

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดความเป็นไปได้ทางการตลาดในการนำนวัตกรรมระบบการจัดการพลังงานทดแทนมาใช้ในโครงการบ้านจัดสรร รวมถึงวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดความเป็นไปได้ กับหลักการบริหารจัดการของนักพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณจากประชาชนผู้บริโภคจำนวน 383 คน ภายใต้หลักการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามแนวคิดของทาโร่ ยามาเน่ ทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างอย่างง่าย ดำเนินการสอบถามทางโทรศัพท์ และเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพจากนักวิชาการด้วยเทคนิคสนทนากลุ่มวิเคราะห์ จำนวน 7 คน ที่ได้มาจากการคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง และสัมภาษณ์เชิงลึกกับนักพัฒนาโครงการ จำนวน 2 คน ที่ได้มาจากการคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง ผลปรากฏว่า

ปัจจัยสำคัญที่ใช้กำหนดความเป็นไปได้ทางการตลาดในการนำนวัตกรรมระบบการจัดการพลังงานทดแทนมาใช้ในโครงการบ้านจัดสรร ประกอบด้วย 6 ปัจจัยหลัก ได้แก่ 1) ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกในระดับมหภาค ซึ่งได้แก่ การเมือง (สถานการณ์การเมือง กฎหมายและข้อบังคับต่าง ๆ และ โครงการขนาดใหญ่) เศรษฐกิจ (รายได้ของประชากร อัตราดอกเบี้ย และความเชื่อมั่นของผู้บริโภค) สังคมและวัฒนธรรม (ทัศนคติของผู้บริโภคและประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม) และเทคโนโลยี (นวัตกรรมระบบการจัดการพลังงานทดแทน) 2) ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกในระดับจุลภาค ซึ่งได้แก่ อุปสงค์ อุปทานหรือคู่แข่ง สถาบันการเงิน และผู้จัดหาวัตถุดิบ 3) การกำหนดกลยุทธ์การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย และการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ 4) การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค 5) การวิเคราะห์จุดขาย และ 6) การวิเคราะห์ส่วนประสมการตลาด ซึ่งได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด นอกจากนี้ นักพัฒนาโครงการสามารถวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดความเป็นไปได้กับหลักการบริหารจัดการของนักพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ กำหนดเป็นกลยุทธ์และแนวทางปฏิบัติทางการตลาดที่ส่งผลให้โครงการบ้านจัดสรรประสบความสำเร็จในการขายเมื่อออกสู่ตลาด ภายใต้กระบวนการเปิดตลาด การกำหนดกลุ่มเป้าหมายหลัก การกำหนดจุดขายของโครงการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การตั้งราคาขาย การกำหนดช่องทางการขาย การสื่อสารการตลาดและการประชาสัมพันธ์โครงการ และการส่งเสริมการขาย