

บทที่ 2

แนวความคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

สำหรับแนวคิดที่นำมาประกอบในการศึกษาในครั้งนี้ ใช้แนวคิดเรื่องการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า (Phillip Kotler, 2000) แนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541) และแนวคิดเรื่องคุณภาพในงานบริการ (Quality Counts in Service) (วีรพงษ์ เถลิงจิระรัตน์)

แนวคิดของการสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า

ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) เป็นระดับความรู้สึกรู้สึกของบุคคลที่เป็นผลจากการเปรียบเทียบการทำงานของผลิตภัณฑ์กับความคาดหวังของลูกค้า ระดับความพอใจของลูกค้าจะเกิดขึ้นจากความแตกต่างระหว่างการทำงานของผลิตภัณฑ์ (Product 's Perceived Performance) และความคาดหวังของบุคคล การคาดหวังของบุคคล (Expectation) เกิดจากประสบการณ์และความรู้ในอดีตของผู้ซื้อ หากการทำงานของผลิตภัณฑ์ไม่ตรงกับความคาดหวัง ลูกค้าย่อมเกิดความไม่พอใจ และหากการทำงานของผลิตภัณฑ์ตรงกับความคาดหวังของลูกค้า ลูกค้าย่อมเกิดความพึงพอใจ (Phillip Kotler, 2000) สำหรับการบริการของธุรกิจขนส่งสินค้ารับช่วงนั้น ผู้ใช้บริการคือร้านค้าส่งต่างๆ จะมีความพึงพอใจหรือไม่ เกิดขึ้นจากความคาดหวังว่า เมื่อรับบริการการขนส่งสินค้าจากธุรกิจขนส่งสินค้ารับช่วงแล้ว จะได้รับบริการที่สะดวก รวดเร็ว และถูกต้อง ซึ่งจะทำให้ผู้ใช้บริการคือร้านค้าส่งเหล่านั้นเกิดความพึงพอใจ แต่ถ้าหากผู้ใช้บริการคือร้านค้าส่งได้รับสินค้าล่าช้า สินค้าเสียหาย ไม่ครบตามจำนวนที่ต้องการ ผู้ใช้บริการคือร้านค้าส่งย่อมไม่พึงพอใจกับการทำงานของผลิตภัณฑ์คือธุรกิจขนส่งสินค้ารับช่วง

แนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการ (Service Marketing Mix)

ธุรกิจที่ให้บริการจะใช้ส่วนประสมการตลาดบริการ (ServiceMarketing Mix) หรือ 6Ps เช่นเดียวกับสินค้า (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541) ซึ่งประกอบไปด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ (Product)
2. ราคา (Price)
3. การจัดจำหน่าย (Place)

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

แต่ธุรกิจการให้บริการแล้วต้องอาศัยเครื่องมืออื่นๆเพิ่มเติม ซึ่งประกอบด้วย

5. บุคคล (People) พนักงานของธุรกิจขนส่งสินค้ารับช่วงต้องมีการแต่งตั้งที่เหมาะสม หน้าตายิ้มแย้ม แจ่มใส พุดจาไพเราะ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและเกิดความเชื่อมั่นว่า บริการที่จะซื้อจะดีด้วย นอกจากนี้พนักงานของธุรกิจขนส่งสินค้ารับช่วงต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดี สามารถตอบสนองต่อลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ปัญหา ซึ่งพนักงานจะมีคุณลักษณะเหล่านี้ได้นั้นจะต้องอาศัย

5.1 การคัดเลือกพนักงาน (Selection)

5.2 การฝึกอบรมพนักงาน (Training)

5.3 การจูงใจพนักงาน (Motivation)

เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้

6. มีการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence and presentation) โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management (TQM)) ธุรกิจขนส่งสินค้ารับช่วงต้องพัฒนาลักษณะทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการ เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า (Customer-Value Proposition) จะประกอบด้วย (สมชาย ทองคำคุณ, 2538)

6.1 ความรวดเร็วในการขนส่ง (Speed) สินค้าต้องการความรวดเร็ว เพื่อให้ธุรกิจขนส่งสินค้ารับช่วงดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ และ ประสิทธิภาพ ดังนั้น อุปกรณ์ที่ใช้สำหรับการขนส่งทุกอย่างควรทำงานได้อย่างเต็มความสามารถเพื่อที่จะสามารถรักษาคุณภาพสินค้าให้อยู่ในสภาพเดิม หรือทันต่อเหตุการณ์ความต้องการของตลาด

6.2 ความปลอดภัยในการขนส่ง (Safety) การขนส่งที่ดีจะช่วยให้สินค้าปราศจากความเสียหายในกรณีต่างๆ ทั้งสภาพดิน ฟ้า อากาศ อุบัติภัย ดังนั้น ธุรกิจขนส่งสินค้ารับช่วงควรคำนึงถึงการลดความเสี่ยงภัยในการสูญเสีย และให้ความปลอดภัยกับสินค้านี้ระหว่างการขนส่งอย่างเพียงพอ

6.3 ความสะดวกในการขนส่ง (Convenient) ธุรกิจขนส่งสินค้ารับช่วงควรให้ความสะดวกแก่ลูกค้า ซึ่งเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด

6.4 การให้บริการที่เพียงพอ (Service) ธุรกิจขนส่งสินค้าควรมีความสม่ำเสมอในการขนส่งสินค้า เพื่อช่วยให้การวางแผนด้านการผลิตสินค้าให้สอดคล้องกับคำสั่งซื้อและช่วยรักษาคุณภาพของสินค้าไว้จนถึงมือของผู้รับหรือลูกค้านั่นเอง

แนวคิดคุณภาพในงานบริการ (Quality Counts in Service)

คุณภาพการให้บริการเป็นสิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งในการสร้างความแตกต่างให้เหนือกว่าคู่แข่ง และเสนอคุณภาพการให้บริการตามความคาดหวังของลูกค้า (วีรพงษ์ เถลิงจิระรัตน์, 2539) ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการที่ลูกค้าประเมินคุณภาพของการบริการที่เขาได้รับเรียกว่า “คุณภาพของการบริการที่ลูกค้ารับรู้” (Perceived Service Quality) ซึ่งจะเกิดขึ้นจากการที่ลูกค้าทำการเปรียบเทียบ “บริการที่คาดหวัง” (Expected Service) กับ “บริการที่รับรู้” (Perceived Service) ซึ่งก็คือประสบการณ์ที่เกิดขึ้นหลังจากที่เขาได้รับบริการแล้วนั่นเอง ซึ่งองค์ประกอบในการสร้างคุณภาพในงานบริการเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจจะมีดังต่อไปนี้ :

1. ความเชื่อถือและคุณภาพการให้บริการ (Reliability) ความเชื่อถือได้ในคุณลักษณะหรือมาตรฐานการให้บริการ
2. การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) พนักงานจะต้องสามารถตอบสนองต่อความต้องการหรือความรู้สึกลูกค้า
3. ความสามารถ (Competence) สมรรถนะในการให้บริการของพนักงานอย่างรอบรู้ ถูกต้อง เหมาะสม และเชี่ยวชาญจริง
4. การเข้าถึงลูกค้า (Access) ต้องสามารถเข้าถึงลูกค้าได้ง่าย การใช้บริการได้อย่างไม่ยุ่งยาก ทำเลที่ตั้งเหมาะสม
5. ความสุภาพและมีน้ำใจ (Courtesy) บุคลากรต้องมีความสุภาพ เคารพบนอบ ความอ่อนน้อมให้เกียรติ และมีมารยาทที่ดีของการบริการ
6. การติดต่อสื่อสาร (Communication) บุคลากรต้องมีความสามารถและสมบูรณ์ในการสื่อสารและสัมพันธ์กับลูกค้า ทำให้ลูกค้าทราบ เข้าใจ และได้รับคำตอบในข้อสงสัย หรือความไม่เข้าใจต่างๆ ได้อย่างกระจ่างชัด
7. ความเชื่อถือได้ (Credibility) บริษัทและบุคลากรต้องสามารถสร้างความเชื่อถือและความไว้วางใจในการบริการ
8. ความมั่นคงปลอดภัย (Security) ลูกค้าจะต้องมีความรู้สึกปลอดภัยในขณะที่ใช้บริการ
9. ความเข้าใจในลูกค้า (Customer Understanding) พนักงานต้องมีความเข้าใจในลูกค้า โดยการเอาใจลูกค้ามาใส่ใจคน
10. สร้างบริการให้สามารถสัมผัสได้และเป็นที่ยึดจับ (Tangibles) บุคลากรต้องสามารถสร้างบริการให้ลูกค้าสามารถรับรู้ได้ทางกายภาพของปัจจัยการให้บริการ

จากแนวคิดเรื่องคุณภาพการให้บริการ (Service Quality) การสร้างบริการให้เกิดคุณภาพ เพื่อให้ลูกค้าที่ใช้บริการของธุรกิจขนส่งสินค้ารับช่วงมีความพึงพอใจ มีลักษณะดังนี้

1. ความเชื่อถือและคุณภาพการให้บริการ (Reliability) ธุรกิจขนส่งสินค้ารับช่วงต้องมีระบบการจัดส่งที่ถูกต้อง พนักงานที่ให้บริการมีความเชื่อถือได้ในเรื่องของความถูกต้องในการส่งสินค้า พร้อมทั้งธุรกิจขนส่งควรส่งสินค้าให้ลูกค้าได้อย่างตรงเวลา

2. การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) ธุรกิจขนส่งสินค้ารับช่วงต้องใส่ใจต่อความต้องการของลูกค้า และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว

3. ความสามารถ (Competence) ของบุคลากรหรือพนักงานของธุรกิจขนส่งสินค้ารับช่วงต้องมีความรวดเร็ว และ มีความชำนาญในการจัดส่งสินค้า จัดวางสินค้าให้ลูกค้า ดูแล้วเป็นระเบียบ

4. การเข้าถึงลูกค้า (Access) ธุรกิจขนส่งสินค้ารับช่วงต้องอำนวยความสะดวกในเรื่องของสถานที่ และ การติดต่อสื่อสารให้แก่ลูกค้า ด้านสถานที่ต้องตั้งในทำเลที่เหมาะสม สะดวกต่อการติดต่อ มีที่จอดรถ อีกทั้งสามารถติดต่อได้ง่ายทางโทรศัพท์

5. ความสุภาพและมีน้ำใจ (Courtesy) พนักงานส่งสินค้าผู้ให้บริการต้องมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส แต่งกายสุภาพเรียบร้อย มีความเป็นมิตร ส่วนพนักงานในส่วนของการรับโทรศัพท์กับลูกค้าต้องมีน้ำเสียงที่สุภาพ ไม่ควรให้ลูกค้าต้องคอยโทรศัพท์นานๆ เช่น การที่ลูกค้าแจ้งปัญหาที่เกิดขึ้นเนื่องจากการขนส่ง ธุรกิจขนส่งสินค้ารับช่วงควรจะรับแจ้งปัญหา ติดตามหาสาเหตุและรีบแก้ไขในเบื้องต้นให้กับลูกค้าทันที ไม่ควรจะปล่อยให้ลูกค้ารอสายโดยไม่ได้รับคำตอบที่ชัดเจน และควรมีการโทรศัพท์สอบถามถึงปัญหาในการบริการว่ามีปัญหาอะไรหรือไม่

6. การติดต่อสื่อสาร (Communication) พนักงานส่งสินค้าต้องสามารถให้ความชัดเจนในเรื่องของสินค้าที่จัดส่ง การบรรจุหีบห่อ รวมทั้งพนักงานในส่วนของการรับโทรศัพท์ต้องสามารถรับข้อมูลจากลูกค้าได้ถูกต้อง ไม่ว่าจะเป็นการรับคำสั่งซื้อสินค้า การแจ้งให้ลูกค้าเตรียมพื้นที่ในการจัดเก็บสินค้า กรณีที่สินค้าที่สั่งซื้อมีจำนวนมาก และนอกจากนี้การแจ้งให้ลูกค้าได้ทราบถึงวันทำการ และวันหยุดทำการของธุรกิจขนส่ง ก็จะสามารถช่วยให้ลูกค้าได้รู้ข้อมูลเพื่อทำการวางแผนการรับสินค้าได้อย่างเหมาะสม

7. ความเชื่อถือได้ (Creditability) ความน่าเชื่อถือของธุรกิจขนส่งสินค้ารับช่วงนั้นจะต้องมีความซื่อสัตย์เป็นที่น่าเชื่อถือไว้ใจได้ และในขณะเดียวกันบุคลากรต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในการบริการ โดยการให้บริการในการขนส่งสินค้าที่รวดเร็วและถูกต้อง

8. ความมั่นคงปลอดภัย (Security) บริการที่ผู้ให้บริการต้องมีความปลอดภัย ปราศจากความเสียหายจากสัตว์ต่างๆ เช่น ปลอดภัยจากการถูกโจรกรรมสินค้าในกรณีที่ลูกค้าฝากสินค้าไว้กับธุรกิจขนส่งสินค้ารับช่วง ปลอดภัยจากการที่สินค้าไม่ครบในหีบห่อหลังจากที่รับสินค้าแล้ว และปลอดภัยจากการถูกหนุ ปลวก หรือ สัตว์อื่นๆกัดแทะ

9. ความเข้าใจในลูกค้า (Customer Understanding) ธุรกิจขนส่งสินค้าต้องเข้าใจลูกค้า ในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ ตลอดจนสามารถตอบข้อสงสัย คำถาม และ ให้คำแนะนำให้กับลูกค้าได้ดี และรวดเร็ว รวมถึงต้องใส่ใจและให้ความพอใจที่จะตอบสนองให้กับสิ่งที่ลูกค้าต้องการ

10. การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก (Tangible) โดยการส่งเสริมชื่อเสียงของบริษัทธุรกิจขนส่งสินค้ารับช่วงในฐานะเป็นผู้ให้บริการเป็นที่รู้จัก เครื่องมือเครื่องใช้ ตลอดจนอุปกรณ์ในการทำงาน เช่น รถเข็น รถยกสินค้า (handlift) ที่ปรากฏให้เห็นในการให้บริการขนส่งให้เป็นที่รู้จักแก่ลูกค้า การแนะนำบริการจากพนักงานผู้ให้บริการขนส่งสินค้าของธุรกิจขนส่งสินค้ารับช่วง ให้ลูกค้ารู้ว่าบริการเป็นอย่างไร รวมถึงการสอบถามถึงปัญหาในการบริการว่ามีปัญหาหรือไม่ ยานพาหนะ ตลอดจนเครื่องมือและอุปกรณ์ที่จะใช้ทุนแรงต้องมีคุณภาพที่ดี