

# หน่วยที่ 1

## ความรู้เบื้องต้นการให้บริการ

### หัวข้อเรื่อง

- 1.1 ความหมายการบริการ
- 1.2 ความสำคัญของการบริการ
- 1.3 ลักษณะของงานบริการ
- 1.4 ประเภทของการบริการ

### จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

1. บอกความหมายการให้บริการได้
2. อธิบายความสำคัญของการให้บริการได้
3. อธิบายลักษณะของงานบริการได้
4. สรุปประเภทของการบริการโดยใช้แผนที่ความคิดได้

### สาระสำคัญ

การให้บริการถูกค่านับว่าเป็นสิ่งสำคัญทุกธุรกิจและองค์กรจะให้ความสำคัญกับการให้บริการเพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า ผู้รับบริการตั้งแต่ต้นจนจบกระบวนการ ซึ่งต้องสร้างความประทับใจทุกๆ ส่วนของการบริการ ดังนั้นการทำความเข้าใจ “การบริการ” จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง ซึ่งในบทนี้จะกล่าวถึง ความหมายการบริการ ความสำคัญการบริการ ลักษณะของงานบริการและประเภทของการบริการ

# ความรู้เบื้องต้นการให้บริการ

## 1.1 ความหมายของการบริการ

ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 ได้ให้ความหมาย “บริการ” หมายถึง ปฏิบัติรับใช้ หรือ ให้ความสะดวกต่างๆ ดังนั้น การให้บริการจึงหมายถึง งานที่มีผู้คอยช่วยอำนวยความสะดวกซึ่งเรียกว่า “ผู้ให้บริการ” และ “ผู้มารับบริการ” ก็คือผู้มารับความสะดวก

“การบริการ” ไม่ใช่สิ่งที่มีตัวตน แต่เป็นกระบวนการหรือกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่ต้องการใช้บริการ (ผู้บริโภค/ลูกค้า/ผู้รับบริการ) กับ ผู้ให้บริการ (เจ้าของกิจการ/พนักงานงานบริการ/ระบบการจัดการบริการ) ในการทำงานที่ตอบสนองความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่ง ให้บรรลุผลสำเร็จ ความแตกต่างระหว่างสินค้าและการบริการ ต่างก็ก่อให้เกิดประโยชน์และความพึงพอใจแก่ลูกค้าที่มาซื้อ โดยที่ธุรกิจบริการจะมุ่งเน้นการกระทำที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า อันนำไปสู่ความพึงพอใจที่ได้รับบริการนั้น ในขณะที่ธุรกิจทั่วไป มุ่งขายสินค้าที่ลูกค้าชอบและทำให้เกิดความพึงพอใจที่ได้เป็นเจ้าของสินค้านั้น (จิตตินันท์ เดชะคุปต์, 2549.)

“การบริการ” เป็นกิจกรรมการกระทำและการปฏิบัติที่ผู้ให้บริการจัดทำขึ้นเพื่อเสนอขายและส่งเสริมให้ผู้รับบริการหรือเป็นกิจกรรมที่จัดทำขึ้นรวมกับการขายสินค้าเพื่อสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการอย่างทันทีทันใด ลักษณะของการบริการมีทั้งไม่มีรูปร่างหรือตัวตน ไม่สามารถสัมผัสหรือจับแต่ต้องได้และเป็นสิ่งที่เสื่อมสลายได้ง่ายแต่สามารถนำมาซื้อขายกันได้ ซึ่งองค์กรแต่ละองค์กรที่มีการแข่งขันกันสูงไม่ว่าจะด้านกลยุทธ์ต่างๆ โปรแกรมที่น่าเสนอ หรือโปรแกรมพิเศษสุด สุดท้ายแล้วผู้บริโภคจะเลือกใช้บริการนั้นก็คือการบริการหลังการขายซึ่งเป็นสิ่งที่ยากที่สุด นำมาใช้เป็นกลยุทธ์ในการบริการหลังการขายและเป็นตัวเลือกที่ดีในการเข้าใช้บริการ

“การบริการ” ตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Service” ในความหมายที่ว่าเป็นการกระทำที่เปี่ยมไปด้วยความช่วยเหลือ การให้ความช่วยเหลือการดำเนินการที่เป็นประโยชน์ (จิตตินันท์เดชะคุปต์, 2540.) ซึ่งความหมายอักษรภาษาอังกฤษ 7 ตัวนี้ คือ

S = Smiling & Sympathy ยิ้มแย้มและเอาใจเขามาใส่ใจเรา เห็นอกเห็นใจต่อความลำบากยุ่งยากของผู้มารับการบริการ

E = Early Response ตอบสนองต่อความประสงค์จากผู้รับบริการอย่างรวดเร็ว

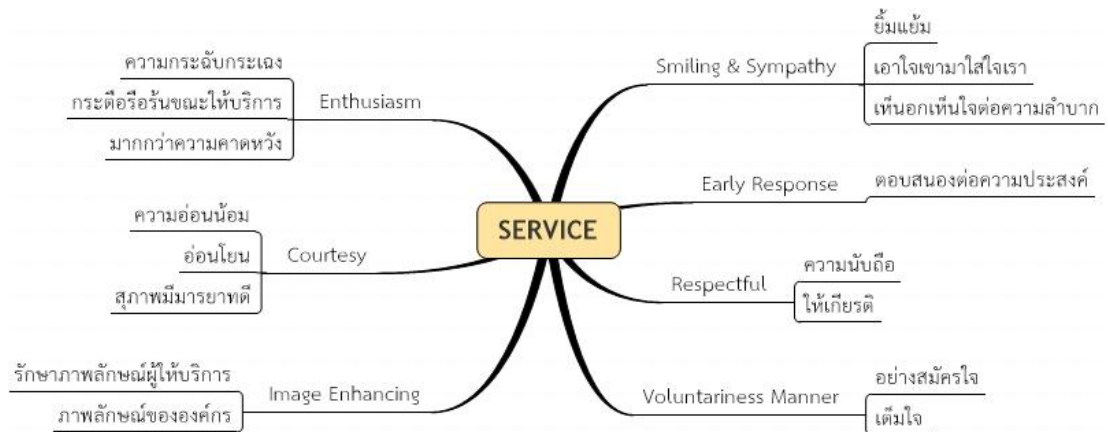
R = Respectful แสดงออกถึงความนับถือให้เกียรติผู้รับบริการ

V = Voluntariness Manner การให้บริการที่ทำอย่างสมัครใจเต็มใจทำไม่ใช่ทำงานอย่างเสียมไม่ได้

I = Image Enhancing การรักษาภาพลักษณ์ของผู้ให้บริการและภาพลักษณ์ขององค์กร

C = Courtesy ความอ่อนน้อม อ่อนโยน สุภาพมีมารยาทดี

E = Enthusiasm ความกระฉับกระเฉง กระตือรือร้นขณะให้บริการและให้บริการมากกว่าผู้รับบริการคาดหวังเอาไว้



ภาพที่ 1.1 แสดงความหมายอักษร SERVICE

สรุปได้ว่า การบริการหมายถึงงานที่ปฏิบัติรับใช้ หรืองานที่ให้ความสะดวกต่างๆเกิดจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่ต้องการใช้บริการกับผู้ให้บริการ ในรูปแบบกิจกรรมผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่ผู้ขายจัดทำขึ้นเพื่อสนองความต้องการแก่ผู้บริโภค และเพื่อส่งเสริมการขายให้มีประสิทธิภาพ

## 1.2 ความสำคัญของการบริการ

การบริการที่ดีจะช่วยให้กิจการประสบความสำเร็จในที่สุด ดังนั้นความสำคัญของการบริการสามารถแบ่งเป็น 2 ประเด็น (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2543: 14-16) ดังนี้

### 1.2.1 ความสำคัญต่อผู้ให้บริการ แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ

1) งานบริหารบุคลากรที่ปฏิบัติงานบริการโดยเฉพาะผู้ที่ให้บริการส่วนหน้าเนื่องจากเป็นบุคคลที่ปฏิสัมพันธ์กับผู้มารับบริการโดยตรงเริ่มตั้งแต่การต้อนรับผู้ที่เข้ามาติดต่อจนกระทั่งบริการต่าง ๆ สิ้นสุดลง การทำความเข้าใจเกี่ยวกับการบริการจะช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานบริการตระหนักถึงการปฏิบัติตนต่อผู้รับบริการด้วยจิตสำนึกของการให้บริการ และพัฒนาศักยภาพมีดังนี้

(1) รับรู้เป้าหมายของการให้บริการที่ถูกต้องโดยมุ่งเน้นที่ตัวลูกค้าหรือผู้บริโภคเป็นศูนย์กลางของการบริการด้วยการกระทำเพื่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและทำให้ลูกค้ามาใช้บริการพึงพอใจเป็นสำคัญ

(2) เข้าใจและยอมรับพฤติกรรมของลูกค้าหรือผู้ที่ใช้บริการ

(3) ตระหนักถึงบทบาทและพฤติกรรมของการบริการที่ผู้บริการพึงปฏิบัติ ซึ่งเป็นภาพลักษณ์เบื้องต้น ที่สามารถทำให้ผู้รับบริการประทับใจใช้บริการจนเป็นลูกค้าประจำ

(4) วิเคราะห์ความต้องการของผู้รับบริการและคุณลักษณะของการบริการที่สร้างความประทับใจแก่ผู้รับบริการรวมทั้งการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าซึ่งเกิดขึ้นตลอดเวลาและจำเป็นต้องอาศัยการฝึกฝนทักษะในการแก้ปัญหาเพื่อมิให้ผู้รับบริการเกิดความไม่พอใจในการบริการที่ได้รับ

2) ผู้ประกอบการ ปัจจุบันผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าและบริการต่างตระหนักถึงความสำคัญของการบริการมากขึ้นและหันมาให้บริการเป็นกลยุทธ์การแข่งขันทางการตลาดที่นับวันจะมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น การทำความเข้าใจเกี่ยวกับการบริการจะช่วยให้ผู้บริหารการบริการสามารถสร้างความเป็นเลิศในการดำเนินการบริการด้วยคุณภาพของการบริการที่ยอดเยี่ยมได้ ดังนี้

(1) ตระหนักถึงความสำคัญของลูกค้าเป็นอันดับแรกและรู้จักสำรวจความต้องการของลูกค้าในการเลือกซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ เพื่อนำข้อมูลมาใช้วางแผนและการปรับปรุงการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสม

(2) เห็นความสำคัญของบุคลากรซึ่งมีบทบาทสำคัญที่จะดึงผู้บริโภคให้มาเป็นลูกค้าประจำขององค์กรด้วยการสนับสนุนและเพิ่มขีดความสามารถในการพัฒนาศักยภาพในการบริการอย่างทั่วถึงทั้งในด้านความรู้และทักษะการบริการที่มีคุณภาพ

(3) เข้าใจกลยุทธ์การบริการต่าง ๆ ที่สามารถใช้เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพโดยมุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากรที่มีคุณภาพ การสร้างเอกลักษณ์ในการบริการที่ประทับใจ การบริหารองค์การที่มีประสิทธิภาพและการใช้เทคโนโลยีการบริการที่ทันสมัย

(4) วิเคราะห์ปัญหาข้อบกพร่องและแนวโน้มของการบริการเพื่อการปรับปรุงแก้ไขและกำหนดทิศทางของการบริการที่ตลาดต้องการได้

1.2.2 ความสำคัญต่อผู้รับบริการ ถึงแม้ธุรกิจบริการจะให้ความสำคัญอย่างมากกับลูกค้าหรือผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกซื้อหรือใช้บริการต่าง ๆ และพยายามทุกวิถีทางที่จะสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า ดังนั้น ลูกค้าจำเป็นที่จะต้องเรียนรู้บทบาทและขอบเขตความเป็นไปได้ของการใช้บริการที่เหมาะสมด้วยความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริการจะช่วยให้ผู้ใช้บริการเข้าใจกระบวนการบริการและสามารถคาดหวังการบริการที่จะได้รับอย่างมีเหตุผลตามข้อจำกัดของสถานการณ์ที่เกิดขึ้น

1) รับรู้และเข้าใจลักษณะของงานบริการว่าเป็นงานหนักที่จะต้องพบกับคนจำนวนมากและตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้มารับบริการอยู่ตลอดเวลาอันส่งผลให้การบริการบางครั้งอาจไม่รวดเร็วทันกับความต้องการของผู้รับบริการทุกคนในเวลาเดียวกันได้ซึ่งผู้ใช้บริการจำเป็นต้องคาดหวังการบริการในระดับที่มีความเป็นไปได้ตามลักษณะของงานบริการต่าง ๆ

2) ตระหนักถึงพฤติกรรมที่พึงประสงค์ของผู้ใช้บริการผู้ที่แสดงเจตนาในการรับบริการควรมีมารยาทที่ดีและใช้คำพูดที่ชัดเจนเข้าใจง่ายในการระบุความต้องการการบริการเมื่อผู้ใช้บริการเข้าใจและเสนอการบริการที่ถูกต้องผู้รับบริการก็จะทำให้เกิดความรู้สึกและทัศนคติที่มีต่อการบริการ



ภาพที่ 1.2 ความสำคัญของการบริการ

### 1.3 ลักษณะของงานบริการ

1.3.1 ลักษณะที่เกิดจากความไว้วางใจ (trust) ผู้ใช้บริการต้องอาศัยความเชื่อถือหรือความไว้วางใจในการบริการ เช่น ได้รับการบอกต่อถึงการบริการจากเพื่อนหรือคนใกล้ชิดหรือได้รับรู้จากประสบการณ์โดยตรง หรือจากแหล่งอื่นจนเกิดความไว้วางใจและตัดสินใจไปใช้บริการ

1.3.2 ลักษณะที่ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) ผู้บริโภคไม่สามารถทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ก่อนที่จะทำการซื้อ เช่น การโดยสารบนเครื่องบิน เป็นต้น ผู้บริโภคไม่สามารถรู้ผลของการบริการได้จนกว่าจะมีการเดินทางจริง ผู้บริโภคพยายามจึงแสวงหาสิ่งที่จะบ่งบอกถึงคุณภาพของการบริการเพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นที่จะใช้บริการนั้นๆ



ภาพที่ 1.3 การให้บริการโดยสารบนเครื่องบิน  
ที่มา : <http://www.oknation.net/>

1.3.3 ลักษณะที่แบ่งแยกออกจากกันไม่ได้ (inseparability) ระหว่างผู้ให้บริการและลูกค้า การบริการนั้นเริ่มจากการที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อแล้วจึงเกิดการบริการในขณะเดียวกัน เช่น การบริการนวดแผนโบราณ ผู้นวดและลูกค้าจะต้องอยู่พร้อมกัน ณ สถานที่ที่ให้บริการ ในการตรวจรักษาแพทย์ และคนไข้จะต้องอยู่ที่เดียวกัน ทั้งสองฝ่ายก็ไม่สามารถ แยกจากกันได้ในเวลาที่ให้บริการ



ภาพที่ 1.4 การให้บริการตรวจรักษา  
ที่มา : <http://www.bangkokvoice.com>

1.3.4 ลักษณะความแตกต่างของการบริการในแต่ละครั้ง (Variability or Heterogeneity) เนื่องจากการบริการต้องอาศัยคนหรือพนักงานในการให้บริการเป็นส่วนใหญ่ซึ่งต้องขึ้นกับองค์ประกอบในด้านร่างกายและจิตใจของพนักงาน เช่น พนักงานคนหนึ่งเมื่อวานนี้ให้บริการดีมาก ยิ้มแย้มแจ่มใส ทักทายลูกค้าเป็นอย่างดี แต่วันรุ่งขึ้นพนักงานคนเดียวกันอาจถูกร้องเรียนว่าบริการไม่ดี ไม่ยิ้มแย้ม พูดจาไม่ไพเราะ สาเหตุเนื่องมาจากพนักงานคนนั้นไม่ได้นอนหลับอย่างเต็มอิ่มเพราะต้องดูแลลูกสาววัยหนึ่งปีที่เป็นไข้หวัดตลอดคืนที่ผ่านมาเป็นต้น

1.3.5 ลักษณะที่ไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ (perish ability) การบริการต่าง ๆ ไม่สามารถกักตุนจัดเก็บหรือสต็อกเอาไว้ได้เหมือนกับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้เพราะงานบริการมีเงื่อนไขเรื่องเวลาเข้ามาเกี่ยวข้อง จึงไม่สามารถเก็บบริการเอาไว้ขายได้ เช่น ในฤดูการท่องเที่ยว ห้องพักของโรงแรมจะมีลูกค้าเข้าพักเต็ม และยังมีลูกค้าอีกจำนวนมากที่ไม่สามารถจองห้องพักในเวลานั้นได้ แต่ในช่วงฤดูฝน ห้องพักของโรงแรมว่างเป็นจำนวนมาก ซึ่งไม่สามารถนำไปขายในฤดูกาลท่องเที่ยวที่ผ่านมาได้เป็นต้น

1.3.6 ความต้องการที่ไม่แน่นอน (Fluctuating Demand) จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการจะมากหรือน้อยต่างกันขึ้นกับช่วงเวลาในแต่ละวัน วันในต้นสัปดาห์หรือท้ายสัปดาห์ รวมทั้งฤดูกาล เช่น ที่สาขาของธนาคาร ช่วงพักกลางวันจะมีลูกค้ามาใช้บริการมากกว่าช่วงบ่าย ช่วงวันจันทร์และวันศุกร์จะมีลูกค้าฝากถอนเงินมากกว่าช่วงวันอื่น ๆ ในสัปดาห์

1.3.7 ลักษณะงานบริการที่ทำซ้ำ ๆ (Repetitiveness) เป็นการทำงานซ้ำ ๆ หลาย ครั้ง เช่น พนักงานเสิร์ฟอาหารในห้องอาหารมีหน้าที่ต้อนรับลูกค้า รับคำสั่งจากลูกค้า นำคำสั่งไปสั่งอาหารและเครื่องดื่ม นำอาหารและเครื่องดื่มมาเสิร์ฟลูกค้า คอยดูแลความเรียบร้อย เก็บเงินเมื่อลูกค้าต้องการจะกลับ จัดโต๊ะอาหารเพื่อเตรียมต้อนรับลูกค้าคนใหม่ การทำงานของพนักงานเสิร์ฟอาหารในห้องอาหารจะทำงานในลักษณะเช่นนี้ซ้ำแล้วซ้ำอีกหลาย ๆ ครั้ง จนกว่าจะถึงเวลาเลิกงาน



ภาพที่ 1.5 งานบริการเสิร์ฟอาหาร  
ที่มา : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

1.3.8 ลักษณะมีความเข้มข้นต่อความรู้สึกของพนักงาน (Labor Intensiveness) การให้บริการพนักงานจะต้องมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า ลูกค้ามีความต้องการที่แตกต่าง อุปนิสัยที่ไม่เหมือนกัน อารมณ์ของลูกค้าอาจเปลี่ยนแปลงไปตามสิ่งแวดล้อมหรือปัจจัยอื่น ๆ พนักงานอาจจะพบกับลูกค้าที่มีอารมณ์ร้ายหรือลูกค้าที่จู้จี้จุกจิกสร้างปัญหา

สรุปลักษณะของงานบริการโดยทั่วไปมีดังนี้ 1) เกิดจากความไว้วางใจผู้ใช้บริการต้องอาศัยความเชื่อถือหรือความไว้วางใจ 2) ไม่สามารถจับต้องได้ไม่สามารถทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ก่อนที่จะทำการซื้อ 3) แบ่งแยกออกจากกันไม่ได้ตัดสินใจซื้อแล้วจึงเกิดการบริการในขณะเดียวกัน 4) ความแตกต่างของการบริการในแต่ละครั้งในด้านคุณภาพในการให้บริการ 5) ไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ไม่สามารถกักตุนจัดเก็บหรือสต็อกเอาไว้ได้ 6) ความต้องการที่ไม่แน่นอนจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการขึ้นกับช่วงเวลาในแต่ละวัน วันในต้นสัปดาห์หรือท้ายสัปดาห์ รวมทั้งฤดูกาล 7) ลักษณะงานบริการที่ทำซ้ำ ๆ 8) ลักษณะมีความเข้มข้นต่อความรู้สึกของพนักงานพนักงานจะต้องมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า ที่แตกต่าง อุปนิสัยที่ไม่เหมือนกัน



ภาพที่ 1.6 แสดงลักษณะงานบริการ

## 1.4 ประเภทของการบริการ

ประเภทของธุรกิจบริการ สามารถจัดประเภทได้ 4 ประเภท ดังนี้

1.4.1 การบริการต่อร่างกายลูกค้า (People Processing Service) ประเภทนี้ เป็นบริการที่มีการผูกเนื้อต้องตัวลูกค้าโดยตรง เช่น ตัดผม นวดแผนโบราณ ฯลฯ หรือไม่ก็เป็นบริการทางกายภาพ เช่น บริการขนส่งมวลชน เคลื่อนย้ายตัวลูกค้าไปที่จุดหมายปลายทาง ซึ่งลูกค้าจำเป็นต้องอยู่ในสถานที่ให้บริการตลอดทั้งกระบวนการให้บริการ จนกว่าจะได้รับผลประโยชน์ตามที่ต้องการจากบริการนั้น



ภาพที่ 1.7 การบริการนวดแผนไทย

ที่มา : อโยธยานวดแผนไทย

1.4.2 การบริการต่อจิตใจลูกค้า (Mental Stimulus Processing Service) ประเภทนี้เป็นการให้บริการ โดยไม่จำเป็นต้องถูกเนื้อต้องตัวลูกค้า แต่เป็นการให้บริการต่อจิตใจอารมณ์หรือความรู้สึกของลูกค้า เช่น โรงภาพยนตร์ โรงเรียน วัด โบสถ์ ฯลฯ ซึ่งลูกค้าจำเป็นต้องอยู่ในสถานที่ให้บริการตลอดทั้งกระบวนการให้บริการจนกว่าจะได้รับผลประโยชน์ตามที่ต้องการจากบริการนั้น

1.4.3 การบริการต่อสิ่งของของลูกค้า (Possession Processing Service) เป็นการซื้อบริการให้กับสิ่งของของเรา เช่น บริการ ซัก อบ รีดไปหาสัตว์แพทย์ เป็นต้น บริการในกลุ่มนี้เป็นการให้บริการ โดยการถูกเนื้อต้องตัวของสัตว์เลี้ยง หรือสิ่งของอย่างใดอย่างหนึ่งของลูกค้า ซึ่งลูกค้าจำเป็นต้องเอาสิ่งของหรือสัตว์เลี้ยงมาไว้ในสถานที่ให้บริการ โดยตัวลูกค้าไม่จำเป็นต้องอยู่ในสถานบริการในระหว่างที่เกิดการให้บริการก็ได้



ภาพที่ 1.8 การให้บริการกับสัตว์เลี้ยง

ที่มา : <http://pawsaroundtownmobilevet.com/>



1.4.4 การบริการต่อสารสนเทศของลูกค้า (Information Processing Service) บริการในกลุ่มนี้ เป็นบริการที่ทำต่อสิ่งของของลูกค้าเช่นเดียวกับบริการประเภทที่ 3 แต่ต่างกันในลักษณะของ “สิ่งของของลูกค้า” โดย “สิ่งของของลูกค้า” ในบริการประเภทที่ 3 จะเป็นของที่มีตัวตน แต่สิ่งของในประเภทที่ 4 จะเป็นของที่ไม่มีตัวตน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นข้อมูลสารสนเทศของลูกค้า บริการประเภทนี้ ได้แก่ ธนาคาร บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจ บริการวิจัยการตลาด เป็นต้น



ภาพที่ 1.9 แสดงประเภทของการบริการ

จะเห็นได้ว่าความรู้เบื้องต้นในการให้บริการที่นักบริการต้องทราบคือ ความหมายของการให้บริการ การบริการหมายถึงงานที่ปฏิบัติรับใช้ หรือ งานที่ให้ความสะดวกต่างๆ ตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Service” เกิดจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่ต้องการใช้บริการกับผู้ให้บริการ ในรูปแบบกิจกรรมผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่ผู้ขายจัดทำขึ้นเป็นผลิตภัณฑ์รูปแบบหนึ่งเพื่อสนองความต้องการแก่ผู้บริโภค และรูปแบบกิจกรรมผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่ผู้ขายจัดทำขึ้น เพื่อเสริมกับสินค้าให้การขายและให้สินค้านั้นมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นความสำคัญของการบริการมีทั้งด้านบริการที่ดี และบริการที่ไม่ดี ซึ่งทั้งสองด้านจะส่งผลต่อผู้ให้บริการ โดยที่ลักษณะของงานบริการเป็น ลักษณะที่เกิดจากความไว้วางใจผู้ใช้บริการต้องไม่สามารถจับต้องได้แบ่งแยกออกจากกันไม่ได้มีความแตกต่างของการบริการในแต่ละครั้งไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้มีความต้องการที่ไม่แน่นอนงานบริการที่ทำซ้ำๆ มีความเข้มข้นต่อความรู้สึกของพนักงานและธุรกิจบริการมี 4 ประเภท คือ ประเภทแรกเป็นการบริการต่อร่างกายลูกค้า เป็นการบริการที่มีการถูกเนื้อต้องตัวลูกค้าโดยตรง เช่น ตัดผมขนาดแผนโบราณ บริการที่พักอาศัย เช่น โรงแรม ประเภทที่สอง การบริการต่อจิตใจลูกค้า ด้านอารมณ์ หรือ ความรู้สึกของลูกค้า เช่น โรงภาพยนตร์ โรงเรียน วัด โบสถ์ ประเภทที่สาม เป็นการบริการต่อสิ่งของของลูกค้า เช่น บริการ ซัก อบ รีด ประเภทที่สี่ การบริการต่อสารสนเทศของลูกค้า จะเป็นสิ่งของที่ไม่มีตัวตน ซึ่งเป็นข้อมูลสารสนเทศของลูกค้า เช่น ธนาคารบริการที่ปรึกษาทางธุรกิจ บริการวิจัยตลาด

## แบบฝึกหัดหน่วยที่ 1

เรื่อง ความรู้เบื้องต้นการให้บริการ  
วิชา ศิลปะการให้บริการ

ใช้ประกอบแผนการจัดการเรียนรู้ที่ 1  
ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ

คำสั่ง จงแสดงความรู้ต่อไปนี้ให้ถูกต้อง

1. จงเติมความหมายอักษรภาษาอังกฤษ “SERVICE” ทั้ง 7 ตัว ต่อไปนี้ลงในช่องว่างให้ถูกต้อง



2. จงเติมความสำคัญของการบริการลงในภาพต่อไปนี้ให้ถูกต้อง



3. จงเติมลักษณะงานบริการลงในภาพต่อไปนี้ให้ถูกต้อง



4. จงเติมประเภทของงานบริการลงในภาพต่อไปนี้ให้ถูกต้อง



## แบบทดสอบหน่วยที่ 1

เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการให้บริการ  
วิชา ศิลปะการให้บริการ

ใช้ประกอบแผนการจัดการเรียนรู้ที่ 2  
ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ

---

คำสั่ง จงเลือกคำตอบที่ถูกต้องที่สุด ทำเครื่องหมาย X ลงในช่องของกระดาษคำตอบ

1. ผู้คอยช่วยอำนวยความสะดวกหมายถึงข้อใด
  1. ผู้บริโภค
  2. ลูกค้า
  3. ผู้รับบริการ
  4. เจ้าของกิจการ
2. การให้บริการมีความสำคัญต่องานบริหารบุคลากรที่ปฏิบัติงานบริการอย่างไร
  1. ตระหนักเห็นความสำคัญ
  2. เข้าใจและยอมรับพฤติกรรมผู้ใช้บริการ
  2. เห็นความสำคัญของกิจการ
  4. วิเคราะห์ปัญหาข้อบกพร่องและแนวโน้มของการบริการ
3. ข้อใดที่เป็นลักษณะของงานบริการโดยทั่วไป
  1. สามารถเก็บรักษาวัตถุดิบจัดเก็บหรือสต็อกเอาไว้ได้
  2. ความต้องการที่แน่นอนจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการในแต่ละวัน
  3. ลักษณะงานบริการที่ทำซ้ำ ๆ
  4. ไม่มีผลต่อความรู้สึกของพนักงานที่ต้องมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า
4. ข้อใดจัดเป็นการบริการต่อจิตใจลูกค้า
  1. บริการตัดผม
  2. บริการนวดแผนโบราณ
  3. บริการถ่ายรูป
  4. บริการโรงภาพยนตร์
5. ข้อใดจัดเป็นการบริการต่อสิ่งของของลูกค้า
  1. บริการรักษาสัตว์
  2. บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจ
  3. บริการวิจัยการตลาด
  4. บริการรับฝากเงินธนาคาร