



คู่มือการให้บริการที่เป็นเลิศ



กองบริหารงานบุคคล สำนักงานอธิการบดี
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

คำนำ

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ เป็นสถาบันการศึกษาที่ดำเนินการจัดการศึกษาในระดับอุดมศึกษา และให้บริการวิชาการแก่ท้องถิ่น ประชาชน รวมถึงพัฒนางานด้านวิชาการเพื่อแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ในสังคม โดยสนับสนุนและส่งเสริมให้บุคลากรได้พัฒนากระบวนการทำงานและวิธีการดำเนินงานให้ทันสมัย ทั้งนี้ หน่วยงานสนับสนุนถือเป็นหน่วยงานที่สำคัญในการสนับสนุนการดำเนินการของมหาวิทยาลัย และให้บริการกับบุคลากร นักศึกษา รวมถึงผู้มาติดต่อราชการในมหาวิทยาลัย ซึ่งถือเป็นการปฏิบัติภารกิจที่สำคัญในการให้บริการและภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยต่อผู้ใช้บริการ เพื่อให้การให้บริการของส่วนราชการต่าง ๆ กับบุคลากร นักศึกษา ผู้มาติดต่อราชการในมหาวิทยาลัย รวมถึงการสร้างวัฒนธรรมองค์กรและภาพลักษณ์ที่ดีของมหาวิทยาลัย จึงจัดทำคู่มือการให้บริการที่เป็นเลิศ เพื่อให้ส่วนราชการในมหาวิทยาลัย และผู้สนใจศึกษาได้นำไปใช้ประโยชน์ต่อไป หากมีข้อผิดพลาดประการใดคณะผู้จัดทำต้องขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

กอบบริหารงานบุคคล สำนักงานอธิการบดี
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
ส่วนที่ ๑ บทนำ	๑
- วัตถุประสงค์	๑
ส่วนที่ ๒ การบริการที่เป็นเลิศ	๒
- ความหมายของการบริการ	๒
- ความสำคัญของการบริการ	๔
- องค์ประกอบของระบบบริการ	๕
- ลักษณะของการให้บริการ	๕
- การเป็นผู้ให้บริการที่เป็นเลิศ	๖
- เทคนิคการให้บริการที่ดี	๗
- การสร้างความประทับใจในการให้บริการ	๘
- ลักษณะเฉพาะของงานบริการ	๙
- การปฏิบัติตนในการให้บริการ	๙
- การมีหัวใจบริการ	๑๐
- หลักการสำคัญในการมีหัวใจบริการ	๑๑
- มนุษย์สัมพันธ์-หลักการบริการด้วยหัวใจ	๑๒
- แนวทางการสร้างมนุษยสัมพันธ์สัมพันธ์ที่ดีในการให้บริการ	๑๓
- ข้อควรคำนึงเกี่ยวกับการให้บริการ	๑๔
- ข้อควรระวังในการให้บริการ	๑๔
ส่วนที่ ๓ บทสรุป	๑๗
เอกสารอ้างอิง	๑๙

ส่วนที่ ๑ บทนำ

คำว่า Service Mind นั้น ได้มีการพูดกันมาหลายปีทั้งในประเทศและต่างประเทศ การบริหารที่ดี ผู้ให้บริการต้องมีจิตใจในการให้บริการ คือ ต้องมีจิตใจหรือ มีใจรัก มีความเต็มใจในการบริการ การทำงานโดยมีใจรักจะแสดงออกมาทางกาย โดยการทำงานด้วยความ ยิ้มแย้ม แจ่มใส มีอารมณ์รื่นเริง และควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ไม่ขึ้นเสียงกับประชาชนหรือผู้มารับบริการ ยุคโลกาภิวัตน์หน่วยงาน หรือองค์กรต่างมุ่งแข่งขันเพื่อแย่งชิงลูกค้า ใครมีลูกค้ามาก และลูกค้าพึงพอใจ ก็จะมีลูกค้าติดตามใช้บริการ แต่ในทางตรงกันข้าม ถ้าหากลูกค้ามาใช้บริการแล้วไม่พึงพอใจ ก็จะไปหาแหล่งการให้บริการใหม่ และยังคงต่อไปยังคนอื่นด้วยความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจต่อการให้บริการจึงมีผลกระทบต่อหน่วยงาน หน่วยงานจึงพัฒนาวิธีการให้บริการอย่างเต็มที่ต่อลูกค้าในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจ การให้บริการจึงเป็นหัวใจของการดำเนินงานในปัจจุบันในทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ ลูกค้าจะเลือกแหล่งการให้บริการที่ดีกว่าเสมอ แหล่งให้บริการจึงต้องพัฒนาการให้บริการอย่างดีที่สุด ดังนั้น จึงเห็นได้ชัดว่าบุคลากรในหน่วยงานไม่ว่าของรัฐและเอกชนมีการตื่นตัวในการให้บริการกันอย่างกว้างขวาง หากกลยุทธ์ต่าง ๆ มาให้บริการ และถือหลักการการให้บริการที่ดีต่อทุกคนที่มาใช้บริการ คือ ปัจจัยความสำเร็จโดยปลูกฝังให้ทุกคนในองค์กรมีหัวใจบริการ (Service Mind) เป็นหลักยึดสำหรับสร้างความตระหนักให้เกิดขึ้นในจิตใจของผู้ให้บริการทุกคน

วัตถุประสงค์

๑. เพื่อให้หน่วยงานมีการจัดทำคู่มือหลักการการให้บริการที่ดีที่ชัดเจน อย่างเป็นลายลักษณ์อักษร และสร้างมาตรฐานการปฏิบัติงานที่มุ่งไปสู่การบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ เกิดผลงานที่ได้มาตรฐานเป็นไปตามเป้าหมาย ได้ผลิตผลหรือการบริการที่มีคุณภาพ และบรรลุข้อกำหนดที่สำคัญของกระบวนการ

๒. เพื่อเป็นหลักฐานแสดงวิธีการปฏิบัติงานที่สามารถถ่ายทอดให้กับบุคลากรภายในมหาวิทยาลัยและหน่วยงานอื่นๆ และใช้ประกอบการประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคลากร รวมทั้งแสดงหรือเผยแพร่ให้กับบุคคลภายนอกหรือผู้ให้บริการ ให้สามารถเข้าใจและใช้ประโยชน์จากกระบวนการที่มีอยู่โดยตรงกับความต้องการ

๓. เพื่อจัดการความรู้ที่มีอยู่ในมหาวิทยาลัยอย่างเป็นรูปธรรม และพัฒนาให้เกิดความต่อเนื่องอย่างถาวร

ส่วนที่ ๒ การบริการที่เป็นเลิศ

ความหมายของการบริการ

การบริการ (Services) หมายถึง การกระทำกิจกรรมใดๆ ด้วยร่างกายเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่น ซึ่งเกี่ยวข้องกับการอำนวยความสะดวก ความสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการได้ ซึ่งการกระทำด้วยร่างกาย : คือการแสดงออกด้วยการแต่งกาย ปฏิบัติการ กิริยา ท่าทางและวิธีการพูดจา ซึ่งการบริการสามารถแสดงออกเป็น ๒ รูปแบบ คือ

๑. ขั้นตอนการให้บริการ เป็นการปฏิบัติตามขั้นตอน และเทคนิค ของวิธีปฏิบัติที่ถูกต้องเหมาะสม เพื่อให้ผู้รับบริการ ได้ประโยชน์ตรงตามความต้องการมากที่สุด

๒. พฤติกรรมการบริการ เป็นการแสดงออกด้านการแต่งกาย สีหน้า แววตา กิริยา ท่าทาง และการพูดจา ซึ่งพฤติกรรมที่ดีเยี่ยมสร้างความสุข ให้เกิดขึ้นกับผู้บริการได้เป็นอย่างดีได้แก่การแต่งกายที่สุภาพ สะอาด เรียบร้อย สีหน้าและแววตาที่ยิ้มแย้ม แจ่มใส อ่อนโยน กิริยาท่าทางที่ สุภาพ อ่อนน้อมการพูดจาด้วยน้ำเสียงที่นุ่มนวล สุภาพ ชัดเจน ให้เกียรติมีหางเสียง

จากความหมายที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นว่าการบริการจะเกี่ยวข้องกับบุคคล ๒ ฝ่าย คือ ผู้ให้บริการ และผู้รับบริการ

ผู้ให้บริการ : ผู้ให้บริการ หมายถึง ผู้ปฏิบัติการให้ความช่วยเหลือต่อบุคคลอื่นที่ร้องขอความช่วยเหลือหรือแสดงความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่ง

ผู้รับบริการ : ผู้รับบริการ หมายถึง ผู้ที่แจ้งความประสงค์หรือ ความต้องการเพื่อให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งตอบสนองตามความต้องการของตนเองและตนเองรู้สึกพอใจ ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๒๕ ได้ให้ความหมาย ดังนี้

“การ” หมายถึง งาน สิ่ง หรือเรื่องที่ทำ

“บริการ” หมายถึง ปฏิบัติรับใช้หรือให้ความสะดวกต่างๆ

ดังนั้น “การบริการ” จึงหมายถึง งานที่ปฏิบัติรับใช้หรือ งานที่ให้ความสะดวกต่างๆ (ราชบัณฑิตยสถาน, ๒๕๓๙)

คำว่า “การบริการ” ตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Service” ในความหมายที่ว่าเป็นการกระทำที่เปี่ยมไปด้วยความช่วยเหลือ การให้ความช่วยเหลือ การดำเนินการที่เป็นประโยชน์ (จิตตินันท์ เดชะคุปต์, ๒๕๔๐. หน้า ๖)

“การบริการ” เป็นสิ่งที่จับ สัมผัส และต้องได้ยาก และเป็นสิ่งที่เสื่อมสูญสลายไปได้ง่าย บริการจะได้รับการทำขึ้น (โดยจากบริการ) และส่งมอบสู่ผู้รับบริการ (ลูกค้า) เพื่อใช้สอยบริการนั้นๆ โดยทันทีหรือในเวลาเกือบจะทันทีทันทีที่มีการให้บริการนั้น (วิระพงษ์ เฉลิมวิระรัตน์, ๒๕๔๒. หน้า ๗)

“การบริการ” ไม่ใช่สิ่งที่มีตัวตน แต่เป็นกระบวนการหรือกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้น จากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่ต้องการใช้บริการ (ผู้บริโภค/ลูกค้า/ผู้รับบริการ) กับ ผู้ให้บริการ (เจ้าของกิจการ/พนักงานงานบริการ/ระบบการจัดการบริการ) หรือในทางกลับกัน ระหว่างผู้ให้บริการกับผู้รับบริการ ในอันที่จะตอบสนองความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่ง ให้บรรลุผลสำเร็จ ความแตกต่างระหว่างสินค้าและการบริการ ต่างก็ก่อให้เกิดประโยชน์และความพึงพอใจแก่ลูกค้าที่มาซื้อ โดยที่ธุรกิจบริการจะมุ่งเน้นการกระทำที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า อันนำไปสู่ความพึงพอใจที่ได้รับบริการนั้น ในขณะที่ธุรกิจทั่วไป มุ่งขายสินค้าที่ลูกค้าชอบและทำให้เกิดความพึงพอใจที่ได้เป็นเจ้าของสินค้านั้น (จิตตินันท์ เดชะคุปต์, ๒๕๔๙. หน้า ๗)

“การบริการ” หมายถึง กิจกรรมประโยชน์หรือความพอใจซึ่งได้เสนอเพื่อขาย หรือกิจกรรมที่จัดขึ้นรวมกับการขายสินค้า (สุมนา อยู่โพธิ์, ๒๕๔๔. หน้า ๖)

Kistofor H. Love Lock, & Loren Rite (๒๕๔๖. หน้า ๔) ได้ให้ความหมายการบริการไว้ ๒ อย่างดังนี้

- บริการเป็นปฏิกริยาหรือการปฏิบัติงานที่ฝ่ายหนึ่งเสนอให้กับฝ่ายอื่น แม้ว่ากระบวนการ(Process) อาจผูกพันกับตัวสินค้าก็ตาม แต่ปฏิบัติการก็เป็นสิ่งที่มองไม่เห็น จับต้องไม่ได้และไม่สามารถครอบครองได้
- บริการเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สร้างคุณค่าและจัดหา คุณประโยชน์ (Benefits) ให้แก่ลูกค้าในเวลาและสถานที่เฉพาะแห่ง อันเป็นผลมาจากการที่ ผู้รับบริการหรือผู้แทนนำเอาความเปลี่ยนแปลงมาให้

“การบริการ” หมายถึง กิจกรรมที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จัดขึ้นเพื่อให้แก่สมาชิกตามความสามารถ และหน้าที่ของแต่ละหน่วยงาน โดยอาศัยความต้องการของสมาชิกที่ได้รับบริการจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เป็นแนวทางในการดำเนินโครงการในระยะต่อไป พร้อมทั้งให้เกิดความพอใจแก่สมาชิก (วัชรภรณ์ สุริยาภิวัฒน์, ๒๕๔๖. หน้า ๑๕)

“การบริการ” หมายถึง การกระทำ พฤติกรรม หรือการปฏิบัติการที่ฝ่ายหนึ่งเสนอให้อีกฝ่ายหนึ่ง โดยกระบวนการที่เกิดขึ้นนั้น (วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์, ๒๕๔๘. หน้า ๑๔)

“การบริการ” หมายถึง กิจกรรมหนึ่งหรือ ชุดของกิจกรรมหลายอย่าง ที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลหรือวัตถุอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจการบริการรวมถึงการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาพฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการบริการ (เอนก สุวรรณบัณฑิต, ๒๕๔๘. หน้า ๑๘) Lehtinen และ เอนก สุวรรณบัณฑิต, ภาสกร อุดลพัฒน์กิจ, ๒๕๔๘ หน้า ๒๑ – ๒๒)

“การบริการ” หมายถึง กิจกรรมของกระบวนการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตน (Intangible goods) ของธุรกิจให้กับผู้รับบริการโดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนั้นจะต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการจน นำไปสู่ความพึงพอใจได้ (ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, ๒๕๔๙. หน้า ๑๘)

“ในปัจจุบันการบริการเข้ามามีบทบาทต่อชีวิตประจำวัน และบุคคลได้จ่ายเงินเป็นจำนวนมากเพื่อการบริการ ประมาณได้ว่าค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าและบริการทุกวันนี้จะเป็นค่าบริการประมาณ ร้อยละ ๔๕” (ฉลองศรีพิมลสมพงษ์, ๒๕๔๖. หน้า ๑๒)

“ความหมายของการบริการ คือ เป็นสิ่งจับต้องสัมผัสแต่ต้องอาศัยได้ยาก และเสื่อมสูญสภาพไปได้ง่าย บริการจะทำขึ้นทันทีและส่งมอบให้ผู้รับบริการทันทีหรือเกือบจะทันทีดังนั้นการบริการจึงเป็นกระบวนการของกิจกรรมของการส่งมอบบริการจากผู้ให้ไปยังผู้รับบริการ ไม่ใช่สิ่งที่จับต้องได้ชัดเจน แต่ออกมาในรูปของเวลา สถานที่รูปแบบ และที่สำคัญเป็นสิ่งที่เอื้ออำนวยทางจิตใจ ทำให้เกิดความพึงพอใจ” (จินตนา บุญบงการ , ๒๕๓๙. หน้า ๑๕) คำว่าการบริการ ตรงกับภาษาอังกฤษว่า SERVICE มีความหมายดังนี้

S = Smile	หมายถึง ยิ้มแย้ม
E = enthusiasm	หมายถึง ความกระตือรือร้น
R = rapidness	หมายถึง ความรวดเร็ว ครบถ้วน มีคุณภาพ
V = value	หมายถึง มีคุณค่า
I = impression	หมายถึง ความประทับใจ
C = courtesy	หมายถึง มีความสุภาพอ่อนโยน
E = endurance	หมายถึง ความอดทน เก็บอารมณ์

“การบริการ” คือ กิจกรรมประโยชน์หรือความพึงพอใจที่จัดทำขึ้นเพื่อเสนอขาย หรือกิจกรรมที่จัดทำขึ้นรวมกับการขายสินค้า (ฉัตยาพร เสมอใจ, ๒๕๔๗. หน้า ๑๔) จากความหมายดังกล่าว สามารถอธิบายได้ว่าการบริการแบ่งออกเป็น ๒ รูปแบบ คือ

๑. ผลิภัณฑ์บริการ เป็นกิจกรรมผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่ผู้ขายจัดทำขึ้นเป็นผลิภัณฑ์รูปแบบหนึ่งเพื่อสนองความต้องการแก่ผู้บริโภค เช่น การนวดเพื่อผ่อนคลายกล้ามเนื้อ การตรวจและรักษาโรค การจัดที่พักในรูปแบบต่างๆ การให้ความรู้และพัฒนาทักษะในสถานศึกษาต่างๆ การให้คำปรึกษาในการบริหารธุรกิจ หรือการให้ความบันเทิงในรูปแบบต่างๆ

๒. การบริการส่วนครบ เป็นกิจกรรมผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่ผู้ขายจัดทำขึ้น เพื่อเสริมกับสินค้าเพื่อให้การขายและให้สินค้ามีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เช่น บริการติดตั้งเครื่องซักผ้าหลังการขาย การตรวจเช็คเครื่องปรับอากาศตามระยะเวลา หรือการให้คำแนะนำในการใช้งานเครื่องพิมพ์ให้มีประสิทธิภาพ หรือการฝึกอบรมใช้เครื่องจักรในการผลิตให้กับลูกค้า

“การบริการ” คือ กิจกรรมของกระบวนการที่ส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตน (Intangible Good) ของธุรกิจให้กับผู้รับบริการ โดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนั้น จะต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการจนนำไปสู่ความพึงพอใจได้ยาก (ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, ๒๕๔๗. หน้า ๑๘)

“การบริการ เป็นกระบวนการหรือกระบวนการกิจกรรม ในการส่งมอบบริการจากผู้ให้บริการ (บริกร) ไปยังผู้รับบริการ (ลูกค้า) หรือผู้ใช้บริการโดยบริการเป็นสิ่งจับ สัมผัส หรือแตะต้องได้ยาก แต่เป็นสิ่งที่สูญสลายได้ง่าย บริการจะได้รับการทำขึ้นโดยบริกร และจะส่งมอบสู่ผู้รับบริการ (ลูกค้า) เพื่อใช้สอยบริการนั้นๆ โดยทันทีหรือในเวลาเกือบจะทันทีทันทีที่มีการให้บริการหรือเกิดการบริการขึ้น”(วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์, ๒๕๔๓. หน้า ๖-๗)

ความสำคัญของการบริการ

การขายสินค้าหรือผลิภัณฑ์ใดๆ ก็ตาม จะต้องมีการบริการร่วมอยู่ด้วยเสมอ กรณีเป็นองค์กรหรือธุรกิจบริการ ตัวบริการนั่นเองคือสินค้า การขายจะประสบความสำเร็จได้ต้องมีการบริการที่ดีธุรกิจการค้าทั้งในภาคราชการหรือภาคธุรกิจเอกชนจะอยู่ได้ต้องทำให้เกิดการ “ขายซ้ำ” คือต้องรักษาลูกค้ากลุ่มเดิมไว้และเพิ่มลูกค้ารายใหม่ให้ได้การบริการที่ดีจะช่วยรักษาลูกค้าเดิมไว้ได้ทำให้เกิดการขายซ้ำหรือการกลับมาใช้บริการอีกและมีการชักนำให้มีลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการกลุ่มใหม่ๆ เกิดขึ้น ตามมา

ความสำคัญของการบริการ (สมิต สัจฉกร , ๒๕๔๒.หน้า ๑๔-๑๕) อาจพิจารณาได้ใน ๒ ด้าน ดังนี้

๑. บริการที่ดีจะส่งผลให้ผู้รับบริการมีความรู้สึกชอบหรือพึงพอใจ ทั้งต่อตัวผู้ให้บริการและหน่วยงานที่ให้บริการ ดังนี้

- ๑.๑ มีความชื่นชมในตัวผู้ให้บริการ
- ๑.๒ มีความนิยมในหน่วยงานที่ให้บริการ
- ๑.๓ มีความระลึกถึงและยินดีมาขอรับบริการอีก
- ๑.๔ มีความประทับใจที่ดีไปอีกนาน
- ๑.๕ มีการบอกต่อไปยังผู้อื่นหรือแนะนำให้มาใช้บริการเพิ่มขึ้น
- ๑.๖ มีความภักดีต่อหน่วยบริการที่ให้บริการ
- ๑.๗ มีการพูดถึงผู้ให้บริการและหน่วยงานในทางที่ดี

๒. บริการที่ไม่ดีจะส่งผลให้ผู้รับบริการมีความรู้สึกไม่ชอบหรือไม่พึงพอใจ ทั้งต่อตัวผู้ให้บริการและหน่วยงานที่ให้บริการ ดังนี้

- ๒.๑ มีความรังเกียจตัวผู้ให้บริการ
- ๒.๒ มีความเสื่อมศรัทธาในหน่วยงานที่ให้บริการ
- ๒.๓ มีความผิดหวังและไม่มาใช้บริการอีก
- ๒.๔ มีความรู้สึกที่ไม่ดีต่อการบริการของหน่วยงานไปอีกนาน
- ๒.๕ มีการบอกต่อไปยังผู้อื่นหรือแนะนำไม่ให้ผู้อื่นมาใช้บริการ
- ๒.๖ มีการพูดถึงผู้ให้บริการและหน่วยงานในทางที่ไม่ดี

ดังที่กล่าวมาข้างต้นเป็นสิ่งที่ชี้ให้เห็นถึงความเจริญและความเสื่อมอันเป็นผลมาจากการให้บริการที่ดีและไม่ดีซึ่งเป็นความสำคัญอย่างมากต่อการให้บริการ

องค์ประกอบของระบบบริการ มีดังนี้

๑. ผู้รับบริการ คือ ผู้ที่เข้ามาใช้บริการและแจ้งความจำนงในเรื่องบริการต่างๆ
๒. ผู้ปฏิบัติงานบริการ คือ ผู้ที่ให้บริการ หรือ ผู้ที่รับความจำนนๆไปปฏิบัติให้ตรงความต้องการมากที่สุด
๓. องค์การบริการ คือ หน่วยงาน ส่วนงานที่ให้บริการ
๔. ผลลัพธ์บริการ คือ สิ่งที่ต้องได้และเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้
๕. สภาพแวดล้อมของการบริการ คือ องค์ประกอบด้านต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการให้บริการ

ลักษณะของการให้บริการ

ธุรกิจหรือองค์กรสามารถให้การบริการแก่ลูกค้า ผู้มาใช้บริการโดยอาศัยวิธีการหรือเครื่องมือต่างๆ ดังนี้

๑. การให้บริการโดยอาศัยคนเป็นหลัก หรือแบบพบหน้า(Face to Face) เป็นวิธีการที่ดีกว่าวิธีอื่น เพราะการใช้คนในการให้บริการสามารถปรับเปลี่ยนการบริการให้เหมาะสมกับลูกค้าหรือผู้รับบริการแต่ละรายได้และลักษณะของการบริการจะเป็นแบบใกล้ชิด ดังนั้นหากธุรกิจหรือองค์กรใดมีพนักงาน เจ้าหน้าที่ที่ให้บริการได้ดีลูกค้า ผู้รับบริการจะประทับใจ ก็จะทำให้ธุรกิจหรือองค์กรนั้นประสบความสำเร็จได้ไม่ยาก แต่วิธีการนี้มีข้อจำกัดในเรื่องของความแตกต่างในการให้บริการ ณ เวลาที่ต่างกัน เนื่องจากการให้บริการจะไม่เหมือนกัน มาตรฐานการให้บริการในแต่ละครั้งก็ไม่เท่ากัน

๒. การให้บริการด้วยอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ปัจจุบันนับว่ามีความสำคัญมากเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีต่างๆ ที่มีการพัฒนาเพื่อสนองความต้องการให้ลูกค้า ผู้รับบริการสามารถบริการได้ด้วยตนเอง (Self Service) และมีต้นทุนการให้บริการต่ำกว่าการใช้คนให้บริการซึ่งการให้บริการแต่ละครั้งจะมีมาตรฐานเท่ากัน แต่การให้บริการด้วยวิธีนี้มีข้อจำกัดในเรื่องการปรับรูปแบบการให้บริการตามความต้องการของลูกค้าแต่ละรายได้ยาก (สุพรรณิ อินทร์แก้ว, ๒๕๔๙)

การให้บริการลูกค้ามีความสำคัญมาก ทุกธุรกิจและองค์กรจะให้ความสำคัญกับการให้บริการเพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า ผู้รับบริการตั้งแต่ต้นจนจบกระบวนการ ซึ่งต้องสร้างความประทับใจทุกๆ ส่วนของการบริการทั้งวิธีการให้บริการที่ใช้คน และการใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์โดยเฉพาะการให้บริการที่ใช้คนเป็นหลัก จะมีผลกระทบต่อความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจได้มากกว่าบริการที่อาศัยอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในการให้บริการ

การเป็นผู้ให้บริการที่เป็นเลิศ

การเป็นผู้ให้บริการที่เป็นเลิศนั้น ผู้ปฏิบัติงานทุกท่านทุกส่วนงานควรคำนึงถึงข้ออื่น ๆ อีก ดังนี้

- ต้องมีความรู้ในงานที่ให้บริการ (Knowledge) ผู้ให้บริการต้องมีความรู้ในงานที่ตนรับผิดชอบที่สามารถตอบข้อซักถามจากผู้รับบริการได้อย่างถูกต้องและแม่นยำ ในเรื่องของสินค้าที่นำเสนอประวัติองค์กร ระเบียบ นโยบายและวิธีการต่าง ๆ ในองค์กร เพื่อมิให้เกิดความผิดพลาดเสียหาย และ ต้องชวนขวนขวายหาความรู้จาก เทคโนโลยีใหม่ๆ เพิ่มขึ้นอย่างสม่ำเสมอ

- มีความช่างสังเกต (Observe) ผู้ทำงานบริการจะต้องมีลักษณะเฉพาะตัวเป็นคนมีความช่างสังเกต เพราะหากมีการรับรู้ว่าการบริการอย่างไรจึงจะเป็นที่พอใจของผู้รับบริการก็จะพยายามนำมาคิดสร้างสรรค์ให้เกิดบริการ ที่ดียิ่งขึ้น เกิดความพอใจและตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการได้มากยิ่งขึ้น

- ต้องมีความกระตือรือร้น (Enthusiasm) พฤติกรรมความกระตือรือร้น จะแสดงถึงความมีจิตใจในการต้อนรับ ให้ช่วยเหลือแสดงความห่วงใย จะทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี ในการช่วยเหลือผู้รับบริการ

- ต้องมีกิริยาวาจาสุภาพ (Manner) กิริยาวาจาเป็นสิ่งที่แสดงออกจากความคิด ความรู้สึก และส่งผลให้เกิดบุคลิกภาพที่ดี ดังนั้นเพื่อให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการมีความสบายใจที่จะติดต่อขอรับบริการ

- ต้องมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (Creative) ผู้ให้บริการควรมีความคิดใหม่ๆ ไม่ควรยึดติดกับประสบการณ์หรือบริการที่ทำอยู่ เคยปฏิบัติมาอย่างไรก็ทำไปอย่างนั้นไม่มีการปรับเปลี่ยนวิธีการให้บริการจึงควรมีความคิดใหม่ๆ ในการปฏิรูประบบงานบริการได้ดี

- ต้องสามารถควบคุมอารมณ์ได้ (Emotional control) งานบริการเป็นงานที่ให้ความช่วยเหลือจากผู้อื่น ต้องพบปะผู้คนมากมายหลายชนชั้น มีการศึกษาที่ต่างกัน ดังนั้นกิริยามารยาทจากผู้รับบริการจะแตกต่างกัน เมื่อผู้รับบริการไม่ได้ตั้งใจ อาจจะถูกตำหนิพูดจาก้าวร้าวกิริยามารยาทไม่ดีซึ่งผู้ให้บริการต้องสามารถควบคุมสติอารมณ์ได้เป็นอย่างดี

- ต้องมีสติในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น (Calmness) ผู้รับบริการส่วนใหญ่จะติดต่อขอความช่วยเหลือตามปกติแต่บางกรณีลูกค้าที่มีปัญหาเร่งด่วน ผู้ให้บริการจะต้องสามารถวิเคราะห์ถึงสาเหตุและคิดหาวิธีในการแก้ไขปัญหาอย่างมีสติ อาจจะเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดจากหลายทางเลือกในการให้บริการแก่ลูกค้า

- มีทัศนคติต่องานบริการดี (Attitude) การบริการเป็นการช่วยเหลือ ผู้ทำงานบริการเป็นผู้ให้จึงต้องมีความคิดความรู้สึกต่องานบริการในทางที่ชอบ และเต็มใจที่จะให้บริการ ถ้าผู้ใดมีความคิดความรู้สึกไม่ชอบงานบริการ แม้จะพอใจในการรับบริการจากผู้อื่น ก็ไม่อาจจะทำงานบริการให้เป็นผลดีได้ ถ้าบุคคลใดมีทัศนคติต่องานบริการดีก็จะให้ความสำคัญต่องานบริการและปฏิบัติงานอย่างเต็มที่ เป็นผลให้งานบริการมีคุณค่าและนำไปสู่ความเป็นเลิศ

- มีความรับผิดชอบต่อลูกค้าหรือผู้รับบริการ (Responsibility) ในด้านงานทางการตลาด และการขาย และงานบริการ การปลูกฝังทัศนคติให้เห็นความสำคัญของลูกค้าหรือผู้รับบริการด้วยการยกย่องว่า “ลูกค้าคือบุคคลที่สำคัญที่สุด” และ “ลูกค้าเป็นฝ่ายถูกเสมอ” ทั้งนี้ก็เพื่อให้ ผู้ให้บริการมีความรับผิดชอบต่อลูกค้าอย่างดีที่สุด

เทคนิคการให้บริการที่ดี

๑ เทคนิคการให้บริการที่ดีจากความสำคัญของการให้บริการโดยอาศัยคนเป็นหลักแบบพบหน้าตามที่ได้กล่าวมาแล้ว ผู้ให้บริการจึงควรทราบถึงเทคนิคของการให้บริการที่ดีดังนี้

- การต้อนรับ ผู้ให้การต้อนรับต้องยิ้มแย้มแจ่มใส พูดจาทักทาย แสดงออกถึงความเอาใจใส่ต่อผู้มารับบริการ

- การค้นหาความต้องการ ผู้ให้บริการต้องรู้จักสอบถามความต้องการของผู้มารับบริการและเข้าใจความต้องการที่แท้จริงของผู้มารับบริการ

- การเสนอความช่วยเหลือ ผู้ให้บริการต้องตอบสนองความต้องการของผู้มารับบริการ ด้วยการให้ข้อมูลต่างๆ ที่ถูกต้องชัดเจนหรือความช่วยเหลืออื่นๆ ที่สามารถดำเนินการได้โดนมุ่งให้ผู้รับบริการมีความพึงพอใจมากที่สุด

- การประเมินผล ผู้ให้บริการต้องทำการประเมินผลการให้บริการและสรุปผลการให้บริการ ทั้งนี้ เพื่อจะได้นำผลจากการประเมินไปปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาการบริการให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

๒. วิธีสร้างนักบริการมืออาชีพ องค์กรต้องสรรหาคณากรที่มีคุณสมบัติบุคลิกภาพที่เหมาะสมจากนั้นจึงพัฒนาเทคนิคการบริการให้กับบุคลากร ซึ่งในแต่ละเรื่อง มีรายละเอียด ดังนี้

- คุณสมบัติของผู้ให้บริการ สิ่งทีผู้ให้บริการควรมีเป็นอันดับแรกคือความเป็นคนที่รักในงานบริการ เพราะคนที่รักในงานบริการจะมีความเข้าใจและให้ความสำคัญต่อผู้รับบริการ มีความกระตือรือร้นที่จะช่วยเหลือผู้รับบริการยิ้มแย้มแจ่มใสและเอาใจใส่ นอกจากนี้พนักงานที่ให้บริการควรเป็นผู้รู้จักแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดีด้วย

- บุคลิกภาพทั้งลักษณะการแต่งกายที่แลดูสะอาดเรียบร้อยรวมไปถึงอากัปกริยาที่แสดงออก เช่น การยิ้ม การหัวเราะ การแสดงท่าทางประกอบการพูด สิ่งเหล่านี้ควรเป็นไปโดยธรรมชาติ

- เทคนิคการให้บริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสนทนาเพราะการสนทนาเป็นสื่อกลางระหว่างผู้รับบริการกับผู้ให้บริการ การสนทนาให้ผู้รับบริการเกิดความประทับใจ มีวิธีการดังนี้

๑. สร้างความเป็นกันเอง เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความอุ่นใจ แสดงความเป็นมิตรโดยอาจแสดงออกทางสีหน้า แววตา กิริยาท่าทางหรือน้ำเสียงที่สุภาพ มีหางเสียง อาทิเช่น ขอประทานโทษครับ(ค่ะ) มีอะไรให้ผม(ดิฉัน)ช่วยประสานงานได้บ้างครับ(ค่ะ) กรุณารอสักครู่ครับ(ค่ะ) เป็นต้น การพูดจาต้องชัดเจน ง่ายต่อการเข้าใจ และไม่เร็วหรือรัวจนผู้รับบริการไม่รู้เรื่อง

๒. เน้นการฟังเป็นหลัก คือ ผู้ให้บริการควรตั้งใจฟังด้วยความอดทน ในขณะที่ผู้รับบริการพูดไม่ควรแสดงอาการที่ไม่พอใจออกมา ควรสบตากับผู้รับบริการเป็นระยะๆพร้อมแสดงกิริยาตอบรับ เช่น การพยักหน้า รับทราบหรือยิ้มให้

๓. ทวนคำพูด เพื่อแสดงให้เห็นผู้รับบริการการทราบว่าคุณผู้ให้บริการกำลังตั้งใจฟังในเรื่องที่ผู้รับบริการพูดอยู่

เทคนิคและวิธีการดังกล่าวข้างต้นเป็นเทคนิคที่ใช้ในการให้บริการสำหรับลูกค้าหรือผู้มารับบริการโดยทั่วไป แต่ในความเป็นจริงของการบริการนั้น ผู้ให้บริการจะพบลูกค้าหรือผู้มารับบริการในหลายรูปแบบ เช่นลูกค้าที่เจ้าปัญหา จู้จู้ขี้บ่น บางคนแสดงท่าวางอำนาจ บางคนมาพร้อมกับอารมณ์เสีย ซึ่งผู้ให้บริการจะปฏิเสธการให้บริการแก่ผู้มารับบริการดังกล่าวไม่ได้เพราะการปฏิเสธการให้บริการกับผู้มารับบริการเหล่านี้ย่อมหมายถึงความเสียหายและภาพลักษณ์ที่ไม่ดีจะเกิดขึ้นแก่ผู้ให้บริการและหน่วยงานหรือองค์กรได้ ผู้ให้บริการหลายท่านคงกังวลไม่รู้จะใช้วิธีให้บริการแบบใดกับลูกค้าเหล่านี้ด้วยการใช้ศาสตร์ทางจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับการให้คำปรึกษาเชิงจิตวิทยา (Counseling Psychology) ซึ่งว่าด้วยกระบวนการให้การช่วยเหลือแก่ผู้ทีประสบปัญหาต่างๆ ให้พ้นจากปัญหาได้โดยใช้เทคนิคของการสร้างสัมพันธภาพที่ดีการรับฟัง และการเอื้ออำนวยให้ผู้มีปัญหามีความสามารถเข้าใจในสภาพปัญหาของตนเอง ตลอดจนสามารถหาหนทางเพื่อแก้ปัญหาได้ด้วยตนเอง เทคนิคต่างๆ ประสบการณ์ที่ผ่านมารวมทั้งใช้ความเข้าใจในการมาขอรับบริการโดยสะดวกรวดเร็ว เป็นกันเองสุภาพ อ่อนน้อมและการให้บริการอย่างเต็มที่เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการมาขอใช้บริการ

การสร้างความประทับใจในงานบริการ

ความคาดหวังโดยทั่วไปของผู้รับบริการได้แก่การต้อนรับที่อบอุ่น ให้ความสนใจและความเอาใจใส่ พุดจาสุภาพไพเราะ ซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าเขามีความสำคัญ เป็นผลให้เขาเกิดความพอใจแต่การที่จะทำให้เกิดความประทับใจได้นั้นต้องทำให้ถึงขั้นที่ผู้รับบริการเกิดปิติยินดี นั่นคือต้องให้บริการที่บรรลุความคาดหวังและเหนือความคาดหวังขึ้นไปอีก การปฏิบัติตนของผู้ให้บริการด้วยไมตรีต่อผู้รับบริการ และความประทับใจจากการต้อนรับของเราจะเป็นผลให้เขามาใช้บริการของเราอีกแล้วตัวเราและองค์กรของเราก็ย่อมจะประสบความสำเร็จก้าวหน้า เราสามารถเติมไมตรีเข้าไปในทุกงานที่ทำเริ่มตั้งแต่การรักษากรณีไมตรีต่อผู้รับบริการ กล่าวง่าย ๆ ก็คือว่า “ต้องเอาใจเขามาใส่ใจเรา” และให้บริการตรงตามความต้องการ

ทุกวันเมื่อเรามาถึงที่ทำงาน เราควรทักปัญหาและเรื่องราวส่วนตัวไว้ภายนอก แล้วมุ่งทำงานที่เรารับผิดชอบให้ดีที่สุด พร้อมทั้งจะช่วยเหลือสิ่งเล็ก ๆ น้อย ๆ นอกเหนือจากงานของเราเพื่อแสดงว่าเราเอาใจใส่ผู้รับบริการของเราอย่างตั้งใจ เราสามารถแสดงไมตรีต่อเพื่อนร่วมงานของเราได้เช่นกัน ความมีอัธยาศัยไมตรีเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้ง่าย บรรยากาศแห่งความเป็นมิตรอาจเกิดขึ้นได้เพียงรอยยิ้มที่เริ่มจากตัวเราก่อน

ความมีอัธยาศัยไมตรีเป็นสิ่งสำคัญยิ่งในการให้บริการ เพราะความมีอัธยาศัยไมตรีจะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกอบอุ่นและประทับใจ ผู้รับบริการทุกคนที่มาใช้บริการของเราเขาต้องการให้เราแสดงออกดังต่อไปนี้

๑. บริการที่มีไมตรีจิต หมายถึง การให้บริการที่ตีบวกกับอะไรอีกเล็ก ๆ น้อย ๆ องค์กรประกอบอื่น ๆ ก็มีความสำคัญเช่นกัน แต่บริการที่มีอัธยาศัยไมตรีจิตจะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกอบอุ่น และประทับใจที่ได้รับการต้อนรับอย่างมีอัธยาศัย

๒. ยิ้ม เป็นสิ่งจำเป็นอันดับแรกในการทักทายบุคคล เพราะจะทำให้เขารู้สึกอบอุ่นใจและในคำพูดที่เราทักทาย เราสามารถใช้น้ำเสียงและท่วงทำนองที่เป็นธรรมชาติให้ผู้รับบริการรู้สึกพอใจที่มาใช้บริการของเรา

๓. คำพูดที่วิเศษ คือ คำพูดเหล่านี้ “ขอบคุณค่ะ” “ดีฉันเสียใจ” “ขอโทษค่ะ” “มีอะไรให้ดิฉันช่วยไหมค่ะ” ชื่อของผู้รับบริการเป็นคำวิเศษเช่นกันเมื่อคุณใช้

๔. ให้ความช่วยเหลือและแสดงไมตรีจิตที่จะทำให้เขาอบอุ่นใจหมายความว่า เราจะต้องเรียนรู้ปฏิกิริยาของผู้อื่น ตัวอย่างเช่น ถ้าเรารู้ว่าผู้รับบริการเป็นคนแปลกหน้า เราจะต้องเอาใจใส่เขาเป็นพิเศษต่อความต้องการช่วยเหลือในเรื่องงานที่มาติดต่อ สถานที่และคำแนะนำอื่น ๆ เป็นต้น

๕. ถ้าหากเราใส่ “ยิ้ม” ลงไปในน้ำเสียง หมายความว่า การพูดด้วยน้ำเสียงที่มีไมตรีจิตและพร้อมที่จะให้ความช่วยเหลือ อย่างไรก็ตามเราควรหลีกเลี่ยงที่จะให้สัญญาถ้าเราไม่แน่ใจว่าเราจะทำได้

๖. พนักงานทุกคนสามารถแสดงความมีอัธยาศัย ในการทำงานของตนเองให้ดีที่สุดไม่ว่าพนักงานผู้นั้นจะต้องติดต่อกับผู้รับบริการโดยตรงหรือไม่

๗. เราควรที่จะช่วยเหลือผู้รับบริการ แม้ว่าเราเองสามารถช่วยได้เพียงเล็กน้อยในปัญหานั้นแต่เราอาจขอให้คนอื่นช่วยได้แต่อย่างไรก็ตามอย่าพยายามปิดความผิดให้พันตัวเอง ควรจะยอมรับอย่างอ่อนน้อมและดำเนินการบางอย่างเพื่อแก้ไขความผิดพลาดนั้น

๘. เราควรจะต้องมีอัธยาศัยไมตรีต่อเพื่อนร่วมงานของเราด้วย ทุกคนจะทำงานร่วมกันได้ดีกว่าถ้าทุกคนมีไมตรีจิตต่อกัน ผู้รับบริการจะสังเกตเห็นได้ชัดว่าบรรยากาศในการทำงาน โดยส่วนรวมมีอัธยาศัยไมตรีต่อกันไม่ใช่เฉพาะที่เห็นได้จากคนใดคนหนึ่ง

๙. ผู้รับบริการมีเหตุผลหลายอย่างที่มาทำการติดต่อกับองค์กรของเราแต่สิ่งหนึ่งที่ผู้รับบริการคาดหวังเสมอว่าจะได้รับการต้อนรับอย่างอบอุ่น และมีไมตรีจิตจากพนักงาน ถ้าเราให้การต้อนรับเช่นนั้นผู้รับบริการก็จะมีความรู้สึกที่ดีต่อองค์กรของเรา โดยส่วนรวมและเกิดความไว้วางใจตามมาด้วยความพอใจในที่สุด

ลักษณะเฉพาะของงานบริการ

งานบริการมีลักษณะเฉพาะ ดังต่อไปนี้

๑. ได้รับความพอใจหรือไม่พอใจ ก็เกิดความรู้สึกในทันที งานบริการเป็นงานให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวก ดังนั้นเมื่อผู้รับบริการได้รับการสนองตอบตรงตามความต้องการก็จะแสดงออกถึงความรู้สึกที่ดี แต่ในทางกลับกันถ้าไม่ได้รับความพอใจก็จะเกิดความรู้สึกในทางที่ไม่ดีต่อผู้ให้บริการและองค์กรที่ให้บริการในทันทีเช่นกัน

๒. ผลของการบริการเกิดขึ้นได้ตลอดเวลาและแปรผลได้รวดเร็วงานบริการเริ่มต้นและดำเนินการได้ในทุกขณะ ทั้งในตอนต้น ท่ามกลาง และในตอนท้ายเพราะไม่มีข้อจำกัดว่าจะต้องให้บริการเฉพาะในเวลาหนึ่งเวลาใด

๓. ผลของการบริการเชื่อมโยงไปถึงคนและองค์กรงานบริการสร้างความรู้ในทันทีที่ได้รับบริการจึงสามารถแปรเปลี่ยนเป็นผลจากการให้บริการได้ทั้งในแง่ดีและไม่ดี อาจจะแปรผลจากการให้บริการได้ทั้งในแง่ดีและไม่ดี

๔. ผิดพลาดแล้วชดเชยด้วยสิ่งอื่นก็เพียงแค่บรรเทาความไม่พอใจการบริการที่ผิดพลาดบกพร่องไม่สามารถจะเปลี่ยนความรู้สึกของผู้รับบริการให้กลับมาดีได้นอกจากเป็นการลดความพอใจที่เกิดขึ้นได้น้อยลง

๕. สร้างทัศนคติต่อบุคคล องค์กรและองค์การได้อย่างมากการบริการสามารถจะสร้างความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบ ที่มีต่อผู้ให้บริการหรือองค์กรอย่างมากมายไม่มีขีดจำกัดขึ้นอยู่กับลักษณะของการให้บริการที่มีมากน้อยเพียงใดสำคัญมากน้อยเท่าใด

๖. สร้างภาพลักษณ์ให้องค์กรและองค์การเป็นเวลานานการบริการทั้งที่ดีและไม่ดีจะติดอยู่ในความทรงจำของผู้บริการอยู่ตลอดไป แม้เมื่อมีการปรับปรุงแก้ไขบริการให้ดีขึ้นมากแล้ว แต่ภาพเก่าที่ไม่ดียังคงหลงเหลืออยู่กว่าที่จะล้างภาพลักษณ์ที่อัปลักษณ์ได้ต้องใช้เวลาอันเป็นสิบ ๆ ปี

๗. หากเกิดการบกพร่องจะเห็นได้ชัดบริการเป็นสิ่งที่ไม่ต้องการรับรู้ เมื่อมีสิ่งหนึ่งสิ่งใดไม่สมบูรณ์หรือขาดตกบกพร่องก็จะปรากฏให้เห็นได้ในทันทีทันใด จึงต้องระมัดระวังในเรื่องบริการให้มาก

๘. ต้องการคนเป็นส่วนสำคัญในการสร้างบริการที่ดีบริการจะดีหรือไม่ดีมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการ ถ้าได้คนที่มีจิตสำนึกในการให้บริการที่มีทัศนคติต่อการให้บริการดีและได้รับการปลูกฝังนิสัยในการให้บริการและฝึกฝนตนเองมาดี ก็จะทำให้เกิดการบริการที่เป็นเลิศ ในทางกลับกันถ้าได้คนไม่ดีมาเป็นผู้ทำงานให้บริการก็จะเท่ากับผิดพลาดตั้งแต่ต้นแล้วจะหวังให้เกิดบริการที่ดีคงเป็นไปได้ยาก

๙. คนเป็นตัวแปรที่สำคัญในการสร้างและทำลายงานบริการบริการที่ผิดพลาดบกพร่อง นำความเสียหายมากสู่องค์กรจะพบว่าส่วนใหญ่เกิดจากคน องค์กรหลายแห่งเคยได้รับชื่อเสียงยกย่องว่าให้บริการดี แต่พอเปลี่ยนทีมงานที่ให้บริการก็มีเสียงสะท้อนว่าให้บริการด้วยคุณภาพหรือให้บริการไม่ดีดังเดิม และอาจถึงขั้นทำให้เสียผู้รับบริการเดิมไปก็ได้

การปฏิบัติตนในการให้บริการ

ทางกาย ต้องดูแลสุขภาพร่างกายให้แข็งแรงสดชื่นด้วยอากาศบริสุทธิ์กระปรี่กระเปร่า ไม่ง่วงเหงาหาวนอน เชื่องซึม มีลักษณะหะมัดหะแมง กระฉับกระเฉง กระชุ่มกระชวย หน้าตาสดใส หัวผมให้เรียบร้อย ไม่ปล่อยผมรุงรัง หรือหัวยุ่งเป็นกระเซิง การแต่งกายเรียบร้อย ยิ้ม ไหว้ หรือทักทายเหมาะสม กิริยาสุภาพ เป็นคุณสมบัติขั้นพื้นฐาน นอกจากนั้นต้องวางตัวเป็นมิตร เปิดเผย จริใจสนองความต้องการของผู้รับบริการอย่างกระตือรือร้น แสดงความเต็มใจที่จะให้บริการ

ทางวาจา ต้องใช้ถ้อยคำชวนฟัง น้ำเสียงไพเราะชัดเจน พูดมีหางเสียง มีคำขานรับเหมาะสม กล่าวต้อนรับและสอบถามว่าจะให้ช่วยบริการอย่างไร พูดแต่บ่อยฟังให้มาก ไม่พูดแทรกไม่กล่าวคำตำหนิ อาจพูด

ทวนย้ำสิ่งที่มีผู้มาติดต่อต้องการให้เขาฟังเพื่อความเข้าใจตรงกัน พูดให้เกิดประโยชน์ต่อผู้รับบริการ ไม่พูดมากจนเกินจริง พูดเพื่อความสบายใจของผู้รับบริการ และใช้ถ้อยคำเหมาะสม

ทางใจ ต้องทำจิตใจให้เบิกบานแจ่มใส ยินดีที่จะต้อนรับ ไม่รู้สึกขุ่นเคืองที่จะต้องรับหน้าหรือพบปะกับคนแปลกหน้าที่ไม่คุ้นเคยกันมาก่อน แต่มาเรียกร้องต้องการนั้น ต้องการนี้ ไม่ปล่อยให้จิตใจหม่นหมอง ใจลอยขาดสมาธิในการทำงาน เศร้าซึม เบื่อหน่ายหรือเซ็ง

คำว่า Service Mind นั้น ได้มีการกล่าวถึงทั้งในประเทศและ ต่างประเทศ คำว่า “Service” แปลว่าการบริการ คำว่า “Mind” แปลว่า “จิตใจ” รวมคำแล้วแปลว่า “มีจิตใจในการให้บริการ” ทั้งนี้อาจสรุปได้ว่าการบริหารที่ดี ผู้ให้บริการต้องมีจิตใจในการให้บริการ คือ ต้องมีจิตใจหรือมีใจรัก มีความเต็มใจในการบริการ การทำงานโดยมีใจรักจะแสดงออกมาทางกาย โดยการทำงานด้วยความยิ้มแย้ม แจ่มใส มีอารมณ์รื่นเริง และควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ ไม่ขึ้นเสียงกับประชาชนหรือผู้มารับบริการ คำว่า Service Mind มีความหมายทางกว้าง อาจหมายถึง การบริการที่ดีแก่ลูกค้า หรือการทำให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจ มีความสุข และได้รับผลประโยชน์อย่างเต็มที่ ดังนั้น การให้บริการอย่างดีนั้นมักจะได้ความสำคัญกับแนวทางในการให้บริการสองแนวทาง ดังนี้

ประการแรก คือ ลูกค้าเป็นผู้ถูกเสมอ หรือเห็นว่าลูกค้าต้องได้รับการเอาอกเอาใจถือว่าถูกต้องและเป็นหนึ่งเสมอ หากต้องการให้บริการที่ดีต้องให้ความสะดวก ใช้งานไพเราะ ให้คำแนะนำด้วยการยกย่องลูกค้าตลอดเวลา

ประการที่สอง คือ ต้องให้เกียรติลูกค้า ต้องไม่เป็นการบังคับให้ลูกค้า มีความพึงพอใจ เกิดความเชื่อถือจากพฤติกรรมของเราผู้ให้บริการแล้วกลับมาใช้บริการของเราอีก การบริการที่ดีและมุ่งไปสู่ความเป็นเลิศถือว่าลูกค้าเป็นคนพิเศษ

การมีหัวใจบริการ (Service Mind)

หัวใจบริการ หมายถึง การอำนวยความสะดวก การช่วยเหลือ การให้ความกระจ่าง การสนับสนุน การเร่งรัดการทำงานตามสายงาน และความกระตือรือร้นต่อการให้บริการคนอื่น รวมทั้งการยิ้มแย้มแจ่มใสให้การต้อนรับด้วยมิตรจิตที่ดีต่อผู้อื่น ต้องการให้ผู้อื่นประสบความสำเร็จในสิ่งที่เขาต้องการ การที่บุคคลมีหัวใจบริการดังกล่าวข้างต้น ช่วยให้เกิดผลดีต่อคนอื่น ต่อตนเอง และต่องานที่ทำ ที่ว่าเกิดผลดีต่อคนอื่นในการให้บริการ คือ ผู้รับบริการมีความพึงพอใจ ผู้รับบริการทุกคนมีความต้องการตรงกันในการติดต่อรับบริการไม่ว่าจะเป็นของราชการหรือเอกชน คือ ต้องการความรวดเร็ว โดยเฉพาะในสภาวะการแข่งขันยุคปัจจุบัน ความรวดเร็วของการปฏิบัติงาน ความรวดเร็วของการให้บริการจากการติดต่อจะเป็นที่พึงประสงค์ของทุกฝ่าย ดังนั้น การให้บริการที่รวดเร็วจึงเป็นที่ประทับใจ เพราะจะไม่ต้องเสียเวลารอคอย สามารถใช้เวลาได้คุ้มค่า ในช่วงเวลาสั้น ๆ สามารถทำงานได้หลายอย่าง ทำให้สามารถเพิ่มปริมาณและคุณภาพของงานได้ ประหยัดเงินและเวลา การให้บริการที่รวดเร็ว ช่วยให้ประหยัดค่าใช้จ่ายในการจ้างหรือการให้บริการ เช่น แทนที่จะใช้เงินจ้างบุคคลทำงาน ๓ วัน แต่ผู้ให้บริการทำงานด้วยน้ำใจ การให้บริการด้วยความซื่อสัตย์รวดเร็ว ทำให้การใช้จ่ายเงินน้อยลง เพราะงานเสร็จเร็วทำให้ทุกฝ่าย ประหยัดเงินและเวลาและทำให้ผู้มารับบริการสามารถปฏิบัติงานอื่นได้อีก จึงจะสามารถเพิ่มคุณค่าและรายได้ให้กับทุกฝ่าย เกิดความรู้ที่ดีต่อผู้ให้บริการ ผู้มาติดต่อขอรับบริการ เมื่อผลลัพธ์เกิดขึ้นเร็ว และด้วยน้ำใจบริการที่ดีจะสร้างสัมพันธ์ที่ดีซึ่งกันและกันระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ผู้รับบริการจะเกิดความประทับใจ และยินดีที่จะกลับมาติดต่อและมารับบริการอีก และยังจะนำผลที่เกิดขึ้น หรือความประทับใจที่มีไปบอกต่อเป็นการช่วยประชาสัมพันธ์อีกทางหนึ่ง

การมีหัวใจบริการก่อให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง ดังนี้

๑. ความสำเร็จของงาน เมื่อผู้ให้บริการทำงานด้วยความรวดเร็ว และด้วยความเต็มใจงานที่รับผิดชอบจะสำเร็จได้รวดเร็ว และยังส่งผลให้ผู้มาติดต่อพึงพอใจที่เห็นความกระตือรือร้น ผู้ให้บริการจะไม่ละทิ้งหรือหลงลืมงานได้ เมื่องานที่ได้ทำสำเร็จสุขภาพจิตในการทำงานก็ดีด้วย

๒. เกิดภาพสะท้อนที่ดีต่อบุคคลและองค์กร ที่เรียกว่า ภาพลักษณ์ การให้บริการที่ดีจะสะท้อนเป็นภาพความสำเร็จ ความพึงพอใจ ผู้มาใช้บริการจะบอกต่อขยายออกไปอย่างน้อย ๕ เท่า หรือบอกต่อถึงความประทับใจต่อคนอื่นอีก ๕ คน แต่ถ้าไม่ประทับใจ ก็จะบอกความไม่ดีออกไปอีก ๑๐ เท่า หรือ ๑๐ คน เพราะธรรมชาติของคนจะชอบพูดเรื่องไม่ดีของคนอื่นเป็นส่วนใหญ่

๓. มีกำลังใจ เนื่องจากให้บริการที่ดี จะได้ภาพสะท้อนที่ดี ทำให้เกิดบรรยากาศที่ดี น้ำเสียงหรือการพูดจาจะเป็นไปด้วยบรรยากาศที่ดี ไม่มีการต่อว่า หรือใช้ถ้อยคำที่รุนแรง อันก่อให้เกิดผลกระทบตามมาในสิ่งที่ไม่ดี

๔. คิดสร้างงานต่อ เป็นไปตามหลักผลการทำดี ทำให้ผู้ปฏิบัติมีกำลังใจทำงานมากขึ้น เกิดขวัญกำลังใจดี ทำงานได้มากและมีคุณภาพ ผลตอบแทนจะมากตามไปด้วย ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ คิดสร้างงานต่อไป ซึ่งจะเกิดผลดีต่อตนเอง

การมีหัวใจบริการก่อให้เกิดประโยชน์ต่องานที่ปฏิบัติ ดังนี้

๑. งานเป็นที่พึงพอใจ เพราะมาจากความตั้งใจของผู้ให้บริการ งานจึงมีคุณภาพจะเป็นการเพิ่มคุณค่าของงาน

๒. งานเกิดการพัฒนาต่อ เพราะมีผู้สนใจนำไปใช้เนื่องจากผลงานที่บุคคลพึงพอใจเป็นเพียงส่วนหนึ่ง และอีกส่วนหนึ่งคือการให้บริการที่ดี จะได้รับความพึงพอใจมากมาย

๓. งานช่วยให้องค์กรประสบความสำเร็จ เพราะความสำเร็จความก้าวหน้าขององค์กรขึ้นอยู่กับผลผลิตหรือผลงาน เมื่อผลผลิตได้รับการยอมรับจะมีลูกค้าบอกต่อและขยายการใช้บริการต่อ ทำให้งานสำเร็จและมีความประทับใจจากการให้บริการ จะเพิ่มความนิยมอย่างต่อเนื่อง องค์กรจะประสบความสำเร็จ ความสำเร็จขององค์กรจะเริ่มตั้งแต่ผลผลิต การให้บริการ การนำไปใช้เกิดผลดีและประทับใจและการให้บริการอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา จะเป็นสายใยเชื่อมโยงให้เกิดความสำเร็จยิ่งขึ้นต่อไป

หลักการสำคัญในการมีหัวใจบริการ

๑. การจัดบรรยากาศ สถานที่ทำงาน หมายถึง การจัดสถานที่ทำงานให้สะอาดเรียบร้อย บรรยากาศร่มเย็น มีสถานที่พักผ่อนหรือพักรอ ตัวอย่างที่เห็นชัดเจน คือ การให้บริการของบริษัทโตโยต้า ที่จัดสถานที่นั่งพักในห้องปรับอากาศ มีหนังสือพิมพ์ วารสารดี ๆ มีน้ำดื่มบริการ เป็นต้น ในขณะที่ลูกค้ารอการซ่อมรถในอู่ของบริษัท บรรยากาศดังกล่าวนี้ รวมถึง การจัดสถานที่ ป้ายบอกสถานที่ ขั้นตอนการติดต่องานที่ชัดเจน ลูกค้าสามารถอ่าน หรือติดต่อได้ด้วยตนเองไม่ต้องถามใคร ตั้งแต่เส้นทางเข้าจนถึงตัวบุคคลผู้ให้บริการและกลับไป จุดการให้บริการควรเป็น One stop service คือ ไปแห่งเดียวงานสำเร็จ

๒. การยิ้มแย้มแจ่มใส หน้าต่างบานแรกของหัวใจในการให้บริการคือ ความรู้สึก ความเต็มใจและความกระตือรือร้นที่จะให้บริการ “เป็นความรู้สึกภายในของบุคคลว่าเราเป็นผู้ให้บริการ จะทำหน้าที่ให้ดีที่สุดให้ประทับใจกลับไป” ความรู้สึกดังกล่าวนี้ จะสะท้อนมาสู่ภาพที่ปรากฏในใบหน้า และกิริยาท่าทางของผู้ให้บริการคือ การยิ้มแย้มแจ่มใส ทักทายด้วยไมตรีจิต การยิ้มแย้มแจ่มใสจึงถือว่าเป็นบันไดขั้นสำคัญที่จะนำไปสู่ผลความสำเร็จขององค์กร อย่าลืมนึกว่าการยิ้มคือการเปิดหัวใจการให้บริการที่ดี

๓. ปฏิสัมพันธ์กับผู้รับบริการด้วยความรวดเร็ว และเต็มใจ ด้วยการเริ่มต้นทักทายผู้มาติดต่อด้วยการซักถามด้วยภาษาที่สุภาพ แสดงความกระตือรือร้นและเป็นมิตร เช่นจะให้ช่วยอะไรไหมครับ (ค่ะ) ต้องการติดต่อเรื่องอะไรครับ (ค่ะ) เป็นต้น อย่าปล่อยให้ผู้มาติดต่อถามก่อน เมื่อรับงานได้แล้วต้องทำให้สำเร็จโดยเร็ว และเกิดความสะดวก เมื่อผู้มาติดต่อมาที่เดียว หรือแห่งเดียวสามารถประสานได้ทุกจุด การประสานการช่วยเหลือจึงต้องควรรวดเร็ว บางเรื่องควรวันเดียวสำเร็จ (One day success) หรือ ๕ นาทีสำเร็จ เป็นต้น ความรวดเร็วและด้วยความเต็มใจถือว่าเป็นหัวใจสำคัญของการให้บริการ ถ้าหากว่าไม่สามารถทำได้รวดเร็วด้วยข้อระเบียบ หรือขั้นตอนก็ตาม ก็ต้องชี้แจงด้วยถ้อยคำ หรือภาษาที่แสดงถึงความกังวล ความตั้งใจจะช่วยเหลือจริง ๆ แต่ไม่สามารถทำได้ เพราะมีข้อขัดข้อง หรือความจำเป็นตามระเบียบ

๔. การสื่อสารที่ดี การสื่อสารที่ดีจะสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร ตั้งแต่การต้อนรับ หรือการรับโทรศัพท์ ด้วยน้ำเสียงและภาษาที่ให้ความหวัง ให้กำลังใจ ภาษาที่แสดงออกไปไม่ว่าจะเป็นการปฏิสัมพันธ์โดยตรง หรือการโทรศัพท์จะบ่งบอกถึงน้ำใจการบริการข้างในจิตใจ จึงกล่าวไว้เบื้องต้นแล้วว่า ความรู้สึกหรือจิตใจที่มุ่งบริการจะต้องมาก่อน แล้วแสดงออกทางวาจา ดังกล่าวมาแล้ว

๕. การเอาใจเขามาใส่ใจเรา นึกถึงความรู้สึกของคนมาติดต่อขอรับบริการ เขามุ่งหวังได้รับความสะดวกสบาย ความรวดเร็ว ความถูกต้อง ด้วยไมตรีจากผู้ให้บริการ การอธิบายในสิ่งที่ผู้มารับบริการไม่รู้ด้วยความชัดเจน ภาษาที่เปี่ยมไปด้วยไมตรีจิต มีความเอื้ออาทร ติดตามงานและให้ความสนใจต่องานที่รับบริการอย่างเต็มที่

๖. การพัฒนาเทคโนโลยี เทคโนโลยีหมายถึงเครื่องมือ และเทคนิควิธีการให้บริการ เช่น การติดประกาศที่ชัดเจน การประชาสัมพันธ์ให้ทุกคนในองค์กรทราบเพื่อช่วยให้บริการ คือ การสร้างน้ำใจให้บริการให้เกิดขึ้นกับทุกคนในองค์กร ไม่ใช่เฉพาะผู้ที่มีหน้าที่โดยตรง แต่เป็นเรื่องของทุกคนต้องช่วยกันทำหน้าที่ให้บริการ นอกจากนี้การใช้เทคโนโลยีเช่น Web site ต่าง ๆ ที่จะช่วยอำนวยความสะดวกในด้านข้อมูลข่าวสาร จะช่วยเสริมให้บริการเป็นไปด้วยดี

๗. การติดตามประเมินผล และมาตรการประกันคุณภาพการให้บริการ การบริการควรมีการติดตามและประเมินความพึงพอใจจากผู้รับบริการเป็นช่วง ๆ เพื่อรับฟังความคิดเห็นและผลสะท้อนกลับว่ามีข้อมูลส่วนใดต้องปรับปรุงแก้ไข ส่วนมาตรการประกันคุณภาพคือการกำหนดมาตรฐานการให้บริการว่าจะปรับปรุงการให้บริการอย่างไร เช่น งานจะเสร็จภายใน ๓ ชั่วโมง หรือภายใน ๑ วัน เป็นต้น

มนุษย์สัมพันธ์-หลักการบริการด้วยหัวใจ

มนุษย์สัมพันธ์คือ ศาสตร์และศิลป์ในการเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลเพื่อให้ได้มาซึ่งความรักใคร่ นับถือ ความจงรักภักดี และความร่วมมือ วิธีสร้างมนุษย์สัมพันธ์มี ๓ ขั้นตอน

๑. เข้าใจธรรมชาติของคน คนเรานั้นมีความรู้สึก ดังนี้

- รู้สึกว่าตนเองมีความสำคัญ
- สนใจตนเองมากกว่าคนอื่น
- ต้องการความเจริญก้าวหน้า ความพิเศษ
- พุดมากกว่าฟัง บางครั้งถึงกับแย้งกันพูด ไม่มีคนฟัง
- ให้คำปรึกษามากกว่าที่จะขอคำแนะนำ เช่น เธอต้องยั้งนั้น เธอต้องยั้งนี้
- ไม่ชอบการถูกควบคุม จุกจิก จู้จี้
- ไม่ชอบการเปลี่ยนแปลง
- และอยากรู้อยากเห็น

๒. รู้จักเทคนิคและวิธีการสัมพันธ์กับคน
๓. สร้างลักษณะของผู้มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี

แนวทางการสร้างมนุษยสัมพันธ์สัมพันธ์ที่ดีในการให้บริการ

๑. ปรับปรุงและพัฒนาตนเอง ได้แก่

- สายตา เวลาพูดกับใครต้องสบตา
- ความรู้สึก ไม่ใช่เหม่อลอย
- อารมณ์ควรมีอารมณ์ร่วมขณะสนทนา
- ต้องมีศีลธรรม และคุณธรรม
- ต้องมีมารยาท

๒. ปรับปรุงและพัฒนาเทคนิคในการสนทนา

- ด้วยการสร้างความอบอุ่น และมั่นใจให้คู่สนทนา
- ใช้ภาษา และท่าทางที่เหมาะสม
- ใช้น้ำเสียงที่น่าฟัง ทำให้ผู้ฟังรู้สึกดี เช่น น้ำเสียงในการรับสายโทรศัพท์
- ใช้คำถามที่แสดงถึงความเอาใจใส่ และความเป็นเพื่อน เมื่อปรับปรุงการพูดแล้วก็ต้อง

ปรับปรุงการฟังด้วย

๓. ปรับปรุงและพัฒนาการฟัง

- ฟังด้วยความสนใจ
- ฟังให้ได้สาระ และถามย้อนกลับได้
- ใช้คำพูดตอบรับที่สอดคล้องกับความเห็นของผู้พูด

๔. ผู้กมิตร

- มองคนในแง่ดีโดยไม่มีอคติและตัดสินบุคคลแค่ภายนอก
- พร้อมทั้งจะช่วยเหลือ ไม่ใช่รอว่าลูกค้าจะทำได้ไหม แล้วหัวเราะเยาะ ว่าทำไมไม่อ่านป้ายหรือทำไมไม่ถาม เป็นต้น แบบนี้ต้องปรับปรุงเร่งด่วน ควรจะเข้าไปแสดงความช่วยเหลือโดยไม่ต้องรอให้ลูกค้าร้องขอ ถ้าผู้ให้บริการได้รับรองว่าได้ใจลูกค้า เต็มร้อยแน่นอน
- มีน้ำใจและให้อภัย หากลูกค้าทำพลาดไป
- ไม่นินทาลูกค้า
- ไม่พูดลับหลัง (ในทางที่ไม่ดี) แต่จงพูดลับหลัง (ในทางที่ดี)

๕. การปรากฏกายที่ดี

- การยิ้มแย้มแจ่มใส ร่าเริง แต่ไม่เร็งรำเกินเหตุ
- มีความกระตือรือร้น มีชีวิตชีวา ไม่ใช่ทำงานไปนั่งหาวไป แสดงว่าไม่รู้จักรับผิดชอบตนเอง
- มีความน่าเชื่อถือ
- มีกิริยาท่าทางที่เหมาะสม
- มีมารยาท รู้จักวางตัวในสังคม
- สรรวมกาย วาจา ใจ

๖. การแต่งกายดี

- ถูกกาละ เทศะ และโอกาส สถานที่และเวลา
- สมวัย และสุธีระ อย่าตามแฟชั่นมากนัก

- พลีพิณ ไม่ใช่วันนี้ชี้แจงจรีดผ้าก็ใส่ทั้งยับๆ
- คู่มือตลอดเวลา ตั้งแต่หัวจรดเท้า

ข้อควรคำนึงเกี่ยวกับการให้บริการ

การให้บริการเป็นงานที่ล่อแหลม ทำดีก็เสมอตัวผิดพลาดก็ได้รับคำตำหนิ จึงเป็นงานที่ต้องการความรับผิดชอบสูง และมีจิตใจหนักแน่น ผู้ซึ่งทำงานบริการแล้วเกิดผิดพลาด บางคนก็เสียใจ ท้อแท้ แต่กลับกันผู้ซึ่งไม่มีความรับผิดชอบมักกล่าวโทษผู้อื่นป้ายความผิดให้คนต่างๆ แม้แต่ผู้มารับบริการ เป็นเรื่องการหาผู้รับผิดชอบหรือหาเหตุผลมากกล่าวอ้างต่าง ๆ นานาให้พ้นไปจากความรับผิดชอบของตน วิธีการให้บริการอันจะทำให้ผู้รับบริการพอใจ จะต้องรู้ความคาดหวังของเขา และปฏิบัติตามความคาดหวังเท่าที่จะเป็นไปได้ทั้งนี้ย่อมไม่ใช่เรื่องง่าย ๆ เพราะการปฏิบัติด้วยกายวาจาใจ ต่อคนต่าง ๆ ให้สามารถสนองความต้องการของผู้รับบริการแต่ละประเภท ทุกระดับย่อมมีความยากลำบาก การที่จะให้บริการเป็นที่พอใจของทุก ๆ คนจะเป็นเรื่องเป็นไปได้ แต่ก็ไม่พ้นวิสัยที่จะทำให้คนส่วนใหญ่พึงพอใจ หากเรามีความมุ่งมั่นที่จะปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการอยู่เสมอ

ข้อควรระวังในการให้บริการ

๑. ไม่สนใจความต้องการของผู้รับบริการ การให้บริการในทุกกรณีจะต้องแสดงว่าผู้รับบริการมีความสำคัญ จึงต้องระวังไม่แสดงกิริยาที่เพิกเฉยไม่สนใจผู้รับบริการอย่างจริงจัง
 ๒. ให้บริการขาดตกบกพร่อง เป็นสิ่งที่ต้องย้ำเตือนอยู่เสมอว่า การให้บริการจะขาดตกบกพร่องไม่ได้เลย เพราะเมื่อเกิดขึ้นแล้วจะทำลายงานบริการในส่วนอื่น ๆ ที่ดีอยู่แล้วให้เกิดผลเสียหายตามไปด้วย
 ๓. ดำเนินการล่าช้า เป็นลักษณะที่ไม่ดีอย่างยิ่ง เพราะความล่าช้าไม่ตรงเวลา ทำให้ความเสียหายให้ผู้รับบริการได้
 ๔. ใช้กิริยา วาจา ไม่เหมาะสม การให้บริการสามารถจะรู้สึกได้จากกิริยาท่าทาง การใช้คำพูดและน้ำเสียง ผู้ให้บริการอาจไม่มีความตั้งใจจะแสดงกิริยาต่อผู้รับบริการในทางที่ไม่ดี แต่อยู่ในอารมณ์ที่ขุ่นมัว และไม่ควบคุมอารมณ์ของตนจึงแสดงออกด้วยท่าทีและคำพูดที่ทำให้เสียความรู้สึกต่อผู้รับบริการ
 ๕. ทำให้ผู้รับบริการผิดหวัง บริการที่ทำให้ผู้รับบริการผิดหวังมิได้ในหลายกรณีนับแต่การต้อนรับที่ยืนขาหรือการพูดโทรศัพท์ที่ไม่เหมาะสม การให้บริการอย่างไม่เต็มใจ ไม่ใส่ใจในการให้บริการ การบริการผิดพลาดทำความเสียหายให้แก่ผู้รับบริการ
- ดังนั้นองค์กรมีส่วนสำคัญที่จะช่วยพัฒนางานด้านบริการเป็นอย่างมากเพราะองค์กรถือเป็นแกนหลักในการกำหนดแนวทางการให้บริการเพื่อตอบสนองต่อความพึงพอใจ ของผู้รับบริการและเทคนิคการพัฒนากระบวนการขององค์กรให้เกิดความสะดวกสบายต่อผู้ใช้บริการ มีดังนี้
- จัดระบบการทำงานให้เกิดความคล่องตัว องค์กรควรปรับลดขั้นตอนที่ยุงยากให้ง่ายขึ้น เพื่อสร้างการบริการที่สะดวกรวดเร็ว
 - จัดทำลำดับขั้นตอนการให้บริการองค์กรควรจัดทำขั้นตอนการบริการให้ง่ายและไม่ซับซ้อนเพื่อเป็นแนวทางให้ผู้รับบริการสามารถทำตามได้อย่างถูกต้องและไม่สับสน
 - เรียนรู้ความต้องการของผู้รับบริการผ่านช่องทางต่างๆ เช่น ได้รับความคิดเห็น การสอบถามพูดคุยจากคำตำหนิ และคำชื่นชมเชยต่างๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางปรับปรุงงานบริการในครั้งต่อไป
 - ฝึกอบรมพนักงานให้เกิดทักษะการบริการที่ดีเพื่อนำไปปรับใช้กับส่วนงานที่ตนปฏิบัติหน้าที่อยู่ พฤติกรรมการให้บริการถือเป็นหน้าที่หนึ่งของบุคลากรที่ปฏิบัติงานในสายงานสนับสนุนและปฏิบัติงาน

ในสำนักงาน เนื่องจากต้องประสานงานและติดต่อกับบุคคลที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกองค์กร ในฐานะผู้ปฏิบัติงานตำแหน่งผู้ปฏิบัติงานบริหารและตำแหน่งเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป ซึ่งภาระงานที่ได้รับมอบหมายจะเกี่ยวข้องกับการบริการทั้งให้บริการแก่อาจารย์ นักศึกษา เจ้าหน้าที่ หรือผู้ที่มาติดต่อขอใช้บริการ ดังนั้นจึงถือว่าการบริการมีความสำคัญมาก จะบริการอย่างไรให้อาจารย์ นักศึกษา เจ้าหน้าที่หรือผู้ที่มาติดต่อขอใช้บริการเกิดความประทับใจในการรับบริการ

การบริการเมื่อเกิดการปฏิสัมพันธ์กันระหว่างผู้รับบริการกับผู้ให้บริการแล้ว ย่อมเกิดความพึงพอใจและไม่พอใจจึงควรสร้างความสัมพันธ์เสมือนเป็นการบริการหลังการขายด้วยการทำ (Customer Relationship Management = CRM) คือการเน้นหาความต้องการของลูกค้าเป็นหลักและตอบสนองความต้องการนั้น ดังนั้นในธุรกิจบริการจึงมีเป้าหมายของการบริการที่เป็นเลิศโดยให้ความสำคัญกับคุณค่าของสัมพันธภาพมากกว่าค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น ทั้งนี้ยังติดตามและสอบถามเพื่อเป็นข้อมูลในการประเมินผลโดยทำความเข้าใจกับลูกค้าผู้รับบริการว่าลูกค้ามีความต้องการอะไร มีความคาดหวังว่าจะได้รับประโยชน์อะไร นอกเหนือจากการซื้อสินค้าและบริการนั้นเพื่อให้กลับมาใช้บริการใหม่และในฐานะที่เป็นเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป ต้องปฏิบัติงานที่เกี่ยวกับการบริการ ต้องให้การบริการบุคคลต่างๆ ' ซึ่งสามารถสรุปการเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ โดยใช้หลัก ๑๐ S

Smooth หมายถึง อารมณ์ของผู้ให้บริการ ผู้ให้บริการที่ดีควรมีอารมณ์มั่นคงสม่ำเสมอ แม้ขณะที่ผู้รับบริการจะแสดงอารมณ์เสียใส่ ผู้ให้บริการก็ควรพยายามข่มใจไม่แสดงอารมณ์ที่ไม่ดีตอบโต้กลับไป

Smile หมายถึง การบริการด้วยรอยยิ้ม ผู้บริการที่มีหน้าไบหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใส ไม่บูดบึ้งเมื่อมีผู้มาติดต่อขอรับบริการ จะสร้างความประทับใจให้แก่ผู้มารับบริการ

Speak หมายถึง การพูดจาดีน้ำเสียงการพูดจาไพเราะ มีสัมมาคารวะ เนื่องจากการบริการจะต้องเจอกับบุคคลที่มีความต้องการที่หลากหลาย บางครั้งผู้รับบริการเป็นบุคคลเจ้าอารมณ์พูดจาไม่สุภาพหรือขาดสัมมาคารวะพูดจาไม่น่าฟัง แต่ผู้ให้บริการจำเป็นจะต้องใจเย็นและพูดจาให้ไพเราะน่าฟัง

Small หมายถึง ผู้บริการต้องปฏิบัติตนด้วยความอ่อนน้อมถ่อมตน ไม่อวดอ้างว่าตัวเองเป็นใหญ่หรือเป็นผู้มียศมีตำแหน่งงานที่ดีกว่า มีความรู้มากกว่าผู้มารับบริการ แต่ควรยินดีและเต็มใจให้บริการ

Smart หมายถึง ผู้ให้บริการที่มีบุคลิกภาพที่ดีสง่างามจะสร้างความประทับใจให้กับผู้รับบริการตั้งแต่แรกเห็น

Special หมายถึง ผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับผู้รับบริการ โดยมองว่าผู้รับบริการเป็นบุคคลพิเศษ จะต้องปฏิบัติให้ผู้รับบริการรู้สึกเสมือนว่าผู้รับบริการเป็นบุคคลพิเศษ

Spirit หมายถึง ผู้บริการต้องยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้รับบริการ ยอมเป็นผู้รับฟังที่ดี

Speed หมายถึง การให้บริการด้วยความรวดเร็ว เนื่องจากการให้บริการที่เป็นไปด้วยความรวดเร็วสามารถประหยัดเวลาในการให้บริการและผู้ให้บริการสามารถให้บริการแก่บุคคลอื่นได้จำนวนมากขึ้น และที่สำคัญผู้บริการไม่ต้องเสียเวลาในการคอยรับบริการ

Super หมายถึง การให้บริการที่มากกว่า มากกว่าในที่นี้หมายถึงการให้บริการที่มากกว่าสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวังหรือคาดคิด

Save หมายถึง การประหยัด ประหยัดในที่นี้หมายถึงการประหยัดเวลาในการดำเนินการให้บริการ และการประหยัดวัสดุของหน่วยงาน เนื่องจากการให้บริการบางครั้งจำเป็นต้องใช้วัสดุภายในหน่วยงาน เช่น ใช้เอกสาร การถ่ายเอกสาร หากผู้ให้บริการให้บริการด้วยความแม่นยำถูกต้องตามขั้นตอนในครั้งเดียวจะช่วยประหยัดค่าวัสดุภายในสำนักงานและประหยัดเวลา

ดังนั้นเพื่อคุณภาพและคุณค่าในงานบริการ ทุกฝ่ายจะต้องให้ความร่วมมือกันเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ได้รับผลประโยชน์ทั้งสองฝ่าย ผู้ใช้บริการพอใจองค์กรก็อยู่รอด (Win – win Strategy)

โดยสรุปจะเห็นได้ว่า การให้ความสำคัญกับการให้บริการนั้นมีความสำคัญอย่างยิ่ง ซึ่งส่วนหนึ่งจะต้องได้รับความร่วมมือจากผู้รับบริการ และผู้ให้บริการต้องเป็นบุคคลที่มีใจในการให้บริการ(Service Mind) เป็นสำคัญ ซึ่งทุกองค์กรของสำนักงานอธิการบดีและมหาวิทยาลัยมหิดลไม่สามารถหลีกเลี่ยงการให้บริการได้ดังนั้นผู้ให้บริการคือพนักงาน เจ้าหน้าที่ บุคลากร ผู้ให้บริการทุกๆ ด้าน ไม่ว่าจะให้ข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ การต้อนรับบุคคลทั้งภายในและภายนอก รวมถึงผู้ที่มาติดต่อทุกประเภทเป็นต้น จะต้องเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญของการให้บริการเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและความประทับใจให้กับผู้รับบริการทุกคน และท้ายสุดผู้ให้บริการเป็นกลไกสำคัญที่สุดที่จะต้องพัฒนาบุคลิกภาพและทัศนคติที่ดีโดยเฉพาะการมีจิตสำนึกในการรักการให้บริการ เพื่อการพัฒนาองค์กรอย่างสมบูรณ์แบบ “องค์กรเป็นเยี่ยม...บริการเป็นเลิศ”

การให้บริการโดยอาศัยคนเป็นหลักแบบพบหน้า เฉเชิญหน้ามีส่วนสำคัญอย่างมากต่อการให้บริการเพื่อผูกมัดใจผู้ใช้บริการหรือลูกค้า ผู้ให้บริการของหน่วยงานหรือองค์กร จึงจำเป็นต้องรู้จักประยุกต์ความรู้จากแขนงวิชาต่างๆ มาใช้ในงานบริการ เพื่อสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าหรือผู้รับบริการ อาจจะต้องใช้จิตวิทยาในการทำความเข้าใจและรับรู้ถึงความต้องการของผู้รับบริการและและให้การบริการตรงใจมากที่สุด ซึ่งการให้บริการแบบให้คำปรึกษาเชิงจิตวิทยานำมาใช้ในการบริการก็จะเป็นประโยชน์ต่อการให้บริการสำหรับลูกค้าหรือผู้รับบริการที่มีลักษณะหลายรูปแบบได้ดีไม่ว่าจะเป็นลูกค้าหรือผู้รับบริการที่ปกติหรือลูกค้าหรือผู้รับบริการที่มีลักษณะจู้จุกจิก ขี้บ่น เจ้าปัญหา แสดงอำนาจ หรือมาพร้อมกับอารมณ์เสีย นอกจากนี้ยังช่วยให้ผู้รับบริการมีความพึงพอใจและประทับใจในการให้บริการเป็นอย่างดีและยินดีกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

ส่วนที่ ๓ บทสรุป

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ เป็นสถาบันการศึกษาที่ดำเนินการจัดการศึกษาในระดับอุดมศึกษา และให้บริการวิชาการแก่ท้องถิ่น ประชาชน รวมถึงพัฒนางานด้านวิชาการเพื่อแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ในสังคม โดยสนับสนุนและส่งเสริมให้บุคลากรได้พัฒนากระบวนการทำงานและวิธีการดำเนินงานให้ทันสมัย ทั้งนี้หน่วยงานสนับสนุนถือเป็นหน่วยงานที่สำคัญในการสนับสนุนการดำเนินการของมหาวิทยาลัย และให้บริการกับบุคลากร นักศึกษา รวมถึงผู้มาติดต่อราชการในมหาวิทยาลัย ซึ่งถือเป็นการปฏิบัติการกิจที่สำคัญในการให้บริการและภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยต่อผู้ใช้บริการ เพื่อให้การให้บริการของส่วนราชการต่าง ๆ กับบุคลากร นักศึกษา ผู้มาติดต่อราชการในมหาวิทยาลัย รวมถึงการสร้างวัฒนธรรมองค์กรและภาพลักษณ์ที่ดีของมหาวิทยาลัย จึงกำหนดหลักการในการให้บริการที่ดีเพื่อให้ทุกส่วนราชการถือปฏิบัติ ดังนี้



๑. **ยิ้มแย้มแจ่มใส** หมายถึง การให้บริการด้วยความเต็มใจให้บริการ ยิ้มแย้ม เพื่อให้ผู้รับบริการมีความประทับใจในการให้บริการของมหาวิทยาลัย

๒. **เต็มใจช่วยเหลือ** หมายถึง การให้ความช่วยเหลือผู้รับบริการ ในการดำเนินการต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย เพื่อให้การให้บริการและการรับบริการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ บรรลุวัตถุประสงค์ในการเข้ารับบริการ รวมถึงการให้คำแนะนำ คำปรึกษา แก่ผู้ใช้บริการ

๓. **ไม่เบื่อคำถาม** หมายถึง การรับฟังประเด็นปัญหา คำถามจากผู้รับบริการ แม้ว่าคำถามนั้นจะเป็นประเด็นคำถามที่มีผู้ใช้บริการท่านอื่นได้สอบถามไปแล้วก็ตาม

๔. **ฟังความครบถ้วน** หมายถึง การรับฟังประเด็นคำถาม ข้อสงสัย รวมถึงการสอบถามย้อนกลับในประเด็นต่างๆที่เกี่ยวข้องกับเรื่องในการให้บริการโดยละเอียด เพื่อวิเคราะห์และให้ความช่วยเหลือหรือแนะนำผู้ใช้บริการอย่างทันทั่วทั้งที่ รอบคอบ บนพื้นฐานของข้อมูลและอำนาจหน้าที่

๕. **รับผิดชอบบริการ** หมายถึง การดำเนินการให้บริการอย่างทันทั่วทั้งที่ เพื่อตอบสนองความต้องการในการใช้บริการโดยไม่ชักช้า รวมถึงการลดกระบวนการทำงานที่มากจนเกินไปซึ่งอาจให้เกิดความล่าช้าในกระบวนการทำงาน เพื่อให้การให้บริการนั้นเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ รวดเร็ว และทันต่อเวลา

๖. **อ่อนหวานน่ารัก** หมายถึง การให้บริการที่ดีโดยแสดงถึงความเป็นผู้รับฟังและผู้ให้บริการที่ดี รวมถึงการพัฒนาบุคลิกภาพบุคลิกภาพที่สร้างความรู้สึกเป็นกันเองในการให้บริการ ไม่บังคับ ชมเชย ให้สิ่งให้ ผู้รับบริการต้องทำอย่างหนึ่งอย่างใด

๗. **ไม่ล้าแต่ทำ** หมายถึง การให้บริการจะต้องมีใจรักการบริการและให้บริการด้วยความถูกต้อง ละเอียด รอบคอบ ภายใต้อำนาจอำนาจและหน้าที่ที่เหมาะสม รวมถึงการเรียนรู้และการพัฒนาการให้บริการ จากสภาพปัญหาหรือสิ่งที่ได้รับจากการให้บริการ

๘. **น้ำคำไพเราะ** หมายถึง การให้บริการจะต้องใช้คำพูดที่ไพเราะ มีหางเสียง สร้างความเป็นกันเอง กับผู้รับบริการ รวมถึงการใช้น้ำเสียงที่สุภาพ นุ่มนวลต่อการให้บริการ และไม่พูดกดดัน หรือพูดเชิงดูถูก ผู้รับบริการ

๙. **เหมาะสมหน้าที่** หมายถึง การปฏิบัติหน้าที่และการให้บริการกับผู้รับบริการนั้น ผู้ปฏิบัติจะต้อง ปฏิบัติหน้าที่ตามอำนาจหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย หรือให้ความช่วยเหลือตามสมควรแก่ตำแหน่งหน้าที่ และ ปฏิบัติหน้าที่อย่างรัดกุม ละเอียด รอบคอบ เพื่อให้ให้เกิดข้อผิดพลาดในการให้บริการ

๑๐. **ไม่มีนอกใน** หมายถึง การปฏิบัติหน้าที่และการให้บริการนั้น ผู้ปฏิบัติจะต้องปฏิบัติหน้าที่ตาม อำนาจหน้าที่ ตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ไม่ใช่อำนาจหน้าที่ในการเอื้อประโยชน์ หรืออำนวยความสะดวกให้กับ บุคคลใดบุคคลหนึ่ง และจะต้องมีจิตสำนึกในการให้บริการโดยคำนึงว่าผู้รับบริการมีสิทธิ์เสมอภาค รวมถึงการ ปฏิบัติตนตามหลักธรรมาภิบาลและมาตรการป้องกันการแข่งขันระหว่างผลประโยชน์ส่วนตนกับผลประโยชน์ ส่วนรวม

เอกสารอ้างอิง

- Kistofer H. Love Lock, & Loren Rite. การตลาดบริการ . กรุงเทพฯ : เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า, ๒๕๕๖
- จิตตินันท์ เดชะคุปต์. “ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับจิตวิทยาบริการ” เอกสารการสอนชุดวิชาจิตวิทยาการบริการ เล่มที่๑ หน่วยที่ ๑-๗นนทบุรี:สาขาศาสตรมหาวิทาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, ๒๕๔๐
- จินตนา บุญงการ. การสร้างจิตสำนึกการให้บริการปรับปรุงการบริการภาครัฐ. พิมพ์ครั้งที่ ๑.กรุงเทพฯ: พอร์แมทพริ้นติ้ง , ๒๕๓๙
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงษ์ .การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว . พิมพ์ครั้งที่ ๔. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๕๖
- ฉัตยาพร เสมอใจ. การจัดการและการบริการ. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ด ยูเคชั่น , ๒๕๕๗
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. การตลาดบริการ. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ส.เอเชียเพรส จำกัด, ๒๕๔๗
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. การตลาดบริการ. พิมพ์ครั้งที่ ๕. กรุงเทพฯ : บริษัท ส.เอเชียเพรส จำกัด, ๒๕๔๙
- ชูศักดิ์เดช เกรียงไกรกุล. นิตศน์คณะวารรณ, ธีรพล แซ่ตั้ง. การตลาดรุ่ง มุ่งสัมพันธ์. กรุงเทพ :บริษัทซีเอ็ด ยูเคชั่น จำกัด (มหาชน), ๒๕๕๖.
- ตรีเพ็ชร อ่าเมือง. “คู่มือ-เทคนิคการให้บริการด้วยใจ”. มหาวิทยาลัยมหิดล, มปป
- ธวัลนุช อุทยาน . ศิลปะการต้อนรับและการบริการ. เอกสารประกอบการบรรยาย สาขาวิชาการท่องเที่ยว. คณะศิลปศาสตร์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
- ธีรกิตินวรัตน์ ณ อยู่ธยา. การตลาดสำหรับการบริการแนวคิดและกลยุทธ์. พิมพ์ครั้งที่ ๑ กรุงเทพฯ:จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย, ๒๕๕๗.
- ราชบัณฑิตยสถาน. พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๒๕ . พิมพ์ครั้งที่ ๖ . กรุงเทพมหานคร: อักษรเจริญทัศน์, ๒๕๓๙
- วัชรภรณ์ สุริยาภิวัดน์ .วิจัยธุรกิจยุคใหม่ .กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๕๖
- วีระพงษ์ เฉลิมจิระวัฒน์. คุณภาพในงานบริการ ๑. พิมพ์ครั้งที่ ๔. กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น), ๒๕๕๓.
- วีระพงษ์ เฉลิมจิระวัฒน์.คุณภาพในงานบริการ. กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี(ไทย- ญี่ปุ่น), ๒๕๕๒.
- วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ . การตลาดธุรกิจบริการ .กรุงเทพฯ ซีเอ็ด ยูเคชั่น , ๒๕๕๘
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ . การบริหารการตลาดยุคใหม่ .กรุงเทพฯ:ธีระพิมพ์และไซเท็กซ์ , ๒๕๕๑
- สมิต สัชฌุกร. ศิลปะการให้บริการ. พิมพ์ครั้งที่ ๑ กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์วิญญูชน, ๒๕๕๘
- สุพรรณิ อินทร์แก้ว . การตลาดธุรกิจบริการเฉพาะอย่าง . พิมพ์ครั้งที่ ๒ . กรุงเทพมหานคร : ธนเพส, ๒๕๕๙
- สุนมา อยู่โพธิ์ .ตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๕๔

อรรจน์ สีหะอำไพ. เอกสารประกอบการบรรยาย “การบริการด้วยใจ ก้าวไกลทั้งองค์กร”. มหาวิทยาลัย
ราชภัฏอุตรดิตถ์, ๒๕๖๔

เอนก สุวรรณบัณฑิต, ภาสกร อุดลพัฒน์กิจ. จิตวิทยาบริการ . กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ดีไซน์, ๒๕๔๘