

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ที่อยู่อาศัยเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งในการดำรงชีวิตของมนุษย์ จากสภาพเศรษฐกิจและสังคมในปัจจุบัน ประชากรมีการเคลื่อนย้ายที่อยู่อาศัยด้วยเหตุผลต่าง ๆ เช่น เพื่อศึกษาต่อของผู้ที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัด เพื่อความสะดวกสบายและประหยัดเวลาในการเดินทางไปทำงาน เป็นต้น ปัจจัยเหล่านี้เป็นสาเหตุให้ธุรกิจที่อยู่อาศัยให้เข้าเกิดขึ้นอย่างมากมายทั่วประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในจังหวัดที่เป็นจุดศูนย์กลางของแหล่งงาน เขตอุตสาหกรรม และสถานศึกษา เช่น กรุงเทพมหานครและปริมณฑล รวมทั้งในจังหวัดใหญ่ ๆ ในปัจจุบันที่อยู่อาศัยแบ่งออกในหลายรูปแบบ เช่น หอพัก บ้านเช่า แฟลต อาคารชุดหรือคอนโดมิเนียม และอพาร์ทเมนต์ หรือแมนชั่น ทั้งหมดนี้ล้วนเป็นสถานที่อยู่อาศัยแบบชั่วคราว และส่วนใหญ่อยู่ในรูปแบบของการเช่ารายเดือน ที่อยู่อาศัยเหล่านี้เป็นสถานที่ที่ยังมีความต้องการอีกมากในยุคปัจจุบัน และเหมาะสำหรับผู้ที่มิรยได้น้อย หรือในจังหวัดที่มีพื้นที่จำกัด สภาพสังคมในปัจจุบันคนบางกลุ่มไม่สามารถที่จะเลือกซื้อบ้านเป็นของตนเองได้ ที่อยู่อาศัยในรูปแบบการเช่านี้จึงเป็นทางเลือกหนึ่ง ทั้งยังไม่ต้องใช้เงินเป็นจำนวนมาก ไม่ต้องมีการผ่อนส่ง และไม่ต้องมีภาระผูกพันในระยะยาวด้วย

แม้ว่าปัจจุบันนี้สถานที่อยู่อาศัยในรูปแบบของการเช่ารายเดือนจะเพิ่มขึ้น แต่ก็ยังไม่เพียงพอเนื่องจากความเจริญในด้านต่าง ๆ เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว และขยายพื้นที่ไปกว้างไกลจนกระทั่งที่อยู่อาศัยเกิดขึ้นไม่ทันกับความเจริญที่เกิดขึ้นมาแล้ว ถ้าเจ้าของธุรกิจคนใดสามารถคาดการณ์ว่าความเจริญจะเกิดขึ้นส่วนใดของพื้นที่ ก็จะสามารถสร้างที่อยู่อาศัยในรูปแบบนี้ขึ้นเพื่อรองรับความเจริญที่จะเกิดขึ้นได้ ทำให้ได้เปรียบผู้ที่คิดจะลงทุนรายอื่น หรือถ้ามีแมนชั่นตั้งอยู่ก่อนแล้วความเจริญเข้ามาถึง ก็จะทำให้แมนชั่นได้รับประโยชน์ด้วย จากการได้รับผลตอบแทนที่ดีจากธุรกิจนี้ ทำให้เกิดผู้ที่ต้องการลงทุนรายใหม่ ๆ ที่ต้องการเสี่ยงที่จะลงทุน เพราะความคุ้มค่าของการลงทุนในระยะยาว ดังนั้นเจ้าของธุรกิจทั้งหลายจึงต้องหันมาแข่งขันกันในด้านราคา และการบริการ อีกทั้งต้องพิจารณาด้านทำเลที่ตั้ง กลุ่มของลูกค้าที่เราต้องการด้วยว่าเหมาะสมหรือไม่ เช่นถ้าต้องการลูกค้าชั้นล่างถึงชั้นกลางซึ่งมีจำนวนมาก

กลุ่มนี้จะไม่ต้องการการบริการที่ดีที่สุด แต่ถ้ากลุ่มลูกค้าชั้นบน จะต้องการการบริการที่ดีเยี่ยม ทั้งหมดนี้ต้องสอดคล้องกัน เพื่อตรงตามความต้องการของลูกค้า และเจ้าของธุรกิจต้องดำเนินกิจการต่อไปได้ด้วย ในด้านการให้บริการต่อผู้เช่า นั้น ถือเป็นเรื่องสำคัญมาก เพราะนอกจากจะเป็นสิ่งดึงดูดใจของผู้เช่าแล้ว ยังเป็นสิ่งที่ช่วยสร้างความแตกต่างระหว่างการดำเนินธุรกิจบริการที่อยู่อาศัยได้ เจ้าของธุรกิจควรหาจุดเด่นที่มีความแตกต่างจากคู่แข่งอื่น เพื่อให้ลูกค้าเปรียบเทียบและเลือกที่จะใช้บริการกับแมนชั่น

การบริการเปรียบเสมือนสินค้าที่ผลิตขึ้น เพื่อจำหน่ายให้กับลูกค้าเพื่อบริโภคได้ทันที ในขณะที่ลูกค้ามาซื้อบริการนั้น การบริการประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ส่วน คือ

1. การบริการเบ็ดเสร็จ ประกอบด้วย การบริการประเภทกิจกรรมหลัก (Core Service) กิจกรรมอำนวยความสะดวก (Facilitating Service) และกิจกรรมสนับสนุน (Supporting Service) หมายถึง การให้บริการที่เป็นกิจกรรมหลักอย่างเดียวยังอาจไม่ได้ผลไม่สามารถบริการลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การให้บริการแมนชั่นจำเป็นต้องมีบริการกิจกรรมหลัก คือ ที่อยู่อาศัย ส่วนกิจกรรมอำนวยความสะดวก ได้แก่ การจัดบริการต้อนรับ อำนวยความสะดวกสำหรับผู้เช่าห้องพักรายใหม่ นอกจากนี้อาจจัดกิจกรรมสนับสนุน เช่น การมอบของขวัญบริการในห้องพัก ปกติแล้วกิจกรรมสนับสนุนไม่จำเป็นต้องจัดขึ้นก็ได้ เป็นเพียงส่วนประกอบในการแข่งขันด้านการตลาด เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ลูกค้า และเป็นบริการที่แตกต่างจากคู่แข่งรายอื่น

2. การเสนอขายบริการ เป็นการเสนอขายบริการที่ลูกค้าสามารถประเมินความเหมาะสมของคุณภาพและราคา

3. ภาพลักษณ์ของการบริการเกิดจากการสื่อสารด้านการตลาดที่มุ่งหมาย เพื่อให้ลูกค้ารับรู้เกี่ยวกับการบริการที่มีคุณภาพองค์ประกอบ 3 ส่วนนี้ ประกอบขึ้นเป็นผลิตภัณฑ์การบริการ เป็นส่วนที่สร้างความแตกต่างในการให้บริการได้ ด้านการให้บริการเป็นเรื่องที่ทางสุภาพรแมนชั่น ให้ความสำคัญมาก เพื่อความพึงพอใจของผู้เช่าต่อการบริการของฝ่ายการให้บริการ และเลือกใช้บริการของสุภาพรแมนชั่น เป็นทางเลือกอันดับต้น ๆ คุณภาพของการให้บริการ คือ การสร้างสัมพันธภาพระหว่างแมนชั่นกับลูกค้า ดังนั้นพนักงานที่ให้บริการต้องทำให้ผู้เช่าได้รับรู้ถึงคุณภาพการบริการ การปฏิบัติหน้าที่และความรับผิดชอบที่ดี รวมทั้งการจัดส่งบริการตามมาตรฐานที่มีคุณภาพอีกด้วย การสร้างความพึงพอใจให้กับผู้เช่าด้วยการจัดส่งบริการที่ถึงตัวผู้เช่า จากการปฏิบัติหน้าที่ที่มุ่งบริการของฝ่ายบริการ การให้บริการของแมนชั่นประกอบด้วย การให้บริการข้อมูลข่าวสาร ความสะดวกในด้านสถานที่ใช้ประโยชน์ของส่วนรวม ด้านสาธารณูปโภค ด้านการรักษาความปลอดภัย และบริการอื่น ๆ

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้ศึกษาได้ตระหนักถึงความสำคัญด้านการให้บริการของ
สุภาพรแมนชั่น อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ อันจะส่งผลดีต่อผู้เข้าในการบริการต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นต่อการให้บริการของสุภาพรแมนชั่น อำเภอบางบ่อ จังหวัด
สมุทรปราการ
2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อการให้บริการของสุภาพรแมนชั่น อำเภอบางบ่อ จังหวัด
สมุทรปราการ จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล

สมมติฐานของการวิจัย

ความคิดเห็นต่อการให้บริการของสุภาพรแมนชั่น อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ
จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นต่อการให้บริการของสุภาพรแมนชั่น อำเภอบางบ่อ จังหวัด
สมุทรปราการ ผู้ศึกษาได้กำหนดขอบเขตในการศึกษาไว้ดังนี้

1. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการของสุภาพรแมนชั่น อำเภอบางบ่อ
จังหวัดสมุทรปราการ เฉลี่ยเดือนละ 360 ราย (ที่มา: สถิติข้อมูลผู้ให้บริการสุภาพรแมนชั่น อำเภอ
บางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ เดือน กันยายน – ธันวาคม 2557) เลือกเป็นกลุ่มตัวอย่างตามตาราง
กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie and Morgen (1970, p. 608) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 186 ราย

2. ขอบเขตเนื้อหา

2.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่ ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล
ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน

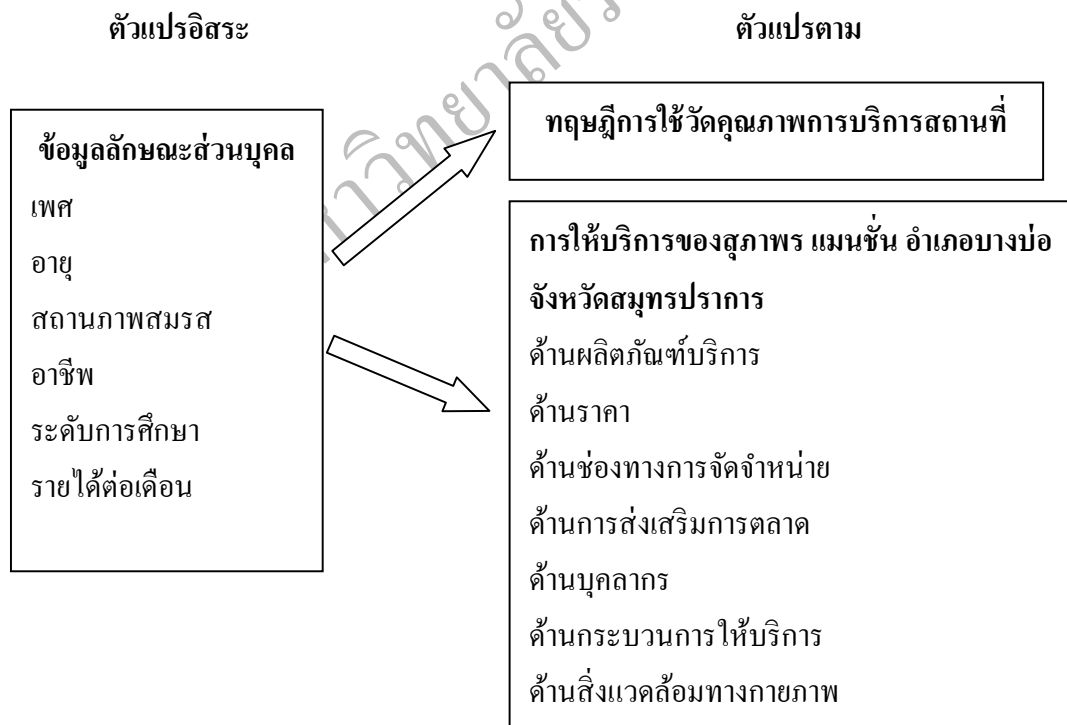
2.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่ ความคิดเห็นต่อการให้บริการของ สุภาพรแมนชั่น อำเภอบางป่อ จังหวัดสมุทรปราการ แบ่งออกเป็น 7 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์บริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

3. ขอบเขตด้านเวลา

ระหว่างในการดำเนินการวิจัย ระหว่างเดือนมกราคม ถึง กุมภาพันธ์ 2558

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นต่อการให้บริการของสุภาพรแมนชั่น อำเภอบางป่อ จังหวัดสมุทรปราการ ผู้วิจัยได้ประยุกต์แนวคิด และทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดของ ซีวีวีรณ เสรีรัตน์ (2546, หน้า 212-213) และส่วนประสมการตลาดบริการในมุมมองของลูกค้า (7Cs) ของ ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2546, หน้า 18) มาใช้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

นิยามศัพท์เฉพาะ

ความคิดเห็น หมายถึง ความรู้สึก ความเชื่อ การประเมิน หรือคาดเดาที่เกิดการสะสมความรู้
การให้บริการ หมายถึง การปฏิบัติรับใช้ การให้ความสะดวกต่าง ๆ ของสุภาพรแมนชั่น
สุภาพร แมนชั่น หมายถึง อาคารที่พักอาศัยที่เปิดให้เช่าห้องพักซึ่งจัดในกลุ่มของอพาร์ทเมนต์
ลูกค้าที่เช่าห้องพัก หมายถึง บุคคลที่เข้ามาพักอาศัยของสุภาพรแมนชั่น ในปัจจุบัน ทุกคน
ลักษณะส่วนบุคคล หมายถึง ข้อมูลทั่วไปของลูกค้าที่เช่าห้องพัก ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ
สมรส อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนประสมการตลาดบริการ หมายถึง กลยุทธ์การตลาดที่ใช้เป็นเครื่องมือบริหารจัดการ
และสร้างความสามารถให้กับองค์กร ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์บริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการ
จัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทาง
กายภาพ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เป็นแนวทางในการพัฒนาการให้บริการของสุภาพรแมนชั่น อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ
2. เป็นฐานข้อมูล และแนวทางการศึกษาเปรียบเทียบด้านการให้บริการของสุภาพรแมนชั่น อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ