

ภาค 1 บริการภายในประเทศ

คำว่า "บริการ" สมัยก่อนนั้นมีความหมายว่า การทำอะไรให้ฟรีโดยไม่คิดเงิน และมักเป็นบริการที่ให้ติดมากับสินค้าที่มีการซื้อขายกัน ต่อมาก็ความหมายของ "บริการ" ก็มีความรู้จักมากขึ้น เมื่อเริ่มพัฒนาธุรกิจโรงแรมและภัตตาคารร้านอาหาร การแข่งขันในกลุ่มเริ่มต้นมาจากการทำให้นักท่องเที่ยวหรือลูกค้าติดใจ และรู้จักเปรียบเทียบ การให้รางวัล (Tip) เป็นการแสดงออกของนักท่องเที่ยวหรือลูกค้าพอใจหรือประทับใจในบริการที่ได้รับ เวลาที่พักอยู่ในโรงแรมหรือในภัตตาคาร ร้านอาหาร จึงแจกเงินเพิ่มให้ค่างหากจากเงินค่าที่พักหรืออาหาร

บริการดังกล่าวมาจากผู้ที่ทำหน้าที่ต้อนรับ ได้แก่ พนักงานโรงแรม พนักงานเสิร์ฟ รู้จักปรับปรุงวิธีปฏิบัติต่อแขกผู้เข้าพักในโรงแรมและแขกที่เข้ามาต้อนรับทานอาหาร การฝึกอบรมมีหลัก คือต้องการให้แขกหรือลูกค้าของเรากลับมาใช้บริการของเรารื้าแล้วซ้ำอีก ลูกค้าทุกคนจะต้องได้รับบริการที่ดี สุภาพเรียบร้อย และมีประสีห์ทิพยาพ ความประทับใจของลูกค้าอยู่ที่มีผู้เห็นว่าตัวเขามีความสำคัญ คำขวัญที่ใช้ได้สำหรับพนักงานทุกคน คือ "เราคือใจที่เป็นท่านนี้" ถ้าพนักงานทุกคนได้รับการฝึกอบรมตามคำขวัญดังกล่าวอย่างจริงใจ หน้าตาจะยิ่มแย้มแจ่มใส ต้อนรับอย่างสุดชีวิต คือมีน้ำใจน้ำใจอย่างกระตือรือร้น ดังนั้น ผู้บริหารของงานด้านบริการทุกคนก็จะเห็นกำไรมานั่นๆ จากผลักดัน คือบริการที่จับต้องเหมือนสินค้าไม่ได้นี้เป็นตัวอย่างเช่นเดียวกัน ในการท่องเที่ยว แต่ก็อาจจะมีบริการที่ให้ในโรงพยาบาล บริการขนส่ง เป็นต้น ซึ่งคงจะต้องมีการต้อนรับอย่างเย้มแข็งด้วยกันทั้งสิ้น

ในภาคที่หนึ่งนี้ บทแรกจะกล่าวถึง คำจำกัดความของ "บริการ" โดยให้รู้ถึงลักษณะเฉพาะของบริการ และแยกประเภทว่าอาชีพใดบ้างที่จะเรียกว่าเป็นบริการ ส่วนบทที่สอง จะมุ่งในเรื่องการตลาดของบริการทั่วๆ ไป เปรียบเทียบว่าเมื่อบริการไม่มีตัวตน การหาตลาดยากกว่าการหาตลาดของสินค้า บทที่สาม จะเป็นเรื่องของผลักดันใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นในโลกปัจจุบันทำให้เกิดบริการที่ไม่เคยได้คิดมาก่อน เช่น บริการกีฬา บริการที่ปรึกษากฎหมาย เป็นต้น

บทที่ 1

อุตสาหกรรมการบริการ

การบริการ หมายถึง งานทุกประเภทที่ดำเนินขึ้นแล้วไม่สามารถสัมผัสได้ด้วยประสาท ทั้ง 5 คือ ตา หู จมูก ลิ้น สัมผัส แต่สามารถสัมผัสได้ด้วย "ใจ" ซึ่งผลของการในลักษณะของ ความพึงพอใจ ความประทับใจ

อุตสาหกรรมบริการ หมายถึง องค์กรที่ตั้งขึ้นมาเพื่อการให้หรือขายบริการ หรือกิจกรรม ที่จัดขึ้นรวมกับการขายสินค้า

สรุปแล้ว "การบริการ" (Service) ต้องมีลักษณะ ดังนี้

1. ให้ความสะดวก
2. ไม่สามารถจะจับต้องได้ด้วยประสาททั้ง 5 เห็น สัมผัส และไม่มีการเปลี่ยน-
แปลงในตัวสินค้า
3. ใช้แรงงานเป็นหลัก
4. ผลผลิตออกมายในรูปของความพึงพอใจ ความประทับใจ หรือตรงกันข้ามความไม่
พอใจ
5. บริโภคไม่ได้

ประโยชน์ของการบริการทางด้านเศรษฐกิจ

การค้าบริการ เป็นสิ่งที่สำคัญมากต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย พ.ศ.2530 ผลิตภัณฑ์ของ การบริการในประเทศไทย มีมูลค่าเป็นสัดส่วนร้อยละ 56.9 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์รวมของชาติทั้ง หมด ในขณะที่ผลิตภัณฑ์ทางด้านเกษตรกรรม เหมืองแร่ และอุตสาหกรรมมีสัดส่วนร้อยละ 16.3 และ 24 ตามลำดับ

การค้าบริการ จึงทำหน้าที่ช่วยแก้ไขการเสียเบรียบคลากการค้าของประเทศไทยด้วย องค์ ประกอบสำคัญของการค้าบริการในัญชีคุลการชำระเงินของประเทศไทย มีการบริการที่เกี่ยวข้องกับการ

หรือติดต่อการที่หุ้นหรา พนักงานเสิร์ฟที่บริการดี นอกจากได้รับค่าจ้างสูงแล้ว ยังสามารถทำเงิน

ผลิต (Factor Service) ได้แก่รายได้จากการลงทุน (Investment Income) และรายได้

กรุงเทพฯ นอกจานนี้ ยังสามารถส่งอะไหล่ขึ้นส่วนจากสำนักงานใหญ่ในกรุงเทพฯไปยังจังหวัดต่างๆ ได้ภายใน 1 วัน สุดท้ายยังนำกลยุทธ์ใหม่ ซึ่งถือเป็นการบริการหลังการขายอย่างหนึ่ง คือ การรับประกันราคาซื้อคืนเข้ามาใช้ในตลาดรถยนต์เมืองไทย เป็นต้น

1.2 แท็กอ่อนนั้น ผู้บริโภคก่อนที่จะตัดสินใจซื้อสินค้าใด จะคุ้มกันตัวสินค้า ชื่อสินค้า ราคา เตป์บล็อกบันเริ่มเปลี่ยนไปดังที่ได้ยกตัวอย่างในกรณีของรถยนต์แล้ว ยังพิจารณาจากหินห่อ (Packaging) ว่าจะเป็นภาษาชนชาติสามารถรองรับ รักษา ป้องกันตัวสินค้าภายใต้เพียงใด ผู้ซื้อมีความสะดวกสบายในการใช้เพียงใด

ในระดับนานาชาตินี้ ได้มีการพัฒนาด้านหินห่อ (Packaging) กันอย่างมาก เช่น การคิดค้นระบบ ยู เอช ที และกล่องแพคตราบจิก ที่นำมาใช้บรรจุมีส่วนที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างมาก จากเดิมมีที่คั่มกันน้ำมีอายุเพียง 3 วันเท่านั้น ก็กลับมีอายุนานถึง 6 เดือน ความสะดวกต่างๆ มีเพิ่มมากขึ้น ข่าวไว้ช่วยนาสามารถจะน้ำมันกล่องไปทานได้แทนที่จะต้องนำเฉพาะอาหารเท่านั้น เรียกว่าหินห่อ Packaging มืออาชีพโดยอย่างมาก สรุปได้ว่าสามารถส่งผลให้สินค้านั้นมีคุณค่า 3 ประการ คือ

1.2.1 คุณค่าในการใช้สอย ผู้ผลิตจะได้กារนี้ที่ดีในการบรรจุสินค้า นอกจานนี้ ยังมีประโยชน์ในการเสียภาษี เช่นบรรจุ 10,000 ชี.ชี. กับ 990 ชี.ชี. นั้นจะเสียคนละอัตรา กัน สามารถเก็บและวางข้อนกันได้ ทำให้ผู้ผลิตเกิดความนั่นใจในการบริหารคลังสินค้าได้อย่าง มีประสิทธิภาพป้องกันการสูญเสีย คุณภาพของสินค้าจะคงเดิมเหมือนตอนผลิตใหม่ๆ เช่นเดียวกัน และ ประการสำคัญที่สุด คือ เอื้ออำนวยต่อการขนส่ง ซึ่งมีความสำคัญต่อผู้ผลิตมาก สามารถที่จะส่ง สินค้านั้นไปยังจุดที่ต้องการได้ จึงอาจกล่าวได้ว่า บรรจุภัณฑ์ทำขึ้นมาไม่ใช่ประโยชน์ในการใช้สอยเพียง อย่างเดียว คือบรรจุสินค้าที่ปฏิบัติตามแท็กอ่อนเท่านั้น

1.2.2 คุณค่าทางใช้ การหินห่อที่ดีนั้นทำให้ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายเกิดความนิยมความ รู้สึกที่ดีต่อสินค้า โดยเฉพาะการใช้สิ่งที่ต้องระมัดระวังมาก เช่น ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีอากาศ ร้อน สีเหลืองชัด ไม่ควรใช้เด็กขาด เพราะจะจางเร็ว ดังนั้น การใช้สีจะช่วยเพิ่มคุณค่าและสร้าง ภาพพจน์ให้เกิดความนิริมหึ้งสร้างบรรยายกาศให้กับจุดขาย และยังจะช่วยลักษณะลูกค้าได้ เช่น เป็นสินค้าสำหรับผู้หญิงหรือผู้ชาย หรือเด็ก เป็นต้น

1.2.3 คุณค่าทางธุรกิจ การที่ห้ามเป็นตัวชี้ขาดของธุรกิจทางด้านต่าง ๆ เช่น ต้นทุนทำให้เก็บได้นาน เป็นต้น ราคาก็จะตั้งราคาได้สูงกว่าคู่แข่งขัน การใช้กระป๋องใส่น้ำอัดลม เกี่ยวกับความรู้สึกส่อทางใจ มีความหมายจุงใจให้ลูกค้าอยากรองไปใช้ เพราะเป็นสิ่งเมล็ดใหม่ตั้งแต่คงในร้านคูเด่นกว่า เป็นต้น

นอกจากหั้งสามคุณค่าแล้ว ผู้ผลิตเองก็ไม่เสียหายในด้านการลงทุนแต่อย่างใด กลับเป็นการเพิ่มยอดการขายปรับปรุงสินค้า ทำให้มียอดขายมากขึ้น โดยนำมาใช้ในการส่งเสริมการขาย ผู้บริโภคสามารถสั่งผลิตภัณฑ์ตามมาซื้อ เช่น การประยุกต์ในส่วนของผู้ผลิตที่ไม่ต้องลงทุนหาอะไหล่มาเพิ่ม ผู้บริโภคเองก็ได้จ่ายเงินสำหรับสิ่งที่ต้องการ ทางด้านการโฆษณา ก็ใช้การที่ห้ามเป็นสื่ออย่างหนึ่งในการโฆษณาสินค้าได้ด้วย

ส่วนโรงงานผู้ผลิตสินค้า ซึ่งมีการค้าขายในลักษณะสินค้าขายส่ง (Wholesale) นั้น จะมีแนวโน้มที่จะมีการบรรจุแบบขายปลีก (Retail Sale) มากขึ้น เป็นการช่วยให้ผู้ขายปลีกไม่จำเป็นต้องเสียเวลาในการนำไปแยกย่อยอีกเหมือนสมัยก่อน ทำให้มีเวลามากขึ้นที่จะพัฒนาหรือลงทุนในการวิจัย การออกแบบผลิตภัณฑ์และที่ห้าว่าจะทำอย่างไรจึงจะดีที่สุด เพื่อที่จะช่วยในการขายสินค้าซึ่งอยู่ที่ว่าผู้ใดหรือใครจะทำให้เร็วกว่ากัน โครงการที่คิดทำอุปกรณ์ก่อน ผู้นั้นก็ย่อมได้เปรียบทางการตลาด

บริการแบบกึ่งบริการและกึ่งสินค้า นักศึกษาน่าจะค้นคว้าได้อีกมากจากวิชาการตลาด ส่วนหนังสือเล่มนี้จะขอกล่าวถึงบริการแท้ ๆ ในแบบที่สองมากกว่า

2. การบริการแท้ๆ (Pure Service)

สำหรับบริการแท้ๆ ไม่มีสินค้าปั้นนี้ นักศึกษาน่าจะค้นคว้าได้อีกมากจากวิชาการตลาด บริการตามเหตุผลของแต่ละกลุ่ม คือ

กลุ่มที่หนึ่ง แยกเป็นบริการเกี่ยวกับการผลิต และไม่เกี่ยวกับการผลิต หมายถึง บริการที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยการผลิต (Factor of Production) ที่เกี่ยวกับแรงงานและเงินทุน ซึ่งรวมรายได้หรือผลประโยชน์จากการลงทุน (Investment Income) และการบริการทางด้านแรงงาน ซึ่งคนงานจะมีรายได้หรือค่าจ้างเป็นการตอบแทน ส่วนบริการที่ไม่เกี่ยวข้องกับการผลิตได้แก่ การขนส่ง โทรคมนาคม การธนาคาร การประกันภัย เป็นต้น

กลุ่มที่สอง แยกเป็นบริการที่ค้าได้ (Traded Services) และบริการที่ค้าไม่ได้ (Non-Traded Service) บริการที่ค้าได้จะเปลี่ยนแปลงตามความต้องการ และแรงผลักดันของตลาดและการบริการที่ค้าไม่ได้ เป็นบริการที่เกี่ยวกับรายได้หรือผลประโยชน์จากการลงทุนของบริษัทคนในชาติที่ไปทำธุรกิจในต่างประเทศ และการบริการของภาครัฐบาล เช่น สถานทูต และองค์การต่าง ๆ ของประเทศไทยที่ตั้งอยู่ในต่างประเทศ

ปัจจุบันนี้ งานวิจัยที่เกี่ยวกับการบริการ และการค้าบริการในต่างประเทศ ส่วนมากจะศึกษาวิจัยเฉพาะบริการที่ไม่ค้าได้ และการบริการที่เกี่ยวกับการผลิต

อะไรคือบริการ

กองนโยบายการพาณิชย์ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กระทรวงพาณิชย์ ได้ทำการวิจัยเรื่องการค้าบริการ เมื่อเดือนสิงหาคม 2531 เพื่อศึกษาหาผลลัพธ์ของการค้าบริการ หากประเทศไทยจะเปิดเสรีด้านการค้าบริการภายในประเทศ รวมทั้งโอกาสที่จะขยายธุรกิจการค้าบริการของไทยในต่างประเทศด้วย ได้แบ่งการค้าบริการออกเป็น 8 อย่าง คือ

1. การธนาคาร
2. การประกันภัย
3. การก่อสร้าง
4. การบริการทางด้านแรงงาน
5. การบริการด้านการให้คำปรึกษา เช่น ทางด้านวิศวกรรม สถาปัตยกรรม คอมพิวเตอร์ ซอฟต์แวร์ กฎหมาย บัญชี ข้อมูล ฯลฯ
6. การขนส่ง
7. การโทรคมนาคม
8. การบริการทางด้านการท่องเที่ยว

สมาคมอุตสาหกรรมการบริการของสหรัฐ (Standard Industrial Classification) หรือ SIC ได้แยกประเภทบริการออกไว้ 12 ชนิด ที่ไม่ซ้ำกับการแบ่งของกระทรวงพาณิชย์ อีก 4 ชนิด คือ

- การบริการเพื่อสุขภาพอนามัย
- การกีฬาและการรื่นเริงบันเทิงใจต่าง ๆ
- การให้เช่าและบริการซ่อมแซม
- บริการการศึกษา

ส่วนอีก 2 ประเภท คือ บริการส่วนตัว ได้แก่ ตัดผม ตัดผม เป็นต้น และบริการอื่น ๆ ก็จะลงทะเบียน เพราะมักเป็นธุรกิจเล็ก ทำกันเพียงคน ๆ เดียว หรือธุรกิจครอบครัว คงจะง่ายกว่า บริการใหญ่ ๆ ข้างต้น นอกจากนี้ ทางราชการก็ได้ส่งเสริมให้ผู้ว่าจังหวัดที่ธุรกิจดังกล่าวอยู่แล้ว

อนึ่ง ปัจจุบันคณะกรรมการธุรกิจของมหาวิทยาลัยรามคำแหง ได้มีภาควิชาอุตสาหกรรม การบริการขึ้นอีกภาควิชาหนึ่ง สอนให้นักศึกษามีความรู้ว่างานทำธุรกิจดังกล่าวอยู่แล้ว

1. สาขาวิชาการประกันภัย Insurance
2. สาขาวิชาอสังหาริมทรัพย์ Real Estate
3. สาขาวิชาท่องเที่ยวและโรงแรม Tourism
4. สาขาวิชาการขนส่ง Transportation

ท้ายเหตุนี้ หากนักศึกษาต้องการทราบรายละเอียดของแต่ละแขนง ก็จะเข้าเรียนหรือ ค้นคว้าจากหนังสือของแต่ละสาขาข้างต้นได้ ส่วนผลิตภัณฑ์บริการทั้ง 12 ประเภท ก็จะได้อธิบาย รายละเอียดของแต่ละประเภท ดังนี้

1. การธนาคาร

การธนาคาร ตามพระราชบัญญัติการธนาคารพาณิชย์ พ.ศ. 2509 แก้ไขในปี พ.ศ. 2522 (มาตรา 4) หมายถึง การประกอบธุรกิจบริการทางด้านประมูลรับฝากเงินที่จะต้องจ่ายคืน เมื่อหวังด้วย หรือเมื่อสิ้นระยะเวลากำหนดไว้ และใช้ประโยชน์ทางใดทางหนึ่ง หรือหลายทาง เช่น

- ก. ให้สินเชื่อ
- ข. ซื้อขายตัวแลกเงิน หรือตราสาร
- ค. ซื้อขายเงินตราต่างประเทศ

ประวัติ

ในระยะแรก กิจการธนาคารของคนไทยเกิดจากการสนับสนุนความต้องการสถาบันการเงินของเศรษฐกิจการค้าที่เจริญเติบโตขึ้น และความต้องการที่จะรักษาผลประโยชน์ของคนไทย และเพื่อแข่งขันกับชาวต่างชาติที่เข้ามา gob กองโดยผลประโยชน์จากประเทศของเรา

ระหว่างสังคมมหาเอเชียบูรพา (2484-2488) ไทยร่วมเป็นพันธมิตรกับญี่ปุ่น รัฐบาลไทยได้ยกให้สินซึ่งมีกิจการธนาคารรวมอยู่ด้วยของชาวญี่ปุ่น ยกเว้นธนาคารญี่ปุ่นทำให้ธนาคารที่เหลืออยู่ไม่เพียงพอ กับความต้องการทางการค้า นักธุรกิจชาวไทยจึงก่อตั้งธนาคารไทยขึ้น นับเป็นการทำลายอิทธิพลของธนาคารต่างชาติ และทำให้ธนาคารพาณิชย์ไทยเกิดขึ้นตามมาจนทุกวันนี้

ในปี พ.ศ. 2485 ธนาคารแห่งประเทศไทย ได้ก่อตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติ พ.ศ. 2485 เพื่อทำหน้าที่ควบคุมดูแลการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย จนถึง พ.ศ. 2531 ได้มีธนาคารหกแห่งของไทยและต่างชาติ รวมหกสิบ ๒๙ ธนาคาร คือ ธนาคารพาณิชย์ ที่เป็นของคนไทย ๑๕ ธนาคาร และสาขาธนาคารต่างประเทศ ๑๔ ธนาคาร

ในอดีตที่ผ่านมา ธุรกิจหลักของธนาคารพาณิชย์ไทย คือการรับฝากเงิน และการให้สินเชื่อ เนื่องจากในภาวะปัจจุบันมีการแข่งขันสูงในกิจการนี้ ธนาคารพาณิชย์จึงต้องแสวงหาสูตรทางดำเนินธุรกิจใหม่ ๆ เพื่อทดแทนธุรกิจเดิมที่มีการแข่งขันกันมากด้วย การเริ่มขยายขอบเขตการบริการ โดยเน้นการหารายได้จากค่าธรรมเนียมและบริการ ได้แก่ การออกหนังสือค้ำประกัน เลตเตอร์ออฟเครดิต และอื่น ๆ แทนที่จะพึ่งรายได้จากการเบี้ยอย่างเดียว

ส่วนสาขาธนาคารต่างประเทศ นอกจำกัดมีบริการอย่างเดียว กับธนาคารพาณิชย์ไทยแล้ว ยังมีบริการซื้อขายหลักทรัพย์ การให้บริการน้องกันความเสี่ยงทางด้านอัตราแลกเปลี่ยนด้วยการขาย Option จัดทำ Swap การให้บริการปรึกษาและจัดการ เพื่อให้มีการซื้อควบหรือรวมกิจการเข้าด้วยกัน (Take-over, Merger และ Acquisition) การให้คำปรึกษาในการลงทุน การให้บริการจัดหาเงินทุนด้วยวิธีการออกหุ้นเพิ่มทุนขึ้นในตลาดหุ้นในและนอกประเทศ การขยายช่าวสารชื่อเสียง ฯลฯ เป็นต้น

เหตุที่กิจการธนาคารเป็นการค้าบริการ

การค้าบริการด้านธนาคาร จะเกิดขึ้นโดยผู้ผลิตบริการ มีการติดต่อโดยตรงกับผู้ใช้บริการ การติดต่อโดยตรงนี้ทำให้เกิดความจำเป็นที่ผู้ผลิตบริการจะต้องมาตั้งถิ่นฐานธุรกิจอย่างถาวรในประเทศไทยในรูปของสำนักงานผู้แทน เพื่อให้ความสะดวกในการติดต่อโดยตรงระหว่างผู้ผลิตบริการและผู้ใช้บริการ

เดิมการค้าบริการสมัยใหม่อาจเกิดขึ้นได้โดยอาศัยความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีและคอมพิวเตอร์ (Electronic Banking) เช่นนี้ไม่ต้องอาศัยการติดต่อโดยตรงระหว่างบุคคลทั้งสอง

นอกจากนี้ผู้ใช้บริการของธนาคาร จะต้องซื้อสินค้าที่เป็นนามธรรมด้วย กล่าวคือ มันใจว่า ธนาคารจะรักษาทรัพย์สินคือเงินของคนเองให้ปลอดภัย และซื้อความเมตตาด้วย หรือความสะดวกทางด้านการเงิน เช่น สามารถถ่ายเงินจากธนาคารในนามขัดสน เป็นต้น

การเลือกใช้ธนาคารที่มีอยู่หลายแห่งในประเทศไทยของผู้ใช้บริการนั้นมีปัจจัยที่สำคัญ คือ ภาพจน์และความมีชื่อเสียงของธนาคารควบคู่กับความสะดวกในการรับบริการ ซึ่งความสัมพันธ์นี้ไม่สามารถจะนับได้เหมือนการค้าสินค้า แต่สามารถสะท้อนได้ในรูปของความสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้บริการกับผู้ผลิตบริการ (Patron and Client Relationship) โดยธนาคารที่มีสาขามาก หรือมีโอกาสติดต่อกันลุ่มตลาดเป็นอย่างมากที่สุดจะมีความได้เปรียบในการแข่งขัน

ในภาคปฏิบัติ กิจการธนาคาร จะให้บริการพื้นฐานได้ คือ

1. บริการด้านรับฝากเงิน ได้แก่ เงินฝาก定期และรายวัน เงินฝากประจำ เงินฝากสมทรัพย์ เงินฝากสินมั่นคง เงินฝากแสงบุญ เงินฝากทุนสะสมลูกจ้าง เป็นต้น
2. บริการด้านลินเชื่อ ได้แก่ สินเชื่อเพื่อท่องเที่ยวอาศัย สินเชื่อเพื่อส่งเสริมการประกอบการ สินเชื่อเปิดเพลิง สินเชื่อเพื่อการค้าและธุรกิจ
3. บริการด้านต่างประเทศ ได้แก่ การขายและซื้อเงินตราต่างประเทศ เบิกlette เทคอร์ ออฟเครดิต (Letter of Credit) เพื่อสั่งสินค้าจากต่างประเทศ บริการเพื่อการส่งออก บริการแนะนำแนวทางการศึกษาต่อในต่างประเทศ

4. บริการการค้าประกัน ได้แก่ การออกแบบสื่อสัญญาค้าประกันและการอาวัลตัว
5. บริการด้านข้อมูลสนับสนุนทางการค้าและธุรกิจ ได้แก่ บริการส่งเสริมการค้าและ การลงทุน บริการข้อมูลทางด้านเครดิต บริการข้อมูลทางด้านเศรษฐกิจ
6. บริการด้านอื่น ๆ ได้แก่ การให้เช่าที่นิรภัย บริการจ่ายเงินอัตโนมัติ เช็คของชำร่วย บริการบัตรเครดิต บริการจ่ายเงินเดือนพนักงาน บริการรับชำระค่าไฟฟ้า น้ำประปา ภาษี เช็ค การันตี เป็นต้น

2. การประกันภัย

การประกันภัย ถือว่าเป็น "บริการ" ประเภทหนึ่ง เนื่องจากเป็นกิจกรรมที่สนองความต้องการของผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการ ด้วยการมีสัญญาทำความตกลง (Contract Agreement) ที่จะซัดใช้เงินให้ผู้ใช้บริการหรือผู้เอาประกันตามจำนวนที่ตกลงกันไว้เมื่อผู้เอาประกันเสียชีวิต บาดเจ็บ หรือผู้เอาประกันวินาศัยได้รับความเสียหาย เมื่อทรัพย์สินที่เอาประกันไว้ชำรุดหรือสูญหาย เนื่องจากสาเหตุต่าง ๆ ที่ระบุไว้ในสัญญา เช่น อัคคีภัย จลาจล อุบัติเหตุ ฯลฯ

การประกันภัย เป็นการให้บริการรับประกันความเสี่ยง ผู้ใช้บริการซื้อความสุขใจ และความไร้กังวล เมื่อได้ประกันความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินกับผู้ผลิตบริการ ซึ่งได้ผลประโยชน์ทางนามธรรมอย่างเห็นได้เด่นชัด (Intangible Benefits) ได้แก่ ความมั่นคงในชีวิตและทรัพย์สิน ความสุขสงบใจ (Security and Peace of Mind) ไม่สามารถจะนับและสะสมได้เหมือนการค้าสินค้า

สำนักงานประกันภัย ประเทศไทย ได้แบ่งการประกันภัยออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

- **การประกันชีวิต** ได้แก่ การที่บริษัทประกันชีวิตตกลงจะซัดใช้เงินจำนวนหนึ่งให้แก่ ผู้รับผลประโยชน์เมื่อเสียชีวิตหรือยังมีชีวิตอยู่จนถึงเวลาที่ได้ตกลงกันไว้ในสัญญา โดยผู้เอาประกันชีวิตตกลงส่งเบี้ยประกันชีวิตให้แก่บริษัทผู้รับประกันชีวิต

- **การประกันวินาศัย** คือ การคลังทำสัญญาระหว่างบุคคลสองฝ่าย คือ ฝ่ายผู้รับประกันภัย (Insurer) หรือบริษัทประกันภัย กับผู้เอาประกันภัย (Insured) โดยผู้รับประกันภัย จะเป็นผู้ใช้ค่าสินไหมทดแทน หรือใช้เงินจำนวนหนึ่งในการฟื้นฟูชีวิต หรือในเหตุอย่างอื่นที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ดังได้ระบุในสัญญาแก่ผู้เอาประกันภัยหรือผู้รับประกันภัย และในการนี้ผู้เอาประกันภัย

เป็นผู้คงจะส่งเงินชี้เรียกว่าเบี้ยประกันภัยให้แก่ผู้รับประกันภัย ประกันวินาศภัยในประเทศไทย
แบ่งเป็น 4 อย่าง คือ อัคคีภัย ประกันภัยทางทะเลและขนส่ง การประกันภัยรถยนต์ และการ
ประกันภัยเบ็ดเตล็ด

- การประกันภัยต่อ คือ การที่บริษัทผู้เอาประกันภัยได้ทำประกันภัยกับบริษัทประกันภัย
อีกแห่งหนึ่ง แต่แทนที่บริษัทนั้นจะรับความเสี่ยงไว้ทั้งหมด กลับจัดสรรจำนวนเงินเอาประกันภัย
บางส่วนไปทำประกันภัยกับบริษัทประกันรายอื่นอีกด้วย เพื่อบรรเทาภาระความเสี่ยง และเพื่อ
รักษาความมั่นคงของฐานะการเงินของบริษัท

ฝ่ายมาตรฐานสหพันธ์ กองวิชาการและวางแผนของกรมแรงงาน กระทรวงมหาดไทย ได้
จัดแยกบริการการเงิน การประกันสังคม และอสังหาริมทรัพย์และธุรกิจ ไว้ในหมวดใหญ่ที่ 8 ดังนี้
อุตสาหกรรมในหมวดใหญ่นี้ รวมถึงธนาคารแห่งประเทศไทย ธนาคารพาณิชย์ ธนาคาร
ออมสิน และสถาบันการเงินอื่น สถาบันประกันการซึ่งดำเนินกิจการเกี่ยวกับการให้บริการทาง
การเงินบริษัทประกันภัย สถานประกอบการซึ่งดำเนินกิจการเกี่ยวกับการให้เช่าและการจัดการด้าน
อสังหาริมทรัพย์ สถานประกอบการซึ่งดำเนินกิจการเกี่ยวกับการให้บริการด้านธุรกิจ เช่น บริการ
ทางกฎหมาย บริการการบัญชีและการทำบัญชี บริการการบันทึกซ้อมูล บริการทางสถาปัตยกรรม
และทางวิศวกรรม บริการการโฆษณา สถานประกอบการซึ่งดำเนินกิจการเกี่ยวกับการให้เช่า
เครื่องจักรและอุปกรณ์ หรือการให้บริการธุรกิจอื่น ๆ โดยได้รับค่าธรรมเนียมตอบแทนหรือโดยการ
ทำสัญญาจ้าง กิจกรรมไว้ในที่นี้ด้วย

3. การก่อสร้าง

การก่อสร้าง เป็นบริการประเภทหนึ่ง เนื่องจากเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวเนื่องกับความคิด
สร้างสรรค์ (นามธรรม) ของสถาปนิก ซึ่งปรากฏออกมายในรูปของงานออกแบบทางสถาปัตยกรรม
(Architectural Design) การควบคุมและการจัดการ โครงการของวิศวกรที่ปรึกษา ซึ่ง
ปรากฏออกมายในรูปของแผนควบคุมโครงการ และการกำกับควบคุมงานของผู้รับเหมาก่อสร้าง
ที่รับจ้างทำการก่อสร้างโครงการให้เสร็จตามแผนงานที่วางไว้ ผลิตภัณฑ์ปลายทางที่เป็นผลจาก
ความพยายามในการก่อสร้างทั้งหมดจะออกมายในรูปของอาคาร หรือสิ่งที่มีใช้อาคารที่มีองค์ประกอบ

เป็นวัสดุก่อสร้าง เช่น ปูน เหล็ก เสาเข็ม ชีเมนต์ ทราย ฯลฯ ฉะนั้น การบริการของสถาปนิก วิศวกรที่ปรึกษา และผู้รับเหมาก่อสร้างจึงเปรียบเสมือนตัวเชื่อมองค์ประกอบที่สำคัญต่างๆ ที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ก่อสร้างสำเร็จเป็นตัวตน ซึ่งเปรียบเสมือนกระบวนการผลิตสินค้า

แต่เนื่องจากผลิตภัณฑ์ก่อสร้างเป็นลายทางน้ำไม่สามารถจะเคลื่อนที่ได้ (untransportable) เมื่อสินค้าและแรงงานที่ใช้ในการก่อสร้างเคลื่อนที่เข้ามาอยู่ในถิ่นก่อสร้างซึ่งคราว ฉะนั้น การก่อสร้างจึงค้าไม่ได้เหมือนสินค้าอุตสาหกรรมทั่วไป ซึ่งถูกผลิตในประเทศหนึ่ง แล้วถูกนำมา "ค้า" ในประเทศผู้บริโภคได้ ด้วยเหตุผลเหล่านี้ นักเศรษฐศาสตร์จึงได้รวมการก่อสร้างเข้าไปในกลุ่มกิจการที่เรียกว่า "บริการ" มากกว่ากิจการที่เรียกว่า "อุตสาหกรรม"

ตัวโครงการก่อสร้างบางแห่งในประเทศไทย รัฐบาลไทยเป็นเจ้าของโครงการ แต่ผู้ขึ้นรับเหมาเป็นรัฐบาลนั้นเป็นนายทุน วิศวกรและสถาปนิกก่อสร้างอาจจะเป็นคนอื่นๆ คนไทย หรือคนชาติอื่นๆ ได้ แรงงานที่ใช้ในการก่อสร้างก็เช่นกันอาจจะเป็นคนสัญชาติไทยหรือชาติอื่นๆ ได้ หรือโครงการก่อสร้างในตะวันออกกลางที่แรงงานไทยถูกจัดการโดยบริษัทรับเหมาก่อสร้างเกาหนานหรือญี่ปุ่นเพื่อทำการก่อสร้างให้ประเทศชาติอื่นๆ เป็นต้น

คำนิยาม "การก่อสร้าง" ในประเทศไทยมักจะกล่าวถึงการก่อสร้าง ว่าเป็นงานอุตสาหกรรมมากกว่างานบริการ

การก่อสร้างมีองค์ประกอบสำคัญ 5 ประการ คือ

1. งานค้านก่อการออกแบบ ควบคุมการก่อสร้าง
2. งานค้านการก่อสร้าง ของผู้รับเหมาก่อสร้าง มีขนาดแตกต่างกันแยกเป็น 4 ระดับ คือ
 - ก. ขนาดงานระดับ 2-25 ล้านบาท
 - ข. ขนาดงานระดับ 25-50 ล้านบาท
 - ค. ขนาดงานระดับ 50-100 ล้านบาท
 - ง. ขนาดงานระดับมากกว่า 100 ล้านบาทขึ้นไป

องค์การที่รวมตัวของบริษัทที่ปรึกษาชั้นนำ ครอบคลุมทั้งวิศวกรรม และสถาปัตยกรรม ได้แก่ สมาคมวิศวกรที่ปรึกษาแห่งประเทศไทย และสมาคมสถาปนิกสยามในพระบรมราชูปถัมภ์

ส่วนองค์กรของผู้รับเหมาปัจจุบัน ที่ไม่รวมผู้รับเหมาขนาดเล็กซึ่งรับงานที่มีมูลค่าต่ำกว่า 2 ล้านบาท คือ สมาคมอุตสาหกรรมก่อสร้างไทย

3. สถาบันวิชาการก่อสร้าง ซึ่งเป็นนามธรรม ได้แก่ การสอน เช่น ผลิตบัณฑิตและงานวิจัยด้านวิศวกรรมศาสตร์ และสถาปัตยกรรมตามมหาวิทยาลัย หรือระดับต่ำกว่ามหาวิทยาลัยในระดับสูง องค์ประกอบนี้ยังรวมถึงการถ่ายทอดเทคโนโลยี ทางด้านการออกแบบและการก่อสร้าง องค์การที่จัดการเกี่ยวกับองค์ประกอบทั้ง 3 นี้ คือวิศวกรรมสถานแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์

4. องค์ประกอบที่เป็นวัสดุก่อสร้าง เช่น บุน เหล็ก เสาเข็ม ทราย ฯลฯ

5. องค์ประกอบที่เป็นเครื่องจักรก่อสร้าง เช่น ปั๊มน้ำ รถตักดิน รถยก ฯลฯ ประเทศที่พัฒนา เช่น สหรัฐอเมริกา จะแยกการก่อสร้างออกเป็น 2 แบบ คือ

1. การออกแบบ จะแบ่งการประเมินความคิด การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ การออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวกและการวางแผนโครงการที่ใช้พื้นที่อย่างจำกัดและมี

2. การก่อสร้าง เป็นขั้นตอนการที่เกี่ยวกับการหาเงินอุดหนุนโครงการ การหาวัสดุที่นิ่ง การทำงาน เครื่องมือเครื่องใช้ และการบริหารเบรเจ็ก ซึ่งมีพื้นฐานของการออกแบบ (Design) การก่อสร้างจะทำโดยกรรมกรทั้งที่มีมือ และไม่มีมือ ภายใต้การควบคุมของวิศวกรที่ปรึกษาและสถาปนิก ส่วนการวางแผนโครงการ ความช่วยเหลือทางด้านเทคนิคและการอบรมบุคลากรมักจะอยู่ร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการก่อสร้างด้วย การก่อสร้างนำมาซึ่ง แรงงาน วัสดุ ฯลฯ เครื่องใช้ที่นำมาใช้ให้โครงการเสร็จสมบูรณ์ นอกจากอุตสาหกรรมการก่อสร้างจะสร้างโครงการใหม่แล้ว ยังรวมงานบูรณะซ่อมแซมสิ่งก่อสร้างและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สร้างขึ้นไว้ก่อนแล้วด้วย

ความสำคัญของการก่อสร้างคือระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย

การก่อสร้างมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจการผลิตและการจ้างแรงงานในประเทศไทย เป็นอย่างมาก เพราะก่อให้เกิดผลเชื่อมโยงไปสู่อุตสาหกรรมต่อเนื่องอื่น ๆ ทั้งผลกระทบเชื่อมโยงไปข้างหลัง (Backward Linkage) ได้แก่ การผลิตเหล็กเส้น บุนชิเมนต์ วัสดุก่อสร้าง ฯลฯ เป็นต้น และยังเชื่อมโยงไปข้างหน้า (Forward Linkage) ซึ่งได้แก่ การจ้าง หรือสร้างงานให้ผู้ประกอบอาชีพรับเหมาก่อสร้าง สถาปนิก และวิศวกร เป็นต้น

ฝ่ายมาตรฐานสหติ กองวิชาการและวางแผนของกรมแรงงาน กระทรวงมหาดไทย ได้จัดแยกบริการไว้ในหนังสือ ชื่อ การจัดประเทมมาตรฐานอุตสาหกรรมประเทศไทย ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า "การก่อสร้าง" หมายถึง งานก่อสร้างใหม่ งานต่อเติม งานดัดแปลง และงานซ่อม กรรมก่อสร้าง 3 ประเภท คือ

1. การก่อสร้างอาคารที่ดำเนินการโดยผู้รับเหมา ก่อสร้างทั่วไป
2. การก่อสร้างประเทนที่ดำเนินการโดยผู้รับเหมา ก่อสร้างทั่วไป

3. การก่อสร้างที่ดำเนินการโดยผู้รับเหมา ก่อสร้างเฉพาะงาน หน่วยงานต่าง ๆ ของ วิสาหกิจ ที่ดำเนินการหลักเกี่ยวกับงานก่อสร้าง ให้แก่วิสาหกิจที่เป็นหน่วยงานใหญ่ และมีรายงาน การดำเนินงานแยกออกต่างหาก รวมอยู่ในที่นี้ด้วย

ผู้รับเหมา ก่อสร้างทั่วไป อาจดำเนินกิจการหลัก เกี่ยวกับการก่อสร้าง การดัดแปลง การซ่อมและการรื้อทำลายอาคาร การก่อสร้าง การดัดแปลง และการซ่อมทางหลวง ถนน สะพาน ทางระบายน้ำ ลิงโสโตริก และห้องน้ำ สายไฟ สายโทรศัพท์ สายโทรเลข และเสียงวิทยุ การบูรณะ และการก่อสร้างในน้ำ อื่น ๆ การตอกเข็ม และการก่อสร้างขนาดใหญ่ ประเทน อุรุกวิชช์ ดำเนิน กิจการหลัก เกี่ยวกับงานบริการ เช่น โรงเรียน โรงพยาบาล สถาบัน ฯลฯ สำหรับค่าธรรมเนียมตอบแทนหรือโดยสัญญาจ้าง เช่น การเตรียมและกำกับก่อสร้างบิเวณ เมือง แร่ โดยได้รับค่าธรรมเนียมตอบแทนหรือโดยสัญญาจ้าง เช่น การเตรียมและกำกับก่อสร้างบิเวณ เมือง แร่ การเจาะบ่อน้ำมันดิน และบ่อ ก๊าซธรรมชาติ ได้จัด ประเทน ไว้ในกลุ่มนี้ด้วย ผู้รับเหมา ก่อสร้างเฉพาะงาน ซึ่งดำเนินกิจการหลัก เกี่ยวกับการก่อสร้าง เฉพาะอย่าง เช่น งานก่ออิฐ งานวางห้อ งานทาสี งานไฟฟ้า งานช่างไม้ ฯลฯ

ผู้รับเหมา ก่อสร้างเฉพาะงาน อาจดำเนินกิจการเพียงบางส่วนของงาน โครงการ ก่อสร้าง ผู้รับเหมา ก่อสร้างเฉพาะงาน อาจรับเหมา ช่วงจากผู้รับเหมา ก่อสร้างทั่วไป หรือทำงานให้กับ เจ้าของงาน ก่อสร้างโดยตรง ผู้รับเหมา ก่อสร้าง อาจดำเนินกิจการ เกี่ยวกับการวางห้อ การติดตั้งเครื่องทำความร้อน และเครื่องปรับอากาศ การก่ออิฐ การก่อหิน การปูกระเบื้อง การปูหินอ่อน และการปูหิน งานช่างไม้ การปูพื้น การฉาบปูน การมุงหลังคา งานคอนกรีต การทาสี และการ ตกแต่ง งานโลหะแผ่น และงานไฟฟ้า การเจาะบ่อน้ำ การทำตึก โครงเหล็ก งานซ่อม และบำรุง รักษาอาคาร

งานบำรุงรักษา และงานซ่อม ซึ่งดำเนินการโดยเจ้าหน้าที่ฝ่ายบำรุงรักษา ในหน่วยงาน

ที่ว่าจังให้ทำงานเต็มเวลาและเป็นเจ้าของอาคารที่กำลังซ่อม ไม่รวมไว้ในที่นี้

การประกอบและการติดตั้งชิ้นส่วนที่สำเร็จรูปเป็นสภาพนั้นๆ เครื่องติดตั้งในอาคาร เช่น เครื่องระบบอากาศ เครื่องปรับอากาศ ฯลฯ และโครงสร้างทุกชนิด นับว่าเป็นกิจกรรม ก่อสร้างด้วย

4. การบริการด้านแรงงาน

บริการด้านแรงงาน จัดว่าเป็นบริการประเภทหนึ่ง การให้บริการด้านแรงงาน เป็น กิจกรรมที่เป็นนามธรรมที่เป็นปัจจัยหนึ่งในการผลิตสินค้าหรือบริการโดยผู้ที่ใช้แรงงานนั้น จะได้ รับค่าจ้างหรือรางวัลเป็นการตอบแทน บัญชีแรงงานไทยเป็นตัวรายได้ที่สำคัญเข้าสู่ประเทศไทย มากกว่าสินค้าเกษตร และสินค้าอุตสาหกรรมบางชนิด เพราะประเทศไทยเป็นประเทศที่มีแรงงาน มีประสิทธิภาพ แคมป์ค่าแรงต่ำในประเทศไทย จึงกลายเป็นที่ต้องการของตลาดต่างประเทศ

การค้าแรงงาน

กรมแรงงานให้ความหมายของ "การค้าแรงงาน" ว่า เป็นการขยายแรงงานของบุคคล โดยผู้ใดได้รับค่าตอบแทนในรูปของค่าจ้างรางวัล ฯลฯ ในรูปรวม การค้าแรงงานของบุคคลหลายคน ในเวลาเดียวกัน อาจจะนำมาซึ่งการเคลื่อนย้ายแรงงานของหมู่ชนนั้น ซึ่งเป็นการปรับตัวตาม สาขาวิชาชีวะ แล้วความแตกต่างของค่าจ้างแรงงาน*

การเคลื่อนย้ายแรงงานแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. แรงงานต่างด้าว คือ การเคลื่อนย้ายแรงงานเข้าประเทศไทย ซึ่งแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

ก. แรงงานต่างด้าวในระบบ เป็นแรงงานที่เข้ามาในประเทศไทยโดยถูกต้องตาม กฎหมายหรือความจำเป็น โดยได้รับใบอนุญาตให้เข้ามาประกอบอาชีพ ซึ่งมิได้ส่วนไว้สำหรับ คนไทย และ

ข. แรงงานต่างด้าวนอกระบบ เป็นแรงงานที่ลักลอบเข้ามาทำงานในประเทศไทย

*สันักบริการแรงงานไทยในต่างประเทศ, กรมแรงงาน, กระทรวงมหาดไทย "แรงงานไทยในต่างประเทศ" (พ.ศ. 2528 และ พ.ศ. 2529)

อาจก่อให้เกิดปัญหาด้านเศรษฐกิจและสังคม และมีผลอย่างเป็นร่องรอยความมั่นคงของประเทศไทยด้วย

2. แรงงานในต่างประเทศ คือ การขยายแรงงานของคนที่ถือสัญชาติไทยในต่างประเทศ โดยผู้นี้ได้รับค่าตอบแทนในรูปของค่าจ้าง ไม่ว่าการขยายแรงงานนั้น กรมแรงงานจะทราบหรือไม่ก็ตาม

ผลประโยชน์ของแรงงานไทยต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย

ในปี พ.ศ. 2529 คนงานไทยในต่างประเทศได้ส่งเงินกลับประเทศไทย โดยโอนเงินผ่านธนาคาร ตามสถิติของธนาคารแห่งประเทศไทยมีจำนวน 20,900 ล้านบาท หากรวมกับเงินนอกระบบคือเงินที่คนงานไทยนำติดตัวกลับมาหรือฝากส่งโดยวิธีอื่น ๆ คาดว่ามีประมาณร้อยละ 30 ของเงินที่โอนผ่านธนาคาร รายได้ทั้งหมดจะเป็นจำนวนประมาณ 27,170 ล้านบาท

ส่วนแรงงานต่างด้าวเข้ามาในประเทศไทย ในปี 2529 คนต่างด้าวที่ได้รับอนุญาตให้เข้ามาทำงานในประเทศไทย มีจำนวน 5,782 คน และของปี 2530 มี 6,011 คน ซึ่งเป็นร้อยละ 94-95 ของผู้ที่ยื่นขอใบอนุญาตหักหงายในจำนวนอยู่มาก คือ มีอัตราเครื่องร้อยละ 6-7 ของคนไทยที่ไปค้าแรงงานในต่างประเทศ ในปี 2529 และ 2530 ตามลำดับ มากกว่าร้อยละ 60 ของคนต่างด้าวที่เข้ามาในประเทศไทย เป็นผู้ที่ขอเข้ามาทำงานชั่วคราว และร้อยละ 20-30 เป็นคนต่างด้าวที่ได้รับอนุญาตให้เข้ามาทำงานภายใต้การส่งเสริมของคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) และประมาณไม่เกินร้อยละ 10 เข้าประเทศไทยโดยกฎหมาย แต่ต่อมาก็ได้รับอนุญาตให้ทำงานในประเทศไทยได้

คนต่างชาติที่เข้ามาทำงานทำในประเทศไทยชั่วคราว และภายใต้โครงการส่งเสริมการลงทุนของปี 2530 ภูมิปัญญาที่สุด (ร้อยละ 23) รองลงมาเป็นชาวจีน (ร้อยละ 14) ชาวอเมริกัน (ร้อยละ 12) และชาวอังกฤษ (ร้อยละ 9) คนต่างชาตินี้เข้ามาทำงานในตำแหน่งของผู้อำนวยการ ผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการ นักบริหาร นักจัดการ และนักวิชาชีพ มากที่สุด

สรุปแล้ว เมื่อว่าจำนวนคนต่างด้าวที่เข้ามาทำงานในประเทศไทยมีอยู่มาก เมื่อเปรียบเทียบกับสัดส่วนของคนงานไทยที่มีงานทำแต่ละประเภท แต่เนื่องจากคนต่างชาติเหล่านี้ทำงานในระดับสูง ทำให้จำนวนเงินที่ประเทศไทยต้องจ่ายเพื่อให้ได้มาซึ่งแรงงานในฐานะผู้อำนวยการ ผู้เชี่ยวชาญ นักบริหาร

และผู้จัดการนี้จะสูงถึง 832 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2529 และเพิ่มถึง 929.3 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2530 ในขณะที่รายรับของผู้เชี่ยวชาญและนักบริหารของไทยที่ไปทำงานในต่างประเทศ มีเพียง 5.90 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2529 และ 22.3 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2530 ผลกำไรประเทศขาดดุลบริการทางด้านแรงงานถึง 826 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2529 และเพิ่มเป็น 907 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2530 ทั้งนี้ ยังไม่ได้รวมถึงการเสียเบรียบในด้านอื่น ๆ เชิงคุณภาพในบางสาขาวิชา เช่น การก่อสร้าง ซึ่งสถาปนิกและวิศวกรไทยถูกแต่งงานจากคนต่างชาติ ทำให้มีโอกาสแสดงฝีมือ หรือถ่ายทอดวิชาการทางด้านเทคโนโลยี ซึ่งการเสียเบรียบนี้ประเมินเป็นตัวเงินไม่ได้

อย่างไรก็ได้ในมูลค่าดุลการชำระเงิน รายได้ของคนไทยที่ไปทำงานในต่างประเทศในวันออกกลาง และประเทศอื่น ๆ จะถูกจัดเข้าช่องอย่าง ภายใต้ประเภท "การบริการอื่น ๆ" (Other Services) ในช่องการบริการส่วนตัว (Personal Services) แสดงให้เห็นว่าในปี พ.ศ. 2530 ประเทศไทยมีรายได้จากการทำงานที่ไปทำงานในต่างประเทศ 21,596 ล้านบาท และจ่ายให้คนงานต่างชาติที่มาทำงานในระดับเดียวกัน (แบบไร้ฝีมือและกึ่งฝีมือ) 1,499 ล้านบาท ผลกำไรประเทศเกินดุล 20,097 ล้านบาท ในการค้าแรงงานระดับต่ำ เงินจำนวนนี้มีส่วนหนึ่งให้ประเทศไทยเกินดุลบริการและลดการขาดดุลการชำระเงินของประเทศไทยได้เป็นบางส่วน

อนึ่ง นอกจากการค้าแรงงานไทยในต่างประเทศจะนำรายได้เป็นอันดับ 2 รองจากการท่องเที่ยวแล้ว ยังก่อให้เกิดผลกระทบต่อเนื่องที่ต้องหายนะอย่างมาก คือ สามารถขยายการส่งสินค้าไทยไปยังประเทศที่มีคนงานไทยไปทำงานอีกมาก ซึ่งในระยะแรกอาจเพื่อให้คนไทยได้ริโภค แต่ต่อมาถ้าได้ส่งสินค้าประเภทอื่น เช่น เครื่องหนัง เสื้อผ้า วัสดุก่อสร้าง และเครื่องบริโภคอุปโภค อื่น ๆ ตามไปด้วย โดยเฉพาะขยายไปในตลาดประเทศไทยในต่างประเทศในวันออกกลาง ซึ่งเป็นตลาดที่กำลังซื้อสูงมาก จึงย่อมมีส่วนหนึ่งให้เพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศมาเยือนประเทศไทยเป็นหลัก คน นักท่องเที่ยวเหล่านี้อาจได้รับการประชาสัมพันธ์จากคนงานไทย หรือติดใจสินค้าไทยก็ได้

5. การบริการค้านการให้คำปรึกษา

การให้คำปรึกษา ถือว่าเป็นบริการประเภทหนึ่ง ซึ่งสามารถซื้อขายได้ (Traded Service) โดยผู้ให้บริการจะตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อบริการด้วยการให้บริการแนะนำ ทางด้านต่าง ๆ ที่เป็นความรู้และความชำนาญพิเศษโดยผู้ผลิตบริการได้รับค่าจ้างหรือรางวัลเป็น

การตอบแทน

การให้คำปรึกษา มักจะรวมการให้การปรึกษาเรื่องต่าง ๆ หลายเรื่องมีลักษณะเป็นชุด ซึ่งแต่ละผลิตภัณฑ์จะเหมือนกันไม่ได้เลย

ผลิตภัณฑ์การบริการด้านการให้คำปรึกษาแน่นำ อาจแบ่งเป็น 2 อย่าง คือ บริการให้คำปรึกษาหลาย ๆ เรื่องเป็นชุดรวม (Package) นับเป็นผลิตภัณฑ์หนึ่ง และบริการที่เสนอขายให้ในลักษณะความชำนาญพิเศษเฉพาะด้าน เป็นอีกผลิตภัณฑ์หนึ่ง เช่น สถาบันก บัญชี สถาบันการเงิน วิศวกร เป็นต้น

การให้บริการด้านการให้คำปรึกษานอกจากมีการติดต่อโดยตรงแล้ว การติดต่ออาจจะผ่านสื่อกลาง ตามระบบโทรคมนาคม เช่น โทรศัพท์ โทรสาร โทรพิมพ์ หรือคอมพิวเตอร์

แต่ในการบริการบางอย่าง การติดต่อโดยตรงระหว่างผู้ผลิต และผู้ใช้บริการ ไม่จำเป็นจะต้องมีต่อเนื่องกันโดย การค้าบริการจะอยู่ในกรอบของข้อตกลงที่เกี่ยวกับการซื้อขายตามสัญญา ที่ทำไว เช่น การซื้อขายลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร การซื้อขายแฟรนไชส์ (Franchise) ผู้ซื้อบริการจะจ่ายค่าตอบแทนสำหรับความรู้ (Know-How) หรือความชำนาญ หรือวิธีทำธุรกิจที่ทำเป็น Package ที่เปรียบเสมือนตัวสินค้า ซึ่งมักจะมาพร้อมกับการให้คำปรึกษา การสอน หรืออบรม (Trainning) เป็นต้น

การค้าบริการด้านการให้คำปรึกษา มักจะมีตัวสินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์ปลายทางของการบริการนี้เกี่ยวข้องอยู่ด้วย เช่น รายงานวิจัยของนักวิจัย หรือวิชาที่ปรึกษาทางด้านการตลาด งานออกแบบของสถาบันก บัญชี แบบพิมพ์เขียวของโครงการก่อสร้างของวิศวกรที่ปรึกษา บัญชีกำไรขาดทุน หรืองบดุลโดยนักบัญชี ในสัญญาการซื้อขายสิ่งต่าง ๆ ที่มีความสำคัญทางธุรกิจ เช่น ห้องอาหาร ฯลฯ ซึ่งอาจจะต้องใช้ผู้เชี่ยวชาญทางด้านกฎหมายเป็นผู้ร่างสัญญา เป็นต้น การให้บริการด้านนี้จะถูกขยายไปพร้อมกับตัวสินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์ปลายทาง และราคาของการบริการดังกล่าวจะแยกออกจากตัวสินค้าไม่ได้

ตัวอย่างการให้คำปรึกษา ได้แก่

- การให้คำปรึกษาทางวิศวกรรมของวิศวกรที่ปรึกษา การให้คำปรึกษาของสถาบันก บัญชี ทางด้านการออกแบบและตกแต่ง

- การให้บริการทางด้านบัญชี และภาษีของนักบัญชี
- การให้คำปรึกษาทางด้านกฎหมายของนักกฎหมาย เป็นต้น

การตลาดของบริการให้คำปรึกษา

5.1 การให้คำปรึกษา

คำนิยามของบริการการให้คำปรึกษาของประเทศไทยนั้น ในบัญชีคุลการชำระเงินของประเทศไทย การให้คำปรึกษาเป็นส่วนหนึ่งของการบริการด้านอื่น ๆ (Other Service) ซึ่งรวมรายรับและรายจ่ายเกี่ยวกับการประกันภัยการเป็นนายหน้าหรือตัวแทน การจัดการ การให้บริการทางด้านเทคนิค ค่าเช่าภายนคร ค่าลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร ฯลฯ

ผู้เสนอขายบริการ ควรจะคิดถึงสาเหตุก่อนว่า

- ลูกค้าที่มาติดต่อต้องการซื้ออะไรอีกบ้าง ที่เราไม่อาจสร้างให้ได้
- เรามีทรัพยากรอะไรอีกในปัจจุบันนี้ ที่ยังไม่ได้เสนอขายในตลาดต่าง ๆ
- บริษัทคุณแข่งขันกำลังทำอะไร และอย่างไร
เมื่อได้แล้วจะนำมาระบุคิดในการสร้างผลิตภัณฑ์ดังกล่าว

5.2 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

เมื่อเข้าใจผลิตภัณฑ์คำปรึกษาแล้ว จึงข้อขายก็โดยตรงไม่ต้องผ่านคนกลาง เมื่อนำสินค้าอื่น ๆ

ส่วนสถานที่นั้น ส่วนใหญ่จะปฏิบัติกันที่สถานที่ของผู้ซื้อ การขายบริการคำปรึกษานี้ จึงแตกต่างกับการขายสินค้า เพราะการขายสินค้าจะขายจากสถานที่ขายไปสู่ลูกค้า แต่การขายบริการที่ปรึกษานั้นลูกค้ามาซื้อบริการประเภทนี้ เพราะซื้อเสียงของผู้ขาย

ช่องทางการจัดจำหน่าย จึงเน้นเรื่องความสะดวกสบาย ของทำเลที่ตั้งสำหรับผู้ซื้อที่จะมาซื้อได้ง่าย ๆ และเมื่อคลองจะซื้อแล้ว ผู้ขายบริการจะมาถึงที่เลยทีเดียว ผู้ซื้อไม่ต้องไปที่ไหนอีกเลย

5.3 การพิจารณาส่งเสริมการขาย (Promotion)

5.3.1 ใช้โฆษณา เช่น ลงในวารสารธุรกิจ วารสารวิชาชีพ โฆษณาทาง

ไปรษณีย์

5.3.2 ส่งคนไปพบผู้ตัดสินใจซื้อในเวลาที่สมควร (คนที่ตั้งใจว่าจะซื้อ) และสถานที่เหมาะสม

การตัดสินใจซื้อนี้จะต้องเป็นผู้บริหารระดับสูง

เช่น จะเสนอขายบริการวิจัย กิจกรรมจะติดต่อกับผู้มีอำนาจ หรือผู้บริหารระดับสูง อาจจะเป็นที่สมอส์ หรือสนามกอล์ฟก็ได้

5.4 การกำหนดราคา (Pricing)

แนวทางของการตั้งราคา จะขึ้นอยู่กับเวลาที่ใช้ และความสามารถของผู้ปฏิบัติบริการและชนิดของที่ปรึกษาอาจตั้งราคาในแบบต่าง ๆ กัน เช่น บริษัทที่ปรึกษาทางธุรกิจจะตั้งราคาตามความยากง่ายของัญหา สถาปนิกคิดค่าบริการเป็นเบอร์เซ็นต์ของค่าก่อสร้างที่แท้จริง บริษัทตัวแทนโฆษณาอาจตั้งราคากองที่ โดยเรียกเก็บ 15 % ของยอดเงินที่ขายได้ แต่ปัจจุบันวิธีนี้เริ่มเปลี่ยนมาเป็นแบบเรียกเก็บต้นทุนที่ใช้จ่ายรวมกับคุณค่าทางโฆษณาที่ลูกค้าได้รับ จึงมักมีวิธีใหม่ ๆ มาให้ใช้กำหนดราคา

อย่างไรก็ได้ ลักษณะเฉพาะบางอย่างของบริการด้านให้คำปรึกษา ที่มีผลต่อการกำหนดราคา คือ

1. มักมีความไม่แน่ใจในการที่จะตั้งราคาหรือแข่งขันกันเรื่องราคา เพื่อระดับให้คิดว่าซื้อต่ออาชีพ (จรรยาบรรณ)

2. ราคามักกำหนดก่อนที่จะลงมือปฏิบัติงาน ดังนั้น ผู้ซื้อจะต้องรู้ว่าเขามีต้องจ่ายเท่าไร และจะได้รับอะไร แต่สำหรับผู้ขายนั้นต้องคำนวนให้ดี ถ้าผิดไปก็ไม่สามารถเรียกค่าชดเชยได้

3. การแข่งขันค่าแรงต่อบริษัทที่มีผลในการกำหนดราคา เช่น บริการติดตั้งโทรศัพท์ เครื่องจักร ซึ่งอาจจะเป็นยี่ห้อเดียวกันของต่างบริษัท ย่อมมีผลในการตัดตั้งที่แตกต่างกันได้

4. ผลที่ได้รับหรือคุณค่าของบริการด้านให้คำปรึกษาจะเกิดขึ้น หลังจากปฏิบัติงานหรือเสนอขายให้กับลูกค้าแล้ว ฉะนั้น การวิเคราะห์ต้นทุนหรือกำไรอย่างไรย่อมทำได้ยาก

5. ความสำคัญของบริการแต่ละอย่างที่มีต่อผู้ใช้ย่อมไม่เหมือนกัน เช่น งานปรึกษา

บางอย่าง เกี่ยวกับเงินจำนวนล้านบาท อาจจะใช้เวลาเพียง 1-2 วัน แต่บางอย่างเกี่ยวกับเงินจำนวนน้อย อาจจะต้องใช้เวลาหลายวัน เป็นต้น

ผู้ผลิตบริการด้านการให้คำปรึกษาที่จะนำ Mao อิบายในตอนนี้ มักจะเป็นผู้เชี่ยวชาญ และจะต้องมีภูมิปัญญาและความรู้ทางด้านวิชาชีพควบคุณโดยเฉพาะ

วิชาชีพวิศวกรรม มี พ.ร.บ. วิชาชีพวิศวกรรม พ.ศ. 2505 ควบคู่อยู่ โดยให้ความหมายว่า วิศวกรรม หมายถึง วิชาชีพการซ่อมบำรุงในสาขาวิศวกรรมโยธา วิศวกรรมเครื่องกล วิศวกรรมไฟฟ้า วิศวกรรมอุตสาหกรรม วิศวกรรมเหมืองแร่ และสาขาวิศวกรรมอื่นใด ซึ่งจะได้กำหนดโดยพระราชบัญญัติ

วิชาชีพสถาปัตยกรรม มี พ.ร.บ. วิชาชีพสถาปัตยกรรม พ.ศ. 2508 ควบคู่อยู่ โดยให้ความหมายว่า สถาปัตยกรรม หมายถึง วิชาชีพการซ่อมบำรุงในสาขาสถาปัตยกรรมหลัก สาขาสถาปัตยกรรมผังเมือง สาขากฎหมายสถาปัตยกรรม สาขาสถาปัตยกรรมอุตสาหกรรม สาขาสถาปัตยกรรมมัณฑนศิลป์ และสาขาสถาปัตยกรรมอื่นใดที่จะได้กำหนดโดยพระราชบัญญัติ

วิชาชีพหนาแน่นความ มี พ.ร.บ. หนาแน่นความ พ.ศ. 2528 ควบคุมอยู่ โดยให้ความหมายว่า หนาแน่นความ หมายความถึง ผู้ที่ส่วนภูมิที่ได้รับจดทะเบียนและออกใบอนุญาตให้เป็นหนาแน่นความ (มาตรา 4)

วิชาชีพผู้สอบบัญชี มี พ.ร.บ. ผู้สอบบัญชี พ.ศ. 2525 ควบคุมอยู่ โดยให้ความหมายว่า ผู้ตรวจสอบบัญชี เป็นผู้ที่คณะกรรมการควบคุมวิชาชีพการสอบบัญชีแห่งประเทศไทยได้รับจดทะเบียนและออกใบอนุญาตให้เป็นผู้ตรวจสอบบัญชี

ปกติการบริการด้านการให้คำปรึกษา เป็นผลผลิตทางเศรษฐศาสตร์ที่เป็นนามธรรม แต่ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีได้ช่วยพัฒนาผลิตภัณฑ์บริการนี้ให้ออกมาในรูปของผลิตภัณฑ์ที่เป็นสินค้า เช่น เทบ หรือ วีดีโอ หรือภาพยนตร์ที่เกี่ยวกับวิชาการ การจัดการ หรือดิสเก็ตคอมพิวเตอร์ ที่บรรจุข้อมูลซึ่งผู้ใช้บริการสามารถจะเอาไปใช้ประโยชน์ได้ จึงเกิดความยุ่งยากที่จะแยกว่าการค้านี้เป็นการค้าสินค้าหรือการค้าบริการ นักเศรษฐศาสตร์ได้ลงความเห็นว่าการให้คำปรึกษาจะเป็นบริการแต่ซ่อนรูปอยู่ในตัวสินค้า และการขยายตัวสินค้าที่เป็นพาหนะนำตัวบริการไปสู่ผู้ซื้อบริการ นี้ จะแยกออกจากภาระภาษีบริการแท้ๆ ไม่ได้

การค้าบริการด้านนี้ ผู้ผลิตบริการได้มีภาพพจน์ (Image) และประสบการณ์มาก (Track Record) ย่อมมีความได้เปรียบสูง เพราะทำให้ผู้ซื้อบริการมีความคิดว่า ผู้ผลิตจะสามารถผลิตบริการที่มีคุณภาพดีและเชื่อถือได้ การสร้างความเชื่อถือ และสัมพันธภาพอันดีระหว่างผู้ซื้อและผู้ผลิตบริการ เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ธุรกิจนี้เป็นผลสำเร็จ ซึ่งการที่จะทำได้นั้นผู้ผลิตบริการต้องชาติ มีความจำเป็นที่จะต้องมาปรากฏตัวอย่างน้อยที่สุด เป็นการช่วยตรวจสอบในประเทศของคนในชาติ ในขณะที่สัญญาการซื้อขายบริการยังมีอยู่อยู่ และจนกว่าการให้บริการจะเสร็จสมบูรณ์ตามสัญญา

6. การบริการค้านการขนส่ง

การขนส่ง เป็นกิจกรรมที่ผู้ผลิตบริการกระทำขึ้นเพื่อสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ด้วย การใช้พาหนะทางใดทางหนึ่งไม่ว่าจะเป็นทางบก ทางเรือ หรือทางอากาศ นำพาสิ่งของ ผู้โดยสาร ฯลฯ เดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง โดยผู้ผลิตบริการจะได้รับค่าจ้างเป็นการตอบแทน จึงถือว่าเป็นบริการประเภทหนึ่ง

การค้าบริการนี้จะเกิดขึ้นได้เมื่อมีการติดต่อโดยตรงระหว่างผู้ผลิตบริการ และผู้ใช้บริการ โดยปกติผู้ใช้บริการจะเป็นฝ่ายเคลื่อนที่ไปหาผู้ผลิตบริการ และการผลิตบริการจะเกิดขึ้น ทันทีที่มีการใช้บริการ และไม่สามารถจะสะสมหรือเก็บไว้ได้เหมือนตัวสินค้า เพราะผู้ซื้อบริการ นอกจากการซื้อการเคลื่อนที่ (Mobility) และยังซื้อความเร็ว (Speed) ความปลอดภัย (Safety) และความแน่นอน (Reliability) ว่าพาหนะโดยสารจะพาไปถึงจุดหมายปลายทาง ด้วยความปลอดภัย และตรงเวลา ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นนามธรรม

ในการค้าบริการการขนส่งนี้ การได้เปรียบของการแข่งขันจะอยู่ที่จำนวนเงินการลงทุน และความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี ซึ่งจะมาพร้อมกับความเร็ว ความปลอดภัย และความแน่นอน ของการขนส่งดังกล่าวมาแล้ว นอกจากนี้ ราคา (Cost) และความสะดวก (Convenience) ซึ่ง อาจจะเกิดจากความพร้อมถาวรของบริการ (Availability) เช่นมีเที่ยวบินหรือจำนวนเรือมาก ก็จะเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ผู้ผลิตบริการมีความได้เปรียบในการแข่งขัน

ตาม พ.ร.บ. การขนส่งทางบก พ.ศ. 2522 "ได้ให้คำนิยาม "การขนส่ง" หมายความ ถึง การขนส่งคน สัตว์ หรือสิ่งของโดยทางบกด้วย รถ การขนส่งทางบกนี้ ผู้ประกอบกิจการได้แก่ การขนส่งประจำทาง การขนส่งไม่ประจำทาง การขนส่งโดยรถโดยสารขนาดเล็ก การขนส่ง

ส่วนบุคคล การชนส่งระหว่างประเทศ (ตลอดปี) ชั่วคราว การรับจัดการชนส่ง การจัดตั้งและ
การดำเนินการสถานีขันส่ง การจัดตั้งสถานตรวจสภาพรถยนต์ จะต้องได้รับอนุญาตจาก กรมการ
ชนส่งทางบกก่อน

ตาม พ.ร.บ. แห่งเดินอากาศ พ.ศ. 2497 การชนส่งทางอากาศ หมายถึง การชนส่ง
สิ่งของหรือผู้โดยสารโดยอากาศยานเป็นพาหนะ แบ่งออกตามลักษณะของการให้บริการเป็น
2 ด้าน คือ

1. **ค้านกิจการชนส่งทางอากาศ** ได้แก่ การชนส่งผู้โดยสารสินค้า พัสดุภัณฑ์ โดย
อากาศยานทั้งภายในประเทศไทยและระหว่างประเทศ

2. **ค้านกิจการทำอากาศยาน** ได้แก่ กิจการจัดตั้งสนามบินหรือที่ชั้นลง ชั่วคราวของ
อากาศยาน การจัดเครื่องอ่านวิทยุความสัมภាពในการเดินอากาศ การให้บริการในลานจอดอากาศ
ยาน การให้บริการซ่อมอากาศ และการให้บริการต่าง ๆ เกี่ยวกับอากาศยาน ผู้ประจำหน้าที่สินค้า
พัสดุภัณฑ์ ผู้โดยสาร ลูกจ้างของผู้ประกอบธุรกิจในการเดินอากาศ เป็นต้น

ตาม พ.ร.บ. ส่งเสริมการพาณิชย์น้ำวิ พ.ศ. 2521 การชนส่งทางทะเล หมายถึง
การชนส่งคน สัตว์ หรือสิ่งของโดยพาหนะทางทะเลด้วยเรือ หังหะ เล็กๆ ในและนอกประเทศไทย
เพื่อประกอบธุรกิจการค้าและกิจกรรมสมบทอื่น ๆ หลายประเภท ตั้งแต่การเดินเรือ กิจการทำเรือ
กิจการอู่เรือ ซ่อมเรือ กำลังคนที่เกี่ยวข้องบนเรือและบนฝั่ง กิจการลำเลียง กิจการบรรทุกขน
ถ่ายสินค้าบนเรือสินค้า การประกันภัยทางทะเล และรวมถึงกิจการอย่างอื่นที่เกี่ยวเนื่องโดยตรง
หรือเป็นส่วนประกอบของกิจการดังกล่าว

หมายเหตุ เรื่องการชนส่งโดยรถ เอียดี้นั้น นักศึกษาไปศึกษาเพิ่มเติมได้ในวิชาการชนส่ง

7. การโทรคมนาคม

การโทรคมนาคม หมายถึง การรับส่งข่าวสารหรือข้อมูลต่าง ๆ ซึ่งมีลักษณะต่างกัน แล้ว
แต่กุญแจโทรศัพท์ที่ใช้ เช่น

บริการโทรศัพท์ - ให้บริการรับส่งเสียงพูด

บริการเทเลกซ์ - ให้บริการรับส่งข้อความที่เป็นตัวอักษรโดยใช้เครื่องโทรพิมพ์

บริการวิทยุโทรคมนาคม - ให้บริการรับส่งคลื่นวิทยุ
บริการแพร่ภาคทางโทรศัพท์ - ให้บริการโดยผ่านเครือข่ายดาวเทียมฯลฯ เป็นต้น
การโทรคมนาคม เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายความสะดวก ความรวดเร็ว และ
ความถูกต้องในการรับส่งข่าวสาร หรือข้อมูลระหว่างจุดสองจุด โดยต้องอาศัยอุปกรณ์โทรคมนาคม
ที่พ่วงกับเครือข่ายโทรคมนาคมเป็นพาหนะนำข่าวสารไปจากแหล่งผลิตถึงจุดหมายปลายทาง จึง
ถือได้ว่า การโทรคมนาคมเป็นการบริการประเภทหนึ่ง

การค้าบริการโทรคมนาคมนี้ จะเกิดขึ้นได้โดยไม่จำเป็นต้องมีการติดต่อโดยตรงระหว่าง
กลุ่มผู้ใช้บริการและผู้ผลิตบริการ ผู้ผลิตบริการจะเป็นผู้ควบคุมเครือข่ายโทรคมนาคมให้บริการติดต่อ
ซึ่งกันและกันระหว่างผู้ใช้บริการโดยค้าบริการที่เป็นนامธรรม ได้แก่ ความสะดวกรวดเร็ว ความ
ชัดเจน ถูกต้องของข่าวสาร

โดยข่าวสารเบรียบประหนึ่งตัวสินค้า และความสะดวกรวดเร็วต่าง ๆ ขึ้นอยู่กับความ
ก้าวหน้าทางเทคโนโลยีของอุปกรณ์และเครือข่ายโทรคมนาคม ความไม่จำเป็นที่จะต้องติดต่อโดย
ตรงระหว่างผู้ผลิตกับกลุ่มผู้ใช้ และสามารถแผ่ขยายไปได้ในจุดต่าง ๆ ได้ทั่วโลกอย่างไม่มีขอบเขต
จำกัด

นอกจากนี้ การโทรคมนาคม อาจหมายความถึงการขยายอุปกรณ์โทรคมนาคม ที่รวมถึง
การให้บริการที่เกี่ยวกับอุปกรณ์ในรูปของແນະน้ำทำการใช้ การซ่อมและการบำรุงอุปกรณ์ต่าง ๆ
ซึ่งความจริงแล้วเรื่องนี้จะอยู่ในรูปของการค้าสินค้ามากกว่าการค้าบริการ เว้นแต่ว่า การ
บริการหลักการขยายโดยผู้ใช้บริการทำสัญญาซื้อบริการตามช่วงเวลาที่ต้องการกับผู้ผลิตหรือผู้ขาย
บริการ

ประเทคโนโลยีด้านทางเทคโนโลยีด้านโทรคมนาคม เช่น สหรูฯ อังกฤษ และญี่ปุ่น มี
แนวโน้มจะใช้คำนิยามของการโทรคมนาคมให้รวมถึงการขยายอุปกรณ์โทรคมนาคม (Tele-Com-
munication Equipment) ด้วย เพราะมีจุดประสงค์ที่จะให้มีการเปิดการค้าโดยเสรีทางด้านนี้
เนื่องจากประเทคโนโลยีนี้มีข้อความสามารถสูงทั้งในการขยายอุปกรณ์โทรคมนาคมและการให้
บริการหลักและบริการเสริม

คำนิยามของ "การโทรคมนาคม" ในประเทศไทย

กรมไปรษณีย์โทรเลขได้ให้ความหมายของการโทรคมนาคมว่า หมายถึง การติดต่อสื่อสารกันโดยอาศัยระบบสื่อแม่เหล็กไฟฟ้า ตามกฎหมาย โทรคมนาคมของไทยแบ่งโทรคมนาคมเป็น 2 ประเภทตามสื่อที่ใช้ คือ โทรคมนาคมทางสาย และวิทยุโทรคมนาคม ซึ่งเป็นการโทรคมนาคมโดยอาศัยคลื่นวิทยุ

โดยที่บริการโทรศัพท์เป็นบริการที่มีขอบเขต และปริมาณกว้างขวาง และสำคัญที่สุดในภาคปฏิบัติ เพื่อความสะดวกจึงนิยมแบ่งบริการโทรคมนาคมออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ คือ

1. บริการโทรศัพท์ภายในประเทศ
2. บริการโทรคมนาคมอื่น ๆ ซึ่งรวมบริการที่ไม่ใช่โทรศัพท์ภายในประเทศทุกชนิดเข้าไว้ด้วยกัน

ส่วนประเทศไทยมานานมีความเจริญก้าวหน้าทางด้านโทรคมนาคมมักนิยมแบ่งการบริการโทรคมนาคมออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. การให้บริการหลัก (Basic Service) ได้แก่ การบริการรับส่งสัญญาณระหว่างจุด 2 จุด โดยไม่มีการเพิ่มเติมแก้ไขเปลี่ยนแปลงหรือบันทึกไว้บนตัวกลางใด ๆ เช่น เครือข่ายโทรศัพท์ เครือข่ายดาวเทียม เป็นต้น
2. การให้บริการเสริม (Valued Added Services) ได้แก่ การบริการอื่น ๆ ที่นอกเหนือไปจากการบริการหลัก เช่น การให้บริการวิทยุหรือโทรศัพท์เคลื่อนที่ (On-Line Database, Electronic Mail) เป็นต้น

การได้เปรียบของการค้าบริการโทรคมนาคม

ในการค้าบริการโทรคมนาคมนั้น ความได้เปรียบของการแข่งขันอยู่ที่ความสามารถในการลงทุน และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และ Know-How ของผู้แข่งขัน เพราะความก้าวหน้าของอุปกรณ์และเครือข่ายดังกล่าว เป็นเครื่องชี้ถึงความรวดเร็ว ความคงทน หรือความซัดเจน ถูกต้องของภาพหรือข่าวสารที่ส่งออกไป อันทำให้ความพอใจให้กับผู้ใช้บริการ

กฎหมายที่ให้การคุ้มครองผู้ผลิตบริการโทรคมนาคม

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับบริการนี้ คือ

1. พ.ร.บ. โทรเลขและโทรศัพท์ พ.ศ. 2477 และ พ.ร.บ. องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย พ.ศ. 2497 ได้กำหนดให้การบริการโทรคมนาคมทางด้านสายเป็นอำนาจสิทธิขาดของรัฐ โดยองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย และการล็อสสารแห่งประเทศไทยเป็นผู้รับผิดชอบการบริการ ตามกฎหมายฉบับนี้ เอกชนไม่สามารถเข้ามาประกอบการแข่งขันกับรัฐได้ อย่างไรก็ตามที่ประชุมจะจัดบริการโทรคมนาคมทางสายไฟฟ้าในกิจการของตนย่อมทำได้ แต่ต้องได้รับอนุญาตก่อนจากรัฐวิสาหกิจที่เกี่ยวข้องดังกล่าว (องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย) โดยกำหนดเงื่อนไขและเงื่อนไขธรรมเนียมความที่เห็นสมควร

2. พ.ร.บ. วิทยุคมนาคม พ.ศ. 2498 การให้บริการโทรคมนาคมโดยอาศัยคลื่นวิทยุนั้น ไม่ได้กำหนดว่า การบริการจะต้องผูกขาดของรัฐ เอกชนสามารถดำเนินการใช้เอง หรือเพื่อให้บริการสาธารณะได้ แต่ต้องได้รับอนุญาตจากการไปรษณีย์โทรเลขก่อน การอนุญาตจะอยู่ในรูปของการให้มีการใช้เครื่องรับวิทยุโทรคมนาคม ที่ตั้งสถานีวิทยุคมนาคม รวมทั้งการอนุญาตให้ใช้ความถี่คลื่นวิทยุตามกำหนด

ขณะนี้ได้มีเอกสารบางกลุ่มให้บริการวิทยุติดตามตัวระบบ Packlink

3. พ.ร.บ. องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย พ.ศ. 2497

4. พ.ร.บ. การล็อสสารแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2519

2 พ.ร.บ. หลังนี้เป็น พ.ร.บ. จัดตั้งหน่วยงานแห่งสองและกำหนดอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบของหน่วยงาน ในการขยายงานหรือเปิดบริการโทรคมนาคมประเภทใหม่ ๆ นั้น คณะรัฐมนตรีจะเป็นผู้มีอำนาจ โดยอยู่ในรูปของการอนุมัติงบลงทุนประจำปีสำหรับรัฐวิสาหกิจ แห่งสอง ส่วนการที่จะเปิดการค้าเสรีโดยปล่อยให้เอกชนเข้าทำนั้น จะต้องมีการแก้ไข พ.ร.บ. ที่เกี่ยวข้อง

สรุปแล้วขณะนี้ พ.ร.บ. ตั้งกล่าวไว้ได้ช่วยคุ้มครองผู้ประกอบการไทยแต่อย่างใด แต่กลับจำกัดการเข้าประกอบธุรกิจเอกชนในการประกอบการบริการทางด้านนี้ แม้ในระยะหลังจะมีเอกชนเข้ามาทำการบริการเสริมโดยได้รับอนุญาตจากรัฐ แต่การอนุญาตนี้ถือเป็นการเลือกปฏิบัติ

8. การห้องเที่ยว

คำนิยาม

"การห้องเที่ยว" มีความหมาย ตาม พ.ร.บ. การห้องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 ว่าเป็นอุตสาหกรรมที่จัดให้มี หรือให้บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอก ราชอาณาจักร โดยมีค่าตอบแทน และหมายความรวมถึง

- ธุรกิจนำเที่ยว
- ธุรกิจโรงแรม
- ธุรกิจตذاคาร สถานบริการ และสถานที่ทางอากาศ
- ธุรกิจการขายของที่ระลึก หรือสินค้าสำหรับนักท่องเที่ยว
- การจัดนิทรรศการ การแสดงงานออกร้าน การโฆษณาเผยแพร่ หรือ การดำเนินงานอื่นใดที่มีความมุ่งหมายเพื่อชักนำ หรือส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยว

ในัญชีคุลการชำระเงินของชาติ รายได้จากการห้องเที่ยว จึงรวมค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย และรายจ่ายของประเทศไทย คือ รายจ่ายของคนไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวบ้างต่างประเทศ

รายจ่ายและรายได้รวมค่าที่พัก อาหาร ข้าวของที่ระลึก ค่าน้ำเทิงและหักผ่อน ค่าเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทยและเบ็ดเตล็ดอื่น ๆ

เหตุที่การห้องเที่ยวเป็นบริการและการได้เปรียบในการแข่งขัน

เนื่องจากการห้องเที่ยวมีสิ่งก่อกรรมหลายประภัย รวมกันเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ การค้นควารชนิดนี้จะเกิดขึ้นได้ต่อเมื่อมีการเคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการมาสู่สถานที่ของผู้ผลิตบริการ เช่น นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย เป็นต้น

กิจกรรมที่คุณในชาติต้องผลิตเพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติมีหลายประภัย เช่น กิจการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ จะเป็นบริการที่ขายความรู้ต่าง ๆ เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว รวมกับความเชี่ยวชาญทางด้านภาษา และมนุษยสัมพันธ์ ฯลฯ หรือกิจการให้บริการที่พักในรูปของโรงแรม ที่ต้องใช้เงินทุนสูง และระบบการจัดการที่ดี จึงจะมีความได้เปรียบในการ

แข่งขัน การเลือกหรือสร้างสถานที่พักผ่อน จะต้องอาศัยปัจจัยหลายอย่างที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาใช้บริการ เช่น การตลาด ความสะดวกในการเข้าถึงสถานที่ (การขนส่งและโครงสร้างพื้นฐานของประเทศ) การประชาสัมพันธ์ฯลฯ นอกจากนี้ การค้าบริการด้านการท่องเที่ยวทั้งรวมการค้าสินค้า ได้แก่ การขายของที่ระลึก การขายอาหาร และเครื่องดื่ม ซึ่งการขายสินค้าจะเกิดขึ้นพร้อมกับการบริการ

เนื่องจากการค้าบริการด้านการท่องเที่ยวนี้จะเกิดขึ้นได้ต่อเมื่อ นักท่องเที่ยวหรือผู้ใช้บริการเดินทางเข้ามายังประเทศของผู้ผลิหรือผู้ขายบริการ ฉะนั้น อุปสรรคสำคัญในการค้าบริการ จะเกิดจากการที่ประเทศต่างๆ มีกฎ ระเบียบ ข้อบังคับหรือมาตรการที่จำกัดการเดินทางของคนในชาติไม่ให้เข้าออกนอกประเทศเพื่อการท่องเที่ยว และกฎระเบียบที่จำกัดภูมิปัญญาของธุรกิจการเป็นเจ้าของ หรือการถือหุ้นของธุรกิจที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวของคนต่างชาติ

ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย

1. ในระยะ 5 ปีที่แล้ว คือ พ.ศ. 2526 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นทุกปี โดยเฉพาะรัฐบาลกำหนดให้ พ.ศ. 2530 เป็นปีแห่งการท่องเที่ยว และได้จัดให้มีโครงการส่งเสริมต่างๆ ร่วมกับโครงการเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในพระราชพิธีมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษาครบ 5 รอบ ผลทำให้ชาวต่างประเทศเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยถึง 3.4 ล้านคนในปีนั้น

2. รายได้จากการท่องเที่ยวในปี 2530 มีสัดส่วนร้อยละ 47 ของรายรับของการบริการทั้งหมด ส่วนรายจ่ายของคนไทยที่เดินทางไปต่างประเทศทำให้เกินดูด ดังนั้นการท่องเที่ยวถ้าได้ชาวต่างประเทศเข้ามากเท่าใด ก็จะช่วยให้ได้เบรียบในด้านคุณภาพบริการมากขึ้น

3. ระหว่างปี 2527-2530 การท่องเที่ยวนำรายได้เข้าสู่ประเทศไทยมากกว่าสินค้าเกษตร เช่น ข้าว มันสำปะหลัง ยางพารา สิ่งทอ เป็นต้น

4. การท่องเที่ยวทั้งน้ำหนักซึ่งการจ้างแรงงานทั้งทางตรงและทางอ้อมของคนในประเทศเพิ่มขึ้น ในปี 2530 การท่องเที่ยวสามารถสร้างงานให้คน 684,800 คน และความสามารถในการสร้างงานจะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อม เพราะการขยายตัวอย่างรวดเร็วของการท่องเที่ยว

เมื่อรัฐบาลไทยได้เล็งเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพชีวิตและเงินของประเทศ ทำให้มีการวางแผนในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2530-2534) และตั้งเป้าไว้ว่า เมื่อสิ้นสุดตามแผน (พ.ศ. 2534) การท่องเที่ยวจะนำเงินตราต่างประเทศเข้ามาเพิ่มขึ้นถึง 6.9 หมื่นล้านบาท โดยเน้นถึงการส่งเสริมการขายในต่างประเทศ รวมทั้งการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาคและปัจจัยสำคัญอื่น ๆ ด้วย

กฎหมายที่คุ้มครองผู้ประกอบการไทย

กฎหมายที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว มี 2 ฉบับ คือ

1. พ.ร.บ. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 ได้กำหนดเกี่ยวกับการจัดตั้งธุรกิจ คือการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ท.ท.ท.) ให้มีอำนาจหน้าที่ในการส่งเสริมและดำเนินกิจการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวให้กับชาวต่างด้าว พ.ร.บ. นี้ไม่ข้อกำหนดอื่นใดที่เกี่ยวข้องกับการประกอบกิจการของผู้ที่อยู่ในธุรกิจบริการนี้

2. กฎหมายที่เกี่ยวข้องโดยตรงต่อการประกอบธุรกิจที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวอีกฉบับหนึ่ง คือ ประกาศคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคฉบับที่ 281 พ.ศ. 2515 ซึ่งได้ส่วนอาชีพด้านการท่องเที่ยวไว้เฉพาะคนไทยดังต่อไปนี้

บัญชี ก. หมวด 3 ส่วนอาชีพ

ข้อ 5 นายหน้า และตัวแทน

บัญชี ข. หมวด 2 การประกอบธุรกิจอุตสาหกรรมและหัตถกรรม (ชื่อประดิษฐ์ของที่ระลึก)

ข้อ 9 การผลิตเครื่องทอง เครื่องเงิน เครื่องดม หรือเครื่องทองลงพิมพ์

ข้อ 11 การผลิตเครื่องไม้ แกะสลัก

ข้อ 12 การผลิตเครื่องเงิน

ข้อ 20 การสาวไหม ห่อผ้าไหม หรือการพิมพ์ลายผ้าไหม

ข้อ 21 การผลิตภัณฑ์ด้วยผ้าไหม เส้นไหมหรือรังไหม

บัญชี ข. หมวด 3 การประกอบธุรกิจทางด้านพาณิชยกรรม

ข้อ 4 การค้าของเก่า วัตถุโบราณหรือศิลปวัตถุ

บัญชี ข. หมวด 4 การประกอบธุรกิจบริการ

(1) นำเที่ยว

(2) กิจการโรงแรม เว้นแต่บริการจัดการโรงแรม

(3) ตามกฎหมายว่าด้วยสถานบริการ

บัญชี ค. การประกอบธุรกิจด้านพาณิชยกรรม

ข้อ 4. การขายอาหาร หรือเครื่องดื่มที่เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยว

อนึ่ง ในพระราชบัญญัติฯ กำหนดงานอาชีพ และวิชาชีพที่ห้ามคนต่างด้าวทำ พ.ศ. 2522

ได้มีการกำหนดอาชีพและวิชาชีพ 39 ประเภทให้เป็นอาชีพที่ห้ามคนต่างด้าวทำ ในจำนวนนี้มี 20

ประเภทที่เป็นอาชีพห้ามกรรมทำของที่ระลึก ซึ่งถือว่าเป็นแรงงานทางอ้อมเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

สำหรับอาชีพที่ถือว่าเป็นการค้าบริการท่องเที่ยวทางตรง คือ อาชีพมัคคุเทศก์ หรือ
งานจัดนำเที่ยว และงานนายหน้าหรืองานตัวแทน ซึ่งมีข้อยกเว้นว่า ถ้าเป็นรายบุคคลรับจ้างทำงาน
ไม่ใช่ธุรกิจคนต่างด้าวสามารถทำงานนายหน้าหรือตัวแทนในธุรกิจการค้าระหว่างประเทศไทย (ดูบัญชี
อาชีพและวิชาชีพ 39 ประเภทที่รัฐห้ามคนต่างด้าวทำในภาคพนวก ก. บทที่ห้า การค้าบริการ
ทางด้านแรงงาน)

สรุปแล้ว คนไทยได้รับความคุ้มครองจากกฎหมายในการประกอบธุรกิจที่เกี่ยวกับการ
ท่องเที่ยวมากพอสมควร ประกาศคณะกรรมการประกาศฉบับที่ 281 พ.ศ. 2515 ได้กำหนดว่าถ้าคนต่างด้าว
จะเข้ามาทำธุรกิจดังกล่าว จะต้องเข้ามาร่วมทุนกับคนไทยในอัตราส่วนไม่เกินร้อยละ 49 ของ
ทุนทั้งหมด เท่ากับกำหนดให้คนไทยเป็นหุ้นส่วนใหญ่ของธุรกิจ และถ้ากันไม่ให้คนต่างด้าวมาทำธุรกิจ
แข่งขันกับคนไทยอย่างเปิดเผย

หมายเหตุ รายละเอียดในด้านการท่องเที่ยวนี้ดูได้จากหนังสือ "หลักและการจัดการ
อุตสาหกรรมท่องเที่ยว" หน้า 403 โดย พศ. ชิดจันทร์ หังสูตร

9. การบริการเพื่อสุขภาพอนามัย

บริการเพื่อสุขภาพอนามัยหรือบริการโรงพยาบาล เป็นบริการประเภทหนึ่ง ทุกคนต้องการ
บริการนี้ตั้งแต่เกิดจนตาย คนร่าเริงและคนยากจนมีอำนาจซื้อต่างกัน จึงอาจต้องใช้โรงพยาบาล

ที่ต่างกัน ผิดกับสินค้าตรงที่ผู้ซื้อหรือผู้ใช้บริการไม่มีสิ่งมากนักในการเลือกซื้อเมื่อสินค้า เพราะ การตัดสินใจซื้อขึ้นอยู่กับแพทย์หรือรักษา (เป็นผู้สั่งยาด้วย) การตัดสินใจซื้อนี้มีลักษณะร่วมกันระหว่าง ผู้ซื้อและผู้ขาย

ผู้ป่วยหรือผู้ใช้บริการมักจะรอจนเจ็บป่วยมาก จึงจะมาโรงพยาบาล ซึ่งน่าจะพิจารณา ว่า เพาะผู้ใช้บริการไม่รู้ว่าควรจะต้องรักษาหรือไปหาหมอหรือไม่ หรือเก่งจะขาดความเป็น อิสระ ต้องเป็นผู้ป่วยนอนเช่าว่ายห้องทำอะไรไม่ได้ บางพวาก็ทำการรักษาด้วยเอง อาจเพราะขาดเงิน หรือขาดความเชื่อถือการรักษาแบบสมัยใหม่ก็ได้

การใช้บริการของโรงพยาบาล ผู้ป่วยหรือผู้ใช้บริการมักจะเปลี่ยนแพทย์หรือโรงพยาบาล จนกระทั่งคิดว่าได้พบแพทย์ที่เก่งรักษาโรคที่เป็นให้หายได้ ในด้านบริการของโรงพยาบาลจึงเป็น เรื่องของการเชื่อถือความสามารถ ตลอดจนเชื่อเสียงของแพทย์หรือผู้ชายบริการ เรียกว่าเกิด สามิกัดต่อชื่อเสียงของแพทย์ที่ทำงานอยู่ในโรงพยาบาลนั้น ๆ

ทั้งโรงพยาบาลของรัฐและเอกชนมักกำหนดราคายโดยคิดจากราคาต้นทุน โรงพยาบาลของรัฐย่อมคิดราคาถูกกว่าโรงพยาบาลของเอกชน ตามปกติแพทย์จะไม่คิดราคาค่าบริการตาม ฐานะของผู้ป่วย แต่ผู้ป่วยจะแบ่งรับตนเองโดยอัตโนมัติ เช่นมีรายได้สูงหรือมีรายได้ต่ำ เป็นต้น ผู้มีรายได้น้อยอาจต้องพึงโรงพยาบาลของรัฐ บริษัทประกันภัย กากชาด สมาคมการกุศลต่าง ๆ ส่วน ผู้มีรายได้สูงจะเลือกเข้าโรงพยาบาลเอกชน คลินิกต่าง ๆ เป็นต้น

เหตุที่บริการโรงพยาบาลจะได้เปรียบในการแข่งขัน

เนื่องด้วยบริการเพื่อสุขภาพอนามัยมีจกรรมอยู่มากหมายหลายประการรวมกัน เพื่อให้ บริการครอบทางด้านการรักษาผู้ป่วย ผู้ชายหรือนายแพทย์ที่ชำนาญเฉพาะโรคมีมากกว่าแท็ก่อน นอก จากแพทย์ยังมีพยาบาล นักกายภาพบำบัด อุปกรณ์ต่าง ๆ อยู่ด้วย ซึ่งนับวันอุปกรณ์การแพทย์เหล่านี้ จะยิ่งทันสมัยมากขึ้น ถ้าโรงพยาบาลไม่มีอุปกรณ์การรักษาที่ทันสมัยมากเท่าใด ก็จะทำให้การเสนอ ขายสมญารณ์และมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ผลิตภัณฑ์บริการขึ้นอยู่กับขนาดของโรงพยาบาล การที่จะคูว่าโรงพยาบาลใหญ่หรือเล็ก ขึ้นอยู่กับจำนวนเตียงผู้ป่วยในโรงพยาบาล และบริการอื่น ๆ ได้แก่ มีเครื่องมือพอเพียง รวมทั้ง ห้องพักฟื้น แผนกฉุกเฉิน ธนาคารเลือด กายภาพบำบัด การจ่ายยา การทำความสะอาด การผ่าตัดที่

สำคัญ ๆ เช่น หัวใจ สมอง การบำบัดทางด้านรังสี เป็นต้น

ในส่วนของแข็งขันแต่ละโรงพยาบาล มักมองที่บริการว่าโรงพยาบาลใดจะมีพร้อมมากกว่ากัน เพราะจะเรียกลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการได้มาก แม้แพทย์เองก็จะช่วยเลือกโรงพยาบาลที่พร้อมทุกอย่างแก่ผู้ป่วย โรงพยาบาลที่มีวิทยาลัยแพทย์อยู่ย่อมเป็นที่มั่นใจแก่ผู้ป่วย เพราะการศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมของนักศึกษาแพทย์นั้นเป็นบริการที่ดีได้อย่างหนึ่ง

ทำเลที่ตั้งของโรงพยาบาลมีแนวโน้มแบบกระจายไปตามชุมชน โรงพยาบาลใหญ่ ๆ มักเลือกสถานที่แถบชานเมือง เพราะสงบ เงียบและอากาศปลอดภัยกว่าในเมือง

บริการที่ดีของโรงพยาบาล มักจะใช้โฆษณาปากต่อปาก โดยมากที่โฆษณาหาก คือ อุปกรณ์ทันสมัยที่มีอยู่ครบ ความมีใจติดอาใจใส่ผู้ป่วยก็มีความสำคัญมากในการใช้เปรียบเทียบระหว่าง โรงพยาบาล

10. การกีฬาและการรื่นเริงบันเทิงใจต่าง ๆ

กีฬาและบันเทิงเป็นตัวบ่งชี้บริการที่ใหญ่และกว้างขวางมาก สิ่งจำเป็นสำหรับบริการประเภทนี้ คือ การลงทุนในเรื่องสถานที่ ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายถ้วน สำรวจรายค่าตอบแทนแก่ผู้แสดงนับเป็นการลงทุนส่วนใหญ่ และสำคัญสำหรับธุรกิจประดิษฐ์ ก็คือ

กีฬา ได้แก่ โบว์ลิง บิลเลียด (สนุ๊กเกอร์) พุตบอล Majority ว่ายน้ำ แบดมินตัน เทนนิส ม้าแข่ง กอล์ฟ เรือใบ และสกีน้ำฯลฯ ส่วนบันเทิง ได้แก่ ภาพยนตร์ การจัดคอนเสิร์ท ดนตรี และการลีลาศ

กลยุทธ์ของบริการด้านการกีฬาและการบันเทิง อยู่ที่การให้บริการต่าง ๆ ข้างต้นให้สมบูรณ์ที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ สำหรับกลุ่มลูกค้าที่มารับบริการ อาจแยกเป็น 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มผู้ที่เล่นกีฬา

2. กลุ่มผู้เข้าชมกีฬา หรือชมภาพยนตร์ ละครบ

บังกะโลเรื่องกีฬา ได้มีบริษัทเอกชนจัดตั้งขึ้น เท็นนิส แบดมินตัน สรรว่ายน้ำ แล้วจะได้รับรายได้จากการผู้เล่นกีฬา แต่กีฬาบางประเภท เช่น พุตบอล Majority แข่งม้า ก็อาจจะมีรายได้จากการผู้เข้าชมกีฬา ส่วนบริการบันเทิงได้แก่ภาพยนตร์นั้น เจ้าของโรงภาพยนตร์รายได้มาจากการจำหน่ายบัตรเข้าชมภาพยนตร์ บังกะโลมีวิธีลดค่านหุนการเข้าภาพยนตร์ ด้วยการฉายน้ำ

ยนตร์หลาย ๆ โรงด้วยฟิล์มชุดเดียวกัน

หลักการในการให้บริการ

สำหรับกลุ่มผู้ที่เล่นกีฬา

- สนามกีฬาต้องอยู่ในทำเลที่เหมาะสม อากาศบริสุทธิ์ อาณาบริเวณกว้างขวาง
- ต้องมีอุปกรณ์กีฬาให้สมาชิก ผู้เล่นได้ยืมใช้หรือเช่า
- มีบริการอำนวยความสะดวก เช่น ห้องเปลี่ยนชุด เครื่องแต่งกาย ห้องพัก ห้องน้ำ ยาและอุปกรณ์ในการปฐมพยาบาล
- มีครุภัณฑ์และเครื่องจักรที่จำเป็น เช่น เครื่องซักอบอบอุ่นอบแห้ง เครื่องซักอบอบอุ่นอบแห้ง เครื่องซักอบอบอุ่นอบแห้ง เครื่องซักอบอบอุ่นอบแห้ง
- มีการประชาสัมพันธ์ ประกาศข้อกำหนดสำหรับผู้เข้าชมหรือเข้าแข่งขัน แจ้งเอกสาร ข่าวสารในหน้าหนังสือพิมพ์เพื่อเผยแพร่

สำหรับผู้เข้าชมกีฬาหรือชมการแสดง

- จัดอำนวยความสะดวกในการเข้าชม เช่น อัฒจันทร์ ป้ายบอกทาง ตลอดจนสถานที่จอดรถ
- ให้บริการคำแนะนำการเล่นกีฬา ระเบียบ กติกาต่อผู้ที่สนใจ ตลอดจนรับสมัครเป็นสมาชิก

ส่วนบริการบันเทิงอื่น ๆ เช่น การจัดคอนเสิร์ต ดนตรีและการลีลาศ เป็นธุรกิจที่ใหม่มีความอ่อนตัว เคลื่อนไหวตามความนิยมของประชาชนในแต่ละยุค แต่ละสมัยของสังคมนั้น ๆ ผู้ที่อยู่ในวงการธุรกิจนี้ ต้องมีความตื่นตัว เพื่อการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นได้เสมอ ๆ ได้แก่ แฟชั่น ของจังหวะ เท้นรำ เพลงยอดนิยม เป็นกลุ่มที่เปลี่ยนตัวเร็วที่สุด สำหรับการคุณภาพและลักษณะ การให้บริการมักจะแสดงในคลับ ในที่ลับ บาร์ ภัตตาคาร และห้องอาหาร เป็นต้น

การจัดตลาดบริการการกีฬา มารสพและการพักผ่อน

อะไรเป็นเหตุให้มีความต้องการซึ่งกีฬาและการพักผ่อน (DEMAND)

1. ช่วงโภชนาถมีแนวโน้มเอียง ที่จะลดลงโดยให้ผู้ใช้แรงงานได้รู้กีฬา มารสพ เพื่อ

การพักผ่อน (ค้างเข่น กรรมการเรียกร้องให้ลดเวลาทำงาน)

2. การกระจายวิธีพักผ่อนหรือใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ มีหลายอย่าง
3. การพักผ่อนจะช่วยแก้ไขความเครียด และความกดดันของหั้งนักกีฬาและผู้ชุมกีฬา

การจัดผลิตภัณฑ์บริการทางด้านอุปทาน (SUPPLY)

การที่จะจัดกีฬาให้เกิดมีผู้ดูมากหรือน้อยได้ ขึ้นอยู่กับลักษณะของกีฬาต่าง ๆ เช่น การแข่งขันเพื่อชัยชนะ เพื่อ lob สกิตติในกีฬาโอลิมปิก เพื่อศิลปะ เป็นต้น ซึ่งต้องพิจารณาควบคู่ไปกับ

1. ชื่อเสียงของคู่แข่งขัน
2. ผู้มีอิทธิพลกันระหว่างคู่แข่งขัน
3. ลักษณะของอัชลันทร์ หรือเวทีกีฬาแต่ละประเภทจะจัดขึ้น
4. ความสำคัญของผู้จัดรายการหรือพิธีกร

การซัมกีฬาหรือมาราธอนต่าง ๆ นั้นมี 2 วิธี คือ

1. ไปคูถึงสถานที่ เช่น สนามกีฬานั้น ๆ เพื่อดูและเขยร์ทีมที่ตนชอบ โดยจ่ายเงินขื้นตัวโดยตรงด้วยตนเอง เพื่อเข้าชมกีฬานั้น ๆ เป็นการเข้าชมโดยตรง
2. ในชื่อตัว แต่ถูกจากที่วี พังจากวิทยุ อ่านหนังสือพิมพ์ เป็นการซัมทางอ้อม กลุ่มนี้มีผลทำให้เกิดลิขสิทธิ์ในการถ่ายทอด

เหตุที่นิรภัยการการกีฬา มาราธอนและการพักผ่อนจะมีทางไก่เบรี่ยบในการแข่งขัน

ควรศึกษาเรื่องสถานภาพโดยทั่วไปของกลุ่มประชากร (Demographic Study) คือ

1. อายุ ศึกษาหาเป้าหมายลูกค้าว่ามีอายุเท่าใด จึงจะเข้าชมหรือเล่นกีฬานั้น ๆ เช่น อายุของผู้เข้าชมหรือเล่นก่อร์ฟี่ย์มสูงกว่าอายุของผู้เข้าชม many เป็นต้น
2. เวลาว่างที่อ่านว่ายังไห่มาราธอนกีฬา ยาวหรือสั้น ในช่วง 10 ปีที่แล้วมา อเมริกันทำงานน้อยลง (ชั่วโมงทำงานต่อสัปดาห์ลดลง มีเวลาว่างมากขึ้นอีก 35%)
3. รายได้ที่แตกต่างกัน ผลสำรวจปรากฏว่าการซัมกีฬาโดยตรงนั้น ผู้ซึ่มที่มีรายได้สูง หรือค่อนข้างสูง (ยังไม่สูงสุด) ชอบไปชมกีฬาด้วยตนเองที่เวทีมีถึง 64.4% ผู้ซึ่มที่มีรายได้สูง ปานกลาง ก็ชอบไปชมกีฬาด้วยตนเองเหมือนกัน แต่น้อยกว่ากลุ่มแรกเล็กน้อย คือ 54.7%

ส่วนการซึมกีฬาทางอ้อมนั้น (ซึมผ่านสื่อมวลชน) ขันขันสูงคู่ผ่านทีวีมีอยู่มาก แค่ 35.6% เท่านั้น แต่ขันชั้นต่ำ (รายได้ต่ำกว่าปานกลาง) ดูผ่านทีวีถึง 45.3% แสดงว่าความยากจน หรือ การมีรายได้น้อยเป็นเหตุทำให้เกิดความรู้สึกห่วงหันน้อย

คนมีรายได้ต่ำกว่าปานกลาง (Lower-Class) นิยมดูกีฬาประเภทเบสบอล นาย โบว์ลิง ส่วนคนที่มีรายได้สูง (Upper-Class) นิยม กอล์ฟ เทนนิส แสดงว่ารายได้แตกต่างกัน ย่อมซึมกีฬาแตกต่างกัน

แท็กได้มีการคาดว่า ถ้ากีฬาทุกประเภทมีการถ่ายทอดให้ทางทีวีได้แล้ว ก็จะลดความแตกต่างที่สำรวจมาแต่ต้นได้ คนจนหรือคนมั่งมีก็ไม่แตกต่างกันมากmany คือซึมผ่านทางสื่อมวลชน ได้เหมือน ๆ กัน เรียกว่า ชัดลักษณะความแตกต่างของกลุ่มที่เข้าใจว่ามีความต่างกันอย่างมากให้เหลือน้อยลง หรือสูญหายไปในที่สุด

4. **เพศ** หญิงหรือชายนิยมกีฬาแตกต่างกัน เช่น มีผู้สำรวจว่าผู้ชายนิยมกีฬาฟุตบอล อาชีพ ชอบกีฬามาก แบบล แล้วชอบกีฬามากกว่าผู้หญิง ขณะที่ผู้หญิงนิยมกีฬาประเภทไม่มีการประท หรือสัมผัส

5. **ภูมิอากาศ (Climate)** อากาศร้อนหนาว พนูก แหล่งน้ำ มีผลในการจัดกีฬามาก เพราะถ้าจัดแข่งขันฟุตบอลในฤดูฝน ก็จะไม่มีคนดูมากได้

6. **ภูมิลำเนาของผู้ชุมชน** ชาวกรุง ซึ่งมีอุปกรณ์กีฬาทางจักรยาน โน้มเอียงที่จะดูกีฬาบลูสเกต บอล นวย บิล เลี้ยด และเบสบอล ในขณะที่ชาวชนบทซึ่งเดินทางมาในชนบท จึงคุ้นเคยกับการใช้ พลังกำลัง ย่อมจะชอบกีฬากลางแจ้งมากกว่าในร่ม เช่น กีฬาตะกร้า ล่าสัตว์ กีฬาลู๊และล้าน เป็นต้น

7. **สภาพทางภูมิศาสตร์ (Geographical Region)** กีฬาในประเทศที่มีอากาศหนาว จะเป็นที่นิยมของกลุ่มคนในประเทศหนาวมากกว่าประเทศที่มีอากาศร้อน เช่น กีฬายอกกันแข่ง เมื่อจัดขึ้นในประเทศร้อน คนดูจะมีไม่มาก เพราะไม่ยอมรับในกีฬาประเภทนี้ สภาพทางภูมิศาสตร์ เป็นปัจจัยสำคัญในการช่วยขัดเกลา ผู้เข้าชมให้ชอบหรือไม่ชอบ และมีความสัมพันธ์ทำให้กีฬานั้น เกิดสังคมหรือสังสรรค์ได้

เหตุที่ไม่มีริษัทท่องเที่ยวแข่งขันมากนัก จึงไม่จำเป็นต้องทำการโฆษณาตามหลักวิชาโฆษณา

ທັງໝາດ ຂະນັນ ຈຶ່ງໃຊ້ວິທີການໂນໝາແບບນອກລ່າງ (Informative Advertising) ທັກີ່ພ້າອາຂີ່ພ
ຫົວໜ້າສຳຄັນເລື່ນ ແລະນັກຈະນີມທຳການໂນໝາໂດຍໃຫ້ສັນກາຜົນ ຫົວປ່ອຍຂ່າວຫານໜັງລືອພິມພ
ຫົວໃຊ້ວິທີສັກຫຸນ ຈາກປາກຕ່ອປາກ

ກາຮັກຫານຄຣາຄາ

ຮາຄາຂອງມົກົງກາຮັກກີ່ພ້າ ມີຄວາມຕ້ອງກາທີ່ໄມ່ຢືນຢັນ ໂດຍເນັພາດ້າເປັນກີ່ພ້າທີ່ໄດ້ຮັບ
ຄວາມນີມດ້ວຍແລ້ວ ຮາຄາອາຈະສູງຄາມຄວາມນີມ ແນວທາງຂອງກາທີ່ຕັ້ງຮາຄາ ຄືອ

1. ຂໍອຕ້າວເດືອນດູໃດຕລອດໜຶ່ງຖຸກກາລ ຮາຄາຍ່ອມຖຸກກວ່າຄູແນບຕ້ຳທີ່ລະຄຽງ
2. ທີ່ນັ່ງມີຮາຄາແຕກຕ່າງກັນ ດ້ານນັ່ງໃກລ້ວເທົ່ານີ້ຮາຄາຍ່ອມສູງກວ່ານັ່ງໃກລອອກໄປ ເພື່ອຈະເຫັນ
ນັກກີ່ພ້າໄດ້ຂັດ ອ ແຕ່ຄັງກາພຍນົກ ນັ່ງໃກລຈອກາພຍນົກຈະຮາຄາສູງກວ່ານັ່ງໃກລຈອກາພຍນົກ
3. ຕັ້ງຮາຄາສູງໄດ້ ໃນໜ່ວງທີ່ເໝາະຂອງວັນ ເຊັ່ນ ຮອບຄ້າອາຈ ຮາຄາສູງກວ່າຮອບເຂົາ
ເປັນຕັນ
4. ຕັ້ງຮາຄາສູງໃນໜ່ວງທີ່ເໝາະຂອງສັປດາທີ່ ເຊັ່ນ ເສັງ-ອາທິດຍ ທີ່ຈຶ່ງເປັນວັນຍຸດປະຈຳ
ສັປດາທີ່ ອາຈມີຮາຄາສູງກວ່າຄູໃນວັນອຮຣມດາ
5. ສ່ວນຮາຄາຂອງກາທີ່ຕ່າຍທອດທິວີ ມັກຈະກຳຫານດ້ວຍກາປະມຸລ ຈະໄດ້ກັບຄົນທີ່ໄດ້ຮັບ
ສູງສຸດໃນກາປະມຸລ

11. ກາຮໃຫ້ເຂົາແລະນົກກາຮ່ອມແໜນ (Renting and Repair)

ບຣິກາທີ່ເຮີ່ມຕັນງ່າຍທີ່ສຸດ ຄືອນຮິກາຮໃຫ້ເຂົາ ນອກຈາກນີ້ຢັງໃໝ່ເວລານ້ອຍ ແລະມີຜລຕອບແຫນ
ທີ່ອີກດ້ວຍ ຜູ້ໃຫ້ຮິກາຮຈຶ່ງຕ້ອງຕັດສິນໃຈວ່າ

- ເຫຼຸ່ມທີ່ຄົນຂອບເຂົາມາກກວ່າຂຶ້ນ ເພົ່າ
- ກ. ຕ້ອງກາຮໃຫ້ເພີ່ມຍັງຂ້າກາວ ເວລາສັ້ນ
 - ຂ. ເພື່ອຜລດ້ານການ
 - ກ. ຕ້ອງກາຮທດລຸອງໃໝ່
 - ຈ. ກົບປະມາລຈຳກັດ
 - ຊ. ໄມຕ້ອງຮັບຜົດຂອບເກີ່ວກັບຄ່າຊ່ອມແໜນ

บริการที่ให้เช่า เว็บคัน อัคชร ก-ษ ได้แก่

ของใช้ทั่วไปเกี่ยวกับงานจัดเลี้ยง (เก้าอี้ ถ้วยชาม แก้วน้ำ โต๊ะ ฯลฯ)

เครื่องไฟฟ้า

เครื่องตัดหญ้า

เครื่องคนติริ

บ้าน, แพลต อพาทเม้นท์

เฟอร์นิเจอร์

รถยก

เรือ

รถเมล์

รถบรรทุก

อุปกรณ์เกี่ยวกับตกอາกาສ (แคมป์ บานบีกิว บ้านขายาย Hale)

อุปกรณ์สำนักงาน

บริการเช่าอันไหน ผู้ให้เช่ามีความต้องที่สุด ควรจะเลือกอันนั้น เพราะใช้หลักความ
ชำนาญเฉพาะ จะทำให้มีข้อได้เปรียบ คือ

1. ลูกค้าจะคุ้นเคย และรู้จักเราในฐานะเป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านนั้น และเข้าใจ
นิสัยของเราเป็นคนแรก

2. จากการที่มุ่งทำบริการใดบริการหนึ่ง ทำให้ลายเป็นผู้เชี่ยวชาญไปได้ ทำให้รู้จัก
ที่ข้อของที่เช่าได้ในราคากู๊ด และขณะเดียวกันก็ซ้อมเองให้หรือรู้ที่ซ้อมด้วย

3. การให้เช่าไม่จำเป็นต้องซื้ออุปกรณ์มาไว้มากมายหลายชนิด นอกจากของที่ให้เช่า
ตามปกติ การมีมากจะเกิดการสูญเปล่า ถ้าไม่มีคนมาเช่า

4. เสนอให้บริการที่ไหนก็ได้ เพราะไม่ต้องสต็อกของจำนวนมาก จึงไม่ต้องเสียเงิน
ค่าสถานที่ใหญ่โต อาจจะเป็นที่บ้านของเราเองก็ได้

ผู้เสนอบริการให้เช่าอาจขยายรายของบริการได้ง่ายกว่าบริการประเภทอื่น หรือพัฒนา
บริการใหม่ ๆ ขึ้นมาได้ เช่น คุ้มครองสาขาวิชาต้องการจัดงานมงคลสมรส อาจต้องการรถยนต์ อาหาร
เลี้ยงพระ อาหารเลี้ยงแขก โต๊ะหมู่บูชา โต๊ะเลี้ยงแขก ตลอดจนชุดวิวาห์ เป็นต้น

เทคนิคของการเลือกเสนอบริการให้เช่า

1. เป็นสิ่งที่คนเองกันเคย การให้เช่าเครื่องมือตัดหญ้า อาจไม่เหมาะสมกับบ้านที่ไม่มีสวน จึงย่อผลลัพธ์ว่าถ้าจะให้เช่าของที่เราถนัดใช้ เช่นให้เช่ารถจักรยาน ทุกคนซื้อจักรยานได้ และเคยใช้เป็นประจำ เป็นต้น
2. สะดวกในการเก็บรักษา ในระยะแรกอาจจะใช้บ้านเป็นสำนักงานให้เช่า แต่เมื่อกิจการใหญ่โตขึ้น อาจจะเคลื่อนไปอยู่ในย่านธุรกิจ
3. ซ่อมแซมง่าย ต้องซ่อมง่าย ของที่หักเสียหายง่าย เช่น กล้องถ่ายรูป วิทยุ อาจไม่เหมาะสมที่จะนำมาให้เช่า ถ้าไม่มีชั้นส่วนมา อะไหล่ให้ก็จะยากในการซ่อม ดังนั้น จึงควรเลือกให้เช่าสิ่งที่ซ่อมง่าย และชั้นส่วนก็หาซื้อด้วยๆ ไป และการบำรุงรักษาไม่ควรแพงจนเกินไปด้วย
4. เป็นที่ต้องการของคนทั่วไป การเสนอบริการต้องเป็นที่ต้องการของคนส่วนใหญ่ การให้เช่าที่วิ่งในชนบท หรือคอมพิวเตอร์ในต่างจังหวัด ย่อมไม่เหมาะสม เพราะไม่ได้เป็นที่ต้องการของคนในชุมชนนั้น
5. สามารถเคลื่อนย้ายได้ง่าย ตามปกติ ผู้เช่าจะขนของนั้นไปเอง หรือถ้าเราต้องขนย้ายให้ก็ควรทำได้สะดวก ไม่ต้องเสียเวลาและค่าใช้จ่ายมาก

เทคนิคของการเลือกของมาให้เช่าที่สำคัญอันหนึ่ง คือ การใช้อุปกรณ์หลักที่มีราคาแพงย่อมจะนำผลตอบแทนสูงสุดได้ เพราะการใช้อุปกรณ์ดีและแพงนั้น ย่อมจะมีค่าเช่าขั้นน้อยมาก และค่าบริการก็สามารถคิดในราคาน้ำเงินได้ ระยะเวลาเช่ามักจะยาวนานกว่า และไม่จุกจิกในการต้องทำสัญญาด้วยการเขียน ไม่ต้องสต็อกของไว้มากรายการ ของถูกมีกำไรมาก จะมีกำไรที่ต่อเนื่องของให้เช่าจำนวนมาก และไม่ต้องเสียเวลา กับการจัดการเช่าด้วยตนเอง

จากประสบการณ์การให้เช่าที่ประสบความสำเร็จ จะคำนึงงาน 4 ขั้นตอน ดังนี้

1. ใช้เทคนิคดังที่นี่ในการดำเนินการจัดซื้อ โดย
 - ก. พยายามซื้อในราคาย่อมสั่ง
 - ข. ซื้อของใช้แล้ว
2. เจาะจงโฆษณาให้ได้ประโยชน์สูงสุด โดยเน้นตลาดเฉพาะส่วนใดส่วนหนึ่ง ยิ่ง

สนใจจะเข้าสิ่งที่เราเสนอ อาจเลือกใช้การส่งโฆษณาทางไปรษณีย์ได้ ไม่ต้องลงทุนในการโฆษณาสูง

3. กำหนดค่าบริการในลักษณะแข่งขัน ค่าบริการจะต้องไม่แพงจนเกินไป ควรจะพิจารณาถึงคู่แข่งขันที่อยู่ในตลาดเดียวกันด้วย

4. เมื่อถึงระดับหนึ่งควรจะขยายบริการให้กว้างขวางให้ขึ้น และต้องไม่ลืมหักสำรองค่าเสื่อมราคา เพื่อเก็บไว้ข้ออุปกรณ์ใหม่มาแทนที่ เมื่อของเก่าชำรุด

บริการซ่อมแซม

โดยทั่วไปแล้วซ่อมแซมต่าง ๆ จะมีค่าแรงที่แพงมาก เพราะต้องการผู้มีความรู้ ความชำนาญเป็นพิเศษ เช่น ซ่อมตู้เย็น ซ่อมเครื่องตัดหญ้า ซ่อมแอร์ ทีวี ฯลฯ เมื่อถ้าเปลี่ยนค่าแรงต่อชั่วโมงจะมีจำนวนที่สูงมาก

ก่อนตัดสินใจจะบริการซ่อมแซม ต้องสำรวจก่อนว่าห้องกินน้ำขนาดซ่างอะไร หรือซ่างช่องประตูเท่านั้นอยู่ที่สุด ถ้าว่าคู่แข่งมีราย บางครั้งมา Factor ประชากำราพิจารณาด้วย

12. บริการศึกษา

การท่องเรียนเอกชนเป็นสิ่งที่นิยมในปัจจุบัน เนื่องจากไม่ใช่โรงเรียนของรัฐ หรือเอกชนนี้ได้เสนอการสอนให้ เช่น สอนดนตรี เต้นรำ หัดคละคร ฯลฯ อาจจะมีโรงเรียนของรัฐทำหน้าที่สอนวิชาพอกนี้ เช่น โรงเรียนช่างศิลป์ แต่ก็เน้นทฤษฎีมากกว่า ทั้ง ๆ ที่การบริการพอกนี้ต้องการความชำนาญเฉพาะด้าน นอกจากนี้ โรงเรียนที่เปิดสอนส่วนตัวมักคำนึงถึงความสะดวกของลูกค้าเป็นใหญ่ เช่น อาจเรียนที่บ้าน หรือไปรษณีย์ได้

การพัฒนาบริการการศึกษา ดำเนินการดังนี้

ขั้นที่ 1 กำหนดเวลาและสถานที่จะต้องใช้

ขั้นที่ 2 กำหนดอัตราค่าสอนให้แน่นอน ไม่มีการลดหลัง เพราะอาจมองว่าไม่มีคุณภาพ

ขั้นที่ 3 จัดหาวัสดุอุปกรณ์ที่จำเป็นเกี่ยวกับการสอน

ขั้นที่ 4 หาช่องทางเข้าสู่กลุ่มของลูกค้า เช่น ครูสอนร้องเพลง มักไม่ใช่วิธีโฆษณา

ในหน้าหนังสือพิมพ์ มักใช้ติดโปสเกอร์ หรือแจกรายการด้วยตามร้านค้า
**ชนิดที่ 5 สัมภาษณ์ หรือพูดคุยกับผู้สมัครเข้าเรียนโดยตรง เพื่อรู้พื้นฐานของผู้เข้า
เรียนทุกคน ทำให้กำหนดแนวทางการสอนได้ดีขึ้น**

การขายอีกแบบหนึ่ง คือการขายสินค้าทางไปรษณีย์ ซึ่งจะเป็นการขายบริการมากกว่าขายสินค้า การขายบริการนี้มีนิยมจากมีความหลากหลายสูงมากแล้ว yang สามารถทำได้อย่างกว้างขวาง ในประเทศที่เจริญแล้ว เพราะ

1. ขอบเขตของการขายไม่จำกัด
2. การโฆษณา สามารถจัดได้ทำให้มีความหวังในการขายได้มากขึ้น
3. สิ่งที่ขายทางไปรษณีย์ จะตัดปัญหาข้อบกพร่องของพนักงานขายได้
4. การรับคำสั่งซื้อทางไปรษณีย์ สามารถทำได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ความสำเร็จของการขายทางไปรษณีย์ **จึงอยู่ที่การขายซ้ำ** (Repeat Sales) ก็ต่อเมื่อผู้ขายรายได้ สามารถให้บริการได้เป็นที่ถูกอกถูกใจลูกค้าแล้ว ลูกค้าคนเดิมจะพยายามติดต่อกับผู้ขายรายเดิมเสมอ สรุปได้ว่าการขายทางไปรษณีย์ขายอะไรได้ ที่สามารถทำให้ลูกค้าเชื่อถือได้โดยไม่มีการเปลี่ยนแปลง แม้ว่าจะมีผู้เข้ามาขายสินค้าอย่างเดียวกัน แต่เนื่องจากบริการจะมีลักษณะแตกต่างกัน ไม่มีทางเหมือนกันได้ร้อยเปอร์เซ็นต์ หรือแม้แต่ใกล้เคียงพอที่จะมาเป็นคู่แข่งขันก็ทำได้ยาก

หลักเกณฑ์การเลือกชamy บริการทางไปรษณีย์

1. มีลักษณะเบา และสามารถส่งทางไปรษณีย์ได้
2. บริการนั้นสามารถอธิบายคุณสมบัติได้ง่าย เช่น อัคเทป แผ่นเสียง ผู้ช่วยอ่านเข้าใจและรู้ว่าสิ่งที่เขาจะได้รับนั้นคืออะไร
3. สามารถเจาะจงลูกค้าได้ จะต้องเลือกกลุ่มลูกค้าได้ เช่น ลงโฆษณาในนิตยสารสตรี เพราะสตรีเป็นนักช้อปที่สำคัญ
4. เป็นของที่มีการซื้อขายได้ เช่น รับล้างอัคขယายรูป ถ้าบริการเป็นที่พอใจเขาจะกลับมาใช้บริการซ้ำอีก ฉะนั้น อย่าขายของที่มีอายุการใช้งานและอัตราการซื้อขายต่ำมาก

ตัวอย่าง	การขายข้อมูลค่าง ๆ	บริการอัค ล้าง ถ่ายภาพ
	นายหน้าติดต่อด้านการเงิน	รับปรึกษาส่วนตัว
	รับพิมพ์ดีด	ให้คำแนะนำแนวทางธุรกิจ

การเริ่มและดำเนินธุรกิจทางไปรษณีย์

1. การเตรียมโฆษณา

1.1 สิ่งพิมพ์ต้องส่งตรงไปยังลูกค้า ต้องแน่ใจว่าหน้าของเรียบหรือถูกต้อง ถ้าหากต้องการให้มีการตอบกลับโดยการลั่นชื่อต้องแนบแบบฟอร์มลั่นชื่อไปด้วย

1.2 การพิมพ์ในสื่อโฆษณาทั่วไป จะเป็นต้องเน้นประโยชน์ที่ผู้ใช้จะได้รับเป็นหลัก เพราะบริการเป็นสิ่งที่มองไม่เห็น จึงเน้นสี รูปร่าง ลักษณะไม่ได้

1.3 หัวข้อและเนื้อเรื่องที่โฆษณา ต้องน่าสนใจ ไม่ยินเยือก จนผู้อ่านเลิกสนใจไม่ติดตามอ่านอีกต่อไป

2. การเก็บรวบรวมรายชื่อลูกค้า ลูกค้าที่ดีที่สุด คือ ลูกค้าเก่าคุณที่เคยซื้อทางไปรษณีย์จากเราในตอนแรก มีแนวโน้มจะซื้อบริการของเราอีก เพราะเกิดความเชื่อมั่นในสิ่งที่เราเคยให้บริการแก่เขา

3. เสนอขายสิ่งใหม่เปิดครั้งที่สองของปีให้ เท่ากับเป็นการโฆษณาพรี เรายอมขายได้

4. ติดต่อทางไปรษณีย์กับลูกค้าเป็นระยะๆ ลูกค้าจะระดับรับการติดต่อทางไปรษณีย์อย่างสม่ำเสมออย่างน้อยปีละครั้ง การขายครั้งแรกอาจเพียงแต่คุ้มทุนเท่านั้น แต่การขายครั้งที่ 2 หรือครั้งที่ 3 จะทำกำไรสูงขึ้นเรื่อยๆ

เคล็ดลับของธุรกิจทางไปรษณีย์

การทำธุรกิจทางไปรษณีย์จะประสบความสำเร็จ ควรมีแนวทางปฏิบัติดังนี้

1. พลิตภัณฑ์จะขายควรเป็นของที่คนรักต้อง และมีโฆษณาอย่างสม่ำเสมอ ไม่ใช่องใหม่ที่เพิ่งคันพบยังไม่มีใครเคยพยายามก่อน การขายของทางไปรษณีย์หลายแห่ง เสนอขายของชำๆ กันได้ ที่สำคัญ คือ ต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้ทดลอง และพิสูจน์แล้วว่าดี เหมาะสมกับราคา

2. โฆษณาในสื่อประเภทเดียวกันกับคู่แข่งขัน เพราะจะได้มีการทดลองใช้เปรียบเทียบกัน หนังสือพิมพ์จะเป็นสื่อสินค้าทางไปรษณีย์ได้เสมอ สื่อโฆษณาแบบวิทยุ โทรทัศน์ มีข้อ不便ต่อไม่นัก

3. ควรหาผู้เชี่ยวชาญทำโฆษณาเพื่อความถูกต้อง

4. พยายามคิดความผลของการโฆษณาอย่างใกล้ชิด อันไหนได้รับความสำเร็จที่มาก แต่ถ้าล้มเหลว ก็เลิกทำ

ประเภทของอุตสาหกรรมการบริการแยกโดย SIC

ประเภทของบริการที่อาจจะถูกจำแนกได้เป็น 12 ประเภทใหญ่ๆ ด้วยกัน โดยสมาคมอุตสาหกรรมบริการ SIC ของอเมริกา (Standard Industrial Classification) เป็นผู้แยกประเภทไว้ดังนี้

1. การสื่อสาร, โทรทัศน์, โทรเลข, วิทยุ, โทรทัศน์, การแปลข่าวหรือส่งข่าว ดาวเทียม

2. ที่ปรึกษากฎหมายและบริหารธุรกิจ

ตัวแทนโฆษณา, การเขียนโป๊บสเตอร์, สำนักงานจัดหาคนงาน,
ที่ปรึกษาธุรกิจ, ทนาย

3. บริการการศึกษา โรงเรียน มหาวิทยาลัย ฯลฯ

4. บริการการเงิน ธนาคาร ห้างสรรพสินค้า

5. บริการเพื่อสุขภาพ คลินิก, โรงพยาบาล, สถานบริการลูกน้ำหนัก, หมวดพัฒนา

6. บริการเกี่ยวกับครัวเรือน (Household Service) ติดตั้งไฟฟ้า น้ำประปา
ซักผ้า ซ้อมแซมไฟฟ้า และเพอร์ฟูโร่

7. บริการที่อยู่อาศัย (Housing)

Apartment, flat

ตัวแทนจัดหน้าน้ำเช่า

8. บริการประกันภัย

ประกันชีวิต, ประกันสุขภาพ, และอุบัติเหตุ, ประกันไฟ

ประกันภัยทางทะเล

9. บริการส่วนตัว

ร้านเสริมสวย, ตัดผม, งานศพ, ช่างคัดเสื้อ แก้ไข

10. บริการกีฬาและบันเทิง

กีฬาน้ำ, กีฬา, ดนตรี, โซล์ฟูว์ลิง

11. บริการขนส่ง

รถไฟ, รถเมล์, การให้เช่ารถยนต์

บริการสถานที่จอดรถ, อุปกรณ์มารถ

12. บริการอื่นๆ เช่น

สมาคมทางธุรกิจ พรรคการเมือง, องค์กรทางศาสนา,

สมาคมการกุศล

