

ประชาสัมพันธ แต่สามารถที่จะสื่อสารได้กว้างไกลทั้งในประเทศและทั่วโลก ดังนั้นการทำการตลาดอิเล็กทรอนิกส์จึงเข้ามามีบทบาทมากยิ่งขึ้น ดังจะเห็นได้ว่าองค์กรธุรกิจต่างๆ ในประเทศไทยได้มีการทำการตลาดอิเล็กทรอนิกส์กันอย่างแพร่หลายมากขึ้น โดยเจ้าของธุรกิจได้ให้ความสำคัญในการทำการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าในด้านข้อมูลของสินค้าและบริการ 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 ดังนั้นการศึกษาถึงแนวทางในการนำการตลาดอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในองค์กรจึงมีความสำคัญเป็นอย่างมากโดยทำการศึกษาและนำผลการวิจัยมาพัฒนาการทำการตลาดออนไลน์ เพื่อเป็นแนวทางในการทำการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ที่เหมาะสมให้แก่องค์กรต่างๆ ในประเทศไทยต่อไป

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

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

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล สำหรับงานวิจัยเรื่อง แนวทางการนำการตลาดอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในธุรกิจโรงแรม กรณีศึกษา โรงแรมปทุมวันปริ๊นเซส ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลโดยการส่งแบบสอบถามออนไลน์ ระหว่างวันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2553 ถึงวันที่ 16 กุมภาพันธ์ 2553 รวมทั้งหมด 12 วัน เพื่อทำการเก็บแบบสอบถามให้ได้อย่างน้อยจำนวน 384 ชุด ซึ่งหลังจากได้รับแบบสอบถามคืนและตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม พบว่ามีแบบสอบถามที่ถูกต้องและสมบูรณ์จำนวน 1,000 ชุด ผู้วิจัยจึงนำมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเป็น 6 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นข้อมูลแบบข้อเท็จจริง โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 1,000 คน พบว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชายที่มีอายุระหว่าง 41 – 45 ปี มีสถานภาพสมรส มีรายได้เฉลี่ยต่อปีระหว่าง \$50,001-\$80,000 ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการสำรองห้องพัก จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการสำรองห้องพักของโรงแรมปทุมวันปริ๊นเซสพบว่าช่องทางที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักโรงแรมคือ ญาติหรือคนรู้จัก โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยมาพักที่โรงแรมปทุมวันปริ๊นเซส และมีแนวโน้มที่ลูกค้าจะสำรองห้องพักกับเว็บไซต์ของโรงแรมปทุม

วันปรีนเซสเป็นจำนวน 1 ครั้งต่อปี ส่วนสาเหตุที่ผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจสำรองห้องพักกับทางโรงแรมมากที่สุดคือ โรงแรมปทุมวันปรีนเซสอยู่ใจกลางเมืองและใกล้แหล่งช้อปปิ้ง

โดยแบบสอบถามในส่วนนี้ ได้มีการสอบถามด้านพฤติกรรมในการใช้งานอินเทอร์เน็ต จากการสำรวจพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านหรือคลิกแบนเนอร์โฆษณาบนอินเทอร์เน็ต 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ แต่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่เคยสำรองห้องพักหลังจากอ่านหรือคลิกดูข้อมูลแบนเนอร์โฆษณาบนอินเทอร์เน็ต และผู้ตอบแบบสอบถามสนใจร่วมเป็นสมาชิกบล็อกกับทางโรงแรมโดยเป็นสมาชิกบล็อกของ Facebook มากที่สุด ส่วนเสิร์จเอนจินที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ค้นหาข้อมูลมากที่สุดคือ google และผู้ตอบแบบสอบถามยินดีรับข้อมูลต่างๆของทางโรงแรม

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านปัจจัยทางการตลาดในการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ด้านต่างๆ โดยใช้สถิติภาคบรรยาย (Descriptive Statistics) โดยการวัดค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ซึ่งจากผลงานวิจัยพบว่า ปัจจัยทางการตลาดในการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ด้านต่างๆ ที่ถูกค้ำกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับ มาก ได้แก่ การใช้แบนเนอร์โฆษณาและไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ในการหาข้อมูลส่งเสริมการตลาดในการสำรองห้องพักโรงแรมปทุมวันปรีนเซสและการใช้บล็อกเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายในการหาข้อมูลราคาห้องพักและข้อมูลส่งเสริมการตลาดในการสำรองห้องพักโรงแรมปทุมวันปรีนเซส ส่วนถูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่ให้ความสำคัญในระดับ ปานกลาง ได้แก่ การใช้ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์และเสิร์จเอนจินเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายและการใช้เสิร์จเอนจินในการหาข้อมูลส่งเสริมการตลาดในการสำรองห้องพักโรงแรมปทุมวันปรีนเซส ส่วนตัวสุดท้ายที่ถูกค้ำกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับ ปานกลางคือการใช้บล็อกในการหาข้อมูลห้องพักและบริการในการสำรองห้องพักโรงแรมปทุมวันปรีนเซส

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อแนวโน้มที่ลูกค้าจะสำรองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ตกับเว็บไซต์ของโรงแรมปทุมวันปรีนเซส ซึ่งจากผลงานวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อแนวโน้มที่ลูกค้าจะสำรองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ตกับเว็บไซต์ของโรงแรมปทุมวันปรีนเซส ได้แก่ เพศ รายได้เฉลี่ยต่อปี ระดับการศึกษา และอาชีพ

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานด้านปัจจัยส่วนบุคคล ที่มีผลต่อพฤติกรรมด้านการตัดสินใจสำรองห้องพักของลูกค้า ซึ่งจากผลงานวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมด้านการตัดสินใจสำรองห้องพักของลูกค้า ได้แก่ เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อปี และอาชีพ

ส่วนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐาน เกี่ยวกับการศึกษาด้านปัจจัยทางการตลาดในการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ด้านต่างๆ ที่มีผลต่อพฤติกรรมด้านการตัดสินใจสำรองห้องพักของลูกค้า โดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter ซึ่งจากการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมด้านการตัดสินใจสำรองห้องพักของลูกค้า มากที่สุดคือ การใช้บล็อกเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายในการสำรองห้องพักโรงแรม ปทุมวันปรีนเซส รองลงมาคือ การใช้โปรชนีย์อิเล็กทรอนิกส์ในการหาข้อมูลส่งเสริมการตลาดในการสำรองห้องพักโรงแรมปทุมวันปรีนเซส การใช้เสิร์จเอนจินเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายในการสำรองห้องพักโรงแรมปทุมวันปรีนเซส และการใช้แบนเนอร์โฆษณาในการหาข้อมูลส่งเสริมการตลาดในการสำรองห้องพักโรงแรมปทุมวันปรีนเซส ตามลำดับ ซึ่งจากผลงานวิจัย ผู้วิจัยได้เสนอข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการทำการตลาดในการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ ดังนี้

การใช้บล็อกเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายในการสำรองห้องพักโรงแรมปทุมวันปรีนเซส

จากแบบสอบถามพบว่าลูกค้าสนใจที่จะร่วมเป็นเพื่อนกับโรงแรมถึง 55.1% โดยบล็อกที่ลูกค้าใช้มากที่สุดคือ Facebook เพราะฉะนั้นโรงแรมควรจะลองทำการตลาดที่ Facebook ก่อนเป็นที่แรก โดยทำเว็บไซต์ให้ดูน่าเชื่อถือ และสร้างสังคมโดยการตั้งหัวข้อสนทนาต่างๆ ให้ลูกค้าเข้ามาอ่านและแสดงความคิดเห็นหรือเขียนรีวิวต่างๆ เพื่อให้เกิดการบอกต่อ แต่ต้องหมั่นตรวจคอมเมนต์เชิงลบของลูกค้าให้ดี สุดท้ายจัดให้มีบทความต่างๆ ภายในเว็บไซต์เพื่อเป็นการดึงดูดให้มีคนมาเยี่ยมชมเว็บไซต์อย่างต่อเนื่อง ซึ่งเนื้อหาที่ดีต้องทันสมัยและมีความถูกต้องของข้อมูล เพื่อสร้างความสนใจให้ผู้อ่านอยากกลับมาอ่านอีก โดยไม่ควรนำเนื้อหามาจากเว็บอื่น ๆ

ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่าควรใช้บล็อกเป็นเพียงช่องทางการจัดจำหน่ายเท่านั้น เพราะเนื่องจากลูกค้าไม่สนใจข้อความที่มีการแสดงโปรโมชั่นต่างๆ ของโรงแรมบนบล็อก ซึ่งทางโรงแรมควรปรับปรุงบล็อกของโรงแรมให้มีเนื้อหาหลากหลาย ไม่ต้องแสดงรายละเอียดของราคา

หรือข้อมูลห้องพัก แต่อาจจะรีวิวกสถานที่หรือกิจกรรมต่างๆ โดยรอบของโรงแรม เพื่อเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาสำรองห้องพักกับทางโรงแรม

การใช้เสิร์จเอนจินเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายในการสำรองห้องพักโรงแรมปทุมวัน-ปรีนเซส

จากแบบสอบถามพบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ใช้ Google เป็นเสิร์จเอนจินในการค้นหาข้อมูลมากที่สุดถึง 58.36% ซึ่งการทำการตลาดผ่านทางเสิร์จเอนจินนั้นคือเวิร์ดถือว่าสำคัญเป็นอย่างมาก ซึ่งสามารถทำได้ 2 ทาง คือ

- ทำ Search Engine Optimization หรือ SEO ซึ่งเป็นหลักในการทำการตลาด โดยการปรับปรุงเว็บไซต์ด้วยเทคนิคต่างๆ เพื่อให้ติดอันดับต้นในคำสำคัญที่ต้องการค้นหา ผ่านทางเสิร์จเอนจินต่างๆ เช่น google และ yahoo เป็นต้น

- ทำโดยการจ่ายค่าโฆษณาหรือว่า Pay per click ซึ่งเป็นวิธีการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ที่สะดวกรวดเร็วและตรงตามความต้องการมากที่สุด โดยส่วนใหญ่จะคิดค่าบริการในลักษณะการนับจำนวนคลิก เช่น google adwords และ yahoo search marketing เป็นต้น

ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่าควรทำ Search Engine Optimization หรือ SEO มากกว่าการทำโดยการจ่ายค่าโฆษณาหรือว่า Pay per click เพราะเนื่องจากลูกค้าไม่เข้าเว็บไซต์ของโรงแรมที่มีการแสดงโปรโมชั่นต่างๆ ของโรงแรมบนเสิร์จเอนจิน ทางโรงแรมจึงควรทำ Search Engine Optimization หรือ SEO โดยการปรับปรุงเว็บไซต์ของโรงแรม เพื่อให้ติดอันดับต้นๆ ของการค้นหา

การใช้ประโยชน์อิเล็กทรอนิกส์ในการหาข้อมูลส่งเสริมการตลาดในการสำรองห้องพักโรงแรมปทุมวันปรีนเซส

จากแบบสอบถามจะพบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ยินดีรับข้อมูลต่างๆ ของทางโรงแรมไม่ว่าจะเป็นข้อมูลกิจกรรมและข้อมูลเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายต่างๆ แต่ลูกค้าส่วนใหญ่สนใจและอ่านไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีข้อความส่งเสริมการตลาด ซึ่งแนวทางในการทำการตลาดก็คือควรศึกษาวิธีการตั้งหัวข้อเรื่องและวิธีการเขียนไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ให้น่าสนใจ เพราะลูกค้าส่วนใหญ่

ใหญ่จะสนใจแต่เฉพาะไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีข้อมูลส่งเสริมการตลาด จึงควรตั้งหัวข้อเรื่อง และการเขียนไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ให้ลูกค้าสนใจ โดยเมื่อมีโปรโมชั่นห้องพักหรือกิจกรรมร่วมสนุกต่างๆ ก็ควรจะส่งไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ให้ลูกค้ารับทราบ เพื่อรักษารฐานลูกค้าปัจจุบันและ เพื่อให้เกิดการบอกต่อ โดยการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า ซึ่งจะสามารถสร้างผลกำไรได้อย่างต่อเนื่องและเกิดเป็นแบรนด์ loyalty แต่ปัจจุบันจะพบกับปัญหาการส่งไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ขยะ ซึ่งจะทำให้ลูกค้าอาจไม่ได้รับข้อมูลข่าวสาร เพราะฉะนั้นควรจะทำการระบบให้เป็น permission e-mail กล่าวคือลูกค้าต้องเป็นคนยอมรับให้ส่งไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ไปให้เอง เพื่อเป็นการไม่สร้างความรำคาญให้แก่ลูกค้าที่ใช้บริการ

การใช้แบนเนอร์โฆษณาในการหาข้อมูลส่งเสริมการตลาดในการสำรองห้องพักโรงแรมปทุมวันปรีนเซส

จากแบบสอบถามจะพบว่าลูกค้าอ่านหรือคลิกแบนเนอร์โฆษณาบนอินเทอร์เน็ตอย่างน้อย 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ แต่หลังจากได้อ่านแล้วพบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ไม่ได้สำรองห้องพัก ซึ่งอาจจะหมายความว่าแบนเนอร์ของโรงแรมปทุมวันปรีนเซสนั้นอาจจะยังมีข้อความโฆษณาที่ยังดึงดูดลูกค้าไม่ดีพอ ซึ่งจากแบบสอบถามจะพบว่าลูกค้าสนใจแบนเนอร์ที่มีข้อความส่งเสริมการตลาด ซึ่งวิธีการในการใช้แบนเนอร์โฆษณาทำการตลาดนั้นทำได้โดย เพิ่มจำนวนแบนเนอร์โฆษณาที่มีข้อความโฆษณาที่ดึงดูดน่าสนใจ เช่น ข้อความส่งเสริมการตลาด และออกแบบแบนเนอร์โฆษณาให้สวยงาม โดยทำหลายๆ รูปแบบ ซึ่งอาจจะมีกราฟิกหรือวิดีโอ ช่วยในการนำเสนอ โดยต้องให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้ใช้งาน การเลือกลงแบนเนอร์โฆษณาก็ควรลงกับเว็บที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวหลายๆ เว็บไซต์ และเลือกลงกับเว็บที่มีผู้เข้าเยี่ยมชมเป็นจำนวนมาก สุดท้ายเมื่อทำแล้ว ต้องมีการวัดผลโดยวัดผลด้วยวิธี Click-through Rate