

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ที่อยู่อาศัยเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ของมนุษย์ ไม่ว่าจะเป็นผู้ที่มีรายได้น้อย รายได้ปานกลาง หรือรายได้สูงต่างจำเป็นต้องมีที่อยู่อาศัยทั้งสิ้น ที่อยู่อาศัยมิได้เป็นเพียงสถานที่พำนักพักพิงเท่านั้น แต่ยังเป็นศูนย์กลางของครอบครัวและสังคม ดังนั้น การเลือกที่อยู่อาศัยจึงมีผลต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของมนุษย์ คุณภาพสังคมและสิ่งแวดล้อม แม้ว่าการซื้อบ้านนั้นเป็นสิ่งจำเป็น และจะเจริญเติบโตไปกับลักษณะของประชากรศาสตร์ ที่มีการเปลี่ยนแปลงช้า ๆ แต่ธุรกิจที่อยู่อาศัยมีความไวต่อภาวะการณ์เจริญเติบโตทางเศรษฐกิจพอสมควร นั่นคือ ถ้าเศรษฐกิจตกต่ำปริมาณการซื้อบ้านจะชะลอลดลงด้วย ปัจจุบันในภาวะที่ทั้งโลกกำลังเผชิญกับวิกฤติเศรษฐกิจ ทำให้ผู้ประกอบการมีการแข่งขันกันมากขึ้น ไม่เพียงแต่วิธีการก่อสร้างที่มีประสิทธิภาพ แต่ยังต้องใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่มีความหลากหลาย เพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาด เช่น การโฆษณาทางสื่อต่าง ๆ การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย รวมถึงศึกษาปัจจัยอื่นที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค

ความต้องการที่อยู่อาศัยเป็นการกระตุ้นให้เกิดการออมทรัพย์และการลงทุน ซึ่งเป็นการลงทุนกับทรัพย์สินถาวรที่มีมูลค่าสูง เพื่อเป็นรากฐานของครอบครัว รวมถึงช่วยเสริมสร้างและกระตุ้นการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศด้วย ธุรกิจที่อยู่อาศัยเป็นธุรกิจที่สามารถสะท้อนให้เห็นถึงระดับมาตรฐานคุณภาพชีวิตของมนุษย์ได้ เพราะจะก่อให้เกิดการจ้างงาน การพัฒนาอุตสาหกรรม การก่อสร้าง และอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งส่งผลให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจต่อไป (วรรณวรางค์ ไม้จันทร์, 2552 : 1) ดังจะเห็นได้จากมีโครงการที่อยู่อาศัยที่เปิดใหม่ส่วนใหญ่จะเน้นไปยังกลุ่มผู้บริโภคระดับกลาง ซึ่งเป็นฐานผู้บริโภคที่มีขนาดใหญ่ในตลาด โดยราคาที่อยู่อาศัยเฉลี่ยน่าจะอยู่ที่ระดับราคาประมาณ 2.5 ถึง 3 ล้านบาท สำหรับเซ็กเมนต์ที่น่าจะเป็นฐานใหญ่ของตลาด ได้แก่ ทาวน์เฮ้าส์และคอนโดมิเนียมราคาไม่เกิน 3 ล้านบาท และบ้านเดี่ยวราคา 2.5 ถึง 5 ล้านบาท ประกอบกับปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่เริ่มเป็นบวกมากขึ้น ส่งผลให้กำลังซื้อของผู้บริโภคฟื้นตัวตามรวมทั้งความมั่นใจต่อรายได้และการทำให้ปรับตัวดีขึ้น และเป็นปัจจัยสนับสนุนให้ผู้ที่ต้องการที่อยู่อาศัยเริ่มตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้น (ธนาคารกสิกรไทย, 2553 : ออนไลน์)

แต่อย่างไรก็ดี ธุรกิจสินเชื่อที่อยู่อาศัยก็ยังคงมีความเสี่ยงจากปัจจัยการฟื้นตัวของ เศรษฐกิจที่ยังมีสูง อีกทั้งปัจจัยการเมืองในประเทศที่อาจจะส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของ ผู้บริโภคทำให้การขยายตัวสินเชื่อที่อยู่อาศัยยังคงเป็นปัญหาของสถาบันการเงินต่อไป ส่งผลให้ ธุรกิจตลาดอสังหาริมทรัพย์มีการซื้อขายชะลอลง ซึ่งส่งผลให้อำนาจการซื้อของผู้บริโภคถูก กระทบจากปัจจัยหลายด้าน เริ่มตั้งแต่ราคาน้ำมันที่ปรับตัวสูงขึ้น ส่งผลต่อต้นทุนการก่อสร้างทำให้ ผู้ประกอบการเริ่มมีการปรับราคาขายที่อยู่อาศัย ในขณะที่ผู้บริโภคมีอำนาจซื้อที่อยู่อาศัยน้อยลง ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากอัตราเงินเฟ้อในปี พ.ศ. 2554 ที่อยู่ในระดับร้อยละ 2.9-4.0 และอาจมี เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 5 การที่ธุรกิจที่อยู่อาศัยชะลอลงนั้นเป็นตัวบ่งชี้ถึงภาวะตลาดอสังหาริมทรัพย์ ในปี พ.ศ. 2554 ซึ่งจะชะลอลงตัวตามไปด้วยโดยเกิดจากปัจจัยดังกล่าวมาแล้ว อีกทั้งยังมีเรื่องของ ราคาที่ดิน และราคาวัสดุก่อสร้าง ที่จะปรับตัวสูงขึ้นประมาณร้อยละ 4.5 - 5.5 ซึ่งเพิ่มจากปี พ.ศ. 2553 ที่อยู่ในระดับร้อยละ 2.3 จึงทำให้แนวโน้มตลาดที่อยู่อาศัยทั้งในด้านกำลังซื้อและ ความสามารถในการขอสินเชื่อที่อยู่อาศัยลดลงเช่นกัน (ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์. 2554 : ออนไลน์)

จังหวัดหนองคายเป็นจังหวัดที่ติดกับลำแม่น้ำโขงที่กั้นระหว่างประเทศไทยกับ ประเทศลาว ประชาชนส่วนมากอาศัยอยู่ตามริมแม่น้ำโขง และประกอบอาชีพเกษตรกรรม เป็นส่วนใหญ่ วิถีชีวิตของประชาชนชาวจังหวัดหนองคายนั้นดำรงชีวิตอยู่อย่างพอเพียงประกอบ กับเป็นเมืองที่น่าอยู่อันดับ 7 ของโลก (สถานีตำรวจภูธรรัตนวาปี. 2547 : ออนไลน์) ซึ่ง สถานการณ์ตลาดอสังหาริมทรัพย์ของจังหวัดหนองคายมีทิศทางชะลอลงตั้งแต่กลางปี พ.ศ. 2553 ส่งผลให้ยอดขายเริ่มชะลอลง ทั้งนี้ ปัญหาเกิดจากราคาวัสดุก่อสร้างที่ปรับตัวขึ้นประมาณ ร้อยละ 4.5 - 5.5 ต้นทุนอสังหาริมทรัพย์จึงสูงขึ้น และส่งผลต่อราคาที่อยู่อาศัยในปี พ.ศ. 2554 ในทำเลที่ดีศักยภาพสูงจะปรับตัวขึ้นมากกว่าร้อยละ 10 เมื่อเปรียบเทียบกับราคาในปี พ.ศ. 2553 ดังนั้นภาวะความสมดุลระหว่างอุปสงค์และอุปทานในตลาดอสังหาริมทรัพย์ในปัจจุบันปริมาณที่ อยู่อาศัยเหลือขายคงเหลือในตลาดยังคงอยู่ในระดับสูง ซึ่งเป็นสัญญาณของยอดขายที่ชะลอลงลง (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2554 : ออนไลน์)

จากสภาพปัญหาดังกล่าวเพื่อเป็นตัวช่วยในการตัดสินใจ หรือใช้ในการวางแผน พัฒนาการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย จึงทำให้ผู้ศึกษามีความสนใจที่จะทำการศึกษาลึถึงปัจจัยเกี่ยวกับ คุณลักษณะของบ้านที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย โดยศึกษาประชาชนในจังหวัดหนองคาย มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของ บ้านว่าอย่างไรบ้าง และมีปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัย เพื่อที่จะได้นำไปใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ให้ทันสมัยอยู่

เสมอและให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น ซึ่งผลที่ได้รับจากการศึกษาครั้งนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมที่อยู่อาศัย และธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนการลงทุนและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคต่อไป

### วัตถุประสงค์การศึกษา

1. เพื่อศึกษาคูณลักษณะของบ้านตามความคิดเห็นของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย
2. เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย

### สมมติฐานการศึกษา

ปัจจัยคุณลักษณะของบ้าน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย

### ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาปัจจัยเกี่ยวกับคุณลักษณะของบ้านที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ซึ่งผู้ศึกษาได้กำหนดขอบเขตการศึกษา ดังนี้

#### 1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร ที่ใช้ในการศึกษานี้ ได้แก่ ประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ซึ่งแยกออกเป็น ในเขตเทศบาลเมืองหนองคาย จำนวน 1 เทศบาล และนอกเขตเทศบาลเมือง จำนวน 15 ตำบล จำนวน 145,102 คน (วนิดา ศรีสวัสดิ์. 2554 : สัมภาษณ์, วราภรณ์ บุตตะ. 2554 : สัมภาษณ์, ปรีชา เจริญศักดิ์. 2554 : สัมภาษณ์)

1.2 กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการศึกษานี้ ได้แก่ ประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ซึ่งแยกออกเป็นในเขตเทศบาลเมืองหนองคาย จำนวน 1 เทศบาล และนอกเขตเทศบาลเมืองหนองคาย จำนวน 15 ตำบล จำนวน 399 คน ได้มาโดยใช้สูตรของ ทาโรยามาเน่ (Yamone. 1976 อ้างถึงใน วงศ์พัฒนา ศรีประเสริฐ. 2553 : 114)

## 2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาในเรื่อง ปัจจัยเกี่ยวกับคุณลักษณะของบ้านที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย โดยทำการศึกษาเนื้อหา ดังนี้

2.1 ศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส สัญชาติ วุฒิการศึกษา อาชีพ รายได้ และงบประมาณ โดยศึกษามาจาก ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546 : 196-205)

2.2 ศึกษาคุณลักษณะ ประกอบด้วย ทำเลที่ตั้งโครงการ โครงการและราคาที่เหมาะสม ตำแหน่งที่ดินและแบบบ้าน โดยศึกษามาจาก ธนาคารอาคารสงเคราะห์ (2553 : ออนไลน์) และสิ่งอำนวยความสะดวก โดยศึกษามาจาก ธนาकरกรุงเทพ (2551 : ออนไลน์)

2.3 ศึกษาการตัดสินใจเลือกซื้อ ประกอบด้วย การตัดสินใจซื้อโดยเกณฑ์เศรษฐกิจ การตัดสินใจซื้อโดยคล้อยตามคนอื่น การตัดสินใจซื้อโดยความเข้าใจ และการตัดสินใจซื้อด้วยอารมณ์ โดยศึกษามาจาก วงศ์พัฒนา ศรีประเสริฐ (2554 : 60-63)

## 3. ขอบเขตด้านตัวแปร

3.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ คุณลักษณะของบ้าน ประกอบด้วย ทำเลที่ตั้งของโครงการ โครงการและราคาที่เหมาะสม ตำแหน่งที่ดินและแบบบ้าน และสิ่งอำนวยความสะดวก

3.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ การตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ประกอบด้วย การตัดสินใจซื้อโดยเกณฑ์เศรษฐกิจ การตัดสินใจซื้อโดยคล้อยตามคนอื่น การตัดสินใจซื้อโดยความเข้าใจ และการตัดสินใจซื้อด้วยอารมณ์

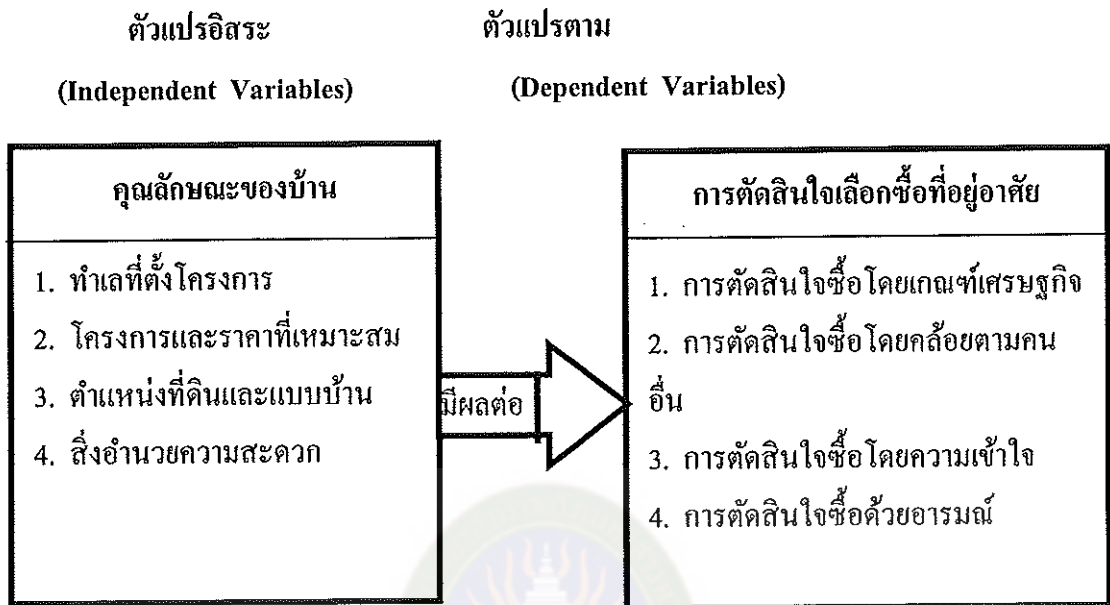
## 4. ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้ศึกษาได้เลือกศึกษาประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ซึ่งแยกออกเป็นในเขตเทศบาลเมืองหนองคาย จำนวน 1 เทศบาล และนอกเขตเทศบาลเมืองหนองคาย จำนวน 15 ตำบล จำนวน 399 คน

## 5. ระยะเวลาของการศึกษา

การศึกษานี้ กำหนดระยะเวลาเก็บรวบรวมข้อมูลในเดือน เมษายน 2554 – มีนาคม 2555

## กรอบแนวคิดในการศึกษา



## นิยามศัพท์เฉพาะ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ หมายถึง สิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคที่ผู้บริโภคนำมาใช้ประกอบการพิจารณาในการตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดในการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยของแต่ละบุคคล

คุณลักษณะของบ้าน หมายถึง ส่วนประกอบ องค์ประกอบ คุณสมบัติของที่อยู่อาศัยของมนุษย์ที่ให้ความรัก ความอบอุ่น ความปลอดภัย และเป็นศูนย์รวมของสมาชิกทุกคนในครอบครัวที่จะใช้ชีวิตร่วมกันอย่างมีความสุขและมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน ประกอบด้วย

1. ทำเลที่ตั้งโครงการ หมายถึง การหาข้อมูลเบื้องต้นของบ้านที่ต้องการซื้อ โดยยึดเอาทำเลที่ตั้งที่สมาชิกครอบครัวสามารถเดินทางได้อย่างสะดวกที่สุดเหมาะสมกับความต้องการและวิถีชีวิตของคนในครอบครัว ได้แก่ การคมนาคมของโครงการ ทำเลที่ตั้งอยู่แหล่งใด และสภาพแวดล้อมของโครงการ

2. โครงการและราคาที่เหมาะสม หมายถึง การพิจารณาเลือกโครงการและราคาที่เหมาะสมสำหรับโครงการที่ตั้งนั้นควรมีสาธารณูปโภคและสาธารณูปการที่ครบถ้วน ได้มาตรฐานตามที่กฎหมายการจัดสรรที่ดินกำหนดหรือไม่ สิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการมีตรงตามความต้องการของผู้ซื้อหรือไม่ รวมถึงสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกโครงการเหมาะสมกับการอยู่อาศัยของสมาชิกครอบครัวหรือไม่ และบริษัทหรือเจ้าของโครงการมีความน่าเชื่อถือมี

ประสบการณ์ในการพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัยมากน้อยเพียงใด ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ/ความมีชื่อเสียงของโครงการ การคมนาคมในโครงการ ระบบรักษาความปลอดภัยภูมิทัศน์ในโครงการ ระบบสาธารณูปโภค ราคาบ้าน อัตราดอกเบี้ย และระยะเวลาผ่อนชำระ

3. ตำแหน่งที่ดินและแบบบ้าน หมายถึง การเลือกตำแหน่งที่ดินและแบบบ้านที่เหมาะสมตามความต้องการของผู้ซื้อ ได้แก่ แหล่งที่ตั้งของที่ดิน แบบบ้าน ขนาดของบ้าน การมีส่วนร่วม และวัสดุในการก่อสร้างบ้าน

4. สิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง สิ่งจำเป็นขั้นพื้นฐานของมนุษย์ที่โครงการจัดหาหรือจัดเตรียมไว้ให้บริการสำหรับผู้ซื้อบ้าน เพื่อความสะดวกรวดเร็วแก่ผู้บริโภค ได้แก่ ระบบรักษาความปลอดภัย และสถานบริการ เช่น สระว่ายน้ำ สนามกีฬา ร้านอาหาร ฟิตเนส สโมสร และร้านอาหาร

การตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัย หมายถึง การพิจารณาตกลงใจซึ่งขาดเลือกทางเลือกที่มีอยู่มากกว่าหนึ่งทางเลือก ในอันที่ใหม่การกระทำในลักษณะเฉพาะใด ๆ หรือ การตกลงใจเลือกซื้อชุดข้อขัดแย้ง ข้อถกเถียง เพื่อให้มีการกระทำไปในทางหนึ่งทางใดที่ได้มีการพิจารณาเลือกหรือตรวจสอบอย่างรอบคอบแล้ว ประกอบด้วย

1. การตัดสินใจซื้อโดยเกณฑ์เศรษฐกิจ หมายถึง การตัดสินใจของผู้บริโภคที่คำนึงถึงทางเลือกผลิตภัณฑ์ สามารถที่จะจัดลำดับแต่ละทางเลือกในรูปของประโยชน์ (ข้อดี) และข้อเสีย เพื่อที่จะหาทางเลือกที่ดีที่สุด ได้แก่ สถานะเศรษฐกิจ รายได้ และราคาบ้าน

2. การตัดสินใจซื้อโดยคล้ายตามคนอื่น หมายถึง ผู้บริโภคเป็นผู้ซื้อที่ขึ้นอยู่กับการชักจูง การทำให้เกิดมโนภาพในใจ การใช้ส่วนประสมทางการตลาด หรือความพยายามของนักการตลาด ได้แก่ พนักงานขาย เพื่อน และญาติ

3. การตัดสินใจซื้อโดยความเข้าใจ หมายถึง ผู้บริโภคที่มีการบริโภคสินค้าอย่างมีเหตุผล และมีความเข้าใจความต้องการของผู้บริโภคเองมากที่สุด ได้แก่ มีการเปรียบเทียบข้อมูลเปรียบเทียบราคากับบ้าน เปรียบเทียบกับโครงการอื่น และมีการไตร่ตรองอย่างละเอียด

4. การตัดสินใจซื้อด้วยอารมณ์ หมายถึง ผู้บริโภคที่ทำการตัดสินใจโดยอาศัยความรู้สึกของผู้บริโภคเองทั้งหมด โดยมีได้มีการค้นหาเปรียบเทียบข้อมูลของสินค้าอย่างถี่ถ้วนดีนั่นคือ การใช้อารมณ์มากกว่าเหตุผล ได้แก่ ตัดสินใจตามความต้องการของตนเอง และรูปแบบจังหวัดหนองคาย

## ประโยชน์การศึกษา

1. ทำให้ทราบข้อมูลส่วนบุคคลของประชาชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ซึ่งผู้ประกอบการสามารถนำผลการศึกษาไปใช้ในการวางแผนและพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค
2. ทำให้ทราบคุณลักษณะของบ้านของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ซึ่งผู้ประกอบการสามารถนำผลการศึกษาไปใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละพื้นที่
3. ทำให้ทราบการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ซึ่งผู้ประกอบการสามารถนำผลการศึกษาไปหาวิธีการสร้างแรงจูงใจให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อย่างรวดเร็วและถูกต้อง โดยไม่ต้องเสียใจในภายหลัง
4. ทำให้ทราบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ซึ่งผู้ประกอบการสามารถนำผลการศึกษาไปใช้ในการปรับปรุงและแก้ไขข้อบกพร่องของผลิตภัณฑ์ ให้มีจุดเด่นมากขึ้นและจุดด้อยน้อยลง
5. ทำให้ทราบแนวทางการลงทุนสำหรับผู้ประกอบการ โครงการอสังหาริมทรัพย์ หรือผู้ที่สนใจ ใช้ในการออกแบบกลยุทธ์การตลาดเพื่อครองใจลูกค้าและส่วนแบ่งทางการตลาดให้มากขึ้นได้