บทที่ 1
บทนำ

หลักการและเหตุผล

ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เป็นภาคธุรกิจที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ เมื่อมีความต้องการในบ้านพักอาศัยมากขึ้น จึงมีการลงทุนในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดยเฉพาะโครงการบ้านจัดสรรต่าง ๆ และยังนำไปสู่การสร้างรายได้ และการสร้างงานในภาคธุรกิจต่อเนื่องอื่น ๆ การที่ภาครัฐออกมาตรการเพื่อสนับสนุนธุรกิจอสังหาริมทรัพย์อย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2545 ที่ผ่านมา ภาครัฐมีนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจโดยสนับสนุนภาคอสังหาริมทรัพย์เพื่อดึงภาคธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องอื่น ๆ ให้ฟื้นตัวขึ้น และเป็นแรงผลักดันให้ธุรกิจเกี่ยวเนื่องหลายประเภทเติบโตขึ้นอย่างมาก รวมทั้งการมีมาตรการลดค่าธรรมเนียมต่าง ๆ การปรับภาวะอัตราดอกเบี้ยอยู่ในระดับต่ำ รวมทั้งสภาวะเศรษฐกิจที่มีอัตราการขยายตัว ทำให้ประชาชนทั่วไปมีรายได้ที่สูงขึ้นและ มีกำลังซื้อมากขึ้น (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2545ก: 1) นอกจากนี้ยังมีปัจจัยบวกหลายประการที่สนับสนุนความต้องการในภาคอสังหาริมทรัพย์ อาทิ อัตราดอกเบี้ยอยู่ในระดับต่ำ ซึ่งช่วยลดภาระของผู้ที่ต้องการที่อยู่อาศัย ขณะเดียวกัน อัตราดอกเบี้ยเงินฝากที่อยู่ในระดับต่ำนั้นทำให้ผู้ฝากเงินหันมาหาทางเลือกในการลงทุนที่ให้ผลตอบแทนที่ดีกว่า ซึ่งทางเลือกหนึ่งคือการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ ในด้านราคา จะเห็นว่าระดับราคาอสังหาริมทรัพย์อยู่ในระดับต่ำ และในบางพื้นที่เริ่มมีแนวโน้มปรับตัวขึ้น (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2545ข: 1) ส่วนในปี 2546 รัฐบาลมีมาตรการในการสนับสนุนภาคธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดยมีนโยบายใช้ภาคอสังหาริมทรัพย์เป็นกลไกหนึ่งของนโยบายรัฐบาลในการกระตุ้นเศรษฐกิจ ให้มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยตั้งแต่ช่วงปี 2546 รัฐบาลได้ประกาศมาตรการทางภาษีเพื่อสนับสนุนการฟื้นตัวของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ และมาตรการที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อย โดยรัฐบาลได้ประกาศแผนการใช้งบประมาณ 80,000 ล้านบาท สำหรับสร้างบ้าน 1,000,000 หน่วยเพื่อผู้มีรายได้น้อยในระยะ 5 ปี (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2546: 1)

สำหรับในส่วนของผู้ประกอบการบ้านจัดสรร การที่จะทำให้บ้านสามารถขายออกได้เร็วขึ้น จำเป็นต้องปรับรูปแบบวิธีการ ที่จะทำให้บ้านจัดสรรเหล่านี้ให้เป็นที่สนใจของตลาดมากขึ้น จึงมีการนำกลยุทธ์การตลาดต่าง ๆ มาใช้ โดยคำนึงถึงความต้องการของผู้ซื้อบ้าน (Customer–Oriented Strategy) และคุณภาพสินค้าที่นำเสนอแก่ผู้ซื้อ (Product and Quality–Based Strategy) เป็นสำคัญ ได้แก่ การสร้างมูลค่าเพิ่ม การสร้างมาตรฐานที่ดีสำหรับบ้านและองค์กร การเลือกใช้วัสดุคุณภาพดีในการก่อสร้าง การจำหน่ายสินเชื่อที่สะดวกรวดเร็ว ทำให้ผู้ซื้อไว้วางใจและตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยมากขึ้น นอกจากนี้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ประกอบการดังกล่าวยังได้อาศัยกลยุทธ์การโฆษณาประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง โดยเน้นให้ลูกค้าทราบถึงความแตกต่างเหนือคู่แข่ง เป็นต้นว่า บ้านสร้างไม่เสร็จอย่าซื้อ บ้านสร้างเสร็จพร้อมโอน ในส่วนผู้ซื้อบ้านที่ผ่านมานั้นมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบพฤติกรรมในการเลือกซื้อไปจากเดิม โดยนำปัจจัยต่าง ๆ มาประกอบพิจารณาในการเลือกซื้อ ทั้งในด้านทำเลที่ตั้ง การออกแบบรูปทรงบ้าน พื้นที่ใช้สอย สภาพแวดล้อมในโครงการ ราคาบ้าน ตลอดจนความน่าเชื่อถือของบริษัทเจ้าของโครงการ (อวยพร บุญยืน, 2543)

สมุทรสาครเป็นจังหวัดในภาคกลางของประเทศ อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานครเป็นระยะทาง 38 กิโลเมตร มีพื้นที่ 875.348 ตารางกิโลเมตร แบ่งเขตการปกครองออกเป็น 3 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอกระทุ่มแบน และอำเภอบ้านแพ้ว การที่มีโครงการบ้านจัดสรรเป็นจำนวนมากในอำเภอเมือง เนื่องจากเป็นศูนย์กลางของธุรกิจการค้าแขนงต่าง ๆ กอปรกับมีการขยายตัวในภาคอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้น เนื่องจากโครงสร้างเศรษฐกิจโดยภาพรวมของจังหวัดสมุทรสาคร ส่วนใหญ่อยู่ในภาคอุตสาหกรรม ประมาณร้อยละ 60 โดยกระจายอยู่ทั่วไปในเขตอำเภอเมือง และอำเภอกระทุ่มแบน นอกนั้นอยู่ในภาคเกษตรกรรมการค้าและการบริการ (หอการค้าจังหวัดสมุทรสาคร, 2547) การขยายตัวดังกล่าวส่งผลให้เกิดการแข่งขันในธุรกิจบ้านจัดสรร เนื่องจากลูกค้าสนใจและมีความต้องการที่อยู่อาศัยมากขึ้น ปัจจุบันพบว่าในเขตอำเภอเมืองมีผู้ลงทุนประกอบการโครงการบ้านจัดสรร จำนวน 18 โครงการ ซึ่งมีจำนวน 5,015 ครัวเรือน โดยแบ่งลักษณะของโครงการตามระดับราคาที่ขายให้แก่ลูกค้า แบ่งเป็นบ้านจัดสรรที่มีระดับราคาต่ำกว่า 2 ล้านบาท และบ้านจัดสรรที่มีระดับราคาสูงกว่า 2 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 5 ล้านบาท การแบ่งระดับราคาในลักษณะเช่นนี้ ทำให้เกิดการวางตำแหน่งทางการตลาดที่แตกต่างกัน (สำนักงานที่ดินจังหวัดสมุทรสาคร, 2547)

จากเหตุผลที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจและต้องการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของลูกค้าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ทั้งนี้เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านของลูกค้า รวมทั้งเป็นข้อมูลในการวางแผนและพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรร และนอกจากนี้ ข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์สำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าสูงสุดต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของลูกค้าในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ขอบเขตของการศึกษา

ขอบเขตประชากร

ประชากรที่ใช้ศึกษา ได้แก่ ประชาชนในจังหวัดสมุทรสาคร ที่ได้เลือกซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร รวม 18 โครงการ มีจำนวน 5,015 ครัวเรือน (ข้อมูล ณ วันที่ 15 มีนาคม 2547) (สำนักงานที่ดินจังหวัดสมุทรสาคร, 2547)

ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษาครั้งนี้ มุ่งศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของลูกค้าในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ประกอบด้วยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ และปัจจัยด้านการสร้างลักษณะทางกายภาพ

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของลูกค้าในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร
2. เป็นแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรรเพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจสูงสุด

นิยามศัพท์

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด หมายถึง ปัจจัยที่คาดว่ามีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ประกอบด้วย 7 ปัจจัย ดังนี้

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ โครงการมีชื่อเสียงดีเป็นที่รู้จัก การมีรูปแบบบ้านให้เลือกหลายแบบ การออกแบบบ้านที่ทันสมัย การออกแบบพื้นที่ใช้สอยได้ลงตัว การใช้วัสดุก่อสร้างที่ได้มาตรฐาน สามารถต่อเติมบ้านได้ตามต้องการในภายหลัง มีรั้วรอบที่มั่นคงแข็งแรง ถนนภายในโครงการกว้างขวาง มีบริการหลังการขายที่ดี และการรับประกันคุณภาพบ้านภายหลังการส่งมอบ
2. ปัจจัยด้านราคา ได้แก่ ราคาบ้านพร้อมที่ดินเหมาะสม สามารถต่อรองราคาได้ สามารถแบ่งจ่ายเงินดาวน์เป็นงวด ๆ ได้ สามารถแบ่งจ่ายค่าผ่อนบ้านกับสถาบันการเงินได้ และค่าบำรุงรักษาส่วนกลางมีอัตราที่เหมาะสม
3. ปัจจัยด้านสถานที่ ได้แก่ ที่ตั้งโครงการใกล้กับถนนใหญ่ ทำเลที่ตั้งโครงการอยู่ในย่านชุมชน โครงการมีระบบป้องกันน้ำท่วมขังที่มีประสิทธิภาพ มีระบบสาธารณูปโภคไว้อย่างครบครัน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

โครงการมีสนามเด็กเล่นสำหรับพักผ่อน และโครงการมีสโมสรสำหรับออกกำลังกาย

4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การโฆษณาขายบ้านพร้อมที่ดินทางสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง การประชาสัมพันธ์โครงการอย่างต่อเนื่อง การมีส่วนลดราคาช่วงเปิดโครงการใหม่ การให้ของแถมเป็นส่วนเพิ่มช่วงส่งเสริมการขาย และการติดต่อสถาบันการเงินเพื่อให้ได้เงินกู้มูลค่าสูง

5. ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ได้แก่ กระบวนการให้บริการด้านการขาย กระบวนการทำสัญญาซื้อขาย กระบวนการให้บริการระหว่างการก่อสร้าง กระบวนการส่งมอบบ้าน และกระบวนการให้บริการหลังการขาย

6. ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ได้แก่ เจ้าหน้าที่เป็นกันเองกับลูกค้า เจ้าหน้าที่ให้รายละเอียดโครงการได้อย่างครบถ้วน เจ้าหน้าที่ให้โอกาสลูกค้าเลือกแบบบ้านที่ต้องการได้โดยอิสระ รวมทั้งมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยคอยดูแลตลอด 24 ชั่วโมง

7. ปัจจัยด้านการสร้างลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ อาคารสำนักงานของโครงการเป็นที่เชื่อถือ มีบ้านตัวอย่างแสดงต่อลูกค้า บ้านสร้างเสร็จก่อนขาย การขออนุญาตจัดสรรจากหน่วยงานราชการ และการจัดวางภูมิทัศน์ที่สวยงาม

ลูกค้า หมายถึง ประชาชนในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ที่พิจารณาเลือกซื้อบ้านจัดสรรในโครงการต่าง ๆ ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร

บ้านจัดสรร หมายถึง บ้านที่สร้างขึ้นโดยภาคธุรกิจเอกชนโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อขาย ซึ่งก่อสร้างบ้านขึ้นในที่ดินที่ติดต่อกันเป็นแปลงย่อยไม่น้อย 10 แปลง แบ่งเป็น 2 ประเภทตามรูปแบบบ้าน ได้แก่ 1) บ้านเดี่ยว หมายถึง บ้านที่ปลูกเพียงหลังเดียวบนที่ดินที่กำหนดไว้ อาจเป็นบ้านชั้นเดียว หรือมีมากกว่า 1 ชั้นขึ้นไป โดยมีแบบบ้านแตกต่างกันไปตามแต่ละโครงการ และ 2) ทาวน์เฮาส์หรือบ้านแถว หมายถึง บ้านที่สร้างติดกันเป็นแถวโดยใช้ผนังร่วมกัน ซึ่งจะมีพื้นที่ว่างเฉพาะด้านหน้าและด้านหลังบ้านเท่านั้น และรูปแบบบ้านโดยทั่วไปเหมือนกับอาคารพาณิชย์แต่จะตกแต่งอาคารให้เหมือนบ้านพักอาศัย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved