

One Stop Service (1)



ดร.บุญทรัพย์ พานิชการ

ผู้อำนวยการหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ โลจิสติกส์และซัพพลายเชน
มหาวิทยาลัยศรีปทุม

boonsub@spu.ac.th และ boonsub@cscoms.com

ปัจจุบันการดำเนินธุรกิจต้องสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการมุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่นับวันยังมีความคาดหวังที่สูงขึ้นและเปลี่ยนแปลงค่อนข้างรวดเร็ว ธุรกิจหรืออุตสาหกรรม (รวมถึงหน่วยงานราชการด้วย) ที่ผลิตสินค้าหรือให้บริการได้ตรงตามที่ต้องการของลูกค้าต้องการ จะยืนหยัดในตลาดและสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง

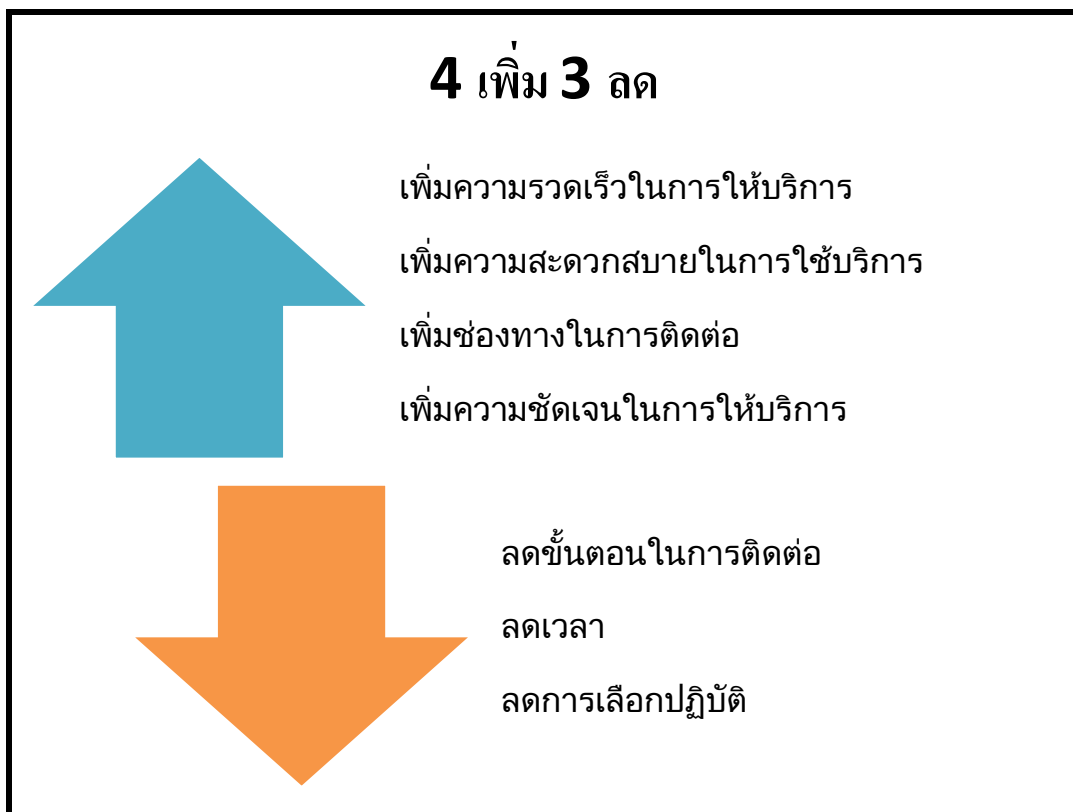
ผมเชื่อว่าทุกท่านได้มีโอกาสใช้บริการธุรกิจด้านบริการ ไม่ว่าจะเป็น การไฟฟ้าฯ การประปาฯ โทรศัพท์ทั้งระบบ พื้นฐานและระบบเคลื่อนที่ การขนส่งโดยสารทั้งสินค้า ผู้โดยสาร (รถบรรทุก รถบัส รถไฟ เครื่องบิน) เป็นต้น เมื่อติดต่อสอบถามเรื่องข้อมูลหรือแจ้งปัญหาการบริการที่เกิดขึ้นเพื่อให้แก้ไข จะพบว่าพนักงานที่ได้ชื่อว่าเป็นหน่วยงานบริการลูกค้า (Call Center) ไม่สามารถให้ความชัดเจนกับเราได้อย่างรวดเร็วต้องรอสอบถามจากแผนกงานที่เกี่ยวข้อง หรือบางครั้งเราต้องรอคำตอบเป็นเวลาก่อนข้างนาน หากเป็นการโทรศัพท์เข้าไปสอบถามเราอาจจะถือโทรศัพท์จนเมื่อยมือ หรืออาจจะฟังเสียงดนตรีหรือเพลงจนเกือบจะจำได้เลย

ธุรกิจโลจิสติกส์เป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการบริการ ไม่ว่าจะเป็นการบริการขนส่ง การบริการคลังสินค้า การบริการศูนย์กระจายสินค้า การบริการข้อมูลสารสนเทศ การบริการด้านบรรจุภัณฑ์ การผลิต เป็นต้น และมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องเนื่องอีกมาก อาทิเช่น การประมาณการ การจัดซื้อ การบริการลูกค้า การบริหารสินค้าคงคลัง เป็นต้น ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าธุรกิจโลจิสติกส์นี้ไม่พ้นหลักการ 4S (Standard, Safety, Speed และ Satisfaction) ที่ผมได้เขียนไว้ในฉบับที่ผ่านมา และผมขอเพิ่มหลักการของ ดร.วิทยา สุหฤทต์ดำรง ผู้อำนวยการสถาบันวิทยาการ ไซ้อุปทาน มหาวิทยาลัยศรีปทุม อีกอย่างหนึ่งในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จและสามารถแข่งขันในตลาดได้นั้นคือ ถูกกว่า เร็วกว่า และดีกว่า (Cheaper, Faster and Better)

การให้บริการแบบเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว (One Stop Service) เป็นอีกรูปแบบการบริการหนึ่งที่ผู้ประกอบการและหน่วยงานราชการนำมาใช้ เพื่อเพิ่มระดับการบริการและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการหรือลูกค้านั่นเอง แต่การนำการให้บริการแบบเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียวมาใช้ ถือว่าเป็นคาบสองคม นั่นคือหากดำเนินการได้ดีบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ลูกค้าคาดหวังไว้ ก็จะเป็นสิ่งที่ทำให้ลูกค้าใช้บริการของเราอย่างต่อเนื่องและสามารถขยายตลาดออกไปได้อีก แต่ในทาง

กลับกันหากไม่สามารถสนองความคาดหวังของลูกค้าได้และยังสร้างความยุ่งยากในการขอรับบริการก็จะทำให้สูญเสียลูกค้าที่มีอยู่ไปเรื่อยๆ ซึ่งส่งผลถึงผลประกอบการขององค์กร

ในการนำรูปแบบการให้บริการแบบเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว (One Stop Service) หลักการ 4 เพิ่ม 3 ลด เป็นข้อควรปฏิบัติที่ผู้ประกอบการ ผู้ให้บริการและหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่นำการบริการแบบเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว (One Stop Service) ควรนำมาใช้



4 เพิ่ม 3 ลด

ข้อควรปฏิบัติ 4 เพิ่ม 3 ลด สำหรับการให้บริการแบบเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว (One Stop Service) เป็นลักษณะการให้บริการที่ควรสร้างเพิ่มเติม (4 เพิ่ม) และลักษณะที่ควรหลีกเลี่ยง (3 ลด) หากผู้ให้บริการสามารถดำเนินการได้ตามข้อควรปฏิบัติ จะเป็นสิ่งที่ทำให้การบริการแบบ One Stop Service สามารถตอบสนองความคาดหวังของลูกค้าได้

1. **เพิ่มความรวดเร็วในการให้บริการ** เมื่อผู้ให้บริการ/ลูกค้าเข้ามาพบเราหรือเมื่อผู้ให้บริการ/ลูกค้าติดต่อขอใช้บริการ สิ่งหนึ่งที่สำคัญประการหนึ่งสำหรับผู้ให้บริการที่ต้องการคือความรวดเร็วในการตอบสนอง ปัจจุบันทุกธุรกิจต้องสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้เหนือผู้ประกอบการรายอื่น การให้บริการที่รวดเร็วกว่า ใช้เวลาในการดำเนินการที่สั้นกว่า จะเป็นตัวช่วยที่สำคัญหนึ่งในหลายๆสิ่งในการทำให้การบริการแบบเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียวบรรลุผลตามเป้าหมายที่ลูกค้าคาดหวังได้

2. **เพิ่มความสะดวกสบายในการใช้บริการ** ลูกค้าทุกรายที่มาใช้บริการต้องการการบริการที่มีความสะดวกสบายในการเข้ามารับบริการ เป็นการบริการที่ไม่สร้างความยุ่งยากให้กับการดำเนินการทั้งส่วนบุคคลและธุรกิจ(หรือองค์กร) ผู้ให้บริการต้องสร้างรูปแบบการให้บริการที่ไม่เป็นการสร้างภาระให้กับผู้ใช้บริการ ดังนั้นต้องศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าและนำมาประยุกต์เข้ากับรูปแบบการให้บริการ
3. **เพิ่มช่องทางในการติดต่อ** ช่องทางในการติดต่อขอรับบริการเป็นอีกประการหนึ่งที่ผู้ให้บริการต้องเพิ่มให้มีเพียงพอกับผู้ใช้บริการ และจัดวางช่องทางให้ลูกค้าต้องทั้งจำนวนและประเภทช่องทาง โดยผู้ให้บริการต้องจัดการด้านช่องทางในการติดต่อที่เหมาะสมกับลูกค้าในแต่ละประเภท ไม่ว่าจะเป็น สำนักงานสาขา เว็บไซต์ อีเมล ไปรษณีย์ โทรศัพท์ การเข้าพบลูกค้า เป็นต้น
4. **เพิ่มความชัดเจนในการให้บริการ** การให้บริการที่ลูกค้าที่มาขอใช้บริการต้องการนั้น ต้องมีความชัดเจนในการบริการ ไม่ใช่รูปแบบการบริการที่สร้างความงุนในการบริการหรือการบริการที่ลูกค้าต้องจินตนาการไปเองว่าจะได้รับการบริการอย่างไรบ้าง สุดท้ายเมื่อลูกค้าไม่ได้รับการบริการที่คิดไว้ก็จะส่งผลทางลบต่อองค์กร ผู้ให้บริการจำเป็นต้องสร้างรูปแบบการให้บริการที่ชัดเจน (อาทิเช่น ลักษณะการให้บริการ เวลาในการให้บริการ ค่าใช้จ่ายในการให้บริการ เป็นต้น) และแจ้งต่อพนักงานที่ปฏิบัติงานและลูกค้าให้รับทราบอย่างทั่วถึง
5. **ลดขั้นตอนในการติดต่อ** การติดต่อที่มีความสลับซับซ้อนและมีขั้นตอนมาก จะทำให้ลูกค้าเกิดความเบื่อหน่ายในการขอรับบริการ เช่น ต้องติดต่อหลายหน่วยงานในบริษัทเดียวกัน หรือมีเอกสารที่ต้องกรอกรายละเอียดที่ซ้ำซ้อนกัน หรือต้องโทรศัพท์ติดต่อเข้าไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของหลายหน่วยงาน เป็นต้น การมีขั้นตอนหรือรูปแบบการติดต่อที่เยอะหลายขั้นตอนถึงจะสามารถเข้ารับการบริการได้ จะทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจและไม่อยากจะมาใช้บริการ การทำให้ขั้นตอนในการติดต่อมีความง่ายและกระชับเป็นสิ่งที่ผู้ให้บริการต้องดำเนินการให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม
6. **ลดเวลา** การใช้เวลามากในการตอบสนองการขอใช้บริการของลูกค้า ไม่ว่าจะเนื่องมาจากการปัญหาด้านบุคลากรด้านทรัพยากร ด้านวิธีการทำงาน ด้านเทคโนโลยี และด้านอื่นๆ เป็นสิ่งที่เพิ่มความเสียเวลาและเพิ่มความหงุดหงิดให้กับลูกค้า หรือกล่าวได้ว่าเป็นการสร้างความไม่ประทับใจในการบริการ ลูกค้าที่เข้ามาขอรับบริการบริการคาดหวังว่าจะได้รับการบริการที่รวดเร็ว และไม่เสียเวลาในการรับบริการสำหรับกิจกรรมที่ไม่ควรเสียเวลาและที่สร้างความรำคาญใจมากที่สุดคือการรอที่ไม่มีกำหนดเวลาแน่นอนที่จะดำเนินการเสร็จสิ้น
7. **ลดการเลือกปฏิบัติ** ผู้ให้บริการต้องให้ความสำคัญกับลูกค้าที่มาใช้บริการอย่างไม่ลำเอียง (Bias) ลูกค้าที่มาใช้บริการเป็นผู้ที่นำรายได้เข้ามาให้องค์กร แม้ว่าจะมากหรือน้อยตามขนาดของลูกค้าที่มาใช้บริการก็ตาม แต่การที่ลูกค้าได้รับการบริการที่ไม่ดีและเกิดภาพลักษณ์ (Image) ที่ไม่ดีกับองค์กร จะส่งผลให้เกิดการสื่อสารไปยังผู้ใช้บริการ(ลูกค้า)รายอื่นๆ ในช่องทางการสื่อสารอย่างรวดเร็ว (โดยเฉพาะช่องทางสื่อสารทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นช่องทางที่สื่อสารได้อย่างรวดเร็วและขยายครอบคลุมวงกว้าง) ผลที่ตามมาคือชื่อเสียงในทางลบขององค์กร

หลักการ 4 เพิ่ม 3 ลด เป็นข้อควรปฏิบัติที่ผู้ให้บริการ ต้องสื่อสารให้พนักงานที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการแบบเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว (One Stop Service) รับทราบและเกิดความเข้าใจที่ถูกต้องร่วมกัน (Common Right Understanding) รวมทั้งต้องได้รับการสนับสนุนจากผู้บริหารขององค์กรในการผลักดันข้อควรปฏิบัติให้เกิดเป็นรูปธรรม แต่การทำให้การให้บริการแบบเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว (One Stop Service) บรรลุผลตามความต้องการของลูกค้าจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาการทำงานอย่างเป็นระบบ ซึ่งผู้อ่านสามารถติดตามได้ในฉบับหน้า