

บทที่ 2

ธุรกิจที่พักแรมกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ธุรกิจที่พักแรมหรือธุรกิจโรงแรม(accommodation business or hotel business) หมายถึงกิจการที่จัดบริการด้านที่พักอาศัยแก่นักท่องเที่ยว คือให้บริการห้องพักและอาหารเครื่องดื่มตามความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยคิดค่าตอบแทนเพื่อผลกำไรของกิจการนั้น การเดินทางท่องเที่ยวเกิดขึ้นและได้กลายเป็นกิจกรรมหนึ่งในชีวิต เมื่อลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวเริ่มใช้ระยะเวลานานขึ้น การเดินทางระยะไกลเกิดขึ้น ความต้องการที่พักแรมทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่จึงมีปริมาณมากขึ้น มีการสร้างและปรับปรุงสถานที่พักแรมให้ทันสมัย ตามยุคสมัยตามความต้องการของผู้เข้าพัก จึงทำให้ธุรกิจที่พักแรมหรือธุรกิจโรงแรมกลายเป็นธุรกิจระดับอุตสาหกรรม(นิศา, 2550)

1. อุตสาหกรรมโรงแรม

1.1 ลักษณะพิเศษของอุตสาหกรรมโรงแรม (มิ่งสรรพ, นุกูล, อัครพงศ์, 2548)

(1) การแข่งขัน

อุตสาหกรรมโรงแรมเป็นอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันสูง โดยการแข่งขันจะเน้นที่การสร้างแบรนด์ ที่ตั้งโรงแรม คุณภาพการให้บริการ และราคา โดยทั่วไปแล้วโรงแรม 3 ดาวลงมาจะมีการแข่งขันสูงกว่าโรงแรม 4 ถึง 5 ดาว และแข่งขันในทุกรูปแบบ ส่วนโรงแรม 4 ถึง 5 ดาว จะแข่งขันในด้านคุณภาพการให้บริการมากกว่าราคา

(2) ความเป็นฤดูกาล

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่เป็นฤดูกาล ในประเทศพัฒนาแล้ว และประเทศในเขตอบอุ่น ฤดูกาลที่มีการใช้โรงแรมน้อย คือ ตั้งแต่เดือนธันวาคม ถึง มีนาคม แต่ในทางกลับกันประเทศที่ตั้งในเขตร้อนและประเทศในซีกโลกใต้ฤดูท่องเที่ยวจะเป็นไตรมาสที่ 4 และไตรมาสที่ 1

(3) ทรัพย์สินทางปัญญา

ทรัพย์สินทางปัญญาของอุตสาหกรรมโรงแรมจะเป็นชื่อการค้า เครื่องหมายการค้า

เครื่องหมายบริการ (service marks) และโลโก้ต่างๆ ซึ่งล้วนเป็นทรัพย์สินที่มีค่าของกิจการ โรงแรมที่เป็นเจ้าของสินทรัพย์ทางปัญญาเหล่านี้สามารถขายสิทธิการใช้เครื่องหมายการค้าของตนให้กับโรงแรมอื่นๆ ได้ แล้วได้ค่าตอบแทนตามที่ตกลงกันในสัญญา

(4) ความอ่อนไหวต่อสถานการณ์ทางการเมืองและสังคม

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่อ่อนไหวการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองที่รุนแรง เช่น การมีรัฐประหาร การก่อการร้าย เป็นต้น

1.2 ระดับของตลาดของโรงแรมในสากล

(1) ระดับบนสุด (luxury market)

โรงแรมที่มีตลาดอยู่ในระดับนี้เป็นโรงแรมที่มีค่าห้องพักเฉลี่ย 200 ดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อคืนขึ้นไป และมักเป็นโรงแรมระดับ 5 ดาวขึ้นไป

ในอุตสาหกรรมโรงแรมนั้น โรงแรมที่มีตลาดระดับสูงหรือกลุ่มโรงแรมระดับ 5 ดาว ขึ้นไปมักจะมีเสถียรภาพในด้านรายได้สูงกว่ากลุ่มโรงแรมที่มีตลาดในระดับรองลงมา เพราะลูกค้าของโรงแรมในกลุ่มนี้ส่วนใหญ่เป็นลูกค้านักธุรกิจ ซึ่งมีความจำเป็นและความสม่ำเสมอของการเดินทางมากกว่าลูกค้านักท่องเที่ยว การจัดบริการให้ลูกค้าทั้งสองส่วนจึงค่อนข้างแตกต่างกัน ลูกค้านักธุรกิจต้องการการให้บริการด้านอินเทอร์เน็ต ระบบโทรคมนาคม การให้บริการ พนักงานบริการในห้องพัก และการให้บริการที่ทำให้ลูกค้ารู้สึกเหมือนอยู่บ้านตนเอง ส่วนลูกค้านักท่องเที่ยวต้องการบริการที่ดี การตกแต่งที่สวยงาม วิถีทัศน์ และบริการด้านสปา

การแข่งขันในตลาดนี้เป็นการแข่งขันด้านคุณภาพในการให้บริการ และความหรูหราของสถานที่ ต้นทุนต่อห้องของการลงทุนในโรงแรมเหล่านี้จึงสูงกว่าโรงแรมระดับประหยัดถึง 9 เท่า และยังต้องปรับปรุงตกแต่งห้องต่างๆ อยู่ตลอดเวลา

(2) ระดับบน (up-scale)

โรงแรมในกลุ่มนี้จะมีค่าห้องพักเฉลี่ยที่ 121 ดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อคืน

(3) ระดับพักยาว (extended stay)

โรงแรมในกลุ่มนี้เป็นโรงแรมที่จัดองค์ประกอบต่างๆ ของโรงแรมให้เหมาะสมกับการพักผ่อนระยะยาว จึงมีห้องนั่งเล่นและห้องนอน โดยมีการเก็บค่าเช่าเป็นอาทิตย์หรือเป็นรายเดือน โรงแรมประเภทนี้ถือว่าการให้บริการรูปแบบใหม่ ซึ่งสามารถเรียกค่าห้องพักได้ประมาณ 90 ดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อคืน โรงแรมในกลุ่มนี้มักมีชื่อที่ต่อท้ายด้วยคำว่า “suites”

(4) ระดับกลาง (mid-scale)

โรงแรมกลุ่มนี้แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ประเภทที่มีบริการอาหาร และประเภทที่ไม่มีการบริการอาหาร สำหรับราคาห้องพักโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 75-85 ดอลลาร์สหรัฐต่อคืน

(5) กลุ่มประหยัด (economy/budget)

โรงแรมแบบประหยัดเป็นโรงแรมที่เน้นการให้ที่พักแต่เพียงอย่างเดียว อาจมีบริการอาหารเฉพาะอาหารเช้าเท่านั้น

1.3 ชนิดและประเภทของโรงแรม(นิศา, 2550)

องค์การท่องเที่ยวโลก (world tourism organization) ได้แบ่งลักษณะโรงแรมออกเป็น 6 ประเภท

(1) โรงแรมที่มีการพัฒนาตามอุตสาหกรรม ดังจะเห็นได้จากโรงแรมในยุคโบราณที่เป็นโรงเตี๊ยม (inn) แล้วก็มีโมเต็ล (motel) จากนั้นจึงกลายเป็นโรงแรมที่มีบริเวณ มีสนามหญ้า มีที่จอดรถ และอาคารก็เป็นตึกอย่างน้อย 2 ชั้น

(2) โรงแรมที่แบ่งตามลักษณะของการพักของลูกค้า ซึ่งมี 2 ชนิด ได้แก่

(2.1) โรงแรมสำหรับการพักชั่วคราว (transient)

(2.2) สำหรับการพักถาวร (residential) ส่วนใหญ่มักทำเป็นสัญญาเช่า ซึ่งปัจจุบันมีการบริหารที่พักหลายแบบ เช่น คอนโดมิเนียม อพาร์ทเมนต์ หรือใช้ระบบไทม์แชร์ (timeshare)

(3) แบ่งตามขนาดจำนวนห้องพัก ได้แก่ ไม่เกิน 100 ห้องจัดเป็นโรงแรมขนาดเล็กมาก ขนาด 100 – 200 ห้องจัดเป็นโรงแรมขนาดเล็ก ขนาด 200 – 500 ห้องจัดเป็นโรงแรมขนาดกลาง และขนาดใหญ่ตั้งแต่ 500 ห้องขึ้นไป

(4) แบ่งตามลักษณะการบริหารงาน คือโรงแรมในเครือ (chain hotel) โรงแรมร่วมทุน หรือซื้อซื้อลิขสิทธิ์ (franchise) โรงแรมที่จ้างทีมบริหารมาดำเนินการ (management team contract) เป็นต้น

(5) โรงแรมแบ่งตามราคา (price) ซึ่งปัจจุบันราคาจะเป็นตัวบอกถึงความหรูหราและสิ่งอำนวยความสะดวก (facilities)

(5.1) โรงแรมราคาถูกไม่เกิน 500 บาทต่อคืน

(5.2) โรงแรมชั้นสอง (second class) ราคาตั้งแต่ 500 - 999 บาทต่อคืน

(5.3) โรงแรมชั้นประหยัด (economic) ราคาตั้งแต่ 1,000 - 1,499 บาทต่อคืน

- (5.4) โรงแรมชั้นหนึ่ง (first class) ราคาตั้งแต่ 1,500 - 2,499 บาทต่อคืน
- (5.5) โรงแรมชั้นหรู (deluxe) ราคาตั้งแต่ 2,500 บาทขึ้นไปต่อคืน
- (6) โรงแรมที่แบ่งตามทำเลที่ตั้งที่สามารถแบ่งได้ 4 ประเภท ได้แก่ โรงแรมในเมือง (small and large cities) โรงแรมชายทะเล (resort hotel) โรงแรมสนามบิน (airport hotel) และโรงแรมรถไฟ หรือโรงแรมใกล้ถนนหลวงที่เรียกว่าโมเต็ล (motel) ในสหรัฐอเมริกา

1.4 ช่องทางการตลาดของธุรกิจโรงแรม (มิ่งสรรพ, นกุล, อัครพงศ์, 2548)

ช่องทางการตลาดของธุรกิจโรงแรมประกอบไปด้วยสองช่องทางหลัก คือ ช่องทางการตลาดแบบดั้งเดิม (traditional distribution channel) ช่องทางการตลาดแนวใหม่ที่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อ (electronic distribution channel)

(1) ช่องทางการตลาดแบบดั้งเดิม (traditional distribution channel)

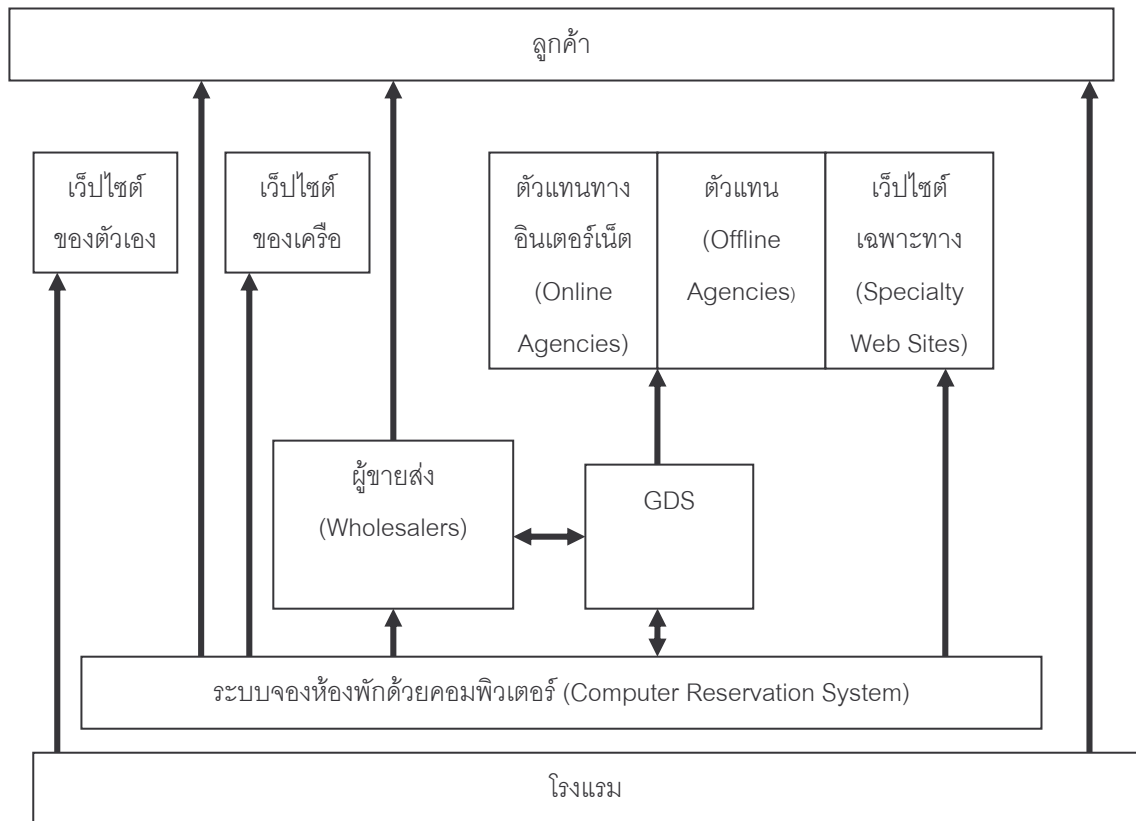
แต่ละโรงแรมจะให้บริษัทนำเที่ยวเป็นตัวแทนในการกระจายห้องพักแก่ลูกค้า โดยแต่ละโรงแรมอาจจะมีการร่วมมือกับหลายบริษัทนำเที่ยว ซึ่งอาจมีสำนักงานอยู่ภายในประเทศหรือต่างประเทศ บริษัทนำเที่ยวจะคิดค่านายหน้า (commission fee) ประมาณ ร้อยละ 10 ของราคาขาย และค่าธรรมเนียมธุรกิจ (transaction fee) นอกจากนี้บางโรงแรมได้ใช้วิธีการขายตรงโดยทางโรงแรมจะติดต่อกับทางลูกค้าโดยตรงไม่ผ่านนายหน้า (intermediaries) หรือติดต่อกับลูกค้าผ่านทางเครือข่ายของโรงแรม (hotel chain)

(2) ช่องทางการตลาดแนวใหม่ที่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อ (electronic distribution channel)

ช่องทางการตลาดแนวใหม่ที่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อนั้น เป็นช่องทางการตลาดใหม่ที่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อขยายช่องทางการขาย ลดต้นทุนการขายจากแบบดั้งเดิมและเพิ่มรายได้ให้กับโรงแรมโดยตรง จากการนำระบบอินเทอร์เน็ตเข้ามาประยุกต์ใช้กับธุรกิจการโรงแรมทำให้เกิดประโยชน์ในการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า (customer relationship management) และทางด้านการตลาด (marketing) คือ โรงแรมและนายหน้า (intermediaries) สามารถเก็บข้อมูลผู้ที่เข้าใช้บริการเพื่อนำมาปรับปรุงการติดต่อสื่อสารและการให้บริการที่ดียิ่งขึ้น และตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ส่วนลูกค้าสามารถค้นหาข้อมูลโรงแรมและห้องพักตามเกณฑ์ที่ตนต้องการได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ช่องทางการจำหน่ายนี้สามารถแสดงได้ดังภาพที่ 2.1

ภาพที่ 2.1

ช่องทางการจำหน่ายทางอิเล็กทรอนิกส์



ที่มา : GDS : Global Distribution System

1.5 มาตรฐานดาวโรงแรม(ประสงค์, 2544)

มีลักษณะแตกต่างกันตามสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการในโรงแรม ดังนี้

(1) กลุ่มดาวเดียว หมายถึง โรงแรมซึ่งมีขนาดเล็กๆ มีสิ่งอำนวยความสะดวกและเฟอร์นิเจอร์แบบง่ายๆ พอใช้ได้ ห้องพักรู้อยู่มีน้ำร้อนและน้ำเย็นพร้อม มีห้องอาบน้ำและห้องส้วมอย่างพอเพียง (เป็นแบบที่แขกหลายห้องใช้ร่วมกัน) มีบริการด้านอาหารและเครื่องดื่มสำหรับผู้เข้าพัก แต่อาจไม่มีบริการแก่คนภายนอก โรงแรมกลุ่มนี้จะมีบรรยากาศเป็นกันเอง และส่วนมากเจ้าของโรงแรมจะเป็นผู้ดูแลบริหารเอง

(2) กลุ่มสองดาว หมายถึง โรงแรมที่มีมาตรฐานด้านห้องพักสูงกว่ากลุ่มดาวเดียว มีห้องพักที่มีห้องอาบน้ำในตัวอยู่บ้าง ในห้องพักอาจมีโทรศัพท์ และโทรทัศน์ให้ด้วย มีอาหารให้เลือกมากกว่า แต่ก็อาจไม่มีบริการแก่บุคคลภายนอกเช่นเดียวกับกลุ่มดาวเดียว

- (3) กลุ่มสามดาว ได้แก่ โรงแรมที่ตกแต่งดี ห้องพักกว้างขึ้นและมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆมากขึ้น ส่วนใหญ่จะมีห้องอาบน้ำในตัวรวมทั้งมีอ่างอาบน้ำด้วย มีบริการด้านอาหารครบเครื่องขึ้น แต่อาจไม่เปิดจำหน่ายแก่บุคคลภายนอกสำหรับมือเที่ยงและในวันหยุดสุดสัปดาห์
- (4) กลุ่มสี่ดาว โดยทั่วไปจะเป็นโรงแรมขนาดใหญ่ที่มีการตกแต่งดีเป็นพิเศษ มีมาตรฐานสูงในการให้บริการและความสะดวกสบาย อาจมีห้องอาหารมากกว่า 1 ห้อง
- (5) กลุ่มห้าดาว โรงแรมขนาดใหญ่ประเภทหรู ซึ่งมีมาตรฐานสากลระดับสูงสุดในทุกด้าน คือทั้งห้องพัก อาหาร และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ

2. โครงสร้างอุตสาหกรรมโรงแรมของอำเภอเกาะสมุย

อำเภอเกาะสมุยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมาเยือนเป็นอันดับที่ 7 ของประเทศ คิดเป็นร้อยละ 2.70 ของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศทั้งหมดที่เดินทางมาท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2550 และรายได้จากการท่องเที่ยวอยู่ที่อันดับที่ 6 คิดเป็นร้อยละ 2.95 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย,ออนไลน์, 2550) เกาะสมุยเป็นอำเภอที่พึ่งพิงการท่องเที่ยวอย่างสูง อุตสาหกรรมโรงแรมจึงนับได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมที่เป็นองค์ประกอบสำคัญของภาคเศรษฐกิจการท่องเที่ยวของอำเภอเกาะสมุย จากฐานข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยพบว่า ในปี พ.ศ. 2550 อำเภอเกาะสมุยมีที่พักทั้งสิ้น 414 แห่ง และมีจำนวนห้องพักทั้งสิ้น 14,997 ห้อง

2.1 แบ่งกลุ่มที่พักตามระดับราคาห้องพัก

ตารางที่ 2.1

แบ่งกลุ่มที่พักตามระดับราคาห้องพัก ในอำเภอเกาะสมุย ปี พ.ศ. 2550

ราคาห้องพักต่อคืน	จำนวนที่พัก	จำนวนห้องพัก		
(บาท)	(แห่ง)	ร้อยละ	(ห้อง)	ร้อยละ
2,500 บาทขึ้นไป	99	23.91	6,187	41.25
1,500 - 2,499 บาท	78	18.84	2,791	18.61
1,000 - 1,499 บาท	43	10.39	1,524	10.16
500 - 999 บาท	97	23.43	2,488	16.59
ต่ำกว่า 500 บาท	97	23.43	2,007	13.38
รวม	414	100	14,997	100

ที่มา : ศูนย์ประสานงานการท่องเที่ยว ททท.เกาะสมุย : 13 กรกฎาคม 2551

จากตารางที่ 2.1 พบว่าเมื่อจำแนกโรงแรมตามระดับราคาต่ำสุดของราคาประกาศ ขายพบว่าอุตสาหกรรมโรงแรมของอำเภอเกาะสมุยมีสัดส่วนห้องพักของโรงแรมที่มีราคา 2,500 บาทขึ้นไปในระดับที่ค่อนข้างสูง มีสัดส่วนร้อยละ 41.25 ของจำนวนห้องพักทั้งหมดในอำเภอเกาะสมุย โดยที่อันดับรองลงมาคือ ห้องพักของโรงแรมที่มีราคา 1,500 - 2,499 บาท มีสัดส่วนร้อยละ 18.61 และลำดับที่สามคือ ห้องพักของโรงแรมที่มีราคา 500-999 บาท มีสัดส่วนร้อยละ 16.59

ถึงแม้ว่าจำนวนที่พักของโรงแรมที่มีราคาห้องพัก 2,500 บาทขึ้นไป โรงแรมที่มีราคาห้องพักต่ำกว่า 500 บาท และโรงแรมที่มีราคา 500-999 บาท จะมีจำนวนใกล้เคียงกันคือประมาณร้อยละ 23 ในขณะที่สัดส่วนของจำนวนห้องพักกลับต่างกันอย่างเห็นได้ชัด ดังตารางที่ 2.1

2.2 แบ่งกลุ่มที่พักตามจำนวนห้องพัก

ตารางที่ 2.2

แบ่งกลุ่มที่พักตามจำนวนห้องพัก ในอำเภอเกาะสมุย ปี พ.ศ. 2550

จำนวนสถาน				
จำนวนห้องพัก	ประกอบการ(แห่ง)	ร้อยละ	จำนวนห้องพัก(ห้อง)	ร้อยละ
150 ห้องขึ้นไป	7	1.69	1,278	8.52
60 - 149 ห้อง	72	17.39	5,781	38.55
ต่ำกว่า 60 ห้อง	335	80.92	7,938	52.93
รวม	414	100	14,997	100

ที่มา : ศูนย์ประสานงานการท่องเที่ยว ททท.เกาะสมุย : 13 กรกฎาคม 2551

จากตารางที่ 2.2 หากจำแนกที่พักโรงแรม ในอำเภอเกาะสมุยตามจำนวนห้องพักพบว่าที่พักขนาดใหญ่ (มีห้องพักตั้งแต่ 150 ห้องขึ้นไป) มีทั้งหมด 7 แห่ง ซึ่งมีห้องพักรวมกันเท่ากับ 1,278 ห้อง หรือประมาณร้อยละ 8.52 ของจำนวนห้องพักทั้งหมดในอำเภอเกาะสมุย สำหรับที่พักขนาดกลาง (มีห้องพักตั้งแต่ 60 - 149 ห้อง) มีทั้งสิ้น 72 แห่ง และมีจำนวนห้องพักรวมกันเท่ากับ 5,781 ห้อง ประมาณร้อยละ 38.55 ของจำนวนห้องพักทั้งหมดในอำเภอเกาะสมุย ส่วนที่พักขนาดเล็ก (มีห้องพักน้อยกว่า 60 ห้อง) มีมากถึง 335 แห่ง และมีจำนวนห้องพักรวม 7,938 ห้อง หรือประมาณร้อยละ 52.93 ของจำนวนห้องพักทั้งหมดในอำเภอเกาะสมุย

ที่พักโรงแรมที่ใหญ่ที่สุดในอำเภอเกาะสมุย 4 อันดับแรก เมื่อพิจารณาจากจำนวนห้องพัก อันดับแรกคือ The Imperial Boat House ซึ่งมีจำนวนห้องพักมากถึง 216 ห้อง รองลงมา

คือ The Central Samui Beach Resort (208 ห้อง) อันดับที่สามคือ Amari Palm Reef Resort & Spa (187 ห้อง) และอันดับที่สี่คือ Kandaburi Resort (183 ห้อง) ตามลำดับ

2.3 แบ่งกลุ่มที่พักตามสถานที่ตั้ง

ตารางที่ 2.3

แบ่งกลุ่มที่พักตามสถานที่ตั้ง ในอำเภอเกาะสมุย ปี พ.ศ. 2550

หาด	จำนวนสถานประกอบการ		จำนวนห้อง	
	(แห่ง)	ร้อยละ	(ห้อง)	ร้อยละ
หาดเฉวง	128	30.92	6,105	40.71
หาดละไม	94	22.71	3,020	20.14
หาดแม่น้ำ	46	11.11	1,347	8.98
หาดบ่อผุด	39	9.42	1,261	8.41
หาดบางรัก	18	4.35	422	2.81
หาดท้องตะเคียน	13	3.14	351	2.34
หาดเซิงมน	13	3.14	685	4.57
หาดหน้าทอน	10	2.42	258	1.72
หาดนาเทียน	6	1.45	290	1.93
หาดลิปะน้อย	6	1.45	181	1.21
หาดตลิ่งงาม	5	1.21	142	0.95
หาดบางปอ	7	1.69	185	1.23
หาดท้องยาง	6	1.45	128	0.85
อื่นๆ	23	5.56	622	4.15
รวม	414	100	14,997	100

ที่มา : ศูนย์ประสานงานการท่องเที่ยว ททท.เกาะสมุย : 13 กรกฎาคม 2551

จากตารางที่ 2.3 เมื่อพิจารณาแหล่งที่ตั้งของที่พักแรมพบว่า จำนวนที่พักแรมส่วนมาก จำนวน 128 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 30.92 ของจำนวนที่พักทั้งหมดของอำเภอเกาะสมุย โดยจำนวนห้องทั้งสิ้น 6,105 ห้อง คิดเป็นร้อยละ 40.71 จะตั้งอยู่ในบริเวณหาดเฉวง รองลงมาคือ

หัดละไมจำนวนที่พักรั้งสั้นร้อยละ 22.71 ของจำนวนที่พักรั้งหมดในอำเภอเกาะสมุย จำนวน
ห้องที่สั้นคิดเป็นร้อยละ 20.14 และกระจายไปในหัดอื่นๆ เช่น หัดแม่น้ำ, หัดบ่อผุด, และหัด
บางรัก เป็นต้น ซึ่งที่พักรั้งส่วนมากเป็นที่พักรั้งขนาดเล็ก (มีห้องพักรั้งน้อยกว่า 60 ห้อง)