

# ศิลปปะการให้บริการ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ได้ผ่านการตรวจประเมินคุณภาพจากสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา  
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 ครั้งที่ 1 ประเภทวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว กลุ่มสมรรถนะวิชาชีพพื้นฐาน  
ประกาศลำดับที่ 2



 IMAC EDUCATION

# ศิลปะการให้บริการ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 20700-1003

หมวดวิชาสมรรถนะวิชาชีพ

กลุ่มสมรรถนะวิชาชีพพื้นฐาน

หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ พุทธศักราช 2562

จากรุวรรณ กะวิเศษ

## ข้อมูลทางบรรณานุกรมของสำนักหอสมุดแห่งชาติ

จารุวรรณ กะวิเศษ.

ศิลปะการให้บริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (20700-1003).-- กรุงเทพฯ : แม็คเ็ดดูเคชั่น,  
2562.

256 หน้า.

1. บริการลูกค้า. 2. งานบริการ I. ชื่อเรื่อง.

658.812

ISBN 978-616-345-023-4

จัดพิมพ์และจำหน่ายโดย

**MAC EDUCATION**

ผู้เขียน : จารุวรรณ กะวิเศษ

ผู้ทรงคุณวุฒิ : วชิราภรณ์ โลหะชาละ

การสั่งซื้อ : ส่งชื่อนัดสั่งซื้อไปยัง **ไปรษณีย์ลาดพร้าว** ในนาม **บริษัท แม็คเ็ดดูเคชั่น จำกัด**  
เลขที่ 9/99 อาคารแม็ค ซอยลาดพร้าว 38 ถนนลาดพร้าว แขวงจันทระเกษม  
เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900

☎ : 0-2938-2022-7 FAX : 0-2938-2028

[www.MACeducation.com](http://www.MACeducation.com)

พิมพ์ครั้งที่ : 1

จำนวนที่พิมพ์ : 5,000 เล่ม

ราคาจำหน่าย : 121 บาท

ปีที่พิมพ์ : 2562

พิมพ์ที่ : บริษัท แพลนพรินท์ติ้ง จำกัด

(สงวนลิขสิทธิ์ตามกฎหมาย ห้ามลอกเลียน ไม่ว่าจะเป็นส่วนหนึ่งส่วนใดของหนังสือเล่มนั้นนอกจากจะได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษร)

# คำนำ

ตามที่กระทรวงศึกษาธิการได้ประกาศใช้หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ พุทธศักราช 2562 เพื่อมุ่งผลิตและพัฒนากำลังคนระดับฝีมือให้มีสมรรถนะ มีคุณธรรมจริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพ สามารถประกอบอาชีพอิสระ เป็นผู้ประกอบการที่มีคุณภาพ หรือประกอบอาชีพอื่น ๆ ได้ตรงตามความต้องการของสถานประกอบการทั้งในประเทศและภูมิภาคอาเซียน

บริษัท แม็คเอดูเคชั่น จำกัด ผู้ผลิตและจำหน่ายหนังสือเรียน สื่อการเรียนรู้ และวารสารทางการศึกษา ทั้งในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน ระดับอาชีวศึกษา ตระหนักถึงภารกิจสำคัญในการมีส่วนร่วมในการสนับสนุนส่งเสริม การศึกษาระดับอาชีวศึกษาให้บรรลุผลสัมฤทธิ์ตามเจตนารมณ์ที่ตั้งไว้ จึงได้แต่งตั้งคณะทำงานซึ่งประกอบด้วยนักวิชาการและ ผู้สอนทั้งในระดับอาชีวศึกษาและระดับอุดมศึกษาที่มีความเชี่ยวชาญด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนรู้ ดำเนินการวิเคราะห์ หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ พุทธศักราช 2562 ในแต่ละสาขาวิชาเพื่อจัดทำสื่อการเรียนรู้ อันประกอบด้วย

1. หนังสือเรียนที่จัดทำให้ตรงกับจุดประสงค์รายวิชา สมรรถนะรายวิชา และคำอธิบายรายวิชา ทั้งนี้โดยคำนึงถึงสอดคล้องกับมาตรฐานการศึกษาวิชาชีพทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านคุณธรรม จริยธรรมและคุณลักษณะที่พึงประสงค์ ด้านสมรรถนะแกนกลาง และด้านสมรรถนะวิชาชีพ

2. แผนการจัดการเรียนรู้ที่มุ่งเน้นการพัฒนาสมรรถนะของผู้เรียนผ่านกิจกรรมการเรียนรู้หลากหลายรูปแบบ เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้สอนนำไปปรับให้เหมาะสมกับธรรมชาติของผู้เรียนและจุดเน้นของสถานศึกษา

**จุดเด่นของหนังสือเรียนชุดใหม่** มีดังนี้

1. นำเสนอในรูปแบบหน่วยการเรียนรู้ ที่เนื้อหาเหมาะสมต่อการเรียนรู้ แต่ยังคงไว้ซึ่งความเข้มข้นและทันสมัย ทั้งนี้เนื้อหาในหนังสือเรียนมุ่งเน้นให้สัมพันธ์กับจุดประสงค์การเรียนรู้ หลักการเรียนรู้ตามสภาพจริง (Authentic Learning) และการประเมินผลตามสภาพจริง (Authentic Assessment)

2. แทรกกิจกรรมตรวจสอบความเข้าใจ กิจกรรมตามสมรรถนะรายวิชา กิจกรรมการฝึกกระบวนการคิด (Thinking Skills) และกิจกรรมบูรณาการให้แก่ผู้เรียน

3. พัฒนาสมรรถนะแกนกลางและสมรรถนะวิชาชีพผ่านกระบวนการปฏิบัติงานโดยใช้ใบช่วยสอนเป็นสื่อ สำหรับการฝึกกระบวนการเรียนรู้ที่สำคัญ เช่น การเรียนรู้จากโครงงาน (Project-Based Learning)

4. มีแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน โดยจัดทำแบบทดสอบให้สอดคล้องกับจุดประสงค์การเรียนรู้ ประจำหน่วยเรียนนั้นๆ ท้ายหน่วยการเรียนรู้ทุกหน่วย

5. สนับสนุนการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารและสารสนเทศในการสืบค้นความรู้ ดังนั้นหนังสือเรียนอาชีวศึกษา แม็ค 4.0 จึงได้มีการเสริมเนื้อหาเพิ่มเติมที่ได้ผ่านการคัดกรองมาแล้วว่าเหมาะสมกับการเรียนรู้แทรกไว้ในเนื้อหาบางหน่วย

โดยใช้สัญลักษณ์  ผู้เรียนสามารถใช้สมาร์ทโฟนสแกน QR Code หรือเปิดในเว็บไซต์ [maceducation.com](http://maceducation.com) ซึ่งมีฐานข้อมูลที่สามารถ Download มาศึกษาได้

บริษัท แม็คเอดูเคชั่น จำกัด ขอขอบคุณสถานศึกษา ครู คณาจารย์ ผู้สอน ผู้เรียน และผู้ที่สนใจทุกท่านที่ให้ความไว้วางใจในสื่อการเรียนรู้ของบริษัท บริษัทหวังเป็นอย่างยิ่งว่าสื่อการเรียนรู้ชุดนี้จะมีส่วนช่วยให้การจัดการเรียนรู้ มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อพัฒนาผู้เรียนให้มีคุณภาพทัดเทียมระดับสากลต่อไป

บริษัท แม็คเอดูเคชั่น จำกัด

รหัส 20700-1003

## วิชาศิลปะการให้บริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทฤษฎี 1 ชั่วโมง ปฏิบัติ 2 ชั่วโมง 2 หน่วยกิต

### จุดประสงค์รายวิชา เพื่อให้

1. เข้าใจหลักการของการให้บริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
2. สามารถปฏิบัติงานบริการและแก้ปัญหาเฉพาะหน้า
3. มีเจตคติที่ดีและบุคลิกภาพที่ดีในการให้บริการ

### สมรรถนะรายวิชา

1. แสดงความรู้เกี่ยวกับหลักการ กระบวนการและเทคนิคในการให้บริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
2. ปรับปรุงและพัฒนาบุคลิกภาพของการเป็นผู้ให้บริการที่ดี
3. ให้บริการได้ตามมาตรฐานการบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

### คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาและปฏิบัติเกี่ยวกับหลักการบริการ ความหมาย ความสำคัญ คุณสมบัติและคุณลักษณะที่เหมาะสมของผู้ให้บริการ บุคลิกภาพที่ดีของผู้ให้บริการ พฤติกรรมของผู้ใช้บริการ มนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการทำงานและการปฏิบัติงานบริการ การสื่อสารและการรับโทรศัพท์ ศิลปะการให้บริการ เทคนิคและวิธีการบริการเพื่อความประทับใจ ปัญหาเฉพาะหน้าและการแก้ไขปัญหา ฝึกปฏิบัติการให้บริการและการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า

## ตารางวิเคราะห์สมรรถนะประจำหน่วย

| หน่วยการเรียนรู้ที่ | ชื่อหน่วยการเรียนรู้                      | สมรรถนะประจำหน่วย                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|---------------------|-------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1                   | ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการบริการ          | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. แสดงความรู้เกี่ยวกับความหมายของการบริการ</li> <li>2. อธิบายความสำคัญของการบริการ</li> <li>3. ระบุลักษณะเฉพาะของงานบริการ</li> <li>4. ระบุองค์ประกอบของการบริการ</li> <li>5. จำแนกประเภทของการบริการ</li> </ol>                                                                                            |
| 2                   | คุณสมบัติและคุณลักษณะที่ดีของผู้ให้บริการ | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. แสดงความรู้เกี่ยวกับคุณสมบัติของผู้ให้บริการ</li> <li>2. ระบุคุณลักษณะที่ดีของผู้ให้บริการ</li> <li>3. แสดงคุณลักษณะของการมีทัศนคติที่ดีของผู้ให้บริการ</li> <li>4. แสดงคุณลักษณะของผู้ให้บริการที่มีจิตบริการ</li> <li>5. ปฏิบัติงานบริการด้วยมารยาทและจรรยาบรรณของผู้ให้บริการ</li> </ol>               |
| 3                   | การพัฒนาบุคลิกภาพของผู้ให้บริการ          | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. แสดงความรู้เกี่ยวกับความหมายและความสำคัญของบุคลิกภาพในงานบริการ</li> <li>2. พัฒนาบุคลิกภาพให้เหมาะสมกับงานบริการ</li> <li>3. ระบุลักษณะของบุคลิกภาพที่ดีของผู้ให้บริการ</li> <li>4. แสดงลักษณะของผู้ที่มีมนุษยสัมพันธ์ในการทำงาน</li> <li>5. ระบุวิธีการสร้างมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ใช้บริการ</li> </ol> |
| 4                   | พฤติกรรมของผู้ใช้บริการ                   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. แสดงความรู้เกี่ยวกับความสำคัญของผู้ใช้บริการหรือลูกค้า</li> <li>2. จำแนกประเภทของผู้ใช้บริการหรือลูกค้า</li> <li>3. ระบุความต้องการพื้นฐานของผู้ใช้บริการหรือลูกค้า</li> </ol>                                                                                                                            |

| หน่วย<br>การเรียนรู้ที่ | ชื่อหน่วยการเรียนรู้                        | สมรรถนะประจำหน่วย                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-------------------------|---------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                         |                                             | 4. ระบุความคาดหวังของผู้ใช้บริการหรือลูกค้า<br>5. ระบุพฤติกรรมของผู้ใช้บริการหรือลูกค้า<br>6. ระบุวงจรการให้บริการต่อผู้ใช้บริการหรือลูกค้า                                                                                                                                       |
| 5                       | ศิลปะการให้บริการและการ<br>สร้างความพึงพอใจ | 1. ระบุคุณภาพและมาตรฐานการบริการ<br>2. แสดงความรู้เกี่ยวกับหลักการในการให้บริการ<br>3. ระบุวิธีการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้-<br>บริการ<br>4. ใช้เทคนิคการให้บริการเพื่อสร้างความ<br>ประทับใจ<br>5. ใช้โทรศัพท์เพื่อสื่อสารในงานบริการ                                          |
| 6                       | การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าใน<br>งานบริการ       | 1. แสดงความรู้เกี่ยวกับลักษณะของปัญหา<br>เฉพาะหน้าในงานบริการ<br>2. วิเคราะห์กรณีปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นใน<br>งานบริการ<br>3. ระบุการแก้ไขข้อร้องเรียนและคำตำหนิของ<br>ผู้ใช้บริการ<br>4. รู้และเข้าใจการจัดการรอคอยของผู้ใช้บริการ<br>5. ระบุการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าในงานบริการ |

# สารบัญ

|                                                                        | หน้า      |
|------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>หน่วยการเรียนรู้ที่ 1 ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการบริการ</b>          | <b>1</b>  |
| 1. ความหมายของการบริการ                                                | 2         |
| 2. ความสำคัญของการบริการ                                               | 4         |
| 3. ลักษณะเฉพาะของงานบริการ                                             | 11        |
| 4. องค์ประกอบของการบริการ                                              | 17        |
| 5. ประเภทของธุรกิจบริการ                                               | 18        |
| แบบทดสอบเพื่อประเมินผลหลังการเรียนรู้                                  | 33        |
| <b>หน่วยการเรียนรู้ที่ 2 คุณสมบัติและคุณลักษณะที่ดีของผู้ให้บริการ</b> | <b>37</b> |
| 1. คุณสมบัติของผู้ให้บริการ                                            | 38        |
| 2. คุณสมบัติเฉพาะของผู้ให้บริการตามประเภทธุรกิจ                        | 42        |
| 3. คุณลักษณะที่ดีของผู้ให้บริการ                                       | 47        |
| 4. ทักษะที่ดีของผู้ให้บริการ                                           | 51        |
| 5. จิตบริการของผู้ให้บริการ                                            | 55        |
| 6. มารยาทและจรรยาบรรณของผู้ให้บริการ                                   | 61        |
| แบบทดสอบเพื่อประเมินผลหลังการเรียนรู้                                  | 70        |
| <b>หน่วยการเรียนรู้ที่ 3 การพัฒนาบุคลิกภาพของผู้ให้บริการ</b>          | <b>74</b> |
| 1. ความหมายและความสำคัญของบุคลิกภาพในงานบริการ                         | 75        |
| 2. การพัฒนาบุคลิกภาพของผู้ให้บริการ                                    | 80        |
| 3. ลักษณะของบุคลิกภาพที่ดีของผู้ให้บริการ                              | 87        |
| 4. บุคลิกภาพและมนุษยสัมพันธ์ในการทำงานบริการ                           | 101       |
| 5. การสร้างมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและการสื่อสารกับผู้ให้บริการ              | 107       |
| แบบทดสอบเพื่อประเมินผลหลังการเรียนรู้                                  | 123       |

|                                                                      |            |
|----------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>หน่วยการเรียนรู้ที่ 4 พฤติกรรมของผู้ใช้บริการ</b>                 | <b>127</b> |
| 1. ความหมายและความสำคัญของผู้ใช้บริการหรือลูกค้า                     | 128        |
| 2. ประเภทของผู้ใช้บริการหรือลูกค้า                                   | 131        |
| 3. ความต้องการพื้นฐานของผู้ใช้บริการหรือลูกค้า                       | 137        |
| 4. ความคาดหวังของผู้ใช้บริการหรือลูกค้า                              | 140        |
| 5. พฤติกรรมของผู้ใช้บริการหรือลูกค้า                                 | 143        |
| 6. วงจรการให้บริการต่อผู้ให้บริการหรือลูกค้า                         | 148        |
| <b>แบบทดสอบเพื่อประเมินผลหลังการเรียนรู้</b>                         | <b>159</b> |
| <b>หน่วยการเรียนรู้ที่ 5 ศิลปะการให้บริการและการสร้างความพึงพอใจ</b> | <b>163</b> |
| 1. คุณภาพและมาตรฐานการบริการ                                         | 164        |
| 2. หลักการในการให้บริการ                                             | 176        |
| 3. การสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ให้บริการ                             | 184        |
| 4. เทคนิคการให้บริการเพื่อสร้างความประทับใจ                          | 187        |
| 5. การสื่อสารทางโทรศัพท์ในงานบริการ                                  | 205        |
| <b>แบบทดสอบเพื่อประเมินผลหลังการเรียนรู้</b>                         | <b>216</b> |
| <b>หน่วยการเรียนรู้ที่ 6 การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าในงานบริการ</b>       | <b>220</b> |
| 1. ลักษณะของปัญหาเฉพาะหน้าในงานบริการ                                | 221        |
| 2. ปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นในงานบริการ                              | 223        |
| 3. การแก้ไขปัญหาข้อร้องเรียน                                         | 225        |
| 4. การจัดการรอคอยของผู้ใช้บริการ                                     | 228        |
| 5. การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าในงานบริการ                                 | 230        |
| <b>แบบทดสอบเพื่อประเมินผลหลังการเรียนรู้</b>                         | <b>242</b> |
| <b>บรรณานุกรม</b>                                                    | <b>246</b> |
| <b>ดัชนี</b>                                                         | <b>248</b> |

# ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับ การบริการ

## สาระการเรียนรู้

1. ความหมายของการบริการ
2. ความสำคัญของการบริการ
3. ลักษณะเฉพาะของงานบริการ
4. องค์ประกอบของการบริการ
5. ประเภทของธุรกิจบริการ

## ความรู้พื้นฐาน เกี่ยวกับ การบริการ

## จุดประสงค์การเรียนรู้

1. อธิบายความหมายของการบริการได้
2. อธิบายความสำคัญของการบริการได้
3. อธิบายลักษณะเฉพาะของงานบริการได้
4. ระบุองค์ประกอบของการบริการได้
5. ระบุประเภทของธุรกิจบริการได้

## สมรรถนะประจำหน่วย

1. แสดงความรู้เกี่ยวกับความหมายของการบริการ
2. อธิบายความสำคัญของการบริการ
3. ระบุลักษณะเฉพาะของงานบริการ
4. ระบุองค์ประกอบของการบริการ
5. จำแนกประเภทของการบริการ

## ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการบริการ

ในยุคปัจจุบันการบริการได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์เป็นอันมาก ทั้งในแง่ของการดำรงชีวิตประจำวันและการประกอบธุรกิจ ซึ่งล้วนเกี่ยวข้องกับการบริการจนแทบจะแยกออกจากกันไม่ได้ ทั้งนี้เป็นเพราะการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันมีการแข่งขันสูง มีการชิงความเป็นผู้นำทางการตลาด ลูกค้า และผลกำไร ฉะนั้นแล้วในธุรกิจต่าง ๆ จึงได้นำเอาการบริการมาใช้เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการค้า เพื่อดึงดูดใจลูกค้าให้มาใช้บริการ ซึ่งหมายถึงความพึงพอใจของลูกค้าและผลกำไรที่ตามมา และไม่เพียงแต่การดำเนินงานทางธุรกิจเท่านั้น หน่วยงานภาครัฐเองต่างก็ให้ความสำคัญกับการบริการมากยิ่งขึ้นเช่นกัน โดยในแต่ละส่วนงานได้นำเอาการบริการมาใช้ในการพัฒนาองค์กรไปสู่ระบบการบริการงานคุณภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหน่วยงานที่มีหน้าที่ในการให้บริการประชาชน ทำให้มีผลตอบรับในเชิงบวก คือ ประชาชนมีความพอใจในการติดต่อและรับบริการมากกว่าในอดีตที่ผ่านมา การบริการจึงเป็นสิ่งที่องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนให้ความสำคัญอย่างยิ่งและใช้เป็นเครื่องมือสำหรับการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ให้บริการไปจนถึงทำให้องค์กรได้รับการยอมรับและมีชื่อเสียง

### 1. ความหมายของการบริการ

การบริการหรือในภาษาอังกฤษใช้คำว่า Service นั้น เป็นคำที่รู้จักกันแพร่หลาย โดยเฉพาะในปัจจุบันที่การบริการเป็นส่วนสำคัญของการดำเนินธุรกิจ เป็นเครื่องมือกลยุทธ์สำคัญสำหรับการขายในธุรกิจต่าง ๆ การบริการเกิดขึ้นมานานแต่มักจะแฝงอยู่ร่วมกับตัวสินค้าและยังไม่ได้มีความชัดเจนหรือว่ามีความสำคัญใด ๆ จนเมื่อประมาณ 50 กว่าปีที่ผ่านมา การดำเนินธุรกิจต่าง ๆ มีการแข่งขัน มีการลอกเลียนแบบสินค้า รวมทั้งมีการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีที่ทำให้การผลิตสินค้ามีคุณภาพและราคาไม่แตกต่างกันมากนัก การบริการจึงถูกนำมาใช้เพื่อเป็นเครื่องมือเพิ่มมูลค่าของสินค้า นำมาจูงใจลูกค้าในการตัดสินใจหรือแม้กระทั่งการสร้างภาพลักษณ์และความรักดีของลูกค้า

การบริการเป็นกระบวนการในการที่จะอำนวยความสะดวก ให้ความช่วยเหลือ การนำเสนอและให้ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าให้ลูกค้าหรือผู้ให้บริการได้รับทราบ เพื่อการตัดสินใจเลือกซื้อและใช้สินค้าหรือบริการขององค์กรซึ่งมุ่งหวังให้ผู้ให้บริการเกิดความพึงพอใจในสินค้าและบริการ ทั้งนี้การบริการจะเกิดขึ้นได้ต้องเกี่ยวข้องกับผู้ใช้บริการ สินค้าหรือบริการ ผู้ให้บริการและองค์กร โดยนัยสำคัญการบริการเกี่ยวข้องกับพฤติกรรม กิจกรรมและการกระทำ เป็นการส่งมอบการอำนวยความสะดวกจากผู้ให้บริการไปยังผู้ใช้บริการหรือลูกค้า

บริการ ตามพจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 หมายถึง ปฏิบัติรับใช้ ให้ความสะดวกต่าง ๆ ซึ่งก็คือการกระทำกิจกรรมใด ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลที่มาใช้บริการ การบริการนั้นจะดีหรือไม่ขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของผู้ที่มาใช้บริการ

ในทางวิชาการได้มีผู้ให้ความหมายของคำว่า บริการ (Service) ไว้ดังนี้

ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์ (2551 : 1) กล่าวว่า บริการ หมายถึง สิ่งที่ต้องไม่ได้ แต่สามารถนำมาซื้อขายได้ เช่น บริการบ้านเช่า บริการทางการแพทย์ บริการทางการศึกษา เป็นต้น

ธีรกิตติ นวรัตน์ ณ ออยุธยา (2552 : 6) อ้าง Kotler และ Bloom ที่ให้ความหมายของการบริการว่า “การบริการ คือ กิจกรรมหรือผลประโยชน์ใด ๆ ก็ตามที่บุคคลหนึ่งสามารถเสนอให้อีกบุคคลหนึ่ง ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่อาจจับต้องได้และไม่ทำให้เกิดความเป็นเจ้าของใด ๆ ทั้งสิ้น การผลิตบริการนี้อาจจะเกี่ยวข้องหรือไม่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าก็ได้”

จิตตินันท์ นันทไพบูลย์ (2555 : 12) กล่าวว่า การบริการ (Service) ความหมายโดยทั่วไป คือ การให้ความช่วยเหลือหรือการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่น

ศุภณัฏฐา นันทไพบูลย์ (2556 : 1) ให้ความหมายของการบริการว่าหมายถึง กิจกรรมหรือกระบวนการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคลหรือองค์กร ในอันที่จะสนองตอบความต้องการของบุคคลอื่นตามที่คาดหวังและทำให้เกิดความพึงพอใจต่อสิ่งที่ได้รับ ซึ่งการบริการมีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันเป็นอย่างมาก ทั้งในแง่ของผู้ประกอบการ ผู้บริหาร และผู้ปฏิบัติงานบริการ

สมิต สัชนุกร (2556 : 14) กล่าวว่า การบริการเป็นการปฏิบัติงานที่กระทำหรือติดต่อและเกี่ยวข้องกับผู้ใช้บริการ การให้บุคคลต่าง ๆ ได้ใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง ทั้งด้วยความพยายามใด ๆ ก็ตาม ด้วยวิธีการหลากหลายในการทำให้คนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องได้รับความช่วยเหลือ

อดิศักดิ์ สุวิทวัส (2556 : 37) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง กระบวนการของการปฏิบัติตนเพื่อผู้อื่น เพื่อให้ผู้อื่นพ้นทุกข์และเพื่อให้ผู้อื่นมีความสุข เกิดความพึงพอใจ และจากความหมายของการบริการทำให้เห็นได้ว่าการบริการที่ดีนั้นจะต้องมีกระบวนการหรือวิธีการปฏิบัติที่ทำให้ผู้มารับบริการเกิดความสุขความพึงพอใจ

กตัญญู หิรัญญสมบุรณ์ (2557 : 1) ให้ความหมายว่า การบริการ (Service) คือ กิจกรรมการดำเนินการมุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้บังเกิดความพึงพอใจด้วยการกระทำซึ่งไร้วatson ไม่สามารถจับต้องได้

ค่านาย อภิรัชญาสกุล (2557 : 2) กล่าวว่า บริการ คือ สิ่งสร้างสรรค์เพื่อส่งมอบให้กับลูกค้า เป็นกิจกรรมการกระทำและการปฏิบัติที่ผู้ให้บริการจัดทำขึ้นเพื่อเสนอขายและส่งมอบสู่ผู้รับบริการหรือเป็นกิจกรรมที่จัดทำขึ้นร่วมกันกับการขายสินค้า เพื่อสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการอย่างทันทีทันใด

ดังนั้น เราจะสรุปความหมายของการบริการได้ดังนี้

การบริการ (Service) หมายถึง กิจกรรมหรือกระบวนการที่กระทำโดยบุคคลหรือนิติบุคคล องค์กรธุรกิจ เพื่อก่อให้เกิดอรรถประโยชน์ คุณค่า การช่วยเหลือหรืออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าหรือผู้มารับบริการตามที่ต้องการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการให้เกิดความพึงพอใจ ประทับใจ สามารถจดจำภาพลักษณ์ขององค์กร และเป็นเครื่องมือช่วยให้องค์กรบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายของการดำเนินงานทางธุรกิจได้

## 2. ความสำคัญของการบริการ

การบริการถือเป็นองค์ประกอบหลักสำคัญในการดำเนินงานทั้งในภาคธุรกิจและภาครัฐ มีบทบาทสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกใช้หรือซื้อบริการของลูกค้า การอำนวยความสะดวกในเวลาที่เหมาะสมและได้รับการบริการที่น่าประทับใจจะช่วยให้การขายสินค้าง่ายขึ้น การบริการสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าและการไว้วางใจจนเกิดเป็นความภักดีต่อสินค้า ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าการบริการมีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจเป็นอันมาก

สมิต สัจฉกร (2556 : 20) กล่าวถึงความสำคัญของการบริการใน 2 ด้าน คือ

**1) การบริการที่ดี** จะส่งผลต่อความรู้สึกและทัศนคติของผู้ใช้บริการให้เป็นไปในทางบวก คือ ความชอบ ความพึงพอใจ ดังนี้

- (1) ชื่นชมในตัวผู้ให้บริการ
- (2) มีความนิยมในหน่วยงานที่ให้บริการ
- (3) มีความระลึกถึงและยินดีมาขอรับบริการอีก
- (4) มีความประทับใจ
- (5) มีการแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการ
- (6) มีความภักดีต่อหน่วยงานที่ให้บริการ
- (7) มีการพูดถึงผู้ให้บริการและหน่วยงานในทางที่ดี

**2) การบริการที่ไม่ดี** เมื่อผู้ใช้บริการได้รับการปฏิบัติที่ไม่ดี ซึ่งอาจมาจากเพราะพนักงานขาดทักษะหรือไม่ตระหนักถึงความสำคัญของลูกค้า จะส่งผลให้ผู้ใช้บริการมีความรู้สึก ดังนี้

- (1) มีความผิดหวังและไม่ยินดีมาใช้บริการอีก
- (2) ไม่ศรัทธาในหน่วยงานที่ให้บริการ
- (3) ไม่นิยมในสินค้าหรือบริการของหน่วยงาน
- (4) เกิดความรู้สึกไม่ประทับใจและฝังใจ

(5) บอกกล่าวไปยังผู้อื่นและไม่แนะนำให้มาใช้บริการ

(6) พูดถึงหน่วยงานในด้านที่ไม่ดี ทำให้ชื่อเสียงติดลบและภาพลักษณ์ไม่ดี

ดังนั้น ธุรกิจบริการประเภทต่าง ๆ เช่น ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว นับตั้งแต่บริษัทนำเที่ยว ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจของที่ระลึก ธุรกิจนวดและสปา หรือธุรกิจในประเภทอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการบริการ เช่น ธุรกิจจำหน่ายอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ ธนาคาร ร้านค้าต่างให้ความสำคัญกับการบริการและใช้การบริการในรูปแบบต่าง ๆ สร้างความประทับใจให้กับลูกค้า โดยเฉพาะการบริการที่มุ่งให้เกิดความประทับใจในครั้งแรกที่มาใช้บริการ (First Impression) ของลูกค้า และการที่จะสร้างความประทับใจให้เกิดขึ้นได้ในครั้งแรกนั้นผู้ให้บริการต้องมีบุคลิกภาพที่น่าประทับใจ มีความรู้ ทักษะ ทัศนคติที่ดีต่องาน และที่สำคัญต้องมีจิตบริการ (Service Mind) พร้อมในการปฏิบัติงานอย่างเต็มที่ สามารถให้การต้อนรับและบริการลูกค้าได้เป็นอย่างดี เมื่อการบริการนั้น ๆ สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ ก็จะส่งผลไปถึงความสำเร็จขององค์กรนั้น ๆ เช่นกัน



ภาพที่ 1.1 การบริการเป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจโรงแรม

จึงต้อนรับและบริการด้วยพนักงานที่มีบุคลิกภาพที่น่าประทับใจ  
(ที่มา : จารุวรรณ กะวิเศษ)



ภาพที่ 1.2 ธุรกิจบริการ เช่น ธนาคารให้ความสำคัญกับการบริการผู้ให้บริการ

(ที่มา : <https://board.postjung.com/674978>)

การบริการจึงมีผลต่อความสำเร็จ ชื่อเสียง ภาพลักษณ์ และความไว้วางใจของผู้ใช้บริการ ซึ่งมีหน่วยงานกล่าวถึงความสำคัญของการบริการไว้ต่าง ๆ ดังนี้

ศูนย์พัฒนาทรัพยากรการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม(2556: 1) กล่าวถึงความสำคัญของการบริการใน 2 ประเด็น คือ

1) ความสำคัญต่อผู้ให้บริการ เป็นการตอบสนองความต้องการส่วนบุคคล ช่วยเสริมสร้างคุณภาพชีวิต

2) ความสำคัญต่อผู้ให้บริการ ในด้านการเพิ่มผลกำไรระยะยาวให้กับธุรกิจจะช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของธุรกิจ ลดการเปลี่ยนใจของลูกค้าไปจากธุรกิจ และยังช่วยรักษานักงานให้ปฏิบัติงานกับธุรกิจ อีกทั้งยังช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานบริการมีอาชีพ มีรายได้ และสร้างโอกาสในการเสนอขายสินค้า

ค่านาย อภิปรัชญาสกุล (2557 : 9) กล่าวถึงความสำคัญของการบริการว่า การบริการที่ดีจะเป็นเครื่องมือช่วยให้ผู้ติดต่อกับองค์กรธุรกิจเกิดความเชื่อถือศรัทธา เป็นการสร้างภาพลักษณ์ซึ่งจะมีผลในการจัดซื้อหรือบริการอื่น ๆ ในโอกาสหน้า

ดังนั้น ความสำคัญของการบริการสามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเด็นใหญ่ ๆ ดังนี้

1) **ความสำคัญต่อผู้ให้บริการ** ผู้ที่ปฏิบัติงานบริการหรือพนักงานถือเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญเนื่องจากเป็นผู้ที่ต้องมีปฏิสัมพันธ์กับผู้มาใช้บริการโดยตรง เริ่มตั้งแต่การต้อนรับผู้ที่เข้ามาติดต่อจนกระทั่งการอำลา หรือเมื่อการบริการต่าง ๆ สิ้นสุดลง ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริการจะช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานบริการ

ตระหนักถึงการปฏิบัติตนต่อผู้ใช้บริการด้วยจิตสำนึกของการให้บริการที่ดี (Service Mind) ซึ่งมีความสำคัญในลักษณะดังต่อไปนี้

- (1) รู้เป้าหมายของการให้บริการที่เน้นการตอบสนองความต้องการของลูกค้า และทำให้ลูกค้าที่มาใช้บริการพึงพอใจ
- (2) ทำให้เข้าใจและยอมรับพฤติกรรมของลูกค้าหรือผู้ให้บริการ
- (3) ตระหนักถึงบทบาทและพฤติกรรมในการบริการที่พึงปฏิบัติ แสดงออกด้วยไมตรีจิตและบุคลิกภาพที่ดีต่อผู้ให้บริการเพื่อให้เกิดความประทับใจ
- (4) รู้จักวิเคราะห์ความต้องการของผู้ใช้บริการ วิธีการบริการที่สร้างความประทับใจแก่ผู้ให้บริการ รวมทั้งการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า

นอกจากนี้การบริการยังมีส่วนสำคัญต่อผู้ปฏิบัติงานบริการหรือพนักงานในประเด็นต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

- (1) การบริการสร้างงาน อาชีพ และรายได้แก่ผู้ปฏิบัติงานบริการ โดยเฉพาะในปัจจุบันความต้องการพนักงานบริการสูง เนื่องจากธุรกิจภาคอุตสาหกรรมบริการมีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น จึงส่งผลให้มีความต้องการแรงงานในภาคธุรกิจบริการสูงตามไปด้วย
- (2) สร้างโอกาสในการขายสินค้าหรือสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มจากการให้บริการ การบริการเปรียบเสมือนสัญญาการดูแลลูกค้าให้ได้รับความพอใจสูงสุด ลูกค้าจะเลือกซื้อหรือใช้บริการกับสินค้าที่สามารถไว้วางใจได้นั่นเอง
- (3) สร้างความพึงพอใจและความประทับใจให้กับลูกค้าในการให้บริการ ซึ่งจะก่อให้เกิดความภักดีต่อสินค้าหรือบริการ และเมื่อมีโอกาสดูกค้าจะกลับมาใช้บริการซ้ำ จึงเป็นผลดีต่อองค์กรและผู้ให้บริการ เพราะเมื่อองค์กรมีกำไรจากการดำเนินงานเพราะลูกค้ามาใช้บริการมาก ผลกำไรนั้นจะคืนมาสู่ผู้ปฏิบัติงานบริการ เช่น เมื่อพนักงานขายสามารถขายสินค้าได้มากขึ้นเกินกว่าเป้าหมายก็จะได้รับค่าตอบแทน/ค่านายหน้า/ส่วนแบ่งจากการขาย (Commission) เพิ่ม หรือว่าพนักงานโรงแรมบริการดีมีแขกมาใช้บริการจำนวนมาก ส่งผลทำให้ได้รับค่าบริการ (Service Charge) จากโรงแรมเพิ่มขึ้น เป็นต้น
- (4) สามารถสร้างความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน เพราะงานบริการสามารถฝึกให้เข้าใจถึงความแตกต่างและความต้องการของบุคคลต่าง ๆ ฝึกความอดทน ซึ่งเมื่อปฏิบัติงานบริการ ผู้ให้บริการจะสามารถปรับตัวให้เข้ากับบุคคลต่าง ๆ ได้ ทั้งผู้บริหาร เพื่อนร่วมงาน และผู้ให้บริการ เป็นการแสดงถึงการมีวุฒิภาวะทางอารมณ์ (E.Q.) ที่เหมาะสม สามารถพัฒนาตนเองไปสู่ตำแหน่งงานที่สูงขึ้นได้

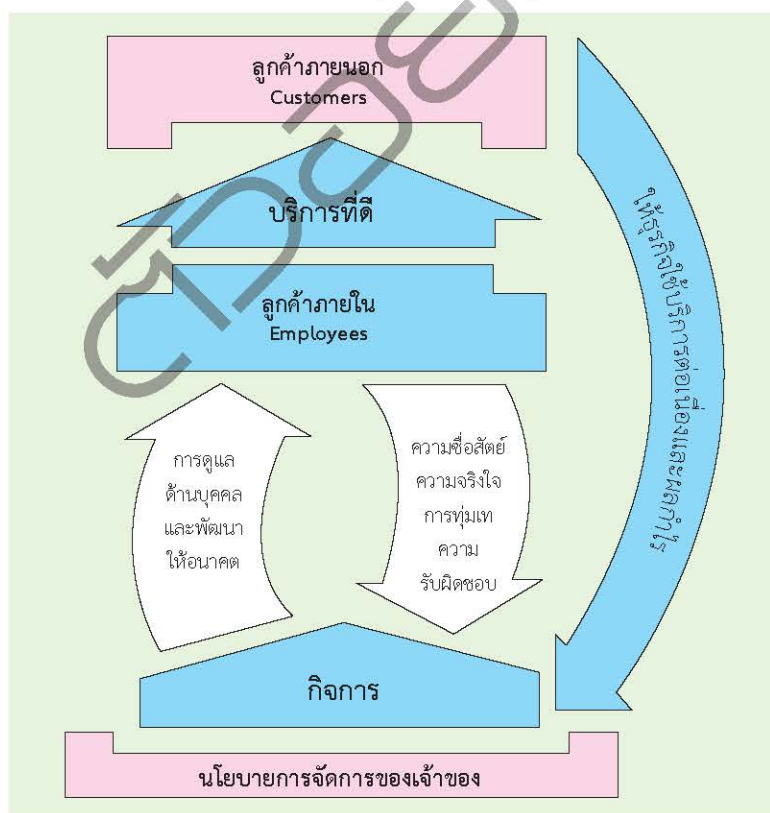
**2) ความสำคัญต่อผู้ประกอบการ** ผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าและบริการต่างตระหนักถึงความสำคัญของการบริการและใช้การบริการเป็นกลยุทธ์ในการแข่งขันทางการตลาด สามารถสร้างความเป็นเลิศในการดำเนินงานและให้บริการด้วยคุณภาพในลักษณะดังนี้

(1) ตระหนักถึงความสำคัญของลูกค้าหรือผู้ให้บริการเป็นอันดับแรก รู้จักสำรวจความต้องการหรือความคาดหวังของลูกค้าในการเลือกซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ เพื่อนำข้อมูลมาใช้วางแผนและปรับปรุงการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสม

(2) เข้าใจการบริการ สามารถใช้เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพ การสร้างเอกลักษณ์ในการบริการที่ประทับใจ การบริหารองค์การที่มีประสิทธิภาพ และการใช้เทคโนโลยีการบริการที่ทันสมัย

(3) สามารถวิเคราะห์ปัญหา ข้อบกพร่อง และแนวโน้มของการบริการเพื่อการปรับปรุงแก้ไข และกำหนดทิศทางของการบริการที่ตลาดต้องการได้

(4) เห็นความสำคัญของบุคลากรหรือผู้ปฏิบัติงานบริการ ซึ่งเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าด้วยการสนับสนุนและพัฒนาศักยภาพ ทั้งในด้านความรู้และทักษะในการให้บริการที่มีคุณภาพ เพราะพนักงาน (Employee) เปรียบเสมือนลูกค้าภายในที่องค์กรต้องให้ความสำคัญ การมีระบบสวัสดิการที่ดีแก่พนักงานจะส่งผลถึงจิตใจ เป็นการเพิ่มขวัญและกำลังใจในการทำงาน ทำให้สามารถปฏิบัติงานหรือส่งมอบการบริการที่ดีให้กับผู้ให้บริการคือลูกค้าภายนอกได้



ภาพที่ 1.3 แผนภาพความสำคัญของลูกค้าภายใน (Employees)

(ที่มา : จารุวรรณ กะวิเศษ)

**3) ความสำคัญต่อผู้ใช้บริการ** ลูกค้าจำเป็นที่จะต้องเรียนรู้บทบาทและความเป็นไปได้ของการใช้บริการที่เหมาะสม ซึ่งจะช่วยให้ผู้ใช้บริการเข้าใจกระบวนการบริการ และสามารถคาดหวังการบริการที่จะได้รับ รวมทั้งข้อจำกัดในการบริการ อีกทั้งยังช่วยให้เข้าใจในพฤติกรรมของผู้ให้บริการซึ่งควรแสดงออกด้วยความสุภาพในการขอรับบริการและแจ้งเจตนา ระบุความต้องการที่ชัดเจนต่อผู้ให้บริการ พร้อมทั้งแสดงออกอย่างเหมาะสม เป็นการขอบคุณที่มีผู้ให้บริการหรืออำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ให้ และเนื่องจากผู้ใช้บริการเป็นบุคคลที่มีบทบาทและความสำคัญมากที่สุดในวงจรของการบริการ ดังนั้นผู้ใช้บริการพึงได้รับประโยชน์ต่าง ๆ จากการบริการ ดังนี้

(1) ความสะดวกสบาย ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังที่จะได้รับการอำนวยความสะดวกในการใช้บริการต่าง ๆ โดยมีผู้ดำเนินการแทน และได้รับการดูแลจากผู้ให้บริการโดยจ่ายค่าใช้จ่ายเป็นการตอบแทนให้กับผู้ให้บริการ

(2) ความรวดเร็วในการดำเนินงาน ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มักมีความคาดหวังหรือต้องการให้ภารกิจของตนได้รับการตอบสนองและมีความสำเร็จโดยเร็ว ซึ่งผู้ใช้บริการควรระบุความต้องการที่ชัดเจนต่อผู้ให้บริการ เพื่อให้การบริการนั้น ๆ สำเร็จตามวัตถุประสงค์

(3) ประสิทธิภาพของงาน ความถูกต้องและสวยงาม โดยคาดหวังว่าผู้ให้บริการจะต้องมีความชำนาญและทักษะที่สามารถจัดหรือทำงานให้ได้เป็นอย่างดี เช่น การจัดดอกไม้ การตัดเย็บเสื้อผ้า การออกแบบตกแต่งบ้าน การแกะสลัก เป็นต้น

(4) ลดขั้นตอนที่ยุ่งยาก เพราะหน่วยงานที่เป็นผู้ให้บริการมักมีความชำนาญโดยตรงในการดำเนินงาน จึงสามารถให้บริการหรืออำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการได้เป็นอย่างดี เช่น การดำเนินงานขอวีซ่าและตรวจลงตราโดยผ่านบริการของบริษัทตัวแทนท่องเที่ยว ตัวแทนการจำหน่ายหรือสำรองตั๋วของบริษัทนำเที่ยว หรือการจัดงานเลี้ยงที่โรงแรมเป็นผู้จัดให้กับลูกค้า เป็นต้น การได้รับการอำนวยความสะดวกจะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและใช้บริการต่อไป

(5) ความภาคภูมิใจในการที่มีผู้ให้บริการให้ความสำคัญ การที่มีผู้ให้บริการคอยช่วยเหลืออำนวยความสะดวก ดูแลงานต่าง ๆ บรรลุวัตถุประสงค์ เปรียบเสมือนเป็นบุคคลที่มีความสำคัญ เมื่อได้รับการปฏิบัติหรือบริการที่ดีก็ก่อให้เกิดความพึงพอใจและภาคภูมิใจในตนเอง

ความสำคัญของการให้บริการสรุปได้ดังนี้

**1) สร้างความประทับใจ** การทำให้ลูกค้าพึงพอใจตั้งแต่การพบครั้งแรกมีส่วนสำคัญที่ทำให้งานประสบความสำเร็จหรือง่ายต่อการดำเนินงาน สามารถทำได้ด้วยการมีบุคลิกภาพที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส ใช้การทักทายที่สุภาพและให้เกียรติ การต้อนรับที่ดีจะสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจได้ตั้งแต่ครั้งแรกที่รับบริการ เรียกว่า ความประทับใจครั้งแรก (First Impression)



**2) ประสิทธิภาพสำเร็จ** เมื่อการบริการสามารถสร้างความประทับใจและความพึงพอใจได้ จะทำให้ความรู้สึกด้านอื่น ๆ ต่อองค์กรดีตามไปด้วย และโดยปกติถ้าลูกค้าเกิดความประทับใจแล้วมักจะกลับมาใช้บริการซ้ำในครั้งต่อไป

**3) ส่งเสริมการขายสินค้าหรือบริการ** การบริการที่ดีจะดึงดูดความสนใจลูกค้าและง่ายต่อการส่งเสริมการขายหรือบริการขององค์กร

**4) สร้างผลกำไรให้องค์กร** การบริการถือเป็นสินค้าขององค์กรที่มีมูลค่า เพราะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า ทำให้ลูกค้ามาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง และช่วยทำให้องค์กรมีรายได้และผลกำไรจากการดำเนินงาน

**5) สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้ผู้ให้บริการและองค์กร** การบริการที่ดีสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร เป็นที่ยอมรับและไว้วางใจของลูกค้า

**6) สร้างชื่อเสียงให้องค์กร** การบริการที่ดีจะช่วยทำให้องค์กรมีชื่อเสียง และเป็นผู้นำทางธุรกิจ ยกตัวอย่างเช่น บริษัท อีเกีย ซึ่งเป็นบริษัทจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์จากประเทศสวีเดนที่สามารถสร้างชื่อเสียงให้กับบริษัทได้เพราะสามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างประทับใจ สร้างความแตกต่างจากคู่แข่งจนทำให้สามารถขยายธุรกิจไปทั่วโลก

**7) ลูกค้าจงรักภักดีต่อองค์กร** ความประทับใจในการรับบริการจะทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ดี จนอยากจะสนับสนุนองค์กรต่อไป และเมื่อลูกค้ามีความรู้สึกที่ดี มีความมั่นใจในองค์กร เกิดความไว้วางใจในการใช้สินค้าและบริการ ลูกค้าส่วนหนึ่งก็จะมีพฤติกรรมในการซื้อสินค้าแบบจงรักภักดี ทำให้องค์กรมีลูกค้าประจำเกิดขึ้น

**8) สร้างโอกาสในการแสวงหาลูกค้าใหม่** เหตุผลของการสร้างความประทับใจให้เกิดขึ้นกับลูกค้าที่ดีอีกประการหนึ่ง คือ เมื่อลูกค้ารู้สึกพึงพอใจ ประทับใจ มักจะบอกต่อกับบุคคลอื่น ๆ ที่อยู่ใกล้ชิด ทั้งบุคคลในครอบครัว ญาติ หรือเพื่อน ทำให้องค์กรมีลูกค้าเพิ่มขึ้นจากการบอกต่อโดยไม่ต้องลงทุน

**9) สร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง** ถึงแม้ว่าทุกองค์กรจะมีการบริการเป็นส่วนหนึ่งของสินค้าที่เสนอขายแก่ลูกค้า แต่การสร้างเอกลักษณ์ของตนเองโดยใช้การบริการด้วยวิธีการที่แตกต่างหรือมีรูปแบบการบริการที่มีลักษณะเฉพาะตนก็จะสามารถสร้างความจดจำและดึงดูดความสนใจของลูกค้าได้เช่นเดียวกัน สิ่งสำคัญในการสร้างความแตกต่าง คือ การหากลยุทธ์หรือวิธีการที่แปลกใหม่แต่อยู่บนพื้นฐานของความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก จะทำให้ลูกค้าเลือกใช้สินค้าหรือบริการขององค์กร

### 3. ลักษณะเฉพาะของงานบริการ

สินค้าบริการมีรูปแบบและลักษณะที่แตกต่างจากสินค้าทั่วไป ผู้ปฏิบัติงานและผู้ที่เกี่ยวข้องควรทำความเข้าใจถึงลักษณะของงานบริการ เพื่อช่วยให้ผู้บริการสามารถปรับตัวและเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานบริการได้ดียิ่งขึ้น รวมทั้งองค์กรหรือผู้บริหารจะได้นำการบริการนั้นไปใช้ให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ ซึ่งลักษณะของการบริการอาจพิจารณาได้ดังนี้

- 1) เป็นพฤติกรรมของบุคคลที่แสดงออกต่อผู้อื่น การบริการจะมีการแสดงออกในลักษณะของ สีหน้า แววตา กิริยาท่าทาง คำพูดและน้ำเสียง
  - 2) เป็นการกระทำที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์และความรู้สึกนึกคิด จิตใจ ความเชื่อ และค่านิยม ทั้งผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ การบริการจะเป็นเช่นไรขึ้นอยู่กับความคิดความรู้สึกของผู้ให้บริการ ถ้าเป็นความรู้สึกนึกคิดและจิตใจที่ดีก็ย่อมจะมีผลต่อการบริการที่ดีตามไปด้วย ในทางกลับกัน ถ้าผู้ให้บริการอยู่ในอารมณ์ที่ดี มีความเชื่อที่ดี ก็จะรู้สึกมีความสุขและความพึงพอใจในการรับบริการด้วยเช่นเดียวกัน
  - 3) การบริการเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับคน บุคคลที่เกี่ยวข้องและรับประโยชน์จากการบริการ มี 3 กลุ่มด้วยกัน คือ ผู้ใช้บริการหรือลูกค้า ผู้ให้บริการ และองค์กร ที่ต่างก็ได้รับประโยชน์จากการบริการ ซึ่งมีรูปแบบหลากหลายตามแต่ลักษณะของสินค้าหรือบริการ ได้มีผู้กล่าวถึงลักษณะงานบริการไว้ดังนี้
- คำนาย อภิปรัชญาสกุล (2557 : 6) ได้กล่าวถึงลักษณะของการบริการว่ามีคุณลักษณะแตกต่างกับสินค้าทั่วไป โดยมีลักษณะสำคัญ ดังนี้

**1) ความไว้วางใจ (Trust)** การบริการเป็นกิจกรรมหรือการกระทำที่ผู้ให้บริการปฏิบัติต่อผู้บริการในขณะที่กระบวนการบริการเกิดขึ้น ผู้บริการไม่ทราบล่วงหน้าว่าจะได้รับการปฏิบัติเช่นไร ดังนั้นการตัดสินใจซื้อบริการจึงเป็นสิ่งที่ต้องเกิดจากความไว้วางใจ ซึ่งต่างจากสินค้าที่สามารถเห็นรูปลักษณะหรือเลือกคุณภาพได้

**2) เป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ (Intangibility)** การบริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้และไม่อาจสัมผัสได้ก่อนซื้อ ดังนั้นการตัดสินใจซื้อบริการต้องอาศัยความคิดเห็น เจตคติ และประสบการณ์เดิมที่ได้รับจากการตัดสินใจซื้อบริการนั้นในครั้งก่อน

**3) ลักษณะที่แบ่งแยกออกจากกันไม่ได้ (Inseparability)** การบริการไม่สามารถแยกตัวบุคคลหรืออุปกรณ์ที่ทำหน้าที่ให้บริการได้ การผลิต การบริโภค และการบริการเกิดขึ้นในเวลาเดียวกัน

**4) ลักษณะที่แตกต่างไม่คงที่ (Heterogeneity)** การบริการมีลักษณะไม่คงที่ และไม่สามารถกำหนดมาตรฐานที่แน่นอนได้ ขึ้นอยู่กับรูปแบบของผู้ให้บริการซึ่งมีวิธีการเป็นลักษณะเฉพาะของแต่ละแห่ง รวมทั้งช่วงเวลาของการบริการและสภาพแวดล้อมขณะบริการ

**5) ลักษณะที่ไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ (Perish Ability)** เมื่อไม่มีความต้องการใช้บริการ จะเกิดเป็นความสูญเปล่าที่ไม่อาจเรียกกลับคืนมาใช้ประโยชน์ใหม่ได้ การบริการจึงมีการสูญเสียค่อนข้างสูงซึ่งความต้องการใช้บริการในแต่ละช่วงเวลามีความไม่แน่นอน



ภาพที่ 1.4 ที่นั่งว่างบนเครื่องบินแสดงลักษณะความสูญเสียที่ไม่อาจเก็บมูลค่าไว้ได้  
(ที่มา : <http://c1.staticflickr.com>)

**6) ลักษณะที่ไม่สามารถแสดงความเป็นเจ้าของได้ (Non-ownership)** บริการมีลักษณะที่ไม่สามารถครอบครองความเป็นเจ้าของ จะสัมผัสและใช้บริการเมื่อมีการซื้อแล้วตอบสนองในขณะนั้น ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2553 : 27) ได้กล่าวถึงการบริการว่ามีลักษณะเฉพาะ 5 ประการ ดังนี้

**1) ความไม่มีตัวตน (Intangibility)** บริการไม่สามารถมองเห็นหรือจับต้องได้ สัมผัสได้ (Abstract) โดยใช้ประสาทสัมผัสทั้งห้า ไม่ว่าจะเป็นตา หู จมูก ลิ้น ผิวหนัง และไม่สามารถแบ่งแยกเป็นชิ้นเหมือนสินค้าได้ เช่น หากจะซื้อน้ำหอม ผู้ซื้อย่อมจับขวดน้ำหอมมาทดลองฉีด ดมกลิ่น หรือซื้อเป็นขวดแต่ไม่สามารถแยกส่วนได้

**2) ความแยกจากกันไม่ได้ระหว่างผู้ให้บริการและลูกค้าผู้ใช้บริการ (Inseparability)** ในช่วงเวลาการให้บริการนั้น เช่น บริการนวดไทย ผู้นวดและลูกค้าจะต้องอยู่พร้อมกัน ณ สถานที่ที่ให้บริการ ในการตรวจรักษา แพทย์และคนไข้จะต้องอยู่ที่เดียวกัน ทั้งสองฝ่ายไม่สามารถแยกจากกันได้ ในช่วงเวลาที่ให้บริการนั้น

**3) การเก็บรักษาไม่ได้ (Perish Ability)** การบริการต้องอาศัยบุคคลในการให้บริการเป็นสำคัญ หากไม่มีลูกค้ามาใช้บริการในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง พนักงานที่ให้บริการก็จะว่างงาน (Idle) เกิดการสูญเสียค่าใช้จ่ายในด้านแรงงานโดยเปล่าประโยชน์ ไม่ก่อให้เกิดรายได้ใด ๆ

**4) ความต้องการที่ไม่แน่นอน (Fluctuating Demand)** ความต้องการใช้บริการของลูกค้าขึ้นลงอยู่เสมอ จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการจะมากหรือน้อยต่างกันขึ้นอยู่กับช่วงเวลาในแต่ละวัน หรือวันในต้นสัปดาห์หรือท้ายสัปดาห์ รวมทั้งฤดูกาล เช่น การบริการของธนาคาร ช่วงพักกลางวันจะมีลูกค้ามาใช้บริการมากกว่าช่วงบ่าย การบริการของสายการบิน ความต้องการขึ้นอยู่กับช่วงเวลา เป็นต้น

**5) ความแตกต่างของการบริการในแต่ละครั้ง (Variability or Heterogeneity)** เนื่องจากบริการต้องอาศัยคนหรือพนักงานในการให้บริการเป็นส่วนใหญ่ (Labor Intensive) คุณภาพของการบริการแต่ละครั้งเกี่ยวข้องกับร่างกาย จิตใจ และอารมณ์ของผู้ให้บริการ หรือแม้แต่จิตใจและอารมณ์ของผู้ใช้บริการต่างส่งผลต่อความรู้สึกพึงพอใจ การบริการแต่ละครั้งจึงมีผลลัพธ์แตกต่างกัน

จากแนวคิดด้านลักษณะเฉพาะของงานบริการ สามารถสรุปลักษณะเฉพาะของงานบริการได้ดังนี้

**3.1 ความไว้วางใจ (Trust)** เนื่องจากในการบริการแต่ละครั้ง ผู้ใช้บริการหรือลูกค้าจะไม่ทราบล่วงหน้าว่าจะได้รับการปฏิบัติเช่นไร ดีหรือไม่ดีอย่างไร ดังนั้นเมื่อลูกค้าจะใช้บริการ ลูกค้าต้องมีความไว้วางใจก่อนการรับบริการ แต่หากลูกค้ายังไม่เคยมีประสบการณ์ในการใช้บริการก็ไม่สามารถเกิดความรู้สึกไว้วางใจได้ ผู้ให้บริการจึงต้องสร้างความไว้วางใจจากการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี การนำเสนอสินค้าหรือบริการที่ทำให้ลูกค้ามีความคาดหวังว่าจะได้รับสินค้าหรือบริการที่ดี



ภาพที่ 1.5 ความไว้วางใจและภาพลักษณ์ที่ดีทำให้ลูกค้าคาดหวังที่จะได้รับบริการที่ดี  
(ที่มา : [www.serenadelifeclinic.com](http://www.serenadelifeclinic.com), <http://www.viriyah.co.th>)

**3.2 จับต้องไม่ได้ (Intangibility)** หมายถึง การบริการนั้นใช้ความรู้สึกในการสัมผัสถึงการบริการ กระบวนการบริการไม่สามารถมองและไม่สามารถสัมผัสได้ การรับบริการหรือการซื้อเกิดขึ้นในขณะนั้น ๆ และได้รับผลคือความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบ คุ่มค่าหรือไม่คุ้มค่า ประทับใจหรือไม่ประทับใจ



ภาพที่ 1.6 ลักษณะจับต้องไม่ได้เป็นการรู้สึกของผู้ใช้บริการขณะรับบริการ  
(ที่มา : [www.glowclinicthai.com](http://www.glowclinicthai.com))

**3.3 แยกแยกออกจากกันไม่ได้ (Inseparability)** คือ การบริการเกิดขึ้นในขณะที่ผู้ให้บริการอำนวยความสะดวกหรือปฏิบัติต่อผู้ให้บริการ จะไม่สามารถแยกตัวบุคคลหรืออุปกรณ์ที่ใช้ในการให้บริการได้ บริการถือว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่เกิดขึ้นในขณะที่บริโภค เช่น การตัดผม เสริมสวย การนวด หรือการจองตั๋วเครื่องบิน เป็นต้น



ภาพที่ 1.7 ลักษณะแยกแยกออกจากกันไม่ได้ของธุรกิจบริการ  
(ที่มา : <https://stylecaster.com/beauty/signs-of-bad-hairdresser/>)

**3.4 คุณภาพไม่คงที่ (Heterogeneity)** หมายถึง การบริการแต่ละครั้งมีลักษณะไม่คงที่ขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการ ประสบการณ์ของผู้ให้บริการ สถานการณ์ สิ่งแวดล้อมขณะที่บริการ อารมณ์ ความรู้สึก และทัศนคติของผู้ใช้บริการแต่ละคน ซึ่งมีพื้นฐานอุปนิสัย ประสบการณ์มาจากสังคมและวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ดังนั้นเมื่อรับบริการอาจมีความประทับใจและความพึงพอใจแตกต่างกันไป

# หนังสือเรียนอาชีวศึกษา

หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) พุทธศักราช 2562

## สื่อการเรียนรู้แบบบูรณาการความรู้ สมรรถนะ และกิจกรรมในการทำงาน

เนื้อหาดี มีคุณภาพ ตรงตามจุดประสงค์รายวิชา สมรรถนะรายวิชา และคำอธิบายรายวิชาของหลักสูตร  
มุ่งเน้นกิจกรรมตามสมรรถนะวิชาชีพให้แก่ผู้เรียน และใบช่วยสอนโดยเน้นกระบวนการเรียนรู้ที่สำคัญ :-



Project-based Learning



Thinking Skills



Green Technology



Creative Economic



MAC iLink



หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง



มีแผนการจัดการเรียนรู้ที่ทันสมัย สะดวก และปรับได้  
สำหรับผู้สอนใช้เป็นแนวทางในการจัดการเรียนรู้

- หนังสือ ☐ 1 สัปดาห์ จำนวน ..... หน้า
- ☐ 2 สัปดาห์ จำนวน ..... หน้า
- ☒ 4 สัปดาห์ จำนวน 256 หน้า
- กระดาษ ปอนด์
- ความหนา กระดาษปก 210 แกรม
- กระดาษเนื้อใน 70 แกรม

ศิลปะการให้บริการ  
ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว



3407111100

**MAC** | MACEDUCATION

[www.MACeducation.com](http://www.MACeducation.com)



9 786163 450234

ราคา 121 บาท