

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 หลักการและเหตุผล

จากสถานการณ์ความผันผวนทางด้านเศรษฐกิจ และการเมืองของประเทศไทยในช่วงปีที่ผ่านมา ประกอบกับภาวะเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัว จากวิกฤตการเงินของสหรัฐอเมริกา ได้ส่งผลกระทบต่อในวงกว้าง ทำให้ธุรกิจภาคการส่งออกของหลายประเทศมีแนวโน้มที่จะหดตัวลงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและภาคการส่งออกไทย ในต้นปี 2552 รัฐบาลได้เสนอแผนฟื้นฟูเศรษฐกิจระยะเร่งด่วน โดยกระตุ้นการใช้จ่ายของภาคประชาชน และเสริมมาตรการเพื่อเพิ่มรายได้ และลดรายจ่าย ตลอดจนการเสริมสภาพคล่องทางการเงินแก่สถาบันการเงิน และได้มีแผนฟื้นฟูเศรษฐกิจการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจพื้นฐานที่จำเป็น โดยเฉพาะการกระตุ้นการลงทุนด้านต่าง ๆ ของภาครัฐ ส่งผลให้เศรษฐกิจเริ่มมีการปรับตัวฟื้นขึ้นอย่างช้าๆ และมีแนวโน้มดีขึ้นช่วงไตรมาสที่ 4 และส่งผลดีต่อภาคอุตสาหกรรมหลายแขนงให้สามารถขยายตัวได้มากขึ้น (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2553: ออนไลน์)

หนึ่งในอุตสาหกรรมที่ได้รับการพัฒนาตามแผนฟื้นฟูเศรษฐกิจนั้น คืออุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ซึ่งจัดเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญของประเทศไทยมาช้านาน ปัจจุบันมีโรงงานที่ประกอบกิจการประเภทนี้กว่า 4,000 โรงงาน ก่อให้เกิดการจ้างงานกว่า 1.1 ล้านคน หรือคิดเป็น 18.5% ของการจ้างงานในภาคอุตสาหกรรมการผลิตทั้งหมด ซึ่งจุดแข็งของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยคือ การมีกระบวนการผลิตที่ครบวงจรตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ และการมีอุตสาหกรรมอื่นมารองรับ อีกทั้งผลิตภัณฑ์สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยยังเป็นที่ยอมรับในตลาดโลก โดยจากมูลค่าการส่งออกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยโดยรวมในช่วงเดือนมกราคม - ตุลาคม หรือ 10 เดือนแรกของปี 2551 มีมูลค่าการส่งออกรวมทั้งสิ้น 6,086.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้น ร้อยละ 5.4 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2550 โดยสิ่งทอ มีมูลค่าการส่งออกรวมทั้งสิ้น 3,194.0 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.3 เครื่องนุ่งห่ม มีมูลค่าส่งออกรวมทั้งสิ้น 2,892.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.4 (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ, 2552: ออนไลน์)

บริษัท เชียงใหม่ไหม้ฟองสปinning จำกัด ก่อตั้งในวันที่ 6 พฤษภาคม 2547 เป็นบริษัทที่ผลิตเส้นด้าย Cotton 100% เพียงแห่งเดียวในภาคเหนือตอนบน (เชียงใหม่ ลำพูน ลำปางและพะเยา) ถือเป็นผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสิ่งทอในชั้นกลาง มีกำลังการผลิตประมาณ 200 กิโลกรัมต่อวันโดยผลิตภัณฑ์ของบริษัทนั้นประกอบด้วย เส้นด้ายเบอร์ 3, 5, 7 และ 10 ที่มีคุณสมบัติเหมาะสมกับการทอผ้าด้วยมือของกลุ่มลูกค้าในภาคเหนือตอนบน ซึ่งกลุ่มลูกค้าของบริษัท เชียงใหม่ไหม้ฟองสปinning จำกัด คือกลุ่มผู้ประกอบการในชั้นปลาย อย่างผู้ผลิตเครื่องนุ่งห่ม เสื้อผ้าสำเร็จรูป เป็นต้น และในช่วงประมาณ 3 ปีแรกของการดำเนินงาน กิจกรรมประสบความสำเร็จเป็นอย่างดีโดยอัตราการเติบโตของยอดขายเพิ่มขึ้นประมาณ 8-10 % ในแต่ละปี แต่สถานการณ์การแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นในปัจจุบันทำให้อัตราการเติบโตของยอดขายลดลงในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา คงเหลือเพียงประมาณ 5-7% ทำให้ผู้บริหารมีความกังวลว่า หากไม่มีการพัฒนาคุณภาพการทำงานในด้านต่างๆ ให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม อาจส่งผลให้การเติบโตของยอดขาย และส่วนแบ่งทางการตลาดของกิจการได้ (อ่อนนุช ไผ่ทอง, 2553: สัมภาษณ์) โดยปัจจุบันคู่แข่งของทางบริษัทที่สำคัญ ได้แก่ ร้านแสงเจริญการฟ้าย ร้านสมพงษ์การฟ้าย ร้านฝ้ายทอง ร้านงามศิลป์ ร้านแสงเฮง ร้านจินเฮงฮวด และร้าน วิเอ็ม เป็นต้น ซึ่งแต่ละร้านก็จะแข่งขันกันในเรื่องของราคา คุณภาพ และการส่งเสริมการขายที่รุนแรง ทำให้มีผลกระทบต่อผลประกอบการของบริษัทอย่างมาก ดังนั้นเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในสภาวะการณ์ที่อุตสาหกรรมมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง บริษัท เชียงใหม่ไหม้ฟองสปinning จำกัด จึงต้องเพิ่มความแข็งแกร่งให้กับบริษัท โดยการขยายตลาด เช่น การเพิ่มกำลังการผลิตเพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าที่เพิ่มขึ้น การขยายสายการผลิต การบริหารจัดการต้นทุนโดยการลดต้นทุนให้ต่ำ การพัฒนาระบบการจัดการและการพัฒนาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ รวมถึง การบริหารจัดการส่วนประสมการตลาดบริการ (Service Marketing Mix) อย่างถูกต้องเหมาะสม เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าของบริษัท เพื่อเพิ่มฐานลูกค้าให้กว้างขึ้น พร้อมทั้งรักษาระดับลูกค้าเก่า และสร้างความจงรักภักดีให้เกิดขึ้นแก่ลูกค้า (Customer Loyalty) ซึ่งจะเป็นการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในระยะยาว

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้ศึกษาจึงต้องการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท เชียงใหม่ไหม้ฟองสปinning จำกัด เฉพาะในส่วนของ ธุรกิจ กับ ธุรกิจ (Business to Business: B2B) เท่านั้น เนื่องจากเป็นกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ของทางบริษัท เชียงใหม่ ไผ่ทองสปinning จำกัด โดยข้อมูลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้รวมทั้งข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่าง ๆ ผู้ศึกษาจะนำมาปรับปรุง พัฒนาและนำมาเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจต่อไปเพื่อสนองตอบต่อความต้องการและ สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าของบริษัท เชียงใหม่ ไผ่ทองสปinning จำกัด อย่างสูงสุด

## 1.2 วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ บริษัท เชียงใหม่ ฝั่ทองสปินนึ่ง จำกัด จังหวัดเชียงใหม่

## 1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1.3.1 ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ บริษัท เชียงใหม่ ฝั่ทองสปินนึ่ง จำกัด จังหวัดเชียงใหม่

1.3.2 สามารถนำข้อมูลที่ได้มาเป็นแนวทางในการพัฒนาการดำเนินธุรกิจ และปรับปรุง กลยุทธ์ทางการตลาด ของบริษัท เชียงใหม่ ฝั่ทองสปินนึ่ง จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ ให้สอดคล้องกับ ความต้องการของลูกค้าต่อไป

## 1.4 นิยามศัพท์

**ความพึงพอใจ** หมายถึง ความรู้สึกหลังการซื้อสินค้าหรือรับบริการของบุคคล ซึ่งเป็นผลมา จากการเปรียบเทียบระหว่าง การรับรู้ต่อการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการ หรือ ความมีประสิทธิภาพ ของสินค้า (Perceived Performance) กับการให้สินค้าหรือบริการที่คาดหวังไว้ (Expected Performance) ต่อส่วนประสมทางการตลาดของบริษัท เชียงใหม่ ฝั่ทองสปินนึ่ง จำกัด

**ส่วนประสมการตลาดบริการ** หมายถึง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดของธุรกิจ ซึ่ง ประกอบด้วยประกอบด้วด้านต่างๆ ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านสถานที่ (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการ (Process) และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)

**บริษัท เชียงใหม่ ฝั่ทองสปินนึ่ง จำกัด** หมายถึง บริษัทดำเนินงานผลิตปั่นเส้นด้าย Cotton 100% เพื่อขายส่ง โดยผลิตภัณฑ์ของบริษัทนั้นประกอบด้วย เส้นด้ายเบอร์ 3, 5, 7 และ 10 ตั้งอยู่ เลขที่ 36/1 หมู่ 8 ตำบลบวบก้าง อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

**ลูกค้า** หมายถึง ตัวแทนกิจการหรือผู้ประกอบการที่ซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัท เชียงใหม่ ฝั่ทองสปินนึ่ง จำกัด จำนวน 90 ราย (บริษัท เชียงใหม่ ฝั่ทองสปินนึ่ง จำกัด, 2553)