

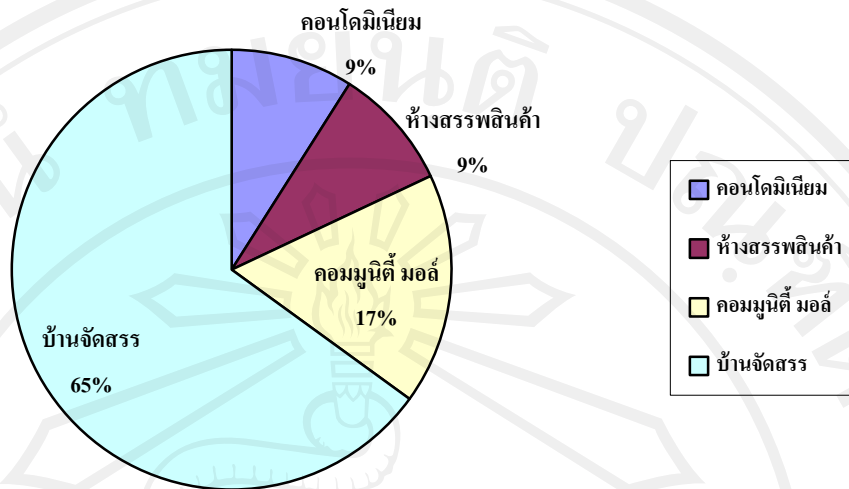
บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การขยายตัวของเศรษฐกิจภายในประเทศจะมากหรือน้อย เครื่องชี้วัดตัวหนึ่งที่สำคัญ ที่สามารถสังเกตได้คือ ความตื่นตัวของการลงทุนในภาคอสังหาริมทรัพย์ เพราะการเติบโตที่ดีของภาคธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เป็นตัวช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยทิศทางอสังหาริมทรัพย์ของประเทศไทยในปี 2555 เริ่มมีการฟื้นตัวตั้งแตในช่วงครึ่งปีแรก ซึ่งเป็นการเริ่มต้นธุรกิจอีกหลังจากผ่านวิกฤตน้ำท่วมในปี 2554 โดยมีปัจจัยทางด้านนโยบายของภาครัฐเป็นตัวกระตุ้น ได้แก่ มาตรการลดหย่อนภาษีบ้านหลังแรก โครงการบ้านหลังแรกราคาไม่เกิน 1 ล้านบาท อัตราดอกเบี้ย 0% และวงเงินกู้อัตราดอกเบี้ยต่ำพิเศษ จากธนาคารแห่งประเทศไทย สำหรับแนวโน้มอสังหาริมทรัพย์ปี 2556 ทิศทางการขยายตัวยังคงมีอย่างต่อเนื่อง ผู้ประกอบการมีการขยายการลงทุนจากส่วนกลางออกสู่ต่างจังหวัดมากขึ้น เพราะต้นทุนที่ถูกและมีความยืดหยุ่นด้านผังเมือง ประกอบกับการลงทุนโครงการก่อสร้างของภาครัฐ ด้านการคมนาคม โครงการขนส่งมวลชนระบบราง รวมไปถึงการเตรียมพร้อมเพื่อการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่จะเกิดขึ้นในปี 2558 ซึ่งเป็นตัวผลักดันให้ธุรกิจขยายตัวอย่างต่อเนื่อง (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2556)

ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในปัจจุบันได้มีการขยายตัวมากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่หลากหลาย ทำให้เกิดการขยายตัวของโครงการที่พักอาศัย และมีการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในรูปแบบต่างๆ โดยเฉพาะจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อรองรับความต้องการของคนภายในพื้นที่และนอกพื้นที่ รวมไปถึงการขยายตัวเพื่อรองรับนโยบายของรัฐ ทั้งในเรื่องโครงการขนส่งระบบราง ที่จะมีการสร้างในจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีการขยายตัวตั้งแต่ปี 2555 และมีแนวโน้มเร่งตัวต่อเนื่องในช่วงปี 2556 จากการลงทุนในโครงการใหม่ๆ ของกลุ่มทุนท้องถิ่นและจากส่วนกลาง เช่น แसनสิริ แลนด์เอนด์เฮาส์ สุภาลัย ฯลฯ คิดเป็นสัดส่วนการลงทุนประมาณ 70:30 (เชียงใหม่นิวส์, 2556)



ที่มา: ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ (2556)

รูปที่ 1.1 สัดส่วนการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ของจังหวัดเชียงใหม่ ปี 2554 ไตรมาสที่ 3

ภาวะธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน กลุ่มบ้านจัดสรรซึ่งมีสัดส่วนประมาณ 2 ใน 3 ของตลาดที่อยู่อาศัยในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเติบโตในเกณฑ์สูง จากการขยายการลงทุนของผู้ประกอบการขนาดใหญ่จากส่วนกลาง รวมถึงกลุ่มทุนในท้องถิ่นมีการขยายการลงทุนเช่นเดียวกัน ซึ่งผู้ประกอบการท้องถิ่นหลายรายประเมินว่ามูลค่าการลงทุนในกลุ่มที่พักอาศัยไม่ต่ำกว่า 2,000 ล้านบาทโดยประมาณ ขณะเดียวกัน กลุ่มคอนโดมิเนียมก็มีขยายตัวค่อนข้างสูง สะท้อนได้จากโครงการก่อสร้างคอนโดมิเนียมในภาคเหนือในอีก 1-2 ปีข้างหน้า โดยเฉพาะจังหวัดเชียงใหม่ที่มีมากกว่า 23 โครงการ โดยส่วนนักลงทุนส่วนใหญ่เร่งดำเนินโครงการเพื่อหลีกเลี่ยงข้อบังคับควบคุมการก่อสร้าง ก่อนประกาศใช้กฎหมายผังเมืองฉบับใหม่ ประกอบศักยภาพของจังหวัดเชียงใหม่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว สถานศึกษา รวมถึงการขยายตัวเพื่อรองรับศูนย์แสดงสินค้าและหอประชุมนานาชาติ ที่ใกล้แล้วเสร็จ ตลอดจนการเป็น Hub ของประเทศเพื่อนบ้านในด้านต่างๆ ภายหลังการเปิดประชาคมอาเซียน ทำให้ความต้องการอสังหาริมทรัพย์ของคนในจังหวัดเชียงใหม่และต่างจังหวัด (สัดส่วนผู้ซื้อประมาณ 50:50) มีเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งเพื่อตอบสนองรูปแบบการใช้ชีวิตของผู้บริโภคสมัยใหม่ที่ต้องการความสะดวกสบายในการเดินทาง การสร้างครอบครัวใหม่ และความต้องการที่อยู่อาศัยของชาวต่างประเทศเข้ามาอยู่ในพื้นที่มากขึ้นก็เป็นปัจจัยสำคัญในการซื้ออสังหาริมทรัพย์ (ธนาคารกรุงเทพ, ออนไลน์, 2556)

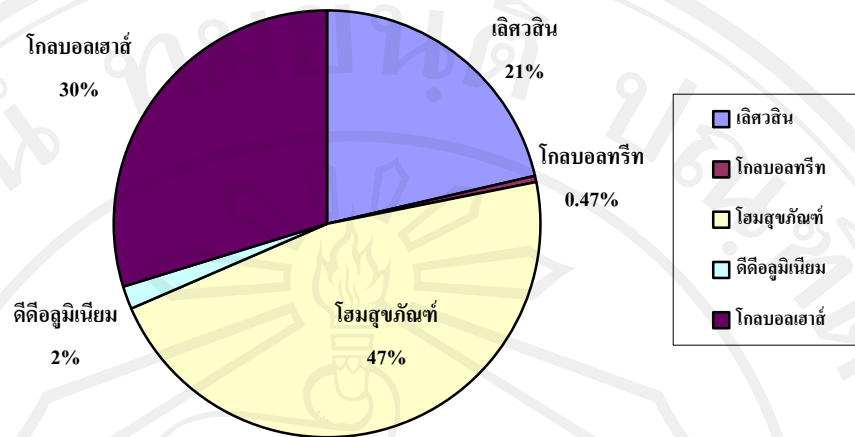
ภาพรวมอุตสาหกรรมบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่ มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากเชียงใหม่มีองค์ประกอบหลายๆ ด้านที่เป็นปัจจัยบวก อาทิเช่น เป็นเมืองสำคัญทางเศรษฐกิจของภูมิภาคและในระดับนานาชาติในอนาคต มีเส้นทางคมนาคมที่มีคุณภาพ และยังมีแผนการที่จะพัฒนาระบบขนส่งและเส้นทางเชื่อมต่อไปยังพื้นที่อื่นๆ อีกหลายโครงการ เช่น โครงการรถไฟฟ้าความเร็วสูง ประกอบกับค่าครองชีพที่ไม่สูงมาก และผู้บริโภคสามารถเลือกรูปแบบการอยู่อาศัยได้หลากหลาย ไม่อยู่ในเขตเสี่ยงต่อปัญหาอุทกภัย เป็นต้น จากปัจจัยบวกต่างๆ จึงมีแนวโน้มสูงที่จะมีการลงทุนในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในจังหวัดเชียงใหม่เพิ่มมากขึ้น และยังคงดึงดูดให้นักลงทุนรายใหญ่จากส่วนกลางสนใจเข้ามาลงทุนเพิ่มมากขึ้นด้วย โดยน่าจะอยู่ในพื้นที่อำเภอเมืองเป็นหลัก รวมถึงพื้นที่ในอำเภออื่นๆ ที่มีการเติบโตของตลาดอสังหาริมทรัพย์อย่างต่อเนื่อง อาทิเช่น อำเภอหางดง สันทราย สันกำแพง เป็นต้น โดยโครงการบ้านจัดสรร มีระดับราคาตั้งแต่ น้อยกว่า 1.0 -10.0 ล้านบาท ขึ้นไป ส่วนมากอยู่ที่ระดับราคา 1.0-1.99 ล้านบาท คิดเป็น 30% รองลงมาคือระดับราคา 2.0-2.99 ล้านบาท คิดเป็น 26% และ ระดับราคา 3.0-4.99 ล้านบาท คิดเป็น 25% ซึ่งโดยรวมแล้วคิดเป็น 81% ของโครงการทั้งหมด โดยระดับราคา 1.0-1.99 ล้านบาท เป็นระดับราคาที่ขายดีมากที่สุด คิดเป็น 30% รองลงมาคือ 2.0-2.99 ล้านบาท คิดเป็น 23% และระดับราคา 3.0-4.99 ล้านบาท คิดเป็น 22 % จากข้อมูลชี้ให้เห็นว่ากลุ่มลูกค้าและระดับราคาบ้านจัดสรรที่เหมาะสมได้ดังนี้ โครงการบ้านจัดสรร 2-2.99 ล้านบาท และ 3-4.99 ล้านบาท ทั้ง 2 กลุ่มขายได้คิดเป็น 50% ของหน่วยขายทั้งหมด โดยลูกค้าของทั้งสองกลุ่มถือว่าเป็นลูกค้ากลุ่มเดียวกัน เพียงแต่ว่าราคาที่แตกต่างกัน ซึ่งขึ้นอยู่กับรสนิยม ทำเลที่ตั้ง ขนาดของที่ดิน และรูปแบบของสถาปัตยกรรม อีกทั้งความมีชื่อเสียงของโครงการ และราคาขาย โดยส่วนมากมีราคาขายอยู่ที่ 1-1.991 ล้านบาท ซึ่งคิดเป็น 29.47 % รองลงมาคือช่วงราคา 2-2.99 ล้านบาท (ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์, 2556) ดังตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1 จำนวนบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่แยกตามระดับราคา

ระดับราคา	จำนวน หน่วย ที่สร้าง	หน่วยทั้งหมด (%)	จำนวนขาย	หน่วยที่ขายได้ (%)	หน่วยที่ขายได้เทียบ กับหน่วยที่สร้าง (%)
< 1.00 ล้านบาท	1,790	9.34%	1,353	11.78%	75%
1-1.99 ล้านบาท	5,643	29.47%	3,479	30.29%	62%
2-2.99 ล้านบาท	5,013	26.18%	2,923	25.45%	58%
3-4.99 ล้านบาท	4,782	24.97%	2,622	22.83%	55%
5-7.49 ล้านบาท	1,278	6.67%	749	6.52%	58%
7.5-9.99 ล้านบาท	382	1.99%	240	2.09%	63%
10 ล้านบาทขึ้นไป	260	1.35%	116	1.01%	45%
รวม	19,148	100%	11,482	100%	-

ที่มา : ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ (2556)

การขายตัวของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ส่งผลต่อธุรกิจที่เติบโตไปในทิศทางเดียวกันนั่นก็คือ ธุรกิจจำหน่ายวัสดุ อุปกรณ์ก่อสร้าง ที่ขยายตัวตามอัตราการเจริญเติบโตของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และเป็นธุรกิจที่ลงทุนแล้วสามารถส่งผลกำไรได้ในระยะยาว อีกทั้งเป็นธุรกิจที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว และมีแนวโน้มว่าจะขยายตัวเพิ่มในอนาคต การแข่งขันของธุรกิจจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง หรืออุปกรณ์ตกแต่งบ้านในจังหวัดเชียงใหม่ได้มีการแข่งขันค่อนข้างสูง ทำให้ธุรกิจประเภทนี้ต่างต้องใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้ธุรกิจสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ ไม่ว่าจะเป็นการจัดโปรโมชั่น กิจกรรมทางด้านการตลาด แต่สิ่งที่สำคัญมากที่สุดคือการบริการ เนื่องจากเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่น และความไว้วางใจจากลูกค้าอันมีส่วนกระตุ้นให้เกิดความจงรักภักดี และ กลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ธุรกิจจำหน่ายวัสดุ อุปกรณ์ก่อสร้างขนาดใหญ่ที่มีทุนจดทะเบียน 10 ล้านบาทขึ้นไป จำนวน 5 ร้าน ดังนี้ บริษัท เลิศวสิน(2002) จำกัด บจ. โกลบอลทรีท หจก. โสมสุขภัณฑ์ หจก. ดีดี อลูมิเนียม และ บจ. สยามโกลบอลเฮาส์ จำกัด(มหาชน) โดยส่วนแบ่งการตลาดแบ่งตามยอดขายในปี 2554 เป็นดังนี้ หจก. โสมสุขภัณฑ์ ยอดขาย 680,340,147 บาท คิดเป็น 47% บจ. สยามโกลบอลเฮาส์ ยอดขาย 430,939,643 บาท คิดเป็น 30% บริษัท เลิศวสิน(2002) จำกัด ยอดขาย 304,627,658 บาท คิดเป็น 21% หจก. ดีดี อลูมิเนียม ยอดขาย 25,145,252 บาท คิดเป็น 2% และบริษัท โกลบอลทรีท จำกัด ยอดขาย 6,872,636 บาท คิดเป็น 0.4%



ที่มา: ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) (2556)

รูปที่ 1.2 ส่วนแบ่งทางการตลาดของร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง ที่จดทะเบียนมากกว่า 10 ล้านบาท ในเขต อ.เมือง จ.เชียงใหม่

ดังนั้นการศึกษานี้จึงมุ่งที่จะศึกษาถึงความพึงพอใจและพฤติกรรมของลูกค้าที่เลือกซื้อวัสดุก่อสร้างในตลาดร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างที่มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 10 ล้านบาท ในเขต อ.เมือง จ.เชียงใหม่ จำนวน 5 ร้าน เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและแก้ไขกลยุทธ์ทางการตลาดให้ธุรกิจสามารถดำรงอยู่ในสถานการณ์การแข่งขันที่รุนแรงได้อย่างมั่นคง และนำข้อมูลไปใช้ในการปรับปรุงการให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มาใช้บริการและก่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์การศึกษา

1. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ซื้อวัสดุก่อสร้างในจังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของลูกค้าที่ซื้อวัสดุก่อสร้างในจังหวัดเชียงใหม่
3. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของลูกค้าต่อการที่ซื้อวัสดุก่อสร้างในจังหวัดเชียงใหม่

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ซื้อวัสดุก่อสร้างในจังหวัดเชียงใหม่ และทำให้ทราบถึงพฤติกรรมของลูกค้า ในการเลือกซื้อสินค้าวัสดุก่อสร้าง รวมไปถึงปัญหา และอุปสรรคต่างๆที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการ ผลจากการศึกษาสามารถเป็น

แนวทางสำหรับเจ้าของกิจการในการวางแผนการตลาด และกลยุทธ์ ปรับให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค เพื่อเป็นการรักษาลูกค้าและส่วนแบ่งทางการตลาด และเจ้าของกิจการธุรกิจร้านค้าจำหน่ายวัสดุก่อสร้างในจังหวัดอื่นที่สามารถนำไปปรับใช้ให้สอดคล้องกับกิจการของตนเอง รวมถึงผู้บริโภคทั่วไปซึ่งได้รับความพึงพอใจในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างมากขึ้น

1.4 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาถึงความพึงพอใจและพฤติกรรมของลูกค้าที่ซื้อวัสดุก่อสร้างในจังหวัดเชียงใหม่ การศึกษาในครั้งนี้ศึกษาจากประชากร คือ ผู้บริโภคที่ใช้บริการซื้อวัสดุก่อสร้างที่ร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง ที่มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 10 ล้านบาท ในเขต อ.เมือง จ.เชียงใหม่ โดยกำหนดรูปแบบการศึกษาเป็นเชิงปริมาณ (Quantitative research) และใช้การศึกษาวิจัยแบบสำรวจ (Survey research) ซึ่งมีทั้งการรวบรวมข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าจากทั้งข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิโดยข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยตรงจากการออกแบบสอบถามผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง ที่มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 10 ล้านบาท ในเขต อ.เมือง จ.เชียงใหม่

1.5 นิยามศัพท์

ความพึงพอใจ หมายถึง ระดับความรู้สึกของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดของ ร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างที่มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 10 ล้านบาท ในเขต อ.เมือง จ.เชียงใหม่ โดยความรู้สึกพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของลูกค้าได้รับการตอบสนองหรือบรรลุจุดมุ่งหมายในระดับหนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงและไม่เกิดขึ้นหากความต้องการหรือจุดมุ่งหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง

ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการ ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ลูกค้า หมายถึง ผู้ที่เข้ามาใช้ซื้อวัสดุก่อสร้างที่มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 10 ล้านบาท ในเขต อ.เมือง จ.เชียงใหม่