

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

จากสถานะการขยายตัวของเศรษฐกิจและการลงทุน การเพิ่มขึ้นและการขยายตัวของบริษัท ห้างร้านและหน่วยงานต่าง ๆ ส่งผลให้วัสดุและอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงาน ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นที่ทุกหน่วยงาน จำเป็นต้องใช้ในการดำเนินงาน เพื่อเพิ่มคุณภาพและเกิดความสะดวกรวดเร็วในการปฏิบัติงาน มีความต้องการเพิ่มขึ้นตามไปด้วยอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

ธุรกิจการจำหน่ายวัสดุและอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงาน ได้มีการพัฒนาเพิ่มขึ้นมากกว่าในอดีต จากเดิมซึ่งเป็นลักษณะของธุรกิจครอบครัว โดยการจำหน่ายปลีกเฉพาะหน้าร้าน และส่วนใหญ่คิดว่าธุรกิจนี้มีเฉพาะอุปกรณ์และเครื่องเขียนสำหรับการศึกษาเท่านั้น แต่ในต่างประเทศได้มีการให้ความสำคัญกับการใช้วัสดุและอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงานเป็นอย่างมาก เพราะเป็นการเพิ่มคุณภาพและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ปัจจุบันมูลค่าตลาดของการจำหน่ายวัสดุและอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงานมีมูลค่ารวมประมาณ 20,000 ล้านบาท อยู่ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลประมาณร้อยละ 60 ของมูลค่าตลาดทั้งหมด (Dieckmann, 2004: 62-65) นักลงทุนจากต่างประเทศให้ความสนใจและมองเห็น โอกาสทางการตลาดของสินค้าประเภทนี้ โดยพิจารณาได้จากข่าววงการเครื่องเขียนซึ่งกล่าวถึงข่าวการขยายสาขาของบริษัท แมคโครออฟฟิศเซ็นเตอร์ จำกัด จะมีการเปิดสาขาเพิ่มขึ้นอีก 5 สาขา เป็น 15 สาขาภายในปี 2547 ตั้งเป้าหมายเพิ่มยอดขายร้อยละ 20 โดยคาดว่าจะสามารถจำหน่ายได้ 1,200 ล้านบาท และจะใช้งบประมาณรวม 30 ล้านบาท ในการตกแต่งปรับปรุงสาขาเดิม บริษัท ออฟฟิศดีโป จำกัด มีโครงการจะเปิดสาขาใหม่ 4-5 สาขาต่อปี และมีเป้าหมายจะเพิ่มสาขาทั้งหมดเป็น 20 สาขา ภายในปี 2548 โดยประมาณการว่าจะมียอดขายจำหน่ายปีละ 1,500 ล้านบาท (ชูพงษ์ อังคไพโรจน์, 2547:27) และบริษัทรีเรคโค จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ด้านการจัดจำหน่ายวัสดุ และอุปกรณ์สำนักงานในต่างประเทศ มีสาขาอยู่ทั่วโลก ได้นำเทคโนโลยี และประสบการณ์ที่เชี่ยวชาญ ในด้านการบริหารและการจัดการที่ทันสมัยเข้ามาลงทุนในประเทศไทย โดยมีรูปแบบการดำเนินธุรกิจเป็นลักษณะ โมเดิร์นเทรด ทำให้ตลาดมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง ดังนั้นผู้ประกอบการในธุรกิจประเภทนี้ จึงจำเป็นต้องมีการปรับตัวเพื่อรองรับสภาพการแข่งขันกับคู่แข่งจากต่างประเทศที่มีศักยภาพสูง ทั้งด้านเงินทุนและเทคโนโลยีที่ทันสมัย ทั้งนี้เพื่อให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดต่อไป ผู้ประกอบจึงต้องให้ความสำคัญในการให้บริการที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้มากที่สุด

บริษัท ออฟฟิศเมท จำกัด เป็นบริษัทที่จัดจำหน่ายเครื่องเขียนและอุปกรณ์สำนักงาน โดยระบบที่เรียกว่า เมลลอคเคอร์เค็ทคาล็อก (MOC) โดยไม่มีหน้าร้าน ลูกค้าจะทำการสั่งซื้อโดยใช้วิธี โทรศัพท์ โทรสาร หรือทางเว็บไซต์ (ทรงพล ชัญมาตกรกิจ, 2547: 40) โดยมีเค็ทคาล็อกซึ่งจะจัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการสื่อสารระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อเกี่ยวกับสินค้าให้มีความเข้าใจที่ถูกต้องตรงกัน โดยบริษัท ออฟฟิศเมท จำกัด จะทำการสต็อกสินค้าตามรายการที่อยู่ในเค็ทคาล็อกไว้คอยให้บริการกับลูกค้า และยังมีบริการในการจัดส่งสินค้าภายใน 24 ชั่วโมงในเขตกรุงเทพฯและจังหวัดใกล้เคียงโดยไม่คิดค่าบริการเพื่อเพิ่มความสะดวกให้กับลูกค้า

จากผลการดำเนินงานที่ผ่านมา บริษัท ออฟฟิศเมท จำกัด มีอัตราการเติบโตของยอดขายเพิ่มขึ้น ประมาณร้อยละ 25- 30 ต่อปี โดยในปี 2544 มียอดขายจาก 200 ล้านบาทเพิ่มเป็น 400 ล้านบาทในปี 2546 และคาดว่าจะมียอดขายในปี 2547 ประมาณ 500 ล้านบาท บริษัทฯ มีเป้าหมายว่าจะเข้าตลาดหลักทรัพย์ภายในระยะเวลาอีก 3 ปี ถึงแม้บริษัทฯจะมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง แต่จากข้อมูลในการบริหารพบว่า บริษัทฯ มีลูกค้ารายใหม่ที่เข้ามาซื้อสินค้าเฉลี่ยเดือนละ 800 ราย แต่การใช้บริการซ้ำอยู่ในอัตราที่ต่ำเพียงร้อยละ 20 ของลูกค้าใหม่ทั้งหมด (จิตรี จิตจงเจริญ, 2547: รายงานการประชุม บริษัท ออฟฟิศเมท จำกัด)

ดังนั้นในการดำเนินธุรกิจ จะต้องกำหนดกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นถึงกิจกรรมทางการตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ทั้งนี้เพื่อให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าและกลับมาใช้บริการต่อไปอย่างต่อเนื่อง ผู้ศึกษาได้เล็งเห็นความสำคัญจึงสนใจที่จะศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของ บริษัท ออฟฟิศเมท จำกัด เพื่อนำผลที่ได้ไปปรับปรุงและเป็นแนวทางสำหรับผู้บริหารในการวางแผน และพัฒนากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดให้เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าปัจจุบันได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น อีกทั้งยังสามารถนำไปใช้กับลูกค้าเป้าหมายรายใหม่ได้อีกทางหนึ่งด้วย

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการ บริษัท ออฟฟิศเมท จำกัด

ขอบเขตของการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา จะทำการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของบริษัท ออฟฟิศเมท จำกัด ต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพและด้านกระบวนการ

ขอบเขตประชากร คือ ลูกค้าซึ่งหมายถึงเจ้าหน้าที่จัดซื้อหรือผู้ที่มีหน้าที่ในการจัดซื้อวัสดุ และอุปกรณ์สำนักงานขององค์กร ที่เคยซื้อสินค้ากับบริษัทออฟฟิศเมท จำกัด

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการ บริษัท ออฟฟิศเมท จำกัด
2. ทำให้ทราบถึงปัญหาของลูกค้าที่พบจากการใช้บริการ บริษัท ออฟฟิศเมท จำกัด และสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการให้บริการได้เหมาะสม เพื่อจะสามารถแข่งขันกับคู่แข่งในอุตสาหกรรมได้ต่อไป

นิยามศัพท์

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกพอใจของผู้ซื้อภายหลังการซื้อสินค้าและการใช้บริการ ซึ่งเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างผลการปฏิบัติการของสินค้าและบริการกับความคาดหวัง ถ้าหากการปฏิบัติการไม่ถึงความคาดหวังลูกค้าจะไม่พึงพอใจ ถ้าปฏิบัติการเท่ากับหรือมากกว่าความคาดหวัง ลูกค้าจะพึงพอใจ ในการศึกษาครั้งนี้ หมายถึงความพึงพอใจในบริการต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ได้แก่

ด้านผลิตภัณฑ์ คือ ความหลากหลายของชนิดสินค้า คุณภาพสินค้า ความทันสมัยของรูปแบบสินค้า ความหลากหลายและความมีชื่อเสียงของตราหือสินค้า และเงื่อนไขการรับประกันการเปลี่ยนสินค้า

ด้านราคา คือ มีราคาที่เหมาะสม มีความหลากหลายของวิธีการชำระเงิน และการให้ส่วนลดเงินสด

ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย คือ มีความสะดวกในการสั่งซื้อและการติดต่อประสานงานกับบริษัท การมีสต็อกสินค้าครบเพียงพอตามจำนวนที่ต้องการ และมีการจัดส่งสินค้ามีความถูกต้องและตรงตามเวลาที่ต้องการ

ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ ความน่าสนใจของการจัดรายการส่งเสริมการขายสินค้าราคาพิเศษ การส่งเสริมการขายสินค้าใน Shopping Zone การจัดรายการที่มีการแถมสินค้า และมีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลอย่างสม่ำเสมอต่อเนื่อง

ด้านบุคลากร คือ พนักงานขายมีมารยาทในการสื่อสาร ความรู้เกี่ยวกับสินค้า ความสามารถในการแก้ปัญหา และความเอาใจใส่ติดตามงาน พนักงานจัดส่งมีมารยาท การพูดจา และบุคลิกภาพที่ดี

ด้านลักษณะทางกายภาพ คือ เอกสารใบกำกับภาษีมีความถูกต้องแม่นยำ แฉีกฉีกและ
แม็กกาซีนรายเดือนมีความน่าสนใจ มีความสะดวกในการค้นหาสินค้าที่ต้องการ มีรายละเอียดเกี่ยวกับข้อมูลสินค้าที่เพียงพอต่อการตัดสินใจ และจัดส่งสินค้ามีภาพลักษณ์ที่ดี

ด้านกระบวนการ คือ มีความรวดเร็วของกระบวนการในการสอบถามรายละเอียดสินค้า
และกระบวนการทำใบเสนอราคา มีระยะเวลาในการจัดส่งสินค้านับจากวันที่การสั่งซื้อที่น่าพอใจ
มีความรวดเร็วในกระบวนการแก้ปัญหาภายหลังการขาย การเปลี่ยนสินค้า และการแก้ไขเอกสารใบ
กำกับภาษี

ลูกค้า หมายถึง เจ้าหน้าที่จัดซื้อหรือผู้ที่มีหน้าที่ในการจัดซื้อวัสดุและอุปกรณ์ สำนักงาน
ขององค์กร ที่เคยซื้อสินค้ากับบริษัท ออฟฟิศเมท จำกัด

การใช้บริการ หมายถึง การที่ลูกค้าได้ทำการสั่งซื้อวัสดุและอุปกรณ์สำนักงานกับบริษัท
ออฟฟิศเมท จำกัด

บริษัท ออฟฟิศเมท จำกัด เป็นบริษัทซึ่งจัดจำหน่าย วัสดุและอุปกรณ์สำนักงาน โดยผ่าน
การขายในระบบเมลอร์เคอร์แฉีกฉีก (MOC) แบบไม่มีหน้าร้าน และมีบริการในการจัดส่งให้
กับลูกค้า ตั้งอยู่เลขที่ 24 ซอยอ่อนนุช66/1 แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพฯ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved