การศึกษากลยุทธ์ระดับองค์กรของบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ชั้นนำในประเทศไทย 2019

A STUDY OF CORPORATE STRATEGIES OF LEADING REAL ESTATE DEVELOPERS IN 2019

ภาณุวัฒน์ ติ๊บมา

ศตพร วัฒนาวัตถุ

อรัญย์ วีระสกุลชัย

ปริญญานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิศวกรรมศาสตรบัณฑิต

ภาควิชาวิศวกรรมโยธา คณะวิศวกรรมศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปีการศึกษา 2562

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

A STUDY OF CORPORATE STRATEGIES OF LEADING REAL ESTATE DEVELOPERS IN 2019

PANUWAT TIBMA

SATTAPORN WATTHANAWATTHU

ARAN WERASAKULCHAI

A SPECIAL PROJECT SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF BACHELOR OF CIVIL ENGINEERING

DEPARTMENT OF CIVIL ENGINEERING, FACULTY OF ENGINEERING

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

ACADEMIC YEAR 2019

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การศึกษากลยุทธ์ระดับองค์กรของบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ชั้นนำในประเทศไทย 2019

นายภาณุวัฒน์ ติ๊บมา รหัสประจำตัว 59011055
นายศตพร วัฒนาวัตถุ รหัสประจำตัว 59011261
นายอรัญย์ วีระสกุลชัย รหัสประจำตัว 59011525
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.*แหลมทอง เหล่าคงถาวร*
ปีการศึกษา 2562

บทคัดย่อ

ในปี ค.ศ. 2019 ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย มีความโดดเด่นเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะบริษัทชั้นนำที่อยู่ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยแต่ละบริษัทมีกลยุทธ์ระดับองค์กรเพื่อใช้ในการพัฒนาและอยู่รอดในธุรกิจดังนั้น งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์ระดับองค์กรของบริษัทอสังหาริมทรัพย์ชั้นนำในประเทศไทย เพื่อทราบภาพรวมของกลุ่มธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ โดยจะเก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ มาจาก 3 แหล่ง ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก ข่าวสาร และจากรายงานประจำปีของแต่ละบริษัท และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ โดยวิเคราะห์ผ่าน SWOT Analysis , TOWS Matrix ,และ STEEP Analysis ผลที่ได้จากการวิเคราะห์ด้วย SWOT Analysis จะทำให้ทราบจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ส่วนการวิเคราะห์ด้วย TOWS Matrix จะทำให้ทราบถึงกลยุทธ์ระดับองค์กรของแต่ละบริษัท และ STEEP Analysis จะทำให้ทราบว่าปัจจัยภายนอกใดมีผลมากน้อยอย่างไรต่อบริษัท และทราบภาพรวมของกลุ่มธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในปี 2019 โดยแต่ละบริษัทที่การรับมือที่แตกต่างกันออกไป

คำสำคัญ: กลยุทธ์ระดับองค์กร, บริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ , อสังหาริมทรัพย์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

A STUDY OF CORPORATE STRATEGIES OF LEADING REAL ESTATE DEVELOPERS IN 2019

Mr. Panuwat Tibma Student ID. 59011055

Mr. Sattaporn Watthanawatthu Student ID. 59011261

Mr. Aran Werasakulchai Student ID. 59011525

Advisor Assoc.Prof.Dr. Laemthong Laokhongthavorn

Academic Year 2020

ABSTRACT

In 2019, real estate developers in Thailand are very outstanding especially the leading real estate developer company in the Stock Exchange of Thailand. Each company has own corporate strategies for developing and surviving .So This research aims to study the corporate strategies of leading developers in Thailand. This is to get an overview of real estate development business. The research was done by gathering data from 3 sources ,including in-depth interviews, news and annual reports of each developer, then analyzed by SWOT Analysis , TOWS Matrix ,and STEEP Analysis . The result of SWOT Analysis makes us know strengths, weaknesses, opportunities, and threats of each company. The result of TOWS Matrix makes us know the corporate strategies. The result of STEEP Analysis makes us know how important of any external factors to each company and an overview of real estate market in 2019.

Keywords: corporate strategy, real estate developer , real estate

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

ปริญญานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลุล่วงได้ เนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์ช่วยเหลืออย่างดียิ่งจาก รองศาสตราจารย์ ดร. แหลมทอง เหล่าคงถาวรที่กรุณาให้คำปรึกษาปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่อง คอยแนะนำช่วยเหลือในการแก้ไขปัญหา คอยให้ความรู้ เอาใจใส่ ตลอดจนให้ความช่วยเหลือจนสำเร็จได้ด้วยดี พวกเราผู้จัดทำรู้สึกซาบซึ้งในความอนุเคราะห์จากท่านอาจารย์และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ภาควิชาวิศวกรรมโยธา สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ที่ได้ให้ความรู้ในทุก ๆ รายวิชาที่ศึกษาเพื่อเป็นพื้นฐานสำหรับการทำปริญญานิพนธ์เล่มนี้ โดยคณาจารย์ทุกท่าน ได้ถ่ายทอดความรู้ทั้งทางด้านวิชาการ ความรู้ทั่วไป และประสบการณ์ต่าง ๆ จนสามารถนำมาใช้ในการทำงานและการดำเนินชีวิตได้อย่างดียิ่ง ตลอดจนขอขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านที่ร่วมเป็นกรรมการในการสอบปริญญานิพนธ์นี้

ขอขอบคุณเพื่อน ๆ ในภาควิชาวิศวกรรมโยธา ที่คอยให้คำแนะนำ ช่วยเหลือซึ่งกันและกันในการทำปริญญานิพนธ์ รวมถึงตลอดระยะเวลาที่ได้เรียนรู้และศึกษาในภาควิชาวิศวกรรมโยธา

สุดท้ายขอขอบพระคุณ บิดา มารดาอันเป็นที่เคารพรักยิ่ง ซึ่งเป็นผู้ให้ความรัก กำลังใจ และสนับสนุนการศึกษาของคณะผู้จัดทำมาโดยตลอด ทำให้คณะผู้จัดทำมีวันนี้ คณะผู้จัดทำรู้สึกซาบซึ้งในพระคุณเป็นอย่างสูง

ภาณุวัฒน์ ติ๊บมา
ศตพร วัฒนาวัตถุ
อรัญย์ วีระสกุลชัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

บทที่1 ..... **11**

บทนำ **11**

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ 11

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย 13

1.3 ขอบเขตของการวิจัย 13

1.4 วิธีการวิจัย 13

1.5 ประโยชน์และคุณค่าที่คาดว่าจะได้รับ 14

อสังหาริมทรัพย์ 14

กลยุทธ์ 14

ผู้ประกอบการรายใหญ่ 14

บทที่ 2 15

ทบทวนวรรณกรรม 15

2.1 บทนำ 15

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์ 15

2.2.1กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate – Level Strategies) 15

2.3.การวิเคราะห์ปัจจัย 16

2.3.1 การวิเคราะห์ SWOT Analysis 16

2.3.2 TOWS Matrix Analysis 17

2.3.3 STEEP Analysis 18

2.4 คุณลักษณะของบริษัท 19

2.4.1 ทุนจดทะเบียน 19

2.4.2 ยอดขาย 19

2.4.3 รูปแบบอสังหาริมทรัพย์ 20

2.5 ผู้ประกอบการรายใหญ่ 20

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.6 แนวคิดและทฤษฎีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ 20

2.6.1กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ 21

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 25

2.7.1 การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค กลยุทธ์การตลาดและกลยุทธ์ธุรกิจ ในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภททาวน์เฮ้าส์ กรณีศึกษา บริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) 25

2.7.2 การศึกษาปัญหา กลยุทธ์การตลาด และการจัดการเชิงกลยุทธ์ ในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ - กรณีศึกษา โครงการของคอนโดมีเนียม บริษัท เอเชี่ยนพร็อพเพอร์ตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จากัด (มหาชน) . 25

2.7.3 การศึกษาความเป็นไปได้โครงการบ้านเดี่ยว โฮม ราชพฤกษ์-จรัญสนิทวงศ์ 26

2.7.4 ศึกษากลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจบ้านจัดสรร 26

2.7.5 ศึกษาเรื่องการจัดการเชิงกลยุทธ์และกลยุทธ์ทางการตลาด 26

2.7.6 ศึกษาเรื่องกลยุทธการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการร้านคาเฟ่หมาใหญ่ใจดี ในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 27

2.7.7 การศึกษาเรื่องการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายของร้านจีระพาณิชย์ อำเภอชุมแพ จังหวัดขอนแก่น 27

2.8 บทวิเคราะห์ 27

บทที่ 3 28

การเก็บข้อมูล 28

3.1 ลักษณะการวิจัย 28

3.2 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา 28

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา 28

3.4 ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล 28

3.4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) 28

3.4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) 29

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล 29

3.6 การสรุปผลการวิจัย 31

บทที่ 4 32

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการศึกษา 32

4.1 ผลการศึกษาวิเคราะห์โดยเครื่องมือ SWOT และTOWS matrix 32

4.1.1 ผลการศึกษาวิเคราะห์โดยเครื่องมือ SWOT 32

บริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) 32

บริษัท ศุภาลัย จำกัด (มหาชน) 33

บริษัท แลนด์แอนด์เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน) 34

บริษัท เอพี (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) 35

บริษัท บางกอกแลนด์ จำกัด (มหาชน) 36

บริษัท แอล.พี.เอ็น.ดีเวลลอปเมนท์ จำกัด (มหาชน) 37

บริษัท ออริจิ้น พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน) 38

บริษัท ควอลิตี้เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน) 39

บริษัท พฤกษา เรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน) 40

4.1.2 ผลการศึกษาวิเคราะห์โดยเครื่องมือ TOWS matrix 41

บริษัท ศุภาลัย จำกัด (มหาชน) 43

บริษัท แลนด์แอนด์เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน) 44

บริษัท เอพี (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) 45

บริษัท บางกอกแลนด์ จำกัด (มหาชน) 46

บริษัท แอล.พี.เอ็น.ดีเวลลอปเมนท์ จำกัด (มหาชน) 47

บริษัท ออริจิ้น พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน) 48

บริษัท ควอลิตี้เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน) 49

บริษัท พฤกษา เรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน) 50

4.2 ผลการศึกษากลยุทธ์ของผู้ประกอบการและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้กลยุทธ์จากแบบบันทึก ข่าวอสังหาริมทรัพย์ 51

4.2.1 ปัจจัยเชิงบวก 51

4.2.2 ปัจจัยเชิงลบ 52

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2.3 ข่าวที่สำคัญที่ส่งผลกระทบต่อตลาดอสังหาริมทรัพย์ 53

สิงหาคม 2562 53

กันยายน 2562 53

ตุลาคม 2562 53

พฤศจิกายน 2562 53

ธันวาคม 2562 53

มกราคม 2563 53

4.3 ผลการศึกษาปัจจัยภายนอกโดยเครื่องมือ STEEP factors 53

4.3.1.เรื่องนโยบายและการเมือง 53

4.3.2.เรื่องเทคโนโลยี 53

4.3.3.เรื่องเศรษฐกิจ 54

4.3.4.เรื่องสิ่งแวดล้อม 55

4.3.5.เรื่องสังคม 55

บทที่ 5 56

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ 56

5.1การสำรวจและวิเคราะห์กลยุทธ์ของบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ผ่านโมเดล TOWS 56

5.2 การสำรวจและวิเคราะห์ภาพรวมของกลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์จากผลกระทบของปัจจัยภายนอกผ่านโมเดล steep 58

5.3 ข้อเสนอแนะ 59

เอกสารอ้างอิง 60

ภาคผนวก 62

ภาคผนวก ก 63

ภาคผนวก ข 69

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่1

บทนำ

1.1ความเป็นมาและความสำคัญ

ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในปัจจุบันได้ให้ความสำคัญกับการวางแผนกลยุทธ์ในการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์และการตลาด เป็นอย่างมาก สิ่งเหล่านี้ขององค์กรจะไม่สามารถเกิดขึ้นได้เลยใน ระยะเวลาอันสั้น ในหลายๆ องค์กรชั้นนำจะต้องมีการสะสมประสบการณ์การทำธุรกิจ การรับรู้ซึ่งต้อง เป็นที่ยอมรับทั้งบุคคลภายใน รวมไปถึงด้านภายนอกองค์กร ไม่ว่าจะเป็นบุคคลที่เป็นลูกค้า หรือ แม้กระทั่งนักลงทุน และด้านการสื่อสารสร้างการรับรู้ทางด้านธุรกิจ ด้านการตลาด นโยบายในจัดการ บริหารงาน ด้านสินค้า และในด้านการให้บริการ ที่จะส่งผลไปยังผู้บริโภคซึ่งได้มีความสำคัญมาก แม้กระทั่งรวมไปถึงภาพลักษณ์ขององค์กร ซึ่งมีส่วนสำคัญมากเป็นอย่างยิ่ง ที่จะส่งผลเป็นการสะท้อน ให้เห็นถึงการดำเนินงานการจัดการของธุรกิจนั้นๆว่าเป็นเช่นใด ซึ่งจะมีผลทำให้ตัวสินค้า หรือการ บริการนั้นๆ มีคุณค่า และจะเพิ่มความน่าเชื่อถือ ความเชื่อมั่นมากขึ้นเท่าใด องค์กรต่างๆในระดับผู้นำ ในการทำธุรกิจจึงได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการวางกลยุทธ์ต่างๆ การวางแผนเรื่อง ส่วนประสมการตลาด การวางแผนในการที่จะเลือกพัฒนารูปแบบโครงการ เป็นลำดับแรกๆที่ผู้ให้บริการจะระบุลงไว้ในแผนงานธุรกิจขององค์กร พร้อมกับ แผนการพัฒนาคุณภาพของในด้านสินค้าและการให้บริการอย่างมีคุณภาพควบคู่กันไป เพื่อที่จะ สามารถทำให้องค์กรมีสถานะที่จะได้เป็นผู้นำในการดำเนินธุรกิจตามวิสัยทัศน์ได้อย่างก้าวหน้ามั่นคง และยั่งยืน

บทวิเคราะห์การตลาดเรื่อง “ กลยุทธ์อสังหาริมทรัพย์รับปี 2560 จากมุมมองของศูนย์วิจัยกสิกรไทย” ผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์รายใหญ่ใช้ข้อได้เปรียบที่มีอยู่ต่อยอดไปสู่ธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวเนื่อง ท่ามกลางความไม่แน่นอนของตลาดที่อยู่อาศัยในปี 2560 ผู้ประกอบการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์รายใหญ่ และกลุ่มทุนรายใหญ่ ยังเป็นกลุ่มผู้ประกอบการที่คงความได้เปรียบในการแข่งขันสูงกว่าผู้ประกอบการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์รายกลางและเล็กเนื่องจากมีความสามารถในการปรับสัดส่วนการลงทุนโครงการที่อยู่อาศัยได้อย่างสอดคล้องกับสถานการณ์ตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป มีแบรนด์ที่มีความน่าเชื่อถือ มีความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน รวมถึงมีความเชี่ยวชาญในการพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัยและการพัฒนาธุรกิจที่เกี่ยวเนื่อง ในปี 2560 ที่แนวโน้มการแข่งขันในตลาดที่อยู่อาศัยเป็นไปอย่างรุนแรงมากขึ้น ในภาวะที่มีความท้าทายจากกำลังซื้อของผู้ซื้อที่อยู่อาศัยที่อาจยังไม่สามารถฟื้นตัวได้มากนัก ส่งผลให้ผู้ประกอบการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์รายใหญ่ และกลุ่มทุนรายใหญ่ที่เข้ามาช่วงชิงส่วนแบ่งตลาดที่อยู่อาศัย ใช้ข้อได้เปรียบที่มีอยู่ต่อยอดไปสู่ธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับอสังหาริมทรัพย์ ยกตัวอย่างเช่น การรับจ้างบริหารโครงการที่อยู่อาศัย การพัฒนา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โครงการรูปแบบ Mixed-use Project ที่ประกอบด้วยที่อยู่อาศัย และอสังหาริมทรัพย์อื่นๆ เช่น อาคารสำนักงาน โรงแรม ศูนย์การค้า เป็นต้น เพื่อกระจายการสร้างรายได้ในรูปแบบอื่นๆ เช่น ค่ารับจ้างบริหารโครงการ ค่าเช่าพื้นที่ เป็นต้น

ทิศทางดังกล่าว สอดคล้องกับการเพิ่มขึ้นของสัดส่วนรายได้ในรูปแบบอื่นๆ ที่นอกเหนือจากรายได้จากการขายที่อยู่อาศัย ของผู้ประกอบการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ แม้ส่วนใหญ่จะมีสัดส่วนรายได้ในรูปแบบอื่นๆ ที่ยังไม่สูงมากนัก โดยส่วนใหญ่คิดเป็นสัดส่วนต่ำกว่าร้อยละ 10 ของรายได้รวม แต่ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า สัดส่วนรายได้ในรูปแบบอื่นๆ น่าจะมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นจากทิศทางการรุกขยายต่อยอดไปสู่ธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวเนื่องของผู้ประกอบการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ เพื่อบรรเทาความเสี่ยงจากการพึ่งพิงรายได้จากการขายที่อยู่อาศัยเป็นหลักทั้งนี้ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า ในการต่อยอดไปสู่ธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับอสังหาริมทรัพย์ ผู้ประกอบการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์อาจต้องพิจารณาภาวะตลาดของธุรกิจนั้นๆ โดยการต่อยอดไปสู่ธุรกิจบางกลุ่มอย่างโรงแรม และศูนย์การค้า ที่แม้จะเป็นธุรกิจที่ผู้ประกอบการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์มีความเชี่ยวชาญที่เกี่ยวเนื่อง แต่ก็พบว่า เป็นธุรกิจที่มีผู้เล่นในตลาดจำนวนมาก การแข่งขันเป็นไปอย่างรุนแรง รวมถึงมีความผันผวนไปตามภาวะเศรษฐกิจ ก็ยิ่งอาจเป็นการเพิ่มความเสี่ยงให้สูงขึ้น ในขณะที่ การต่อยอดไปสู่ธุรกิจที่เป็นธุรกิจใหม่ มีจำนวนผู้เล่นในตลาดยังไม่มาก การแข่งขันยังไม่รุนแรง สามารถสร้างรายได้ได้อย่างสม่ำเสมอ รวมถึงมีอัตรากำไรในระดับสูง น่าจะส่งผลให้ผู้ประกอบการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์สามารถบรรเทาความเสี่ยงท่ามกลางความไม่แน่นอนของตลาดผู้ซื้อที่อยู่อาศัยในปี 2560 ได้มีผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์รายกลางเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ด้วยการร่วมทุนกับผู้ประกอบการชาวต่างชาติ

ผู้ประกอบการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์รายกลางดำเนินกลยุทธ์การประกอบธุรกิจแตกต่างกัน ตั้งแต่การนำเสนอโครงการที่อยู่อาศัยในราคาที่คุ้มค่า ไปจนถึงการนำเสนอโครงการที่อยู่อาศัยที่มีเอกลักษณ์ (Uniqueness) เพื่อเจาะตลาดเฉพาะกลุ่ม ทั้งนี้ ผู้ประกอบการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์รายกลางมีข้อได้เปรียบด้านความคล่องตัวในการปรับกลยุทธ์การประกอบธุรกิจ โดยในปี 2560 ผู้ประกอบการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์รายกลางส่วนหนึ่งปรับกลยุทธ์การประกอบธุรกิจ เพื่อรับมือต่อการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นจากผู้ประกอบการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์รายใหญ่ โดยให้ความสำคัญกับการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ด้วยการร่วมทุนเป็นพันธมิตรกับผู้ประกอบการชาวต่างชาติ เช่น จีน ฮ่องกง ญี่ปุ่น เป็นต้น ที่ประกอบธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องกับอสังหาริมทรัพย์ อย่างผู้รับเหมาก่อสร้าง ผู้ค้าวัสดุก่อสร้าง ผู้ค้าอสังหาริมทรัพย์ รวมถึงสถาบันการเงิน ที่ช่วยหนุนให้ผู้ประกอบการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์รายกลางสามารถยกระดับการพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัยให้มีคุณภาพ ได้รับถ่ายทอด Know-how ด้านการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ไปจนถึงได้รับการสนับสนุนด้านการเงิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า ผู้ประกอบการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์รายกลางยังสามารถอาศัยความน่าเชื่อถือและช่องทางการทำการตลาดของพันธมิตรผู้ประกอบการชาวต่างชาติ เจาะตลาดผู้ซื้อที่อยู่อาศัยชาวต่างชาติได้มากขึ้น ทั้งกลุ่มซื้อเพื่ออยู่อาศัยจริง และกลุ่มซื้อเพื่อการลงทุน ท่ามกลางความไม่แน่นอนของตลาดผู้ซื้อที่อยู่อาศัยชาวไทยในปี 2560 รวมถึงการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นจากผู้ประกอบการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์รายใหญ่ และกลุ่มทุนรายใหญ่ที่เข้ามาช่วงชิงส่วนแบ่งตลาดที่อยู่อาศัย

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

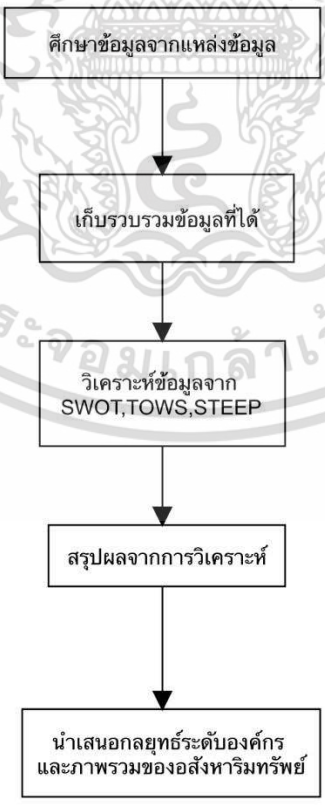
1. เพื่อเปรียบเทียบและวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดของบริษัทอสังหาริมทรัพย์ชั้นนำของประเทศไทย
2. เพื่อทราบภาพรวมของตลาดอสังหาริมทรัพย์ในปี 2019

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

เลือกศึกษากลยุทธ์ของบริษัทที่ประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ชั้นนำอยู่ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

1.4 วิธีการวิจัย

1. ศึกษาจากเอกสาร รายงานประจำปีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. เก็บข้อมูลและรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้เชี่ยวชาญ และนำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์
3. สรุปผลการศึกษาข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ แล้วนำเสนอกลยุทธ์ของบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ชั้นนำ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.5 ประโยชน์และคุณค่าที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบกลยุทธ์ของแต่ละบริษัทเพื่อนำไปสู่การปรับปรุงและพัฒนาองค์กร
2. เพื่อทราบภาพรวมของตลาดอสังหาริมทรัพย์ในปี2019
3. เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาและเป็นประโยชน์สำหรับ นักวิชาการ นักวิจัย นิสิตนักศึกษาที่สนใจเกี่ยวกับอสังหาริมทรัพย์

1.6นิยามศัพท์

อสังหา หมายถึงที่ดินกับทรัพย์อันติดกับที่ดินมีลักษณะเป็นการถาวรหรือประกอบเป็นอันเดียวกับที่ดินนั้นและหมายความรวมถึงทรัพย์สินอันเกี่ยวกับที่ดิน หรือทรัพย์อันติดอยู่กับที่ดิน หรือประกอบเป็นอันเดียวกับที่ดินนั้นด้วย (กรมสรรพากร, 2551: ระบบ)

กลยุทธ์ หมายถึงวิธีการบริหารเพื่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจซึ่งได้นำมาประยุกต์กับการจัดการทางธุรกิจและการบริการ โดยการคิดค้นวิธีการใหม่ๆที่มีความแตกต่างและเหมาะสมกับสถานการณ์นั้นๆเพื่อที่จะบรรลุเป้าหมายและบรรลุวัตถุประสงค์ก็ของความได้เปรียบทางการแข่งขันหมายถึงสิ่งที่องค์กรมีเหนือกว่าคู่แข่ง จากการผลิตสินค้าและบริการที่มีประสิทธิภาพ

ผู้ประกอบการรายใหญ่ หมายถึง บริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่อยู่ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม

2.1 บทนำ

ในการศึกษา”กลยุทธ์ระดับองค์กรของผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์รายใหญ่”ได้มีการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องของนักวิจัยและวารสารทั้งในและต่างประเทศเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ประกอบด้วยเนื้อหา แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์ กลยุทธ์ระดับองค์กร การวิเคราะห์ปัจจัย คุณลักษณะของบริษัท ผู้ประกอบการรายใหญ่ แนวคิดและทฤษฎีเทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งจะกล่าวรายละเอียดในหัวข้อต่อไป

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์

2.2.1 กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate – Level Strategies)คือการกำหนดขอบเขตและแนวทางเดินขององค์กรในระยะยาวเพื่อที่จะสร้างกำไรสูงสุดกลยุทธ์ที่ใช้ในระดับองค์กรมี3ลักษณะคือ

1. กลยุทธ์การมุ่งเน้นไปในธุรกิจใดธุรกิจหนึ่ง (Concentration on a Single Business) บ่อยครั้งที่หลายองค์กรไม่มีการแตกกระจายหรือข้ามไปสู่ธุรกิจอื่นเลย แต่กลับมีแนวทางหรือขอบเขตในระยะยาวกับธุรกิจเดียว ข้อดีที่ชัดเจนของกลยุทธ์นี้ก็คือสามารถทุ่มเทและจัดสรรทรัพยากรให้กับธุรกิจเพียงธุรกิจเดียว ก่อให้เกิดความชำนาญเฉพาะเรื่อง อย่างไรก็ตามการเลือกใช้กลยุทธ์นี้ก็มีข้อเสียเช่นกัน เพราะความเสี่ยงย่อมสูงเป็นเรื่องปกติ ถ้ามีเหตุการณ์ใดมากระทบเฉพาะธุรกิจที่ดำเนินการอยู่ ก็จะส่งผลกระทบในทางลบอย่างมากต่อองค์กรที่มีรายได้มาจากธุรกิจนั้นๆ เพียงอย่างเดียว นอกจากนั้นยังเสียโอกาสการทำกำไรจากธุรกิจอื่นที่มีโอกาสในช่วงเวลาเดียวกัน

2. กลยุทธ์การรวมตัวในแนวตั้ง (Vertical Integration) กลยุทธ์นี้เป็นการเพิ่มการเป็น เจ้าของทั้งในส่วนที่เป็นต้นน้ำ (Upstream) และส่วนที่เป็นปลายน้ำ (Downstream) หรืออธิบายง่ายๆว่าองค์กรจะเป็นเจ้าของธุรกิจตั้งแต่วัตถุดิบหรือชิ้นส่วน ไปจนถึงสินค้าสำเร็จรูปในธุรกิจใดธุรกิจหนึ่ง การรวมตัวในแนวตั้งมีข้อดี คือ องค์กรสามารถควบคุมคุณค่าของแต่ละช่วงการผลิตได้ตลอดเวลา ทำให้เกิดประสิทธิภาพและสามารถป้องกันคู่แข่งรายใหม่ในการเข้าสู่ตลาดโดยง่าย ข้อเสียคือแต่ละช่วงการผลิตอาจประสบปัญหาจากการไม่ต้องแข่งขันกับคู่แข่งรายใดเลย เพราะผลิตป้อนให้กับบริษัทในเครือ ทำให้ประสิทธิภาพลดลงและต้นทุนสูงในบางช่วงของห่วงโซ่การผลิตฉะนั้นจึงเป็นภาระของบริษัทในการจัดสรรทรัพยากรมาดูแล

3. กลยุทธ์การกระจายธุรกิจ (Diversification) การกระจายธุรกิจสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

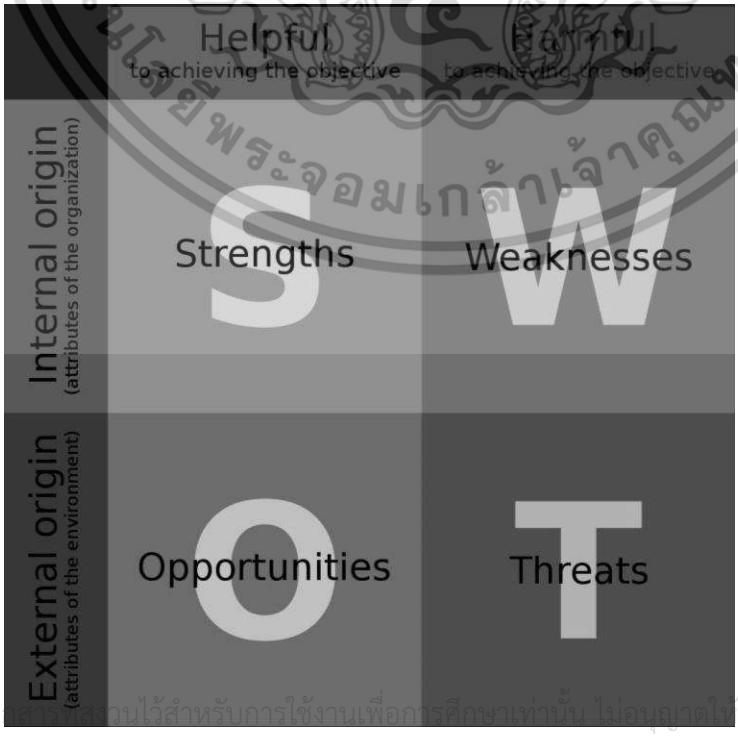
คือ การกระจายไปสู่ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเดิม (Related Diversification) ตัวอย่างเช่น ธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้ากระจายไปสู่ธุรกิจเครื่องคอมพิวเตอร์ เป็นต้น และการกระจายไปสู่ธุรกิจที่ไม่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเดิม (Unrelated Diversification) ตัวอย่างเช่น ธุรกิจจำหน่ายอาหารสัตว์กระจายไปสู่ธุรกิจร้านหนังสือ ข้อดีของการกระจายไปสู่ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเดิมคือ การเกิดพลังเสริม (Synergy) เช่น สามารถใช้จุดขายร่วมกัน ใช้ระบบขนส่งร่วมกัน หรือใช้ลูกค้ากลุ่มเดียวกัน สำหรับการกระจายไปสู่ธุรกิจที่ไม่เกี่ยวข้อง ข้อดีก็คือการลดความเสี่ยงจากการไม่ผูกติดกับธุรกิจประเภทเดียวกัน ซึ่งอาจประสบภาวะธุรกิจตกต่ำพร้อมๆ กัน การกระจายธุรกิจส่งผลลบต่อองค์กรได้เช่นเดียวกัน เพราะอาจกระจายธุรกิจไปสู่ธุรกิจที่ไม่มีความชำนาญส่งผลทางลบต่อภาพรวมของทั้งองค์กร จนต้องตัดสินใจขายหรือเลิกลงทุนในธุรกิจใหม่ เหตุการณ์เช่นนี้จะพบมากในปัจจุบัน โดยเฉพาะกับบริษัทใหญ่ๆที่ขยายตัวผ่านการกระจายธุรกิจ

2.3.การวิเคราะห์ปัจจัย

2.3.1.การวิเคราะห์ SWOT Analysis

การวิเคราะห์ SWOT จะเป็นการวิเคราะห์ปัจจัยและสถานการณ์ที่ส่งผลต่อการดำเนินกิจการขององค์กร SWOT จะวิเคราะห์ทั้งปัจจัยภายในและภายนอกองค์กร ซึ่งจะมีทั้งปัจจัยที่สนับสนุน และปัจจัยที่กดดันอื่นๆ ซึ่งผู้บริหารสามารถไปพัฒนาจุดแข็ง และลดจุดอ่อนของกิจการเพื่อสร้างกำไรอย่างยั่งยืนในการดำเนินกิจการ

ตารางที่ 2.2.1-1 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกและภายในด้วย SWOT Analysis



เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Strengths จุดแข็ง เป็นปัจจัยภายในองค์กรและเป็นปัจจัยที่ส่งเสริม – กิจการมีจุดแข็งอะไรบ้างที่ป้องกันการเข้ามาของคู่แข่ง และปัจจัยนั้นกิจการสามารถควบคุมได้ เช่น กระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพ ของเสียจากการผลิตน้อย มีพนักงานที่มีทักษะความสามารถและอุทิศความสามารถให้กับองค์กร กิจการมีเงินทุนและกระแสเงินสดที่แข็งแกร่ง ฯลฯ จุดแข็งทางธุรกิจ เช่น ขนาดของเครือข่ายธุรกิจ การควบคุมต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการดำเนินกิจการให้มีค่าต่ำที่สุด เอกลักษณ์ของตราสินค้าที่มีลูกค้าจงรักภักดี

Weaknesses จุดอ่อน เป็นปัจจัยภายในองค์กรและเป็นปัจจัยที่กดดัน – สิ่งที่กิจการไม่ถนัด กิจการจะต้องหาแนวทางในการลดจุดอ่อนของกิจการ จุดอ่อนของกิจการเช่น กิจการไม่ได้มีการทำวิจัยและพัฒนา (R&D) เป็นระยะเวลานาน กิจการมีสภาพคล่องแย่ การจำหน่ายสินค้าของกิจการยังไม่มีประสิทธิภาพ ฯลฯ

Opportunities โอกาส เป็นปัจจัยภายนอกองค์กรและเป็นปัจจัยที่ส่งเสริม – เป็นปัจจัยที่กิจการไม่สามารถควบคุมได้แต่เป็นประโยชน์ต่อกิจการ ปัจจัยนี้กิจการสามารถใช้ประโยชน์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานได้ เช่น การเปลี่ยนแปลงของจำนวนประชากรซึ่งสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจ

Threats อุปสรรค เป็นปัจจัยภายนอกองค์กรและเป็นปัจจัยที่กดดัน – ปัจจัยนี้เป็นปัจจัยที่ทำให้กิจการดำเนินงานด้วยความลำบากมากขึ้น เช่น บริษัทขนาดใหญ่เข้ามาดำเนินธุรกิจเดียวกับกิจการ การเปลี่ยนของระเบียบ กฎหมาย ฯลฯ

2.3.2 TOWS Matrix Analysis

อนิวัช แก้วจำนง (2551: 107-109) การวิเคราะห์โดยใช้เทคนิคที่เรียกว่า TOWS Matrix หรือที่เป็นคาเรียกอีกด้านหนึ่งของ SWOT เป็นเทคนิคที่นามาใช้ในกระบวนการวิเคราะห์เพื่อกาหนดกลยุทธ์ที่เรียกว่า “การจับคู่” (Matching)” เป็นการแสดงให้เห็นว่าปัจจัยภายนอกที่เป็นโอกาสและอุปสรรคที่องค์การเผชิญเมื่อนามาจับคู่ให้สอดคล้องกับปัจจัยภายในที่เป็นจุดแข็งและจุดอ่อนแล้วองค์การควรเลือกใช้กลยุทธ์อย่างไร การวิเคราะห์ TOWS Matrix จัดทำโดย

1) ให้ 1 ช่องเป็นช่องที่บอกที่มาของปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก

2) ปัจจัยหลัก 4 ช่องได้แก่ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค

3) ช่องกลยุทธ์ 4 ช่องเป็นช่องที่เกิดจากการรวมปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในและปัจจัยภาพแวดล้อมภายนอกทาให้ได้ช่องที่ชื่อว่า ช่อง SO WO ST และ ST ทั้งนี้ข้อมูลทั้งหมดที่ได้จากการวิเคราะห์สามารถนำไปใช้ในการกาหนดกลยุทธ์ระดับองค์การที่เหมาะสมต่อไป

ตารางที่ 2.2.2-1 การวิเคราะห์แบบ TOWS Matrix

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยภายใน / ปัจจัยภายนอก	จุดแข็ง(S)	จุดอ่อน(W)
โอกาส(O)	SO ใช้จุดแข็งเพื่อสร้างความได้เปรียบจากโอกาส	WO เอาชนะจุดอ่อนโดยใช้ประโยชน์จากโอกาส
อุปสรรค(T)	ST ใช้จุดแข็งให้เป็นประโยชน์โดยหลีกหนี/ลดอุปสรรคหรือข้อจำกัด	WT ลด/หลีกหนีจุดอ่อนและอุปสรรค/ข้อจำกัด

จากภาพแสดงการวิเคราะห์แบบ TOWS Matrix ซึ่งกาหนดช่องกลยุทธ์ 4 ช่องได้แก่ SO ช่อง WO ช่อง ST และช่อง WT โดยแต่ละช่องจะมีความหมายดังนี้

1. ช่อง SO (Strengths and Opportunities) เป็นการดำเนินงานขององค์การหรือหน่วยธุรกิจโดยใช้จุดแข็งที่มีอยู่เพื่อสร้างความได้เปรียบจากโอกาสที่เอื้ออำนวยให้องค์การควรกำหนดกลยุทธ์ระดับองค์การที่เหมาะสมเพื่อนำมาใช้ในการจัดการ

2. ช่อง WO (Weaknesses and Opportunities) เป็นการใช้ความพยายามเพื่อปรับปรุงและเอาชนะจุดอ่อนด้วยการแสวงหาหรือใช้ประโยชน์จากโอกาสขององค์กรที่มีสถานการณ์เช่นนี้เกิดขึ้นเมื่อองค์การพบว่ามีโอกาสที่ดีเกิดขึ้นจากภายนอกแต่องค์การมีจุดอ่อนภายในไม่สามารถที่นาโอกาสที่เกิดขึ้นมาใช้ประโยชน์ได้อย่างเต็มที่ องค์การจึงควรกำหนดกลยุทธ์ระดับหน้าที่ที่เหมาะสมเพื่อนำมาใช้ในการจัดการ

3. ช่อง ST (Strengths and Threats) เป็นการใช้จุดแข็งขององค์การเพื่อหลีกเลี่ยงหรือลดผลกระทบจากอุปสรรคหรือภัยคุกคามจากภายนอก องค์การควรกำหนดกลยุทธ์ระดับหน้าที่และกลยุทธ์ระ ดับธุรกิจที่เหมาะสมเพื่อนามาใช้ในการจัดการและสามารถนำไปสู่ความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจต่อไป

4. ช่อง WT (Weaknesses and Threats) เป็นยุทธวิธีป้องกันตัวขององค์การโดยลดจุดอ่อนหรือการสูญเสียให้เหลือน้อยที่สุดและหลีกเลี่ยงอุปสรรคหรือภัยคุกคามที่อาจเกิดขึ้นได้องค์การควรกำหนดกลยุทธ์ระดับธุรกิจที่เหมาะสมเพื่อนำไปใช้ในการจัดการ

กล่าวโดยสรุป การวิเคราะห์ TOWS Matrix จะมีประโยชน์สูงสุดแก่องค์การทำให้องค์การสามารถกาหนดกลยุทธ์ได้อย่างเหมาะสมไม่ว่าจะเป็นกลยุทธ์ระดับองค์การ กลยุทธ์ระดับธุรกิจและกลยุทธ์ระดับหน้าที่

2.3.3. STEEP Analysis

STEEP Analysis คือ ทฤษฎีวิเคราะห์สภาพพื้นที่หรือปัจจัยภายนอกของ Francis J. Aguilar ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการบริหารและไม่สามารถควบคุมได้ PEST ประกอบด้วย

Polities เป็นปัจจัยทางการเมือง เช่น การกำหนดนโยบายต่างๆของภาครัฐ การเดินขบวนประท้วง ซึ่งปัญหาเหล่านี้ส่งผลกระทบต่อการบริหารหรือส่งผลกระทบต่อผลประกอบการขององค์กร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Economic เป็นปัจจัยทางเศรษฐกิจ เช่น ปัญหาเศรษฐกิจโลกชะลอตัว ปัญหาเงินเฟ้อ เงินฝืด หรือราคาพืชผลทางการเกษตรตกต่ำ ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้แต่ส่งผลกระทบโดยตรงต่อองค์กรธุรกิจ

Social/ culture ปัจจัยทางสังคม วัฒนธรรม เช่น ปัจจุบันเทรนด์รักสุขภาพมีแนวโน้มสูงขึ้น คนหัน มาให้ความสำคัญกับเรื่องการอนุรักษ์ เลือกใช้สินค้าที่บรรจุอยู่หีบห่อหรือกล่องกระดาษที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม หรือพฤติกรรมของบุคคลมีการเดินทางท่องเที่ยวไปต่างประเทศสูงขึ้น

Technological ปัจจัยทางเทคโนโลยี เช่น การพัฒนาของเทคโนโลยีต่างๆ การพัฒนาของระบบ ขนส่ง การสื่อสาร และ Social Network

Legal กฎระเบียบ ปัจจัยทางกฎหมาย เช่น กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค กฎหมายแรงงาน กฎหมายเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม และกฎหมายแรงงาน

Ecological ปัจจัยจากสภาวะแวดล้อม เป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นจากธรรมชาติที่อยู่นอกเหนือการควบคุม เช่น ภัยแล้ง โลกร้อน หรือน้ำท่วม

STEEP Analysis ใช้วิเคราะห์ปัจจัยภายนอก เป็นการวิเคราะห์และทำความเข้าใจภาพรวมของสภาพแวดล้อมที่กำลังจะเข้าไปดำเนินธุรกิจ หรือวิเคราะห์ปัจจัยที่เกิดขึ้นเพื่อนำข้อมูลมาระดมความคิดหาแนวทางแก้ไขหรือใช้ข้อมูลประกอบการตัดสินใจ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กร

STEEP Analysis คือ เครื่องมือในการบริหารอีกประเภทหนึ่งในการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก ซึ่งเป็นปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ แต่สามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อประกอบการตัดสินใจหาแนวทางปรับเปลี่ยนหรือเปลี่ยนแปลงนำวิกฤตมาเป็นโอกาส หรือระดมความคิดทำให้เกิดความเสียหายจากปัจจัยเหล่านั้นให้น้อยที่สุด

2.4 คุณลักษณะของบริษัท

2.4.1 ทุนจดทะเบียน

การประกอบธุรกิจจำเป็นต้องกาหนดทุนของบริษัท หรือที่เรียกกันว่าทุนจดทะเบียน ทุนจดทะเบียน คือ ทุนของบริษัทตามที่ได้จดทะเบียนไว้ในหนังสือบริคณฑ์สนธิ โดยจะแบ่งเป็นจานวนหุ้น และราคาต่อหุ้น หรือที่เรียกว่า ราคาพาร์ ทุนเรียกชาระ คือ เงินที่มีการเรียกชาระจากผู้ถือหุ้นแล้วอาจจะน้อยกว่า หรือเท่ากับทุนจดทะเบียนก็ได้ แต่ต้องระวังว่า การมีทุนเรียกชาระไม่เท่าทุนจดทะเบียน ทาให้มีเงินที่หายออกไปจากธุรกิจ ทำให้ต้องมีการคานวณดอกเบี้ย ซึ่งเกิดการเสียภาษีเงินได้ต่อมา ฉะนั้นควรมีระดับทุนจดทะเบียนที่เพียงพอกับการประกอบธุรกิจและมีผู้ถือหุ้นมีความสามารถชำระค่าหุ้นได้ (ดุลวรรณ์ สกุลดี, 2548)

2.4.2 ยอดขาย

ยอดขายในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เกิดจากการขาย ถ้าลงรายละเอียดลึกมากขึ้น จะเห็นว่ายอดขายสามารถมีได้มากกว่า 1 ความหมาย แล้วแต่ว่าอยู่ในกระบวนการไหนของการขาย การที่มีขนาดธุรกิจหรือขนาดของ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โครงการที่พัฒนาต่างกัน จะทำให้ขีดความสามารถในการบริหารจัดการด้านการขายต่างกัน หากขนาดของบริษัทใหญ่มาก ต้นทุนทางการเงินหรือต้นทุนค่าเสียโอกาสจะแปรผันไปด้วย (เทิดศักดิ์ ทวีธีระธรรม,2558)

2.4.3 รูปแบบอสังหาริมทรัพย์

รูปแบบอสังหาริมทรัพย์ที่แบ่งตามประเภทของอสังหาริมทรัพย์ได้แก่ โรงแรมและรีสอร์ทอาคารสานักงาน ศูนย์การค้า โรงงาน โกดังและคลังสินค้า และที่อยู่อาศัย โดยแต่ละประเภทสามารถแยกได้อีกเช่น ที่อยู่อาศัยสามารถแยกออกเป็นบ้านเดี่ยว ทาวน์เฮ้าส์ คอนโดมิเนียม ถ้าในเชิงอุตสาหกรรม เช่น นิคมอุตสาหกรรมเป็นที่ตั้งของโรงงาน โกดังและคลังสินค้า ซึ่งการจำแนกจะช่วยให้เห็นภาพของบริษัทว่า เน้นการลงทุนไปในรูปแบบอสังหาริมทรัพย์ใด (เทิดศักดิ์ ทวีธีระธรรม, 2558)

2.5 ผู้ประกอบการรายใหญ่

มานพ พงศทัต (2555) ได้ศึกษาว่า ตลาดอสังหาริมทรัพย์ปัจจุบัน อยู่ในมือผู้ประกอบการรายใหญ่ คือ บริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยประมาณ 40 บริษัท คิดเป็น 75% ของตลาดทั้งหมด และ 10 อันดับแรกของรายใหญ่ที่สามารถคุมตลาด 50% ได้ บริษัทขนาดกลางไปถึงเล็ก ที่ซื้อขายกันไม่เกิน 100 ล้านบาทมีประมาณ 500 บริษัท ส่วนใหญ่อยู่ตามต่างจังหวัดด้วย แต่ถ้ามีความสามารถขึ้น ก็มียอดขายใกล้เคียงกับบริษัทเล็กในตลาดหลักทรัพย์อยู่บ้างผู้วิจัยจึงเลือกศึกษาบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยในปัจจุบันมีบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่อยู่ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่จะทะเบียนด้วยหมวดธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์จำนวนมาก ผู้วิจัยจึงเลือกกลุ่มบริษัทในดัชนี SET 100 ที่ประกอยธุรกิจประเภทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ทำบ้านจัดสรรและคอนโดมิเนียม มีรายชื่อดังนี้

บริษัท เอพี (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน)

บริษัท บางกอกแลนด์ จำกัด (มหาชน)

บริษัท แลนด์แอนด์เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน)

บริษัท แอล.พี.เอ็น.ดีเวลลอปเมนท์ จำกัด (มหาชน)

บริษัท พฤกษา เรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน)

บริษัท ควอลิตี้เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน)

บริษัท ออริจิ้น พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน)

บริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน)

บริษัท ศุภาลัย จำกัด (มหาชน)

2.6 แนวคิดและทฤษฎีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพเป็นวิธีการสร้างข้อสรุปจากข้อมูลจานวนหนึ่งที่ได้จากการเก็บ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพโดยเทคนิคการวิจัยทางสังคมศาสตร์ เพื่อให้ข้อมูลที่รวบรวมสามารถตอบจุดมุ่งหมายของการวิจัย (ศาสตราจารย์ ดร.สิน พันธุ์พินิจ 2553)

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ จะมีวิธีการวิเคราะห์แตกต่างกันออกไปหลายแบบ แต่ปัญหาสำคัญและความยุ่งยากในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพก็คือ วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลไม่มีความเป็นปรนัย ไม่ชัดเจน และไม่มีสูตรแน่นอนตายตัวเหมือนกับการวิเคราะข้อมูลเชิงปริมาณ รวมทั้งไม่มีแนวปฏิบัติสำหรับป้องกันการใช้ความรู้สึกส่วนตัว อันจะทำให้ผลการวิเคราห์ข้อมูลขาดความน่าเชื่อถือได้

แนวคิดและทฤษฎีที่นำมาใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพจะเป็นแนวคิดและมีความคิดใกล้เคียงกับข้อมูลที่เป็นรูปธรรมของปรากฏการณ์ถือได้ว่าเป็นทฤษฎีติดดินซึ่งเป็นทฤษฎีระดับล่างที่สุด และใช้ได้ดีกว่าทฤษฎีระดับสูง แนวคิด

.

2.6.1กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

1.การสร้างกรอบแนวคิดการวิเคราะห์ข้อมูล

1.1ก่อนการเก็บข้อมูล ต้องใช้แนวคิดและทฤษฎีแบบกว้างๆ กำหนดตัวแปรที่จะศึกษาให้ครบถ้วน พร้อมสร้างแบบจำลองของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ชัดเจน แต่ต้องสามารถปรับกรอบความคิดได้ตามสภาพความเป็นจริง

1.2การลงมือเก็บข้อมูล นักวิจัยต้องละวางจากทฤษฎีต่างๆ ไม่ยึดติดความเชื่ออื่นที่มีผลต่อการซึมซับความรู้ จะเห็นได้ว่าการวิเคราห์ข้อมูลเพื่อนำไปสู่การสร้างสมมติฐานชั่วคราว นั่นคือ การวิเคราห์ข้อมูลในสนาม

1.3การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสร้างบทสรุป เป็นการคิดวิเคราะห์ข้อมูลในภาพรวมทั้งหมดเปรียบเทียบกันโดยใช้แนวคิดและทฤษฎีต่างๆช่วยในการอธิบาย

2.การตรวจสอบข้อมูล

เดนซิน(Denzin)กล่าวว่า"การตรวจสอบข้อมูลที่ใช้กันมากคือการตรวจสอบข้อมูลแบบสาะรมเส้า(triangular) หรือจะตรวจสอบทั้งด้านข้อมูล ด้านวิจัย ด้านทฤษฎี และด้านการเก็บข้อมูล(สุภางค์ จันทสานิช 2543) ดังต่อไปนี้

2.1 การตรวจสอบด้านข้อมูล เป็นการพิสูจน์ว่าข้อมูลถูกต้องหรือไม่ โดยพิจารณาจากแหล่งข้อมูล 3 แหล่ง คือ

1) เวลา ตรวจสอบว่าข้อมูลที่เก็บช่วงเวลาต่างกันจะเหมือนกันหรือไม่

2) สถานที่ ตรวจสอบว่าถ้าหากเก็บข้อมูลจากสถานที่ต่างกันข้อมูลจะเหมือนกันหรือไม่

3) บุคคล ตรวจสอบว่าถ้าผู้ให้ข้อมูลเปลี่ยนไปข้อมูลจะเหมือนกันหรือไม่

2.2การตรวจสอบด้านผู้วิจัย ตรวจสอบว่านักวิจัยแต่ละคนเก็บข้อมูลต่างกันอย่างไร โดยอาจเปลี่ยนแปลงผู้วิจัยได้

2.3 การตรวจสอบด้านทฤษฎี ตรวจสอบว่านักวิจัยได้ใช้ทฤษฎีในการแปลความข้อมูลแตกต่างกันมากน้อยเพียงใด และสรุปเหตุการณ์แต่ละครั้งเป็นอย่างไร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4 การตรวจสอบด้านวิธีการเก็บข้อมูล ตรวจสอบว่านักวิจัยใช้วิธีการเก็บข้อมูลอย่างไร

3.การจดบันทึกข้อมูล

การจดบันทึกอาจทำในระหว่างที่นักวิจัยเก็บข้อมูล ควรจดบันทึกเฉพาะคำหลักหรือคำสำคัญเท่านั้น ส่วนการจดบันทึกแบบสมบูรณ์จะต้องบรรยายให้ครบถ้วนจากนั้นจึงบรรยายความคิดของตนเองเพื่อให้การแปลความและสรุปสมบูรณ์มากขึ้น

4.การทำแฟ้มข้อมูล

แฟ้มข้อมูลจะช่วยทำให้การจำแนกและจัดกลุ่มข้อมูล แฟ้มข้อมูลแบ่งออกเป็น3ประเภท(เบญจา ยอดดำเนิน-แอ๊ตดิกจ์ 2531) ดังต่อไปนี้

1.แฟ้มข้อมูลทั่วไป เป็นแฟ้มที่จดบันทึกข้อมูลที่เป็นภูมิหลังของคน สิ่งของ หรือสถานที่

2.แฟ้มการวิเคราะห์เบื้องต้น เป็นแฟ้มสำหรับเก็บข้อมูลที่รวบรวมจากสนามโดยสังเกตหรือสัมภาษณ์แต่ละวัน แล้วเขียนเป็นข้อสรุปเก็บไว้เป็นเรื่องๆโดยจัดทำป้ายหัวเรื่องเหมือนแฟ้มข้อมูลทั่วไป แฟ้มนี้ถือเป็นหัวใจของการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมด

3.แฟ้มสนาม เป็นเสมือนแฟ้มคู่มือการเก็บข้อมูลของนักวิจัยที่จะบอกขั้นตอน วิธีการเก็บข้อมูลในพื้นที่ ขั้นตอนการปฏิบัติงาน รวมทั้งรวบรวมปัญหาและวิธีการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นด้วย

5.การทำรหัสข้อมูล

การทำรหัสข้อมูลหรือการทำดัชนีข้อมูล (indexing) เป็นการเลือกใช้ คำ ประโยค หรือแนวคิดมากำหนดชื่อหรือป้าย เรื่องหมวดหมู่ของข้อมูล เพื่อจำแกประภทข้อมูลออกเป็นกลุ่ม ให้สะดวกต่อการค้นหา การตรวจสอบความถูกต้อง และการวิเคราะห์ข้อมูล เพราะข้อมูลที่นักวิจัยเก็บมาจากสนามมีจำนวนมากและอาจไม่ได้ทำรหัสไว้การทำหัสข้อมูลมีอยู่3ประเภท คือ

1. รหัสการพรรณนา (descriptive code) เป็นการกำหนดคำหรือข้อความและจัดหมวดหมู่ข้อมูลระดับพรรณนาซึ่งมีระดับอ้างอิงต่ำอันจะมีประโยชน์ต่อการสรุปข้อมูลแต่ละกลุ่ม แต่ละเรื่อง เช่น คำว่า การปฏิสัมพันธ์ การติดต่อสื่อสาร เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร จะมีประโยชน์ต่อการสรุปข้อมูลแต่ละเรื่อง

2. รหัสการแปลความ (interpretive code) เป็นรหัสข้อมูลที่ใช้สำหรับการแปลความ บางครั้งต้องการระดับการอ้างอิงสูงขึ้นกว่ารหัสพรรณน มีความซับซ้อน และต้องการรายละเอียดของข้อมูลเพิ่มขึ้นจึงจะแปลความได้ถูกต้อง เช่น คำว่า การปฏิสัมพันธ์ ต้องเพิ่มรายละเอียดของพฤติกรรมการปฏิสัมพันธ์ของคน เช่น วิธีการปฏิสัมพันธ์และกระบวนการปฏิสัมพันธ์ เป็นต้น

3. รหัสการอธิบาย (explanatory code) เป็นรหัสของข้อมูลที่มีความสมบูรณ์ มีแบบแผนของเหตุการณ์ แสดงความเชื่อมโยงความสัมพันธ์ รวมทั้งคำอธิบายเหตุการณ์ที่ครบถ้วน เป็นแนวคิด

6.การทำข้อสรุปเบื้องต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การทำข้อสรุปชั่วคราว (memoing) หมายถึง การเขียนแนวดิตทฤษฎีที่ประมวลได้จากรหัสข้อมูลและเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของรหัสข้อมูลเข้าด้วยกัน อาจเขียนให้มีความยาวสัก 1 ประโยค 1ย่อหน้า หรือมีความยาว 2-3 หน้ากระดาษขั้นตอนการทำข้อสรุปชั่วคราวนี้จะทำหลังจากนักวิจัยจัดทำรหัสข้อมูลเรียบร้อยแล้ว เพื่อนำรหัสข้อมูลหรือดัชนีข้อมูลสังเคราะห์หรือบูรณาการเข้าด้วยกัน สร้างเป็นแนวคิดทฤษฎีขั้นตอนของวิเคราะห์ข้อมูลเชิงประจักษ์ที่เป็นรูปธรรมพัฒนาไปสู่ระดับแนวคิดข้อมูลที่รวบรวมได้ ซึ่งจะช่วยให้การวิเคราะห์ข้า(conceptual level) ที่มีความเป็นนามธรรมซึ่งจะมีประโยชน์ต่อการอุปนัยและนำไปสู่การพัฒนาข้อเสนอ(proposition) การทำข้อสรุปชั่วคราวจึงเป็นการเชื่อมโยงการทำหัสข้อมูลกับการพัฒนาข้อเสนอเข้าด้วยกัน

7.การสร้างบทสรุปและการพิสูจน์บทสรุป

เพื่อให้บทสรุปของการวิจัย โดยการนำประโยคความคิดเชิงทฤษฎีของข้อสรุปที่ประมวลได้จากรหัสข้อมูลมาเชื่อมโยงเข้ากันอย่างเป็นระบบบนตรรกะข้อมูล การสร้างบทสรุปและการพิสูจน์บทสรุปมีแนวทางปฏิบัติดังต่อไปนี้

1.สร้างบทสรุป เป็นการวิเคราะห์แนวคิดจากการพรรณนาไปสู่การอธิบายหยาบๆ ประกอบด้วยวิธีดังต่อไปนี้

1.1การกำหนดแบบแผน หลังจากวิเคราะห์ข้อมูลไประยะหนึ่ง นักวิจัยจะมองเห็นประเด็นของเหตีการณ์ชัดเจนขึ้น

1.2การพิจารณาความมีเหตุผล ดูว่าแบบแผนหรือประเด็นเหล่านั้นมีเหตุผลมากน้อยเพียงใด

1.3การจัดกลุ่มข้อมูล ทำรหัสข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวข้องกับบุคคล เหตุการณ์ กระบวนการ ว่าข้อมูลใดควรไปด้วยกันหรืออยู่ด้วยกัน

1.4การอุปมาข้อมูล เพื่อเปรียบเทียบหรือตามความคล้ายคลึงกันของข้อมูลอุปไมย

1.5การนับ เพื่อทราบจำนวนความคงเส้นคงวาของเหตุการณ์ รวมทั้งลักษณะต่างๆอันจะช่วยพิสูจน์ข้อสันนิษฐานเบื้องต้นที่นักวิจัยกำหนดไว้

1.6การหาความแตกต่างของข้อมูล เป็นกลวิธีตรงกันข้ามกับการหาความคล้ายคลึง ก็คือหาว่าอะไรแตกต่าง

1.7การแตกตัวแปร เป็นการจัดแบ่งแยกตัวแปรต่างๆออกเพื่อให้เห็นความหลากหลายแบะความแตกต่างของตัวแปร

1.8การประมวลกลุ่มข้อมูล นำกลุ่มข้อมูลย่อยที่จัดกลุ่มไว้ตามข้อ1.3 มาประมวลเข้าด้วยกันซึ่งจะช่วยให้มองเห็นตัวอย่างกลุ่มย่อยแต่ละส่วนและความสัมพันธ์ที่เป็นนามธรรมมากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.9การแยกองค์ประกอบข้อมูล เป็นการแยกข้อมูลบางกลุ่มที่มีจำนวนมากออกมาเป็นองค์ประกอบกลุ่มย่อยๆหลายๆกลุ่ม เรียงกลุ่มข้อมูลที่เป็นตรรกะตามเหตุการณ์เชิงประจักษ์เข้าด้วยกัน

1.10การสร้างแนวคิดทฤษฎีตามตรรกะซึ่งเป็นบทสรุปที่มีความเป็นนามธรรมที่สามารถใช้อธิบายหลักของตรรกะที่นักวิจัยสร้างจากฐานข้อมูลที่เป็นรูปธรรม ผนวกเข้ากับความคิด ความเชื่อและวิจารณญาณของนักวิจัย

2.การพิสูจน์บทสรุป เป็นการยืนยันว่าแนวคิดที่สร้างขึ้นนั้นสอดคล้องและเหมาะสมกับเหตุการณ์ บทสรุปที่นักวิจัยสร้างขึ้นจากข้อมูลเชิงประจักษ์จะเป็นแนวคิดที่เป็นนามธรรม ซึ่งนักวิจัยต้องทราบว่า จะพิสูจน์อะไร และพิสูจน์อย่างไร ไมลส์และฮิวเบอร์แมนได้เสนอวิธีการพิสูจน์บทสรุปไว้ดังต่อไปนี้

2.1การตรวจสอบความเป็นตัวแทนของข้อมูล ตรวจสอบว่าข้อสรุปย่อยต่างๆมาจากตัวแทนที่เหมาะสมหรือไม่

2.2การตรวจสอบผลที่เกิดจากนักวิจัย

2.3การตรวจสอบแบบสามเส้า คือตรวจสอบแหล่งข้อมูล บุคคล เวลาและสถานที่ให้แน่ใจอีกครั้งหนึ่ง

2.4การประเมินคุณภาพข้อมูล ประเมินว่าข้อมูลที่ใช้สร้างบทสรุปนั้นมีน้ำหนักในเชิงประจักษ์มากน้อยเพียงใด

2.5การเปรียบเทียบความแตกต่างของข้อมูล โดยนำข้อมูลจากบุคคล กิจกรรม หรือเหตุการณ์มาเปรียบเทียบกัน

2.6การค้นหาเหตุการณ์ในเชิงลบ พยายามค้นหาว่าข้อมูลทั้งสามเส้านั้นมีอะไรอยู่ในลักษณะทางลบบ้าง

2.7การทดสอบเชิงเงื่อนไข ตรวจสอบว่าข้อสรุปที่สร้างขึ้นนั้นเป็นไปตามเหตุและผล

2.8 การตรวจสอบการสัมภาษณ์ พิจารณาวตัวแปรหรือรหัสข้อมูลต่างๆมีความสัมพันธ์กันหรือไม่ ส่วนใดบ้างไม่สัมพันธ์กัน เพราะอะไรซึ่งจะทำให้การสร้างบทสรุปย่อยชัดเจนขึ้น

2.9 การตรวจสอบผลการวิจัยซ้ำ ทดสอบว่ผลการวิจัยที่ได้นั้นถูกต้องหรือไม่ เพื่อนำมาเปรียบเทียบกับการเขียนบทสรุป

2.10 การตรวจสอบคำอธิบาย หลังจากได้ทดสอบคำอธิบายตามเงื่อนไขแล้ว ต้องตรวจสอบดูว่านอกจากคำอธิบายนักวิจัยใช้อยู่แล้วยังมีคำอธิบายอื่นที่นำเชื่อถือเทียบทำกันหรือดีกว่าหรือไม่ คำอธิบายของเราลบล้างคำอธิบายอื่นได้หรือไม่ ซึ่งถ้าลบล้างได้ก็จะยิ่งเพิ่มความเชื่อมั่นให้ข้อสรุปนั้น

2.11 การใช้ข้อมูลป้อนกลับพิสูจน์ โดยการจัดสัมนากลุ่มอยหรือเสวนาผลการวิจัย การผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิ รวมทั้งสร้างบทสรุป แล้วรับข้อมูลป้อนกลับหรือคำวิจารณ์จากนักวิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตัวแทนกลุ่มตัวอย่าง มาเปรียบเทียบกับบทสรุปซึ่งจะสะท้อนให้เห็นภาพที่แท้จริงยิ่งขึ้น อันจะทำให้การพิสูจน์บทสรุปสมบูรณ์ยิ่งขึ้นและเป็นที่นำเชื่อถือแก่ผู้เกี่ยวข้อง

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.7.1 การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค กลยุทธ์การตลาดและกลยุทธ์ธุรกิจ ในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภททาวน์เฮ้าส์ กรณีศึกษา บริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน)

น้ำฝน ทรายมูลค้า, ณัฐพันธ์ บัววราภรณ์(2553) ได้ศึกษาว่าในปี 2554 ธุรกิจบ้านเดี่ยวและทาวน์เฮ้าส์ยังคงมีความเสี่ยงค่อนข้างสูง ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ มากมายที่สำคัญคือ ปัญหาสังคม และการเมืองภายในประเทศที่อาจ เปลี่ยนแปลงได้เสมอ จากการประท้วงต่อต้าน แบ่งสี แบ่งฝ่าย และอาจมีเหตุมาจากปัจจัยจาก ภายในองค์กรและจากปัจจัยภายนอกอื่นๆ ที่บริษัทแสนสิริไม่สามารถควบคุมได้ เช่น ปัญหา การฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก ปัญหาเงินเฟ้อ ปัญหาการเพิ่มขึ้นของอัตราดอกเบี้ย ปัญหา Over Supply ในธุรกิจ อย่างไรก็ตาม องค์การจ้าเป็นจะต้องมีความยืดหยุ่ น มีรูปแบบองค์การที่ มี ความทันสมัยและมีการพัฒนาเตรียมความเพียบพร้อมเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง ดังนั้นการบริหารความเปลี่ยนแปลงนั้นจึงเป็นสิ่งจ้าเป็นต่อนักบริหารอย่างยิ่งโดยเฉพาะ เมื่อโลกได้ก้าวเข้าสู่ยุคของข้อมูลข่าวสารและเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว ซึ่งท้าให้การเปลี่ยนแปลง เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและการคาดการณ์เพื่อเตรียมวางแผนไว้ล่วงหน้าทำได้ยาก

2.7.2 การศึกษาปัญหา กลยุทธ์การตลาด และการจัดการเชิงกลยุทธ์ ในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ - กรณีศึกษา โครงการของคอนโดมีเนียม บริษัท เอเชี่ยนพร็อพเพอร์ตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จากัด (มหาชน)

พงศ์พร ไชยจรัส (2554)ได้ศึกษาแนวทางในการใช้กลยุทธ์ในการบริหารบริษัทเอเชี่ยนพร็อพเพอร์ตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) ในอนาคต จากการศึกษาสาเหตุของปัญหาคือผลกำไรจากปี 2554 ที่ลดลง จากปี2553 อันเป็นผลมาจากยอดขายของโครงการในประเภทคอนโดมีเนียมที่ปี 2554 ลดลง จากปี 2553 ซึ่งจากการศึกษาข้อมูลพบว่า ที่ยอดขายคอนโดมีเนียมลดลง เนื่องจากในแต่ละ โครงการมีอัตราการขาย (ยูนิต) ที่คงเหลือค้างสะสมต่อไนปีถัดๆไป ทำให้ขายออกไปไม่หมด จากการศึกษาและวิเคราะห์ตามกระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ สามารถสรุปการ กำาหนดกลยุทธ์ได้ดังนี้ กลยุทธ์ระดับองค์กร จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งภายในและภายนอกขององค์กรตลอดจนภาพรวมทั้งหมดของ อุตสาหกรรม และวิเคราะห์ในแต่ละทางเลือกแล้วพบว่า แนวทางเลือกที่เหมาะสมและควรนำมา ปฏิบัติในระดับองค์กรคือ กลยุทธ์การเติบโต (Growth Strategy) ซึ่งจะเป็นการมุ่งเน้นการ เติบโตขององค์กร และตราสินค้าโดยการขยายหรือเพิ่มโครงการต่างๆไปยังพื้นที่กลุ่มตลาด ลูกค้าใหม่ๆ ซึ่งต้องผ่านการพิจารณาอย่างรอบคอบในทุกๆด้าน รวมถึงการมุ่งเน้นไปยังกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ เพื่อขยายตลาดให้กว้างขึ้น อีกทั้งยังสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ ครอบคลุมมากยิ่งขึ้นอีกด้วย กลยุทธร์ะดับ ธุรกิจ จากการวิเคราะห์ข้อมูลแล้ว กลยุทธ์ธุรกิจที่เหมาะสม คือ กลยุทธ์เร่งรุกบุกเร็ว (Aggressive) ด้วยการศึกษาและเรียนรู้เพื่อความเชี่ยวชาญและความชำนาญในการดำเนิน ธุรกิจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อสังหาริมทรัพย์ พร้อมกับการร่วมมือกับพันธมิตรทางการค้ากับบริษัทอื่นๆเพิ่มขึ้น เพื่อ เพิ่มทางเลือกให้กับธุรกิจ รวมถึงการลงทุนเพิ่มเติม กลยุทธ์ระดับหน้าที่ ระดับหน้าที่ในส่วนของการวางกลยุทธ์การตลาด ใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด บริการ 7P's สามารถกำหนดกลยุทธ์ของแต่ละส่วนประสม

2.7.3 การศึกษาความเป็นไปได้โครงการบ้านเดี่ยว โฮม ราชพฤกษ์-จรัญสนิทวงศ์

มนสิทธิ์ รัตนกานตะดิลก(2558) ได้ศึกษาโครงการโฮม ราชพฤกษ์-จรัญสนิทวงศ์ ตั้งอยู่บริเวณถนนพรานนก-พุทธมณฑลสาย 4 เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร โครงการมีพื้นที่ 64-0-68 ไร่ หรือ พื้นที่ 25,872 ตารางวา ซึ่งบริเวณโครงการเป็นพื้นที่เกษตรกรรม ในด้านการตลาด ทางโครงการได้เลือกทาบ้านเดี่ยว ระดับหรู เนื่องจากโครงการตั้งอยู่ บนที่ดินประเภทอนุรักษ์ชนบทและเกษตรกรรม จึงต้องทาบ้านเดี่ยว พื้นที่ไม่น้อยกว่า 100 ตาราวา และเล็งเห็นส่วนแบ่งทางการตลาด เพราะมีคู่แข่งจำนวนไม่มาก ในด้านการเงิน โครงการนี้มีมูลค่า 3,283 ล้านบาท หลังจากการศึกษาความเป็นไป ได้ทางด้านการเงินแล้ว อัตรากาไรขั้นต้น 33% , IRR 20% , NPV 388 ล้านบาท และระยะเวลาคืนทุน 54 เดือน ซึ่งราคาขายเฉลี่ยต่อหลังคือ 230,000 บาทต่อตารางวา ซึ่งสามารถแข่งขันได้ โดยสรุปแล้ว โครงการโฮม ราชพฤกษ์-จรัญสนิทวงศ์ มีความเป็นไปได้อย่างมากที่จะพัฒนาขึ้นมาได้

2.7.4 ศึกษากลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจบ้านจัดสรร

ชนิดา สมศักดิ์,(2558) ได้ศึกษาว่าในจังหวัดเชียงใหม่พบว่าอุปสรรคจากคู่แข่งภายนอกรายใหม่ที่เข้ามามีผลกระทบในระดับปานกลาง อำนาจต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิตอยู่ในระดับสูงอำนาจการต่อรองของผู้ซื้ออยู่ในระดับสูงภัยคุกคามจากสินค้าทดแทนอยู่ในระดับต่ำความเข้มข้นทางการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมอยู่ในระดับสูงในด้านกลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการและผู้มีอำนาจการตัดสินใจเลือกใช้กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง ความหลากหลายของบ้านและทำเลที่ตั้งกลยุทธ์มุ่งเน้นเฉพาะกลุ่มมุ่งเน้นไปยังกลุ่มเป้าหมายระดับกลางและระดับบน

ศึกษากลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่พบว่าอุปสรรคจากคู่แข่งภายนอกรายใหม่ที่เข้ามามีผลกระทบในระดับปานกลาง อำนาจต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิตอยู่ในระดับสูงอำนาจการต่อรองของผู้ซื้ออยู่ในระดับสูงภัยคุกคามจากสินค้าทดแทนอยู่ในระดับต่ำความเข้มข้นทางการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมอยู่ในระดับสูงในด้านกลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการและผู้มีอำนาจการตัดสินใจเลือกใช้กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง ความหลากหลายของบ้านและทำเลที่ตั้งกลยุทธ์มุ่งเน้นเฉพาะกลุ่มมุ่งเน้นไปยังกลุ่มเป้าหมายระดับกลางและระดับบน

2.7.5 ศึกษาเรื่องการจัดการเชิงกลยุทธ์และกลยุทธ์ทางการตลาด

ธนาคม ศานติวิวัฒน์ (2553)ได้ศึกษาเรื่องการจัดการเชิงกลยุทธ์และกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทบ้านเดี่ยวกรณีศึกษาบริษัทแลนแอนด์เฮ้าส์ จำกัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(มหาชน) พบว่าการจัดการเชิงกลยุทธ์ระดับองค์กรระดับธุรกิจและกลยุทธ์การตลาดได้กำหนดกลยุทธ์ระดับองค์กรใน4 ทางเลือกได้แก่ 1) กลยุทธ์การเติบโตแบบเข้มข้น โดยการใช้กลยุทธ์การเติบโตแบบเจาะตลาด2) กลยุทธ์การเติบโตเบบเข้มข้นโดยการใช้กลยุทธ์การพัฒนาตลาด3) กลยุทธ์การคงที่4)กลยุทธ์การหดตัว โดยการใช้กลยุทธ์แบบปรับเปลี่ขนจากทางเลือกดังกล่าวข้างต้นทางเลือกที่ มีความเหมาะสมกับบริษัท แลนด์ แอนด์เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน) และสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างครอบคลุมและเป็นประโยชน์ในระยะยาว

2.7.6 ศึกษาเรื่องกลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการร้านคาเฟ่หมาใหญ่ใจดี ในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร

วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ อรประภา 2561ได้ศึกษาเรื่องกลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการร้านคาเฟ่หมาใหญ่ใจดี ในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร โดย ผลการศึกษา พบว่า 1) ผู้ประกอบการมีแรงจูงใจในการดาเนินธุรกิจจากประสบการณ์เดิมที่มีอยู่ เลือกพื้นที่ดาเนินการจากจานวนลูกค้า จานวนคู่แข่ง ต้นทุนค่าเช่า รูปแบบกิจการเจ้าของคนเดียว รูปแบบของ สินค้าที่ให้บริการจะมีเครื่องดื่มและอาหาร กลุ่มลูกค้าเป้าหมายจะมุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าที่มีความหลากหลาย 2) ผลกระทบที่เกิดจากสภาพแวดล้อม ด้านผู้มีศักยภาพใหม่ สินค้าทดแทน อานาจการต่อรองของผู้ซื้อ 3) ใช้กลยุทธ์การแข่งขันด้วยการสร้างความแตกต่าง กลยุทธ์มุ่งต้นทุนต่ำ กลยุทธ์มุ่งเน้นการบริการที่รวดเร็ว

2.7.7 การศึกษาเรื่องการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายของร้านจีระพาณิชย์ อำเภอชุมแพ จังหวัดขอนแก่น

ปรียาพร จิระไพทูรย 2558 เป็นการศึกษาโดยใช้แบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูล โดยศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างและอุปกรณ์การเกษตร โดยนำข้อมูลที่ได้นั้น มาใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดในการกำหนดรูปแบบและกิจกรรมด้านส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายวัสดุก่อสร้างและอุปกรณ์ทางการเกษตรของร้านจีระพาณิชย์จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ด้านราคา คิดเป็นร้อยละ 67.0 ความสำคัญลำดับที่สอง คือ ด้านผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 52.0 ความสำคัญลำดับที่สาม คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 61.0 ความสำคัญลำดับสุดท้าย คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด คิดเป็นร้อยละ20.0นอกจากนี้สิ่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการให้ปรับปรุงมากที่สุดคือด้านที่จอดรถ

2.8 บทวิเคราะห์

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้นจะเห็นได้ว่ามีงานวิจัยจำนวนมากได้ทำการศึกษาถึงกลยุทธ์ต่างๆของบริษัท ทฤษฎีบท วิธีการวิเคราะห์ แต่ยังไม่มีนักวิจัยท่านใด ที่ศึกษากลยุทธ์ระดับองค์กรและกลยุทธ์การแข่งขันของผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์รายใหญ่ในลักษณะของหลายๆบริษัทโดนนำมาเปรียบเทียบกัน ว่ามีการใช้กลยุทธ์แตกต่างหรือเหมือนกันอย่างไร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

การเก็บข้อมูล

3.1 ลักษณะการวิจัย

ในการศึกษานี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มุ่งเน้นการศึกษากลยุทธ์ระดับองค์กรของบริษัทชั้นนำในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยทำการเก็บข้อมูลจากข่าวอสังหาริมทรัพย์ ข้อมูลรายงานประจำปีและผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์และประกอบธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ เพื่อศึกษาการใช้กลยุทธ์ระดับองค์กรของบริษัทชั้นนำ

3.2 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษานี้ ผู้วิจัยได้แบ่งแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาออกเป็น 2 ประเภท คือ (1) ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญอยู่ในวงการกลยุทธ์และประกอบธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ จำนวน 5 คน ซึ่งเป็นผู้บริหารในบริษัทที่อยู่ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและมีส่วนเกี่ยวข้องกับการกำหนดกลยุทธ์ระดับองค์กรและ (2) ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) ซึ่งจะเป็น ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ข่าวสารอสังหาริมทรัพย์จากศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์(http://www.reic.or.th) ช่วงเวลาตั้งแต่เดือนมกราคม 2559 – เดือนมกราคม 2560

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

1. แบบสัมภาษณ์ การจดบันทึกและการบันทึกเสียงจากผู้เชี่ยวชาญ เพื่อใช้ในการวิเคราะห์เนื้อหา
2. แบบบันทึกข้อมูลจากข่าวอสังหาริมทรัพย์
3. รายงานประจำปี

3.4 ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data)

1. ขอหนังสือแนะนำหัวข้อวิจัยจากคณะวิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ไปถึงบริษัทพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์หรือผู้เกี่ยวข้องกับการกำหนดกลยุทธ์ระดับองค์กร เพื่อขอความร่วมมือในการให้สัมภาษณ์
2. ผู้วิจัยเตรียมเอกสารพร้อมหนังสือจากสถาบันเข้าติดต่อด้วยตอนเองเพื่อนัดวันและเวลาในการเข้าสัมภาษณ์
3. การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้โดยการวิเคราะห์เนื้อหา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. สรุปปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์

3.4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data)

1. จัดทำแบบบันทึกข้อมูลสำหรับข้อมูลข่าวอสังหาริมทรัพย์
2. ทำการเก็บข้อมูลจากเว็บไซต์ทุกวัน โดยเนื้อหาข่าวจะต้องเกี่ยวกับกลยุทธ์ระดับองค์กร
3. นำข้อมูลจากแบบบันทึกมาวิเคราะห์เนื้อหา

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์คุณลักษณะบริษัทและปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์ระดับองค์กรด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ด้วยวิธีการจำแนกชนิดข้อมูลในรูปแบบการ จำแนกสารระบบ

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ swot analysis

1.เริ่มจากการจัดเก็บข้อมูลผ่านการอ่านข้อมูลของบริษัทผ่านทางรายงานปรจำปีดูการให้สัมภาษณ์องทางผูเบริหาร รวมไปถึงทำการสัมภาษณ์จากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องเช่น ฝ่ายกลยุทธ์หรือฝ่ายบริหารของทางบริษัท

2.จำทำสรุปจุดแข็ง จุดอ่อน ซึ่งเป็นปัจจัยภายในและ โอกาสและ อุปสรรรค ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกผ่านข้อมูลดิบที่ได้ทำการเก็บรวบรวมมาจากขั้นตอนที่1ให้ครบทั้ง 9 บริษัทเช่น การหาจุดแข็งของบริษัทเราต้องมองหาข้อได้เปรียบของทางบริษัทที่โดดเด่นของแต่ละองค์กร

3.นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์จัดจำแนกเป็นด้านต่างๆเช่น ในด้านการเงินมีบริษทไหนบ้างที่มีจุดแข็งทางด้านนี้ก็ทำการเก็บข้อมูลจะทำให้เราทราบว่าบริษัทส่วนใหญ่มีจุดแข็งจุดอ่อนอุปสรรครวมไปถึงโอกาสของแต่ละบริษัทและกลุ่มอุตสาหกรรม

สรุปวิธีการดำเนินการทาง SWOT Analysis การวิเคราะห์ SWOT จะครอบคลุมขอบเขตของปัจจัยที่กว้างด้วยการระบุจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคขององค์กรทำให้มีข้อมูล ในการกำหนดทิศทางหรือเป้าหมายที่จะถูกสร้างขึ้นมาบนจุดแข็งขององค์กร และ แสวงหาประโยชน์จากโอกาสทางสภาพแวดล้อม และสามารถกำหนด กลยุทธ์ที่มุ่งเอาชนะอุปสรรคทาง สภาพแวดล้อมหรือลดจุดอ่อนขององค์กรให้มีน้อยที่สุดได้ภายใต้การวิเคราะห์ SWOT

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ TOWS matrix

1.เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลต่อจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการทำswot ของทั้ง9บริษัทซึ่งขึ้นตอนแรกก็ทำการจัดเรียงจุดแข็งจุดอ่อนโอกาสและอุปสรรค เป็นตาราง

2.ทำการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่าง so st wo wtเป็นการนำเอาขอมูลแต่ละอย่างมามองหากำหนดเป็นกลยุทธ์เช่นการทำ so คือการนำเอาจุดแข็งของบริษัทมาเจอกับโอกาสทำให้บริษัทกำหนดเป็นกลยุทธ์เชิงรุก st

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คือการนำจุดแข็งของบริษัทมาวิเคราะห์ร่วมกับอุปสรรคที่เกิดขึ้น wo การการนำจุดอ่อนของบริษัทมาวิเคราะห์ร่วมกับโอกาสที่เกิดขึ้น wt การการนำจุดอ่อนของบริษัทมาวิเคราะห์ร่วมกับอุปสรรคที่เกิดขึ้น (จุดแข็ง-โอกาส) สถานการณ์นี้เป็นสถานการณ์ที่พึงปรารถนา ที่สุด เนื่องจากองค์กรค่อนข้างจะมีหลายอย่าง ดังนั้น ผู้บริหารขององค์กรควรก าหนดกลยุทธ์ในเชิงรุก (Aggressive –Stratagy) เพื่อดึงเอาจุดแข็งที่มีอยู่มาเสริมสร้างและปรับใช้และฉกฉวยโอกาสต่างๆ ที่เปิด มาหาประโยชน์อย่างเต็มที่ (จุดอ่อน-ภัยอุปสรรค) สถานการณ์นี้เป็นสถานการณ์ที่เลวร้าย ที่สุด เนื่องจากองค์กรก าลังเผชิญอยู่กับอุปสรรคจากภายนอกและมีปัญหาจุดอ่อนภายในหลายประการ ดังนั้น ทางเลือกที่ดีที่สุดคือกลยุทธ์การตั้งรับหรือป้องกันตัว (Defensive Strategy) เพื่อพยายามลดหรือหลบหลีกภัย อุปสรรค ต่าง ๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้น ตลอดจนหามาตรการที่จะทำาให้องค์กรเกิดความสูญเสียที่น้อยที่สุด (จุดอ่อน-โอกาส) สถานการณ์องค์กรมีโอกาสเป็นข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันอยู่หลาย ประการ แต่ติดขัดอยู่ตรงที่มีปัญหาอุปสรรคที่เป็นจุดอ่อนอยู่หลายอย่างเช่นกัน ดังนั้นทางออกคือกลยุทธ์การ พลิกตัว (Turnaround-oriented Strategy) เพื่อจัดหรือแก้ไขจุดอ่อนภายในต่าง ๆ ให้พร้อมที่จะฉกฉวย โอกาสต่าง ๆ ที่เปิดให้ (จุดแข็ง-อุปสรรค) สถานการณ์นี้เกิดขึ้นจากการที่สภาพแวดล้อมไม่เอื้ออ านวยต่อการ ด าเนินงาน แต่ตัวองค์กรมีข้อได้เปรียบที่เป็นจุดแข็งหลายประการ ดังนั้น แทนที่จะรอจนกระทั่งสภาพแวดล้อมเปลี่ยนแปลงไปก็สามารถที่จะเลือกกลยุทธ์การแตกตัวหรือขยายขอบข่ายกิจการ (Diversification Strategy) เพื่อใช้ประโยชน์จากจุดแข็งที่มีสร้างโอกาสในระยะยาวด้านอื่น ๆ แทน

3.ทำการสรุปวิเคราะห์หากลยุทธ์ของบรษัทแต่ละบริษัทของทุกบริษัทที่เลือกมาทั้งบริษัททั้งกลยุทธ์ so wo st wt

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ steep analysis

1.ทำการเก็บข้อมูลผ่านการอ่านข่าและจากการสัมภาษณ์ที่เกี่ยวกับภาคอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์เพื่อจะหาเหตุการณ์หรือปัจจัยที่กระทบ

2.จำแนกข้อมูลที่ได้เก็บรวบรวบมาเป็นปัจจัยที่ส่งผลดีกบภาคอสังหาริมทรัพย์และปัจจัยที่ส่งผลเสียต่อภาคอสังหาริมทรัพย์

3.ทำการสรุปเหตุการณ์ต่างแบ่งเป็นด้านต่างๆทั้ง ด้านสังคม สิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ เทคโนโลยี และยโยบายและการเมืองต่างๆเป็นภาพรวมของกลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์

สรุปเป็นการประเมินสภาพแวดล้อมภายนอก ภายใต้การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรนั้นสามารถค้นหาโอกาสและอุปสรรคทางการดำเนินงาน ขององค์กรที่ได้รับผลกระทบจากสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจทั้งในและระหว่างประเทศที่เกี่ยวกับการ ดำเนินงานขององค์กร เช่น อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ นโยบาย การเงิน การงบประมาณ สภาพแวดล้อม ทางสังคม เช่น ระดับการศึกษาและอัตรารู้หนังสือของ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประชาชน การตั้งถิ่นฐานและการอพยพของประชาชน ลักษณะชุมชน ขนบธรรมเนียมประเพณี ค่านิยม ความเชื่อและวัฒนธรรม สภาพแวดล้อมทางการเมือง เช่น พระราชบัญญัติ พระราชกฤษฎีกา มติคณะรัฐมนตรี และสภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยี หมายถึงกรรมวิธีใหม่ๆ และพัฒนาการทางด้านเครื่องมืออุปกรณ์ที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและให้บริการ

3.6 การสรุปผลการวิจัย

นำเสนอผลการวิเคราะห์การศึกษากลยุทธ์ระดับองค์กรของนักพัฒนา อสังหาริมทรัพย์ที่เหมาะสมกับคุณลักษณะบริษัทและปัจจัยภายนอก จากการศึกษาโดยใช้เครื่องมือ SWOT ทำให้เราทราบถึง จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรคของแต่ละบริษัท จากการศึกษาโดยใช้เครื่องมือ TOWS matrix จะให้กลยุทธ์ระดับองค์กรของแต่ละบริษัท และจากการศึกษาโดยใช้เครื่องมือ STEEP ทำให้เราทราบถึงปัจจัยภายนอกต่าง และ ทราบภาพรวมของกลุ่มธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการศึกษา

จากการศึกษากลยุทธ์ระดับองค์กรของบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ชั้นนำในประเทศไทย โดยเราได้ได้ทำการเก็บข้อมูลแบ่งเป็น 2 ส่วน

(1) ข่าวสารอสังหาริมทรัพย์จากศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ในช่วงเดือนตุลาคม 2562 ถึง มกราคม 2563

(2)การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการกำหนดกลยุทธ์และประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการสรุปและวิเคราะห์ผลการศึกษาออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1.ผลการศึกษาวิเคราะห์โดยเครื่องมือ SWOT และTOWS matrix

2.ผลการศึกษากลยุทธ์ของผู้ประกอบการและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้กลยุทธ์จากแบบบันทึกข่าว

3.ผลการศึกษาปัจจัยภายนอกโดยเครื่องมือ STEEP factors

4.1 ผลการศึกษาวิเคราะห์โดยเครื่องมือ SWOTและTOWS matrix

4.1.1 ผลการศึกษาวิเคราะห์โดยเครื่องมือ SWOT

4.1.1.1.บริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน)

บริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) เป็น บริษัทที่มีการประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ โดยโครงสร้างรายได้ส่วนใหญ่ของบริษัทจะมากการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อการขาย อาทิเช่น โครงการบ้านเดี่ยว ทาวน์เฮาส์ และคอนโดมิเนียมจากการวิเคราะห์ข้อมูล จากรายงานประจำปี ข่าวสาร สามารถวิเคราะห์จุดแข็ง(strengths) จุดอ่อน(weakness) โอกาส(opportunities) อุปสรรค(threats) ลงในตารางที่4.1.1-1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่4.1.1-1 การวิเคราะห์โดยเครื่องมือ SWOT ของบริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน)

Strengths	Weakness
1.จับกลุ่มลูกค้าหลากหลายระดับ 2.ขยายตลาดไปยังทาวน์เฮ้าท์ระดับกลาง-ต่ำ 3.ตลาดระดับบนแสนสิริมีฐานลูกค้าที่แข็งแกร่ง	1.เนื่องจากแสนสิริมีโครงการขึ้นจำนวนมาก ทำให้อาจเกิด การไม่มีผู้รับเหมามาดำเนินการให้เป็นไปตามกำหนด
Opportunities	**Threats**
1.ตั้งเป้ารายได้จากลูกค้าชาวต่างชาติมากขึ้นโดยขยายตลาด ไปยังชาวจีน ฮ่องกง และเกาหลีใต้ กระจายความเสี่ยงที่รายได้จะลดลง	1.การเพิ่มขึ้นของราคาวัสดุก่อสร้างและความผันผวนของราคาส่งผลต่อต้นทุนการพัฒนาโครงการ 2.ขาดแคลนแรงงานฝีมือ 3.กำไรลดลงเนื่องจากปัญหาเศรษฐกิจ

4.1.1.2. บริษัท ศุภาลัย จำกัด (มหาชน)

บริษัท ศุภาลัย จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อยประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อเป็นที่อยู่อาศัยและเพื่อการพาณิชย์ เป็นผู้ดำเนินการและเป็นเจ้าของโครงการบ้านอยู่อาศัยประเภท บ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์เฮ้าส์ และอาคารชุด ในหลากหลายทำเลทั่วเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลรวมถึงต่างจังหวัด จากการวิเคราะห์ข้อมูล จากรายงานประจำปี ข่าวสาร สามารถวิเคราะห์ จุดแข็ง(strengths) จุดอ่อน (weakness) โอกาส(opportunities) อุปสรรค(threats) ลงในตารางที่4.1.1-2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่4.1.1-2 การวิเคราะห์โดยเครื่องมือ SWOT ของบริษัท ศุภาลัย จำกัด (มหาชน)

Strengths	Weakness
1.บริษัทได้รับรางวัลDrive Awardเป็นองค์กรที่มีแนวทางการเติบโตโดดเด่น 2.เป็นบริษัทที่มีผลิตภัณฑ์หลากหลายทั้งในแนวราบ แนวสูง ราคาสูงไปถึงราคาต่ำ	1.บริษัทมีกำไรต่อหุ้นปรับลดลง10%
Opportunities	**Threats**
1.เกิดการการขยายตัวทางเศรษฐกิจ 2.การสร้างโครงสร้างพื้นฐานใหม่ทั้งส่วนของรถไฟฟ้าทำให้ในอนาคตมาการเติบโตมากขึ้น 3.การลดดอกเบี้ยของธนาคารแห่งประเทศไทยทำให้ลูกค้าสามารถกู้เงินได้มากขึ้น	1.ธนาคารพาณิชย์ในประเทศเข้มงวดเรื่องการปล่อยสินเชื่อมากขึ้น เนื่องจากภาวะหนี้สินครัวเรือน 2.ขาดแคลนแรงงานโดยรวมของภาคอุตสาหกรรมก่อสร้าง

4.1.1.3.บริษัท แลนด์แอนด์เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน)

บริษัท แลนด์แอนด์เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน)เป็นบริษัทผู้ประกอบธุรกิจหลักเกี่ยวกับการค้าอสังหาริมทรัพย์แห่งหนึ่งของประเทศไทย ปัจจุบันบริษัทอยู่ภายใต้การบริหารงานของนายอนันต์ อัศวโภคิน โดยมีโครงการอสังหาริมทรัพย์ที่ครอบคลุมทั้งในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ทั้งบ้านเดี่ยว, ทาวน์โฮม และคอนโดมิเนียม รวมถึงโครงการหมู่บ้านจัดสรรตามจังหวัดใหญ่ของประเทศไทย จากการวิเคราะห์ข้อมูล จากรายงานประจำปี ข่าวสาร สามารถวิเคราะห์ จุดแข็ง(strengths) จุดอ่อน(weakness) โอกาส(opportunities) อุปสรรค(threats) ลงในตารางที่4.1.1-3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่4.1.1-3 การวิเคราะห์โดยเครื่องมือ SWOT ของบริษัท แลนด์แอนด์เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน)

Strengths	Weakness
1.ได้มีการศึกษาวิจัยคิดค้นนวัตกรรมเพื่อการอยู่อาศัย เพื่อนำมาพัฒนาและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค 2.มีฐานลูกค้าเก่าที่หนาแน่น โดยมีการจองไว้แล้ว	1.โครงการที่ขายได้ดีไม่สามรถก่อสร้างได้ทันกับความต้องการของลูกค้า
Opportunities	**Threats**
1.จากโครงการECC ส่งผลเห็นเศรษฐกิจมีแนวโน้วที่จะขยายตัวมากขึ้น 2.การสร้างโครงสร้างพื้นฐานใหม่ทั้งส่วนของรถไฟฟ้า ทำให้มีโอกาสลงทุนใหม่ๆ มากขึ้น 3.การลดดอกเบี้ยของธนาคารแห่งประเทศไทย ทำให้ขอกู้เงินลงทุนได้ง่ายขึ้น	1.ผลกระทบจากแนวนโยบายการกำกับดูแลสินเชื่อเพื่ออยู่อาศัยทำให้ลูกค้ากู้เงินได้ยากขึ้น 2.ราคาวัสดุก่อสร้างมีการปรับตัวเพิ่มขึ้น 3.ราคาที่ดินมีการปรับตัวสูงขึ้นทำให้ต้นทุนในการดำเนินการโครงการใหม่สูงขึ้น

4.1.1.4.บริษัท เอพี (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน)

บริษัท เอพี(ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทที่ประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อขาย โครงการที่พัฒนาประกอบไปด้วย ทาวน์เฮ้าส์ บ้านเดี่ยว และคอนโดมิเนียม โดยโครงการส่วนมากครอบคลุมพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล จากการวิเคราะห์ข้อมูล จากรายงานประจำปี ข่าวสาร สามารถวิเคราะห์ จุดแข็ง(strengths) จุดอ่อน(weakness) โอกาส(opportunities) อุปสรรค(threats) ลงในตารางที่4.1.1-4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่4.1.1-4 การวิเคราะห์โดยเครื่องมือ SWOT ของบริษัท เอพี(ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน)

Strengths	Weakness
1.มีทิศทางธุรกิจอย่างคิดสร้างสรรค์ 2.ตอบสนองไวต่อความต้องการลูกค้า 3.ผู้บริหารมีศักยภาพสูงโดยมีรางวัลการันตี 4.มีธุรกิจหลากหลาย	1.มียอดหนี้สินคงค้างจำนวนมาก
Opportunities	**Threats**
1.การสร้างโครงสร้างพื้นฐานใหม่ทั้งส่วนของรถไฟฟ้าและสนามบิน. 2.การลดดอกเบี้ยของรัฐบาล	1.มาตรการกำกับดูแลสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารแห่งประเทศไทย 2.สงครามการค้าระหว่า งสหรัฐอเมริก าและจีนรวมถึง การถดถอยของเศรษฐกจิ โลกจะทำ ให้อุป สงค์ ลูกค้าต่างชาติลดลง

4.1.1.5.บริษัท บางกอกแลนด์ จำกัด (มหาชน)

บริษัท บางกอกแลนด์ จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทที่ประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ มีวัตถุประสงค์หลักในการพัฒนาที่ดินย่านชานเมืองเพื่อการอยู่อาศัยและการพาณิชย์ นโยบายของบริษัทฯ คือ การพัฒนาที่ดินให้เป็น “เมืองขนาดย่อม” ซึ่งมีความพร้อมสรรพในตัวเอง ประกอบด้วยสถานที่พักอาศัยและสถานที่ประกอบธุรกิจตลอดจนระบบสาธารณูปโภคที่ครบครัน จากการวิเคราะห์ข้อมูล จากรายงานประจำปี ข่าวสาร สามารถวิเคราะห์ จุดแข็ง(strengths) จุดอ่อน(weakness) โอกาส(opportunities) อุปสรรค (threats) ลงในตารางที่4.1.1-5

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่4.1.1-5 การวิเคราะห์โดยเครื่องมือ SWOT ของบริษัท บางกอกแลนด์ จำกัด (มหาชน)

Strengths	Weakness
1.มีประสบการณ์อย่างยาวนานในตลาดอสังหาริมทรัพย์ 2.ผู้นำเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องในประเทศและต่างประเทศอย่างดี 3.พนักงานงานมีจริยธรรมและถูกต้องในอาชีพ	1.ประธานกรรมการกับประธานฝ่ายบริหารเป็นคนเดียวกัน ผู้บริหารระดับสูงครอบครัวเดียวกัน
Opportunities	**Threats**
1.แผนพัฒนา EEC 2.การลดต่ำลงของดอกเบี้ย. 3.ราคาที่ดินเพิ่มขึ้นในบริเวณที่มีอยู่	1.ธนาคารแห่งประเทศไทยปรับเงินดาวน์. 2.หนี้ภาคครัวเรือนอยู่ระดับสูง

4.1.1.6.บริษัท แอล.พี.เอ็น.ดีเวลลอปเมนท์ จำกัด (มหาชน)

บริษัท แอล.พี.เอ็น.ดีเวลลอปเมนท์ จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทมหาชนในประเทศไทย โดยแอล.พี.เอ็น. ดีเวลลอปเมนท์ และบริษัทย่อย ประกอบธุรกิจด้านการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ดำเนินงานภายใต้การพัฒนาของ บริษัท แอล.พี.เอ็น. ดีเวลลอปเมนท์ จำกัด (มหาชน) และ บริษัท พรสันติ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยในรูปแบบของอาคารชุดสำนักงานและอาคารชุดพักอาศัยในเขตศูนย์กลางทางธุรกิจ ของกรุงเทพมหานคร (CBD) และปริมณฑล อาคารชุดสำนักงานและอาคารชุดพักอาศัยที่พัฒนาขึ้นในช่วงต้นส่วนใหญ่จะเป็น อาคารสูงหรืออาคารขนาดใหญ่ จากการวิเคราะห์ข้อมูล จากรายงานประจำปี ข่าวสาร สามารถวิเคราะห์ จุดแข็ง (strengths) จุดอ่อน(weakness) โอกาส(opportunities) อุปสรรค(threats) ลงในตารางที่4.1.1-6

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่4.1.1-6 การวิเคราะห์โดยเครื่องมือ SWOT ของบริษัท แอล.พี.เอ็น.ดีเวลลอปเมนท์ จำกัด (มหาชน)

Strengths	Weakness
1.ใช้หลัก classic เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ 2.มีรายได้ประจำเพิ่มเติมจากการปล่อยเช่า 3.เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย 4.ราคาต่ำกว่าคู่แข่ง	1.มีหนี้สินและภาระผูกพัน 2.มีความไม่แน่นอนของกลุ่มลูกค้า
Opportunities	**Threats**
1.การสร้างโครงสร้างพื้นฐานใหม่ทั้งส่วนของรถไฟฟ้า. 2.การมีแผนการวางผังเมืองใหม่.	1.ความไม่มั่นคงทางการเมือง. 2.อุปสงค์ของผู้บริโภคลดลง. 3.การเพิ่มของต้นทุน

4.1.1.7. บริษัท ออริจิ้น พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน)

โดยมีลักษณะธุรกิจคือพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทคอนโดมิเนียมตามแนวสถานีขนส่งมวลชนระบบรางในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และธุรกิจให้บริการที่เกี่ยวเนื่องกับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ได้แก่ บริการจัดหาผู้เช่าห้องชุด และบริการรับจ้างบริหารโครงการนิติบุคคลอาคารชุดแก่โครงการที่บริษัทเป็นผู้พัฒนาเท่านั้น จากการวิเคราะห์ข้อมูล จากรายงานประจำปีของบริษัท ข่าวสาร สามารถวิเคราะห์ จุดแข็ง (strengths) จุดอ่อน(weakness) โอกาส(opportunities) อุปสรรค(threats) ลงในตารางที่4.1.1-7

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่4.1.1-7 การวิเคราะห์โดยเครื่องมือ SWOT ของบริษัท ออริจิ้น พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน)

Strengths	Weakness
1.เป็นบริษัทที่มีอัตราการเติบโตของรายได้แบบก้าวกระโดดรายได้โต 5 เท่าใน3ปี 2.เป็นผู้นำในตลาดกลุ่มคอนโดและแบรนด์ที่คนรุ่นใหม่ชอบอย่าง park origin 3.มีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายและมีดีไซต์ที่สวยงามเป็นเอกลักษณ์ 4.มีอัตราการทำกำไรสุทธิสูงกว่าค่าเฉลี่ย (20%)	1.บริษัทมีหนี้สินต่อทุนเยอะอาจจะมีปัญหาด้านสภาพคล่อง 2.มีสัดส่วนของคอนโดเป็นรายได้หลักเกินกว่า 60 %
Opportunities	**Threats**
1.การเพิ่มขึ้นของรถไฟฟ้าสายต่างๆทำให้มีพื้นที่ใหม่ๆ 2.การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนที่ชอบอยู่คอนโดมากขึ้น 3.การเปิดEECทำให้เกิดตลาดใหม่กับบริษัท	1.การเพิ่มขึ้นของหนี้ครัวเรือนของประชากรไทยทำให้กำลังซื้อลดลง 2.สังคมผู้สูงอายุทำให้demandลดลง

4.1.1.8.บริษัท ควอลิตี้เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน)

โดยมีลักษณะธุรกิจคือพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อขายและให้เช่า บ้านพร้อมที่ดิน หน่วยในอาคารชุดพักอาศัย อาคารที่พักอาศัยให้เช่า (ธุรกิจเซอร์วิส อะพาร์ตเมนต์ โรงแรม) อาคารสำนักงาน รวมทั้งรับจ้างบริหาร และร่วมลงทุนในธุรกิจอื่นๆจากการวิเคราะห์ข้อมูล จากรายงานประจำปีของบริษัท ข่าวสาร สามารถวิเคราะห์ จุดแข็ง(strengths) จุดอ่อน(weakness) โอกาส(opportunities) อุปสรรค(threats) ลงในตารางที่ 4.1.1-8

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

.**ตารางที่4.1.1-8** การวิเคราะห์โดยเครื่องมือ SWOT ของบริษัท ควอลิตี้เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน)

Strengths	Weakness
1.มีการกระจายตัวของรายได้หลายส่วนไม่พึ่งพาผลิตภัณฑ์ตัวใดตัวหนึ่ง 2.มีpartnerที่แข็งแกร่งอย่าง ธนาคารLH bank หรือ homepro 3.เป็นบริษัทเก่าแก่ผ่านวิกฤตมาแล้วหลายครั้ง 4.มีชื่อเสียงด้านคุณภาพของงานมีมาตรฐานที่ดี 5.เป็นบริษัทที่มีหนี้น้อยมีอัตรากำไรสุทธิสูง20%	1.บริษัทเป็นแบรนด์เน้นทำแนวราบแต่trendคอนโดเป็นที่ต้องการอาจทำให้บริษัทเสียโอกาสเพราะไม่มีความชำนาญ
Opportunities	**Threats**
1.การที่รายได้ของคนในต่างจังหวัดมากขึ้นทำให้บริษัทมีโอกาสขยายโครงการได้มากยิ่งขึ้น 2.การลดลงของดอกเบี้ยสินเชื่อบ้านและการส่งเสริมการซื้อบ้านของรัฐบาล	1.ปัญหาหนี้สินครัวเรือนของคนไทยที่เพิ่มขึ้น 2.การขาดแคลนผู้รับเหมาและแรงงานที่มีฝีมือและการเพิ่มขึ้นของค่าแรงของคนงาน 3.การแข่งขันที่รุนแรงในอุตสาหกรรม

4.1.1.9.บริษัท พฤกษา เรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน)

เป็นบริษัทผู้ประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย ก่อตั้งขึ้นเพื่อดำเนินธุรกิจด้านพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ประเภทบ้านทาวน์เฮาส์ บ้านเดี่ยวและอาคารชุด โดยเน้นทำเลทั้งในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พฤกษาได้ลงทุนสร้างโรงงานผลิตชิ้นส่วนคอนกรีตเสริมเหล็กสำเร็จรูป (Pruksa Precast Factory) เพื่อเพิ่มมาตรฐานและคุณภาพงานก่อสร้างที่อยู่อาศัยให้ดียิ่งขึ้นในปลายปี2548 ได้แปรสภาพเป็นบริษัท พฤกษา เรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน) จากการวิเคราะห์ข้อมูล จากรายงานประจำปีของบริษัท ข่าวสาร สามารถวิเคราะห์ จุดแข็ง(strengths) จุดอ่อน(weakness) โอกาส(opportunities) อุปสรรค(threats) ลงในตารางที่ 4.1.1-9

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่4.1.1-9 การวิเคราะห์โดยเครื่องมือ SWOT ของบริษัท พฤกษา เรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน)

Strengths	Weakness
1.เป็นบริษัทขนาดใหญ่และมีประวัติยาวนานเข้าใจอุตสาหกกรมเป็นอย่างดี 2.มีโรงงานทำพรีแคสเป็นของตัวเองผู้บริหารเก่งมองเห็นโอกาสเป็นเจ้าแรกที่ทำระบบพรีแคส 3.บริษัทมีชื่อเสียงคนทั่วไปรู้จักดี 4.ร่วมมือกับscgพัฒนาวัสดุก่อสร้างใหม่ๆ	1.อัตราการทำกำไรต่ำ (10-12%) 2.บริษัทมีขนาดใหญ่ปรับเปลี่ยนให้ทันสมัยได้ช้า 3.การออกแบบยังไม่ทันสมัย
Opportunities	**Threats**
1.การลดลงของดอกเบี้ยและมาตรการกระตุ้นอสังหาของรัฐบาล 2.การเพิ่มขึ้นของโครงงสร้างพื้นฐานของประเทศทำให้คน	1.ปัญหาการที่เศรษฐกิจชะลอตัวทำให้กำลังซื้อลดลง 2.การที่มีการเปิดโครงการมากทำให้เกิดsupplyส่วนเกินการแข่งขันที่รุนแรงในอุตสาหกรรม

4.1.2 ผลการศึกษาวิเคราะห์โดยเครื่องมือ TOWS matrix

หลังจากที่มีการประเมินสภาพแวดล้อมโดยการ วิเคราะห์ให้เห็นถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคแล้ว นำข้อมูลมาวิเคราะห์หา ความสัมพันธ์แบบเมตริกซ์โดยใช้ตาราง TOWS Matrix เป็นตารางที่วิเคราะห์ข้อมูลจาก จุดแข็ง จุดอ่อนโอกาสและอุปสรรคเพื่อกำหนดออกมาเป็นกลยุทธ์ต่างๆ

การระบุจุดแข็ง จุดอ่อนโอกาสและอุปสรรคโดยที่การประเมินสภาพแวดล้อม ที่เป็นการระบุให้เห็นถึงจุดแข็งและจุดอ่อนจะเป็นการประเมินภายในองค์การ ส่วนการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นโอกาสและอุปสรรคจะเป็นการประเมิน ภายนอกองค์การ ดังนั้นประสิทธิผลของการกาหนดกลยุทธ์ที่ใช้ TOWS Matrix นี้จะขึ้นอยู่กับความสามารถในการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรคที่ละเอียด เพราะถ้าวิเคราะห์ไม่ละเอียดอาจจะทำให้กลยุทธ์ที่ได้ไม่ประสบความสำเร็จ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างจุดแข็งกับโอกาส จุดแข็งกับอุปสรรค จุดอ่อนกับ โอกาสและจุดอ่อนกับอุปสรรคซึ่งผลของการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ในข้อมูลแต่ละคู่ดังกล่าว ทำให้เกิดยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภท คือ

กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมิน สภาพแวดล้อมที่เป็นจุดแข็งและโอกาสมาพิจารณาร่วมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนด เป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ในเชิงรุก

กลยุทธ์เชิงป้องกัน(ST Strategy) ได้มาจากการนาข้อมูลการประเมิน สภาพแวดล้อมที่เป็นจุดแข็งและอุปสรรคมาพิจารณาร่วมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ในเชิงป้องกันเนื่องจากองค์การมีจุดแข็งและประสบกับสภาพแวดล้อมที่ขึ้น จากภายนอกแต่องค์กรมารถใช้จุดแข็งที่ มีอยู่ป้องกันจากภายนอกได้

กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy) ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมิน สภาพแวดลอ้ มที่เป็นจุดอ่อนและโอกาสมาพิจารณาร่วมกันเพื่อที่จะนำมากำหนด เป็นยุทธ์ศาสตร์หรือกลยุทธ์ในเชิงแก้ไข ทั้งนี้เนื่องจากองค์การมีโอกาสที่จะนำแนวคิดหรือวิธีใหม่ๆมาใช้ในการแก้ไขจุดอ่อนที่องค์การมีอยู่ได้

กลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategy) ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมิน สภาพแวดล้อมที่เป็นจุดอ่อนและอุปสรรคมาพิจารณาร่วมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธ์ศาสตร์หรือกลยุทธ์ในเชิงรับ ทั้งนี้เนื่องจากองค์การเผชิญกับทั้งจุดอ่อนและอุปสรรคภายนอกที่องค์การไม่สามารถควบคุมได้

บริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน)

ตารางที่4.1.2-1 การวิเคราะห์โดยเครื่องมือ SWOT ของบริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน)

	จุดแข็ง(S) 1.จับกลุ่มลูกค้าหลากหลายระดับ 2.ขยายตลาดไปยังหัวเมืองชั้นรองระดับกลาง-ต่ำ 3.ตลาดระดับบนแสนสิริมีฐานลูกค้าที่แข็งแกร่ง	จุดอ่อน(W) 1.เนื่องจากแสนสิริมีโครงการขึ้นจำนวนมากให้อาจเกิดการไม่มีผู้รับเหมามาดำเนินการให้เป็นไปตามกำหนด
โอกาส(O) 1.ตั้งเป้ารายได้จากลูกค้าชาวต่างชาติมากขึ้นโดยขยายตลาดไปยังชาวจีน ฮ่องกง และเกาหลีใต้ อกระจายความเสี่ยงที่รายได้จะลดลง	SOเร่งรุกบุกเร็ว(Aggressive) บริษัทจับตลาดที่กว้างโดยจับทั้งลูกค้าหลายระดับ และมีการขยายตลาดไปยังหัวเมืองชั้นรองระดับกลาง-ต่ำมากขึ้น ประกอบกับตลาดจาก EECทำให้ได้ลูกค้ามากขึ้นอีกด้วย	WOตั้งรับปรับตัว(Turnaround) เนื่องจากแสนสิริมีโครงการขึ้นจำนวนมากทำให้ไม่มีผู้รับเหมามาดำเนินการให้เป็นไปตามกำหนดและมีการขยายกำลังตลาดไปยัง EEC แก้ปัญหาโดย ใช้ระบบการก่อสร้างแบบพรีคาสท์เพื่อลดการใช้แรงงาน และทำให้โครงการขึ้นได้ทันตามกำหนด
อุปสรรค(T) 1.การเพิ่มขึ้นของราคาวัสดุก่อสร้างและความผันผวนของราคาส่งผลต่อต้นทุนเกนการพัฒนาโครงการ 2.ขาดแคลนแรงงานมีมือ 3.กำไรลดลงเนื่องจากปัญหาเศรษฐกิจ	STรั้งรอจังหวะ(Defensive) แสนสิริมีการจับกลุ่มตลาดหลากหลาย แต่ประสบปัญหาขาดแคลนผู้รับเหมา หรือแรงงาน แสนสิริได้ลดความเสี่ยงดังกล่าวด้วยการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้รับเหมาและ ใช้ระบบการก่อสร้างแบบพรีคาสท์ ซึ่งจะใช้แม่พิมพ์และชิ้นงานสำเร็จรูปซึ่งผลิตจากโรงงานมาประกอบ ทำให้สามารถลดการพึ่งพาแรงงานที่มีมีมีอลงไปได้	WTเลิกราหาแผนใหม่(Retenchment) การเพิ่มขึ้นของราคาวัสดุก่อสร้างและความผันผวนของราคา ส่งผลกระทบโดยตรงต่อการพัฒนาโครงการ และอาจทำให้งานไม่เป็นตามกำหนด แสนสิริได้ตระหนักถึงความเสี่ยงดังกล่าว และมาตรการในการควบคุมและลดความเสี่ยงอันเกิดจากความผันผวนของราคาวัสดุ โดยในส่วนของการจัดซื้อวัสดุก่อสร้าง แสนสิริจัดซื้อวัสดุก่อสร้างบางรายการจากผู้ผลิตโดยตรง โดยจัดให้มีการประกวดราคา เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพ เลือกราคาที่เหมาะสมที่สุด และกำหนดราคาล่วงหน้าไว้ล่วงหน้า เพื่อลดความเสี่ยงจากการเพิ่มขึ้นของวัสดุก่อสร้าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริษัท ศุภาลัย จำกัด (มหาชน)

ตารางที่4.1.2-2 การวิเคราะห์โดยเครื่องมือ SWOT ของบริษัท ศุภาลัย จำกัด (มหาชน)

	จุดแข็ง(S) 1.บริษัทได้รับรางวัลDrive Awardเป็นองค์กรที่มีแนวทางการเติบโตโดดเด่น 2.เป็นบริษัทที่มีผลิตภัณฑ์หลากหลายทั้งในแนวราบ แนวสูง ราคาสูงไปถึงราคาต่ำ	**จุดอ่อน(W)** 1.บริษัทมีกำไรต่อหุ้นปรับลดลง10%
โอกาส(O) 1.จากโครงการECC ส่งผลเห็นเศรษฐกิจมีแนวโน้มที่จะขยายตัวมากขึ้น 2.การสร้างโครงสร้างพื้นฐานใหม่ทั้งส่วนของรถไฟฟ้า ทำให้มีโอกาสลงทุนใหม่ๆมากขึ้น 3.การลดดอกเบี้ยของธนาคารแห่งประเทศไทย ทำให้ขอกู้เงินลงทุนได้ง่ายขึ้น	**SOเร่งรุกบุกเร็ว(Aggressive)** จับตลาดที่กว้างโดยจับทั้งลูกค้าหลายระดับ และมีการขยายตลาดไปยังทาวน์เฮ้าระดับกลาง-ต่ำมากขึ้น และหาทำเลที่คุ้มค่ามากขึ้น	**WOตั้งรับปรับตัว(Turnaround)** ปรับกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อกระตุ้นยอดขาย เช่น การทำการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ การทำการตลาดแบบ direct marketing การจัดโปรโมชั่น รวมถึงการทำการตลาดเพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าต่างชาติ
อุปสรรค(T) 1.ผลกระทบจากแนวนโยบายการกำกับดูแลสินเชื่อเพื่ออยู่อาศัยทำให้ลูกค้ากู้เงินได้ยากขึ้น 2.ราคาวัสดุก่อสร้างมีการปรับตัวเพิ่มขึ้น 3.ราคาที่ดินมีการปรับตัวสูงขึ้นทำให้ต้นทุนในการดำเนินการโครงการใหม่สูงขึ้น	**STรั้งรอจังหวะ(Defensive)** ประเมินคุณสมบัติเบื้องต้นและความสามารถในการผ่อนชำระเงินกู้ของลูกค้า ตั้งแต่ช่วงที่เข้ามาซื้อโครงการไปจนถึงการขอสินเชื่อกับสถาบันการเงิน ซึ่งจะทำให้ความเสี่ยงจากการปล่อยสินเชื่อลดลง	**WTเลิกราหาแผนใหม่(Retenchment)** คัดเลือกผู้รับเหมาและผู้ผลิตวัสดุที่มีประสบการณ์และคุณภาพ จะทำให้งานมีประสิทธิภาพและไม่ขาดแคลนแรงงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

.บริษัท แลนด์แอนด์เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน)

ตารางที่4.1.2-3 การวิเคราะห์โดยเครื่องมือ SWOT ของบริษัท แลนด์แอนด์เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน)

	จุดแข็ง(S) 1.ได้มีการศึกษาวิจัยคิดค้นนวัตกรรมเพื่อการอยู่อาศัย เพื่อนำมาพัฒนาและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค 2.มีฐานลูกค้าเก่าที่หนาแน่น โดยมีการจองไว้แล้ว	**จุดอ่อน(W)** 1.โครงการที่ขายได้ดีไม่สามรถก่อสร้างได้ทันกับความต้องการของลูกค้า
โอกาส(O) 1.จากโครงการECC ส่งผลเห็นเศรษฐกิจมีแนวโน้วที่จะขยายตัวมากขึ้น 2.การสร้างโครงสร้างพื้นฐานใหม่ทั้งส่วนของรถไฟฟ้า ทำให้มีโอกาสลงทุนใหม่ๆมากขึ้น 3.การลดดอกเบี้ยของธนาคารแห่งประเทศไทย ทำให้ขอกู้เงินลงทุนได้ง่ายขึ้น	**SOเร่งรุกบุกเร็ว(Aggressive)** มีการขยายตลาด ขยายฐานลูกค้าและ ให้ความสำคัญกับการดำเนินงานในด้านนวัตกรรมเพื่อการอยู่อาศัยเพื่อตอบโจทย์ของการอยู่อาศัยที่มีคุณภาพที่ดี	**WOตั้งรับปรับตัว(Turnaround)** แก้ไขการดำเนินงานด้านการตลาดและการขายเป็นไปในลักษณะการขายล่วงหน้าโดยการกำหนดระยะเวลาของบ้านที่นำมาขายล่วงหน้า ต้องเป็นบ้านที่สร้างจะแล้วเสร็จภายใน3เดือน และบ้านทุกหลังต้องผ่านการตรวจสอบคุณภาพ
อุปสรรค(T) 1.ผลกระทบจากแนวนโยบายการกำกับดูแลสินเชื่อเพื่ออยู่อาศัยทำให้ลูกค้ากู้เงินได้ยากขึ้น 2.ราคาวัสดุก่อสร้างมีการปรับตัวเพิ่มขึ้น 3.ราคาที่ดินมีการปรับตัวสูงขึ้นทำให้ต้นทุนในการดำเนินการโครงการใหม่สูงขึ้น	**STรั้งรอจังหวะ(Defensive)** ลดต้นทุนโดยจัดหาวัตถุดิบในการก่อสร้างเอง เช่น เหล็กเส้น สุขภัณฑ์ ซึ่งราคาถูกกว่าการจัดซื้อของผู้รับเหมา	**WTเลิกราหาแผนใหม่(Retenchment)** คัดเลือกผู้รับเหมาและผู้ผลิตวัสดุที่มีประสบการณ์และคุณภาพ จะทำให้งานมีประสิทธิภาพและผลิตได้ทันเวลาที่ต้องใช้งาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริษัท เอพี (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน)

ตารางที่4.1.2-4 การวิเคราะห์โดยเครื่องมือ SWOT ของบริษัท เอพี (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน)

	จุดแข็ง(S) 1.มีทิศทางธุรกิจอย่างคิดสร้างสรรค์ 2.ตอบสนองไวต่อความต้องการลูกค้า 3.ผู้บริหารมีศักยภาพสูงโดยมีรางวัลการันตี 4.มีธุรกิจหลากหลาย	**จุดอ่อน(W)** 1.มียอดหนี้สินคงค้างจำนวนมาก
โอกาส(O) 1.การสร้างโครงสร้างพื้นฐานใหม่ทั้งส่วนของรถไฟฟ้าและสนามบิน. 2.การลดดอกเบี้ยของรัฐบาล	**SOเร่งรุกบุกเร็ว(Aggressive)** กระจายธุรกิจในอุตสาหกรรมใหม่ๆ เนื่องจากมีความคิดสร้างสรรค์และธนาคารลดดอกเบี้ยจึงสามารถเพิ่มธุรกิจได้ S2ตอบสนองไวต่อความต้องการลูกค้า	**WOตั้งรับปรับตัว(Turnaround)** สร้างโครงการใหม่ให้มากขึ้นเพื่อกำไรที่มากขึ้น เนื่องจากมีหนี้สินมากและธนาคารลดดอกเบี้ย
อุปสรรค(T) 1.มาตรการกำกับดูแลสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารแห่งประเทศไทย 2.สงครามการค้าระหว่า งสหรัฐอเมริกาและจีนรวมถึง การถดถอยของเศรษฐกิจโลกจะทำ ให้อุป สงค์ ลูกค้าต่างชาติลดลง	**STรั้งรอจังหวะ(Defensive)** เฟ้นหาแรงงานที่มีประสิทธิภาพสูง เนื่องจากบริษัทสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดี และ แรงงานฝีมือหายาก	**WTเลิกราหาแผนใหม่ (Retenchment)** ลดแรงงานที่ไม่จำเป็นออกเพื่อลดค่าใช้จ่าย เนื่องจากบริษัทมีหนี้สินและค่าใช้จ่ายมากรวมถึงเศรษฐกิจที่ถดถอย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริษัท บางกอกแลนด์ จำกัด (มหาชน)

ตารางที่4.1.2-5 การวิเคราะห์โดยเครื่องมือ SWOT ของบริษัท บางกอกแลนด์ จำกัด (มหาชน)

	จุดแข็ง(S) 1.มีประสบการณ์อย่างยาวนานในตลาดอสังหาริมทรัพย์ 2.ผู้นำเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องในประเทศและต่างประเทศอย่างดี 3.พนักงานงานมีจริยธรรมและถูกต้องในอาชีพ	**จุดอ่อน(W)** 1.ประธานกรรมการกับประธานฝ่ายบริหารเป็นคนเดียวกัน ผู้บริหารระดับสูงครอบครัวเดียวกัน
โอกาส(O) 1.แผนพัฒนา EEC 2.การลดต่ำลงของดอกเบี้ย. 3.ราคาที่ดินเพิ่มขึ้นในบริเวณที่มีอยู่	**SOเร่งรุกบุกเร็ว(Aggressive)** สร้างโครงการใหม่เพื่อต้อนรับชาวต่างชาติที่เข้ามา เนื่องจากต่างชาติเข้ามาทำธุรกิจมากขึ้นและบริษัทมีประสบการณ์มากในตลาด	**WOตั้งรับปรับตัว(Turnaround)** **ปรับการออกแบบให้ทันสมัยมากขึ้น เนื่องจากรูปแบบบ้านของบริษัทไม่ค่อยทันสมัย เศรษฐกิจถดถอยจึงต้องพัฒนาให้มากขึ้น**
อุปสรรค(T) 1.ธนาคารแห่งประเทศไทยปรับเงินดาวน์. 2.หนี้ภาคครัวเรือนอยู่ระดับสูง	**STรั้งรอจังหวะ(Defensive)** นำเข้าวัสดุที่มีต้นทุนต่ำมาจากต่างประเทศ เนื่องจากเข้าใจธุกิจทั้งไทยและต่างประเทศอย่างดีและวัสดุในประเทศราคาสูง พนักงานงานมีจริยธรรมและถูกต้องในอาชีพ	**WTเลิกราหาแผนใหม่(Retenchment)** จ้างบุคคลภายนอกที่ไม่เกี่ยวข้องมาตรวจสอบอย่างเข้มงวด เนื่องจากผู้บริหารมีแต่คนในครอบครัว จึงควรสร้างความเข้มงวดมากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.2.6.บริษัท แอล.พี.เอ็น.ดีเวลลอปเมนท์ จำกัด (มหาชน)

ตารางที่4.1.2-6 การวิเคราะห์โดยเครื่องมือ SWOT ของบริษัท แอล.พี.เอ็น.ดีเวลลอปเมนท์ จำกัด (มหาชน)

	จุดแข็ง(S)	**จุดอ่อน(W)**
	1.ใช้หลัก classic เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ 2.มีรายได้ประจำเพิ่มเติมจากการปล่อยเช่า 3.เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย 4.ราคาต่ำกว่าคู่แข่ง	1.มีหนี้สินและภาระผูกพัน 2.มีความไม่แน่นอนของกลุ่มลูกค้า
โอกาส(O) 1.การสร้างโครงสร้างพื้นฐานใหม่ทั้งส่วนของรถไฟฟ้า. 2.การมีแผนการวางผังเมืองใหม่.	**SOเร่งรุกบุกเร็ว(Aggressive)** หารายได้เพิ่มจากการปล่อยเช่าให้ชาวต่างชาติ เนื่องจากมีธุรกิจการปล่อยเช่าและต่างชาติเข้ามามากขึ้น	**WOตั้งรับปรับตัว(Turnaround)** **หากลุ่มลูกค้าที่แน่นอนของตัวเอง เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายยังไม่ค่อยชัดเจน และต่างชาติเข้ามาจึงควรโฟกัสที่กลุ่มลูกค้าให้แน่นอน**
อุปสรรค(T) 1.ความไม่มั่นคงทางการเมือง. 2.อุปสงค์ของผู้บริโภคลดลง. 3.การเพิ่มของต้นทุน	**STรั้งรอจังหวะ(Defensive)** สร้างธุรกิจใหม่ๆต่างอุตสาหกรรม เนื่องจากราคาต่ำกว่าบริษัทอื่น ทำให้สามารถนำต้นทุนไปพัฒนาได้ และตลาดอสังหาริมทรัพย์ตอนนี้ไม่ค่อยดี	**WTเลิกราหาแผนใหม่(Retenchment)** หาวัสดุที่มีต้นทุนต่ำมาทดแทน เนื่องมีปัญหาหนี้สินและภาระเยอะ ประกอบกับต้นทุนวัสดุราคาสูง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.2.7. บริษัท ออริจิ้น พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน)

ตารางที่4.1.2-7 การวิเคราะห์โดยเครื่องมือ SWOT ของบริษัท ออริจิ้น พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน)

	จุดแข็ง(S)	**จุดอ่อน(W)**
	1.เป็นบริษัทที่มีอัตราการเติบโตของรายได้แบบก้าวกระโดดรายได้โต 5 เท่าใน3ปี 2.เป็นผู้นำในตลาดกลุ่มคอนโดและแบรนด์ที่คนรุ่นใหม่ชอบอย่าง park origin 3.มีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายและมีดีไซต์ที่สวยงามเป็นเอกลักษณ์ 4.มีอัตราการทำกำไรสุทธิสูงกว่าค่าเฉลี่ย(20%)	1.บริษัทมีหนี้สินต่อทุนเยอะอาจจะมีปัญหาด้านสภาพคล่อง 2.มีสัดส่วนของคอนโดเป็นรายได้หลักเกินกว่า 60 %
โอกาส(O) 1.การเพิ่มขึ้นของรถไฟฟ้าสายต่างๆทำให้มีพื้นที่ใหม่ๆ 2.การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนที่ชอบอยู่คอนโดมากขึ้น 3.การเปิดEECทำให้เกิดตลาดใหม่กับบริษัท	**SOเร่งรุกบุกเร็ว(Aggressive)** มองเห็นตลาดใหม่อย่างEEC และเป็นเจ้าแรกที่เข้าไปทำหาแหล่งCBDใหม่ๆส่งผลให้ทางบริษัทได้ต้นทุนค่าที่ดินที่ต่ำ การร่วมทุนกับบริษัทต่างชาติมากขึ้น(joint venture)	**WOตั้งรับปรับตัว(Turnaround)** บริษัทมีหนี้สินต่อทุนเยอะทำให้มีภาระดอกเบี้ยสูงแต่บริษัทเป็นบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ จึงสามารถเพิ่มทุนหรือการออกหุ้นกู้จึงทำให้บริษัทมีต้นทุนทางการเงินที่ดีกว่าบริษัทนอกตลาดหลักทรัพย์
อุปสรรค(T) 1.การเพิ่มขึ้นของหนี้ครัวเรือนของประชากรไทยทำให้กำลังซื้อลดลง 2.สังคมผู้สูงอายุทำให้demandลดลงภาคอุตสาหกรรมก่อสร้าง	**STรั้งรอจังหวะ(Defensive)** การที่คนไทยมีหนี้สินครัวเรือนที่สูงแต่ทางoriginจึงปรับกลยุทธ์โรส่วนของกลุ่มลูกค้าที่ยังมีกำลังซื้อสูงอยู่เช่นกลุ่ม First jobber ที่ยังมีความต้องการที่สูงและมีกำลังซื้อหรือกู้ได้ง่าย	**WTเลิกราหาแผนใหม่(Retenchment)** ใช้กลยุทธ์การลดการเปิดโครงการแนวสูงมาเพิ่มสัดส่วนของแนวราบเนื่องจากการมีsupplyของคนโดที่ค้างอยู่ในตลาดสูง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริษัท ควอลิตี้เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน)

ตารางที่4.1.2-8 การวิเคราะห์โดยเครื่องมือ SWOT ของบริษัท ควอลิตี้เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน)

	จุดแข็ง(S)	**จุดอ่อน(W)**
	1.มีการกระจายตัวของรายได้หลายส่วนไม่พึ่งพาผลิตภัณฑ์ตัวใดตัวหนึ่ง 2.มีpartnerที่แข็งแกร่งอย่าง ธนาคารLH bank หรือ homepro 3.เป็นบริษัทเก่าแก่ผ่านวิกฤตมาแล้วหลายครั้ง 4.มีชื่อเสียงด้านคุณภาพของงานมีมาตรฐานที่ดี 5.เป็นบริษัทที่มีหนี้น้อยมีอัตรากำไรสุทธิสูงกว่าค่าเฉลี่ย20%	1.บริษัทมีหนี้สินต่อทุนเยอะอาจจะมีปัญหาด้านสภาพคล่อง 2.มีสัดส่วนของคอนโดเป็นรายได้หลักเกินกว่า 60 %
โอกาส(O) 1.การที่รายได้ของคนในต่างจังหวัดมากขึ้นทำให้บริษัทมีโอกาสขยายโครงการได้มากยิ่งขึ้น 2.การลดลงของดอกเบี้ยสินเชื่อบ้านและการส่งเสริมการซื้อบ้านของรัฐบาล	**SOเร่งรุกบุกเร็ว(Aggressive)** การกระจายการลงทุนไปตามต่างจังหวัดมากขึ้นเนื่องจากบริษัทมีแบรนด์เป็นที่รู้จักและมีความน่าเชื่อถือสูง	**WOตั้งรับปรับตัว(Turnaround)** การเปลี่ยนรูปแบบการดีไซต์ของProductให้ทันสมัยตอบโจทย์คนรุ่นใหม่มากขึ้น
อุปสรรค(T) 1.ปัญหาหนี้สินครัวเรือนของคนไทยที่เพิ่มขึ้น 2.การขาดแคลนผู้รับเหมาและแรงงานที่มีฝีมือและการเพิ่มขึ้นของค่าแรงของคนงาน 3.การแข่งขันที่รุนแรงในอุตสาหกรรม	**STรั้งรอจังหวะ(Defensive)** บริษัทมีหนี้สินต่อทุนน้อย(d/e ratio)ทำให้สามารถลดราคาของตัวผลิตภัณฑ์สินค้าเพื่อกระตุ้นยอดขายได้หรือการทำโปรโมชั่นร่วมกันกับHomeproหรือกับLH bank จึงเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ได้	**WTเลิกราหาแผนใหม่(Retenchment)** ใช้กลยุทธ์การใช้เทคโนโลยีเพื่อลดค่าใช้จ่ายของบริษัทหรือการสร้างความแตกต่างอย่างระบบ supply chain

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.2.9.บริษัท พฤกษา เรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน)

ตารางที่4.1.2-9 การวิเคราะห์โดยเครื่องมือ SWOT ของบริษัท พฤกษา เรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน)

	จุดแข็ง(S)	**จุดอ่อน(W)**
	1.เป็นบริษัทขนาดใหญ่และมีประวัติยาวนานเข้าใจอุตสาหกรรมเป็นอย่างดี 2.มีโรงงานทำพรีแคสเป็นของตัวเอง ผู้บริหารเก่งมองเห็นโอกาสเป็นเจ้าแรกที่ทำระบบพรีแคส 3.บริษัทมีชื่อเสียงคนทั่วไปรู้จักดี 4.ร่วมมือกับscgพัฒนาวัสดุก่อสร้างใหม่ๆ	1.อัตราการทำกำไรต่ำ (10-12%) 2.บริษัทมีขนาดใหญ่ปรับเปลี่ยนให้ทันสมัยได้ช้า 3.การออกแบบยังไม่ทันสมัย
โอกาส(O) 1.การลดลงของดอกเบี้ยและมาตรการกระตุ้นอสังหาของรัฐบาล 2.การเพิ่มขึ้นของโครงงสร้างพื้นฐานของประเทศทำให้คน	**SOเร่งรุกบุกเร็ว(Aggressive)** การมีโรงงานprecastของตนเองทำให้ลดต้นทุนค่าวัสดุหรือสามารถควบคุมการผลิตให้เป็นไปตามdemandแข่งขันทางด้านราคากับคู่แข่งได้	**WOตั้งรับปรับตัว(Turnaround)** การเริ่มทำการตลาดแบบdigitalมากยิ่งขึ้นเนื่องจากบริษัทมbrandเพื่อช่วยระบายstockและเจาะกลุ่มคนรุ่นใหม่มากยิ่งขึ้น
อุปสรรค(T) 1.ปัญหาการที่เศรษฐกิจชะลอตัวทำให้กำลังซื้อลดลง 2.การที่มีการเปิดโครงการมากทำให้เกิดsupplyส่วนเกินการแข่งขันที่รุนแรงในอุตสาหกรรม	**STรั้งรอจังหวะ(Defensive)** มุ่งเน้นกลยุทธ์เจาะกลุ่มลูกค้าที่เป็นเรียลดีมานด์ที่ไม่ทำให้เกิดหนี้เสียแก่บริษัทไม่ทิ้งจองหรือไปจับกลุ่มคนที่ยังมีกำลังซื้อสูง	**WTเลิกราหาแผนใหม่ (Retenchment)** การกระจายการลงทุนไปในรายได้ส่วนที่เป็นrecuring incomeอย่างเช่นโรงแรม สำนักงานให้เช่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2 ผลการศึกษากลยุทธ์ของผู้ประกอบการและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้กลยุทธ์จากแบบบันทึก ข่าวอสังหาริมทรัพย์

4.2.1 ปัจจัยเชิงบวก

ปัจจัยบวกคือ ปัจจัยหรือเหตุการณที่เป็นผลดีต่อตัวบริษัทในด้านต่างๆทำให้บริษัทได้รับประโยชน์จากเหตุการณ์นั้นๆไม่ว่าจะด้าน ภาพลักษณ์ ยอดขายหรือการทำกำไรของบริษัท

การเมือง	เทคโนโลยี	เศรษฐกิจ	สิ่งแวดล้อม	สังคมและวัฒนธรรม
-คลังถกชิมช้อปใช้เฟส 2 ให้ลงทะเบียนกลางวันเก็บตกเฟส1 ถึง15พ.ย. -ดัชนีภาคอสังหาฟื้นแล้ว เชื่อมั่นฝีมือรัฐบาลบิ๊กตู่ -คอลัมน์ แฟ้มข่าว: มาตรการรัฐหนุนอสังหาฯคึกคัก -เกาะติดมาตรการรัฐกระตุ้นอสังหาฯโค้งสุดท้ายปี62 -ค่าโอน-จดจำนอง 0.01% พลิกฟื้นอสังหาฯ ปี 63 โต 5% -อสังหาฯ ลุยเปิดโครงการใหม่ ชี้' มาตรการรัฐ'หนุนเร่งระบายสต็อก	-นายกฯสั่ง-เร่งแจ้งเกิดตั้งบอร์ด 5จี	-เอกชนยิ้มรับรัฐลดค่าโอน-จดจำนอง -ทุนสิงคโปร์โฟกัสโครงการแนวราบ -ทุนต่างชาติ ไม่หวั่น LTV แห่ซื้อที่-เปิดโครงการ -ประกันชีวิต ขยับลงทุนอสังหาธุรกิจประกันชีวิตดิ้นปรับพอร์ตลงทุนลุยอสังหาฯ -นานาจิตตัง แบงก์ชาติปลดล็อก 'กู้ร่วม ไม่มีกรรมสิทธิ์' -Top 5 ราคาที่ดินทำเลกลางเมือง วิทยุ เพลินจิต หลังสวน ราคาเสนอขายนำ		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2.2 ปัจจัยเชิงลบ

ปัจจัยลบคือ ปัจจัยหรือเหตุการณที่เป็นผลเสียต่อตัวบริษัทในด้านต่างๆทำให้บริษัทได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์นั้นๆไม่ว่าจะด้าน ภาพลักษณ์ ยอดขายหรือการทำกำไรของบริษัท

การเมือง	เทคโนโลยี	เศรษฐกิจ	สิ่งแวดล้อม	สังคมและวัฒนธรรม
-ปรับแผนขายคอนโด ฯ ทยอยขาย แทนต่อคิว -ปรับแผนขายคอนโด ฯ ทยอยขาย แทนต่อคิว -แอสเซทไวส์ จี้รัฐกระตุ้นศก. ดันตลาดอสังหาฯครึ่งปีหลัง -ภาษีที่ดินฯดับแรงซื้อลงทุนคอนโด -มาตรการรัฐ ปลดล็อกสต๊อกบ้าน ลดวูบ *50%* -แอลทีวี ฉุดเจนเอ็กซ์-วายชะลอซื้ออสังหาฯ กระทบโอน-ธปท.ชี้อสังหาฯปีหน้ายังเหนื่อย		*-LTV*ดันชัพพลายท่วม คอนโดถูกรีเจ็กต์ ทิ้งดาวน์กลับสู่ตลาด -คอนโด-ทาวน์เฮ้าส์ ล้นตลาด วอนรัฐบาลออกมาตรการกระตุ้นกำลังซื้อ -อสังหารอบกรุงขายไม่ออก*6*แสนล้าน! ทาวน์เฮาส์ย่านบางใหญ่เหลือเยอะสุด -อสังหาฯสต็อกล้น*1.5* แสนยูนิต อัตราดูดซับต่ำสุดรอบ *5* ปี - ส่อฉุดตลาดปี *63* ติดลบ -สต๊อก *6.7* แสนล.ค้ำคอดีเวลลอปเปอร์ อสังหาฯปี*63* ติดลบ -คอลัมน์ จับกระแส: ตลาดอสังหาฯ ปีหน้าปีแห่งการระบายสต็อก	-วิกฤตไวรัสร้ายโคโรนาลามอสังหาฯไทย	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2.3 ข่าวที่สำคัญที่ส่งผลกระทบต่อตลาดอสังหาริมทรัพย์ในช่วงเวลาดังต่อไปนี้

สิงหาคม 2562

- อสังหาฯ รายได้ลด LTV กระทบรุนแรง (ข่าวเดือนสค.ลำดับที่10 ในภาคผนวก ก.)

กันยายน 2562

- อสังหาฯทรุดหนักลบ 7% (ข่าวเดือนกย.ลำดับที่10 ในภาคผนวก ก.)

ตุลาคม 2562

- LTV ดันซัพพลายท่วม คอนโดถูกรีเจ็กต์ ทิ้งดาวน์กลับสู่ตลาด (ข่าวเดือนตค.ลำดับที่1 ในภาคผนวก ก.)
- เอกชนยิ้มรับรัฐลด ค่าโอน-จดจำนอง (ข่าวเดือนตค.ลำดับที่14 ในภาคผนวก ก.)

พฤศจิกายน 2562

- ต่างชาติไม่หวั่น LTV แห่ซื้อที่-เปิดโครงการ (ข่าวเดือนพย ลำดับที่6 ในภาคผนวก ก.)
- รัฐอุ้มเงินดาวน์ ล้างสต๊อกบ้าน (ข่าวเดือนพย ลำดับที่20 ในภาคผนวก ก.)

ธันวาคม 2562

- บ้านดีมีดาวน์ ปลุกตลาดคึก-อสังหาฯแจมโปรโมชั่น (ข่าวเดือนธค. ลำดับที่10 ในภาคผนวก ก.)

มกราคม 2563

- อสังหาฯปี63 วูบหวังมาตรการรัฐช่วยฟื้น (ข่าวเดือนมค. ลำดับที่1 ในภาคผนวก ก.)
- วิกฤตไวรัสร้ายโคโรน่าลามอสังหาฯไทย (ข่าวเดือนมค. ลำดับที่20 ในภาคผนวก ก.)

4.3 ผลการศึกษาปัจจัยภายนอกโดยเครื่องมือ STEEP factors

4.3.1.เรื่องนโยบายและการเมือง

มาตรการ LTV กระทบโดยตรงต่อกำลังซื้ออสังหาริมทรัพย์ในตลาดในปี 2562 ในขณะที่ปัจจัยทางการเมืองการเลือกตั้งไม่ได้ส่งผลกระทบโดยตรงต่อธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ฯ แต่การจัดตั้งรัฐบาลที่ล่าช้าส่งผลให้เกิดความล่าช้าในการใช้จ่ายงบประมาณปี 2563 ที่ไม่สามารถใช้จ่ายได้ตามรอบของปีงบประมาณที่เริ่มต้นในเดือนตุลาคม2562-กันยายน 2563 ส่งผลกระทบโดยตรงต่อภาวะเศรษฐกิจ และกำลังซื้อภายในประเทศที่ลดลง

4.3.2.เรื่องเทคโนโลยี

การเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีต่างๆ ที่เข้ามามีผลต่อกลุ่มผู้พัฒนาอสังหา เช่น นวัตกรรมใหม่ๆ เอไอ ซื้อขายออนไลน์การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาที่ผ่านมาเป็นปัจจัยบวกในการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์โดยธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ได้นำเอาเทคโนโลยีการออกแบบผ่านปัญญาประดิษฐ์(Artificial

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Intelligence หรือ Al) ร่วมถึงเทคโนโลยี BIM(Building Information Modeling) มาช่วยในการออกแบบโครงการ ทำให้การออกแบบมีความแม่นยำในการใช้วัตถุดิบ ลดอัตราการใช้วัตถุดิบในการก่อสร้าง ลดปริมาณขยะในพื้นที่ก่อสร้าง และช่วยในการบริหารจัดการต้นทุนการก่อสร้างได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

นอกจากประโยชน์การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการก่อสร้างแล้ว บริษัทยังนำเอาเทคโนโลยีมาช่วยสนับสนุนงานออกแบบและการตลาดโดยการนำเอาข้อมูล Big data มาใช้ในการวิคราะห์ว่ามีความต้องกาของลูกค้าสู่งานออกแบบที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า รวมถึงการทำตลาดแบบเข้าถึงลูกค้าผ่านดิจิทัล แพลตฟอร์มทำให้บริษัทสามารถขยายฐานลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

4.3.3.เรื่องเศรษฐกิจ

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจในปีที่ผ่านมาจีดีพีต่ำ กำลังซื้อลด การลดลงของนักลงทุนจากต่างชาติมีผลกระทบต่อยอดขายกลุ่มอสังหาริมทรัพย์ ค่าเงินบาทแข็งตัวปัญหาหนี้ครัวเรือนที่มากขึ้นปี 2562 เป็นปีที่เศษฐกิจโลกชะลอตัว ผลกระทบจากสงครามการค้าระหว่างสหรัฐอมริกา และจีน โดยธนาคารโลกประมาณว่าเศรษฐกิจโลกปี 2562 จะมีอัตราหารเติบโตไม่เกินร้อยละ 25 ส่งผลโดยตรงต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยโดยเฉพาะภาคการส่งออกที่คิดเป็นสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 60 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ(GrossDomestic Products; GDPS) ที่มีแนวโมติดลบ ประกอบกับการใช้จ่ายภาครัฐชะลอตัวผลจากการไม่สามารถเบิกจ่ายงบประมาณได้ตามเป้าหมายที่วางไว้ ส่งผลให้เศรษฐกิจประเทศไทยในปี 2562 มีอัตราการเติบโตเพียงร้อยละ 24 ซึ่งต่ำกว่าการคาดการณ์ที่วางไว้ว่าจะมีอัตราการเติบโตไม่น้อยกว่าร้อยละ 2.5การเติบโตที่ลดลงของเศรษฐกิจไทยผนวกกับการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก ในขณะเดียวกันภาระหนี้ครัวเรือนที่ยังคงอยู่ในสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 79.1 ของต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product GDP,แบ่งเป็นหนี้ส่วนบุคคลสูงสุดร้อยละ 34 หนี้อยู่อาศัยร้อยละ 33 หนี้เพื่อธุรกิจร้อยละ 18 หนี้ยานยนต์ร้อยละ 12 และหนี้บัตรเครดิตร้อยละ 3 ในปี 2562 ตามรายงานของธนาคารแห่งประทศไทย พบว่า ผู้มีภระหนี้รวมทุกประเภทสินเชื่ออยู่ที่ 552,489 บาท คนเพิ่มขึ้นร้อยละ4จากปี2552และ เพิ่มขึ้นร้อยละ6.3 เมื่อเทียบกับปี2561 ส่งผลให้กำลังซื้อในประเทศลดลงและสถาบันการเงินเข้มงวดในการปล่อยสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยเพิ่มขึ้น เป็นผลมาจากมาตรการกำกับดูแลสินเชื่อที่อยู่อาศัยและสัดส่วนหนี้ไม่ก่อให้เกิดรายได้ของสถาบันการเงินขยับเพิ่มขึ้นจากร้อยละ2.96ในงวด9 เดือนแรกปี2561 เป็นร้อยละ3.01 ในงวด 9 เดือนแรกปี 2562 สัดส่วนหนี้ไม่ก่อให้เกิดรายที่เพิ่มสูงขึ้นบางส่วนเป็นผลจากลูกหนี้รายใหญ่ในภาคอสังหาริมทรัพย์และสินเชื่อผู้ประกอบการขนาดกลางและเล็ก ทำให้สถาบันการเงินมีการปฏิเสธการปล่อยสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยในปี 2562 ถึงร้อยละ 40 สูงกว่าอัตราเฉลี่ยที่อยู่ที่ร้อยละ 20 ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาในขณะเดียวกันกำลังซื้อจากต่างประเทศซึ่งเป็นตลาดที่กระตุ้นธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในปี 2561 ให้มีอัตราการเติบโตสูง มีแนวโน้มลดลงในปี 2562 ตามรายงานของธนาคารแห่งประเทศไทยระบุว่า ในปี 2561 มียอดเงินโอนระหว่างประเทศเพื่อซื้อสังหริมทรัพย์ ในประเทศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ไทยทั้งสั้น 100,000 ล้านบาท ในขณะพี่ใน8 เตือนแรกปี 2562 สิ้นสุดวันที่ 31สิงหาคม 2562 อยู่ที่ 30, 000 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 50 จากยอดโอน 6.000 ล้านบาทในระยะเดียวกันของปี 2561 และคาคว่าแนวโน้มการโอนเงินระหว่างประเทศเพื่อซื้ออสังหาริมทรัพย์ในประเทศจะไม่เกิน 5000 ล้านบาทในปี 2562หรือลดลงร้อยละ 50 เมื่อเทียบกับปี2561ปัจจัยดังกล่าวส่งผลกระทบโดยตรงต่อตลาดอสังหาริมทรัพย์ในปี 2562 ทำให้ตลาดมีมูลค่าลดลงเมื่อเทียบกับปี2561

4.3.4.เรื่องสิ่งแวดล้อม

ปีที่ผ่านมา มีเหตุการณ์ที่สำคัญคือ pm 2.5 มีผลกระทบกับบริษัทอสังหาริมทรัพย์ที่ให้ความสำคัญกับประเด็นในเรื่องสิ่งแวดล้อม ตั้งแต่การวางแผนการก่อสร้างโดยคำนึงถึงสภาพแวดล้อมและชุมชนโดยรอบ การบริหารจัดการยะจากการก่อสร้างภายใต้แนวคิดของการบริหารจัดการไปสู่แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน(Crcular Economy)การออกแบบโครงการภายใต้แนวคิดที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ประหยัดพลังงน และสร้างสมดุลย์ในการอยู่อาศัยในช่วงที่เกิดภาวะฝุ่น PM 2.5 บริษัทมีส่วนรวมในการแก้ไขปัญหาด้วยกาฉีดน้ำจากอาศารสูงเพื่อช่วยลดปริมาณฝุ่นPM 2.5 ในระบบ และในขณะเดียวกันบริษัทมีการบริหารจัดการพื้นที่ก่อสร้างให้ลดปริมาณฝุ่นสู่สภาพแวดส้อม

4.3.5.เรื่องสังคม

การลงทุนโครงสร้างพื้นฐานของกาครัฐโดยฉพาะระบบรถไฟฟ้า ส่งผลโดยตรงต่อธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ฯ และบริษัทในฐานะที่เงินผู้ประกอบการอสังหริมทรัพย์รายหนึ่งในตลาด เพราะกาพัฒนาครงสร้างพื้นฐาน โดยเฉพาะระบบรถไฟฟ้า ทำให้ผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์ รวมถึงบริษัท สามารถที่จะขยายพื้นที่ในการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ไปตามแนวรถไฟฟ้า เนื่องจาการที่รถไฟฟ้าสามารถเชื่อมต่อการเดินทางจากที่อยู่อาศัยไปยังแหล่งงานได้ที่ขึ้นทำให้ผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์ สามารถกระจายการลงทุนพัฒนาที่อยู่อาศัยไปในแนวรถไฟฟ้าโดยรอบแทนที่จะกระจุกตัวอยู่ในย่านธุรกิจที่สำคัญๆ เหมือนในอดีตการมีรถไฟฟ้าและระบบสาธารณูปโภคอย่างถนน หรือทางต่วนที่เชื่อมต่อการเดินทางจากพื้นที่รอบนอกกรุงเทพฯ เข้าสู่ใจกลางเมือง ทำให้ผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์ สามารถขยายพื้นที่ในการพัฒนาโครงการได้มากขึ้น การลงทุนในระบบรถไฟฟและระบบสาธารณูปโภค เป็นการเปิดหน้าดินใหม่ให้กับผู้ประกอบการในการพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัย ที่ตอบโจทย์การขยายตัวของเมืองได้ดียิ่งขึ้นอย่างไรก็ตามการขยายของแนวรถไฟฟ้าแต่ละเส้นทาง ส่งผลให้ราคาที่ดินโดยรอบพื้นที่ขยับราคาสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้รูปแบบการพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัย ต้องปรับตัวเผื่อรองรับกับตันทุนที่สูงขึ้น ในขณะที่กำลังซื้อในตลาดมีจำกัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

การสำรวจและวิเคราะห์งานวิจัยนี้ สามารถสรุปได้ว่าคุณลักษณะของบริษัท ปัจจัยภายนอกมีผลต่อการกาหนดและเลือกใช้กลยุทธ์ของผู้ประกอบการ และได้นาเสนอกลยุทธ์ของผู้ประกอบการ กลยุทธ์ระดับองค์กร และปัจจัยภายนอกที่ผู้ประกอบการคำนึงถึงในการเลือกใช้กลยุทธ์ โดยสามารถสรุป

5.1การสำรวจและวิเคราะห์กลยุทธ์ของบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ผ่านโมเดล TOWS

จากการสำรวจและวิเคราะห์กลยุทธ์ของบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ชั้นนำโดยวิเคราะห์จาก TOWS matrix แต่ละบริษัทมีกลยุทธ์ต่างกัน ดังนี้

บริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) มีกลยุทธ์Aggressiveคือบริษัทจับตลาดที่กว้างโดยจับทั้งลูกค้าหลายระดับ และมีการขยายตลาดไปยังทาวน์เฮ้าระดับกลาง-ต่ำมากขึ้น ประกอบกับตลาดจากEECทำให้ได้ลูกค้ามากขึ้นอีกด้วย กลยุทธ์Turnaroundคือเนื่องจากแสนสิริมีโครงการขึ้นจำนวนมากทำให้ไม่มีผู้รับเหมามาดำเนินการให้เป็นไปตามกำหนดและมีการขยายกำลังตลาดไปยังEEC แก้ปัญหาโดย ใช้ระบบการก่อสร้างแบบพรีคาสท์เพื่อลดการใช้แรงงาน และทำให้โครงการขึ้นได้ทันตามกำหนด กลยุทธ์Defensiveคือแสนสิริมีการจับกลุ่มตลาดหลากหลาย แต่ประสบปัญหาขาดแคลนผู้รับเหมา หรือแรงงาน แสนสิริได้ลดความเสี่ยงดังกล่าวด้วยการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้รับเหมาและ ใช้ระบบการก่อสร้างแบบพรีคาสท์ ซึ่งจะใช้ผนังและชิ้นงานสำเร็จรูปซึ่งผลิตจากโรงงานมาประกอบ ทำให้สามารถลดการพึ่งพาแรงงานที่มีผีมือลงไปได้ และกลยุทธ์Retenchmentคือการเพิ่มขึ้นของราคาวัสดุก่อสร้างและความผันผวนของราคา ส่งผลกระทบโดยตรงต่อการพัฒนาโครงการ และอาจทำให้งานไม่เป็นตามกำหนด แสนสิริได้ตระหนักถึงความเสี่ยงดังกล่าว และมาตรการในการควบคุมและลดความเสี่ยงอันเกิดจากความผันผวนของราคาวัสดุ โดยในส่วนของการจัดซื้อวัสดุก่อสร้าง แสนสิริขัดซื้อวัสดุก่อสร้างบางรายการจกาผู้ผลิตโดยตรง โดยจัดให้มีการประกวดราคา เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพ เลือกราคาที่เหมาะสมที่สุด และกำหนดราคาส่งมอบวัสดุก่อสร้างไว้ล่วงหน้า เพื่อลดความเสี่ยงจากการเพิ่มขึ้นของวัสดุก่อสร้าง

บริษัท ศุภาลัย จำกัด (มหาชน) มี กลยุทธ์Aggressiveคือจับตลาดที่กว้างโดยจับทั้งลูกค้าหลายระดับ และมีการขยายตลาดไปยังทาวน์เฮ้าระดับกลาง-ต่ำมากขึ้น และหาทำเลที่คุ้มค่ามากขึ้น กลยุทธ์Turnaround คือปรับกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อกระตุ้นยอดขาย เช่น การทำการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ การทพการตลาดแบบ direct marketing การจัดโปรโมชั่น รวมถึงการทำการตลาดเพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าต่างชาติ กลยุทธ์Defensive คือประเมินคุณสมบัติเบื้องต้นและความสามารถในการผ่อนชำระเงินกู้ของลูกค้า ตั้งแต่ช่วงที่เข้ามาซื้อโครงการไปจนถึงการขอสินเชื่อกับสถาบันการเนงิน ซึ่งจะทำให้ความเสี่ยงจากการปล่อยสินเชื่อลดลง กลยุทธ์Retenchmentคือคัดเลือกผู้รับเหมาและผู้ผลิตวัสดุที่มีปะสบการณ์และคุณภาพจะทำให้งานมีประสิทธิภาพและไม่ขาดแคลนแรงงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริษัท แลนด์แอนด์เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน)มี กลยุทธ์Aggressiveคือ มีการขยายตลาด ขยายฐานลูกค้า และ ให้ความสำคัญกับการดำเนินงานในด้านนวัตกรรมเพื่อการอยู่อาศัยเพื่อตอบโจทย์ของการอยู่ อาศัยที่มีคุณภาพที่ดี กลยุทธ์Turnaroundคือแก้ไขการดำเนินงานด้านการตลาดและการขาย เป็นไปในลักษณะการขายล่วงหน้าโดยการกำหนดระยะเวลาของบ้านที่นำมาขายล่วงหน้า ต้องเป็นบ้านที่สร้างจะแล้วเสร็จภายใน3เดือน และบ้านทุกหลังต้องผ่านการตรวจสอบคุณภาพ กลยุทธ์Defensiveคือลดต้นทุนโดยจัดหาวัตถุดิบในการก่อสร้างเอง เช่น เหล็กเส้น สุขภัณฑ์ ซึ่งราคาถูกกว่าการจัดซื้อของผู้รับเหมา กลยุทธ์Retenchmentคือคัดเลือกผู้รับเหมาและผู้ผลิตวัสดุที่มีปะสบการณ์และคุณภาพ
จะทำให้งานมีประสิทธิภาพและผลิตได้ทันเวลาที่ต้องใช้งาน

บริษัท เอพี (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน)มี กลยุทธ์Aggressiveคือกระจายธุรกิจในอุตสาหกรรมใหม่ๆ เนื่องจากมีความคิดสร้างสรรค์และธนาคารลดดอกเบี้ยจึงสามารถเพิ่มธุรกิจได้ตอบสนองไวต่อความต้องการลูกค้ากลยุทธ์Turnaroundคือสร้างโครงการใหม่ให้มากขึ้นเพื่อกำไรที่มากขึ้น เนื่องจากมีหนี้สินมากและธนาคารลดดอกเบี้ยกลยุทธ์Defensiveคือเฟ้นหาแรงงานที่มีประสิทธิภาพสูง เนื่องจากบริษัทสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดี และ แรงงานฝีมือหายาก และกลยุทธ์Retenchmentคือลดแรงงานที่ไม่จำเป็นออกเพื่อลดค่าใช้จ่าย เนื่องจากบริษัทมีหนี้สินและค่าใช้จ่ายมากรวมถึงเศรษฐกิจที่ถดถอย

บริษัท บางกอกแลนด์ จำกัด (มหาชน)มี กลยุทธ์Aggressiveคือสร้างโครงการใหม่เพื่อต้อนรับชาวต่างชาติที่เข้ามา เนื่องจากต่างชาติเข้ามาทำธุรกิจมากขึ้นและบริษัทมีประสบการณ์มากในตลาด กลยุทธ์Turnaroundคือปรับการออกแบบให้ทันสมัยมากขึ้น เนื่องจากรูปแบบบ้านของบริษัทไม่ค่อยทันสมัย เศรษฐกิจถดถอยจึงต้องพัฒนาให้มากขึ้น กลยุทธ์Defensiveคือนำเข้าวัสดุที่มีต้นทุนต่ำมาจากต่างประเทศ เนื่องจากเข้าใจธุกิจทั้งไทยและต่างประเทศอย่างดีและวัสดุในประเทศราคาสูง และกลยุทธ์Retenchmentคือจ้างบุคคลภายนอกที่ไม่เกี่ยวข้องมาตรวจสอบอย่างเข้มงวด เนื่องจากผู้บริหารมีแต่คนในครอบครัว จึงควรสร้างความเข้มงวดมากขึ้น

บริษัท แอล.พี.เอ็น.ดีเวลลอปเมนท์ จำกัด (มหาชน)มีกลยุทธ์Aggressiveคือหารายได้เพิ่มจากการปล่อยเช่าให้ชาวต่างชาติ เนื่องจากมีธุรกิจการปล่อยเช่าและต่างชาติเข้ามามากขึ้น กลยุทธ์Turnaroundคือหากลุ่มลูกค้าที่แน่นอนของตัวเอง เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายยังไม่ค่อยชัดเจน และต่างชาติเข้ามาจึงควรโฟกัสที่กลุ่มลูกค้าให้แน่นอนกลยุทธ์Defensiveคือสร้างธุรกิจใหม่ๆต่างอุตสาหกรรม เนื่องจากราคาต่ำกว่าบริษัทอื่น ทำให้สามารถนำต้นทุนไปพัฒนาได้ และตลาดอสังหาริมทรัพย์ตอนนี้ไม่ค่อยดี และกลยุทธ์Retenchmentคือหาวัสดุที่มีต้นทุนต่ำมาทดแทน เนื่องมีปัญหาหนี้สินและภาระเยอะ ประกอบกับต้นทุนวัสดุราคาสูง

บริษัท ออริจิ้น พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน)มี กลยุทธ์Aggressiveคือมองเห็นตลาดใหม่อย่างEECและเป็นเจ้าแรกที่เข้าไปทำหาแหล่งCBDใหม่ๆส่งผลให้ทางบริษัทได้ต้นทุนค่าที่ดินที่ต่ำการร่วมทุนกับบริษัทต่างชาติมากขึ้น(joint venture) กลยุทธ์Turnaroundคือบริษัทมีหนี้สินต่อทุนเยอะทำให้มีภาระดอกเบี้ยสูงแต่บริษัทเป็นบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ จึงสามารถเพิ่มทุนหรือการออกหุ้นกู้ซึ่งทำให้บริษัทมีต้นทุนทางการงินที่ดีก่าบริษัทนอกตลาดหลักทรัพย์ กลยุทธ์Defensiveคือการที่คนไทยมีหนี้สินครัวเรือนที่สูงแต่ทางoriginจึงปรับกลยุทธ์ไรส่วนของกลุ่มลูกค้าที่ยังมีกำลังซื้อสูงอยู่เช่นกลุ่มFirst jobber ที่ยังมีความต้องการที่สูงและมี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กำลังซื้อหรือกู้ได้ง่าย และกลยุทธ์Retenchmentคือใช้กลยุทธ์การลดการเปิดโครงการแนวสูงมาเพิ่มสัดส่วนของแนวราบเนื่องจากการมีsupplyของคนโดที่ค้างอยู่ในตลาดสูง

บริษัท ควอลิตี้เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน)มี กลยุทธ์Aggressiveคือการกระจายการลงทุนไปตามต่างจังหวัดมากขึ้นเนื่องจากบริษัทมีแบรนด์เป็นที่รู้จักและมีความน่าเชื่อถือสูง กลยุทธ์Turnaroundคือการเปลี่ยนรูปแบบการดีไซต์ของProductให้ทันสมัยตอบโจทย์คนรุ่นใหม่มากขึ้น กลยุทธ์Defensiveคือบริษัทมีหนี้สินต่อทุนน้อย (d/e ratio)ทำให้สามารถลดราคาของตัวผลิตภัณฑ์สินค้าเพื่อกระตุ้นยอดขายได้หรือการทำโปรโมชั่นร่วมกันกับHomeproหรือกับLH bank ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ได้ และกลยุทธ์Retenchmentคือใช้กลยุทธ์การใช้เทคโนโลยีเพื่อลดค่าใช้จ่ายของบริษัทหรือการสร้างความแตกต่างอย่างระบบ supply chain

บริษัท พฤกษา เรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน) มี กลยุทธ์Aggressiveคือการมีโรงงานprecastของตนเองทำให้ลดต้นทุนค่าวัสดุหรือสามารถควบคุมการผลิตให้เป็นไปตามdemandแข่งขันทางด้านราคากับคู่แข่งได้ กลยุทธ์Turnaroundคือการเริ่มทำการตลาดแบบdigitalมากยิ่งขึ้นเนื่องจากบริษัทมbrandเพื่อช่วยระบายstockและเจาะกลุ่มคนรุ่นใหม่มากยิ่งขึ้น กลยุทธ์Defensiveคือมุ่งเน้นกลยุทธ์เจาะกลุ่มลูกค้าที่เป็นเรียลดีมานด์ที่ไม่ทำให้เกิดหนี้เสียแก่บริษัทไม่ทิ้งจองหรือไปจับกลุ่มคนที่ยังมีกำลังซื้อสูง และกลยุทธ์Retenchment คือการกระจายการลงทุนไปในรายได้ส่วนที่เป็นrecuring incomeอย่างเช่นโรงแรม สำนักงานให้เช่า

5.2 การสำรวจและวิเคราะห์ภาพรวมของกลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์จากผลกระทบของปัจจัยภายนอกผ่านโมเดล steep

ตลาดอสังหาริมทรัพย์เผชิญหน้ากับความท้าทายในปี 2562 จากมาตการกำกับดูแลสัดส่วนการปล่อยสินเชื่อต่อมูลค่าของสินทรัพย์(Loan to Value: LTV) ของธนาคารแห่งประเทศไทย ที่มีผลบังคับใช้ในวันที่ 1 เมษายน 2562 โดยมาตการดังกล่าว กำหนดให้ผู้ซื้อบ้านหลังที่สอง ที่ผ่อนเงินงวดหลังแรกมาแล้วเกิน3ปี ต้องวางดาวน์ร้อยละ 10 ส่วนกรณีที่ซื้อบ้านหลังที่สอง แต่ผ่อนหลังแรกมาไม่ถึง 3ปี ต้องวางเงินดาวน์ขั้นต่ำร้อยละ 20 จากเดิมที่กำหนดวงเงินดาวนชั้นต่ำไม่เกินร้อยละ 10 ขณะที่ผู้จะซื้อบนสัญญาที่3ขึ้นไปในทุกระดับราคาต้องวางเงินดาวน์ขั้นต่ำร้อยละ 30 ส่วนผู้ซื้อบ้านราคา10 ล้านบาทขึ้นไปในสัญญาแรกต้องวางเงินดาวน์ร้อยละ 20 และสัญญาที่สองต้องวางเงินดาวน์ร้อยละ 30มาตรการดังกล่าวส่งผลกระทบโดยตรงต่อภาคอสังหาริมทรัพย์ทั้งแนวราบและอาคารชุดที่พักอาศัยทำให้กำลังซื้อในตลาดลดลง ทำให้การเปิดตัวโครงการในปี 2562 มีแนวโมลดลงโดย ศูนย์วิจัยอสังหาริมทรัพย์ในเครือ ประมาณว่ามีการเปิดตัวโครงการใหม่ในเขตกรุงเทพฯ-ปริมณฑล รวม 110.000หน่วย คิดเป็นมูลค่าประมาณ 442,000 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 11ในส่วนของจำนวนหน่วยและลดลงร้อยละ 22 ในส่วนของมูลค่า เมื่อเทียบกับปี 2561 ที่มีจำนวนโครงการเปิดใหม่ในเขตกรุงเทพฯ-ปริมณฑล 125,118 หน่วย และมูลค่า 569,315 ล้านบาทขณะที่ยอดโอนกรรมสิทธิ์ในเขตกรุงเทพฯปริมณฑลปี 2562 คาดว่าจะอยู่ที่ 361000 หน่วย ลดลงร้อยละ1จากปี 2561 คิดเป็นมูลค่าประมาณ 820,000 ล้านบาท ลดลงร้อยละ2 จากปี 2561 ส่งผลให้มีที่อยู่อาศัยทั้งแนวราบและอาคารชุดที่พักอาศัยรอ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การขายในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ไม่น้อยกว่า 196.000 หน่วย เพิ่มขึ้นร้อยละ 4 จากปี 2561 เป็นส่วนของอาคารชุดที่พักอาศัยจำนวน 8, 00 หน่วย เพิ่มขึ้นร้อยละ6 จากปี 2561นอกจากนี้สงครามการค้าระหว่างประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศจีนทำให้ภาคการส่งออกของไทยในปี 2562ลดลงเมื่อเทียบกับปี 2561 ความล่าช้าของการเบิกจ่ายงบประมาณปี 2563 ในไตรมาสแรกของปีงบประมาณระหว่างตุลาคมถึงธันวาคม 2562 ทำให้เศรษฐกิจในไตรมาสสุดท้ายของปี 2562 ชะลอตัว ส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อในตลาดอสังหาริมทรัพย์ให้หดตัวลงอย่างต่อเนื่องถึงแม้รัฐบาลจะมีมาตรการออกมากระตุ้นในช่วงปลายปี 2562 ทั้งการลดอัตราค่าธรรมเนียมการโอนและจดจำนอง

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับกลยุทธ์ระดับองค์กรของบริษัทพัฒนาสังหาริมทรัพย์ในปี 2019 ทำให้เราได้ทราบภาพรวมของธุรกิจสังหาริมทรัพย์ และทราบกลยุทธ์ต่างๆของแต่ละองค์กร ที่ใช้ในการพัฒนาโดยเราได้ศึกษาทั้งปัจจัยภายในและภายนอกเพื่อให้ทราบปัญหาค้างคาต่างๆที่มีผลต่อการวางแผนกลยุทธ์และต่อภาพรวมของตลาดจากการทำ วิจัยเล่มนี้เราได้ศึกษาข้อมูลคลานทั้งการสัมภาษณ์เชิงลึกจากข่าวและจากรายงานประจำปีข้อมูลที่เราคิดว่าแหล่งข้อมูลเป็นประโยชน์ที่สุดสำหรับงานวิจัยฉบับนี้คือ การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหารหรือผู้นำระดับสูงขององค์กรเพราะจะได้ข้อมูลที่แม่นยำและถูกต้องที่สุดแต่เนื่องจากในปี 2020 นี้ช่วงต้นของปีมีการแพทย์ระบาดของไวรัสโคโรนา ทำให้ผู้วิจัยไม่สามารถที่จะทำการสัมภาษณ์ทั้งเก้าบริษัทได้อย่างครบถ้วนและช่วงที่ทำการวิจัยในการศึกษารายงานประจำปียังไม่มีรายงานประจำปีของปีล่าสุดออกมาจึงยังไม่สามารถได้ข้อมูล ล่าสุดได้สำหรับผู้ที่สนใจงานวิจัยฉบับนี้และยาจะนำไปศึกษาต่อเพิ่มเติมหรือพัฒนาให้ละเอียดและแม่นยำมากยิ่งขึ้นควรที่จะสัมภาษณ์ผู้นำองค์กร หรือผู้บริหารระดับสูงให้ครบถ้วนและศึกษารายงานประจำปีให้ได้มากที่สุดเพื่อที่จะได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง งานวิจัยฉบับนี้ ศึกษาและวิเคราะห์โดยใช้SWOT Analysis และ STEEP Analysis ซึ่งในปัจจุบันหรืออนาคตอาจจะมีวิธีวิเคราะห์ที่แม่นยำและละเอียดมากขึ้นเนื่องจากวิธีข้างต้นยังมีข้อจำกัดเพราะในปัจจุบัน โลกมีการเปลี่ยนแปลงมากขึ้นในทุกๆวัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เอกสารอ้างอิง

บริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน),(2562),รายงานประจำปี2562 สืบค้นเมื่อ 25 ตุลาคม 2562,จาก https://www.set.or.th/set/companyprofile.do?symbol=SIRI&ssoPageId=4&language=th&country=TH

บริษัทแลนด์แอนด์เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน),(2562),รายงานประจำปี 2562 สืบค้นเมื่อ 25 ตุลาคม 2562,จาก

https://www.set.or.th/set/companyprofile.do?symbol=LH&ssoPageId=4&language=th&country=TH

บริษัท ศุภาลัย จำกัด (มหาชน),(2562),รายงานประจำปี 2561 สืบค้นเมื่อ 25 ตุลาคม 2562,จาก

https://www.set.or.th/set/companyprofile.do?symbol=SPALI&ssoPageId=4&language=th&country=TH

บริษัท เอพี (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) (2562), รายงานประจ่าปี 2561,สืบค้นเมื่อ 25 ตุลาคม 2562, จาก

https://www.set.or.th/set/companyprofile.do?symbol=AP&ssoPageId=4&language=th&country=TH

บริษัท แอล.พี.เอ็น.ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน),(2562), รายงานประจ่าปี 2561,สืบค้นเมื่อ 25 ตุลาคม 2562,จาก

https://www.set.or.th/set/companyprofile.do?symbol=LPN&ssoPageId=4&language=th&country=TH

บริษัท บางกอกแลนด์ จำกัด (มหาชน), (2562), รายงานประจำปี 2562 ,สืบค้นเมื่อ 25 ตุลาคม 2562,จาก

https://www.set.or.th/set/companyprofile.do?symbol=BLAND&ssoPageId=4&language=th&country=TH

บริษัท ออริจิ้น พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน), (2562), รายงานประจำปี 2562 ,สืบค้นเมื่อ 25 ตุลาคม 2562, จาก

https://www.set.or.th/set/companyprofile.do?symbol=ORI&ssoPageId=4&language=th&country=TH

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริษัท ควอลิตี้เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน), (2562), รายงานประจำปี 2562 ,สืบค้นเมื่อ 25 ตุลาคม 2562,จาก https://www.set.or.th/set/companyprofile.do?symbol=BLAND&ssoPageId=4&language=th&country=TH

บริษัท พฤกษา โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน), (2562), รายงานประจำปี 2562 ,สืบค้นเมื่อ 25 ตุลาคม 2562,จาก https://www.set.or.th/set/companyprofile.do?symbol=BLAND&ssoPageId=4&language=th&country=TH

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ก

รายละเอียดการอ้างอิงตาราง

เดือนสิงหาคม2562

	วันที่	รายชื่อข่าว	แหล่งที่มาของข่าว	หมายเหตุ
1	2/8/62	คอลัมน์ ข่าวสั้นเศรษฐกิจ: บ้านรอขายเยอะมาก	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
2	2/8/62	ปรับแผนขายคอนโดฯ ทยอยขาย แทนต่อคิว	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
3	3/8/62	ออฟฟิศใหม่ทะลักตลาด ผู้เช่าจ่อทิ้งตึกเก่าเช่าตึกใหม่	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
4	5/8/62	โบรกฯคาดกำไรอสังหาฯดิ่ง พิษกฎเหล็กแอลทีวีคุมเข้ม	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
5	5/8/62	แอสเซทไวส์ จี้รัฐกระตุ้นศก. ดันตลาดอสังหาฯครึ่งปีหลัง	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
6	7/8/62	บีแลนด์ ลุยลงทุนอสังหาเช่า อานิสงส์ส่วนต่อ สายสีชมพู	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
7	7/8/62	SCสยายปีกบุกสหรัฐอเมริกาอัพรายได้ประจำโตแตะ20%	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	sc
8	13/8/62	พิษอสังหาฯขาลงพฤกษาเลื่อนเปิด6โครงการพรีเมียม	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	psh
9	15/8/62	Top 5 ราคาที่ดินทำเลกลางเมือง วิทยุ เพลินจิต หลังสวน ราคาเสนอขายนำ	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
10	15/8/62	ตามคาดIอสังหาฯ รายได้ ลด LTVกระทบรุนแรง	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
11	19/8/62	แสนสิริกาง 5 ปีผุดโรงแรมทั่วโลก 25 เมือง	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	sansiri
12	20/8/62	ORIมั่นใจอสังหาฯครึ่งปีหลังกระเตื้อง	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	ori
13	21/8/62	APโชว์แบ็กล็อก5.48หมื่นล้าน ลุยเปิดโครงการ 2.68 หมื่นล้าน ครึ่งปีหลัง	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	ap
14	23/8/62	แสนสิริมั่นใจตลาดเรียล ดีมานด์ เดินเกมส์บุกตลาดแนวราบ	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	sansiri
15	23/8/62	ANANขนทัพ32โครงการพร้อมอยู่ จัดงาน URBAN EXPO 23-25 ส.ค.นี้ “อนันดาฯ” ขนทัพ 32 โครงการพร้อม	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
16	23/8/62	ออริจิ้น'บุกระยองผุดเมืองอัจฉริยะหมื่นล้าน	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	ori
17	24/8/62	ศุภาลัย'ลุยเปิด 21 โครงการครึ่งปีหลัง	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	spali
18	26/8/62	นานาจิตตัง แบงก์ชาติปลดล็อก 'กู้ร่วมไม่มีกรรมสิทธิ์'	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
19	28/8/62	อสังหาฯปรับทัพ แห่จับลูกค้าไทย เสนาฯรุกไฮเอนด์	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
20	30/8/62	คอลัมน์ พร็อพเพอร์ตีโฟกัส: บ้านแพงระดับ 15 ล้านบาทขึ้นไปมาแรง	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เดือนกันยายน 2562

	วันที่	รายชื่อข่าว	แหล่งที่มาของข่าว	หมายเหตุ
1	7	เอสซี ชี้ที่ดินชิดลมพุ่งวาละ3.5ล้าน	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	Sc
2	8	ถึงยุคอสังหาฯสยายปีก	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
3	9	3 บิ๊กแบรนด์ลุยต่างจังหวัด 2 หมื่นล้าน	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
4	9	ORIลุยโปรเจ็กต์ใหญ่EECทุ่มหมื่นล้านผุดสมาร์ทซิตี้	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	Ori
5	9	ANANผุด7โครงการใหม่ครึ่งหลังฟื้นโอน1.9หมื่นล.	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	Ananda
6	10	NOBLEจ่อผุดโปรเจกต์หมื่นล้านปีนี้ ปีหน้าลุยตลาดอังกฤษ ขยายยอดขายตปท.	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
7	10	แอลทีวี ฉุดเจนเอ็กซ์-วายชะลอซื้ออสังหาฯกระทบโอน	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
8	16	3สมาคมอสังหารุก อุตตม จี้ผ่อนเกณฑ์LTVลุ้นลดค่าโอน-จำนอง	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
9	16	คีรี พลิกธนาซิตี้บูมบางนา เบรกคอนโดร่วมทุนแสนสิริ	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	San
10	18	อสังหาฯทรุดหนักลบ7%	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
11	19	ออริจิ้น-ดุสิตธานี ปั้นคอนโดศรีราชา	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	Ori
12	21	เบรกแอลทีวี-ลดซัปพลายใหม่ ทางออกโค้งสุดท้ายอสังหาฯ ไทย?	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
13	21	อสังหาฯเข้ายุคข้าวยากหมากแพง	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
14	22	รายงาน: อสังหาระทม ตลาดถดถอย 16ค่ายใหญ่กำไรร่วง	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
15	22	บิ๊กอสังหาฯ-ธปท.แนะลดเสี่ยงรับตลาดชบ	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	Ap
16	24	แนะอสังหาฯ ลดไซส์-เฟ้นทำเล รับ ภาษีที่ดิน-ผังเมืองใหม่ ปี63	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
17	25	ศุภาลัย รุกฝั่งธนดักดีมานด์เอ็มอาร์ที	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	Supalai
18	26	กำลังซื้อบ้านยังแกร่ง 4วันโกย3,500ล้าน	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
19	27	สิงห์เอสเตท สบช่องบาทแข็งลุยซื้อโรงแรม เอเชีย-ยุโรป	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
20	30	ส่อง 10 จังหวัดรองขึ้นแท่นเมืองอสังหาขานรับ แหล่งท่องเที่ยว-ภาครัฐโหมเมกะโปรเจ็กต์	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เดือน ตุลาคม 2562

	วันที่	รายชื่อข่าว	แหล่งที่มาของข่าว	หมายเหตุ
1	2	LTVดันซัพพลายท่วม คอนโดถูกรีเจ็กต์ ทิ้งดาวน์กลับสู่ตลาด	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
2	7	คลังถกชิมช้อปใช้เฟส2 ให้ลงทะเบียนกลางวันเก็บตกเฟส1ถึง15พ.ย.	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
3	7	กูรูคอนโดแนะ สูตรรอด แก้เกมซัพพลายล้น..!!	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
4	8	ดัชนีภาคอสังหาฟื้นแล้ว เชื่อมั่นฝีมือรัฐบาลบิ๊กตู่	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
5	8	นายกฯสั่ง-เร่งแจ้งเกิดตั้งบอร์ด 5จี	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
6	14	ผุด ออริจิ้นซิตี้สมาร์ทรามอินทรา 6 พันล้าน	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	ORI
7	18	คอนโด-ทาวน์เฮ้าส์ล้นตลาด วอนรัฐบาลออกมาตรการกระตุ้นกำลังซื้อ	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
8	18	คอนโดฯในเมืองวิกฤติ	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
9	18	อสังหารอบกรุงขายไม่ออก6แสนล้าน! ทาวน์เฮาส์ย่านบางใหญ่เหลือเยอะสุด	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
10	18	อสังหาฯสต็อกล้น1.5แสนยูนิต อัตราดูดซับต่ำสุดรอบ 5 ปี - ส่อฉุดตลาดปี 63 ติดลบ	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
11	21	สต๊อก 6.7 แสนล.ค้ำคอดีเวลลอปเปอร์ อสังหาฯปี63 ติดลบ	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
12	24	อสังหาเทขาย1.8แสนยูนิต	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
13	24	ราคาที่ดินไตรมาส3พุ่ง17%	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
14	25	เอกชนยิ้มรับรัฐลด ค่าโอน-จดจำนอง	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
15	30	ธปท.ชี้อสังหาฯปีหน้ายังเหนื่อย	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
16	30	สต็อกที่อยู่อาศัย 2.2 แสนยูนิต อีสานคอนโดซบ คนไม่นิยม	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
17	30	รอซื้อบ้าน-คอนโดลดราคาหนีภาษี	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
18	30	อสังหาฯ 4 จังหวัดเหนือทรงตัว เชียงใหม่ รุกเดินหน้าตอบโจทย์คนจีน	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	พฤกษา
19	30	QHเดินหน้าลุยโค้งส่งท้ายเปิด3โครงการต่อยอดขาย	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	QH
20	31	บีทีเอส-แสนสิริ ลุยร่วมทุน คอนโด แนวรถไฟฟ้า เฟส2	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	SIRI

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เดือนพฤศจิกายน 2562

	วันที่	รายชื่อข่าว	แหล่งที่มาของข่าว	หมายเหตุ
1	1/11/62	คอลัมน์ แฟ้มข่าว: มาตรการรัฐหนุนอสังหาฯคึกคัก	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
2	1/11/62	Bangkok's outskirts propel land prices	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
3	2/11/62	ทุนสิงคโปร์โฟกัสโครงการแนวราบ	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
4	6/11/62	คอลลิเออร์ส ชี้ ปุณณวิถี บูม จับเรียลดีมานด์หนีย่านซีบีดี	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	Q-house
5	8/11/62	เอสซี แอสเสท คิกออฟปี'63 เปิด3โครงการแนวสูงมูลค่าหมื่นล้าน	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	sc asset
6	10/11/62	ทุนต่างชาติ ไม่หวั่น LTV แห่ซื้อที่-เปิดโครงการ	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
7	11/11/62	PNN ชี้บาทแข็งหนุนทุนบุกอสังหาฯ UK	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
8	11/11/62	LPN ขานรับมาตรการรัฐจัดโปรโมชันซื้อง่ายราคาต่ำ	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	Lpn
9	13/11/62	พฤกษา งัดโมเดลค้าปลีก ติดสปีดฝ่าวิกฤติอสังหาฯ	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	pruksa
10	13/11/62	แสนสิริโกยรายได้1.69หมื่นล้าน โชว์ตุนแบ๊กล็อกในมือกว่า5.9หมื่นล้าน	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	sansiri
11	17/11/62	รายเล็กสวนกระแสทำบ้านแพงหลังละ138ล.เจาะกระเป๋าเศรษฐี	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
12	19/11/62	พฤกษาปรับกลยุทธ์รับมือตลาดขาลง	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	pruksa
13	21/11/62	ดีเวลลอปเปอร์หนี LTV-เทรดวอร์-ศก.ทรุด เลื่อนผุด 30 คอนโดฯมูลค่า	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
14	26/11/62	คอลัมน์ จับกระแส: ตลาดอสังหาฯ ปีหน้า ปีแห่งการระบายสต็อก	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
15	27/11/62	คอลัมน์ พร็อพเพอร์ตีโฟกัส: จับตา อาคาร สำนักงาน-โรงแรม บูม	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
16	27/11/62	เกาะติดมาตรการรัฐ กระตุ้นอสังหาฯโค้งสุดท้ายปี62	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
17	28/11/62	แสนสิริ ปักหมุดไอคอนิกแลนด์มาร์ค คอนโดฯซูเปอร์ลักซ์ชัวรี่ใจกลาง	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	sansiri
18	29/11/62	คอลัมน์ หมายเหตุประเทศไทย: QE กระตุ้นเศรษฐกิจส่งท้ายปี รัฐดาวน์เงิน	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
19	30/11/62	ประกันชีวิต ขยับลงทุนอสังหาธุรกิจประกันชีวิตดิ้นปรับพอร์ตลงทุนลุยอสังหาฯ	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
20	30/11/62	โบรกฯชมเปาะ รัฐอุ้มเงินดาวน์ ล้างสต๊อกบ้าน	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เดือนธันวาคม 2562

	วันที่	รายชื่อข่าว	แหล่งที่มาของข่าว	หมายเหตุ
1	6	สถานการณ์ตลาดที่อยู่อาศัยในภูมิภาค ปี 2562 และแนวโน้มปี 2563	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
2	9	ปี79คนไทยทุกคนต้องมีบ้านอยู่'ธัชพล กาญจนกูล'ผู้ว่าการการเคหะฯ	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
3	13	กคช. โชว์ศักยภาพที่ดินลำลูกกา (คลอง 11) ดึงนักลงทุนร่วมพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัย	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
4	2	ชี้อสังหาฯปี 63 คาดตลาด ทรงตัว	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
5	2	ค่าโอน-จดจำนอง 0.01% พลิกฟื้นอสังหาฯ ปี 63 โต 5%	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
6	3	อสังหาฯ ลุยเปิดโครงการใหม่ ชี้'มาตรการรัฐ'หนุนเร่งระบายสต็อก	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
7	4	ORI ถึงเวลา"ซื้อ"Q4แรงสุด ยอดโอนคอนโดใหม่พุ่ง	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	Origin
8	5	ปั่นที่ดินพุ่ง500% บิ๊กอสังหายึดทำเลทองวงแหวนโคราช	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
9	6	เผยจุดอ่อน'บ้านดีมีดาวน์'เกาไม่ถูกที่คันกระตุ้นไม่ขึ้น	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
10	9	บ้านดีมีดาวน์ปลุกตลาดคึก-อสังหาฯแจมโปรโมชั่น	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
11	9	จับชีพจรอสังหาริมทรัพย์ บน3มาตรการกระตุ้นของรัฐ	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
12	11	ภาษีที่ดินฯดับแรงซื้อลงทุนคอนโด	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
13	11	แก้ปมที่ดินราคาพุ่ง8%	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
14	12	อสังหาฯประเมิน บ้านดีมีดาวน์ ระบายสต็อกเหลือขายเกินครึ่ง	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
15	13	อสังหาฯยังมั่นคง	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
16	15	มาตรการรัฐ ปลดล็อกสต๊อกบ้าน ลดวูบ 50%	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
17	15	ชิงโอนบ้าน แยกทะเบียน หนีภาษีที่ดิน	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
18	21	ศุภาลัยเพิ่มแนวราบ แบกสต็อกอ่วมหมื่นล.	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	Supalai
19	24	SKYจับมือSIRIพลิกวงการอสังหาปักเป้ารับทรัพย์ก้อนแรก300ล	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	sansiri
20	23	QH หวังอสังหาปี63ฟื้นชูเป้ายอดขายหมื่นล้าน	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	Qh

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เดือนมกราคม 2562

	วันที่	รายชื่อข่าว	แหล่งที่มาของข่าว	หมายเหตุ
1	2	อสังหาฯปี63วูบหวังมาตรการรัฐช่วยฟื้น	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
2	2	บิ๊กทุนปักหมุดอีอีซี ปั้นมิกซ์ยูส 1.7 แสนล้าน	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
3	6	ออริจิ้น ลุยทุกทำเลฝ่ามรสุมอสังหาฯ	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	ORI
4	7	ศุภาลัย บุกอสังหาฯแนวราบพระราม2	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	Supalai
5	8	แสนสิริ ผนึก พลัส พร็อพเพอร์ตี้ ทุ่ม 60 ล้านบาท ปั้น LIV-24 สุดยอดบริการด้านความปลอดภัยเพื่อลูกบ้าน	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	SIRI
6	13	SIRIปลื้มคอนโดมิเนียม เดอะเบสเพชรเกษม โกยยอดขาย1.6พันล.	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	SIRI
7	13	ออริจิ้นตั้งงบลงทุน 1 หมื่นล้านเตรียมเปิดโรงแรมใหม่ 2 แห่ง	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	ORI
8	16	สิงห์เอสเตททุ่มงบฮุบ เมโทรโพลิส SENAปักหมุดผุดคอนโดย่านฝั่งธน	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	S
9	16	แสนสิริจ่ายจริง เทกระจาดราคา1-30ล้าน	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	SIRI
10	16	แลนด์แอนด์เฮ้าส์ เผยแผนปี63 ถอยลงทุนคอนโดโฟกัสแนวราบ	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	LAND
11	17	เอพี ปักหมุดเจริญกรุงผุดคอนโดใหม่ RHYTHM เจริญกรุง พาวิลเลี่ยน	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	AP
12	17	แสนสิริมองQ1/63บ้านเดี่ยวบูม เวนเจอร์โกลบอลรุกอสังหาอีอีซี	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	SIRI
13	17	LPNขนทัพ24โครงการ อัดโปรรับมาตรการรัฐ กระตุ้นตลาดตั้งแต่ต้นปี	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	LPN
14	20	PSHเน้นเจาะแนวราบกลาง-บน ลุ้นผ่อนเกณฑ์LTVดันยอดขาย	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	PSH
15	20	แลนด์ สวนกระแส อัดงบ7พันล้าน ลุยซื้อที่ดิน	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	LAND
16	22	อสังหาขานรับ ปลดล็อก LTV	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
17	29	แอลพีเอ็น นำสต๊อกปล่อยเช่า ต่ำกว่าราคาตลาดการันตียีลด์	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	LPN
18	29	ศุภาลัย ลุยลงทุนชิงดีมานด์ เจาะคนชั้นกลางต่างจังหวัด	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	Supalai
19	29	ที่ดินเปล่าแนวรถไฟฟ้าพุ่ง	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	
20	30	วิกฤตไวรัสร้ายโคโรนาลามอสังหาฯไทย	ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ข แบบสอบถาม

แบบสัมภาษณ์

การศึกษากลยุทธ์ระดับองค์กรของบริษัทอสังหาริมทรัพย์ชั้นนำในประเทศไทย 2019

1.ข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์

1.1 ชื่อ-สกุล .....

1.2 ตำแหน่งงาน.....

1.3 ประสบการณ์ทำงาน.....

1.4 บริษัทที่ทำงาน.....

2.เนื้อหาข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

2.1 การวิเคราะห์ โดย SWOT Analysis

2.1.1 จุดแข็ง

.....
.....
.....
.....

2.1.2 จุดอ่อน

.....
.....
.....
.....

2.2 การวิเคราะห์ โดย STEEP Analysis

2.2.1 ปัจจัยทางการเมือง

.....
.....
.....
.....

2.2.2 ปัจจัยทางเทคโนโลยี

.....
.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.3 ปัจจัยทางเศรษฐกิจ

2.2.4 ปัจจัยทางสิ่งแวดล้อม

2.2.5 ปัจจัยทางสังคม

2.3 กลยุทธ์ระดับองค์กร

2.4 ภาพรวมของ ตลาดอสังหาริมทรัพย์ในปี 2019

2.5 แนวโน้มของ ตลาดอสังหาริมทรัพย์ในปี 2020

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้