

'แสนสิริ'รุกเมืองรอง ผุดโรงแรม'บังค์เฮาส์' รองรับท่องเที่ยวฟื้น

กรุงเทพธุรกิจ ● “แสนสิริ” สบช่อง
ท่องเที่ยวทั่วโลกเริ่มฟื้นตัว ลุยธุรกิจโรงแรม
ผุดแบรนด์ “บังค์เฮาส์” ในเครือโรงแรม
เดอะ สแตนดาร์ด จับมือแลนด์ลอร์ด-เจ้าของ
โรงแรมขนาดไม่เกิน 100 ห้อง เจาะเมืองรอง
คาด 2 ปี เปิด 6 แห่ง ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้
เจาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ นิยมพักบูทีค โฮเทล

หลังผ่านพ้นช่วงวิกฤติโควิดหนักสุด
สถานการณ์โดยรวมทั่วโลกดีขึ้นนับจากนี้
เป็นจังหวะและโอกาสสำคัญในการเดินทาง
ธุรกิจโรงแรมรับปีมานี้ นักท่องเที่ยวที่
เข้ามาหลังปลดล็อกไทยแลนด์ พาส เพราะ
การท่องเที่ยว ขับเคลื่อนจีดีพีหลักของประเทศ

อ่านต่อหน้า 4

▶ ต่อจากหน้า 1

แสนสิริ

และเกิด Multiplier effect จากการจ้างงาน
พนักงานโรงแรมและธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

นายเศรษฐา ทวีสิน ประธานกรรมการ
สแตนดาร์ด อินเทอร์เน็ต บริษัทแม่ของ
เครือโรงแรม เดอะ สแตนดาร์ด และ ประธาน
อำนวยการและกรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท
แสนสิริ จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า สถานการณ์
ธุรกิจท่องเที่ยวทั่วโลกกำลังกลับมาจากการ
ผ่อนคลายมาตรการต่างๆ หลังโควิดเริ่มคลี่คลาย
รวมทั้งนโยบายกระตุ้นการท่องเที่ยวและ
เศรษฐกิจ ทำให้แนวโน้มความเชื่อมั่นของ
นักท่องเที่ยวเริ่มฟื้นกลับโดยเฉพาะตลาดสหรัฐฯ
และยุโรปเติบโตสูงขึ้นกว่าช่วงก่อนเกิดสถานการณ์
ถือเป็นโอกาสในการขยายธุรกิจโรงแรม

“เราเห็นโอกาสขยายการลงทุนในไทยที่เป็น
เดสทินเนชันการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม
จากต่างชาติ ซึ่งแผนธุรกิจที่สอดคล้องกับแนวคิด

ขยายธุรกิจท่องเที่ยวไทยไปไกลกว่าหัวเมือง
ท่องเที่ยวหลักอย่างภูเก็ต สมุย หัวหิน กรุงเทพฯ
เชียงใหม่ แต่ไปที่อยู่อาศัยชาย อยุธยา ชุมพร
เหมือนคนไปฝรั่งเศส สเปน อิตาลี อังกฤษ
อยู่เป็น 10 วัน ขณะที่มาเที่ยวเมืองไทยอยู่ 3-4 วัน
หมายความว่าต้องขยายการท่องเที่ยวไปใน
จังหวัดต่างๆมากขึ้น ”

โมเดลโรงแรมใหม่เจาะเมืองรอง

นั่นเป็นที่มาของแนวคิดในการเปิดตลาด
แบรนด์ “บังค์เฮาส์” (Bunkhouse) โรงแรม
ขนาดเล็ก 30 -100 ห้อง ในเครือเดอะ สแตนดาร์ด
ในรูปแบบการร่วมมือกับแลนด์ลอร์ด หรือ
โรงแรมขนาดไม่เกิน 100 ห้อง โดยจะแบ่งเป็น
2 โมเดล โมเดลแรกภายใต้แบรนด์ เดอะ เซนส์
คอลเล็กชั่น ลักซ์ชัวรี่ โฮเทล เลือกที่มีประวัติศาสตร์
ความเป็นมาสนใจหรือสามารถสร้างประสบการณ์
ที่ดีโดยเลือกทำเล เช่น ย่านเจริญกรุง เมืองเก่า
สุโขทัย และ โมเดลที่สอง จะเป็นชื่อโรงแรมตาม
โลเคชันนั้น บายบังค์เฮาส์ เป็นธุรกิจโรงแรมแบบ
Bespoke ที่สร้างโรงแรมที่ไม่เหมือนใครใน
แบบของคุณเอง (one-of-a-kind)

“รูปแบบการลงทุนไม่ใช้การซื้อโรงแรม
แต่อาจมีเงินมาช่วยบ้าง และปรับปรุงเปลี่ยนแปลง
ร่วมกัน ในจังหวัดที่มีจุดแข็งวัฒนธรรมที่มี
เอกลักษณ์เฉพาะจังหวัดที่เป็นหัวเมืองรอง
ที่มีศักยภาพ ดีไซน์โดยใช้วัสดุที่ไม่ฟุ่มเฟือยเน้น
ดีไซน์แต่ใช้เงินน้อยคาด ภายใน 2 ปี เปิด 6 แห่ง
ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เจาะกลุ่มคนรุ่นใหม่
นิยมพักบูทีค โฮเทล”

ปัจจุบัน โรงแรมภายใต้แบรนด์ “บังค์เฮาส์”
เปิด 9 แห่ง โดย 7 แห่งอยู่ในรัฐเท็กซัส (5 แห่ง
ในเมืองออสติน) ที่เหลืออยู่เม็กซิโก เน้นการ
สร้างประสบการณ์ ให้กับลูกค้าที่เข้ามาพักได้
จดจำ และเกิดความประทับใจ โดยเน้นเปิดตัว
ในทำเลที่มีความแข็งแรงด้านวัฒนธรรม และ
ผสมผสานแบรนด์กับทำเลนั้นๆ ได้อย่างลงตัว
มีความโดดเด่นเฉพาะตัว ชื่อจะไม่เหมือนกัน
เพื่อสร้างคอนเซ็ปต์ที่มีความเฉพาะตัว มีสไตล์ไม่
ใหญ่ 20-100 ห้อง เพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าต่างชาติ
ด้วยการทำงานร่วมกับอินเทอร์เนตได้ ตั้งแต่ระดับ
ลักซ์ชัวรี่ 3-4 ดาว ไปจนถึงโรงแรมรายวัน ระดับ
ราคาห้องพักเริ่มต้นตั้งแต่ 6,000-20,000 บาท

รับบริหารโรงแรมร่วมเจ้าของที่ดิน

นายเศรษฐา มองว่า ช่วงเวลานี้เป็นจังหวะที่ดี
ในการเข้ามาช่วยผู้ประกอบการโรงแรมที่ต้อง
ปรับโฉม รีสอร์ตด้วยแบรนด์ใหม่ “บังค์เฮาส์”
ด้วยการเข้าไปบริหาร ซึ่งแต่ละแห่งแตกต่างกัน
ขึ้นอยู่กับการเจรจา ทำให้เจ้าของที่ดินหรือโรงแรม
ได้ทำตลาดแบรนด์ระดับอินเตอร์ ทำเลน่าสนใจ
อาทิ อยุธยา เชียงราย เชียงใหม่ น่าน อยุธยา
ระนอง ชุมพร กระบี่ หัวหิน พัทยา

“เป็นการเข้าไปช่วยผู้ประกอบการที่ขาด
สภาพคล่อง ต้องการแบรนด์ระดับโลกเข้าไป
ช่วย รวมการทำตลาดที่มีเครือข่ายระดับโลกเข้า
สนับสนุนเพื่อดึงกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ
ที่สำคัญด้วยเครือข่ายของเดอะ สแตนดาร์ด
ทำให้มีได้เร็ว บุกถึงถึง 55% หมายความว่าลูกค้า
สามารถจองโดยตรงไม่ต้องเสียคอมมิสชั่นให้
กับระบบการจองต่างๆ เจ้าของได้รับเงินเต็ม
เม็ดเต็มหน่วย ”

เตรียมเปิดตัวสแตนดาร์ด มหานคร

ในส่วนของโรงแรมเดอะ สแตนดาร์ด
หัวหิน ที่เปิดเมื่อเดือน พ.ย.2564 พบว่าได้ผล

การตอบรับดีมากอัตราเข้าพักเฉลี่ย 80% สูงสุด
นับตั้งแต่เปิดโรงแรมมา ส่วนช่วงวันหยุดสุด
สัปดาห์เต็ม โดยอัตราการเข้าพักสูงกว่าคู่แข่ง
10% และสามารถทำราคาได้ระดับ 6,000-9,000
บาท/ห้อง/คืน ส่วนวิลล่า 12,000 -13,000 บาท

ส่วนโรงแรมเดอะ สแตนดาร์ด แวงคือก
มหานคร ขนาด 155 ห้องพัก แห่งที่ 2 ในไทย
เตรียมเปิดบริการวันที่ 29 ก.ค. นับเป็นโรงแรมระดับ
เรือธง (Flagship) ของแบรนด์ เดอะ สแตนดาร์ด
ในเอเชีย โดยได้จับมือเป็นพันธมิตรกับ
คิง เพาเวอร์ กรุ๊ป ในการนำแบรนด์ดังกล่าวมาเสริม
ความโดดเด่นแก่อาคารคิง เพาเวอร์ มหานคร
คาดมีลูกค้าหลักเป็นนักท่องเที่ยวยุโรปและสหรัฐฯ

“เราหวังว่าจะเป็นการเปิดตัวโรงแรม
ที่ใหญ่ที่สุดในโลกหลังจากช่วงโควิดการเปิดตัว
โรงแรมน้อยหลายองค์ประกอบทำให้โรงแรมนี้
โดดเด่น”

ตั้งเป้า 3 ปี เดอะ สแตนดาร์ด 20 แห่ง

ส่วนแผนปีหน้า จะเปิดโรงแรมเดอะ
สแตนดาร์ดที่เมลเบิร์น ออสเตรเลีย และ
สิงคโปร์จำนวน 150 ห้อง และใน 2-3 ปี จะมี

โรงแรม 20 แห่ง อาทิ เมืองดับลิน บรัสเซลส์ มิลาน และลิสบอน ขณะที่แถบอเมริกาเหนือ จะมีที่โทรอนโต แคนาดา และฮุสตัน สหรัฐ เป็นต้น ซึ่งเป็นการกระจายไปยังหลายพื้นที่ทั่วโลก

ขณะเดียวกันยังมีแบรนด์ "เดอะ เกรรี โฮเทล" เป็นแบรนด์โรงแรมสไตล์บูติกไฮเทล ปัจจุบัน เปิดให้บริการในไทยแล้ว 2 แห่ง ที่หัวหิน และ เขาใหญ่ มีอัตราการเข้าพักดีมากจากลูกค้า คนไทย และเตรียมเปิดเดอะ เกรรี โฮเทล แบงค็อก สุขุมวิท 24 ขนาด 200 ห้องขึ้นไปในอีก 2 ปี ข้างหน้า

"ศักยภาพของไทยไม่ด้อยกว่าประเทศอื่น เพียงแต่เรายังไม่สามารถไปถึงศักยภาพที่มี อยู่ได้ เดอะ สแตนดาร์ด กรุ๊ป และแสนสิริ พยายามเป็นกลไกหนึ่งในการกระตุ้นเศรษฐกิจ ไทยและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งการที่ ค่าเงินบาทอ่อน มีการเปิดประเทศ ฉะนั้น การ ท่องเที่ยวถือเป็น growth engines ที่สำคัญ ในระยะ 3-9 เดือนข้างหน้า"

ทั้งนี้สำหรับ สแตนดาร์ด อินเทอร์เน็ตชั่นแนล แอสเสท เป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ 62%