

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

โลกแห่งการแข่งขันยุคปัจจุบันมีปัจจัยสำคัญด้านเวลา คุณภาพ และต้นทุน ซึ่งต้องมีความรวดเร็ว คุณภาพมาตรฐาน และพัฒนาให้ดีขึ้นเรื่อย ๆ พร้อมทั้งต้นทุนสามารถแข่งขันได้ อุตสาหกรรมการผลิตก้าวหน้าไปไกล รวดเร็วเพียงใด ปัจจัยการผลิตจะต้องถูกพัฒนาติดตามไปพร้อมกัน ซึ่งการผลิตจะประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ จะต้องได้รับการตอบสนองครบปัจจัยทั้ง 3 ประการดังกล่าวข้างต้น

บริษัท ช.รศมี ชัฟฟลาย จำกัด ตั้งอยู่เลขที่ 24/1 หมู่ 2 ต.ออนใต้ อ.สันกำแพง จ.เชียงใหม่ 50130 ใช้ทุนในการจดทะเบียนเริ่มต้น 1,000,000 บาท มีวัตถุประสงค์ในการดำเนินธุรกิจคือ เป็นตัวแทนจำหน่ายอะไหล่และบริการซ่อมบำรุงรักษารถฟอร์คลิฟท์ และรถดัก Toyo Carrier Manufacturing Co., Ltd. จำหน่าย เช่า และบริการซ่อมบำรุงรักษารถฟอร์คลิฟท์ แบตเตอรี่ทุกรุ่น ทุกยี่ห้อ ลูกค้ำของบริษัทมีจำนวนลูกค้ำทั้งหมด 205 ราย (ที่มา: ฐานข้อมูลลูกค้ำบริษัท ช.รศมี ชัฟฟลาย จำกัด ปี 2553) โดยลูกค้ำมีครอบคลุมอยู่ในเขต 6 จังหวัด ภาคเหนือ ได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย ลำพูน ลำปาง พะเยา ตาก สามารถแบ่งได้เป็นสองกลุ่มใหญ่ ๆ ได้แก่ ลูกค้ำเป้าหมายหลัก โรงงานอุตสาหกรรมในเขตนิคมอุตสาหกรรมลำพูน โรงงานอุตสาหกรรมในเขต 6 จังหวัดภาคเหนือ ร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ลูกค้ำเป้าหมายรอง ได้แก่ กลุ่มธุรกิจนครสวรรค์ และ ธุรกิจขนาดเล็กที่ใช้ระบบขนถ่ายลำเลียงเป็นครั้งคราว โดยครอบคลุมพื้นที่ในการให้บริการลูกค้ำในเขต 6 จังหวัดของภาคเหนือ ได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย ลำพูน ลำปาง พะเยา และตาก ลักษณะและความรุนแรงในการแข่งขันระหว่างธุรกิจ ตลาดรถฟอร์คลิฟท์และอะไหล่ในเขตภาคเหนือเริ่มมีการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นทั้งจากบริษัทที่มีสำนักงานใหญ่อยู่กรุงเทพมหานคร และมาเปิดสาขาในเขตจังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และบริษัทซ่อมทั่วไปที่รับซ่อมรถฟอร์คลิฟท์มากขึ้น โดยเฉพาะรถฟอร์คลิฟท์น้ำมัน โดยส่วนหางานขายคู่แข่งที่สำคัญ มีอยู่ 3 ราย ได้แก่ บจก.รุ่งโรจน์ บจก. เกเชค และบจก.ส.สุวรรณ

จากการดำเนินธุรกิจมาเป็นระยะเวลา 6 ปี พบว่าบริษัทฯ มีอัตราการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องโดยดูจากผลประกอบการงบการเงินของบริษัทฯ พบว่า งบการเงินในปี 2550 เทียบกับปี 2549 อัตราการเติบโตของยอดขายเพิ่มขึ้น 20 เปอร์เซ็นต์ งบการเงินในปี 2551 เทียบกับปี 2550 อัตราการเติบโตของยอดขายเพิ่มขึ้น 20 เปอร์เซ็นต์ และงบการเงินในปี 2552 เทียบกับปี 2551

อัตราการเติบโตของยอดขายเพิ่มขึ้น 15 เปอร์เซ็นต์ และอัตราการเพิ่มขึ้นของฐานลูกค้าตั้งแต่ปี 2550 – 2552 เพิ่มขึ้นปีละ 15 เปอร์เซ็นต์ แต่เมื่อดูข้อมูลของฐานลูกค้าแล้วนั้นพบว่า อัตราการกลับมาใช้ซ้ำของลูกค้าเดิมนั้นลดลง แต่ยอดขายที่เพิ่มขึ้นเป็นรายได้จากลูกค้ารายใหม่ที่เข้ามา ถึง 50 เปอร์เซ็นต์ และเป็นยอดขายที่ได้จากการขายสินค้า มากกว่าการบริการซ่อมบำรุงรักษา (ข้อมูลบริษัท ช.รศมี ซัพพลาย จำกัด ปี 2553)

ดังนั้นจากผลการดำเนินงานจำนวนลูกค้ารายเก่าที่ลดลง ประกอบกับคู่แข่งที่เพิ่มมากขึ้นจึงเป็นเหตุผลที่ผู้ศึกษามีความสนใจที่จะศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท ช.รศมี ซัพพลาย จำกัด นำผลที่ได้จากการศึกษาไปสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าของบริษัทฯ รวมถึงการรักษาฐานลูกค้าเก่า เพิ่มลูกค้าใหม่ สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และปรับปรุงพัฒนาองค์กรต่อไป

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท ช.รศมี ซัพพลาย จำกัด

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท ช.รศมี ซัพพลาย จำกัด
2. เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาปรับปรุงและพัฒนาเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าของบริษัทฯ รวมถึงการรักษาฐานลูกค้าเก่า เพิ่มลูกค้าใหม่ สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และปรับปรุงพัฒนาองค์กรต่อไป

นิยามศัพท์

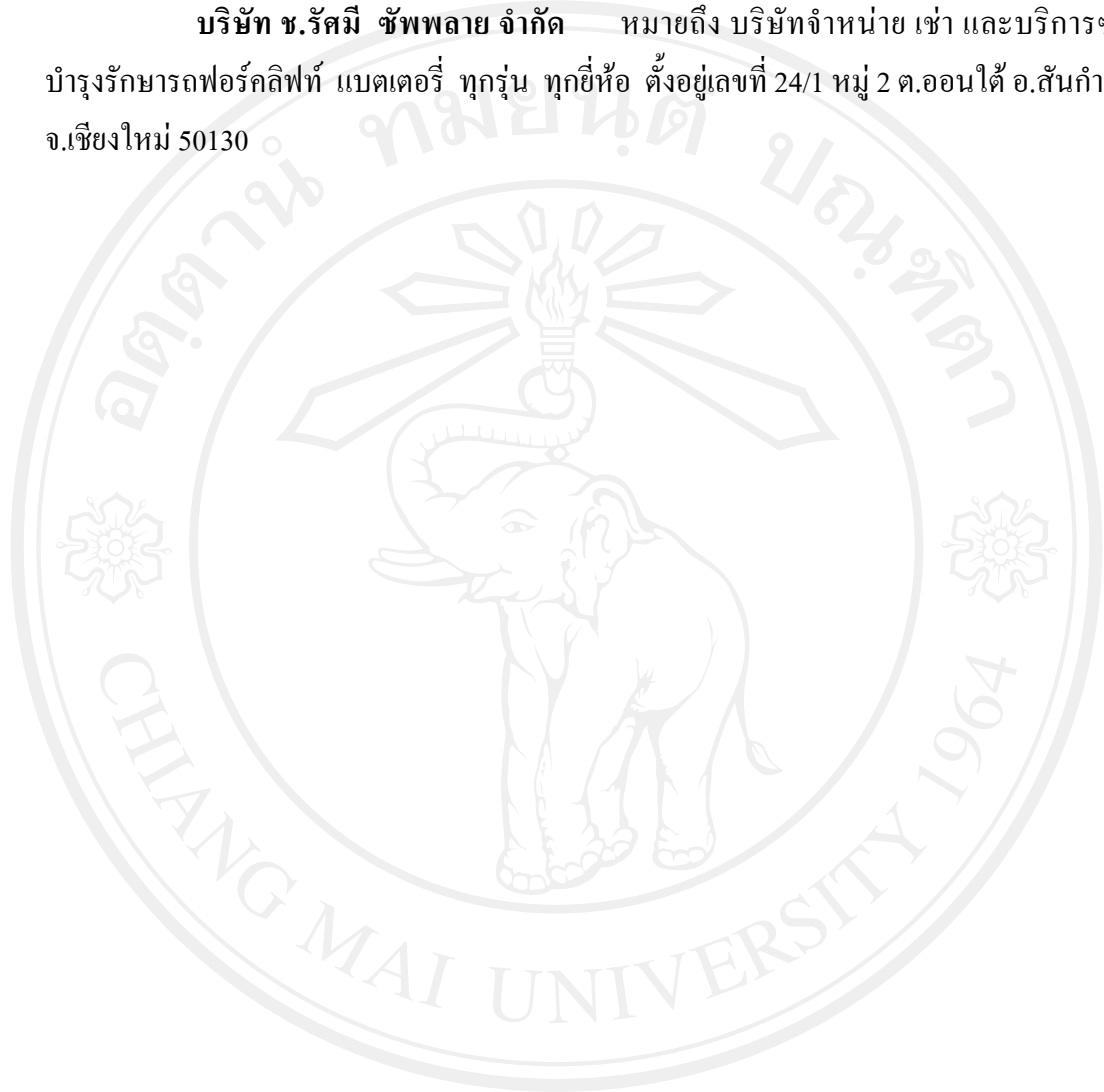
ความพึงพอใจ หมายถึง ระดับความรู้สึกของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัทฯ ซึ่งเป็นระดับความรู้สึกของลูกค้าที่เกิดจากการรับรู้ผลจากการให้บริการของบริษัทฯ

ลูกค้า หมายถึง ลูกค้าที่ซื้อสินค้า และใช้บริการเช่า ซ่อมบำรุงรักษารถเฟอร์คิลท์แบบเตอร์รี่ ของบริษัทฯ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ หมายถึง เครื่องมือหรือกลยุทธ์ทางการตลาดที่บริษัทฯ ใช้สำหรับตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า ได้แก่ ปัจจัยด้าน

ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการ และสิ่ง
นำเสนอทางกายภาพ

บริษัท ช.รัติมี ซัพพลาย จำกัด หมายถึง บริษัทจำหน่าย เซ่า และบริการซ่อม
บำรุงรักษารถฟอร์คลิฟท์ แบตเตอรี่ ทุกรุ่น ทุกยี่ห้อ ตั้งอยู่เลขที่ 24/1 หมู่ 2 ต.ออนใต้ อ.สันกำแพง
จ.เชียงใหม่ 50130



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved