

บทที่ 1

บทนำ

ในการดำเนินธุรกิจ ชนิดและคุณภาพของสินค้าที่ตรงตามความต้องการของตลาด ปริมาณที่มีมากพอที่จะตอบสนองความต้องการ หรือการจัดจำหน่ายสินค้าไปสู่ตลาดและถึงมือลูกค้า ล้วนแล้วแต่เป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ ในสภาวะตลาดปัจจุบัน ซึ่งมีการแข่งขันทางธุรกิจสูง และกระบวนการผลิตหรือธุรกิจถูกผลักดันโดยความต้องการของตลาด ความอยู่รอดของธุรกิจจึงขึ้นอยู่กับความพึงพอใจและความประทับใจที่ลูกค้ามีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการขององค์กร การให้บริการลูกค้าจึงถือว่าเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่มีความสำคัญ ไม่ว่าจะเป็นการให้บริการ ด้านการจัดจำหน่ายสินค้า หรือการให้บริการต่อความต้องการของลูกค้า ซึ่งคุณภาพของการให้บริการจะมีผลกระทบโดยตรงต่อภาพลักษณ์และการเติบโตของการดำเนินธุรกิจ

1.1 ความเป็นมาและสภาวะของธุรกิจปิโตรเลียมในประเทศไทย

ประเทศไทยได้นำน้ำมันเข้ามาใช้ครั้งแรกเมื่อปีพ.ศ.2431 (รัชกาลที่ 5) โดยสั่งซื้อน้ำมันก๊าดมาจากประเทศรัสเซีย เพื่อใช้จุดตะเกียงให้แสงสว่างตามบ้านเรือน และถนนหนทาง แทนน้ำมันพืชและไขสัตว์ ต่อมาบริษัทน้ำมันต่างประเทศได้เริ่มเข้ามาตั้งสำนักงาน ทำธุรกิจน้ำมันในประเทศไทย หลังจากที่มีการสำรวจพบน้ำมันดิบเป็นครั้งแรกในประเทศไทยที่ อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ เมื่อปีพ.ศ.2464 จึงได้มีการสร้างโรงกลั่นน้ำมันขนาดกำลังการกลั่นวันละ 1,000 บาร์เรล แล้วเสร็จในปีพ.ศ.2502 นับจากนั้นได้มีการสำรวจแหล่งน้ำมันในประเทศมาตลอด

ปัจจุบันการแข่งขันของธุรกิจปิโตรเลียมภายในประเทศได้ทวีความรุนแรงขึ้น พร้อมกับที่การผลิตปิโตรเลียมของประเทศล้นเกินความต้องการ ทำให้โรงกลั่นน้ำมันหลายแห่งต้องลดกำลังการกลั่นลง และทำการส่งออกน้ำมันสำเร็จรูปมากขึ้น จากรายงานภาวะการผลิตภาคอุตสาหกรรม ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2544 พบว่า หมวดปิโตรเลียมสามารถผลิตน้ำมันสำเร็จรูปได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.9 จากระยะเดียวกันของปีก่อน โดยเป็นการผลิตเพื่อส่งออกเป็นสำคัญ ทดแทนความต้องการผลิตภัณฑ์น้ำมันภายในประเทศที่ลดลง เมื่อพิจารณาถึงการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงภายในประเทศ พบว่าน้ำมันดีเซลมีปริมาณการใช้มากที่สุด ร้อยละ 42 รองลงมาได้แก่ น้ำมันเตา และน้ำมันเบนซินร้อยละ 21 และ 19 ตามลำดับ นอกนั้นเป็นก๊าซปิโตรเลียมเหลว น้ำมันอากาศยาน และอื่นๆ

1.2 เหตุผลการทำวิจัย

จากการเข้าทำการศึกษาบริษัทตัวอย่างที่เป็นกรณีศึกษา พบว่าในปัจจุบันหน่วยงานขายของบริษัทดังกล่าว ยังไม่มีการดำเนินการศึกษาความต้องการของลูกค้า และพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการอย่างเป็นรูปธรรม ดังนั้นหน่วยงานขายจึงมีการวางแผนที่จะพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการ โดยมีวัตถุประสงค์หลักคือเพิ่มความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าโดยการสนองตอบความต้องการของลูกค้าอย่างเป็นรูปธรรม โดยทำการส่งแบบสอบถามไปยังลูกค้า เพื่อศึกษาความต้องการและปัญหาที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัทตัวอย่าง ทีมงานขายได้ร่วมกันวิเคราะห์ความต้องการและปัญหาที่เกิดขึ้น จากแบบสอบถามทั้งหมด 45 ราย ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ส่งของไม่ตรงตามกำหนดที่นัดหมายกับลูกค้าไว้ เนื่องจากไม่มีการติดต่อประสานงานที่ดีระหว่างส่วนขายกับส่วนขนส่ง
2. การแจ้งข้อมูลข่าวสารค่อนข้างช้า เช่น การแจ้งการเปลี่ยนแปลงราคา
3. ติดตามดูแลเอาใจใส่ลูกค้าได้ไม่ทั่วถึง
4. ลูกค้ามีความต้องการการบริการทางเทคนิคเพิ่มขึ้น

ปัญหาทั้งหมดที่พบข้างต้น เป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจต่อการให้บริการของบริษัทตัวอย่าง การวิจัยนี้จึงมีการนำ เทคนิคการกระจายหน้าที่เชิงคุณภาพ (Quality Function Deployment) หรือที่รู้จักกันดีว่า เทคนิค QFD มาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการของหน่วยงานขาย ซึ่งเป็นวิธีการที่มุ่งเน้นความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ มีการเก็บรวบรวมความต้องการของลูกค้าแล้วนำมาออกแบบหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สามารถสนองความต้องการของลูกค้าได้ ทำให้การปรับปรุงงานเป็นไปอย่างมีระบบ สะดวกรวดเร็ว และประหยัดค่าใช้จ่าย

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ศึกษาความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าและพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการของหน่วยงานขาย เพื่อเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า

1.4 ขอบเขตของการทำวิจัย

1. การพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการจะดำเนินการตาม เทคนิคการกระจายหน้าที่เชิงคุณภาพ (Quality Function Deployment) แบบ Four phase model
2. การวิจัยนี้จะทำการศึกษาเฉพาะลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์น้ำมันเตาเกิน 100,000 ลิตรต่อเดือนเท่านั้น เนื่องจากบริษัทตัวอย่างมีนโยบายที่จะรักษาลูกค้ารายใหญ่ของบริษัทไว้
3. ผลิตภัณฑ์จะหมายถึง ผลิตภัณฑ์น้ำมันเตาเท่านั้น ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีปริมาณการจำหน่ายสูง
4. การรวบรวมข้อมูลความต้องการของลูกค้าจะทำโดยใช้แบบสอบถาม
5. การวิจัยนี้จะทำการเปรียบเทียบข้อกำหนดทางเทคนิคบางส่วนเท่านั้น เนื่องจากข้อมูลบางส่วนเป็นข้อมูลภายในของบริษัทนั้นๆ เช่น จำนวนครั้งของการร้องเรียน อัตราการโทรตามทางสินค้า เป็นต้น
6. การวิจัยนี้จะทำการปรับปรุงเฉพาะหน่วยงานขายเท่านั้น
7. การประเมินผล จะวัดจากการนำแบบสอบถามที่ลูกค้าทำการประเมินก่อนและหลังทำการปรับปรุงมาเปรียบเทียบ

1.5 ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย

1. ศึกษาทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. ศึกษากระบวนการดำเนินงานในหน่วยงานขาย
3. รวบรวมข้อมูลความต้องการของลูกค้าที่มีต่องานบริการในส่วนขาย
4. สร้างเมตริกซ์การวางแผนระบบการบริการงานขายหรือ HOQ
5. สร้างเมตริกซ์การออกแบบระบบการบริการงานขาย
6. สร้างเมตริกซ์การพัฒนากระบวนการบริการงานขาย
7. สร้างเอกสารที่ใช้ในการควบคุมกระบวนการบริการงานขาย
8. สรุปแนวทางแผนการปฏิบัติงาน
9. ทดลองใช้งานตามแผนการปฏิบัติที่หน่วยงานขาย
10. สรุปและประเมินผลการทำวิจัย
11. จัดทำรูปเล่มวิทยานิพนธ์

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัย

1. ช่วยปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการ ในหน่วยงานขาย ของบริษัทตัวอย่าง ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นและสามารถเพิ่มความพึงพอใจให้กับลูกค้า
2. สามารถเป็นแนวทางในการประยุกต์ใช้เทคนิคการกระจายหน้าที่เชิงคุณภาพ (QFD) ในการปรับปรุงงานที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันและในงานลักษณะอื่นได้



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย