

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาอพาร์ทเมนท์ : กรณีศึกษา ชลอ เกลิมชัย อพาร์ทเมนท์ อำเภอบุข จังหวัดพระนครศรีอยุธยา” มีรูปแบบเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) มีสาระสำคัญดังนี้

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้เช่าต่อการใช้บริการของ ชลอ เกลิมชัย อพาร์ทเมนท์ อำเภอบุข จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) ศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้เช่าต่อการใช้บริการของ ชลอ เกลิมชัย อพาร์ทเมนท์ อำเภอบุข จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และ 3) จัดทำแนวทางการพัฒนาการใช้บริการของ ชลอ เกลิมชัย อพาร์ทเมนท์ อำเภอบุข จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

วิธีการดำเนินการวิจัย ประกอบด้วย หน่วยในการวิเคราะห์ ได้แก่ ผู้เช่า ชลอ เกลิมชัย อพาร์ทเมนท์ อำเภอบุข จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้เช่าพัก “ชลอ เกลิมชัย อพาร์ทเมนท์” อำเภอบุข จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยกำหนดให้เก็บข้อมูลจากผู้ที่มีรายชื่อทำสัญญาเช่าพัก แต่เนื่องจากในห้องพักแต่ละห้องส่วนใหญ่มีผู้อยู่อาศัยมากกว่า 1 คน จึงไม่สามารถหาจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดเก็บข้อมูลจากตัวแทนผู้เช่าห้องละ 1 คน เพื่อใช้เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 189 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์เนื้อหา และการวิเคราะห์ข้อมูลจากปัญหาและข้อเสนอแนะ

สรุปผล

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้เช่า

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้เช่า พบว่า เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 65.1 มีอายุระหว่าง 20 - 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.8 มีสถานภาพโสด มากกว่าสองในสาม หรือคิดเป็นร้อยละ 68.3 มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. คิดเป็นร้อยละ 43.4 ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 79.0 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 43.9 เช่าพักแบบพักคู่ เกือบสองในสามหรือคิดเป็นร้อยละ 64.0 และมีระยะเวลาในการเช่าพักน้อยกว่า 6 เดือน มากกว่าครึ่ง หรือคิดเป็นร้อยละ 52.9

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้เช่าต่อการให้บริการ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ผู้เช่ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการในภาพรวมระดับดี ($\bar{X} = 3.07$) เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า ผู้เช่ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการแต่ละด้านเฉลี่ยรวมระดับดี เช่นเดียวกัน กล่าวคือ ด้านอาคาร/สถานที่ ($\bar{X} = 3.19$) เท่ากันกับด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ ($\bar{X} = 3.19$) เป็นลำดับแรก รองลงมาได้แก่ ด้านความปลอดภัย ($\bar{X} = 3.09$) ด้านสาธารณูปโภค ($\bar{X} = 3.08$) ด้านสภาพแวดล้อม/ทำเลที่ตั้ง ($\bar{X} = 3.03$) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X} = 2.89$) และด้านราคา ($\bar{X} = 2.87$) ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะการให้บริการ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัญหาการให้บริการ พบว่า ผู้เช่ามีปัญหาการให้บริการด้านสาธารณูปโภค ด้านอาคาร/สถานที่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสภาพแวดล้อม/ทำเลที่ตั้ง ด้านความปลอดภัย และด้านราคา โดยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ด้านสาธารณูปโภค เสนอแนะในเรื่องแสงสว่างในพื้นที่ส่วนกลาง แสงสว่างภายในห้องพัก จำนวนหลอดไฟและปลั๊กไฟภายในห้องพัก จำนวนก๊อกน้ำในห้องพัก ระบบเสอาากาศ โทรทัศน์หรือเคเบิลทีวี และอื่น ๆ
2. ด้านอาคาร/สถานที่ เสนอแนะในเรื่องวัสดุอุปกรณ์ของห้องพัก คุณภาพของกลอนประตู หน้าต่าง สถานที่จอดรถ และอื่น ๆ
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เสนอแนะในเรื่องพัสดุภายในห้องพัก จุดบริการอินเทอร์เน็ต ร้านค้าขายของชำ ร้านอาหารตามสั่ง ร้านซักรีด ร้านเสริมสวย และอื่น ๆ
4. ด้านสภาพแวดล้อม/ทำเลที่ตั้ง เสนอแนะในเรื่องการจัดสรรพื้นที่ส่วนกลาง เสียบบกวน ภายในอาคารและภายนอกอาคาร
5. ด้านความปลอดภัย เสนอแนะในเรื่องระบบรักษาความปลอดภัย ทางเข้า - ออก และสถานที่จอดรถ โดยยามรักษาความปลอดภัย ระบบรักษาความปลอดภัย ทางเข้า - ออก โดยคีย์การ์ด ระบบป้องกันอัคคีภัย
6. ด้านราคา เสนอแนะในเรื่องราคาค่าเช่าห้องพัก ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าสาธารณูปโภคต่าง ๆ

ตอนที่ 4 แนวทางการพัฒนาอพาร์ทเมนท์

จากการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้จัดทำยุทธศาสตร์แนวทางการพัฒนา โดยใช้เทคนิค Balanced scorecard (BSC) ซึ่งสามารถช่วยในการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ เพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมายขององค์กรได้ ดังนี้

การวิเคราะห์สถานการณ์ขององค์กร

1. จุดแข็ง
 - 1.1 ห้องพักใหม่ อาคารมีลักษณะและรูปแบบสวยงาม
 - 1.2 สถานที่จอดรถและพื้นที่บริเวณโดยรอบอาคารกว้างขวาง
 - 1.3 ตั้งอยู่ในเขตชุมชน
 - 1.4 มีระบบความปลอดภัย หลายรูปแบบ
 - 1.5 มีความพร้อมด้านการลงทุน
 - 1.6 มีความพร้อมด้านการลงทุน
 - 1.7 บริหารงานโดยเจ้าของกิจการ
 - 1.8 เจ้าหน้าที่มีความมุ่งมั่นและตั้งใจปฏิบัติงาน
2. จุดอ่อน
 - 2.1 ขาดการวางแผนการให้บริการ
 - 2.2 ขาดการประชาสัมพันธ์
 - 2.3 ขาดการส่งเสริมการตลาด
 - 2.4 ขาดการประเมินผลการให้บริการ
 - 2.5 อุปกรณ์ภายในห้องมีน้อย เสื่อมสภาพ และไม่ได้มาตรฐาน
 - 2.6 ร้านค้าให้บริการมีน้อยและไม่หลากหลาย
 - 2.7 ค่าห้องเช่า ค่าน้ำ ค่าไฟ และค่าสาธารณูปโภค มีราคาค่อนข้างสูง
3. โอกาส
 - 3.1 การคมนาคมขนส่งสะดวกสบาย
 - 3.2 ตั้งอยู่ใกล้สวนอุตสาหกรรม
 - 3.3 รัฐบาลมีนโยบายกระจายรายได้และสร้างงาน
 - 3.4 รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศ
4. อุปสรรค
 - 4.1 มีการขยายตัวเพื่อการลงทุนขององค์กรอื่น ๆ
 - 4.2 สภาพเศรษฐกิจภายในประเทศและทั่วโลกตกต่ำ
 - 4.3 แรงงานถูกปลดและตกงาน

วิสัยทัศน์

เป็นผู้นำในการให้บริการที่พักร ในพื้นที่ตำบลคานหาม อำเภออุทัย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้เช่าในทุกด้าน พร้อมไปด้วยความสะดวกสบาย และความปลอดภัย ภายใต้สิ่งแวดล้อมที่สดใส เพื่อส่งเสริมสุขภาพ ท่ามกลางความเจริญของสังคมเมือง

พันธกิจ

ให้บริการที่พักอาศัยในพื้นที่ตำบลคานหาม อำเภออุทัย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ยุทธศาสตร์

การพัฒนาให้ที่พักอาศัยมีความแตกต่าง เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการผู้เช่า ภายใต้ทรัพยากรที่เอื้ออำนวยอย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อจัดทำแนวทางในการบริหารงานด้านการเงินของ “ชลอ เกลิมชัย อพาร์ทเมนท์”
2. เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของผู้เช่าพัก “ชลอ เกลิมชัย อพาร์ทเมนท์”
3. เพื่อจัดทำแนวทางในการบริหารงานด้านกระบวนการภายในของ “ชลอ เกลิมชัย อพาร์ทเมนท์”
4. เพื่อจัดทำแนวทางในการบริหารงานด้านการเรียนรู้และพัฒนาพนักงานของ “ชลอ เกลิมชัย อพาร์ทเมนท์”

ตัวชี้วัด

1. การเพิ่มขึ้นของกำไร
2. การเพิ่มขึ้นของรายได้
3. การลดลงของต้นทุน
4. ความพึงพอใจของลูกค้า
5. ส่วนแบ่งตลาด
6. การรักษากรฐานลูกค้าเดิม
7. การเพิ่มลูกค้าใหม่
8. การควบคุมคุณภาพของวัสดุอุปกรณ์
9. การบริหารทรัพยากร
10. ทักษะและความสามารถในการให้บริการของพนักงาน
11. ทักษะคติที่ดีของพนักงาน

เป้าหมาย

1. ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของผลกำไร การเพิ่มขึ้นของรายได้ และการลดลงของต้นทุนหรือรายจ่าย
2. ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของความพึงพอใจของลูกค้า ส่วนแบ่งตลาด การรักษาสถานลูกค้าเดิม และการเพิ่มลูกค้าใหม่
3. ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของการใช้วัสดุอุปกรณ์ที่มีคุณภาพและการบริหารทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด
4. ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของทักษะและความสามารถในการให้บริการของพนักงาน และทัศนคติที่ดีของพนักงาน

กลยุทธ์

1. กลยุทธ์ระดับองค์กร
การวางแผนกลยุทธ์ระดับองค์กร กำหนดใช้กลยุทธ์การเจริญเติบโต (Growth strategy) ได้แก่ กลยุทธ์ที่องค์กรสามารถปรับและจัดสรรทรัพยากรภายในที่มีอยู่ ให้สามารถฉกฉวยโอกาสจากสถานการณ์ภายนอกที่เอื้ออำนวย ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. กลยุทธ์ระดับธุรกิจหรือกลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน
การวางแผนกลยุทธ์ระดับธุรกิจหรือกลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน กำหนดใช้กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง (Differentiate strategy) ได้แก่ กลยุทธ์ที่องค์กรต้องการเอาชนะหรือสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง ด้วยการสร้างความแตกต่างในการให้บริการ และวัสดุอุปกรณ์ เพื่อให้ผู้เข้าพักรับรู้ถึงคุณค่าของการให้บริการ และวัสดุอุปกรณ์ ที่สูงกว่าที่อื่น ๆ

การนำแผนกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติ

การถ่ายทอดแผนกลยุทธ์เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติ ผู้วิจัยได้นำรูปแบบการวางแผนกลยุทธ์ Balanced scorecard model (BSC) มาปรับใช้โดยเชื่อมโยงกับข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัยในการกำหนดภารกิจขององค์กรของมุมมอง 4 ด้าน ได้แก่

1. มุมมองด้านการเงิน
 - 1.1 การประชาสัมพันธ์
 - 1.2 การส่งเสริมการขาย
 - 1.3 การปรับเปลี่ยนและตรวจสอบอุปกรณ์ไฟฟ้า ประปา
2. มุมมองด้านลูกค้า
 - 2.1 การจัดทำฐานข้อมูล
 - 2.2 การประเมินผลความพึงพอใจและปัญหาการให้บริการ

3. มุมมองด้านกระบวนการภายใน
 - 3.1 การจัดให้มีวัสดุอุปกรณ์ที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน
 - 3.2 การจัดให้มีวัสดุอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกให้เพียงพอ
 - 3.3 การปรับปรุงสภาพแวดล้อมของที่พัก
4. มุมมองด้านการเรียนรู้และพัฒนา
 - 4.1 การจัดฝึกอบรมเพื่อเพิ่มทักษะในการให้บริการด้านต่าง ๆ แก่พนักงาน
 - 4.2 การสร้างขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานแก่พนักงาน

กิจกรรม / แผนงาน / โครงการ

1. มุมมองด้านการเงิน
 - 1.1 แผนงานประชาสัมพันธ์
 - 1.2 กิจกรรมส่งเสริมการขาย
 - 1.3 โครงการปรับเปลี่ยนและตรวจสอบอุปกรณ์
2. มุมมองด้านลูกค้า
 - 2.1 โครงการสร้างฐานข้อมูลสารสนเทศขององค์กร
 - 2.2 โครงการประเมินผลการให้บริการที่พักออาศัย
3. มุมมองด้านกระบวนการภายใน
 - 3.1 โครงการวัสดุอุปกรณ์คุณภาพมาตรฐาน
 - 3.2 แผนงานสำรวจปรับปรุง จัดหาวัสดุอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก
 - 3.3 โครงการพัฒนาและปรับปรุงสภาพแวดล้อมที่พักออาศัย
4. มุมมองด้านการเรียนรู้และพัฒนา
 - 4.1 โครงการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มทักษะในการปฏิบัติงาน
 - 4.2 กิจกรรมสานสัมพันธ์สร้างขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงาน

การกำหนดกลยุทธ์โดยใช้ Balanced scorecard model ใช้ระยะเวลาในการดำเนินการ เป็นเวลา 1 ปี โดยกำหนดการประเมินผลเชิงกลยุทธ์ของมุมมอง 4 ด้าน ทุก 6 เดือน เพื่อตรวจสอบว่าการดำเนินงานตามกลยุทธ์ เป็นไปตามตัวชี้วัดและเป้าหมายขององค์กรหรือไม่ ทั้งนี้เพื่อเป็นปรับปรุงแผนกลยุทธ์ให้เหมาะสมและสอดคล้องกับสถานการณ์ทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

การนำแผนกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติ

การนำแผนกลยุทธ์ของ “ชลอ เจริมชัย อพาร์ทเมนท์” มาปฏิบัติ ควรให้ความสำคัญกับ “ลูกค้า” เป็นลำดับแรก โดยจัดทำโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ที่กำหนดไว้ ดังนี้

ชื่อโครงการ

โครงการ “ชลอ เกลิมชัย มุ่งให้บริการ”

วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อจัดทำฐานข้อมูลทะเบียนประวัติผู้เช่าพัก “ชลอ เกลิมชัย อพาร์ทเมนท์”
2. เพื่อตรวจสอบ ปรับปรุง และปรับเปลี่ยนวัสดุอุปกรณ์ ภายในห้องพักของ “ชลอ เกลิมชัย อพาร์ทเมนท์” ให้ได้มาตรฐาน
3. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของ “ชลอ เกลิมชัย อพาร์ทเมนท์”
4. เพื่อศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะการให้บริการของ “ชลอ เกลิมชัย อพาร์ทเมนท์”

เป้าหมายของโครงการ

1. “ชลอ เกลิมชัย อพาร์ทเมนท์” มีทะเบียนประวัติของผู้เช่าพักทุกห้อง
2. ห้องพักทุกห้องของ “ชลอ เกลิมชัย อพาร์ทเมนท์” ได้รับการตรวจสอบ ปรับปรุง และปรับเปลี่ยนวัสดุอุปกรณ์ให้ได้มาตรฐาน
3. ผู้เช่าพัก “ชลอ เกลิมชัย อพาร์ทเมนท์” มีความพึงพอใจเฉลี่ยโดยรวมในระดับดีมาก

การดำเนินงานโครงการ

1. จัดประชุมผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อชี้แจงรายละเอียดของโครงการ
2. มอบหมายผู้มีหน้าที่รับผิดชอบโครงการ ดังนี้
 - 2.1 เจ้าหน้าที่ธุรการ ทำหน้าที่จัดเก็บข้อมูลและบันทึกข้อมูล เพื่อจัดทำทะเบียนประวัติ
 - 2.2 เจ้าหน้าที่แผนกซ่อมบำรุง ทำหน้าที่ตรวจสอบ ปรับปรุง และปรับเปลี่ยนวัสดุอุปกรณ์
 - 2.3 เจ้าหน้าที่ธุรการ ทำหน้าที่ประเมินผลความพึงพอใจต่อการให้บริการ
 - 2.4 หัวหน้าผู้จัดการ ทำหน้าที่ตรวจสอบและติดตามผลการปฏิบัติงาน
3. ประชาสัมพันธ์โครงการ ให้ผู้เช่าพักได้รับทราบรายละเอียดของโครงการ
4. ดำเนินงานตามแผนการดำเนินการโครงการ
5. สรุปผลโครงการ

สถานที่ดำเนินงาน

ชลอ เกลิมชัย อพาร์ทเมนท์ ตำบลคานหาม อำเภออุทัย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ระยะเวลาการดำเนินการโครงการ

วันที่ 1 - 31 มกราคม พ.ศ. 2552

ผู้รับผิดชอบโครงการ

หุ้นส่วนผู้จัดการ ชลอ เฉลิมชัย อพาร์ทเมนท์ จำกัด

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้สารสนเทศทะเบียนประวัติของผู้เช่าพัก เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนส่งเสริมการขายของ “ชลอ เฉลิมชัย อพาร์ทเมนท์”
2. ห้องพักของ “ชลอ เฉลิมชัย อพาร์ทเมนท์” ทุกห้อง มีวัสดุอุปกรณ์ที่ได้มาตรฐาน
3. ได้สารสนเทศความพึงพอใจต่อการให้บริการ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา และปรับปรุงการให้บริการของ “ชลอ เฉลิมชัย อพาร์ทเมนท์”

อภิปรายผล

1. จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ผู้เช่าพักอาศัย เป็นเพศหญิง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการผลิตในโรงงานอุตสาหกรรมต่าง ๆ เช่น โรงงานตัดเย็บ หรือการผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนใหญ่จะรับสมัครพนักงานเพศหญิงเข้าทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับการสำรวจของกรมแรงงาน พ.ศ. 2550 จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ที่พบว่าคนทำงานในสถานประกอบการอุตสาหกรรมการผลิตในปี 2549 เป็นเพศหญิง จำนวน 152,643 คน และเพศชาย จำนวน 96,510 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดพระนครศรีอยุธยา, 2551 : ออนไลน์) และส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้เช่าพักอาศัย ส่วนใหญ่มักเป็นคนต่างถิ่นที่ย้ายเข้ามาทำงานในโรงงานอุตสาหกรรม ซึ่งจากการสำรวจของสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่าบริเวณของบริษัทสวนอุตสาหกรรมโรจนะจำกัด มีโรงงานจำนวน 166 แห่ง มีคนงาน 35,211 คน (สำนักงานจังหวัดพระนครศรีอยุธยา, 2551 : 7)

2. จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของผู้เช่าต่อการให้บริการ พบว่า ผู้เช่ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการในภาพรวมระดับดี เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า ผู้เช่ามีความพึงพอใจด้านอาคาร/สถานที่ เท่ากันกับด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ รองลงมาได้แก่ ด้านความปลอดภัย ด้านสาธารณูปโภค ด้านสภาพแวดล้อม/ทำเลที่ตั้ง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านราคา ในระดับระดับดี เช่นเดียวกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะความพึงพอใจต่องานบริการ เป็นความรู้สึกหลังจากการได้รับการบริการ ซึ่งเป็นผลเปรียบเทียบระหว่างบริการที่คาดหวังกับคุณภาพของบริการที่ได้รับจริง หากเป็นไปตามที่คาดหวังไว้ ก็จะเกิดความพึงพอใจ และระดับของความพึงพอใจจะขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ ซึ่ง ดิเรก (Direck, 1972 : 392) กล่าวว่า ความพึงพอใจหรือความพอใจ

เป็นความรู้สึกของผู้มารับบริการต่อสถานบริการนั้น ๆ หรือทัศนคติทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งจะเปลี่ยนไปเป็นความพึงพอใจในการปฏิบัติต่อสิ่งนั้น

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ผู้เข้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านอาคาร/สถานที่ เท่ากันกับด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการในระดับดี เป็นลำดับแรก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในที่อยู่อาศัย ประกอบด้วย ลักษณะทางกายภาพของที่อยู่อาศัยที่ดี เช่น โครงสร้างภายในและภายนอกของที่อยู่อาศัย ความสะอาด และสถานที่ตั้ง เป็นต้น สอดคล้องกับ อนันต์ ชาติรุประชีวิน (2544 : 188) ที่ได้กล่าวถึงลักษณะคุณภาพการให้บริการไว้ว่าการเข้าถึงลูกค้า บริการต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลา สถานที่ ทำเลที่ตั้งเหมาะสม จากการศึกษารวบรวมแนวคิดในการตัดสินใจเลือกทำเลที่ตั้งของที่อยู่อาศัย พบว่า มีปัจจัยหลายประการที่เกี่ยวกับการตัดสินใจของนักคิดหลายท่านที่ทำการศึกษาไว้ สามารถแบ่งได้เป็น 3 ลักษณะดังนี้

- 1) การพิจารณาทำเลที่ตั้งโดยคำนึงถึงตัวอาคารและสภาพแวดล้อมตัวอาคารและตำแหน่งที่ตั้งของที่อยู่อาศัยมีผลต่อการตัดสินใจ ทั้งในด้านความเหมาะสมกับขนาดครอบครัว ประโยชน์ใช้สอยในบ้าน รวมถึงสภาพแวดล้อม
- 2) การพิจารณาทำเลที่ตั้งโดยคำนึงถึงการเดินทางไปยังแหล่งบริการต่าง ๆ และ
- 3) การพิจารณาทำเลที่ตั้งโดยคำนึงฐานะทางเศรษฐกิจ นักทฤษฎีบางท่านเห็นว่า เพื่อให้ประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง กลุ่มผู้มีรายได้น้อยจะพยายามเลือกทำเลที่ตั้งของที่อยู่อาศัยให้ใกล้กับแหล่งงานมากกว่ากลุ่มผู้มีรายได้สูง การพิจารณาทำเลที่ตั้งโดยคำนึงถึงบริการทางสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ และมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2539 : 13-27) ซึ่งกล่าวว่า สภาพแวดล้อม และบรรยากาศ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า และปัจจัยที่มีต่อเจตคติของผู้รับบริการ เป็นเจตคติที่ผู้รับบริการมีต่อสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์การบริการสำหรับห้องพัก เช่น การออกแบบตกแต่งภายใน และการให้อุปกรณ์อำนวยความสะดวก รวมถึงสภาพแวดล้อมภายนอกเกี่ยวข้องกับการออกแบบตัวอาคารสถานที่ การตกแต่งอาคารและบริเวณนอกอาคาร ตลอดจนการติดตั้งอุปกรณ์ต่าง ๆ

ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ พบว่า ผู้เข้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการในระดับดี ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะบุคคลที่จะทำให้ผู้ใช้บริการได้รับความพึงพอใจและประทับใจมากที่สุด คือ พนักงานผู้ให้บริการ เพราะพนักงานจะเป็นผู้ที่สัมผัสกับลูกค้าโดยตรง อีกทั้งการบริการเป็นกิจกรรมที่ผู้ให้บริการปฏิบัติเพื่อให้เกิดความสะอาดสบายแก่ผู้มาใช้บริการ โดยการให้ความช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ เพื่อให้ผู้มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจและมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กรที่เป็นผู้ให้บริการ สอดคล้องกับ จำรอง เงินดี (2544 : 266) ที่กล่าวว่า การบริการหมายถึงกิจกรรม ประโยชน์ หรือความพึงพอใจ ซึ่งได้เสนอเพื่อขายหรือกิจกรรมที่จัดขึ้นรวมกับการขายสินค้า การบริการเกิดขึ้นจากการปฏิบัติของผู้ขายบริการ ฉะนั้นคุณภาพของการบริการจะเป็นอย่างไร จึง

ขึ้นอยู่กับ การปฏิบัติของผู้ให้บริการ และดังที่ ศุภนิษฐ์ โสครัตนชัย (2536 : 13) กล่าวว่า การบริการ เป็นการกระทำที่เกิดจากจิตใจที่เปี่ยมไปด้วยความปรานี ช่วยเหลือเกื้อกูล เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ อาหารมีน้ำใจไมตรี ให้ความสะดวกรวดเร็ว ให้ความเป็นธรรมและความเสมอภาค สอดคล้องกับ เสาวนีย์ ฤทธิรุ่ง (2545 : 16) กล่าวว่า บุคคลที่จะทำให้ผู้ใช้บริการได้รับความพึงพอใจและประทับใจมากที่สุด จำเป็นต้องมีลักษณะสำคัญ ได้แก่ 1) ทักษะ พนักงานจะต้องมีความรู้ความชำนาญ ในงานที่ตนรับผิดชอบและความคล่องตัวในงานหน้าที่อย่างดี พัฒนาปรับปรุงความรู้ใหม่ๆ อยู่เสมอ เพื่อที่จะสามารถแก้ไขปัญหาและตอบข้อซักถามของลูกค้าได้เป็นอย่างดี 2) ประสิทธิภาพงานที่ทำจะต้องมีประสิทธิภาพ ไม่มีความบกพร่องเสร็จสมบูรณ์ตามเวลาที่เหมาะสม สิ่งเหล่านี้ จะเป็นการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี เพราะลูกค้าย่อมต้องการบริการที่ดี และมีคุณภาพควบคู่กันไป 3) ความภาคภูมิใจ จะต้องมีการสร้างความภาคภูมิใจให้พนักงานในการทำงานจะเป็นสิ่งที่กระตุ้นให้พนักงานปฏิบัติงานด้วยความพึงพอใจ ซึ่งหมายถึงพนักงานย่อมจะให้บริการที่มีคุณภาพ สร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าได้เป็นอย่างดี 4) อธิษาศัย พนักงานจะต้องมี อธิษาศัยไมตรีที่ดี คือ จะต้องทำด้วยหัวใจ หมายถึง ทำด้วยหัวใจ ทำอย่างมีทักษะและมีประสิทธิภาพ ทำด้วยใจ คือ ทำด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม ยิ้มแย้ม แจ่มใส ซึ่งเป็นสิ่งที่ออกมาจากใจของเราเอง และ 5) จะต้องปรับปรุงทัศนคติในการให้บริการใหม่ เดิมพนักงานผู้ที่จะพบลูกค้า มักจะเป็นพนักงานที่มีประสบการณ์น้อย ส่วนพนักงานที่มีประสบการณ์ในการทำงานมาก มักจะนั่งอยู่ด้านหลัง ทำให้คนที่พบกับลูกค้าเป็นคนที่มีความรู้ที่น้อยที่สุดขององค์กรทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พอใจในการรับบริการ ควรจะปรับปรุงทัศนคติ ในจุดนี้ พนักงานที่มีความรู้ความสามารถควรจะเป็นผู้ที่พบปะลูกค้าโดยตรง เพื่อสามารถให้บริการที่ดีได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ด้านราคา พบว่า ผู้เข้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการในระดับดี เป็นลำดับสุดท้าย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ที่อาศัยในชุมชน จะมีค่าใช้จ่ายในการดำรงชีพสูง ในขณะที่แต่ละบุคคลก็มีรายได้แตกต่างกันไป ดังนั้น ความพึงพอใจของผู้รับบริการ จึงขึ้นอยู่กับราคาค่าบริการที่ผู้รับบริการยอมรับหรือพิจารณาว่าเหมาะสมกับคุณภาพของการบริการตามความเต็มใจที่จะจ่ายของผู้รับบริการ นับได้ว่าราคาค่าบริการ เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการหรือลูกค้า กล่าวคือ ความพึงพอใจของผู้รับบริการ ขึ้นอยู่กับราคาค่าบริการที่ผู้รับบริการยอมรับหรือพิจารณาว่าเหมาะสมกับคุณภาพของการบริการ ตามความเต็มใจที่จะจ่ายของผู้รับบริการ (มหาวิทยาลัยสุโขทัย ธรรมาธิราช. 2539 : 27) ดังนั้นเจตคติของผู้รับบริการที่มีต่อราคาค่าบริการกับคุณภาพของการบริการของ แต่ละบุคคลจึงอาจแตกต่างกันออกไป

3. จากการวิเคราะห์ปัญหาและข้อเสนอแนะการให้บริการ พบว่า ผู้เข้ามีปัญหาด้านราคา เป็นลำดับแรก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะปัจจุบันสินค้าอุปโภคบริโภค มีราคาแพง ซึ่งเกิดสภาพ

เศรษฐกิจตกต่ำ ดังนั้น เงินซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิตในสังคมเมือง จึงถือเป็นสิ่งสำคัญที่ทุกคนต้องใช้จ่ายอย่างประหยัด ดังนั้นปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการหรือลูกค้า ได้แก่ ราคาค่าบริการที่ผู้รับบริการยอมรับหรือพิจารณาว่าเหมาะสมกับคุณภาพของการบริการ ตามความเต็มใจที่จะจ่ายของผู้รับบริการ โดยเจตคติของผู้รับบริการ ที่มีต่อราคาค่าบริการกับคุณภาพของการบริการของแต่ละบุคคลอาจแตกต่างกันออกไป (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2539 : 27)

4. แนวทางการพัฒนาอาร์ทเมนท์ ผู้วิจัยได้นำรูปแบบการวางแผนกลยุทธ์ Balanced scorecard model มาปรับใช้โดยเชื่อมโยงกับข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัย เพื่อใช้เป็นแนวทางในการถ่ายทอดแผนกลยุทธ์เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติ ผ่านมุมมอง 4 ด้าน ได้แก่ มุมมองด้านการเงิน มุมมองด้านลูกค้า มุมมองด้านกระบวนการภายใน และมุมมองด้านการเรียนรู้และพัฒนา ทั้งนี้เพื่อให้องค์กรสามารถดำเนินการเพื่อนำไปสู่วิสัยทัศน์ พันธกิจ วัตถุประสงค์ กลยุทธ์ และการนำแผนกลยุทธ์สู่การปฏิบัติ ภายใต้ข้อกำหนดของตัวชี้วัดและเป้าหมายขององค์กร สอดคล้องกับ สุวัฒน์ สิรินิรันดร์ (2551 : 10) ซึ่งกล่าวว่า การจัดเรียงมุมมองสำหรับองค์กรธุรกิจเอกชนที่มุ่งแสวงหากำไรหรือวัตถุประสงค์สำเร็จขององค์กรจากตัวเลขทางการเงิน ได้แก่ มุมมองด้านการเงิน มุมมองด้านลูกค้า มุมมองด้านกระบวนการภายใน มุมมองด้านการเรียนรู้และพัฒนา ดังที่ วันชัย คำเจริญ (2545 : 51 - 52) กล่าวว่า กลยุทธ์การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเป็นเป้าหมายสูงสุดของความสำเร็จในการดำเนินงานบริการเพื่อให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจในบริการ นำมาซึ่งความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันทางการตลาด ความพึงพอใจของลูกค้าจึงเป็นตัวแปรสำคัญในการประเมินคุณภาพของการบริการ หากกิจกรรมใดนำเสนอการบริการที่ดีมีคุณภาพตรงกับความต้องการตามความคาดหวังของลูกค้า มีผลทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจต่อบริการนั้น และมีแนวโน้มจะใช้บริการซ้ำอีกต่อไป คุณภาพการบริการที่จะทำให้ลูกค้าพึงพอใจขึ้นอยู่กับลักษณะการบริการที่ปรากฏให้เห็น เช่น สถานที่ อุปกรณ์เครื่องใช้ บุคลิกลักษณะของพนักงานบริการ ความน่าเชื่อถือไว้วางใจของการบริการ ความเต็มใจที่จะให้บริการตลอดจนความรู้ความสามารถในการให้บริการด้วยความเชื่อมั่นและความเข้าใจต่อผู้อื่น เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 จากผลการวิจัย พบว่า ผู้เช่ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการในภาพรวมระดับดี ดังนั้น ผู้จัดการ/เจ้าของอาร์ทเมนท์ จึงควรวางแผนการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการทุก ๆ

ด้านให้ดียิ่งขึ้น เพื่อแก้ไขจุดอ่อนของ “ชลอ เกลิมชัย อพาร์ทเมนท์” อันจะนำไปสู่ความพึงพอใจในระดับดีมาก

1.2 จากผลการวิจัย พบว่า ผู้เช่ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านราคา เป็นลำดับสุดท้าย ดังนั้น ผู้จัดการ/เจ้าของอพาร์ทเมนท์ จึงควรปรับปรุงและพัฒนาเพื่อสร้างความแตกต่างในการให้บริการ ทั้งในด้านสาธารณูปโภค ด้านอาคาร/สถานที่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสภาพแวดล้อม/ทำเลที่ตั้ง ด้านความปลอดภัย และด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ เพื่อให้ผู้เช่าพึงพอใจถึงคุณค่าของการให้บริการ และวัสดุอุปกรณ์ ที่สูงกว่าที่อื่น ๆ

1.3 จากผลการวิจัย พบว่า ผู้เช่าบางส่วนมีปัญหาในการเช่าพัก ดังนั้น ผู้จัดการ/เจ้าของอพาร์ทเมนท์ ควรมอบหมายให้เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องและรับผิดชอบ ดำเนินการสำรวจเพื่อปรับปรุงและแก้ไขปัญหาที่ผู้เช่าพัก เพื่อส่งเสริมให้ “ชลอ เกลิมชัย อพาร์ทเมนท์” เป็นผู้นำในการให้บริการที่พักรักษาที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้เช่าในทุกด้าน พร้อมทั้งไปด้วยความสะดวกสบาย และความปลอดภัย ภายใต้สิ่งแวดล้อมที่สดใส เพื่อส่งเสริมสุขภาพ ท่ามกลางความเจริญของสังคมเมือง

1.4 จากผลการวิจัย พบว่า ผู้เช่าเสนอแนะให้มีการบริการสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น บริการอินเทอร์เน็ต ร้านอาหาร บริการด้านสุขภาพ และสวัสดิการต่าง ๆ เช่น การออมทรัพย์ เพิ่มขึ้นจากการให้บริการในปัจจุบัน ดังนั้นผู้จัดการ/เจ้าของอพาร์ทเมนท์ จึงควรดำเนินการปรับปรุงแก้ไขให้มีบริการต่าง ๆ ที่สามารถดำเนินการได้ เพื่อให้ “ชลอ เกลิมชัย อพาร์ทเมนท์” เป็นที่พักที่มีความแตกต่าง ภายใต้ทรัพยากรที่เอื้ออำนวยอย่างมีประสิทธิภาพ

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้เช่าพักอาศัยในอพาร์ทเมนท์อื่น ๆ หรือทำการศึกษาในภาพรวมของทั้งอำเภอ หรือทั้งจังหวัด เพื่อนำสารสนเทศที่ได้มาใช้เป็นแนวทางการพัฒนาการให้บริการของอพาร์ทเมนท์

2.2 ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบตัวแปรที่อาจมีผลหรือเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้เช่าพักอาศัยในอพาร์ทเมนท์ เช่น เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา ฯลฯ ทั้งนี้เพื่อจัดการให้บริการอพาร์ทเมนท์ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นผู้พักอาศัย