

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ธุรกิจค้าปลีกของไทยมีการเติบโตอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องในช่วงที่ผ่านมา อันเนื่องมาจากธุรกิจค้าปลีกเป็นธุรกิจที่มีอัตราการขยายตัวควบคู่กับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ การกระจายตัวของชุมชนและที่พักอาศัย และธุรกิจค้าปลีกยังปรับตัวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ได้พัฒนาจากธุรกิจขนาดเล็ก ร้านโชห่วย กลายเป็นแหล่งจับจ่ายสินค้าขนาดใหญ่ที่มีความสะดวกสบายและทันสมัยมากยิ่งขึ้น ประกอบกับการพัฒนาด้านสาธารณูปโภคและการติดต่อ สื่อสารที่สะดวกรวดเร็ว ทำให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าได้อย่างรวดเร็ว รวมทั้งมีช่องทางซื้อสินค้าที่มากขึ้นกว่าเดิม ซึ่งทำให้พฤติกรรมด้านการบริโภคเปลี่ยนแปลงไป ผู้บริโภคเกิดความเคยชินในความสะดวกสบายในด้านการบริการ และความสำเร็จในการส่งเสริมสุขลักษณะส่วนบุคคล ซึ่งเป็นส่วนสนับสนุนให้ธุรกิจค้าปลีกขยายตัวเพิ่มขึ้น

บริษัทสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่าจำกัด ได้เปิดดำเนินการด้านห้างสรรพสินค้าครบวงจรในปี 2534 โดยประกอบด้วยแผนกซูเปอร์มาร์เก็ตและดีพาร์ตเมนต์สโตร์ โดยมีทั้งกิจการขายปลีกขายส่งและเช่าพื้นที่การขาย ซึ่งในปัจจุบันทางบริษัทสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่าได้เปิดดำเนินการทั้งสิ้น 4 สาขา ดังนี้ สาขาอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน สาขานิคมอุตสาหกรรม จังหวัดลำพูน สาขาหน้ามหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่ และสาขาห้างมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่

จังหวัดลำพูนมีจำนวนประชากรรวมทั้งสิ้น 413,299 คน โดยอาศัยอยู่ในอำเภอเมืองจำนวน 141,134 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2554) โดยยังมีได้รวมประชากรที่ย้ายเข้ามาทำงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมจังหวัดลำพูนซึ่งจังหวัดลำพูนมีจำนวน โรงงานอุตสาหกรรมทั้งสิ้น 915 โรงงานมูลค่าในการลงทุนรวม 93,976 ล้านบาท จำนวนแรงงาน 67,232 คน(กระทรวงอุตสาหกรรม, 2554) และมีรายได้ต่อครัวเรือนมากเป็นอันดับ 3 ของภาคเหนือ รองจากจังหวัดอุดรธานีและเชียงใหม่ โดยมีรายได้ต่อครัวเรือน 14,104 บาท/เดือน ซึ่งแสดงถึงศักยภาพของประชาชนที่มีความสามารถในการจับจ่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีโอกาสสูงขึ้นตามรายได้ที่มากขึ้น โดยในเขตนิคมอุตสาหกรรมเป็นอีกเขตหนึ่งที่มีความเจริญทางด้านเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว โดยในไตรมาสที่ 2 (ระหว่างเดือนมกราคม ถึง มีนาคม ปีงบประมาณ 2554) มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้น โดยมี เงินลงทุนเพิ่มขึ้น ร้อยละ 0.79 และอัตราการจ้างงานเพิ่มขึ้น ร้อยละ 0.58 เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของไตรมาสที่ 1

โดยเป็นส่วนที่ทำให้จังหวัดลำพูนมีความเจริญทางด้านเศรษฐกิจมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจค้าปลีกมีการเจริญเติบโตมากยิ่งขึ้น ซึ่งทำให้ห้างค้าปลีกข้ามชาติ (Modern Trade) ได้เล็งเห็นถึงโอกาสในการเข้ามาประกอบธุรกิจในจังหวัดลำพูน โดยในปีพ.ศ.2550 ห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ได้เข้ามาเปิดกิจการในเขตอำเภอบ้านกลาง จังหวัดลำพูน ต่อมาในปีพ.ศ.2551 บริษัทสยามแมคโครจำกัดได้เข้ามาเปิดกิจการในเขตพื้นที่เดียวกันกับห้างบิ๊กซี จากนั้นทางห้างโลตัส ได้เข้ามาเปิดตลาดโลตัสในเขตอำเภอป่าซาง และโลตัสเอ็กเพรส กระจายตามจุดต่างๆในเขตจังหวัดลำพูน ซึ่งทำให้สถานการณ์การค้าปลีกมีการแข่งขันที่มีความรุนแรงมากขึ้น จากการประมาณตัวเลขของคณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ประเมินตัวเลขการค้าปลีกที่ผ่านร้านรูปแบบใหม่ (Modern trade) ในปี 2545 จะมีมูลค่า 288,000 ล้านบาท และเพิ่มเป็น 633,000 ล้านบาทในปี 2550 และจะเพิ่มขึ้นเป็น 1 ล้านล้านบาท ในปี 2553 (จรินทร์ อสารทรงธรรม, 2543:นักบริหาร)

จากสถานการณ์การแข่งขันที่รุนแรงดังกล่าวส่งผลให้ยอดขายและจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการบริษัทสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า จำกัดลดน้อยลงเมื่อเทียบกับก่อนที่ห้างค้าปลีกข้ามชาติจะเข้ามาเปิดบริการในจังหวัดลำพูน แต่ทางห้างสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า ได้มีการปรับปรุงด้านการบริการและจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งได้ขอความร่วมมือกับทางกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ในการพัฒนาองค์กรในการแข่งขันกับห้างค้าปลีกข้ามชาติ โดยเข้าร่วมโครงการกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ตั้งแต่ปี พ.ศ.2551 รวมจำนวนทั้งสิ้น 4 โครงการ ได้แก่ โครงการพัฒนาโลจิสติกส์ ค้าปลีก-ค้าส่ง(2551-2552) โครงการเชื่อมโยงเครือข่ายและพัฒนาค้าปลีก(2552-2553) โครงการลดต้นทุนร้านค้าปลีกเพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการ (2554) และโครงการพัฒนาสู่เกณฑ์คุณภาพธุรกิจค้าส่ง-ค้าปลีก(2554) โดยโครงการพัฒนาสู่เกณฑ์คุณภาพธุรกิจค้าส่ง-ค้าปลีก เป็นการประเมินการทำงานภายในขององค์กร โดยแบ่งการประเมินเป็นหมวดต่างๆ ดังนี้ หมวดภาวะผู้นำและการรวมกลุ่ม หมวดการวางแผนเชิงกลยุทธ์ของร้าน หมวดการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด หมวดสารสนเทศและการวิเคราะห์ หมวดการมุ่งเน้นทรัพยากรบุคคล หมวดการจัดร้านค้าและการจัดวางสินค้า หมวดการอนามัยและความปลอดภัยในสถานประกอบการค้าส่ง และหมวดผลลัพธ์ทางธุรกิจ ซึ่งการประเมินความพึงพอใจของลูกค้า จัดอยู่ในการประเมินในหมวดการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด โดยการค้นคว้าแบบอิสระในครั้งนี้ ศึกษาความพึงพอใจเฉพาะในส่วนของลูกค้าปลีก เนื่องจากยอดขายในส่วนของซูเปอร์มาร์เก็ตร้อยละ 90 ของมาจากการขายปลีก และในสวนดีพาร์ทเมนท์สโตร์นั้นมีเฉพาะในส่วนการขายปลีกเท่านั้น โดยจะนำผลลัพธ์จากการประเมินความพึงพอใจของลูกค้านำมาใช้ในการตรวจประเมินเกณฑ์คุณภาพธุรกิจค้าปลีก-ค้าส่ง ทำการปรับปรุงและพัฒนาองค์กรในด้านการบริการ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าของทางห้างให้เกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท
สรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า จำกัด สาขาอำเภอเมือง ลำพูน

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท
สรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า จำกัด สาขาอำเภอเมือง ลำพูน
2. เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการของบริษัทสรรพสินค้าแจ่มฟ้า
พลาซ่า จำกัด สาขาอำเภอเมือง ลำพูนต่อไป

นิยามศัพท์

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดี ความพอใจ และความประทับใจของลูกค้าที่ใช้
บริการบริษัทสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า จำกัด สาขาอำเภอเมือง ลำพูน ต่อปัจจัยส่วนประสมทาง
การตลาด 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริม
การตลาด ด้านบุคลากร ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ และ ด้านกระบวนการบริการ

ลูกค้า หมายถึง ผู้ที่เข้ามาใช้บริการซื้อสินค้าเฉพาะลูกค้าปลีก ที่บริษัทสรรพสินค้าแจ่มฟ้า
พลาซ่า จำกัด สาขาอำเภอเมือง ลำพูน

บริษัทสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า จำกัด สาขาอำเภอเมือง ลำพูน หมายถึง สถานที่จำหน่าย
สินค้าทั้งแผนกซูเปอร์มาร์เก็ตและแผนกดีพาร์ตเมนต์สโตร์ ของบริษัทสรรพสินค้าแจ่มฟ้าพลาซ่า
จำกัด โดยก่อตั้งเป็นสาขาแรก ตั้งอยู่ที่ 160 ถนนอินทงยศ อำเภอเมือง ลำพูน