

รายการ รอบรู้ธุรกิจ กับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า
ตอนที่ 47 ควบคุมประสิทธิภาพในการทำธุรกิจการค้าและบริการ
โดย กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

ควบคุมประสิทธิภาพในการทำธุรกิจการค้าและบริการ

ธุรกิจสามารถควบคุมประสิทธิภาพในการทำธุรกิจการค้าและบริการได้ดังนี้

- 1. ควบคุมค่าใช้จ่าย** ถ้าธุรกิจมีค่าใช้จ่ายสูงกว่าคู่แข่งเท่ากับเสียเปรียบคู่แข่งตั้งแต่จุดเริ่มต้น การควบคุมค่าใช้จ่ายต้องจัดทำตั้งแต่การจัดซื้อจัดจ้าง การสร้างวัฒนธรรมองค์กรในการใช้สาธารณูปโภค การสร้างจิตสำนึกความประหยัดในหมู่พนักงาน การรู้จักเลือกสถานที่ในการทำงาน การเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานให้ทำงานโดยไม่เกิดการสูญเสีย ผลิตสินค้าที่ดีมีคุณภาพ
- 2. ควบคุมคุณภาพคน** การทำธุรกิจไม่ว่าในขั้นตอนนี้ใด ๆ ถ้าธุรกิจมีพนักงานที่ดีจะทำให้ความสำเร็จเกิดขึ้นโดยง่าย ซึ่งเรื่องเกี่ยวกับพนักงานต้องเริ่มตั้งแต่การคัดเลือกพนักงาน ต้องเป็นคนมีความรู้ มีทักษะ มีทัศนคติที่ดี มีวิสัยทัศน์ มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เหมาะสม มีค่านิยมที่ถูกต้องและนิสัยใจคอที่ดีของพนักงาน เมื่อคัดเลือกพนักงานได้แล้วก็ต้องมีการฝึกอบรม พัฒนาความรู้ พัฒนาทักษะ พัฒนาทัศนคติ และสร้างแรงบันดาลใจให้อยากทำงานกับธุรกิจ
- 3. ควบคุมคุณภาพสินค้า** ธุรกิจต้องควบคุมคุณภาพสินค้าให้ได้อย่างคงเส้นคงวา เพราะถ้าคุณภาพสินค้าในแต่ละงวดไม่เท่ากัน จะสร้างความไม่แน่ใจให้กับลูกค้าที่จะซื้อหาสินค้าหรือมาใช้บริการกับธุรกิจต่อไป
- 4. ควบคุมยุทธวิธีการขาย** วิธีการขายของพนักงานขายทุกคนต้องอยู่ในระบบเดียวกัน อยู่ในคุณภาพเดียวกัน อยู่ในมาตรฐานเดียวกัน เพราะถ้าลูกค้าแต่ละคนได้รับการปฏิบัติจากพนักงานขายแตกต่างกัน ลูกค้าบางคนได้รับบริการหรือผลประโยชน์ที่มากกว่าลูกค้ารายอื่น เมื่อลูกค้าที่ได้น้อยกว่าทราบเข้าย่อมสร้างความไม่พอใจ ดังนั้นธุรกิจจึงต้องควบคุมยุทธวิธีการขาย

5. **ควบคุมการกระจายสินค้า** ธุรกิจจะต้องกระจายสินค้าไปยังสถานที่ที่ควรจะมีสินค้าจำหน่าย และหลีกเลี่ยงสถานที่ที่ไม่ควรจะมีสินค้าจำหน่ายด้วย สินค้าที่มีภาพพจน์ดีจะต้องจำหน่ายในห้างร้านที่มีภาพพจน์เหมาะสมสอดคล้องกับสินค้านั้น การกระจายสินค้าโดยคำนึงเพียงให้มีสินค้ากระจายทั่วไปให้มากที่สุด อาจทำให้สินค้าถูกกระจายไปยังสถานที่ที่ไม่เหมาะสมกับสินค้านั้น จนภาพพจน์สินค้าถูกกระทบกระเทือนและในท้ายที่สุดลูกค้าไม่ยอมรับในสินค้านั้นต่อไป
6. **ควบคุมระบบการตลาด** การโฆษณาสินค้าต้องตรงตามคุณสมบัติของสินค้าที่เป็นอยู่ เพราะการโฆษณาเป็นการสร้างความคาดหวังในใจของลูกค้า หากคุณสมบัติสินค้าไม่เป็นไปตามที่ได้โฆษณาไว้ จะทำให้ลูกค้าผิดหวังและเกิดความไม่พอใจ และในขณะเดียวกันธุรกิจจะต้องสร้างคุณค่าเพิ่มเติมให้กับตัวสินค้าด้วย เช่น สินค้ามีคุณภาพดี และมีหีบห่อบรรจุภัณฑ์สวยงามน่าใช้เป็นคุณค่าเพิ่ม หรือสินค้ามีคุณภาพดี พนักงานขายพูดเพาะ ให้เกียรติลูกค้าถือเป็นการสร้างคุณค่าเพิ่ม เป็นต้น ในการขายสินค้าจึงมิใช่การมุ่งความสำคัญเฉพาะตัวสินค้า แต่ต้องสร้างคุณค่าเพิ่มด้วยซึ่งอาจทำได้โดยการมีหีบห่อดี มีพนักงานขายดี มีการบริการดี มีการจัดส่งดี มีการติดตั้งดี มีการรับประกันสินค้า และการสร้างชื่อเสียงสินค้า

