

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเช่าหอพักอาศัยบริเวณใกล้มหาวิทยาลัยคริสเตียน วิทยาเขตจังหวัดนครปฐม

Factors Influencing the selection of Dormitory near Christian University, Nakhon Pathom Campus

วีรกานต์ ศรีกิจเกษมวัฒน์

นักศึกษา ปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

บทคัดย่อ

แผนธุรกิจได้จัดทำขึ้นสำหรับธุรกิจประเภทหอพักให้เช่า โดยเป็นการขยายขนาดของธุรกิจเดิม เทคนิคและวิธีการในการจัดทำแผนคือ การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจการวิเคราะห์การแข่งขัน และการสำรวจที่ใช้แบบสอบถามกับตัวอย่าง ซึ่งเป็นบุคคลจำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างเจาะจง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นคือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและสถิติเชิงอ้างอิง ผลการวิเคราะห์จากปัจจัยแวดล้อมภายในพบว่า บริษัท ศรีกิจดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด เริ่มก่อตั้งเมื่อปี 2555 ด้วยทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท ทำธุรกิจด้านหอพักให้เช่าในย่านมหาวิทยาลัยคริสเตียน วิทยาเขตนครปฐม โดยใช้ชื่อหอพักว่าศรีกิจเพลส มีแนวทางที่จะขยายธุรกิจจากเดิมที่มีหอพักหญิงจำนวน 2 ตึกๆละ 75 ห้อง รวมเป็น 150 ห้อง โดยมีอัตราการเข้าพักเฉลี่ย 90% และต้องการขยายธุรกิจเพิ่มจำนวน 1 ตึก จึงได้ทำการศึกษาในเรื่องของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเช่าหอพักอาศัยบริเวณใกล้มหาวิทยาลัยคริสเตียนขึ้น เพื่อศึกษาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเช่าหอพักอาศัยบริเวณใกล้มหาวิทยาลัยคริสเตียน และเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับหอพักนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงลักษณะรูปแบบหอพักให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยมูลค่ารวมที่ดินและสิ่งปลูกสร้างพร้อมเสิร์ฟอยู่ในงบประมาณ 9,500,000 บาท คาดว่าจะคืนทุนภายใน 6.3 ปี โดยมี NPV เท่ากับ 7,282,239.30 บาทและมี IRR อยู่ที่ 16.4% ทางบริษัท ศรีกิจดีเวลลอปเม้นท์ จำกัดเล็งเห็นโอกาสในการทำธุรกิจจึงจัดทำแผนการศึกษานี้ขึ้น โดยบริษัท ศรีกิจเพลส ได้นำเอากลยุทธ์ต่างๆอาทิเช่น กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ ให้ลูกค้าพึงพอใจในคุณภาพ กลยุทธ์ด้านบริการ เพื่อสร้างความประทับใจแก่ผู้เช่าพัก กลยุทธ์ด้านราคา เพื่อเพิ่มความน่าสนใจแก่ผู้เช่าพัก

คำสำคัญ: หอพัก, การเลือก, ผู้บริโภค

Abstract

The objectives of research were to examine the operation of business for preparation of business plan for business goal using in the operation of a business in order to achieve the setting business goals.

The business plan had been prepared for the expanding of size of dormitory for rent. The analysis of factors of business environment was used in the preparation of business plan. A sample of 400 persons was drawn, using Purposive Sampling method. The Descriptive statistic, Percentage, Mean, Standard Deviation and Statistical References were used for preliminary data analysis. The analysis of the internal factors indicated that Srikit Development Co., Ltd., was established in 2012 with registered capital of 1 million Baht. The company operated the dormitory for rent, named "Srikit Place", nearly Christian

University. It planned to expand the existing dormitory, two building, 75 rooms each or total 150 rooms with occupancy rates averaging 90%, by adding one more building. Then, it had studied the factors influencing the selection of dormitory to live near Christian University and studied as a guideline for entrepreneurs of dormitory to apply in development and improvement the dormitory to be satisfied to the consumers effectively.

The total value of land and buildings were estimated about 9,500,000 baht expected pay back within 6.3 years, which the NPV of 7,282,239.30 baht and an IRR was 16.4%. Srikrit Development Co., Ltd. had foreseen the opportunity to do business and prepared this study for Srikrit Place by using strategies such as the Product strategy to create the difference of products for customer satisfaction, the Service strategy to create the impression of the hirers, the Pricing strategy to add interest for the hirers. The Executives of the company adapted and adjusted the strategies mentioned above to the business of the company and in accordance with the requirements of the hirers in order to satisfy and impress the hires.

Keywords: Dormitory, Selection, Customers

บทนำ

ปัจจุบันการแข่งขันธุรกิจอสังหาริมทรัพย์มีการเติบโตรวดเร็วอย่างเห็นได้ชัด เนื่องจากความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอยู่อาศัยจากบ้านเดี่ยว ทาวน์เฮ้าส์ หันไปหาคอนโดมิเนียมในเมืองกันมากขึ้น โดยปัจจัยหลักที่ทำให้คนกรุงยุคปัจจุบัน (โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่) เลือกซื้อคอนโดมิเนียมสำหรับเป็นที่อยู่อาศัย เนื่องจากพฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวัน (Lifestyle) ที่เปลี่ยนแปลงไป ไม่ว่าจะเป็นเรื่องความสะดวกสบาย ความปลอดภัย การประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ฯลฯ ส่งผลให้คอนโดมิเนียมที่อยู่ในทำเลใจกลางเมืองและตามแนวรถไฟฟ้า (MRTและBTS) ได้รับความนิยมตอบสนองจากลูกค้าจำนวนมาก อีกทั้งในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา คอนโดมิเนียมในย่านสถานศึกษาที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน สอดคล้องกับกำลังซื้อที่มากขึ้นของผู้บริโภค หากพิจารณาถึงกลุ่มผู้ซื้ออันดับแรกยังคงเป็นกลุ่มผู้ซื้อเพื่ออยู่อาศัยเพราะความครบครันในเรื่องระบบสาธารณูปโภคและโครงการ community mall ขยายอยู่ทั่วทุกทำเล เนื่องจากสถานศึกษาถือเป็นแหล่งชุมชนขนาดใหญ่ รองลงมาคือ กลุ่มผู้ซื้อที่มีทุนร ะยะยาวและหวังจะซื้อคอนโดมิเนียม เพื่อลงทุนปล่อยเช่าให้กลุ่มนักเรียนนักศึกษาตลอดจนบุคลากรในสถานศึกษาและที่สำคัญคือ กลุ่มลูกค้ากลุ่มใหม่ในส่วนของผู้ประกอบการที่เล็งเห็นความคุ้มค่ายิ่งกว่าเมื่อเทียบกับการเช่าที่อยู่อาศัย ตลอดจนสามารถนำห้องชุดดังกล่าวปล่อยเช่าได้อีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการทำแผน

1. เพื่อให้การดำเนินงานของธุรกิจประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่ธุรกิจตั้งไว้
2. เพื่อศึกษาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเช่าหอพักอาศัยบริเวณใกล้มหาวิทยาลัยคริสเตียน

วิธีการดำเนินงาน

ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบ่งเป็น 2 แหล่ง ดังต่อไปนี้

ก. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลต่างๆ ทั้งจากภาครัฐและจากเอกชน ที่มีการจัดเก็บข้อมูลไว้อยู่แล้ว เช่น ทางเทศบาล ที่ว่าการอำเภอ, เว็บไซต์สำนักงานสถิติแห่งชาติหรือเว็บไซต์ของทางหน่วยงานราชการที่มีการบันทึกไว้ เป็นต้น ข้อมูลที่ต้องใช้

เช่น จำนวนห้องพัก อพาร์ทเมนท์บริเวณรอบๆ พื้นที่ของศรีกิจอพาร์ทเมนท์ จำนวนนักศึกษาและบุคลากรของมหาวิทยาลัยที่อยู่ใกล้กับพื้นที่ของศรีกิจ อพาร์ทเมนท์

ข. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

เป็นข้อมูลเป็นข้อมูลประเภทหนึ่งที่ใช้ในการศึกษาวิจัย จะทำการเก็บข้อมูลจากต้นกำเนิดของข้อมูลโดยตรง ซึ่งจะให้รายละเอียดและความแม่นยำสูงจากกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษาวิจัย ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการเก็บข้อมูลจะใช้การสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง 400 ชุด และการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจอพาร์ทเมนท์บริเวณใกล้เคียง เพื่อศึกษาความรู้ทั่วไปและมุมมองเกี่ยวกับธุรกิจอพาร์ทเมนท์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษานี้จะใช้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่สร้างขึ้นมาจากการศึกษาทฤษฎีเอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ

สรุปผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ พบว่า ประชาชนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 66.50 และเพศชาย จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50

อาชีพ พบว่า ประชาชนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีอาชีพนักเรียน ,นักศึกษา จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 55.50 รองลงมาบริษัทเอกชน จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 ต่อมาคือ รัฐวิสาหกิจ จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50 รองมาตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุดคือ รับราชการ จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00

ระดับการศึกษา พบว่า ประชาชนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 274 คน คิดเป็นร้อยละ 68.50 รองลงมา ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ส่วนกลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุดคือ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50

รายได้ครอบครัวต่อเดือน พบว่า ประชาชนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ครอบครัวต่อเดือนระหว่าง 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.30 รองลงมา 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50 ต่อมาคือ 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 รองมาตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุดคือ ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.80

แหล่งที่มาของรายได้ พบว่า ประชาชนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีแหล่งที่มาของรายได้จากพ่อแม่ , ผู้ปกครอง จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 49.30 รองลงมา ทำงานเอง จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50 ต่อมาคือ กู้ยืม จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.80 รองมาตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุดคือ ทุนการศึกษา จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50

ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาด

เหตุผลที่เลือกเช่าห้องพัก พบว่า ประชาชนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกเช่าห้องพักจากทำเลที่ตั้ง จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.30 รองลงมา ราคา จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.00 ต่อมาคือรูปแบบของอาคาร จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.30 มีที่จอดรถ จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50 รองมาตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุดคือ สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00

แหล่งข่าวที่สนใจเลือกดูที่พัก พบว่า ประชาชนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกดูที่พักจากแหล่ง สื่อโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53.00 รองลงมา ตามคำบอกกล่าวของเพื่อน, คนรู้จัก จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 ต่อมาคือ ป้ายโฆษณาที่พบตามสถานที่ต่างๆ 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50 รองมาตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุดคือ อื่นๆ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50

ราคาที่ต้องการเช่าหอพัก พบว่า ประชาชนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการเช่าหอพักที่ราคา 3,001 - 4,000 บาท จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.80 รองลงมา 2,000 - 3,000 บาท จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.30 ต่อมาคือ 4,001 - 5,000 บาท จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.30 5,001 บาทขึ้นไป จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00 รองมาตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุดคือ ต่ำกว่า 2,000 บาท จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.80

ระยะเวลาที่ต้องการเช่าหอพัก พบว่า ประชาชนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการเช่าหอพักที่ระยะเวลามากกว่า 1 ปี จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53.00 รองลงมา 6 เดือน - 1 ปี จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 รองมาตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุดคือ ต่ำกว่า 6 เดือน จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50

สิ่งที่ต้องการให้มีในห้องพัก พบว่า ประชาชนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการให้มีในห้องพักมีอินเตอร์เน็ต จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50 รองลงมา เคเบิล จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 9.90 ต่อมาคือ ชั้นวางของ จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 9.10 เครื่องปรับอากาศ จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 ตู้เสื้อผ้า จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 8.30 เติง จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 7.80 โทรทัศน์ภายใน จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 6.40 ตู้เย็น จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 6.10 ราวตากผ้าและอื่นๆซึ่งมีจำนวนเท่ากันคือ จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 6.10 เครื่องทำน้ำอุ่น จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50 โต๊ะเขียนหนังสือ จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 4.90 โต๊ะเครื่องแป้ง จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 รองมาตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุดคือ โทรทัศน์ จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 4.10

ข้อมูลพฤติกรรมทัศนคติ

ชื่อเสียงของหอพักหรือเจ้าของหอพัก พบว่า ประชาชนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตอบชื่อเสียงของหอพักหรือเจ้าของหอพักมีผลบ้างต่อการเลือกหอพัก จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 57.00 รองลงมา มีผลมากที่สุด จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองมาตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุดคือ ไม่มีผล จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00

การบริการหรือการใส่ใจของพนักงาน พบว่า ประชาชนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตอบการบริการหรือการใส่ใจของพนักงานมีผลบ้างต่อการเลือกหอพัก จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.80 รองลงมา มีผลมากที่สุด จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 รองมาตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุดคือ ไม่มีผล จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00

ผู้ตัดสินใจในการเลือกหอพัก พบว่า ประชาชนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตัวท่านเองเป็นผู้ตัดสินใจในการเลือกหอพัก จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 57.80 รองลงมา เพื่อน จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.30 รองมาตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุดคือ พ่อแม่ , ผู้ปกครอง จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00

เหตุผลที่ต้องย้ายที่พักที่อาศัยอยู่ พบว่า ประชาชนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีเหตุผลที่จะให้ท่านไม่ไหวต้องย้ายที่พักที่คุณอาศัยอยู่เนื่องจากอาคารรวมเสร็จสรรพแพงเกินไป จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.30 รองลงมา เพื่อนชักชวนให้ย้าย จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 ต่อมาคือ เสี่ยงรบกวนจากห้องข้างๆ จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50 ไม่มีที่จอดรถ จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00 อื่นๆ จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 ไม่ชอบบุคลากรที่ทำงานที่พักรักษาใจ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 รองมาตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุดคือ กฎระเบียบเข้มงวดมากเกินไป จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.80

อภิปรายผล

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเช่าหอพักอาศัยบริเวณใกล้มหาวิทยาลัยคริสเตียนมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเช่าหอพักอาศัยบริเวณใกล้มหาวิทยาลัยคริสเตียน พบว่า ประชาชนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอาชีพนักเรียน, นักศึกษา มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายครอบครัวได้ต่อเดือนระหว่าง 20,001 - 30,000 บาทมีแหล่งที่มาของรายได้จากพ่อแม่ , ผู้ปกครอง เลือกเช่าหอพักจากทำเลที่ตั้ง เลือกดูที่พักจากแหล่งสื่อ

โฆษณาทางอินเทอร์เน็ตต้องการเช่าห้องพักที่ราคา 3,001 - 4,000 บาท ต้องการเช่าห้องพักที่ระยะเวลามากกว่า 1 ปี ต้องการให้มีในห้องพักมีอินเทอร์เน็ต ที่พักที่พักอาศัยควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกภายนอกห้องคือ ยามรักษาความปลอดภัย ชื่อเสียงของห้องพักหรือเจ้าของห้องพักและการบริการหรือการใส่ใจของพนักงานมีผลบ้างต่อการเลือกห้องพัก ตัวเองเป็นผู้ตัดสินใจในการเลือกห้องพัก เหตุผลที่จะทำให้หันไม่ไหวต้องย้ายที่พักที่คุ้นเคยอยู่เนื่องจากราคารวมเสร็จสรรพเงินเกินไปและอยากให้มีโปรโมชั่นในการพักอาศัยแบบมีส่วนลดค่าห้อง อยากได้ห้องพักขนาด 30-35 ตรม. จำนวนผู้พักอาศัยที่เหมาะสมคือ 2 คน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ญัฐพงศ์ เทพวงศ์, 2554 ได้ทำการศึกษางานวิจัยและวิเคราะห์ความเป็นไปได้รวมถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจ นอกจากนี้ได้จัดทำแผนธุรกิจของอพาร์ทเมนท์รัตนภาส ซึ่งปัจจัยที่ได้ทำการศึกษาได้แก่ ปัจจัยทางด้านการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นต้น โดยได้ เก็บรวบรวมข้อมูลทั้งทุติยภูมิและปฐมภูมิ และลงพื้นที่เพื่อสำรวจรูปแบบของการทำธุรกิจรายอื่นๆ เพื่อการวางแผนได้อย่างถูกต้อง ภายใต้แนวคิดของการดำเนินกิจการที่มุ่งเน้นความสะดวกสบายในการเดินทางให้กับผู้พักอาศัย พร้อมด้วยสาธารณูปโภคครบครัน โดยออกแบบอพาร์ทเมนท์เป็นรูปแบบอาคารทรงสี่เหลี่ยมสูง 4 ชั้น โดยมีจำนวนห้องพักทั้งหมด 63 ห้อง พร้อมเฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้ไฟฟ้าครบครัน พื้นที่ชั้นล่างเป็นที่จอดรถและร้านค้า กลยุทธ์การค้าคือการตั้งราคาเช่าใกล้เคียงกับคู่แข่ง แต่เมื่อจะดำเนินธุรกิจควรมีการปรับเปลี่ยนและแก้ไขแผนงานที่วางไว้ให้มีความเหมาะสมกับสภาวะแวดล้อมที่เกิดขึ้นจริง โครงการก่อสร้างอพาร์ทเมนท์รัตนภาส ใช้การลงทุนทั้งสิ้นโดยประมาณ 17,946,800 บาท โดยเป็นทุนของเจ้าของกิจการ 12,250,000 บาท และกู้ยืมเงินจากธนาคารทั้งสิ้น 5,696,800 บาท เมื่อพิจารณาอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 6.5 ต่อปี และค่าชดเชยความเสี่ยงร้อยละ 3.5 ต่อปี โดยมูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 486,895 บาทและสามารถคืนทุนได้ภายในเวลา 10 ปี นับเป็นแผนที่น่านำไปใช้เป็นแนวทางงานวิจัยได้เป็นอย่างดี

เอกสารอ้างอิง

ญัฐพงศ์ เทพวงศ์. (2554). การวางแผนธุรกิจรัตนภาสอพาร์ทเมนท์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา. ปริญญา
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.