

รายการ รอบรู้ธุรกิจ กับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ตอนที่ 52 ยกระดับมาตรฐานงานการค้าและบริการไทย ตอน 1

โดย กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

ยกระดับมาตรฐานงานการค้าและบริการไทย ตอน 1

การยกระดับมาตรฐานการค้าและบริการของไทยทำได้ดังนี้

1. การปรับปรุงข้อเสนอโดยรวมที่ให้กับลูกค้า ธุรกิจจะต้องพิจารณาว่าสิ่งที่นำเสนอให้กับกลุ่มเป้าหมายได้มาตรฐานหรือไม่? ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายหรือยัง? ถ้าสิ่งที่นำเสนอยังไม่ได้มาตรฐาน ยังไม่ตรงตามความต้องการ ธุรกิจก็ต้องปรับปรุง หากธุรกิจยังคิดทำธุรกิจในลักษณะเดิม ๆ ก็เท่ากับไม่คิดจะปรับปรุง ยกตัวอย่างเช่น การขายผลไม้ในบ้านเราที่นิยมขายแบบคละ และไม่ยินยอมให้ลูกค้าเลือก ซึ่งพ่อค้าแม่ค้าควรปรับปรุงโดยการคัดขนาดเพื่อขายให้กับกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกัน หรือความเชื่อในอดีตที่ว่าถ้าสินค้าดีจะบรรจู้ใส่อะไรก็ได้ แต่ลูกค้ายุคใหม่ที่ชมชอบความสวยงาม ธุรกิจจึงต้องปรับปรุงบรรจุภัณฑ์โดยการใส่ขวด ใส่กล่อง เป็นต้น
2. การปรับส่วนผสมทางการตลาด เมื่อธุรกิจเห็นความจำเป็นที่จะต้องปรับปรุงข้อเสนอโดยรวมแล้ว ก็ต้องนำมาแยกแยะออกมาเป็นส่วนผสมทางการตลาด ซึ่งมีดังนี้
 - 2.1 การปรับปรุงสินค้า เป็นการปรับปรุงตัวสินค้าให้มีคุณสมบัติ มีจุดเด่น มีลักษณะมีผลประโยชน์ที่ให้กับลูกค้าอย่างเพียงพอ เช่น โทรศัพท์ที่เปลี่ยนจากจอโค้งมาเป็นจอแบน การอัดเพลงจากเดิมที่อัดใส่ในตลับเทปก็มาอัดใส่แผ่นซีดี เป็นต้น
 - 2.2 การปรับปรุงราคา เป็นการพิจารณาความเหมาะสมของระดับราคาที่กำหนดไว้ เช่น ราคาของโทรศัพท์มือถือที่ปรับลดลงมาเป็นลำดับตลอดเวลา เป็นต้น หรือการปรับเงื่อนไขการชำระเงิน เช่น เดิมชำระเป็นเงินสดก็ปรับเป็นการให้เครดิต เดิมระยะเวลาสินเชื่อ 10 ปีก็ปรับเพิ่มเป็น 15 ปี เป็นต้น

2.3 การปรับปรุงวิธีการกระจายสินค้า เช่น เดิมเคยตั้งขายตามหน้าร้านก็ปรับมาให้บริการจัดส่ง การเปิดสาขาให้อยู่ใกล้กับบ้านลูกค้ามากขึ้น การขายทางไปรษณีย์ เป็นต้น

2.4 การปรับจุดยืนสินค้า เช่น เครื่องดื่มเกลือแร่ที่เคยกำหนดจุดยืนเป็นเครื่องดื่มสำหรับคนอ่อนเพลีย ก็เปลี่ยนมาเป็นเครื่องดื่มสำหรับคนเสียเหงื่อ และปัจจุบันเปลี่ยนจุดยืนเป็นเครื่องดื่มสำหรับคนออกกำลังกาย เป็นต้น ซึ่งการเปลี่ยนจุดยืนอาจทำให้สินค้าจำหน่ายได้มากขึ้นด้วย

2.5 การปรับเปลี่ยนบุคลิก เช่น เดิมอาจเคยมีบุคลิกหวานแหววก็ปรับมาเป็นบุคลิกแบบขึงขัง จากเดิมเคยมีบุคลิกขึงขังก็ปรับมาเป็นบุคลิกแบบตลก จากเดิมดูโบราณมาเป็นดูสมัยใหม่ เป็นต้น

2.6 การปรับเปลี่ยนโฆษณา โฆษณาเดิมอาจไม่เป็นดึงดูดใจก็ปรับเปลี่ยนการโฆษณาใหม่ให้เป็นน่าสนใจมากขึ้น

2.7 การปรับเปลี่ยนบุคลากร เช่น เครื่องแบบไม่สวยก็ปรับให้สวยขึ้น การให้บริการยังไม่เป็นก็นำมาฝึกอบรมให้บริการได้ดีขึ้น เป็นต้น

2.8 การปรับเปลี่ยนหีบห่อ หีบห่อเดิมอาจไม่สวยก็ปรับให้สวย ดูดี เหมาะมือขึ้น

2.9 การเพิ่มความหลากหลาย เป็นการทำให้สินค้าเกิดความหลากหลายให้ลูกค้าได้เลือกมากขึ้น เช่น การเพิ่มรสชาติ การเพิ่มสี การเพิ่มขนาด การเพิ่มรุ่น เป็นต้น

2.10 การเพิ่มบทบาททางสังคม ในอดีตสินค้าอาจไม่เป็นที่รู้จัก หรือยังไม่เป็นที่นิยมชมชอบนัก ธุรกิจก็หันมาเพิ่มบทบาททางสังคมทำให้ภาพพจน์ดีขึ้น เป็นที่รู้จักของคนในสังคมมากขึ้น

ซึ่งหลักในการปรับเปลี่ยนของธุรกิจมีด้วยกัน 3 ประการ คือ คู่แข่งเปลี่ยน ธุรกิจต้องเปลี่ยน ลูกค้าเปลี่ยน ธุรกิจก็ต้องเปลี่ยน และสถานการณ์เปลี่ยน ธุรกิจก็ต้องปรับเปลี่ยนตามด้วยเช่นกัน

=====