

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคโลกาภิวัตน์มีการเปิดเสรีทางการค้าและสามารถรับรู้ข่าวสารได้อย่างรวดเร็วธุรกิจที่สามารถอยู่รอดและสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันจำเป็นต้องนำเสนอสินค้าและการให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพเหนือคู่แข่งตั้งแต่คุณภาพสินค้า ช่องทางการจัดจำหน่าย การบริการหลังการขาย เป็นต้น ดังนั้นธุรกิจในปัจจุบันจึงมุ่งเน้นที่จะสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าเพื่อให้เกิดความภักดีต่อตราสินค้าและมีความภาคภูมิใจในการใช้งาน มีผลทำให้เกิดการกลับมาซื้อใหม่ ซึ่งปัจจุบันตลาดโดยรวมลูกค้าเป็นผู้กำหนดความต้องการทั้งสิ้น ธุรกิจเกี่ยวกับชิ้นส่วนเครื่องปรับอากาศและเครื่องทำความเย็นเป็นอีกธุรกิจหนึ่งที่มีการแข่งขันกันสูง เนื่องจากในปัจจุบันมีความต้องการผลิตภัณฑ์เครื่องปรับอากาศและเครื่องทำความเย็นกันมากขึ้นและเริ่มมีความสำคัญกับชีวิตมนุษย์เพราะเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกสบายได้เป็นอย่างดี จากสภาพภูมิอากาศของประเทศไทยซึ่งอยู่ในเขตร้อนและที่สำคัญอีกสาเหตุหนึ่งคือในปัจจุบันทุกประเทศทั่วโลกกำลังประสบปัญหาสิ่งแวดล้อมไม่ว่าจะเป็นปรากฏการณ์เอลนีโญหรือปรากฏการณ์เอลนีโญ ภาวะเรือนกระจกหรือชั้นบรรยากาศโลกเบาบางลง ซึ่งส่งผลให้ภูมิอากาศแปรปรวน ในส่วนของประเทศไทยก็ได้รับอิทธิพลดังกล่าวเป็นผลให้ภูมิอากาศร้อนจัดขึ้น เครื่องปรับอากาศและเครื่องทำความเย็นจึงถือว่าเป็นอุปกรณ์ที่มีความจำเป็น ด้วยเหตุผลนี้ธุรกิจเครื่องปรับอากาศและเครื่องทำความเย็นจึงมีการแข่งขันเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งทางการตลาดของผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการต่างๆเพิ่มมากขึ้นและมีการใช้งบประมาณในการแข่งขันกันมากขึ้น ในแต่ละบริษัทจึงต้องมีการพัฒนารูปแบบของสินค้า โดยนำเสนอชิ้นส่วนเครื่องปรับอากาศและเครื่องทำความเย็นที่มีคุณลักษณะพิเศษให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าซึ่งจะทำให้มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อและเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนให้ถูกต้องและเหมาะสม ก่อให้เกิดประสิทธิภาพเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด

อุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศและเครื่องทำความเย็นในประเทศไทย ประกอบด้วย ผู้ผลิตจำนวนมากแบ่งออกเป็นกลุ่มจากประเทศต่างๆ เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น เกาหลี และ ประเทศไทยมีโรงงานผลิตไม่น้อยกว่า 150 โรงงาน มีกำลังการผลิตมากกว่าหมื่นล้านบาทต่อปี

อุปกรณ์เครื่องปรับอากาศและเครื่องทำความเย็น ส่วนใหญ่สามารถผลิตได้ในประเทศ ซึ่งมีอุปกรณ์หลัก ๆ ดังนี้

คอมเพรสเซอร์ (compressor) เป็นอุปกรณ์ในเครื่องปรับอากาศและเครื่องทำความเย็น ปัจจุบันมีโรงงานผู้ผลิตจำนวน 8 โรงงาน คือ บริษัทอุตสาหกรรมคอมเพรสเซอร์ไทย จำกัด , บริษัท สยามคอมเพรสเซอร์ จำกัด, บริษัท ไคกิน จำกัด, บริษัท กุลธรพรีเมียร์ จำกัด, บริษัท ฮิตาชิ จำกัด, บริษัท คอฟแลนด์ จำกัด, บริษัท แอล จี จำกัดและบริษัท กุลธร เคอร์บี (มหาชน) จำกัด

มอเตอร์ (motor) มีผู้ผลิตในประเทศไทย คือ บริษัท กุลธรอิเล็กทรอนิกส์ จำกัด, บริษัท ฟาสโก้ มอเตอร์ จำกัด, บริษัท รวงทองมอเตอร์ จำกัด, บริษัท ฟรีไซค์มอเตอร์ จำกัด, บริษัท เอส พีมอเตอร์ จำกัด, บริษัท ยูเนี่ยนมอเตอร์ จำกัด ผู้ผลิตตราสินค้าต่างประเทศและมอเตอร์จากประเทศ จีน

เมื่อพิจารณาถึงการตลาดธุรกิจเกี่ยวกับการผลิตเครื่องปรับอากาศและเครื่องทำความเย็น ประเทศไทยมีการเจริญเติบโตในอัตราที่สูงขึ้น ซึ่งตลาดในต่างประเทศให้ความเชื่อถือในการผลิต การส่งออกของประเทศไทยถือว่าเป็นอันดับที่ 3 รองจากประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศญี่ปุ่นปี พ.ศ. 2547 ตลาดรวมของเครื่องปรับอากาศมีมูลค่า 12,760 ล้านบาทสูงขึ้นจากปีพ.ศ.2546 ร้อยละ 9.1 เนื่องจากภาวะอากาศที่ร้อนตลอดทั้งปีและมีการสร้างอาคารสำนักงานและที่พักอาศัยที่เพิ่มขึ้น รวมทั้งการย้ายฐานการผลิตมายังประเทศไทยของผู้ผลิตจากต่างประเทศ ขณะที่การส่งออกเพิ่มขึ้น ร้อยละ 34.2 โดยมีตลาดการส่งออกที่สำคัญหลักคือ ประเทศอิตาลี ออสเตรเลียและสเปน ส่วนในการนำเข้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 47.11 ซึ่งส่วนใหญ่นำเข้าจากประเทศญี่ปุ่น มาเลเซียและจีน ปี พ.ศ. 2548มี มูลค่าตลาดในประเทศสูงขึ้นเล็กน้อยแม้ว่าเศรษฐกิจจะชะลอตัวลง ผู้ผลิตทุกรายเน้นการแข่งขันด้านเทคโนโลยีเพื่อสุขภาพกันมากขึ้นทำให้มูลค่าการส่งออกเดือนมกราคมเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.8 จากเดือนเดียวกันในปีพ.ศ. 2547 โดยส่งออกไปยังประเทศอิตาลีสูงสุด ส่วนการนำเข้าขยายตัวร้อยละ 61.8 ซึ่งมีการนำเข้าสูงสุดจากประเทศมาเลเซีย จะเห็นได้ว่าด้านตลาดของเครื่องปรับอากาศและเครื่องทำความเย็นมีการเติบโตสูงขึ้นซึ่งทำให้จากธุรกิจชิ้นส่วนอุปกรณ์เกี่ยวกับเครื่องทำความเย็นมี อัตราสูงขึ้นตามไปด้วยและเหตุนี้เองทางบริษัท กุลธร จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทหนึ่งในผู้จัดทำหน้าที่ อยู่ในธุรกิจชิ้นส่วนและอะไหล่เครื่องปรับอากาศและเครื่องทำความเย็นและมีบริษัทคู่แข่งต่าง ๆ ในตลาดที่สำคัญ คือ บริษัท อ่างทองสากล จำกัด , บริษัท แสงชัยอีควิปเมนท์ จำกัด , บริษัท รีฟีกโก้ จำกัดและยังมีอีกหลายบริษัทที่มีได้กล่าวในที่นี้มีการแข่งขันในตลาดซึ่งสินค้าที่จำหน่ายส่วนใหญ่มี คุณภาพใกล้เคียงกันทุกบริษัท จึงต้องมีการแข่งขันกันในการให้บริการที่สะดวก รวดเร็วและ

ประทับใจและจากความพึงพอใจของลูกค้าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการเลือกซื้อสินค้า บริษัท กุลธร จำกัด จึงจำเป็นต้องพิจารณาและปรับปรุงในด้านของสินค้าและการบริการของบริษัทอย่างต่อเนื่องก่อนที่จะสูญเสียลูกค้าไป นั่นคือการเสียส่วนแบ่งการตลาดให้กับคู่แข่งบริษัทจึงจำเป็นต้องปรับปรุงรูปแบบการบริการให้มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น และเพื่อใช้เป็นจุดแข็งในการแข่งขันกับบริษัทคู่แข่งอื่นๆ และเป็นการรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดให้คงอยู่หรือเพิ่มมากขึ้นจนสามารถเป็นผู้นำในตลาดได้ตลอดเวลา

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงได้สนใจและทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้ากับการให้บริการของบริษัท กุลธร จำกัด ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงคุณภาพของสินค้าและงานบริการของบริษัทให้เกิดประสิทธิภาพและจะส่งผลโดยเป็นแรงสนับสนุนภายในให้องค์กรได้เติบโตและขยายผลเป็นบริษัทที่มีคุณภาพต่อไป

### **วัตถุประสงค์ของการวิจัย**

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อสินค้าและการให้บริการของบริษัท ของกลุ่มลูกค้า 3 ประเภท คือ ตัวแทนจำหน่าย โรงงานผู้ผลิต และลูกค้าทั่วไป
2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อสินค้าและการให้บริการของบริษัทของกลุ่มลูกค้า 3 ประเภท คือ ตัวแทนจำหน่าย โรงงานผู้ผลิต และลูกค้าทั่วไป

### **สมมุติฐานของการวิจัย**

ความพึงพอใจที่มีต่อสินค้าและการให้บริการของลูกค้าทั้ง 3 ประเภท คือ ตัวแทนจำหน่าย โรงงานผู้ผลิต และลูกค้าทั่วไป มีความแตกต่างกัน

### **ขอบเขตของการวิจัย**

#### **1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง**

ประชากรเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีการติดต่อซื้อขายกับบริษัท กุลธร จำกัด 3 กลุ่ม คือ กลุ่มตัวแทนจำหน่าย โรงงานผู้ผลิต และกลุ่มลูกค้าทั่วไป จำนวน 336 ราย

กลุ่มตัวอย่างเลือกมาจากประชากรที่เป็นลูกค้าที่มีการติดต่อซื้อขายกับบริษัท  
กฤษกร จำกัด โดยวิธีสุ่มแบบเจาะจง (purposive sampling) จำนวน 260 ตัวอย่าง

## 2. ตัวแปรที่ศึกษา คือ

2.1 ตัวแปรอิสระ คือ กลุ่มลูกค้าของบริษัท กฤษกร จำกัด แบ่งเป็น

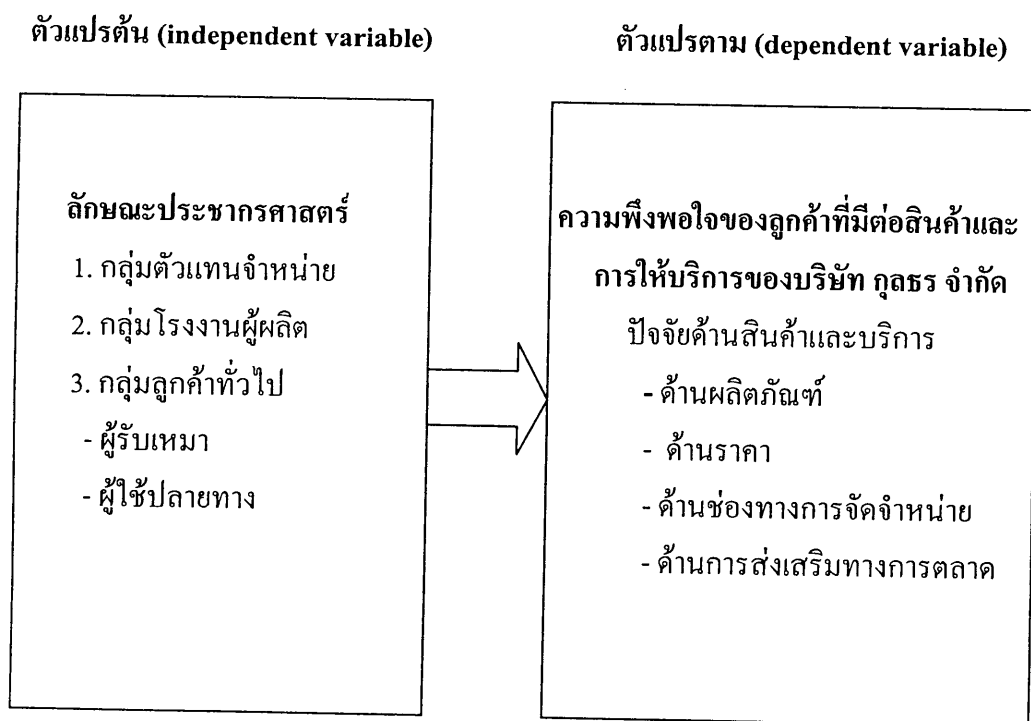
2.1.1 กลุ่มตัวแทนจำหน่าย

2.1.2 กลุ่มโรงงานผู้ผลิต

2.1.3 กลุ่มลูกค้าทั่วไป

2.2 ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการของบริษัท  
กฤษกร จำกัด

## กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

## นิยามศัพท์เฉพาะ

ความพึงพอใจ หมายถึง ระดับความรู้สึกที่มีต่อสินค้าหรือบริการ โดยเปรียบเทียบ กับความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งมาจากความรู้และประสบการณ์ในอดีต

การบริการ หมายถึง การอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าที่มีการติดต่อซื้อขายกับบริษัท ในที่นี้หมายถึง การให้บริการของฝ่ายขายและฝ่ายบริการลูกค้า

สินค้า หมายถึง สินค้าที่จัดจำหน่ายโดยบริษัท กุลธร จำกัด คือ อะไหล่และชิ้นส่วนอุปกรณ์เครื่องปรับอากาศและเครื่องทำความเย็น เช่น คอมเพรสเซอร์ มอเตอร์ เป็นต้น

ลูกค้า หมายถึง พนักงานและผู้ที่เกี่ยวข้องซื้อสินค้าของบริษัทฯ แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

1. ร้านค้าตัวแทนจำหน่าย หมายถึง ลูกค้าที่ได้รับการแต่งตั้งจากบริษัทฯ ในการจำหน่ายสินค้าให้แก่ผู้ซื้อรายย่อย โดยได้รับส่วนลดและเงื่อนไขในการชำระเงินเป็นกรณีพิเศษ

2. โรงงานผู้ผลิต หมายถึง ลูกค้าที่ใช้ชิ้นส่วนและอะไหล่เครื่องทำความเย็นและเครื่องปรับอากาศ

3. ลูกค้าทั่วไป หมายถึง ลูกค้าที่นำสินค้าไปใช้เองในฐานะเจ้าของงาน ถือเป็นผู้บริโภคขั้นสุดท้าย แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

3.1 ผู้รับเหมา หมายถึง ลูกค้าที่ทำการประกอบและติดตั้งเครื่องปรับอากาศและเครื่องทำความเย็น

3.2 ผู้ใช้ปลายทาง หมายถึง ลูกค้าที่นำชิ้นส่วนและอะไหล่ต่าง ๆ ของเครื่องทำความเย็นและเครื่องปรับอากาศไปใช้งาน เช่น ช่างรับซ่อมงานทั่วไป ช่างซ่อมแอร์-ตู้เย็น เป็นต้น

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและการให้บริการของบริษัท กุลธร จำกัด

2. ข้อมูลที่ได้รับจะใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขการให้บริการที่บกพร่องและเพิ่มคุณภาพให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นอันจะนำไปสู่คุณภาพที่เป็นเลิศและตรงตามความต้องการของลูกค้าที่เป็นลูกค้าเดิมและลูกค้าใหม่

3. ผลของงานวิจัยนี้อาจสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในงานสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องตลอดถึงผู้ที่สนใจจะศึกษาค้นคว้าวิจัยต่อไป