

**แนวทางการเพิ่มยอดการใช้บริการของฝ่ายจัดเลี้ยงประชุมสัมมนา
โรงแรมธารน้ำแข็ง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น**
**GUIDELINES TO INCREASE SALE VOLUME OF THE BANQUET DEPARTMENT
FOR THE GLACIER HOTEL, MUANG DISTRICT, KHON KAEN PROVINCE**

พรรณประภา เนียมเงิน¹
วินิต ชินสุวรรณ²

บทคัดย่อ

รายงานการศึกษานี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการเพิ่มยอดการใช้บริการของฝ่ายจัดเลี้ยงประชุมสัมมนา โรงแรมธารน้ำแข็ง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เนื่องจากห้องจัดเลี้ยงประชุมสัมมนาของโรงแรมยังมีผู้ใช้บริการไม่เต็มศักยภาพที่สามารถให้บริการได้ จึงมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการห้องจัดเลี้ยงประชุมสัมมนาของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการห้องจัดเลี้ยงประชุมสัมมนาของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และกำหนดแนวทางการเพิ่มยอดการใช้บริการของฝ่ายจัดเลี้ยงประชุมสัมมนาโรงแรมธารน้ำแข็ง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 400 คน ทำการศึกษากับผู้ที่เคยใช้บริการและไม่เคยใช้บริการ โดยแบ่งเป็นกลุ่มละ 200 คน ผลจากแบบสอบถามส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุไม่เกิน 30 ปี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรม พบว่า ผู้ใช้บริการเป็นหน่วยงานเอกชนมากที่สุด จะจัดเลี้ยงการสัมมนา จำนวนผู้เข้าร่วมงานแต่ละครั้งโดยเฉลี่ยต่ำกว่า 500 คน ส่วนใหญ่ใช้วันในการจัดเลี้ยง จำนวน 1 วัน ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อคนต่ำกว่า 500 บาท เลือกชำระเงินเป็นเงินสด ลูกค้ารู้จักโรงแรมผ่านทางสื่อวิทยุ เหตุผลสำคัญที่เลือกใช้บริการโรงแรมธารน้ำแข็งการเดินทางไปมาสะดวก ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โดยให้ความสำคัญระดับเท่าๆกันคือสำคัญมาก นำมาวางแผนกลยุทธ์การตลาดเพื่อเพิ่มยอดการใช้บริการของฝ่ายจัดเลี้ยงประชุมสัมมนาโรงแรมธารน้ำแข็งจำนวน 4 โครงการ ซึ่งคาดว่าจะเพิ่มยอดการใช้บริการของฝ่ายจัดเลี้ยงได้ในปี 2558

คำสำคัญ : แนวทางการเพิ่มยอดการใช้บริการ พฤติกรรมการใช้บริการจัดเลี้ยง ปัจจัยการตลาด

Abstract

The study is about the way to increase the number of customer of catering and partying of Tannumkang Hotel in Mueang, Khonkaen because the service does not have that much of customers who use the service to match the full potential of the service. According to that the study aims to investigate the customers' behavior and factors that influencing the decision making process of the customers to use the service then propose the guideline to increase the sale volume. The research's tool was questionnaire with 400 participants, was conducted to those customer who has and has not used, 200 each. The result shows that most of the respondents are female with the aged more than 30 years old and being an office worker, average salary between 10,000 to 20,000 Thai Baht. In the behavior factors, the respondents are from the private company with the size of the guest under 500 persons with take one day times for the party, average price per person lower than 500 Thai Baht and pay by cash. The customers heard about the hotel by radio advertising and the reason to choose the service from the hotel is the convenient of transportation. Lastly, marketing factors that affect the decision making process,

¹ วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ (MBA) มหาวิทยาลัยขอนแก่น

211 หมู่ 7 อำเภอภูเขียว จังหวัดชัยภูมิ 36110 +66-(0) 9-1867-0775 acaiberry@hotmail.co.th

² รองศาสตราจารย์ วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น



the result shows that the customer see the importance equally with result to the 4 guideline to increase the sale. Hopefully that those will help to increase the sale volume of the hotel in 2015.

Keywords : Guideline to increase the number of service, Consumer behavior, Marketing Mix

บทนำ

โรงแรมธารน้ำแข็ง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เริ่มเปิดให้บริการตั้งแต่ ปี 2555 ตั้งอยู่เลขที่ 141 ถนนประชาสำราญ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น 40000 โรงแรมธารน้ำแข็งตั้งอยู่ใจกลางเมืองขอนแก่น การคมนาคมสะดวก สบาย มีรถรับ-ส่งไว้บริการโรงแรมธารน้ำแข็งมีห้องพักที่มีพื้นที่กว้างขวาง จำนวน 72 ห้อง ที่ถูกออกแบบให้มีพื้นที่การใช้ชีวิตที่แตกต่างกันนอกจากห้องพักแล้วทางโรงแรมยังให้บริการห้องประชุมและจัดเลี้ยงบาร์ ภัตตาคารและสระว่ายน้ำไว้บริการ (โรงแรมธารน้ำแข็ง, 2555)

โรงแรมธารน้ำแข็งมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่มีการเดินทางมาติดต่อธุรกิจหรือจัดการประชุม สัมมนา จัดเลี้ยง ที่ต้องการความสะดวกสบาย มีรสนิยมในการเลือกที่พักที่มีความทันสมัย ชอบบริการที่ดีในราคาที่ประหยัดค่าใช้จ่าย และกลุ่มสำนักงาน หน่วยงานข้าราชการทุกหน่วยงานที่มีงบประมาณในการจัดอบรม กลุ่มบริษัทนำเที่ยวหรือเอเจนซีทัวร์ท่องเที่ยวที่พานักท่องเที่ยวมาเที่ยวชมจังหวัดขอนแก่น หรือเดินทางผ่านแล้วต้องการที่พักที่ทันสมัยครบวงจร สะอาด สะดวกสบาย และขอใช้บริการที่ดี

จากการดำเนินการของโรงแรมในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา ถึงแม้จะมีรายได้จากห้องจัดเลี้ยงเพิ่มขึ้นทุกปี แต่ยังไม่เต็มศักยภาพโดยคิดเป็นเพียงร้อยละ 38.63 46.03 และ 46.57 ในปี 2555 2556 และปี 2557 ตามลำดับ ประกอบกับโรงแรมยังไม่มีแนวทางเพิ่มยอดการใช้บริการดังกล่าว ศึกษาในฐานะผู้ปฏิบัติงานของโรงแรมธารน้ำแข็ง จึงสนใจศึกษาพฤติกรรมการใช้ห้องจัดเลี้ยงประชุมสัมมนาและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการจัดเลี้ยงประชุมสัมมนา เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้มาใช้เป็นแนวทางการเพิ่มยอดการใช้บริการของฝ่ายจัดเลี้ยงประชุมสัมมนาโรงแรมธารน้ำแข็ง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการห้องจัดเลี้ยงประชุมสัมมนาของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการห้องจัดเลี้ยงประชุมสัมมนาของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
2. เพื่อกำหนดแนวทางการเพิ่มยอดการใช้บริการของฝ่ายจัดเลี้ยงประชุมสัมมนาโรงแรมธารน้ำแข็ง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

วิธีดำเนินงาน

1. การศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการห้องจัดเลี้ยงประชุมสัมมนาและปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการห้องจัดเลี้ยงประชุมสัมมนาของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ คือ ผู้ที่เลือกใช้บริการห้องจัดเลี้ยงโรงแรมธารน้ำแข็ง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น โดยใช้สูตรคำนวณหากลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร ใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% จึงใช้กลุ่มตัวอย่าง 400 ราย [1]

1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ทำการศึกษาจากงานวิจัย ตำรา ทฤษฎีและเอกสารที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม หลังจากนั้นนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมงานวิจัย โดยประยุกต์ใช้ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค ทฤษฎีส่วนประสมการตลาด ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป จำนวน 4 ประเด็นได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมในการใช้บริการในการจัดเลี้ยง ประกอบด้วยคำถาม 9 ประเด็น ได้แก่ ประเภทผู้ให้บริการ ประเภทจัดเลี้ยง จำนวนผู้เข้าร่วมงาน จำนวนวันในการจัดเลี้ยง ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย วิธีการชำระเงิน ความถี่ในการใช้บริการ สื่อในการเข้าถึง เหตุผลที่เลือกใช้บริการ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมธารน้ำแข็ง

แบบสอบถามส่วนนี้สอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมธารน้ำแข็งเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยมีค่าคะแนนเป็น 5 ระดับ มากที่สุด (5 คะแนน) มาก (4 คะแนน) ปานกลาง (3 คะแนน) น้อย (2 คะแนน) น้อยที่สุด (1คะแนน) [1]

1.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

เนื่องจากการเพิ่มยอดการใช้บริการของ โรงแรมธารน้ำแข็ง โฮเต็ล นั้น เพิ่มยอดการใช้บริการ ทั้งจากลูกค้าเก่าที่กลับมาใช้บริการซ้ำ และกลุ่มลูกค้าใหม่ที่ไม่เคยใช้บริการจัดเลี้ยงประชุมสัมมนา กับโรงแรมธารน้ำแข็ง ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงทำการเก็บแบบสอบถามจากทั้ง 2 กลุ่ม คือ กลุ่มลูกค้าเก่า และกลุ่มลูกค้าใหม่ที่ยังไม่เคยใช้บริการ กลุ่มละ 200 คน รวมเป็นเก็บแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน

การสุ่มตัวอย่าง ทำการสุ่มตัวอย่างโดยอาศัยความสะดวก (Convenience Sampling) โดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่มีเวลาและเต็มใจจะตอบแบบสอบถามและกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้กรอกคำตอบในแบบสอบถามด้วยตนเอง (Self-Administered Questionnaires) โดยจะดำเนินการเก็บข้อมูลจนกว่าจะได้แบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด

1.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลจากแบบสอบถามมาทำการรวบรวมตรวจสอบความสมบูรณ์ และใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการคำนวณและประมวลผล ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ความถี่ (Frequency) และอัตราร้อยละ (Percentage) มาวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

3.1) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ต่อเดือน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) อัตราร้อยละ (Percentage)

3.2) ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการห้องจัดเลี้ยงประชุมสัมมนาของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด มีตัวเลือกให้ตอบ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) อัตราร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้โปรแกรม SPSS (Statistical Packages of the Social Science) Version 19

3.3) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการห้องจัดเลี้ยง เป็นแบบสอบถามในการวิเคราะห์ข้อมูล คือค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) นำค่าที่ได้สำหรับการแปลความหมายผลการศึกษา โดยใช้เกณฑ์ในการตัดสินใจ ระดับความสำคัญ ตามแนวทางของ เบสท์ (Best) จากค่าเฉลี่ยที่ได้ ดังนี้ [2]

ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
4.21 - 5.00	มากที่สุด
3.41 - 4.20	มาก
2.61 - 3.40	ปานกลาง
1.81 - 2.60	น้อย
1.00 - 1.80	น้อยที่สุด

2. การศึกษาที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางการเพิ่มยอดการใช้บริการของฝ่ายจัดเลี้ยงประชุมสัมมนาโรงแรมธารน้ำแข็ง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

แนวทางการเพิ่มยอดการใช้บริการของฝ่ายจัดเลี้ยงประชุมสัมมนาโรงแรมธารน้ำแข็ง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เป็นการนำผลการศึกษาพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการจัดเลี้ยงประชุมสัมมนาและปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจัดเลี้ยงประชุมสัมมนาของผู้บริโภค มาวิเคราะห์ร่วมกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน วิเคราะห์อุตสาหกรรม วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค จากนั้นนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลในด้านต่างๆ มาประกอบกับข้อมูลที่ได้จากการศึกษาพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการจัดเลี้ยงประชุมสัมมนาและปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจัดเลี้ยงประชุมสัมมนาของผู้บริโภค แล้วนำมากำหนดเป็นแนวทางการเพิ่มยอดการใช้บริการของฝ่ายจัดเลี้ยงประชุมสัมมนาโรงแรมธารน้ำแข็ง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ต่อไป

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการห้องจัดเลี้ยงประชุมสัมมนา

จากข้อมูลแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าที่เคยใช้บริการของฝ่ายจัดเลี้ยงประชุมสัมมนาโรงแรมธารน้ำแข็ง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 54.30) อายุไม่เกิน 30 ปี (ร้อยละ 42.30) อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 26.50) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท (ร้อยละ 69.50) ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการจัดเลี้ยงประชุมสัมมนา พบว่าประเภทของผู้ใช้บริการเป็นหน่วยงานเอกชน (ร้อยละ 44.80) ประเภทของการจัดเลี้ยงการประชุม (ร้อยละ 44.80) จำนวนผู้เข้าร่วมงานแต่ละครั้งโดยเฉลี่ยต่ำกว่า 50 คน (ร้อยละ 49.30) จำนวนวันที่ใช้ในการจัดเลี้ยง จำนวน 1 วัน (ร้อยละ 57.30) ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อคนต่ำกว่า 500 บาทต่อคน (ร้อยละ 49.30) วิธีการชำระเงินที่เลือกใช้มากที่สุดชำระเป็นเงินสด (ร้อยละ 53.00) ความถี่ในการเลือกใช้บริการห้องจัดเลี้ยง 1 ครั้งต่อปี (ร้อยละ 55.80) ลูกค้ารู้จักโรงแรมผ่านทางสื่อวิทยุ (ร้อยละ 33.00) เหตุผลสำคัญที่เลือกใช้บริการโรงแรมธารน้ำแข็งการเดินทางไปมาสะดวก (ร้อยละ 31.50) ข้อมูลพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าที่ไม่เคยใช้บริการโรงแรมธารน้ำแข็ง ผู้ใช้บริการเป็นหน่วยงานเอกชนมากที่สุด (ร้อยละ 48.00) ประเภทการจัดเลี้ยงโดยจัดประชุมมากที่สุด (ร้อยละ 47.50) จำนวนผู้เข้าร่วมงานแต่ละครั้งโดยเฉลี่ยต่ำกว่า 50 คน (ร้อยละ 61.00) ส่วนใหญ่ใช้วันในการจัดเลี้ยง จำนวน 1 วัน (ร้อยละ 53.00) ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อคน 501-800 บาท (ร้อยละ 56.00) ลูกค้าจะเลือกชำระเงินเป็นเงินสด (ร้อยละ 49.50) ความถี่ในการใช้บริการห้องจัดเลี้ยง 1 ครั้งต่อปี (ร้อยละ 57.50) ลูกค้ารู้จักโรงแรมผ่านทางวิทยุ (ร้อยละ 63.00) เหตุผลสำคัญที่เลือกใช้บริการโรงแรม การเดินทางไปมาสะดวก (ร้อยละ 32.00)

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ กรณีกลุ่มลูกค้าที่เคยใช้บริการของฝ่ายจัดเลี้ยงประชุมสัมมนาโรงแรมธารน้ำแข็ง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น โดยให้ความสำคัญระดับเท่าๆกันคือสำคัญมาก ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญโรงแรมมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ ด้านราคา ให้ความสำคัญกำหนดราคาเหมาะสมกับคุณภาพและบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ให้ความสำคัญลูกค้าชมสถานที่จริงได้ ด้านการส่งเสริมการตลาด ให้ความสำคัญ ด้านการให้บริการรับส่ง ด้านบุคลากร ให้ความสำคัญพนักงานอัยาศัยดี ดูแลเอาใจใส่ลูกค้า ด้านกระบวนการ ให้ความสำคัญ ระบบรักษาความปลอดภัยภายในโรงแรม และด้านลักษณะทางกายภาพ ให้ความสำคัญ เครื่องมือ อุปกรณ์ต่างๆทันสมัย กรณีกลุ่มลูกค้าที่ไม่เคยใช้บริการของฝ่ายจัดเลี้ยงประชุมสัมมนา

โรงแรมธารน้ำแข็ง โดยให้ความสำคัญระดับเท่าๆกันคือสำคัญมาก ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญ ห้องจัดเลี้ยง มีหลายขนาดหลายแบบ ด้านราคา ให้ความสำคัญ ราคาถูกกว่าคู่แข่ง ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีการจัดส่ง พนักงานออกไปพบปะลูกค้า ด้านการส่งเสริมการตลาด ให้ความสำคัญ มีหลายแพ็คเกจให้เลือกใช้บริการ ด้านบุคลากร พนักงานมีทักษะ ความรู้ความชำนาญในการจัดสถานที่ตกแต่งห้องจัดเลี้ยง ด้านกระบวนการ ให้ความสำคัญ ระบบรักษาความปลอดภัยภายในโรงแรม และด้านลักษณะทางกายภาพ ให้ความสำคัญ มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน

2. ผลการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายนอก

ในสภาวะที่เศรษฐกิจตกต่ำ รัฐบาลกระตุ้นเศรษฐกิจ สนับสนุนการท่องเที่ยว อัตราการเติบโตการเข้าพักของโรงแรมเพิ่มสูงขึ้น ประกอบกับบริษัทต่างๆ จัดการอบรม สัมมนาในโรงแรมมากขึ้น เนื่องจากรองรับลูกค้าได้จำนวนมาก และสะดวกสบาย ในขณะที่วัฒนธรรมตะวันตกแพร่ขยายเข้ามาในสังคมไทยมากขึ้น การดำเนินชีวิตตามแบบตะวันตกจึงเป็นการดำรงชีวิตของคนไทยในปัจจุบันและโดยเฉพาะการท่องเที่ยวของชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีมากขึ้นและคนไทยก็นิยมท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นด้วยเช่นกันสังคมไทยในปัจจุบันนิยมการจัดเลี้ยงฉลอง ส่งผลกระทบต่อธุรกิจให้บริการที่พักที่จัดเลี้ยงสังสรรค์ มีรายได้สูงขึ้นเนื่องจากวิถีการดำเนินชีวิตของคนในปัจจุบันที่นิยมการท่องเที่ยวและจัดงานรื่นเริง เทคโนโลยีจึงส่งผลดีสำหรับการจัดเก็บข้อมูลของผู้เข้าใช้บริการของโรงแรมทำให้มีข้อมูลที่ถูกต้อง การให้บริการที่รวดเร็ว ทั้งการจองห้องพัก ห้องจัดเลี้ยงผ่านระบบอินเทอร์เน็ต สามารถเห็นสถานที่จริงได้ผ่านทางหน้าเว็บไซต์ของโรงแรมได้เมื่อผู้ที่ต้องการจะจองห้องพักห้องจัดเลี้ยงต้องการก็สามารถทำได้อย่างง่ายดายและรวดเร็วจึงทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจ

3. ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน

การแข่งขันระหว่างธุรกิจของโรงแรมใน อ.เมือง จ.ขอนแก่น เพิ่มสูงขึ้น อันเนื่องมาจากมีโรงแรมจำนวนมากถึง 69 แห่ง ซึ่งแต่ละโรงแรมมีการแข่งขันกัน โดยจัดโปรโมชั่น เน้นด้านราคา ตัดราคาห้องพักพักรวมจัดเลี้ยงให้ต่ำกว่าโรงแรมอื่นๆเพื่อดึงดูดผู้เข้าใช้บริการ ทำให้ภัยคุกคามจากคู่แข่งมีผลกระทบอย่างมากในธุรกิจ ธุรกิจโรงแรมนี้ยากแก่การเข้ามา เพราะเป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนสูงมาก และต้องใช้ทำเลที่ดี โรงแรมที่มีจำนวนมาก ทำให้ลูกค้ามีอำนาจต่อรองสูงขึ้น ทางผู้จัดส่งวัตถุดิบมีน้อย เนื่องจากในปัจจุบัน ผู้จัดส่งวัตถุดิบด้านอาหารและเครื่องดื่มมีมากมาย

4. ผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภาวะคุกคาม

จุดแข็ง คือ โรงแรมตั้งอยู่กลางเมือง ติดกับสถานที่ท่องเที่ยวแหล่งบันเทิง ใกล้แหล่งชุมชน ใกล้ศูนย์การค้า ทำให้ผู้ที่สนใจเดินทางสะดวก ใช้บริการห้องจัดเลี้ยงที่มีการตกแต่งห้องโดนเด่น มีสไตล์ เป็นเอกลักษณ์ และยังมีห้องจัดเลี้ยงหลายขนาด สามารถรองรับลูกค้าจำนวนมาก

จุดอ่อน คือ มีสถานที่จอดรถน้อยไม่เพียงพอสำหรับใช้บริการเมื่อมีผู้เข้ามาใช้บริการจำนวนมาก อาหารสำหรับจัดงานเลี้ยงมีให้เลือกน้อยระบบอินเทอร์เน็ตมีปัญหาในช่วงที่มีการเข้าใช้ระบบจำนวนมาก เนื้อที่ของโรงแรมมีอยู่อย่างจำกัดทำให้ไม่สามารถขยายในส่วนห้องจัดเลี้ยงประชุมสัมมนาเพิ่มได้ในอนาคต

โอกาส คือ นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลให้ประชาชนท่องเที่ยวในประเทศเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้เกิดการจองห้องพักและห้องจัดเลี้ยงเพิ่มสูงขึ้น

ภาวะคุกคาม คือ ธุรกิจโรงแรมมีการขยายตัวเพิ่มสูงขึ้น ทำให้อำนาจต่อรองของลูกค้ามีมากขึ้น แต่ละโรงแรมมีการส่งเสริมการตลาดที่แตกต่างกัน โรงแรมที่บริการดีกว่า ต้นทุนและค่าใช้จ่ายต่ำกว่าจะสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

แนวทางการเพิ่มยอดการใช้บริการของฝ่ายจัดเลี้ยงประชุมสัมมนาโรงแรมธารน้ำแข็ง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

ผู้ศึกษาได้กำหนดแนวทางการเพิ่มยอดการใช้บริการของฝ่ายจัดเลี้ยงประชุมสัมมนา จำนวน 4 โครงการ ได้แก่ โครงการที่ 1 เพิ่มแพ็คเกจจัดงาน โครงการที่ 2 การลงพื้นที่โดยใช้พนักงานขาย โครงการที่ 3 การฝึกอบรมพนักงาน และโครงการที่ 4 ทำแอปพลิเคชันของโรงแรม โดยมีงบประมาณในการดำเนินการ 46,000 บาท หลังจากดำเนินการคาดว่าจะยอดการใช้บริการของฝ่ายจัดเลี้ยงประชุมสัมมนาโรงแรมธารน้ำแข็ง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่นจากปี 2557 จำนวนวันในการจัดเลี้ยง 170 วัน ยอดขาย 4,000,000 บาท จะเพิ่มเป็น 190 วัน ยอดขาย 4,480,000 บาท ของยอดการใช้บริการปี 2558

สรุป

แนวทางการเพิ่มยอดการใช้บริการของฝ่ายจัดเลี้ยงประชุมสัมมนาโรงแรมธารน้ำแข็ง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น มีวัตถุประสงค์จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการห้องจัดเลี้ยงประชุมสัมมนาของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการห้องจัดเลี้ยงประชุมสัมมนาของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และกำหนดแนวทางการเพิ่มยอดการใช้บริการของฝ่ายจัดเลี้ยงประชุมสัมมนาโรงแรมธารน้ำแข็ง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น โดยจัดทำแบบสอบถามทั้งหมด 400 ชุด ทำการศึกษาลูกค้าที่เคยและไม่เคยใช้บริการของฝ่ายจัดเลี้ยงประชุมสัมมนาโรงแรมธารน้ำแข็ง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุไม่เกิน 30 ปี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ข้อมูลพฤติกรรม การใช้บริการจัดเลี้ยงประชุมสัมมนากรณีกลุ่มลูกค้าที่เคยใช้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการเป็นหน่วยงานเอกชนมากที่สุด จะจัดเลี้ยงการสัมมนา จำนวนผู้เข้าร่วมงานแต่ละครั้งโดยเฉลี่ยต่ำกว่า 50 คน ส่วนใหญ่ใช้วันในการจัดเลี้ยง จำนวน 1 วัน ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อคนต่ำกว่า 500 บาท ลูกค้าจะเลือกชำระเงินเป็นเงินสด เข้ามาเลือกใช้บริการห้องจัดเลี้ยง 1 ครั้งต่อปี ลูกค้ารู้จักโรงแรมผ่านทางป้ายโฆษณา เหตุผลสำคัญที่เลือกใช้บริการโรงแรมการเดินทางไปมาสะดวก ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการจัดเลี้ยงประชุมสัมมนากรณีกลุ่มลูกค้าที่ไม่เคยใช้บริการโรงแรมธารน้ำแข็งการเดินทางไปมาสะดวก ผู้ใช้บริการเป็นหน่วยงานเอกชนมากที่สุด จะใช้ในการจัดประชุม จำนวนผู้เข้าร่วมงานแต่ละครั้งโดยเฉลี่ยต่ำกว่า 50 คน ส่วนใหญ่ใช้วันในการจัดเลี้ยง จำนวน 1 วัน ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อคนต่ำกว่า 501-800 บาท ลูกค้าจะเลือกชำระเงินเป็นเงินสด เข้ามาเลือกใช้บริการห้องจัดเลี้ยง 1 ครั้งต่อปี ลูกค้ารู้จักโรงแรมผ่านทางวิทยุ เหตุผลสำคัญที่เลือกใช้บริการโรงแรม การเดินทางไปมาสะดวก ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ กรณีกลุ่มลูกค้าที่เคยใช้บริการของฝ่ายจัดเลี้ยงประชุมสัมมนาโรงแรมธารน้ำแข็ง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น โดยให้ความสำคัญระดับเท่าๆกันคือสำคัญมาก ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญโรงแรมมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ ด้านราคา ให้ความสำคัญกำหนดราคาเหมาะสมกับคุณภาพและบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ให้ความสำคัญลูกค้าชมสถานที่จริงได้ ด้านการส่งเสริมการตลาด ให้ความสำคัญ ด้านการให้บริการรถรับส่ง ด้านบุคลากร ให้ความสำคัญพนักงานอภัยยศดี ดูแลเอาใจใส่ลูกค้า ด้านกระบวนการ ให้ความสำคัญ ระบบรักษาความปลอดภัยภายในโรงแรม และด้านลักษณะทางกายภาพ ให้ความสำคัญ เครื่องมือ อุปกรณ์ต่างๆทันสมัย ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการกรณีกลุ่มลูกค้าที่ไม่เคยใช้บริการของฝ่ายจัดเลี้ยงประชุมสัมมนาโรงแรมธารน้ำแข็ง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น โดยให้ความสำคัญระดับเท่าๆกันคือสำคัญมาก ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญ ห้องจัดเลี้ยงมีหลายขนาดหลายแบบ ด้านราคา ให้ความสำคัญ ราคาถูกกว่าคู่แข่ง ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีการจัดส่งพนักงานออกไปพบปะลูกค้า ด้านการส่งเสริมการตลาด ให้ความสำคัญ

สำคัญ มีหลายแพ็คเกจให้เลือกใช้บริการ ด้านบุคลากร พนักงานมีทักษะ ความรู้ความชำนาญในการจัดสถานที่ ตกแต่งห้องจัดเลี้ยง ด้านกระบวนการ ให้ความสำคัญ ระบบรักษาความปลอดภัยภายในโรงแรม และด้านลักษณะทางกายภาพ ให้ความสำคัญ มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน

จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไปของธุรกิจ รัฐบาลที่สนับสนุนการท่องเที่ยว มีการเติบโตของเม็ดเงินในเศรษฐกิจของธุรกิจการท่องเที่ยว ส่งผลให้โรงแรมมีการขยายขยาย การเติบโตที่ดีขึ้น ประกอบกับเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าทำให้ลูกค้าสามารถเลือกชมสินค้า และห้องจัดเลี้ยงได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว สภาพการแข่งขันของธุรกิจ เนื่องจากธุรกิจด้านโรงแรมใช้เงินลงทุนสูง ทำให้ยากต่อการเข้ามาในอุตสาหกรรมนี้ ในจังหวัดขอนแก่นมีโรงแรมจำนวนมาก ลูกค้ามีอำนาจต่อรองมากขึ้น การบริการที่ดี ทันสมัย จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก การวางแผนการตลาดได้ 4 โครงการ ซึ่งคาดว่าจะสามารถเพิ่มยอดการใช้บริการของฝ่ายจัดเลี้ยงประชุมสัมมนาโรงแรมธารน้ำแข็งอำเภอเมือง ได้ในปี 2558

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษา

การนำเสนอควรศึกษาข้อมูลสม่ำเสมอ อันเนื่องมาจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป

ข้อเสนอแนะสำหรับ ฝ่ายจัดเลี้ยงประชุมสัมมนาโรงแรมธารน้ำแข็ง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

ฝึกอบรมพนักงานในการให้บริการกับลูกค้าให้ได้ตามมาตรฐานของโรงแรม และฝึกให้พนักงานทำงานอย่างเต็มประสิทธิภาพ และจัดพนักงานให้เพียงพอกับการให้บริการกับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ

การเพิ่มเมนูอาหารสำหรับการจัดเลี้ยงให้มีความหลากหลายเพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกเมนูอาหารได้ตรงตามความต้องการมากขึ้น

การแก้ไขปัญหาระบบอินเทอร์เน็ตเมื่อลูกค้าเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตของโรงแรมจำนวนมากให้เกิดความเสถียรรองรับการใช้งานโดยไม่ติดขัดหรือระบบล่ม

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษานี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เพราะผู้เขียนได้รับคำแนะนำและรับความช่วยเหลือจากอาจารย์ที่ได้สละเวลาอันมีค่าให้คำปรึกษาและให้ข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการจัดทำการศึกษาในครั้งนี้ตลอดจนได้กรุณาตรวจสอบและแก้ไขข้อบกพร่องจนการศึกษาฉบับนี้สำเร็จโดยสมบูรณ์และผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิประสาทวิชาความรู้ต่างๆ ให้กับผู้ศึกษาสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- [1] ชานินทร์ ศิลป์จารุ. (2552). การวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ : บิซซิเนสแอนด์ดี.
- [2] ลิน พันธุ์พินิจ. (2547). เทคนิคการวิจัยทางสังคมศาสตร์ = Research techniques in social science. กรุงเทพฯ: วิทยพัฒน์.