

แรงกดดันทางธุรกิจกับความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ จังหวัด เพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

Business pressures with the successful operation of real estate Phetchaburi Province and Prachuap Khiri Khan Province

เครือฟ้า ปุราเต¹
Kruefa Purate¹

บทคัดย่อ

ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ถือเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่ช่วยขับเคลื่อนให้เศรษฐกิจเติบโต และมีอัตราการปรับตัวเพิ่มขึ้น และปัจจัยบวกจากเศรษฐกิจที่มีแนวโน้มเติบโตดีขึ้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเรื่องนี้โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาแรงกดดันทางธุรกิจของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ จังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์ 2) ศึกษาความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ จังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์ และ3) ศึกษาความสัมพันธ์แรงกดดันทางธุรกิจกับความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ จังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริหารระดับสูง ผู้จัดการฝ่ายการขายและการตลาด และฝ่ายบัญชี ของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ จังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 250 คน ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามมีความเชื่อมั่นเท่ากับ.931 เก็บรวบรวมได้ข้อมูลกลับคืนมาจำนวน 250 ชุด สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า 1) แรงกดดันทางธุรกิจของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ จังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดลงไป ได้แก่ ด้านแรงผลักดันที่เกิดขึ้นภายในอุตสาหกรรม ด้านแรงผลักดันจากสินค้าทดแทน ด้านแรงผลักดันจากคู่แข่งรายใหม่ที่เข้าสู่ตลาด ด้านอำนาจต่อรองจากผู้ขายวัตถุดิบ และ ด้านอำนาจต่อรองจากผู้ซื้อ ตามลำดับ 2) ความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ในจังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดลงไป ได้แก่ ด้านความพึงพอใจของลูกค้า ด้านการเติบโตทางธุรกิจ ด้านยอดขาย ด้านภาพลักษณ์ขององค์กร ด้านกำไร และด้านส่วนครองทางการตลาด ตามลำดับ 3) ความสัมพันธ์ระหว่างแรงกดดันทางธุรกิจกับความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ จังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมมีความสัมพันธ์กันทางบวกในระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.746 ใน ด้านอำนาจต่อรองจากผู้ซื้อ ด้านแรงผลักดันจากสินค้าทดแทน ด้านอำนาจต่อรองจากผู้ขายวัตถุดิบ และด้านแรงผลักดันจากคู่แข่งรายใหม่ที่เข้าสู่ตลาด

คำสำคัญ: แรงกดดันทางธุรกิจ, ความสำเร็จในการดำเนินงาน, ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

Abstract

Real estate is another business that helped drive economic growth. Even with the problems, In terms of political stability and purchasing power fell in 2558, but real estate is still confident that it will continue growing and the rate of increase and driven by economic growth better. The research was to study the matter with the aim to 1) study the pressures of the real estate business Phetchaburi and Prachuap Khiri Khan 2) study the successful operation of real estate Phetchaburi and Prachuap Khiri Khan and 3) relationship between business pressures and the successful operation of real estate Phetchaburi and Prachuap Khiri Khan. The populations in this study include senior executives, Manager of sales and marketing, and accounting of real estate in Phetchaburi and Prachuap Khiri Khan. A sample size of 250 people using stratified random sampling. The instrument used in this study were

¹ นักศึกษาสาขาวิชาการจัดการทั่วไป คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

¹ Student Academic Management Faculty of Business Administration, Phetchaburi Rajabhat University.



a questionnaire with the same confidence. 931 collected data back to the 250 series, the statistical methods used to analyze data were percentage, average, standard deviation and Pearson correlation coefficient.

The findings revealed that 1. Pressure on the business of real estate Phetchaburi and Prachuap Khiri Khan the overall level sort highest mean to include the driving force that takes place within the industry, the thrust of the replacement product, the thrust of new competitors entering the market, the bargaining power of suppliers and the bargaining power of buyers, respectively. 2. The success of the operation of real estate in Phetchaburi and Prachuap Khiri Khan overall is moderate order to include the maximum satisfaction of our customers, the growth in sales and earnings in the image of organizations dominate the market, respectively. 3. The relationship between business pressures with the successful operation of real estate Phetchaburi and Prachuap Khiri Khan overall there is a positive correlation between a high level statistically significant at the 0.05 level, with a correlation coefficient (r) was 0.746 in the bargaining power of buyers, the thrust of the replacement product. The bargaining power of suppliers. and the impetus from new competitors entering the market. The real estate business with a focus on the development of renewable and alternative forms of real estate, location is good. As a result, consumers have to buy housing. This makes real estate sales, profits, market share growth and increased business.

Keywords: business pressures, The successful, implementation real estate

บทนำ

ที่อยู่อาศัยเป็นสิ่งจำเป็นต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์อย่างหนึ่งในปัจจัยสี่และเมื่อความเจริญทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วที่อยู่จึงเป็นสิ่งที่แสดงสถานะความเป็นอยู่ในสังคม ความมั่นคง และความปลอดภัยในชีวิต ซึ่งที่อยู่อาศัยแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ ที่อยู่อาศัยแบบแนวราบ เช่น บ้านเดี่ยว ทาวน์เฮาส์ โรงเรือนต่างๆ และ ที่อยู่อาศัยแนวตั้ง เช่น อาคารชุด คอนโดมิเนียม อพาร์ทเมนต์ (ธนาคารอาคารสงเคราะห์, 2552) ปัจจุบันความต้องการที่อยู่อาศัยเพิ่มมากขึ้นเนื่องจากความเป็นอยู่ของประชาชนเปลี่ยนแปลงไป ครอบครัวเดิมอยู่กันเป็นครอบครัวใหญ่ เปลี่ยนเป็นแยกออกมามีครอบครัวเองหลังจากแต่งงาน หรือแยกออกมาทำงาน โดยเฉพาะในเขตพื้นที่เศรษฐกิจย่านใจกลางกรุงเทพมหานครซึ่งเป็นเมืองหลวงของประเทศไทย มีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 63,891,000 คน (สถาบันวิจัยประชากรและสังคม, 2558) ความเจริญทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและไม่ตัดแยกกันในแต่ละพื้นที่ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วความเจริญทางเศรษฐกิจมักกระจุกตัวอยู่ในเขตหรือเมืองหลวง และเมืองที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเท่านั้น ความเจริญดังกล่าวจึงเป็นเหตุจูงใจทำให้ประชากรจากทุกภาค ย้ายถิ่นฐานจากเขตชนบทเข้ามาอยู่ในเขตเมืองมากขึ้นเพื่อแสวงหาโอกาสที่ดีในการดำเนินชีวิต เขตเมืองจึงแออัดไปด้วยผู้คนซึ่งทวีจำนวนมากขึ้นทุกๆ ปี โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมืองท่องเที่ยวหัวหิน ที่มีแหล่งท่องเที่ยวแล้วยังเป็นศูนย์กลางของความเจริญในด้านต่างๆ ส่งผลให้อำเภอเมืองหัวหินต้องรองรับการมาพักผ่อน หรือมาอาศัยอยู่เพื่อท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของอำเภอหัวหิน (ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์, 2558)

ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ถือเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่ช่วยขับเคลื่อนให้เศรษฐกิจเติบโตรองมาจากการส่งออกและการ

ท่องเที่ยว ซึ่งแม้จะมีปัญหาไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของความต้องการเมืองของประเทศจนทำให้ความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการลดลง และยังส่งผลต่อกำลังซื้อของผู้บริโภค รวมถึงปัญหาเศรษฐกิจโลกที่ผันผวน ค่าเงินที่ไม่คงที่ พร้อมๆ กับอัตราดอกเบี้ยที่อาจมีการปรับเปลี่ยนแต่สิ่งที่มีผลกระทบกับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์มากที่สุด คือ กำลังซื้อของผู้บริโภคที่ชะลอตัวลงจากปัญหานี้ครัวเรือนที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับสูง เนื่องจากธนาคารต่าง มีความกังวลกับการกู้เงินของผู้บริโภคที่ยังมีหนี้ค้างเก่ายังไม่ชำระ จากการเก็บข้อมูลของศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ในปี 2558 ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งบริษัทต่างๆ จึงจำเป็นต้องมีการปรับแผนการบริหารและพัฒนาธุรกิจให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล (ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์, 2558) สำหรับจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์ในพื้นที่ชะอำ - หัวหิน-ปราณบุรี มีหน่วยประเภทบ้านจัดสรร 4,750 หน่วย จาก 69 โครงการ มูลค่ารวม 15,300 ล้านบาท ขายได้แล้ว 2,550 หน่วย คิดเป็น 54% ของหน่วยในผังทั้งหมด มูลค่าที่ขายได้แล้ว 8,600 ล้านบาท เหลือขาย 2,200 หน่วย มูลค่า 6,700 ล้านบาท ในจำนวนนี้มี 59 โครงการที่เปิดการขายตั้งแต่ปี 2553 ทั้งนี้ระดับราคาต่อหน่วยบ้านจัดสรรค่อนข้างใกล้เคียงกันระหว่าง 1-2 ล้านบาท ระดับ 2-3 ล้านบาท และระดับ 3-5 ล้านบาท ทั้งนี้ เมื่อแบ่งตามพื้นที่ พบว่า ในอำเภอหัวหินมีหน่วยเสนอขาย 3,250 หน่วย อำเภอปราณบุรี 800 หน่วย และอำเภอชะอำ 700 หน่วย อำเภอบ้านฉาง 1,800 หน่วย และอำเภอนิคมพัฒนา 600 หน่วย หากแบ่งตามประเภทจะเป็นบ้านเดี่ยว 3,100 หน่วย เป็นทาวน์เฮาส์ 650 หน่วย เป็นบ้านแฝด 600 หน่วย ที่เหลือเป็นอาคารพาณิชย์ และที่ดินเปล่า อัตราของบ้านจัดสรรอยู่ที่ 5.9% หากไม่มีการเปิดขายหน่วยบ้านจัดสรรใหม่เพิ่ม ตลาดจะขายได้หมดภายในระยะเวลา 17 เดือน สำหรับสถานะของการก่อสร้างพบว่า เป็นหน่วยที่ยังไม่ก่อสร้าง 1,600 หน่วย อยู่ระหว่างก่อสร้าง 1,600 หน่วย และก่อสร้างแล้วเสร็จ 1,550 หน่วย โดยจากหน่วยที่ก่อสร้าง

แล้วเสร็จ มีเหลือขาย 130 หน่วยสำหรับที่อยู่อาศัยประเภทอาคารชุด มีห้องชุดซึ่งอยู่ระหว่างการขายทั้งหมด 14,900 หน่วย มาจาก 48 โครงการ มีมูลค่าโครงการรวมกันทั้งสิ้น 67,600 ล้านบาท ขายได้แล้ว 8,000 หน่วย มูลค่าที่ขายได้ 36,900 ล้านบาท เหลือขาย 6,900 หน่วย มูลค่าเหลือขายรวม 30,700 ล้านบาทในจำนวนนี้มีห้องชุด 19 % ที่มีราคาอยู่ระหว่าง 1-2 ล้านบาท คิดเป็น 18% และราคา 2-3 ล้านบาท 34% ส่วนที่เหลือราคาขาย 3-5 ล้านบาท โดยอยู่ในอำเภอชะอำ 9,300 หน่วย อำเภอหัวหิน 4,600 หน่วย และอำเภอปราณบุรี 1,000 หน่วย (ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์, 2558)

ความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ หมายถึง การดำเนินงานของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้จะประกอบด้วยยอดขายกำไร ส่วนครองทางการตลาด และการเติบโตทางธุรกิจ ซึ่งปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย พบว่า ปัจจัยด้านลูกค้าและตลาดส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจคิดเป็นร้อยละ 33.50 (จุฑามาศ จิตติถาวร และคณะ, 2554) รวมทั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนกับการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาสนับสนุน ระบบการจัดการของ SMEs ประเภทอุตสาหกรรมในภาคใต้ พบว่า ผู้ประกอบการมีความสำเร็จของธุรกิจมาจากการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการสนับสนุนกิจกรรมการดำเนินงานในปัจจุบัน จะช่วยสร้างศักยภาพทางการแข่งขัน โดยนำมาใช้กับกิจกรรมการผลิตและการควบคุม สินค้า กิจกรรมการบัญชีในการบันทึกบัญชีและกิจกรรมการเงิน ซึ่งจะเห็นได้ว่ากิจกรรม ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจที่สำคัญคือการมีโปรแกรมสำเร็จรูปที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมดังกล่าว ทำให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการดำเนินงานของธุรกิจลดต้นทุนและก่อให้เกิดผลกำไรเพิ่มขึ้น และสุทธิธิ์ลอย (2555) ได้ศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การสร้างความสำเร็จกับความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย พบว่า ผู้บริหารธุรกิจ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีกลยุทธ์การสร้างความสำเร็จกับลูกค้าโดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการกำหนดวิสัยทัศน์ด้านการประเมินคุณค่าของลูกค้าที่ดีที่สุด ด้านการวางแผนการตลาดสื่อสาร ด้านการประเมินผลและการวิเคราะห์ ด้านการพิจารณาคุณสมบัติที่มีความสำคัญต่อลูกค้าที่ดีที่สุด และด้านการระบุกลุ่มลูกค้าที่ดีที่สุด และผู้บริหารธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีความสำเร็จในการดำเนินงานโดยรวมและรายด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านภาพลักษณ์องค์กร ด้านความพึงพอใจของลูกค้า ด้านส่วนแบ่งการตลาด และด้านการบรรลุเป้าหมายขององค์กร

แรงกดดันทางธุรกิจกับความสำเร็จในการดำเนินงานหรือประกอบการธุรกิจนั้นต้องคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ซึ่ง Michael E. Porter (1980) ได้วิเคราะห์แบบจำลองแรงกดดันทางธุรกิจไว้ 5 ประการ (The five forces model for

competition) ที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจเพื่อการแข่งขันประกอบด้วย

1) อำนาจต่อรองจากผู้ขายวัตถุดิบหรือซัพพลายเออร์ เป็นการรวมกลุ่มกันเพื่อลดอำนาจในการต่อรองกับผู้ซื้อเพื่อผู้ขายวัตถุดิบนั้นขายสินค้าได้ในราคาที่สูงขึ้นหรือมีคุณภาพที่น้อยลงโดยที่ผู้ซื้อหรือลูกค้าไม่มีสิทธิเลือกมากนักโดยเฉพาะอย่างยิ่งกับผู้ซื้อที่ต้องเจอกับผู้ขายวัตถุดิบที่มีจำนวนน้อยแล้วยิ่งเสี่ยงที่จะเผชิญกับเหตุการณ์ได้ยากเพราะทางเลือกย่อมมีน้อยลงตามไปด้วยประกอบกับเมื่อธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ไม่สามารถกำหนดราคาเองได้ก็จะส่งผลให้ต้นทุนในการทำธุรกิจนั้นสูงขึ้น ซึ่งวิธีรับมือกับอำนาจต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบนั้นก็คือการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เดียวกันเพื่อไปต่อรองราคาหรือรวมกลุ่มกันเพื่อสั่งซื้อวัตถุดิบที่ละมากๆ เพื่อลดราคาของผู้ขายวัตถุดิบให้ถูกลงไม่เช่นนั้นจะไปเลือกใช้บริการของผู้ขายวัตถุดิบหรือซัพพลายเออร์รายอื่นแทน (ยุพาวดี สมบูรณ์กุล, 2555)

ซึ่งนอกจากกลุ่มผู้ขายวัตถุดิบจะมีอำนาจต่อรองที่เพิ่มขึ้นแล้ว ยังเป็นการสร้างสัมพันธ์มิตรอันดีกับบรรดาคู่แข่งที่ช่วยเพิ่มอำนาจการต่อรองกับลูกค้าในอนาคตอีกด้วย 2) ด้านอำนาจต่อรองจากผู้ซื้อ

ในบางครั้งผู้ซื้อก็มีอำนาจที่จะกำหนดราคาของสินค้าให้ลดลง หรือกำหนดคุณภาพของสินค้าและบริการให้สูงขึ้นได้ตามที่ผู้ซื้อต้องการ ซึ่งสำหรับผู้ประกอบการรายย่อยๆแล้ว ทั้งการลดราคาขายก็ทำให้รายได้ลดลง ส่วนการเพิ่มคุณภาพก็ทำให้ต้นทุนนั้นสูงขึ้น และปัจจัยเหล่านี้ก็นำไปสู่ผลกำไรที่ลดลงอีก โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับธุรกิจที่มีกลุ่มลูกค้าให้ความสนใจน้อยและไม่เป็นที่ต้องการของตลาดลูกค้าก็จะยังมีอำนาจในการต่อรองที่สูงขึ้น และจะยิ่งสูงขึ้นไปอีกถ้าหากลูกค้ามีการรวมกลุ่มกันเพื่อซื้อในปริมาณมาก เพราะลูกค้านั้นจะมีสิทธิในการเลือกที่จะไปเสนอซื้อกับผู้ประกอบการเจ้าอื่นๆ ที่สามารถให้ราคาและคุณภาพได้ในแบบที่ผู้ซื้อต้องการ ดังนั้นการรวมกลุ่มกันของผู้ประกอบการที่ขายสินค้าหรือให้บริการชนิดเดียวกันในการกำหนดฐานราคาที่ต่ำที่สุดที่จะขายให้กับลูกค้าได้ เพราะเมื่อเราทำข้อตกลงกับบริษัทอื่นๆ ในเรื่องราคาแล้ว ลูกค้าก็จะไม่สามารถต่อรองราคาสินค้าได้มากนัก เนื่องจากในแต่ละบริษัทก็จะมีราคาของสินค้าที่เท่ากันหรือใกล้เคียงกัน เพื่อลดการแข่งขันการตัดราคาของผู้ประกอบการทุกฝ่าย 3) ด้านแรงผลักดันจากคู่แข่งรายใหม่ที่เข้าสู่ตลาด หากธุรกิจอสังหาริมทรัพย์มียอดขายสูง มีกำไรดี แต่มีอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดที่ต่ำ ก็จะทำให้มีคู่แข่งหน้าใหม่ๆ เข้ามาลงทุนอีกมากมายภายในเวลาไม่ช้า ซึ่งแน่นอนว่าเมื่อมีการแข่งขันในตลาดเดียวกันแล้ว ส่วนแบ่งการตลาดและกำไรที่เคยมีสูงก็ต้องลดลง โดยปกติแล้วธุรกิจใหญ่ๆ อาจยังไม่ค่อยได้รับผลกระทบมากนักเพราะสำหรับธุรกิจขนาดใหญ่ มักปรับตัวกลับมาในราคาที่ถูกลงกว่า ทำให้สามารถกำหนดราคาในราคาที่ต่ำกว่า รวมไปถึงระบบงานทั้งวิธีการจัดส่งและกระจายสินค้าที่มีประสิทธิภาพ



จนยากที่รายใหม่จะเข้ามาทดแทนได้ แต่สำหรับธุรกิจขนาดเล็กนั้นสามารถสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าจนเกิดเป็นความจงรักภักดีได้เช่นกัน การสร้างธุรกิจให้แข็งแกร่งและเป็นที่รู้จักของผู้คนก็เป็นอีกวิธีหนึ่งที่ว่าแม้จะมีผู้ประกอบการรายใหม่เปิดตัวมา ลูกค้าก็จะยังคงใช้บริการสินค้าและบริการต่อไป ดังนั้นหากธุรกิจที่ทำอยู่นั้นสามารถมีคู่แข่งใหม่ๆ เข้ามาในตลาดก็ควรจะให้ความสำคัญกับคุณค่าของธุรกิจ และสร้างความโดดเด่นที่เลียนแบบได้ยากก็จะเป็นอุปสรรคที่ยากขึ้นสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ 4) ด้านแรงผลักดันจากสินค้าทดแทน มักจะเกิดเมื่อลูกค้าของธุรกิจนั้นสามารถหาสินค้าที่มาแทนสินค้าของธุรกิจนั้นได้อย่างง่ายดาย โดยสินค้าทดแทนนั้นอาจมีราคาที่ถูกกว่าหรือมีคุณภาพบางส่วนที่ดีกว่า จนตัดสินใจที่จะเลิกซื้อสินค้าและบริการของธุรกิจนั้นแล้วหันไปเลือกใช้สินค้าทดแทน ธุรกิจสังหาริมทรัพย์ เช่น การเช่าอพาร์ทเมนต์และห้องพัก ที่จะเป็นสินค้าทดแทนสำหรับการซื้อบ้าน ทาวน์เฮ้าส์ หรือคอนโดมิเนียม เนื่องจากราคาเช่าที่ถูกกว่า และ 5) แรงผลักดันที่เกิดขึ้นภายในอุตสาหกรรม ซึ่งคู่แข่งกันทั้งหมดที่มีการผลิตสินค้าและรูปแบบอยู่ในธุรกิจเดียวกันจะเน้นผลิตภัณฑ์และตลาดเดียวกัน โดยมีการตรวจสอบดูว่า คู่แข่งมีกลยุทธ์ใดที่มากะทบองค์กรธุรกิจนั้นๆ การวิเคราะห์ขนาดของคู่แข่งกัน กำลังการผลิต เงินทุน ส่วนแบ่งการตลาด กลยุทธ์ของคู่แข่งกัน การประหยัดเนื่องจากขนาดความสามารถในการผลิต อุปสรรคในการออกจากตลาดรวมถึงสภาพเศรษฐกิจที่มีผลกระทบต่อการแข่งขัน ดังนั้นในธุรกิจต่างๆ ต้องมุ่งเน้นในด้านของคุณภาพของสินค้าเพื่อให้เป็นที่รู้จักและยอมรับของผู้คนทั่วไปให้มากที่สุด ซึ่งเป็นการสร้างแบรนด์แก่สินค้า ทำให้สินค้าขายได้ มียอดขาย กำไร ส่วนครองทางการตลาดเพิ่มขึ้น และทำให้ธุรกิจเจริญเติบโตขึ้น ซึ่งกลยุทธ์การตลาดนั้นมีบทบาทสำคัญทางการตลาดเพราะเป็นการรวมการตัดสินใจทางการตลาดทั้งหมดเพื่อนำมาใช้ในการดำเนินงาน สอดคล้องกับความต้องการของตลาดเป้าหมายทางธุรกิจ ประกอบด้วย ยอดขาย กำไร ส่วนครองทางการตลาด และการเติบโตทางธุรกิจ ซึ่งจะทำหน้าที่ร่วมกันส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2556)

จากการเติบโตของธุรกิจสังหาริมทรัพย์ในจังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ดังกล่าวเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้ประกอบการหรือนักลงทุนคาดหวังผลตอบแทนที่ดีในการลงทุน ทำให้ปัจจุบันเกิดกระแสการลงทุนในธุรกิจสังหาริมทรัพย์ประเภทนี้มาก และจากความสำเร็จดังกล่าว ผู้วิจัยสนใจศึกษาแรงกดดันทางธุรกิจกับความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจสังหาริมทรัพย์ จังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปวางแผนและพัฒนา กลยุทธ์ทางธุรกิจของสังหาริมทรัพย์อันเกิดจากผลกระทบจากแรงกดดันทางธุรกิจ และตอบสนองให้ตรงกับความต้องการของผู้ซื้อ ทั้งนี้ผลจากการวิจัยจะช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ประกอบการหรือนักธุรกิจที่จะตัดสินใจลงทุนในธุรกิจสังหาริมทรัพย์ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแรงกดดันทางธุรกิจของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ จังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์
2. เพื่อศึกษาความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ จังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงกดดันทางธุรกิจกับความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ จังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

วิธีการดำเนินงานวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริหารระดับสูง ผู้จัดการฝ่ายการขายและการตลาด และฝ่ายบัญชีของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ จังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 485 คน (ที่มา: การรายงานตลาดที่อยู่อาศัยในจังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์, 2558) โดยใช้สูตรของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane, 1988 อ้างถึงใน ยุทธ ไกรวรรณ, 2553) โดยการคำนวณตามสูตรได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 219 คน

$$\text{สูตร } n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

โดย n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง (0.05)

$$\text{แทนค่า } n = \frac{485}{1 + 485 \times (0.05)^2}$$

$$= 219.20 \text{ คน}$$

ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 219 คน ทั้งนี้ เพื่อให้การเก็บข้อมูลการวิจัยมีความน่าเชื่อถือ ผู้วิจัยขอเก็บข้อมูลเพิ่มเป็น 250 คน

2. เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถาม จำนวน 1 ชุด แบ่งเป็น 3 ตอน คือ ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ประสบการณ์ในการทำงาน และตำแหน่งงาน ซึ่งเป็นแบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (Check List) ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับแรงกดดันทางธุรกิจของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ จังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 5 ด้าน จำนวน 25 ข้อ ประกอบด้วย 1) อำนาจต่อรองจากผู้ขาย 2) อำนาจต่อรองจากผู้ซื้อ 3) แรงผลักดันจากคู่แข่งรายใหม่ที่เข้าสู่ตลาด 4) แรงผลักดันจากสินค้าทดแทน และ 5) แรงผลักดัน



ต้นที่เกิดขึ้นภายในอุตสาหกรรม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ และตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจของธุรกิจสหกรณ์จังหวัด เพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 6 ด้าน จำนวน 20 ข้อ ประกอบด้วย 1) ยอดขาย 2) กำไร 3) ส่วนครองทางการตลาด 4) การเติบโตทางธุรกิจ 5) ความพึงพอใจของลูกค้า และ 6) ภาพลักษณ์ขององค์กร ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน คือ 1) ประสานงานขอหนังสือจากมหาวิทยาลัย เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูล 2) จัดส่งแบบสอบถามให้กับผู้บริหารระดับสูง ผู้จัดการฝ่ายการขายและการตลาด และฝ่ายบัญชี ของธุรกิจสหกรณ์จังหวัด เพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 250 ฉบับ และ 3) หลังจากได้รับแบบสอบถามคืนจากกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของแบบสอบถามจนครบ เพื่อนำไปวิเคราะห์ทางสถิติและวิเคราะห์เนื้อหาต่อไป

4. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1) ค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแรงกดดันทางธุรกิจของธุรกิจสหกรณ์จังหวัด เพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และความสำเร็จในการดำเนินงาน และ 3) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) อ้างถึงใน ยุทธไทยวรรณ, 2553) ใช้วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแรงกดดันทางธุรกิจของธุรกิจสหกรณ์จังหวัด เพชรบุรี กับการดำเนินงานของธุรกิจสหกรณ์จังหวัด เพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการศึกษาวิจัยและการอภิปรายผล

1. แรงกดดันทางธุรกิจของธุรกิจสหกรณ์จังหวัด เพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงสุด ได้แก่ ด้านแรงผลักดันที่เกิดขึ้นภายในอุตสาหกรรม รองลงมาคือ ด้านแรงผลักดันจากสินค้าทดแทน ด้านแรงผลักดันจากคู่แข่งรายใหม่ที่เข้าสู่ตลาด ด้านอำนาจต่อรองจากผู้ขายวัตถุดิบ และด้านอำนาจต่อรองจากผู้ซื้อ ตามลำดับ

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แรงกดดันทางธุรกิจของธุรกิจสหกรณ์จังหวัด เพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกเป็นรายด้านและรวมทุกด้าน

แรงกดดันทางธุรกิจของธุรกิจสหกรณ์จังหวัด เพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านอำนาจต่อรองจากผู้ขายวัตถุดิบ	3.37	0.68	ปานกลาง
2. ด้านอำนาจต่อรองจากผู้ซื้อ	3.15	0.56	ปานกลาง
3. ด้านแรงผลักดันจากคู่แข่งรายใหม่ที่เข้าสู่ตลาด	3.50	0.56	ปานกลาง
4. ด้านแรงผลักดันจากสินค้าทดแทน	3.53	0.54	มาก
5. ด้านแรงผลักดันที่เกิดขึ้นภายในอุตสาหกรรม	3.99	0.67	มาก
โดยภาพรวม	3.51	0.45	มาก

2. ความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจสหกรณ์จังหวัด เพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงสุด ได้แก่ ด้านความพึงพอใจ

ของลูกค้า รองลงมาคือ ด้านการเติบโตทางธุรกิจ ด้านยอดขาย ด้านภาพลักษณ์ขององค์กร ด้านกำไร และด้านส่วนครองทางการตลาด ตามลำดับ



ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในจังหวัดเพชรบุรี และจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกเป็นรายด้านและรวมทุกด้าน

ความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ในจังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านยอดขาย	3.60	0.91	มาก
2. ด้านกำไร	3.36	0.67	ปานกลาง
3. ด้านส่วนครองทางการตลาด	2.72	0.62	ปานกลาง
4. ด้านการเติบโตทางธุรกิจ	3.68	0.45	มาก
5. ด้านความพึงพอใจของลูกค้า	3.94	0.70	มาก
6. ด้านภาพลักษณ์ขององค์กร	3.58	0.79	มาก
โดยภาพรวม	3.48	0.38	ปานกลาง

3. ความสัมพันธ์แรงกดดันทางธุรกิจกับความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ จังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า โดยรวมมีความสัมพันธ์กันทางบวกในระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ (r) เท่ากับ 0.746 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีความสัมพันธ์กันทางบวกในระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่

ด้านอำนาจต่อรองจากผู้ซื้อ (r) เท่ากับ 0.792 ด้านแรงผลักดันจากสินค้าทดแทน (r) เท่ากับ 0.780 ด้านอำนาจต่อรองจากผู้ขายวัตถุดิบ (r) เท่ากับ 0.767 ด้านแรงผลักดันจากคู่แข่งรายใหม่ที่เข้าสู่ตลาด (r) เท่ากับ 0.751 ด้านที่มีความสัมพันธ์กันทางบวกในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านแรงผลักดันที่เกิดขึ้นภายในอุตสาหกรรม (r) เท่ากับ 0.684 ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันของแรงกดดันทางธุรกิจกับความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ จังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

แรงกดดันทางธุรกิจของ ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	ความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ จังหวัดเพชรบุรีและจังหวัด ประจวบคีรีขันธ์						
	ยอดขาย	กำไร	ส่วนครอง ทางการ ตลาด	การเติบโต ทางธุรกิจ	ความพึง พอใจของ ลูกค้า	ภาพ ลักษณ์ของ องค์กร	รวม
1. ด้านอำนาจต่อรองจากผู้ ขายวัตถุดิบ	0.793*	0.717*	0.756*	0.782*	0.682*	0.745*	0.767*
2. ด้านอำนาจต่อรองจาก ผู้ซื้อ	0.762*	0.704*	0.725*	0.735*	0.785*	0.787*	0.792*
3. ด้านแรงผลักดันจากคู่แข่ง รายใหม่ที่เข้าสู่ตลาด	0.706*	0.723*	0.719*	0.763*	0.778*	0.720*	0.751*
4. ด้านแรงผลักดันจาก สินค้าทดแทน	0.772*	0.360*	0.732*	0.753*	0.781*	0.738*	0.780*
5. ด้านแรงผลักดันที่เกิดขึ้น ภายในอุตสาหกรรม	0.678*	0.577*	0.608*	0.708*	0.737*	0.718*	0.684*
โดยภาพรวม	0.730*	0.552*	0.786*	0.743*	0.796*	0.721*	0.746*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

1. แรงกดดันทางธุรกิจของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ จังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุพรรณิ จันทะเกิด (2550) ได้ศึกษาผลกระทบของศักยภาพองค์กรและแรงกดดันภายนอกองค์กรที่มีต่อการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมของธุรกิจที่ได้รับ ISO 14001 ในประเทศไทย พบว่า แรงกดดันภายนอกองค์กร ด้านสภาพการแข่งขันมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมโดยรวมอยู่ในระดับมาก

2. ความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ในจังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุริยา อุ่มน้อย (2555) ได้ศึกษากลยุทธ์การบริหารโครงการในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เพื่อการแข่งขันอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา กลุ่มบริษัท เจ้าพระยามหานคร จำกัด (มหาชน) พบว่า การพัฒนากระบวนการก่อสร้างให้แล้วเสร็จทันตามกำหนดเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ความมีประสิทธิภาพของเครื่องมือเครื่องจักร การลดอัตราการลาออกของพนักงาน และกลยุทธ์พัฒนา เทคโนโลยีในการทำงานสำหรับนำมาใช้ในการแก้ไขปัญหาในแต่ละด้านตามลำดับความสำคัญ ส่งผลให้การบริหารโครงการในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์สำเร็จได้ในระดับปานกลาง

3. ความสัมพันธ์ระหว่างแรงกดดันทางธุรกิจกับความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ จังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า โดยรวมมีความสัมพันธ์กันทางบวกในระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุริยา อุ่มน้อย (2555) ได้ศึกษากลยุทธ์การบริหารโครงการในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เพื่อการแข่งขันอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา กลุ่มบริษัท เจ้าพระยามหานคร จำกัด (มหาชน) พบว่า แรงกดดันการแข่งขันทางธุรกิจมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการบริหารโครงการในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดยรวมอยู่ในระดับสูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปผล

แรงกดดันทางธุรกิจมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ จังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมมีความสัมพันธ์กันทางบวกในระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ (r) เท่ากับ 0.746 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีความสัมพันธ์กันทางบวก ในระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านอำนาจต่อรองจากผู้ซื้อ (r) เท่ากับ 0.792 ด้านแรงผลักดันจากสินค้าทดแทน (r) เท่ากับ 0.780 ด้านอำนาจต่อรองจากผู้ขายวัตถุดิบ (r) เท่ากับ 0.767 ด้านแรงผลักดันจากคู่แข่งรายใหม่ที่เข้าสู่ตลาด (r) เท่ากับ 0.751 ด้านที่มีความสัมพันธ์กันทาง

บวกในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านแรงผลักดันที่เกิดขึ้นภายในอุตสาหกรรม (r) เท่ากับ 0.684

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1.1 ด้านอำนาจต่อรองจากผู้ขายวัตถุดิบ ควรมีการรวมตัวกันของผู้ขายวัตถุดิบหรือซัพพลายเออร์ จะทำให้มีอำนาจการต่อรองที่สูงกับผู้ประกอบการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

1.2 ด้านอำนาจต่อรองจากผู้ซื้อ ผู้ซื้อควรมีอำนาจที่จะกำหนดราคาของอสังหาริมทรัพย์ให้ลดลง หรือกำหนดคุณภาพของอสังหาริมทรัพย์และบริการให้สูงขึ้นได้ตามที่ผู้ซื้อต้องการ ซึ่งถ้าต้นทุนในการเปลี่ยนไปซื้ออสังหาริมทรัพย์ของรายอื่นหรือซื้ออสังหาริมทรัพย์ของคู่แข่งแล้วผู้ซื้อต้องมีต้นทุนในการเปลี่ยนสูง อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อก็จะต่ำ

1.3 ด้านแรงผลักดันจากคู่แข่งรายใหม่ที่เข้าสู่ตลาด ควรมีการลดต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายในการนำเสนอสินค้าตัวใหม่ทำให้ธุรกิจรายใหม่อาจจะต้องใช้เงินลงทุนมากกว่าเดิมในการชักจูงให้ลูกค้าหันมาซื้อสินค้าของตนเอง

1.4 ด้านแรงผลักดันจากสินค้าทดแทน ควรมีการสร้างรูปแบบและขนาดอสังหาริมทรัพย์ให้เลือกอย่างหลากหลายตามที่ลูกค้าต้องการก็สามารถแข่งขันกับธุรกิจบ้านเช่า หอพักหรืออพาร์ทเมนต์ได้ หรือมีการสร้างธุรกิจบ้านเช่า หอพักหรืออพาร์ทเมนต์มีการเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกตามที่ลูกค้าต้องการจะทำให้ผู้ซื้อสนใจเข้ามามากขึ้น

1.5 ด้านแรงผลักดันที่เกิดขึ้นภายในอุตสาหกรรม ผู้ประกอบการควรมีการพัฒนาขีดความสามารถแข่งขันในอุตสาหกรรม เพื่อส่งผลให้มีการแข่งขันกับคู่แข่งได้

1.6 ข้อเสนอแนะในการพัฒนาเพื่อให้เกิดความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ในจังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ควรมีการเพิ่มส่วนครองทางการตลาด โดยต้องมีการเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดจากการประกอบการธุรกิจเพิ่มขึ้น โดยคำนึงถึงความพึงพอใจของลูกค้าเพื่อส่งเสริมให้การดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จยิ่งขึ้น

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษารูปแบบการดำเนินงานของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ในจังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

2.2 ศึกษาศักยภาพของประสิทธิภาพการบริหารความเสี่ยงสมัยใหม่ที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในจังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดีเพราะได้รับความอนุเคราะห์อย่างยิ่งจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤตชน วงศ์รัตน์ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ไพโรจน์

ปียวงค์วัฒนา ประธานกรรมการสอบ และ กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งคอยแนะนำ แก้ไขและให้ข้อเสนอแนะในการจัดทำวิทยานิพนธ์ตั้งแต่ต้นจนสำเร็จด้วยความเรียบร้อย ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

เอกสารอ้างอิง

- จุฬามาศ จิตติถาวร และคณะ. (2554). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ SMEs ในประเทศไทย. *วารสาร Asian Social Science*. 7(5), 180 – 190.
- ธนาคารอาคารสงเคราะห์. (2552). *รายงานตลาดที่อยู่อาศัยและสินเชื่อที่อยู่อาศัย*. กรุงเทพฯ: วิทบริกร ฝ่ายวิชาการ ธอส.
- ยุทธ ไกยวรรณ. (2553). *หลักสถิติวิจัยและการใช้โปรแกรม SPSS*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ยุพาวดี สมบูรณ์กุล. (2555). *ประชากรเศรษฐกิจอาเซียน กับการนำเทคโนโลยีประเภท อุตสาหกรรมสารสนเทศมาสนับสนุนระบบการจัดการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมอุตสาหกรรมในภาคใต้*. สารนิพนธ์: สงขลาสมาธิพริน.
- ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์. (2558). *รายงานประจำปีข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ 2558*. กรุงเทพฯ: ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2556). *กลยุทธ์การตลาดและการบริหารเชิงกลยุทธ์โดยมุ่งที่ตลาด*. กรุงเทพฯ: บริษัทธนรัชการพิมพ์จำกัด.
- สถาบันวิจัยประชากรและสังคม. (2558). *ประชากรและสังคม 2558*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สุรสิทธิ์ ลอย. (2555). *ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การสร้างความสำเร็จกับความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สุพรรณิ จันทะเกิด. (2550). *ผลกระทบของศักยภาพองค์กรและแรงกดดันภายนอกองค์กรที่มีต่อการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมของธุรกิจที่ได้รับ ISO 14001 ในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สุริยา อุ่มน้อย. (2555). *กลยุทธ์การบริหารโครงการในธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์เพื่อการแข่งขันอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา กลุ่มบริษัท เจ้าพระยามหานคร จำกัด (มหาชน)*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- Porter, Michael E. (1980). *5-Forces Model*. Illinois: The Free Press.