

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานเขียนที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารจัดการทรัพยากรทางกายภาพของ โรงแรมราคาประหยัด ในจังหวัดเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก – ตะวันตก: กรณีศึกษา อำเภอเมือง จังหวัดมุกดาหาร ในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้นำแนวคิด ทฤษฎี วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการศึกษาอธิบายตลอดจนวิเคราะห์ และแสดงข้อเสนอแนะ ดังนี้

2.1 คำจำกัดความโรงแรมและการออกแบบโรงแรม

2.1.1 ความหมายและที่มาของโรงแรม

2.1.2 ประเภทของโรงแรม

2.1.3 ทฤษฎีการออกแบบโรงแรมโดยสังเขป

2.1.4 แนวคิดเรื่องโรงแรมราคาประหยัด

2.1.5 กรณีศึกษาโรงแรมราคาประหยัด

2.2 พฤติกรรมของลูกค้า

2.2.1 พฤติกรรมในการใช้พื้นที่ในโรงแรม

2.2.2 ทฤษฎีจิตวิทยาสิ่งแวดล้อมและ Hospitality Design Theory

2.3 การจัดการทรัพยากรทางกายภาพ

2.3.1 ทฤษฎีการจัดการทรัพยากรทางกายภาพ

2.3.2 แนวคิดด้านพฤติกรรมการใช้พื้นที่ใช้สอยกับการจัดการทางกายภาพ

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 คำจำกัดความโรงแรมและการออกแบบโรงแรม

2.1.1 ความหมายและที่มาของโรงแรม

โรงแรม (hotel) ตามพระราชบัญญัติโรงแรมของประเทศไทย พ.ศ. 2487 มาตรา 3 และมาตรา 25 ได้ให้คำจำกัดความว่า โรงแรม หมายถึง บรรดาสถานที่ทุกชนิดที่จัดตั้งขึ้นเพื่อต้อนรับสินจ้างสำหรับคนเดินทาง หรือบุคคลที่จะหาที่อยู่หรือที่พักชั่วคราว จะต้องประกอบด้วย การจัดบริการอาหารและเครื่องดื่ม ให้แก่ผู้ที่เข้าพักตามความต้องการได้ด้วย แต่เมื่อมีการแก้ไขพระราชบัญญัติโรงแรมในประเทศไทย พ.ศ. 2547 ความหมายของโรงแรมที่ได้มีการเรียบเรียงใหม่นั้น ยังคงมีคล้ายคลึงกับพระราชบัญญัติฯ ฉบับเดิม (พ.ศ. 2487) โดยให้ความหมายในมาตรา 4 ว่า คำว่า โรงแรม (hotel) คือ สถานที่พักที่จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ในทางธุรกิจเพื่อให้บริการที่พักชั่วคราวสำหรับคนเดินทาง หรือบุคคลอื่นใดโดยมีค่าตอบแทน

ซึ่งเมื่อพิจารณาข้อกำหนดความหมายของโรงแรมในพระราชบัญญัติโรงแรมของประเทศไทยกำหนดไว้ว่า โฮเทล (hotel) คือ สถานที่ประกอบการที่ผู้ประกอบการจะต้องมีอาหาร เครื่องดื่ม และที่พักไว้บริการคนเดินทางที่จ่ายค่าบริการนั้น

การให้ความหมายของธุรกิจที่พักแรมนั้น ได้มีการศึกษาและบัญญัติไว้หลายวรรณกรรม ซึ่งจากการศึกษาของ นิศา ชัชกุล (2550, น.133 - 134) ได้ให้ความหมายของธุรกิจที่พักแรมว่า “.....“ที่พักแรม” (accommodation) มีความหมายเช่นเดียวกับ “ที่พักคนเดินทาง” ที่ใช้เรียกในสมัยโบราณ ก่อนจะมีคำว่า “โรงแรม” (hotel) โดยที่ “ที่พักแรม” หมายถึง สถานที่ที่จัดไว้สำหรับผู้เดินทาง หรือลูกค้า หรือแขก (guest) ที่พักอาศัยค้างคืนในระหว่างการเดินทางพร้อมทั้งให้บริการอาหาร เครื่องดื่ม และบริการอื่น ๆ แก่ผู้เดินทางมาหรือลูกค้าที่เข้าพักอาศัย.....”

2.1.2 ประเภทของโรงแรม

การแบ่งประเภทของโรงแรมจากหนังสือ Hotel Design Planning and Development (Rutes and Penner and Adams, 2001, p.4-11) สามารถสรุปประเภทของโรงแรมในยุคของสถาปัตยกรรมสมัยใหม่ (modern architecture) ดังนี้

1. Downtown hotels
2. Suburban hotels

3. Resorts
4. Convention hotels
5. Conference centers
6. Residential and condominium hotels
7. All-suite and extended-stay hotel
8. Super-luxury hotels
9. Update existing hotels
10. Mega-hotels
11. Mix-use development
12. Casino hotels

และองค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization: UNWTO) ได้แบ่งลักษณะของโรงแรมตามขนาด จำนวนห้องพัก และ ตามทำเลที่ตั้งซึ่งสามารถสรุปได้ว่า

1. โรงแรมที่แบ่งตามขนาดและจำนวนห้องพัก ได้แก่
 - 1) โรงแรมที่มีจำนวนห้องพัก ไม่เกิน 100 ห้อง จัดเป็นโรงแรมขนาดเล็กมาก
 - 2) โรงแรมที่มีจำนวนห้องพัก 100 - 200 ห้อง จัดเป็นโรงแรมขนาดเล็ก
 - 3) โรงแรมที่มีจำนวนห้องพัก 200 - 500 ห้อง จัดเป็นโรงแรมขนาดกลาง
 - 4) โรงแรมที่มีจำนวนห้องพัก มากกว่า 500 ห้อง จัดเป็นโรงแรมขนาดใหญ่
2. โรงแรมที่แบ่งตามทำเลที่ตั้งซึ่งสามารถแบ่งได้ 4 ประเภท ได้แก่ โรงแรมในเมือง (small and large cities hotel) โรงแรมชายทะเล (resort hotel) โรงแรมสนามบิน (airport hotel) และโรงแรมรถไฟ หรือโรงแรมใกล้ถนนหลวงที่เรียกว่าโมเตล (motel)

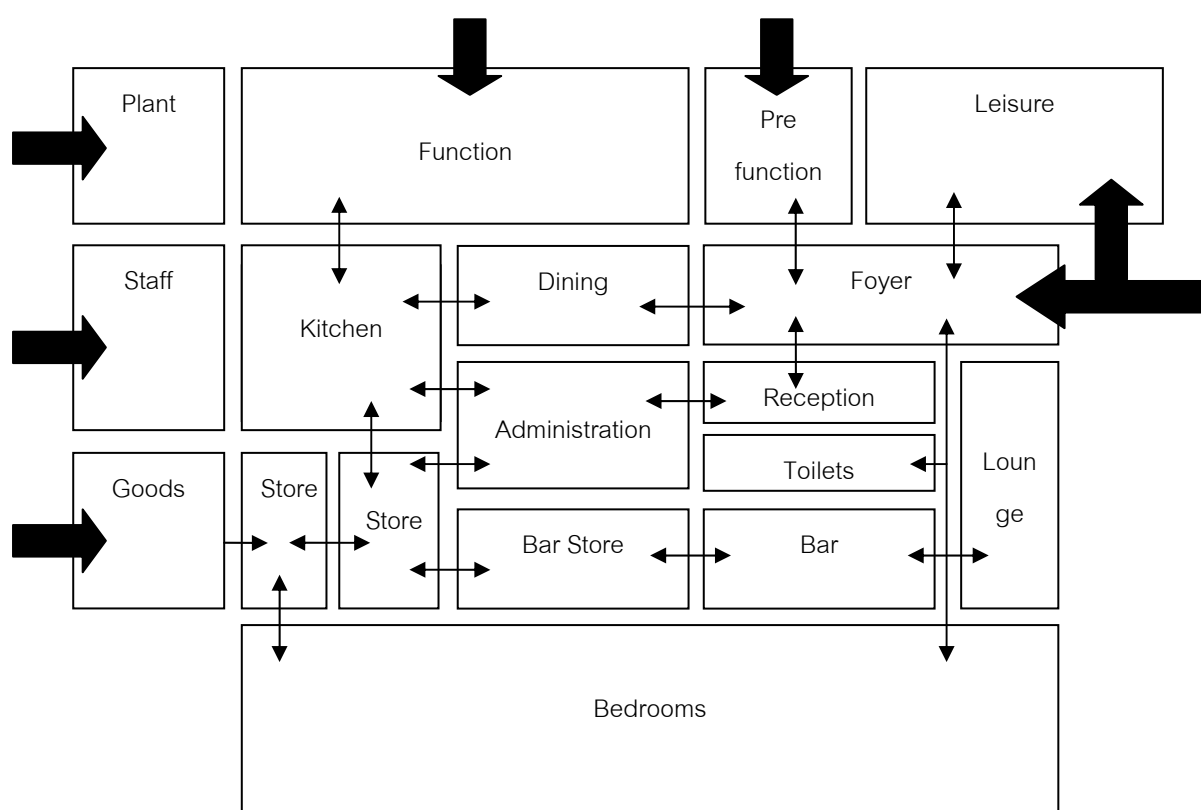
จากการศึกษานั้น โรงแรมราคาประหยัคนั้นจะอยู่ในขอบข่ายของโรงแรมกลางเมือง (downtown hotel) โรงแรมชานเมือง (suburban Hotel) และ โรงแรมริมทาง (motel) ซึ่งมีจำนวนห้องประมาณไม่เกิน 200 ห้อง หรือจำแนกได้ว่า อยู่ในขอบข่ายของโรงแรมขนาดเล็กและเล็กมาก

2.1.3 ทฤษฎีการออกแบบโรงแรมโดยสังเขป

ความสัมพันธ์ของพื้นที่การใช้งานที่มีประสิทธิภาพในโรงแรมย่อมทำให้เกิดประสิทธิผลทางด้านการใช้งาน ความคุ้มค่า และประหยัดต้นทุนในการบริหารจัดการดังภาพเป็นการศึกษา

ของแพนเนลล์ เคอร์ ฟอสเตอร์ แอสโซซิเอทส์ (Pannell Kerr Forster Associates) แสดงถึง
ความสัมพันธ์ของพื้นที่ภายในโรงแรม

ภาพที่ 2.1
ความสัมพันธ์ของพื้นที่ใช้สอยภายในโรงแรม



ที่มา: Pannell Kerr Forster Associates, 1993.

แพนเนลล์ เคอร์ ฟอสเตอร์ แอสโซซิเอทส์ (Pannell Kerr Forster Associates, 1993, pp.10 - 12) ได้ศึกษาการวางรูปแบบของพื้นที่ใช้สอยและผังอาคาร พบว่า ความสัมพันธ์ในแต่ละพื้นที่นั้นแตกต่างกัน แล้วแต่ว่าจะเป็นพื้นที่ใช้งานแบบใด อีกทั้งในโรงแรมแต่ละระดับ ก็จะมีปริมาณร้อยละของพื้นที่แตกต่างกันด้วย และจากการศึกษาวิจัยนี้ ได้ผลสรุปตารางแสดงการเปรียบเทียบพื้นที่ใช้สอยของโรงแรมระดับ 2, 3, 4 และ 5 ดาวโดยที่มีจำนวนห้องพัก 100 ห้องเท่ากัน ดังนี้

ตารางที่ 2.1
เปรียบเทียบพื้นที่ใช้สอยของโรงแรมระดับ 2, 3, 4 และ 5 ดาว
(จำนวนห้องพัก 100 ห้องเท่ากัน)

ระดับของโรงแรม พื้นที่การใช้สอย (function)	2 – 3 ดาว พื้นที่ห้อง รวม ทั้งหมด (ตร.ม.)	อัตราส่วน/ พื้นที่ ทั้งหมด (ร้อยละ)	4 ดาว พื้นที่ห้อง รวม ทั้งหมด (ตร.ม.)	อัตราส่วน/ พื้นที่ ทั้งหมด (ร้อยละ)	5 ดาว พื้นที่ห้อง รวม ทั้งหมด (ตร.ม.)	อัตราส่วน/ พื้นที่ ทั้งหมด (ร้อยละ)
พื้นที่ห้องพัก* (bedroom zone)	2,600	73	3,333	63	5,724	64
พื้นที่สาธารณะ (public space)	475	13	759	14	1,082	12
พื้นที่ส่วนบริการส่วนหลัง (back of house)	190	5	343	7	504	6
พื้นที่ส่วนสำนักงานบริหาร (administration)	56	2	84	2	134	2
พื้นที่เครื่องจักรและงานระบบ (plant)	184	5	263	5	315	3
พื้นที่สันทนาการ ** (leisure)	70	2	487	9	1,200	13
รวมพื้นที่ก่อสร้างทั้งหมด	3,575	100	5,270	100	8,959	100
* พื้นที่ใช้สอยต่อห้องพัก	36		53		90	
** เป็นพื้นที่เสริม (optional)						

ที่มา: Pannell Kerr Forster Associates, 1993.

มาตรฐานในการออกแบบโรงแรมยังคงต้องพึ่งพาองค์ความรู้ตามมาตรฐานสากล แล้วนำไปประยุกต์ให้สอดคล้องกับความต้องการเฉพาะของแต่ละพื้นที่ มาตรฐานการออกแบบโรงแรมตามหลักสากลซึ่งใช้เป็นพื้นฐานในการออกแบบโดยทั่วไป (มาลินี ศรีสุวรรณ, 2546 อ้างถึงใน ชำนาญ บุญญาพุทธิพงศ์, 2548) ซึ่งในการทบทวนวรรณกรรมในงานวิจัยนี้ เน้นด้านโรงแรมราคาประหยัดและขนาดเล็ก ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1. ทำเลที่ตั้ง โดยทั่วไปโรงแรมควรจะตั้งอยู่ใกล้กับถนนหลัก สนามบิน ย่านธุรกิจ หรือ แหล่งท่องเที่ยว อื่น ๆ ควรเป็นที่เข้าถึงได้ง่าย มีที่จอดรถเพียงพอ มีวิวที่ดีสู่ภายนอก รวมทั้งมีความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมรอบข้าง

2. ความสัมพันธ์ของประโยชน์ใช้สอยต่าง ๆ โดยหลักการแล้ว โรงแรมจะต้องแยกส่วนบริการลูกค้าที่มาพักออกจากส่วนบริการโดยเด็ดขาด โดยไม่ควรเข้าไปมาของประโยชน์ใช้สอย (cross circulation) มีการแบ่งแยกอย่างชัดเจนระหว่าง ส่วนบริการด้านหน้า (front of the house)

และส่วนบริการด้านหลัง (back of the house) โดยทั่วไปส่วนต่าง ๆ ที่ต้องใช้บริการจากครัว ครัวจะอยู่ในระดับเดียวกับครัว แต่หากมีความจำกัดทางการออกแบบให้ยึดเอาครัวติดกับห้องอาหารหลักของโรงแรมเป็นสำคัญ ส่วนห้องจัดเลี้ยงหรือร้านอาหารอื่นๆ อาจจะใช้บริการ โดยการใช้ลิฟต์ส่งของ ลิฟต์บริการ หรือบันไดเป็นทางเชื่อม การจัดการส่วนด้านหลังของงานบริการต่าง ๆ คนงานและอุปกรณ์บริการต่าง ๆ จะต้องมีการจัดวางให้มิดชิด ห่างจากสายตาของลูกค้า

3. พื้นที่ใช้งาน และมาตรฐานการออกแบบ ซึ่งพื้นที่ทั้งหมดโดยประมาณต่อห้องพักของโรงแรมประเภทต่าง ๆ โดยพิจารณาเป็นขนาดและพื้นที่ที่น้อยที่สุด ดังนี้

ตารางที่ 2.2

ขนาดและพื้นที่ของห้องพักที่น้อยที่สุด จำแนกตามประเภทของโรงแรม
(minimum guestroom dimensions)

ประเภท ของโรงแรมตามราคา	พื้นที่ใช้สอย		ส่วนห้องน้ำ		ขนาดพื้นที่ทั้งห้องรวม	
	ขนาด (เมตร)	พื้นที่ (ตร.ม.)	ขนาด (เมตร)	พื้นที่ (ตร.ม.)	ขนาด (เมตร)	พื้นที่ (ตร.ม.)
ราคาประหยัด (Budget)	3.50 x 4.50	16.00	1.50 x 1.50	2.30**	3.50 x 6.20	21.90
ราคาปานกลาง (Mid-Price)	3.60 x 5.50	20.10	1.50 x 2.30	3.40	3.60 x 6.60	29.00
ราคาสูง (Upscale)	4.10 x 5.80	23.80	1.70 x 2.60	4.40	4.10 x 8.60	35.20
หรูหรา (Luxury)	4.50 x 6.10	27.90	2.30 x 2.70	6.60	4.50 x 9.10	41.80

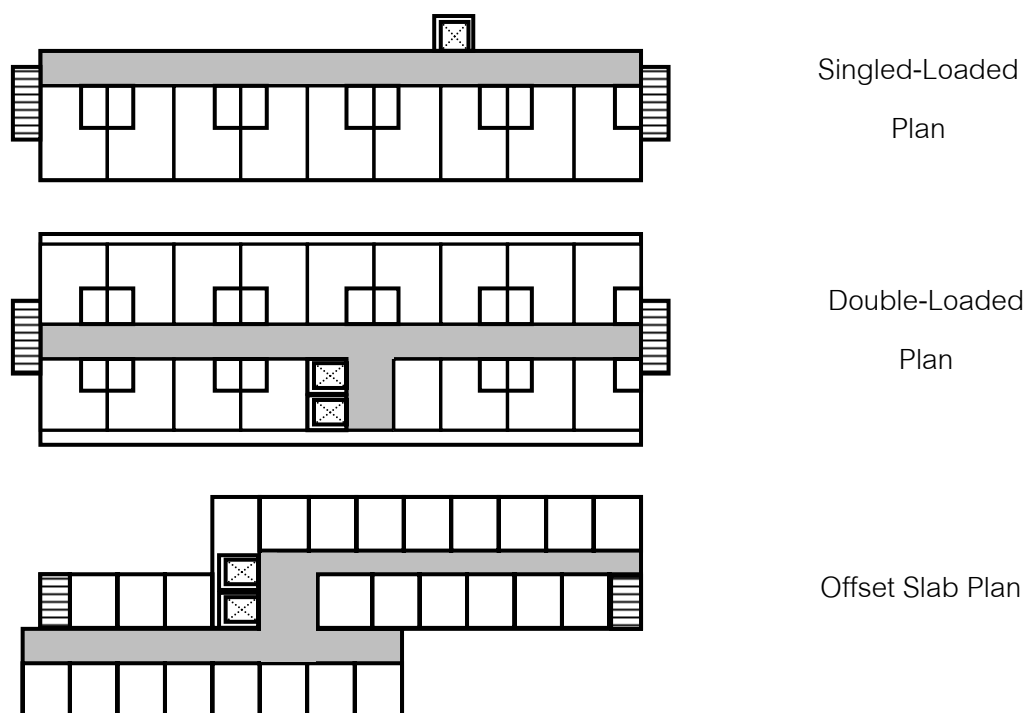
* ไม่รวมพื้นที่ของห้องน้ำ บริเวณตู้เสื้อผ้า และทางเข้า

** เป็นพื้นที่ส่วนของที่อาบน้ำและชักโครก แต่ส่วนของอ่างล้างหน้าจะอยู่ในบริเวณแต่งตัว

ที่มา: Rutes, Penner & Adams, 2001, น.270.

4. รูปแบบการจัดผังพื้นที่ห้องพัก เป็นส่วนสำคัญที่ส่งผลถึงโครงสร้างอาคารโดยรวม ส่งผลต่อความประหยัดในการลงทุน การจัดวางตำแหน่งทางเดินและห้องพักมีหลากหลายรูปแบบ แต่ในรูปแบบของโรงแรมราคาประหยัด จะมีรูปแบบของผังพื้นที่ห้องพักและอาคารที่ปรากฏ 3 แบบ คือ Single-Loaded Block, Double-Loaded Block และ Offset Slab ซึ่งเป็นการวางผังที่มีประสิทธิภาพสูงสุด (Rutes, Penner & Adams, 2001, น.260)

ภาพที่ 2.2
รูปแบบการจัดผังพื้นที่ห้องพักโรงแรม



ที่มา: Rutes, Penner & Adams, 2001, น.260.

5. ความสัมพันธ์ระหว่างห้องพักและส่วนสาธารณะอื่น ห้องพักสามารถที่จะเชื่อมติดกับส่วนสาธารณะอื่น ๆ และทางสัญจรในหลายรูปแบบ โดยหลักใหญ่ ๆ อาจจะ มี 3 แบบ คือ

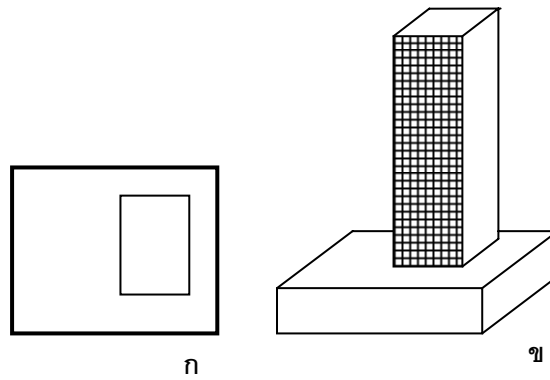
1) ห้องพักอยู่เหนือส่วนฐาน (podium) เหมาะสำหรับโรงแรมที่เป็นอาคารสูง (ภาพที่ 2.3)

2) ห้องพักอยู่ติดกับส่วนบริการสาธารณะอื่น ถือว่าเป็นแบบที่ประหยัด เพราะใช้โครงสร้างอย่างง่าย ส่วนบริการ ออกแบบให้สัมพันธ์กับส่วนต่าง ๆ ตามความเหมาะสม เหมาะสำหรับโรงแรมริมทาง โรงแรมขนาดเล็ก หรือโรงแรมที่มีพื้นที่ที่ดินมาก (ภาพที่ 2.4)

3) แบบผังเปิด (open layout) มีลักษณะกระจายตัวของประโยชน์ใช้สอยแผ่ไปตามพื้นที่ อาจจะจัดกลุ่มที่มีความสัมพันธ์กันมากไว้ด้วยกัน เหมาะสำหรับ โมเต็ล และ รีสอร์ทต่าง ๆ ซึ่งมีพื้นที่มากพอ (ภาพที่ 2.5)

ภาพที่ 2.3

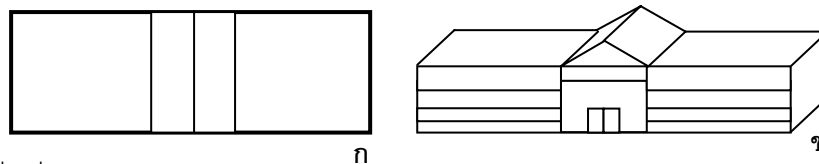
ห้องพักอยู่เหนือส่วนฐาน (Podium)



ที่มา: มาลินี ศรีสุวรรณ, 2546.

ภาพที่ 2.4

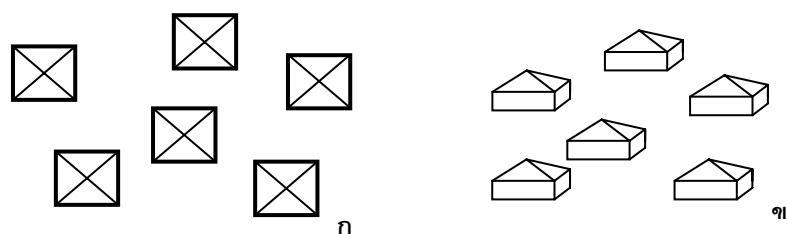
ห้องพักอยู่ติดกับส่วนบริการสาธารณะอื่น



ที่มา: มาลินี ศรีสุวรรณ, 2546.

ภาพที่ 2.5

แบบผังเปิด (Open Layout)



ที่มา: มาลินี ศรีสุวรรณ, 2546.

หมายเหตุ: ภาพ ก. คือ ภาพแผนผัง (plan) ภาพ ข. คือ ภาพมุมเฉียง 45° (oblique)

6. การสัญจรทางตั้ง โรงแรมที่มีความสูงมากกว่า 2 ชั้น ควรจะมีลิฟต์บริการ

7. ส่วนบริการสาธารณะ มีดังนี้

1) ห้องอาหาร ในโรงแรมขนาดกลางไปถึงขนาดใหญ่จะมีห้องอาหารอย่างน้อย 1 แห่ง ไว้บริการลูกค้า ถ้าเป็นร้านอาหารราคาถูก หรือขนาดเล็ก จะเป็นรูปแบบของร้านกาแฟ หรือ ศูนย์อาหาร

2) การบริการสาธารณะส่วนกลางอื่น ๆ

(1) สถานบันเทิง อาทิเช่น บาร์ (bar) ควรจะตั้งอยู่ในส่วนที่ใช้สำหรับการนั่งรอ อาจอยู่ระหว่างล็อบบี้ของโรงแรม และร้านอาหารบริการเครื่องดื่มพิเศษของแต่ละโรงแรม อาจจะมีเปิดสู่ส่วนสาธารณะเพื่อรับรองผู้ให้บริการ จากภายนอกโดยตรง ปกติจะมีเคาน์เตอร์ยาวพร้อมที่นั่งสูง มีบริการเครื่องดื่มต่าง ๆ พื้นสำหรับบาร์รวมเคาน์เตอร์ ค็อกเทล เลาจน์ (cocktail lounge) 1.8 - 2.0 ตร.ม. ต่อคน บาร์ทั่วไป แบบยืนและหรือแบบมานั่ง (stools) 1.3 - 1.7 ตร.ม. ต่อคน

(2) ห้องพักผ่อน บันเทิง ห้องสำหรับการพักผ่อนหย่อนใจอาจจะเป็นห้องเล่นเกม ปิงปองหรืออื่น ๆ ซึ่งในการเข้าใช้บริการในโรงแรมประเภทรีสอร์ท ที่มีการเข้าพักเป็นระยะเวลาช่วงหนึ่ง และมักมีเวลาในการเข้าพักเป็นระยะเวลานาน ดังนั้น ความต้องการในส่วนห้องพักผ่อน และบันเทิง จึงมีมากกว่าโรงแรมประเภทอื่น ๆ เพราะผู้ให้บริการไม่มีความรีบร้อนเหมือนโรงแรมในเมือง

(3) ห้องเอนกประสงค์ (function room) เป็นห้องสำหรับการประชุมสัมมนา จัดเลี้ยง บอลรูม ปาร์ตี้ จัดนิทรรศการ งานแต่งงานหรืออื่น ๆ ที่มีจำนวนผู้ใช้งานจำนวนมาก แต่ในโรงแรมราคาประหยัดหรือโรงแรมขนาดเล็กอาจจะเป็นเพียงการออกแบบห้องโถงขนาดเล็ก หรือห้องจัดเลี้ยงขนาดเล็กเท่านั้น โดยที่คำนึงตามความเหมาะสม และประโยชน์ของการใช้งาน ส่วนการคำนวณพื้นที่ต่อคน มีดังนี้ ส่วนห้องจัดเลี้ยง 1.1 - 1.3 ตร.ม. ต่อคน สำหรับส่วนประชุมสัมมนา 0.9 - 1.1 ตร.ม. ต่อคน

(6) ห้องประชุมย่อย ห้องประชุมย่อยเป็นอีกส่วนประกอบเพิ่มที่อาจจำเป็นในบางกรณี อาจมีหลากหลายขนาด หรือมีจำนวนหลายห้อง สำหรับการประชุมย่อยหรือการแบ่งกลุ่มสัมมนา แต่อย่างไรก็ตามควรเชื่อมสัมพันธ์กับ ส่วนบริการจากครัวหรือส่วนเตรียมอาหาร

8. ส่วนบริการด้านหน้า (Front of the House)

1) ทางเข้า ลักษณะของการเข้าถึงของรถยนต์ จะเป็นตัวกำหนดความสัมพันธ์ระหว่างทางเข้าและล็อบบี้โรงแรม ควรมีที่นั่งสำหรับรอรถ ซึ่งอาจจะเป็นลักษณะโซฟาหรือชุดรับแขกที่ให้ความสบายเหมือนส่วนหนึ่งของล็อบบี้ ควรมีส่วนกันแดด กันฝน สำหรับการลงรถยนต์

ก่อนเข้าสู่ลอบบี้ สำหรับประตูทางเข้าต้องคำนึงถึงขนาดของกระเป๋าสัมภาระของผู้ใช้บริการ บางโรงแรมอาจแยกประตูสำหรับกระเป๋าไว้อ่างหาก

2) ส่วนต้อนรับ เคาน์เตอร์ต้อนรับต้องสามารถมองเห็นได้โดยง่าย จากส่วนทางเข้า ความสูงของเคาน์เตอร์มีขนาดที่เหมาะสมสำหรับแขกที่ยืน ส่วนหลังของเคาน์เตอร์จะมีส่วนติดต่อกับส่วนสำนักงานหลักหรือสำนักงานย่อย

3) ลอบบี้ ในส่วนลอบบี้ควรมีส่วนบริการต่าง ๆ เช่น โทรศัพท์สาธารณะ นาฬิกา โต๊ะแนะนำทั่วไป การท่องเที่ยว หรือการบริการ บริษัทนำเที่ยว สายการบิน บริษัทรถเช่า ร้านค้าเล็ก ๆ ที่นั่งพักรอ ส่วนบริการธุรกิจ และห้องน้ำ

9. ห้องครัวและห้องบริการอื่น ๆ ห้องครัวควรออกแบบให้อยู่ภายในพื้นที่หนึ่งชั้น สามารถที่จะบริการส่วนประกอบต่าง ๆ ของโรงแรมทั้งหมดได้ โดยอาจจะมีห้องเก็บอาหารหรือห้องเตรียมแยกออกไป ซึ่งโดยประมาณแล้วพื้นที่ของครัวสามารถคำนวณได้คร่าว ๆ ดังนี้

ครัวหลักสำหรับห้องอาหาร	14.00 ตร.ม. x จำนวนแขกที่ต้องบริการ
ครัวสำหรับส่วนจัดเลี้ยง	0.20 ตร.ม. x จำนวนแขกที่ต้องบริการ
ครัวสำหรับร้านกาแฟ (coffee shop)	0.30 ตร.ม. x จำนวนแขกที่ต้องบริการ

ทั้งนี้ครัวอาจจะมีขนาดใหญ่กว่าหรือน้อยกว่าแล้วแต่ความพิเศษของอาหาร หรือลักษณะการทำอาหารที่เฉพาะเจาะจง นอกจากนี้ยังต้องคิดคำนวณพื้นที่ประมาณร้อยละ 50 ของขนาดพื้นที่ทั้งหมด สำหรับการออกแบบห้องเปลี่ยนชุด ห้องน้ำพนักงาน ห้องรับประทานอาหาร พนักงาน และห้องเก็บของต่าง ๆ โดยข้อควรระวังสำหรับการออกแบบห้องครัว คือ พื้นจะต้องใช้วัสดุกันลื่น มีการระบายน้ำบนพื้นเวลาทำความสะอาด ซึ่งมุุมลาดที่เหมาะสมคือประมาณ 1:20 วัสดุที่ใช้ควรทำความสะอาดง่าย มีการระบายอากาศที่ดี มีหน้าต่างหรือช่องเปิดที่สามารถเปิดสู่ภายนอกได้ และเพียงพอ

ห้องเก็บของอื่น ๆ เช่น ห้องเก็บเฟอร์นิเจอร์ควรอยู่ใกล้กับห้องซ่อมบำรุง โดยมีพื้นที่ประมาณ 0.2 - 0.3 ตร.ม. ต่อห้องพัก

ห้องเก็บเครื่องมือทำความสะอาด ประมาณ 0.2 - 0.4 ตร.ม. ต่อห้องพัก

ห้องขยะ การออกแบบขึ้นอยู่กับระบบเก็บและกำจัดขยะ รถขนขยะจะต้องเข้าถึงโดยสะดวก ทำความสะอาดได้ง่าย

ห้องเก็บผ้าปูเตียงและผ้าอื่น ๆ มีขนาดขึ้นอยู่กับประเภทของโรงแรม โดยปกติมีพื้นที่ประมาณ 0.4 ตร.ม. ต่อห้องพัก ซึ่งอาจมีขนาดเล็กลง หากมีระบบซักรีดภายในโรงแรม มีชั้นเก็บความกว้าง 60 ซม. มีพื้นที่สำหรับพับผ้า และซ่อมแซมเย็บปัก

ห้องซักรีด สำหรับโรงแรมขนาด 200 ห้อง ใช้พื้นที่ประมาณ 140 ตร.ม. ทั้งนี้ไม่รวม ส่วนเก็บผ้า ห้องเครื่องอบไอน้ำ (steam boiler) และห้องพนักงานหรือสำนักงาน สำหรับผ้าที่ไม่ต้องการการรีด สามารถลดพื้นที่ลง 40-59 ตร.ม. โดยที่ห้องซักรีด ควรมีระบบระบายอากาศที่ดี

ห้องรับส่งของ ควรแยกกับส่วนเก็บขยะ และส่วนทางเข้าพนักงาน โดยมีการตรวจเช็ค ของที่เข้าหรือออกอย่างมีระบบ ผ่านห้องตรวจรับ รถส่งของสามารถเข้าถึงโดยสะดวก มีความสูง ของประตูสำหรับของที่เหมาะสม รถส่งของ สามารถกลับรถได้ เหลี่ยมมุมของเสา หรือมุมผนังควรมี การหุ้มเพื่อป้องกันการได้รับความเสียหายจากการกระแทกโดยรถยนต์หรือการชนของ

10. ส่วนสำนักงาน สำหรับโรงแรมขนาดเล็กส่วนสำนักงานอาจจะมีเพียงส่วนที่ติด กับเคาน์เตอร์ต้อนรับ โดยแยกห้องผู้จัดการและห้องหัวหน้าพ่อกครัวไว้ต่างหาก

1) สำนักงานส่วนหน้า อยู่ติดกับเคาน์เตอร์ต้อนรับ ประกอบด้วยผู้จัดการ ต้อนรับ หัวหน้าฝ่ายแคชเชียร์ ผู้จัดการฝ่ายขาย และเลขานุการฝ่าย

2) สำนักงานธุรการทั่วไป อาจจะอยู่ใกล้กับส่วนต้อนรับหรือแยกไว้ต่างหาก ประกอบด้วยผู้จัดการทั่วไป ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายต่าง ๆ เลขานุการฝ่าย หัวหน้าฝ่ายบัญชี หัวหน้า ฝ่ายข้อมูล

3) สำนักงานส่วนหลัง (back of the house) เป็นสำนักงานส่วนที่ให้บริการต่าง ๆ เช่น สำนักงานรับของ สำนักงานฝ่ายบุคคล สำนักงานส่วนซ่อมบำรุง วิศวกรรม สำนักงานฝ่าย อาหาร สำนักงานส่วนทำความสะอาด และห้องฝึกอบรม

สำหรับพื้นที่สำหรับงานระบบต่างๆ อาจจะเป็นลักษณะของส่วนซ่อมบำรุง ห้อง สำนักงานสำหรับวิศวกรซึ่งควรจะอยู่ใกล้กับห้องเครื่องต่างๆ

11. ห้องพัก

1) ขนาดของห้องพักในโรงแรมขนาดกลางทั่วไป มีขนาดห้องพักประมาณ 15 - 17 ตร.ม. ในขณะที่โรงแรมขนาดใหญ่มีขนาดห้อง อาจจะมากถึง 28 ตร.ม. โดยไม่รวมส่วนโถงและ ห้องน้ำ

ขนาดเตียงมาตรฐานอเมริกันสามารถแบ่งได้เป็น

Twin	0.90 x 1.90 ตร.ม.
Double	1.37 x 2.03 ตร.ม.
Queen Size	1.52 x 2.10 ตร.ม.
King Size	กว้าง 1.83 ม.

โรงแรมส่วนใหญ่จะใช้เตียงขนาด Twin และ Double ซึ่งเป็นขนาดที่มีความยืดหยุ่นในการใช้สูง บางห้องอาจจะมีเตียงแบบพับเก็บได้ หรือเตียงสำรอง หรือเตียงโซฟา ความสูงจากพื้นถึงฝ้าเพดานประมาณ 2.50 ม. (ต่ำสุดประมาณ 2.3 ม.) ในขณะที่ส่วนทางเข้าอาจสูงเพียงแค่ 2.00 ม. เพราะต้องเว้นระยะใต้ฝ้าสำหรับงานระบบปรับอากาศ ประตูและผนังควรเป็นวัสดุที่เก็บเสียงได้เป็นอย่างดี โดยการกันเสียงระหว่างห้องกับห้อง และห้องกับทางเดิน

2) ห้องน้ำ ห้องน้ำในห้องพักรักมักจะประกอบด้วย โถส้วม อ่างล้างหน้า กระจกอ่างอาบน้ำ พร้อมฝักบัว ทั้งนี้การวางตำแหน่งแต่ละส่วนควรคำนึงถึงการวางท่อ การใช้ช่องท่อร่วมกัน และมีส่วนที่เปิดเพื่อการซ่อมบำรุงได้ ควรคำนึงถึงเรื่องของห้องน้ำสำหรับคนพิการ เช่น ต้องมีราวจับ มีพื้นที่รถเข็นสามารถเข้าถึงได้

3) ทางเดินในส่วนห้องพักและบันได ความกว้างประมาณ 1.20 - 2.00 ม. แล้วแต่ชนิดของโรงแรม ส่วนฝ้าเพดานของทางเดินในโรงแรมมักจะเป็นที่สำหรับงานระบบทางวิศวกรรม พื้นถึงเพดานไม่ควรต่ำกว่า 2.25 ม. ป้ายบอกทางไปแต่ละห้อง หรือทางไปสู่บันไดหนีไฟ ต้องสังเกตได้ชัดเจน มีไฟสำรองฉุกเฉิน ควรมีปลั๊กไฟไว้เป็นช่วง ๆ เพื่อการซ่อมบำรุงหรือการทำความสะอาด

4) การป้องกันเพลิงไหม้ ขึ้นอยู่กับเทศบัญญัติของแต่ละท้องถิ่น ที่ประตูห้องพัก ควรจะทนไฟได้อย่างน้อยครึ่งชั่วโมง ผนังห้องควรจะทนไฟ อย่างน้อย 1 ชั่วโมง ยกเว้นว่าจะมีระบบฉีดน้ำดับเพลิง (fire sprinkler) ในทางเดิน ให้ตรวจสอบกับข้อกำหนดทางเทศบัญญัติในรายละเอียด

5) บริการแต่ละชั้น จำนวนห้องในแต่ละชั้นอาจจะออกแบบให้สอดคล้องกับความสามารถในการบริการของบริกร 1 คนเป็น หลัก โดยปกติแล้ว บริกร 1 คนจะสามารถบริการได้ประมาณ 12 - 18 ห้อง ห้องพนักงาน และส่วนบริการ มักจะอยู่ในบริเวณช่องลิฟต์บริการ ควรมีพื้นที่เพียงพอสำหรับรถเข็น และกองผ้าปูหรืออื่น ๆ ส่วนระบบการเก็บผ้าควรแยกระหว่างผ้าสกปรกและผ้าสะอาด

12. ส่วนวิศวกรรมอาคาร

1) ระบบไฟฟ้าสำรองควรเตรียมเผื่อไว้ในกรณีฉุกเฉิน ป้ายทางหนีไฟ และไฟฉุกเฉินจะต้องใช้งานได้เสมอ

2) สัญญาณเตือนภัย อาจจะเป็นระบบกดสัญญาณด้วยมือ หรือระบบตรวจจับควัน (smoke detector) หรือ ระบบตรวจจับความร้อน (heat detector) ซึ่งสามารถได้ยินโดยทั่วถึง

สายฉีดน้ำต้องยาวพอที่จะเข้าถึงทุกห้องพัก รวมทั้งควรมีเครื่องดับเพลิงตามจุดต่างๆ โดยรายละเอียดตรวจสอบได้ จากกฎหมายควบคุมอาคาร

3) ระบบปรับอากาศ ในโรงแรมราคาประหยัดใช้ระบบปรับอากาศแบบทั่วไป เช่น ห้องพักที่เป็นแบบปรับอากาศจะใช้เครื่องปรับอากาศแบบแยกส่วน (split type) หรือห้องพักที่เป็นแบบไม่ปรับอากาศจะใช้พัดลมเพดาน หรือว่าพัดลมแขวนผนัง

4) ระบบระบายอากาศสำหรับห้องน้ำ ในระบบรวมห้องน้ำจะต้องมีช่องอากาศหมุนเวียนได้ เช่น พัดลมดูดอากาศไปสู่ท่อรวม แต่ต้องมีระบบกันเสียงที่ดีเพื่อไม่ให้เกิดเสียงรบกวน

5) ระบบแสงสว่าง ไฟฟ้าในห้องพักจะต้องมีการวางระบบที่ดี คือ มีจุดเปิดปิดหลักที่หวั่นภัยครอบคลุมไฟฟ้าแสงสว่างส่วนใหญ่ของห้องได้ แต่ในโรงแรมราคาประหยัดอาจจะมีการลดต้นทุนโดยการวางระบบให้เปิดไฟจากจุดเดียว เช่น หน้าประตูทางเข้า ส่วนทางเดินและส่วนสาธารณะอาจจะใช้ไฟในการตกแต่งเพิ่มบรรยากาศโรงแรมตามความเหมาะสม ส่วนการควบคุมการเปิดปิดไฟฟ้าหลัก (main switch) ควรอยู่ในพื้นที่ที่ผู้เข้าพักโรงแรมไม่สามารถเข้าถึงได้

ตามข้อกำหนดตามมาตรฐานของสมาคมโรงแรมไทยนั้น ได้มีการกำหนดมาตรฐานการออกแบบ และขนาดพื้นที่ใช้สอย ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกไว้โดย กำหนดเป็นมาตรฐานโรงแรมตามจำนวนดาว ซึ่งได้แสดงไว้ในภาคผนวก ก ของงานวิจัยนี้

2.1.4 แนวคิดเรื่องโรงแรมราคาประหยัด

โรงแรมราคาประหยัด (Budget Hotel) ได้ถือกำเนิดขึ้นในศตวรรษที่ 1980 ซึ่งมีการดำเนินกิจการครั้งแรกที่ประเทศอังกฤษ (Roper & Carmouche, 1989, pp.25-31) การพัฒนาอุตสาหกรรมโรงแรมราคาประหยัดมีความก้าวหน้ามาก ซึ่งสรุปลักษณะของโรงแรมราคาประหยัดได้ว่า

1. โรงแรมที่มีราคาต่ำเข้าพักต่ำ (budget)
2. การบริการที่จำกัด (limited service)
3. ดำเนินงานด้วยความประหยัด (economy management)

โดยมีหลักการในการประกอบกิจการโรงแรมราคาประหยัด ด้านของการตลาด ต้นทุน การก่อสร้าง ต้นทุนการดำเนินการ และจุดคุ้มทุน (Break-even Point) (Pannell, Kerr & Foster Associates, 1993) ซึ่งการกำหนดนิยามของโรงแรมราคาประหยัดนั้นยังไม่เคยมีการกำหนดไว้

อย่างชัดเจน แต่จากการศึกษา และรวบรวมข้อมูลที่ใกล้เคียง สามารถอธิบายถึงความหมายของ โรงแรมราคาประหยัดได้ ดังนี้

โรงแรมราคาประหยัดคือ โรงแรมที่อยู่ในมาตรฐานระหว่าง 2 ดาวและ 3 ดาว ส่วน โรงแรมที่เป็นเครือข่ายสากล (chain hotel) เรียกโรงแรมมาตรฐาน 3 ดาวว่าเป็นโรงแรมชั้น ประหยัด อัตราค่าพักต่อคืนของโรงแรมโดยผู้ประกอบการไทยจะอยู่ที่ 500 – 1,500 บาท ขณะที่ เป็นโรงแรมที่เป็นเครือข่ายระดับโลก อัตราค่าพักต่อคืนจะอยู่ที่ 2,000 – 3,000 บาท (BusinessWeek, 2552, p.71)

จากนิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการด้านโรงแรมราคาประหยัด สรุปได้ว่า เป็นโรงแรมที่พักที่มีขนาดเล็ก และราคาไม่แพง ให้บริการแบบเป็นกันเอง โดยเน้นความสะดวก สะดวกสบาย มีการ จัดอุปกรณ์ขั้นพื้นฐาน ได้แก่ สบู่ แชมพู โทรศัพท์ ตู้เย็น เครื่องทำน้ำอุ่น และเครื่องปรับอากาศ ให้แก่แขกอย่างครบถ้วน แต่ไม่หรูหรา มีแนวคิดด้านที่พักโรงแรมราคาประหยัดด้วยว่า ธุรกิจโรงแรม ราคาประหยัดเป็นธุรกิจโรงแรมที่มีค่าเช่าพักราคาถูก เหมาะสำหรับธุรกิจนำเที่ยว ที่จัดรายการนำ เที่ยวในราคาประหยัด สิ่งอำนวยความสะดวกอาจจะไม่มากนัก แต่ห้องพักมีอัตราเช่าพักราคาถูก อาจจะอยู่ในทำเลที่ดี ใกล้ร้านอาหารราคาไม่แพง หรือใกล้ศูนย์การค้า มีความปลอดภัย สะดวกสบาย และสะอาด โดยพฤติกรรมของลูกค้าโรงแรมราคาประหยัด เน้นการออกไปท่องเที่ยว มากกว่าจะใช้เวลาอยู่ในโรงแรม (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2549, น.245 – 250; ประกิจ ชินอมรพงษ์, 2552; ชูลิทธิ์ ชูชาติ, 2543 ; พิมพรรณ ขอดเผื่อ, 2544, น.10)

2.1.5 กรณีศึกษาโรงแรมราคาประหยัด

ประเด็นกรณีศึกษา มีกรณีศึกษาทั้งโรงแรมราคาประหยัดเครือข่าย (chain hotel) และโรงแรมราคาประหยัดผู้ประกอบการอิสระ (individual entrepreneur) ดังนี้

1. โรงแรมไอบิส (Ibis Hotel) โรงแรมราคาประหยัดเครือข่ายของแอกคอร์ด (Accor)
2. โรงแรมทูน (Tune Hotel) โรงแรมราคาประหยัดเครือข่ายของ สายการบินแอร์-เอเชีย (Air Asia)
3. โรงแรมอิมม์ (Imm Hotel) โรงแรมราคาประหยัดเครือข่ายของ อิมพีเรียล (Imperial)
4. โรงแรมสวัสดิ์ (Sawasdee Hotel) โรงแรมราคาประหยัดในพื้นที่ถนนข้าวสาร
5. โรงแรมกิมเจ็กชิน โรงแรมราคาประหยัดในพื้นที่จังหวัดมุกดาหาร

โดยกรณีศึกษาที่รวบรวมมา เป็นโรงแรมราคาประหยัด หรือมีแนวคิดใกล้เคียงกับโรงแรมราคาประหยัด อัตราราคาค่าเข้าพักของโรงแรมราคาประหยัด ที่เป็นกรณีศึกษาในต่างประเทศ อาจสูงกว่าขอบเขตของการวิจัย (500 - 1,500 บาท) เนื่องจากตัวแปรด้านเศรษฐกิจ ค่าเงิน ค่าครองชีพ ของแต่ละประเทศมีความแตกต่างกัน

1. โรงแรมไอบิส (Ibis Hotel) โรงแรมราคาประหยัดเครือข่ายของแอกคอร์ด (Accor)

โรงแรมไอบิส เป็นผู้นำของโรงแรมราคาประหยัดแบบเครือข่ายทั้งในประเทศไทยและระดับสากล อีกทั้งยังมีสาขาของโรงแรมราคาประหยัดทั่วโลก ถึง 800 แห่ง โดยกรณีศึกษาที่ผู้วิจัยคัดเลือกมา คือ โรงแรมไอบิส ประเทศสิงคโปร์ มีทำเลที่ตั้งที่ถนนเบนคูเลน (Bencoolen Street) ประเทศสิงคโปร์ มีจำนวนห้องทั้งหมด 538 ห้อง งบประมาณในการก่อสร้าง 3,625,000,000 บาท อัตราค่าเข้าพักเริ่มต้น 3,700 บาทต่อคืน ลักษณะทางสถาปัตยกรรม แบบร่วมสมัย (contemporary) การใช้ระดับเพดานสูงและบานหน้าต่างขนาดใหญ่ มีบริการการติดต่อสื่อสารแบบครบวงจร รวมถึงอินเทอร์เน็ตไร้สายความเร็วสูง โทรศัพท์จอแบนพร้อมช่องเคเบิลทีวีต่าง ๆ ห้องน้ำในตัว ตู้นิรภัย เครื่องทำชา กาแฟ มีการบริการอาหารเน้นความหลากหลายของอาหารเอเชีย ทั้งเวลา เช้า กลางวัน เย็น 7 วันต่อสัปดาห์ มีบาร์บริการอาหารร้อน-เย็น ตลอด 24 ชม. การบริการอาหารของโรงแรม ถือว่าเป็นจุดขายของโรงแรมไอบิส คือ มีการบริการ ตั้งแต่ 4.00 นาฬิกา ถึง 12.00 นาฬิกา ทุกวัน

ภาพที่ 2.6

ลักษณะทางกายภาพโรงแรมไอบิส ถนนเบนคูเลน ประเทศสิงคโปร์



ที่มา: Wikimedia Foundation, 2552.

2. โรงแรมทูน (Tune Hotel) โรงแรมราคาประหยัดเครือข่ายของ สายการบินแอร์เอเชีย (Air Asia) โรงแรมทูน มีกลุ่มเป้าหมายด้านราคาประหยัดชัดเจน เนื่องจากกลุ่มลูกค้าของ โรงแรม เป็นกลุ่มเดียวกับกิจการในเครือ คือ ลูกค้าสายการบินราคาประหยัด (Low-cost Airline)

ภาพที่ 2.7

โรงแรมทูน รัฐปีนัง ประเทศมาเลเซีย



ที่มา: Tune hotel, 2552.

ภาพที่ 2.8

ลักษณะทางกายภาพภายในห้องพัก โรงแรมทูน รัฐปีนัง ประเทศมาเลเซีย



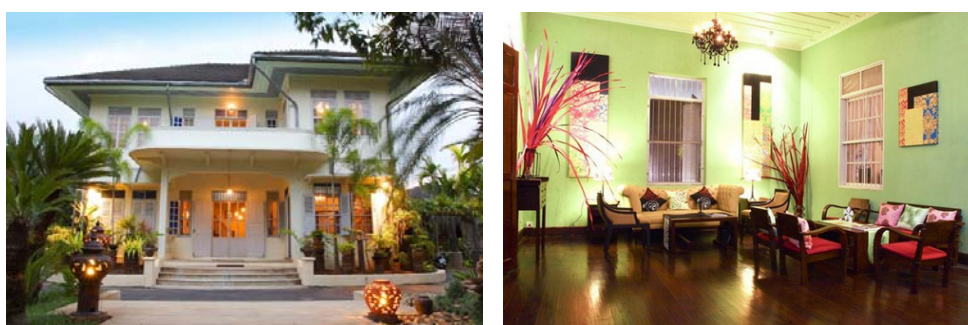
ที่มา: Tune hotel, 2552.

3. โรงแรมอิมม์ (Imm Hotel) โรงแรมราคาประหยัดเครือข่ายของ อิมพีเรียล (Imperial) โดยอิมม์ เป็นผู้นำของโรงแรมราคาประหยัดมาตรฐานสากล โดยกลุ่มบริษัทของคนไทย

คือ บริษัท ทีซีซี แคปปิตอล แลนด์ จำกัด (TCC Capital Land Co.,Ltd.) อีกทั้งยังได้รับเกียรติเข้าร่วมการประชุมพร้อมทั้งเป็นหนึ่งในผู้นำ ในการบรรยาย Budget & Economy Hotels Asia 2009 ระหว่างวันที่ 28-29 ตุลาคม พ.ศ.2552 ณ ประเทศสิงคโปร์ โดยกรณีศึกษาโรงแรมอิมม์นั้น ที่นำมา ยกตัวอย่างคือ โรงแรมอิมม์ อีโค (Imm Eco Hotel) จังหวัดเชียงใหม่

ภาพที่ 2.9

ลักษณะทางกายภาพภายนอกโรงแรมอิมม์ อีโค จังหวัดเชียงใหม่



ที่มา: Imm Hotel, 2552.

ภาพที่ 2.10

ลักษณะทางกายภาพภายในห้องพักแบบเตียงรวม โรงแรมอิมม์ อีโค จังหวัดเชียงใหม่



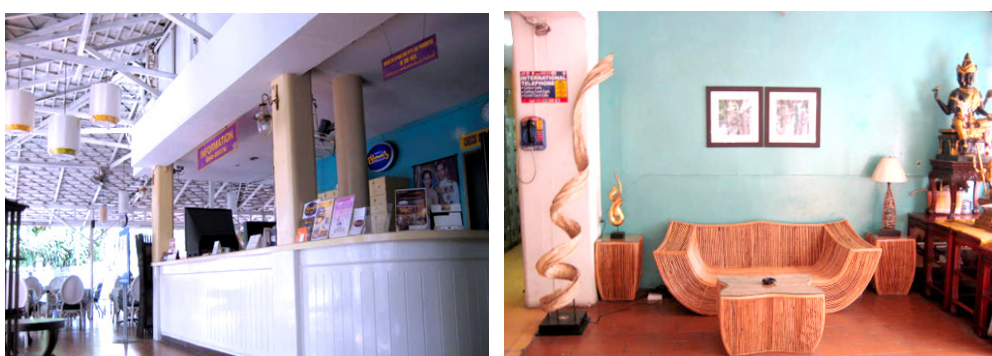
ที่มา: Imm Hotel, 2552.

4. โรงแรมสวัสดี (Sawasdee Hotel) โรงแรมสวัสดี ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวต่างชาติอย่างมาก เนื่องจากมีทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม เช่น ถนน

ข้าวสาร ถนนหลังสวน ซอยทองหล่อ เมืองพัทยา และจังหวัดพระนครศรีอยุธยา อีกทั้งยังมีผลประกอบการไตรมาสแรกของ ปี พ.ศ. 2552 เพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 50 รวมไปถึงอัตราการเข้าพักสูงทั้งในช่วงไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยว (low season) และ ฤดูท่องเที่ยว (high season) คือ ร้อยละ 80 - 90 ซึ่งแสดงถึงการมีเสถียรภาพของอัตราการเข้าพัก

ภาพที่ 2.11

ลักษณะทางกายภาพ โรงแรม สวัสดิ์ สไมล์ อินน์ ถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร



ที่มา: Sawasdee Hotels Group, 2552.

ภาพที่ 2.12

ลักษณะทางกายภาพภายในห้องพัก โรงแรม สวัสดิ์ สไมล์ อินน์ ถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร



ที่มา: Sawasdee Hotels Group, 2552.

5. โรงแรมกิมเจ็กชิน เป็นโรงแรมราคาประหยัดในจังหวัดมุกดาหาร ที่ได้รับความนิยม และมีการเปิดกิจการถึง 2 แห่งภายในอำเภอเมือง จังหวัดมุกดาหาร มีการบริการสิ่งอำนวยความสะดวกเท่าที่จำเป็น โดยมีทำเลที่ตั้งอยู่ใจกลางอำเภอเมืองมุกดาหาร ซึ่งมีสิ่งอำนวยความสะดวก

สะดวกในด้านต่าง ๆ เพียงพอ เช่น ร้านอินเทอร์เน็ต ศูนย์การค้า ตลาด ร้านค้า รวมไปถึง การเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญภายในตัวจังหวัด การดำเนินงานกิจการโรงแรมนั้น มีรากฐานในระบบเครือญาติ โดยการบริหารงานมีโครงสร้างขององค์กรอย่างง่าย แต่เจ้าของกิจการสามารถตรวจสอบและควบคุมด้วยตนเองได้โดยง่าย

ภาพที่ 2.13

ลักษณะทางกายภาพโรงแรม กิมเจ็กชิน ถนนพิทักษ์พนมเขต จังหวัดมุกดาหาร



หมายเหตุ: ถ่ายภาพเมื่อวันที่ 5 ธันวาคม 2552.

2.2 พฤติกรรมของลูกค้า

2.2.1 พฤติกรรมในการใช้พื้นที่ในโรงแรม

แรนซเลย์ และ อิงแกรม (Ransley & Ingram, 2001, pp.79-86) ได้ศึกษาถึงการออกแบบโรงแรมที่ดี ซึ่งสรุปใจความสำคัญได้ว่า โรงแรมที่ดีนั้น ย่อมหมายถึง เมื่อเกิดการออกแบบโครงการโรงแรมและมีการก่อสร้างจริง จนมีผู้เข้าพักและดำเนินการโรงแรมแล้ว ผลประกอบการของโรงแรมต้องมีรายได้ตอบแทนสูงสุด และส่งผลให้เกิดกำไรจากการดำเนินกิจการ ซึ่งในการศึกษายังกล่าวถึงสภาพเศรษฐกิจที่มีผลต่อโรงแรมราคาประหยัดด้วยว่า ไม่ว่าสภาพเศรษฐกิจจะชะลอตัว สถานลูกค้าของโรงแรมราคาประหยัดและการท่องเที่ยวจะยังคงมีอยู่ เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่เข้าพักโรงแรมแบบอื่น ๆ จะเปลี่ยนมาพักโรงแรมราคาประหยัดมากขึ้น ส่งผลให้เกิดการขยายตัวของฐานลูกค้าโรงแรมราคาประหยัด

ผลสรุปด้านการศึกษาพื้นที่และการออกแบบโรงแรมราคาประหยัด กล่าวได้ว่า การออกแบบพื้นที่ส่วนของห้องพักดั้งเดิม ที่นิยมในการออกแบบและก่อสร้างโรงแรม (traditionally and most common) มีพื้นที่ห้องพัก 28 - 32 ตารางเมตร โดยแบ่งเป็นส่วนของห้องน้ำ 5.3 - 6 ตารางเมตร ซึ่งพื้นที่ที่เหลือเท่ากับ 18.7 - 22 ตารางเมตร นั้น เป็นส่วนของ บริเวณเตียงนอนและ บริเวณพื้นที่ผ่อนคลาย ซึ่งอัตราส่วนของพื้นที่เตียงนอนต่อพื้นที่ผ่อนคลายเป็น 3.2 ต่อ 1 (ภาพที่ 2.21) แต่อย่างไรก็ตาม ผลสรุปด้านการศึกษาวิจัยพฤติกรรมลูกค้าพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ใช้เวลาในพื้นที่ของห้องน้ำร้อยละ 50 และห้องนอน (รวมกับพื้นที่ผ่อนคลาย) ร้อยละ 50 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า การออกแบบดั้งเดิมนั้นไม่ตอบสนองต่อพฤติกรรมการใช้งานของลูกค้า (Ransley & Ingram, 2001, p.82)

2.2.2 ทฤษฎีจิตวิทยาสิ่งแวดล้อมและ Hospitality Design Theory

ด้านจิตวิทยาสิ่งแวดล้อม สามารถสรุปในประเด็นพื้นฐานของความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสภาพแวดล้อม ได้ว่า ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสภาพแวดล้อม เป็นสิ่งที่แยกขาดจากกันไม่ได้ การรับรู้ของมนุษย์ ได้รับผลกระทบโดยตรง จากลักษณะทางกายภาพของสิ่งแวดล้อม โดยความสัมพันธ์ สามารถแบ่งแยกออกได้เป็น 7 ประการ คือ

1. ความสัมพันธ์ทางสภาวะแวดล้อม คุณสมบัติต่างๆ ของสภาวะแวดล้อมมีผลต่อด้านร่างกายและจิตใจ เช่น การรับรู้ด้านอุณหภูมิ ความชื้น ความบริสุทธิ์ของอากาศ ซึ่งขึ้นอยู่กับข้อจำกัดสภาพทางชีววิทยาของมนุษย์ เช่น การรับรู้ระดับเสียง ระดับอุณหภูมิ
2. ความสัมพันธ์ทางการรู้สึก เป็นคุณสมบัติที่มาจากความสัมพันธ์ของอวัยวะต่าง ๆ ในร่างกายมนุษย์ ผ่านทางอวัยวะรับรู้ต่าง ๆ เช่น การรับรู้รูปร่าง สี สันต่าง ๆ การมองเห็น การได้ยิน เสียงต่าง ๆ กลิ่นของสิ่งแวดล้อม การสัมผัสด้วยอวัยวะเช่นเท้าหรือมือ เป็นต้น
3. ความสัมพันธ์ทางมิติ เป็นความสัมพันธ์ในเชิงขนาดกับสิ่งต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัวอันมีความเกี่ยวข้องกับกายวิภาคหรือสัดส่วนโครงสร้างของมนุษย์ เช่น สัดส่วนของมนุษย์กับเครื่องใช้ต่าง ๆ ภายในอาคาร ซึ่งหมายถึงการใช้พลังงานอย่างจำกัด ความสัมพันธ์ของระยะห่างระหว่างสถานที่ต่างๆ ซึ่งเป็นการกำหนดอาณาเขตครอบครอง และที่เว้นว่างส่วนบุคคล
4. ความสัมพันธ์ทางทิศทาง ซึ่งความสัมพันธ์นี้ เป็นการกำหนดตำแหน่งต่าง ๆ ซึ่งหมายความว่า ความสัมพันธ์ด้านขนาดเพียงอย่างเดียวไม่ได้ ต้องมีการบอกทิศทางซึ่งแสดงให้เห็น

ถึง ความชัดเจนของตำแหน่ง ที่จะดำเนินไปในทิศทางใด เช่น ตำแหน่งที่ตั้งของอาคาร รูปทรงทางกายภาพที่แสดงให้เห็นถึง ทิศทางของส่วนประกอบอาคารต่าง ๆ เป็นต้น

5. ความสัมพันธ์ทางสัญลักษณ์ เป็นการสื่อความหมายผ่านทาง การรับรู้สัญลักษณ์ทางกายภาพ เช่น ภาษาในป้าย องค์ประกอบของสิ่งต่าง ๆ ที่บ่งบอกว่า พื้นที่นั้นคือพื้นที่อะไร ส่งผลกระทบต่อไปยังความรู้สึก สุนทรีภาพ รวมไปถึง การคาดคะเนพฤติกรรมที่เหมาะสมที่ควรที่จะเกิดในสิ่งแวดล้อมนั้น ๆ

6. ความสัมพันธ์ทางการกระทำระหว่างสังคม ซึ่งเป็นอิทธิพลที่ส่งเสริมหรือผลักดันในการกระทำของมนุษย์ ไม่มากนักน้อย ซึ่งมีความสัมพันธ์ด้านสังคมของมนุษย์เข้ามาเกี่ยวข้อง มีทั้งการส่งเสริม และขัดขวางการกระทำ เช่น พื้นที่ของอาคารสำนักงานที่เป็นแบบเปิดโล่งและแบบกันเป็นห้อง ๆ นั้น ย่อมมีสภาพแวดล้อมทางด้านการกระทำแตกต่างกัน การกันรั้วระหว่างบ้าน สูงหรือต่ำ ก็ให้ความรู้สึกส่งเสริมหรือขัดขวางความสัมพันธ์ทางสังคมของเพื่อนบ้าน มีความแตกต่างกัน เป็นต้น

7. ความสัมพันธ์ทางการผสมผสานรวมกันทางวัฒนธรรม วัฒนธรรมกับมนุษย์มีความสัมพันธ์กันอย่างลึกซึ้งและแยกออกจากกันไม่ได้ ซึ่งสภาพแวดล้อมทางกายภาพมีส่วนทำให้เกิดการหลอมรวมกันเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของสังคม ขึ้นอยู่กับการให้ความสำคัญถึงความสัมพันธ์ของคนในสังคมว่ามีระบบที่ยึดถืออย่างไร เช่น ความสัมพันธ์ของคนในสังคมระบบปิดของหมู่บ้านชนบทที่มีสังคมแบบเครือญาติ มีการทำกิจกรรมร่วมกัน ซึ่งมีความแตกต่างกับสังคมระบบเปิดของบ้านจัดสรร ที่ใครย้ายเข้าหรือย้ายออก ก็ไม่ได้มีผลกระทบใด ๆ หรือส่งผลต่อระบบสังคมที่เป็นอยู่ (วิมลสิทธิ์ หรยางกูร, 2541, น.22 - 25)

ซึ่งข้อสรุปต่าง ๆ ดังที่กล่าวมาข้างต้น เป็นความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในทุกสถานที่ ทุกมิติของพื้นที่สังคมมนุษย์ ซึ่งเป็นเรื่องราวของจิตวิทยาสิ่งแวดล้อมโดยตรง โดยรากฐานของการศึกษาด้านจิตวิทยาสิ่งแวดล้อมนี้ มีความสอดคล้องกันกับ การศึกษาเชิงจิตวิทยาสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อการบริโภคของมนุษย์ด้วยกัน คอทเลอร์ ได้มีการศึกษาในเรื่องของจิตวิทยาสิ่งแวดล้อมกับการบริโภค สรุปได้ว่า ถ้าลักษณะสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมีผลกระทบต่อพฤติกรรมของมนุษย์แล้ว ลักษณะสิ่งแวดล้อมทางกายภาพนั้น ย่อมสามารถที่จะมีอิทธิพลต่อการบริโภคของมนุษย์ได้ด้วยเช่นกัน บิทเนอร์ ใช้แนวคิดของคอทเลอร์ ในการศึกษาลักษณะสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อพฤติกรรมมนุษย์ ประกอบการศึกษาลักษณะพื้นที่ที่ก่อให้เกิดบรรยากาศ อันมีผลกระทบต่อความรู้สึกของมนุษย์ ซึ่งจากการศึกษานี้ ได้นำกรอบความคิดด้านการบริการ เข้ามาผสมผสานกับสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ผลการศึกษาทำให้เกิดคำจำกัดความของพื้นที่ดังกล่าวว่า Servicescape

ซึ่งหมายถึง ลักษณะของสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่มีการบริการเข้ามาเกี่ยวข้อง (Kotler, 1973, pp.48 - 64; Bitner, 1992, pp.57 - 71)

พิจารณาได้ว่า ในอาคารสาธารณะ เช่น โรงแรม มีพื้นที่ซึ่งมีลักษณะทางกายภาพ และการบริการเข้ามาเกี่ยวข้อง (Servicescape) อยู่เป็นจำนวนมาก ที่เห็นได้เด่นชัด คือ ส่วนของ โถงต้อนรับ ซึ่งเป็นส่วนที่สำคัญที่สุดในการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า เพราะเป็นส่วนแรกที่ลูกค้าเข้าถึงได้ง่ายที่สุด ส่งผลดีต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการ และสามารถทำให้เข้าถึงความพึงพอใจของลูกค้าได้อย่างง่ายดาย นำมาซึ่งความประทับใจแรก (first impression) ให้กับลูกค้าได้ บิทเนอร์ (1992) ได้พัฒนาการศึกษาบรรยากาศในสถานที่ต่าง ๆ โดยกำหนดกรอบของคำว่า Servicescape เพื่อให้สามารถอธิบายลักษณะสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่มีการบริการเกิดขึ้นจะมีลักษณะจากปัจจัยใดบ้าง ซึ่งสรุปปัจจัยที่มีผลได้ดังนี้คือ

1. Ambient Conditions คือ สภาพของบรรยากาศโดยรวม คือ แสง (light) สี (color) เสียง (noise) กลิ่น (smell) ลักษณะสภาพแวดล้อม (environmental condition)
2. Space and Function คือ ลักษณะของพื้นที่และการทำงาน ประโยชน์ใช้สอยในแต่ละห้อง หรือการกำหนดการใช้พื้นที่
3. Sign, Symbols and Artifact คือ เครื่องหมาย สัญลักษณ์ และส่วนประดับตกแต่งที่มนุษย์ทำขึ้น

หลังจากนั้นได้มีการศึกษาถึงลักษณะรูปแบบของโรงแรม โดย ซิกูออร์ และ เอนซ์ เพื่อหาตัวชี้วัดว่า ลักษณะรูปแบบของโรงแรมนั้นมีผลกระทบต่อผลกำไรและการประสบความสำเร็จของโรงแรมหรือไม่ (Siguaw & Enz, 1999, pp. 44 - 49) ซึ่งผลการศึกษาพบว่า โรงแรมที่มีรูปแบบเฉพาะเป็นของตนเอง ย่อมเป็นโรงแรมที่มีค่าอัตราเข้าพักเฉลี่ยต่อวัน (Average Daily Rate: ADR) สูงกว่า โดยการศึกษาดังกล่าว ยังระบุเพิ่มเติมอีกด้วยว่า โรงแรมที่มีลักษณะเฉพาะเป็นของตนเอง (unique) และประสบความสำเร็จดังการศึกษาข้างต้น มักมีรูปแบบคล้าย บ้านที่พักอาศัย (homelike style) และมีความกลมกลืนกับบริบทรอบข้างด้วย ซึ่งเป็นที่น่าสังเกตอีกอย่างหนึ่งว่า ความสำเร็จของโรงแรมบูติค (Boutique Hotel) นั้นมาจากส่วนหนึ่งของการมีลักษณะเฉพาะ (unique) และการมีเอกลักษณ์ (identity) เป็นของตนเองของโรงแรมบูติค

ปัจจัยด้านกายภาพที่สัมพันธ์กับด้านจิตวิทยา และการส่งผลกระทบต่อบรรยากาศ ที่มีผลต่อความประทับใจของลูกค้า กรณีศึกษา ในส่วนต้อนรับของโรงแรมนั้น ได้ข้อสรุปว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้บรรยากาศของส่วนต้อนรับโรงแรมมีผลกระทบต่อความรู้สึกของลูกค้า เรียงตามผลกระทบมากที่สุดไปน้อยที่สุดคือ ปัจจัยด้าน สี (color) แสง (lighting) และรูปแบบ (style)

ตามลำดับ (Choi & Chu, 2009, pp.116 – 131; Countryman & Jang, 2006, pp. 534 – 545; Heide & Grønhaug, 2009, pp.29 - 43)

2.3 การจัดการทรัพยากรทางกายภาพ

2.3.1 ทฤษฎีการจัดการทรัพยากรทางกายภาพ

ทฤษฎีหลักที่เป็นภาพรวมของการจัดการทรัพยากรทางกายภาพ ตามการบัญญัติของ Facilities Management Institute มาตรฐานของ Building Owners and Managers Institute International (BOMI) รวมทั้งการศึกษาของ บัณฑิต จูลาสัย และ เสริชย์ โชติพานิช (2547, น.7 - 15) ซึ่งเป็นหลักการของการจัดการทรัพยากรทางกายภาพในอาคารที่ใช้กันทั่วไปในปัจจุบัน ประกอบด้วย 3 ส่วนหลัก ๆ คือหลัก 3Ps ซึ่งประกอบไปด้วย บุคคล (people) กระบวนการการทำงาน (process) และ อาคารสถานที่ (place)

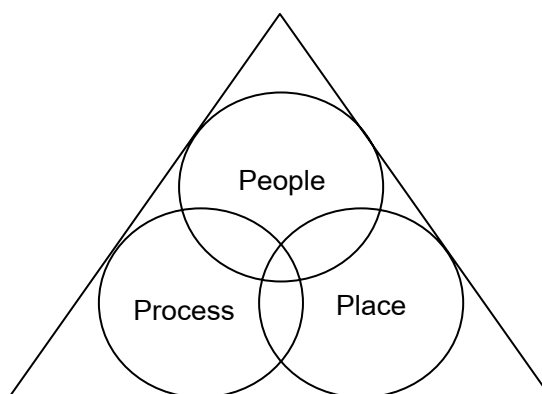
1. บุคคล (people) หมายถึง ผู้ใช้อาคารต่างๆ ซึ่งทำหน้าที่ ตำแหน่ง บทบาท ในองค์กร ทั้งที่เป็นพนักงานภายในองค์กรและลูกค้าที่เข้ามาใช้งาน ให้ความสำคัญพอใจที่มาใช้สถานที่นั้น อันทำให้เกิดผลอันคุ้มค่า ประสิทธิภาพ ตลอดจนการเจริญเติบโตและมั่นคงในชีวิตการทำงาน

2. งาน (process) หมายถึง กิจกรรม ภารกิจ ธุรกรรม หรือกระบวนการการทำงานที่เกิดขึ้นในพื้นที่องค์กรนั้น รวมไปถึงการใช้ประโยชน์ในส่วนต่างๆของอาคาร ทั้งในเวลาและนอกเวลาทำงานปกติ เพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้อย่างถูกต้อง เช่น งานเอกสาร การสื่อสาร การสัญจร เป็นต้น

3. อาคารสถานที่ (place) การควบคุมดูแลลักษณะทางกายภาพ สาธารณูปโภค สาธารณูปการ สิ่งอำนวยความสะดวก ของอาคารที่เกี่ยวข้องกับการทำงานภายในอาคาร ซึ่งต้องมีบรรยากาศสดใส น่าทำงาน สะอาด มีแสงและอุณหภูมิที่พอเหมาะ การใช้งานในอาคารมีประสิทธิภาพ สะดวกรวดเร็ว ปลอดภัย และมีบริการที่ดีมีคุณภาพมาตรฐาน

ภาพที่ 2.14

หลักของการจัดการทรัพยากรทางกายภาพ



ที่มา: บัณฑิต จุลาลัย และ เสริชย์ โชติพานิชย์, 2547, น.11.

การจัดการทรัพยากรทางกายภาพ (Facilities Management) มีเนื้อหาหลากหลาย ล้วนแล้วแต่ว่า จะเป็นองค์กรประเภทใด และมีลักษณะขององค์กรอย่างไร ซึ่งต้องมีความเหมาะสมและตรงตามความต้องการเฉพาะของแต่ละองค์กรนั้น ๆ (Springer, 1997, p.6)

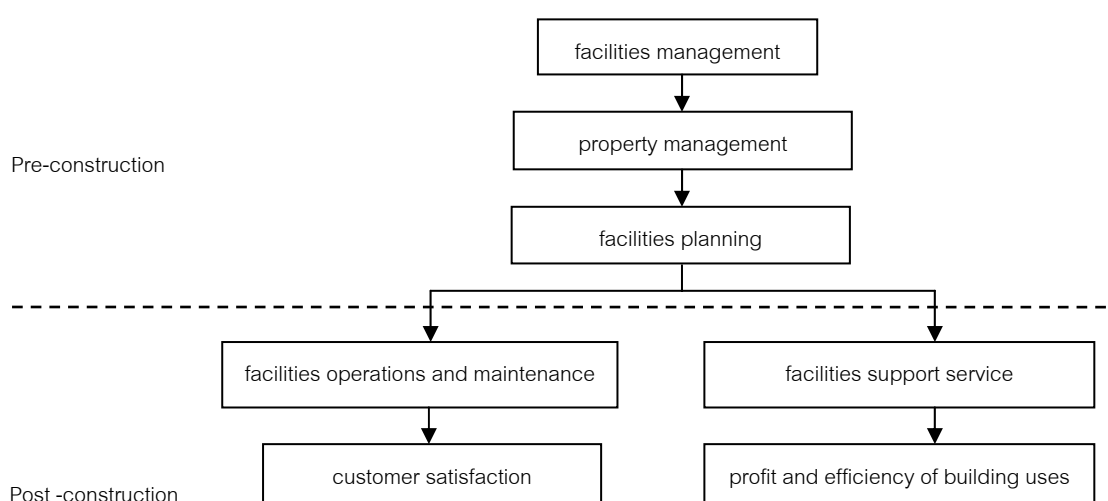
ซึ่งเมื่อวิเคราะห์และพิจารณาถึงความสำคัญของการจัดการทรัพยากรอาคารดัง ความหมายโดยรวมข้างต้นกับการศึกษาวิจัยและรวบรวมของ บัณฑิต จุลาลัย และ เสริชย์ โชติพานิช (2547, น.10 - 14) วีรทัต วัชรโรทัย (2545, น. 9 - 19) ปริญญา เจริญบัณฑิต (2549, น.1 - 4) และ วิรุจน์ สมโสภณ (2550, น. 3 - 31) ได้ข้อสรุปเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรทางกายภาพว่า ขอบเขตและหน้าที่ของการจัดการทรัพยากรทางกายภาพมี 4 หน้าที่หลัก คือ การจัดการ อสังหาริมทรัพย์ (property management) การจัดการพื้นที่ใช้สอย (facilities planning) การจัดการการบำรุงรักษาอาคาร (facilities operation and maintenance) การจัดการบริการที่เกี่ยวข้อง (facilities support service) ซึ่งสามารถจำแนกรายละเอียด ตัวชี้วัดในงานเหล่านี้ได้อีก หลากหลายประเด็น แต่เมื่อสรุปแล้ว ความสำคัญของตัวชี้วัดทางการจัดการทรัพยากรทาง กายภาพที่มีความสำคัญมากที่สุด เมื่อพิจารณาในด้านของโรงแรมราคาประหยัด ที่มีข้อจำกัดใน ด้านของการจัดการ ต้องชี้ชัดประเด็นที่สำคัญที่สุด และจำเป็นที่สุดในการจัดการทรัพยากรทาง กายภาพ ซึ่งสรุปได้ถึงประเด็นที่สำคัญที่สุด คือ

1. การปฏิบัติงานด้านการซ่อมบำรุง (operations and maintenance)
2. การปฏิบัติงานด้านการบริการ (support service)

ในสองกรณีดังกล่าว ย่อมต้องปฏิบัติเพื่อควบคู่กันไปเพื่อเป็นประโยชน์สูงสุดในการบรรลุเป้าหมายของการดำเนินกิจการในโรงแรมนั้น ๆ นั่นคือ ความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า (customers satisfaction) และ ผลกำไรและประสิทธิภาพที่ได้ขององค์กร (profit and efficiency of building uses)

ภาพที่ 2.15

แนวทางการพิจารณาตัวชี้วัดที่สำคัญในการจัดการทรัพยากรทางกายภาพ

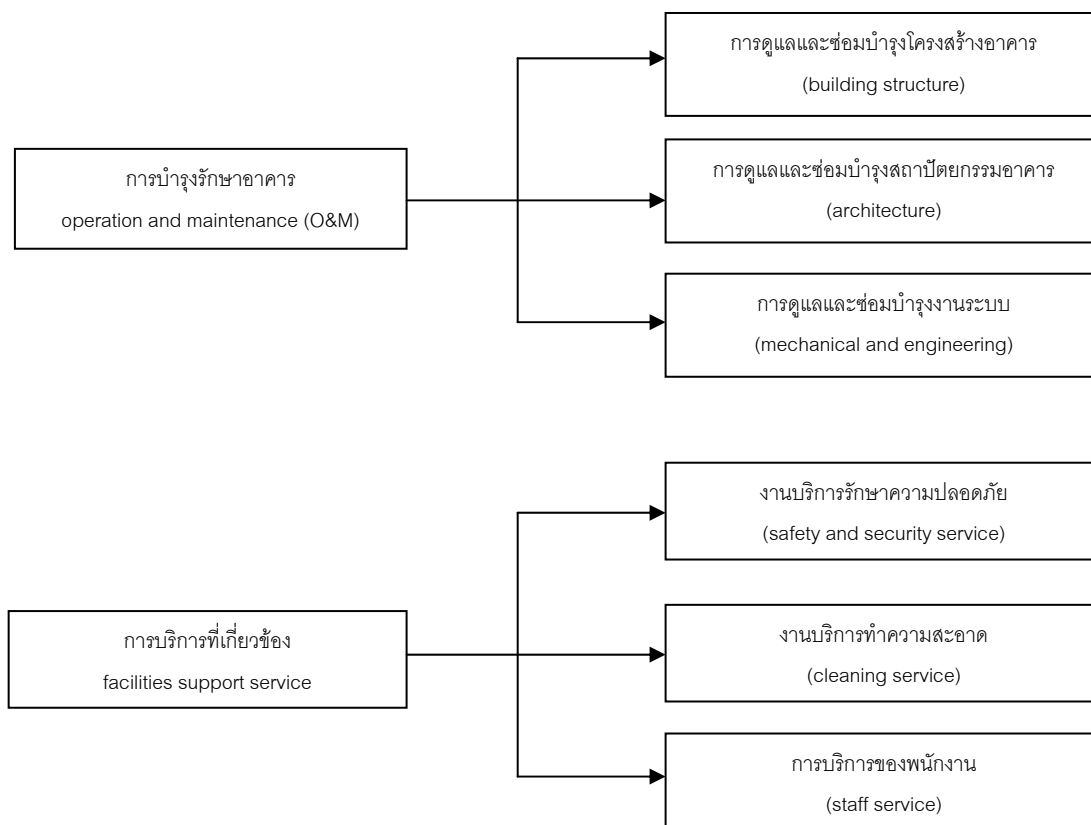


ที่มา: ปรินญา เจริญบัณฑิต, 2549, น.1 - 4.

การจัดการการบำรุงรักษาอาคาร (facilities operations and maintenance) คือ การกำหนดนโยบาย และแผนงานในงานด้านการบำรุงรักษา เป้าหมายคือ การประหยัดค่าบำรุงรักษา และยืดอายุการใช้งานของอุปกรณ์อาคาร ซึ่งนำไปสู่ การบำรุงรักษาเชิงป้องกัน (preventive maintenance) หรือการบำรุงรักษาเชิงคาดการณ์ได้ (predictive maintenance) ในการตัดสินใจด้านนี้ ต้องอาศัยความรู้ หลักด้านงานระบบ ประกอบกับการจัดบันทึกข้อมูล และการวิเคราะห์สถิติต่าง ๆ ประกอบกัน ส่วนการจัดการบริการที่เกี่ยวข้อง (facilities support service) หมายถึง การกำหนดนโยบาย และแผนงานต่อบริการต่าง ๆ ที่มีส่วนสนับสนุนกับการดำเนินงานหลักขององค์กร เช่น ระบบงานรักษาความปลอดภัย งานทำความสะอาด เป็นต้น สรุปตัวชี้วัดต่าง ๆ ที่อยู่ในขอบเขตของการจัดการการบำรุงรักษาอาคาร (facilities operations and maintenance) และการจัดการบริการที่เกี่ยวข้อง (facilities support service) (ปรินญา เจริญบัณฑิต, 2549, น.1 - 4) ได้ให้ความหมายของ (ภาพที่ 2.16) คือ

ภาพที่ 2.16

กรอบความคิดด้านการบำรุงรักษาอาคารและการบริการที่เกี่ยวข้อง



ที่มา: ปริญญา เจริญบัณฑิต, 2549, น.1 - 4.

โดยรายละเอียดของการบำรุงรักษาอาคาร และการบริการที่เกี่ยวข้อง สามารถแยกย่อยได้เป็นรายละเอียดดังตารางที่ 2.3 ดังนี้

ตารางที่ 2.3

ขอบเขตของ operation and maintenance and facilities support service

operations and maintenance (งานช่าง)	facilities support service (งานแม่บ้าน และ รปภ.)
การดูแลและซ่อมบำรุงโครงสร้างอาคาร 1. การดูแลโครงสร้างหลัก เช่น เสา คาน ฐานราก 2. การดูแลโครงสร้างรอง เช่น ผนัง พื้น หลังคา	งานบริการรักษาความปลอดภัย 1. *พนักงานรักษาความปลอดภัย 2. *ระบบโทรทัศน์วงจรปิด (CCTV) และการลาดตระเวน

ตารางที่ 2.3 (ต่อ)

operations and maintenance (งานช่าง)	facility support service (งานแม่บ้าน และ รปภ.)
การดูแลและซ่อมบำรุงสถาปัตยกรรมอาคาร (architecture) 1. การซ่อมแซมเปลือกอาคารภายนอก (exterior façade maintenance) 2. การซ่อมแซมเปลือกอาคารภายใน (interior space maintenance) 3. การซ่อมแซมรักษาสวนภูมิทัศน์ (landscape maintenance) การดูแลและซ่อมบำรุงงานระบบ* (mechanical and engineering) 1. ระบบการระบายอากาศและปรับอากาศ (Heating Ventilating and Air Conditioning: HVAC) 2. ระบบไฟฟ้าอาคาร (electrical) 3. ระบบประปา (plumbing) 4. การบริหารจัดการพลังงาน (energy management) 5. ระบบเครื่องกล (mechanical) 6. ระบบบำบัดน้ำเสีย (waste water treatment) 7. ระบบการสัญจรทางตั้ง (elevator) 8. ระบบป้องกันอัคคีภัย (fire and life safety equipment)	งานบริการทำความสะอาด (cleaning service) 1. การบำรุงรักษาเปลือกอาคารภายนอก (exterior façade maintenance) 2. การบำรุงรักษาเปลือกอาคารภายใน (interior space maintenance) 3. การบำรุงรักษาสวนภูมิทัศน์ (landscape maintenance) การบริการของพนักงาน (staff service) 1. ความพึงพอใจต่อการบริการส่วนหน้า (reception satisfaction) 2. ความพึงพอใจต่อการบริการขณะเข้าพัก (Room Service Satisfaction) 3. ความพึงพอใจต่อการบริการข้อมูล (information staff satisfaction)

* โดยแสดง รายละเอียดแนวทางการพิจารณา บัญชีราคาขายสินค้า (Vender List) ในภาคผนวก ข

2.3.2 แนวคิดด้านพฤติกรรมการใช้พื้นที่ใช้สอยกับการจัดการทางกายภาพ

โรงแรมทุกระดับ ทุกประเภท ควรจะต้องมีลักษณะตามมาตรฐานของการบริการโรงแรมเหมือนกัน 4 ประการ (นิศา ชัชกุล, 2550, น.178) คือ

1. ความปลอดภัย (securities) การให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของลูกค้าที่เข้าพัก เป็นสิ่งที่พึงกระทำอันดับแรก ซึ่งการให้ความสำคัญนั้น มิใช่แค่เพียงภายในห้องพัก แต่

ควรเป็นสถานที่โดยรวมภายในโรงแรมทั้งหมด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของโกรเนนบูม และโจนส์ ซึ่งสรุปประเด็นของความปลอดภัยในโรงแรมว่า ระบบงานรักษาความปลอดภัยควรใส่ใจในเรื่องของการเกิดอัคคีภัย สุขภาวะของลูกค้าและพนักงาน ตลอดจนความปลอดภัยโดยรวมมากกว่าใส่ใจเพียงแค่การก่ออาชญากรรมเพียงอย่างเดียว อีกทั้ง มีความสมดุลระหว่างการรักษาความปลอดภัยและการบริการในโรงแรม ซึ่งรับรองได้ว่า ไม่เกิดการก้าวร้าวซึ่งกันและกันอย่างแน่นอน (Groenenboom & Jones, 2003, pp. 14 - 19)

2. ความสะอาด (cleanliness) เป็นประเด็นหลักในการทำธุรกิจโรงแรม เพราะมีผลต่อสุขภาพและการเข้าพักของลูกค้า และเป็นหัวใจหลักของการบริการ ซึ่งความสะอาดต้องมีอยู่โดยทั่วไปในแต่ละพื้นที่ รวมถึงความสะอาดของพนักงานด้วย ซึ่งระดับความสำคัญของการบริการและนโยบาย 5 อันดับแรก ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า คือ ความสะอาด (cleanliness) ความเงียบสงบ (quietness) ความสบายของการนอนบนเตียง (comfort of bed/pillows) คุณภาพของส่วนประกอบต่าง ๆ ของโรงแรม (quality and sufficiency of fixtures) และบรรยากาศในโรงแรม (atmosphere) (Min, Hokey & Min, Hyesung & Chung, 2002, pp.302 - 301)

3. ความสะดวก (facilities) การอำนวยความสะดวกเป็นสิ่งสำคัญอีกสิ่งหนึ่งในโรงแรม เพราะลูกค้าได้จ่ายเงินมาเพื่อเข้าพักและต้องการการอำนวยความสะดวกสูงสุด โดยความสะดวกในโรงแรมจะควบคู่ไปกับการบริการ เช่น การอำนวยความสะดวกในการยกกระเป๋าสัมภาระ การให้ข่าวสารต่าง ๆ การบริการอาหารและเครื่องดื่ม

4. การบริการ (services) การบริการเป็นสิ่งที่จำเป็นในโรงแรม การบริการเพื่อให้ลูกค้าประทับใจและต้องการกลับมาเยือนอีกครั้ง มารยาทของพนักงานจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ลูกค้าประทับใจ เช่น พนักงานต้องมีความสุภาพเรียบร้อย พุดจาไพเราะ แต่งกายสะอาด และพร้อมที่จะบริการลูกค้า

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นาถฤดี มณีเนตร และ ชมนาดา ไชยประสิทธิ์ (2547) ได้ศึกษาในเรื่อง การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานบริการที่พักแบบประหยัดในเขตอำเภอเมืองจังหวัดขอนแก่น ผลการศึกษา พบว่า 1) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาด้วยรถยนต์ส่วนตัว รองลงมาคือรถโดยสารปรับอากาศ 2) ค่าใช้จ่ายในการพักแรม 301 – 400 บาทต่อคืน

3) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกพักโรงแรมที่มีราคาประหยัด 2 – 3 วัน 4) ค่าใช้จ่ายที่นักท่องเที่ยวใช้มากที่สุดคือ ค่าอาหาร (36.4%) รองลงมาคือค่าของที่ระลึก (27%) โดยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านกายภาพและการบริการของโรงแรมต่าง ๆ

ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ กนกพร ศิริโรจน์ (2545) อัญมณี ชำกรม (2543) กฤษฎี กาญจนกิตติ (2541) วรางคณา ถาวรวิริยะตระกูล และสุพัตรา สร้อยเพชร (2545) โดยปัจจัยในการตัดสินใจเข้าพัก อันทำให้เกิดความพึงพอใจ มีดังนี้ 1) อัตราค่าที่พัก 2) ทำเลที่ตั้ง 3) ความสะอาด 4) การให้บริการของพนักงาน 5) การรักษาความปลอดภัย 6) ขนาดพื้นที่ห้องพัก 7) บรรยากาศและความสวยงามของที่พัก 8) องค์ประกอบต่างๆและสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่ง วรางคณา ถาวรวิริยะตระกูลและคณะได้ศึกษาเพิ่มเติมพบว่า สถานที่พักแรมที่ผู้พักแรมให้ความสนใจมากที่สุด คือ ที่พักพร้อมอาหารเช้า (bed and breakfast) ที่พักโฮมสเตย์ และที่พักแบบระยะยาว (long stay)

รวิศ ศิลปศรีกุล (2547) ได้ทำการศึกษาในเรื่อง การศึกษาโครงสร้างตลาดและกลยุทธการตลาดของธุรกิจโรงแรมในกรุงเทพมหานคร พบว่า 1) ธุรกิจโรงแรมในกรุงเทพฯเป็นตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด 2) อัตราส่วนขนาดธุรกิจเท่ากับ 52.01 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า โรงแรมชั้นนำ 3 อันดับแรกมียอดขายการเข้าพักเฉลี่ย สูงกว่ายอดขายการเข้าพักเฉลี่ยของธุรกิจโรงแรมอื่น ๆ ที่เหลือ 3) โรงแรมส่วนใหญ่มีห้องพัก 60-150 ห้อง อัตราค่าห้องพักเฉลี่ย 500 – 999 บาท มีอัตราเข้าพักเฉลี่ยร้อยละ 60-79 4) โรงแรมส่วนมากไม่ได้อยู่ในเครือ โดยการศึกษาได้ระบุอุปสรรคในการพัฒนาโรงแรมใหม่ว่า 1) ขาดเงินทุนและทำเล 2) ต้องใช้กลยุทธ์ทางการตลาดระยะสั้น 3) การตั้งราคาห้องพักให้หลายราคาเพื่อสร้างความแตกต่างและดึงดูดลูกค้า 4) ในระยะยาวควรมีการปรับปรุงห้องพักเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าอยู่เสมอ

ชนิตฐา วงษ์คำจันทร์ (2546) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของโรงแรมอบลแกรนด์ สรุปได้ว่า 1) ลูกค้าส่วนใหญ่เพศหญิง อายุ 20-30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพลูกจ้าง พนักงานเอกชน รายได้เฉลี่ย 5,000 – 10,000 บาท 2) มีความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่องของ ทำเลที่ตั้งใกล้ชุมชน และคมนาคมที่เข้าถึงได้ง่าย ทำให้สะดวกสบายในการเข้าพัก 3) ลูกค้าที่ใช้ห้องประชุมสัมมนาส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง อายุ 20-30 ปี รายได้ 5,000 – 10,000 บาท 4) พึงพอใจมากที่สุดในเรื่องของการบริการของพนักงาน (การบริการ) 5) ลูกค้าชายใช้ดิสโก้เทคมากที่สุด อายุ 20-30 ปี การศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจมากที่สุดด้านสินค้าและการบริการ เรื่องนักร้องมีคุณภาพ

สายขวัญ ขวัญคำ (2548) ศึกษาเรื่อง โครงสร้างตลาดของอุตสาหกรรมโรงแรมใน จังหวัดยโสธร ผลการศึกษาพบว่า โครงสร้างตลาดของอุตสาหกรรมโรงแรมในจังหวัดยโสธรมี ลักษณะ เป็นตลาดผู้ขายน้อยราย กระจุกตัวสูง มีอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาด คือ อุปสรรคทางด้าน วัตถุดิบ การประหยัดต่อขนาด ด้านการลงทุน และด้านการส่งเสริมการขาย กลยุทธ์ทางการตลาด ที่นิยมคือ มุ่งเน้นการให้คุณภาพบริการ และการสร้างความประทับใจในการให้บริการเพื่อเพิ่ม จำนวนลูกค้า แนวทางพัฒนาอุตสาหกรรมโรงแรมในจังหวัดยโสธร ได้แก่ ผู้ประกอบการร่วมมือกับ ภาครัฐจัดตั้งระบบฐานข้อมูล และนโยบายให้ลูกค้าในต่างประเทศสามารถเข้าถึงบริการของ โรงแรมในจังหวัดยโสธรได้โดยตรง มีศูนย์ข้อมูลและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว โดยเฉพาะ ความรู้ทางด้านภาษา

กันทิมาลย์ ริมพีชพันธุ์ (2549) ได้ศึกษาในเรื่อง กลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยว ชายแดน กรณีศึกษาสะพานข้ามแม่น้ำโขงแห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร ผลการศึกษาได้แก่ จุดแข็ง คือ จังหวัดมุกดาหารเป็นเมืองการค้าชายแดน มีความหลากหลายทางธรรมชาติและ ทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรมน่าสนใจ จุดอ่อน คือ ขาดความร่วมมือของผู้ประกอบการด้าน การท่องเที่ยวในจังหวัด ขาดมาตรฐาน และขาดการประชาสัมพันธ์ โอกาส คือ การได้รับการ สนับสนุน และมีแผนการท่องเที่ยวโดยรัฐบาล ตลอดจนการเปิดใช้สะพานข้ามแม่น้ำโขงแห่งที่ 2 อุปสรรค คือ ภาวะผันผวนของราคาน้ำมันดิบในตลาดโลก และภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ซึ่งผล การศึกษาด้านส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) คือ ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ (product) ที่มีอยู่แล้ว และ สร้างกิจกรรมใหม่ ๆ ขึ้น ทางด้านราคา (price) สร้างตัวเลือกทางราคาให้ลูกค้าสามารถเลือกราคา ที่เหมาะสมได้ ส่วนช่องทางจำหน่าย (place) ให้ความสำคัญกับอินเทอร์เน็ตและหน่วยบริการ ท่องเที่ยว และ การส่งเสริมการตลาด (promotion) ควรประชาสัมพันธ์ และจัดกิจกรรมให้รู้จัก จังหวัด มากขึ้น