

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย ซึ่งรัฐบาลได้ให้ความสำคัญโดยกำหนดให้มีแผนยุทธศาสตร์ที่ถูกต้อง และมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างจริงจังให้เป็นแหล่งรายได้หลักที่สำคัญของประเทศ ธุรกิจโรงแรมมีความสัมพันธ์กับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในฐานะที่เป็นสถานที่อำนวยความสะดวกสบายด้านที่พัก และศูนย์รวมการบริการต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อนักท่องเที่ยว ทิศทางการท่องเที่ยวในของไทยในปี 2556 จะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติ เดินทางเข้าประเทศ ประมาณ 24.5 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.0 หากเปรียบเทียบกับปี 2555 โดยคาดว่าจะรายได้เข้าประเทศ ประมาณ 1.06 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.0 โดยค่าใช้จ่ายในด้านต่างๆ ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ระหว่างที่พำนักรักท่องเที่ยวอยู่ในประเทศไทย ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า จะก่อให้เกิดรายได้สะพัดสู่ธุรกิจด้านการท่องเที่ยวและธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้อง เนื่องของไทยในปี 2555 คิดเป็นมูลค่าประมาณ 926,500 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 19.4 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2556 : ออนไลน์)

อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งที่ได้รับคามนิยมนทั้งจากชาวไทย และชาวต่างชาติ เนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติทางทะเลที่สวยงาม ทางประวัติศาสตร์ และ กิจกรรม นันทนาการมากมาย ดังจะเห็นได้จากข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสมุยในปี พ.ศ. 2555 มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 204,692 คน ชาวต่างชาติจำนวน 1,031,767 คน โดยในปี พ.ศ. 2554 มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 130,991 คน ชาวต่างชาติจำนวน 700,502 คน เปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2554 และ พ.ศ. 2555 มีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นทั้งสิ้นคิดเป็นร้อยละ 48.70 ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติ โดยในปี พ.ศ. 2555 นักท่องเที่ยวต่างชาติคิดเป็นร้อยละ 83 และชาวไทย ร้อยละ 17 และมีรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติคิดเป็นมูลค่าประมาณ 17,679.58 ล้านบาท (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2556: ออนไลน์)

ธุรกิจโรงแรมและที่พักเป็นธุรกิจหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวจะเห็นได้ว่าจากสถิติด้านการพักแรมของอำเภอเกาะสมุยจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่าจำนวนห้องพักมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น โดยในปี 2552 มีจำนวน มีจำนวนห้องพักจำนวน 11,144 ห้อง และในปี 2555 มีจำนวนห้องพัก

เพิ่มขึ้นเป็น 17,479 ห้อง (ที่ทำการปกครองอำเภอเกาะสมุย, 2555) โดยประเภทที่พักเป็นโรงแรม เกสท์เฮาส์ บังกะโล/รีสอร์ท และ ที่พักในอุทยานแห่งชาติ โดยนักท่องเที่ยวมีระยะเวลาการเข้าพักเฉลี่ย 6-7 วัน โดยนักท่องเที่ยวมีอัตราการเข้าพักโรงแรมในปี 2555 คิดเป็นร้อยละ 68 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2555: ออนไลน์) จากสถิติดังกล่าวจะเห็นได้ว่าการแข่งขันของธุรกิจที่พัก โดยเฉพาะโรงแรมมีการแข่งขันกันเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากอัตราการเพิ่มขึ้นจำนวนห้องพัก ดังนั้น ธุรกิจโรงแรมจำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการแข่งขัน โดยเฉพาะกลยุทธ์ด้านคุณภาพการให้บริการเพื่อรักษาลูกค้าเดิมและเพิ่มฐานลูกค้าใหม่ เพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อรายได้ของธุรกิจ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2555: ออนไลน์)

โรงแรมละไม อินน์ 99 บังกะโล เป็นโรงแรมระดับ 3 ดาว มีจำนวนห้องพัก 80 ห้อง เปิดให้บริการเมื่อปีพ.ศ. 2525 มีการบริการอาหารและเครื่องดื่ม ตลอด 24 ชั่วโมง โดยเป็นห้องพักแบบค้ำคืน อัตราค่าห้องพักตั้งแต่ 1,150 บาท จนถึง 3,800 บาท มีลูกค้ามาใช้บริการประมาณ 180 รายต่อเดือน (ทะเบียนผู้เข้าพักโรงแรมโรงแรมละไม อินน์ 99 บังกะโล , 2556) โดยลูกค้าส่วนใหญ่ของโรงแรมเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาด้วยตนเองโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติร้อยละ 70 และชาวไทยร้อยละ 30 ผลการดำเนินงานโดยรวมมีรายได้เพิ่มขึ้นในทุกๆปี แต่โดยรวมยังถือว่าการเจริญเติบโตของธุรกิจเป็นไปค่อนข้างช้า อันเป็นผลมาจากปัจจัยต่าง ๆ ภายในในหลาย ๆ ด้าน นอกจากนี้ยังมีโรงแรมอีกหลายแห่งที่เปิดให้บริการในพื้นที่เดียวกันจึงทำให้การแข่งขันของธุรกิจโรงแรมในเขตนี้สูงขึ้น ปัจจุบันโรงแรมจึงได้มีการปรับปรุงในห้องพักให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกมากขึ้นโดยมีโต๊ะตู้ เตียง โซฟา ที่วีขนาด 29 นิ้วพร้อมช่องรับสัญญาณดาวเทียม และรายการพิเศษตลอด 24 ชั่วโมง มีอ่างอาบน้ำพร้อมเครื่องทำน้ำร้อน และโทรทัศน์ติดต่อภายในทุกห้อง และ Wifi เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าอีกทั้งยังเน้นที่บรรยากาศ ความปลอดภัย ความสะอาด สุขลักษณะ และปรับปรุงทางด้านการให้บริการของบุคลากรและมีการประชาสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้นเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในตลาด

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้ศึกษาจึงความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการโรงแรมละไม อินน์ 99 บังกะโล ซึ่งหากโรงแรม ละไม อินน์ 99 บังกะโล สามารถเลือกใช้กลยุทธ์ วิธีการ และเครื่องมือในการให้บริการได้ตรงตามความคาดหวังของลูกค้าทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจก็จะสามารถกระตุ้นให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งความรู้ที่ได้รับสามารถนำมาใช้ในการวางแผนการดำเนินงานด้านกลยุทธ์การให้บริการแก่ลูกค้าอย่างมีคุณภาพ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานของโรงแรมละไม อินน์ 99 บังกะโล เพื่อใช้เป็นแนวทางและพัฒนากลยุทธ์การบริการที่เหมาะสมต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของโรงแรมละไม อินน์ 99 บังกะโล อำเภอกะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ โรงแรมละไมอินน์ 99 บังกะโล อำเภอกะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี
2. สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนและปรับปรุงกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้อง กับความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการของโรงแรมละไม อินน์ 99 บังกะโล

1.4 นิยามศัพท์

ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง ความรู้สึกหลังการซื้อหรือรับบริการของลูกค้า ที่มาใช้บริการโรงแรมละไม อินน์ 99 บังกะโล ต่อส่วนประสมการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้าน ราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลหรือพนักงาน ด้าน กระบวนการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ลูกค้า หมายถึง ผู้ที่มาใช้บริการที่พักของโรงแรมละไม อินน์ 99 บังกะโล อย่างน้อย 1 คืน

ส่วนประสมการตลาดบริการ หมายถึง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ใช้เป็นกล ยุทธ์การตลาดสำหรับการบริการโรงแรม ทั้ง 7 ด้าน ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย/สถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลหรือพนักงาน ด้านกระบวนการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

โรงแรมละไม อินน์ 99 บังกะโล หมายถึง โรงแรมระดับ 3 ดาว มีห้องพักจำนวน 80 ห้อง เปิดให้บริการตลอดเวลา 24 ชั่วโมง โดยเก็บค่าเช่าห้องเป็นรายวัน ตั้งอยู่เลขที่ 109/11 หมู่ 3 ต. มะเร็ต ละไม, อำเภอกะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี