



คุณศิริพร

ธีระวิทยภิญโญ

ศิษย์เก่ารุ่นที่ 19

คณะบริหารธุรกิจ สาขาการเงินและการธนาคาร

Front Office Manager

Zenith Sukumvit Hotel, Bangkok

Bangkok

จากที่เคยฝันไว้ว่าอยากเป็น Broker จึงเลือกเรียนด้านการเงิน แต่ด้วยพิษเศรษฐกิจยุควิกฤตสงครามอ่าวเปอร์เซีย เศรษฐกิจทั่วโลกจึงอยู่ในภาวะซบเซา

“ตอนนั้นสมัครงาน Finance ยากมากก็เลยไปสมัครงานที่บริษัทโฆษณาแห่งหนึ่งไปเป็น Account Executive มีเจ้านายเป็นชาวมาเลเซีย ก็สื่อสารกับเขาเป็นภาษาอังกฤษ ซึ่งทักษะตรงนั้นเราได้จาก ABAC ถือเป็นข้อได้เปรียบอย่างมาก”

“พอทำงานนั้นมาได้เกือบปี คุณแม่ก็บอกว่าเรามีที่อยู่ผืนหนึ่ง และสรุปที่จะทำโรงแรม เผอิญว่าเราเป็นคนสุดท้องก็เลยมีหน้าที่ต้องไปเรียนทางด้านจัดการโรงแรม”

“ในที่สุดเราก็เลือกเรียนที่ University of Denver เพราะมีเพื่อนสนิทจะไปเรียนที่นั่นอยู่แล้ว โดยที่ไม่ได้ดูเกรดของตัวเองเลยว่าเกรดถึงมัธยม”

แต่การศึกษาต่อที่ University of Denver นั้น ไม่ได้ง่ายอย่างที่คิดเลย

“เกรดตอนที่เราจบจาก ABAC คือ 2.20 พอเขาเห็นเกรดเรา เขาบอกเลยว่าถ้าเกรดของเราแค่นี้ เขาแนะนำเราให้กลับเมืองไทยเถอะ หรือไม่เขาก็จะหาโรงเรียนอื่นให้เรา ตอนนั้นรู้สึกเสียใจมาก คิดดูสิว่าเราเรียนภาษาไปหนึ่งเทอมแล้ว เราก็ไม่ยอมพอดจหมายสมัครเข้าเรียน ถูก reject เราก็พยายามนัดคุยกับ Dean of International Student ตลอดทุกสัปดาห์ เขาก็พูดเลยว่า คุณศิริพร คุณเรียนที่นี่ไม่ได้หรอก เพราะ GPA จาก ABAC ของคุณแค่นี้ เราได้รับคุณเรียนปริญญาโทไม่ได้ แต่สุดท้ายเราก็เลยต้องเรียนปริญญาตรีด้านการจัดการโรงแรมแทน แต่ตรงนั้นเราไม่มายด์ เพราะเรารู้ว่าเราเรียนเพื่อให้รู้จริงเกี่ยวกับธุรกิจด้านนี้ เพื่อมาทำธุรกิจโรงแรมของที่บ้าน ก็เลยตัดสินใจเรียน แต่กว่าจะได้เรียนปริญญาตรี ก็ต้องใช้ความพยายามมาก เราบอกเค้าไปว่าเรากลับไปมือเปล่าไม่ได้ละ”

คุณหลี่จึงตัดสินใจเขียน Proposal เพื่อสมัครเข้าเรียนใหม่

“เราขึ้นหัวข้อของ Proposal เลยว่า What is ABAC? เขียนไป 5 หน้าเต็มๆ เค้ารู้จักจุฬาฯ รู้จักรัฐศาสตร์ แต่เขาไม่รู้จัก ABAC แม้ว่าเราจะพยายามบอกกับเขาว่าเราอยู่ ABAC เราเรียนยากมากนะ เราเรียนเป็นภาษาอังกฤษหมดนะ เขียนบอกเขาเลยว่าที่เมืองไทย ABAC เป็นมหาวิทยาลัยที่ตั้งมาก บริษัทเอกชนที่เป็น International Company ก็อยากที่จะรับเด็ก ABAC เข้าทำงาน แต่ถ้าถามว่า GPA ของพวกเราเป็นอย่างไร เราเทียบกับมหาวิทยาลัยรัฐบาลไม่ได้เลย คนทั่วไปเขาตัดสินเด็กที่จบจาก ABAC แล้ว ได้เกรดแค่ 2 กว่าๆ ว่าใช้ไม่ได้ไม่ตั้งใจเรียน ทั้งที่ความจริงแล้วเด็ก ABAC ที่จบ 4 ปี ได้หลัก็ถือว่าโอเคแล้ว และได้เกรดเพียงแค่ 2 กว่าๆ ก็สามารถทำงานได้ระดับมาตรฐาน หรือสูงกว่าด้วยซ้ำ ในตอนนั้นเราได้แต่เพียงขอโอกาสให้เราพิสูจน์ตัวเอง เราพูดได้แต่เพียงว่า I will do my best”

“นอกจาก *Proposal* ยังไม่พอนะ ต้องขอจดหมายรับรองจาก *Hampton Inn* ซึ่งเป็นบริษัทที่ดำเนินกิจการด้านการบริหารโรงแรมที่มีชื่อเสียงและทางบ้านก็กำลังติดต่อกับบริษัทนี้ให้เขามาร่วมบริหารโรงแรมอยู่พอดี ทาง *Hampton Inn* สำนักงานใหญ่ในอเมริกา ก็ส่งจดหมายรับรองมาให้ทางมหาวิทยาลัย ประกอบกับผลสอบภาษาอังกฤษจากสถาบันภาษาที่เราเรียนอยู่”

ด้วยเอกสารทั้งหมดนี้ ดูน่าจะเพียงพอสำหรับการรับนักศึกษาเข้าเรียนต่อ แต่เหตุการณ์ก็ไม่ได้จบเพียงแค่นี้

“ทางคณะให้หาลิสต์ลองเรียนเพื่อดูเกรดถึง 2 เทอม ถ้าเรียนไม่ได้เกรดตามที่เขากำหนดก็จบกัน กลับบ้านไป เรายังตกลง ถ้าเป็นคนอื่นคงกลับบ้านหรือเปลี่ยนที่เรียนไปแล้ว แต่เราถือว่าเราต้องเอาชนะเขาให้ได้ เดินหน้าแล้วไม่มีวันย้อนกลับแน่ ๆ ก็ลงเรียนเทอมแรกได้ 3.7 เทอมที่ 2 ได้ 3.4 พิสฐานให้เขาเห็นเลยว่าเราทำได้และทำได้ดีด้วย”

และคุณหลีกก็ได้ปริญญาตรี(ที่ต่อจบ ฟันฟันสุด ๆ) อีกใบกลับมา

“หลีกจบ *Hotel Restaurant & Tourism* ด้วยเกรดเฉลี่ย 3.37 และภูมิใจมากที่จบจากคณะที่เขาว่าโหดมาก ที่นี้เราได้เรียนรู้อย่างไร เขาเน้นการเรียนด้านบริหารเรียนการ ทำ report เรียนการ set up โรงแรม เรียนการคำนวณต้นทุนต่าง ๆ *cost controlling*”

กับอุปสรรคต่าง ๆ ในการเรียนต่อที่ได้เจอนี้ เสียใจมั้ยที่เลือกเรียน ABAC

“หลีกภูมิใจมากที่จบจาก ABAC เพราะเรียนหนักและเหนื่อยมาก แต่คนทั่วไปเขาไม่รู้หรอกว่าเราเรียนหนักขนาดไหน พอเห็นเกรดไม่ดี ก็เหมียวว่าเราไม่ตั้งใจเรียน ทั้งที่จริงคนที่จบ

จาก ABAC แล้วได้ 2 กว่า ๆ หลีกถือว่าใช้ได้แล้วนะ อยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน คนจ้างเขาก็ไม่ลำบากงานยาก ๆ กับเรา เพราะกลัวเราจะทำไม่ได้ จากประสบการณ์ที่ได้ไปเรียนที่อเมริกา มาได้พบเห็นสิ่งที่ดีและไม่ดี จึงอยากจะนำเสนอสิ่งที่ดี ๆ ในด้านระบบการศึกษาที่จะเป็นประโยชน์ต่อรุ่นน้อง ๆ ที่ยังศึกษาอยู่ ผাগไปยังอาจารย์ทุกท่านว่าอยากให้อาจารย์ให้โอกาสนักศึกษาได้คิดได้มองเห็นถึงจุดบอดของทฤษฎี อยากให้เปลี่ยนจากการท่องจำเป็นการ *debate* ให้เด็กได้เสนอความคิดเห็นของเขาในข้อสอบ ไม่ใช่ว่าถ้าตอบไม่ตรงกับทฤษฎีหรือหนังสือ แล้วถือว่าผิด ก็ทำให้เด็กได้เกร็ดไม่ดี เกิดปัญหาในการไปสมัครงานและการเรียนต่ออย่างมาก”

คุณหลีกมีโอกาสได้ทำงานโรงแรมตอนที่อยู่อเมริกาด้วย

“ตอนอยู่อเมริกาได้ไปฝึกงานที่ *Hampton Inn* เป็น *Reception* ต้องทำทุกอย่าง ไม่เหมือนกับในบ้านเรา ที่คุณจะได้เห็น *Reception* 2-3 คน *Reservation* อีก 2-3 คน จะทำหน้าที่แยกกัน แต่ที่นี้ พอเราไปวันแรก ก็จะมีคนมาสอนให้ทำโน่นทำนี่ ให้เรียนรู้กับระบบต่าง ๆ อย่างรวดเร็ว สอนอยู่ 3 วัน แล้วก็ให้เราฉายเดี่ยวเลย เป็นทั้ง *Reception Operator* *Reservation* ทำทุกอย่าง”

พอเรียนจบกลับมา คุณหลีกก็เริ่มงานในโรงแรมทันที

“ตอนแรกเป็น *Management Trainee* อยู่ 1 ปี เรียนรู้และทำทุกอย่าง เป็นแม่บ้าน รีดผ้า ซักผ้า เข้าครัวทำขนม ตรวจบัญชี ทำข้อมูลฝ่ายบุคคล ทำฝ่ายการตลาด ฯลฯ พอปีที่ 2 เขาก็ให้เราเลือกว่าเราจะอยากจะทำอะไร ก็เลยมาทำ *Marketing Communication* ทำด้านโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และจัดรายการส่งเสริมการขายต่าง ๆ แล้วก็ย้ายมาทำในส่วนของ *Front Office* ด้วยเหตุผลที่ว่า

Front Office เป็นแผนกที่มีความสำคัญมาก แผนกหนึ่ง เป็นทางที่เงินจะเข้าโรงแรม เป็นที่รับเรื่องทุกอย่างของแขกที่เข้าพัก เป็นศูนย์รวมของระบบคอมพิวเตอร์ พอมาทำครั้งแรกก็มั่นใจเลย เนื่องจากระบบนั้นแตกต่างจากที่อเมริกา ยืนอยู่ตรง front 3 เดือน ทำไปทำมาก็ชอบ เพราะตอนนั้นเราต้องทำงานกับ GM ที่เป็นฝรั่งซึ่งเขาจะเข้มงวดมาก และสอนเราในหลาย ๆ อย่าง แต่เวลาเราสอนเด็ก เราจะใช้จิตวิทยาแบบไทย ๆ สอนเขา เช่น เวลาทำผิด ฝรั่งเขาจะดุเลย แต่เราทำอย่างนั้นไม่ได้ เราต้องค่อย ๆ พูดกับเขา”

“เราพบว่าการทำงานของคนที่นี่โน่นกับที่นี่แตกต่างกันมาก คนที่โน่นเค้าจะทำงานแบบ *full authorize* เป็นตัวของตัวเอง เวลามีปัญหาต่าง ๆ จะรายงานกับเจ้านายโดยตรงจะพูดเลย แต่คนไทยจะกลัวและไม่ค่อยอยากจะทำอะไรกับเจ้านาย เวลาคุยกับลูกค้าจะเหมือนท่อง *dialog* ซะมากกว่าจะมาจากความรู้สึกของเขาจริง ๆ เรายังค่อย ๆ ปรับเปลี่ยนกันไป เราจึงให้ความสำคัญกับการ *recruitment* คนมาก เราจะไม่เลือกเด็กที่มี *sense* ของการทำงาน เราไม่ได้คัดคนจากปริญญาบัตร เราคัดคนจากความคิดของเขา เด็กสมัยนี้ เขาจะกลัวกันอยู่แล้ว เราเพียงแต่ให้ *idea* เขาไปว่าเราต้องการอะไร เขาก็จะเข้าใจและทำได้ เราบอกเด็กว่าอย่ากลัวเวลาพูด





“ข้อดีของการใช้ *Brand* จากต่างประเทศคือ *management* ที่มีคุณภาพ มีความมั่นคง มีชื่อเสียง อย่างน้อยลูกค้าต่างประเทศก็มั่นใจ ในคุณภาพที่ใกล้เคียงกัน เราได้ประโยชน์จากโนฮาวนด์ต่าง ๆ ของเขา ตลอดจนให้คำแนะนำเราในเรื่องต่าง ๆ ในขณะเดียวกันเราต้องรักษา

กับแขกนะ ให้ค่อย ๆ ฝึกไป เพราะฉะนั้นพนักงาน *front* ที่โรงแรมนี้จะคล้ายกับลูกค้า ให้คำแนะนำ ในเรื่องต่าง ๆ เกี่ยวกับประเทศไทย ยิ้มแย้มเป็น กันเอง ไม่ได้ท่อง *dialog* ให้ลูกค้าฟัง”

“จากเมื่อก่อนที่ตรง *front* จะมี *Reception* มี *Cashier* หลายคน ก็เหลือเพียงไม่กี่ คนที่สามารถทำงานได้หลาย ๆ หน้าที่ ซึ่งเราจะ เรียกทุกคนว่า *GSA (Guest Service Agent)* ทุกคนสามารถทำงานแทนกันได้ ในกรณีที่คน อื่น ๆ ไม่อยู่ เพราะเวลาที่เรารับคนมาใหม่ จะมี การ *train* ทุก *division* ของแผนกเรา”

ทราบมาว่าก่อนหน้านี้โรงแรม *Zenith* ใช้ชื่อ *Hampton Inn* มาก่อน

“ต้องขอย้อนกลับไปในช่วงแรก ที่เรา กำลังตั้งโรงแรม เราได้ติดต่อกับบริษัท *FYZ* ที่ ประเทศฮ่องกง ซึ่งเป็นที่บริหารงานโรงแรม ระดับมื่ออาชีพที่ทำโรงแรมต่าง ๆ มาเยอะ เขาเสนอ brand *Hampton Inn* ให้ เราจึงใช้ชื่อ *Hampton Inn* อยู่พักหนึ่ง แต่ปรากฏว่า *perception* ของคนไทยค่อนข้าง *negative* กับคำ ว่า *Inn* อีกทั้งเมื่อพิจารณาโรงแรมในเครือ *Hampton Inn* ที่อเมริกาจะเป็นลักษณะของ โรงแรมที่เรียบ ๆ ไม่ได้เป็นลักษณะ *full service* แบบโรงแรมที่เราทำที่กรุงเทพฯ ก็เลยคุย กับ *Management Company* ที่ประเทศ ฮ่องกง เขาก็เสนอ brand ใหม่ คือ *Zenith* เป็นโรงแรมระดับ 5 ดาว ซึ่งในขณะนั้นมีสาขา อยู่มากมายในประเทศจีน เลยตัดสินใจ *rebrand* ในปลายปี 1999”

มาตรฐานที่ดีตามที่เขากำหนดให้ได้โดยตลอด”

ในทางการตลาดคุณทูลีวาง *positioning* ของโรงแรมไว้อย่างไรบ้าง

“เราเป็นโรงแรมขนาดกลางบรรยากาศเงียบ ๆ สบาย ๆ เรามีลูกค้าจากหลากหลาย ประเทศ เพราะนักท่องเที่ยวจากแต่ละประเทศจะมาท่องเที่ยวในช่วงเวลาต่างกัน ขึ้นอยู่กับภูมิอากาศ ของประเทศเขาและประเทศเราด้วย เช่น ถ้าเป็นช่วงหน้าหนาวจะมีแขกจากเยอรมัน เดนมาร์ค มาพัก เยอะ และตรงนี้จะมีการติดต่อกันไว้ทั้งปีสำหรับแขกต่างประเทศ”

“เราไม่ได้ *concentrate* ว่าเรามีกี่ดาว แต่เราเน้นที่ *service product* และคิดว่า โรงแรมน่าจะจัดระดับที่คุณภาพในการบริการมากกว่าจำนวนห้องหรือขนาดของโรงแรม”

“ตอนนี้เราเจาะตลาด *local* มากขึ้น เน้นตลาดที่เป็น *corporate* มากขึ้น เรามองว่า โรงแรมเราเหมาะกับแขกที่เป็น *corporate* เพราะบรรยากาศของโรงแรมจะเงียบสงบไม่พลุกพล่าน เรามี *business center* ที่สามารถรองรับลูกค้านักธุรกิจได้อย่างดี เราจึงเน้นการเข้าไปแนะนำ โรงแรมกับบริษัทต่าง ๆ ในโซนนี้”

“สำหรับตลาดกลุ่มคนไทยจะมาใช้บริการร้านอาหารและการจัดสัมมนาเป็นส่วนใหญ่ ซึ่ง ปัจจุบันเริ่มมีเข้ามาใช้บริการมากขึ้น หลังจากที่ *down* ไปในช่วงแรกของยุคฟองสบู่แตก”

“เราจัดกิจกรรมต่าง ๆ สำหรับตลาด *local* เพื่อสร้าง *brand awareness* เราเคยจัด โปรแกรมาร่วมกับสโมสร *Lions* จัดวิ่งมาราธอน มีผู้เข้าร่วมประมาณ 3,000 กว่าคน เราก็ทำ อาหารไปร่วมกับงานนี้ด้วย เราย่วมกับ *Bangkok Soccer League* การแข่งขันฟุตบอลของ นักเรียนนานาชาติ เราก็ไปร่วมโปรแกรมนี แจกรางวัล ทำเสื้อทีมให้เด็ก เป็นต้น”

“สำหรับตลาด *International* ลูกค้าชาวต่างประเทศที่เราตั้งไว้คือ ลูกค้าที่เป็น *corporate* นักธุรกิจประมาณ 50% ลูกค้า *FIT (Foreign Individual Tourist)* และอีก 10% เป็น *group tour* จากทางยุโรป อเมริกา และแถบเอเชียบ้าง”

“และที่เราโชคดีอีกอย่างคือ ประเทศไทยเป็นประเทศที่เจริญมากประเทศหนึ่งในภูมิภาค เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เวลาที่มีการจัดประชุมของบริษัทที่มีธุรกิจกระจายอยู่ในภูมิภาคนี้ ก็มักจะเลือกประเทศไทยเป็นที่ศูนย์กลางในการจัดประชุม ซึ่งเรามีลูกค้าในลักษณะนี้อย่างสม่ำเสมอ”

“สำหรับตลาด *International* เราเน้นการทำ *promotion* กับ *oversea agent* โดยเราจะร่วมกับ *local agent* สนับสนุน *familiarization trip* เพื่อแนะนำโรงแรม อย่างเช่น *local agent* 1 ที่จะรู้จักกับ *overseas agent* อื่นอีกประมาณ 5 ที่ เราจะชักชวนให้มาดูห้อง ให้ห้องพักฟรี ดูตัวอย่างดีให้เขาประทับใจ แล้วเขาก็จะเอากลับไปขายที่ต่างประเทศให้เรา แบบนี้ ก็จะเป็นการช่วยเราโปรโมตไปในตัว”

แต่โรงแรมอื่น ๆ ก็ใช้กลยุทธ์ที่ไม่ต่างไปจากนี้ แล้วจะเกิดปัญหาว่า agent จะเชียร์แขกให้โรงแรมไหนหรือไม่

"agent เขาจะ *classify* ได้ว่า เขาควรจะเสนอโรงแรมไหนให้แก่ลูกค้าระดับไหน และแต่ละโรงแรมก็มีจุดขายต่างกัน อยู่ใน *location* ที่ต่างกัน เขาก็จะดูว่าโรงแรมไหนตรงกับความต้องการของลูกค้ามากที่สุด"

คุณหลิมมองภาพการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมในปัจจุบันนี้อย่างไรบ้าง

"แม้ว่าปัจจุบันมีสมาคมผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมอยู่ก็จริง แต่ไม่ได้มีมาตรการใดที่เป็นการขอความร่วมมือจากผู้ประกอบการโรงแรมต่าง ๆ ในเรื่องการควบคุมการตัดราคาเพื่อแข่งขันกัน เราเข้าใจว่าค่าใช้จ่ายของแต่ละโรงแรมนั้นสูงมาก อีกทั้งยังมีโรงแรมเกิดขึ้นใหม่อยู่เรื่อย ๆ ทำให้ส่วนแบ่งทางการตลาดมีตัวแบ่งเพิ่มมากขึ้น บางโรงแรมจึงต้องแสวงหาทางอยู่รอด หรือเพิ่มปริมาณของแขกเข้าพักด้วยการลดราคาเพื่อจูงใจ จากเหตุการณ์ตรงนี้ทำให้เราทุกคนในธุรกิจนี้เหนื่อยมาก ซึ่งหลิมไม่เห็นด้วยที่ว่าทำไมเราต้องมาตัดราคาแข่งกัน พอตัดราคา แล้วก็ทำทั้งด้านบริการและส่วนอื่น ๆ ถูกตัดทอน ส่งผลกระทบต่อคุณภาพของบริการ ทำให้ทุกคนไม่มุ่งแข่งขันกันที่ตัว *Product* ของเรา นั่นคือ *Service* ที่ดีที่สุด ที่เราจะมอบให้แก่ลูกค้าและอีกอย่าง หลิมคิดว่าแขกเขา *segment* ตัวเองอยู่แล้วว่าเขาต้องการพักโรงแรมระดับไหน ราคาเท่าไร อยู่ในทำเลไหน ควรบำรุงรักษาคุณภาพของตนเองจะดีกว่า"

"หลิมพยายามเน้นตัว *Service* ของทางโรงแรมและวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่มีคุณภาพดี เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจสูงสุด

เราโชคดีที่เรามีธุรกิจด้านการนำเข้าผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์และไฟตกแต่งที่สวยงามและทนทาน สามารถ *support* โรงแรมได้เป็นอย่างดี"

"*service* ถือเป็นหัวใจสำคัญของงานโรงแรม เราจึงเน้นมากในด้านของการสร้างบุคลากรให้เขารู้สึกมีความสุขกับการทำงานบริการ เมื่อเขามีความสุข หน้าตาก็คงสดใส ยิ้มแย้ม อยากจะยิ้มให้กับลูกค้า หลิมจะเอาใจใส่ทุกคน มีอะไรจะคุย ช่วยเหลือกัน การบริการเรา จะเน้นที่ *comfortable luxury* และ *personalize service*"

"ในตอนนี้เรามีโปรแกรม *catch me at my best* เปิดโอกาสให้แขกได้เขียนชมพนักงานในเรื่องต่าง ๆ ส่วนใหญ่ลูกค้าจะเขียนชมพนักงานว่าบริการดีและจะกลับมาใช้บริการอีก"

หนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมให้ธุรกิจโรงแรมเติบโตคือนักท่องเที่ยวจากทุกแห่งทั่วโลกคุณหลิมคิดเห็นอย่างไรบ้างเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในเมืองไทย

"ปีที่แล้วจนถึงตอนนี้มีนักท่องเที่ยวเข้ามาในเมืองไทยเยอะมาก โดยเฉพาะช่วงต้นปีที่ผ่านมา ห้องพักของเราเต็มตลอด ส่วนตัวแล้วคิดว่าประเทศไทย ยังมีทรัพยากรด้านแหล่งท่องเที่ยวอยู่อีกมากมายที่ยังไม่ได้รับการพัฒนาขึ้นเป็นสถานที่ท่องเที่ยว คงต้องฝากภาครัฐบาลช่วยผลักดันสิ่งเหล่านี้ รวมถึงการปรับปรุงในเรื่องของสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น ความสะอาดของห้องน้ำและร้านอาหารต่าง ๆ เพื่อให้ชาวต่างประเทศเกิดความประทับใจมากยิ่งขึ้น และนักท่องเที่ยวก็จะหลั่งไหลมาสู่ประเทศไทย ส่งผลต่อการขยายตัวของภาคธุรกิจโดยรวม"

"ในส่วนของการประชาสัมพันธ์แหล่ง

ท่องเที่ยว หลิมมองว่าน่าจะสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการจัดทำสื่อเผยแพร่ต่าง ๆ โดยภาคเอกชนให้เงินสนับสนุนโครงการในจำนวนที่สมเหตุผล โครงการนี้น่าจะเป็นไปได้ หากทุกคนช่วยกันอย่างจริงจัง"

คุณหลิมทิ้งท้ายถึงน้อง ๆ ทั้งศิษย์เก่าและศิษย์ปัจจุบันที่สนใจงานด้านโรงแรมว่า

"งานด้านการโรงแรมเป็นงานที่ต้องอาศัยการสั่งสมประสบการณ์ เพราะทุกอย่างเราเรียนรู้ได้จากการลงมือปฏิบัติจริง เพราะการบริการเป็นงาน *operation* เพื่อที่เราจะได้เห็นปัญหาและแก้ไขปัญหได้ด้วยตนเองค่ะ"

