

## บทที่ 1

### บทนำ

#### หลักการและเหตุผล

พัฒนาการของเศรษฐกิจไทย หลังวิกฤติเศรษฐกิจเมื่อปี 2540 เป็นต้นมา เริ่มมีสัญญาณแห่งการฟื้นตัวโดยเฉพาะในช่วง 1-2 ปี ที่ผ่านมามีตัวเลขเศรษฐกิจไทยมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นในเกณฑ์ดี อย่างไรก็ตามความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจยังมีอยู่สูง อันเกิดจากปัจจัยเสี่ยงที่รุนแรง นอกเหนือจากความคาดหมาย ทั้งกรณีของสงครามสหรัฐ-อิรัก และผลกระทบจากโรคทางเดินหายใจเฉียบพลันรุนแรง ยังไม่รวมถึงสถานการณ์การแข่งขันทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศที่มีสูงขึ้นในเวทีการค้าโลก ภายใต้กรอบความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศในระดับต่าง ๆ ซึ่งหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะส่งผลกระทบต่ออนาคตของเศรษฐกิจไทย

จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่รัฐบาลให้ความสำคัญ และมีนโยบายผลักดันให้เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจในเขตอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน จีนตอนใต้ และตะวันตก เพื่อเชื่อมโยงความร่วมมือทางเศรษฐกิจกับประเทศเพื่อนบ้าน โดยเฉพาะการให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการบิน (Aviation Hub) ในภูมิภาค พร้อมกับเร่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเศรษฐกิจด้านต่าง ๆ เพื่อรองรับการขยายตัวในอนาคต

ความเจริญเติบโตด้านอุตสาหกรรมที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะเห็นได้จากจำนวนนิติบุคคลที่จดทะเบียนต่อพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่ มีจำนวนถึง 1,210 ราย (หอการค้าจังหวัดเชียงใหม่, 2546-2547) ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าหลายกิจการเคยประสบปัญหาในการดำเนินธุรกิจมาแล้วทั้งสิ้น ซึ่งบางกิจการก็สามารถแก้ปัญหาเองได้ แต่บางกิจการก็ไม่สามารถทำได้ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เริ่มเห็นความสำคัญของการมีที่ปรึกษาที่ดีเข้ามาช่วยแก้ไขปัญหาของกิจการ การมองหาที่ปรึกษาที่ดีในองค์กรจึงเป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากปัญหาส่วนใหญ่เป็นเรื่องของการทำงานซึ่งเป็นปัญหาภายใน ดังนั้น ที่ปรึกษาในองค์กรจะต้องเป็นผู้ที่น่าเชื่อถือ คือ ต้องเป็นผู้ไว้ใจได้ เพราะการแก้ไขปัญหาผู้ประกอบการต้องเปิดเผยข้อมูลของกิจการให้กับที่ปรึกษา เพื่อให้ที่ปรึกษาศึกษาปัญหาที่เกิดขึ้นก่อน จึงจะสามารถทำการแก้ปัญหาให้กับกิจการได้

เนื่องจากบริษัทธุรกิจหลายแห่งที่ประสบปัญหา ไม่สามารถจ้างที่ปรึกษาทางธุรกิจให้เข้ามาทำงานได้ เนื่องจากการจ้างที่ปรึกษาต้องใช้ค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างสูง ในการที่จะพัฒนา

ผู้ประกอบการในเชียงใหม่ให้เจริญเติบโต และสามารถพัฒนาได้ทันตามหลักวิชาการ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม โดยความร่วมมือกับศูนย์วิจัยกสิกรไทย ได้ร่วมกันจัดทำโครงการเพื่อดำเนินการหาหน่วยงานที่ปรึกษา เพื่อให้คำแนะนำแก่สถานประกอบการที่ได้รับการคัดเลือกเข้าโครงการ อันเป็นสถานประกอบการที่พบว่ากำลังประสบปัญหาในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ โดยที่ปรึกษาจะต้องเข้าไปปฏิบัติงานทำแผนและให้คำปรึกษา ณ สถานประกอบการอย่างต่อเนื่องแห่งละเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 6 เดือน

จากความสำคัญของการมีที่ปรึกษาทางธุรกิจในการ ประกอบกับปัญหาในเรื่องการว่าจ้างที่ปรึกษาที่มีความรู้ความสามารถดังกล่าวข้างต้นแล้ว จึงก่อให้เกิดความต้องการใช้บริการจากที่ปรึกษาในการให้คำปรึกษาแนะนำมากยิ่งขึ้น ทำให้เกิดที่ปรึกษาทั้งที่อยู่ในรูปนิติบุคคล และบุคคลธรรมดาในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่เป็นจำนวนมาก เช่น บริษัท อิงคะ จำกัด บริษัท ทริปเฟล-เอ ควอลิตี้ เซ็นเตอร์ จำกัด ที่ปรึกษาอิสระในสังกัดมหาวิทยาลัยต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งที่ปรึกษาส่วนใหญ่จะให้บริการในด้านต่าง ๆ ได้แก่ บริการให้คำปรึกษา บริการจัดสัมมนาฝึกอบรม บุคลากร บริการจัดทำแผนธุรกิจ บริการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการ เป็นต้น

ด้วยเหตุนี้ผู้ศึกษาจึงสนใจทำการศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้ที่ปรึกษาทางธุรกิจของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ อันได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านบุคลากรที่ให้บริการ ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพ เพื่อให้ที่ปรึกษาทางธุรกิจสามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้าได้ รวมทั้งศึกษาปัญหาที่เกิดจากการใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจ เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นที่เกี่วข้องหรือผู้ที่สนใจในการนำประยุกต์ใช้ หรือปรับปรุงการบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่

### ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจของผู้ประกอบการ ในจังหวัดเชียงใหม่
2. ทำให้ทราบถึงปัญหา และข้อเสนอแนะ ในการใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจของผู้ประกอบการ ในจังหวัดเชียงใหม่

3. เป็นข้อมูลสำหรับที่ปรึกษาทางธุรกิจ จะได้นำมาปรับปรุงแก้ไขการดำเนินงานให้  
ได้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ

#### นิยามศัพท์

**ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ** หมายถึง ปัจจัยด้านการตลาดบริการที่มี  
ผลต่อการเลือกใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจ ในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัย  
ด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากรที่  
ให้บริการ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนออัตลักษณ์ทาง  
กายภาพ

**ที่ปรึกษาทางธุรกิจ** ในที่นี้หมายถึง บุคคล คณะบุคคล หรือนิติบุคคล ที่ประกอบ  
ธุรกิจหรือสามารถให้บริการ เป็นที่ปรึกษาที่เกี่ยวข้องกับหน้าที่ทางธุรกิจ อาทิ การให้คำปรึกษา  
แนะนำทางด้านการตลาด ด้านกระบวนการผลิต ด้านองค์กรและการจัดการ ด้านการจัดการทาง  
การเงิน รวมทั้งให้บริการด้านการศึกษา ตำรวจ ออกแบบและควบคุมงานวิจัย การควบคุมงาน  
ก่อสร้างอาคาร การจัดทำระบบบัญชี การจัดทำระบบคอมพิวเตอร์

**ผู้ประกอบการ** ในที่นี้หมายถึงเฉพาะนิติบุคคลที่เป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด และบริษัท  
จำกัด ซึ่งมีรายชื่อเป็นสมาชิกสภาอุตสาหกรรมจังหวัดเชียงใหม่ และสมาชิกหอการค้าจังหวัด  
เชียงใหม่ โดยมีได้ครอบคลุมถึงร้านค้าเจ้าของคนเดียว หรือคณะบุคคลในรูปแบบอื่น ๆ