



วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
College of Logistics and Supply Chain



หน่วยการเรียนรู้ที่ 9

การออกแบบระบบบริการ

รายวิชา LOG 3204 การจัดการตลาดและความสัมพันธ์กับลูกค้า
วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา



วิวัฒนาการในการดำเนินงานธุรกิจบริการ

การแข่งขันภายในอุตสาหกรรมบริการทั้งหมดเป็นแรงผลักดันให้ธุรกิจบริการมีการพัฒนาคืบหน้าไปตามลำดับขั้นดังต่อไปนี้ :

ยุคแรก

ยุคแรก : การเริ่มให้บริการ เป็นการให้บริการที่ธุรกิจพยายามใช้ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานต่ำสุด การบริการยังไม่มีคุณภาพเท่าที่ควร แต่ลูกค้าต้องใช้บริการเพราะมีผู้ให้บริการรายเดียว หรือ น้อยราย การใช้แรงงานเป็นไปอย่างเรียบง่าย ใช้คำสั่งงานจากผู้เป็นหัวหน้างานโดยไม่มีการอบรมฝึกฝนทักษะให้พนักงานเท่าใดนัก



วิวัฒนาการในการดำเนินงานธุรกิจบริการ

ยุคที่สอง

ยุคที่สอง : การขับเคลื่อนเข้าสู่การแข่งขัน เป็นการปรับตัวของการบริการเมื่อเริ่มเผชิญหน้ากับ การแข่งขัน จะมีธุรกิจรายอื่นเข้าสู่ตลาดโดยมุ่งลูกค้าเป้าหมายกลุ่มเดียวกัน ธุรกิจบริการแต่ละรายจะ พยายามปฏิบัติการแบบเดียวกัน การบริการมีมาตรฐานของอุตสาหกรรมที่ลูกค้าคาดเดาได้ การใช้ แรงงานก็มีกระบวนการทำงานที่มีมาตรฐานเช่นกัน แต่ยังไม่สามารถจัดการกับปัญหาที่ไม่คาดคิดด้วยตนเองได้

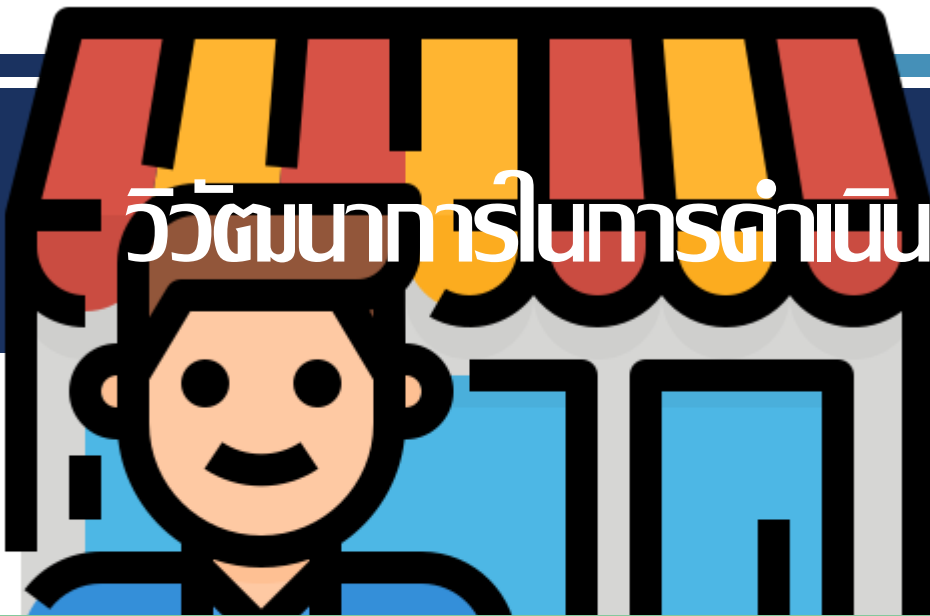


วิวัฒนาการในการดำเนินงานธุรกิจบริการ

ยุคที่สาม

ยุคที่สาม : การสร้างสมรรถนะที่โดดเด่น ผู้บริหารงานบริการจะใช้ระบบคุณภาพอย่างเข้มข้น เช่น ระบบ Six Sigma การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (Continuous Improvement) และสามารถรับประกัน กับลูกค้าด้านคุณภาพได้ จะมีการให้อำนาจแก่พนักงานบริการในการแก้ไขปัญหาหน้างานมีการอบรมข้ามสายงานเพื่อประโยชน์ในการประสานงาน ตลอดจนมีการ**นำเอาเทคโนโลยีมาใช้**

วิวัฒนาการในการดำเนินงานธุรกิจบริการ



ยุคที่สี่

ยุคที่สี่ : การให้บริการระดับโลก การบริหารจัดการจะวางเป้าหมายคุณภาพระดับสูง และพยายามแสวงหาโอกาสการพัฒนาการบริการโดยรับฟังข้อเสนอแนะจากลูกค้า พนักงานทุกคนทุกระดับจะต้องรับทราบวิสัยทัศน์และกลยุทธ์ของธุรกิจเพื่อการดำเนินงานที่มีจุดหมายร่วมกันตลอดจนมีการวางแผนการบริการอย่างเหนือชั้นเป็นระบบมาตรฐานซึ่งจะสามารถถ่ายทอดแบบบริการนี้ไปยังสาขาต่าง ๆ ทั่วโลก

การพัฒนา:ระบบบริการ

การสร้างนวัตกรรมบริการ สามารถทำได้ทั้งส่วนที่เป็นกระบวนการดำเนินงาน และส่วนที่เป็นผลลัพธ์ หรือตัวบริการ **การพัฒนา:ระบบบริการที่มีประสิทธิภาพและมีโอกาสประสบความสำเร็จเชิงพาณิชย์สูง** จึงต้องอาศัยความสามารถทั้งด้านการปฏิบัติการและการตลาดร่วมกัน **การพัฒนา:ระบบบริการใหม่** ต้องมีการดำเนินการการวิจัยและพัฒนา **เพื่อสร้างการบริการเบ็ดเสร็จ (Service Package)** ที่สามารถส่งมอบความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าเช่นเดียวกับที่สินค้าสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยที่ตัวผลิตภัณฑ์ที่แท้จริงของการบริการก็คือ กระบวนการส่งมอบ ของระบบการส่งมอบ (Delivery System) ความพึงพอใจให้แก่ลูกค้านั่นเอง



ประเภทของการพัฒนาการบริการใหม่



1. **นวัตกรรมบริการแบบพลิกโฉมหน้า (Radical Innovation)** เป็นการพัฒนาการบริการโดย เสนอสิ่งที่แปลกใหม่ซึ่งสามารถตอบสนองความพึงพอใจ ตลอดจนกระตุ้นความต้องการของลูกค้าให้หัน มาสนใจใช้บริการที่สร้างความรวดเร็ว หรือความสะดวกสบายให้แก่ชีวิตประจำวันหรือการปฏิบัติงานยิ่งขึ้น กว่าเดิม นวัตกรรมบริการแบบนี้มักเกิดขึ้นได้ต่อเมื่อมีการพัฒนาเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมบริการ **แบบพลิกโฉมหน้า** แบ่งออกเป็น :

ประเภทของการพัฒนาการบริการใหม่

แบบพลิกโฉมหน้า แบ่งออกเป็น

1.1 นวัตกรรมใหม่ (Major Innovation) เป็นการสร้างบริการใหม่แก่ตลาด /ลูกค้าใหม่ ซึ่ง มักจะมีพื้นฐานมาจากเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือคอมพิวเตอร์ หรือช่องทางการสื่อสารเชิงพาณิชย์ ได้แก่ แอปพลิเคชันต่างๆ บนสมาร์ตโฟน

1.2 การเริ่มธุรกิจใหม่ (Start - Up Business) เป็นการสร้างบริการรูปแบบใหม่ให้แก่ตลาด หรือลูกค้ากลุ่มใหม่ เพื่อสร้างความแปลกใหม่ในการบริการ เช่น ธุรกิจสตาร์ทอัพที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว และความบันเทิง เนื่องจากเป็นเรื่อง ใกล้ตัวสำหรับหลายคน อีกทั้งรูปแบบของการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 จะมีแนวโน้มกลับมาฟื้นตัวมากยิ่งขึ้น เช่น การจองตั๋วเครื่องบิน ที่พักโรงแรม ร้านอาหาร หรือจองบัตรเข้าสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เป็นต้น

ประเภทของการพัฒนาการบริการใหม่

แบบพลิกโฉมหน้า แบ่งออกเป็น

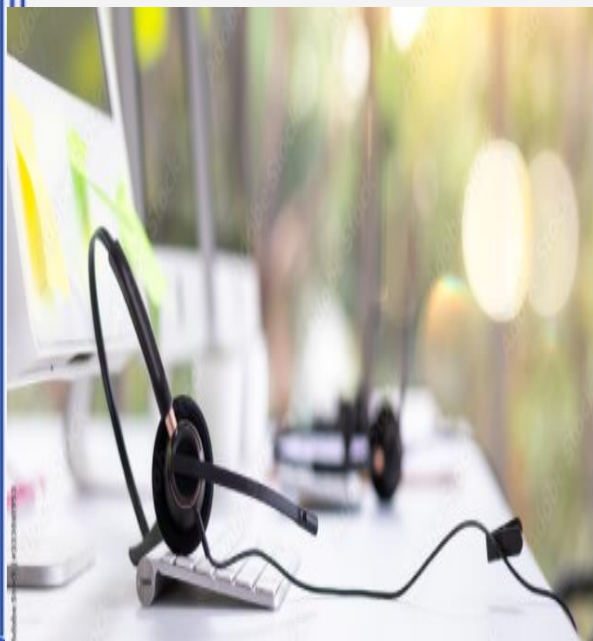
1.3 การบริการแบบใหม่ให้แก่ตลาดเดิม (New Services for the market presently served) เป็นการให้บริการใหม่ให้ลูกค้าเดิมของตน (บริการใหม่นี้ไม่จำเป็นต้องเป็น นวัตกรรมบริการครั้งแรก ของโลกเช่นกัน) เช่น โรงพยาบาลศัลยกรรมพลาสติกตกแต่งแก้ไขความบกพร่องทางสรีระของคนที่เพิ่ม การฟอกสีฟันเพื่อช่วยให้ใบหน้าดูเยาว์วัยขึ้น ธุรกิจรับสร้างบ้านเพิ่มบริการช่วยย้ายบ้านแก่ลูกค้า เป็นต้น

ประเภทของการพัฒนาการบริการใหม่



2. นวัตกรรมบริการแบบเสริมเพิ่ม
(Incremental Innovation) เป็นการ
เปลี่ยนแปลงการบริการ ที่มีอยู่เดิมแล้วให้มี
มูลค่าเพิ่มมากขึ้นในสายตาลูกค้า วนิดาแท้ :

ประเภทของการพัฒนาการบริการใหม่

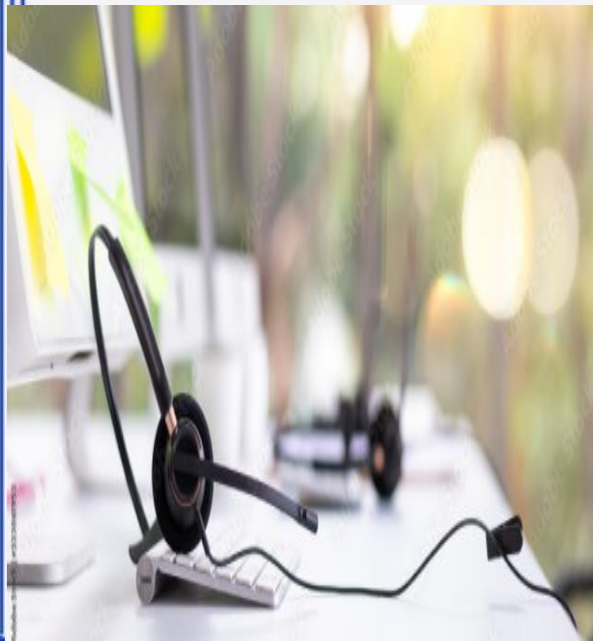


2.1 การขยายสาขาการบริการ (Service Line Extensions)

เป็นการเสริมเพิ่มบริการที่ทำอยู่ แล้วด้วยการเพิ่มรายการใหม่ / เส้นทางใหม่ ดอร์สีใหม่ เช่น บริษัทนำเที่ยวที่เริ่มจากการทำทัวร์ญี่ปุ่น เกาหลี ช่วงกง ขยายไปทำทัวร์ประเทศแถบยุโรปและอเมริกา **ร้านเสริมสวยที่ดยีให้บริการตัด ชวย ตัด ยืดผม ทำสีผม ได้เพิ่มบริการต่อพมบริษัทขนส่งพัสดุให้บริการส่งถึงตัวบุคคล เป็นต้น**



ประเภทของการพัฒนาการบริการใหม่



2.2 การปรับปรุงบริการ (Service Improvement)

เป็นการเปลี่ยนแปลงลักษณะบางประการ ของการบริการ ที่มีอยู่แล้วโดยใช้เทคโนโลยีขั้นต้นมาช่วยอำนวยความสะดวก เช่น การให้บริการ Easy Pass ในการจ่ายเงินค่าทางด่วนได้รวดเร็วมากขึ้น หรือ M-Flow เป็นระบบจัดเก็บค่าผ่านทางอัตโนมัติแบบไม่บีบบังคับ เป็นต้น



ประเภทของการพัฒนาการบริการใหม่



2.3 การเปลี่ยนแปลงรูปแบบ (Style Changes)

เป็นการเปลี่ยนแปลงวิธีนำเสนอการ บริการซึ่งจะมีผลลัพธ์ที่ดี ความรู้สึก การรับรู้ของลูกค้าที่มีต่อการบริการดีขึ้น การเปลี่ยนแปลงรูปแบบ การบริการจัดเป็นการเปลี่ยนแปลงเล็กน้อยที่ลูกค้าพอจะสัมผัสรับรู้ได้ แต่ตัวบริการเดิมไม่มีการเปลี่ยนแปลง เช่น **โรงพยาบาลเอกชน** จัดให้มีการเล่นเปียโนบริเวณลิโอบบี้ สำหรับนั่งรอชำระเงิน หรือ **การติดตั้งเครื่องสแกนบาร์โค้ด บัตรคิวเพื่อรอชำระเงินและรับยา**

ที่มา : <https://www.thaihealth.or.th/>



อุปกรณ์ เครื่องจักรและระบบอัตโนมัติที่ใช้ในการพัฒนาการบริการ

AUTO CARD DISPENSER

ตู้ออกบัตรอัตโนมัติ

จุดเด่นตู้กดบัตรอัตโนมัติ DPARK

- สามารถใช้ได้ทั้งบัตร RFID และบัตรแบบสลิป
- สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับระบบบริหารลานจอดรถได้หลายรูปแบบ เช่น ระบบคิดเงินลานจอดรถ เป็นต้น
- สามารถทำงานร่วมกับระบบ OCR (ระบบอ่านป้ายทะเบียน) ได้
- สามารถรองรับเสียงภาษาไทยได้

Tel : 090-9612659 / 063-4313311

Line : @dpark



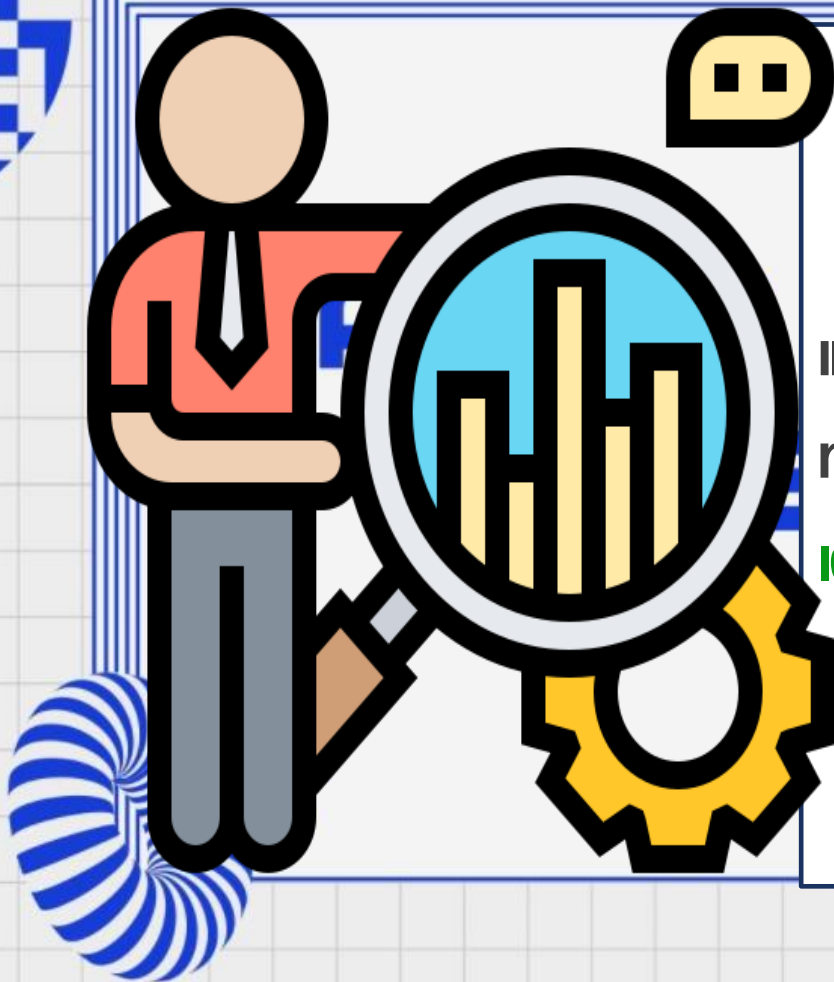
1. Fixed Sequence

เป็นอุปกรณ์เครื่องจักรที่ทำงานตามขั้นตอนที่ซ้ำๆ กัน ตามที่ที่กำหนดลำดับสภาวะตำแหน่งและ ข้อมูลเฉพาะที่ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ง่าย เช่น **เครื่องออกบัตรจอดรถอัตโนมัติ**

อุปกรณ์ เครื่องจักรและระบบอัตโนมัติที่ใช้ในการพัฒนาการบริการ

2. Variable Sequence

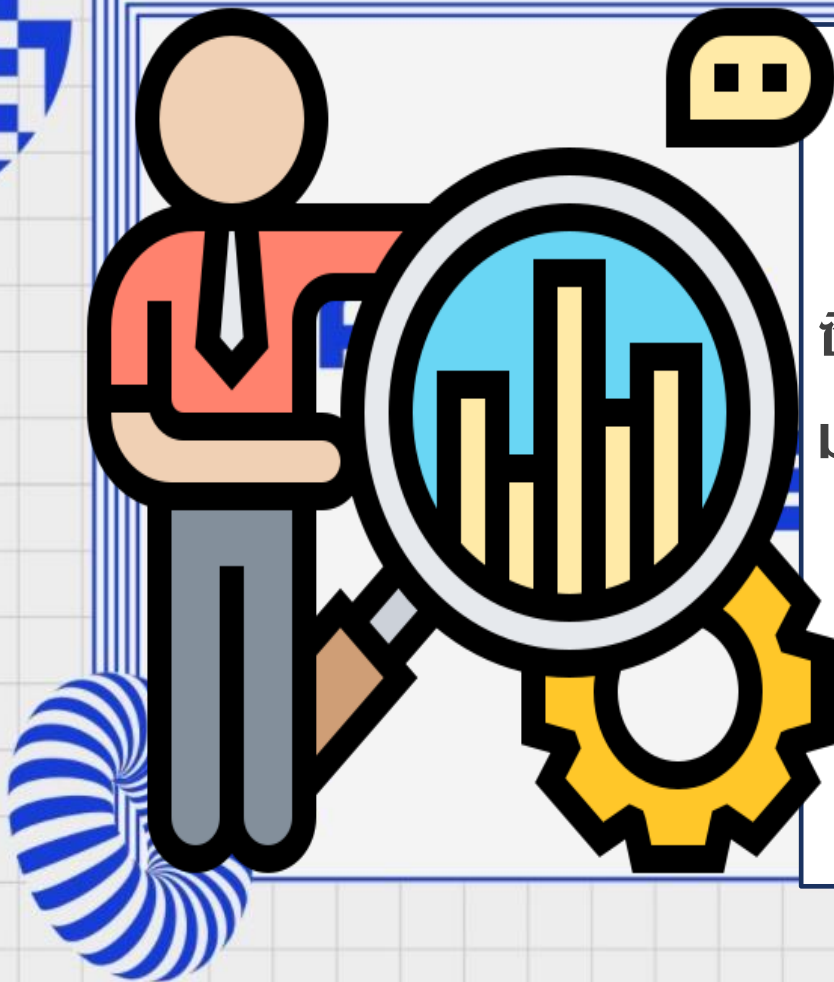
เป็นอุปกรณ์เครื่องจักรที่ทำงานอัตโนมัติแบบหุ่นยนต์ แต่สามารถเปลี่ยนแปลงการทำงานตามข้อมูลข่าวสารที่ป้อนเข้าสู่ระบบ เช่น **เครื่องทอเงินอัตโนมัติ**



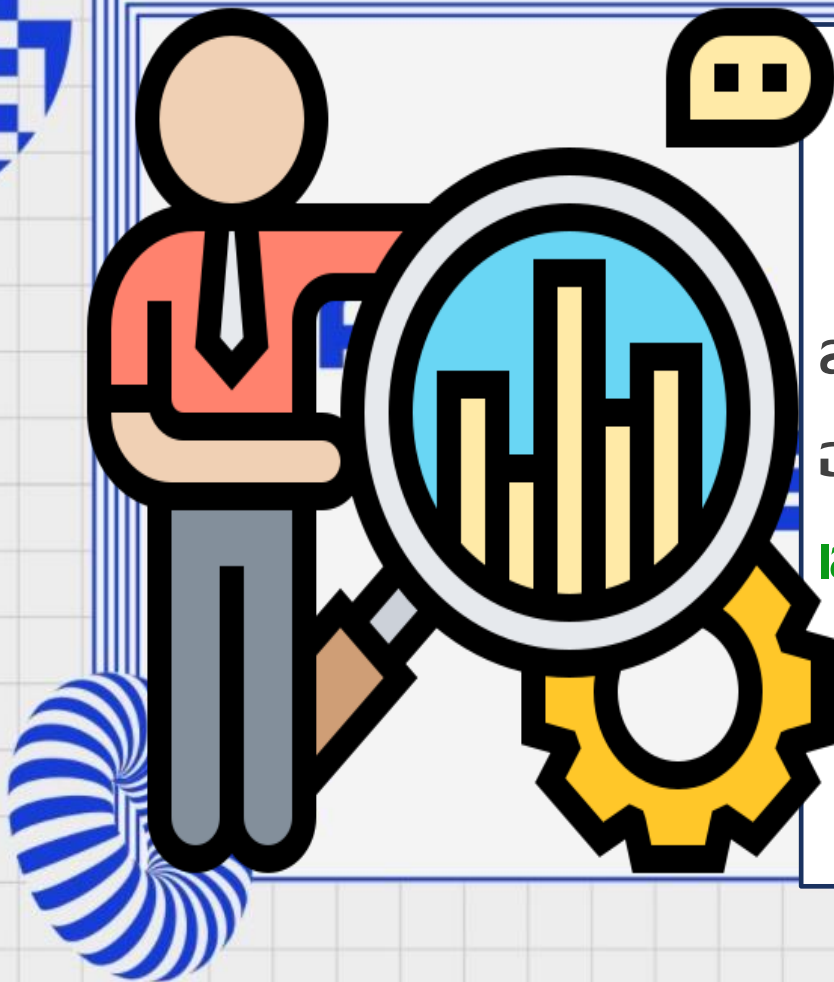
อุปกรณ์ เครื่องจักรและระบบอัตโนมัติที่ใช้ในการพัฒนาการบริการ

3. Playback

เป็นอุปกรณ์เครื่องจักรที่ทำงานจากความจำ ซึ่งเคยดำเนินการภายใต้การควบคุม ของมนุษย์ เช่น **เครื่องตอบรับโทรศัพท์อัตโนมัติ**



อุปกรณ์ เครื่องจักรและระบบอัตโนมัติที่ใช้ในการพัฒนาการบริการ

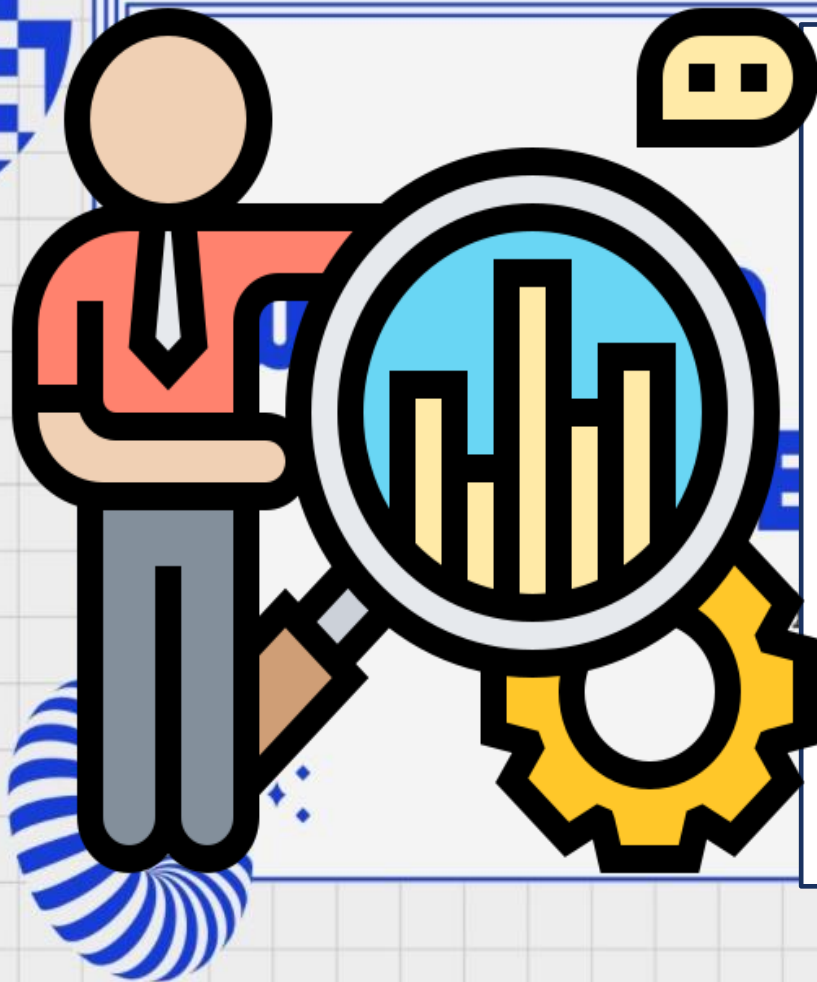


4. Numerical Controlled

เป็นอุปกรณ์เครื่องจักรที่ผลิตงานตามลำดับ
สภาวะและตำแหน่งที่ได้รับคำสั่ง ซึ่งคำสั่ง
อาจเปลี่ยนแปลงได้อย่างง่ายดาย เช่น **เครื่อง**
เล่นตามส่วนสุมุก



อุปกรณ์ เครื่องจักรและระบบอัตโนมัติที่ใช้ในการพัฒนาการบริการ



5. Intelligent

เป็นอุปกรณ์เครื่องจักรที่มีตัววัดสัณฐาน
ต่างๆ ซึ่งสามารถตรวจจับความ
เปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมและสามารถ
ตัดสินใจดำเนินการด้วยตนเอง เช่น **สัญญาณ**

ไฟจราจร **อัตโนมัติที่สี่แยก**



อุปกรณ์ เครื่องจักรและระบบอัตโนมัติที่ใช้ในการพัฒนาการบริการ



6. Expert System

เป็นโปรแกรมคอมพิวเตอร์ซึ่งใช้ในการ
ตัดสินใจหรือสร้างฐานข้อมูลความรู้ เพื่อแก้ไขปัญหา

อุปกรณ์ เครื่องจักรและระบบอัตโนมัติที่ใช้ในการพัฒนาการบริการ



7. Totaly Automated System

เป็นระบบของเครื่องจักรและคอมพิวเตอร์ซึ่งปฏิบัติงานทั้งส่วน กายภาพและองค์ความรู้ในการบริการ เช่น **คลังสินค้าที่ควบคุมด้วยระบบคอมพิวเตอร์**



กระบวนการพัฒนาระบบงานบริการด้วยเทคโนโลยีใหม่

นวัตกรรมการบริการ : เป็นการยุติระบบ

การปฏิบัติการแบบเก่าเพื่อสร้างระบบใหม่ที่มีประสิทธิภาพ กว่า
และได้พัฒนาที่เพิ่มขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงนั้น นวัตกรรมการ
บริการไม่จำเป็นต้องเกิดขึ้นในส่วน งานหลัง (Back Office)
ของการบริการเท่านั้น แต่ตัวลูกค้าในกระบวนการบริการก็อาจ
ต้องเปลี่ยนแปลง การกระทำด้วย **ดังนั้น การสำรวจความ
คิดเห็นและการยอมรับของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีต่อ
นวัตกรรม เป็นสิ่งจำเป็น** ก่อนการพัฒนาบริการควรมีการ
นำลูกค้ามาเข้ากลุ่มร่วมอภิปราย (Focus Group) หรือทำ
การสัมภาษณ์เพื่อป้องกันลูกค้าไม่ยอมรับกระบวนการ
บริการใหม่ที่เข้ามาทดแทนอันเดิม



ขั้นตอนการพัฒนาบริการให้เป็นที่ยอมรับของ ผู้ให้บริการ และ ผู้ใช้บริการ



1. **การแสวงหาความรู้ใหม่** ๗ โดยการเข้าชมงานแสดงผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือลองเข้ารับบริการ จากธุรกิจแห่งอื่น ๗

2. **การวิเคราะห์โอกาสทางเทคโนโลยี** โดยศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการเพื่อกำหนดโอกาส ทางธุรกิจ ประเมินการต้นทุนและแสวงประโยชน์ที่จะได้รับ รวมทั้งการวัดรอยเท้าผู้นำด้านเทคโนโลยี กับธุรกิจอื่น

3. **การวิเคราะห์ความต้องการในการบริการแบบใหม่** โดยกำหนดความต้องการเทคโนโลยีใหม่ ระบุเครื่องจักรกลและโปรแกรมที่จะใช้แล้วประเมินต้นทุนตลอดจนผลได้ที่เกิดขึ้น



ขั้นตอนการพัฒนาบริการให้เป็นที่ยอมรับของ ผู้ให้บริการ และ ผู้ใช้บริการ

4. การระบุรายละเอียดต้นหน้าที่การใช้งาน

โดยกำหนดลักษณะการดำเนินการของงานบริการแบบใหม่ ในเอกสารประกอบการทำงานด้วยคำศัพท์ธรรมดาที่ไม่ใช่คำศัพท์เทคนิคเพื่อให้ผู้เกี่ยวข้องทุกคนสามารถเข้าใจได้



ขั้นตอนการพัฒนาบริการให้เป็นที่ยอมรับของ ผู้ให้บริการ และ ผู้ใช้บริการ

5. การระบุรายละเอียดในการออกแบบ

โดยสร้างตัวต้นแบบของระบบการบริการเอาไว้
เพื่อให้ ผู้ใช้และผู้ให้บริการประเมินประสิทธิภาพของ
ระบบ เช่น การสร้างธุรกิจต้นแบบขึ้นมาทดลอง
ให้บริการจริง ก่อนเข้าสู่ตลาดในเชิงพาณิชย์



ขั้นตอนการพัฒนาบริการให้เป็นที่ยอมรับของ ผู้ให้บริการ และ ผู้ใช้บริการ

6. การวางแผนการดำเนินงาน

โดยแผนการดำเนินงาน ต้องครอบคลุมกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งหมด ของการบริการ เช่น การอบรมพนักงานผู้ให้บริการ การวางแผนอุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวก การทดสอบตัวต้นแบบ ฯลฯ รวมถึงการเริ่มดำเนินการ แผนการพัฒนาซึ่งพัฒนาขึ้นใหม่ควบคู่ไปกับการบริการแบบเก่า



ขั้นตอนการพัฒนาบริการให้เป็นที่ยอมรับของ ผู้ให้บริการ และ ผู้ใช้บริการ

7. การเลือกอุปกรณ์และการจัดทำสัญญาสั่งซื้อ อุปกรณ์

โดยติดต่อทำการสั่งซื้อเครื่องมือต่างๆ และ
วางแผนจัดตารางเวลาให้อุปกรณ์มาทันเวลาการ
ดำเนินงาน



ขั้นตอนการพัฒนาบริการให้เป็นที่ยอมรับของ ผู้ให้บริการ และ ผู้ใช้บริการ



8. การดำเนินงาน

โดยลงมือปฏิบัติจริงตามแผนงานที่วางไว้และทำรายงานความคืบหน้าของงาน ให้แก่ผู้บริหาร

9. การทดสอบเทคโนโลยี

โดยก่อนการดำเนินการให้บริการแบบใหม่จริงต้องมีการทดสอบ เทคโนโลยีที่จะใช้ในสถานบริการสัก 2-3 แห่งก่อนปฏิบัติการทั้งเครือข่าย รวมทั้งต้องมีการทดสอบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการแบบใหม่ด้วย |



ขั้นตอนการพัฒนาบริการให้เป็นที่ยอมรับของ ผู้ให้บริการ และ ผู้ใช้บริการ

10. การทบทวนผลลัพธ์

โดยการเปรียบเทียบความคาดหวังเบื้องต้น
กับผลลัพธ์ที่แท้จริงเพื่อ ตรวจสอบว่า รายละเอียด
ของข้อมูลตามเอกสารสามารถนำมาปฏิบัติได้จริง
เพียงใด

ดังนั้นการทบทวน ผลลัพธ์จึงเป็นสิ่งสำคัญที่
จะแสดงว่าธุรกิจมีศักยภาพในการดำเนินงานตาม
เทคโนโลยีใหม่เพียงใด



การออกแบบระบบการบริการ

การออกแบบระบบการบริการ มีหลายวิธี ตามความเหมาะสมของลักษณะการบริการ ดังต่อไปนี้

1. การออกแบบบริการตามสายการผลิต (Production - Line Approach)

เป็นการออกแบบบริการ ที่มุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้าจำนวนมาก จึงใช้กระบวนการปฏิบัติงานอย่างเป็นมาตรฐาน ด้วยบุคลากรที่ทำงานในลักษณะซ้ำ ๆ กัน หรือใช้เครื่องจักรทำงาน ดังนั้น การบริการแบบนี้จึงมีต้นทุนต่อ หน่วยต่ำอันมีผลให้สามารถแข่งขันด้านราคาได้ หลักการออกแบบบริการตามสายการผลิต **ได้แก่ :**

การออกแบบระบบการบริการ

หลักการออกแบบบริการตามสายการผลิต ไตโต้ :

1.1 กำหนดให้บุคลากรปฏิบัติงานตามขั้นตอนมาตรฐาน ซึ่งจะช่วยให้
ปฏิบัติงานลดความผิดพลาด และผลิตผลการบริการมีคุณภาพสูงอย่างสม่ำเสมอ

1.2 มีการแบ่งงานบริการออกเป็นขั้นตอนย่อย ๆ ที่สามารถทำซ้ำจนชำนาญ งาน
จะถูกย่อย เป็นขั้นตอนสั้น ๆ ที่ง่ายต่อการฝึกฝน จึงสามารถใช้แรงงานที่ไม่จำเป็นต้องมี
ทักษะในระดับสูงเพื่อ ปฏิบัติงานทั้งกระบวนการ

การออกแบบระบบการบริการ

หลักการออกแบบบริการตามสายการผลิต ไต่กัน :

- 1.3 ใช้เทคโนโลยีแทนแรงงานคน ด้วยการนำเอาเครื่องมืออัตโนมัติที่ทำงานได้แม่นยำ ไม่เหนียวล้าอ่อนเพลียเช่นมนุษย์มาใช้ จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและผลิตภาพของการบริการได้
- 1.4 ยึดมาตรฐานการปฏิบัติงานที่แน่นอน เพื่อสร้างงานบริการที่ลูกค้าสามารถคาดหวังได้ใน ระดับคงที่ และมีคุณภาพสูงอย่างสม่ำเสมอจากการออกแบบบริการที่รอบคอบรัดกุม

การออกแบบระบบการบริการ

การออกแบบระบบการบริการมีหลายวิธี ตามความเหมาะสมของลักษณะการบริการ ดังต่อไปนี้

2. การออกแบบบริการแบบลูกค้ามีส่วนร่วม (Customer as Co-

producer) เป็นการออกแบบ บริการที่ลูกค้าปรากฏอยู่ในกระบวนการบริการและเป็น
ผู้ปฏิบัติงานบริการบางส่วนเองด้วย เช่น การจัด สลัดบาร์ให้ลูกค้าเสือกตัดตามใจชอบ ซึ่ง
มีผลในการลดต้นทุนการบริการได้ **หลักการออกแบบบริการแบบ ลูกค้ามีส่วนร่วม ได้แก่ :**

การออกแบบระบบการบริการ

การออกแบบระบบการบริการมีหลายวิธี ตามความเหมาะสมของลักษณะการบริการ ดังต่อไปนี้

หลักการออกแบบบริการแบบ ลูกค้ามีส่วนร่วม ได้แก่ :

2.1 ใช้วิธีการหรือเครื่องมือที่ช่วยในลูกค้าบริการตนเองได้ง่ายขึ้น

ซึ่งจะช่วยแก้ไขปัญหาเมื่อ บุคลากรพู่ให้บริการไม่สามารถรับมือกับปริมาณลูกค้าที่มากเกินกำลังได้ เช่น การใช้ระบบบริการตนเอง

2.2 พยายามเกลี่ยอุปสงค์ของการบริการให้สม่ำเสมอเท่ากันทุกช่วงเวลา

เพื่อลดกำลังคนที่ต้อง เพื่อไว้ช่วงอุปสงค์สูง หรือใช้กำลังคนที่มีอยู่ให้เต็มประสิทธิภาพ เช่น ใช้ระบบการจองเวลาบริการ , การใช้บัตรร้องจ่ายบัตรบนทางด่วนถนน

การออกแบบระบบการบริการ

การออกแบบระบบการบริการมีหลายวิธี ตามความเหมาะสมของลักษณะการบริการ ดังต่อไปนี้

3. การออกแบบบริการแบบติดต่อกับลูกค้า (Customer Contact Approach)

เป็นการออกแบบ บริการที่แบ่งแยกตามระดับการติดต่อกับลูกค้า ซึ่งจะจำแนกเป็นการบริการที่ต้องติดต่อกับลูกค้ามากและ การบริการที่ติดต่อกับลูกค้าน้อย การบริการบางประเภทใช้การติดต่อกับลูกค้าทั้ง 2 ระดับ เพราะต้อง กระทำทั้งกิจกรรมที่อยู่ต่อหน้า และเบื้องหลังลูกค้า ดังแสดงในตาราง **ต่อไปนี้** :

การออกแบบระบบการบริการ

ตารางที่ 3.1 การออกแบบองค์ประกอบของการบริการตามระดับการติดต่อกับลูกค้า

| องค์ประกอบของการบริการ | การบริการที่ต้องติดต่อกับลูกค้ามาก | การบริการที่ต้องติดต่อกับลูกค้าน้อย |
|----------------------------------|---|--|
| 1. การเลือกทำเลที่ตั้ง | ต้องอยู่ใกล้ลูกค้า | อยู่ใกล้แหล่งวัตถุดิบ สถานีขนส่ง หรือแหล่งแรงงาน |
| 2. การวางแผนผังสถานที่ปฏิบัติงาน | จัดวางตามความต้องการและความสะดวกของลูกค้า | จัดวางให้สะดวกต่อการปฏิบัติการ |
| 3. การออกแบบบริการ | ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมและธรรมชาติของการบริการ | ลูกค้าสนใจเฉพาะบริการที่เสร็จสิ้นสมบูรณ์ในเวลาที่ต้องการ |
| 4. การออกแบบกระบวนการ | ขั้นตอนการปฏิบัติต้องมีผลโดยตรงต่อลูกค้า | ลูกค้าไม่มีส่วนเกี่ยวข้องในขั้นตอนการปฏิบัติ |
| 5. การจัดตารางการบริการ | ลูกค้ามีส่วนร่วมอยู่ในขั้นตอนการดำเนินการ | ลูกค้าสนใจเฉพาะบริการที่เสร็จสิ้นสมบูรณ์ในเวลาที่ต้องการ |



การออกแบบระบบการบริการ

ตารางที่ 3.1 การออกแบบองค์ประกอบของการบริการตามระดับการติดต่อกับลูกค้า

| องค์ประกอบของการบริการ | การบริการที่ต้องติดต่อกับลูกค้ามาก | การบริการที่ต้องติดต่อกับลูกค้าน้อย |
|-------------------------------------|--|---|
| 6. การวางแผนปฏิบัติการ | คำสั่งซื้อเก็บไม่ได้จึงเก็ยกำลังการผลิตไม่ได้ | ใช้การรับคำสั่งซื้อไว้ก่อนแล้วผลิตให้ทีหลังและการเก็ยกำลังการผลิต |
| 7. ระดับทักษะของบุคลากรผู้ให้บริการ | ผู้ให้บริการต้องใช้ทักษะมนุษย์สัมพันธ์ร่วมกับทักษะเชิงเทคนิค | ผู้ให้บริการต้องใช้เฉพาะทักษะเชิงเทคนิค |
| 8. การควบคุมคุณภาพ | คุณภาพของการบริการขึ้นอยู่กับลูกค้าและผันแปรได้ | คุณภาพของการบริการต้องวัดได้และคงที่ |
| 9. เวลาปฏิบัติงานมาตรฐาน | เวลาปฏิบัติงานไม่แน่นอนตามความต้องการของลูกค้า | เวลาปฏิบัติงานมีมาตรฐานแน่นอน |
| 10. การจ่ายค่าแรง | ใช้ระบบการจ่ายค่าแรงตามเวลา | ใช้ระบบจ่ายค่าแรงงานตามผลผลิต |



การออกแบบระบบการบริการ

ตารางที่ 3.1 การออกแบบองค์ประกอบของการบริการตามระดับการติดต่อกับลูกค้า

| องค์ประกอบของการบริการ | การบริการที่ต้องติดต่อกับลูกค้ามาก | การบริการที่ต้องติดต่อกับลูกค้าน้อย |
|---------------------------|---|--|
| 11. การวางแผนกำลังการผลิต | ต้องมีกำลังการผลิตสูงสุดเพื่อไม่ให้เสียโอกาสทางธุรกิจ | ใช้กำลังการผลิตระดับเฉลี่ยเพราะผลผลิตเก็บสะสมได้ |
| 12. การพยากรณ์ | พยากรณ์ในระยะสั้น เน้นเวลาเป็นหลัก | พยากรณ์ในระยะยาว เน้นผลผลิตเป็นหลัก |



การให้บริการที่ดี

การบริการ (Service) เป็นการให้ความช่วยเหลือ หรือการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่น การบริการที่ดี ผู้รับบริการก็จะได้รับความประทับใจ และชื่นชมองดกตร ซึ่งเป็นสิ่งดีสิ่งหนึ่งวันเป็นพลดีกับองดกตรของเรา เบื้องหลังความสำเร็จเกือบทุกงาน มักพบว่างานบริการเป็นเดรื่องมือสนับสนุนงานด้านต่าง ๆ เช่น งานประชาสัมพันธ์ งานบริการวิชาการ เป็นต้น

ดังนั้น ถ้าบริการดี ผู้รับบริการเกิดความประทับใจ ซึ่งการบริการถือเป็นหน้าเป็นตาขององดกตร ภาพลักษณ์ขององดกตรก็จะดีไปด้วย

การให้บริการแบบ “Service” ใต้ถั่ว

01



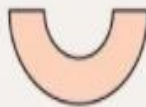
S = Smile ยิ้มแย้ม

02



E = enthusiasm ความกระตือรือร้น

03



R = rapidness ความรวดเร็ว ตรงตัว

มีคุณภาพ

การใช้หลักให้บริการแบบ “Service” ใต้ถั่ว

01



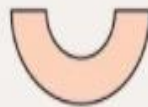
V = value มีคุณค่า

02



I = impression ความประทับใจ

03



C = courtesy มีความสุภาพอ่อนโยน

การชี้หลักที่ให้บริการแบบ “Service” ได้แท้

01

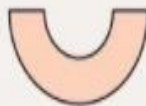


E = endurance ความอดทน เก็บอารมณ์

02



03



ขอบเขตดูแลแหล่งข้อมูล :

ปรีชา วรรัตน์ไชย : การบริการลูกค้าและเทคโนโลยี วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ยุทธนา ธรรมเจริญ และคณะ : การจัดการตลาด มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

พงษ์ชัย อธิมรัตน์กุล : โลจิสติกส์ก้าวอย่างประเทศไทยในกระแสโลกาภิวัตน์ กรุงเทพฯ : สุขภาพใจ

สมิต สัมบุกร : ศิลปะ การให้ บริการ

Suprachit Kabcome : การพัฒนาการให้บริการ

นิเวศน์ ธรรม และคณะ : การจัดการการตลาด

ดำเนิน อภิปรัชญาสกุล : การเพิ่มประสิทธิภาพในองค์กร

รูปภาพ : <https://www.freepik.com/>

รูปภาพ : <https://www.shutterstock.com/>

รูปภาพ : <https://pixabay.com/th/>

<https://www.youtube.com/watch?v=Cb2dfTDmvN4> ดลิบบริการเทคโนโลยีด้านโลจิสติกส์



The End
Thank you

