



ว่าด้วยเรื่องของโรงแรมแบบต่างๆ

ปัจจุบันมีโรงแรมหลายรูปแบบให้ผู้บริโภคเลือกพัก ผู้ที่คิดจะเริ่มต้นธุรกิจโรงแรมหรือที่พักก็เช่นกัน มีธุรกิจที่พักให้เลือกเริ่มต้นมากมายขนาดทั้งการลงทุนก็แตกต่างกันไป การจัดแบ่งประเภทของที่พักแรมแตกต่างกันออกไปตามวัตถุประสงค์ในการจัดประเภทซึ่งอาจขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้ง การเข้าพักอาศัยของแขก การบริหารงาน การจัดบริการแก่ลูกค้า หรือขึ้นอยู่กับองค์ประกอบอื่นๆ ดังนั้นการจัดแบ่งประเภทของที่พักโรงแรมจึงไม่มีข้อยุติแน่นอน คำว่า“โรงแรม” หากกล่าวโดยความหมายอย่างกว้างคือในลักษณะที่เป็นที่พักที่เปิดให้คนเข้าไปเข้าพักเป็นการชั่วคราวแล้วก็มีอยู่หลายประเภทด้วยกัน ตั้งแต่แบบเกสต์เฮาส์ (Guest house) โรงแรมขนาดเล็กขนาดกลางขนาดใหญ่โรงแรมสำหรับผู้เดินทางโดยรถยนต์ (motel) และโรงแรมประจำท่าอากาศยาน (Airport hotel) เป็นต้น

ในภาพรวมของธุรกิจโรงแรมที่มีอยู่อย่างหลากหลายในปัจจุบัน หากพิจารณาจากรูปแบบวิธีการจัดการแบ่งได้เป็น 2 รูปแบบใหญ่

ระบบอิสระ (Independents System) คือโรงแรมที่ไม่ได้เข้าร่วมกับองค์การธุรกิจใดๆ ในลักษณะใดลักษณะหนึ่งไม่ว่าจะเป็นเครือข่ายโรงแรมต่างแพรนิซส์ หรือบริษัทรับบริหารจัดการในธุรกิจโรงแรมใดๆ ทั้งสิ้น เป็นโรงแรมที่เจ้าของบริหารงานเอง ซึ่งในบางแห่งเป็นลักษณะการบริหารงานแบบครอบครัว ส่วนใหญ่ จะเป็นโรงแรมที่ตั้งอยู่ในเมืองเล็กๆ และในชุมชนรีสอร์ทตามฤดูกาล แขกหรือผู้มาใช้บริการในโรงแรมอิสระมัก นิยมการบริการที่เป็นส่วนตัว และนิยมโรงแรมที่มีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง ซึ่งเอกลักษณ์ดังกล่าวนี้อาจจะเป็นเอกลักษณ์ในเรื่องสถานที่ตั้ง การบริการ การออกแบบ และ/หรือ วิธีการจัดการทรัพย์สินก็ได้

ระบบเครือข่าย (Chain System) คือการบริหารงานในลักษณะของการรวมกลุ่มกันของโรงแรม ต่างๆ โดยมีความเป็นเจ้าของ และ/หรือ การควบคุมการบริหารและการควบคุมดูแลที่เหมือนกันหรืออยู่ใน ระบบเดียวกัน โรงแรมในกลุ่มจะดำเนินการทางธุรกิจโดยใช้ชื่อประกอบการร่วมกัน และ/หรืออยู่ภายใต้ระบบบริหารเดียวกันที่มาจากส่วนกลาง การเติบโตเป็นกลุ่มส่วนใหญ่เป็นผลจากการขยายกิจการของโรงแรมที่ ประสบความสำเร็จ มีความรอบรู้และชำนาญในการบริหาร จนเป็นที่รู้จักในตลาดจึงใช้ชื่อประกอบการเดิมเพื่อแสดงความเป็นกลุ่มเดียวกันที่ยังคงนโยบายและแนวทางการดำเนินงานเหมือนกัน

อย่างไรก็ตามการขยายกิจการที่ต้องอาศัยเงินทุนที่มีจำกัดเพียงแหล่งเดียวทำให้สูญเสียโอกาสการทำรายได้ในสถานการณ์ตลาดที่ยังมีความต้องการที่พักอีกมาก ขณะเดียวกันก็มีผู้สนใจที่ต้องการเข้ามาลงทุน ประกอบธุรกิจโรงแรม แต่ขาดความรู้ความชำนาญ ดังนั้นจึงได้มีการพัฒนาการจัดการธุรกิจที่อำนวยความสะดวกต่อการเติบโตอย่างรวดเร็วของกลุ่มที่มีความสามารถในวิชาชีพซึ่งจนกลายเป็นรูปแบบการจัดการโรงแรมที่ได้รับความนิยมเพราะสอดคล้องกับความต้องการทั้งสองฝ่าย คือ รูปแบบการจัดการภายใต้สัญญาว่าจ้างบริหารหรือสัญญาจัดการ (Management Contract) และการจัดการในระบบธุรกิจแฟรนไชส์ (Franchise) ซึ่งเป็นวิธีสำคัญที่ช่วยให้การขยายกิจการโรงแรมในกลุ่มเพิ่มจำนวนได้เร็วในตลาด

ไม่ใช่แค่เพียงความมหัศจรรย์ของสถานที่เท่านั้นที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เลือกเดินทางไปเปิดประสบการณ์ ที่ต่างๆ ได้แต่ความแปลกตาตื่นใจของสิ่งก่อสร้างและสถานที่พักโรงแรมที่มีเอกลักษณ์ไม่เหมือนใครก็เป็นแม่เหล็กพลังมหาศาสตร์ที่นำพาให้นักท่องเที่ยวเลือกที่จะไปในสถานที่นั้นๆ และในการวางกลยุทธ์ต่างๆ อย่างเหมาะสมเพื่อการดึงดูดลูกค้า การวางรูปแบบของธุรกิจโรงแรม ควรคำนึงถึงในประเด็นต่อไปนี้เพื่อเป็นการสร้างจุดเด่นที่แตกต่างจากคู่แข่งอย่างสอดคล้องและลงตัวในแต่ละแห่งซึ่งถือว่าเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่ง

1. กลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategy) มีความสำคัญเป็นอันดับต้นๆ พอๆ กับกลยุทธ์ด้านการบริการ ซึ่งในส่วนของราคาจะผันแปรตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ฤดูกาลท่องเที่ยว กำไรของโรงแรมนั้นๆ และคุณภาพของการบริการ โดยก่อนการลงทุน ควรศึกษาอัตราค่าเช่าพักในย่านนั้นๆ ก่อน จึงจะนำมาเป็นแนวทางให้การออกแบบและกำหนดราคาเช่าพัก ซึ่งถ้ามีการบริการที่ดี อยู่ในทำเลที่ดีแล้ว มีโอกาสที่อัตราค่าเช่าพักจะสูงกว่าคู่แข่งในย่านเดียวกันได้

2. กลยุทธ์ด้านทำเล (Place Strategy) ควรอยู่ใกล้ศูนย์กลางการท่องเที่ยวในท้องถิ่นนั้นๆ ใกล้ตลาด ใกล้แหล่งอำนวยความสะดวก โดยข้อดีของการสร้างโรงแรมอยู่ในย่านแหล่งท่องเที่ยว แม้จะมีคู่แข่งจำนวนมาก แต่ก็ทำให้ผู้เข้าพักเข้าถึงได้ง่าย ซึ่งหากแข่งขันในด้านทำเลได้แล้ว ถ้าพัฒนาด้านคุณภาพในการบริการให้ดีกว่าคู่แข่ง ย่อมมีโอกาสที่ดีกว่าทั้งในด้านอัตราค่าเช่าพัก และจำนวนผู้เข้าพัก

3. กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy) หมายถึงการทำตลาดเพื่อเจาะเข้าถึงกลุ่มลูกค้า โดยในธุรกิจโรงแรมและการท่องเที่ยวนี้ สัดส่วนมากกว่า 95% พึ่งพาสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นหลัก ดังนั้น ควรศึกษาการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตทุกรูปแบบให้เป็นประโยชน์ เริ่มจาก ควรมีเว็บไซต์เป็นของตัวเอง มีสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Instagram เพื่อกระจายไปยังกลุ่มเป้าหมาย เรียนรู้การใช้เว็บไซต์เกี่ยวกับการจองห้องพัก รวมถึง เว็บไซต์จองที่พักในเปรียบเทียบ ข้อดี ข้อเสียของเว็บไซต์เหล่านี้ และเลือกให้เหมาะสมกับโรงแรมของตัวเอง

4. กลยุทธ์ด้านพนักงาน (People Strategy) เป็นอีกหนึ่งหัวใจสำคัญเช่นกันของธุรกิจโรงแรม โดยไม่ว่าจะเป็นโรงแรมขนาดเล็ก หรือขนาดใหญ่ ต้องมีพนักงานที่มีหัวใจในการให้บริการ หรือที่เรียกว่า “เซอร์วิส มายด์” (Service Mind) ฝึกฝนอบรมพนักงานอย่างหนักให้มีเซอร์วิสมายด์ ยิ้มแย้ม ทักทาย พูดยจาสุภาพ แก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ สร้างความพึงพอใจให้ผู้เข้าพักสูงสุด ซึ่งธุรกิจโรงแรมมีความแปลกที่นำเสนอใจ คือ ผู้เข้าพักจะยอมจ่ายในราคาที่สูงขึ้น เพื่อได้



คุณภาพการบริการที่ดีกว่า โดยเฉพาะในพื้นที่ที่มีจำนวนโรงแรมค่อนข้างมาก สิ่งที่จะชนะคู่แข่งได้ ไม่ใช่เรื่องอัตราค่าเข้าพักเพียงอย่างเดียว แต่ต้องเป็นเรื่อง คุณภาพการบริการจากพนักงานด้วย

5. กลยุทธ์ด้านกระบวนการให้บริการ (Process Strategy) เป็นการส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ซึ่งจะเชื่อมโยงกับกลยุทธ์ด้านพนักงาน กระบวนการในการส่งมอบบริการจะครอบคลุมตั้งแต่ขั้นตอนการจองห้องพักทั้งผ่านระบบอินเทอร์เน็ต และจองตรงกับทางโรงแรมผ่านทางโทรศัพท์ การให้ข้อมูล จนเมื่อถึงวันเข้าพัก กระบวนการในการเช็คอินต้องรวดเร็ว การจัดส่งกระเป๋าถึงห้องพัก บริการประสานงานกับแหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหาร บริการรถขับส่ง เป็นต้น

6. กลยุทธ์ด้านกายภาพ (Physical evidence and presentation Strategy) สำหรับธุรกิจบริการแล้ว ลักษณะทางกายภาพ อาจกล่าวได้ว่าเป็นสิ่งที่สร้างคุณค่าให้กับลูกค้า เช่น ปัจจัยด้านความสะอาดความสะดวก หรือผลประโยชน์อื่นๆ ซึ่งธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับเรื่องนี้ไม่แพ้ปัจจัยอื่นๆ เพราะลักษณะทางกายภาพ มีส่วนที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจ บรรยากาศของโรงแรม สิ่งแวดล้อมบริเวณรอบข้าง มีความปลอดภัยหรือไม่ บรรยากาศห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น สัญญาณอินเทอร์เน็ตมีให้บริการฟรี บริการด้านอาหารเช้า

ระบบรักษาความปลอดภัย มีความจูงใจให้เกิดความอยากเข้าพัก

ในประเทศไทยนั้นการวางมาตรฐานของคุณภาพของโรงแรมนั้นจะครอบคลุมในด้านการก่อสร้าง การบำรุงรักษา สิ่งอำนวยความสะดวก และคุณภาพในการบริการ โดยการให้การยกระดับในการให้ดาว ตั้งแต่ 1 ดาวไปจนถึง ระดับ 5 ดาว เพื่อแยกออกตามมาตรฐานที่ได้กำหนดไว้ และยังเป็นกำหนด

ในเรื่องราคาห้องพัก และการบริการอีกด้วย ซึ่งในการแยกเช่นนี้ก็เพราะว่าเป็นกลยุทธ์ที่แตกต่างอย่างหนึ่งที่วัดความพึงพอใจของลูกค้า และยังสามารถกำหนดกลุ่มลูกค้าได้อีกด้วย

กลุ่มดาวเดียว หมายถึงโรงแรมซึ่งมีขนาดเล็ก ๆ ที่สิ่งอำนวยความสะดวกและเฟอร์นิเจอร์แบบง่าย ๆ และพอใช้ได้ห้องพักทุกห้องมีน้ำร้อนและน้ำเย็นพร้อม มีห้องอาบน้ำ และ ห้องส้วมพอเพียง เป็นแบบที่แขกหลายห้องใช้ มีบริการด้านอาหารและเครื่องดื่มสำหรับผู้มาพัก แต่อาจไม่บริการ แก่บุคคลภายนอกโรงแรมกลุ่มนี้จะมีบรรยากาศเป็นกันเองและส่วนมาก เจ้าของโรงแรมจะเป็นผู้ดูแลบริหารงานเอง

กลุ่มสองดาว ได้แก่โรงแรมที่มีมาตรฐานด้านห้องพักสูงกว่า ดาวเดียว มีห้องพักมีห้อง อาบน้ำ ในตัวอยู่ภายในห้องพักอาจมีโทรศัพท์โต๊ะโทรทัศน์ให้ด้วย มีอาหารให้เลือกมากกว่า แต่ก็อาจไม่ให้บริการแก่บุคคลนอกเช่นเดียวกับกลุ่มดาวเดียว

กลุ่มสามดาว ได้แก่โรงแรมที่ตกแต่งดีห้องพักกว้างขวางกว่าและมีสิ่งอำนวยความสะดวก ต่าง ๆ มากขึ้น ส่วนใหญ่จะมีห้องน้ำ ในตัวโดยมีอ่างอาบน้ำด้วย มีบริการด้านอาหารครบเครื่องมากขึ้นแต่อาจไม่เปิดจำหน่ายแก่บุคคลภายนอก อาหารหลากหลายกว่าแบบหนึ่งหรือสองดาว การบริการจากพนักงานมีการต้อนรับและบริการที่ครอบคลุมกว่ามาก

กลุ่มสี่ดาว โดยทั่วไปจะเป็นโรงแรมขนาดใหญ่ที่ ตกแต่งดีเป็นพิเศษ มีมาตรฐานสูง ในด้านบริการและความ สะดวกสบาย อาจมีห้องอาหารมากกว่า 1 ห้อง หรืออาจรวม ไปถึงห้องประชุม ห้องจัดเลี้ยงสำหรับลูกค้าที่ต้องการใช้เป็น สถานที่ประชุมและจัดเลี้ยงขององค์กรต่างๆทั้งภาครัฐบาลและ เอกชน แต่ก็ยังไม่ได้เน้นความหรูหรามากนัก

กลุ่มห้าดาว โรงแรมใหญ่ประเภทหรูหรามี มาตรฐานสากลระดับสูงสุดในทุกด้านคือ ห้องพัก อาหารและ

สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ครบครันเพื่อความประทับใจ ของลูกค้าที่มีกำลังซื้อบริการสูง

ในปัจจุบันนี้ทางด้านการบริการโรงแรมในแบบต่างๆ ของประเทศไทยเราก็คงไม่ได้ด้อยไปกว่าต่างประเทศก็ยังมี กำลังในการส่งเสริมธุรกิจโรงแรมในแบบต่างๆให้ทัดเทียมในระดับ สากลมีทั้งระดับ ห้าดาวและระดับธรรมดาหนึ่งหรือสองดาว เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากภาคการท่องเที่ยวและยัง ครอบคลุมนักท่องเที่ยวในทุกระดับทุกราชาคาที่นักท่องเที่ยวมี กำลังซื้อ