

## บทที่ 1

### บทนำ

#### หลักการและเหตุผล

ในยุคเศรษฐกิจที่เจริญเติบโตการทำตลาดก็สามารถเป็นไปได้โดยง่ายเนื่องจากผู้บริโภคมีความต้องการและมีกำลังทรัพย์มากพอในการที่จะแสวงหาผลิตภัณฑ์มาเพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้นและสิ่งหนึ่งที่นักการตลาดพยายามที่จะสร้างและมุ่งเน้นนั่นก็คือ การสร้างสรรค์มูลค่า (Value Creation) ให้กับตัวผลิตภัณฑ์ (Product) ของตนเองในระยะยาว โดยใช้การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆเป็นเครื่องมือหลัก แต่สำหรับในยุคเศรษฐกิจที่มีความผันผวนสูงอย่างเช่นในปัจจุบัน กลยุทธ์ทางการตลาดที่ให้ผลทางด้านยอดขายที่รูปธรรมนั้นก็คือ การตลาดแบบคลิ่นไต้ น้ำ หรือ Below the Line Strategy อาทิเช่น การจัดกิจกรรมทางการตลาด การจัดกิจกรรมโรดโชว์ ซึ่งวิธีดังกล่าว สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้โดยตรง และสามารถวัดผลได้ทันที โดยมีความยืดหยุ่นสูงสามารถปรับให้เข้ากับสถานการณ์ได้เป็นอย่างดี ดังนั้นจึงทำให้ในปัจจุบันการจัดกิจกรรมทางการตลาดจึงเป็นที่นิยมเพิ่มมากขึ้น (กลยุทธ์คลิ่นไต้ น้ำ, 2552 :ออนไลน์)

ธุรกิจผู้รับจัดงาน (Organizer Business) ซึ่งเป็นหนึ่งธุรกิจที่สอดรับในแนวคิดของการตลาดแบบคลิ่นไต้ น้ำ ซึ่งถือเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่ใช้จะนำมาเป็นเครื่องมือสำคัญในการบรรลุเป้าหมาย โดยนำเสนอสิ่งที่หลากหลายและแตกต่างเพื่อตอบโจทย์และเข้าถึงความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด และเมื่อพิจารณาข้อมูลทางสถิติของธุรกิจผู้รับจัดงานทั้งในประเทศและต่างประเทศในปัจจุบันแล้ว พบว่า มูลค่าตลาดทั้งระบบของธุรกิจผู้รับจัดงานในประเทศไทยในปี 2550 มีมูลค่าประมาณ 12,000 ล้านบาท (ฐานเศรษฐกิจ, 2550: ออนไลน์) ซึ่งเป็นตัวเลขที่ค่อนข้างสูงและมีความน่าสนใจมากสำหรับผู้ประกอบการที่มองเห็นโอกาสทางการตลาดในการที่จะทำธุรกิจนี้ จังหวัดลำปางก็เป็นหนึ่งในพื้นที่ที่มีการขยายตัวของธุรกิจประเภทนี้ทั้งผู้ประกอบการท้องถิ่นและผู้ประกอบการในจังหวัดใกล้เคียง ต่างเข้ามาดำเนินการให้บริการในจังหวัดลำปาง เพราะมองว่าเป็นจังหวัดศูนย์กลางการคมนาคม มีบริษัทห้างร้าน โรงงาน อยู่เป็นจำนวนมาก (อนุวัฒน์ ภูวเศรษฐ, 2554: สัมภาษณ์)

จิตต์อวีร์ สपोर्टคอมเพล็กซ์ หนึ่งในธุรกิจรับจัดงานในจังหวัดลำปาง เปิดให้บริการตั้งแต่ปี 2551 เป็นต้นมา เริ่มต้นด้วยการให้บริการด้านห้องอาหาร สระว่ายน้ำ ฟิตเนส และสปา ซึ่งจากการเป็นธุรกิจที่มีชื่อเสียงประกอบการมีสถานที่กว้างใหญ่และเป็นที่รู้จักของคนในจังหวัด

ลำปาง จึงทำให้เริ่มมีลูกค้าผู้บริโภครวมทั่วประเทศได้ขอเช่าพื้นที่จัดงานแต่งโดยว่าจ้างให้ทางจิตต์อารี สปอร์ตคอมเพล็กซ์ เป็นผู้ดำเนินการและจัดการทุกอย่างให้ และหลังจากนั้นต่อมาก็มีการว่าจ้างในลักษณะดังกล่าวเพิ่มมากขึ้นทั้งในรูปแบบของงานแต่งงาน งานเลี้ยง งานประชุมสัมมนา ต่างๆ โดยมีลูกค้าทั้งผู้บริโภครวมและลูกค้าธุรกิจ ต่างเข้ามาขอใช้บริการอย่างต่อเนื่อง จนทำให้ผู้บริหารได้มองเห็นโอกาสทางการตลาดและศักยภาพในธุรกิจของตนเอง จึงตัดสินใจเพิ่มผลิตภัณฑ์และบริการในรูปแบบใหม่ นั่นก็คือ ผู้รับจัดงาน (Organizer Business) โดยเฉพาะการรับจัดงานเลี้ยง งานประชุม-สัมมนา งานแต่งงาน รวมถึงการรับจัดกิจกรรมทางการตลาดต่างๆ อาทิเช่น การเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ งานเลี้ยงฉลองโอกาสต่างๆ งานแถลงข่าว เป็นต้น ซึ่งถือได้ว่าธุรกิจผู้รับจัดงานนี้ได้รับความนิยมอย่างมาก จึงส่งผลให้ธุรกิจมีการเจริญเติบโตอย่างเห็นได้ชัด และได้รับความสนใจจากลูกค้าเป็นจำนวนมาก ทำให้ผลประกอบการในภาพรวมในปี 2552 เพิ่มขึ้นจากปี 2551 กว่า 50% และในปี 2553 ผลประกอบการเฉพาะธุรกิจรับจัดงานนี้มีอัตราการให้บริการของลูกค้าเพิ่มสูงขึ้นกว่า 20% โดยลูกค้าส่วนใหญ่เป็นทั้งลูกค้าธุรกิจ และลูกค้าทั่วไปโดยมีสัดส่วน 60:40 ในขณะที่ธุรกิจรับจัดงานในจังหวัดลำปางเองนั้นมีคู่แข่งท้องถิ่นกว่า 10 ราย โดยมี 5 รายหลัก คือ โรงแรมลำปางเวียงทอง โรงแรมเวียงลคร บ้านหลังสวนรีสอร์ท คอยฝรั่ง และบ้านเสานัก ที่มีการแข่งขันกันค่อนข้างรุนแรง ด้วยเครื่องมือทางการตลาดรูปแบบต่างๆ อาทิเช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการที่แปลกใหม่ ราคาค่าบริการ การโฆษณา-ประชาสัมพันธ์ การใช้พนักงานในการนำเสนอขาย และการทำการตลาดทางตรง เป็นต้น ซึ่งทั้งนี้ยังมีคู่แข่งในจังหวัดใกล้เคียงอีกเป็นจำนวนหนึ่ง และจากข้อมูลยอดขายตั้งแต่ต้น ปี 2554 เป็นต้นมา พบว่ายอดขายการให้บริการของลูกค้าธุรกิจ มีอัตราส่วนที่ลดลง เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2553 กว่า 30% (สุมาลี จังเกษม, 2554:สัมภาษณ์)

ซึ่งจากข้อมูลดังกล่าว ทำให้ผู้ศึกษาสนใจที่จะศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจต่อการบริการในด้านการรับจัดงาน ของจิตต์อารี สปอร์ตคอมเพล็กซ์ จังหวัดลำปางซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ทราบข้อมูล เพื่อใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากขึ้น เนื่องจากกลุ่มลูกค้าธุรกิจเป็นกลุ่มที่มีสัดส่วนการสร้างรายได้ให้แก่ธุรกิจได้สูงกว่ากลุ่มลูกค้าผู้บริโภครวม ดังนั้นการสร้าง ความพึงพอใจจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะเป็นส่วนที่ช่วยในการรักษาลูกค้าเดิมและขยายฐานลูกค้าใหม่ที่ได้จากการบอกต่อ อีกทั้งเพื่อให้สามารถแข่งขันกับธุรกิจคู่แข่งที่มีแนวโน้มที่จะเพิ่มสูงขึ้นอีกด้วย

### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจต่อการบริการรับจัดงานของจิตต์อารีสปอร์ตคอมเพล็กซ์ จังหวัดลำปาง

### ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจต่อการบริการรับจัดงานของจิตต์อารีสปอร์ตคอมเพล็กซ์ จังหวัดลำปาง
2. สามารถนำผลการศึกษาในครั้งนี้ไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาการดำเนินงานของจิตต์อารีสปอร์ตคอมเพล็กซ์ ในด้านการบริการรับจัดงานเพื่อให้สอดคล้องต่อความต้องการของลูกค้าเป้าหมายและสร้างความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น

### นิยามศัพท์

**ความพึงพอใจ** หมายถึง ระดับความรู้สึกของลูกค้าที่มีต่อบริการด้านการจัดงานของจิตต์อารีสปอร์ต คอมเพล็กซ์ ซึ่งเป็นระดับความรู้สึกของลูกค้าที่เกิดจากการรับรู้ผลจากการให้บริการ ของจิตต์อารีสปอร์ต คอมเพล็กซ์

**ลูกค้า** หมายถึง หน่วยงานหรือองค์กรที่มาใช้บริการด้านการจัดงานต่างๆของจิตต์อารีสปอร์ต คอมเพล็กซ์ ในปี พ.ศ. 2553-2554

**บริการรับจัดงาน** หมายถึง บริการออกแบบวางแผนสร้างสรรค์และดำเนินการ ผลิตสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมกิจกรรมทางการตลาด รวมถึงการดูแลรวบรวมจัดหาองค์ประกอบต่างๆพร้อมทั้งดูแลในรายละเอียดโดยรวมในงานนั้นๆและทำหน้าที่เรียบเรียงลำดับเหตุการณ์พิธีการในงานนั้นๆ เช่น งานเลี้ยง งานประชุม-สัมมนา งานกิจกรรมทางการตลาด การเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ งานเลี้ยงฉลองโอกาสต่างๆ งานแถลงข่าว และงานประกวดต่างๆ เป็นต้น

**ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ** หมายถึง เครื่องมือและกลยุทธ์ทางการตลาดของบริการรับจัดงานของจิตต์อารีสปอร์ต คอมเพล็กซ์ ในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคลากร และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

**จิตต์อารีสปอร์ต คอมเพล็กซ์** หมายถึง ธุรกิจรับจัดงานที่มุ่งเน้นการให้บริการเป็นสำคัญโดยมีบริการอาทิเช่น บริการจัดงานเลี้ยงทั้งในและนอกสถานที่ งานประชุม-สัมมนา งานกิจกรรมทางการตลาด การเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ งานเลี้ยงฉลองโอกาสต่างๆ งานแถลงข่าว งานประกวดต่างๆ พร้อมทั้งมีบริการห้องอาหาร สระว่ายน้ำ ฟิตเนส และสปา โดยมีสถานที่ตั้งอยู่ที่ 301/283 หมู่ 5 ถ.ลำปาง-งาว ต.พิชัย อ.เมือง จ.ลำปาง 52000