

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

จังหวัดเชียงใหม่เป็นเมืองที่สงบและมีศิลปวัฒนธรรมที่งดงามอีกทั้งยังมีความงดงามทางธรรมชาติ จึงเป็นจังหวัดที่มีชื่อเสียงในเรื่องการท่องเที่ยว มีสถานที่ท่องเที่ยวมากมายทั้งเป็นการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและสถานที่ที่ปลูกสร้างขึ้นเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว และยังเป็นเมืองที่มีศิลปวัฒนธรรมและประเพณีที่งดงามเป็นที่สนใจของทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ และเชียงใหม่ยังได้รับการสนับสนุนจากทั้งภาครัฐบาลและเอกชนที่ส่งเสริมในเรื่องของการท่องเที่ยว ดังจะเห็นได้จากการจัดงานมหกรรมและประเพณีต่างเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาในจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย งานมหกรรมพืชสวนโลก งานไม้ดอกไม้ประดับ ประเพณีลอยกระทง ประเพณีสงกรานต์ เป็นต้น ซึ่งได้รับผลตอบรับจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเป็นอย่างดี

นอกจากนี้จังหวัดเชียงใหม่ยังเป็นหัวเมืองหลักทางด้านการค้า และการลงทุนของภาคเหนือ เช่นเดียวกับจังหวัดเชียงราย ที่จะเป็นตัวเชื่อมต่อกับประเทศเพื่อนบ้านในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 เชียงใหม่จึงมีการเตรียมพร้อมเพื่อเป็นจุดศูนย์กลางของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนนี้ ทั้งการเตรียมพร้อมทางด้านคมนาคม

จากการประชุมผู้นำด้านน้ำแห่งภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกกรอบ 2 ที่จัดขึ้นระหว่างวันที่ 14-20 พฤษภาคม 2556 ณ ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติเฉลิมพระเกียรติ 7 รอบพระชนมพรรษา อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีการเตรียมความพร้อมเพื่อสร้างสนามบินแห่งที่ 2 ถนนมอเตอร์เวย์ เชียงใหม่-เชียงรายวงแหวนรอบ และยังมีแผนการและอยู่ระหว่างจัดทำรายละเอียดการดำเนินโครงการก่อสร้างรถไฟความเร็วสูงทั้ง 3 เส้นทาง คือ กรุงเทพฯ-เชียงใหม่ กรุงเทพฯ-หนองคาย และกรุงเทพฯ-หัวหิน (สำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร(สนข.)) ส่งผลให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นอีกเมืองที่คนทั้งในและนอกพื้นที่ต้องการจะจับจองพื้นที่ในจังหวัดเชียงใหม่เป็นของตัวเอง

รวมถึงเหตุการณ์น้ำท่วมใหญ่ที่เกิดขึ้นในปี 2554 ส่งผลให้เกิดกระแสความต้องการของตลาดที่อยู่อาศัยในเขตที่ไม่มีปัญหาน้ำท่วม โดยเฉพาะคนจากกรุงเทพมหานครจำนวนมากได้มาหาซื้อที่อยู่อาศัยในจังหวัดเชียงใหม่เพิ่มมากขึ้นหลังเกิดเหตุน้ำท่วมใหญ่ปี 2554 จึงมีทั้งนักลงทุน

และประชาชนเข้ามาในเชียงใหม่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ทั้งซื้อเพื่ออยู่อาศัยและซื้อไว้เพื่อเก็งกำไร (สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดเชียงใหม่) ทำให้จำนวนประชากรในจังหวัดเชียงใหม่มีอัตราเพิ่มสูงขึ้น ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1.1 แสดงสถิติประชากรตามทะเบียนราษฎร จังหวัดเชียงใหม่ และ ประชากรตามทะเบียนราษฎร อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปี พ.ศ.	ประชากรจังหวัดเชียงใหม่			ประชากรอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่		
	2554	2555	2556	2554	2555	2556
จำนวนประชากร(คน)	1,707,025	1,717,171	1,717,216	260,271	263,506	263,510
จำนวนประชากรที่ เพิ่มขึ้น(คน)	-	10,146	45	-	3,235	4
อัตราที่เพิ่มขึ้น(%)	-	0.591	0.00262	-	1.243	0.00152

ที่มา:สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่ (ข้อมูลประมวลผลล่าสุด 11 มีนาคม 2556)

จากตารางที่ 1 จะเห็นได้ว่าจำนวนประชากรในจังหวัดเชียงใหม่ตามทะเบียนราษฎรนั้นมีอัตราสูงขึ้นและในเขตพื้นที่ที่มีจำนวนประชากรสูงขึ้นไปอันดับหนึ่งก็คืออำเภอเมืองเชียงใหม่ เนื่องด้วยความสะดวกสบาย การคมนาคม และอยู่ในพื้นที่เศรษฐกิจ ดังจะเห็นจำนวนประชากรที่สูงขึ้นดังตาราง

จำนวนประชากรที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นนี้ทำให้ความต้องการที่อยู่อาศัยของประชากรนั้นมีความต้องการที่สูงขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจทางด้านอสังหาริมทรัพย์จึงมีการเติบโตมากในเชียงใหม่จะเห็นได้จากการที่มี คอนโดมิเนียม บ้านจัดสรร ทาวน์เฮาส์ หลากหลายโครงการเกิดขึ้นในปริมาณที่สูง เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่สูงด้วยเช่นกัน

ทางภาครัฐบาลได้มีมาตรการที่เข้ามาช่วยกระตุ้นภาคอสังหาริมทรัพย์ เช่น มาตรการการลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาสำหรับผู้ซื้อที่อยู่อาศัยหลังแรก มาตรการที่อยู่อาศัยสำหรับผู้ที่มีรายได้น้อย และโครงการสินเชื่อเพื่อช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วม(Soft Loan) ที่ต้องการซื้อที่อยู่อาศัย จากความต้องการที่อยู่อาศัยของประชากรทั้งจากต่างจังหวัดและประชากรในจังหวัดเชียงใหม่ ที่ต้องการมีที่อยู่อาศัยใน จังหวัดเชียงใหม่ นั้น ส่งผลให้ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในจังหวัดเชียงใหม่เติบโตอย่างรวดเร็ว

สำหรับสถานการณ์ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ปี 2556 จากการคาดการณ์ของศูนย์วิจัยธนาคารกสิกร คาดว่ายังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่องจากปี 2555 โดยปัจจัยที่ส่งเสริมให้อสังหาริมทรัพย์ยังขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ได้แก่การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ในปี 2558 คาดว่าจะมีชาวต่างชาติเข้ามาเพิ่มขึ้นและมีกำลังซื้อเพิ่มขึ้น ดังนั้นผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์จึงเริ่มเข้าไปลงทุนโครงการใหม่และมีการแข่งขันกันสูงมาก เห็นได้จากการที่มีธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เกิดขึ้นทั้งในตัวเมืองเชียงใหม่และอำเภอใกล้เคียงเกิดขึ้นอย่างหนาแน่น โดยเฉพาะพื้นที่ที่มีถนนวงแหวนตัดผ่าน จะเห็นว่าทุกถนนวงแหวนรอบเมืองเชียงใหม่ มีบ้านจัดสรรหลากหลายโครงการติดๆกันและมีการทำการตลาดป้ายโฆษณาที่ถี่แวกใหญ่ๆของเชียงใหม่และตามจุดสำคัญของตัวเมืองที่มีผู้คนพลุกพล่าน เช่นถนนนิมมานเหมินท์ ถนนรอบคูเมืองเชียงใหม่ เป็นต้น

ในตัวเมืองนั้นเนื่องด้วยเป็นพื้นที่ที่มีราคาสูงส่วนใหญ่ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่เกิดขึ้นจึงเป็นประเภท คอนโดมิเนียม จะเห็นได้ว่าในปัจจุบัน มีคอนโดมิเนียมหลายโครงการด้วยกันที่ก่อสร้างขึ้นและมีการแข่งขันกันโฆษณาประชาสัมพันธ์กันสูงมาก เพื่อให้ตนเองได้ครอบครองตลาดและดึงดูดลูกค้าเข้ามาสู่ธุรกิจของตน ซึ่งก็จะเห็นว่าประชากรมีการตอบสนองต่อ ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์นี้เป็นอย่างดีเห็นได้จากการที่ อสังหาริมทรัพย์ที่เกิดขึ้น โครงการแรกก็จะมีโครงการที่สองและสามต่อไป เพราะนักลงทุนเห็นถึงความต้องการของผู้บริโภคที่แม้จะสร้างขึ้นมาเท่าไรก็ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภคที่เล็งเห็นถึงสิ่งที่จะเกิดขึ้นในเชียงใหม่ในอนาคตที่เป็นที่ทราบกันว่าถ้าผู้ใดมีที่อยู่อาศัยหรือสามารถจับจองพื้นที่ในจังหวัดเชียงใหม่ได้นั้นก็จะถือว่าเป็นผลดีและจังหวัดเชียงใหม่ก็ถือว่าเป็นทำเลทองที่จะสามารถสร้างรายได้ให้กับเจ้าของได้เป็นอย่างดี

จากเหตุผลต่างๆเป็นประเด็นปัญหาที่จะทำให้สนใจคำถามการศึกษา ในเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ อย่างไรและปัจจัยใดที่มีต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค ผลการศึกษาในครั้งนี้จะช่วยเพิ่มความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเลือกซื้อของผู้บริโภคที่ซื้อที่อยู่อาศัยในที่อยู่อาศัยในรูปแบบต่างๆ ซึ่งจะเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการ หน่วยงาน และผู้ที่ จะทำการศึกษานำไปใช้ประโยชน์ต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา

- 1) เพื่อศึกษาลักษณะทางเศรษฐกิจ สังคม ที่มีความต้องการเลือกซื้อคอนโดมิเนียมใน เขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
- 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความต้องการเลือกซื้อคอนโดมิเนียมในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

- 1) เพื่อให้ทราบถึงลักษณะทางเศรษฐกิจ สังคม ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการเลือกซื้อ คอนโดมิเนียมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์ ในการจัดการกับธุรกิจเพื่อให้อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างถูกต้อง
- 2) เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่ต้องการศึกษาค้นคว้า ให้เป็นแนวทางแก่ผู้ที่สนใจจะศึกษาต่อและนำไปประยุกต์ใช้และปรับปรุงให้ดีขึ้นต่อไป

1.4 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษานี้ จะทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งกลุ่มตัวอย่างจะเป็นกลุ่มของผู้ที่ซื้อ คอนโดมิเนียม ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากจะเห็นได้ว่าในเขตอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่นั้น มีจำนวนคอนโดมิเนียมเป็นจำนวนมากกว่า บ้านจัดสรรและทาวน์เฮาส์ และผู้ที่ซื้อ คอนโดมิเนียมนั้นจะมีทั้งซื้อเพื่ออยู่อาศัยและซื้อเพื่อเก็งกำไร จึงเลือกที่จะใช้กลุ่มตัวอย่างจากผู้ซื้อ ที่พักอาศัย ประเภทคอนโดมิเนียม โดยใช้เทคนิคการเลือกตัวอย่างแบบสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยอาศัยจากรายชื่อโครงการ คอนโดมิเนียม ที่อยู่ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

1.5 นิยามศัพท์

คอนโดมิเนียม หมายถึง อาคารที่บุคคลสามารถแยกการก่อกรรมสิทธิ์ออกได้เป็นส่วนๆซึ่ง ประกอบด้วยกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินส่วนบุคคล ได้แก่ ห้องชุด สิ่งปลูกสร้างหรือที่ดินที่จัดไว้ให้ผู้ เป็นเจ้าของห้องชุดแต่ละรายที่ซื้อคอนโดมิเนียมเป็นของตัวเอง หรือไว้ใช้ประโยชน์ และ กรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินส่วนกลาง ได้แก่ ส่วนของอาคารชุดที่ไม่ใช่ห้องชุดและที่ดินทรัพย์สินอื่นๆ ที่มีไว้ใช้ประโยชน์ ร่วมกันสำหรับเจ้าของร่วม

บ้านจัดสรร หมายถึง บ้านเดี่ยวที่มีพื้นที่เป็นส่วนตัว และเป็นบ้านซึ่งรัฐหรือเอกชนเป็นผู้ลงทุน สร้างให้ก่อน โดยยอมให้ผู้ซื้อผ่อนชำระได้

ทาวน์เฮาส์ หมายถึง บ้านชนิดหนึ่งที่มีผนังบ้านด้านข้างติดกัน ปลูกเป็นแถวๆ ส่วนใหญ่ ด้านหน้าจะมีที่จอดรถเสียบเข้าไป บางครั้งในเอกสารกฎหมายไทยจะใช้คำว่า “บ้านแถว” แต่ไม่เป็นที่นิยมเท่าคำว่า “ทาวน์เฮาส์”

ผู้ซื้อ หมายถึง บุคคลผู้ซื้อ หรือ ผู้ที่พิจารณาจะซื้อ โดยมีศักยภาพอย่างพอเพียงในจังหวัด เชียงใหม่ เพื่อซื้ออยู่เอง เพื่อเป็นสถานที่พักผ่อน ซื้อเพื่อเก็งกำไร และซื้อเพื่อเป็นบ้านหลังที่สอง

ผลิตภัณฑ์ หมายถึง คุณภาพผลิตภัณฑ์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ ความหลากหลาย และ การรับประกันผลิตภัณฑ์

ราคา หมายถึง จำนวนเงินที่ใช้ในการแลกเปลี่ยนเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ (สินค้าและ/หรือบริการ) โดยผู้ซื้อและผู้ขายตกลงกัน ราคาเป็นปัจจัยหนึ่งของส่วนประสมการตลาดที่จะก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อผู้บริโภค หากประเมินว่าผลิตภัณฑ์นั้นมีมูลค่า (Value) และก่อให้เกิดอรรถประโยชน์ (Utility) เหมาะสมกับราคาหรือจำนวนเงินที่จ่ายไป

ทำเลที่ตั้ง หมายถึง สถานที่ที่อยู่อาศัย รวมถึงสภาพแวดล้อมรอบๆ ที่ส่งผลต่อการซื้อที่พักอาศัย ได้แก่ความสะดวกสบายในการเดินทาง ทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งชุมชน ใกล้ระบบขนส่ง ทำเลที่ตั้งมีสภาพแวดล้อมที่ดี เป็นต้น

การส่งเสริมการตลาด หมายถึง การแจ้งข่าวสารและจูงใจผู้บริโภคเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของที่พักอาศัย ซึ่งต้องอาศัยกระบวนการติดต่อสื่อสารข้อมูลระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมในการซื้อ การสื่อสารทางการตลาดไปยังผู้บริโภคเพื่อกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมในการซื้อ ได้แก่ การได้เห็นโฆษณาทางโทรทัศน์ การได้เห็นโฆษณาทางนิตยสาร การได้เห็นโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ การจัดบู๊ทขายสินค้า การส่งเสริมการตลาด เช่น การลดราคา การแถม การมอบส่วนลด พิเศษ การขายโดยพนักงานขายให้คำแนะนำ

พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ หมายถึง การตัดสินใจซื้อ ที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค โดย ผู้บริโภคพิจารณาจากหลายๆปัจจัย เช่น งบประมาณในการซื้อ ขนาดพื้นที่ที่ใช้สอย กลุ่มที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ความสะดวกสบายในหลายๆด้าน เป็นต้น

ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึก และความคิดเห็น พอใจหรือไม่พอใจมีต่อการมีที่อยู่อาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

การเก็งกำไร หมายถึง การที่ผู้ลงทุนลงทุนในสินทรัพย์ใด ๆ โดยมีการพิจารณาและศึกษาอย่างรอบคอบและมีเหตุมีผล ซึ่งสินทรัพย์นั้นจะให้ผลตอบแทนตามสมควร ไม่ว่าจะป็นในรูปแบบของเงินปันผลหรือดอกเบี้ยก็ตาม อีกทั้งมีความเป็นไปได้ที่จะมีมูลค่าเพิ่มขึ้นในระยะยาวด้วย