กทรอนิกส์ (e-Newsletter) เป็นต้น โดยจะเน้นไปที่การให้ความสำคัญกับลูกค้าเป็นหลัก (Customer Focus)

ปัจจุบันองค์กรในประเทศไทยได้มีการนำตลาดอิเล็กทรอนิกส์มาใช้แล้ว แต่หลายๆ องค์กรเพิ่งเริ่มให้ความสำคัญกับการทำการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ โดยกำลังพิจารณาถึงความจำเป็นและความคุ้มค่าในการลงทุน โดยศึกษาผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการทำการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ ดังนั้นการศึกษาถึงแนวทางในการนำการตลาดอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในองค์กรจึงมีความสำคัญเป็นอย่างมากโดยทำการศึกษาและนำผลการวิจัยมาพัฒนาการทำการตลาดออนไลน์เพื่อเป็นแนวทางในการทำการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ที่เหมาะสมให้แก่องค์กรต่างๆ ในประเทศไทยต่อไป

ในงานวิจัยครั้งนี้ผู้จัดทำได้เลือกวิเคราะห์และศึกษาการทำการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ในธุรกิจโรงแรม เนื่องจากปัจจุบันธุรกิจโรงแรมได้มีสภาวะการแข่งขันกันอย่างรุนแรงเป็นอย่างมาก จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการทำการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อช่วยในการทำกลยุทธ์ทางการตลาดในการช่วยทำให้ยอดการสำรองห้องพักหรือบริการต่างๆ มีจำนวนเพิ่มขึ้น และทำให้ลูกค้าเข้าถึงการให้บริการของโรงแรม สามารถนำมาเป็นข้อมูลในการตัดสินใจในการเข้ามาใช้บริการโรงแรม โดยบริการอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ ให้กับลูกค้าทางระบบคอมพิวเตอร์ออนไลน์ เช่น รายละเอียดของที่ตั้งและห้องพักของโรงแรม เป็นต้น

สำหรับโรงแรมที่ผู้วิจัยเลือกมาเป็นกรณีศึกษานี้คือ โรงแรมปทุมวันปริ๊นเซส ซึ่งเป็นโรงแรมระดับ 4 ดาวที่อยู่ใจกลางเมือง โดยตั้งอยู่ใกล้ศูนย์การค้าเอ็มบีเคเซ็นเตอร์และอยู่ตรงข้ามกับสยามสแควร์ พร้อมทั้งการเดินทางที่สะดวกสบาย เนื่องจากมีรถไฟฟ้าเชื่อมต่อ แต่เนื่องด้วยปัจจุบันได้มีการแข่งขันกันระหว่างโรงแรมสูงมาก ประกอบกับภาวะเศรษฐกิจและการเมืองภายในประเทศไม่ค่อยดีนัก ทำให้จำนวนลูกค้าของโรงแรมลดลง ส่งผลทำให้ยอดอัตราการสำรองห้องพักของโรงแรมลดลง ทางโรงแรมจึงปรับกลยุทธ์โดยนำการตลาดอิเล็กทรอนิกส์มาช่วยเพิ่มช่องทางในการให้บริการกับลูกค้า เพื่อการประชาสัมพันธ์และให้ข้อมูลต่างๆ ของทางโรงแรม

1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

ในงานวิจัยเรื่อง “แนวทางการนำการตลาดอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในธุรกิจโรงแรม กรณีศึกษา โรงแรมปทุมวันปริ๊นเซส” ผู้วิจัยได้ตั้งวัตถุประสงค์ของการศึกษาไว้ดังนี้

1.2.1 เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อแนวโน้มที่ลูกค้าจะสำรองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ตกับเว็บไซต์ของโรงแรมปทุมวันปริ๊นเซสห้องพักของลูกค้า

1.2.2 เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมด้านการตัดสินใจสำรองห้องพักของลูกค้า

1.2.3 เพื่อศึกษาถึงปัจจัยทางการตลาดในการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ที่มีผลต่อพฤติกรรมด้านการตัดสินใจสำรองห้องพักของลูกค้า เพื่อนำไปเป็นกลยุทธ์ในการทำการตลาดอิเล็กทรอนิกส์

1.3 ขอบเขตของงานวิจัย

ในงานวิจัยเรื่อง “แนวทางการนำการตลาดอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในธุรกิจโรงแรม กรณีศึกษา โรงแรมปทุมวันปริ๊นเซส” มีขอบเขตของงานวิจัย คือ ศึกษาจากลูกค้าของทางโรงแรมปทุมวันปริ๊นเซสที่เป็นสมาชิกและยินดีตอบแบบสอบถาม โดยทำการสำรวจและเก็บข้อมูลโดยการใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Questionnaire)

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 เพื่อทราบถึงพฤติกรรมด้านการตัดสินใจสำรองห้องพักของลูกค้าโรงแรมปทุมวันปริ๊นเซส

1.4.2 เพื่อทราบถึงช่องทางในการทำการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ที่ลูกค้าเลือกใช้

1.4.3. เพื่อทราบถึงปัจจัยด้านการใช้สื่อออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในการสำรองห้องพัก

1.4.4. เพื่อนำข้อมูลจากการประเมินผลมาเป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์การทำการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ในธุรกิจโรงแรมของประเทศไทยให้มีประสิทธิภาพและคุ้มค่า

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันสำหรับในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดความหมายของศัพท์เฉพาะ ดังนี้

1.5.1 Banner Advertising หมายถึง การโฆษณาโดยการเอา Banner ไปวางบนเว็บไซต์และเมื่อมีคนมาคลิกก็จะลิงค์กลับไปยังเว็บไซต์ของเจ้าของโฆษณานั้น

1.5.2 E-mail Marketing คือ การโฆษณาผลิตภัณฑ์สินค้า และการบริการผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ โดยมุ่งประโยชน์ทางการค้าเป็นหลัก ซึ่งจะส่งไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีศักยภาพในการซื้อสินค้าและการบริการ

1.5.3 Electronic Marketing หรือเรียกว่า “การตลาดอิเล็กทรอนิกส์” หมายถึง การดำเนินกิจกรรมทางการตลาดที่เป็นการสื่อสารแบบสองทางโดยใช้เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ ที่ทันสมัยและสามารถติดต่อกับลูกค้าได้ทั่วโลกและตลอดเวลา เข้ามาเป็นสื่อกลาง ไม่ว่าจะเป็นคอมพิวเตอร์ โทรศัพท์ หรือพีดีเอ ที่ถูกเชื่อมโยงเข้าด้วยกันด้วยอินเทอร์เน็ต มาผสมผสานกับวิธีการทางการตลาดซึ่งเป็นเครื่องมือในการดำเนินกิจการทางการตลาดกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อบรรลุจุดมุ่งหมายขององค์กรอย่างแท้จริง

1.5.4 Search Engine Optimization หรือ SEO หมายถึง กระบวนการที่ทำให้เว็บไซต์ปรากฏอยู่ในตำแหน่งที่ดีที่สุดของผลการค้นหาผ่าน Search Engine ด้วย Search Keyword ที่เกี่ยวข้องกับ ธุรกิจ ข้อมูล เนื้อหา บทความ สินค้าและบริการ ที่นำเสนอผ่านเว็บไซต์

1.5.5 Social Network Marketing คือ การใช้ความสามารถของการเชื่อมโยงเน็ตเวิร์คเข้าด้วยกัน ซึ่งเป็นวิธีการที่ดีที่จะช่วยกระตุ้นความสนใจของคนในบล็อกให้มาเข้าร่วมการแข่งขันที่เกิดขึ้น ซึ่งสามารถสร้าง Traffic Awareness ได้ และยังรวมถึงความสามารถในการขยายขอบเขต การกระจายข้อมูลไปได้ในวงกว้างไปได้เร็วมาก

1.5.6 ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมด้านการตัดสินใจสำรองห้องพักของลูกค้าโรงแรมปทุมวันปริ๊นเซส ประกอบด้วย

- **ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์** หมายถึง ความหลากหลายในข้อมูลเกี่ยวกับห้องพัก ความหลายหลายของบริการด้านอื่น ๆ เช่น รถเช่า หรือการอัพเดทข้อมูลให้ตรงกับความเป็นจริง
- **ปัจจัยทางด้านราคา** หมายถึง ความเหมาะสมของราคาห้องพัก ความหลายหลายของระดับราคาห้องพัก

- **ปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** หมายถึง ช่องทางการโฆษณาหรือการจำหน่ายในช่องทางต่างๆ
- **ปัจจัยทางด้านรายการส่งเสริมการตลาด** หมายถึง การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การขาย ยกตัวอย่างเช่น การทำโปรโมชั่นลดราคาในช่วงเทศกาลต่าง ๆการมีแพคเกจห้องพักราคาพิเศษ การร่วมสนุกชิงรางวัล การสะสมแต้มเพื่อใช้เป็นส่วนลดในการสำรองห้องพักในครั้งต่อไป การแจกของสมนาคุณ เช่น บัตรสมนาคุณ (Gift Voucher) เป็นต้น

1.5.7 พฤติกรรมการสำรองห้องพัก หมายถึง การตัดสินใจสำรองห้องพัก และความถี่ในการสำรองห้องพัก(How often)