

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

นับตั้งแต่วิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจปี 2540 แนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคต่ออสังหาริมทรัพย์ที่อยู่อาศัยได้เปลี่ยนแปลงไป โดยผู้บริโภคสนใจซื้อบ้านสร้างเสร็จก่อนขายมากขึ้น เพราะมั่นใจว่าจะได้บ้านที่ก่อสร้างเสร็จจริง ไม่มีปัญหาผู้ประกอบการประสบปัญหาภาวะเงินทุนขาดสภาพคล่องและไม่สามารถก่อสร้างบ้านให้แล้วเสร็จตามสัญญาเหมือนช่วงวิกฤติที่ผ่านมา ส่วนผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่มีความต้องการบ้านจัดสรรประเภทบ้านเดี่ยวและเป็นบ้านพร้อมอยู่ โดยให้ความสำคัญต่อรูปแบบและพื้นที่ใช้สอยของบ้านมากที่สุด¹ ด้านผู้ประกอบการโครงการบ้านจัดสรรชั้นนำของประเทศหลายบริษัท ได้หันมาใช้กลยุทธ์การสร้างบ้านเสร็จก่อนขายมากขึ้นเช่นกัน เพราะการสร้างบ้านเสร็จก่อนขายเป็นการบริหารการผลิตให้มีความสม่ำเสมอ ซึ่งในอดีตถ้าหากช่วงใดมียอดขายสูงจำนวนแรงงานก็มีมากหรือหากช่วงใดมียอดขายน้อยจำนวนแรงงานก็จะน้อยตาม ทำให้มีปัญหาการเข้าออกของแรงงานสูง งานที่ผลิตออกมาก็ไม่ได้คุณภาพ ส่วนการสร้างบ้านเสร็จก่อนขายทำให้สามารถควบคุมการผลิตให้มีความสม่ำเสมอ สามารถลดค่าใช้จ่ายลงได้ ทำให้ก่อสร้างบ้านเสร็จได้อย่างรวดเร็ว เพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและสามารถปรับราคาขายให้เหมาะสมกับต้นทุนและภาวะของตลาดได้²

ข้อมูลจากศูนย์วิจัยกสิกรไทยชี้ว่าแนวโน้มการก่อสร้างในช่วงระยะเวลาที่เหลือของปี 2549 อาจจะยังอยู่ภายใต้แรงกดดันจากปัจจัยลบที่เพิ่มขึ้น โดยอุปสงค์ในภาคอสังหาริมทรัพย์ยังเผชิญปัญหาที่สำคัญ คือ ราคาน้ำมันและอัตราดอกเบี้ยยังอาจปรับตัวสูงขึ้นได้อีก นอกจากนี้ปัญหาความขัดแย้งทางการเมืองจะส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นในการลงทุนของภาคเอกชนไทยและการลงทุนจากต่างประเทศ คาดว่าการลงทุนในด้านการก่อสร้างโดยรวมของประเทศอาจมีมูลค่าประมาณ

¹ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์. ผลสำรวจพฤติกรรมความต้องการที่อยู่อาศัยในจังหวัดเชียงใหม่. “ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ของเชียงใหม่เป็นอย่างไร”. 2006. [ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา <http://www.relc.or.th>. (25 สิงหาคม 2549).

²จิตติศักดิ์ นันทพานิช, หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ ปีที่ 26 ฉบับที่ 2,114 (กรุงเทพฯ : บริษัท ฐานการพิมพ์ จำกัด, 2549), หน้า 31.

693,000 ล้านบาท ในปี 2549 เทียบกับมูลค่า 657,484 ล้านบาท ในปี 2548 คิดเป็นอัตราการขยายตัวร้อยละ 0.7 ซึ่งเป็นอัตราการเจริญเติบโตที่ต่ำที่สุดในรอบ 6 ปี ต้นทุนค่าก่อสร้างในปี 2549 น่าจะปรับสูงขึ้น คาดว่าดัชนีราคาวัสดุก่อสร้างโดยเฉลี่ยอาจปรับเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 4 สูงกว่าร้อยละ 0 ในปีก่อน ขณะที่ต้นทุนอื่นๆ หากพิจารณาจากดัชนีราคาผู้ผลิตอาจเพิ่มขึ้นร้อยละ 6-8 ต่ำกว่าร้อยละ 9.2 ในปีก่อน ซึ่งส่งผลให้ต้นทุนค่าก่อสร้างโดยรวมปรับเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 4 จากปี 2548³ ส่วนการเจริญเติบโตของยอดสินเชื่อคงค้างผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์ทั้งประเทศมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยในปี 2547 มียอดสินเชื่อคงค้างเติบโตร้อยละ 5.29 จากปี 2546 และปี 2548 เติบโตร้อยละ 8.36 จากปี 2547 ส่วนแนวโน้มการเจริญเติบโตของสินเชื่อคงค้างที่อยู่อาศัยส่วนบุคคลทั้งประเทศกลับลดลง โดยในปี 2547 มียอดสินเชื่อคงค้างเติบโตร้อยละ 15.24 จากปี 2546 และปี 2548 สินเชื่อคงค้างเติบโตร้อยละ 14.68 จากปี 2547⁴ ซึ่งแสดงให้เห็นว่ามีแนวโน้มการลงทุนเพิ่มขึ้นในขณะที่ความต้องการที่อยู่อาศัยลดลง ดังนั้นหากมีผู้สนใจลงทุนในธุรกิจบ้านจัดสรร จำเป็นจะต้องศึกษาความต้องการทางการตลาดให้ละเอียดถี่ถ้วนและรอบคอบ ในสถานการณ์ความไม่แน่นอนและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป รวมทั้งภาวะต้นทุนค่าก่อสร้างที่สูงขึ้น เพื่อป้องกันปัญหาการไม่สามารถตอบสนองความต้องการโดยรวมของผู้บริโภค และไม่สามารถขายโครงการได้หลังการก่อสร้างแล้วเสร็จ

จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจสูง เนื่องจากเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว การลงทุนและกำลังจะเป็นศูนย์กลางการบิน (Aviation Hub) ของภาคเหนือในอนาคตอันใกล้นี้ โดยจังหวัดเชียงใหม่มีสัดส่วนการลงทุนประมาณ 1 ใน 3 ของการลงทุนรวมของภาคเหนือ มีอัตราการเจริญเติบโตของการลงทุนในปี 2548 เท่ากับ 9.52% จากปี 2547⁵ “จังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจของภาคและของภาคเหนือตอนบน มีสัดส่วนการผลิตประมาณร้อยละ 16 ของผลิตภัณฑ์ภาค มีจำนวนสาขาธนาคารพาณิชย์สูงสุดเป็นอันดับ 3 ของประเทศ เงินฝากและสินเชื่อมี

³ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. บทความกระแสทรรศน์ 2549. “แนวโน้มการลงทุนด้านการก่อสร้าง...อาจซบเซาตลอดช่วงปี 2549 ต่อเนื่องถึงครึ่งแรกปี 2550”. 2006. [ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา <http://www.krc.co.th>. (3 กรกฎาคม 2549).

⁴ จิตติศักดิ์ นันทพานิช, หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ ปีที่ 26 ฉบับที่ 2,144 (กรุงเทพฯ : บริษัท ฐานการพิมพ์ จำกัด, 2549), หน้า 12.

⁵ ธนาคารแห่งประเทศไทย. Northern Region Economy and Neighbor Countries (Myanmar and South China), Economy Report. “Statistical Table , Finance and Banking”. 2006. [ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา <http://www.bot.or.th>. (2 กรกฎาคม 2549).

สัดส่วนสูงประมาณ 1 ใน 3 ของเงินฝากและสินเชื่อทั้งภาคเหนือ”⁶ จังหวัดเชียงใหม่จึงเป็นจังหวัดที่น่าสนใจสำหรับนักลงทุน โดยเห็นได้จากที่ผ่านมามีโครงการลงทุนทั้งจากภาครัฐ เช่น โครงการสวนสัตว์ในท่าซาฟารี การจัดงานมหกรรมพืชสวนโลกเฉลิมพระเกียรติ การก่อสร้างอาคารที่พักผู้โดยสารเพิ่มเติมภายในท่าอากาศยานเชียงใหม่ ส่วนการลงทุนภาคเอกชน เช่น การก่อสร้างโรงแรม การก่อสร้างศูนย์การค้าวัสดุและอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน รวมทั้งโครงการบ้านจัดสรรอีกหลายโครงการ เป็นต้น

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับประกอบการตัดสินใจของนักลงทุน รวมทั้งเป็นข้อมูลในการจัดทำแผนกลยุทธ์ แผนดำเนินงาน แผนการตลาด และเพื่อการก่อสร้างโครงการต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

ทำให้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่

นิยามศัพท์

บ้านจัดสรร หมายถึง บ้านที่ใช้สำหรับอยู่อาศัยโดยได้รับการจัดสรรที่ดินติดต่อกันเป็นแปลงในแต่ละโครงการในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งในการศึกษาคั้งนี้ได้แก่ บ้านเดี่ยว

ส่วนประสมการตลาด หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่บริษัทสร้างขึ้น ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Products) ราคา (Price) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) และการจัดจำหน่าย (Place)

⁶ธนาคารแห่งประเทศไทย, Northern Region Economy and Neighbor Countries (Myanmar and South China), Economy in Focus. “Economy Structure”. 2006. [ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา <http://www.bot.or.th>. (2 กรกฎาคม 2549).

ผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ หมายถึง ประชาชนที่เป็นผู้ซื้อหรือผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ
ซื้อบ้านจัดสรรที่อยู่ในพื้นที่ศึกษา จำนวน 141 โครงการ⁷



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

⁷ หนู แสนสาย. Home Buyers' Guide ปีที่ 2 ฉบับที่ 16, (กรุงเทพฯ: บริษัท โฮมบายเออร์ไกด์ (เชียงใหม่)
จำกัด, 2549), หน้า 58-61.