

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

จากสถานะเศรษฐกิจของโลก และของประเทศในภูมิภาคเอเชีย ที่ชะลอตัวลดลงอย่างต่อเนื่องเป็นอย่างมาก ในช่วงไตรมาสที่ 1 ปี 2552 โดยกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) ได้คาดการณ์เศรษฐกิจโลกสำหรับปี 2553 ไว้ว่าจะขยายตัวร้อยละ 1.9 จากเดิมที่ประเมินไว้ 3.0 สำหรับภูมิภาคเอเชียจะประสบปัญหาทางด้านเงินเฟ้อที่ปรับลดลงอย่างต่อเนื่อง ความเสี่ยงยังมีอยู่จากความผันผวนของค่าเงินเปโซ ราคาน้ำมัน ค่าสาธารณูปโภค และอาหารบางประเภท ถึงแม้ว่าคณะกรรมการนโยบายการเงินจะประเมินไว้ว่าระบบการเงินโลกมีการปรับตัวที่ดีขึ้น แต่ยังคงต้องใช้เวลาพอสมควรในการกลับเข้าสู่สภาวะปกติ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2552) ด้วยสาเหตุดังกล่าว ส่งผลให้เศรษฐกิจไทยประสบภาวะติดลบ คาดว่าในปี 2552 จะติดลบร้อยละ 4 ทั้งธุรกิจการส่งออก ธุรกิจการท่องเที่ยวในไตรมาส 1 จะหดตัวเป็นอย่างมาก ส่งผลกระทบให้การบริโภคของภาคครัวเรือนติดลบร้อยละ 2.6 ซึ่งเป็นการติดลบครั้งแรกในรอบ 12 ปี (อำพล กิตติอำพน, 2552)

จากเหตุการณ์ดังกล่าว ย่อมจะส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจอสังหาริมทรัพย์อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ รัฐบาลจึงมีมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจภาคธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ 2 มาตรการ คือ 1. มาตรการภาษีธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ จะยกเว้นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาสำหรับผู้จ่ายเงินซื้ออสังหาริมทรัพย์ ที่ไม่เคยผ่านการใช้งานมาก่อนและโอนภายในปี 2552 วงเงินไม่เกิน 300,000 บาท และยังคงสิทธิดอกเบี้ยเงินกู้เพื่อหักลดหย่อนภาษีเงินได้ไม่เกิน 100,000 บาท 2. การต่ออายุลดค่าธรรมเนียมการโอนภาษีธุรกิจเฉพาะและภาษีหัก ณ. ที่จ่าย จากเดิม 3.3 % ลงเหลือ 0.11% สิ้นสุดสิ้นเดือนมีนาคม 2553 (ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์, 2552) ประโยชน์ที่ผู้บริโภคจะได้รับจากมาตรการของภาครัฐ ที่เห็นได้ชัดคือ กรณีที่ 1 เงินยกเว้นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา จากเดิมได้สิทธิของดอกเบี้ยเงินกู้เป็นเงิน 100,000 บาท เพิ่มเป็น 400,000 บาท กรณีโอนบ้านที่ซื้อใหม่ภายในปี 2552 กรณีเสียภาษีในอัตรา 20% จะสามารถปลอดเงินในส่วนที่เสียภาษี เป็นเงินถึง 80,000 บาท กรณีที่ 2 จากค่าธรรมเนียมพิจารณาที่ซื้อบ้านราคา 5 ล้านบาท จากเดิมเสียค่าธรรมเนียม 3.3% เป็นเงิน 165,000 บาท เหลือเพียง 0.11% เป็นเงิน 5,500 บาท สามารถประหยัดเงินในส่วนนี้ได้ถึง 159,500 บาท

จากการสำรวจสถานะตลาดที่อยู่อาศัยหลังใหม่ใน กรุงเทพมหานคร และ ปริมณฑล ณ กลางปี 2552 ของ Agency for Real Estate Affairs พบว่า โครงการที่อยู่อาศัยที่เปิด ขายทั้งหมด ณ กลางปี 2552 ของบ้านเดี่ยวจำแนกราคาได้ดังนี้

- 1.บ้านเดี่ยวที่ระดับราคา 0.501-1 ล้านบาท มีจำนวน 1,697 หน่วย คิดเป็นมูลค่า 1,484 ล้านบาท ขายได้ 1,296 หน่วย คิดเป็นมูลค่า 1,134 ล้านบาท
- 2.บ้านเดี่ยวที่ระดับราคา 1.001-2 ล้านบาท มีจำนวน 8,743 หน่วย คิดเป็นมูลค่า 15,253 ล้านบาท ขายได้ 4,545 หน่วย คิดเป็นมูลค่า 7,931 ล้านบาท
- 3.บ้านเดี่ยวที่ระดับราคา 2.001-3 ล้านบาท มีจำนวน 23,512 หน่วย คิดเป็นมูลค่า 61,208 ล้านบาท ขายได้ 15,080 หน่วย คิดเป็นมูลค่า 3,925 ล้านบาท
- 4.บ้านเดี่ยวที่ระดับราคา 3.001-5 ล้านบาท มีจำนวน 36,669 หน่วย คิดเป็นมูลค่า 141,373 ล้านบาท ขายได้ 22,924 หน่วย คิดเป็นมูลค่า 88,372 ล้านบาท
- 5.บ้านเดี่ยวที่ระดับราคา 5.001-10 ล้านบาท มีจำนวน 18,237 หน่วย คิดเป็นมูลค่า 121,718 ล้านบาท ขายได้ 11,284 หน่วย คิดเป็นมูลค่า 75,309 ล้านบาท
- 6.บ้านเดี่ยวที่ระดับราคา 10.001-20 ล้านบาท มีจำนวน 3,408 หน่วย คิดเป็นมูลค่า 47,370 ล้านบาท ขายได้ 2,004 หน่วย คิดเป็นมูลค่า 27,855 ล้านบาท
- 7.บ้านเดี่ยวที่ระดับราคามากกว่า 20 ล้านบาท มีจำนวน 660 หน่วย คิดเป็นมูลค่า 19,750 ล้านบาท ขายได้ 360 หน่วย คิดเป็นมูลค่า 10,772 ล้านบาท

ข้อมูลดังกล่าวจะพบได้ว่าบ้านเดี่ยวที่ระดับราคา 3.001-5 ล้านบาท จะมีมูลค่าของ การซื้อขายและมีจำนวนมากที่สุดของบ้านเดี่ยวที่เปิดขายในระดับราคา 1-20 ล้านบาท ผู้ประกอบการที่มีอยู่ในขณะนี้ทำการขายบ้านในระดับราคาดังกล่าวมีอยู่เป็นจำนวนมาก เช่น บมจ.ธารารมณ เอ็นเตอร์ไพรส์ บมจ.ศุภาลัย บมจ.แลนด์เอนด์เฮ้าส์ บมจ.อารีญา พรอพเพอร์ตี้ บมจ. เอเชียน พรอพเพอร์ตี้ บมจ.พฤกษา เรียลเอสเตท บมจ.ปริญสิริ บมจ.มั่นคงเคหะการ บมจ.เค.ซี. พรอพเพอร์ตี้ และ บมจ. ลลิต พรอพเพอร์ตี้ นอกจากนี้ยังมีในส่วนของบริษัทที่ไม่ได้จดทะเบียนใน ตลาดอีกเป็นจำนวนมาก ทำเลที่ตั้งของบ้านระดับราคาดังกล่าวจะอยู่ในบริเวณกรุงเทพมหานครรอบนอก เช่น พหลโยธิน-รามอินทรา ปิ่นเกล้า-พุทธมณฑล และฝั่งตะวันตกเฉียงเหนือของแม่น้ำเจ้าพระยา เนื่องจากราคาของที่ดินยังไม่สูงมาก (Agency for Real Estate Affairs, 2552)

ในภาวะเศรษฐกิจถดถอยและ “มาตรการกระตุ้นอสังหาริมทรัพย์” ของภาครัฐที่ ออกมา เป็นการเร่งให้มีการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยในปี 2552 มากขึ้น ซึ่งมีผลกระทบต่อผู้ซื้อบ้าน หลังแรก สำหรับผู้ประกอบการ ช่วยให้เกิดสภาพคล่องและกระตุ้นการจำหน่ายได้ในระดับหนึ่ง

ผู้ประกอบการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ต้องวางแผนการตลาดอย่างรอบคอบ เพื่อเข้าถึงผู้บริโภคที่สนใจซื้อบ้านเดี่ยวใหม่ ราคา 3-5 ล้านบาท สามารถแข่งขันกับคู่แข่ง

ดังนั้น ข้อมูลเรื่องที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคา 3-5 ล้านบาท ซึ่งมีมูลค่าสูงสุดของบ้านเดี่ยวในระดับราคา 1-20 ล้านบาท จะเป็นแหล่งข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ และผู้ที่สนใจ เพื่อใช้ในการปรับกลยุทธ์เพื่อจูงใจลูกค้า ในสถานะที่เศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในช่วงชะลอตัว

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคา 3-5 ล้านบาท ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคา 3-5 ล้านบาท ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร
2. สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปใช้ในการปรับปรุงกลยุทธ์ด้านการขายบ้านเดี่ยวราคา 3-5 ล้านบาท

นิยามศัพท์

ปัจจัย หมายถึง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่คาดว่าจะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคา 3-5 ล้านบาท ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ซึ่งได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้บริโภค หมายถึง ประชาชนที่เข้ามาเลือกซื้อบ้านเดี่ยวราคา 3-5 ล้านบาท ในกรุงเทพมหานคร