

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยในหัวข้อเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเข้าที่พักอาศัยรายเดือนของพนักงานโรงงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ เป็นการศึกษาถึงเหตุผลใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจเข้าที่พักอาศัยรายเดือน โดยศึกษาจากผู้บริโภคที่ตัดสินใจเข้าพักแล้ว ดังนั้นจึงใช้ทฤษฎีหรือแนวความคิดในเรื่องแนวคิดทางการตลาดของธุรกิจบริการและแนวคิดของคุณภาพสำหรับการให้บริการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### แนวคิดทางการตลาดของธุรกิจบริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2539:110-112) ได้กล่าวถึงแนวคิดทางการตลาดของ Philip Kotler ว่าธุรกิจที่ให้บริการจะใช้ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) หรือ 4P's เช่นเดียวกับธุรกิจที่ขายสินค้า ซึ่งประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึงสิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์ สามารถขายได้

2. ราคา (Price) หมายถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นการกำหนดราคาการให้บริการ ควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการ ชัดเจนและง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน

3. สถานที่ (Place) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายสินค้า การกำหนดทำเลที่ตั้งเพื่อการเข้าถึงของผู้บริโภค

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ โดยมีเครื่องมือส่งเสริมที่สำคัญดังนี้

- การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์การหรือผลิตภัณฑ์ บริการ หรือความคิด
- การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal selling) เป็นกิจกรรมการแจ้งข่าวสารและจูงใจตลาด โดยบุคคล
- การส่งเสริมการขาย (Sales promotion) เป็นกิจกรรมการส่งเสริมที่สามารถกระตุ้นความสนใจ โดยการกระตุ้นผู้บริโภค กระตุ้นคนกลางและกระตุ้นพนักงานขาย

- การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ (Publicity and public relations) การให้ข่าวเป็นการเสนอความคิดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน ส่วนการประชาสัมพันธ์เป็นความพยายามที่มีการวางแผนโดยองค์การหนึ่งเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์การ

และนอกจากนั้นแล้วธุรกิจบริการยังต้องส่วนประสมทางการตลาดเพิ่มเติมซึ่งประกอบด้วย

5. บุคลากร (People) หรือพนักงาน (Employees) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก (Selection) การฝึกอบรม (Training) การจูงใจ (Motivation) เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง พนักงานต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดี สามารถตอบสนองต่อลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ปัญหา และสามารถสร้างค่านิยมให้กับบริษัท

6. กระบวนการบริการ (Process) เพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและประทับใจลูกค้า (Customer Satisfaction)

#### แนวคิดของคุณภาพสำหรับการให้บริการ

ศิริวรรณ เสรวิรัตน์และคณะ (2539:334-335) ได้กล่าวถึงแนวคิดของคุณภาพสำหรับการให้บริการของ Christopher H. Lovelock ว่าเกณฑ์ในการพิจารณาคูณภาพการบริการโดยคำนึงถึงคุณลักษณะมี 10 ประการ ดังนี้

1. การเข้าถึงลูกค้า (Access) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลาและสถานที่แก่ลูกค้า คือ ไม่ให้ลูกค้าต้องคอยนาน ท่าเลที่ตั้งเหมาะสมอันแสดงถึงความสามารถของการเข้าถึงลูกค้า
2. การติดต่อสื่อสาร (Communication) มีการอธิบายอย่างถูกต้อง โดยใช้ภาษาที่ลูกค้าเข้าใจง่าย
3. ความสามารถ (Competence) บุคลากรที่ให้บริการต้องมีความชำนาญ และมีความรู้ ความสามารถในงาน
4. ความมีน้ำใจ (Courtesy) บุคลากรที่ให้บริการต้องมีมนุษยสัมพันธ์เป็นที่น่าเชื่อถือ มีความเป็นกันเอง มีวิจรรย์ญาณ
5. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) บริษัทและบุคลากรต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในบริการ โดยเสนอบริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า
6. ความไว้วางใจ (Reliability) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องมีความสม่ำเสมอและถูกต้อง
7. การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) พนักงานจะต้องให้บริการและแก้ปัญหาแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ

8. ความปลอดภัย (Security) บริการที่ให้อันตราย ความเสี่ยงและปัญหาต่างๆ
9. การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก (Tangible) บริการที่ลูกค้าได้รับ จะทำให้เขาสามารถคาดคะเนถึงคุณภาพดังกล่าวได้
10. การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Understanding / Knowing Customer) พนักงานต้องพยายามเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า และให้ความสนใจตอบสนองความต้องการดังกล่าว

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาครั้งนี้ได้ทำการศึกษา ค้นคว้าจากบทความ เอกสาร และรายงานวิจัยต่างๆ ดังนี้

กฤษฎี กาญจนภักดี (2541) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้โรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จากผลการศึกษาพบว่าในการเลือกใช้บริการทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้ความสำคัญต่อบริการด้านอัตราค่าห้องพักและสภาพของห้องพัก ส่วนระดับบริการเลือกปัจจัยด้านความสะดวกสบาย ทำเลที่ตั้ง ความสะดวกในการเดินทาง การต้อนรับของพนักงาน อัตราค่าห้องพัก สภาพห้อง และระบบความปลอดภัย

โกศล วัชรโรทน (2542) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการเลือกใช้บริการประเภทเกสต์เฮาส์อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการประเภทเกสต์เฮาส์มากเป็นอันดับหนึ่ง คือ ปัจจัยด้านสถานที่ รองลงมาเป็นปัจจัยด้านราคา การบริการ ถึงอำนวยความสะดวก สัญลักษณ์ และวัสดุสื่อสาร ตามลำดับ

ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญเป็นอันดับหนึ่งคือ ด้านความสะดวกของเกสต์เฮาส์

ปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญเป็นอันดับหนึ่งคือการแสดงราคาห้องไว้ชัดเจน

ปัจจัยด้านการบริการที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญเป็นอันดับหนึ่งคือ ด้านความสุภาพและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีของพนักงานเกสต์เฮาส์

ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญเป็นอันดับหนึ่งคือ ด้านการให้บริการดี

ปัจจัยด้านสัญลักษณ์ที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญเป็นอันดับหนึ่งคือ ด้านชื่อเสียงของเกสต์เฮาส์

ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญเป็นอันดับหนึ่งคือ ด้านการแนะนำโดยหนังสือแนะนำเที่ยว

ปัญหาที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พบในระหว่างพักผ่อนในเกสต์เฮาส์ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมที่พบมากเป็นอันดับหนึ่งคือ ปัญหาด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการพบว่าปัญหาด้านสถานที่ที่พบมากที่สุดคือการไม่มีกระดาษชำระไว้บริการในห้องน้ำ ปัญหาด้านราคาคือการ โกงค่าบริการต่างๆ ปัญหาด้านบริการคือห้องอาหารบริการไม่ดี ปัญหาด้านวัสดุสื่อสารคือคบบัรลแท็กซ์หรือตู้ๆ สร้างความรำคาญเมื่อมาถึงสนามบิน สถานีรถไฟหรือสถานีขนส่ง ปัญหาด้านสัญลักษณ์คือคบบัรลแท็กซ์หรือตู้ๆ พยายามชักชวนให้ไปพักเกสต์เฮาส์หรือโรงแรมอื่น โดยพูดถึงเกสต์เฮาส์ในทางที่เสียหายมากกว่าปัญหาด้านอื่นๆ