

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ที่อยู่อาศัยเป็นปัจจัยที่สำคัญและจำเป็นต่อการดำรงชีวิต ซึ่งถือเป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของผู้บริโภค การมีที่อยู่อาศัยที่ได้มาตรฐานในสภาพแวดล้อมที่มีระบบสาธารณูปโภค และสาธารณูปการที่ดีเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคทั่วไปต้องการ แต่ราคาจะสูงขึ้นตามไปด้วย แม้ว่าสถานะเศรษฐกิจจะตกต่ำแต่ความต้องการมีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเองยังคงมีอยู่ ดังนั้น “ที่อยู่อาศัยมือสอง” จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการตอบสนองของผู้บริโภคที่ต้องการมีที่อยู่อาศัยในยุคปัจจุบัน

จากภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวลงของประเทศไทยในปัจจุบัน โดยมีสาเหตุมาจากปัจจัยหลายประการ เช่น สถานการณ์ทางการเมือง การแก้ไขรัฐธรรมนูญ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อเสถียรภาพทางการเมืองและความเชื่อมั่นของนักลงทุน อีกทั้งราคาน้ำมันที่ปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ค่าจ้าง ค่าขนส่ง และค่าวัสดุก่อสร้างมีราคาสูงขึ้นตามไปด้วย จึงทำให้บ้านสร้างใหม่มีราคาสูงมาก เมื่อเทียบกับบ้านมือสองที่มีราคาถูกกว่า และยังคงตั้งอยู่ในทำเลที่ดีกว่าบ้านสร้างใหม่ที่มักอยู่แถบชานเมือง เพราะผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสนใจกับบ้านในเขตเมืองใกล้สถานที่ทำงาน เพื่อลดค่าใช้จ่ายจากการเดินทาง ด้วยเหตุจูงใจในด้านทำเลที่ตั้ง บ้านมือสองที่มีอยู่กระจายไปทั่วเกือบทุกพื้นที่ ซึ่งส่วนใหญ่แล้วมักอยู่ในทำเลที่ดี เช่น ทำเลที่อยู่ใกล้ใจกลางเมืองหรือย่านธุรกิจการค้า ใกล้สิ่งอำนวยความสะดวก มีสภาพแวดล้อมที่ดี และมีรูปแบบเป็นไปตามต้องการ ในด้านราคานี้ บ้านมือสองมักจะถูกกว่าบ้านสร้างใหม่ ในทำเลเดียวกัน นอกจากนี้ การขายบ้านใหม่จะมีการตกแต่ง มีเฟอร์นิเจอร์สำเร็จรูป (Build-in) รวมเข้ากับราคาด้วย บ้านมือสองจึงเป็นทางเลือกหนึ่งของผู้ที่ต้องการมีบ้านอยู่อาศัยเอง โดยเฉพาะคนที่กำลังซื้อจำกัด แต่ต้องการทำเลที่ดีตรงตามความต้องการ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2552)

จากฐานข้อมูลของศูนย์ข้อมูลสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ปรากฏว่ามีที่อยู่อาศัยมือสองที่ประกาศขายผ่าน Web Site ทั่วประเทศรวม 165,848 รายการ เป็นที่อยู่อาศัยในกรุงเทพและปริมณฑล 62,759 รายการ เฉพาะในส่วนกรุงเทพมหานคร รวม 30,312 รายการ ซึ่งแบ่งตามรูปแบบบ้านดังนี้ บ้านเดี่ยวจำนวน 4,665 รายการ ทาวน์เฮาส์จำนวน 4,982 รายการ ที่ดินเปล่าจำนวน 4,280 รายการ คอนโดมิเนียมจำนวน 9,153 รายการ อาคารพาณิชย์จำนวน 3,004 รายการ บ้านแฝดจำนวน 511 รายการ โฮมออฟฟิศจำนวน 111 รายการ อาคารสำนักงานจำนวน

114 รายการ และไม่ระบุประเภทจำนวน 3,492 รายการ (ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์, 2552)

ปัจจุบันบ้านมือสองได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคมากขึ้น ประกอบกับสถาบันการเงินให้การสนับสนุนเงินกู้ในอัตราที่ใกล้เคียง หรือเทียบเท่ากับการซื้อบ้านใหม่ และมีนโยบายที่ชัดเจนให้การสนับสนุนและผลักดันยกระดับบ้านมือสองให้ทัดเทียมบ้านใหม่ ส่งผลดีต่อการขยายตัวของตลาดบ้านมือสองซึ่งมีการคาดการณ์ว่า ในปี พ.ศ. 2551 นี้จะมีบ้านมือสองผลิตเปลี่ยนมือกันอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะประเภทอาคารชุดใจกลางเมือง และรอบแนวรถไฟฟ้า ซึ่งนักลงทุนส่วนหนึ่งซื้อไว้เพื่อเก็งกำไร (หนังสือพิมพ์โลกวันนี้, 2551) ประกอบกับในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ทั้งภาครัฐและสถาบันการเงินได้ร่วมกันส่งเสริม พัฒนาตลาดบ้านมือสองอย่างต่อเนื่อง ภาครัฐได้ใช้มาตรการการคลังโดยการลดค่าธรรมเนียมโอนบ้านจาก 2% เหลือ 0.01% ลดภาษีธุรกิจเฉพาะจาก 3.3% เหลือ 0.1% และลดค่าจดทะเบียนจาก 1% เหลือ 0.01% ซึ่งครอบคลุมบ้านและที่ดินไม่เกิน 1 ไร่ ที่ไม่อยู่ในโครงการจัดสรร ส่วนสถาบันการเงินมีแผนรณรงค์ให้สินเชื่อกับผู้ซื้อบ้านมือสองเพิ่มขึ้น เช่น การให้วงเงินสินเชื่อในอัตราร้อยละ 90 ของราคาประเมินเป็นต้น (ธนาคารอาคารสงเคราะห์, 2550) รวมทั้งการจัดให้มีกิจกรรมส่งเสริมการตลาดหลากหลายรูปแบบ ออกมาเป็นระยะ ๆ อย่างต่อเนื่องตลอดปี เช่น งานมหกรรมบ้านมือสอง งาน NPA Grand Sale ของสถาบันการเงิน และการประมูลบ้านคอนโดมิเนียม (ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์, 2550)

และการมีบ้านมือสองค้างอยู่ในตลาดเป็นจำนวนมาก เป็นสินทรัพย์ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ ย่อมส่งผลให้ประเทศสูญเสียรายได้ทางเศรษฐกิจเป็นจำนวนมาก การขายบ้านมือสองได้ จะเป็นการเพิ่มอุปสงค์ที่อยู่อาศัย เพราะเมื่อผู้ขายสามารถขายบ้าน ก็จะมีทรัพย์สินมีกำลังซื้อบ้านหลังใหม่ ส่งผลให้เกิดการหมุนเวียนของอุปทานและอุปสงค์ในที่อยู่อาศัยอย่างต่อเนื่อง ช่วยแปรสินทรัพย์ที่มีมูลค่าให้เป็นเงินตราเป็นทุนคืนกลับเข้ามาสู่ระบบเศรษฐกิจ ลดความสูญเสียของทรัพยากรที่ไม่มีการใช้งานให้กลับมาเป็นประโยชน์ต่อระบบเศรษฐกิจ รวมทั้งเกิดการปรับปรุงสภาพบ้าน เกิดการซื้อขายสินค้าอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกันที่ที่อยู่อาศัยไหลเวียนเป็นลูกโซ่ เป็นแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจต่อไป จากนั้นตลาดบ้านมือสองจะเติบโตควบคู่ เป็นตลาดรองให้กับตลาดบ้านใหม่ และกลายเป็นตลาดหลักในอนาคต โดยเฉพาะตลาดบ้านมือสองในเขตเมืองรอบในจะขยายตัวและพัฒนาจนใหญ่กว่าตลาดบ้านสร้างใหม่ เช่นเดียวกับประเทศที่พัฒนาแล้ว (ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์, 2552)

ดังนั้นผู้ประกอบการจึงต้องให้ความสำคัญต่อความต้องการและการยอมรับบ้านมือสองของผู้บริโภคให้มากขึ้น ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร เพื่อนำข้อมูลไปเป็นพื้นฐานสำหรับ

นำไปใช้ในการวางแผนการจำหน่ายบ้านมือสอง ซึ่งผลการศึกษานำไปสู่การพัฒนาธุรกิจบ้านมือสองให้สามารถบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล ตลอดจนเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจ และเกี่ยวข้องกับวงการธุรกิจที่อยู่อาศัย

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัญหาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านมือสองของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านมือสอง ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร
2. ทราบปัญหาในการเลือกซื้อบ้านมือสอง ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร
3. สามารถนำข้อมูลไปพัฒนาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของบ้านมือสอง ให้สามารถสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้มากขึ้น และก่อให้เกิดการยอมรับต่อคุณภาพของบ้านมือสองต่อไปในอนาคต

นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา

ปัจจัยที่ผู้บริโภคใช้ในการเลือกซื้อบ้านมือสอง หมายถึง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดอันได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์(Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

บ้านมือสอง หมายถึง บ้านที่มีการจดทะเบียนโอนกรรมสิทธิ์ความเป็นเจ้าของมาแล้วอย่างน้อย 1 ครั้ง ซึ่งครอบคลุมถึงที่อยู่อาศัยทุกประเภท ได้แก่ บ้านเดี่ยว ทาวน์เฮาส์ คอนโดมิเนียม อาคารพาณิชย์ ทั้งบ้านใหม่และบ้านเก่า ไม่ว่าจะมีส่วนเช่าหรือไม่มีก็ตามที่เจ้าของกรรมสิทธิ์ต้องการขายต่อให้แก่ผู้อื่น

ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ที่สนใจซื้อบ้านมือสอง