

## การสื่อสารและเทคโนโลยีในงานบริการ

### 1. ความหมายและความสำคัญของการสื่อสารและสื่อสารสนเทศ

การสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิต มนุษย์จำเป็นต้องติดต่อสื่อสารกันอยู่ตลอดเวลา การสื่อสารจึงเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งนอกเหนือจากปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิตของมนุษย์ การสื่อสารมีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์มาก การสื่อสารมีความสำคัญอย่างยิ่งในปัจจุบัน ซึ่งได้ชื่อว่าเป็นยุคโลกาภิวัตน์ เป็นยุคของข้อมูลข่าวสาร การสื่อสารมีประโยชน์ทั้งในแง่บุคคลและสังคม การสื่อสารทำให้คนมีความรู้และโลกทัศน์ที่กว้างขวางขึ้น การสื่อสารเป็นกระบวนการที่ทำให้สังคม เจริญก้าวหน้าอย่างไม่หยุดยั้ง ทำให้มนุษย์สามารถสืบทอดพัฒนา เรียนรู้ และรับรู้วัฒนธรรมของตนเองและสังคมได้ การสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาประเทศ สร้างสรรค์ความเจริญก้าวหน้าแก่ชุมชน และสังคมในทุกด้าน

ความหมายของการสื่อสาร

คำว่า การสื่อสาร (communications) มีที่มาจากรากศัพท์ภาษาละตินว่า communicare หมายถึง ความเหมือนกันหรือร่วมกัน การสื่อสาร (communication) หมายถึงกระบวนการถ่ายทอดข่าวสาร ข้อมูล ความรู้ ประสบการณ์ ความรู้สึก ความคิดเห็น ความต้องการจากผู้ส่งสารโดยผ่านสื่อต่าง ๆ ที่อาจเป็นการพูด การเขียน สัญลักษณ์อื่นใด การแสดงหรือการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ไปยังผู้รับสาร ซึ่งอาจจะใช้กระบวนการสื่อสารที่แตกต่างกันไปตามความเหมาะสม หรือความจำเป็นของตนเองและคู่สื่อสาร โดยมีวัตถุประสงค์ให้เกิดการรับรู้ร่วมกันและมีปฏิริยาตอบสนองต่อกัน บริบททางการสื่อสารที่เหมาะสมเป็น ปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้การสื่อสารสัมฤทธิ์ผล

### องค์ประกอบของการสื่อสาร

1. ผู้ส่งสาร (sender) หรือ แหล่งสาร (source) หมายถึง บุคคล กลุ่มบุคคล หรือ หน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการส่งสาร หรือเป็นแหล่งกำเนิดสาร ที่เป็นผู้เริ่มต้นส่งสารด้วยการแปลสารนั้นให้อยู่ในรูปของสัญลักษณ์ที่มนุษย์สร้างขึ้นแทนความคิด ได้แก่ ภาษาและอากัปกิริยาต่าง ๆ เพื่อสื่อสารความคิด ความรู้สึก ข่าวสาร ความต้องการและวัตถุประสงค์ของตนไปยังผู้รับสารด้วยวิธีการใด ๆ หรือส่งผ่านช่องทางใดก็ตาม จะโดยตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ตาม เช่น ผู้พูด ผู้เขียน กวี ศิลปิน นักจัดรายการวิทยุ โฆษกรัฐบาล องค์กร สถาบัน สถานีวิทยุกระจายเสียง สถานีวิทยุโทรทัศน์ กองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ หน่วยงานของรัฐ บริษัท สถาบันสื่อมวลชน เป็นต้น

#### คุณสมบัติของผู้ส่งสาร

1. เป็นผู้ที่มีเจตนาแน่วแน่ที่จะให้ผู้อื่นรับรู้จุดประสงค์ของตนในการส่งสาร แสดงความคิดเห็น หรือวิจารณ์ ฯลฯ

2. เป็นผู้ที่มีความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาของสารที่ต้องการจะสื่อออกไปเป็นอย่างดี

3. เป็นผู้ที่มีบุคลิกลักษณะที่ดี มีความน่าเชื่อถือ แคล่วคล่องเปิดเผยจริงใจ และมีความรับผิดชอบในฐานะเป็นผู้ส่งสาร

4. เป็นผู้ที่สามารถเข้าใจความพร้อมและความสามารถในการรับสารของผู้รับสาร

5. เป็นผู้รู้จักเลือกใช้กลวิธีที่เหมาะสมในการส่งสารหรือนำเสนอสาร

2. สาร (message) หมายถึง เรื่องราวที่มีความหมาย หรือสิ่งต่าง ๆ ที่อาจอยู่ในรูปของข้อมูล ความรู้ ความคิด ความต้องการ อารมณ์ ฯลฯ ซึ่งถ่ายทอดจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารให้ได้รับรู้ และแสดงออกมาโดยอาศัยภาษา

หรือสัญลักษณ์ใด ๆ ที่สามารถทำให้เกิดการรับรู้ร่วมกันได้ เช่น ข้อความที่พูด ข้อความที่เขียน บทเพลงที่ร้อง รูปที่วาด เรื่องราวที่อ่าน ท่าทางที่สื่อความหมาย เป็นต้น

2.1 รหัสสาร (message code) ได้แก่ ภาษา สัญลักษณ์ หรือสัญญาณที่มนุษย์ใช้เพื่อแสดงออกแทนความรู้ ความคิด อารมณ์ หรือความรู้สึกต่าง ๆ

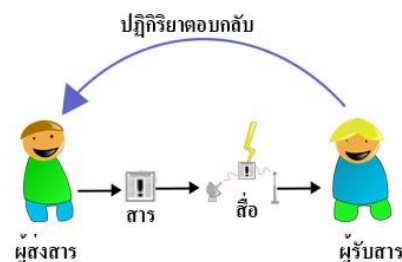
2.2 เนื้อหาของสาร (message content) หมายถึง บรรดาความรู้ ความคิดและประสบการณ์ที่ผู้ส่งสารต้องการจะถ่ายทอดเพื่อการรับรู้ร่วมกัน แลกเปลี่ยนเพื่อความเข้าใจร่วมกันหรือโต้ตอบกัน

2.3 การจัดสาร (message treatment) หมายถึง การรวบรวม เนื้อหาของสาร แล้วนำมาเรียบเรียงให้เป็นไปอย่างมีระบบ เพื่อให้ได้ใจความตามเนื้อหา ที่ต้องการด้วยการเลือก ใช้รหัสสารที่เหมาะสม

3. สื่อ หรือช่องทาง (media or channel) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญ อีกประการหนึ่งในการสื่อสาร หมายถึง สิ่งที่เป็นพาหนะของสาร ทำหน้าที่นำสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ผู้ส่งสารต้องอาศัยสื่อหรือช่องทางทำหน้าที่นำสารไปสู่ผู้รับสาร

4. ผู้รับสาร (receiver) หมายถึง บุคคล กลุ่มบุคคล หรือมวลชนที่รับเรื่องราวข่าวสาร

จากผู้ส่งสาร และแสดงปฏิกิริยาตอบกลับ (Feedback) ต่อผู้ส่งสาร หรือส่งสารต่อไปถึงผู้รับสารคนอื่น ๆ ตามจุดมุ่งหมายของผู้ส่งสาร เช่น ผู้เข้าร่วมประชุม ผู้ฟังรายการวิทยุ กลุ่มผู้ฟังการอภิปราย ผู้อ่านบทความจากหนังสือพิมพ์ เป็นต้น



### เทคนิคสื่อสารประทับใจลูกค้า

การสื่อสารกับลูกค้าเป็นทักษะสำคัญที่คนทำงานบริการลูกค้าต้องมี หากเป็นเจ้าของธุรกิจคุณต้องเน้นการเติมทักษะ สื่อสารประทับใจลูกค้า กับทีมงานด้วย

เริ่มด้วยการลองใช้ 7 เทคนิคพัฒนาการ สื่อสารประทับใจลูกค้า ด้วยวิธีง่าย ๆ ต่อไปนี้

1. พูดด้วยน้ำเสียงที่ฟังชัดเจน: ผู้ให้บริการจะต้องพูดให้ลูกค้าฟังได้ชัดเจน การพูดจาฉะฉาน จะแสดงออกถึงความมั่นใจของผู้ให้บริการ และทำให้ลูกค้าจะรู้สึกมั่นใจในการรับทราบข้อมูลหรือยอมรับแนวทางในการแก้ไขปัญหา
2. มีจังหวะในการพูด: การพูดที่มีจังหวะที่เหมาะสม ไม่เร็วหรือช้าเกินไป จะช่วยให้ฟังได้ชัดเจนและรับทราบข้อมูลครบถ้วน ผู้ให้บริการควรเว้นจังหวะ เพื่อว่าลูกค้าอาจจะต้องการสอบถามระหว่างการรับทราบข้อมูล และสังเกตจังหวะการพูดของลูกค้า เพื่อจะไม่เกิดการแย้งกันพูดหรือพูดแทรกลูกค้า
3. เลือกใช้คำพูดเชิงบวก: ตัวอย่างของคำพูดเชิงลบที่ลูกค้าไม่ชอบ เช่น การปฏิเสธ หรือ การปฏิเสธความรับผิดชอบ ผู้ให้บริการที่ดีควรจะเลี่ยงคำพูดที่ทำให้ลูกค้าเกิดทัศนคติด้านลบกับองค์กรหรือตัวผู้ให้บริการ หากไม่สามารถทำตามที่ลูกค้าต้องการ ควรให้ข้อมูลทางเลือกกับลูกค้า เพื่อหาทางแก้ปัญหาและคงความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างลูกค้ากับองค์กร
4. เรียบเรียงคำพูด: การให้ข้อมูลที่มีขั้นตอนการดำเนินการ หรือรายละเอียดค่อนข้างมาก ผู้ให้บริการควรจะมีการเรียบเรียงคำพูด หรือขั้นตอนต่างๆ ให้เข้าใจได้ง่าย นอกจากนั้น หากมีข้อมูลที่สามารถจัดส่งทางอีเมล หรือคำแนะนำบน Website ของบริษัท ผู้ให้บริการสามารถส่งข้อมูลเหล่านี้ไปยังลูกค้า หลังจากการให้บริการสำเร็จ

5. ควบคุมอารมณ์: การสนทนาที่ประสบความสำเร็จ ผู้ให้บริการจะต้องเป็นผู้ที่สามารถควบคุมอารมณ์ขณะสนทนาได้ดี เพราะหากผู้ให้บริการไม่สามารถควบคุมอารมณ์ได้ ลูกค้าจะรับรู้จากน้ำเสียงที่ให้บริการ ซึ่งจะนำมาสู่การร้องเรียนผู้ให้บริการได้
6. สบตาลูกค้าขณะสนทนา: กรณี ให้บริการลูกค้า แบบเผชิญหน้า (Face to face) ผู้ให้บริการที่มีกรียาที่สุภาพ นอบน้อม สบตาคู่สนทนา จะทำให้การบริการประสบความสำเร็จได้ง่ายขึ้น
7. ฝึกฝน: ทักษะการพูดเป็นทักษะที่พัฒนาได้ ผู้ให้บริการสามารถฝึกฝนจากกิจกรรมระหว่างการอบรม (Role Play) ระหว่างการให้บริการลูกค้า (On the job training) หรือแม้แต่การพูดในชีวิตประจำวัน

### **การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ Effective Communication**

การสื่อสารที่ดี นับเป็นปัจจัยสำคัญที่จะสร้างประสิทธิภาพการทำงาน ลดปัญหาความเข้าใจที่ผิดพลาด ตลอดจนเสริมสร้างการสื่อสารอย่างจริงจัง เพื่อให้บรรลุผลลัพธ์ของการสื่อสาร ไม่ว่าจะเป็นลูกค้าหรือทีมงาน

การสื่อสารเป็นการติดต่อสื่อสารกันของบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป มีการแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร ความรู้สึก นึกคิด ทักษะคติ ระหว่างกัน เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน โดยผ่านสื่อหรือช่องทางต่าง ๆ ที่เหมาะสม การสื่อสารที่สมบูรณ์จำเป็นต้องอาศัยทั้งศาสตร์และศิลป์ เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผลของงาน โดยผ่านองค์ประกอบต่าง ๆ ดังนี้

1. ผู้รับสาร – ผู้ส่งสาร จะต้องมีความรู้พื้นฐาน และประสบการณ์ในเรื่องที่จะสื่อสารกัน และมีความสนใจในเนื้อเรื่อง หรือประเด็นที่จะสื่อสาร ถ้ามีความรู้สึกที่ดี หรือทัศนคติที่ดี ก็จะมีความพร้อมในการรับ หรือส่งสาร
  2. ตัวสาร จะต้องไม่ซับซ้อน หรือลึกซึ้งมากเกินไป จะต้องไม่มีความขัดแย้งในตัวสารเอง สารเรื่องเดียวกัน อาจนำเสนอได้หลายวิธี จึงต้องเลือกวิธีนำเสนอสารให้อุปสรรคในการสื่อสารน้อยที่สุด หรือไม่เกิดขึ้นเลย บางครั้งอาจต้องนำเสนอทั้งการพูด และเขียน เพื่อเป็นการเสริมสร้างให้เกิดสัมฤทธิ์ผล
  3. ภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร ภาษาเป็นเครื่องมือสำหรับการสื่อสาร ต้องระมัดระวังไม่ให้เป็นอุปสรรคต่อการสื่อสาร ควรเลือกใช้ถ้อยคำที่สื่อความชัดเจน ไม่กำกวม หรือยากเกินไป ไม่ใช้คำศัพท์เฉพาะกลุ่ม โดยเฉพาะถ้าเป็นภาษาเขียน ต้องระวังอย่างมาก เนื่องจากผู้อ่านไม่สามารถสอบถาม เพื่อความเข้าใจได้ทันที
  4. สื่อ ถ้าสื่อในการนำสารเกิดอุปสรรค หรือขัดข้องไม่พร้อมในการนำสาร ก็จะทำให้การสื่อสารไม่สัมฤทธิ์ผล เช่น การพูดในสถานที่ที่มีเสียงดังรบกวน หรือเครื่องโทรศัพท์ขัดข้อง หรือแม้แต่การเขียนหนังสือตัวหวัด การพิมพ์ที่เลอะเลือน ก็จะทำให้ผู้รับสารรับได้ไม่สะดวก หรือไม่ได้รับสารที่ครบถ้วน รวมถึงสมรรถภาพในฟัง หรือการพูด ก็อาจเป็นอุปสรรคในการสื่อสารได้เช่นกัน
  5. กาลเทศะ และสภาพแวดล้อม สถานที่ เวลา และสภาพแวดล้อม ที่เหมาะสม ย่อมก่อให้เกิดการสื่อสารที่ดี เข้าใจที่ตรงกัน ไม่ต้องรีบเร่งรวบรัด จนไม่ได้ใจความที่ถูกต้อง
- ถ้าเราเข้าใจถึงองค์ประกอบต่าง ๆ ในการสื่อสารได้เป็นอย่างดีแล้ว ก็สามารถแก้ไขอุปสรรคต่าง ๆ ให้หมดไป ซึ่งจะต้องมีการใช้ไหวพริบ มีความพยายามตั้งใจจริง และอาจอาศัยบุคคลอื่นให้ช่วยวิเคราะห์แนะนำ ก็จะเป็นตัวผลักดันให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ และส่งผลถึงการพัฒนาองค์กรต่อไป

## 2. สื่อและเทคโนโลยีกับงานบริการ

ในยุคโลกาภิวัตน์นั้น การเสนอขายสินค้ามิใช่แต่จะใช้พนักงานขายเท่านั้น เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ได้ถูกนำมาใช้ โดยคำนึงถึงความสะดวกสบายที่ลูกค้าจะได้รับเป็นสำคัญซึ่งทางกิจการต่างก็พยายามสรรหาวิธีการต่างๆ เพื่อแข่งขันกันเสนอขายสินค้าในระบบไฮ – เทคโนโลยีมากขึ้น เพราะเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายของกิจการในระยะยาว ดีกว่าจ้างพนักงานขายและนำเทคโนโลยีมาใช้ในการปฏิบัติงาน

### พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์(E-Commerce)

หมายถึง การดำเนินธุรกิจทุกรูปแบบที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายสินค้าและบริการผ่านคอมพิวเตอร์ และระบบสื่อสารโทรคมนาคมหรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์

โอกาสของผู้ประกอบการเอสเอ็มอีในธุรกิจออนไลน์จะขึ้นอยู่กับความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานและบริการที่เกี่ยวข้อง เช่น ระบบอินเทอร์เน็ต ระบบการชำระเงิน ระบบการจัดส่งสินค้า เป็นต้น ซึ่งผู้ประกอบการต้องปรับตัวและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้สูงขึ้น โดยต้องสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคทั้งด้านความปลอดภัยในการชำระเงิน คุณภาพของสินค้า และระบบการจัดส่งสินค้าที่มีประสิทธิภาพ ขณะเดียวกันต้องเร่งพัฒนาและปรับตัวเพื่อรองรับกับเทคโนโลยีใหม่ๆ ในอนาคต นอกจากนี้ ผู้ประกอบการควรมีการรวมกลุ่มกันในลักษณะพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อเพิ่มโอกาสในการแข่งขัน สำหรับผู้ประกอบการขนาดเล็กควรส่งเสริมให้เกิดการซื้อขายผ่านตลาด e-Marketplace เนื่องจากจะช่วยสร้างความสะดวกให้แก่ผู้บริโภคและเพิ่มโอกาสในการขายสินค้าและบริการได้เพิ่มขึ้น

ธุรกิจออนไลน์ก็มีทั้งข้อดีและข้อเสีย ดังนั้น จึงไม่ใช่ธุรกิจทุกประเภทที่จะเหมาะสมกับการเลือกใช้รูปแบบออนไลน์ โดยสินค้าและบริการที่จะมีโอกาสเติบโตในธุรกิจออนไลน์ควรจะเป็นสินค้าและบริการที่ขึ้นอยู่กับกระแสนิยม ซึ่งจะสอดคล้องกับจุดแข็งของการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ตที่สามารถปรับเปลี่ยนการสื่อสารทางการตลาดได้อย่างรวดเร็วตามความต้องการของผู้บริโภค อีกทั้งจากปัญหาด้านความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคไม่กล้าที่จะตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการที่มีราคาสูง ดังนั้นสินค้าและบริการที่จะมีโอกาสทำตลาดได้ดีก็ควรจะต้องมีราคาต่อหน่วยไม่สูงมากนัก รวมทั้งราคาขายในอินเทอร์เน็ตก็ควรต่ำกว่าราคาตลาดทั่วไปด้วย เพื่อที่จะดึงดูดให้ผู้บริโภคหันมาสนใจมากขึ้น โดยสินค้าที่คาดว่าจะมีโอกาสในธุรกิจออนไลน์ ได้แก่

1. สินค้าไอที
2. เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์
3. เครื่องแต่งกายและเครื่องประดับ
4. เครื่องสำอางค์
5. บริการเดินทางและท่องเที่ยว

ธุรกิจโรงแรม และธุรกิจบริการสามารถนำเทคโนโลยีที่พัฒนาอย่างไม่หยุดยั้งในปัจจุบันมาใช้ ประโยชน์ได้อย่างไรบ้าง มีเทรนด์ที่น่าติดตามอยู่ด้วยกัน 6 เทรนด์ดังนี้

### 1. Cloud / บริการซอฟต์แวร์ผ่านอินเทอร์เน็ต (SaaS)

ปัจจุบันธุรกิจโรงแรม และธุรกิจบริการหันมาใช้เทคโนโลยี Cloud และ SaaS เพิ่มขึ้น เนื่องจากช่วยลดต้นทุน ค่าดูแล บำรุงรักษาเว็บไซต์ ไม่ต้องเสียเงินจ้างพนักงาน ไม่ต้องปวดหัวกับปัญหาด้านไอทีของเว็บไซต์ ทำให้มีเวลาให้กับงานบริการลูกค้ามากขึ้น นอกจากนี้ ยังความยืดหยุ่นในการเพิ่มหรือลดระบบให้ตรงกับ ความ ต้องการ สามารถอัพเกรดเป็นเวอร์ชันใหม่ให้อัตโนมัติ โดยปราศจากค่าใช้จ่ายใด ๆ ทั้งนี้ที่มีการออกเวอร์ชันใหม่ ระบบจะ

ทำการอัพเกรดให้อย่างอัตโนมัติ เทคโนโลยีดังกล่าวนี้ไม่ใช่แพชชั่นที่จะผ่านไปอย่างรวดเร็ว แต่เป็นเทรนด์ที่กำลังมีบทบาทเพิ่มขึ้นเพื่อก้าวสู่อีกยุคหนึ่งของธุรกิจ โรงแรมที่ง่ายและสะดวกสบายขึ้น

## 2. อุปกรณ์เคลื่อนที่

เทคโนโลยีการสื่อสารผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่อย่างแท็บเล็ตและสมาร์ทโฟน เป็นช่องทางใหม่ที่ธุรกิจโรงแรมและธุรกิจบริการไม่ควรพลาด ซึ่งสามารถอำนวยความสะดวกในขั้นตอนเช็คอิน เพิ่มประสบการณ์เฉพาะบุคคลให้แก่ลูกค้า ไม่ต้องเสียเวลาเช็คอินที่เคาน์เตอร์แบบเดิม ทั้งยังช่วยโรงแรมในการลดจำนวนพนักงานหน้าเคาน์เตอร์อีกด้วย และไม่จำเป็นเฉพาะโรงแรมที่มีเครือข่ายขนาดใหญ่เท่านั้น โรงแรมขนาดเล็กที่มีงบประมาณไม่มากนักก็สามารถทำได้ เพื่อเป็นการเพิ่มขีดการแข่งขันในงานบริการลูกค้าให้ดียิ่งขึ้น

## 3. โซเชียลมีเดีย

การรีวิวของลูกค้าใน Trip Advisor มีผลอย่างมากต่อผู้ที่มองหาสถานที่ พักผ่อน กิน เที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งจะทำให้ธุรกิจของคุณถูกบอกต่อได้ทั้งในทางที่ดีและไม่ดี ในขณะที่ Facebook หรือ Twitter ก็มาแรงมากจนโรงแรมไหนที่ไม่มีเพจหรือทวิตเตอร์ หรือมีแต่ไม่ได้อัพเดท หรือคอยตอบคำถามลูกค้าอย่างรวดเร็ว ก็จะถูกมองว่าบริการไม่ดี สร้างความไม่ประทับใจตั้งแต่ยังไม่ทันได้ใช้บริการ ส่วนโรงแรมไหนดูแลเพจอย่างตั้งใจ ก็จะสามารถดึงดูดให้มีแฟนและผู้ติดตามเป็นจำนวนมาก ซึ่งเอื้อต่อการสื่อสารต่าง ๆ ของโรงแรมสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว

## 4. ระบบที่สร้างประสบการณ์เฉพาะบุคคล

ลูกค้าคาดหวังที่จะได้รับประสบการณ์เฉพาะบุคคลจากโรงแรม ที่ไม่ใช่แค่การจำหน้าได้ เรียกชื่อลูก แต่อาจเป็นระบบแสดงข้อความต้อนรับลูกค้าผ่านหน้าจอโทรทัศน์ หรือบริการพิเศษอื่น ๆ เช่น อาหารจานพิเศษ การประดับดอกไม้ภายในห้องพัก เป็นต้น การมีระบบเก็บข้อมูลลูกค้าทำให้คุณทราบว่าลูกค้าคนไหนเคยมาใช้บริการแล้ว อาจจัดบริการพิเศษแก่ลูกค้าที่กลับมาใช้บริการซ้ำ เพื่อตอกย้ำให้เกิดความประทับใจและนึกถึงโรงแรมของคุณทุกครั้งที่ต้องการมา พักผ่อน รวมถึงสิ่งสำคัญอย่างยิ่งคือการบอกต่อ แนะนำให้คนรู้จักมาใช้บริการกับคุณ

## 5. ระบบที่รวมเข้าเป็นมาตรฐานเดียวกัน

หลาย ๆ โรงแรมมักมีบริการอื่นเพิ่มเติมนอกจากห้องพัก และอาหาร เช่น บริการสปา หรือสนามกอล์ฟ หากสามารถรวมเข้าเป็นระบบเดียวกันได้จะทำให้สามารถจัดการกับข้อมูลได้ง่ายและรวดเร็วยิ่งขึ้น รวมทั้งเห็นมุมมองที่แท้จริงในเรื่อง รายได้ กำไรชัดเจนขึ้นจากการที่โรงแรมสามารถดึงรายงานต่าง ๆ เกี่ยวกับงานบริหารการโรงแรมและการสื่อสารกับลูกค้าทั้งหมดมารวมเข้าไว้ในที่เดียวกันและเป็นมาตรฐานเดียวกัน

## 6. ก้าวสู่ระดับสากล

เทรนด์สุดท้ายสำหรับยุคโลกาภิวัตน์นี้คือ การทำให้โรงแรมของคุณเป็นที่รู้จักไม่เพียงในประเทศเท่านั้น แต่นักท่องเที่ยวต่างชาติสามารถรู้จักคุณได้ ผ่านทางหน้าเว็บไซต์ที่มีการจัดเตรียมข้อมูลเป็นภาษาอังกฤษ ค่าเงินสกุลต่าง ๆ รวมไปถึงการฝึกอบรมพนักงานให้รู้จักธรรมเนียมสากล และธรรมเนียมปฏิบัติสำคัญ ๆ ของลูกค้าแต่ละชาติ เพื่อให้สามารถรองรับลูกค้าทั่วโลกได้อย่างมืออาชีพอีกด้วย

เทรนด์ข้างต้นสามารถนำมาซึ่งความเปลี่ยนแปลงและยกระดับขีดการแข่งขันในธุรกิจของคุณ ตามเทรนด์ให้ทัน แม้จะไม่สามารถเปลี่ยนทุกอย่างได้โดยง่าย ก็ค่อย ๆ ปรับค่อย ๆ เปลี่ยนตามความสามารถและความเหมาะสมขององค์กรคุณต่อไปค่ะ