

ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการบริการ

ลักษณะและองค์ประกอบของการบริการ

1. ลักษณะเฉพาะของงานบริการ
2. องค์ประกอบของการบริการ
3. คุณค่าของการบริการ

ลักษณะของงานบริการ

1. งานบริการเกิดจากความไว้วางใจ (Trust) ผู้ใช้บริการต้องอาศัยความเชื่อถือหรือความไว้วางใจในการบริการ เช่น ได้รับการบอกต่อถึงการบริการจากเพื่อนหรือคนใกล้ชิด หรือได้รับรู้จากประสบการณ์โดยตรง หรือจากแหล่งอื่น จนเกิดความไว้วางใจและตัดสินใจไปใช้บริการ

2. งานบริการไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) ผู้บริโภคไม่สามารถทดลองใช้จับต้องผลิตภัณฑ์ก่อนที่จะทำการซื้อหรือรับบริการได้เช่นการใช้บริการรถไฟความเร็วสูงรุ่นใหม่เป็นต้นผู้บริโภคไม่สามารถรู้ผลของการบริการได้จนกว่าจะมีการเดินทางจริงผู้บริโภคพยายามแสวงหาข้อมูลที่จะบ่งบอกถึงคุณภาพของการบริการ เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นที่จะใช้บริการนั้น ๆ ก่อนการตัดสินใจซื้องานบริการ



การให้บริการภายในโรงแรม

3. งานบริการไม่สามารถแบ่งแยกออกจากกันได้ (Inseparability) การให้บริการและ การรับบริการต้องเกิดขึ้นพร้อม ๆ กัน ไม่สามารถแยกกระบวนการผลิตและการบริโภคออกจากกันได้ จึงเป็นข้อจำกัดในด้านผู้ให้บริการที่เป็นบุคคล และข้อจำกัดด้านเวลา ซึ่งให้บริการได้เพียงครั้งละ 1 ราย พนักงานผู้ให้บริการ 1 คน ไม่สามารถให้บริการแก่ลูกค้าหลาย ๆ รายในเวลาเดียวกันได้เช่น การบริการ ตัดแต่งผม ช่างตัดผมและลูกค้าจะต้องอยู่พร้อมกัน ณ สถานที่ที่ให้บริการ หรือบริการนวด สปา ทันตกรรม อุดฟัน รักษาโรคฟัน แพทย์และคนไข้จะต้องอยู่ที่เดียวกัน ทั้งสองฝ่ายก็ไม่สามารถแยกจากกันได้ ในช่วงเวลาที่ให้บริการการให้บริการอาหารภายในโรงแรม



การให้บริการอาหารภายในโรงแรม

4. การบริการไม่มีมาตรฐานที่สม่ำเสมอ (Variability or Heterogeneity) เนื่องจาก การบริการต้องอาศัยบุคคลในการให้บริการ ซึ่งมีองค์ประกอบความพร้อมด้านร่างกายและจิตใจของ ผู้ให้บริการด้วย เช่น ช่างผมคนเดียวอาจตัดผมได้ไม่เหมือนกันในแต่ละครั้ง เป็นต้น หรือพนักงาน นวดแผนโบราณที่เคยให้บริการดีมาก ยิ้มแย้มแจ่มใส ทักทายลูกค้าเป็นอย่างดีแต่เมื่อพบในวันต่อมา พนักงานคนเดียวก็อาจบริการไม่ดีไม่ยิ้มแย้ม พูดจาไม่ไพเราะเหมือนที่เคยเป็น สาเหตุเนื่องมาจาก พนักงานคนนั้นมีปัญหาสุขภาพหรือมีความทุกข์ใจจากการสูญเสียบิดาเมื่อสัปดาห์ที่ผ่านมา เป็นต้น ต่างจากการผลิตสินค้าอาศัยปัจจัยสำคัญ คือ วัตถุดิบ เครื่องจักร และกระบวนการผลิต ที่สามารถ เตรียมพร้อม สามารถตรวจสอบ และควบคุมคุณภาพของสินค้าได้ง่ายกว่า



การให้บริการนวด สปา ภายในโรงแรม/รีสอร์ท

5. งานบริการไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้(Perish Ability) เนื่องจากการบริการไม่สามารถ กักตุน จัดเก็บ หรือสต็อกเอาไว้ได้เหมือนกับสินค้าที่มีตัวตน เพราะงานบริการมีเงื่อนไขเรื่องเวลาและบุคคล เข้ามาเกี่ยวข้อง จึงไม่สามารถเก็บบริการเอาไว้ขายได้เช่น ฤดูกาลที่นักท่องเที่ยวมาเที่ยวชมดอกซากุระ บานสะพรั่งทั่วประเทศญี่ปุ่น จะมีเพียงปีละ 1 ครั้งหรือเพียงช่วง 1 - 2 เดือนเท่านั้น ห้องพักของโรงแรม จะมีลูกค้าเข้าพักเต็ม และยังมีลูกค้าอีกจำนวนมากที่ไม่สามารถจองห้องพักในเวลานั้นได้แต่ช่วงนอกฤดู ห้องพักของโรงแรมจะว่างเป็นจำนวนมาก แต่ไม่สามารถนำมาขายในฤดูกาลท่องเที่ยวที่ผ่านมาได้เป็นต้น

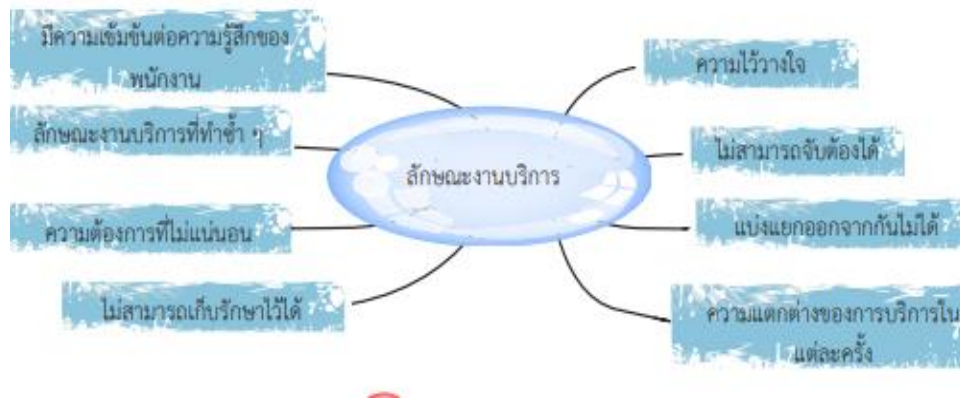
6. ความไม่แน่นอนของผู้มารับบริการ (Fluctuating Demand) จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ จะมากหรือน้อยต่างกันขึ้นกับช่วงเวลาในแต่ละวัน หรือช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ วันหยุดเทศกาลปีใหม่ สงกรานต์ รวมทั้งฤดูกาล เช่น โรงภาพยนตร์จะมีผู้ชมจำนวนมากในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ ส่วนใน วันธรรมดาจะมีผู้เข้าชมในช่วงเย็น - ค่ำมากกว่าช่วงกลางวัน เป็นต้น



นักท่องเที่ยวเข้าใช้บริการจำนวนมากในช่วงวันหยุด

7. งานบริการเป็นงานที่ทำซ้ำ ๆ กัน (Repetitiveness) เช่น การให้บริการในห้องอาหาร ของโรงแรม ซึ่งพนักงานจะต้องปฏิบัติเหมือนเดิมทุกวัน พนักงานต้องเริ่มงานตั้งแต่ยังไม่เปิดให้บริการ ด้วยการทำความสะอาด โต๊ะ เก้าอี้ผ้าปูโต๊ะอาหาร จัดวางแจกันดอกไม้และเครื่องตกแต่งบนโต๊ะ เมนู เครื่องดื่มหรือโปรโมชันประจำ สัปดาห์ วางที่รองจาน ผ้าเช็ดปากตามรูปแบบที่กำหนด จัดเก้าอี้ให้เข้าที่ เมื่อลูกค้าเข้ามาใช้บริการให้กล่าวต้อนรับ ถามจำนวนลูกค้าที่จะมารับประทานอาหาร เดินนำแขกเข้าโต๊ะ อาหารนำเมนูมายื่นให้นั่งชูดงานชามซ็อนส้อมแก้ว น้ำ แก้วไวน์มาจัดวางตามความเหมาะสมกับประเภท อาหารเมื่อเสิร์ฟน้ำเปล่าแล้วจึงถามเรื่องเครื่องดื่มที่ลูกค้า ต้องการในขณะที่ลูกค้ามีเวลาเลือกอาหารจาก เมนู จากนั้นจึงจดยรายการอาหารแล้วเสิร์ฟเครื่องดื่มให้ลูกค้าดื่ม ระหว่างรออาหาร เมื่อเสิร์ฟอาหารแล้ว 10 นาที 1 ความรู้เบื้องต้นและความสำคัญเกี่ยวกับการให้บริการคอยเติมน้ำในแก้วน้ำดื่มให้ลูกค้าตลอดเวลา เมื่อลูกค้ารับประทานเสร็จต้องรีบเก็บจาน ชาม ซ็อนแล้วถามถึงเมนูของหวาน พร้อมบริการต่อจนลูกค้ารับประทานเสร็จ เมื่อลูกค้าให้ชำระเงิน จ่ายเงินแล้วต้องกล่าวขอบคุณ เดินออกไปส่งลูกค้าหน้าห้อง แล้วเริ่มเก็บทำความสะอาดโต๊ะอีกรอบ เป็นเช่นนี้ตลอดเวลาในงานให้บริการ

8. บริการมีความยืดหยุ่นในความรู้สึกรักของพนักงานผู้ให้บริการ (Labor Intensiveness) ผู้ให้บริการต้องมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า แต่เนื่องจากลูกค้าแต่ละคนมีนิสัยใจคอ อารมณ์และความต้องการที่แตกต่างกัน การให้บริการจึงต้องมีความยืดหยุ่นตามลักษณะของลูกค้า บางครั้งอาจจะพบกับลูกค้าที่มีอารมณ์ร้ายหรือลูกค้าที่จู้จี้จุกจิก สร้างปัญหา



ประเภทการบริการ

การบริการ สามารถจัดประเภทได้ 4 ประเภท ดังนี้

1. การบริการต่อร่างกายลูกค้า (People Processing Service) เป็นบริการที่มีการถูกเนื้อต้องตัวลูกค้าโดยตรง เช่น ตัดผม นวดหน้า แต่งหน้าเจ้าสาว หรือบริการทางกายภาพ เช่น บริการสายการบิน หรือ บริการรถไฟฟ้า ที่ทำหน้าที่เคลื่อนย้ายตัวลูกค้าไปที่ จุดหมายปลายทาง ลูกค้าจำเป็นต้องอยู่ในสถานที่ให้ บริการตลอดทั้งกระบวนการให้บริการ จนกว่าจะได้รับ ผลประโยชน์ตามที่ต้องการจากบริการนั้น

2. การบริการต่อจิตใจลูกค้า (Mental Stimulus Processing Service) เป็นการบริการที่มีผลต่อจิตใจ อารมณ์หรือความรู้สึกของลูกค้า ในการบริการเหนือความคาดหวังของลูกค้า คือ สามารถสร้างความรู้สึกและความประทับใจให้เกิดขึ้นกับตัวลูกค้า เกินกว่าที่ลูกค้าต้องการ มิใช่เพียงแต่ลูกค้ามีความรู้สึกเฉย ๆ กับการบริการเท่านั้น

หากลูกค้าเกิดปัญหาไม่พอใจในการบริการ จะต้องรีบแก้ไขทันที เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และมีความรู้สึกที่ผู้ประกอบการมีความจริงใจในการบริการนั้น เช่น โรงภาพยนตร์โรงเรียน วัดโบสถ์ ฯลฯ ซึ่งลูกค้าต้องอยู่ในสถานที่ให้บริการตลอดทั้งกระบวนการให้บริการ จนกว่าจะได้รับผลประโยชน์ตามที่ต้องการจากบริการนั้น

3. การบริการต่อสิ่งของของลูกค้า (Procession Processing Service) เป็นการซื้อบริการ ให้กับสิ่งของของเรา เช่น บริการซักรีดเสื้อผ้า บริการ ซักอบแห้งผ้าขนวม บริการซ่อมรองเท้า บริการฝากสุนัข ไว้กับโรงพยาบาลสัตว์ในช่วงเทศกาลวันหยุดยาว เป็นต้น เป็นการให้บริการโดยการถูกเนื้อต้องตัวของ สัตว์เลี้ยงของลูกค้า ซึ่งลูกค้าจำเป็นต้องเอาสิ่งของ หรือสัตว์เลี้ยงมาไว้ในสถานที่ให้บริการ โดยตัวลูกค้า ไม่จำเป็นต้องอยู่ในสถานบริการในระหว่างที่เกิดการ ให้บริการก็ได้

4. การบริการต่อสารสนเทศของลูกค้า (Information Processing Service) เป็นบริการ ที่ทำต่อสิ่งของของลูกค้าเช่นเดียวกับบริการประเภทที่ 3 แต่ต่างกันที่ลักษณะของ “สิ่งของของลูกค้า” ในบริการประเภทที่ 3 จะเป็นของที่มีตัวตน แต่สิ่งของในประเภทที่ 4 จะเป็นของที่ไม่มีตัวตน ซึ่งส่วนใหญ่ เป็นข้อมูลสารสนเทศของลูกค้า เช่น บริการ Mobile Banking (การธนาคารบนโทรศัพท์เคลื่อนที่) ของธนาคาร บริการส่งข่าวสารสุขภาพผ่านไลน์ในมือถือ บริการข่าวด่วนประจำวันผ่านโทรศัพท์มือถือ เป็นต้น



สรุป

ความรู้เบื้องต้นในการให้บริการที่ผู้ประกอบการบริการควรทราบ คือ ความหมายของการให้บริการ หมายถึงงานที่ปฏิบัติรับใช้ให้ความสะดวกต่างๆแก่ผู้รับบริการตรงกับคำศัพท์ภาษาอังกฤษว่า “Service” ทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ที่ต้องการใช้บริการกับผู้ให้บริการ ในรูปของกิจกรรมผลประโยชน์ที่ผู้ขายจัดทำขึ้นเพื่อสนองความต้องการแก่ผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจ โดยอาจเป็นบริการเสริมกับสินค้าเพื่อทำให้การขายมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ความสำคัญของการบริการที่ดีและการบริการที่ไม่ดีมีผลต่อผู้ให้บริการลักษณะของงานบริการที่เกิดจากความไว้วางใจผู้ใช้บริการไม่สามารถจับต้องได้แบ่งแยกออกจากกันไม่ได้มีความแตกต่างของการบริการในแต่ละครั้ง ไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้มีความต้องการที่ไม่แน่นอน งานบริการเป็นงานที่ต้องทำซ้ำๆ พนักงานบริการมีความยืดหยุ่นตามลักษณะของลูกค้า และการบริการมี 4 ประเภท คือ

1. การบริการต่อร่างกายลูกค้า เป็นการบริการที่มีการถูกเนื้อต้องตัวลูกค้าโดยตรง เช่น ตัดผม นวดแผนโบราณ บริการที่พักอาศัย เช่น โรงแรม
2. การบริการต่อจิตใจ อารมณ์หรือความรู้สึกของลูกค้า เช่น ความคาดหวังของการเข้ามาใช้ห้องพักในโรงแรม ความสวยงามของห้องพักโรงแรม
3. การบริการต่อสิ่งของของลูกค้า เช่น บริการ ชัก อบ รีด
4. การบริการต่อสารสนเทศของลูกค้า จะเป็นสิ่งของที่ไม่มีตัวตน ซึ่งเป็นข้อมูลสารสนเทศของลูกค้า เช่น บริการข่าวสารข้อมูล การโฆษณาประชาสัมพันธ์สื่อสิ่งพิมพ์และเว็บไซต์ต่าง ๆ