

สภาพแวดล้อมของการแข่งขันในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในเขตเศรษฐกิจพิเศษ
จังหวัดเชียงราย

A COMPETITIVE ENVIRONMENT OF REAL ESTATE BUSINESS
IN THE SPECIAL ECONOMIC ZONE, CHIANG RAI PROVINCE

ณัชชา กันทะดวง^{*1} และ นาวิน พรหมใจสา²

¹องค์การบริหารส่วนตำบลโป่งผา จังหวัดเชียงราย ประเทศไทย

²คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย จังหวัดเชียงราย ประเทศไทย

Natcha Kanthadong^{*1} and Nawin Promjaisa²

¹Pong Pha Sub-district Administrative Organization, Chiang Rai, Thailand

²Faculty of Social-sciences, Chiang Rai Rajabhat University, Chiang Rai, Thailand

*E-mail: crurds@gmail.com

Received: 25-05-2023

Revised: 05-09-2023

Accepted: 05-09-2023

บทคัดย่อ

หลังจากรัฐบาลได้ประเทศที่จังหวัดเชียงรายถูกประกาศให้เป็นพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ ทำให้กลุ่มนักลงทุน นักธุรกิจทั้งในและต่างประเทศ สนใจที่จะเข้ามาลงทุนในพื้นที่ เพื่อประกอบธุรกิจอุตสาหกรรมและบริการ แต่กับประสบกับปัญหาสถานะเศรษฐกิจของประเทศชะลอตัว ส่งผลให้ภาวะเศรษฐกิจในระดับภูมิภาคได้รับผลกระทบไปด้วย ซึ่งบทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ ศึกษาสภาพแวดล้อมของการแข่งขันในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในเขตเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดเชียงราย ขอบเขตด้านพื้นที่คือ เขตเศรษฐกิจพิเศษในจังหวัดเชียงราย 3 อำเภอ ได้แก่ อำเภอแม่สาย อำเภอเชียงของ และอำเภอเชียงแสน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย เจ้าหน้าที่ธนาคารฝ่ายสินเชื่อ กลุ่มผู้ประกอบการ และผู้บริโภคในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ รวมจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้คือ แบบสอบถามการศึกษาสภาพแวดล้อมของการแข่งขันในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ผลการวิจัยพบว่า สภาพแวดล้อมของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในเขตเศรษฐกิจพิเศษในจังหวัดเชียงรายมีปัจจัยหลายด้านที่ส่งผลต่อแนวทางการขับเคลื่อนหรือเพิ่มศักยภาพของธุรกิจได้แก่ ด้านสถานการณ์การลงทุน ด้านการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และด้านพฤติกรรมผู้บริโภค ผู้บริโภคเป็นสำคัญที่สุดของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ลักษณะการลงทุนด้านอสังหาริมทรัพย์ในพื้นที่จะแบ่งตามบริบทของแต่ละอำเภอ เช่น อำเภอแม่สาย เป็นการลงทุนเกี่ยวกับ

ศูนย์การค้าและการเงิน อำเภอเชียงแสน เป็นศูนย์ท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ และทำเทียบเรือนานาชาติ และอำเภอเชียงของ มีบทบาทในการเป็นศูนย์กลางของระบบโลจิสติกส์

คำสำคัญ: การแข่งขันทางธุรกิจ ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ เขตเศรษฐกิจพิเศษ

ABSTRACT

After Chiang Rai was declared as a Special Economic Zone, groups of investors and businessmen, both domestic and foreign, were interested in investing in the area for industrial and service businesses. But due to the country's economic slowdown, the regional economy was affected as well. This research article aimed to study the competitive environment in the real estate business in the Special Economic Zone of Chiang Rai Province. The research areas covered three districts in the special economic zones in Chiang Rai; Mae Sai District, Chiang Khong District, and Chiang Saen district. The 400 samples used in the study consisted of Bank credit officers, entrepreneur groups, and real estate consumers. The research instrument used in this study was a questionnaire on competition in the real estate business. The results showed that the real estate business in the Special Economic Zone in Chiang Rai was influenced by several factors that affected the approach to driving or increasing the business's potential. These factors included the investment situation, the creation of competitive advantages, and consumer behavior. Consumers were the most essential part of the real estate market. The types of real estate investments in the area were divided based on the context of each district. For example, in Mae Sai District, the focus was on investments in shopping centers and finances. In Chiang Saen District, the emphasis was on developing a quality tourism center and an international port, while Chiang Khong District played a pivotal role as a logistics center.

Keywords: Business competition, Real estate business, Special economic zone

บทนำ

ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ถือได้ว่าเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงการเจริญเติบโต ของเศรษฐกิจในประเทศ หากประเทศไทยเศรษฐกิจมีการเจริญเติบโต ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ก็จะเจริญเติบโตตามไปด้วย การสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ ส่วนหนึ่งจึงอยู่ที่การดึงดูดการลงทุนโดยการทำให้

ประเทศมีความมั่นคงทางการเมือง และการกระตุ้นเศรษฐกิจภายในประเทศ ท่ามกลางสถานการณ์อันนับเป็นโอกาสอันดีจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจจากสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 ซึ่งส่งผลต่อเศรษฐกิจและสังคมอย่างยิ่ง (Boonnun & Aonkhong, 2022) อันส่งผลต่อผู้ประกอบการ

ในภาคอสังหาริมทรัพย์จะสามารถขายสินค้าได้มากขึ้น และสภาวะการแข่งขันการเข้ามาแข่งขันของนักลงทุนต่างชาติ ผู้ประกอบการไทยในภาคอสังหาริมทรัพย์ จึงจำเป็นที่จะต้องมีการปรับตัวกลยุทธ์ในการดำเนินการเพื่อรองรับกับการฟื้นตัวของภาคอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งมีการแข่งขันกันสูง สภาพแวดล้อมทั้งปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในของผู้ประกอบการเองมีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมมาก รูปแบบการแข่งขันทวีความรุนแรงและเปลี่ยนแปลงไปโดยสิ้นเชิง การเลือกใช้กลยุทธ์เดิมในการแข่งขันอาจจะไม่บรรลุถึงเป้าหมายที่วางไว้

สภาพแวดล้อมของการแข่งขันในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เป็นแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและได้รับผลกระทบจากหลายปัจจัย ซึ่งปัจจัยที่สำคัญที่มีผลต่อสภาพแวดล้อมในอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์มีดังนี้ (Asavadi Lokrit & Jetjamroenchai, 2021)

การเปลี่ยนแปลงในการอยู่อาศัย การเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของผู้คนในการอยู่อาศัย มีผลต่ออสังหาริมทรัพย์ ตั้งแต่การเลือกที่จะเช่าที่อยู่อาศัยมากขึ้นเนื่องจากความยืดหยุ่นในการย้ายที่อยู่ได้ง่ายขึ้น ไปจนถึงความเปลี่ยนแปลงในวิธีการสร้างบ้านและหมู่บ้านที่ยังเป็นไปได้

ความสำคัญของอสังหาริมทรัพย์เชิงสิ่งก่อสร้าง: การต่อเติมและการสร้างโครงการใหม่ในอสังหาริมทรัพย์เชิงสิ่งก่อสร้างกำลังเพิ่มขึ้นทั้งในเมืองและภูมิภาค ทำให้การแข่งขันในการจัดหาที่ดินและการออกแบบและการก่อสร้างมีความสำคัญสูงขึ้น

การเปลี่ยนแปลงในนโยบายทางเศรษฐกิจ นโยบายทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการเงิน

อัตราดอกเบี้ย และนโยบายเกี่ยวกับการกำหนดมาตรฐานการให้สินเชื่อมีผลต่ออสังหาริมทรัพย์ การเปลี่ยนแปลงในนโยบายเหล่านี้อาจมีผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงในอัตราดอกเบี้ยเงินกู้หรือ การตั้งราคาซื้อขายอสังหาริมทรัพย์

ความสำคัญของเทคโนโลยีและนวัตกรรม เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับอสังหาริมทรัพย์มีผลกระทบต่อวิธีการตลาด การทำงาน และการจัดการในอุตสาหกรรมนี้ ตัวอย่างเช่นการพัฒนาเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน ที่ช่วยในการค้นหาและซื้อขายอสังหาริมทรัพย์ การใช้เทคโนโลยีสื่อสารเพื่อสื่อสารกับลูกค้า และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจในการลงทุน

ปัจจัยทางสังคมและค่านิยม ความเปลี่ยนแปลงในไลฟ์สไตล์และค่านิยมของผู้คนมีผลต่อการแข่งขันในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ตั้งแต่ความต้องการในสถานที่ทำงานที่ยืดหยุ่น และสิ่งอำนวยความสะดวกที่สูงขึ้น ไปจนถึงความต้องการในโครงการที่ยังคงมีความยั่งยืน และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

การแข่งขันในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ เป็นสภาพแวดล้อมที่ซับซ้อนและเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งผู้ซึ่งมีความรู้และเข้าใจความเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ อาจมีความได้เปรียบกว่าในการก้าวหน้าในอุตสาหกรรมนี้

จังหวัดเชียงราย ได้มีการแข่งขันด้านการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์มากขึ้นกว่าเดิม รองจากจังหวัดเชียงใหม่ และถูกกำหนดเป็นพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษในปี พ.ศ.2558 เนื่องจากมีศักยภาพด้านทำเลที่ตั้งที่เป็นประตูการค้าของภาคเหนือกับเมียนมา ลาวและจีน มีพื้นที่

เป้าหมาย 3 อำเภอประกอบด้วย แม่สาย เชียงแสน และเชียงของ โดยมีอำเภอแม่สาย เป็นเมืองการค้าชายแดน GMS (GMS Trading City) และเมืองแห่งการท่องเที่ยว เป็นศูนย์บริการทางการค้าและการลงทุน อำเภอเชียงแสนเป็นเมืองแห่งมรดกชาติ (GMS Port City) เมืองศูนย์การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวเส้นทางแม่น้ำโขง และท่าเทียบเรือนานาชาติ และอำเภอเชียงของเป็นเมืองโลจิสติกส์และบริการการขนส่ง (Logistic City) และเมืองผ่านสำหรับนักท่องเที่ยว (Chiang Rai Provincial Office, 2020)

วิกฤติโควิด-19 ได้ส่งผลให้ผู้บริโภคธุรกิจอสังหาริมทรัพย์มีความต้องการและความสนใจที่แตกต่างกัน บางกลุ่มอาจต้องการพื้นที่ที่มีขนาดใหญ่ขึ้นเพื่อให้มีพื้นที่ที่เหมาะสมกับการทำงานและทำกิจกรรมต่าง ๆ ในขณะที่บางกลุ่มต้องการบ้านที่มีสวนหรือที่ว่างนอกบ้านเพื่อรักษาสุขภาพจิตและกลายเป็นที่พักผ่อนในช่วงเวลาว่าง ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่สามารถตอบสนองความต้องการเหล่านี้อาจมีโอกาสำเร็จได้ดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sathirapipatkul (2021) ทำการศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การปรับตัวต่อผลกระทบจากโควิด-19 ของบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ในประเทศไทย ในช่วงปี พ.ศ. 2563 พบว่า มีการเลือกใช้กลยุทธ์การปรับตัว 5 ด้าน ได้แก่ กลยุทธ์ด้านการวางแผน ด้านการตลาด ด้านการเงิน ด้านการทำงานองค์กร และด้านการป้องกันโควิด-19 และยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Suwanwalaikorn (2022) ที่พบว่า กลยุทธ์การแข่งขันบริษัทอสังหาริมทรัพย์ขนาดเล็กที่สำคัญคือ มีกลยุทธ์การแข่งขันแบบผสมผสานโดยมี “กลยุทธ์ ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์”

(Differentiation) เป็นกลยุทธ์หลัก ควบคู่กับกลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost Leadership) และกลยุทธ์การสนองความต้องการเฉพาะกลุ่ม (Focus) Khumpaisal (2007) ได้ศึกษาปัจจัยเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย และพบว่าปัจจัยเสี่ยง 3 ด้านประกอบด้วย 1) ลูกคามีกำลังซื้อ/เช่าลดน้อยลงภายใต้สภาวะเศรษฐกิจปัจจุบัน 2) สภาพคล่องในการจำหน่ายทรัพย์สินมีน้อยมาก ในสภาวะเศรษฐกิจปัจจุบัน และ 3) ภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างทำให้มีต้นทุนที่ดินเพิ่มขึ้น

หลังจากที่จังหวัดเชียงรายถูกประกาศให้เป็นพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ ทำให้กลุ่มนักลงทุน นักธุรกิจทั้งในและต่างประเทศ สนใจที่จะเข้ามาลงทุนในพื้นที่ เพื่อประกอบธุรกิจอุตสาหกรรมและบริการ แต่กับประสบกับปัญหาสภาวะเศรษฐกิจของประเทศชะลอตัว ส่งผลให้ภาวะเศรษฐกิจในระดับภูมิภาคได้รับผลกระทบไปด้วย ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคลดลง ภาวะหนี้ของภาคครัวเรือนที่สูงขึ้น สถาบันการเงินมีความระมัดระวังในการปล่อยสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยมากขึ้น สะท้อนจากอัตราดอกเบี้ยสินเชื่อที่เพิ่มขึ้นตามความกังวลเกี่ยวกับภาระหนี้ที่อยู่ในระดับสูง ส่งผลให้อุปสงค์โดยรวมทั้งปีชะลอลง แรงงานขาดแคลน มีคู่แข่งเกิดขึ้นในทำเลใกล้เคียง มีการเวนคืนพื้นที่เพื่อพัฒนาเส้นทางรถไฟฟ้ายาวถนน หรือมีการเปลี่ยนแปลงกฎหมาย ข้อกำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดินต่าง ๆ แผนการลงทุนที่เราเคยคิดเอาไว้จะต้องถูกปรับเปลี่ยนให้เข้ากับสถานการณ์ตลอดเวลา รวมถึงการส่งผลให้ราคาที่ดินในพื้นที่เป้าหมายทั้ง 3 อำเภอมีราคาที่ดินสูงขึ้นหลายสิบเท่า เกิดความไม่คุ้มค่าในการพัฒนาโครงการ ผู้ประกอบการ นักลงทุน

บางรายปรับตัวไม่ทันเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นในพื้นที่ ซึ่งเป็นอีกหนึ่งปัญหาสำหรับนักลงทุนนอกพื้นที่ ทำให้นักลงทุนทั้งไทยและต่างประเทศเกิดการไม่กล้าตัดสินใจในการลงทุนในด้านต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต เพื่อป้องกันความเสี่ยงให้น้อยที่สุด

จากที่มาและความสำคัญข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาสภาพแวดล้อม ของการแข่งขันในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในเขตเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดเชียงราย เพื่อเพื่อให้ผู้ประกอบการและนักลงทุนในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในเขตเศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดเชียงราย ใช้เป็นแนวทางการวางแผนปรับปรุงและพัฒนาาระบบสาธารณูปโภค รวมถึงระบบการขนส่งสาธารณะให้สอดคล้องและรองรับกับความต้องการของผู้บริโภคที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน และในอนาคตได้

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

การวิจัยนี้ มุ่งศึกษาสภาพแวดล้อมของการแข่งขันในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ในเขตเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดเชียงราย โดยใช้แบบสอบถามกับผู้บริโภค ผู้ประกอบการด้านอสังหาริมทรัพย์ และตัวแทนจากสถาบันการเงิน ในประเด็นการแข่งขันของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในเขตเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดเชียงราย

ทบทวนแนวคิด

แนวคิดเกี่ยวกับอสังหาริมทรัพย์

Wongmuangkaen (2016) กล่าวว่า อสังหาริมทรัพย์มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยอย่างมากต่อเนื่องมายาวนาน ทุกครั้งที่เศรษฐกิจของประเทศไทยตกต่ำรัฐบาลจะออกมาตราการมาเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจของ

ประเทศ มักนิยมใช้มาตรการการกระตุ้นตลาดอสังหาริมทรัพย์เป็นหนึ่งในมาตรการหลัก เนื่องจากตลาดธุรกิจอสังหาริมทรัพย์มีมูลค่าตลาดที่สูงมาก มูลค่าตลาดของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยในประเทศไทยและธุรกิจที่เกี่ยวข้องกันก็ย่อมต้องมีมูลค่าตลาดที่สูงตามเช่นกัน ซึ่ง Longsomboon (2018) ได้ให้นิยามด้านกฎหมายของอสังหาริมทรัพย์ ว่า อสังหาริมทรัพย์ ในทางกฎหมาย ได้แก่ ที่ดินและทรัพย์สินอื่นที่ติดอยู่กับที่ดิน มี ลักษณะเป็นการถาวรหรือประกอบเป็นอันเดียวกับที่ดินนั้น เช่น อาคาร บ้านเรือน ทาวน์เฮ้าส์ คอนโดมิเนียม อาคารพาณิชย์ หอพัก และสิทธิทั้งหลายอันเกี่ยวกับกรรมสิทธิ์ในที่ดิน ทั้งกรรมสิทธิ์ใน ที่ดินที่มีโฉนดและสิทธิครอบครองในที่ดินที่ไม่มีโฉนดที่ดิน Ussavadi lokrit & Chetchumroenchai (2021) กล่าวไว้ว่า อสังหาริมทรัพย์ หมายถึง ที่ดินและทรัพย์สินติดอยู่กับที่ดินมีลักษณะเป็นการถาวรหรือประกอบเป็นอันเดียวกับที่ดินนั้น และหมายความรวมถึงทรัพย์สินอันเกี่ยวกับที่ดินหรือทรัพย์สินอันติดอยู่กับที่ดินหรือประกอบเป็นอันเดียวกับที่ดินนั้นด้วย (พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2554) ซึ่งทั้งมีและไม่มีผู้ถือกรรมสิทธิ์เป็นเจ้าของอยู่ ทั้งนี้ อสังหาริมทรัพย์มีสอง จึงหมายถึงอสังหาริมทรัพย์ที่เคยมีผู้ถือกรรมสิทธิ์เป็นเจ้าของ ผ่านการซื้อขายเปลี่ยนแปลงชื่อผู้ถือกรรมสิทธิ์มาก่อน

สรุปได้ว่า อสังหาริมทรัพย์ คือ ทรัพย์สินหรือทรัพย์สินที่มีมูลค่าเชิงเงินหรือมูลค่าตามค่าตลาดที่สามารถสร้างรายได้หรือมูลค่าในอนาคตได้ เช่น ทรัพย์สินทางเทคโนโลยี ทรัพย์สินทางปัญญา ทรัพย์สินทางประวัติศาสตร์ ทรัพย์สินทางวัฒนธรรม ทรัพย์สินทางศาสนา และอื่น ๆ

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค

พฤติกรรมของผู้บริโภค หมายถึง การศึกษาถึงกระบวนการต่าง ๆ ที่บุคคลหรือกลุ่มบุคคล เข้าไปเกี่ยวข้อง เพื่อทำการเลือกสรรการซื้อ การใช้ หรือการบริโภคอันเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการ ความคิดหรือประสบการณ์ เพื่อตอบสนองความต้องการและความปรารถนาต่าง ๆ ให้ได้รับความพอใจ ลักษณะที่เลือก (Solomon, 1996) จากการศึกษาทบทวนวรรณกรรม พฤติกรรมของการเลือกซื้อของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัย ประกอบด้วย ประเภทของโครงการทำเล เขตพื้นที่ ระดับราคา ขนาดที่ดิน จำนวนของชั้น จำนวนห้องนอน รูปทรงหลังคา สีของตัวบ้าน ความต้องการด้านความปลอดภัย ความต้องการด้านการก่อสร้าง แผนการชำระที่อยู่อาศัย และช่องทางการรับข้อมูลข่าวสาร Chaichamnan et al. (2019) ได้ระบุแนวโน้มของการใช้สื่อออนไลน์เพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกซื้ออสังหาริมทรัพย์ ข้อมูลที่ผู้บริโภคอสังหาริมทรัพย์นิยมสืบค้น ได้แก่ ความปลอดภัยของพื้นที่ ระบบการอำนวยความสะดวก ไกล่ระบบบริการสาธารณะ ที่จอดรถ การให้คะแนนจากผู้บริโภครายอื่น และการมีตัวตนของอสังหาริมทรัพย์ในสื่อออนไลน์

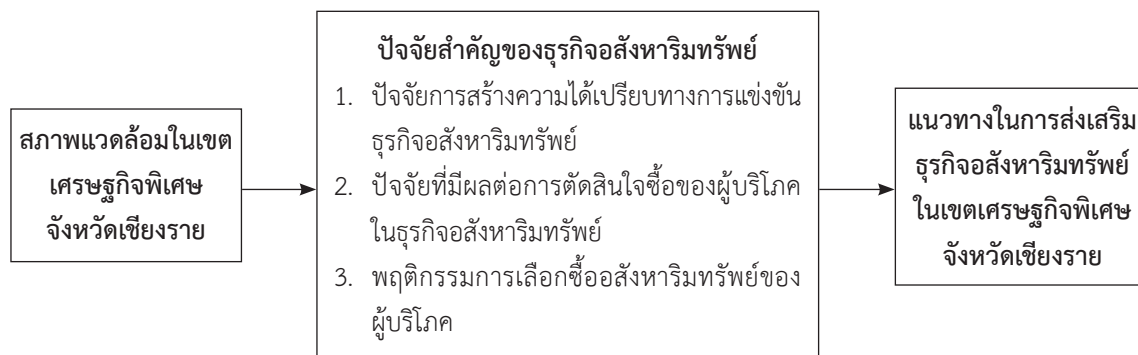
แนวคิดเกี่ยวกับเขตเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดเชียงราย

เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดเชียงราย เป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพสูงเนื่องจากเป็นเมืองค้าชายแดนที่สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับประเทศอยู่ในอันดับต้น ๆ โดยมีจุดผ่านแดนถาวร 6 จุด เชื่อมกับเมียนมา 3 จุด และสปป.ลาว 3 จุด ด้วยมีภูมิประเทศที่ติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้านอย่างเมียนมา และสปป.ลาว จึงสามารถ เชื่อมโยงไปยังจีนตอนใต้

ผ่านระเบียงเศรษฐกิจเหนือ-ใต้ (North-South Economic Corridor) โดยทางเหนือ เชื่อมโยงกับมณฑลยูนนาน ได้ทั้งทางบกและทางน้ำโดยทางบกอาศัย 2 เส้นทาง ได้แก่ ถนน R3A (ผ่านด่านเชียงของและ สปป.ลาว) และ ถนน R3B (ผ่านด่านแม่สายและเมียนมา) สำหรับทางน้ำสามารถขนส่งโดยอาศัยแม่น้ำโขง โดยผ่านท่าเรือเชียงแสน นอกจากนี้สามารถเชื่อมโยงลงมาทางใต้สู่ท่าเรือแหลมฉบังเพื่อส่งออกทางทะเลไปยัง ภูมิภาคอื่นของโลกได้ ดังนั้น เชียงรายจึงมีศักยภาพในการให้บริการด้านโลจิสติกส์ให้กับจีนตอนใต้และพื้นที่ ตอนบนของเมียนมาและ สปป.ลาว เพื่อขนส่งสินค้าออกทางทะเลที่แหลมฉบัง รวมทั้งมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายกับแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ตอนบนของเมียนมาและสปป.ลาว และ จีนตอนใต้ นอกจากนี้ อุตสาหกรรมในพื้นที่ อาทิอุตสาหกรรมแปรรูปสินค้าเกษตรและอาหาร เครื่องเรือนไม้ แปรรูป มีโอกาสพัฒนาขยายห่วงโซ่มูลค่าการผลิตเพิ่มขึ้น (Department of Foreign Trade, 2018)

กรอบแนวคิดของการวิจัย

การวิจัยนี้มุ่งศึกษาสภาพแวดล้อมของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในเขตเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดเชียงราย รวมถึง ปัจจัยการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ปัจจัยที่ก่อให้เกิดการลงทุน สิ่งสนับสนุนการลงทุน ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรม การเลือกซื้ออสังหาริมทรัพย์ของผู้บริโภค เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในเขตเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดเชียงราย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้มีขอบเขตด้านพื้นที่คือ เขตเศรษฐกิจพิเศษในจังหวัดเชียงราย 3 อำเภอ ได้แก่ อำเภอแม่สาย อำเภอเชียงของ และอำเภอเชียงแสน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย 1) เจ้าหน้าที่ธนาคารฝ่ายสินเชื่อ 2) กลุ่มผู้ประกอบการ และ 3) ผู้บริโภค ในเขตเศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดเชียงราย รวมจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ แบบสอบถามการศึกษาสภาพแวดล้อมของการแข่งขันในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในเขตเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดเชียงราย ในประเด็นสถานการณ์การลงทุนธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ปัจจัยการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ปัจจัยที่ก่อให้เกิดการลงทุน สิ่งสนับสนุนการลงทุน ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมการเลือกซื้ออสังหาริมทรัพย์ของผู้บริโภค ใช้การวิเคราะห์สถิติเพื่อหาค่าเฉลี่ย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในเขตเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดเชียงราย

จากการวิเคราะห์ด้านการลงทุนในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในเขตเศรษฐกิจพิเศษในจังหวัดเชียงราย พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้เวลากว่า 4 สัปดาห์ในการให้ความสนใจหรือการพิจารณา ก่อนการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์คิดเป็นร้อยละ 71.25 และพบว่าร้อยละ 59.25 ยังไม่มีการลงทุนด้านธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ และในการลงทุนส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ เพื่อการเกษตร เพื่อการอยู่อาศัย เพื่อการพาณิชย์ และเพื่อการอุตสาหกรรมตามลำดับ จากผลการวิเคราะห์พบว่าบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้ออสังหาริมทรัพย์มากที่สุดได้แก่ แฟน/คู่สมรส ผู้บริโภคมีอสังหาริมทรัพย์ในครอบครอง 1-2 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 61.75 และระดับราคาในการเลือกซื้ออสังหาริมทรัพย์ส่วนใหญ่ราคาต่ำกว่า 1,500,000 บาท

จากการศึกษาสภาพแวดล้อมของการแข่งขันในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในเขตเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดเชียงราย พบว่า จุดแข็งของสถานการณ์ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในเขตเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดเชียงราย ประกอบด้วย การประเมินความเสี่ยงและการคำนวณสภาพคล่องทางการเงินก่อนการลงทุน ทำให้มีจำนวนเงินลงทุนในประเภทอสังหาริมทรัพย์และสถานที่ตั้งให้เลือกหลากหลาย และบางพื้นที่ยังเป็นทำเลทอง เป็นที่ต้องการของนักลงทุนและผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคทั้งระดับล่างและระดับกลางสามารถเลือกกระดบราคาที่น่าสนใจได้ นอกจากนี้ยังมีสำนักงานขายไว้สำหรับการติดต่อสอบถามมีตัวแทน นายหน้าซื้อขายที่ดิน เป็นช่องทางในการจัดจำหน่ายในพื้นที่ และมีการกำหนดรายการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น ส่วนลดอัตราค่าธรรมเนียมต่าง ๆ การให้ส่วนลดการจอง ดอกเบี้ยเงินกู้

จุดอ่อนของพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดเชียงรายที่มีผลต่อสถานการณ์การแข่งขันในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประกอบด้วย มีจำนวนอสังหาริมทรัพย์ที่คงเหลือค่อนข้างสูง อสังหาริมทรัพย์บางพื้นที่ต้องลงทุนสูง ทำให้ต้องขายในราคาที่สูงทำให้ขายยากมากยิ่งขึ้น และช่องทางการศึกษาข้อมูลอสังหาริมทรัพย์น้อย เนื่องจากปัญหาการส่งเสริมการตลาดที่มีช่องทางการติดต่อสื่อสารการประชาสัมพันธ์การส่งเสริมการขายน้อย

โอกาสของพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดเชียงรายที่มีผลต่อสถานการณ์การแข่งขันในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ประกอบด้วย การพัฒนารูปแบบอสังหาริมทรัพย์ให้มีความหลากหลายและพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ไปยังพื้นที่เศรษฐกิจที่สำคัญ เพื่อให้ผู้บริโภคหันมาให้ความสำคัญ

ในการลงทุนธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เพิ่มมากขึ้น โอกาสในการพัฒนาธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ภาครัฐควรมีมาตรการกระตุ้นธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ลดอัตราค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรม ลดการลงทุนอสังหาริมทรัพย์ที่มีอยู่ เพิ่มอสังหาริมทรัพย์ที่ขาดมีมาตรการช่วยเหลือผู้ซื้อ ผู้ลงทุน อสังหาริมทรัพย์จากภาครัฐและสถาบันการเงินต่าง ๆ นักลงทุนควรนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการประชาสัมพันธ์เพิ่มช่องทางการขายในรูปแบบใหม่

อุปสรรคของพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดเชียงรายที่มีผลต่อสถานการณ์การแข่งขันในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ประกอบด้วย อัตราการเพิ่มขึ้นของคู่แข่งทางการค้า ผู้บริโภคจึงมีทางเลือกมากยิ่งขึ้น ประกอบกับปัญหาเศรษฐกิจตกต่ำและปัญหาทางการเมืองทำให้การลงทุนการซื้อขายอสังหาริมทรัพย์ลดลง ทำให้ผู้ซื้อต่อรองราคา ไม่ได้ขายในราคาที่ตั้งไว้ อสังหาริมทรัพย์บางพื้นที่ต้องลงทุนสูง ทำให้ต้องขายในราคาที่สูง ความเข้มงวดของธนาคารในการพิจารณาสินเชื่อ ทำให้มีการซื้อขายอสังหาริมทรัพย์ลดลง และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีการประชาสัมพันธ์ไม่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่มีอำนาจในการต่อรองหรือการซื้อขาย

ปัจจัยสำคัญของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในเขตเศรษฐกิจพิเศษในจังหวัดเชียงราย

จากการศึกษาปัจจัยการสร้างความสำเร็จได้เปรียบทางการแข่งขันธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในเขตเศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดเชียงราย แบ่งออกเป็น 1) ปัจจัยด้านการลงทุน ประกอบด้วย การคำนวณสภาพคล่องด้านการเงิน การคำนวณผลตอบแทนการประเมินความเสี่ยงจากการลงทุน อัตราการเจริญเติบโตของพื้นที่ ระยะเวลาในการถือครองที่ดิน และ

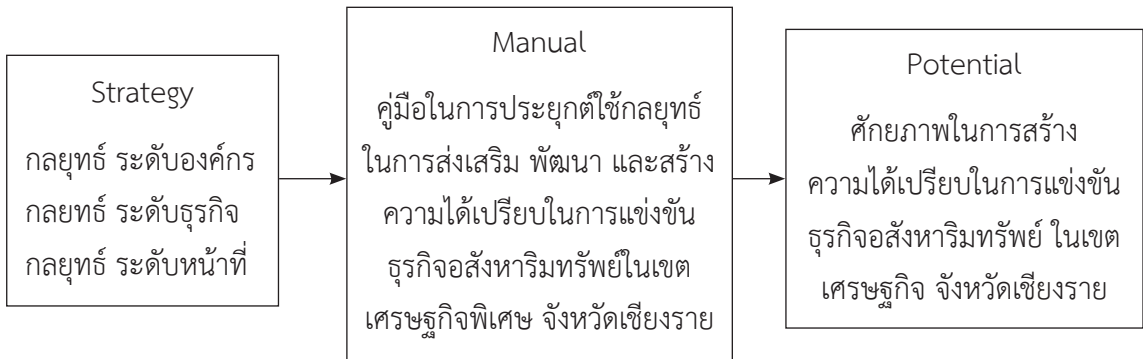
การจำกัดต้นทุนงบประมาณในการลงทุน 2) ปัจจัยด้านสิ่งสนับสนุนการลงทุน ประกอบด้วย ประเภทของอสังหาริมทรัพย์ การการันตีผลตอบแทนในเชิงลงทุน สภาพแวดล้อมการซื้อขายอสังหาริมทรัพย์มาเพื่อพัฒนาและขายต่อ และข้อจำกัดด้านตำแหน่งที่ตั้ง

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในเขตเศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดเชียงราย พบว่า ราคาเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.60 รองลงมาด้านผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ค่าเฉลี่ย 4.55 ด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ค่าเฉลี่ย 4.45 และน้อยสุดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.63

จากการวิเคราะห์พฤติกรรม การเลือกซื้ออสังหาริมทรัพย์ ของผู้บริโภคในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในเขตเศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดเชียงราย พบว่า ด้านสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการ เป็นพฤติกรรมการเลือกซื้อของผู้บริโภคในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.71 รองลงมาด้านราคาต้นทุน ค่าเฉลี่ย 4.60 ด้านความสะดวกสบาย เป็นพฤติกรรมการเลือกซื้อของผู้บริโภคในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.20 ด้านการสื่อสาร ค่าเฉลี่ย 3.84 และน้อยสุดด้านการตอบสนองความต้องการ เป็นพฤติกรรมการเลือกซื้อของผู้บริโภค ค่าเฉลี่ย 3.53

ผลการวิจัยพบว่า จากข้อมูลข้างต้นพบว่า สถานการณ์ของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในเขตเศรษฐกิจพิเศษในจังหวัดเชียงรายมีปัจจัยหลายด้านที่ส่งผลต่อการแข่งขันของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในพื้นที่โดยกำหนดเป็นประเด็นหลักเพื่อประกอบการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของการแข่งขัน ได้ดังนี้ ด้านสถานการณ์การลงทุน ด้านการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และด้านพฤติกรรมผู้บริโภค

ผลการวิจัยพบว่า สถานการณ์ของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในเขตเศรษฐกิจพิเศษในจังหวัดเชียงรายมีปัจจัยหลายด้านที่ส่งผลต่อแนวทางการขับเคลื่อนหรือเพิ่มศักยภาพของธุรกิจในพื้นที่โดยกำหนดเป็นประเด็นหลักเพื่อประกอบการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของการแข่งขัน ได้ดังนี้ ด้านสถานการณ์การลงทุน ด้านการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และด้านพฤติกรรมผู้บริโภค จึงต้องมีการพัฒนารูปแบบการส่งเสริมพัฒนา และสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ในเขตเศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดเชียงราย โดยเริ่มจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในพื้นที่ จากนั้นพัฒนารูปแบบหรือเทคนิคเฉพาะของผู้ประกอบการหรือสถาบันการเงินด้านอสังหาริมทรัพย์ และทำการเสนอแนะเชิงนโยบายไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมด้านอสังหาริมทรัพย์ ดังแผนภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แนวทางการส่งเสริมธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาสภาพแวดล้อมของการแข่งขันในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในเขตเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดเชียงราย พบว่า จุดแข็งของสถานการณ์ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในเขตเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดเชียงราย ประกอบด้วย การประเมินความเสี่ยงและการคำนวณสภาพคล่องทางการเงินก่อนการลงทุน ทำให้มีจำนวนเงินลงทุนในประเภทอสังหาริมทรัพย์และสถานที่ตั้งให้เลือกหลากหลาย และบางพื้นที่ยังเป็นทำเลทอง เป็นที่ต้องการของนักลงทุนและผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคทั้งระดับล่างและระดับกลางสามารถเลือกกระดับราคาที่น่าสนใจได้ นอกจากนี้ยังมีสำนักงานขายไว้สำหรับการติดต่อสอบถาม มีตัวแทน นายหน้าซื้อขายที่ดิน เป็นช่องทางในการจัดจำหน่ายในพื้นที่ และมีการกำหนดรายการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น ส่วนลดอัตราค่าธรรมเนียมต่าง ๆ การให้ส่วนลดการจองดอกเบี้ยเงินกู้ เป็นต้น

จุดอ่อนของพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดเชียงรายที่มีผลต่อสถานการณ์การแข่งขันในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประกอบด้วย มีจำนวนอสังหาริมทรัพย์ที่คงเหลือค่อนข้างสูง อสังหาริมทรัพย์

บางพื้นที่ต้องลงทุนสูง ทำให้ต้องขายในราคาที่สูง ทำให้ขายยากมากยิ่งขึ้น และช่องทางการศึกษาข้อมูลอสังหาริมทรัพย์น้อย เนื่องจากปัญหาการส่งเสริมการตลาดที่มีช่องทางการติดต่อสื่อสารการประชาสัมพันธ์การส่งเสริมการขายน้อย

โอกาสของพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดเชียงรายที่มีผลต่อสถานการณ์การแข่งขันในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ประกอบด้วย การพัฒนารูปแบบอสังหาริมทรัพย์ให้มีความหลากหลายและพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ไปยังพื้นที่เศรษฐกิจที่สำคัญ เพื่อให้ผู้บริโภคหันมาให้ความสำคัญในการลงทุนธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เพิ่มมากขึ้น โอกาสในการพัฒนาธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ภาครัฐควรมีมาตรการกระตุ้นธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ลดอัตราค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรม ลดการลงทุนอสังหาริมทรัพย์ที่มีอยู่ เพิ่มอสังหาริมทรัพย์ที่ขาดมาตรการช่วยเหลือผู้ซื้อ ผู้ลงทุน อสังหาริมทรัพย์จากภาครัฐและสถาบันการเงินต่าง ๆ นักลงทุนควรนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการประชาสัมพันธ์เพิ่มช่องทางการขายในรูปแบบใหม่

ภาวะความเสี่ยงของพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดเชียงรายที่มีผลต่อสถานการณ์

การแข่งขันในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ประกอบด้วย อัตราการเพิ่มขึ้นของคู่แข่งทางการค้า ผู้บริโภค จึงมีทางเลือกมากยิ่งขึ้น ประกอบกับปัญหาเศรษฐกิจ ตกต่ำและปัญหาทางการเมืองทำให้การลงทุน การซื้อขายอสังหาริมทรัพย์ลดลง ทำให้ผู้ซื้อต้องรอน ราคา ไม่ได้ขายในราคาที่ตั้งไว้ อสังหาริมทรัพย์ บางพื้นที่ต้องลงทุนสูง ทำให้ต้องขายในราคาที่สูง ความเข้มงวดของธนาคารในการพิจารณาสินเชื่อ ทำให้มีการซื้อขายอสังหาริมทรัพย์ลดลง และด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย มีการประชาสัมพันธ์ไม่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่มีอำนาจในการต่อรองหรือ การซื้อขาย

จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของ ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ข้างต้น มีความสอดคล้องกับการศึกษาของ Panuwatyingyong (2014) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม เพื่อสร้างกลยุทธ์ของบริษัทมหาชนกลุ่มพัฒนา อสังหาริมทรัพย์ ผลการศึกษาพบว่า กลยุทธ์ในการดำเนินงานที่กลุ่มนักพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ นำมาใช้มากที่สุด ได้แก่ กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ด้านทำเลที่ตั้ง กลยุทธ์ด้านโฆษณา ประชาสัมพันธ์ กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย ตามลำดับ ปัจจัยเสี่ยงที่มีสัดส่วนมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ส่วนกลยุทธ์ในการตอบสนอง ต่อปัจจัยเสี่ยง ได้แก่ การลดหรือควบคุมความเสี่ยง ปัจจัยที่เป็นจุดแข็งของเขตเศรษฐกิจพิเศษจังหวัด เชียงรายในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ คือ การมี โครงสร้างพื้นฐานและสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม และเอื้ออำนวยต่อการลงทุนและการเลือกซื้อ อสังหาริมทรัพย์ในพื้นที่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ของ Dokbua (2014) ที่พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพล ก่อนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม สำหรับผู้สูงอายุ

ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติ คือ ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โครงสร้างพื้นฐาน และสภาพแวดล้อม

จากการวิเคราะห์ปัจจัยสำคัญด้าน การตลาดของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ พบว่า ประเด็น ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค คือ ราคา ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chandrasugree (2014) ที่ระบุว่า กลุ่มตัวอย่างในภาพรวมพบว่า ผู้บริโภค ให้ความสำคัญ ด้านราคามากที่สุดในการตัดสินใจ เลือกซื้ออสังหาริมทรัพย์ และยังสอดคล้องกับ การศึกษาของ Wongchailuek (2012) ที่ระบุ เช่นกันว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้าน จากโครงการมากที่สุดคือ ด้านราคา ในประเด็นของ ความเป็นทำเลทองในเขตเศรษฐกิจพิเศษจังหวัด เชียงราย ที่เป็นจุดแข็งของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์นั้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Wongragkoh (2013) ที่ได้ระบุว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพล ต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวในโครงการบ้านจัดสรร ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญ กับทำเลที่ตั้งเหมาะสมในระดับสูง รองลงมาคือ ระบบสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวก

จากการวิจัยพบว่าผู้บริโภค เป็นส่วนสำคัญ ที่สุดของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ เขตเศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดเชียงรายถือว่ามีความคุ้มค่าค่อนข้างที่จะหลากหลาย ตั้งแต่ระดับล่าง ระดับกลางและระดับสูง ซึ่งหมายถึง นักลงทุนรายใหญ่ โดย พิจารณาตามพื้นที่และ สภาพแวดล้อมแล้วพบว่า อำเภอมะนังมีบทบาท การพัฒนาด้านศูนย์การค้าและการเงิน เป็นเมือง ชายแดนรองรับกิจกรรมด้านการค้าและการบริการ ทางการเงินที่ครบวงจร อำเภอเชียงแสน มีบทบาท การพัฒนาเป็นศูนย์ท่องเที่ยวเชิงคุณภาพและ

ท่าเทียบเรือนานาชาติ มุ่งพัฒนาพื้นที่เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ และ อำเภอเชียงของ มีบทบาทในการเป็นศูนย์โลจิสติกส์ อุตสาหกรรมเชิงนิเวศและการแปรรูปสินค้าเกษตร โดยรองรับบทบาทด้านการบริการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและวัฒนธรรม เนื่องจากอำเภอเชียงของมีจุดเด่นด้านการเชื่อมโยงการขนส่งสินค้าได้ทั้งทางบกและทางน้ำ

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้มีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. ควรมีการศึกษาปัจจัยการส่งเสริมการลงทุนในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดเชียงราย แต่ละรายอำเภอ และเจาะจงการลงทุนของประเภทของอสังหาริมทรัพย์ เพราะความเจริญของตัวเมือง

หรือเศรษฐกิจในแต่ละอำเภอ มีโครงสร้างเศรษฐกิจหรือรายได้ของผู้บริโภคแตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ ผู้บริโภคมีที่อยู่อาศัยในพื้นที่แตกต่างกันอาจมีพฤติกรรมการเลือกซื้อแตกต่างกัน อาจส่งผลให้ความสามารถในการซื้ออสังหาริมทรัพย์ของผู้บริโภคที่อยู่ในแต่ละเขตแตกต่างกัน ส่งผลให้พฤติกรรมการเลือกซื้อของผู้บริโภคในแต่ละอำเภอแตกต่างกัน

2. ควรเน้นการศึกษาที่เจาะลึกในกลุ่มยุทธศาสตร์ใดกลุ่มยุทธศาสตร์หนึ่งเพื่อให้ทราบถึงผลลัพธ์ที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจอสังหาริมทรัพย์อย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น เช่น การศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดที่ทำให้ผลประกอบการเพิ่มมากขึ้นหรือลดลงและปัจจัยใดที่สำคัญที่สุดที่ทำให้ผลประกอบการเพิ่มขึ้นหรือลดลง เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- Asavadilokrit, M., & Jetjamroenchai, V. (2021). Personal Factors Affecting Strategy. Second-hand real estate marketing. **Burapha Journal of Business Mangement, Burapha University**, 10(1), 45-69. (In Thai)
- Boonnun, V., & Aonkhong, S. (2021). Potential Development of the Community Leaders in Digital Media Skills in the New Normal Era. **Academic Journal Phranakhon Rajabhat University**, 13(1), 413-424. (In Thai)
- Chaichamnan, A., Sasithanakornkaew, S., & Apisuphachok, W. (2022). The Influence of Online Media Exposure and Marketing Mix on Purchase Intention for Detached House of Generation Y. **Journal of MCU Nakhondhat**, 9(5), 313-330. (In Thai)
- Chandrasugree, T. (2014). Integrated Marketing Strategy Affecting the Decision to Purchase Single Houses in Greater Metropolitan Area of Bangkok. **Veridian E-Journal (Humanities, Social-Sciences, and Arts)**, 7(2), 267-278. (In Thai)
- Chiang Rai Provincial Office. (2020). **Chiang Rai Special Economic Zone Development Meeting Documents**. Strategy and Information Division for Provincial Development: Chiang Rai Provincial Office. (In Thai)

- Department of Foreign Trade. (2018). **Progress of the Special Economic Development Zone in Chiang Rai Province**. Retrieved from <https://www.dft.go.th/Portals/3/3.1/> [2023, 15, Aug.]
- Dokbua, T. (2014). **Factor Affecting the Purchasing Decision of Condominium for Elderly in Bangkok and Its Vicinity**. (Master of Business Administration Thesis). Thammasat University, Bangkok. (In Thai)
- Khumpaisal, S. (2007) Risks in the Construction Project Procurement Process and the Mitigation Methods. **Journal of Architectural/Planning Research and Studies, Thammasat University**, 5(2). 135-145. (In Thai)
- Longsomboon, M. (2018). **Case study: the Acquisition of Golden Land Property Development Public Company Limited by Frasers Property (Thailand) Public Company Limited**. (Master of Sciences Thesis). Thammasat University, Bangkok. (In Thai)
- Panuwatyingyong, S. (2014). **Strategic Analysis of Public Company Property Development Group**. (Master of Engineering Thesis). The King Mongkut's University of Technology Thonburi, Bangkok. (In Thai)
- Sathirapipatkul, P. (2021). Adaptation Strategies to COVID-19 Impact on Business of the Set- Registered Real Estate Development Companies in 2020. **Sarasatr Journal, Chulalongkorn University**, 4(2). 451-464. (In Thai)
- Solomon, M. R. (1996). **Consumer Behavior Buying, Having, and Being**. (3rd). Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.
- Suwanwalaikorn, S. (2022). Business Strategies of Small-sized Family and Non-Family Real Estate Companies Developed Low-rise Housing Projects in Bangkok Metropolitan Area. **Sarasatr Journal, Chulalongkorn University**, 5(2). 358-370. (In Thai)
- Ussavasilokrit, M. & Chetchumroenchai, W. (2021). Personal factors affecting second-hand real estate marketing strategy. **Burapha Journal of Business Management Burapha University**, 10(1), 45–69. (In Thai)
- Wongchailuek, P. (2012). **Consumer s behavior of purchasing a house from housing estates in ChiangMai Province**. (Master Degree Thesis). Chiang Mai University, Chiang Mai. (In Thai)

- Wongragkoh, C. (2013). Marketing mix Factors Influencing the Consumer Buying Behavior of Single Unit House in Hua-Hin District, Prachuapkhirikhan Province. **Nakhon Sawan Rajabhat Journal**, 3(2). 39-50. (In Thai)
- Wongmuangkaen, S. (2016). **Strategic management process of large real estate developers in Thailand**. (Master of Sciences Thesis). Thammasat University, Bangkok. (In Thai)
-