

ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การแข่งขันกับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจ
บ้านจัดสรร ในกลุ่มร้อยแก่นสาร

RELATIONSHIPS BETWEEN THE COMPETITIVE STRATEGIES WITH
THE PROFITS OF REAL ESTATE BUSINESS IN ROI-KAEN-SARN PROVINCES

สกุรัตน์ ตรีก้อน อัจฉรพร เณลิขิต และอรัญ ชูยกระเดื่อง
Skulrat Threekorn, Atcharaporn Nikornpitaya, and Aran Suikradeung

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษากลยุทธ์การแข่งขัน 2) ผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรร ในกลุ่มร้อยแก่นสาร 3) ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การแข่งขันกับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรร และ 4) เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะของผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรร ในกลุ่มร้อยแก่นสาร โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรร จำนวน 132 คน เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ค่าความเชื่อมั่นแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.95 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติที่ใช้ในการทดสอบความสัมพันธ์ ได้แก่ การวิเคราะห์ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ผลการวิจัย พบว่า

1. กลยุทธ์การแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรร ในกลุ่มร้อยแก่นสาร มีระดับกลยุทธ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu=3.57$, $\sigma=0.69$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว ($\mu=3.60$, $\sigma=0.73$) ด้านการจำกัดขอบเขต ($\mu=3.58$, $\sigma=0.68$) ด้านการสร้างความแตกต่าง ($\mu=3.56$, $\sigma=0.65$) และ ด้านการลดต้นทุน ($\mu=3.54$, $\sigma=0.70$) ตามลำดับ

2. ผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรรในกลุ่มร้อยละสาม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.90$, $\sigma = 0.72$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านลูกค้า ($\mu = 3.93$, $\sigma = 0.72$) ด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต ($\mu = 3.90$, $\sigma = 0.73$) ด้านกระบวนการธุรกิจภายในองค์กร ($\mu = 3.88$, $\sigma = 0.74$) และด้านการเงิน ($\mu = 3.87$, $\sigma = 0.69$) ตามลำดับ

3. กลยุทธ์การแข่งขันมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรร ในกลุ่มร้อยละสาม อยู่ในระดับปานกลาง ($r_{xy} = 0.480$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับกลยุทธ์การแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรรในกลุ่มร้อยละสาม พบว่า กลยุทธ์การแข่งขันข้อเสนอแนะที่มีค่าความถี่สูงสุด คือ ด้านการสร้างแตกต่าง ส่วนข้อเสนอแนะที่มีค่าความถี่ต่ำสุด คือ ด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว และผลการดำเนินงานผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรรข้อเสนอแนะที่มีค่าความถี่สูงสุด คือ ด้านลูกค้าและส่วนข้อเสนอแนะที่มีค่าความถี่ต่ำสุด คือ ด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต

ABSTRACT

The objectives of this research were 1) investigate the competitive strategies for managing real estate business in Roi-Kaen-Sarn Provinces, 2) survey the management of real estate business, 3) analyze the relationships of the competitive strategies with the profits of real estate business in Roi-Kaen-Sarn Provinces, and 4) find some useful suggestions for the real estate business in Roi-Kaen-Sarn Provinces. The samples were one hundred and thirty two real estate business owners in Roi-Kaen-Sarn Provinces. The instrument was a questionnaire with 0.95 reliability index. The data were analyzed by the computer program. The statistics used were mean, standard deviation, frequency and Pearson's Correlation Coefficient.

The research findings were as follows

1. The finding showed that the average level of the competitive strategies for real estate business in Roi-Kaen-Sarn provinces was high

($\mu = 3.57$, $\sigma = 0.69$). Four high-level strategies were quick service ($\mu = 3.60$, $\sigma = 0.73$), limitation of area ($\mu = 3.58$, $\sigma = 0.68$), differentiation ($\mu = 3.56$, $\sigma = 0.65$), cost reduction ($\mu = 3.54$, $\sigma = 0.70$) respectively.

2. The finding showed that the profits of the real estate business management in Roi-Kaen-Sarn provinces were at the high level ($\mu = 3.90$, $\sigma = 0.72$). Four high-level issues of the management were customer ($\mu = 3.93$, $\sigma = 0.72$), learning and growth ($\mu = 3.90$, $\sigma = 0.73$), business process of organization ($\mu = 3.88$, $\sigma = 0.74$), finance ($\mu = 3.87$, $\sigma = 0.69$) respectively.

3. The finding indicated that the competitive strategies significantly affected the relationship of the profits of real estate business in Roi-Kaen-Sarn provinces at the .05 level. The relationship of the strategies with the profits of the real estate business management was moderate ($r_{xy} = 0.480$).

4. Regarding suggestions, they are concluded that the most frequency of the suggestions for competitive strategies is differentiation. On the other hand, the least frequency of the suggestions is a quick response. The most frequency of the suggestions for the profits of real estate business is customers. Whereas, the least frequency of the suggestions is learning and growth.

คำสำคัญ

กลยุทธ์การแข่งขัน ผลการดำเนินงาน ธุรกิจบ้านจัดสรร

ความสำคัญของปัญหา

บ้านหรือที่อยู่อาศัยเป็นสถานที่ที่บุคคลในครอบครัวใช้ชีวิตอยู่ร่วมกันเป็นส่วนใหญ่ที่פקอาศัยนั้นจำเป็นปัจจัยสำคัญและจำเป็นมากสำหรับการดำรงชีวิตของมนุษย์ โดยทั่วไปและเป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อชีวิตความเป็นอยู่และสุขภาพของผู้อยู่อาศัย ซึ่งบ้านนอกจากจะเป็นที่พักอาศัยแล้ว ยังเป็นจุดเริ่มต้นของหน่วยเล็กที่สุดของสังคมที่เรียกว่า “ครอบครัว” เมื่อมนุษย์มาอยู่ร่วมกันเป็นครอบครัวความต้องการประการหนึ่ง คือ อย่างมีบ้านเป็นของตนเอง แต่ด้วยสภาวะสังคมในปัจจุบันที่มีแต่ความเร่งรีบทำให้ผู้ที่ต้องการบ้านไม่มีเวลา

สร้างบ้านเอง อีกทั้งการก่อสร้างบ้านในปัจจุบันที่มีแต่ความเร่งรีบทำให้ผู้ที่ต้องการบ้านไม่มีเวลาสร้างบ้านเอง และการก่อสร้างบ้านเองยังมีปัญหายุ่งยากมากมาย เช่นงบประมาณที่บานปลาย ไม่มีความรู้ทางด้านการก่อสร้างและผู้รับเหมาไม่สามารถสร้างบ้านได้ตามแบบที่เราต้องการได้ เป็นต้น

จากเหตุผลดังกล่าวจึงทำให้เกิดการลงทุนของผู้ประกอบการที่เรียกว่า “บ้านจัดสรร” ซึ่งอาจจะประกอบด้วย สิ่งปลูกสร้าง ขนาด คุณภาพ ที่แตกต่างกันไปตามแต่วิจารณ์ญาณของผู้ประกอบธุรกิจ โดยในปัจจุบันได้มีการพัฒนารูปแบบบ้านจัดสรรมากมายหลายแบบหลายราคา เช่น บ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์เฮาส์แถมด้วยสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการอีกมากมาย ทั้งนี้เพื่อที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในหลายระดับนั่นเอง ซึ่งทำให้ธุรกิจบ้านจัดสรรได้รับการตอบรับอย่างรวดเร็วและมีการขยายตัวขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ปัจจุบันธุรกิจบ้านจัดสรรจะดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การแข่งขันที่เหมาะสมเพื่อระบุกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจนขึ้น ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรรมองเห็นโอกาสในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการเฉพาะกลุ่ม ช่วยให้ผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรรมีทิศทางในการวางกลยุทธ์ทางการแข่งขันที่แน่นอน และมีประสิทธิภาพสูงสุด สำหรับรูปแบบการดำเนินธุรกิจบ้านจัดสรร ปัจจุบันในการบริหารธุรกิจการแข่งขันยุคใหม่เน้นที่กลุ่มผู้บริโภคเป็นสำคัญ ถือว่าเป็นหัวใจของการดำเนินธุรกิจ ธุรกิจบ้านจัดสรรต้องทำทุกวิถีทางเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความพอใจในความต้องการของผู้บริโภคเป็นจุดเริ่มต้นไปสู่การวางกลยุทธ์ทางการแข่งขันที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งต้องตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดี

ดังนั้น จึงต้องมีการวางกลยุทธ์การแข่งขันที่ดี โดยเฉพาะในทำเลที่มีการแข่งขันสูงผู้ประกอบการอาจต้องทำการศึกษาความต้องการของตลาดอย่างใกล้ชิดเพื่อสร้างจุดแข็งและความได้เปรียบในตัวสินค้าและราคา จากความสำคัญข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการวิจัย เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การแข่งขันกับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรร ในกลุ่มร้อยแก่นสาร เพื่อศึกษากลยุทธ์การแข่งขันกับผลการดำเนินงานของธุรกิจบ้านจัดสรร ในกลุ่มร้อยแก่นสารและศึกษาความสัมพันธ์ของกลยุทธ์การแข่งขันกับผลการดำเนินงานของธุรกิจบ้านจัดสรร ในกลุ่มร้อยแก่นสาร ผลการศึกษานำไปใช้เป็นข้อมูลในการดำเนินธุรกิจ ทั้งด้านการลดต้นทุน การสร้างความแตกต่าง การจำกัดขอบเขต การตอบสนองที่รวดเร็ว และการพัฒนา

ปรับปรุงธุรกิจบ้านจัดสรรให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งรายอื่นได้ อันจะเป็นแนวทางที่ทำให้ธุรกิจบ้านจัดสรรมีความเข้มแข็งและเติบโตในอนาคต

โจทย์วิจัย/ปัญหาวิจัย

กลยุทธ์การแข่งขันมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรร ในกลุ่มร้อยแก่นสารอย่างไร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษากลยุทธ์การแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรรในกลุ่มร้อยแก่นสาร
2. เพื่อศึกษาผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรรในกลุ่มร้อยแก่นสาร
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การแข่งขันกับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรรในกลุ่มร้อยแก่นสาร
4. เพื่อเสนอแนะเกี่ยวกับกลยุทธ์การแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรรในกลุ่มร้อยแก่นสาร

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรร ในกลุ่มร้อยแก่นสาร จำนวน 132 คน ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ใช้ประชากรทั้งหมดในการวิจัย เนื่องจากมีผู้ประกอบการทั้งหมด 132 คน (สำนักงานสรรพากร จังหวัดมหาสารคาม, 2556)

2. เครื่องมือการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรรในกลุ่มร้อยแก่นสาร 4 ข้อ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจบ้านจัดสรรในกลุ่มร้อยแก่นสาร 4 ด้าน คือ ด้านการตลาด ด้านการสร้างความแตกต่าง ด้านการจำกัดขอบเขต และด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว 20 ข้อ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจบ้านจัดสรรในกลุ่มร้อยแก่นสาร 4 ด้าน คือ ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการธุรกิจภายในองค์กร ด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต และด้านการเงิน 20 ข้อ

ตอนที่ 4 แจกแจงความถี่ข้อเสนอแนะของผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรร
ในกลุ่มร้อยละ

3. ขั้นตอนการสร้างและการหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ

3.1 ศึกษาเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การแข่งขันและ
ผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรร เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนด
กรอบแนวคิดและสร้างแบบสอบถาม

3.2 กำหนดขอบเขตและเนื้อหาในการตั้งคำถาม เพื่อให้สามารถตอบ
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

3.3 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นตามกรอบแนวคิดเสนออาจารย์ที่ปรึกษา
วิทยานิพนธ์เพื่อพิจารณาความเหมาะสม ความถูกต้องของการใช้ภาษา และครอบคลุม
เนื้อหาของการวิจัย

3.4 ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามแล้วนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบ
ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา

3.5 รวบรวมข้อมูลความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อคำถามแต่ละข้อแล้วนำมา
วิเคราะห์หาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยด้วยค่า IOC

3.6 วิเคราะห์หาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของ
การวิจัยด้วยค่า IOC ซึ่งข้อคำถามต้องมีค่า IOC ตั้งแต่ 0.67-1.00 ขึ้นไปทุกข้อ
และงานวิจัยนี้มีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67-1.00

3.7 นำแบบสอบถามมาทำการปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ
เพิ่มเติม

3.8 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try-Out) กับกลุ่มทดลอง
ซึ่งมิใช่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรรใน จังหวัดอุดรธานี
จำนวน 40 คน

3.9 ทำการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม

3.9.1 หาค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามเป็นรายข้อ โดยเทคนิค Item-
Total Correlation พิจารณาข้อที่มีคุณภาพผ่านเกณฑ์ คือ คัดเลือกข้อที่มีค่าอำนาจ
จำแนกรายข้อ ตั้งแต่ 0.20 ขึ้นไป ซึ่งด้านกลยุทธ์การแข่งขัน ได้ค่าอำนาจจำแนก (r)
อยู่ระหว่าง 0.2395-0.8704 และด้านผลการดำเนินงาน ได้ค่าอำนาจจำแนก (r)
อยู่ระหว่าง 0.3216-0.8695

3.9.2 นำข้อที่มีค่าอำนาจจำแนกผ่านเกณฑ์ หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.96

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 ประสานงานกับบัณฑิตวิทยาลัยเพื่อขอหนังสือขอความร่วมมือผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรรในกลุ่มร้อยละแกนสาร ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย

4.2 ผู้วิจัยลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง

4.3 นำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบความถูกต้อง

4.4 นำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์และสมมติฐานของการวิจัย

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรรในกลุ่มร้อยละแกนสาร โดยใช้ค่าความถี่และค่าร้อยละ

5.2 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์การแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรร ในกลุ่มร้อยละแกนสาร โดยใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเทียบกับเกณฑ์

5.3 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรร ในกลุ่มร้อยละแกนสาร โดยใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเทียบกับเกณฑ์

5.4 ทดสอบความสัมพันธ์กลยุทธ์การแข่งขันกับคุณผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรร ในกลุ่มร้อยละแกนสาร โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

5.5 แจกแจงความถี่ข้อเสนอแนะของผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรรในกลุ่มร้อยละแกนสาร

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยมี ดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรร ในกลุ่มร้อยละแกนสาร ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 59.09 อายุอยู่ในระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 41.67 การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 51.51 และสถานภาพสมรส จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 56.06

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์การแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรร ในกลุ่มร้อยละแกนสาร โดยภาพรวมและรายด้าน ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์การแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรรในกลุ่มร้อยละแสน

กลยุทธ์การแข่งขัน	μ	σ	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านการลดต้นทุน	3.54	0.70	มาก
2. ด้านการสร้างความแตกต่าง	3.56	0.65	มาก
3. ด้านการจำกัดขอบเขต	3.58	0.68	มาก
4. ด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว	3.60	0.73	มาก
ภาพรวม	3.57	0.69	มาก

จากตารางที่ 1 กลยุทธ์การแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรร ในกลุ่มร้อยละแสน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.57$, $\sigma = 0.69$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ซึ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว ($\mu = 3.60$, $\sigma = 0.73$) ด้านการจำกัดขอบเขต ($\mu = 3.58$, $\sigma = 0.68$) ด้านการสร้างความแตกต่าง ($\mu = 3.56$, $\sigma = 0.65$) และด้านการลดต้นทุน ($\mu = 3.54$, $\sigma = 0.70$) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรรในกลุ่มร้อยละแสน โดยภาพรวมและรายด้าน ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรรในกลุ่มร้อยละแสน

ผลการดำเนินงาน	μ	σ	ระดับความคิดเห็น
5. ด้านลูกค้า	3.93	0.72	มาก
6. ด้านกระบวนการธุรกิจภายในองค์กร	3.88	0.74	มาก
7. ด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต	3.90	0.73	มาก
8. ด้านการเงิน	3.87	0.69	มาก
ภาพรวม	3.90	0.72	มาก

จากตารางที่ 2 ผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรรในกลุ่มร้อยละสามโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.90$, $\sigma = 0.72$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ซึ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านลูกค้า ($\mu = 3.93$, $\sigma = 0.72$) ด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต ($\mu = 3.90$, $\sigma = 0.73$) ด้านกระบวนการธุรกิจภายในองค์กร ($\mu = 3.88$, $\sigma = 0.74$) และด้านการเงิน ($\mu = 3.87$, $\sigma = 0.69$) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การแข่งขันกับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรร (ρ) ในกลุ่มร้อยละสามเป็นรายด้านและโดยรวมดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การแข่งขันกับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรร (ρ) ในกลุ่มร้อยละสาม

	X	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	Y ₁	Y ₂	Y ₃	Y ₄	Y
X	1									
X ₁	.533	1								
X ₂	.615	.149	1							
X ₃	.126	.296	.134	1						
X ₄	.717	.125	.260	.268	1					
Y ₁	.383	.080	.160	.282	.414	1				
Y ₂	.363	.186	.239	.090	.189	.114	1			
Y ₃	.374	.316	.304	.283	.330	.247	.571	1		
Y ₄	.191	.124	.168	.113	.232	.049	.084	.343	1	
Y	.480	.118	.206	.316	.378	.470	.728	.564	.271	1

จากตารางที่ 3 กลยุทธ์การแข่งขัน (X) มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรร (Y) ในกลุ่มร้อยละสาม อยู่ในระดับปานกลาง ($\rho = 0.480$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลยุทธ์การแข่งขัน (X) มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรร ในกลุ่มร้อยละสาม ด้านลูกค้า (Y₁) อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ($\rho = 0.363$) รองลงมา ได้แก่ กลยุทธ์การแข่งขัน (X) มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรร ในกลุ่มร้อยละสาม ด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต (Y₃) อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ($\rho =$

0.374) และกลยุทธ์การแข่งขัน (X) มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรร ในกลุ่มร้อยละแสนสาร ด้านกระบวนการธุรกิจภายในองค์กร (Y_2) อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ($p = 0.363$)

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับกลยุทธ์การแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรรในกลุ่มร้อยละแสนสาร ด้านการสร้าง ความแตกต่าง ธุรกิจควรสร้างความแตกต่างในด้านการใช้วัสดุในการก่อสร้าง (ความถี่ 64) ด้านการลดต้นทุน ธุรกิจควรมีการลดต้นทุนในการดำเนินงานทุกด้าน (ความถี่ 56) ด้านการจำกัดขอบเขตควรให้บริการโดยยึดความพอใจของลูกค้าเป็นหลัก (ความถี่ 37) และผลการดำเนินงาน ด้านลูกค้าควรมีการคิดค้นเทคนิคหรือวิธีการในการแสวงหาลูกค้ารายใหม่และไม่ควรละเลยต่อลูกค้ารายเดิม (ความถี่ 42) ด้านกระบวนการธุรกิจภายใน ควรมีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาพัฒนาระบบการจัดการภายใน เช่น ระบบบัญชี ระบบโครงสร้างเงินเดือน (ความถี่ 26) และด้านการเงิน ควรลดต้นทุนในการดำเนินงาน (ความถี่ 22)

อภิปรายผล

ผลการวิจัยมีประเด็นสำคัญนำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. กลยุทธ์การแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรรในกลุ่มร้อยละแสนสาร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ซึ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว ด้านการจำกัดขอบเขต ด้านการสร้าง ความแตกต่าง และด้านการลดต้นทุน ตามลำดับ ผลการวิจัยดังกล่าว สามารถอภิปรายเหตุผลได้ว่า กลยุทธ์การแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรร ในกลุ่มร้อยละแสนสาร ด้านการลดต้นทุนธุรกิจต้องเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานที่เป็นอยู่ในปัจจุบันให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น โดยใช้วัสดุที่ราคาถูกแต่มีคุณภาพ มีการควบคุมต้นทุนอย่างเคร่งครัด ด้านการสร้าง ความแตกต่าง ธุรกิจได้สร้างความแตกต่างในด้านการตกแต่งและเทคโนโลยี สร้างความแตกต่างทางด้านราคา การให้บริการ คุณภาพของวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้าง ด้านการจำกัดขอบเขต สถานที่ก่อสร้าง มีความสะดวกในการเดินทางมีการออกแบบการให้บริการที่หลากหลายโดนคำนึงถึงความสามารถทางการเงินของลูกค้าและด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว ธุรกิจให้บริการลูกค้าอย่างรวดเร็วตามเวลาที่ลูกค้ากำหนดมีพนักงานให้คำแนะนำและตอบข้อซักถามแก่ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว มีการเสนอรูปแบบบริการใหม่ เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งธุรกิจสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว สอดคล้องกับงานวิจัยของ

ณัฐวุฒิ ไจจ่อหอ (2545) พบว่า ประชากรกลุ่มตัวอย่างต้องการบ้านเดี่ยวชั้นเดียว พื้นที่ใช้สอย 61-80 ตารางเมตร ราคาบ้านที่ต้องการคือ 750,000-1,000,000 บาท ต้องการ 3 ห้องนอน 2 ห้องน้ำ การตัดสินใจซื้อบ้านโดยพิจารณามากที่สุดในเรื่องทำเลที่ตั้งของโครงการ รองลงมา คือ ราคาของบ้านจัดสรร คุณภาพบ้าน สาธารณูปโภค และความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่ให้เหตุผลที่ต้องการซื้อบ้านจัดสรรเนื่องจากไม่มีบ้านของตนเอง นอกจากนี้ยังเห็นว่าด้านราคา ด้านสถานที่และด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรในระดับมากที่สุด เห็นว่าด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยมีรายข้อที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดในแต่ละด้าน ได้แก่ ราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพ สภาพที่ใกล้ถนนใหญ่และการโฆษณา

2. ผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรรในกลุ่มร้อยแก่นสาร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน ซึ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านลูกค้า ด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต ด้านกระบวนการธุรกิจภายในองค์กรและด้านการเงิน ตามลำดับ ผลการวิจัยดังกล่าว สามารถอภิปรายเหตุผลได้ว่า ด้านลูกค้าธุรกิจมีบุคลากรที่เพียงพอในการให้คำแนะนำและช่วยเหลือลูกค้าในการเข้ามาใช้บริการ นำคำแนะนำติชมของลูกค้ามาเพื่อวิเคราะห์และปรับปรุงทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ด้านกระบวนการธุรกิจภายในองค์กร ธุรกิจมีการตรวจสอบผลการปฏิบัติงานในแต่ละรอบระยะเวลา เพื่อการเรียนรู้และพัฒนากลยุทธ์ โดยมุ่งเน้นให้พนักงานมีการตัดสินใจและแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าและคอยช่วยเหลือให้คำแนะนำแก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดี ด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโตธุรกิจมีการออกแบบ ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงกระบวนการบริการให้มีลักษณะรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อสนองตอบความพึงพอใจของลูกค้า มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องสอดคล้องกับนวัตกรรมและเทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ ๆ มีการส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานได้รับความรู้เพื่อให้พนักงานสามารถบริการลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น มีการคิดค้นการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อศึกษาปัญหาและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และมีการพัฒนาปรับปรุงการทำงานอยู่เสมอเพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีใหม่ ๆ และด้านการเงิน ธุรกิจมียอดขายและผลกำไรเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีผลการดำเนินงานที่บรรลุวัตถุประสงค์ สอดคล้องกับแนวคิดของของจุฑาภรณ์ ไชยา (2549) กล่าวว่า ผลการดำเนินงาน หมายถึง ผลลัพธ์ที่ได้จากการดำเนินการและสามารถบอกได้ว่าธุรกิจในระยะนี้ มีผลการดำเนินงานเป็นอย่างไร ซึ่งอาจอยู่ในรูปยอดขาย อัตรากำไร และผลประกอบการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอนงค์ภัทร ทรัพย์กนกมาศ (2547) พบว่า ความสำเร็จของการดำเนินงานโครงการธุรกิจ

บ้านจัดสรรที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญมาที่สุดของของปัจจัยชีวิตทั้ง 4 ด้าน คือ 1) ความถูกต้องของการก่อสร้างตามแบบแปลนของโครงการและการยอมรับและไว้วางใจจากผู้ซื้อ 2) สภาพคล่องของกระแสเงินสดหมุนเวียนในการดำเนินงาน 3) การประสานงานกับหน่วยงานราชการส่วนท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องและคนในพื้นที่โครงการ 4) บริการก่อนและหลังการขายเพื่อให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่น นอกจากนี้ การวิจัยยังพบอีกว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรรในทุก ๆ ด้านมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของการดำเนินงานโครงการบ้านจัดสรรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับอัลฟา .05 แต่ความสำเร็จของการดำเนินงานโครงการธุรกิจบ้านจัดสรร ไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะทั่วไปทั้งของโครงการบ้านจัดสรรและผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรร และเมื่อเปรียบเทียบความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรรในจังหวัดนครราชสีมา ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือจะต้องคำนึงถึงตัวชีวิตที่เป็นปัจจัยสำคัญแห่งความสำเร็จทั้ง 4 ด้าน ในการดำเนินงานโครงการธุรกิจบ้านจัดสรรเพื่อจะทำให้โครงการธุรกิจบ้านจัดสรรประสบความสำเร็จ

3. กลยุทธ์การแข่งขันกับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรรในกลุ่มร้อยแก่นสาร มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน อยู่ในระดับปานกลาง ($r_{xy}=0.480$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เป็นไปตามสมมติฐานของการวิจัยที่ตั้งไว้ ผลการวิจัยดังกล่าวสามารถอภิปรายได้ว่า ผลการดำเนินงานธุรกิจมีรูปแบบการให้บริการลูกค้าโดยมุ่งเน้นสร้างความประทับใจแก่ลูกค้า บริการแก่ลูกค้าทุกคนโดยไม่มีการแบ่งแยกหรือกีดกัน นำคำแนะนำติชมของลูกค้ามาเพื่อวิเคราะห์และปรับปรุงทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ มีการคิดค้นเทคนิคหรือวิธีการในการแสวงหาลูกค้ารายใหม่และไม่ละเลยต่อลูกค้ารายเดิม ด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโตมีการออกแบบปรับปรุงเปลี่ยนแปลงกระบวนการบริการให้มีลักษณะรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อสนองตอบความพึงพอใจของลูกค้า ส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานได้รับความรู้เพื่อให้พนักงานสามารถบริการลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น มีการคิดค้นการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อศึกษาปัญหาและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง มีการตรวจสอบผลการปฏิบัติงานในแต่ละรอบระยะเวลา เพื่อการเรียนรู้และพัฒนากลยุทธ์ มุ่งเน้นให้พนักงานมีการตัดสินใจและแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าและคอยช่วยเหลือให้คำแนะนำแก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดีใช้กระบวนการในการดำเนินงานที่เหมาะสมเพื่อนำเสนอในสิ่งที่ลูกค้าต้องการทำให้ธุรกิจมียอดขายและผลกำไรเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีผลการดำเนินงานที่บรรลุวัตถุประสงค์ มีผลตอบแทนจากการลงทุนเป็นที่น่าพอใจ และสามารถลดต้นทุนในการดำเนินงานสอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฬารัตน์ ชันแก้ว

(2551) พบว่า วิธีการกำหนดตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน แบ่งออกเป็น 2 ด้าน คือ ทางด้านการเงินและไม่ใช้การเงินซึ่งแต่ละองค์กรสามารถที่จะเลือกตัวชี้วัดที่เหมาะสมกับองค์กรนั้นๆ เพื่อให้้องค์กรต่างๆ มีตัวชี้วัดที่เป็นมาตรฐานสามารถควบคุมผลการดำเนินงานขององค์กรให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของชูลีวัลย์ ระวีคำ (2552) พบว่า ปัจจัยส่วนประสมด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับปานกลาง ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคาและด้านการจัดจำหน่ายมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมาก พฤติกรรมการซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภค ส่วนใหญ่ต้องการบ้านเดี่ยวสองชั้น มีพื้นที่ระหว่าง 20-75 ตารางวา ราคา ระหว่าง 1-1.5 ล้านบาท เหตุผลการตัดสินใจซื้อบ้านเพราะมีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และทำเลที่ตั้ง สามี/ภรรยามีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ ทำการเปรียบเทียบโครงการก่อนการซื้อมากกว่า 4 โครงการ ระยะเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจซื้ออยู่ระหว่าง 4-6 เดือน และต้องการซื้อบ้านแบบเงินผ่อนกับสถาบันการเงิน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อบ้านจัดสรร ประเภทบ้านเดี่ยวของของผู้บริโภคในอำเภอสนักำแพง จังหวัดเชียงใหม่ ร้อยละ 65.40 และมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกส่วนที่เหลือ ร้อยละ 34.60 เกิดจากตัวแปรอื่น ๆ

4. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับกลยุทธ์การแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรรในกลุ่มร้อยแก่นสาร ผลการวิจัยดังกล่าวสามารถอภิปรายได้ว่า ในด้านการลดต้นทุนธุรกิจควรมีการลดต้นทุนในการดำเนินงานทุกด้าน ควรมีการควบคุมค่าใช้จ่ายด้านต้นทุนอย่างเคร่งครัด ควรใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้คุ้มค่า และให้เกิดประโยชน์สูงสุด ด้านการสร้างแตกต่าง ธุรกิจควรสร้างความแตกต่างทางด้านราคา ด้านการใช้วัสดุในการก่อสร้าง ความแตกต่างทางด้านคุณภาพ และการให้บริการ ด้านการจำกัดขอบเขตควรให้บริการโดยยึดความพอใจของลูกค้าเป็นหลัก ควรดำเนินการด้วยความโปร่งใสเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว ธุรกิจควรมีการตอบสนองด้านการบริการตามความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็ว และควรมีการเสนอรูปแบบการบริการใหม่อย่างรวดเร็วสอดคล้องกับงานวิจัยของพิทักษ์ กิจอนันท์ (2550) พบว่า ปัจจัยในการซื้อของลูกค้าส่วนใหญ่ พบว่า ผู้แนะนำลูกค้าในการซื้อ คือ ครอบครัว เหตุผลในการซื้อบ้านจัดสรร คือ มีสินค้าใช้วัสดุที่มีคุณภาพ ระดับการตัดสินใจซื้อของลูกค้าโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้าน พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาดมีการตัดสินใจซื้อในระดับมาก ลูกค้าที่มี

ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ต่อเดือนต่างกัน จะมีระดับการตัดสินใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์แข่งขันกับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรรในกลุ่มร้อยละร้อยแถมสาร ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ด้านกลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจบ้านจัดสรร ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

- 1.1 ด้านการลดต้นทุน ธุรกิจควรมีการควบคุมค่าใช้จ่ายด้านต้นทุนอย่างเคร่งครัด
- 1.2 ด้านการสร้างความแตกต่าง ธุรกิจควรสร้างความแตกต่างทางด้านราคา
- 1.3 ด้านการจำกัดขอบเขต ธุรกิจควรให้บริการโดยยึดความพอใจของลูกค้าเป็นหลัก
- 1.4 ด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว ควรมีการเสนอรูปแบบการบริการใหม่อย่างรวดเร็ว

2. ด้านผลการดำเนินงานของธุรกิจบ้านจัดสรร ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

2.1 ด้านลูกค้า ควรมีการคิดค้นเทคนิคหรือวิธีการในการแสวงหาลูกค้ารายใหม่ และไม่ควรละเลยต่อลูกค้ารายเดิม

2.2 ด้านเรียนรู้และการเจริญเติบโต ควรมีการคิดค้น การเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อศึกษาปัญหาและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

2.3 ด้านกระบวนการธุรกิจภายใน ควรมีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมา พัฒนาระบบการจัดการภายใน เช่น ระบบบัญชี ระบบโครงสร้างเงินเดือน

2.4 ด้านการเงิน ธุรกิจควรมีผลตอบแทนการลงทุนเป็นที่น่าพอใจ

บรรณานุกรม

- จุฑาภรณ์ ไชยา. (2549). ความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดกับ ผลการดำเนินงานของธุรกิจจำหน่ายคอมพิวเตอร์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- จุฬารัตน์ ชันแก้ว. (2551). ผลกระทบของกลยุทธ์การบริหารการเปลี่ยนแปลงและถ่ายโอนองค์ความรู้ที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจอุตสาหกรรมไฟฟ้าและ อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

- ชูลี้วัลย์ ระวีคำ. (2552). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อบ้านจัดสรรประเภทบ้านเดี่ยวของบูบริโกล ในอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ณัฐวุฒิ ไวจ้อหอ. (2545). ความคิดเห็นเกี่ยวกับโครงการบ้านจัดสรรอำเภอเมือง จังหวัดหนองคายการศึกษาปัญหาพิเศษ. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- พิทักษ์ กิจอานันท์. (2550). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของลูกค้า ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สรรพากรจังหวัดมหาสารคาม, สำนักงาน. (2556). ประเภทกิจการ. มหาสารคาม: สำนักงานสรรพากรจังหวัดมหาสารคาม.
- อนงค์ภัทร ทรัพย์กนกมาศ. (2547). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการบ้านจัดสรร ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น.