

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ในช่วงระยะ พ.ศ.2545 ถึง พ.ศ.2547 ที่ผ่านมารัฐบาลได้ดำเนินมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2547: ออนไลน์) โดยเฉพาะธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เป็นธุรกิจที่มีมาตรการกระตุ้นอย่างต่อเนื่องมาตลอด และยังมีศักยภาพที่จะเติบโตในระยะยาว โดยเฉพาะอสังหาริมทรัพย์เพื่อการพาณิชย์และอุตสาหกรรมจะมีโครงการใหม่เพิ่มขึ้นเนื่องจากอุปทานคงค้างมีจำนวนลดน้อยลง การลงทุนภาคเอกชนมีการเติบโตเพิ่มขึ้นตามการขยายตัวของภาคธุรกิจที่จะต้องมีการแข่งขันกันอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับนโยบายของรัฐบาลที่จัดตั้งศูนย์กลางด้านไอทีในแต่ละภูมิภาค จังหวัดเชียงใหม่ซึ่งเป็นศูนย์กลางในเขตภาคเหนือตอนบนทั้งด้านเศรษฐกิจและการศึกษา จึงได้รับคัดเลือกเป็นเมืองไอทีของภาคเหนือ และได้รับงบประมาณจากรัฐเพื่อสนับสนุนโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ มีการพัฒนาแรงงานด้านไอทีและส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ ทำให้เกิดการพัฒนาระบบและขยายตัวด้านไอทีอย่างรวดเร็ว ส่งผลทำให้เกิดความต้องการใช้คอมพิวเตอร์มากขึ้นอย่างต่อเนื่องทั้งภาครัฐและเอกชน (ตลาดไอทีในประเทศไทย, 2546 : ออนไลน์) จากการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศอย่างต่อเนื่องในระยะที่ผ่านมาส่งผลให้เกิดการปรับเปลี่ยนในด้านต่างๆอย่างมาก ซึ่งการปรับเปลี่ยนที่เกิดขึ้นนั้นได้มาพร้อมกับการลงทุนทำธุรกิจ ปัจจัยต่างๆเหล่านี้ได้กระตุ้นให้ธุรกิจคอมพิวเตอร์และธุรกิจที่เกี่ยวข้องในจังหวัดเชียงใหม่มีอัตราการขยายตัวสูงถึงร้อยละ 20 (Association of Thai Computer Industry, 2547:ออนไลน์) ทำให้มีร้านจำหน่ายคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ต่อพ่วงเกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการที่เพิ่มขึ้น กรรมการบริหาร บริษัท เอ็นคอมพิวเตอร์ จำกัด กล่าวว่า การเข้าพื้นที่ภายในศูนย์คอมพิวเตอร์จะสามารถสร้างช่องทางการจัดจำหน่ายได้ดีกว่า เพราะลูกค้าเป็นผู้เดินมาหาและยังเป็นการลดต้นทุนด้านอสังหาริมทรัพย์อีกด้วย (ยุทธพงษ์ ชุมศรี 2547 : สัมภาษณ์) ดังนั้นในศูนย์การค้าคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่มีอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 5 แห่งในปี 2551 (หอการค้าจังหวัดเชียงใหม่,2551:เพิ่มข้อมูลคอมพิวเตอร์)จึงมีการแข่งขันกันสูงสำหรับผู้ให้บริการพื้นที่เช่าแก่กลุ่มผู้เช่าทั้งที่มีอยู่ในปัจจุบัน และที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

บริษัท ทิพย์พัฒน์ อาร์ท จำกัด โดยดำเนินกิจการด้านการให้บริการพื้นที่เช่าเพื่อประกอบกิจการด้านไอที ได้เล็งเห็นถึงการขยายตัวและตลาดสินค้าไอทีที่จะมีในอนาคต จึงขยายธุรกิจมาจากส่วนกลางคือ พันธุ์ทิพย์พลาซ่า สาขาประตูน้ำ ที่ประสบผลสำเร็จในการรวบรวมเอา

กิจการ ร้านค้าต่างๆที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับอุปกรณ์ไอทีและคอมพิวเตอร์มาไว้ที่เดียวกันเพื่อให้สะดวกต่อลูกค้าในการเลือกซื้ออุปกรณ์และคอมพิวเตอร์ โดยเปิดอาคารพันธูทิพย์ พลาซ่า เชียงใหม่ บริเวณถนนช้างคลาน มีพื้นที่รวม 22,499 ตารางเมตร เพื่อให้กิจการ ห้างร้านหรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับไอทีและคอมพิวเตอร์ มาเช่าพื้นที่ตั้งแต่เดือน เมษายน 2547 จนถึง 2550 มีผู้เช่าพื้นที่ลดลงมาเหลือเพียง ร้อยละ 62 ของพื้นที่ทั้งหมด ยังมีพื้นที่ว่างอีกร้อยละ 38 และยังมีการสับเปลี่ยนหมุนเวียนของผู้เช่ามาตลอด (ภูมิภนกร อธิยานานา, 2551: สัมภาษณ์)

ตารางที่ 1 การแบ่งสัดส่วนพื้นที่ในอาคารพันธูทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่

หน่วย : ตารางเมตร

ชั้น	พื้นที่จอดรถ	ร้านอาหาร	ร้านค้า	ลานกิจกรรม	พื้นที่ทางเดิน	รวมพื้นที่	ประเภทธุรกิจที่กำหนด
ชั้นใต้ดิน	4,390	-	-	-	392	4,782	จอดรถลูกค้าที่มาใช้บริการ
ชั้น 1	-	471	2,520	780	478	4,249	คอมพิวเตอร์และศูนย์หนังสือ
ชั้น 2	-	-	3,404	378	559	4,341	คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์
ชั้น 3	-	-	3,695	756	694	5,145	ซ่อมคอมและประกอบคอม
ชั้น 4	-	1,351	1,512	657	753	4,273	ร้านอาหารและคอมมือสอง
รวม	4,390	1,822	11,131	2,571	2,876	22,499	

แหล่งที่มา: สำนักงานขายพันธูทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่, 2551

ตารางที่ 2. สัดส่วนการเช่าพื้นที่ในอาคารพันธูทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่ ปี 2547 – 2550 โดยคิดจากพื้นที่ร้านอาหารและร้านค้ารวมกันทั้งหมด 12,953 ตารางเมตร

ปี พ.ศ.	2547	2548	2549	2550
พื้นที่ปล่อยเช่า (ตารางเมตร)	9,455	8,808	8,160	8,030
คิดเป็นร้อยละ	73	68	63	62

แหล่งที่มา: สำนักงานขายพันธูทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่, 2551

จากข้อมูลในตารางที่ 2 พื้นที่ปล่อยเช่ารวมหมายถึง ยอดขายพื้นที่เช่าทั้งหมดในส่วนของร้านค้าและร้านอาหาร ไม่รวมพื้นที่ส่วนกลาง ลานกิจกรรม พื้นที่ทางเดินและลานจอดรถมีแนวโน้มลดลงตั้งแต่ปี 2548 เป็นต้นมา การแก้ปัญหาดังกล่าวของอาคารต้องมีข้อมูลทางการตลาดที่

เพียงพอโดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อมูลด้านความพึงพอใจของลูกค้า การรับรู้ข้อมูลของลูกค้าให้มากที่สุด ถือเป็นสิ่งสำคัญมากสำหรับธุรกิจการให้บริการ ที่จะนำมาเป็นแนวทางในการให้บริการเพื่อพัฒนาความสามารถในการแข่งขันด้านการตลาด และ ตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด (ภูมิภนกร อริยานานา, 2551: สัมภาษณ์)

จากเหตุผลข้างต้นทำให้ผู้ศึกษามีความสนใจศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้เช่าพื้นที่ของอาคารพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาเป็นแนวทางในการวางกลยุทธ์และวางแผนการตลาดเพื่อเพิ่มลูกค้าใหม่และรักษาลูกค้าเก่าต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้เช่าพื้นที่ของอาคารพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเชียงใหม่

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของผู้เช่า อาคารพันธุ์ทิพย์ พลาซ่า เชียงใหม่
2. นำข้อมูลที่ได้ไปปรับปรุงและวางแผนกลยุทธ์การตลาดเพื่อรักษาลูกค้าเก่าเพิ่มลูกค้าใหม่

นิยามและคำศัพท์

ความพึงพอใจ หมายถึง ระดับความพึงพอใจของผู้เช่าพื้นที่ ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ซึ่งได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ กระบวนการบริการ

ผู้เช่า หมายถึง ผู้เช่าที่เป็น บุคคล องค์กรธุรกิจ ห้างร้าน ที่เช่าพื้นที่อาคารพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่ในปี 2551 จำนวน 142 ราย

พันธุ์ทิพย์พลาซ่า เชียงใหม่ หมายถึง อาคารพันธุ์ทิพย์ พลาซ่า เชียงใหม่ เป็นอาคารสำนักงานให้เช่าพื้นที่ สำหรับประกอบกิจการ ห้างร้าน และธุรกิจด้าน ไอทีและจำหน่ายอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ ตั้งอยู่ที่ 152/1 ถนนช้างคลาน ตำบล ช้างคลาน อำเภอ เมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีพื้นที่รวม 22,499 ตารางเมตร เป็นอาคารที่แยกสาขามาจากพันธุ์ทิพย์ พลาซ่า ประตูน้ำ ที่เป็นแหล่งรวมของร้านค้าอุปกรณ์ไอทีและคอมพิวเตอร์ โดยเริ่มดำเนินการก่อสร้างบนพื้นที่จำนวน 3 ไร่ 2 งาน ตั้งแต่ปี พ.ศ.2546 จนแล้วเสร็จ เริ่มเปิดให้ดำเนินการในเดือน เมษายน พ.ศ.2547 โดยมีเป้าหมายเป็นศูนย์ ไอทีที่ใหญ่ที่สุดในภาคเหนือ ที่ให้บริการครบวงจรในด้านไอที