

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

แม้ว่าในยุคแรก (พ.ศ. 2530) ที่รูปแบบการอยู่อาศัยในอาคารชุดพักอาศัยเข้ามาในประเทศไทย จะยังไม่เป็นที่นิยมหรือคุ้นเคยกับวิถีชีวิตของคนไทยเท่าไร แต่ปัจจุบันนี้ธุรกิจอาคารชุดพักอาศัยเป็นที่นิยมและเติบโตอย่างมาก มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องตลอดมา แม้ว่าตลาดอาคารชุดจะมีการชะลอตัวลงไปบ้าง ในช่วงไตรมาสที่ 4 ของปี 2551 ต่อเนื่องถึงไตรมาสที่ 1 ของปี 2552 (ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์, 2552) เนื่องจากปัญหาทางการเมือง และภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซา อย่างไรก็ตาม คาดการณ์ได้ว่า แนวโน้มของตลาดของอาคารชุดพักอาศัยจะมีการเติบโตมากขึ้นอีกอย่างต่อเนื่องในอนาคต เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านอื่น เช่น การต่อขยายเส้นทางระบบขนส่งมวลชนที่เชื่อมต่อกับชานเมืองเข้าสู่ย่านธุรกิจใจกลางเมือง ปริมาณที่ดินในกรุงเทพมหานครที่มีจำกัด และมีราคาแพง การเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตคนเมืองที่ต้องการความสะดวกสบายในการเดินทาง และการลงทุนเพื่อเก็งกำไรอาคารชุดพักอาศัย

อาคารชุดพักอาศัยที่สร้างเสร็จและจดทะเบียนในเขตกรุงเทพมหานคร ในปี 2551 ถึงเดือนเมษายน ปี 2552 มีจำนวน 28,960 หน่วย คิดเป็น 48% ของจำนวนที่อยู่อาศัยทั้งหมดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์, 2552) จะเห็นได้ว่าอาคารชุดพักอาศัยในปัจจุบันนี้ เป็นตลาดที่มีการแข่งขันกันสูง ดังนั้น ความเข้าใจถึงการตอบสนองของผู้บริโภคในลักษณะ ของสินค้า ราคา และโฆษณาอย่างแท้จริง จะทำให้ผู้ประกอบการได้เปรียบคู่แข่งมาก (Kotler et. al, 1999) ผู้ประกอบการจึงต่างพยายามค้นหากลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อสร้างความแตกต่างของตนเองกับคู่แข่งในตลาด

ในด้านผู้บริโภค การซื้อที่อยู่อาศัยมีความสำคัญมาก แสดงถึงภาวะผูกพันทางการเงินจำนวนมาก ผู้ซื้อที่อยู่อาศัยส่วนใหญ่จะซื้อไม่บ่อยและไม่มีประสบการณ์ หวังว่าจะได้บ้านที่ดีและน่าพึงพอใจที่สุด (Baryl, Zumpano, & Elder (2000) อาคารชุดจึงจัดเป็นสินค้าที่มีความเกี่ยวพันในการซื้อสูง (High Involvement Purchase) กล่าวคือ ผู้บริโภคจะมีความกังวลในการตัดสินใจ และทุ่มเทในการแสวงหาข้อมูล ทั้งจากแหล่งข้อมูลภายในและภายนอก แล้วจึงประเมินหลาย ๆ ทางเลือกอย่างซับซ้อนและอย่างมีเหตุผล (Kotler, 2000) ระดับความใส่ใจในการซื้อของของผู้บริโภคจะช่วยลดปฏิกริยา ทางอารมณ์ต่อสิ่งเร้าทางการตลาดและโฆษณาที่ดึงดูดใจ (Laurent &

Kapferer, 1985) ในโมเดลการตัดสินใจซื้อ คุณภาพของสินค้าอาคารชุด คุณภาพของการบริการ และราคา เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการรับรู้คุณค่าของผู้บริโภค ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจที่จะนำไปสู่ความเต็มใจที่จะซื้ออาคารชุด (Sweeny, Soutar & Johnson, 1997)

ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งศึกษาคุณภาพของลักษณะทางกายภาพของอาคารชุดพักอาศัยที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณค่าของผู้บริโภคซึ่งนำไปสู่การตัดสินใจซื้อในที่สุด การศึกษานี้จะเป็นประโยชน์ต่อทั้งนักออกแบบ นักลงทุน หรือผู้ที่เกี่ยวข้องอื่นในการพัฒนาโครงการอาคารชุดพักอาศัยต่อไปในอนาคต

1.2 วัตถุประสงค์

1. ศึกษาลักษณะทางกายภาพของอาคารชุดพักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางกายภาพของอาคารชุดพักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค
3. สรุปรูปแบบของลักษณะทางกายภาพของอาคารชุดพักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานครที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

1.3 สมมติฐาน

ลักษณะทางกายภาพของอาคารชุดพักอาศัยส่งผลต่อการพิจารณาตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในลำดับความสำคัญที่แตกต่างกัน โดยลักษณะทางกายภาพจำแนกได้ดังนี้

1. ที่ตั้งและสภาพแวดล้อม ได้แก่ การเข้าถึงระบบขนส่งมวลชน ใกล้ร้านสะดวกซื้อหรือตลาด ย่านปลอดภัยจากอาชญากรรม ความเป็นส่วนตัว ทิศทางของอาคาร ทิวทัศน์ และพื้นที่สีเขียว
2. การออกแบบสถาปัตยกรรม ได้แก่ รูปทรงและรูปลักษณะภายนอกของอาคาร วัสดุตกแต่ง พื้นที่ใช้สอยในห้องชุด ความสูงจากพื้นถึงเพดาน ปริมาณแสงอาทิตย์และการถ่ายเทอากาศภายในห้องชุด
3. สิ่งอำนวยความสะดวกและระบบประกอบอาคาร ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการสัญจรทางหนีไฟและระบบป้องกันอัคคีภัย ระบบรักษาความปลอดภัย ประสิทธิภาพของลิฟต์ และความสว่างบริเวณพื้นที่ส่วนกลาง
4. การจัดการและการบำรุงรักษา ได้แก่ การบำรุงรักษาอาคารพักอาศัย การบำรุงรักษาพื้นที่ส่วนกลาง การรักษาความปลอดภัยของอาคาร และความเพียงพอของบริเวณทิ้งขยะ

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

1. โครงการอาคารชุดพักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานครที่ทำการศึกษ ตั้งอยู่บนถนนสุขุมวิทตั้งแต่สุขุมวิทซอย 1 – 65 และ ซอย 2 – 44 ซึ่งเป็นทำเลใจกลางเมือง มีความสะดวกในการเดินทาง และเป็นที่นิยมของผู้ซื้อห้องชุด โดยศึกษาในระดับราคา 80,000 – 100,000 บาทต่อตารางเมตร ซึ่งเป็นกลุ่มราคาต่อตารางเมตรเฉลี่ยของอาคารชุดบนถนนสุขุมวิทในปัจจุบัน (บริษัท เน็กซ์สพรอพเพอร์ตี้ คอนซัลแทนท์ จำกัด, 2551) และเริ่มดำเนินโครงการตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 เป็นต้นมา
2. การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพภายในอาคารชุดพักอาศัยเท่านั้น

1.5 นิยามศัพท์

1. อาคารชุดพักอาศัย หมายถึง อาคารใช้เพื่อพักอาศัยโดยที่จะมีหลายห้องพักภายในอาคารเดียวกัน สามารถแยกกรรมสิทธิ์ออกเป็นส่วน ประกอบด้วยกรรมสิทธิ์ส่วนบุคคลและกรรมสิทธิ์ส่วนกลางร่วมกัน
2. ลักษณะทางกายภาพของอาคารชุดพักอาศัย หมายถึง คุณภาพของอาคารชุดพักอาศัย ที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณค่าของผู้บริโภค และนำไปสู่การตัดสินใจซื้อในที่สุด โดยแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ 1) ที่ตั้งและสภาพแวดล้อม 2) การออกแบบสถาปัตยกรรม 3) สิ่งอำนวยความสะดวกและระบบประกอบอาคาร 4) การจัดการและการบำรุงรักษา
3. การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค หมายถึง ขั้นตอนรองสุดท้ายในกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดยที่ผู้บริโภคจะต้องผ่านการรับรู้ปัญหา การรวบรวมข้อมูล การประเมินทางเลือก แล้วจึงทำการตัดสินใจซื้อ หลังจากการซื้อแล้ว ผู้บริโภคจะทำการประเมินความพอใจหลังการใช้งาน ซึ่งจะสิ้นสุดกระบวนการซื้อ โดยในงานวิจัยนี้ได้ประเมินจากการจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้ออาคารชุดพักอาศัยของผู้บริโภค

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้ประกอบการสามารถใช้เพื่อประกอบการตัดสินใจในการลงทุนในอนาคต
2. สถาปนิกสามารถใช้ประกอบการออกแบบเพื่อพัฒนาให้การใช้งานเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคมากขึ้น
3. คุณภาพและมาตรฐานการดำรงชีวิตของผู้บริโภคในด้านที่อยู่อาศัยมีแนวโน้มที่จะพัฒนาไปในทางที่ดีมากขึ้น