

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

น้ำแข็งเป็นสินค้าบริโภคที่ได้รับความนิยมและเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคทั้งในเมืองและชนบท โดยเฉพาะในช่วงฤดูร้อน เนื่องจากการกินน้ำแข็งจะช่วยให้คลายร้อนได้ และนอกจากน้ำแข็งจะใช้บริโภคโดยตรงแล้ว น้ำแข็งยังเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับอุตสาหกรรมบางประเภท เช่น อุตสาหกรรมการเกษตร อุตสาหกรรมการประมง โดยใช้ในการเก็บรักษาผลผลิตให้ยังคงสดอยู่เสมออีกด้วย (ไอซ์อีซี, 2555: ออนไลน์)

อุตสาหกรรมผลิตน้ำแข็งในจังหวัดเชียงราย มีการขยายตัวตามความเจริญในด้านต่างๆ ได้แก่ ขยายตัวตามความเจริญของการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้บริโภค การเพิ่มขึ้นของธุรกิจที่จำเป็นสำหรับการดำเนินการทางด้านอุตสาหกรรม ปัจจุบันในปี พ.ศ. 2554 ได้มีจำนวนโรงงาน น้ำแข็งในจังหวัดเชียงราย ที่เปิดให้บริการทั้งหมด 20 โรงงาน และมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอีก เนื่องกระบวนการผลิตน้ำแข็ง ไม่ได้มีความซับซ้อนมากนัก ประกอบกับมีความต้องการของผู้บริโภคเป็นจำนวนมาก และธุรกิจน้ำแข็งนี้ยังให้ผลตอบแทนสูงอีกด้วย (สกล กวัตระกุล, 2555: สัมภาษณ์)

โรงงานน้ำแข็งสากล ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2523 ตั้งอยู่ เลขที่ 8/3 หมู่ 11 ถนนเชียงราย-เวียงชัย ตำบลรอบเวียง อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย 57000 โดยเริ่มแรกมีการบริหารงานแบบครอบครัว มีรูปแบบการกระจายสินค้าถึงลูกค้าโดยให้ลูกค้ามารับเองที่โรงงาน โดยในการให้บริการจะมุ่งเน้นลูกค้าส่งเป็นหลัก ต่อมาได้มีการพัฒนาธุรกิจอย่างต่อเนื่อง โดยมีการขยาย ธุรกิจ และปรับปรุงรูปแบบการให้บริการที่สามารถตอบสนองความต้องการลูกค้าในปัจจุบันได้มากขึ้น โดยมีการปรับปรุงกระบวนการผลิตและมีการควบคุมคุณภาพน้ำตลอดกระบวนการผลิต ตามกระทรวงสาธารณสุข และทางโรงงานได้รับการรับรองจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) รวมถึงผ่านมาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหาร หรือที่เรียกว่า Good Manufacturing Practice (G.M.P.) ของกระทรวงสาธารณสุขอีกด้วย นอกจากนี้ทางโรงงาน มีการส่งเสริมการตลาดตามช่วงเวลาที่เหมาะสม เช่น การแถมสินค้า การจัดโปรโมชั่นประจำเดือน การสร้างสัมพันธ์กับลูกค้า การแถมปฏิทินในช่วงวันขึ้นปีใหม่ เพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขาย และเพื่อรักษาลูกค้าปัจจุบัน ในขณะที่เดียวกันก็เป็นการเปิดตลาดลูกค้าใหม่ด้วย ปัจจุบันโรงงานน้ำแข็งสากล มีลูกค้า 2 ประเภท

ได้แก่ ลูกค้าส่ง คิดเป็นร้อยละ 90 และมีลูกค้าปลีก คิด เป็นร้อยละ 10 (รายงานข้อมูลลูกค้าของ โรงงานน้ำแข็งสากล ณ วันที่ 31 พฤษภาคม พ.ศ. 2555)

จากการดำเนินธุรกิจดังกล่าวประกอบกับการปรับปรุงกลยุทธ์ของกิจการเรื่อยมา พบว่า มี ลูกค้ารายใหม่เพิ่มขึ้น แต่ก็ทำให้กิจการมีต้นทุนที่สูงขึ้นเช่นกัน เนื่องจากลูกค้าใหม่บางรายต้องการ เปรอติจากทางกิจการยาวนานกว่าที่เคยได้รับจากโรงงานน้ำแข็งเจ้าเดิม หรือมีการขอส่วนลด มากกว่าโรงงานน้ำแข็งเจ้าเดิม เป็นต้น ดังนั้นทางโรงงานน้ำแข็งสากล จึงต้องรักษาลูกค้ารายเก่าไว้ เพราะ การสร้างลูกค้ารายใหม่นั้นมีต้นทุนที่สูงกว่าการรักษาลูกค้าเก่า และจากการดำเนินงานของ โรงงานน้ำแข็งสากลเอง ยังไม่มีการพัฒนาการดำเนินงานของธุรกิจที่จะสามารถตอบสนองความพึง พอใจของลูกค้าได้อย่างครบถ้วน และไม่ได้มีการนำเครื่องมือที่ทันสมัยมาใช้มากนัก เช่น การชำระ เงินโดยบัตรเครดิต แม้จะเป็นการสร้างความสะดวกสบายให้กับลูกค้า แต่โดยลักษณะของธุรกิจ แล้วไม่สะดวกในการให้บริการ เพราะต้องมีการคิดค่าบริการเพิ่มเติม ซึ่งจะเป็นการเพิ่มต้นทุน ให้กับลูกค้า และนอกจากนี้ปริมาณการซื้อในแต่ละครั้งสามารถชำระด้วยเงินสดได้ง่ายกว่า โรงงาน น้ำแข็งสากล มีคู่แข่งในพื้นที่จำนวนมาก ได้แก่ โรงน้ำแข็งฉะลุมพณ โรงน้ำแข็งศิริภรณ์ โรงน้ำแข็ง เวียงพิงค์ 2003 โรงน้ำแข็งบุญศรี เป็นต้น และมีโรงน้ำแข็งรายย่อยที่เกิดขึ้นใหม่จำนวนมาก (สกล กัฏระภูค, 2555: สัมภาษณ์) โดยคู่แข่งเหล่านี้มีจุดเด่นที่แตกต่างกัน บางโรงงานจะมีทำเลที่ตั้ง เหมาะสม สะดวกในการเข้าถึง บางโรงงานมีปริมาณการผลิตมาก มีการพัฒนาการผลิตเป็นน้ำแข็ง หลอด นอกจากนี้ คู่แข่งยังมีกลยุทธ์ในการขายตัดราคาด้วย ซึ่งไม่ได้มีการลดต้นทุนการผลิตแต่ อย่างใด กรณีนี้จะทำให้ธุรกิจมียอดขายมาก แต่มีกำไรที่น้อยลง ปริมาณความต้องการน้ำแข็งของ ผู้บริ โภคมีอย่างต่อเนื่อง แต่เนื่องจากน้ำแข็งเป็นสินค้าที่ไม่มีความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์มากนัก มี การกำหนดราคากลาง ในการจำหน่าย ซึ่งหากสินค้าของผู้บริ โภคหมด ก็สามารถหาทดแทนได้ใน พื้นที่จำหน่ายใกล้เคียง จึงทำให้อุตสาหกรรมนี้มีแรงกดดันจากภายนอกมาก หากมีการเพิ่มรูปแบบ การให้บริการ หรือมีการจัดการส่งเสริมการขายมากขึ้น ย่อมส่งผลกระทบต่อกิจการอย่างรุนแรง

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้ศึกษาจึงต้องการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจต่อ ส่วนประสมการตลาดของโรงงานน้ำแข็งสากลในจังหวัดเชียงราย เฉพาะในส่วนของ ธุรกิจ กับ ธุรกิจ (Business to Business: B2B) เท่านั้น เนื่องจากเป็นกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ของทางกิจการโดย ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้รวมทั้งข้อคิดเห็นและ ข้อเสนอแนะต่างๆ ผู้ศึกษาจะนำมาปรับปรุง พัฒนาและนำมาเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ ทางธุรกิจต่อไปเพื่อสนองต่อความต้องการ และ สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าของ โรงงานน้ำแข็งสากล อย่างสูงสุด

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจต่อส่วนประสมการตลาดของโรงงานน้ำแข็งสากล ในจังหวัดเชียงราย

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจต่อส่วนประสมการตลาดของโรงงานน้ำแข็งสากล ในจังหวัดเชียงราย
2. ข้อมูลที่ได้สามารถนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาการดำเนินธุรกิจ และปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาด ของโรงงานน้ำแข็งสากล ในจังหวัดเชียงราย ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าต่อไป

นิยามศัพท์

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหลังการซื้อหรือรับบริการของบุคคล ซึ่งเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่าง การรับรู้ต่อการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการ หรือ ความมีประสิทธิภาพของสินค้า กับการให้บริการที่คาดหวังไว้ ต่อส่วนประสมการตลาดของโรงงานน้ำแข็งสากล ในจังหวัดเชียงราย

ลูกค้า หมายถึง ลูกค้าธุรกิจ ที่มาซื้อน้ำแข็งของโรงงานน้ำแข็งสากล ในจังหวัดเชียงราย เพื่อการดำเนินธุรกิจต่อ

ส่วนประสมการตลาด หมายถึง เครื่องมือที่ต้องใช้ร่วมกันเพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมายให้เกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วยด้านต่างๆ ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

โรงงานน้ำแข็ง หมายถึง โรงงานผลิตน้ำแข็งสากล ทำการผลิตและจำหน่าย ใช้น้ำแข็งหลอดเล็ก และน้ำแข็งหลอดใหญ่ ตั้งอยู่ เลขที่ 8/3 หมู่ 11 ถนนเชียงราย-เวียงชัย ตำบลรอบเวียง อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย 57000 เริ่มเปิดบริการเมื่อ ปี พ.ศ. 2523 ถึงปัจจุบัน