

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันธุรกิจให้เช่าพื้นที่ผ้าใบมีการแข่งขันกันสูง จากข้อมูลในหนังสือไทยแลนด์ เอลโล่เพจเจส รวมหมวดสินค้าและบริการ 2554 มีผู้ประกอบการธุรกิจพื้นที่ให้เช่าในกรุงเทพมหานคร ลงโฆษณาจำนวน 106 ราย (ไทยแลนด์ เอลโล่เพจเจส รวมหมวดสินค้าและบริการ, 2554) และข้อมูลจากเว็บไซต์ www.yellowpages.co.th พบว่ามีผู้ประกอบการให้เช่าพื้นที่ผ้าใบที่มีเว็บไซต์เป็นของตัวเอง จำนวน 112 ราย (สมุดหน้าเหลืองออนไลน์, 2554 : ออนไลน์) รูปแบบการแข่งขันแบ่งเป็นด้านผลิตภัณฑ์มีการเสนอรูปแบบใหม่ๆ พร้อมทั้งผลิตภัณฑ์เสริม เช่น โตะ เก้าอี้ พัดลม เเวที ด้านราคามีการลดราคาแข่งขัน ด้านการกระจายสินค้า แข่งขันกันในเรื่องความเร็วตรงต่อเวลา ด้านส่งเสริมการขายแข่งขันกันในเรื่องการประกันคุณภาพการให้คำแนะนำ โดยผู้ประกอบการแต่ละรายพยายามสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าเพื่อรักษาลูกค้าเดิมและขยายฐานลูกค้าใหม่ (ชะลอ เกิดปิ่น, 2554: สัมภาษณ์)

ห้างหุ้นส่วนจำกัด ใจสุวรรณ ตั้งอยู่เลขที่ 298 ถนนสะแกงาม แขวงสามคำ เขตบางขุนเทียน จังหวัดกรุงเทพมหานคร ได้จดทะเบียนเมื่อปี พ.ศ. 2543 ด้วยทุนจดทะเบียน 2 ล้านบาท มีพนักงานประจำ 30 คน ประกอบธุรกิจให้เช่าพื้นที่ผ้าใบในกรุงเทพมหานคร พื้นที่ผ้าใบที่ให้บริการมีหลายประเภท อาทิเช่น ทรงจั่ว ทรงโค้ง ทรงปิรามิด ทรงเซ็นจูรี ทรงปั้นหยา ทรงโกดัง เป็นต้น ในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา (ปี พ.ศ. 2551 – 2553) เมื่อแยกรายได้เฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครของห้างหุ้นส่วนจำกัด ใจสุวรรณ จากการสัมภาษณ์ (สุมาลี และเลิศผล, 2554: สัมภาษณ์) ผู้จัดการฝ่ายบัญชี เมื่อวันที่ 20 เมษายน 2554 พบว่ามีรายได้จากการให้เช่าเป็นจำนวนเงิน 3,040,000 บาท ในปี พ.ศ. 2552 มีรายได้จากการให้เช่าเป็นจำนวนเงิน 4,600,000 บาท คิดเป็นอัตราการเจริญเติบโตร้อยละ 51.3 ในปี พ.ศ. 2553 มีรายได้จากการให้เช่าเป็นจำนวนเงิน 4,900,000 บาท คิดเป็นอัตราการเจริญเติบโตร้อยละ 6.5

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่าอัตราการเจริญเติบโตของห้างหุ้นส่วนจำกัด ใจสุวรรณ ลดน้อยลงอย่างมากในปี 2553 เนื่องจากคู่แข่งมีจำนวนมากขึ้นและมีรูปแบบการแข่งขันที่หลากหลาย ประกอบกับห้างหุ้นส่วนจำกัด ใจสุวรรณ ได้รับการร้องเรียนจากลูกค้าผ่านทางโทรศัพท์และจากช่องทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ในเรื่องไม่ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการและการจัดส่งสินค้า และเรื่องพนักงานไม่มีมนุษยสัมพันธ์ ในช่วงตั้งแต่เดือนมกราคม –

เมษายน 2554 จำนวน 7 ราย (ฝ่ายขาย ห้างหุ้นส่วนจำกัด ใจสุวรรณ, 2554) ด้วยเหตุนี้ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการเช่าเต็นท์ผ้าใบของห้างหุ้นส่วนจำกัด ใจสุวรรณ และนำผลการศึกษาเสนอต่อห้างฯ เพื่อให้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการเช่าเต็นท์ผ้าใบของห้างหุ้นส่วนจำกัด ใจสุวรรณ

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจและปัญหาของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการเช่าเต็นท์ผ้าใบของห้างหุ้นส่วนจำกัด ใจสุวรรณ
2. สามารถนำข้อมูลที่ได้มาเป็นแนวทางในการปรับปรุงการให้บริการ และเป็นแนวทางในการวางแผนการตลาดให้เหมาะสมและเพื่อเพิ่มลูกค้าใหม่ รักษาลูกค้าเก่าด้วย

นิยามศัพท์

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการเช่าเต็นท์ผ้าใบของห้างหุ้นส่วนจำกัด ใจสุวรรณ ต่อส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product or Service) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) และด้านกระบวนการให้บริการ (Process)

ลูกค้า หมายถึง ผู้ที่เคยใช้บริการเช่าเต็นท์ผ้าใบที่ห้างหุ้นส่วนจำกัด ใจสุวรรณ ในช่วงปี 2551 - 2555

เต็นท์ผ้าใบ หมายถึง ที่พักอาศัย ทำด้วยผ้าชนิดต่าง ๆ ตามลักษณะการใช้งานและความเหมาะสม สามารถเคลื่อนย้ายและจัดเก็บได้ โดยมีลักษณะรูปทรงที่แตกต่างกันดังนี้ ทรงจั่ว ทรงโค้ง ทรงปิรามิด ทรงปั้นหย่า โถงตั้งและมีหลายขนาดหลายสี

ห้างหุ้นส่วนจำกัด ใจสุวรรณ หมายถึง สถานที่ให้บริการเช่าเต็นท์ผ้าใบตั้งอยู่ที่ 298 ถนนสะแกงาม แขวงแสมดำ เขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร