

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

นับตั้งแต่ปี 2503 เป็นต้นมา ประเทศไทยได้เริ่มมีแนวคิดที่จะสร้างท่าอากาศยานแห่งใหม่เพื่อรองรับการขยายตัวของการบินทางอากาศในอนาคต ประกอบกับสนามบินดอนเมือง ถือเป็นสนามบินที่ใช้ในราชการทหารอากาศมาตั้งแต่เริ่มต้นก่อสร้าง ดังนั้น กรุงเทพมหานครจึงจำเป็นต้องก่อสร้างสนามบินแห่งใหม่ที่มีความทันสมัยสมบูรณ์แบบสำหรับใช้ในการพาณิชย์โดยเฉพาะ รัฐบาลจึงได้กำหนดให้มีการสร้างท่าอากาศยานสุวรรณภูมิขึ้นที่เขตอำเภอบางพลี และอำเภอนนทบุรี จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งอยู่ห่างจากใจกลางกรุงเทพมหานคร ประมาณ 25 กิโลเมตร เพื่อให้เป็นท่าอากาศยานนานาชาติแห่งใหม่และเป็นท่าอากาศยานหลักของประเทศ ภายในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิเพียบพร้อมไปด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ได้แก่ ระบบทางวิ่ง-ทางขับ ลานจอดอากาศยาน อาคารผู้โดยสาร อาคารจอดรถ อาคารท่าเทียบเครื่องบิน ระบบสาธารณูปโภค ระบบบริการคลังสินค้า ระบบโภชนาการ โรงซ่อมบำรุงอากาศยาน ศูนย์ควบคุมการจราจรทางอากาศ โรงแรมและบริการ (ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ท่าอากาศยานที่ทันสมัยที่สุดแห่งใหม่ของโลก, 2548: ออนไลน์) ซึ่งท่าอากาศยานสุวรรณภูมิได้เริ่มเปิดให้บริการแล้ว เมื่อวันที่ 28 กันยายน 2549 ที่ผ่านมา ทำให้พนักงานกว่า 30,000 คน ที่ปฏิบัติงานภายในสนามบินดอนเมืองในแต่ละวัน (ลาก่อน... ดอนเมือง, 2549: ออนไลน์) ต้องย้ายสถานที่ทำงานไปยังท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

เนื่องจากการย้ายสถานที่ทำงานแห่งใหม่จากเดิมคือ ท่าอากาศยานนานาชาติกรุงเทพ เป็นท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ซึ่งตั้งอยู่ไกลจากท่าอากาศยานนานาชาติกรุงเทพประมาณ 30 กิโลเมตร และใช้เวลาเดินทางประมาณ 1 ชั่วโมง ประกอบกับราคาน้ำมันที่เพิ่มสูงขึ้นทุกวัน ทำให้เพิ่มระยะเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาทำงานมากขึ้น อีกทั้งผู้ปฏิบัติงานบางส่วนจะต้องเข้าปฏิบัติงานเป็นกะซึ่งไม่สะดวกและไม่ปลอดภัยสำหรับการเดินทางมาทำงานในเวลากลางคืน หากยังพักอาศัยอยู่ในบริเวณสถานที่ทำงานเดิม ทำให้ผู้ปฏิบัติงานส่วนใหญ่มองหาที่อยู่อาศัยแห่งใหม่ ซึ่งเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ที่เป็นความจำเป็นพื้นฐานของการดำรงชีวิตในบริเวณรอบๆ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ (กิตติกันต์ วรปรัชญ์, 2549: สัมภาษณ์)

ดังนั้นผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษา ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ปฏิบัติงานภายในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นให้กับผู้ประกอบการก่อสร้างหรือผู้สนใจทั่วไปนำไปใช้ประโยชน์ในการประกอบการตัดสินใจต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ปฏิบัติงานภายในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จังหวัดสมุทรปราการ

1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้ปฏิบัติงานภายในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จังหวัดสมุทรปราการ
2. สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการตัดสินใจลงทุนที่อยู่อาศัยบริเวณโดยรอบท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่ปฏิบัติงานภายในท่าอากาศยาน

1.4 นิยามศัพท์

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด หมายถึง ส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งประกอบไปด้วยผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด

ที่อยู่อาศัย หรือ ที่พักอาศัย หมายถึง บ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์เฮาส์ คอนโดมิเนียม บ้านเช่า อพาร์ทเมนท์

ผู้ปฏิบัติงาน หมายถึง พนักงานบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) พนักงานสายการบิน เจ้าหน้าที่หน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจ และพนักงานของผู้ประกอบการต่างๆ ภายในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ