

การเตรียมความพร้อมด้านการตลาดของโรงแรมและที่พักเพื่อเข้าสู่ประชาคม

เศรษฐกิจอาเซียนของจังหวัดภูเก็ต

The Readiness Preparation in Marketing of Hotel and Accommodation for ASEAN in Phuket

ดารีกา วรรณธอม

อาจารย์ประจำ หลักสูตรสาขาการตลาด มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ ศูนย์ภูเก็ต

Tel.081-170-1924 E-mail: ooyly11@hotmail.com

Darika Wannathanom

Lecturer, Department of Marketing, Faculty of Business Administration,

Rajapruk University, Phuket Center

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของธุรกิจโรงแรมและที่พักในจังหวัดภูเก็ต 2) เพื่อศึกษาระดับการเตรียมความพร้อมด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมและที่พักเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของจังหวัดภูเก็ต กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบธุรกิจ 270 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามชนิด 5 ตัวเลือก จำนวน 35 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .88 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) t-test (Independent Sample t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: ANOVA) ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ 1) ข้อมูลทั่วไปขององค์กร พบว่า ส่วนใหญ่เป็นประเภทโรงแรมระดับมาตรฐานของโรงแรมและที่พัก 4 ดาวขึ้นไปมีลักษณะการบริหารงานเป็นโรงแรมอิสระ (บุคคลคนเดียวหรือคณะบุคคลเป็นเจ้าของ) ทำเลที่ตั้งของโรงแรมและที่พักส่วนใหญ่ตั้งอยู่อำเภอกระทุ่ม 2) การเตรียมความพร้อมด้านการตลาดของโรงแรมและที่พักเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของจังหวัดภูเก็ต โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับ ดังนี้ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านลักษณะทางกายภาพ (ภาพลักษณ์) ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากร 3) ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ประเภทของโรงแรมและที่พัก ระดับมาตรฐานของโรงแรมและที่พัก ลักษณะของการบริหารงานและความเป็นเจ้าของ และ

ทำเลที่ตั้งที่แตกต่างกันมีการเตรียมความพร้อมด้านปัจจัยทางการการตลาดโดยรวม เพื่อเข้าสู่
ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของจังหวัดภูเก็ตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ โรงแรม ที่พัก ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน การตลาด

Abstract

The objectives of this study were : 1) to study the general information of hotels and accommodation in Phuket and 2) to study the readiness level of the marketing mix for the hotels and accommodation entrepreneurs for the ASEAN Economic Community in Phuket. The sample were 270 businesspersons. The used material to collect data was questionnaires 5 rating scales 35 items reliabilities at .88. The used statistics for data analysis were frequency, percentage, mean and standard deviation statistical Independent sample t-test, and ANOVA. This research found that: 1. General of the hotel and accommodation categories in four-star and higher were operated by the independent management (One owner or One committee). The locations of the hotels and accommodation were largely in Kathu district. 2. The overall readiness in marketing of hotels and accommodation for the ASEAN Economic Community in Phuket was at a high level by respectively of process, product, price, place, physical evidence (Image), promotion and personal. 3. The hypothesis analysis showed that the types of hotels and accommodation, the standard level of hotels and accommodation, the manner of management and ownership and the location differently affected to the readiness of overall marketing factors for the ASEAN Economic Community in Phuket differently at statistically significant at the 0.05 level.

Keywords: Hotel, Accommodation, ASEAN Economic Community, Marketing

บทนำ

ประเทศไทยและประเทศร่วมอาเซียนอีก 9 ประเทศ กำลังมุ่งหน้าสู่การเป็นประชาคมอาเซียนอย่างเต็มรูปแบบในปี 2558 ทุกภาคธุรกิจ กำลังจับจ้องจุดเปลี่ยนผ่านนี้ จะกลายเป็น “โอกาส” หรือเป็น “วิกฤติ” ต่ออุตสาหกรรมต่าง ๆ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย ซึ่งถือเป็นอุตสาหกรรมที่มีความเข้มแข็ง และสร้างรายได้มหาศาลให้ประเทศ จนกลายเป็นหนึ่งในฟันเฟืองสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ

การท่องเที่ยวในแถบประเทศอาเซียนมีการขยายตัวที่สูงมาก มีนักท่องเที่ยวเดินทางในอาเซียนกว่า 80 ล้านคน เดินทางเข้ามาในไทยกว่า 20 ล้านคน ซึ่งนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในไทย ที่ได้รับความนิยม จะเป็น 2 ลักษณะ คือ เดินทางมาท่องเที่ยวในเชิงสุขภาพ โดยไทยเป็นประเทศอันดับ 2 ของเอเชีย ที่ชาวต่างชาติเลือกที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในเชิงสุขภาพ รองจากประเทศสิงคโปร์ และประเทศอินเดีย อยู่ในอันดับ 3 สาเหตุที่ชาวต่างชาติมักเดินทางมาไทย เนื่องจากมองว่าคนไทยมีความสะอาด มีการให้บริการที่ดี ส่วนการท่องเที่ยวอีกประเภท คือ การท่องเที่ยวในเชิงศิลปวัฒนธรรม ด้านจุดแข็งของไทยที่ได้เปรียบประเทศอื่น คือ ไทยมีทำเลที่ตั้งที่ดี เป็นจุดศูนย์กลาง มีการให้บริการที่ต่างชาติชื่นชอบ ทั้งสปา อาหารหลากหลาย มีสมุนไพรต่าง ๆ มีโครงสร้างพื้นฐานระบบธนาคาร ที่อำนวยความสะดวก มีสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่มีชื่อเสียง และมีโรงแรมที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล (เดลินิวส์ออนไลน์, 2556 : ออนไลน์)

ประเทศไทยก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างเต็มรูปแบบ ในปี พ.ศ. 2558 เพื่อจุดประกายต่อยอดภาคธุรกิจและการบริการใน 10 ประเทศ อันได้แก่ อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ มาเลเซีย ไทย บรูไนดารุสซาลาม เวียดนาม ลาว พม่า และกัมพูชา ให้ผสานกันเป็นตลาดเดียว เพื่อร่วมขับเคลื่อนเศรษฐกิจของภูมิภาคนี้ให้เติบโตและเอื้อประโยชน์ร่วมกัน “อุตสาหกรรมท่องเที่ยว” นับเป็นอีกธุรกิจที่จะเกิดการเปลี่ยนแปลงในครั้งนี้ ธุรกิจโรงแรมที่พักและการท่องเที่ยวนับเป็นหนึ่งในธุรกิจภาคบริการที่ต้องเตรียมพร้อมรับมือในทันที กับการเปลี่ยนแปลงของการเปิดเสรีทางการค้าที่จะเกิดขึ้นในปี 2558 (ประชาชาติธุรกิจออนไลน์, 2555 : ออนไลน์) อุตสาหกรรมท่องเที่ยวนั้นเป็นธุรกิจที่เน้นการ บริการให้แก่นักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการบริการในเรื่องการซื้อตั๋วเดินทาง การจองโรงแรมที่พัก การซื้อโปรแกรมการท่องเที่ยว เป็นต้น ซึ่งสัมพันธ์กับกฎญาอาเซียน ในด้านการส่งเสริมความร่วมมือทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม วิชาการ วิทยาศาสตร์และการบริการ นอกจากนี้ การท่องเที่ยวยังมีบทบาทช่วยกระตุ้นให้มีการนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์อย่างกว้างขวาง ซึ่งผู้อยู่ในท้องถิ่นได้เก็บมาประดิษฐ์เป็นหัตถกรรมพื้นบ้าน ขายเป็นของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวได้อีกทางหนึ่ง โดยเฉพาะจังหวัดภูเก็ตถือว่าเป็นจังหวัดหนึ่งที่ทำรายได้ทางอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอันดับต้น ๆ ของประเทศ จังหวัดภูเก็ตเป็นจังหวัดหนึ่งทางภาคใต้ของประเทศไทยเป็นเกาะขนาดใหญ่ที่สุดในประเทศไทยเพราะเป็นจังหวัดเดียวในประเทศไทยที่มีพื้นที่

ของจังหวัดทั้งหมดเป็นเกาะ และเป็นจังหวัดที่มีชื่อเสียงทางการท่องเที่ยวโดยมีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ ประเพณี วัฒนธรรม ในแต่ละปีมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตเป็นจำนวนมาก จึงทำให้เกิดการทำธุรกิจทางการบริการและการท่องเที่ยวมากมายผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยวต่างเข้ามาลงทุนเกี่ยวกับธุรกิจในการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจเกี่ยวกับการคมนาคมขนส่ง ธุรกิจขายของที่ระลึก และที่ขาดไม่ได้คือ ธุรกิจโรงแรมที่พัก ซึ่งถือว่ามีสำคัญอย่างมากในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทย ในแต่ละปีจะมีนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตเพิ่มขึ้นมาก โดยในปี 2556 มีนักท่องเที่ยวชาวไทยมาท่องเที่ยวที่ภูเก็ตถึง 3,564,123 คน ชาวต่างชาติ 8,395,921 คน รวมนักท่องเที่ยวในปี 2556 มีจำนวนถึง 11,960,044 คน เพิ่มขึ้นจากปี 2555 ร้อยละ 10.85 (กรมการท่องเที่ยว, 2557) จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น ทำให้ต้องมีโรงแรมที่พักไว้รองรับนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ โดยเฉพาะในปี 2558 ประเทศไทยจะก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างเต็มรูปแบบ ซึ่งคาดว่าจะเป็ผลดีต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทย โดยเฉพาะจังหวัดภูเก็ต จะมีนักท่องเที่ยวมาเยือนเพิ่มมากขึ้นผู้ประกอบการด้านโรงแรมที่พักจึงต้องมีการเตรียมความพร้อมในทุกด้าน

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา “การเตรียมความพร้อมด้านการตลาดของโรงแรมและที่พักเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของจังหวัดภูเก็ต” ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมและที่พักในจังหวัดภูเก็ต และเพื่อเป็นฐานข้อมูลให้กับผู้ประกอบการโรงแรมและที่พักในจังหวัดใกล้เคียงและจังหวัดอื่น ๆ ในการกระตุ้นให้ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมและที่พักได้เตรียมความพร้อมด้านการตลาดและด้านอื่น ๆ เพื่รองรับนักท่องเที่ยวจากอาเซียนและทั่วโลกอย่างสมภาคภูมิ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของธุรกิจโรงแรมและที่พักในจังหวัดภูเก็ต
2. เพื่อศึกษาระดับการเตรียมความพร้อมด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมและที่พักในจังหวัดภูเก็ตเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
3. เพื่อเปรียบเทียบการเตรียมความพร้อมด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมและที่พักในจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามข้อมูลทั่วไปขององค์กร

วิธีการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการโรงแรมและที่พักที่มีข้อมูลทั่วไปขององค์กรแตกต่างกัน มีการเตรียมความพร้อมด้านการตลาดเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของจังหวัดภูเก็ตต่างกัน

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ประกอบไปด้วย แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด ส่วน
ประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทใช้
ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546: 53-55) ได้
กล่าว ถึงส่วนประสมทางการตลาดไว้ 7P's ดังนี้ 1) ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขาย
โดยธุรกิจ เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่เสนอ 2) ราคา (Price) หมายถึง
คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปแบบตัวเงิน 3) การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง โครงสร้างของช่องทาง ซึ่ง
ประกอบด้วย สถาบันและ กิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ และบริการ 4) การส่งเสริม
การตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสาร เกี่ยวข้องระหว่าง ผู้ขายกับผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติ และ
พฤติกรรมการซื้อ 5) พนักงานหรือบุคลากร (People) ประกอบด้วย บุคคลทั้งหมดในองค์กร ที่
ให้บริการนั้น 6) กระบวนการให้บริการ (Process) ต้องอาศัยพนักงานที่มีประสิทธิภาพหรือเครื่องมือ
ที่ทันสมัยในการทำให้เกิดกระบวนการสามารถส่งมอบบริการที่มีคุณภาพ 7) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ
(Physical evidence) การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ สภาพแวดล้อม การออกแบบ
ภาพลักษณ์ของอาคารสถานที่ของตัวผลิตภัณฑ์นั้น

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรที่จะศึกษา
ครั้งนี้ ได้แก่ ตัวแปรส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งประกอบไปด้วย

1. ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นสิ่งที่ทางโรงแรมและที่พักนำเสนอขายให้กับลูกค้า เช่น ห้องพักและ
บริการอื่น ๆ ซึ่งมีการศึกษาการเตรียมความพร้อมในประเด็นย่อย คือ การเปลี่ยนลักษณะห้องพักเพื่อ
รองรับลูกค้าจากกลุ่มอาเซียน การเตรียมและเพิ่มรายการอาหารสำหรับรองรับลูกค้ากลุ่มอาเซียน
การเตรียมการรองรับลูกค้าที่เข้ามาจัดสัมมนาในโรงแรม มีเคาน์เตอร์ทัวร์บริการในโรงแรม ให้บริการ
กิจกรรมภายในและภายนอกโรงแรม เป็นต้น

2. ด้านราคา คือคุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปแบบตัวเงิน ที่ทางโรงแรมและที่พักกำหนดเป็นตัว
เงินนำเสนอแก่ลูกค้า ซึ่งมีการศึกษาการเตรียมความพร้อมด้านราคาในประเด็นย่อย คือ มีการตั้งราคา
พิเศษสำหรับลูกค้าจากกลุ่มอาเซียน จำแนกราคาห้องพักให้มีหลายระดับ การให้ราคาพิเศษเฉพาะ
กลุ่มในช่วงเทศกาลสำคัญของแต่ละประเทศ การตั้งราคาให้มีความยืดหยุ่นสูงสำหรับลูกค้าจากกลุ่ม
อาเซียน และมีการจำแนกราคาตามความต้องการของตลาดในเทศกาลต่าง ๆ

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งเป็นโครงสร้างของช่องทางที่ใช้เพื่อการเคลื่อนย้าย
ผลิตภัณฑ์ และบริการ ซึ่งมีการศึกษาการเตรียมความพร้อมด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในประเด็น
ย่อย คือ การขายตรงไปยังกลุ่มบริษัททัวร์ในประเทศนั้น ๆ การขายผ่านทางเว็บไซต์ตัวแทนจำหน่าย
การแสวงหาโอกาสในการร่วมงานแสดงสินค้ากับ ททท. การขายตรงจากหน้าเว็บไซต์ของโรงแรม และ
การขายแบบเจรจาธุรกิจต่อธุรกิจ (B2B)

4. ด้านส่งเสริมการตลาด เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวข้องระหว่าง ผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติ และพฤติกรรมการซื้อ ซึ่งมีการศึกษาการเตรียมความพร้อมด้านส่งเสริมการตลาดในประเด็นย่อย คือ มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โรงแรมและที่พักในเว็บไซต์ของกลุ่มประเทศอาเซียน เว็บไซต์ของตัวแทนจำหน่าย การทำเอกสารและโฆษณาประชาสัมพันธ์ในภาษาประจำชาติของลูกค้ากลุ่มอาเซียน การจัดรายการ การส่งเสริมการตลาดพิเศษเฉพาะกลุ่มอาเซียน และมีการส่งเสริมการขายโดยกระบวนการทางการตลาด

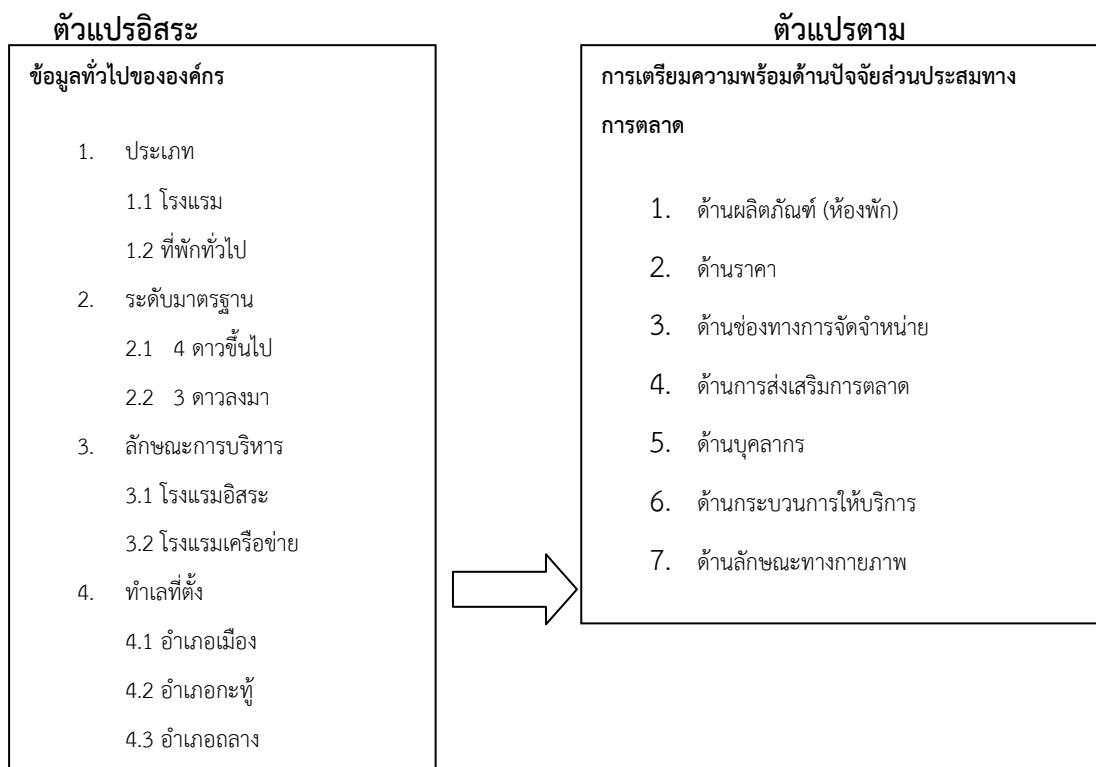
5. ด้านบุคลากร คือบุคคลทั้งหมดในองค์กรที่ให้บริการนั้น เช่น พนักงาน ผู้บริหารหรือเจ้าของ ซึ่งมีการศึกษาการเตรียมความพร้อมด้านบุคลากรในประเด็นย่อย คือ พนักงานต้อนรับสามารถสื่อสารได้มากกว่า 2 ภาษา การฝึกอบรมให้พนักงานเข้าใจวัฒนธรรมของแต่ละชาติในกลุ่มอาเซียน มีการฝึกอบรมพนักงานอย่างต่อเนื่องในเรื่องของภาษา พนักงานที่เกี่ยวข้องกับการตลาด มีวิสัยทัศน์ร่วมกันที่จะพัฒนาตนเองให้มีความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

6. ด้านกระบวนการให้บริการ เป็นการทำให้เกิดกระบวนการสามารถส่งมอบบริการไปยังลูกค้าเพื่อตอบสนองความต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งมีการศึกษาการเตรียมความพร้อม ด้านกระบวนการให้บริการในประเด็นย่อย คือ มีกระบวนการตอบรับข้อร้องเรียนและแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ มีการจองห้องพักออนไลน์ได้จากเว็บไซต์ของโรงแรมและที่พักโดยตรง สามารถชำระค่าบริการด้วยบัตรเครดิตได้ มีการใช้เทคโนโลยีทันสมัยช่วยในกระบวนการให้บริการ

7. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพหรือภาพลักษณ์ เป็นการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ สภาพแวดล้อม การออกแบบภาพลักษณ์ของอาคารสถานที่ของโรงแรมและที่พักนั้น ซึ่งมีการเตรียมความพร้อมด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพในประเด็นย่อย คือ มีการจัดตกแต่งสถานที่และสร้างบรรยากาศเพื่อเตรียมพร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน การปรับสถานที่ให้เหมาะสมกับบางกลุ่มศาสนา การเพิ่มสัญลักษณ์เพื่อให้เกิดความรู้สึกที่ดี โลโก้และป้ายบอกทางสามารถมองเห็นได้ชัดเจน เป็นต้น

การวิจัยเรื่อง “การเตรียมความพร้อมด้านการตลาดของโรงแรมและที่พักในจังหวัดภูเก็ต เพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน” ผู้วิจัยมุ่งศึกษากลุ่มประชากร ซึ่งเป็นผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมและที่พักในจังหวัดภูเก็ต โดยศึกษาถึงความพร้อมในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการ และลักษณะทางกายภาพ โดยแสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรเป็นกรอบแนวความคิดได้ดังนี้

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework)

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมและที่พักในจังหวัดภูเก็ตที่ขึ้นทะเบียนกับกรมการท่องเที่ยว จำนวน 774 ราย (กรมการท่องเที่ยว, 2557) ใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ร้อยละ 35 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 271 คน สูงกว่าเกณฑ์การสุ่มตัวอย่างของเครจซี่และมอร์แกน ซึ่งได้กลุ่มตัวอย่าง 260 คน ผู้วิจัยจึงขอใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 270 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยการศึกษาค้นคว้าจากตำรา เอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการสอบถามจากผู้มีความรู้และความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับงานวิจัย แบบสอบถามที่สร้างขึ้นมีรายละเอียดต่าง ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ คำถามแบ่งออกเป็น 2 ตอนคือ 1. ข้อมูลพื้นฐานสภาพทั่วไปขององค์กร ได้แก่ ประเภทของโรงแรมและที่พัก ระดับมาตรฐาน ลักษณะการบริหาร และทำเลที่ตั้ง คำถามเป็นลักษณะของแบบสอบถามให้เลือกตอบ (Check List) 2. การเตรียมความพร้อมด้านการตลาดของโรงแรมและที่พักเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของจังหวัดภูเก็ต ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ซึ่ง

ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (ห้องพัก) ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกาย (ภาพลักษณ์) ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) (บุญชม ศรีสะอาด, 2553: 95) โดยมีการหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) ของเครื่องมือได้ค่า IOC = .93 และหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-coefficient) ของครอนบาค ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .88

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล ของผู้ตอบแบบสอบถามด้วย ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมด้านการตลาด ของโรงแรมและที่พักในจังหวัดภูเก็ตเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Mean: $\bar{x}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยโดยใช้ Independent Sample t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance : ANOVA)

ผลการวิจัย

ผลการวิจัย พบว่า ประเภทของที่พักส่วนใหญ่เป็นโรงแรม คิดเป็นร้อยละ 90.70 รองลงมาเป็นที่พักทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 9.30 ระดับมาตรฐานของโรงแรมและที่พัก (ดาว) 4 และ 4 ดาวขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 76.30 และ 3 ดาวลงมา คิดเป็นร้อยละ 23.70 ลักษณะการบริหารงานและความเป็นเจ้าของเป็นโรงแรมอิสระ (บุคคลคนเดียวหรือคณะบุคคลเป็นเจ้าของ) ร้อยละ 62.60 และโรงแรมเครือข่าย (Chain Hotels) ร้อยละ 37.40 ทำเลที่ตั้งของโรงแรมและที่พักส่วนใหญ่อยู่ในอำเภอกะทู้ ร้อยละ 68.10 รองลงมาอำเภอเมืองร้อยละ 20.70 และ อำเภอถลางคิดเป็นร้อยละ 11.10 ตามลำดับ

ในส่วนของการเตรียมความพร้อมด้านการตลาดของโรงแรมและที่พักในจังหวัดภูเก็ต เพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ผู้วิจัยนำเสนอผลการศึกษาในรูปตารางได้ดังนี้

ตารางที่ 1 ระดับการเตรียมความพร้อมด้านการตลาดของโรงแรมและที่พักเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของจังหวัดภูเก็ต สรุปตามปัจจัยทางการตลาดในแต่ละด้าน

ปัจจัยทางการตลาด	$\bar{x}$	S.D.
ด้านผลิตภัณฑ์	3.92	.568
ด้านราคา	3.86	.640
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.85	.602
ด้านส่งเสริมการตลาด	3.71	.674
ด้านบุคลากร	3.70	.733
ด้านกระบวนการให้บริการ	4.11	.636
ด้านลักษณะทางกายภาพ (ภาพลักษณ์)	3.79	.723
โดยรวม	3.85	.531

จากตารางที่ 1 ระดับการเตรียมความพร้อมของโรงแรมและที่พักเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมและรายด้าน พบว่า โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.85$, S.D. = 0.231) เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านโดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย พบว่า มีการเตรียมความพร้อมด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านลักษณะทางกายภาพ (ภาพลักษณ์) ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากร ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน ด้านประเภทของโรงแรมและที่พัก ประเภทของโรงแรมและที่พัก แตกต่างกันมีการเตรียมความพร้อมด้านการตลาดเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของจังหวัดภูเก็ตแตกต่างกัน

ผลการศึกษาการเปรียบเทียบการเตรียมความพร้อมด้านการตลาดเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามประเภทของโรงแรมและที่พัก พบว่า มีความแตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์ ($t = 7.355$, $P = .000$) ด้านราคา ($t = 4.530$, $P = .000$) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($t = 3.424$, $P = .002$) ด้านส่งเสริมการตลาด ($t = 2.888$, $P = .007$) ด้านบุคลากร ($t = 2.193$, $P = .037$) และด้านกระบวนการให้บริการ ($t = 3.652$, $P = .000$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านระดับมาตรฐานของโรงแรมและที่พัก ระดับมาตรฐานของโรงแรมและที่พักแตกต่างกัน มีการเตรียมความพร้อมด้านการตลาดเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของจังหวัดภูเก็ตแตกต่างกัน

ผลการศึกษาการเปรียบเทียบความพร้อมด้านการตลาดเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามระดับมาตรฐานของโรงแรมและที่พัก พบว่า มีความแตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์ ($t = 6.441$, $P = .000$) ด้านราคา ($t = 3.151$, $P = .002$) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($t = 2.515$, $P = .014$) ด้านส่งเสริมการตลาด ($t = 2.230$, $P = .027$) ด้านบุคลากร ($t = 2.843$, $P = .005$) และด้านกระบวนการให้บริการ ($t = 4.267$, $P = .000$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านลักษณะการบริหารงานและความเป็นเจ้าของ ลักษณะการบริหารงานและความเป็นเจ้าของแตกต่างกัน มีการเตรียมความพร้อมด้านการตลาดเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของจังหวัดภูเก็ตแตกต่างกัน

ผลการศึกษาการเปรียบเทียบความพร้อมด้านการตลาดเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของจังหวัดภูเก็ต ตามลักษณะการบริหารงานและความเป็นเจ้าของ พบว่า มีความแตกต่างกันในด้านราคา ($t = 2.415$, $P = .017$) ด้านส่งเสริมการตลาด ($t = 2.567$, $P = .011$) ด้านบุคลากร

($t = 2.486$, $P = .014$) ด้านกระบวนการให้บริการ ($t = 3.972$, $P = .000$) และด้านลักษณะทางกายภาพ ($t = 3.856$, $P = .000$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านทำเลที่ตั้ง ทำเลที่ตั้งของโรงแรมและที่พักแตกต่างกันมีการเตรียมความพร้อมด้านการตลาดเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของจังหวัดภูเก็ตแตกต่างกัน

ผลการศึกษาการเปรียบเทียบความพร้อมด้านการตลาดเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของจังหวัดภูเก็ต แยกตามทำเลที่ตั้ง พบว่า โดยภาพรวมมีความแตกต่างกัน ($F = 6.320$, $P = .002$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อทำการทดสอบรายคู่พบว่า มีความแตกต่างกัน 2 คู่ ได้แก่ 1) อำเภอเมืองมีความแตกต่างกับอำเภอกะทู้ ($\bar{x} = 3.68 < \bar{x} = 3.93$) และ 2) อำเภอเมืองมีความแตกต่างกับอำเภอถลาง ($\bar{x} = 3.68 < \bar{x} = 3.69$)

สรุปและอภิปรายผล

การเตรียมความพร้อมด้านการตลาดของโรงแรมและที่พักเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของจังหวัดภูเก็ต ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ระดับมากสอดคล้องกับการศึกษาของ ชุตินาถ ทองจีน และ รัฐวิธดา ไชยเมืองขึ้น (2555: บทคัดย่อ) ได้ศึกษา “เรื่อง ทศนคติของผู้ประกอบการไทยต่อผลกระทบของการเปิดเสรีทางการค้าประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน” ปัจจัยที่มีผลต่อผู้ประกอบการไทยในการเปิดเสรีทางการค้าประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนทั้ง 3 ด้านพบว่า ปัจจัยที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือด้านเศรษฐกิจ รองลงมาคือด้านการตลาด และด้านการบริหารจัดการ และการศึกษาครั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีการเตรียมพร้อมด้านกระบวนการให้บริการสูงสุด อาจจะเป็นเพราะว่ากระบวนการให้บริการมีความสำคัญต่อการให้บริการกับลูกค้าเป็นอันดับต้น ๆ เป็นส่วนประสมทางการตลาด ที่มีความสำคัญมากต้องอาศัยพนักงานที่มีประสิทธิภาพ หรือเครื่องมือที่ทันสมัย ในการทำให้เกิดกระบวนการสามารถส่งมอบบริการที่มีคุณภาพ เนื่องจากการให้บริการโดยทั่วไป มักจะประกอบด้วยหลายขั้นตอน เริ่มจาก การต้อนรับ การสอบถามข้อมูลเบื้องต้น การให้บริการตามความต้องการ การชำระเงิน จนถึงกระบวนการสุดท้าย ลูกค้าได้รับการบริการที่พึงพอใจมากที่สุด และกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป ซึ่งในแต่ละขั้นตอนต้องประสานเชื่อมโยงกันอย่างดี หากมีขั้นตอนใดไม่ดีแม้แต่ขั้นตอนเดียว ย่อมทำให้การบริการไม่เป็นที่ประทับใจแก่ลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมเกียรติ

วัฒนศิริชัยกุล (บทคัดย่อ : 2553) ได้ทำการศึกษา “เรื่อง การเข้าร่วมประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน” พบว่าทั้งหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน และภาคประชาชนทั่วไป ส่วนใหญ่ยังขาดการรับรู้ในเรื่อง การรวมเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หัวใจหลักของแผนยุทธศาสตร์ชาติมุ่งเน้นสร้าง “เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์” ซึ่งต้องอาศัยการพัฒนา “คน” เป็นศูนย์กลางในการพัฒนาทุกด้าน โดยปฏิรูประบบ การศึกษาให้บรรลุเป้าหมาย การรวมเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ภาครัฐควรประชาสัมพันธ์เชิง บวกให้ทุกภาคส่วนได้เห็นโอกาสในการพัฒนาธุรกิจเพื่อแข่งขันรวมพลังและเน้นการมีส่วนร่วม

จากการศึกษาเรื่องการเตรียมความพร้อมด้านการตลาดของโรงแรมและที่พักเพื่อเข้าสู่ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของจังหวัดภูเก็ตมีประเด็นที่จะเสนอแนะดังนี้

1. สถานประกอบการโรงแรมและที่พักควรมีการอบรมบุคลากรและพนักงานอย่างสม่ำเสมอ และต่อเนื่องในเรื่องการฝึกอบรมให้พนักงานเข้าใจวัฒนธรรมของแต่ละชาติในประเทศกลุ่มอาเซียน พนักงานต้อนรับสามารถสื่อสารได้มากกว่า 2 ภาษา โดยต้องมีการฝึกอบรมให้พนักงานอย่างต่อเนื่อง ในเรื่องภาษาเพื่อเตรียมพร้อมเข้าสู่อาเซียน

2. ผู้บริหารจะต้องถ่ายทอดนโยบายด้านการตลาดให้กับพนักงานที่เกี่ยวข้องกับการตลาดมี วิสัยทัศน์ร่วมกันที่จะพัฒนาตนให้มีความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

3. สถานประกอบการโรงแรมและที่พัก ควรมีการติดต่อสื่อสารกับผู้ลูกค้าที่มาพักเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง การติดต่อสื่อสาร อาจใช้พนักงาน หรือใช้เครื่องมือสื่อสาร ทางการตลาด ซึ่งอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายช่องทางก็ได้ โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมของลูกค้า เป็นสำคัญ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ได้แก่

1. การศึกษาครั้งต่อไปควรมีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการประเภทของโรงแรมและที่ พักถึงรายละเอียด การเตรียมความพร้อมด้านการตลาดของโรงแรมและที่พักเพื่อเข้าสู่ประชาคม เศรษฐกิจอาเซียน มีแนวคิดที่จะเตรียมความพร้อมอย่างไรในแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้าน ราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ การ ให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ (ภาพลักษณ์) เพื่อที่จะได้ข้อมูลมาสนับสนุนข้อมูลเชิง ปริมาณ

2. ควรมีการศึกษาการเตรียมความพร้อมด้านการตลาดของโรงแรมและที่พักเพื่อเข้าสู่ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของจังหวัด หรือภูมิภาคอื่น ๆ เพื่อสำรวจความพร้อมในการก้าวสู่ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของธุรกิจโรงแรมและที่พักของประเทศไทยในภาพรวม

3. ควรมีการศึกษาผลกระทบเปรียบเทียบก่อนและหลังการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของธุรกิจโรงแรมและที่พักในจังหวัดภูเก็ต เพื่อนำข้อมูลมาวางแผนการตลาดของธุรกิจในอนาคตได้ถูกต้อง

บรรณานุกรม

กรมการท่องเที่ยว. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2557). สถิตินักท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต .

ค้นเมื่อ 16 ตุลาคม 2557, จาก <http://tourism.go.th/index.php?mod=WebTourism>
กรรณิการ์ สุวรรณศรี. (2555). การพัฒนาศักยภาพบุคลากรทางการศึกษาเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.

เดลินิวส์ออนไลน์. (2556). โอกาสธุรกิจท่องเที่ยวไทยในอาเซียน - เออีซีกับ ม.หอการค้าไทย. ค้นเมื่อ 18 เมษายน 2558, จาก <http://m.dailynews.co.th/News.do?contentId=154627>
ชุติมาวดี ทองจีน และ จิตติวรดา ไชยเมืองชื่น. (2555). ทักษะของผู้ประกอบการไทยต่อผลกระทบของการเปิดเสรีทางการค้าประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

บุญชม ศรีสะอาด. (2553). การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ: สุวีริยา สาส์น.

ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. (2555). AEC เปลี่ยนประเทศไทย ก้าวสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน 2558. ค้นเมื่อ 18 เมษายน 2558, จาก http://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1338296131

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: บริษัทธรรมสารจำกัด.

สมเกียรติ วัฒนศิริชัยกุล. (2553). การเข้าร่วมประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.