

## กลยุทธ์ในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

ในเขตเศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดเชียงราย

Strategies for building competitive advantages toward the business among real estates in Special Economic Zones (SEZs), Chiang Rai, Thailand.

ณัชชา กันทะดง<sup>1</sup> และวิกรม บุญนุ่น<sup>2</sup>Natcha Kanthadong<sup>1</sup> And Vikrom Boonnun<sup>2</sup>

Received: 30 March 2021, Revised: 21 September 2021, Accepted: 21 September 2021

## บทคัดย่อ

กลยุทธ์ในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ในเขตเศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดเชียงราย เป็นการศึกษาสภาพการลงทุน การสร้างกลยุทธ์ในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน เพื่อใช้ในการประเมินความเหมาะสมของกลยุทธ์ในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในเขตเศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดเชียงราย เนื่องจากเขตเศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดเชียงราย มีศักยภาพด้านทำเลที่ตั้งที่เป็นประตูการค้าของภาคเหนือกับเมียนมา ลาวและจีน มีพื้นที่เป้าหมาย 3 อำเภอประกอบด้วย แม่สาย เชียงแสนและเชียงของ ปัจจุบันเป็นธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ทางการเงินซบเซาและวิกฤติการณ์ โควิด-19 ด้วยเหตุนี้ ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์จะต้องมีการปรับตัวเพื่อให้อยู่รอด เพราะได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ดังกล่าวอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ จึงต้องอาศัยกลยุทธ์หลักในการแก้ไขปัญหาเพื่อผลักดันให้ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เดินต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำอย่างไรจะสามารถขายสินค้าได้มากขึ้น จึงต้องปรับกลยุทธ์ในการดำเนินการเพื่อรองรับกับการฟื้นตัวของภาคอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งมีการแข่งขันกันสูง การเลือกใช้กลยุทธ์เดิมในการแข่งขันอาจจะไม่บรรลุถึงเป้าหมายที่วางไว้ หรือการเลือกปรับเปลี่ยนกลยุทธ์เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน ผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์จึงต้องมีการบริหารเชิงกลยุทธ์เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการดำเนินธุรกิจและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนโดยสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า และนำเสนอส่วนประสมการตลาดที่เป็นที่ต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด เพื่อทำให้เกิดความพร้อมในการรับมือกับสถานการณ์ต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตได้

ผลการศึกษาพบว่า กลยุทธ์ในการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในเขตเศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดเชียงราย มีด้วยกัน 2 กลยุทธ์คือ กลยุทธ์ที่ 1 คือกลยุทธ์การปรับตัว ผู้ประกอบการควรมีการวางแผนกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจในระยะยาว ปรับแผนทางการตลาดใหม่ เพิ่มช่องทางการขายและลดต้นทุน และวางแผนการบริหารจัดการเงิน กระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจขาย โอนกรรมสิทธิ์ให้เร็วขึ้น เพื่อให้มีเงินทุนสำรองหรือเงินสดเข้ามาหมุนเวียน กลยุทธ์ที่ 2 กลยุทธ์การปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป โดยทั้ง 2 กลยุทธ์มี 4 ประเด็นการพัฒนาดังนี้ ประเด็นการพัฒนาที่ 1 ด้านผลิตภัณฑ์ พัฒนาสินค้าบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ประเด็นการพัฒนาที่ 2 ด้านราคา ส่วนประสมทางการตลาด ควรลดต้นทุนในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้ธุรกิจสามารถคงกระแสเงินสดไว้ ประเด็นการพัฒนาที่ 3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เปิดการจำหน่ายทั้งขายตรงและแบบมีตัวแทนหน้า ประเด็นการพัฒนาที่ 4 ด้านภาพลักษณ์ ส่งเสริมภาพลักษณ์การบริการ ผู้บริโภคสามารถจดจำชื่อธุรกิจของเราได้

**คำสำคัญ :** กลยุทธ์ เขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

## Abstract

Real estate business is an indicator of economic maturity in Thailand and also has connections to other businesses, however today it has been influenced by the sluggish financial situation including the COVID-19 crisis. Therefore, there must be an adaptation in order to sustain and maintain the company's functioning, particularly in the real estate business, Chiang Rai, which is currently unavoidably affected by those circumstances. Accordingly, there must be a pivotal strategy for solving such difficulties in order to push the real estate business to proceed effectively.

Through strategies to build competitive advantages in the real estate market in the SEZs, Chiang Rai province consists of two strategies as follows 1) Strategy 1: an adaptation strategy and 2) Strategy 2: adjust strategy to be in line with dynamic incidents. Additionally, the strategies compose of the 4 key

development concerns as describe: Development issue 1: Product, goods, and services context, Development issue 2: Price and market blending, Development issue 3: Distribution channels and Development issue 4: perception context.

**Keywords :** Strategies, Special Economic Zones, business among real estates.

## บทนำ

ธุรกิจภาคอสังหาริมทรัพย์ เป็นเครื่องบ่งชี้ถึงการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจในประเทศไทย และยังมีความเชื่อมโยงไปสู่ธุรกิจอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจด้านการก่อสร้าง วัสดุก่อสร้าง เครื่องใช้ไฟฟ้า การพัฒนาระบบการคมนาคมขนส่ง การจ้างงานและยังเกี่ยวข้องกับธุรกิจอีกหลายประเภท ด้วยเหตุนี้จึงทำให้การลงทุนในภาคอสังหาริมทรัพย์เป็นภาคธุรกิจที่สำคัญต่อการฟื้นฟูเศรษฐกิจ ถือว่ามีส่วนในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก (อภิญา เสมสมบุญ, 2549) ผวนกับสถานการณ์ในปัจจุบันจากที่มีการกำหนดนโยบายการพัฒนาเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ (Special Economic Zone: SEZs) อันมีจุดมุ่งหมายเพื่อเปลี่ยนพื้นที่ชายแดนสู่พื้นที่เศรษฐกิจใหม่และเป็นประตูเศรษฐกิจเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อกระจายความเจริญสู่ภูมิภาค ยกย่องได้และคุณภาพชีวิตของประชาชน ตลอดจนแก้ปัญหาความมั่นคง (เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษเชียงราย. ออนไลน์) ส่งผลให้นโยบายของรัฐบาลต่อธุรกิจอสังหาริมทรัพย์จึงมีการมุ่งเน้นในการสร้างความสมดุลระหว่างความต้องการและผลผลิต (Demand and Supply) เป็นหลัก โดยรัฐบาลเองได้ออกมาตรการต่างๆ เพื่อกระตุ้นภาคอสังหาริมทรัพย์ เช่น มาตรการด้านภาษี และให้สิทธิต่าง ๆ แก่ผู้ซื้อ มาตรการสินเชื่อร้อยละ 100 ให้แก่ข้าราชการ

การฟื้นฟูโครงการอสังหาริมทรัพย์ที่มีปัญหาซึ่งก็เป็นความร่วมมือระหว่างหน่วยงานของรัฐที่เข้าไปสานต่อเพื่อพัฒนาโครงการนำมาขายต่อได้ รวมทั้งการลดค่าธรรมเนียมการโอน การลดหย่อนภาษี และการปรับแก้ ผ่อนปรน กฎ ระเบียบและจูงใจให้ชาวต่างชาติเข้ามาลงทุนซื้ออสังหาริมทรัพย์ในไทยมากขึ้น ท่ามกลางสถานการณ์ อันนับเป็นโอกาสอันดีจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจซึ่งผู้ประกอบการในภาคอสังหาริมทรัพย์จะสามารถขายสินค้าได้มากขึ้น และสถานะการแข่งขันการเข้ามาแข่งขันของนักลงทุนต่างชาติ ผู้ประกอบการไทยในภาคอสังหาริมทรัพย์ จึงจำเป็นที่จะต้องมีการปรับกลยุทธ์ในการดำเนินการเพื่อรองรับกับการฟื้นตัวของภาคอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งมีการแข่งขันกันสูง โดยสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า และเสนอส่วน

ประสมทางการตลาดที่เป็นที่ต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด (อภิญา เสมสมบุญ, 2549) เช่นเดียวกับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในกรุงเทพมหานครที่มีการปรับตัวอันเกิดจากสภาพปัญหาโควิด 19 ส่งผลให้การทำธุรกิจแบบใหม่จำต้องอาศัยการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ(ทั้งในแง่ของระบบคมนาคมและสิ่งสนับสนุนอื่นๆ)ทำให้เกิดกิจกรรมทางธุรกิจการส่งเสริมธุรกิจอสังหาริมทรัพย์แบบใหม่ตามมาคืออาคารวิเคราะห์อุปทานแบบใหม่รวมทั้งทัศนคติและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป(Restmetalk, 2564)

รัฐบาลได้มีนโยบายเร่งผลักดันการพัฒนาพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ ในพื้นที่ 10 จังหวัด ได้แก่ ตาก มุกดาหาร สระแก้ว ตราด สงขลา หนองคาย เชียงราย นครพนม กาญจนบุรี และ นราธิวาส โดยส่งเสริมให้เกิดการลงทุนใน 10 อุตสาหกรรมเป้าหมายใหม่ บริเวณชายแดนไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ราชอาณาจักรกัมพูชาและสหพันธรัฐมาเลเซีย โดยรัฐบาล มีมาตรการสนับสนุน และส่งเสริมต่าง ๆ เพื่อเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจ สามารถขับเคลื่อนนโยบายพัฒนาเขตเศรษฐกิจที่มุ่งเน้นการเพิ่มมูลค่าการลงทุนจากทั้งในและต่างประเทศ เช่น การให้สิทธิพิเศษในการส่งเสริมการลงทุน การอำนวยความสะดวกในการดำเนินธุรกิจ ควบคู่กับการรองรับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อดึงดูดนักลงทุนทั้งไทยและต่างชาติให้เข้าไปลงทุน โดยมูลค่าการค้าชายแดนของไทยกับประเทศเพื่อนบ้านช่วงต้นทั้ง 4 ประเทศ ที่ผ่านมามีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมีมูลค่าเฉลี่ยต่อปี ประมาณ 900,000 ล้านบาท และน่าจะมีแนวโน้มขยายตัวมากขึ้น (เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษออนไลน์) ส่งผลต่อการทำธุรกิจในเขตพื้นที่ดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากโอกาสและจุดแข็งในการลงทุนและประกอบธุรกิจในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นส่งผลให้จังหวัดเชียงรายถูกกำหนดเป็นพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษในปี พ.ศ.2558 เนื่องจากมีศักยภาพด้านทำเลที่ตั้งที่เป็นประตูการค้าของภาคเหนือกับสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และสาธารณรัฐประชาชนจีน มีพื้นที่เป้าหมาย 3 อำเภอประกอบด้วย แม่สาย เชียงแสน และเชียงของ โดยมีอำเภอแม่สาย เป็นเมืองการค้าชายแดน GMS (GMS Trading City) และเมืองแห่งการท่องเที่ยว เป็นศูนย์บริการทางการค้าและการลงทุน อำเภอเชียงแสนเป็นเมืองแห่งมรดกชาติ” (GMS Port City) เมืองศูนย์การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวเส้นทางแม่น้ำโขง และท่าเทียบเรือนานาชาติ และอำเภอเชียงของ เป็นเมืองโลจิสติกส์และบริการขนส่ง (Logistic City) และเมืองผ่านสำหรับนักท่องเที่ยว

(ศูนย์บริการเบ็ดเสร็จด้านการลงทุน (OSS). ออนไลน์) โดยจะเห็นได้ว่าจังหวัดเชียงรายเป็นพื้นที่ที่มีความได้เปรียบด้านที่ตั้งและมีศักยภาพเป็นฐานการค้า การลงทุน อุตสาหกรรม และการท่องเที่ยว ที่ส่งผลต่อการพัฒนาและการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจในประเทศไทย โดยในปัจจุบันพบว่า มูลค่าการลงทุนจากต่างประเทศในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษเชียงรายมีมูลค่า 164.45 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 3.73 ของมูลค่าการลงทุนในเขตเศรษฐกิจพิเศษทั้งหมด อำเภอแม่สายมีมูลค่าทุนจดทะเบียนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54 รองมาได้แก่ อำเภอเชียงแสน และอำเภอเชียงของ คิดเป็นร้อยละ 32 และ 14 ตามลำดับ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้าอ้างถึงใน มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง, ออนไลน์, 2564) จากข้อมูลการลงทุนข้างต้น จะเห็นว่า การลงทุนในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในปัจจุบันมีมูลค่าการลงทุนที่สูงมากขึ้น และได้ส่งผลกระทบต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจของธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในหลายภาคส่วน เป็นโอกาสสำคัญในการพัฒนาธุรกิจให้เจริญเติบโตเหมาะสมสำคัญการแข่งขันในห่วงโซ่มูลค่าที่เกิดขึ้นในปัจจุบันอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ทั้งกรอบความร่วมมืออาเซียนและ แม็โขง-ล้านช้าง เป็นต้น

จากสภาพโอกาสและความต้องการในการพัฒนาทางธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในจังหวัดเชียงราย ผู้เขียนในฐานะนักอสังหาริมทรัพย์จึงมีความต้องการนำเสนอกลยุทธ์ในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในเขตเศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดเชียงราย เพื่อประโยชน์ต่อการลงทุนของผู้ประกอบการและนักลงทุนในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคและเป็นแนวทางในการวางแผนที่เกิดขึ้นในปัจจุบันและในอนาคตได้ โดยในบทความวิชาการนี้จะมีหัวข้อที่น่าสนใจและนำไปสู่ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ดังข้อหัวต่อไปนี้

### ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ มีความสำคัญต่อเสถียรภาพทางเศรษฐกิจและความมั่นคงของระบบสถาบันการเงิน เป็นธุรกิจที่มีขนาดใหญ่ในระบบเศรษฐกิจจากธุรกิจหลายประเภท อาทิเช่น บ้านอยู่อาศัย อาคารชุด อพาร์ทเมนต์ หอพัก โรงแรม และอาคารรูปแบบต่าง ๆ สิ่งปลูกสร้างทางการพาณิชย์และอุตสาหกรรม เป็นต้น จากสถานการณ์วิกฤติทางเศรษฐกิจ ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ก็ประสบกับปัญหา ธุรกิจหลายประเภทต้องปิดตัวลง นักลงทุนหลายรายต้องประสบกับปัญหาหนี้สิน ลูกค้ายกฟ้องซื้อบ้านไม่ได้บ้านหลายรายไม่ได้รับเงินจองคืน สถานการณ์ของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ยังมีผลต่อเนื่องต่อธุรกิจอื่นอีกมากมาย เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของราคาอสังหาริมทรัพย์จะส่งผลกระทบต่อไปยังความมั่นคงของครัวเรือน ความสามารถในการขอ

สินเชื่อ การบริโภค และการลงทุนในระบบเศรษฐกิจ ตลอดจนฐานะของสถาบันการเงิน จึงจำเป็นต้องมีการศึกษาและหากกลยุทธ์ในการเปลี่ยนแปลงอย่างใกล้ชิด การเกิดวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ ส่งผลทำให้ความต้องการด้านที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคลดลงและพฤติกรรมในการซื้ออสังหาริมทรัพย์เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม เนื่องจากมองถึงความไม่มั่นใจถึงรายได้ในอนาคตและราคาขาย ประกอบกับการเกิดปัญหาจากการซื้อขายที่ผ่านมา ไม่ว่าจะเป็นการสร้างบ้านให้เสร็จตามเวลาที่กำหนด หรือปัญหาในการดำเนินการโอนกรรมสิทธิ์ แม้ว่าทางรัฐบาลจะดำเนินการกำหนดมาตรการในการกระตุ้นภาคอสังหาริมทรัพย์ทั้งทางด้านผู้ซื้อและผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์ แต่ก็ยังไม่สามารถส่งผลต่อความต้องการอสังหาริมทรัพย์เพิ่มขึ้นในระยะเวลานาน (สมบุรณ์ หวังโชคดำรง. 2545 : 2)

ก่อนเกิดวิกฤตการณ์เศรษฐกิจ ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เป็นธุรกิจหนึ่งที่นำลงทุนเป็นอย่างยิ่ง มีผู้ลงทุนในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์จำนวนมาก การปล่อยสินเชื่อของสถาบันการเงินจึงขาดความระมัดระวัง มีเพียงแต่หลักทรัพย์ที่เป็นที่ดิน และเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรง ประกอบกับเป็นช่วงที่ประเทศไทยเปิดเสรีทางการเงิน จึงทำให้เงินทุนอัตราดอกเบี้ยต่ำไหลเข้ามาในประเทศจำนวนมาก ในขณะที่รัฐบาลมีนโยบายคงอัตราแลกเปลี่ยนคงที่จึงเป็นแรงจูงใจให้มีการนำเงินทุนเข้าจากต่างประเทศ เพื่อแสวงหารายได้จากส่วนต่างของอัตราดอกเบี้ยและการลงทุนในธุรกิจ ทำให้มีการลงทุนทั้งภาคการผลิตและธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เกินความต้องการ ส่งผลให้ยอดขายตกต่ำลง

จากที่ผู้เขียนได้กล่าวไว้ข้างต้นว่า ช่วงก่อนวิกฤติทางเศรษฐกิจผู้บริโภคมีความต้องการที่อยู่อาศัยเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว อัตราการซื้อขายมีการเปลี่ยนมือค่อนข้างสูง เกิดการเก็งกำไรจากการถือครองทรัพย์สิน ทำให้ราคาสูงขึ้น ต่อมาเกิดวิกฤตทางเศรษฐกิจตกต่ำในประเทศไทย ส่งผลทำให้ภาคธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ไม่สามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ได้ทันท่วงที ทำให้ภาคธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ต้องเกิดภาวะซบเซาและชบเซาอย่างต่อเนื่อง ผู้ประกอบการด้านอสังหาริมทรัพย์บางส่วนได้อาศัยการนำทรัพย์สินของสถาบันการเงินมาทำการประมูลขาย ซึ่งทรัพย์สินดังกล่าวถูกนำมาปรับโครงสร้างหนี้และถูกนำออกขายอย่างรวดเร็ว ประกอบกับสถาบันการเงินต่างๆที่ยังดำเนินการอยู่ได้นำเอาหนี้สินที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้หรือ NPL(Non Performing Loan) ที่มีการดำเนินการปรับปรุงโครงสร้างหนี้แล้วนำออกขายทอดตลาด ทำให้ปริมาณที่อยู่อาศัยที่มีอยู่ในตลาดอสังหาริมทรัพย์มีจำนวนมากเกินความต้องการ (สมบุรณ์ หวังโชคดำรง. 2545 : 2) ผู้เขียน

ได้ตั้งข้อสังเกตว่า ถึงแม้ในตลาดอสังหาริมทรัพย์จะมีทรัพย์สินเป็นจำนวนมาก มีปริมาณการก่อสร้างในแต่ละปีเพิ่มขึ้นมากเท่าใดก็ยังไม่พอต่อความต้องการ อีกทั้งปริมาณความต้องการของผู้ซื้อยังคงมีมากขึ้นเท่าเดิม และยังเพิ่มรูปแบบความหลากหลายของส่วนประกอบเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ไม่มีที่สิ้นสุด ซึ่งผู้เขียนมองว่า ด้วยเศรษฐกิจภายในประเทศมีมูลค่าการซื้อขายลดลง และข้อจำกัดทางด้านงบประมาณของผู้ซื้อ ประกอบกับระดับราคาของทรัพย์สินที่สูงขึ้นทำให้ผู้ซื้อเกิดข้อจำกัดในการเลือกซื้อ ความหลากหลายของทรัพย์สินและส่วนประกอบต่าง ๆ เช่น ทำเลที่ตั้ง ระบบคมนาคม สาธารณูปโภคต่าง ๆ จึงเป็นปัจจัยที่ผู้ประกอบการนำมาใช้ในการแข่งขัน ด้วยการหาแนวทางการลดต้นทุน และใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ตลอดจนจนถึงการปรับทรัพย์สินใหม่ ให้ได้ราคาที่เหมาะสม ตามกำลังซื้อที่แท้จริงของคนในทำเลที่ตั้งนั้น ๆ ทำให้กลยุทธ์หรือรูปแบบการแข่งขันมีการปรับเปลี่ยนอยู่ตลอดเวลา ซึ่งจากการศึกษาของ อาชวิทร์ มาลัย (2558: 54-55) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ขายทอดตลาดของลูกค้ำของบริษัทบริหารสินทรัพย์สุขุมวิท จำกัด สาขาเชียงใหม่ พบว่า แนวโน้มของกลุ่มเริ่มต้นในวัยทำงาน ยังมีเงินออมหรือทุนเรื่องที่อยู่อาศัยหรือเพื่อการลงทุนยังไม่มากพอ จึงให้ความสนใจประเภทอสังหาริมทรัพย์ที่ใช้ทุนไม่สูงมากนัก โดยเน้นการอยู่อาศัยในพื้นที่ เป็นศูนย์กลางการเข้าถึงสาธารณูปโภคอื่น ๆ หรืออยู่ในพื้นที่ที่เอื้อต่อการเดินทางไปทำงานและใช้ชีวิตประจำวัน ส่วนผู้ซื้อจะเลือกที่อยู่อาศัยในระดับที่สอดคล้องกับงบประมาณที่มีความสามารถหรือกำลังซื้อของตน ที่หมายรวมถึงความสามารถในการชดใช้และการขอสินเชื่อจากสถาบันการเงินต่าง ๆ ซึ่งให้เห็นว่า ด้านราคาซื้อขายของอสังหาริมทรัพย์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุดโดยเมื่อราคาซื้อขายอสังหาริมทรัพย์เพิ่มสูงขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้โอกาสในการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ลดลงตามไปด้วย ในทางกลับกันขณะที่รายได้ต่อเดือนของผู้ซื้ออสังหาริมทรัพย์เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้โอกาสในการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์เพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน เช่นเดียวกับธนพิชญ์ บงกชเพชร (อ้างถึงใน ชนิศา สมศักดิ์, 2558,21) ซึ่งพบว่า กลยุทธ์ระดับองค์กร ที่องค์กรเลือกคือ กลยุทธ์การเติบโต (Growth Strategy) โดยการพัฒนาอาคารชุดให้มากขึ้นเพื่อให้ผู้ซื้อมีทางเลือกมากขึ้น เพื่อเป็นการเพิ่มยอดขายและรายได้และยังสามารถเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดอาคารชุดอีกด้วย และกลยุทธ์ระดับหน่วยธุรกิจ ที่องค์กรได้เลือกใช้คือ กลยุทธ์แบบมุ่งเน้นและสร้างความแตกต่าง (Differentiation Focus) เนื่องจากบริษัทจะเน้นลูกค้าเฉพาะกลุ่มได้ เช่น ระบุกลุ่มอายุของผู้ซื้อเน้นราคาให้อยู่ในระดับกลาง ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีความเป็นตัวของตัวเองสูง เพื่อเป็นการลด

คู่แข่งชั้นในตลาด รวมไปถึงการลดสินค้าทดแทนด้วย ในขณะที่เดียวกันปัญหาที่พบได้บ่อยของโครงการคอนโดมิเนียมของบริษัทอสังหาริมทรัพย์ คือ ผลกำไรลดลง เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารเพิ่มขึ้นองค์กรจึงได้วางกลยุทธ์ใหม่เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและความแตกต่างจากบริษัทอื่น ๆ ซึ่งกลยุทธ์ที่เลือกใช้ระดับองค์กร ได้แก่ กลยุทธ์การเติบโต เป็นการมุ่งเน้นการเติบโตขององค์กร และตราสินค้า โดยการเพิ่มหรือขยายโครงการใหม่ ๆ ในพื้นที่กลุ่มลูกค้าใหม่ ๆ และมุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าใหม่เพื่อขยายตลาดให้กว้างขึ้น และกลยุทธ์ระดับธุรกิจ ได้เลือกใช้กลยุทธ์เร่งรุกบุกเร็ว โดยการศึกษาและเรียนรู้ให้เกิดความเชี่ยวชาญและความชำนาญในการดำเนินธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ รวมถึงการร่วมมือกับพันธมิตรทางการค้ากับบริษัทอื่นเพิ่มขึ้นเพื่อเพิ่มทางเลือกทางธุรกิจและการลงทุนเพิ่มเติม(พงศ์พร ไชยจรัส อ้างถึงใน ชนิศา สมศักดิ์,2558 ,21)

จากผลการศึกษาที่ได้กล่าวข้างต้น ก็เป็นไปตามที่ผู้เขียนได้ตั้งข้อสังเกตไว้ว่า ในเมื่อปริมาณทรัพย์สินในตลาดอสังหาริมทรัพย์ยังมีจำนวนมาก เพื่อเป็นการลดต้นทุนและใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด จึงควรนำทรัพย์สินที่มีอยู่มาปรับเป็นทรัพย์สินใหม่ กำหนดราคาในอัตราที่เหมาะสม เพิ่มรูปแบบความหลากหลายของทรัพย์สินให้มีความทันสมัย จะทำให้ผู้ซื้อมีความสนใจและผู้ที่มีรายได้ในระดับปานกลางสามารถตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ได้ โดยที่ผู้ขายแทบจะไม่ได้ลงทุนอะไรเลย ด้วยภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทยในปัจจุบัน ผนวกกับอัตราการลงทุนที่ลดลง เนื่องจากมีปัจจัยลบหลายด้าน ทั้งเรื่องของเศรษฐกิจ การเมือง รวมถึงเรื่องของหนี้ครัวเรือนที่เพิ่มสูงขึ้น ซึ่งอาจกระทบกับความเชื่อมั่นในการตัดสินใจ ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เองก็ได้รับผลกระทบไม่น้อย ผู้ประกอบการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์จึงต้องปรับกลยุทธ์เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและกระตุ้นการตัดสินใจของผู้บริโภคให้เร็วขึ้น เช่น กลยุทธ์การเติบโต (Growth Strategy) กลยุทธ์แบบหดตัวตามภาวะเศรษฐกิจและกลยุทธ์แบบมุ่งเน้นและสร้างความแตกต่าง (Differentiation Focus) รวมถึงการร่วมมือกับพันธมิตรทางการค้ากับบริษัทอื่นเพิ่มขึ้นเพื่อเพิ่มทางเลือกทางธุรกิจและการลงทุนเพิ่มเติมเพื่อเป็นการเพิ่มยอดขายและรายได้ จะเห็นว่าผู้ประกอบการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ต่างก็หา กลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อเข้ามาปรับใช้กับธุรกิจ เพื่อให้เกิดการเติบโตและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ สำหรับในประเด็นหัวข้อถัดไปที่จะนำเสนอ นั้น ผู้เขียนขอเสนอกลยุทธ์ในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน



ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในเขตเศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดเชียงราย เพื่อประโยชน์ในการแข่งขันของผู้ที่สนใจรวมทั้งเป็นข้อเสนอเชิงวิชาการและนโยบายต่อไปของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในอนาคต

## สรุปและอภิปราย

### กลยุทธ์ในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

#### ประเด็นที่ 1 กลยุทธ์การปรับตัว

สำหรับเขตเศรษฐกิจพิเศษ คือเขตพื้นที่ที่จัดตั้งขึ้นเป็นการเฉพาะตามกฎหมาย เพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมสนับสนุน และอำนวยความสะดวก รวมทั้งให้สิทธิพิเศษบางประการในการดำเนินกิจการต่างๆ เช่น การอุตสาหกรรม การพาณิชย์กรรม การบริการ หรือกิจการอื่นใดที่เป็นประโยชน์แก่การเศรษฐกิจของประเทศทั้งนี้ เขตเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดเชียงราย ประกอบไปด้วย อำเภอแม่สาย เชียงแสน และเชียงของ ทั้ง 3 อำเภอมีลักษณะภูมิประเทศที่เอื้ออำนวยต่อการทำธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ เนื่องจากการค้าชายแดนมีความเติบโตมีความพร้อมในด้านโครงสร้างพื้นฐาน และมีฐานการผลิตในอุตสาหกรรมและการค้ารองรับอยู่แล้ว ส่งผลให้กลายเป็นธุรกิจต่อเนื่องจากภาคอุตสาหกรรมและการค้าชายแดนในพื้นที่ที่ได้รับการสนับสนุนให้มีความต้องการมากขึ้น เช่น ภาคธุรกิจที่อยู่อาศัย, วัสดุก่อสร้าง, กิจการพลังงาน, สื่อสารไร้สาย, การบริการขนส่ง, การค้าส่งค้าปลีกของสินค้าอุปโภคบริโภค การบริการด้านการเงินทั้งกับผู้ประกอบการฝั่งไทยและฝั่งประเทศเพื่อนบ้าน บริการด้านสาธารณสุข ความงาม การบริการด้านการศึกษา โดยเฉพาะการอบรมแรงงานให้มีฝีมือ และการบริการด้านความปลอดภัย และเมื่อส่งผลต่อความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในพื้นที่ชายแดนจึงเป็นปัจจัยที่ดึงดูดให้นักลงทุนยังคงสนใจมองหาโอกาสเข้าไปลงทุน และเป็นปัจจัยหนุนให้ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ขยายตัวตาม (ถึงแม้ว่าภาครัฐประกาศว่าจะเลือกใช้ที่ดินของราชพัสดุ ไม่ใช่ที่ดินของเอกชน มีผลให้จำนวนการซื้อที่ดินชะลอตัวลง ส่วนราคาที่ดินก็ทรงตัวมากขึ้น แต่ไม่ได้ลดลง) โดยวิธีการที่จะดึงดูดให้นักลงทุนนำเม็ดเงินเข้ามาลงทุนให้มากที่สุดนับแต่ต้นคือ รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมและสร้างปัจจัยจูงใจเพื่อให้เกิดการลงทุนอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนกำหนดมาตรการที่ก่อให้เกิดการลงทุนที่มีประสิทธิภาพเพื่อยกระดับสวัสดิการสังคมของประเทศโดยรวมเพื่อส่งผลให้อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ลูกค้ารายใหญ่ชั้นดี อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ค่าธรรมเนียมจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรม มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับปริมาณเงินลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ และปัจจัยดัชนีราคาที่อยู่อาศัย

มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปริมาณเงินลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ(จันทร์จิรา ต่อศักดิ์ อุดม อ้างถึงใน นภัสพร จันทวงษ์,2557,23-24) ในขณะเดียวกันนักลงทุนต้องให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้านความเหมาะสมของราคาและทำเลที่ตั้งของโครงการ(เจริญจิตต์ ผจงวิริยาทร อ้างถึงใน พิรญา พงษ์ประสุวรรณ และคณะ,2561,16) รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านการบริการ เช่น การมีบ้าน ตัวอย่างให้เลือกชมก่อนการตัดสินใจซื้อ มีการส่งเสริมการตลาดที่น่าสนใจ เช่น การมีของแถม การให้ส่วนลดพิเศษ การรับประกันบ้าน เป็นต้น ลำดับถัดมาคือ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม โดยต้องมี บรรยากาศและสภาพแวดล้อมในโครงการเหมาะสม และระบบสาธารณูปโภค เช่น ถนน ไฟฟ้า ประปา ระบบการจัดเก็บขยะ ระบบการระบายน้ำ เป็นต้น ปัจจัยในขณะเดียวกัน ปัจจัยด้าน คุณภาพ โดยขนาดบ้านและพื้นที่รอบ ๆ ตัวบ้านจะต้องมีความเหมาะสม มีการให้สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น สนามเด็กเล่น สระว่ายน้ำ เป็นต้น สุดท้ายคือ ปัจจัยด้านความปลอดภัย โดยมี เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยน่าเชื่อถือ การมีการติดตั้งกล้องวงจรปิดตามจุดต่าง ๆ ภายใน โครงการมีความเหมาะสม เพียงพอ รวมถึงการมีการตรวจสอบบุคคลเข้าออกภายในโครงการอย่าง เหมาะ(สมวีณา ธิระโสภณ ,2558 อ้างถึงใน พิรญา พงษ์ประสุวรรณ และคณะ. มปป. : 17)

และในปัจจุบัน สิ่งที่สำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากันนั่นก็คือ การติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ขาย กับลูกค้าที่สนใจอสังหาริมทรัพย์ของหน่วยงาน ทั้งนี้ในปัจจุบันพบว่านับตั้งแต่อินเทอร์เน็ตเข้ามามี บทบาทในทางการโฆษณาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ได้ทำให้การหาข้อมูลของผู้บริโภคเปลี่ยนไป โดยการเริ่มต้นหาข้อมูลเกี่ยวกับอสังหาริมทรัพย์ที่สนใจจากอินเทอร์เน็ตก่อน เนื่องจากเป็นวิธีที่ สะดวกและประหยัดเวลามากที่สุด โดยข้อมูลที่ได้รับมีมิติที่กว้างและลึก สามารถเลือกค้นได้ตาม ทำเล ตามประเภทของอสังหาริมทรัพย์ที่สนใจและงบประมาณ เมื่อได้รายการอสังหาริมทรัพย์ที่ สนใจก็สามารถเข้าไปค้นข้อมูลเชิงลึก เกี่ยวกับรายละเอียดโครงการได้ที่เว็บไซต์ ของโครงการนั้น ๆ โดยสามารถเข้าไปอ่านความคิดเห็นของลูกค้ารายอื่น ๆ ที่มีต่อโครงการหรือผู้ประกอบการได้ ตามเว็บไซต์สาธารณะอื่น ๆ เพื่อนำข้อมูลมาประกอบการตัดสินใจพบว่า อินเทอร์เน็ตเป็น แหล่งข้อมูลที่คนในกรุงเทพใช้เป็นแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับคอนโดมิเนียม เมื่อเทียบกับการค้นหาข้อมูล จากสื่ออื่น ๆ(วิวิธ รุ่งเรืองผล อ้างถึงใน อาชวิศร์ มาลัย. 2558,15)

## ประเด็นที่ 2 กลยุทธ์การปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป (Porter, 1990 อ้างถึงใน ชนิศา สมศักดิ์, 2558, 14-16)

1. การเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน (Cost leadership) เป็นการดำเนินการผลิตสินค้าและบริการ ให้มีต้นทุนต่ำสุด เพื่อที่จะนำเสนอราคาของสินค้าและบริการที่ต่ำกว่าคู่แข่งและมุ่งไปสู่ลูกค้ากลุ่มใหญ่ในตลาดเป้าหมาย ปัจจัยที่มีผลต่อการลดต้นทุน ได้แก่ การผลิตสินค้าจำนวนมาก ทำให้อัตราต้นทุนต่อหน่วยลดลง เช่น วัตถุดิบ แรงงาน ปัจจัยการผลิต เป็นต้น การสร้างอำนาจในการต่อรอง การเพิ่มขึ้นหรือลดลงของความหลากหลาย การเพิ่มขึ้นหรือลดลงของบริการที่มอบให้ลูกค้า คุณภาพของสินค้าและลักษณะการดำเนินการที่มากขึ้นหรือลดลง การเพิ่มขึ้นหรือลดลงของช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นต้น

2. การสร้างความแตกต่าง (Differentiation) การสร้างคุณค่าให้กับสินค้าและบริการที่ให้ความแตกต่างจากคู่แข่งรายอื่น ๆ การเพิ่มคุณค่า ความคาดหวังจากการแลกเปลี่ยนสินค้ากับเงินที่ลูกค้าจะต้องจ่ายออกไป คุณภาพของสินค้าและบริการควรมีการปรับปรุงคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ เช่น การเพิ่มนวัตกรรมทางเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าสามารถสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันให้ขยายขอบเขตของธุรกิจให้กว้างขึ้น

3. การมุ่งเฉพาะกลุ่ม (Focus) เป็นการกำหนดกลุ่มเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม เพื่อที่จะสามารถเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเต็มที่

จากทั้งสองกลยุทธ์นำไปสู่ประเด็นการพัฒนาเพื่อการดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ และอยู่เหนือคู่แข่ง ได้แก่

**ประเด็นการพัฒนาที่ 1 ด้านผลิตภัณฑ์ สินค้าและบริการ** ซึ่งการพัฒนาและสร้างความแตกต่างของทรัพย์สินให้สามารถดึงดูดและตอบสนองความต้องการของลูกค้าและนักลงทุน เป็นการสร้างคุณค่าให้กับสินค้าและบริการให้เกิดความแตกต่างจากคู่แข่งรายอื่น ๆ ซึ่งกลยุทธ์นี้จะต้องมีการพัฒนาตลอดเวลาเพราะเมื่อเวลาผ่านไป คุณค่า ความต้องการของผู้ซื้อในอดีตและปัจจุบัน รวมถึงในอนาคตก็ย่อมแตกต่างกันออกไป อาจจะเปลี่ยนแปลงไปไม่เหมือนเดิม คุณค่าของรูปแบบสินทรัพย์ที่เคยได้รับการยอมรับในอดีตอาจจะเปลี่ยนรูปแบบไปจากเดิม ยิ่งไปกว่านั้นในปัจจุบันการตลาดมีการแข่งขันที่สูงขึ้น สินค้ามีความคล้ายคลึงกันมาก เน้นการสร้างเร็ว ขายเร็ว เพื่อลดความเสี่ยงจากผลกระทบจากสิ่งแวดล้อมภายนอก เพราะด้วยหลายปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจอสังหาริมทรัพย์นี้โดยตรง ทั้งปัญหานี้ครัวเรือน, ค่าแรงขั้นต่ำ หรือมีผู้ประกอบการในตลาด

หลักทรัพย์ที่เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ เกิดการแข่งขันทั้งผู้ประกอบการรายใหญ่และรายย่อย การพัฒนาทรัพย์สินที่ไม่มากจนเกินกำลัง เป็นข้อดีที่ทำให้ผู้ประกอบการนักลงทุนปรับตัวได้ทัน ปัจจัยเหล่านี้ทำให้นักลงทุนอสังหาริมทรัพย์รายเล็กสามารถเติบโตอย่างมั่นคงได้ในธุรกิจนี้ต่อไป ดังนั้นกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างจะสามารถตอบสนองความต้องการได้มากยิ่งขึ้น เพราะเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดเชียงราย หากการค้าขายชายแดนในพื้นที่เหล่านี้เติบโตขึ้นเรื่อย ๆ และเป็นปัจจัยที่ดึงดูดให้นักลงทุนสนใจมองหาโอกาสเข้าไปลงทุน และเป็นปัจจัยหนุนให้ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ขยายตัวตามไปอีกด้วย ทำให้มีโอกาสที่จะต้องมีการปรับปรุงคุณภาพของธุรกิจให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง

**ประเด็นการพัฒนา ที่ 2 ด้านราคา ส่วนประสมทางการตลาด** ราคาเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อการลงทุนธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ การที่โครงการตั้งอยู่บนแหล่งชุมชน มีเส้นทางเดินทางไปมาสะดวก มีสาธารณูปโภครองรับพร้อมเป็นทำเลที่มีราคาค่อนข้างสูง ฉะนั้นแล้วการตั้งราคาที่มีความเหมาะสมกับทำเลที่ตั้ง ก็อาจจะทำให้ลูกค้าสามารถตัดสินใจเลือกซื้อได้ง่ายขึ้น เพราะส่วนใหญ่แล้วลูกค้าจะให้น้ำหนักการตัดสินใจในด้านราคาเหมาะสมกับทำเลที่ตั้งค่อนข้างมาก มีการจัดจำหน่ายในราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ มุ่งเน้นจุดสนใจด้านการตลาด การมอบสิทธิพิเศษ เช่น การให้ส่วนลดเป็นเงินสด การอยู่ก่อนผ่อนทีหลัง เป็นต้น

**ประเด็นการพัฒนาที่ 3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ต้องมีการออกแบบให้ครอบคลุมเพื่อให้ลูกค้าและนักลงทุนสามารถถึงเราให้มากกว่าคู่แข่ง เช่น การจัดทำเว็บไซต์ การโฆษณาประชาสัมพันธ์และการสื่อสารการตลาดอื่น ๆ เพื่อแนะนำผลิตภัณฑ์ สินค้าและบริการ

**ประเด็นการพัฒนาที่ 4 ด้านภาพลักษณ์** การสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัว ทำให้เกิดความน่าเชื่อถือ แต่ทั้งนี้ทั้งนั้น ยังคงมีช่องว่างสำหรับการทำธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่อาจจะเป็นตัวปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ เพราะต้องใช้ระยะเวลาในการเรียนรู้และแก้ไขทำให้กลยุทธ์เพื่อจะได้ดำเนินธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น นักลงทุนต้องวางแผนกลยุทธ์ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และกลยุทธ์การตลาดเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน หรือรูปแบบการแข่งขันให้มีการปรับเปลี่ยนและการพัฒนาอยู่ตลอด เพื่อจะได้เตรียมพร้อมรับมือรูปแบบการแข่งขันในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ที่อาจจะมีการพัฒนาขึ้นในอนาคตอย่างรวดเร็ว

## บรรณานุกรม

- พงศธร เชี่ยวกุล. (2562). การตัดสินใจลงทุนในที่ดินเพื่อนำไปพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์เพื่อการอยู่อาศัยตามแนวรถไฟฟ้าภายใต้ภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มงคล อัสวติลภฤทธิ และวรุณ เจตจำเริญชัย. (2564). ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อกลยุทธ์การตลาดอสังหาริมทรัพย์มือสอง. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ศูนย์การบริการเบ็ดเสร็จด้านการลงทุน (OSS).เขตเศรษฐกิจพิเศษ.ออนไลน์ จาก <https://crsez-oss.com>. สืบค้นเมื่อ 25 กุมภาพันธ์ 2564.
- สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.(2564).เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษเชียงราย.ออนไลน์ จาก <http://rs.mfu.ac.th/obels/?p=1844> สืบค้นเมื่อ 27 กุมภาพันธ์ 2564.
- Restmetalk. (2564). เน็กซ์ซี ตลาดอสังหาริมทรัพย์ปรับตัวมากที่สุดในรอบ 10 ปี ทั้งตลาดที่อยู่อาศัยและตลาดพื้นที่พาณิชย์กรรมและผู้ประกอบการต้องคิดแบบใหม่เพื่อรองรับไลฟ์สไตล์ที่เปลี่ยนไป เผยธุรกิจให้เข้าพื้นที่เพื่อทำ Data Center จะเป็นธุรกิจอนาคตที่มาแรง.ออนไลน์. <http://www.restmetalk.com/17260687/nexus-property-market>.เข้าถึงเมื่อ 19 มีนาคม 2564

## ผู้เขียน

### ณัชชา กันทะดวง

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

80 ซอย 9 ตำบล บ้านดู่ อำเภอเมืองเชียงราย เชียงราย 57100

email : natcha\_kan@crru.ac.th

### ผศ.ดร.วิกรม บุญนุ่น

อาจารย์สาขาวิชายุทธศาสตร์การพัฒนากุมิภาค

สำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

80 ซอย 9 ตำบล บ้านดู่ อำเภอเมืองเชียงราย เชียงราย 57100

email : vikrom\_boo@crru.ac.th