

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาคำพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ ห้างหุ้นส่วนจำกัด เจ. เอส. อิเล็กทรอนิกส์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในครั้งนี้มีแนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องดังนี้

#### แนวคิดและทฤษฎี

##### 1. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า

ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) เป็นความรู้สึกพึงพอใจในสิ่งที่ได้รับจากการซื้อสินค้าและบริการ โดยเน้นความแตกต่างระหว่างมูลค่าที่ลูกค้ารับรู้ได้กับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังไว้ก่อนซื้อสินค้า หลังจากที่ถูกคาดหวังซื้อสินค้าและบริการ ลูกค้าจะเกิดความรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจสินค้านั้นขึ้นอยู่กับมูลค่าที่ลูกค้ารับรู้ได้ (Perceived Values) ซึ่งเกิดจากการใช้สินค้าและบริการแล้วและนำไปเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไว้ก่อนทำการซื้อ (Expectation Values) ดังสมการ ความพึงพอใจของลูกค้า = มูลค่าที่รับรู้ได้ > สิ่งที่ถูกคาดหวัง (สิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์, :2547 338-339)

แนวคิดความพึงพอใจของลูกค้า (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541) เป็นระดับความรู้สึกของลูกค้าที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์ หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์กับการคาดหวังของลูกค้า ระดับความพอใจของลูกค้าจะเกิดจากความแตกต่างระหว่างผลประโยชน์จากผลิตภัณฑ์และความคาดหวังของบุคคล (Expectation) เกิดจากประสบการณ์และความรู้ในอดีตของผู้ซื้อ ส่วนผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์เกิดจากนักการตลาดและฝ่ายอื่นๆที่เกี่ยวข้อง จะต้องพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าโดยพยายามสร้างคุณค่าเพิ่ม (Value Added) การสร้างคุณค่าเพิ่ม เกิดจากการผลิตและการตลาด รวมทั้งมีการทำงานร่วมกันกับฝ่ายต่างๆ โดยยึดหลักการสร้างคุณภาพรวม (Total Quality) คุณค่าเกิดจากการความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive Differentiation) คุณค่าที่มอบให้กับลูกค้าจะต้องมากกว่าต้นทุนของลูกค้า ต้นทุนของลูกค้าส่วนใหญ่ก็คือ ราคาสินค้านั้นเอง หากบุคคลเห็นและเข้าใจการทำงานของผลิตภัณฑ์ต่ำกว่าความคาดหวังส่งผลให้บุคคลนั้นเกิดความไม่พึงพอใจ และถ้าผลที่ได้รับจากการทำงานของ

ผลิตภัณฑ์สูงกว่าความคาดหวังก็จะเกิดความประทับใจ ซึ่งจะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของลูกค้า และประชาสัมพันธ์ถึงสิ่งที่ดี และไม่ดีของผลิตภัณฑ์ต่อบุคคลอื่นต่อไป

ความหมายของความพึงพอใจในการบริการ สามารถจำแนกได้เป็น 2 ความหมาย ในความหมายที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้บริโภคหรือผู้รับบริการ (Customer Satisfaction) และความพึงพอใจในงาน (Job Satisfaction) ของผู้ให้บริการดังนี้

1. ความหมายของความพึงพอใจของผู้รับบริการตามแนวคิดของนักการตลาดจะพบนิยามของความพึงพอใจของผู้รับบริการ เป็น 2 นัย คือ ความหมายที่ยึดสถานการณ์การซื้อเป็นหลักให้ความหมายว่า “ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินสิ่งที่ได้รับภายหลังจากสถานการณ์การซื้อสถานการณ์หนึ่ง” มักพบในงานวิจัยการตลาดที่เน้นแนวคิดทางพฤติกรรมศาสตร์ สำหรับความหมายที่ยึดประสบการณ์เกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าเป็นหลักให้ความหมายว่า “ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินภาพรวมทั้งหมด ของประสบการณ์หลายๆอย่างที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ หรือบริการในระยะเวลาหนึ่ง” หรืออีกนัยหนึ่งคือ “ความพึงพอใจ” หมายถึง การประเมินความสามารถของการนำเสนอผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

2. ความหมายของความพึงพอใจในงานของผู้ให้บริการ ตามแนวคิดของนักจิตวิทยาองค์การ ความพึงพอใจในการทำงานจะมีผลต่อความสำเร็จของงานเป้าหมายสูงสุดของความสำเร็จในการดำเนินงานบริการขึ้นอยู่กับกลยุทธ์ การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ดี และประทับใจในบริการที่ได้รับจนติดใจ และกลับมาใช้บริการเป็นประจำ การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าตลอดจนผู้ปฏิบัติงานถือเป็นเรื่องสำคัญ เพราะความรู้ความเข้าใจในเรื่องนี้จะนำมาซึ่งความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันทางการตลาด เพื่อความก้าวหน้าและการเติบโตของธุรกิจบริการอย่างไม่หยุดยั้ง และส่งผลให้สังคมส่วนรวมมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นจึงกล่าวได้ว่า ความพึงพอใจมีความสำคัญต่อผู้ให้บริการและผู้รับบริการ

การศึกษาในครั้งนี้ ได้ทำการศึกษาเฉพาะในด้านของความพึงพอใจของลูกค้าผู้รับบริการเท่านั้น ซึ่งตามความหมาย “ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้น เนื่องจากการประเมินภาพรวมทั้งหมดของ ประสบการณ์หลายๆอย่างที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ หรือบริการในระยะเวลาหนึ่ง” หรืออีกนัยหนึ่งคือ “ความพึงพอใจ” หมายถึง การประเมินความสามารถของการนำเสนอผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

## 2. กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ

กลยุทธ์สำหรับธุรกิจบริการ(Service Marketing Mix ) ของ Philip Kotler (มานพ ชุ่มอุ่น, 369: 2547) มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้
2. ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็น P ตัวที่สองที่เกิดขึ้นมาถัดจาก Product ราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ผลิตภัณฑ์นั้นถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาเขาก็ตัดสินใจซื้อ
3. การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วย สถาบัน และกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายก็คือสถาบันการตลาดส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง การจัดจำหน่าย
4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขาย และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช่คน เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการ ซึ่งอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือใช้หลักการใช้เครื่องมือสื่อสารแบบประสมประसार (Integrated Marketing Communication-IMC) โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน
5. กระบวนการให้บริการ (Process) หมายถึง ขั้นตอนในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์และการให้บริการ ซึ่งจะต้องส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้ถูกต้องรวดเร็ว และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า โดยนักการตลาดจำเป็นต้องพิจารณาใน 2 ด้าน คือ ความซับซ้อน และความหลากหลาย ในด้านความซับซ้อนต้องพิจารณาถึงขั้นตอนและความต่อเนื่องของงานในกระบวนการ เช่น ความสะดวกรวดเร็ว ความถูกต้อง ส่งวนในด้านความหลากหลายต้องพิจารณาถึงความ เป็นอิสระ ความยืดหยุ่น ความสามารถที่จะเปลี่ยนแปลงขั้นตอนหรือลำดับการทำงานได้
6. บุคลากรผู้ให้บริการ (People) หมายถึงผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ทั้งหมดซึ่งหมายรวมถึงทั้งลูกค้า บุคลากรที่ให้บริการหลังการขาย บุคลากรผู้ให้บริการจำเป็นต้องอาศัยการคัดเลือก (Selection) การฝึกอบรม (Training) การจูงใจ (Motivation) เพื่อสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง พนักงานต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดีสามารถตอบสนองต่อลูกค้า มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีความสามารถในการแก้ปัญหาและสามารถสร้างค่านิยมที่ดีให้กับองค์กรได้
7. การสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management – TQM) หมายถึงการ

สร้างสภาพแวดล้อมของสถานที่ขององค์กร การออกแบบตกแต่ง การแบ่งส่วนหรือแผนกของพื้นที่ และลักษณะทางกายภาพอื่นๆ รวมทั้งอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ต่างๆ ที่ใช้ในการให้บริการที่สามารถดึงดูดใจผู้บริโภค และทำให้มองเห็นภาพลักษณ์ขององค์กรที่เหนือคู่แข่งได้อย่างชัดเจน เช่น โรงแรมต้องพัฒนาลักษณะทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการ เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า (Customer-value proposition) ไม่ว่าจะเป็นด้านความสะดวก ความรวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่นๆ

#### บททวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

สฤษฎชัย ชัยสิทธิ์ (2547) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการถูกค่าให้ความสำคัญ เรียงลำดับคือ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรกคือ มีการรับประกันผลงานและให้บริการซ่อมถ้าเกิดความเสียหาย รองลงมาคือ สามารถทำการแก้ไขแบบได้ตามความต้องการ และ ผู้รับเหมามีชื่อเสียงและภาพพจน์ที่ดี

ปัจจัยด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรกคือ ราคาบ้านเหมาะสมกับคุณภาพของวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้าง รองลงมาคือ มีการจ่ายเงินตามงวดที่ได้ตกลงไว้ และ ราคาก่อสร้างบ้านไม่เกินที่ประมาณการไว้มาก

ปัจจัยด้านสถานที่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรกคือ ผู้รับเหมาเดินทางมาติดต่อกับเจ้าของบ้านโดยตรง รองลงมาคือ ทำเลที่ตั้งของสำนักงานผู้รับเหมาสะดวกต่อการเดินทางติดต่อ และความกว้างขวาง สะอาด และทันสมัยของสำนักงานผู้รับเหมา

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับน้อย 3 อันดับแรก คือ มีการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา รองลงมาคือ มีการออกแสดงแบบบ้านตามศูนย์การค้า และ มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ เช่น โปสเตอร์ แผ่นพับ

ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับ บุคลากรมีประสบการณ์และมีความชำนาญ รองลงมาคือ ความมีน้ำใจมีมนุษยสัมพันธ์เป็นกันเอง บุคลิกและมารยาทที่ดีของผู้รับเหมา และมีความสามารถในการก่อสร้างบ้านเป็นอย่างดี และสามารถอธิบายขั้นตอนการก่อสร้างได้อย่างชัดเจน



ปัจจัยด้านกระบวนการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับ คือ มีระบบการตรวจสอบงานทำให้งานได้มาตรฐาน รองลงมาคือ การก่อสร้างบ้านรวดเร็วแล้วเสร็จตามเวลา และ มีการติดต่อประสานงานและแจ้งผลการก่อสร้างให้เจ้าของบ้านทราบอย่างรวดเร็ว

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับ คือ มีความพร้อมด้านอุปกรณ์เครื่องมือและเครื่องจักร รองลงมาคือ มีความพร้อมด้านบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ และมีสถานที่ตั้งแน่นอน

อภิสิทธิ์ บุญธราภรณ์ (2548) ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของห้างหุ้นส่วนจำกัดเชียงใหม่ยนต์กิจ ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการลูกค้ามีความพึงพอใจในเรียงลำดับคือ ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านกระบวนการ ด้านราคา ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ มีความพึงพอใจต่อยังปัจจัยย่อยในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ บริการครบวงจร รองลงมาคือ การบริการหลังการขาย และดูแลลูกค้าอย่างใกล้ชิดและประสิทธิภาพของเครื่องจักรของโรงกลึงเชียงใหม่ยนต์กิจ

ปัจจัยด้านราคา มีความพึงพอใจต่อยังปัจจัยย่อยในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ รูปแบบการชำระด้วยเงินสด รองลงมาคือ ราคาการใช้บริการแต่ละรายการ และวงเงินการให้สินเชื่อ

ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย มีความพึงพอใจต่อยังปัจจัยย่อยในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ การติดต่อทางโทรศัพท์ รองลงมาคือ ตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทางและการขนส่ง และมีที่จอดรถไว้สำหรับบริการลูกค้าอย่างเพียงพอ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีความพึงพอใจต่อยังปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง 3 อันดับแรก คือ การให้ส่วนลดกับลูกค้าประจำ รองลงมาคือ การประชาสัมพันธ์ และการโฆษณา

ปัจจัยด้านบุคลากร มีความพึงพอใจต่อยังปัจจัยย่อยในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ ประสิทธิภาพของพนักงาน รองลงมาคือ ฝีมือในการทำงานของพนักงาน และมีการให้บริการที่น่าเชื่อถือและไว้วางใจได้

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ มีความพึงพอใจต่อยังปัจจัยย่อยในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ ชื่อเสียง รองลงมาคือ ที่จอดรถกว้างขวางสะดวกและปลอดภัย มีการแบ่งพื้นที่การให้บริการออกเป็นสัดส่วน ชัดเจน และสะดวกต่อการติดต่อ

ปัจจัยด้านกระบวนการ มีความพึงพอใจต่อยังปัจจัยย่อยในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ ทำงานตรงเวลาที่นัดหมาย รองลงมาคือ บริการรวดเร็ว ตรงเวลา และมีการคิดเงินที่ถูกต้องและรวดเร็ว

สำหรับปัญหาที่พบในการใช้บริการที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรก คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การโฆษณาที่มีน้อย/ไม่มี ด้านราคา ได้แก่ ราคาไม่คงที่ ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ได้แก่ การทำงานของโรงกลึงเชิงใหม่ยนต์กิจไม่มีมาตรฐาน ด้านกระบวนการ ได้แก่ งานไม่เสร็จตามที่นัดหมาย ด้านลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ ห้องพักรับรองลูกค้าคับแคบ ด้านการจัดจำหน่าย ได้แก่ ไม่สะดวกต่อการเดินทาง ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ได้แก่ พนักงานไม่มีมนุษยสัมพันธ์

ห้างหุ้นส่วนจำกัด เจ.เอส.อิเล็กทรอนิกส์

### 1. ประวัติความเป็นมา

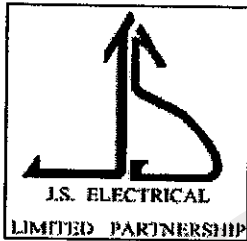
ห้างหุ้นส่วนจำกัด เจ.เอส. อิเล็กทรอนิกส์ ได้ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2543 จัดทะเบียนตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์เป็นนิติบุคคลประเภทห้างหุ้นส่วนจำกัด ณ สำนักงานทะเบียนหุ้นส่วนบริษัทจังหวัดเชียงใหม่ เมื่อวันที่ 17 มีนาคม 2543 ตามทะเบียนเลขที่ ชม.7505 โดยมี นายสยาม ธรรมชื่น เป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ และนายประดิษฐ์ ธรรมชื่น เป็นหุ้นส่วนสามัญ สำนักงานตั้งอยู่ เลขที่ 577 หมู่ 3 ต.สันทรายน้อย อ.สันทราย จ.เชียงใหม่

### 2. ประเภทกิจการ

ห้างหุ้นส่วนจำกัด เจ.เอส. อิเล็กทรอนิกส์ ประกอบกิจการ รับออกแบบผลิต ติดตั้ง คำนวณ และควบคุม พร้อมทั้งซื้อขายและให้เช่าเกี่ยวกับอะไหล่และอุปกรณ์ไฟฟ้าแรงต่ำแรงสูง และอุปกรณ์สื่อสารทุกชนิด โดยเริ่มจากการรับติดตั้งระบบไฟฟ้าแรงต่ำและแรงสูง ซึ่งตลาดระยะเวลาที่ผ่านมา กิจการของห้างฯ ได้ขยายตัวและเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการพัฒนาองค์กรในด้านบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ และการบริการที่ดีตลอดมา



รูปที่ 2.1 สำนักงานห้างหุ้นส่วนจำกัดเจ.เอส.อิเล็กทรอนิกส์

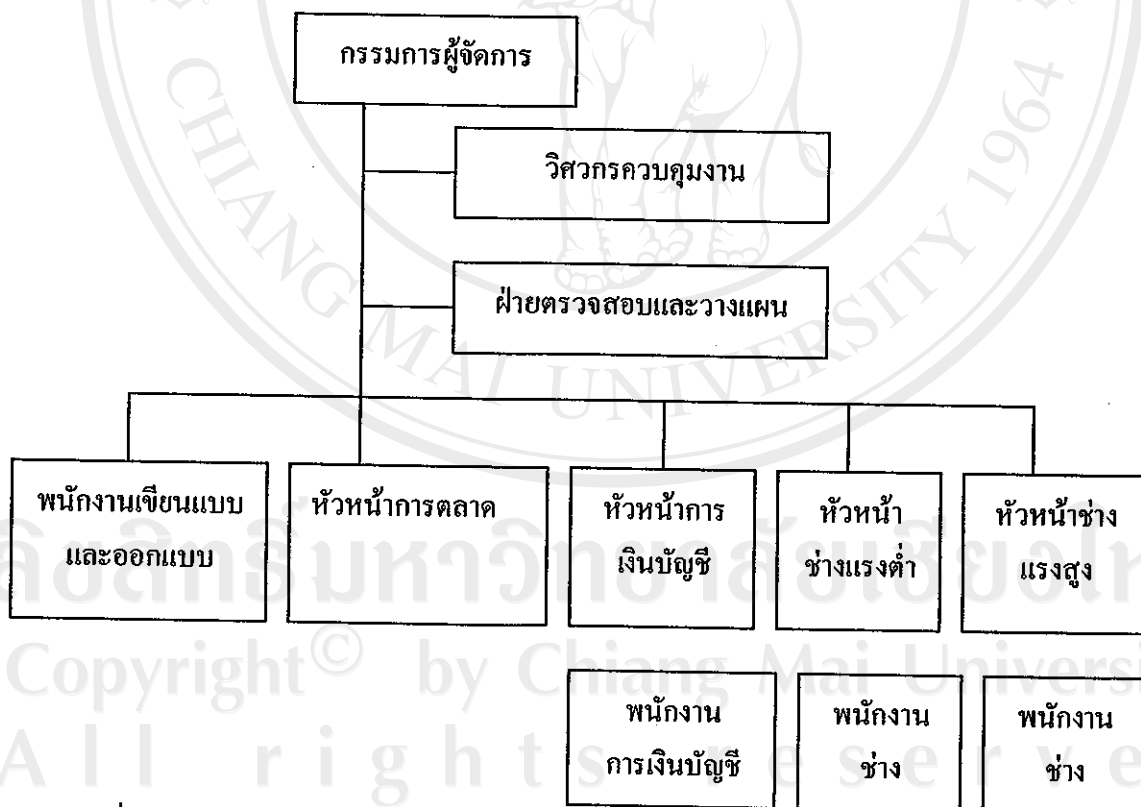


รูปที่ 2.2 ตราสัญลักษณ์การค้าห้างหุ้นส่วนจำกัด  
เจ.เอส. อิเล็กทริคอลล

### 3. โครงสร้างองค์กร

ห้างหุ้นส่วนจำกัด เจ.เอส.อิเล็กทริคอลล ได้มีการเติบโตทางธุรกิจ มีการขยายงานเพิ่มขึ้น โดย รับผิดชอบระบบไฟฟ้าแรงต่ำ,แรงสูง,ระบบสื่อสารทุกชนิด และเป็นตัวแทนจำหน่ายคอมพิวเตอร์ ยี่ห้อ DELIGHT ในภาคเหนือแต่เพียงผู้เดียว และได้เปิดบริษัทในเครือเพื่อรองรับงานที่มากขึ้น โดยใช้ชื่อว่า ห้างหุ้นส่วนจำกัด กานต์ อิเล็กทริค และเนื่องจากได้มีการเพิ่มจำนวนของพนักงานมากขึ้น จึงได้มีการปรับเปลี่ยนการบริหารงานขององค์กร ดังนี้

### 4. แผนผังการบริหารงานของห้างหุ้นส่วนจำกัด เจ.เอส.อิเล็กทริคอลล



รูปที่ 2.3 แผนผังการบริหารงานของ ห้างหุ้นส่วนจำกัด เจ.เอส.อิเล็กทริคอลล

#### 4.1 ฝ่ายบริหาร แยกเป็น

นายสยาม ธรรมชื่น ดำรงตำแหน่ง ผู้จัดการ

#### 4.2 ฝ่ายวิศวกร แยกเป็น

วิศวกรประจำสำนักงานและปรึกษา

นายมังกร ศิริจันทร์ชื่น ประกอบวิชาชีพวิศวกรควบคุม

ประเภทสามัญวิศวกร สฟก. 1810

นายมนตรี เงามเดช ประกอบวิชาชีพวิศวกรควบคุม

ประเภทสามัญวิศวกร สฟก. 3589

#### 4.3 ฝ่ายช่างไฟฟ้า แยกเป็น

4.3.1 แผนกตรวจสอบและวางแผน

4.3.2 แผนกเขียนแบบ

4.3.3 แผนกช่างไฟฟ้าแรงสูง

4.3.4 แผนกช่างไฟฟ้าแรงต่ำ

#### 4.4 ฝ่ายประจำสำนักงาน แยกเป็น

4.4.1 แผนกบัญชี

4.4.2 แผนกจัดซื้อ

4.4.3 แผนกบุคคล

4.4.4 แผนกการตลาด

#### 5. ประเภทการบริการ

5.1 บริการรับผิดชอบติดตั้งระบบไฟฟ้าแรงต่ำ แรงสูง ด้วยมาตรฐานสากล เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจ

5.2 บริการรับออกแบบ คำนวณ และควบคุมงาน ด้านระบบไฟฟ้าแรงต่ำ แรงสูง

5.3 จำหน่ายโคมไฟ, หลอดไฟ, โคมถนน, โคมไฟประดับ และอุปกรณ์ไฟฟ้าทุกชนิด ยี่ห้อ DELIGHT



- 5.4 จำหน่ายและรับบริการระบบไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์,ระบบทำน้ำร้อนพลังงานแสงอาทิตย์, และอุปกรณ์โซลาร์เซลล์ ทุกชนิด
- 5.5 รับซื้อ- ขายและให้เช่าเกี่ยวกับอะไหล่และอุปกรณ์ ไฟฟ้า แรงต่ำ แรงสูง
- 5.6 รับซื้อ- ขายและให้เช่าเกี่ยวกับอะไหล่ อุปกรณ์สื่อสารทุกชนิด

## 6. กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

- 6.1 ประเภทบ้านพักที่อยู่อาศัย ได้แก่ บ้านที่อยู่ในโครงการจัดสรร, บ้านพักตามชุมชนต่าง, ห้องแถว, เกสเฮาส์, รวมทั้งคอนโดชุด
- 6.2 ผู้ประกอบกิจการหอพักได้แก่ หอพักห้องเช่าต่างๆ
- 6.3 ผู้ประกอบกิจการรับเหมาก่อสร้าง สร้างโครงการบ้านจัดสรร, สร้างโรงงาน, สร้างร้านค้ามินิมาร์ท, งานส่วนราชการต่างๆ, พร้อมทั้งงาน โครงการต่างๆที่ได้รับความไว้วางใจจากผู้ประกอบกิจการรับเหมาก่อสร้าง

## 7. วิสัยทัศน์ขององค์กร

ห้างหุ้นส่วนจำกัด เจ.เอส.อิเล็กทรอนิกส์ ได้มุ่งเน้นการพัฒนา การบริการและคุณภาพของงานอยู่เสมอ ดังเช่นวิสัยทัศน์ที่ว่า

**“มุ่งมั่นบริการ**

**มุ่งเน้นคุณภาพ**

**ใส่ใจพัฒนาริเรียนรู้**

**รวมใจสร้างสรรค์”**

คำนิยามแต่ละข้อมีความสำคัญไม่แพ้กัน ขาดข้อใดไปก็ไม่ได้ ซึ่งแต่ละวลีมีความหมายดังต่อไปนี้

**มุ่งมั่นบริการ**

พนักงานทุกคน เอาใจใส่ในการบริการทั้งภายในและภายนอกสำนักงาน ยินดีบริการให้คำแนะนำปรึกษา ด้วยความสุภาพอ่อนน้อม และพัฒนางานบริการในทุก ๆ ด้าน เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกประทับใจ ในการบริการ

<b>มุ่งเน้นคุณภาพ</b>	มุ่งเน้นคุณภาพงาน คุณภาพบริการ คุณภาพสินค้า คุณภาพการสื่อสาร คุณภาพเทคโนโลยี คุณภาพบุคลากร คุณภาพการแต่งกาย ภาพพจน์คุณภาพ
<b>ใฝ่พัฒนาเรียนรู้</b>	ใฝ่พัฒนาตนเอง พัฒนาลูกน้อง พัฒนาเทคนิคงาน พัฒนาระบบงาน พัฒนาบริการ กัด คั่นคว่ำ แสวงหา ฝึกฝนพัฒนาตนเอง เข้าอบรม เรียนรู้ชีวิต เรียนรู้งาน ตลอดเวลา ติดตามเทคโนโลยีใหม่ ๆ ใช้ Computer และ Internet ได้ดี ฝึกฝนพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษ และภาษาที่ 3 ให้ใช้งานได้ดี พุดจาจะฉานชัดเจน ทำงานให้คล่องแคล่วว่องไว ฝึกการเป็นผู้นำ ผู้ตามที่ดี กล้าทำ กล้าลุย กล้าตาม
<b>รวมใจสร้างสรรค์</b>	ร่วมด้วยช่วยกันอย่างสามัคคี ไม่แบ่งแยก รวมใจกันสร้างสรรค์องค์การ สร้างสรรค์งาน สร้างสรรค์เทคนิคใหม่ สร้างสรรค์ทั้งทีมย่อย และทีมใหญ่ สร้างสรรค์สังคมภายในและสังคมส่วนรวม ด้วยจิตสำนึกที่คิดช่วยเหลือประเทศชาติ

## 8. การดำเนินงานขององค์กร

### 8.1 ในด้านสังคม บริษัทได้ให้ความช่วยเหลือต่างๆ มากมาย ดังนี้

#### 8.1.1 พ.ศ.2545

1. เป็นผู้สนับสนุนกีฬาต่อต้านยาเสพติดของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค จังหวัดเชียงใหม่
2. เป็นผู้สนับสนุนกีฬาต่อต้านยาเสพติด ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค จังหวัดเชียงใหม่ และการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอเชียงของ จังหวัด เชียงราย
3. จัดงานแห่เทียนพรรษา ในวันเข้าพรรษา ถวายให้ วัดเมืองตั้ง ตำบลป่าตัน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

#### 8.1.2 พ.ศ.2546

1. บริจาคคอมพิวเตอร์ในโครงการ “คอมพิวเตอร์เพื่อน้อง” ของ โรงเรียนบ้านโนนสมบูรณ์ อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย
2. จัดโครงการทอดผ้าป่า เพื่อสร้างวิหารให้กับสำนักสงฆ์บ้านสบสม อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย

## 8.1.3 พ.ศ.2547

1. จัดโครงการทอดผ้าป่า เพื่อบูรณะสายไฟฟ้า ภูมิพระสงฆ์ให้กับ วัดห้วยหม้าย อำเภอสอง จังหวัดแพร่
2. จัดโครงการรวมใจบริจาคโลหิต ให้กับ สภากาชาดไทย
3. เป็นผู้สนับสนุนกีฬากอล์ฟการกุศล ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค จังหวัดเชียงใหม่
4. เป็นผู้สนับสนุนชุดกีฬาฟุตบอล แผนกช่างไฟฟ้ากำลัง วิทยาลัยเทคนิค เชียงราย

## 8.1.4 พ.ศ.2548

1. จัดโครงการมอบอุปกรณ์ระบบไฟฟ้า เครื่องอุปโภค บริโภค ให้กับ โรงเรียนผาเสรีรัฐ จังหวัดเชียงราย
2. ร่วมบริจาคเครื่องอุปโภค บริโภค ให้กับผู้ประสบภัยน้ำท่วม ชุมชนหนองหอย จังหวัดเชียงใหม่

## 9. ในด้านการฝึกอบรม

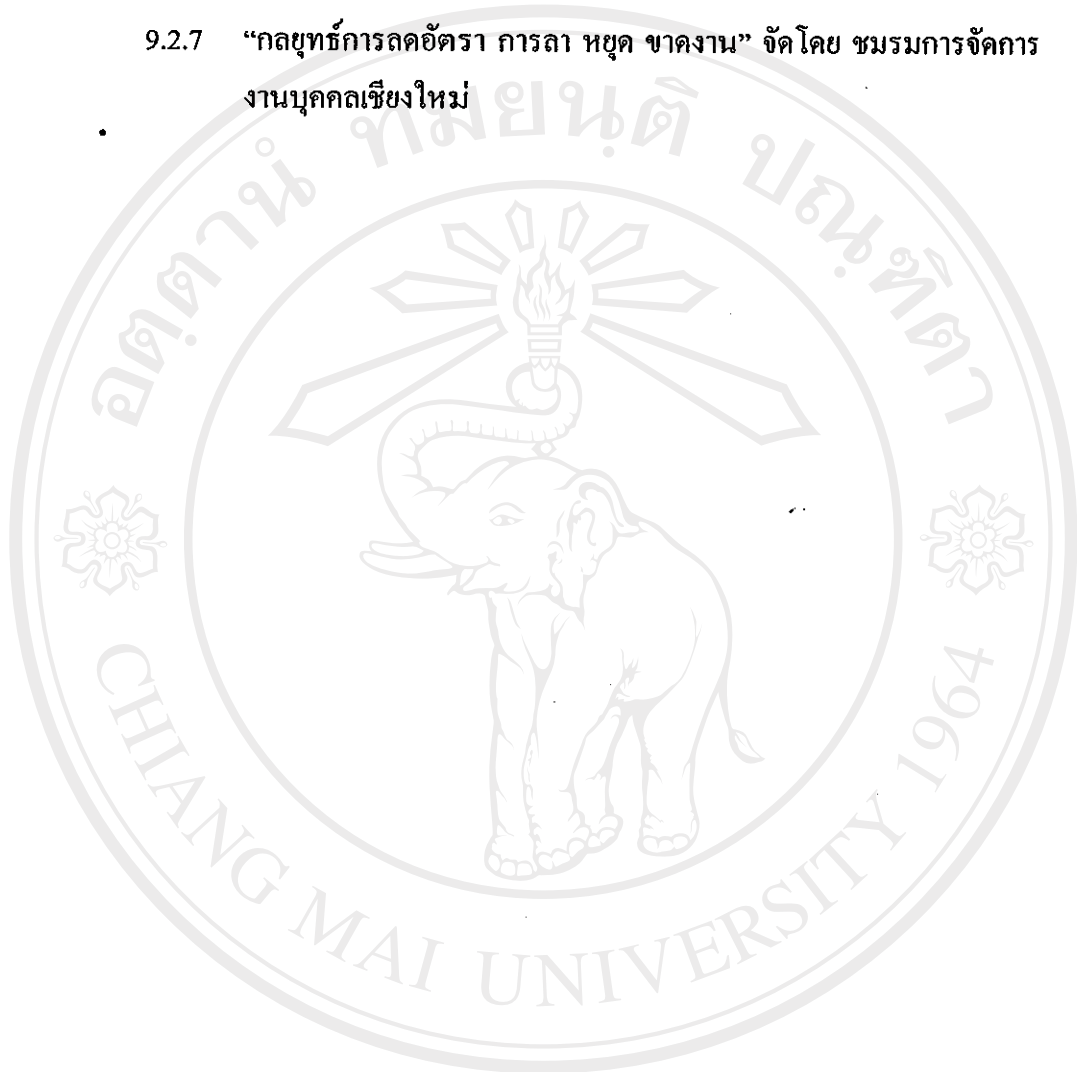
9.1 บริษัทได้เล็งเห็นความสำคัญของบุคลากรที่มีอยู่ ให้เกิดการพัฒนาการทำงานให้ดียิ่งขึ้น จึงได้มีการจัดโครงการสัมมนาดังนี้

- 9.1.1 “การทำงานให้มีประสิทธิภาพ” ครั้งที่ 1/2546 ณ บ้านกลางคอย รีสอร์ท แอนด์สปา วันที่ 31 พฤษภาคม – 1 มิถุนายน 2547
- 9.1.2 การปลูกฝังให้รักองค์กร” ครั้งที่ 1/2547 ณ เชียงดาว ฮิลล์ รีสอร์ท วันที่ 10 – 11 กรกฎาคม 2547

9.2 ได้มีการจัดส่งพนักงานไปอบรมในโครงการต่างๆ ดังนี้

- 9.2.1 “ความรู้พื้นฐานในการติดตั้งระบบไฟฟ้า” จัด โดย การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค จังหวัดเชียงใหม่
- 9.2.2 “มาตรฐานการติดตั้งไฟสาธารณะ” จัด โดย การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค จังหวัดเชียงใหม่
- 9.2.3 “แรงงานหญิงในสถานประกอบการ” จัด โดย กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม
- 9.2.4 “ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับภาวะภัยอากร” จัด โดย กรมสรรพากร

- 9.2.5 “TAX UP TO DATE” จัดโดย กรมสรรพากร
- 9.2.6 “กลยุทธ์สำคัญในการเสนอขายโคมไฟ” จัดโดย บริษัท บางกอกได  
ตัง เซนเตอร์ จำกัด
- 9.2.7 “กลยุทธ์การตลาดอัครา การลา หยุค ชาดงาน” จัดโดย ชมรมการจัดการ  
งานบุคคลเชียงใหม่



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved