

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สถานการณ์การเจริญเติบโตของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย ณ ปัจจุบันมีการเจริญเติบโตเป็นอย่างมาก และมีแนวโน้มว่าราคาขายจะมีความแตกต่างกันขึ้นทั้งนี้เนื่องมาจากกลุ่มลูกค้ามีความหลากหลายมากขึ้น เช่น กลุ่มลูกค้าระดับสูง ระดับกลาง ระดับล่าง และลูกค้าที่เป็นชาวต่างชาติที่มีศักยภาพในการซื้อหรือกำลังซื้อสูงเข้ามาลงทุนและมาทำงานในประเทศไทย หรือซื้อบ้านเพื่อเป็นบ้านพักตากอากาศมีความสนใจซื้อที่พักอาศัยมากขึ้น จากการตรวจสอบข้อมูลในจังหวัดภูเก็ตพบว่ามีเจ้าของบ้านพักอาศัยและเจ้าของโครงการอสังหาริมทรัพย์จำนวนทั้งหมด 5,300 หน่วย แบ่งเป็นหน่วย อาคารชุดประมาณ 4,350 หน่วย บ้านพักตากอากาศประมาณ 950 หน่วย (ภูเก็ตโพสต์: 2554. ออนไลน์)

การขายตัวของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ดังกล่าวข้างต้น ทำให้เกิดความต้องการจัดการอสังหาริมทรัพย์ซึ่งเป็นที่พักอาศัยเหล่านี้มากขึ้น เนื่องจากเจ้าของที่พักอาศัยต้องการยกระดับหรือเพิ่มมูลค่าให้กับอสังหาริมทรัพย์ของตน ซึ่งเป็นการซื้อไว้ให้เช่า หรือขายต่อในอนาคต และมีจำนวนหนึ่งที่ซื้อไว้เพื่อพักผ่อนสำหรับช่วงวันหยุด จึงมีความต้องการการรักษาคูแ่ลที่พักอาศัยของตนในช่วงที่ไม่มีคนพักอาศัยอยู่ โดยเฉพาะเจ้าของที่พักอาศัยที่เป็นชาวต่างชาติ ซึ่งมีการซื้อไว้สำหรับการพักผ่อนในช่วงสั้นๆ ในแต่ละปีเท่านั้น ทำให้มีความต้องการการจัดการและอำนวยความสะดวกในทุกๆ ด้าน

การบริหารจัดการที่อยู่อาศัยกำลังมีบทบาทสำคัญมากขึ้นเรื่อยๆ ในตลาดที่พักอาศัยระดับหรูของภูเก็ต จากภาวะที่ห้องพักรวมโรงแรมในภูเก็ตมักมีภาวะไม่เพียงพอรองรับนักท่องเที่ยว ดังนั้น จึงมีนักท่องเที่ยวมากขึ้นที่หันมานิยมเช่าคอนโดมิเนียมหรือวิลล่าที่เจ้าของให้เช่าและมีการบริหารจัดการที่ดีในระดับสากล ส่งผลให้มีเจ้าของให้เช่าคอนโดมิเนียมหรือวิลล่าของตนมากขึ้น โดยเฉพาะในช่วงฤดูการท่องเที่ยวหรือไฮซีซั่น การบริหารจัดการโดยมืออาชีพจึงกลายมาเป็นจุดขายหนึ่งที่ช่วยสร้างความมั่นใจให้กับเจ้าของว่า คอนโดมิเนียมหรือวิลล่าที่ตนให้เช่านั้น

จะเป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ตัวอย่างเช่น จัดให้บริการบริหารจัดการที่พักและบริการในส่วนของโรงแรมเทียบได้กับโรงแรมระดับห้าในภูเก็ต (กรุงเทพฯธุรกิจ.2554: ออนไลน์)

ปัจจุบัน การบริการจัดการที่อยู่อาศัยของจังหวัดภูเก็ต มีธุรกิจที่ดำเนินการอยู่แล้ว แต่ไม่สามารถระบุจำนวนผู้ประกอบการที่แน่นอนได้ เนื่องจากการจัดการในรูปแบบของการให้บริการด้านการขายและให้เช่าที่อยู่อาศัย และบริการจัดการที่อยู่อาศัยควบคู่กันไป ในด้านการแข่งขันทางการตลาดจะมีการแข่งขันในส่วนของบริษัทที่เป็นผู้นำตลาดเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากมีเป้าหมายของผู้ใช้บริการที่คล้ายกันและมีทำเลที่ตั้งสำนักงานบริเวณใกล้เคียงกัน การแข่งขันมีทั้งด้านการนำเสนอรูปแบบการให้บริการที่ครบครัน ตั้งแต่การดูแลที่พักอาศัยไปจนถึงการดูแลเรื่องการปล่อยเช่าและขาย โดยมีเงื่อนไขและข้อกำหนดต่างกันไปเพื่อดึงดูดผู้ใช้บริการ เน้นการแข่งขันทางด้านราคาและคุณภาพ การให้บริการที่มีมาตรฐานสากลจากบุคลากรที่มีประสบการณ์ การสร้างความน่าเชื่อถือโดยการหาผู้ใช้บริการที่เป็นโครงการที่พักอาศัยชั้นนำ หรือลูกค้าในตลาดระดับบนของภูเก็ตเพื่อเป็นฐานข้อมูลผู้ใช้บริการที่ทำให้บริษัทมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น และยังเป็นการวางตำแหน่งทางการตลาดและสร้างชื่อเสียงให้บริษัทอีกด้วย จากการสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการด้านการจัดการที่อยู่อาศัยจากบริษัท แอล เอ็ม จี (ไทยแลนด์) จำกัด พบว่าบริษัทที่จัดได้ว่าเป็นบริษัทที่เป็นผู้นำตลาดในจังหวัดภูเก็ต ได้แก่ บริษัท CBRE, Knight Frank, PIPS, Phuket Marbella และ Jones Lang Lasalle บริษัทเหล่านี้มีส่วนแบ่งทางการตลาดสูง และมีจำนวนที่พักอาศัยหรือโครงการที่ต้องดูแลจำนวนมาก ทำให้เกิดปัญหาเรื่องจำนวนบุคลากรที่ไม่เพียงพอสำหรับให้บริการ และคุณภาพการให้บริการที่ไม่สมบูรณ์แบบ เนื่องจากการที่บุคลากรต้องให้บริการในสถานที่ที่ต่างกัน และในจำนวนที่มากขึ้น นอกจากบริษัทที่เป็นผู้นำตลาดแล้วยังมีบริษัทที่ทำธุรกิจใกล้เคียง หรือให้บริการด้านการจัดการเฉพาะด้าน เช่น ธุรกิจบริการขาย หรือปล่อยเช่า ด้านบำรุงรักษา การดูแลสวน หรือผู้ให้คำปรึกษาและคำแนะนำด้านอสังหาริมทรัพย์ ก็หันมาทำธุรกิจการจัดการที่พักอาศัยแบบเต็มรูปแบบที่มีการให้บริการครบวงจรตั้งแต่การซื้อจนถึงการให้ความสะดวกในการจัดการที่พักอาศัย ซึ่งบริษัทเหล่านี้จะเน้นการเจาะกลุ่มลูกค้าตามพื้นที่ที่จัดตั้งสำนักงานซึ่งมีความสะดวกในการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการ (สาริสา เชาตรีสยาม, สัมภาษณ์, 2555)

จากการแข่งขันของธุรกิจการจัดการบ้านพักตากอากาศที่มากขึ้นนี้ ผู้ศึกษามีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการบริหารจัดการที่พักอาศัย

ประเภทบ้านพักตากอากาศในจังหวัดภูเก็ต เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการวางแผนทางการตลาด และการพัฒนาแก้ไขปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการด้านการบริหารจัดการที่อยู่อาศัย รวมถึงพัฒนาคุณภาพในการให้บริการ เพื่อให้มีความเหมาะสมตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการด้านการบริหารจัดการบ้านพักตากอากาศ ในจังหวัดภูเก็ต

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการบริหารจัดการบ้านพักตากอากาศ ในภูเก็ต

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการบริหารจัดการที่อยู่อาศัยในภูเก็ต
2. สามารถนำข้อมูลไปใช้กับผู้ประกอบการด้านการบริหารจัดการที่พักอาศัย ในการพัฒนาเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และผู้ที่สนใจดำเนินธุรกิจด้านการบริหารจัดการที่อยู่อาศัย ในการวางกลยุทธ์ ทางการตลาดใช้เป็นข้อมูล และแนวทางในการกำหนดและปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมกับสภาวะการแข่งขันในปัจจุบัน

1.4 นิยามศัพท์

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ หมายถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจเลือกผู้ให้บริการด้านการบริหารจัดการบ้านพักตากอากาศในจังหวัดภูเก็ตโดยมุ่งศึกษาปัจจัยภายนอกอันประกอบไปด้วยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยทางด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยด้านบุคคล (People) ปัจจัยด้านด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process)

บ้านพักตากอากาศ หมายถึงที่พักที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ที่พร้อมให้เข้าพักหรืออยู่อาศัย เช่น บ้านเดี่ยว ทาวน์เฮ้าส์ หรือคอนโดมิเนียม ซึ่งเจ้าของซื้อไว้เพื่อใช้พักอาศัยในช่วงวันหยุด หรือการอยู่อาศัยชั่วคราว หรือเพื่อปล่อยเช่า

การบริหารจัดการบ้านพักตากอากาศ หมายถึง การให้ความสะดวกด้านการบริหาร การจัดการเกี่ยวกับ บ้านพักตากอากาศ เพื่อเพิ่มคุณภาพการพักอาศัยของลูกค้า รวมถึงวางแผนระยะ ตื้น ระยะยาว ในการบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งในส่วนการให้บริการได้แก่ การให้บริการด้านการดูแลความสะอาด การบำรุงรักษาที่อยู่อาศัย ซึ่งรวมถึงการดูแลระบบน้ำ ไฟ อินเทอร์เน็ต ระบบสัญญาณดาวเทียม อุปกรณ์ต่างๆภายในบ้าน สระน้ำ และสวนให้อยู่สภาพ เรียบร้อยและพร้อมใช้งานตลอดเวลา ตลอดจนการให้บริการในการจัดหาบริการเสริมอื่นๆให้กับ ลูกค้าที่เข้าพักอาศัยด้วย เช่น รถเช่า ทัวร์ และอื่นๆ