

# บทที่ 1

## บทนำ

### หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันองค์กรธุรกิจ ต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ตลอดเวลานับแต่ปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในประเทศตั้งแต่ปลาย ปี 2540 ส่งผลให้ธุรกิจโดยรวมทั้ง ห้างร้าน บริษัทต้องปิดกิจการ หรือประสบกับปัญหาการล้มละลายเป็นจำนวนมาก และการลงทุนในธุรกิจลดลง อีกทั้งการเปลี่ยนแปลงจากสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กร ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การติดต่อสื่อสารที่ขู่โลกให้เล็กลง และการแข่งขันท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์แห่งโลกยุคไร้พรมแดน (Global Competition) ทำให้สภาวะการแข่งขันในธุรกิจทวีความรุนแรงขึ้นทุกขณะ ซึ่งในยุคนี้ นักบริหารต้องปรับปรุงเปลี่ยนแปลง กำหนดกลยุทธ์ในการบริหารงาน ให้สอดคล้องกับสังคมสมัยใหม่ ผู้บริหาร และผู้บังคับบัญชาทุกระดับชั้นจำเป็นต้องเรียนรู้ทฤษฎี หลักการ วิธีการ เทคนิค และศิลปะการบริหารสมัยใหม่ อันเป็นประโยชน์ต่อการบริหารงาน การพัฒนาหน่วยงาน และองค์กรให้เจริญก้าวหน้า ผลักดันให้หน่วยงานเป็นที่ยอมรับนับถือ สร้างความศรัทธา มีภาพลักษณ์ขององค์กรที่ดี ซึ่งธุรกิจโฆษณาประชาสัมพันธ์ ก็ประสบกับสภาวะปัญหาดังกล่าวเช่นเดียวกัน

แม้ภาวะเศรษฐกิจยังไม่มีทีท่าว่าจะสลัดจากปัจจัยรุนแรง ทั้งความขัดแย้งทางการเมือง สถานการณ์ความรุนแรงทางภาคใต้ ปัญหาค่าครองชีพ และราคาน้ำมันที่ปรับเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นภาพที่ยังคงอยู่มาตั้งแต่ต้นปี ปีบให้การก้าวเดินของธุรกิจต่าง ๆ ขยับตัวลงทุนด้วยความระมัดระวัง ส่งผลไปถึงการใช้งบประมาณการตลาด โดยเฉพาะงบโฆษณาที่มีอัตราการเติบโตที่ตกต่ำมาโดยตลอด ถึงแม้ว่าในปี 2549 มีแนวโน้มที่ดีขึ้นโดยมีอัตราการเติบโตอยู่ในระดับร้อยละ 5-8 แต่ก็ถือเป็นการเติบโตที่ลดลงจากช่วง 3-4 ปีที่ผ่านมาซึ่งมีอัตราการเติบโตระดับร้อยละ 8-12 (ผู้จัดการออนไลน์, 2549)

จากสถานการณ์ดังกล่าวข้างต้นทำให้การแข่งขันทางธุรกิจโฆษณาประชาสัมพันธ์ ทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในจังหวัดเชียงใหม่ ในแต่ละปีมูลค่าการตลาดสูงถึง 100 ล้านบาท ประกอบกับการเติบโตของธุรกิจนี้มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น จึงทำให้ตลาดโฆษณาประชาสัมพันธ์และตลาดอีเวนท์ในเชียงใหม่มีความน่าสนใจและมีผู้ประกอบการทั้งรายเล็กรายใหญ่ในจังหวัดเชียงใหม่เข้าสู่ธุรกิจนี้แล้วประมาณ 50 ราย และนอกจากผู้ประกอบการในเชียงใหม่จะแข่งขัน

กันเองแล้ว ยังมีผู้ประกอบการจากกรุงเทพฯ และที่อื่นๆ เข้ามามีส่วนแบ่งการตลาด ประมาณร้อยละ 20 ต่อปี และมีแนวโน้มว่าจะเข้ามาแข่งขันเพิ่มมากขึ้น (สมาคมธุรกิจป้ายและโฆษณา จังหวัดเชียงใหม่, 2550)

เหตุการณ์ดังกล่าวได้ส่งผลกระทบต่อการทำงานของ บริษัท ทักษะเพอเฟ็คท์ พรินเซนต์เทชั่น เอเจนซี่ จำกัด ซึ่งได้ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 9 มิถุนายน 2547 สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่จังหวัดเชียงใหม่ และสำนักงานสาขากรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นบริษัท ให้บริการด้านโฆษณา ประชาสัมพันธ์และจัดกิจกรรมทางการตลาด ให้บริการด้านคำปรึกษารวบรวมแผนการตลาด ออกแบบและผลิตสื่อโฆษณาทุกชนิดครบวงจร รวมทั้งรับจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย การเปิดตัวสินค้าใหม่ งานเปิดตัวห้างร้านองค์กรต่างๆ และบริหารจัดการพนักงานส่งเสริมการขาย ให้กับลูกค้าทั่วประเทศ โดยมีลูกค้าทั่วไปร้อยละ 90 และลูกค้าที่เป็นเอเจนซี่โฆษณาร้อยละ 10 (แผนกการตลาด บริษัททักษะ เพอเฟ็คท์ พรินเซนต์เทชั่น เอเจนซี่ จำกัด, 2550)

จากปัญหาดังกล่าวผู้ศึกษาจึงต้องการศึกษาว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในการให้บริการของบริษัท ทักษะเพอเฟ็คท์ พรินเซนต์เทชั่น เอเจนซี่ จำกัดหรือไม่ โดยวัดระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการ ก่อนรับบริการ ระหว่างรับบริการ และ หลังการรับบริการ กับทางบริษัทฯ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาทำการปรับปรุงกลยุทธ์ในการบริการลูกค้า ท่ามกลางสภาวะการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นและปรับตัวให้ทันกับสภาวะเศรษฐกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพอใจสูงสุด และกลับมาใช้บริการของทางบริษัทฯ ต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อการให้บริการของผู้ให้บริการ ก่อนรับบริการ ระหว่างรับบริการ และหลังรับบริการ จากบริษัท ทักษะเพอเฟ็คท์ พรินเซนต์เทชั่น เอเจนซี่ จำกัด
2. เพื่อศึกษาปัญหาในการใช้บริการของลูกค้าจากบริษัท ทักษะเพอเฟ็คท์ พรินเซนต์เทชั่น เอเจนซี่ จำกัด

## ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อการให้บริการของผู้ให้บริการ ก่อนรับบริการ ระหว่างรับบริการ และหลังรับบริการ จากบริษัท ทักษะเพอเฟ็คท์ พรีเมียมท์เทชั่น เอเจนซี่ จำกัด
2. ทำให้ทราบถึงปัญหาในการใช้บริการของลูกค้าจากบริษัท ทักษะเพอเฟ็คท์ พรีเมียมท์เทชั่น เอเจนซี่ จำกัด
3. นำข้อมูลไปปรับปรุงกลยุทธ์ในการบริการลูกค้าและปรับตัวให้ทันกับสภาวะเศรษฐกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพอใจสูงสุด และกลับมาใช้บริการต่อไป

## นิยามศัพท์

**ความพึงพอใจ** หมายถึง อารมณ์แห่งความสุขและความรู้สึกคุ้มค่าของลูกค้าที่ได้ใช้บริการจากบริษัท ทักษะเพอเฟ็คท์ พรีเมียมท์เทชั่น เอเจนซี่ จำกัด และความรู้สึกนั้นนำมาซึ่งความต้องการในการใช้บริการซ้ำตราบนานเท่าที่ความพอใจนั้นยังคงอยู่

**ลูกค้า** หมายถึง บุคคล องค์กรธุรกิจ ห้างร้าน ที่มาใช้บริการกับทางบริษัท ทักษะเพอเฟ็คท์ พรีเมียมท์เทชั่นเอเจนซี่ จำกัด ระหว่างปี 2547-2550

**การให้บริการ** หมายถึง การให้บริการด้านการสื่อสารการตลาดโดยอยู่ในขอบเขตของการซื้อ และการทำโฆษณาผ่านสื่อหลัก ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ เพื่อสร้างการรับรู้ในตราสินค้าแก่ผู้บริโภค และการจัดกิจกรรมการตลาดเพื่อเข้าถึงผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม เฉพาะพื้นที่ ที่มีจำนวนและขนาดจำกัด เช่น การจัดกิจกรรมพิเศษทางการตลาด การจัดโรดโชว์ การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ครอบคลุมไปถึงการทำ การตลาดแบบขายตรง และการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย

**บริษัททักษะเพอเฟ็คท์ พรีเมียมท์เทชั่นเอเจนซี่ จำกัด สาขาเชียงใหม่** หมายถึง บริษัทที่ทำงานให้บริการด้านคำปรึกษาการวางแผนการตลาด ออกแบบและผลิตสื่อ โฆษณาทุกชนิดครบวงจรรวมทั้งรับจัดกิจกรรมพิเศษทางการตลาด กิจกรรมส่งเสริมการขาย การเปิดตัวสินค้าใหม่ งานเปิดตัวห้างร้านองค์กรต่างๆ และบริหารจัดการพนักงานส่งเสริมการขาย ให้กับลูกค้าทั่วประเทศ มีสำนักงานตั้งอยู่ที่ 202/19 หมู่ 6 ตำบลฟ้าฮ่าม อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่