

บทที่ 1

ความหมายของการบริการ

ความหมายของการบริการ

การบริการ (Service) คือ การให้ความช่วยเหลือ หรือการดำเนินการ เพื่อประโยชน์ของผู้อื่น แต่ในเชิง ธุรกิจ การบริการหมายถึง การที่ผู้ให้บริการหรือผู้ขายให้การช่วยเหลือ หรือดำเนินการเพื่อ ประโยชน์ ความสุขกาย ความสุขใจ หรือความสบายให้แก่ผู้รับ บริการหรือผู้ซื้อ เป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้ แต่เมื่อผู้รับ บริการได้รับบริการไปแล้วอาจเกิดความประทับใจหรือไม่ ประทับใจกับสิ่งเหล่านั้น

Donec quis erat et quam iaculis faucibus at sit amet nibh. Vestibulum dignissim lectus in ligula rhoncus, et bibendum risus dictum.

ธุรกิจบริหารมีลักษณะเฉพาะที่มีความแตกต่างจากสินค้าทั่วไป

- เป็นสินค้าที่ไม่อาจจับต้องได้
- มีคุณภาพไม่คงที่
- ไม่สามารถแยกการบริโภคบริการออกจากผู้ให้บริการได้
- ไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้
- ผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการสร้างงานบริการอย่างมาก
- การบริการต้อง ใช้แรงงานคน
- ความพึงพอใจของลูกค้า
- ผลของการบริการเกิดขึ้นได้ตลอดเวลาและแปรผลได้รวดเร็ว

ธุรกิจบริหารมีลักษณะเฉพาะที่มีความแตกต่างจากสินค้าทั่วไป

- ผลของบริการเชื่อมโยงไปถึงคนและองค์การ
- เมื่อผลิตพลาดแล้วชดเชยด้วยสิ่งอื่น
- สร้างทัศนคติต่อบุคคลและองค์การได้อย่างมาก
- สร้างภาพลักษณ์ให้องค์การเป็นเวลานาน
- หากเกิดการบกพร่องจะเห็นได้ชัด
- คนเป็นตัวแปรที่สำคัญในการสร้างและทำผลงานบริการ

วิวัฒนาการของธุรกิจบริการ

สามารถแบ่งเป็น 3 ยุคคือ

1. ยุคแรก (First Wave) ยุคเกษตรกรรม เมื่อ 200 ปีก่อน
2. ยุคที่สอง (Second Wave) ยุคอุตสาหกรรม
3. ยุคที่สาม (Third Wave) ยุคแห่งสังคมข่าวสาร

สิ่งที่กำลังส่งอิทธิพลต่อธุรกิจบริการ

1. เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Information and Communication : ICT) มีบทบาทหลายอย่าง เช่น
 - เป็นเครื่องมือในการจัดการเอกสารและข้อมูลต่าง ๆ
 - เป็นเครื่องมือเพื่อการประยุกต์ใช้ เช่น ใช้ในการจัดทำฐานข้อมูล (Database) และคลังข้อมูลขนาดใหญ่ (Data Warehouse) เป็นเครื่องมือในการประมวลผลข้อมูลในรูปแบบต่าง ๆ และเป็นเครื่องมือในการปฏิบัติงานกับเอกสารเพื่อลดการใช้และการจัดเก็บกระดาษ

สิ่งที่กำลังส่งอิทธิพลต่อธุรกิจบริการ

- เป็นเครื่องมือในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ด้วยระบบอินเทอร์เน็ต (Internet) , อินทราเน็ต (Intranet), เอ็กซ์ทราเน็ต (Extranet) และเวิลด์ไวด์เว็บ (World Wide Wed) เป็นต้น

ICT เข้ามาเกี่ยวข้องกับวิถีการดำรงชีวิตในระบบ
บุคคล ถือเป็นยุคของ ชีวิตดิจิทัล (Digital Life) คือ อยู่
ด้วยการเชื่อมต่อของการสื่อสาร เช่น การทำงาน การใช้
ชีวิตประจำวัน ตัวอย่างเช่น การจองตั๋วหนัง จองตั๋วเครื่องบิน
บิน การโอนเงิน การชำระค่าบริการผ่านโทรศัพท์มือถือ
หรือสิ่งอำนวยความสะดวกในบ้าน

หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ต่างเร่งใช้ ICT เพื่อเปลี่ยนเป็นองค์การอิเล็กทรอนิกส์ เช่น การจัดทำระบบข้อมูลของภาครัฐบาล ได้แก่ การจัดทำระบบทะเบียนราษฎร์ ระบบเวชระเบียนในโรงพยาบาล ระบบการจัดเก็บบัญชี การประมูลสินค้า หรือ ทำการค้าผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) การจัดการฝึกอบรม (E-training) หรือการเรียนการสอนผ่านอิเล็กทรอนิกส์ (E-learning) เป็นต้น

สิ่งที่กำลังส่งอิทธิพลต่อธุรกิจบริการ

2. การแข่งขันและสถานะเศรษฐกิจ

โลกไร้พรมแดน ทำให้ธุรกิจเกิดใหม่ง่าย จำนวนคู่แข่งจึงเพิ่มขึ้น ธุรกิจต้องสร้างความแตกต่างและโดดเด่นให้กับตนเอง เพื่อดึงความสนใจของลูกค้า พร้อมทั้งให้บริการที่ดี เพื่อให้ลูกค้าอยู่กับองค์การของเราต่อไป

สถานะเศรษฐกิจ มีแนวโน้มชะลอตัว มีเหตุปัจจัยมากมายที่ทำให้เศรษฐกิจตกต่ำ เช่น ภาวะสงคราม การก่อการร้าย ราคาน้ำมัน เมื่อรายได้ของลูกค้าลดลง กำลังซื้อจึงลดลงด้วย

สิ่งที่กำลังส่งอิทธิพลต่อธุรกิจบริการ

3. สังคมและวัฒนธรรม

ด้านการสังคม การเติบโตของภาคธุรกิจและประชาชน ตลอดจนอำนาจของข่าวสาร ทำให้ลูกค้ามีพลังในการต่อรองดีขึ้น ผู้บริหารธุรกิจบริการต้องมีการกระจายอำนาจไปสู่พนักงานระดับล่าง เพื่อตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของลูกค้า

เนื่องจากโลกแคบลง การไหลของวัฒนธรรมจึงเกิดขึ้นได้ง่าย สิ่งแวดล้อมที่ประกอบด้วยคนหลายเชื้อชาติหลายภาษามากขึ้น ผู้ให้บริการจึงจำเป็นต้องเรียนรู้เรื่องความแตกต่างด้านวัฒนธรรมไว้เป็นอย่างดี

สิ่งที่กำลังส่งอิทธิพลต่อธุรกิจบริการ

4. การเมืองและกฎหมาย

เป็นผลมาจากกระแสโลกาภิวัตน์เช่นกัน ประเทศต่าง ๆ มีการเปิดเสรีต่อกันมากขึ้น ซึ่งบางอย่างเป็นผลดี เช่น การเดินทางในทวีปยุโรปให้ถือเสมือนเป็นประเทศเดียวกัน แต่ในขณะเดียวกันบางอย่างก็ส่งผลเสียต่อธุรกิจบริการ เช่น การเป็นศัตรูกันของบางประเทศ นักท่องเที่ยวจากประเทศคู่กรณีก็จะถูกกีดกัน การก่อการร้ายทำให้สนามบินเข้มงวดกับการตรวจผู้โดยสารมากขึ้นก่อให้เกิดความรำคาญได้

ส่วนทางด้านกฎหมายนั้น องค์กรบริการต้องศึกษากฎหมายในประเทศนั้น ๆ ก่อนลงทุน

องค์ประกอบของการบริการ

การบริการจะเกิดขึ้นได้ ต้องมีองค์ประกอบ 3 องค์ประกอบ คือ

1. ลูกค้า หรือ ผู้รับบริการ
2. ผู้ให้บริการ หรือ พนักงาน
3. ตัวสินค้าหรือบริการ ซึ่งสิ่งที่จะประกอบขึ้นมาเป็น “สินค้าและบริการ” ได้นั้น มี 2 ส่วน คือ

องค์ประกอบของการบริการ

1. **ฮาร์ดแวร์** ในทางบริการหมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างที่สามารถจับต้องได้ เช่น ตึกการตกแต่งภายนอกและภายใน สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ สิ่งอำนวยความสะดวกคนพิการ เครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ในสำนักงาน เป็นต้น
2. **ซอฟต์แวร์** ในทางการบริการหมายถึง การให้บริการที่ดี มีความเอาใจใส่ต่อลูกค้า สนใจในรายละเอียด ทำให้ลูกค้ามีความสุขสบายและสะดวกรวดเร็ว ตลอดจนแก้ไขปัญหาของลูกค้าให้ลุล่วงไปด้วยดี

ระดับความสำคัญของการบริการ

- **ระดับแรก** ความสำคัญที่มีต่อตัวผู้รับบริการ (ลูกค้า) คือจะทำให้ลูกค้าได้รับบริการที่ดี ทำให้ผู้รับบริการมีความสุข มีความพึงพอใจ และมีผลกระทบบวกต่อการที่จะมาขอรับบริการในครั้งต่อไป
- **ระดับที่สอง** ความสำคัญในด้านผู้ให้บริการ ทำให้กิจการสามารถรักษาลูกค้าเดิม (Customer Retention) การให้บริการเพื่อจะรักษาลูกค้าเดิมไว้เป็นลูกค้าประจำหรือลูกค้าที่มีความจงรักภักดี

นอกจากนี้ยังสามารถเพิ่มลูกค้าใหม่ (Customer Acquisition) จากการบอกต่อ แนะนำต่อ หรือชื่อเสียงในทางที่ดี ผู้ให้บริการต้องพยายามกระทำทุกวิถีทางที่จะเพิ่มลูกค้าใหม่ เพราะเป็นการสร้างความเจริญรุ่งเรืองให้แก่หน่วยงาน โดยมีจำนวนลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้นเป็นตัวชี้วัด

.....

THANK
YOU!