

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ในปัจจุบันจะเห็นได้ว่าธุรกิจก่อสร้างมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง เพราะเป็นอุตสาหกรรมสำคัญในการผลักดันการขยายตัวของเศรษฐกิจของประเทศ การขยายตัวดังกล่าวส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากมาตรการกระตุ้นภาคอสังหาริมทรัพย์ของรัฐบาล นอกจากนี้ภาวะอัตราดอกเบี้ยที่อยู่ในระดับต่ำก็เป็นปัจจัยสำคัญในการกระตุ้นการบริโภคเพื่อการซื้อที่อยู่อาศัย และการขยายตัวของธุรกิจต่าง ๆ มากยิ่งขึ้น

จากข้อมูลธนาคารแห่งประเทศไทย รายงานเศรษฐกิจและการเงินเดือนมกราคม 2547 พบว่า ในส่วนของภาคอสังหาริมทรัพย์การซื้อขายที่ดินในเดือนธันวาคม 2546 ขยายตัวสูงมากเป็นประวัติการณ์ ทั้งนี้ มูลค่าการซื้อขายที่ดินสูงถึง 106,728 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นจากระยะเดียวกันกับปีก่อนกว่า 3 เท่าตัว และจำนวนการซื้อที่ดินเท่ากับ 146,954 ราย หรือเพิ่มขึ้นจากระยะเดียวกันกับปีก่อนกว่า 2 เท่าตัว โดยเป็นผลมาจากมาตรการลดหย่อนทางภาษีที่สิ้นสุดลงในเดือนธันวาคม 2546 รวมถึงการปรับราคาประเมินที่ดินของกรมธนารักษ์ที่จะมีผลบังคับใช้ในปี 2547 รวมทั้งการปรับผังเมืองของกรุงเทพมหานครที่จะส่งผลกระทบต่อให้ราคาบ้านและที่ดินปรับตัวสูงขึ้นในปี 2547 ทำให้มีการเร่งการโอน นอกจากนี้เมื่อพิจารณาเครื่องชี้สังหาริมทรัพย์อื่น ๆ เช่น พื้นที่ได้รับอนุญาตก่อสร้างและที่อยู่อาศัยจดทะเบียนเพิ่มขึ้น ทำให้คาดว่าจะมีอุปทานของบ้านออกมามากที่สุดในปี 2547 มากขึ้น

จากการวิจัยของธนาคารแห่งประเทศไทย ภาวะธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ของปี 2546 แสดงดัชนีชี้วัดอัตราการขยายตัวของธุรกิจนี้ในปี 2546 มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2545 ถึง 30% โดยสืบเนื่องมาจากปัจจัยสนับสนุนของอัตราดอกเบี้ยที่อยู่ในระดับต่ำ และมาตรการกระตุ้นของภาครัฐบาล โดยเฉพาะมาตรการลดค่าธรรมเนียมของภาคอสังหาริมทรัพย์และแนวโน้มอัตราดอกเบี้ยที่ลดลงต่อเนื่องทั้งอัตราดอกเบี้ยเงินฝากและอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ช่วยเพิ่มอำนาจซื้อให้ผู้บริโภคจากการลดภาระการผ่อนชำระต่องวด ขณะเดียวกันสภาพคล่องในระบบการเงินที่ยังคงมีสูง ทำให้ธนาคารพาณิชย์มีการแข่งขันกันปล่อยสินเชื่อที่อยู่อาศัยเพิ่มขึ้น (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2547: ออนไลน์)

จากข้อมูลบัญชีราคาประเมินที่ดิน (พ.ศ.2545-2546) สำนักงานเขตที่ดิน กรุงเทพมหานคร พบว่าราคาประเมินที่ดินสำหรับเขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร ซึ่งกำหนดให้เป็นพื้นที่สีเขียว เพื่อการก่อสร้างที่อยู่อาศัยมีราคาประเมินที่ดินประมาณ 20,000-35,000 บาท/ตารางวา

ทางผู้ศึกษาใช้เป็นประชากรในการสุ่มตัวอย่างในครั้งนี้ เพราะเป็นพื้นที่ที่มีการจัดสรรขายที่ดินว่างเปล่า จะทำให้การเลือกประชากรกลุ่มตัวอย่างได้ตรงตามจุดประสงค์มากที่สุด เนื่องจากเจ้าของที่ดินจะเป็นผู้จัดหาผู้รับเหมาก่อสร้างเอง

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาและค้นหาปัจจัยที่ผู้บริโภควิเคราะห์ใช้ในการเลือกผู้รับเหมาก่อสร้าง เพื่อผู้ประกอบการรับเหมาก่อสร้างจะได้มีการเตรียมพร้อมสำหรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมก่อสร้าง ซึ่งอยู่ในภาวะที่มีการแข่งขันสูงและปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการบริหารงานให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุด

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกผู้รับเหมาก่อสร้างของผู้บริโภคในเขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกผู้รับเหมาก่อสร้างของผู้บริโภคในเขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร
2. ผู้ประกอบการรับเหมาก่อสร้างสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การบริหารงานของบริษัทให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

นิยามศัพท์

ปัจจัย หมายถึง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกผู้รับเหมาก่อสร้างของผู้บริโภค ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ผู้รับเหมาก่อสร้าง หมายถึง บุคคลที่รับจ้างก่อสร้างอาคารหรือสิ่งก่อสร้างต่าง ๆ ตามความต้องการของผู้บริโภค

ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ซื้อหรือได้รับบริการจากผู้ประกอบการธุรกิจหรือผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือการชักชวนจากผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือรับบริการ และหมายความรวมถึงผู้ใช้สินค้าหรือผู้ได้รับบริการจากผู้ประกอบการธุรกิจโดยชอบ แม้มิได้เป็นผู้เสียค่าตอบแทนก็ตาม