

หัวข้อการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง	กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน กรณีศึกษา ห้างหุ้นส่วนจำกัด สมใจ อพาร์ทเมนท์
ชื่อผู้ศึกษา	นางสาวมารีสา จุลสมบูรณ์
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	การพาณิชย์
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์นพดล ยุทธสุขประเสริฐ
ปีการศึกษา	2555

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้เช่าในจังหวัดสมุทรปราการ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้เช่าในจังหวัดสมุทรปราการ และเพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด สมใจ อพาร์ทเมนท์ จากผลการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้เช่าในจังหวัดสมุทรปราการ และสามารถกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด สมใจ อพาร์ทเมนท์

วิธีการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ การศึกษาข้อมูลปฐมภูมิ ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยสุ่มกลุ่มตัวอย่างจำนวน 250 คน และการเข้าสำรวจพื้นที่โดยรอบ และการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ โดยทำการศึกษาและรวบรวมข้อมูลด้านทุติยภูมิ (Secondary Data) จากบทความสิ่งตีพิมพ์ ข้อมูลจากศูนย์ธุรกิจ ทั้งองค์กรรัฐบาลและบริษัทเอกชนที่เกี่ยวข้อง จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้อาวิเคราะห์และประมวลผลร่วมกันโดยใช้แนวทางการจัดการเชิงกลยุทธ์

จากการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้เช่าในจังหวัดสมุทรปราการ โดยแบ่งเป็นผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้เช่าของห้างหุ้นส่วนจำกัด สมใจ อพาร์ทเมนท์ จำนวน 50 คน ส่วนใหญ่พักอาศัยห้องละ 2 คน โดยมีระยะเวลาเช่าพักจนถึงปัจจุบันเป็นระยะเวลา 1 - 2 ปี มีความสนใจเช่าพักห้องที่เป็นระเบียบ

และไม่มีแนวโน้มที่จะย้ายที่พักไปที่อื่นภายใน 3 – 6 เดือน และผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้เช่าอพาร์ทเมนต์อื่นจำนวน 200 คน ส่วนใหญ่พักอาศัยห้องละ 2 คน โดยมีระยะเวลาเช่าพักจนถึงปัจจุบันเป็นระยะเวลามากกว่า 2 ปี มีความสนใจเช่าพักห้องที่เป็นระเบียบ และไม่มีแนวโน้มที่จะย้ายที่พักไปที่อื่นภายใน 3 – 6 เดือน

กลยุทธ์ทางการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด สมใจ อพาร์ทเมนต์ ได้แก่ กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (ด้านรูปแบบอาคารและห้องพัก) และกลยุทธ์ทางการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ การปฏิรูปอาคารสถานที่ทั้งภายนอกและภายในอาคาร โดยเน้นความสะอาดและความสวยงามเป็นหลัก กลยุทธ์ด้านกระบวนการ (ด้านการให้บริการ) เพื่อเน้นการสร้าง ความแตกต่างโดยเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกที่ผู้เช่าต้องการให้ครบครัน และเน้นการใส่ใจและให้ความสำคัญกับผู้เช่าโดยรับฟังข้อเสนอแนะและข้อร้องเรียนต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด เน้นการประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการตลาด โดยเพิ่มการเข้าถึงกลุ่มตลาดผู้เช่าโดยตรงกลยุทธ์ด้านบุคคล (บุคลากรที่ให้บริการ) เน้นการอบรมพนักงานและควบคุมงานด้วยตนเองอย่างใกล้ชิด