

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

บ้านหรือที่อยู่อาศัยเป็นสถานที่ที่บุคคลในครอบครัวใช้ชีวิตอยู่ร่วมกันเป็นส่วนใหญ่ ที่พักอาศัยนับว่าเป็นปัจจัยสำคัญและจำเป็นมากสำหรับการดำรงชีวิตของมนุษย์ โดยทั่วไปและเป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อชีวิตความเป็นอยู่และสุขภาพของผู้อยู่อาศัย ซึ่งบ้านนอกจากจะเป็นที่พักอาศัยแล้ว ยังเป็นจุดเริ่มต้นของหน่วยเล็กที่สุดของสังคมที่เรียกว่า “ครอบครัว” เมื่อมนุษย์มาอยู่ร่วมกันเป็นครอบครัว ความต้องการประการหนึ่ง คือ อยากมีบ้านเป็นของตนเอง แต่ด้วยสถานะสังคมในภาวะที่มีแต่ความเร่งรีบ ทำให้ผู้ที่ต้องการบ้านเป็นบ้านของตนเองไม่มีเวลาสร้างบ้านเอง อีกทั้งการก่อสร้างบ้านในปัจจุบันที่มีแต่ความเร่งรีบ ทำให้ผู้ที่ต้องการบ้าน ไม่มีเวลาสร้างบ้านเอง และการก่อสร้างบ้านเองยังมีปัญหายุ่งยากมากมาย เช่น งบประมาณที่บานปลาย ไม่มีความรู้ทางการก่อสร้างและ ผู้รับเหมาไม่สามารถสร้างบ้านได้ตามแบบที่เจ้าของบ้านต้องการได้ เป็นต้น (ปรีชา วงศ์ทิพย์. 2556 : ออนไลน์)

จากเหตุผลดังกล่าวจึงทำให้เกิดการลงทุนของผู้ประกอบการที่เรียกว่า “บ้านจัดสรร” ซึ่งอาจจะประกอบด้วย สิ่งปลูกสร้าง ขนาด คุณภาพ ที่แตกต่างกันไป ตามแต่วิจารณ์ญาณของผู้ประกอบการ โดยในปัจจุบัน ได้มีการพัฒนารูปแบบบ้านจัดสรรมากมาย หลายแบบ หลายราคา เช่น บ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์เฮาส์แถมด้วยสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการ อีกมากมาย ทั้งนี้เพื่อที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในหลายระดับนั่นเอง ซึ่งทำให้ธุรกิจบ้านจัดสรรได้รับการตอบรับอย่างรวดเร็ว และมีการขยายตัวขึ้นอย่างต่อเนื่อง (จรรค์ ประจวบเหมาะ. 2553 : 77) โดยส่วนที่บ่งชี้เบื้องต้นที่แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มธุรกิจบ้านจัดสรรที่ไปได้ดีนั้น ได้แก่ การขออนุญาตจัดสรรที่อยู่อาศัยในปี 2552 ที่ปรากฏว่าการขออนุญาตสร้างที่อยู่อาศัย โดยผู้ประกอบการมีทั้งหมดถึง 59,264 หน่วย ส่วนที่ขออนุญาตก่อสร้างเองมี 21,033 หน่วย ในช่วงปี 2555 มีแนวโน้มการเติบโตของธุรกิจบ้านจัดสรรขยายตัว ร้อยละ 18 Year-Over-Year (ตัวเลขการเปลี่ยนแปลงซึ่งเป็นการเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา) โดยผู้ประกอบการมีทั้งหมดถึง 69,953 หน่วย (ธนาคารกสิกรไทย. 2556 : ออนไลน์) ซึ่งแสดงว่าที่อยู่อาศัยส่วนใหญ่จะเกิดจากโครงการจัดสรรเสียเป็นส่วนมาก

อัตราการเพิ่มของประชากรที่มีการขยายตัวมากขึ้นก็เป็นอีกสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ปัจจุบันมีโครงการบ้านจัดสรรเกิดขึ้นอย่างมาก ประกอบกับภาวะเศรษฐกิจไทยเริ่มมีทิศทางดีขึ้นส่งผลเป็น

แรงกระตุ้นให้เกิดความต้องการที่อยู่อาศัยที่สูงขึ้น โดยเห็นได้จากผลผลสำรวจความต้องการที่อยู่อาศัยของศูนย์วิจัยกสิกรไทย ในปี 2555 พบว่า ความต้องการที่อยู่อาศัยในปี 2555 ยังมีอยู่อย่างต่อเนื่อง โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่จะซื้อที่อยู่อาศัยมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 69.5 ของกลุ่มตัวอย่าง (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2556 : ออนไลน์) ทั้งนี้เป็นที่น่าสังเกตว่าผู้ที่คิดจะซื้อที่อยู่อาศัยนั้นตัดสินใจที่จะซื้อบ้านในปี 2555 มีสัดส่วนค่อนข้างสูง สาเหตุส่วนหนึ่งมาจาก ความต้องการได้รับสิทธิประโยชน์ จากการลดค่าธรรมเนียมการโอนบ้านหลังแรก และค่าจดทะเบียนการจำนอง อสังหาริมทรัพย์ที่เหลือร้อยละ 0.01 ถึงแม้ว่ารัฐบาลจะมีมติไม่ขยายระยะเวลาการดำเนินมาตรการกระตุ้นธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ สถานการณ์ตลาดอสังหาริมทรัพย์น่าจะยังคงสามารถเติบโตได้ โดยเฉพาะในส่วนของธุรกิจบ้านจัดสรร อันเป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ยังคงเดินหน้าและค่อนข้างที่จะขยายตัวอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าจะไม่เติบโตมากเมื่อเทียบกับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในด้านอื่น ๆ เช่น ทาว์โฮม ทาวน์เฮาส์ แต่การเติบโตคงจะเป็นการฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป เนื่องจากตลาดยังมีปัจจัยเสี่ยงที่อาจจะส่งผลกระทบต่อตลาด เช่น ปัญหาทางการเมืองและเสถียรภาพการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก โดยกำลังซื้อน่าจะยังคงมาจากความต้องการที่อยู่อาศัยที่แท้จริง (Rear Demand) ซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการซื้อเพื่อการอยู่อาศัยอย่างแท้จริงและมีกำลังซื้อค่อนข้างดี (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2556 : ออนไลน์)

ปัจจุบันธุรกิจบ้านจัดสรรจะดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การแข่งขันที่เหมาะสมเพื่อระบุกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจนขึ้น ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรรมองเห็นโอกาสในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการเฉพาะกลุ่ม ช่วยให้ผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรรมีทิศทางในการวางกลยุทธ์ทางการแข่งขันที่แน่นอนและมีประสิทธิภาพสูงสุด สำหรับรูปแบบการดำเนินธุรกิจบ้านจัดสรร ในปัจจุบัน ในการบริหารธุรกิจการแข่งขันยุคใหม่เน้นที่กลุ่มผู้บริโภคเป็นสำคัญ ถือเป็นหัวใจของการดำเนินธุรกิจ ธุรกิจบ้านจัดสรรต้องทำทุกวิถีทางเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความพอใจในความต้องการซื้อบ้านจัดสรร โดยเฉพาะกลยุทธ์ในการออกแบบบ้านจัดสรร โดยส่วนใหญ่รูปแบบของบ้านจัดสรรยังไม่ถูกใจลูกค้า พื้นที่ใช้สอยภายในบ้านไม่กว้างขวางเท่าที่ควร และวัสดุที่ใช้ไม่ค่อยมีคุณภาพ จึงเป็นจุดเริ่มต้นไปสู่การวางกลยุทธ์ทางการแข่งขันที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งต้องตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดี (ฐิติวัลย์ ระวีคำ, 2552 : 1)

ดังนั้น จึงต้องมีการวางกลยุทธ์การแข่งขันที่ดี โดยเฉพาะในทำเลที่มีการแข่งขันสูง ผู้ประกอบการอาจต้องทำการศึกษาความต้องการของตลาดอย่างใกล้ชิดเพื่อสร้างจุดแข็งและความได้เปรียบในตัวสินค้าและราคา จากความสำคัญข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การแข่งขันกับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรร

ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสาร ผลการศึกษานำไปใช้เป็นข้อมูลในการดำเนินธุรกิจ และเพื่อนำข้อมูลที่ได้รับมาใช้ในการปรับปรุงธุรกิจบ้านจัดสรรให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งรายอื่นได้ อันจะเป็นแนวทางที่ทำให้ธุรกิจบ้านจัดสรรมีความเข้มแข็งและเติบโตในอนาคตต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับกลยุทธ์การแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรรในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสาร
2. เพื่อศึกษาระดับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรรในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสาร
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การแข่งขันกับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรรในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสาร
4. เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะเกี่ยวกับกลยุทธ์การแข่งขันและผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรรในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสาร

สมมติฐานการวิจัย

กลยุทธ์การแข่งขันมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานธุรกิจบ้านจัดสรรในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารไปในทิศทางเดียวกัน

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตเนื้อหาของกรวิจัยไว้ ดังนี้

1.1 ศึกษากลยุทธ์การแข่งขันของบ้านจัดสรร ประกอบด้วย 1) ด้านการลดต้นทุน 2) ด้านการสร้างความแตกต่าง 3) ด้านการจำกัดขอบเขต และ 4) ด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว (Porter, 1985 : 11-44)

1.2 ศึกษาผลการดำเนินงาน Balanced Scorecard : BSC แบบคุณสภาพ ประกอบด้วย 1) ด้านลูกค้า 2) ด้านกระบวนการธุรกิจภายในองค์กร 3) ด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต และ 4) ด้านการเงิน (Kaplan And Norton 1996 : 37 - 45 ; พสุ เดชะรินทร์. 2548 : 24-38)

2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรรในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสาร 3 จังหวัด ประกอบด้วย จังหวัดร้อยเอ็ด 32 ราย (สำนักงานสรรพากรจังหวัดร้อยเอ็ด. 2556 : มปป.) จังหวัดขอนแก่น 75 ราย (สำนักงานสรรพากรจังหวัดขอนแก่น. 2556 : มปป.) จังหวัดมหาสารคาม 25 ราย (สำนักงานสรรพากรจังหวัดมหาสารคาม. 2556 : มปป.) รวมจำนวนทั้งสิ้น 132 ราย

3. ขอบเขตด้านพื้นที่

ธุรกิจบ้านจัดสรรในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารจำนวน 3 จังหวัด คือ 1) ร้อยเอ็ด 2) ขอนแก่น 3) มหาสารคาม

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ผู้วิจัยเริ่มทำการวิจัยกำหนดระยะเวลารวม 1 ปี โดยเริ่มต้นตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม พ.ศ 2556 ไปจนถึงวันที่ 30 มิถุนายน พ.ศ 2557

5. ขอบเขตด้านตัวแปร

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัย ดังนี้

5.1 ตัวแปร กลุ่มที่ 1

5.1.1 กลยุทธ์การแข่งขัน ประกอบด้วย

- 1) ด้านการลดต้นทุน
- 2) ด้านการสร้างความแตกต่าง
- 3) ด้านการจำกัดขอบเขต
- 4) ด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว

5.2 ตัวแปร กลุ่มที่ 2

5.2.1 ผลการดำเนินงานของธุรกิจบ้านจัดสรร ประกอบด้วย

- 1) ด้านลูกค้า
- 2) ด้านกระบวนการธุรกิจภายในองค์กร
- 3) ด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต
- 4) ด้านการเงิน

นิยามศัพท์เฉพาะ

เพื่อให้เกิดความเข้าใจความหมายของคำศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยจึงได้ให้คำนิยามศัพท์เฉพาะไว้ ดังนี้

กลยุทธ์การแข่งขัน หมายถึง ความสามารถของธุรกิจที่จะสามารถสร้างความได้เปรียบในกลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน การสร้างความแตกต่าง การจำกัดขอบเขต และการตอบสนองที่รวดเร็ว เน้นตลาดเฉพาะส่วน ความสามารถเฉพาะตัว และการใช้ทรัพยากรในการแข่งขัน ได้อย่างมีประสิทธิภาพนำไปสู่ความสำเร็จ

1. การลดต้นทุน หมายถึง กลยุทธ์ที่จะสามารถชนะคู่แข่งกันได้โดยผลิตสินค้าหรือบริการที่มีต้นทุนต่ำกว่าคู่แข่งก่อให้เกิดข้อได้เปรียบที่สำคัญของธุรกิจสามารถคิดราคาที่ต่ำกว่าคู่แข่งได้ การสร้างความแตกต่างในการผลิต การดำเนินการโดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ลดต้นทุนการโฆษณาเพื่อประโยชน์เชิงแข่งขันของความเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน วิธีการที่จะนำไปสู่ความเป็นผู้นำด้านต้นทุน ได้แก่ การขยายยอดขายและเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด มีการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัยตามความต้องการของผู้บริโภค การมีผลิตภัณฑ์หลายประเภท และควบคุมราคาต้นทุนการใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพ

2. การสร้างความแตกต่าง หมายถึง การสร้างความแตกต่างระหว่างผลิตภัณฑ์ขององค์กรและของคู่แข่งในการสร้างเอกลักษณ์ในผลิตภัณฑ์ ความโดดเด่นของสินค้า เป็นประโยชน์เชิงกลยุทธ์ของกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง การยื่นหยัดต่อการแข่งขัน ความโดดเด่นอย่างมีเอกลักษณ์ขององค์กรความเสียหายจากการใช้กลยุทธ์ การสร้างความแตกต่าง คู่แข่งขันสามารถลอกเลียนแบบได้ เพื่อแย่งส่วนแบ่งของตลาด ความภักดีของลูกค้าจะทำให้องค์กรสามารถยืนหยัดอยู่ในตลาดได้

3. การจำกัดขอบเขต หมายถึง เป็นการใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสมสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และกลยุทธ์จำกัดขอบเขตเป็นการใช้กลยุทธ์ในลักษณะของการจำกัดเขตการค้าดำเนินธุรกิจ มีการจำกัดขอบเขตกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การจำกัดขอบเขตของตลาดในภูมิภาคใดภูมิภาคหนึ่ง หรือการจำกัดขอบเขตประเภทของช่องทางจัดจำหน่าย เพื่อที่จะมุ่งระดมทรัพยากรทั้งหมดที่มีอยู่ไปในทิศทางเดียว แทนที่จะกระจัดกระจายออกไปเพื่อให้ประสิทธิภาพแห่งการใช้ทรัพยากรได้ผลสูงที่สุดตามที่เป้าหมายที่วางไว้

4. การตอบสนองที่รวดเร็ว หมายถึง ความคล่องตัวต่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้าในการนำเสนอสินค้าใหม่ การปรับปรุงสินค้า การตัดสินใจของผู้บริหารในการพัฒนาสินค้าใหม่ สินค้าที่ผลิตตามคำสั่งลูกค้า การปรับปรุงสินค้าที่ยังจำหน่ายอยู่ การส่งสินค้าตามคำสั่งซื้อ การตอบคำถามและการให้คำแนะนำลูกค้าที่รวดเร็ว

ผลการดำเนินงาน หมายถึง ผลลัพธ์ที่สามารถสร้างออกมาโดยมีการกำหนดขั้นตอนและการปฏิบัติงาน มีการวัดหรือการประเมินผลเปรียบเทียบกับเป้าหมายหรือจุดมุ่งหมายเพื่อให้เกิดผลตามวัตถุประสงค์ และเป้าหมายที่กำหนดไว้ ประกอบด้วยมุมมอง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการธุรกิจภายในองค์กร ด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต และด้านการเงิน

1. ด้านลูกค้า หมายถึง คำนึงสะท้อนความสำเร็จที่เกิดจากกลยุทธ์ขององค์กรในการวางแนวทางและการดำเนินงานที่ดี ส่งผลในส่วนแบ่งทางตลาด มีอัตราการซื้อซ้ำ การเจาะตลาดหาลูกค้าใหม่และความพึงพอใจของลูกค้า

2. ด้านกระบวนการธุรกิจภายในองค์กร หมายถึง ด้านกระบวนการธุรกิจภายในองค์กร มีการพัฒนาปรับปรุงประสิทธิภาพ คุณภาพและนวัตกรรมใหม่ในกระบวนการดำเนินงานให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ตามวัตถุประสงค์

3. ด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต หมายถึง ด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต มีการพัฒนาศักยภาพของกระบวนการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลตามเป้าหมาย พัฒนาทรัพยากรมนุษย์ สาธารณูปโภค เครื่องมือและอุปกรณ์ และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

4. ด้านการเงิน หมายถึง การวัดผลการปฏิบัติงาน ที่แสวงหากำไรจากผลการดำเนินงาน การเพิ่มขึ้นของรายได้ การลดต้นทุน การพัฒนาปรับปรุงประสิทธิภาพในการเพิ่มขึ้นของผลิตภาพ การใช้สินทรัพย์ให้ประโยชน์จากการลงทุน

บ้านจัดสรร หมายถึง ที่ดินและสิ่งปลูกสร้างมาจัดแบ่งหรือจัดสร้างเป็นหมู่บ้านแล้วแบ่งขาย

ผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรร หมายถึง เจ้าของธุรกิจบ้านจัดสรรหรือตัวแทนที่ทำหน้าที่บริหารดูแลธุรกิจบ้านจัดสรร ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสาร และที่ชำระภาษีอย่างถูกต้องกับสำนักงานสรรพากร

กลุ่มร้อยแก่นสาร หมายถึง กลุ่มจังหวัด “ร้อยเอ็ด – ขอนแก่น – มหาสารคาม เป็นกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง มีพื้นที่รวมกันประมาณ 31,423 ตารางกิโลเมตร (19,639,296 ไร่) คิดเป็นร้อยละ 18.6 ของพื้นที่ทั้งหมดของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีลักษณะภูมิประเทศเป็นที่ราบ มีภูเขาเตี้ยสลับทางด้านทิศเหนือของร้อยเอ็ดและขอนแก่น

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อนำไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรรในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสาร
2. เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรรในกลุ่มร้อยแก่นสารนำผลการดำเนินงานมาปรับเป็นกลยุทธ์ของตนเองเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน
3. เพื่อเป็นสารสนเทศสำหรับผู้บริหาร องค์กรเอกชน ไว้เป็นฐานข้อมูลในการกำหนดแนวทางการบริหารจัดการธุรกิจบ้านจัดสรรและสารสนเทศสำหรับนักวิชาการ สำหรับการสืบค้นและต่อ ยอดการวิจัยที่สมบูรณ์ขึ้น



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY