

การศึกษาแนวโน้มของการประยุกต์ใช้แนวความคิดทางการตลาดในธุรกิจโรงแรม



นายสุภสิทธิ์ ศรีสอากรักษ์

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาคามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต

ภาควิชาการตลาด

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พ.ศ. 2527

I.S.B.N. 974-563-053-5

009889

i 17501209

A STUDY ON THE TREND OF APPLYING MARKETING CONCEPTS TO HOTEL BUSINESS

Mr. Supasith Srisa-Ardruk

ศูนย์วิทยพัชการ
จพาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Commerce

Department of Marketing

Graduate School

Chulalongkorn University

1984

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การศึกษาแนวโน้มของการประยุกต์ใช้แนวความคิดทาง
การตลาดในธุรกิจโรงแรม

โดย

นายสุกสิทธิ์ ศรีสอาดรักษ์

ภาควิชา

การตลาด

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์วิศรุต ชัยปาณี



บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็น
ส่วนหนึ่งของการศึกษาคำหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต

.....
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ค.ร. สุประคิษฐ์ มุขนาค)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....
ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ค.ร. สมภพ เจริญกุล)

.....
กรรมการ
(รองศาสตราจารย์สุรñana วิวัฒน์ชาติ)

.....
กรรมการ
(อาจารย์ชนินทร์ โทณวณิช)

.....
กรรมการ
(อาจารย์วิศรุต ชัยปาณี)

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การศึกษาแนวโน้มของการประยุกต์ใช้แนวความคิดทาง การตลาดในธุรกิจโรงแรม
ชื่อนิสิต	นายศุภสิทธิ์ ศรีสอาดรักษ์
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์วิศรุท ชัยปาณี
ภาควิชา	การตลาด
ปีการศึกษา	2526



บทคัดย่อ

เป็นที่ทราบกันดีว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญและเจริญรุดหน้ามากอุตสาหกรรมหนึ่งของประเทศไทย ทั้งนี้เพราะว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งในห้ารายการที่สามารถทำรายได้ให้แก่ประเทศไทยมาหลายปี การท่องเที่ยวสามารถทำรายได้เป็นอันดับที่สามในปี พ.ศ. 2521 และในปี พ.ศ. 2523 กลับกลายเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้มากเป็นอันดับที่สองรองจากข้าว

อุตสาหกรรมโรงแรมเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีความสัมพันธ์กันกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เนื่องจากว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไม่สามารถที่จะพัฒนาได้ก็ถ้าหากอุตสาหกรรมโรงแรมไม่ได้รับการพัฒนาให้ทันพอ ซึ่งในช่วงระยะเวลา 5-6 ปีที่ผ่านมา เป็นช่วงระยะเวลาที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้เจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว มีผลทำให้ธุรกิจโรงแรมช่วงนั้นเป็นธุรกิจหนึ่งที่สามารถทำกำไรอย่างมากธุรกิจหนึ่งของประเทศ จากแนวโน้มอันนี้ เป็นสิ่งกระตุ้นให้นักลงทุนสนใจที่จะลงทุนสร้างโรงแรมใหม่ ๆ หลายแห่งโดยอาศัยขอการส่งเสริมการลงทุนจากรัฐ ซึ่งก็มีโรงแรมใหม่หลายแห่งได้รับการลงทุน

เราสามารถที่จะเห็นการเปลี่ยนแปลงบางสิ่งบางอย่างในธุรกิจโรงแรมในช่วงปี พ.ศ. 2524 และเป็นที่คาดหมายกันว่า จะมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมากหลายประการในช่วงปี พ.ศ. 2525 อันมีผลเนื่องจากการเพิ่มของจำนวนห้องพักอย่างมากในธุรกิจโรงแรม

การเพิ่มขยายจำนวนห้องพักอย่างมากมาของธุรกิจโรงแรมโดยเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครนี้ ปรากฏว่ามีส่วนไ้รับการส่งเสริมจากรัฐบาลอยู่เป็นอันมากด้วยคาดคะเนว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะขยายตัวเพิ่มมากขึ้น ทำให้คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนได้ให้การส่งเสริมการลงทุนในการก่อสร้างโรงแรมใหญ่ ๆ หลายแห่งด้วยกัน จากสาเหตุที่มีการก่อสร้างโรงแรมใหม่ ๆ ประกอบกับมีการขยายและการปรับปรุงของโรงแรมหลายแห่งในกรุงเทพฯ จึงทำให้เป็นที่คาดหมายกันว่า จำนวนห้องพักของโรงแรมในเขตกรุงเทพฯ จะมีมากเกินกว่าการเพิ่มของนักท่องเที่ยว จากสภาวะการดังกล่าวข้างต้นนี้ ผลทำให้ผู้ประกอบการโรงแรมเริ่มตระหนักเห็นถึงสภาวะธุรกิจโรงแรมที่จะมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงมากยิ่งขึ้นกว่าแต่ก่อน ๆ

ธุรกิจโรงแรมนอกจากจะต้องประสบกับปัญหาของการแข่งขัน ยังประสบกับปัญหาเรื่องอัตราภาษีโรงแรมที่สูงกว่า ค่าใช้จ่ายที่เพิ่มสูงขึ้น ค่าภาษีที่ดินและค่าไฟฟ้าที่สูงขึ้น ปัจจัยสภาวะแวดล้อมภายนอกที่ยังมีผลกระทบต่อธุรกิจโรงแรมมีอาทิเช่น การทำประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศยังมีไม่มาก ปัญหาเรื่องความปลอดภัย และการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่สำหรับนักท่องเที่ยวในจังหวัดต่างมีน้อยไม่เพียงพอและเชื่องช้า

จากข้อมูลและการสัมภาษณ์ธุรกิจโรงแรมในเขตกรุงเทพฯ ที่สำรวจในช่วงเดือนมีนาคม ถึง เมษายน 2525 แสดงให้เห็นสิ่งที่น่าสนใจที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจโรงแรม กล่าวคือ

ในอดีตที่ผ่านมา ธุรกิจโรงแรมมีการประยุกต์ใช้การตลาดในการดำเนินธุรกิจโรงแรมน้อยกว่าที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน และในอนาคตธุรกิจโรงแรมมีแนวโน้มที่จะประยุกต์ใช้แนวความคิดการตลาดในการดำเนินธุรกิจโรงแรมเพิ่มมากขึ้นกว่าที่ใช้ในปัจจุบัน ทั้งนี้เนื่องจากว่า ธุรกิจโรงแรมในอนาคตมีแนวโน้มที่จะมีกลุ่มลูกค้าใหม่ ๆ หลายประเภท และธุรกิจโรงแรมจำเป็นต้องคำนึงกิจการต่าง ๆ ตอบสนองตรงกับความต้องการและรสนิยมของตลาดต่าง ๆ ด้วยเหตุนี้การตลาดจะมีบทบาทสำคัญมากเพิ่มขึ้นในการดำเนินงานในอุตสาหกรรมโรงแรม ซึ่งการบริการของโรงแรมในอนาคตจะต้องตอบสนองให้สอดคล้องกับความต้องการและความชอบของลูกค้า

นอกจากนั้นปัญหาต่าง ๆ ของธุรกิจโรงแรมที่ไม่ได้รับการเหลียวแลสนใจใน
อดีตที่ผ่านมาควรจะนำมาทบทวนพิจารณาเสียใหม่ทั้งในภาคเอกชนและภาครัฐบาล ปัญหา
ที่ควรเร่งรีบทบทวนพิจารณา มีอาทิเช่น ปัญหาอัตราการเพิ่มจำนวนของกิจการโรงแรม
อย่างไม่สมคูลย์, ปัญหาอัตราภาษีโรงแรมและค่าใช้จ่ายในการดำเนินการที่สูง การ
ประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ, ปัญหาความปลอดภัย และปัญหาการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
ใหม่ ๆ สำหรับนักท่องเที่ยว



ศูนย์วิทยพัทยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Thesis Title A Study on the trend of applying Marketing
 Concepts to Hotel Business

Name Mr. Supasith Srisa-ardrukh

Thesis Advisor Mr. Visarut Jayapani

Department Marketing

Academic Year 1983



ABSTRACT

As generally known, the tourist industry is a large and fast growing industry of Thailand because it is still likely to remain one of the country's top five foreign exchange earners as it has been in for several years. Tourism ranked third in 1978 (BE. 2521) and it became the second highest revenue earner for the country after rice in 1980 (BE.2523)

Hotel industry is an important tourist-related business because the tourist industry will not operate well unless the hotel industry operates well. Five or Six years ago, when the tourist industry grew at a rapid rate, the hotel business was one of the most profitable in the country. The trend prompted investors to seek promotional privileges for new hotel projects—a great number of which were granted.

The hotel industry can see many changes in 1981 (BE. 2524) and it can be expected to see many more new developments in 1982 (BE. 2525) with the large increase in room capacity. The fastest

increase in the number of rooms is in Bangkok, due mainly to heavy promotion by the government in the past two years. Expecting high growth in the tourist industry, the Board of Investment granted promotional privileges for construction of several new hotels. Hotel room capacity is expected to grow out of proportion to the increase in the number of tourist arrivals, due to the construction of new hotels, extensions and renovations work in Bangkok. This condition is making hoteliers recognise that hotel business will become **much** more competitive than before.

Facing increasing competition, hotel business has been faced with high hotel tax, higher Operating Expense, Property tax and electricity costs. The other environment factors also affect hotel industry are Thailand's **poor** publicity **abroad**, local crime rate and slow and inefficient development of new tourist destinations in the provinces.

From data and interviewing hotels in Bangkok area which were surveyed from March to April 1982 show **the** interesting points regarding their operation :

(A) In the past, the hoteliers applied and implemented marketing in their operation less than present operation and there is the trend to apply and implement marketing concept in their future operation much more than their present operation. This may be because future business must come from new groups of people and hotels must cater to the needs and tastes of markets. This is the role of marketing which will play a prominent role in **the** hotel industry. Tomorrow's hotels and services will be based on what the quest wants and likes-not merely on what the hotelman thinks or decides the quest will want.

(B) Some of the hotel business problems which have been ignored in the past may now be reviewed by both private and government sectors. Some chronic problems as unbalanced growth rate in hotel business, high hotel tax and operating cost, oversea publicity, local crime rate and the development of new tourist resorts or destination are likely to be given priority in the consideration.



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



กิตติกรรมประกาศ

ความสำเร็จของวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ ผู้เขียนขอขอบพระคุณ อาจารย์
วิศรุต ชัยปาณี ที่ได้กรุณาสละเวลาให้คำปรึกษาแนะนำ และตรวจทานแก้ไขวิทยานิพนธ์
ทำให้เนื้อหาครบถ้วนสมบูรณ์ พร้อมกันนี้ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ก.ร.
สมภพ เจริญกุล ที่กรุณาเป็นประธานกรรมการสอบ อาจารย์ชินินทร์ โทณวนิก และ
รองศาสตราจารย์สุวิธนา วิวัฒน์ชาติ ที่ได้กรุณาช่วยแก้ไขทั้งถึงความผิดพลาดต่าง ๆ
นับว่าเป็นพระคุณแก่ผู้เขียนอย่างมาก

ศุภลัทธี ศรีสอากฤษ



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



สารบัญ

	หน้า
ชื่อย่อภาษาไทย.....	ง
ชื่อย่อภาษาอังกฤษ.....	ช
✓ กติกรรมประกาศ.....	ญ
รายการตารางประกอบ.....	ฉ
รายการตารางผลการวิจัย.....	ร
บทที่	
1 บทนำ.....	
ความสำคัญของเรื่องที่ทำการศึกษา.....	1
✓ วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	6
✓ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา.....	8
วิธีการและขั้นตอนในการศึกษา.....	8
ปัญหาและอุปสรรคในการศึกษา.....	11
2 อุตสาหกรรมโรงแรมในประเทศไทย.....	
ความหมายและลักษณะของอุตสาหกรรมโรงแรม.....	13
ความเป็นมาของอุตสาหกรรมโรงแรมในประเทศไทย.....	17
การจัดประเภทและมาตรฐานโรงแรม.....	22
กิจการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครและในแหล่งท่องเที่ยว.....	34
บทบาทของรัฐที่มีต่อธุรกิจ โรงแรม.....	43
การลงทุนในกิจการธุรกิจโรงแรม.....	47
กำลังคนในธุรกิจโรงแรม.....	50
3 แนวความคิดทางการตลาดกับอุตสาหกรรมโรงแรม.....	
ความหมายของการตลาด.....	56
✓ ความสำคัญของการตลาด.....	59
✓ แนวความคิดทางการตลาด.....	62
✓ หน้าที่หลักทางการตลาด.....	65

กระบวนการการตลาด.....	69
ข้อคิดทางการตลาดสำหรับธุรกิจโรงแรม.....	73
4 การตลาดของธุรกิจโรงแรม.....	
ค่านลูกค้า.....	83
ค่านผลิตภัณฑ์และการบริการ.....	91
ค่านการกำหนดราคาค่าบริการ.....	105
ค่านช่องทางการจำหน่าย.....	119
ค่านการส่งเสริมการจำหน่าย.....	120
ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการดำเนินงานการตลาดของ ธุรกิจโรงแรม.....	125
5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลการวิจัย.....	
หมวด ก. ข้อมูล, รายละเอียดของธุรกิจโรงแรม ในเขตกรุงเทพฯ.....	131
หมวด ข. รายละเอียดเกี่ยวกับการดำเนินงานทางตลาด ของธุรกิจโรงแรม.....	134
6 สรุป ปัญหา และ ข้อเสนอแนะ.....	
สรุปการวิจัย.....	154
ปัญหา.....	165
แนวทางแก้ไขปัญหาและข้อเสนอแนะ.....	168
บรรณานุกรม.....	171
ภาคผนวก.....	174

รายการตารางประกอบ

ตารางที่		หน้า
1.1	จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย และรายได้ จากนักท่องเที่ยวระหว่างปี 2503 - 2523.....	1
1.2	เปรียบเทียบรายได้จากการท่องเที่ยวกับสินค้าออกที่สำคัญ ปี พ.ศ. 2520 - 2524.....	4
1.3	ที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ.....	6
2.1	จำนวนห้องพักของโรงแรมทั่วประเทศไทย ระหว่างปี 2520 - 2524.....	19
2.2	จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเทียบกับจำนวนห้องพักโรงแรม ในกรุงเทพฯ ระหว่างปี 2503 - 2524.....	19
2.3	จำนวนห้องพักในแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทย.....	21
2.4	รายการจัดมาตรฐานของโรงแรมชั้นหนึ่งในประเทศไทย.....	26
2.5	จำนวนโรงแรมและจำนวนห้องพักในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ของไทย.....	37
2.6	อัตราการเข้าพักในโรงแรม เขตกรุงเทพมหานครและ ต่างจังหวัด.....	38
2.7	จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยและ จำนวนห้องพักในโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ปี 2515 - 2524.....	39
2.8	เป้าหมายความต้องการห้องพักโรงแรม และการจ้างงานใน ธุรกิจบริการท่องเที่ยว ในช่วงระยะแผนพัฒนาการท่องเที่ยว ฉบับที่ 5 (ปี 2525 - 2529).....	43
2.9	จำนวนห้องพักโรงแรมที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนภายในเขต กรุงเทพฯ ปี 2515 - 2524.....	45
2.10	ค่าอาหารและห้องพักขั้นต่ำของนักท่องเที่ยวต่อคนต่อวัน โดยเฉลี่ย.....	51
2.11	การจัดอันดับ 10 โรงแรมยอดเยี่ยมของโลกในปี พ.ศ. 2524	53

ตารางที่

๘

หน้า

4.1	จำนวนนักท่องเที่ยว วันพักเฉลี่ย ค่าใช้จ่ายต่อวันต่อคน และรายได้.....	90
4.3	(A) อัตราค่าห้องพักของโรงแรมในเขตกรุงเทพฯ ของสมาคม โรงแรมไทย ปี 2526.....	110
4.3	(B) อัตราค่าห้องพักของโรงแรมในเขตกรุงเทพฯ ของสมาคม โรงแรมไทย ปี 2525.....	111
4.5	สิบประเภทสินค้าและบริการที่โฆษณาสูงสุดทางหนังสือพิมพ์ (ม.ค. - มี.ค. 2525).....	121
4.6	อัตราค่าภาษีโรงแรมของแต่ละประเทศ ในปี 2523.....	126
6.1	การเปรียบเทียบระหว่างอัตราการเปลี่ยนแปลงต่อปีของ นักท่องเที่ยวกับจำนวนห้องพักในโรงแรมในเขตกรุงเทพฯ.....	163
6.2	อัตราการเข้าพักในโรงแรมเฉลี่ยต่อปีในเขตกรุงเทพฯ.....	164

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายการตารางผลการวิจัย

ตารางที่		หน้า
1	ระยะเวลาของการเปิดดำเนินการ.....	131
2	ลักษณะกิจการโรงแรมในเขตกรุงเทพฯ.....	132
3	ลักษณะการดำเนินงานของกิจการโรงแรม.....	132
4	จำนวนพนักงานของสถานประกอบการ.....	133
5	ประเภทของการบริการต่าง ๆ.....	134
6	รายได้หลักของกิจการโรงแรม.....	135
7	อัตราการเข้าพักของกิจการโรงแรม.....	135
8	วิธีตั้งคชูลูกค้าในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยวของกิจการโรงแรม...	137
9	วิธีการกำหนดราคาค่าบริการห้องพัก.....	138
10	ระดับราคาหรือระดับอัตราค่าห้องพัก, บริการของกิจการ.....	138
11	ค่าใช้จ่ายที่มีผลกระทบต่อการปรับราคาค่าบริการ, ห้องพัก.....	139
12	ผลกระทบของอัตราภาษีโรงแรมที่มีต่อการตัดสินใจในการเข้าพัก ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ.....	140
13	อัตราภาษีโรงแรมที่เหมาะสมของธุรกิจโรงแรม.....	140
14	อัตราร้อยละของการเพิ่มของราคาห้องพักในปีที่ผ่านมา..	141
15	อัตราร้อยละส่วนลดที่กิจการให้แก่มมาใช้บริการ.....	142
16	ทำเลที่ตั้งของกิจการที่มีผลต่อการดำเนินการ.....	143
17	กลุ่มลูกค้าชาวต่างประเทศที่ให้บริการของกิจการโรงแรม.....	144
18	ลักษณะของลูกค้าส่วนใหญ่ของธุรกิจโรงแรม.....	145
19	ธุรกิจโรงแรมใดลูกค้าส่วนใหญ่มาจาก.....	145
20	การใช้พนักงานชาย.....	146
21	การติดต่อกาลูกค้าของกิจการที่มีการใช้พนักงานชาย.....	147

ตารางที่

หน้า

22	การใช้การโฆษณาในการส่งเสริมการจำหน่ายของกิจการ.....	147
23	จำนวนพนักงานค่อห้องพักของกิจการโรงแรม.....	149
24	การใช้แบบสอบถามกับลูกค้าของโรงแรม.....	150
25	แนวโน้มในอนาคตของการแข่งขันทางธุรกิจในธุรกิจโรงแรม.....	150
26	ศึกษาการประยุกต์ใช้การตลาดโดยเปรียบเทียบกับการดำเนินงาน ในปัจจุบัน.....	151



ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย