

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 หลักการและเหตุผล

ด้วยลักษณะเฉพาะอันเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งทางด้านภูมิประเทศ ภูมิอากาศ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คน รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวอันเปี่ยมความหลากหลาย ทั้งในเชิงวัฒนธรรมและเทคโนโลยี ทำให้จังหวัดเชียงใหม่มีเสน่ห์ดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งจากในและนอกประเทศให้เข้ามาเยี่ยมชมเยือนพำนักอาศัยทั้งในระยะสั้นและระยะยาวอย่างต่อเนื่อง จังหวัดเชียงใหม่ จึงเป็นจังหวัดที่มีการลงทุนด้านธุรกิจท่องเที่ยว และธุรกิจด้านอสังหาริมทรัพย์ (Real-estate) มากที่สุดจังหวัดหนึ่ง แต่ด้วยภาวะวิกฤติเศรษฐกิจในช่วงปีที่ผ่านมา ที่ส่งผลกระทบต่อรายได้ของผู้บริโภคในภาครวมลดลง ทำให้การเติบโตของธุรกิจทั้งในภาคการท่องเที่ยวและอสังหาริมทรัพย์ ในจังหวัดเชียงใหม่ชะลอตัวลง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2552: ออนไลน์) นอกจากนี้ จังหวัดเชียงใหม่ถือเป็นจังหวัดที่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเป็นอันดับ 4 ของประเทศรองจากกรุงเทพมหานคร ชลบุรี และภูเก็ต จากสถิติพบว่าปริมาณนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ปี พ.ศ. 2550 มีจำนวน 1,755,140 คน สร้างรายได้รวมกว่า 18,116.59 ล้านบาท (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551: ออนไลน์)

ยิ่งไปกว่านั้น นายวัชร ตันตรานนท์ นายกสมาคมผู้ค้าอสังหาริมทรัพย์ จังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดลำพูน ได้เปิดเผยว่า ภาพรวมของตลาดการท่องเที่ยวและอสังหาริมทรัพย์ในจังหวัดเชียงใหม่ได้เริ่มมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นแล้วนับตั้งแต่ปลายเดือนกันยายน 2552 ที่ผ่านมา และคาดว่าในช่วงไตรมาสสุดท้ายของปีนี้ ธุรกิจการท่องเที่ยวและอสังหาริมทรัพย์ในจังหวัดเชียงใหม่จะปรับตัวดีขึ้นอย่างเห็นได้ชัดเมื่อเทียบกับช่วง 3 ไตรมาสแรกของปี 2552 ซึ่งตลาดซื้อขายมีการหยุดชะงักไป ด้วยผลกระทบจากปัญหาทางเศรษฐกิจและการเมือง โดยผู้บริโภคที่จะกลับเข้ามาในตลาดนั้น มีทั้งกลุ่มชาวไทยและชาวต่างชาติ ที่ยังคงมีความต้องการเข้ามาเพื่อท่องเที่ยว รวมถึงทำการเช่าและซื้ออสังหาริมทรัพย์ เพื่อการพำนักอาศัยเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง (เนชั่นเซนแนล, 2552: ออนไลน์)

ธุรกิจการจัดสรรที่พักประเภทต่างๆ โดยผ่านตัวแทนซื้อและขาย หรือนายหน้า ก็เป็นอีกธุรกิจหนึ่งซึ่งเกิดขึ้นมาเพื่อรองรับความต้องการของบรรดานักท่องเที่ยวและผู้ประสงค์จะพำนักทั้งในระยะสั้นและระยะยาว โดยจากข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่า ในช่วง 5 ปีที่

ผ่านมา กระแสความนิยมการพำนักในระยะยาว หรือ “ลองสเตย์” (Long-Stay) ในจังหวัดเชียงใหม่ นั้นมีเพิ่มมากขึ้น โดยการพักอาศัยแบบ Long-Stay สามารถเปิดโอกาสให้ชาวต่างชาติทั้งที่เป็น นักท่องเที่ยว นักธุรกิจ และผู้พำนักในวัย เกษียณอายุ ได้พักผ่อนอาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่เป็น ระยะเวลาอันยาวนานพอที่จะได้เรียนรู้ และเกิดการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมขึ้นกับคนในท้องถิ่น ซึ่งจังหวัดเชียงใหม่ก็ได้ถูกจัดเป็นแหล่งพำนักระยะยาวในอุดมคติอีกแห่งหนึ่ง ด้วยความเป็น ศูนย์กลางทางวัฒนธรรม แต่ในขณะเดียวกัน จังหวัดเชียงใหม่ก็ยังคงมีแหล่งธุรกิจ แหล่งบันเทิง สถานศึกษา รวมถึงสถานอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่จะรองรับความต้องการพื้นฐานของผู้พำนัก ในระยะยาวได้อย่างพอเพียง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย . 2552: ออนไลน์) นักท่องเที่ยวและผู้ ประสงค์ค่าที่พักอาศัยเหล่านั้น จึงได้หันมาใช้บริการของตัวแทนซื้อ และขาย อสังหาริมทรัพย์กัน มากขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากตัวแทนซื้อและขายอสังหาริมทรัพย์เป็นเสมือนผู้เชี่ยวชาญที่สามารถให้ข้อมูล และนำเสนอที่พักอาศัยให้เลือกได้เป็นจำนวนมาก จึงมีความหลากหลายมากพอที่จะเลือกให้ตรงกับ ความต้องการของลูกค้าแต่ละราย การเปรียบเทียบคุณภาพและราคาของที่พักแต่ละแห่งก็ สามารถทำได้ง่ายและรวดเร็วขึ้นกว่าเดิม พร้อมทั้งยังได้รับความสะดวกจากการให้บริการของ ตัวแทนขาย ซึ่งปัจจุบันก็มีบริษัทตัวแทนให้เลือกได้มากกว่า 50 บริษัทในจังหวัดเชียงใหม่ เช่น บริษัท ชันเบลล์ เอเชีย จำกัด บริษัท เชียงใหม่เฮ้าส์ จำกัด บริษัท เฮ้าส์อินเชียงใหม่ จำกัด บริษัท เรียดดีวิลด์ จำกัด และบริษัท เบทเทอร์โฮม จำกัด เป็นต้น ซึ่งตัวแทนในแต่ละรายก็มี ขนาดของ ธุรกิจ ความน่าเชื่อถือ ชื่อเสียง ผลงานที่ผ่านมา รวมถึงการคิดค่าธรรมเนียมและค่าบริการที่แตกต่าง กันออกไป (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2552: ออนไลน์)

สำหรับธุรกิจตัวแทนซื้อ และขายอสังหาริมทรัพย์ ในประเทศไทย ในปัจจุบันมีมูลค่าทาง การตลาดสูงถึงปีละกว่า 50,000 ล้านบาท ซึ่งหากคิดเป็นค่าคอมมิชชั่นตามระบบที่ตกประมาณราว 1,500 ล้านบาทต่อปี ซึ่งเป็นตัวเลขที่น่าสนใจสำหรับผู้ประกอบการที่อยู่ในธุรกิจนี้ แต่ในระยะยาว แล้ว การสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันจะต้องสู้กันด้วยชื่อเสียงและภาพลักษณ์ขององค์กร รวมไปถึงการมีข้อมูลที่ดีและต้นทุนทางการตลาดที่สูงขึ้นทุกปี ดังนั้นแนวโน้มของธุรกิจนายหน้า อสังหาริมทรัพย์จึงประสพภาวะการแข่งขันกันที่สูงขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยแนวโน้มของ ธุรกิจตัวแทนซื้อและขายอสังหาริมทรัพย์ ในอนาคตนั้น บริษัทที่มีขนาดเล็กจะลดลง แต่บริษัทที่มี ขนาดใหญ่จะเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ เป็นเพราะบริษัทเล็กๆ จะสู้ต้นทุนการตลาดไม่ไหวในภาวะการณ์ที่ปัจจัย ทางธุรกิจทุกอย่างมีค่าใช้จ่ายสูงขึ้น ทั้งเรื่องของภาพลักษณ์องค์กร งบประมาณด้านการตลาด การ โฆษณาประชาสัมพันธ์ ไปจนถึงการจัดกิจกรรมออกบูทและค่าใช้จ่ายอื่นๆ อีกมากมาย (บริษัท อี อาร์เอ แพรนไชส์ ประเทศไทย จำกัด, 2552: ออนไลน์)

บริษัท เชียงใหม่ พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด เป็นบริษัทให้บริการด้านอสังหาริมทรัพย์ เริ่มดำเนินการก่อตั้งในปี พ.ศ. 2547 เปิดดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการให้บริการด้านอสังหาริมทรัพย์ แก่ลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีสัดส่วนของรายได้ในแต่ละประเภทการให้บริการ ดังตารางที่ 1.1- 1.2 โดยบริษัท เชียงใหม่ พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด มีวิสัยทัศน์ที่จะเป็นผู้นำด้านการบริการ การให้เช่าอสังหาริมทรัพย์ ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัทคือ กลุ่มลูกค้าที่พักอาศัยในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 จนถึงปี พ.ศ. 2552 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (สัมภาษณ์: ฝ่ายขายบริษัท เชียงใหม่พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด)

ตารางที่ 1.1 แสดงสัดส่วนร้อยละของรายได้เฉลี่ยจำแนกตามการให้บริการของ บริษัท เชียงใหม่ พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด ระหว่างปี พ.ศ. 2550 ถึง ปี พ.ศ. 2552

การให้บริการของบริษัท เชียงใหม่ พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด	สัดส่วนร้อยละ
การให้บริการการรับฝากขายอสังหาริมทรัพย์ (ได้แก่ บ้าน ห้องชุด และ อาคารพาณิชย์)	5
การให้บริการเช่าอสังหาริมทรัพย์ (ได้แก่ บ้าน ห้องชุด และ อาคารพาณิชย์)	80
การให้บริการรับออกแบบตกแต่งภายใน (ได้แก่ บ้าน ห้องชุด และ อาคารพาณิชย์)	8
การให้บริการการจัดการทั่วไป (เช่น งานซ่อมแซมต่างๆ รวมถึงการทำความสะอาดที่พักอาศัย)	7
<b>รวม</b>	<b>100</b>

ที่มา: รายงานข้อมูลบัญชีลูกค้า ของบริษัท เชียงใหม่ พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2552

ตารางที่ 1.2 แสดงสัดส่วนร้อยละของรายได้เฉลี่ยจำแนกตามการให้บริการเช่าอสังหาริมทรัพย์ ของบริษัท เชียงใหม่ พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด ระหว่างปี พ.ศ. 2550 ถึง ปี พ.ศ. 2552

การให้บริการเช่าอสังหาริมทรัพย์	สัดส่วนร้อยละ
การให้บริการเช่าบ้าน	40
การให้บริการเช่าห้องชุด	36
การให้บริการเช่าอาคารพาณิชย์	24
รวม	100

ที่มา: รายงานข้อมูลบัญชีลูกค้า ของบริษัท เชียงใหม่ พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2552

จากการดำเนินงาน บริษัท เชียงใหม่ พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด ได้ให้ความสำคัญต่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างสูงสุด ทั้งการพัฒนารูปแบบการให้บริการการรับฝากขายอสังหาริมทรัพย์ การบริการการให้เช่าอสังหาริมทรัพย์ การให้บริการรับออกแบบตกแต่งภายใน และการให้บริการการจัดการทั่วไปที่ครบวงจร โดยได้มีการเน้นด้านการบริการก่อนและหลังการขายมาโดยตลอด เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า อย่างไรก็ตาม บริษัท เชียงใหม่ พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด ต้องการ ดำเนินกลยุทธ์เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักของบริษัท โดยเป็นกลุ่ม ผู้ใช้บริการเช่าอสังหาริมทรัพย์ ของบริษัท เชียงใหม่ พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด ถึงร้อยละ 80 ซึ่งเป็นการให้บริการเช่าห้องชุด ร้อยละ 36 เช่าอาคารพาณิชย์ ร้อยละ 24 และเช่าบ้าน ร้อยละ 40 ของการให้บริการเช่าอสังหาริมทรัพย์ เนื่องจากลูกค้าชาวต่างชาตินิยมเช่าห้องชุดและบ้าน ที่มีขนาดที่เหมาะสม อยู่ในตัวเมือง มีการคมนาคมที่สะดวกสบาย ปลอดภัย รวมถึงการบริการที่ครบวงจร ( สุวิดา ส่งเจิม , 2546) นอกจากนั้น ชาวต่างชาติบางกลุ่มยังนิยมซื้ออสังหาริมทรัพย์ประเภทห้องชุดและบ้าน แล้วนำอสังหาริมทรัพย์ดังกล่าวมาฝากเช่า กับทางบริษัท เชียงใหม่ พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด เนื่องจากเป็นหนทางการลงทุนอย่างหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ที่ได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนมากกว่าดอกเบี้ยเงินฝากจากธนาคารในปัจจุบัน ดังนั้นบริษัท เชียงใหม่ พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด จึงจำเป็นต้องสร้างความพึงพอใจ สูงสุดให้กับลูกค้า เพื่อให้เกิดการเติบโตของธุรกิจอย่างมั่นคงในระยะยาว และเนื่องจากในปัจจุบันมีการแข่งขันรุนแรงขึ้นเรื่อยๆ อีกทั้งมีจำนวนของกลุ่มแข่งขันมากขึ้น ทั้งคู่แข่งที่มีอยู่เดิม และคู่แข่งรายใหม่ที่เข้ามามาก ในตลาด ดังนั้นบริษัทจึงต้องรักษามาตรฐานการให้บริการหลังการขายรวมถึงการพัฒนาคุณภาพการให้บริการหลังการขายให้ดีขึ้นเหนือคู่แข่ง เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นและความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าอย่าง

สูงสุด รวมถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มต่อการบริการ และสร้างความภักดีต่อบริษัทในระยะยาวด้วย  
(สัมภาษณ์: คุณกาญจนรัช สุวรรณ กรรมการผู้จัดการบริษัท เชียงใหม่ พรีเมียมเพอร์ตี จำกัด)

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นผู้ศึกษาจึงสนใจจะทำการศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการ การให้เช่าอสังหาริมทรัพย์ของบริษัท เชียงใหม่ พรีเมียมเพอร์ตี จำกัด โดยข้อมูลที่ได้จะสามารถเป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาการบริการ และปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อให้เกิดคุณภาพในการบริการสูงสุด ซึ่งจะเป็นการรักษาฐานลูกค้าเก่าและเพิ่มลูกค้าใหม่ อีกทั้งเพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้อีกด้วย

## 1.2 วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการการให้เช่าอสังหาริมทรัพย์ ของบริษัท เชียงใหม่ พรีเมียมเพอร์ตี จำกัด

## 1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1.3.1 ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการการให้เช่าอสังหาริมทรัพย์ ของบริษัท เชียงใหม่ พรีเมียมเพอร์ตี จำกัด

1.3.2 ข้อมูลที่ได้สามารถนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาการดำเนินธุรกิจ และปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดของบริษัท เชียงใหม่ พรีเมียมเพอร์ตี จำกัด ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าต่อไป

## 1.4 นิยามศัพท์

**ความพึงพอใจ** หมายถึง ความรู้สึกที่แต่ละบุคคลแสดงออกถึงความยินดี ความพอใจและประทับใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของบริษัท เชียงใหม่ พรีเมียมเพอร์ตี จำกัด

**ลูกค้า** หมายถึง ลูกค้าที่ใช้บริการ เช่าอสังหาริมทรัพย์ ของบริษัท เชียงใหม่ พรีเมียมเพอร์ตี จำกัด ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มลูกค้าที่เป็นเจ้าของที่นำอสังหาริมทรัพย์มาฝากเช่า ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าชาวไทย และชาวต่างชาติ 2) กลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการเช่า ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติ

**ส่วนประสมทางการตลาดบริการ** หมายถึง เครื่องมือที่ต้องใช้ร่วมกันเพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมายให้เกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วยด้านต่างๆ ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านสถานที่ (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) และด้านการสร้างและนำเสนอหลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence)

**บริษัท เชียงใหม่ พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด หรือ บริษัท** หมายถึง บริษัทที่ดำเนิน ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งให้ บริการ 4 ด้าน ได้แก่ 1) การรับฝากขายอสังหาริมทรัพย์ 2) การให้บริการฝากเช่าอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งได้แก่ บ้าน ห้องชุด อาคารพาณิชย์ เป็นต้น 3) การให้ บริการรับออกแบบตกแต่งภายใน บ้าน ห้องชุด อาคาร พาณิชยกรรม และ 4) การให้บริการ การจัดการทั่วไป ซึ่งได้แก่ งานซ่อมแซมต่างๆ รวมถึงการทำความสะอาดที่พักอาศัย โดยมีสำนักงานตั้งอยู่เลขที่ 43 A23 ถนนนิมมานเหมินท์ ต.สุเทพ อ. เมือง จ. เชียงใหม่ โดยการศึกษาครั้งนี้จะทำการศึกษาเฉพาะส่วนการให้บริการฝากเช่าอสังหาริมทรัพย์ของบริษัท เชียงใหม่ พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด เท่านั้น