



คู่มือการให้บริการด้วยใจ



“Service Mind”



สำนักงานสภานโยบาย  
กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

## คำนำ

คู่มือการให้บริการด้วยใจ (Service Mind) ฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อรวบรวมแนวทางและวิธีการในการให้บริการที่ดีของผู้ให้บริการเพื่อสร้างความประทับใจแก่ผู้ใช้บริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการในงานด้านบริการและเผยแพร่ข้อมูลสถิติของสำนักงานสถิติแห่งชาติใช้เป็นคู่มือหรือแนวปฏิบัติในการให้บริการแก่หน่วยงานภาครัฐ เอกชน สถาบันการศึกษา นักศึกษาและประชาชนทั่วไป เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในด้านการบริการ อันสอดคล้องกับค่านิยมของสำนักงานสถิติแห่งชาติ **“ยึดหลักวิชา พร้อมหาสิ่งใหม่ ใส่ใจลูกค้า ศรัทธาองค์กร เอื้ออาทรต่อกัน รักมั่น สสช.”** ซึ่งการให้บริการที่ดีจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ ความประทับใจ อีกทั้งช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของสำนักงานสถิติแห่งชาติด้วย

กลุ่มบริการและเผยแพร่ข้อมูลสถิติ กองสถิติพยากรณ์ หวังเป็นอย่างยิ่งว่า “คู่มือการให้บริการด้วยใจ (Service Mind)” ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งและสามารถใช้เป็นแนวทางในการยึดถือปฏิบัติ โดยไม่ได้จำกัดเฉพาะเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการในงานด้านบริการและเผยแพร่ข้อมูลสถิติเท่านั้น แต่จะยังมีประโยชน์สำหรับผู้สนใจในการนำไปศึกษาและปฏิบัติได้ หากคู่มือฯ ฉบับนี้มีความผิดพลาดประการใดกราบขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

กลุ่มบริการและเผยแพร่ข้อมูลสถิติ  
กองสถิติพยากรณ์  
สำนักงานสถิติแห่งชาติ

## สารบัญ

เรื่อง	หน้า
<b>บทที่ 1</b> บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญ	4
1.2 วัตถุประสงค์ของการจัดทำคู่มือ	4
1.3 ขอบเขตของคู่มือ	4
1.4 วิธีการดำเนินการ	4
1.5 ผลที่คาดว่าจะได้รับ	4
<b>บทที่ 2</b> ความหมายและความสำคัญของการบริการ	
2.1 คำจำกัดความ งานบริการ (Service)	5
2.2 ความหมายของการบริการ	5
<b>บทที่ 3</b> องค์ประกอบและลักษณะของการบริการ	
3.1 องค์ประกอบของระบบบริการ	8
3.2 ลักษณะของการให้บริการ	8
3.3 ศิลปะการให้บริการที่ควรยึดถือปฏิบัติคือ “SERVICE MIND” สู่การบริการที่เป็นเลิศ	9
<b>บทที่ 4</b> แนวทางและเทคนิคการให้บริการ	
4.1 การเป็นผู้ให้บริการที่เป็นเลิศ	10
4.2 เทคนิคการให้บริการที่ดี โดยพนักงาน...นักบริการอย่างแท้จริง	11
4.3 การสร้างความประทับใจในงานบริการ	13
4.4 การปฏิบัติตนในการให้บริการ	14
4.5 ข้อควรระวังในการให้บริการ	15
4.6 การเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ ด้วยหลักการ 10 S	15
4.7 มนุษย์สัมพันธ์-หลักการบริการด้วยหัวใจ	17
4.8 แนวทางการสร้างมนุษย์สัมพันธ์ที่ดีในการให้บริการ	17
<b>บทที่ 5</b> สรุปหลักการและแนวปฏิบัติ	
5.1 หลักการบริการด้วยหัวใจ และข้อคิดต่างๆ	19
5.2 สรุปเทคนิคการให้บริการด้วยใจ	22

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ที่มาและความสำคัญ

การบริการและเผยแพร่ข้อมูลสถิติ เป็นภารกิจหลักที่สำคัญภารกิจหนึ่งของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ซึ่งต้องดำเนินการอย่างเต็มกำลัง เต็มใจ น่าประทับใจ และมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะมีผลต่อการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรให้เป็นที่น่าจดจำ และระลึกถึงอยู่เสมอ จึงจัดทำคู่มือ “การให้บริการด้วยใจ (Service Mind)” ฉบับนี้ขึ้น เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการของสำนักงานสถิติแห่งชาติ

### 1.2 วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อรวบรวมวิธี หลักการเกี่ยวกับการให้บริการที่ดี เพื่อสร้างความประทับใจแก่ผู้รับบริการ
- 2) เพื่อพัฒนากระบวนการการให้บริการให้มีมาตรฐานการบริการที่ดี
- 3) เพื่อให้ผู้ให้บริการมีความเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญของการให้บริการ
- 4) เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในด้านการให้บริการ

### 1.3 ขอบเขตของคู่มือ

“คู่มือการให้บริการด้วยใจ (Service Mind)” ฉบับนี้ เป็นการรวบรวมแนวทางและเทคนิคการให้บริการ สำหรับให้เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการของสำนักงานสถิติแห่งชาติใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด

### 1.4 วิธีการดำเนินงาน

- 1) ศึกษาและค้นคว้าข้อมูลการให้บริการจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เช่น อินเทอร์เน็ต คู่มือหนังสือเกี่ยวกับการให้บริการ
- 2) ความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ให้บริการและผู้ที่เกี่ยวข้อง

### 1.5 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- 1) เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีคู่มือสำหรับใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานเพื่อให้บริการเป็นไปด้วยความมีประสิทธิภาพ
- 2) ผู้รับบริการเกิดความประทับใจต่อสำนักงานสถิติแห่งชาติ
- 3) สำนักงานสถิติแห่งชาติมีภาพลักษณ์ที่ดี

## บทที่ 2

### ความหมายและความสำคัญของการบริการ

การบริการและเผยแพร่ข้อมูลสถิติ เป็นงานด้านการสนับสนุนและให้การบริการ ทุกส่วนงานที่ประสานงานเข้ามาขอความร่วมมือในด้านต่าง ๆ ทั้งส่วนงานภายในและภายนอกองค์กร การบริการจึงเป็นหัวใจสำคัญของงานด้านบริการและเผยแพร่ข้อมูลสถิติ แต่เนื่องจากการให้การบริการ ในด้านต่าง ๆ บางครั้งไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้ทุกอย่างเสมอไป จึงจะต้องมีการชี้แจงเหตุผล หรือข้อจำกัดที่ไม่สามารถตอบสนองตามความต้องการนั้นได้ ซึ่งอาจมาจากหลาย ๆ ปัจจัย จึงควรศึกษา ความหมายของการให้บริการก่อนนำแนวทางไปยึดถือปฏิบัติรวมทั้งหลักการต่าง ๆ ที่สามารถนำมาใช้ เพื่อสร้างความประทับใจในการให้บริการแก่ผู้รับบริการ เนื่องจากผู้รับบริการของงานบริการ และเผยแพร่ข้อมูลสถิติ มีทั้ง บุคคลทั่วไป เจ้าหน้าที่ บุคลากร นักเรียน นิสิต นักศึกษาหรือผู้มา ติดต่องานทั้งภายในและภายนอกองค์กร หรือ แม้กระทั่งผู้รับบริการที่เป็นชาวต่างชาติ ซึ่งจะเป็น การสร้างความประทับใจครั้งแรกเมื่อพบ จะทำให้ภาพลักษณ์ขององค์กรเป็นที่น่าจดจำ และระลึกถึง อยู่เสมอ

#### 2.1 ความหมายของการบริการ

1) การบริการ (Services) หมายถึง การกระทำกิจกรรมใดๆ ด้วยร่างกายเพื่อตอบสนอง ความต้องการของบุคคลอื่น ที่เกี่ยวข้องกับการอำนวยความสะดวก ความสามารถสร้างความพึงพอใจ ให้กับผู้รับบริการได้ โดยการกระทำด้วยร่างกาย : คือการแสดงออกด้วยการแต่งกาย ปฏิบัติการ กิริยา ท่าทาง และวิธีการพูดจา ซึ่งการบริการสามารถแสดงออกเป็น 2 แบบ คือ

1. **ขั้นตอนการให้บริการ** เป็นการปฏิบัติตามขั้นตอน และเทคนิค ของวิธีปฏิบัติ ที่ถูกต้อง เหมาะสม เพื่อให้ผู้รับบริการ ได้ประโยชน์ ตรงตามความต้องการมากที่สุด

2. **พฤติกรรมการให้บริการ** เป็นการแสดงออกด้านการแต่งกาย สีหน้า แววตา กิริยา ท่าทาง และ การพูดจา ซึ่งพฤติกรรมที่ดี ย่อมสร้างความสุข ให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการได้เป็นอย่างดี ได้แก่ การแต่งกายที่สุภาพ สะอาด เรียบร้อย สีหน้าและแววตาที่ยิ้มแย้ม แจ่มใส อ่อนโยน กิริยาท่าทาง ที่สุภาพ อ่อนน้อม การพูดจาดูด้วยน้ำเสียงที่นุ่มนวล สุภาพ ชัดเจน ให้เกียรติ มีหางเสียง

จากความหมายที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นว่าบริการจะเกี่ยวข้องกับบุคคล 2 ฝ่าย คือ ผู้ให้บริการ และผู้รับบริการ

**ผู้ให้บริการ** หมายถึง ผู้ปฏิบัติการให้ความช่วยเหลือต่อบุคคลอื่นที่ร้องขอความช่วยเหลือ หรือแสดงความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่ง ในที่นี้หมายถึงเจ้าหน้าที่ให้บริการของสำนักงานสถิติแห่งชาติ

**ผู้รับบริการ** หมายถึง ผู้ที่แจ้งความประสงค์ หรือ ความต้องการเพื่อให้บุคคลใด บุคคลหนึ่ง ตอบสนองตามความต้องการของตนเองและตนเองรู้สึกพอใจ

จากการศึกษาความหมายของการบริการ พบว่าตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ได้ให้ความหมายของการบริการไว้ ดังนี้

“การ” หมายถึง งาน สิ่ง หรือเรื่องที่ทำ

“บริการ” หมายถึง ปฏิบัติรับใช้ หรือให้ความสะดวกต่างๆ

ดังนั้น “การบริการ” หมายถึง งานที่ปฏิบัติรับใช้ หรือ งานที่ให้ความสะดวกต่างๆ (ราชบัณฑิตยสถาน, 2539)

คำว่าบริการ ตรงกับภาษาอังกฤษว่า “SERVICE” ในความหมายที่ว่าเป็นการกระทำที่เปี่ยมไปด้วยความช่วยเหลือ การให้ความช่วยเหลือ การดำเนินการที่เป็นประโยชน์ (จิตตินันท์ เตชะคุปต์, 2540)

คำว่าบริการ ตรงกับภาษาอังกฤษว่า “SERVICE” ซึ่งถ้าหากหาความหมายดีๆ ให้กับอักษรภาษาอังกฤษ 7 ตัวนี้ อาจได้ความหมายของการ บริการที่สามารถยึดเป็นหลักปฏิบัติได้ตามความหมายของอักษร ทั้ง 7 ตัวนี้ คือ

S = *Smiling & Sympathy* ยิ้มแย้มและเอาใจเขามาใส่ใจเรา เห็นอกเห็นใจต่อความลำบากยุ่งยากของผู้มารับการบริการ

E = *Early Response* ตอบสนองต่อความประสงค์จากผู้รับบริการอย่างรวดเร็ว

R = *Respectful* แสดงออกถึงความนับถือให้เกียรติผู้รับบริการ

V = *Voluntariness Manner* การให้บริการที่ทำงานอย่างสมัครใจเต็มใจทำไม่ใช่งานอย่างเสียไม่ได้

I = *Image Enhancing* การรักษาภาพลักษณ์ของผู้ให้บริการและภาพลักษณ์ขององค์กรด้วย

C = *Courtesy* ความอ่อนน้อม อ่อนโยน สุภาพ มีมารยาทดี

E = *Enthusiasm* ความกระฉับกระเฉง กระตือรือร้นขณะให้บริการและให้บริการมากกว่าผู้รับบริการคาดหวังเอาไว้

## 2.2 ความสำคัญของการบริการ

ความสำคัญของการบริการ (สมิต สัจฉกร , 2542.หน้า 14-15) อาจพิจารณาได้ใน 2 ด้าน ดังนี้

1. **บริการที่ดี** จะส่งผลให้ผู้รับบริการมีความรู้สึกชอบหรือพึงพอใจ ทั้งต่อตัวผู้ให้บริการ และ หน่วยงานที่ให้บริการ ดังนี้

1.1 มีความชื่นชมในตัวผู้ให้บริการ

1.2 มีความนิยมในหน่วยงานที่ให้บริการ

- 1.3 มีความระลึกถึงและยินดีมาขอรับบริการอีก
- 1.4 มีความประทับใจที่ดีไปอีกนาน
- 1.5 มีการบอกต่อไปยังผู้อื่นหรือแนะนำให้มาใช้บริการเพิ่มขึ้น
- 1.6 มีความรักดีต่อหน่วยบริการที่ให้บริการ
- 1.7 มีการพูดถึงผู้ให้บริการและหน่วยงานในทางที่ดี

2. **บริการที่ไม่ดี** จะส่งผลให้ผู้รับบริการมีความรู้สึกไม่ชอบหรือไม่พึงพอใจ ทั้งต่อตัวผู้ให้บริการ และหน่วยงานที่ให้บริการ ดังนี้

- 2.1 มีความรังเกียจตัวผู้ให้บริการ
- 2.2 มีความเสื่อมศรัทธาในหน่วยงานที่ให้บริการ
- 2.3 มีความผิดหวังและไม่มาใช้บริการอีก
- 2.4 มีความรู้สึกที่ไม่ดีต่อการบริการของหน่วยงานไปอีกนาน
- 2.5 มีการบอกต่อไปยังผู้อื่นหรือแนะนำไม่ให้ผู้อื่นมาใช้บริการ
- 2.6 มีการพูดถึงผู้ให้บริการและหน่วยงานในทางที่ไม่ดี

ดังที่กล่าวมาข้างต้นเป็นสิ่งที่ชี้ให้เห็นถึงความเจริญและความเสื่อมอันเป็นผลมาจากการให้บริการที่ดีและไม่ดี ซึ่งเป็นความสำคัญอย่างมากต่อการให้บริการ

## บทที่ 3

### องค์ประกอบและลักษณะของการบริการ

การทำงานไม่ว่าจะเป็นงานใดก็ตามจำเป็นต้องมีระบบงานในการทำงาน โดยเฉพาะในงานบริการในองค์กรต่างๆ ซึ่งในการจัดระบบงาน จะต้องมียุทธศาสตร์ของระบบงาน (Principle of Working System)

#### 3.1 องค์ประกอบของระบบบริการ มีดังนี้

1. ผู้รับบริการ คือ ผู้ที่เข้ามาใช้บริการและแจ้งความจำนงในเรื่องบริการต่างๆ
2. ผู้ปฏิบัติงานบริการ คือ ผู้ที่ให้บริการ หรือ ผู้ที่รับความจำนงนั้นๆ ไปปฏิบัติให้ตรงความต้องการมากที่สุด
3. องค์กรบริการ คือ หน่วยงาน ส่วนงานที่ให้บริการ
4. ผลลัพธ์บริการ คือ สิ่งที่ต้องได้และเป็นสิ่งที่ไม่ต้องไม่ได้
5. สภาพแวดล้อมของการบริการ คือ องค์ประกอบด้านต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการให้บริการ

#### 3.2 ลักษณะของการให้บริการ

ธุรกิจหรือองค์กรสามารถให้บริการแก่ลูกค้า ผู้มาใช้บริการโดยอาศัยวิธีการหรือเครื่องมือต่างๆ ดังนี้

1. การให้บริการโดยอาศัยคนเป็นหลัก หรือแบบพบหน้า (Face to Face) เป็นวิธีการที่ดีกว่าวิธีอื่น เพราะการใช้คนในการให้บริการสามารถปรับเปลี่ยนการบริการให้เหมาะสมกับลูกค้าหรือ ผู้รับบริการแต่ละรายได้ และลักษณะของการบริการจะเป็นแบบใกล้ชิด ดังนั้นหากธุรกิจหรือองค์กรใดมีพนักงาน เจ้าหน้าที่ที่ให้บริการได้ดี ลูกค้า ผู้รับบริการจะประทับใจก็จะทำให้ธุรกิจหรือองค์กรนั้น ประสบความสำเร็จได้ไม่ยาก แต่วิธีการนี้มีข้อจำกัดในเรื่องของความแตกต่างในการให้บริการ ณ เวลาที่ต่างกัน เนื่องจากการให้บริการจะไม่เหมือนกันมาตรฐานการให้บริการในแต่ละครั้งก็ไม่เท่ากัน

2. การให้บริการด้วยอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ปัจจุบันนับว่ามีความสำคัญมากเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีต่างๆ ที่มีการพัฒนาเพื่อสนองความต้องการให้ลูกค้า ผู้รับบริการสามารถบริการได้ด้วยตนเอง (Self Service) และมีต้นทุนการให้บริการต่ำกว่าการใช้คนให้บริการ ซึ่งการให้บริการแต่ละครั้งจะมีมาตรฐานเท่ากัน แต่การให้บริการด้วยวิธีนี้มีข้อจำกัดในเรื่องการปรับรูปแบบการให้บริการตามความต้องการของลูกค้าแต่ละรายได้ยาก (สุพรรณิ อินทร์แก้ว, 2549)



การให้บริการลูกค้ามีความสำคัญมาก ทุกธุรกิจและองค์กรจะให้ความสำคัญกับการให้บริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า ผู้รับบริการตั้งแต่ต้นจนจบกระบวนการ ซึ่งต้องสร้างความประทับใจทุกๆ ส่วนของการบริการทั้งวิธีการให้บริการที่ใช้คน และการใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ โดยเฉพาะการให้บริการที่ใช้คนเป็นหลักจะมีผลกระทบต่อความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจได้มากกว่าการบริการที่อาศัยอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในการให้บริการ

### 3.3 ศิลปะการให้บริการที่ควรยึดถือปฏิบัติคือ “SERVICE MIND” สู่การบริการที่เป็นเลิศ

SERVICE MIND ตรงกับภาษาอังกฤษสื่อความหมายได้ดังนี้

S	=	Smile	(อ่านว่า สมาย)	แปลว่า	ยิ้มแย้ม
E	=	enthusiasm	(อ่านว่า เอ็นทัชเอนไซม์)	แปลว่า	ความกระตือรือร้น
R	=	rapidness	(อ่านว่า เร็ปปิดเนส)	แปลว่า	ความรวดเร็ว ครบถ้วน มีคุณภาพ
V	=	value	(อ่านว่า แว-ลู่)	แปลว่า	มีคุณค่า
I	=	impression	(อ่านว่า อิมเพร็สชัน)	แปลว่า	ความประทับใจ
C	=	courtesy	(อ่านว่า เค้อติซี)	แปลว่า	มีความสุภาพอ่อนโยน
E	=	endurance	(อ่านว่า เอนดูเร้น)	แปลว่า	ความอดทน เกือบอารมณ์
สำหรับคำว่า “Mind” ก็ได้ให้ความหมายไว้ดังนี้					
M	=	make believe	(อ่านว่า เมค บิลีฟ)	แปลว่า	มีความเชื่อ
I	=	insist	(อ่านว่า อินซีส)	แปลว่า	ยืนยัน/ยอมรับ
N	=	necessitate	(อ่านว่า เนอะเซ็สเซอะเตท)	แปลว่า	การให้ความสำคัญ
D	=	devote	(อ่านว่า ดีไวต์)	แปลว่า	อุทิศตน

## บทที่ 4

### แนวทางและเทคนิคการให้บริการ

#### 4.1 การเป็นผู้ให้บริการที่เป็นเลิศ

การเป็นผู้ให้บริการที่เป็นเลิศนั้น ผู้ปฏิบัติงานทุกท่านทุกส่วนงานควรคำนึงถึง ดังนี้

- **ต้องมีความรู้ในงานที่ให้บริการ (Knowledge)** ผู้ให้บริการต้องมีความรู้ในงานที่ตนรับผิดชอบ ที่สามารถตอบข้อซักถามจากผู้รับบริการได้อย่างถูกต้องและแม่นยำ ในเรื่องของสินค้าที่นำเสนอ ประวัติองค์กร ระเบียบ นโยบายและวิธีการต่างๆ ในองค์กร เพื่อมิให้เกิดความผิดพลาดเสียหาย และ ต้องชวนขวนขวายหาความรู้จากเทคโนโลยีใหม่ๆ เพิ่มขึ้นอย่างสม่ำเสมอ
- **มีความช่างสังเกต (Observe)** ผู้ทำงานบริการจะต้องมีลักษณะเฉพาะตัวเป็นคนมีความช่างสังเกต เพราะหากมีการรับรู้ว่าการบริการอย่างไรจึงจะเป็นที่พอใจของผู้รับบริการก็จะพยายามนำมาคิดสร้างสรรค์ให้เกิดบริการที่ดียิ่งขึ้น เกิดความพอใจและตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการได้มากยิ่งขึ้น
- **ต้องมีความกระตือรือร้น (Enthusiasm)** พฤติกรรมความกระตือรือร้น จะแสดงถึงความมีจิตใจในการต้อนรับ ให้ความช่วยเหลือแสดงความห่วงใย จะทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีในการช่วยเหลือผู้รับบริการ
- **ต้องมีกริยาวาจาสุภาพ (Manner)** กริยาวาจาเป็นสิ่งที่แสดงออกจากความคิด ความรู้สึก และส่งผลให้เกิดบุคลิกภาพที่ดี เพื่อให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการมีความสบายใจที่จะติดต่อขอรับบริการ
- **ต้องมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (Creative)** ผู้ให้บริการควรมีความคิดใหม่ ๆ ไม่ควรยึดติดกับประสบการณ์หรือบริการที่ทำอยู่ เคยปฏิบัติมาอย่างไรก็ทำไปอย่างนั้นไม่มีการปรับเปลี่ยนวิธีการให้บริการ จึงควรมีความคิดใหม่ ๆ ในการปฏิรูประบบงานบริการได้ดี
- **ต้องสามารถควบคุมอารมณ์ได้ (Emotional control)** งานบริการเป็นงานที่ให้ความช่วยเหลือผู้อื่น ต้องพบปะผู้คนมากมายหลายชนชั้น มีการศึกษาที่ต่างกัน ดังนั้นกริยามารยาทจากผู้รับบริการจะแตกต่างกัน เมื่อผู้รับบริการไม่ได้ตั้งใจ อาจจะถูกตำหนิ พุดจก้าวร้าวกริยามารยาทไม่ดี ซึ่งผู้ให้บริการต้องสามารถควบคุมสติอารมณ์ได้เป็นอย่างดี
- **ต้องมีสติในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น (Calmness)** ผู้รับบริการส่วนใหญ่จะติดต่อขอความช่วยเหลือตามปกติ แต่บางกรณีลูกค้าที่มีปัญหาเร่งด่วน ผู้ให้บริการจะต้องสามารถวิเคราะห์ถึงสาเหตุและคิดหาวิธีในการแก้ไขปัญหาอย่างมีสติ อาจจะไม่เลือกทางเลือกที่ดีที่สุดจากหลายทางเลือกในการให้บริการแก่ลูกค้า

- **มีทัศนคติต่องานบริการดี (Attitude)** การบริการเป็นการช่วยเหลือ ผู้ทำงานบริการเป็นผู้ให้ จึงต้องมีความคิดความรู้สึกต่องานบริการในทางที่ชอบและเต็มใจที่จะให้บริการ ถ้าผู้ใดมีความคิดความรู้สึกไม่ชอบงานบริการ แม้จะพอใจในการรับบริการจากผู้อื่น ก็ไม่อาจจะทำงานบริการให้เป็นผลดีได้ ถ้าบุคคลใดมีทัศนคติต่องานบริการดี ก็จะทำให้ความสำคัญต่องานบริการ และปฏิบัติงานอย่างเต็มที่ เป็นผลให้งานบริการมีคุณค่าและนำไปสู่ความเป็นเลิศ

- **มีความรับผิดชอบต่อลูกค้าหรือผู้รับบริการ (Responsibility)** ในงานด้านการตลาด การขาย และงานบริการ การปลูกฝังทัศนคติให้เห็นความสำคัญของลูกค้าหรือผู้รับบริการด้วย การยกย่องว่า “ลูกค้าคือบุคคลที่สำคัญที่สุด” และ “ลูกค้าเป็นฝ่ายถูกเสมอ” ทั้งนี้ก็เพื่อให้ผู้ให้บริการมีความรับผิดชอบต่อลูกค้าอย่างดีที่สุด

#### 4.2 เทคนิคการให้บริการที่ดี โดยพนักงาน...นักบริการอย่างแท้จริง

1) **เทคนิคการให้บริการที่ดี** จากความสำคัญของการให้บริการโดยอาศัยคนเป็นหลักแบบพบหน้าตามที่ได้กล่าวมาแล้ว ผู้ให้บริการจึงควรทราบถึงเทคนิคของการให้บริการที่ดี ดังนี้

- **การต้อนรับ** ผู้ให้การต้อนรับต้องยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาที่ทักทาย แสดงออกถึงความเอาใจใส่ต่อผู้มารับบริการ
- **การค้นหาความต้องการ** ผู้ให้บริการต้องรู้จักสอบถามความต้องการของผู้มารับบริการและเข้าใจความต้องการที่แท้จริงของผู้มารับบริการ
- **การเสนอความช่วยเหลือ** ผู้ให้บริการต้องตอบสนองความต้องการของผู้มารับบริการด้วยการให้ข้อมูลต่างๆ ที่ถูกต้องชัดเจนหรือความช่วยเหลืออื่นๆ ที่สามารถดำเนินการได้โดยมุ่งให้ผู้รับบริการมีความพึงพอใจมากที่สุด
- **การประเมินผล** ผู้ให้บริการต้องทำการประเมินผลการให้บริการและสรุปผลการให้บริการ ทั้งนี้เพื่อจะได้นำผลจากการประเมินไปปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาการบริการให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

2) **วิธีสร้างนักบริการมืออาชีพ** องค์กรต้องสรรหาบุคลากรที่มีคุณสมบัติ บุคลิกภาพที่เหมาะสมจากนั้นจึงพัฒนาเทคนิคการบริการให้กับบุคลากร ซึ่งในแต่ละเรื่อง มีรายละเอียดดังนี้

- **คุณสมบัติของผู้ให้บริการ** สิ่งที่ผู้ให้บริการควรมีเป็นอันดับแรกคือความเป็นคนที่รักในงานบริการ เพราะคนที่รักในงานบริการจะมีความเข้าใจและให้ความสำคัญต่อผู้รับบริการ มีความกระตือรือร้นที่จะช่วยเหลือผู้รับบริการ ยิ้มแย้มแจ่มใสและเอาใจใส่ นอกจากนี้ พนักงานที่ให้บริการควรเป็นผู้รู้จักแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดีด้วย

• **บุคลิกภาพ** ทั้งลักษณะการแต่งกายที่แลดูสะอาดเรียบร้อยรวมไปถึง อากัปกริยาที่แสดงออก เช่น การยิ้ม การหัวเราะ การแสดงท่าทางประกอบ การพูด สิ่งเหล่านี้ควร เป็นไปโดยธรรมชาติ

• **เทคนิคการให้บริการ** โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสนทนาเพราะการสนทนาเป็นสื่อกลาง ระหว่างผู้รับบริการกับผู้ให้บริการ การสนทนาให้ผู้รับบริการเกิดความประทับใจ มีวิธีการง่ายๆ ดังนี้

1. สร้างความเป็นกันเอง เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความอุ่นใจ แสดงความเป็นมิตรโดยอาจแสดงออกทางสีหน้า แววตา กิริยาท่าทางหรือน้ำเสียงที่สุภาพ มีหางเสียง อาทิเช่น ขอประทานโทษ ครับ (ค่ะ) มีอะไรให้ผม (ดิฉัน) ช่วยประสานงานได้บ้างครับ (ค่ะ) กรุณารอสักครู่ นะครับ (ค่ะ) เป็นต้น การพูดจาต้องชัดเจน ง่ายต่อการเข้าใจ และไม่เร็วหรือรัวจนผู้รับบริการไม่รู้เรื่อง

2. เน้นการฟังเป็นหลัก คือ ผู้ให้บริการควรตั้งใจฟังด้วยความอดทนขณะที่ผู้รับบริการพูดไม่ควรแสดงอาการที่ไม่พอใจออกมา ควรสบตากับผู้รับบริการเป็นระยะๆ พร้อมแสดง กิริยาตอบรับ เช่น การพยักหน้ารับทราบหรือยิ้มให้

3. ทวนคำพูด เพื่อแสดงให้ผู้รับบริการทราบว่าผู้ให้บริการกำลังตั้งใจฟัง ในเรื่องที่ผู้รับบริการพูดอยู่

เทคนิคและวิธีการดังกล่าวข้างต้นเป็นเทคนิคที่ใช้ในการให้บริการสำหรับลูกค้าหรือผู้มารับบริการโดยทั่วไป แต่ในความเป็นจริงของการบริการนั้น ผู้ให้บริการจะพบลูกค้าหรือผู้มารับบริการในหลายรูปแบบ เช่นลูกค้าที่เจ้าปัญหา จู้จี้ ขี้บ่น บางคนแสดงท่าทางอำนาจ บางคนมาพร้อมกับอารมณ์เสีย ซึ่งผู้ให้บริการจะปฏิเสธการให้บริการแก่ผู้มารับบริการดังกล่าวไม่ได้ เพราะการปฏิเสธการให้บริการกับผู้มารับบริการเหล่านี้ ย่อมหมายถึงความเสียหายและภาพลักษณ์ที่ไม่ดีจะเกิดขึ้นแก่ผู้ให้บริการและหน่วยงานหรือองค์กรได้ ผู้ให้บริการหลายท่านคงกังวลไม่รู้จะใช้วิธีให้บริการแบบใดกับลูกค้าเหล่านี้ ด้วยการใช้ศาสตร์ทางจิตวิทยาที่เกี่ยวกับการให้คำปรึกษาเชิงจิตวิทยา (Counseling Psychology) ซึ่งว่าด้วยกระบวนการให้การช่วยเหลือแก่ผู้ที่ประสบปัญหาต่างๆ ให้พ้นจากปัญหาได้ โดยใช้เทคนิคของการสร้างสัมพันธภาพที่ดี การรับฟัง และการเอื้ออำนวยให้ผู้มีปัญหาสามารถเข้าใจในสภาพปัญหาของตนเอง ตลอดจนสามารถหาหนทางเพื่อแก้ปัญหาได้ด้วยตนเอง เทคนิคต่างๆ ประสบการณ์ที่ผ่านมารวมทั้งใช้ความเข้าใจในการมาขอรับบริการโดยสะดวก รวดเร็ว เป็นกันเอง สุภาพ อ่อนน้อมและการให้บริการอย่างเต็มที่ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการมาขอใช้บริการ

### 4.3 การสร้างความประทับใจในงานบริการ

ความคาดหวังโดยทั่วไปของผู้รับบริการได้แก่ การต้อนรับที่อบอุ่น ให้ความสนใจและความเอาใจใส่ พุดจาสุภาพไพเราะ ซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าคุณมีความสำคัญ เป็นผลให้เกิดความพอใจ แต่การที่จะทำให้เกิดความประทับใจได้นั้น ต้องทำให้ถึงขั้นที่ผู้รับบริการเกิดปีติยินดี นั่นคือ ต้องให้บริการที่บรรลุความคาดหวังและเหนือความคาดหวังขึ้นไปอีก การปฏิบัติตนของผู้ให้บริการด้วยไมตรีต่อผู้รับบริการ และความประทับใจจากการต้อนรับของเรา ย่อมจะเป็นผลให้เขามาใช้บริการของเราอีก แล้วตัวเราและองค์กรของเราก็ย่อมจะประสบความสำเร็จก้าวหน้า เราสามารถเติมไมตรีเข้าไปในทุกงานที่ทำเริ่มตั้งแต่การรักการมีไมตรีต่อผู้รับบริการ กล่าวง่าย ๆ ก็คือว่า “ต้องเอาใจเขามาใส่ใจเรา” และให้บริการตรงตามความต้องการ

ทุกวันเมื่อเรามาถึงที่ทำงาน เราควรทิ้งปัญหาและเรื่องราวส่วนตัวไว้ภายนอก แล้วมุ่งทำงานที่เรารับผิดชอบให้ดีที่สุด พร้อมทั้งจะช่วยเหลือสิ่งเล็กๆ น้อยๆ นอกเหนือจากงานของเรา เพื่อแสดงว่าเราเอาใจใส่ผู้รับบริการของเราอย่างตั้งใจ เราสามารถแสดงไมตรีต่อเพื่อนร่วมงานของเราได้เช่นกัน ความมีอัธยาศัยไมตรีเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้ง่าย บรรยากาศแห่งความเป็นมิตร อาจเกิดขึ้นได้เพียงรอยยิ้มที่เริ่มจากตัวเราก่อน ความมีอัธยาศัยไมตรี เป็นสิ่งสำคัญยิ่งในการให้บริการ เพราะความมีอัธยาศัยไมตรีจะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกอบอุ่นและประทับใจ ผู้รับบริการทุกคนที่มาใช้บริการของเราเขาต้องการให้เราแสดงออกดังต่อไปนี้

1. บริการที่มีไมตรีจิต หมายถึง การให้บริการที่ตีบวกกับอะไรอีกเล็กๆ น้อยๆ องค์กรประกอบอื่น ๆ ก็มีความสำคัญเช่นกัน แต่บริการที่มีอัธยาศัยไมตรีจิตจะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกอบอุ่นและประทับใจที่ได้รับการต้อนรับอย่างมีอัธยาศัย

2. ยิ้ม เป็นสิ่งจำเป็นอันดับแรกในการทักทายบุคคล เพราะจะทำให้เขารู้สึกอบอุ่นใจ และในคำพูดที่เราทักทาย เราสามารถใช้น้ำเสียงและท่วงทำนองที่เป็นธรรมชาติให้ผู้รับบริการรู้สึกพอใจที่มาใช้บริการของเรา

3. คำพูดที่วิเศษ คือ คำพูดเหล่านี้ “ขอบคุณค่ะ” “ดิฉันเสียใจ” “ขอโทษค่ะ” “มีอะไรให้ดิฉันช่วยไหมคะ” ชื่อของผู้รับบริการเป็นคำวิเศษเช่นกันเมื่อคุณใช้

4. ให้ความช่วยเหลือและแสดงไมตรีจิตที่จะทำให้เขาอบอุ่นใจหมายความว่า เราจะต้องเรียนรู้ปฏิกิริยาของผู้อื่น ตัวอย่างเช่น ถ้าเรารู้ว่าผู้รับบริการเป็นคนแปลกหน้า เราจะต้องเอาใจใส่เขาเป็นพิเศษต่อความต้องการช่วยเหลือในเรื่องงานที่มาติดต่อ สถานที่และคำแนะนำอื่น ๆ เป็นต้น

5. ถ้าหากเราใส่ “ยิ้ม” ลงไปในน้ำเสียง หมายความว่า การพูดด้วยน้ำเสียงที่มีไม่ตรีจิตและพร้อมที่จะให้ความช่วยเหลือ อย่างไรก็ตามเราควรหลีกเลี่ยงที่จะให้สัญญาถ้าเราไม่แน่ใจว่าเราจะทำได้

6. พนักงานทุกคนสามารถแสดงควมมีอัธยาศัย ในการทำงานของตนเองให้ดีที่สุดได้ ไม่ว่าพนักงานผู้นั้นจะต้องติดต่อกับผู้รับบริการโดยตรงหรือไม่

7. เราควรที่จะช่วยเหลือผู้รับบริการ แม้ว่าเราเองสามารถช่วยได้เพียงเล็กน้อยในปัญหานั้น แต่เราอาจขอให้คนอื่นช่วยได้ อย่างไรก็ตามอย่าพยายามปิดความผิดให้พันตัวเอง ควรจะยอมรับอย่างอ่อนน้อมและดำเนินการบางอย่างเพื่อแก้ไขความผิดพลาดนั้น

8. เราควรจะต้องมีอัธยาศัยไมตรีต่อเพื่อนร่วมงานของเราด้วย ทุกคนจะทำงานร่วมกันได้ดีกว่า ถ้าทุกคนมีไม่ตรีจิตต่อกัน ผู้รับบริการจะสังเกตเห็นได้ชัดว่าบรรยากาศในการทำงานโดยส่วนรวมมีอัธยาศัยไมตรีต่อกันไม่ใช่เฉพาะที่เห็นได้จากคนใดคนหนึ่ง

9. ผู้รับบริการมีเหตุผลหลายอย่างที่มาทำการติดต่อกับองค์กรของเราแต่สิ่งหนึ่งที่ผู้รับบริการ คาดหวังเสมอว่าจะได้รับการต้อนรับอย่างอบอุ่น และมีไม่ตรีจิตจากพนักงาน ถ้าเราให้การต้อนรับเช่นนั้น ผู้รับบริการก็จะมีความรู้สึกที่ดีต่อองค์กรของเราโดยส่วนรวมและเกิดความไว้วางใจ ตามมาด้วยความพอใจในที่สุด

#### 4.4 การปฏิบัติตนในการให้บริการ

**ทางกาย** ต้องดูแลสุขภาพร่างกายให้แข็งแรงสดชื่นด้วยอาการกระปรี้กระเปร่า ไม่ง่วงเหงา หาวนอน เซื่องซึม มีลักษณะทะมัดทะแมง กระฉับกระเฉง กระชุ่มกระชวย หน้าตาสดใส หัวใจให้เรียบร้อย ไม่ปล่อยผมรุงรัง หรือหัวยุ่งเป็นกระเซิง การแต่งกายเรียบร้อย ยิ้ม ไหว้ หรือ ทักทาย เหมาะสม กิริยาสุภาพ เป็นคุณสมบัติขั้นพื้นฐาน นอกจากนั้นต้องวางตัวเป็นมิตร เปิดเผยจริงใจ สนองความต้องการของผู้รับบริการอย่างกระตือรือร้น แสดงความเต็มใจที่จะให้บริการ

**ทางวาจา** ต้องใช้ถ้อยคำชวนฟัง น้ำเสียงไพเราะชัดเจน พูดมีหางเสียง มีคำขานรับ เหมาะสม กล่าวต้อนรับและสอบถามว่าจะให้ช่วยบริการอย่างไร พูดแต่น้อยฟังให้มาก ไม่พูดแทรก ไม่กล่าวคำตำหนิ อาจพูดทวนย้ำสิ่งที่มีผู้มาติดต่อต้องการให้เขาฟังเพื่อความเข้าใจตรงกัน พูดให้เกิดประโยชน์ต่อผู้รับบริการ ไม่พูดมากจนเกินจริง พูดเพื่อความสบายใจของผู้รับบริการ และใช้ถ้อยคำเหมาะสม

**ทางใจ** ต้องทำจิตใจให้เบิกบานแจ่มใส ยินดีที่จะต้อนรับ ไม่รู้สึกขุ่นเคืองที่จะต้องรับหน้าหรือพบปะกับคนแปลกหน้าที่ไม่คุ้นเคยกันมาก่อน แต่มาเรียกร้อง ต้องการนั้น ต้องการนี้ ไม่ปล่อยให้จิตใจหม่นหมอง ใจลอยขาดสมาธิในการทำงาน เศร้าซึม เบื่อหน่ายหรือเซ็ง

## 4.5 ข้อควรระวังในการให้บริการ

### 1. ไม่สนใจความต้องการของผู้รับบริการ

การให้บริการในทุกกรณีจะต้องแสดงว่าผู้รับบริการมีความสำคัญ จึงต้องระวังไม่แสดงกิริยาที่เพิกเฉย ไม่สนใจผู้รับบริการอย่างจริงจัง

### 2. ให้บริการขาดตกบกพร่อง

เป็นสิ่งที่ต้องย้ำเตือนอยู่เสมอว่า การให้บริการจะขาดตกบกพร่องไม่ได้เลย เพราะเมื่อเกิดขึ้นแล้วจะทำลายงานบริการในส่วนอื่นๆ ที่ดีอยู่แล้วให้เกิดผลเสียหายตามไปด้วย

### 3. ดำเนินการล่าช้า

เป็นลักษณะที่ไม่ดีอย่างยิ่ง เพราะความล่าช้าไม่ตรงเวลา ทำให้ความเสียหายให้ผู้รับบริการได้

### 4. ใช้กิริยา วาจา ไม่เหมาะสม

การให้บริการสามารถจะรู้สึกได้จากกิริยาท่าทาง การใช้คำพูดและน้ำเสียง ผู้ให้บริการอาจไม่มีความตั้งใจจะแสดงกิริยาต่อผู้รับบริการในทางที่ไม่ดี แต่อยู่ในอารมณ์ที่ขุ่นมัว และไม่ควบคุมอารมณ์ของตน จึงแสดงออกด้วยท่าทีและคำพูดที่ทำให้เสียความรู้สึกต่อผู้รับบริการ

### 5. ทำให้ผู้รับบริการผิดหวัง

บริการที่ทำให้ผู้รับบริการผิดหวัง มีได้ในหลายกรณีนับแต่การต้อนรับที่เย็นชาหรือการพูดโทรศัพท์ที่ไม่เหมาะสม การให้บริการอย่างไม่เต็มใจไม่ใส่ใจในการให้บริการ การบริการผิดพลาดทำความเสียหายให้แก่ผู้รับบริการ

## 4.6 การเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ ด้วยหลักการ 10 S

1. S - Smooth (สMOOTH) หมายถึง อารมณ์ของผู้ให้บริการ ผู้ให้บริการที่ดีควรมีอารมณ์มั่นคงสม่ำเสมอ แม้ขณะที่ผู้รับบริการจะแสดงอารมณ์เสียใส่ ผู้ให้บริการก็ควรพยายามข่มใจไม่แสดงอารมณ์ที่ไม่ดีตอบโต้กลับไป
2. S - Smile (สMAY) หมายถึง การบริการด้วยรอยยิ้ม ผู้บริการที่มีหน้าบึ้งหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใส ไม่บูดบึ้ง เมื่อมีผู้มาติดต่อขอรับบริการ จะสร้างความประทับใจให้แก่ผู้รับบริการ
3. S - Speak (สPICK) หมายถึง การพูดจาดี น้ำเสียงการพูดจาไพเราะ มีสัมมาคารวะ เนื่องจาก การบริการจะต้องเจอกับบุคคลที่มีความต้องการที่หลากหลาย บางครั้งผู้รับบริการเป็นบุคคลเจ้าอารมณ์ พูดจาไม่สุภาพหรือขาดสัมมาคารวะ พูดจาไม่น่าฟัง แต่ผู้ให้บริการจำเป็นจะต้องใจเย็นและพูดจาให้ไพเราะน่าฟัง

4. **S - Small** (สมอล) หมายถึง ผู้บริการต้องปฏิบัติตนด้วยความอ่อนน้อมถ่อมตน ไม่อวดอ้างว่าตัวเองเป็นใหญ่หรือเป็นผู้มียศมีตำแหน่งงานที่ดีกว่า มีความรู้มากกว่า ผู้มารับบริการ แต่ควรยินดีและเต็มใจให้บริการ
5. **S - Smart** (สมาท) หมายถึง ผู้ให้บริการที่มีบุคลิกภาพที่ดีสง่างาม จะสร้างความประทับใจ ให้กับผู้รับบริการตั้งแต่แรกเห็น
6. **S - Special** (สเปเชียล) หมายถึง ผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับผู้รับบริการ โดยมองว่า ผู้รับบริการเป็นบุคคลพิเศษ จะต้องปฏิบัติให้ผู้รับบริการรู้สึกเสมือนว่าผู้รับบริการ เป็นบุคคลพิเศษ
7. **S - Spirit** (สปิริต) หมายถึง ผู้บริการต้องยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้รับบริการ ยอมเป็นผู้รับฟังที่ดี
8. **S - Speed** (สปีด) หมายถึง การให้บริการด้วยความรวดเร็ว เนื่องจากการให้บริการ ที่เป็นไปด้วยความรวดเร็ว สามารถประหยัดเวลาในการให้บริการและผู้ให้บริการสามารถ ให้บริการแก่บุคคลอื่นได้จำนวนมากขึ้น และที่สำคัญผู้บริการไม่ต้องเสียเวลาในการคอยรับ บริการ
9. **S - Super** (ซูเปอร์) หมายถึง การให้บริการที่มากกว่า มากกว่าในที่นี้หมายถึง การให้บริการที่มากกว่าสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวังหรือคาดคิด
10. **S - Save** (เซฟ) หมายถึง การประหยัด ประหยัดในที่นี้หมายถึงการประหยัดเวลา ในการดำเนินการให้บริการ และการประหยัดวัสดุของหน่วยงาน เนื่องจากในการ ให้บริการบางครั้งจำเป็นต้องใช้วัสดุภายในหน่วยงาน เช่น ใช้เอกสาร การถ่ายเอกสาร หากผู้ให้บริการ ให้บริการด้วยความแม่นยำ ถูกต้องตามขั้นตอนในครั้งเดียวจะช่วย ประหยัดค่าวัสดุภายในสำนักงานและประหยัดเวลา

ดังนั้นเพื่อคุณภาพและคุณค่าในงานบริการทุกฝ่ายจะต้องให้ความร่วมมือกันเพื่อทำให้ บรรลุวัตถุประสงค์ ได้รับผลประโยชน์ทั้งสองฝ่าย ผู้ใช้บริการพอใจองค์กรก็อยู่รอด ( Win – win Strategy)



## 4.7 มนุษย์สัมพันธ์-หลักการบริการด้วยหัวใจ

มนุษย์สัมพันธ์ คือ ศาสตร์และศิลป์ในการเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลเพื่อให้ได้มาซึ่งความรักใคร่ นับถือ ความจงรักภักดี และความร่วมมือ

วิธีสร้างมนุษย์สัมพันธ์ มี 3 ขั้นตอน

1. เข้าใจธรรมชาติของคน คนเรามักมีความรู้สึก ดังนี้
  - รู้สึกว่าตนเองมีความสำคัญ
  - สนใจตนเองมากกว่าคนอื่น
  - ต้องการความเจริญก้าวหน้า ความพิเศษ
  - พูดมากกว่าฟัง บางครั้งถึงกับแย้งกันพูด ไม่มีคนฟัง
  - ให้คำปรึกษามากกว่าที่จะขอคำแนะนำ เช่น เธอต้องยงนั้น เธอต้องยงนี้
  - ไม่ชอบการถูกควบคุม จุกจิก จู้จี้
  - ไม่ชอบการเปลี่ยนแปลง
  - อยากรู้ อยากเห็น
2. รู้จักเทคนิค และวิธีการสัมพันธ์กับคน
3. สร้างลักษณะของผู้มีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี

## 4.8 แนวทางการสร้างมนุษย์สัมพันธ์ที่ดีในการให้บริการ

1. ปรับปรุงและพัฒนาตนเอง ได้แก่
  - สายตา เวลาพูดกับใครต้องสบตา
  - ความรู้สึก ไม่ใช่เหม่อลอย
  - อารมณ์ ควรมีอารมณ์ร่วมขณะสนทนา
  - ต้องมีศีลธรรม และคุณธรรม
  - ต้องมีมารยาท
2. ปรับปรุงและพัฒนาเทคนิคในการสนทนา
  - ด้วยการสร้างความอบอุ่น และมั่นใจให้คู่สนทนา
  - ใช้ภาษา และท่าทางที่เหมาะสม
  - ใช้น้ำเสียงที่น่าฟัง ทำให้ผู้ฟังรู้สึกดี เช่น น้ำเสียงในการรับสายโทรศัพท์
  - ใช้คำถามที่แสดงถึงความเอาใจใส่ และความเป็นเพื่อน เมื่อปรับปรุงการพูดแล้วก็ต้องปรับปรุงการฟังด้วย

### 3. ปรับปรุงและพัฒนาการฟัง

- ฟังด้วยความสนใจ
- ฟังให้ได้สาระ และถามย้อนกลับได้
- ใช้คำพูดตอบรับที่สอดคล้องกับความเห็นของผู้พูดเช่น ผู้พูด พูดเรื่องการไปเที่ยวที่วังน้ำเขียว แต่ผู้ฟังโต้ตอบเรื่องเขาเขียว แสดงให้เห็นว่า มิได้มีการฟังอย่างตั้งใจ และตอบโต้กับคู่สนทนาไปกันคนละเรื่อง เป็นต้น อาจจะได้ยินว่า อะไรเขียว เขียว ก็ร่วมวงคุยกับเขาไปด้วย โดยไม่ได้ฟังตั้งแต่ต้น ลักษณะแบบนี้ต้องปรับปรุง

### 4. ผูกมิตร

- มองคนในแง่ดี โดยไม่มีอคติและตัดสินบุคคลแค่ภายนอก
- พร้อมที่จะช่วยเหลือ ไม่ใช่รอดูว่าลูกค้าจะทำได้ไหม แล้วหัวเราะเยาะ ว่าทำไมไม่อ่านป้ายหรือทำไมไม่ถาม เป็นต้น แบบนี้ต้องปรับปรุงเร่งด่วน ควรจะเข้าไปแสดงความช่วยเหลือโดยไม่ต้องรอให้ลูกค้าร้องขอ ถ้าผู้ให้บริการทำได้ รับรองว่าได้ใจลูกค้าเต็มร้อยแน่นอน
- มีน้ำใจและให้อภัย หากลูกค้าทำพลาดไป
- ไม่นินทาลูกค้า
- ไม่พูดลับหลัง (ในทางที่ไม่ดี) แต่จงพูดลับหลัง (ในทางที่ดี)

### 5. การปรากฏกายที่ดี

- การยิ้มแย้มแจ่มใส ร่าเริง แต่ไม่เร็งรำเกินเหตุ
- มีความกระตือรือร้น มีชีวิตชีวา ไม่ใช่ทำงานไปนั่งทาวไป (บ่อยๆ จะน่าเกลียด) แสดงว่าไม่รู้จักควบคุมตนเอง
- มีความน่าเชื่อถือ
- มีกิริยาท่าทางที่เหมาะสม
- มีมารยาท รู้จักวางตัวในสังคม
- สාරวมกาย วาจา ใจ

### 6. การแต่งกายดี

- ถูกกาลเทศะ โอกาส สถานที่ และเวลา
- สมวัย และสรีระ อย่าตามแฟชั่นมากนัก
- พิถีพิถัน ไม่ใช่วันนี้ซื้อเกียรติดฟ้า ก็ใส่ทั้งยับๆ
- ดูดีตลอดเวลา ตั้งแต่หัวจรดเท้า

## บทที่ 5

### สรุปหลักการและแนวปฏิบัติ

#### 5.1 หลักการบริการด้วยหัวใจ และข้อคิดต่างๆ มีดังนี้

##### 1) หลัก 4 S

S1 – Smile (สยามย) ยิ้มแย้มแจ่มใส

S2 – Soft (ซอฟ) อ่อนโยน อ่อนน้อมถ่อมตน

S3 – Sincere (ซินเซียร์) จริงใจ ไม่เสแสร้งแก้งทำ

S4 – Superb (ซูเพิร์บ) ดีเลิศ การให้บริการที่ประทับใจเหนือความคาดหวัง

##### 2) หลัก 5 ส เพื่อความพร้อมในการให้บริการ

ส 1 - ต้องสวย (ร่างกายและจิตใจ)

ส 2 - สงบ (นิ่ง)

ส 3 - ใส่ใจ

ส 4 - สอดแทรก (ถูกกาลเทศะ ถูกที่ และถูกเวลา)

ส 5 - สื่อสาร

##### 3) ลักษณะที่ดีของผู้ให้บริการ

1. แต่งกายสะอาดเรียบร้อย

2. มีอัธยาศัยดี

3. มีมนุษยสัมพันธ์

4. รู้จักกาลเทศะ

5. เต็มใจให้บริการ

6. มีบุคลิกภาพดี

7. เป็นนักฟังที่ดี

8. ไม่ดูถูกผู้อื่น

9. พุดจาชัดเจน มีหางเสียงไพเราะ

10. พัฒนา ปรับปรุงตนเองอยู่เสมอ

#### 4) สิ่งที่ผู้ให้บริการควรปฏิบัติ ไม่ควรปฏิบัติ

ไม่ควรทำ	ควรทำ
ยึกยัก	รอบรู้
ชักสีหน้า	สู้งาน
ท่ามาก	ปฏิภาณดี
ปากเสีย	มีไมตรีจิต

#### 5) บุคลิกภาพพื้นฐานของผู้ให้บริการ

1. ยืนให้ถูกต้อง เหมาะสมและสุภาพ
2. นั่งให้ถูกบุคลิกลักษณะและสุภาพ
3. การก้มศีรษะ แสดงความนอบน้อม
4. การคำนับ (ชาย) เพื่อให้เกียรติและแสดงความเคารพ
5. การจับมือ เป็นมารยาทของสุภาพชน
6. มารยาทในการเข้าออกห้องผู้อื่น
7. มารยาทในการส่งมอบเอกสาร หรือสิ่งของ
8. มารยาทในการใช้ลิฟต์

#### 6) ข้อห้ามในงานบริการ

1. อย่างหนึ่งเฉยไม่มีปฏิกริยาตอบโต้
2. อย่าพูดสวนในขณะที่ผู้อื่นกำลังพูดอยู่
3. อย่าโทษผู้ใช้บริการว่าผิดและตัวเองถูกเสมอ
4. อย่าต่อปากต่อคำ ยีเยิ่นกวนประสาท
5. อย่าทำทนายลูกค้าให้ไปฟ้องร้องทั้งเรื่องการปฏิบัติงานและมารยาทในการให้บริการ

#### 7) การพัฒนาตนเองสู่ความเป็นเลิศ

1. ศึกษาเรียนรู้อยู่เสมอเพื่อเพิ่มทักษะในด้านต่าง ๆ
2. ประเมินตนเองตลอดเวลา ว่าวันนี้เราดีกว่าเมื่อวาน พรุ่งนี้เราจะดีกว่าวันนี้ เป็นต้น
3. วิเคราะห์ตนเอง อะไรบ้างที่เป็นจุดแข็ง พิจารณาตนเอง เพิ่มจุดแข็ง วิเคราะห์ตนเอง อะไรที่เป็นจุดอ่อน พิจารณาตนเอง ลดจุดอ่อน สิ่งที่ต้องมี และปรับปรุงอยู่เสมอ

8) ปฏิบัติงานด้านบริการต้องขายการบริการแบบ PACKAGES ดังนี้

- P – Personality (เพอซันลิตี) บุคลิกภาพ
- A – Assistance (แอสซิแตนซ์) ความช่วยเหลือ
- C – Cordial (คอร์ดีแย่น) ความจริงใจ
- K – Knowledge (นอเลท) ความรู้
- A – Attitude (แอตติจูด) ทศนคติ
- G – Goodness (กูดเนส) ความดี
- E – Efficiency (เอฟิซิเ็นซี) ความมีประสิทธิภาพ
- S – Spirit (สปิริท) จิตใจ

9) คติพจน์สำหรับงานบริการที่ควรยึดถือปฏิบัติ มีดังนี้

- คติประจำใจผู้ให้บริการ “หน้าใส ใจสว่าง”
- คนมีจิตบริการ ชอบทำงานเพื่อคนอื่นอย่างมีความสุข
- คนมีจิตบริการ จะทำงานด้วยใจกว้าง ชอบสร้างประโยชน์มากกว่ารอรับผลประโยชน์
- คนมีจิตบริการ จะมีความอ่อนน้อมถ่อมตน ยอมอยู่ต่ำแต่จิตใจสูง
- คนมีจิตบริการ จะทำงานแบบสบาย เหนื่อยก็เป็นสุขใจ

10) ปรัชญาแห่งการบริการ

1. ผู้รับบริการ คือ พระเจ้า
  2. ผู้รับบริการ ไม่มีวันผิด ผู้รับบริการหรือลูกค้าถูกเสมอ
  3. เสียงของผู้รับบริการ คือ เสียงสวรรค์
- หากพบว่าผู้รับบริการผิด ให้ดูข้อ 1 หรือผิดอีกดูข้อ 2 หากโวยวายอีกให้ดูข้อ 3

## 5.2 สรุปเทคนิคการให้บริการด้วยใจ

โดยสรุปจะเห็นได้ว่า การให้ความสำคัญกับการให้บริการนั้นมีความสำคัญอย่างยิ่ง ซึ่งส่วนหนึ่งจะต้องได้รับความร่วมมือจากผู้รับบริการ และผู้ให้บริการต้องเป็นบุคคลที่มีใจในการให้บริการ (Service Mind) เป็นสำคัญ ซึ่งทุกองค์กรไม่สามารถหลีกเลี่ยงการให้บริการได้ ดังนั้นผู้ให้บริการคือพนักงาน เจ้าหน้าที่ บุคลากร ผู้ให้บริการทุกๆ ด้าน ไม่ว่าจะให้ข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ การต้อนรับบุคคลทั้งภายในและภายนอก รวมถึงผู้ที่มาติดต่อทุกประเภทเป็นต้น จะต้องเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญของการให้บริการเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี และความประทับใจให้กับผู้รับบริการทุกคน และท้ายสุด ผู้ให้บริการเป็นกลไกสำคัญที่สุดที่จะต้องพัฒนาบุคลิกภาพและทัศนคติที่ดีโดยเฉพาะการมีจิตสำนึกในการรักษารูปภาพการให้บริการ เพื่อการพัฒนาองค์กรอย่างสมบูรณ์

การให้บริการโดยอาศัยคนเป็นหลักแบบพบหน้า เผชิญหน้ามีส่วนสำคัญอย่างมากต่อการ ให้บริการเพื่อผูกมัดใจผู้ใช้บริการหรือลูกค้า ผู้ให้บริการของหน่วยงานหรือองค์กร จึงจำเป็นต้องรู้จักประยุกต์ความรู้จากแขนงวิชาต่างๆ มาใช้ในงานบริการ เพื่อสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าหรือผู้รับบริการ อาจจะต้องใช้จิตวิทยาในการทำ ความเข้าใจและรับรู้ถึงความต้องการของผู้รับบริการ และให้การบริการตรงใจมากที่สุด ซึ่งการให้บริการแบบให้คำปรึกษาเชิงจิตวิทยานำมาใช้ในการบริการก็จะเป็นประโยชน์ต่อการให้บริการสำหรับลูกค้าหรือผู้รับบริการที่มีลักษณะหลายรูปแบบได้ดี ไม่ว่าจะเป็นลูกค้าหรือผู้รับบริการที่ปกติ หรือลูกค้าหรือผู้รับบริการที่มีลักษณะจู้จี้จุกจิก ขี้บ่น เจ้าปัญหา แสดงอำนาจ หรือมาพร้อมกับการอารมณ์เสีย นอกจากนี้ยังช่วยให้ผู้รับบริการมีความพึงพอใจ และประทับใจใน การให้บริการเป็นอย่างดีและยินดีกลับมาใช้บริการอีกครั้ง



## เอกสารอ้างอิง

ราชบัณฑิตยสถาน, ๒๕๓๙

จิตตินันท์ เตชะคุปต์, ๒๕๔๐

สมิต สัจฉกร. ศิลปะการให้บริการ. พิมพ์ครั้งที่ ๑ กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์วิญญูชน, ๒๕๔๘

สุพรรณิ อินทร์แก้ว . การตลาดธุรกิจบริการเฉพาะอย่าง . พิมพ์ครั้งที่ ๒ . กรุงเทพมหานคร :  
ธนเพส, ๒๕๔๙

ข้อมูลทาง อินเทอร์เน็ต - (<http://servicearts.wordpress.com/การบริการ>)

