

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 หลักการและเหตุผล

จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีศักยภาพ เป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีเศรษฐกิจการค้า และการลงทุนสูง และเป็นศูนย์กลางในเขตภาคเหนือตอนบน ทำให้แบ่งการปกครองออกเป็น 22 อำเภอและ 2 กิ่งอำเภอ มีประชากรจำนวนทั้งสิ้น 1.66 ล้านคน จำนวนบ้านที่มีการจดทะเบียน 607,000 หลัง รายได้ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดปี 2548 (Gross Provincial Product at current prices) ประมาณ 103,276 ล้านบาท มีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดเฉลี่ยต่อคน (พ.ศ.2548) ประมาณ 64,429 บาท เนื่องจากธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เป็นธุรกิจที่มีความต่อเนื่องไปยังธุรกิจด้านอื่น ดังนั้นหากพิจารณาโดยมีสัดส่วนของภาคบริการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ การให้เช่า และภาคการก่อสร้าง จะพบว่าในปี พ.ศ. 2546 9,861 ล้านบาท พ.ศ. 2547 มีมูลค่าเพิ่มขึ้นเป็น 10,658 ล้านบาท และในปี พ.ศ. 2548 มูลค่าเพิ่มขึ้นเป็น 11,836 ล้านบาท ซึ่งมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นตามภาวะเศรษฐกิจที่มีเจริญเติบโต

ตารางที่ 1.1 ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดเชียงใหม่

(หน่วย : ล้านบาท)

ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด	ปี2544	ปี2545	ปี2546	ปี2547	ปี2548
ภาคการเกษตร	7,950	13,298	15,025	11,662	13,797
เกษตรกรรม การล่าสัตว์ และการป่าไม้	7,810	13,189	14,849	11,485	13,620
ประมง	141	109	176	178	176
ภาคนอกเกษตร	68,091	72,008	74,384	81,878	89,478
การทำเหมืองแร่และเหมืองหิน	424	481	573	665	764
การผลิตอุตสาหกรรม	7,416	9,487	9,496	9,867	10,774
การไฟฟ้า ก๊าซ และการประปา	1,817	1,793	1,858	2,080	2,122
การก่อสร้าง	5,993	5,259	5,738	6,305	7,230
การขายส่ง การขายปลีก การซ่อมแซมยานยนต์ จักรยานยนต์ ฯลฯ	13,413	14,013	14,675	16,013	17,099
โรงแรม และภัตตาคาร	8,427	8,714	8,802	10,159	10,657
การขนส่ง สถานที่เก็บสินค้า และการคมนาคม	6,028	6,192	6,521	7,250	7,952
ตัวกลางทางการเงิน	2,925	3,180	3,524	3,875	4,766

### ตารางที่ 1.1 (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด	ปี2544	ปี2545	ปี2546	ปี2547	ปี2548
บริการด้านอสังหาริมทรัพย์ การให้เช่า และบริการทางธุรกิจ	3,732	3,983	4,123	4,353	4,606
การบริหารราชการแผ่นดินและการป้องกันประเทศรวมทั้งการ ประกันสังคมภาคบังคับ	5,571	6,210	6,647	7,242	7,863
การศึกษา	7,914	7,968	7,757	7,870	8,748
การบริการด้านสุขภาพ และงานสังคมสงเคราะห์	3,557	3,829	3,639	4,819	5,463
การให้บริการชุมชน สังคม และบริการส่วนบุคคลอื่นๆ	686	701	818	1,150	1,195
ถูกจ้างในครัวเรือนส่วนบุคคล	190	199	214	230	239
<b>ผลิตภัณฑ์จังหวัด</b>	<b>76,042</b>	<b>85,306</b>	<b>89,410</b>	<b>93,540</b>	<b>103,276</b>
มูลค่าผลิตภัณฑ์จังหวัดเฉลี่ยต่อคน (บาท)	49,412	54,886	56,945	58,962	64,429

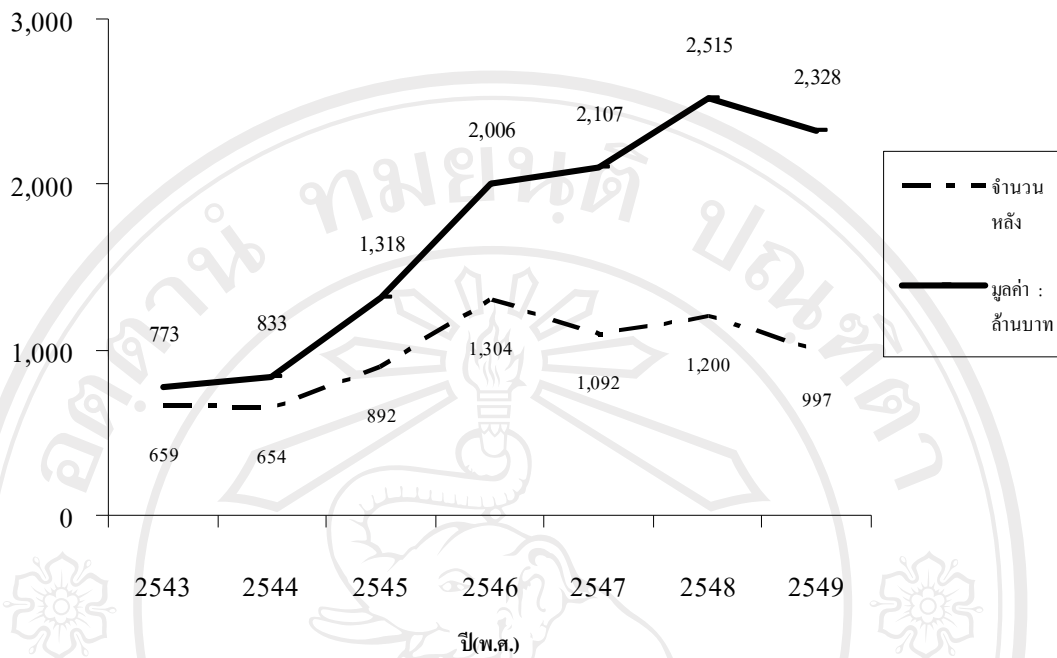
ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย (2549)

นับจากปี พ.ศ. 2538 การบริโภคด้านที่อยู่อาศัยเฉพาะ โครงการบ้านจัดสรรในเขตพื้นที่  
อำเภอเมืองเชียงใหม่ อำเภอสันทราย อำเภอแม่ริม อำเภอดอยสะเก็ด อำเภอสันกำแพง และ อำเภอ  
หางดง มีตลาดบ้านจัดสรร ซึ่งประกอบไปด้วย ที่ดินเปล่า ทาวน์เฮาส์ และบ้านเดี่ยว โดยในปี 2546 มี  
ขนาดของตลาดรวม 2,006 หน่วย มีมูลค่าตลาด 1,304 ล้านบาท มีมูลค่าเฉลี่ยต่อหน่วย 1.54 ล้านบาท  
ปี 2547 มีขนาดของตลาดรวม 2,107 หน่วย มีมูลค่าตลาด 1,092 ล้านบาท มีมูลค่าเฉลี่ยต่อหน่วย  
1.93 ล้านบาท ในปี 2548 มีขนาดของตลาดรวม 2,515 หน่วย มีมูลค่าตลาด 1,200 ล้านบาท มีมูลค่าเฉลี่ย  
ต่อหน่วย 2.10 ล้านบาท ในปี 2549 ขนาดของตลาดโดยรวม 997 หน่วย มูลค่าตลาด 2,328 ล้านบาท  
มีมูลค่าเฉลี่ยต่อหน่วย 2.34 ล้านบาท ซึ่งสินค้าที่มีขายปัจจุบันส่วนใหญ่เป็นบ้านเดี่ยว ดังข้อมูลใน  
ตารางที่ 1.2

### ตารางที่ 1.2 ตลาดบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่

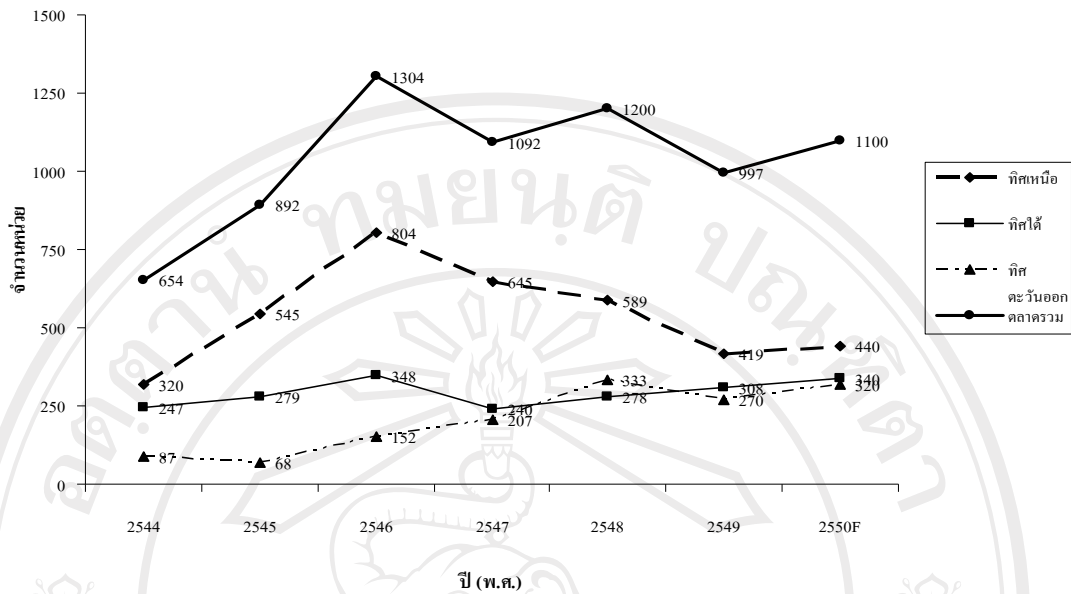
รายละเอียด / ปี	2543	2544	2545	2546	2547	2548	2549
จำนวนหลัง	659	654	892	1,304	1,092	1,200	997
มูลค่า : ล้านบาท	773	833	1,318	2,006	2,107	2,515	2,328
มูลค่าเฉลี่ยต่อหน่วย	1.17	1.27	1.48	1.54	1.93	2.10	2.34

ที่มา: บริษัท แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) (2549)



รูปที่ 1.1 แสดงจำนวนหน่วยและมูลค่าตลาดบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่

จากการขยายตัวของระบบสาธารณูปโภครอบเขตเมืองเชียงใหม่ มีการพัฒนาถนนวงแหวนรอบนอก รอบที่ 2 และ วงแหวนรอบที่ 3 ทำให้เกิดการใช้ประโยชน์ที่ดินมีเพิ่มสูงขึ้นตามประกอบกับจำนวนประชากรที่มีกันอยู่อย่างหนาแน่นในเขตเมือง ทำให้เกิดความต้องการด้านที่อยู่อาศัยจำนวนมากขึ้นตามทิศทางการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจและเมืองที่มีการขยายตัวหากพิจารณาด้านภูมิศาสตร์(Geographic Demand) ตามแนวถนนวงแหวนสามารถจัดแบ่งเป็นส่วนๆพิจารณาเป็นส่วน โดยส่วนทางด้านทิศเหนือครอบคลุมพื้นที่อำเภอแม่ริม อำเภอสันทราย ดอยสะเก็ด ทางทิศตะวันออก ครอบคลุมพื้นที่เขตอำเภอสันกำแพง อำเภอสารภี ทิศใต้ครอบคลุมพื้นที่ในเขตอำเภอหางดง และตลอดแนวถนนเรียบคลองชลประทาน ด้วยศักยภาพของทำเลที่ตั้งที่มีผลต่อการอยู่อาศัย โดยสามารถพิจารณาได้จากการเปิดสาขาของห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาร์เก็ตต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นโลตัส บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ และห้างคาร์ฟูร์ ซึ่งมีการเปิดสาขาตามมุมเมืองทั้งสามส่วน ทั้งนี้สามารถแยกหน่วยที่ขายแยกตามพื้นที่ได้ตามตารางที่ 1.3



รูปที่ 1.2 แสดงจำนวนหน่วยที่ขายแยกตามพื้นที่

ตารางที่ 1.3 จำนวนหน่วยที่ขาย แยกตามพื้นที่

หน่วย : หลัง

เขตพื้นที่	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550F
ทิตเหนือ	320	545	804	645	589	419	440
ทิตใต้	247	279	348	240	278	308	340
ทิตตะวันออก	87	68	152	207	333	270	320
รวม	654	892	1,304	1,092	1,200	997	1,100

หมายเหตุ F หมายถึง คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต

ที่มา: บริษัท แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) (2549)

ในการพิจารณาสินค้าในหมวดบ้านจัดสรรนั้น เนื่องจากลักษณะของสินค้าที่มีอยู่ในตลาด มีการแข่งขันอย่างรุนแรง การจัดหมวดหมู่สินค้าเฉพาะในกลุ่มสินค้าที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน มีความหลากหลายเนื่องจากขนาดของตัวอาคารที่มีพื้นที่ใช้สอยต่างกัน โครงสร้างของต้นทุนและการกำหนดราคาขายที่แตกต่างกัน ดังนั้นในการพิจารณาแยกกลุ่มของสินค้านั้นจะพิจารณาโดยแยกตามกลุ่ม โดยใช้ราคาเป็นเกณฑ์แยกประเภท โดยแยกกลุ่มราคาออกเป็นช่วงราคาดังนี้ สินค้าที่มีช่วงราคาต่ำกว่า 1.0 ล้านบาท สินค้าช่วงราคา 1.0 ถึง 2.50 ล้านบาท สินค้าช่วงราคา 2.50 ถึง 3.50 ล้านบาท

บาท สินค้าที่มีช่วงราคา 5.0 ถึง 7.0 ล้านบาท และกลุ่มที่มีราคาสูงกว่า 7.0 ล้านบาทเป็นต้นไป ตามตารางที่ 1.4

ตารางที่ 1.4 จำนวนหน่วยแยกตามช่วงราคาสินค้า

หน่วย : หลัง

ช่วงราคา (ล้านบาท)	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550F
< 1.0	315	334	468	235	263	164	172
1.00 - 1.50	176	268	400	303	286	213	224
1.50 - 2.50	117	193	291	362	357	258	284
2.50 - 3.50	25	29	61	109	164	239	280
3.50 - 5.00	16	49	57	43	70	69	75
5.00 - 7.00	1	15	21	6	19	21	30
> 7.00	4	4	6	34	41	33	35
รวม	654	892	1,304	1,092	1,200	997	1,100

หมายเหตุ F หมายถึง คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต

ที่มา : บริษัท แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน) (2549)

จากข้อมูลดังกล่าวตลาดสินค้าที่มีมูลค่าต่ำกว่า 1 ล้านบาท มีแนวโน้มหดตัวลงเป็นลำดับ ทั้งนี้เนื่องมาจากโครงสร้างของต้นทุนในการพัฒนาที่ดินและค่าก่อสร้างอาคารที่สูง ลักษณะของสินค้ากลุ่มนี้จึงอยู่ในรูปของที่ดินเปล่า ตลาดสินค้าช่วงราคา 1.00 ถึง 2.50 ล้านบาท และ 2.50 ถึง 3.50 ล้านบาท เป็นตลาดใหญ่ที่มีการบริโภคต่อปีในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน ตลาดสินค้าช่วงตั้งแต่ 3.5 ล้านบาทขึ้นไป เป็นตลาดที่มีจำนวนการบริโภคมีสัดส่วนน้อยเมื่อเทียบกับช่วงราคาอื่น สำหรับการประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรรสามารถแยกลักษณะของการประกอบการของผู้ประกอบการได้ 2 ประเภท ได้แก่ โครงการจัดสรรประเภทบ้านตึกสร้าง โดยเน้นหนักถึงการรับสร้างบ้านตามความต้องการของผู้ซื้อโดยให้ตัดสินใจในการเลือกแบบบ้าน,ขนาดที่ดินภายใต้แบบบ้านที่ทางโครงการเป็นผู้กำหนดและสามารถดัดแปลงแก้ไขได้ อีกประเภทหนึ่งคือโครงการจัดสรรที่สร้างบ้านให้แล้วเสร็จก่อนการขาย โดยจัดสัดส่วนขนาดพื้นที่ใช้สอยของบ้านและขนาดของที่ดินให้เหมาะสมตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีความสามารถตามกำลังซื้อในแต่ละช่วงราคา

ซึ่งลักษณะของโครงการจัดสรรทั้งสองประเภทมีข้อดีและข้อด้อยที่แตกต่างกันในด้านผู้ซื้อนั้นสามารถเปรียบเทียบได้ดังนี้

ตารางที่ 1.5 เปรียบเทียบระหว่างโครงการจัดสรรประเภทบ้านสั่งสร้างและประเภทบ้านสร้างเสร็จก่อนขาย

	โครงการจัดสรรประเภทบ้านสั่งสร้าง	โครงการจัดสรรประเภทบ้านสร้างเสร็จก่อนขาย
โอกาสในการซื้อ	ผู้ซื้อต้องมีเงินเก็บส่วนหนึ่งเพื่อผ่อนชำระเงินค่างวดเป็นงวดๆตามสัญญาโดยต้องมีเงินเก็บประมาณ 20-30% ของราคาซื้อขาย	ผู้ซื้อที่มีเงินออม 5%-10% ของราคาซื้อขายสามารถซื้อบ้านอยู่ได้ (ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเกณฑ์และเงื่อนไขที่ทางธนาคารกำหนด)
การกำหนดงบประมาณ	ในการสร้างบ้านโดยทั่วไปงบประมาณในการสร้างบ้านมักจะบานปลายไม่สามารถควบคุมงบประมาณได้	เนื่องจากบ้านที่สร้างแล้วเสร็จผู้ซื้อสามารถเลือกบ้านและที่ดินที่อยู่ในงบประมาณที่กำหนดไว้ได้โดยงบประมาณไม่บานปลาย และสามารถวางแผนการเงินได้ในการ
ตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของผู้ซื้อ (ประโยชน์ใช้สอย)	สามารถทำการต่อเติม ดัดแปลง แก้ไขแบบแปลน ตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อได้ตามความต้องการ	ไม่สามารถดัดแปลงหรือเปลี่ยนแปลงได้เล็กน้อย ตอบสนองความต้องการขั้นต้นได้แต่อาจจะตอบสนองความต้องการได้ไม่ครบถ้วน
ตอบสนองความต้องการในการใช้งาน (ระยะเวลา)	ใช้เวลาในการก่อสร้างประมาณ 8-12 เดือน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับขนาดพื้นที่ของบ้าน	สามารถเข้าอยู่ได้ทันทีภายหลังจากการโอนกรรมสิทธิ์
ความเสี่ยง (ด้านซื้อบ้านไม่ได้บ้าน)	เนื่องจากระยะเวลาก่อสร้างที่ใช้เวลานาน ปัจจัยภายนอกเช่นปัจจัยทางเศรษฐกิจ, อัตราดอกเบี้ย, ราคาน้ำมัน, ราคาวัสดุก่อสร้างที่สูงขึ้น อาจมีผลทำให้เกิดการทิ้งงาน (กรณีเศรษฐกิจซบเซา)	ไม่มีความเสี่ยงเนื่องจากใช้เวลาเลือกซื้อและตัดสินใจโดยปัจจัยภายนอก ณ เวลานั้นๆ อยู่ในภาวะที่ตัดสินใจเลือกได้ว่าจะซื้อหรือไม่ซื้อ
ความเสี่ยง (ด้านคุณภาพบ้าน)	ในกรณีที่ผู้ซื้อไม่มีเวลาพอ ผู้ซื้อสามารถตรวจสอบคุณภาพการก่อสร้าง คุณภาพของวัสดุ ได้อย่างใกล้ชิด	ผู้ซื้อไม่สามารถตรวจสอบคุณภาพของวัสดุและการก่อสร้างได้ทุกขั้นตอน สัมผัสได้เพียงบ้านเมื่อก่อสร้างแล้วเสร็จและเท่าที่เห็นเท่านั้น

ที่มา : บริษัท แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน) (2549)

ทั้งนี้ผู้ประกอบการโครงการจัดสรรจำเป็นต้องใช้กลยุทธ์ต่างๆในการดึงดูดลูกค้าให้ตัดสินใจซื้อ การออกแบบบ้านเพื่อตอบสนองความต้องการประโยชน์ใช้สอย (Function) และรูปแบบการใช้



ชีวิต (Life Style) ทำเลที่ตั้งของโครงการ สภาพแวดล้อมภายในโครงการ กลยุทธ์การตลาดและเงื่อนไขพิเศษต่างๆ เพื่อดึงดูดผู้ซื้อให้ตัดสินใจเลือกซื้อเป็นต้น

ด้วยเหตุนี้ในการตัดสินใจซื้อบ้านในแต่ละหลัง การวัดความพึงพอใจในการเลือกซื้อบ้านจัดสรรจึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจที่จะศึกษาโดยเฉพาะในส่วนของบ้านสร้างเสร็จก่อนขายของโครงการบ้านจัดสรรขนาดใหญ่เพื่อเป็นแนวทางในการตัดสินใจในการทำการตลาด พัฒนาผลิตภัณฑ์ และเพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจในธุรกิจด้านนี้ต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกค้าที่มีต่อบ้านสร้างเสร็จก่อนขายโครงการบ้านจัดสรร บริษัทแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบ้านสร้างเสร็จก่อนขายโครงการบ้านจัดสรรขนาดใหญ่ โดยเน้นการศึกษาโครงการของ บริษัทแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) จังหวัดเชียงใหม่

## 1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

เพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบ้านสร้างเสร็จก่อนขายของโครงการบ้านจัดสรรของ บริษัทแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) จังหวัดเชียงใหม่ ความพึงพอใจทางด้านราคา ด้านคุณภาพของบ้านที่ได้รับ ศึกษาส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าในแต่ละกลุ่มช่วงราคา รวมไปถึงทำให้ทราบถึงปัญหาที่ได้รับและความต้องการของลูกค้าที่มีความคาดหวังต่อบ้านสร้างเสร็จก่อนขายของบริษัทเพื่อเป็นข้อมูลที่น่ามาใช้ในการวางแผนกลยุทธ์และแผนการดำเนินงานของบริษัทตลอดจนนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาบ้านสร้างเสร็จก่อนขายเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้าของบริษัทต่อไป

## 1.4 ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้มุ่งทำการศึกษารื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบ้านสร้างเสร็จก่อนขาย โครงการบ้านจัดสรรของ บริษัทแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) จังหวัดเชียงใหม่ โดยศึกษาเฉพาะลูกค้าที่อยู่ในโครงการ สีวลี ถนนเรียบคลองชลประทาน และโครงการชลลดา

ถนน เชียงใหม่-แม่โจ้ ที่ได้ซื้อและอยู่อาศัยตั้งแต่ พ.ศ. 2548 จนถึงปัจจุบัน

### 1.5 นิยามศัพท์

**บ้านสร้างเสร็จก่อนขาย** หมายถึง บ้านที่สร้างขึ้นโดยที่ผู้ขายได้ออกแบบบ้านเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ทั้งทางด้านประโยชน์ใช้สอย , ความสวยงาม , และผสมผสานกับราคาที่ผู้ซื้อสามารถซื้อได้ภายในงบประมาณที่ตั้งไว้

**ความพึงพอใจ** หมายถึง ความรู้สึกถึงความคุ้มค่า และ ความประทับใจ ในตัวผลิตภัณฑ์และบริการที่คาดว่าจะได้รับ ทั้งทางด้าน ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับ ราคาที่เหมาะสม และสิ่งที่ได้รับจากรายการส่งเสริมการขาย

**ผู้ซื้อ** หมายถึง ผู้ที่ซื้อบ้านสร้างเสร็จก่อนขายบ้านจัดสรรโครงการขนาดใหญ่

**ผู้ตอบแบบสอบถาม** หมายถึง ผู้ที่อยู่อาศัยในโครงการบ้านจัดสรรขนาดใหญ่ ซึ่งอาจจะเป็นผู้ซื้อบ้านสร้างเสร็จก่อนขาย หรือ ผู้ที่ไม่ได้ซื้อแต่ได้อยู่อาศัยในบ้านสร้างเสร็จก่อนขายที่ผู้ซื้อได้ซื้อไว้

**บ้านจัดสรรโครงการขนาดใหญ่** หมายถึง โครงการบ้านจัดสรรที่พัฒนาโดย บริษัท แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ จำกัด(มหาชน) โครงการสีวิลิ และ โครงการชลลดา

**โครงการ สีวิลิ** หมายถึง โครงการสีวิลิ ตั้งอยู่บนถนนเรียบคลองชลประทาน

**โครงการ ชลลดา** หมายถึง โครงการ ชลลดา ตั้งอยู่บนถนนสายเชียงใหม่-แม่โจ้