

ธุรกิจโรงแรม มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นธุรกิจที่มีส่วนช่วยเสริมสร้างระบบเศรษฐกิจและการค้าระหว่างประเทศให้แข็งแกร่งขึ้นได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจุบันรัฐบาลไทยได้มีการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ ซึ่งได้พัฒนาและปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในประเทศให้สวยงามมาโดยตลอด เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศให้เดินทางไปท่องเที่ยวตามสถานที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศ ซึ่งทำให้ธุรกิจโรงแรมไทยต้องพัฒนาคุณภาพการบริการ และพัฒนากลยุทธ์การตลาด ตลอดจนปรับปรุงกิจการของธุรกิจ เพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยวและลูกค้า โดยเน้นความสำคัญ และตอบสนองความต้องการของลูกค้า ให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและมีทัศนคติที่ดีต่อการบริการของธุรกิจโรงแรมมากขึ้น การสื่อสารการตลาดถือว่าเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่จะนำพาธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ได้รับผลตอบแทนที่คุ้มค่า ธุรกิจโรงแรมไทยจึงควรให้ความสำคัญกับการสื่อสารการตลาดเพื่อเป็นเครื่องมือในการดึงดูดลูกค้าให้สนใจผลิตภัณฑ์และบริการของตนเองให้มากขึ้นไปพร้อมกับการพัฒนาด้านคุณภาพและการบริการของธุรกิจเพื่อเอาชนะคู่แข่งได้ ดังนั้น ผู้วิจัย จึงสนใจศึกษาวิจัย การสร้างศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจโรงแรม : ผลกระทบของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม จำนวน 332 คน และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ F-Test การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ระดับการศึกษาปริญญาตรี ดำรงตำแหน่งผู้จัดการ ประสบการณ์การทำงาน 10 ปีขึ้นไป รายได้สุทธิต่อเดือน 20,000-40,000 บาท และธุรกิจโรงแรมส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดเล็ก มีที่ตั้งอยู่ในภาคใต้ ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจมากกว่า 11 ปี จำนวนพนักงาน 10-50 คน จำนวนเงินทุนจดทะเบียนเริ่มต้น 1,000,000-2,000,000 บาท และมีจำนวนทุนปัจจุบัน 1,000,000-2,000,000 บาท

ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีประสิทธิผลการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการคำนึงถึงภาพลักษณ์ และด้านการคำนึงถึงผลกระทบ และอยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านประสิทธิภาพของต้นทุนจากสื่อ และผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมที่มีทุนจดทะเบียนเริ่มต้นทุนปัจจุบัน จำนวนพนักงาน ขนาดธุรกิจ และระยะเวลาดำเนินงานแตกต่างกัน ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีประสิทธิผลการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการโดยรวม ด้านประสิทธิภาพของต้นทุนจากสื่อ ด้านการคำนึงถึงภาพลักษณ์ และด้านการคำนึงถึงผลกระทบแตกต่างกัน

ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีผลการดำเนินงานที่ไม่ใช่ตัวเงินโดยรวมและเป็นรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และพัฒนา และผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมที่มีทุนจดทะเบียนเริ่มต้นทุนปัจจุบัน จำนวนพนักงาน ขนาดธุรกิจ และระยะเวลาดำเนินงานแตกต่างกัน ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีผลการดำเนินงานที่ไม่ใช่ตัวเงินโดยรวม ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และพัฒนาแตกต่างกัน และผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมมีอัตรากำไรสุทธิขั้นต้น 6-10% และมากกว่า 20% อัตรากำไรสุทธิต่อยอดขาย 6-10% อัตราการเจริญเติบโตของยอดขาย และอัตราการเจริญเติบโตของส่วนแบ่งการตลาด 1-5% และผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมที่มีทุนจดทะเบียนเริ่มต้น ทุนปัจจุบัน จำนวนพนักงาน ขนาดธุรกิจ และระยะเวลาดำเนินงานแตกต่างกันมีผลการดำเนินงานที่เป็นตัวเงินแตกต่างกัน

ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีสภาพแวดล้อมทางธุรกิจโดยรวมและเป็นรายข้อทุกข้ออยู่ในระดับมาก เช่น สถานการณ์ทางการเมืองของประเทศไม่มีการผันผวนมาก ส่งเสริมให้การวางแผนและจัดทำในด้านการดำเนินงานของธุรกิจต่างๆ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมที่มีระยะเวลาการดำเนินงานแตกต่างกันให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีสภาพแวดล้อมทางธุรกิจแตกต่างกัน

ประสิทธิผลการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ด้านประสิทธิภาพของต้นทุนจากสื่อ และด้านการคำนึงถึงผลกระทบ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานที่ไม่ใช่ตัวเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และพัฒนา และผลการดำเนินงานที่ไม่ใช่ตัวเงินด้านการเรียนรู้และพัฒนา มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับ ผลการดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน ด้านอัตรากำไรสุทธิขั้นต้น ด้านอัตรากำไรสุทธิต่อยอดขาย ด้านอัตราการเจริญเติบโตของยอดขาย และด้านอัตราการเจริญเติบโตของส่วนแบ่งการตลาด

โดยสรุปผลการวิจัยครั้งนี้ ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย ควรให้ความสำคัญกับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เนื่องจากมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงาน ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมสามารถนำไปใช้ในการ พัฒนา ปรับปรุง และวางแผนการดำเนินงาน เพื่อบรรลุเป้าหมายของการดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Hotel business is greatly important to the country's economic development because it is a business that can partly help create international economy and trade to be stronger. Particularly, Thai government now has systematically developed tourism and has thoroughly developed and improved different tourist attractions in the country to be attractive and to attract domestic and foreign tourist to travel to different places throughout the country. This causes Thai hotel business to develop its service quality and to develop marketing strategies as well as to improve business transactions to attract tourists and customers by emphasizing the importance and responding to customers' needs in order for them to have more satisfaction and more positive attitudes toward the services of hotel business. Marketing communication is regarded as a strategy that will lead business to success and to receive worthwhile outcomes. Thai hotel business then should give the importance to marketing communication in order to be an instrument for attracting customers to be more interested in the hotels' own products and services together with development of the business quality and services to be able to overcome the competitors. Thus, the researcher was interested in conducting this study of building competitiveness of hotel business in Thailand: effects of effectiveness of integrated marketing communication by gathering data from 332 hotel business entrepreneurs and by using a questionnaire as an instrument. The statistics used for analyzing data were F-test, correlation analysis, and multiple regression analysis.

The study results revealed the following. Most of the hotel business entrepreneurs were males, held a bachelor's degree, were in the position of manager, had 10 and more years of work experience, and earned net incomes of 20,000 – 40,000 bath per month. And most of the hotel business was a small enterprise, was located in the South, has more

than 11 years of business performance, had 10 – 50 clerks, had listed beginning funds of 1,000,000 – 2,000,000 bath and present funds of 1,000,000 – 2,000,000 bath.

The hotel business entrepreneurs agreed with having effectiveness of integrated marketing communication as a whole at a high level. When each aspect was considered, they agreed at a high level in the aspects of meditating on the image and meditating on effects; and at a medium level in the aspect of fund efficiency from media. The hotel business entrepreneurs with different listed primary funds, present funds, numbers of clerks, business sizes, and periods of performance agreed differently with having effectiveness of integrated marketing as a whole in the aspects of fund efficiency from media, meditating on the image, and meditating on the effects.

The hotel business entrepreneurs agree with having non-money performance outcomes as a whole and in each of all the aspects at a high level in the aspects of customers, internal processes, and learning and development. The hotel business entrepreneurs with different listed primary funds, present funds, numbers of clerks, business sizes, and periods of performance agreed differently with having non – money performance outcomes as a whole in the aspects of customer, internal processes, and learning and development. The hotel business entrepreneurs had primary net earnings rate at 6 – 10% and more than 20%, net earnings rate per total sale at 1 – 15%. And the hotel business entrepreneurs with different listed primary funds, present funds, number of clerks, business sizes, and periods of performance had different money performance Outcomes.

The hotel business entrepreneurs agreed with having business environments as a whole and in each of all the aspects at a high level, for example, political situation of the country that did not have much variance could promote planning and treatment in different aspects of business performance to go on efficiently. And the hotel business entrepreneurs with different periods of performance agreed differently with having business environments.

The effectiveness of integrated marketing communication in the aspects of fund efficiency from media and meditating on the effects showed positive relationships with and effects on non – money performance outcome in the aspects of customers, internal processes, and learning and development. And the non – money performance outcomes in the aspect of learning and development had positive relationships with and effects on the money performance outcomes in the aspects of primary net earnings rate, net earnings rate per total sales, growth rate of total sales, and growth rate of marketing share.

In conclusion, based on the results of this study, hotel business entrepreneurs in Thailand should give the importance to integrated marketing communication because there were positive relationships with and effects on performance outcomes which hotel business entrepreneurs could implement them in development, improvement, and planning work performance to achieve the goals of business performance efficiently.