

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ การตลาดของธุรกิจบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่

ชื่อผู้เขียน นายที ดำรงค์

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดารารัตน์ บุญเจือ	ประธานกรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อัมภางค์ ไพรมาณนท์	กรรมการ
อาจารย์ อรชร มณีสงฆ์	กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระ เรื่องการตลาดของธุรกิจบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่  
มีวัตถุประสงค์ 2 ข้อ ดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาการดำเนินการทางการตลาดของธุรกิจบ้านจัดสรร ในจังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาปัญหาในการดำเนินธุรกิจบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่ ในการวิจัยครั้งนี้ เก็บรวบรวมข้อมูล โดยการออกแบบสอบถามจากผู้ดำเนินธุรกิจบ้านจัดสรรจำนวน 38 ราย ที่ยังคงเปิดดำเนินการจนถึงปี พ.ศ. 2536 ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

ในการดำเนินการด้านส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ผู้ที่ดำเนินธุรกิจบ้านจัดสรรให้ความสำคัญ ด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมาคือด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขายและด้านราคา ตามลำดับ

ด้านผลิตภัณฑ์ มีสิ่งที่สำคัญ ได้แก่ การออกแบบ รูปแบบ ขนาดและที่ตั้งของที่ดิน พื้นที่ใช้สอยภายในบ้าน และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในโครงการ ผลิตภัณฑ์ประเภทบ้านเดี่ยวจะเน้น เรื่องการออกแบบบ้านที่สวยงามและทันสมัย ส่วนมากจะมีพื้นที่ดินขนาดน้อยกว่า 50 ตารางวา ผลิตภัณฑ์ประเภทบ้านแฝดและทาวน์เฮ้าส์จะเน้นในเรื่องของพื้นที่ใช้สอยภายในบ้าน โดยพื้นที่ดินของบ้านแฝดมี ขนาดระหว่าง 30-60 ตารางวา และทาวน์

เข้าสัจะมีขนาดของพื้นที่น้อยกว่า 20 ตารางวา ส่วนสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่มีในโครงการบ้านจัดสรรจะประกอบด้วย สนามเด็กเล่น และสวนสาธารณะ ส่วนสิ่งอำนวยความสะดวกประเภท ร้านอาหาร สนามเทนนิส และสโมสรนั้น จะมีเฉพาะในโครงการขนาดใหญ่เท่านั้น

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ธุรกิจบ้านจัดสรรทุกโครงการมีสำนักงานขายของตัวเอง และร้อยละ 34 มีการจัดตั้งตัวแทนจำหน่ายเพิ่มขึ้น ด้านทำเลที่ตั้งพบว่า ผู้ที่ดำเนินธุรกิจบ้านจัดสรรจะเลือกสถานที่ตั้ง โครงการที่สะดวกในการเข้าถึง สภาพแวดล้อมดีบรรยากาศสงบ ร่มรื่นและสวยงาม และอยู่ใกล้ตัวเมือง

ด้านการส่งเสริมการขาย พบว่า ผู้ที่ดำเนินธุรกิจบ้านจัดสรรให้ความสำคัญต่อการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์มากที่สุด โดยจะใช้สื่อโฆษณาประเภท แผ่นป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ แผ่นพับ และการต้อนรับที่ดีแก่ลูกค้าที่ไปเยี่ยมชมโครงการ

ด้านราคา พบว่า ผู้ที่ดำเนินธุรกิจบ้านจัดสรรส่วนใหญ่จะตั้งราคา โดยพิจารณาจากต้นทุนการก่อสร้าง กำลังซื้อของลูกค้า และราคาของคู่แข่งชั้น ตามลำดับ

จากการวิเคราะห์ปัญหาของการดำเนินธุรกิจบ้านจัดสรรพบว่า มีทั้งปัญหาด้านการดำเนินงานและปัญหาด้านการตลาด ดังนี้

ปัญหาด้านการดำเนินงานที่ธุรกิจบ้านจัดสรรประสบมากที่สุดคือ ขั้นตอนการขออนุญาตจัดตั้งโครงการ ติดตั้งไฟฟ้า ติดตั้งน้ำประปา และโทรศัพท์ที่ล่าช้าและยุ่งยาก การเพิ่มขึ้นของราคาที่ดิน การก่อสร้างที่ล่าช้า และปัญหาการขาดแคลนแรงงานที่มีคุณภาพ

ส่วนปัญหาด้านการตลาดคือ กำลังซื้อของลูกค้าลดลง การเพิ่มขึ้นของจำนวนคู่แข่งชั้น และการขาดแคลนบุคคลากรทางการตลาด

ในการวิจัยนี้ มีข้อเสนอแนะสำหรับผู้ดำเนินธุรกิจบ้านจัดสรรดังนี้ ผู้ที่ดำเนินธุรกิจบ้านจัดสรรควรจะศึกษาความต้องการของลูกค้าและกำลังซื้อของลูกค้า เป็นอันดับแรก โดยใช้ข้อมูลจากคู่แข่งชั้นและจากแหล่งอื่น ๆ มาประกอบในการดำเนินธุรกิจบ้านจัดสรร เพื่อจะได้สนองตอบความต้องการของลูกค้าและความสำเร็จของธุรกิจในระยะยาว



The single houses were concentrated on modern and beautiful design and most of them were less than 50 square wa of land. The land of twin houses was between 30-60 square wa and townhouses was less than 20 square wa. The general housing facilities were playgrounds and public parks but cafeterias, tennis courts, and club houses were included in the big projects.

The channels of distribution components, they were found that all of housing projects had their own selling office and 34% of them increased the number of sales agents. For the location, They selected the place which had a nice environment, good view, not far from downtown and convenient transportation.

The promotion component, it was found that the housing estates entrepreneurs pay more attention to advertising and public relations by using cut-out advertisement, brochure, and a warm welcome to the customers.

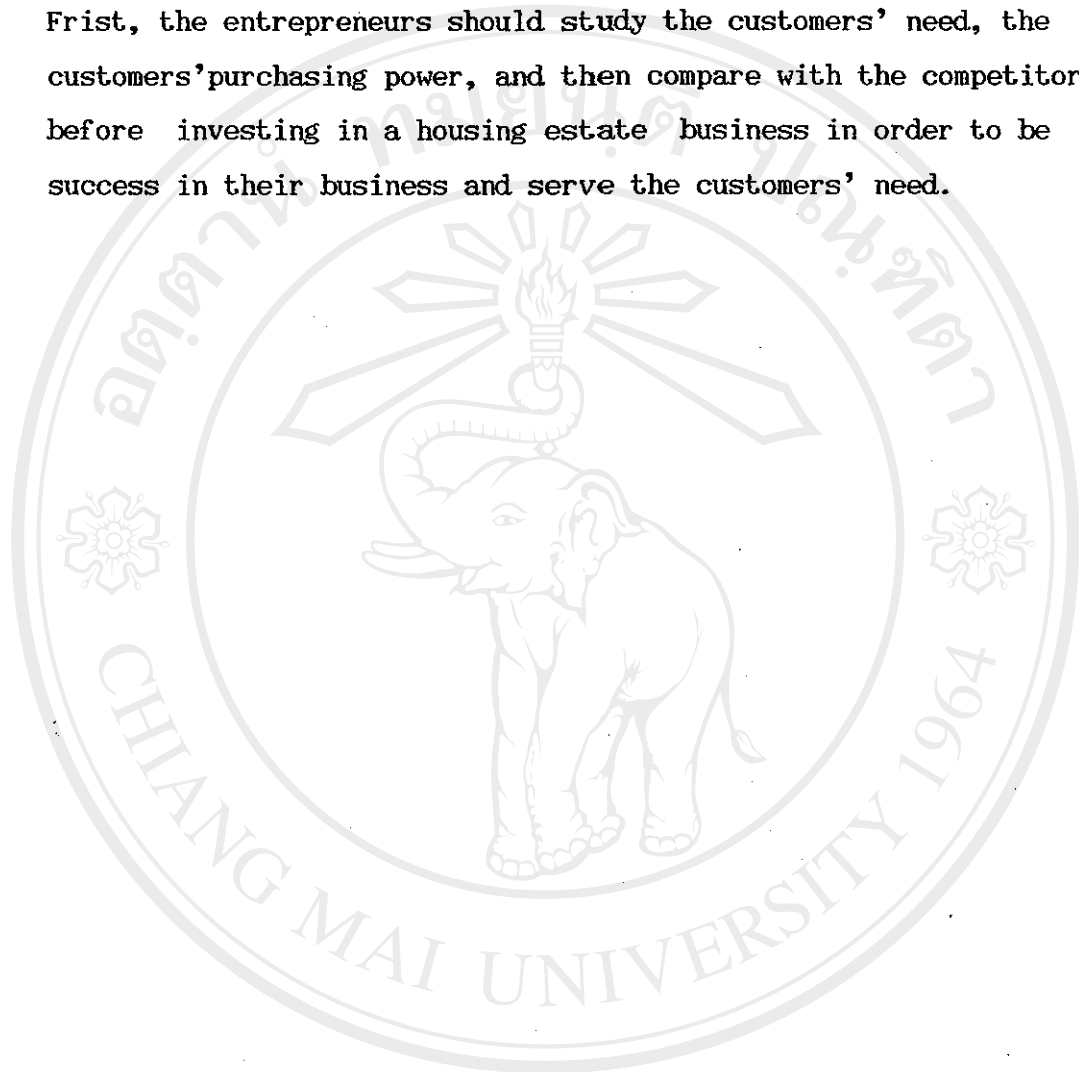
Regarding to price, it was found that the housing estates entrepreneurs set the price based on the cost of construction, target consumers' purchasing power, and price of competitives units, respectively.

The analysis of the problems of the housing estates found that there were problems in operation and marketing .

The important problems in the operating of housing estate were the process of approving the project by the government, the process of installation of electricity supply, water supply and telephones were very difficult, also the problem in lack of skill labor.

The important marketing problems of the housing estates were the decrease in consumers' purchasing power, the increase in the number of competitors and the lack of qualified marketing men.

The recommendation for the housing estate entrepreneurs were :  
Frist, the entrepreneurs should study the customers' need, the  
customers' purchasing power, and then compare with the competitors  
before investing in a housing estate business in order to be  
success in their business and serve the customers' need.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved