



คู่มือการให้บริการด้านการท่องเที่ยว



"การบริการสู่ความเป็นเลิศ
(Excellence Service)"

จัดทำโดย ส่วนพัฒนาการท่องเที่ยวและการตลาด
สถาบันคชบาลแห่งชาติ ในพระอุปถัมภ์
สมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอเจ้าฟ้ากัลยาณิวัฒนา กรมหลวงนราธิวาสราชนครินทร์
องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ จ. ลำปาง
ประจำปี 2559

สารบัญ

	หน้า
คู่มือการให้บริการด้านการท่องเที่ยว	1
ความหมายของการท่องเที่ยว	1
การท่องเที่ยวอาเซียนกับการเปิดเสรีภาคบริการของอาเซียน	3
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ	5
ลักษณะการบริการ	6
แนวคิดการให้บริการ	8
ลักษณะที่ดีของผู้ให้บริการต้อนรับ	8
หลักพื้นฐานของความสำเร็จในการบริการ	9
การพัฒนาการบริการ	10
จิตบริการ	12
คุณลักษณะของผู้ให้บริการที่ดี	13
กลยุทธ์การให้บริการที่ประทับใจ	15
ลักษณะของการบริการที่ดี	15
คุณสมบัติ/คุณลักษณะของผู้ให้บริการ (บุคลากรการท่องเที่ยว)	15
มาตรฐานการให้บริการ	16
สิ่งที่ควรและไม่ควรปฏิบัติในงานบริการ (DO & DON'T IN CUSTOMER SERVICE)	18
- DO การต้อนรับลูกค้า	
- ตัวอย่างการต้อนรับลูกค้าที่มีมาตรฐาน คำพูด	
-ตัวอย่างการจำลูกค้าได้เมื่อลูกค้ามาครั้งที่ 2	
-ตัวอย่างการแสดงออกกับลูกค้าอย่างไม่เลือกปฏิบัติ	
-ตัวอย่างการไหว้ลูกค้า	
- วิธีแก้ไขและป้องกัน	
“CARE” หลักบริการง่ายๆ ได้ใจลูกค้า	21
การเป็นเจ้าของบ้านที่ดี	23
การให้บริการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism)	30



คำนำ

สถาบันคชบาลแห่งชาติ ในพระอุปถัมภ์ สมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอ เจ้าฟ้ากัลยาณิวัฒนา กรมหลวงนราธิวาสราชนครินทร์ หรือ ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ เป็นหน่วยงาน ที่ได้จัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว มีบริการ การแสดงช้าง นั่งช้างชมธรรมชาติ บริการที่พัก การบริการให้ข้อมูล และองค์ความรู้เรื่องช้าง เป็นสถานที่ที่มีความสำคัญและมีชื่อเสียงระดับชาติ เป็นที่นิยมให้นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศนิยมมาท่องเที่ยว ดังนั้น การให้บริการจึงเป็นสิ่งสำคัญที่หน่วยงานต้องมุ่งเน้น และตระหนักให้บุคลากรในทุกส่วนงาน พึงมีใจให้บริการแก่นักท่องเที่ยว และผู้มาเยือน ดุจญาติมิตรหรือคนในครอบครัว

การบริการที่ดี จึงเป็นหัวใจและกลไกสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวและการตลาด ของสถาบันคชบาลแห่งชาติ ในพระอุปถัมภ์ฯ เพื่อให้การบริการมีมาตรฐาน จึงได้จัดทำ “คู่มือการให้บริการด้านการท่องเที่ยว : การบริการสู่ความเป็นเลิศ (Excellence Service)” เพื่อใช้เป็นแนวทางการปฏิบัติงาน การให้ความรู้และรายละเอียดของการบริการแก่พนักงานของสถาบันคชบาลแห่งชาติ ในพระอุปถัมภ์ฯ ให้มีการพัฒนามีประสิทธิภาพและรักษามาตรฐานการให้บริการต่อไป

ส่วนพัฒนาการท่องเที่ยวและการตลาด
สถาบันคชบาลแห่งชาติ ในพระอุปถัมภ์ฯ

คู่มือการให้บริการด้านการท่องเที่ยว

ความหมายของการท่องเที่ยว

ผู้ใหญ่สมัยก่อนย้อนหลังไปเพียง 50-60 ปี มักจะสั่งสอนลูกหลานว่า “อย่าเที่ยวเตร่ให้มากนักจะเสียผู้เสียคน” ทั้งนี้ เพราะภาพลักษณ์ของคำว่า “ท่องเที่ยว” ในสมัยที่การคมนาคมถนนหนทางยังไม่สะดวก จะเป็นการเที่ยวเสเพลบ่อนเบี้ยในละแวกบ้าน ผู้ใหญ่ก็ออกเดินทางรอนแรมไปกับกองเกวียนในหน้าแล้งเพื่อไปไหว้พระพุทธรูป ไปทำบุญยังวัดวาอารามที่อยู่ห่างไกลจากถิ่นที่อยู่ของตน หรือล่องเรือไปทอดผ้าป่า ทอดกฐิน ยังวัดริมน้ำในจังหวัดไกลๆ เพียงแต่เขาไม่พูดกันว่าไปเที่ยวพระบาทหรือไปเที่ยววัด เพราะฟังดูขัดกับความรู้สึกของพุทธศาสนิกชนที่ถือว่าวัดเป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ไม่ควรนับเป็นที่เที่ยว

ดังนั้นการท่องเที่ยวจึงเป็นการเดินทางที่เกิดขึ้น ตามเงื่อนไข 3 ประการ คือ

1. เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ
3. เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดก็ตาม ที่มีค่าใช้จ่ายเพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

เมื่อเอ่ยถึงคำว่า “ท่องเที่ยว” ในปัจจุบันเรามองเห็นภาพชาวต่างประเทศสะพายกล้องถ่ายรูปเดินกันเป็นกลุ่มใหญ่บ้างเล็กบ้างอยู่ตามวัด วัง โบราณสถาน หรือนั่งน้อยที่นั่งน้อยอาบแดดอยู่ตามชายหาด และอีกจำนวนไม่น้อยที่ไปเที่ยวชมป่าเขาลำเนาไพร เรามักจะมองเห็นว่าชาวต่างประเทศเหล่านี้ได้ใช้จ่ายเงินเป็นค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าเดินทางไปชมสถานที่ต่างๆ ค่าซื้อของฝากของที่ระลึก โดยที่เราไม่คิดว่านั่นเป็นเงินตราต่างประเทศเข้ามาใช้จ่ายในบ้านเมืองของเรา ในขณะที่เดียวกันเรามักจะไม่คิดถึงคนไทยที่เดินทางท่องเที่ยวอยู่ภายในประเทศต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวคนไทยเหล่านี้มีจำนวนเพิ่มขึ้นมากทุกปี เพราะการเดินทางท่องเที่ยวนั้นเป็นการผ่อนคลายความเคร่งเครียดพร้อมๆ กับการได้รับความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรม ประเพณี ได้เห็นภูมิประเทศที่แปลกตาและได้สร้างความสัมพันธ์กับคนต่างถิ่นด้วย เมื่อการคมนาคมสะดวก การเดินทางท่องเที่ยวกลายเป็นความนิยม ธุรกิจต่างๆ ก็เกิดขึ้นเพื่อรองรับการเดินทางการท่องเที่ยวมากมาย ทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง เช่น ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจที่พักและอาหาร ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจการค้า ของที่ระลึก ธุรกิจเหล่านี้ขายบริการให้กับนักท่องเที่ยวเอง และยังมีธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม เช่น การก่อสร้างอาคาร ที่พัก ร้านอาหาร การผลิตสินค้าเกษตรกรรม เพื่อขายให้แก่ธุรกิจที่พักและอาหาร การผลิตสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้านเพื่อส่งร้านค้าของที่ระลึก เป็นต้น ธุรกิจเหล่านี้จะก่อให้เกิดงานอาชีพใหม่ๆ และการกระจายเงินตราซึ่งถือเป็นการเสริมสร้างความเจริญทางเศรษฐกิจและสังคมให้กับประเทศนั่นเอง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2529:3)

ความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism)

ในปี พ.ศ. 2506 (ค.ศ. 1963) องค์การสหประชาชาติได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้นที่กรุงโรม ประเทศอิตาลี และได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “การท่องเที่ยว” ไว้ว่า “การเดินทางเพื่อความบันเทิงรื่นเริงใจ เยี่ยมญาติ หรือการไปร่วมประชุมแต่มีค่าใช้จ่ายเพื่อการประกอบอาชีพเป็นหลักฐานหรือไม่พำนักอยู่เป็นการถาวร”



องค์การท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization : W.T.O) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวดังนี้ “Tourism comprises the activities of the person traveling to and staying in places outside their usual environment for not more than one consecutive year for leisure, business and other purpose.” จากความหมายนี้สรุปได้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางของบุคคลจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว (ไม่มากกว่า 1 ปี ติดต่อกัน) เดินทางด้วยความสมัครใจเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ติดต่อธุรกิจและวัตถุประสงค์ใดๆก็ได้ แต่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (2546) การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อผ่อนคลายความเครียด แสวงหาประสบการณ์แปลกใหม่ โดยมีเงื่อนไขว่า การเดินทางนั้น เป็นการเดินทางเพียงชั่วคราว ผู้เดินทางจะต้องไม่ถูกบังคับให้เดินทาง

ไพฑูริย์ พงศบุตร และวิลาสวงศ์ พงศบุตร (2542) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางไปเยือนสถานที่ต่างถิ่นซึ่งไม่ใช่เป็นที่พำนักอาศัยประจำของบุคคลนั้น และเป็นการไปเยือนชั่วคราวโดยไม่ใช่เพื่อเป็นการประกอบอาชีพหารายได้

จากคานิยามและความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism) ผู้เขียนหลายท่านได้ให้ความหมายไว้ข้างต้นสรุปได้ดังนี้ “การท่องเที่ยว” (Tourism) หมายถึง การเดินทางของมนุษย์จากสถานที่ใดสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง หรือการเดินทางจากถิ่นพำนักที่อาศัยไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจไป และเป็นการเดินทางด้วยเหตุผลของการท่องเที่ยวมิใช่เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้ เช่น การเดินทางเพื่อการพักผ่อน การเดินทางเพื่อไปชมการแข่งขันกีฬา (อาทิ การแข่งขันกีฬา ซีเกมส์ โอลิมปิก เป็นต้น) การเดินทางเพื่อการศึกษา การเดินทางเพื่อประชุมสัมมนา การเดินทางเพื่อเยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง หรือเพื่อน การเดินทางเพื่อแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เป็นต้น

ตัวอย่างเหตุการณ์ที่ได้ชื่อว่าเป็นการท่องเที่ยว

1. การเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจเพื่อสุขภาพ เช่น การไปเที่ยวทะเลในวันหยุดการเดินทางไปอาบน้ำแร่ตามธรรมชาติเพื่อสุขภาพ หรือรักษาโรคผิวหนังบางชนิด
2. การเดินทางไปประชุมหรือประกอบภารกิจอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น การไปเล่นกีฬา การไปสัมมนา การไปจาริกแสวงบุญทางศาสนา เป็นต้น
3. การเดินทางเพื่อทำธุรกิจบางอย่าง เช่น การสำรวจตลาด การตรวจสอบของที่สั่งการติดต่อธุรกิจ เป็นต้น

ตัวอย่างเหตุการณ์ที่ไม่จัดว่าเป็นการท่องเที่ยว

1. การเดินทางไปประกอบอาชีพอย่างหนึ่งอย่างใดในประเทศนั้นๆ
2. การเข้ามาตั้งถิ่นฐานถาวรในประเทศนั้นๆ
3. การเดินทางไปทำงานต่างประเทศ ไม่ว่าผู้ที่ไปอยู่ประจำหรือไปเข้าเียนกลับ (กรณีอยู่ชายแดน)
4. การเดินทางไปเพื่อการศึกษา ไปเป็นนักเรียน นักศึกษาและอยู่หอพัก
5. การเดินทางโดยมิต้องลงจากยานพาหนะ (พรสวรรค์ มโนพัฒนา, 2553)



การท่องเที่ยวอาเซียนกับการเปิดเสรีภาคบริการของอาเซียน

ผศ. ดร. พรรณชญา ศิริวรรณบุศย์

ในปีหน้านี้ประชาคมอาเซียนจะเปิดอย่างเป็นทางการ ประเทศไทยถือได้ว่าเป็นประเทศหนึ่งเตรียมความพร้อมเข้าสู่การเปิดประชาคมอาเซียน หรือ ASEAN Community ได้อย่างมีประสิทธิภาพ หากเปรียบเทียบกับเพื่อนบ้านรอบๆเราประเทศอื่น การเข้าสู่ประชาคมอาเซียนนั้นต้องเตรียมพร้อมในหลายๆด้าน ทั้งการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม ในด้านหนึ่งซึ่งถือว่าอาเซียนได้พัฒนาอย่างต่อเนื่องและดูจะมีความก้าวหน้าอย่างมาก คือ การเตรียมพร้อมในการเปิดเสรีทางการค้าบริการโดยเฉพาะอย่างยิ่งการบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวถือเป็นสาขาหนึ่งของการค้าบริการ ซึ่งถือว่ามีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อเศรษฐกิจของหลายๆ ประเทศ เนื่องจากเป็นแหล่งที่มาของเงินตราต่างประเทศ และยังสามารถจ้างงานที่สำคัญจำนวนมาก โดยจากรายงานข้อมูลขององค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO World Tourism Barometer) ณ เดือนมกราคม 255 สรุปว่าในปี 2556 มีนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวทั่วโลกถึง 1087 ล้านคน เพิ่มจากปีก่อนถึง 52 ล้านคน ในขณะที่ในส่วนของภูมิภาคอาเซียนนั้น มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนในปี 2556 ถึง 92 ล้านคน (ข้อมูลจากASEAN Secretariat)

การเดินทางท่องเที่ยวดังกล่าวทำให้เกิดการจ้างงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งแบบทางตรงและทางอ้อม การจ้างงานแบบทางตรง อาทิเช่น การจ้างมัคคุเทศก์ หรือการจ้างงานในโรงแรมต่างๆ ของอาเซียน ซึ่งในปัจจุบันมีจำนวนถึง 9.3 ล้านคน คิดเป็น ร้อยละ 3.2 ของการจ้างงานทั้งหมดในอาเซียน นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังทำให้เกิดการจ้างงานโดยทางอ้อมด้วย เช่น คนขับรถ taxi หรือ งานอื่นๆที่อาจไม่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวโดยตรง อีกเป็นจำนวนถึง 25 ล้านคน (ข้อมูลจากASEAN Secretariat) จึงเห็นได้ว่าอาเซียนจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับธุรกิจการค้าบริการโดยเฉพาะอย่างยิ่งในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ประเทศสมาชิกอาเซียนจึงได้มีการลงนามในข้อตกลงหลายด้านเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกัน อาทิเช่น ข้อตกลงท่องเที่ยวแห่งอาเซียน หรือ ASEAN Tourism Agreement (ATA) กรอบความตกลงอาเซียนด้านการบริการ หรือ ASEAN Framework Agreement on Services (AFAS) และข้อตกลงอาเซียนด้านบุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยว หรือ ASEAN MRA on Tourism Professionals เป็นต้น

สำหรับข้อตกลงอาเซียนด้านบุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยว หรือ ASEAN MRA on Tourism Professionals นั้น ถือเป็นรูปแบบล่าสุดของการพัฒนาความร่วมมือด้านการค้าบริการของอาเซียน ซึ่งมีเป้าหมายในการพัฒนาคุณสมบัติของผู้ให้บริการซึ่งเป็นประชาชนชาวอาเซียนให้มีคุณภาพได้รับการยอมรับทั้งจากองค์กรภายในประเทศของตน และสามารถที่จะได้รับการรับรองจากประเทศสมาชิกอาเซียนที่ร่วมลงนามในข้อตกลงนี้ด้วย ความร่วมมือนี้มุ่งเน้นสนับสนุนการเคลื่อนย้ายผู้ให้บริการวิชาชีพทางการท่องเที่ยวภายในภูมิภาค ให้อยู่ภายใต้กฎเกณฑ์และข้อบังคับของประเทศสมาชิก และเพื่อเพิ่มความเท่าเทียมกัน รวมทั้งประสิทธิภาพของทรัพยากรบุคคลด้านการท่องเที่ยวโดยการใช้นาตรฐานสมรรถนะพื้นฐานการท่องเที่ยว (Minimum Competency Standard for Tourism) เป็นหลัก



นอกจากนี้อาเซียนยังจะจัดทำมาตรฐานสมรรถนะพื้นฐานของบุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยวแห่งอาเซียน(ASEAN Common Competency Standards for Tourism Professionals: ACCSTP) ให้แล้วเสร็จและสามารถนำไปใช้ได้ในประเทศสมาชิก โดย ACCSTP จะระบุถึงสมรรถนะพื้นฐานขั้นต่ำของบุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยวที่ต้องการทำงานในสายงานสาขาต่างๆ ด้านการท่องเที่ยวในอาเซียน หากบุคคลากรด้านการท่องเที่ยวมีสมรรถนะและความสามารถในการให้บริการตามข้อตกลงพื้นฐานของอาเซียนแล้วนั้น ก็สามารถเดินทางไปทำงานในประเทศสมาชิกต่างๆได้ อย่างไรก็ตามก็ต้องเป็นไปตามกฎหมายและข้อบังคับต่างๆของประเทศนั้นๆด้วย

การกำหนดมาตรฐานดังกล่าวจึงมีจุดมุ่งหมายเพื่อปรับปรุงคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวและสนับสนุนการพัฒนาความร่วมมือทางด้าน MRA ระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียนเป็นสำคัญ

คุณสมบัติของบุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยวแห่งอาเซียนจะได้รับการยอมรับจากประเทศสมาชิกอาเซียนทั้งหมดที่ลงนามในข้อตกลงฯ ซึ่งหมายความว่า บุคลากรที่ได้รับประกาศนียบัตรสมรรถนะวิชาชีพบริการท่องเที่ยวในสาขาที่ระบุใน ACCSTP จากหน่วยงาน The Tourism Professional Certification Board (TPCB) ที่รับผิดชอบของประเทศนั้นๆก็จะสามารถทำงานในประเทศสมาชิกอาเซียนอื่นๆ ได้ด้วย โดยสิทธิการทำงานจะอยู่ภายใต้กฎหมายและข้อบังคับของประเทศที่บุคคลผู้นั้นถูกจ้างงาน ดังนั้น ประกาศนียบัตรดังกล่าวจึงถือเป็นเครื่องรับรองสำคัญสำหรับผู้ที่ต้องการสมัครงานด้านการท่องเที่ยวในประเทศสมาชิกอาเซียน ข้อตกลงดังกล่าวจะช่วยกระตุ้นการลงทุนด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาคและการเคลื่อนย้ายเสรีของแรงงานบุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยวของอาเซียนให้สะดวกและขยายตัวอย่างรวดเร็วต่อไป

การพัฒนาในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของอาเซียนถือว่าเป็นดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง สมาชิกอาเซียนทั้ง 10 ประเทศ ได้ร่วมกันพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวกันอย่างจริงจัง นอกจากข้อตกลงต่างๆที่ได้มีการลงนามร่วมกันแล้ว ยังได้มีการวางหลักสูตรเพื่อพัฒนาบุคลากรในสายการท่องเที่ยวให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน หลักสูตรการท่องเที่ยวแห่งอาเซียน หรือ Common ASEAN Tourism Curriculum (CATC) นี้จะช่วยให้บุคลากรในสายการท่องเที่ยวมีศักยภาพที่ทัดเทียมกันและมีความสามารถสูงที่จะแข่งขันกับภูมิภาคอื่นต่อไป ในครั้งหน้าหากมีโอกาสฉันจะได้กล่าวถึง หลักสูตร CARC นี้ต่อไป

เรียบเรียงโดย KERO uAsean.com

เนื้อหาอ้างอิงจาก matichon.co.th



แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ

ความหมายของการบริการ

จากการศึกษาความหมายของการบริการ พบว่ามีผู้ให้ความหมายของ การบริการ ไว้ดังนี้

วีรพงษ์ เฉลิมวิระรัตน์ (2542. หน้า 7) ได้ให้ความหมายของการบริการว่า เป็นสิ่งที่จับ สัมผัส และต้องได้ยาก และเป็นสิ่งที่เสื่อมสูญสลายไปได้ง่าย บริการจะได้รับการทำขึ้น (โดย/จากบริการ) และส่งมอบสู่ผู้รับบริการ (ลูกค้า) เพื่อใช้สอยบริการนั้นๆ โดยทันทีหรือในเวลาเกือบจะทันทีทันใดที่มีการให้บริการนั้น

จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2549. หน้า 7) ได้ไว้กล่าวว่า การบริการไม่ใช่สิ่งที่มีตัวตน แต่เป็นกระบวนการหรือกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้น จากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่ต้องการใช้บริการ (ผู้บริโภค/ลูกค้า/ผู้รับ บริการ) กับ ผู้ให้บริการ (เจ้าของกิจการ/พนักงานงานบริการ/ระบบการจัดการบริการ) หรือในทางกลับกัน ระหว่างผู้ให้บริการกับผู้รับบริการ ในอันที่จะตอบสนองความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่ง ให้บรรลุผลสำเร็จ ความแตกต่างระหว่างสินค้าและการบริการ ต่างก็ก่อให้เกิดประโยชน์และความพึงพอใจแก่ลูกค้าที่มาซื้อ โดยที่ธุรกิจบริการจะมุ่งเน้นการกระทำที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า อันนำไปสู่ความพึงพอใจที่ได้รับบริการนั้น ในขณะที่ธุรกิจทั่วไป มุ่งขายสินค้าที่ลูกค้าชอบและทำให้เกิดความพึงพอใจที่ได้เป็นเจ้าของสินค้านั้น

คริสโตเฟอร์ เอช เลิฟลือค และลอเรน ไรท์ (2546. หน้า 4) ได้ให้ความหมายการบริการ 2 อย่าง ดังนี้

- บริการเป็นปฏิบัติการหรือการปฏิบัติงานที่ฝ่ายหนึ่งเสนอให้กับฝ่ายอื่น แม้ว่ากระบวนการ (Process) อาจผูกพันกับตัวสินค้าก็ตาม แต่ปฏิบัติการก็เป็นสิ่งที่มองไม่เห็น จับต้องไม่ได้ และไม่สามารถครอบครองได้
- บริการเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สร้างคุณค่าและจัดหา คุณประโยชน์ (Benefits) ให้แก่ลูกค้าในเวลาและสถานที่เฉพาะแห่ง อันเป็นผลมาจากการที่ ผู้รับบริการหรือผู้แทนนำเอาความเปลี่ยนแปลงมาให้

เอนก สุวรรณบัณฑิต (2548. หน้า 18) Lehtinen ให้คำนิยามว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมหนึ่งหรือ ชุดของกิจกรรมหลายอย่าง ที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลหรือวัตถุอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจการบริการ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาพฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการบริการ

ทิมา เอนก สุวรรณบัณฑิต, ภาสกร อุดลพัฒน์กิจ (2548 หน้า 21 – 22)

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2549. หน้า 18) ได้ให้ความหมายของ การบริการ หมายถึง กิจกรรมของกระบวนการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตน (intangible goods) ของธุรกิจให้กับผู้รับบริการโดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนั้นจะต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการจนนำไปสู่ความพึงพอใจได้



ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2546. หน้า 12) ในปัจจุบันการบริการเข้ามามีบทบาทต่อชีวิตประจำวัน และบุคคลได้จ่ายเงินเป็นจำนวนมากเพื่อการบริการ ประมาณได้ว่าค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าและบริการทุกวันนี้ จะเป็นค่าบริการประมาณร้อยละ 45 และมีผู้ให้นิยามความหมายของการบริการไว้ดังนี้

จินตนา บุญบงการ (2539. หน้า 15) ได้ให้ความหมายของการบริการ ว่าเป็นสิ่งจับต้องสัมผัส และต้องอาศัยได้ยาก และเสื่อมสูญสภาพไปได้ง่าย บริการจะทำขึ้นทันทีและส่งมอบให้ผู้รับบริการทันทีหรือเกือบจะทันที ดังนั้นการบริการจึงเป็นกระบวนการของกิจกรรมของการส่งมอบบริการจากผู้ให้บริการไปยังผู้รับบริการ ไม่ใช่สิ่งจับต้องได้ชัดเจน แต่ออกมาในรูปของเวลา สถานที่รูปแบบ และที่สำคัญเป็นสิ่งที่เอื้ออำนวยทางจิตใจ ทำให้เกิดความพึงพอใจ คำว่าการบริการ ตรงกับภาษาอังกฤษว่า SERVICE ซึ่งถ้าหากหาความหมายดี ๆ ให้กับอักษรภาษาอังกฤษ 7 ตัวนี้ อาจได้ความหมายของการบริการที่สามารถยึดเป็นหลักปฏิบัติได้ตามความหมายของอักษร ทั้ง 7 นี้ คือ

- S = Smiling & Sympathy ยิ้มแย้มและเอาใจเขามาใส่ใจเรา เห็นอกเห็นใจต่อความลำบากยุ่งยากของผู้มารับการบริการ
- E = Early Response ตอบสนองต่อความประสงค์จากผู้รับบริการอย่างรวดเร็ว
- R = Respectful แสดงออกถึงความนับถือให้เกียรติผู้รับบริการ
- V = Voluntariness Manner การให้บริการที่ทำอย่างสมัครใจเต็มใจไม่ใช่งานอย่างเสียไม่ได้
- I = Image Enhancing การรักษาภาพลักษณ์ของผู้ให้บริการและภาพลักษณ์ขององค์กรด้วย
- C = Courtesy ความอ่อนน้อม อ่อนโยน สุภาพมีมารยาทดี
- E = Enthusiasm ความกระฉับกระเฉง กระตือรือร้นขณะให้บริการและให้บริการมากกว่าผู้รับบริการคาดหวังเอาไว้

จากความหมายของการบริการดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า การบริการ เป็นกิจกรรมการกระทำและการปฏิบัติที่ผู้ให้บริการจัดทำขึ้นเพื่อเสนอขาย และส่งมอบสู่ผู้รับบริการหรือเป็นกิจกรรมที่จัดทำขึ้นรวมกับการขายสินค้าเพื่อสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการอย่างทันทีทันใด ลักษณะของการบริการมีทั้งไม่มีรูปร่างหรือตัวตน จับสัมผัสและต้องได้ยากและเป็นสิ่งที่เสื่อมสูญสลายได้ง่ายแต่นำมาซื้อขายกันได้

ลักษณะของการบริการ

นิติพล ฤตะโชติ (2549. หน้า 170 – 171) ได้กล่าวถึง ลักษณะของงานบริการ (characteristics of service) มีความแตกต่างจากสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ เพราะงานบริการมีลักษณะเฉพาะตัว ซึ่งลักษณะเฉพาะของงานบริการแบ่งได้ดังนี้



1. จับต้องไม่ได้และมองไม่เห็น (*Intangibility*) งานบริการมีลักษณะเป็นนามธรรมไม่สามารถจับต้องได้ มองไม่เห็น และไม่มีรูปร่าง แต่สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้สามารถรับรู้ได้จากความรู้สึก หรือการแสดงออกบางอย่างของลูกค้า เช่น ความชอบ ความเกลียด ความพอใจ ความไม่พอใจความโกรธ เป็นต้น

2. ไม่สามารถแบ่งแยกได้ (*Inseparability*) งานบริการบางชนิดไม่สามารถแบ่งแยกได้อย่างชัดเจน เพราะนอกจากเรื่องบริการแล้ว ยังมีสิ่งอื่น ๆ ที่ได้รับจากบริการ เช่น ถ้าเดินทางจากกรุงเทพฯ ไปประเทศเวียดนามโดยเครื่องบิน บริการที่ได้รับคือได้เดินทางถึงจุดหมายปลายทางและในระหว่างการเดินทาง พนักงานบริการบนเครื่องบินยังเสิร์ฟอาหาร เครื่องดื่มและอื่น ๆ ซึ่งสิ่งที่ได้รับไม่ใช่แค่เพียงการเดินทางถึงจุดหมายปลายทางเท่านั้น แต่ยังได้รับบริการอื่น ๆ อีกด้วย ดังนั้น บริการ สินค้า และผลิตภัณฑ์บางอย่างจึงไม่สามารถแบ่งแยกกันได้อย่างชัดเจน

3. สูญเสียง่ายหรือเสียหายง่าย (*Perish ability*) บริการต่าง ๆ ไม่สามารถกักตุนจัดเก็บหรือสต็อกเอาไว้ได้เหมือนกับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้เพราะงานบริการมีเงื่อนไขเรื่องเวลาเข้ามาเกี่ยวข้อง จึงไม่สามารถเก็บบริการเอาไว้ขายได้ เช่น ในฤดูการท่องเที่ยว ห้องพักของโรงแรมจะมีลูกค้าเข้าพักเต็ม และยังมีลูกค้าอีกจำนวนมากไม่น้อยที่ไม่สามารถจองห้องพักในเวลานั้นได้ แต่ในช่วงฤดูฝน ห้องพักของโรงแรมว่างเป็นจำนวนมาก ซึ่งห้องพักที่ว่างจำนวนมากเหล่านี้ก็ไม่สามารถนำไปขายในฤดูกาลท่องเที่ยวที่ผ่านมาได้ เพราะมีเงื่อนไขของเวลาเข้ามาเกี่ยวข้อง

4. งานบริการมีลักษณะทำซ้ำ ๆ (*Repetitiveness*) งานบริการจะมีลักษณะเป็นการทำงานซ้ำ ๆ หลายครั้ง เช่น พนักงานเสิร์ฟอาหารในห้องอาหารมีหน้าที่ต้อนรับลูกค้า รับคำสั่งจากลูกค้า นำคำสั่งไปสั่งอาหารและเครื่องดื่ม นำอาหารและเครื่องดื่มมาเสิร์ฟลูกค้า คอยดูแลความเรียบร้อย เก็บเงินเมื่อลูกค้าต้องการจะกลับ จัดโต๊ะอาหารเพื่อเตรียมต้อนรับลูกค้าคนใหม่ การทำงานของพนักงานเสิร์ฟอาหารในห้องอาหารจะทำงานในลักษณะเช่นนี้ซ้ำแล้วซ้ำอีกหลาย ๆ ครั้ง จนกว่าจะถึงเวลาเลิกงาน จะเห็นได้ว่าลักษณะของงานบริการจะปฏิบัติงานซ้ำแล้วซ้ำอีกหลาย ๆ ครั้ง ซึ่งอาจจะมีความแตกต่างจากงานอื่น ๆ

5. ความเข้มข้นรุนแรงต่อความรู้สึกของพนักงาน (*Labor Intensiveness*) เนื่องจากลักษณะงานของการให้บริการพนักงานจะต้องมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า ลูกค้ามีความต้องการที่แตกต่างกัน อุปนิสัยที่ไม่เหมือนกัน อารมณ์ของลูกค้าอาจเปลี่ยนแปลงไปตามสิ่งแวดล้อมหรือปัจจัยอื่น ๆ การให้บริการไม่ใช่เรื่องง่ายที่ลูกค้าทุกคนจะได้รับความพึงพอใจเหมือนกัน พนักงานอาจจะพบกับลูกค้าที่มีอารมณ์ร้ายหรือลูกค้าที่จู้จี้จุกจิกสร้างปัญหา พนักงานให้บริการจะต้องเข้าใจในลักษณะงานให้บริการเป็นอย่างดีจึงจะสามารถทำงานในอาชีพนี้ได้

6. ความไว้วางใจ (*Trust*) เนื่องจากลูกค้าหรือผู้ใช้บริการไม่สามารถทราบล่วงหน้าได้ว่าจะได้รับบริการที่ดีจากสถานบริการหรือไม่ ดังนั้นผู้ใช้บริการต้องอาศัยความเชื่อถือหรือความไว้วางใจในสถานบริการเหล่านั้น เช่น อาจจะได้รับการบอกต่อถึงบริการจากเพื่อนหรือคนใกล้ชิดหรืออาจจะได้รับรู้จากประสบการณ์โดยตรง หรืออาจจะได้รับข่าวสารข้อมูลจากแหล่งอื่นจนเกิดความไว้วางใจและตัดสินใจไปใช้บริการ ลูกค้าก็คาดหวังว่าจะได้รับบริการที่ดี เพราะเกิดความเชื่อถือไว้วางใจในสถานบริการดังกล่าว



จากประเภทธุรกิจบริการดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า ธุรกิจบริการมี 4 ประเภท คือ ประเภทแรกเป็นการบริการต่อร่างกายลูกค้า เป็นการบริการที่มีการผูกเนื้อต้องตัวลูกค้าโดยตรง เช่น ตัดผม นวดแผนโบราณ 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 ธนาคาร บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจบริการวิจัยตลาด

แนวคิดการให้บริการ

จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2544. หน้า 15-17) ได้กล่าวว่า แนวคิดการให้บริการให้เกิดในจิตใจผู้ให้บริการ ต้องเริ่มจากการมีทัศนคติที่ดีในการบริการ หากทุกคนมีจิตสำนึกในการให้บริการ และถือว่าทุกคนในบริษัทมีความรับผิดชอบร่วมกัน ทุกคนล้วนเป็นทูตในความสัมพันธ์กับลูกค้า ความผิดพลาดบกพร่องในหน้าที่ บกพร่องในการบริการ จะมีผลต่อลูกค้าและเป็นการบ่อนทำลาย ชื่อเสียงของบริษัทในที่สุด ฉะนั้นผู้ให้บริการจะต้องคิดให้ได้เสมอว่า

1. ลูกค้าต้องถูกเสมอ
2. ผู้ให้บริการเป็นพระเอกไม่ได้เป็นแค่ตัวพระรอง
3. งานบริการเป็นงานผู้ให้
4. งานบริการเป็นงานฝึกระดับจิตใจ
5. รักงานบริการต้องทำใจและอดทน
6. บริการอย่างเอาใจลูกค้ามาใส่ใจเรา
7. ยอมรับความแตกต่างของลูกค้า
8. บริการลูกค้าเสมือนญาติของตนเอง
9. บริการเสมือนเป็นเจ้าของกิจการ

ลักษณะที่ดีของผู้ให้บริการต้อนรับ

1. แต่งกายเรียบร้อย
2. พุดจาชัดเจน มีทางเสียงไพเราะ
3. ทำตนเป็นคนสุภาพ สง่าผ่าเผย
4. ยิ้มอยู่เสมอ ทั้งใบหน้า ดวงตา และริมฝีปากเป็นยิ้มที่สดชื่นประทับใจ
5. หลีกเลี่ยงคำกล่าวปฏิเสธ แต่ต้องพยายามหลีกเลี่ยงการรับคำที่ยังไม่แน่ใจ
6. แสดงให้ปรากฏชัดว่าเต็มใจให้บริการ
7. หลีกเลี่ยงการโต้แย้งหรือฉุนเฉียว ใส่อารมณ์โกรธต่อผู้มาติดต่อทุกกรณี
8. ระลึกไว้เสมอว่า ความอดกลั้นรักษาอารมณ์ขุนมนั้น คืองานหรือหน้าที่ของเรา
9. ยกให้ประชาชนผู้มาติดต่อเป็นผู้ชนะหรือถูกเสมอ



สรุปได้ว่า แนวความคิดในการให้บริการเพื่อให้การบริการบรรลุถึงวัตถุประสงค์และเป้าหมายของการบริการ นั้น ผู้ให้บริการจะต้องยึดถือลูกค้าเป็นหลัก ว่าถูกต้องเสมอ ดังคำกล่าวที่ว่า ลูกค้าคือพระเจ้า พนักงานบริการเป็นพระเอก เพราะจะต้องแสดงบทบาทให้ดี เพื่อให้ลูกค้าประทับใจและกลับมาเพื่อใช้ซ้ำ การบริการเป็นผู้ให้ จะต้องมึจิตใจอดทน เอาใจลูกค้ามาใส่ใจเรายอมรับลูกค้าเป็นเสมือนญาติของเราเอง และบริการลูกค้าเปรียบเสมือนเราเป็นเจ้าของกิจการเสียเอง ซึ่งพนักงานจะต้องมีลักษณะที่ดี คือ แต่งกายเรียบร้อยพูดจาชัดเจนมีหางเสียงไพเราะ ทำตนเป็นคนสุภาพ งาม่าเผย ยิ้มแย้ม แจ่มใสอยู่เสมอ ทั้งใบหน้า และดวงตา และริมฝีปาก

หลีกเลี่ยงคำกล่าวปฏิเสธ แสดงให้ปรากฏชัดเจนว่าเต็มใจให้บริการ ไม่มีอารมณ์ฉุนเฉียว ใส่อารมณ์ต่อลูกค้า ระลึกเสมอว่าต้องอดทน อดกลั้น ยกให้ลูกค้า หรือ ผู้มาติดต่อเป็นผู้ถูกอยู่เสมอ

หลักพื้นฐานของความสำเร็จในการบริการ

เอนก สุวรรณบัณฑิต และ ภาสกร อุดลพัฒน์กิจ (2548 หน้า 21 – 22) ได้กล่าวไว้ว่าหลักพื้นฐานของความสำเร็จในการบริการ มีดังต่อไปนี้

- Satisfaction ความพึงพอใจExpectation ความคาดหวัง
- Readiness ความพร้อม
- Values ความมีคุณค่า
- Interest ความสนใจ
- Courtesy ความมีไมตรีจิต
- Efficiency ความมีประสิทธิภาพ

จากองค์ประกอบของความสำเร็จในการบริการดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า องค์ประกอบที่สำคัญของความสำเร็จในการบริการมี 7 ประการ คือ ประการแรกความพึงพอใจของรับบริการ (Satisfaction) ผู้ให้บริการจะต้องถือเป็นหน้าที่โดยตรง ที่จะต้องพยายามกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ ประการที่สอง ความคาดหวังของผู้รับบริการ(Expectation) ผู้ให้บริการจำเป็นต้องรับรู้และเรียนรู้ เกี่ยวกับความคาดหวังพื้นฐานและสำรวจความคาดหวังเฉพาะของผู้รับบริการ เพื่อตอบสนองบริการ ที่ตรงกับความคาดหวังซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ ประการที่สาม ความพร้อมในการบริการ (Readiness) บริการหรือธุรกิจบริการ จำเป็นต้องตรวจสอบดูแลให้บุคลากร รวมทั้งอุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆ ให้มีความพร้อมอยู่ตลอดเวลา ในอันที่จะสอนบริการได้อย่างฉับพลัน และทันใจก็จะทำให้ผู้รับบริการพอใจและรู้สึกประทับใจ ประการที่สี่ ความมีคุณค่าของการบริการ (Values) ทำให้ลูกค้าชอบและถูกใจกับบริการที่ได้รับ ย่อมแสดงถึงคุณค่าของการบริการที่คุ้มค่าสำหรับผู้รับบริการ ประการที่ห้า ความสนใจต่อการบริการ(Interest) ผู้ให้บริการจึงจำเป็นต้องให้ความสนใจต่อลูกค้า หรือผู้รับบริการที่เข้ามาติดต่อ โดยเสมอภาคกัน ประการที่หก ความมีไมตรีจิตในการบริการ (Courtesy) ผู้ให้บริการต้องมีบุคลิกสง่างามมีชีวิตชีวา ยิ้มแย้มแจ่มใส พูดจาสุภาพอ่อนโยน รู้จักค้นหาความต้องการของผู้รับบริการ ที่มีทักษะและจิตสำนึกของการให้บริการ และประการที่เจ็ด ความมีประสิทธิภาพของการดำเนินงานบริการ (Efficiency) การกำหนดแผน ในการให้บริการและการพัฒนากลยุทธ์การบริการเพื่อให้การบริการที่มีคุณภาพสม่าเสมอ ย่อมแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพของการบริการ



การพัฒนาการบริการ

จินตนา บุญบงการ (2539. หน้า 26-28) ได้กล่าวถึงการพัฒนาการบริการจะมีขั้นตอนและวิธีการที่จะนำไปสู่การปฏิบัติ เพื่อการบริการให้เกิดความประทับใจและได้รับประโยชน์สูงสุดโดยเริ่มจากผู้บริหารสูงสุดลงไป ซึ่งมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

4.1 ผู้บริหารระดับสูงมีเจตนาอันแรงกล้า ในการให้บริการมีนโยบายการให้บริการที่ชัดเจน กำหนดให้หัวหน้าแผนกแถลงเป้าหมายและโครงการปรับปรุงมาตรฐานการให้บริการในแผนกของตนเป็นประจำปี กำหนดคำขวัญประจำองค์กร แถลงนโยบายหรือประกาศเป้าหมายด้านการบริการอย่างชัดเจน และมีการประชุมผู้บริหารระดับสูงเพื่อการบริการที่เป็นเลิศ

4.2 มีการศึกษาหาความรู้ และความเข้าใจเกี่ยวกับศาสตร์การให้บริการของพนักงานทุกระดับผู้บริการ เรียนรู้การกำหนดนโยบาย และการจัดทำกลยุทธ์ขององค์กร วิธีการวัดคุณภาพบริการ และเทคนิคต่างๆ ในกระบวนการพัฒนาคุณภาพบริการ มีการแถลงหรือแจ้งแก่พนักงานทุกคน และทุกคนเรียนรู้วิธีการให้บริการที่ดีที่สุด และเพิ่มพูนความรู้ความสามารถอยู่ตลอดเวลา

4.3 การวางแผนกลยุทธ์ด้านบริการที่ชัดเจน และสอดคล้องกับลักษณะเฉพาะตัวขององค์กรนั้น โดยผู้บริหารระดับสูงมีการมอบหมายให้ทีมงานเฉพาะวางแผนกลยุทธ์ประจำองค์กรให้วางแผนกลยุทธ์ด้านงานบริการอย่างจริงจังและเป็นแผนชัดเจน กำหนดให้หัวหน้างานทุกคนรับรู้มีการประชุมชี้แจง และถือเอาไปปฏิบัติ ผู้บริหารระดับต่างๆ ต้องนำเสนอแผนงานในหน่วยงานหรือแผนงานที่ตนรับผิดชอบ จะต้องสอดคล้องกับแผนกลยุทธ์หลักของหน่วยงานด้านการบริการตามเป้าหมายประจำปี

4.4 ศึกษา วิเคราะห์ และออกแบบระบบการบริหารงาน ที่สอดคล้องกันนโยบายด้านบริการ และเอื้อให้แผนกลยุทธ์ด้านบริการที่กำหนดไว้สามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีการวิเคราะห์ระบบการให้บริการในแต่ละวงจรบริการ โดยใช้หลักความรวดเร็ว และความมีมาตรฐานด้านความพอใจในทุกจุดที่ให้บริการ มีการวางผังหน่วยบริการให้ไหลได้คล่องตามลำดับ ไม่วกวนทำงานให้ง่าย ผู้ให้บริการและผู้รับบริการเข้าใจ ทำหนังสือการบริการที่เหมาะสมกับหน่วยงานกับแต่ละหน้าที่ แจกโดยเน้นการเขียนที่อ่านง่าย เข้าใจง่าย ใช้เป็นคู่มือ

4.5 มีโครงการสร้างจิตสำนึกการให้บริการที่ดี และการพัฒนาความสามารถในการให้บริการอบรมพนักงานทุกด้านเรื่องการบริการอย่างสม่ำเสมอ จัดสัมมนาให้พนักงานรู้จักวิธีการจัดทำรายงาน หาจุดอ่อนในด้านการบริการของตน และใช้เป็นเครื่องมือช่วยวางแผนปรับปรุงงานบริการต่อไป จัดบรรยายพิเศษด้านประสบการณ์การบริการ จัดทัศนศึกษาดูงานการบริการ

ในองค์กรที่น่าทำเป็นแบบอย่าง จัดนิทรรศการส่งเสริมงานบริการ จัดประกวดคำขวัญการบริการที่ดี จัดการประกวดและให้รางวัล เช่น ให้รางวัลแก่พนักงานผู้ที่ได้รับคัดเลือกกว่าเป็นผู้ให้บริการดีเลิศ

4.6 การปรับปรุงยกระดับโครงสร้างพื้นฐาน ที่เอื้อต่อการให้บริการ การปรับปรุงอาคารสถานที่ให้สวยงาม โฉงโถง สะดวกสบาย เพื่อลูกค้าที่มาติดต่อ จัดทำมาตรฐานเอกลักษณ์ของหน่วยงานมีป้ายชื่อผู้ให้บริการ ผนังร้านค้าด้านความสะอาดเรียบร้อย ทั้งที่ทำงาน ห้องน้ำ สภาพแวดล้อมทั้งภายใน ภายนอก สถานที่ทำงาน

4.7 การยกระดับมาตรฐานงานบริการ โดยเสริมเครื่องอำนวยความสะดวก เครื่องมือเครื่องใช้เทคโนโลยี เครื่องจักร การให้ระบบข้อมูลทางการบริการยุคใหม่ การใช้ระบบคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยด้านข้อมูลและให้บริการ ปรับปรุงพัฒนาระบบสื่อสารที่ทันสมัย ใช้ระบบสำนักงานอัตโนมัติ เพื่อให้คุณภาพบริการดีขึ้น เพิ่มระบบให้ผู้รับบริการเข้าใช้บริการได้ทันที



4.8 วัฒนธรรม สร้าง ปูปลูกฝัง วัฒนธรรมในการบริการขององค์กร กำหนดไว้ในหน้าที่ของทุกหน่วยงานว่างานสำคัญ คือ การให้บริการลูกค้า ปูปลูกฝังคำขวัญ การอบรม หรือแผ่นป้ายให้พนักงานทุกคนตระหนักในขณะปฏิบัติงานว่า “การบริการคืองานของพนักงานทุกคน” “ยิ้มเสมอเมื่อให้บริการ” “ความพึงพอใจคือหัวใจการให้บริการ”

4.9 จัดคณะทำงานเพื่อดำเนินโครงการ ปรับปรุงงานบริการ คณะทำงานทำแผนกลยุทธ์ด้านบริการ คณะทำงานสร้างเอกลักษณ์และเสริมภาพลักษณ์องค์กร คณะทำงานตรวจสอบมาตรฐานการบริการ คณะกรรมการประกวดโครงการบริการดีเด่น คณะกรรมการคัดเลือกพนักงานให้บริการดีเด่น

4.10 ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงภายในองค์กรให้ดีขึ้นตลอดเวลา จัดแผนกประชาสัมพันธ์แนะนำผู้รับบริการเรื่องขั้นตอน วิธีการเขียนคำขอ ช่วยจัดขั้นตอนเอกสารเพื่อให้ผู้รับบริการใช้บริการได้อย่างมั่นใจ สะดวกไม่เสียเวลา จัดทำกิจกรรมกลุ่มย่อย ควบคุมปรับปรุงคุณภาพการบริการ(กลุ่มคิวซี) ให้รางวัลแก่กลุ่มที่เสนอการปรับปรุงที่ดี ออกแบบและจัดผังการให้บริการผู้รับบริการใหม่ ทำให้สะดวกสบายขึ้น

นันทพร รัฐถาวร (2543. หน้า 38-39 อ้างอิงจาก ธงชัย สันติวงศ์) ได้ให้แนวคิดการพัฒนา ระบบการบริการและวิธีการในการปรับปรุงการบริการของรัฐให้ดียิ่งขึ้น ต้องพัฒนาระบบการบริการให้มีกระบวนการและขั้นตอนที่สามารถแก้ปัญหาจากปัจจัยที่เป็นแรงกดดันทั้งหลายให้ลุล่วงไปได้มากที่สุด โดยมีวิธีการ ดังนี้

1. การจัดการที่มีคุณภาพ คือ การต้องรู้จักนำเอาเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้เพื่อบริการ ดังเช่น การรู้จักวางแผน และจัดหานำเครื่องถ่ายเอกสารที่ใช้งานและทำได้คมชัด ทำให้คุณภาพของงานดีขึ้น หรือในแง่ของคนผู้ทำงาน ก็ต้องมีอบรมและพัฒนาความรู้และทักษะต่างๆ เพื่อให้สามารถทำงานได้ดีขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้ผลิตสินค้า และการให้บริการทำได้ดีขึ้นด้วย เช่น การจัดฝึกอบรมให้รู้จักเครื่องมือสื่อสาร และเครื่องคอมพิวเตอร์ได้ดีขึ้น หรือการสอนภาษาอังกฤษให้ เพื่อรองรับลูกค้าต่างประเทศให้ดีขึ้น หรืออ่านเอกสารได้มากขึ้น พร้อมทั้งสนับสนุนการเรียนรู้ได้ดีขึ้น

2. การลดต้นทุน ซึ่งอาจทำได้หลายทางด้วยกัน เช่น การพิจารณาปรับปรุงการทำงาน โดยการนำเครื่องจักรสมัยใหม่ที่มีราคาถูก ทำงานได้ถูกต้องแม่นยำเข้ามาช่วยคนทำงานในขั้นตอนต่างๆ การให้ความรู้ และการอบรมเพื่อเพิ่มผลผลิต หรือการวิเคราะห์การสูญเสียและปรับปรุง หรือลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็นและก่อให้เกิดการสิ้นเปลืองให้ลดน้อยลงก็จะมีส่วนช่วยให้ต้นทุนลดลงได้

3. การเพิ่มคุณค่าให้ลูกค้าบริการของรัฐเช่นเดียวกับเอกชนที่สามารถสร้างเสริมสิ่งที่มีคุณค่าให้ลูกค้า หรือประชาชนที่มาใช้บริการได้ตั้งเช่นการให้มีบริการส่งเอกสารไปให้ที่บ้านหรือสามารถบริการหลายๆ อย่างในจุดเดียว เช่น ถ้าหากรัฐวิสาหกิจทั้งหลายที่ประชาชนแต่ละครัวเรือนจำเป็นต้องใช้บริการแยกกันนั้น หากได้รวมกันเพื่อให้ลูกค้าสามารถชำระค่าสาธารณูปโภครวมกันในจุดเดียว คือ ด้วยคำขอเรียกเก็บเงินใบเดียว หรือจ่ายผ่านบัญชีเดียว หรือติดต่อขอข้อมูลทั้งหมดในจุดหนึ่งจุดใดของรัฐวิสาหกิจใดๆ แล้วก็จะทำให้ลูกค้าได้รับประโยชน์สร้างคุณค่าในเรื่องความสะดวกสบายและประหยัดเวลาได้มาก เป็นต้น

4. การปรับปรุงการให้บริการให้ทำได้รวดเร็ว สิ่งสำคัญที่สุดในยุคโลกาภิวัตน์ คือ ความไวของสิ่งต่างๆ อันเกิดจากเทคโนโลยีซึ่งช่วยให้การดำเนินการหรือการทำการกิจกรรมต่างๆ สามารถทำได้สะดวกง่ายและฉับไว ครบถ้วนถูกต้องมากขึ้น และต้องรู้จักนำเทคโนโลยีมาใช้สำหรับการปรับปรุงการทำงานและลดขั้นตอนการบริการ จึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้การบริการทำให้ได้เร็วขึ้นและสามารถให้บริการได้ดีกว่าฉับไวกว่าของผู้แข่งขัน ตัวอย่างของหนังสือที่มีการพิมพ์บาร์โค้ดติดไว้ ย่อมทำให้การบริการได้ดีขึ้นกว่าและฉับไวกว่าของ



คู่แข่ง และสะดวกในการคิดเงินด้วยเครื่อง และถ้าหากมีการวางระบบเชื่อมโยงกับใบเสร็จโดยพิมพ์รายการให้ก็จะทำให้เครื่องทำงานแทนคนได้ทั้งหมด ทำให้เกิดความถูกต้องสะดวกและทำได้รวดเร็ว

5. การให้บริการแบบครบวงจร (Package Service) เป็นการพัฒนาการบริการในเชิงรุก โดยยึดการตอบสนองความต้องการของผู้มารับบริการเป็นสำคัญ ความรวดเร็วในการให้บริการ ความกระตือรือร้นในการบริการ ความสุภาพอ่อนน้อมของเจ้าหน้าที่ ความเสมอภาคและเป็นธรรมสิ่งที่สำคัญที่สุด การให้บริการต้องเสร็จสมบูรณ์ (Completion) นั้นหมายถึงการเสร็จสมบูรณ์ตามสิทธิประโยชน์ของผู้รับบริการ โดยไม่ต้องกลับมาติดต่อบ่อยครั้ง นอกจากนั้นต้องเป็นธรรมและตรวจสอบได้

จิตบริการ

1. เวลาทุกนาทีมีค่าสำหรับผู้รับบริการ
2. การให้บริการที่ดี เริ่มจากการให้บริการที่ดีกับคนในองค์กรก่อน
3. การให้บริการที่เกินความคาดหวังเป็นที่สุดของการบริการ
4. การให้บริการที่ดีส่งผลต่อภาพลักษณ์ขององค์กร

หลักการรับฟัง...ด้วยใจ

1. เปิดใจที่จะรับฟัง
2. ให้ความสนใจผู้พูด
3. ตระหนักถึงความสำคัญของผู้พูด
4. ฟังอย่างมีสติ
5. ฟังเสียงโดยปราศจากอคติ
6. ฟังด้วยความใส่ใจและอย่างจริงจัง
7. ฟังโดยรับรู้สาระได้อย่างถูกต้องตรงตามที่คุณผู้พูดต้องการสื่อสาร
8. ฟังโดยรับรู้ถึงอารมณ์และความรู้สึกของคุณผู้พูดอย่างถูกต้องตรงสภาพความเป็นจริง
9. รับฟังโดยไม่ฆ่าตัดตอนการสื่อสาร
10. มีคุณธรรมและจริยธรรมในการรับฟัง

หลักการสื่อความ...ด้วยใจ

1. ถ่ายทอดด้วยความจริงใจ
2. มีความสามารถในการจัดการอารมณ์
3. ใช้ภาษาเป็นและเหมาะสม
4. สื่อความข้อมูลที่เป็นจริงและมีคุณภาพมีพฤติกรรมการสื่อความที่แสดงความเป็นมิตรและเป็น

กันเอง

5. สื่อความโดยไม่ฆ่าตัดตอนการสื่อสารมีคุณธรรมและจริยธรรมในการสื่อความ



คุณลักษณะของผู้ให้บริการที่ดี

การให้บริการนั้นเป็นหน้าที่ในชีวิตประจำวันที่ทุกคนต้องปฏิบัติ ฉะนั้นหากเราต้องการให้ผู้อื่นชื่นชมต่อตัวเราตลอดเวลา เราก็จะต้องปรับปรุงและเสริมสร้างคุณลักษณะของเราให้เป็นที่ถูกอกถูกใจผู้อื่นและที่สำคัญคือต้องถูกใจตนเองด้วย คุณลักษณะของผู้ให้บริการที่ดีควรประกอบไปด้วย#คุณลักษณะทางกาย คือ เป็นประการด่านแรกของการให้บริการเพราะลูกค้าจะสัมผัสเราโดยการมองเห็นก่อน ฉะนั้น การมีบุคลิกภาพที่ดีมีการแสดงออกที่เหมาะสมจึงเป็นสิ่งที่ต้องกระทำก่อนการมีบุคลิกภาพที่ดีนั้น ต้องดีทั้งภายนอกและภายใน ซึ่งทั้ง 2 ประการมีสาระที่น่าสนใจ ดังนี้

บุคลิกภาพภายนอก ได้แก่

- ร่างกายสะอาด
- แต่งกายเหมาะสมกับกาลเทศะ
- ยิ้มแย้มแจ่มใส
- กิริยาอ่อนน้อม รู้จักที่จะไหว้ให้เป็นและสวย

บุคลิกภาพภายใน ได้แก่

- กระตือรือร้น
- รอบรู้
- เต็มใจและจริงใจ
- ความจำดี
- มีปฏิภาณไหวพริบ
- มีความรับผิดชอบ
- มีอารมณ์มั่นคง

คุณลักษณะทางวาจา

นับเป็นคุณลักษณะที่มีความจำเป็นอย่างมาก ทั้งนี้เพราะปัญหาของการให้บริการส่วนใหญ่จะเกิดจากการสื่อสารระหว่างผู้ให้กับผู้รับบริการ ดังนั้นหากสามารถนำคุณลักษณะทางวาจาที่ดีมาใช้ได้มากปัญหาการบริการก็จะลดลง ซึ่งคุณลักษณะทางวาจาที่เหมาะสมมีดังนี้

- พูดจาไพเราะอ่อนหวาน
- รู้จักให้คำชมตามโอกาสอันสมควร
- ใช้ถ้อยคำภาษาให้ถูกต้อง
- ใช้น้ำเสียงให้เหมาะสมกับผู้ฟังและสถานการณ์
- พูดชัดเจน กระชับ เข้าใจง่าย
- หลีกเลี่ยงการตำหนิและนินทา
- รู้จักหักทนายผู้อื่นก่อน



อย่าลืมใช้คำว่า

“สวัสดี ขอโทษและขอบคุณ” นอกจากการใช้วาจาตามที่กล่าวแล้ว เสน่ห์อีกอย่างหนึ่งของผู้ที่ประสบความสำเร็จในงานบริการก็คือต้องเป็นผู้ฟังที่ดี ซึ่งมีหลักปฏิบัติดังนี้

- ฟังด้วยความเต็มใจ สนใจและใส่ใจ
- อย่าปล่อยให้คนอื่นพูดเข้ามาครอบงำ
- จับความให้ได้และตอบรับอย่างมีจังหวะ
- ถามคำถามและตรวจสอบความเข้าใจ
- อย่าขัดจังหวะ

คุณลักษณะภายในใจ

สุดยอดของการให้บริการก็คือบริการด้วยหัวใจ ซึ่งขอหยิบยกคุณลักษณะที่เป็นพื้นฐานในเรื่องนี้ ดังต่อไปนี้

- รู้จักเอาใจเขามาใส่ใจเรา กล่าวคือเมื่อเราต้องการแต่สิ่งดี ๆ เราก็ควรจะมอบสิ่งดีนั้นให้แก่ผู้อื่นด้วย ในทางกลับกันถ้าเราไม่ต้องการสิ่งที่ไม่ดีเราก็ไม่ควรปฏิบัติเช่นนั้น
- ให้บริการผู้อื่นประดุจคนรักของตน ถ้าเรานึกถึงได้ว่าเมื่อเรามีคนรักและอยู่ในห้วงแห่งความรักนั้น เราปฏิบัติต่อคนรักเราฉันใด เราก็ควรปฏิบัติต่อผู้อื่นฉันนั้น
- สร้างความรักและสิ่งดีงามในหัวใจ มีผู้รู้หลายท่านได้กล่าวไว้ตรงกันว่าคนเรามีหัวใจเป็นอย่างไรการแสดงออกก็จะเป็นอย่างนั้น หากเรามีความโกรธในจิตใจการแสดงออกก็จะเต็มไปด้วยความกราดเกรี้ยว ดุดัน คำพูดก้าวร้าว หน้าตาบึ้งตึง แต่ถ้าเรามีจิตใจที่เต็มเปี่ยมด้วยความรัก ความเมตตา กิริยาท่าทางที่ออกมา ก็จะมีแต่รอยยิ้ม ความเอื้ออาทร ความเห็นอกเห็นใจ และความจริงใจ

หลักในการให้บริการ

1. การให้บริการอย่างมีคุณภาพนั้น ต้องทำทุกครั้งไม่ใช่ทำเฉพาะการบริการครั้งแรกเท่านั้น
2. คุณภาพของการบริการวัดจากความพอใจของลูกค้าไม่ใช่วัดจากความพอใจของผู้ให้บริการ
3. การบริการที่คุณภาพเกิดขึ้นจากการที่ทุกคนในองค์กรร่วมมือกันและลงมือกระทำอย่างจริงจังและจริงใจ
4. การบริการที่มีคุณภาพต้องสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้
5. การบริการที่ดีย่อมเกิดจากการสื่อสารที่ดีต่อกัน
6. ผู้ให้บริการต้องรู้สึกภาคภูมิใจและเป็นสุขที่มีโอกาสทำให้ผู้รับบริการเกิดความพอใจ



กลยุทธ์การให้บริการที่ประทับใจ

สุดยอดของการให้บริการก็คือความพึงพอใจและความประทับใจ ดังที่กล่าวแล้วว่า ผู้ให้บริการเป็นกุญแจสำคัญที่จะไขไปสู่เคล็ดลับการบริการที่ประทับใจ ฉะนั้นจึงใคร่ขอสรุปประเด็นกลยุทธ์ที่ได้รวบรวมจากผู้รู้ ผู้เชี่ยวชาญและสิ่งสมจากประสบการณ์ของผู้เขียนเองมานำเสนอไว้ดังนี้

1. ผู้รับบริการพอใจ เราพอใจ ถือความเป็นสมดุลที่ธรรมชาติได้สร้างไว้ ดังพุทธศาสนาได้บัญญัติไว้ว่าความสุขที่แท้คือการให้โดยไม่หวังผลตอบแทน
2. รอยยิ้มพิมพ์ใจย่อมติดใจในผู้รับบริการ มีนักปราชญ์ท่านหนึ่งกล่าวว่า รอยยิ้มของคนเราสามารถจัดปัญหาทั้งหมด นั้นแปลว่ารอยยิ้มเริ่มเกิดจากจิตใจที่สะอาด สว่าง สงบ อันนำมาซึ่งสติปัญญาของคนเราที่จะพิจารณาไตร่ตรองหาทางออกให้กับปัญหานั้น
3. ต้องการให้คนอื่นทำอะไรให้กับตัวเรา เราต้องทำสิ่งนั้นให้ผู้อื่นก่อน เราต้องรู้จักอคติในตัวเราเพื่อเปิดใจในการให้และรับความปรารถนาดีจากผู้อื่น
4. เอาชนะตนเองให้ได้ ศักดิ์ศรีและความสำเร็จของมนุษย์นั้น ไม่ใช่อยู่ที่การอยู่เหนือหรือเอาชนะผู้อื่น แต่อยู่ที่เราสามารถเอาชนะใจตนเองให้ได้ เราจะสามารถทำงานบริการให้ได้ดีมีคุณภาพนั้นต้องเริ่มที่ใจของตนเองก่อน กล่าวได้ว่าการพัฒนาคุณลักษณะทางกาย วาจา และใจของผู้ให้บริการนั้นจำเป็นที่จะต้อง มีพื้นฐานที่ดีมาจากทัศนคติของบุคคลนั้น ด้วยเหตุนี้จึงอยากให้เราได้นำพฤติกรรมบริการที่ได้กล่าวไปแล้วไปปฏิบัติเพื่อให้ตัวเรามีความสุขที่แท้ในการทำงาน

ลักษณะของ “การบริการที่ดี” ประกอบด้วย

1. ผู้รับบริการต้องมาก่อนเสมอ หมายถึง คำนี้ถึงผู้รับบริการก่อนสิ่งอื่นใด
2. ผู้รับบริการถูกเสมอไม่ว่าผู้รับบริการจะพูดจะทำอย่างไรต้องไม่ได้แย้งเพื่อยืนยันว่าผู้รับบริการผิด
3. ให้บริการด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส เพื่อให้ผู้รับบริการรู้สึกอบอุ่นสบายใจ

คุณสมบัติ/คุณลักษณะของผู้ให้บริการ (บุคลากรการท่องเที่ยว)

1. ดูแล หน้าตา ทรงผม เล็บมือ ให้สะอาดอยู่เสมอ
2. ขณะให้บริการ อย่ารับประทานอาหาร หรือของขบเคี้ยวต่างๆ
3. อย่าทำว้าว เกาหัว หาวนอน หยอกล้อเล่นกันขณะให้บริการ
4. อย่าเสริมสวย ล้าง แคะ แกะ เกา ขณะให้บริการ
5. ห้ามพูดจา หรือหยิบของข้ามหน้าข้ามตาผู้อื่น
6. แต่งกายสุภาพเรียบร้อยถูกระเบียบ
7. ใช้กิริยาวาจาที่สุภาพต่อผู้ร่วมงาน และผู้รับบริการ#ยิ้มแย้มแจ่มใสเสมอเมื่อมีผู้รับบริการ
8. ประสานงาน และติดตามงานกับหน่วยงานอื่นๆ ด้วยท่าทีที่เป็นมิตร
9. มีทัศนคติที่ดีต่อการให้บริการ
10. มีความพร้อม และกระตือรือร้นในการให้บริการให้เกียรติผู้ร่วมงาน และผู้รับบริการมีความอดทนอดกลั้น



มาตรฐานการให้บริการ

มาตรฐานการต้อนรับผู้รับบริการ

1. สอบถามความต้องการของผู้รับบริการก่อนเสมอ
2. สอบถามความต้องการโดยใช้คำพูด “สวัสดีครับ/ค่ะ ต้องการติดต่อเรื่องอะไรครับ/ค่ะ”
3. อำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการด้วยความเต็มใจ
4. ให้การต้อนรับผู้รับบริการด้วยอัธยาศัยไมตรีอันดี
5. มองสบตา พายิ้มพิมพิใจ ปราศรียทักทายผู้มารับบริการก่อนเสมอ
6. ขณะให้บริการ ต้องมีความกระฉับกระเฉง กระตือรือร้น เสมอ
7. ให้บริการแก่ผู้รับบริการทุกคนด้วยความเสมอภาคเท่าเทียมกันตามลำดับ ก่อน-หลัง
8. ถ้าหากมีผู้รับบริการมาก เกิดการบริการที่ล่าช้าหรือมีข้อผิดพลาดใดๆ ต้องกล่าวคำว่า

“ขอโทษ” เสมอ

9. ให้บริการภายในเวลาที่กำหนด หากดำเนินการไม่ได้ ต้องชี้แจงเหตุผลให้ผู้รับบริการทราบด้วยวาจาที่สุภาพ

มาตรฐานการรับโทรศัพท์

1. รับโทรศัพท์ทันทีเมื่อได้ยินเสียงเรียก หากมีเหตุผลจำเป็นต้องรับโทรศัพท์ช้าไม่ควร ให้เสียงกริ่งดังเกิน 3 ครั้ง
2. กล่าวคำทักทาย โดยพูดว่า “สวัสดีครับ/ค่ะ, (ชื่อหน่วยงาน), (ชื่อผู้รับโทรศัพท์), รับสายครับ/ค่ะ”
3. เมื่อผู้รับบริการแจ้งความต้องการแล้ว ให้ผู้รับโทรศัพท์แจ้งเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องมารับสายโดยเร็ว
4. กรณีที่เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องไม่อยู่หรือไม่สามารถรับโทรศัพท์ได้ ให้ผู้รับโทรศัพท์สอบถามรายละเอียดต่างๆ จากผู้โทรเข้ามา เช่น ชื่อผู้โทร เบอร์ติดต่อกลับ เรื่องที่ต้องการจะติดต่อเพื่อ แจ้งให้เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องทราบต่อไป

หัวใจการบริการ

1. ต้องมีความรวดเร็วทันเวลา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาวะการแข่งขันยุคปัจจุบัน ความรวดเร็วของการปฏิบัติงาน ความรวดเร็วของการให้บริการจากการติดต่อจะเป็นที่พึงประสงค์ของทุกฝ่าย ดังนั้นการให้บริการที่รวดเร็วจึงเป็นที่ประทับใจเพราะไม่ต้องเสียเวลารอคอย สามารถใช้เวลาได้คุ้มค่า
2. ต้องมีความถูกต้องชัดเจนงานบริการที่ไม่ว่าจะเป็นการให้ข่าวสาร ข้อมูล หรือการดำเนินงานต่าง ๆ ต้องเป็นข้อมูลที่ถูกต้องและชัดเจนเสมอ
3. การจัดบรรยากาศสภาพที่ทำงานต้องจัดสถานที่ทำงานให้สะอาดเรียบร้อย มีป้ายบอกสถานที่ ขั้นตอนการติดต่อกัน ผู้มาติดต่อสามารถอ่านหรือติดต่อได้ด้วยตนเองไม่ต้องสอบถามใคร ตั้งแต่เส้นทางเข้าจนถึงตัวบุคคลผู้ให้บริการและกลับไปจุดการให้บริการควรเป็น One stop service คือไปแห่งเดียว งานสำเร็จ



4. การยิ้มแย้มแจ่มใสหน้าตาต่างบ้านแรกของหัวใจในการให้บริการคือความรู้สึก ความเต็มใจ และความกระตือรือร้นที่จะให้บริการ เป็นความรู้สึกภายในของบุคคลที่เราเป็นผู้ให้บริการ จะทำหน้าที่ให้ดีที่สุดให้ประทับใจกลับไปความรู้สึกดังกล่าวนี้ จะสะท้อนมาสู่ภาพที่ปรากฏในใบหน้าและกิริยาท่าทางของผู้ให้บริการ คือการยิ้มแย้มแจ่มใสทักทายด้วยไมตรีจิต การยิ้มแย้มแจ่มใสจึงถือเป็นบันไดขั้นสำคัญที่จะนำไปสู่ความสำเร็จขององค์กร การยิ้มคือการเปิดหัวใจการให้บริการที่ดี

5. การสื่อสารที่ดีคือการสื่อสารที่ดีจะสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร ตั้งแต่การต้อนรับด้วยน้ำเสียงและภาษาที่ให้ความหวังให้กำลังใจ ภาษาที่แสดงออกไม่ว่าจะเป็นการปฏิสัมพันธ์โดยตรง หรือทางโทรศัพท์จะบ่งบอกถึงน้ำใจการให้บริการข้างในจิตใจ ความรู้สึกหรือจิตใจที่มุ่งบริการจะต้องมาก่อนแล้วแสดงออกทางวาจา

6. การเอาใจเขามาใส่ใจเรา นึกถึงความรู้สึกของผู้มาติดต่อขอรับบริการ เขามุ่งหวังได้รับความสะดวกสบาย ความรวดเร็ว ความถูกต้อง การแสดงออกด้วยไมตรีจากผู้ให้บริการ การอธิบายในสิ่งที่ผู้มาใช้บริการไม่รู้ด้วยความชัดเจน ภาษาที่เปี่ยมไปด้วยไมตรีจิต มีความเอื้ออาทร ติดตามงานและให้ความสนใจต่องานที่รับบริการอย่างเต็มที่ จะทำให้ผู้มาขอรับบริการเกิดความพึงพอใจ

7. การพัฒนาเทคโนโลยี เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือและเทคนิควิธีการให้บริการที่ดีและรวดเร็ว ในด้านการประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลต่างๆจะเป็นการเสริมการให้บริการที่ดีอีกทางหนึ่ง เช่น Website

8. การติดตามและประเมินผลการบริการที่ดีควรมีการติดตาม และประเมินผลความพึงพอใจจากผู้รับบริการเป็นช่วง ๆ เพื่อรับฟังความคิดเห็นและผลสะท้อนกลับว่ามีข้อมูลส่วนใดต้องปรับปรุงแก้ไข เป็นการนำข้อมูลกลับมาพัฒนาการให้บริการและพัฒนาตนเองต่อไป

การสร้างหัวใจนักบริการ

1. S = Smiling and Sympathy (ยิ้มแย้ม และเห็นอกเห็นใจ)
2. E = Early Response (ตอบสนองอย่างรวดเร็ว)
3. R = Respectful (แสดงออกถึงความนับถือให้เกียรติ)
4. V = Voluntariness manner (ให้บริการสมัครใจ)
5. I = Image Enhancing (รักษาภาพลักษณ์ของตนเองและองค์กร)
6. C = Courtesy (อ่อนน้อม สุภาพ)
7. E = Enthusiasm (กระฉับกระเฉง กระตือรือร้น)



สิ่งที่ควรและไม่ควรปฏิบัติในงานบริการ (DO & DON'T IN CUSTOMER SERVICE)

โดย พิสิทธิ์ พิพัฒน์โกคากุล

ในงานบริการลูกค้า หากเราพนักงานที่มีทัศนคติที่ดี เต็มใจให้บริการ มี Service Mind แล้ว เมื่อพนักงานไปปฏิบัติงานจริง ๆ ลูกค้าก็อาจพบประเด็นต่าง ๆ ที่ทำให้ลูกค้ารู้สึกไม่พอใจ และอารมณ์เสียก็เป็นได้

เรามาลองดูตัวอย่าง สิ่งที่ไม่พึงปฏิบัติในงานบริการ ดูซิครับว่ามีอะไรบ้าง และเราจะแก้ไขอย่างไรดี



Do การต้อนรับลูกค้า

ในการต้อนรับลูกค้า เราสามารถให้บริการลูกค้าประทับใจและชมต่อ ๆ กันไปได้ หากเราสร้างบริการให้เด่นในเรื่องนี้ เพราะการต้อนรับเป็นจุดสัมผัสแรกที่ลูกค้าได้พบรู้สึกและเกิดประสบการณ์ เหมือนที่เราได้ยินบ่อย ๆ ว่า การประทับใจครั้งแรกนี้สำคัญ (First Impression) หากลูกค้าเข้ามาพบเรา ได้รับการต้อนรับเป็นอย่างดี ลูกค้าก็จะรู้สึกดี และชื่นชมบริการของเราพฤติกรรมของพนักงานในเรื่องการต้อนรับลูกค้าให้ประทับใจ มีตัวอย่างเช่น

- การกล่าวคำต้อนรับ บริษัทต้องมีการกำหนดมาตรฐานคำพูด (Script) ที่พนักงานทุกคนจะกล่าวคำนี้เหมือน ๆ กัน

- การเดินเข้าไปต้อนรับลูกค้าทันที เมื่อลูกค้าเข้ามาถึง
- การเดินไปส่งลูกค้าที่รถ
- การจำลูกค้าได้เมื่อลูกค้ามาครั้งที่ 2
- การไหว้ ลูกค้าเมื่อเข้ามาและกลับไป
- การจำข้อมูลสำคัญ ๆ ของลูกค้าเมื่อมาใช้บริการครั้งที่แล้ว
- การให้บริการอย่างเป็นมิตร
- การแสดงออกกับลูกค้าอย่างไม่เลือกปฏิบัติ
- ความกระตือรือร้นและพร้อมที่จะให้บริการ
- ความเป็นกันเองตามกาลเทศะ
- การมีคำกล่าวการจบสนทนาอย่างมีมาตรฐานคำพูด



ในประเด็นตัวอย่างต่างๆ เหล่านี้เราสามารถมาพิจารณา ออกแบบการต้อนรับ และเลือกไปใช้ให้เหมาะสมกับองค์กรได้

ตัวอย่างการต้อนรับที่มีมาตรฐานคำพูด (Script)

เช่นเมื่อเราเข้า เซเว่น อีเลฟเว่น จะมีเสียงกริ่งที่ดังด้วยเสียงเหมือน ๆ กัน พนักงานเซเว่น จะกล่าวต้อนรับด้วยคำพูดเหมือน ๆ กัน เมื่อลูกค้าเดินออกจากร้านก็จะได้รับคำกล่าวขอบคุณเหมือน ๆ กัน

ตัวอย่างการจำลูกค้าได้เมื่อลูกค้ามาครั้งที่ 2

ในสนามกอล์ฟแห่งหนึ่งที่ประเทศญี่ปุ่น ที่ได้รับรางวัลคุณภาพแห่งชาติของประเทศญี่ปุ่น (Japan Quality Award, JQA) การต้อนรับ ลูกค้าของสนามกอล์ฟแห่งนี้คือ เมื่อลูกค้าเดินเข้ามา พนักงานสามารถกล่าวชื่อลูกค้าทักทายลูกค้าได้ ลูกต้องและประทับใจ

การทักทายชื่อลูกค้าเกิดขึ้นได้จาก 2 วิธี คือ เกิดจากการจำได้ของพนักงานและการใช้ IT เข้ามาช่วยในธุรกิจกอล์ฟมีข้อมูลสมาชิกอยู่แล้ว สนามกอล์ฟสามารถบันทึก ชื่อลูกค้า รูปถ่ายลูกค้า ทะเบียนรถลูกค้าเมื่อเราเห็นทะเบียนรถของลูกค้าก็สามารถดูรูป ดูชื่อลูกค้าจากระบบ IT และกล่าวชื่อลูกค้าทักทายได้ทันที

ตัวอย่างการแสดงออกกับลูกค้าอย่างไม่เลือกปฏิบัติ

การแสดงออกของพนักงานชายที่พูดกับลูกค้า เป็นจุดสำคัญที่บริษัทควรนำมาพิจารณา มีท่านผู้หนึ่งเล่าให้ผมฟัง เรื่องประสบการณ์ของเขาที่ร้านขายเสื้อผ้าในห้างสรรพสินค้า พนักงานชายเห็นเขาแต่งตัวธรรมดาๆ ทั่วไป เดินเข้ามา แล้วไปตัดสินเองว่า ลูกค้าคนนี้ไม่น่าจะให้บริการ ไม่น่าจะขาย พอเขาเลือกสินค้า พนักงานก็พูดว่า "เสื้อตัวนี้แพงนะ" คำพูดคำเดียวนี้ ทำให้เขาเดินออกจากร้านนี้ไปทันที และไม่คิดจะกลับมาร้านนี้อีกแล้ว ทั้งๆ ที่วันนั้นเขาตั้งใจจะมาซื้อเสื้อ ตัวที่เค้าจับอยู่แล้ว

พฤติกรรมทำให้บริการแบบนี้ เป็นการเลือกปฏิบัติของพนักงาน ในการพูดจากับลูกค้า เราจะเห็นพฤติกรรมนี้อยู่บ่อยๆ กับสินค้าที่ขายดีและติดตลาดแล้ว บริษัทจึงควรหมั่น Refresh การให้บริการของพนักงานอยู่เสมอ

ตัวอย่างการไหว้ลูกค้า

เมื่อลูกค้าเข้ามาหรือกลับไป เราสามารถกำหนดให้พนักงานต้อนรับลูกค้าด้วยการไหว้ได้ เพราะเป็นสิ่งที่แสดงออกถึงการต้อนรับได้เป็นอย่างดีที่สุด ทั้งนี้การไหว้มิใช่เป็นการสั่ง บังคับหรือบอกให้พนักงานไหว้ แต่ต้องเป็นการไหว้ลูกค้าที่ออกมาจากใจของพนักงาน

การไหว้ที่ออกมาจากใจของพนักงาน เกิดจากการอบรมพนักงานให้พนักงานรู้สึก และเข้าใจ ในมุมมองของลูกค้า ให้พนักงานได้ฝึกปฏิบัติ บริษัทจัดพี่เลี้ยงดูแลรุ่นน้อง การสร้างวัฒนธรรมในองค์กร ผมเป็นที่ปรึกษาให้ธุรกิจบริการแห่งหนึ่ง ในเรื่องการบริการให้เป็นเลิศ (Service Excellence) ในระหว่างการทำดำเนินโครงการ เขาก็มีการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมภายในองค์กรอย่างหนึ่ง ก็คือ การไหว้กันภายในองค์กร จากเดิมมีการทักทายและพูดคุยนานทั่วไป หลังจากดำเนินโครงการได้สัก 1 เดือน พวกเขาไหว้กันเมื่อพบกันในที่ทำงาน



เรื่องแบบนี้ในธุรกิจบริการบางแห่งเป็นเรื่องปกติ ทำกันอยู่แล้ว แต่บางแห่งก็ถือเป็นเรื่องใหม่ เลยทีเดียว ประโยชน์ที่จะได้ก็คือ คนภายในองค์กรมีความรักกัน เคารพนับถือกัน ทำให้สภาพแวดล้อมในที่ทำงานน่าอยู่ และยอมส่งผลถึงลูกค้าที่จะได้รับการต้อนรับที่ออกมาจากใจด้วย ลูกค้าจะเห็นได้ชัดเจนว่าบริษัท เต็มใจให้บริการ

Don't การติดต่อลูกค้า



ประสบการณ์ที่ผมเคยเจอ ก็คือบริษัทให้บริการอินเทอร์เน็ตรายหนึ่งตั้งระบบคอลล์ เซ็นเตอร์ ไว้เพื่อให้บริการ ให้ข้อมูล รับผิดชอบต่อลูกค้า แต่ปรากฏว่า เมื่อโทรไปแล้ว เราไม่ได้รับสายไม่ได้คุยกับพนักงาน บริษัทเปิดเสียง IVR (Interactive Voice Response) ให้เราฟังเสียงในระบบ คอลล์ เซ็นเตอร์ ที่พูดว่า "โปรดรอสักครู่นี้ เจ้าหน้าที่กำลังปฏิบัติงานอยู่" ผมรอไปสัก 10 นาที ไม่สามารถพูดกับใครได้ จนต้องวางสายไป โทรไป อีก 3 ครั้งโดยใช้เวลาห่างกัน 3-4 ชั่วโมง ก็เจอแบบนี้ จนได้พบพนักงานในครั้งที่ 4 ในวันรุ่งขึ้น ถึงได้พูดคุยกันได้ กรณีแบบนี้ ผมคิดว่า ท่านผู้อ่านก็คงเจอบ้างเหมือนกัน

การให้บริการแบบนี้ เป็นการให้บริการที่ขาดต่อการเข้าถึงลูกค้า ลูกค้าจะรู้สึกไม่พอใจไม่คอย อยากรับบริการหากเลือกได้และในบางงานบริการ หากติดต่ออยาก อาจส่งผลกระทบต่ออย่างรุนแรงต่อลูกค้าได้ อย่างเช่น ธุรกิจการเงิน บัตรเครดิต การประกัน การรักษาพยาบาล เป็นต้น

วิธีแก้ไขและป้องกัน

การแก้ไขและป้องกันในกรณีนี้ เราสามารถดึงข้อมูลจากระบบคอลล์เซ็นเตอร์ ออกมาได้ ว่า เวลารอคอยของลูกค้าเฉลี่ยที่รอรับสายในแต่ละวันเป็นเท่าไร ควรจะปรับปรุงให้เหลือเท่าไร หรือถ้าหากไม่มีระบบบันทึกข้อมูลเราสามารถเช็คเทคนิคการทำ Mystery Calling ก็ได้ คือ บริษัท ลองโทรศัพท์เข้าไปติดต่อใช้บริการเอง สอบถามข้อมูลจริง ๆ เปรียบเสมือนเราเป็นลูกค้าคนหนึ่ง แล้วลองสังเกตพฤติกรรมการให้บริการในสายนั้นว่า หากเราเป็นลูกค้าเรารู้สึกว่าประทับใจหรือไม่ประทับใจหรือไม่พอใจอะไรบ้าง

การทำแบบนี้เป็นการที่เราจะทราบถึงข้อมูลลูกค้าจริง ๆ ว่าประสบการณ์ที่ลูกค้าจะได้รับคือ ะไรอย่างกรณี ตัวอย่างดังกล่าว เมื่อโทรไปสายแรก ครั้งแรก บริษัทก็ทราบทันทีว่า บริษัทมีช่องทางให้ลูกค้า ติดต่อได้ยากมาก ก็ควรรีบแก้ไขโดยด่วน เช่น เพิ่มพนักงานรับสาย เพิ่มช่องทางการติดต่อลูกค้าอื่นๆ เช่น ทาง เว็บไซต์ อีเมล การให้ข้อมูลลูกค้าก่อนที่ลูกค้าจะโทรเข้ามาถามหรือก่อนที่ลูกค้าจะได้รับปัญหาบริการ



รวมทั้งก่อนที่ บริษัทจะออกไปโรมัน หรือบริการใหม่ ๆ ออกมาต้องลงถามตัวเองก่อนว่า ลูกค้าต้องทราบ ข้อมูลอะไรบ้างและเตรียมให้พร้อม เป็นการป้องกัน เพื่อที่ลูกค้าจะได้ไม่รับปัญหาเกี่ยวกับบริการของเราภายหลัง จากตัวอย่าง DO และ DON'T ดังกล่าวหากเรามีโอกาสทำบริการของเราให้ดีขึ้น แน่แน่นอนครับว่า วัฒนธรรม ภายในองค์กร การทำงานของพนักงานก็จะมีบรรยากาศที่ดีดียิ่งขึ้น รวมทั้งลูกค้าก็จะได้รับประสบการณ์ที่ดีดี จากองค์กรของเรายิ่งขึ้นครับ

“CARE” หลักบริการง่ายๆ ได้ใจลูกค้า

ความประทับใจเป็นสิ่งที่ทุกคนต้องการ ทั้งตัวผู้ประกอบการและลูกค้าก็ต่างต้องการด้วยกัน ทั้งสิ้น เราอาจไม่ถึงกับต้องยกลูกค้าเป็นพระเจ้าแต่การใส่ใจและจับความต้องการของลูกค้าได้ก็สามารถทำให้ ลูกค้าประทับใจในบริการของเราได้แล้ว แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นการบริการที่ดีนั้นก็ยังคงต้องอาศัยประสบการณ์ เฉพาะตัวที่เกิดจากการทำอย่างต่อเนื่องด้วย เช่นเดียวกัน

ดร.พงศ์ศรัณย์ พลศรีเลิศ ได้ให้สูตรง่ายๆ ที่ช่วยให้จำหลักการ บริการลูกค้าอย่างครบถ้วนได้ ง่ายๆ ผ่านหลักการที่เรียกว่า CARE ซึ่งน่าสนใจทีเดียว หลักการง่ายๆ ที่ครอบคลุมภาพการบริการลูกค้าโดย เน้นให้มอง สิ่งที่ลูกค้าต้องการจากเรา แล้วจึงมองให้ลึกเข้าไปอีกว่าเหตุที่ลูกค้าต้องการให้เราทำอย่างนั้น เพราะ อะไร การพยายามมองให้ลึกลงไปสู่วัตถุประสงค์หรือความต้องการแท้ๆ ในใจนี้เอง

ดร. พงศ์ศรัณย์ฯ เรียกไว้ในบทความว่า เป็นการมองจากมุมมองภายนอกสู่ภายใน (Outside In) ซึ่งโดยหลักการ CARE นั้นระบุว่าเมื่อเราเข้าใจความต้องการของลูกค้าแล้ว การบริการที่เราจะลงมือต่อจากนั้น ควรเป็นเรื่องง่าย แต่มีประสิทธิภาพพอจะแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ทันที

การบริการที่ตรงความต้องการลูกค้าเริ่มจากการเข้าใจในสินค้าและบริการทั้งของ เราและ คู่แข่งอย่างถ่องแท้ก่อน พนักงานต้องมีความสามารถในการถ่ายทอด ซึ่งไม่ใช่แค่การท่องจำ แต่ควรเป็นคำพูด ที่มาจากความเข้าใจ สามารถเปรียบเทียบให้เห็นได้อย่างชัดเจน โดยข้อมูลเหล่านั้นควรอยู่บนความจริงใจซึ่ง เป็นหัวใจของการบริการที่ดีบน มาตรฐานที่เท่ากันทุกครั้ง ดังนั้นองค์กรควรมีการอบรมพนักงานเพื่อให้หาแนว ทางการแก้ไขปัญหาพร้อมกันมี แบบแผนและทิศทาง เดียวกันเพื่อการเป็นที่ 1 ในใจลูกค้า ตัวอย่างเช่น ช่างตัด ผมควรจะมีความรู้เกี่ยวกับสภาพเส้นผมรวมถึงอุปกรณ์ในการทำผมทุก ประเภทเป็นอย่างดี เพื่อที่เวลามีลูกค้า เข้ามาจะได้สามารถแนะนำได้ว่ารูปหน้าแบบนี้ สภาพผมแบบนี้ เหมาะกับผมทรงไหน มากที่สุด และพนักงาน ก็ควรสามารถแนะนำลูกค้าได้ว่าสภาพเส้นผมแบบต่างๆ เหมาะกับครีมหรืออุปกรณ์ ตกแต่งผมแบบไหน เป็น ธรรมดาที่ลูกค้าต้องการความพอใจในการบริการสูงสุด มีเราอยู่ข้างๆได้ตลอดเวลาที่ต้องการ ซึ่งจะสร้าง ประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า ทั้งยังช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อทั้งองค์กรด้วย แม้แต่ร้านอาหารทั่วไปก็ไม่ควร มองข้ามจุดนี้ ในร้านที่มีพนักงานหลายคนนั้นสามารถรับรองลูกค้าได้มาก การแบ่งหน้าที่กันชัดเจน ช่วยให้ ระบบงานดำเนินไปอย่างคล่องตัว เช่น คนหนึ่งรับหน้าที่ทำอาหาร อีกคนรับออเดอร์ ส่วนอีกคนทำหน้าที่เก็บ เงิน แต่กระนั้นทุกคนควรทำหน้าที่แทนกันได้ เพื่อไม่ให้เกิดความสะดุดระหว่างบริการ เช่น ถ้าหากมีวันใดที่ ลูกค้าเยอะมาก พนักงานทุกคนก็ต้องพร้อมที่จะเข้าไปรับความต้องการลูกค้าได้เสมอไม่ว่าจะตรง กับหน้าที่ที่ ได้รับมอบหมายหรือไม่ ถ้าพนักงานเก็บเงินถูกลูกค้าเรียกไปสั่งอาหารต้องแนะนำอาหาร รับออเดอร์ได้ ขณะหากคนรับออเดอร์ถูกเรียกไปเก็บเงินก็ต้องทราบราคาอาหารทั้งหมดและคิด เงินได้ทันที การที่ลูกค้า สามารถเข้าถึงตัวพนักงานได้ตลอดทุกเมื่อที่ต้องการจะทำให้ ประสบการณ์การรับประทานอาหารของลูกค้า เป็นไปอย่างราบรื่นมากขึ้น ความรวดเร็วในการบริการนั้นถือเป็นจุดแข็งอย่างหนึ่งในการบริการที่ลูกค้าทุกคน



ต้องการ ซึ่งการมีใจรักในงานบริการจะเป็นแรงขับให้เกิดการบริการในทันที เพราะเวลาไม่ก่นาที่ลูกค้า เสียไป อาจสร้างความเสียหายยิ่งใหญ่ได้เลยทีเดียว ดังนั้นเรื่องเวลาจึงเป็นสิ่งที่ไม่ควรละเลยอย่างยิ่ง

นอกจากการมีใจรักงานบริการแล้วการวางแผนที่ดีก็เป็นตัวช่วยให้เกิดความรวดเร็ว ในบริการได้เช่นกัน พนักงานดูแลลูกค้าจะต้องรู้ขั้นตอนการดำเนินงานเป็นอย่างดี และต้องรู้ขอบเขตอำนาจในการตัดสินใจของตนเองและผู้อื่นในองค์กร เพื่อที่จะสามารถติดต่อประสานงานได้ถูกต้องและเป็นไปตามความต้องการลูกค้าได้ ทันท่วงที ตัวอย่าง เช่น Call Center เป็นบริการหนึ่งที่ลูกค้าส่วนมากเลือกใช้ เพราะติดต่อได้ตลอดเวลาทั้งยังได้ตอบกันได้ทันที ดังนั้น Call Center ควรจะเข้าใจบริการทุกอย่างชัดเจน ที่สำคัญต้องถ่ายทอดด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย ไม่วกวนเพราะอาจทำให้ผู้ฟังจับประเด็นที่ต้องการไม่ได้ เป็นการเสียเวลาโดยใช่เหตุ และเมื่อรับความต้องการของลูกค้ามาแล้วก็ควรดำเนินการเพื่อหาทางแก้ปัญหาของ ลูกค้าให้ได้เร็วที่สุด โดยใช้ทักษะและความเข้าใจขั้นตอนการดำเนินงานต่างๆ ในองค์กรเพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจสูงสุด

อีกสิ่งหนึ่งที่สามารถซื้อใจลูกค้าได้ นั่นก็คือการเข้าถึงจิตใจของลูกค้า หรือการรู้จักจิตใจลูกค้าเป็นอย่างดี

หลักการ CARE นั้นให้ความสำคัญกับการปฏิบัติต่อลูกค้าโดยมองความต้องการของลูกค้าจากมุมมองของลูกค้า เช่น รู้ว่าลูกค้าโกรธ เศร้า หรือกำลังดีใจ หากเรารับรู้อารมณ์เหล่านี้ได้ นั้นแปลว่าเราสามารถสื่อสารทางใจได้ เป็นการเปิดมุมมองการรับรู้ต่อคนอื่นได้ เราจะเข้าใจลูกค้าแต่ละประเภทมากขึ้น

การรับรู้ได้ถึงความรู้สึกของลูกค้าถือว่ามีสำคัญต่อการบริการตามหลัก CARE เป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากหลักการ CARE นั้นให้ความสำคัญกับการปฏิบัติต่อลูกค้าโดยมองความต้องการของลูกค้าจากมุมมองของลูกค้าเอง และนำปัญหานั้นมาแก้ไขให้ตรงจุดอย่างทันท่วงที ดังนั้นก่อนที่จะตัดสินใจดำเนินการอะไรก็ตาม พนักงานต้องเข้าใจเสียก่อนว่าสิ่งที่ลูกค้าต้องการที่สุดจากการแก้ปัญหา นี้ คืออะไร เพื่อที่จะได้มุ่งหน้าสู่การแก้ปัญหานั้นได้

เมื่อลูกค้าเดินมาหาพนักงานเพื่อแจ้งข้อร้องเรียนหรือแจ้งความต้องการสักอย่าง ถึงแม้ว่าลูกค้าจะไม่แสดงออกให้เห็นถึงอารมณ์หรือความรู้สึกไม่พอใจใดๆ ก็ตาม แต่ก็เป็นที่หน้าที่ของพนักงานที่ต้องพยายามจับความรู้สึกลูกค้าให้ได้เพื่อจะ เข้าใจลูกค้าอย่างแท้จริง

การบริการลูกค้ามันไม่ใช่เรื่องยาก แค่เพียงใส่ใจลงไปในทุกการบริการ เอาใจลูกค้ามาใส่ใจเรา และใส่ใจลงไปในทุกสิ่งที่ทำ เหมือนกับที่เราแคร์ (care) ลูกค้าจริงๆ และเรากำลังทำสิ่งดีๆ ให้แก่คนในครอบครัว แล้วองค์กรหรือแบรนด์ของเราก็จะติดอยู่ในความประทับใจลูกค้าไปตลอด

...

“เพิ่มคุณค่างานบริการด้วยหัวใจบริการ
Service Mind”



การเป็นเจ้าของบ้านที่ดี

1. ปัจจัยสำคัญของการเป็นเจ้าของบ้านที่ดี

ปัจจัยที่ทำให้พนักงานที่เยี่ยมเยียนของเราไม่กลับมาเป็นลูกค้าอีกมีด้วยกันหลายปัจจัย แต่ฐานะเจ้าบ้านแล้ว ปัจจัยที่เราสามารถควบคุมได้ คือ การเตรียมตนเองให้พร้อมสำหรับการเป็นเจ้าของบ้านที่ดีและให้บริการแก่ลูกค้าด้วยความเต็มใจ ปัจจัยสำคัญที่จะทำให้งานบริการประสบผลสำเร็จ ก็คือ คนหรือบุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่เป็นผู้ให้บริการแก่ลูกค้า เขาจะต้องรักในการบริการและมีคุณสมบัติอื่นๆประกอบ จึงจะช่วยให้การบริการนั้นสร้างความพอใจให้กลับพนักงานที่เยี่ยมได้ ความสำเร็จหรือความล้มเหลวของผู้ที่เป็นเจ้าบ้านในการให้บริการขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆคือ

1.1 บุคลิกภาพ ได้แก่ รูปร่างหน้าตา กิริยาท่าทาง น้ำเสียง การพูดจาความยิ้มแย้มแจ่มใส ความเห็นอกเห็นใจผู้อื่น ความกระตือรือร้น ความซื่อสัตย์ ความจริงใจ ความเชื่อมั่นในตัวเอง ความรอบรู้ บริษัทใดมีพนักงานที่ทำหน้าที่เป็นเจ้าบ้านที่ดีและมีบุคลิกภาพดีเยี่ยมได้เปรียบคู่แข่งทั้งหลาย

1.2 ความรู้ ผู้ที่เป็นเจ้าบ้านต้องมีความรู้ต่างๆเกี่ยวกับสถานที่และสิ่งต่างๆในขอบเขตความรับผิดชอบของตนเอง ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์/สินค้า/บริการ ที่เสนอให้กับลูกค้า ความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการขายความรู้เกี่ยวกับตลาดและคู่แข่งขั้นความรู้รายละเอียดและขั้นตอนงาน

1.3 ทักษะ ความชำนาญหรือประสบการณ์จะช่วยให้การเป็นเจ้าของบ้านมีความเชื่อมั่นสูงขึ้น โดยทักษะจะเกิดขึ้นได้จากการฝึกฝน

1.4.ทัศนคติ เจ้าบ้านที่ดีต้องมีทัศนคติที่ดีในการเป็นเจ้าของบ้าน มีความเชื่อมั่นในตนเอง มีความสุขในการทำงาน มองโลกในแง่ดีตระหนักถึงความสำคัญของการบริการ คือ มีความเป็นเจ้าบ้านที่มีจิตใจของการบริการ

ปัจจัยทั้ง 4 ประการข้างต้นช่วยทำให้ผู้เป็นเจ้าของบ้านประสบความสำเร็จในการปฏิบัติหน้าที่ คือ ถ้ามีคุณสมบัติครบถ้วนย่อมส่งผลให้เป็นเจ้าบ้านที่สร้างความรู้สึกที่ดีแก่ลูกค้า ผลงานเป็นที่น่าพอใจ ตนเองก็จะได้รับความภาคภูมิใจเกิดความสุขและความพอใจ

นอกเหนือจากสิ่งที่กล่าวข้างต้นแล้ว ยังคาดหวังที่จะได้รับความช่วยเหลือและการบริการที่ดี ดังนั้นเจ้าบ้านที่ดีจึงมีหน้าที่

1. ให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้า ผลิตภัณฑ์ สถานที่ และอื่นๆ
2. ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเมื่อเขาต้องการบริการ
3. แก้ไขข้อขัดข้องและความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยว
4. ช่วยแนะนำและแก้ปัญหาต่างๆให้กับนักท่องเที่ยว
5. ช่วยบอกทิศทางในสถานที่ของเรา

เจ้าบ้านที่ดีต้องมีการเตรียมความพร้อมตั้งแต่ปรับปรุงบุคลิกภาพ เตรียมการต้อนรับ เตรียมการเสนอบริการต่างๆรู้จักวิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้าเลือกใช้คำพูดที่เหมาะสม รู้วิธีจัดข้อโต้แย้งหรือรับฟังคำบ่นของ นักท่องเที่ยวตลอดจนให้บริการต่างๆเพื่อสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยือน



คุณสมบัติที่ดีของผู้ให้บริการ

- รักงานบริการและความต้องการที่จะก้าวหน้าในงานบริการที่ทำ
 - มีบุคลิกภาพที่ดี และมีสุขภาพที่ดี คือสุขภาพแข็งแรง ใบหน้ายิ้มแย้มแจ่มใสสดชื่น มีบุคลิกภาพที่ดีและน่าไว้วางใจ น่าเชื่อถือ น่าเข้าใกล้ ทำงานรวดเร็วคล่องแคล่ว การแต่งกายเป็นระเบียบ สวยงาม สะอาด เหมาะสมกับลักษณะงาน
 - มีจิตใจชอบให้บริการ ชอบส่งเสริมช่วยเหลือผู้อื่น สนใจผู้อื่น ห่วงใยผู้อื่น สุภาพ เป็นมิตร และให้เกียรติผู้อื่น
 - มีความเต็มใจที่ปฏิบัติงานตามที่ นักท่องเที่ยว ร้องขอ ออกล้นต่อการไม่มีมารยาท การเข้าซื้อ การไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบ การเอาแต่ใจตนเอง หรือการเปลี่ยนแปลงไปมาของนักท่องเที่ยว เช่น ขอลดคิว ชอบของแถม ชอบขอ ลดราคา ผิดนัด เลิกงาน เลิกแล้วไม่ซื้อ หรือซื้อแล้วเปลี่ยนใจ และในกรณีที่ไม่วิสัย ไม่ขัดต่อระเบียบ และไม่ขัดต่อนักท่องเที่ยวรายอื่นเราต้องเชื่อว่าความต้องการของนักท่องเที่ยวนั้นถูกเสมอ
 - รู้ข้อมูลในงานและข่าวสารที่ทันต่อเหตุการณ์มีความรู้เกี่ยวกับงานที่ทำ รู้กว้าง และ รู้ลึก มีความสามารถที่จะให้ข้อมูลนักท่องเที่ยวหรือให้คำแนะนำนักท่องเที่ยวได้
 - มีนิสัยขยันทำงาน มีความกระตือรือร้น มีความรับผิดชอบมีการตรวจสอบงาน มีสมาธิขณะทำงาน มีความประณีตในงาน
 - มีความเฉลียวฉลาด มีปฏิภาณไหวพริบ รู้จักสังเกตความต้องการของ นักท่องเที่ยวมีความจำ ตีรู้จักแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า พุดเป็น ฟังเป็น เข้าใจเรื่องราวสามารถยืดหยุ่นการปฏิบัติงานตามความต้องการของนักท่องเที่ยวได้หากบริษัทหรือนักท่องเที่ยวอื่น ๆ ไม่เสียหาย
 - ซื่อสัตย์สุจริตในเรื่องเงินทองเวลานัดหมาย และคำพูดที่ให้กับนักท่องเที่ยว คือ มีความจริงใจ ซื่อสัตย์ ตรงต่อเวลา ไม่โกหกหลอกลวง ไม่เอาเปรียบผู้อื่น รักษาความลับได้ ไม่นินทาผู้อื่น ไม่นินทาสินค้า
 - ทำงานเป็นทีม มีการให้ข้อมูลและแสดงความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อการบริการ ให้ความช่วยเหลือและให้กำลังใจผู้ร่วมงาน
 - อากัปกิริยาวางใจอ่อนน้อม ต่อนักท่องเที่ยวทุกคนและทุกเวลา
 - ขยันและตั้งใจทำงานให้ดีที่สุดตามความต้องการของลูกค้าทุกครั้งตรวจสอบจำนวนและคุณภาพงานก่อนส่งมอบ รมัตระวังและถนอมการใช้เอกสารของ นักท่องเที่ยวและส่งมอบคืนเอกสารหรือสิ่งของอุปกรณ์เครื่องใช้ให้กับนักท่องเที่ยวอย่างให้เกียรติและระมัดระวัง
 - รักษาความลับของนักท่องเที่ยว
- การวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว
- หลังจากที่ได้ต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยวาจาและท่าทางที่เหมาะสมแล้วเจ้าบ้านต้องสามารถ เข้าใจนักท่องเที่ยวมีความต้องการอะไร ซึ่งวิธีรับทราบความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละคนทำได้โดย
- การรับฟัง
 - การสอบถามเมื่อไม่แน่ใจ
 - การสังเกตและจำในสิ่งที่เคยรับนักท่องเที่ยวและสิ่งที่นักท่องเที่ยวรับบริการมาก่อน
 - การใช้หลักเกณฑ์ความต้องการพื้นฐานของมนุษย์นักท่องเที่ยวมักต้องการสิ่งต่างๆดังนี้
- นักท่องเที่ยว อยากรู้ของฟรี ของแถม หรือของราคาถูก โดยได้ของจำนวนมากและคุณภาพดี
 - นักท่องเที่ยวอยากได้ของในช่วงที่ตนต้องการหรืออยากได้ลัดคิวก่อนผู้อื่น



- นักท่องเที่ยว ต้องการความสะดวกสบาย ได้นั่งไม่ต้องออกแรง ไม่ต้องกรอกแบบฟอร์ม มีแอร์เย็นๆมีน้ำดื่ม มีขั้นตอนการขอรับบริการไม่ยุ่งยาก

- นักท่องเที่ยว ต้องการได้รับการให้บริการที่สุภาพ มีไมตรีจิต จริงใจ ได้รับเกียรติ ได้รับความเกรงใจ ความเชื่อถือ ต้องการให้ผู้บริการจำชื่อนักท่องเที่ยวได้ ต้องการผู้ให้บริการจำได้ว่าครั้งที่แล้วเคยมาขอรับบริการเมื่อใด ยิ่งกว่านั้นต้องการได้รับการต้อนรับที่มีลักษณะดีกว่าหรือไม่ยิ่งหย่อนกว่าผู้อื่น

- นักท่องเที่ยว ต้องการได้พบเห็นและได้อยู่ในที่สะอาดสวยงาม เป็นระเบียบและปลอดภัย

- นักท่องเที่ยว ต้องการได้รับข้อมูลข่าวสารที่ละเอียดครบถ้วน เข้าใจง่ายและทันเวลา

- นักท่องเที่ยว ต้องการได้ซักถาม ได้แสดงความคิดเห็น ได้แสดงอารมณ์ตามที่ตนต้องการเชื่อว่าความคิดเห็นและความต้องการของตนถูกต้องและเป็นไปได้

หากความต้องการของนักท่องเที่ยวคนหนึ่งคนใด เจ้าบ้านผู้ให้บริการไม่อาจสนองตอบได้ เพราะสวัสดีย ขัดต่อกฎระเบียบ หรือทำให้นักท่องเที่ยวคนอื่นไม่พอใจห้ามตำหนิหรือทำสีหน้าไม่พอใจต่อนักท่องเที่ยวคนนั้น ควรกระทำโดยบอกข้อมูลหรือเหตุผลอย่างสุภาพ ด้วยใบหน้าที่มีไมตรีจิต และอาจเพิ่มเติมว่าจะพยายามให้บริการที่ดีที่สุดเท่าที่จะทำได้ให้กับนักท่องเที่ยวผู้นั้น แต่หากเกินความสามารถหรือขอบเขตความรับผิดชอบของตน ให้ขออภัยหรือหาผู้บริหารเป็นผู้ชี้แจงและจัดการปัญหาให้กับนักท่องเที่ยวแทน

ภาษาและคำพูดที่ควรใช้

ความสำเร็จหรือล้มเหลวในการบริการของผู้ที่เป็นเจ้าบ้านขึ้นอยู่กับถ้อยคำและกิริยาที่แสดงต่อนักท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นการอธิบาย การให้รายละเอียด หรือการให้คำแนะนำต่างๆ นักท่องเที่ยวมาจากที่ต่างๆกันมีความแตกต่างกันไปตามสิ่งต่างๆ เช่นภูมิหลัง อายุ การศึกษา ฐานะ ตำแหน่งหน้าที่ในสังคม อารมณ์ครอบครัว วิถีชีวิต เป็นต้น เจ้าบ้านมีหน้าที่ที่จะให้บริการและสร้างความพอใจให้กับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาขอคำแนะนำหรือใช้บริการในสถานที่ด้วยความระมัดระวัง ความจริงใจและความซื่อสัตย์ ระมัดระวังคือระมัดระวังในการใช้คำพูด รู้ว่าอะไรควรพูดอะไรไม่ควรพูด รู้ว่าควรใช้คำพูดอย่างไรที่จะทำให้นักท่องเที่ยวที่รู้สึกว่าเขาได้รับการยกย่อง ไม่ใช่คำพูดหรือกิริยาต่อนักท่องเที่ยว

ในด้านของผู้ที่ปฏิบัติหน้าที่เป็นเจ้าบ้านด้วยกันต้องระมัดระวังการพูดจาสนทนาระหว่างกัน ระมัดระวังคะพูดที่หยาบคาย ไม่สุภาพ คำพูดที่สามารถสร้างความรู้สึกรู้สึกที่ไม่ดีต่อนักท่องเที่ยว ซึ่งจะเป็นการลดค่าของบุคคลและชื่อเสียงของสถานที่ เพราะชื่อเสียงของบริษัท เราไม่ได้วัดกันที่ขนาด แต่ชื่อเสียงที่ดีได้มาจากการวัดที่ความรู้สึกของนักท่องเที่ยว ดังนั้น ผู้ที่เป็นเจ้าบ้านจะต้องระมัดระวังไว้เสมอในการใช้กิริยาท่าทางและคำพูดกับนักท่องเที่ยวและระหว่างผู้เป็นเจ้าของสถานที่ด้วยกันเอง

การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ

จากผลการศึกษาวิจัยของผู้เชี่ยวชาญพบว่า ผู้คนทั่วไปสื่อสารโดยอาศัยภาษาท่าทาง ๕๕% การแสดงออกทางสีหน้า ๓๓% และอาศัยคำพูดเพียง ๗% ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่าสื่อสารไม่ได้มีความหมายเฉพาะเพียงแค่การสนทนา หรือ การสื่อสารด้วยวาจาเท่านั้น

ในการสื่อสารกับลูกค้า ภาษาท่าทางและการแสดงออกทางสีหน้าเป็นปัจจัยหนึ่งซึ่งสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างความภูมิใจให้กับลูกค้าซึ่งการแสดงออกที่อบอุ่นและจริงใจจะช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดี ช่วยให้ลูกค้ารู้สึกคุ้นเคยและเกิดความไว้วางใจ อันจะนำไปสู่ความประทับใจในบริการที่จะได้รับ



สร้างความประทับใจยามแรกพบ

มีผู้กล่าวว่า ความประทับใจเกิดขึ้นได้ภายในวินาทีแรกที่พบกัน ซึ่งโดยมากความประทับใจแรกพบจะเกิดจากการสื่อสารด้วยภาษาท่าทางและการแสดงออกทางสีหน้าที่เหมาะสม อย่างไรก็ตามบ่อยครั้งที่เราอาจทราบถึงความประทับใจของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อเรานั้นเกิดขึ้นจากจุดใด แต่เราก็ต้องพยายามต้อนรับด้วยความเป็นมิตร อบอุ่น และจริงใจ เป็นที่กล่าวกันว่าความประทับใจเมื่อแรกพบคือความประทับใจที่จะคงอยู่ไปอีกนาน ดังนั้นหากภาพความประทับใจแรกพบที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว ที่มีต่อตัวเราไม่ดีแม้เพียงเล็กน้อย ก็เป็นเรื่องยากที่ต้องใช้ทั้งเวลาและความอดทนที่จะเปลี่ยนแปลงความรู้สึกเหล่านั้นให้ดีขึ้น

การสร้างความประทับใจที่ดีตั้งแต่แรกพบมีความสำคัญมากโดยเฉพาะอย่างยิ่งต่องานบริการ ฉะนั้นเราจึงควรสร้างความรู้สึที่ดีตั้งแต่วันแรกที่พบกับนักท่องเที่ยว

ภาษาตาและรอยยิ้ม

รอยยิ้ม คือส่วนหนึ่งของการบริการที่ดีเลิศสำหรับลูกค้าทุกเพศทุกวัย การประเมินคุณภาพของการบริการที่ได้รับนั้นนักท่องเที่ยวไม่ได้คำนึงถึงเฉพาะสิ่งที่เป็นรูปธรรมอย่างสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆของสถานที่เท่านั้น แต่สิ่งที่เป็นนามธรรมได้แก่ ?ความรู้สึกดีๆ ที่ได้ความสุภาพอ่อนโยนของผู้ให้บริการ โดยเฉพาะรอยยิ้ม ก็มีความสำคัญไม่น้อย อย่างไรก็ตาม เราจำเป็นต้องคำนึงถึงกาลเทศะ เช่น ไม่ควรยิ้มขณะกล่าวขอโทษ เป็นต้น

ในการยิ้มเราต้องยิ้มอย่างจริงใจ เพราะการยิ้มอย่างจริงใจจะสร้างความรู้สึกที่ดีให้กับผู้ที่พบเห็น ต่างกับรอยยิ้มที่จ้องใจให้ดูสวยหรือแสร้งทำ และประเด็นที่สำคัญสำหรับการเป็นเจ้าบ้านคือการฝึกควบคุมอารมณ์เพื่อสามารถให้บริการแก่ลูกค้าด้วยรอยยิ้มที่เป็นธรรมชาติได้

นอกจากรอยยิ้มแล้ว ภาษาตา เป็นสิ่งแรกที่จะช่วยให้เกิดการสื่อสารระหว่างบุคคล หากปราศจากภาษาตาแล้ว การสื่อสารที่ดีก็จะไม่เกิดขึ้น ดังนั้นเราต้องไม่ละเลยความสำคัญในการใช้ภาษาตา

เราสามารถส่งความรู้สึกทั้งที่ดีและไม่ดีไปสู่ผู้อื่นได้ด้วยภาษาตา สายตาที่อ่อนโยนจะสร้างความไว้วางใจและความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการได้ ขณะที่สื่อสารกับนักท่องเที่ยว เจ้าบ้านควรใช้สายตาที่แสดงความอ่อนโยนกับนักท่องเที่ยวเป็นระยะๆเพื่อให้ลูกค้ารู้สึกว่าสามารถขอใช้บริการได้โดยสะดวก

เมื่อเจ้าบ้านให้บริการด้วยรอยยิ้มและสบสายตาท่าอย่างอ่อนโยน นั้นจะช่วยให้ลูกค้ารู้สึกผ่อนคลายและเกิดทัศนคติที่ดี รู้สึกไว้วางใจรอยยิ้มและดวงตาคือกุญแจดอกสำคัญที่ไขสู่ประตูใจ

วิธีปฏิบัติในการให้การให้บริการที่เป็นเลิศ

1. จัดเตรียมสถานที่ จัดเตรียมสถานที่ให้สะอาดเป็นระเบียบสวยงามสะดวกสบายและปลอดภัย จัดวางเอกสาร จัดวางอุปกรณ์เครื่องใช้ในที่ที่หยิบใช้ง่าย ไม่กีดขวาง หรือสร้างอุบัติเหตุ มีจำนวนเพียงพอ และจัดวางเป็นระเบียบมีที่ประจำก่อนที่นักท่องเที่ยวจะเข้ามาติดต่อหรือในช่วงเวลาที่เหมาะสม

2. จัดเตรียมตนเอง เตรียมตนเองให้พร้อมทั้งในเรื่องสุขภาพ เครื่องแต่งกาย บุคลิกภาพ ความสะอาด อารมณ์ดี และว่างจากงานไม่สำคัญ

3. เริ่มงานตรงเวลา เริ่มการปฏิบัติงานให้ตรงเวลา หรือเมื่อนักท่องเที่ยวสำคัญมารออยู่แล้วก็สามารถเริ่มงานก่อนเวลาได้ พักการทำงานหรือเลิกงานตรงเวลาแต่ถ้าเป็นนักท่องเที่ยวที่สำคัญหรือทำงานสำคัญของนักท่องเที่ยว อยู่ อาจพักงานหรือเลิกงานหลังจากที่งานเสร็จเรียบร้อยแล้ว



4. แสดงอาการกิริยายินดีเมื่อพบนักท่องเที่ยวหรือผู้ติดต่อ อาจสบตา ยิ้มให้ ไหว้ โคง หรือ ทักทาย ฟังอย่างสนใจและอย่างเข้าใจความต้องการของนักท่องเที่ยว หรือสอบถามว่าจะให้ช่วยบริการใดๆ ให้ หรือถามย่ำว่าต้องการอย่างที่เคยได้รับแบบเดิมไม่ ทั้งนี้ควรสร้างบรรยากาศด้วยการยิ้มแย้มแจ่มใส ไม่ควร สร้างบรรยากาศที่เฉยเมย ดำหนิ ดุหมั่น หรือโกรธเคือง เมื่อเข้าใจแล้วอาจพูดทวนย้ำสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการ กับอีกครั้ง เพื่อเป็นการตรวจสอบความถูกต้อง

5. หากนักท่องเที่ยวไม่แน่ใจว่าจะขอรับบริการอะไร ในปริมาณและคุณภาพมากน้อยเท่าใด ควรให้ข้อมูลลูกค้าอย่างเหมาะสม อาจช่วยจำแนกข้อดีของสินค้าแต่ละชนิดเพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าใจง่ายและ ตัดสินใจง่าย ทั้งนี้ต้องไม่เป็นฝ่ายตัดสินใจแทนนักท่องเที่ยว ถ้าไม่ร้องขอ

6. ให้ความสะดวกต่อนักท่องเที่ยว เช่น ช่วยกรอกแบบฟอร์ม ให้ยืมอุปกรณ์เครื่องเขียน อำนวยความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยวขณะพักรอ เช่น จัดหาน้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ อธิบายทางไปห้องน้ำหรือ โรงอาหาร เปิดเพลงให้ฟัง

7. รับผิดชอบต่อหน้าที่นักท่องเที่ยวต้องการอย่างมีคุณภาพ จำนวนครบถ้วนเสร็จรวดเร็ว และประหยัดวัสดุสูญเสีย ระหว่างปฏิบัติงานไม่ควรชวนคุยแต่ควรทำงานอย่างมีสมาธิ ถ้านักท่องเที่ยวชวนคุย ก่อนก็ควรจะหันมาคุยกับนักท่องเที่ยวบ้างแล้วขอตัวทำงานอย่างมีสมาธิต่อไป

8. ระหว่างปฏิบัติงาน หากนักท่องเที่ยวต้องการเปลี่ยนแปลงสิ่งที่ขอรับบริการใหม่ และหาก การเปลี่ยนแปลงนั้นอยู่ในเหตุผลดังนี้ คือ

(1) อยู่ในวิสัยที่จะทำได้

(2) ไม่ผิดกฎหมาย และ

(3) ไม่มีผลกระทบต่อนักท่องเที่ยวอื่น ๆ ก็ยินดีรับการเปลี่ยนแปลงตามที่ต้องการ ไม่ทำ หน้าตาเหนียวอ่อนหรือเบื่อหน่ายให้นักท่องเที่ยวเห็นแต่ถ้าการเปลี่ยนแปลงตามที่ถูกคำต้องการไม่อยู่ใน เหตุผลสามประการข้างต้นก็ให้ชี้แจงข้อเท็จจริงให้นักท่องเที่ยวทราบด้วยเจตนาดี และยินดีปรับปรุงสิ่งที่ นักท่องเที่ยวขอรับบริการให้ใกล้เคียงกับความต้องการของเขาให้มากที่สุด

คุณสมบัติเบื้องต้นของนักพูดที่ดี

นักพูดที่ดีต้องปรับปรุงพื้นฐานของตนให้มีคุณสมบัติที่สำคัญเบื้องต้น ๕ ประการดังนี้

1) เป็นนักฟังที่ดี นักพูดไม่ใช่ฝึกพูดอย่างเดียว ต้องฝึกฟังด้วย ต้องรู้ว่า เมื่อไรควรพูดเมื่อไร ควรฟัง การฟังผู้อื่นทำให้เราได้รับความรู้เพิ่มขึ้น หรืออย่างน้อยก็ได้ทบทวนความรู้เดิมที่เรามีอยู่แล้ว ข้อสำคัญ ถ้าเลือกฟังในสิ่งที่มีประโยชน์ก็จะทำให้เพิ่มคุณค่าให้แก่ตัวเองมากขึ้น

2) ศึกษาหาความรู้อยู่เสมอ นักพูดต้องศึกษาหาความรู้ไม่หยุดยั้ง ความรู้ที่ว่ามีนั้นนอกจากจะได้ จากการฟังแล้วความรู้ที่ได้จากการอ่านสำคัญที่สุด การอ่านเป็นวิธีตกตวงความรู้ที่รวดเร็วและรวบรัดที่สุด นักพูดต้องรักการอ่านให้มากจะเป็นประโยชน์แก่การพูด การพูดก็จะวนเวียนอยู่ที่เดิมไม่ไปไหน พอพูดซ้ำมาๆ เข้าก็จะเกิดความเบื่อตัวเอง เมื่อผู้พูดเบื่อตัวเองก็จะมีผู้ฟังคนไหนอยากฟัง

3) ยอมรับฟังคำวิจารณ์ นักพูดต้องยอมรับฟังวิพากษ์วิจารณ์จากผู้อื่นต้องต้อนรับทั้งคำดีและ ชม น้อมรับคำวิพากษ์วิจารณ์เหล่านั้น นำมาปรับปรุงแก้ไขตัวเอง



4) เป็นตัวของตัวเอง นักพูดที่ดีต้องเป็นของตัวเอง อย่าเลียนแบบใคร งานเลียนแบบเป็นงานที่ไร้เกียรติไม่สร้างสรรค์ และไม่ทำความภูมิใจให้แก่ตัวเอง ถ้ามีบุคคลใดเป็นตัวอย่างในการพูดที่ดี ขอให้จดจำนำเอาบางสิ่งบางอย่างของเขามาลองปฏิบัติ อย่าเลียนแบบเขาทั้งหมด จงเป็นตัวของตัวเอง ได้ของดีจากใครได้ความรู้ข้อคิดดีๆจากใคร ถ้าทำได้ควรเอ่ยนามเขาให้ปรากฏ นอกจากจะได้แสดงมารยาทอันงดงามแล้ว ยังสามารถถ่ายทอดสิ่งต่างๆ เหล่านั้นได้อย่างเต็มปากเต็มคำไม่เคอะเขินอีกด้วย

5) มีความสุขในการถ่ายทอดความรู้ให้ผู้อื่น นักพูดต้องมีความสุขและความพอใจที่จะถ่ายทอดความรู้ให้แก่ผู้ฟัง และถ่ายทอดให้จบสิ้นตามที่ผู้ฟังกำหนด นอกเสียจากเวลาหรือเงื่อนไขอื่นบังคับ เมื่อหมดแล้วก็แสวงหาสิ่งใหม่ทุกครั้งที่มีโอกาสพูดขอให้ถือว่าเป็นโอกาสดีที่เราจะได้ทำประโยชน์เป็นเกียรติยศที่ผู้ฟังหยิบยื่นให้แก่เรา ซึ่งจะทำให้มีความมุ่งมั่น ความกล้าที่จะทุ่มเทให้กับการพูดทุกครั้ง ขอให้จำง่าย ๆ ว่า " เป็นนักฟัง ยังศึกษา ทำวิจารณ์ งานริเริ่ม เติมความสุข "

หลักการเลือกเรื่องที่จะพูด

ในการที่จะพูดที่โด่งดังตาม ผู้พูดควรคำนึงถึงเรื่องที่จะไปพูด ถ้าเป็นเรื่องที่ผู้พูดถนัดหรือมีความสนใจ ก็จะทำให้ผู้พูดพูดได้ดี และถ้าเรื่องเดียวกันนั้นเป็นที่น่าสนใจของผู้ฟังด้วยผู้ฟังก็จะให้ความสนใจติดตามฟัง ผู้พูดก็ประสบความสำเร็จในการพูด ฉะนั้นถ้าผู้พูดเลือกเรื่องที่ตนถนัดก็จะพูดได้ดี นอกจากผู้พูดจะพิจารณาเลือกเรื่องที่ทั้งผู้พูดและผู้ฟังสนใจแล้วผู้พูดควรเลือกเรื่องที่จะให้ประโยชน์และความรู้แก่ผู้ฟัง เพราะตามหลักจิตวิทยานั้น คนเราชอบฟังเรื่องที่ได้รับผลประโยชน์ นอกจากนี้แล้วคนเรายังสนใจเรื่องที่เป็นแก่นสารของชีวิต เรื่องที่กำลังเป็นข่าว เรื่องที่ช่วยขจัดปัญหาของผู้ฟัง เรื่องที่เกี่ยวกับความบันเทิงและงานอดิเรก

1. พูดเรื่องที่เรารู้ดีที่สุด
2. เตรียมตัวให้พร้อม ความ พร้อมทำให้ไม่ประหม่า หรือ ถ้าเคยประหม่ามากก็จะประหม่าน้อยลง
3. สร้าง ความเชื่อมั่นให้กับตนเอง บอกกับตัวเองว่า "เรื่อง นี้ หัว ข้อนี้ สำหรับที่นี่ ฉันทัน รู้ดีที่สุด" แล้วพูดไปเลย
4. ถ้าทำทั้งสามข้อแล้วยังไม่หายประหม่า มีข้อแนะนำคือ สูดลมหายใจลึก ๆ หรือดื่มน้ำสักแก้วบอกตัวเองในใจว่า "วันนี้ สู้อย่างไร" อย่าบอกว่า "วันนี้ ต้องตายแน่ ๆ" รวบรวมสติและกำลังใจ พูด เสียงดัง ตั้งแต่คำแรก หรือ ประโยคแรก แล้ว ทุกอย่างจะดีขึ้น
5. แต่ง ภายให้สะอาด เรียบร้อย เหมาะสม
6. ปรากฏกายอย่างกระตือรือร้น ทำ ตนให้สดชื่น กระปรี้กระเปร่า แสดง ถึงความพร้อม ความ เต็มใจที่จะพูดนอก จากจะทำให้คนฟังรู้สึกอยากฟังแล้ว ยังช่วยโน้มนำจิตใจ ของเราให้อยากพูด อยากแสดงออกมาอีกด้วย

7. ใช้ กริยาท่าทางประกอบการพูดไปด้วย ออยยิ้มนิ่ง ๆ และ อย่าให้มีมือเกะกะวุ่นวาย ใช้ให้พอเหมาะและตรง กับเรื่องที่พูด กริยาท่าทางต้องใช้ เสริมการพูด ไม่ใช่ขัดขวางหรือ ทำลายความสนใจในการพูด"จงพูดจากความรู้สึกที่จริงใจ แล้วท่าทาง มือ ไม้ของท่านจะเป็นไปเองตามธรรมชาติ"

8. พยายาม สบสายตากับผู้ฟัง การสบสายตาเป็นวิธี หนึ่งที่จะดึงดูดความสนใจของผู้ฟัง ถ้าเรามองหน้าผู้ฟัง ผู้ ฟังก็จะมองเรา เวลาพูดอย่าหลบตาผู้ ฟัง อย่า มองพื้น มอง เพดาน มอง ต้นฉบับ หรือ มองข้ามผู้ฟังออกไปข้างนอก เมื่อใดการสื่อสารทาง สายตาขาดหายไป การสื่อสารทางจิตใจก็ ขาดลง



9. ใช้น้ำเสียงให้เป็นไป ตามธรรมชาติ คือ พูด ให้เหมือนกับการคุยกัน อย่าตัดเสียงให้ผิดไป จากธรรมชาติ เสียงของนักพูดที่ดี มิได้หมายความว่า ต้องหวาน กังวานไพเราะเหมือนเสียงนักร้อง แต่ หมายความว่าต้องเป็นเสียงที่ออกมาจากความรู้สึกที่จริงใจ เต็ม ไปด้วยพลัง มีชีวิตชีวา สามารถตรึงผู้พูดเอาไว้ ได้ "ธรรมชาติ ของเสียงเราปรับปรุงไม่ได้ แต่บุคลิกภาพของเสียง สามารถปรับปรุงได้" ดังนี้

พูดให้เสียงดังฟังชัด จังหวะ การพูดอย่าให้ช้าหรือเร็วเกินไป จังหวะการพูดอย่าให้ช้าเกินไป จะทำให้น่าเบื่อ และอย่าเร็วหรือเร็วเกินไป จะทำให้ฟังไม่ทัน พูดให้ได้จังหวะพอดีอย่าพูดเอ้อ - อ้า ทำให้ เสียเวลา เสีย รสชาติของการพูด ทำให้ผู้ฟังรำคาญ "เอ้อ..เสีย เวลา อ้า?เสีย คน" อย่าพูดเหมือนอ่าน หนังสือ หรือท่องจำ ใส่ความกระตือรือร้นลงไปในน้ำเสียง ใส่ อารมณ์ ความรู้สึก อย่า พูดราบเรียบ ขณะพูด ใช้ เสียง หนัก - เบา ใช้ เสียงสูง - ต่ำ มีการเว้นจังหวะการพูด การทอดเสียง การ เว้นจังหวะ การรัวจังหวะการพูด การหยุดหายใจเล็กน้อยก่อนหรือหลังคำพูดที่สำคัญๆ

10. การพูดที่ดีต้องมีการยกตัวอย่างประกอบเพื่อให้เข้าใจง่ายขึ้น พยายาม หาเรื่องสนุกสนาน มาสอดแทรก แต่อย่าให้ตลกไปกษา เสียจนขาดเนื้อหาสาระ ให้มีลักษณะ "ฟัง สนุก และ มีสาระ"



การให้บริการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism)

ความหมายและแนวคิดที่สำคัญ คำจำกัดความของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism)

"การเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใดแห่งหนึ่ง โดยมี วัตถุประสงค์ เพื่อการศึกษา ชื่นชม และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ ธรรมชาติ สภาพสังคม วัฒนธรรม และชีวิตของคนในท้องถิ่น บนพื้นฐานความรู้และความรับผิดชอบต่อระบบนิเวศ" (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2539 : หน้า 10) ในชุมชนที่ให้บริการท่องเที่ยวและที่พักแบบโฮมสเตย์นั้น เนื่องจาก ผู้มาเยือนต้องเข้าพัก ที่บ้านของ เจ้าของบ้านภายในชุมชน ดังนั้น ผู้ให้บริการจึงถือได้ว่าเป็น "เจ้าบ้าน" ที่เราต้องดูแลลูกค้าเสมือน "ลูกค้า" ที่มา เยือนบ้านของเรานั้นเอง ดังนั้น เจ้าบ้านจึงจำเป็นต้องมีทัศนคติที่เต็มใจ ในการให้บริการ มี ความรู้และวิธีการ ในการแนะนำเพื่อให้เกิดความ ชัดเจนและน่าสนใจ เมื่อมีลูกค้าเข้ามาเยือนในท้องถิ่นของเรา ในการจะ ทำให้บ้านพักแบบโฮมสเตย์ให้เป็นที่รู้จักและที่นิยมอย่างกว้างขวางได้นั้น

สถาบันคชบาลแห่งชาติ ในพระอุปถัมภ์ สมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอเจ้าฟ้ากัลยาณิวัฒนา กรมหลวงนราธิวาสราชนครินทร์ องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ดำเนินการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ให้บริการในรูปแบบนันทนาการและการเรียนรู้ ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติเป็นจำนวนมาก โดยได้รับรางวัลระดับประเทศเป็นการประกันมาตรฐานและคุณภาพของสถานที่ท่องเที่ยวเป็นที่ประจักษ์ชัดเจน ดังนั้น การให้บริการที่ดีเลิศให้ได้มาตรฐานเป็นสิ่งที่ต้องรักษามาตรฐานควบคู่กันการพัฒนา ด้านการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

การให้บริการและทัศนคติของเจ้า ของบ้าน จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ขาดไม่ได้ เลย เจ้าบ้านที่ดี จำเป็นต้องมีคุณสมบัติที่สำคัญดังต่อไปนี้

- เอาใจเขามาใส่ใจเรา และต้อนรับอย่างมีอัธยาศัย
- มีความรู้เกี่ยวกับข้อมูล ของการบริการแต่ละประเภทภายในชุมชนอย่างดี รวมทั้งมีความรู้รอบตัวเกี่ยวกับตัวเมืองที่อยู่พอสังเขป
- มีทักษะในการสื่อสาร และให้ข้อมูลการท่องเที่ยวอย่างชัดเจน ด้วยทั้งคำพูด และท่าทีในขณะที่สื่อสาร
- สามารถเข้าใจ ความต้องการของ ลูกค้า ผู้มาเยือน ได้อย่าง เหมาะสม และให้คำแนะนำได้ตรงกับสิ่งที่ลูกค้าต้องการ
- บริการที่ ดีช่วยคนในชุมชนในการบริหารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและ บ้านพักแบบโฮมสเตย์ได้อย่างไร มีสิ่งสำคัญ ที่คนในชุมชน จำเป็นต้องทราบผลกระทบ และ ผลประโยชน์ที่ เกิดจาก การให้บริการที่เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ ประโยชน์โดยรวมที่จะได้รับนั้น จะมีผลกระทบต่อสามส่วนด้วยกัน คือ ต่อ เจ้าของบ้านพัก/คนในชุมชน ต่อลูกค้าผู้มาเยือน และชุมชนเอง ดังนี้

ต่อเจ้าบ้าน :

- มีงานเสริมรายได้ที่เพิ่มเติมมากขึ้น
- มีความรู้ (Knowledge) ทั้งในด้านต่างๆ และภายในชุมชนกว้างขวางมากขึ้น
- มีความมั่นใจในตนเองเพิ่มขึ้น
- มีความภาคภูมิใจ (Pride) จากการให้บริการที่ตรงความต้องการ และได้รับคำชมเชยจากลูกค้า/ นักท่องเที่ยว



- มีความสนุกและความสุขในการให้บริการ
- ได้เพื่อน จากการที่ทำให้ลูกค้าประทับใจ หลายๆ ครั้งจากการ ช่วยเหลือด้วยความจริงใจและ เต็มใจ จนความสัมพันธ์ได้ พัฒนาจนกลายเป็นเพื่อนที่ดีในอนาคต

ต่อลูกค้าผู้มาเยือน :

- ได้รับบริการที่ดี ได้ทั้งความสะดวกสบาย
- ได้รับข้อมูลที่ชัดเจน ถูกต้อง ตรงตามความต้องการ
- ได้รับความสนุก และความประทับใจจากการมาพักผ่อนใน ครั้งนั้น

ต่อชุมชน :

- ชุมชนเข้มแข็ง เป็นปึกแผ่น
- เป็นที่กล่าวขวัญถึงและมีภาพลักษณ์ที่ดี
- มีการเชื่อมโยงเป็นเครือข่าย (Network) ร่วมกับชุมชนอื่น ในการทำงานร่วมกัน และช่วยเหลือ กัน เพิ่มเติมและกว้างขวางมากขึ้น
- คนในชุมชนมีงานทำและ อยู่ในพื้นที่โดยไม่โยกย้ายถิ่นฐาน ออกจากชุมชนโดยไม่จำเป็น ทำให้ครอบครัวของคนใน ชุมชนมีความอบอุ่นยิ่งขึ้น

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourist's Behaviors)

1. อุบิสัยในการท่องเที่ยว : รักผจญภัย ใฝ่รู้ มีการศึกษา ชอบ ทดลอง
2. แรงจูงใจในการเดินทาง : หาประสบการณ์ มองหาโอกาสทาง ธุรกิจ สนใจวัฒนธรรม
3. ความถี่ในการเดินทาง : เดินทางตามสะดวก ไม่เดินทางตาม ฤดูกาลท่องเที่ยว
4. การจัดการ : เดินทางเป็นกลุ่มเล็ก จัดการเดินทางด้วยตนเอง ใช้ ผู้เชี่ยวชาญ
5. ความต้องการ : กินอาหารท้องถิ่น สนใจศิลปวัฒนธรรม วิถี ชีวิต วงจรแห่งการ

ให้บริการ (Service Profit Cycle)

วงจรแห่งการให้บริการ คือ วงจรซึ่ง มีความสัมพันธ์กันระหว่าง 3 กลุ่มดังกล่าวข้างต้น ซึ่งจะขาดจากกันมิได้เลย หากชุมชนใดต้องการให้ ชุมชนของตนเองมีชื่อเสียงในเรื่องของ การให้บริการที่เป็นเลิศ เช่น หาก คนในชุมชนให้บริการที่ดีและน่าประทับใจ ก็จะเป็นผลให้ลูกค้าประทับใจ และ อยากร กลับมาท่องเที่ยวภายในชุมชนอีก ก็จะมีผลให้ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยวสูงขึ้น ซึ่งจะส่งผลดีต่อชุมชน โดยรวม และสามารถพัฒนาชุมชนให้เจริญขึ้นได้ด้วยตนเองโดยไม่ จำเป็นต้องพึ่งพางบประมาณของรัฐบาลแต่เพียงอย่างเดียว แต่ในทาง ตรงกันข้าม หากคนในชุมชนไม่มีความรู้ ทักษะ รวมทั้งทัศนคติที่ดีพอในการให้บริการ ที่ดีกับ ลูกค้า ก็ทำให้ ลูกค้า ไม่ประทับใจ มีแต่คำต่อว่า และไม่คิดจะกลับมา ท่องเที่ยวและ ใช้บริการ ที่ชุมชนนี้อีก รวมทั้งอาจบอกต่อคนที่รู้จักทำให้เกิด ความเสียหายต่อชุมชนมากมาย ท้ายที่สุดเมื่อชุมชนไม่มีรายได้จากส่วนนี้ อีกต่อไป ก็จะไม่ สามารถพัฒนาชุมชนได้เท่าที่ควร คนในชุมชน ก็ ให้บริการแบบไม่เต็มใจหรือขอไปที ก็ยิ่งทำให้เป็นวงจรซึ่งวนเวียนอยู่ อย่างนี้ ดังนั้น วงจรแห่งการให้บริการนี้จึงเป็นบทเรียนหนึ่งที่สำคัญสำหรับทั้งหัวหน้าชุมชนและทั้งคนในชุมชนเองอีกด้วย



ทัศนคติและคุณสมบัติของผู้ให้บริการที่เป็นเลิศ (Excellent Service Provider)

ในการให้บริการได้อย่างน่าประทับใจได้นั้น ผู้ให้บริการจำเป็นต้อง มีความเข้าใจในพฤติกรรมของทั้งนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และที่มาพักโฮมสเตย์ในชุมชนของเรา เพื่อที่จะสามารถบริหารความคาดหวังได้ และ ทำยที่สุดนักท่องเที่ยวเหล่านี้ก็จะกลับบ้านไปด้วยรอยยิ้มและความ ประทับใจ

ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อการเข้าพักแบบโฮมสเตย์

- วิธีการดำเนินชีวิตที่เรียบง่ายแบบสังคมชนบท
- วัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ
- ความปลอดภัย
- ความสะอาด
- ห้องพักร่วมอาหาร
- กิจกรรมทางการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คาดหวังอะไรในเรื่องเหล่านี้? บ้านพัก (Accommodation)

- บ้านพักมีโครงสร้างที่ดี
- ชุมชนมีสภาพแวดล้อมที่ดี
- ไม่ไกลจากเมืองหรือพื้นที่เทศบาลหรือสถานที่ท่องเที่ยว ควรมีสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้เป็นพื้นฐาน อาทิ ที่นอน หรือเตียงนอน หมอน น้ำประปาหรือถ้าไม่มีควรมีแหล่งน้ำอื่น ๆ
- ห้องน้ำสะอาด

ความสะอาด

- บ้านพักควรมีอากาศที่สามารถถ่ายเทได้สะดวก แสงสว่างสามารถส่องเข้ามาถึงปราศจากความชื้น ไม่มีกลิ่นอับ มีหลังคากันน้ำได้ดี ภายในห้องพักต้องได้รับการทำความสะอาดเป็นประจำ
- ต้องมีการเปลี่ยนผ้าปูที่นอน และอุปกรณ์ส่วนตัวสำหรับผู้มาเยือนทุกครั้ง
- ต้องหมั่นกำจัดแมลงที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพอยู่เสมอ
- เนื่องจากห้องน้ำจะเป็นห้องที่ผู้มาเยือนจะมาร่วมใช้ด้วย ดังนั้น ต้องเตรียมอุปกรณ์ทำความสะอาดส่วนตัวสำหรับผู้มาเยือน (กรณีที่ถูกค้า มิได้มีการเตรียมมา) และจะต้องมีการทำความสะอาดเป็นประจำ

- ต้องหมั่นดูแลสภาพแวดล้อมของบ้านพักอยู่เสมอ

ความปลอดภัย

- ต้องมีการดูแลและซ่อมแซมสิ่งคต่าง ๆ อยู่ตลอดเวลา อาทิ ประตู หน้าต่าง
- ถ้าเห็นนักท่องเที่ยวไม่เก็บทรัพย์สินไว้ในที่ที่ปลอดภัย ต้องเข้าไปเตือน
- ถ้านักท่องเที่ยวลืมนำทรัพย์สินไว้ในบ้านพักหรือที่อื่นๆ ภายหลังการ เดินทางกลับเจ้าของบ้านควรเก็บไว้ใน ที่ที่ปลอดภัยและพยายามติดต่อ เจ้าของเพื่อมารับคืน
- สมาชิกในบ้าน ต้องหมั่นตรวจตรา ดูแลความเป็นระเบียบ เรียบร้อยภายในบ้านว่ามีความปลอดภัยหรือไม่ กฎเกณฑ์สำคัญต้องได้รับการเก็บรักษาและดูแลเป็นอย่างดี



การต้อนรับ

- ความเต็มใจของสมาชิกในครอบครัวต่อการรับผู้มาเยือน
- การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยจิตวิญญาณมิตรจะทำนักท่องเที่ยวเกิด ความรู้สึกอบอุ่น
- ควรมีการจัดพื้นที่ต้อนรับในลักษณะจุดศูนย์กลางของชุมชน เพื่อดำเนินการ
- ต้อนรับ ลงทะเบียนการเข้าพัก หรือการให้ข้อมูลด้านการ ท่องเที่ยว การต้อนรับ

อาจให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยวัฒนธรรม ประจำถิ่น ก็จะเป็นการสร้างประทับใจได้เมื่อเริ่มเข้าสู่ชุมชน

การบริการด้านอาหาร

● เนื่องจากนักท่องเที่ยวต้องพักกับเจ้าของบ้าน อาหารมื้อใดมื้อหนึ่งจึงมีความจำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยว การนำเสนอรายการอาหาร ท้องถิ่นจึงเป็นเสน่ห์และจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ

- การวางแผนจัดเตรียมอาหารพิจารณาจากปัจจัยหลายๆ ประการ เช่น
 - ❖ ข้อมูลของนักท่องเที่ยว เช่น เชื้อชาติ ศาสนา
 - ❖ งบประมาณในการจัดทำอาหาร
 - ❖ ปัจจัยด้านฤดูกาล
 - ❖ อาหารประจำท้องถิ่น
 - ❖ จำนวนนักท่องเที่ยว

ความรู้เกี่ยวกับพื้นที่และแหล่งวัฒนธรรมในชุมชน

- ค้นหาข้อมูลในท้องถิ่นล่วงหน้า แจ้งให้คนในครอบครัว หรือผู้เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการให้บริการรู้ (กิจกรรม เวลาออกเรือ /รถ วิธีการ เดินทาง ระยะเวลา)
- หากมีแผนที่ แผนที่ ภูมิ ทิศทาง โบราณวัตถุ หรือรูปภาพ เตรียมไว้จะช่วยให้เกิดความเข้าใจยิ่งขึ้น
- ควรมีประสบการณ์จริงด้วยตนเอง ในการไปในสถานที่ๆ จะแนะนำ จากท่องเที่ยว จะดีมาก

การกำหนดระเบียบและข้อปฏิบัติสำหรับนักท่องเที่ยว

- วัฒนธรรม จารีต ประเพณี และความเชื่อ ของแต่ละชุมชนอาจแตกต่างกัน การกำหนดระเบียบและข้อปฏิบัติสำหรับนักท่องเที่ยว อาทิ การแต่งกาย การนอน การกำหนดเวลาการเข้าออกบ้านพัก จึงเป็นสิ่ง สำคัญเพื่อมิก่อให้เกิดปัญหาที่ขัดต่อวัฒนธรรม จารีต ประเพณีและความ เชื่อของชุมชน
- นักท่องเที่ยวจะต้องยอมรับและปฏิบัติตาม ทั้งนี้ ควรมีการชี้แจง ในขั้นตอนการจองหรือลงทะเบียนการเข้าพัก กรณีที่นักท่องเที่ยวไม่ สามารถปฏิบัติตามได้ ชุมชนก็สามารถที่จะปฏิเสธการเข้าพักได้เช่นเดียวกัน



