

## บทที่ 2

### ทฤษฎี แนวความคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัย ของสมาชิกกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการศึกษาถึงปัจจัยทางการตลาดขององค์กรในภาคธุรกิจอสังหาริมทรัพย์นำมาพิจารณาในการจัดทำแผนกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจบ้านจัดสรร ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้จึงได้ทำการศึกษาทฤษฎีแนวคิดในเรื่องที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

#### ทฤษฎีสวนประสมการตลาด ( Marketing Mix )

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538:69-70) ได้กล่าวว่า ปัจจัยทางการตลาดเป็นกลยุทธ์ทางธุรกิจอีกประเภทหนึ่งที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค สำหรับสินค้าทั่วไป ปัจจัยทางการตลาดจะครอบคลุมประเด็นต่างๆ 4 ด้าน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (product) ราคา (price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และ การส่งเสริมการตลาด (promotion) ธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ จะมีการจัดส่วนประสมการตลาดที่เหมาะสม

ผลิตภัณฑ์ คือสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่น่าเสนอแก่ตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และต้องสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้น สำหรับผลิตภัณฑ์ในกรณีนี้ได้แก่ ที่อยู่อาศัยลักษณะต่างๆ ที่ผู้ประกอบการของโครงการที่อยู่อาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้จัดสร้างขึ้นโดยมีลักษณะและรูปแบบแตกต่างกันไป การเลือกใช้วัสดุอุปกรณ์ ความปราณีตในการก่อสร้าง การจัดวางตำแหน่งบ้าน การตกแต่งภายนอกและภายในบริเวณบ้าน ความพร้อมในด้านสาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ เช่น สโมสร สถานที่ออกกำลังกาย เป็นต้น ระบบรักษาความปลอดภัย ความสะดวกในการคมนาคม อยู่ใกล้ชุมชน ตลอดจนชื่อเสียงและภาพพจน์ของบริษัท เพื่อให้ลูกค้าหรือผู้สนใจ ได้มีโอกาสเลือกลักษณะและรูปแบบของที่อยู่อาศัย ตรงตามความต้องการของตน

ราคา คือ ต้นทุนทั้งหมดที่ลูกค้าต้องจ่ายในการแลกเปลี่ยนกับสินค้าหรือบริการ รวมถึงเวลา ความพยายามในการใช้ความคิดและการก่อพฤติกรรม ซึ่งจะต้องจ่ายพร้อมราคาของสินค้าที่

เป็นตัวเงิน ดังนั้นราคาของที่อยู่อาศัย จึงมีความหมายรวมถึง ราคาบ้านพร้อมที่ดินที่มีความเหมาะสม เงื่อนไขเงินค่างวดและการผ่อนชำระ อัตราดอกเบี้ย ความสามารถในการต่อรองราคา ค่าบริการสาธารณูปโภคทุกประเภท โดยไม่รวมค่าธรรมเนียมต่างๆที่เกิดขึ้นจากการทำนิติกรรมที่เกี่ยวข้องกับที่อยู่อาศัยนั้น

ช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นกระบวนการทำงานที่จะทำให้สินค้าหรือบริการไปสู่ตลาด เพื่อให้ผู้บริโภคสินค้าหรือบริการตามต้องการ ดังนั้นช่องทางการจัดจำหน่ายด้านที่อยู่อาศัย คือการอำนวยความสะดวกในการติดต่อ ได้แก่ การจัดให้มีสถานที่ติดต่อเพื่อสอบถามข้อมูลจำนวนมาก การตอบข้อสงสัยทางโทรศัพท์ การจัดให้มีการนำเสนอข้อมูลที่หลากหลายรูปแบบ เช่น การเสนอขายโดยตรง การจัดจำหน่ายทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การจัดให้มีสถานที่ติดต่อที่สะดวก การพหุชมสถานที่ รวมถึงการอำนวยความสะดวกในการทำสัญญาและนิติกรรมต่างๆ

การส่งเสริมการตลาด เป็นการสื่อสารทางการตลาด เพื่อให้แน่ใจว่าผู้บริโภคที่เป็น กลุ่มเป้าหมายเข้าใจและทราบถึงคุณค่าของสินค้าที่เสนอขาย ในด้านที่อยู่อาศัย การส่งเสริมการตลาด เช่น การติดตั้งป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ตามแหล่งชุมชน การโฆษณาตามสื่อสิ่งพิมพ์ การโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ แผ่นพับใบปลิว การนำเสนอสินค้าถึงสถานที่ทำงาน การแจกแถมอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน และการบริการหลังการขาย เป็นต้น

#### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ขวัญชัย อรรถวิภาณนท์ (2535) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยที่สำคัญ ได้แก่เรื่องคุณภาพของบ้านที่จะซื้อจะต้องมีคุณภาพได้มาตรฐาน แล้วจึงพิจารณาราคาประกอบการตัดสินใจ โดยอยู่ในความสามารถที่จะซื้อหรือผ่อนชำระได้โดยไม่ก่อให้เกิดความเดือดร้อน สำหรับทำเลที่ตั้งและการส่งเสริมการตลาดของบริษัท ไม่ค่อยมีอิทธิพลมากนัก แต่ต้องไม่ห่างจากที่ทำงานมากเกินไป

พิสุทธิ์ สุนทรามงคล (2540) ได้ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภค ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า สิ่งที่ผู้บริโภคพิจารณาเป็นอันดับแรก คือ คุณภาพของบ้านและอุปกรณ์ภายในบ้าน ลำดับถัดมาเป็นเรื่องราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ โดยไม่แพงจนเกินไป รวมทั้งพิจารณาค่าใช้จ่ายที่ต้องจ่ายให้กับโครงการ เช่น ค่าจัดเก็บขยะ ค่ายาม เป็นต้น เมื่อเข้าอยู่อาศัยร่วมด้วย ลำดับถัดไปเป็นเรื่องทำเลที่ตั้ง ต้องมีทำเลที่ปลอดภัย

และไม่ไกลจนเกินไป ลำดับสุดท้าย คือ การส่งเสริมการตลาด แต่ส่วนใหญ่ลูกค้าจะขอส่วนลด เป็นเงินสดมากกว่า

### ธุรกิจบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่

จากสถานะเศรษฐกิจตกต่ำของไทย ตั้งแต่ช่วงปลาย พ.ศ. 2539 เป็นต้นมา ทำให้ธุรกิจของทุกประเภทของไทย รวมทั้งธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประสบปัญหาในการดำเนินงานเป็นอย่างมาก อุปสงค์ในด้านที่อยู่อาศัยหดตัวอย่างรุนแรง ถึงแม้รัฐบาลในขณะนั้นจะพยายามหามาตรการเพื่อช่วยเหลือภาคอสังหาริมทรัพย์แต่ก็ไม่สามารถแก้ไขปัญหาดังกล่าวให้หมดได้ รัฐบาลได้กำหนดมาตรการเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศทั้งในระดับมหภาคและระดับจุลภาคเป็นเวลาหลายปี และในปลายปี พ.ศ. 2544 ธุรกิจด้านที่อยู่อาศัยได้เริ่มฟื้นตัวและมีแนวโน้มดีขึ้นตามลำดับ ด้วยมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐหลายด้าน แต่ที่เป็นประโยชน์ที่เอื้อต่อการฟื้นตัวของธุรกิจด้านที่อยู่อาศัยมากที่สุด คือ มาตรการลดหย่อนภาษีและค่าธรรมเนียมในการซื้อที่อยู่อาศัย ที่ประกาศใช้ในปี พ.ศ. 2545 ได้ทำให้ธุรกิจที่อยู่อาศัยเริ่มฟื้นตัวอย่างต่อเนื่อง โดยมีอัตราการขยายตัวของธุรกิจในด้านนี้ คิดเป็นร้อยละ 20.2 นอกจากนี้รัฐบาลยังได้กำหนดมาตรการอื่นๆอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการสนับสนุนโครงการสวัสดิการด้านที่อยู่อาศัย แก่ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจผ่านทางสถาบันการเงินต่างๆ โดยใช้อัตราดอกเบี้ยต่ำและผ่อนชำระระยะยาว เป็นมาตรการหลัก ทำให้ในปี พ.ศ. 2546 อัตราการขยายตัวของธุรกิจด้านที่อยู่อาศัยเพิ่มขึ้นร้อยละ 21.5 จาก ปีพ.ศ. 2545 และประมาณการว่า ในปี พ.ศ. 2547 น่าจะมีอัตราการขยายตัวร้อยละ 30.8 ของธุรกิจที่อยู่อาศัยทั้งประเทศ โดยสัดส่วนมากที่สุดได้แก่ กรุงเทพฯและปริมณฑล คิดเป็นร้อยละ 64.6 สำหรับภาคเหนือคิดเป็นร้อยละ 9.0 ของธุรกิจที่อยู่อาศัยทั่วประเทศ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2544:ออนไลน์) สำหรับจังหวัดเชียงใหม่ ตั้งแต่รัฐบาลได้กำหนดมาตรการลดหย่อนภาษีและค่าธรรมเนียมการซื้อที่อยู่อาศัยในปี พ.ศ. 2545 ทำให้ธุรกิจที่อยู่อาศัยในจังหวัดเชียงใหม่เริ่มฟื้นตัวขึ้น ประกอบกับในปีถัดมารัฐบาลได้กำหนดนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจ โดยจัดสวัสดิการที่อยู่อาศัย สำหรับข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยผ่านทางสถาบันการเงินต่างๆ รวมทั้งองค์กรบางหน่วยงาน เช่น กองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ ก็ได้เสริมโครงการดังกล่าว โดยให้สมาชิก กบข. สามารถกู้เงินเพื่อซื้อที่อยู่อาศัยได้โดยผ่าน ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ทำให้ธุรกิจที่อยู่อาศัยในภาคเหนือ โดยเฉพาะจังหวัดเชียงใหม่ ขยายตัวเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2546 คิดเป็นร้อยละ 155.5 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2544 (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2544:ออนไลน์)

และจากการศึกษาและสอบถามจากเจ้าหน้าที่ฝ่ายขายของหมู่บ้านจัดสรรต่างๆ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่ามีหมู่บ้านขนาดใหญ่ ที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดใกล้เคียงหลายหมู่บ้าน ส่วนใหญ่จะเป็นหมู่บ้านที่เคยดำเนินการมาแล้วหลายหมู่บ้านในอดีต เช่น หมู่บ้านแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำนวน 6 โครงการ หมู่บ้านลัดคารมณ หมู่บ้านกุลพันธ์วิสต์โครงการ 9 หมู่บ้านในฝัน เดอะรีเจนท์ กรีนวัลเลย์ เป็นต้น หมู่บ้านต่างๆ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่สามารถสรุปกลยุทธ์ทางการตลาดที่หมู่บ้านจัดสรรต่างๆ นำมาใช้ต่อกลุ่มลูกค้า พอสรุปได้ดังนี้

#### ก) หมู่บ้าน ลัดคารมณ

หมู่บ้านลัดคารมณ ตั้งอยู่ที่ ถนนวงแหวนรอบกลางเชียงใหม่ ตำบลสันผีเสื้อ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นหมู่บ้านขนาด 103 หลัง โดยมีบริษัท ควอลิตี้เฮาส์ จำกัด เป็นผู้ดำเนินการทั้งหมด ตั้งแต่การก่อสร้างและการขาย ซึ่งเดิม บริษัท ควอลิตี้เฮาส์ เป็นบริษัทที่รับงานก่อสร้างบ้านอยู่ในเครือ แลนด์ แอนด์ เฮาส์ ต่อมาภายหลังได้แยกตัวออกมาดำเนินงานเอง ทั้งก่อสร้างและการขาย จุดเด่นของโครงการนี้อยู่ที่ผลิตภัณฑ์ กล่าวคือ เป็นบ้านที่เน้นในเรื่องคุณภาพและความสะดวกสบายของลูกค้าที่ซื้อบ้านมากเป็นพิเศษ กล่าวคือการสร้างบ้านเป็นไปตามมาตรฐานสากล ใช้วัสดุที่มีคุณภาพด้วยยี่ห้อที่ทุกคนยอมรับ รวมไปถึงความปราณีตในการสร้างบ้านด้วยชื่อเสียงของ ควอลิตี้เฮาส์ ย่อมเป็นเครื่องรับประกันชื่อเสียงได้เป็นอย่างดี ลูกค้าทั้งหมดจึงไม่กังวลใจกับเรื่องตัวผลิตภัณฑ์แต่อย่างใด ในด้านการส่งเสริมการขายบริษัทได้ใช้กลยุทธ์ที่หลากหลายมาผสมผสานกัน เริ่มตั้งแต่การจัดสำนักงานให้มีความสวยงามอลังการณ เพื่อสื่อถึงควมมีคุณภาพของสินค้า นอกจากนี้ยังทำการสรรหาคัดเลือกพนักงานขายที่มีบุคลิกที่ดี มีความสามารถสูง มีการนำเสนอที่ดี พร้อมทั้งการสร้างบรรยากาศในการต้อนรับที่อบอุ่น ที่สำคัญกลยุทธ์ที่ควอลิตี้เฮาส์ได้นำมาใช้ในการขายครั้งนี้ คือ การสร้างบ้านเสร็จก่อนขาย ทำให้ลูกค้าที่สนใจสามารถดูสภาพจริงของบ้านพักอาศัยและสภาพแวดล้อมได้ทันที ซึ่งทางบริษัทมั่นใจว่า เมื่อลูกค้าได้ชมแล้วจะช่วยให้สามารถตัดสินใจได้ทันที เพราะบริษัทได้ส่งเสริมการขายด้วยการ ตกแต่งบ้านให้ครบชุด ทั้งมุ้งลวด เหล็กคัต ชุคครัวอย่างดี การบุฉนวนความร้อนใต้หลังคา ตู้เสื้อผ้า และอื่นๆอีกมาก โดยลูกค้าสามารถหิ้วกระเป๋าเข้ามาอยู่ได้ทันที รวมทั้งระบบสาธารณูปโภคที่ครบถ้วน พร้อมยามรักษาความปลอดภัย นอกจากนี้ ยังทำการติดตั้งป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ตามสี่แยกที่มีการจราจรหนาแน่น โดยเฉพาะบริเวณสี่แยกที่ใกล้กับโครงการ อีกทั้งที่ตั้งโครงการอยู่

ห่างจากศาลากลางจังหวัดเชียงใหม่เพียง 3 กิโลเมตรเท่านั้น บนถนนอ้อมเมืองรอบกลาง ท่ามกลางบรรยากาศชนบทที่ไม่มีผู้คนพลุกพล่าน

สำหรับช่องทางจัดจำหน่าย มีทั้งการจัดบูธแสดงตามศูนย์การค้าต่างๆ และการส่งเอกสารเชิญชวนให้มาเยี่ยมชมโครงการแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายด้วย ซึ่งในปัจจุบันเหลือบ้านที่กำลังสร้างเพียงไม่กี่หลัง

ในด้านราคา พบว่ามีราคาค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับโครงการอื่นๆของจังหวัดเชียงใหม่ คือมีแบบบ้านให้เลือก 5 แบบ โดยมีราคาเริ่มต้นที่ 3.3 บาท ถึงประมาณ 6.5 ล้านบาท ทั้งนี้ไม่รวมค่าบริการด้านสาธารณูปโภคต่างๆในภายหลัง ซึ่งบริษัทจะเรียกเก็บแบบเหมาจ่ายครั้งเดียวรวม 120,000 บาท โดยแบ่งจ่าย 2 งวดๆละ 60,000 บาท ซึ่งเงินดังกล่าวจะมีคณะกรรมการ หมู่บ้านเป็นผู้ดูแลต่อไป ถึงแม้ราคาจะค่อนข้างสูง แต่เมื่อเทียบกับคุณภาพรวมทั้งการที่ลูกค้าเห็นด้วยตาตนเองแล้วหากไม่มีปัญหาเรื่องราคาจะช่วยให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้น โดยจะพบว่าในปัจจุบันเหลือบ้านในส่วนด้านหน้าที่มีราคา 6 ล้าน – 8 ล้าน เพียง 8-9 หลัง ซึ่งกำลังอยู่ในระหว่างการก่อสร้าง บริษัทคาดว่าจะปิดโครงการได้ภายในสิ้นปี 2546 (มิ่งขวัญ ไชยมงคล, 2546:สัมภาษณ์)

#### ข) หมู่บ้านของบริษัท แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์

หมู่บ้านของบริษัท แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ ตั้งอยู่บนถนนสายเชียงใหม่-แม่โจ้ ห่างจากถนนสายเชียงใหม่-ลำปาง 5 กิโลเมตร และห่างจากมหาวิทยาลัยแม่โจ้ 7 กิโลเมตร เป็นหมู่บ้านขนาดใหญ่ ประกอบด้วยโครงการย่อย 6 โครงการในพื้นที่เดียวกัน ซึ่งโครงการส่วนใหญ่ได้เปิดมานานและบางโครงการได้ปิดไปแล้ว ในปัจจุบันเหลือเพียง 8 หลัง เท่านั้น โดยมีพื้นที่กระจายอยู่ตามโครงการย่อยต่างๆ โดยกลยุทธ์และการบริหารการตลาดใกล้เคียงกับบริษัท ควอลิตี้เฮ้าส์ จำกัดทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด ดังนั้นลูกค้าของทั้ง 2 บริษัทจึงเป็นลูกค้ากลุ่มเดียวกัน (สุจิตรา สุขคำรงค์, 2546:สัมภาษณ์)

#### ค) หมู่บ้าน รีเจนท์

หมู่บ้านรีเจนท์ ตั้งอยู่บนถนนเชียงใหม่-สันทราย ตำบลสันทรายน้อย อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ อยู่ห่างจากถนนวงแหวนรอบกลางเชียงใหม่ ประมาณ 2 กิโลเมตร เป็นหมู่บ้านขนาดกลาง โครงการ 1 ตั้งอยู่บนถนนสายเชียงใหม่-คอยสะเก็ด ได้ปิดโครงการไปแล้ว สำหรับโครงการที่ขายอยู่ในปัจจุบันเป็นโครงการ 2 มีจำนวนพื้นที่ตามที่โครงการกำหนด 99 แปลง ปัจจุบันขายไปแล้วประมาณครึ่งหนึ่งของพื้นที่โครงการทั้งหมด สำหรับกลยุทธ์ทางการ

ตลาดทางด้านผลิตภัณฑ์ จะใช้บ้านที่สร้างเสร็จแล้วเป็นตัวอย่างให้ลูกค้าที่เยี่ยมชมโครงการได้ชม พร้อมกับมีแบบบ้านให้เลือก 15 แบบ โดยจัดทำเป็น รูปภาพเหมือนให้เห็นของจริง เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจในคุณภาพ โดยมีราคาให้เลือกตั้งแต่ 1.5 ล้านบาท ถึง 3.7 ล้านบาท

ในด้านการส่งเสริมการตลาด ใช้ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่เป็นหลัก และการจัดแสดงตาม ศูนย์การค้าขนาดใหญ่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ สำหรับค่าสาธารณูปโภคส่วนกลางจะจัดเก็บเป็นรายปีๆละ 6,000 บาท (รุ่งฤทัย อภิบาลพลธรรม, 2546:สัมภาษณ์)

#### ง) กุลพันธ์วิลล์โครงการ 9

กุลพันธ์วิลล์เป็นชื่อหมู่บ้านที่ชาวเชียงใหม่รู้จักกันดี ปัจจุบันมี 9 โครงการ และทุกโครงการตั้งอยู่บนถนนสายเชียงใหม่-หางดง และที่เปิดขายอยู่ในปัจจุบันมีเพียงโครงการ 9 เท่านั้น ตั้งอยู่บนถนนเชียงใหม่-หางดง เช่นกัน ห่างจากตัวเมืองเชียงใหม่บริเวณศูนย์การค้าแอร์พอร์ตพลาซ่า ประมาณ 8 กิโลเมตร สำหรับโครงการอื่นๆมีเหลือบ้างเพียงเล็กน้อย โดยคุณภาพของผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับที่น่าพอใจแต่ไม่ทำผลิตภัณฑ์ของบริษัทควอลิตี้เฮาส์จำกัด โดยมีราคาเริ่มต้นที่ 1.3 ล้านบาท ถึงประมาณ 3 ล้านบาท

สำหรับการส่งเสริมการตลาด จะใช้ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ การออกสปอร์ตทางวิทยุท้องถิ่น และจัดบู๊ตตามศูนย์การค้าขนาดใหญ่ (บังอร อินตะ, 2546:สัมภาษณ์)

#### จ) หมู่บ้านกรีนวัลเลย์

หมู่บ้านกรีนวัลเลย์ เป็นหมู่บ้านขนาดใหญ่ ตั้งอยู่บนถนนสายเชียงใหม่-แมริม ห่างจากตัวเมืองเชียงใหม่ประมาณ 12 กิโลเมตร อยู่ติดกับเขตชุมชนของอำเภอแมริม เป็นหมู่บ้านจัดสรรที่มีลักษณะแตกต่างไปจากหมู่บ้านอื่นๆ กล่าวคือ มีสนามกอล์ฟระดับมาตรฐานสากลภายในหมู่บ้านด้วย และได้นำมาใช้เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการขายในช่วงเปิดโครงการในระยะแรกด้วย โดยผู้ที่ซื้อที่ดินพร้อมบ้านในโครงการ จะได้รับสิทธิในการเป็นสมาชิกของสนามกอล์ฟกรีนวัลเลย์พร้อมกันไปด้วย แต่ถึงแม้จะเปิดโครงการเป็นเวลาหลายปี ยังมีพื้นที่ที่ว่างอยู่เป็นจำนวนมาก ในปัจจุบันได้แบ่งออกเป็น 3 โครงการ ได้แก่ โครงการที่ 1 เป็นโครงการเดิมที่มีการจัดสรรตั้งแต่เริ่มเปิดดำเนินโครงการ เป็นพื้นที่ที่อยู่โดยรอบสนามกอล์ฟ โดยมีพื้นที่ตั้งแต่ 1 ไร่ขึ้นไป กำหนดราคาขายตารางวาละ 9,500 บาท โครงการที่ 2 เป็นโครงการที่อยู่โดยรอบโครงการแรก มีพื้นที่ ตั้งแต่ 380 ตารางวาขึ้นไป กำหนดราคาขายตารางวาละ 8,500 บาท โครงการที่ 3 ชื่อโครงการ ฟอรา เป็นพื้นที่จัดสรรต่อจากโครงการ 2 อยู่ทางด้านทิศเหนือติดกับถนนเชื่อมระหว่าง

อำเภอแม่ริมและอำเภอแม่ใจ แบ่งพื้นที่ตั้งแต่ 70 ตารางวาขึ้นไป กำหนดราคาขายตารางวาละ 8,000 บาท ทั้ง 3 โครงการมีพื้นที่ติดต่อกัน ใช้ระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ และระบบรักษาความสะอาดและความปลอดภัยร่วมกัน ในการเลือกแบบบ้านลูกค้าสามารถเลือกแบบบ้านที่โครงการจัดเตรียมไว้ให้ หรือจะนำแบบบ้านมาเอง ทำการสร้างเอง หรือให้หมู่บ้านก่อสร้างให้ก็ได้ ขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้า โดยค่าใช้จ่ายจะแยกกันระหว่างที่ดินและค่าก่อสร้าง สำหรับเงื่อนไขการชำระค่าที่ดิน โดยชำระล่วงหน้าวันทำสัญญา 30,000 บาท ที่เหลือสามารถผ่อนชำระกับธนาคาร หรือแบ่งชำระ 6 งวดโดยตรงกับโครงการก็ได้ หมู่บ้านกรีนวัลเลย์ ใช้บริการระบบสาธารณูปโภคจากองค์การรัฐ คือ การประปาส่วนภูมิภาค การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค และองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย สำหรับค่าใช้จ่ายอื่นๆ ได้แก่ ค่ารักษาความสะอาดและการรักษาความปลอดภัยชำระในอัตรา 3,500 บาทต่อปี

สำหรับการส่งเสริมการตลาด ยังใช้กลยุทธ์เหมือนหมู่บ้านทั่วไป คือ การใช้ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ตามแหล่งชุมชน การจัดเคาเตอร์ประชาสัมพันธ์ตามศูนย์การค้าขนาดใหญ่ทั้งในจังหวัดเชียงใหม่และกรุงเทพมหานคร นอกจากนี้ยังเสริมการตลาดด้วยการจัดแข่งขันกอล์ฟระดับประเทศ และการให้ลูกค้าเป็นสมาชิกกอล์ฟได้ในราคาพิเศษกว่าสมาชิกทั่วไปที่ไม่ใช่ลูกค้าของหมู่บ้าน (กิตติยา ณ ลำปาง, 2546: สัมภาษณ์)

#### ฉ) หมู่บ้านในฝัน

หมู่บ้านในฝัน เป็นหมู่บ้านที่ดำเนินการโดยบริษัท นิยมพาณิชย์ เรียวเอสเตท จำกัด มีทั้งสิ้น 3 โครงการ โครงการที่ 1 ตั้งอยู่ที่ตำบลป่าแดด อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ปัจจุบันปิดโครงการไปแล้ว โครงการที่ 2 ตั้งอยู่ที่ตำบลแม่เหีะ อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ โครงการที่ 3 ตั้งอยู่ที่อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ โดยปัจจุบัน โครงการที่ 2 และ 3 ยังเปิดให้ผู้สนใจเข้าเลือกซื้ออยู่ โดยมีทั้งขายเฉพาะที่ดินเปล่า หรือที่ดินพร้อมบ้าน โดยบริษัทจะมีแบบบ้านให้เลือก หรือจะนำแบบบ้านมาเองแล้วให้บริษัทจัดสร้างให้ก็ได้ โครงการมีขนาดพื้นที่ที่แตกต่างกันขึ้นกับทำเลของพื้นที่ เช่น บริเวณด้านหน้าโครงการ หรือบริเวณหัวมุมถนนหรือจุดตัดของถนนในโครงการ พื้นที่จะมีขนาดใหญ่กว่าทำเลอื่นๆ โดยมีขนาดตั้งแต่ 150 ตารางวาขึ้นไป ส่วนทำเลอื่นๆ จะแบ่งเป็นแปลงๆ ละ 100 ตารางวาขึ้นไป สำหรับราคาขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้งของพื้นที่ โดยราคาที่ดินต่ำสุดเริ่มตั้งแต่ 6,500 บาทขึ้นไป จนถึง 8,500 บาท สำหรับราคาบ้านขึ้นอยู่กับแบบที่เลือก โดยแบบบ้านที่โครงการจัดเตรียมไว้มีตั้งแต่ 1,200,000 บาทขึ้นไป

ในด้านส่งเสริมการขาย โครงการได้จัดเตรียมสโมสร ระบายน้ำ ร้านอาหาร ไว้ทุกโครงการ โดยผู้ที่เป็นลูกค้าของโครงการจะได้รับสิทธิการเป็นสมาชิกทั้งครอบครัวตลอดไป โดยในด้านการตลาด นอกจากการขึ้นป้ายโฆษณาขนาดใหญ่แล้ว ยังโฆษณาตามสื่อวิทยุและสิ่งพิมพ์ของท้องถิ่น และจัดส่งแผ่นพับไปปลิวถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายโดยตรงทางไปรษณีย์เป็นบางครั้งด้วย (รัชนก ทิมากร, 2546:สัมภาษณ์)

นอกจากหมู่บ้านที่กล่าวมาแล้ว ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ยังมีหมู่บ้านโครงการต่างๆอีกเป็นจำนวนมากทั้งขนาดกลางและขนาดเล็ก เช่น ทางด้านทิศใต้ของเมืองเชียงใหม่ จะมีหมู่บ้านรุ่งอรุณ บ้านเวียงตาล เป็นต้น ทางด้านทิศตะวันออก เช่น หมู่บ้าน พิมุขต์ หมู่บ้านกล้วยไม้ เป็นต้น ทางด้านทิศเหนือ เช่น หมู่บ้านสวนนนทรีย์ เป็นต้น หมู่บ้านที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายกลุ่มเดียวกัน จะมีกลยุทธ์ที่ไม่แตกต่างกันเท่าใดนัก และที่เหมือนกันคือการผ่อนชำระ หากต้องชำระกับธนาคารจะมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 70 ของราคาทั้งสิ้นที่ตกลงซื้อขาย สำหรับการผ่อนชำระค้างงวด หากบ้านยังไม่ได้ทำการก่อสร้างจะสามารถผ่อนชำระได้ แต่ถ้าบ้านได้เริ่มก่อสร้างแล้วจะไม่สามารถผ่อนชำระได้ ซึ่งทุกหมู่บ้านใช้หลักการเดียวกันทั้งสิ้น

โครงการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของสมาชิก กบข.

โครงการสินเชื่อที่อยู่อาศัยสำหรับสมาชิก กบข. เป็นโครงการที่ กบข. จัดทำขึ้นเพื่อสนับสนุนสมาชิก กบข. ให้มีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง โดยให้ธนาคารอาคารสงเคราะห์เป็นผู้บริหารโครงการ เริ่มโครงการตั้งแต่ เดือน ธันวาคม 2545 ถึง เดือนมีนาคม 2546 โดยมีรายละเอียดพอสรุปได้ ดังนี้ (ธนาคารอาคารสงเคราะห์, 2545:ออนไลน์)

#### วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อให้สมาชิก กบข. มีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง
2. เพื่อเป็นสวัสดิการสำหรับสมาชิก กบข.

#### คุณสมบัติผู้เข้าร่วมโครงการและเงื่อนไข

1. เป็นข้าราชการที่ยังรับราชการอยู่ และเป็นสมาชิกกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ (กบข.)
2. ผู้กู้ และ/หรือ คู่สมรส (จดทะเบียน) ต้องมีชื่อเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์บ้านพร้อมที่ดินที่นำมาเป็นหลักประกัน
3. วงเงินกู้ไม่เกินร้อยละ 100 ของราคาประเมินที่ดินและอาคาร หรือห้องชุด และ ไม่เกิน 65 เท่า ของเงินเดือน



4. เงินผ่อนชำระเป็นอัตราคงที่ตามสัญญาผู้ โดยเงินงวดไม่เกินร้อยละ 50 ของเงินเดือนสุทธิ หรือไม่เกินร้อยละ 80 ของเงินเดือนสุทธิ กรณีมีผู้ร่วมเป็นคู่สมรสจดทะเบียนและมีรายได้มั่นคง (ประกอบอาชีพ รับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ หรือบริษัทเอกชนที่มีหลักฐานการรับเงินเดือนเพียงพอใช้จ่ายในการครองชีพได้)

5. อัตราคอกเบี้ยเงินกู้ยืมที่ 2 ปีแรก ร้อยละ 4.75 ต่อปี หลังจากนั้นคิดอัตราคอกเบี้ยลอยตัวเท่ากับอัตราคอกเบี้ยอ้างอิง MRR ลบร้อยละ 1.50 ต่อปีวงเงินให้กู้