

531105

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับโรงแรม

(Introduction to Hotel)



THAILAND



SPAIN

GERMANY



รวบรวมและเรียบเรียงโดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุถนอม ตันเจริญ

คำนำ

จุดมุ่งหมายในการศึกษาวิชา ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับโรงแรม คือการเสริมสร้างความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์ด้านการโรงแรมจากแนวคิดหรือทฤษฎีและกรณีศึกษาที่ผู้สอนหยิบยกมาอธิบายในชั้นเรียน ซึ่งมีเนื้อหาครอบคลุมความรู้เกี่ยวกับการโรงแรม ตั้งแต่ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโรงแรม ความเป็นมาและวิวัฒนาการของโรงแรม การจำแนกประเภทของโรงแรม คำศัพท์สำคัญ ความสำคัญของโรงแรมและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง การจัดองค์การและรูปแบบการบริหาร ปัจจัยหลักของการบริการ การจัดองค์การและรูปแบบการบริหารอุตสาหกรรมการโรงแรมในประเทศไทย รวมทั้งโรงแรมติดอันดับในประเทศไทยและโรงแรมระดับโลกเครือข่ายโรงแรมชั้นนำของโลก

ผู้เขียนหวังเป็นอย่างยิ่งว่าความรู้และกรณีศึกษาในตำราฉบับนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับนักศึกษา นักวิจัย และผู้ที่สนใจเกี่ยวกับการโรงแรมและธุรกิจโรงแรม ตลอดจนการนำไปประยุกต์ใช้ในการศึกษาขั้นสูง และอ้างอิงในการวิจัยได้อย่างเป็นรูปธรรม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุทธอนม ตันเจริญ

มกราคม 2559

สารบัญ

	หน้า
บทที่ 1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโรงแรม	5
พัฒนาการของที่พักแรมและโรงแรม	5
ความหมายของโรงแรม	6
ความเป็นมาและวิวัฒนาการของโรงแรม	10
คุณลักษณะสำคัญของโรงแรม	16
บทที่ 2 ประเภทของโรงแรม	18
เกณฑ์การจำแนกประเภทของโรงแรม	25
บทที่ 3 คำศัพท์สำคัญ	41
บทที่ 4 ความสำคัญของโรงแรมและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง	52
ความสำคัญของโรงแรม	55
ธุรกิจที่เกี่ยวข้อง	56
ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับโรงแรมและการท่องเที่ยว	58
บทที่ 5 ปัจจัยหลักของการบริการ	61
ปัจจัยหลักแห่งความสำเร็จในการบริการที่เป็นเลิศ	62
จิตบริการ (Service Mind)	64
หลักในการให้บริการ	68
ลักษณะของการบริการที่ดี	69
การสร้างหัวใจนักบริการ	72
จิตบริการ (Service Mind)	74
บทที่ 6 การจัดองค์การและรูปแบบการบริหาร	77
วิธีการจัดตั้งโรงแรม	77
การจัดองค์การบริหารโรงแรม	78
โครงสร้างและงานภายในโรงแรม	79

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 6 (ต่อ)	
การแบ่งงานออกเป็นแผนกต่าง ๆ	81
การจำแนกตำแหน่งภายในแผนก	86
รูปแบบการบริหารโรงแรม	93
รูปแบบการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรม	98
กลยุทธ์การทำธุรกิจโรงแรมให้ยั่งยืน	98
บทที่ 7 กลยุทธ์การบริหารโรงแรม	102
บทที่ 8 ระบบสารสนเทศในการบริหารโรงแรม	106
วัตถุประสงค์ของการใช้ระบบสารสนเทศในธุรกิจโรงแรม	108
IT กับการบริหารธุรกิจโรงแรม	109
ระบบต่าง ๆ ของ POS Solutions	112
ประโยชน์ของการใช้ระบบสารสนเทศในธุรกิจโรงแรม	118
บทที่ 9 การจัดโต๊ะอาหารและการปูที่นอน	120
รูปแบบการจัดเลี้ยง	125
การจัดวางอุปกรณ์เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร	133
มารยาทในการรับประทานอาหาร	134
เทคนิคหรือขั้นตอนในการปูเตียง	135
บทที่ 10 อุตสาหกรรมการโรงแรมในประเทศไทย	138
บทที่ 11 โรงแรมติดอันดับในประเทศไทยและโรงแรมชั้นนำของโลก	149
ตลาดเมืองไทย	150
หมดยุคเซเวนตีส์	155
10 อันดับโรงแรมวิVAS ที่ดีที่สุดในประเทศไทย	159

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 11 (ต่อ)	
โรงแรม 5 ดาวไทยถูกสุดในโลก	165
10 อันดับโรงแรมยอดเยี่ยมในเอเชียและประเทศไทย	166
โรงแรมที่ได้รับรางวัล ปี 2557	168
เครือข่ายเซนอินเตอร์	171
10 อันดับโรงแรมหรูที่สุดในโลก	175
10 อันดับโรงแรมดีที่สุดในโลก ปี 2557	181
บรรณานุกรม	187
เอกสารอ่านประกอบ	188

บทที่ 1

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโรงแรม

General Knowledge of “Hotel”



ปัจจุบันการติดต่อสื่อสารภายในประเทศและระหว่างประเทศต่าง ๆ เป็นเรื่องง่าย สะดวก และรวดเร็ว การเดินทางไปมาหาสู่และการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และเป็นความจำเป็นสำหรับการเดินทางที่ไม่สามารถกลับได้ภายในวันเดียว ต้องวางแผนและจัดหาสถานที่พักล่วงหน้า ซึ่งอาจมีความหมายรวมถึงบริการอาหาร อินเทอร์เน็ต รถรับส่ง สระว่ายน้ำ ฟิตเนสและสปา และ/หรือการนำเที่ยว เป็นต้น ผู้คนเดินทางไปยังสถานที่ใดล้วนต้องการใช้บริการด้านที่พัก อาหาร และบริการที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ด้วยกันทั้งนั้น ผู้ประกอบกิจการด้านที่พักและอาหารควรศึกษาวิเคราะห์แนวโน้มความเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาสิ่งต่าง ๆ ในสภาพแวดล้อมรอบธุรกิจเพื่อให้บริการของตนมีมาตรฐานสูง มีประสิทธิภาพและคุ้มค่าในสายตาหรือความรู้สึกของลูกค้า หลักสำคัญอย่างยิ่งคือ การสนองตอบความสะดวกสบายและความสะอาด ไม่ว่าจะเป็นด้านห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักร้านอาหาร ตลอดจนความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

การเดินทางจากบ้านไปยังสถานที่อื่นๆ ถ้าระยะทางไกลก็จำเป็นต้องหยุดพักค้างคืน การพักแรมในระยะแรกเริ่มของการเดินทาง ก็คงพักแรมในบริเวณพื้นที่เดินทางผ่านบ้านญาติ วัด หรือสถานที่อื่นๆ ซึ่งคิดว่าปลอดภัย เมื่อเส้นทางใดมีการเดินทางผ่านมากขึ้นและเหมาะสมเป็นจุดแวะพักหรือเป็นเมืองซึ่งมีสิ่งอำนวยความสะดวกในด้านการอาหารและความจำเป็นอื่นๆ หรือเมืองใดเป็นจุดหมายของการเดินทาง สถานที่ดังกล่าวก็ได้จัดสร้างที่พักแรมสำหรับนักเดินทางขึ้น เพื่อผลประโยชน์ทางธุรกิจ ที่พักแรมดังกล่าวแล้วก็คือ โรงแรมสำหรับคนเดินทาง ในโรงแรมมิได้จัดที่พักให้กับคนเดินทางอย่างเดียว แต่ต้องจัดอาหาร เครื่องดื่ม หรือบริการอื่นๆ ให้แก่ คนเดินทางเพื่ออำนวยความสะดวกสบาย และความเพลิดเพลิน

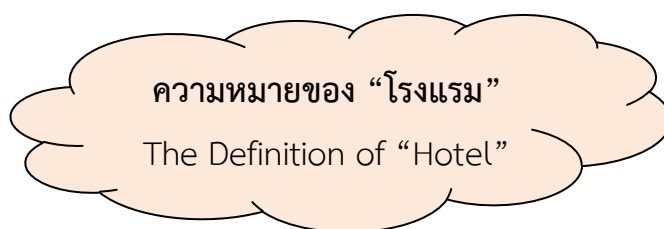
การเดินทางด้วยจุดประสงค์ด้านธุรกิจ เศรษฐกิจ การเมือง ศาสนา พักผ่อนหย่อนใจ และ/หรือแสวงหาความเพลิดเพลิน หรือวัตถุประสงค์อื่นๆ เกิดขึ้นตั้งแต่สมัยโบราณ การเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดก็ตาม ต่างก็ต้องการการขนส่ง อาหารและเครื่องดื่ม ปลอดภัย ความสะดวกสบายในการเดินทาง องค์ประกอบอย่างหนึ่งซึ่งขาดไม่ได้ในการเดินทาง คือ ที่พักแรม (Accommodations) ที่พักแรมในการเดินทางหรือโรงแรม (Hotels) ซึ่งมีลักษณะแตกต่างกันออกไป เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของผู้เดินทาง ที่พักแรมหรือโรงแรมเป็นองค์ประกอบอย่างหนึ่งของการเดินทางมาตั้งแต่สมัยโบราณ ที่พักแรมบางประเภท อาจเป็นที่พักชั่วคราวระหว่างการเดินทาง บ้านญาติ วัด หรือโรงแรมที่สร้างขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ในทางด้านเศรษฐกิจเป็นเป้าหมายหลัก

เนื่องด้วยความเจริญก้าวหน้าทางสังคมและเศรษฐกิจในปัจจุบัน ทำให้การเดินทางเพื่อการประกอบอาชีพ และการท่องเที่ยวขยายตัวมากขึ้น จำเป็นต้องติดต่อธุรกิจโยกย้ายกันทั่วโลก และการพัฒนาด้านเทคโนโลยีเกี่ยวกับการขนส่ง จึงทำให้การเดินทางสะดวกสบาย รวดเร็ว และปลอดภัยมากขึ้น การเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวก็ได้ขยายตัวขึ้นอย่างมาก นอกจากนั้น ระบบธุรกิจ มีวันหยุดมากขึ้น และความต้องการพักผ่อนหย่อนคลายความตึงเครียดจากการทำงาน ทำให้เกิดการสร้างที่พักแรมหลายประเภทเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งมีความหลากหลายและแตกต่างกันไปตามความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของที่พักแรมกับการเดินทาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว

พัฒนาการของที่พักแรมและโรงแรม

การเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ในทางด้านเศรษฐกิจ การเมือง การศาสนา และการแสวงหาความเพลิดเพลิน หรือวัตถุประสงค์ปลีกย่อยอื่นๆ นอกจากกล่าวมาแล้วได้เกิดขึ้นตั้งแต่สมัยโบราณ การเดินทางนอกจากต้องการ การขนส่ง อาหารและเครื่องดื่ม ปลอดภัย ความสะดวกสบายในการเดินทาง องค์ประกอบอย่างหนึ่งซึ่งขาดไม่ได้ในการเดินทาง คือ ที่พักแรม (Accommodations) ที่พักแรมในการเดินทางหรือโรงแรม (Hotels) ซึ่งมีลักษณะแตกต่างกันออกไป เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของผู้เดินทาง ที่พักแรมหรือโรงแรมเป็นองค์ประกอบอย่างหนึ่งของการเดินทางมาตั้งแต่สมัยโบราณ ที่พักแรมบางประเภท อาจเป็นที่พักชั่วคราวระหว่างการเดินทาง บ้านญาติ วัด หรือโรงแรมที่สร้างขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ในทางด้านเศรษฐกิจเป็นเป้าหมายหลัก

ในปัจจุบันการเดินทางเพื่อการประกอบอาชีพ และการท่องเที่ยวขยายตัวขึ้น เพราะความเจริญก้าวหน้าทางด้านเศรษฐกิจ ซึ่งมีความจำเป็นต้องติดต่อธุรกิจโยงโยกันทั่วโลก และการพัฒนาด้านเทคโนโลยีเกี่ยวกับการขนส่ง จึงทำให้การเดินทางกระทำได้รวดเร็ว ปลอดภัย สะดวกสบายมากขึ้นกว่าเดิม การเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวก็ได้ขยายตัวขึ้นอย่างมาก เนื่องจากการพัฒนาของระบบการขนส่ง ระบบธุรกิจในปัจจุบัน มีวันหยุดมากขึ้น และความต้องการพักผ่อนหย่อนใจ เหตุผลดังกล่าวแล้วจึงได้เกิดการสร้างที่พักแรมหลายประเภทเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งหลากหลายไปตามความสัมพันธ์ระหว่างที่ประเภทของที่พักแรมกับการเดินทาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว



พระราชบัญญัติ โรงแรม พ.ศ. 2547 ภูมิพลอดุลยเดช ป.ร.

ให้ไว้ ณ วันที่ 30 ตุลาคม พ.ศ. 2547 เป็นปีที่ 59 ในรัชกาลปัจจุบัน

มาตรา 4 ในพระราชบัญญัตินี้ “โรงแรม” หมายความว่า สถานที่พักที่จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ในทางธุรกิจเพื่อให้ บริการที่พักชั่วคราวสำหรับคนเดินทางหรือบุคคลอื่นใดโดยมีค่าตอบแทน ทั้งนี้ไม่รวมถึง (1) สถานที่พักที่จัดตั้งขึ้นเพื่อให้บริการที่พักชั่วคราว ซึ่งดำเนินการโดยส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์การมหาชน หรือหน่วยงานอื่นของรัฐ หรือเพื่อการกุศล หรือการศึกษา ทั้งนี้โดย มิใช่เป็นการหาผลกำไรหรือรายได้มาแบ่งปันกัน (2) สถานที่พักที่จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้บริการที่พักอาศัยโดยคิดค่าบริการเป็นรายเดือนขึ้นไปเท่านั้น (3) สถานที่พักอื่นใดตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

หากพิจารณาตามมาตรานี้จะเห็นว่ากฎหมายไทยถือว่าโรงแรมเป็นที่พักเท่านั้น ไม่ต้องมีบริการด้านอาหารและเครื่องดื่มก็ได้ อีกนัยหนึ่งคือ ถ้าเปิดบ้านให้คนเข้าพักอาศัยเป็นการชั่วคราว โยคิดเป็นค่าเช่าก็ถือว่า เป็น “โรงแรม” แล้ว อย่างไรก็ดี ในมาตรา 25 ของ พ.ร.บ. ฉบับเดียวกันนี้เอง กลับมีบทกำหนดที่เสมือนระบุเงื่อนไขของความเป็น “โรงแรม” เพิ่มเติมจากคำจำกัดความข้างต้นนี้ โดยเขียนไว้ว่า

“มาตรา 25 เคหะสถานใดใช้เป็นบ้านพัก กล่าวคือ ใช้เฉพาะเป็นที่รับบุคคล ที่ประสงค์จะไปพักอาศัยอยู่ชั่วระยะเวลาอย่างน้อยหนึ่งเดือน โดยผู้มีสิทธิให้ใช้มิได้ขายอาหารหรือเครื่องดื่มใด ๆ แก่ผู้มาพักเป็นปกติธุระหรือแก่ประชาชน ไม่ถือว่าเป็นโรงแรมตามความหมายแห่งพระราชบัญญัตินี้”

ตามที่กฎหมายข้างต้น อาจเป็นความต้องการแยกประเภทบ้านเช่าหรือบ้านที่ให้นักเช่าอาศัยเป็นรายเดือน รายปี ออกจากความเป็นโรงแรมตามกฎหมายนี้โดยมีองค์ประกอบสำคัญ 2 ประการ ได้แก่ระยะเวลาการเช่า (อย่างน้อย 1 เดือน) และการไม่มีบริการด้านอาหารและเครื่องดื่มเป็นประจำ จึงทำให้ตีความ ได้เป็น 2 ลักษณะ คือ 1) ถ้าให้เช่าบ้านเป็นระยะเวลาต่ำกว่า 1 เดือนบ้านนั้นจะมีฐานะเป็น โรงแรมตามกฎหมาย 2) ไม่ว่าจะให้เช่าบ้านเป็นระยะเวลานานหรือยาวเพียงใด หากมีการจำหน่ายอาหารหรือเครื่องดื่มเป็นประจำ ก็จะเข้าข่ายเป็นโรงแรมด้วย

ผลสืบเนื่องจากมาตรา 25 นี้ อาจเป็นเหตุให้เกิดที่พักประเภทเกสต์เฮาส์ (Guest House) ซึ่ง ได้บริการด้านที่พักอย่างเดียวขึ้นมากมาย โดยอาศัยช่องโหว่ของกฎหมายตรงนี้ เพื่อจะได้ไม่ต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดของทางราชการเกี่ยวกับกิจการโรงแรมมากมายนัก ซึ่งรวมถึงเรื่องภาษีด้วย และทุกวันนี้เรื่องเกสต์เฮาส์ก็ยังเป็นปัญหาที่ทางราชการแก้ไม่ตกอยู่อีกทั้งเป็นเรื่องที่ผู้ประกอบการโรงแรมอย่างถูกต้องถือว่าเป็นข้อเสียเปรียบของตนตลอดเวลา

จากความหมายดังกล่าวแล้ว โรงแรมจึงหมายถึงสถานที่ทุกประเภทอาจเรียกชื่อว่า โรงแรม หรือไม่เรียกชื่อโรงแรม เช่น อาจเรียกว่า รีสอร์ท (Resorts) หรือบ้านพักตากอากาศ แต่จัดบริการเพื่อเรียกเก็บค่าเช่า และอาจจัดบริการอื่นๆ ประกอบด้วย เช่น บริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม การซักรีด การขายสินค้าที่ระลึก เป็นต้น ก็รวมเป็นองค์ประกอบของ โรงแรมทั้งสิ้น และความหมายของโรงแรมในสากล ก็มีลักษณะคล้ายกับโรงแรมในความหมายของไทย แต่ได้ยกตัวอย่างการบริการประกอบความหมายชัดเจนกว่า เช่น ...

โรงแรม หมายถึง สถานที่ประกอบการเชิงการค้าที่นักธุรกิจตั้งขึ้น เพื่อบริการผู้เดินทางในเรื่องของที่พักอาศัย อาหาร และบริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพักอาศัยและเดินทาง หรืออาคารที่มีห้องนอนหลายห้อง ติดต่อเรียงรายกันในอาคารหนึ่งหลังหรือหลายหลัง ซึ่งมีบริการต่าง ๆ เพื่อความสะดวกของผู้ที่มาพัก ซึ่งเรียกว่า “แขก” (Guest)

โรงแรม คือ สถานประกอบการที่ผู้ให้บริการต้องจัดให้มีบริการด้านอาหาร เครื่องดื่ม และที่พักไว้บริการแก่นักเดินทางที่ต้องจ่ายค่าบริการ หรือโรงแรม คือ สถานที่ซึ่งจัดบริการ ด้านที่พักอาศัย และสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ักเดินทาง (Bhatia, 1983 : 240)

กฎหมายเกี่ยวกับโรงแรมของประเทศอังกฤษได้ให้คำจำกัดความหมายของคำว่า “โรงแรม” หรือ hotel ว่าเป็น “สถานที่ซึ่งให้บริการด้านอาหารและเครื่องดื่มและที่พักหลับนอน แก่ผู้เดินทางที่ต้องการ มีเงินและเต็มใจจะจ่ายเงินค่าบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่จัดให้”

โรงแรม หมายถึงสถานที่ทุกชนิดที่จัดตั้งเพื่อหารายได้จากผู้เข้าพัก โดยมีการขาย อาหารและเครื่องดื่มตามความต้องการของผู้เข้าพัก รายได้หลักได้แก่ ค่าเช่าห้องพัก และการขายอาหารและเครื่องดื่ม โดยมีรายได้จากการบริการอื่น ๆ เช่น ค่าโทรศัพท์ ค่าซักรีด เป็นธุรกิจผลิตรายการบริการ อาจเรียกว่า อุตสาหกรรมโรงแรม เป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรม แห่งไมตรีจิต (Hospitality Industry) ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการใช้เวลาว่าง เป็นธุรกิจ ที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (มหาวิทยาลัยทักษิณ, 2558)



ภาพ 1 Hilton Phuket Arcadia Resort & Spa (www. <http://th.hotels.com>)
Phuket, Thailand

โรงแรม (Hotel) หมายถึง คฤหาสน์ อาคารขนาดใหญ่ บ้านพักขนาดใหญ่ นอกจากนี้ยังหมายถึง สถานที่ของทางราชการต่าง ๆ เช่น ศาลากลาง โรงพยาบาล เป็นต้น

คำที่มีความหมายคล้ายคลึงกันกับคำว่า Hotel มีดังต่อไปนี้

1. Inn หมายถึง ที่พักขนาดเล็ก ตั้งอยู่ริมทาง ไม่มีบริการอาหารและเครื่องดื่ม
2. Tavern หมายถึง ที่พักสำหรับคนเดินทางที่ใช้ม้าเป็นพาหนะ มีลักษณะเหมือนโรงเตี๊ยม
3. Accommodation หมายถึง ที่พักที่จัดไว้ให้คนเดินทาง พร้อมมีบริการอาหารและเครื่องดื่ม
4. Motel หมายถึง โรงแรมขนาดเล็ก ซึ่งตั้งอยู่ริมถนนสายสำคัญ ๆ เพื่อให้บริการสำหรับนักเดินทางที่เดินทางโดยรถยนต์
5. Lodge หมายถึง สถานที่ให้เข้าพักสำหรับพักอาศัยค้างคืนระหว่างเดินทาง ให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม สระว่ายน้ำและคิดค่าเช่าเป็นค่าตอบแทน
6. Guest House หมายถึง สถานที่ให้เช่าขนาดใหญ่ มีลักษณะเป็นห้องโถง ห้องน้ำรวมไม่มีบริการอื่น ๆ ราคาเช่าถูก

ที่มา: <http://www.thaihotelstaff.com/index.php?lay=show&ac=article&Id=324309&Ntype=5>

ความเป็นมาและวิวัฒนาการของ “โรงแรม” History and Evolution of “Hotel”

ประวัติศาสตร์ของโรงแรม คงเกิดขึ้นไม่ต่ำกว่า 2,000 ปีล่วงมาแล้ว เพราะในสมัยอาณาจักรโรมัน (700 B.C. – ค.ศ. 500) ก็มีที่พักแรมประเภทโรงแรมสำหรับคนเดินทาง แต่หลังจากอาณาจักรโรมันตะวันตกแตกสลายสภาพทางการเมืองขาดความมั่นคง บ้านเมืองแตกแยกออกเป็นอาณาจักรเล็กๆ ขาดการติดต่อค้าขายซึ่งกันและกัน นอกจากนี้โจรผู้ร้ายก็ชุกชุม จึงทำให้การเดินทางหยุดชะงัก โดยเฉพาะอย่างยิ่งระหว่าง คริสต์ศตวรรษที่ 6 – 10 เนื่องจากเหตุผลดังกล่าวแล้วจึงส่งผลให้ธุรกิจการโรงแรมหยุดชะงักการขยายกิจการตามสภาพของระบบการเมืองและเศรษฐกิจ

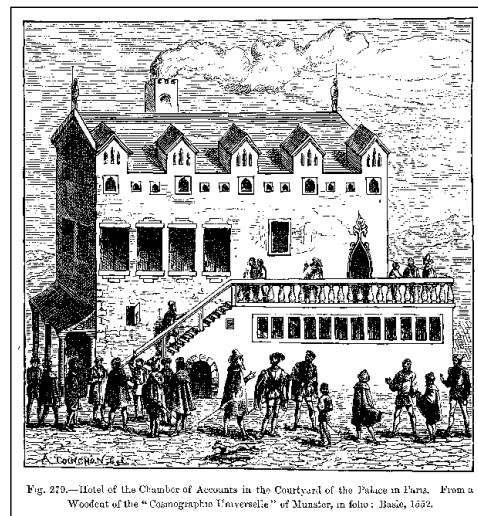
ระหว่างคริสต์ศตวรรษที่ 8 – 13 การเดินทางเพื่อประกอบกิจการทางด้านศาสนาได้เริ่มมีมากขึ้น ทางฝ่ายศาสนาจะจัดวัดเป็นศูนย์กลางที่พัก (Religious Centers) ของผู้จาริกแสวงบุญการบริการดังกล่าวแล้วไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย ต่อมาช่วงสงครามครูเสด (ค.ศ. 1029 - 1270) ซึ่งเป็นสงครามระหว่างศาสนาคริสต์กับอิสลาม ชาวคริสต์ในยุโรป ได้เดินทางไปร่วมทำสงครามครูเสด ส่งผลกระทบให้วัดในคริสต์ศาสนา จัดสร้างที่พักไว้บริการแก่ชาวคริสต์ ผู้ไปร่วมสงครามมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ สงครามครูเสดยังส่งผลให้นครรัฐต่างๆ ของประเทศอิตาลี เช่น เวนิส (Venice) ฟลอเรนซ์ (Florence) กลายเป็นศูนย์กลางการค้า และการเดินทางจากยุโรปสู่เอเชียตะวันตกเฉียงใต้ ซึ่งเป็นดินแดนของการทำสงครามระหว่างศาสนา เพื่อตอบสนองความต้องการในการพักผ่อน ตามเมืองฟลอเรนซ์ได้จัดสร้างที่พักสำหรับนักเดินทาง ในปี ค.ศ. 1290 มีจำนวนที่พักดังกล่าวแล้ว จำนวน 86 หลัง (ปรีชา แดงโรจน์, 2525: 7) สำหรับในประเทศฝรั่งเศส ก็มีที่พักของนักเดินทางเช่นเดียวกัน ในปี ค.ศ. 1254 กฎหมายฝรั่งเศสได้กำหนดไว้ว่า ผู้เดินทางจะต้องพักในโรงแรมเท่านั้น และในปี ค.ศ. 1315 กฎหมายยังกำหนดไว้ว่า ผู้เดินทางจะต้องพักในโรงแรมเท่านั้น และในปี ค.ศ. 1315 กฎหมายยังกำหนดไว้ว่าถ้าผู้พักเสียชีวิตในโรงแรม เจ้าของต้องจ่ายเงินมีมูลค่า 3 เท่าของมูลค่าที่ผู้พักพาติดตัวมา (จำลอง ทองดี, 2526: 7) จากกฎหมายดังกล่าวแล้วแสดงให้เห็นว่า มีที่พักสำหรับบริการแก่นักเดินทาง และเกิดความไม่ปลอดภัยแก่ชีวิตและทรัพย์สิน จึงได้ตรากฎหมายดังกล่าวขึ้น



ภาพ 2
ภาพเมืองฟลอเรนซ์
ซึ่งกลายเป็นศูนย์กลางการค้า
ในยุคกลาง

ตอนปลายสมัยกลาง ตั้งแต่คริสต์ศตวรรษที่ 14 และ 15 เป็นต้นมา ได้เกิดการค้าขายระหว่างเมือง และเมืองต่างๆ ได้ขยายตัวในด้านเศรษฐกิจอีกครั้งหนึ่ง การขยายตัวทางด้านเศรษฐกิจดังกล่าวแล้วทำให้ ธุรกิจทางด้านที่พักแรม ขยายกิจการตามไปด้วย

ดังนั้นในคริสต์ศตวรรษที่ 15 ได้มีโรงแรมประเภท Inns หรือ Taverns ในเมืองต่างๆ แพร่หลายในยุโรป ในปี ค.ศ. 1576 ประเทศอังกฤษมีโรงแรมบริการประมาณ 6,000 โรงแรม (Bhatia, 1983: 236) โรงแรมประเภทนี้ตั้งอยู่บริเวณริมทางรถม้า จัดที่พักให้ทั้งคน และม้า นอกจากเป็นที่พักแรมของคนเดินทาง สถานที่ดังกล่าวแล้วยังเป็นที่พบปะสังสรรค์ ของขุนนาง นักการเมือง พระและบุคคลในท้องถิ่น โรงแรมได้ขยายตัวอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ คริสต์ศตวรรษที่ 18 จนกระทั่งพัฒนาเป็นโรงแรมมาตรฐานซึ่งเป็นต้นแบบของโรงแรม ปัจจุบันในปลายคริสต์ศตวรรษที่ 19 (Gray and Liquori, 1994: 3 -5)



ภาพ 3 โรงแรมที่มีได้ทุนไว้สำหรับเลี้ยงม้า



ภาพ 4 ลักษณะโรงแรมประเภท Inn



ภาพ 5 ลักษณะโรงแรมประเภท Tarvern และกิจกรรมภายใน Tarvern

ในอเมริกา หลังจากได้มีชาวอังกฤษและทางชาติยุโรปชาติอื่นๆ อพยพเข้าไปอยู่ในอเมริกาตั้งแต่คริสต์ศตวรรษที่ 16 ก็ทำให้เกิดที่พักหรือโรงแรม ในบริเวณทางด้านฝั่งตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศสหรัฐอเมริกาในปัจจุบัน โรงแรมอเมริกาเกิดขึ้นตามบริเวณเมืองท่าชายฝั่งทะเลหรือแม่น้ำ แต่โรงแรมในอังกฤษเกิดขึ้นตามแนวเส้นทางรถม้า โรงแรมได้พัฒนาตามความเจริญของประเทศอย่างต่อเนื่อง ในปี ค.ศ. 1794 โรงแรม ซิตี้ (City Hotel) ในนครนิวยอร์ก (New York) เป็นโรงแรมขนาดใหญ่ที่สุดมีห้องพัก 70 ห้อง ในปี ค.ศ. 1829 ในเมือง บอสตัน (Boston) ได้สร้างโรงแรมขนาดใหญ่ มีห้องพักถึง 170 ห้อง หลังจากนั้นโรงแรมได้พัฒนาอย่างต่อเนื่อง

จนกระทั่งปี ค.ศ. 1907 เอลส์เวิร์ส เอ็ม สเตทเลอร์ (Elsworth M. Statler) ได้สร้างโรงแรมบัฟฟาโล สเตทเลอร์ (Buffalo Statler) มีห้องพักทั้งหมด 300 ห้อง แต่ละห้องมีห้องน้ำส่วนตัว สเตทเลอร์ยังได้ขยายกิจการของโรงแรมออกไปยังเมืองต่างๆ และเป็นแนวความคิดของการจัดตั้งโรงแรมเครือข่าย (Chain Hotel) ในปัจจุบัน (Gray and Liquori, 1994 : 5 - 6)



ภาพ 6 โรงแรม PLIMHIMMON HOTEL ในช่วงปี ค.ศ.1884-1940



ภาพ 7 โรงแรมบัฟฟาโล สเตทเลออร์ ในปี ค.ศ.1907

องค์ประกอบที่สำคัญทำให้ธุรกิจการโรงแรมขยายตัว คือ การขยายตัวทางเศรษฐกิจของยุโรป ตั้งแต่คริสต์ศตวรรษที่ 18 ผนวกกับความเข้มแข็งทางด้านการเมืองและความก้าวหน้าในการพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ในคริสต์ศตวรรษที่ 19 ได้มีการพัฒนาเทคโนโลยีด้านการขนส่งทั้งทางน้ำและทางบก ได้ประดิษฐ์เรือกลไฟ และรถไฟในการขนส่งสินค้าและผู้โดยสาร สิ่งเหล่านี้ล้วนส่งเสริมให้เกิดการขยายตัวในเรื่องการเดินทางและส่งผลในธุรกิจโรงแรมได้พัฒนามากยิ่งขึ้น หลังจากได้มีการพัฒนาการขนส่งทางอากาศในต้นคริสต์ศตวรรษที่ 20 จนกระทั่งมีความปลอดภัยในการขนส่งผู้โดยสารและสินค้าจึงทำให้การขนส่งทางอากาศมีบทบาทที่สำคัญในการเดินทางระหว่างประเทศ หรือการเดินทางระยะไกล

การขนส่งผู้โดยสารที่ปลอดภัย รวดเร็ว สะดวกสบาย และการพัฒนาเทคโนโลยีของระบบ การขนส่งทางอากาศให้เจริญก้าวหน้าขึ้นตั้งแต่ทศวรรษที่ 1960 เป็นต้นมา ล้วนส่งผลให้เกิด การขยายตัวทางด้านการเดินทางเพื่อประกอบธุรกิจและการท่องเที่ยว ย่อมส่งผลให้เกิดการ ขยายตัวทางด้านการที่พักแรมในรูปแบบต่างๆ เพื่อสนองความต้องการของนักเดินทางซึ่งมี วัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน

ธุรกิจโรงแรมเกิดจากความต้องการเดินทางท่องเที่ยวของมนุษย์และมีการเอื้อเฟื้อที่ พักให้ เริ่มต้นที่ยุโรป ต่อมา มีการทำเป็นการค้ามีการบริการที่พักและบริการอื่น มีการพัฒนา ด้านการออกแบบอาคาร ตกแต่ง แยกส่วนที่พัก จากการขายอาหาร เครื่องดื่มจึงเรียกว่า “Hotel” การโรงแรมในอเมริกา มีการพัฒนาทั้งด้านอาคาร ทำเลที่ตั้ง และมีการรวมตัวกัน ตั้งเป็นสมาคม The American Hotel and Motel Association ซึ่งมีบทบาทอย่างมากต่อ โรงแรมระดับนานาชาติ รวมทั้งประเทศไทย การดำเนินงานก็อยู่ในระดับสากล



ภาพ 8 โรงแรมอังกฤษในอดีต

ในประเทศอังกฤษได้มีการก่อสร้างโรงแรมในทำเลที่เหมาะสมขึ้น ตามเส้นทางของ รถม้า เพื่อความสะดวกสบายในการเดินทาง และยกระดับเป็นสถานที่พบปะสังสรรค์แก่คน ชั้นสูงในท้องถิ่น ตลอดจนให้บริการอย่างอื่น เช่น ใช้จัดพิธีแต่งงาน เป็นต้น การออกแบบ อาคารจะเป็นรูปสี่เหลี่ยม แบ่งพื้นที่เป็นส่วนต่าง ๆ โดยแยกส่วนที่พักออกจากส่วนการขาย อาหาร และเครื่องดื่ม ลักษณะเช่นนี้จึงมีการนำคำว่า “Hotel” มาใช้ ซึ่งเป็นคำมาจากภาษา ฝรั่งเศส มีความหมายว่า “คฤหาสน์ หรืออาคารขนาดใหญ่” โดยเริ่มใช้กันราวปลายศตวรรษ ที่ 18 หลังจากนั้นโรงแรมในยุโรป ได้มีการพัฒนาเป็นโรงแรมที่หรูหรามากขึ้น ทั้งด้านการ ออกแบบตกแต่งภายในการเสนอความสะดวกสบายต่าง ๆ ให้แก่ลูกค้า

การโรงแรมในประเทศสหรัฐอเมริกา มีวิวัฒนาการเช่นเดียวกับในประเทศอังกฤษ ต่างกันที่ในอเมริกา โรงแรมส่วนใหญ่จะสร้างขึ้นบริเวณเมืองท่า ธุรกิจโรงแรมมีความเจริญก้าวหน้าอย่างมาก มีการพัฒนาแนวความคิดใหม่ ๆ ในการออกแบบโรงแรมขึ้น โดยเป็นแบบสถาปัตยกรรมยุคใหม่แทนรูปทรงสี่เหลี่ยม ขณะเดียวกันมีการเปลี่ยนแปลงทำเลที่ตั้งของโรงแรมจากเดิมตั้งอยู่ใกล้สถานีรถไฟ เนื่องจากในอดีตประชาชนส่วนใหญ่เดินทางโดยรถไฟ โรงแรมใหม่ ๆ ตั้งอยู่นอกตัวเมืองใกล้บริเวณสนามบินหรือใกล้ถนนหลวง เนื่องจากมีการเดินทางโดยเครื่องบิน และรถยนต์เพิ่มขึ้น จึงเกิดคำว่า “Motel” สำหรับโรงแรมที่อาคารมีที่จอดรถติดกับห้องพักการโรงแรมในประเทศไทย เริ่มมีแห่งแรกในสมัยรัชกาลที่ 4 และได้มีการพัฒนาการเสนอบริการ ให้ความสะดวกสบายแก่ลูกค้า

การโรงแรมในประเทศไทย เริ่มมีแห่งแรกในสมัยรัชกาลที่ 4 และได้มีการพัฒนาการเสนอบริการ ให้ความสะดวกสบายแก่ลูกค้า ตลอดจนมีการดำเนินงานตามรูปแบบของมาตรฐานนานาชาติ จนกระทั่งในปัจจุบันนี้โรงแรมไทยได้รับคัดเลือกเป็นโรงแรมดีที่สุดในโลกหลายปีติดต่อกัน ได้แก่ โรงแรมโอเรียนเต็ล ซึ่งเป็นโรงแรมที่สร้างขึ้นในยุคแรก ๆ ธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยได้รวมตัวตั้งขึ้นเป็นสมาคมโรงแรมไทย โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อส่งเสริมผลประโยชน์ของอุตสาหกรรมโรงแรม ตลอดจนการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

การเดินทางจากบ้านไปยังสถานที่อื่นๆ ถ้าระยะทางไกลก็จำเป็นต้องหยุดพักค้างคืน การพักแรมในระยะแรกเริ่มของการเดินทาง ก็คงพักแรมในบริเวณพื้นที่เดินทางผ่านบ้านญาติ วัด หรือสถานที่อื่นๆ ซึ่งคิดว่าปลอดภัย เมื่อเส้นทางใดมีการเดินทางผ่านมากขึ้นและเหมาะสมเป็นจุดแวะพักหรือเป็นเมืองซึ่งมีสิ่งอำนวยความสะดวกในด้านการอาหารและความจำเป็นอื่นๆ หรือเมืองใดเป็นจุดหมายของการเดินทาง สถานที่ดังกล่าวก็ได้จัดสร้างที่พักแรมสำหรับนักเดินทางขึ้น เพื่อผลประโยชน์ทางธุรกิจ ที่พักแรมดังกล่าวแล้วก็คือ โรงแรมสำหรับคนเดินทาง ในโรงแรมมิได้จัดที่พักให้กับคนเดินทางอย่างเดียว แต่ต้องจัดอาหาร เครื่องดื่ม หรือบริการอื่นๆ ให้แก่ คนเดินทางเพื่ออำนวยความสะดวกสบาย และความเพลิดเพลิน

คุณลักษณะสำคัญของโรงแรม



17

คำถามท้ายบท

1. ตามพระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2478 มาตรา 3 และมาตรา 25 ให้ความหมายของคำว่า “โรงแรม” ไว้ว่าอย่างไร
2. Motel และ Lodge มีความเหมือนและแตกต่างกันอย่างไร
3. ประมาณ 2,000 กว่าปีมาแล้ว โรงแรมมีต้นกำเนิดมาจากที่ใด และมีความเป็นมาอย่างไร (10-15 บรรทัด)

Types of “Hotel”

อาศัยอำนาจตามความใน (๓) ของบทนิยามคำว่า “โรงแรม” ในมาตรา ๔ มาตรา ๑๓ แห่งพระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. ๒๕๔๗ อันเป็นกฎหมายที่มีบัญญัติบางประการเกี่ยวกับการจำกัดสิทธิและเสรีภาพของบุคคล ซึ่งมาตรา ๒๗ ประกอบกับมาตรา ๓๓ และมาตรา ๔๓ ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย บัญญัติให้ทำได้โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมาย รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทยโดยคำแนะนำของคณะกรรมการส่งเสริมและกำกับธุรกิจโรงแรมออกพร.ว่าด้วยโรงแรม พ.ศ. ๒๕๕๓ ดังต่อไปนี้

สถานที่พักที่ไม่เป็นโรงแรมและประเภทของโรงแรม

ข้อ ๑ ให้สถานที่พักที่มีจำนวนห้องพักในอาคารเดียวกันหรือหลายอาคารรวมกัน ไม่เกินสี่ห้องและมีจำนวนผู้พักรวมกันทั้งหมดไม่เกินยี่สิบคน ซึ่งจัดตั้งขึ้นเพื่อให้บริการที่พักรั่วคราวสำหรับคนเดินทางหรือบุคคลอื่นใดโดยมีค่าตอบแทน อันมีลักษณะเป็นการประกอบกิจการเพื่อหารายได้เสริมและได้แจ้งให้นายทะเบียนทราบตามแบบที่รัฐมนตรีกำหนด ไม่เป็นโรงแรมตาม (๓) ของบทนิยามคำว่า “โรงแรม” ในมาตรา ๔

ข้อ ๒ โรงแรมแบ่งเป็น ๔ ประเภท ดังต่อไปนี้

- (๑) โรงแรมประเภท ๑ หมายความว่า โรงแรมที่ให้บริการเฉพาะห้องพัก
- (๒) โรงแรมประเภท ๒ หมายความว่า โรงแรมที่ให้บริการห้องพักและห้องอาหาร หรือสถานที่สำหรับบริการอาหารหรือสถานที่สำหรับประกอบอาหาร
- (๓) โรงแรมประเภท ๓ หมายความว่า โรงแรมที่ให้บริการห้องพัก ห้องอาหารหรือสถานที่สำหรับบริการอาหารหรือสถานที่สำหรับประกอบอาหาร และสถานบริการตามกฎหมายว่าด้วยสถานบริการหรือห้องประชุมสัมมนา
- (๔) โรงแรมประเภท ๔ หมายความว่า โรงแรมที่ให้บริการห้องพัก ห้องอาหารหรือสถานที่สำหรับบริการอาหารหรือสถานที่สำหรับประกอบอาหาร สถานบริการตามกฎหมายว่าด้วยสถานบริการ และห้องประชุมสัมมนา

หมวด ๒

หลักเกณฑ์และเงื่อนไขสำหรับโรงแรมทุกประเภท

ข้อ ๓ สถานที่ตั้งของโรงแรมต้องมีลักษณะ ดังต่อไปนี้

- (๑) ตั้งอยู่ในทำเลที่เหมาะสม ไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพและอนามัยของผู้พักและมีการคมนาคมสะดวกและปลอดภัย
- (๒) เส้นทางเข้าออกโรงแรมต้องไม่ก่อให้เกิดปัญหาด้านการจราจร
- (๓) ในกรณีที่ใช้พื้นที่ประกอบธุรกิจโรงแรมในอาคารเดียวกันกับการประกอบกิจการอื่นต้องแบ่งสถานที่ให้ชัดเจน และการประกอบกิจการอื่นต้องไม่ส่งผลกระทบต่อ การประกอบธุรกิจโรงแรม
- (๔) ไม่ตั้งอยู่ในบริเวณหรือใกล้เคียงกับโบราณสถาน ศาสนสถานหรือสถาน อันเป็นที่เคารพในทางศาสนา หรือสถานที่อื่นใดอันจะทำให้เกิดทัศนียภาพที่ไม่เหมาะสม กระทบต่อความมั่นคงและการดำรงอยู่ของสถานที่ดังกล่าว หรือจะทำให้ขัดต่อ ขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่น

ข้อ ๔ โรงแรมต้องจัดให้มีการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พักอย่างน้อยดังต่อไปนี้

(๑) สถานที่ลงทะเบียนผู้พัก

(๒) โทรศัพท์หรือระบบการติดต่อสื่อสารทั้งภายในและภายนอกโรงแรมโดยจะจัดให้มีเฉพาะภายนอกห้องพักก็ได้ แต่ต้องมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการแก่ผู้พัก

(๓) การปฐมพยาบาลเบื้องต้นและการส่งต่อผู้ป่วยไปยังสถานพยาบาลใกล้เคียง

(๔) ระบบรักษาความปลอดภัยอย่างทั่วถึงตลอดยี่สิบสี่ชั่วโมง

ข้อ ๕ โรงแรมต้องจัดให้มีห้องน้ำและห้องส้วมในส่วนที่ให้บริการสาธารณะโดยจัดแยกส่วนสำหรับชายและหญิง และต้องรักษาความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ

ข้อ ๖ ห้องพักต้องไม่มีรูปแบบทางสถาปัตยกรรมที่มีลักษณะเหมือนหรือคล้ายหรือมุ่งหมายให้เหมือนหรือคล้ายกับศาสนสถานหรือสถานอันเป็นที่เคารพในทางศาสนา

ข้อ ๗ ห้องพักต้องมีเลขที่ประจำห้องพักกำกับไว้ทุกห้องเป็นตัวเลขอารบิกโดยให้แสดงไว้บริเวณด้านหน้าห้องพักที่สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน และในกรณีที่โรงแรมใดมีหลายอาคาร เลขที่ประจำห้องพักแต่ละอาคารต้องไม่ซ้ำกัน

ประตูห้องพักให้มีช่อง หรือวิธีการอื่นที่สามารถมองจากภายในสู่ภายนอกห้องพักได้ และมีกลอนหรืออุปกรณ์อื่นที่สามารถล็อกจากภายในห้องพักทุกห้อง

ข้อ ๘ สถานที่จอดรถของโรงแรมที่อยู่ติดห้องพักต้องไม่มีลักษณะมืดซิดและต้องสามารถมองเห็นรถที่จอดอยู่ได้ตลอดเวลา

ข้อ ๙ อาคารสำหรับใช้เป็นโรงแรมที่ตั้งอยู่ในท้องที่ที่มีกฎหมายว่าด้วยการควบคุมอาคารใช้บังคับ ต้องมีหลักฐานแสดงว่าได้รับอนุญาตให้ใช้อาคารเป็นโรงแรมหรือมีใบรับรองการตรวจสอบสภาพอาคาร ตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมอาคาร

ข้อ ๑๐ อาคารสำหรับใช้เป็นโรงแรมที่ตั้งอยู่ในท้องที่ที่ไม่มีกฎหมายว่าด้วยการควบคุมอาคารใช้บังคับ ต้องมีใบรับรองการตรวจสอบสภาพอาคารว่ามีความมั่นคงแข็งแรงและปลอดภัยโดยผู้ซึ่งได้รับใบอนุญาตประกอบวิชาชีพวิศวกรรมควบคุมหรือผู้ซึ่งได้รับใบอนุญาตประกอบวิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุมตามกฎหมายว่าด้วยการนั้น และผ่านการตรวจพิจารณาจากนายทะเบียนว่าเป็นไปตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่กำหนดในข้อ ๑๑ ข้อ ๑๒ ข้อ ๑๓ ข้อ ๑๔ ข้อ ๑๕ ข้อ ๑๖ และข้อ ๑๗

ข้อ ๑๑ อาคารสำหรับใช้เป็นโรงแรมตามข้อ ๑๐ ต้องมีการรักษาความสะอาด มีการจัดแสงสว่างอย่างเพียงพอ และมีระบบระบายน้ำ ระบบบำบัดน้ำเสีย และระบบระบายอากาศที่ถูกต้อง

ข้อ ๑๒ อาคารสำหรับใช้เป็นโรงแรมตามข้อ ๑๐ ต้องติดตั้งเครื่องดับเพลิงตามหลักเกณฑ์ดังต่อไปนี้

(๑) อาคารที่มีลักษณะเป็นห้องแถว ตึกแถว บ้านแถว บ้านเดี่ยวหรือบ้านแฝด ที่มีความสูงไม่เกินสองชั้น ต้องติดตั้งเครื่องดับเพลิงแบบมือถือตามชนิดและขนาดที่เหมาะสมกับสภาพของอาคารและวัสดุภายใน จำนวนคูหาละ ๑ เครื่อง

(๒) อาคารอื่นนอกจากอาคารตาม (๑) ต้องติดตั้งเครื่องดับเพลิงแบบมือถือในแต่ละชั้นจำนวน ๑ เครื่อง ต่อพื้นที่อาคารไม่เกิน ๑,๐๐๐ ตารางเมตร ทุกระยะไม่เกิน ๔๕ เมตร แต่ไม่น้อยกว่าชั้นละ ๑ เครื่อง

(๓) การติดตั้งเครื่องดับเพลิง ต้องติดตั้งให้ส่วนบนสุดของตัวเครื่องสูงจากระดับพื้นอาคารไม่เกิน ๑.๕๐ เมตร และต้องติดตั้งไว้ในที่ที่สามารถมองเห็นและอ่านคำแนะนำการใช้ได้โดยสะดวก

(๔) เครื่องดับเพลิงต้องอยู่ในสภาพที่ใช้งานได้ตลอดเวลาและสามารถนำมาใช้งานได้โดยสะดวก

ข้อ ๑๓ อาคารสำหรับใช้เป็นโรงแรมตามข้อ ๑๐ ต้องติดตั้งระบบสัญญาณเตือนเพลิงไหม้ตามหลักเกณฑ์ดังต่อไปนี้

(๑) อาคารที่มีลักษณะเป็นห้องแถว ตึกแถว บ้านแถว บ้านเดี่ยวหรือบ้านแฝด ที่มีความสูงไม่เกินสองชั้น ต้องมีระบบสัญญาณเตือนเพลิงไหม้ติดตั้งอยู่ในอาคารอย่างน้อย ๑ เครื่อง ทุกคูหา

(๒) อาคารตาม (๑) ที่มีความสูงเกินสองชั้น ต้องมีระบบสัญญาณเตือนเพลิงไหม้ติดตั้งอยู่ภายในอาคารอย่างน้อย ๑ เครื่อง ทุกชั้นและทุกคูหา

(๓) อาคารอื่นนอกจากอาคารตาม (๑) และ (๒) ที่มีพื้นที่รวมกันทุกชั้นในอาคารหลังเดียวกันเกิน ๒,๐๐๐ ตารางเมตร ต้องมีระบบสัญญาณเตือนเพลิงไหม้ทุกชั้น

ข้อ ๑๔ อาคารสำหรับใช้เป็นโรงแรมตามข้อ ๑๐ ต้องมีช่องทางเดินภายในอาคาร กว้างไม่น้อยกว่า ๑.๕๐ เมตร

ข้อ ๑๕ อาคารสำหรับใช้เป็นโรงแรมตามข้อ ๑๐ ต้องมีทางหนีไฟหรือบันไดหนีไฟ ตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่กำหนดในกฎหมายว่าด้วยการควบคุมอาคาร

ข้อ ๑๖ อาคารสำหรับใช้เป็นโรงแรมตามข้อ ๑๐ ที่มีพื้นที่รวมกันทุกชั้นในอาคาร หลังเดียวกันเกิน ๒,๐๐๐ ตารางเมตร ภายในอาคารต้องจัดให้มีระบบจ่ายพลังงานไฟฟ้า สำหรับกรณีกู้เงิน เช่น แบตเตอรี่ หรือเครื่องกำเนิดไฟฟ้า แยกเป็นอิสระจากระบบ ที่ใช้อยู่ตามปกติและสามารถทำงานได้โดยอัตโนมัติเมื่อระบบจ่ายพลังงานไฟฟ้าปกติ หยุดทำงาน

ระบบจ่ายพลังงานไฟฟ้าสำรองตามวรรคหนึ่ง ต้องสามารถจ่ายพลังงานไฟฟ้าได้ เพียงพอสำหรับเครื่องหมายแสดงทางออกฉุกเฉิน ทางเดิน ห้องโถง บันได บันไดหนีไฟ และระบบสัญญาณเตือนเพลิงไหม้เป็นเวลาไม่น้อยกว่าสองชั่วโมง

ข้อ ๑๗ บ่อเกรอะและบ่อซึมของส้วมของอาคารสำหรับใช้เป็นโรงแรมตามข้อ ๑๐ ต้องอยู่ห่างจากแม่น้ำ คู คลอง หรือแหล่งน้ำสาธารณะไม่น้อยกว่า ๑๐ เมตร เว้นแต่กรณี ที่ส้วมมีระบบกำจัดสิ่งปฏิกูลที่ถูกต้องตามหลักสุขาภิบาลและมีขนาดที่เหมาะสม

หมวด ๓

หลักเกณฑ์และเงื่อนไขสำหรับโรงแรมแต่ละประเภท

ข้อ ๑๘ โรงแรมประเภท ๑ ต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไข ดังต่อไปนี้

(๑) มีห้องพักไม่เกิน ๕๐ ห้อง

(๒) ห้องพักทุกห้องต้องมีพื้นที่ใช้สอยไม่น้อยกว่า ๘ ตารางเมตร ไม่รวมห้องน้ำ ห้องส้วม และระเบียงห้องพัก

(๓) มีห้องน้ำและห้องส้วมที่ถูกต้องสุขลักษณะอย่างเพียงพอสำหรับผู้พัก

ข้อ ๑๙ โรงแรมประเภท ๒ ต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไข ดังต่อไปนี้

(๑) ห้องพักทุกห้องต้องมีพื้นที่ใช้สอยไม่น้อยกว่า ๘ ตารางเมตร ไม่รวมห้องน้ำ ห้องส้วม และระเบียงห้องพัก

(๒) มีห้องน้ำและห้องส้วมที่ถูกลักษณะอย่างเพียงพอสำหรับผู้พัก

ข้อ ๒๐ โรงแรมประเภท ๓ และประเภท ๔ ต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขดังต่อไปนี้

(๑) ห้องพักทุกห้องต้องมีพื้นที่ใช้สอยไม่น้อยกว่า ๑๔ ตารางเมตร ไม่รวมห้องน้ำห้องส้วม และระเบียงห้องพัก

(๒) มีห้องน้ำและห้องส้วมที่ถูกลักษณะในห้องพักทุกห้อง

(๓) กรณีมีห้องพักไม่เกิน ๘๐ ห้อง ห้ามมีสถานบริการตามกฎหมายว่าด้วยสถานบริการ

ความใน (๓) มิให้นำมาใช้บังคับแก่โรงแรมที่ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่เพื่อการอนุญาตให้ตั้งสถานบริการและโรงแรมที่ตั้งอยู่นอกเขตพื้นที่เพื่อการอนุญาตให้ตั้งสถานบริการหรือโรงแรมที่ตั้งอยู่ในท้องที่อนุญาตให้ตั้งสถานบริการซึ่งมีสถานบริการตามมาตรา ๓ (๕) แห่งพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. ๒๕๐๙ ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติสถานบริการ (ฉบับที่ ๔) พ.ศ. ๒๕๔๖

บทเฉพาะกาล

ข้อ ๒๑ ความในข้อ ๓ (๔) ข้อ ๕ เว้นแต่การรักษาความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ ข้อ ๑๔ ข้อ ๑๘ (๒) และข้อ ๑๙ (๑) มิให้นำมาใช้บังคับแก่โรงแรมประเภท ๑ และประเภท ๒ ที่ประกอบธุรกิจโรงแรมโดยได้รับใบอนุญาตอยู่ก่อนหรือในวันที่กฎกระทรวงนี้ใช้บังคับ หรือโรงแรมประเภท ๑ และประเภท ๒ ที่ประกอบธุรกิจโรงแรมโดยไม่ได้รับใบอนุญาตอยู่ก่อนหรือในวันที่กฎกระทรวงนี้ใช้บังคับ แต่ได้ยื่นคำขอรับใบอนุญาตต่อนายทะเบียนภายในหนึ่งปีนับแต่วันที่กฎกระทรวงนี้ใช้บังคับ

ข้อ ๒๒ ความในข้อ ๓ (๔) และข้อ ๒๐ (๓) มิให้นำมาใช้บังคับแก่โรงแรมประเภท ๓ และประเภท ๔ ที่ประกอบธุรกิจโรงแรมโดยได้รับใบอนุญาตอยู่ก่อนหรือในวันที่กฎกระทรวงนี้ใช้บังคับ หรือโรงแรมประเภท ๓ และประเภท ๔ ที่ประกอบธุรกิจโรงแรมโดยไม่ได้รับใบอนุญาตอยู่ก่อนหรือในวันที่กฎกระทรวงนี้ใช้บังคับ แต่ได้ยื่นคำขอรับใบอนุญาตต่อนายทะเบียนภายในหนึ่งปีนับแต่วันที่กฎกระทรวงนี้ใช้บังคับ

(ให้ไว้ ณ วันที่ ๑๔ พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๕๑ ร้อยตำรวจเอก เฉลิม อยู่บำรุง
รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทย)

หมายเหตุ :- เหตุผลในการประกาศใช้กฎกระทรวงฉบับนี้ คือ โดยที่ปัจจุบันการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์ได้รับความนิยมมากขึ้น ในแต่ละท้องถิ่นมีการประกอบธุรกิจให้บริการสถานที่พักขนาดเล็กเป็นรายได้เสริมอันเป็นกิจการที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว สร้างรายได้ให้แก่ท้องถิ่น รวมทั้งเผยแพร่และอนุรักษ์ขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่น ดังนั้น เพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมการประกอบกิจการดังกล่าว สมควรกำหนดให้สถานที่พักขนาดเล็กซึ่งมีห้องพักไม่เกินสี่ห้องและมีจำนวนผู้พักไม่เกินยี่สิบคนซึ่งให้บริการเพื่อหารายได้เสริม ไม่เป็นโรงแรมตามมาตรา ๔ แห่งพระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. ๒๕๔๗ และโดยที่มาตรา ๑๓ แห่งพระราชบัญญัติดังกล่าวบัญญัติให้รัฐมนตรีโดยคำแนะนำของคณะกรรมการส่งเสริมและกำกับธุรกิจโรงแรมมีอำนาจออกกฎกระทรวงกำหนดประเภทของโรงแรม หลักเกณฑ์และเงื่อนไขเกี่ยวกับสถานที่ตั้ง ขนาด ลักษณะ สิ่งอำนวยความสะดวก หรือมาตรฐานการประกอบธุรกิจของโรงแรมเพื่อประโยชน์ในการกำหนดและควบคุมมาตรฐานของโรงแรม ส่งเสริมการประกอบธุรกิจโรงแรมและส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม ความมั่นคงแข็งแรง สุขลักษณะและความปลอดภัยของโรงแรมจึงจำเป็นต้องออกกฎกระทรวงนี้ (เล่ม ๑๒๕ ตอนที่ ๗๐ ก ราชกิจจานุเบกษา ๒๓ พฤษภาคม ๒๕๕๑)

Hotel Definition

A commercial establishment providing lodging, meals, and other guest services.

In general, to be called a hotel, an establishment must have a minimum of six letting bedrooms, at least three of which must have attached (ensuite) private bathroom facilities. Although hotels are classified into 'Star' categories (1-Star to 5-Star), there is no standard method of assigning these ratings, and compliance with customary requirements is voluntary. A US hotel with a certain rating, for example, is may look very different from a European or Asian hotel with the same rating, and would provide a different level of amenities, range of facilities, and quality of service. Whereas hotel chains assure uniform standards throughout, non-chain hotels (even within the same country) may not agree on the same standards.

Read more: <http://www.businessdictionary.com/definition/hotel.html#ixzz3Pk3rCmlb>

เกณฑ์การจำแนก ประเภทของโรงแรม

โดยทั่วไป การจำแนกประเภทของโรงแรมเป็นหมวดหมู่ใหญ่ๆ ใช้ 3 เกณฑ์ ได้แก่

1. จำแนกทำเลที่ตั้ง
2. จำแนกตามหน้าที่
3. จำแนกตามจุดประสงค์

จำแนกตามทำเลที่ตั้ง (Location)

1. โรงแรมในเมืองใหญ่ (Large Cities) ซึ่งตั้งอยู่ใจกลางเมืองในย่านธุรกิจ การท่องเที่ยว ตลอดจนสถานบันเทิงต่าง ๆ ลักษณะของโรงแรมมักมีขนาดใหญ่ตั้งแต่ 100 ห้อง ตกแต่งหรูหรา มีบริการอื่น ๆ ครบครัน
2. โรงแรมในเมืองเล็ก (Small Cities) มักตั้งอยู่ในเมืองเล็ก ลูกค้าส่วนใหญ่คือนักธุรกิจ นักท่องเที่ยว นักเดินทาง และลูกค้าในท้องถิ่นที่มาสังสรรค์
3. โรงแรมชานเมือง (Suburban Hotel) ตั้งอยู่ชานเมืองหรือนอกเมือง มีการคมนาคมสะดวก บรรยากาศเงียบสงบ มีอากาศบริสุทธิ์
4. โรงแรมสถานตากอากาศ (Resort Hotel) จะแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ
 - 4.1 โรงแรมที่ตั้งอยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยว เช่น ภูเขา ทะเล ทะเลสาบ เป็นต้น
 - 4.2 โรงแรมที่ไม่มีธรรมชาติดึงดูดนักท่องเที่ยว เป็นโรงแรมที่มุ่งเน้นด้านกิจกรรมนันทนาการต่าง ๆ เช่น สนามกอล์ฟ ซิม้า เป็นต้น
5. โรงแรมท่าอากาศยาน (Airport Hotel) ตั้งขึ้นเพื่อให้บริการที่สนามบิน ทั้งนี้เพราะสนามบินส่วนใหญ่ตั้งอยู่นอกเมือง

จำแนกตามหน้าที่ (Functions) ของที่พัก

1. โรงแรมเพื่อการค้าหรือการพาณิชย์ (Commercial Hotel) มุ่งเน้นบริการนักธุรกิจ พ่อค้าที่มาติดต่อธุรกิจ
2. โรงแรมเพื่อการพักผ่อน (Resort Hotel) มักตั้งอยู่ตามสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงาม มีบริการด้านต่าง ๆ ครบครัน

3. โรงแรมเพื่อการประชุม (Convention Hotel) โรงแรมที่มีวัตถุประสงค์ของการดำเนินงานเพื่อจัดเป็นที่ประชุมสัมมนา หรืออบรมอื่นๆ โดยจัดห้องไว้ให้บริการ

4. โรงแรมเพื่อการพักอาศัย (Residential Hotel) เป็นลักษณะให้เช่าห้องพักถาวร ในรูปของห้องชุด

จำแนกตามจุดประสงค์ของโรงแรม (Purpose of Hotel)

1. **โรงแรมธุรกิจ** โรงแรมประเภทนี้มักจะตั้งอยู่ใจกลางเมือง ในเขตธุรกิจ มีจุดประสงค์ให้บริการนักธุรกิจเป็นหลัก และนอกจากนั้นมักจะนิยมใช้เป็นที่จัดงานประชุม หรือ งานเลี้ยง จะมีการบริการที่หรูหรา แต่ช่วงเวลาที่แขกจะเข้าพักมักจะสั้นๆ

2 **โรงแรมท่าอากาศยาน / สนามบิน** โรงแรมประเภทนี้จะตั้งอยู่ใกล้ ๆ กับสนามบิน แขกที่เข้าพักจะเป็นพวกนักทัศนาจรที่มารอต่อเครื่องบิน การเข้าพักมักจะเป็นช่วงสั้นๆ ไม่ค้างคืนเกิน 1 วัน หรือในบางกรณีก็จะเป็นนักธุรกิจที่เข้ามาเข้าพักแบบโรงแรมธุรกิจก็ได้

3. **โรงแรมพักอาศัย** โรงแรมประเภทนี้ มักจะเป็นโรงแรมที่เปิดให้เข้าพักเป็นระยะเวลานานๆ 1 เดือนขึ้นไป มีลักษณะคล้ายคอนโดมิเนียมที่มีบริการแบบโรงแรม เพียงแต่ความหรูหราอาจไม่เทียบเท่า

4. **โรงแรมเพื่อการพักผ่อน (รีสอร์ท)** โรงแรมประเภทนี้มักจะตั้งอยู่ต่างจังหวัด ในภูมิประเทศที่ดี ห้องพักมักจะแยกเป็นส่วนๆ เป็นบ้านหรือหลังคาเรือนแยกต่างหาก ในโรงแรมจะมีกิจกรรมต่างๆ มากมาย เช่น การปั่นจักรยาน เล่นกอล์ฟ ขี่ม้า เดินป่า สปา เพราะจุดประสงค์ของแขกที่เข้าพักโรงแรมประเภทนี้คือการพักผ่อนเป็นหลัก ระยะเวลาเข้าพักจึงมีระยะเวลาในช่วง 5-7 วัน การบริการจะเป็นแบบสบายๆ เป็นกันเอง

5. **โรงแรมคาสิโน** มีบริการที่หลูหลวมมาก ห้องพักสวยงาม มีราคาแพง แขกที่เข้าพักจะเข้ามาเล่นการพนันเป็นส่วนใหญ่ โรงแรมประเภทนี้จะดึงดูดลูกค้าด้วยการพนัน ความบันเทิง โรงแรมชนิดนี้ไม่มีในประเทศไทยเนื่องด้วยกฎหมายการพนันเป็นสิ่งผิดกฎหมาย ประเทศที่มีโรงแรมคาสิโนที่มีชื่อเสียงโด่งดัง ในทวีปเอเชีย เช่นที่ประเทศลาว กัมพูชา มาเลเซีย ระดับโลกน่าจะเป็นที่ลาสเวกัส สหรัฐอเมริกา

6. โรงแรมประเภทที่พักและอาหาร (เกสต์เฮาส์)

มีเพียงห้องพักและอาหารเท่านั้น ไม่มีการบริการอะไรมากนัก เหมาะกับงบประมาณ จำกัด มีความเป็นกันเองดี

7. โรงแรมบังกะโล มีเพียงที่พักให้เช่าในราคาประหยัดมาก แต่ไม่มีอาหารบริการให้นักท่องเที่ยวต้องเตรียมมาเอง ในบางโรงแรมประเภทนี้จะมีพื้นที่เตรียมให้ทำอาหารไว้ให้

8. โฮเทล เกิดขึ้นในประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งนักเดินทางที่ต้องขับรถระยะไกลๆ ต้องการที่พักที่สามารถจอดรถไปจอดได้ที่ห้องพักของตน แยกที่เข้าพักจะพักระยะเวลาสั้นๆ เพียงข้ามคืน ส่วนใหญ่มักอยู่ริมทางหลวง

นอกจากนี้ยังมีโรงแรมอีกรูปแบบหนึ่งที่นิยมมากในต่างประเทศ ในประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นนักเดินทางท่องเที่ยวต่างชาตินิยมใช้บริการมากกว่า เรียกว่า **Hostel** มีลักษณะต่างจากโรงแรมประเภทต่าง ๆ มาก เพราะพื้นที่ห้องและความสะดวกสบายนั้นจะน้อยกว่าโรงแรมทั่วไป ไม่มีร้านอาหาร ห้องน้ำก็ไม่ได้เป็นห้องน้ำในตัว แต่มีบริการอินเทอร์เน็ตให้ใช้ได้ฟรีๆ โดยเฉพาะ wifi ทั่วทั้งพื้นที่ Hostel ให้บริการต่าง ๆ ในพื้นที่ส่วนกลาง เช่น ห้องทำอาหาร และอุปกรณ์ทำอาหารส่วนกลาง พื้นที่ดูทีวี หรือโต๊ะนั่งเล่น หรือเล่นอินเทอร์เน็ต หรือแม้กระทั่งโต๊ะส่วนกลาง เพื่อเอาไว้พบปะพูดคุยกันจะมีให้เห็นเกือบทุกที่ที่เป็น Hostel เกรตดี สำหรับห้องนอนของ Hostel ไม่ว่าจะเป็นที่ไหนๆ ก็จะเล็กถึงเล็กมาก หรือหลายครั้ง Hostel จะมีบริการห้องแบบนอนรวม ๆ กัน (เหมือนกับว่าเป็นเพื่อนร่วมห้องที่ไม่เคยรู้จักกันมาก่อน) ทำให้เป็นการประหยัดพื้นที่ Hostel มากและทำให้ Business Hostel น่าจะทำกำไรต่อพื้นที่ได้ดีกว่าโรงแรมทุกประเภท เพราะรายได้จากการเข้าพักเป็นการเก็บเงินต่อคน (เป็นหัว ๆ ไป) ไม่ได้คิดเป็นห้อง บริการอะไรที่ดูเหมือนว่าจะไม่จำเป็นหรือ facility กลางอะไรที่รวบได้ก็จะรวบเข้าด้วยกันทั้งหมด เช่น ห้องน้ำที่มีการแยกชายหญิงแต่ก็จะมีห้องน้ำที่มีห้องน้ำในตัว เป็นต้น ซึ่งทำให้ประหยัดพื้นที่ในการสร้าง Hostel เป็นอย่างมาก



ภาพ 9 Hostel

ผู้เชี่ยวชาญด้านการโรงแรมได้จัดแบ่งประเภทของที่พักแรม หรือโรงแรมแตกต่างกันออกไปตามวัตถุประสงค์ในการจัดประเภทซึ่งอาจขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้ง การเข้าพักออาศัยของแขก การบริหารงาน การจัดบริการแก่แขก หรือขึ้นอยู่กับองค์ประกอบอื่นๆ ดังนั้นการจัดแบ่งประเภทของที่พักแรมจึงไม่มีข้อยุติแน่นอน แต่แตกต่างกันออกไปตามวัตถุประสงค์ดังกล่าวแล้ว ซึ่งยกตัวอย่างได้ดังนี้

เฮนคิน (Henkin, 1979: 3 - 4) ได้จัดแบ่งโรงแรมออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. โรงแรมเพื่อการพาณิชย์ หรือโรงแรมแขกพักไม่ประจำ (Commercial or Transient Hotels) โรงแรมประเภทนี้มีมากกว่าประเภทอื่นๆ ทำเลที่ตั้งอยู่ในเมือง ทั้งนี้เพื่อความสะดวกในการติดต่อธุรกิจ แขกซึ่งพักในโรงแรมดังกล่าวแล้ว เป็นนักธุรกิจ นักท่องเที่ยว ที่มีวัตถุประสงค์พักชั่วคราวเพื่อติดต่อธุรกิจ หรือการท่องเที่ยว มิได้มีวัตถุประสงค์เพื่อเข้าอยู่เป็นที่พักประจำสำหรับการประกอบธุรกิจ หรือที่อยู่อาศัย โรงแรมเพื่อการพาณิชย์ หรือโรงแรมแขกพักไม่ประจำดังกล่าวแล้ว จะจัดบริการความสะดวกสบายต่างๆ แก่แขกอย่างพร้อมเพรียง เช่น ห้องอาหาร สถานที่บริการด้านธุรกิจ (Business Center) เช่น การส่งจดหมาย โทรเลข หรือระบบการสื่อสารอื่นๆ สถานที่พักผ่อนหย่อนใจ และการออกกำลังกาย เช่น สระว่ายน้ำ สนามเทนนิส เป็นต้น องค์ประกอบดังกล่าวแล้วต้องจัดบริการให้แขกเพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ในการติดต่อธุรกิจ และการพักผ่อนอย่างพอเพียง เพื่อให้การบริการเกิดความประทับใจ

2. โรงแรมแขกพักประจำ (Residential Hotels) โรงแรมประเภทนี้มีวัตถุประสงค์ในการให้แขกเข้าพักออาศัยอยู่ประจำ มีการจัดห้องอาหารบริการแก่แขกและลูกค้าทั่วไป ทำเลที่ตั้ง โดยปกติแล้วอยู่ในบริเวณชานเมืองเพื่อเหมาะแก่การเป็นที่พักออาศัย แต่ก็มีบางโรงแรมตั้งอยู่ใกล้ย่านธุรกิจ ทั้งนี้เพื่ออำนวยความสะดวกแก่แขกในการติดต่อการงาน

3. โรงแรมรีสอร์ท (Resort Hotel) โรงแรมประเภทนี้ตั้งอยู่ในบริเวณที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติ เช่น ชายทะเล หรือบริเวณภูเขา ทั้งนี้เพื่อให้แขกได้พักผ่อน สามารถสัมผัสกับธรรมชาติได้อย่างแท้จริง โรงแรมต้องจัดบริการต่างๆ เช่น ห้องอาหาร การชกกรีต การติดต่อสื่อสาร หรือบริการอื่นๆ เหมือนโรงแรมทั่วไป แต่ต้องเน้นบริการทางด้านการกีฬา และนันทนาการแก่แขกให้มากกว่าโรงแรมทั่วไป ดังนั้นโรงแรมรีสอร์ท ต้องจัดสร้างสระว่ายน้ำ สนามเทนนิส สนามขี่ม้า ตลอดจนกิจกรรมในการบันเทิงอื่นๆ ให้กับแขกผู้มาพัก ซึ่งมี

วัตถุประสงค์ในการพักผ่อนเป็นหลัก ในปัจจุบันโรงแรมรีสอร์ทนอกจากมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจแล้ว การตอบสนองลูกค้าเพื่อการประชุม สัมมนา การจัดนำเที่ยวแบบให้รางวัล (Incentive Tour) เพิ่มปริมาณมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้สถานที่ดังกล่าวแล้วนอกฤดูกาลท่องเที่ยว เพราะสามารถลดค่าบริการได้ต่ำกว่าฤดูกาลท่องเที่ยว

สำหรับที่พักประเภทอื่นๆ ซึ่งจัดขึ้นเพื่อบริการแขกนอกจาก 3 ประเภทดังกล่าวแล้ว ได้แก่ โมเต็ล (Motels) มอเตอร์โฮเทล (Motor Hotels) บ้านแบ่งเช่า (Rooming Houses) แคมป์พักแรม (Tourist Camps) และบ้านพักนักท่องเที่ยว (Tourist Houses) (Henkin, 1978 : 5)

โมเต็ล และมอเตอร์โฮเทล มีลักษณะเหมือนโรงแรมทั่วไป วัตถุประสงค์เดิมในการสร้างที่พักดังกล่าวแล้ว เพื่อตอบสนองคนเดินทางโดยรถยนต์จะได้มีที่พักตามแนวถนนซึ่งเชื่อมระหว่างมลรัฐของสหรัฐอเมริกา โรงแรมประเภทนี้จึงจัดที่พักสำหรับคนและบริการต่างๆ เกี่ยวกับรถยนต์ เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทาง ในปัจจุบันวัตถุประสงค์ในการจัดสร้างโมเต็ลเปลี่ยนแปลงไป โมเต็ลเป็นที่พักหรือโรงแรมขนาดใหญ่ที่ตั้งอยู่ทั้งในตัวเมือง ย่านธุรกิจ หรือริมถนน ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่กว้างขวางขึ้นกว่าเดิม และใกล้เคียงกับโรงแรมทั่วไปมากยิ่งขึ้น (Lattin, 1968 : 50 - 51)

จากการแบ่งโรงแรมออกเป็น ประเภทต่างๆ ดังกล่าวแล้ว นักบริหารด้านการโรงแรมบางคนได้แบ่งโรงแรมตามลักษณะการเข้าพักชั่วคราว หรือระยะเวลาอันออกเป็น 2 ประเภท คือ โรงแรมที่แขกพักชั่วคราว (Transient Hotel) และโรงแรมแขกพักประจำหรือระยะเวลานาน (Residential Hotel) สำหรับ โรงแรมที่เรียกชื่ออย่างอื่นก็จัดอยู่ในลักษณะของ 2 ประเภทดังกล่าวแล้ว (Gray and Liguori, 1994 : 10 - 11) นอกจากนี้ ยังมีแบ่งโรงแรมตามสถานที่ตั้ง (Location) โดยแบ่งออกเป็นโรงแรมในเมืองเล็กๆ (Small Cities) โรงแรมในเมืองใหญ่ (Large Cities) โรงแรมตากอากาศ (Resorts) และโรงแรมสนามบิน (Airports) อีกเช่นกัน (Gray and Liguori, 1994 : 11 - 16)

สตีตมอนและคาสาวานา (Steadmon and Kasavana, 1988: 4 - 18) ได้จัดแบ่งประเภทของโรงแรม โดยยึดพื้นฐานทางด้านขนาดของโรงแรม เป้าหมายการตลาด ระดับของการบริหารและการเป็นเจ้าของหรือการเป็นสมาชิกขององค์กรในการบริหารโรงแรมไว้ดังนี้

1. การแบ่งตามขนาดโรงแรม (Hotel Size) การแบ่งตามขนาดของโรงแรม สามารถนับได้จากจำนวนห้องพัก ซึ่งมาสามารถแยกได้เป็น 4 ขนาด คือ

- ห้องพักรวมที่มีจำนวนต่ำกว่า 150 ห้อง
- ห้องพักระหว่าง 150 – 299 ห้อง
- ห้องพักระหว่าง 300 – 599 ห้อง
- ห้องพักระหว่าง 600 ห้องขึ้นไป

สำหรับการบริการต่างๆ ก็เหมือนกับโรงแรมทั่วไป แต่อาจจะเล็กน้อยแตกต่างกันขึ้นอยู่กับขนาดของโรงแรม

2. การแบ่งตามเป้าหมายด้านการตลาด (Hotel Target Markets) เป้าหมายด้านการตลาดของโรงแรมมีหลายประเภท แต่ที่สำคัญอาจแบ่งได้ดังนี้

2.1 โรงแรมเพื่อการพาณิชย์ (Commercial Hotels) ลักษณะการบริการและการอำนวยความสะดวกสบายต่างๆ ได้กล่าวมาแล้วในตอนต้น

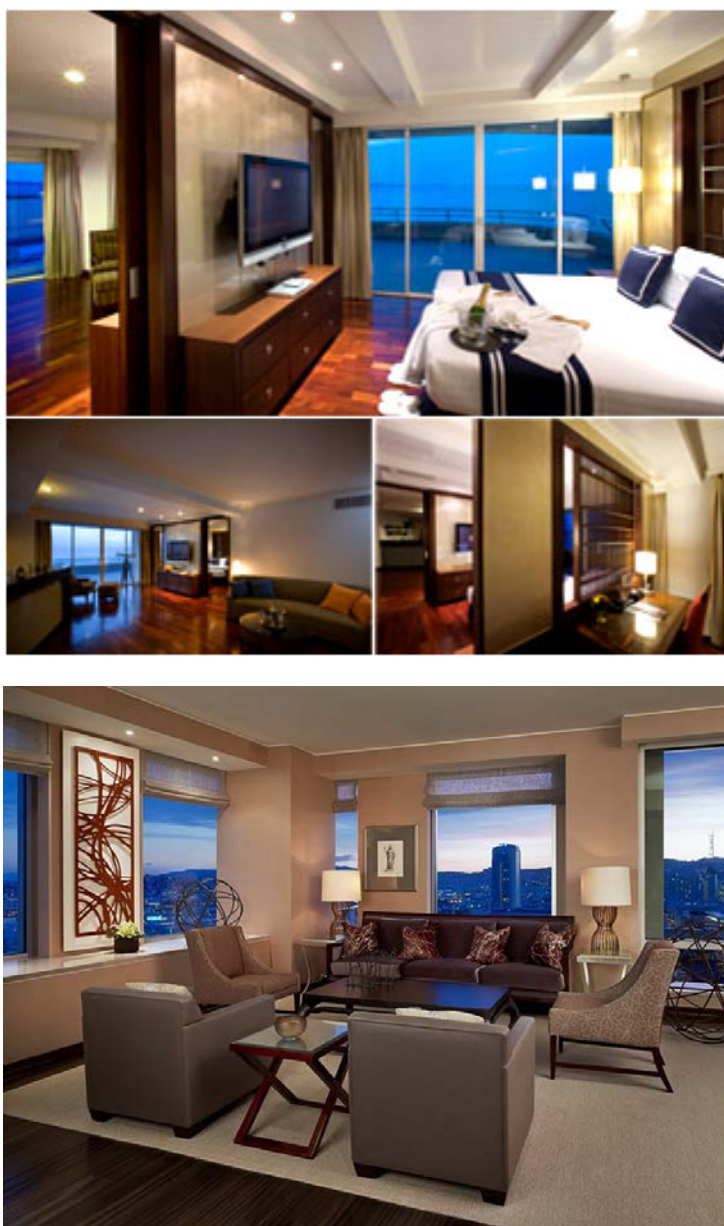
2.2 โรงแรมสนามบิน (Airport Hotels) โรงแรมประเภทนี้ตั้งอยู่ติดกับบริเวณสนามบิน เป้าหมายของลูกค้า คือ นักเดินทางที่ต้องการพักเพื่อเปลี่ยนเครื่องบินหรือผู้โดยสารที่ถูกยกเลิกเที่ยวบิน และรวมทั้งพนักงานของสายการบินซึ่งต้องการที่พักใกล้สนามบิน



ภาพ 10 โรงแรมโนโวเทล สุวรรณภูมิแอร์พอร์ต

(<http://www.sawadee.co.th/hotel/620297/Novotel-Suvarnabhumi-Airport-Hotel>)

2.3 โรงแรมห้องชุด (Suite Hotels) โรงแรมห้องชุดเป็นโรงแรมที่หรูหราและอำนวยความสะดวกสบายแก่แขกเป็นอย่างยิ่ง เพราะได้จัดห้องพัก ห้องรับแขก แยกออกจากกัน บางโรงแรมอาจจัดห้องครัว บาร์เครื่องดื่ม ตู้เย็น เพื่อเตรียมอาหารว่างไว้สำหรับแขก นอกจากนี้ยังมีห้องประชุมขนาดเล็กไม่เกิน 10 คน จัดไว้บริการแขกควบคู่กับห้องพัก เนื่องจากโรงแรมห้องชุด อำนวยความสะดวกต่างๆ ให้แก่แขกมากมายดังกล่าวแล้ว ราคาค่าบริการจึงค่อนข้างสูง แต่แขกประเภทนักธุรกิจ หรือบุคคลชั้นสูงในสังคมก็นิยมพักในโรงแรมประเภทนี้ เพราะมีสิ่งอำนวยความสะดวกสบายต่างๆ อย่างครบถ้วน



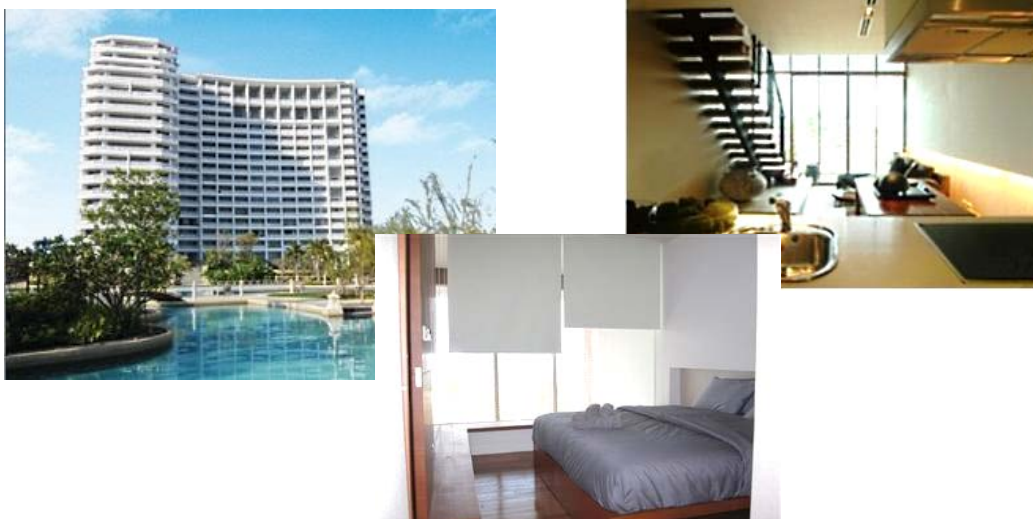
ภาพ 11 โรงแรมห้องชุด

2.4 โรงแรมซึ่งจัดห้องพักและอาหารเช้า (Bed and Breakfast) โรงแรมประเภทนี้บางที่เรียกว่า “บี แอนด์ บีส์” (B and Bs) ทั้งนี้เพราะคิดค่าบริการควบคู่กับอาหารเช้า ลักษณะของโรงแรมมีขนาดเล็ก ประมาณ 20 – 30 ห้อง การบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกน้อยกว่าโรงแรมเพื่อการพาณิชย์

2.5 โรงแรมแขกพักประจำ (Residential Hotels) มีลักษณะเหมือนกับโรงแรมแขกพักประจำซึ่งอธิบายมาแล้ว

2.6 โรงแรมรีสอร์ท (Resort Hotels) โรงแรมประเภทนี้เป็นที่พักแรมที่สร้างขึ้นในบริเวณที่แวดล้อมด้วยธรรมชาติ แบ่งเป็นห้องพักเป็นหลัง ๆ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักเดินทาง

2.7 โรงแรมคอนโดมิเนียม (Condominium Hotel) โรงแรมประกอบด้วยห้องชุดซึ่งมีห้องนอน ห้องน้ำ ห้องรับแขก ห้องอาหารและห้องครัว เจ้าของห้องชุดมิได้พักประจำในที่พักดังกล่าวแล้ว จึงได้มอบหมายให้หน่วยธุรกิจจัดการให้บุคคลอื่นแบ่งเช่าพักอาศัยชั่วคราวแบบโรงแรมทั่วไป เป็นการแบ่งเวลาในการพักแรม เพื่อมิให้ที่พักว่างเปล่า ดังนั้นจึงเรียกโรงแรมประเภทนี้ว่า โรงแรมแบ่งเวลาเช่าพัก (Time – Share Hotels) โดยทั่วไปแล้ววัตถุประสงค์ในการก่อสร้างโรงแรมดังกล่าวแล้ว ก็เพื่อการพักผ่อนตากอากาศ ดังนั้นโรงแรมจึงอยู่ในเขตพื้นที่ชายทะเลเป็นส่วนมาก



ภาพ 12 โรงแรมคอนโดมิเนียม Boat House Condominium, Petchburi, Thailand
(http://www.asiahotels.net/th/_/boat-house-condominium/index.htm)

2.8 โรงแรมบ่อนการพนัน (Casino Hotels) จัดสร้างขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการในการเล่นเกมการพนัน โรงแรมประเภทนี้จึงจัดให้มีการเล่นเกมการพนันเกือบทุกประเภท และเพื่อความสะดวกสบายของแขก จึงได้จัดห้องพัก ภัตตาคาร เพื่อจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มให้แก่แขกตลอดเวลา 24 ชั่วโมง (Gray and Liquori, 1994: 314 - 316)



ภาพ 13 โรงแรมคาสิโน

2.9 ศูนย์ประชุม (Conference Centers) ศูนย์ประชุมมีเป้าหมายในการรับแขกเพื่อการประชุมสัมมนาโดยเฉพาะ ดังนั้นต้องจัดห้องประชุม และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในการประชุมอย่างพร้อมเพรียง นอกจากนี้ศูนย์ประชุมต้องจัดที่พัก อาหาร และเครื่องดื่ม รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ เหมือนโรงแรม แต่เน้นเป้าหมายหลักด้านการประชุม แต่ศูนย์การประชุมต้องจัดสถานที่และอุปกรณ์ต่างๆ เช่นเดียวกับโรงแรมเพื่อในการพักผ่อน และออกกำลังกาย เช่น สระว่ายน้ำ สนามเทนนิส เป็นต้น ให้แขกเพื่อพักผ่อนหลังจากการประชุม

3. การแบ่งตามระดับการบริการ (Levels and Service) การบริการของโรงแรมควรมีพื้นฐานขององค์ประกอบ 2 ประการ

ประการแรก การไม่มีตัวตนของงานบริการ (The Intangibility of Service) งานบริการไม่มีตัวตน แต่สามารถให้ความพึงพอใจแก่ผู้รับบริการหรือแขกได้ ในเรื่องโรงแรมโรงแรมมิได้ขายผลผลิตที่มีตัวตน (Tangible Products) เช่น ห้องสะอาด ภัตตาคารใหญ่โต อุปกรณ์หรือหรรษาแพง เป็นต้น การบริการที่ประทับใจ เช่น ความสุภาพอ่อนน้อม รอยยิ้ม ความรวดเร็ว ความเอาใจใส่แขก เป็นต้น ล้วนเป็นงานบริการที่ต้องกระทำควบคู่กับการขายผลผลิตที่มีตัวตน ดังนั้นการไม่มีตัวตนของงานบริการก็สามารถสร้างความประทับใจให้แก่แขกได้

ประการที่สอง การประกันคุณภาพของงานบริการ (Quality Assurance) การบริการที่ถูกต้องสอดคล้องกับหลักมาตรฐานของงานบริการ เช่น มีความรวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำ สุภาพอ่อนน้อม ยิ้มแย้มแจ่มใส แต่งกายสะอาด เป็นต้น เป็นมาตรฐานที่ดีของงานบริการ แต่ถ้าพนักงานมีความคงเส้นคงวาในการบริการ (The Consistent of Delivery of Services) ก็ทำให้การบริการนั้นมีคุณภาพเชื่อถือได้และสามารถมองเห็นตัวชี้วัดในเรื่องคุณภาพ เช่น ความรวดเร็ว ความถูกต้อง แม่นยำ พฤติกรรมของพนักงานที่ปฏิบัติต่อแขกด้วยจิตใจที่โอบอ้อมอารี และเต็มใจกระทำ สิ่งดังกล่าวแล้วแสดงถึงการประกันคุณภาพของการบริการ การบริการของงานโรงแรมต้องกระทำต่อเนื่อง 24 ชั่วโมง หรือปีละ 8,760 ชั่วโมง (Nobell III, 1991: 10 - 11) ซึ่งแตกต่างจากงานอื่นๆ ซึ่งมีวันหยุดประจำสัปดาห์

การจำแนกโรงแรมตามระดับคุณภาพของการบริการ แบ่งได้ 3 ประเภทดังนี้

3.1 การบริการระดับโลก (World – Class Service) โรงแรมประเภทนี้มีเป้าหมายในการรับแขกระดับบุคคลสำคัญของประเทศ หรือบุคคลสำคัญของโลก นักธุรกิจผู้มั่งคั่ง และบุคคลผู้มีชื่อเสียงอื่นๆ ค่าบริการค่อนข้างสูง แต่ก็สอดคล้องกับบริการและความสะดวกสบายต่างๆ ที่แขกได้รับ ห้องพัก ห้องรับแขก ห้องอาหาร ห้องน้ำ ต้องตกแต่งอย่างสวยงาม และใช้เครื่องประดับตกแต่งที่ค่อนข้างหรูหรา ราคาแพง เพื่อให้เกิดความสุขสบายในการบริการ เครื่องมือสื่อสารทางด้านการติดต่อธุรกิจ และการบันเทิงต้องจัดเตรียมให้แขกในห้องพัก

สำหรับแขกบุคคลสำคัญ (Very Important Person = VIP.) โรงแรมอาจต้องจัดให้มีการลงทะเบียนในห้องพัก และจัดเลขานุการส่วนตัว สำหรับบริการทางด้านธุรกิจ

ให้แก่แขก เลขานุการส่วนตัวอาจจะต้องทำหน้าที่บริการด้านอาหาร เครื่องดื่ม หรือช่วยเหลือแขกด้านอื่นๆ ถ้าโรงแรมไม่จัดพนักงานรับใช้ให้แก่แขก

3.2 การบริการระดับกลาง โรงแรมประเภทนี้มีเป้าหมายในการรับแขกทั่วไป ทั้งนักธุรกิจ นักท่องเที่ยวรายบุคคล และหมู่คณะ โรงแรมจะลดราคาให้แก่แขกประเภท ข้าราชการ นักการศึกษา บริษัทนำเที่ยว แขกพักเป็นหมู่คณะ และประชาชนอาวุโส (Senior Citizens)

การบริการของโรงแรมอยู่ในระดับมาตรฐาน แต่สิ่งอำนวยความสะดวกสบาย ต่างๆ อาจลดน้อยกว่า โรงแรมที่มีบริการระดับโลก เป้าหมายด้านการตลาดที่สำคัญ อย่างหนึ่งของโรงแรมประเภทนี้ คือ การจัดการประชุม สัมมนา และการฝึกอบรม

3.3 การบริการระดับประหยัด (Economy or Limited Service) โรงแรมประเภทนี้เก็บค่าบริการถูกกว่าโรงแรม 2 ประเภทดังกล่าวแล้ว การบริการอยู่ในระดับ มาตรฐาน แต่อุปกรณ์ในเรื่องความสะดวกสบายมีน้อยกว่า โรงแรมเน้นเกี่ยวกับเรื่องความ สะอาด ความสุขสบาย ห้องพักราคาประหยัด และการจัดอุปกรณ์ขั้นพื้นฐานให้แก่แขกอย่าง ครบถ้วน แต่ไม่หรูหราหรือเป็นวัสดุอุปกรณ์ราคาแพง เช่น ในห้องน้ำ มีสบู่ ยาสระผม ผ้าเช็ดตัว เป็นต้น ในห้องนอน มีโทรทัศน์ วิทยุ ไว้บริการแขกเพื่อให้เกิดเพลิดเพลิน งดการ บริการอาหารและเครื่องดื่มภายในห้องพัก แขกต้องรับประทานอาหารของโรงแรม การจัดอุปกรณ์ขั้นพื้นฐานสำหรับแต่ไม่หรูหรา การบริการที่ได้มาตรฐาน แต่ราคาประหยัด คือ นโยบายสำคัญของโรงแรมประเภทนี้

4. การแบ่งตามความเป็นเจ้าของและการเป็นสมาชิกในสถาบันโรงแรม (Ownership and Affiliation) การจัดแบ่งโรงแรมในลักษณะนี้ สามารถแยกออกเป็น 2 ประเภท คือ โรงแรมที่บริหารงานอย่างอิสระ (Independent Hotels) และโรงแรมเครือข่าย (Chain Hotels) ซึ่งอธิบายได้ดังนี้

4.1 โรงแรมบริหารงานอย่างอิสระ (Independent Hotels) โรงแรมประเภทนี้ บุคคลคนเดียวหรือคณะบุคคลเป็นเจ้าของ การบริหารงานเป็นอิสระ ไม่ขึ้นอยู่กับ โรงแรมอื่นๆ จึงทำให้มีความคล่องตัวและมีอำนาจในการบริหารงาน สามารถปรับทิศทางใน การบริหารสอดคล้องกับความต้องการของตลาดได้สะดวกแต่ก็มีข้อจำกัดในด้านประสิทธิภาพ ในการบริหารงาน การสร้างเครือข่ายด้านการตลาด และการขยายธุรกิจในอนาคต

4.2 โรงแรมเครือข่าย (Chain Hotels) โรงแรมเครือข่ายจัดแบ่งการบริหารงานออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

4.2.1 การบริหารโดยบริษัทแม่ (Parent Company) โรงแรมเครือข่ายในลักษณะนี้ ทรัพย์สิน การบริหารงาน เป็นของบริษัทแม่ทั้งหมด บริษัทแม่เป็นองค์กรกลางในการจัดวางระบบการบริหารงานในโรงแรมเครือข่ายทั้งหมดให้เป็นแนวทางเดียวกัน และใช้ชื่อเดียวกันทุกสาขา ความได้เปรียบของโรงแรมประเภทนี้ ก็คือ มีทรัพย์สินในการลงทุนมาก บริหารงานโดยมืออาชีพที่มีประสบการณ์ สร้างระบบการตลาด และการส่งเสริมการขายร่วมกัน แยกสามารถจดจำได้ง่าย ข้อเสียคือระบบงานเป็นแนวเดียวกันหมด ไม่มีความหลากหลายแตกต่างกันตามลักษณะของสิ่งแวดล้อมในแต่ละพื้นที่

4.2.2 การบริหารโดยพันธสัญญา (Management Contract) การบริหารงานในลักษณะนี้ เป็นรูปแบบหนึ่งของการบริการโรงแรมแบบเครือข่าย ทรัพย์สินในการจัดสร้างโรงแรมเป็นของบุคคลภายนอกบริษัทแม่ แต่ต้องการใช้ระบบการบริหารงานแบบเครือข่าย ทั้งนี้เพราะระบบเครือข่ายมีบุคลากรที่มีความสามารถ การจัดวางระบบงานที่ดี มีข้อได้เปรียบในด้านการตลาด และการส่งเสริมการขาย นอกจากนี้ในด้านการเสนอโครงการกู้ยืมเงินเพื่อสร้างโรงแรม ถ้าการบริหารงานโดยผ่านระบบเครือข่ายธนาคาร หรือองค์กรธุรกิจด้านการลงทุนก็อนุมัติโครงการได้ง่ายขึ้น เพราะมีความมั่นใจในการบริหารงาน ดังนั้น การที่ผู้ลงทุนทางด้านการโรงแรม ต้องเสียผลประโยชน์จากรายได้ส่วนหนึ่งในการประกอบธุรกิจให้แก่ ผู้บริหารโรงแรมในระบบเครือข่าย ก็คุ้มค่าในการลงทุน และลดความเสี่ยงของธุรกิจ

4.2.3 การบริหารงานแบบแฟรนไชส์ (Franchise Groups) คำว่าแฟรนไชส์ หมายถึง สิทธิพิเศษที่บริษัทแม่มอบให้แก่ผู้ที่เข้าร่วมกิจการหรือเจ้าของธุรกิจแฟรนไชส์ เจ้าของธุรกิจดังกล่าวแล้วไม่ใช่ผู้แทนจำหน่ายและไม่ใช่พนักงาน แต่เป็นผู้บริหารงาน โดยใช้เครื่องหมายการค้า สินค้า หรือบริการ ระบบงานและข้อบังคับต่างๆ ของบริษัทแม่เจ้าของธุรกิจ หรือบริษัทในเครือ ต้องจ่ายค่าสมาชิก ค่าลิขสิทธิ์ ค่าสัญญา และเงินทุนประกอบการตามข้อตกลง (ธานี ปิติสุข, 2535: 24 - 25) ทั้งนี้เพื่อแลกเปลี่ยนกับข้อได้เปรียบในเรื่องการบริหารงาน การใช้เครื่องหมายการค้าร่วมกัน การส่งเสริมการขาย และ

ชื่อเสียงที่ดีของบริษัทแม่ ระบบแฟรนไชส์ในปัจจุบันแพร่หลายทั้งธุรกิจบริการและการขายผลผลิตที่มีตัวตน เช่น ร้านค้าต่างๆ

ในด้านการโรงแรม ระบบแฟรนไชส์จะวางระบบการจัดการบริหารหน้าที่ของบุคลากร การวางแผนพัฒนาองค์กร ระบบการตลาดออกแบบในการตกแต่งโรงแรม การใช้วัสดุ อุปกรณ์ และการวางระบบงานบริการให้ได้มาตรฐาน เจ้าของธุรกิจโรงแรมในระบบแฟรนไชส์ มีสิทธิและอำนาจในการจัดการแต่ต้องสอดคล้องกับข้อตกลงซึ่งให้ไว้กับระบบแฟรนไชส์ (Gray and Liquori, 1994: 308 - 309) กล่าวโดยสรุประบบแฟรนไชส์จะให้บริการ 3 ประการ คือ ประการที่หนึ่งวางระบบการบริหาร และพัฒนาบุคลากร ประการที่สอง จัดวางระบบการตกแต่งร้านให้ได้มาตรฐาน และประการที่สาม ช่วยเหลือด้านการตลาด

นอกจากนั้น ยังอาจจำแนกประเภทของโรงแรมตามลักษณะการเข้าพัก การให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวก ดังนี้

1. การแบ่งตามลักษณะการเข้าพัก

1.1 โรงแรมที่ผู้เข้าพักชั่วคราว (Transient Hotel)

โรงแรมลักษณะที่ผู้เข้าพักชั่วคราว ส่วนมากจะเป็นที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวหรือนักธุรกิจที่มาติดต่อทำธุรกิจระยะเวลาเข้าพักเฉลี่ยประมาณ 1 คืนถึง 7 คืน โรงแรมประเภทจะมีเป็นจำนวนมากในเมืองใหญ่ ๆ เช่น The Ravipha Residential

1.2 โรงแรมที่ผู้เข้าพักประจำ (Residential Hotel)

โรงแรมลักษณะที่ผู้เข้าพักประจำ จะเป็นโรงแรมที่ให้เข้าพักในระยะยาวมากกว่าประเภทแรก อาจจะให้เข้าพักเป็นระยะเวลา 1 เดือน 3 เดือน หรือ 1 ปี เป็นต้น

2. การแบ่งตามการให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวก

การแบ่งตามการให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกมี 5 ระดับ

2.1 ระดับพิเศษ 5 ดาว

เป็นโรงแรมที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกในทุก ๆ ด้าน การตกแต่งภายในหรูหรา มีการให้บริการครบทุกด้านและดีเยี่ยม อัตราค่าห้องพักสูงมาก ทำเลที่ตั้งอยู่ในที่การคมนาคมสะดวกหรืออยู่ใจกลางเมือง เช่น Amari Watgate Hotel

2.2 ระดับชั้นหนึ่ง 4 ดาว

เป็นโรงแรมที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อม การตกแต่งภายในโรงแรมมีความหรูหราต่ำกว่า และอัตราค่าห้องพักจะถูกกว่าโรงแรมระดับ 5 ดาว การให้บริการในด้านต่าง ๆ มีพร้อมและมีมาตรฐานด้านบริการ และความสะดวกสบายเช่นเดียวกับโรงแรมระดับ 5 ดาว เช่น The Imperial Mae Ping Hotel

2.33.ระดับนักท่องเที่ยว 3 ดาว

เป็นโรงแรมที่มีสิ่งอำนวยความสะดวก การให้บริการด้านต่าง ๆ อัตราค่าห้องพักจะต่ำกว่า การตกแต่งภายในโรงแรมหรูหราต่ำกว่าโรงแรมระดับ 5 ดาว และ 4 ดาว เช่น The China Town Hotel

4.ระดับประหยัด 2 ดาว

เป็นโรงแรมที่มีสิ่งอำนวยความสะดวก การให้บริการต่าง ๆ มีน้อย ทำเลที่ตั้งอยู่ในที่ที่ไม่สะดวกมากนัก เช่น อาจอยู่ในถนนเล็ก ๆ หรืออยู่ในซอย ซึ่งไม่สะดวกต่อการเดินทาง อัตราค่าห้องพักจะมีราคาถูกกว่า 3 ประเภทแรก มาตรฐานการให้บริการห้องพักสูงกว่าโรงแรมระดับประหยัด 1 ดาว เช่น Krabi Royal

5.ระดับประหยัด 1 ดาว

เป็นโรงแรมที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการมีน้อย เป็นโรงแรมที่มีราคาห้องพักต่ำมาก เป็นโรงแรมขนาดเล็ก ส่วนใหญ่เจ้าของโรงแรมเป็นผู้ดูแลกิจการเอง

การจัดแบ่งประเภทของโรงแรมดังกล่าวแล้ว ยังไม่มีข้อตกลงสากล ดังนั้นการจัดแบ่งประเภทจึงแตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของผู้จัดประเภทว่าใช้หลักการอะไร เช่น การเข้าพักอาศัย ที่ตั้งของโรงแรม การบริการ การบริหาร ราคาห้องพัก ขนาดของโรงแรม หรือหลักการอื่นๆ

ในบางประเทศ เช่น ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ มีที่พักในฟาร์มแกะ (Farmstays) หรือที่พักในรถยนต์ (Motor Camps) ในรถยนต์จะจัดห้องพัก ห้องน้ำ และห้องอาหาร ผู้เช่ารถยนต์ประเภทนี้สามารถพักในรถได้ นอกจากนี้ยังมีบริการที่พักร่วมกับเจ้าของบ้าน (Homestays) เจ้าของบ้าน จัดที่พัก อาหารมื้อเช้า มื้อเย็น ให้แก่ผู้เช่าอาศัย (Collier and Harraway, 1997 : 52)

คำถามท้ายบท

1. การจำแนกประเภทของโรงแรม ตามจุดประสงค์ของธุรกิจ แบ่งโรงแรมออกเป็นกี่ประเภท อะไรบ้าง ยกตัวอย่างประกอบแต่ละประเภทด้วย
2. อธิบายโรงแรมที่มีราคาถูกและราคาแพงเปรียบเทียบกัน 2 ลักษณะ
3. ในความคิดเห็นของนักศึกษา ท่านคิดว่าธุรกิจโรงแรมมีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวอย่างไร

Vital Vocabulary

คำศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับการโรงแรม มีดังต่อไปนี้

คือ ขนุนขบเคี้ยว และเครื่องดื่มที่ทางโรงแรมมีขายในห้องพัก

คือ ตู๋เย็น

คือ อุณหภูมิ

หมายถึง เครื่องดื่มประเภทไวน์

หมายถึง เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์

คือ น้ำผลไม้

คือ ขนมอบเคี้ยว

Mineral Water

หมายถึง น้ำแร่

Booking / Reservation

หมายถึง การจองห้องพัก

Voucher

คือ เอกสารสำหรับใช้แสดงตัวในการเข้าพัก ซึ่งในกรณีทำการจองห้องพักมาก่อน ท่านจะได้เอกสารสำหรับใช้แสดงตัวในการเข้าพัก ซึ่งจะระบุรายละเอียดในการเข้าพัก ทั้งหมดของท่าน ทั้งชื่อ จำนวนห้องที่จองไว้ จำนวนวันที่เข้าพัก และที่สำคัญ ถ้ามี Voucher หมายถึงคุณได้จ่ายเงินค่าห้องมาแล้ว

Check in

หมายถึง การเข้าพัก คือวันที่แขกต้องการเข้าพัก

Check out

หมายถึง คืนห้องพัก ตรงข้ามกับ Check in เมื่อต้องการจะคืนห้อง ก่อนออกจากห้องให้โทรศัพท์แจ้งกับทางเจ้าหน้าที่ก่อน ว่าต้องการจะคืนห้อง เพื่อความสะดวกรวดเร็ว ไม่ต้องเสียเวลาคอยระหว่างการตรวจสอบห้องพัก

Receptionist หรือนิยมเรียกว่า Reception

แปลว่า พนักงานต้อนรับส่วนหน้า ซึ่งเวลาไปเข้าพักตามโรงแรม หรือมีอะไรต้องการติดต่อก็ต้องที่นี่เลย ทำได้ทุกอย่าง เดี่ยวทางเจ้าหน้าที่เขาจะประสานงานกันเองประเภท All in one ทุกอย่าง...เค้าทำได้

Buffet

คือ อาหารที่เราต้องบริการตัวเอง หมายถึง แขกต้องตักอาหารเอง หยิบภาชนะเอง (บางแห่งอาจไม่ได้จัดเตรียมช้อน ส้อม ขนาดเล็กและใหญ่ และมีด ไว้ให้บนโต๊ะ) จาน หยิบช้อน ทางห้องอาหารของที่พักนั้น ๆ จะจัดอาหารและภาชนะ เตรียมไว้ให้อย่างครบถ้วนทั้ง จาน ชาม ถ้วย (ใหญ่/เล็ก) อย่างเป็นระเบียบ ใกล้เคียงชุดอาหารต่าง ๆ ส่วนพนักงานจะคอยทำหน้าที่เก็บภาชนะที่รับประทานเสร็จแล้วและทำความสะอาดโต๊ะให้

Room Service

หมายถึง การให้บริการอาหารในห้องพัก หรือสั่งอาหารมากินได้ในห้องของตัวเอง (ถ้ามีบริการ) บางโรงแรมจะห้ามทานอาหารในห้องพัก เพราะกลัวมีปัญหาในเรื่องกลิ่นของอาหาร สถานที่พักบางแห่ง เช่น โรงแรม หรือ รีสอร์ทขนาดใหญ่ การใช้บริการของ รুমเซอร์วิส อาจมีค่าบริการเพิ่มขึ้นจากราคาค่าอาหาร

Adjoining Room

หมายถึง ห้องพักที่อยู่ติดกัน

Connecting Room

หมายถึง ห้องพักที่มีประตูภายในเปิดทะลุถึงกันได้

Double Room

หมายถึง ห้องพักที่มี เตียงใหญ่ 1 เตียง พักได้ 2 ท่าน

Twin Room หมายถึง ห้องพักที่มี 2 เตียง แยกกัน พักได้ 2 ท่าน

double room คือ พักได้ 2 คน มีเตียงขนาด Queen size ให้ 1 เตียง หากเป็น twin room มีเตียงเดี่ยวให้ 2 เตียง พักได้ 2 คน Twin room is designed to accommodate two people only. The room contains two single beds. ส่วนห้องสวีท suites ซึ่งคนมักจะออกเสียงผิดเสมอ จำไว้ว่าออกเสียงเหมือนคำว่า หวาน sweet เป็นห้องพิเศษซึ่งเป็นห้องชุด แบ่งเป็น 3 ห้องคือ ห้องนอน ห้องนั่งเล่น และห้องน้ำ

It usually contains a total of three rooms; a bedroom, a sitting room and a bathroom.

Duplex

หมายถึง ห้องชุดแบบมีบันไดขึ้นลงอยู่ภายในห้องและมีห้องรับแขก หรือ ห้องนั่งเล่น

Extra Bed

หมายถึง เตียงเสริม

Single Bed

หมายถึง เตียงนอน 1 ท่าน ขนาดเล็ก ประมาณ 36×75 นิ้ว

King size Bed

หมายถึง เตียงนอนขนาดใหญ่ มีขนาดประมาณ 78×80 นิ้ว

Queen size Bed

หมายถึง เตียงนอนขนาดใหญ่ แต่เล็กกว่า King size เล็กน้อย

Hospitality

หมายถึง “การบริการต้อนรับ การสร้างความสุขให้กับแขก ผู้มาเยือนด้วยความเอื้อเฟื้อ และมีคุณธรรม” (ทีมประชาสัมพันธ์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์) ในพจนานุกรมภาษาอังกฤษ etdict.com ได้ให้ความหมายว่า “ความเป็นมิตรหรือความมีน้ำใจในการต้อนรับแขกหรือคนแปลกหน้า (*Hospitality is kindness in welcoming guests or strangers*)”

Hospitality Suite

หมายถึง ห้องนอนที่มีห้องรับแขกอยู่เชื่อมต่อกันใช้เป็นห้องรับรองลูกค้า

Single Room

หมายถึง ห้องพักเตียงเดี่ยว

Standard Room

หมายถึง ห้องพักที่มีเกรดต่ำสุดเท่าที่โรงแรมนั้นมีทั้งหมด

Superior Room

หมายถึง ห้องพักเกรดระดับกลาง ดีกว่า **Standard Room**

Deluxe Room

หมายถึง ห้องพักเกรดสูงกว่า Superior Room แต่น้อยกว่า **Suite**

Suite

หมายถึง ห้องพักเป็นห้องชุดที่มีส่วนรับรองแขก และ อาจมีส่วนประกอบอาหารเล็กๆภายในห้องด้วย

Family Room

หมายถึง ห้องพักที่มีเตียงใหญ่ พักได้ 2-4 ท่าน ภายในห้อง

Studio Room

หมายถึง ห้องพักห้องใหญ่ มีห้องน้ำภายในห้องนอน มีครัวเล็กๆ หรือส่วนประกอบอาหารภายในห้อง พักได้ 1-2 ท่าน

Junior Suite

หมายถึง ห้องพักขนาดใหญ่ ที่มีส่วนนั่งเล่นอยู่ภายในห้องเดียวกัน

Penthouse

หมายถึง ห้องพักที่อยู่ชั้นบนสุดของอาคารและต้องหรูหรา

Upgrade

หมายถึง ลูกค้านำห้องพักที่มีระดับสูงหรือหรูหรากว่าห้องที่จองไว้ โดยไม่ต้องชำระค่าบริการเพิ่ม

Downgrade

หมายถึง การย้ายห้องลูกค้าไปยังห้องที่มีระดับต่ำกว่าที่จองไว้โดยคิดค่าบริการตามราคาห้องที่ย้ายไปพัก

Tip

คือ ” เงินรางวัลพิเศษ ” ส่วนใหญ่นิยมให้ในกรณีที่เราขอบริการจากพนักงานเป็นพิเศษ เช่น การยกกระเป๋าเข้าห้องพัก โดยปกติพนักงานยกกระเป๋าจะทำหน้าที่นี้อยู่แล้ว แต่หากเรามีของเยอะมากจนไม่สามารถจะยกหรือขนขึ้นห้องให้หมดภายในเที่ยวเดียว ควรให้ทิป เป็นสินน้ำใจ

Walk in

หมายถึง ลูกค้าที่เข้าพักโดยไม่ได้จองล่วงหน้า

Skipper

หมายถึง ลูกค้าที่ออกจากโรงแรมโดยไม่ได้เช็คเอาท์ หรือออกไปโดยไม่ได้ชำระค่าห้อง

Joiner

หมายถึง บุคคลที่เข้าพักเพิ่มร่วมกับลูกค้า

Sleeper

หมายถึง ห้องพักรวมที่เข้าใจผิดคิดว่ามีลูกค้าพักอยู่

Stay Over

หมายถึง ลูกค้าที่เข้าพักต่ออีก 1 คืน หรือมากกว่าจากที่จองไว้

F.I.T.

หมายถึง Free Individual Traveler นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าพักตามลำพัง 1 ห้องหรือ 2 ห้อง โดยไม่ได้มาเป็นกลุ่ม

G.I.T.

หมายถึง Group Individual Travellers นักท่องเที่ยวที่เข้าพัก แบบกรุ๊ป หรือ กลุ่มหมู่คณะ

F.O.C

หมายถึง Free Of Charge คือ ฟรี! ไม่เก็บเงิน

Flat rate

หมายถึง อัตราค่าห้องแบบขายเป็นกรุ๊ป ที่ทำการตกลงกันล่วงหน้า

Rack rate

หมายถึง อัตราค่าห้องพักเต็ม ราคาเต็ม ที่ไม่มีส่วนลด

Special Offer

หมายถึง ราคาพิเศษ ส่วนลดพิเศษ

Reservation

หมายถึง การจองห้องพัก การสำรองห้องพัก

Day use

หมายถึง อัตราค่าห้องที่ลูกค้าเข้าพักในช่วงกลางวันของลูกค้าชำระอัตราค่าบริการครึ่งหนึ่งของราคาปกติ

Complimentary

หมายถึง อภินันทนาการฟรี ไม่คิดค่าบริการ

Term and Conditions

หมายถึง ข้อตกลงและเงื่อนไข ที่ลูกค้าต้องทราบก่อนเข้าพัก

Accommodation

หมายถึง การอำนวยความสะดวก การต้อนรับ สิ่งอำนวยความสะดวกหรือความสะดวก (อาหารและที่พัก ที่นั่งที่นอนบนรถไฟ เงินยืม ความพร้อมที่จะช่วยเหลือผู้อื่น)

Facility

หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวก

Recreation

หมายถึง สถานที่หรือกิจกรรมสำหรับพักผ่อนหย่อนใจ

ABF

หมายถึง อาหารเข้าแบบอเมริกัน โดยทั่วไป มีอาหารจานหลัก ประกอบด้วยชาหรือกาแฟ น้ำผลไม้ นมสด ขนมปัง ไข่และเนื้อจำพวกแฮม เบคอน ไส้กรอก

Check-in desk

หมายถึงบริเวณที่แขกมาถึงและลงทะเบียนเข้าพัก ส่วนการจ่ายเงินค่าห้องเมื่อทำการ **check out** (ออกจากโรงแรม) ก็ทำที่นี้เช่นกัน

Reservation

ถ้าคุณยังไม่ได้ทำ**reservation** หรือจองห้องไว้ก่อน คุณสามารถถามว่า *Do you have any rooms available for tonight?* เพื่อดูว่าที่นี่ยังมีห้องว่างหรือเปล่า

Single or double room?

ในโรงแรมส่วนใหญ่คุณสามารถเลือกพักในห้องประเภทต่างๆ ได้ เช่น **double room** (สำหรับ 2 คน), **single room** (สำหรับคนเดียว) หรือ **suite** (ห้องชุด) พนักงานต้อนรับจะถามคุณว่าต้องการห้องประเภทไหนโดยใช้ประโยค *What kind of room would you prefer?*

Facilities

หมายถึงสิ่งอำนวยความสะดวกที่แขกสามารถใช้ได้ เช่น ห้องออกกำลังกาย สระว่ายน้ำ น้ำ หรือร้านอาหาร

Services

คำนี้มีความหมายคล้ายๆ กับ **Facilities** แต่เป็นพนักงานที่คอยอำนวยความสะดวกให้คุณ ถ้าคุณต้องการซักเสื้อผ้า คุณควรขอ **Laundry Service** ถ้าคุณอยากได้คนมาดูแลลูกในขณะที่คุณออกไปข้างนอก คุณควรติดต่อขอ **Babysitting Service**.

Restaurant or Room Service?

โรงแรมส่วนใหญ่มี **catering facilities** ซึ่งบริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม เช่น **restaurant** (เสิร์ฟอาหาร) **Bar** (ส่วนใหญ่เสิร์ฟเครื่องดื่ม) หรือ **Room Service** (ซึ่งส่งอาหารและเครื่องดื่มตามสั่งถึงห้องคุณ)

Room features

เป็นสิ่งที่ทำให้ในแต่ละห้องของโรงแรมเพื่ออำนวยความสะดวกแก่แขกที่มาพักอย่างเต็มที่ ตัวอย่างเช่น ถ้าคุณต้องการของว่างและเครื่องดื่ม คุณสามารถใช้ **mini-bar** ถ้าคุณต้องการโทรศัพท์ไปต่างประเทศ คุณสามารถใช้ **International direct dial telephone**

Business Center

โรงแรมหลายแห่งยังมีบริการด้านธุรกิจให้แขกใช้โดยการตั้ง **Business Center** ขึ้น ซึ่งประกอบไปด้วยเครื่องถ่ายเอกสาร แฟกซ์ อีเมล และอุปกรณ์ออฟฟิศอื่นๆ

Airport transfer

หมายถึงการที่โรงแรมบริการรับส่งแขกระหว่างโรงแรมและสนามบิน โรงแรมอาจมี **shuttle service** ที่นำส่งแขกไปยังสถานช้อปปิ้งหรือสถานท่องเที่ยวที่น่าสนใจในละแวกนั้นอีกด้วย

สิ่งอำนวยความสะดวก และ บริการ

สำหรับ “การท่องเที่ยว” สิ่งอำนวยความสะดวก (Facility) หมายถึง สิ่งต่างๆ ที่รองรับการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อให้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปด้วยความสะดวกสบายที่สำคัญมากที่สุดคือ เรื่องที่พักแรมไม่ว่าจะเป็นที่พักในรูปแบบโรงแรม รีสอร์ท บังกะโล เกสต์เฮาส์ สิ่งสำคัญอันดับรองลงมา คือ การบริโภคจึงต้องมีร้านอาหารบริการสำหรับนักท่องเที่ยว ตลอดจนข่าวสารข้อมูลเพื่อการเดินทางไว้บริการนักท่องเที่ยว

สิ่งอำนวยความสะดวก และ บริการของโรงแรม

สำหรับ “การโรงแรม” แล้ว สิ่งอำนวยความสะดวก (Facility) ได้แก่

- ห้องโถงส่วนกลาง (Hotel Lobby)
- สระว่ายน้ำ (Swimming Pool)
- สถานที่ออกกำลังกาย (Fitness Center, Gymnasium)
- สปาเพื่อสุขภาพ (Spa and Massage)
- ภัตตาคารพิเศษ (จีน ญี่ปุ่น เกาหลี เวียดนาม ฝรั่งเศส อิตาลี อินเดีย มุสลิม ฯลฯ)
- คอฟฟี่ชอป (Coffee Shop)
- บาร์ (Bar)
- ดิสโก้เทค (Discotheque Bar)
- ห้องคาราโอเกะ (Karaoke)
- บริการอินเทอร์เน็ต (Internet access in room)
- ห้องสำหรับเด็กๆ เล่นเกมส์ (Children Play Room)
- ร้านเสริมสวย (Beauty Salon)
- ร้านจำหน่ายของฝาก (Gift Shop)
- บริการรับซักรีดเสื้อผ้า (Laundry Service)
- บริการรับเลี้ยงเด็กเล็ก (Baby Sitting)
- รถรับส่ง บริการท่องเที่ยว (Shuttle Bus Service)
- บริการอาหารในห้องพัก (Room Service)
- บริการสำหรับนักธุรกิจ (Business Center)
- บริการขัดรองเท้า และบริการหนังสือพิมพ์รายวัน (Newspaper and Shoeshine)
- พนักงานบริการทั่วไปประจำชั้นที่พัก (Butler Service)
- เคาน์เตอร์บริการท่องเที่ยว (Counter Sightseeing Service or Tour Desk)
- ที่รับแลกเงินตราต่างประเทศ (Currency Exchange)

✱ สิ่งอำนวยความสะดวกทั้งหลายขึ้นอยู่กับขนาดของโรงแรม

ตัวอย่าง บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรมโนโวเทล กรุงเทพฯ

บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่โนโวเทลกรุงเทพฯ สยามสแควร์ มีสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบครันและมีการปรับปรุงตกแต่งใหม่อย่างต่อเนื่องเพื่อรองรับลูกค้าทุกท่าน

- รুমเซอร์วิส 24 ชั่วโมง
- อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงภายในห้องพัก
- ทัวร์เดสก์
- พนักงานขนกระเป๋า
- ร้านดอกไม้
- บริการซัก อบ รีด
- บริการแลกเปลี่ยนเงินตรา
- ที่จอดรถพร้อมหน่วยรักษาความปลอดภัย
- บริการรถรับส่ง ลิμουซีน
- หน่วยรักษาพยาบาลในกรณีฉุกเฉิน
- หน่วยรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง
- บิซิเนส เซ็นเตอร์

คำถามท้ายบท

1. ห้องพักแบบ Twin Room และ Double Room แตกต่างกันอย่างไรร
2. Hospitality หมายถึงอะไร
3. Complimentary และ Facilities หมายถึงอะไรบ้าง มีความแตกต่างกันอย่างไร
4. Butler Service หมายถึงงานบริการอะไรบ้าง

บทที่ 4

ความสำคัญของโรงแรมและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

The Importance of Hotel and Concerning Business

~~~~~

ปัจจุบันศูนย์กลางของเศรษฐกิจโลกกำลังมุ่งสู่เอเชีย ตลาดใหญ่ของการบริโภคในทุก รูปแบบคือ จีน รัสเซีย และอินเดีย ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องในเรื่องของการท่องเที่ยวซึ่งนับเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ การลงทุนธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยว ได้สร้างสรรค์ วงจรการทำธุรกิจแนวใหม่ที่ต้องอาศัยรากฐานของวัฒนธรรมตะวันออกเป็นเนื้อหาที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกด้วยความแตกต่าง ธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยวเช่น โรงแรม รีสอร์ท ศูนย์พักผ่อนเพื่อสุขภาพ เรือสำราญ ภัตตาคาร และ ไนท์คลับ ล้วนต้องอาศัยการออกแบบและพัฒนาก่อสร้างสร้งสรรค์ขึ้นงานเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีความแปลกใหม่ ที่ดึงดูดให้ธุรกิจโรงแรมให้มีการพัฒนาไปอย่างมีทิศทางและรากฐานที่มั่นคงต่อไปในอนาคต

ธุรกิจโรงแรมเกิดจากความต้องการเดินทางท่องเที่ยวของมนุษย์และมีการเอื้อเฟื้อที่พักให้ เริ่มต้นที่ยุโรป ต่อมา มีการทำ เป็นการค้ามีการบริการที่พักและบริการอื่น มีการพัฒนาด้านการออกแบบอาคาร ตกแต่ง แยกส่วนที่พัก จากการขายอาหาร เครื่องดื่มจึงเรียกว่า “Hotel” การโรงแรมในอเมริกา มีการพัฒนาทั้งด้านอาคาร ทำเลที่ตั้ง และมีการรวมตัวกันตั้งเป็นสมาคม The American Hotel and Motel Association ซึ่งมีบทบาทอย่างมากต่อโรงแรมระดับนานาชาติ รวมทั้งประเทศไทย การดำเนินงานก็อยู่ในระดับสากล



ภาพ 14

โรงแรมโบราณในอเมริกา



ภาพ 15 โรงแรมโบราณในอังกฤษ

ในประเทศอังกฤษได้มีการก่อสร้างโรงแรมในทำเลที่เหมาะสมขึ้น ตามเส้นทางของรถม้า เพื่อความสะดวกสบายในการเดินทาง และยกระดับเป็นสถานที่พบปะสังสรรค์แก่คนชั้นสูงในท้องถิ่น ตลอดจนให้บริการอย่างอื่น เช่น ใช้จัดพิธีแต่งงาน เป็นต้น การออกแบบอาคารจะเป็นรูปสี่เหลี่ยม แบ่งพื้นที่เป็นส่วนต่าง ๆ โดยแยกส่วนที่พักออกจากส่วนการขายอาหาร และเครื่องดื่ม

ลักษณะเช่นนี้จึงมีการนำคำว่า “Hotel” มาใช้ ซึ่งเป็นคำมาจากภาษาฝรั่งเศส มีความหมายว่า “คฤหาสน์ หรืออาคารขนาดใหญ่” โดยเริ่มใช้กันราวปลายศตวรรษที่ 18 หลังจากนั้นโรงแรมในยุโรป ได้มีการพัฒนาเป็นโรงแรมที่หรูหรามากขึ้น ทั้งด้านการออกแบบ ตกแต่งภายในการเสนอความสะดวกสบายต่าง ๆ ให้แก่ลูกค้า

การโรงแรมในประเทศสหรัฐอเมริกา มีวิวัฒนาการเช่นเดียวกับในประเทศอังกฤษ ต่างกันที่ในอเมริกา โรงแรมส่วนใหญ่จะสร้างขึ้นบริเวณเมืองท่า ธุรกิจโรงแรมมีความเจริญก้าวหน้าอย่างมาก ได้มีการพัฒนาแนวความคิดใหม่ ๆ ในการออกแบบโรงแรมขึ้น โดยเป็นแบบสถาปัตยกรรมยุคใหม่ แทนรูปทรงสี่เหลี่ยม ขณะเดียวกันมีการเปลี่ยนแปลงทำเลที่ตั้งของโรงแรมจากเดิมตั้งอยู่ใกล้สถานีรถไฟ ซึ่งส่วนใหญ่คนเดินทางโดยรถไฟ โรงแรม

ใหม่ๆ ตั้งอยู่นอกตัวเมืองใกล้บริเวณ บริเวณสนามบิน หรือใกล้ถนนหลวง เนื่องจากมีการเดินทางโดยเครื่องบิน และรถยนต์เพิ่มขึ้น จึงเกิดคำว่า “Motel” สำหรับโรงแรมที่อาคารมีที่จอดรถติดกับห้องพักการโรงแรมในประเทศไทย เริ่มมีแห่งแรกในสมัยรัชกาลที่ 4 และได้มีการพัฒนาการเสนอบริการ ให้ความสะดวกสบายแก่ลูกค้า ตลอดจนมีการดำเนินงาน



ภาพ 16 โรงแรมโบราณในประเทศไทย

การโรงแรมในประเทศไทย เริ่มมีแห่งแรกในสมัยรัชกาลที่ 4 และได้มีการพัฒนาการเสนอบริการ ให้ความสะดวกสบายแก่ลูกค้า ตลอดจนมีการดำเนินงานตามรูปแบบของมาตรฐานนานาชาติ จนกระทั่งในปัจจุบันนี้โรงแรมไทยได้รับคัดเลือกเป็นโรงแรมดีที่สุดในโลกหลายปีติดต่อกัน ได้แก่ โรงแรมโอเรียนเต็ล ซึ่งเป็นโรงแรมที่สร้างขึ้นในยุคแรก ๆ ธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยได้รวมตัวตั้งขึ้นเป็นสมาคมโรงแรมไทย โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อส่งเสริมผลประโยชน์ ของอุตสาหกรรมโรงแรมตลอดจนการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

### ความสำคัญของธุรกิจโรงแรม

อุตสาหกรรมบริการเป็นธุรกิจหนึ่งที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ โดยธุรกิจการท่องเที่ยวนับเป็นอุตสาหกรรมบริการที่สำคัญอีกธุรกิจหนึ่ง เนื่องจากทำรายได้ให้กับประเทศไทยเป็นจำนวนมากและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง กล่าวคือ ในปี 2530 ทำรายได้จำนวน 50,084 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเป็น 164,000 และ 299,047 ล้านบาทในปี 2538 และ 2544 ตามลำดับ (ตาราง 6.1 และแผนภาพ 6.1) นอกจากนั้นธุรกิจการท่องเที่ยวยังช่วยกระตุ้นให้เกิดการผลิตและนำทรัพยากรมาใช้ให้เกิดประโยชน์มากขึ้น ตลอดจนก่อให้เกิดการจ้างงานและกระจายรายได้ รวมทั้งส่งเสริมให้เกิดธุรกิจต่อเนื่องอีกหลายสาขา

ธุรกิจการท่องเที่ยวสามารถจำแนกออกเป็นธุรกิจต่าง ๆ มากมาย เช่น ธุรกิจโรงแรม และภัตตาคาร ธุรกิจการค้าของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง ธุรกิจการคมนาคมขนส่ง ธุรกิจบริการท่องเที่ยว และธุรกิจแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ เป็นต้น ทั้งนี้ธุรกิจที่สามารถทำรายได้มากที่สุด คือ รายขายของที่ระลึกและธุรกิจโรงแรม

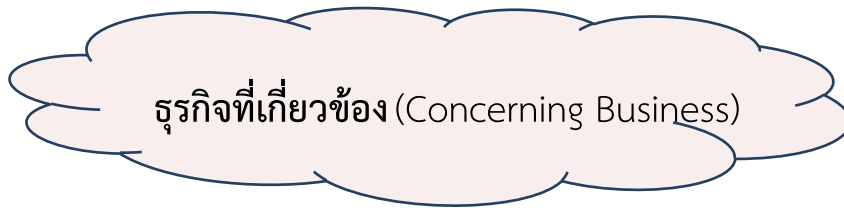
ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทเป็นธุรกิจบริการด้านที่พักแรมที่มีความสำคัญอย่างมากในอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว ซึ่งสร้างรายได้ให้กับประเทศต่าง ๆ รวมถึงประเทศไทยเอง นับว่ารายได้จากการท่องเที่ยวเป็นอันดับ 2 รองจากการส่งออกมายาวนานต่อเนื่อง และเพิ่มขึ้นทุกปี อย่างไรก็ตาม นักธุรกิจ ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมจำเป็นต้องศึกษา วิเคราะห์ และเข้าใจสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง เพื่อวางแผนงานด้านต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน ซึ่งมีผลต่อกำลังซื้อและความต้องการพักผ่อนหรือเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งส่งผลต่อรายได้ของธุรกิจโรงแรมโดยตรง

#### อาจสรุปได้ว่า โรงแรมมีความสำคัญดังนี้

1. เป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมบริการ
2. ต่อเนื่องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งก่อให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจ โดยมีการนำเข้าเงินตราต่างประเทศ การจ้างงาน

3. เป็นธุรกิจที่มีการลงทุนในสิ่งก่อสร้างจำนวนมาก และลงทุนต่อเนื่อง เพื่อการ  
รักษาคุณภาพการบริการ

4. การดำเนินธุรกิจโรงแรมจะประสบความสำเร็จ จำเป็นต้องมีระบบงานที่  
สามารถควบคุม การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพสูงสุด



ธุรกิจที่พักหรือโรงแรมประเภทต่าง ๆ ล้วนมีความเกี่ยวข้องกับการเดินทางและการ  
ท่องเที่ยวอย่างใกล้ชิด อุตสาหกรรมท่องเที่ยวประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภท ทั้งธุรกิจที่  
เกี่ยวข้องโดยตรง และธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม หรือธุรกิจสนับสนุนต่าง ๆ การซื้อบริการ  
ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ มีส่วนช่วยสร้างเสถียรภาพให้กับดุลการชำระเงินจาก  
รายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศ ถือได้ว่าเป็นการส่งสินค้าออกที่มองไม่เห็นด้วยสายตา  
(Invisible Export) เพราะเป็นการซื้อด้วยเงินตราต่างประเทศ การผลิตสินค้าหรือบริการ  
ด้านการท่องเที่ยวส่งผลต่อการลงทุน การสร้างอาชีพอีกหลายแขนง เกิดการหมุนเวียน  
ทางเศรษฐกิจ ดังนั้นการท่องเที่ยวจึงมีบทบาทในการกระตุ้นให้มีการนำเอาทรัพยากรของ  
ประเทศมาใช้ประโยชน์อย่างกว้างขวาง อันจะเห็นได้จากหัตถกรรมพื้นบ้านและของที่ระลึก  
ที่ท้องถิ่นสร้างสรรค์เพื่อเสนอขายแก่นักท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภท ทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง  
และธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม หรือธุรกิจสนับสนุนต่าง ๆ การซื้อบริการของนักท่องเที่ยว  
ต่างประเทศ มีส่วนช่วยสร้างเสถียรภาพให้กับดุลการชำระเงินจากรายได้ในรูปเงินตรา  
ต่างประเทศ ถือได้ว่าเป็นการส่งสินค้าออกที่มองไม่เห็นด้วยสายตา (Invisible Export)  
เพราะเป็นการซื้อด้วยเงินตราต่างประเทศ การผลิตสินค้าหรือบริการด้านการท่องเที่ยว  
ส่งผลต่อการลงทุน การสร้างอาชีพอีกหลายแขนง เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ ดังนั้น  
การท่องเที่ยวจึงมีบทบาทในการกระตุ้นให้มีการนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์  
อย่างกว้างขวาง อันจะเห็นได้จากหัตถกรรมพื้นบ้านและของที่ระลึกที่ท้องถิ่นสร้างสรรค์เพื่อ  
เสนอขายแก่นักท่องเที่ยว

**ธุรกิจนำเที่ยว** แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

**1. Travel Agent** บุคคลหรือบริษัทที่มีความสามารถจัดการนำเที่ยว การขนส่ง ที่พักอาหาร การรับ-ส่งทั้งขาไปและขากลับ การนำเที่ยวสถานที่ต่าง ๆ และงานอื่น ๆ ของการเดินทางซึ่งเป็นการบริการให้แก่สาธารณชน เช่น บริษัทนำเที่ยวที่มีความชำนาญเปิดเสร็จทุกอย่าง



ภาพ 17 บริษัทจัดนำเที่ยว

**2. Tour Operator** บริษัทมีความชำนาญในการจัดและดำเนินการเกี่ยวกับการตลาด การจัดการเดินทางไปพักผ่อนแบบ Inclusive Tour โดยเก็บเงินล่วงหน้าแล้วมอบให้ Travel Agent เป็นผู้ขาย แต่บางแห่งก็ขายแก่นักท่องเที่ยวโดยตรง เช่น บริษัทหรือกลุ่มคนในพื้นที่ที่มีอุปกรณ์เกี่ยวกับการดำน้ำและเรือให้เช่า พร้อมให้บริการนำเที่ยวดำน้ำดูปะการัง หรือนักท่องเที่ยวสามารถติดต่อกับ Travel Agent ส่วน Tour Operator เป็นผู้ให้บริการ เสนอขายรายการเดินทางท่องเที่ยว (Itinerary) หรือโปรแกรมทัวร์ (Package Tour) ให้แก่บริษัทนำเที่ยว (ถือว่าเป็นRetailer) เช่น บริษัทหรือกลุ่มคนที่นิยมการท่องเที่ยวแบบผจญภัยในพื้นที่ใหม่ ๆ เช่น ตอนที่ยังไม่มีผู้คนรู้จักน้ำตกที่ล่อแล (น้ำตกที่เลยน้ำตกที่ล่อชูเข้าไปในเขตพม่ามาแล้ว) มักจะเป็นบริษัททัวร์ในพื้นที่ ทำหน้าที่ออกแบบโปรแกรมทัวร์ รูปแบบเดินทางแบบผจญภัย และค้นหาแหล่งท่องเที่ยวที่ไปบุกเบิกแห่งใหม่ต่อไป

**3. Wholesaler** บริษัทมีความชำนาญงานในงาน/กิจกรรมการเดินทาง ออกแบบและเสนอโปรแกรมที่จัดไว้แบบเหมาหรือจัดขึ้นเฉพาะตามความต้องการของลูกค้า แล้วมอบให้ Travel Agent รับผิดชอบดำเนินการต่อ Wholesaler ต่างกับ Tour Operator คือ Wholesaler มักไม่เสนอรายการเดินทางท่องเที่ยว (Itinerary) หรือโปรแกรมทัวร์ (Package Tour) แก่บริษัทนำเที่ยว

## ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับโรงแรมและการท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวประกอบด้วยธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับโรงแรมและการท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจอาหารและการพักผ่อน และธุรกิจนำเที่ยว ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

**1. ธุรกิจการขนส่ง (Transportation)** ประกอบด้วย ธุรกิจเกี่ยวกับพาหนะที่ใช้ในการคมนาคมทั้ง 3 ทาง คือ

1.1 ทางบก พาหนะหลักในการขนส่งนักท่องเที่ยวสู่จุดหมายปลายทาง ได้แก่ รถยนต์และรถไฟ ธุรกิจเกี่ยวเนื่องของการขนส่งทางบกนี้ ได้แก่ บริการพาหนะในท้องถิ่น เช่น รถสามล้อ รถม้า เกวียน รถลาก ช้าง ฯลฯ

รถโดยสารประจำทาง คือ รถที่ใช้ขนส่งผู้โดยสารตามเส้นทางที่กำหนด ค่าบริการเป็นรายบุคคล และมีที่นั่งเกินกว่า 7 คนขึ้นไป อาจจะเป็นรถปรับอากาศหรือไม่มีเครื่องปรับอากาศ

รถบริการนำเที่ยว คือ รถที่ใช้บริการท่องเที่ยว ซึ่งจัดกำหนดการไว้ล่วงหน้า มีการเก็บค่าบริการเป็นรายบุคคลหรือกลุ่มในลักษณะเหมาจ่ายและมีที่นั่งเกินกว่า 7 คน ขึ้นไป

รถยนต์ส่วนบุคคล คือ รถยนต์ส่วนตัวของนักเดินทาง หรือรถยนต์ของหน่วยราชการหรือเอกชน ที่นักเดินทางใช้โดยสารไม่มีอัตราค่าบริการ มีขนาดและลักษณะใดก็ได้

1.2 ทางเรือ พาหนะหลัก ได้แก่ เรือเดินสมุทร และเรือกลไฟ ธุรกิจเกี่ยวเนื่องได้แก่ เรือใบ เรือลากจูง เรือแจว เรือพาย เรือหางยาว แพ ฯลฯ

1.3 ทางอากาศ พาหนะหลัก คือ อากาศยานหรือเครื่องบิน

อุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องของการขนส่ง ได้แก่ อุตสาหกรรมประกอบรถโดยสาร ต่อเรือ ผลิตเครื่องยนต์ ผลิตอุปกรณ์ภายใน เช่น เบาะ แก้ว ฝัากลุ่มเบาะ เครื่องสุขภัณฑ์ ฯลฯ



ภาพ 18 ธุรกิจบริการขนส่งและยานพาหนะเดินทาง

การอำนวยความสะดวกด้านการคมนาคมจะส่งผลให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวขยายตัวขึ้นทางหนึ่ง การอำนวยความสะดวกเหล่านั้น ได้แก่

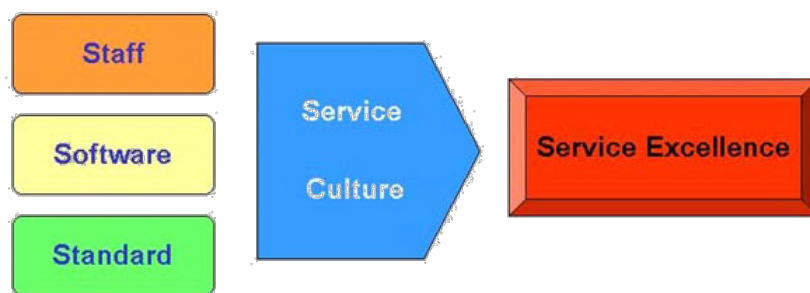
1. การตัดและสร้างถนน โครงข่ายถนนที่ดี การขยายเส้นทางรถไฟเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว
2. การจัดบริการรถยนต์โดยสารประเภทต่าง ๆ สำหรับนักท่องเที่ยว เช่น รถนำเที่ยว รถรับจ้าง บริการรถเช่าประเภทต่าง ๆ
3. บริการปั้มน้ำมัน ห้องน้ำ ที่พักริมทาง
4. การสร้างท่าเรือและสิ่งอำนวยความสะดวกในการขึ้นลงเรือ
5. การจัดบริการการขนส่งทางเรือ
6. การปรับปรุงเครื่องบินให้มีประสิทธิภาพในการขนส่งสูง ประหยัดและปลอดภัย
7. การจัดเที่ยวบินและที่นั่งสำหรับนักท่องเที่ยว และเที่ยวบินภายใน ประเทศให้เพียงพอ
8. เพิ่มจำนวนสนามบินทั้งสนามบินนานาชาติและสนามบินภายในประเทศ
9. การอำนวยความสะดวก และรักษาความปลอดภัยบริเวณสถานีขนส่ง ท่าเรือ และสนามบิน
10. ปรับปรุงอัตราค่าโดยสารให้น่าสนใจ

### คำถามท้ายบท

1. ธุรกิจโรงแรมมีความสำคัญอย่างไรต่อประเทศ 1) ด้านเศรษฐกิจ 2) ด้านสังคม  
อธิบายพอเข้าใจและยกตัวอย่างประกอบ
2. ธุรกิจโรงแรมเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ดังนั้น ผู้ประกอบการโรงแรมควรให้ความสำคัญกับคุณภาพด้านใดบ้าง อธิบายพอเข้าใจและยกตัวอย่างประกอบ
3. ธุรกิจโรงแรมเกี่ยวข้องกับการธุรกิจอะไรบ้าง อธิบายเพียง 3 ธุรกิจ และยกตัวอย่างประกอบด้วย

## Core Factors of Service

วิธีการสร้างระบบบริการที่เป็นเลิศนั้น หลายองค์กรก็มีวิธีที่แตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับลักษณะธุรกิจ ค่านิยม และวัฒนธรรมขององค์กรนั้นๆ ซึ่งพอที่จะสรุปปัจจัยหลักที่ช่วยเป็นแกน ในการสร้างระบบบริการที่เป็นเลิศนั้น เพื่อช่วยให้องค์การของท่านได้ นำไปประยุกต์ใช้ และปรับให้เหมาะกับองค์การดังนี้



## Service Excellence Factors

ภาพ 19 ปัจจัยความเป็นเลิศของการบริการ

ปัจจัยหลักแห่งความสำเร็จในการ "บริการที่เป็นเลิศ"...

4S's

1. **Staff คือ พนักงาน** ปัจจัยนี้เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดของทั้ง 4 ข้อ เพราะธุรกิจบริการจะเกิดขึ้นไม่ได้ หากปราศจากพนักงานผู้ให้บริการลูกค้า พนักงานเป็นผู้มีคุณค่าที่สุดในธุรกิจบริการ เป็นผู้สร้างมูลค่าเพิ่มต่างๆ ในธุรกิจ เพราะรูปแบบธุรกิจบริการจะใช้เครื่องจักร เครื่องมือ เป็นเพียงแค่สิ่งที่ช่วยเสริมงาน ซึ่งหาซื้อที่ใดก็ได้ แต่บุคลากรในองค์กรเราไม่สามารถใช้เงินซื้อมาได้ ต้องคัดเลือกผู้ที่มีคุณสมบัติ มาทำงานฝึกฝน และพัฒนาในความรับผิดชอบในงานที่สูงขึ้น และ การดูแลให้เขารักองค์กร และอยู่คู่กับการพัฒนาขององค์กรอย่างต่อเนื่อง

2. **Software คือ โปรแกรมซอฟต์แวร์** คือ เครื่องมือที่ใช้ช่วยในการทำงานของพนักงาน เช่น ค้นหาข้อมูลลูกค้า แสดงข้อมูลเพื่อตอบคำถามลูกค้า นำเสนอบริการใหม่ ๆ ที่ตอบสนองบริการให้โดนใจลูกค้าในแต่ละบุคคล ใช้บริหารระบบงานโดยรวมสามารถแสดงถึงขั้นตอนแต่ละขั้นตอนว่าจุดใดให้บริการเร็ว ช้า จุดใดใช้คนมาน้อย ต้นทุนในแต่ละขั้นตอนเป็นเท่าใด รายได้ที่เกิดขึ้นโดยรวมเป็นเท่าใด โปรแกรมซอฟต์แวร์ สามารถช่วยทำงานให้รวดเร็วและง่ายขึ้น ในการบริหารจัดการสามารถให้ซอฟต์แวร์ประมวลผล ตามเป้าหมายที่เราตั้งไว้ได้ทันที

ข้อระวังในเรื่องซอฟต์แวร์ก็คือ ซอฟต์แวร์เป็นตัวช่วยให้เราทำงานให้ง่ายขึ้น สะดวก รวดเร็วขึ้น แต่ในบางองค์การแทนที่จะใช้เป็นตัวช่วย กลับใช้มันมาเป็นภาระ เช่น การศิ้ยข้อมูลย้อนหลังจากการให้บริการไปแล้ว การจ้างคนเพิ่มขึ้นมาทำหน้าที่ศิ้ยข้อมูลอย่างเดียว หรือการซื้อซอฟต์แวร์มาราคา 10 ล้านบาท แต่ใช้ประโยชน์เพียง 1 แสน อย่างนี้ถือว่าผิดวัตถุประสงค์ มี waste มาก ในการเลือกซื้อซอฟต์แวร์ทุกครั้งเราต้องพิจารณาก่อนว่า มันได้ตอบโจทย์อะไรให้กับกระบวนการทำงานของธุรกิจโดยรวมแล้วหรือไม่

3. **Standard คือ มาตรฐานการทำงาน** คือ สิ่งื่อบอกว่าพนักงานต้องทำงานอะไรบ้างตามขั้นตอน โดยทั่วไปมักแสดงอยู่ในรูปของเอกสาร เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานทุกคนเป็นภาพเดียวกัน/เอกภาพ เข้าใจตรงกัน ใช้สำหรับอบรมพนักงานใหม่ก่อนเข้างาน หรือบาง

แห่งมาตรฐานการทำงาน ก็อยู่ในรูปแบบโปรแกรม คอมพิวเตอร์ คือ หน้าจอคอมพิวเตอร์จะบังคับให้พนักงานปฏิบัติตามมาตรฐาน หากไม่ทำจะเข้าไปหน้าจอถัดไปไม่ได้

การจัดทำมาตรฐานการทำงานนี้เป็นหลักการและแนวทางเพื่อให้พนักงานอยู่ในแนวทางที่บริษัทอยากให้เป็น ซึ่งมาตรฐานการทำงานสามารถครอบคลุมการทำงานได้ทั้งหมด เช่น การยิ้มแย้ม ความสุภาพ หรือการตัดสินใจในการให้สิทธิประโยชน์แก่ลูกค้า เรื่องเหล่านี้จะอยู่ในดุลพินิจของตัวพนักงานเอง บริษัทอย่าไปควบคุมอะไรมากมีเช่นนั้น พนักงานจะกลายเป็นหุ่นยนต์ที่ถูกบังคับ ทำให้ลูกค้ารู้สึกไม่ดี พนักงานก็ไม่อยากจะทำแบบถูกบังคับให้ทำ

แนวทางที่ช่วยในการให้พนักงานรู้จำมาตรฐานการทำงานที่เป็นเรื่องของอารมณ์ความรู้สึก ก็คือ การทำตัวอย่างให้พนักงานเห็น เช่น จัดทำ VDO ให้พนักงานเห็นตัวอย่างที่ดี ในการยิ้มแย้ม ความสุภาพ การแต่งกาย การพูดจา การไหว้ การโต้ตอบลูกค้าอย่างเป็นธรรมชาติ ก็จะช่วยให้พนักงานเข้าใจได้ง่ายขึ้น และเมื่อไปปฏิบัติงาน ก็พบกับสภาพแวดล้อมที่มีมาตรฐานหัวหน้าและผู้จัดการที่เป็นต้นแบบ ก็จะสามารถกลมกลืนเข้ากับเพื่อร่วมงานในหน้าที่ที่มีมาตรฐานเดียวกันได้

หากบริษัทไม่จัดทำมาตรฐานขึ้นมาพนักงานที่ให้บริการทุกคนก็จะไม่รู้ว่าจะต้องอ้างอิงอะไร อะไรคือให้ทำหรือมิให้ทำ ทุกคนจะสับสนลูกค้าย่อมสับสนด้วย ทำให้ได้รับบริการที่มีความไม่แน่นอนแถมยังตลอดเวลา

**4. Service Culture คือ วัฒนธรรมการบริการ** วัฒนธรรมการบริการ กล่าวได้ว่าเป็นผลจากการทำงานของ 3S's ก็คือ Staff, Software และ Standard หากองค์กรดำเนินการอย่างต่อเนื่องใน 3 ตัวแรกนี้ ก็จะทำให้เกิดการหล่อหลอมของพนักงานที่ปฏิบัติงานแบบนี้จนเคยชิน และเป็นนิสัยคล้าย ๆ กันทุกคน ย่อมทำให้เกิดวัฒนธรรมในองค์กรที่มีการบริการเป็นรูปแบบเดียวกัน

การสร้างวัฒนธรรมการบริการ แบบนี้ แน่แน่นอนว่าต้องใช้ระยะเวลา ไม่สามารถสร้างเสร็จภายใน 1 ปี เราต้องทำอย่างต่อเนื่อง หมั่นธำรงรักษาให้ได้อย่างต่อเนื่อง แม้พนักงานบางส่วนตามธรรมชาติย่อมมีการลาออก มีการเปลี่ยนแปลง แต่เมื่อคนใหม่เข้ามาก็ย่อมสามารถปรับตัวให้เข้ากับคนหมู่มากและหล่อหลอมเป็นวัฒนธรรมเดียวกันที่พัฒนาให้ดียิ่ง ๆ ขึ้นไป

ทั้ง 4 ปัจจัยนี้ บริษัทต้องหมั่นดูแล และทำให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องย่อมจะส่งผลให้เกิดคำว่า **“บริการที่เป็นเลิศ” (Service Excellence)** ซึ่งคำนี้มันสะท้อนถึงแบรนด์ในองค์กรของเรา อันจะเป็นมูลค่าที่เหนือกว่ามูลค่าราคาในการบริการ แต่เป็นมูลค่าของแบรนด์ในองค์กรนั้น ๆ และเป็นสิ่งจูงใจที่ลูกค้าจะซื้อซ้ำและบอกต่อในธุรกิจของเรา

.....สิ่งที่จะบอกว่าโรงแรมของเราเป็นโรงแรมที่มีบริการที่เป็นเลิศ  
มิใช่เป็นเสียงที่พูดกันเองภายในโรงแรม  
หากแต่ต้องเป็นเสียงจากลูกค้า ที่จะบอกว่าเราเป็นโรงแรมที่มี  
บริการที่เป็นเลิศ.....

สำหรับธุรกิจโรงแรมนั้น ผลิตภัณฑ์อยู่ในรูปของการบริการ (services) ที่ประกอบไปด้วย ที่พัก (accommodation) กิจกรรม (activities) ผลประโยชน์ (benefits) ความพึงพอใจ (satisfactions) ประสบการณ์ (experiences) ที่นำเสนอให้แก่ลูกค้าผู้ใช้บริการ เป็นสิ่งที่ไม่มีความสามารถจับต้องได้ และลูกค้าไม่สามารถครอบครองเป็นเจ้าของสิ่งใดๆ เลย

**“จิตบริการ” (Service Mind)**  
หรือ จิตสำนึกในการให้บริการ

Service Mind กับธุรกิจบริการ

คำว่า “Service” แปลว่า การบริการ คำว่า “Mind” แปลว่า “จิตใจ” รวมคำแล้วแปลว่า **“มีจิตใจในการให้บริการ”** ซึ่งพอสรุปได้ว่าการบริการที่ดี ผู้ให้บริการต้องมีจิตใจในการให้บริการ คือ ต้องมีจิตใจหรือมีใจรัก มีความเต็มใจในการบริการ การทำงานโดยมีใจรักจะแสดงออกมาทางกาย โดยการทำงานด้วยความยิ้มแย้ม แจ่มใส มีอารมณ์ร่าเริง และควบคุมอารมณ์ของตนเองได้

คำว่า Service Mind มีความหมายทางกว้าง อาจหมายถึง การบริการที่ดี แก่ลูกค้า หรือการทำให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจ มีความสุข และได้รับผลประโยชน์ อย่างเต็มที่ ดังนั้น การให้บริการอย่างดีนั้นมักจะมีความสำคัญกับแนวทางในการให้บริการสองแนวทาง ดังนี้

**ประการแรก** คือ ลูกค้ายินดีผู้ถูกเสมอ หรือเห็นว่าลูกค้าต้องได้รับการเอาอกเอาใจ ถือว่าถูกต้องและเป็นหนึ่งเสมอ หากต้องการให้บริการที่ดีต้องให้ความสนใจ ใช้วาจาไพเราะ ให้คำแนะนำด้วยการยกย่องลูกค้าตลอดเวลา **ประการที่สอง** คือ ต้องให้เกียรติลูกค้า ต้องไม่เป็นการบังคับขู่เข็ญให้ลูกค้า มีความพึงพอใจ เกิดความเชื่อถือจากพฤติกรรมของเราผู้ให้บริการ แล้วกลับมาใช้บริการ ของเร่อีก การบริการที่ดีและมุ่งไปสู่ความเป็นเลิศ ถือว่า ลูกค้าเป็นคนพิเศษ

**คุณสมบัติของผู้มี “จิตบริการ”** หรือ จิตสำนึกในการให้บริการ (Service Mind) จะต้องมียอดประกอบ 11 ประการในการให้บริการ (เสริมพงษ์ รัตนะ, 2557) ดังนี้

1. S = Smile ยิ้มแย้ม
2. E = Enthusiasm กระตือรือร้น
3. R = Rapidness ให้บริการด้วยความรวดเร็ว ครบถ้วน มีคุณภาพ
4. V = Value ตระหนักถึงคุณค่าในสิ่งที่ทำ
5. I = Impression ให้บริการด้วยความประทับใจ
6. C = Courtesy สุภาพ อ่อนโยน
7. E = Endurance มีความอดทน เก็บอารมณ์
8. M = Make Believe มีความเชื่อ ศรัทธา
9. I = Insist ให้การยอมรับผู้อื่น
10. N = Necessitate ให้ความสำคัญกับผู้อื่น
11. D = Devote อุทิศตน เสียสละ

#### จิตบริการ (Service Mind)

1. เวลาทุกนาทีมีค่าสำหรับผู้รับบริการ
2. การให้บริการที่ดี เริ่มจากการให้บริการที่ดีกับคนในองค์กรก่อน
3. การให้บริการที่เกินความคาดหวังเป็นที่สุดของการบริการ
4. การให้บริการที่ดีส่งผลต่อภาพลักษณ์ขององค์กร

#### หลักการรับฟัง...ด้วยใจ

1. เปิดใจที่จะรับฟัง

2. ให้เกียรติผู้พูด
3. ตระหนักถึงความสำคัญของผู้พูด
4. ฟังอย่างมีสติ
5. ฟังเสียงโดยปราศจากอคติ
6. ฟังด้วยความใส่ใจและอย่างจริงจัง
7. ฟังโดยรับรู้สาระได้อย่างถูกต้องตรงตามที่คุณผู้พูดต้องการสื่อสาร
8. ฟังโดยรับรู้ถึงอารมณ์และความรู้สึกของผู้พูดอย่างถูกต้องตรงสภาพความเป็นจริง
9. รับฟังโดยไม่ขัดต่อนการสื่อสาร
10. มีคุณธรรมและจริยธรรมในการรับฟัง

### หลักการสื่อความ...ด้วยใจ

1. เปิดใจที่จะสื่อความ
2. ให้เกียรติต่อผู้ฟังเสมอ
3. คิดก่อนพูดเสมอ
4. ถ่ายทอดด้วยความจริงใจ
5. มีความสามารถในการจัดการอารมณ์
6. ใช้ภาษาเป็นและเหมาะสม
7. สื่อความข้อมูลที่เป็นจริงและมีคุณภาพมีพฤติกรรมการสื่อความที่แสดงความเป็นมิตรและเป็นกันเอง
8. สื่อความโดยไม่ขัดต่อนการสื่อสารมีคุณธรรมและจริยธรรมในการสื่อความ

### คุณลักษณะของผู้ให้บริการที่ดี

การให้บริการนั้นเป็นหน้าที่ในชีวิตประจำวันที่ทุกคนต้องปฏิบัติ ฉะนั้นหากเราต้องการให้ผู้อื่นชื่นชมต่อตัวเราตลอดเวลา เราก็จะต้องปรับปรุงและเสริมสร้างคุณลักษณะของเราให้เป็นที่ถูกอกถูกใจผู้อื่นและที่สำคัญคือต้องถูกใจตนเองด้วย คุณลักษณะของผู้ให้บริการที่ดีควรประกอบไปด้วย#คุณลักษณะทางกาย คือ เป็นประการด่านแรกของการให้บริการเพราะลูกค้าจะสัมผัสเราโดยการมองเห็นก่อน ฉะนั้น การมีบุคลิกภาพที่ดีมีการแสดงออกที่เหมาะสมจึงเป็นสิ่งที่ต้องกระทำก่อนการมีบุคลิกภาพที่ดีนั้น ต้องดีทั้งภายนอกและภายใน ซึ่งทั้ง 2 ประการมีสาระที่น่าสนใจ ดังนี้

### บุคลิกภาพภายนอก ได้แก่

- ร่างกายสะอาด
- แต่งกายเหมาะสมกับกาลเทศะ
- ยิ้มแย้มแจ่มใส
- กิริยาอ่อนน้อม รู้จักที่จะไหว้ให้เป็นและสวย

### บุคลิกภาพภายใน ได้แก่

- กระตือรือร้น
- รอบรู้
- เต็มใจและจริงใจ
- ความจำดี
- มีปฏิภาณไหวพริบ
- มีความรับผิดชอบ
- มีอารมณ์มั่นคง

### คุณลักษณะทางวาจา

นับเป็นคุณลักษณะที่มีความจำเป็นอย่างมาก ทั้งนี้เพราะปัญหาของการให้บริการส่วนใหญ่จะเกิดจากการสื่อสารระหว่างผู้ให้กับผู้รับบริการ ดังนั้นหากสามารถนำคุณลักษณะทางวาจาที่ดีมาใช้ได้มากปัญหาการบริการก็จะลดลง ซึ่งคุณลักษณะทางวาจาที่เหมาะสมมีดังนี้

- พูดจาไพเราะอ่อนหวาน
- รู้จักให้คำชมตามโอกาสอันสมควร
- ใช้ถ้อยคำภาษาให้ถูกต้อง
- ใช้น้ำเสียงให้เหมาะสมกับผู้ฟังและสถานการณ์
- พูดชัดเจน กระชับ เข้าใจง่าย
- หลีกเลี่ยงการตำหนิและนินทา
- รู้จักทักทายผู้อื่นก่อน

### อย่าลืมใช้คำว่า

“สวัสดี ขอโทษและขอบคุณ” นอกจากการใช้วาจาดังที่กล่าวแล้ว เสน่ห์อีกอย่างหนึ่งของผู้ที่ประสบความสำเร็จในงานบริการก็ต้องเป็นผู้ฟังที่ดี ซึ่งมีหลักปฏิบัติดังนี้

- ฟังด้วยความตั้งใจ สนใจและใส่ใจ

- อย่าปล่อยให้หอคติเข้ามารบกวน
- จับความให้ได้และตอบรับอย่างมีจังหวะ
- ถามคำถามและตรวจสอบความเข้าใจ
- อย่าขัดจังหวะ

### คุณลักษณะภายในใจ

สุดยอดของการให้บริการก็คือบริการด้วยหัวใจ ซึ่งขอหยิบยกคุณลักษณะที่เป็นพื้นฐานในเรื่องนี้ ดังต่อไปนี้

- รู้จักเอาใจเขามาใส่ใจเรา กล่าวคือเมื่อเราต้องการแต่สิ่งดี ๆ เราก็ควรจะมอบสิ่งดีนั้นให้แก่ผู้อื่นด้วย ในทางกลับกันถ้าเราไม่ต้องการสิ่งที่ไม่ดีเราก็ไม่ควรปฏิบัติเช่นนั้น
- ให้บริการผู้อื่นประดุจคนรักของตน ถ้าเรานึกถึงได้ว่าเมื่อเรามีคนรักและอยู่ในห่วงแห่งความรักนั้น เราปฏิบัติต่อคนรักเราฉันใด เราก็ควรปฏิบัติต่อผู้อื่นฉันนั้น
- สร้างความรักและสิ่งดีงามในหัวใจ มีผู้รู้หลายท่านได้กล่าวไว้ตรงกันว่าคนเรามีหัวใจเป็นอย่างไรการแสดงออกก็จะเป็นอย่างนั้น หากเรามีความโกรธในจิตใจการแสดงออกก็จะเต็มไปด้วยความกราดเกรี้ยว ดุดัน คำพูดก้าวร้าว หน้าตาบึ้งตึง แต่ถ้าเรามีจิตใจที่เต็มเปี่ยมด้วยความรัก ความเมตตา กิริยาท่าทางที่ออกมาก็จะมีแต่รอยยิ้ม ความเอื้ออาทร ความเห็นอกเห็นใจ และความจริงใจ

### หลักในการให้บริการ

1. การให้บริการอย่างมีคุณภาพนั้น ต้องทำทุกครั้งไม่ใช่ทำเฉพาะการบริการครั้งแรกเท่านั้น
2. คุณภาพของการบริการวัดจากความพอใจของลูกค้าไม่ใช่วัดจากความพอใจของผู้ให้บริการ
3. การบริการที่คุณภาพเกิดขึ้นจากการที่ทุกคนในองค์กรร่วมมือกันและลงมือกระทำอย่างจริงจังและจริงใจ
4. การบริการที่มีคุณภาพต้องสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้
5. การบริการที่ดีย่อมเกิดจากการสื่อสารที่ดีต่อกัน
6. ผู้ให้บริการต้องรู้สึกภาคภูมิใจและเป็นสุขที่มีโอกาสทำให้ผู้รับบริการเกิดความพอใจ

### กลยุทธ์การให้บริการที่ประทับใจ

สุดยอดของการให้บริการก็คือความพึงพอใจและความประทับใจ ดังที่กล่าวแล้วว่า ผู้ให้บริการเป็นกุญแจสำคัญที่จะไขไปสู่เคล็ดลับการบริการที่ประทับใจ ฉะนั้นจึงใคร่ขอสรุปประเด็นกลยุทธ์ที่ได้รวบรวมจากผู้รู้ ผู้เชี่ยวชาญและสังสมจากประสบการณ์ของผู้เขียนเองมานำเสนอไว้ดังนี้

1. ผู้รับบริการพอใจ เราพอใจ ถือความเป็นสมดุลที่ธรรมชาติได้สร้างไว้ ดังพุทธศาสนาได้บัญญัติไว้ว่าความสุขที่แท้คือการให้โดยไม่หวังผลตอบแทน
2. รอยยิ้มพิมพ์ใจย่อมติดใจในผู้รับบริการ มีนักปราชญ์ท่านหนึ่งกล่าวว่า รอยยิ้มของคนเราสามารถจัดปัญหาทั้งมวล นั้นแปลว่ารอยยิ้มเริ่มเกิดจากจิตใจที่สะอาด สว่าง สงบ อันนำมาซึ่งสติปัญญาของคนเราที่จะพิจารณาไตร่ตรองหาทางออกให้กับปัญหานั้น
3. ต้องการให้คนอื่นทำอะไรให้กับตัวเรา เราต้องทำสิ่งนั้นให้ผู้อื่นก่อน เราต้องรู้จักอคติในตัวเราเพื่อเปิดใจในการให้และรับความปรารถนาดีจากผู้อื่น
4. เอาชนะตนเองให้ได้ ศักดิ์ศรีและความสำเร็จของมนุษย์นั้น ไม่ใช่อยู่ที่การอยู่เหนือหรือเอาชนะผู้อื่น แต่อยู่ที่เราสามารถเอาชนะใจตนเองให้ได้ เราจะสามารถทำงานบริการให้ได้ดีมีคุณภาพนั้นต้องเริ่มที่ใจของตนเองก่อน กล่าวได้ว่าการพัฒนาคุณลักษณะทางกาย วาจา และใจของผู้ให้บริการนั้นจำเป็นที่จะต้องมียุทธศาสตร์ที่ดีมาจากทัศนคติของบุคคลนั้น ด้วยเหตุนี้จึงอยากให้พวกเราได้นำพฤติกรรมบริการที่ได้กล่าวไปแล้วไปปฏิบัติเพื่อให้ตัวเรามีความสุขที่แท้ในการทำงาน

### ลักษณะของ “การบริการที่ดี”

ประกอบด้วย

1. ผู้รับบริการต้องมาก่อนเสมอ หมายถึง คำนึงถึงผู้รับบริการก่อนสิ่งอื่นใด
2. ผู้รับบริการถูกเสมอไม่ว่าผู้รับบริการจะพูดจะทำอะไรต้องไม่ได้แย้งเพื่อยืนยันว่าผู้รับบริการผิด
3. ให้บริการด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส เพื่อให้ผู้รับบริการรู้สึกอบอุ่นสบายใจ

### คุณสมบัติ/คุณลักษณะของผู้ให้บริการ

1. ดูแล หน้าตา ทรงผม เล็บมือ ให้สะอาดอยู่เสมอ
2. ขณะให้บริการ ยอมรับประทานอาหาร หรือของขบเคี้ยวต่างๆ
3. อย่าท้าวเอาจกั หาวนอน หยอกล้อเล่นกันขณะให้บริการ
4. อย่าเสริมสวย ล้าง แคะ แกะ เกา ขณะให้บริการ
5. ห้ามพูดจา หรือหยิบของข้ามหน้าข้ามตาผู้อื่น
6. แต่งกายสุภาพเรียบร้อยถูกระเบียบ
7. ใช้กิริยาวาจาที่สุภาพต่อผู้ร่วมงาน และผู้รับบริการ#ยิ้มแย้มแจ่มใสเสมอเมื่อมีผู้รับบริการ
8. ประสานงาน และติดตามงานกับหน่วยงานอื่นๆ ด้วยท่าทีที่เป็นมิตร
9. มีทัศนคติที่ดีต่อการให้บริการ
10. มีความพร้อม และกระตือรือร้นในการให้บริการให้เกียรติผู้ร่วมงาน และผู้รับบริการ มีความอดทนอดกลั้น



### มาตรฐานการต้อนรับผู้รับบริการ

1. สอบถามความต้องการของผู้รับบริการก่อนเสมอ
2. สอบถามความต้องการโดยใช้คำพูด “สวัสดีครับ/ค่ะ ต้องการติดต่อเรื่องอะไรครับ/ค่ะ”
3. อำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการด้วยความเต็มใจ
4. ให้การต้อนรับผู้รับบริการด้วยอัธยาศัยไมตรีอันดี
5. มองสบตา พายิ้มพริ้มใจ ปราศรัยทักทายผู้มารับบริการก่อนเสมอ
6. ขณะให้บริการ ต้องมีความกระฉับกระเฉง กระตือรือร้น เสมอ
7. ให้บริการแก่ผู้รับบริการทุกคนด้วยความเสมอภาคเท่าเทียมกันตามลำดับ ก่อน-หลัง
8. ถ้าหากมีผู้รับบริการมาก เกิดการบริการที่ล่าช้าหรือมีข้อผิดพลาดใดๆ ต้องกล่าวคำว่า “ขอโทษ” เสมอ
9. ให้บริการภายในเวลาที่กำหนด หากดำเนินการไม่ได้ ต้องชี้แจงเหตุผลให้ผู้รับบริการทราบด้วยวาจาที่สุภาพ

### มาตรฐานการรับโทรศัพท์

1. รับโทรศัพท์ทันทีเมื่อได้ยินเสียงเรียก หากมีเหตุผลจำเป็นต้องรับโทรศัพท์ช้าไม่ควรให้เสียงกริ่งดังเกิน 3 ครั้ง
2. กล่าวคำทักทาย โดยพูดว่า “สวัสดีครับ/ค่ะ, (ชื่อหน่วยงาน), (ชื่อผู้รับโทรศัพท์), รับสายครับ/ค่ะ”
3. เมื่อผู้รับบริการแจ้งความต้องการแล้ว ให้ผู้รับโทรศัพท์แจ้งเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องมารับสายโดยเร็ว
4. กรณีที่เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องไม่อยู่หรือไม่สามารถรับโทรศัพท์ได้ ให้ผู้รับโทรศัพท์สอบถาม รายละเอียดต่างๆ จากผู้ที่โทรเข้ามา เช่น ชื่อผู้โทร เบอร์ติดต่อกลับ เรื่องที่ต้องการจะติดต่อเพื่อ แจ้ง ให้เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องทราบต่อไป

### หัวใจการบริการ

1. ต้องมีความรวดเร็วทันเวลา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาวะการแข่งขันยุคปัจจุบัน ความรวดเร็วของการปฏิบัติงาน ความรวดเร็วของการให้บริการจากการติดต่อจะเป็นที่พึงประสงค์ของทุกฝ่าย ดังนั้นการให้บริการที่รวดเร็วจึงเป็นที่ประทับใจเพราะไม่ต้องเสียเวลารอคอย สามารถใช้เวลาได้คุ้มค่า
2. ต้องมีความถูกต้องชัดเจนงานบริการที่ไม่ว่าจะเป็นการให้ข่าวสาร ข้อมูล หรือการดำเนินงานต่าง ๆ ต้องเป็นข้อมูลที่ถูกต้องและชัดเจนเสมอ
3. การจัดบรรยากาศสภาพที่ทำงานต้องจัดสถานที่ทำงานให้สะอาดเรียบร้อย มีป้ายบอกสถานที่ ขั้นตอนการติดต่อกัน ผู้มาติดต่อสามารถอ่านหรือติดต่อได้ด้วยตนเอง ไม่ต้องสอบถามใคร ตั้งแต่เส้นทางเข้าจนถึงตัวบุคคลผู้ให้บริการและกลับไปจุดการให้บริการควรเป็น One stop service คือไปแห่งเดียวงานสำเร็จ
4. การยิ้มแย้มแจ่มใสหน้าตาต่างบานแรกของหัวใจในการให้บริการคือความรู้สึก ความเต็มใจและความกระตือรือร้นที่จะให้บริการ เป็นความรู้สึกภายในของบุคคลว่าเราเป็นผู้ให้บริการ จะทำหน้าที่ให้ดีที่สุดให้ประทับใจกลับไปความรู้สึกดังกล่าวนี้ จะสะท้อนมาสู่ภาพที่ปรากฏในใบหน้าและกิริยาท่าทางของผู้ให้บริการ คือการยิ้มแย้มแจ่มใสทักทายด้วยไมตรีจิต การยิ้มแย้มแจ่มใสจึงถือเป็นบันไดขั้นสำคัญที่จะนำไปสู่ความสำเร็จขององค์กร การยิ้มคือการเปิดหัวใจการให้บริการที่ดี

5. การสื่อสารที่ดีคือการสื่อสารที่ดีจะสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร ตั้งแต่การต้อนรับด้วยน้ำเสียง และภาษาที่ให้ความหวังให้กำลังใจ ภาษาที่แสดงออกไม่ว่าจะเป็นการปฏิสัมพันธ์โดยตรง หรือทางโทรศัพท์จะบ่งบอกถึงน้ำใจการให้บริการข้างในจิตใจความรู้สึกหรือจิตใจที่มุ่งบริการจะต้องมาก่อนแล้วแสดงออกทางวาจา
6. การเอาใจเขามาใส่ใจเรา นึกถึงความรู้สึกของผู้มาติดต่อขอรับบริการ เขามุ่งหวังได้รับความสะดวกสบาย ความรวดเร็ว ความถูกต้อง การแสดงออกด้วยไมตรีจากผู้ให้บริการ การอธิบายในสิ่งที่ผู้มารับบริการไม่รู้ด้วยความชัดเจน ภาษาที่เปี่ยมไปด้วยไมตรีจิต มีความเอื้ออาทร ติดตามงานและให้ความสนใจต่องานที่รับบริการอย่างเต็มที่ จะทำให้ผู้มาขอรับบริการเกิดความพึงพอใจ
7. การพัฒนาเทคโนโลยี เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือและเทคนิควิธีการให้บริการที่ดีและรวดเร็วในด้านการประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลต่างๆจะเป็นการเสริมการให้บริการที่ดีอีกทางหนึ่ง เช่น Website
8. การติดตามและประเมินผลการบริการที่ดีควรมีการติดตาม และประเมินผลความพึงพอใจจากผู้รับบริการเป็นช่วง ๆ เพื่อรับฟังความคิดเห็นและผลสะท้อนกลับว่ามีข้อมูลส่วนใดต้องปรับปรุงแก้ไข เป็นการนำข้อมูลกลับมาพัฒนาการให้บริการและพัฒนาตนต่อไป

### การสร้างหัวใจนักบริการ

1. S = Smiling and Sympathy (ยิ้มแย้ม และเห็นอกเห็นใจ)
2. E = Early Response (ตอบสนองอย่างรวดเร็ว)
3. R = Respectful (แสดงออกถึงความนับถือให้เกียรติ)
4. V = Voluntariness manner (ให้บริการสมัครใจ)
5. I = Image Enhancing (รักษาภาพลักษณ์ของตัวเองและองค์กร)
6. C = Courtesy (อ่อนน้อม สุภาพ)
7. E = Enthusiasm (กระฉับกระเฉง กระตือรือร้น)

### กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ของธุรกิจโรงแรม

ในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ของโรงแรมให้แก่ลูกค้าหรือตลาดนั้น นอกจากห้องพักสำหรับลูกค้าผู้ใช้บริการใช้เป็นที่พักค้างแรมแล้ว โรงแรมสามารถที่จะสร้างคุณค่า และเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ของตนเองได้ โดยใช้กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ดังนี้

#### ผลิตภัณฑ์หลัก (Core product)

โรงแรมมีห้องพักเป็นผลิตภัณฑ์แกนที่ให้บริการ ที่โรงแรมสามารถที่จะสร้างคุณค่า และมูลค่าเพิ่มได้โดยการนำเสนอห้องพักที่มีรูปแบบที่แตกต่างจากโรงแรมทั่วไป เพื่อสนองต่อความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย อาทิ การตกแต่งอย่างมีสไตล์ พิธีภัณฑ์ผสมผสานระหว่างความสะดวกสบายและเทคโนโลยีไว้ด้วยกัน ใช้เฟอร์นิเจอร์ที่ออกแบบและสั่งทำอย่างพิเศษ ผลิตภัณฑ์ในห้องน้ำได้รับการคัดสรรมาเป็นอย่างดี เพื่อให้ลูกค้าที่มาใช้บริการรู้สึกว่าได้รับการดูแลอยู่ตลอดเวลา มี Entertainment System เช่น โทรทัศน์ วิทยุ เครื่องเล่นซีดี เครื่องทำกาแฟ มี Wi-Fi Internet Access ไว้ให้บริการในห้องพัก เป็นต้น

#### ผลิตภัณฑ์อำนวยความสะดวก (Facilitate product)

เป็นผลิตภัณฑ์ที่จัดขึ้นเพื่อความสะดวกของลูกค้าที่มาใช้บริการห้องพัก โรงแรมสามารถสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้กับโรงแรมได้โดยการมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องการบริการธุรกิจที่ตอบสนองความต้องการ หรือด้านการพักผ่อน ความสะดวกสบาย ห้องอาหารหลากหลายสไตล์ พร้อมเซฟชั่นเลิศ มีสระว่ายน้ำ ฟิตเนส และสปาที่ผ่อนคลายทั้งร่างกายและจิตใจ เป็นต้น

#### ผลิตภัณฑ์สนับสนุน (Supporting product)

เป็นผลิตภัณฑ์ที่จะช่วยสนับสนุนให้ลูกค้ามาใช้บริการห้องพักของโรงแรมเพิ่มมากขึ้น อาทิ ห้องพักแต่ละห้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมือนในสำนักงานจริงๆ เช่น มีโทรศัพท์ 2 เครื่องพร้อมอุปกรณ์เชื่อมต่อไฮ-สปีดอินเทอร์เน็ตเข้ากับแล็ปท็อป ที่ล็อบบี้ก็มี Full-service Business Center และมีบริการสำหรับการประชุมในรูปแบบต่างๆ ตามความต้องการ เป็นต้น

### ผลิตภัณฑ์หนุนเนื่อง (Augmented product)

ไม่ส่งผลต่อ Core Customer Value โดยตรง เปรียบเทียบได้กับ Packaging ของผลิตภัณฑ์ที่มีตัวตนทั่วไปที่จะช่วยให้ผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจ และเพิ่มมูลค่าได้สูงขึ้น สำหรับธุรกิจโรงแรมนั้น สิ่งที่จะช่วยเติมแต่งให้โรงแรมดูดี มีความน่าสนใจเพิ่มมากขึ้นมีอยู่หลายประการ อาทิ ทำเลที่ตั้งอยู่ในทำเลที่เข้าถึงง่ายใจกลางเมือง หรือตั้งอยู่ในทำเลที่เหมาะสมแก่การพักผ่อนตากอากาศสำหรับรีสอร์ทต่างๆ คือการตอบสนองความต้องการของลูกค้า เช่น บริการ Concierge 24 ชั่วโมง และบริการ Room Service 24 ชม. มีระบบการจองไว้ให้บริการลูกค้าที่สะดวก รวดเร็ว ตลอด 24 ชั่วโมง มีห้องสมุด Kids Club ATM เป็นต้น

การจัดการผลิตภัณฑ์ทั้ง 4 ลักษณะเข้าด้วยกันอย่างเหมาะสม ตรงกับความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย จะสามารถสร้างคุณค่า และเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ที่โรงแรมให้มากขึ้น สร้างผลกำไรให้กับธุรกิจได้มากขึ้น

การเป็นเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ของโรงแรม (Guest Relation Officer) เปรียบเสมือนผู้ให้บริการแบบ One – Stop Service เพราะไม่ว่าลูกค้ามีคำถาม ความไม่พอใจ หรือต้องการอะไร หน้าที่งานนี้ต้องให้บริการที่ดีที่สุด โดยทั่วไปแล้วข้อกำหนดในการสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้านั้นสามารถทำได้ เพื่อการให้บริการที่ดีที่สุด ประกอบด้วยสิ่งที่ต้องปฏิบัติได้ 9 วิธีต่อไปนี้

1. **จำชื่อลูกค้าที่มาพักให้ได้** ลูกค้าจะดีใจและรู้สึกเป็นคนที่สำคัญเมื่อคุณสามารถเรียกชื่อเขาได้อย่างถูกต้องภายใน 2 ครั้งที่พบกัน คุณจึงควรมีวิธีในการจดจำลูกค้าอย่างรวดเร็ว เช่น จากรูปร่าง ลักษณะภายนอก จุดเด่นของเขา

2. **พบและจากต้องนำประทับใจ** การกล่าวคำทักทายเมื่อพบลูกค้าและกล่าวคำอำลาเมื่อลูกค้าออกจากโรงแรมเป็นสิ่งสำคัญ เพราะเมื่อลูกค้ากลับไปก็จะจดจำว่าพนักงานโรงแรมนี้มีอัธยาศัยดี และให้การดูแลลูกค้าเป็นอย่างดี ทำให้ลูกค้าอยากแนะนำโรงแรมนี้ให้กับคนรู้จักต่อไป

3. **จัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า** เจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์มีหน้าที่รับผิดชอบในการจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้แก่ลูกค้าตามคำขอ พร้อมทั้งควบคุมคุณภาพความสะอาดของห้องพักลูกค้าไว้อีกด้วยตนเอง

4. **รับข้อร้องเรียน แก้ไข และติดตามผล** การรับข้อร้องเรียนนับเป็นงานหลักอย่างหนึ่งของคุณเลยที่เดียว ยิ่งจ่ายเงินแพงยิ่งคาดหวังสูง ดังนั้น สติ และ Service Mind จะช่วยให้คุณจัดการกับปัญหาต่าง ๆ ได้อย่างมืออาชีพ และช่วยให้ลูกค้าใจเย็นลงได้

5. **ไม่รับปากหากไม่มั่นใจว่าจะทำได้หรือไม่** แม้ว่าคุณจะต้องคอยตอบคำถาม แก้ไขปัญหา รวมทั้งตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็ว แต่หากไม่มั่นใจว่าจะทำได้ก็ไม่ควรรับปาก ควรบอกกับลูกค้าอย่างสุภาพว่า ขอตรวจสอบกับผู้จัดการสักครู่จะจากนั้นได้คำตอบ อย่างไรให้รับแจ้งลูกค้าโดยเร็ว

6. **เนียบและเรียบร้อยตลอดเวลา** บุคลิกภาพสำคัญมากที่คุณจะต้องดูดีและภูมิฐาน เสื้อผ้าต้องสะอาดหมดจด ติดกระดุมให้ครบ ติดป้ายชื่อให้เรียบร้อย ต่างหูเป็นแบบหมุดติดหูเท่านั้น นาฬิกาแบบเรียบ ไม่ใส่นาฬิกาแฟชั่นสีฉูดฉาด ใส่รองเท้าหุ้มส้นสีดำเท่านั้น เป็นต้น

7. **Stand by ที่ล๊อบบี้เสมอ** คุณควรอยู่ที่ล๊อบบี้ตลอดเวลา แต่หากมีงานเอกสารให้รับจัดการและกลับมาอยู่ที่ล๊อบบี้เพื่อคอยอำนวยความสะดวก ให้แก่ลูกค้าทันทีที่เขาต้องการ

8. **บันทึกข้อมูลความต้องการของลูกค้า** สิ่งสำคัญที่จะทำให้คุณสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าได้คือ การจดจำได้ว่าลูกค้าชอบอะไร ไม่ชอบอะไร และต้องการอะไรเป็นพิเศษ คุณจึงควรบันทึกข้อมูลเหล่านี้ไว้ในคอมพิวเตอร์ เมื่อลูกค้ากลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป ลูกค้าก็จะประทับใจที่คุณเอาใจใส่ความต้องการของเขาโดยไม่ต้องบอกซ้ำ

9. **มีความรอบรู้ แนะนำลูกค้าได้** นอกจากการอำนวยความสะดวกภายในโรงแรมแล้ว คุณควรจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับจังหวัดที่โรงแรมคุณตั้งอยู่ ที่กิน ที่เที่ยว ข้อปิ้ง เส้นทาง และการเดินทางเป็นสิ่งที่ลูกค้ามักจะสอบถามเป็นประจำ

**การบริการ** คือ การให้ความช่วยเหลือหรือการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้รับการบริการที่ดีผู้รับบริการจะได้รับความประทับใจและเกิดความชื่นชมองค์กร อันเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กรเบื้องหลังความสำเร็จของทุกงาน มักจะมีงานบริการเป็นเครื่องมือในการสนับสนุนไม่ว่าจะเป็นงานประชาสัมพันธ์งานบริการวิชาการต่างๆ ตลอดทั้งความร่วมมือ ร่วมแรงร่วมใจจากเจ้าหน้าที่ทุกระดับซึ่งจะต้องช่วยกันขับเคลื่อนพัฒนา งานบริการให้มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพ จนเกิดเป็น **“จิตบริการ”**

## คำถามท้ายบท

1. โรงแรมทุกระดับควรคำนึงถึงปัจจัยความเป็นเลิศของการบริการอย่างไรบ้าง
2. พนักงานบริการส่วนหน้าทุกหน้าที่ควรมีคุณลักษณะภายนอกและทางด้านวาจาอย่างไรบ้าง
3. โรงแรมทุกประเภทมีผลิตภัณฑ์หลักอะไรบ้าง ให้นักศึกษายกตัวอย่างงานสำคัญ ที่ควรมีการพัฒนาอยู่เสมอ 3 อย่าง

## Organizing and Management Styles

## วิธีการจัดตั้งโรงแรม

ส่วนในต่างจังหวัดให้ยื่นขอจดทะเบียนขออนุญาตดำเนินกิจการ ณ ที่ว่าการอำเภอ  
ท้องที่ที่เป็นสถานที่ตั้งโรงแรม จากนั้นอำเภอก็จะส่งเรื่องไปให้คณะกรรมการพิจารณา  
คณะกรรมการมีผู้ว่าราชการจังหวัดเป็นนายทะเบียน

ในกรณีที่นายทะเบียนอนุญาตให้ดำเนินการได้ก็จะออกใบอนุญาตให้ฉบับหนึ่ง ใบอนุญาตนี้ จะสิ้นสุดอายุในวันที่ 31 ธันวาคมทุกปี ดังนั้นผู้ประกอบการจะต้องขออนุญาต ดำเนินกิจการโรงแรมทุกปี ถ้าฝ่าฝืนจะมีความผิดต้องระวางโทษปรับไม่เกิน 2,000 บาท

ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตเปิดโรงแรมนี้ มีกฎกระทรวง พ.ศ. 2504 ซึ่งออกตามความใน พ.ร.บ. โรงแรม พ.ศ. 2478 โดยคิดตามค่าเช่าห้องพักเป็นรายห้อง ฉะนั้นในการยื่นขอจดทะเบียนจะต้องแสดงรายการค่าห้องพักด้วย

ตัวอย่างอัตราค่าธรรมเนียม มีดังนี้

|                       |           |     |                        |    |     |
|-----------------------|-----------|-----|------------------------|----|-----|
| ห้องพักมีอัตราค่าเช่า | 40 – 80   | บาท | เก็บค่าธรรมเนียมห้องละ | 20 | บาท |
| ห้องพักมีอัตราค่าเช่า | 80 – 120  | บาท | เก็บค่าธรรมเนียมห้องละ | 30 | บาท |
| ห้องพักมีอัตราค่าเช่า | 120 – 160 | บาท | เก็บค่าธรรมเนียมห้องละ | 40 | บาท |
| ห้องพักมีอัตราค่าเช่า | 160 – 200 | บาท | เก็บค่าธรรมเนียมห้องละ | 50 | บาท |
| ห้องพักมีอัตราค่าเช่า | 200 – 240 | บาท | เก็บค่าธรรมเนียมห้องละ | 60 | บาท |
| ห้องพักมีอัตราค่าเช่า | 240 – 280 | บาท | เก็บค่าธรรมเนียมห้องละ | 80 | บาท |

### การจัดองค์การบริหารโรงแรม

การจัดองค์การบริหารโรงแรม มีวัตถุประสงค์ในการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ การแจกแจงรายละเอียดของงานที่ต้องกระทำการประสานงาน การร่วมมือกันทำงานในแต่ละฝ่าย เพื่อให้งานบรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้ งานโรงแรมอาจแบ่งพนักงานตามการปฏิบัติหน้าที่ออกได้ 2 ประเภท คือ หน้าที่ต้องติดต่อกับแขกโดยตรง (Line Functions) ได้แก่ พนักงานในแผนกต้อนรับ แผนกห้องพัก และฝ่ายบริการอาหารและเครื่องดื่ม สำหรับหน้าที่ฝ่ายสนับสนุน (Staff Functions) หรือ “ฝ่ายที่อยู่เบื้องหลังฉาก” (Behind – the Scenes) พนักงานเหล่านี้ไม่ได้สัมผัสกับแขกโดยตรง แต่มีส่วนจัดเตรียมงานเพื่อแขกโดยส่งผ่านพนักงานส่วนหน้า พนักงานช่วยสนับสนุน ได้แก่ พนักงาน แผนกช่าง แผนกปรุงอาหาร แผนกซักรีด แผนกทำความสะอาด เป็นต้น (Rutherford, 1989 : 14)

## โครงสร้างและงานภายในโรงแรม

การจัดองค์กรของงานการโรงแรม สามารถแบ่งการบริหารงานเป็นส่วนต่าง ๆ ได้ดังนี้

### 1. คณะกรรมการบริหาร (Board of Director)

จะเป็นกลุ่มบุคคลที่ได้รับคัดเลือกจากผู้ถือหุ้นของกิจการ โดยคณะกรรมการบริหารนี้มีหน้าที่ เพื่อกำหนดนโยบายของการบริหารงานโรงแรมเพื่อให้การดำเนินงานภายในโรงแรมเป็นไปอย่าง คล่องตัวและมีประสิทธิภาพ อีกทั้งสามารถตรวจสอบและแก้ไขในการปฏิบัติงานต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว

### 2. ผู้จัดการทั่วไป (General Manager)

เป็นบุคคลที่ได้รับคัดเลือกมาจากคณะกรรมการบริหาร ให้ดำรงตำแหน่งผู้จัดการทั่วไป ซึ่งบุคคลดังกล่าวอาจเป็นหนึ่งในคณะกรรมการบริหารหรือเป็นบุคคลภายนอก ที่คณะกรรมการบริหารเชิญมาดำรงตำแหน่งให้ เงินเดือนเป็นค่าตอบแทน เพราะคนที่จะเป็นได้ต้องมีคุณสมบัติที่เหมาะสมมีความรู้ความสามารถ และประสบการณ์ โดยหน้าที่และรับผิดชอบของผู้จัดการทั่วไปคือ

- กำหนดเป้าหมาย (Targeting) ของโรงแรม
- วางแผนการดำเนินงาน (Planning) ของทุกฝ่ายให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้
- มอบหมายงานให้ผู้ใต้บังคับบัญชาอย่างถูกต้องและเหมาะสม (Assigning)
- สร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์ที่ดีภายในโรงแรม (Communication)
- ปรับปรุงการปฏิบัติงาน พร้อมทั้งประเมินผลการปฏิบัติงานของฝ่ายต่างๆ ในโรงแรม (Evaluation & improvement)
- จัดฝึกอบรมเพื่อพัฒนาบุคลากรภายในโรงแรม (Training)

### 3. ผู้ช่วยผู้จัดการทั่วไป (Assistant General Management)

เป็นบุคคลที่ได้รับการคัดเลือกจากกรรมการบริหาร หรือจาก บุคคลภายนอกกลุ่มบริหารก็ได้ เพราะผู้ช่วยผู้จัดการนั้น จะต้องมีความรู้ความสามารถ ในการบริหารงานโรงแรมเช่นเดียวผู้จัดการทั่วไป แต่ประสบการณ์ในการบริหารงานโรงแรมนั้นอาจจะน้อยกว่าผู้จัดการทั่วไป ซึ่งหน้าที่และความรับผิดชอบของผู้ช่วยผู้จัดการมีดังนี้

- ปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมายจากผู้จัดการทั่วไป
- สร้างสัมพันธ์อันดีระหว่างฝ่ายต่างๆ ภายในโรงแรม
- ตรวจสอบผลการปฏิบัติของฝ่ายต่างๆ ตลอดจนให้คำปรึกษาแนะนำวิธีการปฏิบัติงานใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์ในการทำงาน

#### 4. ผู้จัดการประจำฝ่ายต่างๆ (Resident Manager)

เป็นบุคคลที่มีความรู้ความสามารถ และประสบการณ์ในการบริหารงานในระดับฝ่าย ซึ่งมีหน้าที่ดังนี้

- มีความรับผิดชอบในทรัพย์สินของฝ่ายตน
- ดูแลและควบคุมการปฏิบัติงานของพนักงานภายในฝ่ายของตนอย่างใกล้ชิด
- ให้คำปรึกษากับพนักงานภายในฝ่ายของตน
- รายงานผลการปฏิบัติของฝ่ายที่ตนรับผิดชอบต่อผู้บังคับบัญชา

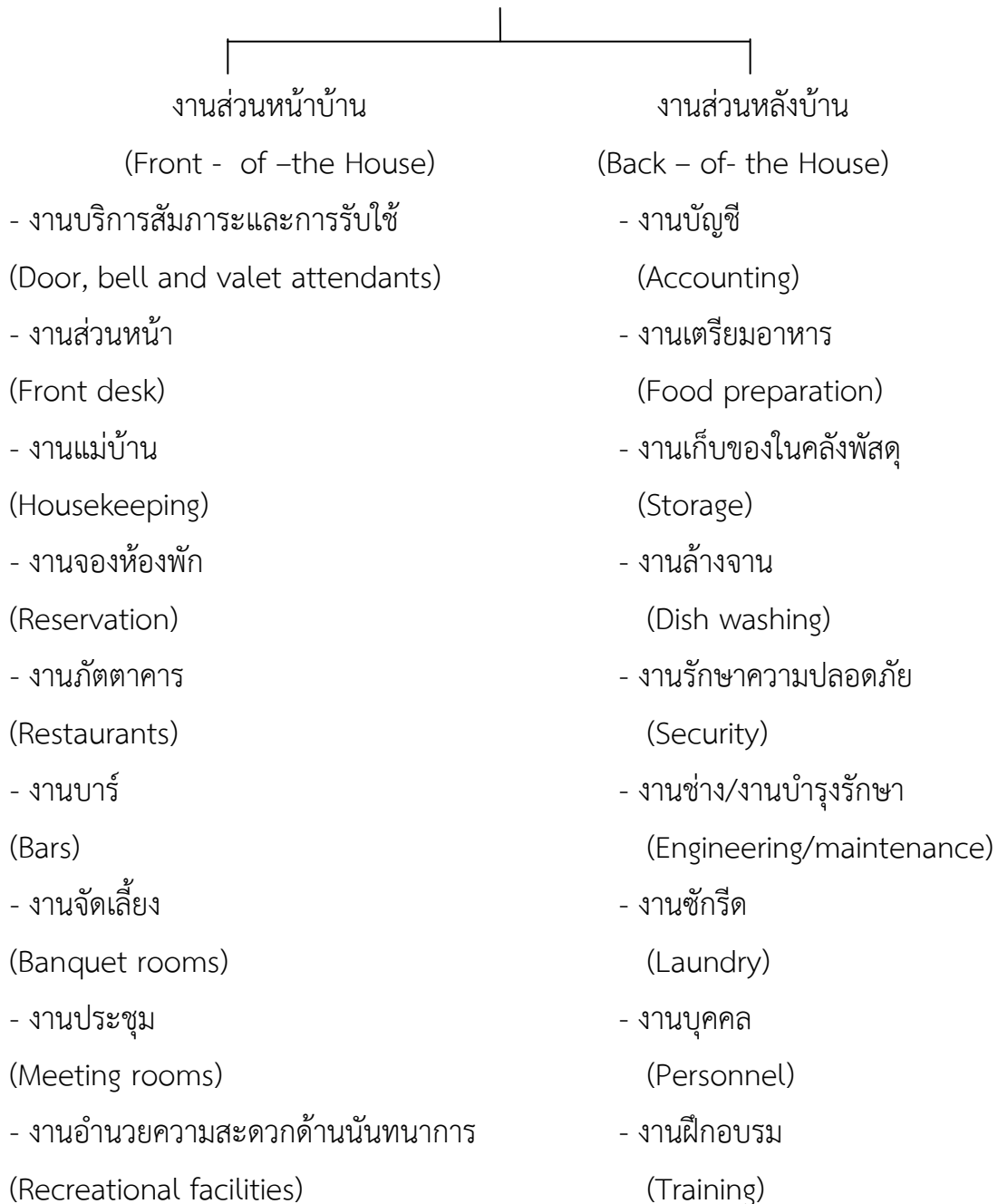
ที่มา : [www.rmu.ac.th](http://www.rmu.ac.th)

## การแบ่งงานออกเป็นแผนกต่างๆ

### แผนภูมิการแบ่งงานออกเป็นแผนกต่างๆ ของโรงแรม

#### งานแผนกต่างๆ ของโรงแรม

#### (Operating Departments)



ที่มา : Renner, 1994: 2

งานต่างๆ ดังกล่าวแล้ว สามารถอธิบายหน้าที่โดยแบ่งออกเป็นงานส่วนหน้าบ้านและงานส่วนหลังบ้าน ได้ดังนี้

**1. งานส่วนหน้าบ้าน** งานส่วนหน้าบ้านเป็นงานซึ่งพนักงานต้องสัมผัสกับแขก หรือลูกค้าโดยตรง ณ จุดรับบริการ (Service Interface Station) และจุดนี้เองพนักงานต้องส่งมอบบริการ (Service Delivery) ให้แก่แขกเพื่อให้เกิดความประทับใจให้มากที่สุด (วีรพงษ์ เณลิเมธีรัตน์, 2539 : 62)

แผนกงานบริการส่วนหน้าโรงแรม มีพนักงานบริการส่วนหน้าที่ถือเป็นบุคลากรที่มีบทบาทสำคัญในการส่งมอบการบริการ โดยเปรียบเสมือนเป็นบุคคลด่านแรกที่ได้พบปะกับผู้รับบริการจนกระทั่งผู้รับบริการออกจากโรงแรม พร้อมทั้งยังเป็นตัวแทนนำเสนอภาพลักษณ์ของโรงแรมในการให้บริการอย่างมีคุณภาพที่สามารถสร้างความประทับใจแก่ผู้รับบริการ นับว่าเป็นงานที่มีโอกาสได้ใกล้ชิดกับลูกค้ามากที่สุดและต้องบริการให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในโรงแรมและงานส่วนหน้ายังเป็นงานที่เกี่ยวกับการจำหน่ายห้องพัก ซึ่งถือเป็นรายได้หลักของโรงแรมอีกด้วย (จิตตินันท์ นันทไพบูลย์, 2555: 71)

โดยทั่วไปแผนกส่วนหน้าโรงแรมจะรับผิดชอบหน้าที่ครอบคลุมตั้งแต่การเปิดประตูรถ ขนกระเป๋า เปิดประตูโรงแรม ต้อนรับ ลงทะเบียน ออกกุญแจ ให้ข้อมูลข่าวสาร รวมถึงรับชำระเงินและรับคืนห้องพัก ซึ่งล้วนแล้วแต่เกี่ยวข้องกับการบริการทั้งสิ้น (ธารทิพย์ ทากิ, 2549: 66)

งานส่วนหน้าบ้านประกอบด้วยงานต่อไปนี้

1.1 งานบริการสัมภาระ และการรับใช้ งานดังกล่าวแล้ว เริ่มต้นตั้งแต่บริการรับและส่งแขกจากสถานีขนส่ง เช่น สนามบิน สถานีรถไฟมายังโรงแรม แล้วบริการขนสัมภาระ เปิดประตู เพื่อนำแขกมาลงทะเบียนเข้าพัก ต่อจากนั้นก็ช่วยขนสัมภาระส่งแขกเข้าห้องพัก หรือช่วยแขกขนสัมภาระเมื่อแขกออกจากโรงแรม นอกจากนี้ บางโรงแรมยังจัดให้มีพนักงานรับใช้ส่วนตัวแขก

1.2 งานส่วนหน้าและพนักงานต้อนรับ มีหน้าที่ลงทะเบียนให้แก่ผู้เข้าพักให้ข้อมูลข่าวสารแก่แขก ดูแลรักษากุญแจห้องพักแขก พนักงานต้อนรับซึ่งทำงานมีโต๊ะลงทะเบียนดังกล่าวแล้ว เป็นจุดสำคัญที่แขกต้องติดต่อสอบถาม หรือขอความช่วยเหลือต่างๆ นอกจากนี้ยังเป็นจุดสำคัญในการประสานงานกับแผนกต่างๆ ของโรงแรมด้วย

1.3 งานแม่บ้าน งานแม่บ้านมีหน้าที่ดูแลรักษาความสะอาด ทั้งบริเวณห้องพัก และพื้นที่สาธารณะในโรงแรม (Public Area) ซึ่งแขกใช้ร่วมกัน เช่น ห้องโถง (Lobby) สรรน้ำ ห้องน้ำ เป็นต้น แม่บ้านยังทำหน้าที่เกี่ยวกับการดูแลผ้าทุกชนิดในโรงแรม การจัดดอกไม้ในห้องพัก ห้องรับแขก และงานเลี้ยง

1.4 งานจองห้องพัก มีหน้าที่ในการรับจองห้องพักในโรงแรม การรับจองห้องพักล่วงหน้า นอกจากอำนวยความสะดวกสบายให้แก่แขกแล้ว ยังเป็นผลดีต่อโรงแรมในด้านการบริหารและการตลาดอีกด้วย

1.5 งานภัตตาคาร อาหารเป็นรายได้หลักอย่างหนึ่งของโรงแรม ดังนั้นจึงมีงานด้านการอาหาร เพื่อบริการแขกของโรงแรม และแขกในท้องถิ่น งานบริการอาหารของบริกรในภัตตาคาร จึงเป็นงานที่สัมผัสกับแขกโดยตรง

1.6 งานบาร์ บาร์เป็นสถานที่ขายเครื่องดื่มทุกชนิดแก่แขกทั้งแขกภายในโรงแรม และแขกในท้องถิ่น พนักงานทั้งฝ่ายผสมเครื่องดื่ม (Bartender) และฝ่ายบริการเป็นพนักงานส่วนหน้า

1.7 งานจัดเลี้ยง โรงแรมคล้ายกับห้องรับแขกของหมู่บ้าน ทั้งนี้เพราะโรงแรมมีความพร้อมในการต้อนรับแขกในด้านอาหารและเครื่องดื่ม ทั้งงานเฉลิมฉลองด้านสังคม เช่น วันเกิด การแต่งงาน เป็นต้น งานธุรกิจ งานประชุมสัมมนา นอกจากนี้ บรรยากาศที่หรูหรา อาหารที่มีรสชาติ การจัดบริการที่ดี สะดวกสบาย ล้วนเป็นสิ่งกระตุ้นต้องการให้บุคคลจัดงานเลี้ยงนอกบ้านมากยิ่งขึ้น (Bernard and Sally, 1992 : 25 - 26) โรงแรมเป็นสถานที่หนึ่ง ซึ่งมีความพร้อมในการตอบสนองความต้องการดังกล่าวแล้ว

1.8 งานการประชุม โรงแรมต้องจัดห้องประชุมสัมมนา เพื่อตอบสนองความต้องการของแขก ซึ่งใช้บริการทางด้านนี้มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการประชุมระดับชาติ หรือระดับนานาชาติ ต้องใช้ห้องประชุมขนาดใหญ่ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกในการประชุมสัมมนา

1.9 งานอำนวยความสะดวกด้านนันทนาการ โรงแรมต้องจัดบริการต่างๆ เพื่อให้แขกได้รับการพักผ่อน และการออกกำลังกาย เพื่อสุขภาพที่ดีขึ้น ดังนั้นโรงแรมต้องจัดบริการทางด้านสรวายน้ำ สนามเทนนิส สนามขี่ม้า หรือบริการอื่นๆ เพื่ออำนวยความสะดวกสบายแก่แขกในการพักผ่อนและออกกำลังกาย

งานทั้งหมดที่กล่าวมาแล้วเป็นงานส่วนหน้าบ้าน เพราะเป็นลักษณะของงานบริการที่พนักงานสัมผัสกับแขกโดยตรงแตกต่างจากงานส่วนหลังบ้านซึ่งกล่าวต่อไปเป็นเพียงงานสนับสนุน ให้พนักงานส่วนหน้าบริการแขกได้ถูกต้อง รวดเร็ว และเกิดความประทับใจ พนักงานส่วนหลัง (Back end Support) จึงทำหน้าที่ในการจัดเตรียมบริการต่างๆ ให้แก่แขก แต่การส่งมอบบริการ ณ จุดสัมผัสบริการ หรือจุดรับบริการ เป็นหน้าที่ของพนักงานส่วนหน้า (Front – line Staff)

การจำแนกงานบริการส่วนหน้าอีกมุมหนึ่งที่ไม่ต่างกันมากนัก ... โรงแรมส่วนใหญ่จะกำหนดหน้าที่ของแผนกงานส่วนหน้าโรงแรม 8 ประเภทดังนี้ (จิตตินันท์ นันทไพบูลย์, 2555: 71-74)

**(1) งานต้อนรับส่วนหน้าและบริการข้อมูลข่าวสาร (Receptionist)** งานตรงส่วนนี้จะรับผิดชอบตั้งแต่การจำหน่ายห้องพัก การต้อนรับ การลงทะเบียนเข้าพัก การบริการข้อมูลข่าวสารระหว่างเข้าพัก รวมไปถึงการคืนห้องพัก ซึ่งถือได้ว่าเป็นส่วนงานที่คอยให้บริการลูกค้าตลอดระยะเวลาในการเข้าพัก

**(2) งานสำรองห้องพัก (Reservation)** มีหน้าที่หลักคือ รับสำรองห้องพักให้ลูกค้าล่วงหน้าก่อนที่จะมีการเข้าพักจริง รับผิดชอบเงินมัดจำที่ได้จากการสำรองห้องพัก และสรุปจำนวนและประเภทของห้องพักที่ขายเรียบร้อยแล้ว เพื่อจะได้ทราบจำนวนห้องพักที่สามารถขายได้

**(3) งานด้านโทรศัพท์ (Operator)** ทำหน้าที่ในการรับสาย โอนสาย การต่อสายโทรศัพท์ของลูกค้าภายในโรงแรมไปยังข้างนอก และการรับฝากข้อความจากบุคคลภายนอกที่ติดต่อเข้ามาหาลูกค้า และให้ข้อมูลสำคัญบางส่วนกับลูกค้าเมื่อลูกค้า สอบถาม

**(4) งานการเงินส่วนหน้า (Front Cashier)** งานส่วนนี้จะเกี่ยวข้องกับบัญชีการใช้ จ่ายของลูกค้าที่เกิดขึ้นระหว่างการพักอยู่ภายในโรงแรม และคอยให้บริการรับแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศด้วย

**(5) งานบริการในเครื่องแบบ (Uniformed Service)** เป็นงานที่ประกอบไปด้วยงานการให้บริการลูกค้าในหลายส่วน เช่น งานบริการรถรับ-ส่ง งานบริการขนสัมภาระ งานเปิดประตู และงานบริการจอดรถ เป็นต้น

(6) งานศูนย์ธุรกิจ (Business Center) มีไว้ให้บริการสำหรับลูกค้ากลุ่มนักธุรกิจที่ต้องการติดต่อทางธุรกิจ โดยภายในศูนย์ธุรกิจจะประกอบไปด้วย ห้องประชุมขนาดเล็ก บริการเลขาส่วนตัว คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต โทรสาร ถ่ายเอกสาร และกล้องวิดีโอที่ใช้สำหรับการประชุมทางไกล เป็นต้น

(7) ส่วนอำนวยความสะดวกส่วนหน้า (Concierge) มีหน้าที่คอยให้บริการและให้ความช่วยเหลือแก่ลูกค้า ที่นอกเหนือจากการบริการที่ทางโรงแรมเตรียมไว้บริการแก่ลูกค้า เช่น การจองบริการท่องเที่ยวต่างๆ ชื้อบัตรเข้าชมภาพยนตร์ หรืออาจจะเป็นความต้องการพิเศษ เช่น ต้องการจะซื้อสินค้าชนิดหนึ่งแต่ไม่ทราบว่ามีจำหน่ายที่ไหนบ้าง ส่งผลให้พนักงานในส่วนนี้จำเป็นจะต้องมีความรอบรู้มาก จึงจะสามารถสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าได้

(8) ส่วนประสานงานกรุ๊ปทัวร์ (Tour Coordination) มีหน้าที่ในการรับจองห้องพัก ต้อนรับและลงทะเบียนเข้าพักของกลุ่มทัวร์ต่างๆ และทำงานประสานงานกันกับมัคคุเทศก์และหัวหน้ากรุ๊ปทัวร์

## 2. งานส่วนหลังบ้าน ประกอบด้วยงานต่อไปนี้

2.1 งานบัญชี งานบัญชี มีหน้าที่ดูแลเกี่ยวกับกิจการด้านการเงิน การบัญชี ทุกๆ ประเภทของโรงแรมการควบคุมต้นทุน (Cost Control) การตั้งราคาสินค้า การวางระบบบัญชีในการเบิกจ่ายวัสดุต่างๆ การควบคุมดูแลเกี่ยวกับรายรับรายจ่ายของโรงแรม

2.2 งานเตรียมอาหาร การบริการอาหารเป็นหน้าที่ของบริการ ซึ่งเป็นพนักงานส่วนหน้า แต่การจัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์อาหาร และการปรุงอาหารเป็นหน้าที่ของพ่อครัว (Cook) หรือหัวหน้าพ่อครัว (Chef) อาหารเมื่อจัดปรุงเรียบร้อยแล้ว ก็จะส่งมอบไปยังบริการเพื่อบริการให้แก่แขก

2.3 งานเก็บของในคลังพัสดุ โรงแรมต้องซื้อสินค้าเป็นจำนวนมากเพื่อจัดเตรียมบริการแขก สินค้าดังกล่าวต้องเก็บไว้ในคลังพัสดุ และเบิกจ่ายมาใช้ในแต่ละวันตามความจำเป็น พนักงานดูแลคลังพัสดุดังกล่าวแล้ว จึงเป็นพนักงานส่วนหลังเพียงแต่ทำหน้าที่จ่ายพัสดุไปยังแผนกต่างๆ ซึ่งบริการแขกโดยตรง

2.4 งานล้างจาน โรงแรมต้องจัดให้มีพนักงานส่วนหลังเพื่อทำหน้าที่ล้างภาชนะต่างๆ ในการบริการอาหารและเครื่องดื่มให้แก่แขก เช่น จาน ถ้วย แก้ว ช้อน เป็นต้น

2.5 งานรักษาความปลอดภัย พนักงานรักษาความปลอดภัยมีหน้าที่ดูแลรักษาชีวิต ทรัพย์สินของแขก ต้องดูแลเกี่ยวกับการจากรกรรมของโจรผู้ร้าย การขโมยทรัพย์สิน การป้องกันอัคคีภัย เป็นต้น งานรักษาความปลอดภัย นอกจากดูแลชีวิตทรัพย์สินของแขกแล้ว ต้องดูแลทรัพย์สินทั้งหมดของโรงแรมด้วย

2.6 งานช่างและการบำรุงรักษา ในโรงแรมมีงานช่างหลายประเภท เช่น ช่างไฟฟ้า ช่างไม้ ช่างประปา ช่างเครื่องปรับอากาศ ช่างสี เป็นต้น งานเหล่านี้จัดเตรียมไว้เพื่ออำนวยความสะดวกสบายให้แก่แขก หรือแก้ไขปัญหาดังกล่าวที่เกิดขึ้นในการบริการ เช่น ขณะแขกพักในห้อง เกิดปัญหาเรื่องกระแสไฟฟ้า ก็ต้องแก้ไขทันที แต่วิธีการที่ดีที่สุด ต้องหามาตรการป้องกันเพื่อมิให้เกิดปัญหาในขณะบริการ

2.7 งานซักกรีด การซักกรีดต้องบริการทั้งแขก และงานในโรงแรม เช่น ต้องบริการซักกรีดเกี่ยวกับเครื่องแบบของพนักงาน ผ้าทุกประเภทที่ใช้ในโรงแรม

2.8 งานบุคคล งานบริหารบุคคลทำหน้าที่เกี่ยวกับการรับสมัครพนักงาน สวัสดิการของพนักงาน การขาดการลาของพนักงาน การดูแลเกี่ยวกับเรื่องระเบียบวินัย การจัดพนักงานบรรจุในแผนกต่างๆ การโยกย้ายพนักงาน และการพิจารณาความดีความชอบร่วมกับผู้บริหารของแผนกอื่นๆ

2.9 งานฝึกอบรม การฝึกอบรมพนักงานเป็นสิ่งจำเป็นในงานบริการ การบริการจะเป็นเลิศ องค์ประกอบที่สำคัญอย่างหนึ่ง คือ การฝึกอบรมพนักงานให้รู้จักหน้าที่ ความรับผิดชอบ และมีจิตสำนึกของการเป็นนักบริการที่ดี การสร้างมาตรฐานของงานบริการให้เกิดความสม่ำเสมอคงเส้นคงวา (Consistency) จึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับงานโรงแรม ซึ่งต้องใช้บริการคน (People Service People) คนต้องมีเจตนาที่ดีต่องานบริการ (Nebel III, 1991 : 10) การเตรียมพร้อมในงานบริการทุกๆ ด้าน ทั้งในส่วนของบุคลิกภาพ เจตนาที่ดีต่องาน หลักการบริการ และความรู้เฉพาะในงานหน้าที่จึงต้องมีการอบรมอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดมาตรฐาน และความคงเส้นคงวาในการบริการหน้าที่ดังกล่าวจัดอยู่ในงานบริการส่วนหลังบ้าน ซึ่งต้องทำหน้าที่สนับสนุน และประสานงานกับการบริการส่วนหน้าบ้านอย่างใกล้ชิด งานต่างๆ ดังที่กล่าวมาแล้ว โรงแรมต้องนำเข้ามาสู่ระบบการจัดองค์กร

## การจำแนกตำแหน่งภายในแผนก

แผนกแม่บ้าน (House-Keeping หรือ Accommodation Service) มีการแบ่งตำแหน่งโดยทั่วไปดังนี้

### 1. หัวหน้าแผนกแม่บ้าน (Executive Housekeeper)

ในบางโรงแรมแผนกแม่บ้านทั้งหมดจะขึ้นตรงกับผู้จัดการใหญ่ (General Manager) แต่บางโรงแรมหัวหน้าแม่บ้านก็ขึ้นตรงกับผู้จัดการส่วนหน้า (Front of House Manager) โดยงานหลักๆ ของหัวหน้าแผนกแม่บ้าน ได้แก่ การตรวจสอบงานส่วนต่างๆ ของแผนกว่าได้มาตรฐานที่วางไว้หรือไม่ ควบคุมงบประมาณค่าใช้จ่าย จัดตารางเวลาการทำงานของพนักงาน และการฝึกอบรม อีกทั้งต้องรับผิดชอบเรื่องกฎแฉต่างๆ ที่จะแจกจ่ายไปให้พนักงานในโรงแรม และดูแลควบคุมห้องเก็บอุปกรณ์ทำความสะอาดเอง

แต่บางโรงแรมก็จะมอบหมายให้หัวหน้าแม่บ้านอาวุโสคนใดคนหนึ่ง ในการทำงานเป็นหัวหน้าแผนกแม่บ้านต้องทำงานประสานอย่างใกล้ชิดกับแผนกต้อนรับส่วนหน้าที่เกี่ยวกับห้องพักที่พร้อมจะขาย (ให้เช่า) ได้ อีกทั้งต้องประสานงานกับแผนกซ่อมบำรุงเพื่อให้ช่วยซ่อมอุปกรณ์ต่างๆ ที่อาจจะชำรุดเสียหายทั้งภายในห้องพักและบริเวณอื่นในโรงแรม

### 2. หัวหน้าแม่บ้าน (Head Housekeeper)

หัวหน้าแม่บ้านจะคอยดูแลตรวจตราการทำงานของ ผู้ช่วยแม่บ้าน หรือแม่บ้านประจำฟลอร์ 3 คนขึ้นไป โรงแรมขนาดเล็ก หัวหน้าแม่บ้านอาจจะดูแลรับผิดชอบงานแผนกแม่บ้านทั้งหมด

### 3. แม่บ้านประจำฟลอร์หรือผู้ช่วยแม่บ้าน (Floor Housekeeper หรือ Assistant Housekeeper)

แม่บ้านประจำฟลอร์จะเป็นผู้ตรวจตราของพนักงานทำความสะอาด หรือพนักงานดูแลห้องพัก (Cleaning Staff/Room Attendants) เฉพาะที่ทำงานอยู่ที่ฟลอร์ใดฟลอร์หนึ่ง หรือส่วนใดส่วนหนึ่งของโรงแรม ซึ่งรวมถึงห้องพักแขกทั้งแบบห้องมาตรฐานและห้องชุด ห้องพักพนักงาน ทางเดิน บันได ห้องน้ำใช้ร่วมในบริเวณโรงแรม ห้องนั่งเล่น เป็นต้น

### 4. พนักงานดูแลห้องพัก (Room Attendant)

มีหน้าที่ทำความสะอาดและให้บริการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเข้าพักของแขก เช่น ห้องนอน ห้องนั่งเล่น ห้องอาบน้ำ และห้องส้วม รวมถึงทางเดินหน้าห้องพักด้วย

## 5. พนักงานยกของ/ ทำความสะอาด (Housekeeper)

มีหน้าที่ยกหรือขนย้ายพวกเฟอร์นิเจอร์หนัก ๆ หรือนำขยะไปทิ้ง บางครั้งก็อาจรับผิดชอบด้านทำความสะอาดบริเวณใช้ร่วมภายในโรงแรมด้วย ในเมืองไทยชื่อตำแหน่งนี้จะไม่ค่อยได้พบ ชื่อตำแหน่งที่นิยมใช้กันคือ Cleaner

## 6. หัวหน้าห้องผ้า (Linen Room Supervisor)

ต้องรับผิดชอบผ้าทุกชนิดที่ใช้ในห้องพักแขก (เช่น ผ้าปูที่นอน ผ้าเช็ดตัว ผ้าห่ม เป็นต้น) ผ้าของห้องอาหารและแผนกจัดเลี้ยง (ได้แก่ ผ้าปูโต๊ะ ผ้าเช็ดปาก ผ้ารองถาด) และเครื่องแบบพนักงาน โดยการจ่ายผ้าที่ซักสะอาดแล้ว เก็บรวบรวมผ้าที่ใช้แล้ว ปะชุมชนผ้าที่ขาด และดูแลควบคุมการส่งผ้าไปซักที่แผนกซักรีดและการรับคืน ผ้าที่ซักแล้ว

## แผนกต้อนรับ (Reception)

เป็นแผนกที่ทุกโรงแรมต้องมี เมื่อมีแขกเข้ามาในโรงแรม ก็ต้องเดินมาที่เคาน์เตอร์แผนกต้อนรับก่อนเสมอ เพราะอยู่ภายในโรงแรมและใกล้ประตูทางเข้า พนักงานต้อนรับมีหน้าที่ต้อนรับแขก ตรวจสอบข้อมูลการจองห้องพัก และขอให้แขกลงทะเบียนแล้วจึงจ่ายห้อง โดยมีคนเคยกล่าวว่าถ้าให้การต้อนรับดี ภารกิจของโรงแรมก็เหมือนกับเรียบร้อยไปแล้วครึ่งหนึ่ง แต่ถ้าการต้อนรับไม่ดีก็เป็นการยากมากที่จะแก้ไขให้ความรู้สึกของแขกได้สำหรับวิธีทักทายที่สำคัญที่สุดคือรอยยิ้มที่แสดงการต้อนรับจากน้ำใสใจจริง ที่ประจักษ์บนใบหน้าของพนักงานต้อนรับ ตามด้วยบริการที่รวดเร็ว มีประสิทธิภาพและเป็นกันเองโดยตลอด

แผนกต้อนรับหรือสำนักงานส่วนหน้านั้นอาจเปรียบได้กับศูนย์รวมเส้นประสาท (Nerve Center) หรือศูนย์ประสานงานของโรงแรม และมีบทบาทสำคัญในการติดต่อประสานงานกับแผนกอื่น ๆ ในโรงแรมเพื่อช่วยเหลือเรื่องต่าง ๆ เมื่อแขกเรียกร้อง

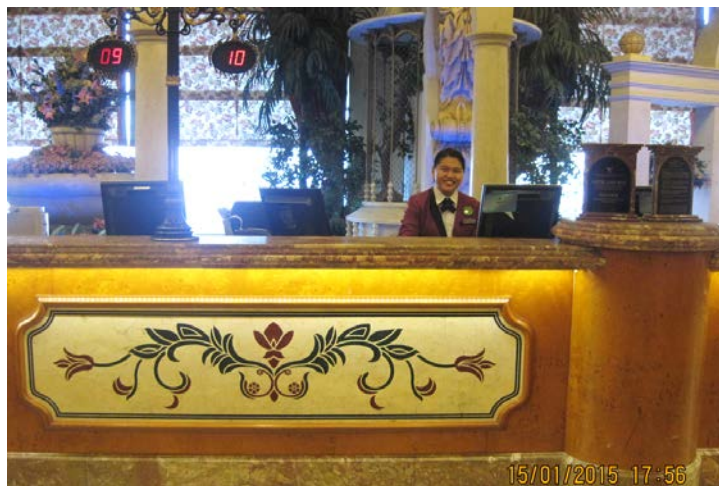
## สำหรับตำแหน่งในแผนกต้อนรับโดยทั่วไปมีดังนี้

### 1. ผู้จัดการสำนักงานส่วนหน้า (Front Office Manager)

มีหน้าที่ดูแลควบคุมให้การดำเนินงาน ของแผนกต้อนรับเป็นไปโดยราบรื่น และมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ในฐานะที่เป็นหัวหน้าแผนก ต้องเกี่ยวข้องกับการคัดเลือกคนเข้าทำงานและให้การฝึกอบรม วางงบประมาณของแผนก และควบคุมค่าใช้จ่ายให้เป็นไปตามนั้น และคาดคะเนระดับอัตราการเข้าพักในอนาคต

### 2. พนักงานต้อนรับ (Reception)

เมื่อแขกเดินเข้ามาในโรงแรมพนักงานต้อนรับจะเป็นบุคคลแรกที่แขกพุดด้วย โดยพนักงานต้อนรับจะต้องทักทายและให้การต้อนรับแขก ลงทะเบียนแขกและจ่ายห้อง จ่ายกุญแจ รวมการตอบข้อซักถามและจัดการเกี่ยวกับเรื่องที่แขกไม่พอใจ รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่มจากห้องอาหารและ บาร์ ตลอดจนค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการซักรีด เป็นต้น และนอกจากนี้อาจจะต้องติดต่อประสานงานกับแผนกอื่น ๆ ในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับแขกด้วย



ภาพ 20 แผนกต้อนรับ (Reception)

### 3. พนักงานสัณการะ (Hall Porter)

พนักงานสัณการะจะคอยต้อนรับแขกที่ เข้ามาในโรงแรม ให้ข้อมูลเกี่ยวกับโรงแรม ทั้งบอกทางไปยังจุดต่างๆ ในโรงแรม หากแขกเข้าพักห้องก็ต้องช่วยแขกขนสัมภาระต่าง ๆ ไปที่ห้องพัก และเมื่อแขกจะกลับก็ต้องขนของลงมาจากห้องพักเช่นกัน นอกจากนี้ยังมีงานอื่น ๆ ที่ต้องทำอีก เช่น การจดข้อความที่มีผู้ส่งความถึงแขกไว้ ดูแลกุญแจห้องพักแขก ให้

คำแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ วิธีการเดินทางและรายละเอียดที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ช่วยแขกเรียกรถแท็กซี่ ช่วยจองตั๋วรถ/เรือ/เครื่องบิน ช่วยจัดห้องประชุมด้วยการช่วยขนย้าย โต๊ะ เก้าอี้ เป็นต้น

สำหรับหัวหน้าพนักงานสัมภาระในภาษาอังกฤษเรียก ว่า Bell Captain ซึ่งงานทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้น ถ้าตามโรงแรมใหญ่ ๆ แล้วก็จะแยกออกเป็นหลายตำแหน่ง เช่น

- **พนักงานเปิดประตู (Doorman)** มีหน้าที่หลักคือ ช่วยแขกเปิดประตูรถยนต์ ขณะนำรถเข้ามาจอดที่ประตูใหญ่ของโรงแรม ซึ่งอาจจะรวมถึงการเปิดประตูโรงแรมขณะแขกกำลังจะเดินเข้ามาก็ได้
- **เจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวก (Concierge)** มีหน้าที่ช่วยเหลือแขกตั้งแต่เรื่องสัมภาระ การเรียกรถ จองตั๋วละคร จองทัวร์ แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว แนะนำร้านค้าที่แขกต้องการจะไปซื้อ
- **เจ้าหน้าที่ดูแลแขกพิเศษ (Quest Relations Officer)** มีหน้าที่บางส่วนที่เหมือนกันเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวก แต่จะมุ่งเน้นแบบเป็นการบริการส่วนตัวจริง ๆ ดังนั้นบทบาทสำคัญอย่างหนึ่งก็คือ การแก้ปัญหาเรื่องที่แขกไม่พอใจ ซึ่งถ้าหากพนักงานมีความสามารถและทำงานเป็น ก็จะช่วยลดปัญหาที่จะไปถึงผู้จัดการใหญ่หรือผู้บริหารระดับสูงได้มาก อีกทั้งยังจะแปรความไม่พอใจหรือคำติ กลายเป็นคำชมแทน

#### 4. พนักงานสัมภาระภาคกลางคืน (Night Porter)

ในช่วงกลางคืนตามโรงแรมต่าง ๆ ก็จะมีผู้มาติดต่อกับโรงแรมน้อย โดยโรงแรมส่วนใหญ่จึงจะมีพนักงานอยู่เวรเท่าที่จำเป็นเพียงไม่กี่คน แต่ละคนจึงต้องทำหน้าที่หลายอย่าง เพราะต้องทำแทนตำแหน่งอื่นที่ไม่มีคนอยู่เวรด้วย โดย Night Porter จะรับช่วงงานต่าง ๆ ของแผนกต้อนรับตั้งแต่ประมาณ 23.00 น. หรือ 24.00 น. ไปถึงเช้าของอีกวัน สำหรับเรื่องที่ต้องจัดการดูแลบางส่วนที่บังเอิญเข้ามาพักตอนดึก และบางส่วนที่เช็คเอาท์ตอนเช้ามีดด้วย ดูแลการรับโทรศัพท์ ดูแลตรวจตราด้านการรักษาความปลอดภัยทั่วไป จัดหาเครื่องดื่มและอาหารว่างให้แขกที่อาจจะขอมาทอนกลางคืน และทำหน้าที่อื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นการช่วยจัดเตรียมห้องจัดงานหากมีการประชุมหรืองานเลี้ยงในตอนเช้า

## 5. พนักงานรับโทรศัพท์ (Telephone หรือ Telephone Operator)

มีหน้าที่รับโทรศัพท์ที่เรียกเข้ามา แล้วโอนให้บุคคลและแผนกต่าง ๆ จัดข้อความเมื่อมีคนโทรศัพท์ถึงแขกที่บังเอิญไม่อยู่ในโรงแรมในขณะนั้น โทรศัพท์ปลุกแขกตามเวลาที่แขกสั่งไว้ (Morning Call)

## 6. เจ้าหน้าที่สำรองห้องพัก (Reservations Clerk)

มีหน้าที่ดูแลเรื่องการจองห้องพักของลูกค้า โดยจะต้องยืนยันการจองทางจดหมายหรือแฟกซ์

## 7. พนักงานแคชเชียร์ (Cashier)

รับผิดชอบในการออกใบเสร็จและเก็บเงินจากแขก รวมถึงการบริการที่ให้แขกและเปลี่ยนเงินตราด้วย

**แผนกบริการทั่วไป หรือ Uniformed Service** แต่บางโรงแรมอาจเรียกว่า **Guest Service** เป็นแผนกงานที่ให้บริการ เบ็ดเตล็ดต่างๆ แต่เป็นงานที่ให้บริการเป็นส่วนตัวแก่แขกมากที่สุดแผนกหนึ่งของโรงแรม ตำแหน่งงานสำคัญที่อยู่ในแผนกนี้ได้แก่ Bell Attendant ดูแลเรื่องกระเป๋าของแขกโดยขนจากบริเวณลิโอบบี้ไปห้องพัก และจากห้องพักกลับมาที่ล็อบบี้ Door Attendant ดูแลเรื่องกระเป๋าของแขกโดยช่วยยกจากรถมาไว้ที่ล็อบบี้และคอยควบคุมการจราจร ที่ประตูทางเข้าโรงแรมด้วย Valet Parking Attendant มีหน้าที่อำนวยความสะดวกเรื่องการจอดรถของแขก Transportation Attendant ดูแลเรื่องรถรับส่งแขก Concierge มีหน้าที่ช่วยแขกในการ จองโต๊ะอาหาร จัดแจงเรื่องรับ/ส่ง การเดินทาง การซื้อตั๋วต่าง ๆ

หัวหน้าแผนกบริการทั่วไปนี้เรียกเป็นภาษาอังกฤษว่า Superintendent of Uniformed Service มีฐานะเท่ากับ Front Office manager และ Executive Housekeeper นอกจากที่กล่าวมาข้างต้นแล้วยังเป็นหน่วยงานสนับสนุน ได้แก่ แผนกบัญชี แผนกรักษาความปลอดภัย แผนกการตลาด แผนกประชาสัมพันธ์ แผนกฝึกอบรม แผนกบุคคล และแผนกซ่อมบำรุง

## แผนกบัญชี (Accounting)

เป็นแผนกที่ต้องเน้นเรื่องประสิทธิภาพของกิจการ ให้ความสำคัญต่อการควบคุมด้านบัญชีและการเงิน พนักงานบัญชีต้องเข้าใจลักษณะงานต่าง ๆ ของระบบบัญชี และทำความเข้าใจเกี่ยวกับลักษณะการดำเนินงานของโรงแรมด้วย เช่นการควบคุมด้านอาหารและเครื่องดื่ม หรือระบบการเก็บเงินของแผนกต้อนรับส่วนหน้า พนักงานบัญชีที่ดีต้องทำความเข้าใจและตีความได้ว่าตัวเลขแบบใดเป็นตัวชี้ว่าเกิดปัญหาอะไรขึ้น ตรงไหน และสามารถเข้าจัดการแก้ไขได้

## แผนกรักษาความปลอดภัย (Security)

หน้าที่หลัก ๆ ของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยจะเป็นดังนี้

1. คอยเฝ้าติดตาม และระมัดระวังบุคคลที่มีพฤติกรรมที่น่าสงสัยว่าจะขโมยทรัพย์สินของโรงแรม หรือทำอันตรายบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ที่เกี่ยวข้องกับโรงแรม
2. ติดต่อประสานงานกับเจ้าหน้าที่แผนกอื่นๆเกี่ยวกับเรื่องรักษาความปลอดภัย และทรัพย์สินที่สูญหายไป
3. ดูแลควบคุมเรื่องต่าง ๆ และรักษาความปลอดภัยเมื่อมีการเคลื่อนย้ายเงินสด หรือของมีค่าจำนวนมาก
4. ช่วยจัดการฝึกอบรมเทคนิควิธีการดับเพลิงแก่พนักงาน รวมถึงการจัดให้มีการซ้อมดับเพลิงด้วย

บางโรงแรม จะมีตำแหน่งเจ้าหน้าที่รักษาเวลา (Time Keeper) ซึ่งจะประจำอยู่ที่ประตูหลังของโรงแรมที่เป็นทางเข้าออกของพนักงานโรงแรม จะคอยดูเวลาเข้าออกของพนักงาน รวมถึงการตรวจสอบสิ่งของของคนที่เข้าออกโรงแรมด้วย

## แผนกขายและการตลาด (Marketing/Sales)

พนักงานทุกคนก็มีหน้าที่ในโรงแรมที่เป็นบทบาทในการขายทั้งสิ้น แต่บางคนก็มีหน้าที่ขายโดยตรง เช่น ในกรณีของพนักงาน ด้านบริการอาหารและเครื่องดื่ม แต่บางกลุ่มก็ขายโดยทางอ้อม เช่น แผนกช่วยทำความสะอาด ซึ่งจะช่วยให้โรงแรมขายได้โดยการทำงานที่มีคุณภาพ

ตามโรงแรมใหญ่ ๆ มักจะมีเจ้าหน้าที่ชำนาญการเป็นผู้ดูแลการขายและการตลาด โดยเฉพาะ ได้แก่ ผู้จัดการแผนกขาย/การตลาด และทีมงาน ซึ่งมีงานหลัก ๆ ดังนี้

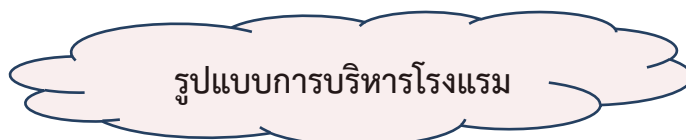
- ติดต่อกับลูกค้าที่จองเป็นกลุ่ม หรือที่เรียกเป็นภาษาอังกฤษว่า Group Bookings หรือที่ติดต่อมาเพื่อจัดประชุมหรือจัดงานเลี้ยงที่โรงแรม
- ติดต่อกับบริษัททัวร์และบริษัทตัวแทนการท่องเที่ยว
- ติดต่อกับบุคคลที่มีโอกาสเป็นลูกค้าของโรงแรม โดยไปหาด้วยตนเอง หรือติดต่อทางโทรศัพท์ หรือทางจดหมาย
- ขายด้วยวิธีส่งเอกสารถึงลูกค้าทาง ไปรษณีย์ (Direct Mail Selling) เช่น ส่ง แผ่นพับโฆษณาและเอกสารส่งเสริมการขายไปยังลูกค้า รวมถึงงานโฆษณาด้วย

อาจกล่าวได้ว่า เป็นทั้งธุรกิจบริการ ผลิต และขายปลีก รายได้ส่วนใหญ่เป็นการรับเงินสด มีบางส่วนเป็นลูกหนี้ การลงทุนส่วนใหญ่ในสินทรัพย์ถาวร ในสัดส่วน 90% เงินทุนส่วนใหญ่มาจากการกู้ยืม การปฏิบัติงานเป็นการบริการด้วยคน เปิดบริการตลอด 24 ชั่วโมง ค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับพนักงานสัดส่วน 30 – 40% การดำเนินงานเป็นวงจร 3 แบบ เป็นสัปดาห์ ฤดูกาล และธุรกิจ

**1. วงจรสัปดาห์** ในวันหยุดจะมีแขกมารับประทานอาหารและพักมากกว่าวันธรรมดา โดยเฉพาะโรงแรมตามแหล่งท่องเที่ยวหรือตากอากาศ

**2. วงจรฤดูกาล** ในฤดูร้อน จะมีการเดินทางมากกว่าในฤดูอื่น

**3. วงจรธุรกิจ** การเดินทางท่องเที่ยวถือเป็นสิ่งฟุ่มเฟือยซึ่งทุกครอบครัวสามารถตัดออกได้หากรายได้ลดลง ในสภาพเศรษฐกิจที่เจริญรุ่งเรือง คนจะมีรายได้มากขึ้น ทำให้มีการเดินทางและการใช้จ่ายเงินมากขึ้น นอกจากนี้ในภัตตาคารหรือห้องอาหารอาจมีวงจรประจำวัน กล่าวคือช่วงที่แขกจะเข้ามารับประทานอาหารเช้า กลางวัน และเย็นอีกด้วย



การแบ่งตามความเป็นเจ้าของและการเป็นสมาชิกในสถาบันโรงแรม (Ownership and Affiliation) การจัดแบ่งโรงแรมในลักษณะนี้ สามารถแยกออกเป็น 2 ประเภท คือ โรงแรมที่บริหารงานอย่างอิสระ (Independent Hotels) และโรงแรมเครือข่าย (Chain Hotels) ซึ่งอธิบายได้ดังนี้

รูปแบบการดำเนินการและการจัดการโรงแรม ในภาพรวมของธุรกิจโรงแรมที่มีอยู่อย่างหลากหลายในปัจจุบัน หากพิจารณาจากรูปแบบวิธีการจัดการ มี 2 รูปแบบใหญ่ ๆ คือ

1) ระบบอิสระ (Independents System) คือโรงแรมที่ไม่ได้เข้าร่วมกับองค์การธุรกิจใดๆ ในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นเครือข่ายโรงแรมต่าง แพรนไชส์ หรือบริษัทบริหารจัดการในธุรกิจโรงแรมใดๆ ทั้งสิ้น เป็นโรงแรมที่เจ้าของบริหารงานเอง ซึ่งในบางแห่งเป็นลักษณะการบริหารงานแบบครอบครัว ส่วนใหญ่จะเป็นโรงแรมที่ตั้งอยู่ในเมืองเล็กๆ และในชุมชนริสอร์ทตามฤดูกาล แขกหรือผู้มาใช้บริการในโรงแรมอิสระมัก นิยมการบริการที่เป็นส่วนตัว และนิยมโรงแรมที่มีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง ซึ่งเอกลักษณ์ดังกล่าวนี้อาจจะเป็นเอกลักษณ์ในเรื่องสถานที่ตั้ง การบริการ การออกแบบ และ/หรือวิธีการจัดการทรัพย์สินก็ได้

โรงแรมบริหารงานอย่างอิสระ (Independent Hotels) โรงแรมประเภทนี้ บุคคลคนเดียวหรือคณะบุคคลเป็นเจ้าของ การบริหารงานเป็นอิสระ ไม่ขึ้นอยู่กับโรงแรมอื่นๆ จึงทำให้มีความคล่องตัวและมีอำนาจในการบริหารงาน สามารถปรับทิศทางการบริหารสอดคล้องกับความต้องการของตลาดได้สะดวกแต่ก็มีข้อจำกัดในด้านประสบการณ์ในการบริหารงาน การสร้างเครือข่ายด้านการตลาด และการขยายธุรกิจในอนาคต

อาจกล่าวได้ว่า โรงแรมที่มีการบริหารงานอย่างอิสระเป็นโรงแรมที่ไม่ได้เข้าร่วมกับองค์การธุรกิจใดๆ ในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นเครือข่ายโรงแรมต่าง แพรนไชส์ หรือบริษัทบริหารจัดการในธุรกิจโรงแรมใดๆ ทั้งสิ้น เป็นโรงแรมที่เจ้าของบริหารงานเอง ซึ่งในบางแห่งเป็นลักษณะการบริหารงานแบบครอบครัว ส่วนใหญ่ จะเป็นโรงแรมที่ตั้งอยู่ในเมืองเล็กๆ และในชุมชนริสอร์ทตามฤดูกาล แขกหรือผู้มาใช้บริการในโรงแรมอิสระมัก นิยมการบริการที่เป็นส่วนตัว และนิยมโรงแรมที่มีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง ซึ่งเอกลักษณ์ดังกล่าวนี้อาจจะเป็นเอกลักษณ์ในเรื่องสถานที่ตั้ง การบริการ การออกแบบ และ/หรือวิธีการจัดการทรัพย์สินก็ได้

2) ระบบเครือข่าย (Chain System) คือ การบริหารงานในลักษณะของการรวมกลุ่มกันของโรงแรม ต่างๆ โดยมีความเป็นเจ้าของ และ/หรือ การควบคุมการบริหารและการควบคุมดูแลที่เหมือนกันหรืออยู่ใน ระบบเดียวกัน โรงแรมในกลุ่มจะดำเนินการทางธุรกิจโดยใช้ชื่อประกอบการร่วมกัน และ/หรืออยู่ภายใต้ระบบ บริหารเดียวกันที่มาจากส่วนกลาง การ

เติบโตเป็นกลุ่มส่วนใหญ่เป็นผลจากการขยายกิจการของโรงแรมที่ประสบความสำเร็จ มีความรอบรู้และชำนาญในการบริหารจนเป็นที่รู้จักในตลาด จึงใช้ชื่อประกอบการเดิมเพื่อแสดงความเป็นกลุ่มเดียวกัน ที่ยังคงนโยบายและแนวทางการดำเนินงานเหมือนกัน

โรงแรมเครือข่าย (Chain Hotels) โรงแรมเครือข่ายจัดแบ่งการบริหารงานออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

2.1 การบริหารโดยบริษัทแม่ (Parent Company) โรงแรมเครือข่ายในลักษณะนี้ ทรัพย์สิน การบริหารงาน เป็นของบริษัทแม่ทั้งหมด บริษัทแม่เป็นองค์กรกลางในการจัดวางระบบการบริหารงานในโรงแรมเครือข่ายทั้งหมดให้เป็นแนวทางเดียวกัน และใช้ชื่อเดียวกันทุกสาขา ความได้เปรียบของโรงแรมประเภทนี้ ก็คือ มีทรัพย์สินในการลงทุนมาก บริหารงานโดยมืออาชีพที่มีประสบการณ์ สร้างระบบการตลาด และการส่งเสริมการขายร่วมกัน แขกสามารถจดจำได้ง่าย ข้อเสียคือระบบงานเป็นแนวเดียวกันหมด ไม่มีความหลากหลายแตกต่างกันตามลักษณะของสิ่งแวดล้อมในแต่ละพื้นที่

2.2 การบริหารโดยพันธสัญญา (Management Contract) การบริหารงานในลักษณะนี้ เป็นรูปแบบหนึ่งของการบริการโรงแรมแบบเครือข่าย ทรัพย์สินในการจัดสร้างโรงแรมเป็นของบุคคลภายนอกบริษัทแม่ แต่ต้องการใช้ระบบการบริหารงานแบบเครือข่าย ทั้งนี้เพราะระบบเครือข่ายมีบุคลากรที่มีความสามารถ การจัดวางระบบงานที่ดี มีข้อได้เปรียบในด้านการตลาด และการส่งเสริมการขาย นอกจากนี้ในด้านการเสนอโครงการกู้ยืมเงินเพื่อสร้างโรงแรม ถ้าการบริหารงานโดยผ่านระบบเครือข่ายธนาคาร หรือองค์กรธุรกิจด้านการลงทุนก็อนุมัติโครงการได้ง่ายขึ้น เพราะมีความมั่นใจในการบริหารงาน ดังนั้น การที่ผู้ลงทุนทางด้านการโรงแรม ต้องเสียผลประโยชน์จากรายได้ส่วนหนึ่งในการประกอบธุรกิจให้แก่ผู้บริหารโรงแรมในระบบเครือข่าย ก็คุ้มค่าในการลงทุน และลดความเสี่ยงของธุรกิจ

2.3 การบริหารงานแบบแฟรนไชส์ (Franchise Groups) คำว่า แฟรนไชส์ หมายถึง สิทธิพิเศษที่บริษัทแม่มอบให้แก่ผู้ที่เข้าร่วมกิจการหรือเจ้าของธุรกิจแฟรนไชส์ เจ้าของธุรกิจดังกล่าวแล้วไม่ใช่ผู้แทนจำหน่ายและไม่ใช่พนักงาน แต่เป็นผู้บริหารงาน โดยใช้เครื่องหมายการค้า สินค้า หรือบริการ ระบบงานและข้อบังคับต่างๆ ของบริษัทแม่เจ้าของธุรกิจ หรือบริษัทในเครือ ต้องจ่ายค่าสมาชิก ค่าลิขสิทธิ์ ค่าสัญญา และเงินทุนประกอบการตามข้อตกลง (ธานี ปิติสุข, 2535: 24 - 25) ทั้งนี้เพื่อแลกเปลี่ยนกับข้อได้เปรียบในเรื่องการ

บริหารงาน การใช้เครื่องหมายการค้าร่วมกัน การส่งเสริมการขาย และชื่อเสียงที่ดีของบริษัท แม้ ระบบแฟรนไชส์ในปัจจุบันแพร่หลายทั้งธุรกิจบริการและการขายผลผลิตที่มีตัวตน เช่น ร้านค้าต่างๆ

ในด้านการโรงแรม ระบบแฟรนไชส์จะวางระบบการจัดการบริหารหน้าที่ของบุคลากร การวางแผนพัฒนาองค์กร ระบบการตลาดออกแบบในการตกแต่งโรงแรม การใช้วัสดุ อุปกรณ์ และการวางระบบงานบริการให้ได้มาตรฐาน เจ้าของธุรกิจโรงแรมในระบบแฟรนไชส์ มีสิทธิและอำนาจในการจัดการแต่ต้องสอดคล้องกับข้อตกลงซึ่งให้ไว้กับระบบแฟรนไชส์ (Gray and Liquori, 1994: 308 - 309) กล่าวโดยสรุประบบแฟรนไชส์จะให้บริการ 3 ประการ คือ ประการที่หนึ่งวางระบบการบริหาร และพัฒนาบุคลากร ประการที่สอง จัดวางระบบการตลาดตกแต่งร้านให้ได้มาตรฐาน และประการที่สาม ช่วยเหลือด้านการตลาด

อย่างไรก็ตาม การขยายกิจการที่ต้องอาศัยเงินทุนที่มีจำกัดเพียงแหล่งเดียว ทำให้สูญเสียโอกาสการทำรายได้ในสถานการณ์ตลาดที่ยังมีความต้องการที่พักอีกมาก ขณะเดียวกันก็มีผู้สนใจที่ต้องการเข้ามาลงทุน ประกอบธุรกิจโรงแรม แต่ขาดความรู้ความชำนาญ ดังนั้นจึงได้มีการพัฒนาการจัดการธุรกิจที่อำนวยความสะดวกต่อการเติบโตอย่างรวดเร็วของกลุ่มที่มีความสามารถในวิชาชีพขึ้น จนกลายเป็นรูปแบบการจัดการ โรงแรมที่ได้รับความนิยมเพราะสอดคล้องกับความต้องการทั้งสองฝ่าย คือ รูปแบบการจัดการภายใต้สัญญาว่าจ้างบริหารหรือสัญญาจัดการ (Management Contract) และการจัดการในระบบธุรกิจแฟรนไชส์ (Franchise) ซึ่งเป็นวิธีสำคัญที่ช่วยให้การขยายกิจการโรงแรมในกลุ่มเพิ่มจำนวนได้เร็วในตลาด การดำเนินธุรกิจภายใต้สัญญาแบบแฟรนไชส์ เป็นวิธีการตกลงกันทางธุรกิจแบบหนึ่งโดยทำเป็นสัญญาระหว่างแฟรนไชเซอร์ (Franchisor) ซึ่งเป็นบริษัทผู้ให้สิทธิ์ดำเนินการ และแฟรนไชซี (Franchisee) ซึ่งเป็นโรงแรมผู้รับสิทธิ์ โดยฝ่ายแรกเป็นเจ้าของระบบดำเนินการอนุญาตให้ฝ่าย หลังใช้สิทธิ์ในการใช้ชื่อทางการค้าและวิธีดำเนินธุรกิจ ภายใต้การควบคุมดูแลตามเงื่อนไขที่กำหนด โดยมีการจ่ายค่าตอบแทนการใช้วิธีดำเนินธุรกิจ ที่เจ้าของระบบได้พัฒนาขึ้น การดำเนินธุรกิจภายใต้สัญญาจัดการ (Management Contract) เป็นการจัดการโดยว่าจ้าง บริษัทจัดการเข้ามาบริหารโรงแรมภายใต้สัญญาจัดการ ซึ่งทำขึ้นระหว่างเจ้าของโรงแรม (Owner) และบริษัทจัดการซึ่งเป็นผู้ดำเนินการ (Operator) ที่มีความรู้ความชำนาญในวิชาชีพมาทำหน้าที่บริหาร (ณรงค์ช ศรีธนาอนันต์, 2544)

ค่าธรรมเนียมนในการบริหารจัดการซึ่งมักจะคิดเป็นรายปี มีวิธีการคิดหลายแบบแต่ที่เป็นที่นิยมมีอยู่ด้วยกัน 2 แบบ คือ คิดจากรายรับทั้งหมดที่โรงแรมได้รับ (Gross Revenue) และคิดจากผลกำไรจากการดำเนินงานของโรงแรม (Gross Operating Profit) บางสัญญาที่ใช้วิธีการทั้งสองแบบผสมผสานเข้าด้วยกัน ซึ่งในแต่ละวิธีต่างก็เอื้อประโยชน์ต่อเจ้าของและผู้บริหารจัดการต่างกันไป เช่น การคิดค่าธรรมเนียมนจากรายรับทั้งหมดของโรงแรมนั้นผู้บริหารจัดการสามารถใช้จ่ายเงินในการดำเนินการต่างๆ ได้อย่างเสรี โดยไม่กระทบกระเทือนกับค่าธรรมเนียนที่ตนจะได้รับแต่อย่างใด ส่วนวิธีคิดจากผลกำไร ก็มักจะเป็นภาระที่ผู้บริหารจัดการจะต้องบริหารจัดการโรงแรมให้มีกำไรมากที่สุด จึงจะทำให้ตนได้รับประโยชน์สูงสุด การใช้จ่ายในเรื่องต่างๆ จึงต้องมีความรอบคอบมากขึ้น ระยะเวลาของสัญญาก็เป็นอีกเรื่องหนึ่งที่มีความสำคัญในการร่วมสัญญาในการบริหารโรงแรม ผู้บริหารจัดการต้องการร่วมสัญญาที่มีระยะเวลายาวนาน ทั้งนี้ก็เพื่อปกป้องและให้ได้รับค่าตอบแทนคุ้มกับการลงทุนของตนในด้านต่างๆ เช่น อุปกรณ์เครื่องใช้บางอย่าง การออกแบบตกแต่งโรงแรม รวมทั้งค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เป็นการร่วมรับภาระกับเจ้าของ อย่างไรก็ตามสัญญาที่มีระยะเวลายาวนานมักไม่เป็นผลดีต่อเจ้าของ โดยเฉพาะในเรื่องของความยืดหยุ่นและการขอแก้ไขหรือการขอลีกสัญญา ผู้บริหารจัดการโรงแรมที่มีชื่อเสียง สามารถต่อรองกับเจ้าโรงแรมให้มีการทำสัญญาในระยะยาวได้ ซึ่งส่วนมากจะมีระยะเวลาดั้งแต่ 8 ถึง 10 ปี การดำเนินธุรกิจภายใต้กลุ่มความร่วมมือทางการตลาด (Referral System) การดำเนินการแบบ ระบบรีเฟอรัลหรือระบบรวมกลุ่มทางการตลาด คือ การรวมตัวกันของโรงแรมระบบอิสระหรือเครือข่ายเล็กเพื่อวัตถุประสงค์ร่วมกันในด้านการตลาด โดยเกิดจากความร่วมมือกันระหว่างโรงแรมตั้งแต่ 2 แห่งขึ้นไป โดยอาจจะเป็นลายลักษณ์อักษรหรือไม่ก็ได้ ในการส่งแขกให้แก่กันและกันในกรณีที่ไม่สามารถจัดหาห้องพักใน โรงแรมของตนให้กับแขกได้ ส่วนมากมักเป็นการร่วมมือกันระหว่างโรงแรมที่มีระดับเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน และตั้งอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกัน (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2542)

### รูปแบบการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรม

| การตั้งเป็นนิติบุคคลและดำเนินงานเอง<br>มีโครงสร้าง                                                                           | การดำเนินงานในรูปแบบโรงแรมในเครือ<br>(Chain Hotel) มีหลายแบบ      |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|
| 1.นิติบุคคลเดียวเป็นเจ้าของหลายโรงแรม<br>2.บริษัทใหญ่ควบคุมบริษัทย่อย (บริษัทในเครือ)<br>3.บริษัทใหญ่และบริษัทย่อย แยกจากกัน | 1.การเช่าโดยตรง<br>2.การทำสัญญาการจัดการ<br>3.การตกลงซื้อเฟรนไชส์ |

กลยุทธ์การทำธุรกิจโรงแรมให้ยั่งยืน [ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) , 2558]



ธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก เป็นหนึ่งธุรกิจที่ได้รับความนิยมจากนักลงทุนรายย่อยจำนวนมาก ซึ่งเป็นผลจากการที่ภาคการท่องเที่ยวของไทยขยายตัวจากทั้งนักท่องเที่ยวคนไทยเอง และนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีสูงขึ้น และเริ่มมีความนิยมเข้าพักในโรงแรมขนาดเล็กที่มีมาตรฐานและคุณภาพการบริการที่ดี ความปลอดภัยสูง จากความนิยมในการท่องเที่ยวเองของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ๆ

จะเห็นว่า แนวโน้มของภาคการท่องเที่ยวที่สูงขึ้น ทำให้ธุรกิจโรงแรมมีโอกาสมากขึ้น โดยการจะสร้างโรงแรมขนาดเล็กขึ้นมาสักแห่งไม่ใช่เรื่องยากเลย เมื่อเทียบกับกระบวนการด้านบริการ หลังจากที่เราสร้างโรงแรมแห่งนั้นแล้วเสร็จ ดังนั้น หัวใจสำคัญที่จะทำให้โรงแรมขนาดเล็กประสบความสำเร็จมีด้วยกัน 7 กลยุทธ์

จากรายงานของกรมการท่องเที่ยว กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา พบว่า ในปี 2556 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติ 26.72 ล้านคน รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ ปี 2556 ประมาณ 1.167 ล้านล้านบาท ส่วนปี 2557 คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติประมาณ 30.27 ล้านคน เพิ่มขึ้น 13.29% ประมาณการรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ ปี 2557 อยู่ที่ 1.344 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้น 15.17% ขณะที่สถานการณ์นักท่องเที่ยวชาวไทย ปี 2556 อยู่ที่ 127.52 ล้านคน/ครั้ง รายได้จากการท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2556 ประมาณ 0.634 ล้านล้านบาท ส่วนจำนวนนักท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2557 ประมาณ 133.89 ล้าน คน/ครั้ง เพิ่มขึ้น 4.99% ประมาณการรายได้จากการท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2557 อยู่ที่ 0.669 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้น 5.52%

## 1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategy) แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

1.1 การออกแบบตัวโรงแรม ไม่จำเป็นต้องหรูหราเทียบชั้นโรงแรม 5 ดาว หรือ 6 ดาว แต่ควรออกแบบและตกแต่งให้เรียบง่าย แต่ดูดี เพื่อดูแลทำความสะอาดได้ง่าย และที่สำคัญ ซ่อมบำรุงรักษาได้ง่ายด้วย โดยหากมีพื้นที่ ควรจะมีสวนเล็กๆ ไม่ต้องใหญ่มาก เพราะจะมีต้นทุนในการดูแลสูง ซึ่งการออกแบบให้เรียบง่าย ดูดี ดูแลง่าย จะช่วยให้นักลงทุนโรงแรมขนาดเล็ก ยังคงรักษาสภาพของโรงแรมนั้นๆ ให้อยู่ในสภาพที่ดีได้เสมอ ภายใต้ต้นทุนในการดูแลที่ไม่สูงนัก เพราะหากออกแบบให้หรูหราเกินไป อาจทำให้ค่าใช้จ่ายในการดูแลอาคารสูง และถ้าเจ้าของโรงแรมไม่มีงบประมาณในส่วนนี้ ท้ายที่สุด ตัวอาคารจะทรุดโทรม

1.2 การดูแลรักษาตัวอาคาร เนื่องจากโรงแรมเกิดใหม่มีจำนวนมาก แข่งขันด้านราคาก็สูง ควรวางแผนงบประมาณในการดูแลรักษาอาคารไว้ทุกปี และกำหนดการปรับปรุงตัวอาคาร เช่น ทาสีใหม่ทั้งนอกอาคาร และในห้องพักในทุก 3 ปี หรือ 5 ปี ซึ่งในระยะหลังกรณีการทาสี เริ่มหันมานิยมติดวอลล์เปเปอร์แทนการทาสี

2. กลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategy) มีความสำคัญเป็นอันดับต้นๆ เช่นเดียวกับกลยุทธ์ด้านการบริการ ซึ่งในส่วนของราคาจะผันแปรตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ฤดูกาลท่องเที่ยว ทำเลของโรงแรมนั้นๆ และคุณภาพของการบริการ โดยก่อนการลงทุนควรศึกษาอัตราค่าเช่าพักในย่านนั้นๆ ก่อน จึงจะนำมาเป็นแนวทางให้การออกแบบและกำหนดราคาเช่าพัก ซึ่งถ้ามีการบริการที่ดี อยู่ในทำเลที่ดีแล้ว มีโอกาสที่อัตราค่าเช่าพักจะสูงกว่าคู่แข่งในย่านเดียวกันได้

3. กลยุทธ์ด้านทำเล (Place Strategy) ถือเป็นหัวใจอันดับต้นๆ ของธุรกิจโรงแรมที่ควรอยู่ใกล้ศูนย์กลางการท่องเที่ยวในจังหวัดนั้นๆ ใกล้ตลาด ใกล้แหล่งอำนวยความสะดวก โดยข้อดีของการสร้างโรงแรมอยู่ในย่านแหล่งท่องเที่ยว แม้จะมีคู่แข่งจำนวนมาก แต่ก็ทำให้ผู้เข้าพักเข้าถึงได้ง่าย ซึ่งหากแข่งขันในด้านทำเลได้แล้ว ถ้าพัฒนาด้านคุณภาพในการบริการให้ดีกว่าคู่แข่ง ย่อมได้เปรียบในส่วนของอัตราค่าเช่าพัก และจำนวนผู้เข้าพัก

4. กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy) ในที่นี้ไม่ได้หมายถึงการหั่นราคาเช่าพัก หรือการทำโปรโมชั่นลด แลก แจก แถมเหมือนสินค้าคอนซูเมอร์ แต่หมายถึงการทำตลาดเพื่อเจาะเข้าถึงกลุ่มลูกค้า โดยในธุรกิจโรงแรมและการท่องเที่ยวนี้ สัดส่วนมากกว่า 95% พึ่งพาสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นหลัก

ดังนั้น ควรศึกษาการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตทุกรูปแบบให้เป็นประโยชน์ เริ่มจาก ควรมีเว็บไซต์เป็นของตัวเอง มีสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Line, Instagram เพื่อกระจายไปยังกลุ่มเป้าหมาย เรียนรู้การใช้เว็บไซต์เกี่ยวกับการจองห้องพัก เช่น Agoda, Tripadvisor, Hotelscombined, Booking เป็นต้น รวมถึง เว็บไซต์จองที่พักในแต่ละท้องถิ่นนั้นๆ ว่ามีเงื่อนไขในการฝากห้องพักอย่างไร เปรียบเทียบ ข้อดี ข้อเสียของเว็บไซต์เหล่านี้ และเลือกให้เหมาะสมกับโรงแรมของตัวเอง

**5. กลยุทธ์ด้านพนักงาน (People Strategy)** เป็นอีกหนึ่งหัวใจสำคัญเช่นกันของ ธุรกิจโรงแรม โดยไม่ว่าจะเป็นโรงแรมขนาดเล็ก หรือขนาดใหญ่ ต้องมีพนักงานที่มีหัวใจในการให้บริการ หรือที่เรียกว่า “เซอร์วิส มายด์” (Service Mind) ฝึกฝนอบรมพนักงานอย่างหนักให้มีเซอร์วิส มายด์ ยิ้มแย้ม ทักทาย พุดจาสุภาพ แก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ สร้างความพึงพอใจให้ผู้เข้าพักสูงสุด ซึ่งธุรกิจโรงแรมมีความแปลกที่น่าสนใจ คือ ผู้เข้าพักจะยอมจ่ายในราคาที่สูงขึ้น เพื่อได้คุณภาพการบริการที่ดีกว่า โดยเฉพาะในพื้นที่ที่มีจำนวนโรงแรมค่อนข้างมาก สิ่งที่จะชนะคู่แข่งได้ ไม่ใช่เรื่องอัตราค่าเข้าพักเพียงอย่างเดียว แต่ต้องเป็นเรื่องคุณภาพการบริการจากพนักงานด้วย

**6. กลยุทธ์ด้านกระบวนการให้บริการ (Process Strategy)** เป็นการส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า (Customer satisfaction) ซึ่งจะเชื่อมโยงกับกลยุทธ์ด้านพนักงาน กระบวนการในการส่งมอบบริการจะครอบคลุมตั้งแต่ขั้นตอนการจองห้องพักทั้งผ่านระบบอินเทอร์เน็ต และจองตรงกับทางโรงแรมผ่านทางโทรศัพท์ การให้ข้อมูล จนเมื่อถึงวันเข้าพัก กระบวนการในการเช็คอินต้องรวดเร็ว การจัดส่งกระเป๋าถึงห้องพัก บริการประสานงานกับแหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหาร บริการรถขับส่ง เป็นต้น

**7. กลยุทธ์ด้านกายภาพ (Physical Evidence and Presentation Strategy)** ลักษณะทางกายภาพเป็นสิ่งที่สร้างคุณค่าให้กับลูกค้า เช่น ปัจจัยด้านความสะอาด ความสะดวก หรือผลประโยชน์อื่นๆ ลักษณะทางกายภาพ มีส่วนที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจ บรรยากาศของโรงแรม สิ่งแวดล้อมบริเวณรอบข้าง มีความปลอดภัยหรือไม่ บรรยากาศห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น สัญญาณอินเทอร์เน็ตมีให้บริการฟรี บริการด้านอาหารเช้า ระบบรักษาความปลอดภัย มีความสนใจให้เกิดความอยากเข้าพัก

จากที่กล่าวมาใน 7 กลยุทธ์ หากให้สรุปสั้นๆ ถึงหัวใจที่จะทำให้โรงแรมประสบความสำเร็จ ขอมุ่งไปที่ 3 เรื่องด้วยกัน นั่นคือ คุณภาพการบริการที่ดี ความสะอาด และความปลอดภัย หากมีครบทั้ง 3 ข้อ มั่นใจได้เลยว่า โรงแรมของคุณจะอยู่ได้อย่างยั่งยืน

### คำถามท้ายบท

1. งานบริการส่วนหน้า ประกอบด้วยงานสำคัญอะไรบ้าง งานใดสำคัญที่สุด เพราะเหตุใด
2. พนักงานต้อนรับ และพนักงานสัมภาระควรคำนึงถึงการปฏิบัติตนข้อใดเหมือนกัน
3. โรงแรมเครือข่าย (Chain Hotels) มีลักษณะ อะไรบ้าง
4. หากทำเป็นผู้บริหาร/เจ้าของกิจการโรงแรมแห่งหนึ่ง ปัจจุบันต้องเผชิญกับปริมาณลูกค้าลดลงและค่าใช้จ่ายที่เป็นต้นทุนวัตถุดิบต่าง ๆ สูงขึ้น อีกทั้งการแข่งขันสูง ท่านจะให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ด้านใดเป็นสำคัญ ให้ตอบมา 3 กลยุทธ์ และยกตัวอย่างประกอบให้ชัดเจนว่าจะทำการปรับปรุงหรือพัฒนาอะไรบ้าง

## บทที่ 7

## กลยุทธ์การบริหารโรงแรม

## Hotels Marketing Trends 2014 (For Hoteliers Consideration)

[การตลาดสำหรับธุรกิจโรงแรม จากการรวบรวมข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์]

## 1. The Growth of Mobile

ในต่างประเทศความชัดเจนเรื่อง Mobile Marketing มีชัดเจนเต็มตัว เว็บไซต์ของโรงแรมขยายเข้าสู่การรูปแบบ Responsive Design เต็มตัว โรงแรมใหญ่ๆ พัฒนาแอปพลิเคชันเต็มตัว สามารถทำการจองผ่าน Mobile device เช่นเดียวกัน มีการคาดการณ์การเติบโตถึง 50% ภายในปี 2014 ว่าจะมียอดการจองผ่าน Mobile Hotels Booking

เทรนด์การออกแบบเว็บไซต์โรงแรมและ Direct Booking Engine ควรรองรับทุกๆ Devices ได้แล้ว ลองเปิดกระเป๋า สำนวญดูว่าคุณมี Tablet, Smartphone กันกี่เครื่อง? รีบกลับไปดูเว็บไซต์ของโรงแรมคุณว่าเปิดผ่าน Devices เหล่านี้ หน้าตาเว็บไซต์แสดงผลอย่างไร?

## 2. Video Contents

ปี 2013 ที่ผ่านมามีสถิติที่ชัดเจนว่า กว่า 81% นักท่องเที่ยวค้นหาวีดีโอคลิปโรงแรมและรีสอร์ทก่อนที่จะตัดสินใจทำการจองห้องพัก รูปภาพเป็นเพียงข้อมูลเบื้องต้นที่สามารถหาได้จาก OTAs และ เว็บไซต์โรงแรมรีสอร์ท แต่มากกว่า 80% ของโรงแรม รีสอร์ท ในประเทศไทยยังไม่ได้จัดทำ วิดีโอแนะนำโรงแรมของตนเอง!!

มีสถิติที่น่าสนใจจากกว่า การเสพข้อมูล 20% ใช้การฟังเสียงอีก 30% ใช้การมองภาพ และ 70% เสพข้อมูลจากภาพและเสียงในเวลาเดียวกัน และนี่คือคำตอบว่าถึงเวลาของ Video Contents Era แล้ว

## 3. Direct Booking VS OTAs

นักท่องเที่ยว ณ วันนี้ก่อนตัดสินใจเลือกโรงแรมรีสอร์ท จะเสียเวลาไปกับการเข้าเว็บไซต์ บล็อก มากกว่า 20 เว็บไซต์ ผ่านทาง Social media, Meta search และเว็บไซต์ชั้นนำ

ทั่วไป เป็นข้อมูลที่น่าสนใจว่า OTAs sites นำเสนอเรื่อง ราคาที่เข้ายวนในการจอง มากกว่า การทำ Direct Booking ผ่าน Booking Engine ของโรงแรมนั่นเอง นี่คงได้เวลา ที่เจ้าของ โรงแรมต้องกลับมาย้อนดูว่า 20-25% ที่คุณเสียให้ OTAs พอจะนำมาพัฒนา Direct Booking ได้หรือยัง

ข้อมูลหนึ่งที่น่าสนใจจากการสำรวจพฤติกรรมของ Travellers ที่จองโรงแรมว่า พวกเขาจะเข้าเว็บไซต์โรงแรม และ OTAs มากกว่า 5 sites ก่อนตัดสินใจทำการจอง และ เลือกผลประโยชน์ Benefits ที่ดีที่สุดมากกว่าราคา

#### 4. Remarketing Your Audiences

ย้อนกลับไปดูเว็บไซต์โรงแรมของท่านเอง 96% มีคนเข้ามาที่เว็บไซต์โรงแรม แล้วก็จากไป...โดยที่เราไม่สามารถ ต่อยอด อะไรได้เลย ลองประเมินดูว่า คุณมีอะไรที่สามารถจะ ทำให้เขาสนใจ Engage กับเว็บไซต์โรงแรมได้ โดยการ Remarketing & Customize Audiences อย่างจริงจัง ความเข้าใจง่ายๆ คือการเปิดแบบฟอร์มรับ Promotion & Discount

อย่าปล่อยให้เขา...และจากไป โดยไม่ได้อะไร!! การต่อยอดจากกลุ่มลูกค้า เป้าหมายสามารถโน้มน้าวให้มาเป็น ลูกค้า ด้วย **Benefits & Promotions** ดีๆ

#### 5. Search Marketing, Meta Search, Sematic Search

Search Engine ยังคงเป็นช่องทางหลักที่ Travellers ค้นหาข้อมูลที่ปักเป็นอันดับแรกๆ หากโรงแรมของท่านติดอันดับ คงเป็นเรื่องที่น่ายินดี แต่อย่าลืมย้อนกลับไปดูหัวข้อ 3 และ 4 อีกครั้งนะครับ การติดอันดับเป็นเรื่องของ Search Engine algorithms แต่กระนั้นก็ เถอะการออกแบบที่ดีของเว็บไซต์เป็นเรื่องที่สำคัญ Onpage SEO (Search Engine Optimization) เป็นสิ่งจำเป็น

**Meta Search** ไม่ใช่ระบบใหม่ของการค้นหาข้อมูล meta search เป็นรูปแบบการค้นหาที่มี การเรียก Query ไปเรียกข้อมูลจาก Search Engines หลายๆที่มาแสดงผล ซึ่ง Travel sites ต่างๆได้ทำเปิดให้มีบริการ meta search ภายในไซต์ของตัวเอง และมองว่าเป็นกลาง เช่น TripAdvisor Meta Search, Kayak.com, Trivago.com, WeGo.com (Asia Pacific) รวมทั้ง Google Hotels Finder ( Hotels Price Ads : HPA)

**Sematic Search** ในปี 2014 เป็นต้นไปเราจะเห็นความเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจนในเรื่องของผลการค้นหา ในรูปแบบ sematic search result ที่จะตรงใจและมีความหมายตามความต้องการของผู้ค้นหา ซึ่ง Google ก็ออกตัวอย่างเต็มที่ในการพัฒนาระบบการแสดงผลของ Sematic Search

## 6. Social Media Era

ในยุคของสื่อสังคมออนไลน์ Traffics ของผู้เข้าเว็บไซต์จาก Social Media เพิ่มขึ้น มีการ share Links ของเว็บไซต์ผ่าน Social Media ผ่าน Facebook, Google+, Twitter รวมทั้ง Pinterest, Linkein และผู้ให้บริการรายใหม่ๆ การมีช่องทางอย่างเป็นทางการในสื่อสังคมออนไลน์ มีความสำคัญมาก การดูแลและต่อยอดการทำ CRM & CSR และการจัดการภาพลักษณ์ของโรงแรมที่มีการพูดถึง ในทาง Negative & Positive Comments อย่างทันทั่วทั้งที่เป็นเรื่องสำคัญ

**ประชากร Facebook** มี 1.19 พันล้าน Users และมี Active Users ล็อกอินทุกวันกว่า 728 ล้าน users โดยแบ่งเป็น Mobile Login users 874 ล้าน เพิ่มขึ้นถึง 25% จากปี 2012

**Engagement** ผ่าน Social Media เช่น Fanpage มาสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าของคุณได้อย่างรวดเร็วและกันเอง มากกว่าช่องทางอื่นๆ เช่น Standard Mailing เป็นต้น

**Google+ by Google** เป็น Social Profile ที่จะมีผลสำคัญกับการทำ SEO & Local SEO อย่างมาก เราขอแนะนำให้ท่านจัดเตรียม Google+ Business Page ก่อนที่จะตกเทรนด์

## 7. Geo Targeting – Location-based Marketing

การมีตัวตนที่ชัดเจนเป็นเรื่องสนุกของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับกิจกรรม เช็กอิน Check-in สถานที่ Places หรือ Venues ต่างๆเช่น สถานที่ท่องเที่ยว โรงแรมรีสอร์ท ด้วยการ Check-in จะมีการถูกนำไป share กับเพื่อนๆในกลุ่ม เป็นการอัปเดตสถานะที่สามารถ โปรโมตโรงแรมได้เป็นอย่างดี

สิ่งสำคัญ คือ \*อย่าลืมสร้าง Venues บน Foursquare และผนวก Fanpage & Google+ Business เข้ากับ Google Places for Business เพื่อประโยชน์สูงสุด

**8. Website Design Layout & Optimization** คือเว็บไซต์ทางการของโรงแรม Hotel Official site ต้องออกแบบให้มีขีดความสามารถรองรับความต้องการของ Travellers รูปแบบ Design & layout ควรคำนึงถึง:

- Site Speed loading
- SEO Friendly structure
- Clean & Modern Design
- Direct Booking Engine
- Photos & Video Content
- Fast Response & contactable

## 9. Monitor & measurement Tools

เครื่องมือในการวัดผล การตรวจสอบ Feed back ต่างๆจากผลการทำงาน Hotels Marketing เครื่องมือเป็นสิ่ง ที่สำคัญในการดำเนินการ วางแผนทิศทาง การปรับแผน แต่เดิมข้อบกพร่อง และการวางแผนพัฒนาระบบและ แผนการตลาดต่อไป

เครื่องมือที่เราแนะนำให้ใช้ (แบบฟรีๆ) Google Analytics แม้จะมีปัญหาเรื่อง (Not Provided “Keywords” ส่วน Organic Search) แต่หากแก้ไขด้วยการผนวกกับ Google Webmaster tool แล้วข้อมูลก็บางส่วนจะตรวจสอบได้

**สรุป** การตลาดโรงแรมได้เปลี่ยนไปตามยุคและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว การปรับตามกระแสและพัฒนาตามให้ทัน เป็นวิสัยทัศน์ของผู้บริหารสิ่งสำคัญที่สุดในการตลาดสำหรับโรงแรม “Hotels Marketing” คงต้องไปโฟกัส ที่ตัวสินค้าก่อน คือ “Service บริการ” กำหนด standard ความชัดเจน Position และ กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย Audience segment หลักจากนั้นจึงกำหนด Marketing Plan & Strategy และ ROIรวมทั้งกำหนดช่องทางของการสื่อสารที่จะเลือกใช้ เครื่องมือและบุคลากรต้องมีความรู้และถูกฝึกฝนให้พร้อม (ทรงชัย ณะอำภัย, 2557)

### ระบบสารสนเทศในการบริหารโรงแรม

## Information System in Hotel Business

ระบบสารสนเทศในการบริหารโรงแรมที่ควรรู้ ระบบสารสนเทศในการบริหารโรงแรม จัดเป็นระบบสารสนเทศที่จำแนกตามประเภทของธุรกิจ ซึ่งมีการวางแผนบริหารจัดการให้ธุรกิจสามารถประสบความสำเร็จ โดยมีวัตถุประสงค์ให้ลูกค้ามีความพึงพอใจสูงสุดในการให้บริการ สามารถจัดทำระบบสารสนเทศในการด้านการตลาด โดยใช้ Website ให้ลูกค้าสามารถเข้ามาใช้และประเมินในขั้นแรกว่าควรที่จะพักโรงแรมนี้หรือไม่ อาจนำเสนอรูปภาพประชาสัมพันธ์ โรงแรมผ่าน Website ให้มีความน่าสนใจ และต้องนำเสนอรูปภาพและข้อมูลที่เป็นจริง เพื่อให้ลูกค้ามีความมั่นใจที่จะมีการกลับมาใช้บริการอีกครั้ง ระบบสารสนเทศโรงแรมนี้จะประสบความสำเร็จได้ต้องมีระบบสารสนเทศย่อยๆ ลงไปอีก เพื่อการบริหารจัดการโรงแรมให้มีประสิทธิภาพ

### ประเภทของระบบสารสนเทศ

**ระบบสารสนเทศข้อมูลลูกค้า** เป็นการเก็บข้อมูลลูกค้า เช่น ชื่อ ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ e-mail อาชีพ เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการจัดทำระบบสมาชิก อีกทั้งยังสามารถเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจ ในการจัดลำดับลูกค้า VIP ที่มาใช้บริการ และมีผลต่อการจัดโปรโมชั่นที่พิกให้กับลูกค้า เป็นต้น

**ระบบสารสนเทศเพื่อการขายและการตลาด** มีหน้าที่หลักทางการขายและการตลาด (Sale and marketing) การวางแผนเกี่ยวกับห้องพัก เป็นต้นว่า ความสามารถในการให้บริการ แนวโน้มการบริการ การกำหนดช่องทางการจองใช้บริการ การกำหนดราคาห้องพัก การให้ส่วนลดต้นทุน ผลกำไร และการกำหนด รูปแบบการส่งเสริมการขาย เช่น การโฆษณา การกำหนดโปรโมชั่นสำหรับลูกค้า VIP หรือช่วงเทศกาล เป็นต้น

**ระบบสารสนเทศการจัดการห้องพัก** เช่น เช็คสถานะของห้องพักกว่ามีการ Check in หรือ Check out ก็ห้อง จำนวนห้องที่มีการจองก็ห้อง ประเภทของห้องมีอะไรบ้าง เตียงเดี่ยว หรือเตียงคู่ จำนวนคนผู้เข้าพัก ราคาห้องพักต่อคืน เป็นต้น

**ระบบสารสนเทศสินค้าคงคลัง** ทั้งในส่วนของโรงแรมที่พัก เช่น จำนวนผ้าที่นอน ปลอกหมอน ผ้าห่ม ผ้าเช็ดตัวมีจำนวนสินค้าคงคลังเท่าไร สถานะของสินค้าคงคลังเป็นอย่างไรบ้าง เช่น ห้องอาหาร จำนวน อุปกรณ์เครื่องครัว มีการชำรุดเสียหายหรือไม่ วัสดุอุปกรณ์แต่ละประเภทมีจำนวนเท่าไรบ้าง เป็นต้น

**ระบบสารสนเทศงานบุคคล**ของโรงแรมทำหน้าที่สนับสนุนการจัดการทรัพยากร การคัดเลือก และจัดจ้างพนักงาน การวิเคราะห์ค่าตอบแทน ประเมินผลการทำงาน วิเคราะห์ผลประโยชน์ของลูกจ้าง พนักงาน จัดทำแผนสวัสดิการ พยากรณ์ความต้องการกำลังคน การอบรม การพัฒนา บุคลากร

**ระบบงานบริการ** เพื่อเป็นการสร้างความเป็นระบบในการให้บริการ ควรมีการวางแผนและกำหนดขอบเขตงานให้ชัดเจน (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2558)

ตัวอย่างงานบริการของโรงแรม เช่น 24 Hrs Reception Baby Sitting Barber/Beauty Salon Business Centre Car Rental Children Pool (s) Currency Exchange Game Room Gift Shop/Shopping Arcade Internet Service Jacuzzi (s) Laundry Service Massage Medical Service Meeting room (s) Outdoor Swimming Pool (s) Postal Service Room Service Safety Deposit Box Spa Tennis Court (s) Tour Desk - ระบบสารสนเทศการเงินและงานบัญชี แสดงจำนวนเงินที่จะเข้าสู่กิจการของโรงแรม การตรวจสอบ งบรายได้ งบกำไรขาดทุน งบดุล และระบบงานบัญชี การดำเนินการและการจัดการทางบัญชี เน้นการวางแผน และควบคุมการปฏิบัติ เช่น บัญชีต้นทุน และการพัฒนางบประมาณทางการเงิน เป็นต้น ซึ่งทั้งหมดนี้จะประสบความสำเร็จได้ต้องมีการบันทึกข้อมูลที่เป็นจริง เพื่อที่จะสามารถนำข้อมูลมาช่วยในการตัดสินใจให้ได้ประโยชน์สูงสุดทั้งในส่วนของลูกค้า พนักงาน และผู้บริหารทุกส่วน

## วัตถุประสงค์ของการใช้ระบบสารสนเทศในธุรกิจโรงแรม

ในการทำธุรกิจโรงแรมระบบสารสนเทศเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ เนื่องจากระบบสารสนเทศสามารถทำงานได้อย่างรวดเร็ว มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ยิ่งเทคโนโลยีสมัยใหม่มีระบบที่สามารถอำนวยความสะดวกให้กับธุรกิจโรงแรมได้ดียิ่งขึ้นกว่าเดิม ทำให้แข่งขันคู่แข่งได้



### วัตถุประสงค์ในการนำระบบสารสนเทศมาใช้

เพื่อให้ลูกค้ามีความพึงพอใจสูงสุดในการให้บริการ ทำให้ลูกค้าเข้ามาใช้และประเมินในขั้นแรกว่าควรที่จะพักโรงแรมนี้หรือไม่ อาจนำเสนอรูปภาพประชาสัมพันธ์โรงแรมผ่าน Web site ให้มีความน่าสนใจ ช่วยสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าที่จะมีการกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

ระบบในโรงแรมแบ่งเป็นส่วนต่างๆ ดังนี้

1. ระบบสารสนเทศการจัดการห้องพัก เช่น เช็คสถานะการ Check in หรือ Check out ของห้องพักว่ามีกี่ห้อง จำนวนห้องที่มีการจองกี่ห้อง ประเภทของห้องมีอะไรบ้าง จำแนกเป็นเตียงเดี่ยว และเตียงคู่ จำนวนคนผู้เข้าพัก ราคาห้องพักต่อคืน
2. ระบบสารสนเทศเพื่อการขายและการตลาด มีหน้าที่หลักทางการขายและการตลาด (Sales and Marketing) การวางแผนเกี่ยวกับห้องพัก เช่น ความสามารถในการให้บริการ แนวโน้มการบริการ การกำหนดช่องทางการจองใช้บริการ การกำหนดราคาห้องพัก การให้ส่วนลด ต้นทุน ผลกำไร และการกำหนดรูปแบบการส่งเสริมการขาย เช่น การโฆษณา การกำหนดโปรโมชั่นสำหรับลูกค้า VIP หรือช่วงเทศกาล
3. ระบบสารสนเทศสินค้าคงคลัง ทั้งในส่วนของห้องพัก เช่น จำนวนผ้าที่นอน ปลอกหมอน ผ้าห่ม ผ้าเช็ดตัวมีจำนวนสินค้าคงคลังเท่าไร สถานะของสินค้าคงคลังเป็นอย่างไรบ้าง เช่น ห้องอาหาร จำนวนอุปกรณ์เครื่องครัว มีการชำรุดเสียหายหรือไม่ วัสดุอุปกรณ์แต่ละประเภทมีจำนวนเท่าไรบ้าง
4. ระบบงานบริการ เพื่อเป็นการสร้างความเป็นระบบในการให้บริการ ควรมีการวางแผนและกำหนดขอบเขตงานให้ชัดเจน ดังตัวอย่างงานบริการของโรงแรม

5.ระบบสารสนเทศข้อมูลลูกค้า เป็นการเก็บข้อมูลลูกค้า เรียกว่า Guest History เช่น ชื่อ ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ Email อาชีพ เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการจัดทำระบบสมาชิก รวมไปถึงการจัดโปรโมชั่นให้ลูกค้า

จะเห็นได้ว่าระบบสารสนเทศที่ใช้ในโรงแรมถูกออกแบบมาให้สามารถเชื่อมต่อข้อมูลหากันได้อย่างง่ายดาย เพื่อประหยัดเวลาในการเข้าถึงข้อมูล ลดความซ้ำซ้อนในการทำงาน ลดการใช้เอกสารที่เป็นกระดาษ สามารถนำฐานข้อมูลที่มีร่วมกันมาใช้วิเคราะห์การตัดสินใจ ทำให้โรงแรมมีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

#### IT กับการบริหารธุรกิจโรงแรม (ihotelguru.com)

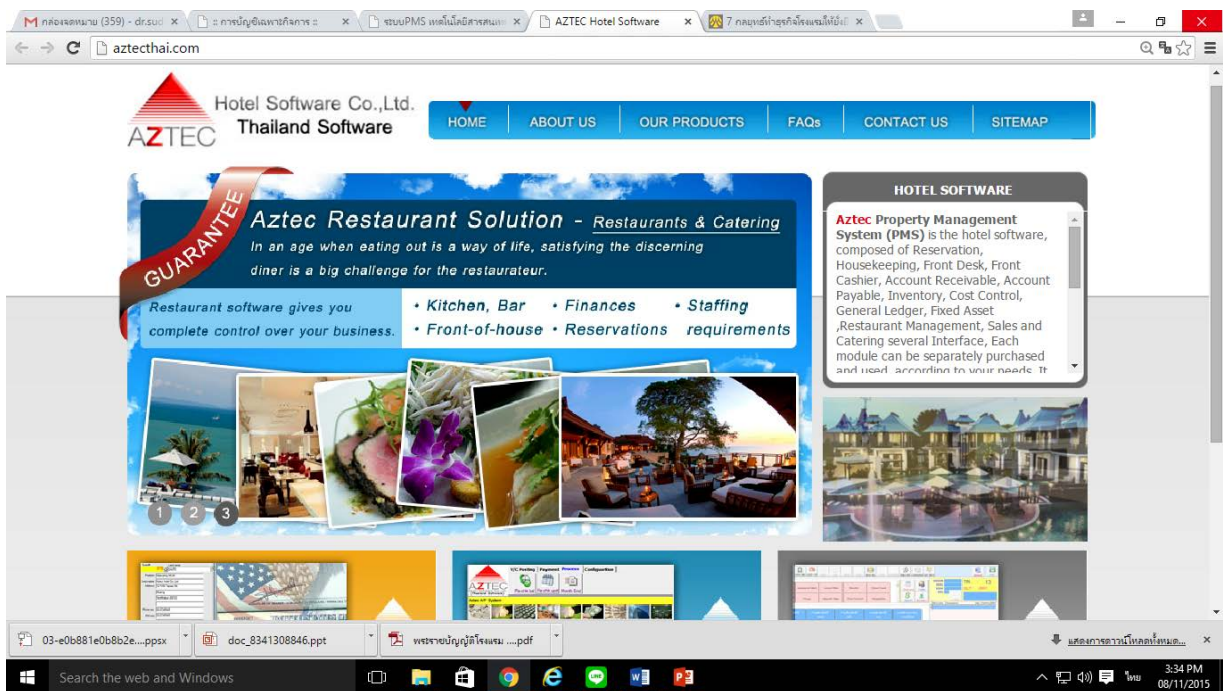
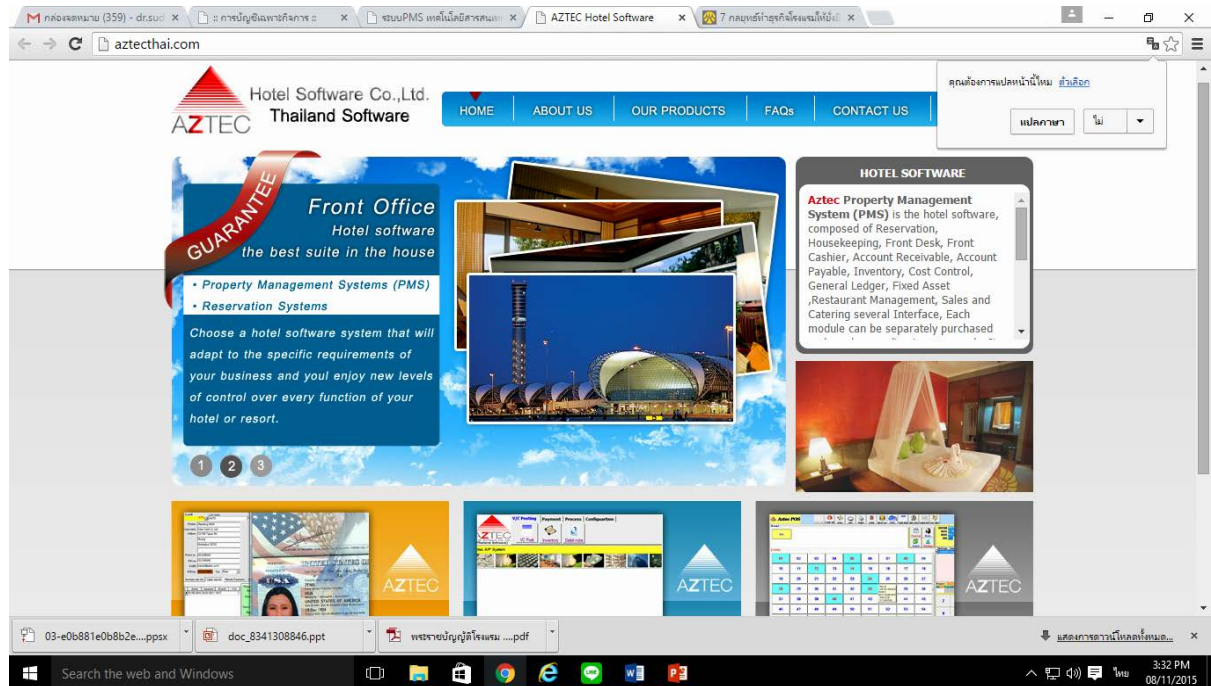
ในการประกอบธุรกิจโรงแรมและที่พักนั้น การนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) มาใช้งาน เป็นการช่วยให้สามารถทำงานได้รวดเร็ว มีความถูกต้อง และมีประสิทธิภาพ มากยิ่งขึ้น เทคโนโลยีสารสนเทศต่างๆ ที่มีการพัฒนาขึ้นมาใช้งานในธุรกิจโรงแรมและที่พักนั้น ช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจในตลาดเดียวกันอีกด้วย

เทคโนโลยีสารสนเทศที่มีการพัฒนาขึ้นมาใช้งานกับธุรกิจโรงแรมและที่พักนั้น มีมากมายหลายหลากเพื่อให้สามารถครอบคลุมการดำเนินการในทุกๆ ด้านของธุรกิจ

ระบบ *Property Management System* (PMS) คือระบบเทคโนโลยีสารสนเทศหลักสำหรับการบริหารจัดการโรงแรมใช้เพื่อความสะดวก รวดเร็ว และประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ ผู้ให้บริการระบบ PMS มีโปรแกรมต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. Property Management System หรือ Primary Management System (PMS) เป็นระบบพื้นฐานและเป็นระบบหลักสำหรับบริหารจัดการโรงแรม ที่หัวใจของระบบนี้คือการบริหารจัดการห้องพักเป็นสำคัญ อันประกอบไปด้วยระบบหลักๆ คือ

- **Front Office** ที่ใช้ในการปฏิบัติงานและบริหารเกี่ยวกับการจอง การลงทะเบียนผู้เข้าพัก ข้อมูลผู้เข้าพัก สถานะห้องพัก ค่าใช้จ่ายของแขกที่เข้าพัก
- **Back Office** ใช้ในการตรวจเช็คข้อมูล สถานะของห้องพักสำหรับการปฏิบัติงานสนับสนุนของแผนกต่างๆ
- ระบบเชื่อมต่อกับระบบการทำงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง



ภาพที่ 21 แสดงเว็บไซต์ของธุรกิจบริการ Hotel Software

จากภาพ 21 ธุรกิจให้บริการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศหลักสำหรับการบริหารจัดการโรงแรม ที่เรียกว่า *Property Management System* (PMS)

2. Accountant System หรือระบบบัญชี สำหรับใช้ในการคิดคำนวณทางด้านบัญชีแยกประเภทต่างๆ ภายในโรงแรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้งานในด้านบริหารรายได้ค่าห้องพัก และบริการอื่นๆ ตลอดจนการบริหารทรัพย์สินต่างๆ ของโรงแรมที่ใช้ในการคิดคำนวณทางด้านบัญชีต่างๆ อาทิ สินค้าคงคลัง (Inventory) สินทรัพย์ (Assets) เป็นต้น ซึ่งระบบนี้สามารถทำงานได้ทั้งแบบอิสระสำหรับงานด้านบัญชีทั่วไป และต่อเชื่อมระบบกับ PMS เพื่อรับการโพสต์บัญชีค่าใช้จ่ายต่างๆ ของแขกที่มาพักในโรงแรมเข้าสู่ระบบ

### ระบบบัญชีสำหรับธุรกิจโรงแรม (System of Accounts for Hotels)

ระบบบัญชีต้นแบบโรงแรม (Uniform System of Accounts for Hotels) เป็นระบบบัญชี โรงแรมที่เป็นต้นแบบในการปฏิบัติงานการบัญชีโรงแรม เริ่มในช่วงระหว่างปี ค.ศ. 1925 - ต้นปี ค.ศ. 1926 โดยกลุ่มนักบัญชีของสมาคมโรงแรมแห่งนิวยอร์ก (The Hotel Association of New York City) พอถึงเดือนมีนาคม ค.ศ. 1926 สมาคมก็ลงมติรับรองระบบใหม่ของการบัญชีโรงแรมนี้ต่อมา ในเดือนกันยายนปีเดียวกัน ระบบนี้ก็ได้รับการยอมรับจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่สำคัญอีก 1 สมาคม คือ สมาคมโรงแรมแห่งอเมริกา (The American Hotel and Motel Association) ซึ่งมีสมาชิกทั้งอเมริกา และแคนาดา เรียกกระบบการบัญชีใหม่นี้ว่า The Uniform System of Accounts for Hotels

อย่างไรก็ดีระบบใหม่นี้ได้รับการปรับปรุงแก้ไขได้คล่องตัวในการปฏิบัติอยู่เสมอเป็นระยะ ๆ ในการแก้ไข ครั้งที่ 8 ซึ่งเริ่มใช้ตั้งแต่ปีค.ศ. 1986 เป็นต้นมา ระบบ Uniform System of Accounts for Hotels นี้ได้แพร่หลายอย่างต่อเนื่องในกิจการโรงแรมทั่วไป จนกล่าวได้ว่าเป็นคัมภีร์ (Bible) ของธุรกิจ โรงแรม นอกจากนี้รูปแบบของ Uniform System of Accounts ได้ถูกนำไปสร้างระบบบัญชีของภัตตาคารและไนต์คลับ ซึ่งพัฒนาโดยสมาคมภัตตาคารแห่งชาติของอเมริกา

ปัจจุบัน Uniform System of Account for Hotels เป็นฉบับที่มีการแก้ไขครั้งที่ 9 ในปีค.ศ. 1996 ได้มีการปรับปรุงครั้งใหญ่ โดยได้มีการตั้งชื่อระบบบัญชีโรงแรมใหม่นี้ว่า The Uniform System of Accounts for the Lodging Industry หรือระบบบัญชีสำหรับอุตสาหกรรม ที่พักซึ่งมีขอบเขตที่กว้างกว่าโรงแรม การปรับปรุงระบบครั้งนี้มีส่วนเพิ่มเติมประกอบด้วย

- รูปแบบของการรายงานปรับปรุงให้สมบูรณ์ขึ้น

- มีการแก้ไขให้ทันสมัยในส่วนของผังบัญชีและ Expense Dictionary
- เพิ่มหัวข้อการวิเคราะห์อัตราส่วน และสถิติซึ่งเป็นการเสนอข้อมูลการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน และข้อมูลสถิติของแต่ละแผนก
- เพิ่มหัวข้อการวิเคราะห์ “การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน
- เพิ่มหัวข้อ “การงบประมาณและการควบคุม” โดยกล่าวถึงการเตรียมงบประมาณเพื่อควบคุมการปฏิบัติงาน
- มีตัวอย่างของงบการเงิน เพื่อให้เข้าใจง่ายขึ้น แนวความคิดของระบบ Uniform System of Accounts for Hotels ระบบ Uniform System of Accounts นี้ไม่ได้เน้นเพื่อจะมาใช้ในการบัญชีในโรงแรมเพียงอย่างเดียว สามารถจะเอาแนวคิดนี้ไปใช้ได้กับการจัดโครงสร้างและการจัดแผนกต่าง ๆ ซึ่งมีลักษณะคล้ายคลึงกัน ในอุตสาหกรรมโดยทั่วไปได้ในปัจจุบัน

3. Point of Sales หรือ POS เป็นระบบบริหารการขายสินค้า ณ จุดขายต่างๆ ภายในโรงแรม เช่น ร้านอาหาร บาร์ เป็นต้น ที่มีการซื้อขายสินค้าและบริการต่างๆ ในแต่ละจุด เพื่อให้สามารถคิดคำนวณรายได้ และสินค้าคงคลังของแต่ละจุดขาย สามารถทำงานได้แบบอิสระ และผ่านการเชื่อมต่อกับระบบเข้ากับ PMS และ/หรือ ระบบบัญชีของโรงแรม (บางรายการไม่ต้องโพสต์เข้าระบบ PMS แต่โพสต์ไปยังระบบบัญชีโดยตรง เช่น รายการสินค้าคงคลัง และการจำหน่ายสินค้าที่ไม่เกี่ยวข้องกับแขก หรือห้องพักแขก ที่จะใช้ฐานข้อมูลแยกจากระบบ PMS)



### Point of Sales (POS)

เพื่อการดำเนินธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์กรธุรกิจที่มีหน้าร้าน รวมทั้งเชื่อมโยงไปยังระบบบริการหลังร้าน เช่น ระบบ stock สินค้า เพื่อขายหรือให้บริการลูกค้า

ระบบบริหารงาน ณ จุดขายทั้งในแง่ของฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ สำหรับการขายให้ให้บริการหน้าร้าน เพื่อองค์กรทุกระดับ

บริการ POS (Point of Sale) ได้แก่ ระบบบริหารจัดการร้านค้า ควบคุมสต็อกสินค้า  
เหมาะสำหรับธุรกิจประเภท ร้านอาหาร คลับ โรงแรม และธุรกิจบริการอื่น ๆ

#### ระบบต่างๆ ของ POS Solutions ..... ประกอบด้วย .....

- การสั่งออเดอร์ลูกค้าโดยพนักงานผ่านทางระบบไร้สาย PDA Point-Of-Sales for Cashiering
- ระบบ Point-of-Sales สำหรับแคชเชียร์เก็บเงินVIP Members System
- ระบบเปิด VIP Member
- ระบบต้อนรับ VIP Member เมื่อเข้ามาใช้บริการ
- การจัดการระบบแบบ Real Time
- ระบบควบคุม Back office และการบริหารสต็อกสินค้า

#### ระบบควบคุม Back Office และการจัดการจัดเก็บสินค้า

- ควบคุมรายการสินค้าที่ซื้อ/ขาย/สต็อกสินค้า ทั้งหมด
- ตรวจสอบสถานะสินค้าและรายงาน ต้นทุน ยอดซื้อ/ขายของของสินค้าทุกสาขา
- ประเมินผลประกอบการของทุกสาขา
- รายงานการเคลื่อนย้ายของสินค้าไปยังสาขาต่างๆ
- กำหนด Promotion ต่างๆสำหรับลูกค้า

#### POS Software Application (Standard Module)

##### 1) STAND ALONE APPLICATION - แอปพลิเคชันแบบเครื่องเดียว

Stand Alone (SA) License per POS Terminal - License ต่อเครื่อง

- o POS Module โมดูลขายหน้าร้าน
- o Sales Registering Module โมดูลเข้าระบบการขายสำหรับแคชเชียร์
- o POS Sales&Report Module รายงานและวิเคราะห์ยอดขาย
- o Inventory Module ควบคุมจัดการระบบสต็อกสินค้า
- o Audits Monitoring Module โมดูลอิเล็กทรอนิกส์อดีต

## 2) NETWORK APPLICATION - แอปพลิเคชันแบบเชื่อมโยงเน็ตเวิร์ค

- o Front End (FE) License per POS Terminal - License สำหรับเครื่องขายหน้าร้าน
  - POS Module โมดูลขายหน้าร้าน
  - Sales Registering Module โมดูลเข้าระบบการขายสำหรับแคชเชียร์
- o License per PDA Terminal - License สำหรับเครื่อง PDA
  - POS Module โมดูลขายหน้าร้าน
  - Sales Registering Module โมดูลเข้าระบบการขายสำหรับแคชเชียร์
- o Shop Back End (SBE) - License สำหรับเครื่อง Back Office
  - POS Sales&Report Module รายงานและวิเคราะห์ยอดขาย
  - Audits Monitoring Module โมดูลอิเล็กทรอนิกส์ออดิต
- o Shop Back End Inventory Control (SBE-IC) - License สำหรับเครื่อง Back Office รองรับระบบการจัดการสต็อกสินค้า
  - POS Sales&Report Module รายงานและวิเคราะห์ยอดขาย
  - Audits Monitoring Module โมดูลอิเล็กทรอนิกส์ออดิต
  - Inventory Module ควบคุมจัดการระบบสต็อกสินค้า

**หมายเหตุ:** ลูกค้าเลือกเพียง c หรือ d อย่างใดอย่างหนึ่ง

## 3) HEAD OFFICE APPLICATION - แอปพลิเคชันแบบรองรับระบบสาขาเชื่อมโยงไปยังสำนักงานใหญ่ (Head Office)

- o Head Office Back End Consolidation (HQBEC) - License สำหรับเครื่อง Back Office โดยควบคุมที่สำนักงานใหญ่
  - POS Sales&Report Module รายงานและวิเคราะห์ยอดขาย
  - Audits Monitoring Module โมดูลอิเล็กทรอนิกส์ออดิต
  - Online Update Module ระบบออนไลน์ส่งผ่านข้อมูลไปยังสำนักงานใหญ่

- o Head Office Back End Consolidation - License - Inventory Control (HQBEC-IC) - Inventory Control (HQBEC-IC) - License สำหรับเครื่อง Back Office รองรับระบบการจัดการสต็อกสินค้าโดยควบคุมที่สำนักงานใหญ่
  - POS Sales&Report Module รายงานและวิเคราะห์ยอดขาย
  - Inventory Module ควบคุมจัดการระบบสต็อกสินค้า
  - Audits Monitoring Module โมดูลอิเล็กทรอนิกส์อดีต
  - Online Update Module ระบบออนไลน์ส่งผ่านข้อมูลไปยังสำนักงานใหญ่

*หมายเหตุ: ลูกค้าเลือกเพียง a หรือ b อย่างใดอย่างหนึ่ง*

- o HQ add-on License
  - Add-on licensing for all HQBEC Module สำหรับสาขาที่เชื่อมโยงกับสำนักงานใหญ่ที่เพิ่มขึ้นภายหลัง
  - POS Extra Module
    1. VIP Member & Member Entrance Module โมดูลสำหรับลูกค้าสมาชิกหรือลูกค้า VIP
    2. SMS Module with SMS Modem โมดูลสำหรับส่ง SMS Message ผ่านโปรแกรมโดยตรง
    3. Bottle Management Module โมดูลการจัดการระบบฝากเหล้า/เครื่องดื่ม - ห้องเหล้า
    4. Interface Barcode Label Printing Module โมดูลเชื่อมต่อลาเบลปริ้นเตอร์แบบบาร์โค้ด
    5. Barcode Label Printing Module with Printer โมดูลปริ้นลาเบลปริ้นเตอร์แบบบาร์โค้ด - สำหรับเครื่องพิมพ์บาร์โค้ดรุ่นที่เชื่อมต่อโปรแกรมไว้แล้ว

#### 4) POS Software Interface

- o **For standard level** (price need to discuss by case) โปรแกรมเพิ่มเติมในการเชื่อมโยง POS เข้ากับโปรแกรมอื่น เช่นระบบบัญชี ระบบ front ของโรงแรม

4. Telephone Management System หรือ TMS เป็นบริหารจัดการเกี่ยวกับการใช้โทรศัพท์ภายในโรงแรม ที่มีการคิดคำนวณเกี่ยวกับการใช้บริการโทรศัพท์ภายในโรงแรม/ที่พักของแขก แล้วจะทำการโพสต์ค่าใช้จ่ายเข้าสู่ระบบ PMS ไปยัง Guest Folio ผ่านระบบการเชื่อมต่อ ระบบบริหารจัดการโทรศัพท์ในปัจจุบันมักจะมีการเพิ่มเอาระบบ Voice Mail Box เข้ามาให้บริการแขกที่เข้าพักเพิ่มเติมอีกด้วย

5. Video Management System หรือ VMS เป็นระบบที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการทางด้านความบันเทิงภายในห้องพักแขกตามความต้องการ (Video on demand/Pay per view movie) ซึ่งในปัจจุบันมีการบริการที่ก้าวหน้าไปถึงการให้บริการสื่อระบบดิจิตอลต่างๆ ไปยังห้องพักแขก ทั้งสื่อประเภทเพื่อความบันเทิง (Entertainment) และสื่อเพื่อให้ความรู้ (Education) เพื่อให้ใช้บริการได้กับทุกคนในครอบครัวที่รวมกันแล้วเรียกว่า Edutainment

6. Guest Internet System หรือระบบให้บริการอินเทอร์เน็ตสำหรับแขกที่มาใช้บริการภายในโรงแรมทั้งภายในห้องพักแขก Business Center ห้องประชุมสัมมนา และบริเวณพื้นที่สาธารณะ เพื่อเป็นการควบคุมและบริหารการใช้งานอินเทอร์เน็ตของแขกตามนโยบายที่ทางโรงแรมกำหนด ถ้ามีการคิดค่าใช้จ่าย ก็จะมีการคำนวณค่าใช้จ่ายแล้วโพสต์ค่าใช้จ่ายผ่านระบบเชื่อมต่อ เข้า Guest Folio ในระบบ PMS ของโรงแรมต่อไป

7. Online Distribution System/Electronics Distribution System หรือระบบการจัดจำหน่ายห้องพักผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์ ที่มีการขายแบบ Real Time อาทิ GDS, IDS, CRS, Hotel Website ที่เป็นระบบแบบ Real Time และ Interactive ที่ลูกค้าสามารถจะตรวจสอบสถานะห้องว่าง ราคาที่เป็นปัจจุบัน และทำการจอง และยืนยันการจองได้ในทันทีแบบอัตโนมัติ ระบบนี้มีทั้งแบบทำงานโดยอิสระ หรือทำงานเชื่อมต่อกับระบบ PMS ของโรงแรมเลยก็ได้

8. Conference & Events เป็นระบบที่ใช้ในการบริหารจัดการด้านการขายและการจัดการห้องประชุมสัมมนา หรือการจัดเลี้ยงต่างๆ ภายในโรงแรมที่เน้นทางด้านการให้บริการห้องประชุม/สัมมนา และจัดเลี้ยง บางระบบจะทำงานแบบอิสระ บางระบบอาจจะเชื่อมต่อกับ PMS เพื่อทำการจองห้องพัก และโพสต์ค่าใช้จ่ายเข้า Folio ของห้องพักแขกได้ บางระบบอาจจะเรียกว่า Sales & Catering

9. Membership Management System หรือระบบบริหารงานสมาชิก เหมาะสำหรับโรงแรม/สถานที่พัก ที่มุ่งเน้นทางด้านการขายสินค้าและบริการให้กับสมาชิก และการสร้าง Loyalty กับลูกค้าของตนเอง เพื่อการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ

10. Payroll and Time Control System หรือระบบการบริหารบัญชีเงินเดือนและเวลาการทำงานของพนักงาน ที่จะมีการบันทึกเวลาการเข้า-ออกงาน และนำไปคำนวณบัญชีเงินเดือนของพนักงานแต่ละคนโดยอัตโนมัติ ซึ่งอาจจะสามารถทำการเชื่อมโยงระบบไปกับระบบบัญชีหลักของโรงแรมด้วยก็ได้

11. Customer Relationship Management System (CRM) หรือระบบบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า สำหรับโรงแรม/ที่พัก ที่มุ่งเน้นในด้านการรักษาลูกค้า และเพิ่มพูนธุรกิจผ่านทางลูกค้าเก่าที่มีประสบการณ์ของทางโรงแรม จะนำเอาระบบนี้เข้ามาใช้งาน ซึ่งอาจจะเป็นการใช้งานแบบอิสระ หรือการเชื่อมโยงฐานข้อมูลกับระบบ PMS หลักของโรงแรม และระบบบริหารจัดการรายชื่อผู้ติดต่อในระบบอื่นๆ ที่ใช้งานอยู่ด้วยก็ได้

12. Availability Management System หรือระบบบริหารจัดการพื้นที่ สำหรับบริการอื่นๆ ภายในโรงแรม ที่จำเป็นต้องมีการสำรองพื้นที่ไว้ล่วงหน้า เล่น ที่นั่งในร้านอาหาร สำหรับร้านอาหารที่ได้รับความนิยม หรือพื้นที่นั่งชมการแสดง สำหรับการแสดงต่างๆ ที่จัดขึ้นภายในบริเวณโรงแรม หรือ การจองพื้นที่สำหรับบริการ Spa เป็นต้น

นอกจากระบบต่างๆ ที่กล่าวไปแล้วข้างต้นนั้น ก็ยังมีระบบเทคโนโลยีเทคโนโลยีสารสนเทศอื่นๆ ที่ได้มีการพัฒนาขึ้นมาสนับสนุนการบริหารจัดการธุรกิจโรงแรม/ที่พัก เฉพาะด้านอีกมากมาย

จะสังเกตได้ว่าระบบเทคโนโลยีสารสนเทศต่างๆ ที่มีการพัฒนาขึ้นมาใช้งานภายในโรงแรมนั้น ส่วนใหญ่จะพัฒนาขึ้นมาให้สามารถเชื่อมต่อข้อมูลกับระบบ PMS และระบบ

บริหารจัดการด้านอื่นๆ ของทางโรงแรมได้ เพื่อเป็นการใช้ทรัพยากรทางด้านข้อมูลพื้นฐานร่วมกัน ลดความซ้ำซ้อนในการทำงาน ประหยัดเวลาในการเข้าถึงข้อมูล ลดการใช้งานเอกสารที่เป็นกระดาษ สามารถนำเอาฐานข้อมูลจากระบบต่างๆ มาใช้งานร่วมกันในการทำรายงานการปฏิบัติงาน หรือรายงานเพื่อการวิเคราะห์ตัดสินใจ ซึ่งเป็นการบูรณาการเทคโนโลยีสารสนเทศของการบริหารจัดการงานต่างๆ เข้าด้วยกัน เพื่อให้เกิดพลัง (Synergy) และประสิทธิภาพในการบริหารจัดการโรงแรม/ที่พัก

### ประโยชน์ของการใช้ระบบสารสนเทศในธุรกิจโรงแรม

ถ้าเราลองเปรียบเทียบการบริการที่มีระบบ กับ การบริการที่ไม่มีระบบ จะเห็นได้ชัดว่าการบริการที่มีระบบนั้นย่อมดีกว่า ทั้งในด้านการบริการที่รวดเร็ว และ ความเป็นมืออาชีพ ประโยชน์ของระบบบริหารจัดการโรงแรม หรือ Property Management System สามารถแบ่งออกเป็นสามข้อใหญ่ๆ คือ

#### 1. ด้านการบริการ (Service)

ระบบPMSสามารถช่วยในด้านการบริการของโรงแรมให้ดีขึ้นได้อย่างไร?

ระบบPMSที่ดีนั้น จะช่วยให้การทำงานทุกอย่างเป็นไปอย่างรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ

ลูกค้าไม่จำเป็นต้องรอการทำงานที่ช้า ซึ่งส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจต่อโรงแรมของคุณ เช่น เมื่อลูกค้ามาถึงและต้องการจะcheck in โรงแรมที่มีระบบการจัดการไม่ดี จะปล่อยให้ลูกค้ารอนานระหว่างที่ดำเนินการ แต่ระบบที่ดีนั้นการดำเนินการต้องเป็นไปอย่างรวดเร็ว และแม่นยำ

การ check in ไม่ควรกินเวลาเกิน 5 นาทีด้วยซ้ำไป

การดำเนินการทุกอย่าง ระบบPMSจะเป็นตัวทำหน้าที่เหมือนสายพานในการลำเลียงข้อมูลไปยังแผนกต่าง ๆ ซึ่งทำให้การบริการเป็นไปอย่างสะดวก รวดเร็ว และ แม่นยำ

#### 2. ด้านการเงิน (Finance)

ระบบ PMS ที่ดีนั้น สามารถที่จะเพิ่มยอดขาย และ ลดรายจ่ายในการบริหารจัดการให้แก่โรงแรมได้อย่างไร สำหรับการเพิ่มยอดขาย ระบบ PMS ของบางบริษัทจะมีอีกหนึ่ง

ระบบย่อย เรียกว่า Web Reservation Engine (WRE) ซึ่งระบบ WRE นั้นจะเป็นตัวที่จะคอยบริหาร Inventory ของโรงแรมให้เกิดประโยชน์หรือ Yield สูงสุด WRE เป็นระบบที่เชื่อมต่อกับ OTAs ต่างๆ ในการนำห้องขึ้นไปขายบนแต่ละ websites เราสามารถที่จะกำหนดว่าจะให้ห้องเท่าไรต่อหนึ่ง Agent หรือ สามารถเป็น terminal ในการจองโดยตรงผ่านเว็บไซต์ของโรงแรมเองก็ได้สำหรับในด้านการลดรายจ่าย (Cost)

ระบบ PMS มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการลดต้นทุน เช่น สามารถลดจำนวนพนักงานในขณะเดียวกันเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน ลดค่าใช้จ่ายในงานธุรการ ลดเวลาการทำงานอย่างมีนัยยะสำคัญ

### 3. ด้านการบริหาร (Management)

ระบบ PMS จะทำให้การทำงานเป็นระบบ ลดความยุ่งยากในการบริหารจัดการ ทุกการทำงานในทุกแผนกจะมีการทำงานที่เป็นระบบมากขึ้น เพื่อให้ง่ายต่อการบริหาร ข้อมูลทุกอย่างถูกจัดเก็บและรายงานออกมาเป็นข้อมูลเชิงลึกเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ และบริหารต่อไป ซึ่งการทำงานที่เป็นระบบคือเป้าหมายหลักของการมีระบบบริหารจัดการโรงแรมไว้ครอบครอง

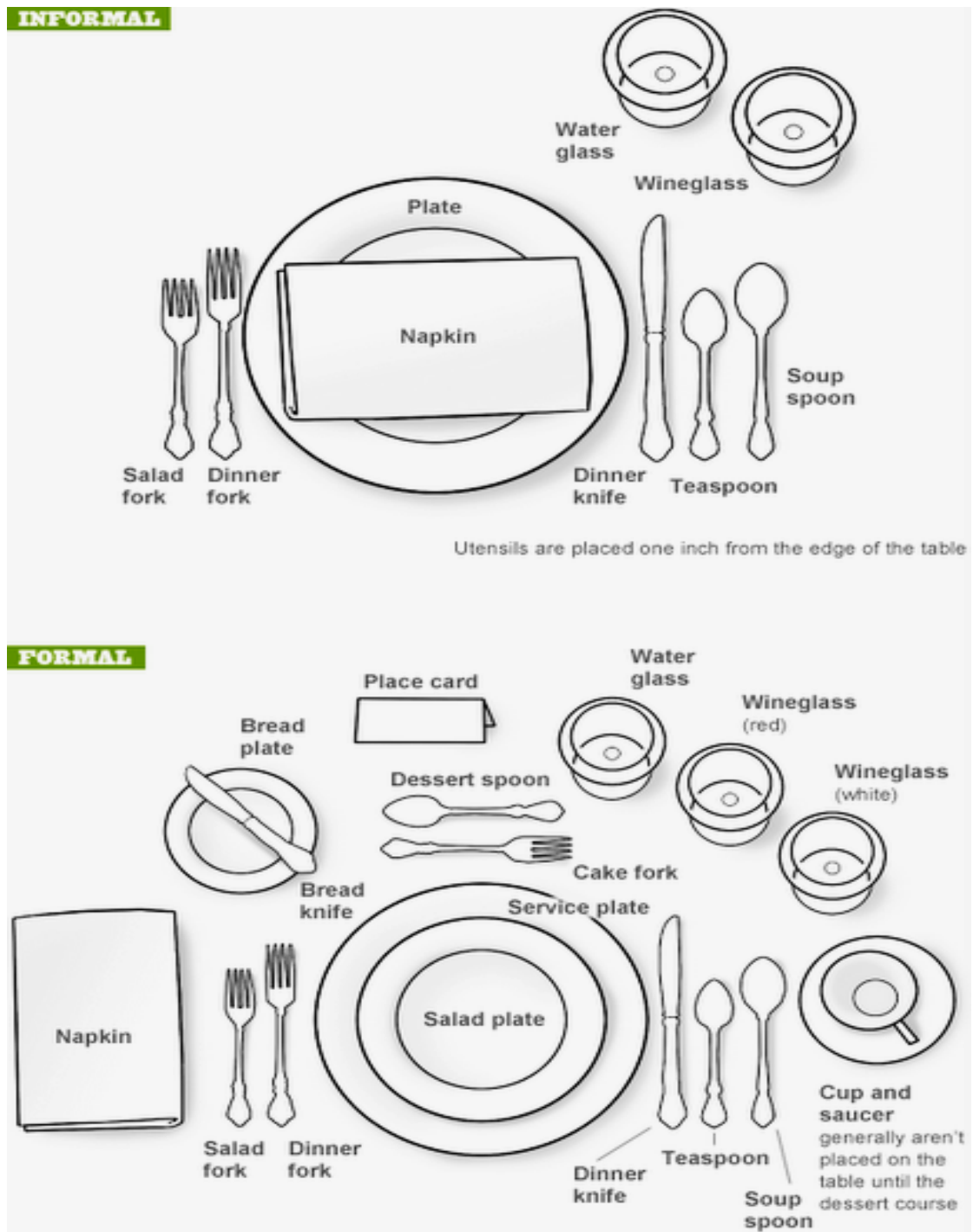
## Table Set Up and Bedding Set

การจัดโต๊ะอาหารให้มีความเหมาะสมแก่กาลเทศะอาจจะเป็นเรื่องที่น่ากลัวสำหรับพนักงานห้องอาหารโรงแรมบางคนที่ขาดประสบการณ์ และพนักงานที่เพิ่งเข้ามาทำงานใหม่ๆ เพราะสิ่งของเครื่องใช้และภาชนะต่างๆ ที่มาใช้ในการจัดโต๊ะอาหารแต่ละรูปแบบมีความแตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นอุปกรณ์ในการหยิบ/ตักอาหาร ภาชนะอาหาร แก้วเครื่องดื่มประเภทต่างๆ ที่ต้องเลือกใช้ให้ถูกต้องตามแบบแผน และเหมาะสมกับการใช้งาน

## วิธีการจัดโต๊ะอาหารค่ำแบบทางการ



ภาพ 21 การจัดโต๊ะอาหารแบบเป็นทางการ



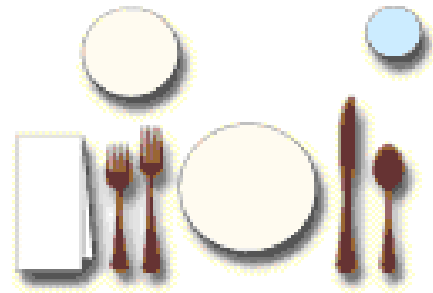
ภาพ 22 การจัดโต๊ะอาหารเปรียบเทียบ ทางกรและไม่เป็นทางการ

การจัดโต๊ะ อาหารเช้า มี 2 แบบ

แบบที่ 1

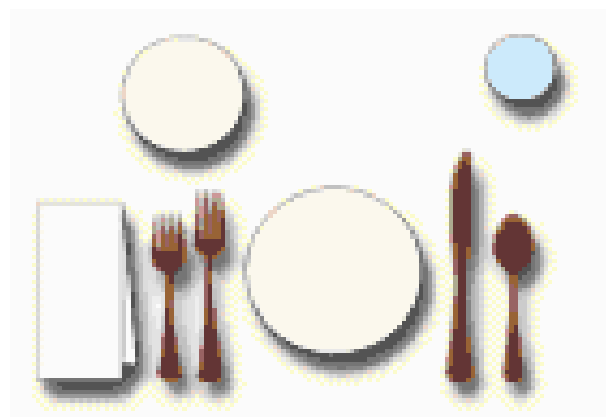


แบบที่ 2



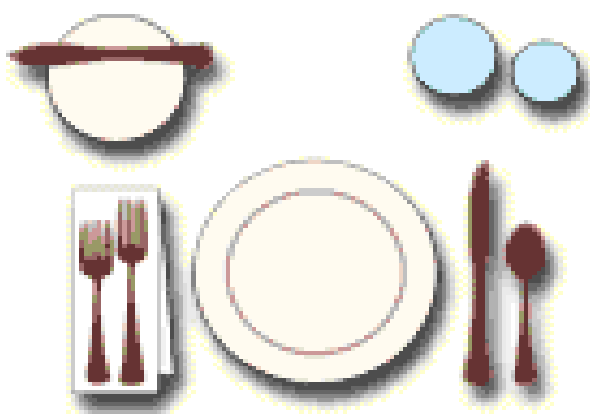
ภาพ 23 การจัดโต๊ะอาหารเช้า

การจัดโต๊ะ (ทั่วไป) อาหารกลางวัน



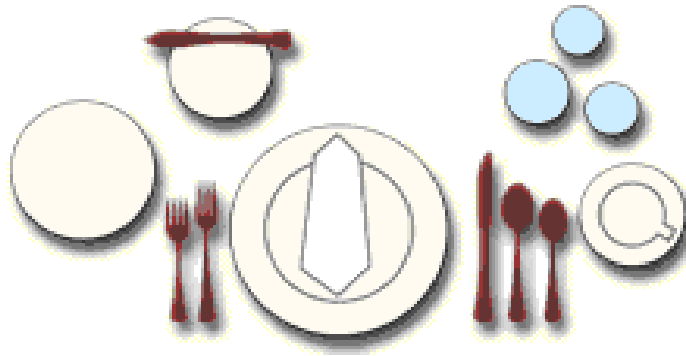
ภาพ 24 การจัดโต๊ะอาหารกลางวัน

การจัดโต๊ะ (ทั่วไป) อาหารค่ำ



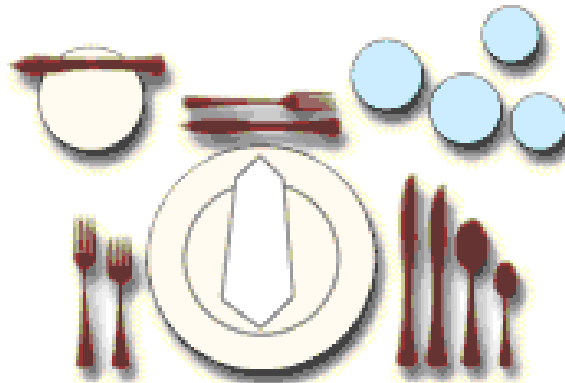
ภาพ 25 การจัดโต๊ะอาหารค่ำ

## การจัดโต๊ะ อาหารค่ำ อย่างเป็นทางการ



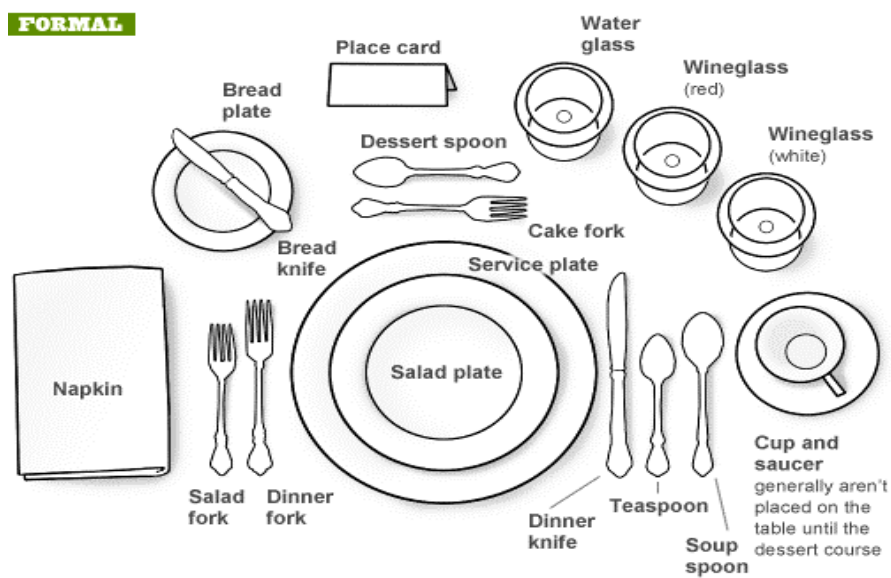
ภาพ 26 การจัดโต๊ะอาหารค่ำอย่างเป็นทางการ

## การจัดโต๊ะ อาหารค่ำ ยุโรป



ภาพ 27 การจัดโต๊ะอาหารค่ำแบบยุโรป

## การจัดโต๊ะ สมบูรณ์แบบ อย่างเป็นทางการ



ภาพ 28 การจัดโต๊ะอาหารค่ำแบบยุโรป

Dinner หรืออาหารค่ำ เป็นอาหารมื้อสำคัญของวัฒนธรรมตะวันตก การจัดเตรียมโต๊ะอาหารสำหรับการรับประทานอาหารค่ำอย่างเป็นทางการในโอกาสต่างๆ นั้นมีระเบียบแบบแผนที่โรงแรมต่างๆ จำเป็นที่จะต้องมีการอบรมพนักงานห้องอาหารให้สามารถจัดโต๊ะอาหารค่ำได้อย่างถูกต้อง

การรับประทานอาหารค่ำแบบเป็นทางการนั้น จะเป็นการรับประทานอาหารแบบที่มีบริการคอยให้บริการแก่ผู้ร่วมรับประทานอาหารโดยไม่ต้องเดินไปตักอาหารรับประทานเอง เหมือนกับ Buffet ดังนั้นการจัดเตรียมโต๊ะอาหารค่ำอย่างเป็นทางการจะต้องจัดวางอุปกรณ์เครื่องใช้ในการรับประทานอาหารต่างๆ ของแต่ละคนไว้ให้ครบถ้วน

### อุปกรณ์สำคัญสำหรับการจัดโต๊ะอาหารค่ำ

ก่อนที่จะกล่าวถึงรายละเอียดในการจัดโต๊ะอาหารค่ำ ผู้จัดโต๊ะจำเป็นต้องเรียนรู้เกี่ยวกับอุปกรณ์สำคัญที่จำเป็นต้องใช้ ในกรณีที่ขาดอุปกรณ์ชนิดใดชนิดหนึ่ง ควรที่จะต้องจัดหามาเตรียมไว้ให้ครบถ้วน

สำหรับอาหารค่ำอย่างเป็นทางการ ทางห้องอาหารควรที่จะใช้ชุดภาชนะอาหารบนโต๊ะอาหาร (Chinaware) ที่คุณภาพดี ใช้ภาชนะเครื่องปั้นดินเผา (Stemware) ที่มีความหรูหรา และใช้มีด ช้อน ช้อน (Flatware) ที่ทำจากเงิน ดังรายละเอียดดังต่อไปนี้

- **Glass แก้วต่างๆ** – ประกอบไปด้วยแก้วน้ำดื่ม แก้วไวน์ และแก้วเหล้า
- **Cup ถ้วย** – ถ้วยชา/กาแฟพร้อมจานรอง และช้อนกาแฟ
- **Plate จานต่างๆ** – ประกอบไปด้วยจานขนมปังและเนย, จานสำหรับบริการ (Service plate) จานอาหารค่ำ (Dinner plate) และจานของหวาน
- **Bowl ชาม** – ชามซุปบนจานรอง
- **Knife มีด** – มีดเนย (Butter knife or spreader) และมีดอาหารค่ำ
- **Fork ช้อน** – ช้อนสลัด (Salad fork) ช้อนอาหารค่ำ (Dinner fork) ช้อนปลา (Fish fork) และช้อนอาหารหวาน (Dessert Fork)
- **Spoon ช้อน** – ช้อนซุป (Soup spoon) และช้อนอาหารหวาน (Dessert spoon)

### การตกแต่งโต๊ะอาหาร

เมื่อมีอุปกรณ์ของใช้สำหรับโต๊ะอาหารเรียบร้อยแล้ว ผู้จัดเตรียมโต๊ะอาหารค่าแบบเป็นทางการควรที่จะให้ความสำคัญเกี่ยวกับการตกแต่งโต๊ะอาหารให้มีความสวยงามหรูหรา

สิ่งที่ผู้จัดโต๊ะพิจารณา และเลือกใช้ผ้าปูโต๊ะ ที่รองจาน และผ้าเช็ดปากที่มีความสวยงาม มีคุณภาพดี และเข้าชุดกันและเหมาะสมกับบรรยากาศหรือธีมของการจัดงานเพื่อสร้างบรรยากาศที่ดี และควรที่จะมีของว่างประดับโต๊ะเพื่อเพิ่มความหรูหรา เช่นดอกไม้ประดับตกแต่ง ภาชนะใส่เกลือและพริกไทยที่ทำจากแก้วคริสตัลหรือ Bone-China คุณภาพดี และที่วางเทียนไข เพื่อให้ดูงดงามมากยิ่งขึ้น

### รูปแบบการจัดเลี้ยง

รูปแบบการจัดเลี้ยงในงาน ส่วนใหญ่จะมีด้วยกัน 3 แบบ คือ ค็อกเทล บุฟเฟต์ โต๊ะจีน แต่ละแบบก็จะมีข้อดีข้อด้อยที่ต่างกันไป ซึ่งก็จะถูกกำหนดด้วยชนิดของอาหาร สไตล์การจัดงาน การตกแต่งภายในงาน และจำนวนของแขกกับขนาดของห้องจัดเลี้ยง

#### ค็อกเทล (Cocktail)



ภาพ 29 งานเลี้ยงแบบค็อกเทล

Cocktail เป็นรูปแบบที่นิยมจัดในงานเลี้ยงแสดงความยินดีในโอกาสต่างๆ มีการจัดทั้งในอาคารและในพื้นที่โล่งกลางแจ้ง รวมทั้งริมสระน้ำ มีลักษณะไม่เป็นพิธีการมากนัก “ค็อกเทล” เป็นเครื่องดื่มผสมตั้งแต่ 2 อย่างขึ้นไป

ส่วนใหญ่เป็นเหล้าผสมที่ให้บริการที่บาร์ งานเลี้ยงแบบค็อกเทลจึงเน้นบริการเครื่องดื่มทั้งแบบมีแอลกอฮอล์ (Hard Drink) และไม่มีแอลกอฮอล์ (Soft Drink) โดยจะจัดบริการอาหารประเภทอาหารว่าง อาหารทานเล่น รวมถึงอาหารเรียกน้ำย่อย ไว้ให้แขกร่วมงานเดินเลือกหยิบรับประทานตามชอบ เหมาะสำหรับการจัดเลี้ยงแขกจำนวนมาก

ในงานเลี้ยงจะไม่มีโต๊ะอาหารจัดให้แขกนั่งรับประทาน มีเพียงโต๊ะวางอาหารตั้งไว้เป็นส่วนกลาง อยู่มุมต่างๆ และบริเวณส่วนกลางของงาน เปิดโอกาสให้แขกร่วมงานเดินไปมารอบงานเพื่อทักทายเจ้าภาพและพบปะ สังสรรค์กับผู้ร่วมงานอื่นๆ แต่ในปัจจุบัน รูปแบบการจัดงาน เจ้าภาพสามารถของโต๊ะและเก้าอี้เพิ่มได้ เพื่อความสะดวกในการรับประทานอาหารและให้แขกได้นั่งพักผ่อนอาหาร หรือนั่งคุยกันได้ ระหว่างงานเลี้ยงพนักงานจะเดินถือถาดเสิร์ฟเฉพาะเครื่องดื่มไปตามบริเวณต่างๆ ของงาน ให้แขกได้เลือก และถือแก้วเครื่องดื่มไว้ในมือ อาหารที่บริการจะจัดวางไว้เรียบร้อยก่อนเริ่มงาน ปริมาณและความหลากหลายขึ้นอยู่กับเจ้าภาพซึ่งเป็นผู้กำหนด ส่วนใหญ่จะเป็นอาหารชิ้นเล็กขนาดพอคำที่หยิบรับประทานได้สะดวก เพื่อกลับไปกับเครื่องดื่ม โดยใช้ไม้จิ้มฟันมารับประทาน

ในโรงแรมขนาดใหญ่นิยมจัดงานขนาดเล็กไว้ที่โต๊ะวางอาหารเพื่อให้แขกใส่อาหารรับประทานภายในงาน และจัดวางเก้าอี้ไว้ตามมุมต่างๆ ของงาน เพื่อให้นั่งพักได้ อาหารที่บริการมีทั้งคาวหวานแต่จะไม่ใช้ประเภทอาหารมื้อหลัก ที่ทำให้ผู้รับประทานอึดท้อง เหมือนงานเลี้ยง แบบอื่น แขกร่วมงานจึงสามารถรับประทานอาหารมื้อค่ำหลังจากงานเลิกได้ ปัจจุบันในโรงแรมขนาดใหญ่มีการจัดเพิ่มซุ้มบริการอาหารที่มีผู้ปรุง และตกแต่งด้วยหรืองานขนาดเล็ก ให้แขกร่วมงานตามมุมต่างๆ ของงาน และเจ้าภาพยังอาจให้โรงแรมจัดโต๊ะว่างจำนวน ไม่มากให้แขกสำคัญ นั่งรับประทานได้

งานเลี้ยงตอนเย็นนิยมเริ่มประมาณ 18.00 น. เวลาในการบริการอาหารค่อนข้างสั้น ประมาณ 1-2 ชม. จึงเป็นงานเลี้ยงที่เลิกได้เร็วกว่าแบบอื่น แขกสามารถอำลาออกจากงานได้ตามความสะดวก การคิดราคาจะคิดเป็นราคาต่อแขก 1 คน

**ค็อกเทล** เหมาะสำหรับสถานที่ที่มีบริเวณพื้นที่ที่ไม่กว้างมากนักและงานที่ไม่เน้นพิธีการมีแขกผู้ใหญ่ที่มาร่วมงานไม่มาก สำหรับราคาค่าใช้จ่ายนั้นขึ้นอยู่กับเมนูและจำนวนของอาหาร ซึ่งรายการอาหารประเภทค็อกเทลนั้น มีหลากหลาย เช่น อาหารไทย จีน นานาชาติ

#### ข้อดี

- หยิบทานง่าย มีอาหารหลากหลาย
- ไม่ต้องจัดคนพาแขกไปนั่ง
- รูปแบบงานทันสมัยจัดงานได้สวย เพราะแบ่งพื้นที่ซุ้มอาหารชัดเจน
- แขกไม่ต้องรอเสิร์ฟอาหาร และไม่ต้องรืบริ้อนในทานรับประทานอาหาร
- แขกสามารถเดินไปเดินมา ทักทายเพื่อนๆ ได้อย่างไม่เก้อเขิน
- หากแขกมาเยอะสามารถเพิ่มเมนูอาหารได้
- พิธีการเสร็จเร็ว เลิกงานไว

#### ข้อเสีย

- แขกแม้แต่เดินไปตักอาหารไม่สนใจพิธีการบนเวที
- ไม่สะดวกในการทานอาหารเพราะในมือมีทั้งจานอาหารและแก้วน้ำ
- อาหารหมดไว
- ไม่อึด
- แขกยืนนานๆ จะเมื่อย

**สรุป** หากต้องการจัดงานเลี้ยงแบบค็อกเทล ต้องมีการพูดคุยกับบริการของทางร้านในเรื่องของการเก็บจาน แก้วน้ำ เพราะหากไม่มีการจัดเก็บที่ดี ก็จะทำให้ดูไม่น่ามอง ที่สำคัญควรมีโต๊ะ VIP สำหรับแขกผู้ใหญ่โดยเฉพาะ

#### บุฟเฟต์ (Buffet)

Buffet เป็นรูปแบบที่นิยมมากในทุกโอกาส สามารถจัดได้ในที่ต่างๆ ทั้งในอาคารและนอกอาคาร เป็นการเลี้ยงอาหารที่ไม่เป็นพิธีการมาก โดยเปิดโอกาสให้แขกร่วมงานสามารถเลือกตักอาหารรับประทาน ได้เองตามความพอใจ

Buffet เป็นรูปแบบที่นิยมมากในทุกโอกาส สามารถจัดได้ในที่ต่างๆ ทั้งในอาคารและนอกอาคาร เป็นการเลี้ยงอาหารที่ไม่เป็นพิธีการมาก โดยเปิดโอกาสให้แขกร่วมงานสามารถเลือกตักอาหารรับประทาน ได้เองตามความพอใจ



ภาพ 30 งานเลี้ยงแบบบุฟเฟต์

การจัดบริการอาหารจะใช้โต๊ะใหญ่จัดวางอาหารเรียงรายอย่างสวยงาม บนถาดขนาดใหญ่ตามประเภท และลำดับของอาหาร ตั้งแต่อาหารเรียกน้ำย่อย อาหารหลัก อาหารหวาน นานาชนิดในปริมาณที่มากกว่างานเลี้ยง แบบค็อกเทลเพราะจัดในเวลาที่มีอาหารหลักที่แขกสามารถทานได้อิ่มท้อง

โต๊ะบุฟเฟต์ที่วางอาหารนี้อาจวางไว้กลางห้องหรือมุมห้อง หรือกระจายเป็นหลายโต๊ะในงานขนาดใหญ่ที่มีแขกมาก เจ้าภาพจะเตรียมจัดที่นั่งโดยตั้งโต๊ะอาหาร ในปริมาณเพียงพอสำหรับให้แขกได้นั่งรับประทานทุกคน โดยอาจจะบุโต๊ะเพื่อให้แขกกลุ่มเดียวกันได้นั่งด้วยกัน บนโต๊ะอาหารทุกที่นั่งอาจจัดวางช้อนส้อม แก้วน้ำไว้ หรือในบางแห่งอาจเป็นเพียงโต๊ะว่าง และจัดวางภาชนะอุปกรณ์ เช่น จาน ช้อนส้อม ถ้วยชาม ฯลฯ ไว้ที่โต๊ะบุฟเฟต์ แขกจะเดินเรียงเข้ามาหยิบภาชนะอุปกรณ์ และเลือกตักอาหารใส่จานแล้วนำกลับไปนั่งรับประทานที่โต๊ะ เมื่อทานเรียบร้อยแล้วก็สามารถลุกขึ้นไปตักอาหารประเภทอื่นใส่ภาชนะใหม่ได้อีกตามต้องการ

ขณะที่พนักงานจะคอยเสิร์ฟเครื่องดื่ม และเก็บจานเก่าที่แขกรับประทานเสร็จออกไปจากโต๊ะ เพื่อให้แขกสามารถ นำอาหารจานใหม่มานั่งรับประทานต่อไปได้นอกจากนั้น อาจมีพนักงานคอยบริการช่วยตักแบ่งอาหารบางอย่างให้ที่โต๊ะบุฟเฟต์ รวมทั้งคอยเติมอาหารที่ พร่องไปในถาดบริการบนโต๊ะบุฟเฟต์ ปริมาณและความหลากหลายของอาหารในงานเจ้าภาพจะเป็นผู้กำหนด โดยผู้จัดบริการอาหารจะคิดราคาเป็นราคาต่อคน และเตรียมจัดอาหารไว้ล่วงหน้าเรียบร้อยก่อนงานเริ่ม หรือ ก่อนเริ่มมีอาหารนั้นให้เพียงพอ กับจำนวนคนที่ได้จองไว้ การจัดบริการแบบบุฟเฟต์เป็นที่นิยมในปัจจุบัน เพราะอาหารที่บริการไม่จำเป็นต้องรอให้ครบจึงเสิร์ฟ ผู้รับประทานสามารถเห็นอาหารทุกอย่างที่จัดวางอย่างสวยงามหลากหลายและเลือกรับประทานตาม ความชอบใจอย่างอิสระ

เวลาเริ่มงานสำหรับอาหารเย็นประมาณ 18.30 น . และมีช่วงเวลาบริการอาหารยาวนานกว่าแบบค็อกเทล แต่อาจไม่นานเท่าแบบโต๊ะจีน

**บุฟเฟต์** การเลือกการจัดเลี้ยงแบบบุฟเฟต์นั้นถือว่าเป็นลูกผสมระหว่างค็อกเทลกับโต๊ะจีน มีอาหารหลากหลายชนิดและสามารถตอบโจทย์ของคู่บ่าวสาวได้หลายอย่าง ซึ่งรูปแบบของการจัดเลี้ยงแบบบุฟเฟต์ จะมีโต๊ะและจานสำหรับแยกรับประทานอาหาร

### ข้อดี

- แขกมาถึงทำงานแล้ว สามารถรับประทานได้เลยทันทีไม่ต้องรอ
- สามารถออกแบบตกแต่งภายในงานได้ตามที่ตั้งใจ
- ชุมไลน์อาหารแบ่งเป็นสัดส่วน
- มีอาหารหลากหลาย อิ่มท้อง
- แขกให้ความสนใจกับพิธีการบนเวที

### ข้อเสีย

- เมื่อแขกเริ่มตักอาหารไปแล้ว หลังๆอาหารอาจไม่ค่อยน่าทานดูเหมือนของเหลือ
- แขกผู้ใหญ่อาจจะไม่สะดวกในการเดินตักอาหาร
- อาหารอาจจะเป็นอาหารทั่วไปหาทานได้ในชีวิตประจำวัน
- แขกบางท่านอาจจะเลือกตักอาหารตามที่ตนเองชอบ อาจจะทำให้ดูเหมือนของเหลือไม่น่ากิน
- หากพนักงานเก็บจานไม่ทันจะทำให้โต๊ะจัดเลี้ยงไม่สวยงาม

**สรุป** ข้อดีของการจัดเลี้ยงแบบบุฟเฟต์นั้นแขกสามารถเดินไปทักทายเพื่อนๆที่อยู่ในงานได้อย่างไม่เก้อเขิน ทานเสร็จแล้วก็ว่างงาน มีอาหารหลากหลายสามารถเลือกรับประทานอาหารตามที่ชอบ แต่ข้อเสียคือแขกที่มาถึงงานที่หลัง อาจจะไม่ได้รับประทานอาหาร เพราะอาหารบางอย่างอาจจะดูเหมือนของเหลือไม่น่ากิน และอาหารที่ถูกทำไว้นาน อาจจะดูไม่สดใหม่ ไม่น่ารับประทาน

### โต๊ะจีน Chinese Set

การจัดโต๊ะจีน เป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่ยิยมในการจัดเลี้ยงสำหรับโอกาสทั่วไป การบริการอาหารมีลักษณะคล้าย แบบครอบครัวเพราะอาหารทุกอย่างจะยกมาจากครัวโดยปรุงแต่งเรียบร้อยแล้ว และจัดใส่จานหรือชาม ที่มีขนาดใหญ่ ซึ่งไม่สามารถส่งต่อให้กันบนโต๊ะได้ จึงต้องวางไว้กลางโต๊ะให้ผู้รับประทานบริการตัวเอง หรือช่วยตักแบ่งกันเองบนโต๊ะ



ภาพ 31 งานเลี้ยงแบบโต๊ะจีน

ดังนั้นจึงใช้โต๊ะกลมเสมอเพื่อให้แขกทุกคนที่นั่งอยู่รอบโต๊ะเอื้อมมือ ไปตักได้ถึงบรรยากาศงานเลี้ยงแบบโต๊ะจีน จึงเอื้อต่อการจับกลุ่มชุมนุมสังสรรค์กันที่โต๊ะ พนักงานบริการเป็นผู้นำอาหารจากครัวมาเสิร์ฟที่โต๊ะ และมีหน้าที่คอยเก็บอาหารลำดับงานที่แล้วออกไป เมื่อแขกรับประทานเรียบร้อยแล้ว และบริการน้ำดื่ม หากในบรรยากาศที่ค่อนข้างเป็นพิธีการ อาจมีพนักงาน มาคอยตักแบ่งอาหารให้ทุกคนแทนที่แขกจะลุกขึ้นตักแบ่งกันเอง

รายการอาหารทุกโต๊ะจะเป็นชุดเดียวกันซึ่งกำหนดล่วงหน้าโดยเจ้าภาพงาน ประมาณ 8-12 อย่างต่อชุดและเสิร์ฟทีละอย่างตามลำดับ สำหรับแขกนั่งได้ 8-12 คน แต่นิยม 10 คนต่อโต๊ะ เพื่อให้เอื้อมถึงอาหารได้สะดวก บนโต๊ะจะเตรียมจัดวางอุปกรณ์ประจำแต่ละที่นั่ง ได้แก่ จานเล็ก ถ้วย ( ชาม ) ใบเล็ก ช้อน ตะเกียบ แก้วน้ำ เป็นต้น ในภัตตาคาร ชั้นดีอุปกรณ์จะใช้เครื่องกระเบื้อง เครื่องเงิน เครื่องแก้วคุณภาพดี มีที่วางพักตะเกียบและช้อนเงินด้ามยาว

ลำดับอาหารจัดแบ่งได้เป็น 5 กลุ่ม คือ

1. อาหารเรียกน้ำย่อย ประเภทออเดิร์ฟเย็น
2. อาหารจานร้อน ที่ปรุงจากเนื้อประเภทสัตว์บก สัตว์ปีก อาหารทะเลและผัก
3. อาหารจานหลัก ซึ่งมีได้หลายอย่างทั้งชุบพูนลาม อาหารทะเล และประเภทเนื้อที่ปรุงจากสัตว์ปีก สัตว์บก
4. อาหารอิมท็องโดยจะเลือกให้มีความหลากหลายไม่ซ้ำกับลำดับอาหารจานที่ผ่านมา ข้าวผัด / บะหมี่ พร้อมน้ำแกงหรือซุสใส
5. และสุดท้ายคือ อาหารหวานประเภทผลไม้สดหรือของหวานอื่น เสิร์ฟพร้อมน้ำชา แกกผู้ร่วมงาน จะนั่งประจำที่โต๊ะตลอดเวลา

ในงานขนาดใหญ่ที่มีแขกมากมายเจ้าภาพอาจจะบุโต๊ะไว้เพื่อจัดให้กลุ่มแขกที่รู้จักกันได้นั่งด้วยกัน ตามปกติปริมาณและประเภทอาหารที่บริการในโต๊ะจีนจะเตรียมไว้ให้แขกได้อิมท็อง แต่เนื่องจากต้องรับประทานด้วยกัน จึงต้องรอให้แขกมาครบก่อนจึงจะเริ่มเสิร์ฟพร้อมกัน ช่วงเวลาบริการจะยาวนานกว่าเพราะต้องรอเสิร์ฟอาหารเป็นลำดับจนกว่าจะครบ ( ไม่ต่ำกว่า 1 1/2-2 ชั่วโมง )

ในงานเลี้ยงตามโรงแรมขนาดใหญ่นิยมเสิร์ฟในเวลาอาหารค่ำ ซึ่งจะเริ่มประมาณ 19-20.00 น . เป็นต้นไป จึงจะจบรายการอาหาร การคิดราคาอาหารจะคิดราคาต่อโต๊ะ

**โต๊ะจีน** ปัจจุบันนี้ไม่ว่างานแต่งงานใหญ่หรือเล็กรูปแบบการบริการจัดเลี้ยงประเภทโต๊ะจีนมักอยู่แผนการจัดงานฉลองสมรสอันดับแรกของของคู่บ่าวสาว สำหรับขั้นตอนในเลือกใช้บริการโต๊ะจีนนั้นต้องดูจากงบประมาณที่เตรียมไว้ ราคาโต๊ะ เมนูอาหาร และความสะดวกสมผลในการเลือกใช้บริการ

### ข้อดี

- เหมาะสำหรับงานที่แขกผู้ใหญ่เยอะ เพราะว่ามีเก้าอี้นั่งและบริการในการเสิร์ฟอาหาร ไม่ต้องไปเดินตักเองและไม่ต้องยืนรับประทานอาหาร ดูไม่วุ่นวายและเป็นระเบียบเรียบร้อย
- แขกจำนวนมากชื่นชอบ เพราะนั่งสบายอาหารหลากหลายอย่างและทานได้อิ่มท้อง
- ยังมีอีกหลายคนเข้าใจผิดว่าโต๊ะจีนมักมีราคาแพงและมีค่าใช้จ่ายสูงกว่างานเลี้ยงแบบอื่นๆ หากมีการคำนวณแขกได้อย่างแม่นยำ จริงๆแล้วราคาโต๊ะจีนก็ไม่แพงอย่างที่คิด

### ข้อเสีย

- รองรับแขกได้น้อยเมื่อเทียบกับการจัดงานรูปแบบงานอื่นๆ ในสถานที่เดียวกัน
- การเตรียมงานค่อนข้างยุ่งยากในการกะจำนวนแขกและจัดที่นั่งให้เหมาะสม เพราะหากจองโต๊ะมากหรือน้อยเกินไป จะทำให้เสียค่าใช้จ่ายมากขึ้น เช่นการเสริมโต๊ะเก้าอี้ การเตรียมเสิร์ฟอาหารไม่ทันเวลา
- ต้องใช้เวลานานประมาณ 2-3 ชั่วโมง กว่าที่จะเสิร์ฟอาหาร ครบทุกเมนูและแขกอาจต้องหิวท้องรอ เพราะถ้าหากแขกมาไม่ถึง 70 % ของงาน ก็ยังไม่มีเสิร์ฟอาหารจานแรก
- แขกสังสรรค์กันได้เฉพาะในโต๊ะเท่านั้น
- ข้อสุดท้ายหากแขกไปนั่งผิดที่ผิดทาง หรือต้องร่วมโต๊ะกับคนที่ไม่รู้จัก หรือไม่สนิท แขกอาจจะรู้สึกไม่สนุก และอาจจะทำให้บรรยากาศในงานกร่อยได้

**สรุป** การจัดเลี้ยงแบบโต๊ะจีนนั้นเหมาะสำหรับงานที่เป็นทางการมีแขกผู้ใหญ่มาร่วมงานเป็นจำนวนมาก รายการอาหารเหมาะสมดูดีราคาไม่แพงสมเหตุสมผล แต่ข้อควรระวังในการเลือกจัดเลี้ยงแบบโต๊ะจีนคือ ต้องมีผู้ที่เชิญแขกไปนั่งที่โต๊ะตามป้ายชื่อ เพื่อกันไม่ให้แขกที่ไปร่วมงานนั่งกระจาย เพราะจะมีปัญหาโต๊ะไม่เต็ม

## การจัดวางอุปกรณ์เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร

### ขั้นตอนการจัดวางอุปกรณ์เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารค้ำแบบทางการ

**ขั้นตอนที่ 1** – วางจานหลักที่ใช้ในการบริการอาหารบนที่รองจานแล้ววางช้อนด้วยจานชามซूपหรือชามสลัดด้านบน สำหรับจานบริการนั้นสามารถใช้เป็นจานอาหารค้ำด้วยก็ได้ แต่ถ้าจะให้ดูเป็นทางการแล้วจะมีการเปลี่ยนเอาจานบริการออกก่อนที่จะเสิร์ฟอาหารจานหลักที่จะนำมาวางแทนที่

**ขั้นตอนที่ 2** – ด้านขวามือของจานบริการ จะวางมีดอาหารค้ำ มีดสลัด ช้อนอาหารค้ำ และช้อนซूप เรียงกันจากขอบจานด้านขวามือออกไปด้านนอกตามลำดับ

**ขั้นตอนที่ 3** – ด้านซ้ายมือของจานบริการ วางช่อมอาหารค้ำ ช่อมสลัด เรียงกันจากขอบจานด้านซ้ายมือออกไปด้านนอกตามลำดับ

**ขั้นตอนที่ 4** – มุมบนด้านซ้ายมือวางจานขนมปัง และวางมีดเนยหรือมีดแบ่งขนมปังไว้บนขอบจานโดยหันด้ามจับไว้ทางด้านขวามือ

**ขั้นตอนที่ 5** – วางช่อมอาหารหวาน และช้อนอาหารหวานไว้เหนือขอบจานบริการอาหารเรียงขึ้นไปด้านบนตามลำดับ โดยวางสลับกันในแนวนอน หันด้ามจับของช่อมไว้ด้านซ้ายมือ และด้ามจับของช้อนไว้ด้านขวามือ

**ขั้นตอนที่ 6** – วางแก้วเครื่องดื่ม ที่ประกอบไปด้วยแล้วน้ำ แก้วไวน์แดง ไวน์ขาว ที่มุมขวามือด้านบนในลักษณะของสามเหลี่ยม หรือเรียงแถว ถ้ามีแก้วเชมเปญเพิ่มอีก 1 แก้วให้วางไว้ที่มุมขวามือสุด

**ขั้นตอนที่ 7** – วางถ้วยกาแฟพร้อมที่จากรองและช้อนไว้ที่ด้านขวามือสุด

**ขั้นตอนที่ 8** – วางผ้ากันเปื้อนที่พับไว้ในรูปแบบต่างๆ ที่เหมาะสมไว้ในตำแหน่งที่เหมาะสมเช่น บนจานสลัด หรือเหนือที่วางช้อน/ช่อมของหวาน หรือ ด้านซ้ายมือสุดของแต่ละที่

**หมายเหตุ** - การจัดเตรียมอุปกรณ์บนโต๊ะอาหารที่กล่าวมาข้างต้นนั้นอาจจะมีอุปกรณ์เพิ่มเติมให้มีความเหมาะสมกับประเภทอาหารที่จะเสิร์ฟด้วย เช่น อุปกรณ์สำหรับอาหารประเภทปลา เป็นต้น

สำหรับห้องอาหารของโรงแรม การจัดโต๊ะสำหรับรับประทานอาหารค่ำอย่างเป็นทางการที่ครบถ้วนถูกต้องตามแบบแผน และมีการตกแต่งประดับประดาโต๊ะอาหารอย่างสวยงาม หรรษา จะช่วยสร้างบรรยากาศที่ดี และช่วยดึงดูดสายตาผู้ที่พบเห็นให้เข้ามาใช้บริการได้เป็นอย่างดี

ที่มา: ihotelguru, 2558

จาก [http://www.ihotelguru.com/index.php?option=com\\_k2&view=item&id=87:table-setting-for-formal-dinner](http://www.ihotelguru.com/index.php?option=com_k2&view=item&id=87:table-setting-for-formal-dinner)

## มารยาทในการรับประทานอาหาร

### อาหารที่สามารถใช้มือหยิบจับได้

1. **ขนมปัง:** ใช้มือบีบแผ่นขนมปังที่หั่นแล้ว ขนมปังก้อน หรือมัฟฟินออกเป็นสองส่วน หรือบีบเป็นชิ้นเล็กๆ แล้วค่อยทาน
2. **เบคอน:** ถ้าเป็นเบคอนติดมันให้รับประทานด้วยมีดและส้อม แต่ถ้าเป็นเบคอนกรอบ ให้ใช้ส้อมแบ่งเป็นชิ้นแล้วใช้มือหยิบขึ้นรับประทาน
3. **อาหารที่ใช้มือหยิบ:** รอดูให้เจ้าภาพเริ่มลงมือก่อน ถ้าอาหารวางรวมอยู่ในจานใหญ่ ให้นำมาวางในจานของคุณก่อนจะหยิบขึ้นรับประทาน
4. **อาหารที่ต้องรับประทานด้วยมือ:** เช่น ข้าวโพดฝัก ซีโรงหมู กุ้งลือสเตอร์ หอยกาบ และหอยนางรมเสิร์ฟพร้อมเปลือก ปีกไก่ และเนื้อติดกระดูก (ในกรณีไม่เป็นทางการ) แซนด์วิช ผลไม้บางชนิด มะกอก ขึ้นฉ่ายฝรั่ง แครกและคูกี้แห้งๆ

### การนำสิ่งที่รับประทานไม่ได้ออกจากปาก เช่น

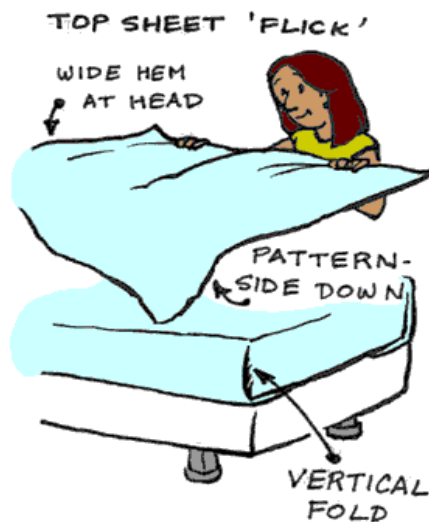
1. **เมล็ดในของมะกอก:** ค่อยๆ คายลงในฝ่ามือแล้ววางลงบนจานของตัวเอง
2. **กระดูกไก่:** ใช้ส้อมเพื่อนำกระดูกไปวางคั่นลงในจาน
3. **ก้างปลา:** ใช้มือหยิบก้างปลาออก
4. **ชิ้นอาหารขนาดใหญ่:** สำหรับกระดูกหรืออาหารชิ้นใหญ่ที่คุณทานไม่ลงจริงๆ ควรแอบคายลงในผ้าเช็ดปากเพื่อให้ไม่มีใครเห็น

## เทคนิคหรือขั้นตอนการปูเตียง (Bed Arrangement)

ส่วนประกอบของชุดเครื่องนอน

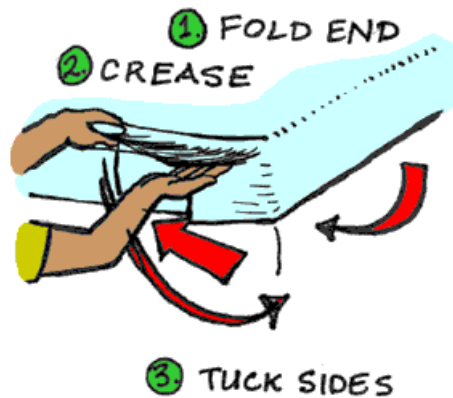
1. Bottom Sheet ผ้าปูที่นอน
- 2 Blanket ผ้าห่ม
3. Top Sheet ผ้าหุ้มที่นอน
4. Bed Spread ผ้าคลุมที่นอน
5. duvet ผ้านวม

การปูที่นอนแบบมาตรฐาน

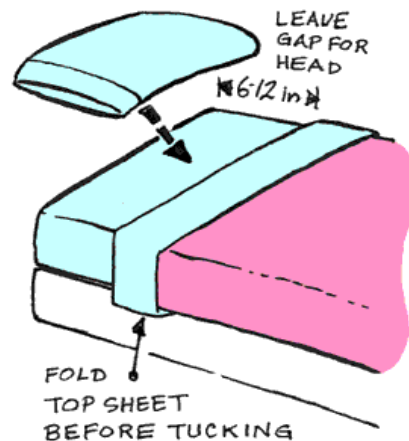


Top Sheet จะเป็นผ้าชนิดเดียวกับผ้าปูที่นอนแต่ไม่เย็บมุม ปูทับบนผ้าปูที่นอน

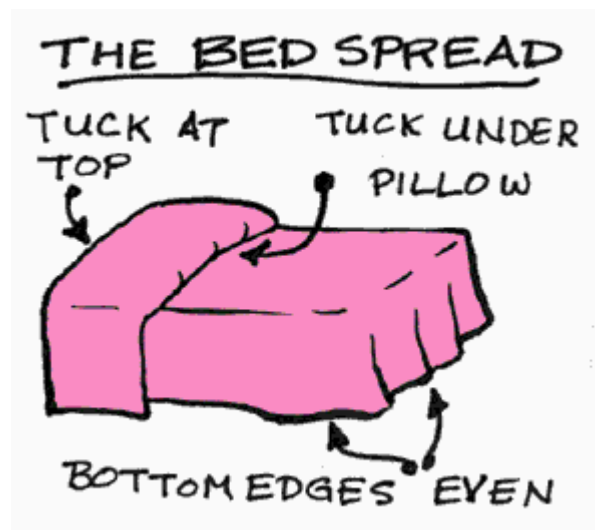
### HOSPITAL CORNERS



Bottom Sheet ผ้าปูที่นอนมี 2 แบบคือ แบบไม่รัดมุม และ แบบรัดมุม แบบไม่รัดมุมการปูมุมที่นอนดังรูป เรียกว่า แบบ "Hospital corner" ถ้ามีผ้าปูแบบรัดมุมมียางยึดอยู่ข้างใต้ ปูง่ายกว่าไม่ต้องพับ



นำผ้าห่มปูทับบน top sheet  
แล้วพับดังรูป  
สอดปลายผ้าทั้งสองด้านเข้าใต้ที่  
นอน เว้นบริเวณหัวเตียงสำหรับ  
วางหมอน 6-12 นิ้ว  
อาจใช้ top sheet 2 ชั้น ประกบ  
ผ้าห่มเพื่อกันฝุ่น



นำผ้าคลุมที่นอนมาปูทับข้างบนสุดอีกครั้ง



ภาพ 32 ผ้าคลุมบนสุด

เทคนิคหรือขั้นตอนการปูเตียง ต้องมีเครื่องนอนที่ครบชุดดังนี้

- ผ้าปูที่นอน Bottom Sheet
- ผ้าห่ม Blanket
- ผ้าห่มที่นอน Top sheet
- ผ้าคลุมที่นอน Bed Spread
- ผ้านวม Duvet

เมื่อเตรียมเครื่องนอนเสร็จก็มาถึงขั้นตอนการปู การปูมีด้วยกัน 2 แบบ แบบเรียกคือ แบบรัดมุม และแบบที่สองคือ แบบไม่รัดมุม

1. แบบไม่รัดมุมจะมีชื่อเรียกอีกอย่างว่า “Hospital Corner”
2. แบบรัดมุมจะเป็นแบบที่ปูง่ายกว่า เพราะเวลาปูจะมียางยึดยึดกับข้างใต้ของมมูมเพียง

ผ้าห่มที่นอน หรือ Top Sheet จะเหมือนกับผ้าปูที่นอน แต่ไม่มีการเย็บมุมใดๆ ใช้ปูทับผ้าปูที่นอน เอาผ้าห่มปูทับ Top Sheet และพับขอบผ้าห่มยัดลงไปใต้ที่นอนเหลือที่ด้านบนไว้วางหมอนเสร็จแล้ว เอาผ้าคลุมเตียงมาปูทับด้านบนสุด เป็นอันเสร็จแล้ว กับเตียงที่นอนที่สวยงามเหมือนโรงแรม ทำให้รู้สึกอยากนอนตลอดเวลา



ภาพ 33 การจัดเตียงแบบมาตรฐาน

# Hotel Industry in Thailand

ประเทศไทยมีการพัฒนาการท่องเที่ยวมายาวนาน ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2493 (ค.ศ. 1950) มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ 81,000 คน ต่อมาในปี พ.ศ. 2516 (ค.ศ. 1973) มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติมากกว่า 1 ล้านคน และในอีก 8 ปีต่อมา หรือปี พ.ศ. 2524 (ค.ศ. 1981) มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่ม มากขึ้น 2 เท่า คือ ประมาณ 2 ล้านคน หลังจากนั้น ภายในระยะเวลาไม่ถึง 10 ปี คือ ในปี พ.ศ. 2533 (ค.ศ. 1990) ประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยว ต่างชาติเพิ่มขึ้นอีก 2 เท่าเป็น 5.3 ล้านคน และในปี พ.ศ. 2544 (ค.ศ. 2001)

มีจำนวนเพิ่มขึ้นถึงระดับ 10 ล้านคน โดยอีก 11 ปีให้หลัง คือในปี พ.ศ. 2555 (ค.ศ.2012) จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทยเพิ่มขึ้นอีก 2 เท่าเมื่อเทียบกับจากปี พ.ศ. 2544 (ค.ศ. 2001) คือ 22.3 ล้านคน

ปี 2556 นับเป็นปีที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยฟื้นตัวต่อเนื่องจากปลายปี 2555 ตั้งแต่เดือนมกราคม ถึง กันยายนนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 23.16 อย่างไรก็ตาม จากการบังคับใช้กฎหมายด้านการท่องเที่ยวของจีนรวมถึงสถานการณ์ทางการเมืองภายในประเทศที่เริ่มก่อตัว ในเดือนตุลาคม และทวีความรุนแรงขึ้นเรื่อยๆ ส่งผลให้อัตราการเติบโตของนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ ตั้งแต่ เดือนตุลาคม ถึง ธันวาคม ลดลงเหลือเพียงร้อยละ 10.70

ธุรกิจการท่องเที่ยวสามารถแตกแขนงหรือจำแนกออกเป็นธุรกิจต่าง ๆ มากมาย เช่น ธุรกิจโรงแรมและภัตตาคาร ธุรกิจการค้าของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง ธุรกิจการคมนาคมขนส่ง ธุรกิจบริการท่องเที่ยว และธุรกิจแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศเป็นต้น ทั้งนี้ธุรกิจที่สามารถทำรายได้มากที่สุด คือ รายขายของที่ระลึกและธุรกิจโรงแรม

จากข้อมูลที่น่าสนใจโดย STR Global at the Thailand Tourism Forum (Feb 2013) พบว่า ในปี พ.ศ. 2555 (ค.ศ. 2012) ประเทศไทย มีอัตราการเติบโตของสัดส่วนระหว่างรายรับต่อจำนวนห้องพักสูงเป็น อันดับ 1 ในภูมิภาคเอเชีย คือ เพิ่มขึ้น 15.4%

เมื่อพิจารณาด้านการลงทุนธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยในช่วงปีนี้และปีต่อไป พบว่า ยังคงมีการขยายตัวของการลงทุนอย่างต่อเนื่อง ทำให้สามารถ คาดการณ์สถานการณ์ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวภาพรวมของประเทศได้ว่า จะยังคงมีการเติบโตต่อไปได้อย่างต่อเนื่อง โดยตามรายงานของ STR Global นั้น ได้นำเสนอข้อมูลที่น่าสนใจของสถานการณ์ของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยในปัจจุบัน

ธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยโดยเฉพาะโรงแรมที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ๆ อย่างเช่น กรุงเทพฯ ภูเก็ต และพัทยา ซึ่งเป็นพื้นที่เป้าหมายมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ส่งผลให้มีการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมรายเก่าและใหม่มากมาย ซึ่งทิศทางของโรงแรมขนาดใหญ่ในปี 2557 นี้ จะเป็นไปในลักษณะของการมุ่งขยายไปยังกลุ่มธุรกิจโรงแรมระดับสามดาวมากขึ้น เพื่อรองรับการเพิ่มขึ้นของฐานนักท่องเที่ยวระดับกลาง อีกทั้งการลงทุนโรงแรมระดับสี่ดาวขึ้นไปภายใต้

ภาวะความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจ จึงส่งผลให้โรงแรมขนาดใหญ่เลือกขยายการลงทุนไปยังโรงแรมในกลุ่มสามดาว เพราะใช้เงินลงทุนที่ต่ำ และค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาโรงแรมที่ต่ำกว่าโรงแรมระดับสี่ดาวขึ้นไป

สำหรับแนวโน้มการมุ่งขยายธุรกิจไปยังโรงแรมระดับสามดาวจะส่งผลต่อผู้ประกอบการโรงแรมขนาดใหญ่ จากเดิมที่ผู้ประกอบการมีสัดส่วนรายได้มาจากการจัดประชุม สัมมนา และนิทรรศการต่างๆ และรายได้จากผู้เข้าพัก จึงส่งผลให้มีแนวโน้มการมุ่งขยายธุรกิจไปยังโรงแรมระดับสามดาวของผู้ประกอบการโรงแรมขนาดใหญ่ เพราะมีความพร้อมด้านชื่อเสียง ประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจและเงินทุน จึงส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็ก ที่มีความสามารถในการแข่งขันในระดับที่ต่ำกว่า สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์โดยต้องมุ่งนำเสนอความคุ้มค่าสำหรับนักท่องเที่ยว มีการการปรับปรุงสถานประกอบการ และคุณภาพในการให้บริการให้ที่เทียบเท่ากับโรงแรมขนาดใหญ่ นอกจากนี้แล้วธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็กจะต้องเตรียมความพร้อมรับมือกับการตัดราคากระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมระดับสามดาวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว และจำนวนผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมระดับสามดาวในตลาดที่มีมากขึ้น

ฉะนั้นธุรกิจโรงแรมที่มีการให้บริการบุคลากรเป็นสิ่งสำคัญอย่างมากที่จะช่วยส่งเสริมความพึงพอใจของลูกค้า และจะต้องเน้นการพัฒนาให้ความรู้บุคลากรในด้านภาษาและทักษะการทำงาน เช่น เปิดสอนภาษาอังกฤษในหัวข้อที่เกี่ยวกับการสื่อสารกับลูกค้า มีการสอนงานภายในแผนก เช่น การปูเตียง ตำแหน่งการจัดอุปกรณ์ในห้องพักของลูกค้า เพราะหากมีการบริการที่ดีก็จะทำให้นักท่องเที่ยวสนใจที่จะเข้ามาพักกับโรงแรมของตนเพิ่มขึ้น

ภาพรวมธุรกิจ ปี 2557 ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทมีจำนวนธุรกิจที่ดำเนินกิจการอยู่ทั่วประเทศ จำนวน 6,085 ราย โดยแบ่งเป็น บริษัทจำกัด 5,208 ราย คิดเป็นร้อยละ 85.6 รองลงมา ห้างหุ้นส่วนจำกัด/ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล 859 ราย และบริษัทมหาชนจำกัด 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.1 และ 0.3 ตามลำดับ มูลค่าทุนจดทะเบียนนิติบุคคลคงอยู่ มีจำนวน 319,695 ล้านบาท แบ่งเป็น บริษัทจำกัด จำนวน 293,805 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 92 รองลงมา ห้างหุ้นส่วนจำกัด/ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล จำนวน 6,861 ล้านบาท และบริษัทมหาชนจำกัด 19,029 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 2 และ 6 ตามลำดับ

ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท มีจำนวนการจัดทะเบียนจัดตั้งอยู่ในภาคใต้สูงสุด ร้อยละ 27 รองลงมาได้แก่ กรุงเทพมหานคร และภาคตะวันออก คิดเป็นร้อยละ 25 และ 16 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาจากมูลค่าทุนแล้ว พบว่า กรุงเทพมหานคร มีมูลค่าทุนจดทะเบียนสูงสุด ร้อยละ 61 รองลงมา ภาคใต้ และภาคเหนือ คิดเป็นร้อยละ 19 และ 6 ตามลำดับ ตารางแสดงจำนวนและมูลค่าทุนจดทะเบียนนิติบุคคลคงอยู่ของธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท

ผลประกอบการและอัตราส่วนทางการเงิน เมื่อพิจารณาถึงผลประกอบการและอัตราส่วนทางการเงิน พบว่า ธุรกิจนี้ยังมีผล ประสิทธิภาพขาดทุน แต่อย่างไรก็ตามอัตราส่วนรายได้ได้มีการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยปี 2556 คาดว่า อัตราส่วนรายได้จะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น แม้จะได้รับผลกระทบจากปัญหาความไม่สงบทางการเมือง และส่วน อัตราหมุนเวียนของสินทรัพย์รวมและอัตราส่วนสินทรัพย์รวมต่อผู้ถือหุ้น มีค่าสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ที่มา: กรมการท่องเที่ยว, 2558

สิงหาคม 2557 ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท มีมูลค่าทุนจดทะเบียนสูงถึง 1,872 ล้านบาท ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีการจดทะเบียนสูงเป็นอันดับ 2 ของทุนจดทะเบียนจัดตั้งทั้งหมดในเดือนนี้ โดยมีจำนวนการจัดตั้งทั้งหมด 71 ราย เมื่อพิจารณาถึงอัตราผลตอบแทนของธุรกิจไม่ว่าจะเป็นอัตราหมุนเวียนของสินทรัพย์ อัตราส่วนสินทรัพย์รวม อัตราทุนหมุนเวียน มีอัตราผลตอบแทนที่ดีสะท้อน ถึงการดำเนินกิจการที่มีประสิทธิภาพ การลงทุนตามสัญญาส่วนใหญ่ เป็นการลงทุนของสัญญาชาติไทย ร้อยละ 96 (308,028 ล้านบาท) และต่างชาติร้อยละ 4 (11,667 ล้านบาท) และต่างชาติที่ร่วมลงทุน สูงสุดได้แก่ ประเทศสิงคโปร์ คิดเป็นร้อยละ 23 ภาพรวมด้านการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจโรงแรม โดยจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและรายได้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 3 ปี ย้อนหลัง (2554 - 2556) มีจำนวนนักท่องเที่ยว และรายได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเป็นนักท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียตะวันออก ร้อยละ 57 ที่เข้ามาในประเทศไทยสูงสุด สรุปแนวโน้มของธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทที่มีแนวโน้มเติบโต เนื่องจากตัวเลขทางเศรษฐกิจปรับตัวดีขึ้น สถานการณ์ทางการเมืองที่มีความชัดเจน นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของ รัฐบาล เช่น ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในช่วงปลายปี ความชัดเจนของนโยบายการลดภาษี เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยว รวมทั้งการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจโรงแรมเพื่อรองรับตลาดที่จะเข้าสู่ AEC ในปี 2558

ที่มา: สำนักข้อมูลธุรกิจ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2557

([http://dbd.go.th/download/document\\_file/Statistic/2557/H26\\_201408.pdf](http://dbd.go.th/download/document_file/Statistic/2557/H26_201408.pdf))

ธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยเผชิญความท้าทายจากการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ชะลอตัวของรัสเซีย และยุโรป ซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวหลัก นอกจากนี้ การขยายธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมยังส่งผลให้การแข่งขันในปี 2558 รุนแรงขึ้น อาจนำมาสู่ภาวะการแข่งขันทางด้านราคา โดยเฉพาะอย่างยิ่ง โรงแรมระดับสามดาว

หากสถานการณ์การเมืองในประเทศไทยมีความสงบเรียบร้อยดังเช่นปัจจุบัน รวมทั้งภาพรวมในตลาดโลกไม่มีปัจจัยร้ายแรงมากระทบบรรยากาศการเดินทางท่องเที่ยว ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดการณ์ว่า จะมีเม็ดเงินสะพัดสู่ธุรกิจโรงแรมในปี 2558 ประมาณ 513,000 - 527,000 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.1 - 10.0 จากปี 2557 โดยการเปิด AEC และมาตรการให้บุคคลธรรมดาและนิติบุคคลสามารถนำรายจ่ายจากการท่องเที่ยวและสัมมนาหักลดหย่อนภาษีได้ เป็นปัจจัยหนุน

สถานการณ์ความไม่แน่นอนทางการเมืองในปี 2557 ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยลดลง สำหรับตลาดนักท่องเที่ยวคนไทยก็ได้รับผลกระทบจากภาวะการชะลอตัวทางเศรษฐกิจ โดยพบว่า รายได้ของโรงแรมที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ในช่วงเดือนมกราคมถึงกันยายนของปี 2557 ส่วนใหญ่ลดลงเกินกว่าร้อยละ 10 เมื่อเปรียบเทียบกับในช่วงเดียวกันของปี 2556 ซึ่งเป็นผลมาจากการลดลงของรายได้จากการเข้าพัก และรายได้จากการเป็นผู้ให้บริการสถานที่จัดงานระดับนานาชาติจากตลาด MICE ต่างชาติ โดยคาดว่า ในช่วงเดือนตุลาคมถึงธันวาคมที่เหลือของปี 2557 ผลประกอบการน่าจะกลับมาขยายตัวจากในช่วงเดียวกันของปี 2556 ได้ เนื่องจากเป็นช่วง High Season ของการท่องเที่ยวและการจัดงานขององค์กรต่างๆ แต่การขยายตัวของผลประกอบการดังกล่าว จะยังไม่สามารถชดเชยผลประกอบการที่ลดลงในช่วง 9 เดือนแรกของปีได้ ส่งผลให้รายได้ของโรงแรมที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ในภาพรวมของปี 2557 น่าจะยังคงเติบโตอย่างติดลบ ถึงแม้ว่าโรงแรมที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์บางราย ได้มีการลดความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจผ่านการกระจายการลงทุนธุรกิจโรงแรมไปยังต่างประเทศในปี 2557 แล้วก็ตาม

จับตาธุรกิจโรงแรมปี 58 เศรษฐกิจของประเทศไทยที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักของไทยชะลอตัวลงและการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการที่รุนแรงมากขึ้น เป็นความท้าทายสำหรับในปี 2558 นี้ ตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวยังประเทศไทยใน

ภาพรวมน่าจะฟื้นตัวจากปี 2557 แต่ก็ยังมีแรงกดดันธุรกิจโรงแรมจากเศรษฐกิจของประเทศที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักของประเทศไทยชะลอตัวลง รวมถึงการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการจำนวนมาก ยังส่งผลให้การแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมมีความรุนแรงยิ่งขึ้น ดังรายละเอียดต่อไปนี้

**ธุรกิจโรงแรมเผชิญความท้าทายจากเศรษฐกิจของประเทศที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักของไทยชะลอตัวลง**

ในปี 2558 นี้ การเติบโตทางเศรษฐกิจที่ชะลอตัวของต่างประเทศที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักของประเทศไทยที่เกิดขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง รัสเซีย และยุโรป ส่งผลให้นักท่องเที่ยวจากประเทศดังกล่าวมีแนวโน้มเดินทางท่องเที่ยวลดลง ซึ่งนักท่องเที่ยวจากยุโรปเป็นกลุ่มที่มีงบประมาณในการเดินทางท่องเที่ยวต่อคนต่อวันอยู่ในระดับสูง และมีระยะเวลาท่องเที่ยวในประเทศไทยยาวนาน อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจโรงแรมระดับกลางขึ้นไปที่มีรายได้จากการให้บริการนักท่องเที่ยวจากยุโรปเป็นหลัก ในขณะที่ธุรกิจโรงแรมที่ไม่ได้พึ่งพารายได้จากการให้บริการนักท่องเที่ยวจากยุโรปเป็นหลักอาจไม่ได้รับผลกระทบมากนัก

แหล่งท่องเที่ยวชายทะเลที่สำคัญ ได้แก่ พื้นที่พัทยา มีสัดส่วนนักท่องเที่ยวจากยุโรปประมาณร้อยละ 54 ของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด จังหวัดสุราษฎร์ธานี (เกาะสมุย เกาะพะงัน และเกาะเต่า) มีสัดส่วนนักท่องเที่ยวจากยุโรปประมาณร้อยละ 51 ของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด และจังหวัดภูเก็ตมีสัดส่วนนักท่องเที่ยวจากยุโรปประมาณร้อยละ 40 ของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด จึงกล่าวได้ว่า ธุรกิจโรงแรมที่มีสถานประกอบการกระจุกตัวอยู่ในพื้นที่ที่มีนักท่องเที่ยวรัสเซีย และยุโรปจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ธุรกิจโรงแรมพื้นที่พัทยา สุราษฎร์ธานี (เกาะสมุย เกาะพะงัน และเกาะเต่า) และภูเก็ต อาจได้รับผลกระทบจากแนวโน้มการลดลงของนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าว แม้ว่าการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวจีนจะสามารถชดเชยการลดลงของจำนวนนักท่องเที่ยวจากยุโรปได้บางส่วน แต่ก็พบว่า นักท่องเที่ยวจีนยังมีงบประมาณในการเดินทางท่องเที่ยวต่อคนต่อวันไม่สูงมากนัก ส่งผลให้ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมต้องเตรียมพร้อมรับมือต่อการลดลงของรายได้ที่อาจเกิดขึ้น

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า ในปี 2558 นี้ การท่องเที่ยวในประเทศไทยจากนักท่องเที่ยวต่างชาติน่าจะมีแนวโน้มฟื้นตัวได้ช้า เนื่องจากต้องรอการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจของประเทศดังกล่าวไปอีกระยะ การท่องเที่ยวในประเทศไทยจากนักท่องเที่ยวต่างชาติจึงน่าจะกลับมาคึกคักได้ดังเดิม

การเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการจำนวนมาก อาจนำมาสู่การแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น และเกิดภาวะการแข่งขันทางด้านราคา โดยเฉพาะอย่างยิ่ง โรงแรมระดับสามดาว การแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมในปี 2558 นี้ มีแนวโน้มรุนแรงมากขึ้น มีการขยายธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมรายเดิมในตลาดครอบคลุมตั้งแต่โรงแรมระดับห้าดาวไปจนถึงโรงแรมระดับสามดาวแล้ว ยังมีการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมรายใหม่ และการขยายธุรกิจของผู้ประกอบการในธุรกิจที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่หันมาขยายธุรกิจสู่ธุรกิจโรงแรมมากขึ้น

นอกจากนี้ ธุรกิจโรงแรมยังต้องจับตามองทางเลือกในการใช้บริการที่พักที่หลากหลายขึ้น ยกตัวอย่างเช่น ความนิยมซื้อคอนโดมิเนียมและบ้านพักในแหล่งท่องเที่ยวหลักของนักท่องเที่ยวคนไทย ความนิยมเช่าคอนโดมิเนียมและเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ การปล่อยให้เช่าคอนโดมิเนียมและบ้านพักโดยตรงจากเจ้าของผ่านเว็บไซต์ที่เป็นศูนย์กลาง เป็นต้น ซึ่งส่งผลกระทบต่ออัตราการเข้าพักโรงแรม ประกอบกับนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มนิยมจองห้องพักผ่านอินเทอร์เน็ตในนาทีสุดท้ายเพื่อให้ได้ราคาถูกที่สุด

สถานการณ์ดังกล่าว นำมาซึ่งการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมที่รุนแรงมากขึ้น ส่งผลให้อาจเกิดภาวะห้องพักล้นตลาดในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว และยังสามารถนำมาสู่ภาวะการแข่งขันทางด้านราคา โดยเฉพาะอย่างยิ่ง โรงแรมระดับสามดาว ซึ่งมีความเสี่ยงในการเกิดภาวะการแข่งขันทางด้านราคาระหว่างผู้ประกอบการในระดับสูงกว่าโรงแรมในระดับสี่ดาวขึ้นไป ท่ามกลางแนวโน้มที่เซกเตอร์โรงแรมขนาดใหญ่ขยายธุรกิจไปยังกลุ่มโรงแรมระดับสามดาวมากขึ้น เพื่อลดความเสี่ยงในการลงทุนและเตรียมพร้อมรองรับการเพิ่มขึ้นของฐานนักท่องเที่ยวระดับกลาง นำมาซึ่งความจำเป็นสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมในการเตรียมปรับตัวรับมือกับการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง โรงแรมขนาดกลางและเล็ก ที่จะได้รับผลกระทบโดยตรงจากการแข่งขันจากโรงแรมระดับสามดาวที่มาจากการขยายธุรกิจของเซกเตอร์โรงแรมขนาดใหญ่

คาดว่าปี 58 ธุรกิจโรงแรมเติบโต 7.1 - 10.0% ... ปัจจัยหนุนจากการเปิด AEC และมาตรการนำรายจ่ายจากการท่องเที่ยวและสัมมนามาหักลดหย่อนภาษี ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า ในปี 2558 ยังมีปัจจัยหนุนธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย ทั้งจากการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และมาตรการให้บุคคลธรรมดาและนิติบุคคลสามารถนำรายจ่ายจากการท่องเที่ยวและสัมมนามาหักลดหย่อนภาษีได้ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

♣ ธุรกิจโรงแรมมีโอกาสจากการเปิด AEC ในช่วงของการนับถอยหลังสู่การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปลายปี 2558 จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวและผู้เดินทางสัญชาติอาเซียนซึ่งเป็นตลาดหลักของภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทยอยู่แล้ว เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มสูงขึ้น ทั้งแหล่งท่องเที่ยว พื้นที่ศูนย์กลางทางธุรกิจ และพื้นที่ชายแดน รวมถึงการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนยังเอื้ออำนวยให้การลงทุนธุรกิจโรงแรมโดยผู้ลงทุนจากประเทศสมาชิกอาเซียนเป็นไปได้สะดวกขึ้น ในขณะที่ ประเทศไทยยังคงเป็นเป้าหมายในการลงทุนธุรกิจโรงแรมที่สำคัญของภูมิภาค

เมื่อพิจารณาถึงการขยายการลงทุนธุรกิจโรงแรม ก็พบว่า เซนโรงแรมขนาดใหญ่ได้มีการขยายการลงทุนธุรกิจโรงแรมไปยังประเทศสมาชิกอาเซียนที่มีศักยภาพอยู่แล้ว เช่น มาเลเซีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ เป็นต้น ในขณะที่ ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและเล็กอาจใช้โอกาสจากการที่ภาคส่วนต่างๆมีความพยายามในการสร้างร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านผลักดันให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศอย่างเชื่อมโยงภายในภูมิภาคอาเซียน ขยายโอกาสทางธุรกิจเพื่อให้บริการรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเชื่อมโยงภายในภูมิภาคอาเซียน ยกตัวอย่างเช่น การสร้างเครือข่ายโรงแรมขนาดกลางและเล็กในอาเซียนด้วยกัน การจัดแพ็คเกจการท่องเที่ยวร่วมกันกับโรงแรมขนาดกลางและเล็กในอาเซียน เป็นต้น

♣ ตลาดไทยเที่ยวไทยน่าจะเป็นตัวช่วยหนุนธุรกิจโรงแรมในปี 2558 ได้สำหรับรายได้จากการเข้าพักจากนักท่องเที่ยวคนไทยนั้น แม้ว่าภาวะการชะลอตัวทางเศรษฐกิจจะส่งผลกระทบต่อเนืองมาয়ธุรกิจโรงแรมอย่างหลีกเลี่ยงมิได้ แต่ในปี 2558 นี้ ผู้ให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำน่าจะมีการกระตุ้นนักท่องเที่ยวคนไทยให้เดินทางท่องเที่ยวกันอย่างคึกคัก อีกทั้งการประกาศใช้มาตรการให้บุคคลธรรมดาและนิติบุคคลสามารถนำรายจ่ายจากการท่องเที่ยวและสัมมนามาหักลดหย่อนภาษีได้ ซึ่งมีผลบังคับใช้ถึงวันที่ 31

ธันวาคม 2558 จะเป็นหนึ่งในตัวช่วยที่กระตุ้นตลาดธุรกิจโรงแรมในปี 2558 ได้ ทั้งจากการท่องเที่ยวโดยนักท่องเที่ยวทั่วไป และนักท่องเที่ยวกลุ่มองค์กร จึงกล่าวได้ว่า ท่ามกลางภาวะการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ชะลอตัวลงของต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง รัสเซีย และ ยุโรป ที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักของประเทศไทย รวมถึงการจัดงานระดับนานาชาติจากตลาด MICE ต่างชาติที่ยังไม่ฟื้นตัว ตลาดภายในประเทศไทยเองน่าจะเป็นตัวช่วยหนุนธุรกิจโรงแรมในปี 2558 ได้

ดังนั้น หากสถานการณ์การเมืองในประเทศไทยมีความสงบเรียบร้อยดังเช่นปัจจุบัน รวมทั้งภาพรวมในตลาดโลกไม่มีปัจจัยร้ายแรงมากระทบบรรยากาศการเดินทางท่องเที่ยว ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดการณ์ว่า จะมีเม็ดเงินสะพัดสู่ธุรกิจโรงแรมในปี 2558 ประมาณ 513,000 - 527,000 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.1 - 10.0 จากปี 2557 ที่คิดเป็นมูลค่า 479,000 ล้านบาท โดยเป็นเม็ดเงินสะพัดสู่ธุรกิจโรงแรมจากนักท่องเที่ยวต่างชาติประมาณ 344,000 - 353,000 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.9 - 7.6 จากปี 2557 ที่คิดเป็นมูลค่า 328,000 ล้านบาท และเป็นเม็ดเงินสะพัดสู่ธุรกิจโรงแรมจากนักท่องเที่ยวคนไทยประมาณ 169,000 - 174,000 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.9 - 15.2 จากปี 2557 ที่คิดเป็นมูลค่า 151,000 ล้านบาท

การเติบโตของเม็ดเงินสะพัดสู่ธุรกิจโรงแรมในปี 2558 ดังกล่าว ส่วนหนึ่งยังเป็นผลมาจากการฟื้นตัวจากปี 2557 ที่เม็ดเงินสะพัดสู่ธุรกิจโรงแรมหดตัวลงร้อยละ 2.6 ซึ่งเป็นผลมาจากสถานการณ์ความไม่แน่นอนทางการเมือง และภาวะการชะลอตัวทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในปีที่ผ่านมา

ธุรกิจโรงแรมระวังความเสี่ยงจากการพึ่งพานักท่องเที่ยวประเทศใดประเทศหนึ่งมากเกินไป และการแข่งขันด้านราคา...การส่งเสริมจากภาครัฐสะท้อนโอกาสของโรงแรมในหัวเมืองรอง

## สรุป

ปี 2558 จะเป็นปีแห่งความท้าทายสำหรับธุรกิจโรงแรม ส่งผลให้ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมต้องจับตามองสถานการณ์ต่างๆอย่างใกล้ชิด โดยการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ชะลอตัวของต่างประเทศที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักของประเทศไทยเป็นปัจจัยกดดันธุรกิจโรงแรม ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมต้องระมัดระวังความเสี่ยงจากการประกอบธุรกิจที่มีการพึ่งพาลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติประเทศใดประเทศหนึ่งมากเกินไป ที่อาจส่งผลกระทบต่อรายได้ของผู้ประกอบการในกรณีที่จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักลดลง อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในแหล่งท่องเที่ยว พื้นที่ศูนย์กลางทางธุรกิจ และพื้นที่ชายแดน สามารถลดความเสี่ยงจากการพึ่งพาลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติประเทศใดประเทศหนึ่งมากเกินไป ผ่านการขยายตลาดไปยังนักท่องเที่ยวและผู้เดินทางระหว่างประเทศสัญชาติอาเซียนที่มีแนวโน้มเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มสูงขึ้นจากการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน รวมถึงผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมอาจให้ความสำคัญกับการเพิ่มรายได้จากตลาดภายในประเทศ ทั้งรายได้จากการเข้าพัก และรายได้จากการเป็นผู้ให้บริการสถานที่จัดงานต่างๆ

อีกทั้งยังมีความเสี่ยงสำคัญที่ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมต้องระมัดระวังในปี 2558 นี้ ได้แก่ ภาวะการแข่งขันทางด้านราคา โดยเฉพาะอย่างยิ่ง โรงแรมระดับสามดาว ซึ่งเป็นผลมาจากการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมจำนวนมากอย่างต่อเนื่องมาจากในปี 2557 ที่ผ่านมา ทั้งนี้ ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมระดับสามดาวอาจขูดขยายโดยกำหนดตำแหน่งการแข่งขันในด้านการเป็นโรงแรมที่สามารถตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของนักท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น อยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวก มีสิ่งอำนวยความสะดวกบริการอย่างครบครัน เป็นต้น เพื่อสร้างภาพลักษณ์ในด้านความคุ้มค่าในสายตาของนักท่องเที่ยว ที่จะส่งผลให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างความแตกต่างจากโรงแรมระดับสามดาวทั่วไป ซึ่งส่วนใหญ่จะมีภาพลักษณ์ในด้านการเป็นที่พักในระดับราคาปานกลางเท่านั้น

นอกจากนี้ การที่นักท่องเที่ยวมีทางเลือกในการใช้บริการที่พักที่หลากหลายขึ้น ส่งผลให้ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมต้องขูดขยายผ่านการนำเสนอกิจกรรมที่สอดคล้องกับรูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ ซึ่งจะเป็นการสร้างความแตกต่างจากการเข้าพักในคอนโดมิเนียม บ้านพัก และเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ ที่ไม่มีการนำเสนอกิจกรรมใน

ระหว่างเข้าพัก แม้ว่าการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมจะมีแนวโน้มรุนแรงมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในแหล่งท่องเที่ยวหลักและพื้นที่ศูนย์กลางทางธุรกิจ แต่จากการที่ภาครัฐส่งเสริมให้ปี 2558 เป็นปีแห่งการท่องเที่ยววิถีไทย ที่จะมีการสนับสนุนให้เกิดการกระจายการท่องเที่ยวไปยังจังหวัดที่เป็นหัวเมืองรองมากขึ้น ได้แก่ ลำปาง เพชรบูรณ์ เลย บุรีรัมย์ ตราด จันทบุรี ชุมพร ตรัง สมุทรสงคราม และราชบุรี ที่นักท่องเที่ยวจะมีการกระจายการท่องเที่ยวจากแหล่งท่องเที่ยวหลักและพื้นที่ศูนย์กลางทางธุรกิจ มาสู่จังหวัดที่เป็นหัวเมืองรองมากขึ้น ถือได้ว่าเป็นโอกาสทางธุรกิจที่สำคัญของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมในพื้นที่ดังกล่าวที่จะให้บริการรองรับนักท่องเที่ยวทั้งคนไทยและต่างชาติ

ที่มา: หนังสือพิมพ์ทันหุ้น (<http://www.thunhoon.com/colum/23576/23576.html>)

### โรงแรมติดอันดับในประเทศไทยและโรงแรมชั้นนำของโลก

#### Top Ten Thai Hotel and The World First Class Hotel



ในอดีตงานอดิเรกของ “เศรษฐีระดับพันล้าน” ของไทยหลายคน นอกจากการสะสมที่ดินผืนงามไว้เป็นแลนด์แบงก์แล้ว ทรัพย์สินอีกประการหนึ่งที่ “เจ้าสัว” เหล่านี้นิยมสะสมไม่แพ้กัน นั่นก็คือ การเป็นเจ้าของโรงแรมหรูในต่างประเทศสักแห่งสองแห่ง บ้างก็ซื้อไว้เป็นการส่วนตัวเพื่อเก็งกำไร บ้างก็ซื้อไว้ในนามบริษัท หรือ กองสัตระกูล เพื่อรับรองลูกค้า

ดังเช่น กลุ่ม ที่ซีซีฯ ของเจริญ สิริวัฒนภักดี ที่ครอบครองโรงแรมหลายแห่งในเอเชีย ยุโรป และอเมริกา หรือ การเข้าซื้อกิจการโรงแรมในลอนดอนของตระกูล “รัตนรักษ์” ในนามต้นสน พร็อพเพอร์ตี้ การซื้อโรงแรมในญี่ปุ่นและพม่าในนามส่วนตัวของ “ชาตรี โสภณพนิช” เป็นต้น

อย่างไรก็ดีการลงทุนที่เกิดขึ้นในอดีตส่วนใหญ่ มักจะเป็นการเทคโอเวอร์มากกว่า ที่จะเข้าไปรับจ้างบริหาร ที่สำคัญเจ้าสัวเหล่านี้เมื่อซื้อแล้วก็มักจะจ้างบริษัทรับจ้างบริหารโรงแรม หรือ “เชน” จากตะวันตกที่มีชื่อเสียงเข้ามาบริหารโรงแรมที่ตัวเองลงทุนไว้

หากแต่ในวันนี้ รูปแบบการลงทุนกิจการโรงแรมในต่างประเทศเริ่มเปลี่ยนไป เมื่อการลงทุนในลักษณะของการไล่ซื้อ หรือ เทคโอเวอร์กำลังถูกแทนที่ด้วยรูปแบบของการรับจ้างบริหารโรงแรม

“ดุสิตฯ ได้เปลี่ยนโจทย์ในการขยายธุรกิจใหม่ โดยวางตัวเป็นบริษัทบริหารโรงแรมมากกว่าเป็นเจ้าของ ด้วยการออกไปเปิดตลาดต่างประเทศมากขึ้น เพราะการไปรับบริหารโรงแรมหรือขยายการลงทุนในต่างประเทศจะช่วยกระจายความเสี่ยงในการลงทุนได้ เนื่องจากมีช่องทางเพิ่มรายได้ในหลายจุด ซึ่งขณะนี้เริ่มเห็นกลุ่มโรงแรมไทยหลายกลุ่มขยายธุรกิจในประเทศเพิ่มขึ้นแล้ว”

ชนินท์ โทณวนิก ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการผู้จัดการ ดุสิตอินเตอร์เนชั่นแนล บอกกับ “ผู้จัดการ 360” องค์กรรายสัปดาห์ หลังจากเผชิญกับวิกฤติการณ์ด้านการเมืองในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา จนต้องปรับยุทธศาสตร์ในการดำเนินธุรกิจเสียใหม่

ขณะที่ สุทธิเกียรติ จิราธิวัฒน์ ประธานคณะกรรมการบริหาร บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน) ประกาศว่า.....

เครือเซ็นทาราต้องการเป็นผู้นำด้านโรงแรมของไทย ดังนั้นจึงตั้งบริษัท เซ็นทาราอินเตอร์เนชั่นแนล แมเนจเมนต์ จำกัด เพื่อตระเวนหาพันธมิตร นักลงทุนโรงแรมทั่วโลก เสนอตัวเข้ารับจ้างบริหาร โดยใช้แบรนด์เซ็นทารา แกรนด์ ระดับ 5 ดาว และทยอยเปิดโรงแรมใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการทุกระดับตั้งแต่ 2-5 ดาว

### ตลาดเมืองไทย

#### โอเวอร์ซัพพลาย

ระยะ 10 ปีหลังอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยเติบโตต่อเนื่องมาตลอด และเป็นประเทศเดียวในเอเชียขยายตัวมากขนาดนี้ ถึงในช่วงที่ผ่านมาเศรษฐกิจจะวิกฤต แต่นักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาสูงถึง 14 ล้านคน หากแต่ในทางกลับกันธุรกิจโรงแรมในเมืองไทยกลับไม่สามารถที่จะดึงดูดการเติบโตจากการเดินทางเข้ามาของนักท่องเที่ยวได้อย่างเต็มที่

สาเหตุสำคัญมาจากการลงทุนสร้างห้องพักในประเทศแต่ละปี ที่มีการลงทุนปีหนึ่ง ๆ ไม่ต่ำกว่า 3,000-4,000 ห้อง ล่าสุดจากการรายงานของสมาคมโรงแรมไทยซึ่งระบุว่าจำนวนห้องพักโรงแรมที่กำลังเกิดขึ้นใหม่ในช่วง 3 ปีต่อจากนี้ไป (2553-2555) เชื่อได้ว่าจะมีไม่ต่ำกว่า 5,000 ห้อง จากปัจจุบันทั่วประเทศมีมากกว่า 5 แสนห้อง

สืบเนื่องมาจากการลงนามเซ็นสัญญาระหว่างโรงแรมไทยกับเซนต่างประเทศซึ่งมีไม่ต่ำกว่า 15 แบรินด์ ซึ่งการเข้ามาของเซนบริหารโรงแรมจากต่างประเทศครั้งนี้กลายเป็นตัวช่วยที่จะเริ่มพัฒนาแบรนด์โรงแรมใหม่ๆรวมไปถึงการนำแบรนด์ตัวใหม่เข้ามาเสนอนักลงทุนโรงแรมในไทยเพื่อรับบริหารมากขึ้น

จากข้อมูลบริษัท คอลลิเออร์ส อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) ได้ระบุถึงซัพพลาย (อุปทาน) ในอนาคตของโรงแรมหรูและโรงแรมระดับบนในปี 2553 ว่า มีห้องพักจำนวนกว่า

1,650 ห้อง มีกำหนดจะแล้วเสร็จในปี 2553 เพิ่มขึ้นจากอุปทานรวมในปี 2552 ประมาณ 12% จำนวนห้องในโรงแรมระดับกลาง จะอยู่ที่ประมาณ 2,500 ห้อง

จากปัญหาด้านการเมืองในประเทศไทยมีผลกระทบโดยตรงต่อตลาดการท่องเที่ยวในปี 2552-2553 โดยเฉพาะในกรุงเทพฯ แต่ในระยะยาว นักลงทุนจำนวนมากยังคงคาดการณ์ในแง่ดีเกี่ยวกับโอกาสในอนาคต และยังคงให้ความสนใจพัฒนาโรงแรมในกรุงเทพฯ ตามกำหนดการจะมีห้องเพิ่ม 9,400 ห้องจาก 48 โครงการ ภายในปี 2556 ประมาณ 50% เป็นโรงแรมระดับกลาง ตามด้วยโรงแรมระดับบน 27% และโรงแรมหรู 23%

จากจำนวนซัพพลายที่เข้ามาสู่ตลาดนั้น ทางฝ่ายวิจัยของคอลลิเออร์ส ยังระบุว่า อาจทำให้เกิดภาวะล้นตลาด จะเป็นสาเหตุให้เกิดการหยุดชะงักสำหรับนักลงทุนที่ปรารถนาจะเข้าสู่ตลาด นักลงทุนในอนาคตควรพิจารณาการลงทุน และให้ความสนใจไปยังผลิตภัณฑ์เฉพาะด้าน เช่น รูปแบบสไตล์บูติกขนาดเล็ก ซึ่งจะทำให้โรงแรมมุ่งเน้นไปยังตลาดเฉพาะกลุ่มหรือพัฒนาที่ดิน ซึ่งมีขนาดใหญ่พอเพื่อหาผลประโยชน์จากลูกค้าในระดับราคาที่ถูกลงกว่าอย่างเช่น เป้าหมายในตลาดไมซ์จากการใช้ห้องจัดเลี้ยง หรือแม้แต่มุ่งเป้าไปยังตลาดเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์

หากมองการเติบโตผ่านจำนวนห้องพัก ถ้าไม่นับโรงแรมที่เปิดใหม่ถือว่าอัตราห้องพักของโรงแรมที่มีอยู่ถือว่าล้นตลาด เนื่องจากวิกฤตการณ์การเมืองทำให้นักท่องเที่ยวไม่เข้ามาไทย ส่วนปัจจัยโรงแรมเปิดใหม่นั้นส่งผลให้ห้องพักล้นตลาดนั้นตนเองมองว่าการจะเปิดโรงแรมไม่ใช่การวางแผนระยะสั้นแบบคิดแล้วเปิดภายในปีสองปี แต่เป็นการวางแผนระยะยาวซึ่งต้องใช้เวลา 3-4 ปีในการวางแผน

จริงๆ จะมีโรงแรมเปิดใหม่ในปี 2551 หลายแห่ง ต้องเลื่อนมาเปิดปี 2554 เนื่องจากเศรษฐกิจ พอมาปีนี้ไม่เปิดไม่ได้แล้ว เพราะเงินทุนเขาจม พอเปิดบ้านเมืองไม่สงบคนไม่เข้ามาห้องพักก็ล้นตลาด ซึ่งปีนี้มีการคาดการณ์กันว่าโรงแรมที่เปิดใหม่จะมีจำนวนห้องพักเพิ่มขึ้น 2,000 ห้อง สำหรับจำนวนห้องพักของทั้งประเทศมีอยู่ประมาณ 500,000 ห้อง เป็นห้องพักในกรุงเทพฯ 70,000-80,000 ห้อง แต่หากรวมเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์เข้าไปแล้วห้องพักในกรุงเทพฯ จะมีถึง 100,000 ห้อง

อย่างไรก็ตามนอกเหนือจากปัญหาการโอเวอร์ซัพพลายของจำนวนห้องพักแล้ว นายกสมาคมโรงแรมไทย ยังเชื่อว่า ปัจจัยอีกประการหนึ่งที่เป็นตัวเร่งให้โรงแรมเหล่านี้ต้องขยายธุรกิจไปยังต่างประเทศมากขึ้น นั่นก็คือ วิกฤติการณ์เมืองไทยในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา

### เซนโรงแรมไทยตอบท้าทายโลก

จากการสำรวจ พบว่า ในขณะนี้มียุทธศาสตร์โรงแรมชั้นนำของไทยหลายแห่งต่างพากันแตกแบรนด์ใหม่ ๆ เพื่อที่รุกหนักในการขยายธุรกิจรับจ้างบริหารโรงแรมไปทั่วโลก

.....เริ่มจากเครือดุสิตรีสอร์ทซึ่งมีชื่อเสียงในการบริหารโรงแรมมากกว่า 60 ปี ได้ประกาศยกระดับเป็นเซนอินเตอร์ ภายใต้ชื่อ "ดุสิต อินเตอร์เนชั่นแนล" โดยมีเป้าหมายปั้นเซนโรงแรมแบบไทยสู่ระดับสากล ภายใต้ 5 แบรนด์ คือ "ดุสิตธานี โฮเต็ล แอนด์ รีสอร์ท"

สำหรับ 5 ดาว "ดุสิตปรีนเซส โฮเต็ล แอนด์ รีสอร์ท" (เป็นแบรนด์ที่ได้จากการรวมแบรนด์กับเครือรอยัลปรีนเซส) ให้บริการ 4 ดาว "ดุสิตดีทู" (Dusit D2) สำหรับโรงแรมบูติกระดับ 5 ดาว "ดุสิตเรสซิเดนซ์" (Dusit Residence) จะรับบริหารเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ในลักษณะเดียวกับที่โรงแรม "ดุสิต เทอร์มินัล โฮเต็ล แอนด์ รีสอร์ท" ใช้บริหารระดับ 6 ดาว โดยสาขาแรกที่ใช้คือที่ดูไบ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์

ปัจจุบัน บริษัท ดุสิต อินเตอร์เนชั่นแนล มีโรงแรมในเครืออยู่ทั้งสิ้น 20 แห่ง ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทั้งที่เป็นเจ้าของเอง และรับบริหาร โดยสัดส่วนรายได้จากรับบริหารไม่ถึง 10% ของรายได้รวม ตั้งแต่ 3-5 ปีเพิ่มสัดส่วนรายได้รับบริหารเป็น 30% และ 50% ตามลำดับ ซึ่งกลุ่มดุสิตธานี ตั้งเป้าหมายนับจากนี้ไปอีก 5 ปี จะมีโรงแรมในเครือทั้งหมด 50 แห่งทั่วโลก ทั้งเป็นเจ้าของกิจการและ รับจ้างบริหาร มีทั้งที่เซ็นสัญญาแล้ว และกำลังเจรจา ประเทศที่จะขยายไปได้แก่ จีน อินเดีย ตะวันออกกลาง และยุโรป โดยเฉพาะที่ยุโรป จะมีการลงทุน 3 รูปแบบตามความเหมาะสม ได้แก่ ลงทุนเอง รับบริการจัดการ และการเช่าระยะยาวซึ่งรูปแบบนี้กำลังเป็นที่นิยมในยุโรป ล่าสุด ดุสิต อินเตอร์เนชั่นแนล ยังได้ลงนามสัญญาที่จะบริหารโรงแรมเปิดใหม่ในต่างประเทศไปแล้วไม่น้อยกว่า 18 แห่ง ได้แก่ อินเดีย 6 แห่ง ตะวันออกกลาง 6 แห่ง อียิปต์ 1 แห่ง ประเทศอื่น 4 แห่ง จีน 1 แห่ง

กลุ่มเซ็นทรัล หลังจากลงทุนไปหลายพันล้านในการรีโนเวท (Renovate) โรงแรมหลายแห่งในเครือจนพร้อมก็ส่งแบรนด์ใหม่ออกมา คือ "เซ็นทารา โฮเต็ล แอนด์ รีสอร์ท"

โดยมีแผนที่จะแตกเป็นหลายแบรนด์ เพื่อให้สอดคล้องกับรสนิยมของลูกค้าในแต่ละกลุ่ม เพื่อจับมือนักลงทุนสร้างโอกาสขยายโรงแรมทั่วไทย และบุกตลาดเอเชีย 65 แห่ง ใน 5 ปี โดยเฉพาะการรุกบัตเจ็ตโฮเต็ลระดับ 2 ดาว ปูพรมทั่วประเทศ ขยายแบรนด์ เซ็นทารา รับบริหารหรือร่วมทุนพัฒนารีสอร์ท 5 ดาว เจาะทำเลทองแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม จีน อินเดีย ทั้งนี้โรงแรม 5 ดาวใช้ชื่อแบรนด์ "เซ็นทาราแกรนด์" 4 ดาว แบรนด์ "เซ็นทารา" โรงแรมหรูสไตล์บูติก(มีห้องพัก 70-100 ห้อง) ใช้ชื่อ "เซ็นทารา บูติกคอลเลชัน" และ "บัตเจ็ต" ใช้บริหารโรงแรม 3-2 ดาว ซึ่งเซ็นทาราก้ตั้งเป้าหมายไว้ว่าอีก 5 ปีข้างหน้าจะมีโรงแรมที่ลงทุนเองและรับบริหาร 77 แห่ง หรือมีห้องพัก 10,000 ห้องเพื่ก้าวขึ้นเป็นแชมป์โรงแรมห้องพักที่ใหญ่ที่สุดในอาเซียน

**นายรณชิต มหัทธนะพลฤทธิ์ รองประธานอาวุโสฝ่ายการเงินและบริหาร บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน) หรือ CENTEL** กล่าวว่า ขณะนี้บริษัทอยู่ระหว่างเจรจา เพื่อรับจ้างบริหารโรงแรมในประเทศ และต่างประเทศ ราว 5-6 แห่ง

ปัจจุบันเซ็นทารามีโรงแรมและรีสอร์ทในเครือ 25 แห่ง และรับบริหารอีก 11 แห่ง เข้าไปร่วมลงทุนในโรงแรม 4 แห่ง และกำลังจะเปิดตัวอีก 13 แห่งในปีนี้

ขณะที่เครืออมารีโฮเต็ล แอนด์ รีสอร์ท ได้นำแบรนด์ใหม่ล่าสุดอย่าง **ONYX Hospitality Group** ไปเปิดตัวใน International Tourism Borse : ITB 2010 เป็นบริษัทใหม่ที่ตั้งขึ้นมาเพื่อใช้รับจ้างบริหารโรงแรมทั่วโลก วางตำแหน่งเหมือนกับเซนสตาร์วูด ยักษ์อสังหาริมทรัพย์โรงแรมรีสอร์ทอันดับหนึ่ง พร้อมใช้ชื่อ "ซีฟพรอน" สำหรับโรงแรมระดับ 5 ดาว "อมารี" จะใช้กับ 4 ดาว ส่วน "โอโซ" สำหรับโรงแรมบูติกโฮเต็ล ระดับ 3 ดาว

จากการรีแบรนด์ใหม่ครั้งนี้ เครืออนิกซ์มั่นใจว่าปี 2561 จะมีโรงแรมภายใต้การบริหารของบริษัท 51 แห่ง ซึ่งจะทำให้เครือนี้ติด 1 ใน 5 อันดับแรกของเครือโรงแรมในเอเชียทันที

**บริษัท ไมเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล ผู้ดำเนินธุรกิจโรงแรม เช่น โฟร์ ซีซั่นส์ แมริออท** ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ด้านที่พักอาศัย ธุรกิจอาหาร ธุรกิจเสื้อผ้า เครื่องสำอาง หลังจากที่จะลดการลงทุนไปในปีที่ผ่านมา

วิลเลียม ไฮเน็คกี้ ประธานและประธานเจ้าหน้าที่บริหารของไมเนอร์ฯ ประกาศว่า บริษัทมีแผนรับบริหารโรงแรมเพิ่มเติมอีก 3 โรงแรม ได้แก่ **อนันธารา** ที่ประเทศโอมาน จีน และอาบูดาบี 2 แห่ง จากปัจจุบันที่มีโรงแรมรับบริหาร และโรงแรมที่ลงทุนและบริหารเอง 30 โรงแรม ส่วนในปี 2554 คาดว่าจะได้รับจ้างบริหารโรงแรมเพิ่มอีก 5-6 แห่ง

นอกจากนี้จะดำเนินการก่อสร้างโรงแรมอนันธารา บาฮาดอ ที่หมู่เกาะมัลดีฟส์ ต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา โดยคาดว่าจะเปิดดำเนินงานได้ภายในไตรมาส 4 ของปีนี้ จากมูลค่าการลงทุนทั้งสิ้นกว่า 1,500 ล้านบาท และยังได้ทำสัญญาซื้อหุ้นของโรงแรมในประเทศศรีลังกา จำนวน 82,010,192 หุ้น คิดเป็น 80.10% ในราคาประมาณ 11,614,500 เหรียญสหรัฐ หรือประมาณ 372.6 ล้านบาท

โดยสิ้นปีนี้บริษัทจะรับบริหารโรงแรมและมีโรงแรมที่บริหารเองทั้งหมด 34 โรงแรม บริษัทวางเป้าหมายจะรับบริหารโรงแรม และลงทุนสร้างและบริหารโรงแรมเองให้ได้ 50 โรงแรม ภายใน 3 ปีนับต่อจากปี 2554 เป็นต้นไป หรือในปี 2556 จะบริหารโรงแรมรวมกว่า 50 โรงแรม

ทั้งนี้ ไมเนอร์ มีโรงแรมกระจายตัวมากที่สุดแห่งหนึ่งในประเทศไทยจำนวนทั้งหมด 30 แห่ง ด้วยห้องพักกว่า 3,500 ห้อง และตั้งอยู่ในกรุงเทพฯ และสถานที่ท่องเที่ยวชั้นนำทั้งในประเทศไทย อินโดนีเซีย มัลดีฟส์ ศรีลังกา แทนซาเนีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และเวียดนาม โรงแรมเหล่านี้บริหารและดำเนินงานภายใต้เครือโรงแรมที่เป็นที่รู้จักทั่วโลก เช่น Marriott และ Four Seasons และภายใต้เครือโรงแรมของบริษัทเองคือ Anantara, Elewana และ Naladhu

ไม่เพียงแค่นั้น **บริษัท ธนาฯ จำกัด (มหาชน)** ผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์รายใหญ่ติดอันดับต้นๆ ของประเทศไทย จากการเปิดเผยของ **กวิน กาญจนพาสน์** กรรมการผู้จัดการใหญ่ ธนาฯ บอกว่า ในสายของธุรกิจโรงแรมและการบริหารโรงแรม ซึ่งดำเนินการโดย **บริษัท เมืองทอง แอสเซ็ท จำกัด** ซึ่งปัจจุบันเป็นเจ้าของโรงแรม **ยู เชียงใหม่** โรงแรมระดับ 4 ดาว ขนาด 41 ห้อง มีแผนที่จะบุกตลาดภูมิภาคเอเชียด้วย ซึ่งที่ผ่านมา บริษัทลงนามรับจ้างบริหารโรงแรมที่ประเทศเวียดนาม 6 โรงแรม เป็นแบรนด์ ยู 4 แห่ง และปีหน้า มีแผนที่จะบุกอินเดีย และกัมพูชา

นอกจากนี้ยังมีกลุ่มบริษัท **อัสทูโด โฮเทล แอนด์ รีสอร์ท แมนเนจเม้นท์ จำกัด (บริษัท ของนายแอนโทนี แมคโดนัลด์** ลูกเขยของตระกูลเผอญโซค ที่มีธุรกิจหลัก คือบริษัท **ไทยรุ่ง ยูเนี่ยนคาร์ฯ)** ที่เคยลงทุนทำรีสอร์ทหลายแห่งซื้อแบรนด์ครอสทูและอเวย์แล้ว ยังได้พัฒนาแบรนด์**เดอะเบส** เพื่อไปบริหารจัดการและขยายการลงทุนในต่างประเทศ เช่น ฟิลิปปินส์ เวียดนาม อินเดีย โดยแห่งแรกจะเป็นโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ประเทศฟิลิปปินส์ จำนวน 130 ห้อง

### หมดยุคเซนต์วันตก

แม้ว่า เซนต่างประเทศที่มารับบริหารโรงแรมให้กับโรงแรมไทยทั้งขนาดเล็ก กลาง ใหญ่ มีปริมาณที่มากขึ้น และมีแนวโน้มมากขึ้นเรื่อยๆ เช่น เครือแอกคอร์ด เครืออินเตอร์ เนชั่นแนล โฮเต็ล กรุ๊ป เครือสตาร์วูดและอีกหลายต่อหลายเครือ โดยอาศัย "ชื่อเสียง" และ "ทุนหนา" มาเป็นใบเบิกทางในการรุกธุรกิจของโรงแรมระดับอินเตอร์ที่มีลูกค้ากระจายอยู่ทั่วโลกบวกกับการบริการที่เป็นมาตรฐานสากล ทำให้ลูกค้ายอมรับและวางใจที่จะใช้บริการ เพราะยังมีเครือข่ายระดับโลกอยู่มากเท่าไรก็ยังมีฐานข้อมูลลูกค้าที่แน่นมากขึ้นเท่านั้นและย่อมเข้าถึงความต้องการของลูกค้าได้มากกว่าโดยเฉพาะลูกค้าที่มีกำลังซื้อสูง ตรงกันข้ามกับโรงแรมโลคัลที่ต้องสร้างลูกค้าด้วยตนเอง

ทว่าขณะนี้คนไทยซึ่งเป็นเจ้าของกิจการโรงแรมมียุทธศาสตร์การพัฒนาธุรกิจแตกต่างจากยุคเดิม มีความพร้อมและกลยุทธ์ใหม่ที่พร้อมจะไปรับจ้างบริหารโรงแรมในต่างประเทศ แข่งขันกับเซนระดับโลก

“ปัจจุบันนี้ผู้บริโภคเบื่ออะไรที่มันซ้ำๆ และเซนจากโรงแรมเอเชียได้รับความนิยมมาก ในต่างประเทศต่างจากเซนจากตะวันตก หรือ อเมริกา โดยเฉพาะสไตล์การตกแต่ง การบริการ ในสไตล์เอเชีย ซึ่งลูกค้าเคยชินและชื่นชอบมากกว่า

ที่สำคัญเซนจากเอเชีย ที่ไปเปิดตลาดระดับโลก มีไม่ถึง 10 แบรนด์ ที่ได้รับความนิยม แมนดาริน ,แซงกรีล่า บันยันทรี เป็นต้น” **ชินนัท โทณวนิก ซีอีโอ ดุลิตา** (ให้ข้อมูลกับ “ผู้จัดการ 360 องศารายสัปดาห์”)

ส่วนใหญ่จะเป็นเซนจากฮ่องกง อาทิ แมนดาริน แซงกรีล่า สิงคโปร์ เช่น รอสโซ อินเดียก็จะมี ทัชของทาหารู๊ป กับโอโบลอย ส่วนญี่ปุ่น เซนอย่าง อิมพีเรียล โอคิวรา นิโว คานี่ โตเกียว แต่ไม่ประสบความสำเร็จในต่างประเทศ ขณะที่เซนจากประเทศเกาหลี อย่าง

ลอตเต้ โซซัน ซิลล่า ไม่ยอมออกนอกประเทศ เช่นเดียวกับจีน ที่พยายามแล้วแต่ก็ยังออกไปไม่ได้ ดังนั้นจึงเป็นโอกาสของเซนจากประเทศไทย แมนดาริน และ เพนนินซูล่า จะเป็นสไตล์อังกฤษแบบย้อนยุค ส่วนเซนอินเดีย จะเป็นแบบอินเดียผสมอังกฤษ

ของไทยจุดเด่นคือ การบริการไม่เป็นรอง อาจจะไม่ดีที่สุด แต่ก็ไม่นวลที่สุด โดยเฉพาะดุสิตจะเน้นความเป็นไทย ไม่ว่าจะไปที่ไหนก็เห็นยูนิฟอร์มแบบไทยประยุกต์ และมีการบริการที่ไม่เป็นรองเซนโรงแรมเอเชียเหล่านี้

โมเดลของดุสิตธานีในการออกไปต่างประเทศคือ คือเลียนแบบความสำเร็จของ เซนฮ่องกง อย่างแมนดาริน หรือ เพนนินซูล่า ที่ออกไปขยายธุรกิจที่อเมริกาและยุโรป โดยมองไปที่หัวเมืองใหญ่ๆ เพื่อสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักก่อน ในอเมริกา ได้แก่ นิวยอร์ก , ลอสแอนเจลิส ซานฟรานซิสโก วอชิงตัน ส่วนยุโรป ก็จะเป็น ลอนดอน ปารีส มิวนิค มิลาน เป็นต้น เป้าหมายคือ อย่างน้อยต้องมีเครือข่ายไม่ต่ำกว่า 50 แห่งทั่วโลก ไม่กระจุกอยู่ที่ประเทศใดประเทศหนึ่งจึงจะประสบความสำเร็จ

ขณะที่ตลาดต่างประเทศ มองว่าจากวิกฤตเศรษฐกิจในยุโรป เราน่าจะได้หาซื้อโรงแรมได้ในราคาไม่แพง โดยช่วงนี้ราคาโรงแรม 5 ดาวในยุโรปอยู่ที่ 3-5 แสนเหรียญสหรัฐต่อห้อง ส่วนตลาดประเทศจีน สนใจ และสินค้ามีราคาแพง เฉลี่ยที่ห้องละ 5 แสนเหรียญสหรัฐเช่นกัน จึงจะลงทุนในรูปแบบร่วมลงทุน บริหารจัดการ หรือไม่ก็เป็นการเช่าระยะยาวซึ่งได้รับความนิยมในยุโรป คาดว่าจะเริ่มในยุโรปก่อนในปีหน้า

ชินนทร์ กล่าวต่อว่า สำหรับแผนขยายการลงทุน จะไม่มีปัญหาเรื่องการเงิน เพราะปัจจุบัน บริษัทมีหนี้สินต่อทุนไม่ถึง 0.3 ขณะเดียวกัน คณะกรรมการบริหาร และ ผู้ถือหุ้น ได้อนุมัติแผนให้ บริษัทออกหุ้นกู้ (บอนด์) ได้วงเงิน 4,000 ล้านบาท ตั้งแต่ 2 ปีก่อน โดยขณะนี้อยู่ระหว่างการเลือกว่าจะใช้วิธีออกบอนด์ หรือ การกู้เงินเพราะอัตราดอกเบี้ยในตลาดอยู่ในช่วงขาลงเช่นกันและมั่นใจในเครดิตของบริษัทที่สามารถขอกู้เงินจากสถาบันการเงินได้ไม่ยาก ประเทศที่จะขยายไปได้แก่ จีน อินเดีย ตะวันออกกลาง และยุโรป ซึ่งที่ยุโรป จะมีการลงทุน 3 รูปแบบตามความเหมาะสม ได้แก่ ลงทุนเอง บริหารจัดการ และการเช่าระยะยาวซึ่งรูปแบบนี้กำลังเป็นที่นิยมในยุโรป ล่าสุด ดุสิต อินเตอร์ฯ ยังได้ลงนามสัญญาที่จะ

บริหารโรงแรมเปิดใหม่ในต่างประเทศไปแล้วไม่น้อยกว่า 18 แห่ง ได้แก่ อินเดีย 6 แห่ง ตะวันออกกลาง 6 แห่ง อียิปต์ 1 แห่ง ประเทศอื่น 4 แห่ง จีน 1 แห่ง

โครงการพัฒนาธุรกิจ ปี 2553 โครงการขยายการลงทุนในต่างประเทศมากที่สุด พลิกวิกฤตในประเทศเป็นโอกาสจะไปเติบโตในทั่วโลก คือ การทำสัญญาเพิ่มเครือข่ายโรงแรมโดยใช้แบรนด์หัวหอก คือ **ดุสิต เทวารัณย์ ปริ๊นเซส** ขยายในต่างประเทศซึ่งมีการเซ็นสัญญาและเจรจาแล้ว 20 แห่ง

ทั้งนี้ ในปี 2553 เป้าหมายหลัก 5 พื้นที่ คือ ตะวันออกกลาง ศูนย์กลางที่ดูไบ รับจ้างบริหารอย่าง 5 โรงแรม อินเดียเน้นร่วมทุนกับรับจ้างบริหาร 5 แห่ง ปีนี้เปิดแห่งแรกในเดลี แห่งที่ 2 ปี 2554 จีนตั้งบริษัท ดุสิตเวิลด์ไวด์ จำกัด มีสำนักงานอยู่ในฮ่องกง ทั้งเข้าไปร่วมทุนรับจ้างบริหารขณะนี้ 3 แห่ง ไต้หวัน ปักกิ่ง และกำลังเจรจาอีก 1 เมือง ยุโรปตั้งสำนักงานพัฒนาธุรกิจแล้วเจรจา 3 แห่งในเยอรมนี อิตาลี อังกฤษ ในปีหน้าจะได้เห็นแบรนด์ดุสิตในยุโรป 1-2 แห่ง

นายปีเตอร์ เฮนรี ประธานกรรมการและประธานคณะผู้บริหารธุรกิจโรงแรมอมารีกรุ๊ปเปิดเผยว่า แผนขยายแบรนด์อมารี โรงแรมของคนไทยในต่างประเทศเริ่มดำเนินการเมื่อกลางเดือนกุมภาพันธ์ 2553 โครงการแรก ทำข้อตกลงกับนายมานดิพ ลัมบา ผู้ก่อตั้งบริษัทเท็น โฮเต็ลส์ จำกัด ร่วมทุนและรับจ้างบริหารโรงแรมตามเมืองใหญ่ทั่วอินเดีย ภายใน 5-7 ปีนี้ จำนวน 7 โรงแรม เนื่องจากปัจจัยบวกจากตลาดการลงทุนโรงแรม รีสอร์ท เรสซิเดนซ์ เติบโตต่อเนื่อง ผสมกับการเดินทางท่องเที่ยวขยายตัวอย่างรวดเร็ว โดยภาพรวมภายในปี 2561 อมารีจะสร้างโรงแรมและรีสอร์ทในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิกให้ได้ตามเป้าหมายถึง 51 แห่ง

ตามแผนการร่วมทุนครั้งนี้จะเป็นผลดีต่อทั้ง 2 บริษัท ซึ่งสามารถนำจุดแข็งและจุดขายต่างกันมาวางกลยุทธ์สร้างความสำเร็จได้อย่างรวดเร็ว นั่นคืออมารีเป็นแบรนด์โรงแรมที่ได้รับความนิยมระดับ 4 ดาวขึ้นไป ส่วนเท็น โฮเต็ลส์ มีความเชี่ยวชาญด้านการลงทุนในอินเดียทั้งตามเมืองหลักและเมืองรอง การเข้าเป็นพันธมิตรกันในจังหวะนี้จะเป็นแรงผลักดันการสร้างแบรนด์ของทั้งคู่ขยายธุรกิจได้อย่างรวดเร็ว

นายมานิตพ ลัมบา กล่าวว่า ในฐานะผู้ก่อตั้งเซ็น โฮเต็ลส์ มากกว่า 25 ปี เป็นประธานฟอร์จูน ปาร์ค โฮเต็ลส์ เครือบริษัท ไอซีที จำกัด และเป็นกรรมการผู้จัดการบริษัท ดอร์เนย์ เดย์ ซึ่งมีสำนักงานใหญ่ในอังกฤษ ตัดสินใจร่วมเป็นพันธมิตรธุรกิจโรงแรมกับแบรนด์ไทย เพราะเชื่อมั่นชื่อเสียงของอมาริกู๊ปได้รับความนิยมสูงมากในอินเดีย จะเป็นการขยายแผนลงทุนสร้างธุรกิจก้าวสู่ความสำเร็จได้รวดเร็ว สอดคล้องกับสถานการณ์ช่วง 3-5 ปีนี้เศรษฐกิจอินเดียเติบโตบวกเพิ่มทุกปี

ด้านสุทธิเกียรติ จิราธิวัฒน์ ประธานคณะกรรมการบริหาร บมจ.โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา เปิดเผยว่า วางตำแหน่งขึ้นเป็นผู้นำตลาดโรงแรมแบรนด์ไทยด้วยการจัดทำวางแผนพัฒนาธุรกิจ 5 ปี ระหว่าง พ.ศ. 2553-2558 ครอบคลุมพื้นที่ทุกทำเล ลักษณะเดียวกันกับเซเนอินเตอร์เนชั่นแนลทั่วโลก

จะดำเนินกลยุทธ์คู่ขนานกัน 2 แนวทาง แนวทาง 1 ขยายการลงทุนโรงแรมระดับ 5 ดาว และภายในเมษายนนี้จะเปิดแบรนด์ใหม่ระดับ 3 ดาว แนวทาง 2 นำแบรนด์ เซ็นทาราเข้าไปรับจ้างบริหารแบรนด์ใหม่บูติค รีสอร์ท ทคอลเล็กชั่น ตั้งแต่ปี 2558 ห้องพักเพิ่ม 45% เพิ่มรายได้ 15-20% ค่าธรรมเนียมบริหารรีสอร์ทใหม่ 3 ปีแรกจะเพิ่ม 1 เท่า จากนั้นจะเพิ่มปีละ 5-10%

ส่วนนโยบายการตั้งราคาขายห้องพักของโรงแรมและรีสอร์ทปี 2553 เซ็นทาราจะเพิ่มแตกต่างกันตามความหลากหลายของโปรดัคต์ ขยับราคาเฉลี่ยขึ้นอีก 15-20% ให้สอดคล้องกับเป้าหมายรายได้ รวมทั้งความสำเร็จในการเป็นผู้นำโรงแรมไทยที่จะมีโรงแรมในเครือมากถึง 42 โรงแรม รวมห้องพักทั้งหมด 6,500 ห้อง

โดยการรับจ้างบริหารนั้นคาดว่าจะมีรายได้ประมาณ 125 ล้านบาท เพิ่มจากปีที่แล้วที่ทำได้ 55 ล้านบาท แต่ยังคงเป้าหมายรายได้ในปี 2558 ที่จะมีรายได้รับจ้างบริหาร 500 ล้านบาท

โดยในช่วง 2 เดือนจากนี้ คาดว่าจะสามารถเซ็นสัญญาจ้างบริหารโรงแรมระดับ 3 ดาวได้อีก รวมทั้งการเตรียมเปิดตัวแบรนด์ใหม่ด้วย

"ตอนนี้เรามีโรงแรมและห้องพัก ที่ถือได้ว่ามีจำนวนมากที่สุดในไทย แต่เรายังขยายตลาดต่อไป และเซนต์ทาราจะเป็นอินเตอร์เนชั่นแนลแบรนด์ที่มีธุรกิจครอบคลุมทุกไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภค" นายสุทธิเกียรติกล่าว

รณชิต มหัทธนะพฤทธิ รองประธานอาวุโส ฝ่ายการเงินบัญชีและบริหาร บริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด (มหาชน) CENTEL เสริมว่า แผนงานรับจ้างบริหารโรงแรมให้ต่างประเทศนั้นในอดีตบริษัทได้ดำเนินการไปบ้างแล้ว แต่ไม่ได้รับความนิยมเท่าที่ควร แต่ปัจจุบันหลังจากต่างชาติเห็นฝีมือการบริหารและความเป็นเอกลักษณ์ในการบริหารแบบไทยๆ ซึ่งเข้ากับวัฒนธรรมจึงถูกใจต่างชาติ ทำให้เกิดความนิยมในต่างประเทศและให้ความสนใจที่จะว่าโรงแรมในไทยเข้าไปบริหารงานซึ่งคาดว่าจะสร้างรายได้ให้กับบริษัทได้เป็นอย่างดี “ผมเชื่อว่าประเทศไทยเรามีเอกลักษณ์ทำให้ประเทศอื่นอยากเอาอย่าง และที่ผ่านมาเขาก็เห็นฝีมือของเรามาตลอด และเชื่อมั่นในการบริหารที่มีคุณภาพจึงให้เราเป็นคนดูแลทั้งหมด โดยอาจดึงฝ่ายบริหารเข้าไปทำด้วย เพื่อให้ต่างชาติรู้สึกมั่นใจว่าประเทศไทยบริหารงานได้มาตรฐาน”

## 10 อันดับ โรงแรมที่วิวสวยที่สุดในประเทศไทย

อันดับ 10 ได้แก่ โรงแรมเพนินซูล่า - ร้านอาหาร ทิพย์ธารา (Thiptara Restaurant)



ภาพ 34 โรงแรมเพนินซูล่า

ที่ได้ชื่อว่า เป็น “สวรรค์บนน้ำ” เนื่องจากทอดตัวอยู่บนริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาและโอบล้อมริมฝั่งไปด้วยต้นไทร ขนาดใหญ่ ร้านอาหารใหม่ของโรงแรมเพนนินซูล่าแห่งนี้ให้บริการอาหารไทยในรูปแบบและรสชาติแบบคนไทย โดยร้านอาหารได้รับการออกแบบที่สะท้อนความเป็นไทยได้ชัดเจนด้วยกลุ่มเรือน ไทยไม้สักในบรรยากาศกลางแจ้ง โรงแรมเพนนินซูล่า ยังได้รับการจัดอันดับที่ 17 จากสุดยอด 500 โรงแรมที่ดีที่สุดในนิตยสาร Travel and Leisure

อันดับ 9 ได้แก่ โรงแรมมิลเลนเนียม ฮิลตัน กรุงเทพ - ทรี ซิกตี้ เล้าจ์ (Three Sixty Lounge)



ภาพ 35 โรงแรมมิลเลนเนียม ฮิลตัน กรุงเทพ

ตั้งอยู่บนชั้น 32 ของโรงแรม บริเวณเล้าจ์ได้รับการออกแบบให้แขกที่ใช้บริการได้สัมผัสความโล่งโปร่งสบาย ของผนังกระจกที่ทำให้สามารถมองเห็นวิวของเส้นขอบฟ้าของกรุงเทพในมุมกว้างสุด สายตาพร้อมบรรยากาศโรแมนติกด้วยการจิบcocktailคล้าดนตรีแจ๊สเบาๆ

อันดับ 8 ได้แก่ โรงแรมโอเรียลเต็ล – Verandah



ภาพ 36 โรงแรมโอเรียลเต็ล

ห้องอาหาร The Verandah ตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาภายใน โรงแรมโอเรียลเต็ล ที่นี่เหมาะสำหรับการดื่มด่ำบรรยากาศริมฝั่งแม่น้ำ ไม่ว่าจะเป็นอาหารมื้อเช้า กลางวัน หรือเย็น โดยมีให้เลือกทั้งอาหาร แบบตะวันตกและตะวันออกแวดล้อมด้วยบรรยากาศแบบไทยๆ ภายใต้รูปแบบการบริการระดับห้าดาว

**อันดับ 7 ได้แก่ โรงแรมใบหยกสกาย - Bangkok Sky Restaurant / Crystal Grill / Roof Top Bar & Music**



ภาพ 37 โรงแรมใบหยกสกาย

โรงแรมใบหยกสกาย ตั้งอยู่บนตึก "สูงที่สุดในประเทศไทย" ที่มีร้านอาหารบนยอดตึกให้เลือกลิ้มรสและชมวิถึง 3 แห่ง ได้แก่ ร้านอาหาร Bangkok Sky Restaurant บนชั้น 76 และ 78 ร้านอาหาร Crystal Grill บนชั้น 82 และร้าน Roof Top Bar & Music บนชั้น 83 ซึ่งได้ชื่อว่าเป็นสถานบันเทิง ที่สูงที่สุดในประเทศไทย

**อันดับ 6 ได้แก่ โรงแรม เวสทิน แกรนด์ สุขุมวิท - Horizon Sky Lounge and Karaoke**



ภาพ 38 โรงแรม เวสทิน แกรนด์ สุขุมวิท

ที่ร้าน Horizon Sky Lounge and Karaoke ในโรงแรมเวสติน แกรนด์ สุขุมวิท คุณสามารถเพลิดเพลินหลังมือเย็นด้วยเมนูเครื่องดื่มที่หลากหลาย เคล้าเสียงเพลงอันไพเราะ หรือจะเลือกสนุกสนานกับการร้องเพลงในหมู่เพื่อนฝูง หรือครอบครัวที่ห้องคารา โอเกะ พร้อมดื่มด่ำวิวทิวทัศน์ที่สวยงามของกรุงเทพฯ ยามราตรี รับรองว่าถ้ามาที่นี่แล้ว คุณจะสนุกสนานเพลิดเพลิน จนลืมเวลาเลยทีเดียว

#### อันดับ 5 ได้แก่ โรงแรมแลนด์มาร์ค - RR & B Bar



ภาพ 39 โรงแรมแลนด์มาร์ค

RR & B Bar เป็นสติกเฮาส์และบาร์ที่ตั้งอยู่บนชั้น 31 ของโรงแรมแลนด์มาร์ค ย่านสุขุมวิท นอกจากที่นี่จะมองเห็นวิวของตึกกระฟ้า และแสงสว่างเป็นแนวยาวของ ทางด่วน แล้ว ยังมีอาหารรสเลิศ และเครื่องดื่มชั้นยอดไว้คอยบริการอีกด้วย

#### อันดับ 4 ได้แก่ โรงแรมดุสิตธานี - D'Sens



ภาพ 40 โรงแรมดุสิตธานี

D'Sens คือ ภัตตาคารอาหารฝรั่งเศส ที่ตั้งอยู่บริเวณชั้นบนสุดของ โรงแรมดุสิตธานี ภัตตาคารแห่งนี้มีผนังกระจกขนาดใหญ่ ลูกค้ำที่ไปรับประทาน อาหารจึงสามารถมองเห็นวิวทิวทัศน์ที่สวยงามของสวน ลุมพินี และย่านสีลม

อันดับ 3 ได้แก่ โรงแรมเซ็นทารา แกรนด์ แอท เซ็นทรัลเวิลด์ - Fifty Five / Red Sky



ภาพ 41 โรงแรมเซ็นทารา แกรนด์ แอท เซ็นทรัลเวิลด์

ร้าน Fifty Five ตั้งอยู่บนชั้น 54 และ 55 ของโรงแรมเซ็นทารา แกรนด์ แอท เซ็นทรัลเวิลด์ ในขณะที่ ร้าน Red Sky ตั้งอยู่บนชั้น 55 ทั้งสองร้านที่ว่านี้ นอกจากจะเสิร์ฟอาหารคุณภาพเยี่ยมแล้ว ยังมีวิวทิวทัศน์ที่สวยงามมากๆ อีกด้วย

อันดับ 2 ได้แก่ โรงแรมบันยันทรี - Vertigo Grill & Moon Bar



ภาพ 42 โรงแรมบันยันทรี

ร้านอาหาร Vertigo Grill & Moon Bar ตั้งอยู่บนชั้น 61 ของโรงแรม บันยันทรี ถือเป็นหนึ่งในแลนด์มาร์คสำหรับท่านที่ชื่นชอบการรับประทานอาหารค่ำ เคล้าบรรยากาศอันงดงาม โดยเฉพาะในยามพระอาทิตย์ตกดิน ที่กรุงเทพมหานคร เนื่องจาก "Vertigo Grill & Moon Bar" ตั้งอยู่ชั้นบนสุดของโรงแรม จึงสามารถมองเห็นวิวทิวทัศน์ของกรุงเทพฯ ได้สุดลูกหูลูกตาในแบบพาโนรามา หากใครได้มาชมพระอาทิตย์ตกดินที่นี่แล้วจะรู้ว่า กรุงเทพฯ ของเรานั้น สวยงามไม่แพ้ที่ใดในโลกเลยจริงๆ

#### อันดับ 1 ได้แก่ โรงแรมเลอ บัว แอท สเตท ทาวเวอร์ - Sirocco



ภาพ 43 โรงแรมเลอ บัว แอท สเตท ทาวเวอร์

ภัตตาคาร Sirocco ตั้งอยู่บนชั้น 63 ของเดอะโดม มีทัศนียภาพอันน่าตื่นตาตื่นใจ และสวยงามที่สุดแห่งหนึ่งในกรุงเทพฯ ที่ได้ชื่อว่าเป็นร้านอาหารบนยอดตึกโรงแรมที่มีวิวสวยที่สุดแล้ว Sirocco ยังได้รับการยกย่องว่าเป็น 'Hot Tables' & 'Hot Night' โดย Conde Nast Traveler เมื่อปี ค.ศ. 2005 และได้รับการขนานนามว่าเป็นภัตตาคารแบบ เปิดโล่งที่ "สูงที่สุดในโลก" อีกด้วย ที่สำคัญ อาหารที่นี่ยังอร่อยและขึ้นชื่อการันตีด้วยรางวัลร้านอาหารยอดเยี่ยม แคมเดนตรีไฟเราะ เหมาะสำหรับท่านที่ชื่นชอบเพลงแจ๊ส สามารถมองเห็นวิวทิวทัศน์ชนิดสวยตะลึงของกรุงเทพฯ และแม่น้ำเจ้าพระยา ทั้งในเวลาโพล้เพล้และยามค่ำคืน

### โรงแรม 5 ดาวไทยถูกที่สุดในโลก

เอเจนซี ฟอร์ เรียลเอสเตท แอฟแฟร์ส จำกัด (AREA) ระบุ จากการสำรวจค่าเช่าโรงแรมชั้นนำหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผ่านเว็บไซต์จองโรงแรม agoda.com พบว่า ค่าเช่าโรงแรมชั้นนำในกรุงเทพฯ ตกต่ำลงอย่างมาก

ศูนย์ข้อมูลวิจัยและประเมินค่าอสังหาริมทรัพย์ไทย พบว่า ค่าเช่าโรงแรมที่มีตราสินค้านานาชาติระดับ 5 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ยังมีอัตราค่าเช่าลดลงต่ำกว่าโรงแรมที่มีตราสินค้านานาชาติเดียวกันในประเทศเพื่อนบ้านถึง 20% โดยโรงแรมที่กล่าวถึงได้แก่ แชนกรีล่า เพนนิงซูลา แมริออตต์ ไฮแอท เรเนซอง อินเตอร์คอนติเนนตัล แพนแปซิฟิก มิลเลนเนียม และแอสคอตทั้งนี้ยกเว้นแมนดารินโอเรียลเต็ลที่ค่าเช่าสูงกว่าที่อื่นเนื่องจากมีชื่อเสียงด้วยตนเองมานาน

"สำหรับโรงแรมที่นำอัตราค่าเช่ามาในเมืองใหญ่ที่นำมาเปรียบเทียบได้แก่ ฮองกง สิงคโปร์ กัวลาลัมเปอร์ มะนิลา และจาการ์ตา ในจำนวนนครทั้งหมดนั้น มีเพียงกรุงมะนิลา เท่านั้นที่ค่าเช่าโรงแรมที่มีตราสินค้านานาชาติทั้งหลายอยู่ในระดับใกล้เคียงกับไทย จะสังเกตได้ว่ากรุงจาการ์ตา มีอัตราค่าเช่าโรงแรมที่สูงกว่าไทย ณ เวลานี้ ทั้งที่ก่อนหน้านี้อาจมีค่าเช่าที่ต่ำกว่า" นายโสภณ พรโชคชัย ประธานกรรมการบริหาร ศูนย์ข้อมูลวิจัยและประเมินค่าอสังหาริมทรัพย์ไทย บริษัท เอเจนซี ฟอร์ เรียลเอสเตท แอฟแฟร์ส จำกัด (AREA) กล่าว

ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์ผู้นำอสังหาริมทรัพย์ในกรุงจาการ์ตาในช่วงวันที่ 17-22 มิ.ย. 53 ที่ผ่านมา ทำให้เชื่อว่าอสังหาริมทรัพย์ประเภทต่าง ๆ จะขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้รวมถึงโรงแรม ซึ่งชะลอตัวอย่างมากในช่วงหลายปีที่ผ่านมา แต่ในขณะนี้ การเมืองในอินโดนีเซีย “นิ่ง” แล้ว รัฐบาลมีเสียงข้างมากถึงราวสองในสาม ทำให้ประชาชนและสังคมธุรกิจทั้งในอินโดนีเซียและจากต่างประเทศมีความเชื่อมั่นมากขึ้น

จากผลสำรวจ ค่าเช่าโรงแรมที่มีตราสินค้านานาชาติระดับ 5 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร มีค่าเช่าต่ำกว่าในสิงคโปร์และฮ่องกงประมาณ 30% ต่ำกว่ากรุงจาการ์ตา 23% ต่ำกว่ากรุงกัวลาลัมเปอร์ 21% และต่ำกว่ากรุงมะนิลา 14% ทั้งนี้สาเหตุที่ทำให้ราคาค่าเช่าโรงแรมชั้นนำในกรุงเทพฯ มีอัตราค่าเช่าที่ต่ำกว่าประเทศเพื่อนบ้าน เนื่องจากโรงแรมชั้นนำที่เปิดให้บริการอยู่เป็นจำนวนมาก ทำให้เกิดการแข่งขันสูงทั้งในเรื่องของราคาและบริการ ค่าเช่า

โรงแรมชั้นนำในกรุงเทพฯ ประมาณ 5,000 - 6,000 บาทต่อคืน และยังมีโรงแรมชั้นนำระดับ 5 ดาวของไทย มีค่าเช่าต่อคืนต่ำกว่า เช่น โรงแรมเลอบัว เอ็มโพเรียมสวิต และดุสิตธานี เป็นต้น โดยโรงแรมเหล่านี้มีค่าเช่าคืนละประมาณ 3,000-4,000 บาท ยิ่งหากเป็นโรงแรมระดับ 3 ดาว และ 4 ดาว อัตราการลดของค่าเช่าอาจจะมีอัตราที่สูงกว่านี้อีก ดังนั้นจึงสะท้อนถึงภาวะที่น่าเป็นห่วงของวิสาหกิจโรงแรมในประเทศไทย

หากประมาณว่าอัตราค่าเช่าโรงแรมลดลง 25% และอัตราการเข้าพักลดลงจาก 60% เหลือ 40% ก็จะทำให้รายได้ต่อปีลดลงไปถึง 50% และหากค่าเช่าในหนึ่งปีแรกลดลงเช่นนี้ ณ อัตราผลตอบแทนที่ 10% ก็จะส่งผลต่อราคาโรงแรม ณ มูลค่าปัจจุบัน 5% แต่ถ้าสถานการณ์ยังไม่ดีขึ้นราคาทรัพย์สินของโรงแรม ณ มูลค่าปัจจุบันจะลดลง 9%

### 10 อันดับโรงแรมยอดเยี่ยมในเอเชียและประเทศไทย ปี 2557

การประกาศรางวัลที่พักยอดเยี่ยมทั่วโลกครั้งที่ 12 ครอบคลุมประเภทโรงแรมโดยรวม โรงแรมแบบประหยัด โรงแรมแบบ Bed and Breakfast โรงแรมสำหรับครอบครัว โรงแรมระดับหรู โรงแรมสุดโรแมนติค และโรงแรมขนาดเล็ก Trip Advisor เว็บไซต์ท่องเที่ยวรายใหญ่ที่สุดในโลก เปิดเผยแพร่รายชื่อที่พักยอดเยี่ยมประจำปี 2557 ซึ่งจัดเป็นปีที่ 12 ครอบคลุมประเภทต่างๆ ได้แก่ โรงแรมยอดเยี่ยมโดยรวม โรงแรมราคาประหยัด โรงแรมขนาดเล็กให้บริการห้องพักและอาหารเช้าเท่านั้น (เบดแอนด์เบรคฟาสต์) โรงแรมสำหรับครอบครัว โรงแรมระดับหรู โรงแรมสุดโรแมนติค และโรงแรมขนาดเล็ก

ดารา เทวี เชียงใหม่ ได้รับการโหวตให้เป็นโรงแรมยอดเยี่ยมโดยรวมในประเทศไทย และ โอเรียนทอลแคว รีสอร์ท ได้รับการโหวตให้เป็นสุดยอดโรงแรมราคาประหยัดในเอเชียและประเทศไทย ในขณะที่บ้านมาลินี เบดแอนด์เบรคฟาสต์ ได้รับการโหวตให้เป็นสุดยอดโรงแรมขนาดเล็กให้บริการห้องพักและอาหารเช้าเท่านั้น (เบดแอนด์เบรคฟาสต์) ในเอเชียและประเทศไทย

**เดอะ เฟลส** ติดอันดับในหลากหลายประเภท ได้แก่ โรงแรมสุดโรแมนติกในระดับโลก เอเชียและประเทศไทย โรงแรมระดับหรูในเอเชียและประเทศไทย รวมถึงโรงแรมขนาดเล็กในเอเชียและประเทศไทย

ประธานเจ้าหน้าที่การตลาดของ Trip Advisor กล่าวว่า “จากความคิดเห็นของนักเดินทางนับล้านคนทั่วโลกที่เข้าร่วมแบ่งปันประสบการณ์บน Trip Advisor เกี่ยวกับแต่ละสถานที่ๆ พวกเขารู้จัก สำหรับผู้ที่กำลังหาแรงบันดาลใจในการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวสามารถใช้รายชื่อของสถานที่พักเหล่านี้ที่ได้รับรางวัล ที่พักยอดเยี่ยมทั่วโลกประจำปี 2557 เป็นจุดเริ่มต้นในการวางแผนอันยอดเยี่ยมได้อีกด้วย”

การประกาศผลโรงแรมที่ได้รับรางวัลของ Trip Advisor นั้น ได้มาจากการรวบรวมการแสดงความคิดเห็นของนักเดินทางนับล้านคนทั่วโลก ซึ่งมีโรงแรมที่มีเอกลักษณ์จำนวนทั้งสิ้น 7,123 แห่งทั่วโลกที่ชนะรางวัลในปี 2557 โดยแบ่งออกเป็น 1,518 โรงแรมในเอเชีย และ 130 โรงแรมในประเทศไทย

## 10 โรงแรมยอดเยี่ยมในเอเชีย

1. ดิ อัมเปอร์ เฮาส์ ฮ่องกง ประเทศจีน
2. กิลี ลังกันฟูชิ มัลดีฟส์ ลังกันฟูชิ ประเทศมัลดีฟส์
3. ดิ โอเบอรอย อุไดวิลาส อุไดปูร์ ประเทศอินเดีย
4. ดิ โอเบอรอย มุมไบ มุมไบ ประเทศอินเดีย
5. ทาซ เลค พาเลซ อุไดปูร์ อุไดปูร์ ประเทศอินเดีย
6. บารอส มัลดีฟส์ มาเลอะ อะทอลล์ เหนือ ประเทศมัลดีฟส์
7. โซเนวา ฟูจิ รีสอร์ท คูนฟูนะทู ประเทศมัลดีฟส์
8. ไวลด์ ฟลาวเวอร์ ฮอลล์ ชิมลา ฮิมาลายา ประเทศอินเดีย
9. โรงแรม ฮานอย เอลเกนซ์ ไดมอนด์ ฮานอย ประเทศเวียดนาม
10. โรงแรม เดอะ ลีเจียน บาห์ลี - อะ จีเอชเอ็มโฮเต็ล บาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย



ภาพ 44 โรงแรม ดารา เทวี เชียงใหม่

### 10 โรงแรมยอดเยี่ยมในประเทศไทย

1. โรงแรมดาราเทวี เชียงใหม่
2. โรงแรมอนันตรา เชียงใหม่ รีสอร์ท แอนด์ สปา จังหวัดเชียงใหม่
3. โรงแรมไค้ด จังหวัดสุราษฎร์ธานี
4. โรงแรมโอเรียนเต็ล เรสซิเดนซ์ กรุงเทพฯ จังหวัดกรุงเทพมหานคร
5. โรงแรมลานะ รีสอร์ท แอนด์ สปา จังหวัดกระบี่
6. โรงแรม 137 วิลล่า เฮาส์ เชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่
7. โรงแรมปิยอนด์ รีสอร์ท เขาหลัก จังหวัดภูเก็ต
8. โรงแรมโพธิ์ชันส์ รีสอร์ท เชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่
9. โรงแรมยู สันสุรีย์ ภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต
10. โรงแรมริมปิง วิลเลจ จังหวัดเชียงใหม่



โรงแรมที่ได้รับรางวัล ปี 2557

โรงแรมระดับห้าดาวที่สุดในโลก – อะคาเดมี่ สตรีท บูติกโฮเต็ล แอนด์ เกสต์เฮาส์  
เมืองแฟรนซ์ ประเทศแอฟริกาใต้

โรงแรมระดับห้าดาวในเอเชีย – เดอะ เพลส เกาะเต่า ประเทศไทย

โรงแรมระดับห้าดาวในประเทศไทย – เดอะ เพลส เกาะเต่า

โรงแรมแบบประหยัดที่ดีที่สุดในโลก – คาสเซลวูด เฮาส์ เมืองดิงเกิล ประเทศ  
ไอร์แลนด์

โรงแรมแบบประหยัดที่ดีที่สุดในเอเชีย – โรงแรมโอเรียนทอลแคว รีสอร์ท จังหวัด  
กาญจนบุรี ประเทศไทย

โรงแรมแบบประหยัดที่ดีในประเทศไทย – โรงแรมโอเรียนทอลแคว รีสอร์ท  
จังหวัดกาญจนบุรี

โรงแรมสำหรับครอบครัวที่ดีที่สุดในโลก – คาวาลิโน บีอังกโก้ แฟมิลี สปา แกรนด์  
โฮเต็ล เมืองออร์ติเซีย ประเทศอิตาลี

โรงแรมสำหรับครอบครัวที่ดีที่สุดในเอเชีย – ออเรนจ์ เคาน์ตี้ คิวร์ก เมืองสิทธาปุระ  
ประเทศอินเดีย

โรงแรมสำหรับครอบครัวที่ดีที่สุดในประเทศไทย – อังสนา ลาภูน่า ภูเก็ต

โรงแรมสุดโรแมนติกที่ดีที่สุดในโลก – เดอะ เพลส เกาะเต่า ประเทศไทย

โรงแรมสุดโรแมนติกที่ดีที่สุดในเอเชีย – เดอะ เพลส เกาะเต่า ประเทศไทย

โรงแรมสุดโรแมนติกที่ดีในประเทศไทย – เดอะ เพลส เกาะเต่า

โรงแรมขนาดเล็กยอดเยี่ยมที่สุดในโลก – อะคาเดมี่ สตรีท บูติกโฮเต็ล แอนด์  
เกสต์เฮาส์ เมืองแฟรนซ์ ประเทศแอฟริกาใต้

โรงแรมขนาดเล็กยอดเยี่ยมที่สุดในเอเชีย – เดอะ เพลส เกาะเต่า ประเทศไทย

โรงแรมขนาดเล็กยอดเยี่ยมที่สุดในประเทศไทย – เดอะ เพลส เกาะเต่า

โรงแรมแบบเบดแอนด์เบรคฟาสต์ที่ดีที่สุดในโลก – บินตัน บิ๊อทท่อม บีแอนด์บี  
เมืองเวสต์ ลัลเวิร์ธ ประเทศอังกฤษ

โรงแรมแบบเบตแอนด์เบรคฟาสต์ที่ดีที่สุดในเอเชีย – บ้านมาลินี เบต แอนด์ เบรคฟาสต์ ภูเก็ต ประเทศไทย

โรงแรมแบบเบตแอนด์เบรคฟาสต์ที่ดีที่สุดในประเทศไทย – บ้านมาลินี เบต แอนด์ เบรคฟาสต์ ภูเก็ต

รายชื่อโรงแรมที่ได้รับรางวัล TripAdvisor Travellers' Choice ในปี 2557 ทั้งหมด 7,123 แห่งนั้น สามารถเข้าไปดูที่ <http://th.tripadvisor.com/TravelersChoice> ส่วนนักเดินทางสามารถติดตามบทสนทนาได้จากทวีตเตอร์ที่ #travellerschoice

### เปิดเครือข่าย Top 10 เซนอินเตอร์

ปัจจุบันโครงสร้างของธุรกิจโรงแรมของโลกได้ถูกครอบงำโดยเซนโรงแรมขนาดยักษ์จำนวนประมาณ 10 แห่ง โดยแต่ละแห่งจะมีแบรนด์ต่างๆ มากมายเพื่อให้ครอบคลุมตั้งแต่ตลาดบนสุดจนถึงตลาดล่าง โดยเฉพาะโรงแรมระดับหรูหรานในปัจจุบันนั้น เกือบทั้งหมดสังกัดอยู่ในเซนโรงแรมขนาดยักษ์แทบทั้งสิ้น

สำหรับเซนธุรกิจโรงแรมใหญ่ที่สุดในโลก คือ บริษัท InterContinental Hotels Group (IHG) ของสหราชอาณาจักร มีโรงแรมในสังกัดมากกว่า 3,500 แห่ง ใน 100 ประเทศทั่วโลก โดยมีจำนวนห้องรวมกันมากถึง 534,000 ห้อง เป็นเจ้าของแบรนด์ต่างๆ เป็นต้นว่า Intercontinental, Crowne Plaza, Holiday Inn, Holiday Inn Express, Staybridge Suites, Candlewood Suites, Hotel Indigo ฯลฯ

แต่ละแบรนด์ของเครือโรงแรมกลุ่มนี้จะเจาะลูกค้าเป้าหมายแตกต่างกันไป โดยโรงแรม Intercontinental และ Crowne Plaza มุ่งตลาดบนสำหรับลูกค้าที่ต้องการความหรูหรา และนักธุรกิจระดับสูง ขณะที่ Holiday Inn มุ่งนักท่องเที่ยวระดับกลางและนักธุรกิจทั่วไป ส่วน Express by Holiday Inn สำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการห้องพักราคาประหยัด

บริษัท Cendant Corp นับเป็นเซนโรงแรมใหญ่เป็นอันดับ 2 ของโลก โดยมีโรงแรมในเครือมากถึง 6,400 แห่ง รวมทั้งหมดประมาณ 521,000 ห้อง กลุ่มนี้จะเน้นลูกค้าตลาดกลาง

และตลาดล่าง ไม่นับโรงแรมระดับหรูหาแต่อย่างใด ทำให้เป็นผู้ครองส่วนแบ่งตลาดสูงสุดในสหรัฐฯ ในส่วนโรงแรมราคาประหยัด (Economy) ประกอบด้วยแบรนด์ต่างๆ เป็นต้นว่า Days Inn, Ramada, Howard Johnson, Wingate Inn, Super 8 เป็นต้น

บริษัท Marriott ของสหรัฐฯ เป็นเซกโรงแรมใหญ่เป็นอันดับ 3 ของโลก โดยมีโรงแรมในเครือประมาณ 2,600 แห่ง จำนวนห้องรวม 482,000 ห้อง ประกอบด้วยแบรนด์ต่างๆ เป็นต้นว่า Marriott, Ritz-Carlton, Renaissance, Residence Inn, Fairfield Inn, New World, Courtyard ฯลฯ โดยแต่ละแบรนด์ก็มีลูกค้าเป้าหมายแตกต่างกัน เป็นต้นว่า Ritz-Carlton เป็นโรงแรมหรูหาระดับ 5 ดาว ขณะที่ Courtyard เป็นโรงแรมระดับ 3 ดาว ส่วน Fairfield Inn เป็นโรงแรมเจาะลูกค้าตลาดล่างระดับ 1 - 2 ดาว

บริษัท Accor มีสำนักงานใหญ่ตั้งที่กรุงปารีสของฝรั่งเศส นับเป็นเซกโรงแรมใหญ่เป็นอันดับ 4 ของโลก มีโรงแรมในเครือ 4,000 แห่ง กระจายอยู่ใน 140 ประเทศทั่วโลก จำนวนห้องรวม 460,000 ห้อง มีแบรนด์ต่างๆ เป็นต้นว่า Sofitel เป็นแบรนด์สำหรับลูกค้าระดับ 5 ดาว ตามด้วยแบรนด์ Grand Mercure ระดับ 4 ดาวครึ่ง, แบรินด์ Novotel ระดับ 4 ดาว, แบรินด์ Mercure ระดับ 3 ครึ่ง แบรินด์ All Seasons เป็นโรงแรมระดับ 3 ดาวในรูปแบบสโตร์รี่สอร์ท รองลงมาอีก คือ Ibis ระดับ 3 ดาวในรูปแบบโรงแรมในตัวเมือง และล่างสุดคือ แบรินด์ Motel 6 ระดับ 1 ดาว

ยิ่งไปกว่านั้น เมื่อเซกโรงแรม Club Med ได้ประสบปัญหาทางการเงินเนื่องจากขาดทุนเรื้อรังหลายปีติดต่อกัน ดังนั้น กลุ่ม Accor ก็ได้เข้ามาช่วยเหลือโดยซื้อหุ้นใหญ่ของเซกโรงแรม Club Med เมื่อปี 2547

บริษัท Hilton Hotels Corporation มีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่ย่านเบเวอร์ลี่ฮิลล์ในสหรัฐฯ เป็นเซกโรงแรมใหญ่เป็นอันดับ 5 ของโลก ประกอบด้วยโรงแรม 2,800 แห่ง จำนวนห้องรวม 460,000 ห้อง ประกอบด้วยแบรนด์ Hilton, Embassy Suites, Hilton Garden Inn, Scandic, Doubletree, Hampton Inns เป็นต้น

เดิมธุรกิจโรงแรมฮิลตันแบ่งเป็น 2 กลุ่มแยกจากกันโดดเด่นขาด กล่าวคือ กิจการในสหรัฐฯ เป็นของบริษัท Hilton Hotels Corporation ขณะที่กิจการนอกสหรัฐฯ เป็นของ

บริษัท Hilton Group ของสหราชอาณาจักร อย่างไรก็ตาม เมื่อปลายปี 2548 บริษัท Hilton Hotels Corporation ของสหรัฐฯ ได้ซื้อกิจการโรงแรมของบริษัท Hilton Group ของสหราชอาณาจักร ทำให้เป็นเจ้าของแบรนด์โรงแรมฮิลตันทั่วโลกแต่เพียงผู้เดียว ส่งผลให้กลายเป็นเชนโรงแรมซึ่งมีขนาดใหญ่ขึ้น จากเดิมมีขนาดใหญ่เป็นอันดับ 6 ของโลก ได้ก้าวขึ้นมาเป็นอันดับ 5 ของโลก

บริษัท Choice Hotels International เป็นเชนโรงแรมใหญ่เป็นอันดับ 6 ของโลก มีโรงแรมในเครือ 5,000 แห่ง รวม 404,000 ห้อง เป็นเจ้าของแบรนด์ต่างๆ เป็นต้นว่า Comfort Inn, Clarion, Quality, Econo Lodge ฯลฯ เน้นลูกค้าตลาดระดับกลาง โดยปัจจุบันครองตลาดสูงที่สุดในสหรัฐฯ ในส่วนตลาดโรงแรมระดับราคาปานกลาง (Midscale) ที่ไม่มีภัตตาคารตั้งอยู่ภายในโรงแรม

บริษัท Best Western International เป็นเชนโรงแรมใหญ่เป็นอันดับ 7 ของโลก มีโรงแรมในเครือ 4,300 แห่งใน 88 ประเทศ จำนวนรวม 320,000 ห้อง เน้นตลาดโรงแรมระดับราคาปานกลางเป็นหลัก โดยครองตลาดสูงที่สุดในสหรัฐฯ ในส่วนตลาดโรงแรมระดับราคาปานกลาง (Midscale) ที่มีภัตตาคารตั้งอยู่ภายในโรงแรม ปัจจุบันมีโรงแรมทำการบริหาร 4,300 แห่งใน 88 ประเทศ ประกอบด้วยแบรนด์ Best Western Premier สำหรับโรงแรมระดับ 4 ดาว และแบรนด์ Best Western สำหรับโรงแรมระดับ 3 ดาว

บริษัท Starwood Hotels & Resorts Worldwide มีสำนักงานใหญ่ที่เมืองไวท์เพลน ในมลรัฐนิวยอร์กของสหรัฐฯ เป็นเชนโรงแรมใหญ่เป็นอันดับ 8 ของโลก มีโรงแรมในเครือ 740 แห่ง จำนวนรวม 230,000 ห้อง ทั้งนี้ มีข่าวลือว่ากลุ่มนี้อาจจะขยายฐานธุรกิจในอนาคตโดยเข้าไปซื้อกิจการบริษัท Intercontinental Hotels Group ซึ่งเป็นกลุ่มโรงแรมใหญ่ที่สุดในโลก

สำหรับโรงแรมในกลุ่มนี้ประกอบด้วยแบรนด์ต่างๆ มากมาย เป็นต้นว่า Westin, Sheraton, 4 Points, W Hotels, Luxury Collection, St. Regis ฯลฯ โดยแต่ละแบรนด์จะมุ่งสู่ลูกค้าเป้าหมายแตกต่างกัน เป็นต้นว่า แบรินด์ Sheraton เน้นเป็นโรงแรมระดับ 5 ดาว สำหรับลูกค้าเป้าหมายเป็นบุคคลวัยกลางคนที่มีฐานะดี ขณะที่แบรนด์ 4 Points เน้นเป็นโรงแรมระดับ 4 ดาว สำหรับลูกค้าเป้าหมายเป็นชนวัยหนุ่มสาวที่ต้องการความสนุกสนาน

บริษัท Global Hyatt Corp ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2500 ปัจจุบันมีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่นครชิคาโกในสหรัฐอเมริกา นับเป็นเชนโรงแรมใหญ่เป็นอันดับ 9 ของโลก มีโรงแรมในเครือ 900 แห่ง จำนวนห้องรวม 150,000 ห้อง ประกอบด้วยแบรนด์ Hyatt, Hawthorn Suits ฯลฯ โดยเน้นเฉพาะโรงแรมระดับหรูหราเท่านั้น ไม่เน้นโรงแรมในตลาดกลางและตลาดล่าง

บริษัท Carlson Hotels Worldwide มีสำนักงานใหญ่ตั้งที่นคร Minneapolis เป็นเชนโรงแรมใหญ่เป็นอันดับ 10 ของโลก มีโรงแรมในเครือ 900 แห่ง จำนวนห้องประมาณ 150,000 ห้อง ประกอบด้วยแบรนด์ Regent อยู่ระดับบนสุด รองลงมา คือ Park Hotel และ Radisson นอกจากนี้ ยังมีโรงแรมราคาประหยัด คือ Country Inn

นอกจากเชนโรงแรมขนาดใหญ่ระดับโลกแล้ว ยังมีเครือข่ายโรงแรมขนาดกลางอีกหลายกลุ่ม โดยในภูมิภาคเอเชียมีเชนโรงแรมขนาดกลางเป็นต้นว่า โรงแรมดุสิตธานี ของไทย ซึ่งปัจจุบันมีโรงแรมในเครือ 20 แห่งทั่วโลก โดยในจำนวนนี้อยู่ในประเทศไทย 15 แห่งที่เหลืออยู่ในอินโดนีเซีย เมียนมา ฟิลิปปินส์ และสหรัฐอเมริกาบราซิล และตั้งเป้าหมายเพิ่มโรงแรมในเชนอีก 4 แห่ง ในปี 2549

บริษัท Mandarin Oriental Hotel Group ของฮ่องกง ก่อตั้งเมื่อปี 2506 เริ่มจากโรงแรมแมนดารินในฮ่องกง ต่อมาในปี 2517 ได้ซื้อหุ้น 49% ในโรงแรมโอเรียนเต็ลซึ่งตั้งอยู่ที่กรุงเทพมหานคร ปัจจุบันมีโรงแรมหรูหรานในสังกัด 31 แห่ง เป็นจำนวนห้องประมาณ 9,000 ห้อง โดยอยู่ในทวีปเอเชีย 14 แห่ง ทวีปอเมริกาเหนือ 12 แห่ง และทวีปยุโรป 5 แห่ง

บริษัท Raffles International ของสิงคโปร์ ก่อตั้งโดยบริษัท Raffles Holdings เมื่อปี 2532 เพื่อทำธุรกิจบริหารโรงแรมและรีสอร์ท โดยมีเรือธง คือ โรงแรม Raffles ซึ่งเป็นโรงแรมเก่าแก่ก่อตั้งในสิงคโปร์เมื่อปี 2430 ปัจจุบันเป็นเชนโรงแรมใหญ่เป็นอันดับที่ 18 ของโลก มีโรงแรมในสังกัด 33 แห่ง จำนวนรวม 13,400 ห้อง ประกอบด้วยแบรนด์ต่างๆ เป็นต้นว่า Merchant Court, Raffles, Swissotel เป็นต้น

เดิมเชนโรงแรม Raffles มีผู้ถือหุ้นใหญ่ คือ กลุ่ม CapitalLand ของสิงคโปร์ ซึ่งเป็นผู้ประกอบการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ใหญ่ที่สุดภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อย่างไรก็ตาม ได้

ตัดสินใจขายกิจการเซนโรงแรม Raffles เมื่อกลางปี 2548 ในมูลค่า 40,000 ล้านบาท ให้แก่กองทุน Colony Capital ของสหรัฐฯ

บริษัท Banyan Tree Hotels and Resorts ของสิงคโปร์ นับเป็นอีกเซนที่กำลังมาแรง โดยปัจจุบันที่เปิดดำเนินการแล้ว 14 แห่ง ประกอบด้วยแบรนด์ Banyan Tree และ Angsana เน้นโรงแรมในรูปแบบรีสอร์ทเป็นหลัก โดยเริ่มจากโรงแรมแห่งแรกที่จังหวัดภูเก็ต ต่อมาได้ขยายธุรกิจไปยังเกาะบินตันของอินโดนีเซีย เกาะมัลดีฟส์ เกาะเซเชลส์ และ กรุงเทพมหานคร

### 10 อันดับโรงแรมหรูที่สุดในโลก



ภาพ 45

**อันดับ 10** The Apeiron โรงแรมเกาะกลางทะเล ที่ดูไบ โรงแรม Apeiron island จัดเป็นโรงแรมระดับ 7 ดาว มีพื้นที่ประมาณ 2 แสนตารางเมตร ตั้งอยู่บนความสูง 185 เมตร มีห้องพักระดับหรูหรร่า มากกว่า 350 ห้อง ทุกอย่างที่อยู่ในโรงแรมนี้คือคำนียามของความไฮเทคที่มีระดับ มีความเป็นส่วนตัวสูงมาก เพราะตัวโรงแรมสร้างลากูนขึ้น กลางน้ำเป็นของตัวเอง รวมถึงหาดทรายกลางทะเล ภัตตาคารสุดหรู โรงหนัง แหล่งช้อปปิ้ง แกลลอรีศิลปะ สปาและอุปกรณ์ต่างๆ ที่ทำให้การ ประชุมทางไกลกับโลกพื้นดินทำได้โดยสะดวก แม้ถูกจัดอันดับให้เป็นอันดับ 10 แต่ก็ยังไม่ถูกสร้างเสียที



ภาพ 46

**อันดับ 9** Foldable hotel pods โรงแรมลอยน้ำ เมื่อต้นปีที่ผ่านมาบริษัทยักษ์ใหญ่ทางด้านการออกแบบของอังกฤษรายนี้ได้เผยโฉมต้นแบบโรงแรมยักษ์ใหญ่กลางทะเลแห่งนี้อย่างในงาน Future Holiday Forum โดยชี้ให้เห็นว่าด้วยเทคโนโลยีการเดินทางสมัยใหม่บวกกับการออกแบบชั้นยอด ทำให้โรงแรมชั้นเยี่ยมสมัยใหม่สามารถไปตั้งอยู่กลางทะเลที่ไหนก็ได้ที่บรรดาแขกอยากไป และอยู่ได้



ภาพ 47

**อันดับ 8** โรงแรม Burj al-Arab เมื่อตะวันออกพบตะวันตก ประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ โรงแรมนี้จัดว่าขึ้นชื่อระดับโลก เพราะก่อสร้างและเปิดดำเนินการเรียบร้อยแล้ว ถือเป็นโรงแรมระดับ 7 ดาวแห่งแรกของโลก ความสูงของโรงแรม อยู่ที่ 321 เมตร ตัวโรงแรมนั้นถูกออกแบบมาให้เหมือนใบพัดเรือ บนพื้นที่ที่เป็นเหมือนเกาะอยู่ห่างจากหาด Jumeirah ประมาณ 280 เมตร ความสุดยอดของโรงแรมนี้อีกอย่างหนึ่งคือการเป็นเอเทรียมที่สูงที่สุดในโลก คือสูงถึง 180 เมตร มีห้องพักกว่า 200 ห้องที่ไม่ซ้ำกันเลย ด้วย ราคาระหว่าง 1,000

ไปจนถึงมากกว่า 28,000 เหรียญสหรัฐต่อคืน ในตัวโรงแรมมีภัตตาคาร 8 แห่ง แต่ละแห่งมีทั้งบาร์และเลาจ์ ฟิตเนส และ สิ่งอำนวยความสะดวก



ภาพ 48

**อันดับ 7** Waterworld โรงแรมกลางน้ำตักยักษ์ ประเทศจีน แค่เห็นดีไซน์ก็รู้ว่านี่มันเป็นโรงแรมแห่งความผินซัดๆ เพราะตัวโรงแรมเหมือนฝังไปกับน้ำตกแห่งหนึ่งในเมืองจีน ตัวโรงแรมนี้ออกแบบ ให้มีห้องพัก 400 ห้อง ที่สำคัญห้องอยู่ใต้น้ำตก ลูกเล่นที่เป็นที่เด็ดก็คือ สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการเล่นกีฬาเอ็กซ์ตรีมบริเวณอ่าวของโรงแรม ไม่ว่าจะเป็นสระว่ายน้ำที่หรูสุดๆ หน้าผาระดับพระเจ้าให้ปีนไต่ และบันไดจัมพ์ รวมถึงลูกเล่นอื่นๆ และโรงแรมนี้จะมีโอกาสสร้างก็ต่อเมื่อผ่านเรื่องสิ่งแวดล้อมแล้วเท่านั้น



ภาพ 49

**อันดับ 6** The Poseidon รีสอร์ทใต้ทะเล อยู่ที่หมู่เกาะฟีจี ด้วยพื้นที่ใต้น้ำลึกกว่า 1,200 ตารางฟุตแห่งนี้เป็นรีสอร์ทที่ถูกจับตามากที่สุดแห่งหนึ่งในโลก เพราะเป็นรีสอร์ทใต้น้ำ

แห่งแรกของโลกที่จะสร้าง เสร็จภายในปี2009 มีห้องพักสุดหรูขนาดใหญ่ถึง 550 ตารางฟุต และนักท่องเที่ยวที่ไปเยี่ยมเยียนรีสอร์ทแห่งนี้ สามารถใช้บริการซบเรือดำน้ำ สามารถดำดิ่งไปดูปะการังน้ำลึก ดำน้ำแบบสกุบบ่า กีฬาทงน้ำทุกชนิดเท่าที่นึกได้ เล่นเรือใบพาราสำรวจ ถ้ำ และอื่นๆ อีกมากมาย



ภาพ 50

**อันดับ 5** The Hydropolis : โรงแรมใต้น้ำระดับ 10 ดาว แห่งคูโบ เป็นอีกโรงแรมหนึ่งที่อาศัยทะเลเป็นฉากหลังอันตระการ ตาให้กับผู้มาพัก ตัวโรงแรมคาดว่าจะสร้างกันที่คูโบ โดยเฉพาะตัวโรงแรมนั้น ได้ใส่ศูนย์การค้าขนาดยักษ์ที่มีพื้นที่กว่า 1.1 ล้านตารางฟุตเข้าไปด้วย ในตัวโรงแรมยังมีห้องบอลรูมขนาดยักษ์ มีโรงภาพยนตร์ดิจิตอลไฮเทค สุดอลังการ และที่เจ๋งสุดๆ ก็คือมีระบบป้องกันตัวเองด้วยจรวดมิสไซล์ที่อยู่ต่ำกว่า วน้ำทะเลลงไป 60 ฟิต ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถสนุกกับเครื่อง เล่นมากมายในสถานที่ที่เป็น ฮิมต่างๆ กว่า 220 แห่ง ความคืบหน้าล่าสุดของโครงการนี้มี 150 บริษัทที่กระโดดเข้ามาร่วมแข่งชิงกันอยู่ และกว่า จะรู้ว่าใครจะเป็นผู้ได้ดำเนินโครงการก็ประมาณปลายปีนี้



ภาพ 51

**อันดับ 4** The Lunatic Hotel : โรงแรมบนดวงจันทร์ เปลี่ยนบรรยากาศไปที่โรงแรมบนดวงจันทร์กันบ้างดีกว่า และโครงการนี้ไม่ถือว่าโคมลอยแต่อย่างใด โอกาสที่จะเป็นจริงมีมากเหลือเกิน ซึ่งถ้าเปิดให้บริการเมื่อไหร่คงต้องเป็นข่าวใหญ่ไปทั่วโลกแน่นอน ถือว่านี่เป็นอีกความฝันของปี 2050 ที่ต้องไปให้ถึงเลยทีเดียว (อีกไม่กี่ปีเอง)



ภาพ 52

**อันดับ 3** Aeroscraft : โรงแรมบินสุดหรูสำหรับวันพรุ่งนี้ สำหรับโครงการ Aeroscraft บอลลูนยักษ์ลอยฟ้าที่อัดแน่นด้วยพลังงานกว่า 400 ตัน ทำให้สามารถนำพาผู้โดยสารเหินไปกลางอากาศด้วย ความเป็นอยู่ที่หรูหราสุดยอด ที่มีพื้นที่เท่ากับสนามฟุตบอลสองสนามลอยอยู่บนอากาศ ด้วยก๊าซฮีเลียมจำนวน 14 ล้านลูกบาศก์ฟุต ตามติด

ด้วยอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ขนาดยักษ์และเชื้อเพลิงไฮโดรเจน มีพัสดมขนาดยักษ์ 6 ตัว สามารถนำผู้โดยสารไปได้ประมาณ 250 คน ด้วย ความเร็ว 174 ไมล์ต่อชั่วโมง ที่ความสูง 6,000 ไมล์ ในตัวโรงแรมจะมีคาสิโน ภัตตาคาร ฯลฯ



ภาพ 53

**อันดับ 2** Galactic Suite โรงแรมอวกาศ จากความพยายามของ Xavier Claramunt ที่ต้องการผจญภัยในอวกาศด้วยยานขนส่ง ซึ่งตัวยานนั้นออกแบบมาให้มีห้องพัก 22 ห้อง ขนาด 7x4 เมตร พร้อมหน้าต่างที่เปิดให้เห็นวิวอวกาศ และสิ่งอำนวยความสะดวก คราวนี้ก็ไม่จำเป็นต้องไปพึ่งนาซา หรือรัสเซียในการจ่ายเงินที่แพงมากในการขึ้นไปเที่ยวรอบโลกด้วยยานอวกาศเหมือนที่ผ่านมา ตอนนี้เครื่องต้นแบบสร้างเสร็จแล้ว และอยู่ในระหว่างรอนักลงทุนกระเป๋านัก ทิมองเห็นอนาคต เข้ามาลงทุนเท่านั้น



ภาพ 54

**อันดับ 1** Bigelow Aerospace, Las Vegas เครื่องเดินอากาศ หรือ CSS Skywalker โรงแรมท่องบรรยากาศนอกโลก แต่ยังอยู่ในวงโคจรโลก เหมือนกับเป็นดาวเทียมขนาดใหญ่ดวงหนึ่ง นั่นเอง ด้วยพื้นที่ 1,500 ตารางเมตร และขนาดที่ใหญ่ถึง 1 แสนกิโลกรัม มีโครงสร้างของยานที่หนักกว่า 18 นิ้ว ค่าใช้จ่ายอยู่ที่ \$1 ล้านต่อคืน

นิตยสารด้านการท่องเที่ยวชั้นนำของโลก “**ทราเวล แอนด์ ลีเชอร์**” ประกาศรายชื่อ “**100 โรงแรมดีที่สุดในโลก**” ประจำปี 2014 ขอนำเสนอเฉพาะโรงแรมที่ติดอันดับที่ท็อปเท็น และเป็นที่น่าเสียดายว่าหนึ่งในนั้นไม่มีโรงแรมในประเทศไทยรวมอยู่ด้วย อย่างไรก็ตาม **โรงแรมเพนินซูลา กรุงเทพฯ** ยังคงมีคะแนนโหวตเป็นอันดับต้นๆ ของโลก โดยในปีี้ติดอันดับที่ 13 ขณะที่**โรงแรมโฟร์ซีซั่นส์ รีสอร์ท จ. เชียงใหม่** มาเป็นอันดับที่ 27 **โรงแรมดาราเทวี จ. เชียงใหม่** อยู่ในอันดับที่ 28 **โรงแรมแมนดาริน โอเรียนเต็ล กรุงเทพฯ** อยู่ในอันดับที่ 48 และ**โรงแรมแชงกรี-ลา กรุงเทพฯ** อยู่ในอันดับที่ 62 ของโลก

10 อันดับ โรงแรมดีที่สุดในโลก ปี 2557

TRAVEL+  
LEISURE

รางวัล “World’s Best Awards 2014” ซึ่งนิตยสาร “ทราเวล แอนด์ ลีเชอร์” ได้ทำการสำรวจความเห็นผู้อ่านทั้งในนิตยสาร ไอแพด และทางเว็บไซต์ โดยพิจารณาจาก ห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวก สถานที่ตั้ง การบริการ อาหาร/ภัตตาคาร และความคุ้มค่ากับเงินที่เสียไป

อันดับที่ 1 ทริปเปิ้ล ครีก แรนช์ เมืองดาร์บี รัฐมอนแทนา สหรัฐอเมริกา  
คะแนนที่ได้ 97.44 ปีที่แล้วติดอันดับที่ 13



ภาพ 55

อันดับที่ 2 นayarara สปริงส์ ลา ฟอ์ตูนา คอสตาริกา  
คะแนนที่ได้ 97.00 ปีที่แล้วไม่ติด 1 ใน 100 โรงแรมดีที่สุดในโลก



ภาพ 56

อันดับที่ 3 โพรซีซันส์ โฮเทล เกรแฮม พาเลซ บูดapest ประเทศฮังการี  
คะแนนที่ได้ 96.91 ปีที่แล้วติดอันดับที่ 12

3



ภาพ 57

อันดับที่ 4 เซาเทิร์น โอเชียน ลอดจ์, แกงการู ไอส์แลนด์, ประเทศออสเตรเลีย  
คะแนนที่ได้ 96.27 ปีที่แล้วไม่ติด 1 ใน 100 โรงแรมดีที่สุดในโลก

4



ภาพ 58

อันดับที่ 5 โอเชียน เฮ้าส์, วอทซ์ ฮิลล์, รัฐโรดไอส์แลนด์ สหรัฐอเมริกา

คะแนนที่ได้ 96.20 ปีที่แล้วติดอันดับที่ 95

5



ภาพ 59

อันดับที่ 6 เดอะ แลงแอม, ชิคาโก, สหรัฐอเมริกา

คะแนนที่ได้ 96.00 ปีที่แล้วไม่ติด 1 ใน 100 โรงแรมดีที่สุดในโลก

6



ภาพ 60

อันดับที่ 7 ซิงกิต้า ซาปี แซนด์, ครูเกอร์ เนชั่นแนล พาร์ค แอเรีย แอฟริกาใต้  
คะแนนที่ได้ 95.82 ปีที่แล้วติดอันดับที่ 10

7



ภาพ 61

อันดับที่ 8 ลอนโดโลชี เกม รีเสิร์ฟ, ครูเกอร์ เนชั่นแนล พาร์ค แอเรีย แอฟริกาใต้  
คะแนนที่ได้ 95.80 ปีที่แล้วติดอันดับที่ 39

8



ภาพ 62

อันดับที่ 9 โอเบอรอย อุทัยวิลาส อุทัยปุระ ประเทศอินเดีย

คะแนนที่ได้ 95.76 ปีที่แล้วติดอันดับที่ 8

9



ภาพ 63

อันดับที่ 10 ทาซ เลค พาเลซ, อุทัยปุระ, ประเทศอินเดีย

คะแนนที่ได้ 95.75 ปีที่แล้วติดอันดับที่ 29

10



ภาพ 64

ที่มา: [travelandleisure.com](http://travelandleisure.com) / <http://paow007.wordpress.com>

### คำถามท้ายบท

1. เซนโรงแรม (Hotel Chain) ที่มีโรงแรมในเครือมากที่สุดในโลกคือบริษัทใด  
มีโรงแรมใดบ้าง
2. โรงแรมที่ติดอันดับโลก ซึ่งได้ชื่อว่าหรูหราที่สุดอันดับที่ 1 และ 2 คือโรงแรมอะไร  
อยู่ที่ไหน และมีจุดเด่นอย่างไร
3. โรงแรมที่ติดอันดับสวยงามที่สุดในประเทศไทย 3 อันดับคือโรงแรมอะไรบ้าง  
มีจุดเด่นอย่างไร

### บรรณานุกรม

- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม. พระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ.2547. สืบค้นเมื่อ 8 พฤศจิกายน 2558 จาก [http://www.dip.go.th/Portals/0/patuemoh/fatu/%E0%B8%81%E0%B8%8E%E0%B8%\\_\\_0%B8%A8.%202547.pdf](http://www.dip.go.th/Portals/0/patuemoh/fatu/%E0%B8%81%E0%B8%8E%E0%B8%__0%B8%A8.%202547.pdf)
- ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด. กลยุทธ์ทำธุรกิจโรงแรมให้ยั่งยืน. สืบค้นเมื่อ 8 พฤศจิกายน 2558 จาก <https://www.krungsri.com/bank/th/KrungsriSME/Inside-SME/14826.html>
- มหาวิทยาลัยทักษิณ. (2558). สืบค้นเมื่อ 8 พฤศจิกายน 2558 จาก [http://tsl.tsu.ac.th/courseware/260/lesson1/lesson1\\_2.html](http://tsl.tsu.ac.th/courseware/260/lesson1/lesson1_2.html)
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2542). เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการและเทคนิคการบริการในโรงแรม หน่วยที่ 8-15. พิมพ์ครั้งที่ 2. นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ปรีชา แดงโรจน์. (2525). การโรงแรม. กรุงเทพฯ: ศรีอนันต์.
- นงคันทน์ ศรีธนาอนันต์. (2544). การโรงแรมเบื้องต้น. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธุรกิจ บัณฑิตย.
- ทรงชัย ณะอำภัย. (2558). *Hotels Marketing Trends 2014*. สืบค้นเมื่อ 8 พฤศจิกายน 2558 จาก [http://www.ihotelmarketer.com/index.php?option=com\\_k2&view=item&id=430:hotels-marketing-trends-2014-for-hoteliers-consideration&Itemid=357](http://www.ihotelmarketer.com/index.php?option=com_k2&view=item&id=430:hotels-marketing-trends-2014-for-hoteliers-consideration&Itemid=357)
- lhotelguru.com สืบค้นเมื่อ 8 พฤศจิกายน 2558 จาก [http://www.ihotelguru.com/index.php?option=com\\_k2&view=item&id=53:it-and-hotel-management](http://www.ihotelguru.com/index.php?option=com_k2&view=item&id=53:it-and-hotel-management)

## เอกสารอ่านประกอบ



การโรงแรม (ฉบับปรับปรุง)

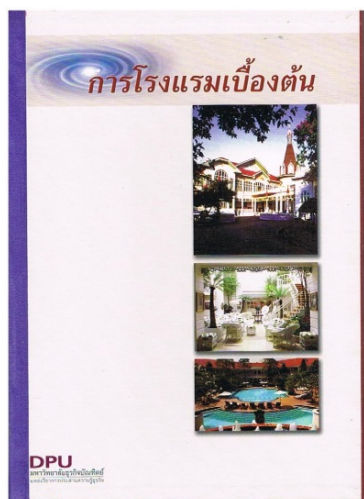
ผู้แต่ง/ผู้แปล : ชีราพรรณ อิ่มโอษฐ์ 2554



การบริหารและการจัดการงานโรงแรม

ฉบับปรับปรุง พิมพ์ครั้งที่ 2

ผู้แปลและเรียบเรียง : บังอร ฉัตรรุ่งเรือง 2555



การโรงแรมเบื้องต้น

ผู้แต่ง: นางคันุช ศรีธนาอนันต์ 2553