

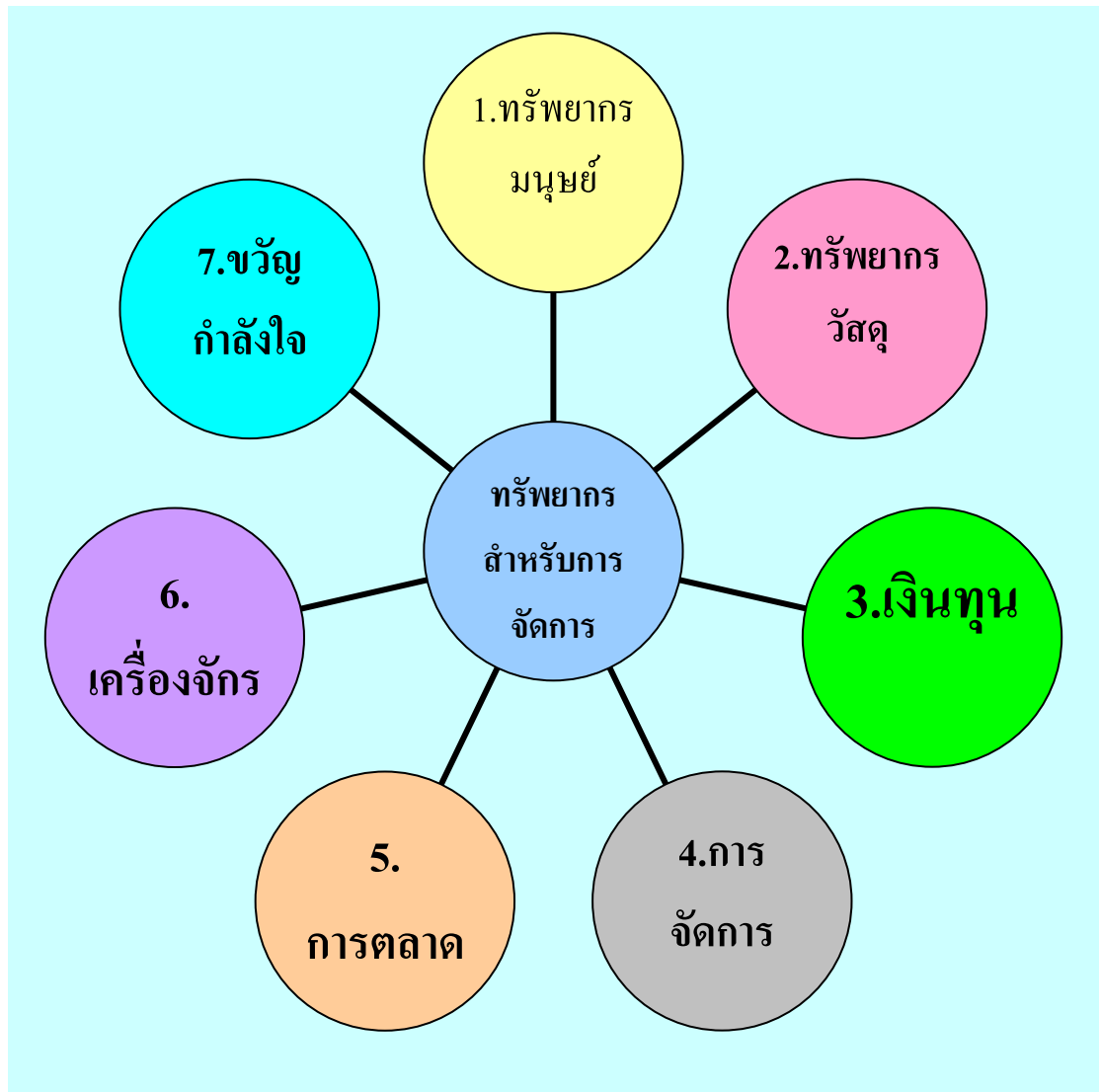
การจัดการ

รองศาสตราจารย์บุญเดิม พันรอบ

การจัดการ (Management) หมายถึงกระบวนการจัดระบบกิจกรรมของบุคลากรให้เป็นไปตามเป้าหมายขององค์การ การจัดการเป็นกระบวนการกำหนดเป้าหมาย จัดระบบทรัพยากรเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย และการประเมินผลสำหรับการจัดทำกิจกรรมในอนาคต การจัดการหมายถึง กระบวนการวางแผน การจัดองค์การการบริหารงานบุคคล การอำนวยการ การควบคุมงาน โดยนำเอาทรัพยากรมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด และประสานการทำงานของฝ่ายต่าง ๆ ให้สำเร็จลุล่วงไปได้อย่างราบรื่น เพื่อให้ธุรกิจบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้ การจัดการเป็นกระบวนการดำเนินงานของบุคคลมากกว่าสองคนขึ้นไป เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ร่วมกันโดยคำนึงถึงการจัดการทรัพยากรให้มีประสิทธิภาพที่สุด การจัดการเป็นทั้งศาสตร์(Science) คือการใช้ความรู้ในการบริหารจัดการและศิลปะ(Art) คือการใช้ทักษะที่เกิดจากความชำนาญในการปฏิบัติงานเพื่อจัดการบริหารองค์การให้มีประสิทธิภาพมาก

ที่สุด ในการจัดการผู้จัดการต้องใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์ในการบริหารจัดการด้วยการใช้ความรู้และความสามารถเพื่อทำงานที่มีประสิทธิภาพ

องค์ประกอบของการจัดการที่สำคัญคือ ประการแรกมีเป้าหมาย (Goal) ที่ชัดเจน ประการที่สองคือมีการจัดการทรัพยากร (Resource management) ให้มีประสิทธิภาพที่สุด เนื่องจากมีทรัพยากรจำกัด ทรัพยากรที่สำคัญสำหรับการจัดการคือ



1.ทรัพยากรมนุษย์ (Man) หมายถึงบุคลากร ลูกจ้าง หรือ
 แรงงานผู้ปฏิบัติหน้าที่ในหน่วยงานทางด้านต่าง ๆ
 ทรัพยากรมนุษย์ (Human resource) ถือว่าเป็นทรัพยากรที่
 สำคัญในองค์การสามารถพัฒนาได้อย่างไม่มีขีดจำกัดเพราะ
 ทรัพยากรมนุษย์สามารถพัฒนาด้วยการให้การศึกษา การ
 ฝึกอบรมให้มีความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่ได้ตาม
 เงื่อนไขขององค์การ



2. ทรัพยากรวัสดุ (Material) คือการจัดการวัสดุต่าง ๆ ที่ใช้ในการผลิตประกอบด้วยการวางแผนการจัดสรรวัตถุดิบ (Material Resource Planning –MRP) คือเทคนิคการวางแผนและการจัดหาวัตถุดิบชนิดต่าง ๆ สำหรับการผลิต ที่มีความต้องการสำหรับการผลิต โดยระบบการวางแผนและการจัดสรรวัตถุดิบ การวางแผนการควบคุมการสั่งซื้อ การส่งมอบสินค้า สินค้าคงคลัง รวมทั้งวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต และชิ้นส่วนที่อยู่ในขั้นตอนการผลิต

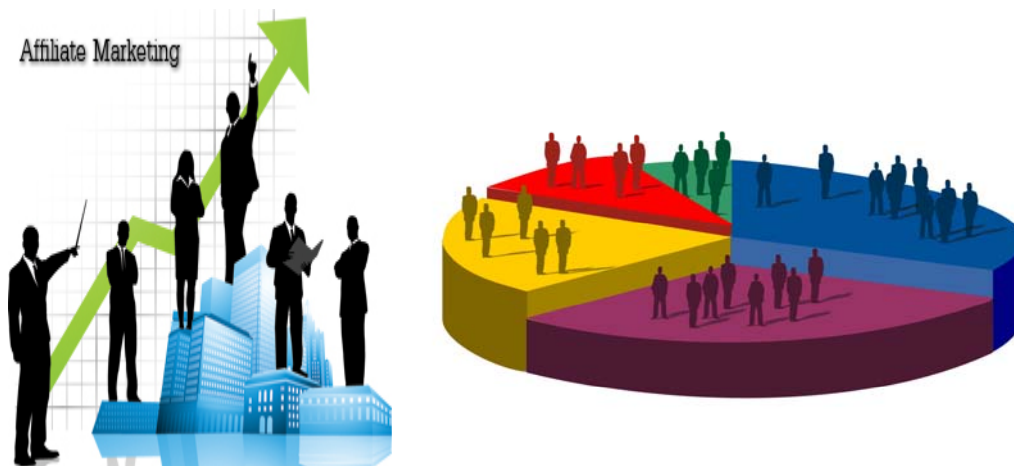
3.เงินทุน(Money) ปริมาณเงินทุนในองค์การสำหรับการบริหารจัดการให้เหมาะสมกับปัจจัยการผลิต(Input) กระบวนการทำงาน (Process) และการปฏิบัติงานเพื่อให้ได้ผลงานตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ (Output)



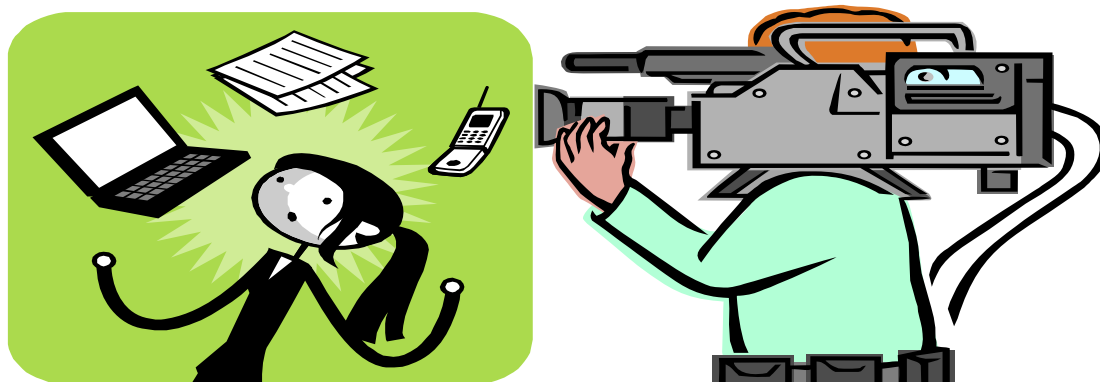
4.การจัดการ (Management) คือระบบการจัดการ การวางแผนในองค์กร เป็นปัจจัยที่สำคัญสำหรับการปฏิบัติงาน เพื่อบรรลุเป้าหมายที่วางไว้



5.การตลาด (Marketing) คือกระบวนการที่หน่วยงาน ตัดสินใจเกี่ยวกับการผลิตสินค้าหรือบริการสำหรับลูกค้า สำหรับกำหนดกลยุทธ์การขาย การสื่อสารและการพัฒนา ธุรกิจ เป็นกระบวนการสร้างมูลค่าสำหรับลูกค้าและสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าเพื่อการตอบรับที่ดีของ การตลาด เกี่ยวข้องกับการกำหนดระบุนโยบาย เจาะจงลูกค้า การดูแลลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าพอใจ



6.เครื่องจักร(Machine) คือเครื่องมือเครื่องใช้สำหรับการปฏิบัติงานในองค์กรเพื่อสามารถบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ให้มีประสิทธิภาพที่สุด



7.ขวัญกำลังใจ (Moral) คือขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานตามหน้าที่ซึ่งได้รับมอบหมายตามความสามารถให้มีประสิทธิภาพที่สุด หน่วยงานต้องคำนึงถึงขวัญกำลังใจของทรัพยากรมนุษย์ผู้ปฏิบัติงานให้มีขวัญกำลังใจด้วยการกำหนดเงินชดเชย ผลประโยชน์ให้สอดคล้องกับงานที่ปฏิบัติอยู่ให้มากที่สุด



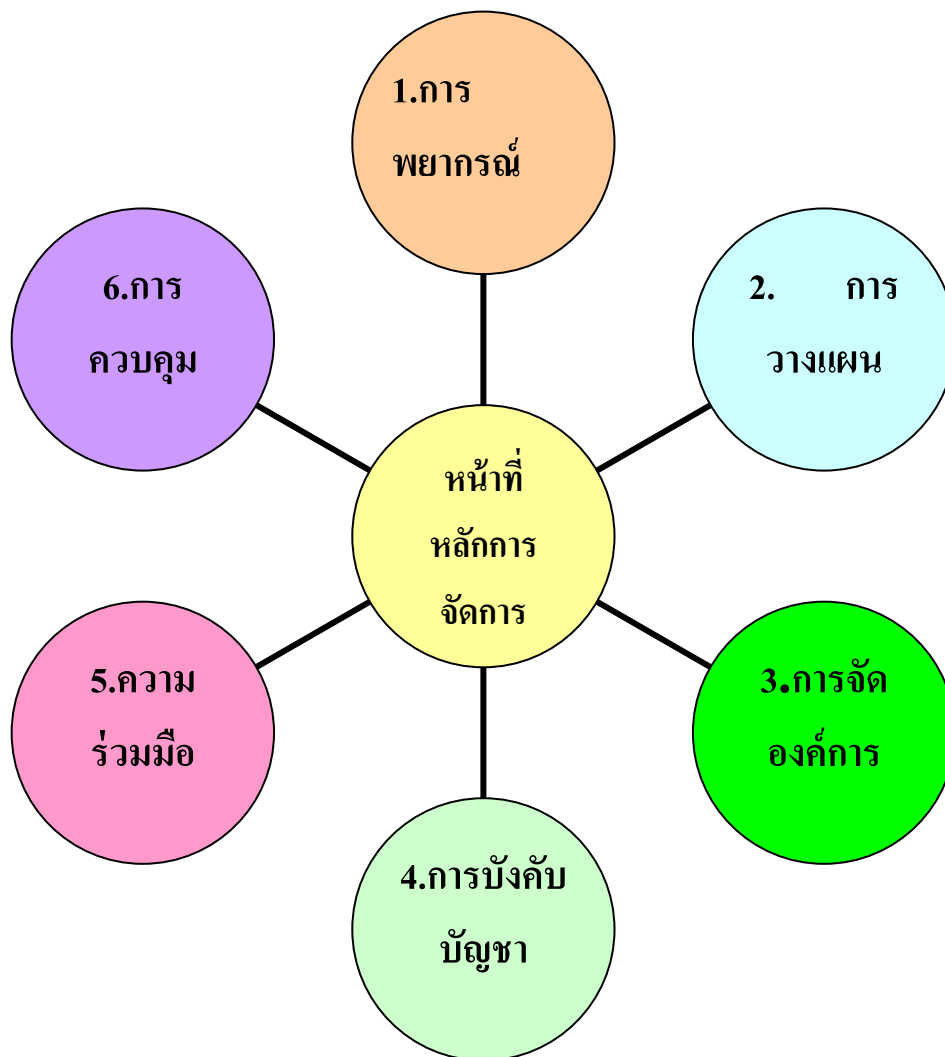
การจัดการและการบริหาร (Administration) มีลักษณะแตกต่างกัน กล่าวคือการบริหารหมายถึงกระบวนการดำเนินการระดับนโยบาย หรือกระบวนการบริหารงานขององค์กรที่ไม่เน้นผลกำไรหรือผลประโยชน์ขององค์กร เช่น หน่วยงานภาครัฐหรือหน่วยงานที่ไม่ใช่หน่วยงานรัฐบาล (NGO-Non-government organization) ผู้บริหารพยายามบริหารงานให้เป็นไปตามเป้าหมายขององค์กร การจัดการคือกระบวนการบริหารเพื่อมุ่งเน้นกำไร

ผู้จัดการ(Manager) มีลักษณะแตกต่างกับผู้บริหาร (Administrator) เนื่องจากผู้จัดการต้องบริหารงานโดยมุ่งกำไรต้องมุ่งบริหารเพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กรเน้นกำไรที่องค์กรกำหนดไว้ ผู้จัดการต้องบริหารงานเน้นความอยู่รอดในสภาพแวดล้อมที่ดำรงอยู่ด้วยในระบบการแข่งขัน การจัดการเน้นการนำทรัพยากรมาใช้และนำระบบสารสนเทศมา

ใช้ในการจัดการบริหารงานให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด
ในสภาพแวดล้อมที่เป็นอยู่

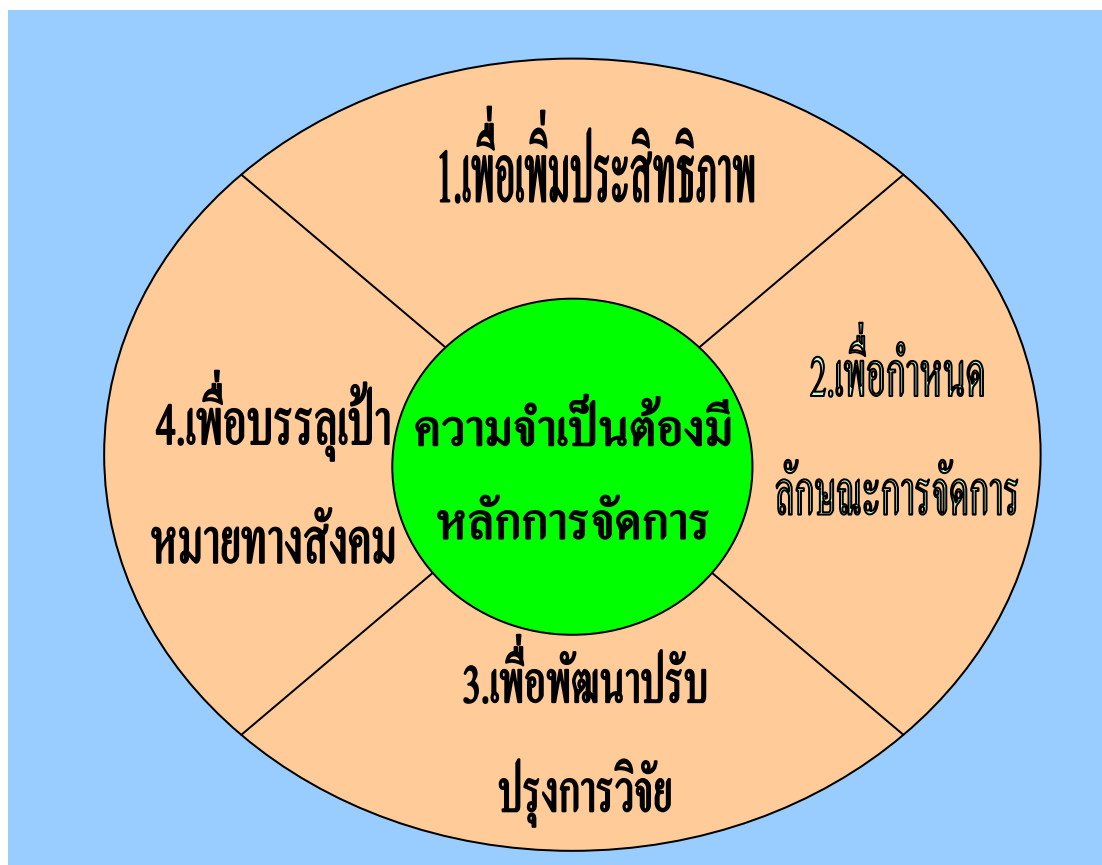
การจัดการธุรกิจ (Business Management) หมายถึง กระบวนการวางแผน การจัดองค์การการบริหารงานด้านต่าง ๆ ของธุรกิจ เพื่อผลิตสินค้าและบริการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและเกิดประโยชน์สูงสุดต่อธุรกิจและสังคมโดยรวมการจัดการในองค์การธุรกิจมีนักวิชาการที่ศึกษาเรื่องนี้คือเฮนรี ฟาโยล (Henri Fayol) ผู้นำเสนอแนวความคิดแบบฟาโยล (Fayolism) ได้เสนอความคิดเกี่ยวกับหลักการจัดการในทฤษฎีการจัดการ ได้เสนอหน้าที่สำคัญและหลักการจัดการไว้ดังนี้

1. ความสำคัญด้านการพยากรณ์ (forecasting)
2. ความสำคัญด้านการวางแผน (planning)
3. ความสำคัญด้านการจัดองค์การ (organizing)
4. ความสำคัญด้านการบังคับบัญชา (commanding)
5. ความสำคัญด้านความร่วมมือ (coordinating)
6. ความสำคัญด้านการควบคุม (controlling)



องค์การหรือหน่วยงานมีความจำเป็นที่ต้องมีหลักการจัดการเพื่อเป้าหมายที่สำคัญคือ ประการแรกเพิ่มประสิทธิภาพขององค์การ (To Increase Efficiency) ทำให้บุคลากรในองค์การสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประการที่สอง ประการที่สอง เพื่อกำหนดลักษณะการจัดการ (To Crystallize the Nature of Management) ที่มีประสิทธิภาพสอดคล้องกับเป้าหมายของ

องค์การ ประการที่สาม เพื่อพัฒนาปรับปรุงงานวิจัย(To Improve Research) และประการสุดท้ายเพื่อบรรลุเป้าหมายทางสังคม(To Attain Social Goals)



ความสำคัญด้านการจัดการโดยเฉพาะด้านการควบคุม หมายถึงผู้บริหารต้องรับรู้เกี่ยวกับการตอบกลับเพื่อความจำเป็นในการปรับตัว หลักการจัดการ(Principles of Management) ประกอบด้วยหลักการที่สำคัญคือ

1. หลักการแบ่งงาน (Division of work) หลักการนี้คล้ายกับหลักการตาม แนวความคิดของอดัม สมิธ (Adam Smith's 'division of labour') การแบ่งแรงงานตามความชำนาญพิเศษเฉพาะด้าน(Specialisation) จะทำให้เพิ่มผลผลิต ด้วยการทำให้ลูกจ้างทำงานอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น



2. อำนาจหน้าที่ (Authority) ผู้บริหารหรือผู้จัดการต้องสามารถสั่งการหรือออกคำสั่งได้ อำนาจหน้าที่ทำให้ผู้บริหารมีสิทธิ ด้วยมีข้อสังเกตที่สำคัญคือต้องมีความรับผิดชอบเกิดขึ้น มีตำแหน่งที่เหมาะสม (Niche)เมื่อมี

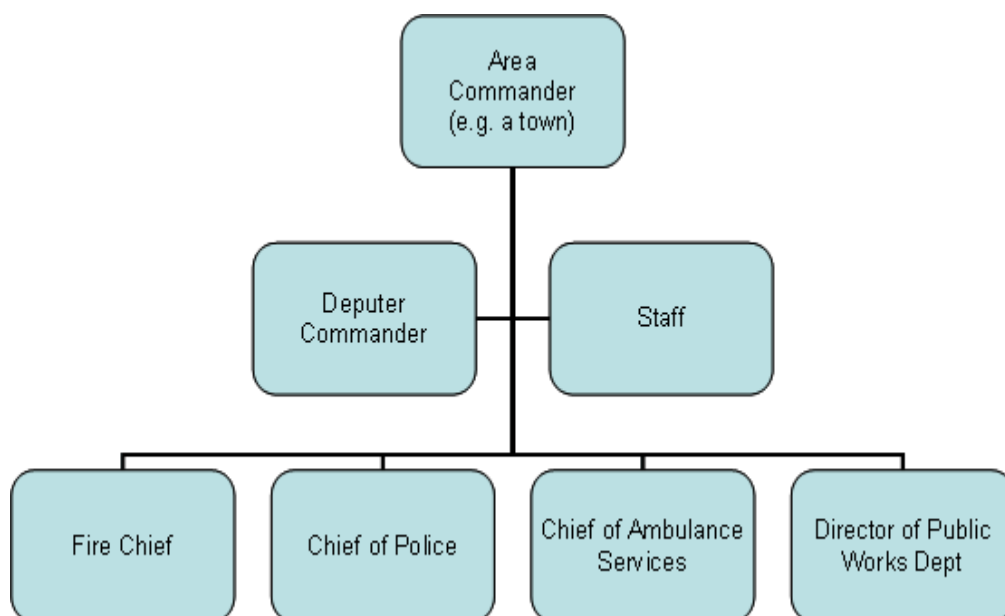
การใช้อำนาจหน้าที่



3. วินัย(Discipline) ลูกจ้าง(Employees) ต้องเชื่อฟังและเคารพกฎระเบียบขององค์กร วินัยที่ดีเกิดจากภาวะผู้นำที่มีประสิทธิภาพ ความเข้าใจตรงกันระหว่างการจัดการและบุคลากรคือต้องเข้าใจกฎระเบียบขององค์กร ความรอบคอบสำหรับการใช้บทลงโทษสำหรับผู้ฝ่าฝืนกฎขององค์กร



4. เอกภาพของการควบคุม (Unity of command) ถูกจ้าง
หรือบุคลากรทุกคนต้องรับคำสั่งจากผู้บังคับบัญชา
เพียงคนเดียว



5. เอกภาพของเป้าหมายหรือทิศทางองค์การ(Unity of direction.) กิจกรรมขององค์การต้องเป็นไปในทิศทางหรือเป้าหมายเดียวกันภายใต้การนำของผู้บริหารหรือผู้จัดการผู้ปฏิบัติตามแผนการเดียวกัน



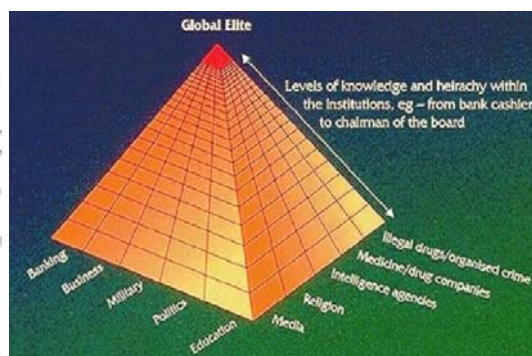
6. ผลประโยชน์ของบุคลากรผู้ใต้บังคับบัญชากับ
ผลประโยชน์ขององค์การโดยรวม ผลประโยชน์

ของบุคลากรหรือกลุ่มบุคลากรไม่ควรมาก่อนหรือมีอยู่เหนือผลประโยชน์ขององค์การโดยรวม

7. รายได้ค่าตอบแทน (Remuneration.) บุคลากรต้องได้รับค่าจ้างค่าตอบแทนที่เป็นธรรมสำหรับการปฏิบัติงานในตำแหน่งหน้าที่แต่ละบุคคล

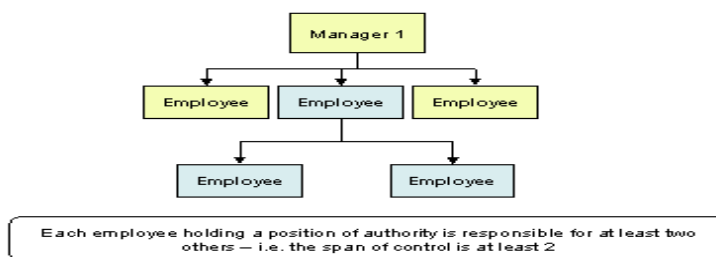


8. การรวบอำนาจเข้าสู่ส่วนกลาง (Centralisation) คือระดับที่ผู้ใต้บังคับบัญชาต้องเข้าไปมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (decision making.)ไม่ว่าการตัดสินใจเป็นการรวบอำนาจสำหรับการจัดการหรือกระจายอำนาจ(decentralised)ไปยังผู้ใต้บังคับบัญชาก็ยังเป็นปัญหาเกี่ยวกับสัดส่วนที่เหมาะสมงานที่สำคัญคือค้นหาระดับที่เหมาะสมสำหรับการรวบอำนาจในแต่ละสถานการณ์



9. ลำดับการบังคับบัญชา (Scalar chain.) สายบังคับบัญชาตามอำนาจหน้าที่จากการจัดการระดับสูงไปยังตำแหน่งระดับต่ำที่สุดแสดงให้เห็นลำดับการบังคับบัญชา การสื่อสารในองค์การจะเป็นไปตามสายการบังคับบัญชา แต่อย่างไรก็ตามถ้าสายหรือโซ่การบังคับบัญชาทำให้เกิดการล่าช้า ก็อาจใช้การสื่อสารแบบอื่นด้วยความเห็นชอบขององค์การและผู้บริหาร

Example of a Narrow Span of Control

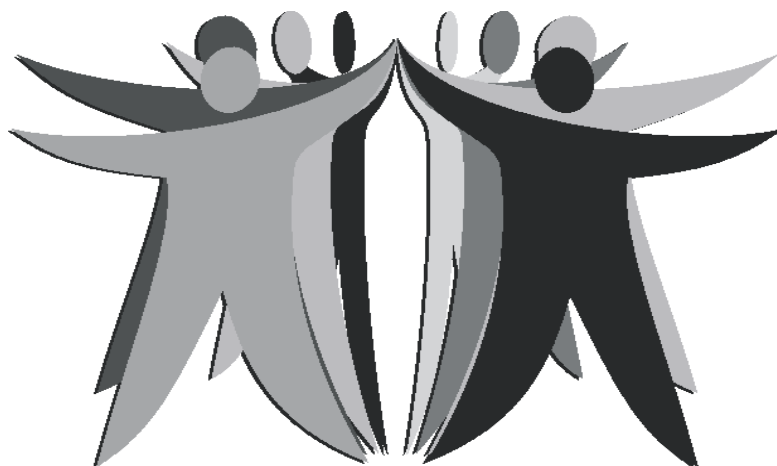


10. ระเบียบกฎเกณฑ์(Order) บุคลากรและวัตถุดิบอุปกรณ์ทั้งหลายต้องจัดให้เป็นระเบียบระบบให้ถูกที่และถูกเวลา (the right place at the right time.)



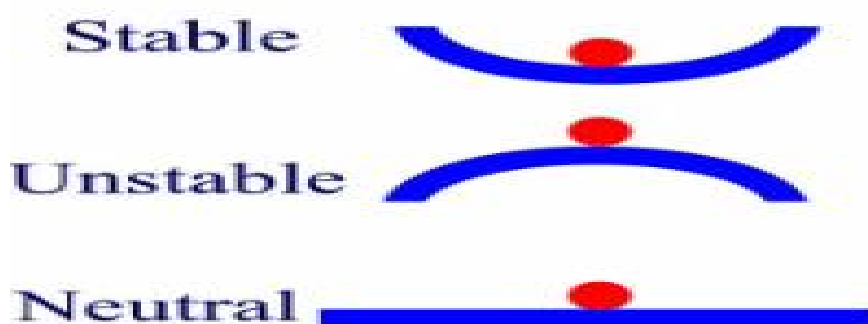
11. ความเท่าเทียมกัน(Equity) ผู้บริหารหรือผู้จัดการที่มีประสิทธิภาพต้องมีความยุติธรรม โปร่งใสกับ

ผู้ได้บังคับบัญชา



12. เสถียรภาพความมั่นคงของตำแหน่งงานของบุคลากร (Stability of tenure of personnel.) การปรับเปลี่ยนตำแหน่งงานบุคลากรมากจะทำให้ไม่มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน การจัดการควรมีการวางแผนทรัพยากรมนุษย์อย่างเป็นระบบและมั่นใจได้ว่าบุคลากรที่เข้ารับตำแหน่งแทนจะสามารถปฏิบัติงานในตำแหน่งใหม่หรือตำแหน่งที่ว่างอยู่อย่างมีประสิทธิภาพ

Equilibrium types



13. ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์(Initiative) บุคลากรหรือถูกจ้างต้องได้รับการส่งเสริมยินยอมให้มีส่วนร่วมและ

ดำเนินการตามแผนการด้วยพลังและความพยายาม
ระดับสูงที่สุด



14. สามัคคีจิต (Esprit de corps) ความร่วมมือกลุ่มเกิดจาก
จิตใจที่สามัคคีกัน ส่งเสริมความร่วมมือทำให้เกิดการ
รวมพลังจิตร่วมใจทำงานเพื่อสร้างความสมานฉันท์
และเอกภาพในองค์กร



สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ มีปัจจัยที่เป็นผลกระทบต่อ
การดำเนินงานแบ่งออกเป็น 2 ประเภท
ใหญ่ ๆ คือ

1. ปัจจัยที่ควบคุมได้

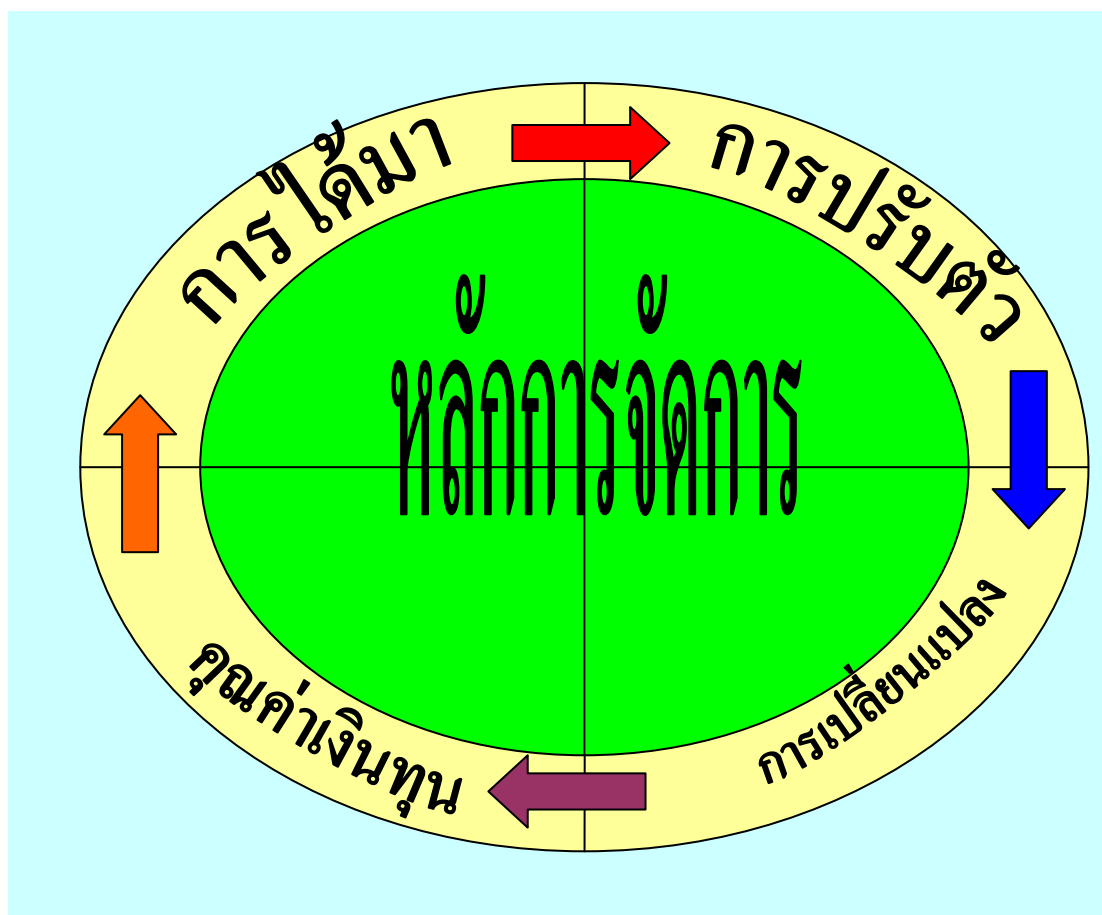
2.ปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้

ทรัพยากรการจัดการ 8M's 2

ปัจจัยที่ควบคุมได้	ปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้
1. Man คน 2. Money เงินทุน 3. Material วัสดุสิ่งของ 4. Machine เครื่องจักร	5. Management การจัดการ 6. Motivate การจูงใจ 7. Method วิธีปฏิบัติงาน 8. Market ตลาด

IT = Information Technology = เทคโนโลยีสารสนเทศ acqui

หลักการจัดการต้องทำให้เกิดการปรับตัว (Adapt) การเปลี่ยนแปลง (Transform) คุณค่าทุน (Capitalize)และสิ่งที่ได้รับ(Acquisition)



หลักการจัดการมีความสัมพันธ์กับปัจจัยต่าง ๆ ใน
องค์การ เช่น ปรัชญาขององค์การที่กำหนดและได้รับการ
ยอมรับ หลักการจัดการ วิสัยทัศน์ขององค์การ รวมทั้งพันธ
กิจขององค์การ

การจัดการบริการ

การจัดการบริการคือการบูรณาการทรัพยากรมนุษย์
กระบวนการเทคโนโลยีและสารสนเทศที่จำเป็นเพื่อบรรลุ
เป้าหมายทางธุรกิจ บุคลากรด้านสารสนเทศ(the chief
information officer CIO) สามารถจัดการบริการให้มี
ประสิทธิภาพเพื่อควบคุมต้นทุนและการบริการให้มีคุณภาพ
การจัดการบริการ (Service Management) คือการบูรณาการ
การจัดการสายบังคับบัญชาการจัดการ (Supply Chain
Management) การประสานงานระหว่างฝ่ายขายและลูกค้า
เป้าหมายเพื่อปฏิบัติงานด้านการจัดการบริการให้มี
ประสิทธิภาพสูง เป็นสายงานบริการการจัดการให้มี
ประสิทธิภาพสูงสุด (optimize the service-intensive supply
chains) เป็นกระบวนการผลิตที่ซับซ้อนกว่าการผลิตสินค้า

ทั่วไปแบบอื่น การจัดการบริการจำเป็นต้องมีรายการบริการ (inventories) การบริการภาคสนามและส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เป็นความต้องการที่คาดคะเนได้ยากและอาจเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา จำเป็นต้องมีข้อมูลสารสนเทศ และการไหลเวียนบริการที่เป็นปัจจุบัน ยิ่งกว่านั้น กระบวนการต้องประสานงานกับที่ตั้งบริการ บุคลากรและหน่วยงานการผลิตทุกระดับ ในระบบธุรกิจบริการ การบริการหลังขาย (post-sale services) เช่นการบำรุงรักษา การซ่อมแซมและชิ้นส่วน (maintenance, repair and parts) ประกอบเป็นรายได้และกำไรที่สำคัญของกิจการ



โครงการในอนาคตด้านการจัดการบริการสำหรับการ
 วิจัยนวัตกรรมบริการ โดยมีการวิจัยนวัตกรรมการ
 บริการ(Innovation Service Research) สำหรับองค์กรหรือ
 หน่วยงานผู้ใช้นวัตกรรมบริการโดยเฉพาะ มี
 คณะกรรมการวิชาการ (Academic Board) ทำหน้าที่ประชุม
 ผู้บริหารด้านเศรษฐกิจบริการ (Service Economic

Executive Summit) ในประเด็นต่าง ๆ คือ กำหนด ยุทธศาสตร์โอกาสการบริการ (Identification Strategic Service Opportunities) แลกเปลี่ยนหรือมีส่วนร่วม ประสบการณ์อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง(Share Cross Industry Experiences) ประการสุดท้ายคือสร้างเครือข่ายการทำงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (Network with peers) ด้วยการประชุมแลกเปลี่ยนความคิดแบบโต๊ะกลม (Roundtables) คือการแลกเปลี่ยนความคิดทางวิชาการแบบให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการประชุมอย่างเท่าเทียมกันเพื่อให้ได้ผลการประชุมเป็นความเห็นทางวิชาการอย่างแท้จริง เป็นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับแนวความคิด (Insight)ทางด้านการ ทบทวนทางวิชาการ (Academic Review) และการรายงาน (Reports) แนวความคิดหรือประเด็นสำคัญในการวิจัย (Research Themes) ในที่ประชุมโต๊ะกลมเกี่ยวข้องกับ ประเด็นต่าง ๆ คือ ยุทธศาสตร์และนวัตกรรม (Strategic & Innovation) การตลาดการบริการ (Service Marketing) การ พัฒนาการประชาชน (People Development) ความเป็นเลิศ ด้านการปฏิบัติการ (Operational Excellence) การจัดการ กระบวนการบริการ (Service Process Management) การ

จัดการองค์ประกอบบริการ (Service Parts Management) คือส่วนที่เกี่ยวข้องกับแนวความคิดด้านการวิจัยเชิงปฏิบัติการที่ดีที่สุด (Best Practice Research) และการสำรวจ (Surveys)



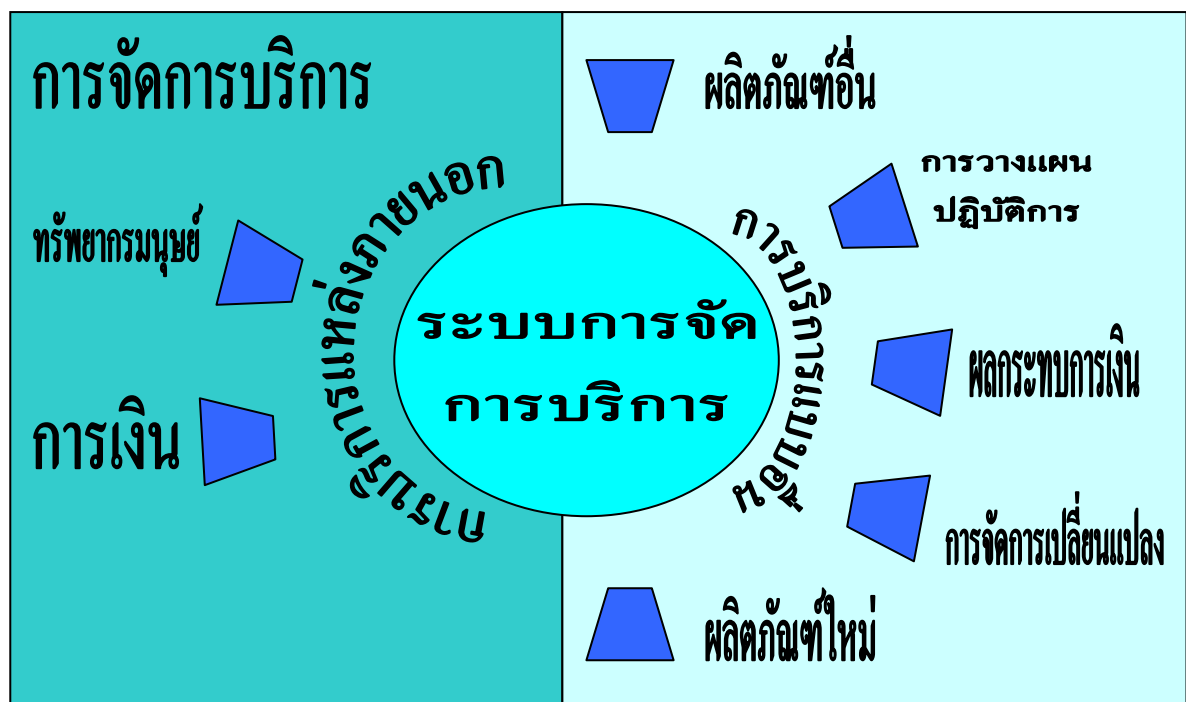
ระบบการจัดการเกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบการ
จัดการของหน่วยงาน เอกสารที่สำคัญจำเป็น

(Documentation requirements) ศักยภาพ ความสำนึกและ การฝึกอบรม ด้านการวางแผนและการประยุกต์ใช้หรือการ นำไปใช้ประโยชน์ (Planning & Implementation) เกี่ยวข้อง กับแผนการคือโครงการหรือแผนปฏิบัติการ การประยุกต์ใช้ หรือการนำไปใช้ประโยชน์คือการนำไปปฏิบัติงาน การเฝ้า ระวัง (Monitor) คือการตรวจสอบ ประการสุดท้ายคือการ ปรับปรุงคือกิจกรรมเพื่อการแก้ไขปรับปรุงการปฏิบัติงานให้ ดีขึ้น การวางแผนการบริการใหม่ (Planning new services) คือการวางแผนและการประยุกต์ใช้ประโยชน์สำหรับการ บริการหรือการเปลี่ยนแปลงการบริการใหม่

กระบวนการนำเสนอบริการ (Service Delivery Processes) ประกอบด้วยการจัดการศักยภาพ (Capacity Management) ความเกี่ยวเนื่องการบริการ(Service Continuity)และการจัดการที่เหมาะสม (Availability Management) การจัดการระดับบริการ(Service Level Management) และการรายงานการบริการ ประการสุดท้าย คือ การจัดการความปลอดภัยข้อมูลสารสนเทศ (Information Security Information) งบประมาณและการ

จัดทำบัญชีสำหรับการบริการสารสนเทศ (Accounting for Information Technology Management)

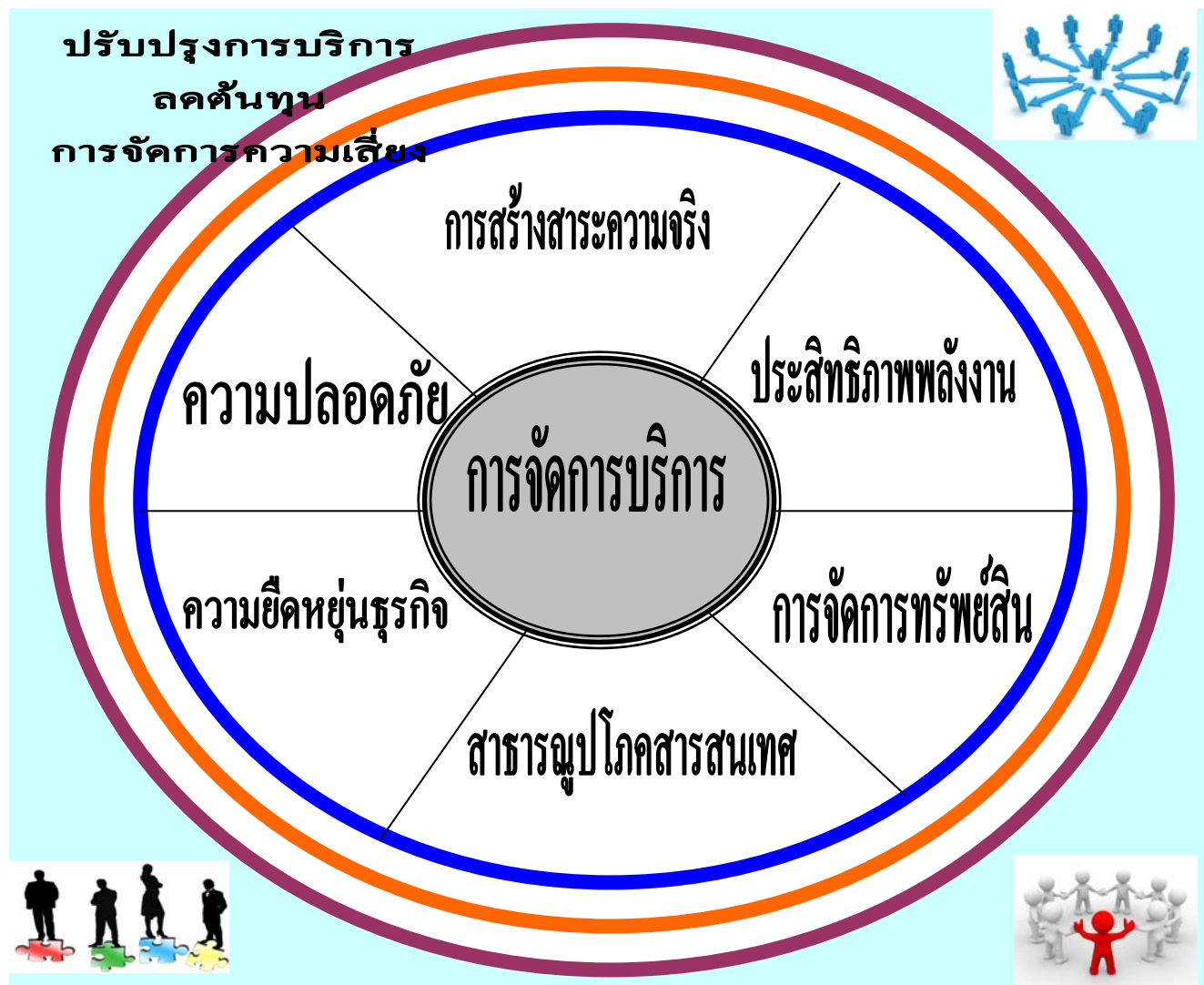
กระบวนการควบคุม(Control Processes) คือการจัดการโครงสร้าง (Configuration Management) ของหน่วยงาน การจัดการการเปลี่ยนแปลง (Change Management) ประกอบด้วย กระบวนการนำออก (Release Process) การจัดการนำออกบริการของหน่วยงาน กระบวนการแก้ปัญหา (Resolution Processes) คือการจัดการสถานการณ์ (Incident Management) และการจัดการปัญหา (Problem Management) ประการที่สำคัญคือ กระบวนการสัมพันธ์ (Relationship Processes) ประกอบด้วยการจัดการสัมพันธ์ธุรกิจ (Business Relationship Management) และการจัดการจัดหา (Supplier Management)



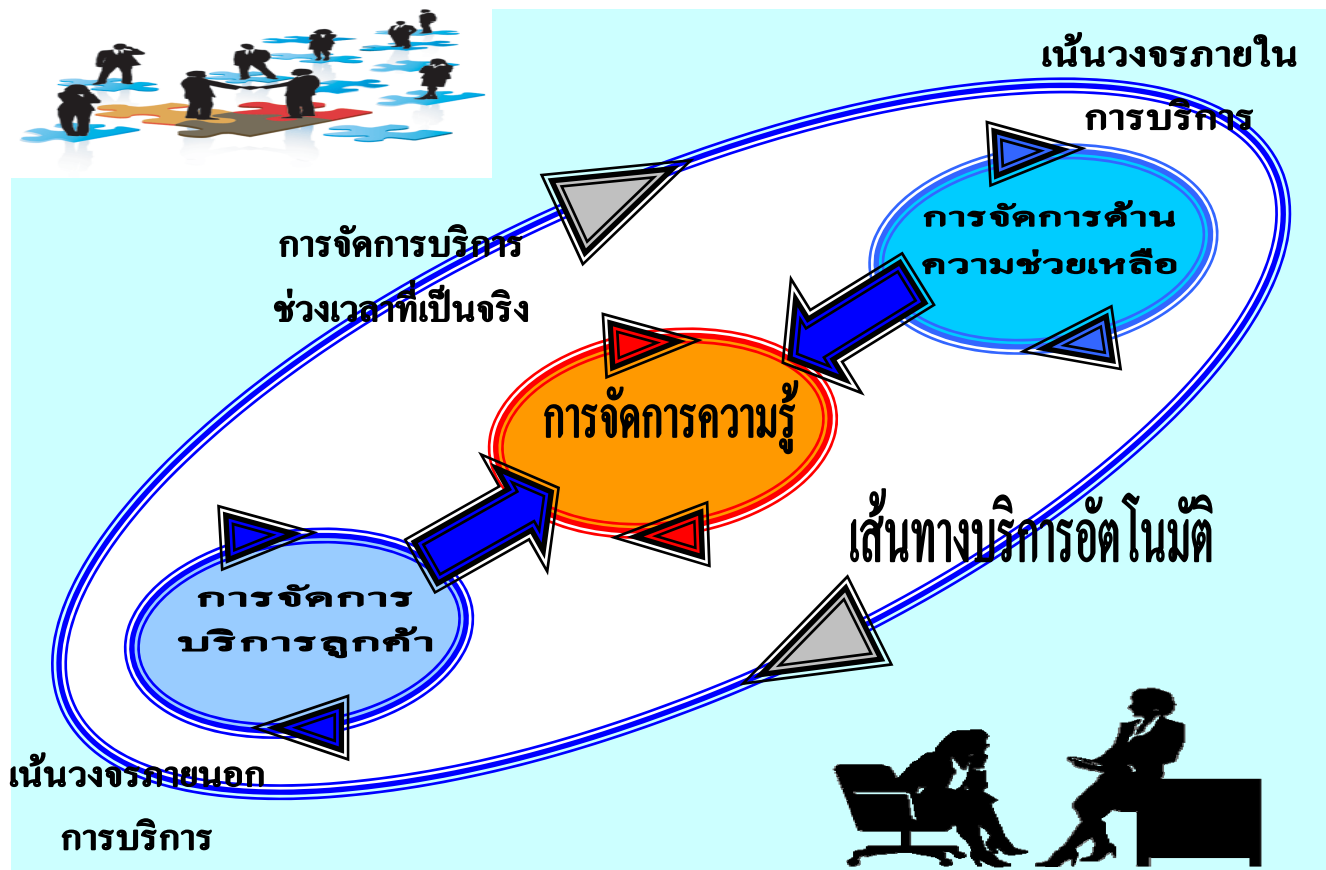
ระบบการจัดการบริการ (Service Management System) ของหน่วยงานควรต้องคำนึงถึงปัจจัยเกี่ยวกับการบริการแหล่งภายนอก (Outsourced Service) คือการจัดการบริการเน้นปัจจัยด้านทรัพยากรมนุษย์และงบประมาณการเงิน ส่วนการบริการแหล่งอื่น (Centriqued) ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์อื่น การวางแผนปฏิบัติการ (Action Planning) ผลกระทบด้านการเงิน การจัดการเปลี่ยนแปลง (Change Management) และผลิตภัณฑ์ใหม่



แต่ละองค์การจะมีการจัดการประเภทต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการบริการ การจัดการที่สำคัญ เช่น การจัดการทรัพย์สิน(Asset Management) การจัดการโครงสร้าง การจัดการสัญญา (Contract Management) การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ การวางแผนทรัพยากรกิจการ (Enterprise Resource Planning) หน่วยงานเคลื่อนที่ การจัดการข้อมูลผลิตภัณฑ์ (Product Data Management) การจัดการวงจรผลิตภัณฑ์ (Product Lifecycle Management) และการจัดการซ่อมบำรุง/โกดังสินค้า (Repair Workshop/Depot Management)



การปรับปรุงบริการ การลดต้นทุนและการจัดการความเสี่ยง (Risk Management) และการจัดการบริการเกี่ยวข้องกับปัจจัยหลายด้าน เช่น ความปลอดภัย การสร้างความจริง (Virtualization) ประสิทธิภาพพลังงาน การจัดการทรัพยากร สาธารณูปโภคสารสนเทศ (Information Infrastructure) และความยืดหยุ่นธุรกิจ (Business Resiliency)



การจัดการบริการในหน่วยงานต้องเน้นวงจรภายนอก
 การบริการ(Service Life Cycle External Focus) และวงจร
 ภายในการบริการ(Service Life Cycle Internal Focus) โดย
 คำนึงถึงการจัดการบริการในช่วงเวลาที่เป็นจริง (Real-Time
 Service Management) และเส้นทางจัดการอัตโนมัติ
 (Automated Service Tracking) รวมทั้งปัจจัยด้านการ
 จัดการความรู้ (Knowledge Management) เป็นศูนย์การการ
 จัดการบริการลูกค้า (Customer Service Management) และ
 การจัดการด้านความช่วยเหลือ (Help Desk Management)



การสร้างธุรกิจบริการประกอบด้วยขั้นตอนที่สำคัญ
เช่น ประการแรก การรวบรวมความต้องการธุรกิจบริการ
(Gather Business Requirement) ประการที่สอง สร้างสรรค์

เส้นทางรายการบริการ (Create Service catalog entry)
 ประการที่สาม สร้างแผนที่การบริการ (Build a Service
 Map) ประการที่สี่ ร่างข้อตกลงบริการ(Draft Service
 Agreements) ประการที่ห้า เจรจาข้อตกลงบริการกับลูกค้า
 (Negotiate Service Agreement with Customers) ประการ
 สุดท้ายทบทวนและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (Review and
 continuous Improvement)

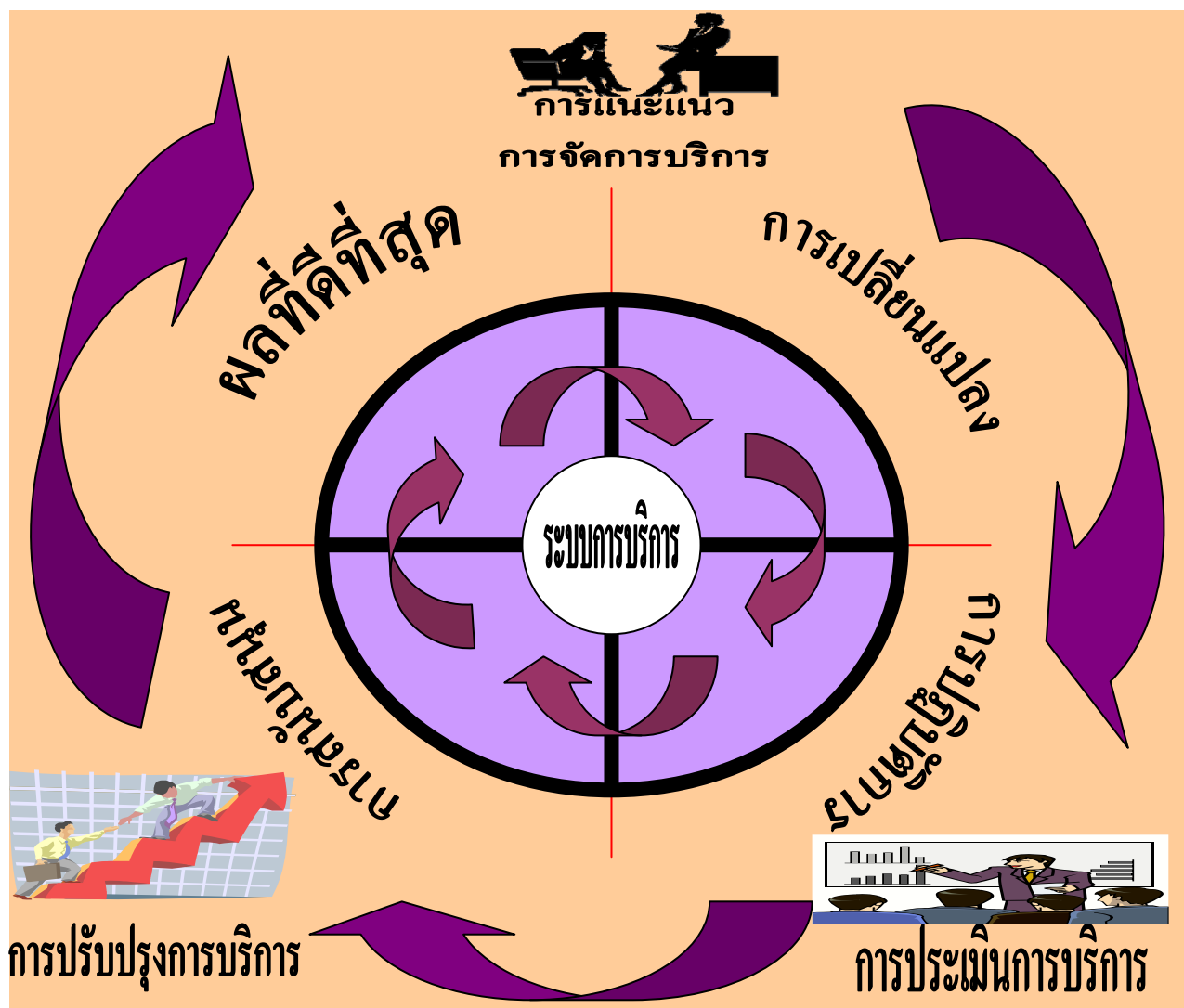
กระบวนการจัดการบริการประกอบด้วยการทบทวน
 การจัดการปฏิบัติการ(operations management reviews)
 และทบทวนการจัดการบริการ (service management
 reviews) ตั้งแผนภูมิแสดงวิธีการทำงานตามวงจรการ

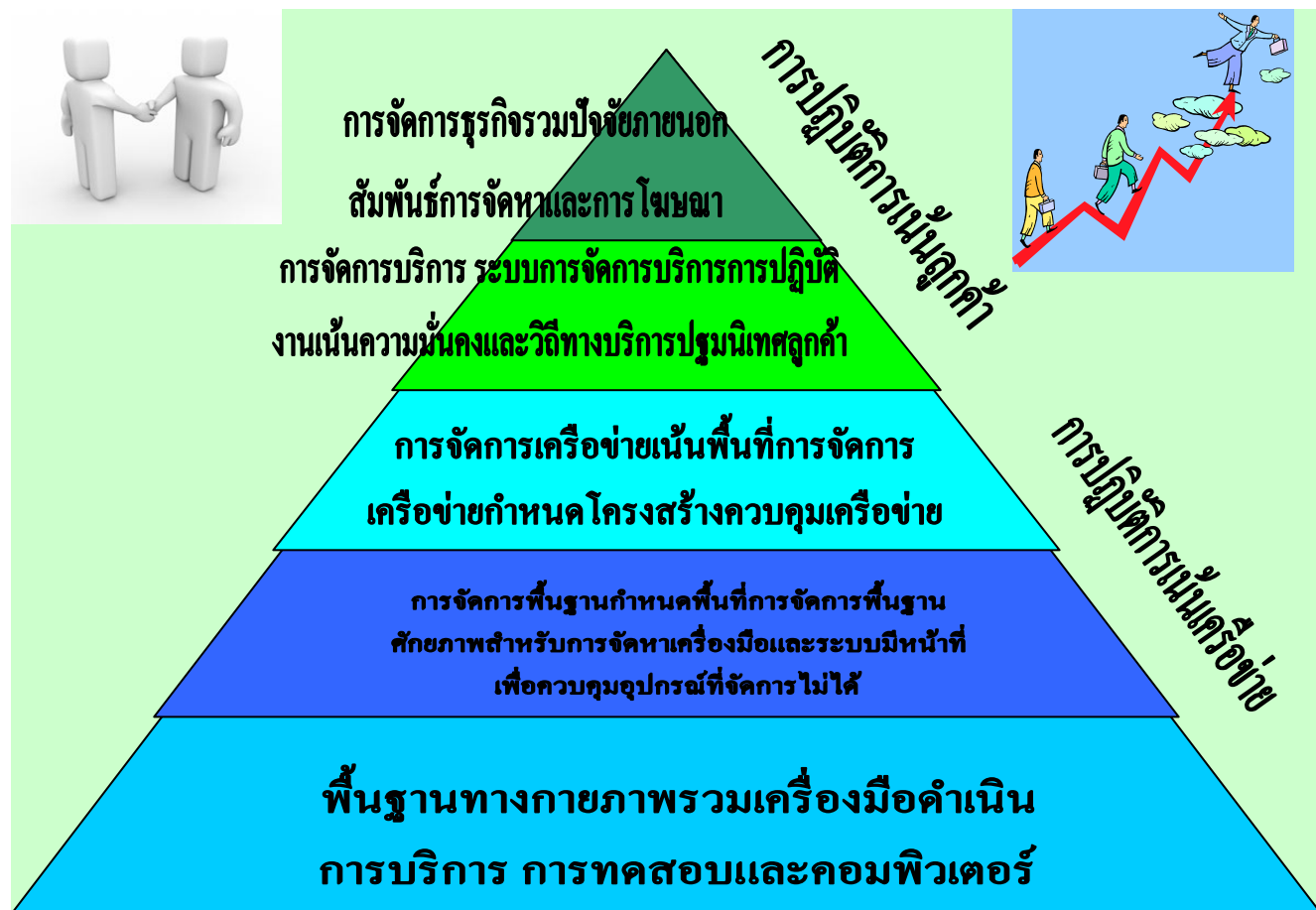


ปฏิบัติงานดังกล่าวทำให้เข้าใจวิธีการปฏิบัติงานในองค์ประกอบ 4 ส่วน คือ การเปลี่ยนแปลง การปฏิบัติการ การสนับสนุนและการได้ประโยชน์สูงสุด (Optimizing) เป็นการปฏิบัติการบริการประยุกต์ใช้กับเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT operations) กระบวนการได้รับการสนับสนุนโดยหน้าที่การจัดการบริการ(service management functions -SMFs) และการบูรณาการรูปแบบทีมงานทำงานและรูปแบบความเสี่ยง ได้รับการสนับสนุนด้วยการทบทวนการจัดการ

ปฏิบัติการ(operations management review)พร้อมทั้งประสิทธิภาพของการจัดการบริการ กล่าวโดยสรุปกิจกรรมต่าง ๆ เริ่มที่การเปลี่ยนแปลงคือเปลี่ยนแปลงตามแผนและทดสอบช่วงการเปลี่ยนแปลง หลังจากทีบททวนความพร้อมการส่งออก(Release Readiness Review)การเปลี่ยนแปลงนำไปสู่สิ่งแวดล้อมการผลิตและเข้าสู่ช่วงการปฏิบัติการ การทบทวนความพร้อมการส่งออกเป็นการปฏิบัติจริง การใช้หน้าที่ด้านการจัดการบริการเป็นเส้นทางที่จะรับประกันได้พร้อมจะจัดการบริการได้ การปฏิบัติการคือเป้าหมายด้านการทบทวนการปฏิบัติการให้เป็นไปตามกระบวนการขั้นตอนการปฏิบัติและเครื่องมือที่ใช้สนับสนุนระบบให้เข้าใจง่ายและมีประสิทธิภาพมากที่สุด การจัดการบริการเป็นศูนย์กลางสำหรับคล้ายกับระบบเตือนการบริหาร (system administration, monitoring) และกระบวนการทั้งหมด กิจกรรมสามารถประกันความเรียบร้อยและการทำนายการปฏิบัติการ การสนับสนุนหรือในช่วงการสนับสนุนคือกระบวนการรักษาระบบ การใช้เครื่องมือและการปฏิบัติงาน ช่วงเวลานี้เป็นช่วงสนับสนุนสำหรับผู้ให้บริการที่เป็นลูกค้าเกี่ยวกับการแก้ปัญหาการบริการ

เทคโนโลยีสารสนเทศ ทุกกระบวนการ การประยุกต์ใช้ ประโยชน์หรือการบริการ ปัญหาจะต้องเริ่มต้นเมื่อ ปฏิบัติการ บุคลากรในหน่วยการสนับสนุนและการ ปฏิบัติการต้องกำหนด ออกแบบและแก้ปัญหาย่างรวดเร็ว เพื่อให้ตรงกับข้อตกลงระดับการบริการ (the service level agreements -SLAs). การทบทวนระดับการบริการคือ มาตรการวัดระบบทำงานว่ามีประสิทธิภาพอย่างไร ประเด็น ที่เกิดจากการทบทวนระดับการบริการเป็นเรื่องสำคัญว่า ต้องการปรับปรุงบริเวณใด ผลที่ดีที่สุด (Optimizing) เป็น ภารกิจของการบริการเพื่อลดต้นทุนขณะที่ยังรักษาหรือ ปรับปรุงระดับการบริการ การปรับปรุงระบบคือเปลี่ยนแปลง องค์ประกอบวิธีการทำงาน การทบทวนการส่งออก ((The Release Approved Review)คือการประเมินโครงการวิจัย (the proposals)สำหรับการเปลี่ยนแปลงในประเด็นต่าง ๆ เช่น ต้นทุน ความเสี่ยงและผลกำไรเป็นต้น เมื่อยอมรับการ เปลี่ยนแปลงก็เริ่มกระบวนการเปลี่ยนแปลงและเกิดการ ปรับปรุงจนได้รับความสำเร็จตามเป้าหมาย





การจัดการบริการประกอบด้วยการปฏิบัติการเน้นลูกค้า
(Customers-focused operations) และการปฏิบัติการเน้น
เครือข่าย (Network-focused operations) การปฏิบัติการเน้น
ลูกค้าเกี่ยวข้องกับการจัดการธุรกิจ (Business Management)
เน้นความสำคัญภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการจัดหาและการ
โฆษณา การจัดการบริการคือระบบการจัดการบริการ การ
ปฏิบัติงานเน้นความมั่นคง วิถีทางบริการปฐมนิเทศลูกค้า
การปฏิบัติการเน้นเครือข่ายคือการจัดการเครือข่าย
(Network Management) เน้นพื้นที่การจัดการเครือข่าย

กำหนดโครงสร้างและการควบคุมเครือข่าย การจัดการ
พื้นฐาน (Elements Management) พื้นที่เน้นการจัดการ
พื้นฐาน เน้นศักยภาพการจัดการเครื่องมือและระบบ มีหน้าที่
เพื่อควบคุมอุปกรณ์ที่ควบคุมไม่ได้ พื้นฐานทางกายภาพรวม
เครื่องมือดำเนินการบริการ การทดสอบและคอมพิวเตอร์

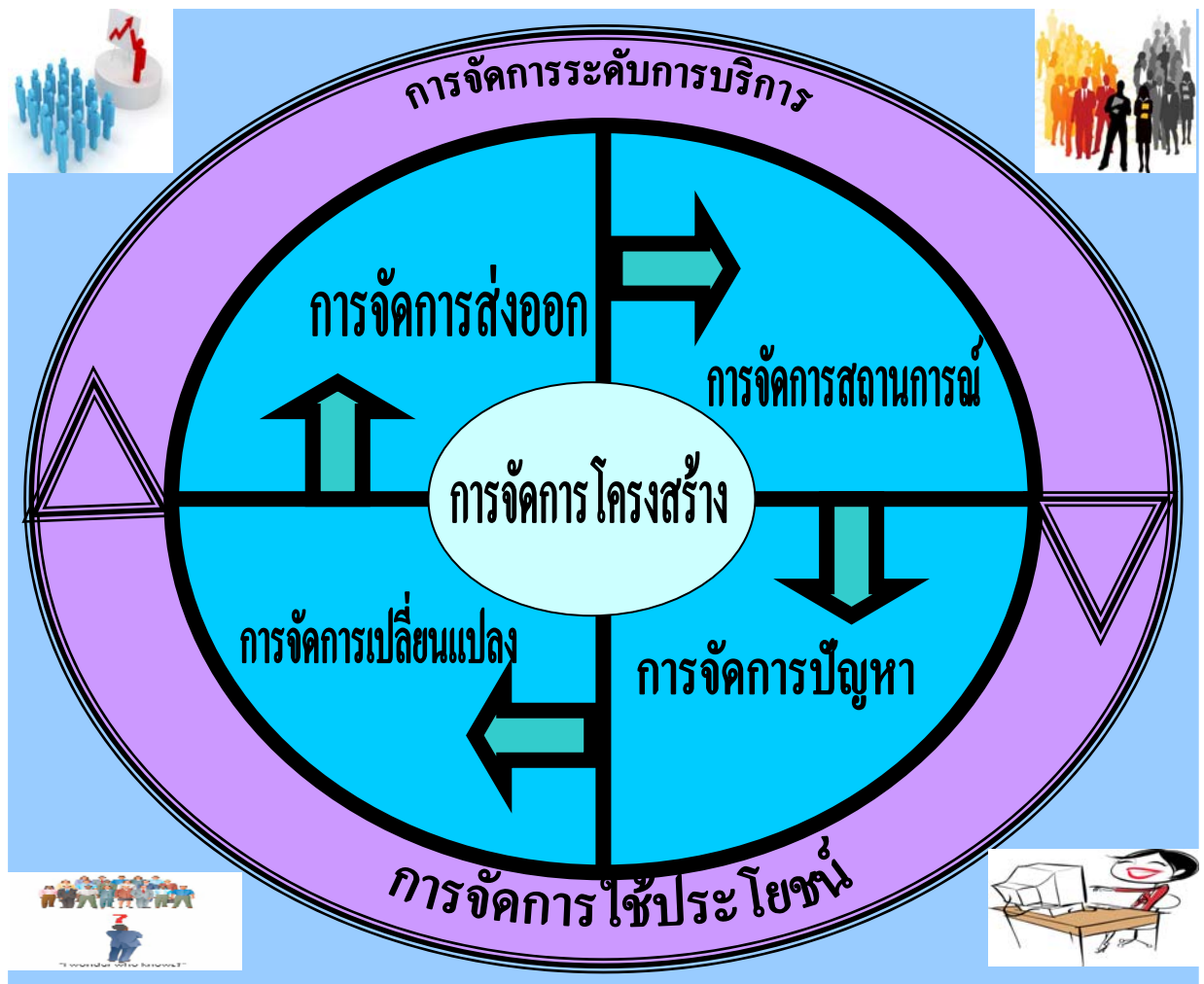


องค์การควรคำนึงถึงปัจจัยสำคัญในการจัดการบริการ
โดยเฉพาะปัจจัยเกี่ยวกับการเลือกบริการที่ต้องการของลูกค้า
และหน่วยงานมีความถนัดและความพร้อม การกำหนด
หรือนิยามความคาดหวังของลูกค้า (Define Customer

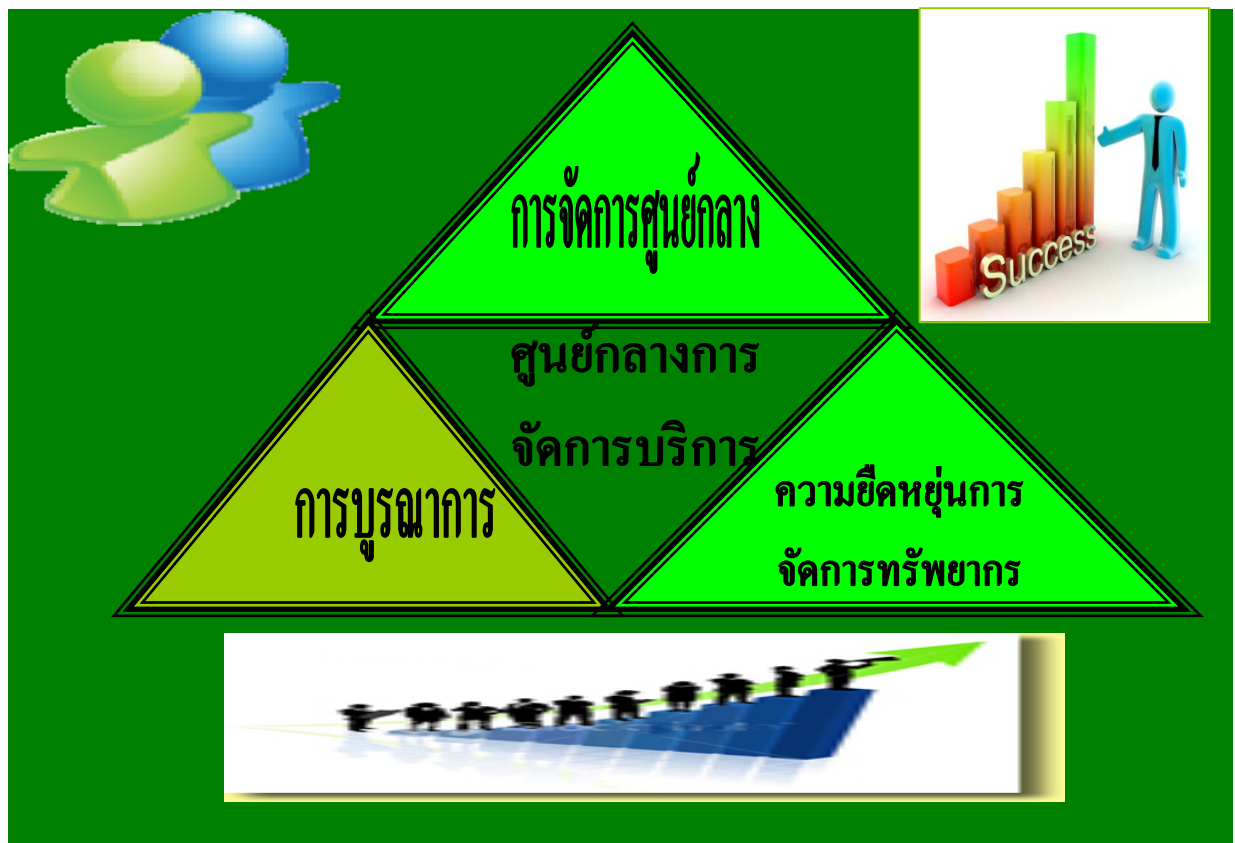
Expectation) แผนที่การตอบสนองบริการของลูกค้า(Map the Service Response) นิยามหรือกำหนดปัญหาและผลกระทบที่อาจหรือคาดว่าจะเกิดขึ้น นิยามหรือเลือกทางเลือกการแก้ปัญหาที่คาดว่าจะเกิดขึ้น ประยุกต์การแก้ปัญหาโดยเข้าใจหรือยึดผลประโยชน์ที่หน่วยงานต้องได้รับผลกระทบนั้น

การจัดการบริการต้องมีการบริการอย่างต่อเนื่อง
(Continuous Service) และกระบวนการปรับปรุง
(Improvement Process) ในส่วนต่าง ๆ เช่น เป้าหมายธุรกิจ

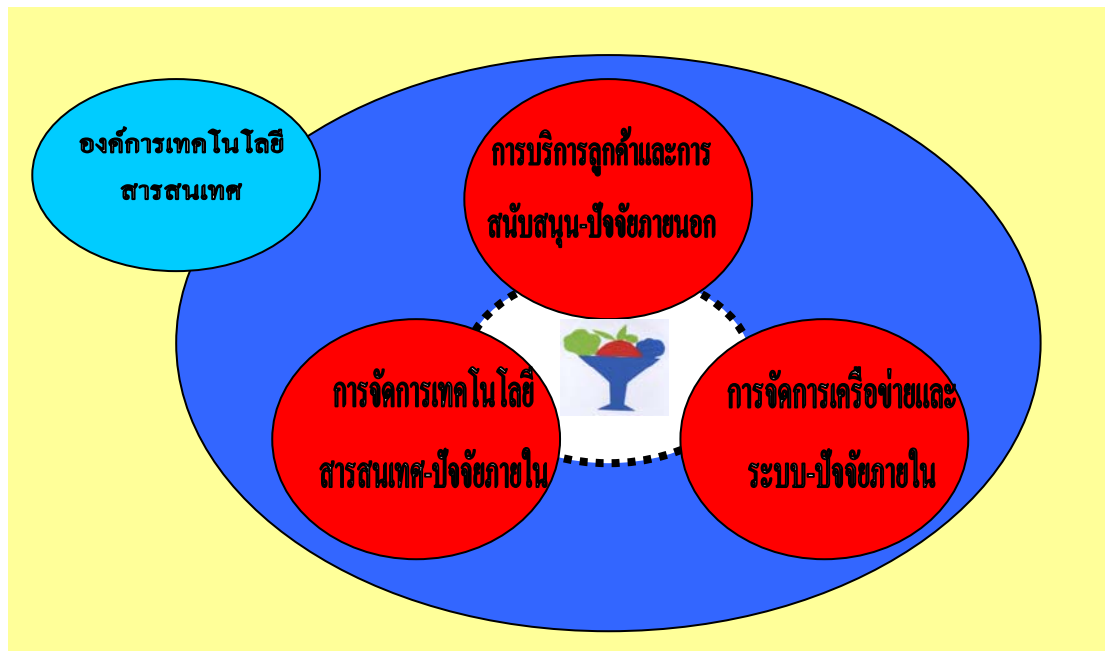
เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Information and Communication Technology Business Objective) เป็นเป้าหมายธุรกิจระดับสูง ดูว่าสถานการณ์ปัจจุบันอยู่ที่ใด (Where we are now)เป็นการประเมิน (Assessments) สถานการณ์ปัจจุบันว่าเป็นอย่างไร ธุรกิจอยู่จุดใด ต้องการไปยังเป้าหมายที่ใด(Where we are there) เป็นเป้าหมายมาตรการวัด (Measurable targets) ว่าธุรกิจจะไปยังจุดใดเป้าหมายใด วิธีการไปยังเป้าหมายนั้น(How do we get there)เป็นการปรับปรุงกระบวนการว่าจะไปยังเป้าหมายนั้นอย่างไร วิธีการรู้ว่าจะไปยังเป้าหมายนั้น (How do we know we are there) คือมาตรวัดและเกณฑ์วัด (Measurements and metrics) ว่ามีความรู้ทางธุรกิจว่าจะไปยังเป้าหมายนั้นอย่างไร



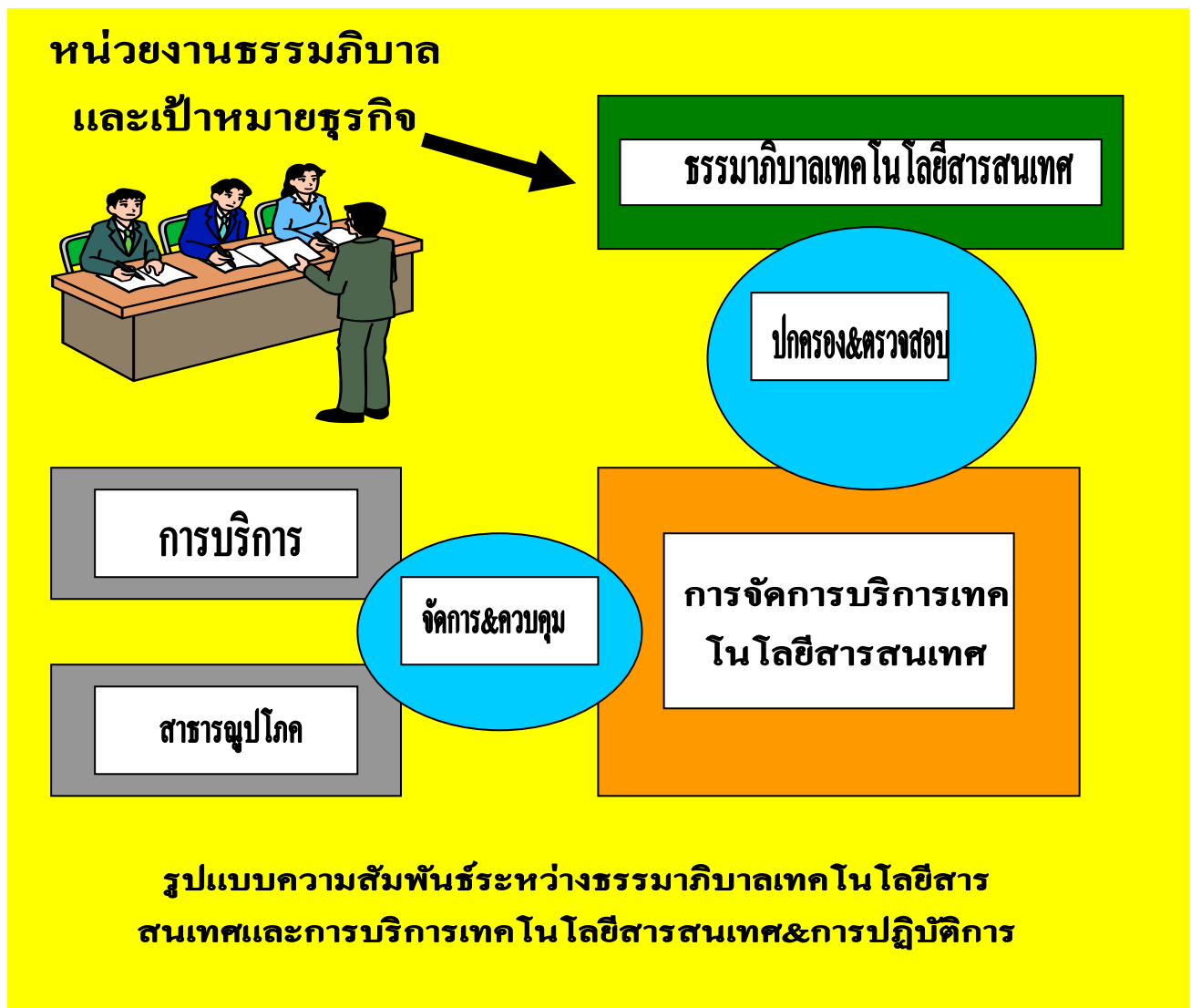
องค์กรสามารถจัดการจัดการระดับการบริการ(Service Level Management) และการจัดการใช้ประโยชน์ที่เหมาะสม(Availability Management) โดยคำนึงถึงการจัดการส่งออก (Release Management) การจัดการสถานการณ์ (Incident Management) การจัดการปัญหา และการจัดการเปลี่ยนแปลง ปัจจัยดังกล่าวต้องสอดคล้องกับการจัดการโครงสร้าง (Configuration Management)



ศูนย์กลางการจัดการบริการ (Service Management Center) ต้องประกอบด้วยการจัดการรวมศูนย์หรือการจัดการศูนย์กลาง (Centralized Management) การบูรณาการและความยืดหยุ่นการจัดการทรัพยากร (Flexible Resource Management)

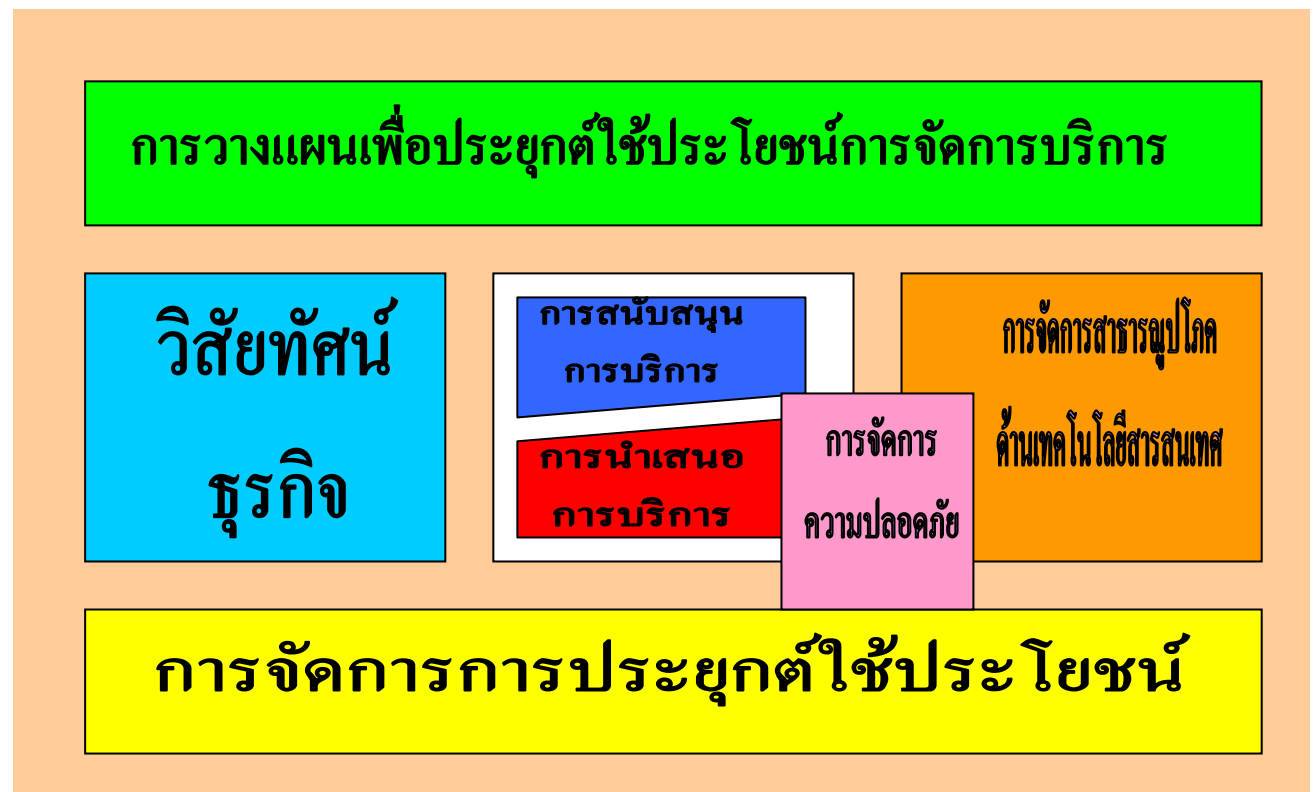


องค์การที่ทำหน้าที่เทคโนโลยีสารสนเทศต้องมีการบริการลูกค้าและการสนับสนุน (Customer Service and Support) –เป็นปัจจัยภายนอก การจัดการบริการเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นปัจจัยภายใน ประการสำคัญคือมีการจัดการระบบและเครือข่ายเป็นปัจจัยภายใน



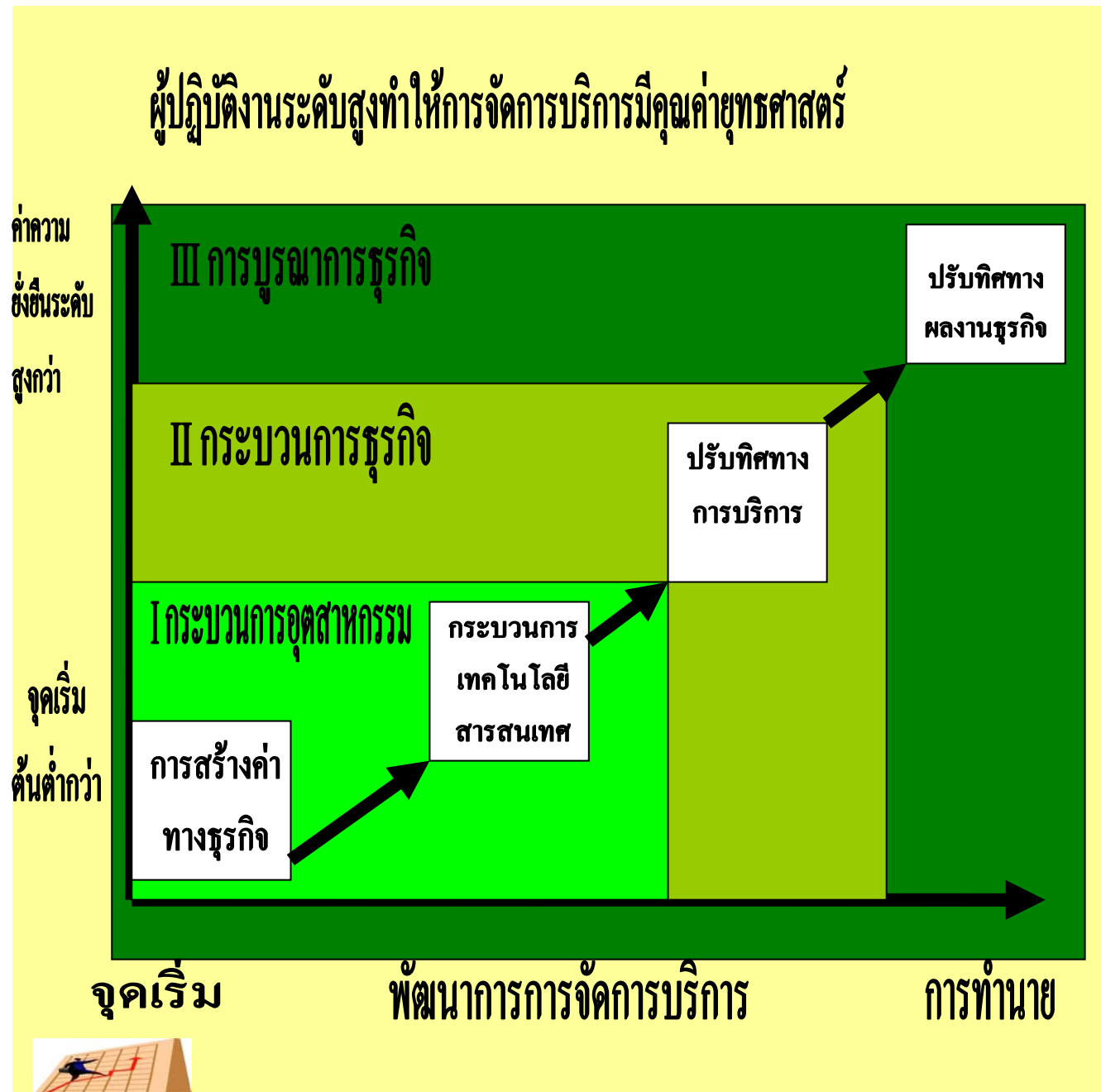
รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างธรรมาภิบาลเทคโนโลยีสารสนเทศและการบริการเทคโนโลยีสารสนเทศและการปฏิบัติการประกอบด้วยหน่วยงานธรรมาภิบาล(Corporate Governance)และ เป้าหมายธุรกิจด้านการบริการ คือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับธรรมาภิบาลเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT Governance) การปกครองและการตรวจสอบ (Govern and Audit) มีการจัดการและการควบคุมการจัดการ

เทคโนโลยีสารสนเทศ การบริการและสาธารณูปโภคเพื่อ เทคโนโลยีสารสนเทศ

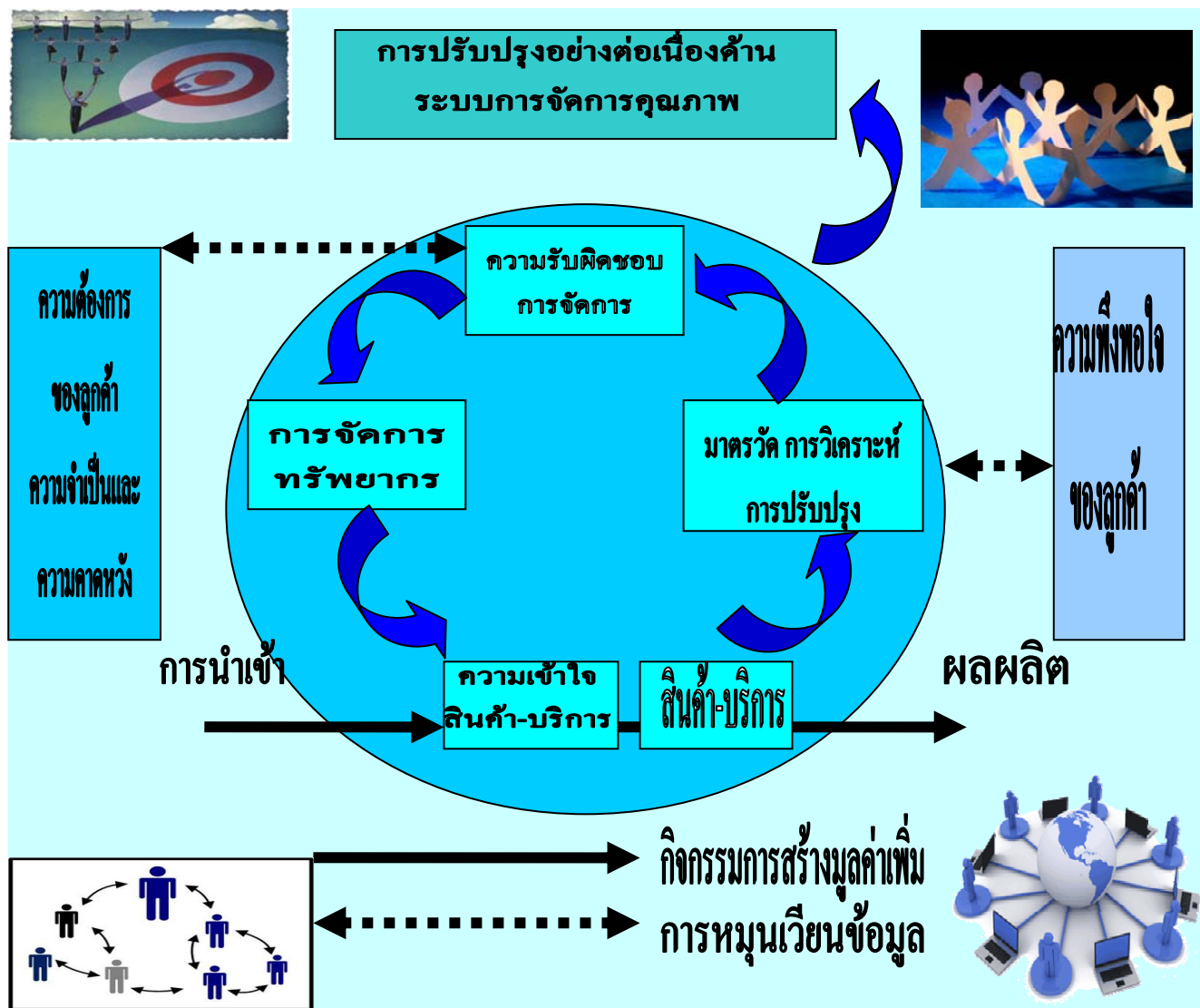


การวางแผนเพื่อปรับปรุงการจัดการบริการต้องประกอบด้วยแนวความคิดหรือวิสัยทัศน์ทางธุรกิจ (The Business Perspective) สำหรับการสนับสนุนการบริการ สำหรับการนำเสนอการบริการ (Service delivery) โดยมีการจัดการความปลอดภัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการสาธารณูปโภคเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT-

Information and Communication Technology Infrastructure Management)

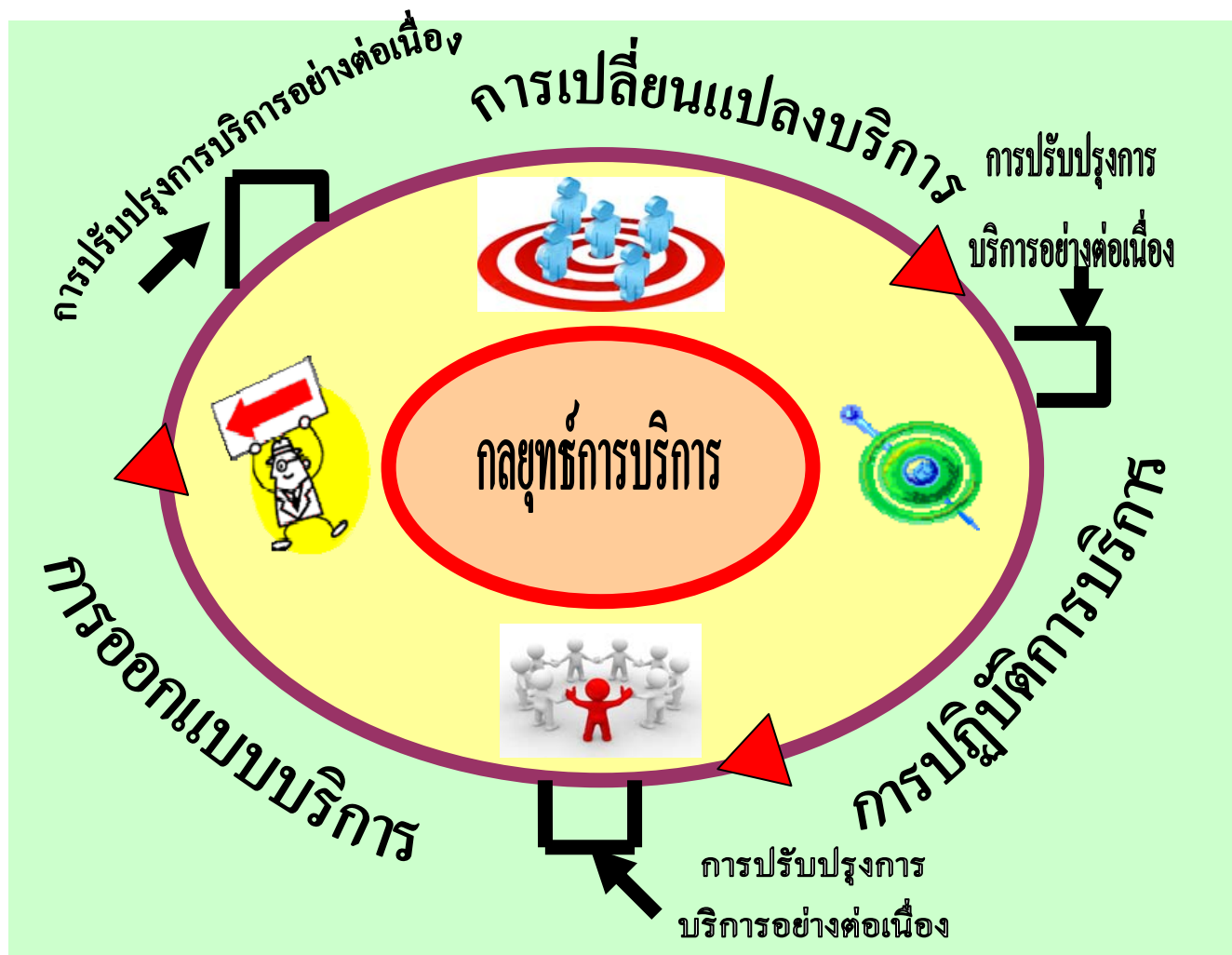


ผู้ปฏิบัติงานระดับสูงทำให้การจัดการบริการมีคุณค่า
 ยุทธศาสตร์ (High performers make service management
 a strategic asset) คือความสัมพันธ์ระหว่างคุณค่ายั่งยืน
 ระดับสูงกว่า(Sustained, higher value) การสร้างคุณค่า
 (Value Creation) และพัฒนาการจัดการบริการ(Service
 Management Maturity) โดยจะเริ่มขั้นแรก กระบวนการ
 เป็นอุตสาหกรรม (I Industrialize Processes) การสร้าง
 คุณค่าทางธุรกิจ (Business Value Creation) เพื่อนำไปสู่
 กระบวนการเทคโนโลยีสารสนเทศ (Formal IT Processes)
 เป็นจุดเริ่ม(Reactive)ไปสู่การทำนาย (Predictive) และจาก
 จุดเริ่มต้นต่ำกว่า (Sporadic lower value) ไปยังการสร้าง
 คุณค่าและคุณค่าระดับสูงด้านความยั่งยืน ส่วนที่สองคือ
 กระบวนการธุรกิจ(II Business Alignment) เป็นการ
 ปฐมนิเทศการบริการ ส่วนที่สาม การบูรณาการธุรกิจ (III
 Business Integration) เป็นการปรับทิศผลงานธุรกิจ
 (Business Outcomes Orientation)



การผลิตสินค้าและบริการจำเป็นต้องมีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องด้านระบบการจัดการคุณภาพ(Continual Improvement of the quality Management System) เริ่มที่ลูกค้าที่แสดงความต้องการซึ่งเป็นความจำเป็นและความคาดหวังเป็นปัจจัยนำเข้า (Input) เป็นกิจกรรมที่สร้างมูลค่าเพิ่มด้วยสร้างความเข้าใจสินค้าและบริการ (Product-Service Realization) เพื่อสร้างเป็นผลผลิต

(Output)หรือผลงานที่ทำให้ลูกค้าพึงพอใจ (Customer Satisfaction) นอกจากนี้ยังเกี่ยวข้องกับการไหลเวียนข้อมูลหรือสารสนเทศ (Information flow) ที่เกี่ยวข้องกับมาตรวัดการวิเคราะห์และการปรับปรุง(Measurement, Analysis, and Improvement) นำไปสู่ความรับผิดชอบการจัดการ (Management Responsibility) และการจัดการทรัพยากร (Resource Management)



ยุทธศาสตร์การบริการ (Service Strategy) คือความ
 เข้าใจนิยามหรือมโนภาพการบริการ การออกแบบการจัดการ
 (Service Design) ขององค์การ การเปลี่ยนแปลงการบริการ
 (Service Transition) คือการจัดการเปลี่ยนแปลงการบริการ
 หรือโครงการส่งมอบบริการ การปฏิบัติการบริการ (Service
 Operation) เกี่ยวข้องกับการจัดหาและการสนับสนุนบริการ
 ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (the supply and support of IT

services)การปรับปรุงการบริการอย่างต่อเนื่อง (CSI - Continual Service Improvement) คือการปรับปรุงบริการของหน่วยงานที่สำคัญ

ปัจจุบันโลกได้แบ่งโครงสร้างทางเศรษฐกิจ ของแต่ละประเทศ ออกเป็นสามกลุ่มใหญ่ คือ 1. ภาคการเกษตร 2. ภาคอุตสาหกรรม และ 3. ภาคธุรกิจบริการ ซึ่งเป็นธุรกิจที่คนไทยและประเทศไทยมีศักยภาพสูงที่สุดในโลกประเทศหนึ่ง โดยเฉพาะในภาคบริการที่ต้องใช้มิตรภาพ และบุคลิกภาพสูงมาก เช่น แพทย์ พยาบาล พนักงานต้อนรับในโรงแรม พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน การที่ไทยจะเป็นผู้นำในตลาดโลกได้ และน่าจะเป็นความหวังสำคัญในการเข้าไปทดแทนภาคอุตสาหกรรมที่กำลังมีปัญหา เช่น อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม อุตสาหกรรมเหล็ก อุตสาหกรรมเหมืองแร่

โครงสร้างของระบบเศรษฐกิจของไทย หรือมักจะเรียกกัน ในรูปของจีดีพี(GDP-Gross Domestic Product) เป็นที่น่าสังเกตว่า ภาคบริการเป็นภาคที่มีสัดส่วนสูงสุด คือสูงถึง 48.5% และ 48.9% ของจีดีพีไทยในปี ค.ศ. 2002 และ 2001 ตามลำดับ ขณะที่ภาคการเกษตรที่มีประชากรของประเทศส่วนใหญ่ต้องพึ่งพาการดำรงชีพ แต่มีส่วนแบ่งของระบบเศรษฐกิจเพียง 10% ของจีดีพีเท่านั้น ส่วนภาคอุตสาหกรรมมีสัดส่วน 40% ภาคอุตสาหกรรม

บริการมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจไทยมาก ในวงการอุตสาหกรรม บริการของโลก ไทยยังมีโอกาสเพื่อนำเงินตราเข้าประเทศ ประเทศต่าง ๆ ในโลกนี้ส่งออกและนำเข้าอุตสาหกรรมบริการมีมูลค่ารวม 3.6 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ มูลค่าการส่งออก และนำเข้ามีมูลค่าไม่แตกต่างกัน ในจำนวนนี้สัดส่วนภาคบริการด้านการขนส่ง ด้านการท่องเที่ยว และบริการเชิงพาณิชย์ อยู่ในสัดส่วนประมาณ 2:3:5 กล่าวคือมูลค่ารวมในภาคบริการของโลกนั้น จะเป็นส่วนของการบริการเชิงพาณิชย์ครึ่งหนึ่งของมูลค่ารวม

เป็นที่น่าเสียดายว่าอุตสาหกรรมภาคบริการเชิงพาณิชย์ของประเทศไทยนั้นยังอยู่ในภาวะที่เป็นปัญหา เช่น ธุรกิจภาคบริการเชิงพาณิชย์ ประกอบด้วย ธุรกิจธนาคาร และสถาบันการเงิน ธุรกิจประกันภัยและประกันชีวิต ธุรกิจโทรคมนาคม ธุรกิจการขนส่งทั้งทางเรือ ทางบก และทางอากาศ กำลังเป็นประเด็นปัญหาเชิงยุทธศาสตร์ คือธุรกิจไทยยังไม่สามารถเข้าไปมีบทบาทสำคัญในธุรกิจบริการเชิงพาณิชย์กรรมของโลกได้เลย ความไม่ทันทันในส่วนนี้เกิดจากการขาดศักยภาพในการสร้างนวัตกรรม และไม่สามารถพัฒนาเทคโนโลยีที่จำเป็น และเหมาะสมได้ด้วยตนเอง โดยต้องซื้อหามาด้วยราคาแพง ข้อสังเกตเพิ่มเติมในการเข้าสู่ธุรกิจบริการเต็มรูปแบบของธุรกิจบริการเชิงพาณิชย์นั้น เป็นธุรกิจมีลักษณะสำคัญคือ ธุรกิจต้องมีจำนวนที่มากพอ มิเช่นนั้น

ความเป็นไปได้ในเชิงพาณิชย์จะต่ำมาก เช่น การตั้งโครงข่าย
โทรคมนาคมขนาดเล็กย่อมเสียเปรียบโครงข่ายที่กว้างขวางกว่า
ทางออกที่เหมาะสมสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจเชิงพาณิชย์ คือ
การเป็นพันธมิตรทางธุรกิจระดับโลก ที่มองเห็นศักยภาพใน
บริษัทของไทย ในการขยายตลาดในประเทศ และตลาดในประเทศ
เพื่อนบ้าน พร้อมๆ กับเป็นประตูไปสู่จีน เพราะในวันนี้หลาย
ประเทศเข้าใจแล้วว่า จีนไว้วางใจไทยมากที่สุดแม้ในประเทศที่มีเชื้อ
สายจีนที่เข้มข้น เช่น สิงคโปร์ ที่จีนไม่สู้จะไว้วางใจในการเป็น
หุ้นส่วนทางการค้า หรือแม้กระทั่งฮ่องกงที่ธุรกิจทรุดตัวลงมาก
เพราะจีนถือว่าเป็นเพียงเมืองหนึ่งเท่านั้น และไม่อยากเห็นฮ่องกง
ดีกว่าเชียงใหม่ แม้กระทั่งประเทศตะวันตกก็รู้ว่าไทยเป็นประเทศ
สำคัญในการเจาะจีนได้เป็นอย่างดี และดีกว่าเข้าไปเองดัง
ประสบการณ์ในการเข้าจีนยุคแรกของบริษัทข้ามชาติทั้งยุโรป
และสหรัฐอเมริกา

จึงยังคงมีความเชื่อมั่นว่าบุคลิกภาพการให้บริการของคน
ไทยไม่เป็นสองรองใคร บวกกับการปลูกฝังทางความคิด และทาง
วัฒนธรรมให้คนไทยมีทัศนคติดีเป็นที่ต้องตาต้องใจผู้พบเห็น
ธุรกิจบริการด้านท่องเที่ยวจึงน่าจะเป็นผู้นำของโลกได้ โดยธุรกิจ
การให้การรักษายาบาลของไทยก็คงพอที่จะเบียดขึ้นไปยืนในสุด
ยอด 5 อันดับแรกของโลกได้

สิ่งที่ยืนยันความจริงข้อนี้ก็คือ ธุรกิจสปาของไทยมีลักษณะ เจริญเติบโตมีกำไรสัดส่วนมากขึ้น โดยธุรกิจเหล่านั้นต้องไม่ลอกเลียนแบบ หรือวิ่งตามประเทศอื่นต้องทำขึ้นนำได้ ในทางตรงกันข้ามคนที่เริ่มออกนำคนแรกนั้น มักจะเป็นคนที่พรั่งพร้อมแล้ว ยังมีเครื่องกีดขวางที่ไม่มากนัก ต้องพึ่งตนเองและไม่ประมาท เมื่อเป็นเช่นนี้ผู้จะเข้าสู่ธุรกิจภาคบริการนั้นคงต้องถามตัวเองก่อนว่า มีความสุขใจในการมีโอกาสทำให้คนอื่นมีความสุขมากน้อยเพียงใด

เงื่อนไขข้อต่อไปของผู้ที่อยากจะประสบความสำเร็จในธุรกิจภาคบริการก็คือทักษะในการคบหาสมาคมหรือเข้าสังคม และสมาคมกับคนในกลุ่มต่างๆ ดังนั้นแนวคิดที่ว่าสินค้า หรือบริการที่ราคาไม่แพงจะขายได้ยั่งยืน มนุษย์ซื้อบริการก็เพื่อสนองตอบความพอใจและอารมณ์

ธุรกิจท่องเที่ยวของไทยมีบทบาทสำคัญมาก และเชื่อว่าไทยเป็นประเทศที่ดีที่สุดของการท่องเที่ยวโลก เหตุผลคือ ภูมิประเทศที่เป็นเลิศจนทำให้เกิดความสมดุลของธรรมชาติอย่างลงตัว สามารถขายการท่องเที่ยวได้เกือบตลอดปี แม้ว่าสีนามิจะทำให้ชะงักไปหลายเดือน แต่ความได้เปรียบในด้านภูมิประเทศยังอยู่นอกเหนือจากนี้คือลปะกับวัฒนธรรมในการเคารพนอบน้อมต่อผู้ใหญ่ และแขกผู้มาเยือนทำให้นักท่องเที่ยวต้องตรึงตาตรึงใจ

ตั้งแต่แรกเริ่มย่างเข้ามาในประเทศไทย หากการบินไทยยังสามารถรักษาความงดงามให้บริการลูกค้าได้ดังที่เคยเป็นมาในอดีต ย่อมทำให้ชาวต่างชาติเริ่มประทับใจตั้งแต่ขึ้นนั่งเครื่องบินของการบินไทยแล้ว

การกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทยให้สอดคล้องกับพลวัตของโลก วิธีชีวิตของชาวโลกที่นิยมท่องเที่ยวมากขึ้นกว่าเดิม ผู้ประกอบการของไทยในธุรกิจการท่องเที่ยวมองภาพรวมการท่องเที่ยวโลก แล้วมากำหนดแผนดำเนินงานอย่างมียุทธศาสตร์ ยุทธศาสตร์แรกที่จะเสนอไว้ในธุรกิจท่องเที่ยว คือ การสร้างไตรภาคีการท่องเที่ยวขึ้นมา นั่นคือ ผูกไทย อินเดีย และจีน ให้เป็นปลายทางการท่องเที่ยวของโลก และสร้างไตรภาคีด้านการตลาดขึ้นมา คือ บริษัทไทย สหภาพยุโรป และญี่ปุ่น เพื่อเชื่อมโยง และส่งแขกนักท่องเที่ยวให้กันและกัน

กระบวนการที่จะทำให้ยุทธศาสตร์นี้เป็นจริงได้ยั่งยืน ก็น่าที่จะหันกลับมาพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และทรัพยากรธรรมชาติอย่างเป็นระบบ และเป็นกระบวนการ เม็ดเงินหรือเงินทุนก็เป็นสิ่งที่จำเป็นมากประการหนึ่งแต่ไม่ใช่สำคัญที่สุด

(<http://www.nidambe11.net> เข้าถึงเมื่อวันที่ 3 กันยายน พ.ศ. 2553)

ธุรกิจบริการมีบทบาทสำคัญในการสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจของประเทศ ประกอบกับภาครัฐมีนโยบายในการส่งเสริมพัฒนาธุรกิจบริการให้มีศักยภาพแข่งขัน ได้ในระดับสากลโครงการพัฒนาระบบตลาด และเพิ่มศักยภาพธุรกิจบริการไทย ประกอบด้วย การศึกษาวิเคราะห์วิจัยข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจบริการในภาพรวมของประเทศ และธุรกิจบริการรายสาขา 24 สาขา ได้แก่ 1. ธุรกิจให้บริการด้านวิศวกรรม 2. ธุรกิจให้บริการด้านสถาปัตยกรรม 3. ธุรกิจให้บริการด้านที่เกี่ยวข้องกับก่อสร้างทั่วไป 4. ธุรกิจบริหารจัดการอสังหาริมทรัพย์ 5. ธุรกิจบริการทำความสะอาด 6. ธุรกิจบริการด้านความปลอดภัย 7. ธุรกิจให้คำปรึกษาด้านการบริหารจัดการ 8. ธุรกิจการแปรรูปของใช้แล้วกลับมาใช้ใหม่ 9. ธุรกิจอาหารไทยเพื่อการส่งออก 10. ธุรกิจสปา 11. ธุรกิจให้บริการความงาม 12. ธุรกิจดูแลผู้สูงอายุ 13. ธุรกิจขนส่งสินค้าทางถนน 14. ธุรกิจขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ 15. ธุรกิจโลจิสติกส์ 16. ธุรกิจค้าปลีก 17. ธุรกิจบริการขายส่ง 18. ธุรกิจซ่อมรถยนต์ 19. ธุรกิจการให้บริการจัดเก็บสินค้า 20. ธุรกิจการพัฒนาซอฟต์แวร์ 21. ธุรกิจแอนิเมชันและคอมพิวเตอร์กราฟฟิค 22. ธุรกิจการพัฒนาบริการทางเว็บ 23.

ธุรกิจโฆษณา 24.ธุรกิจสิ่งพิมพ์และสำนักพิมพ์ ผลการวิจัยฯ
เพื่อให้ผู้ประกอบการนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาระบบ
ตลาดและศักยภาพธุรกิจ บริการไทยให้แข่งขันได้ทั้งในและ
ต่างประเทศ (www2.nurnia.com เข้าถึงเมื่อวันที่ 14 สิงหาคม
2553)

