

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันสภาพเศรษฐกิจได้ปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง ภายหลังจากประเทศไทยได้ประสบภาวะวิกฤตเศรษฐกิจในช่วงพ.ศ. 2538-2541 ส่งผลให้ภาวะการลงทุนขยายตัวขึ้นตามลำดับ ดังจะเห็นได้จากอัตราการลงทุนในไตรมาสแรกของปีพ.ศ. 2548 เพิ่มสูงขึ้นจากไตรมาสที่ 1 ของ พ.ศ. 2547 ถึงร้อยละ 18.1 อีกทั้งเสถียรภาพทางต่างประเทศก็จัดอยู่ในระดับที่ดีโดยมีปริมาณเงินทุนสำรอง ณ สิ้นเดือนมีนาคม 2548 อยู่ที่ 48.7 พันล้านดอลลาร์ (สศค.ชี้ภาวะภัยแล้งทำพิษการจ้างงานภาคเกษตรร่วง, 2548: ออนไลน์) ภาวะเศรษฐกิจในระยะ 2-3 ปีที่ผ่านมาปริมาณเงินออมมีจำนวนค่อนข้างสูง ทำให้อัตราดอกเบี้ยเงินฝากและเงินกู้ปรับตัวลดต่ำลงอย่างมาก ข้อมูล ณ วันที่ 4 พฤษภาคม 2548 พบว่าอัตราดอกเบี้ยเงินประจำระยะเวลา 24 เดือน อยู่ที่ร้อยละ 1.25 ต่อปี (ธนาคารกรุงเทพ, 2548: ออนไลน์) ซึ่งจะเห็นได้ว่าเป็นอัตราดอกเบี้ยเงินฝากที่ต่ำมากมีผลให้ประชาชนที่มีเงินออมมีความต้องการที่จะนำเงินไปใช้จ่ายแทนการเก็บออมเงินไว้

นโยบายหนึ่งที่รัฐบาลใช้ในการกระตุ้นเศรษฐกิจโดยการกระตุ้นการใช้จ่ายของประชาชนคือ นโยบายสนับสนุนธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เพื่อเป็นการสร้างงานให้กับบริษัทรับสร้างบ้าน และฟื้นฟูธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่ตกต่ำในช่วงก่อนหน้า โดยได้จัดตั้งโครงการแก้ไขปัญหาที่อยู่อาศัยผู้มีรายได้น้อย คือ โครงการบ้านเอื้ออาทรและโครงการพัฒนาความมั่นคงที่อยู่อาศัยคนจนในชุมชนแออัดโครงการบ้านมั่นคง และได้มีมาตรการให้สิทธิผลประโยชน์ทางด้านภาษีที่เกี่ยวข้องกับการกระตุ้นเรื่องการค้าที่อยู่อาศัยให้กับประชาชน อีกทั้งรัฐบาลได้มีนโยบายอื่นๆ ที่จะสนับสนุนให้ภาคอสังหาริมทรัพย์เติบโตอย่างยั่งยืนใน 4 ปีข้างหน้า ดังจะเห็นได้จากมาตรการที่สำคัญ 6 ประการ คือ การพัฒนาเรื่องข้อมูลด้านอสังหาริมทรัพย์ให้ครอบคลุมทุกด้าน ส่งเสริมให้มีตลาดซื้อขายบ้านมือสองมากขึ้น เร่งผลักดันพระราชบัญญัติการจัดการดูแลผลประโยชน์ของกลุ่มสัญญา การพัฒนาเมืองให้สอดคล้องกับโครงสร้างพื้นฐานของประเทศ สนับสนุนการใช้พื้นที่สาธารณประโยชน์ร่วมกันระหว่างภาครัฐและเอกชนโดยใช้แนวคิดพับบิค ไพรเวท พาร์ทเนอร์ชิป และการพัฒนาตลาดทุนตลาดเงินเพื่อให้เกื้อหนุนภาคอสังหาริมทรัพย์มากยิ่งขึ้น จากการสนับสนุนจากภาครัฐข้างต้นทำให้แนวโน้มของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทยเติบโตค่อนข้างดี แต่อย่างไรก็ตาม

ปัจจัยสำคัญที่เป็นตัวกระตุ้นที่แท้จริงคือความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยของประชาชนในประเทศซึ่งมีอยู่สูงมาก โดยเฉพาะบ้านเดี่ยว(ธนาคารอาคารสงเคราะห์, 2548: ออนไลน์)

สำหรับแนวโน้มธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในจังหวัดเชียงใหม่ มีการขยายตัวไปในทิศทางที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง ผลจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจมหภาค ตั้งแต่ ปี 2545 เป็นต้นมา จะเห็นได้จากพื้นที่ที่ได้รับอนุญาตก่อสร้างในเขตเทศบาลที่ขยายตัวต่อเนื่อง โดยมีพื้นที่ขออนุญาตทั้งสิ้นประมาณ 1,000,000 ตารางเมตร เป็นที่อยู่อาศัยประมาณ 200,000 ตารางเมตร ซึ่งหากราคาที่ดินอยู่ในอัตราเฉลี่ยตารางวาละ 8,500 - 10,000 บาทมูลค่าการซื้อขายที่ดินโดยรวมจะมีมากถึงกว่า 1,000 ล้านบาท และภาพรวมการปล่อยสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ก็เพิ่มขึ้นด้วยโดยสินเชื่ออสังหาริมทรัพย์เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ส่วนสินเชื่อที่อยู่อาศัยเพิ่มขึ้นร้อยละ 3 ซึ่งถือว่าสูงที่สุดในภาคเหนือ โดยอุปสงค์บ้านเดี่ยว ปี 2547 ขยายตัวในอัตราที่ชะลอลงเนื่องจากได้เร่งซื้อขายเมื่อปีที่ผ่านมา ส่วนอุปทานบ้านเดี่ยวระดับกลาง-บน เพิ่มขึ้น (อสังหาริมทรัพย์-ที่อยู่อาศัยเชียงใหม่บูม ขอก่อสร้างในเขตเทศบาลกว่าล้านตรม., 2548: ออนไลน์) และจากการที่รัฐบาลได้ส่งเสริมให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการบินในภูมิภาค ตลอดจนการก่อสร้างถนนวงแหวนรอบเมืองเชียงใหม่เพื่อกระจายความเจริญออกไปสู่รอบนอกของเมืองเชียงใหม่ ทำให้มีการขยายตัวของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่เปลี่ยนแปลงเห็นได้จากหมู่บ้านที่เกิดขึ้นบนถนนสายวงแหวนรอบกลางมีมากกว่า 100 โครงการ ทั้งขนาดเล็กของผู้ประกอบการในท้องถิ่นถึงโครงการขนาดกลาง-ใหญ่ของผู้ประกอบการจากส่วนกลาง มูลค่าการลงทุนตั้งแต่ 500-1,000 ล้านบาท หรือรวมมูลค่าการลงทุนได้กว่า 2 หมื่นล้านบาท (เกาะกระแสบูม "ถ.วงแหวนรอบกลาง" ทำเลทองเชียงใหม่ผุดจัดสรร 100 โครงการ, 2547: ออนไลน์) เมื่อพิจารณาถึงจำนวนพื้นที่การก่อสร้างอสังหาริมทรัพย์ในจังหวัดเชียงใหม่แล้วพบว่ามีการเติบโตแบบก้าวกระโดด จากสถิติปี พ.ศ. 2545 และปี พ.ศ. 2546 มีพื้นที่การก่อสร้างประมาณ 200,000 กว่าตารางเมตร และเพิ่มขึ้นเป็นพื้นที่กว่า 400,000 ตารางเมตรในปี พ.ศ. 2548 เติบโตขึ้นเท่าตัว (ซื้ออสังหาริมทรัพย์เชียงใหม่บูมต่อ จีรัฐเร่งคลอดผังเมืองรวมคู่มือ, 2548: ออนไลน์)

ในส่วนของนิคมอุตสาหกรรมในประเทศไทยนั้น มีทั้งสิ้น 34 แห่งทั่วประเทศ (การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, 2548: ออนไลน์) ซึ่งการจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรมย่อมทำให้เกิดการหลั่งไหลของแรงงานจำนวนมากเพื่อมาทำงานในนิคมอุตสาหกรรม ซึ่งจะมีทั้งแรงงานในท้องถิ่นและแรงงานอพยพ ปัญหาที่ตามมาคือความต้องการที่อยู่อาศัยนั่นเอง จากการวิจัย “ความต้องการที่อยู่อาศัยของผู้ที่ทำงานในนิคมอุตสาหกรรม: กรณีศึกษานิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง” ผลการศึกษาพบว่าปริมาณความต้องการที่อยู่อาศัยเบื้องต้น (Housing Needs) ของกลุ่มผู้ที่ทำงานในนิคมอุตสาหกรรมเป็นผู้ที่มีความต้องการซื้อบ้านเป็นของตนเองร้อยละ 52.3 (วิภาวรรณ สัตตบุษย์ สุทธิ, 2537)

สำหรับนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือมีอัตราการขยายตัวของแรงงานค่อนข้างสูง ซึ่งจากข้อมูลของสำนักงานนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือพบว่าการสำรวจเมื่อเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2541 มีจำนวนแรงงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือทั้งสิ้น 24,415 คนและในปัจจุบันการสำรวจเมื่อวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2547 พบว่ามีจำนวนแรงงานเพิ่มขึ้นเป็น 42,000 คน จำนวน (สำนักงานนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ, เมษายน 2548) และเมื่อพิจารณาระดับรายได้ของพนักงานระดับบังคับบัญชาและระดับบริหารที่ทำงานในนิคมอุตสาหกรรมแล้ว พบว่ามีกำลังซื้อค่อนข้างสูง จากงานวิจัยพบว่า รายได้ของวิศวกร ที่ทำงานอยู่ในเขตนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน อยู่ระหว่าง 10,000 – 60,000 บาท และกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 75.8 มีรายได้ระหว่าง 10,000 – 30,000 บาท (ปิยภูมิ ปทุมเท, 2546) นอกจากนั้นเมื่อพิจารณาถึงรายได้ทั้งสิ้นต่อเดือนของประชากรในจังหวัดเชียงใหม่ และลำพูนจะพบว่าในปี 2545 ประชากรในจังหวัดลำพูนมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเท่ากับ 11,328 บาท สูงกว่าประชากรในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีรายได้ต่อเดือนเท่ากับ 9,582 บาท (สำนักงานสถิติจังหวัดเชียงใหม่, 2548: ออนไลน์) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเป็นกลุ่มที่มีรายได้ค่อนข้างสูง

ในปัจจุบันธุรกิจบ้านเพื่ออยู่อาศัยได้มีการแข่งขันกันอย่างมาก ทำให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องใช้กลยุทธ์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าเฉพาะกลุ่มมากยิ่งขึ้น จากการสัมภาษณ์พนักงานฝ่ายการตลาดของบริษัทจำหน่ายบ้านเพื่ออยู่อาศัยรายหนึ่งพบว่า พนักงานในตำแหน่งวิศวกรหรือ ผู้ช่วยผู้จัดการหรือ ผู้จัดการเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อสูง ประกอบกับปัจจัยต่างๆ ที่สนับสนุนให้พนักงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ มีความต้องการซื้อบ้านในจังหวัดเชียงใหม่เพิ่มมากยิ่งขึ้น เช่น ความต้องการให้บุตรหลานได้รับการศึกษาในสถาบันที่ดีและมีชื่อเสียงเป็นต้น (กาญจนา พรเลิศ, 2548: สัมภาษณ์) อีกทั้งในปีพ.ศ.2547 จังหวัดเชียงใหม่ได้ทำการปรับปรุงถนนตามแผนการพัฒนาโครงข่ายถนนของจังหวัดเชียงใหม่ (สำนักงานจังหวัด จังหวัดเชียงใหม่, 2548: ออนไลน์) ซึ่งได้ปรับปรุงถนนวงแหวนรอบกลาง และถนนวงแหวนรอบนอกของจังหวัดเชียงใหม่ ทำให้การเดินทางจากจังหวัดเชียงใหม่ไปยังนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือสะดวกยิ่งขึ้น สามารถใช้เส้นทางถนนวงแหวนรอบกลางและถนนวงแหวนรอบนอกเพื่อหลีกเลี่ยงการจราจรติดขัดได้ นอกจากนั้นบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือจำนวนมากได้จัดให้มีบริการรถรับ-ส่งพนักงานระหว่างบริษัทและจังหวัดเชียงใหม่เป็นสวัสดิการอีกด้วย และเมื่อพิจารณาถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตของพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมมีความแตกต่างจากกลุ่มอื่นๆ จากการสัมภาษณ์พนักงานตำแหน่งวิศวกรในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือพบว่า จะต้องออกเดินทางไปทำงานในเวลาประมาณ 6 นาฬิกา 45 นาที และเดินทางกลับถึงที่พักประมาณ 21 นาฬิกา ใช้เวลาอยู่ในบริษัทค่อนข้างมาก (รัชพรรษ์ อรุณพันธุ์, 2548: สัมภาษณ์)

ดังจะเห็นได้ว่ามีโครงการบ้านบางโครงการในจังหวัดเชียงใหม่ได้ประชาสัมพันธ์โดยใช้ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่บริเวณรอบนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน แสดงให้เห็นว่าพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ได้รับความสนใจจากผู้ประกอบการธุรกิจบ้านเพื่ออยู่อาศัยอยู่แล้ว ดังนั้นจึงมีความสนใจที่จะศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านของพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นให้กับผู้ประกอบการธุรกิจบ้านเพื่ออยู่อาศัยหรือผู้สนใจทั่วไปนำไปใช้ประโยชน์ในการประกอบธุรกิจต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านของพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน

1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านของพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน
2. เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นให้กับผู้ประกอบการธุรกิจบ้านเพื่ออยู่อาศัยหรือผู้สนใจทั่วไปที่จะเข้ามาประกอบธุรกิจดังกล่าว ในการจัดทำ ปรับปรุง พัฒนา ส่วนประสมการตลาดบริการเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น
3. เพื่อตอบสนองความต้องการในการเลือกซื้อบ้านของพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน ได้มากยิ่งขึ้น

1.4 นิยามศัพท์

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ หมายถึง ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับงานบริการ อันประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคล กระบวนการบริการ และหลักฐานทางกายภาพ

บ้าน หมายถึง ที่อยู่อาศัย ประเภทบ้านเดี่ยว บ้านแฝด และบ้านทาวน์เฮ้าส์

บ้านเดี่ยว หมายถึง ลักษณะบ้านเป็นบ้านหลังเดียว มีบริเวณที่ดินโดยรอบ อาจจะเป็นบ้านชั้นเดียว บ้านสองชั้น หรือมากกว่า

บ้านแฝด หมายถึง เป็นลักษณะบ้านที่ผนังด้านหนึ่งติดกัน (ร่วมกัน) อีกด้านหนึ่งจะเป็นอิสระ รั้วด้านที่เป็นผนังติดกันนั้นจะใช้ร่วมกัน ส่วนอีก 3 ด้าน จะมีรั้วล้อมรอบที่ดิน

บ้านทาวน์เฮ้าส์ หมายถึง ลักษณะบ้านหลายๆ หลัง (ตั้งแต่ 3 หลังขึ้นไป) ติดกันเป็นแถว โดยมีพื้นที่หน้าบ้านและมีรั้วบ้านด้านหน้า

พนักงาน หมายถึง พนักงานในตำแหน่งวิศวกร รองผู้จัดการแผนก หรือผู้จัดการแผนก ที่มีสัญชาติไทย และทำงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน

นิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ หมายถึง พื้นที่สำหรับจัดตั้งโรงงานอุตสาหกรรมของผู้ประกอบอุตสาหกรรม ผู้ประกอบการค้าเพื่อส่งออก และผู้ประกอบการอื่นที่เป็นประโยชน์หรือเกี่ยวเนื่องกับการประกอบอุตสาหกรรมหรือการประกอบการค้าเพื่อการส่งออกในภาคเหนือ ตั้งอยู่ริมทางหลวงหมายเลข 11 ช่วงกิโลเมตรที่ 69-70 (ลำปาง – เชียงใหม่) ตำบลบ้านกลาง อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน บนพื้นที่ประมาณ 1,788 ไร่ โดยแบ่งอุตสาหกรรมได้เป็น 6 ประเภท คือ ประเภทอิเล็กทรอนิกส์ ประเภทชิ้นส่วนและอุปกรณ์ ประเภทการเกษตรแปรรูปพืชผลและอาหาร ประเภทผ้าและไม้แปรรูป ประเภทเครื่องประดับและ ประเภทอื่นๆ

ความสำคัญ หมายถึง สิ่งที่ผู้บริหารให้ความสำคัญต่อปัจจัยนั้นๆ ซึ่งจะเป็นระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภค

ความต้องการ หมายถึง ปัจจัยที่ผู้บริโภคต้องการให้มีเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากปัจจัยนั้นยังไม่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ในระดับที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค