

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาค้นคว้าแบบอิสระเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการเลือกเช่าที่พักอาศัยรายเดือนของพนักงานโรงงาน ในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจ ที่เป็นตัวกระตุ้นที่ทำให้พนักงานโรงงาน เกิดการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยรายเดือน โดยศึกษาจากพนักงานโรงงานที่ตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยแล้ว ทั้งนี้มีแนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องคือเรื่องการตลาดของธุรกิจบริการ รวมทั้งมีวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องดังนี้

แนวคิด และทฤษฎี

ส่วนประสมการตลาดบริการ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2539: 110-112)

ประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) คือ สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ สามารถขายได้ โดยในกรณีที่พักอาศัยให้เช่า ถือว่าผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งที่ลูกค้าสามารถรับรู้หรือรู้ได้จากภายนอกไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของ ความคงทนของตัวอาคาร การออกแบบอาคาร ตลอดจนสภาพพจน์ และชื่อเสียงของที่พัก เป็นต้น ดังนั้นจึงควรให้ความสำคัญในเรื่องดังกล่าวเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า
2. ราคา (Price) คือคุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าผลิตภัณฑ์กับราคาผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา ลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นการกำหนดราคาการให้บริการ ควรมีความเหมาะสมกับระดับของการให้บริการ ทั้งนี้ต้องชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน โดยในกรณีที่พักอาศัยให้เช่า อาจให้ความสำคัญในเรื่องของค่าเช่า ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ ค่าประกัน และค่ามัดจำ ควรอยู่ในเกณฑ์ที่สอดคล้องกับคุณค่า หรือความประทับใจในบริการที่มอบให้แก่ลูกค้า
3. การจัดจำหน่าย (Place) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับที่ตั้ง และการเคลื่อนย้ายสินค้า การกำหนดทำเลที่ตั้ง เพื่อการเข้าถึงของลูกค้า โดยต้องสามารถความเชื่อมั่น และความสะดวกให้แก่ลูกค้า โดยในกรณีที่พักอาศัยให้เช่า อาจให้ความสำคัญในเรื่องของ ที่พักใกล้ที่

ทำงาน เพื่อให้สะดวกในการเดินทางไปทำงาน ใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า เพื่อสะดวกในการจับจ่ายใช้สอย เป็นต้น

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติ และพฤติกรรมการซื้อ โดยมีเครื่องมือส่งเสริมที่สำคัญดังต่อไปนี้

4.1 การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์การหรือผลิตภัณฑ์บริการ หรือความคิด เช่น โฆษณาทางป้ายโปสเตอร์, หนังสือพิมพ์ เป็นต้น

4.2 การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal selling) เป็นกิจกรรมการแจ้งข่าวสาร และจุดตลาดโดยบุคคล เช่น ใช้การตลาดแบบปากต่อปาก หรือแบบบอกต่อกันไป เป็นต้น

4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales promotion) เป็นกิจกรรมการส่งเสริมที่สามารถกระตุ้นความสนใจ โดยการกระตุ้นลูกค้า กระตุ้นคนกลาง และกระตุ้นพนักงานขาย เช่น ให้ส่วนลดสำหรับผู้ที่แนะนำผู้เช่ารายใหม่ และสำหรับผู้เช่ารายใหม่ เป็นต้น

4.4 การให้ข่าว และประชาสัมพันธ์ (Publicity and publicrelations) การให้ข่าวเป็นการเสนอความคิด เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน ส่วนการประชาสัมพันธ์ เป็นความพยายามที่มีการวางแผน โดยองค์การหนึ่งเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์การ เช่น การช่วยเหลือสังคมของผู้ประกอบธุรกิจ พร้อมกับมีการแนะนำที่พักอาศัยให้เช่า ไปในกิจกรรมดังกล่าวในคราวเดียวกัน

5. บุคลากร (People) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรมการจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า ได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขั้น บุคลากรต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดี สามารถตอบสนองต่อลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ปัญหาและสามารถสร้างค่านิยมให้บริษัท เช่น กรณีที่พักอาศัยให้เช่า ผู้ประกอบธุรกิจควรสร้างความเชื่อถือให้กับลูกค้าทั้งในด้านส่วนตัว และพนักงาน หรือผู้ที่ดูแลที่พักอาศัยให้เช่า ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของความปลอดภัย ความสะอาด และอรรถาธิบายของตนเอง และพนักงาน โดยเน้นพนักงานที่มีใจรักในบริการ พร้อมทั้งมีการฝึกอบรมให้มีประสิทธิภาพ และมาตรฐานในการให้บริการที่เหมือนกัน

6. กระบวนการ (Process) เพื่อส่งมอบคุณภาพในการ ให้บริการกับลูกค้า ได้รวดเร็ว และประทับใจลูกค้า ซึ่งถือเป็นสิ่งที่สำคัญ ถึงแม้ว่าจะมีบริการที่ดี ที่มีคุณภาพแต่ไม่มีกระบวนการการส่งมอบให้กับลูกค้า ที่มีประสิทธิภาพ การที่จะสนองตอบต่อความต้องการของลูกค้าก็จะเป็นไปได้ยาก โดยสิ่งที่จะช่วยสนับสนุนกระบวนการเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ ก็คือ บุคลากร และเครื่องมือ เช่น สิ่งของที่พักอาศัยให้เช่าจะส่งมอบคุณภาพในการบริการให้กับลูกค้า

ได้แก่ ความรวดเร็วในการให้ความช่วยเหลือ เช่น ไฟดับ หรือการมีบริการรักษาความปลอดภัย เป็นต้น โดยสิ่งดังกล่าว ต้องอาศัยบุคลากรที่มีใจรักการบริการ มีความชำนาญในหน้าที่ และมีเครื่องมือ หรืออุปกรณ์ที่ทันสมัยในการรองรับการปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ

7. สิ่งนำเสนอทางกายภาพ (Physical Evidence) เพื่อที่จะแสดงให้เห็นถึงคุณภาพการบริการ อีกทั้งยังสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้า โดยผ่านหลักฐานที่สามารถมองเห็นได้ชัด โดยอาจจะเป็นหลักฐานในด้านสถานที่ เช่น กรณีที่พักอาศัยให้เช่า ต้องให้ลูกค้ามองเห็นถึงสิ่งที่เป็นคุณค่าที่จะมอบให้แก่ลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านความสะอาด ความสวยงาม ของห้องพัก ตลอดจนขนาดของห้องพักที่ไม่คับแคบ หรือแออัดจนเกินไป เป็นต้น หรืออาจจะเป็นหลักฐานในด้านกฎเกณฑ์ และระเบียบ เพื่อให้มีการเคารพในกติกาของส่วนรวม อันจะทำให้เกิด ความยุติธรรม เช่น ที่พักอาศัยให้เช่า ต้องสร้างกฎเกณฑ์ หรือระเบียบเพื่อให้ลูกค้าเชื่อว่าเมื่อมาอยู่แล้ว จะไม่มีผู้ที่มีอิทธิพล หรือผู้ที่จะสร้างความรำคาญให้กับลูกค้า เช่น ส่งเสียงรบกวนในเวลา กลางคืน เป็นต้น

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

เขมกร คำนวน (2544) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเช่าที่พักอาศัย รายเดือนของพนักงานโรงงาน ในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ พบว่า พนักงานโรงงานให้ความสำคัญกับปัจจัยต่าง ๆ ตามแนวคิดทางการตลาดของธุรกิจบริการ ในการเลือกเช่าที่พักอาศัย รายเดือนแตกต่างกัน โดยเรียงตามลำดับความสำคัญดังนี้ ปัจจัยที่พนักงานโรงงานให้ความสำคัญมากเป็นอันดับหนึ่งคือปัจจัยด้านบุคลากร อันดับสองคือปัจจัยด้านกระบวนการบริการ อันดับสามคือปัจจัยด้านราคา อันดับสี่คือปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง และสภาพแวดล้อม อันดับห้าคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อันดับหกคือปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านบุคลากร ที่มีผลต่อพนักงานโรงงานอันดับหนึ่งคือ ความน่าเชื่อถือของเจ้าของที่พัก รองลงมาเป็นความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย และอริยาสัยของพนักงาน และผู้ดูแลที่พัก

ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ ที่มีผลต่อพนักงานโรงงานอันดับหนึ่งคือ ความรวดเร็วในการให้ความช่วยเหลือ รองลงมาเป็นการมีบริการรักษาความปลอดภัย และมีบริการทำความสะอาดทุกวัน/ทุกสัปดาห์

ปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อพนักงานโรงงานอันดับหนึ่งคือ ค่าเช่ารายเดือน รองลงมาเป็นค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า และการผ่อนชำระค่าเช่าเป็นงวด ๆ

ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อม ที่มีผลต่อพนักงานโรงงานอันดับหนึ่งคือ ความสะดวกในการเดินทาง รองลงมาเป็นสภาพแวดล้อมรอบที่พัก และที่พักใกล้ที่ทำงาน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อพนักงานโรงงานอันดับหนึ่งคือ ความคงทนของตัวอาคาร รองลงมาเป็นความสะดวกของที่พักและห้องนํ้าภายในห้องพัก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อพนักงานโรงงานอันดับหนึ่งคือ ส่วนลดพิเศษของค่าเช่ารายเดือน รองลงมาเป็นคำบอกเล่าจากคนรู้จัก และการมีของใช้แจกตามห้องพักก่อนเข้าพัก

นอกจากนี้ยังพบว่าปัญหาที่พนักงานโรงงานประสบอยู่มากที่สุด ได้แก่ การถูกรบกวนจากห้องอื่น รองลงมาคือค่าเช่ารายเดือนแพง และค่านํ้าค่าไฟฟ้าแพง ส่วนปัญหาที่ทำให้พนักงานโรงงานย้ายที่พักอาศัยให้เข้ามามากที่สุดก็คือ การถูกรบกวนจากห้องอื่น รองลงมาคือค่านํ้าค่าไฟฟ้าแพง และห้องพักแคบ

ณิชนันท์ พลศักดิ์ (2545) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกเช่าห้องพักของพนักงานนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน พบว่าด้านทำเลที่ตั้งของห้องพักนั้น พนักงานให้ความสำคัญกับความปลอดภัยในการอยู่อาศัยสูงสุด รองลงมาได้แก่การตั้งอยู่ใกล้กับที่ทำงาน ส่วนในด้านเศรษฐกิจนั้น พนักงานให้ความสำคัญกับรายได้ของตนเองเป็นหลัก รองลงมาคืออัตราค่าเช่าของห้องพัก และในด้านสุดท้ายคือด้านกายภาพ พนักงานให้ความสำคัญกับความคุ้นเคยกับเพื่อนร่วมห้องมากที่สุด รองลงมาคือขนาดของห้องพัก นอกจากนี้ยังพบว่าปัญหาที่พนักงานประสบอยู่มากที่สุดคือ ความไม่ปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน เนื่องจากไม่มีการรักษาความปลอดภัยที่ดีพอ รองลงมาคืออัตราค่าเช่าแพงเกินไป และสุดท้ายคือปัญหาด้านการอยู่ร่วมกันกับเพื่อนร่วมห้องพัก

ภราดา ปัญญา (2545) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนต์ กรณีศึกษาพรศิยาอพาร์ทเมนต์ พบว่าผู้เช่าพรศิยาอพาร์ทเมนต์ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 20-30 ปี สถานภาพโสด กำลังศึกษาอยู่ระดับปริญญาตรี มีรายได้ไม่เกิน 10,000.-บาท ต่อเดือน ภูมิลำเนาเป็นชาวต่างจังหวัด ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าพรศิยาอพาร์ทเมนต์ ในด้านทำเลที่ตั้งอพาร์ทเมนต์มากที่สุด รองลงมาได้แก่ด้านสัญญาเช่าอพาร์ทเมนต์ ด้านประโยชน์ใช้สอยของอพาร์ทเมนต์ และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ