

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งที่ทำให้บริษัทประสบความสำเร็จทางธุรกิจ คือ คุณภาพของสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี และยังสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้ หากบริษัทผลิตสินค้าหรือให้บริการ และมีความมุ่งมั่นที่จะทำให้คุณภาพหรือบริการดังกล่าวอยู่เหนือความคาดหวังของลูกค้าได้ บริษัทย่อมประสบความสำเร็จในการเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด และมีผลกำไรสูงสุด แต่คุณภาพหรือบริการ รวมถึงความพึงพอใจของลูกค้า ไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นโดยบังเอิญ จะเกิดขึ้นได้ต้องอาศัยความพยายามมุ่งมั่นเอาใจใส่ของผู้บริหาร และการมีส่วนร่วมของบุคลากรทุกระดับภายในองค์กร ที่นำเอาความรู้ ทักษะ และประสบการณ์มาประยุกต์ใช้ เพื่อสร้างคุณภาพให้เกิดขึ้นในทุก ๆ ขั้นตอนในการผลิตหรือการให้บริการ

ธุรกิจในยุคปัจจุบันมุ่งเน้นที่จะสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า เพื่อให้เกิดความภักดีต่อตราสินค้าและมีความภาคภูมิใจในการทำงาน มีผลทำให้เกิดการกลับมาซื้อใหม่ ซึ่งปัจจุบันตลาดโดยรวมลูกค้าเป็นผู้กำหนดความต้องการทั้งสิ้น ธุรกิจเกี่ยวกับชิ้นส่วน อุปกรณ์ไฟฟ้า เป็นอีกธุรกิจหนึ่งที่มีการแข่งขันกันสูง เนื่องจากในปัจจุบันมีความต้องการผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วน และอุปกรณ์ไฟฟ้ามมากขึ้น และเริ่มมีความสำคัญกับชีวิตมนุษย์ เพราะเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกสบายได้เป็นอย่างดี จากสภาพภูมิอากาศของประเทศไทยอยู่ในเขตร้อน และที่สำคัญอีกสาเหตุหนึ่งคือในปัจจุบันทุกประเทศทั่วโลกกำลังประสบปัญหาสิ่งแวดล้อมไม่ว่าจะเป็นปรากฏการณ์เอลนีโญหรือปรากฏการณ์เอลนีโญ ภาวะเรือนกระจกหรือชั้นบรรยากาศโลกเบาบางลง ส่งผลให้ภูมิอากาศแปรปรวน ในส่วนของประเทศไทยก็ได้รับอิทธิพลดังกล่าว เป็นผลให้ภูมิอากาศร้อนจัดขึ้น ด้วยเหตุผลนี้ธุรกิจชิ้นส่วนอุปกรณ์ไฟฟ้าถือว่ามีความจำเป็น จึงมีการแข่งขันเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งทางการตลาดของผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น และมีการใช้งบประมาณในการแข่งขันกันมากขึ้น ในแต่ละบริษัทจึงต้องมีการพัฒนารูปแบบของสินค้าและบริการ ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า อันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อและเลือกใช้ผลิตภัณฑ์และบริการ ก่อให้เกิดประสิทธิภาพเพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้มากที่สุด

ปัจจุบันนี้มีหลายบริษัทและรัฐวิสาหกิจเริ่มทำการวัดความพึงพอใจของลูกค้าอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง เพื่อนำค่าความพึงพอใจมาเป็นหนึ่งในเครื่องชี้วัดประสิทธิผลในการทำงานของบริษัทในลักษณะที่เป็น KPI สำคัญตัวหนึ่งและบางองค์กรนำเอาค่าความพึงพอใจของลูกค้ามาใช้ประกอบการพิจารณาโบนัส สำหรับพนักงานในแผนกต่าง ๆ ขององค์กร โดยพยายามปลูกฝังแนวคิดในการมีส่วนร่วมในการสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าแก่พนักงานทุกฝ่าย การรักษามาตรฐานของสินค้าและบริการเพื่อให้ลูกค้าคงความพอใจยังไม่พอ เพราะสิ่งที่ลูกค้าพอใจวันนี้จะกลายเป็นมาตรฐานขั้นต่ำสำหรับลูกค้าในการคาดหวังสิ่งที่จะได้รับจากบริษัท ขณะที่คู่แข่งอาจใช้มาตรฐานปัจจุบันเป็นฐานขั้นต่ำในการพัฒนาสินค้าและบริการ เพื่อเสนอสิ่งที่จะทำให้ลูกค้าพอใจมากกว่า ณ จุดที่ความภักดีในตราหือของลูกค้ามีจำกัด ความพึงพอใจของลูกค้าจะเป็นเครื่องตัดสินอนาคตขององค์กร ด้วยเหตุนี้ทางบริษัท ซีดีดี เอ็นจิเนียริง แอนด์ ซัพพลาย จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทหนึ่งในผู้จัดจำหน่ายและให้บริการที่อยู่ในธุรกิจชิ้นส่วนอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า และมีคู่แข่งในตลาดที่สำคัญ ๆ มากมาย มีการแข่งขันการให้บริการที่สะดวก รวดเร็ว และประทับใจ การให้บริการที่เหนือความคาดหวัง บริษัท ซีดีดี เอ็นจิเนียริง แอนด์ ซัพพลาย จำกัด จึงจำเป็นต้องพิจารณาและปรับปรุงในด้านของสินค้า และคุณภาพของการให้บริการของพนักงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อใช้เป็นจุดแข็งในการแข่งขันกับบริษัทคู่แข่งอื่น ๆ และเป็นการรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดให้คงอยู่หรือเพิ่มมากขึ้นจนสามารถเป็นผู้นำในตลาดได้ตลอดเวลา

จากเหตุผลดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยซึ่งปฏิบัติงานอยู่ในบริษัทซีดีดี เอ็นจิเนียริง แอนด์ ซัพพลาย จำกัด มีความสนใจ ที่จะศึกษาค้นคว้าถึงความความภักดีของลูกค้าต่อตราสินค้าเอบีบี บริษัท ซีดีดี เอ็นจิเนียริง แอนด์ ซัพพลาย จำกัด ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงคุณภาพของสินค้าและงานบริการของพนักงาน ให้เกิดประสิทธิภาพ อันจะส่งผลโดยตรงต่อองค์กร ได้เติบโตและเป็นองค์กรที่มีคุณภาพต่อไป

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความภักดีของลูกค้าต่อตราสินค้า เอบีบี บริษัท ซีดีดี เอ็นจิเนียริง แอนด์ ซัพพลาย จำกัด
2. เพื่อเปรียบเทียบความภักดีต่อตราสินค้า เอบีบี ของลูกค้า จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

## สมมติฐานของการวิจัย

ความภักดีต่อตราสินค้าเอบีบี ของลูกค้า จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ แตกต่างกัน

## ขอบเขตของการวิจัย

### 1. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ลูกค้าผู้ใช้สินค้าตรา เอบีบี บริษัท ซีดีดี เอ็นจิเนียริ่ง แอนด์ ซัพพลาย จำกัด ในปี 2554 จำนวน 436 คน (ข้อมูล ณ เดือน มีนาคม 2554) เลือกเป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie and Morgan (1970, p.608) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 203 คน

### 2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

2.1 ตัวแปรอิสระ (independent variable) คือ สถานภาพลูกค้าผู้ใช้สินค้าตรา เอบีบี ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

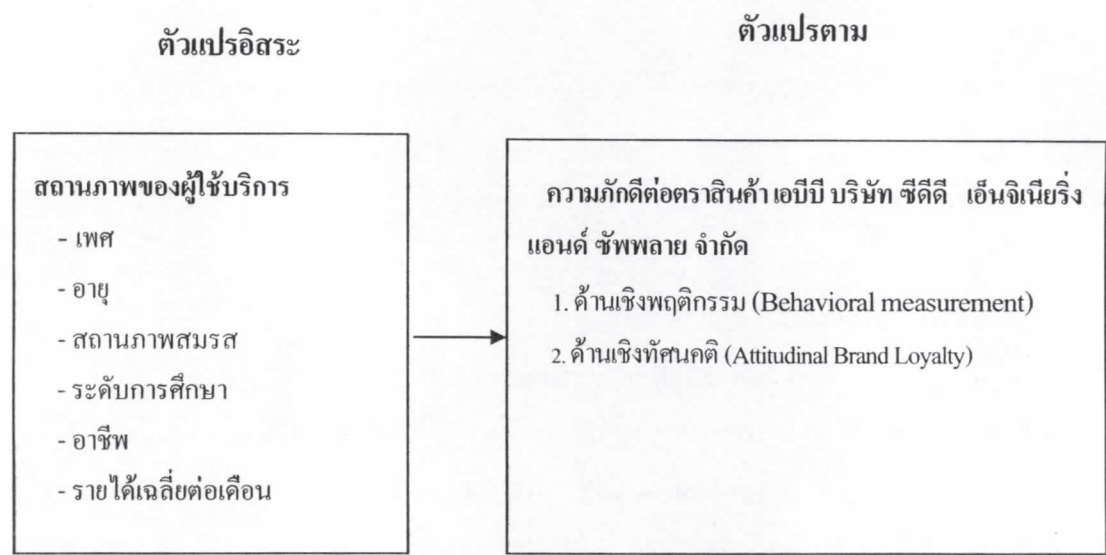
2.2 ตัวแปรตาม (dependent variable) ได้แก่ ความภักดีของลูกค้าต่อตราสินค้า เอบีบี บริษัท ซีดีดี เอ็นจิเนียริ่ง แอนด์ ซัพพลาย จำกัด ประกอบด้วย 2 ด้าน คือ ด้านเชิงพฤติกรรม (Behavioral measurement) และด้านเชิงทัศนคติ (Attitudinal brand loyalty)

### 3. ระยะเวลาดำเนินการวิจัย

ระหว่างเดือน มีนาคม 2554 ถึง เดือน พฤษภาคม 2554

### กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ประยุกต์แนวคิดเกี่ยวกับความภักดีต่อตราสินค้าของ Aaker (อ้างถึงใน วุฒิพร ลูกบัว, 2549) มากำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

### นิยามศัพท์เฉพาะ

**ความภักดีต่อตราสินค้า** หมายถึง พฤติกรรมที่ปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอในการซื้อสินค้าตราสินค้าหนึ่งซ้ำ ๆ กัน และมีทัศนคติที่ดีต่อตราสินค้า

**การวัดเชิงพฤติกรรม (Behavioral measurement)** หมายถึง การวัดความภักดีต่อตราสินค้าที่เป็นมาจากนิสัย และรูปแบบการซื้อจริง โดยวัดจากอัตราการซื้อซ้ำ เปอร์เซ็นต์การซื้อ หรือจำนวนของตราสินค้าที่ซื้อ

**การวัดเชิงทัศนคติ (Attitudinal brand loyalty)** หมายถึง การวัดความภักดีต่อตราสินค้าทางด้านอารมณ์ และความรู้สึก โดยจะแสดงออกถึงความพึงพอใจที่มีอารมณ์ และความรู้สึกเข้ามาเกี่ยวข้อง มีองค์ประกอบอยู่ 4 ประการ ได้แก่

1. ต้นทุนในการเปลี่ยนตราสินค้า (Switching cost) เพื่อให้ทราบถึงพื้นฐานของความภักดีต่อตราสินค้า

2. การวัดความพึงพอใจ (Measuring satisfaction) เพื่อให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจในตราสินค้า อันส่งผลถึงความภักดีต่อตราสินค้านั้น ๆ

3. ความชอบในตราสินค้า (Linking of the Brand) เป็นการวัดระดับความภักดีต่อตราสินค้าที่ลูกค้าชื่นชอบตราสินค้านั้น ๆ และถือว่าตราสินค้านั้นเป็นเสมือนเพื่อน มีทัศนคติในเชิงบวก

4. ความภักดีต่อตราสินค้าคือความผูกพัน (Commitment) เป็นสิ่งที่แสดงออกด้านความรู้สึกลงใจและด้านจิตใจที่มีต่อตราสินค้า

**ตราสินค้า เอบีบี (ABB)** หมายถึง เครื่องหมายทางการค้า ภายใต้ตราสินค้า เอบีบี (ABB) ที่จัดจำหน่ายโดยบริษัท ซีดีดี เอ็นจิเนียริง แอนด์ ซัพพลาย จำกัด ได้แก่ ชิ้นส่วนและอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า

การบริการ หมายถึง การอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้บริการที่มีการติดต่อซื้อขายกับบริษัท ในที่นี้หมายถึง การให้บริการของฝ่ายขายและฝ่ายบริการลูกค้าของบริษัท ซีดีดี เอ็นจิเนียริง แอนด์ ซัพพลาย จำกัด

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงความภักดีของลูกค้าต่อตราสินค้า เอบีบี บริษัท ซีดีดี เอ็นจิเนียริง แอนด์ ซัพพลาย จำกัด

2. เพื่อให้ผู้บริหารของบริษัท ฯ นำผลการวิจัยที่ได้รับมาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ตรา เอบีบี และเพิ่มคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อให้ลูกค้าเกิดความภักดีต่อตราสินค้าของบริษัท ฯ

3. เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยเรื่องที่เกี่ยวข้อง สำหรับผู้ที่สนใจต่อไป