

สรุป ปัญหา และข้อเสนอแนะ

สรุป

จากการวิจัยในเรื่องการศึกษาแนวโน้มของการประยุกต์ใช้แนวความคิดทางการตลาดในธุรกิจโรงแรมเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถที่จะสรุปผลของการวิจัยได้ดังนี้

ก. ลักษณะทั่วไป การวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปของธุรกิจโรงแรมจากแบบสอบถามสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ระยะเวลาที่เปิดดำเนินการของธุรกิจโรงแรม กิจกรรมโรงแรมส่วนใหญ่จะเปิดดำเนินการมาเป็นเวลานานประมาณ 11-20 ปี
2. ลักษณะของกิจการ กิจกรรมโรงแรมส่วนใหญ่จะเป็นกิจการที่เป็นของคนไทยล้วน ๆ
3. ลักษณะของการดำเนินงานกิจการ กิจกรรมโรงแรมส่วนใหญ่จะเป็นกิจการที่ไม่มีเครือข่ายในต่างประเทศ
4. จำนวนพนักงานของกิจการ กิจกรรมโรงแรมที่มีจำนวนพนักงานในช่วง 101-200 คนมีอยู่ร้อยละ 30.4 เป็นกิจการที่มีจำนวนพนักงานมากกว่า 500 คนขึ้นไปมีอยู่ 26.1 รองลงมาจะเป็นกิจการที่มีจำนวนพนักงานในช่วง 1-100 คนมีอยู่ร้อยละ 23.9

ข. ลักษณะของการดำเนินงานทางการตลาด การวิเคราะห์จากแบบสอบถามมีดังนี้

4. ประเภทของการบริการต่าง ๆ กิจกรรมโรงแรมนอกจากจะมี

การบริการทางค่านที่พักอาศัยแล้ว กิจกรรมโรงแรมส่วนใหญ่ยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกหรือบริการอื่น ๆ แก่ลูกค้ามีอาทิเช่น คอฟฟี่ช็อป, ที่จอดรถ, สระว่ายน้ำ, ร้านค้าขายสินค้าหรือของที่ระลึก, ห้องเลี้ยงรับรอง, ห้องประชุม, บาร์และไนท์คลับ, ห้องอาหารภัตตาคาร เป็นต้น

2. รายได้หลักของกิจการโรงแรม กิจการโรงแรมส่วนใหญ่จะมีรายได้หลักมาจากค่าเช่าห้องพัก รองลงมาเป็นรายได้ที่ได้จากค่าอาหารและเครื่องดื่ม

3. อัตราการเข้าพักของกิจการโรงแรม ซึ่งจะแยกพิจารณาได้ดังนี้

3.1 อัตราการเข้าพักโดยเฉลี่ยในช่วงปีที่ผ่านมาทั้งปีของกิจการโรงแรม ในช่วงปีที่ผ่านมากิจการโรงแรมส่วนใหญ่มีอัตราการเข้าพักโดยเฉลี่ยอยู่ในช่วงร้อยละ 61-80

3.2 อัตราการเข้าพักโดยเฉลี่ยในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยวของกิจการโรงแรม กิจการโรงแรมจะมีอัตราการเข้าพักโดยเฉลี่ยอยู่ในช่วงร้อยละ 41-60 มากเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาจะมีอัตราการเข้าพักโดยเฉลี่ยอยู่ในช่วงร้อยละ 61-80

4. วิธีการตั้งราคาห้องพักในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยวของกิจการโรงแรม กิจการโรงแรมจะมีวิธีการต่าง ๆ ที่จะตั้งราคาห้องพัก ซึ่งมีวิธีการลดราคาค่าห้องพัก วิธีการส่งเสริมการขายโดยที่บางกิจการจะใช้วิธีใดวิธีหนึ่ง หรืออาจจะใช้ควบคู่กันไป

5. วิธีการกำหนดราคาค่าห้องพัก กิจการโรงแรมส่วนใหญ่จะใช้วิธีการคิดแบบต้นทุนบวกกำไร รองลงมาจะใช้วิธีการตั้งราคาตามคู่แข่งชั้นในตลาด

6. ระเบียบราคาหรือระดับอัตราค่าห้องพัก, บริการของกิจการโรงแรม กิจการโรงแรมจะกำหนดระเบียบราคาให้อยู่ในระดับเดียวกันกับคู่แข่งที่อยู่ในระดับเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน

7. ค่าใช้จ่ายที่มีผลกระทบต่อการปรับราคาค่าบริการ, ห้องพักของ

กิจการโรงแรม ซึ่งปรากฏว่า ค่าใช้จ่ายทางค่านไฟฟ้าจะมีผลกระทบมากที่สุด รองลงมา เป็นค่าใช้จ่ายทางค่านแรงงาน

8. ผลกระทบของอัตราภาษีโรงแรม (ร้อยละ 16.5) ที่มีต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ปรากฏว่า อัตราภาษีโรงแรม (ร้อยละ 16.5) นี้มีผลมากต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

9. อัตราภาษีโรงแรมที่เหมาะสมแก่ธุรกิจโรงแรมควรจะเป็นร้อยละเท่าใด ปรากฏว่า กิจการโรงแรมส่วนใหญ่เห็นว่า อัตราภาษีโรงแรมที่เหมาะสมควรอยู่ในช่วงร้อยละ 6-10

10. อัตราร้อยละของการเพิ่มของราคาค่าห้องพักมีในช่วงปีที่ผ่านมา กิจการโรงแรมส่วนใหญ่มีอัตราร้อยละของการเพิ่มของราคาค่าห้องพักอยู่ในช่วงร้อยละ 6-10 รองลงมามีอัตราร้อยละของการเพิ่มอยู่ในช่วงที่มากกว่า ร้อยละ 20 ขึ้นไป

11. อัตราส่วนลคที่กิจการโรงแรมให้แก่ผู้มาใช้บริการ แยกพิจารณาได้ดังนี้

11.1 อัตราร้อยละโดยเฉลี่ยของส่วนลคในค่านที่พัก ผลปรากฏว่า กิจการโรงแรมส่วนใหญ่ ให้ส่วนลคในค่านที่พักเฉลี่ยในช่วงอัตราร้อยละ 1-40

11.2 อัตราร้อยละของส่วนลคในค่านค่าอาหารและเครื่องดื่มของกิจการ ผลคือกิจการโรงแรมส่วนใหญ่จะไม่มีส่วนลคในค่านค่าอาหารและเครื่องดื่ม รองลงมามีอัตราร้อยละของส่วนลคอยู่ในช่วงอัตราร้อยละ 1-20

12. ทำเลที่ตั้งของกิจการที่มีผลต่อการดำเนินกิจการโรงแรม กิจการโรงแรมเกือบทั้งหมดเห็นว่า ทำเลที่ตั้งของกิจการจะมีผลอย่างมากต่อการดำเนินกิจการ

13. กลุ่มลูกค้าชาวต่างประเทศที่มาใช้บริการของกิจการโรงแรมทั้งหมดในเซกกรุงเทพฯ กลุ่มลูกค้าชาวต่างประเทศที่เข้ามาใช้บริการของกิจการโรงแรมเป็นปริมาณมาก เรียงลำดับจากปริมาณมากไปน้อยมีดังนี้

อันดับแรก	กลุ่มลูกค้าทางยุโรป
อันดับสอง	กลุ่มลูกค้าอาเซียน
อันดับสาม	กลุ่มลูกค้าญี่ปุ่น

14. ลักษณะของลูกค้ายิ่งใหญ่ของกิจการโรงแรม ลูกค้ายิ่งใหญ่ของกิจการโรงแรมส่วนใหญ่มักจะมี 2 แบบคือ ลักษณะแบบนักท่องเที่ยวที่เข้ามาโดยอิสระ (F. I. T. หรือ Frequency Individual Tourist) และ เป็นแบบหมู่คณะ (Group) เป็นส่วนใหญ

15. กิจการโรงแรมมักมีลูกค้ายิ่งใหญ่มาจากแหล่งใด กิจการโรงแรมมักมีลูกค้ายิ่งใหญ่มาจากบริษัทท่องเที่ยวเป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง เป็นลักษณะที่ลูกค้าเดินทางเข้ามาเอง และ อันดับสามจากบริษัทสายการบิน

16. การใช้พนักงานขาย (Personal Selling) กิจการโรงแรมส่วนใหญ่มักมีการใช้พนักงานขายในการส่งเสริมการขายของกิจการ

17. การใช้พนักงานขายในการติดต่อลูกค้าของกิจการโรงแรม กิจการโรงแรมส่วนใหญ่มักใช้พนักงานขายในการติดต่อลูกค้าทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ รองลงมาจะใช้ติดต่อลูกค้าเฉพาะภายในประเทศเท่านั้น เป็นข้อที่น่าสังเกตว่า กิจการโรงแรมที่มีขนาดใหญ่ ๆ จะใช้พนักงานขายในการติดต่อกับลูกค้าทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ

18. การใช้การโฆษณาในการส่งเสริมการขายของกิจการโรงแรม กิจการโรงแรมส่วนใหญ่มักมีการใช้การโฆษณาในการส่งเสริมการขายของกิจการ

19. สื่อโฆษณา (Media) ที่ใช้กันมากในการโฆษณาของกิจการโรงแรม จากผลของการวิจัยพบว่า กิจการโรงแรมส่วนใหญ่มักจะใช้สื่อโฆษณาที่นิยมใช้กันมากคือ สิ่งพิมพ์ (Printing Press) ซึ่งจะเป็นสิ่งพิมพ์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่มีอยู่ภายใน และต่างประเทศ โดยที่สิ่งพิมพ์ที่ใช้ในต่างประเทศมักจะเป็น

พจนานุกรม (Magazine) ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว Travel Trade ส่วนในประเทศมักจะเป็นหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นที่มีจำหน่ายในประเทศ ซึ่งจะโฆษณาเน้นในร้านอาหารและเครื่องดื่ม (Food and Beverage หรือ F & B) และนิตยสารต่าง ๆ นอกจากนี้อาจจะมีการใช้วิทยุ, โทรทัศน์ บ้างเล็กน้อยในการโฆษณาของกิจการโรงแรม

20. จำนวนพนักงานต่อห้องพักของกิจการโรงแรม ผลการวิจัยพบว่า กิจการโรงแรมส่วนใหญ่จะมีจำนวนพนักงานต่อห้องพักอยู่ในช่วง 0.6-2 คน

21. การใช้แบบสอบถามกับลูกค้าของกิจการโรงแรม กิจการโรงแรมส่วนใหญ่ได้มีการใช้แบบสอบถามกับลูกค้าของโรงแรม เป็นข้อที่น่าสังเกตว่า กิจการโรงแรมที่มีขนาดใหญ่จะมีการใช้แบบสอบถามเกี่ยวกับการบริการกับลูกค้าของกิจการ ส่วนที่ไม่ได้ใช้แบบสอบถามเกี่ยวกับการบริการกับลูกค้าของกิจการ ส่วนใหญ่จะเป็นกิจการโรงแรมขนาดเล็ก

22. แนวโน้มในอนาคตของการแข่งขันทางธุรกิจในการโรงแรม ธุรกิจโรงแรมทั้งหมดเห็นว่า แนวโน้มในอนาคต การแข่งขันทางธุรกิจในธุรกิจโรงแรมจะทวีเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้สาเหตุจากการที่จะมีกิจการโรงแรมใหม่ ๆ เกิดขึ้นในช่วงปี 2525 - 2526 เป็นจำนวนมากอันจะส่งผลทำให้มีการแข่งขันทางธุรกิจในธุรกิจโรงแรมเพิ่มมากขึ้น

23. การประยุกต์ใช้การตลาดของกิจการโรงแรม โดยการเปรียบเทียบกับการดำเนินงานในปัจจุบัน ซึ่งในเรื่องนี้สามารถที่จะแยกพิจารณาได้เป็น 2 ระยะ กล่าวคือ

23.1 เปรียบเทียบการประยุกต์ใช้การตลาดในอดีตกับในปัจจุบัน กิจการโรงแรมส่วนใหญ่จะมีการประยุกต์ใช้การตลาดในอดีตน้อยกว่าที่ใช้ในปัจจุบัน

23.2 เปรียบเทียบการประยุกต์ใช้การตลาดในอนาคตกับปัจจุบัน ผลปรากฏว่า ในอนาคต กิจกรรมโรงแรมส่วนมากจะมีการประยุกต์ใช้การตลาดมากขึ้นกว่าในปัจจุบัน โดยมีสาเหตุเนื่องจาก การที่จะมีโรงแรมใหม่ๆ จำนวนมากเกิดขึ้นในช่วงปี 2525 - 2526 หรือในอนาคต อันจะทำให้เกิดผลที่ตามมา กล่าวคือ อุปทานของห้องพักมีมากกว่าอุปสงค์ของห้องพัก ซึ่งจะทำให้กิจกรรมโรงแรมจะมีการแข่งขันทางการตลาดกันมากขึ้น

จากการศึกษาข้อมูลและสรุปผลของการวิจัยจะเห็นได้ว่า ในช่วงระยะเวลาประมาณ 20 ปีที่ผ่านมา การขยายตัวของธุรกิจโรงแรมได้เจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะยุคทองของการท่องเที่ยวเมื่อปี พ.ศ. 2521 - 2522 รายได้จากการท่องเที่ยวพร้อมๆ เป็นเงิน 8,894 ล้านบาท (เพิ่มจากปีก่อน 93%) และในปีพ.ศ. 2523 จำนวนห้องพักของโรงแรมในเขตกรุงเทพฯ ก็ยังมีไม่พอเพียงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เพราะมีการขยายตัวของห้องพักค่อนข้างต่ำ ในขณะที่การขยายตัวของนักท่องเที่ยวเพิ่มค่อนข้างสูง (ดูจากตารางกราฟที่ 6.1) จึงมีผลทำให้อัตราการเข้าพักหรือการใช้ห้องพัก (Occupancy Rate) อยู่ในอัตราที่สูงถึงร้อยละ 80.13 (จากตารางกราฟที่ 6.2) ในสภาวะการณ์ดังกล่าวซึ่งมีลักษณะเป็นแบบอุปสงค์ของห้องพักมีมากกว่าอุปทานของห้องพัก จึงมีผลให้กิจกรรมโรงแรมส่วนใหญ่มีการใช้การตลาดในการดำเนินงานของธุรกิจไม่มาก ซึ่งจะเห็นได้จากผลการวิจัยว่า กิจกรรมโรงแรมส่วนใหญ่จำนวน 39 ราย (ร้อยละ 84.8) ให้ความสำคัญกับการตลาดในอัตราน้อย (จากข้อ 23.1)

จากสภาวะการณ์ของธุรกิจโรงแรมดังกล่าว จึงทำให้เป็นที่ดึงดูดความสนใจของนักธุรกิจ, นักลงทุนที่จะทำการลงทุนสร้างโรงแรมเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับการได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากรัฐโดยคณะกรรมการ ส่งเสริมการลงทุน จึงได้มีการขยายจำนวนโรงแรมมากเพิ่มขึ้น อันมีผลทำให้การขยายตัวของจำนวนห้องพักมีมากเกินไป

ประกอบด้วย ภาวะเศรษฐกิจการเมืองโลกตกต่ำลง ซึ่งมีผลทำให้อัตรารเพิ่มของนักท่องเที่ยวลดลง ด้วยเหตุนี้ ในปี พ.ศ. 2524 เราจะเห็นได้ว่า อัตรารเพิ่มของจำนวนห้องพักสูงกว่าอัตรารเพิ่มของนักท่องเที่ยว กล่าวคือ อัตรารเพิ่มของห้องพักเป็นร้อยละ 15.91 ในขณะที่อัตรารเพิ่มของนักท่องเที่ยวมีเพียงร้อยละ 8.44 (จากตารางกราฟที่ 6.1) โดยเฉพาะอย่างยิ่งสถานการณ์ของธุรกิจโรงแรมในเซตกรุงเทพฯ จะมีโรงแรมใหม่ ๆ ขนาดใหญ่เปิดดำเนินการอีกจำนวนมากในช่วงปี 2525 - 2526 อาทิเช่น โรงแรมรามาร์คเคน, โรงแรมไฮแอทเซ็นทรัลพลาซ่า, โรงแรมรอยัลลอคคิต, โรงแรมบางกอกเพนินซูล่า, โรงแรมท่าอากาศยาน เป็นต้น ก็ยิ่งจะทำให้ปัญหาการเพิ่มของห้องพักมีมากยิ่งขึ้น ซึ่งสภาวะการดังกล่าวมีลักษณะเป็นแบบอุปทานของห้องพักมีมากกว่าอุปสงค์ของห้องพัก อันจะมีผลทำให้อัตรารเข้าพักรหรือการเข้าพัก (Occupancy Rate) ลดลงไป โดยที่เราจะเห็นได้จากผลของการวิจัยที่เกี่ยวกับอัตรารเข้าพักรของกิจการโรงแรม ซึ่งผลปรากฏออกมาว่า กิจการโรงแรมในเซตกรุงเทพฯ จะมีอัตรารเข้าพักรเฉลี่ยอยู่ในช่วงร้อยละ 70 ซึ่งต่ำกว่าปี 2523 ที่มีค่าสูงถึงร้อยละ 80.13 (จากตารางกราฟที่ 6.2) ในเมื่ออัตรารเข้าพักรหรือการเข้าพักต่ำลง ในขณะที่การลงทุนในธุรกิจโรงแรมต้องใช้เงินทุนจำนวนมากโดยเฉพาะ เงินลงทุนในที่ดิน, อาคารก่อสร้าง, อุปกรณ์ตกแต่งภายใน อันจะทำให้ระยะเวลาของการคืนทุนของผู้ลงทุนยาวนานกว่าที่คาดคิดไว้ เมื่อสภาวะการเป็นเช่นนี้ ธุรกิจโรงแรมแต่ละแห่งจะตองแข่งขันกันอย่างเต็มที่, รุนแรง ซึ่งจากผลของการวิจัยจะเห็นว่า กิจการโรงแรมทั้งหมดจำนวน 46 ราย (คิดเป็นร้อยละ 100) ให้คำตอบว่า แนวโน้มในอนาคตของการแข่งขันทางธุรกิจในธุรกิจโรงแรมจะทวีเพิ่มมากขึ้น (จากข้อ 22) การแข่งขันในธุรกิจโรงแรมจึงเกิดขึ้นเพื่อคึงคูกิจการลูกค้าไม่ว่าจะเป็นลูกค้าชาวต่างประเทศหรือลูกค้าภายในประเทศให้มาใช้บริการของโรงแรมของตัวเอง เพื่อคองการเพิ่มยอดอัตรารเข้าพัก (Occupancy Rate) หรือเพื่อมาเพิ่มรายได้ของธุรกิจโรงแรม ในอันที่จะก่อให้เกิดกำไรและเจริญก้าวหน้าของธุรกิจโรงแรม ในการที่จะให้บรรลุดูวัตถุประสงค์ดังกล่าว ธุรกิจโรงแรมจะตองพยายามสร้างลูกค้าหรือผู้บริโภคนขึ้นมา โดยที่ธุรกิจโรงแรมจะพยายามที่จะแข่งขันกันปรับปรุง และหาบริการมาสนองคองคองการ หรือความพอใจของลูกค้าของ

ธุรกิจ และถ้าลูกค้าเกิดความพอใจหรือความประทับใจก็อาจจะหวนกลับมาใช้บริการของ
โรงแรมอีก ซึ่งวิธีการที่กล่าวมาก็คือการตลาดนั่นเอง

ด้วยเหตุนี้เมื่อพิจารณาจากสภาวะการณปัจจุบันและในอนาคตของธุรกิจ
โรงแรมที่จะเกิดขึ้นกับธุรกิจโรงแรมในเขตกรุงเทพฯ จะทำให้เราเห็นได้ว่า ธุรกิจ
โรงแรมมีแนวโน้มที่จะต้องนำเอาแนวความคิดทางการตลาดมาประยุกต์ใช้ในธุรกิจ
โรงแรมเพิ่มมากขึ้นในอนาคต ซึ่งจากผลของการวิจัยชี้เห็นว่า กิจกรรมโรงแรมส่วนมาก
หรือเกือบทั้งหมดจำนวน 43 ราย (คิดเป็นร้อยละ 93.5) ให้คำตอบที่ว่า ในอนาคต
กิจกรรมโรงแรมที่ตนควบคุมอยู่จะมีแนวโน้มที่จะประยุกต์ใช้การตลาดมากยิ่งขึ้นกว่าใน
ปัจจุบัน แนวทางการตลาดที่ธุรกิจโรงแรมในเขตกรุงเทพฯ เริ่มนำมาประยุกต์ใช้มี
อาทิเช่น

1. ในเรื่องของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจโรงแรม เกือบทุกธุรกิจโรงแรม
ในเขตกรุงเทพฯ มีรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเป็นส่วนมาก แต่เมื่อมีปัญหา
ท้องพักของโรงแรมในเขตกรุงเทพฯ มีมากเกินความต้องการตลาด ทำให้ธุรกิจโรงแรม
หันมาขายบริการทางด้านอาหารและเครื่องดื่ม, งานเลี้ยงcocktail งานประชุมภายใน
บริษัท, งานแต่งงาน ฯลฯ ปีนี้จึงมีการโฆษณาส่งเสริมการขายของโรงแรมชั้นหนึ่ง
ชั้นสอง อยู่หลายแห่งที่ชักชวนให้คนไทยให้ใช้บริการและจัดงานเลี้ยงที่โรงแรม โดยเฉพาะ
ในช่วงฤดูกาลที่ไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยว (Low Season, ช่วง พ.ค.-ก.ย.) ธุรกิจ
โรงแรมจึงยิ่งต้องทุ่มเทการวางแผนทางการตลาดภายในประเทศถึงลูกค้าดึงชื่อของคนไทย
ซึ่งมีอัตราการใช้จ่ายสูงมาอยู่ในรายได้ของโรงแรมเพื่อคุ้มกับรายจ่ายที่เพิ่มขึ้น โดยขาย
บริการด้านนี้

นอกจากนี้กลุ่มลูกค้ากลุ่มใหม่และใหญ่คือนั้น ก็จะเป็นกลุ่มเป้าหมาย
ต่อไปในการแข่งขันทางการตลาดในอนาคตคือ กลุ่มจักประชุมขนาดใหญ่ ๆ ระดับโลก
หรือภูมิภาค และพวกกลุ่ม Group Incentive ซึ่งบริษัทโรงงานมีใควค่าให้มาเที่ยว
เมืองนอกและให้พักอยู่นานวัน กลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้ธุรกิจโรงแรมจะต้องแย่งกัน เพราะคน
ที่มาพักเหล่านี้จะมีมากเป็นร้อย ๆ พัน ๆ คน และพักอยู่ในช่วงสั้น ๆ มีกำลังซื้อมาก
และเมื่อมาแล้วอาจหวนกลับมาใช้บริการที่เดียวกันนี้อีก ซึ่งจะเห็นได้ว่า โรงแรม

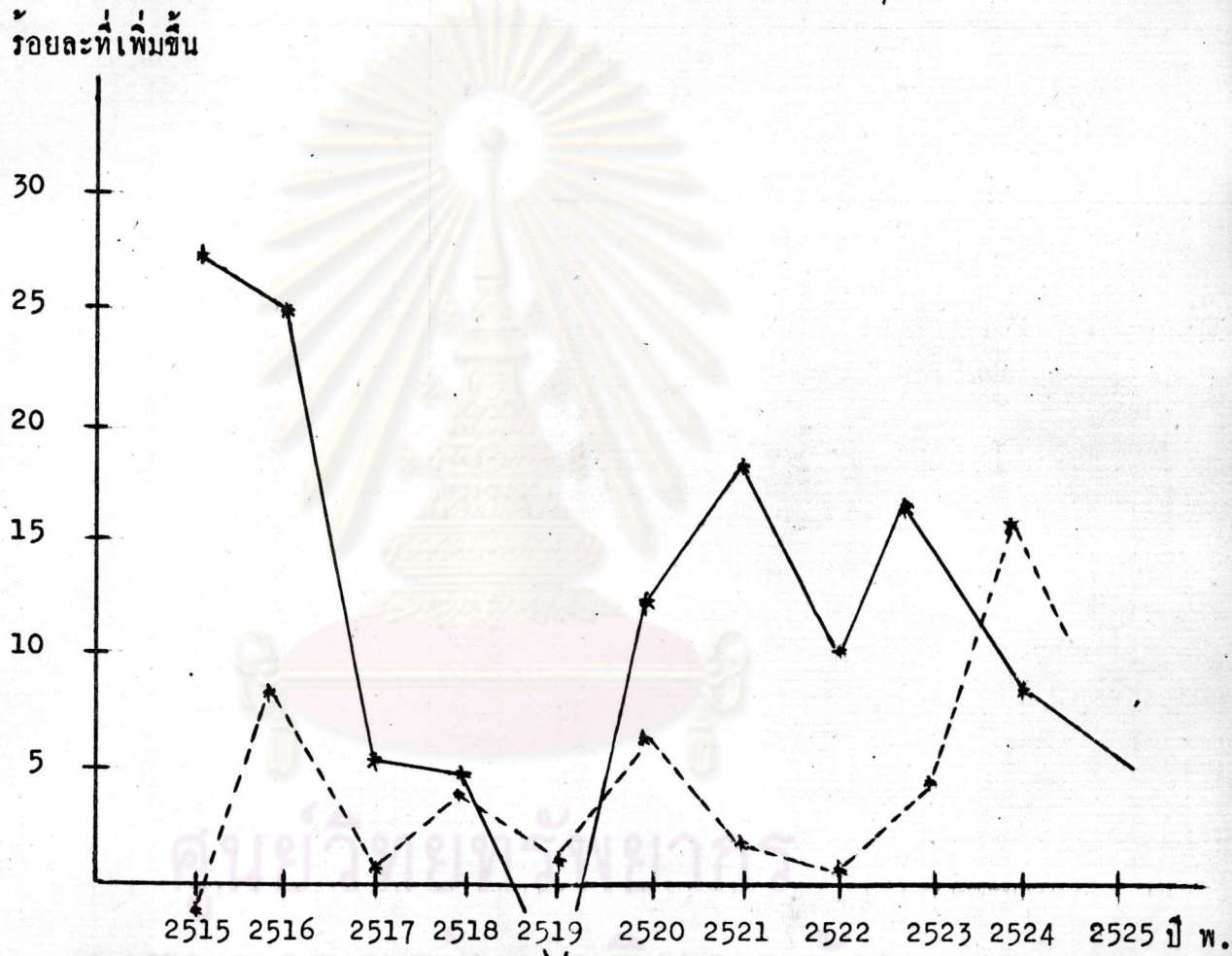
บางแห่งในเขตกรุงเทพฯ ได้เตรียมแผนงานที่จะแย่งกลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้ไว้แล้ว โดยได้ทำการสร้างห้องประชุม, ห้องสัมมนาขนาดใหญ่ไว้

2. ในแง่ของการบริการ ธุรกิจโรงแรมในเขตกรุงเทพฯ ได้พยายามที่จะปรับปรุงการบริการให้มีคุณภาพ และมีความรวดเร็ว เพื่อให้เกิดความพอใจแก่ลูกค้าที่มาพัก เช่น การที่ธุรกิจโรงแรมเริ่มมีการนำคอมพิวเตอร์มาช่วยในงานบริการของโรงแรม นอกจากนี้ ก็กิจการโรงแรมบางแห่งได้เพิ่มการบริการใหม่ ๆ เข้าไป เช่น มีศูนย์อาหารนานาชาติ, ดิสโก้คลับ (Disco Club) สถานกายนบริหารและดูแลสุขภาพ เป็นต้น

3. ในแง่ของการส่งเสริมการขาย (Promotion) โดยเฉพาะการโฆษณาซึ่งมีให้เห็นมากขึ้น เช่น ใน โทรทัศน์, หนังสือพิมพ์, วารสารต่าง ๆ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีการใช้พนักงานขายของโรงแรมไปติดต่อทั้งในต่างประเทศ และในประเทศ มากเพิ่มขึ้นเพื่อเพิ่มหรือรักษาจำนวนลูกค้าของโรงแรมไว้

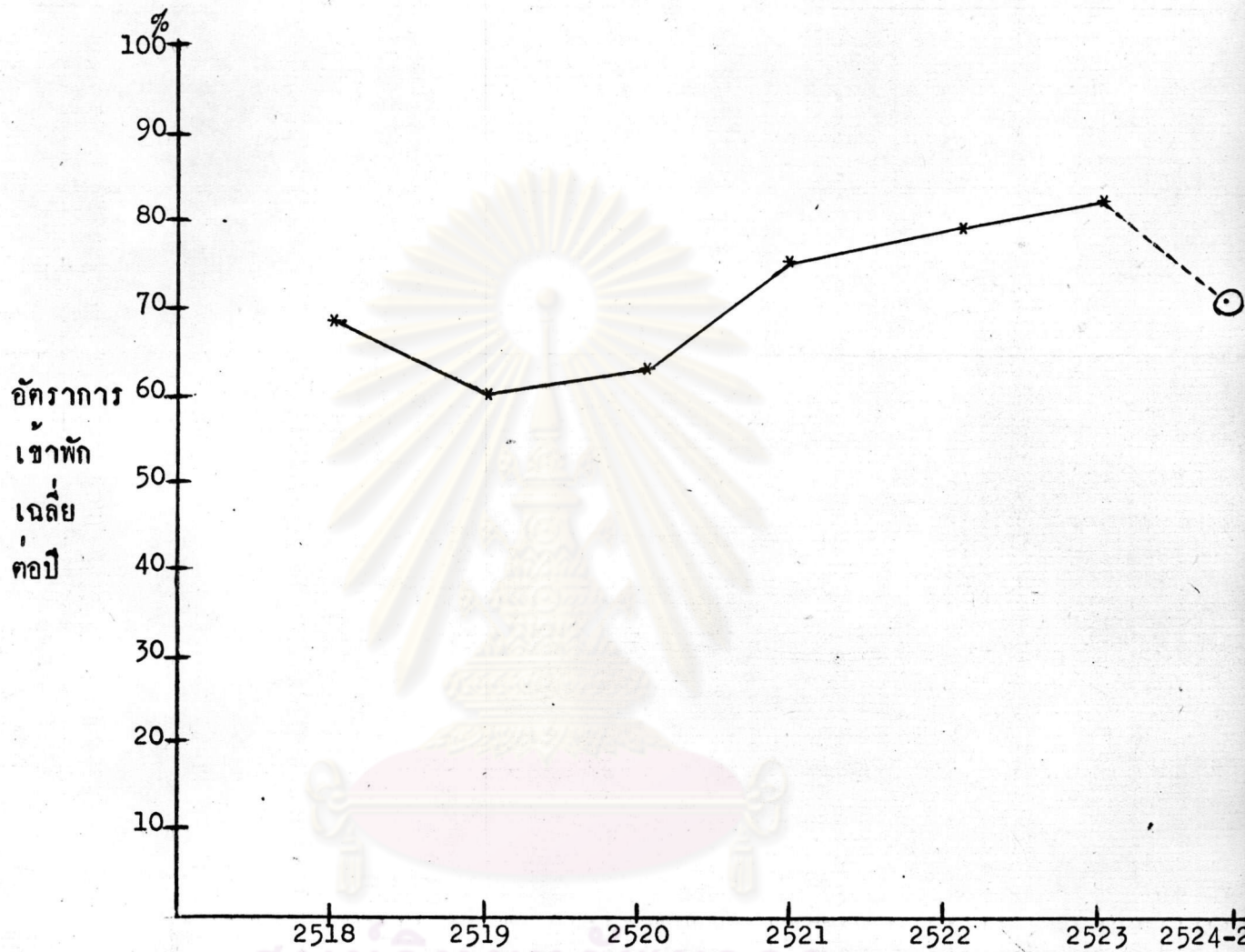
ดังนั้น เมื่อพิจารณาถึงสภาวะการตลาดของธุรกิจโรงแรมในเขตกรุงเทพฯ ทั้งในภาวะปัจจุบันและในอนาคตซึ่งจะมีลักษณะการแข่งขันกันอย่างสูงและรุนแรง จะทำให้ธุรกิจโรงแรมซึ่งเป็นธุรกิจการประกอบกิจการด้านการขายบริการโดยเฉพาะอย่างยิ่ง การให้เช่าห้องพักแก่นักท่องเที่ยว และเป็นธุรกิจที่มีลักษณะพิเศษที่ต้องมีการลงทุนที่ต้องใช้เงินลงทุนสูง อันเป็นการลงทุนที่ค่อนข้างยาว โดยเงินลงทุนส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 90 เป็นการลงทุนในสินทรัพย์ถาวร อันได้แก่ การลงทุนในที่ดิน, อาคาร ตลอดจนการตกแต่งและการติดตั้งสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ภายในอาคาร มีความจำเป็นที่จะต้องหันมาผูกพันและสนใจที่จะนำแนวความคิดทางการตลาดมาประยุกต์ใช้กับธุรกิจโรงแรมมากยิ่งขึ้น เพราะถ้าธุรกิจโรงแรมใดสามารถที่จะนำแนวความคิดทางการตลาดมาใช้ให้เข้ากับสภาวะการแข่งขันดังกล่าวได้ ธุรกิจโรงแรมนั้นย่อมมีโอกาสที่จะดำเนินกิจการให้อยู่รอดและเจริญก้าวหน้าได้ในที่สุด

ตารางที่ 6.1 ตารางกราฟแสดงการเปรียบเทียบระหว่างอัตราการเปลี่ยนแปลง
 คอปีของนักท่องเที่ยวกับจำนวนห้องพักในโรงแรมในเขตกรุงเทพฯ



————— หมายถึง เส้นกราฟแสดงอัตราการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวต่อปี
 - - - - - หมายถึง เส้นกราฟแสดงอัตราการเปลี่ยนแปลงของห้องพักในโรงแรม
 ในเขตกรุงเทพฯ ต่อปี

ตารางที่ 6.2 ตารางกราฟแสดงอัตราการเข้าพักในโรงแรมเฉลี่ยต่อปีในเขตกรุงเทพฯ



ปี : พ.ศ.

* หมายถึง อัตราการเข้าพักเฉลี่ยต่อปี (จากข้อมูลในตารางที่ 2.6)

o หมายถึง อัตราการเข้าพักเฉลี่ยต่อปี (จากการวิจัย)

ปัญหา

ในการดำเนินธุรกิจประเภทใดก็ตาม ย่อมจะประสบกับปัญหาด้วยกันทั้งนั้น จะมากหรือน้อยก็ขึ้นอยู่กับสภาวะการดำเนินงาน ครอบ ๆ ธุรกิจ ปัญหาในการดำเนินกิจการของธุรกิจโรงแรมในกานต่าง ๆ พอที่จะสรุปได้ดังนี้

1. ปัญหาจำนวนห้องพักมีมากเกินไปเกินความต้องการของตลาด ในปัจจุบัน การขยายตัวของธุรกิจโรงแรมทำให้จำนวนห้องพัก โดยเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยที่อัตราการเพิ่มของจำนวนนักท่องเที่ยวเริ่มชะลอตัวลงจากเพิ่มขึ้นร้อยละ 16.80 ในปี 2523 เหลือร้อยละ 8.44 และ 10.06 ในปี 2524 และปี 2525 ตามลำดับ ส่วนการขยายตัวของจำนวนห้องพักกลับเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว จาก 9,028 ห้องในปี 2515 เป็น 11,927 ห้องในปี 2523 และเพิ่มขึ้นเป็น 13,824 ห้องและ 14,923 ห้องในปี 2524 และในปี 2525 ตามลำดับ ทำให้อุปสงค์ และอุปทานของห้องพักไม่สมดุลกัน ทำให้ธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยเกิดการแข่งขันกันอย่างรุนแรง ซึ่งในกรณีการขยายจำนวนห้องพักอย่างรวดเร็วในช่วงนี้ ปรากฏว่ามีส่วนได้รับการส่งเสริมจากรัฐอยู่เป็นอันมาก ดังนั้น ความผิดพลาดที่เกิดขึ้นจากการขยายตัวของห้องพักมากเกินไปจึงตกแก่เจ้าของกิจการที่ดำเนินการอยู่

2. ปัญหาค่าน้ำมันอากาศมีผลทำให้ต้นทุนการดำเนินการของกิจการโรงแรมอยู่ในระดับสูง เนื่องจากอัตราภาษีที่รัฐบาลจัดเก็บไม่ว่าจะเป็นภาษีการค้า ค่าห้องพัก ภาษีโรงเรือนและที่ดิน ภาษีค่าบริการอัตราค่าไฟฟ้าอยู่ในระดับสูง เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศใกล้เคียง ปัญหาค่าน้ำมันอากาศ ซึ่งถือได้ว่าเป็นปัญหาที่สำคัญมาก สำหรับธุรกิจโรงแรมในขณะนี้มีสาเหตุจากทางรัฐบาลเพิ่มอัตราภาษีใหม่เมื่อตอนต้นปี 2522 ซึ่งเพิ่มขึ้นเกือบเท่าตัวคือ

	<u>เดิม</u>	<u>ปัจจุบัน</u>
ภาษีการค้าของห้องอาหารที่ไม่มีคนตรี	5.5 %	8.25 %
ภาษีการค้าของห้องอาหารที่มีคนตรี	11.5 %	16.50 %
ภาษีการค้าค่าห้องพัก	8.25 %	16.50 %

ในการเปลี่ยนแปลงการเก็บภาษีการค้าครั้งนี้ ถึงแม้ว่าจะไม่มีผล โดยตรงต่อทางโรงแรมก็จริงอยู่ เพราะทางโรงแรมสามารถจะผลัดภาระภาษีไปให้กับลูกค้าที่สมัครบริการได้ แต่จะมีผลทางอ้อมอย่างมาก เพราะลูกค้าเห็นว่า เป็นความไม่ยุติธรรมอย่างยิ่ง และเมื่อเปรียบเทียบกันแล้วกับอัตราภาษีการค้าของประเทศอื่น ๆ แล้ว การเก็บภาษีของประเทศเราอยู่ในอัตราที่สูง อันเป็นอุปสรรคต่อธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยที่จะอยู่ในฐานะที่จะแข่งขันสู้กับต่างประเทศ เช่น สิงคโปร์ และฮ่องกง ได้

3. ปัญหาทางค่านางงาน การฝึกอบรมและการให้การศึกษาทั้งในและนอกสถาบันการศึกษาเพื่อความรู้ความสามารถของผู้ที่จะเข้าไปปฏิบัติงานต่าง ๆ ในธุรกิจโรงแรมยังอยู่ในขอบเขตที่จำกัด และสถาบันการศึกษาที่เปิดสอนในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และโรงแรมก็ยังไม่สามารถผลิตกำลังคนออกมาได้อย่างมีมาตรฐานและเพียงพอกับความต้องการที่เพิ่มขึ้น กวญเห่คุณปัญหาทางค่านางงานส่วนใหญ่จึงเป็นเรื่องการฝึกอบรมพนักงานเพื่อเข้าทำงาน ซึ่งทางปฏิบัติส่วนใหญ่ของธุรกิจโรงแรมใช้วิธีการหรือหลักเกณฑ์ในการรับสมัครคนเข้าทำงานดังนี้

3.1 รับจากผู้มีประสบการณ์ในการปฏิบัติงานมาแล้ว และมีความชำนาญในแต่ละสาขาของงาน ซึ่งเมื่อรับเข้ามาแล้วก็ไม่มีปัญหาอะไรมากนัก เพราะว่ามีความเข้าใจ และสามารถปฏิบัติงานได้ก็อยู่แล้ว

3.2 รับจากผู้สำเร็จการศึกษา อาชีวหรือเทียบเท่าแล้วให้การฝึกอบรมโดยการจัดหลักสูตรอบรมพิเศษ มีการศึกษาทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ

3.3 รับจากผู้สำเร็จการศึกษาจากสถาบันที่มีการสอนวิชาโรงแรม

3.4 รับจากผู้สำเร็จการศึกษาจากสถานที่ให้การศึกษาประเภทอื่น ๆ

นอกจากนี้ ปัญหาอัตราการเข้าออกจากงานของโรงแรมบางโรงแรม สูงมาก พนักงานมักออกไปทำงานที่โรงแรมอื่น หรือออกไปทำงานต่างประเทศ เช่น ประเทศในตะวันออกกลาง เป็นต้น การอบรมพนักงานประจำโรงแรมในค่านางงาน มักจะอบรมกันเอง เมื่อพนักงานได้รับการอบรมเข้าใจ และชำนาญในงานแล้ว

ก็มักออกไปอยู่โรงแรมอื่นที่ให้ผลตอบแทนสูงกว่า ทำให้โรงแรมต้องเสียค่าใช้จ่าย
ในการฝึกพนักงานเป็นจำนวนมาก

จึงอาจสรุปได้ว่า การฝึกอบรมพนักงานระดับต่าง ๆ ของโรงแรม
มีความจำเป็นต่อการดำเนินงานเป็นอย่างมาก เพราะธุรกิจโรงแรมเป็นธุรกิจของ
การบริการ

4. ปัญหาของสภาวะแวดล้อมภายนอกที่มีผลต่อธุรกิจโรงแรมมีดังนี้

4.1 ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว การดำเนินการในด้านความ
ปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวทั้งในด้านการป้องกันและปราบปราม ยังไม่
สามารถสร้างความมั่นใจได้เพียงพอ เนื่องจากอัตราค่าลี้ภัยคนต่อจำนวนนักท่องเที่ยว
ค่ามาก ในกรณีเช่น ถูกขโมยของ โคนล้วงกระเป๋าหรือถูกฆ่าตาย ซึ่งสิ่งต่าง ๆ
เหล่านี้จะมีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวมาก

4.2 เสถียรภาพของประเทศ ความสงบภายในประเทศและประเทศ
ข้างเคียงถ้าไม่คิดแล้ว นักท่องเที่ยวก็ไม่ค่อยอยากจะมาเที่ยวมากนัก นอกจากนี้การ
กระจายข่าวสารที่ไม่ดีเกินกว่าเหตุ ก็เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้มีผลต่อการเข้ามาของ
นักท่องเที่ยว

4.3 คู่แข่งขันในต่างประเทศ เช่น สิงคโปร์ ฮองกง เป็นต้น
ประเทศเหล่านี้มีนโยบายในการเผยแพร่ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ดีกว่า จึงเป็นสาเหตุ
ให้นักท่องเที่ยวในประเทศไทยน้อยลงไป ถึงแม้ว่าประเทศไทยจะมีความได้เปรียบ
ทางการท่องเที่ยวยิ่งกว่าประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาคนี้ คือ เป็นศูนย์กลางสายการบิน
ในภูมิภาคเอเชียอาคเนย์ และมีวัดคู่คิมแหล่งท่องเที่ยวพอที่จะพัฒนาให้เป็นสิ่งดึงดูด
ใจนักท่องเที่ยวได้เป็นอันมาก ได้แก่ ความสวยงามของภูมิประเทศ ความมีอัธยาศัย
ไมตรีของผู้คนในประเทศ อัตราค่าบริการต่าง ๆ รวมทั้งอาหารการกินซึ่งนับว่าถูกมาก
เมื่อเทียบกับประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาคเดียวกัน

แนวทางแก้ไขปัญหาและข้อเสนอแนะ

การแก้ไขปัญหาดัง ๆ ของธุรกิจโรงแรมที่ได้กล่าวมาข้างต้นนั้น อาจจะกระทำได้ดังนี้

1. การแก้ปัญหาเรื่องจำนวนห้องพักมีมากเกินไปเกินความต้องการของตลาดทางรัฐบาลควรที่จะระงับการส่งเสริมการลงทุนในการก่อสร้างโรงแรมใหม่เป็นการชั่วคราว และควรที่จะให้การส่งเสริมสนับสนุนการก่อสร้างหอประชุมขนาดใหญ่ที่สามารถรองรับการประชุมระดับนานาชาติได้ขึ้นในโรงแรมที่มีอยู่ที่มีความพร้อมที่จะขยายในค่านี

2. การแก้ปัญหาค่าน้ำมันอาหาร รัฐบาลควรพิจารณาทบทวนอัตราภาษีเก็บภาษี ซึ่งได้ใช้เมื่อ พ.ศ. 2522 แม้ว่าทางโรงแรมสามารถจะผลักภาระไปให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการได้บ้าง แต่เมื่อเปรียบเทียบกับบรรดาประเทศคู่แข่งในแถบเอเชียด้วยกันแล้ว อัตราภาษีเก็บภาษีของประเทศไทยนับว่าอยู่ในอัตราสูงมาก

3. การแก้ปัญหาด้านแรงงาน รัฐบาลหรือหน่วยงานเอกชนที่เกี่ยวข้องควรจัดการฝึกอบรมบุคลากรของโรงแรมให้ได้มาตรฐาน และเพียงพอับความต้องการของธุรกิจโรงแรม เพราะบริการของโรงแรมเป็นสิ่งสำคัญที่จะดึงดูดใจให้ผู้ที่มาพัก ซึ่งปัจจุบันทางรัฐบาลก็ได้ให้ความสนใจและมีแผนการจะฝึกอบรมบุคลากรของโรงแรมให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

4. การแก้ปัญหาสภาวะแวดล้อมภายนอกที่มีผลต่อธุรกิจโรงแรม มีแนวทางแก้ไขได้ดังนี้

4.1 รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจะทำกรดำเนินการต่าง ๆ เพื่อช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยให้มากขึ้น เช่น

ก. ความปลอดภัย ควรจะมีการปรับปรุงหรือเพิ่มมาตรการการให้ความปลอดภัยทั้งชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวให้มากขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ เพราะถ้าหากนักท่องเที่ยวไม่ได้รับความปลอดภัยเท่าที่ควรก็จะเกิดทางเข้ามาท่องเที่ยวได้น้อยลง ซึ่งจะเป็นผลเสียต่ออุตสาหกรรมโรงแรม

ข. การคมนาคมและการติดต่อสื่อสาร จัดให้มีการคมนาคมทั้งทางบก ทางเรือ ทางอากาศให้สะดวกและรวดเร็วขึ้น

ค. การเมือง ควรที่จะรักษาเสถียรภาพทางการเมืองทั้งภายในและต่างประเทศให้มั่นคงตลอดเวลา

ง. สถานที่ท่องเที่ยวให้อนุรักษ์สถานที่ท่องเที่ยวที่มีอยู่แล้วในปัจจุบัน รวมทั้งการส่งเสริมให้มีการสร้างสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่ ๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว

จ. การขออนุญาตเข้าประเทศ ให้ความสะดวกในการขอวีซ่าเข้าประเทศ รวมทั้งการขอยุ่ท่องเที่ยว

ฉ. สิ่งสิ่งกีดขวางอื่น ๆ รัฐบาลควรส่งเสริมให้มีการบริการกันอื่น ๆ ที่จะเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยว เช่น การสนับสนุนให้มีการประชุมระหว่างประเทศ การจัดงานต่าง ๆ ระหว่างประเทศ

4.2 รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของจริงที่จะส่งเสริมการทำโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในตลาดต่างประเทศให้มากยิ่งขึ้น เพื่อเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

แนวทางการแก้ไขปัญหานี้ในธุรกิจโรงแรมในเซกกรุงเทพฯ นี้ นอกจากความช่วยเหลือจากภาครัฐบาลแล้ว ภาคเอกชนหรือธุรกิจโรงแรมก็มีส่วนสำคัญในการที่จะช่วยแก้ไข ซึ่งอาจมีแนวทางดังนี้

ก. ธุรกิจโรงแรมควรที่จะนำแนวความคิดทางการตลาดมาประยุกต์ใช้ในธุรกิจให้มากยิ่งขึ้น โดยการปรับกลยุทธ์ หรือแผนการดำเนินงานธุรกิจให้สอดคล้องกับสภาพของธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว

ข. ธุรกิจโรงแรมควรที่จะมีการทำการส่งเสริมการจำหน่าย

ทั้งตลาดภายในและภายนอกประเทศมากขึ้น โดยเฉพาะในตลาดต่างประเทศที่ภาค
รัฐบาลได้ทำการโฆษณา, ประชาสัมพันธ์ไปแล้ว เพื่อที่จะได้ชักชวนให้นักท่องเที่ยว
ต่างชาติได้เกิดความสนใจที่จะเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศ ซึ่งในกรณีนี้ทางค่าน
เอกชนจะพยายามออกไปหาลูกค้าเองในต่างประเทศ หากเกินกำลังที่จะทำโดย
ลำพัง ก็อาจจะรวมกลุ่มกันทำ หรือ ร่วมมือกันในระดับสมาคม

ค. ธุรกิจโรงแรมควรที่จะมีการปรับปรุง หรือรักษาระดับ
มาตรฐานของการบริการให้ที่อยู่อย่างสม่ำเสมอ ทั้งนี้เพราะธุรกิจโรงแรมเป็น
ธุรกิจการบริการ ซึ่งถ้าธุรกิจโรงแรมสามารถที่จะบริการให้นักท่องเที่ยวหรือลูกค้า
เกิดความพอใจ ก็จะทำให้เกิดความประทับใจ และอยากที่จะกลับมาใช้บริการของ
โรงแรมของคนที่ โดยเฉพาะในปัจจุบัน คุณภาพของโรงแรมในประเทศไทย
โดยเฉพาะอย่างยิ่งโรงแรมในเขตกรุงเทพฯ มีคุณภาพไม่ด้อยไปกว่าโรงแรมใน
ต่างประเทศ

ในการวิจัยของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เป็นการวิจัยในภาครวมของ
ธุรกิจโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร เท่านั้น ซึ่งถ้าหากมีผู้ที่สนใจจะทำการศึกษา
วิจัยแยกแยะรายละเอียดของการดำเนินงานทางด้านการตลาดของธุรกิจโรงแรม
โดยแยกศึกษาเป็นกลุ่มธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก และกลุ่มธุรกิจโรงแรมขนาดใหญ่
ก็จะเป็นประโยชน์ในการศึกษาธุรกิจประเภทนี้เป็นอย่างมาก

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย