

สรุปผลการวิจัย, อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อคอนโดมิเนียม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ คือ ลักษณะทั่วไปของผู้อาศัยอยู่ในคอนโดมิเนียมราคาต่ำและ กลาง มีทั้งหญิงและชาย ในอัตราส่วนที่ใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่อายุระหว่าง 21-25 ปี เป็นคน โสด มีอาชีพเป็นลูกจ้างเอกชน สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี และรองลงมาเป็นนักศึกษาที่ กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ต่อเดือนของผู้พักอาศัยระดับราคาต่ำและปานกลางอยู่ในช่วง 4,001-9,000 บาท การเข้าอยู่ส่วนใหญ่จะเป็นการเช่า โดยเฉพาะคอนโดมิเนียมราคาต่ำ ส่วนผู้ที่อาศัยอยู่ในคอนโดมิเนียมราคาสูงจะเป็นเจ้าของกิจการและเป็นเจ้าของห้องชุดเองมีอายุ ระหว่าง 36-40 ปี มีรายได้เดือนละ 15,001-20,000 บาท

ภูมิฐานะเดิมของผู้พักอาศัยเป็นผู้ที่มาจากต่างจังหวัด เหตุผลของผู้เช่าที่เลือกเช่า คอนโดมิเนียมเนื่องจากว่าใกล้ที่ทำงานหรือสถานศึกษา ส่วนใหญ่จะมีสมาชิกพักไม่เกิน 2 คน ร้อยละ 90 ของผู้พักทั้งหมดมีโทรทัศน์ และสำหรับผู้ที่อยู่ในคอนโดมิเนียมราคาสูงมีสิ่งของทุกอย่าง ที่อยู่ก่อนที่จะย้ายเข้ามาอยู่ในคอนโดมิเนียมมาจากหอพัก/อพาร์ทเมนต์/ห้องเช่า ซึ่งตั้งอยู่ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนคอนโดมิเนียมราคาสูงผู้พักเป็นผู้ที่มาจากต่างจังหวัด

ระยะเวลาที่ซื้อคอนโดมิเนียมของผู้ซื้อ จะเริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2529 เป็นต้นมา โดย พบว่า ผู้ที่ซื้อคอนโดมิเนียมราคาต่ำจะซื้อมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534 ในขณะที่ผู้ซื้อคอนโดมิเนียม ราคาปานกลางมีการซื้อไว้มากระหว่างปี 2532 ถึง 2536 ส่วนคอนโดมิเนียมราคาสูงมีการซื้อ มากในปี พ.ศ. 2535

คอนโดมิเนียมระดับราคาต่ำในขณะที่ซื้อ มีราคา 200,000- 500,000 บาท และ คอนโดมิเนียมราคาปานกลางมีการซื้อในราคาไม่ถึง 500,000 บาท ประมาณร้อยละ 60 และ ร้อยละ 40 ราคา 500,000-1,000,000 บาท ส่วนคอนโดมิเนียมราคาสูงราคาจะมีตั้งแต่ 500,000-1,000,000 บาท เงินค่านในการซื้อคอนโดมิเนียมประมาณ 26-30 % ของมูลค่า ราคาคอนโดมิเนียม และจุดมุ่งหมายในการซื้อคอนโดมิเนียมส่วนใหญ่ต้องการซื้อไว้เอง

บริการที่มีให้ในคอนโดมิเนียมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ของคอนโดมิเนียมราคาต่ำ ราคาปานกลาง และราคาสูง ส่วนใหญ่จะมีบริการดังต่อไปนี้ : ที่จอดรถ ลิฟท์ ระบบโทรศัพท์ภายใน ระบบกำจัดน้ำเสีย ระบบกำจัดขยะมูลฝอย ระบบไฟฟ้า ระบบประปาและระบบดับเพลิง แต่มีบริการบางอย่างที่คอนโดมิเนียมบางประเภทไม่มีให้บริการ คือบริการด้านโทรสารและโทรพิมพ์ส่วนใหญ่ไม่มีให้บริการในคอนโดมิเนียมราคาต่ำและราคาปานกลาง

ปัญหาที่พบมากจากการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม เรียงตามลำดับดังนี้ คือ ที่จอดรถ ปัญหาที่พบมากคือที่จอดรถมีน้อยไม่เพียงพอ ลิฟท์ ปัญหาคือ ลิฟท์ค้างเป็นบางครั้ง ระบบโทรศัพท์ภายใน มี คู่สายน้อยต่อไม่ค่อยคิด ระบบประปา ปัญหาคือ น้ำไหลน้อย/น้ำไม่พอใช้

เมื่อจำแนกตามประเภทคอนโดมิเนียม พบว่า ผู้ที่อาศัยอยู่ในคอนโดมิเนียมที่มีราคาต่ำ จะพบปัญหาในเรื่องบริการในด้านต่าง ๆ มากกว่าคอนโดมิเนียมที่มีราคาปานกลาง และราคาสูง

ผู้ที่พักอาศัยในคอนโดมิเนียมส่วนใหญ่มีสาเหตุของการย้ายเข้ามาอยู่จากการต้องการที่อยู่เป็นของตนเอง แต่เมื่อพิจารณาตามประเภทอาชีพพบว่า เหตุผลที่นักศึกษา และผู้ที่ทำงาน ย้ายมาอยู่ในคอนโดมิเนียมเนื่องจากว่ามา เร็วหนึ่งสี่หรือทำงานที่เชียงใหม่หรือไม่มีที่อยู่ที่มหาวิทยาลัย

ทางด้านความคิดเห็นของผู้พักอาศัยก่อนที่จะย้ายเข้ามาอยู่ส่วนใหญ่ เห็นว่าคอนโดมิเนียมน่าอยู่อาศัย สาเหตุที่คิดว่าคอนโดมิเนียมน่าอยู่เนื่องจากว่าสะดวกสบาย ใกล้สถานที่ทำงานหรือสถานศึกษา และมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบ และหลังจากที่ได้เข้าไปอยู่ในคอนโดมิเนียมแล้วความคิดเห็นส่วนใหญ่เห็นว่าไม่มีปัญหา/พออยู่ได้

ส่วนปัจจัยในการเลือกซื้อคอนโดมิเนียม เมื่อพิจารณาถึงผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม สำหรับนักศึกษาต้องขึ้นอยู่กับบิดา มารดา ในขณะที่ผู้ที่มิใช่พนักงาน เป็นลูกจ้างเอกชนและข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ และเจ้าของกิจการจะตัดสินใจซื้อด้วยตนเองมากกว่า โดยจะมีการสอบถามข้อมูลก่อนซื้อด้วยการออกไปสำรวจและสอบถามด้วยตนเอง รองลงมาคือสอบถามจากเพื่อนร่วมงานและญาติพี่น้อง ต่อมาคือดูโฆษณาจากหนังสือพิมพ์/โทรทัศน์ และมีบางส่วนที่ดูจากงานนิทรรศการเกี่ยวกับที่พักอาศัย ในเรื่องการโฆษณาผู้ซื้อคิดว่า มีส่วนช่วยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมบ้าง เนื่องจากช่วยให้รู้รายละเอียด และที่ตั้งของโครงการ

ปัจจัยที่ผู้ซื้อคอนโดมิเนียมให้ความสำคัญมาก เรียงลำดับดังนี้ คือ ทำเลที่ตั้ง ราคา และวัสดุก่อสร้าง

โดยในส่วนของทำเลที่ตั้งพบว่านักศึกษาจะเลือกที่ตั้งที่ใกล้มหาวิทยาลัย ส่วนผู้ที่มิใช่พนักงาน ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ ต้องการทำเลที่ใกล้ที่ทำงาน สำหรับกลุ่มลูกจ้างเอกชนและเจ้าของกิจการจะเลือกทำเลที่ตั้งที่ซึ่งคมนาคมสะดวก

ราคาคอนโดมิเนียมที่นักศึกษา ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างเอกชน และอาชีพอื่นๆ สนใจอยู่ระหว่าง 280,000-480,000 แต่สำหรับเจ้าของกิจการจะสนใจคอนโดมิเนียมที่มีระดับราคาตั้งแต่ 800,000 บาทขึ้นไป จำนวนเงินดาวน์ที่ผู้ซื้อคาดว่าจะสามารถจ่ายได้คือ 26-30% ลักษณะการจ่ายเงินดาวน์จะชำระรายเดือน กลุ่มผู้ที่อาศัยอยู่ในคอนโดมิเนียมราคาต่ำและกลาง จะจ่ายได้สูงสุดเดือนละ 3,001-5,000 บาท ในขณะที่คอนโดมิเนียมราคาสูงสามารถจ่ายได้เดือนละ 10,000 บาท

ขนาดพื้นที่ที่ต้องการจะซื้อประมาณ 35-60 ตารางเมตร ตึกหนึ่งควรมีสอง 4-9 ชั้น ในหนึ่งชั้นควรมี 2-10 ยูนิต ชั้นที่ 5-6 เป็นชั้นที่ผู้ซื้อต้องการจะอยู่มากที่สุด ส่วนใหญ่ผู้ซื้อต้องการห้องนอน 2 ห้อง ห้องน้ำ 1 ห้อง สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการมากคือ โทรทัศน์สายตรง สามารถรักษาความปลอดภัย และลานจอดรถที่เพียงพอ บริการที่ต้องการรองมาคือ ร้านอาหารและบริการทำความสะอาด

สิ่งสำคัญที่ช่วยในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม คือ อาคารชุดที่เสร็จแล้วพร้อมเข้าอยู่ได้เลย รองลงมาคือมีห้องตัวอย่างที่ตกแต่งแล้วให้ชม อันดับต่อมาคือเงินจองต่ำ และสุดท้ายคือมีของแถมให้เมื่อจอง เงินจองที่เหมาะสมสำหรับผู้ที่จะซื้อคอนโดมิเนียมราคาต่ำ 5,000 บาท ส่วนผู้ที่จะซื้อคอนโดมิเนียมราคาสูงเงินจองที่เหมาะสม 10,000 บาท

จากการศึกษาพบว่า ผู้ที่พักอาศัยอยู่มีแนวโน้มในการซื้อคอนโดมิเนียมในอนาคต ใกล้เคียงกับผู้ที่ไม่คิดจะซื้อ โดยเหตุผลของผู้ซื้อ คือความสะดวกสบาย และปลอดภัย ส่วนเหตุผลของผู้ไม่ซื้อ คือต้องการบ้านที่มีบริเวณ อายุของผู้ที่คิดจะซื้ออยู่ระหว่าง 21-30 ปี และอาชีพที่สนใจซื้อคือเจ้าของกิจการ นักศึกษา และลูกจ้างเอกชน แนวโน้มของผู้ที่เข้าคอนโดมิเนียมอยู่ ที่คิดจะซื้อคอนโดมิเนียมไว้อยู่อาศัยและไม่ซื้อใกล้เคียงกัน

5.2 อภิปรายผล

ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อคอนโดมิเนียม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ที่อาศัยอยู่ในคอนโดมิเนียม ส่วนมากจะเป็นนักศึกษา และลูกจ้าง เลกชน สถานภาพโสด มีรายได้เดือนละ 4,001-9,000 บาท เหตุผลในการเลือกอยู่ในคอนโดมิเนียมคือ ต้องการที่อยู่เป็นของตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับข้อเสนอของ Becker ซึ่งได้อธิบายว่า ผู้ซื้ออาศัยมีความพอใจที่อยู่ในปัจจุบันของตนได้ ถึงแม้ว่าจะไม่ตรงกับบ้านในอนาคต ทั้งนี้เนื่องจากเงื่อนไขตามสภาพการณ์ของผู้พักอาศัยคือการเป็นคนโสดที่ทำงานแล้วและนักศึกษา ซึ่งไม่จำเป็นต้องพักอาศัยในที่ซึ่งมีบริเวณมาก และเงื่อนไขสำคัญอีกประการหนึ่งคือรายได้ที่สัมพันธ์กับราคาซื้อและราคาเช่าของคอนโดมิเนียม มากกว่าที่พักอาศัยแบบอื่น นอกจากนี้ เหตุผลอื่นอันได้แก่การอยู่ใกล้สถานที่ทำงานและสถานศึกษา ทำเลที่ตั้งที่สะดวกในการเข้าถึง ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ Jay Siegel ที่กล่าวถึงการเลือกบริเวณที่พักอาศัยว่าต้อง พิจารณาความสะดวกสบายของการเข้าถึง คุณภาพของสิ่งแวดล้อม และความสวยงามของทิวทัศน์ด้วย และ Barrie Needham ที่ให้เหตุผลในการรวมตัวของบริเวณที่พักอาศัยว่า ความสะดวกในการเข้าถึง (Accessibility) และการประหยัดจากภายนอก (External Economies) คือการประหยัดในเรื่องของการเดินทาง

ปัจจัยในการเลือกซื้อคอนโดมิเนียม เมื่อพิจารณาจากแนวความคิดของส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix 4P) ของ Philip Kotler พบว่า

ผลิตภัณฑ์ คอนโดมิเนียม ผู้ซื้อให้ความสนใจ เรื่องคุณภาพของวัสดุก่อสร้างที่ใช้ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ซึ่งเป็นไปตามแนวความคิดด้านผลิตภัณฑ์ ที่ว่า ผู้ซื้อจะพิจารณาถึงความคงทนของตัวอาคาร วัสดุอุปกรณ์ รูปแบบของอาคาร รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่จะได้รับจากโครงการ

ราคาของคอนโดมิเนียมมีการกำหนดราคาตามแต่ละประเภทของคอนโดมิเนียม เงื่อนไขการชำระเงินของคอนโดมิเนียม เช่น จำนวนเงินค่างวด ระยะเวลาในการผ่อนชำระให้ตรงกับความต้องการของผู้พักอาศัย ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีการกำหนดราคาขายโดยยึดอุปสงค์ของตลาดเป็นหลัก

ทำเลที่ตั้ง เป็นจุดที่ให้ความสำคัญต่อการเลือกซื้อคอนโดมิเนียม ทำเลที่ตั้งใกล้ที่ทำงานและสถานศึกษาซึ่งเป็นที่ต้องการของผู้ซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดที่ว่าทำเลที่เหมาะสมเป็นทำเลที่อยู่ในความต้องการและเป็นหัวใจของลูกค้า

การส่งเสริมการตลาด ผู้อาศัยได้ดูโฆษณาจากหนังสือพิมพ์/โทรทัศน์ การไปคูนิทรรศการเกี่ยวกับที่พักอาศัย เป็นการส่งเสริมโดยการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ หรือแม้กระทั่งการที่ผู้ซื้อไปสำรวจและสอบถามด้วยตนเอง ก็ถือเป็นการขายโดยใช้บุคคลที่คอยตอบคำถามและชักชวนให้ผู้สนใจซื้อ ซึ่งเป็นไปตามวิธีการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยในการเลือกซื้อของผู้ที่อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมแต่ละระดับ ไม่แตกต่างกันที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากผู้ที่อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมแต่ละระดับเน้นเรื่องทำเลที่ตั้งมากที่สุด ซึ่งผลการศึกษาครั้งนี้เป็นการสนับสนุน แนวความคิดของ Hirsch ที่กล่าวว่า "ในการพิจารณาเลือกที่อยู่อาศัย จะให้ความสำคัญในเรื่องทำเลที่ตั้งมากที่สุด" และทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมจะอยู่ในทำเลใกล้ที่ทำงานและสถานศึกษา มีความมั่นคงปลอดภัย ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการจูงใจของ Maslow ในเรื่องความต้องการทางร่างกาย ได้แก่ ความต้องการด้านปัจจัยสี่ ความต้องการพักผ่อน และความต้องการความมั่นคงปลอดภัย รูปแบบการเลือกซื้อของผู้บริโภคจะมีการสำรวจ จากแหล่งต่าง ๆ เช่น การสอบถามจากเพื่อนร่วมงาน ญาติพี่น้อง หรือการดูโฆษณา การเข้าไปชมนิทรรศการ รวมถึงการออกไปสำรวจ และสอบถามถึงโครงการ ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎี Marshallian ที่ว่าการซื้อของผู้บริโภคเป็นผลลัพธ์ของความมีเหตุผล โดยผู้บริโภคจะมีการคำนวณอย่างรอบคอบถึงคุณค่าทางด้านเศรษฐกิจ แล้วจะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ก่อให้เกิดอรรถประโยชน์สูงสุด

และจากโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) กล่าวถึงการตัดสินใจของผู้ซื้อจะถูกกระตุ้นผ่านความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box) ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยหลายประการ จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลซึ่งในที่นี้หมายถึง อายุ ระดับการศึกษา ของผู้ซื้อที่มีอายุน้อย จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวความคิดของการอยู่อาศัยคอนโดมิเนียมมากกว่าคนรุ่นเก่า และสามารถปรับตัวให้เข้ากับสภาพทางเศรษฐกิจได้ดีกว่า และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจอีกประการหนึ่งคือ ปัจจัยทางสังคม ซึ่งมีผลกับผู้ซื้อบางกลุ่ม เช่น นักศึกษา หรือบุคคลที่มีครอบครัวแล้ว ในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมยังต้องมีการปรึกษาจากบิดา มารดา หรือสมาชิกในครอบครัว ก่อนแล้วจึงตัดสินใจ

5.3 ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะต่อผู้ที่ทำการวิจัยในอนาคต

1.1 ในกรณีที่ผู้สนใจจะศึกษาหัวข้อนี้ต่อไปในอนาคต ผู้วิจัยขอแนะนำว่าควรจะมีการวิจัยเฉพาะกลุ่มอาชีพ ในแต่ละอาชีพ หรือกลุ่มรายได้ ในแต่ละระดับ เพราะความต้องการเกี่ยวกับที่อยู่อาศัยของแต่ละกลุ่มอาชีพ หรือระดับรายได้มีความแตกต่างกันมากกว่า การเปรียบเทียบความแตกต่างตามระดับราคา ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้อยู่อาศัยส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มาจากต่างจังหวัด และการเข้าพักเป็นลักษณะการเช่ามากกว่า โอกาสในการเลือกที่พักอาศัยเมื่อย้ายถิ่นฐานมีไม่มาก การสอบถามความต้องการบางอย่างน่าจะได้รายละเอียดที่แตกต่างกัน

1.2 ในการวิจัยเกี่ยวกับเรื่องทำเลที่ตั้ง ผู้อยู่อาศัยซึ่งทำงานแล้ว ส่วนใหญ่ต้องการทำเลที่อยู่ใกล้สถานที่ทำงาน การศึกษาถึงความต้องการ และแนวโน้มของการสร้างอาคารชุดที่ผู้อยู่อาศัยที่มีอาคารสำนักงานอยู่ในโครงการด้วย จึงเป็นที่น่าสนใจเพื่อศึกษาถึงความเป็นไปได้ต่อไปในอนาคต

1.3 สิ่งที่น่าสนใจอีกสิ่งหนึ่งสำหรับการอยู่อาศัยคอนโดมิเนียม คือ ความรู้ความเข้าใจของผู้พักอาศัย ในเรื่องกฎหมายเกี่ยวกับอาคารชุด ว่ามีความรู้มากน้อยเพียงใด ผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมควรมีความรู้เกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ การแบ่งกรรมสิทธิ์ และวิธีการดูแลทรัพย์สิน โดยการตั้ง "นิติบุคคลอาคารชุด" ตามพระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ. 2522 หรือความคุ้มครองต่าง ๆ ที่กฎหมายพหุสามัคคีครองผู้บริโภค โดยการออกกฎหมายใหม่ ๆ เพื่อครอบคลุมปัญหาที่เกิดขึ้นกับผู้ที่อยู่อาคารสูงซึ่งรวมถึงอาคารชุดด้วย

2. ข้อเสนอแนะต่อธุรกิจอาคารชุดในจังหวัดเชียงใหม่

2.1 การบริหารงานอาคารชุดเป็นเรื่องสำคัญมากเรื่องหนึ่งที่ผู้ประกอบการธุรกิจอาคารชุดจะต้องเตรียมงานล่วงหน้า และวางแผนประชาสัมพันธ์ให้ผู้อยู่อาศัยเข้าใจถึงระบบการบริหารงานอาคารชุด การใช้สถานที่และบริการ ตลอดจนค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้น เพื่อให้เกิดความเป็นระเบียบเรียบร้อยในการอยู่อาศัยร่วมกัน ซึ่งถ้าหากมีการวางแผนการจัดระบบการบริการอาคารชุดที่ดีแล้ว จะเป็นจุดเด่นประการหนึ่งที่ใช้ในการโฆษณาเพื่อโน้มน้าวใจลูกค้าเป้าหมายของโครงการได้

2.2 ผู้บริหารโครงการควรศึกษาเพื่อหาข้อมูลของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อ กำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้ชัดเจน และนำมาวางแผนทางการดำเนินงาน กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ได้ และสำหรับอำเภอเมืองเชียงใหม่ จากผล การศึกษาที่ได้นี้ พอนำมากำหนดแนวทางในการวางแผนทางการตลาดของคอนโดมิเนียมแต่ ละระดับราคาได้ดังนี้

คอนโดมิเนียมราคาต่ำ

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย สำหรับระดับราคาจะเป็นผู้ที่ เป็นลูกจ้างเอกชนที่มีรายได้ระ หว่าง 5,000-9,000 บาท หรือนักศึกษาระดับปริญญาตรี ที่เพิ่งจบและเริ่มทำงาน หรือนักศึกษาที่ ต้องมาเรียนในจังหวัดเชียงใหม่ และผู้ปกครองต้องการให้อยู่ในที่ซึ่งที่คิดว่าน่าจะสะดวก และ ปลอดภัยกว่าหอพัก ลูกค้าเป้าหมายส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ภูมิฐานะเดิมเป็น คนต่างจังหวัด

ทางด้านผลิตภัณฑ์ ควรจัดทำทำเลที่ตั้งที่อยู่ในย่านศูนย์การค้า และสถานศึกษา การ เดินทางไปมาสะดวก เช่น คอนโดมิเนียมที่ตั้งอยู่ในบริเวณคลองชลประทาน ต.สุเทพ เป็นทำเล ที่ใกล้มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ใกล้ศูนย์การค้าภาคส่วนแก้ว และนอกจากนั้นยังใกล้กับถนนซูเปอร์ ไฮเวย์ที่จะสามารถเดินทางไปในเขตอื่น ๆ ได้สะดวก นอกจากนี้ยังใกล้กับถนนซูเปอร์ การควรจัดสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอับความต้องการของผู้อยู่อาศัย คือ ลานจอดรถควรมีพื้นที่สำหรับรถจักรยานยนต์มากกว่ารถยนต์ ทั้งนี้เพราะผู้ที่อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมระดับราคาต่ำ จะเป็นผู้ที่ใช้รถจักรยานยนต์มากกว่ารถยนต์ จัดระบบโทรศัพท์ ไฟฟ้า น้ำประปา ให้มีเพียงพอ โดสให้สัมพันธ์กับจำนวนผู้อยู่อาศัย และสิ่งที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือสามารักษาความปลอดภัย

วัตถุประสงค์สร้างคอนโดมิเนียมควรเน้นที่ความคงทนเพื่อให้ผู้อยู่อาศัยมั่นใจ ความสูง ของตึกไม่ควรเกิน 14 ชั้น ในหนึ่งชั้นมี 10 ยูนิต ขนาดพื้นที่ในห้องหนึ่งไม่ควรต่ำกว่า 30 ตาราง เมตร

ราคาคอนโดมิเนียมระดับนี้ควรอยู่ระหว่าง 280,000-480,000 บาท การชำระ เงินดาวน์ประมาณ 15% ผ่อนชำระเป็นรายเดือน 15 เดือน ส่วนที่เหลือควรจัดหาสถาบันการ เงินมารองรับโดยที่ผู้ซื้อสามารถผ่อนชำระได้ประมาณ 3,000-5,000 บาทต่อเดือน การที่กำ หนดอัตราเงินดาวน์ต่ำนี้เป็นเพราะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายระดับนี้เป็นผู้ที่มีรายได้ไม่สูงนัก อัตราเงิน ดาวน์ต่ำจะเป็นส่วนหนึ่งที่จูงใจให้เลือกซื้อได้ แต่เจ้าของโครงการจะต้องจัดหาสถาบันการเงิน ที่สามารถให้กู้เงินในส่วนที่เหลือได้

การจัดจำหน่ายควรจัดสำนักงานขายซึ่งอยู่ในบริเวณโครงการให้น่าสนใจ มีพนักงานขายที่ผ่านการอบรมในเรื่องความรู้เกี่ยวกับคอนโดมิเนียม สามารถนำจุดเด่นของโครงการมาชักชวนให้ผู้ที่เข้ามาสอบถามรายละเอียดสนใจโครงการ เช่น จุดเด่นทางด้านทำเลที่ตั้งที่สะดวกสบาย วัสดุก่อสร้างที่แข็งแรง สิ่งอำนวยความสะดวกที่เตรียมไว้อย่างเพียงพอ หรือเน้นความปลอดภัยให้ผู้ปกครองสามารถวางใจให้บุตรหลานเข้าพักอาศัย จัดทำแผนพับที่มีรายละเอียดเกี่ยวกับโครงการ และสวยงามน่าสนใจ

การส่งเสริมการขาย เช่น การกำหนดเงินจองต่ำคือ 5,000 บาท เงินดาวน์ต่ำคือ 15% หรือสิ่งๆช่วยในการตัดสินใจอื่น ๆ ซึ่งจากการวิจัยสิ่งที่ช่วยได้มากที่สุดคือ อาคารชุดเสร็จพร้อมเข้าอยู่ได้ หรือจัดห้องตัวอย่างให้ชม แต่ทั้งนี้ก็ยังขึ้นอยู่กับปริมาณต้นทุนและการงบประมาณโฆษณาของโครงการด้วย

คอนโดมิเนียมระดับราคาปานกลาง

ลูกค้าเป้าหมายสำหรับระดับราคานี้ เป็นลูกจ้างเอกชนที่มีรายได้สูงกว่าระดับราคาต่ำคือประมาณ 7,000-10,000 บาท หรือกลุ่มผู้ทำงานต่าง ๆ ที่มีรายได้ในระดับนี้ ซึ่งค่อนข้างใกล้เคียงกับกลุ่มลูกค้าระดับราคาต่ำ เพียงแต่มีรายได้ที่สามารถผ่อนชำระที่สูงขึ้น

ทำเลที่ตั้งของคอนโดมิเนียมควรอยู่ในย่านศูนย์กลางการค้า และสถานศึกษาเช่นเดียวกัน โดยเจ้าของโครงการควรเน้นที่สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีครบครันกว่าระดับราคาต่ำ เช่น ลานจอดรถควรมีให้มากกว่าระดับราคาต่ำ และเน้นที่จอดรถยนต์มากกว่า หรือจัดทำหลังคาบังแดดบังฝนให้กับผู้พักอาศัย จัดให้สิ่งๆนอกเหนือจากความจำเป็นทั่วไปมากขึ้นเช่น สระว่ายน้ำ ห้องสันทนาการต่าง ๆ เป็นต้น เพื่อเน้นให้เห็นความแตกต่างจากระดับราคาต่ำ และเหมาะสมกับราคาที่สูงขึ้นจะต้องจ่าย นอกจากนี้ การก่อสร้างนอกจากจะเน้นความแข็งแรงแล้ว ควรให้ความสวยงามหรูหรามากขึ้นด้วย จำนวนชั้นของตึกอยู่ในช่วง 4-10 ชั้น ชั้นหนึ่งมี 10 ยูนิต พื้นที่ต่อห้อง 35 ตารางเมตรขึ้นไป บางชั้นอาจมี 2 ห้องนอน เพื่อให้ผู้ซื้อสามารถเลือกได้มากขึ้น

ราคาที่เหมาะสมอยู่ระหว่าง 480,000-800,000 บาท อัตราเงินดาวน์ 20% ผ่อนชำระเป็นรายเดือน 15-18 เดือน ส่วนที่เหลือผ่อนชำระประมาณเดือนละ 5,000-7,000 บาท ในระยะเวลาประมาณ 15-20 ปี

การจัดจำหน่ายควรเน้นที่สำนักงานขายเช่นเดียวกัน หรือเพิ่มจุดขายให้มากขึ้น โดยการเข้าพื้นที่ในศูนย์กลางการค้า จัดเคาน์เตอร์ให้น่าสนใจเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ให้ผู้ซื้อทราบว่าโครงการอยู่ที่ใดและจุดใจให้เข้าไปชมที่สำนักงานขายอีกครั้งหนึ่ง

ทางด้าน การส่งเสริมการขาย ควรมีการโฆษณาทางหน้าหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น หรือวิทยุบ้าง เพื่อให้เข้าถึงลูกค้าเป้าหมายที่ส่วนใหญ่เป็นผู้ทำงาน อาจจะไม่ค่อยมีเวลาออกมาแวะชมมากนัก หรือผู้ที่ชอบฟังรายการวิทยุเมื่อมีเวลาว่าง และควรจัดห้องตัวอย่างไว้ให้ผู้ที่มาชมที่โครงการ เพื่อให้ผู้ซื้อเห็นภาพพจน์ของการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมและสามารถตัดสินใจได้เร็วขึ้น

คอนโดมิเนียมระดับราคาสูง

กลุ่มลูกค้าในระดับราคาสูง เป็นผู้มีรายได้นับตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไป โดยส่วนใหญ่จะเป็นเจ้าของกิจการ และลูกจ้างที่ทำงานเป็นผู้บริหารระดับสูง อายุของลูกค้ากลุ่มนี้จะอยู่ในช่วง 30-40 ปี ซึ่งสูงกว่าสองกลุ่มแรก และสถานภาพจะเป็นผู้ที่มัครอบครัวแล้วมากกว่า ประกอบกับรายได้สูง มีความมั่นคงเพียงพอ ดังนั้น ความต้องการของลูกค้ากลุ่มนี้จะเน้นที่ความสะดวกสบาย ความสวยงาม ของตนเองและครอบครัว

คอนโดมิเนียมระดับราคาสูงควรอยู่ในทำเลที่ตั้งที่ใกล้ที่วิทัศน์ที่สวยงามมีสภาพแวดล้อมที่ดี มีการคมนาคมสะดวก เช่น บริเวณคอสบูเทพ ซึ่งอาจจะต้องเดินทางลึกเข้าไปเพื่อให้ได้วิทัศน์ของภูเขา ความสงบร่มเย็น แต่ถ้าสามารถจัดการในเรื่องถนนทางเข้าให้สะดวกได้ ผู้ซื้อก็ยังมีความพอใจมากกว่าที่จะอยู่บ้านที่อยู่ติดถนน นอกจากนี้ ความสะดวกสบายที่ได้รับจากการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกของโครงการ จะเป็นส่วนเสริมให้ผู้ซื้ออยากเข้ามาอยู่มากขึ้น เช่น ลานจอดรถที่มีการกำหนดที่จอดแน่นอนสำหรับเจ้าของห้องแต่ละห้อง และอาจจะมีมากพอสำหรับแขกของเจ้าของห้องหรือผู้ที่มาติดต่ออื่น การจัดการเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยและมีระบบการดูแลที่ดี มีโทรศัพท์ที่มากพอหรืออาจจัดหาโทรศัพท์สายตรงให้กับเจ้าของห้องที่เป็นนักธุรกิจต้องการติดต่อบ่อย ๆ มีสระว่ายน้ำ ห้องอาหาร และบริการต่าง ๆ ที่ทำให้ผู้อยู่อาศัยรู้สึกสะดวกสบาย จัดระบบน้ำใช้ให้มีเพียงพอตลอดเวลา

วัสดุก่อสร้างที่ใช้ควรเป็นวัสดุที่ดี และมีรูปแบบที่สวยงาม หรูหรา ประทับใจผู้พบเห็น ในหนึ่งตึกไม่ควรสูงมาก ควรอยู่ในระหว่าง 4-6 ชั้น แต่ละชั้นมีห้อง 4-6 ยูนิต เพื่อไม่ให้เกิดความรู้สึกแออัดแก่ผู้พักอาศัย ขนาดพื้นที่ประมาณ 60 ตารางเมตรขึ้นไป มีห้องนอน 2 ห้อง ห้องน้ำ 1-2 ห้อง หรือมีรูปแบบให้ผู้ซื้อเลือกได้หลายรูปแบบ

ราคาคอนโดมิเนียมระดับนี้ ควรอยู่ในระดับราคา 800,000-1,200,000 บาท อัตราเงินค่างวด 25-30% ผ่อนชำระ 10-12 เดือน และการผ่อนชำระค่าห้องส่วนที่เหลืออยู่ในช่วง 10,000 บาทขึ้นไป ระยะเวลาการผ่อนประมาณ 10-15 ปี เพราะรายได้และกำลังซื้อที่สูงกว่าระดับราคาอื่น

การจัดจำหน่ายนอกจากจะเน้นสำนักงานขายซึ่งเป็นที่ตั้งของโครงการแล้ว ควรจะมีการเข้าพบที่ในศูนย์การค้า ไปแสดงตามนิทรรศการเกี่ยวกับที่อยู่อาศัยที่จะมีลูกค้าเป้าหมายเข้าไปชมและสอบถามรายละเอียดมาก ซึ่งอาจจะเป็นผู้ที่คิดจะซื้อบ้านเดี่ยวแต่เนื่องจากบ้านเดี่ยวไกลเกินไปการเดินทางไม่สะดวก ผู้ซื้ออาจจะมีความสนใจในคอนโดมิเนียมราคาสูงที่ใกล้และสะดวกสบายกว่าการอยู่บ้านเดี่ยว หรืออาจมีการส่งแผ่นพับโฆษณาไปที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่อยู่ในจังหวัดใกล้เคียงด้วย

การส่งเสริมการขาย ควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางหนังสือพิมพ์ วิทยุ มีการสร้างความตื่นตัวในการจอง เช่น มีของแถมให้กับผู้ซื้อ 10 ท่านแรก หรือมีการจับสลากให้รางวัลใหญ่กับผู้โชคดี เพื่อกระตุ้นให้ผู้ซื้อมีความสนใจ

2.3 เนื่องจากรูปแบบการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมจะแตกต่างจากการพักอาศัยในบ้านจัดสรร หรือที่พักรูปแบบอื่น เพราะเป็นการที่บุคคลหลายคน หลายครอบครัวมาอยู่รวมกันในบ้านหลังใหญ่หลังเดียว มีการใช้ทรัพย์สินร่วมกัน เช่น ลิฟท์ โทรลิฟท์ สระว่ายน้ำ ไฟตามทางเดิน การใช้และการดูแลรักษาจะต้องเกิดจากความร่วมมือของผู้อยู่อาศัยแต่ละห้อง ค่าใช้จ่ายในการซ่อมแซมก็เป็นความรับผิดชอบของทุกคน ดังนั้นนอกจากเจ้าของโครงการจะให้ความรู้ความเข้าใจต่อผู้ซื้อแล้ว อาจนำมาเป็นกลยุทธ์ในการให้บริการหลังการขายโดยการเข้าจัดการจัดตั้งกรรมการเพื่อเป็นตัวแทนของผู้พัก และจัดหาเจ้าหน้าที่เพื่อทำหน้าที่บริหาร ดูแลทรัพย์สินส่วนกลางต่าง ๆ และทำหน้าที่ในการจัดการในการกำหนดกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ที่กำหนดโดยผู้พักอาศัยทุกคน เพื่อให้ผู้อยู่อาศัยทุกฝ่ายอยู่ด้วยกันอย่างปรองดอง เข้าใจซึ่งกันและกัน ซึ่งจะทำให้ภาพพจน์ของการพักอาศัยในคอนโดมิเนียมดีขึ้น

2.4 จากการสำรวจจำนวนผู้พักอาศัยในคอนโดมิเนียมแต่ละระดับราคาในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ ผู้ศึกษาพบว่า โครงการส่วนใหญ่ถึงแม้จะได้มีการจำหน่ายหมดแล้ว แต่จำนวนผู้พักอาศัยในคอนโดมิเนียมแต่ละโครงการกลับมีไม่มากเท่าที่ควร โดยเฉพาะอย่างยิ่งคอนโดมิเนียมราคาสูง มีผู้พักอาศัยอยู่น้อยมากคือประมาณ 30% ของจำนวนห้อง และคอนโดมิเนียมระดับราคาปานกลางและต่ำ มีผู้พักอาศัยประมาณ 50-60% และผู้พักส่วนใหญ่เป็นผู้เช่ามากกว่าผู้ซื้อ ซึ่งเมื่อพิจารณาจากด้านผู้บริโภคแล้ว อาจจะทำให้เข้าใจผิดคิดว่าคอนโดมิเนียมที่สร้างเสร็จแล้วในปัจจุบันไม่สามารถขายได้ ถึงแม้มีผู้ซื้อความต้องการซื้อก็ไม่เกิดขึ้น หรือทัศนคติของผู้ที่ไม่เคยสัมผัสกับคอนโดมิเนียมมาก่อนอาจจะเป็นไปในทางที่ไม่ดี ดังนั้นเจ้าของโครงการควรพิจารณาถึงจุดนี้ และพยายามแก้ไขหรือสร้างภาพพจน์ให้ดีขึ้น เช่น พยายามกระตุ้นให้เจ้าของห้อง

เข้าอยู่ หรือจัดหาคนเข้าอยู่ โดยการเปิดให้เช่า เป็นต้น และควรปรับปรุงแก้ไขสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่มีปัญหา เช่น ที่จอดรถ โทรศัพท์ น้ำประปา เพื่อให้ผู้ที่อยู่แล้วมีความรู้สึกดีขึ้น และการกล่าวถึงคอนโดมิเนียมก็จะเป็นไปในทางที่ดี ซึ่งจะเป็นการโฆษณาทางอ้อมให้กับโครงการอีกโสดหนึ่งด้วย

2.5 สำหรับนักลงทุนที่คิดจะสร้างคอนโดมิเนียมในขณะนี้ ควรจะมีการสำรวจจำนวนคอนโดมิเนียม ที่มีอยู่ในปัจจุบันในแต่ละระดับราคาให้ถี่ถ้วน ทั้งนี้เพราะจากเศรษฐกิจที่ซบเซาในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ทำให้โครงการที่กำลังจะขึ้นหรือขึ้นมาแล้วไม่มีผู้ซื้อซึ่งมีอยู่อีกจำนวนมาก จึงควรเปรียบเทียบระหว่างดีมานด์และซัพพลายของตลาดให้ถี่ถ้วน และพิจารณาให้ถี่ถ้วนแล้วจึงค่อยลงทุนในช่วงเวลาที่เหมาะสม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved