

ถึงเวลาแล้วหรือยัง...  
ที่ธุรกิจโรงแรม  
ต้อง**ทรานส์ฟอร์ม**

SCB  EIC

# Executive summary



โควิด-19 ถือเป็นวิกฤตการณ์ที่สร้างผลกระทบหนักที่สุดแก่ธุรกิจโรงแรมและเป็นกุญแจสำคัญที่ทำให้ธุรกิจโรงแรมต้องเร่งปรับตัวเพื่ก้าวสู่การเติบโตที่ยั่งยืน ที่ผ่านมา ธุรกิจโรงแรมต้องเผชิญกับความเสียหายหลายครั้งทั้งจากสถานการณ์ภายในประเทศและสถานการณ์ในต่างประเทศ อีกทั้ง ยังมีหลายปัจจัยเสี่ยงที่มีโอกาสส่งผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยว และทำให้เกิดเทรนด์การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ๆ รวมถึงสร้างการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างของธุรกิจโรงแรม ไม่ว่าจะเป็นความตึงเครียดทางภูมิรัฐศาสตร์ที่ยังเกิดขึ้นต่อเนื่อง, การเปลี่ยนแปลงของโลกยุคหลังโควิด (Post Covid-19 era), การเปลี่ยนแปลงด้านประชากร (Demographic) ซึ่งส่งผลต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยว, ระบบเศรษฐกิจรูปแบบใหม่ (New economy), กระแสความยั่งยืน (ESG), ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสมัยใหม่ และแรงกดดันจากต้นทุนที่สูงขึ้น ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ได้ผลักดันให้ธุรกิจโรงแรมเกิดการปรับตัวและเปลี่ยนแปลงเพื่อลดผลกระทบจากความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ในระยะข้างหน้า



ในยุคที่ต้องเปลี่ยนแปลงรองรับความท้าทายที่จะเกิดขึ้น SCB EIC ประเมิน 5 องค์ประกอบหลักของธุรกิจโรงแรมในอนาคตไว้ดังนี้ 1. การปรับตัวตามตลาดท่องเที่ยวยุคใหม่ที่มีความหลากหลายมากขึ้น เช่น ตลาดเที่ยวตามหนังสือ (Set-Jetting), ตลาดงานอีเวนต์, ตลาดสุขภาพและเวลเนส และตลาด Bleisure 2. การทำตลาดแบบ Personalization ที่สร้างสมดุลระหว่าง Digital-Human touch โดยนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มต้องการ Seamless experience และการบริการเฉพาะบุคคลมากขึ้น 3. การนำ Digital technology เข้ามาเพิ่ม Interaction กับลูกค้าพร้อมทั้งสร้างกลุ่มลูกค้า Loyalty ซึ่งเทคโนโลยีสมัยใหม่จะเข้ามาเป็นเครื่องมือสำคัญในการเพิ่มยอดขายและลดต้นทุนให้แก่ธุรกิจโรงแรมต่อไป 4. การสร้างความยั่งยืนทั้งด้านสิ่งแวดล้อมและชุมชน จะช่วยให้ธุรกิจโรงแรมเติบโตในระยะยาว อีกทั้ง ยังสอดคล้องกับความต้องการผู้บริโภคยุคใหม่ที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมและสังคมมากขึ้น รวมถึงช่วยลดต้นทุนดำเนินการของธุรกิจ และ 5. การปรับโครงสร้างธุรกิจสู่โมเดลธุรกิจแบบ Asset-Light มากขึ้น เพื่อเพิ่มความยืดหยุ่นแก่ธุรกิจในการเผชิญความเสี่ยงในอนาคต อีกทั้ง กลุ่มธุรกิจโรงแรมรายย่อย ธุรกิจร้านอาหารและสถานที่ท่องเที่ยว ยังได้รับประโยชน์จากการเข้าไปร่วมกับธุรกิจโรงแรมรายใหญ่ด้วย



อย่างไรก็ดี การทรานส์ฟอร์มรูปแบบธุรกิจของธุรกิจโรงแรมให้ประสบความสำเร็จบรรลุตามเป้าหมายนั้นต้องอาศัย 4 ก้าวสำคัญ ได้แก่ 1. การกำหนดภาพลักษณ์ให้โดดเด่น ชัดเจนและน่าจดจำที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวยุคใหม่ ซึ่งการมีพันธมิตรทางธุรกิจที่ดีจะมีส่วนช่วยให้ภาพลักษณ์ของโรงแรมมีความแข็งแกร่งมากขึ้น 2. การได้รับความร่วมมือที่ดีในองค์กรและ Stakeholders ทั้งจากพนักงาน Supplier และชุมชนท้องถิ่น ซึ่งจะทำให้เกิดแนวทางร่วมในการปรับเปลี่ยนธุรกิจให้บรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ 3. การสร้างการรับรู้ไปยังนักท่องเที่ยวผ่านการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ โดยการผสานช่องทาง Digital marketing ในรูปแบบ Omnichannel ซึ่งจะสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวเดิมพร้อมดึงดูดนักท่องเที่ยวหน้าใหม่ และ 4. การสนับสนุนและส่งเสริมจากภาครัฐ ทั้งการกำหนดทิศทางการปรับเปลี่ยนของธุรกิจโรงแรมและการสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของประเทศไปสู่สายตานักท่องเที่ยวทั่วโลก





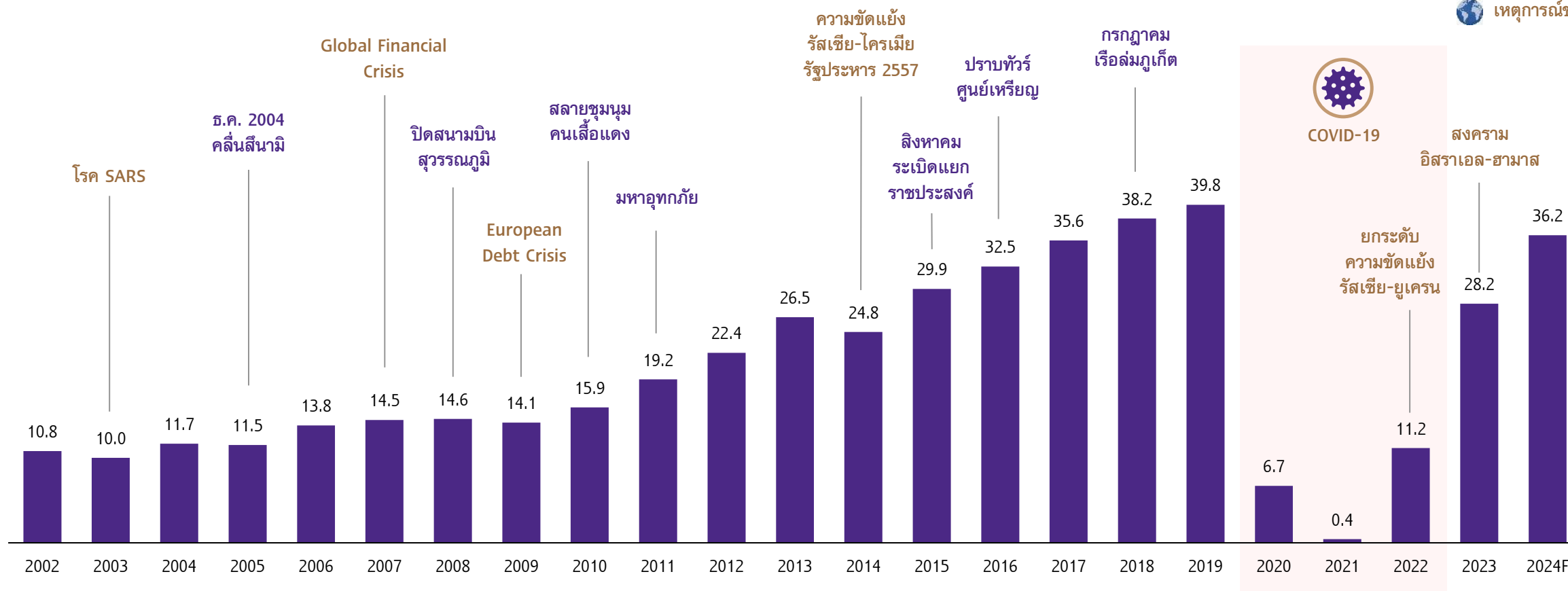
ธุรกิจโรงแรมพลิกฟื้นจากวิกฤตที่ผ่านมา

# ในช่วง 20 ปีที่ผ่านมา ภาคการท่องเที่ยวไทยต้องเผชิญกับความเสี่ยงหลายครั้ง แต่ผลกระทบจากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่หายไปในช่วงวิกฤตโควิด-19 ถือเป็นกุญแจสำคัญที่ส่งผลให้ธุรกิจโรงแรมต้องเร่งปรับตัว

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าไทย

หน่วย : ล้านคน

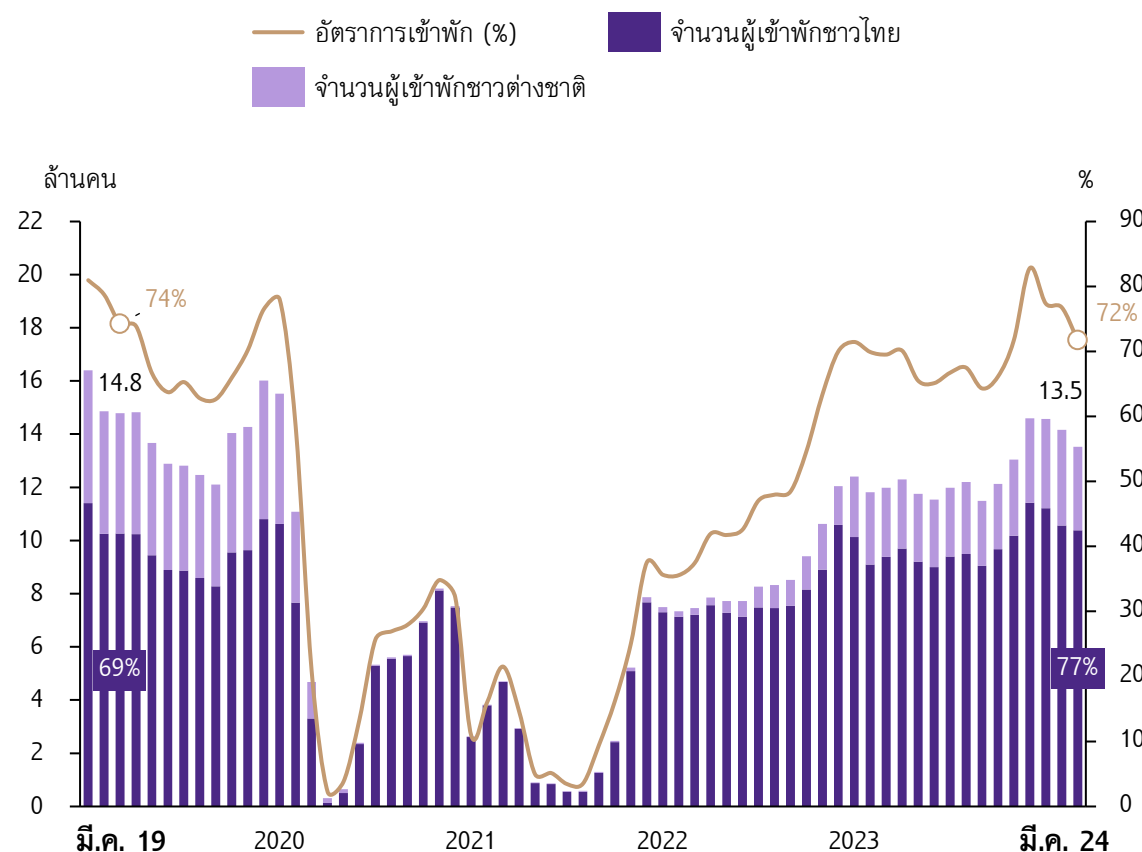
เหตุการณ์ในไทย  
เหตุการณ์ของโลก



# แม้ภาวะธุรกิจโรงแรมเริ่มกลับเข้าสู่ภาวะปกติหลังผ่านพ้นวิกฤตโควิด-19 ทั้งจำนวนผู้เข้าพักและราคาห้องพักเฉลี่ย แต่ธุรกิจโรงแรมหลายแห่งได้เตรียมความพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นได้อีก

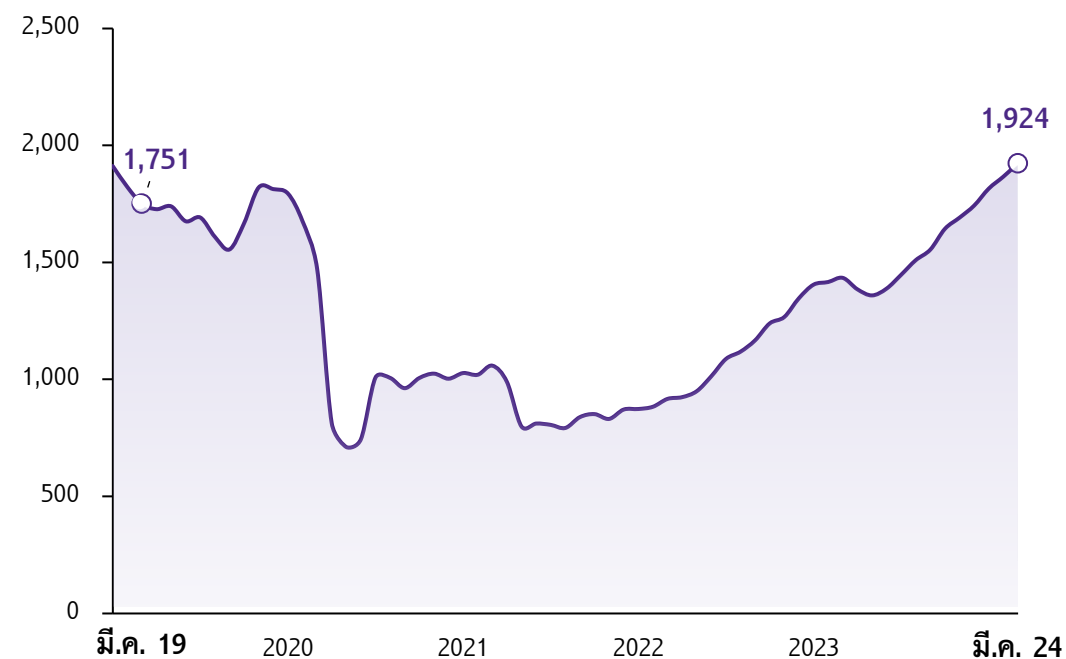
## จำนวนผู้เข้าพักและอัตราการเข้าพัก

หน่วย : ล้านคน, % ต่ออุปทานห้องพักทั้งหมด



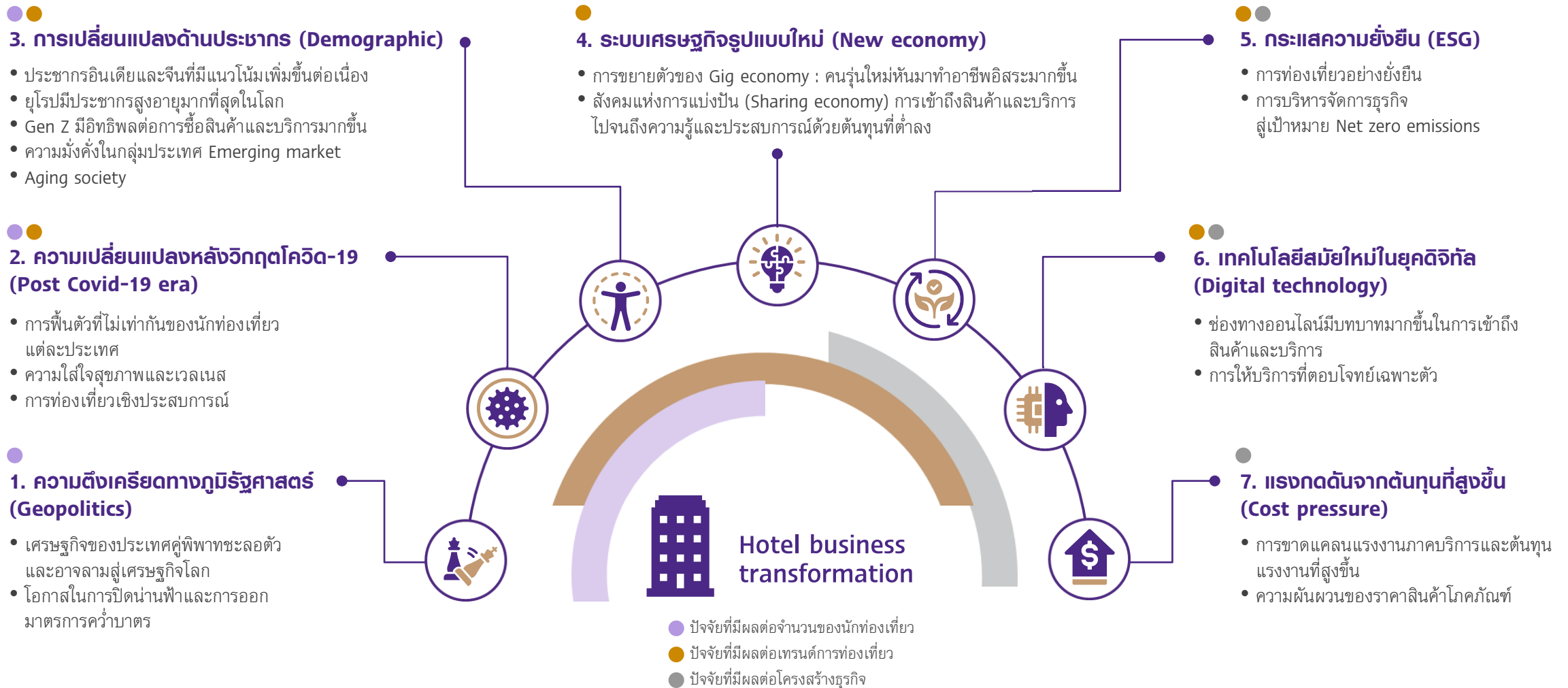
## ราคาห้องพักเฉลี่ย

หน่วย : บาท/ห้อง



# นอกจากวิกฤตโควิด-19 แล้ว ยังมีหลายปัจจัยที่จะส่งผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยว เทรนด์การท่องเที่ยว รวมถึงโครงสร้างของธุรกิจโรงแรมอย่างต่อเนื่อง

7 ปัจจัยสำคัญที่ผลักดันให้ธุรกิจโรงแรมเกิดการปรับตัวและเปลี่ยนแปลงเพื่อลดผลกระทบจากความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น







การเปลี่ยนแปลงของธุรกิจโรงแรมที่ก้าวไปอีกขั้น

# ความไม่แน่นอนที่อาจเกิดขึ้นทุกเมื่อและ Megatrend ต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว ส่งผลให้ธุรกิจโรงแรมต้องปรับโฉมธุรกิจใหม่ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของการท่องเที่ยวในอนาคต

5 องค์ประกอบหลักของธุรกิจโรงแรมรูปแบบใหม่ในอนาคต





# ตลาดท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ เป็นตลาดที่ผู้ประกอบการต้องเข้าใจ และจะเป็นโอกาสทางธุรกิจที่ไม่ควรมองข้าม

## 4 กลุ่มตลาดท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ที่โรงแรมต้องเตรียมพร้อมรองรับ



### ท่องเที่ยวตามซีรีส์เรื่องโปรด (Set-jetting)

กระแสการท่องเที่ยวตามภาพยนตร์และซีรีส์ เรื่องโปรดรวมถึงคลิปท่องเที่ยวต่าง ๆ กำลังมาแรง ต่อเนื่องจากปี 2023 โดยนักท่องเที่ยวมากกว่าครึ่ง เลือกจองทริปเพื่อให้ได้สัมผัสบรรยากาศตาม ภาพยนตร์หรือซีรีส์ อีกทั้ง นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ยัง สนใจลิ้มรสอาหารและศึกษาวัฒนธรรมท้องถิ่น ควบคู่ไปด้วย



### ท่องเที่ยว สาย Event

รูปแบบการท่องเที่ยวที่มีความเฉพาะตัวมากขึ้นตาม สิ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจในด้านที่แตกต่างกัน หรือกลุ่ม Hyper segmentation เช่น

- คอนเสิร์ต
- งานแสดงสินค้า
- กีฬา
- เทศกาล
- แอดเวนเจอร์
- อาหาร/ไวน์



### ท่องเที่ยวสไตล์ สุขภาพเวลเนส

วิกฤตโควิด-19 ที่ผ่านมาได้ส่งผลให้เกิดกระแส รักสุขภาพที่แรงตัวขึ้นทั่วโลก จึงทำให้ Wellness tourism ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวเพื่อสร้างสมดุลให้ ชีวิตทั้งกายและใจกำลังเป็นสิ่งที่น่าสนใจให้นักท่องเที่ยวให้ ความสำคัญเป็นอย่างมาก

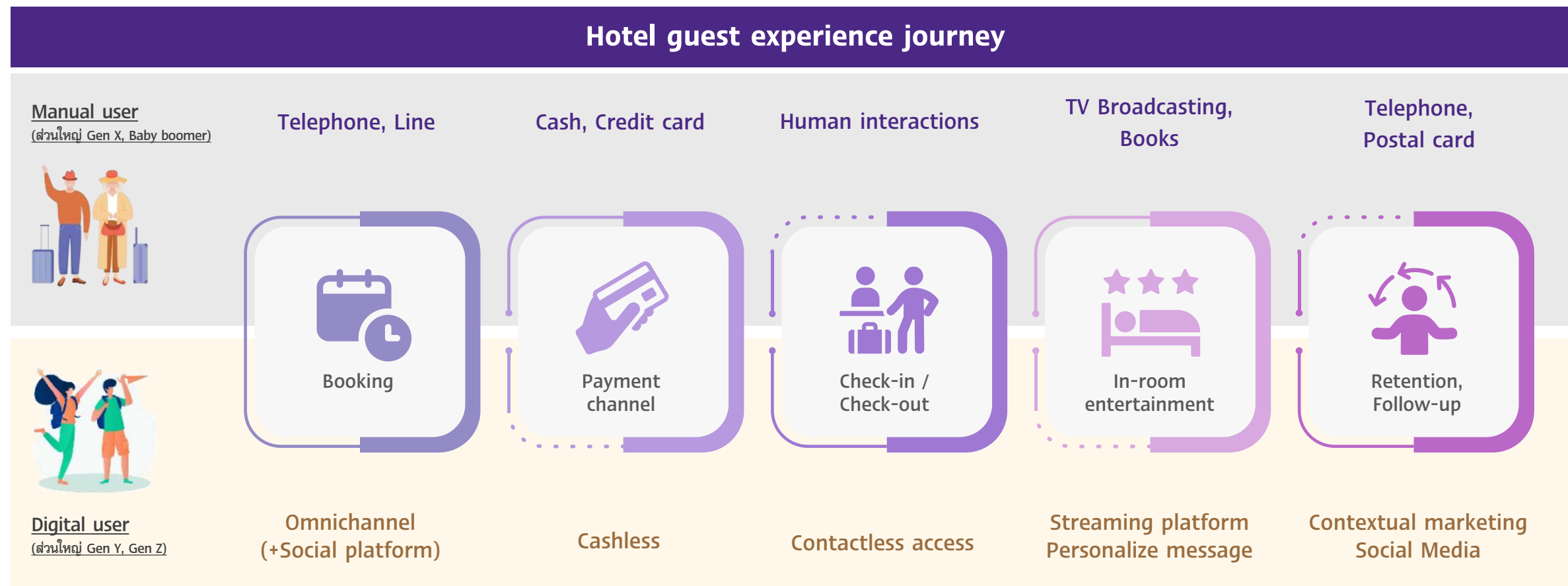


### ท่องเที่ยว Bleisure

การปรับตัวจาก Work from office สู่ Work from anywhere ได้ส่งผลให้เกิดเทรนด์การท่องเที่ยวพร้อมกับการทำงานไปด้วย (Bleisure) และกลุ่ม Digital nomad ซึ่งอาศัยอยู่ตามสถานที่ต่าง ๆ ของโลกและทำงานไปด้วย ซึ่งมักจะเป็นกลุ่มผู้ทำธุรกิจส่วนตัวและผู้ที่ทำงานเกี่ยวกับธุรกิจออนไลน์

## การบริการแบบ Personalization ที่สร้างสมดุลระหว่าง Digital-Human touch โดยนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มต้องการ Seamless experience และการบริการเฉพาะบุคคลมากขึ้น หากแต่ความสะดวกสบายและความต้องการในแต่ละกลุ่มนั้นแตกต่างกัน

การสร้างประสบการณ์ที่ดีระหว่างเข้าพักให้กับนักท่องเที่ยว



# เทคโนโลยีสมัยใหม่ได้ถูกนำมาใช้เพื่อเพิ่ม Interaction กับลูกค้า พร้อมทั้งสร้างกลุ่มลูกค้า Loyalty ซึ่งเทคโนโลยีจะเข้ามาเป็นเครื่องมือสำคัญในการเพิ่มยอดขายและลดต้นทุนให้แก่ธุรกิจโรงแรมต่อไป

เทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ถูกนำมาใช้ในธุรกิจโรงแรม



## หุ่นยนต์บริการ (Robot and automation)

- **24/7 Service** ไม่ว่าจะเป็นการต้อนรับ การบริการเสิร์ฟอาหาร การส่งของ และการทำความสะอาด
- **ลดปัญหา Labor shortage** รวมถึงการขาดแคลนบุคลากรด้านบริการในอนาคต
- **สร้าง Hygiene** ด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย
- **Marketing campaign** ให้กับธุรกิจโรงแรม



## Internet of Things (IoT)

- **Smart access** ในการเข้าห้องพักผ่านมือถือ และสะดวกต่อการ Check-in
- **Smart room** โดยสามารถควบคุมอุปกรณ์และปรับระบบภายในห้องพักได้ตรงตามความต้องการของผู้เข้าพักจากส่วนกลาง
- **Smart energy** ที่สามารถควบคุมและปรับการใช้พลังงานได้แบบ Real-time ทั้งระบบไฟและระบบปรับอากาศ ซึ่งช่วยประหยัดพลังงานได้มากขึ้นด้วย
- **Smart security and safety** จากการติดตั้งเซ็นเซอร์ตรวจจับความเคลื่อนไหว เซ็นเซอร์ตรวจจับคุณภาพอากาศ รวมถึงกล้อง CCTV และกล้องวัดอุณหภูมิ



## Generative AI, Data analytics และ Machine learning

- **Revenue management** ซึ่งช่วยวิเคราะห์ข้อมูล รวมถึงการใช้ระบบ Dynamic Pricing เพื่อให้ได้ผลตอบแทนที่สูงภายใต้อัตราการเข้าพักและรายได้ต่อห้องพัก (RevPAR) ที่เหมาะสมที่สุด
- **Operational insight** เช่น การวางแผนธุรกิจจากการวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า เทรนด์ หรือการวางแผนซ่อมบำรุงด้วย Predictive maintenance
- **Personalization** ในการโฆษณาและบริการที่ตอบโจทย์พฤติกรรมลูกค้าเฉพาะกลุ่ม
- **Customer service** ด้วย Chatbot ที่ดูแลและบริการลูกค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง



## Extended reality (Virtual Reality : VR, Augmented Reality : AR)

- **Guest experiences** โดย AR (การนำข้อมูลเสมือนมาผสมกับโลกความจริง) จะช่วยให้การรับข้อมูลโรงแรมของลูกค้าง่ายขึ้น เช่น เส้นทางไปร้านอาหาร หรือการแปลภาษาในเมนูอาหาร ส่วน VR (การจำลองภาพให้เสมือนจริง) จะช่วยให้ลูกค้าใช้ Virtual tour เยี่ยมชมโรงแรมได้ไม่ว่าอยู่ที่ไหนก็ตาม หรือการเพิ่ม In-Room entertainment เช่น เกม การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว
- **Immersive advertising** เช่น การให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์เสมือนจริงก่อนใช้บริการ ซึ่งจะช่วยให้นักการตลาดเข้าใจบริการได้ง่ายยิ่งขึ้น
- **Training program** แก่พนักงานทั้งในแง่ของการให้บริการและการซ่อมบำรุง



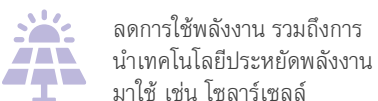
# การสร้างที่ยั่งยืนทั้งในด้านสิ่งแวดล้อมและชุมชนถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจโรงแรมเติบโตในระยะยาว อีกทั้ง ยังสอดคล้องกับความต้องการผู้บริโภคยุคใหม่ และช่วยลดต้นทุนดำเนินการของธุรกิจได้อีกด้วย

## Sustainable hotel

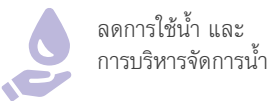
### Carbon footprint



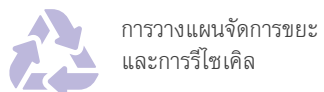
### Energy



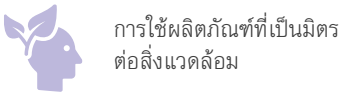
### Water



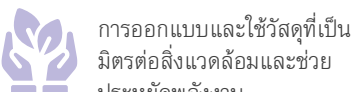
### Waste management



### Eco-friendly product



### Green design and building



| Chain    | Target | Carbon & Energy                                                                                                                                                     | Waste                                                                               | Water                                                                                                |
|----------|--------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Accor    | 2030   | <ul style="list-style-type: none"> <li>ลดการปล่อย Emissions 46%</li> <li>โรงแรมใหม่เป็นอาคาร Low-carbon</li> </ul>                                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>ลด Food waste ให้ได้ 30%</li> </ul>          | <ul style="list-style-type: none"> <li>ติดตั้งระบบรีไซเคิลน้ำฝนและน้ำเสีย</li> </ul>                 |
| Hilton   | 2030   | <ul style="list-style-type: none"> <li>ลดการปล่อย Emissions 75% (Managed) และ 56% (Franchised)</li> <li>ใช้พลังงานทางเลือกมากขึ้น</li> </ul>                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>ลด Food waste ให้ได้ 50%</li> </ul>          | <ul style="list-style-type: none"> <li>ลดการใช้น้ำเกินความจำเป็นลง 50%</li> </ul>                    |
| IHG      | 2030   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Zero-emissions และลดการปล่อย Emission จากการใช้พลังงานลง 46% (Franchised)</li> <li>โรงแรมใหม่เป็นอาคาร Low-carbon</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>ใช้เทคโนโลยีเก็บข้อมูล Food waste</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>ลด Water footprint โดยเพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำ</li> </ul>    |
| Marriott | 2025   | <ul style="list-style-type: none"> <li>ลดการปล่อย Emissions 55%</li> <li>ลดการใช้พลังงานเกินจำเป็น 25%</li> <li>ใช้พลังงานทางเลือกอย่างน้อย 30%</li> </ul>          | <ul style="list-style-type: none"> <li>ลด Food waste ให้ได้ 50%</li> </ul>          | <ul style="list-style-type: none"> <li>ลดการใช้น้ำเกินความจำเป็นลง 25% ในห้องพักที่ใช้งาน</li> </ul> |

## Local community

### การผสมผสานเป็นส่วนหนึ่งกับสังคมท้องถิ่น



- ออกแบบก่อสร้างโรงแรมและตกแต่งให้มีบรรยากาศเข้ากับธรรมชาติและท้องถิ่นมากที่สุด
- ใช้วัตถุดิบท้องถิ่นในร้านอาหาร สปา และอุปกรณ์ทำความสะอาด
- ให้ทุนการศึกษาและความรู้แก่เยาวชนในพื้นที่ที่เหมาะสม
- บริจาคเครื่องมือทางการแพทย์ให้ชุมชน
- สนับสนุนน้ำสะอาดสำหรับการบริโภค

### ท้องถิ่นเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งกับโรงแรม



- ใช้คอนเซ็ปต์ Augmented hospitality คือ พัฒนาให้โรงแรมไม่ใช่แค่ที่พักหรือสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอย่างเดียว แต่สามารถเป็นสถานที่ท่องเที่ยวของคนในท้องถิ่นด้วย
- โรงแรมจะเป็นสถานที่ที่ให้บริการคนในท้องถิ่นในกิจกรรมที่หลากหลาย เช่น ร้านอาหาร สปา
- ในอนาคต ประเมินว่า คนส่วนใหญ่จะเลือกอาศัยในโรงแรมมากกว่าอะพาร์ตเมนต์จากความสะดวกสบาย การบริการที่ดี และความคุ้มค่าที่มากกว่า



ภายหลังที่โรงแรมเครือ Hilton ได้ออกโครงการด้าน ESG ภายใต้ชื่อ Lightstay ในปี 2019 สามารถลด Carbon-emission ได้เทียบเท่าเอารถยนต์ออกจากท้องถนนมากกว่า 4 แสนคัน และลดค่าใช้จ่ายด้าน Utility มากกว่า 1 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ

ผลกระทบจากโควิด-19 ส่งผลให้โมเดลธุรกิจโรงแรมปรับเข้าสู่รูปแบบ Asset-Light มากขึ้นเพื่อเพิ่มความยืดหยุ่นแกธุรกิจในการเผชิญความเสี่ยงในอนาคต โดยเครือโรงแรมระดับโลกได้ขยายธุรกิจผ่านการรับจ้างบริหารหรือแฟรนไชส์มากขึ้น

โมเดลการดำเนินธุรกิจโรงแรมแบบ Asset-Light



**Asset-light model** รูปแบบธุรกิจโรงแรมที่แบรนด์โรงแรมไม่ได้เป็นเจ้าของห้องพัก แต่ทำหน้าที่บริหาร/สนับสนุนผ่านสัญญาใน 2 รูปแบบหลัก

|              | รับจ้างบริหาร (Management)                                                         | แฟรนไชส์ (Franchising)                                                               |
|--------------|------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| รูปแบบจัดการ | แบรนด์โรงแรมบริหารเอง                                                              | เจ้าของบริหารเอง, แบรนด์สนับสนุน                                                     |
| รายได้       | แบรนด์โรงแรม : ค่าบริหาร + ค่าธรรมเนียมอื่น ๆ<br>เจ้าของ : กำไรหลังหักค่าธรรมเนียม | แบรนด์โรงแรม : ค่าแฟรนไชส์ + ค่าธรรมเนียมอื่น ๆ<br>เจ้าของ : กำไรหลังหักค่าธรรมเนียม |

**ข้อดี**



ต้นทุนลดลง จากการประหยัดต่อขนาด เนื่องจากดูแลโรงแรมมากขึ้น และสามารถขยายการเติบโตได้ไว



ความยืดหยุ่นสูง มีความคล่องตัวในการดำเนินการ และแข่งขันในตลาด และสามารถปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับวิกฤตที่อาจเกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็ว



กำไรผันผวนลดลง ตามค่าใช้จ่ายและรายได้ที่แน่นอนมากขึ้น



Return On Assets (ROA) เพิ่มขึ้นจากการใช้สินทรัพย์

**ความท้าทาย**



การสร้าง Win-win relationship ให้ 2 ฝ่ายได้ประโยชน์ที่แท้จริง



การรักษา Core competency จากการปรับภาพลักษณ์และแนวทางการบริหารให้ไปในทิศทางเดียวกัน

เครือโรงแรมระดับโลกที่มีโมเดลธุรกิจแบบ Asset-light



InterContinental Hotels Group



HYATT®

**สัดส่วนรายได้จาก Managed & Franchise**

| Year  | 2014 | 2019 | 2023E |
|-------|------|------|-------|
| IHG   | 75%  | 72%  | 80%   |
| Hyatt | 41%  | 58%  | 79%   |

**EBITDA Margin**

| Year  | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|-------|------|------|------|------|------|
| IHG   | 20%  | -5%  | 8%   | 13%  | 21%  |
| Hyatt | 23%  | -22% | 7%   | 13%  | 17%  |

Legend: Owned & Leased (Dark Blue), Managed & Franchised (Light Blue)



Asset-Light ของธุรกิจโรงแรมยังรวมถึงการร่วมทุนในทรัพย์สินที่เหมาะสมกับธุรกิจควบคู่ไปด้วย เช่น ร้านอาหาร สถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งจะทำให้โรงแรมและธุรกิจที่เกี่ยวข้องรายย่อยได้รับประโยชน์จากการเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของ M&F

13

ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของ IHG, Hyatt และ Boston Consulting Group



**ก้าวสำคัญ**ของการเปลี่ยนแปลงที่แข็งแกร่ง



## 4 ก้าวสำคัญในการตราสารฟอร์มธุรกิจโรงแรมเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน



# การสร้างภาพลักษณ์ที่โดดเด่น รวมถึงการนำเสนอบริการที่ตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ จะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวยุคใหม่ได้ ซึ่งพันธมิตรทางธุรกิจที่ดีมีส่วนช่วยให้ภาพลักษณ์ของโรงแรมมีความแข็งแกร่งมากขึ้น

ตัวอย่างรูปแบบการสร้างภาพลักษณ์ของธุรกิจโรงแรมที่เด่นชัดเพื่อรองรับเทรนด์การท่องเที่ยวที่มีโอกาสเติบโตในอนาคต



## Wellness hotel

หลายโรงแรมทั่วโลกรวมทั้งไทยจับมือกับผู้ให้บริการทางการแพทย์และผู้ให้บริการสุขภาพเพื่อเจาะกลุ่ม Wellness tourism เช่น

- โรงแรมลินธอร์ เคมปินสกี จับมือกับ รพ. บำรุงราษฎร์ ในโครงการ Sindhorn wellness by Resense เปิดพื้นที่รีทรีเมนต์เพื่อสุขภาพและการออกกำลังกาย รวมถึงการติดตั้งระบบ Teleconsultation ในห้องพักทุกห้องเพื่อให้บริการปรึกษาแพทย์ได้ตลอดระยะเวลาเข้าพัก
- โรงแรมอัญญะเวลเนสเดสทินเนชั่น ออยุธยา ซึ่งเป็นโรงแรมที่เน้นการพักผ่อนพร้อมกิจกรรมดูแลสุขภาพแบบองค์รวม เช่น โยคะ คลาสเต้น สปา



## Adventure hotel

การสร้างจุดเด่นด้วยกิจกรรม Adventure ที่แตกต่างสำหรับผู้เข้าพัก เช่น

- โรงแรม Shangri-La Rasa Sentosa สิงคโปร์ จัดแพ็คเกจครอบคลุมการท่องเที่ยวในหลายด้าน ทั้งสวนสนุก Palawan กับ Nestopia ตู้ใช้บริการ Cable car กีฬาทางน้ำ และสปา
- โรงแรม Elephant Hills ในอุทยานแห่งชาติเขาสก สุราษฎร์ธานี ให้บริการ Glamping พร้อมทัวร์เดินป่า เล่นกับช้าง และพายเรือแคนู
- โรงแรมรายาวดี กระบี่ ให้บริการกิจกรรมทางทะเลที่หลากหลาย เช่น เทียวตามเกาะต่าง ๆ การดำน้ำแบบสแน็กเกิ้ลและสคูบ้า และกิจกรรมทางบก เช่น ปีนผา เดินป่า และเล่นน้ำตก



## Event hotel

โรงแรมที่เจาะกลุ่มรองรับงานอีเวนต์และ MICE ต่าง ๆ

- โรงแรม Ibis ในอังกฤษ จัดแพ็คเกจพิเศษสำหรับเทศกาลดนตรี DOT to DOT เช่น Early check-in/late check-out, บัตรเข้าชมงาน
- โรงแรม Mandarin Oriental Ritz ในสเปนร่วมมือกับทีมฟุตบอล Atletico Madrid โดยผู้เข้าพักจะได้รับบัตรชมการแข่งขันในบล็อก VIP, เสื้อทีมพร้อมลายเซ็น, ตัวชมฟิสิกส์สนามพร้อมเจอนักฟุตบอล
- โรงแรม athenee ในกรุงเทพฯ เป็นสถานที่รองรับ MICE ระดับโลกที่ได้รับมาตรฐานการบริหารจัดการงานอย่างยั่งยืน โดยให้บริการจัดประชุม 24 ชั่วโมง พร้อมเทคโนโลยีทันสมัยและบริการอาหารเครื่องดื่ม



## Culture hotel

โรงแรมที่เกิดจากผสมผสานวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ของท้องถิ่นและชุมชน มาเป็นจุดเด่นในการดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น การนำบ้านโบราณ/โรงงานเก่าที่มีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์มาปรับปรุงให้กลายเป็นที่พัก

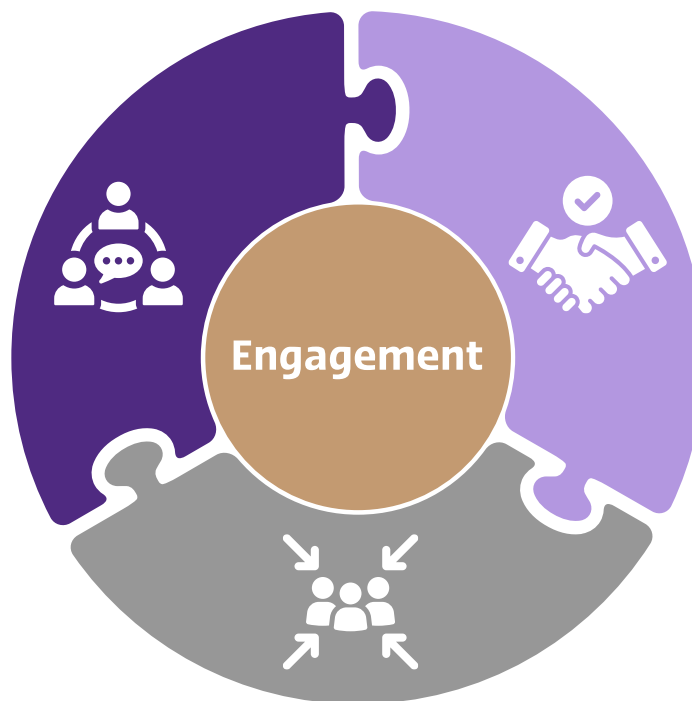
- บ้านสไตล์ฮันอก (Hanok) ของเกาหลีใต้
- ที่พักแบบเรียวกัง (Ryokan) ของญี่ปุ่น
- คลังสินค้ายุคอาณานิคมของสิงคโปร์

# การร่วมมือที่ดีทั้งจากพนักงานในองค์กร Supplier และชุมชนท้องถิ่นโดยรอบจะทำให้เกิดแนวทางร่วมกันในการปรับเปลี่ยนธุรกิจที่สามารถบรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การสร้างความร่วมมือเพื่อการปรับเปลี่ยนอย่างมีประสิทธิภาพ

## Employee engagement

- **Recognition and rewards** : โรงแรมเครือ Hilton ให้ Reward แก่พนักงานเพื่อสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ให้บรรลุเป้าหมายของโรงแรมทั้งด้านการบริการ การทำงานเป็นทีม และการใช้นวัตกรรม
- **Employee engagement survey** : โรงแรมเครือ Marriott เก็บข้อมูลความคิดเห็นจากพนักงานอย่างต่อเนื่องเกี่ยวกับการปฏิบัติตามเป้าหมายของโรงแรมและแนวทางการพัฒนาในอนาคต



## Supplier engagement

- **On-site visits** : Resort World Sentosa ในสิงคโปร์เข้าเยี่ยม Supplier เพื่อเรียนรู้และเข้าใจวิธีการดำเนินงาน รวมถึงทำงานร่วมกันอย่างใกล้ชิดในการหาแนวทางการปรับเปลี่ยนเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของโรงแรม
- **Supplier diversity** : โรงแรมเครือ Hilton ขยายเครือข่าย Supplier กระจายไปทั่วโลกเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของเทรนด์การท่องเที่ยว และพัฒนา Hilton brand ให้แข็งแกร่งมากยิ่งขึ้น

## Community engagement

- **Local collaboration** : โรงแรม Pullman หลวงพระบาง ร่วมมือกับเกษตรกรท้องถิ่นในการพัฒนา Organic farm เพื่อนำวัตถุดิบมาใช้ในร้านอาหารของโรงแรมและส่งเสริม Wellness tourism
- **Community program** : หลายโรงแรมทั่วโลกจ้าง Culture manager เพื่อเป็นตัวกลางในการสื่อสารกับชุมชนท้องถิ่น รวมถึงการโปรโมต Culture tourism

อีกทั้ง ธุรกิจโรงแรมต้องเข้าถึงนักท่องเที่ยวในยุคที่คอนเทนต์ออนไลน์มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ทั้งการสื่อสารข้อมูลข่าวสารของโรงแรม และการแก้ไขปัญหาเพื่อสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวเดิมพร้อมดึงดูดนักท่องเที่ยวใหม่

### การผสานทุกช่องทาง Digital marketing ในรูปแบบ Omnichannel

#### Social media



##### Hotel's own content



##### User-generated content



#### Website

##### Search engine optimization



##### Metasearch



#### VDO Advertising YouTube

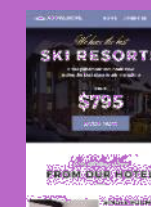
##### Media Influencer



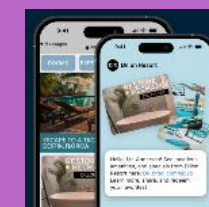
## Digital marketing

#### Messaging

##### Email Marketing



##### Messaging App





# นอกจากนี้ ภาครัฐยังมีบทบาทสำคัญในการกำหนดทิศทางในการปรับเปลี่ยนของธุรกิจโรงแรมในหลายประเทศ อีกทั้ง ยังช่วยสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของประเทศไปสู่สายตานักท่องเที่ยวทั่วโลก

## การส่งเสริมจากภาครัฐในการปรับเปลี่ยนและสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่

### Singapore

การกำหนดทิศทางการปรับเปลี่ยน : ในเดือนตุลาคม 2022 รัฐบาลสิงคโปร์ร่วมมือกับ Food and Drinks and Allied Workers Union และ Singapore Hotel Association ได้ออก Hotel Industry Transformation Map 2025 ในการกำหนดแนวทางการพัฒนาธุรกิจ โรงแรมของประเทศให้สอดคล้องกับเทรนด์การท่องเที่ยว รูปแบบใหม่ทั้งการให้เงินทุนและให้คำปรึกษาโดยเน้น ในด้าน Sustainable hospitality, Digital-enabled experiences และ Wellness travel



### Ibiza, Spain

จาก Party destination สู่การเป็น Wellness Island : ในปี 2022 รัฐบาลท้องถิ่นของเกาะ Ibiza ออกนโยบายเข้มงวดในการเปิด Beach club หรือ ร้านอาหารที่ทำให้เกิดเสียงดังรบกวนคนในท้องถิ่น หลังกิจการเหล่านี้ปิดตัวลงเป็นจำนวนมากในช่วง โควิด-19 และจัดสรรงบประมาณกว่า 55 ล้านยูโร ในการโปรโมต Sustainable tourism และส่งเสริม ธุรกิจท่องเที่ยวรูปแบบ Wellness ในพื้นที่



### Saudi Arabia

ส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศผ่าน Sport tourism : รัฐบาลซาอุดีอาระเบียจัดสรรงบประมาณ ลงทุนกว่า 1 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐในการโปรโมต การท่องเที่ยว โดยเน้นการสนับสนุน Sport tourism ทั้งการเป็นสนามจัดการแข่งขัน Formular 1 การซื้อตัว นักฟุตบอลชื่อดังของโลกอย่าง Neymar และ Cristiano Ronaldo มาเล่นสโมสรในประเทศ และการเสนอตัวเป็นเจ้าภาพฟุตบอลโลก 2034



### Thailand

กระตุ้นการท่องเที่ยวด้วย Event tourism : ในปี 2024 รัฐบาลตั้งเป้าสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวกว่า 3 ล้านล้านบาทด้วยการจัดงานคอนเสิร์ต งานเทศกาล การแข่งขันกีฬา และงาน MICE ระดับโลก อีกทั้ง ยังส่งเสริมให้เมืองหลัก และเมืองรองหาจุดเด่นเพื่อเป็น Soft power ส่งเสริมให้ ไทยเป็นจุดหมายของนักท่องเที่ยวทั่วโลกและขยาย High season ของการท่องเที่ยวไปตลอดทั้งปี รวมถึงประกาศให้ การท่องเที่ยวเป็นวาระแห่งชาติในปี 2025 ด้วย





ท่านพึงพอใจต่อบทวิเคราะห์นี้เพียงใด?

# ความเห็นของท่าน สำคัญกับเรา

ร่วมตอบแบบสอบถาม 6 ข้อ  
เพื่อนำไปพัฒนามาตรการของ  
SCB EIC ต่อไป

คลิกเพื่อทำ  
แบบสอบถาม

# SCB EIC | ECONOMIC INTELLIGENCE CENTER



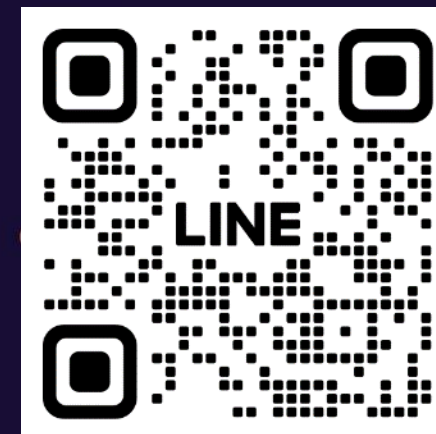
INSIGHTFUL ECONOMIC AND BUSINESS  
INTELLIGENCE FOR EFFECTIVE DECISION MAKING

## ■ WEBSITE

[www.scbeic.com](http://www.scbeic.com)

up-to-date with email notification

## ■ LINE OFFICIAL ACCOUNT



SCB  EIC