

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ภาวะเศรษฐกิจอสังหาริมทรัพย์ในปี 2555 ที่ผ่านมานั้น จนถึงปี 2556 เป็นช่วงที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งในด้านการลงทุนของผู้ประกอบการและพฤติกรรมของผู้บริโภค ภายหลังจากหลายพื้นที่ของประเทศไทยต้องเผชิญกับอุทกภัยครั้งใหญ่เมื่อปลายปี 2554 โดยผู้บริโภคได้ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมหันไปซื้อบ้านจัดสรรในภาคเหนือมากขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการเร่งเปิดโครงการกันอย่างรวดเร็ว โดยมีได้ศึกษาตลาดอย่างละเอียดรอบคอบ เช่น การแบ่งส่วนตลาด (Segmentation) หากกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน (Target Group) วิธีการในการวางตำแหน่งของสินค้า (Positioning) รวมถึงการจัดส่วนประสมทางการตลาดให้เหมาะสม (Marketing Mix) หรือความเปลี่ยนแปลงของปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค เมื่อสภาพเศรษฐกิจกำลังเติบโต รวมถึงการแข่งขันที่รุนแรง ทำให้ยอดขายไม่เป็นไปตามเป้า อีกทั้งยังต้องแบกรับดอกเบี้ยที่เพิ่มขึ้น หากผู้ประกอบการรายใดไม่สามารถขายสินค้าได้ตามที่คาดการณ์ไว้ก็จะทำให้เกิดปัญหาเพิ่มขึ้นอีก เนื่องจากต้นทุนของการดำเนินงานเพิ่มขึ้นทุกด้าน ส่งผลให้เกิดการขาดทุนหรือล้มเลิกกิจการได้ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2556: ออนไลน์)

ตลาดอสังหาริมทรัพย์ไทยมีขนาดตลาดอสังหาริมทรัพย์ไทยมีขนาดรวมมูลค่า 705,283 ล้านบาท จากข้อมูลรายงานทางสถิติจากสำนักงานสถิติแห่งชาติและสำนักงานการโยธาประจำจังหวัดลำปาง โดยการรวบรวมและประมวลผลของศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ไทย ประจำปี 2553 ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในจังหวัดลำปาง มีมูลค่ารวมประมาณ 3,526 ล้านบาท มีจำนวนบ้านจากการจดทะเบียนใหม่เพิ่มจากปี 2552 รวม 1,036 หน่วย ประกอบกับอัตราการขยายตัวในการออกใบอนุญาตก่อสร้างที่อยู่อาศัยแนวราบซึ่งหมายถึงบ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์เฮ้าส์ และตึกแถวพักอาศัย ไม่รวมอาคารพาณิชย์ โดยการเปรียบเทียบ 2 ไตรมาสแรกของปี 2554 เทียบกับ 2 ไตรมาสแรกของปี 2553 มีการขยายตัวอีกถึงร้อยละ 53 โดยมีที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยวถึง ร้อยละ 97.1 ของมูลค่ารวมธุรกิจด้านอสังหาริมทรัพย์ในจังหวัดลำปาง ซึ่งให้เห็นความต้องการที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยวเป็นสัดส่วนที่สูงกว่าที่อยู่อาศัยประเภทอื่นๆ (ปญญิกา ไทยพิทักษ์กุล, 2555 : สัมภาษณ์)

บริษัท จิตต์อารีวิลิส์ จำกัด เป็นบริษัทหนึ่งที่ประกอบธุรกิจทางด้านอสังหาริมทรัพย์ในจังหวัดลำปาง จดทะเบียนก่อตั้งเมื่อวันที่ 28 สิงหาคม 2538 ด้วยทุนจดทะเบียน 10,000,000 บาท มี

วัตถุประสงค์ในการประกอบกิจการค้าที่ดิน ทำการจัดสรรที่ดินและบ้าน การจัดหาที่ดินและสิ่งก่อสร้างหรือทำการก่อสร้างบนที่ดินนั้น เช่น บ้าน คอนโด อาคารพาณิชย์ ฯลฯ เพื่อจำหน่าย ให้เช่า หรือให้เช่าซื้อเพื่อเป็นที่อยู่อาศัย สถานที่ทำการพาณิชย์ ผลการดำเนินการที่ผ่านมาแล้วส่วนใหญ่ บริษัทจะดำเนินธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เพื่อจำหน่ายในรูปแบบของโครงการจัดตั้งอสังหาริมทรัพย์ มีจำนวนทั้งสิ้น 4 โครงการมี บ้านเดี่ยว บ้านแฝด บ้านชั้นเดียว บ้านสองชั้น บ้านสองชั้นครึ่ง บ้านสามชั้น ทาวน์เฮ้าส์ อาคารพาณิชย์ โดยมีสาธารณูปโภคที่มีมาตรฐาน ภายใต้ชื่อโครงการจัดตั้งอสังหาริมทรัพย์ จิตต์ อสังหาริมทรัพย์ และ The Nature by Jitareevill เพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้ที่กำลังมองหาที่ดินหรือบ้านหลังใหม่ ในทำเลใกล้เมือง โดยโครงการที่ได้เปิดดำเนินการขายแล้ว มีจำนวน 4 โครงการ คือ 1) โครงการจัดตั้งอสังหาริมทรัพย์ 1 บนถนนลำปาง-แม่ทะ 2) โครงการจัดตั้งอสังหาริมทรัพย์ 2 บนถนนลำปาง-งาว 3) โครงการจัดตั้งอสังหาริมทรัพย์ 3 บนถนนลำปาง-แม่ทะ 4) โครงการจัดตั้งอสังหาริมทรัพย์ 4 บนถนนชูปเปอร์ไฮเวย์ ลำปาง-งาว และโครงการที่กำลังดำเนินการก่อสร้าง มีจำนวน 1 โครงการ ได้แก่ โครงการจัดตั้งอสังหาริมทรัพย์ 5 (The Nature by Jitareevill) บนถนนชูปเปอร์ไฮเวย์ลำปาง-งาว (สุมาลี จังเกษม, 2556 : สัมภาษณ์)

ภาวะธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในจังหวัดลำปาง ในปี 2556 มีสภาพการแข่งขันที่รุนแรงจากปี 2552 จากการลงพื้นที่สำรวจตลาดจริงในเดือนมกราคม 2556 ประกอบกับข้อมูลจากกรมพัฒนาที่ดิน จังหวัดลำปาง มีธุรกิจประเภทอสังหาริมทรัพย์เกิดขึ้นใหม่ 10 โครงการ ทำให้เกิดคู่แข่งมากขึ้นและส่งผลกระทบต่อยอดขายของบริษัทจัดตั้งอสังหาริมทรัพย์ ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย (วิชชัย เทอดเผ่าไทย, 2556 : สัมภาษณ์) ภาวะการแข่งขันในปัจจุบัน จังหวัดลำปางมีโครงการบ้านเพิ่มขึ้น ในปี 2556 มีโครงการใหม่เกิดขึ้นจำนวนมาก ได้แก่ โครงการบ้านเดี่ยวระดับล่าง 3 โครงการ มีบ้านรวม 1000 ครัวเรือน โครงการบ้านเดี่ยวระดับกลาง 3 โครงการ มีบ้านรวม 600 ครัวเรือน โครงการบ้านเดี่ยวระดับบน 4 โครงการ มีบ้านรวม 450 ครัวเรือน

โครงการส่วนใหญ่ขายหมดแล้วในปี 2556 แสดงถึงแนวโน้มการเติบโตของตลาดบ้านเดี่ยว จึงเป็นที่สนใจของผู้ประกอบการบริษัทจัดตั้งอสังหาริมทรัพย์จำกัด ที่จะทำโครงการออกมาเพื่อรองรับลูกค้าที่มีความสามารถในซื้อบ้านเดี่ยวมากขึ้น บริษัท จิตต์ อสังหาริมทรัพย์ จำกัด ยังต้องดำเนินการจัดสร้างโครงการใหม่อย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการสร้างให้มีจุดเด่นและความแตกต่างจากโครงการอื่นๆ เพื่อเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค และสามารถแข่งขันส่วนแบ่งตลาดให้ได้มากที่สุด ในสภาพการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น ประกอบกับการขายให้เร็วเพื่อช่วยในระบบหมุนเวียนสภาพคล่องของแต่ละบริษัทฯ ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น (สุมาลี จังเกษม, 2556 : สัมภาษณ์)

ดังนั้นจากปัญหาที่เกิดขึ้นผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาถึงส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกซื้อบ้านโครงการจัดสรรอริวิไลล์ จังหวัดลำปาง เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการปรับปรุงแผนกลยุทธ์ แผนดำเนินงาน แผนการตลาดของบริษัทจัดสรรอริวิไลล์ และเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าต่อไป

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาถึงส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกซื้อบ้านโครงการจัดสรรอริวิไลล์ จังหวัดลำปาง

ประโยชน์ที่ได้รับ

ทำให้ทราบถึงส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกซื้อบ้านโครงการจัดสรรอริวิไลล์ จังหวัดลำปาง

นิยามศัพท์

ส่วนประสมการตลาด หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่โครงการจัดสรรอริวิไลล์สร้างขึ้นมาเพื่อศึกษาส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกซื้อบ้านโครงการจัดสรรอริวิไลล์จังหวัดลำปาง ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Products) ราคา (Price) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การจัดจำหน่าย (Place) บุคลากรหรือพนักงาน (People) กระบวนการให้บริการ (Process) การสร้างและนำเสนอหลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence)

ผู้บริโภค หมายถึง ประชาชนที่เป็นผู้ซื้อหรือผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรที่อยู่ในโครงการจัดสรรอริวิไลล์3-4 จำนวน 210 ครัวเรือน

โครงการจัดสรรอริวิไลล์ หมายถึง โครงการที่ประกอบธุรกิจทางด้านอสังหาริมทรัพย์ในจังหวัดลำปาง ภายใต้การดูแลของบริษัทจัดสรรอริวิไลล์ ตั้งอยู่ที่ 42 โครงการจัดสรรอริวิไลล์ 4 ต.ชมพู อ.เมือง จ.ลำปาง