

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ถึงแม้ว่าภาพรวมธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในปี 2554 ยังคงประสบสภาวะการชะลอตัวอย่างต่อเนื่อง เป็นผลมาจากเศรษฐกิจไทยที่ยังคงเผชิญกับปัจจัยลบ ความไม่แน่นอนทางการเมืองส่งผลกระทบต่อปัจจัยที่ผู้บริโภคใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้ออาคารชุด แต่ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทอาคารชุดกลับยังคงเติบโตสวนกระแสตลาด โดยในช่วง 2 – 3 ปีที่ผ่านมา ผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์ได้หันมาพัฒนาโครงการอาคารชุดมากขึ้น โดยเฉพาะทำเลในย่านธุรกิจใจกลางเมือง และตามเส้นทางรถไฟฟ้า และรถไฟฟ้าใต้ดิน และจากภาวะเศรษฐกิจไทยที่ชะลอตัวลง ประกอบกับผู้บริโภคได้รับผลกระทบจากการปรับขึ้นราคาน้ำมัน ทำให้ผู้ประกอบการบางกลุ่มได้ปรับวิกฤตให้เป็นโอกาสทางธุรกิจ โดยหันมาเน้นพัฒนาโครงการอาคารชุดระดับราคาปานกลาง และยังคงพัฒนาโครงการตามเส้นทางรถไฟฟ้าทั้ง 2 ระบบ เนื่องจากผู้ประกอบการมองว่าลูกค้าระดับที่มีรายได้ปานกลางเป็นฐานตลาดลูกค้ากลุ่มที่มีขนาดใหญ่ และลูกค้าส่วนใหญ่ที่ทำงานในย่านธุรกิจ ยังคงต้องการที่จะหาซื้ออาคารชุดใกล้ที่ทำงานตนเองเพื่อความสะดวกสบายในการเดินทาง และประหยัดเวลา เป็นต้น และโครงการอาคารชุดที่ถูกเปิดตัวออกมานั้น ได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้บริโภค ทำให้เกิดกระแสการเปิดโครงการอาคารชุดเกิดขึ้นมากมาย

อัตราการเพิ่มขึ้นของประชากรมีการขยายตัวมากขึ้นในปัจจุบัน ส่งผลกระตุ้นให้เกิดความต้องการอาคารชุดที่สูงขึ้นด้วย เมื่อมีความต้องการสูง ภาวะการแข่งขันของผู้ผลิตก็มีมากขึ้น ทำให้ตลาดเปลี่ยนไปจากตลาดที่เป็นของผู้ผลิตมาเป็นของผู้บริโภค ที่อยู่อาศัย(อาคารชุด) เริ่มเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการดำเนินชีวิตของมนุษย์ทุกคน เนื่องจากความได้เปรียบในเรื่องของทำเล สถานที่ตั้งของโครงการ นอกเหนือไปจากปัจจัยด้านอาหาร เครื่องนุ่งห่ม และยารักษาโรค การมีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเองนับเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญของประชาชน เพราะนอกจากจะช่วยให้ครอบครัวมีความมั่นคงในการอยู่อาศัย และช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ให้สูงขึ้น

ปัจจัยที่ผู้บริโภครู้ใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้ออาคารชุด ขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งอาจจะแตกต่างกันออกไปหรือเหมือนกันก็ได้ เพื่อนำมาใช้พิจารณาในการตัดสินใจเลือกซื้ออาคารชุด ผู้บริโภคอาจเลือกจากแหล่งที่ตั้งของที่อยู่อาศัยของตนว่าจะตั้งอยู่ห่างจากย่านธุรกิจกลางเมืองมากน้อยเพียงใด คือ ถ้าสถานที่ทำงานหรือธุรกิจทุกประเภทตั้งอยู่ในย่านธุรกิจกลางเมืองแล้ว คริวเรือนเลือกแหล่งที่ตั้งหรือทำเลที่ใกล้กับย่านธุรกิจดังกล่าว ค่าใช้จ่ายในการเดินทางระหว่างที่ทำงานกับที่พักอาศัยจะน้อยลง แต่ราคาที่อยู่อาศัยในบริเวณดังกล่าวก็จะมีราคาสูง รวมไปถึงสภาพแวดล้อม อาจจะหนาแน่นและแออัด เนื่องจากคริวเรือนหรือบุคคลอื่น ๆ ก็ต้องการพักอาศัยอยู่ในบริเวณดังกล่าวด้วยเหตุผลเดียวกัน แต่ถ้าคริวเรือนเลือกแหล่งที่ตั้งหรือทำเลที่ไกลจากย่านธุรกิจดังกล่าว คริวเรือนก็ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเดินทางระหว่างที่ทำงานกับที่พักอาศัยของตนเพิ่มขึ้นตามระยะทางที่เพิ่มขึ้น ในขณะที่ราคาที่อยู่อาศัยจะลดลงและสภาพแวดล้อมที่ดี คือความหนาแน่นของประชากรต่อพื้นที่จะน้อยกว่าที่อยู่อาศัยอยู่ใกล้กับย่านธุรกิจกลางเมือง รวมไปถึงทัศนียภาพที่ดี เช่น ในบริเวณดังกล่าวอาจจะม่แม่น้ำ สวนสาธารณะ เป็นต้น

ปัจจุบันอาคารชุดจัดเป็นอสังหาริมทรัพย์ประเภทหนึ่งที่กำลังได้รับความสนใจจากผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมากขึ้น ทั้งจากการเลือกซื้อเพื่ออยู่อาศัยและการซื้อขายต่อเก็งกำไร ส่งผลให้ตลาดอาคารชุดเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์หันมาลงทุนพัฒนาอาคารชุดเป็นอย่างมาก ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ผู้เข้าชมใช้ในการพิจารณาตัดสินใจซื้ออาคารชุด โครงการศุภาลัย ปาร์ค แคราย-งามวงศ์วาน เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่นำมาพิจารณาในการตัดสินใจเลือกซื้ออาคารชุด รวมทั้งเป็นข้อมูลในการวางแผนและใช้วางแผนพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรร และนอกจากนี้ข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์สำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสร้างความพึงพอใจให้ผู้บริโภคในปัจจุบัน

รายละเอียด โครงการศุภาลัย ปาร์ค แคราย-งามวงศ์วาน

- พื้นที่ทั้งหมด มี 4 ไร่ 1 งาน มี 1 อาคาร สูง 33 ชั้น ชั้น 34 เป็นสวน ทำเลที่ตั้งติดถนนรัตนวิเบศร์ เลข 1 ไทยคม เลข สถานีตำรวจนครบาลโตนด อยู่ตรงดินสะพานกลับรถ
- พื้นที่สีเขียว 3,300 ตร.ม. จำนวนห้องพักมี 697 ยูนิต ร้านค้ามี 12 ร้าน (รวมทั้งโครงการ 709 ยูนิต)
- ห่างจากรถไฟฟ้าสายสีม่วง 150 เมตร สถานีศูนย์ราชการจังหวัดนนทบุรี (สถานีตำรวจนครบาลโตนด)
- พื้นที่จอดรถมี 60% (ไม่ Fix ที่จอดรถทุกยูนิต) ชั้น 1-5 เป็นที่จอดรถ และ รอบๆ อาคาร

- เข้าในอาคารใช้ ระบบ Finger Scan (สแกนนิ้วเข้า)
 - ระบบสายอากาศ ที่วีรวม มีช่อง 3,5,7,9,11 (NBT), TITV(Thai PBS), CCTV (วงจรปิด)
 - ความกว้างโถงทางเดินระหว่างห้อง กว้าง 1.50 เมตร
 - ลิฟท์มีทั้งหมด 4 ตัว แบ่งเป็น ลิฟท์โดยสาร 3 ตัว (บรรจุ 15 คน) ลิฟท์จอดตรงชั้นทุกชั้น
 - ลิฟท์ชั้นของ 1 ตัว จอดทุกชั้น
 - มีถังเก็บน้ำใต้ดิน และบนคาบฟ้า
 - ถนนรอบโครงการ กว้าง 6 เมตร
 - ลูกบิดประตูทางเข้า เป็นก้าน โยก
 - เริ่มก่อสร้าง เดือนมีนาคม 2555 ประมาณการสร้างเสร็จ เดือนสิงหาคม 2557
- ผู้วิจัย ทำงานอยู่ บริษัท ศุภาลัย จำกัด (มหาชน) โครงการศุภาลัยปาร์ค แคราย-งามวงศ์วาน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ผู้เข้ามาใช้ในการพิจารณาตัดสินใจซื้ออาคารชุด โครงการศุภาลัยปาร์ค แคราย-งามวงศ์วาน
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาตัดสินใจซื้ออาคารชุด ของผู้บริโภค จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

สมมติฐานของการวิจัย

ปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาตัดสินใจซื้ออาคารชุด โครงการศุภาลัยปาร์ค แคราย-งามวงศ์วาน ของผู้บริโภค จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษานี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ผู้เข้าชมใช้ในการพิจารณาตัดสินใจซื้ออาคารชุด โครงการศุภาลัย ปาร์ค แคราย-งามวงศ์วาน ซึ่งมีขอบเขตของการวิจัยดังนี้

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ประชากรที่ทำการศึกษานี้ คือ ผู้ที่เข้ามาติดต่อสอบถามข้อมูลเพื่อขอเลือกซื้ออาคารชุดโครงการศุภาลัย ปาร์ค แคราย-งามวงศ์วาน ระหว่างเดือน มกราคม ถึงเดือน มีนาคม 2556 จำนวนประมาณ 2,000 คน เลือกเป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 322 คน โดยใช้ตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie and Morgan (1970, p.608)

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา แบ่งออกเป็น

2.1 ตัวแปรอิสระ (independent variables) คือ ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่

- เพศ
- อายุ
- สถานภาพสมรส
- ระดับการศึกษา
- อาชีพ
- รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2.2 ตัวแปรตาม (dependent variables) คือ การตัดสินใจซื้ออาคารชุด โครงการ ศุภาลัย ปาร์ค แคราย-งามวงศ์วาน ได้แก่

- ด้านผลิตภัณฑ์
- ด้านราคา
- ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
- ด้านการส่งเสริมการตลาด
- ด้านบุคคลากร
- ด้านสภาพแวดล้อม
- ด้านบริการหลังการขาย

3. ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาในการวิจัยครั้งนี้ ระหว่างเดือน มกราคม ถึงเดือน มีนาคม

2556

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ผู้เข้าชมใช้ในการพิจารณาตัดสินใจซื้ออาคารชุด โครงการศุภาลัย ปาร์ค แคราย-งามวงศ์วาน ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546) มาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

นิยามศัพท์เฉพาะ

การตัดสินใจซื้อ หมายถึง กิจกรรมและกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อของบุคคลในอันที่จะประเมินผลและให้ได้มาซึ่งที่อยู่อาศัยและพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกซื้อที่เกิดขึ้นอาจเป็นไปตามกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้ออาคารชุดเพื่ออยู่อาศัยหรือเป็นการตัดสินใจเลือกซื้อโดยใช้ความรู้สึกทางอารมณ์ของบุคคล

อาคารชุด หมายถึง ที่อยู่อาศัยที่มีการก่อสร้างเป็นอาคารสูงหลายห้องและหลายชั้น มีการจัดขายและแบ่งกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินทั้งหมด แต่ผู้ซื้อไม่มีสิทธิ์ในทรัพย์สินรวมคือทางเดินบันได

ลิฟท์ และที่ดิน การขายได้แยกขายเป็นหน่วยอิสระ เรียกว่านิติกรรมอาคารชุด นอกจากมีห้องพัก
จำนวนหนึ่งแล้ว บางแห่งมีสาธารณูปโภค เพื่ออำนวยความสะดวกสบายให้กับผู้อยู่อาศัยอาคารชุด
เช่น สระว่ายน้ำ ห้องออกกำลังกาย จึงทำให้ราคาของอาคารชุดมีราคาแพงกว่าที่อยู่อาศัยประเภทอื่น
ด้วยการเปรียบเทียบกับขนาดและพื้นที่ใช้สอย

ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ที่เลือกซื้ออาคารชุดเพื่ออยู่อาศัยแล้ว และผู้บริโภคที่กำลังจะเลือกซื้อ
อาคารชุดเพื่ออยู่อาศัย

ปัจจัยที่ใช้ในการเลือกซื้อ หมายถึง ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของ
ผู้บริโภคที่ทำให้ลูกค้าเลือกซื้อที่อยู่อาศัย เช่น ผลិតภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย เหตุอันเป็น
ทางให้เกิดความรู้ความสามารถ องค์ประกอบ ส่วนประกอบ มีดังนี้

- ด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง โครงการมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก คุณภาพงานก่อสร้างใช้วัสดุที่ได้
มาตรฐาน ลักษณะเฉพาะรูปแบบของที่อยู่อาศัย ขนาดพื้นที่ใช้สอย และทำเลที่ตั้งของโครงการ

- ด้านราคา หมายถึง ราคาเหมาะสมกับทำเล คุณภาพและสถานที่ ราคาเหมาะสมกับขนาด
ห้องและสภาพแวดล้อม ระยะเวลาในการผ่อนชำระ ราคาค่าบริการสาธารณะประ โยชน์ และมีการ
จัดหาสินเชื่อจากสถาบันการเงินให้ลูกค้าได้รับความสะดวก

- ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง สถานที่ตั้งของสำนักงานขาย มีรถรับส่งจาก
สำนักงานขายถึงโครงการเพื่อคู่สถานที่ตั้งจริง ความสะดวกในการเดินทาง จัดห้องตัวอย่างพร้อม
ตกแต่งให้ชมเพื่อให้ลูกค้าเห็นของจริง และรูปแบบการตกแต่งห้องสวยหรูเข้ากับยุคสมัยให้ลูกค้า
เลือก

- ด้านการส่งเสริมการตลาด หมายถึง รูปแบบเอกสารของโครงการ การโฆษณา
ประชาสัมพันธ์โครงการอย่างต่อเนื่อง การให้ส่วนลดราคาช่วงเปิดโครงการใหม่ สื่อที่ใช้ในการ
โฆษณาโครงการ การส่งเสริมการขาย การให้ของแถมเป็นส่วนเพิ่มช่วยส่งเสริมการขาย และมี
โปรแกรมส่วนลดราคาในเงื่อนไขหลาย ๆ อย่างให้ลูกค้าได้เลือก

- ด้านบุคลากร หมายถึง พนักงานมีความรู้และให้ข้อมูลได้เป็นอย่างดี พนักงาน
ให้บริการด้วยความกระตือรือร้น เอาใจใส่ ยิ้มแย้มแจ่มใส และเป็นมิตร บุคลิกภาพ และมารยาทของ
พนักงานในโครงการ พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย และมีพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ

- ด้านสภาพแวดล้อม หมายถึง บรรยากาศและสภาพแวดล้อมภายในโครงการดี โลง
โปร่ง สบาย มีการพัฒนารูปแบบและคุณภาพที่อยู่อาศัยอย่างเหมาะสม สิ่งอำนวยความสะดวก

บริเวณรอบโครงการ เช่น โรงเรียน โรงพยาบาล ห้างสรรพสินค้า การจัดวางผังบริเวณที่อยู่อาศัยมีความเหมาะสม และมีสวนหย่อมให้ลูกค้าได้พักผ่อนมากกว่าที่จะอยู่อาศัยเพียงอย่างเดียว

- ด้านบริการหลังการเลือกซื้อ หมายถึง ระบบรักษาความปลอดภัย มีระบบสาธารณูปโภคครบถ้วน มีที่จอดรถสะดวกสบาย ปลอดภัย และเพียงพอ มีข้อมูลข่าวสารแจ้งให้ลูกค้าได้ทราบอย่างต่อเนื่อง มีผู้รับความคิดเห็น/ รับแบบประเมินโครงการ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึง ปัจจัยที่ผู้เข้าชมใช้ในการพิจารณาตัดสินใจซื้ออาคารชุด โครงการ ศุภาลัย ปาร์ค แคราย – งามวงศ์วาน
2. เพื่อทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์ทางการตลาดกับพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้ออาคารชุดของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี
3. เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นให้กับผู้ประกอบการธุรกิจอาคารชุดเพื่อที่อยู่อาศัย หรือผู้สนใจทั่วไปที่จะเข้ามาประกอบธุรกิจดังกล่าว สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปใช้ในการปรับปรุงพัฒนา ประกอบการกำหนดวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น
4. ผู้ที่สนใจสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยในเรื่องที่เกี่ยวข้องต่อไป