

ภาคผนวก 1

เครื่องมือในการวิจัย



แบบสำรวจความต้องการ
“การพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการบริการในธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก”

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินความต้องการการพัฒนาศักยภาพ และนำไปจัดหลักสูตรการพัฒนาศักยภาพให้เหมาะสม และสอดคล้องกับความต้องการ
ขอให้ท่านเติมคำ ในช่องว่าง และใช้เครื่องหมาย ✓ ใน ให้ตรงคำตอบที่ต้องการ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

- เพศ ชาย หญิง
- วุฒิการศึกษาสูงสุด
 ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี ปริญญาโท ปริญญาเอก
- สถานประกอบการที่ปฏิบัติงาน โปรดระบุชื่อ
 โรงแรม..... รีสอร์ท..... เกสต์เฮาส์.....
 อื่นๆ ระบุ.....
- ท่านต้องการพัฒนาศักยภาพด้านการบริการในธุรกิจโรงแรมให้แก่บุคลากรอย่างน้อยเพียงใด

น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
①	②	③	④	⑤

ส่วนที่ 2 ขอให้ท่านเติมคำ ในช่องว่าง และใช้เครื่องหมาย ✓ ใน ให้ตรงคำตอบที่ต้องการ

- กรุณาประเมินศักยภาพของบุคลากรในแต่ละหัวข้อ (ทุกหัวข้อ)

	หัวข้อ	ระดับศักยภาพบุคลากรของท่านในเรื่องดังกล่าว				
		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
1	ความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	①	②	③	④	⑤
2	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร	①	②	③	④	⑤
3	การเป็นผู้นำและผู้ประกอบการในการพัฒนาทีม	①	②	③	④	⑤
4	การจัดการบริการด้วยไมตรีจิต	①	②	③	④	⑤
5	การสื่อสารและประสานงานในธุรกิจโรงแรม	①	②	③	④	⑤
6	อื่นๆ(ระบุ).....	①	②	③	④	⑤

ระบุความต้องการการพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านใดที่สำคัญต่อโรงแรมของท่าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

	หัวข้อ	กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ถ้าต้องการอบรม
1	ความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	
2.	ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร	
3.	การเป็นผู้นำและผู้ประกอบการในการพัฒนาทีม	
4.	การจัดการบริการด้วยไมตรีจิต	
5	การสื่อสารและประสานงานในธุรกิจโรงแรม	
6.	อื่นๆ(ระบุ).....	

2. รูปแบบของการจัดอบรมที่ท่านต้องการ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- อบรมเชิงปฏิบัติการ
- การนำเสนอผลงานและแลกเปลี่ยนประสบการณ์
- อื่นๆ ระบุ.....

3. ปัญหา อุปสรรค ของการดำเนินธุรกิจโรงแรม และความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

4. ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการบริการในธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก

.....

.....

.....

.....

.....

😊😊😊 ขอขอบคุณในความร่วมมือ 😊😊😊

แบบสอบถาม

“การพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการบริการในธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก”

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินหลักสูตรการพัฒนาศักยภาพให้เหมาะสม และนำไปจัดทำแนวทางการพัฒนาบุคลากรในธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กของประเทศไทยต่อไป

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง ขอให้ท่านเติมคำ ในช่องว่าง และใช้เครื่องหมาย ✓ ใน ให้ตรงคำตอบที่ต้องการ

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ

<input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 20 ปี	<input type="checkbox"/> 20-29 ปี	<input type="checkbox"/> 30-39 ปี
<input type="checkbox"/> 40- 49 ปี	<input type="checkbox"/> 50 - 59 ปี	<input type="checkbox"/> 60 ปีขึ้นไป
3. วุฒิการศึกษาสูงสุด

<input type="checkbox"/> ต่ำกว่าปริญญาตรี	<input type="checkbox"/> ปริญญาตรี	<input type="checkbox"/> ปริญญาโท	<input type="checkbox"/> ปริญญาเอก
---	------------------------------------	-----------------------------------	------------------------------------
4. สถานที่ที่ปฏิบัติงาน โปรดระบุชื่อ

<input type="checkbox"/> โรงแรม.....	<input type="checkbox"/> รีสอร์ท.....	<input type="checkbox"/> อพาร์ทเมนท์.....
<input type="checkbox"/> อื่นๆ ระบุ.....		
5. จำนวนห้องพักห้อง
6. ปัจจุบันท่านปฏิบัติงานส่วนใหญ่ด้าน

<input type="checkbox"/> ต้อนรับ	<input type="checkbox"/> แม่บ้าน	<input type="checkbox"/> อาหารและเครื่องดื่ม	<input type="checkbox"/> บริหารทั่วไป
<input type="checkbox"/> อื่นๆ ระบุ.....			
7. ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในธุรกิจโรงแรม.....ปี
ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในตำแหน่งปัจจุบัน..... ปี
8. ท่านเคยได้รับการฝึกอบรมหลักสูตรการพัฒนาศักยภาพมาก่อนในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา หรือไม่

<input type="checkbox"/> ไม่ได้อบรม
<input type="checkbox"/> ได้ฝึกอบรม.....ครั้ง ซึ่งจัดโดย
.....
.....

ส่วนที่ 2 ประเมินการพัฒนาศักยภาพด้วยการฝึกอบรม

คำชี้แจง ขอให้ท่านเติมค่า ในช่องว่าง และใช้เครื่องหมาย ✓ ใน ให้ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

1. ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพของท่านก่อนฝึกอบรมในหัวข้อเรื่องดังต่อไปนี้

	หัวข้อการประเมินศักยภาพก่อนฝึกอบรม	ระดับศักยภาพ				
		น้อยที่สุด 1	น้อย 2	ปานกลาง 3	มาก 4	มากที่สุด 5
1	ความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศในธุรกิจโรงแรม					
2.	ความรู้ด้านภาษาอังกฤษในธุรกิจโรงแรม					
3.	การเป็นผู้นำและผู้ประกอบการในการพัฒนาทีม					
4.	การจัดการบริการด้วยไมตรีจิต					
5.	การสื่อสารและประสานงานในธุรกิจโรงแรม					

2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพของท่านหลังฝึกอบรมในหัวข้อเรื่องดังต่อไปนี้

	หัวข้อการฝึกอบรม	ระดับศักยภาพ				
		น้อยที่สุด 1	น้อย 2	ปานกลาง 3	มาก 4	มากที่สุด 5
1	ความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศในธุรกิจโรงแรม					
2.	ความรู้ด้านภาษาอังกฤษในธุรกิจโรงแรม					
3.	การเป็นผู้นำและผู้ประกอบการในการพัฒนาทีม					
4.	การจัดการบริการด้วยไมตรีจิต					
5.	การสื่อสารและประสานงานในธุรกิจโรงแรม					

3. ความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำไปใช้ประโยชน์หลังฝึกอบรมในหัวข้อเรื่องดังต่อไปนี้

	หัวข้อการฝึกอบรม	การนำไปใช้ประโยชน์				
		น้อยที่สุด 1	น้อย 2	ปานกลาง 3	มาก 4	มากที่สุด 5
1	ความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศในธุรกิจโรงแรม					
2.	ความรู้ด้านภาษาอังกฤษในธุรกิจโรงแรม					
3.	การเป็นผู้นำและผู้ประกอบการในการพัฒนาทีม					
4.	การจัดการบริการด้วยไมตรีจิต					
5.	การสื่อสารและประสานงานในธุรกิจโรงแรม					

4. ประเมินความพึงพอใจต่อสื่อโสตทัศนที่ใช้ในการฝึกอบรม

	หัวข้อของสื่อโสตทัศนที่ใช้ในการฝึกอบรม	ความพึงพอใจ				
		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
1.	ความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศในธุรกิจโรงแรม	①	②	③	④	⑤
2.	ความรู้ด้านภาษาอังกฤษในธุรกิจโรงแรม	①	②	③	④	⑤
3.	การเป็นผู้นำและผู้ประกอบการในการพัฒนาทีม	①	②	③	④	⑤
4.	การจัดการบริการด้วยไมตรีจิต	①	②	③	④	⑤
5.	การสื่อสารและประสานงานในธุรกิจโรงแรม	①	②	③	④	⑤

5. ประเมินความพึงพอใจต่อคู่มือที่ใช้ในการฝึกอบรม

	คู่มือที่ใช้ในการฝึกอบรม	ความพึงพอใจ				
		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
1.	ความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศในธุรกิจโรงแรม	①	②	③	④	⑤
2.	ความรู้ด้านภาษาอังกฤษในธุรกิจโรงแรม	①	②	③	④	⑤
3.	การเป็นผู้นำและผู้ประกอบการในการพัฒนาทีม	①	②	③	④	⑤
4.	การจัดการบริการด้วยไมตรีจิต	①	②	③	④	⑤
5.	การสื่อสารและประสานงานในธุรกิจโรงแรม	①	②	③	④	⑤

5. อุปสรรคต่อการพัฒนาศักยภาพบุคลากรของโรงแรมขนาดเล็ก

-
-
-

6. ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการบริการในธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก

คำแนะนำของท่านมีประโยชน์ต่อการจัดทำแนวทางและนโยบายการพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านโรงแรมต่อไป

-
-
-
-
-
-

😊😊😊 ขอขอบคุณในความร่วมมือให้ข้อมูล 😊😊😊



การประเมินผล การสื่อสารและการประสานงานในธุรกิจโรงแรม



การประเมินความรู้สังเกตจากการตอบคำถาม

1. การติดต่อสื่อสารภายในโรงแรมมีลักษณะอย่างไร
2. ท่านคิดว่าแผนกไหนในโรงแรมต้องทำหน้าที่การประสานงานมากที่สุด

การประเมินทักษะสังเกตจากการแสดงพฤติกรรม

สถานการณ์ที่ 1 : ท่านจะดำเนินการประสานงานอย่างไรในการจัดการต้อนรับลูกค้าที่เป็นบุคคลสำคัญ

สถานการณ์ที่ 2 : ลิฟท์ผู้โดยสารขัดข้อง และมีลูกค้าติดอยู่ภายในลิฟท์ และมีลูกค้าที่รอใช้บริการหน้าลิฟท์
ลิฟท์ ท่านจะสื่อสารอย่างไร และประสานงานอย่างไรเพื่อแก้ปัญหาได้อย่างรวดเร็วและปลอดภัย

การประเมินผลโดยวิทยากร วิธีการประเมินคือการสังเกตพฤติกรรมของผู้เข้ารับการอบรม

เครื่องมือ : แบบสังเกตพฤติกรรมของผู้เข้ารับการอบรม

ชื่อ.....นามสกุล.....

พฤติกรรม	ผลการประเมิน		หมายเหตุ
ความสนใจ	<input type="checkbox"/> ผ่าน	<input type="checkbox"/> ไม่ผ่าน	
การแสดงความคิดเห็น	<input type="checkbox"/> ผ่าน	<input type="checkbox"/> ไม่ผ่าน	
การตอบคำถาม	<input type="checkbox"/> ผ่าน	<input type="checkbox"/> ไม่ผ่าน	
การร่วมกิจกรรมที่มอบหมาย	<input type="checkbox"/> ผ่าน	<input type="checkbox"/> ไม่ผ่าน	
สรุป	<input type="checkbox"/> ผ่าน	<input type="checkbox"/> ไม่ผ่าน	

เกณฑ์การประเมิน คือ ผ่านครบทุกข้อจึงผ่าน



แบบประเมินศักยภาพ การจัดการบริการด้วยไมตรีจิต



การประเมินความรู้สังเกตจากการตอบคำถาม

1. การบริการอย่างไรที่เรียกว่า Service Mind
2. ความพึงพอใจ และ ความประทับใจมีความแตกต่างกันอย่างไร

การประเมินทักษะสังเกตจากการแสดงพฤติกรรม

สถานการณ์ที่ 1 : ทุกคนฝึกการไหว้ที่ถูกต้องพร้อมกันในชั้นเรียน

สถานการณ์ที่ 2 : แบ่งผู้อบรมเป็น 3 กลุ่ม

- 1) กลุ่มต้อนรับทางโทรศัพท์สอบถามข้อมูลโรงแรมและห้องพัก
- 2) กลุ่มต้อนรับเกี่ยวกับการขอข้อมูลลูกค้าในการลงทะเบียนเข้าพัก
- 3) กลุ่มต้อนรับที่ต้อนรับเมื่อลูกค้าขอแจ้งลงทะเบียนออก

แต่ละกลุ่มแสดงบทบาทสมมติที่สื่อให้เห็นถึงการบริการด้วยไมตรีจิต

การประเมินผลโดยวิทยากร วิธีการประเมินคือการสังเกตพฤติกรรมของผู้เข้ารับการอบรม

เครื่องมือ : แบบสังเกตพฤติกรรมของผู้เข้ารับการอบรม

ชื่อ.....นามสกุล.....

พฤติกรรม	ผลการประเมิน		หมายเหตุ
ความสนใจ	<input type="checkbox"/> ผ่าน	<input type="checkbox"/> ไม่ผ่าน	
การแสดงความคิดเห็น	<input type="checkbox"/> ผ่าน	<input type="checkbox"/> ไม่ผ่าน	
การตอบคำถาม	<input type="checkbox"/> ผ่าน	<input type="checkbox"/> ไม่ผ่าน	
การร่วมกิจกรรมที่มอบหมาย	<input type="checkbox"/> ผ่าน	<input type="checkbox"/> ไม่ผ่าน	
สรุป	<input type="checkbox"/> ผ่าน	<input type="checkbox"/> ไม่ผ่าน	

เกณฑ์การประเมิน คือ ผ่านครบทุกข้อจึงผ่าน



แบบประเมินศักยภาพ การเป็นผู้นำ และผู้ประกอบการในการพัฒนาทีม



การประเมินความรู้สังเกตจากการตอบคำถาม

1. ผู้นำ และผู้บริหารมีความแตกต่างกันอย่างไร
2. ท่านคิดว่าผู้นำ ควรมีลักษณะอย่างไร

การประเมินทักษะสังเกตจากการแสดงพฤติกรรม

สถานการณ์ที่ 1 : ท่านจะดำเนินการอย่างไรในการจัดการการทำงาน เมื่อผู้ปฏิบัติงานมีปัญหาส่วนตัว
ไม่ต้องการทำงานร่วมกันในช่วงเวลาเดียวกัน

สถานการณ์ที่ 2 : ท่านได้รับเลือกเป็นผู้จัดการฝ่ายต้อนรับแต่พนักงานของท่านเป็นบุคคลที่ขาดความ
รับผิดชอบ ไม่ขยัน พุดจา น้ำเสียงกระด้าง ท่านจะแก้ปัญหาอย่างไร

การประเมินผลโดยวิทยากร วิธีการประเมินคือการสังเกตพฤติกรรมของผู้เข้ารับการอบรม

เครื่องมือ : แบบสังเกตพฤติกรรมของผู้เข้ารับการอบรม

ชื่อ.....นามสกุล.....

พฤติกรรม	ผลการประเมิน		หมายเหตุ
ความสนใจ	<input type="checkbox"/> ผ่าน	<input type="checkbox"/> ไม่ผ่าน	
การแสดงความคิดเห็น	<input type="checkbox"/> ผ่าน	<input type="checkbox"/> ไม่ผ่าน	
การตอบคำถาม	<input type="checkbox"/> ผ่าน	<input type="checkbox"/> ไม่ผ่าน	
การร่วมกิจกรรมที่มอบหมาย	<input type="checkbox"/> ผ่าน	<input type="checkbox"/> ไม่ผ่าน	
สรุป	<input type="checkbox"/> ผ่าน	<input type="checkbox"/> ไม่ผ่าน	

เกณฑ์การประเมิน คือ ผ่านครบทุกข้อจึงผ่าน



แบบประเมินศักยภาพความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศในธุรกิจโรงแรม

การประเมินความรู้สังเกตจากการตอบคำถาม

หัวข้อการถามความรู้	ผลการประเมิน
การใช้เทคโนโลยีการจัดการห้องพัก	<input type="checkbox"/> ผ่าน <input type="checkbox"/> ไม่ผ่าน
การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศการจัดการ	<input type="checkbox"/> ผ่าน <input type="checkbox"/> ไม่ผ่าน
การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศการจอง	<input type="checkbox"/> ผ่าน <input type="checkbox"/> ไม่ผ่าน
การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศการส่งเสริมการตลาด	<input type="checkbox"/> ผ่าน <input type="checkbox"/> ไม่ผ่าน

การประเมินทักษะสังเกตจากการแสดงพฤติกรรม

แบบฝึกทักษะการประชาสัมพันธ์ออนไลน์	ผลการประเมิน
การถ่ายรูปดิจิทัล	<input type="checkbox"/> ผ่าน <input type="checkbox"/> ไม่ผ่าน
การเขียนเนื้อหาบนสื่อ	<input type="checkbox"/> ผ่าน <input type="checkbox"/> ไม่ผ่าน
การใช้สื่อดิจิทัล	<input type="checkbox"/> ผ่าน <input type="checkbox"/> ไม่ผ่าน

การประเมินผลโดยวิทยากร วิธีการประเมินคือการสังเกตพฤติกรรมของผู้เข้ารับการอบรม

เครื่องมือ : แบบสังเกตพฤติกรรมของผู้เข้ารับการอบรม

พฤติกรรม	ผลการประเมิน	หมายเหตุ
ความสนใจ	<input type="checkbox"/> ผ่าน <input type="checkbox"/> ไม่ผ่าน	
การแสดงความคิดเห็น	<input type="checkbox"/> ผ่าน <input type="checkbox"/> ไม่ผ่าน	
การตอบคำถาม	<input type="checkbox"/> ผ่าน <input type="checkbox"/> ไม่ผ่าน	
การร่วมกิจกรรมที่มอบหมาย	<input type="checkbox"/> ผ่าน <input type="checkbox"/> ไม่ผ่าน	
สรุป	<input type="checkbox"/> ผ่าน <input type="checkbox"/> ไม่ผ่าน	

เกณฑ์การประเมิน คือ ผ่านครบทุกข้อจึงผ่าน



การประเมินผลความรู้ด้านภาษาอังกฤษในธุรกิจโรงแรม

การประเมินความรู้จากการสังเกต

หัวข้อความรู้	ผลการประเมิน
ประโยชน์สนทนาการจองห้องพัก	<input type="checkbox"/> ผ่าน <input type="checkbox"/> ไม่ผ่าน
คำศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับการจองห้องพัก	<input type="checkbox"/> ผ่าน <input type="checkbox"/> ไม่ผ่าน
ประโยชน์สนทนาการสอบถามราคาค่าบริการ	<input type="checkbox"/> ผ่าน <input type="checkbox"/> ไม่ผ่าน
คำศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับการสอบถามราคาค่าบริการ	<input type="checkbox"/> ผ่าน <input type="checkbox"/> ไม่ผ่าน

การประเมินทักษะสังเกตจากการแสดงพฤติกรรม

สถานการณ์จำลอง (เอกสารแนบ)	ผลการประเมิน
1	<input type="checkbox"/> ผ่าน <input type="checkbox"/> ไม่ผ่าน
2	<input type="checkbox"/> ผ่าน <input type="checkbox"/> ไม่ผ่าน
3	<input type="checkbox"/> ผ่าน <input type="checkbox"/> ไม่ผ่าน
4	<input type="checkbox"/> ผ่าน <input type="checkbox"/> ไม่ผ่าน
5	<input type="checkbox"/> ผ่าน <input type="checkbox"/> ไม่ผ่าน

การประเมินผลโดยวิทยากร วิธีการประเมินคือการสังเกตพฤติกรรมของผู้เข้ารับการอบรม

เครื่องมือ : แบบสังเกตพฤติกรรมของผู้เข้ารับการอบรม

ชื่อ.....นามสกุล.....

พฤติกรรม	ผลการประเมิน	หมายเหตุ
ความสนใจ	<input type="checkbox"/> ผ่าน <input type="checkbox"/> ไม่ผ่าน	
การแสดงความคิดเห็น	<input type="checkbox"/> ผ่าน <input type="checkbox"/> ไม่ผ่าน	
การตอบคำถาม	<input type="checkbox"/> ผ่าน <input type="checkbox"/> ไม่ผ่าน	
การร่วมกิจกรรมที่มอบหมาย	<input type="checkbox"/> ผ่าน <input type="checkbox"/> ไม่ผ่าน	
สรุป	<input type="checkbox"/> ผ่าน <input type="checkbox"/> ไม่ผ่าน	

เกณฑ์การประเมิน คือ ผ่านครบทุกข้อจึงผ่าน

ภาคผนวก 2

เอกสารประกอบการฝึกอบรม





มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
Sukhothai Thammathirat Open University

การสื่อสารและประสานงานใน ธุรกิจโรงแรม



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุรีย์ เข้มทอง



การสื่อสารและประสานงานในธุรกิจโรงแรม

การสื่อสารและประสานงานเป็นกระบวนการหนึ่งในการบริหารงาน ในการปฏิบัติงาน ไม่ว่าจะป็นหน่วยงานธุรกิจหรือรัฐก็ตาม มักจะได้กำหนดระเบียบในการปฏิบัติงานไว้ให้มีการสื่อสารและประสานงานกันเสมอ ความสำเร็จของการสื่อสารและประสานงานขึ้นอยู่กับบทบาทและความสามารถของหัวหน้างานเป็นอย่างมาก เพราะภาระหน้าที่ที่สำคัญยิ่งประการหนึ่งของหัวหน้า ก็คือการใช้ภาวะผู้นำในการบริหาร เพื่อให้งานแต่ละส่วนมีความสอดคล้องกันอย่างมีประสิทธิภาพ

การสื่อสารและประสานงานยังหมายถึง การปฏิบัติงานอย่างร่วมมือร่วมใจกันของบุคลากรภายในองค์กร โดยรวบรวมความสามารถในการทำงานแต่ละด้านของบุคคลที่มีอยู่มาประสานกันในการดำเนินงาน เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

สำหรับการสื่อสารและประสานงานในมุมมองทางด้านการบริการในธุรกิจโรงแรมนั้น คือกระบวนการของการบริหารงานที่มีคนตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายให้บรรลุวัตถุประสงค์ ตามมาตรฐานการทำงานของโรงแรมในระยะเวลาที่กำหนด เพื่อหลีกเลี่ยงข้อผิดพลาดในระหว่างปฏิบัติหน้าที่ ทั้งนี้ เพื่อนำไปสู่เป้าหมายของการดำเนินธุรกิจโรงแรมอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

ความสำคัญของการสื่อสารและประสานงาน

การที่ลูกค้าผู้มารับบริการจะได้รับความประทับใจ ตลอดจนความพึงพอใจกลับไปหรือไม่ขึ้นอยู่กับบุคลากรผู้ให้บริการในธุรกิจโรงแรมนั้น ได้ให้บริการหรือให้การต้อนรับลูกค้าในขณะที่พักอยู่กับโรงแรมอย่างไรบ้าง โดยพนักงานได้ปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างสมบูรณ์และมีประสิทธิภาพหรือไม่ สิ่งที่มีความสำคัญที่จะทำให้การดำเนินกิจการโรงแรมบรรลุเป้าหมายไปได้นั้น จะต้องได้รับความร่วมมือจากทุกแผนก บุคลากรทุกคนภายในโรงแรมที่จะต้องปฏิบัติหน้าที่ด้วยการสื่อสารและมีการประสานงานกัน โดยมีวัตถุประสงค์ร่วมกันเพื่อความพึงพอใจของลูกค้า และเป้าหมายของโรงแรม

ดังนั้น ความสำคัญของการสื่อสารและประสานงานในธุรกิจโรงแรม จึงจัดแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่มหลัก ๆ คือ 1) ความมาสำคัญของการสื่อสารและประสานงานที่มีผลต่อองค์กร 2) ความสำคัญของการสื่อสารและประสานงานที่มีผลต่อพนักงาน และ 3) ความสำคัญของการสื่อสารและประสานงานที่มีผลต่อแขกผู้มารับบริการ ดังนี้



1) ความสำคัญของการสื่อสารและประสานงานที่มีผลต่อองค์กร

1.1) ช่วยเพิ่มรายได้ให้กับองค์กร โดยปกติรายได้หลักของธุรกิจโรงแรม จะมาจากการห้องพัก และงานบริการในส่วนอาหารและเครื่องดื่ม โดยงานทั้งสองส่วนมีผลต่อรายได้ของทางโรงแรมโดยตรง

ดังนั้นหากลูกค้าผู้มารับบริการได้รับความสะดวกสบาย ได้รับการบริการที่ดี ย่อมจะกลับมาใช้บริการอีกในอนาคตเมื่อมีโอกาสทำให้โรงแรมมีรายได้มากยิ่งขึ้น

ตัวอย่าง การสื่อสารและประสานงานภายในระหว่างแผนกต้อนรับและแผนกแม่บ้าน

ก่อนการเข้าพักเพียงหนึ่งชั่วโมง มิสเตอร์จอห์นได้โทรศัพท์แจ้งกับทางแผนกต้อนรับว่า ช่วยดำเนินการในเรื่องต่อไปนี้เป็นคือ จัดเตรียมเค้กวันเกิดสำหรับภรรยา และจัดช่อดอกกุหลาบสีแดงจำนวน 3 ดอก โดยทั้งนี้หากมีค่าใช้จ่ายใด ๆ ให้คิดกับทางลูกค้าภายหลัง จากนั้นแผนกต้อนรับก็ได้ประสานงานไปยังแผนกแม่บ้าน เพื่อจัดเตรียมรายการดังกล่าวก่อนที่ลูกค้าทั้งสองจะเข้าพัก โดยแผนกต้อนรับได้แจ้งรายละเอียดนี้กับทางหัวหน้าแผนกได้รับทราบด้วย หลังจากที่ลูกค้า (มิสเตอร์พอลและภรรยา) ได้เข้าพักได้รับเค้กวันเกิดและจัดช่อดอกกุหลาบสีแดงทั้งสองรายการที่ได้แจ้งไว้ถูกจัดเตรียมไว้ล่วงหน้า ซึ่งได้สร้างความประทับใจให้กับลูกค้า (มิสเตอร์พอลและภรรยา) เป็นอันมาก ทั้งนี้ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นก็ได้รับอนุมัติจากทางหัวหน้าว่าจัดให้อภินันทนาการจากทางโรงแรมด้วย ก็ยิ่งสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าขึ้นไปอีก

จากกรณีนี้จะเห็นว่า การสื่อสารและประสานงานที่ดีตั้งแต่แผนกต้อนรับได้รับเรื่องจากลูกค้า และส่งข้อมูลไปยังแผนกแม่บ้านและหัวหน้าได้ดำเนินการนั้น เป็นเหตุการณ์ที่ส่งเสริมความภักดีของลูกค้าทำให้ลูกค้ากลับมาพักอีกในอนาคต และอาจจะแนะนำคนที่รู้จักมาพักเช่นกันซึ่งจะส่งผลถึงรายได้ที่ดีของโรงแรมต่อไป

ตัวอย่าง การสื่อสารและประสานงานภายในของแผนกจัดเลี้ยง

การให้บริการกับลูกค้าในส่วนบริการอาหารและเครื่องดื่มก็เช่นเดียวกัน หากพนักงานในแต่ละส่วนงานมีการสื่อสารและประสานงานกันเป็นอย่างดีเพื่อบริการแก่ลูกค้าย่อมทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีก เช่น การจัดเลี้ยงพิธีมงคลสมรสหนึ่งงาน จะมีผู้เข้าร่วมงานเป็นจำนวนมาก หากงานโดยภาพรวมออกมาดีย่อมส่งผลถึงภาพลักษณ์ของโรงแรมในทางที่ดีเช่นกัน เริ่มตั้งแต่ฝ่ายขายพาชมสถานที่และรับคำสั่งจากลูกค้าว่าต้องการสิ่งใดบ้าง จากนั้นก็นำรายละเอียดทั้งหมดสื่อสารและประสานกับหัวหน้าฝ่ายจัดเลี้ยงดูแลส่วนงานอาหารและเครื่องดื่ม พ่อครัว พนักงานบริการ ตลอดจนฝ่ายช่างที่ดูแลสถานที่ แสง สี เสียง เพื่อให้งานออกมาไม่มีข้อบกพร่องและเป็นที่น่าประทับใจแก่ทั้งผู้จัดงานและผู้ร่วมงานเป็นต้น

1.2) ลดค่าใช้จ่ายในการบริหารและการดำเนินการ การสื่อสารและประสานงานที่ดีย่อมลดข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้น หรือลดความเสียหายที่จะเกิดขึ้นแก่องค์กร เมื่อข้อผิดพลาดน้อยลงย่อมทำให้เกิดปัญหาความสูญเสียทรัพยากรขององค์กรลดลง



ตัวอย่าง การสื่อสารและประสานงานระหว่างพนักงานที่รับคำสั่งจากลูกค้าไปยังห้องครัว

พนักงานห้องอาหารได้รับคำสั่งจากลูกค้าว่าต้องการสั่งอาหารและเครื่องดื่มเป็นตั้มยำกุ้งน้ำใส พร้อมกับข้าวผัดไข่ 1 จาน และน้ำส้มคั้นสด 1 แก้ว โดยพนักงานก็ได้ทบทวนคำสั่งจากนั้นก็ได้แจ้งรายการไปยังห้องครัวเพื่อทำอาหารที่ลูกค้าสั่งเอาไว้ ซึ่งก่อนหน้านี้ลูกค้ารายนี้ได้เคยต่อว่ามาแล้วหนึ่งครั้งว่า อาหารที่เคยสั่งไปทางห้องอาหารทำมาผิดคือทำตั้มยำกุ้งน้ำใสเป็นแบบน้ำข้นมาให้ ทางห้องอาหารได้จัดทำอาหารให้ใหม่และทางกับตันห้องอาหารได้ไปขอโทษลูกค้าด้วยตัวเอง จากเหตุการณ์ดังกล่าวข้างต้นจะเห็นว่า

หากการสื่อสารและประสานงานระหว่างพนักงานที่รับคำสั่งจากลูกค้าไปยังห้องครัว และได้มีการทบทวนรายการอย่างชัดเจนก็ย่อมทำให้ทางห้องอาหารไม่ต้องเสียเวลาในการทำอาหารใหม่ และไม่ต้องเสียเวลาในการแก้ปัญหาเกี่ยวกับลูกค้าอีกด้วย

1.3) ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร การสื่อสารและประสานงานที่ดีเป็นการแสดงถึงความกระตือรือร้นในความรับผิดชอบร่วมกันที่จะให้การบริการออกมาประทับใจ

ตัวอย่างการสื่อสารและประสานงานระหว่างแผนก

เลขานุการของลูกค้าที่เคยมารับบริการได้แจ้งมายังพนักงานแผนกต้อนรับว่า ไม่แน่ใจทางเจ้านายได้ลืมนายสำหรับเสียบเครื่องคอมพิวเตอร์วางตัก (Lap Top) ไว้ที่ทางโรงแรมหรือไม่ จากนั้นทางพนักงานแผนกต้อนรับก็ได้สื่อสารและประสานงานไปยังแผนกแม่บ้านให้ตรวจสอบเรื่องดังกล่าว โดยได้ผลอย่างไรแผนกต้อนรับจะแจ้งให้ทางเลขานุการของลูกค้าทราบอีกครั้ง ซึ่งจากการตรวจสอบพบว่าสายสำหรับเสียบเครื่องคอมพิวเตอร์นั้นลูกค้าได้ลืมนำไว้บริเวณโต๊ะข้างสระว่ายน้ำ โดยเจ้าหน้าที่ทางสระว่ายน้ำได้พบเมื่อสัปดาห์ที่แล้วและส่งมอบให้กับทางแผนกแม่บ้าน จากรายละเอียดข้างต้นทางพนักงานแผนกต้อนรับได้ติดต่อไปยังเลขานุการของลูกค้า พร้อมส่งมอบสายดังกล่าวส่งทางพัสดุโดยไม่คิดมูลค่าใด ๆ กับทางลูกค้า

กรณีนี้จะเห็นได้ว่าการสื่อสารและประสานงานตั้งแต่บุคคลที่พบเห็น แผนกที่เก็บรักษาของตลอดจนพนักงานที่รับเรื่องจะต้องมีการสื่อสารและประสานงานกันเพื่อส่งมอบของดังกล่าวคืนให้กับลูกค้า การที่ลูกค้าได้ของคืนจะมีความรู้สึกประทับใจในการให้บริการที่ทุกคนกระตือรือร้นติดตามให้ เป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร

2) ความสำคัญของการสื่อสารและประสานงานที่มีผลต่อลูกค้าผู้มารับบริการ

2.1) ลูกค้าเกิดความประทับใจในการบริการ การบริการในบางครั้งจะสำเร็จได้ก็ต้องอาศัยความร่วมมือจากพนักงานหลายส่วนงานเพื่อให้บริการที่ดีที่สุด ตัวอย่างเช่น ลูกค้าได้ส่งผ้าซักรับกับทางแผนกแม่บ้านโดยที่ลูกค้าไม่ทราบมาก่อนเลยว่าได้ลืมนบัตร 100 เหรียญสหรัฐ จำนวน 5 ใบไว้ในกระเป๋ากางเกงโดยที่ทางห้องซักรีดได้ตรวจพบ และได้แจ้งกับแผนกแม่บ้านถึงเรื่องดังกล่าว ซึ่งแผนกแม่บ้านก็ได้ทำการบันทึกเอาไว้ในสมุดบันทึก



ประจำวันของทางแผนกแม่บ้าน (Log Book) จากนั้นทางแผนกแม่บ้านได้ขอให้ทางแผนกต้อนรับประสานงานโดยการเขียนจดหมายให้กับลูกค้าได้รับทราบ โดยที่ทางแผนกแม่บ้านจะได้นำส่งเงินดังกล่าวที่ลูกค้าได้ลืมไว้ต่อไป

2.2) *ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการบริการ* การบริการนอกจากความถูกต้องในการให้บริการแล้วเวลาก็เป็นสิ่งที่สำคัญหากสามารถสื่อสารและประสานงานและบริการให้กับลูกค้าได้อย่างรวดเร็วก็เป็นสิ่งที่ดี เช่น ลูกค้าโทรศัพท์มาสั่งอาหาร กับทางพนักงานโดยแจ้งว่าขอให้ส่งอาหารตามรายการที่ได้สั่งให้เร็วที่สุด จากนั้นทางพนักงานก็ได้ประสานและแจ้งไปยังหัวหน้าและห้องครัวว่า ขอให้รับทำรายการนี้เป็นกรณีพิเศษ จากนั้นก็ได้นำไปเสิร์ฟยังห้องพักภายใน 15 นาที ซึ่งก็ทำให้ลูกค้าพึงพอใจในการบริการนี้ เป็นต้น

2.3) *ลดข้อร้องเรียนในการมารับบริการ* การประสานงานที่ดีระหว่างผู้ปฏิบัติงานช่วยให้การทำงานผ่านไปได้อย่างดีไม่เกิดข้อผิดพลาด ซึ่งเป็นผลทำให้การร้องเรียนตำหนิ (Complaint) ของลูกค้าลดน้อยลง เช่น ก่อนที่ลูกค้าจะเข้าพัก (Check in) ห้องพักจะถูกตรวจสอบเรื่องการทำความสะดวก การจัดวางของใช้และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ภายในห้องพักสำหรับลูกค้าให้เป็นที่ยอมรับโดยแผนกแม่บ้าน ส่วนงานระบบต่าง ๆ เช่น ระบบไฟฟ้า ระบบเครื่องปรับอากาศ ระบบน้ำร้อนน้ำเย็นภายในห้องน้ำจะถูกตรวจสอบ และทำให้เรียบร้อยพร้อมใช้งานโดยแผนกช่างซ่อมบำรุง การประสานงานในการตรวจสอบห้องพักนั้น หากแผนกที่รับผิดชอบได้ตรวจสอบอย่างละเอียดทุกอย่างแล้ว ก็ย่อมทำให้ไม่เกิดการร้องเรียน ซึ่งก็ช่วยทำให้การร้องเรียนต่าง ๆ ภายในโรงแรมโดยภาพรวมลดน้อยลง

3 ความสำคัญของการสื่อสารและประสานงานที่มีผลต่อพนักงานผู้ให้บริการ

3.1 *ช่วยลดความขัดแย้งภายในองค์กร* การสื่อสารและประสานงานที่ดีของพนักงานภายในโรงแรมโดยเฉพาะอย่างยิ่งพนักงานที่ต้องทำงานเป็นกะ ปัญหาของลูกค้าอาจถูกแก้ไขในกะอื่น ดังนั้นถ้าการสื่อสารและประสานงานระหว่างกะเป็นไปด้วยความราบรื่น มีการส่งต่อกันและสื่อสารชัดเจนจะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และถ้าหากพนักงานขาดการสื่อสารและประสานงานที่ดี ปัญหาไม่ได้ถูกส่งต่อและไม่ได้รับการแก้ไขอาจทำให้ลูกค้าไม่พอใจ นอกจากนี้หัวหน้างานอาจจะต้องมีการตรวจสอบว่าพนักงานคนใด รอบการทำงานช่วงเวลาใดทำให้เกิดความผิดพลาด ซึ่งจะยิ่งทำให้พนักงานเกิดความรู้สึกไม่ดีและขัดแย้งกันได้

ดังนั้นหากมีการสื่อสารและประสานงานที่ดี ความขัดแย้งก็จะไม่เกิดขึ้น และเป็นแนวทางในการช่วยลดความขัดแย้งภายในองค์กรด้วย

3.2 *ช่วยสร้างบรรยากาศและสร้างความสามัคคีในการทำงาน* ในการจัดงานหรือกิจกรรมภายในโรงแรมที่มีความซับซ้อน และเป็นงานที่มีผู้เข้าร่วมงานเป็นจำนวนมาก ๆ ต้องอาศัยบุคลากรจากหลายหน่วยงาน เพื่อสื่อสารและประสานและร่วมสร้างบรรยากาศความประทับใจแก่ผู้ที่เข้ามาร่วมงาน หากลูกค้าที่มาใช้บริการมีความพึงพอใจและกล่าวขอบคุณหลังจากที่ได้รับบริการไปแล้วนั้น ย่อมช่วยสร้างบรรยากาศที่ดีให้กับการทำงานภายในแผนกหรือระหว่างแผนกไปด้วย เนื่องจากพนักงานผู้ปฏิบัติหน้าที่ต่าง ๆ นั้น จะมีความรู้สึก



ลูกค้ายอมรับและรับรู้ความตั้งใจของพนักงาน มีผลต่อการสร้างบรรยากาศที่ดีในองค์กรและไม่เกิดความเครียดในการทำงาน

ตัวอย่าง การจัดงานลอยกระทงประจำปีของโรงแรมนอกจากจะต้องใช้บุคลากรจากภายนอกแล้วนั้น พนักงานจากแผนกต่าง ๆ ก็มีความสำคัญมากเช่นกัน โดยทุกแผนกต้องสื่อสารและประสานงานและให้ความร่วมมือกันเป็นอย่างดีกล่าวคือ การลงทะเบียนต้อนรับแขกผู้มาร่วมงานเป็นหน้าที่ของแผนกต้อนรับ ระบบแสง สี เสียง เป็นความรับผิดชอบของฝ่ายช่างซ่อมบำรุงและงานระบบ การตกแต่งดอกไม้และความสะอาดภายในบริเวณพื้นที่ส่วนจัดงานเป็นความรับผิดชอบของแผนกแม่บ้าน

ดังนั้นหากทุกฝ่ายเข้าใจวัตถุประสงค์ของการจัดงานเพื่อให้ลูกค้าหรือแขกที่เข้าร่วมงานได้รับประสบการณ์ที่ประทับใจกลับไป ก็จะเป็นแรงผลักดันให้พนักงานทุกส่วนเกิดความสามัคคีช่วยเหลือซึ่งกันและกันช่วยกันดูแลว่าส่วนใดบ้างที่ยังไม่สมบูรณ์และช่วยกันทำให้เรียบร้อย

3.3 ช่วยสร้างให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อการทำงานบริการ สมุดลงบันทึกเหตุการณ์ประจำวัน (Log Book) เป็นตัวอย่างที่ดีของประสานงานที่ดีในแผนกต่าง ๆ ภายในโรงแรม ไม่ว่าจะมีความเรื่องอะไรเกิดขึ้นอย่างไร ในเวลาใด จะต้องลงรายละเอียดให้ครบถ้วนสมบูรณ์ เพื่อให้ผู้มาทำงานต่อสามารถทำงานได้อย่างต่อเนื่องมีความราบรื่น ลูกค้าได้รับการบริการครบถ้วน ต่อเนื่อง และมีมาตรฐานเดียวกัน จะเกิดความประทับใจทำให้ผู้ปฏิบัติงานมีความมั่นใจในการทำงาน เกิดทัศนคติที่ดีในการทำงาน

จากรายละเอียดข้างต้นจะพบว่าความสำคัญของการสื่อสารและประสานงานนั้น จัดได้ว่าเป็นหัวใจของการบริการอย่างหนึ่งที่มีความสำคัญมาก นอกเหนือจากสถานที่ที่มีความหรูหราสวยงาม ห้องพักที่สะอาดพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน มีบรรยากาศที่ดี ทำเลที่เหมาะสมแล้วนั้น หากบุคลากรภายในองค์กรขาดซึ่งการประสานงานที่ดีนั้น ย่อมส่งผลกระทบต่อลูกค้าผู้มารับบริการ ซึ่งถ้าลูกค้าผู้มารับบริการไม่พึงพอใจแล้วนั้น ก็ย่อมส่งผลกระทบต่อองค์กรและเมื่อองค์กรได้รับผลกระทบก็ย่อมปฏิเสธไม่ได้ว่าในที่สุดผลกระทบนั้นก็จะมีผลต่อบุคลากรผู้ให้บริการในที่สุด

โดยสรุปแม้โรงแรมจะมีการจัดเตรียมสถานที่ที่ดีไว้อาจไม่มีความหมายหรือความสำคัญ หากบุคลากรผู้ให้บริการขาดซึ่งการสื่อสารและการประสานงานที่ดี ดังนั้นการสื่อสารและประสานงานจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำเนินธุรกิจโรงแรม



รูปแบบของการสื่อสารและประสานงาน

การสื่อสารและประสานงานภายในธุรกิจโรงแรมจะต้องใช้หลักของการประสานงานในหลายรูปแบบผสมผสานกัน เพื่อให้เกิดความยืดหยุ่นในการบริหารงาน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ที่เปลี่ยนไปในแต่ละช่วงเวลา โดยตัวอย่างการประสานงานในรูปแบบต่าง ๆ มีดังนี้

1.1 การสื่อสารและประสานงานภายในแผนก โดยส่วนมากพนักงานที่ปฏิบัติหน้าที่ภายในโรงแรมนั้น จะเข้าปฏิบัติหน้าที่เป็นกะ หรือ เป็นรอบการทำงาน เช่น พนักงานแผนกต้อนรับ มีรอบการทำงานปกติที่เป็นมาตรฐานอยู่ 3 รอบต่อ 1 วัน คือ

รอบเช้าเข้าทำงานระหว่างเวลา 06.00 นาฬิกา ถึง 15.00 นาฬิกา

รอบกลางวันเข้าทำงานระหว่างเวลา 14.00 นาฬิกา ถึง 23.00 นาฬิกา

รอบกลางคืนเข้าทำงานระหว่างเวลา 22.00 นาฬิกา ถึง 07.00 นาฬิกา

ส่วนรอบเวลาการทำงานพิเศษสำหรับ Supervisor จะปฏิบัติหน้าที่ระหว่างสองรอบการทำงานของพนักงานในแผนกต้อนรับ คือเวลา 08.30 นาฬิกา ถึง 17.30 นาฬิกา หรือบางครั้งอาจเป็นช่วงเวลาระหว่าง 10.00 นาฬิกา ถึง 19.00 นาฬิกาซึ่งการจัดตารางรอบการทำงานในส่วนของ Supervisor นั้น แต่ละโรงแรมอาจจะแตกต่างกันบ้างก็ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมในการบริหารงานของโรงแรมแต่ละแห่ง

การสื่อสารและประสานงานภายในแผนก พนักงานผู้ให้บริการจะต้องทำงานประสานกันระหว่างเพื่อนร่วมงานด้วยกันเองในแผนก โดยที่แต่ละวันจะมีเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นมากมายที่ทางแผนกต้อนรับจะต้องให้บริการ ให้การแก้ไขปัญหาและให้การประสานตลอด และมีส่วนร่วมับเหตุการณ์ต่าง ๆ

ตัวอย่าง ลูกค้านักท่องเที่ยวต้องการขอความช่วยเหลือให้ติดต่อสถานทูตในวันรุ่งขึ้นเนื่องจากสถานทูตจะเปิดทำการเพื่อจะสอบถามเรื่อง การทำพาสปอร์ตเล่มใหม่เพราะได้ทำหายไปในช่วงการท่องเที่ยว ลูกค้านักท่องเที่ยวได้แจ้งข้อมูลไว้กับทางพนักงานต้อนรับรอบกลางคืน ทางพนักงานแผนกต้อนรับจะต้องสื่อสารและประสานงานโดยการส่งผ่านข้อมูลจากรอบกลางคืนมาให้พนักงานต้อนรับที่จะเข้าทำงานในรอบเช้าให้ดำเนินการต่อไป โดยการลงสมุดบันทึกเหตุการณ์ประจำวัน (Log Book) (ดูรายละเอียดการลงบันทึกเหตุการณ์ประจำวันจากภาพที่ 1) หรือในกรณีที่ต้องติดต่อประสานงานไปยังแผนกอื่น ๆ พนักงานต้อนรับก็ต้องบันทึกในลักษณะเดียวกัน



วันที่	เวลา	รายละเอียด	หมายเหตุ
บันทึกวันที่ลูกค้าแจ้ง	บันทึกเวลาที่ได้รับเรื่อง	1. บันทึกหมายเลขห้องพัก 2. ชื่อและนามสกุลลูกค้า 3. รายละเอียดเรื่องที่ได้รับแจ้ง เช่น ข้อร้องเรียนต่างๆ 4. ผู้รับเรื่องร้องเรียน	✓ รายละเอียดการประสานงานกับแผนกต่าง ๆ ✓ ผลจากการประสานงาน ✓ ผู้ประสานงาน

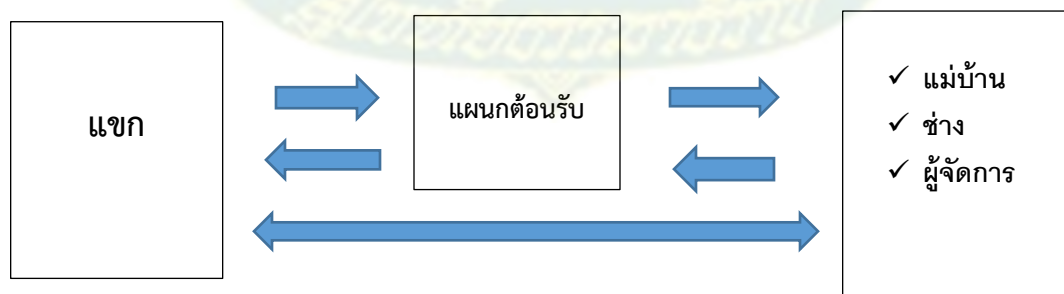
ภาพที่ 1 ตัวอย่างบันทึกกรายงานประจำวัน แผนกต้อนรับ

1.2 การสื่อสารและประสานงานระหว่างแผนก คือ การปฏิบัติหน้าที่ที่จะต้องสื่อสารและประสานงานต่างแผนกเพื่อให้บรรลุเป้าหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง ในระยะเวลาที่กำหนด

ตัวอย่าง ลูกค้าได้โทรศัพท์ลงมาแจ้งกับทางพนักงานแผนกต้อนรับว่าน้ำในห้องอาบน้ำไม่ร้อน รวมถึงห้องนอนมีกลิ่นอับ ทางแผนกต้อนรับจะต้องประสานข้อมูลไปอีก 2 แผนกคือ แผนกช่างซ่อมบำรุงซึ่งจะต้องดูแล ตรวจสอบและแก้ไขปัญหากรณีน้ำในห้องอาบน้ำไม่ร้อน และแผนกแม่บ้านคือกรณีที่ลูกค้าแจ้งว่าห้องนอนมีกลิ่นอับ โดยที่ทุกครั้งที่ลูกค้าได้แจ้งงานซ่อมใดๆ หรือปัญหาใด ๆ ทางแผนกต้อนรับจะต้องลงบันทึกในสมุดบันทึกเหตุการณ์ประจำวัน (Log Book) ว่าเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นท้ายที่สุดแล้วได้รับการแก้ไขหรือไม่อย่างไร ทางแผนกช่างซ่อมบำรุงจะต้องแจ้งมายังแผนกต้อนรับว่าได้ดำเนินการแก้ไข เรื่องน้ำในห้องน้ำไม่ร้อนเสร็จเรียบร้อยหรือไม่

ถ้าแก้ไขเสร็จเรียบร้อยแล้วก็จะไม่มีปัญหาใด ๆ กับลูกค้า ยกเว้นกรณีที่ไม่สามารถดำเนินการแก้ไขให้แล้วเสร็จ จะต้องมีการอธิบายหรือเหตุผลที่จะต้องแจ้งให้กับลูกค้าทราบ และทางโรงแรมจะแก้ไขปัญหาอย่างไรต่อไป ซึ่งพอถึงขั้นตอนนี้ จะต้องมีส่วนงานที่ 3 เข้ามาแก้ไขคือผู้จัดการปฏิบัติการ (Duty Manager) ดังภาพที่ 2

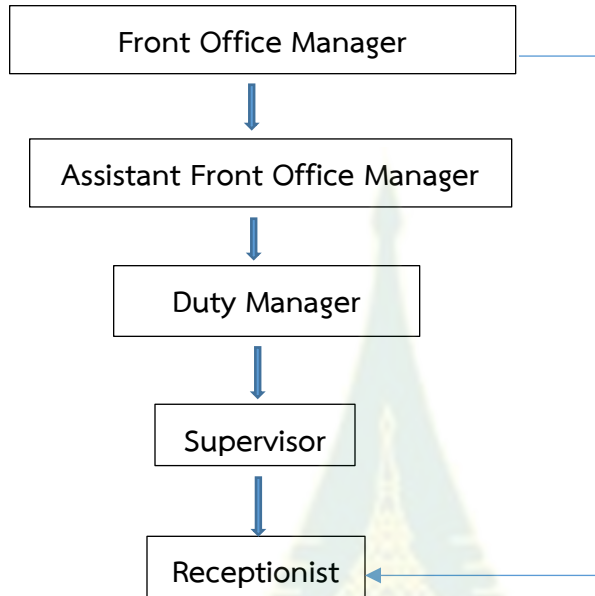
ดังนั้นการแก้ไขปัญหาจะสำเร็จได้ต้องมีการสื่อสารและประสานและทำงานร่วมกันอย่างตั้งใจ ลูกค้าจะประเมินความพยายามของการแก้ไขปัญหา และแสดงระดับความประทับใจหากเกินความคาดหวัง



ภาพที่ 2 แสดงการสื่อสารและประสานงานระหว่างแผนก



1.3 การสื่อสารและประสานงานจากผู้บริหารระดับบนลงสู่พนักงานผู้ปฏิบัติระดับล่าง (Vertical Coordination) คือการที่ผู้บังคับบัญชาในสายงานได้กำหนดนโยบายและมีคำสั่งให้พนักงานหรือผู้ใต้บังคับบัญชาในระดับที่ต่ำกว่าจนถึงระดับล่างสุดปฏิบัติตาม ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 แสดงการสื่อสารและประสานงานแบบบนลงล่าง

ตัวอย่าง ผู้จัดการแผนกต้อนรับส่วนหน้า (Front Office Manager) ได้เรียกประชุมพนักงานในแผนกต้อนรับทั้งหมดให้มารับทราบถึงแนวทางการปฏิบัติงานเฉพาะช่วงเทศกาลปีใหม่ ระหว่างวันที่ 30 ธันวาคม ถึงวันที่ 2 มกราคม ดังนี้

- 1) ไม่อนุญาตให้พนักงานต้อนรับทุกคนลาหยุดงาน
- 2) ลูกค้ายกกลับมาพักซ้ำไม่ต้องเรียกเก็บเงินมัดจำ (Deposit)
- 3) ลูกค้าจะได้รับบัตรโดยสารรถไฟฟ้ายุโรปในระหว่างลงทะเบียนเข้าพักโดยนับจากจำนวนเตียงและ

ห้องนอนเป็นหลัก เช่น ห้องพักเดี่ยวรับสิทธิ์บัตรโดยสารรถไฟฟ้ายุโรป 1 ใบ ห้องพักคู่ได้รับสิทธิ์บัตรโดยสารรถไฟฟ้ายุโรป 2 ใบ เป็นต้น

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่าทางผู้บังคับบัญชาได้สั่งการถึงนโยบายใหม่ในช่วงเทศกาลให้ทุกคนในแผนกต้อนรับได้รับทราบและนำไปปฏิบัติทุกคน การสั่งการในลักษณะนี้อาจเรียกว่าเป็นลักษณะ Top Down คือ นโยบายมาจากผู้บังคับบัญชาโดยตรง โดยที่ไม่ได้ขอความเห็นใด ๆ จากผู้ปฏิบัติหน้าที่ และพนักงานทุกคนจะต้องปฏิบัติและดำเนินการตามคำสั่งหรือนโยบายที่ได้รับมอบหมายต่อไป ซึ่งการสั่งการจากผู้บังคับบัญชาถึงผู้ใต้บังคับบัญชานั้น โดยปกติจะสั่งการลงมาตามลำดับชั้น คือ Front Office Manager จะสั่งการไปยัง Assistant



Front Office Manager จากนั้น Assistant Front Office Manager ก็จะสั่งการต่อไป และในกรณีที่มีความจำเป็นและเร่งด่วนทาง Front Office Manager สามารถสั่งการโดยตรงมายังตำแหน่งต่าง ๆ ได้

1.4 การสื่อสารและประสานงานระหว่างผู้บริหารในระดับเดียวกันหรือระหว่างพนักงานผู้ปฏิบัติงานในระดับเดียวกัน (Horizontal Coordination) เป็นการประสานในลักษณะผู้บังคับบัญชากับผู้บังคับบัญชา หรือผู้ใต้บังคับบัญชาประสานงานกับผู้ใต้บังคับบัญชาตนเอง หน้าที่และความรับผิดชอบในแต่ละแผนกภายในโรงแรม โดยปกติทุกแผนกจะมีหัวหน้างานในตำแหน่งผู้จัดการ ดังภาพที่ 4

การสื่อสารและประสานงานในระดับเดียวกันระหว่างผู้จัดการแผนกหนึ่งกับผู้จัดการอีกแผนกหนึ่ง เพื่อขอความร่วมมือในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ตัวอย่าง ผู้จัดการแผนกแม่บ้านอาจจะต้องขอความร่วมมือไปยังผู้จัดการฝ่ายช่างซ่อมบำรุงเพื่อให้เข้ามาดูซ่อมแซมเครื่องปรับอากาศภายในแผนกแม่บ้านเป็นการเร่งด่วนเป็นกรณีพิเศษ เป็นต้น

ส่วนในระดับปฏิบัติการที่อยู่ในระดับเดียวกันอาจจะขอความช่วยเหลือจากต่างแผนกได้เช่นกัน เช่น พนักงานแผนกต้อนรับโทรศัพท์หาพนักงานแผนกแม่บ้านในเรื่องการทำความสะอาดกระเปาะของลูกค้ำที่ได้ขอความช่วยเหลือมาเป็นกรณีพิเศษ เป็นต้น



การสื่อสารและประสานงานกันระหว่างผู้บริหารในระดับเดียวกัน



ภาพที่ 4 การสื่อสารและประสานงานระหว่างพนักงานระดับเดียวกัน

1.5 การสื่อสารและประสานงานระหว่างบุคลากรภายในองค์กรกับบุคคลภายนอก (External Coordination) มีภารกิจและหน้าที่การปฏิบัติงานหลายอย่างที่ต้องอาศัยการสื่อสารเพื่อประสานความร่วมมือจากบุคคลหรือบริษัทภายนอกเพื่อให้การบริการนั้นสมบูรณ์



ตัวอย่าง การให้บริการรถรับ-ส่ง (Limousine Service) โดยปกติบริการนี้ทางโรงแรมจะไม่ได้ลงทุนเอง เนื่องจากต้นทุนเกี่ยวกับตัวรถที่ค่อนข้างสูง รวมถึงด้านบุคลากรคือพนักงานขับรถตลอดจนค่าใช้จ่ายในการดูแลบำรุงซ่อมแซมรถยนต์ ดังนั้น ธุรกิจโรงแรมมักจะใช้บริการนี้จากบริษัทรถหรือบุคคลภายนอกแทน คือหลังจากที่ลูกค้าได้จองบริการรถรับส่งไม่ว่าจองกับพนักงานแผนกต้อนรับหรือแผนกสำรองห้องพัก จากนั้นแผนกต้อนรับจะติดต่อไปยังบริษัทรถยนต์ซึ่งโดยปกติทางโรงแรมจะทำสัญญาไว้แล้วอย่างน้อยสองบริษัท ทั้งนี้เพื่อความคล่องตัวในการบริหารงานและให้บริการกับลูกค้า หลังจากที่มีการยืนยันการจองรถเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ทางพนักงานแผนกต้อนรับจะแจ้งไปยังพนักงานที่ทำหน้าที่ไปรับลูกค้าที่สนามบินมาส่งที่โรงแรม (Airport Representative) เพื่อนำลูกค้ามายังโรงแรมต่อไป

จะเห็นได้ว่ามีขั้นตอนการทำงานต้องอาศัยการสื่อสารด้วยความรอบคอบ และการประสานความร่วมมือกันอย่างใกล้ชิดเพื่อให้แน่ใจว่าลูกค้าจะได้รับบริการอย่างดีที่สุด และไม่เกิดข้อผิดพลาดเพื่อหลีกเลี่ยงการนำมาซึ่งความไม่พึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ

กล่าวโดยสรุปรูปแบบการสื่อสารและประสานงานในธุรกิจโรงแรมนั้น ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารเพื่อประสานงานภายในองค์กรหรือภายนอกองค์กรก็มีทั้งรูปแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการในการประสานงาน การติดต่อสื่อสารกันก็ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมและสถานการณ์ในการประสานงานในช่วงระยะเวลา นั้น ๆ เพื่อให้การประสานงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพต่อการปฏิบัติงานและดำเนินกิจกรรมต่างๆ ให้ลุล่วงไปด้วยดี

แนวทางการแก้ไขปัญหาในการทำงาน

แนวทางการแก้ไขปัญหาในการทำงานนั้น โดยทั่วไปแล้วอาจจะทำได้หลากหลายรูปแบบและหลากหลายวิธีการ ทั้งนี้บุคลากรทุกคนไม่ว่าจะระดับบริหารหรือพนักงานในระดับปฏิบัติการจะต้องร่วมมือกันโดยสามารถสรุปแนวทางการแก้ไขปัญหาในการทำงาน โดยมุ่งเน้นที่การบริหารการจัดการบุคลากร ดังนี้

1. **สร้างบรรยากาศในการทำงานที่ดี** โดยการสร้างความร่วมมือกับบุคลากรในแผนกต่าง ๆ ในการสร้างความร่วมมือเพื่อความเข้าใจซึ่งกันและกันโดยมีบุคคลอยู่สองฝ่ายคือ ผู้ขอความร่วมมือ และผู้ให้ความร่วมมือ ความร่วมมือจะเกิดขึ้นได้เมื่อฝ่ายผู้ให้เต็มใจและยินดีจะให้ความร่วมมือ สาเหตุที่ทำให้ขาดความร่วมมือไม่ช่วยเหลือกัน คือ การขัดผลประโยชน์ ไม่อยากให้คนอื่นได้ดีกว่า สัมพันธภาพไม่ดี วัตถุประสงค์ของทั้งสองฝ่ายไม่ตรงกัน ไม่เห็นด้วยกับวิธีทำงาน ขาดความพร้อมที่จะร่วมมือ หรืองานที่ขอความร่วมมือนั้นเสี่ยงภัยมากเกินไป หรือเพราะความไม่รับผิดชอบต่อผลงานส่วนรวม
2. **การมอบหมายงานต้องชัดเจน** เมื่อองค์กรเติบโตขึ้นเราจำเป็นต้องไว้วางใจให้ใครทำงานแทน เพื่อให้องค์กรสามารถเติบโตได้หรือลดปัญหาคอขวดในองค์กรในบางส่วนงาน บางแผนกงาน ปัญหาที่บางองค์กรมีการมอบหมายงานไม่ดี มักไม่ใช่ไม่ต้องการมอบหมายงาน แต่เกิดจากปัญหาระหว่าง



- ผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชาในขณะนั้น ซึ่งข้ออ้างที่มักพบในการไม่มอบหมายงานคือ ว่างพอที่จะอธิบายหรือฝึกลูกน้อง ลูกน้องไม่มีความสามารถพอ ดังนั้น ทำอย่างไรที่จะไม่ต้องทำทุกอย่างด้วยตัวเอง เพียงแต่กำหนดสิ่งที่ต้องการและควบคุมงานให้ได้อย่างต้องการ เพราะสุดท้ายแล้วการมอบหมายงานทำให้ลูกน้องมีศักยภาพที่สูงขึ้น ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ การมอบหมายงานมีหลายประเภท หากมอบหมายเป็นการถาวร แปลว่าเป็นงานประจำตำแหน่ง มักระบุในใบพรรณนาลักษณะงาน หากเป็นการมอบหมายเป็นโครงการมักระบุในแผนงานโครงการหรือในที่ประชุม ที่เหลือเป็นการมอบหมายโดยหัวหน้า ซึ่งแล้วแต่วัตถุประสงค์การมอบหมายงานนั้น ๆ
3. **การยอมรับในเรื่องความแตกต่างของสมาชิก** ไม่จำเป็นว่าคนที่มอบหมายงานนั้นต้องเป็นคนที่รู้งานนั้นมากที่สุด คนที่เหมาะสมคือคนที่ต้องการจะเรียนรู้งานมากที่สุด คนที่อยากเติบโตไปพร้อมกับองค์กร คนแต่ละคนไม่เหมือนกัน แต่ทุกคนมีความรัก มีจิตใจในการทำงานที่แตกต่างกัน การให้การอบรม การฝึกฝน จำเป็นต้องผ่านการวิเคราะห์งาน ดูปัญหางานต่าง ๆ เพื่อกำหนดได้ว่าในงานนั้น ๆ ควรมียุทธศาสตร์ความรู้ และทักษะอะไรบ้าง
 4. **ให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมาย** โดยให้ใช้ประสบการณ์ที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุดไม่ว่าจะเป็นพนักงานในระดับใดก็ตาม เป็นการเสริมสร้างความร่วมมือเพื่อความเข้าใจซึ่งกันและกัน และมีบุคคลอยู่สองฝ่ายคือ ผู้ขอความร่วมมือ และผู้ให้ความร่วมมือ ความร่วมมือจะเกิดขึ้นได้เมื่อฝ่ายผู้ให้เต็มใจ และยินดีจะให้ความร่วมมือเหตุผลที่ทำให้ขาดความร่วมมือไม่ช่วยเหลือกัน คือ การขัดผลประโยชน์ ไม่อยากให้คนอื่นได้ดีกว่า สัมพันธภาพไม่ดี วัตถุประสงค์ของทั้งสองฝ่ายไม่ตรงกัน ไม่เห็นด้วยกับวิธีทำงาน ขาดความพร้อมที่จะร่วมมือ หรืองานที่ขอความร่วมมือนั้นเสี่ยงภัยมากเกินไป หรือเพราะความไม่รับผิดชอบต่อผลงานส่วนรวม
 5. **กำหนดจำนวนผู้ทำงานให้เหมาะสม** เนื่องจากงานและความรับผิดชอบงานในแต่ละหน้าที่มีความสลับซับซ้อนต่างกัน ดังนั้น หัวหน้างานหรือผู้บังคับบัญชาจะต้องกำหนดจำนวนเจ้าหน้าที่ให้มีความเหมาะสมกับงานเช่นกัน ทั้งนี้เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาในการบริการได้ เช่น งานจัดเลี้ยงต่างๆ หากจำนวนพนักงานประจำไม่เพียงพอ อาจจะต้องทำการจ้างพนักงานชั่วคราวเพื่อมาช่วยปฏิบัติหน้าที่เป็นครั้งคราวไปก็ได้
 6. **พนักงานทุกคนต้องมีวินัยในการทำงานและรักษากฎระเบียบ** พนักงานทุกคนที่ปฏิบัติหน้าที่ภายในโรงแรมจะต้องเคารพกฎกติกาการทำงานอย่างเคร่งครัด โดยเฉพาะหน้าที่ความรับผิดชอบที่ต้องทำงานเป็นกะ เนื่องจากหากไม่มาปฏิบัติหน้าที่ตรงตามเวลาที่ได้รับแจ้งไว้ล่วงหน้าแล้ว จะทำให้การทำงานในภาพรวมเกิดความเสียหายได้ โดยเฉพาะพนักงานที่ทำงานก่อนกะหน้านั้นจะต้องอยู่ทำงานต่อเกินเวลาจนกว่าจะมีพนักงานในรอบถัดไปมารับกะการทำงานต่อ เป็นต้น



- กำหนดขั้นตอนการปฏิบัติงานและวิธีการปฏิบัติกิจกรรมต่าง ๆ จะต้องระบุถึงขั้นตอนการปฏิบัติงานว่าควรเป็นอย่างไร มีการประสานงานอย่างไร เพื่อไม่ให้เกิดข้อผิดพลาดในการทำงานและหลีกเลี่ยงการทำงานที่ซ้ำซ้อน ทั้งนี้ หัวหน้างานอาจจะต้องทำการซักซ้อมความเข้าใจกับผู้ปฏิบัติงานอีกครั้งว่ามีความเข้าใจมากน้อยเพียงใด ตลอดจนตอบข้อซักถามเพื่อให้การประสานงานออกมามีประสิทธิภาพดีที่สุด เช่น ทำที่ไหน อย่างไร เพื่ออะไร เวลาใด โดยใคร ทำความเข้าใจภาพรวมของการทำงานทั้งหมด ระบุรายละเอียดให้ชัดเจนเกี่ยวกับสถานที่การทำงานว่า อยู่บริเวณใด ขอบเขตการให้บริการว่า ทำอะไรบ้างในช่วงเวลาใด สิ่งที่สำคัญที่สุดในการทำงานแต่ละงานนั้น จะต้องระบุบุคคลที่รับผิดชอบและกำหนดบทบาทและหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติให้ชัดเจน
- กำหนดทรัพยากรที่ต้องใช้ ระบุอุปกรณ์ เครื่องมือ หรือสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่พนักงานจะต้องใช้ในการปฏิบัติหน้าที่ว่ามีอะไรบ้าง ปริมาณมากน้อยเพียงไร ทั้งนี้ให้เหมาะสมกับจำนวนพนักงาน ปริมาณงานที่ต้องรับผิดชอบในการให้บริการโดยคำนึงถึงต้นทุนที่ต่ำสุด และก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อทั้งลูกค้าที่มาใช้บริการและต่อองค์กรเช่นกัน

โดยสรุปแล้วแนวทางในการแก้ไขปัญหาในการปฏิบัติงานนั้นหัวใจที่สำคัญที่สุดก็คือ การบริหารคน ซึ่งบุคลากรจะต้องมีความเข้าใจในหน้าที่ และความรับผิดชอบของตนเองว่ามีบทบาทอย่างไร ตลอดจนการมีทัศนคติที่ดีต่อการทำงานและเพื่อนร่วมงาน ประกอบกับการมีระบบการทำงานที่ดี มีอุปกรณ์ต่าง ๆ เพื่อการปฏิบัติงานที่สอดคล้องกับงานที่รับผิดชอบ ซึ่งองค์ประกอบต่าง ๆ ล้วนแต่จะช่วยให้การทำงานนั้นเกิดประสิทธิภาพและเป็นการแก้ไขปัญหาในการปฏิบัติหน้าที่ของบุคลากรภายในโรงแรมอีกด้วย

อย่างไรก็ตามโดยภาพรวมบุคลากรในธุรกิจโรงแรมจะต้องมี “ใจบริการ” หรือคำในภาษาอังกฤษที่ว่า “Service Mind” เป็นพื้นฐานในการทำงาน โดยคำว่า “Service Mind” มีความหมายที่แยกเป็นตัวอักษรแต่ละคำดังนี้

S = Smile แปลว่า ยิ้มแย้ม คือ พนักงานทุกคนที่ปฏิบัติหน้าที่ภายในโรงแรมจะต้องให้การต้อนรับให้บริการกับลูกค้าที่มาใช้บริการด้วยหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใสเป็นมิตรและเป็นกันเอง

E = Enthusiasm แปลว่า ความกระตือรือร้น คือ พนักงานจะต้องแสดงถึงความเต็มใจ พร้อมทั้งจะให้บริการหรือให้ความช่วยเหลือลูกค้าทุกครั้งที่ขอความช่วยเหลือ หรือแม้กระทั่งบางครั้ง พนักงานอาจจะเป็นฝ่ายเสนอ โดยการสอบถามลูกค้าก่อนว่าต้องการความช่วยเหลือหรือขอรับบริการอะไรบางอย่างหรือไม่

R = Readiness/Rapidness แปลว่า ความพร้อม ความรวดเร็ว คือ พนักงานที่ให้บริการไม่ว่าส่วนงานใด จะต้องมีความพร้อมในการให้บริการเสมอ ซึ่งบางครั้งอาจจะไม่อยู่ในพื้นที่ทำงานภายในแผนกของตนเอง แต่บังเอิญไปพบลูกค้าในบริเวณล็อบบี้ของโรงแรมระหว่างที่จะเดินทางกลับบ้าน โดยลูกค้าอาจจะสอบถามข้อมูลอย่างใดอย่างหนึ่งในโรงแรม ส่วนความรวดเร็วนั้นจะต้องมาพร้อมกับความถูกต้องด้วย



ตัวอย่าง ลูกค้าต้องการให้ยืนยันตัวเครื่องบินขากลับจากกรุงเทพไปยังลอนดอน โดยสายการบินไทย เที่ยวบินที่ TG431จากนั้นพนักงานได้ติดต่อไปยังการบินไทย เพื่อประสานงานในเรื่องดังกล่าวให้ลูกค้าภายใน 10 นาที และพนักงานก็ได้แจ้งให้กับลูกค้าทราบทันที เป็นต้น

V = Value แปลว่า มีคุณค่า คือ การทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดให้ลูกค้ามีความรู้สึกว่าได้เกินความคาดหมาย มีคุณค่า มีคุณภาพ ทั้งทางด้านวัตถุและทางด้านจิตใจ

ตัวอย่างเช่น ลูกค้าได้ส่งผ้าซักร์โดยที่ลูกค้าก็ทราบว่ากระดุมหลายเม็ดได้หลุดไป แต่หลังจากที่ผ้า นั้นซักร์แล้วและส่งคืนกลับมาที่ลูกค้า โดยพนักงานแผนกแม่บ้านได้เปลี่ยนกระดุมให้ใหม่ทั้งหมด พร้อมส่งกระดุม เก่าที่เหลืออยู่คืนให้กับลูกค้า เนื่องจากหากเปลี่ยนเฉพาะกระดุมที่หลุดไปก่อนหน้านี้ อาจจะทำให้เห็นความแตกต่าง ระหว่างกระดุมเก่าและกระดุมใหม่ โดยที่แผนกแม่บ้านไม่ได้คิดค่าใช้จ่ายในการส่งผ้าซักร์เพิ่มเติมแต่อย่างใด

I = Impression แปลว่า ความประทับใจ คือ ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในการบริการใน เหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่งหรือหลายเหตุการณ์ในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง ในระหว่างที่มาใช้บริการ เช่น ลูกค้า มาคลอดลูกที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ โดยที่ทางพนักงานต้อนรับทราบจากการที่ลูกค้าได้จองรถของโรงแรมเพื่อ ไปส่งยังโรงพยาบาล โดยที่ฝ่ายบริหารและพนักงานในโรงแรมได้เขียนการ์ดอวยพร พร้อมทั้งมีกระเช้าชุดเด็กก่อน ไปมอบให้ด้วยตัวเองที่โรงพยาบาล ซึ่งก็ทำให้ลูกค้าประทับใจในความมีน้ำใจที่ทางโรงแรมได้แสดงออกกับ เหตุการณ์นี้

C = Courtesy แปลว่า มีความสุภาพอ่อนน้อมอ่อนโยน คือพนักงานผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพที่ เป็นมิตร มีความเป็นกันเอง ไม่ก้าวร้าว และมีความอ่อนน้อมถ่อมตนให้การดูแลเอาใจอย่างเสมอต้นเสมอปลาย

E = Endurance แปลว่า ความอดทน คือ พนักงานผู้ให้บริการไม่ว่าจะพบเหตุการณ์ที่ตึงเครียด มีการต่อว่าจากลูกค้าผู้มาขอรับบริการมากมาย ไม่ว่าจะสิ่งทีลูกค้ากำลังต่อว่าอยู่นั้นจะเกิดจากแผนกตนเองหรือต่าง แผนกก็ตาม ก็ต้องรับข้อร้องเรียนนั้นเอาไว้ โดยในขณะที่ลูกค้ากำลังโมโหอยู่นั้นก็ต้องตั้งใจฟังด้วยบุคลิกภาพที่ดี ไม่แสดงออกทางอารมณ์หรือโกรธโมโหลูกค้ากลับไป เป็นต้น

M = Make Believe แปลว่า มีความเชื่อ คือ การทำงานไม่ว่าจะมีอุปสรรคเพียงใดก็ต้องมีความ เชื่อว่า ปัญหาทุกอย่างที่เกิดขึ้นนั้นก็สามารแก้ไขได้ในที่สุด หรืองานบางอย่างที่ได้รับมอบหมายดูเหมือนว่าจะยาก มาก แต่ก็ต้องมีความเชื่อว่าจะต้องทำได้สำเร็จจุล่งไปด้วยดีในที่สุดเช่นกัน บางครั้งก็เหมือนกับการให้กำลังใจ ตัวเองในการปฏิบัติหน้าที่ว่าทุก ๆ วันจะต้องเป็นวันที่สวยงาม และเป็นวันที่ทำงานอย่างมีความสุข

I = Insist แปลว่า ยืนยัน คือ การตอกย้ำกับตัวเองว่าการกระทำหรือสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่จะเกิดขึ้น พนักงานก็พร้อมที่จะรับมัน มีความหนักแน่น ยอมรับที่จะเผชิญกับผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากสิ่งที่เราได้กระทำไปแล้วไม่ ว่าผลลัพธ์นั้นจะดีหรือไม่ก็ตาม

N = Necessitate แปลว่า การให้ความสำคัญ คือ การทำงานจะต้องให้ความสำคัญกับงาน กับ บุคคลรอบข้างไม่ว่าจะอยู่ส่วนงานใดก็ตาม ในธุรกิจโรงแรมนั้นทุกคนมีความสำคัญเทียบเท่ากันเพื่อให้การ



ประสานงานนั้นออกมาอย่างดีที่สุด ทั้งนี้เพื่อความพึงพอใจของลูกค้าและประโยชน์ทางการดำเนินการธุรกิจของโรงแรมต่อไป

D = Devote แปลว่า อุทิศตน คือ มีความทุ่มเทและเสียสละให้กับองค์กร บางครั้งอาจจะเป็นเรื่องของเวลาในการทำงาน เช่น นายเอ เป็นพนักงานฝ่ายต้อนรับมาปฏิบัติหน้าที่ไม่เคยลา ไม่เคยสาย มีลาป่วยบ้างแต่ก็มีใบรับรองแพทย์ทุกครั้ง และบางครั้งเพื่อนร่วมงานในแผนกไม่สบาย โดยที่นายเอ ก็เสียสละที่จะอยู่เวรต่อให้ เพื่อให้งานนั้นสามารถดำเนินต่อไปได้ด้วยดี เป็นต้น

โดยสรุปความหมายของ Service Mind คือ การบริการที่ดีแก่ลูกค้าหรือการทำให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจ มีความสุข และได้รับผลประโยชน์ อย่างเต็มที่ ดังนั้นการให้บริการอย่างดีนั้นมักจะให้ความสำคัญกับแนวทางในการให้บริการสองแนวทาง ดังนี้

ประการแรก คือ ลูกค้าเป็นผู้ถูกเสมอ หรือเห็นว่าลูกค้าต้องได้รับการเอาอกเอาใจถือว่าถูกต้องและเป็นที่ยอมรับ หากต้องการให้บริการที่ดีต้องให้ความสำคัญสะดวก ใจว่าจาเพราะ ให้คำแนะนำด้วยการยกย่องลูกค้าตลอดเวลา

ประการที่สอง คือ ต้องให้เกียรติลูกค้า ต้องไม่เป็นการบังคับขู่เข็ญให้ลูกค้า มีความพึงพอใจ ลูกค้าเกิดความเชื่อถือจากพฤติกรรมของพนักงานผู้ซึ่งเป็นผู้ให้บริการมากกว่า ทั้งนี้ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและกลับมาใช้บริการอีก การบริการที่ดีและมุ่งไปสู่ความเป็นเลิศ จะต้องคิดเสมอว่าลูกค้าเป็นคนพิเศษและเป็นผู้ที่ทำให้การดำเนินการธุรกิจอยู่ได้อย่างยั่งยืน

ลักษณะการปฏิบัติงานของแผนกบริการส่วนหน้าเกี่ยวกับการสื่อสารและประสานงานกับแผนกอื่น

ศูนย์กลางในการติดต่อสื่อสาร และการประสานงานของบุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่ภายในโรงแรมไม่ว่าจะตำแหน่งใด ตลอดจนลูกค้าที่มาใช้บริการตลอด 24 ชั่วโมงนั้นต้องมีโอกาสได้พบปะติดต่อหรือพูดคุยกับพนักงานฝ่ายต้อนรับ ดังนั้นจึงถือได้ว่าแผนกต้อนรับเป็นหัวใจของการติดต่อสื่อสารและการประสานงานของธุรกิจโรงแรม

โดยปกติทั่วไปแล้วเวลาลูกค้าผู้มารับบริการเดินทางมาถึงยังสถานที่ตั้งของโรงแรม ก็มักจะเดินตรงเข้าไปภายในโรงแรมและติดต่อที่เคาน์เตอร์แผนกต้อนรับส่วนหน้า (Reception Counter) ซึ่งจะอยู่ภายในอาคารโรงแรมใกล้ประตูทางเข้า พนักงานต้อนรับเป็นผู้ทำหน้าที่ต้อนรับลูกค้า ตรวจสอบข้อมูลการจองห้องพัก และรับลูกค้าลงทะเบียนเข้าพัก ตลอดจนให้คำแนะนำสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ภายในโรงแรมให้ลูกค้าได้รับทราบเบื้องต้น

ดังนั้นการต้อนรับและการให้บริการของพนักงานแผนกต้อนรับนั้นจึงเปรียบเสมือนเป็นด่านแรกและมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความประทับใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ



1. ขั้นตอนการสื่อสารและการประสานงานกรณีลูกค้าทำการจอง (Booking)

การสื่อสารและการประสานงานกรณีลูกค้าทำการจอง มีขั้นตอนดังนี้

1.1 แผนกสำรองห้องพัก (Reservation)

1.1.1 ตรวจสอบห้องว่างและกำหนดหมายเลขห้องพัก พร้อมทั้งแจ้งรายละเอียดการเข้าพัก วันที่ Check in และ Check out ตลอดจนราคาห้องพักให้กับลูกค้าที่จะมารับบริการทราบ

1.1.2 บันทึกข้อมูลรายละเอียดต่าง ๆ ที่ได้สนทนาและตกลงกับลูกค้าไว้ในระบบคอมพิวเตอร์ เพื่อให้แผนกต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องได้รับทราบโดยเฉพาะอย่างยิ่งแผนกต้อนรับ

1.2 แผนกต้อนรับส่วนหน้า (Reception)

1.2.1 จัดเตรียมแบบฟอร์มการลงทะเบียนให้กับลูกค้าได้กรอกรายละเอียด

1.2.2 จัดเตรียมคูปองอาหารเข้าให้กับลูกค้า

1.2.3 จัดเตรียมคีย์การ์ด ในการทำกุญแจเข้าออกห้องพักให้ลูกค้านั้นจะให้ตามจำนวนของเตียงนอนที่จองมา เช่น แบบห้องเดี่ยว จะออกให้ 1 ใบ แบบห้องพักพักรู จะออกให้ 2 ใบ

1.3 แผนกแม่บ้าน (Housekeeping)

1.3.1 ตรวจสอบความสะอาดและความเรียบร้อยของห้องพัก เช่น เตียงนอน ผ้าปูที่นอน หมอน ผ้าขนวม ผ้าเช็ดตัว สบู่ แชมพู ครีมนวด และAmenity ต่างๆ

1.3.2 ตรวจสอบความพร้อมของ Mini Bar ต้องอยู่ในสภาพเรียบร้อยครบตามจำนวนในใบรายการที่ระบุไว้ในห้องพัก เช่น จำนวนของเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เครื่องดื่มน้ำอัดลม ทั้งนี้รวมถึงของขบเคี้ยวชนิดต่าง ๆ เป็นต้น

1.3.3 จัดเตรียม Welcome Basket (ชา กาแฟ ครีม น้ำตาล หรือผลไม้ตามฤดูกาล) ตลอดจนจัดเตรียมน้ำดื่ม แก้วน้ำไว้สำหรับลูกค้า

1.4 แผนกช่างซ่อมบำรุง (Engineering)

1.4.1 ตรวจสอบความพร้อมของอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งเครื่องปรับอากาศ ระบบน้ำร้อนน้ำเย็น ระบบโทรศัพท์ สัญญาณโทรทัศน์ภายในห้องพักต้องอยู่ในสภาพพร้อมใช้งานและให้บริการกับลูกค้า

1.5 แผนกลูกค้าสัมพันธ์ (Guest Relation)

1.5.1 ตรวจสอบเอกสารการจัดเตรียมก่อนลูกค้าเข้าพักที่ได้รับจากทางแผนกต้อนรับว่าครบถ้วนและถูกต้องหรือไม่อย่างไร เช่น จำนวนของแบบฟอร์มลงทะเบียน ชื่อลูกค้าและหมายเลขห้องพัก จำนวนของคีย์การ์ด จำนวนของคูปองอาหารเข้า และรายละเอียดอื่น ๆ (ถ้ามี)



1.5.2 พาลูกค้าไปยังห้องพัก พร้อมทั้งแนะนำวิธีใช้อุปกรณ์ต่าง ๆ ภายในห้องพัก
ตลอดจนแนะนำสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ภายในโรงแรม

1.6. แผนกประสานงานทัวร์ (Tour Coordinator)

1.6.1 ตรวจสอบว่ามีลูกค้า หรือคณะของบริษัท องค์กรใดได้ทำการจองเข้าพักในวันใด
เวลาใด พร้อมทั้งตรวจสอบรายชื่อของผู้ประสานงานว่าเป็นบุคคลใด ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นหัวหน้าทัวร์ หรือ หัวหน้า
คณะ

1.6.2 ทำการจัดเตรียมแบบฟอร์มการลงทะเบียนให้กับลูกค้าได้กรอกรายละเอียด

1.6.3 จัดเตรียมคูปองอาหารเข้าให้กับลูกค้า

1.6.4 จัดเตรียมคีย์การ์ด ในการทำกุญแจเข้าออกห้องพักให้ลูกค้า ซึ่งโดยปกติจะออก
ตามจำนวนของเตียงนอนที่ทำการจองมา เช่น แบบห้องเดี่ยว จะออกให้ 1 ใบ แบบห้องพักพัสดุ จะออกให้ 2 ใบ
เป็นต้น ตลอดจนตรวจสอบเอกสารต่าง ๆ อีกครั้งเช่น จำนวนของแบบฟอร์มลงทะเบียน ชื่อลูกค้าและหมายเลข
ห้องพัก จำนวนของคีย์การ์ด จำนวนของคูปองอาหารเข้าว่าสมบูรณ์ถูกต้องหรือไม่อย่างไร

1.7 แผนกห้องอาหาร (Restaurant)

ตรวจสอบวันและเวลา จำนวนลูกค้าที่เข้าพักว่ามีจำนวนเท่าใด เพื่อที่จะได้จัดเตรียม
Welcome Drink ให้ครบจำนวนที่ลูกค้าได้มาเข้าพัก ตรวจสอบว่ามีคำสั่งอะไรเป็นกรณีพิเศษหรือไม่ ไม่ว่าจะเข้า
พักเป็นแบบ V.I.P หรือมาเข้าพักเป็นหมู่คณะ

2. ขั้นตอนการสื่อสารและการประสานงานกรณีลูกค้าเข้าพัก (Check in)

การสื่อสารและการประสานงานกรณีลูกค้าเข้าพัก มีขั้นตอนดังนี้

2.1 แผนกต้อนรับส่วนหน้า (Reception)

2.1.1 รับลูกค้า Check in โดยการกล่าวคำว่าสวัสดีและยินดีต้อนรับ

2.1.2 แนะนำลูกค้ากรอกใบลงทะเบียนเข้าพัก

2.1.3 ขอสำเนาหนังสือเดินทางเพื่อนำมาถ่ายสำเนาไว้เป็นหลักฐาน

2.1.4 ขอบัตรเครดิตของลูกค้า เพื่อทำการขออนุมัติกันำวงเงินในบัตรเครดิตของลูกค้า
เป็นจำนวน 50% ของราคาเข้าพักทั้งหมด ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับนโยบายของแต่ละโรงแรมซึ่งบางแห่งก็จะไม่ระบุ
จำนวนเงินใด ๆ

2.1.5 มอบกุญแจให้กับลูกค้าพร้อมกับแนะนำบริการต่าง ๆ อย่างสั้น ๆ เช่น คูปอง
อาหารเข้า ห้องอาหาร สิ่งอำนวยความสะดวก



2.1.6 มอบคู่มืออาหารเช้าให้กับลูกค้า โดยการให้คู่มืออาหารจะนับตามจำนวนเตียงนอนตรวจสอบห้องว่างและกำหนดหมายเลขห้องพัก พร้อมทั้งแจ้งรายละเอียดการเข้าพัก วันที่ Check in และ Check out ตลอดจนราคาห้องพักให้กับลูกค้าที่จะมารับบริการทราบ

2.1.7 บันทึกข้อมูลรายละเอียดการเข้าพักของลูกค้าไว้ในระบบคอมพิวเตอร์ เพื่อให้แผนกต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องได้รับทราบ พร้อมทั้งบันทึกรายละเอียดต่าง ๆ ของลูกค้าเพื่อจัดส่งให้ทางกองตรวจคนเข้าเมืองต่อไป

2.2 แผนกลูกค้าสัมพันธ์ (Guest Relation)

2.2.1 รับลูกค้า Check in โดยการกล่าวคำว่าสวัสดีและยินดีต้อนรับ

2.2.2 แนะนำลูกค้าการรอบไบลงทะเลเบียนเข้าพัก

2.2.3 ขอสำเนาหนังสือเดินทางเพื่อนำมาถ่ายสำเนาไว้เป็นหลักฐาน

2.2.4 ขอบัตรเครดิตของลูกค้า เพื่อทำการขออนุมัติกันำเงินในบัตรเครดิตของลูกค้าเป็นจำนวน 50% ของราคาเช่าห้องพักทั้งหมด ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับนโยบายของแต่ละโรงแรมซึ่งบางแห่งก็จะไม่ระบุจำนวนเงินใด ๆ

2.2.5 มอบกุญแจให้กับลูกค้าพร้อมกับแนะนำบริการต่าง ๆ เช่น คู่มืออาหารเช้า ห้องอาหาร สิ่งอำนวยความสะดวก

2.2.6 มอบคู่มืออาหารเช้าให้กับลูกค้า โดยการให้คู่มืออาหารจะนับตามจำนวนเตียงนอนตรวจสอบห้องว่างและกำหนดหมายเลขห้องพัก พร้อมทั้งแจ้งรายละเอียดการเข้าพัก วันที่ Check in และ Check out ตลอดจนราคาห้องพักให้กับลูกค้าที่จะมารับบริการทราบ

2.2.7 พาลูกค้าไปยังห้องพัก พร้อมทั้งแนะนำวิธีการการใช้อุปกรณ์ต่าง ๆ ภายในห้องพัก ตลอดจนแนะนำสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ภายในโรงแรม

2.2.8 บันทึกข้อมูลรายละเอียดการเข้าพักของลูกค้าไว้ในระบบคอมพิวเตอร์ เพื่อให้แผนกต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องได้รับทราบ พร้อมทั้งส่งเอกสารต่าง ๆ ที่ได้รับจากลูกค้าในการเข้าพักให้กับทางแผนกต้อนรับ เพื่อบันทึกรายละเอียดต่าง ๆ ของลูกค้าเพื่อจัดส่งให้ทางกองตรวจคนเข้าเมืองต่อไป

2.3 แผนกประสานงานทัวร์ (Tour Coordinator)

2.3.1 รับลูกค้า Check in โดยการกล่าวคำว่าสวัสดีและยินดีต้อนรับ

2.3.2 ประสานงานกับทางหัวหน้าคณะ พร้อมทั้งแนะนำการกรอกใบลงทะเบียนเข้าพัก และอื่น ๆ เช่น

1) ขอสำเนาหนังสือเดินทางของลูกค้าทุกคนที่มาเข้าพักเพื่อนำมาถ่ายสำเนาไว้เป็นหลักฐาน



2) ขอ Voucher เพื่อเป็นการยืนยันว่าได้ทำการจองรวมถึงการเก็บค่ามัดจำมาก่อนการเดินทาง โดยทางโรงแรมจะทำการเรียกเก็บเงินภายหลังไปที่บริษัทหรือองค์กรนั้น ๆ ยกเว้นค่าใช้จ่ายส่วนตัวของลูกค้าจะต้องทำการชำระเองเมื่อ Check out

3) มอบกุญแจห้องพักของทุกห้องให้กับหัวหน้าทัวร์ หัวหน้าคณะทำการแจกจ่ายให้กับลูกค้าที่มาเข้าพักพร้อมทั้งคู่มืออาหารเช้า รวมถึงการแนะนำห้องอาหาร ที่ทานอาหารเช้าและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ภายในโรงแรม

2.3.3 บันทึกข้อมูลรายละเอียดการเข้าพักของลูกค้าไว้ในระบบคอมพิวเตอร์ เพื่อให้แผนกต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องได้รับทราบ พร้อมทั้งส่งเอกสารต่าง ๆ ที่ได้รับจากลูกค้าในการเข้าพักให้กับทางแผนกต้อนรับเพื่อบันทึกรายละเอียดต่าง ๆ ของลูกค้าเพื่อจัดส่งให้ทางกองตรวจคนเข้าเมืองต่อไป

2.4 แผนกชนสัมพันธ์ (Bell Boy)

2.4.1 ตรวจสอบรายชื่อลูกค้าว่าห้องพักอยู่ห้องใด

2.4.2 ตรวจสอบจำนวนกระเป๋าเดินทางพร้อมกับป้ายชื่อที่ติดกับกระเป๋าเพื่อตรวจสอบว่าเป็นกระเป๋าของลูกค้าคนใด ห้องใด จากนั้นนำส่งยังห้องพักลูกค้าให้ถูกต้องและรวดเร็วต่อไป

2.5 แผนกห้องอาหาร (Restaurant) นำ Welcome Drink บริการให้กับลูกค้าที่มาเข้าพัก โดยปกติการบริการเครื่องดื่ม Welcome Drink มักจะเป็นน้ำผลไม้ ซึ่งปัจจุบันโรงแรมบางแห่งจะเสิร์ฟน้ำสมุนไพรเป็นลูกค้าเข้าพักทั่วไปจะบริการที่เคาน์เตอร์ต้อนรับ หากเป็นลูกค้าที่มาเป็นคณะทัวร์จะบริการที่ห้องประชุมหรือบริเวณพื้นที่ที่ได้จัดเป็นสัดส่วนแยกจากการรับ Check in ที่เคาน์เตอร์ปกติภายในล็อบบี้ของโรงแรม และลูกค้าที่เป็น V.I.P มักจะบริการที่ห้องพัก เป็นต้น

2.6 แผนกรับสายโทรศัพท์ (Operator) ตรวจสอบจากระบบที่ทางแผนกต้อนรับ แผนกลูกค้าสัมพันธ์ และแผนกประสานงานทัวร์ได้ทำ Check in ในระบบคอมพิวเตอร์ เพื่อทำการเปิดสายโทรศัพท์ภายในประเทศและสายระหว่างประเทศเพื่อให้ลูกค้าสามารถใช้ได้ทันที

3. ขั้นตอนการสื่อสารและการประสานงานกรณีลูกค้าแจ้งออก (Check out)

การสื่อสารและการประสานงานกรณีลูกค้าแจ้งออก มีขั้นตอนดังนี้

3.1 แผนกต้อนรับส่วนหน้า (Reception) รับเรื่องลูกค้าแจ้ง Check out สอบถามเวลาที่จะออกจากโรงแรม การใช้ Mini Bar การใช้รถ Limousine และสอบถามว่าลูกค้ามีจำนวนสัมพันธ์เท่าใด พร้อมกับโทรศัพท์ประสานงานไปยังแผนกต่าง ๆ คือ แผนกแม่บ้าน แผนกรับสายโทรศัพท์ แผนกรับชำระเงิน แผนกชนสัมพันธ์ แผนกอำนวยความสะดวก



3.2 แผนกแม่บ้าน (Housekeeping) ตรวจสอบการใช้ Mini Bar และตรวจดูทรัพย์สินภายในห้องพักว่าอยู่ในสภาพเรียบร้อยหรือไม่ ชั้นตอนนี้จะต้องรีบดำเนินการอย่างความรวดเร็ว โดยปกติในการตอบกลับยังแผนกต้อนรับคือไม่ควรเกินกว่า 5 นาที

3.3 แผนกรับสายโทรศัพท์ (Operator) ปิดสายโทรศัพท์ทันทีโดยเฉพาะสายระหว่างประเทศและภายในประเทศเพื่อไม่ให้ลูกค้าได้ใช้โทรศัพท์ภายในห้องอีก

3.4 แผนกรับชำระเงิน (Front Cashier) เตรียมเอกสารใบเรียกเก็บค่าบริการและจัดทำใบเสร็จรับเงินพร้อมรายละเอียดทั้งหมดเกี่ยวกับการใช้บริการ และยกเลิกสำเนาบัตรเครดิตในกรณีลูกค้าได้ทำ Imprint ไว้ตอนเข้าพักพร้อมกับคิดค่าใช้จ่ายใหม่

3.5 แผนกขนสัมภาระ (Bell Boy) ตรวจสอบหมายเลขห้องพัก ชื่อลูกค้าที่แจ้ง Check out บริการขนสัมภาระลูกค้าจากห้องพักมายังจุดขึ้นรถรับส่งด้านหน้าโรงแรม หลังจากนั้นจดบันทึกเวลาที่ส่งกระเป๋าให้ลูกค้าในรายงานของแผนก

3.6 แผนกข่าวสารและบริการทั่วไป (Concierge) จัดทำใบเรียกเก็บเงินส่งให้กับ Front cashier เพื่อเรียกเก็บลูกค้าในระหว่างทำ Check out และจัดเตรียมรถให้พร้อมโดยการตรวจสอบรายชื่อลูกค้า สถานที่ที่ลูกค้าต้องการให้ไปส่งยังปลายทาง

4. ลักษณะการสื่อสารและประสานงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

4.1 การสื่อสารและประสานงานการคิดราคาห้องพักในกรณีลูกค้าขาจร (Walk-in Guest) การคิดราคาห้องพักในกรณีที่เป็นลูกค้าทั่วไปหรือลูกค้าจร (Walk-in Guests) ในระดับราคาตามมาตรฐานหรือในระดับราคาที่สูงที่สุด ในบางครั้งลูกค้าที่จะมาเข้าพักในโรงแรมอาจจะไม่ได้ทำการจองไว้ล่วงหน้า กล่าวคือไม่ได้ติดต่อการจองพักกับฝ่ายขายหรือฝ่ายสำรองห้องพักมาก่อน หรือไม่ได้ทำการจองผ่านทางอินเทอร์เน็ต (Internet Online) แต่มาติดต่อสำรองห้องพักและจะเข้าพักทันที (Check In) ทางพนักงานแผนกต้อนรับจะคิดราคาตามใบราคา (Rack Rate) เสนอให้กับทางลูกค้าซึ่งปกติจะมีราคาที่สูงกว่าการจองโดยผ่านทางช่องทางการจองอื่น ๆ ดังนั้นการประสานงานการคิดราคาห้องพักในกรณีลูกค้าขาจร มีลักษณะดังนี้

4.1.1 ประสานงานไปยังแผนกสำรองพัก เพื่อทำการตรวจสอบและยืนยันราคาให้กับทางลูกค้าอีกครั้งหนึ่งว่าราคาที่จะต้องทำการเสนอให้กับลูกค้านั้นถูกต้องหรือไม่อย่างไร โดยทั้งนี้จะต้องยืนยันถึงสถานะของห้องพักว่าสามารถให้ลูกค้าเข้าพักได้หรือไม่ ซึ่งบางครั้งการยืนยันโดยที่ไม่ได้ตรวจสอบกับทางแผนกสำรองห้องพักก่อนอาจจะเกิดปัญหาได้ เนื่องจากมีการจองมาแล้วแต่ยังไม่ได้ทำการแก้ไขบันทึกการจองในระบบให้ถูกต้องกับความเป็นจริง



4.1.2 พนักงานแผนกต้อนรับจะต้องทำการประสานงานไปยังแผนกแม่บ้านทันที พร้อมกับแจ้งว่าลูกค้าจะทำการเข้าพัก เพื่อให้ไปตรวจสอบความเรียบร้อยเกี่ยวกับห้องพักอีกครั้ง ซึ่งในขั้นตอนนี้จะมี ความสำคัญอย่างมากในช่วงเวลาที่ห้องพักเต็มหรือห้องนั้นมีการคืนห้องและมีลูกค้ารอเข้าพักต่อไป

4.1.3 ประสานงานไปยังแผนกรับสายโทรศัพท์ เพื่อให้ทำการเปิดสายโทรศัพท์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการโทรออกไปยังต่างประเทศ

4.1.4 รวบรวมข้อมูลพร้อมทั้งจัดทำสถิติตัวเลขต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์เสนอต่อฝ่าย บริหาร เช่นอัตรายอดผู้เข้าพักในแต่ละวันว่าเป็นอย่างไร (Occupancy Report) สัดส่วนยอดผู้เข้าพักแบ่งตาม ระยะเวลาการเข้าพัก เช่น การเข้าพักจำนวน 2 วัน 1 คืน หรือ 1 สัปดาห์ เป็นต้น รายงานการเข้าพักแบ่งตามเชื้อ ชาติของลูกค้า เช่น เชื้อชาติไทย เชื้อชาติญี่ปุ่น เชื้อชาติอเมริกา เชื้อชาติจีน ซึ่งบางรายการอาจแยกเป็นโซน เช่น เอเชีย ยุโรป อเมริกา ตะวันออกกลาง ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับฐานลูกค้าของแต่ละโรงแรม รายงานที่เกี่ยวกับการเดินทาง ของลูกค้า (Next Destination Program)

4.1.5 ลักษณะการประสานงานในการจัดทำรายงาน โดยปกติการรวบรวมตัวเลข พนักงานแผนกต้อนรับ สามารถดูข้อมูลที่ถูกบันทึกไว้ในระบบคอมพิวเตอร์ได้อยู่แล้ว ซึ่งปัจจุบันโปรแกรม คอมพิวเตอร์ที่ทางโรงแรมได้นำมาใช้จะเป็นโปรแกรมสำเร็จรูป ซึ่งก็มักจะมีรายงานที่ทางฝ่ายบริหาร และฝ่าย จัดการโรงแรมต้องการจะเห็นเพื่อนำไปวิเคราะห์ในการวางแผนการบริหารงานโรงแรมต่อไป โดยข้อมูลที่ได้มานั้น อาจจะมีการยืนยันและตรวจสอบกับแผนกสำรองห้องพักและแผนกขายอีกครั้งก็ได้เพื่อเป็นการเปรียบเทียบ เช่น

รายงานการเข้าพักของแผนกขายจะคำนวณจากการจอง อาจมีความคลาดเคลื่อน จากรายงานการเข้าพักของแผนกต้อนรับ ที่จะนับเฉพาะตัวเลขที่ลูกค้าได้เข้าพักจริง ดังนั้นหากนำตัวเลขของทั้ง สองฝ่ายมาเปรียบเทียบกันก็อาจจะไม่ตรงกัน ซึ่งในจุดนี้ก็จะทำให้ฝ่ายบริหารทราบว่ามียอดลูกค้าที่ทำการสำรอง ห้องพักมาแล้วไม่ได้เข้าพักจริงเป็นกี่เปอร์เซ็นต์ หรือที่เรียกว่า No Show

4.1.6 ประสานงานไปยังกองตรวจคนเข้าเมือง ทั้งนี้ทุกครั้งที่ลูกค้าได้ทำการเข้าพักทาง พนักงานแผนกต้อนรับจะต้องลงรายงานในบันทึกรายงานการเข้าพักของลูกค้า และจัดส่งรายงานให้กับทาง ผู้จัดการโรงแรมเพื่อเซ็นรับทราบก่อนส่งบันทึกนั้นไปยังกองตรวจคนเข้าเมืองต่อไป ซึ่งการจัดส่งข้อมูลการเข้าพัก นั้นถือเป็นหน้าที่ของโรงแรมที่จะต้องจัดส่งทุกเดือนละหนึ่งครั้ง

4.2 การสื่อสารและประสานงานกรณีตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลในระบบคอมพิวเตอร์
พนักงานจะตรวจสอบข้อมูลที่ได้นบันทึกในระบบคอมพิวเตอร์ด้านห้องพัก (Room) ว่ามีความถูกต้องหรือไม่อย่างไร และให้ตรงตามความเป็นจริง เพื่อที่จะสามารถกำหนดห้องพักให้กับลูกค้าได้เข้าพักได้โดยปกติ ในกรณีที่ทาง พนักงานแผนกต้อนรับตรวจสอบพบว่าข้อมูลที่ได้นบันทึกไว้ในระบบคอมพิวเตอร์มีข้อผิดพลาดหรือไม่ถูกต้อง จะต้องประสานไปกับทางแผนกต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องดังนี้



4.2.1 หากมีการบันทึกประวัติของลูกค้ำผิด ในส่วนนี้ทางพนักงานต้อนรับสามารถแก้ไขได้เอง เช่น ตัวสะกดชื่อและนามสกุลไม่ถูกต้อง อาชีพ วันที่เข้าพักและวันที่คาดว่าจะคืนห้อง การเรียกเก็บค้ำมัดจำห้องพักโดยการใช้บัตรเครดิต ข้อมูลทั้งหมดดังที่ได้กล่าวมานี้สามารถแก้ไขได้ด้วยแผนกต้อนรับ

4.2.2 หากต้องการแก้ไขในเงื่อนไขการเข้าพัก เช่น ราคาที่ได้เข้าพักนั้นอาจจะมีค่าธรรมเนียมค่าบริการเสริมอื่น ๆ ไว้แล้วแต่พบภายหลังว่ามีการลงบันทึกที่ผิดพลาด ในส่วนนี้ทางพนักงานต้อนรับจะต้องติดต่อไปยังแผนกสำรองห้องพัก เพื่อแจ้งให้ทราบและให้ทางพนักงานสำรองห้องพักนั้นทำการแก้ไขในระบบให้ถูกต้องต่อไป เป็นต้น

4.2.3 การแก้ไขวันที่ย้อนหลังโดยเฉพาะอย่างยิ่งวันที่ลูกค้ำได้มีการคืนห้องพักแต่ทางพนักงานแผนกต้อนรับลืมบันทึกการ Check out ออกจากระบบ ในส่วนนี้ทางพนักงานต้อนรับจะต้องแจ้งประสานไปทางหัวหน้าแผนกต้อนรับให้ทำการแก้ไขแทน โดยเฉพาะการแก้ไขใด ๆ ที่มีผลต่อรายได้หรือค่าใช้จ่ายจะต้องได้รับอนุญาตจากหัวหน้าแผนกเสียก่อน

4.3 การสื่อสารและประสานงานกรณีที่พักของ พัสดุ หรือข่าวสาร แผนกบริการส่วนหน้าให้บริการรับฝากสิ่งของ พัสดุ ข่าวสารหรือข้อความต่างๆ ตลอดจนติดตามดูแลให้สิ่งของนั้นๆ รวมถึงข่าวสารต่างๆ ได้ส่งถึงลูกค้ำอย่างรวดเร็วและถูกต้อง

4.3.1 ในกรณีที่ลูกค้ำมาติดต่อเพื่อฝากของอาจจะแบ่งได้เป็น 2 กรณี คือ กรณีที่ลูกค้ำจะมารับเองภายหลัง หรือ กรณีฝากให้กับบุคคลอื่น ทั้ง 2 กรณีทางพนักงานต้อนรับจะต้องประสานงานไปยังแผนกขนสัมภาระ (Porter or Bell Boy) เพื่อมาจดบันทึกรายการรายละเอียดที่ลูกค้ำต้องการจะฝากของ โดยลูกค้ำจะต้องระบุชื่อ นามสกุล ของผู้ที่มารับของให้ละเอียดทั้งนี้เพื่อไม่ให้เกิดข้อผิดพลาด โดยหลังจากที่มีการส่งมอบของเป็นที่เรียบร้อยแล้วจะทำการแจ้งเป็นข้อความส่งถึงลูกค้ำต่อไป ซึ่งการพิมพ์ข้อความเป็นจดหมายนั้นจะกระทำได้ที่แผนกต้อนรับและแผนกรับสายโทรศัพท์แล้วแต่การประสานกันภายในโรงแรม

4.3.2 หากเป็นกรณีที่ลูกค้ำต้องการจะฝากข้อความถึงเพื่อนที่เข้ามาพักภายในโรงแรมด้วยกันหรือบุคคลภายนอก การพิมพ์ข้อความนั้นจะกระทำได้ที่แผนกต้อนรับหรือแผนกรับสายโทรศัพท์ แต่หากลูกค้ำเข้ามาติดต่อที่แผนกต้อนรับ พนักงานต้อนรับควรจะเป็นผู้ที่พิมพ์ข้อความนั่นเอง หากข้อความนั้นจะต้องส่งถึงลูกค้ำที่พักอีกคนหนึ่งก็ควรประสานไปยังแผนกขนสัมภาระเพื่อมารับข้อความและจัดส่งขึ้นห้องพักทันที

4.4 การสื่อสารและประสานงานกรณีที่เป็นการแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับห้องพักและการแจ้งรายละเอียดการต้อนรับลูกค้ำที่เป็นบุคคลสำคัญ และลูกค้ำที่มาเป็นหมู่คณะ มีรายละเอียดดังนี้

4.4.1 กรณีที่เป็นการแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับห้องพัก แผนกต้อนรับจะแจ้งข้อมูลให้แผนกต่าง ๆ ได้รับทราบถึงอัตราการเข้าพักของลูกค้ำในแต่ละวัน รวมถึงการเปลี่ยนแปลงในรายละเอียดอื่น ๆ เกี่ยวกับห้องพัก ทางแผนกต้อนรับจะทำการปรับข้อมูลให้ทันสมัย และถูกต้องอยู่เสมอโดยบันทึกข้อมูลและส่งให้กับแผนก



ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องรับทราบซึ่งจะส่งผ่านทางคอมพิวเตอร์ โดยปกติจะทำการปรับข้อมูลในทุกกรอบการทำงานของแผนกคือรอบเช้า รอบบ่ายและรอบดึก

4.4.2 กรณีการแจ้งรายละเอียดการต้อนรับลูกค้าเป็นบุคคลสำคัญเข้าพัก จะต้องแจ้งให้กับ Manager on duty รับทราบว่าบุคคลที่จะทำการเข้าพักที่เป็นบุคคลสำคัญในแต่ละวันเป็นใครบ้าง พักห้องใด ในกรณีที่ต้องเตรียมการสิ่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับภายในห้องพักจะต้องทำการประสานงานไปยังแผนกแม่บ้าน ถึงการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักเพิ่มเติม เช่น จำนวนผ้า ชุดชากาแฟ หรือแม้กระทั่งมินิบาร์ การจัดดอกไม้ หากเป็นเครื่องดื่มหรืออาหารว่างจะต้องประสานงานยังแผนกอาหารและเครื่องดื่มให้ทราบถึงรายละเอียดต่าง ๆ ว่าลูกค้าต้องการอะไรบ้าง นอกจากนี้ยังต้องประสานงานไปยังแผนกลูกค้าสัมพันธ์ให้ทำการต้อนรับและทราบถึงรายละเอียดทั้งหมดของลูกค้าที่จะเข้าพัก เพื่อจะได้ตรวจสอบความเรียบร้อยกับแผนกต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องต่อไป

4.4.3 ประสานงานกับเจ้าหน้าที่ต้อนรับลูกค้าที่เข้าพักเป็นหมู่คณะ (Tour Coordinator) โดยการแจ้งว่าลูกค้าได้ทำการเข้าพักแล้วเป็นคณะใด จำนวนกี่ห้อง ทั้งนี้พนักงานแผนกต้อนรับจะต้องจัดเตรียมเอกสารการลงทะเบียน การ์ดสำหรับเข้าพัก จัดเตรียมไว้ให้กับทางพนักงานที่รับกรู๊ปเข้าพักซึ่งได้เตรียมไว้ล่วงหน้า ก่อนที่ลูกค้าจะทำการเข้าพักต่อไป

4.5 การสื่อสารและประสานงานกรณีที่ลูกค้าต้องการร้องเรียนหรือตำหนิเรื่องใดเรื่องหนึ่ง พนักงานต้อนรับควรรับฟังคำติชม ข้อร้องเรียนจากลูกค้าอย่างตั้งใจ โดยปกติในกรณีที่ลูกค้ามีปัญหาหรือได้รับความไม่สะดวก ไม่พอใจในการบริการในระหว่างที่เข้าพักอยู่ในโรงแรม ทางลูกค้าจะต่อว่าหรือร้องเรียนมายังพนักงานแผนกต้อนรับ ซึ่งถือได้ว่าเป็นแผนกแรกที่ลูกค้านึกถึงและสะดวกที่สุดในการติดต่อ ซึ่งบางครั้งลูกค้าอาจจะใช้วิธีเขียนข้อความในแบบสอบถาม ซึ่งพบส่วนใหญ่จะเขียนในเรื่องที่ไม่เร่งด่วนนักและจะให้ก่อนที่จะคืนห้องพัก และในกรณีที่เร่งด่วนที่ต้องการจะร้องเรียนทันทีก็จะโทรศัพท์มาแจ้งหรือไม่ก็จะลงมาติดต่อที่เคาน์เตอร์ต้อนรับ

หลังจากที่ได้รับฟังปัญหาหรือข้อร้องเรียนจากลูกค้าแล้วนั้น ทางพนักงานแผนกต้อนรับจะต้องขอโทษลูกค้าที่ไม่ได้รับความสะดวก จากนั้นก็จะประสานงานไปยังผู้จัดการฝ่ายปฏิบัติการ (Manager on Duty) ให้รับทราบถึงปัญหาที่ลูกค้าได้ร้องเรียนมาโดยพนักงานต้อนรับจะต้องแจ้งรายละเอียดเบื้องต้น ที่ได้พูดคุยกับลูกค้ามาก่อนหน้านี้ว่าเป็นอย่างไร จากนั้นจะต้องแนะนำลูกค้าให้ลูกค้ารู้จักกับผู้จัดการฝ่ายปฏิบัติการเพื่อให้แก้ไข้ปัญหาต่อไป ในทางตรงกันข้ามกรณีที่ลูกค้าจะขอพบกับ Manager on Duty อาจจะไม่ได้แจ้งรายละเอียดใด ๆ กับทางพนักงานต้อนรับ ทางพนักงานต้อนรับก็ต้องติดต่อให้เช่นเดียวกัน

4.6 การสื่อสารและประสานงานกรณีที่ลูกค้าเจ็บไข้ได้ป่วยหรือประสบอุบัติเหตุ พนักงานต้อนรับจะต้องมีความพร้อมอยู่เสมอในการรับเรื่องราวต่าง ๆ หรือการขอความช่วยเหลืออยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะกรณีฉุกเฉิน เช่น ลูกค้าไม่สบายมากนอนอยู่ภายในห้องพัก ลูกค้าประสบอุบัติเหตุภายในโรงแรม เกิด



เรื่องทะเลาะวิวาท เป็นต้น เมื่อพนักงานต้อนรับได้รับทราบเรื่องต่าง ๆ จะต้องแจ้งกับ Manager on Duty ให้รับทราบโดยด่วน พร้อมกับแจ้งเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยภายในโรงแรม (Security Officer) ให้ไปยังจุดเกิดเหตุต่อไป ซึ่งเรื่องราวที่เกิดขึ้นในแต่ละวันนั้นทางพนักงานต้อนรับจะต้องบันทึกลงในสมุดบันทึกประจำวันของแผนกเช่นกัน ทั้งนี้เพื่อที่พนักงานในรอบอื่น ๆ จะได้ติดตามเหตุการณ์ต่าง ๆ ต่อไป

5. ปฏิบัติหน้าที่อื่นๆ ตามที่ได้รับมอบหมายจากผู้บังคับบัญชา

บทบาทการสื่อสารและประสานงานของพนักงานโรงแรม ทุกคนจะต้องทำงานเป็นทีม แต่ตำแหน่งพนักงานต้อนรับจะเป็นเหมือนศูนย์กลางรับเรื่องทุกเรื่อง ๆ ในโรงแรม เพราะลูกค้าทุกคนได้ติดต่อกับแผนกต้อนรับตั้งแต่แรกเข้าพัก และเป็นแผนกส่วนหน้าให้บริการ 24 ชั่วโมง ดังนั้นการติดต่อสื่อสารและประสานงานจึงเป็นหน้าที่หลักของฝ่ายต้อนรับ ซึ่งมีลักษณะความรับผิดชอบดังต่อไปนี้

5.1 มีการสื่อสารและประสานงานกับผู้จัดการฝ่ายปฏิบัติการ (Manager on Duty) กรณีลูกค้าเกิดข้อร้องเรียนตลอดจนการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายในโรงแรม

5.2 มีการสื่อสารและประสานงานกับเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ (Guest Relation Officers) กรณีที่ลูกค้า VIP หรือบุคคลสำคัญเข้าพัก หรือแขกพิเศษที่มาใช้บริการเป็นประจำ

5.3 มีการสื่อสารและประสานงานกับหัวหน้าแผนกขนสัมภาระ (Bell Captains, Porter) กรณีลูกค้าเข้าพักเป็นรายบุคคลหรือหมู่คณะให้ช่วยเหลือขนย้ายสัมภาระ ตลอดจนการคืนห้องออกจากโรงแรม

5.4 มีการสื่อสารและประสานงานกับผู้ประสานงานแผนกแม่บ้าน (Housekeeping Coordinator) กรณีที่ลูกค้าต้องการให้ทำความสะอาด

5.5 มีการสื่อสารและประสานงานกับหัวหน้าประจำชั้นห้องพักลูกค้า (Floor Supervisors) กรณีลูกค้าต้องการสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่เกี่ยวกับความสะอาดภายในห้องพักเพิ่มเติม

5.6 มีการสื่อสารและประสานงานกับเจ้าหน้าที่สำรองห้องพัก (Reservation Officer) กรณีการตรวจสอบสถานะห้องพักและเงื่อนไขการเข้าพักของลูกค้า

5.7 มีการสื่อสารและประสานงานกับเจ้าหน้าที่อาหารและเครื่องดื่ม (Food and Beverage Officer) กรณีการเสิร์ฟ (Welcome Drink) ในระหว่างที่ติดต่อเข้าพัก และบริการอาหารเครื่องดื่มในขณะที่พักอยู่ในโรงแรม

5.8 มีการสื่อสารและประสานงานกับพนักงานรับสายโทรศัพท์ (Operator) กรณีการเปิดปิดสายโทรศัพท์ และการขอบริการ Morning Calls

5.9 มีการสื่อสารและประสานงานกับพนักงานอำนวยความสะดวก (Concierge) กรณีที่ลูกค้าต้องการทราบข้อมูลต่าง ๆ โดยเฉพาะการขอข้อมูลและการประสานงานกับสถานที่หรือบุคคลภายนอกโรงแรม



5.10 มีการสื่อสารและประสานงานกับพนักงานรักษาความปลอดภัย (Security Officer) กรณีที่เกิดเหตุฉุกเฉินต่าง ๆ ภายในโรงแรม

5.11 มีการสื่อสารและประสานงานกับช่างซ่อมบำรุง (Technician) กรณีที่เกี่ยวกับเครื่องใช้ไฟฟ้า ระบบต่าง ๆ ภายในห้องพักมีปัญหา

5.12 มีการสื่อสารและประสานงานกับพนักงานรับ ส่งลูกค้าสนามบิน (Airport Representatives) กรณีการประสานงานรับส่งลูกค้าระหว่างโรงแรมและสนามบิน

5.13 มีการสื่อสารและประสานงานกับพนักงานแคชเชียร์ (Cashier Officer) กรณีที่ลูกค้าต้องการชำระเงิน หรือต้องการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

บรรณานุกรม

ทวีชัย วิรามเวศน์. (2555). หน่วยที่ 7 การประสานงานและการแก้ไขปัญหา. ใน*เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการห้องพักและการจัดการอาหารและเครื่องดื่ม*. หน่วยที่ 1-7. นนทบุรี: สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช.

สุรีย์ เข้มทอง. (2555). หน่วยที่ 11 การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมในธุรกิจการท่องเที่ยวและโรงแรม. ใน*เอกสารการสอนชุดวิชาประสบการณ์วิชาชีพการท่องเที่ยวและโรงแรม*. หน่วยที่ 8-15. นนทบุรี: สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช.

สุรีย์ เข้มทอง. (2555). หน่วยที่ 1 การจัดระบบปฏิบัติการห้องพัก. ใน*เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการห้องพักและการจัดการอาหารและเครื่องดื่ม*. หน่วยที่ 1-7. นนทบุรี: สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช.





มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช
Sukhothai Thammathirat Open University

การจัดการบริการด้วยไมตรีจิต



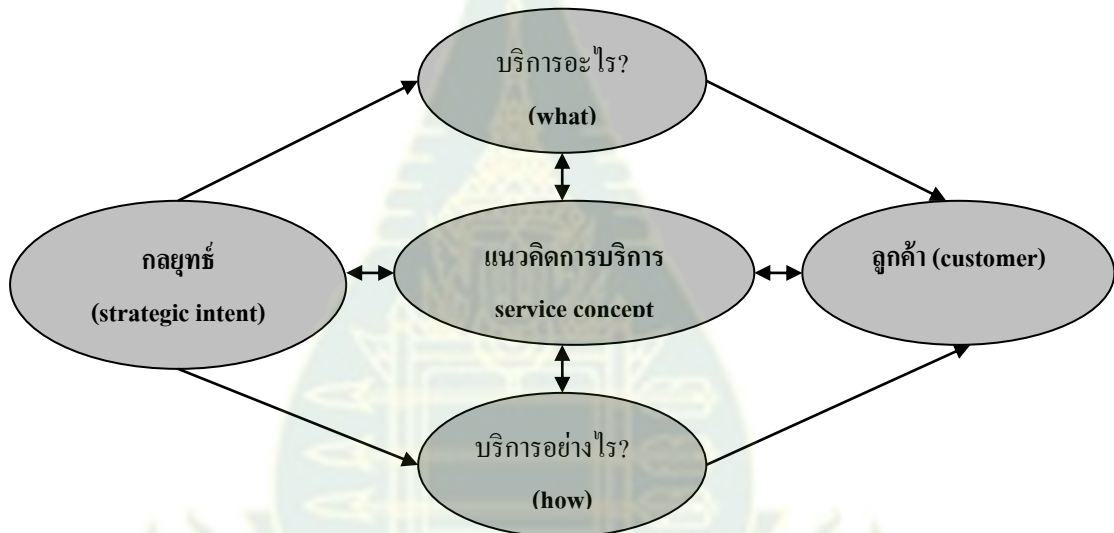
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุรีย์ เข้มทอง



การจัดการบริการด้วยไมตรีจิตในธุรกิจโรงแรม

แนวคิดของการบริการด้วยไมตรีจิต

โกลด์สเทนและคณะ (Goldstein et al., 2002 cited in Victorino et al., 2005, p. 557) เสนอแนวคิดการบริการดังแสดงในภาพที่ 1 *การบริการ* คือ การผสมผสานสิ่งที่ต้องการจะให้บริการ (what) ที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า คือ ต้องทราบว่าธุรกิจจะบริการอะไร และมีวิธีการ (how) อย่างไรในการให้บริการซึ่งวิธีการให้บริการจะถูกกำหนดขึ้นโดยผู้ให้บริการ และวิธีการบริการนี้ คือ กลยุทธ์การบริการขององค์กรนั้น ๆ



ภาพที่ 1 แนวคิดการบริการ (The Service Concept) ของ Goldstein et al. (2002)

แหล่งที่มา ดัดแปลงจาก Goldstein et al. (2002 cited in Victorino et al., 2005, p. 557)

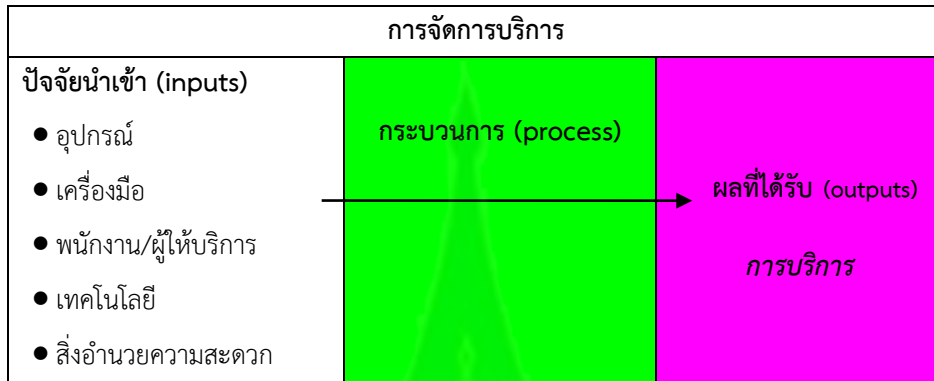
ในมุมมองของนักวิชาการการตลาด (Shoemaker and Shaw, 2008, p. 32) ได้ระบุว่า *การบริการ* คือ ผลิตภัณฑ์ที่ไม่สามารถจับต้องได้และไม่มีตัวตนแต่ได้รับการควบคุมหรือจัดการจากผู้ประกอบการ

จอร์นตัน และ คลาร์ค (Johnston and Clark, 2005, p. 10) ได้กล่าวถึงแนวคิด *การบริการ* ใน 2 มุมมอง คือ มุมมองของผู้ประกอบการหรือผู้ให้บริการ และ มุมมองของลูกค้าหรือผู้รับบริการ

1) *มุมมองของผู้ประกอบการหรือผู้ให้บริการ* (ดังแสดงในภาพที่ 2) ในมุมมองของผู้ประกอบการหรือผู้จัดการด้านการบริการ *การบริการ* หมายถึง ผลที่เกิดขึ้นหรือได้รับ (outputs) จากกระบวนการบริการ (service process) ที่เกิดจากทรัพยากรภายในองค์กรเป็นปัจจัยนำเข้า



(inputs) ปัจจัยที่นำเข้า ได้แก่ อุปกรณ์ เครื่องมือ พนักงาน/ผู้ให้บริการ เทคโนโลยีและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่มีอยู่ในองค์กร ส่วนกระบวนการ หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์กับลูกค้าหรือผู้รับบริการ เช่น กระบวนการสำรองที่พัก กระบวนการลงทะเบียนการเข้าพักหรือออกจากที่พัก และกระบวนการชำระค่าบริการ เป็นต้น



ภาพที่ 2 แนวคิดการบริการในมุมมองของผู้ประกอบการหรือผู้ให้บริการ
แหล่งที่มา ดัดแปลงจาก Johnston and Clark (2005, p. 5)

2) มุมมองของลูกค้าหรือผู้รับบริการ (ดังแสดงในภาพที่ 4.3) ในมุมมองของลูกค้าหรือผู้รับบริการ การบริการ คือ ผลลัพธ์ด้านการบริการ (service product) ที่เกิดจากปัจจัยนำเข้า (inputs) ที่ประกอบด้วย เวลา ความพยายาม และค่าใช้จ่ายของผู้รับบริการ ทำให้ได้รับผลิตภัณฑ์การบริการ ที่ประกอบด้วยประสบการณ์ของประสบการณ์การบริการที่ได้รับ (experience) และผลลัพธ์ที่ได้รับ (outcomes) ซึ่งอาจจะมากกว่าหรือเท่ากับหรือน้อยกว่าความคาดหวัง



ภาพที่ 3 แนวคิดการบริการในมุมมองของลูกค้าหรือผู้รับบริการ
แหล่งที่มา ดัดแปลงจาก Johnston and Clark (2005, p. 7)



ตัวอย่าง การบริการในมุมมองของลูกค้า

ประสบการณ์การบริการที่ได้รับ (experience) คือ ผู้รับบริการได้รับการปฏิบัติจากผู้ให้บริการ หรือได้รับกิจกรรมต่าง ๆ การให้บริการในโรงแรม

ผลลัพธ์ที่ผู้รับบริการได้รับ (outcomes) ประกอบด้วย อารมณ์ (emotions) ความคุ้มค่า (value) การตัดสินใจ (judgments) และความตั้งใจ (intention)

- **อารมณ์** คือ ความรู้สึกที่เกิดขึ้น (instinctive feelings) ว่า ตนเองได้รับความสุข ความสะดวกสบาย
- **ความคุ้มค่า** คือ การที่ผู้รับบริการได้ประเมินว่าได้รับประโยชน์มากกว่าค่าใช้จ่าย และเวลาที่เสียไป ได้ความรู้สึกที่พึงพอใจ
- **การตัดสินใจ** เป็น ความคิดที่เกิดจากความรู้สึกหรือการรับรู้ต่อประสบการณ์ที่ได้รับ และความคาดหวังของตนเองจากการบริการ ซึ่งส่งผลให้เกิดความพึงพอใจ หรือ ไม่พอใจ
- **ความตั้งใจ** เป็น ผลจากการตัดสินใจต่อการบริการที่ได้รับว่า พอใจ และ ไม่พอใจ หากพอใจจะเกิดความตั้งใจที่จะกลับมาใช้บริการอีกหรือเป็นลูกค้าภักดี

“แนวคิดการบริการด้วยไมตรีจิตทั่วไป” คือ ต้องสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการ หรือ อาจกล่าวว่าการบริการด้วยไมตรีจิต หมายถึง กิจกรรมหรือการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของผู้ให้บริการเพื่อที่จะสนองตอบความต้องการ หรือความคาดหวังของผู้รับบริการและก่อให้เกิดความพึงพอใจจากผลการกระทำดังกล่าว

แนวคิดการจัดการบริการด้วยไมตรีจิตในธุรกิจโรงแรม

การบริการด้วยไมตรีจิตในธุรกิจโรงแรมได้นำแนวคิดด้านการบริการที่เกี่ยวกับ ความแตกต่างของบุคคล วัฒนธรรม ประเพณี และความสำเร็จของธุรกิจบริการมาบูรณาการร่วมกัน

1) **ความแตกต่างของแต่ละบุคคล** เน้นผู้ให้บริการ หรือเจ้าบ้านต้องมีความเข้าใจและยอมรับในพฤติกรรมและความต้องการของผู้มาเยือนหรือผู้รับบริการแต่ละบุคคลที่มีความแตกต่างกัน ทั้งด้านร่างกายและจิตใจ

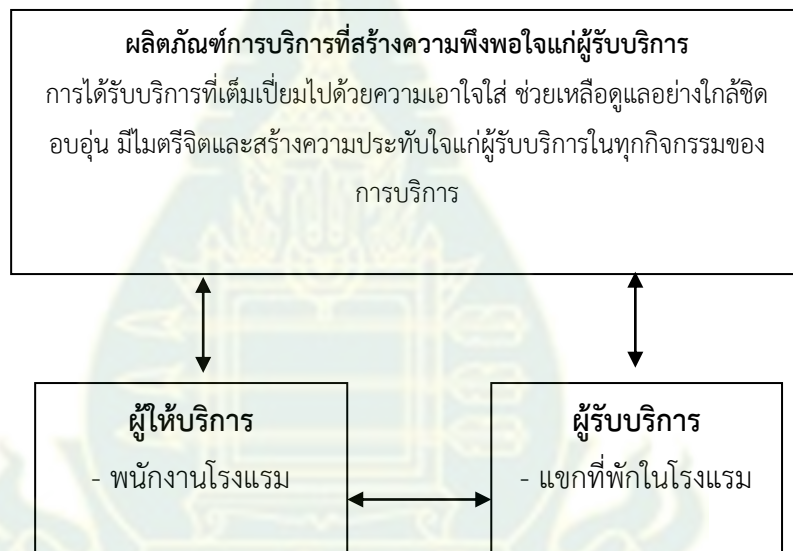
2) **ความแตกต่างด้านวัฒนธรรมและประเพณี** ระหว่างผู้ให้บริการหรือเจ้าบ้านและผู้รับบริการหรือผู้มาเยือน ซึ่งผู้ให้บริการหรือเจ้าบ้านต้องสามารถให้การบริการที่สามารถทำให้ผู้มาเยือนทุกเชื้อชาติมีความประทับใจและรับรู้ได้ว่าเป็นการบริการที่เกิดขึ้นจากใจจริงไม่ทำให้ผู้มาเยือนเกิดความรู้สึกว่ามีความขัดแย้งหรือช่องว่างของความแตกต่างทางวัฒนธรรมเกิดขึ้น

3) **ความสำเร็จของธุรกิจบริการ** คือ ธุรกิจที่สามารถสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่งอื่น และสามารถสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืนได้ โดยผู้ให้บริการจำเป็นต้องมี คุณลักษณะ



ทักษะ และพฤติกรรมต่างๆที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการและทำให้ผู้รับบริการมีความประทับใจ (Lashley, 2000 cited in Lashley, 2008)

อาจกล่าวได้ว่า “การบริการด้วยไมตรีจิตในธุรกิจโรงแรม” หมายถึง กิจกรรมที่ปฏิบัติหรือกระบวนการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการบริการในโรงแรม โดยเน้นผู้ให้บริการ ต้องมีความเข้าใจและยอมรับในพฤติกรรมและความต้องการของผู้มาเยือนหรือผู้รับบริการแต่ละบุคคลที่มีความแตกต่างกัน และ เน้นให้ผู้รับบริการหรือแขกที่เข้าพักในโรงแรม ได้รับประสบการณ์จริงที่ตรงกับความต้องการมากที่สุดที่เกิดจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการกับผู้รับบริการขณะเผชิญหน้ากันในการบริการ (moment of truth) (Barrows and Powers, 2009) ในลักษณะของการปฏิบัติที่เต็มเปี่ยมไปด้วยความเอาใจใส่ ช่วยเหลือดูแลอย่างใกล้ชิด อบอุ่น มีไมตรีจิตและสร้างความพึงพอใจและความประทับใจแก่ผู้รับบริการในทุกกิจกรรมของการบริการ ดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 แนวคิดการบริการด้วยไมตรีจิตในธุรกิจโรงแรม

การบริการด้วยไมตรีจิตมีความสำคัญต่อทั้งผู้รับบริการและผู้ให้บริการ (บุคคลผู้ปฏิบัติงานและผู้ประกอบการบริการในธุรกิจโรงแรม) การบริการช่วยตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการให้ได้รับความสุขทั้งทางด้านร่างกาย และจิตใจ เป็นการช่วยเสริมสร้างคุณภาพชีวิต

ผู้รับบริการควรศึกษามาตรฐานการบริการของโรงแรมแต่ละแห่งหรือแต่ละระดับดาวและเปรียบเทียบคุณภาพการบริการที่ตรงกับความต้องการของตนเอง เพื่อให้ได้รับการบริการที่สอดคล้องกับความต้องการมากที่สุด นอกจากนี้การบริการช่วยตอบสนองความต้องการของผู้ให้บริการในการสร้างผลกำไรและภาพลักษณ์ที่ดีของธุรกิจแก่ผู้ประกอบการ



ปัจจุบันผู้รับบริการมีทางเลือกและมีโอกาสเลือกมากขึ้น จึงเป็นผลให้ผู้รับบริการมีอำนาจในการต่อรองค่อนข้างสูงขึ้น การสร้างความแตกต่างและการแข่งขันด้วยเรื่อง “การบริการ” เป็นสิ่งที่มีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เพราะเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จของการดำเนินการในทุกองค์กรโดยเฉพาะธุรกิจโรงแรม การบริการเป็นเรื่องที่อ่อนไหวและลึกซึ้ง เพราะเป็นเรื่องของคนและเกี่ยวข้องกับคนโดยตรง เป็นการกระทำหรือกิจกรรมเพื่อตอบสนองต่อความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่งของคนในเรื่องต่าง ๆ

ฉะนั้นการที่ผู้ให้บริการจะสามารถให้การบริการที่ดีและมีคุณภาพ ที่จะทำให้ชนะใจลูกค้าหรือแขกที่มาใช้บริการจำเป็นต้องมีความเข้าใจแนวคิดการบริการด้วยเมตริจิตที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของบุคคลต่าง ๆ ในกระบวนการบริการ ทั้งในแง่ของผู้รับบริการและผู้ให้บริการที่มีความแตกต่างกัน เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินการบริการที่จะนำไปสู่ความสำเร็จของการบริการที่มีคุณภาพและสามารถสร้างความประทับใจและความพึงพอใจสูงสุดแก่ผู้รับบริการเป็นสำคัญ

ลักษณะเฉพาะของการบริการ

การบริการมีลักษณะที่แตกต่างจากสินค้าทั่วไป ในที่นี้จะแบ่งเป็น 4 ลักษณะ (Weaver and Oppermann, 2000; Shoemaker and Shaw, 2008) ดังนี้ คือ

1) การบริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้

การบริการมีความแตกต่างกับสินค้าทั่วไปในลักษณะที่การบริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ (intangibility) การซื้อสินค้าทั่วไปก่อนที่ลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ จะมีการพิจารณา เช่น ถ้าต้องการซื้อ เสื้อผ้า หรือ เครื่องประดับ ก็อาจจะมีการลองสวมใส่ดูก่อน อาหารบางอย่างหรือผลไม้บางอย่าง ก็อาจจะลองชิมรสชาติ หรือสินค้าบางอย่างอาจจะมีการทดสอบหรือทดลองก่อนซื้อ เช่น รถยนต์ เป็นต้น แต่การบริการผู้รับบริการหรือลูกค้าไม่สามารถจะประเมินล่วงหน้าได้ หรือ รับรู้การบริการล่วงหน้าเหมือนสินค้าทั่วไป เนื่องจากไม่สามารถสัมผัส ไม่สามารถทดลองใช้บริการก่อนตัดสินใจซื้อ

นักท่องเที่ยวหรือลูกค้าที่ซื้อการบริการในธุรกิจโรงแรม ส่วนใหญ่มักจะใช้การประเมินการบริการก่อนตัดสินใจซื้อเกี่ยวกับ ที่พัก ความสะอาดสบาย และราคา โดยการสอบถามข้อมูลจากเพื่อนญาติ ตัวแทนจำหน่าย นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มผู้ใช้บริการที่เป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับในสังคม รวมทั้งประสบการณ์เดิมของลูกค้าที่เคยใช้บริการเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อ ดังนั้นการบอกต่อ (word-of-mouth) จึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญในธุรกิจโรงแรม การบอกต่อของแต่ละบุคคลก็อาจจะมีความแตกต่างกัน เพราะบุคคลแต่ละคนมีการรับรู้ ความรู้สึก และเจตคติต่อการบริการที่แตกต่างกัน ขณะเดียวกันข้อมูลก็อาจจะมีการเปลี่ยนแปลงได้ตามช่วงเวลา



ดังนั้น ผู้ประกอบการหรือผู้ให้บริการจึงจำเป็นต้องนำสิ่งที่จับต้องได้หรือสิ่งที่สามารถแสดงให้เห็นให้ผู้รับบริการมีความมั่นใจในการบริการ เป็นเครื่องมือในการดึงดูดและสร้างความเชื่อมั่นในการบริการแก่ผู้รับบริการก่อนตัดสินใจซื้อ เช่น ภาพถ่ายของสถานที่ที่พัก หรือโรงแรมที่สวยงามและสะอาด การแต่งกายของผู้ให้บริการที่มีความประณีต ห้องพักที่มีเครื่องอำนวยความสะดวกอย่างครบครัน เหล่านี้เป็นต้น

อย่างไรก็ตามหากผู้รับบริการไม่ได้รับการบริการตามที่ตนเองคาดหวัง ก็ไม่สามารถจะเรียกร้องขอเงินคืนเหมือนกับสินค้าทั่วไป ซึ่งผู้ประกอบการก็ไม่ควรที่จะโฆษณาเกินความเป็นจริง นอกจากนี้เนื่องจากการบริการไม่สามารถจับต้องได้ การที่จะแสดงออกได้ถึงความรู้สึกที่ประทับใจหรือการได้รับประสบการณ์การบริการจากสถานที่ต่าง ๆ ส่วนใหญ่ใช้ รูปถ่าย และของที่ระลึก เพื่อเก็บไว้ในความทรงจำ

2) เป็นลักษณะที่แบ่งแยกการผลิตและการบริโภคออกจากกันไม่ได้

การบริการในธุรกิจโรงแรม มีลักษณะที่การผลิตและการบริโภคเกิดขึ้นในสถานที่เดียวกัน เวลาเดียวกัน ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการ (inseparability) เป็นการผลิตและการบริโภคได้ และทั้งผู้ให้บริการและผู้รับบริการมีการปฏิสัมพันธ์กันในช่วงเวลาของการบริการ (moment of truth) เช่น

ช่วงเวลาที่พักหรือใช้บริการของโรงแรมใดโรงแรมหนึ่ง พนักงานโรงแรมก็จะทำหน้าที่ให้บริการแก่เราและเราก็รับบริการไปพร้อมกันในช่วงเวลานั้นๆ

หรือหากต้องการซื้อบริการอาหารในภัตตาคารใดภัตตาคารหนึ่ง เราก็ต้องเข้าไปในภัตตาคารนั้นและสั่งอาหารด้วย ในกรณีนี้ผู้รับบริการเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการผลิตเพราะถ้าลูกค้าไม่สั่งอาหารการผลิตจะไม่เกิดขึ้น

การใช้บริการของสายการบิน ขณะที่เครื่องบินกำลังบิน ผู้รับบริการอยู่ในเครื่อง การบริการเกิดขึ้นไปพร้อม ๆ กันไม่สามารถแยกออกกระหว่างการผลิตและการบริโภค

การบริการจะต่างกับกรณีสินค้าทั่วไป การผลิตและการบริโภคเกิดขึ้นต่างสถานที่กัน คือผลิตในสถานที่หนึ่งแต่การบริโภคเกิดขึ้นอีกสถานที่หนึ่ง

ด้วยเหตุนี้เองการควบคุมมาตรฐานคุณภาพของสินค้าทั่วไปจึงสามารถทำได้ง่ายกว่าการควบคุมคุณภาพของการบริการ เพราะในการผลิตสินค้าทั่วไปมักใช้เครื่องจักรและระบบการผลิตอัตโนมัติที่สามารถควบคุมการทำงานได้ดีกว่า ในขณะที่การให้บริการจำเป็นต้องอาศัยปัจจัยมนุษย์ (human factors) พนักงานที่มีหน้าที่ให้บริการมักไม่อาจรักษามาตรฐานการบริการของตนให้เป็นไปตามที่กำหนดได้ตลอดเวลา อีกทั้งยังอาจมีลูกค้าเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการผลิตอีกด้วย เนื่องจากการให้บริการและการรับบริการเกิดขึ้นในสถานที่เดียวกัน ระดับมาตรฐานการบริการจึงมีการผันแปรอยู่ตลอดเวลา



พฤติกรรมของผู้รับบริการบางคนอาจสร้างความเสียหายต่อภาพลักษณ์ขององค์กรได้ อย่างในกรณีของโรงแรมที่มีแขกขอวางเท้าบนที่นั่งโซฟา หรือภัตตาคารที่มีลูกค้าขอบุหรี่และส่งเสียงดัง เป็นต้น อย่างไรก็ตามในอีกด้านหนึ่งผู้รับบริการก็ยังคงเป็นปัจจัยที่สร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการด้วยกันเองด้วยเช่นกัน เพราะหากลองคิดถึงภาพของภัตตาคารใดที่ไม่มีรถยนต์ลูกค้าจอดอยู่เลย ภัตตาคารนั้นคงไม่อาจเรียกลูกค้าได้เท่ากับภัตตาคารที่มีรถยนต์ของลูกค้าจอดอยู่เต็มอย่างแน่นอน

เนื่องจากลักษณะของการบริการในธุรกิจโรงแรม จะมีการปฏิสัมพันธ์เกิดขึ้นตลอดเวลาของผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ดังนั้นผู้ให้บริการที่ต้องติดต่อหรือมีปฏิสัมพันธ์กับผู้รับบริการ เช่น พนักงานต้อนรับ พนักงานส่วนหน้า เป็นต้น จำเป็นที่จะต้องได้รับการฝึกอบรมการบริการเป็นเลิศ ขณะเดียวกัน การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับขนบธรรมเนียมและกฎระเบียบของสถานที่ต่าง ๆ ให้แก่ผู้รับบริการ และนักท่องเที่ยว เป็นสิ่งสำคัญและมีความจำเป็นเพราะการบริการไม่สามารถแบ่งแยกได้ ดังนั้นการที่ผู้รับบริการแสดงพฤติกรรมที่ไม่ถูกต้องขนบธรรมเนียมและกฎระเบียบ จะส่งผลในแง่ลบต่อการบริการของสถานที่นั้น ๆ

3) ลักษณะที่ไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้

สินค้าทั่วไปสามารถเก็บรักษาไว้จำหน่ายในอนาคตได้ แต่ในกรณีของการบริการเราไม่อาจเก็บรักษา (perishability) การบริการเอาไว้ขายในอนาคตได้ ตัวอย่างเช่น

โรงแรมมีจำนวนห้องพัก 400 ห้อง แต่ขายได้ 300 ห้อง ทำให้วันนี้มีที่ว่างในโรงแรม 100 ห้อง ซึ่งที่ว่าง 100 ห้องไม่สามารถเก็บไว้ขายในวันพรุ่งนี้รวมเป็น 500 ห้อง

การบริการในธุรกิจโรงแรม เมื่อไม่มีความต้องการใช้บริการจะเกิดเป็นความสูญเสียเปล่าที่ไม่อาจเรียกกลับคืนมาใช้ประโยชน์ใหม่ได้ การบริการจึงมีความสูญเสียค่อนข้างสูงขึ้นอยู่กับความต้องการใช้บริการในแต่ละช่วงเวลา เนื่องจากความต้องการการให้บริการมีการเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา และการบริการจะต้องมีการจัดเตรียมความพร้อมไว้สำหรับการบริการผู้รับบริการเมื่อไรก็ได้ เช่น ห้องพักในโรงแรม และการบริการอาหารในภัตตาคาร เป็นต้น เมื่อไม่มีผู้มาใช้บริการ การจัดเตรียมเช่นนี้เป็นลักษณะของการสูญเสียเปล่า แต่เป็นเรื่องที่ต้องกระทำ เพราะไม่สามารถคาดเดาความต้องการของผู้มาใช้บริการได้

ดังนั้นผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีกลยุทธ์ในการจัดการเกี่ยวกับอุปสงค์และอุปทาน (demand and supply) ให้มีความสอดคล้องและสมดุลกัน เพื่อทำให้เกิดผลกำไรสูงสุดในแต่ละช่วงเวลานั้นๆ บางครั้งจะเห็นวิธีการส่งเสริมการขายในช่วงเวลาสุดท้ายที่ราคาถูกมาก (last minute) การลดอัตราค่าบริการห้องพักของโรงแรม และการทำบัตรสมาชิกเพื่อได้รับสิทธิพิเศษ เป็นต้น

4) ลักษณะที่แตกต่างไม่คงที่



การบริการที่ได้รับในสถานที่เดียวกัน อาจจะมีระดับที่แตกต่างไม่คงที่ (variability or heterogeneity) เพราะการบริการเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์เป็นส่วนใหญ่ (human element factors) มีความแตกต่างทั้งผู้ให้และผู้รับบริการ ผู้ให้บริการแต่ละคนมีความแตกต่างกันในการให้บริการ ผู้รับบริการแต่ละคนมีการรับรู้และความคาดหวังต่อการบริการที่แตกต่างกัน ทำให้ลักษณะของบริการไม่เหมือนเดิม หรือมีความไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับว่าผู้ให้บริการเป็นใคร จะให้บริการเมื่อไร ที่ไหน และอย่างไร ขึ้นอยู่กับสภาพจิตใจและความพร้อมของผู้ให้บริการ

ตัวอย่างเช่น ในโรงแรมที่มีชื่อเสียงผู้รับบริการที่เป็นผู้สูงอายุต้องการให้พนักงานต้อนรับอธิบายการใช้กุญแจอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งพนักงานต้อนรับมีความตั้งใจในการอธิบายอย่างดีทำให้ผู้รับบริการรายนี้มีความประทับใจและบอกต่อว่า “พนักงานที่โรงแรมนี้ให้การบริการดี” แต่ขณะเดียวกันมีผู้รับบริการที่เป็นนักธุรกิจและรอที่จะลงทะเลียนเพื่อรับกุญแจห้องพัก ต้องรอคอยและรู้สึกหงุดหงิด ไม่พอใจในการบริการก็จะบอกต่อว่า “โรงแรมที่นี้บริการไม่ประทับใจ” กล่าวคือผู้รับบริการแต่ละคนจะมีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการที่ได้รับแตกต่างกัน

เนื่องจากการบริการมีลักษณะไม่คงที่ ขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการ ผู้รับบริการ ช่วงเวลาของการบริการและสภาพแวดล้อมขณะบริการที่แตกต่างกัน ดังนั้น การให้ความสำคัญต่อการคัดเลือกบุคลากรที่มีคุณสมบัติเหมาะสมกับลักษณะงานและการจัดให้มีการฝึกอบรมอย่างสม่ำเสมอเป็นเรื่องจำเป็น การกำหนดมาตรฐานการบริการหรือการจัดทำคู่มือที่ทำให้ผู้ให้บริการทุกคนสามารถให้บริการได้ใกล้เคียงกันมีการรับฟังคำติชมและข้อคิดเห็น รวมทั้งมีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการช่วยประชาสัมพันธ์และอธิบายสิ่งที่ผู้รับบริการและนักท่องเที่ยวควรรู้ เช่น ตำแหน่งร้านอาหาร สถานที่จับจ่ายใช้สอย ทางไปห้องน้ำ เป็นต้น

ลักษณะการบริการจะมีความแตกต่างกับสินค้าทั่วไป ดังนั้น การที่จะสามารถจัดระบบการบริการในธุรกิจโรงแรมที่มีคุณภาพมีความจำเป็นที่จะต้องเข้าใจและศึกษาเกี่ยวกับลักษณะพิเศษของการบริการดังกล่าว

วัตถุประสงค์ของการจัดการบริการด้วยไมตรีจิตในธุรกิจโรงแรม

การดำเนินธุรกิจปัจจุบันสิ่งที่ผู้ประกอบการทุกธุรกิจตระหนักถึงคือ จะต้องให้บริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า ดังนั้นสิ่งที่ผู้ประกอบการจำเป็นต้องทราบเกี่ยวกับผู้รับบริการ คือ

ใคร คือ ผู้รับบริการ

ผู้รับบริการ ต้องการอะไรและคาดหวังอะไร

ทำไมผู้รับบริการจึงเลือกใช้บริการของเรา

มีวิธีจูงใจและรักษาผู้รับบริการอย่างไร



นอกจากผู้รับบริการแล้ว ผู้ให้บริการเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญและมีอิทธิพลโดยตรงต่อการบริการ เพราะเป็นผู้ที่ต้องพบปะและมีปฏิสัมพันธ์กับผู้มารับบริการอยู่ตลอดเวลา

นั่นคือ ความสำเร็จของธุรกิจมาจากการที่ผู้ประกอบการสามารถวิเคราะห์และทำความเข้าใจถึงความต้องการและความคาดหวังของผู้รับบริการ และมีความเข้าใจความต้องการของผู้ให้บริการของตนเอง

การนำแนวคิดและหลักการสำคัญของการบริการด้วยไมตรีจิตมาใช้ในการศึกษาวิเคราะห์และทำความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมของบุคคลในกระบวนการบริการที่มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ซึ่งวัตถุประสงค์ของการบริการด้วยไมตรีจิต คือ

1) **เพื่อให้เข้าใจและยอมรับธรรมชาติของมนุษย์** ในด้านความต้องการส่วนบุคคลและความแตกต่างระหว่างบุคคล ตลอดจนคุณลักษณะของบุคคลและพฤติกรรมการแสดงออกของผู้ให้บริการและผู้รับบริการที่มีผลต่อการบริการ

2) **เพื่อประยุกต์ใช้หลักการและแนวคิดการบริการไมตรีจิตในการจัดการระบบการบริการ** ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการบริการ การปฏิบัติงานบริการ รวมทั้งการประเมินผลการบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3) **เพื่อพัฒนาศักยภาพของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริการ** ให้เข้าใจบทบาทความรับผิดชอบ และสามารถปฏิบัติตนได้อย่างเหมาะสมในกระบวนการบริการ

4) **เพื่อยกระดับมาตรฐานคุณภาพของการบริการ** ด้วยกลยุทธ์การบริการที่สร้างความประทับใจและมีคุณธรรม

5) **เพื่อตระหนักถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริการ** และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงการบริการในอนาคต รวมทั้งปัญหาข้อบกพร่องในการปฏิบัติการบริการและแนวทางปรับปรุงการดำเนินการบริการให้มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง

การบริการด้วยไมตรีจิต มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับการตลาดยุคใหม่ โดยมีเป้าหมายร่วมในการสร้างความพึงพอใจในสินค้าและบริการให้แก่ผู้ใช้บริการหรือผู้บริโภค และต่างมุ่งที่ศึกษาพฤติกรรมของบุคคลในกระบวนการทางธุรกิจ เหตุผลการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภค และวิธีการตอบสนองความต้องการใช้บริการ

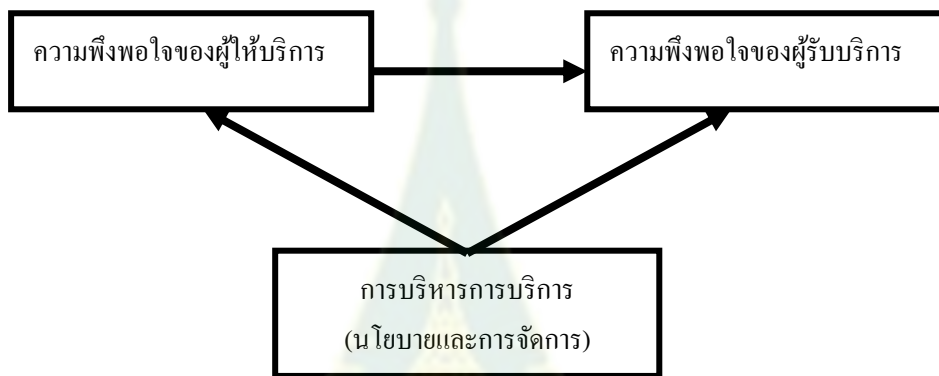
บทบาทของการจัดการบริการด้วยไมตรีจิตต่อการยกระดับคุณภาพการบริการ

การบริการด้วยไมตรีจิตจึงมีบทบาทต่อการยกระดับคุณภาพการบริการที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบ 3 ด้าน คือ 1) การบริหารการบริการ 2) การปฏิบัติงานบริการของผู้ให้บริการ และ 3) การรับรู้การบริการของผู้รับบริการ ดังนี้ คือ



1. การบริหารการบริการ

*การบริหารการบริการ*เป็นกระบวนการเพื่อการสร้างและรักษาความพึงพอใจ ความคาดหวังของผู้รับบริการไว้ ขณะเดียวกันก็ตระหนักว่าการบริการที่ดีจะไม่เกิดขึ้น หากพนักงานขององค์กรไม่มีขวัญและกำลังใจที่ดีในการปฏิบัติงาน การบริหารการบริการจำเป็นต้องให้ความสำคัญแก่ผู้ให้บริการในการเสริมสร้างความพึงพอใจและความจงรักภักดีผูกพันกับองค์กร ดังภาพที่ 5



ภาพที่ 5 การบริหารการบริการในธุรกิจโรงแรม

1.1 เป้าหมายของการบริหารการบริการ

จากภาพที่ 5 แสดงให้เห็นการบริหารการบริการมีเป้าหมายสำคัญ 2 ประการ คือ

1) *การจัดการบริการที่สร้างความพึงพอใจแก่ผู้รับบริการ* ผู้ประกอบการหรือผู้บริหารการบริการและผู้ปฏิบัติงานบริการต้องร่วมกันให้บริการที่มุ่งสนองต่อความต้องการ ความคาดหวังของผู้รับบริการให้ได้อย่างต่อเนื่อง สร้างและรักษาสัมพันธภาพในระยะเวลายาวนานให้ได้ และตระหนักว่าคุณภาพการบริการเกิดขึ้นกับช่วงจุดหนึ่ง ๆ ของเวลาที่เกี่ยวโยงกับการรับรู้ และประสบการณ์ที่ผู้รับบริการเคยได้รับ เพราะฉะนั้นการบริหารการบริการที่ดี ควรเริ่มจากการสำรวจความต้องการของผู้รับบริการและตรวจสอบขั้นตอนและกระบวนการในการให้บริการโดยพิจารณาจากความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นตัวตั้ง

2) *การจัดการบริการที่สร้างความพึงพอใจแก่ผู้ให้บริการ* ผู้ประกอบการหรือผู้บริหารการบริการ พึงตระหนักว่าบรรยากาศและวัฒนธรรมที่ดีขององค์กรถือเป็นปัจจัยพื้นฐานของการบริการที่เป็นเลิศ การที่ผู้ประกอบการหรือผู้บริหารการบริการปฏิบัติต่อผู้ปฏิบัติงานการบริการโดยถือว่าแต่ละคนเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าขององค์กร ย่อมจะทำให้ผู้รับบริการได้รับบริการอย่างมีคุณภาพ และเป็นผู้รับบริการที่มีคุณค่าในสายตาของผู้ให้บริการเช่นกัน ดังนั้น ผู้ประกอบการหรือผู้บริหารการบริการจำเป็นต้องสร้างบรรยากาศที่ดีของการให้บริการให้เกิดแก่ผู้ปฏิบัติงานการบริการทั้งผู้ที่ปฏิบัติส่วนหน้า (front office) และผู้ที่ปฏิบัติส่วนหลัง (back office) ให้มีความรู้สึกพึงพอใจในการปฏิบัติหน้าที่



การให้บริการ เกิดความรู้สึกผูกพันกับองค์กร ปฏิบัติงานอย่างเต็มที่ด้วยความภาคภูมิใจ ความรู้สึกเหล่านี้จะมาจากการทำงานที่พนักงานรับรู้ถึงบรรยากาศการทำงานที่เป็นมิตร มีความยุติธรรม

1.2 การรับรู้คุณภาพของการบริการ

การบริหารการบริการให้มีคุณภาพ จะต้องดำเนินการโดยการวิเคราะห์ความต้องการ และคุณลักษณะที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการที่ผู้รับบริการคาดหวัง รวมทั้งการวิเคราะห์การรับรู้คุณลักษณะและการแสดงออกในการบริการที่ผู้ให้บริการเห็นว่ามีคุณภาพนำมากำหนดเป็นเกณฑ์หรือมาตรฐานการบริการที่มีคุณภาพ

ความหมายของ *คุณภาพการบริการ* (Service Quality) ที่เข้าใจกันโดยทั่วไป หมายถึง *ลักษณะของบริการที่ลูกค้าหรือผู้รับบริการมีความพึงพอใจ* (สุริย์ เข้มทอง 2544 หน้า 305) บางครั้ง “*คุณภาพการบริการ*” ใช้ในความหมายเดียวกันกับ “*ความพึงพอใจ*” (Johnson & Clark, 2005, p. 108)

อย่างไรก็ตามนักวิชาการด้านการบริการ พาราสุรามาน และคณะ (Parasuraman et al., 1988) ได้จำแนกคุณภาพการบริการเป็น 5 มิติ เป็นแนวคิดที่ได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลาย และถูกนำไปใช้เป็นเกณฑ์ในการประเมินคุณภาพการบริการ ประกอบด้วยมิติต่อไปนี้คือ

1) **ความเชื่อถือได้ หรือ ความเที่ยงตรง** (reliability) หมายถึง การนำเสนอการบริการตามคำมั่นสัญญาที่ให้ไว้อย่างตรงไปตรงมา

2) **การให้ความมั่นใจ** (assurance) หมายถึง ความรู้ ความเหมาะสม ความสุภาพของพนักงานผู้ให้บริการ และความสามารถในการสร้างความไว้วางใจ และความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ

3) **ลักษณะที่จับต้องได้** (tangibles) หมายถึง ลักษณะที่ปรากฏให้เห็น เช่น อาคารสถานที่ การแต่งกายของพนักงานผู้ให้บริการ สิ่งอำนวยความสะดวก และอุปกรณ์เครื่องมือ เป็นต้น

4) **การเอาใจเขามาใส่ใจเรา** (empathy) หมายถึง ความเอื้ออาทรใส่ใจของผู้ให้บริการที่มีต่อผู้รับบริการ

5) **การตอบสนอง** (responsiveness) หมายถึง ความเต็มใจที่จะช่วยเหลือผู้รับบริการให้ความช่วยเหลือได้ทันทีทันความต้องการ

1.3 เทคนิคการบริหารการบริการเพื่อเสริมสร้างคุณภาพ

เป็นกระบวนการเพื่อการสร้างและรักษาความพึงพอใจทั้งผู้ให้และผู้รับบริการ ที่ประกอบด้วย 1) ประเด็นที่ควรพิจารณาในการบริหารการบริการเพื่อเสริมสร้างคุณภาพ และ 2) การบริหารคุณภาพแบบครบวงจร ดังนี้คือ



1) ประเด็นที่ควรพิจารณาใน การบริหารการบริการเพื่อเสริมสร้างคุณภาพ มีดังนี้

1.1) การให้ความสำคัญกับผู้รับบริการ (*customer orientation*) หมายถึง การตอบสนองความต้องการของลูกค้าทั้งภายนอกและภายใน เนื่องจากการบริหารคุณภาพเป็นภาระของทุกคนในองค์กรที่ร่วมกันสร้างวัฒนธรรมมุ่งสู่ความเป็นเลิศ การทำงานร่วมกันเป็นทีมและการแก้ปัญหาหรืออุปสรรค ในการทำงานออกไปพร้อมกัน

1.2) การให้ความสำคัญกระบวนการทำงาน (*process orientation*) หมายถึง การออกแบบระบบการบริการที่ไม่ทำให้เกิดข้อผิดพลาดได้ในกระบวนการ (*zero defect*) มีการจัดหรือปรับปรุงระบบการบริการให้มีความแม่นยำถูกต้องคล่องตัวและรวดเร็วอย่างสม่ำเสมอ โดยการลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็นออก รวมทั้งการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาใช้ในกระบวนการให้บริการ

1.3) การปรับปรุงคุณภาพอย่างต่อเนื่อง (*continuous improvement*) หมายถึง มีการพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์การบริการ อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องตลอดเวลา เป็นการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้การบริการดีขึ้นจากเดิม โดยคำนึงถึงความพึงพอใจของผู้รับบริการมากที่สุด

2) การบริหารคุณภาพแบบครบวงจร

ปัจจุบันธุรกิจการบริการได้นำแนวคิดของการบริหารคุณภาพแบบครบวงจร (Total Quality Management or TQM) มาใช้ในการยกระดับคุณภาพการบริการ คือ เป็นการจัดการที่มุ่งเน้นคุณภาพในทุกๆ ขั้นตอนหรือกระบวนการของการให้บริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด โดยผู้ให้บริการทุกคนได้มีส่วนร่วมในการออกแบบระบบการบริการที่ไม่ทำให้เกิดข้อผิดพลาดได้ในกระบวนการ (*zero defect*) ซึ่งแนวคิดการบริหารคุณภาพแบบครบวงจร ประกอบด้วย 3 ขั้นตอนหลัก คือ

1) การกำหนดความต้องการของผู้รับบริการที่ถูกต้อง ซึ่งจำเป็นต้องมีการสำรวจข้อมูลจากผู้รับบริการมีความต้องการการบริการลักษณะใด และนำข้อมูลความต้องการของผู้รับบริการมากำหนดรูปแบบการบริการเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการนั้น

2) มีการกำหนดมาตรฐานของการปฏิบัติงานโดยมีการจัดทำมาตรฐานการให้บริการอย่างชัดเจน เพื่อสร้างความมั่นใจว่าจะไม่มีความผิดพลาดหรือเสียหายในการบริการที่มีผลต่อผู้รับบริการได้แก่ การกำหนดแผนการบริการที่สัมพันธ์กับความสำเร็จของการบริการ การระบุขั้นตอนและกระบวนการบริการที่มีความชัดเจน การกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละตำแหน่งงาน รวมทั้งการส่งเสริมค่านิยมด้านคุณภาพการบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการดังแสดงในตารางที่ 1 การบริหารคุณภาพครบวงจรกับการบริการของภัตตาคาร

3) มีการประเมินวัดผลงานโดยการประเมินว่าการบริการที่ผู้รับบริการได้รับนั้น มีขั้นตอนใดที่สามารถปรับปรุงได้อีกบ้าง เปรียบเทียบระหว่างการให้บริการจริงกับมาตรฐานที่กำหนดดังตัวอย่างภาพที่ 6 โดยมีการตรวจสอบความแตกต่างของคุณภาพการให้บริการว่าตรงหรือเกินกว่า



ความคาดหวังของผู้รับบริการหรือไม่ ถ้าหากเกิดความแตกต่างระหว่างสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวังไว้กับการให้บริการที่เกิดขึ้นจริง เป็นหน้าที่ของผู้บริหารการบริการและผู้ให้บริการต้องทำการปรับปรุงแก้ไขให้มีคุณภาพ

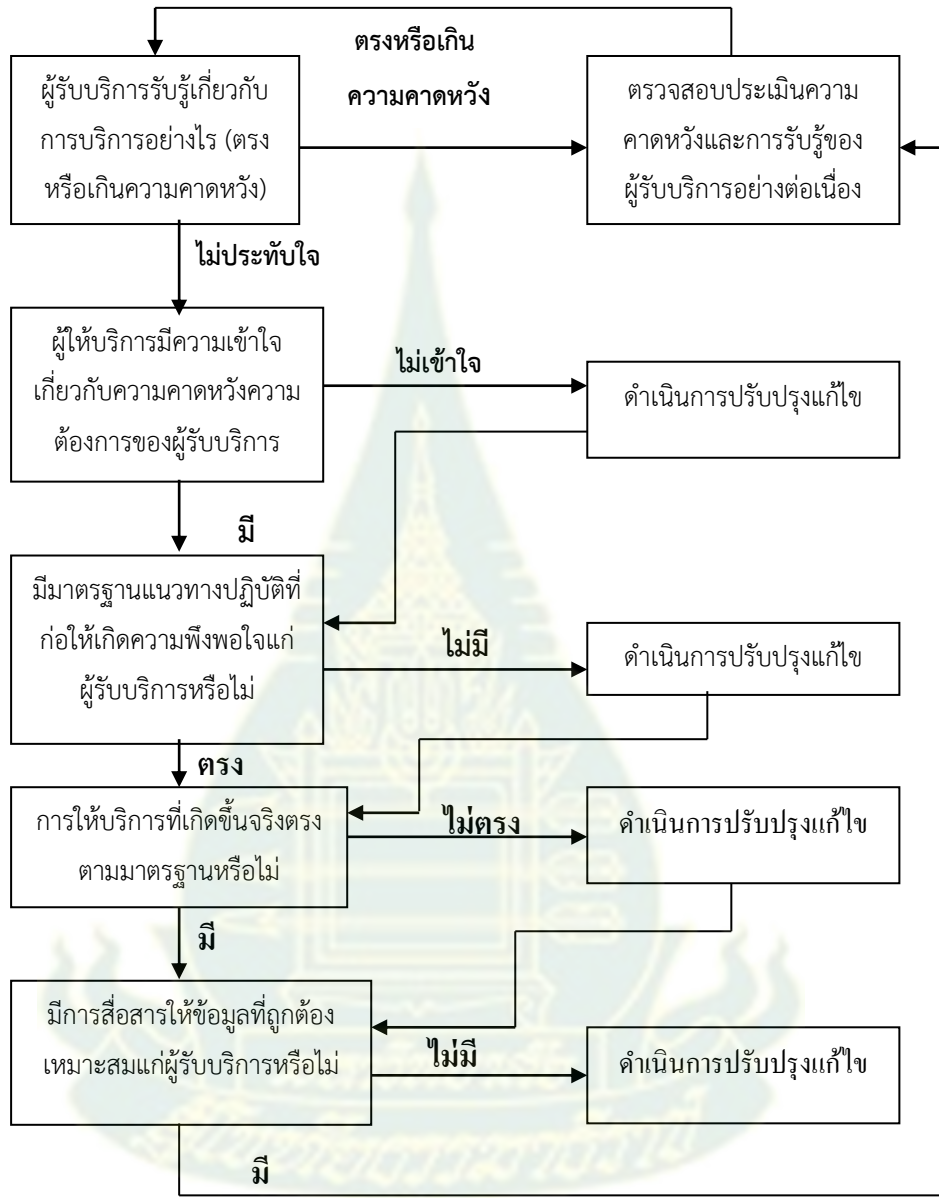
ตารางที่ 1 ตัวอย่างการบริหารคุณภาพครบวงจรกับการบริการของภัตตาคาร

ขั้นตอน	กิจกรรม	จุดให้บริการ	ผู้ให้บริการ	ระดับคุณภาพของการบริการ
1	ผู้รับบริการขับรถเข้ามาที่ภัตตาคาร	ประตูเข้าบริเวณลานจอดรถ	เจ้าหน้าที่ ร.ป.ภ.	<ul style="list-style-type: none"> •ร.ป.ภ.ต้อนรับอำนวยความสะดวกการเข้าที่จอดรถอย่างรวดเร็วด้วยท่าทีที่สุภาพอ่อนน้อม •สถานที่จอดรถมีป้ายบอกทางเข้าและออกที่ชัดเจน •มีแสงสว่างเหมาะสมและอากาศถ่ายเทได้สะดวก •มีสถานที่จอดรถอย่างเพียงพอ •มีป้ายชี้ทางเข้าภัตตาคาร
2	ผู้รับบริการเข้ามาในภัตตาคาร	<ul style="list-style-type: none"> •ประตูเข้าภัตตาคาร •บริเวณรับประทานอาหารภายในภัตตาคาร 	<ul style="list-style-type: none"> •เจ้าหน้าที่ต้อนรับ •บริการ •แคชเชียร์ •เจ้าหน้าที่ห้องครัว 	<ul style="list-style-type: none"> •เจ้าหน้าที่ต้อนรับกล่าวต้อนรับนำไปบริเวณที่นั่งด้วยอัธยาศัยไมตรีที่สุภาพอ่อนน้อม •สถานที่นั่งรับประทานอาหารสะอาด สะดวกสบาย ได้รับการดูแลเอาใจใส่จากบริการอย่างทั่วถึง •ได้รับอาหารตามที่สั่ง ถูกต้องภายในเวลาที่ รวดเร็ว ด้วยรสชาติดี สะอาดและใส่ในภาชนะที่ถูกต้องสุกสุกหอมมัน •แคชเชียร์คิดเงินอย่างรวดเร็วถูกต้องแม่นยำ มีความสุภาพและทำตามที่ผู้รับบริการต้องการ เช่น การออกไปเสิร์ฟ
3	ผู้รับบริการออกจากภัตตาคาร	<ul style="list-style-type: none"> •ประตูออกภัตตาคาร •ลานจอดรถ 	<ul style="list-style-type: none"> •เจ้าหน้าที่ต้อนรับ •ร.ป.ภ. 	<ul style="list-style-type: none"> •เจ้าหน้าที่ต้อนรับกล่าวขอบคุณและเชื้อเชิญให้กลับมาใช้บริการใหม่ด้วยอัธยาศัยไมตรีที่สุภาพ •ร.ป.ภ.อำนวยความสะดวกการนำรถออกจากลานจอดรถ ด้วยความรวดเร็วและปลอดภัยรวมทั้งแสดงความขอบคุณ

แหล่งที่มา สุรีย์ เข็มทอง (2553)



จากตารางที่ 1 ข้างต้นแสดงให้เห็นว่า การบริการคุณภาพครบวงจร ต้องมีการวางแผน ควบคุมและพัฒนาทุกขั้นตอนหรือกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการบริการทั้งหมด



ภาพที่ 6 การปรับปรุงคุณภาพอย่างต่อเนื่อง
แหล่งที่มา ดัดแปลงจาก Parasuraman et al. (1985; 1988)

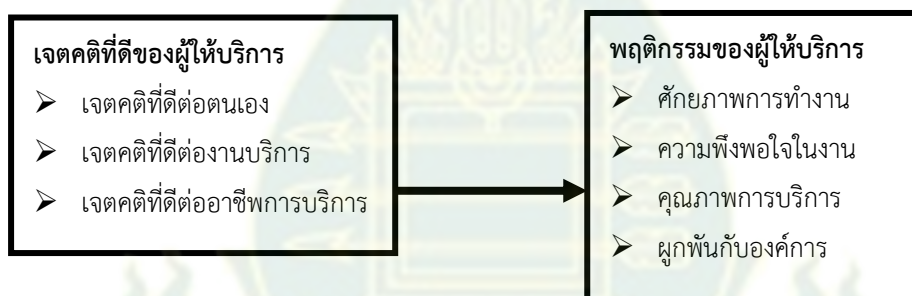
การบริหารคุณภาพครบวงจรกับการบริการ เป็นแนวทางหรือกลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการต้องมีความรู้ความสามารถในการนำการบริหารคุณภาพ (TQM) ไปปรับปรุงคุณภาพการบริการ ขณะเดียวกันผู้ประกอบการต้องสนับสนุนและส่งเสริมให้ผู้ปฏิบัติงานด้านการบริการมีความรู้เกี่ยวกับวิธีการประเมินประสิทธิภาพของการบริการ และมีการทำงานร่วมกันอย่างมีความสุข



กล่าวได้ว่า การบริการด้วยไมตรีจิตได้เข้ามามีบทบาทในการนำเสนอการบริการที่มีคุณภาพ และทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อการบริการของธุรกิจโรงแรม โดยผู้ประกอบการหรือผู้บริหารการบริการจำเป็นต้องประยุกต์แนวความคิดการบริการด้วยไมตรีจิตเพื่อใช้ในการกำหนด นโยบาย สร้าง วิสัยทัศน์ที่เหมาะสม รูปแบบหรือแนวทางปฏิบัติการบริการที่ตรงกับความต้องการและความคาดหวัง ของผู้รับบริการ รวมทั้งการสร้างวัฒนธรรมการบริการที่เสริมสร้างบรรยากาศการร่วมมือร่วมใจในการ ปฏิบัติงานการบริการอย่างมีความสุข ซึ่งพฤติกรรมการแสดงออกของผู้ให้บริการสามารถส่งผลต่อ คุณภาพการบริการที่ผู้รับบริการรับรู้ได้

2. การปฏิบัติงานบริการของผู้ให้บริการ

การพัฒนาผู้ปฏิบัติงานบริการเพื่อให้บริการที่ดีเป็นหัวใจสำคัญของการยกระดับคุณภาพของ การบริการเพราะเป็นการเพิ่มพูนศักยภาพของผู้ปฏิบัติงานที่ทำให้ผู้รับบริการได้รับความพึงพอใจ การ บริการด้วยไมตรีจิตจึงมีบทบาทต่อการพัฒนาเจตคติของผู้ปฏิบัติงานบริการในโรงแรม เพราะเจตคติ ของผู้ให้บริการในทางบวกจะส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้ให้บริการ คือผู้ให้บริการมีศักยภาพในการ ทำงานมีความพึงพอใจในการทำงานและสามารถให้การบริการที่มีคุณภาพ ดังภาพที่ 6



ภาพที่ 7 บทบาทการบริการด้วยไมตรีจิตต่อผู้ให้บริการในธุรกิจโรงแรม
แหล่งที่มา ดัดแปลงจาก Lovelock et al., 2007, p. 210

2.1 เจตคติที่ดีของผู้ให้บริการ

เจตคติที่ดีจำเป็นต้องเสริมสร้างให้ผู้ให้บริการในการปฏิบัติงานบริการให้มีคุณภาพด้วย ความรู้สึกที่ดีและเต็มใจที่จะทำงานตามความรับผิดชอบประกอบด้วย

1) **เจตคติที่ดีต่อตนเอง** เป็นความรู้สึกทางบวกที่บุคคลมีต่อภาพลักษณ์และ ความสามารถของตนเอง เช่น ความเชื่อมั่นในตนเอง รู้สึกว่าตนเองมีคุณค่า เป็นต้น เมื่อผู้ให้บริการมี ความรู้สึกที่ดีต่อตนเองก็ย่อมทำงานด้วยอารมณ์ที่สดชื่นแจ่มใสและมองโลกในแง่บวก



2) **เจตคติที่ดีต่องานบริการ** เป็นความรู้สึกทางบวกที่บุคคลมีต่อการปฏิบัติงานบริการ เช่น มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ มีอัธยาศัยไมตรีที่ดีงามต่อลูกค้า เป็นต้น เมื่อผู้ให้บริการมีความรู้สึกที่ดีต่องานที่ทำก็ย่อมทำงานด้วยความสุขและสนุกสนานกับงานที่ทำและมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์พัฒนางานที่ทำให้ดียิ่งขึ้น

3) **เจตคติที่ดีต่ออาชีพการบริการ** เป็นความรู้สึกทางบวกที่บุคคลมีต่อการประกอบอาชีพการบริการโดยรู้สึกว่าเป็นอาชีพที่มีเกียรติและได้ช่วยเหลือทำประโยชน์ให้กับผู้อื่น โดยสามารถทำให้ผู้อื่นมีความสุข

การบริการด้วยไมตรีจิตมีบทบาทต่อการพัฒนาเจตคติของผู้ให้บริการทั้งต่อตนเอง ต่อการปฏิบัติงานบริการ และต่ออาชีพการบริการ ซึ่งจะส่งผลต่อการให้บริการที่มีคุณภาพ ผู้ให้บริการมีรู้สึกพึงพอใจในงานการให้บริการ และเกิดความผูกพันกับองค์กร

2.2 ลักษณะและคุณสมบัติของผู้ให้บริการ

ผู้ให้บริการที่ดี ต้องเป็นผู้ที่มีเจตคติที่ดีต่องานบริการแล้ว ควรเป็นผู้ที่มีคุณสมบัติและลักษณะการแสดงออกต่องานบริการ ที่ทำให้ผู้รับบริการมีความพึงพอใจมากที่สุด ได้แก่

1) **เป็นผู้มีจิตใจรักงานบริการ** การที่บุคคลใดจะทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งได้ผลดี ต้องเกิดจากแรงบันดาลใจที่ทำให้ทุ่มเททั้งร่างกายและแรงใจตั้งใจทำสิ่งนั้น แม้ว่าจะมีความยากลำบากเพียงใดก็สามารถฝ่าฟันอุปสรรคไปได้จนประสบความสำเร็จ งานบริการก็เช่นเดียวกันผู้ที่ทำงานบริการได้ดีต้องมีใจรักและชอบงานบริการมีความสุขภาพ (courtesy) ผู้ให้บริการต้องมีอัธยาศัยไมตรี สุภาพ นอบน้อม ให้เกียรติผู้รับบริการ ผู้ให้บริการมีความสามารถในการสื่อความที่เข้าใจง่าย ถูกต้อง สามารถทำให้ผู้รับบริการทราบ เข้าใจ และได้รับคำตอบอย่างกระจ่างชัด **ผู้ให้บริการในธุรกิจโรงแรม ต้องเป็นผู้ที่มีบุคลิกของความโอบอ้อมอารี สุภาพ ยิ้มแย้ม มีความมั่นใจและภาคภูมิใจว่าอาชีพให้บริการด้านการโรงแรมเป็นอาชีพที่มีเกียรติ**

2) **มีความรู้ความสามารถในงานที่จะบริการ** การที่บุคคลใดจะทำงานได้ดีต้องมี ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญและเข้าใจทุกขั้นตอนของงานนั้น มิฉะนั้นจะเกิดความผิดพลาดเสียหายกับงานได้ งานบริการเป็นงานที่ต้องการความถูกต้องครบถ้วนสมบูรณ์เป็นสิ่งสำคัญ ดังนั้น ผู้ที่จะทำงานบริการได้ดีจำเป็นต้องขวนขวายหาความรู้เพื่อให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3) **มีความรับผิดชอบต่องานในหน้าที่** ความรับผิดชอบเป็นพื้นฐานของการทำงาน การทำงานที่ก่อให้เกิดความสำเร็จได้ ผู้ทำงานต้องมีความรับผิดชอบต่อตนเอง มีความรับผิดชอบต่อองค์กร และมีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย เช่นเดียวกับผู้ทำงานบริการ ต้องมีความรับผิดชอบต่อตนเอง โดยการปฏิบัติตนด้วยการแต่งกาย การแสดงกิริยามารยาท การพูดและการใช้ถ้อยคำที่ทำให้ผู้รับบริการมีความประทับใจ มีความรับผิดชอบต่อลูกค้าและตระหนักต่องานที่ได้รับ



มอบหมาย โดยมีความตั้งใจต่อการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างดีที่สุด เพื่อสนองตอบความต้องการของลูกค้า (responsiveness) ได้อย่างครบถ้วน

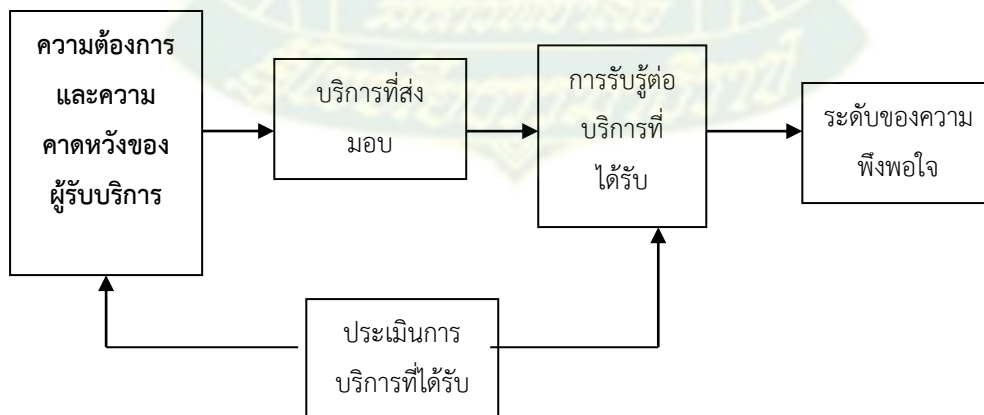
4) **มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์** ผู้ทำงานบริการต้องเป็นบุคคลที่สามารถสังเกตและวิเคราะห์ความต้องการของผู้บริการ (customer understanding) และสามารถนำมาคิดสร้างสรรค์ในงานบริการได้ ดังนั้น ผู้ทำงานบริการควรจะมีการพัฒนาตนเองอยู่ตลอดเวลาโดยการนำประสบการณ์การบริการที่ได้รับจากผู้รับบริการมาปรับปรุงและพัฒนาเป็นการบริการที่ดีขึ้นไปเรื่อยๆ ผู้ให้บริการควรเป็นผู้เฝ้าหาความรู้อยู่เสมอไม่ว่าจะเป็นความรู้รอบตัวเพื่อให้ทันต่อเหตุการณ์หรือความรู้ที่เกี่ยวกับความแตกต่างทางวัฒนธรรม เพื่อนำมาใช้ในการปรับปรุงการบริการให้ดีขึ้น

5) **มีความสามารถวิเคราะห์ปัญหา** การทำงานบริการอาจประสบกับปัญหาบางประการได้ เช่น ปัญหาผิดพลาดจากระบบงาน ปัญหาจากผู้รับบริการ และปัญหาจากผู้ให้บริการล้วนแต่เป็นปัญหาที่ผู้ให้บริการจะต้องสามารถวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา และคิดหาวิธีการแก้ปัญหาอย่างมีระบบ ขั้นตอน และทำให้ผู้รับบริการพึงพอใจ ผู้ให้บริการควรเป็นผู้ที่มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า สามารถแก้ปัญหาและสื่อสารให้นักท่องเที่ยวเข้าใจได้โดยไม่เกิดความขุ่นข้องใจ

กล่าวได้ว่าการที่ผู้ให้บริการสามารถปฏิบัติงานด้านการบริการเป็นเลิศได้นั้นมีสาเหตุสำคัญจากผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในงานบริการ ซึ่งความพึงพอใจของผู้ให้บริการนี้เกิดจากผู้ให้บริการมีเจตคติที่ดี และมีคุณสมบัติที่เหมาะสมแก่การบริการ

3. การรับรู้การบริการของผู้รับบริการ

การบริการด้วยไมตรีจิตเข้ามามีบทบาทต่อผู้รับบริการในธุรกิจโรงแรมในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการสนองตอบความต้องการและการสร้างความพึงพอใจแก่ผู้รับบริการ เพราะความพึงพอใจของผู้รับบริการคือเป้าหมายที่สำคัญของการบริการ ดังนั้นผู้ประกอบการและผู้ให้บริการจำเป็นต้องเข้าใจในความต้องการของผู้รับบริการที่แตกต่างกันเพื่อที่จะดำเนินการจัดการบริการได้ตรงกับความต้องการและสอดคล้องกับความคาดหวังเพื่อให้เกิดความพึงพอใจดังภาพที่ 8



ภาพที่ 8 ความพึงพอใจของผู้รับบริการ

แหล่งที่มา ดัดแปลงจาก Johnson and Clark, 2005, p. 105

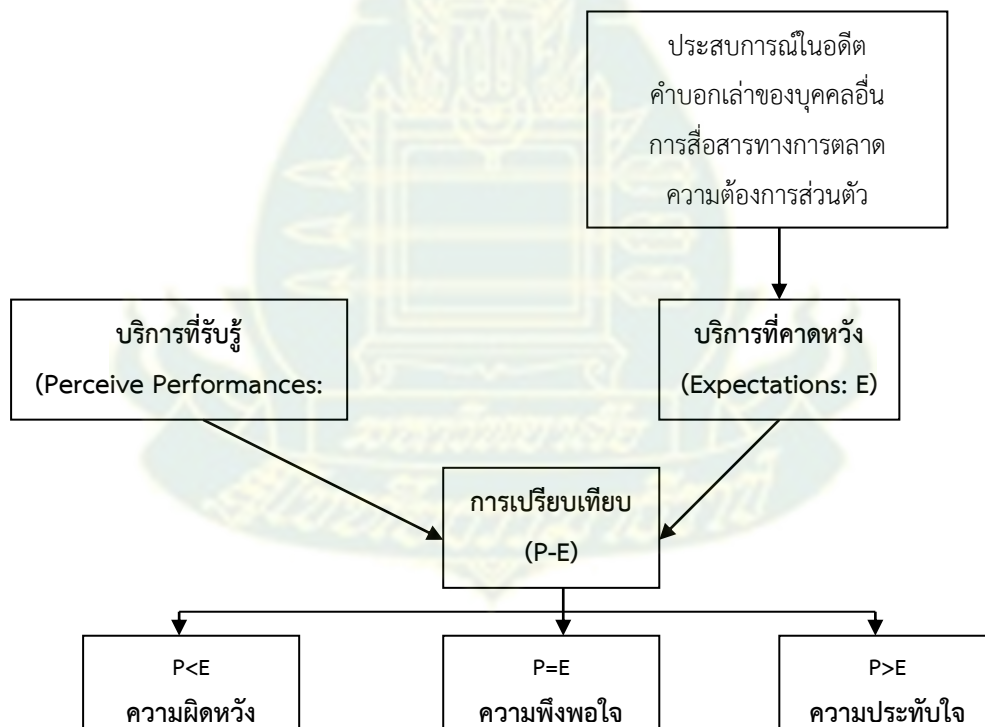


จากภาพที่ 8 เมื่อผู้รับบริการได้รับการตอบสนองตามความต้องการและตามความคาดหวัง ผู้รับบริการย่อมเกิดความพึงพอใจและเกิดความรู้สึกที่ดีต่อการบริการ ทั้งนี้ระดับความพึงพอใจขึ้นกับการบริการที่ได้รับและบริการที่คาดหวังจะได้รับมีความแตกต่างกันน้อยเพียงใด หากไม่มีความแตกต่างระหว่างการบริการที่ได้รับกับบริการที่คาดหวัง ผู้รับบริการจะมีความพึงพอใจในระดับพื้นฐานที่ผู้ให้บริการจะต้องปฏิบัติต่อลูกค้า ถ้าบริการที่ได้รับเพียงเบนไปในทางที่น้อยกว่าบริการที่คาดหวัง ความไม่พึงพอใจของผู้รับบริการจะเกิดขึ้น ในทางตรงข้ามหากผู้ให้บริการสามารถนำเสนอการบริการได้ดีกว่าที่สัญญาไว้จนเหนือความคาดหวังของผู้รับบริการ ความพึงพอใจก็จะทวีสูงขึ้นเป็นความประทับใจที่ติดตรึงใจผู้รับบริการไปอีกนาน

การบริการด้วยไมตรีจิตมีบทบาทต่อผู้รับบริการในธุรกิจโรงแรม ทำให้เข้าใจในความแตกต่างของความต้องการและความคาดหวังของผู้รับบริการที่มีผลต่อการพัฒนาการบริการให้มีมาตรฐานและคุณภาพ

2.2 ความคาดหวังของผู้รับบริการ

ความคาดหวัง หมายถึง การคาดคะเนสิ่งที่จะได้รับจากการบริการก่อนเข้ารับบริการ (Lovelock et al., 2007)



ภาพที่ 9 ความคาดหวังของผู้รับบริการ

แหล่งที่มา ดัดแปลงจาก Lovelock et al. (2007, p. 74)



ความคาดหวังของผู้รับบริการไม่ได้เกิดขึ้นจากปัจจัยด้านจิตวิทยาภายในของแต่ละบุคคล ได้แก่ ความจำเป็น ความต้องการ แรงจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ บุคลิกภาพ ทศนคติ และ แนวคิดของตนเองเพียงตามลำพัง ความคาดหวังที่ผู้รับบริการยังเกิดจากปัจจัยที่สำคัญดังนี้ คือ ประสบการณ์ของผู้รับบริการในการใช้บริการที่ผ่านมาในอดีต (experience) ข้อมูลที่ได้จากคำบอกเล่าของเพื่อน (word-of-mouth) คู่แข่งขัน การโฆษณาและการทดลองใช้ ดังแสดงในภาพที่ 9

จากภาพที่ 9 ลักษณะการรับรู้ของผู้รับบริการต่อการบริการแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

1) การบริการที่รับรู้ (perceive performance) เป็นการรับรู้ที่เกิดจากการที่ผู้รับบริการได้รับบริการแล้วเกิดความรู้สึกหรือภาพพจน์เกี่ยวกับการบริการที่ได้รับและวิธีปฏิบัติในกระบวนการให้บริการว่ามีคุณภาพมากน้อยเพียงใด เช่น นักท่องเที่ยวเข้าพักในโรงแรมแห่งหนึ่ง ห้องพักได้จัดไว้เรียบร้อยและสะอาด พนักงานให้การต้อนรับและการบริการด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี ย่อมทำให้ผู้รับบริการรับรู้ต่อการบริการที่ได้รับและภาพพจน์ที่ดีของโรงแรม

2) การรับรู้จากความคาดหวัง (expectations) เป็นการรับรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ของผู้รับบริการในการใช้บริการที่ผ่านมาในอดีต ข้อมูลที่ได้จากคำบอกเล่าของเพื่อน (word-of-mouth) จากข้อมูลที่โฆษณา ภาพพจน์ที่สื่อให้เห็น และความต้องการของผู้รับบริการเอง เช่น นักท่องเที่ยวที่เข้าพักในโรงแรมตามคำแนะนำหรือบอกกล่าวจากเพื่อนว่าเป็นโรงแรมที่มีพนักงานให้การบริการและต้อนรับดี สถานที่และห้องพักสะอาดและตกแต่งสวยงาม นักท่องเที่ยวผู้นี้จะคาดหวังว่าจะได้รับบริการเช่นนั้นด้วย

ผู้รับบริการจะมีการเปรียบเทียบการบริการที่คาดหวังกับการบริการที่ได้รับจากประสบการณ์จริงหากการบริการที่ผู้รับบริการได้รับตรงตามความคาดหวัง ($P=E$) ก็ย่อมเกิดความพึงพอใจและมีความรู้สึกที่ดีต่อการบริการ แต่ถ้าหากการบริการที่ได้รับจากประสบการณ์จริงต่ำกว่าการบริการที่คาดหวัง ($P<E$) ผู้รับบริการจะรู้สึกผิดหวัง ไม่พอใจ และจะไม่ใช้บริการอีก ในทางตรงกันข้าม หากการบริการที่ได้ผู้รับบริการได้รับจากประสบการณ์จริงสูงกว่าที่คาดคิดไว้หรือเกินคาด ($P > E$) ผู้รับบริการจะเกิดความรู้สึกประทับใจ

การพัฒนาทักษะการบริการด้วยไมตรีจิตของบุคลากรในโรงแรม

การที่บุคลากรผู้ให้บริการจะมีความพร้อมในการให้บริการที่ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจในการบริการจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาทักษะด้านการบริการที่สำคัญ ได้แก่ การเสริมสร้างทักษะด้านการสื่อสารและมนุษยสัมพันธ์ และทักษะการทำงานเป็นทีม ดังนี้

1. การเสริมสร้างทักษะด้านการสื่อสารและมนุษยสัมพันธ์

การสื่อสารและมนุษยสัมพันธ์ เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญและเกี่ยวข้องกันในงานบริการ เพราะการสื่อสารที่จะสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีได้ต้องเกิดจากผู้ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ เข้าใจถึงความแตกต่างระหว่างบุคคลของผู้รับบริการ มีความสามารถในการคิดวิเคราะห์หาวิธีการ



ติดต่อสื่อสารให้เข้าถึงผู้รับบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ตรงตามเป้าหมายของหน่วยงาน และตรงตามความคาดหวังของผู้รับบริการ ดังนั้นการที่บุคลากรในงานบริการจะสามารถติดต่อสื่อสาร และสร้างมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้รับบริการได้จำเป็นต้องมีการพัฒนาทักษะการสื่อสารและการ เสริมสร้างมนุษยสัมพันธ์ ดังนี้

1.1 ขั้นตอนการพัฒนาทักษะการสื่อสารและมนุษยสัมพันธ์ ประกอบด้วย

1.1.1 การพัฒนาตนเองของผู้ให้บริการให้เกิดจิตสำนึกต่อการบริการ การพัฒนา ผู้ให้บริการให้เกิดจิตสำนึกต่อการบริการ ประกอบด้วย

1) การพัฒนาด้านความคิดและความเข้าใจ (cognitive) ทำให้ผู้ให้บริการรู้จัก และเข้าใจบทบาทหน้าที่ของตนเอง ยอมรับต่อการปรับบุคลิกลักษณะของตนเองให้เหมาะสมกับงาน การบริการ

2) การพัฒนาด้านทักษะและการปฏิบัติตัว (behavior) ผู้ให้บริการมีความ จำเป็นต้องพัฒนาด้านทักษะของการให้บริการเพื่อให้เกิดความชำนาญ และสามารถแสดงหรือปฏิบัติ ได้ตามขั้นตอนของการบริการได้อย่างถูกต้อง และเมื่อเกิดความผิดพลาดพร้อมที่แก้ไขปัญหาด้วยเหตุ และผล

3) การพัฒนาด้านความรู้สึก (affective) ผู้ให้บริการต้องเข้าใจและยอมรับว่า ผู้รับบริการแต่ละคนมีความแตกต่างกัน ดังนั้นความต้องการและความคาดหวังของผู้รับบริการ แต่ละ คนไม่เหมือนกัน ผู้ให้บริการต้องเข้าใจและรับฟังความต้องการและความคาดหวังของผู้รับบริการ นอกจากนี้ผู้ให้บริการยังต้องมีการพัฒนาตนเอง ให้มีความเต็มใจในการให้บริการ และพร้อมที่จะ ทำงานร่วมกับผู้อื่น

1.1.2 การพัฒนาทักษะการสื่อสารในงานบริการที่มีประสิทธิภาพ

คือ ความสามารถในการเข้าถึงผู้รับบริการและได้รับการตอบสนองจากผู้รับบริการ ตามที่ผู้ให้บริการต้องการ ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนดังต่อไปนี้

1) ผู้ให้บริการต้องเข้าใจวัตถุประสงค์ในการติดต่อสื่อสารกับผู้รับบริการอย่างชัดเจน เพื่อให้การสื่อความหมายระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการมีความถูกต้องและเป็นไปตาม วัตถุประสงค์

2) ผู้ให้บริการต้องเข้าใจขั้นตอนการตัดสินใจของผู้รับบริการที่มีต่อข่าวสาร เช่น ความสามารถในการคิด การยอมรับและใช้เหตุผลของผู้รับบริการต่อข่าวสาร การศึกษาขั้นตอน ดังกล่าวเพื่อให้ผู้ให้บริการสามารถเตรียมหรือจัดข่าวสารที่ทำให้ผู้รับบริการตอบสนองในทางบวก

3) ผู้ให้บริการต้องกำหนดได้ว่า ผู้รับบริการหรือกลุ่มเป้าหมายที่เข้ามาใช้บริการเป็น ใคร หรือ กลุ่มไหน การที่ผู้ให้บริการทราบว่าใครเป็นผู้รับบริการหรือใครเป็นผู้รับข่าวสารจะมี ประโยชน์ต่อการติดต่อสื่อสารที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้รับบริการที่เป็นเป้าหมายได้ถูกต้อง



4) ผู้ให้บริการต้องเรียนรู้กระบวนการความเข้าใจของผู้รับบริการในการรับข้อมูลข่าวสาร เช่น ทักษะการและการตอบสนองความเข้าใจต่อข้อมูลที่ได้รับ เพื่อกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการติดต่อสื่อสารได้

5) ผู้ให้บริการต้องมีความสามารถในการกำหนดรูปแบบการนำเสนอข้อมูล และข่าวสารที่สามารถจูงใจให้ผู้รับบริการเกิดความคล้อยตาม กล่าวคือ ผู้ให้บริการต้องวางแผนและออกแบบข่าวสารที่เหมาะสมกับผู้รับบริการ เพื่อให้เกิดการตอบสนองตามที่ผู้ให้บริการต้องการได้

6) ผู้ให้บริการต้องมีข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของผู้รับบริการอย่างเพียงพอ เพื่อที่จะนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์ช่องทางการติดต่อสื่อสารที่สามารถเข้าถึงผู้รับบริการ

7) ผู้ให้บริการต้องเป็นผู้รับฟังที่ดีด้วยการเปิดโอกาสรับฟังความเห็นของผู้รับบริการเพื่อนำข้อมูลที่ได้รับมาปรับปรุงการติดต่อสื่อสารให้เกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ

8) ผู้ให้บริการต้องมีการประเมินความสำเร็จของการติดต่อสื่อสาร โดยติดตามผลของการติดต่อสื่อสารด้วยวิธีการสอบถามและรวบรวมข้อมูลจากผู้รับข่าวสารมาประเมิน

1.1.3 การเสริมสร้างมนุษยสัมพันธ์ในงานบริการ

การเสริมสร้างมนุษยสัมพันธ์ในงานบริการอาจกระทำได้ด้วย วิธีต่อไปนี้

1) ผู้ให้บริการต้องเรียนรู้และทำความเข้าใจถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ที่เกี่ยวกับ ความแตกต่างระหว่างบุคคลและความต้องการของมนุษย์ เพราะการทำความเข้าใจอิทธิพลของปัจจัยดังกล่าวข้างต้น จะช่วยให้สามารถแก้ไขปัญหาด้านความสัมพันธ์ได้ตรงประเด็น

2) ผู้ให้บริการต้องเรียนรู้วิถีในการเสริมสร้างบุคลิกภาพของตนเองที่ตรงกับความคาดหวังของผู้รับบริการที่มีต่อผู้ให้บริการ ได้แก่

- ยิ้มแย้มแจ่มใส และเป็นกันเอง
- รู้จักกล่าวถ้อยคำหรือคำทักทายที่สุภาพ
- ให้ความสำคัญแก่ผู้อื่น มีความจริงใจ รู้จักเอาใจเขามาใส่ใจเรา
- มีวินัยในตนเอง รู้จักขอโทษเมื่อทำผิด
- เป็นนักฟังที่ดี มีความอดทนและควบคุมอารมณ์ได้
- วางตัวเหมาะสมทางกิริยามารยาทและการแต่งกายถูกต้องตามกาลเทศและบุคคล
- รู้จักให้ความช่วยเหลือและแสดงน้ำใจต่อผู้อื่น
- มีทัศนคติที่ดี มองโลกในแง่ดี ยึดถือหลักธรรม
- มีความกระตือรือร้น และใฝ่หาความรู้
- อ่อนน้อมต่อคำชม และระมัดระวังต่อการวิจารณ์

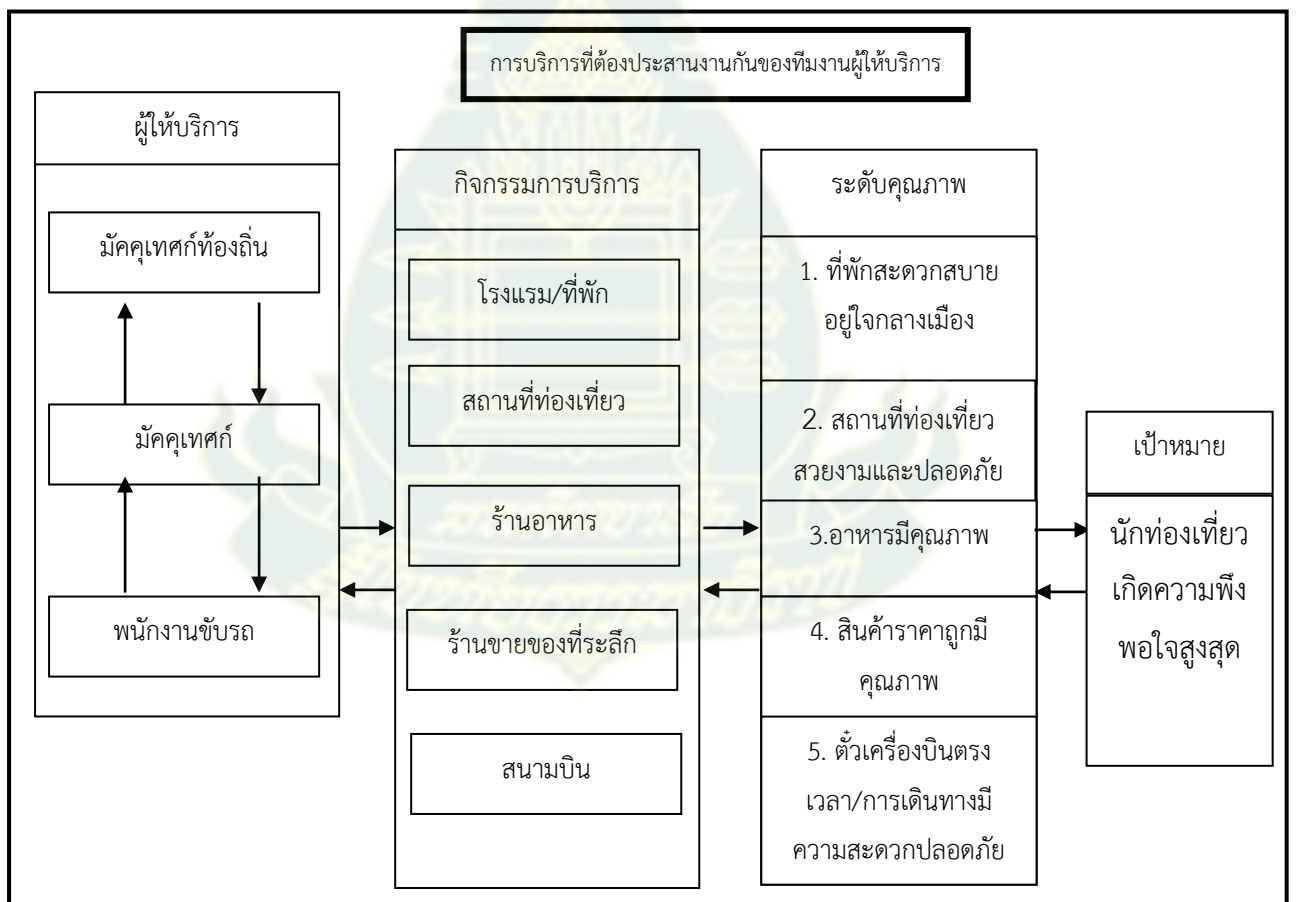


3) ผู้ให้บริการต้องมีความสามารถในการจูงใจ เพราะแรงจูงใจที่เหมาะสมกับตัวบุคคล หรือผู้รับบริการ จะทำให้บุคคลนั้นเกิดการตอบสนองโดยแสดงพฤติกรรมตามที่ต้องการ กล่าวคือ แรงจูงใจใดที่สามารถทำให้ผู้รับบริการเกิดความต้องการในการรับบริการ ก็จะช่วยทำให้เกิดแรงกระตุ้นให้ผู้รับบริการตัดสินใจเลือกใช้บริการนั้น

4) ผู้ให้บริการต้องเรียนรู้การแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากความสัมพันธ์ในงานบริการได้อย่างเหมาะสมและมีหลักการ การแก้ไขปัญหาอาจทำได้โดย การระบุปัญหาได้ถูกต้อง การค้นหาสาเหตุของปัญหา การวางแผนหาแนวทางแก้ไขปัญหา การดำเนินการแก้ไข และการประเมินผล การแก้ไขปัญหาไปสู่การปรับปรุงเพื่อให้เกิดผลดีต่อความสัมพันธ์ในงานบริการ

2. การสร้างทีมงานในการบริการ

การที่จะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด จำเป็นต้องมีการประสานงานกันและร่วมมือกันให้บริการจากผู้ให้บริการต่าง ๆ ที่อยู่ในธุรกิจโรงแรม ดังตัวอย่างภาพที่ 10 แสดงลักษณะการบริการที่ต้องประสานงานกันของทีมงานผู้ให้บริการ



ภาพที่ 10 ทีมงานการบริการในธุรกิจโรงแรม

แหล่งที่มา สุรีย์ เข็มทอง 2553



ได้แก่ มัคคุเทศก์ท้องถิ่นและพนักงานขับรถ ได้มีการสื่อสารกันและประสานกับโรงแรม/ที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึกและสนามบินอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้พักในที่พักที่มีความสะดวกสบาย ตั้งอยู่ใจกลางเมือง สถานที่ท่องเที่ยวที่ไปเที่ยว มีความสวยงาม มีความปลอดภัย นักท่องเที่ยวได้รับประทานอาหารที่มีคุณภาพจากร้านอาหารที่ ทีมงานเตรียมไว้ ได้ซื้อสินค้าหรือของที่ระลึกที่มีคุณภาพและราคาถูก สามารถเดินทางถึงจุดหมาย ปลายทางด้วยความปลอดภัย สะดวก และได้ตัวเครื่องบินตามเวลาและตรงตามความต้องการของ นักท่องเที่ยว

การบริการเป็นงานที่ไม่อาจดำเนินการให้เสร็จสิ้นโดยคนเพียงคนเดียวหรือคณะบุคคล คณะเดียว จึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาทีมงานการบริการที่มีประสิทธิภาพ

2.1 ความสำคัญของการสร้างทีมงานในการบริการ

ทีมงานในการบริการ เป็นการปฏิบัติงานบริการของบุคลากรด้านบริการร่วมกันทั้งผู้ ให้บริการส่วนหน้า (front-line staff) ซึ่งเป็นผู้ที่ติดต่อกับลูกค้าโดยตรง และผู้ให้บริการส่วนหลัง (supporting staff) หมายถึง ผู้ที่ไม่ได้สัมผัสกับลูกค้าโดยตรง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้รับบริการ เกิดความพึงพอใจสูงสุด และความสำเร็จขององค์การร่วมกัน จึงมีความสำคัญต่อองค์กรและ ผู้ปฏิบัติงานบริการ ดังนี้คือ

2.1.1 การสร้างทีมงานในการบริการมีความสำคัญต่อองค์กร เพราะเป็นการสร้าง บรรยากาศที่ดีในการทำงาน ทำให้ผู้ให้บริการแต่ละคนมีความสามัคคีกัน แต่ละคนมีความเข้าใจ กระบวนการให้บริการที่ถูกต้องตรงกัน มีความรู้สึกตระหนักรู้ที่ของตนเอง ต่อการบริการและมีความรับผิดชอบร่วมกัน ทุกคนรู้จักการยอมรับความสามารถซึ่งกันและกัน มีการช่วยเหลือและร่วมกัน แก้ปัญหาต่าง ๆ ให้ลุล่วงได้ดี ซึ่งทำให้ทำให้ประสิทธิภาพของการบริการดีขึ้น

2.1.2 การสร้างทีมงานในการบริการมีความสำคัญต่อบุคลากรผู้ให้บริการ เพราะเป็นการสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงานให้แก่ผู้ให้บริการ ได้มีโอกาสพัฒนาความสามารถของตนเอง ได้รับการสนับสนุนและยอมรับจากผู้ให้บริการด้วยกันให้ปฏิบัติบริการอย่างดีที่สุด มีการพัฒนาศักยภาพของตนเองอย่างต่อเนื่อง

2.2 วิธีการสร้างทีมงานในการบริการอย่างมีประสิทธิภาพ

การสร้างทีมงานการบริการที่มีประสิทธิภาพ ผู้ให้บริการที่เป็นสมาชิกในทีมได้มีส่วนร่วม ในการแสดงความคิดเห็น การรับรู้ และยอมรับในการดำเนินกิจกรรม ดังนี้

1) การกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายของทีมงานที่สามารถตอบสนองนโยบาย ขององค์กร



2) การกำหนดกิจกรรมการบริการและวิธีการให้บริการอย่างมีมาตรฐานโดยการกำหนดรายละเอียดของแต่ละขั้นตอนในการให้บริการอย่างชัดเจน ทำให้ผู้ให้บริการในทีมงานสามารถปฏิบัติได้ตรงตามเป้าหมาย

3) การกำหนดบทบาทหน้าที่ของผู้ให้บริการ เพื่อให้ผู้ให้บริการแต่ละคนทราบและเข้าใจในบทบาทหน้าที่ของตนเอง สามารถปฏิบัติได้ถูกต้องตามขอบข่ายที่กำหนด

4) การประเมินผลการทำงาน การประเมินผลการทำงานสามารถประเมินจากสถิติจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ ความประทับใจของลูกค้า ความรวดเร็วในการใช้เวลาบริการ ผลกำไรหรือขาดทุนเท่าใด

สรุป การจัดการบริการด้วยไมตรีจิตจะความสำเร็จได้ ต้องเกิดจากองค์ประกอบด้านการบริการคือผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญ กำหนดเป็นนโยบาย ผู้ปฏิบัติงานต้องมีความรู้ มีทักษะในการให้บริการ ทุกคนสามารถทำงานสื่อสารและประสานเป็นทีมการบริการที่มีเป้าหมายร่วมกันในการสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าหรือแขกที่มาใช้บริการ

บรรณานุกรม

- สุริย์ เข้มทอง. (2553). หน่วยที่ 4 จิตวิทยาการบริการ. ในเอกสารการสอนชุดวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว หน่วยที่ 1-7, นนทบุรี: สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช.
- Johnson, R. & Clark, G. (2005). *Service Operations Management 2nd ed: Improving Service Quality*, Pearson Education, Edinburgh Gate.
- Lashley, C. (2008). Marketing Hospitality and Tourism Experiences. In Oh, H. & Pizam, A. (eds.). *Handbook of Hospitality Marketing Management*, Butterworth-Heinemann, Oxford.
- Lovelock, C.H., Patterson, P.G. & Walker, R.H. (2007). *Service Marketing: An Asia-Pacific and Australian Perspective*, Pearson Education, Frenchs Forest.
- Parasuraman A., Valarie, Z. & Leonard, B. (1985). *A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research*. *Journal of Marketing*, 49 (4), 41-50.
- Parasuraman A., Valarie, Z. & Leonard, B. (1988). *SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*. *Journal of Retailing*, 64 (1), 12-40
- Shoemaker, S. & Shaw, M. (2008). *Marketing Essentials in Hospitality and Tourism*, Pearson Prentice Hall, New Jersey.
- Victorino, L., Verma, R., Plaschka, G. & Dev, C. (2005). *Service innovation and customer choices in the hospitality industry*. *Managing Service Quality*, 15 (6), 555-576.



มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช
Sukhothai Thammathirat Open University

การเป็นผู้นำและผู้ประกอบการใน การพัฒนาทีม



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุรีย์ เข้มทอง



แนวคิดของการเป็นผู้ประกอบการ

1. ความหมายของผู้ประกอบการ

คำนิยามของ “ผู้ประกอบการ (Entrepreneur)” ที่นิยมใช้กันมากคือ คำนิยามของ Zimmerer และ Scarborough (2005 cited in Scarborough, 2011) ที่กล่าวไว้ว่า

ผู้ประกอบการ หมายถึง “บุคคลที่สร้างธุรกิจใหม่ที่จำเป็นต้องเผชิญกับความเสี่ยงและความไม่แน่นอน ทั้งนี้เพื่อให้ได้รับกำไร และความเจริญเติบโต โดยการเลือกหาจังหวะโอกาสที่มีนัยสำคัญแล้วผนึกกำลังการใช้ทรัพยากรที่จำเป็นเพื่อการลงทุน (One who creates a new business in the face of risk and uncertainty for the purpose of achieving profit and growth by identifying significant opportunities and assembling necessary resources to capitalize on them.)

จากคำจำกัดความดังกล่าว สามารถตีความได้ว่า ผู้ประกอบการจะมีเพียงความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) อย่างเดียวคงไม่เป็นการเพียงพอ จำเป็นจะต้องทำให้ความคิดสร้างสรรค์ดังกล่าวเกิดเป็นความจริงในเชิงปฏิบัติได้ด้วย และถ้าจะพิจารณาในลักษณะของมหภาคคือ ผลจากกิจกรรมของผู้ประกอบการ ควรมีต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ

เช่นเดียวกับนักเศรษฐศาสตร์ที่มีชื่อเสียง Joseph Schumpeter (1911 cited in Leach and Melicher, 2006) ได้บรรยายไว้ในหนังสือ The Theory of Economic Development ว่า ผู้ประกอบการเป็นมากกว่าผู้สร้างสรรค์ธุรกิจ แต่เป็นผู้นำในการเปลี่ยนแปลงสังคม (Change agent in society) ผู้ประกอบการจำนวนมากในโลกนี้ได้ทำให้วิธีการบริหาร การผลิตและการก่อตั้งธุรกิจแบบดั้งเดิมต้องหมดความหมายไป ด้วยการนำความคิดสร้างสรรค์ของเขาที่ถูกทำให้เป็นจริงเข้ามาทดแทน นอกจากนั้นผู้ประกอบการยังเป็นผู้นำเสนอวิธีการดำรงชีวิตของประชาชน ตลอดจนผลักดันให้เกิดมาตรฐานการดำรงชีวิต (Standard of Living) ที่ดีกว่าเดิม

ฉะนั้นการที่จะเป็นผู้ประกอบการที่สามารถนำความคิดสร้างสรรค์ไปปฏิบัติให้เกิดความเป็นจริงได้ ต้องมีพลังภายในหรือปัจจัยนำเข้า (Input) ประกอบด้วย ความกระตือรือร้น ความคิดสร้างสรรค์ ความละเอียดถี่ถ้วน การอุทิศตนให้กับงาน ความคิดริเริ่ม การพยายามคิดค้นแสวงหาสิ่งใหม่ ๆ การมีขีดความสามารถในการบริหาร ความยึดมั่นในการเผชิญต่อความเสี่ยง หรือการไม่ยอมย่อท้อต่ออุปสรรค และมีความคิดเชิงบวก มีวิสัยทัศน์ ปัจจัยนำเข้าเหล่านี้เป็นสิ่งที่บุคคลที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจได้

ปัจจัยนำเข้าข้างต้นจะส่งผลให้เกิดปัจจัยส่งออกหรือสิ่งที่จะเกิดขึ้นตามมา (Output) คือ ความสำเร็จหรือล้มเหลว ความร่ำรวยหรือความเจ็บปวด การได้รับการสรรเสริญหรือสูญเสียชื่อเสียง ความพึงพอใจหรือความหมดหวัง ทั้งนี้ปัจจัยส่งออกจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลตัดสินใจทำธุรกิจหรือเป็นผู้ประกอบการแล้ว



2. ประเภทของผู้ประกอบการ

การจัดประเภทของผู้ประกอบการ (Entrepreneur) ในที่นี้แบ่งออกได้เป็น 6 ประเภทดังนี้

2.1 ผู้ประกอบการในองค์กร (Intrapreneur)

หมายถึง ผู้ประกอบการที่รับจ้างทำงานอยู่กับองค์กรโดยอยู่แล้ว แต่เป็นคนที่มีความสามารถในการประดิษฐ์คิดค้นหรือแสวงหาวิธีการผลิตหรือผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ขึ้นมาได้ ผู้ประกอบการเหล่านี้ไม่ได้เป็นผู้เริ่มธุรกิจ แต่เป็นผู้ที่มีความคิดก้าวหน้า ซึ่งจากความคิดก้าวหน้านี้นี้จะทำให้องค์กรโดยรวมสามารถปรับปรุงสมรรถภาพขององค์กรได้ เปรียบได้กับเป็นตัวช่วยในการเปลี่ยนแปลงหรือขับเคลื่อนองค์กรหรือบริษัทไปในทิศทางใหม่

ผู้ประกอบการประเภทนี้มีสิ่งท้าทาย 3 ประการ คือ

- 1) สร้างและขายวิสัยทัศน์ของตน
- 2) แสวงหาพลังอำนาจให้ความคิดของตนนำไปสู่การกระทำ และ
- 3) พยายามดำรงให้ความคิดนั้นคงอยู่ต่อไป

ผู้ประกอบการประเภทนี้มีมนุษยสัมพันธ์อันดีกับผู้บังคับบัญชา ผู้ร่วมงานและผู้ใต้บังคับบัญชา ทำงานในระดับตำแหน่งผู้บริหารระดับกลางในองค์กร

องค์กรใดที่รู้จักใช้นโยบายสนับสนุนให้พนักงานแสดงออก จะทำให้เกิดผู้ประกอบการประเภทนี้ การสนับสนุนขององค์กรจะผลักดันให้ความคิดเห็นของพนักงานลงสู่การปฏิบัติ อนึ่งผู้ประกอบการประเภทนี้มีใช้มีแต่เฉพาะในองค์กรธุรกิจเอกชนเท่านั้น องค์กรภาครัฐก็สามารถมีผู้ประกอบการประเภทนี้ได้ ถ้าให้ความสำคัญของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

2.2 ผู้ประกอบการระดับสูงในองค์กร (Elite Intrapreneur)

หมายถึง ผู้ประกอบการที่ทำงานอยู่ในองค์กรธุรกิจในตำแหน่งผู้บริหารระดับสูงที่ได้รับความสำเร็จในการทำงานและมีผลงานดีเด่นเช่น ผู้อำนวยการฝ่ายบริหาร (Chief Executive Officer – CEO) ในองค์กรที่มีได้ให้ความสนับสนุนทางการเงินแก่องค์กร แต่เป็นผู้บริหารนโยบายขององค์กร และได้รับความสำเร็จเป็นที่ยอมรับของพนักงานในองค์กร

2.3 ผู้ประกอบการอิสระ (Independent Entrepreneur)

หมายถึงผู้ประกอบการที่ก่อตั้งธุรกิจของตนเองไม่นิยมทำงานให้กับผู้อื่น เป็นผู้บุกเบิกอย่างแท้จริงเพราะจะไม่อิงกับการช่วยเหลือทางการเงินจากนักการเมืองหรือมาจากการเปลี่ยนแปลงอย่างรุนแรงทางการเมือง ต้องมีความกล้าได้กล้าเสีย มักจะพบผู้ประกอบการประเภทนี้ได้ในวงการธุรกิจบริการเช่น การทำบริษัททัวร์ของตัวเอง การจัดตั้งโรงแรมขนาดเล็กของครอบครัว เป็นต้น

2.4 ผู้ประกอบการทั่วไป (Ubiquitous Entrepreneur)

หมายถึงผู้ประกอบการธุรกิจโดยอิสระเป็นธุรกิจส่วนตัว มักไม่ค่อยจะขยายธุรกิจแม้จะมีโอกาส เป็นผู้ประกอบการที่อาจจะเคยทำงานกับองค์กรธุรกิจแต่ไม่ชอบการควบคุม และเมื่อทำธุรกิจได้แล้วมัก



ไม่ชอบขยับขยายธุรกิจแต่ดำรงสถานะเดิมเอาไว้ (Status quo) ตัวอย่างได้แก่ ธุรกิจที่พักแรมประเภท Bed and Breakfast หรือ Homestay ซึ่งมักจะพอใจในสิ่งที่ตนมีและดำรงชีวิตอย่างพอเพียงโดยการพึ่งตนเอง (Self Sustained)

2.5 ผู้ประกอบการอิสระระดับสูง (Elite Entrepreneur)

หมายถึงผู้ประกอบการอิสระที่ได้รับความสำเร็จอันยิ่งใหญ่เป็นเจ้าของธุรกิจและมีอำนาจเต็มในการบริหารธุรกิจของตน มักจะมองตนเองว่าอยู่เหนือนักธุรกิจอื่นหรือผู้ร่วมงานในสังคมและเศรษฐกิจ เป็นนักสร้างสรรค์ที่มีความสามารถสูงมาก ตัวอย่างได้แก่ Charles Forte และ Conrad Hilton ในธุรกิจโรงแรม และ Walt Disney ในธุรกิจสวนสนุก (Theme Park) นักธุรกิจที่กล่าวนามมานี้ เป็นนักต่อสู้ที่ไม่ย่อท้อแม้จะประสบความล้มเหลวมาหลายครั้ง

2.6 ทีมผู้ประกอบการ (Team Entrepreneur)

หมายถึงผู้ประกอบการที่ทำงานร่วมกันเป็นกลุ่มหรือทีม ซึ่งปกติมักเกิดจากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จแล้ว จึงต้องการหาทีมงานเพื่อขยายกิจการหรือแสวงหาธุรกิจใหม่ หรืออีกทางหนึ่งเกิดจากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จแล้วต้องการที่จะหาผู้เชี่ยวชาญพิเศษที่มีความรู้เฉพาะอย่าง โดยอย่างหนึ่งมาร่วมทำงาน เพื่อเสริมความแข็งแกร่งทางธุรกิจและเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน เช่น กลุ่มโรงแรมและกลุ่มภัตตาคาร

3. การเปลี่ยนผ่านของผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการรายใดที่ได้รับการจัดประเภทแล้วไม่ได้หมายความว่าผู้ประกอบการนั้นจะอยู่ในกลุ่มผู้ประกอบการประเภทนั้นตลอดไปเพราะอาจจะขยับหรือยกฐานะหรือลดระดับการเป็นผู้ประกอบการได้ ตัวอย่างเช่น Elite Entrepreneur อาจจะออกจากองค์กรแล้วประกอบธุรกิจด้วยตนเองกลายเป็นผู้ประกอบการอิสระ (Independent Entrepreneur) ก็ได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยแวดล้อมหลายประการ และความต้องการส่วนตัว อย่างไรก็ตามในมุมมองของการบริหารได้เสนอผู้ประกอบการมี 4 ประเภทดังนี้

3.1 ผู้ประกอบการอัจฉริยะ (Entrepreneurial Genius) หมายถึง ผู้ประกอบการที่มีแนวคิดที่ตีเลิศ และสามารถสอนแนวคิดของตนให้บุคคลอื่นเข้าใจแนวคิดของตนได้

3.2 ผู้ประกอบการเผด็จการที่มีเมตตา (Benevolent Dictator) หมายถึงผู้ประกอบการที่มีความเชื่อมั่นตนเองสูงมาก กำกับดูแลควบคุมกิจการทุกฝีก้าว ไม่ยอมปล่อยให้วางอำนาจเกรงว่าคนอื่นจะทำได้ไม่ดีเท่าตน แต่มีความกรุณาต่อผู้ร่วมงานประดุจบิดา มารดาที่มีต่อบุตร

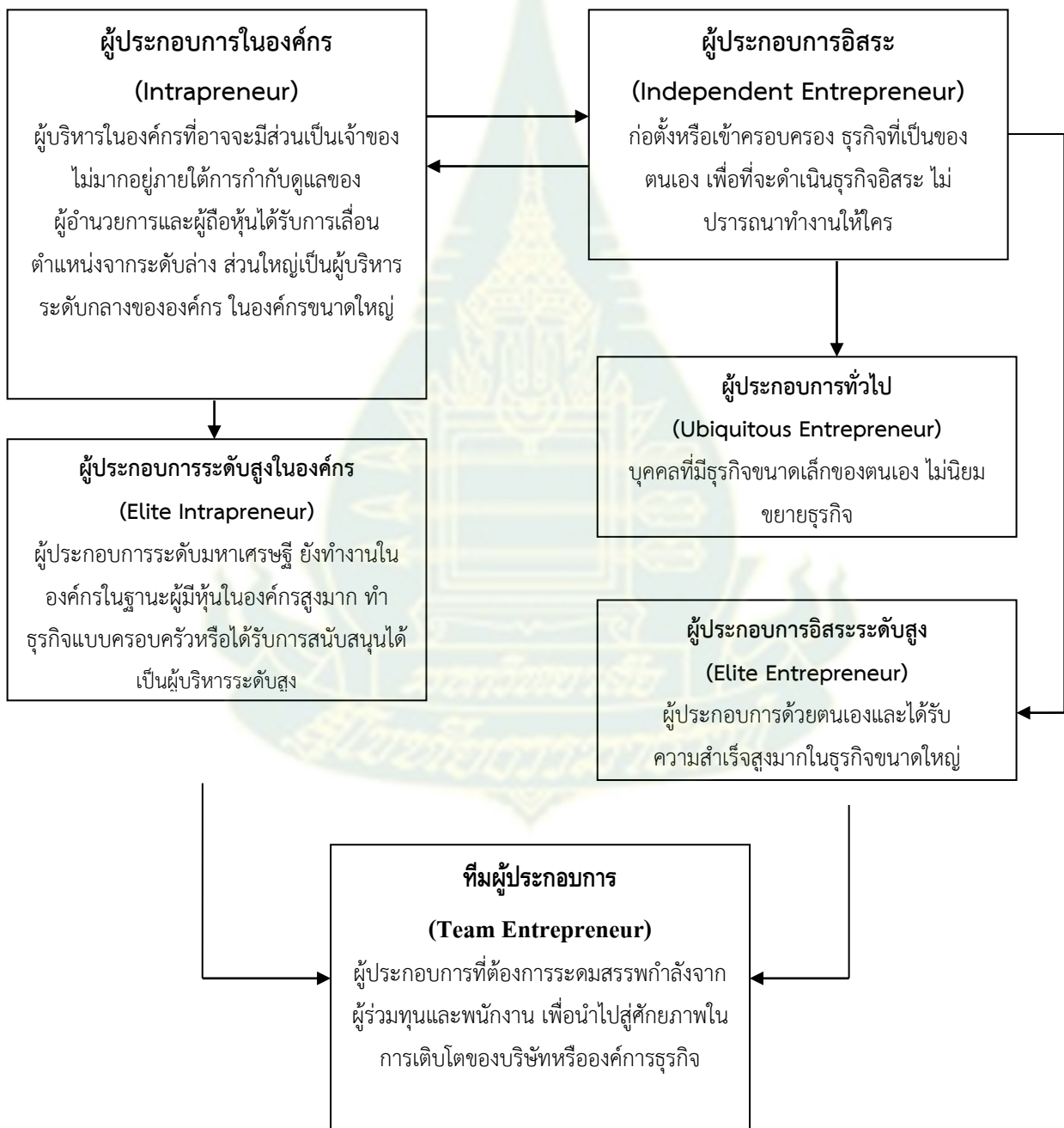
3.3 ผู้ประกอบการแบบไม่มีส่วนร่วม (Disassociated Director) ผู้ประกอบการประเภทนี้ไม่ค่อยมีความมั่นใจในตนเองเปลี่ยนแปลงการกระทำและความคิดตลอดเวลา เป็นที่พึ่งของผู้ร่วมงานไม่ได้ แม้จะอยู่ในฐานะผู้นำขององค์กร ผู้ประกอบการประเภทนี้จะไม่ได้รับการยอมรับจากคนร่วมงาน และนอกจากจะไม่ร่วมคิดร่วมทำแล้วยังไม่มอบอำนาจให้ผู้อื่นทำแทนด้วย



3.4 ผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ (Visionary Leader) หมายถึงผู้ประกอบการที่พยายามสื่อสารกับพนักงานให้ความช่วยเหลือ และร่วมคิดร่วมทำกับผู้ร่วมงาน ผู้ประกอบการประเภทนี้มักจะประสบความสำเร็จตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ เพราะผู้ร่วมงานให้ความร่วมมือร่วมใจเต็มที่ และเชื่อในความเป็นผู้นำเชิงความคิดของผู้ประกอบการ

4. ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจ

ในการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจของผู้ประกอบการประเภทต่าง ๆ นั้น สามารถจะแสดงเป็นผังการเลื่อนไหลพร้อมคำอธิบายในกรอบได้ดังนี้



ภาพที่ 1 แสดงความสัมพันธ์และการเปลี่ยนผ่านระหว่างประเภทของผู้ประกอบการในการทำธุรกิจ
ที่มา : Jennings et.al (1994 cited in Morrison et al., 1999)



จากภาพ แสดงให้เห็นได้ถึงความเป็นพลวัต (Dynamic) ของผู้ประกอบการที่สามารถจะเปลี่ยนสถานะของตนเองได้เช่น จากผู้ประกอบการอิสระ เดิมโตเป็นผู้ประกอบการระดับสูงและขยายธุรกิจโดยหาผู้ประกอบการอื่นมาทำธุรกิจเป็นทีมได้ โดยการร่วมทุน

โดยสรุป ผู้ประกอบการมีหลายประเภทขึ้นอยู่กับเหตุผลที่ว่าจะใช้เกณฑ์ใดในการจัดประเภท และสถานะของการเป็นผู้ประกอบการสามารถเปลี่ยนแปลงได้ ขึ้นอยู่กับจังหวะและโอกาสตลอดจนบริบททางสังคมและเศรษฐกิจ

แรงผลักดันที่มีผลต่อการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ

แรงผลักดัน (Driving Forces) ที่ทำให้บุคคลต้องการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจมีหลายประการ ทั้งนี้เกิดจากทัศนคติและสถานะแวดล้อมในการบริหารและการทำงาน ทัศนคติเหล่านี้ได้สร้างความเป็นผู้ประกอบการให้เจริญเติบโตอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งหมายความว่า จำนวนผู้คนที่ให้ความสนใจที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจด้วยตนเองมีจำนวนมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง

1. ทัศนคติที่มีต่อการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ

ในปัจจุบันโดยเฉพาะสังคมอุตสาหกรรม มีทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ ดังนี้

1.1 ผู้ประกอบการธุรกิจเป็นวีรบุรุษ (Hero)

มองว่าเจ้าของธุรกิจด้วยตนเองเป็นแบบอย่างที่น่าจะดำเนินรอยตาม โดยเฉพาะในปัจจุบัน ภาครัฐได้ให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมขนาดย่อมและขนาดกลางมาก จึงทำให้ทัศนคติดังกล่าวนี้มีความแรงมากขึ้น

ตัวอย่างของผู้ประกอบการที่น่าจะเป็นแบบอย่างของการทำธุรกิจได้ด้วยตนเองโดยเริ่มตั้งแต่ธุรกิจขนาดย่อม สำหรับคนอเมริกัน ได้แก่ Bill Gates (Microsoft) Jeff Bezos (Amazon.com) Steve Jobs (Apple) และ Phil Knight (Nike) สำหรับคนไทยก็มีเช่นเดียวกัน เช่น กลุ่มเจ้าของธุรกิจเจริญโภคภัณฑ์ (CP) ธุรกิจเครื่องดื่มชูกำลัง (Red Bull) และธุรกิจโรงแรมเช่น Dusit Thani และโรงแรมเครือข่าย Imperial

1.2 มีการให้ความรู้หรือจัดการศึกษาเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการมากขึ้น

ทั้งในวงการทั่วไปและวงการศึกษ วิทยาลัยและมหาวิทยาลัยจะมีหลักสูตรเกี่ยวกับธุรกิจขนาดย่อมและขนาดกลางให้นักศึกษาเลือกเรียน นอกจากนั้นนักศึกษาที่จบการศึกษาจากมหาวิทยาลัยนิยมทำงานในบริษัทเอกชนมากกว่าเดิมซึ่งนิยมรับราชการ การนิยมทำงานในบริษัทเอกชนเป็นลู่ทางหนึ่งที่ทำให้เกิดการเรียนรู้ที่ดีต่อการทำธุรกิจ



1.3 ประชากรศาสตร์และปัจจัยทางเศรษฐกิจ

โดยปกติผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมจะเริ่มทำธุรกิจด้วยตนเองตั้งแต่อายุยังน้อย (25-40) ซึ่งเป็นคนกลุ่มมากของสังคมและผลจากการพัฒนาเศรษฐกิจ ทำให้คนในกลุ่มอายุนี้มีความมั่งคั่ง จึงเป็นผลให้คนจำนวนมากเริ่มให้ความสนใจต่อการทำธุรกิจด้วยตนเอง

1.4 การเคลื่อนตัวเข้าหาเศรษฐกิจบริการ

ในปัจจุบัน ธุรกิจบริการเป็นธุรกิจที่ก้าวหน้าและเติบโตรวดเร็วไม่ว่าจะเป็นธุรกิจในแวดวงที่พักแรม การท่องเที่ยว สายการบิน การบริการอาหารและเครื่องดื่ม หรือแม้กระทั่งโรงพยาบาลและสถานเสริมความงาม เนื่องจากธุรกิจเหล่านี้สามารถจะเริ่มต้นได้ด้วยต้นทุนที่ไม่สูงเกินความสามารถของผู้ที่ชอบ โดยเฉพาะธุรกิจอาหาร นอกจากนั้นการเจริญเติบโตแบบก้าวกระโดดของธุรกิจบริการเป็นการเปิดโอกาสที่จะทำให้คนอื่นสามารถทำธุรกิจขนาดย่อมด้วยตนเองได้ ตัวอย่างเช่น การเริ่มต้นธุรกิจทำทัวร์ (Tour Business) การดูแลสุขภาพ (Health Care) การซ่อมบำรุงคอมพิวเตอร์ และการทำธุรกิจเกี่ยวกับโทรศัพท์มือถือ หรือการเปิดซุ้มบริการอาหารและเครื่องดื่มตามสถานศึกษา

1.5 ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี

อุปกรณ์เครื่องใช้ในการทำธุรกิจปัจจุบันนี้มีความทันสมัยและไม่ยุ่งยากในการใช้ให้ความรวดเร็วในการทำงานเช่น คอมพิวเตอร์ติดตัว (PC) หรือตั้งโต๊ะ โทรสาร เครื่องถ่ายเอกสาร เครื่องพิมพ์ เมลลิลิโทรนิคส์ (E-mail) และอุปกรณ์อื่นที่ช่วยในการทำงานอีกมากมายที่ทำให้สามารถทำธุรกิจได้แม้จะอยู่กับบ้าน นอกจากนั้นอุปกรณ์เหล่านี้มีราคาที่มีแนวโน้มต่ำลง จนสามารถซื้อหาได้โดยง่าย ทำให้การเข้าสู่การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสามารถทำได้ง่ายกว่าเดิมมาก

1.6 แบบฉบับการดำรงชีวิตที่เป็นอิสระ

ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กส่วนใหญ่นิยมชมชอบความเป็นอิสระในการดำรงชีวิต เพราะเห็นว่าสามารถทำประโยชน์ให้ตนเองได้ โดยไม่ต้องพึ่งพาคนอื่น เหตุผลข้อนี้รวมกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีจึงทำให้มีคนต้องการเจ้าของธุรกิจมากขึ้น

2. ปัจจัยเกื้อหนุนของการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ

ผู้มีส่วนร่วมในการทำธุรกิจกับผู้ประกอบการมีความสำคัญมาก ที่จะช่วยผลักดันให้เป้าหมายของผู้ประกอบการมีความคล่องตัวมากขึ้นทั้งภายในและภายนอกประเทศ อย่างไรก็ตามยังมีปัจจัยอีกหลายประการอันเป็นปัจจัยเกื้อหนุนที่กระตุ้นให้เกิดความต้องการเป็นเจ้าของธุรกิจ โดยเฉพาะปัจจัยในองค์กรธุรกิจเอกชนที่สร้างสภาวะแวดล้อมในการบริหารและการทำงานเกื้อหนุนให้คนปรารถนาที่จะเป็นเจ้าของธุรกิจด้วยตนเอง คือ

2.1 การริเริ่มให้เกิดการเปลี่ยนแปลง หมายถึงขีดความสามารถขององค์กรที่จะแสวงหาโอกาสทำให้เกิดการสร้างสรรค์หรือประดิษฐ์คิดค้น เพียงเท่านี้ยังไม่พอเพราะการริเริ่มเป็นเพียงจุดเริ่มต้น แต่ต้องมุ่งมั่นที่จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโดยสร้างเป็นนโยบาย เช่น นโยบายคุณภาพ องค์กรธุรกิจใดที่มีพฤติกรรมดังกล่าวนี้ จะทำให้นักงานได้เรียนรู้ความสำคัญของการเปลี่ยนแปลง ซึ่งทำให้พร้อมสำหรับทำธุรกิจด้วยตนเอง



2.2 **ระบบธรรมาภิบาล** หมายถึง ในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ขององค์กรธุรกิจ ต้องสร้างระบบความเป็นธรรมให้พนักงานเพื่อส่งเสริมพนักงานที่มีความรับผิดชอบ เป็นผลให้พนักงานได้มีโอกาสคิดค้น สร้างสรรค์แนวคิดใหม่ ๆ ในการทำงาน ซึ่งจะนำไปสู่การเป็นผู้ประกอบการในองค์กร (Intrapreneur)

2.3 **การกำกับดูแลทรัพยากร** หมายถึง การใช้และควบคุมทรัพยากรขององค์กรธุรกิจอย่างสร้างสรรค์ ทั้งในด้านการเงินและการบริหารจัดการเพื่อระดมสรรพกำลังให้แก่องค์กรสภาพแวดล้อมเหล่านี้จะนำไปสู่วิธีการทำงานใหม่ ๆ หรือแนวความคิดใหม่ในการบริหารงาน ซึ่งเป็นโอกาสอันดีให้พนักงานได้เรียนรู้และสร้างประสบการณ์ให้ตนเอง พร้อมทั้งจะเป็นเจ้าของธุรกิจ

2.4 **การส่งเสริมการศึกษาขององค์กร** หมายถึง การที่องค์กรธุรกิจพยายามส่งเสริมให้พนักงานได้เรียนรู้และรับการฝึกอบรมเกี่ยวกับการจัดการในทุกมิติ ทำให้พนักงานมีความรู้และทักษะมากขึ้นจนทำให้สามารถเป็นผู้ประกอบการได้

2.5 **การประดิษฐ์คิดค้นและการสร้างสรรค์** หมายถึง การที่องค์กรธุรกิจพยายามแสวงหาวิธีการในการผลิตหรือการบริการใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่องและเปิดโอกาสให้พนักงานได้เรียนรู้ด้วยทำให้พนักงานเรียนรู้วิธีการคิดเชิงวิทยาศาสตร์ ใช้หลักเหตุผลที่พร้อมจะออกไปประกอบอาชีพได้ด้วยตนเอง

2.6 **การเป็นผู้นำเชิงความรู้** หมายถึงการที่องค์กรธุรกิจพยายามพัฒนาแหล่งความรู้และทักษะเพื่อเปิดโอกาสให้พนักงานที่มีความสามารถได้ใช้ประโยชน์จากแหล่งความรู้เหล่านั้นที่ทำให้พนักงานมีศักยภาพเชิงความรู้รอบด้าน พร้อมทั้งจะทำธุรกิจด้วยตนเอง

2.7 **ความตื่นตัวในเรื่องโอกาส** หมายถึงการที่องค์กรธุรกิจพยายามที่จะแสวงหาแนวโน้มและโอกาสเพื่อที่จะทำให้องค์กรเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง และพนักงานได้เรียนรู้ไปด้วยในเวลาเดียวกัน โดยเป็นการสร้างแบบอย่างให้พนักงาน เป็นบุคคลแห่งการเรียนรู้ (Learning Person)

2.8 **การบริหารความสัมพันธ์** องค์กรธุรกิจดำรงไว้ซึ่งการทำงานเป็นทีม สร้างเครือข่ายทำงานร่วมกันในองค์กรและใช้หลักความยืดหยุ่นในการบริหารงาน ซึ่งการทำงานเป็นทีมนี้จะทำให้พนักงานได้เรียนรู้ทักษะวิธีการทำงานและแนวคิดจากบุคคลอื่นที่ทำงานร่วมกัน ทำให้พนักงานเป็นผู้ที่มีความรู้และทักษะสูงพร้อมที่จะประกอบอาชีพได้ด้วยตนเอง

2.9 **การบริหารความเสี่ยงและความไม่แน่นอน** องค์กรธุรกิจจะต้องประเมินผลการทำงานของคนงานและความเสี่ยงทางการเงิน แล้วทำการแก้ปัญหา ซึ่งพนักงานขององค์กรจะได้เรียนรู้วิธีการกำจัดหรือลดความเสี่ยงไปด้วยซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างพนักงานให้เป็นผู้ประกอบการที่ดีในอนาคต

2.10 **จังหวะในการปฏิบัติการ** องค์กรธุรกิจจะต้องมีกรอบจำกัดในการทำงาน ที่จะนำจังหวะโอกาสมาใช้ให้เหมาะสม ไม่ใช่การนิ่งเฉยโดยไม่แสวงหาโอกาสทางธุรกิจ หรือแสวงหาโอกาสเพื่อทำให้เกิดประโยชน์แก่องค์กรโดยไม่เล็งวิธีการว่าจะดีเลวอย่างไร ซึ่งในข้อนี้องค์กรธุรกิจจะฝึกพนักงานให้เป็นผู้แสวงหาโอกาสและใช้โอกาสอย่างเป็นธรรม ไม่เอาเปรียบผู้อื่น

สรุปได้ว่า ปัจจัยเกื้อหนุนของการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจหมายถึง แบบอย่างเชิงพฤติกรรม (Behavioural Model) ที่องค์กรธุรกิจนำวิธีและทักษะการบริหารที่ดีมาบริหารองค์กร เพื่อหล่อหลอมให้



พนักงานได้ฝึกและเรียนรู้การบริหารจัดการและมีส่วนร่วมในการทำงานที่จะนำไปสร้างคุณสมบัติของผู้ประกอบการธุรกิจที่ดีซึ่งพนักงานจะได้ซึมซับความรู้และประสบการณ์จากการมีส่วนร่วมดังกล่าวที่สามารถออกไปประกอบอาชีพส่วนตัวหรือเป็นเจ้าของธุรกิจอิสระ (Independent Entrepreneur) ที่มีศักยภาพและคุณธรรม

ภาวะผู้นำ

“ผู้นำ” เป็นปัจจัยที่สำคัญยิ่งประการหนึ่งต่อความสำเร็จของโรงแรมขนาดเล็ก ทั้งนี้ เพราะผู้นำมีภาระหน้าที่ และความรับผิดชอบโดยตรงที่จะต้องวางแผนสั่งการดูแล และควบคุมให้บุคลากรของโรงแรมปฏิบัติงานต่าง ๆ ให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ปัญหาที่เป็นที่สนใจของนักวิชาการและบุคคลทั่วไปอยู่ตรงที่ว่า ผู้นำทำอะไรหรือมีวิธีการนำอย่างไรจึงทำให้ผู้ใต้บังคับบัญชาหรือผู้ตามเกิดความผูกพันกับงานแล้วทุ่มเทความสามารถและพยายามที่จะทำให้งานสำเร็จด้วยความเต็มใจ

ผู้นำ (Leader) คือ บุคคลที่สามารถชักจูงหรือชี้นำบุคคลอื่นให้ปฏิบัติงาน สำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

ภาวะผู้นำ (Leadership) หมายถึง กระบวนการที่ผู้นำใช้อิทธิพลและอำนาจที่มีของตนกระตุ้น ชี้นำให้บุคคลอื่นเกิดความเต็มใจแล้วกระตือรือร้นปฏิบัติงานให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ขององค์การ หรือของกลุ่ม

เมื่อเปรียบเทียบความหมายของคำว่า “ผู้นำ” กับ “ภาวะผู้นำ” พบว่า มีความแตกต่างและคล้ายคลึงกันที่ “ผู้นำ” หมายถึง บุคคล ส่วน “ภาวะผู้นำ” หมายถึง การใช้กระบวนการของความสามารถของบุคคลที่ใช้อิทธิพลของตนในการชักชวน ชี้นำหรือชักจูงผู้อื่นให้ร่วมมือร่วมใจกับตนในการปฏิบัติงานอย่างใดอย่างหนึ่ง

1. คุณสมบัติของผู้นำโรงแรมที่ดี

ผู้นำที่ได้รับการยอมรับจากกลุ่มจะสามารถทำหน้าที่ผู้นำได้ดีเพียงใดนั้น ขึ้นอยู่กับคุณสมบัติของผู้นำว่าเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ในการบริหารจัดการโรงแรม ผู้จัดการและหัวหน้างานในโรงแรมที่ดีควรมีคุณสมบัติที่เหมาะสมกับการเป็นผู้นำ ดังนี้

1.1 ความรู้ (Knowledge)

การเป็นผู้นำนั้น ความรู้เป็นสิ่งจำเป็นที่สุด ความรู้ในที่นี้ไม่ได้หมายถึงเฉพาะความรู้เกี่ยวกับงานในหน้าที่เท่านั้น หากแต่รวมถึงการเฝ้าหาความรู้เพิ่มเติมในด้านอื่น ๆ ด้วย การจะเป็นผู้นำที่ดี หัวหน้างานจึงต้องเป็นผู้รอบรู้ ยิ่งรอบรู้มากเพียงใด ฐานะแห่งความเป็นผู้นำก็จะยิ่งมั่นคงมากขึ้นเพียงนั้น

1.2 ความคิดริเริ่ม (Initiative)



มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช Sukhothai Thammathirat Open University

ความคิดริเริ่ม คือ ความสามารถที่จะปฏิบัติสิ่งหนึ่งสิ่งใดในขอบเขตอำนาจหน้าที่ได้ด้วยตนเอง โดยไม่ต้องคอยคำสั่ง หรือความสามารถแสดงความคิดเห็นที่จะแก้ไขสิ่งหนึ่งสิ่งใดให้ดีขึ้น หรือเจริญขึ้นได้ด้วยตนเองความริเริ่มจะเจริญออกงามได้ หัวหน้านงานจะต้องมีความกระตือรือร้น มีความเอาใจใส่ต่อหน้าที่ มีพลังใจที่ต้องการความสำเร็จอยู่เบื้องหน้า





1.3 ความกล้าหาญและความเด็ดขาด (Courage and firmness)

ผู้นำที่ดีจะต้องไม่กลัวต่ออันตราย ความยากลำบากใดๆ ทั้งทางกาย วาจา และใจ ผู้นำที่มีความกล้าหาญ จะช่วยให้สามารถแก้ไขปัญหาต่างๆ ของโรงแรม ให้สำเร็จลุล่วงไปได้ นอกจากความกล้าหาญแล้ว ความเด็ดขาดก็เป็นคุณสมบัติอีกอย่างหนึ่งที่ผู้นำจำเป็นต้องมี รวมทั้งความกล้าได้กล้าเสียในการตัดสินใจเพื่อประโยชน์ของโรงแรม

1.4 มนุษยสัมพันธ์ (Human relations)

ผู้นำที่ดีจะต้องรู้จักประสานความคิด ประสานประโยชน์ สามารถทำงานร่วมกับคนทุกเพศ ทุกวัย ทุกระดับการศึกษาได้ ผู้นำที่มีมนุษยสัมพันธ์ดีจะช่วยเสริมสร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงาน

1.5 ความยุติธรรมและซื่อสัตย์สุจริต (Fairness and honesty)

ผู้นำที่ดีจะต้องอาศัยหลักของความถูกต้อง หลักแห่งเหตุผลและความซื่อสัตย์สุจริตต่อตนเองและผู้อื่น เป็นเครื่องมือในการวินิจฉัยสั่งการ หรือปฏิบัติงานด้วยจิตที่ปราศจากอคติ ปราศจากความลำเอียง ไม่เล่นพรรคเล่นพวก

1.6 ความอดทน (Patience)

ความอดทน จะเป็นพลังอันหนึ่งที่จะผลักดันงานให้ไปสู่จุดหมายปลายทางได้ อย่างแท้จริง

1.7 ความตื่นตัว (Alertness)

ความตื่นตัว หมายถึง มีความระมัดระวัง ความสุขุมรอบคอบ ความไม่ประมาท ความไม่เย็นชาหรือขาดความกระฉับกระเฉง ผู้นำต้องมีความฉับไวในการปฏิบัติงาน ทันท่วงทีต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นรอบตัวและภายในโรงแรม ความตื่นตัวเป็นลักษณะที่ผู้นำแสดงออกทางกาย แต่ต้องไม่ตื่นตระหนกต่อเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น รู้จักใช้ดุลยพินิจที่จะพิจารณาสิ่งต่าง ๆ หรือเหตุต่างๆ ได้อย่างถูกต้อง ผู้นำที่ดีจะต้องรู้จักควบคุมตนเองในสถานการณ์ที่คับขันและวิกฤตต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นในโรงแรม

1.8 ความภักดี (Loyalty)

การเป็นผู้นำหรือหัวหน้าที่ดีนั้น จำเป็นต้องมีความจงรักภักดีต่อหมู่คณะ ต่อส่วนรวม และต่อองค์กร ความภักดีนี้ จะช่วยให้ผู้นำได้รับความไว้วางใจ และปกป้องภัยอันตรายในทุกทิศได้เป็นอย่างดี

1.9 ความสงบเสถียร การไม่ถือตัว (Modesty)

ผู้นำที่ดีจะต้องไม่หยิ่งยโส ไม่จองหอง ไม่วางอำนาจ และไม่ภูมิใจในสิ่งที่ไร้เหตุผล ความสงบเสถียรนี้ ถ้ามีอยู่ในผู้นำจะทำให้ลูกน้องมีความนับถือ และให้ความร่วมมือเสมอ

2. บทบาทของผู้นำของโรงแรม

ผู้นำ เป็นตัวแทนของโรงแรม เป็นบุคคลที่ทำให้โรงแรมประสบความสำเร็จและบรรลุผลสำเร็จ โดยเป็นผู้ที่มีบทบาทเป็นเสมือนหลักในการดำเนินงานโดยเฉพาะต่อผู้ใต้บังคับบัญชาและต่อผลงานของ



ส่วนรวม ซึ่งจะสะท้อนให้เห็นถึงคุณค่าและความมีประสิทธิภาพของการปฏิบัติงานภายในโรงแรม บทบาทของผู้นำของโรงแรมมี 3 ประการ ดังนี้

2.1 ผู้รักษาหรือประสานให้สมาชิกกลุ่มอยู่ร่วมกัน หมายถึง จะต้องอยู่ใกล้ชิดกับกลุ่ม มีความสัมพันธ์กันในกลุ่ม และเป็นที่ยอมรับของคนในกลุ่มทำให้มีความสามัคคีกลมเกลียวกัน

2.2 ผู้ปฏิบัติการกิจของกลุ่มให้บรรลุวัตถุประสงค์ หมายถึง เขาจะต้องรับผิดชอบในกระบวนการวิธีการทำงานด้วยความมั่นคงและเข้าใจได้ และเขาจะต้องทำงานให้บรรลุเป้าหมาย

2.3 ผู้อำนวยให้เกิดการติดต่อสัมพันธ์ในกลุ่ม หมายถึง เขาจะต้องปฏิบัติงานในทางที่อำนวยความสะดวกให้เกิดการติดต่อสัมพันธ์และปฏิบัติกันด้วยดีของสมาชิกในกลุ่ม การติดต่อสื่อสารที่ดีเป็นสิ่งสำคัญและเป็นการช่วยให้หน้าที่นี้บรรลุเป้าหมาย

ความเป็นผู้นำของแต่ละคน จะเกิดขึ้นหรือได้รับการพัฒนาขึ้นมาจากตัวตนของแต่ละบุคคล กล่าวคือทุกคนจะมีภาวะผู้นำอยู่แล้ว เพียงแต่ว่าแต่ละคนจะรู้จักที่จะเรียนรู้ เข้าใจ และสามารถพัฒนาความเป็นผู้นำในตัวเราให้ออกมาและก่อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้อื่นหรือไม่ อย่างไรก็ตาม ผู้นำที่ดีไม่ได้เป็นมาตั้งแต่เกิด หรือเป็นเพราะได้รับการคัดเลือกจากผู้บริหาร แต่เกิดขึ้นจากความสามารถของบุคคลนั้น ในการที่จะรู้จักและพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง ทั้งโดยรู้ตัวและไม่รู้ตัว คนจะเป็นผู้นำได้นั้นจะต้องเริ่มจากการทำความเข้าใจและรู้จักตัวเองก่อน และไม่ใช่เพียงแค่ว่ารู้จักตัวเองเพียงอย่างเดียว ยังจะต้องมีการเรียนรู้และพัฒนาตนเองอยู่ตลอดเวลา

3. ประเภทของผู้นำในโรงแรม

3.1 ผู้นำแบบอัตถนิยมหรือออตตา (Autocratic Leaders)

ผู้นำจะตัดสินใจด้วยตนเองไม่มีเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์แน่นอนขึ้นอยู่กับตัวผู้นำเอง คิดถึงผลงานไม่คิดถึงคน บางครั้งทำให้เกิดศัตรูได้ ผู้นำลักษณะนี้จะใช้ได้ดีในช่วงภาวะวิกฤตเท่านั้น ผลของการมีผู้นำลักษณะนี้จะทำให้ผู้ใต้บังคับบัญชาไม่มีความเชื่อมั่นในตัวเอง และไม่เกิดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์

3.2 ผู้นำแบบประชาธิปไตย (Democratic Leaders)

ผู้นำใช้การตัดสินใจของกลุ่มหรือให้ผู้ตามมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ผู้นำจะรับฟังความคิดเห็นของส่วนรวม ทำงานเป็นทีม มีการสื่อสารแบบ 2 ทาง ทำให้เพิ่มผลผลิตและความพึงพอใจในการทำงาน บางครั้งการอิงกลุ่มทำให้ใช้เวลานานในการตัดสินใจ ระยะเวลาที่เร่งด่วน ผู้นำลักษณะนี้อาจไม่เกิดผลดี

3.3 ผู้นำแบบตามสบายหรือเสรีนิยม (Laissez-faire Leaders)

ผู้นำจะให้อิสระกับผู้ใต้บังคับบัญชาเต็มที่ในการตัดสินใจแก้ปัญหา จะไม่มีการกำหนดเป้าหมายที่แน่นอน ไม่มีหลักเกณฑ์ ไม่มีระเบียบ จะทำให้เกิดความคับข้องใจหรือความไม่พอใจของผู้ร่วมงานได้ และได้ผลผลิตต่ำ การทำงานของผู้นำลักษณะนี้เป็นการกระจายงานไปที่กลุ่ม ถ้ากลุ่มมีความรับผิดชอบและมีแรงจูงใจในการทำงานสูง สามารถควบคุมกลุ่มได้ดี มีผลงานและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ลักษณะ

ผู้นำแต่ละประเภทจะสร้างบรรยากาศในการทำงานที่แตกต่างกัน ดังนั้นการเลือกใช้ ลักษณะผู้นำแบบใดย่อมขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของสถานการณ์ด้วย



ผู้นำของโรงแรมขนาดเล็กส่วนใหญ่จะเป็นเจ้าของกิจการซึ่งทำหน้าที่บริหารจัดการโรงแรมด้วยตนเอง ซึ่งทำให้การใช้ภาวะผู้นำเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพและผู้นำมีความใกล้ชิดและความสัมพันธ์กับพนักงานได้เป็นอย่างดีซึ่งจะเอื้อให้พนักงานสามารถทำงานได้อย่างใกล้ชิดกับผู้นำ

การตัดสินใจและการแก้ปัญหา

การบริหารโรงแรมขนาดเล็ก หากผู้บริหารสามารถตัดสินใจในปัญหาต่าง ๆ ได้ถูกต้อง เหมาะสม ทันต่อเหตุการณ์แล้ว เมื่อสั่งการหรือมอบหมายงานให้แก่ผู้ปฏิบัติแล้วย่อมจะทำให้เกิดผลในการปฏิบัติและนำมาซึ่งความสำเร็จในการดำเนินงานของโรงแรม ในทางตรงกันข้าม หากผู้บริหารคนใด ตัดสินใจผิดพลาดมีข้อบกพร่องและขาดความเหมาะสมแล้ว เมื่อสั่งการหรือมอบหมายงานให้ผู้ปฏิบัติก็อาจนำมาซึ่งการปฏิบัติที่ผิดพลาดเกิดความล้มเหลวได้

ผู้บริหารโรงแรมขนาดเล็ก จึงต้องมีทักษะทางการตัดสินใจและแก้ปัญหา ทั้งนี้เพราะเหตุว่าการที่ผู้บริหารจะสั่งการมอบหมายงานใดให้บุคคลากรได้รับผิดชอบนั้น ผู้บริหารจะต้องประเมินและตัดสินใจแล้วว่า ผู้ปฏิบัติงานคนนั้นเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถเพียงพอที่จะปฏิบัติงานนั้น ๆ ให้สำเร็จได้ การตัดสินใจต้องรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์และสามารถแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ดังนั้น ทักษะในการตัดสินใจจึงเป็นทักษะพื้นฐานทางการบริหารที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารโรงแรมขนาดเล็ก จำเป็นต้องมีและสามารถนำมาใช้ในการปฏิบัติงานด้านการบริหารได้เป็นอย่างดี

1. องค์ประกอบของการตัดสินใจ

1.1 ปัญหา หมายถึง การที่บุคคลคาดคิดว่าจะเกิดสิ่งนั้นสิ่งนี้ แต่ทว่าสิ่งที่เกิดขึ้นจริง ๆ นั้นแตกต่างไปจากสิ่งที่ได้คาดคิดเอาไว้ ปัญหาจึงเป็นสิ่งที่จะต้องตัดสินใจแก้ไขให้หมดไป ซึ่งแบ่งได้ 3 ประเภทใหญ่ ได้แก่ ปัญหาขัดข้อง ปัญหาป้องกัน และปัญหาพัฒนา

1.1.1 ปัญหาขัดข้อง เป็นปัญหาที่เคยเกิดขึ้นมาแล้วในอดีต ปัจจุบันนั้นยังมีอยู่และส่งผลกระทบต่อการทำงานของโรงแรม ทำให้การดำเนินงานต้องชะงักงัน ยกที่จะดำเนินการต่อไป เช่น มีจำนวนพนักงานไม่เพียงพอแก่การให้บริการแก่แขกที่มาใช้บริการในโรงแรมในช่วงที่มีแขกเข้าพักเป็นจำนวนมาก

1.1.2 ปัญหาป้องกัน เป็นปัญหาที่ยังไม่เกิดขึ้นในปัจจุบัน จึงยังไม่มีกระทบโดยตรงต่อการทำงานของโรงแรม เช่น สภาพดินฟ้า อากาศบางฤดูกาลที่อาจเป็นอุปสรรคในการให้บริการแก่แขกของโรงแรม เช่น เกิดพายุในช่วงฤดูฝน เป็นต้น

1.1.3 ปัญหาพัฒนา เป็นปัญหาที่เกิดขึ้นเป็นปกติวิสัย ปัญหาประเภทนี้หากได้รับการหยิบยกขึ้นมาแก้ไขจะทำให้การดำเนินงานของโรงแรมเกิดประสิทธิผลและมีประสิทธิภาพสูงขึ้น เช่น ปัญหาที่แขกร้องเรียนเนื่องจากเกิดความไม่พอใจในการให้บริการของโรงแรม เป็นต้น



1.2 ทางเลือก เป็นวิธีการปฏิบัติ ที่ใช้ในการแก้ไขปัญหา การทำความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหา ให้เข้าใจได้ในทุกแง่มุมจะทำให้สามารถกำหนดทางเลือกในการแก้ไขปัญหาได้กว้างขวางและครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

1.3 สภาวะการณ์ หรือ เงื่อนไขในการตัดสินใจ สภาวะการณ์ในการตัดสินใจมี 3 ประเภท ได้แก่

- 1) การตัดสินใจภายใต้สภาวะการณ์ที่มีความแน่นอน
- 2) การตัดสินใจภายใต้สภาวะการณ์ที่มีความเสี่ยง
- 3) การตัดสินใจภายใต้สภาวะการณ์ที่ไม่แน่นอน

1.4 การตัดสินใจ ซึ่งแบ่งได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ การตัดสินใจโดยบุคคลคนเดียว และการตัดสินใจโดยคณะบุคคล ซึ่งโดยทั่วไปแล้วคณะบุคคลจะตัดสินใจเลือกทางเลือกในการแก้ไขปัญหาได้ถูกต้องมากกว่าการตัดสินใจโดยบุคคลคนเดียว

2. ประเภทของการตัดสินใจ

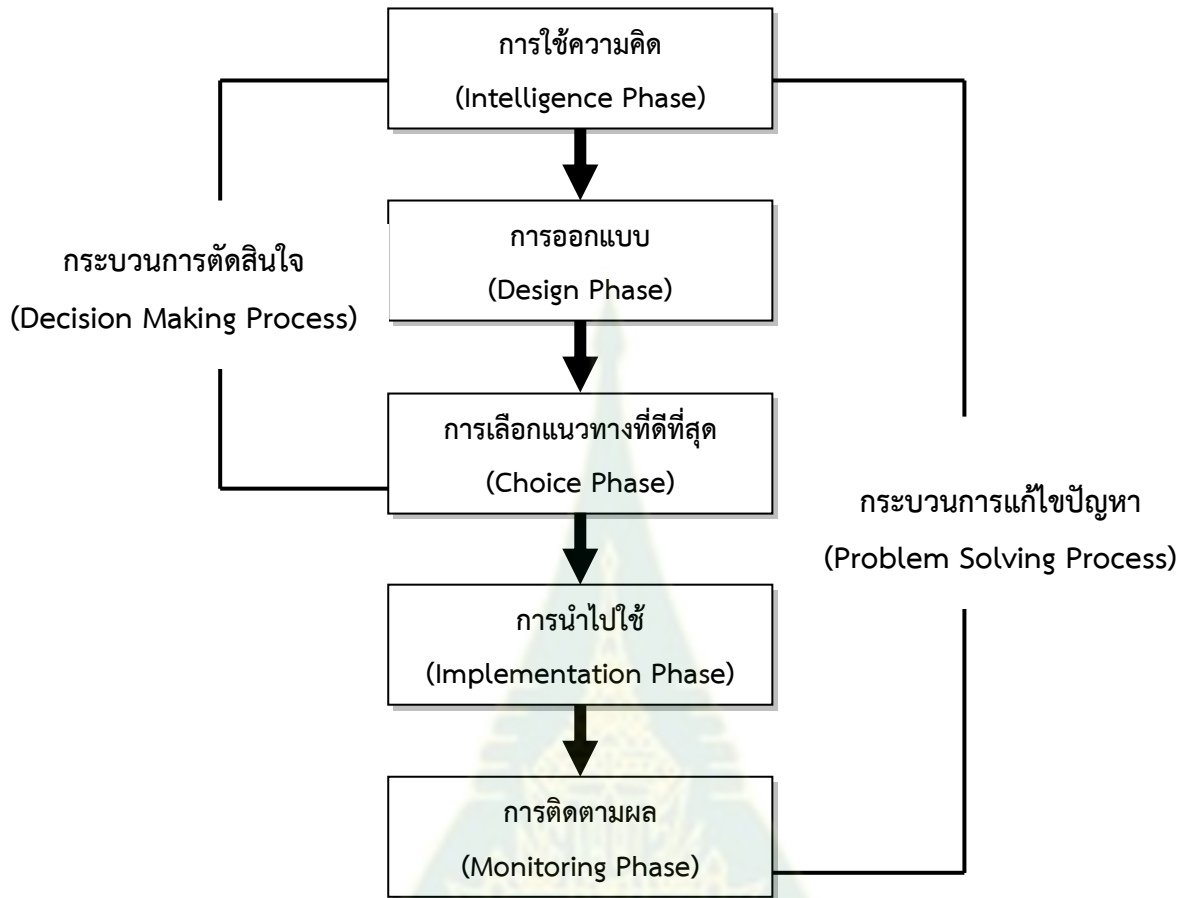
เนื่องจากการตัดสินใจเป็นหน้าที่หลักของผู้บริหาร จึงมีการจำแนกการตัดสินใจตามระดับการจัดการ งานภายในโรงแรม ซึ่งโดยทั่วไปแล้วโรงแรมขนาดย่อมมีการจัดแบ่งงานด้านการจัดการออกเป็น 2 ระดับ ได้แก่ การจัดการระดับล่าง หรือเรียกอีกอย่างว่า “ระดับปฏิบัติการ” และการจัดการระดับสูง หรือเรียกอีกอย่างว่า “ระดับบริหาร”

2.1 การตัดสินใจระดับบริหาร เป็นการตัดสินใจของผู้บริหาร โดยเป็นการตัดสินใจวางแผนการทำงานในอนาคตของโรงแรม จึงมีผลกระทบต่อการทำงานของโรงแรมในอนาคตตามเวลาที่กำหนด เช่น การจัดตั้งห้องอาหารสำหรับพนักงาน และมีการตัดสินใจการจัดประเภทอาหารออกเป็น 3 ประเภท คือ อาหารมังสวิรัต อาหารประเภทผัก ปลา สัตว์ปีก และ อาหารสำหรับผู้บริโภคเนื้อสัตว์ เช่น หมู ไก่ วัว

2.2 การตัดสินใจระดับปฏิบัติการ เป็นการตัดสินใจของผู้ปฏิบัติการระดับล่าง โดยเป็นการตัดสินใจเกี่ยวกับการปฏิบัติงานต่าง ๆ ซึ่งมีผลกระทบต่อบางส่วนของโรงแรมเท่านั้น และมีผลกระทบต่ออนาคตของโรงแรมค่อนข้างน้อย เช่น การจัดรายการอาหารตามประเภทอาหารต่าง ๆ ของแต่ละวัน

3. กระบวนการตัดสินใจและการแก้ปัญหา

กระบวนการตัดสินใจ เป็นการกำหนดขั้นตอนในการตัดสินใจแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นภายใน โรงแรมอย่างมีหลักเกณฑ์ ด้วยการกำหนดขั้นตอนตั้งแต่ขั้นตอนแรกจนถึงขั้นสุดท้ายเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ต้องการ ของกระบวนการตัดสินใจและกระบวนการแก้ปัญหาอาจแตกต่างกันไป กล่าวคือ อาจมีจำนวนขั้นตอนแตกต่างกันไปตามความเหมาะสมหรือการพิจารณาของผู้บริหารหรือผู้มีหน้าที่ในการตัดสินใจตามภาพที่ 2



ภาพที่ 2 รูปแบบของกระบวนการตัดสินใจและการแก้ปัญหา

3.1 ขั้นตอนการใช้ความคิด (Intelligence Phase)

ประกอบด้วยการค้นหาสาเหตุของปัญหา โดยศึกษาถึง ต้นเหตุของปัญหา ประเมินผลที่จะเกิดขึ้นหากไม่ทำการแก้ไขปัญหา วิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมของปัญหา เพื่อสร้างแบบจำลองที่ใช้อธิบายลักษณะและสาเหตุของปัญหา โดยอาจใช้การจำแนกปัญหาออกเป็นส่วนย่อยและคิดวิธีการแก้ไขปัญหา ซึ่งผลที่ได้รับจากขั้นตอนนี้ เรียกว่า “การระบุปัญหา”

3.2 ขั้นตอนการออกแบบ (Design Phase)

เป็นขั้นตอนการสร้างและวิเคราะห์ทางเลือกในการตัดสินใจ โดยทางเลือกที่สร้างขึ้นมาจะต้องมีความเป็นไปได้ในการแก้ไขปัญหาให้ได้ผลประโยชน์สูงสุด และในขั้นตอนนี้ต้องมีการกำหนดวัตถุประสงค์ของการตัดสินใจ ในขั้นตอนนี้อาจมีการสร้างแบบจำลอง แผนภาพการตัดสินใจแบบต้นไม้ (Decision Tree) หรือตารางการตัดสินใจก็ได้ ทั้งนี้ เพื่อใช้ในการพัฒนาทางเลือกในการตัดสินใจ

3.3 ขั้นตอนการเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด (Choice Phase)

เป็นขั้นตอนของการค้นและการประเมินทางเลือกต่าง ๆ ที่ได้จากขั้นตอนการออกแบบ และคัดเลือกให้เหลือทางเลือกเดียว โดยผลลัพธ์ที่ได้จากขั้นตอนนี้ คือ ทางเลือกเพื่อการนำไปใช้จริงในการแก้ปัญหา



3.4 ขั้นตอนการนำไปใช้ (Implementation Phase)

เป็นขั้นตอนการนำทางเลือกในการแก้ไขปัญหาที่ได้จากขั้นตอนการเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดไปลงมือปฏิบัติเพื่อแก้ไขปัญหาจริง ซึ่งอาจจะประสบความสำเร็จ หรืออาจจะประสบความล้มเหลวก็ได้ หากนำไปใช้แล้วล้มเหลว ก็อาจย้อนกลับไปสู่ขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่ง เพื่อทบทวนกระบวนการใหม่ได้เสมอ

3.5 ขั้นตอน การติดตามผล (Monitoring Phase)

การติดตามผลเป็นขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการตัดสินใจและแก้ไขปัญหา ในขั้นตอนนี้ผู้ตัดสินใจจะมีการประเมินผลหลังจากนำแนวทางที่ได้เลือกแล้วไปใช้ในการแก้ไขปัญหา หากผลลัพธ์ที่ได้ไม่เป็นที่น่าพอใจจะต้องพิจารณาถึงสาเหตุว่าเกิดขึ้นจากขั้นตอนใด หรือขาดสารสนเทศส่วนใดไปบ้าง เพื่อนำไปปรับปรุงการตัดสินใจแก้ไขปัญหาใหม่อีกครั้งหนึ่ง

4. ปัญหาในโรงแรมขนาดเล็ก

ปัญหาที่มักเกิดขึ้นในโรงแรมขนาดเล็กมีดังนี้

- 1) พนักงานมีจำนวนน้อย ดังนั้น พนักงานในแต่ละตำแหน่งงาน จึงต้องมีหน้าที่ความรับผิดชอบที่หลากหลาย และต้องช่วยเหลือกันตลอดเวลา ทำให้พนักงานเกิดความกดดันในการทำงาน
- 2) มาตรฐานในการให้บริการค่อนข้างควบคุมได้ยาก เนื่องจาก พนักงานอาจมีความรู้และทักษะในการทำงานที่จำกัดและไม่ได้รับการฝึกอบรมอย่างมีเป็นระบบซึ่งอาจทำให้แขกผู้มาใช้บริการเกิดความไม่พึงพอใจ
- 3) อัตราการลาออกของพนักงานค่อนข้างสูง ทำให้การขาดความต่อเนื่องในการบริหารและการพัฒนาคุณภาพการให้บริการ
- 4) วัสดุ อุปกรณ์ รวมทั้งทรัพยากรในการปฏิบัติงานค่อนข้างมีจำนวนจำกัด จึงทำให้เกิดความขัดแย้งกันระหว่างพนักงานในการที่แย่งกันใช้ทรัพยากรต่างๆ ในโรงแรม

กล่าวโดยสรุป ปัญหาในโรงแรมขนาดเล็ก มักเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นในการบริหารจัดการและไม่มี ความซับซ้อนมากนัก การแก้ปัญหาและตัดสินใจของผู้บริหารจะสามารถดำเนินการได้โดยอาศัยหลักการที่กล่าวมาข้างต้น แต่หากมีปัญหากเกิดขึ้นเมื่อใด ผู้บริหารโรงแรมต้องรีบดำเนินการแก้ปัญหาและตัดสินใจโดยเร็ว โดยเฉพาะปัญหาที่จะมีผลต่อการให้บริการแก่แขกของโรงแรม

วัฒนธรรมองค์กร

วัฒนธรรมองค์กรเป็นสิ่งสำคัญที่แสดงออกถึงพฤติกรรมของคนในองค์กรนั้น ๆ วัฒนธรรมองค์กรในโรงแรมขนาดเล็กจะส่งผลกระทบต่อประสิทธิผลของโรงแรมเป็นอย่างมาก เนื่องจากวัฒนธรรมองค์กรก่อให้เกิดความผูกพัน การมีส่วนร่วมในโรงแรม การปรับตัวที่เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทั้งภายในและ



ภายนอกโรงแรม การประพุดปฏิบัติ ซึ่งจะสนับสนุนให้โรงแรมบรรลุวิสัยทัศน์และภารกิจที่โรงแรมกำหนดอย่างเหมาะสมได้

ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมองค์กรในโรงแรมโดยการประเมินสภาพของวัฒนธรรมองค์กรของโรงแรมที่เป็นอยู่และประเมินความเหมาะสมหรือคุณค่าที่มีต่อโรงแรมเพื่อจะได้สร้างวัฒนธรรมองค์กรของโรงแรมให้ขึ้นไปในแนวทางที่เหมาะสมและเกิดประโยชน์สูงสุดต่อโรงแรม

1. องค์ประกอบของวัฒนธรรมองค์กร

องค์ประกอบของวัฒนธรรมในโรงแรมออกได้เป็น 2 ส่วน ได้แก่

1.1 ส่วนที่มองเห็นได้ จะเป็นสิ่งที่สมาชิกของโรงแรมสร้างหรือประดิษฐ์ขึ้นมา เช่น สิ่งประดิษฐ์ต่าง ๆ อาทิเช่น รูปปั้นของผู้ก่อตั้งกิจการ และถาวรวัตถุต่าง ๆ เช่น ลักษณะการก่อสร้างโรงแรม หรือ การตกแต่งอาคารสถานที่ ป้าย สัญลักษณ์ คำขวัญ (Slogan) พิธีกรรมต่างๆ และการแต่งกายของพนักงานโรงแรม เป็นต้น

1.2 ส่วนที่ไม่สามารถมองเห็นได้ แต่เป็นสิ่งที่สมาชิกของโรงแรมรับรู้และเข้าใจร่วมกัน เช่น ค่านิยมของโรงแรมที่พนักงานรับรู้ เช่น ค่านิยมโรงแรมแมริออท ที่เน้น คุณภาพ การบริการ และการสร้างความพึงพอใจของลูกค้า รวมถึงความมุ่งมั่น คุณค่าและความเชื่อของบริษัทหรือโรงแรมในการดำเนินธุรกิจ

ปัจจุบันโรงแรมที่ทันสมัยส่วนใหญ่นิยมแสดงค่านิยมของโรงแรมด้วยการกำหนดเป็นวิสัยทัศน์ (Vision) และพันธกิจ (Mission) ของโรงแรม ทั้งนี้ เพื่อให้ผู้ใช้บริการ พนักงาน ตลอดจนผู้เกี่ยวข้องกับโรงแรมสามารถรับรู้ รับทราบค่านิยมของโรงแรมได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

2. ประเภทของวัฒนธรรมองค์กรโรงแรม

ในการพิจารณาว่า ค่านิยมใดมีความสำคัญและเหมาะสมกับโรงแรมหรือไม่นั้น ผู้นำของโรงแรมจำเป็นต้องวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายนอกองค์กร วิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์ของโรงแรม ด้วยเหตุนี้วัฒนธรรมของแต่ละโรงแรมจึงมีความแตกต่างกัน อย่างไรก็ตามถ้าเป็นโรงแรมที่มุ่งเน้นลูกค้ากลุ่มเดียวกันและให้บริการในระดับเดียวกัน ก็มักมีวัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกัน เพราะดำเนินงานภายใต้สภาวะแวดล้อมที่คล้ายคลึงกัน โดยทั่วไป วัฒนธรรมองค์กรโรงแรมสามารถจัดแบ่งเป็นประเภทได้ดังนี้

2.1 วัฒนธรรมแบบปรับตัวหรือแบบผู้ประกอบการ เกิดขึ้นจากการที่ผู้นำเชิงกลยุทธ์มุ่งสร้างค่านิยมใหม่ของโรงแรมที่เอื้อต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการตีความหรือคาดการณ์สภาพแวดล้อมภายนอก เพื่อให้เกิดพฤติกรรมในโรงแรมที่สามารถตอบสนองได้ตลอดเวลา พนักงานของโรงแรมจึงได้รับความอิสระในการตัดสินใจด้วยตนเองและพร้อมลงมือปฏิบัติได้ทันทีเมื่อเกิดความจำเป็นโดยยึดค่านิยมในการสนองตอบต่อลูกค้าเป็นสำคัญ ผู้นำมีบทบาทสำคัญต่อการสร้างความเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นกับโรงแรมด้วยการกระตุ้นพนักงานให้กล้าเสี่ยง กล้าทดลองคิดทำในสิ่งใหม่ และเน้นการให้รางวัล ผลตอบแทนแก่ผู้ที่ริเริ่มสร้างสรรค์เป็นพิเศษ หลายโรงแรมได้เปลี่ยนนโยบายใหม่มาเน้นเรื่องการมอบหมายอำนาจในการตัดสินใจแก่พนักงาน



มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช
Sukhothai Thammathirat Open University

(Empowerment) เน้นกลยุทธ์ความยืดหยุ่นและความสามารถตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมภายนอกได้รวดเร็ว เป็นหลัก ซึ่งสอดคล้องกับยุคแห่งการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว ซึ่งมีค่านิยมในเรื่อง





- ส่งเสริมการสร้างสรรค์ การใช้จินตนาการ
- ส่งเสริมให้พนักงานทดลอง ให้ลองทำ ผิดพลาดไม่เป็นไรให้ถือเป็นบทเรียน
- ให้กล้าเสียง ให้กล้าคิดอะไรที่นอกกรอบได้
- การให้อิสระ ให้คิด ให้ทำได้ ให้มีความเป็นผู้ประกอบการอยู่ในตัว
- การมุ่งตอบสนองต่อลูกค้าและฝ่ายต่าง ๆ โดยไม่ยึดติดกับกรอบแบบเดิม ๆ

เครือโรงแรมที่มีวัฒนธรรมแบบปรับตัวนี้คือ โรงแรมและรีสอร์ทในเครือแมริออท ที่ส่งเสริมให้เวลาพนักงานมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีอำนาจตัดสินใจในการสรรสร้างการบริการที่ทำให้แขกเกิดควงทึ่งพอใจอยู่ตลอดเวลา และเมื่อสนับสนุนให้มีการพัฒนานวัตกรรมใหม่ ๆ ในการบริการ อย่างต่อเนื่อง วัฒนธรรมแบบผู้ประกอบการนี้ยังมักพบในโรงแรมอิสระขนาดกลางและขนาดเล็กที่เจ้าของโรงแรมบริหารจัดการเอง

2.2 วัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จ ลักษณะสำคัญของวัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จก็คือ การมีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนของเป้าหมายองค์กร ผู้นำมุ่งเห็นผลสำเร็จตามเป้าหมาย เช่น ตัวเลขยอดขายเพิ่มขึ้น ผลประกอบการมีกำไร หรือมีเปอร์เซ็นต์ส่วนแบ่งของตลาดสูงขึ้น เป็นต้น โรงแรมมุ่งให้บริการลูกค้าพิเศษเฉพาะกลุ่มในสภาพแวดล้อมภายนอก แต่ไม่เห็นความจำเป็นที่จะต้องมีความยืดหยุ่นและต้องเปลี่ยนแปลงรวดเร็วแต่อย่างใด โรงแรมที่ยึดวัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จจึงเน้นค่านิยมแบบแข่งขันเชิงรุก ความสามารถริเริ่มของบุคคล และพึงพอใจต่อการทำงานหนักในระยะยาวจนกว่าจะบรรลุผลตามเป้าหมาย ค่านิยมที่มุ่งการเอาชนะจึงเป็นเสมือนกาวเชื่อมทุกคนในโรงแรมเข้าด้วยกัน หลายโรงแรมที่มีวัฒนธรรมมุ่งผลสำเร็จจะให้ความสำคัญการแข่งขันการเอาชนะ พนักงานที่มีผลงานดีจะได้ผลตอบแทนสูงในขณะที่ผู้ที่มีผลงานต่ำกว่าเป้าก็จะถูกไล่ออกจากงาน จะมีค่านิยมในเรื่อง

- การให้แข่งขันกันทำงาน เพื่อสร้างผลงาน
- การทำงานเชิงรุก การมุ่งมั่น เอาจริงเอาจัง
- การทำอะไรให้เสร็จ ให้สมบูรณ์ ให้ดีที่สุด
- การขยันขันแข็งในการทำงาน
- การริเริ่มในระดับบุคคล เพื่อมุ่งไปสู่ชัยชนะ และความสำเร็จ

ในโรงแรมที่มีวัฒนธรรมแบบนี้ พนักงานจะมีการแข่งขันกันทำงานอย่างหนัก และมุ่งเน้นยอดขายและผลกำไรเป็นที่ตั้ง ตัวอย่างโรงแรมที่สามารถพบวัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จ ส่วนใหญ่จะเป็นโรงแรมขนาดใหญ่ที่มีห้องพักเป็นจำนวนมาก ระดับการบริการปานกลาง และมีการแข่งขันในตลาดสูง รวมถึงเครือโรงแรมนานาชาติที่มีเครือข่ายโรงแรมเป็นจำนวนมาก

จากวัฒนธรรมองค์กรที่กล่าวมาแล้วนี้ ถ้าผู้บริหารโรงแรมสามารถสร้างสรรค์และประสานวัฒนธรรมแบบญาติมิตร วัฒนธรรมแบบปรับตัวและวัฒนธรรมแบบที่เน้นความสำเร็จให้เกิดขึ้นได้ ก็ย่อมเกิดทั้งประสิทธิผลแก่โรงแรมและสร้างความพึงพอใจแก่สมาชิกในโรงแรมด้วย

2.3 วัฒนธรรมแบบเครือญาติ เป็นวัฒนธรรมที่มีความยืดหยุ่นแต่มุ่งเน้นภายในโรงแรม โดยจะให้ความสำคัญของการมีส่วนร่วมของพนักงานภายในโรงแรมเพื่อให้สามารถพัฒนาตนเองให้พร้อมที่จะรองรับ



การเปลี่ยนแปลงรวดเร็วจากภายนอก เป็นวัฒนธรรมที่เน้นความต้องการของพนักงานมากกว่าวัฒนธรรมแบบอื่น ดังนั้น โรงแรมจึงมีบรรยากาศของมวลมิตรที่ร่วมกันทำงานคล้ายอยู่ในครอบครัวเดียวกัน ผู้นำมุ่งเน้นเรื่องความร่วมมือ การให้ความเอาใจใส่เอื้ออาทรทั้งพนักงานและลูกค้า โดยพยายามหลีกเลี่ยงมิให้เกิดความรู้สึกแตกต่างกันทางสถานะภาพ ผู้นำจะยึดมั่นในการให้ความสำคัญและการปฏิบัติตามคำมั่นสัญญาอย่างเคร่งครัด จะมีค่านิยมสำคัญในเรื่อง

- การทำตามประเพณีปฏิบัติ
- การคำนึงถึงผลกระทบที่จะมีต่อคนอื่น ๆ
- การเน้นความเป็นทีม
- เน้นการมีส่วนร่วม
- การเห็นพ้องกัน ไม่พยายามสร้างความแตกแยก อะลุ่มอล่วยกัน ช่วยเหลือกัน

ร่วมมือกัน เป็นกันเองเป็นแบบพี่น้อง

- การเน้นความเป็นธรรม ยุติธรรมและเท่าเทียมกัน

ในโรงแรมที่มีวัฒนธรรมองค์การแบบนี้มักจะมีกระบวนการเรียนรู้ทางสังคมมาก รวมทั้งมีการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่ดีทำให้พนักงานมีความรู้สึกเป็นเจ้าของและจงรักภักดีต่อโรงแรม ตลอดจนมีความภาคภูมิใจที่ได้เป็นสมาชิกของโรงแรมแบบนี้ โรงแรมที่ยึดวัฒนธรรมแบบนี้ ส่วนใหญ่เป็นโรงแรมขนาดกลาง และขนาดเล็ก บริหารงานโรงแรมแบบอิสระ รวมเครือโรงแรมที่มีเจ้าของทุนและดำเนินการโดยคนไทยโดยเฉพาะ

2.4 วัฒนธรรมแบบราชการ เป็นวัฒนธรรมที่เน้นความมีเสถียรภาพความมั่นคงและมุ่งมั่นภายในโรงแรมเป็นสำคัญ ให้ความสำคัญต่อสภาพแวดล้อมภายใน ความสม่ำเสมอในการดำเนินการเพื่อให้เกิดความมั่นคง วัฒนธรรมแบบราชการจะมุ่งเน้นด้านวิธีการ ความเป็นเหตุผล ความมีระเบียบของการทำงาน มุ่งเน้นเรื่องให้ยึดและปฏิบัติตามกฎระเบียบ ยึดหลักการประหยัด ความสำเร็จของโรงแรมเกิดจากความสามารถในการบูรณาการและความมีประสิทธิภาพ ในโลกปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วเช่นนี้ มีโรงแรมน้อยมากที่สามารถดำเนินงานภายใต้ภาวะแวดล้อมที่มั่นคง ผู้นำส่วนใหญ่จึงพยายามหลีกเลี่ยงวัฒนธรรมแบบราชการ เนื่องจากต้องการมีความยืดหยุ่นคล่องตัวมากขึ้นนั่นเอง จะมีค่านิยมในเรื่อง

- การประหยัดและมุ่งประสิทธิภาพในการทำงาน
- เน้นความเป็นทางการ และความเป็นระเบียบแบบแผน
- การใช้เหตุผล ใช้ข้อมูลตัวเลขต่าง ๆ ในการปฏิบัติงาน
- การเน้นในระเบียบ คำสั่ง กฎระเบียบต่าง ๆ
- การเชื่อฟัง ทำตามกฎระเบียบ และคำสั่งของผู้บังคับบัญชา

แนวคิดของวัฒนธรรมแบบนี้จะก่อให้เกิดความมีประสิทธิภาพ เสถียรภาพ และสามารถคาดการณ์ผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นได้ และเหมาะกับโรงแรมที่อยู่สภาพแวดล้อมที่ไม่ค่อยเปลี่ยนแปลง สถานที่พักแรมในสังกัดหน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจมักมีวัฒนธรรมในแบบนี้มากเพราะอยู่ภายใต้กรอบของระบบราชการ แต่แนวโน้มในอนาคตของวัฒนธรรมแบบนี้ น่าจะลดลง เพราะหน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจทั้งหลายต่าง



พยายามมุ่งออกจากระบบราชการ พยายามบริหารงานสถานที่พักผ่อนของตนแบบธุรกิจเอกชน โดยพยายามลดขั้นตอนกฎระเบียบต่าง ๆ ที่ไม่จำเป็นลง เปิดโอกาสให้ผู้ปฏิบัติงานได้ใช้วิจารณญาณที่เหมาะสมให้เกิดความคล่องตัวในการทำงานมากขึ้น

3. การรักษาวัฒนธรรมองค์กรโรงแรม

เพื่อให้โรงแรมสามารถรักษาวัฒนธรรมที่ก่อให้เกิดประสิทธิผลต่อโรงแรม ควรพิจารณาการดำเนินการดังต่อไปนี้

3.1 ผู้บริหารระดับสูง การประพฤติปฏิบัติของผู้บริหารระดับสูงที่สืบทอดกันมา ที่กระทำตนเป็นแบบอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง เพื่อเน้นย้ำค่านิยมและวิถีปฏิบัติต่าง ๆ ที่ผู้ก่อตั้งได้สร้างไว้ ตัวอย่างเช่นผู้บริหารโรงแรมมีปฏิบัติตามระเบียบของโรงแรม เช่นเดียวกับพนักงาน รวมถึงการมีส่วนร่วมในการให้บริการลูกค้า

3.2 การสรรหาและการคัดเลือก กระบวนการสรรหาและคัดเลือกบุคลากรของโรงแรม มีการใช้แบบสอบถาม และการสัมภาษณ์เพื่อคัดเลือกบุคคลที่มีความสามารถและมีทัศนคติที่สอดคล้อง และสามารถปรับตัวเข้ากับวัฒนธรรมองค์กรโรงแรมเป็นสำคัญ

3.3 กระบวนการเรียนรู้ทางสังคม เป็นกระบวนการในการปรับพนักงานให้เข้ากับวัฒนธรรมองค์กร โดยอาศัยแนวทางต่าง ๆ เช่น การปฐมนิเทศพนักงานเพื่อแนะนำองค์กร การให้ข้อมูลในเรื่องวิสัยทัศน์ภารกิจ ปรัชญาและค่านิยมขององค์กร และอาจจัดการฝึกอบรมอย่างต่อเนื่องให้แก่พนักงานโรงแรม

3.4 การออกแบบโครงสร้าง โครงสร้างจะเป็นตัวกำหนดลักษณะของความสัมพันธ์ระหว่างฝ่ายแผนก และบุคคลต่าง ๆ ในองค์กรโรงแรม เช่น การจัดตั้งทีมข้ามสายงาน หรือการกำหนดระดับการควบคุมการบังคับบัญชาในโรงแรม

3.5 ระบบต่าง ๆ และขั้นตอนการปฏิบัติงานที่สำคัญ ในการทำงานของโรงแรมนั้น ๆ จะมีงานที่เกิดขึ้นประจำ เช่น รายวัน รายสัปดาห์ รายเดือน รายไตรมาส หรือรายปี ซึ่งงานจะเกิดซ้ำ ๆ ดังนั้น ระบบงานหรือขั้นตอนการทำงานที่ถูกกำหนดซ้ำ ๆ เหล่านี้ จะถูกออกแบบเพื่อให้เน้นย้ำค่านิยมของโรงแรมหรือสื่อสารค่านิยมที่สำคัญที่ผู้บริหารต้องการได้

3.6 แนวทางในการจัดสรรรางวัลและสถานภาพ จะเป็นเครื่องมือในการจูงใจบุคลากรให้คงอยู่ และช่วยในการสื่อสารค่านิยมและการให้ความสำคัญในกิจกรรมหรือเรื่องราวบางอย่างโดยการเชื่อมโยงกับการให้รางวัลหรือสถานภาพบางอย่าง เช่น การให้คำชมเชย รางวัลดีเด่นสำหรับพนักงานที่ให้บริการยอดเยี่ยม ได้รับคำชมเชยจากแขก หรือรางวัลพิเศษในกรณีที่ทำยอดขายที่เกินกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้

3.7 การออกแบบอาคาร สถานที่ สภาพแวดล้อมต่าง ๆ ในการทำงาน เช่น การออกแบบการจัดตั้งโต๊ะเก้าอี้ ฉากกั้น ซึ่งรูปแบบการตกแต่งห้องจะแสดงให้เห็นถึงค่านิยมหรือความเชื่อบางอย่างได้ เช่น จะส่งเสริมให้มีการติดต่อสื่อสาร มีปฏิสัมพันธ์กันได้มากน้อยแค่ไหน ส่งเสริมการทำงานเป็นทีมหรือไม่ มีความยืดหยุ่นหรือไม่ หรือมีการแบ่งแยกอาณาเขตของแต่ละคนหรือแต่ละฝ่ายชัดเจนมากน้อยแค่ไหน



กล่าวโดยสรุป โรงแรมขนาดเล็กส่วนใหญ่ในประเทศไทย มักมีการสร้างวัฒนธรรมองค์กรแบบปรับตัว หรือแบบผู้ประกอบการและแบบเครือข่าย เนื่องจากขนาดขององค์กรไม่ใหญ่มากนัก มีสมาชิกในโรงแรม จำนวนน้อย ผู้บริหารและพนักงานตลอดจนแขกของโรงแรมจึงมีความใกล้ชิดสนิทสนม คำนึงกันและมี ปฏิสัมพันธ์กันได้ง่าย โรงแรมบางแห่งมีพนักงานทำงานกับโรงแรมมาเป็นเวลานานจนมีความผูกพันกับ โรงแรมและแขกของโรงแรมเป็นอย่างดี และมีความจงรักภักดีต่อโรงแรมเปรียบเสมือนโรงแรมเป็นบ้านหลัง ที่สองของตน

การทำงานเป็นทีม

การทำงานเป็นทีม หมายถึง การที่บุคคลมารวมกลุ่มกันเพื่อร่วมมือกันในการกระทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดให้ สำเร็จลุล่วงด้วยดี โดยการร่วมมือกัน ประสานงานกัน มุ่งตั้งศักยภาพที่มีจากบุคคลแต่ละคนภายในกลุ่มออกมา ช่วยในการดำเนินกิจกรรมให้งานบรรลุเป้าหมาย “การทำงานเป็นทีม” จึงเป็นความร่วมมือร่วมใจของบุคคล เพื่อที่จะบรรลุเป้าหมายร่วมกัน

การบริหารจัดการในโรงแรมขนาดย่อมและที่พักทางเล็กจะประสบความสำเร็จได้ต้องอาศัยความ ร่วมมือของพนักงานทุกคนในโรงแรมเพราะจำนวนพนักงานของโรงแรมมีจำนวนน้อย ดังนั้น การทำงานเป็นทีม จึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งที่จะทำให้การบริการของโรงแรมมีประสิทธิภาพ

1. องค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญของการทำงานเป็นทีม

การทำงานเป็นทีม นั้น เป็นเรื่องของการทำงานร่วมกันของบุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไปเพื่อให้บรรลุ วัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ การที่สร้างทีมงานให้เกิดประโยชน์ในการทำงานร่วมกันได้อย่างแท้จริง โดยมี องค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญของการทำงานเป็นทีม ดังนี้

1.1 การมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมของบุคคล หมายถึง การที่สมาชิกตั้งแต่ 2 คน ขึ้นไปมีความ เกี่ยวข้องกันในการดำเนินกิจกรรมของกลุ่ม/ทีม แต่ละคนควรตระหนักในความสำคัญของคนและกัน แสดงออก โดย การยอมรับ การให้เกียรติกัน ปรึกษาหารือ ให้โอกาสในการทำงาน ไม่ดูถูกดูแคลน สำหรับกลุ่มขนาดใหญ่ มักมีปฏิสัมพันธ์กันเป็นเครือข่ายมากกว่าการติดต่อกันตัวต่อตัว

1.2 การมีจุดมุ่งหมายและเป้าหมายร่วมกัน การที่สมาชิกกลุ่มมีความรู้ และเข้าใจ วัตถุประสงค์ของการทำงาน เพื่อเป็นแนวทางในการทำงานที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน หากจุดประสงค์ของ สมาชิกกลุ่มที่สอดคล้องกับองค์กร มักนำมาซึ่งความสำเร็จของการทำงานได้ง่าย

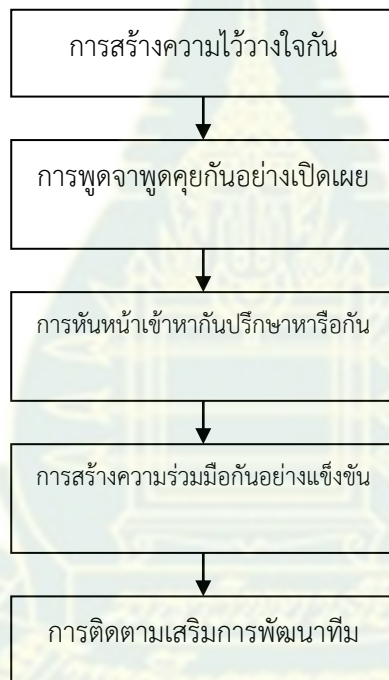
1.3 การมีโครงสร้างของทีม หมายถึง การมีกฎ มีระเบียบ แบบแผน ซึ่งเป็นแบบแผนเฉพาะ กลุ่มสมาชิกกลุ่มจะต้องปฏิบัติตามกฎหรือมติของกลุ่ม ซึ่งอาจเป็นกลุ่มแบบทางการ (Formal Group) หรือกลุ่ม ไม่เป็นทางการ (Informal Group) ก็ได้ สมาชิกทุกคนของกลุ่มจะต้องยอมรับและปฏิบัติตามเป็นอย่างดี สมาชิก กลุ่มย่อย อาจมีกฎเกณฑ์แบบไม่เป็นทางการมีความสนิทสนมกันอย่างใกล้ชิดระหว่างสมาชิกด้วยกัน



1.4 สมาชิกมีบทบาทและความรู้ที่ร่วมกัน การรักษาบทบาทที่มั่นคงในแต่ละทีม/กลุ่ม จะมีความแตกต่างกันตามลักษณะของกลุ่ม รวมทั้งความรู้ความสามารถของสมาชิก โดยมีการจัดแบ่งบทบาทและหน้าที่ ความรับผิดชอบ กระจายงานกันตามความรู้ ความสามารถ และความถนัดของสมาชิก

2. กระบวนการพื้นฐานในการสร้างทีมงาน

การสร้างทีมงานเป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล หรือการสร้างทีมงานภายในโรงแรม และวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนความร่วมมือในการทำกิจกรรมและทำให้กลุ่มงานเป็นทีม กิจกรรมการสร้างทีมงานอาจจะมีตั้งแต่การเปลี่ยนแปลงการทำงานเล็กน้อยไปจนถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของสมาชิกในทีมงาน เปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีที่ใช้ในการดำเนินงานของโรงแรม ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาโรงแรมในที่สุด การทำงานเป็นทีมที่มีประสิทธิภาพ ควรยึดรูปแบบที่เข้าใจง่าย และอาจนำไปประยุกต์ใช้ในกรณีต่างๆได้ รูปแบบกระบวนการพื้นฐานในการพัฒนาทีมงานได้ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 กระบวนการพัฒนาทีมงานที่มีประสิทธิภาพ

จากรูปแบบกระบวนการพัฒนาทีมงานที่มีประสิทธิภาพ สามารถอธิบายขั้นตอนต่าง ๆ ได้ดังนี้

2.1 การสร้างความไว้วางใจกัน นับเป็นก้าวแรกของการพัฒนาทีมงานที่สำคัญ ยิ่งหัวหน้าทีมงานจะต้องสร้างความไว้วางใจกันในกลุ่มสมาชิกของทีมงานเพื่อไม่ให้เกิดความหวาดระแวง และสร้างทีมงานให้ร่วมมือกันแก้ปัญหาในการปฏิบัติงานด้วยความจริงใจ ภายใต้บรรยากาศการทำงานแห่งความไว้วางใจกันอย่างเต็มที่



2.2 การพูดจาพูดคุยกันอย่างเปิดเผย ความไว้วางใจกันเป็นเหตุชักนำให้สมาชิกในทีมงานพูดจา พูดคุยกันอย่างเปิดเผย ทำให้สามารถทำความเข้าใจเรื่องต่างๆ ให้ตรงกันได้ เป็นการลดหรือปิดช่องว่าง ความหวาดระแวงและความรู้สึกไม่ปลอดภัยในการพูด การอภิปรายแสดงความคิดเห็นลงได้ ความรู้สึกที่ดีต่อกันจึงเกิดขึ้น

2.3 การหันหน้าเข้าหากันหรือปรึกษาหารือกัน เมื่อความไว้วางใจและการพูดจาทันทีอย่างเปิดเผย การประชุมปรึกษากันจึงจะประสบความสำเร็จในแง่การเผชิญกับปัญหา การช่วยกันคิดแก้ไขปัญหาและความขัดแย้งในทีมงาน ดังนั้น กระบวนการกลุ่มจึงเกิดขึ้น

2.4 การสร้างความร่วมมือกันอย่างแข็งขัน เป็นการทำให้สมาชิกในทีมงานทำกิจกรรมร่วมกัน โดยกำหนดขอบเขตและบทบาทที่เหมาะสมของแต่ละบุคคลก่อให้เกิดลักษณะการทำงานเป็นทีมและร่วมมือกันอย่างแข็งขัน มีชีวิตชีวา และร่วมมือกันแก้ปัญหา พัฒนาทีมงานแบบสร้างสรรค์ ดังนั้นความสำเร็จหรือความล้มเหลวจึงขึ้นอยู่กับทีมงานนั่นเอง

2.5 การติดตามเสริมการพัฒนาทีมงาน ผู้บริหารทีมงานจะต้องเห็นความสำคัญของงานติดตามเอาใจใส่อย่างสม่ำเสมอ การพัฒนาทีมงานจึงควรใช้การเสริมแรงกลุ่มในทางบวกซึ่งอาจ เป็นการยกย่อง ชมเชย การให้รางวัล การเปิดโอกาสให้เสนอผลการพัฒนา ส่งเสริมและเสริมสร้างการใช้ความรู้ และเทคโนโลยีใหม่ๆ ในการพัฒนาทีมงาน และอื่นๆ การเสริมแรงทางบวกจะช่วยให้สมาชิกของทีมงานแสดงพฤติกรรมที่พึงประสงค์ซ้ำแล้วซ้ำอีกหรือการพัฒนาทีมงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

3. เทคนิคสำหรับการทำงานเป็นทีม

คุณภาพของการทำงานเป็นทีมจะเกิดขึ้นเมื่อสมาชิกทุกคนในทีมงานมีส่วนร่วมในความสำเร็จหรือความล้มเหลวของโรงแรม การทำงานในลักษณะนี้ หัวหน้าทีมจึงจำเป็นต้องเรียนรู้และสามารถใช้เทคนิคสำหรับการทำงานเป็นทีมได้อย่างเหมาะสม เทคนิคสำหรับการทำงานเป็นทีมได้แก่

3.1 การจัดประชุม การประชุมเป็นเทคนิคสำคัญประการแรก และใช้กันอย่างแพร่หลายเพื่อประโยชน์ในการทำงานร่วมกัน โดยปกติการจัดการประชุมในโรงแรมจะมีรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่

3.1.1 การประชุมประจำวัน เป็นการประชุมในแต่ละวันเพื่อพบปะหรือปรึกษาหารือระหว่างแผนกต่างๆในโรงแรม เพื่อสื่อสาร แผนงาน ปัญหา ตลอดจนกิจกรรมต่างๆ ที่จะให้จัดบริการให้แก่แขกของโรงแรมในแต่ละวัน

3.1.2 การประชุมประจำเดือน เป็นการประชุมระหว่างหัวหน้าแผนกต่างๆ เพื่อกำหนดแผนงานของโรงแรมในแต่ละเดือน รวมถึงการพิจารณานโยบายที่สำคัญของโรงแรม

3.1.3 การประชุมเฉพาะกิจ เป็นการประชุมเฉพาะทีมงานหรือพนักงานที่ต้องร่วมกันทำงานพิเศษของโรงแรม เช่น งานจัดเลี้ยง งานเทศกาลพิเศษต่างๆ การประชุมจึงดำเนินไปตามภารกิจและวัตถุประสงค์ของการปฏิบัติงานนั้นๆ



3.2 การประชุมระดมความคิดเห็น เป็นวิธีการกระตุ้นให้ผู้เข้ารับการอบรมทุกคนแสดงความคิดเห็นในหัวข้อหรือประเด็นที่กำหนดขึ้นอย่างเต็มที่ ผู้นำการประชุมจะขอให้สมาชิกทุกคนแสดงความคิดเห็นโดยไม่ต้องวิตกกังวลว่าความคิดเห็นนั้นจะเหมาะสมและถูกต้องหรือไม่ แล้วจดบันทึกไว้บนกระดาน เมื่อได้ระดมและรวบรวมความคิดเห็นไว้เป็นจำนวนมากแล้วจากนั้นจะขอให้สมาชิกช่วยกันอภิปราย เลือกรวมความคิดเห็นที่ดีและเหมาะสม เพื่อสรุปและนำไปใช้ในการแก้ปัญหาหรือการปฏิบัติงาน

3.3 การประมวลความคิดเห็นของกลุ่ม เป็นการแสดงความคิดเห็นร่วมกันของสมาชิกกลุ่มที่มีต่อปัญหาใดปัญหาหนึ่ง โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

3.3.1 สมาชิกเขียนความเห็นลงในกระดาษของตนตามที่อยู่ดำเนินการเตรียมไว้

3.3.2 เมื่อสมาชิกทุกคนเขียนเสร็จแล้วให้เจ้าของความคิดเห็นอ่านให้กลุ่มฟังและอภิปรายในรายละเอียดของแต่ละข้อ

3.3.3 จดบันทึกข้อความเห็นต่างๆ หากซ้ำซ้อนกันให้รวมไว้ในข้อเดียวกัน

3.3.4 จัดลำดับความสำคัญของความคิดเห็นโดยใช้บริการพิจารณาแล้วกำหนดความสำคัญของแต่ละข้อในลักษณะอัตราส่วนประเมินค่าจากสำคัญที่สุด สำคัญมาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด และให้น้ำหนักเป็น 5 4 3 2 1 ตามลำดับ

3.3.5 ให้สมาชิกแต่ละคนให้คะแนน รวบรวมคะแนนและหาค่าเฉลี่ยของแต่ละข้อ เพื่อนำไปพิจารณากำหนดความสำคัญ ข้อใดค่าเฉลี่ยสูงสุดจะมีความสำคัญเป็นอันดับที่หนึ่ง และลดหลั่นกันลงไปจนถึงอันดับสุดท้าย

3.3.6 นำความคิดเห็นข้อสำคัญๆ ในขั้นตอน 3.3.5 ไปวางแผนการดำเนินการ

3.4 กลุ่มสร้างคุณภาพ คือกลุ่มเล็กๆของพนักงานกับหัวหน้าที่อยู่ในหน่วยงานเดียวกันมารวมกันเข้าเป็นกลุ่มเพื่อทำกิจกรรมเรื่องคุณภาพ โดยการนำของหัวหน้าและผู้นำกลุ่ม ดังนั้นการสร้างกลุ่มคุณภาพจึงเป็นกลุ่มทำงานที่ต้องเผชิญกับปัญหานั้นร่วมกันด้วยความเต็มใจเห็นความสำคัญและผูกพันอยู่กับคุณภาพของงาน ทุกคนปฏิบัติงานด้วยสบายใจ มีความสามัคคีในหมู่คณะ เข้าใจเพื่อนร่วมงาน สามารถประหยัดค่าใช้จ่ายและลดการเสียเวลาการทำงานในองค์กรการลดลงของผลผลิตมีคุณภาพที่เป็นที่น่าเชื่อถือและนิยมของลูกค้าและมีส่วนสร้างความเจริญก้าวหน้าให้โรงแรมอีกด้วย

4. ปัจจัยสู่ความสำเร็จของทีมงานในโรงแรม

เมื่อการทำงานเป็นทีมในโรงแรมมีปัญหาและรู้สาเหตุของปัญหาแล้ว ผู้บริหารต้องหาช่องทางหรือเทคนิค เพื่อนำมาใช้แก้ปัญหาหรือเพื่อทำการปรับปรุงพัฒนาคุณภาพของการทำงานเป็นทีม ซึ่งแนวทางที่จะทำให้การทำงานเป็นทีมมีประสิทธิภาพหรือประสบความสำเร็จได้นั้น มีแนวทางดังนี้

4.1 การพึ่งพาซึ่งกันและกัน สมาชิกของทีมงานจำเป็นต้องพึ่งพาความช่วยเหลือบางอย่างจากสมาชิกคนอื่นๆในทีม เช่น ข้อมูล ทรัพยากร ผลงานร่วม และการสนับสนุนทางด้านขวัญและกำลังใจ สิ่งเหล่านี้เป็นที่ยึดเหนี่ยวทีมงานไว้ด้วยกัน ถ้าขาดสิ่งเหล่านี้การทำงานเป็นทีมจะอยู่ได้ไม่นาน



4.2 ความยากของงาน งานที่มอบหมายให้ทำควรจะเป็นงานที่ยากที่ต้องใช้แรงงานความสามารถของบุคคลหลายๆคนเข้าช่วย หากเป็นงานที่ง่ายเกินไปทีมงานแต่ละคนก็ไม่ได้ดึงความรู้ความสามารถ หรือนำเอาศักยภาพของแต่ละบุคคลมาใช้ในการทำงานร่วมกัน

4.3 การมีส่วนร่วม เป็นการเปิดโอกาสให้สมาชิกของทีมงานได้มีส่วนร่วมในการทำงานได้มากที่สุด การมีส่วนร่วมนั้นนอกจากจะทำให้เกิดความผูกพันกับทีมแล้ว ยังมีส่วนทำให้ทรัพยากรมนุษย์ให้เกิดประโยชน์อย่างเต็มที่

4.4 การสื่อสารแบบเปิดเผยตรงไปตรงมา สามารถตรวจสอบความเข้าใจได้อย่างตรงกัน ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารจากระดับผู้บริหารไปสู่ระดับปฏิบัติ หรือระดับปฏิบัติไปสู่ระดับบริหารหรือเป็นการสื่อสารระดับเดียวกันจะทำให้สมาชิกของทีมได้รับรู้ปัญหาการทำงาน รับทราบถึงนโยบายในการปฏิบัติงาน ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงต่างๆเกี่ยวกับงานได้อย่างถูกต้อง

4.5 ความจริงใจและความห่วงใย เป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้สมาชิกทีมแต่ละคน มีความรู้สึกผูกพันรักใคร่ กลมเกลียวมีความสามัคคี ความรู้สึกถึงความจริงใจและความห่วงใยในหมู่สมาชิก จึงเป็นสิ่งที่ควรสร้างให้เกิดขึ้นกับทีม

4.6 การผลัดกันเป็นผู้นำ ทีมงานที่ดีที่สุด คือ ทีมที่รู้จักดึงเอาความสามารถทุก ๆ ด้านของสมาชิกทุกคนออกมา ทำให้สมาชิกทุกคนมีโอกาสเป็นผู้นำในเรื่องที่ตนถนัด และเป็นผู้ตามในสิ่งที่ตนไม่รู้เรื่อง

4.7 ทักษะในการแก้ปัญหา ทีมงานจำเป็นต้องมีความสามารถในการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ และมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ได้รับผลงานที่มีคุณภาพสูง

4.8 ความขัดแย้งในการบริหาร วิธีทางในการแก้ปัญหาความขัดแย้งและการกำหนดอำนาจหน้าที่ที่จะต้องตกลงกันให้เรียบร้อย ในขณะที่จัดตั้งทีมงานความขัดแย้งใดๆ ที่เกิดขึ้นในภายหลังจะต้องรีบแก้ไขในทันที อย่าปล่อยให้มันยาวนาน เพราะอาจนำไปสู่ปัญหาความขัดแย้งที่รุนแรงมากขึ้นกว่าเดิม และอาจเป็นการแยกในการจัดการแก้ไขจัดการความขัดแย้งที่เกิดขึ้น

4.9 การประเมินผลงาน ทีมงานที่ประสบความสำเร็จจะต้องมีการตรวจสอบและประเมินความก้าวหน้าของงานที่พวกเขาทำอยู่ตลอดเวลา สม่่าเสมอเพราะจะทำให้เกิดความตื่นตัว มีความกระตือรือร้น

4.10 การให้รางวัล สำหรับความสำเร็จของทีมงาน อันเป็นผลมาจากความร่วมมือร่วมแรงร่วมใจของสมาชิกแต่ละคน กระทำเช่นนี้จะทำให้ขวัญและกำลังใจสมาชิกในทีมสูงขึ้น



บรรณานุกรม

- Berger, F., & Brownell, J. (2009). *Organizational Behavior for the Hospitality Industry*. Chicago: Pearson
- Darren, R. & Conrad, L. (2009). *Entrepreneurship and Small Business Management in the Hospitality Industry*. Burlington: Butterworth-Heinemann.
- Leach, C. J. and Melicher, R.W. (2006). *Entrepreneurial Finance*. Ohio: Thomson Corporation.
- Lee-Ross, D. and Lashley, C. (2009). *Entrepreneurship Small Business Management in The Hospitality Industry*. London: Butterworth Heinemann Ltd.
- Miller, J., & Walker, J. (2012). *Supervision in the Hospitality Industry - Leading Human Resources* (7th ed). New Jersey: John Wiley & Sons.
- Morrison, A., Rimmington, M. and Williams, C. (1999). *Entrepreneurship in the Hospitality, Tourism and Leisure Industries*. London: Butterworth Heinemann Ltd.
- Raleigh, L.E. and Roginsky, R.J. (2006). *Hotel Investments Issues & Perspectives*. Michigan: American Hotel & Lodging Educational Institute.
- Scarborough, N.M. (2011). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Sheppardson, C. & Gibson, H. (2011). *Leadership and Entrepreneurship in the Hospitality Industry*. Oxford: Goodfellow Publishers.
- Wood, R. (1994). *Organizational Behaviour for Hospitality Management*. Oxford: Butterworth-Heinemann.



มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช
Sukhothai Thammathirat Open University





มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช
Sukhothai Thammathirat Open University

ความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ในธุรกิจโรงแรม

เกสัชกรหญิง ดร. อโนทัย งามวิชัยกิจ





ความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศในธุรกิจโรงแรม

โดย เกสัชกรหญิง ดร. อโณทัย งามวิชัยกิจ

ความสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศ

ปัจจุบัน การพัฒนาคุณภาพบริการในธุรกิจโรงแรมจำเป็นต้องนำเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) มาประยุกต์ใช้ในงานบริการของธุรกิจโรงแรมและที่พัก ทำให้พนักงานสามารถให้บริการได้อย่าง ถูกต้อง ฉับไว และเพิ่มประสิทธิภาพการบริการลูกค้ามากขึ้น

เทคโนโลยีสารสนเทศที่มีการพัฒนาขึ้นมาใช้งานกับธุรกิจโรงแรมและที่พักสามารถประยุกต์ใช้ได้ครอบคลุมการดำเนินการแทบทุกด้านของธุรกิจ แนวคิดการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศครอบคลุมการจัดการ 3 ด้านใหญ่ ดังแสดงในภาพที่ 1 ได้แก่

1) การจัดการห้องพัก เป็นหน้าที่หลักของธุรกิจโรงแรมและที่พัก จึงถือเป็นระบบเทคโนโลยีสารสนเทศพื้นฐานที่ทุกองค์กรพิจารณานำมาใช้ก่อนระบบอื่นๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการห้องพักให้ดียิ่งขึ้น ได้แก่

- ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศการจัดการห้องพัก
- ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการขายห้องพักออนไลน์
- ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อวางแผนการจัดการรายได้เพื่อการขายและการตลาด

2) การจัดการบริการเสริม เป็นหน้าที่รองของธุรกิจโรงแรมและที่พักที่มีบทบาทให้บริการเสริมแก่แขกที่มีเข้าพัก ธุรกิจพิจารณาการประยุกต์ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดการบริการเสริมมาใช้เมื่อมีระดับการให้บริการเพิ่มสูง จึงต้องการเพิ่มคุณภาพการให้บริการด้วยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น โรงแรมที่มีให้บริการร้านอาหารและได้รับความนิยมมากอาจพิจารณาระบบจุดจำหน่ายร้านอาหารมาใช้ เป็นต้น ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดการบริการเสริมประกอบด้วย

- ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารจุดจำหน่าย
- ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศสินค้าคงคลัง
- ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศการจัดการสายโทรศัพท์
- ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศการจัดการสื่อวีดีโอ
- ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศการให้บริการอินเทอร์เน็ต
- ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศการจัดการห้องประชุมสัมมนาและการจัดกิจกรรม
- ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศการจัดการพื้นที่



3) การจัดการประสิทธิภาพธุรกิจ ธุรกิจโรงแรมที่มีขนาดใหญ่ขึ้นมุ่งเน้นการสรรหาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการภายในธุรกิจมากขึ้นเช่นเดียวกับอุตสาหกรรมอื่นๆ โดยการเพิ่มคุณภาพการบริการจากระบบต่างๆ ได้แก่

- ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการเก็บรักษาฐานข้อมูลลูกค้า
- ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศจัดการงานบุคคลของโรงแรม
- ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศการเงินและงานบัญชี
- ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศการจัดการข้อมูลสมาชิก
- ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า

ลักษณะของเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพ

ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่เหมาะสมกับการนำมาใช้ในธุรกิจโรงแรมและที่พักควรมีลักษณะสำคัญดังต่อไปนี้

1. ง่ายต่อการใช้งาน ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศควรมีความง่ายในการเข้าใช้งานเนื่องจากระบบเทคโนโลยีสารสนเทศต้องรองรับการใช้งานของพนักงานหลากหลายระดับ ตั้งแต่พนักงานปฏิบัติการไปจนถึงผู้บริหารระดับสูง ผู้ใช้สามารถเรียนรู้การใช้งานได้อย่างรวดเร็วถึงแม้ไม่ได้จบมาทางด้านคอมพิวเตอร์ หรือขาดทักษะระดับสูงด้านคอมพิวเตอร์ก็ตาม เพื่อให้การเริ่มใช้งานเป็นไปได้อย่างรวดเร็ว ลดความผิดพลาดในการใช้งาน

2. ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศควรตอบสนองปัญหาและความต้องการของผู้ใช้ข้อมูลได้เป็นอย่างดี เช่น การตอบปัญหาลูกค้า การให้บริการจองห้องพัก เป็นต้น ระบบควรช่วยให้การบริการเป็นไปอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มคุณภาพการบริการของธุรกิจได้มากยิ่งขึ้น

3. สามารถเข้าจากที่ไหนก็ได้ ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศควรเพิ่มการเข้าถึงได้มากยิ่งขึ้น ด้วยเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตและ Cloud server ผู้บริหารควรเข้าถึงข้อมูลได้จากที่ไหนก็ได้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการตัดสินใจได้ฉับไวยิ่งขึ้น

4. สามารถบูรณาการระบบเข้าด้วยกัน ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศหลายระบบควรบูรณาการข้อมูลเข้าด้วยกันผ่านการเชื่อมต่อ เพื่อให้การให้บริการเป็นไปอย่างรวดเร็ว ไม่ติดขัด ลูกค้าได้รับความสะดวกสบายในการใช้บริการมากยิ่งขึ้น เช่น ข้อมูลลูกค้าในการจองห้องพักสามารถเชื่อมต่อกับระบบบัญชีเพื่อออกใบเสร็จได้โดยไม่ต้องบันทึกข้อมูลใหม่อีกรอบ เป็นต้น



ภาพที่ 1 แผนผังแนวคิดการประยุกต์ใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดการธุรกิจโรงแรมและที่พัก

ประเภทของเทคโนโลยีสารสนเทศในธุรกิจโรงแรมและที่พัก



เทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับธุรกิจโรงแรมและที่พักสามารถแบ่งประเภทตามประโยชน์การนำไปใช้ได้ดังต่อไปนี้

1) ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศการจัดการห้องพัก เราเรียกระบบนี้ว่า Property Management System หรือ PMS เป็นระบบพื้นฐานและเป็นระบบหลักสำหรับบริหารจัดการโรงแรม ที่หัวใจของระบบนี้คือการบริหารจัดการห้องพักเป็นสำคัญ เช่น เช็คสถานะของห้องพักว่ามีการ Check in หรือ Check out กี่ห้อง จำนวนห้องที่มีการจองกี่ห้อง ประเภทของห้องมีอะไรบ้าง เตียงเดี่ยว หรือเตียงคู่ จำนวนคนผู้เข้าพัก ราคาห้องพักต่อคืน เป็นต้น

ธุรกิจโรงแรมและที่พักจำเป็นต้องมีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อจัดการห้องพักให้แก่ลูกค้า เพราะระบบ PMS เป็นระบบพื้นฐานที่สุดที่ช่วยในการบริการลูกค้า เจ้าของธุรกิจโรงแรมและที่พักสามารถเลือกจ้างผู้พัฒนาโปรแกรม PMS หรือเลือกซื้อโปรแกรม PMS สำเร็จรูปที่มีวางขายในท้องตลาด ซึ่งมีผู้พัฒนาไว้หลายราย ซึ่งช่วงเริ่มต้นกิจการควรทดลองใช้โปรแกรม PMS สำเร็จรูป เพื่อสำรวจความต้องการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในธุรกิจก่อน



ภาพที่ 1 หน้าต่างของระบบ PMS ที่ช่วยจัดการการจองห้องพัก
ที่มา <https://www.youtube.com/watch?v=OqV7uVlPvA>

2) ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการขายห้องพักออนไลน์ (Online Distribution System/Electronics Distribution System หรือ ODS/EDS) เป็นระบบจัดการช่องทางการจำหน่ายห้องพัก



ออนไลน์ ซึ่งเข้ามามีบทบาทมากธุรกิจโรงแรมและที่พักอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ระบบการจัดจำหน่ายห้องพักผ่านช่องทาง การจองออนไลน์เป็นระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการขายและจองแบบทันที (Real Time) รวมถึงการตอบสนองสองทาง (Interactive) ที่ลูกค้าสามารถจะตรวจสอบสถานะห้องพักว่าง ราคาที่เป็นปัจจุบัน ดำเนินการจอง และยืนยันการจองได้ในทันทีออนไลน์ ระบบนี้มีทั้งแบบทำงานโดยอิสระ หรือทำงานเชื่อมต่อกับระบบ PMS ของโรงแรมเลยก็ได้

กรณีที่ธุรกิจเพิ่งเริ่มต้น และยังไม่อยากลงทุนกับ ODS/EDS เจ้าของธุรกิจโรงแรมและที่พักอาจพิจารณาเพิ่มระบบการจองไปกับเว็บไซต์ หรือ สื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้สื่อสารการตลาดกับลูกค้าอยู่ เพียงแต่การจองและยืนยันอาจไม่สามารถทำได้ทันที และอัตโนมัติ จำเป็นต้องอาศัยพนักงานให้บริการอำนวยความสะดวกในการจองห้องพัก



ภาพที่ 2 ระบบการจองห้องพักที่อยู่ฝั่งขวาของเว็บไซต์โรงแรม
ที่มา <https://www.youtube.com/watch?v=BhkSqc-ErLo>

นอกจากนี้ เจ้าของธุรกิจควรเปิดรับจองห้องพักผ่านตัวแทนขายห้องพักออนไลน์ (Online Travel Agent) เป็นผู้ให้บริการจำหน่ายห้องพักออนไลน์แก่นักท่องเที่ยวทั่วโลก เนื่องจาก OTA มักมีจำนวนลูกค้าในมือค่อนข้างมาก แต่ข้อเสียคือ ธุรกิจจำเป็นต้องจ่ายค่าธรรมเนียมการบริการให้แก่บรรดา OTA เพื่ออำนวยความสะดวกในการเลือกซื้อห้องพักให้แก่ลูกค้า

OTA มีหลายเจ้าและมีความแตกต่างด้านลักษณะห้องพักและความสะดวกในการจอง เช่น



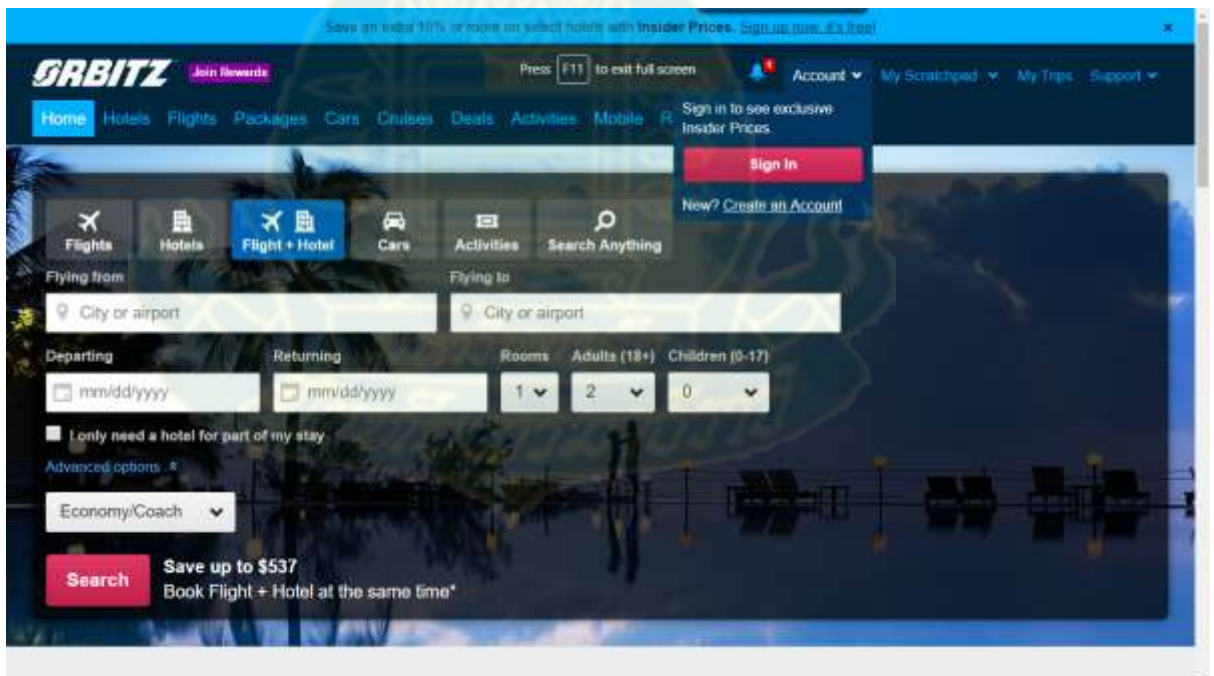
-Agoda.com เน้นการขายห้องพักประเภทโรงแรม ให้ข้อมูลรวมถึงรีวิวเป็นคะแนนและข้อความจากบรรดาผู้เข้าพัก พร้อมโปรแกรมสะสมคะแนนจากการใช้บริการผ่านโอโกดา ผู้เข้าพักจำเป็นต้องจ่ายค่าโรงแรมเต็มจำนวนก่อนการเข้าพัก

-Booking.com เน้นการขายห้องพักทั้งโรงแรม โฮสเทลและเกสต์เฮ้าส์ ให้ข้อมูลรวมถึงรีวิวเป็นคะแนนและข้อความจากบรรดาผู้เข้าพัก จุดเด่นคือการจองห้องพักไม่จำเป็นต้องจ่ายเงินก่อน

-Hostelworld.com เน้นการขายห้องพัก โฮสเทลและเกสต์เฮ้าส์ ให้ข้อมูลรวมถึงรีวิวเป็นคะแนนและข้อความจากบรรดาผู้เข้าพัก เรียกเก็บค่าธรรมเนียมและบริการจากผู้เข้าพักก่อน

-Expedia.com เน้นการขายห้องพักโรงแรมพ่วงกับตั๋วเครื่องบิน ให้ข้อมูลรวมถึงรีวิวเป็นคะแนนและข้อความจากบรรดาผู้เข้าพักเช่นกัน ผู้เข้าพักจำเป็นต้องจ่ายค่าโรงแรมเต็มจำนวนล่วงหน้าก่อนการเข้าพัก

ผู้จำหน่ายห้องพักออนไลน์ยังมีอีกหลายราย เช่น Orbitz.com hotel.com นอกจากนี้ยังมีตัวแทนเว็บไซต์ร่วมผู้จำหน่ายห้องพักเพื่อการเปรียบเทียบราคา เช่น Priceline.com Hotelcombined.com นอกจากนี้ควรพิจารณาทำ Search Engine Optimization ใน Google.com เพื่อช่วยในการค้นหาให้เจอง่ายและสะดวกอีกด้วย



ภาพที่ 3 ผู้จำหน่ายห้องพักออนไลน์ Orbitz.com



องค์ประกอบย่อยของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการขายห้องพักออนไลน์

ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการขายห้องพักออนไลน์มีความสำคัญกับยอดจองห้องพักมากขึ้นในปัจจุบัน เพราะห้องพักโรงแรมถือเป็นธุรกิจที่นักท่องเที่ยวนิยมจองด้วยตัวเองผ่านระบบออนไลน์มากที่สุด ผู้ประกอบการจึงควรพิจารณาการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการขายห้องพักออนไลน์ที่เหมาะสม โดยองค์ประกอบที่สำคัญภายในเทคโนโลยีสารสนเทศ (iHotel Marketer, เมษายน 2556) ประกอบด้วย 3 ส่วนย่อย คือ

(1) เนื้อหาเกี่ยวกับโรงแรม (Content) เป็นรายละเอียดเกี่ยวกับโรงแรมภายในเว็บไซต์ที่จำเป็นสำหรับลูกค้าในการเลือกใช้บริการ ทั้งในรูปแบบ ข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียง ฯลฯ ที่สามารถใช้สื่อสารกับเรื่องราวที่โรงแรมต้องการนำเสนอให้เกิดการใช้บริการ

ในส่วนของเนื้อหามีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งในการดึงดูด และชักนำให้เกิดการตัดสินใจจองห้องพักทางโรงแรมจำเป็นที่จะต้องพัฒนาโครงสร้างและเนื้อหาต่างๆ ให้สวยงาม น่าสนใจ สามารถใช้โน้มน้าวใจผู้ชมให้ใช้บริการได้ อีกทั้งยังต้องมีข้อมูลที่นำเสนอ และเป็นประโยชน์ต่อผู้เข้าชม อาจต้องพิจารณาจ้างนักออกแบบ ช่างถ่ายภาพ และทดสอบความครบถ้วนของข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า

(2) ระบบการจอง (Booking Engine) เป็นระบบสำหรับใช้จัดการเกี่ยวกับการจองห้องพักออนไลน์โดยอัตโนมัติ สามารถทำการค้นหาห้องว่าง แสดงราคาห้องพัก ทำการจองที่สามารถยืนยันการจองห้องพักได้โดยอัตโนมัติ แต่การจองห้องพักโดยอัตโนมัตินี้อาจยังไม่ใช่การซื้อขายที่สมบูรณ์ เนื่องจากลูกค้ายังมีได้ชำระเงินค่าบริการห้องพัก จัดเป็นบริการเสริมเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าของตนเองในการที่จะเปลี่ยนจากผู้ชมเว็บไซต์มาเป็นลูกค้า (Conversion) ได้ในทันที ตลอดเวลาโดยที่ไม่ต้องรอติดต่อกับพนักงานรับจองห้องพักที่ปฏิบัติหน้าที่ในเวลาที่กำหนด

การที่โรงแรมจะนำเอาระบบการจองห้องพักมาเพิ่มประสิทธิภาพการขายห้องพักของโรงแรมนั้น โรงแรมจำเป็นที่จะต้องมีการลงทุนในการใช้งาน มีการบริหารจัดการที่ดี และมีระบบที่รองรับการใช้งานตามกลยุทธ์ที่กำหนดไว้ได้ แต่ทั้งนี้การใช้งาน Booking Engine เป็นขั้นตอนที่ต่อเนื่องมาจากส่วนที่เป็นเนื้อหาของเว็บไซต์ไม่ใช่เป็นสิ่งที่ใช้ในการดึงดูด หรือชักนำผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเข้ามาสู่เว็บไซต์แต่อย่างใด

(3) ระบบการจ่ายเงินอัตโนมัติออนไลน์ (Online Payment System) เป็นระบบที่ใช้สำหรับเรียกเก็บเงินจากลูกค้าโดยอัตโนมัติผ่านระบบออนไลน์ ซึ่งมักจะมีการเชื่อมต่อช่องทางการชำระเงิน (Payment Gateway) ผ่านบัตรเครดิตหรือบัตรเดบิต เพื่อให้ลูกค้าสามารถทำธุรกรรมทางการเงินเพื่อชำระค่าบริการห้องพักกันได้ในทันที



ธุรกิจต้องพิจารณาข้อกำหนดต่างๆ เกี่ยวกับการชำระเงิน การเปลี่ยนแปลงแก้ไขการจอง การยกเลิกการจอง การคิดค่าธรรมเนียมและการคืนเงินให้แก่ลูกค้า ล้วนมีผลต่อการตัดสินใจจองห้องพักโรงแรมทั้งสิ้น การนำเอาระบบการจ่ายเงินอัตโนมัติออนไลน์มาเชื่อมต่อกับระบบการขายห้องพัก และเก็บเงินค่าห้องพัก จากลูกค้าเต็มจำนวนในพื้นที่ที่มีการจองห้องพักอาจจะทำให้ลูกค้าเกิดความลังเลใจ และอาจเป็นอุปสรรคต่อการขายห้องพักออนไลน์ได้

3) ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการเก็บรักษาฐานข้อมูลลูกค้า เป็นระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ใช้ในการเก็บข้อมูลการใช้บริการโรงแรมของลูกค้า อันประกอบด้วย

- ข้อมูลส่วนตัว เช่น ชื่อ ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ อีเมล อาชีพ ข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าอำนวยความสะดวกแก่ธุรกิจในการติดต่อสื่อสารการตลาด เช่น จัดส่งข้อมูลโรงแรมไปตามอีเมลที่ให้ไว้ ออกใบเสร็จ ใบกำกับภาษี หรือนำข้อมูลไปจัดจำแนกประเภทลูกค้าตามข้อมูลส่วนตัว เช่น ลูกค้าที่อยู่ละแวกเดียวกัน หรือต่างถิ่น ลูกค้าที่ใช้บริการเพื่อการติดต่อธุรกิจ หรือท่องเที่ยว

- ประวัติการใช้บริการ เช่น วันเวลาที่เคยมาใช้บริการ ราคาที่ได้รับ ประวัติการใช้บริการสามารถนำมาจัดลำดับความสำคัญของลูกค้าตามปริมาณการใช้บริการ รวมถึงจัดโปรโมชั่นตามความสนใจใช้บริการของลูกค้า เช่น ลูกค้าที่ใช้บริการห้องอาหาร โรงแรมสามารถส่งโปรโมชั่นพิเศษเมื่อห้องอาหารจัดกิจกรรมให้แก่กลุ่มลูกค้าเหล่านั้น

ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการเก็บรักษาฐานข้อมูลลูกค้าสามารถเชื่อมโยงเพื่อดึงข้อมูลจากระบบเทคโนโลยีสารสนเทศการจัดการห้องพัก และเชื่อมต่อข้อมูลเข้าสู่ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า เพื่อวางแผนการจัดการการตลาดแก่ลูกค้าในระยะยาว มุ่งเน้นการหารายได้จากลูกค้าเก่าที่เคยใช้บริการโรงแรมและที่พักมาก่อน

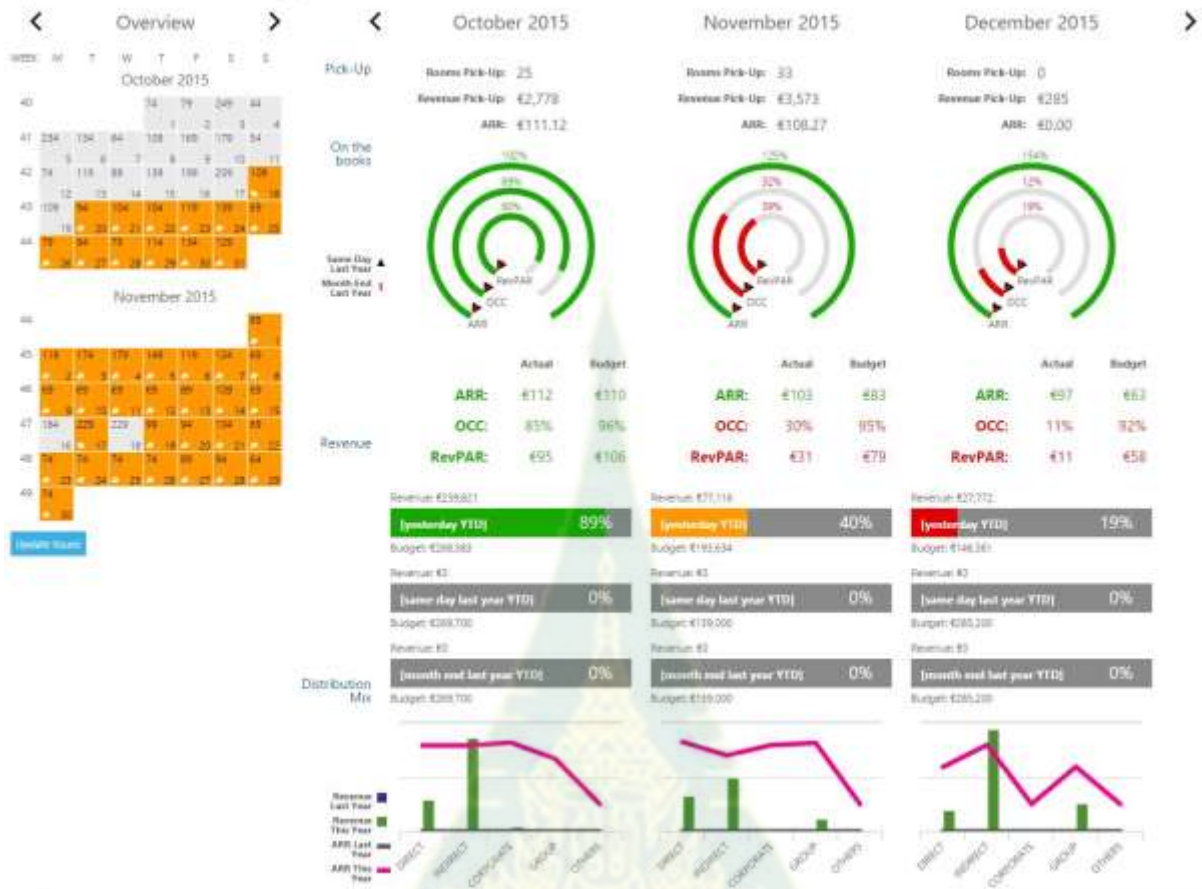


ภาพที่ 4 ตัวอย่างระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการเก็บรักษาฐานข้อมูลลูกค้า
ที่มา <http://www.ezeefrontdesk.com/hotel-pms.php>

4) ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อวางแผนการจัดการรายได้เพื่อการขายและการตลาด (Revenue Management System) ระบบนี้ช่วยวางแผนการจัดการรายได้เพื่อการขายและการตลาดให้แก่ธุรกิจ รวมถึงการวางแผนเกี่ยวกับห้องพักเพื่อบริหารรายได้ เนื่องจากอุปสงค์ของห้องพักมีการผันผวนในแต่ละช่วงเวลา ดังนั้น ธุรกิจควรปรับแต่งราคาแปรผันตามความสามารถในการรองรับการให้บริการ (อุปทาน) และแนวโน้มความต้องการใช้บริการของลูกค้า (อุปสงค์) การกำหนดช่องทางการจองใช้บริการ เงื่อนไขการจองห้องพักและการกำหนดราคาห้องพักในแต่ละช่องทางการจัดจำหน่ายที่แตกต่างกัน การให้ส่วนลด ต้นทุน ผลกำไร และการกำหนดรูปแบบการส่งเสริมการขายแก่ตัวแทนจำหน่ายและลูกค้าที่ต้องการจองห้องพัก เช่น การโฆษณา การกำหนดโปรโมชั่นสำหรับลูกค้า VIP หรือการกำหนดราคาห้องพักช่วงเทศกาล เป็นต้น เพื่อให้เกิดรายได้แก่กิจการเหมาะสมที่สุด ลดการเหลือว่างของห้องพัก หรือ ลดการเสียโอกาสจากการขายห้องพักในราคาต่ำเกินไป



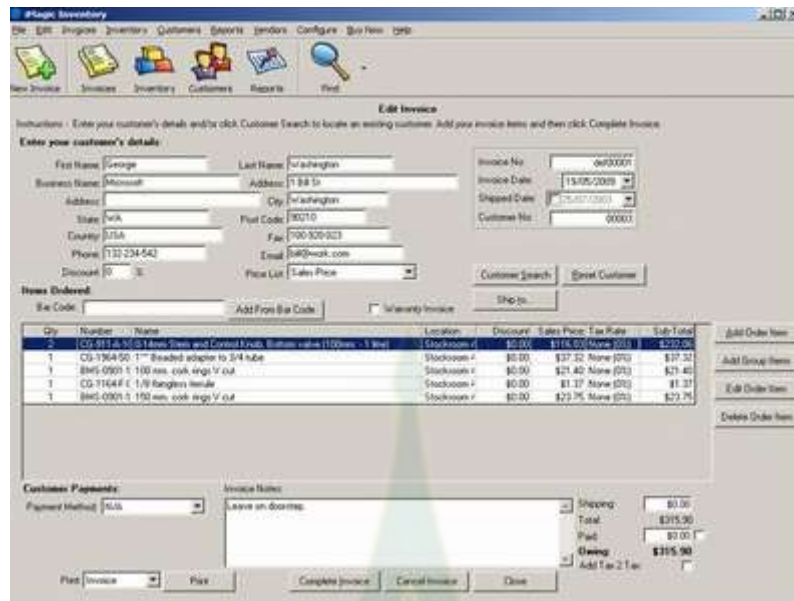
Key Performance Indicator as of 16/10/2015



ภาพที่ 5 ตัวอย่างระบบการวางแผนการขายและการตลาด

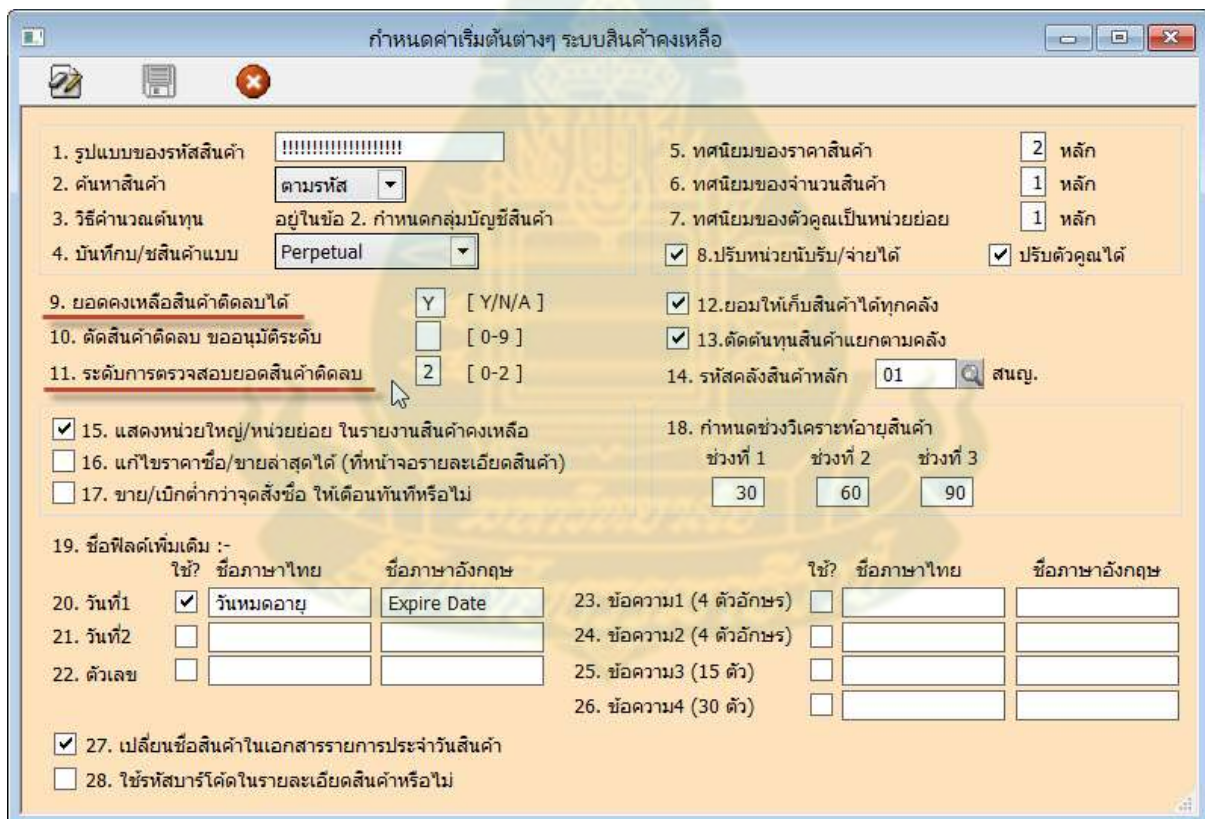
ที่มา <http://www.xotels.com/en/revenue-management-dashboard>

5) ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศสินค้าคงคลัง เนื่องจากธุรกิจโรงแรมและที่พักจำเป็นต้องบริหารสินค้าคงคลังที่จำเป็นต่อการให้บริการ ทั้งในส่วนของห้องพัก เช่น จำนวนผ้าปูที่นอน ปลอกหมอน ผ้าห่ม ผ้าเช็ดตัว ว่ามีจำนวนสินค้าสำรองคงคลังเท่าไร สถานะของสินค้าคงคลังเป็นอย่างไรบ้าง และสินค้าคงคลังในส่วนของวัสดุอุปกรณ์การให้บริการเสริมจากห้องพัก เช่น วัสดุเครื่องครัว วัสดุบริการประกอบอาหาร



ภาพที่ 6 ตัวอย่างระบบจัดการสินค้าคงคลัง

ที่มา <http://software.thaiware.com>



ภาพที่ 7 ตัวอย่างระบบเทคโนโลยีสารสนเทศสินค้าคงคลัง

ที่มา <http://www.esg.co.th/esg/index.php?fi=no&page=articles&lev=2&ct=334&lang=th>



ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศอื่นๆ ที่อาจนำมาใช้ในธุรกิจโรงแรมและที่พัก

นอกจากระบบเทคโนโลยีในการจัดการธุรกิจบริการโรงแรมและที่พักที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ยังมีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศอื่นๆ ที่มีความจำเป็นต่อประสิทธิภาพการจัดการธุรกิจที่ควรนำมาพิจารณาคัดเลือกใช้ในธุรกิจตามความจำเป็นและความเหมาะสมกับสภาวะการณ์ขององค์กร ได้แก่

- ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศจัดการงานบุคคลของโรงแรม (Human Resource System) ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่สนับสนุนการจัดการทรัพยากรบุคคล อันได้แก่ การคัดเลือก และจัดจ้างพนักงาน การวิเคราะห์ค่าตอบแทน ประเมินผลการทำงาน วิเคราะห์ผลประโยชน์ของลูกค้า การพยากรณ์ความต้องการกำลังคน การอบรมและการพัฒนาบุคลากร ระบบการบริหารบัญชีเงินเดือน และบันทึกเวลาการทำงานของพนักงาน เพื่อประกอบการคำนวณบัญชีเงินเดือนของพนักงานแต่ละคนโดยอัตโนมัติ ซึ่งอาจจะสามารถทำการเชื่อมโยงระบบไปกับระบบบัญชีหลักของโรงแรมด้วยก็ได้

The screenshot shows a web-based application window titled "ข้อมูลส่วนตัว ระบบการทำงาน" (Personal Information Work System). It contains several input fields and sections for configuring employee data and work schedules. Key sections include:

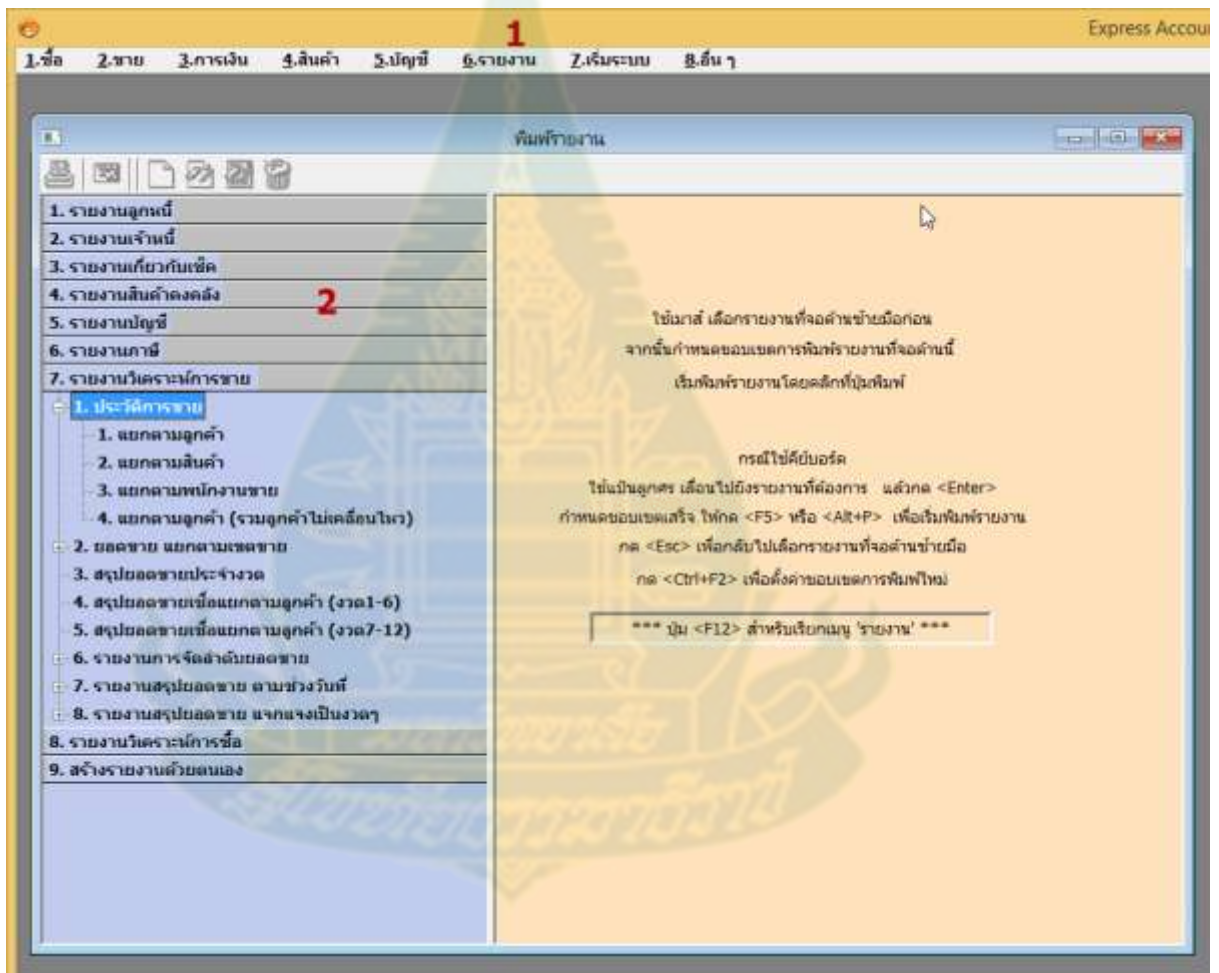
- Personal Information:** Fields for "รหัสผ่าน CD" (0123p56789), "รหัสที่ช้อจาก Primasoft" (0004776307), and "พักประกันสังคม" (5 %).
- Attendance Settings:** Two columns for "ตั้งระยะเวลาพิมพ์ทั่วไป" (General) and "ตั้งระยะเวลาพิมพ์เช็ค" (Check) with fields for "กันบน" (0-50) and "กันซ้าย" (0-30), both set to 5.
- Work Schedules:** Two columns for "ค่าปรับสายเวลาเริ่มเลิกงานวันธรรมดา" (Regular days) and "ค่าปรับสายเวลาเริ่มเลิกงานวันหยุด" (Holidays). Regular days show start at 9:00, end at 18:00. Holidays show start at 10:00, end at 14:00.
- Overtime Settings:** Two columns for "ค่าปรับสายเวลาเริ่ม - เลิกงาน ช่วงเวลา OT (วันธรรมดา)" and "ค่าปรับสายเวลาเริ่ม - เลิกงาน ช่วงเวลา OT (วันหยุด)". Regular days OT starts at 18:00, ends at 19:00. Holidays OT starts at 15:00, ends at 17:00.
- System Options:** Radio buttons for "รูปแบบบัตร" (Card type: 1, 2, 3) and "รูปแบบสลิปเงินเดือน" (Salary slip type: 8.8*5.5, 3*5.5, or 3*5.5).

ภาพที่ 8 ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศบริหารบัญชีเงินเดือน และบันทึกเวลาการทำงานของพนักงาน

ที่มา <http://primasoft.org/smartpersonal20/index.htm>



- ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศการเงินและงานบัญชี (Accountant System) เป็นระบบการคิดคำนวณทางด้านการเงินและบัญชีแยกประเภทต่างๆ ภายในโรงแรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดการรายได้ค่าห้องพัก และรายได้จากการบริการอื่นๆ ตลอดจนงบแสดงทรัพย์สินต่างๆ ของโรงแรมที่ใช้ในการคิดคำนวณทางด้านบัญชีต่างๆ อาทิสินค้าคงคลัง (Inventory) สินทรัพย์ (Assets) ฯลฯ ระบบนี้มีทั้งระบบเดี่ยวเพื่อใช้ประโยชน์ทางการเงินและการบัญชีเท่านั้น และระบบที่เชื่อมต่อกับระบบเทคโนโลยีสารสนเทศการจัดการห้องพัก (PMS) เพื่อรับรู้ค่าใช้จ่ายการใช้บริการของลูกค้าที่เข้ามาพักในโรงแรมเข้าสู่ระบบการแสดงผลรายได้

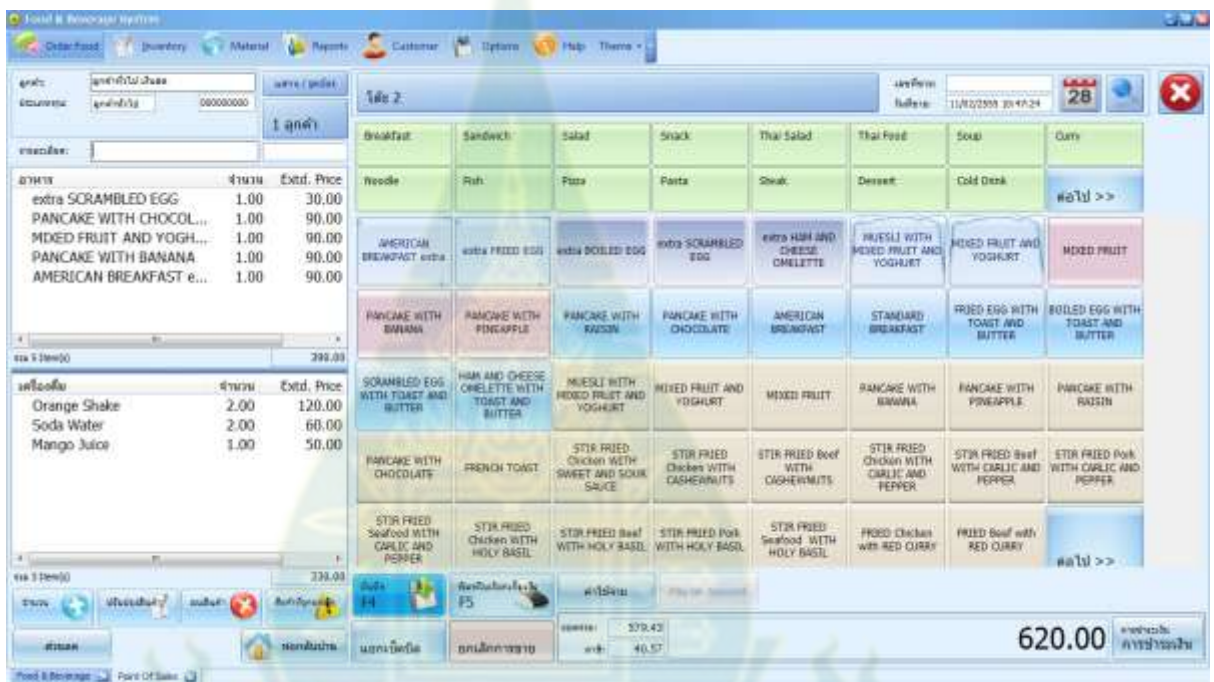


ภาพที่ 9 ตัวอย่างระบบเทคโนโลยีสารสนเทศการเงินและงานบัญชี

ที่มา <http://www.esg.co.th/esg/index.php?fi=no&page=articles&lev=2&ct=333&lang=th>



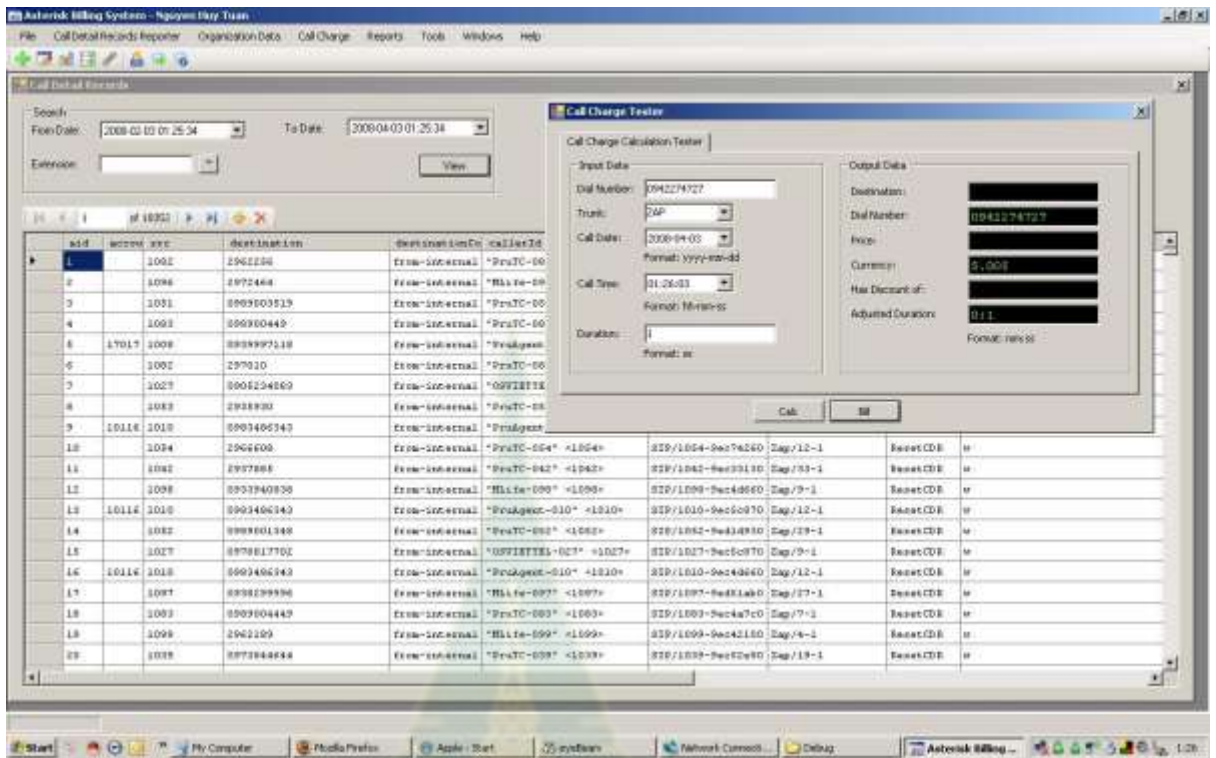
- ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารจุดจำหน่าย (Point of Sales หรือ POS) เป็นระบบบริหารการขายสินค้าและบริการ ณ จุดจำหน่ายต่างๆ ภายในโรงแรม เช่น ร้านอาหาร บาร์ เป็นต้น เพื่อให้ผู้ให้บริการสามารถคิดคำนวณรายรับ และแสดงยอดของสินค้าคงคลังของแต่ละจุดขาย ระบบนี้มีทั้งระบบเดี่ยวแบบอิสระ และระบบที่เชื่อมต่อเข้ากับระบบเทคโนโลยีสารสนเทศการจัดการห้องพัก (PMS) และ/หรือระบบเทคโนโลยีสารสนเทศการเงินและงานบัญชี (Accountant System) เพื่อเลือกแสดงรายได้เข้าสู่ระบบบัญชี และแสดงเป็นรายจ่ายของลูกค้าในห้องพักเข้าสู่ระบบการจัดการห้องพัก



ภาพที่ 10 ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศจุดจำหน่ายของร้านอาหาร

ที่มา <http://pos-restaurantprogram.blogspot.com/2013/06/pos-ipod-ipad-ipadmini.html>

-ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศการจัดการสายโทรศัพท์ (Telephone Management System หรือ TMS) เป็นระบบการจัดการเกี่ยวกับการใช้โทรศัพท์ภายในโรงแรมและการติดต่อโทรศัพท์ภายนอกโรงแรม ระบบสามารถจัดการสายโทรศัพท์ที่ติดต่อเข้าสู่แผนกต่างๆภายในโรงแรม รวมถึงคิดคำนวณเกี่ยวกับการใช้บริการโทรศัพท์ภายในโรงแรม/ที่พักของแขกแต่ละห้องพัก แล้วแสดงค่าใช้จ่ายการใช้โทรศัพท์ที่เชื่อมต่อเข้าสู่ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศการจัดการห้องพัก (PMS) เพื่อรับรู้เป็นค่าใช้จ่ายรวมของห้องพัก ระบบการจัดการโทรศัพท์สมัยใหม่เพิ่มเอาระบบฝากข้อความเสียงเข้ามาให้บริการเพิ่มเติมแก่แขกที่เข้าพักอีกด้วย



ภาพที่ 11 ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศการจัดการสายโทรศัพท์

ที่มา <http://www.voip-info.org/storage/users/491/56491/images/2122/billing.jpg>

-ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศการจัดการสื่อวิดีโอ (Video Management System หรือ VMS) เป็นระบบที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการทางวิดีโอด้านความบันเทิงภายในห้องพักแขกตามความต้องการ (Video on demand/Pay per view movie) ซึ่งในปัจจุบันมีการบริการที่ก้าวหน้าไปถึงการให้บริการสื่อระบบดิจิทัลต่างๆ ไปยังห้องพักแขก ทั้งสื่อประเภทเพื่อความบันเทิง (Entertainment) และสื่อเพื่อให้ความรู้ (Education) เพื่อให้ใช้บริการได้กับทุกคนในครอบครัวที่รวมกันแล้วเรียกว่า Edutainment

-ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศการให้บริการอินเทอร์เน็ต (Guest Internet System) เป็นระบบให้บริการอินเทอร์เน็ตสำหรับแขกที่มาใช้บริการภายในโรงแรม ทั้งภายในห้องพักแขก ศูนย์ประชุมธุรกิจ ห้องประชุมสัมมนา และบริเวณพื้นที่สาธารณะอื่นๆ เพื่อเป็นการควบคุมและจัดการการใช้งานอินเทอร์เน็ตของแขกเป็นไปตามนโยบายที่ทางโรงแรมกำหนด ถ้ามีการคิดค่าใช้จ่ายในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต ระบบจะคิดค่านวนค่าใช้จ่ายแล้วแสดงค่าใช้จ่ายผ่านระบบเชื่อมต่อสู่ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศการจัดการห้องพัก (PMS) เพื่อรับรู้เป็นค่าใช้จ่ายรวมของห้องพักต่อไป



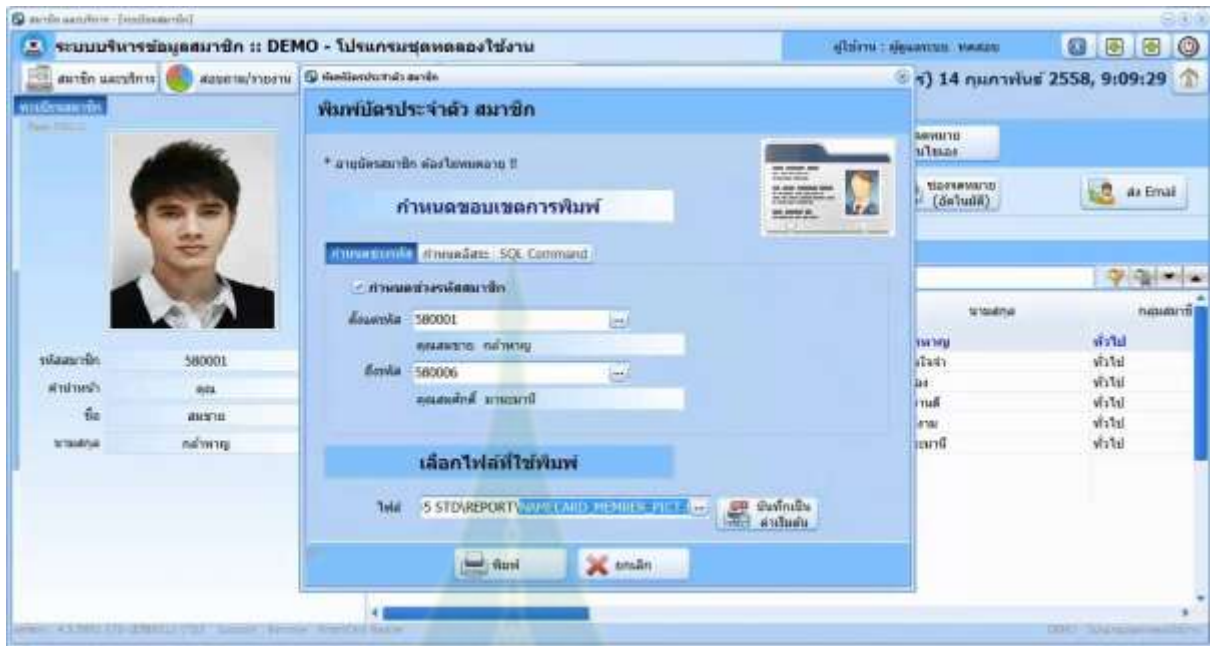
-ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศการจัดการห้องประชุมสัมมนาและการจัดกิจกรรม (Conference & Events System) เป็นระบบที่ใช้ในการบริหารจัดการด้านการขายและการจัดการห้องประชุมสัมมนา หรือกิจกรรมการจัดเลี้ยงต่างๆ ภายในโรงแรมและที่พักที่มีนโยบายมุ่งเน้นการให้บริการห้องประชุม/สัมมนา และจัดเลี้ยงเป็นพิเศษ ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศการจัดการห้องประชุมสัมมนาและการจัดกิจกรรมอาจทำงานแบบอิสระ หรืออาจจะเชื่อมต่อสู่ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศการจัดการห้องพัก (PMS) เพื่อประสานงานการจองห้องพัก และรับรู้เป็นค่าใช้จ่ายรวมของห้องพักต่อไปได้



ภาพที่ 12 ตัวอย่างระบบเทคโนโลยีสารสนเทศการจัดการกิจกรรมในธุรกิจโรงแรม

ที่มา <https://www.youtube.com/watch?v=1eyFDrxldJY>

- ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศการจัดการข้อมูลสมาชิก (Membership Management System) เป็นระบบจัดการสมาชิกในธุรกิจ ซึ่งค่อนข้างเหมาะสมสำหรับโรงแรมหรือที่พักที่มีนโยบายมุ่งเน้นการขายสินค้าและบริการให้กับกลุ่มสมาชิกที่สมัครและจ่ายค่าสมาชิกรายปี เช่น สมาชิกโรงแรม สมาชิกร้านอาหาร สมาชิกของฟิตเนสและสปา หรือสมาชิกของบริการทั้งหมดในโรงแรม ระบบนี้ช่วยจัดการความสัมพันธ์กับสมาชิกได้อย่างมีประสิทธิภาพไม่ว่าการเก็บข้อมูลส่วนตัวสมาชิก การจัดการเอกสารให้แก่สมาชิกเช่น จดหมายจำหน่ายของไปตามที่อยู่ การเวียนอีเมลหาสมาชิกจากระบบ การพิมพ์บัตรประจำตัวสมาชิกพร้อมกำหนดอายุสมาชิก และการบันทึกประวัติการใช้บริการของสมาชิก



ภาพที่ 13 ตัวอย่างระบบเทคโนโลยีสารสนเทศการจัดการข้อมูลสมาชิก
ที่มา https://www.youtube.com/watch?v=d9_AkKeE_T0

-ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า (Customer Relationship Management System หรือ CRM) เป็นระบบบริหารความสัมพันธ์กับฐานลูกค้าของธุรกิจโรงแรม/ที่พัก เพื่อมุ่งเน้นในด้านการรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า และเพิ่มการใช้บริการธุรกิจจากลูกค้าเก่าที่มีประสบการณ์การพักโรงแรมมาก่อน ซึ่งระบบนี้อาจจะเป็นการใช้งานแบบอิสระ หรือการเชื่อมโยงฐานข้อมูลกับระบบเทคโนโลยีสารสนเทศการจัดการห้องพัก (PMS) หลักของโรงแรม และระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการเก็บรักษาฐานข้อมูลลูกค้าที่ใช้งานอยู่ด้วยก็ได้

ระบบนี้สามารถเก็บรวบรวมข้อมูลลูกค้าในลักษณะรวมศูนย์ โดยแสดงประวัติลูกค้าที่เคยใช้บริการกับทางโรงแรม รวมถึงพฤติกรรมบริการบริโภค และระดับการใช้จ่ายลูกค้า เพื่อให้ผู้ประกอบการโรงแรมสามารถสื่อสารการตลาดบริการเสริมเพิ่มเติมหรือเพิ่มยอดขายบริการที่ลูกค้าอาจมีความสนใจ รวมไปถึงประยุกต์ใช้ระบบในการติดตามผลติดตามผลแคมเปญทางการตลาด ทั้งด้านการกระจายข้อมูลสู่กลุ่มเป้าหมาย และวิเคราะห์ผลการตอบรับจากลูกค้าได้อย่างแม่นยำ



The screenshot shows a CRM interface with a 'Campaigns' section. The campaign details include: Name, Status: Active, Date Created: 09/16/2011 15:11 by, Start Date: 09/16/2011 14:00, Description, Calls Type: Busy, Recent Work: 09/23/2011 18:48, IVR Survey: IVR_Survey_09, Type: Voice Broadcast, Date Modified: 09/26/2011 18:44, End Date: 09/25/2011 19:30, Assigned to, Run Status: Stop, and Recent Stop: 09/24/2011 00:59. Below the campaign details is an 'Agent' section with a table for agents and a 'Leads' section with a table for leads.

Name	Telephone	Mobile phone	Status	Disposition cause	Num Calls	Fax Number	Called Date	Assigned to
ศิลาจารย์	XXXXX	XXXXX	Success		2		22/09/2011 18:04	admin
รองงอ			Success		2		23/09/2011 11:31	admin
สายพันธ์		XXXXX	Success		2		22/09/2011 18:04	admin
พิสมัย		XXXXX	Success		2		22/09/2011 18:19	admin

ภาพที่ 14 ตัวอย่างระบบเทคโนโลยีสารสนเทศการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า

ที่มา <http://www.octagon.co.th/icontact-crm/>

-ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศการจัดการพื้นที่ (Availability Management System) เป็นระบบบริหารจัดการพื้นที่ในการให้บริการอื่นๆ ภายในโรงแรมและที่พัก ซึ่งจำเป็นต้องมีการสำรองพื้นที่ไว้ล่วงหน้า ตัวอย่างเช่น ที่นั่งในร้านอาหารสำหรับร้านอาหารที่ได้รับความนิยมสูง หรือพื้นที่นั่งชมการแสดงสำหรับการแสดงต่างๆ ที่จัดขึ้นภายในบริเวณโรงแรม หรือ การจองพื้นที่และเวลาสำหรับบริการนวดสปา เป็นต้น

นอกจากระบบต่างๆ ที่กล่าวไปแล้วข้างต้นนั้น ก็ยังมีระบบเทคโนโลยีเทคโนโลยีสารสนเทศอื่นๆ ที่ได้มีการพัฒนาขึ้นมาสนับสนุนการบริหารจัดการธุรกิจโรงแรม/ที่พักเฉพาะด้านอีกมากมาย

สังเกตได้ว่าระบบเทคโนโลยีสารสนเทศต่างๆ ที่มีการพัฒนาขึ้นมาใช้งานภายในโรงแรมนั้น ส่วนใหญ่จะพัฒนาขึ้นมาให้สามารถเชื่อมต่อข้อมูลกับระบบเทคโนโลยีสารสนเทศการจัดการห้องพัก (PMS) หลักและระบบบริหารจัดการด้านอื่นๆ ของทางโรงแรมได้ เพื่อเป็นการใช้ทรัพยากรทางด้านข้อมูลพื้นฐานร่วมกัน ลดความซ้ำซ้อนในการทำงาน ประหยัดเวลาในการเข้าถึงข้อมูล ลดการใช้งานเอกสารที่เป็นกระดาษ สามารถนำเอาฐานข้อมูลจากระบบต่างๆ มาใช้งานร่วมกันในการทำรายงานการปฏิบัติงาน หรือรายงานเพื่อการวิเคราะห์ตัดสินใจ ซึ่งเป็นการบูรณาการเทคโนโลยีสารสนเทศของการบริหารจัดการงานต่างๆ เข้าด้วยกัน เพื่อให้เกิดพลัง (Synergy) และประสิทธิภาพในการบริหารจัดการโรงแรม/ที่พักนั่นเอง ซึ่งทั้งหมดนี้ การประยุกต์ใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศประสบความสำเร็จได้ คือ ทุกฝ่ายต้องร่วมกันบันทึกข้อมูลที่เป็นจริง



เพื่อธุรกิจจะสามารถนำข้อมูลจากระบบสารสนเทศมาช่วยในการตัดสินใจให้ได้ประโยชน์สูงสุดทั้งในส่วนของ
ลูกค้า พนักงานและผู้บริหารทุกส่วน





แบบฝึกหัด

ธุรกิจโรงแรมและที่พักของท่านประสบปัญหาในด้านการบริการอะไรบ้าง จงระบุเป็นข้อ

ธุรกิจของท่านใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศอะไรอยู่ในปัจจุบัน

ท่านคิดว่าจะนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพิ่มเติมมาช่วยปรับปรุงงานบริการของท่านอีกหรือไม่ อย่างไร จงอธิบาย



เอกสารอ้างอิง

- iHotel Marketer. (เมษายน, 2556). Booking Engine กับการขายห้องพักผ่านเว็บไซต์โรงแรม, สืบค้นวันที่ 1 มิถุนายน 2559 จาก
http://www.ihotelmarketer.com/index.php?option=com_k2&view=item&id=361:booking-engine-and-hotel-website&Itemid=612
- iHotel Marketer. (มิถุนายน, 2555). เพิ่มยอดขายผ่านเว็บไซต์โรงแรมแข่งกับ OTAs ด้วย Privilege ที่แตกต่าง. สืบค้นวันที่ 1 มิถุนายน 2559 จาก
http://www.ihotelmarketer.com/index.php?option=com_k2&view=item&id=154:increase-sales-toward-hotel-website-with-privilege-differentiation&Itemid=690
- iHotel Guru. (14 เมษายน, 2555). IT กับการบริหารธุรกิจโรงแรม. สืบค้นวันที่ 1 มิถุนายน 2559 จาก
http://www.ihotelguru.com/index.php?option=com_k2&view=item&id=53:it-and-hotel-management
- Goldenberg, B. J. (2002). *CRM automation*. Prentice Hall Professional.
- Schwalbe, K. (2015). *Information technology project management*. Cengage Learning.
- Sezgin, E. (Ed.). (2016). *e-Consumers in the Era of New Tourism*. Springer.
- Wood, R. C. (Ed.). (2013). *Key concepts in hospitality management*. Sage.
- Zhou, Z. (2004). *E-commerce & information technology in hospitality & tourism*. Cengage Learning.

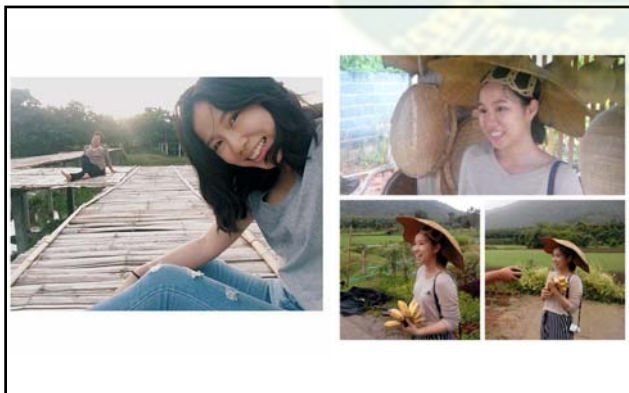
สิ่งเรียนรู้

- เล่าเรื่องราว วัฒนธรรม
- Packaging
- วัตถุดิบ Product ออแกนิคส์ สดใหม่
- Content ดี ถ่ายภาพ วัสดุสวยงาม
- Promotion ราคาเหมาะสม
- ประโยชน์ต่อลูกค้า
- น่ารัก การใส่ใจ ตั้งใจ
- ชื่อเพลงสำคัญที่สุด
- มองลูกค้าเป้าหมาย คนท้องถิ่น คนพลัดถิ่น



องค์ประกอบการตลาดออนไลน์

- Content เนื้อหา เรื่องราว
- Customer ตรงใจลูกค้า
- Context ทันกระแส



มาลองเปลี่ยนภาษากันเถอะ

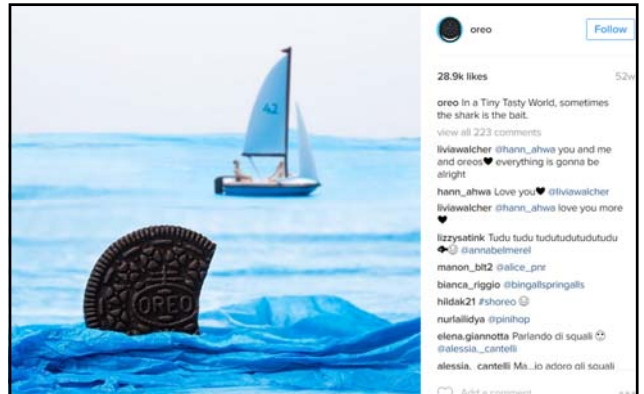
ภาษา I	ภาษา You
<ul style="list-style-type: none"> มากินข้าวได้แล้ว วันนี้ทำเองกับมือเชียวนะ ผลไม้เพิ่งเก็บสดๆ จากไร่ ข้าวหอมเมล็ดสารเคมี เราเป็นผู้จำหน่ายผักจากโครงการหลวงเศรษฐกิจพอเพียง มาเพชรบูรณ์ห้ามพลาดโฮมสเตย์เจานะคะ 	<div style="border: 1px solid #800000; height: 100px;"></div>

จะไม่เขียนหรือจนกว่า

ลูกค้าเป้าหมายคือใคร?
 มีปัญหา ความต้องการอะไร?
 ที่ตรงกับสินค้าเราบ้าง

ทดลองเขียนลงใน Line

รูปภาพ



Don't hard
sell, **tell**
stories well

รีบขายไปไหนคะ
คุณแม่

ASIAN HALL | ULTRA PREMIUM SATYRAGE.COM



ทดลองถ่ายรูปกันเถอะ


1. แต่งหน้าก่อน.. เช็ดเลนส์ก่อน!!



2. กด Focus ไม่กด Zoom



3. มือให้นิ่ง



4. แบ่งภาพใช้เส้นนำสายตาให้เป็น



สิ่งเรียนรู้

- เล่าเรื่องราว วัฒนธรรม
- Packaging
- วัตถุดิบ Product ออแกนิคส์ สดใหม่
- Content ดี ถ่ายภาพ วัสดุสวย
- Promotion ราคาเหมาะสม
- ประโยชน์ต่อลูกค้า
- น่ารัก การใส่ใจ ตั้งใจ
- ชื่อเพลงสำคัญที่สุด
- มองลูกค้าเป้าหมาย คนท้องถิ่น คนพลัดถิ่น

เอาลูกต้าเป็นตัวตั้ง



หาจุดเด่นเข้าทาง



เรื่องราวที่เป็นแบรนด์

สะดูดตา สะดูดใจ



ยืดหยุ่นกับรูปแบบ



ดูการตอบสนอง

VDO

วันนี้รู้วิธีทำข้าวเหนียวดำ ไปเมื่อตอนมาออกกัณฑ์ กับพี่ที่เจอขนมขึ้นฉ่ายในลูก ไข่ และไข่ต้มในไข่ รวยแต่ยังไม่อร่อยเท่าไร
มีราคาขาย 1 กก 2 กก 5kg ข้าวเหนียวดำ 2 กก ข้าวเหนียวดำ 1 กก
ใช้ทำ ข้าวเหนียวดำ ค้างคืน 5kg ไม่ต่ำกว่า 6 ชั่วโมง ผสมไข่ไก่ต้ม ข้าวเหนียวดำ
เหนียวขาวไม่ ธรรมดา 30 นาที 5kg 1 ชั่วโมง รานขึ้นเหนียวข้าวเหนียวดำ
ข้าวเหนียวดำ ไข่ต้ม 30 นาที ข้าวเหนียวเหนียวๆ เหนียวๆ จาก kapook
5g



13 Comments

วิธีการทำข้าวเหนียวดำ ข้าวสีม่วงดำ หรือ ข้าวดำใหม่ญี่ปุ่น กับกับข้าวหรืออาหาร หวานก็ได้

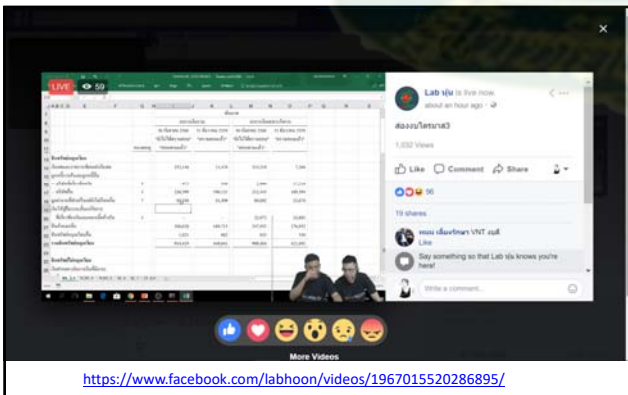
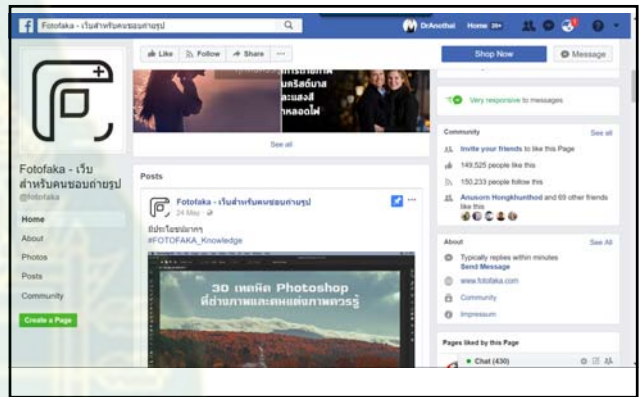
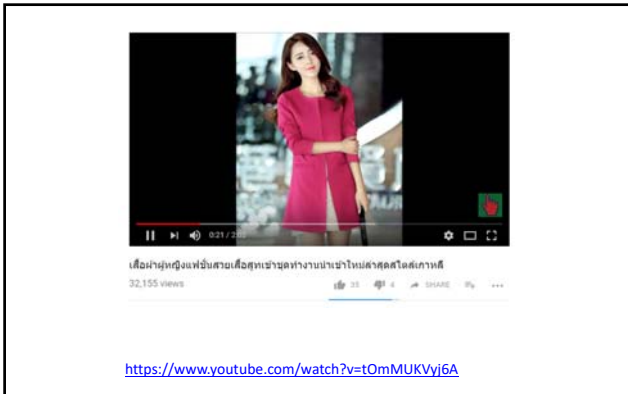
624,322 views LIKE DISLIKE SHARE ...

SawEsanBanthung
Published on Jul 25, 2016 **SUBSCRIBE 82K**

ข้าวเหนียวดำ หรือ ข้าวดำ ข้าวดำแปดว่าดำ เหมาะสำหรับคนรักสุขภาพ ข้าวเหนียวดำ กับกับข้าวหรือ
ทำขนมหวานก็ได้ รสชาติ จะต่างจากข้าวเหนียวขาว จะเหนียวกึ้นๆ
สารีสถานป่าทุ่ง สีตามนี้คือ
SHOW MORE

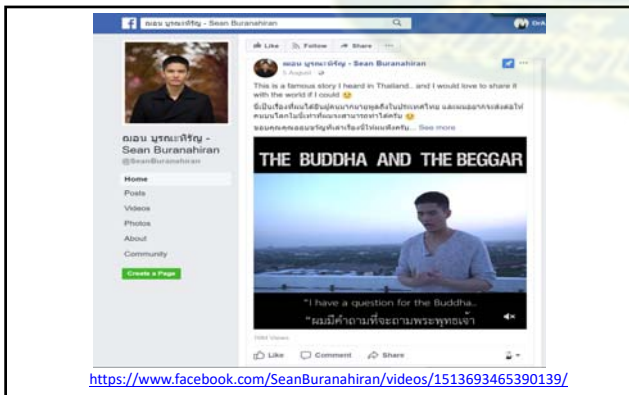
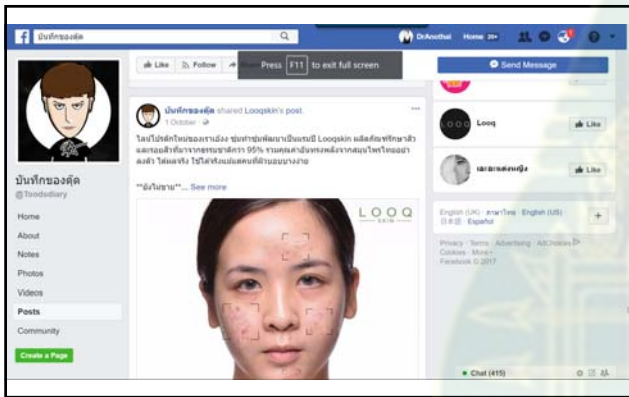
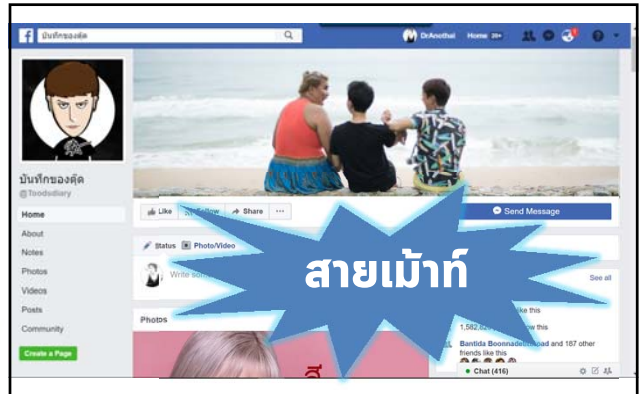






3. เล่าเรื่องจุดประกาย

It's story TIME



4. สร้างอารมณ์ร่วม



วันนี้แจก500 บาท
 ถ่ายรูปคู่กับสินค้าโสมมะนาว
 โพสต์เท็กพีมาพร้อมบอกความ
 ประทับใจ ❤️❤️

#โดนใจให้เลย!!

จบบอกของ 1 อย่าง
 ที่ต้องเอาไปด้วยทุกครั้ง
 เวลาไปเที่ยว

สายกีฬากรม

Wingnaidee

มาวิ่งกันเถอะ :)

ลุ้นรางวัล 0 บาท
 ก็มันฟรีได้

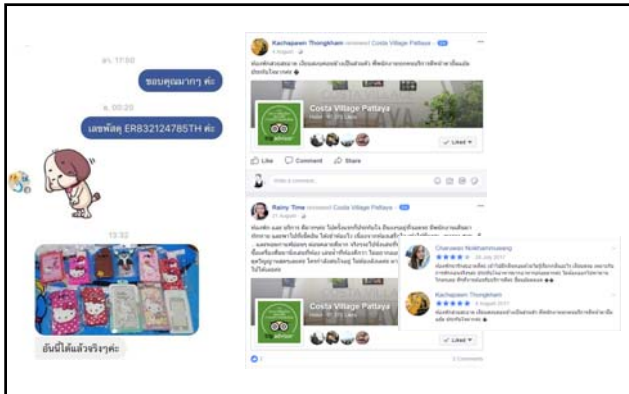
ASIAN COM
แจกฟรี

ลุ้นรางวัลชิงทุนการศึกษา
 (WINGNAIDEE) 100000 บาท

“เพียง โฟลด์ภาพ คู่กระดาษ แล้วบอกเราว่า
 คุณชอบกระทง แบบฝึกฝน..... กับใครก็ไหน”

มีรางวัล 1 รางวัล
 จำนวน 1 รางวัล

6.สร้างความน่าเชื่อถือ (ไม่)



รูปแบบ



สะดูดตา สะดูดใจ



ยืดหยุ่นกับรูปแบบ



ดูการตอบสนอง

ทดลองเขียนกัน

1. ปัญหาอะไร แสดงความเข้าใจ
2. วิธีแก้ปัญหา คำคม สอน
3. เล่าเรื่องจุดประกาย
4. กระตุ้นอารมณ์ ชื่น เศร้า เหงา โกรธ รัก เสีย แพลก
5. สร้างเวที กิจกรรม
6. สร้างความน่าเชื่อถือ



Number is the power



มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช
Sukhothai Thammathirat Open University

ความรู้ด้านภาษาอังกฤษใน
ธุรกิจโรงแรม

เกสัชกรหญิง ดร. อโณทัย งามวิชัยกิจ





ความรู้ด้านภาษาอังกฤษในธุรกิจโรงแรม

ความสำคัญของภาษาอังกฤษ

ภาษาอังกฤษเป็นภาษาสื่อกลางสำหรับการสื่อสารในทุกชาติ ทุกภาษา ธุรกิจผู้ประกอบการโรงแรม หลีกเลียงไม่ได้ที่ต้องเรียนรู้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่สองเพื่อใช้ในการต้อนรับผู้ให้บริการชาวต่างชาติ ทั้งนี้ ผู้ให้บริการจำเป็นต้องรู้ประโยคพื้นฐานที่ใช้ในการให้บริการห้องพัก เพื่ออำนวยความสะดวกในการสื่อสารให้เป็นที่เข้าใจกันทั้งสองฝ่าย ในที่นี้เอกสารความรู้ภาษาอังกฤษเพื่อการบริการในโรงแรมจัดทำขึ้นเป็นสื่ออ่านประกอบการอบรม โดยเน้นการสนทนากับผู้ให้บริการชาวต่างชาติเกี่ยวกับการจองห้องพักที่โรงแรม และสถานการณ์ต่างๆ ที่พบได้บ่อย

การจองห้องพักที่โรงแรม

ประโยคที่แขกผู้เข้าพักถามแก่ผู้ให้บริการ

ประโยคภาษาอังกฤษ	คำแปล
I want to book a room. ไอ วอนท ทุ บุค อะ รูม	ฉันต้องการจองห้องพัก
I'd like to make a reservation. ไอด โลค ทุ เมค อะ เรเซอะเวชั่น	ฉันต้องการจองห้องพัก
Do you have room available? ดู ยู แฮฟว รูม อะเวลละเบิล	คุณมีห้องว่างหรือเปล่า
Do you have any vacant rooms for tonight? ดู ยู แฮฟว เอนนี เวแคนทูนม ฟอร์ ทุไนท	คุณมีห้องว่างสำหรับคืนนี้บ้างไหมครับ
What promotions do you have at the moment? วอท โพรโมชันส ดู ยู แฮฟว แอท เดอะ โมเมนท	ตอนนี้คุณมีโปรโมชั่นอะไรบ้าง
Are there any interesting packages at the moment? อาร์ แธร์ เอนนี อินเอะเรสทิง แพคคิจจิส แอท เดอะ โมเมนท	ตอนนี้คุณมีแพ็คเกจอะไรที่น่าสนใจบ้าง



ประโยคภาษาอังกฤษ	คำแปล
I'd like a single room/ double room. ไอต โลก อะ ซิงเกิล รุม/ ดับเบิล รุม	ฉันต้องการห้องเตียงเดี่ยว/ ห้องเตียงคู่

ประโยคสำหรับผู้ให้บริการถามผู้เข้าพัก

ประโยคภาษาอังกฤษ	คำแปล
You want to reserve a room under which name? ยู วอนท ทู รีเซิร์ฟ อะ รุม อันเดอะ วิช เนม	คุณต้องการจองในนามของใครครับ
Personal or from the company? เพอร์ซนะเนล ออ ฟรอม เอะอะ คัมปะนี	จองในนามส่วนตัวหรือบริษัทครับ
Can I have your name and contact numbers please? แคน ไอ แฮฟว ยัวร์ เนม แอนด คอนแทค นัมเบอร์ พลีส	ดิฉันขอทราบชื่อและเบอร์โทรศัพท์ของคุณไว้ได้ไหมคะ
Can you please spell your name? แคน ยู พลีส สเพล ยัวร์ เนม	รบกวนคุณช่วยสะกดชื่อให้ด้วยค่ะ
How long will you be staying for? ฮาว ลอง วิล ยู บี สเตย์อิง ฟอร์	คุณจะอยู่ที่นี้นานเท่าไรครับ
How long do you plan to stay? ฮาว ลอง ดู ยู แพลน ทู สเตย์	คุณวางแผนที่จะพักนานเท่าไรครับ
For how many nights? ฟอร์ ฮาว เมนี ไนทส	สำหรับกี่คืนครับ
For how many guests? ฟอร์ ฮาว เมนี เกสท	สำหรับกี่ท่านครับ
What date/ month? วอท เดท/ มั้นธ	วันที่เท่าไร/ เดือนอะไรครับ
Which day would you like to check in? วิซ เดย์ วูด ยู ไคค อิน	คุณต้องการเข้าพักวันไหนครับ



ประโยคภาษาอังกฤษ	คำแปล
What kind of room do you want, sir? วอท ไคน ออฟ รুম ดู ยู วอนท เซอะ	ท่านต้องการห้องประเภทไหนครับ
What sort of room would you like? วอท ซอร์ท ออฟ รুম วูด ยู ไลค	คุณต้องการห้องพักแบบไหนคะ
Would you like a room with a bath or a shower? วูด ยู ไลค อะ รุม วิธ อะ บาร ออ อะ เซาเออะ	คุณต้องการห้องพักที่มีอ่างอาบน้ำหรือฝักบัวครับ
There are...rooms and...rooms. แธร์ อาร์...รุมส แอนด...รุมส	เรามีห้องแบบ... กับห้องแบบ...

คำศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับการจองห้องพัก

ศัพท์ภาษาอังกฤษ	คำอ่าน	คำแปล
Single room	ซิงเกิ้ล รุม	ห้องที่มี 1 เตียงเดี่ยวสำหรับหนึ่งคน
Twin room	ทวิน รุม	ห้องที่มี 2 เตียง นอนได้สองคน
Double room	ดับเบิล รุม	ห้องที่มีหนึ่งเตียงใหญ่ นอนได้สองคน
Triple room	ทริฟเพิล รุม	ห้องที่มี 3 เตียง
extra bed	เอ็กตรา เบด	เตียงเสริม
Suite	สวีท	ห้องชุด
Air- con room	แอร์ คอน รุม	ห้องแอร์
Fan room	แฟน รุม	ห้องพัดลม
Non Smoking	นอน สโมคกิ้ง	ห้องไม่สูบบุหรี่
Smoking	สโมคกิ้ง	ห้องสูบบุหรี่
Amenity	อเมนนิตี้	เครื่องใช้ในห้องน้ำ
A bathroom within	อะ บารรุม วิธอิน	ห้องน้ำในตัว
An en-suite bathroom	แอน เอน ซวีท บารรุม	ห้องน้ำในตัว



ศัพท์ภาษาอังกฤษ	คำอ่าน	คำแปล
Sea view	ซี วิว	วิวริมทะเล
Balcony	แบล คะนี	ระเบียง
Elevator	เอล ละเวเทอะ	ลิฟท์
Fitness	ฟิตเนส	ฟิตเนส
Sauna	ซาน่า	ซาวน่า
Shower	เชาเออะ	ฝักบัว
Bath Tub	บาร ทับ	อ่างอาบน้ำ
Tennis court	เทนนิส คอร์ท	สนามเทนนิส
Yoga class	โยคะ คลาส	ห้องเรียนโยคะ
Table Tennis Room	เทเบิล เทนนิส รูม	ห้องปิงปอง

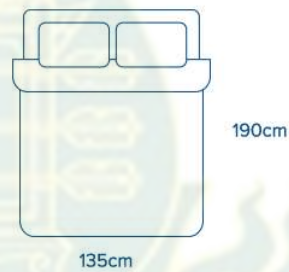
Single



90cm

190cm

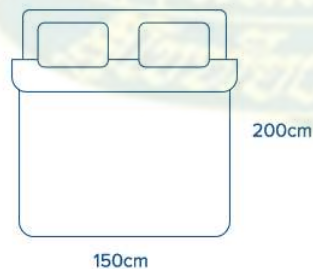
Double



135cm

190cm

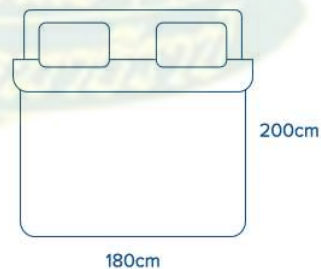
King



150cm

200cm

Super King



180cm

200cm



การสอบถามราคาค่าบริการ

ประโยคที่แขกผู้เข้าพักถามแก่ผู้ให้บริการ

ประโยคภาษาอังกฤษ	คำแปล
How much is it for the room? ฮาว มัช อีส อิท ฟอร์ เรอะ รูม	ห้องพักราคาเท่าไรคะ
What are the room rates? วอท อาร์ เรอะ รูม เรทส	อัตราค่าห้องพักเป็นอย่างไรครับ
What's the price/ charge per night? วอท เรอะ ไพร์ซ/ ชาร์จ เพอร์ ไนท	ราคาต่อคืนเท่าไรครับ
Do you have anything for about... baht per night? ดู ยู แฮฟว เอนนีธิง ฟอร์ อะแบ้าท์... บาท เพอร์ ไนท	คุณมีห้องพักที่ราคาคืนละประมาณ... บาท บ้างไหมครับ
How much do you charge for extra bed? ฮาว มัช ดู ยู ชาร์จ ฟอร์ เอกสทระ เบด	เตียงเสริมคิดเพิ่มเท่าไร
How much is the additional charge for the third guest? ฮาว มัช อีส เรอะ อะดิชชันเนล ชาร์จ ฟอร์ เรอะ เอิร์ด เกสท	ถ้าพักสามคนคิดเพิ่มเท่าไรครับ
That's a bit more than I wanted to pay. แธทส อะ บิท มอร์ แธน ไอ วอนทิด ทู เพย์	นั่นแพงกว่าที่ฉันต้องการจะจ่ายไปนิด
Can you offer me any discount? แคน ยู ออฟเฟอะ มี เอนนี ดิสเคาท	ช่วยลดราคาให้ฉันหน่อยได้ไหม
Is there a special rate during this season? อีส เรอะ อะ สเปเชียล เรท ดิวริง อีส ซีซั่น	มีอัตราพิเศษในช่วงนี้หรือเปล่าคะ
Do we have to pay the full price for children? ดู วี แฮฟว ทู เพย์ เรอะ ฟูล ไพร์ซ ฟอร์ ซิลเดรน	เราต้องจ่ายเต็มราคาสำหรับเด็กหรือเปล่าครับ



ประโยคภาษาอังกฤษ	คำแปล
Is the breakfast included? อิส เรอะ เบรคฟาสท อินคลูดี	ราคานี้รวมอาหารเช้าไหม
The breakfast is excluded. เรอะ เบรคฟาสท อิส เอกซคลูดี	ไม่รวมอาหารเช้าครับ
Have you got anything cheaper? แฮฟว ยู กอท เอนนีจิง ชีฟเพอร์	คุณมีอะไรที่ถูกลงกว่านี้บ้างไหม
Could I see the room? คูด ไอ ซี เรอะ รูม	ขอดูห้องพักหน่อยได้ไหม
What floor is the room on? วอท ฟลอร์ อิส เรอะ รูม ออน	ห้องพักอยู่ชั้นไหนครับ
OK, I'll take it. โอเค ไอ วิล เทค อิท	ตกลง, ฉันเอาห้องนี้
What time is the check- in? วอท ไทม อิส เรอะ เชค อิน	แจ้งเข้าที่พักเวลากี่โมงคะ
What time is the check- out? วอท ไทม อิส เรอะ เชค เอาท	แจ้งออกจากที่พักเวลากี่โมงครับ
Do you have late check- out? คูด ยู แฮฟ เลท เชค เอาท	แจ้งออกช้าหน่อยได้ไหม
The check- out is up until what time? เรอะเชค เอาท อิส อัฟ อันทิล วอท ไทม	แจ้งออกได้ถึงกี่โมงครับ
I'd like to postpone the check- in date. ไวด โลค ทู โปสทโทน เรอะ เชค อิน เดท	ฉันต้องการเลื่อนวันแจ้งเข้าห้องพักคะ
Do you have a transfer? คูด ยู แฮฟว อะ แทรนซเฟอะ	คุณมีบริการรถรับ- ส่งไหม



ประโยคสำหรับผู้ให้บริการถามผู้เข้าพัก

ประโยคภาษาอังกฤษ	คำแปล
Can I have your credit card numbers for booking confirmation? แคน ไอ แสฟว ยัวร์ เครดิต คาร์ด นัมเบอะส ฟอร์ บุคคิง คอนเฟอะเมชั่น	ดิฉันขอหมายเลขบัตรเครดิตของคุณเพื่อยืนยันการจองห้องพักด้วยค่ะ
Booking cancellation should be made within 7 days in advance. บุคคิง แคนเซลเลชั่น ชูด ปี เมต วิธอิน เซฟเวิน เดย์ อิน แอดวานซ์	หากต้องการยกเลิกห้องพัก กรุณาแจ้งล่วงหน้า 7 วันนะคะ
Pay in cash or by credit card? เพย์ อิน แคช ออ บาย เครดิต คาร์ท	ชำระเป็นเงินสดหรือบัตรเครดิตคะ
Is service charge included in this rete? อิส เซอะวิส ชาร์จ อินคลูดีด อิน ชิส เรท	ราคานี้รวมค่าบริการหรือยังคะ
Is tax included in this rate? อิส แทคซ อินคลูดีด อิน ชิส เรท	ราคานี้รวมภาษีหรือยังครับ
How many percents for the service charge? ฮาว เมนี เพอร์เซนต์ ฟอร์ เรอะ เซอะวิส ชาร์จ	ค่าบริการคิดกี่เปอร์เซ็นต์คะ
Tax and service charge already included in this rate. แทค แอนด์ เซอะวิส ชาร์จ ออลเรดดี อินคลูดีด อินชิส เรท	ราคานี้รวมภาษีและค่าบริการเรียบร้อยแล้วครับ
Tax and service charge are excluded in this rate. แทค แอนด์ เซอชูลด์ ชาร์จ อาร์ เอกคลูดีด อิน ชิส เรท	ราคานี้ยังไม่รวมภาษีและค่าบริการคะ



ประโยคภาษาอังกฤษ	คำแปล
How much is it for the deposit payment? ฮาว มัช อีส อิท ฟอร์ เรอะ ดิพอสซิท เพย์เมินท	ค่ามัดจำเท่าไรครับ
Please transfer the money/ deposit/ payment to... . พลีส แทรนเฟอะ เรอะ มัชนี/ ดิพอสซิท/ เพย์เมินท ทุ...	กรุณาโอนเงินมัดจำมาที่...
After the transfer, please fax us the pay- in slip to... . อาฟเทอะ เรอะ แทรนซเฟอะ พลีส แฟค อัส เรอะ เพย์ อิน สลิป ทุ...	หลังจากคุณโอนเงินเสร็จแล้ว กรุณาแฟกซ์ใบนำ ฝากมาให้เราที่...





คำศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับการสอบถามค่าบริการ

ศัพท์ภาษาอังกฤษ	คำอ่าน	คำแปล
Room service charge	รุมเซอร์วิสชาร์จ	ค่าบริการห้องพัก
Airport Shuttle	แอร์พอร์ตชัทเติล	รถรับส่งสนามบิน
Tax	แท็กซี่	ภาษี
Bill	บิล	ใบเรียกเก็บเงิน
Registration card	เรจิสเตรชั่น คาร์ด	บัตรลงทะเบียน
Room rate	รุม เรท	อัตราค่าห้อง
Credit card	เครดิต คาร์ด	บัตรเครดิต
Deposit	ดีพอสิต	มัดจำ
Reservation	รีเซิร์ฟเวชั่น	การจอง
Include	อินคลูด	รวม
Exclude	เอ็กซคลูด	ไม่รวม
Room only	รุมออนลี่	ค่าห้องอย่างเดียว (ไม่รวมอาหารเช้า ภาษี)
Service Charge	เซอร์วิส ชาร์จ	ค่าบริการ
Complementary	คอมพลีเมนทารี	มอบให้โดยไม่คิดเงิน
Late Checkout	เลทเช็คเอาท์	การคืนห้องช้ากว่าที่กำหนดไว้



สถานการณ์จำลอง

เขียนรูปประโยคที่ผู้ให้บริการใช้สำหรับสนทนากับแขกผู้เข้าพัก

และฝึกการออกเสียงด้วยตัวเอง





แบบฝึกปฏิบัติ

สถานการณ์จำลองที่ 1

คำสั่ง: เติมบทสนทนาให้สมบูรณ์ และฝึกสนทนาจริงกับผู้เข้าเรียน โดยผลัดกันเป็นผู้ให้บริการและ
แขกที่มาเข้าพัก



เมื่อลูกค้าโทรมาจองห้องพัก

ผู้ให้บริการ

สวัสดีค่ะ โรงแรมมารีออต ยินดีรับใช้ค่ะ

แขก

Customer: I'd like to make a reservation for a room.

ไอดี ไลค์ทูเมค อะ เรสเซอเวชัน ฟอร์เออะ รูม

ผมต้องการจองห้องพักสัก 1 ห้องครับ



I'd like to have a room for two people for the 15th May.

ไอต ไลค์ทุแฮฟ อะ รุม ฟอ์ทุพีเพิ้ล ฟอ์เดอะฟิฟท์ทีน เมย์

ผมต้องการห้องพัก 1 ห้อง สำหรับสองคนในวันที่ 15 พฤษภาคม

ผู้ให้บริการ

คุณต้องการห้องแบบไหนคะ?

คุณต้องการห้องเตียงเดี่ยวหรือห้องเตียงคู่คะ?

แขก

A double room for two people, please.

อะ ดับเบิ้ล รุม ฟอ์ทุพีเพิ้ล พลีส

ขอห้องเตียงคู่สำหรับ 2 คนครับ

A single room for two people, please.

อะ ซิงเกิ้ล รุม ฟอ์ทุพีเพิ้ล พลีส

ขอห้องเตียงเดี่ยวสำหรับ 2 คนครับ

ผู้ให้บริการ

พักกี่คืนดีคะ?

คุณจะพักนานแค่ไหนคะ?

แขก

For 3 days

ฟอ์ทรีเดย์ซ

จะพัก 3 วันครับ

แขก

What is the room rate?

ว็อท อีส เดอะ รุม เรท?

อัตราค่าห้องเท่าไรครับ

ผู้ให้บริการ

ค่าห้องรวมภาษี 1,000 บาทต่อ 1 วัน

แขก

OK I reserve it

โอเค ไอรีเซิร์ฟ อิท



ผู้ให้บริการ

จงในชื่อคุณอะไรคะ?

แขก

John

จอห์น

ผู้ให้บริการ

ขอทราบเบอร์โทรศัพท์ติดต่อค่ะ?

แขก

0813445686

ซีโร เอ็กท วัน ทรี โฟร์ โฟร์ ไฟท์ ซิกส์ เอ็กท ซิกส์

ผู้ให้บริการ

ขอบคุณค่ะ





แบบฝึกปฏิบัติ

สถานการณ์จำลองที่ 2

คำสั่ง: เติมบทสนทนาให้สมบูรณ์ และฝึกสนทนาจริงกับผู้เข้าเรียน โดยผลัดกันเป็นผู้ให้บริการและแขกที่มาเข้าพัก



เมื่อลูกค้าเข้าเช็คอินห้องพัก

ผู้ให้บริการ

สวัสดี ครับ/ค่ะ ฉัน สามารถ ช่วย คุณ ได้ไหมครับ/ค่ะ

แขก

I'd like to check in, please.

ไอต ไลค ทู เช็ค อิน พลีส

ผู้ให้บริการ

คุณ ได้ ทำการจองไว้ ใช่ไหม

แขก

Yes, it's in the name of John.

เย็ส อิทส อิน เดอะ เนม ออฟ จอน



ผู้ให้บริการ

คุณ จอห์น กรรณา กรอก อันนี้ ให้น้อย

ผู้ให้บริการ

ขออนุญาตเช็คก่อนนะค่ะ เราเตรียมห้องไว้ให้คุณค่ะ

เป็นห้องเตียงเดี่ยวสำหรับ 2 คนครับ

แขก

Does it have warm running water?

ดาส อิท แฮฟ วอร์ม รันนิง วอเตอร์

ในห้องมีระบบน้ำร้อนไหมครับ

ผู้ให้บริการ

มีแน่นอนค่ะ

แขก

How can I check in to the room?

ฮาว แคน ไอ เช็ค อิน ทู เดอะ รูม ?

ผมจะเช็คอินเลยได้ไหมครับ?

ผู้ให้บริการ

กรรณา กรอกซื้อลงในบัตรลงทะเบียนค่ะ

ขอบคุณครับ นี่ค่ะกุญแจห้อง หมายเลขห้องของคุณคือ 509

สามารถขึ้นลิฟต์ทางด้านโน้นได้เลยค่ะ พนักงานยกกระเป๋าจะนำคุณไปที่ห้องค่ะ

เข้าพักอย่างมีความสุขค่ะ



แบบฝึกปฏิบัติ

สถานการณ์จำลองที่ 3

คำสั่ง: เติมบทสนทนาให้สมบูรณ์ และฝึกสนทนาจริงกับผู้เข้าเรียน โดยผลัดกันเป็นผู้ให้บริการและ
แขกที่มาเข้าพัก



เมื่อแขกต้องการเช็คเอาท์

แขก I'd like the check out please.

ไอด ไลท์เดอะ เช็ค เอาท์ พลีส

ผู้ให้บริการ _____

ยอดทั้งหมด 1,560 บาทค่ะ

แขก Can I use credit card here?

แคน ไอ ยสุ เครดิต คาร์ด เฮียร์?

ผมใช้บัตรเครดิต ชำระที่นี่ได้ไหมครับ?

ผู้ให้บริการ _____

แน่นอนค่ะ



ขอโทษค่ะ เราไม่รับเครดิตการ์ด

แขก

Here you are.

เฮียร์ยูอาร์

นี่ครับ

ผู้ให้บริการ

นี่ใบเสร็จของคุณ ดิฉันจะเรียกพนักงานมารับกระเป๋าคุณนะคะ

ผู้ให้บริการ

ขอบคุณที่เลือกใช้บริการโรงแรมของเรา หวังว่าจะได้รับใช้ท่านอีก

ขอให้โชคดีนะคะ





แบบฝึกปฏิบัติ

สถานการณ์จำลองที่ 4

คำสั่ง: เติมบทสนทนาให้สมบูรณ์ และฝึกสนทนาจริงกับผู้เข้าเรียน โดยผลัดกันเป็นผู้ให้บริการและ
แขกที่มาเข้าพัก



เมื่อแขกโทรมาเรื่องปัญหาในห้อง

ผู้ให้บริการ _____

สวัสดีค่ะ ยินดีรับใช้ค่ะ?

แขก Yes, the toilet is stopped up.

เยส เดอะ ทอยเล็ต อีส สต๊อปด์อัฟ

ครับ โถห้องฉุ่้ามันตันครับ

ผู้ให้บริการ _____

ไม่ทราบพักอยู่ห้องไหนคะ?

แขก Room 305.

รুম ธรี่โอ ไฟฟ์



ห้อง 305 ครับ

ผู้ให้บริการ

อีกสักครู่ จะให้พนักงานไปตรวจและซ่อมค่ะ

แขก

Thank you.

แรงกั้ว

ขอบคุณครับ

ผู้ให้บริการ

ขอประทานโทษในความไม่สะดวก





แบบฝึกปฏิบัติ

สถานการณ์จำลองที่ 5

คำสั่ง: เติมบทสนทนาให้สมบูรณ์ และฝึกสนทนาจริงกับผู้เข้าเรียน โดยผลัดกันเป็นผู้ให้บริการและแขกที่มาเข้าพัก



เมื่อแขกบ่นไม่พอใจ

แขก

I'd like to complain about...

ไอด ไลค์ ทูคอมเพลน อะเบอว์....

ผมไม่พอใจเกี่ยวกับ....

The room is not clean.

เดอะ รูม อีส น็อต คลีน

ห้องพักไม่สะอาดเลย

ผู้ให้บริการ

ดิฉันต้องขอภัย ในเรื่องห้องพัก



ค่ะ ดิฉันจะไปตรวจสอบเรื่องนี้ทันที

ไม่ทราบพักอยู่ห้องไหนค่ะ?

แขก

Room 305.

รুম ตรีโอ ไฟฟ์

ห้อง 305 ครับ

ผู้ให้บริการ

ดิฉันจะส่งพนักงานไปทำความสะอาดนะคะ

เรายินดีให้ย้ายคุณไปห้องใหม่ ที่สะอาดกว่านี้ให้ค่ะ

ผู้ให้บริการ

ขอประทานโทษในความไม่สะดวก





แบบฝึกปฏิบัติ

สถานการณ์จำลองที่ 6

คำสั่ง: เติมบทสนทนาให้สมบูรณ์ และฝึกสนทนาจริงกับผู้เข้าเรียน โดยผลัดกันเป็นผู้ให้บริการและแขกที่มาเข้าพัก



เมื่อแขกสอบถามรายละเอียด

แขก

Where is the nearest shopping center?

แวร์ฮิส ดี เนียเรส ซอปปีง เซนเตอร์

ที่ชื่อของที่ใกล้ที่สุดอยู่ที่ไหนครับ?

Could you suggest interesting places around hotel?

คลูด ยูซังเจสจอินเทอร์เรสดีง เพลส อะเรานด์ โฮเทล?

คุณช่วยแนะนำสถานที่ที่น่าสนใจแถวโรงแรมหน่อยครับ

ผู้ให้บริการ

มีห้างเซ็นทรัลห่างออกไปสามร้อยเมตร

ออกจากโรงแรมแล้วเดินเลี้ยวขวา



เจอสี่แยกไฟแดงแล้วเลี้ยวซ้าย

ตรงไปอีก 200 เมตร

ผู้ให้บริการ

วัดพระธาตุเป็นวัดที่น่าชมอีกแห่งหนึ่ง

ไม่ทราบคุณสนใจหรือไม่

แขก

Could you show me the place in a map?

คุณด์ ยู โซวี มี เดอะ เฟลส อิน อะ แมป

ช่วยเขียนแผนที่ให้หน่อยได้มั๊ยครับ

ผู้ให้บริการ

ยินดีค่ะ นี่ค่ะ แผนที่

แขก

Thank you.

แรงกั๋ว

ขอบคุณครับ

ผู้ให้บริการ

เที่ยวให้สนุก



เอกสารอ้างอิง

สถาบันพัฒนาการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยภาคเหนือ.(มปป.). ภาษาอังกฤษเพื่อการบริการ
ในโรงแรม (English For Hotel Services). สืบค้นวันที่ 25 พฤษภาคม 2559. สืบค้นจาก

<http://www.e4thai.com/e4e/images/pdf2/HotelENG.pdf>

บทสนทนาภาษาอังกฤษ (English Joy). (มปป.). บทสนทนาภาษาอังกฤษ Hotel (โรงแรมและที่พัก) ตอนที่

1). สืบค้นวันที่ 25 พฤษภาคม 2559. สืบค้นจาก

<http://engenjoy.blogspot.tw/2014/05/hotel-1.html>



ความรู้ด้านภาษาอังกฤษสำหรับ ผู้ประกอบการโรงแรม

อาจารย์ เกษิษกรหญิง ดร. อโณทัย งามวิชัยกิจ

แนะนำตัวเป็นภาษาอังกฤษ

- ชื่อเล่น Your nickname
- ทำงานที่ไหน Where do you work? What do you do?
- ภาษาอังกฤษเปลี่ยนชีวิตคุณได้อย่างไร How will English benefit your life?

Your customer doesn't care
how much you know until they
know how much you care.

Damon Richards

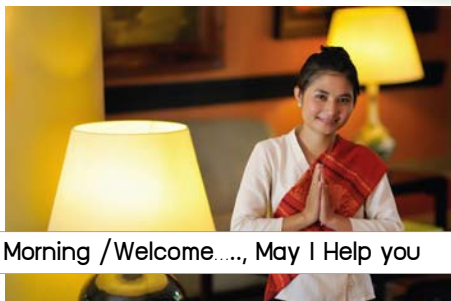
www.ekaterinawalter.com

@ekaterina

สถานการณ์ที่ 1



สวัสดีค่ะ ดิฉัน/ผมยินดีรับใช้ค่ะ



Good Morning / Welcome..., May I Help you

ผมต้องการจองห้องพักสัก 1 ห้องครับ



I'd like to make a reservation for a room.

คุณต้องการห้องแบบไหนคะ?

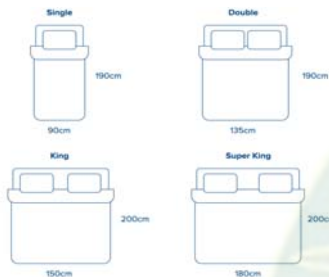


What kind of room do you like?
What type of room do you want?

ขอห้องเตียงคู่สำหรับ 2 คนครับ



A double room for two people, please.



พักกี่คืนดีคะ?



How many nights do you plan to stay?

จะพัก 3 วันครับ



For three days, please.

ค่าห้องคืนละเท่าไรครับ



What is the room rate?

ค่าห้องรวมภาษี 1,000 บาทต่อ 1วัน



One thousand baht including tax for 1 night

ตกลงครับ



OK I reserve it

จองในนามใครคะ



What is the guest name?

มีสเตอร์บินครับ



Bean

ขอทราบเบอร์โทรศัพท์คะ



What is your phone number?

0813445686



0894578684

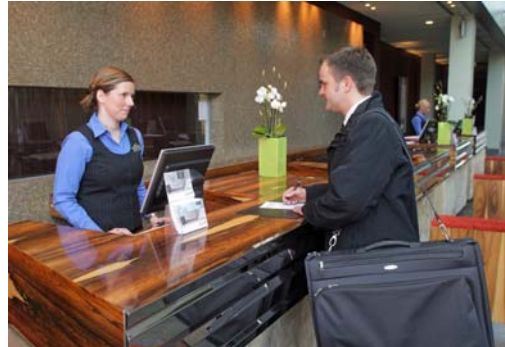
0937845621

ขอบคุณค่ะ



Thank you

สถานการณ์ที่ 2



สวัสดีค่ะ ดิฉัน/ผมยินดีรับใช้ค่ะ



Good Morning /Welcome....., May I Help you

ดิฉันต้องการเช็คอิน



I'd like to check in, please.

คุณได้ทำการจองไว้แล้วใช่ไหม



Do you have a reservation?

ใช่ค่ะ ในชื่อแองเจลิน่า



Yes, it's in the name of Angelina.

กรุณากรอกให้หน่อย



Could you fill in this, please?

**ขออนุญาตเช็คก่อน
เรามีห้องให้คุณเรียบร้อยแล้ว**



May I check. We prepare for you.

เป็นห้องเตียงเดี่ยวสำหรับ 2 คนครับ



It is single bed for 2 people.

จะเช็คอินเลยได้ไหมคะ?



Can I check in to the room?

กรุณา กรอกชื่อลงในบัตรลงทะเบียน ครับ



Please fill in your detail.

ขอบคุณครับ นี่ครับกุญแจ

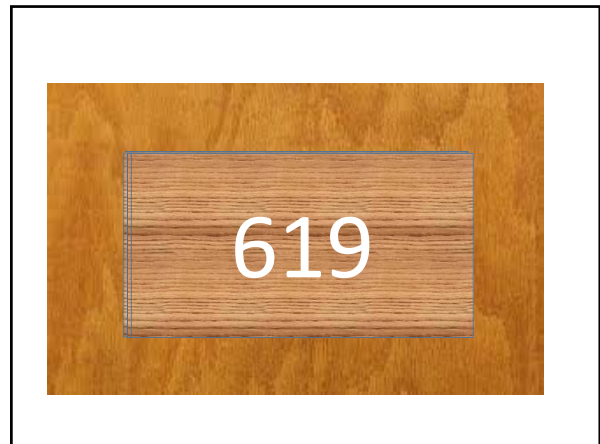


Thank you, here is the key.

ห้องหมายเลขครับ



Your room number is



สามารถขึ้นลิฟต์ทางด้านโน้นได้เลยค่ะ พนักงานยกกระเป๋าจะนำคุณไปที่ห้องค่ะ







You can use that lift, The bellboy will take your bags to your room for you.

ขอให้พักอย่างมีความสุขครับ



Enjoy your stay

 <p>Fitness</p>	 <p>Pool</p>
 <p>Baht tub</p>	 <p>Shower</p>

สถานการณ์ที่ 3

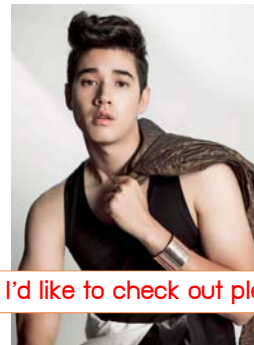


สวัสดีค่ะ



Good Morning/Welcome

ผมต้องการเช็คเอาท์ครับ



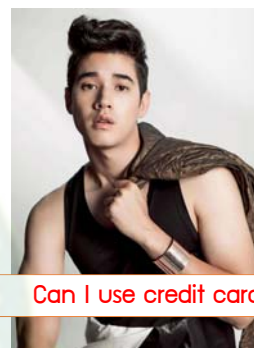
I'd like to check out please

ยอดทั้งหมด 1,560 บาทค่ะ



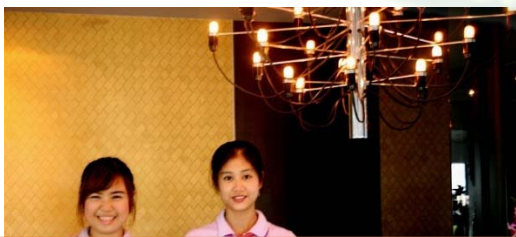
Total is one thousand five hundred sixty baht please

ผมใช้บัตรเครดิตได้มั๊ยครับ



Can I use credit card?

แน่นอนค่ะ



Sure/Certainly yes

ขอโทษค่ะ เราไม่รับบัตรเครดิต

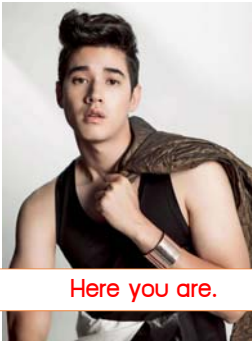


Sorry, we don't accept credit card



Just a moment, may we check
It's fine, sir.

นี่ครับ



Here you are.

**นี่ใบเสร็จของคุณ ดิฉันจะเรียก
พนักงานมารับกระเป๋าเดินทางของคุณนะคะ**



This is your receipt,
I will call bell boy for your luggage.

**ขอบคุณที่เลือกใช้บริการโรงแรมของเรา
เรา หวังว่าจะได้รับใช้ท่านอีก**



Thank you for your stay.
Look forward seeing you again.

ขอให้มีความสุขค่ะ



Have a nice day.
Enjoy your trip.
Bye.

**ความรู้ด้านภาษาอังกฤษสำหรับ
ผู้ประกอบการโรงแรม**

อาจารย์ เกษิษกรหญิง ดร. อโนทัย งามวิชัยกิจ

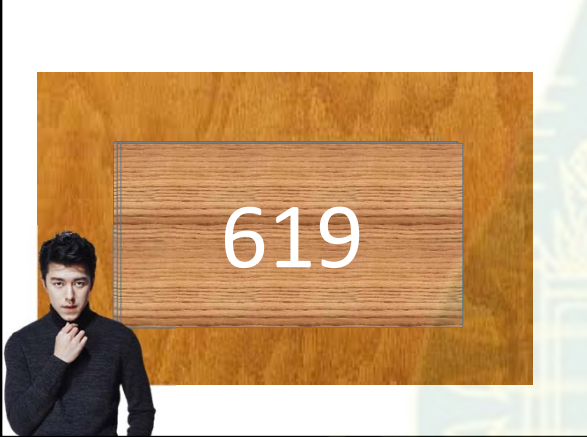


 <p>Room is not clean</p>	 <p>Room is noisy</p>
 <p>Kettle was broken</p>	 <p>Internet is poor</p>

ไม่ทราบพักห้องไหนคะ



What is your room number?




619

สักครู่จะมีพนักงานไปซ่อม



Just moment, we will send staff to fix

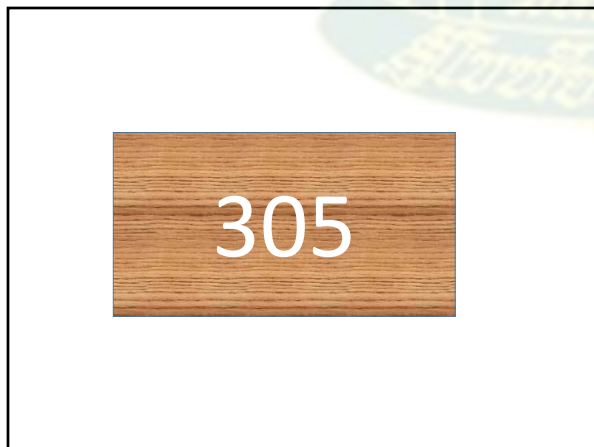
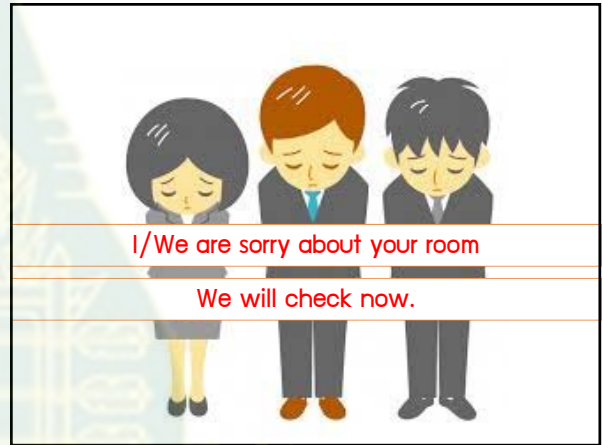
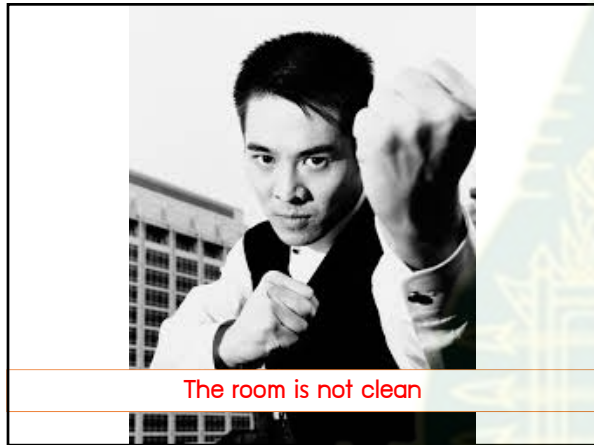


Thank you

ขอภัยในความไม่สะดวก



Sorry for your inconvenience



ขอภัยในความไม่สะดวก



Sorry for your inconvenience

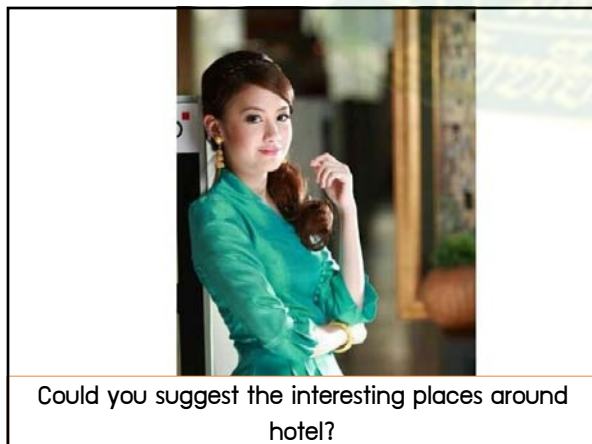
สถานการณ์ที่ 6



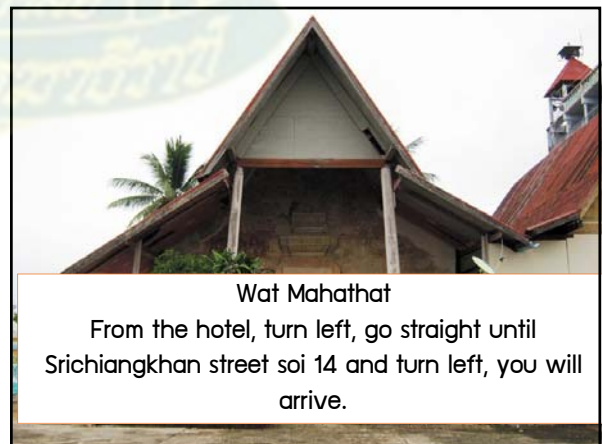
Where is the nearest shopping place?



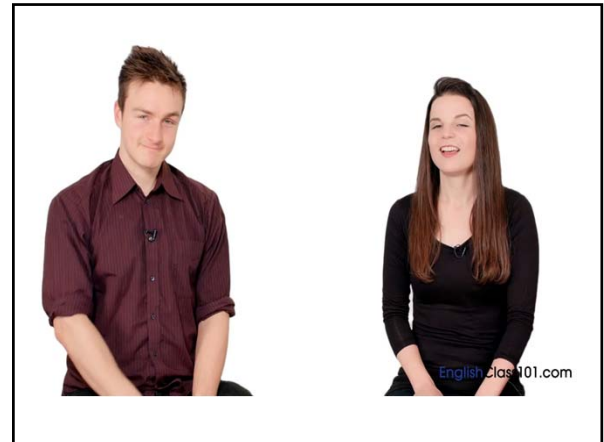
Chiangkhan Walking Street
From the hotel, turn left, go straight 2 kilometers and turn left, you will arrive.



Could you suggest the interesting places around hotel?



Wat Mahathat
From the hotel, turn left, go straight until Srichiangkhan street soi 14 and turn left, you will arrive.



เคล็ดลับเก่งอังกฤษ

- ฟังพูดอ่านเขียน
- กระแฉะ
- จำศัพท์
- ฟุ้งหาฝรั่ง
- ทุกวัน

