

# ตลาด การตลาดบริการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุทธิชัย ปิณฑโรจน์  
อาจารย์ประจำบัณฑิตวิทยาลัย ม.พิษณุโลก  
www.drsuthichai.com

**ยุค** ปัจจุบันนี้ ภาวะเศรษฐกิจอยู่ในภาวะถดถอย แต่ละพื้นที่แต่ละภาค มีร้านค้าหลายแห่ง ปิดกิจการ เจ๊งกันไปหลายร้าน มีแต่ภาคเหนือที่แหละที่เจ้า (ภาษาเหนือ สวัสดิ์เจ้า=สวัสดิ์ค่ะ) ภาคอื่นหลายค้าหลายแห่งเจ๊งหมด

ถ้าพูดถึงเรื่องการตลาดแล้ว การบริการเป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญมาก เพราะการบริการจะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ เมื่อลูกค้าเกิดความประทับใจแล้วก็จะกลับมาใช้บริการซ้ำอีกหรือซื้อซ้ำ แต่ถ้าหากบริการไม่ดี ลูกค้าก็จะไม่กลับมาใช้บริการหรือซื้อซ้ำอีก ทั้งยังบอกต่อให้กับเพื่อนฝูงหรือคนรู้จักไม่ให้มาซื้อหรือมาใช้บริการอีก ในกรณีที่เกิดข้อผิดพลาดในงานบริการหรือเกิดความไม่ประทับใจในการบริการ

*ดังนั้นปัจจัยต่างๆ ที่ช่วยสนับสนุนให้การบริการลูกค้าได้ดีหรือไม่ดี จึงมีความสำคัญเป็นอย่างมาก เช่น*

1. **คำพูดของผู้ให้บริการมีความสำคัญมาก** ตัวอย่าง ลูกค้าบางคนหน้าตาเหมือนลิง ก็อย่าไปพูดให้เจียบเสียด คนเรามีสิทธิ์ที่จะคิดได้แต่ก็ไม่ควรพูด บางคนพูดว่า “ทำไมหน้าตาคุณลูกค้าเหมือนลิงจังค่ะ?” พูดแบบนี้รับรองมีเรื่อง ลูกค้าอาจร้องเรียนหัวหน้างาน

หรือมีเรื่องทะเลาะกันได้ ผู้ให้บริการบางคนไม่พูดตรงๆ ดันพูดลักษณะนี้ “คุณลูกค้าเชิญนั่งคะ (จะรับกาแฟหรือกล้วยดีคะ?)” ลูกค้าอาจจะสับสนก็อาจจะงง บอกว่า “กล้วยดีกว่าครับ”

2. **ความสะอาดของผู้ให้บริการ** มีร้านอาหารหลายแห่งไปจ้างบริการหรือคนเสิร์ฟอาหารมาจากชนบทที่ห่างไกล บริการบางคนมีอาชีพเลี้ยงวัวเลี้ยงควายมาก่อน เล็บมือดำยาว ไม่ยอมตัด พอมาทำงานบริการ ลูกค้าสั่งอาหาร “ต้มยำทะเล ยำรวม ผัดทะเล” หลังสั่งอาหารประมาณ 10 นาที บริการยกมาเสิร์ฟ ลูกค้าเห็นหัวแม่มือทั้งสองข้างจุ่มลงในหม้อต้มยำ (ลูกค้าเห็นเล็บนิ้วดำ สกปรก) ลูกค้าบอก “นี่น้องหัวแม่มือ หัวแม่มือ ทำไม่ถึงจุ่มในนั้น” บริการตอบ “ไม่เป็นไรครับ ผมทนได้” ลูกค้าบอก “คุณทนได้ แต่ผมทนไม่ได้ กินไม่ลงจะอ้วกอยู่แล้ว”

3. **ชื่อมีความสำคัญ** ร้านอาหารหลายร้านในปัจจุบัน มักตั้งชื่ออาหารแปลกๆ เพื่อจะดึงดูดลูกค้าเข้าร้าน เช่น ผัดเผ็ดผัวเปื้อ (ผัดหอยลาย), ยำเมี่ยงมีขี้ (ยำมะเขือเผา), ท้องกับใครมา(ไชยัดไส้), ยำนารีตะลุมบอน (ยำหอยแครง), วาริกระด้างเปลือย (น้ำแข็งเปล่า)



4. **จัดคนให้เหมาะสมกับงาน** หลายองค์กรรับคนติดอ่างเข้าทำงาน แต่ทั้งนี้ก็ควรจะคำนึงถึงความเหมาะสมด้วย คนติดอ่างไม่ควรให้ทำงานเกี่ยวกับการสื่อสาร เช่น การรับโทรศัพท์ ลูกค้า “สวัสดีค่ะขอสายผู้จัดการด้วยครับ” คนติดอ่าง “ผู้ ผู้ ผู้ จัด จัด จัด การ ไม่ ไม่ ไม่ อยู่ อยู่ อยู่” ลูกค้า “ตกลง อยู่หรือไม่อยู่ครับ?” คนติดอ่าง “ไม่ ไม่ ไม่ อยู่ อยู่ อยู่” ลูกค้า “ok ไม่เป็นไร ขอเบอร์โทรศัพท์ มีมือถือผู้จัดการก็แล้วกัน” คนติดอ่าง “0885577226” ลูกค้า “ขอใจ” คนติดอ่าง “ยัง ยัง ยัง ไม่ ไม่ ไม่ หมด ยัง ยัง ขาด อีก 3 เลข”

5. **ตรงไปตรงมา** ไม่ควรมีเล่ห์เหลี่ยมกับลูกค้า แม่ค้าพ่อค้าหลายคน ขายผลไม้ ครั้งหนึ่งผมไปซื้อเงาะ เห็นเขียนป้ายตัวเบ้อเริ่มเลย “โลละ 15 บาท” ผมเห็นว่าถูกมากเลยสั่ง 2 โล แต่ตอนจ่ายเงินผมคิดว่า 30 บาท (2 โล) เลยยื่นเงินให้ไป 30 บาท แต่แม่ค้าบอก (60 บาท) ผมเลยดูป้ายใหม่อีกรอบ (มีตัวหนังสือเล็กๆ เท่ากับมดอยู่หน้าโลละ 15 บาท มีข้อความว่า “ครึ่ง” ซึ่งตัวเล็กมากๆ ผมเชื่อว่าลูกค้าที่เข้าร้านนี้เกือบทุกคนจะพูดว่า “ต่อไปร้านนี้จะไม่มาซื้ออีกต่อไป” ดังนั้น “ซื้อกินไม่หมด คัดกินไม่นาน (ถ้าอยากกินนานๆ ก็ต้องซื้อสัปดาห์)”

6. **การบริการของอุ้งอุ้งมรดก** อุ้งอุ้งมรดกบางร้านมีบริการที่แปลกมากๆ สุดยอด พอลูกค้าเลี้ยงรถเข้าไปในร้าน ลูกค้าบอก “ยางรถมีปัญหาหนอยตรวจดูให้หน่อย?” ทุกคนที่เป็นช่าง ก็จะมีวิ่งเข้ามา แล้วเอาแม่แรงขึ้นถอดล้อออก แล้วก็กลับไปทำงานกับรถคันเก่าที่ยังทำไม่เสร็จ ลูกค้าต้องรออีกนาน แต่ก็ต้องยอมเพราะรถถูกถอดล้อออกแล้ว บางวัน รถบางคันเลี้ยงเข้าไป ช่างเหมือนเดิมครับ เอาแม่แรงขึ้นถอดล้อออกเรียบร้อย ลูกค้าบอกว่า “กูจะมาเปลี่ยนที่บัดน้ำฝน”

7. **สินค้าและบริการต้องมีให้เลือกมาก** สมัยอดีต ทุ่งยางอนามัยมีแบบเดียว ไม่มีสี ไม่มีกลิ่น ไม่มีรส แต่เดี๋ยวนี้เห็นใหม่ครบมีหลากสี (สีเขียว สีแดง สีเหลือง สีชมพู) แกมมีกลิ่นด้วย (กลิ่นสตอร์วเบอร์รี่ กลิ่นกล้วย กลิ่นมิทซ์เบอร์รี่ กลิ่นทุเรียน กลิ่นมันท์) และทุ่งยางอนามัยบางรุ่นมีรสชาติอีกด้วย อีกหนอยผมคิดว่า ทุ่งยาง



อนามัย น่าจะมีแบบ เรื่องแสง คือ เวลามีเพศสัมพันธ์ และใส่ตอนกลางคืน จะมีแสง สี ออกมา ด้วย

8. **มีของแถม** ร้านค้าหลายร้านมีโปรโมชัน ชื่อ 1 แกม 1 ทำให้ยอดขายพุ่งมาก เพราะพฤติกรรมของผู้บริโภคประเทศไทยเราชื่นชอบของแถม แต่ก็มีธุรกิจบางอย่างไม่ประสบความสำเร็จในเรื่องการใช้ของแถม เช่น ร้านขายโรงศพ ร้านโรงศพสวรรค์เบี่ยง ถ้าซื้อโรงศพของเรา 1 โถง เราจะแถมให้อีก 1 โถง (ลูกค้าไม่รู้จะเอาไปทำอะไรเหมือนกันไอ้โถงที่แถมอะ) ธุรกิจทุกธุรกิจย่อมมีคู่แข่ง คู่แข่งอาจมีโปรโมชันใหม่ ประกาศว่า “วันนี้ร้านของเรามีโปรโมชัน ถ้าท่านซื้อโรงศพของเรา 1 โถง เราจะแถมอีก 1 โถง แต่เราจะแถม ศพ ให้ด้วย” ยิ่งถ้าจัดโปรโมชันแบบนี้ยิ่งจะไม่มีคนซื้อเป็นแน่แท้

การตลาดสมัยใหม่ เราต้องมองให้แตก เราต้องลองมองหลายมิติ เช่น ใครอยู่ในธุรกิจปากกาที่มีราคาแพง จะมองว่าธุรกิจปากกา ก็ต้องแข่งขันกับผลิตภัณฑ์ปากกาดูด้วยกัน แต่การตลาดยุคใหม่ คู่แข่งขันของปากกาคาแพง อาจจะเป็นกระดาษแผ่นไม้ หรือสุรา หรือสินค้าอะไรก็ได้ที่ลูกค้าซื้อไปเป็นของฝาก ดังนั้น การตลาดยุคใหม่ เราไม่ควรมองเพียงแค่มิติเดียวอีกต่อไป

สำหรับบทความนี้ เป็นฉบับพิเศษ ที่ผ่านมาบทความของกระผม ให้ความรู้ทางวิชาการ แต่ขาดซึ่งความบันเทิง บทความนี้กระผมจึงขออนุญาตเขียนบทความในลักษณะ สารบันเทิง กล่าวคือ มีทั้งสาระ และมีทั้งบันเทิง รวมกันครับ โปรดติดตาม ตลก การตลาดในบทความฉบับต่อไป 

