

บทที่ 15

การบริการลูกค้าในกิจการค้าปลีก

บทนำ

กิจการค้าปลีกจะดำรงอยู่ได้ก็เพราะว่ามีลูกค้าเข้ามาซื้อสินค้าอยู่ตลอดเวลา และเป็นประจำ ซึ่งผู้ค้าปลีกจะต้องอาศัยการบริการลูกค้าที่จะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ การบริการลูกค้าของผู้ค้าปลีกจะต้องอาศัยนโยบายในการบริการลูกค้าว่าควรจะมีทิศทางไปทางใดที่จะสร้างความพอใจให้กับผู้บริโภค นอกจากนี้ผู้ค้าปลีกจะต้องคำนึงถึงองค์ประกอบในการบริการลูกค้าที่จะให้กับลักษณะของกิจการ การบริการลูกค้ามีอยู่หลายองค์ประกอบด้วยกัน ซึ่งผู้ค้าปลีกสามารถจะเลือกใช้ตามความเหมาะสม

ในบทนี้จะศึกษาถึงเรื่องต่าง ๆ ดังนี้

1. นโยบายการบริการลูกค้าในกิจการค้าปลีก
2. องค์ประกอบการบริการลูกค้าในกิจการค้าปลีก

วัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม

หลังจากศึกษาบทที่ 15 แล้วนักศึกษาสามารถ

1. อธิบายนโยบายการบริการลูกค้าในกิจการค้าปลีกได้
2. อธิบายองค์ประกอบการบริการลูกค้าในกิจการค้าปลีกได้

บทที่ 15 การบริหารลูกค้าในกิจการค้าปลีก

1) นโยบายการบริหารลูกค้าในกิจการค้าปลีก

นโยบายการบริหารเป็นเรื่องการตัดสินใจเกี่ยวกับจำนวนและชนิดของการให้บริการ การให้บริการที่ไม่เหมาะสมจะเป็นผลเสียมากกว่าผลดี กล่าวคือทำให้ผู้ซื้อคิดว่าการให้บริการดังกล่าวเป็นการคิดราคาลงไปในตัวสินค้า ทั้ง ๆ ที่ราคาก็เป็นราคาของการแข่งขันกัน และการให้บริการที่ไม่ดีย่อมไม่สามารถจะเพิ่มยอดขายได้ แต่จะเป็นการรับภาระของต้นทุน ดังนั้นผู้ค้าปลีกจะต้องให้บริการตามที่ผู้ซื้อต้องการ

แนวทางในการให้บริการลูกค้า

1. คุณนโยบายและการปฏิบัติของกลุ่มแข่งขันที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการเพราะผู้ซื้อย่อมที่จะต้องทำการเปรียบเทียบ
 2. ชนิดของสินค้ามีผลต่อการให้บริการ เช่น โทรทัศน์, ตู้เย็น, เครื่องซักผ้า, ผู้ซื้อต้องการบริการติดตั้ง สินค้าประเภทเครื่องสำอางค์, รองเท้า ผู้ซื้อไม่ต้องการการให้สินเชื่อ สินค้าประเภทที่มีราคาสูงผู้ซื้อต้องการจะจ่ายเงินด้วยเงินสด
 3. รายได้, ที่ตั้ง, และอุปนิสัยในการซื้อของผู้ซื้อที่มีผลต่อการให้บริการกลุ่มผู้มีรายได้สูงย่อมต้องการบริการมากกว่าผู้มีรายได้ต่ำ
 4. ชนิดของกิจการ ในร้านขายสินค้าเฉพาะเจาะจงย่อมได้รับการคาดหวังจากผู้ซื้อว่าจะได้รับการบริการมากกว่าร้านสรรพสินค้า
 5. นโยบายด้านราคาของกิจการ ราคาที่สูงผู้ซื้อย่อมคาดว่าจะได้รับบริการที่ดี
- ผู้ค้าปลีกจะต้องตระหนักเสมอว่าการให้บริการก็เพื่อที่จะหวังผลในระยะยาวและการที่จะหวังให้บริการแก่ลูกค้าทุกคนย่อมจะเสียค่าใช้จ่ายสูง ผู้ค้าปลีกไม่ควรที่จะกังวลใจกับลูกค้าจร (ไม่ประจำ) มากนัก แต่ควรจะเอาใจใส่กับลูกค้าประจำที่จะต้องมาซื้อสินค้าเป็นประจำ และรับฟังข้อร้องปนของลูกค้าตลอดจนการไม่ยอมเอาชนะผู้ซื้อ

ในการให้บริการสามารถที่จะคิดค่าบริการลงไปในตัวสินค้าได้ ได้แก่ค่าส่งของ (โดยเฉพาะซื้อเป็นปริมาณน้อย), ค่าติดตั้ง, ค่าปรับปรุงแก้ไข (เช่น เสื้อผ้า), เป็นต้น แต่การจะคิดค่า

บริการนั้นก็ควรที่จะพิจารณาถึงสภาพต่าง ๆ ได้แก่คู่แข่งขั้นและความขัดแย้งของผู้ซื้อ

2) องค์ประกอบบริการลูกค้าในกิจการค้าปลีก

ในการบริการลูกค้าในกิจการค้าปลีกมีองค์ประกอบที่สำคัญดังนี้

2.1) การปรับปรุงแก้ไข

ในเวลาที่ผู้ซื้อตกลงใจที่จะซื้อสินค้าแล้ว แต่สินค้านั้นยังจะต้องปรับปรุงแก้ไขให้เข้ากับความต้องการของผู้ซื้อ ผู้ค้าปลีกจึงต้องมีการให้บริการ สินค้าประเภทเสื้อผ้า (กางเกง, เสื้อ, กระโปรง) จะมีการปรับปรุงแก้ไขในด้านความสั้นยาว, กว้างและแคบ บางกิจการก็ให้บริการฟรีโดยไม่คิดเงิน บางกิจการคิดว่าควรที่จะคิดค่าบริการ โดยส่วนมากแล้วผู้ค้าปลีกจะกำหนดราคาสินค้าดังกล่าวไว้สูงกว่าปกติ

2.2) การหีบห่อสินค้า

ผู้ค้าปลีกจะทำการหีบห่อเมื่อผู้ซื้อได้ซื้อสินค้า กิจการแต่ละกิจการจะมีการหีบห่อแตกต่างกันไป ร้านที่ขายสินค้าประเภทสมัยนิยมจะมีการหีบห่อที่สวยงามมากกว่าร้านที่ขายพวกยาและร้านสรรพอาหาร การหีบห่อของผู้ค้าปลีกจะเป็นลักษณะถุงที่สะดวกในการถือ บนถุงจะมีสัญลักษณ์และชื่อของกิจการ

2.2.1 ระบบการหีบห่อ

การหีบห่ออาจจะกระทำกันต่อหน้าผู้ซื้อ, ใช้พนักงานที่มีหน้าที่หีบห่อ, หีบห่อที่แผนกและที่ส่วนกลาง การหีบห่อที่ทำต่อหน้าผู้ซื้อและการใช้พนักงานที่มีหน้าที่หีบห่อโดยเฉพาะจะใช้กันมากในกิจการที่มีขนาดเล็กและขนาดกลาง ส่วนการหีบห่อที่แผนกจะมีการหีบห่อตามแต่ละแผนกโดยพนักงานที่มีหน้าที่โดยเฉพาะทำการหีบห่อ การหีบห่อที่ส่วนกลางจะเป็นที่รวมของการหีบห่อทั้งหมดของร้านซึ่งเป็นการใช้หลักความชำนาญเฉพาะอย่าง

2.2.2 การหีบห่อล่วงหน้า

ในบางกรณีผู้ผลิตจะช่วยผู้ค้าปลีกทำการหีบห่อสินค้าตามจำนวนที่กำหนดไว้ ซึ่งเรียกว่าเป็นการหีบห่อล่วงหน้า สินค้าประเภทนี้ได้แก่ พวกตะเกียง, เครื่องแก้ว, หรือสินค้าที่แตกหักง่าย ทั้งนี้เพื่อที่จะป้องกันความเสียหายที่เกิดจากการขนย้ายสินค้า

2.2.3 การหีบห่อของขวัญ

กิจการค้าปลีกเป็นจำนวนมากที่มีการหีบห่อสินค้าเป็นของขวัญตามเทศกาลงานต่าง ๆ ซึ่งการหีบห่อของขวัญนั้นนับว่าเสียค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง เพราะผู้ซื้อเองก็ต้องการหีบห่อที่พิเศษไปจากปกติ ผู้ซื้อบางคนซื้อสินค้าที่มีราคาถูกแต่ใช้การหีบห่อที่มีราคาแพง

2.3 การบริการส่งสินค้า

สินค้าที่มีน้ำหนักเบาและขนาดเล็กนั้นผู้ซื้อก็เต็มใจที่จะนำสินค้าไปเอง แต่สำหรับสินค้า

ที่มีน้ำหนักมากและขนาดใหญ่, ผู้ซื้อก็มีความต้องการให้ผู้ขายส่งสินค้าไปให้ที่บ้าน สินค้าดังกล่าว ได้แก่ เฟอร์นิเจอร์, ตู้เย็น, เต้าไฟฟ้า, เครื่องซักผ้าและอื่น ๆ เป็นต้น นอกจากนี้ถ้าผู้ซื้อไม่ต้องการที่จะเดินทางมาซื้อด้วยตนเองก็อาจใช้โทรศัพท์ โดยให้ผู้ขายส่งสินค้าไปให้ที่บ้านเพื่อจะหลีกเลี่ยงการจราจรที่คับคั่ง

2.3.1 ระบบการส่งสินค้า

ระบบการส่งสินค้าในกิจการค้าปลีกสามารถแบ่งได้ดังนี้

ก. ระบบการส่งสินค้าของกิจการ ภายใต้ระบบนี้ ผู้ค้าปลีกจะเป็นผู้จัดส่งสินค้าเอง โดยมีรถ, บุคคลและเครื่องมือที่ใช้ในการส่งของ (เช่น รถเข็น) พนักงานส่งสินค้าของกิจการสามารถที่จะรับรู้ข้อเรียกร้องของผู้ซื้อ สามารถใช้การโฆษณาลงบนตัวรถได้ สามารถที่จะจัดเส้นทางและเวลาที่ต้องการได้

ข. ระบบการส่งสินค้าร่วมกัน ระบบนี้ผู้ค้าปลีกหลายรายจะทำการก่อตั้งบริษัทส่งของขึ้นต่างหาก ค่าใช้จ่ายจะแบ่งไปตามจำนวนผู้ถือหุ้น บริษัทส่งสินค้าที่ตั้งขึ้นมานี้จะรับสินค้าจากผู้ค้าปลีกแต่ละรายแล้วจึงทำการแบ่งไปตามอาณาเขตที่จะส่งสินค้า ทำการเก็บเงินจากผู้ซื้อเมื่อสินค้าถึงมือผู้ซื้อ และจะรับสินค้าคืนมาเมื่อผู้ซื้อไม่ต้องการ การใช้ระบบนี้มีข้อดีอยู่ที่ว่า เป็นการประหยัดเนื้อที่, บุคคล, อุปกรณ์ขนส่ง, และการควบคุมดูแลอันเป็นผลทำให้เสียค่าใช้จ่ายต่ำแต่ก็มีปัญหาอยู่ที่ว่า จะต้องสร้างองค์การและจัดหาอุปกรณ์ส่งของ, จะต้องแบ่งค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น, และจะต้องอาศัยการควบคุมที่มีประสิทธิภาพ สำหรับระบบนี้ในประเทศเรายังไม่ค่อยนิยมใช้เท่าไรนัก

ค. ระบบการส่งสินค้ารวม

ระบบนี้บริษัทส่งของแต่ละรายเป็นผู้รับการส่งสินค้าเองเพื่อจะทำกำไร ผู้ค้าปลีกจะให้การส่งสินค้าเป็นหน้าที่ของบริษัทดังกล่าว ผู้ค้าปลีกไม่ต้องยุ่งยากเกี่ยวกับการส่งสินค้า (ไม่ต้องมีรถ, พนักงาน, และอุปกรณ์ต่าง ๆ) บริษัทส่งสินค้าดังกล่าวจะรวบรวมสินค้าจากผู้ค้าปลีกต่าง ๆ เพื่อส่งไปยังผู้ซื้อในที่ต่าง ๆ

ง. การส่งสินค้าทางพัสดุภัณฑ์และทางเร่งด่วน

ระบบนี้ผู้ค้าปลีกจะใช้บริษัทส่งสินค้าเร่งด่วนหรือใช้ส่งทางพัสดุภัณฑ์ทางไปรษณีย์ ร้านค้าปลีกขนาดเล็กที่ขายสินค้าเป็นจำนวนน้อยชิ้น สามารถที่จะใช้ส่งทางไปรษณีย์ได้ ค่าขนส่งทางระบบนี้นับว่ามีราคาค่อนข้างสูง ยิ่งสินค้าน้ำหนักมากย่อมเสียค่าขนส่งมาก

2.4) การจัดการข้อเรียกร้อง

ไม่มีกิจการค้าปลีกใดที่จะไม่ประสบกับข้อเรียกร้องของผู้ซื้อได้ แต่ทว่าผู้ค้าปลีกก็ไม่ควรที่วิตกกังวลกับข้อเรียกร้องเหล่านี้ ผู้ค้าปลีกควรที่ยินดีรับฟังและนำเอามาแก้ไขเพื่อสร้างความพอใจให้กับผู้ซื้อในครั้งต่อไป

2.4.1 สาเหตุสำคัญของข้อเรียกร้อง

สาเหตุที่สำคัญของข้อเรียกร้องเราสามารถที่จะจัดแบ่งได้ดังนี้

- ก. การจัดซื้อสินค้าที่ไม่เหมาะสม ผู้ค้าปลีกซื้อสินค้าเข้ามาไม่ตรงกับความต้องการของผู้ซื้อ อันเนื่องมาจากไม่มีประสบการณ์, ไม่มีความตระหนักหรือสนใจ, ไม่รู้ความต้องการของผู้ซื้อ
- ข. ระบบของกิจการไม่มีประสิทธิภาพ ได้แก่ การส่งสินค้าให้ไม่ตรงกับใบสั่งซื้อของลูกค้า
- ค. ขาดการฝึกอบรมและไม่สนใจของพนักงาน ไม่มีการฝึกอบรมพนักงานขายว่าจะต้องทำตัวหรือปฏิบัติตัวต่องานอย่างไร (เช่น ไม่รู้ขั้นตอนการขายสินค้าทางด้านเอกสาร, ไม่ให้บริการที่ควรจะเป็น)
- ง. เป็นนิสัยของผู้เรียกร้อง ผู้ซื้อบางคนมีนิสัยประจำตัวที่จะต้องเรียกร้องไป โดยคิดเอาว่าตนควรที่จะได้รับสินค้าหรือการบริการที่ดีกว่า ยกตัวอย่างเช่น ยางรถยนต์ที่มีประสิทธิภาพวิ่งได้ 2,500 กิโลเมตร แต่ผู้ซื้อก็คิดว่าควรจะเป็น 3,000 กิโลเมตร แต่อย่างไรก็ตามผู้ซื้อประเภทดังกล่าวนี้มีไม่มากนัก

2.4.2 การปฏิบัติต่อข้อเรียกร้อง

ผู้ค้าปลีกควรที่จะต้องพยายามรักษาจินตภาพ ของกิจการเอาไว้เพราะว่าการที่ปล่อยให้ข้อเรียกร้องของผู้ซื้อมืออยู่ต่อไปย่อมจะเป็นผลเสียแก่กิจการเอง โดยที่ผู้ซื้อจะบอกต่อ ๆ ไปยังเพื่อนฝูงไม่ให้มาซื้อสินค้าที่ร้าน ดังนั้นจึงเป็นเรื่องที่ผู้ค้าปลีกจะต้องปรับปรุงแก้ไขในเรื่องที่เกี่ยวกับข้อเรียกร้องดังกล่าว

2.4.3 ระบบที่เกี่ยวกับข้อเรียกร้อง

ในกิจการขนาดเล็กเจ้าของกิจการจะเป็นผู้เกี่ยวข้องกับข้อเรียกร้อง (หรืออาจจะเป็นพนักงานขาย) แต่ในกิจการขนาดกลางและใหญ่จะต้องมีระบบเข้ามาเกี่ยวข้อง ดังนี้

ก) ระบบศูนย์รวม ภายใต้ระบบนี้, ข้อเรียกร้องจะเป็นหน้าที่ของแผนกปรับปรุงแก้ไข (Adjustment Department) โดยจะทำหน้าที่รับฟังและปรับปรุงข้อเรียกร้องแผนกดังกล่าวจะมีความชำนาญ, ความสามารถในการแก้ไขข้อเรียกร้องซึ่งผิดกับพนักงานขายหรือแผนกขายที่มีหน้าที่ประจำอยู่แล้ว แผนกนี้ยังเก็บรวบรวมข้อมูลของข้อเรียกร้องและทำการวิเคราะห์เพื่อที่จะลดข้อเรียกร้องในอนาคต แต่อย่างไรก็ตามผู้ซื้อมักจะไม่เต็มใจที่จะไปยังแผนกดังกล่าว ผู้ซื้อพอใจที่จะเรียกร้องกับพนักงานขายหรือแผนกขายมากกว่า ทั้งนี้เพราะว่าผู้ซื้อไม่ต้องการบุคคลที่สามเข้ามาเกี่ยวข้องกับข้อเรียกร้องของตน ส่วนทางด้านกิจการเองก็มีปัญหาในด้านการแลกเปลี่ยนสินค้าที่แผนกดังกล่าวด้วย

ข) ระบบกระจาย ระบบนี้จะให้แต่ละแผนกเป็นผู้รับเรื่องข้อเรียกร้องจากผู้ซื้อ ซึ่งเป็นการแก้ไขข้อเสียของระบบแรก แต่ทว่าก็สูญเสียทางด้านการใช้ความชำนาญ, การปรับข้อเรียกร้อง

ค) ระบบประสม ระบบนี้เป็นระบบประสมระหว่างระบบศูนย์รวมกับระบบกระจาย
ข้อเรียกร้องที่ไม่ยุ่งมากก็จะให้เป็นหน้าที่ของแผนกขายแต่ละแผนก ส่วนข้อเรียกร้องที่ยุ่งยากก็จะส่ง
เรื่องไปให้กับแผนกปรับปรุงแก้ไข

2.5) สินค้ารับคืน (Returned Goods)

2.5.1 สาเหตุการรับสินค้าคืน

สินค้าที่ผู้ซื้อได้ซื้อไปนั้น อาจจะส่งคืนกลับมาได้ ทั้งนี้ก็มีสาเหตุอยู่ด้วยกันหลายประการ
ดังนี้คือ

1. สินค้าไม่เป็นที่พอใจ ได้แก่ สินค้าที่มีขนาดผิดไป, ไม่มีข้อมูลเพียงพอที่สลากหรือป้าย,
ราคาสูงไป, หรือข้อบกพร่องอันเกิดจากการผลิต
2. การบริการของกิจการที่ผิดพลาด ได้แก่ การส่งสินค้าที่ล่าช้า, ส่งสินค้าที่ไม่ตรงกับ
ใบสั่งซื้อ, สินค้าได้รับความเสียหายระหว่างขนส่ง, หรือการปรับปรุงแก้ไขตัว
สินค้าที่ไม่ดีพอ
3. นโยบายของกิจการ กิจการมีนโยบายให้พนักงานขายให้มากจึงทำให้พนักงานขาย
ยึดเย็ดสินค้าให้กับผู้ซื้อ มีผลทำให้ผู้ซื้อคืนสินค้าภายหลังได้ เพราะขณะที่ซื้อนั้นคนหา
ได้มีความพอใจในตัวสินค้าไม่ การให้นโยบายสินเชื่อง่ายเกินไปยอมทำให้สินค้าส่งคืน
ได้ง่าย
4. ความรับผิดชอบของผู้ซื้อ ผู้ซื้อเมื่อซื้อสินค้าไปแล้วอาจจะเกิดเปลี่ยนใจในเรื่องราคา,
สี, คุณภาพ, หรือแบบก็จะนำมาคืน ยกตัวอย่างเช่น ซื้อสินค้าเป็นของขวัญให้กับผู้
อื่น แต่พบว่าผู้รับไม่ชอบสินค้าดังกล่าว ผู้ซื้อบางคนซื้อสินค้าเพื่อไปใช้ในบางโอกาส
เช่น ซื้อเสื้อชุดราตรีเพื่อใส่ไปงาน เมื่อเสร็จงานแล้วก็จะนำเอามาคืนโดยอาจจะอ้าง
เหตุผลว่าขนาดไม่เหมาะสม

2.5.2 ต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับสินค้าที่รับคืน

ผู้ค้าปลีกไม่สามารถที่จะรับรับการรับคืนสินค้าได้ ถ้าผู้ค้าปลีกปฏิเสธการรับคืนก็ย่อมจะ
ทำให้สูญเสียลูกค้าไป แต่อย่างไรก็ตามการที่จะยอมรับสินค้ารับคืนทุกครั้งไปก็ย่อมจะเป็น
ผลเสียแก่กิจการเอง เพราะจะต้องเสียเวลาและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานด้านรับสินค้าคืน
โดยที่พนักงานขายจะต้องเสียเวลามาตรวจสอบความเรียบร้อยของสินค้า แทนที่จะเอาเวลาดังกล่าว
ไปใช้ในด้านอื่น และการที่จะต้องนำสินค้ามาเก็บไว้ในที่เดิมย่อมจะเป็นการเสียค่าใช้จ่ายเป็นครั้งที่
2 (ครั้งแรกนำสินค้าที่สั่งซื้อเข้ามาเก็บไว้) และจะต้องคิดราคาใหม่ นอกจากนี้ยังสูญเสียดอกเบี้ย
ของเงินลงทุนในตัวสินค้าด้วย

2.5.3 การลดสินค้ารับคืน

เป็นเรื่องของกิจการที่จะต้องพยายามลดการรับสินค้าคืน การที่จะลดการรับสินค้าคืนได้นั้น ผู้ค้าปลีกจะต้องวิเคราะห์หรือตรวจสอบเหตุของการรับคืน ถ้าสินค้านั้นมีข้อบกพร่อง (เช่น ผิดขนาด, มีตำหนิ หรือตำหนิ), ราคาสูงเกินไป ก็ควรที่จะให้คืนสินค้าได้ ส่วนสินค้าที่ใช้ประจำตัว เช่น เสื้อผ้า, หมวก เป็นต้น ไม่สมควรที่จะให้คืน บางกิจการอาจจะกำหนดจำนวนเงินสำหรับสินค้ารับคืนน้อยกว่าราคาที่ซื้อไป ผู้ค้าปลีกสามารถที่จะใช้วิธีการให้ผู้ซื้อแสดงหลักฐานว่าสินค้านั้น ๆ ได้ซื้อจากร้านเราประกอบไปด้วย ส่วนสาเหตุคืนสินค้าที่มาจากการให้บริการของกิจการไม่ดี เช่น การส่งสินค้าล่าช้าไป, สินค้าเสียหายในระหว่างขนส่ง, หรือส่งสินค้าผิดชนิดไป ก็เป็นเรื่องที่จะต้องปรับปรุงแก้ไข

2.6) ชั่วโมงการขายของกิจการ

กิจการค้าปลีกบางแห่งได้ยืดเวลาของการบริการออกไปจากเดิม ทั้งนี้ก็เพื่อจะสนองความสะดวกของผู้ซื้อที่จะมาซื้อสินค้า ผู้ซื้อ (โดยเฉพาะผู้ที่ทำงาน) จะมาหาซื้อสินค้าในช่วงเวลาเย็น ๆ หลังจากเลิกงานแล้ว โดยกิจการจะยืดเวลาออกมาจนถึง 2 ทุ่ม กิจการค้าปลีกในบ้านเราจะเห็นได้จะเปิดขายตลอดทุกวัน โดยเฉพาะกิจการขนาดเล็กจะเปิดขายทุกวัน (ยกเว้นกิจการประเภทขายเครื่องเหล็กที่จะต้องปิดร้านทุกวันอาทิตย์และร้านสรรพสินค้าขนาดใหญ่ที่มีคนงานเป็นจำนวนมากโดยจะต้องมีวันหยุดให้พนักงาน) การยืดเวลาการขายออกไปย่อมจะเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับกิจการ แต่ก็ต้องคำนึงถึงค่าใช้จ่ายด้วย (เช่น ค่าจ้างล่วงเวลา, ค่าไฟ, เป็นต้น) ว่าคุ้มกับรายได้หรือไม่

2.7) การบริการทางการเงิน

ในปัจจุบันนี้มีแนวโน้มที่จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคเริ่มนิยมการจ่ายเงินซื้อสินค้าด้วยระบบบัตรเครดิต เพราะสะดวกสบายที่ไม่ต้องพกเงินสดติดตัว การที่กิจการค้าปลีกสามารถที่จะจัดระบบการชำระเงินด้วยบัตรเครดิตก็ย่อมจะเป็นการจูงใจการซื้อสินค้าหรือดึงลูกค้าเข้าร้าน

2.8) การบริการด้านอื่น ๆ

นอกจากการบริการดังกล่าวข้างต้น ยังมีการบริการอื่น ๆ อีก เช่น

1) การขายสินค้าเป็นการส่วนตัว (Personal Shopping) กิจการบางแห่งบริการขายสินค้าเป็นการส่วนตัวให้กับผู้ซื้อทางจดหมายหรือโทรศัพท์ โดยจะทำการเลือกสินค้าให้ บางแห่งก็ได้บริการที่จะหาสินค้าจากร้านอื่นมาขายให้กับผู้ซื้อ ถ้าสินค้านี้ไม่มีที่ร้านตน

2) การช่วยผู้ซื้อหาสินค้า ในกิจการขนาดใหญ่ที่มีสินค้าอยู่มากมายจำเป็นที่จะต้องให้บริการโดยการฝึกอบรมพนักงานให้ตอบคำถามเกี่ยวกับที่จำหน่ายของสินค้า

3) การให้ข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้า ได้แก่ คุณภาพของสินค้าเป็นอย่างไร, ข้อดีข้อเสียของสินค้าเป็นอย่างไร, ข้อควรระวังในการใช้เป็นอย่างไร

4) เก็บเงินเมื่อส่งสินค้าแล้ว (COD = Cash On Delivery) ขายสินค้าให้กับผู้ซื้อโดยจะเก็บเงินเมื่อสินค้าได้ถึงมือผู้ซื้อ เป็นการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ซื้อ วิธีการนี้อาจนำไปสู่การส่งคืนของสินค้าได้ บางกิจการจะต้องให้ผู้ซื้อวางเงินดาวน์จำนวนหนึ่งก่อน ส่วนที่เหลือจะตามเก็บเมื่อสินค้าส่งถึงมือ

5) การบริการอื่น ๆ เช่น การจัดโต๊ะรับแขกอย่างสวยงาม, การมีของเล่นสำหรับเด็ก ๆ, มีที่จอดรถ เป็นต้น

2.9) การบริการเพื่อเพิ่มรายได้

กิจการค้าปลีกบางแห่งได้ให้บริการเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับกิจการ ได้แก่ การให้เช่าสินค้าแก่ลูกค้า ลูกค้าหรือผู้บริโภคสามารถที่จะเช่าเครื่องตัดหญ้า, เลื่อย, เครื่องใช้ที่อาศัยมอเตอร์ ไปใช้ในโอกาสที่ต้องการได้ ถึงแม้ว่าผู้ค้าปลีกจะได้ประโยชน์จากค่าเช่าก็ตาม แต่ก็จะต้องคำนึงถึงปัจจัยอื่น ๆ เช่น การดูแลสินค้าดังกล่าวให้อยู่ในสภาพดี ซึ่งต้องเสียค่าใช้จ่ายในการซ่อมแซมและบำรุงรักษา, การกำหนดค่าเช่าอย่างเหมาะสม, การควบคุมตัวสินค้า

2.10) การบริการสาธารณะ

นอกจากจะให้บริการแก่ลูกค้าแล้ว ผู้ค้าปลีกจะต้องให้บริการแก่สาธารณะหรือชุมชนนั้น ๆ ด้วยเพื่อจะได้เป็นส่วนหนึ่งและรับผิดชอบต่อสังคม กิจกรรมที่กิจการค้าปลีกจะเข้าร่วมได้แก่ งานรื่นเริงประจำปี, การรักษาขนบธรรมเนียมประเพณีต่าง ๆ เป็นต้น

บทสรุป

สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งของผู้ค้าปลีกก็คือการให้บริการลูกค้า ซึ่งผู้ค้าปลีกจะต้องพิจารณาถึงนโยบายในการให้บริการลูกค้าว่า ควรจะมีทิศทางไปในด้านใด เพื่อจะได้กำหนดรายละเอียดของการให้บริการลูกค้าได้อย่างถูกต้องในการกำหนดนโยบายบริการลูกค้า สามารถที่จะพิจารณาได้จากคู่แข่งชั้น ชนิดของสินค้า ผู้บริโภค ชนิดของกิจการ และนโยบายด้านราคาของกิจการ

องค์ประกอบในการให้บริการลูกค้าสามารถจะกระทำได้โดยการปรับปรุงแก้ไข การหีบห่อ การจัดการข้อเรียกร้อง การรับคืนสินค้า เพิ่มชั่วโมงการขาย การบริการทางการเงิน และอื่น ๆ

คำถามท้ายบท

อัตรณ์ จงตอบคำถามต่อไปนี้

1. ให้อธิบายนโยบายการบริการลูกค้าในกิจการค้าปลีก
2. ให้อธิบายองค์ประกอบการบริการลูกค้าในกิจการค้าปลีก

ปรณัย จงเลือกคำตอบที่ดีที่สุดเพียง 1 คำตอบ

1. นโยบายในการบริการลูกค้าควรคำนึงถึงอะไร
 1. นโยบายของกลุ่มแข่งขัน
 2. ลักษณะของสินค้าที่ขาย
 3. อุปนิสัยของลูกค้า
 4. ลักษณะของกิจการ
 5. ที่กล่าวมาทั้งหมด
2. การบริการลูกค้าในกิจการขายเสื้อผ้าสำเร็จรูปควรจะอยู่ในข้อใด
 1. การให้ส่วนลด
 2. การปรับปรุงแก้ไข
 3. การใช้โทรศัพท์ติดต่อ
 4. การให้ของแถม
 5. การมีรายละเอียดของสินค้า
3. กิจการค้าปลีกขนาดใหญ่ควรที่จะมีการบริการลูกค้าในลักษณะใด
 1. ขยายเวลาการจำหน่ายสินค้าตลอดคืน
 2. มีการรับคืนสินค้าทุกชนิด
 3. รับห่อของขวัญสินค้าทุกชนิด
 4. มีที่จอดรถเพียงพอ
 5. ขายสินค้าในราคาถูก