

## บทที่ 1

### บทนำ

#### หลักการและเหตุผล

ในยุคที่เศรษฐกิจเฟื่องฟู ไม่ว่าธุรกิจอะไรก็ขายได้ดีโดยไม่ต้องออกแรงมากนัก นักการตลาดจึงมุ่งเน้นที่การสร้างสรรคมูลค่า (Value Creation) ให้กับผลิตภัณฑ์ (Product) ของตนเองในระยะยาว โดยใช้กลยุทธ์การตลาดแบบ Above-the-line หรือการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ จึงถูกนำมาใช้อย่างกว้างขวาง จนทำให้ธุรกิจสื่อและโฆษณาพลอยเติบโตไปด้วย ในทางตรงกันข้ามในยุคที่เศรษฐกิจมีความผันผวนสูง กลยุทธ์ทางการตลาดที่ให้ผลทางด้านยอดขายอย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรมอย่าง Below-the-line Strategy หรือ กลยุทธ์คลื่นใต้น้ำ นี้ก็ถูกนำมาใช้มากขึ้น (กลยุทธ์คลื่นใต้น้ำ, 2550 : ออนไลน์)

การตลาดยุคปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก ส่งผลให้นักการตลาดต้องมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ธุรกิจออร์แกนไนเซอร์ ( Organizer Business ) ถือเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่ใช้จะนำมาเป็นเครื่องมือสำคัญในการบรรลุเป้าหมาย โดยนำเสนอสิ่งที่หลากหลายและแตกต่างเพื่อตอบ โจทย์และเข้าถึงความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุดโดยหากพิจารณาข้อมูลทางสถิติของธุรกิจออร์แกนไนเซอร์ทั้งในประเทศและต่างประเทศในปัจจุบัน พบว่า มูลค่าตลาดทั้งระบบของธุรกิจออร์แกนไนเซอร์ในประเทศไทยในปี 2550 มีมูลค่าประมาณ 12,000 ล้านบาท (เอกชนภาคอีเวนต์จัดงาน+รถยนต์/ท่องเที่ยว/กีฬา แห่งจัดกระหึ่มหลังภาครัฐเคียดเม็ดเงินหาย 30% , 2551 :ออนไลน์)

สมัยก่อนหลายคนมองว่า Below the line คือ การจัดกิจกรรมทางการตลาด (Event Marketing) เพียงอย่างเดียว แต่ในความเป็นจริงขอบเขตของ Below the line นั้นครอบคลุมไปถึงการทำ การขายตรง (Direct Marketing), การตลาดแบบตรง (Direct Mail), วิจัยตลาด (Marketing Research), ประชาสัมพันธ์ (Public Relation), กิจกรรมส่งเสริมการตลาด (Promotion Event), การตลาดระหว่างประเทศ (International Marketing) ฯลฯ เพื่อสร้างกระแสการบอกต่อ (Word of Mouth) ลึกลับปากต่อปาก หรือที่นิยมเรียกว่า "Buzz Marketing"(1) (กลยุทธ์คลื่นใต้น้ำ, 2550 : ออนไลน์)

สถานการณ์ของธุรกิจจัดงานแสดงสินค้าในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2551 ที่ผ่านมามี แนวโน้มการขายตัวของธุรกิจนี้ในอัตราที่ชะลอลงตามภาวะเศรษฐกิจของประเทศที่ชะลอลงลง เช่นเดียวกัน เนื่องจากได้รับผลกระทบจากภาวะความไม่สงบในภาคใต้ ราคาน้ำมัน และการปรับขึ้น

ของสินค้าอุปโภคบริโภค ส่งผลให้ภาคประชาชนลดการใช้จ่ายที่ฟุ่มเฟือยลง และมีการไตร่ตรองก่อนตัดสินใจซื้อสินค้ามากขึ้น โดยในช่วงครึ่งปีหลังนี้ ภาวะตลาดจัดงานแสดงสินค้าจะมีการเปลี่ยนแปลงในเรื่องของรูปแบบกันมากขึ้น ขณะเดียวกันก็มีบริษัทอแกไนเซอร์รายใหม่เข้าสู่ธุรกิจนี้ และมีการเพิ่มความถี่ในการจัดแสดงสินค้ามากขึ้น ส่งผลให้ภาวะตลาดมีการแข่งขันค่อนข้างรุนแรง (หมดยุคทุ่มทุ่นสื่อ อีเวนต์ได้เวลาปรับ โคมออร์แกนซ์, 2551 : ออนไลน์)

บริษัทอแกไนเซอร์ในจังหวัดเชียงใหม่ มีการแข่งขันค่อนข้างสูง จะเห็นได้จากจำนวนบริษัทที่จดทะเบียน ในปีพ.ศ. 2547 มีจำนวนเพียง 14 บริษัท แต่ถึงปีปัจจุบันกลับมีจำนวนมากถึง 155 บริษัท ซึ่งทำให้มีการแข่งขันในธุรกิจค่อนข้างสูง (สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้า จังหวัดเชียงใหม่, 2552)

บริษัท คิดดี ทำดี แรงดี ออแกไนเซอร์ จำกัด เป็นบริษัทประกอบธุรกิจอแกไนเซอร์ เปิดทำการเมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม 2547 ตั้งอยู่เลขที่ 167/4 ถนนกองทราย ตำบลวัดเกต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ดำเนินธุรกิจด้านการให้บริการจัดกิจกรรมทางการตลาด โดยดำเนินงานตั้งแต่การวางแผน การส่งเสริมการตลาด การจัดงานแสดงสินค้าเพื่อให้ผู้ประกอบการและผู้บริโภคมาพบกัน ส่งเสริมให้เกิดการทำธุรกิจร่วมกัน และการติดตามผลการจัดงานแสดงสินค้าและนำมาประเมินเพื่อให้ทราบถึงความสำเร็จของงาน ปัญหาที่เกิดขึ้น รวมทั้งเป็นแนวทางการจัดงานในอนาคต ทำให้ผู้ศึกษามีความสนใจในการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการจัดกิจกรรมทางการตลาดของบริษัท คิดดี ทำดี แรงดี ออแกไนเซอร์ จำกัด เพื่อนำข้อมูลที่ได้มานำไปใช้ปรับปรุงแก้ไข เกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดที่บริษัทควรต้องแก้ไขเพื่อหาวิธีที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีอยู่เดิมให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นและเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการสร้างจุดขายและกลุ่มประโยชน์ (Set of benefit) ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ารายใหม่ได้อีกทางหนึ่งด้วย และเพื่อรักษาฐานลูกค้าเดิม เพิ่มลูกค้าใหม่ และนำข้อมูลที่ได้ไปปรับปรุงแก้ไขการบริการให้ดีขึ้นและนำมาเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดต่อไป

#### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อบริการของบริษัทคิดดี ทำดี แรงดี ออแกไนเซอร์ จำกัด

### ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจ ที่มีต่อการใช้บริการ ของบริษัท คิดดี ทำดี แรงดี ออแกไนเซอร์ จำกัด
2. เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของบริษัท คิดดี ทำดี แรงดี ออแกไนเซอร์ จำกัด เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจให้ดียิ่งขึ้นเพื่อรักษาลูกค้าเก่าและเพิ่มลูกค้าใหม่ให้บริษัท คิดดี ทำดี แรงดี ออแกไนเซอร์ จำกัดตลอดจนเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจ

### นิยามศัพท์

**ความพึงพอใจ** หมายถึง ความรู้สึกของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อบริษัท คิดดี ทำดี แรงดี ออแกไนเซอร์ จำกัด หลังจากการให้บริการจัดกิจกรรมทางการตลาด ในด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7 ด้าน ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์/บริการ ราคา สถานที่จัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคลากร สร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ กระบวนการให้บริการ

**ลูกค้าธุรกิจ** หมายถึง ลูกค้าที่เคยใช้บริการ กิจกรรมทางการตลาดที่ใช้บริการจากบริษัท คิดดี ทำดี แรงดี ออแกไนเซอร์ จำกัด

**บริษัท คิดดี ทำดี แรงดี ออแกไนเซอร์ จำกัด** หมายถึง บริษัท ดำเนินการให้บริการกิจกรรมทางการตลาด ด้านการตลาดเชิงกิจกรรม (Events Marketing) กิจกรรมคัดเลือกจัดหา พิธีกร นักแสดง ผู้นำเสนอสินค้า (Modeling) การออกแบบกราฟฟิก (Graphic Design) การโฆษณา (Advertising) การประชาสัมพันธ์ (Public relation) ความคิดสร้างสรรค์ผลงาน (Creativity) การจัดกิจกรรมการตลาด ต่อเนื่องในพื้นที่ขาย (Road Show) การวางแผนกลยุทธ์ (Strategic Planning) สื่อรวมของเสียง กราฟฟิก และ วิดีโอ (Multimedia) ระบบแสง สี เสียง (Light & Sound) สำนักงานตั้งอยู่เลขที่ 167/4 ถนน กองทราย ตำบลวัดเกต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่