

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

เมื่อเศรษฐกิจของประเทศเกิดภาวะชะลอตัวลงอย่างที่กำลังเกิดขึ้นอยู่ในปีพ.ศ.2552 นี้ มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐมีการใช้นโยบายการกระตุ้นตลาดอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัย โดย จากข้อมูลรายงานประจำปี 2550 ที่ผ่านมา ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยทั่วประเทศมีการยื่นขออนุญาตสร้างที่อยู่อาศัยทั้งแนวราบและอาคารสูง รวมมีมูลค่าทางการตลาดประมาณ 300,000 ล้านบาทต่อปี การเริ่มต้นอสังหาริมทรัพย์จนถึงส่งมอบให้ลูกค้าได้ต้องมีการก่อสร้างนั้นหมายถึงต้องมีธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ซึ่งมีมูลค่าทางการตลาดในธุรกิจรับเหมาก่อสร้างประมาณ 210,000 ล้านบาท ดังนั้น ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์จึงมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ และธุรกิจรับเหมาก่อสร้างจึงเป็นที่รองรับการเติบโตของตลาดอสังหาริมทรัพย์ที่สำคัญเป็นอย่างมาก (และในส่วนธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เช่น ธุรกิจด้านออกแบบสถาปัตยกรรมทั้งภายในและภายนอก ธุรกิจเฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้ไฟฟ้า รวมทั้งเกี่ยวข้องตามมาหลังจากโอนที่อยู่อาศัยเป็นเงินประมาณ 90,000-130,000 ล้านบาทต่อปี และธุรกิจสถาบันการเงิน ที่ปล่อยกู้ซื้ออสังหาริมทรัพย์ คิดเป็นมูลค่า 1.5 ล้านล้านบาท) (ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ : ออนไลน์)

เมื่อรวมมูลค่าทางการตลาดของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์กับธุรกิจที่เกี่ยวข้องรวมกันเป็นมูลค่าสูงถึงปีละเกือบ 9.7 แสนล้านบาท ซึ่งเทียบกับมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ(GDP) ปี 2550 8.4 ล้านล้านบาทแล้วจะเท่ากับ 11.5% ของGDP (ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ : ออนไลน์)

ดังนั้นธุรกิจอสังหาริมทรัพย์จึงมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ และธุรกิจรับเหมาก่อสร้างจึงเป็นที่รองรับการเติบโตของตลาดอสังหาริมทรัพย์ที่สำคัญเป็นอย่างมาก

รัฐบาลช่วงระหว่าง ปี พ.ศ. 2551- 2552 เกิดนโยบายการแก้ปัญหาเศรษฐกิจทรุดตัวลง และตลาดอสังหาริมทรัพย์จะถูกกระตุ้นเพื่อให้เศรษฐกิจกระเตื้องขึ้น โดยมีการเสนอกฎหมายเพื่อกระตุ้นตลาดอสังหาริมทรัพย์ด้วยมาตรการทั้งทางด้านการคลังและการเงิน เช่นการลดหย่อนภาษี เพิ่มแก่นุคคลธรรมดาในการซื้อบ้านหลังแรกในปีภาษี 2552 การลดภาษีธุรกิจเฉพาะในการซื้อขายอสังหาริมทรัพย์ ลดค่าธรรมเนียมการโอนและค่าธรรมเนียมการจดจำนองหรือการเพิ่มเพดานค่าหักลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาประชาชนทั่วไปที่มีภาระผ่อนบ้านจะได้รับสิทธิในการนำ

อัตราดอกเบี้ยที่จ่ายไปในแต่ละปีไปลดหย่อนภาษีได้ เพิ่มขึ้นมากกว่า 200,000 บาทต่อปี (หนังสือพิมพ์ผู้จัดการออนไลน์, 2551 : ออนไลน์) ซึ่งน่าจะเป็นโอกาสดีของผู้ต้องการสร้างบ้าน เพราะในกลุ่มระดับบนและระดับกลางยังคงมีกำลังซื้อ ถ้าได้รับข้อเสนอที่จูงใจเพียงพอ

จังหวัดเชียงรายเป็นจังหวัดที่มีแนวโน้มการเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากมีการขยายเขตเมืองจัดตั้งศูนย์การศึกษาที่สำคัญรอบนอกเขตเมือง การขยายที่ตั้งศูนย์ราชการ การคมนาคมที่สะดวกสบาย รวมถึงผู้คนที่ย้ายจากจังหวัดเชียงใหม่ที่ปัจจุบันมีประชากรค่อนข้างหนาแน่น ทำให้จังหวัดเชียงรายเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีการขยายตัวในธุรกิจรับเหมาก่อสร้างบ้านหรือสิ่งก่อสร้างเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

สำหรับกลุ่มผู้ประกอบการในธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในจังหวัดเชียงราย ซึ่งแบ่งกลุ่มประเภทผู้รับเหมาก่อสร้างได้เป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มผู้ประกอบการจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลและบุคคลธรรมดา โดยในกลุ่มนิติบุคคลได้มีการจดทะเบียนเพิ่มขึ้นจาก 348 ราย ในปี 2550 เป็น 387 ราย ในปี 2551 (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงราย : ออนไลน์) ซึ่งเพิ่มขึ้นประมาณ 12 % ยังไม่รวมถึงบุคคลธรรมดาที่ประกอบอาชีพรับเหมาก่อสร้างด้วย ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ในขณะที่จำนวนผู้ขออนุญาตปลูกสร้างในปี 2550 มีจำนวนประมาณ 800 ราย และในปี 2551 มีจำนวนประมาณ 750 ราย เมื่อเทียบจำนวนผู้ประกอบการในธุรกิจรับเหมาก่อสร้างทั้งนิติบุคคลและบุคคลธรรมดาที่มีปริมาณเพิ่มขึ้น ในขณะที่ผู้ขออนุญาตปลูกสร้างมีปริมาณลดลง รวมถึงการขยายตัวในช่วงนี้เป็นไปตามภาวะกำลังซื้อของผู้บริโภคที่ชะลอตัวลง และผู้บริโภคมีความระมัดระวังในการเลือกผลิตภัณฑ์และเลือกใช้ผู้ประกอบการที่จะใช้บริการให้คุ้มค่ากับจำนวนเงินที่มีอยู่ให้มากที่สุด ทำให้ผู้ประกอบการในกลุ่มนี้มีการแข่งขันกันสูงขึ้นเพื่อที่จะเสนอผลิตภัณฑ์รวมถึงการบริการที่จะทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจมากที่สุด ในภาวะที่กำลังซื้อของผู้บริโภคชะลอตัวลงรวมถึงใช้เวลาในการตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์และบริการมากขึ้น

ดังนั้นผู้ศึกษาจึงมีความสนใจถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของผู้บริโภคที่มีผลต่อการเลือกผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย เพื่อที่จะได้นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปใช้ประโยชน์กับผู้รับเหมาก่อสร้างในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกผู้รับเหมาของผู้บริโภคในการสร้างบ้านในอำเภอเมืองเชียงราย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของผู้บริโภคที่มีผลต่อการเลือกผู้รับเหมาก่อสร้างบ้านในเขตอำเภอเมืองเชียงราย
2. สามารถนำไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด

นิยามศัพท์

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ หมายถึง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านต่างๆ 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านกายภาพ และด้านกระบวนการบริการ

ผู้รับเหมาก่อสร้าง หมายถึง ผู้ดำเนินการก่อสร้าง ทั้งในรูปแบบนิติบุคคล และบุคคลธรรมดา ดำเนินการก่อสร้าง หรือต่อเติมบ้านพักอาศัยในรูปแบบที่ผู้บริโภคต้องการ

ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ที่ทำการก่อสร้างบ้านใหม่หรือต่อเติมบ้านใหม่ โดยทำการเลือกผู้รับเหมาก่อสร้างโดยตรง ในอำเภอเมืองเชียงราย ที่ทำการก่อสร้างหรือต่อเติมบ้านแล้วเสร็จไม่เกิน 3 ปี