

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

จากวิกฤตการเงินระหว่างประเทศในปัจจุบัน มีรากเหง้าจากการที่สถาบันการเงิน สหรัฐระดมปล่อยสินเชื่อที่อยู่อาศัยให้แก่ผู้บริโภคจำนวนมากเกินความจำเป็น และในหลายกรณีเป็นการให้สินเชื่อแก่ผู้ที่ไม่มีความสามารถในการชำระหนี้ได้ดีพอ คือเป็น Subprime Borrowers ขณะเดียวกันเป็นการผลักดันให้เกิดอุปสงค์เทียม (False Demand) เมื่อผู้บริโภคหลายรายใช้ดอกเบี้ยถูกในภาวะราคาอสังหาริมทรัพย์ร้อนแรงเป็นเครื่องมือในการซื้อขาย อสังหาริมทรัพย์มากกว่าความจำเป็น หรือหลายรอบหรือเกินกำไร (ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์, 2551 : ออนไลน์)

ในช่วงปี 2552 นับได้ว่าเป็นปีที่ผู้ประกอบการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ ต้องเผชิญกับความยากลำบากในการทำธุรกิจมากขึ้น เมื่อความเสี่ยงจากปัจจัยลบหลายประการ ยังคงเป็นตัวแปร ที่สำคัญที่จะมีผลกระทบต่อภาคธุรกิจ โดยเฉพาะแนวโน้มเศรษฐกิจไทยที่ชะลอตัวลง สำหรับแนวโน้มการตลาดอสังหาริมทรัพย์ในปี 2552 น่าจะเป็นปีที่มีการแข่งขันที่รุนแรง โดยเฉพาะการใช้กลยุทธ์ด้านราคา อาจเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงได้ยาก เพื่อเร่งระบายสินค้า ลดภาระต้นทุนและเสริมสภาพคล่องของผู้ประกอบการ ในภาวะที่ผู้บริโภคขาดความเชื่อมั่นต่อแนวโน้มเศรษฐกิจของประเทศ รวมถึงกำลังซื้อผู้บริโภคบางกลุ่มลดลง โดยกลยุทธ์ด้านราคาที่ยังคงมีการใช้อย่างต่อเนื่อง เช่น การลดราคาบ้าน การใช้กลยุทธ์ส่งเสริมการขาย เช่น ตกแต่งฟรี หรือการสมนาคุณเฟอร์นิเจอร์ตกแต่งบ้าน นอกจากนี้ยังมีการทำตลาดระหว่างผู้ประกอบการกับสถาบันการเงินในการนำเสนออัตราดอกเบี้ยพิเศษแก่ผู้ที่ต้องการซื้อที่อยู่อาศัย (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2551 : ออนไลน์)

เมื่อพิจารณาเฉพาะพื้นที่จังหวัดสมุทรสาคร เป็นจังหวัดในภาคกลางของประเทศ อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานครเป็นระยะทาง 38 กิโลเมตร มีพื้นที่ 872.348 ตารางกิโลเมตร แบ่งเขตการปกครองออกเป็น 3 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอกระทุ่มแบน และอำเภอบ้านแพ้ว โดยเขตอำเภอเมืองมีโครงการบ้านจัดสรรเป็นจำนวนมาก เนื่องจากเป็นศูนย์กลางของธุรกิจการค้า แขนงต่าง ๆ กอปรกับมีการขยายตัวในภาคอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้น (หอการค้าจังหวัดสมุทรสาคร, 2550 : ออนไลน์) โดยพบว่าจังหวัดที่มีการออกใบอนุญาตจัดสรรที่ดินมากที่สุดรองจากกรุงเทพมหานคร ได้แก่ จังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งมีจำนวนใบอนุญาตจัดสรรที่ดินสูงถึง 9,559 หน่วย

ในช่วงปี 2550 โดยมีจำนวนเพิ่มจากปี 2549 ถึง 2,418 หน่วย คิดอัตราส่วนที่เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 25.30 (ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์, 2551 : ออนไลน์)

ในปี 2550 เขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาครมีผู้ลงทุนประกอบการโครงการบ้านจัดสรร จำนวน 36 โครงการ รวมจำนวน 7,516 หลัง โดยแบ่งลักษณะของโครงการตามระดับราคาที่ยกให้แก่ลูกค้า แบ่งเป็นบ้านจัดสรรที่มีระดับราคาต่ำกว่า 2 ล้านบาทจำนวน 13 โครงการ 3,668 หลัง และบ้านจัดสรรที่มีระดับราคาสูงกว่า 2 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 5 ล้านบาทจำนวน 18 โครงการ 3,128 หลัง และกลุ่มที่มีระดับราคาสูงกว่า 5 ล้านบาทจำนวน 5 โครงการ 720 หลังการแบ่งระดับราคาในลักษณะเช่นนี้ ทำให้เกิดการวางตำแหน่งทางการตลาดที่แตกต่างกัน ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านในแต่ละกลุ่มที่แตกต่างกันตามรายได้ (สำนักงานที่ดินจังหวัดสมุทรสาคร, 2550 : 19)

ขณะที่แนวโน้มความต้องการที่อยู่อาศัยในปี 2552 คาดว่า กำลังซื้อต่อที่อยู่อาศัยอาจยังคงไม่ปรับตัวดีขึ้นอย่างรวดเร็ว ความต้องการที่อยู่อาศัยน่าจะมีแรงซื้อมาจากความต้องการที่อยู่อาศัยพื้นฐานเพื่อการอยู่อาศัยจริง บ้านจัดสรรในกลุ่มระดับ 2 ล้านบาทแต่ไม่เกิน 5 ล้านบาทมีการขยายตัวอย่างมากในปี 2551 เนื่องจากเป็นตลาดกลุ่มที่มีกำลังซื้อ มีความจำเป็นในการซื้อที่อยู่อาศัยในช่วงนี้ สำหรับการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในขณะนี้ได้ปรับเปลี่ยนไปตามสถานะของตลาด โดยเฉพาะในภาวะที่ตลาดมีการแข่งขันสูง และมีสินค้าออกสู่ตลาดจำนวนมาก ทำให้ผู้บริโภคมีข้อเปรียบเทียบในแต่ละสินค้ามากขึ้น รวมถึงสามารถที่จะเลือกซื้อที่อยู่อาศัยได้ในราคาที่ถูกลง (รวมถึงการได้รับส่วนลดจากมาตรการภาษีอสังหาริมทรัพย์ที่ช่วยแบ่งเบาภาระของผู้บริโภคได้ระดับหนึ่ง) และมีเวลาในการเลือกที่อยู่อาศัยที่สอดคล้องกับความต้องการของตนเองโดยไม่จำเป็นต้องเร่งตัดสินใจ โดยโครงการใหม่น่าจะมาจากผู้ประกอบการที่มีความพร้อมทางด้านเงินทุน และด้านการตลาด ที่จะสามารถทำโครงการให้ปิดการขายได้อย่างรวดเร็ว เพื่อให้ไม่ต้องแบกรับภาระต้นทุนไว้นาน (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2551 : ออนไลน์)

สำหรับในส่วนของผู้ประกอบการบ้านจัดสรร การที่จะทำให้บ้านสามารถขายออกได้เร็วขึ้นจำเป็นต้องปรับปรุงแบบวิธีการที่จะทำให้บ้านจัดสรรเหล่านี้ให้เป็นที่สนใจของตลาดมากขึ้น จึงมีการนำกลยุทธ์การตลาดต่าง ๆ มาใช้ โดยคำนึงถึงความต้องการของผู้ซื้อบ้าน (Customer – Oriented Strategy) และคุณภาพสินค้าที่นำเสนอแก่ผู้ซื้อ (Product and Quality – Based Strategy) เป็นสำคัญ ได้แก่ การสร้างมูลค่าเพิ่ม การสร้างมาตรฐานที่ดีสำหรับบ้านและองค์กร การเลือกใช้วัสดุคุณภาพดีในการก่อสร้าง การอำนวยความสะดวกที่สะดวกรวดเร็ว ทำให้ผู้ซื้อไว้วางใจและตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยมากขึ้น นอกจากนี้ผู้ประกอบการดังกล่าวยังได้อาศัยกลยุทธ์การโฆษณาประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง โดยเน้นให้ลูกค้าทราบถึงความแตกต่างเหนือคู่แข่ง

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

ในการพิจารณาจำนวนโครงการที่ขายบ้านราคา 2 ล้านบาทขึ้นไปในสมุทรสาคร มีถึง 22 โครงการ ซึ่งได้ถือว่าเป็นกลุ่มที่มีการขยายตัวอย่าง และมีศักยภาพมากนั้น โดยศักยภาพของผู้ซื้อบ้านราคา 2 ล้านบาทขึ้นไปต้องมีรายได้ในครัวเรือนระดับตั้งแต่ 50,000 บาทขึ้นไป พิจารณาโดยตั้งสมมติฐานว่าผู้มีเงินได้สามารถซื้อบ้านได้ในราคา 50 เท่าของเงินเดือน ต้องวางเงินดาวน์ 20% ของราคาขายที่เหลืออีก 80% ขอสินเชื่อจากสถาบันการเงิน ระยะเวลาผ่อนรวม 30 ปี และสมมติฐานอัตราดอกเบี้ยคงที่ 7% ต่อปี จะเห็นได้ว่าเมื่อทำการประมวลข้อมูลผู้มีรายได้โดยใช้เกณฑ์การพิจารณาอนุมัติสินเชื่ออย่างง่าย ที่สามารถพิจารณารายละเอียดเบื้องต้น เกี่ยวกับสินเชื่อที่ประสงค์จะขอกู้ เช่น ยอดเงินผ่อนชำระรายเดือน ดอกเบี้ย หรือข้อมูลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น ด้วยวิธีการคำนวณสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารกรุงเทพแล้วพบว่า กลุ่มผู้ซื้อบ้านในระดับราคานี้จะต้องมีรายได้ไม่น้อยกว่าเดือนละ 50,000 บาท ซึ่งจะมีความสามารถผ่อนชำระเงินกู้ได้ไม่น้อยกว่า 20,000 บาทต่อเดือนหรือคิดเป็นร้อยละ 40 ของรายได้สุทธิในแต่ละเดือน (ธนาคารกรุงเทพ, 2551 : ออนไลน์) ดังนั้นจึงสนใจศึกษาว่ากลุ่มที่มีรายได้ดังกล่าวมีวิธีการตัดสินใจเลือกซื้ออย่างไร

จากเหตุผลที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจและต้องการศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้สูงในด้านของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ได้แก่ ชนิดของที่พักอาศัย รูปแบบของที่พักอาศัย (Product) ระดับราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน (Price) สถานที่ตั้ง (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) และปัจจัยอื่น ๆ อันได้แก่ บริการก่อนและหลังการขาย (Service) ตลอดจนภาพพจน์ (Image) ทั้งนี้เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่กลุ่มผู้มีรายได้กลุ่มนี้นำมาพิจารณาในการเลือกซื้อที่พักอาศัย รวมทั้งเป็นข้อมูลในการวางแผนและพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรร และนอกจากนี้ข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์สำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าสูงสุดต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านที่อยู่อาศัย ของผู้มีรายได้สูงในอำเภอเมืองสมุทรสาคร

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านที่อยู่อาศัย ของผู้มีรายได้สูงในอำเภอเมืองสมุทรสาคร
2. เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นให้กับผู้ประกอบการธุรกิจบ้านเพื่อที่อยู่อาศัยหรือผู้สนใจทั่วไป ที่จะเข้ามาประกอบธุรกิจดังกล่าว ในการจัดทำ ปรับปรุง พัฒนา ประกอบการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น

นิยามศัพท์

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด หมายถึง ปัจจัยที่คาดว่าจะมีผลต่อการเลือกซื้อบ้านของผู้มีรายได้สูงในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ประกอบด้วย 4 ปัจจัย ดังนี้

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ โครงการมีชื่อเสียงดีเป็นที่รู้จัก การมีรูปแบบบ้านให้เลือกหลายแบบ การออกแบบบ้านที่ทันสมัย การออกแบบพื้นที่ใช้สอยได้ลงตัว การใช้วัสดุก่อสร้างที่ได้มาตรฐาน สามารถต่อเติมบ้านได้ตามต้องการในภายหลัง มีรั้วรอบที่มั่นคงแข็งแรง ถนนภายในโครงการกว้างขวาง มีบริการหลังการขายที่ดี และการรับประกันคุณภาพบ้านภายหลังการส่งมอบ
2. ปัจจัยด้านราคา ได้แก่ ราคาบ้านพร้อมที่ดินเหมาะสม สามารถต่อรองราคาได้ สามารถแบ่งจ่ายเป็นงวด ๆ ได้ สามารถแบ่งจ่ายค่าผ่อนบ้านกับสถาบันการเงินได้ และค่าบำรุงรักษาส่วนกลางมีอัตราที่เหมาะสม
3. ปัจจัยด้านสถานที่ ได้แก่ ที่ตั้งโครงการใกล้กับถนนใหญ่ ท่าเลที่ตั้งโครงการอยู่ในย่านชุมชน โครงการมีระบบป้องกันน้ำท่วมขังที่มีประสิทธิภาพ มีระบบสาธารณสุขปลอดภัยอย่างครบครัน
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การโฆษณาขายบ้านพร้อมที่ดินทางสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง การประชาสัมพันธ์โครงการอย่างต่อเนื่อง การมีส่วนลดราคาช่วงเปิดโครงการใหม่ การให้ของแถมเป็นส่วนเพิ่มช่วงส่งเสริมการขาย และการติดต่อสถาบันการเงินเพื่อให้ได้เงินกู้มูลค่าสูง

ผู้มีรายได้สูง หมายถึง ผู้ที่มีผลตอบแทนที่ได้รับจากการประกอบกิจการ จากการรับจ้าง จากการให้เช่า จากดอกเบี้ยรับ เป็นต้น หากเป็นผู้มีรายได้ที่มีครอบครัว โดยจดทะเบียนสมรส หรือไม่จดทะเบียนสมรสก็ตามให้ถือเป็นรายได้รวมของครอบครัว โดยมีรายได้รวมสูงกว่า 50,000 บาทต่อเดือน หรือคิดเป็นรายได้ 600,000 บาทต่อปี โดยเปรียบเทียบกับรายได้ประชากร

เฉลี่ยต่อหัวของจังหวัดสมุทรสาครในปี 2549 ที่มีรายได้ 393,932 บาทต่อคนต่อปีแล้วมากกว่า 52% จึงถือได้ว่าเป็นกลุ่มประชากรที่มีรายได้สูง และมีความสามารถในการจับจ่ายใช้สอยมาก

บ้านที่อยู่อาศัย หมายถึง บ้านที่สร้างขึ้นเพื่ออยู่อาศัย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อขาย แบ่งเป็น 2 ประเภทตามรูปแบบบ้าน ได้แก่ 1) บ้านเดี่ยว หมายถึง บ้านที่ปลูกเพียงหลังเดียวบนที่ดินที่กำหนดไว้ อาจเป็นบ้านชั้นเดียวหรือมีมากกว่า 1 ชั้นขึ้นไป โดยมีแบบบ้านแตกต่างกันไปตามแต่ละโครงการ และ 2) ทาวน์เฮาส์หรือบ้านแถว หมายถึง บ้านที่สร้างติดกันเป็นแถว โดยใช้ผนังร่วมกัน ซึ่งจะมีพื้นที่ว่างเฉพาะด้านหน้าและด้านหลังบ้านเท่านั้น และรูปแบบบ้านโดยทั่วไปเหมือนกับอาคารพาณิชย์ แต่จะตกแต่งอาคารให้เหมือนบ้านพักอาศัย ในระดับราคาสูงกว่า 2 ล้านบาทขึ้นไป

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved