

แผนธุรกิจโครงการ H Villa (อพาร์ทเมนต์ สีเขียว)

Business Plan for Project of H Villa (Green Apartment)



แผนธุรกิจโครงการ H Villa (อพาร์ทเมนท์ สีเขียว)

Business Plan for Project of H Villa (Green Apartment)



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2557



© 2559

ภาณุพงศ์ รักงานช่าง

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เรื่อง แผนธุรกิจโครงการ H Villa (อพาร์ทเมนท์ สีเขียว)

ผู้วิจัย ภาณุพงศ์ รักรงานช่าง

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ดร.ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว)

ผู้เชี่ยวชาญ

(ดร.สุเมธี วงศ์ศักดิ์)

(ดร.ศันสนีย์ เทพปัญญา)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 19 เดือน มีนาคม พ.ศ. 2559

ภาณุพงศ์ รักงานช่าง ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม,
มีนาคม 2559, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

แผนธุรกิจโครงการ H Villa (อพาร์ทเมนท์ สีเขียว) (75 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว

บทคัดย่อ

การจัดทำแผนธุรกิจนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจอพาร์ทเมนท์ สีเขียว (Green Apartment) ของโครงการ H Villa และ 2) เพื่อให้โครงการ H Villa เป็นที่รู้จัก และเป็นผู้นำในด้าน Green Apartment โดยการจัดทำแผนธุรกิจนี้ ศึกษาจากปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจ ซึ่งได้แก่ ปัจจัยทางสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก ปัจจัยทางการเงิน ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี ปัจจัยทางการตลาด และปัจจัยทางด้านพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ รวมทั้ง การวิเคราะห์ความเสี่ยง ความได้เปรียบในการแข่งขัน เป็นต้น นอกจากนี้ ได้มีการทำการวิจัยตลาดโดยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพกับผู้ที่ใช้บริการอพาร์ทเมนท์ ได้แก่ นักเรียน นักศึกษา และ คนทำงาน โดยใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและใช้การวิเคราะห์เนื้อหา เป็นวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค พบว่า จุดแข็งของธุรกิจ ได้แก่ การนำนวัตกรรมที่ช่วยให้ประหยัดพลังงานและช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมาใช้ เพื่อสร้างความแตกต่างในธุรกิจอพาร์ทเมนท์ ในด้านจุดอ่อน ได้แก่ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายในพื้นที่ยังไม่รู้จักตัวโครงการ เนื่องจากเป็นธุรกิจเปิดใหม่ สำหรับโอกาส ได้แก่ ด้วยเทคโนโลยีในด้านนวัตกรรมการประหยัดพลังงาน ปัจจุบันมีการพัฒนาอย่างก้าวกระโดด ทางอพาร์ทเมนท์ที่ใช้โอกาสนี้สร้างความแตกต่างจากอพาร์ทเมนท์อื่นๆ และอุปสรรค คือ อพาร์ทเมนท์คู่แข่งให้บริการด้านอพาร์ทเมนท์มานานกว่า 30 ปี ทำให้มีฐานลูกค้าจำนวนมาก อย่างไรก็ตามความได้เปรียบในการแข่งขันของอพาร์ทเมนท์ ได้แก่ นวัตกรรมที่ช่วยให้ประหยัดพลังงานและช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม สำหรับผลการวิจัยตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการออกแบบ ซึ่งการออกแบบนั้นจะต้องตอบโจทย์ผู้บริการได้อย่างครบถ้วน ด้านเทคโนโลยี เช่น นวัตกรรมที่ช่วยให้ประหยัดพลังงาน ที่จะช่วยให้ผู้บริการประหยัดค่าใช้จ่าย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล ธุรกิจได้กำหนดกลยุทธ์สำหรับกรีนอพาร์ทเมนท์ คือ กลยุทธ์การ ออกแบบอย่างยั่งยืน โดยใช้แนวคิดในการดำเนินกิจการคือ มุ่งเน้นสร้างสรรค์ นวัตกรรมที่ช่วยให้ ประหยัดพลังงานและช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมสำหรับอพาร์ทเมนท์และผู้ใช้บริการ เพื่อคุณภาพชีวิต และสังคมที่ดีขึ้น เมื่อพิจารณาความเป็นไปได้ของการลงทุนในโครงการอพาร์ทเมนท์ สีเขียว (Green Apartment) ของโครงการ H Villa พบว่ามีความเป็นไปได้ในทางธุรกิจ ลงทุนได้ โดยการ ก่อสร้าง H Villa ใช้การลงทุนทั้งสิ้นโดยประมาณ 9,500,000 บาท โดยเป็นทุนของเจ้าของกิจการ 8,500,000 บาท และกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงิน 1,000,000 บาท เมื่อพิจารณาอัตราดอกเบี้ย 7.375% ต่อปี และค่าชดเชยความเสี่ยง 30% ต่อปี โครงการนี้สามารถคืนทุนได้ ภายในระยะเวลาไม่ เกิน 3 ปี โดย มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 253,909 บาท อัตราผลตอบแทนของโครงการ (IRR) เท่ากับ 33% ในปีที่ 10

คำสำคัญ : แผนธุรกิจ, อพาร์ทเมนท์ สีเขียว, H Villa, การออกแบบอย่างยั่งยืน



Rak-Ngarn-Chang, P. M.B.A. (Small and Medium - Sized Enterprises), March 2016,
Graduate School, Bangkok University.

Business Plan for Project of H Villa (Green Apartment) (75 pp.)

Advisor : Krairoek Pinkaeo, Ph.D.

ABSTRACT

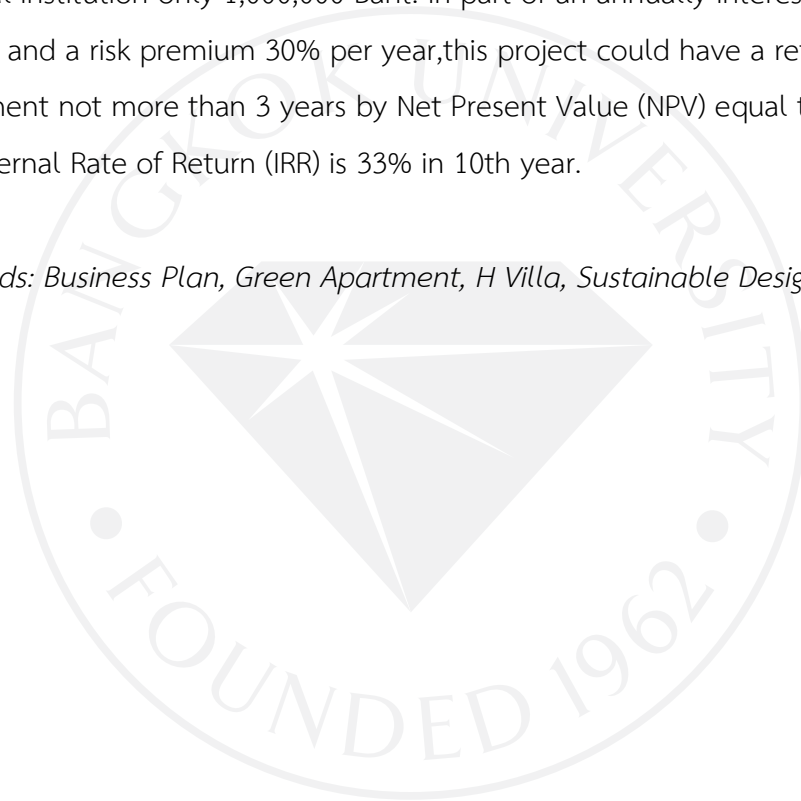
A business plan had purposed to 1) To study a feasibility of business, 2) To be recognized the H Villa project and being a leader in Green Apartment.

This business plan was set up to studied about factors that influence business's operation which are; environmental factors both internal and external, financial factors, technology factors, marketing factors, user's behavior factors, including with risk factors analysis, and competitive advantage. In addition, a market research had been provided by using a qualitative research method from residents such as; students, undergraduates, workers. An Interview method had been used as a tool to collect data, and using content-analysis for data analysis.

The result of strength, weakness, opportunity, and threat has found that Strengths: using a saving energy innovation and an environmental friendly to differentiate from existing apartment's competitors; Weakness: our target groups were unaware of the H Villa Project since being a new one; Opportunities: using a saving energy innovation of technology which it had been rapidly developed nowadays. Thus, the apartment used this opportunity to differentiate from the competitors; Threat: competitors had run their business for more than 30 years which had more customer database. However, a competitive advantage of apartment business which providing a saving energy and an environmental friendly, the research's result found that most of respondents emphasized on a design, which it had to fully satisfy the customers. For Technology factors, a saving energy innovation helped residents to save their expense.

From the result of data analysis, a business had set up a strategy for the green apartment which are; a sustainable design strategy by using an operating business's ideas to emphasize on creative, saving energy innovation, environmental friendly for the apartment and residents to have a quality of life and better society. When considering about a feasibility of Green Apartment investment by H Villa, it found that it could be possible. An overall cost of construction's investment was 9,500,000 Baht, which using an owner's equity 8,500,000 Baht, and borrowed from a financial institution only 1,000,000 Baht. In part of an annually interest expense 7.375% and a risk premium 30% per year, this project could have a return on investment not more than 3 years by Net Present Value (NPV) equal to 253,909 Baht, and Internal Rate of Return (IRR) is 33% in 10th year.

Keywords: Business Plan, Green Apartment, H Villa, Sustainable Design



กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำแผนธุรกิจครั้งนี้ด้วยตนเองฉบับนี้ เสร็จสมบูรณ์ ได้เนื่องมาจากความอนุเคราะห์จากท่านอาจารย์ ดร.ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้ให้คำปรึกษาและช่วยแนะนำช่วยตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆด้วยความเอาใจใส่อย่างดีสม่ำเสมอตลอดมา ตลอดจนแผนธุรกิจฉบับนี้ให้ลุล่วงไปด้วยดี ผู้จัดทำขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ตลอดระยะเวลาในการจัดทำแผนธุรกิจนี้ต้องขอขอบคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ผู้ซึ่งให้ความรัก ความเมตตา ความห่วงใย และเป็นกำลังใจให้กับข้าพเจ้าจนสำเร็จและ ขอขอบคุณพี่ๆน้องๆ รวมทั้งเพื่อนๆทุกคนที่ให้คำปรึกษาและกำลังใจ ข้าพเจ้ารู้สึกซาบซึ้งใจในพระคุณอย่างสูง

ท้ายนี้ขอกราบขอบพระคุณท่านอาจารย์ที่ให้คำปรึกษาท่านอื่นๆ ที่ช่วยสนับสนุนในการทำแผนธุรกิจนี้จนสำเร็จเสร็จสมบูรณ์ และขอขอบคุณมิตรภาพตลอดระยะเวลาการศึกษาในหลักสูตรนี้ หากมีข้อ บกพร่องประการใดๆ ผู้จัดทำขอน้อมรับไว้และขอภัยไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ภาณุพงศ์ ริกงานช่าง

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
กิตติกรรมประกาศ	ช
สารบัญตาราง	ฎ
สารบัญภาพ	ฏ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 แนะนำธุรกิจ	1
1.1.1 รายละเอียดโครงการ	1
1.2 ประเภทของบริการ	2
1.3 รายละเอียดของบริการ	3
1.3.1 จุดเด่น	3
1.3.1 นวัตกรรม	3
1.4 วิสัยทัศน์	4
1.5 พันธกิจ	4
1.6 เป้าหมาย	4
1.7 วัตถุประสงค์ของโครงการ	4
1.8 โครงสร้างการบริหารงานของธุรกิจ	5
1.9 ที่มาของการจัดทำแผน	7
1.10 ความสำคัญของการจัดทำแผน	8
1.11 วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผน	8
1.12 วิธีการศึกษา	8
1.12.1 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการจัดทำแผนธุรกิจนี้	8
1.13 การดำเนินการ	13
1.13.1 วิธีการดำเนินงาน	13
1.13.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	13
1.13.3 การวิเคราะห์ข้อมูล	14
1.13.4 สรุปผลการวิจัย	14

สารบัญ (ต่อ)

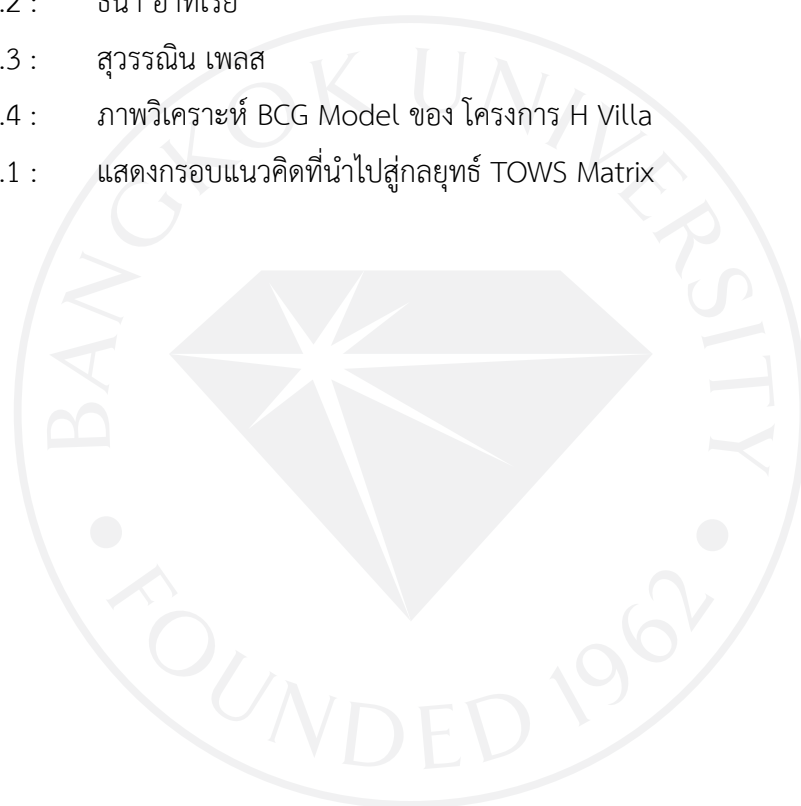
	หน้า
บทที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ	
2.1 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมและปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อม	19
2.1.1 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายใน	20
2.1.2 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายนอก	24
2.1.3 ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน	28
2.1.4 ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก	32
บทที่ 3 การวิเคราะห์การแข่งขัน	
3.1 สภาพของการแข่งขัน และที่มาของการแข่งขัน	35
3.2 ที่มาของการแข่งขัน	37
3.3 คู่แข่งขันของธุรกิจ	38
3.4 การวิเคราะห์สถานภาพทางธุรกิจ	42
3.5 การวิเคราะห์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน	46
3.5.1 ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง	46
3.5.2 ปัจจัยด้านความแตกต่างของห้องพักที่ให้บริการ	47
3.5.3 ปัจจัยด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี	47
3.5.4 ปัจจัยด้านการควบคุมพลังงานโดยใช้เทคโนโลยี	47
บทที่ 4 การจัดทำแผนกลยุทธ์ และแผนปฏิบัติการ	
4.1 กรอบแนวคิดที่นำไปสู่กลยุทธ์	48
4.2 แนวคิดและทฤษฎีที่นำมาใช้	50
4.3 ประเภทของกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ	51
4.4 แผนงานด้านการเงิน และงบประมาณ	55
4.5 แผนฉุกเฉิน	64
บรรณานุกรม	65
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก (แบบสัมภาษณ์)	68
ภาคผนวก ข (ตัวอย่างห้องพัก)	73
ประวัติผู้เขียน	75
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในรายงานการค้นคว้าอิสระ	

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1 :	7
ตารางที่ 2.1 :	28
ตารางที่ 2.2 :	32
ตารางที่ 3.1 :	45
ตารางที่ 4.1 :	50
ตารางที่ 4.2 :	51
ตารางที่ 4.3 :	55
ตารางที่ 4.4 :	56
ตารางที่ 4.5 :	57
ตารางที่ 4.6 :	58
ตารางที่ 4.7 :	58
ตารางที่ 4.8 :	58
ตารางที่ 4.9 :	59
ตารางที่ 4.10 :	59
ตารางที่ 4.11 :	60
ตารางที่ 4.12 :	60
ตารางที่ 4.13 :	61
ตารางที่ 4.14 :	62
ตารางที่ 4.15 :	63

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 : แผนที่โครงการ H Villa	1
ภาพที่ 1.2 : แผนภาพแสดงรายละเอียดแผนผังองค์กร	5
ภาพที่ 2.1 : แสดง SWOT Analysis	19
ภาพที่ 3.1 : พิภพกุล แมนชั่น	38
ภาพที่ 3.2 : ชนา อาทีเรีย	39
ภาพที่ 3.3 : สุวรรณิน เฟลส	40
ภาพที่ 3.4 : ภาพวิเคราะห์ BCG Model ของ โครงการ H Villa	41
ภาพที่ 4.1 : แสดงกรอบแนวคิดที่นำไปสู่กลยุทธ์ TOWS Matrix	47



บทที่ 1

บทนำ

“H Villa” เป็นโครงการ Green Apartment ซึ่งโครงการจะมีการนำนวัตกรรมที่ช่วยให้ประหยัดพลังงานและช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มาใช้ภายในตัวโครงการ ซึ่งโครงการจะเริ่มให้บริการในปี 2559 โดยรายละเอียดของแผนธุรกิจดังกล่าวมีดังนี้

1.1 แนะนำธุรกิจ

1.1.1 รายละเอียดโครงการ

- | | |
|----------------|---|
| 1) ชื่อโครงการ | H Villa |
| 2) สถานที่ตั้ง | 507 ซ.เจริญฯ44 ถ.เจริญสุขนิทวงศ์ บางพลัด
บางกอกน้อย กรุงเทพฯ |

ภาพที่ 1.1 : แผนที่โครงการ H Villa



- | | |
|-----------------------|---|
| 3) ชื่อเจ้าของโครงการ | นายภาณุพงศ์ รักงานช่าง |
| 4) วัตถุประสงค์ | เพื่อก่อสร้างที่พักอาศัย ประเภทอพาร์ทเมนท์
ขนาด 4 ชั้น จำนวน 44 ห้อง 1 ร้านค้า
และ 1 ฟิตเนส |
| 5) เนื้อที่โครงการ | กว้าง 40 เมตร ลึก 40 เมตร |

- 6) พื้นที่ใช้สอยทั้งโครงการ ประมาณ 25x30x4 = 3,000ตารางเมตร
- 7) งบประมาณ 9,500,000 บาท แบ่งเป็นที่ดิน 2 ล้านบาท
ก่อสร้างรวมตกแต่งทั้งหมด 7 ล้านบาท
ค่าธรรมเนียมราชการและสถาบันการเงิน
ประมาณ0.5 ล้านบาท

1.2 ประเภทของบริการ

โครงการ H Villa เป็นโครงการให้บริการด้านที่พักอาศัย ประเภทอพาร์ทเมนท์ สูง 4 ชั้น 1 อาคาร 44 ห้องพัก 2 ร้านค้า และ 1 ฟิตเนส ซึ่งภายในห้องพักจะมีการตกแต่งอย่างสวยงาม ที่ทันสมัย และมีความสะดวกสบาย ด้วย Loft Style เพื่อความพึงพอใจแก่ผู้อยู่อาศัย ส่วนการให้บริการ ของ H Villa มีรายละเอียดดังนี้

- 1) รูปแบบห้องพักอาศัย
 - ห้องขนาด 50 ตารางเมตร จำนวน 44ห้อง
 - ร้านค้าให้เช่า ขนาด 150 ตารางเมตรจำนวน 2 ห้อง
 - ออฟฟิต ขนาด 50 ตารางเมตร
 - ห้องฟิตเนส ขนาด 150 ตารางเมตรจำนวน 1 ห้อง
 - พื้นที่ส่วนกลางโดยรวมประมาณ 300 ตารางเมตร
- 2) ค่าเช่าและค่าบริการ
 - แบบรายเดือน
 - ห้องพัก อัตราค่าเช่า 10,000 บาทต่อเดือน
 - แบบรายวัน
 - ห้องพัก อัตราค่าเช่า 1,000 บาทต่อวัน
- 3) เงื่อนไขการเข้าพัก/เช่าร้าน
 - แบบรายเดือน
 - เงินประกัน 2 เดือน จ่ายล่วงหน้า 1 เดือน
 - พักอาศัย/เช่าร้านค้าเช่าอย่างน้อย 6 เดือน
 - ถึงจะได้รับเงินประกันคืน หลังจากหักค่าใช้จ่าย
 - ตามข้อตกลงของสัญญา
 - แบบรายวัน
 - จ่ายล่วงหน้าตามจำนวนวันที่เข้าพัก

- 4) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
- กลุ่มเป้าหมายหลัก ได้แก่
 - กลุ่มนักเรียน นักศึกษา เช่น มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต โรงเรียนทิวไผ่งาม
 - กลุ่มคนทำงาน เช่น พนักงานบริษัทต่างๆที่มีรายได้เฉลี่ยตั้งแต่ 20,000 ขึ้นไป
 - กลุ่มเป้าหมายรอง ได้แก่
 - กลุ่มนักท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวที่พักรายวัน
 - กลุ่มลูกค้าทั่วไป เช่น ลูกค้าเข้าพักรายวัน

1.3 รายละเอียดของบริการ

1.3.1 จุดเด่น

- 1) จุดเด่นของ H Villa ที่สร้างความแตกต่างจากที่อื่น คือ ลักษณะการออกแบบด้านสถาปัตยกรรม ที่เน้นความสำคัญไปที่แนวคิด Green Apartment หรือ Loft Style ที่จะเน้นสีสันความเป็นธรรมชาติของวัสดุต่างๆ ที่คัดสรรมาออกแบบและตกแต่งอาคาร ทำให้รู้สึกผ่อนคลายเสมือนบ้าน
- 2) จุดเด่นด้านนวัตกรรม H Villa ให้ความสำคัญไปที่ เทคโนโลยีที่ช่วยประหยัดพลังงาน และการออกแบบที่เน้นไปที่การเลือกใช้วัสดุที่เป็นมิตรกับธรรมชาติ มีความปลอดภัย หรือการใช้วัสดุรีไซเคิล ซึ่งจัดอยู่ในประเภทอาคารสีเขียว อีกทั้งยังส่งผลดีต่อผู้อยู่อาศัยทางอ้อมอีกด้วย

1.3.2 นวัตกรรม

- 1) Solar Rooftop คือการผลิตไฟฟ้าจากแผงโซลาร์เซลล์ ที่มีการเชื่อมต่อกับระบบของการไฟฟ้านครหลวง หรือการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ซึ่งจะใช้อุปกรณ์เพียงแผงโซลาร์เซลล์ และ inverter on grid โดยหลักการ แปลงไฟกระแสตรงจาก แผงโซลาร์เป็นไฟฟ้า กระแสสลับเพื่อเชื่อมต่อเข้าระบบการไฟฟ้า เพื่อทำการขายไฟคืนหรือลดค่าใช้จ่ายได้
- 2) Constructed Wetland หรือ ระบบบำบัดน้ำเสียแบบบึงประดิษฐ์ ระบบบำบัดแบบบึงประดิษฐ์ คือ ระบบพื้นที่ชุ่มน้ำที่สร้างขึ้นให้คล้ายพื้นที่ชุ่มน้ำในธรรมชาติ เพื่อใช้ในการปรับปรุงคุณภาพน้ำเสียให้เป็นน้ำทิ้งที่ได้มาตรฐานตามที่กฎหมายทางสิ่งแวดล้อมกำหนด โดยอาศัยกระบวนการทำงานทางธรรมชาติ

1.4 วิสัยทัศน์

มุ่งมั่นสร้างสรรค์ และพัฒนากรีน อพาร์ทเมนต์ เพื่อสังคมที่น่าอยู่ และก้าวขึ้นสู่ผู้นำในด้านกรีน อพาร์ทเมนต์ในอนาคต

1.5 พันธกิจ

- 1) ให้บริการห้องพักที่มีคุณภาพแก่ผู้อยู่อาศัยอย่างต่อเนื่อง
- 2) ใส่ใจ ดูแล และพัฒนาคุณภาพการให้บริการที่ดียิ่งอย่างต่อเนื่อง
- 3) ร่วมพัฒนาชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน
- 4) สร้างผลตอบแทนที่ดียิ่งขึ้นแก่ผู้ประกอบการ

1.6 เป้าหมาย

- 1) เป้าหมายระยะสั้น (1 - 5 ปี)
 - สร้างแบรนด์ H Villa ให้เป็นที่รู้จัก
 - กระตุ้นให้เกิดการรับรู้ถึงคุณค่า และประโยชน์ที่จะได้รับจากโครงการ Green Apartment
 - สร้างการสื่อสารผ่านช่องทางโซเชียล เน็ตเวิร์ค เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภครู้จักโครงการ Green Apartment อย่างทั่วถึง
- 2) เป้าหมายระยะยาว (5 - 10 ปี)
 - เป็นผู้นำในด้าน Green Apartment
 - ขยายธุรกิจ Green Apartment ในเขตใกล้เคียง หรือ เข้าตัวเมือง
 - การคืนกำไรให้สังคม (CSR)

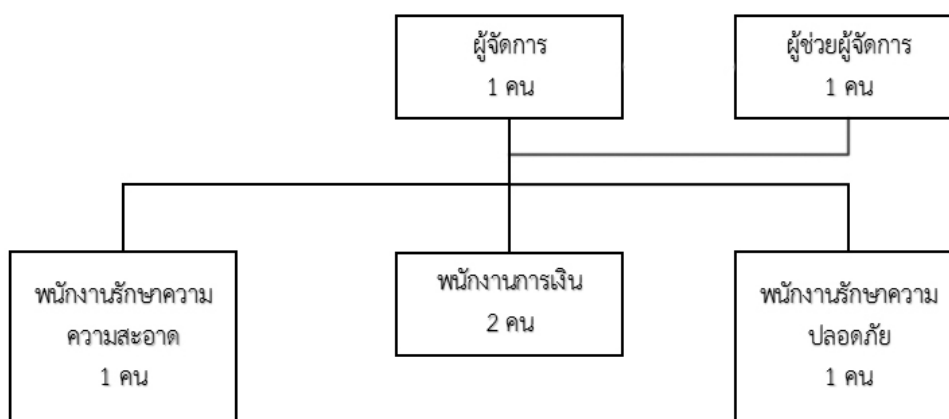
1.7 วัตถุประสงค์ของโครงการ

- 1) เพื่อสร้างการรับรู้ (Brand Awareness) ต่อโครงการ Green Apartment ของ H Villa
- 2) เพื่อสร้างภาพลักษณ์ (Image) ให้การรับรู้ถึงคุณค่า และประโยชน์ที่จะได้รับจากโครงการ Green Apartment
- 3) เพื่อสร้างผลตอบแทนของโครงการในอัตรากำไร 10% ต่อปี

1.8 โครงสร้างการบริหารงานของธุรกิจ

โครงการ H Villa เป็นธุรกิจเจ้าของคนเดียว โดยใช้เงินทุนแรกเริ่ม 9,000,000 บาท และ
 เงินทุนกู้ยืม 500,000 บาท จากสถาบันการเงิน รวมทั้งหมด 9,500,000 บาท
 จำนวนพนักงาน : 6 คน

ภาพที่ 1.2 : แผนภาพแสดงรายละเอียดแผนผังองค์กร



รายชื่อคณะกรรมการ ผู้บริหาร และบุคลากร

ประวัติผู้บริหาร

- 1) นายพรชัย รั้งงานช่าง อายุ 54 ปี
 ตำแหน่ง ผู้บริหาร
 การศึกษา ปวช.
 ประวัติการทำงาน รับเหมาก่อสร้าง
- 2) นายภาณุพงศ์ รั้งงานช่าง อายุ 27 ปี
 ตำแหน่ง ผู้จัดการ
 การศึกษา ปริญญาตรี คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สาขาวิชา
 ออกแบบภายใน
 ปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลาง
 และขนาดย่อม
 ประวัติการทำงาน ปี 2554 บริษัท Jarken
 ตำแหน่ง Interior designer
 ปี 2557 ธนาคารกรุงเทพ
 ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่ปฏิบัติการสินเชื่อธุรกิจขนาดใหญ่

- 3) นางอารีญา รั้งงานช่าง อายุ 60 ปี
 ตำแหน่ง ผู้ช่วยผู้จัดการ
 การศึกษา ปริญญาตรี
 ประวัติการ ปัจจุบันเกษียณอายุแล้ว

ตารางที่ 1.1 : หน้าที่ความรับผิดชอบและคุณสมบัติของบุคลากร

ชื่องาน/หน้าที่	ลักษณะงาน	จำนวน	คุณสมบัติผู้ทำงาน
ผู้จัดการ	มีหน้าที่ควบคุมดูแลการบริหารงานของธุรกิจ ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของบริษัท	1	<ul style="list-style-type: none"> - จบการศึกษาอย่างน้อยระดับปริญญาโท - สามารถวางแผนงานได้ - มีความเป็นผู้นำ แก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้
ผู้ช่วยผู้จัดการ	มีหน้าที่สนับสนุนผู้จัดการในการควบคุมดูแลการบริหารงานของธุรกิจ ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของบริษัท และสามารถควบคุมดูแลงานในด้านบัญชีได้	1	<ul style="list-style-type: none"> - จบการศึกษาอย่างน้อยระดับปริญญาตรี - สามารถดูแลงานบัญชีได้ - มีความเป็นผู้นำ แก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้
พนักงานการเงิน	มีหน้าที่จัดทำงบการเงินของบริษัทฯ	2	<ul style="list-style-type: none"> - จบการศึกษาอย่างน้อยระดับปริญญาตรี ด้านการเงินและการบัญชี - สามารถดูแลงานบัญชีได้

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 1.1 (ต่อ) : หน้าที่ความรับผิดชอบและคุณสมบัติของบุคลากร

ชื่องาน/หน้าที่	ลักษณะงาน	จำนวน	คุณสมบัติผู้ทำงาน
พนักงานรักษา ความปลอดภัย	มีหน้าที่ดูแลความปลอดภัย ภายในอพาร์ทเมนต์	1	- จบการศึกษาอย่างน้อย ม.3 - อายุ 20 - 50 ปี
พนักงานรักษา ความสะอาด	มีหน้าที่ดูแลความสะอาด ภายในอพาร์ทเมนต์	1	- จบการศึกษาอย่างน้อย ม.3 - อายุ 20 - 50 ปี

1.9 ที่มาของการจัดทำแผน

ปัจจุบันธุรกิจและการคมนาคมมีการขยายตัวออกไปชานเมืองมากขึ้น หนึ่งในทำเลที่มีศักยภาพ คือ เลียบถนนจรัญสนิทวงศ์ อีกทั้งยังมีการขยายตัวของโครงการรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงิน ช่วงหัวลำโพง-บางแค โดยมีเส้นทางรถไฟฟ้าทอดยาว ตั้งแต่ ท่าพระ ถึง สะพานพระราม 7 ซึ่งส่งผลให้มีบริษัทอสังหาริมทรัพย์รายเก่าและรายใหม่ทยอยลงทุนพัฒนาโครงการต่างๆอย่างต่อเนื่อง

จากโอกาสที่เกิดขึ้นเมื่อมีการขยายตัวของธุรกิจเข้าสู่ชานเมือง ซึ่งส่งผลให้เกิดการเพิ่มของจำนวนประชากรที่จะเข้ามาทำงานหรือมีธุรกิจเกิดขึ้นใหม่และกำลังจะเกิดขึ้นในอนาคต ในย่านถนนจรัญสนิทวงศ์นี้ ดังนั้นที่פקจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิตให้ราบรื่นยิ่งขึ้น เจ้าของโครงการได้วิเคราะห์ถึงทำเลที่ตั้งและความเหมาะสม จากการวิเคราะห์สถานที่ใกล้เคียงทำเลที่ตั้งมีดังนี้ สะพานพระราม 8 สนามหลวง ซ.ข้าวสาร ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลปิ่นเกล้า โรงหนังเมเจอร์ปิ่นเกล้า โรงพยาบาลศิริราช มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต เป็นต้น จึงเหมาะแก่การสร้างอพาร์ทเมนต์

จากข้อมูลข้างต้นจึงได้ตัดสินใจทำแผนธุรกิจโครงการที่พักอาศัย ประเภทอพาร์ทเมนต์ โดยโครงการจะเป็นโครงการประเภท Green Apartment ภายใต้ชื่อธุรกิจ “H Villa”

1.10 ความสำคัญของการจัดทำแผน

เนื่องจาก H Villa เป็นธุรกิจใหม่ ในปัจจุบันในธุรกิจอพาร์ทเมนท์ที่มีการแข่งขันค่อนข้างสูง มีการขยายตัวของคอนโดฯ ในย่านนี้ หรือผันจากการให้บริการธุรกิจคอนโดมาให้บริการในธุรกิจอพาร์ทเมนท์แทน ธุรกิจอพาร์ทเมนท์จึงต้องมองหาจุดเด่น จุดขาย ความแตกต่าง เพื่อนำมาเป็นกลยุทธ์ในการแข่งขัน

ผู้ประกอบการจึงจัดทำแผนขึ้นเพื่อศึกษาถึงปัจจัยแวดล้อมภายในธุรกิจ ในด้านการจัดการด้านเงินทุน ด้านบุคลากร และด้านการตลาด ปัจจัยแวดล้อมภายนอกธุรกิจ ในด้านเศรษฐกิจด้านการเมือง ด้านการแข่งขัน ด้านเทคโนโลยี และด้านสังคม ที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน

เนื่องจากเป็นผู้ประกอบการรายใหม่ จึงต้องทำการรวบรวมข้อมูลเหล่านี้ เพื่อนำมาปรับใช้ในธุรกิจ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการดำเนินธุรกิจในอนาคต และทำการศึกษาข้อมูล ใช้ข้อมูลที่ได้มาเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ เพื่อนำมากำหนดกลยุทธ์ และกำหนดแนวทางแก้ไขในการดำเนินธุรกิจได้

1.11 วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผน

- 1) เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดทำธุรกิจ
- 2) เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ “H Villa” Green Apartment

1.12 วิธีการศึกษา

1.12.1 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการจัดทำแผนธุรกิจนี้

- 1) แนวความคิดกลยุทธ์การพัฒนากภาวะผู้นำ

Sosik and Jung (2010, p. 325-328) ได้นำเสนอ กลยุทธ์การพัฒนากภาวะผู้นำ Full Range กับ Balanced Scorecard โดยการสร้างความสมดุลของการประเมินผลความสำเร็จขององค์กรด้วยการประเมินผลหรือวัดผลด้านการปฏิบัติการอื่น ๆ ซึ่งเกี่ยวข้องกับปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จของบริษัท ประกอบด้วยมุมมอง 4 ด้าน ด้านการเงิน (financial perspective)

แม้ว่ามุมมองด้านการเงินจะมีข้อจำกัดมากในปัจจุบัน แต่ยังมีมีความสำคัญอย่างยิ่ง โดยเฉพาะองค์กรธุรกิจที่มุ่งผลกำไร เนื่องจากมุมมองด้านการเงินจะเป็นตัวบอกว่าการกลยุทธ์ที่กำหนดขึ้น และนำไปใช้ปฏิบัติเกิดผลดีต่อการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจหรือไม่

ด้านลูกค้า (customer perspective)

เป็นมุมมองในส่วนของการแบ่งตลาด โดยเปรียบเทียบกับคู่แข่งที่สำคัญ หรือการรักษาลูกค้า ซึ่งจากการวิจัยของบริษัท Datamonitor พบว่า องค์กรสามารถรักษาลูกค้าให้มีมูลค่าเป็น 6 เท่าของต้นทุน ในการรักษาลูกค้า 1 ราย โดยตัวชี้วัดสำคัญ เช่น จำนวนลูกค้าที่ลดลง และความพึงพอใจของลูกค้า เป็นการวัดความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการขององค์กร เช่น สํารวจความพึงพอใจของลูกค้าหรือจำนวนเรื่องร้องเรียนของลูกค้า เป็นต้น และการได้ลูกค้าใหม่ เป็นการวัดความสามารถขององค์กรในการหาลูกค้าใหม่ เช่น จำนวนลูกค้าใหม่ต่อลูกค้าทั้งหมด รวมทั้งความสามารถทำกำไรจากลูกค้า โดยตัวชี้วัดที่สำคัญ เช่น กำไรต่อลูกค้า 1 ราย

ด้านกระบวนการธุรกิจภายใน (internal business process perspective)

เป็นมุมมองที่ต้องพิจารณาว่าอะไรเป็นกระบวนการที่สำคัญภายในองค์กรที่จะทำให้องค์กรสามารถนำเสนอคุณค่าที่ลูกค้าต้องการ และช่วยให้บรรลุวัตถุประสงค์ภายใต้มุมมองด้านการเงิน ด้านการปฏิบัติการที่จะช่วยให้การผลิต และได้ไปส่งถึงลูกค้า ตลอดจนด้านการบริการหลังการขาย เป็นต้น

ด้านนวัตกรรม และการเรียนรู้ (innovation & learning perspective)

เป็นมุมมองที่สำคัญ เพราะเป็นมุมมองให้ความสำคัญต่ออนาคตขององค์กร ซึ่งด้านนวัตกรรมจะเน้นการวิจัยความต้องการของลูกค้า และสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ ซึ่งเป็นที่ต้องการของลูกค้า ตลอดจนความสามารถของพนักงาน ซึ่งพนักงานภายในองค์กรเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด ทำให้องค์กรต่าง ๆ จะพิจารณาทักษะความสามารถของพนักงาน ซึ่งวัดได้หลายลักษณะ เช่น ทักษะคติ และความพึงพอใจของพนักงาน และแรงจูงใจขององค์กร ถ้าไม่เหมาะสมก็จะทำให้องค์กรนั้น ๆ บรรลุวัตถุประสงค์ในด้านต่าง ๆ ได้ยากลำบาก ตัวชี้วัดที่นิยมใช้ เช่น จำนวนข้อเสนอที่พนักงานเสนอ และมีการนำไปปฏิบัติ เป็นต้น

2) แนวความคิดกลยุทธ์การออกแบบอย่างยั่งยืน

การออกแบบอย่างยั่งยืน (Sustainable Design Age) เป็นกระแสและแนวทางการออกแบบอุตสาหกรรมของโลกในช่วงศตวรรษที่ 21 มีการนำแนวความคิดเรื่อง Green Design การประหยัดพลังงาน การทำลายสิ่งแวดล้อม การออกแบบที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม นำมาสร้างผลงานการออกแบบโดยคำนึงถึงผู้ผลิตและผู้บริโภคเป็นสำคัญ และได้มีการสานต่อแนวความคิดไปสู่การออกแบบที่มีความยั่งยืน (Sustainability) ตั้งแต่การออกแบบผลิตภัณฑ์ขนาดเล็กภายในบ้าน ไปจนถึงการออกแบบสิ่งก่อสร้างในลักษณะสถาปัตยกรรมขนาดใหญ่ และการออกแบบสภาพแวดล้อมด้วย แนวความคิดในการออกแบบจึงต้องหา

วิธีการและทางเลือกอันเหมาะสม เพื่อให้ตอบโจทย์ในยุคปัจจุบัน สิ่งนี้นักออกแบบและผู้ผลิตคำนึงถึงหรือใส่ใจ เมื่อเวลาสร้างสรรค์ผลงาน หลักๆสามารถแยกได้ 3 ประเภท ดังนี้

Low-Impact Materials หมายถึง การเลือกใช้ทรัพยากรที่ปราศจากสารเคมีอันส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม, การคิดค้นวัสดุใหม่ที่นำทรัพยากรทางธรรมชาติมาใช้แทนสารสังเคราะห์ที่เกิดจากสารเคมี รวมไปถึง การเลือกใช้ทรัพยากรที่สามารถนำกลับมาใช้เคล็ดได้ง่ายและสิ้นเปลืองพลังงานน้อยที่สุด

Reduce หมายถึง การลดปริมาณการใช้ทรัพยากรในการผลิตให้มากที่สุด หรือกล่าวในอีกมุมหนึ่งคือ การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างคุ้มค่าที่สุด ทั้งนี้การลดปริมาณการใช้จะต้องไม่ทำให้คุณภาพ หรือประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ลดลงไปด้วย นอกจากนี้ยังรวมไปถึงการลดปริมาณการใช้พลังงานเชื้อเพลิง รวมไปถึงการหาหนทางในการใช้พลังงานสะอาดด้วย

Reuse, Recycle และ Upcycling ความหมายของ Reuse, Recycle และ Upcycling มีความหมายที่แตกต่างกัน Reuse หมายถึง การใช้ประโยชน์ซ้ำ โดยไม่ผ่านกระบวนการแปรสภาพ, Recycle หมายถึง การแปลงสภาพเศษวัสดุมาใช้งานใหม่ ส่วนใหญ่จะทำให้วัสดุนั้นๆมีคุณภาพที่แย่ลง, Upcycling กระบวนการแปลงสภาพวัสดุเหลือใช้ที่ไร้ประโยชน์ให้เป็นวัสดุใหม่ หรือสรรสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีคุณภาพสูงขึ้น สวยงามขึ้น และสามารถสร้างมูลค่าทางการค้าที่สูงขึ้น

กระบวนการออกแบบอย่างยั่งยืน ไม่ได้ขีดวงจำกัดไว้ที่ 3 ประเภทเท่านั้น แต่รวมไปถึงตั้งแต่กระบวนการผลิต การบริโภค และการสร้างคุณค่าจากวัสดุเหลือใช้ หรือจะเป็น การลดขั้นตอนกระบวนการผลิตที่อาจช่วยลดปริมาณการใช้พลังงานในทางอ้อม การใช้วัสดุท้องถิ่นก็สามารถลดขั้นตอนการขนส่งได้ หรือการสรรสร้างนวัตกรรมใหม่ๆเพื่อลดปริมาณการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ

แต่สิ่งสำคัญที่สุดก็คือ การปลูกจิตสำนึกเรื่องแนวคิดของการออกแบบอย่างยั่งยืนให้กับผู้ประกอบการ นักออกแบบ รวมถึงการกระตุ้นผู้บริโภคตระหนักถึงสภาวะแวดล้อมของโลกที่เปลี่ยนแปลงไป

3) แนวความคิดกลยุทธ์การสื่อสารแบรนด์

การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC : Integrated Marketing Communication) หมายถึง กระบวนการพัฒนาแผนงานการสื่อสารการตลาดที่ต้องใช้การสื่อสารหลายรูปแบบกับกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง เป้าหมาย คือ การที่จะมุ่งเน้นสร้างพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด โดยการพิจารณาวิธีการสื่อสารตราสินค้าเพื่อให้ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้ รู้จักสินค้า ซึ่งจะนำไปสู่ความรู้ความคุ้นเคย และมีความเชื่อมั่นในสินค้าแบรนด์นั้นๆ เพื่อมาใช้จริงใจผู้บริโภคในปัจจุบัน และกลุ่มผู้บริโภคที่คาดหวัง (Schultz, 2003)

การสร้างตราสินค้า เพื่อการสร้างความแตกต่าง จำเป็นต้องใช้ความชำนาญและความเชี่ยวชาญในการจัดการ การผสมผสานปัจจัยทั้งที่สามารถจับต้องได้และที่จับต้องไม่ได้ เพื่อให้เกิดความจงรักภักดีของผู้บริโภค (Stoat, 1994)

ดังนั้น วัตถุประสงค์หลักของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ คือ การสร้างการรับรู้ การจดจำ การยอมรับ รวมทั้งการกระตุ้นพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่ง IMC จะเป็นกระบวนการสื่อสารเพื่อจูงใจในระยะยาวและต่อเนื่อง โดยใช้เครื่องมือต่างๆหลายรูปแบบ เช่น การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง การส่งเสริมการขาย การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า การตลาดเชิงกิจกรรม และอีเมล ฯลฯ เพื่อให้เกิดพฤติกรรมที่ต้องการ ทั้งนี้การแบ่งประเภทการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ได้แก่ (ชินจิตต์ แจ้งเจนกิจ, 2013)

การสื่อสารการตลาดโดยใช้สื่อ (Above the line Marketing or ATL) ได้แก่ การโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ สื่อกลางแจ้ง ฯลฯ ซึ่งใช้งบประมาณค่อนข้างสูง

การสื่อสารการตลาดโดยไม่ใช้สื่อ (Below the Line Marketing or BTL) ได้แก่ การตลาดเชิงกิจกรรม การส่งเสริมการขาย การจัดส่งเอกสารสื่อสิ่งพิมพ์ จดหมายตรง การประชาสัมพันธ์ ฯลฯ ซึ่งเป็นการสื่อสารโดยตรงกับกลุ่มเป้าหมายและใช้งบประมาณไม่สูงเมื่อเทียบกับกลุ่มแรก

เพื่อให้กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ สามารถสร้างตราสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุผลดังที่กำหนดไว้ จะต้องเลือกเครื่องมือที่ใช้สื่อสารการตลาดให้เหมาะสมและ ผสมผสานการใช้เครื่องมือต่างๆ ให้สอดคล้องกันอย่างลงตัว เพื่อการสร้างแบรนด์สินค้าอย่างมีประสิทธิภาพและก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อแบรนด์นั้นๆ

4) งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เรื่องการศึกษาความพึงพอใจเช่าอพาร์ทเมนต์ บริเวณสถานีรถไฟฟ้า BTS

จากการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการเลือกอพาร์ทเมนต์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มคนทำงาน กลุ่มนักศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกเช่าอพาร์ทเมนต์ บริเวณสถานีรถไฟฟ้า BTS ได้แก่ รายได้ อาชีพ และสถานภาพการสมรส ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกขนาดของห้องพัก ได้แก่ รายได้ อาชีพ อายุ และสถานภาพการสมรส ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกราคาของห้องพัก ได้แก่ รายได้ อาชีพ อายุ และภูมิลำเนา

จากการวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการเลือกอพาร์ทเมนต์ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกอพาร์ทเมนต์อันดับแรก คือ ความปลอดภัย รองลงมาคือใกล้สิ่งอำนวยความสะดวก (ใกล้สถานีรถไฟฟ้า BTS) ส่วนปัจจัยสภาพแวดล้อมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องรองลงมา ได้แก่ ร้านมินิมาร์ท ร้านอาหาร ร้านซักอบ รีด เป็นต้น (รุ่งนภา บุชปะบุตร, 2010)

เรื่องอุปสงค์สำหรับอพาร์ทเมนต์ให้เช่าในเขตบางพลัด กรุงเทพฯ

จากการวิเคราะห์อุปสงค์สำหรับอพาร์ทเมนต์ให้เช่าในเขตบางพลัด กรุงเทพฯ โดยใช้วิธีการโคสแควส์ และวิธีการสมการถดถอยเชิงซ้อน จากการศึกษาพบว่าที่อยู่อาศัยแบบให้เช่ามีหลายประเภท เช่น บ้านเช่า อพาร์ทเมนต์ หอพัก แฟลต และอาคารชุด ซึ่งแต่ละประเภทจะแตกต่างกันตามขนาดของห้องพัก อัตราราคาค่าเช่า และกลุ่มลูกค้า จากการวิเคราะห์อุปสงค์สำหรับอพาร์ทเมนต์ขึ้นอยู่กับอาชีพ รายได้ จำนวนสมาชิกในครอบครัวหรือกลุ่มของนักศึกษา ระยะทางการเดินทางไปทำงาน หรือศึกษา และอัตราราคาค่าเช่า ส่วนเพศและอายุไม่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์

อุปสงค์ระหว่างอาชีพต่างๆ กลุ่มคนทำงานมีแนวโน้มอุปสงค์เช่าอพาร์ทเมนต์สูงสุด อุปสงค์ตามขนาดของอพาร์ทเมนต์ขึ้นอยู่กับรายได้และอัตราราคาค่าเช่า ในกลุ่มอาชีพต่างๆโดยรวม รายได้เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด จากการศึกษาอุปสงค์สำหรับอพาร์ทเมนต์ให้เช่า แสดงให้เห็นว่าปัจจัยที่ควรนำมาพิจารณาการลงทุนทำโครงการอพาร์ทเมนต์ให้เช่า คือ อาชีพ รายได้ ทำเลที่ตั้ง อัตราราคาค่าเช่าอพาร์ทเมนต์ (นิรุช ปิณฑะรุจิ, 2011)

1.13 การดำเนินการวิจัย

1.13.1) วิธีการดำเนินงาน

ในการจัดทำแผนธุรกิจนี้ ได้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (Indepth Interview) ผู้ให้ข้อมูล คือ

- 1) กลุ่มนักศึกษา ที่อยู่อพาร์ทเมนต์ หรือ ศึกษาอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับที่ตั้งโครงการ
- 2) กลุ่มคนทำงาน ที่อยู่อพาร์ทเมนต์ หรือ ทำงานอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับที่ตั้งโครงการ

โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ จำนวน 8 ท่าน โดยทำการกำหนดเป็น 2 กลุ่ม ดังรายละเอียดดังต่อไปนี้

- กลุ่มที่ 1 กลุ่มนักศึกษา แบ่งเป็น เพศชาย 2 คน เพศหญิง 2 คน
 กลุ่มที่ 2 กลุ่มคนทำงาน แบ่งเป็น เพศชาย 2 คน เพศหญิง 2 คน

1.13.2) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัย ใช้แบบสัมภาษณ์ในการเก็บข้อมูล โดยองค์ประกอบของแบบสัมภาษณ์ 1 ชุดประกอบด้วย 3 ส่วนดังนี้ (ภาคผนวก ก)

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามที่เกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนต์ และปัญหาของอพาร์ทเมนต์ที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน ได้แก่

- อะไรคือสิ่งที่ทำให้ท่านตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนต์
- ปัญหาของอพาร์ทเมนต์ที่ท่านอาศัยอยู่ในปัจจุบัน

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามที่เกี่ยวกับ ปัจจัยด้านความสนใจและความคาดหวังในการเช่าอพาร์ทเมนต์ สีเขียว (Green Apartment) โดยแบ่งออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่

- ด้านความรู้ความเข้าใจต่อโครงการ

ท่านมีความคิดเห็น หรือความเข้าใจ อย่างไร เกี่ยวกับ อพาร์ทเมนต์ สีเขียว (Green Apartment)

- ด้านความคาดหวังของผู้บริโภค

ท่านคิดว่า อพาร์ทเมนต์ สีเขียว ในแบบที่คุณต้องการ ควรตอบสนองในความเป็นตัวคุณในด้านใดบ้าง

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับโครงการ H Villa

- ด้านทำเล

จากทำเลของโครงการที่ท่านเห็น ท่านมีข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะอย่างไรบ้าง

- ด้านห้องพักอาศัย

ห้องพักในแบบที่ท่านต้องการ ท่านคิดว่าห้องพักควรรองรับความต้องการของท่านในด้านใดบ้าง

- ด้านการออกแบบตกแต่ง

จากตัวอย่างห้องพัก ทั้ง 3 แบบนี้ แบบใดมีความเป็นไปได้ ว่าท่านจะเลือกมากที่สุด (ภาคผนวก ข)

- ด้านราคา

จากแบบที่ท่านเลือก จากข้อที่แล้ว ท่านคิดว่า Rate ราคาใดที่เหมาะสมที่สุด

- ด้านโปรโมชั่น

จากโปรโมชั่น ดังต่อไปนี้ โปรโมชั่นใดมีความเป็นไปได้ ว่าท่านจะเลือกมากที่สุด

1.13.3) การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก จากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) วิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์ เพื่อทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

1.13.4) สรุปผลการวิจัย

กลุ่มที่ 1 กลุ่มนักศึกษา มีระดับการศึกษาในระดับมหาวิทยาลัย และกำลังศึกษาอยู่ระหว่าง ชั้นปีที่ 1 ถึง ชั้นปีที่ 4 รายได้เฉลี่ยไม่แน่นอน ส่วนใหญ่ยังใช้ทุนจากผู้ปกครอง สรุปได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์และปัญหาของอพาร์ทเมนท์ที่ท่านอาศัยอยู่ในปัจจุบัน

นักศึกษาทั้ง 4 คน ปัจจุบันได้เลือกใช้บริการอพาร์ทเมนท์แทนที่จะเลือกไป-กลับ ด้วยข้อจำกัดบางอย่าง คือ นักศึกษา 3 ใน 4 คน มาจากต่างจังหวัด มีความจำเป็นต้องใช้บริการอพาร์ทเมนท์ และ นักศึกษา 1 ใน 4 เลือกใช้บริการเพราะว่าอยู่ใกล้มหาวิทยาลัย จึงสะดวกสบายต่อการเดินทางมาเรียน

จากนักศึกษาทั้ง 4 คน นักศึกษา 2 ใน 4 ให้ความสำคัญในเรื่องของทำเล โดยให้เหตุผลว่าพาร์ทเมนต์ที่อยู่ปัจจุบันเข้าถึงลำบาก อยู่ในซอยที่เปลี่ยว, นักศึกษา 2 ใน 4 ให้ความสำคัญในเรื่องของอัตราราคาค่าเช่าพาร์ทเมนต์เหมาะสมกับคุณภาพหรือไม่ โดยให้ เหตุผลว่าพาร์ทเมนต์ที่อยู่ปัจจุบันมีอัตราราคาค่าเช่าที่แพงเกินไป เมื่อเทียบกับคุณภาพของห้องพัก เหตุผลอื่นรองลงมา ได้แก่ ตัวอาคารมีสิ่งอำนวยความสะดวกไม่ครบ เช่น ไม่มีลิฟท์ ไม่มีฟิตเนส, การออกแบบตัวอาคาร และการออกแบบตกแต่งไม่ดีพอ เช่น ผนังห้องไม่เก็บเสียง เกิดเสียงรบกวนจากข้างห้อง การเลือกใช้วัสดุตกแต่งภายในห้องไม่มีคุณภาพ เกิดการ เสียหายชำรุดง่าย

ส่วนที่ 2 ด้านความรู้ความเข้าใจและความคาดหวังต่อโครงการอพาร์ทเมนต์ สีเขียว (Green Apartment)

จากนักศึกษาทั้ง 4 คน ส่วนใหญ่ยังไม่เข้าใจในเรื่องของ Green Design เท่าที่ควร นักศึกษาทั้ง 4 คน ให้ภาพรวมของอพาร์ทเมนต์ สีเขียว ในภาพรวมที่เป็นพื้นฐาน เช่น การใช้พลังงานแสงอาทิตย์ การปลูกต้นไม้ การอยู่กับธรรมชาติ

สำหรับความคาดหวังของผู้บริโภค ในเรื่องของอพาร์ทเมนต์ สีเขียว (Green Apartment) พบว่านักศึกษาทั้ง 4 คน ที่ให้สัมภาษณ์ สิ่งที่ต้องการตอบสนองอันดับแรกคือ ช่วยประหยัด ค่าใช้จ่าย อันดับที่สอง คือ เรื่องของการประหยัดพลังงาน อันดับสาม คือ เรื่องเมื่ออยู่อาศัยใน Green Apartment น่าจะอยู่สบาย มีอากาศที่สดชื่น ดีต่อสุขภาพ อันดับสุดท้ายตอบสนองด้านอื่นๆ เช่น ช่วยลดภาวะโลกร้อน

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะสำหรับโครงการ

ด้านทำเลของโครงการ H Villa

นักศึกษาทั้ง 4 คนเห็นด้วยและให้ความสำคัญอันดับแรกที่ การเดินทางสะดวกกว่า เนื่องจากเข้าถึงได้ง่ายและเข้าถึงได้หลายทาง รวมถึงการเดินทางไปสถานที่ต่างๆในบริเวณใกล้เคียงได้ง่ายและสะดวก เช่น ใกล้มหาวิทยาลัย ใกล้ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น อันดับที่สองให้ความสำคัญที่บริการร้านอาหารและตลาด ซึ่งที่ตั้งโครงการ H Villa นักศึกษารู้จักและทราบกันว่าบริเวณนี้มีของขายให้เลือกซื้อ เลือกบริโภคมากมาย

ด้านห้องพักอาศัยของโครงการ H Villa

สิ่งที่นักศึกษาทั้ง 4 คน อยากให้มีในห้องพัก ได้แก่ เฟอร์นิเจอร์ที่ครบชุด ติดแอร์ มีครัว มีระบบอินเทอร์เน็ตที่แรงไวให้บริการ เนื่องจากอพาร์ทเมนต์เก่าไม่มี

ด้านการออกแบบตกแต่งของห้องพักในโครงการ H Villa

จากตัวอย่างห้องพักที่ให้นักศึกษาทั้ง 4 คนเลือก สรุปได้ดังนี้

- 2 ใน 4 คน เลือกแบบ A เหตุผลที่เลือก มีการออกแบบตกแต่งที่ลงตัว ห้องสว่างสบายตา ซึ่งเหมาะแก่การทำงาน เหตุผลที่ไม่เลือกแบบ B มีการออกแบบตกแต่งเยอะไป สีที่ใช่เป็นสีโทนร้อนทำให้ห้องรู้สึกร้อนไป และเหตุผลที่ไม่เลือกแบบ C มีการออกแบบตกแต่งเยอะไป สีที่ใช่ทึบไปทำให้รู้สึกอึดอัด
- 1 ใน 4 คน เลือกแบบ B เหตุผลที่เลือก รู้สึกชอบการออกแบบตกแต่ง บรรยากาศห้องดูอบอุ่น เหตุผลที่ไม่เลือกแบบ A ชอบแบบ A เหมือนกัน เพราะห้องสว่างสบายตา แต่ที่ไม่เลือกเพราะชอบ แบบ B มากกว่า และเหตุผลที่ไม่เลือกแบบ C สีที่ใช่ทึบไป ทำให้รู้สึกอึดอัด
- 1 ใน 4 คน เลือกแบบ C เหตุผลที่เลือก มีการออกแบบตกแต่งที่เข้ากับไลฟ์สไตล์ของตนเอง เหตุผลที่ไม่เลือกแบบ A ไม่ชอบการออกแบบตกแต่งที่เรียบๆ ดูวินเทจย้อนยุคเกินไป และเหตุผลที่ไม่เลือกแบบ B มีการออกแบบตกแต่งเยอะไป

ด้านราคา อัตราราคาค่าเช่าเท่าไรที่ยอมรับได้

นักศึกษา 3 ใน 4 คน

ให้อัตราราคาค่าเช่าสูงสุดอยู่ที่ประมาณ 15,000-18,000 บาท

ส่วนอัตราราคาค่าเช่าที่ยอมรับได้ อยู่ที่ประมาณ 8,001-10,000 บาท

นักศึกษา 1 ใน 4 คน

ให้อัตราราคาค่าเช่าสูงสุดอยู่ที่ประมาณ 6,500 บาท

ส่วนอัตราราคาค่าเช่าที่ยอมรับได้ อยู่ที่ประมาณ 6,000-7,000 บาท

กลุ่มที่ 2 กลุ่มคนทำงาน มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี และปริญญาโท และกำลังทำงาน มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน พนักงานรัฐวิสาหกิจ รายได้เฉลี่ย 25,000 - 60,000 บาท สรุปได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนต์และปัญหาของอพาร์ทเมนต์ที่ท่านอาศัยอยู่ในปัจจุบัน

จากคนทำงานทั้ง 4 คน ปัจจุบันได้เลือกใช้บริการอพาร์ทเมนต์แทนที่จะเลือกซื้อบ้าน หรือ คอนโดฯ ด้วยข้อจำกัดบางอย่าง คือ อันดับแรกรายได้ไม่เพียงพอต่อการซื้อบ้าน หรือ คอนโดฯ อันดับที่สองมาจากต่างจังหวัดเพื่อมาทำงานในกรุงเทพฯ จึงไม่จำเป็นที่จะต้องซื้อบ้าน อีกทั้งอพาร์ทเมนต์ที่เลือกใช้อาศัยอยู่ใกล้ที่ทำงาน ก็จะสะดวกในการเดินทาง และประหยัดค่าใช้จ่าย

สำหรับปัญหาของอพาร์ทเมนต์ที่พบในปัจจุบัน คนทำงานทั้ง 4 คน ทั้ง 4 คน ให้ความสำคัญในเรื่องของขนาดของห้องพักเป็นหลัก โดยให้เหตุผลว่าอพาร์ทเมนต์ที่อยู่ปัจจุบันมีขนาดห้องพักที่เล็กมาก อันดับที่สองเรื่องระบบการรักษาความปลอดภัยไม่แน่นหนาพอ เหตุผลอื่นรองลงมา ได้แก่ ตัวอาคารมีสิ่งอำนวยความสะดวกไม่ครบ เช่น ไม่มีแอร์ ไม่มีลิฟท์ ไม่มีพิตเนส

ส่วนที่ 2 ด้านความรู้ความเข้าใจและความคาดหวังต่อโครงการอพาร์ทเมนต์ สีเขียว (Green Apartment)

จากคนทำงานทั้ง 4 คน ส่วนใหญ่เข้าใจในเรื่องของ Green Design พอสมควร โดยคนทำงานทั้ง 4 คน แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับ Green Design อย่างเต็มที่ เช่น การใช้พลังงานทดแทน ได้แก่ พลังงานแสงอาทิตย์ พลังงานลม การใช้วัสดุต่างๆ ที่มาจากธรรมชาติและก่อให้เกิดมลพิษน้อยที่สุด มีการบำบัดน้ำเสียเพื่อนำน้ำกลับมารดน้ำต้นไม้ได้อีก เทคโนโลยีที่ช่วยให้ประหยัดพลังงานและลดการใช้พลังงานอย่างสิ้นเปลือง

สำหรับความคาดหวังของผู้บริโภค ในเรื่องของอพาร์ทเมนต์ สีเขียว (Green Apartment) พบว่า คนทำงานทั้ง 4 คน ที่ให้สัมภาษณ์ สิ่งที่ควรตอบสนองอันดับแรกคือ ช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย อันดับที่สอง คือ เรื่องของการประหยัดพลังงาน อันดับสาม คือ เรื่องสุขภาพเมื่อมีสิ่งแวดล้อมรอบข้างที่ดี สุขภาพก็จะดีขึ้น อันดับสุดท้ายตอบสนองด้านอื่นๆ เช่น ช่วยลดภาวะโลกร้อน

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะสำหรับโครงการ

ด้านทำเลของโครงการ H Villa

คนทำงานทั้ง 4 คนเห็นด้วยและให้ความสำคัญอันดับแรกที่ การเดินทาง สะดวกกว่า เนื่องจากเข้าถึงได้ง่ายและเข้าถึงได้หลายทาง รวมถึงการเดินทางไป สถานที่ต่างๆในบริเวณใกล้เคียงได้ง่ายและสะดวก เช่น ใกล้ที่ทำงาน ใกล้ห้างสรรพสินค้า ใกล้โรงพยาบาล เป็นต้น อันดับที่สองให้ความสำคัญที่บริการ ร้านอาหารและตลาด ซึ่งที่ตั้งโครงการ H Villa คนทำงานรู้จักและทราบกันว่า บริเวณนี้มีของขายให้เลือกซื้อ เลือกบริโภคมากมาย

ด้านห้องพักอาศัยของโครงการ H Villa

สิ่งที่คนทำงานทั้ง 4 คน อยากให้มีในห้องพัก คนทำงานให้ความสำคัญในการการออกแบบพื้นที่ใช้สอยเป็นหลัก เช่น การออกแบบพื้นที่อย่างเป็นสัดส่วน มีขนาดห้องที่กว้างขวาง มีเฟอร์นิเจอร์ครบชุด มีส่วนทำอาหาร อันดับรองลงมา ให้ความสำคัญในเรื่องความปลอดภัย เช่น ระบบล็อคประตูที่แน่นหนา โดยใช้คีย์การ์ด หรือ สแกนลายนิ้วมือ

ด้านการออกแบบตกแต่งของห้องพักในโครงการ H Villa

จากตัวอย่างห้องพักที่ให้คนทำงานทั้ง 4 คนเลือก สรุปได้ดังนี้

- 4 ใน 4 คน เลือกแบบ A เหตุผลที่เลือก มีการออกแบบตกแต่งที่มีการแบ่งพื้นที่ เป็นสัดส่วน ห้องสว่างช่วยประหยัดไฟ มีความเรียบหรู สบายตา ซึ่งเหมาะแก่การพักผ่อน เหตุผลที่ไม่เลือกแบบ B มีการออกแบบตกแต่งเยอะไป สีที่ใช้เป็นสีโทนร้อนทำให้ห้องรู้สึกร้อนไป และเหตุผลที่ไม่เลือกแบบ C มีการออกแบบตกแต่งเยอะไป การจัดพื้นที่ไม่เป็นสัดส่วน สีที่ใช้ทึบไปทำให้รู้สึกอึดอัด รูปแบบห้องพักไม่เหมาะกับวัยทำงาน

ด้านราคา อัตราราคาค่าเช่าเท่าไรที่ยอมรับได้

คนทำงาน 4 ใน 4 คน

ให้อัตราราคาค่าเช่าสูงสุดอยู่ที่ประมาณ 15,000-25,000 บาท

ส่วนอัตราราคาค่าเช่าที่ยอมรับได้ อยู่ที่ประมาณ 8,001-10,000 บาท

บทที่ 2

การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ

บทนี้เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการวิเคราะห์ปัจจัยทางสภาพแวดล้อมภายนอกและทางสภาพแวดล้อมภายใน รวมไปถึงศักยภาพขององค์กรหรือธุรกิจที่มีผลต่อการดำเนินการ หรือธุรกิจ ภายใต้แนวคิดและทฤษฎีเรื่อง SWOT Analysis ของ Albert Humphrey เพื่อนำมาสรุปเป็นปัจจัยเสี่ยงต่อการดำเนินงานของธุรกิจโดยแบ่งเป็นปัจจัยเสี่ยงภายใน และปัจจัยเสี่ยงภายนอก ดังรายละเอียดเป็นรายข้อต่อไปนี้

2.1 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมและปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อม

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม เป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการทำงานของธุรกิจอพาร์ทเมนต์และการเลือกใช้บริการของอพาร์ทเมนต์ ทั้งนี้ข้อมูลสภาพแวดล้อมเป็นข้อมูลในการประเมินสภาพของธุรกิจอพาร์ทเมนต์ว่าเป็นอย่างไร และพัฒนาไปในทิศทางใด สภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการดำเนินการของธุรกิจอพาร์ทเมนต์แบ่งได้ 2 ประเภท คือ สภาพแวดล้อมภายนอก และสภาพแวดล้อมภายใน ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก โดยพิจารณาจาก “ โอกาสและอุปสรรค ” ของธุรกิจอพาร์ทเมนต์ ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน โดยพิจารณาจาก “ จุดแข็งและจุดอ่อน ” ของธุรกิจอพาร์ทเมนต์

การวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆ ทั้งภายนอกและภายในของธุรกิจอพาร์ทเมนต์ จำเป็นต้องมีความรู้เกี่ยวกับโครงสร้างของตัวธุรกิจอพาร์ทเมนต์เอง ข้อมูลลูกค้า ข้อมูลคู่แข่ง ข้อมูลข่าวสารทางเศรษฐกิจ ทั้งภายในประเทศ และภายนอกประเทศมาเป็นตัวช่วยในการวิเคราะห์ ต้องวิเคราะห์โดยอยู่บนพื้นฐานของข้อมูลที่เป็นจริงที่ไม่ใช่การคาดคะเน จะช่วยให้ผู้บริหารธุรกิจอพาร์ทเมนต์ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ในสิ่งที่ได้เกิดขึ้นแล้วหรือมีแนวโน้มที่จะมีการเปลี่ยนแปลงในอนาคต รวมทั้งผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ที่มีผลต่อธุรกิจอพาร์ทเมนต์

ทั้งนี้จุดแข็ง จุดอ่อน และความสามารถด้านต่างๆ ที่ธุรกิจของเรามีอยู่ ต้องทำให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับ วิสัยทัศน์ พันธกิจ หรือ เป้าหมาย (Vision, Mission และ Objective) หรือเข้ากับทรัพยากรความสามารถที่มีในธุรกิจอพาร์ทเมนต์ของเรา แล้วนำ SWOT มาเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ โดยดูข้อมูลจาก Strengths / Weaknesses / Opportunities และ Threats

ภาพที่ 2.1 : แสดง SWOT Analysis

SWOT Analysis		
สภาพแวดล้อม ภายใน	S (Strength) จุดแข็ง จุดเด่น - ข้อได้เปรียบ	W (Weakness) จุดอ่อน ข้อเสียเปรียบ
สภาพแวดล้อม ภายนอก	O (Opportunity) โอกาส สิ่งเกื้อกูล ที่จะดำเนินกิจกรรม	T (Threats) อุปสรรคที่จะทำให้ ดำเนินกิจกรรมไม่สำเร็จ

2.1.1 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายใน

การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายใน โดยใช้การวิเคราะห์จุดแข็ง และจุดอ่อน ดังนี้

1) ด้านการจัดการของอพาร์ทเมนต์ เป็นการวิเคราะห์เกี่ยวกับความสำคัญของ โครงสร้าง การบริหารการจัดการของอพาร์ทเมนต์ โดยวิเคราะห์จากนโยบายที่กำหนดขึ้น และระบบการบริหาร การจัดการภายในของอพาร์ทเมนต์

สถานการณ์ ทางอพาร์ทเมนต์ให้ความสำคัญในด้านการบริหารการจัดการมากที่สุด มีการ กำหนดนโยบายและให้ความรู้เข้าใจแก่พนักงาน ในการทำงานเชิงรุกตามบทบาทและหน้าที่ ที่ได้รับ มอบหมาย มีการจัดโครงสร้างการบริหารอย่างเรียบง่าย

ผลต่อธุรกิจ ความสำคัญในด้านการบริหารการจัดการมีความสำคัญมากที่สุด เมื่อมีการ วางแผนอย่างเป็นระบบระเบียบ ก็จะทำให้พนักงานมีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ และมีประสิทธิภาพ ก็จะช่วยให้ลดต้นทุนด้านบุคลากรได้อีกทาง

2) ด้านบุคลากร เป็นการวิเคราะห์เกี่ยวกับคุณภาพของพนักงาน การให้ความสำคัญแก่พนักงาน การให้สวัสดิการที่ดีแก่พนักงาน การสร้างความมั่นคงแก่พนักงาน ความสำคัญของจำนวนพนักงาน แม้จะมีพนักงานเพียงไม่กี่คนแต่ก็มีประสิทธิภาพ

สถานการณ์ ทางอพาร์ทเมนต์ให้ความสำคัญแก่พนักงานเป็นที่สุด เน้นให้พนักงานมีส่วนร่วม การแสดงออกความคิดเห็นอย่างเต็มที่ในการทำงาน การดูแล การปรับปรุง ทั้งในด้านอพาร์ทเมนต์ และด้านการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการ มีการสนับสนุนให้พนักงานควบคุมผลงาน และคุณภาพของตนเอง การให้การอบรมในการให้บริการแก่พนักงาน อีกทั้งมอบสวัสดิการที่ดีเพื่อตอบแทนแก่พนักงานทุกคน

ผลต่อธุรกิจ เมื่อพนักงานทุกคนมีคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ดี ก็จะทำให้พนักงานทุกคนทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ก่อให้เกิดปัญหาในการทำงานในอนาคต ทำให้พนักงานทุกคนมีความรัก ความเข้าใจในงานบริการของอพาร์ทเมนต์ และยังช่วยให้ประหยัดต้นทุนในการสรรหพนักงานอีกด้วย

3) ด้านทำเลที่ตั้ง เป็นการวิเคราะห์ถึงขีดความสามารถในการให้บริการ และขีดความสามารถในเชิงการจัดการองค์กรธุรกิจ ซึ่งประกอบด้วยทำเลที่ตั้ง และสิ่งปลูกสร้าง และเทคโนโลยีใหม่ๆที่ต้องใช้ในอพาร์ทเมนต์ ต้นทุน และค่าใช้จ่ายในการก่อสร้าง รวมถึงความเพียงพอ และคุณภาพของวัสดุอุปกรณ์ เพื่อให้ตอบสนองกับผู้ใช้บริการมากที่สุด

สถานการณ์ อพาร์ทเมนต์ H Villa ตั้งอยู่ในทำเลที่เหมาะสม เนื่องจากเป็นทำเลที่มีศักยภาพ ตั้งอยู่บริเวณเลียบบถนนเจริญสุขนิทวงศ์ มีการขยายตัวของโครงการรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงิน ช่วงหัวลำโพง-บางแค โดยมีเส้นทางรถไฟฟ้าทอดยาว ตั้งแต่ ท่าพระ ถึง สะพานพระราม 7 ที่ตั้งโครงการอยู่ใกล้กับท่าเรือ ทำให้การเดินทางสะดวก ทั้งทางบกและทางน้ำ และยังใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ อาทิเช่น สะพานพระราม 8 ถนนข้าวสาร วัดพระแก้ว สนามหลวง และห้างสรรพสินค้าต่างๆ

ผลต่อธุรกิจ อพาร์ทเมนต์ H Villa ตั้งอยู่ในทำเลที่เหมาะสม ทำให้ผู้ใช้บริการได้รับความสะดวกสบายในการเดินทาง เนื่องจากใกล้สถานที่ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยว สถานศึกษา ห้างสรรพสินค้า บริษัทต่างๆ และโรงพยาบาล

4) ด้านการสร้างนวัตกรรมเพื่อการอนุรักษ์พลังงานของอพาร์ทเมนต์ ซึ่งวิเคราะห์จาก ปัจจัยหรือหลักเกณฑ์ที่สำคัญในการประเมิน ประกอบด้วย 5 หัวข้อหลักๆ ได้แก่

4.1) สถานที่ก่อสร้าง พิจารณาถึงสถานที่ก่อสร้างที่ต้องไม่ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศน์ ส่งเสริมการใช้รถสาธารณะ/จักรยาน การระบายน้ำฝน การสร้างผนังกันความร้อน เป็นต้น

4.2) ประสิทธิภาพการใช้น้ำ พิจารณาถึงการใช้น้ำให้น้อยกว่ามาตรฐาน ควบคุมปริมาณการใช้น้ำประปา เป็นต้น

4.3) วัสดุก่อสร้าง พิจารณาถึงการใช้วัสดุก่อสร้างให้คุ้มค่าที่สุด การบริหารจัดการวัสดุเหลือใช้จากการก่อสร้าง การนำวัสดุที่ใช้ก่อสร้างมาใช้ใหม่ได้ การเลือกใช้วัสดุก่อสร้างในท้องถิ่น โดยไม่ต้องขนส่งมาไกลเพื่อเป็นการลดการใช้พลังงานในการขนส่ง

4.4) สิ่งแวดล้อมภายในอาคาร (อากาศ/แสง) พิจารณาถึงการมีคุณภาพอากาศในอาคารที่ดี (ก๊าซ/กลิ่น/ฝุ่น/เชื้อโรค) มีระบบระบายอากาศสูงกว่ามาตรฐาน บริหารการก่อสร้างโดยคำนึงถึงคุณภาพอากาศ ไม่ให้ฝุ่นสะสมในตัวอาคาร การทำความสะอาดอาคารก่อนอนุญาตให้เข้าใช้งานได้ การใช้วัสดุก่อสร้างหรือเฟอร์นิเจอร์ที่ไม่ก่อให้เกิดสารระเหย เช่น กาว สี พรม ไม้ มีระบบปรับระดับความสว่างและอุณหภูมิ ความชื้นได้อย่างเหมาะสมกับการใช้งาน

4.5) การใช้พลังงานและลดการทำลายชั้นบรรยากาศ พิจารณาถึงการใชพลังงานให้มีประสิทธิภาพสูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำ ซึ่งโดยทั่วไปถือว่ากฎหมายท้องถิ่นเป็นเกณฑ์ขั้นต่ำ การใช้พลังงานทดแทน การทดสอบและปรับแต่งระบบวิศวกรรมอาคารก่อนการใช้งาน การใช้สารทำความเย็นที่ไม่ทำลายชั้นบรรยากาศ การมีวิธีการตรวจวัดในอาคารอย่างมีมาตรฐาน (ประสงค์ ธาราไชย, 2009)

สถานการณ์ อพาร์ทเมนต์ H Villa ให้ความสำคัญต่อนวัตกรรมเพื่อการอนุรักษ์พลังงานเพื่อผู้อยู่อาศัย โดยจะดำเนินการควบคุม การก่อสร้าง ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดเอาไว้ ให้เป็นไปตามมาตรฐานหรือสูงกว่ามาตรฐาน เพื่อให้ตอบสนองแก่ผู้อยู่อาศัย อีกทั้งยังสามารถสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นแก่ผู้พักอาศัยอีกด้วย

ผลต่อธุรกิจ เมื่อนำนวัตกรรมเพื่อการอนุรักษ์พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ ก็จะทำให้ต้นทุนในค่าใช้จ่ายต่างๆลดลงอาจจะเห็นผลในระยะยาว แต่ก็ยังเป็นผลดีต่อธุรกิจ ในด้านผู้อยู่อาศัยด้วยวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในโครงการได้มีการนำเทคโนโลยีประหยัดพลังงานต่างๆมาใช้ เช่น Solar Rooftop ผนังกันความร้อน ระบบการควบคุมไฟฟ้า ระบบการควบคุมน้ำประปา เป็นต้น ทำให้ผู้ใช้บริการได้รับความสะดวกสบาย อีกทั้งยังช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย ค่าน้ำ ค่าไฟ ได้ด้วย และยังช่วยลดโลกร้อนได้อีกทางหนึ่ง

5) ด้านการตลาด จะเป็นการวิเคราะห์วัตถุประสงค์ของการทำตลาดเพื่อให้รู้ว่าขายได้หรือไม่ ปัจจัยสำคัญในการวิเคราะห์ตลาด ได้แก่ การกำหนดการแบ่งส่วนตลาด และส่วนประสมทางการตลาด

สถานการณ์ อพาร์ทเมนต์ H Villa เป็น Green Apartment เปิดใหม่ ตัวโครงการยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก ส่วนในด้านคู่แข่ง คู่แข่งมีประสบการณ์ด้านอพาร์ทเมนต์ที่มากกว่าจึงเป็นที่รู้จักดีกว่า

ผลกระทบ การตลาดของ Green Apartment อยู่ในตลาดใหม่ ในปัจจุบันยังไม่ครอบคลุมทุกกลุ่มลูกค้า อาจทำให้กลุ่มลูกค้าที่สนใจยังมีจำนวนไม่มากนัก จึงอาจจำเป็นต้องทำการตลาดเชิงรุก เพื่อเจาะตลาดกลุ่มลูกค้าใหม่และ ให้ความรู้ความเข้าใจแก่ผู้อยู่อาศัยเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะมีต้นทุนในการส่งเสริมการขายที่สูงมากขึ้นไปด้วย

6) ด้านการเงิน เป็นปัจจัยลำดับสุดท้ายก่อนที่จะตัดสินใจดำเนินการใดๆ โดยวิเคราะห์จากต้นทุนเงินทุน ความเสี่ยงในการลงทุน การจัดหาแหล่งเงินทุน เงินทุนหมุนเวียนในธุรกิจ ควรหาเงินทุนจากแหล่งใด ระหว่างส่วนของเจ้าของ ธนาคาร หรือแหล่งเงินทุนอื่นๆ การจัดหาเงินทุนระยะสั้นหรือระยะยาว และแบ่งเป็นสัดส่วนเท่าใด ที่ทำให้ต้นทุนของเงินทุนต่ำสุด โดยไม่ก่อให้เกิดความเสี่ยงทางการเงินมากเกินไป

สถานการณ์ H Villa เป็นโครงการ Green Apartment ซึ่งเป็นธุรกิจเจ้าของคนเดียว มีการลงทุนด้วยเงินทุนจากส่วนของเจ้าของ 89% และเงินกู้ยืมจากธนาคาร 11% ซึ่งสรุปได้ว่าโครงการใช้เงินทุนจากส่วนของเจ้าของในการลงทุนเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งอาจแตกต่างจากคู่แข่งรายอื่นที่ส่วนใหญ่จะมีการกู้ยืมจากแหล่งเงินที่มากกว่า

ผลต่อธุรกิจ เนื่องจากทางอพาร์ทเมนต์มีการใช้เงินลงทุนที่มาจากเงินทุนในส่วนของเจ้าของ ทำให้ไม่ต้องมีภาระในด้านดอกเบี้ยเงินกู้ไม่มาก แต่ต้องมีการวางแผนทางการเงินอย่างรอบคอบเนื่องจากเป็นธุรกิจใหม่ ไม่มีประสบการณ์เท่าไรนัก ต้องมีการควบคุมการดำเนินธุรกิจเป็นแบบค่อยเป็นค่อยไป ซึ่งจะช่วยในเรื่องของการควบคุมต้นทุน ค่าใช้จ่ายต่างๆ หรือค่าการตลาดได้ดียิ่งขึ้น เพื่อไม่ก่อให้เกิดค่าใช้จ่ายต่างๆที่ไม่จำเป็น ทำให้บริหารด้านการเงินได้ดียิ่งขึ้น

2.1.2 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายนอก

การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายนอก โดยใช้การวิเคราะห์โอกาส และอุปสรรค ดังนี้

1) ด้านคู่แข่ง การวิเคราะห์ภาวะการแข่งขันเป็นปัจจัยที่สำคัญ เพื่อพิจารณาว่าธุรกิจมีความแข็งแกร่งทางการแข่งขันเพียงใด และสามารถนำมาพิจารณาศักยภาพในการทำกำไรในระยะยาวได้มากน้อยแค่ไหน เพื่อนำมาใช้ประกอบการตัดสินใจลงทุนต่อไป ธุรกิจจะมีแนวโน้มที่ดีหรือไม่ โดยพิจารณาจากภาวะการแข่งขันในธุรกิจ และการคาดการณ์เกี่ยวกับแนวโน้มของธุรกิจนั้นๆ ในอนาคต เพื่อประกอบการตัดสินใจได้อย่างเหมาะสม

สถานการณ์ จากการสำรวจจำนวนคู่แข่งในธุรกิจอพาร์ทเมนท์ที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียงมีไม่มากเท่าไร ในด้านความแตกต่างระหว่างอพาร์ทเมนท์ทั่วไปก็มีไม่มากนัก ส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับงบประมาณในการลงทุนที่จำกัด แต่ปัจจุบันอัตราการเจริญเติบโตของธุรกิจอพาร์ทเมนท์เริ่มมีแนวโน้มที่สูงขึ้น ส่งผลให้ระดับของการแข่งขันในตลาดความเริ่มมีความรุนแรงขึ้นเรื่อยๆ

ผลต่อธุรกิจ โครงการ H Villa มีข้อได้เปรียบที่ชัดเจน คือเป็น Green Apartment เป็นอพาร์ทเมนท์ที่มีความโดดเด่นในด้านประหยัดพลังงาน การเติบโตในตลาดจึงเป็นไปได้ไม่ยาก ถ้ามีการวางแผนทำการตลาดอย่างดีและอาศัยเวลาในการสร้างการรับรู้อย่างค่อยๆเป็นค่อยๆไป

2) ด้านสังคมและวัฒนธรรม เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัยของผู้เช่าอย่างมาก โครงสร้างทางสังคมและวัฒนธรรม จะประกอบไปด้วย จำนวนประชากร อาชีพ ปัญหาสังคม แนวโน้มทางสังคม การสื่อสาร และการคมนาคม ซึ่งแต่ละสังคมก็จะมีลักษณะที่แตกต่างกันออกไป

สถานการณ์ จากการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ โดยดูจากจำนวนประชากร ในแต่ละเขต โดยเจาะจงไปที่เขตของที่ตั้งโครงการซึ่งอยู่ในเขตบางพลัด และเขตที่อยู่บริเวณใกล้เคียง ผลการสำรวจชี้ให้เห็นว่าในเขตที่ตั้งของโครงการที่ตั้งอยู่ในเขตบางพลัดมีจำนวนประชากรค่อนข้างสูง เมื่อเทียบกับ จำนวนประชากรของเขตที่ติดกัน เขตบางพลัด มีจำนวนประชากร 174,275 คน ส่วนบริเวณใกล้เคียงอย่างเช่น เขตบางกอกน้อย มีจำนวนประชากรประมาณ 158,533 คน เขตตลิ่งชัน มีจำนวนประชากร 136,546 คน เขตดุสิต มีจำนวนประชากร 102,656 คน โดยประมาณ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า จากเขตทั้งหมดที่มีการสำรวจประชากร เขตบางพลัดมีจำนวนประชากรมากที่สุด (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2012)

ผลต่อธุรกิจ ในด้านประชากร จากสถานการณ์ข้างต้นทำให้โอกาสที่จะมีผู้เข้ามาพักอาศัยเพิ่มมากขึ้น จึงเป็นแนวโน้มที่ดีสำหรับธุรกิจนี้

ในด้านรสนิยม ปัจจุบันผู้เลือกใช้บริการเริ่มให้ความสำคัญในการออกแบบ ซึ่งต้องตอบสนองกับไลฟ์สไตล์หรือของผู้ใช้บริการ

ในด้านพฤติกรรม ผู้ที่ใช้บริการส่วนใหญ่ไม่ได้อยู่อาศัยแบบถาวร จึงเหมาะแก่การเช่าอพาร์ทเมนท์อยู่อาศัยแค่ชั่วคราว เช่น กลุ่มนักศึกษาที่บ้านอยู่ไกลจากมหาวิทยาลัยจะใช้บริการแค่ช่วงระยะเวลาเปิดภาคการศึกษาเท่านั้น กลุ่มพนักงานบริษัทจะใช้บริการจนกว่าจะเปลี่ยนงานหรือเปลี่ยนอพาร์ทเมนท์ เป็นต้น บางช่วงเวลาอาจมีผลกระทบต่อปริมาณของผู้เข้าใช้บริการ

3) ด้านเทคโนโลยี ปัจจุบันความก้าวหน้าของเทคโนโลยีมีความก้าวหน้าเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด ทำให้เกิดนวัตกรรมใหม่เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอพาร์ทเมนท์ก็มีหลายอย่าง เช่น Solar Rooftop คือ ระบบจัดเก็บพลังงานไฟฟ้าจากแสงอาทิตย์ ช่วยให้อาคารใช้พลังงานไฟฟ้าที่ลดลง ระบบควบคุมการจ่ายไฟที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ช่วยให้ประหยัดไฟมากขึ้น การออกแบบอิฐก่อผนังกันความร้อนซึ่งช่วยให้ประหยัดและลดการใช้พลังงานไฟฟ้า รวมถึงลดปัญหาความร้อนภายในห้องได้ และอุปกรณ์ไฟฟ้าต่างๆ ตั้งแต่หลอดไฟ ไปจนถึงเครื่องใช้ไฟฟ้าต่างๆในปัจจุบันก็มีการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆเข้ามาในการผลิตทำให้ช่วยในการประหยัดไฟเพิ่มมากขึ้น

สถานการณ์ เนื่อง H Villa ต้องการเป็นผู้นำในด้าน Green Apartment ในอนาคต ซึ่งจะนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในอพาร์ทเมนท์ เช่น ระบบจัดเก็บพลังงานไฟฟ้าจากแสงอาทิตย์ ระบบควบคุมการจ่ายไฟที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น การออกแบบอิฐก่อผนังกันความร้อน ระบบการควบคุมน้ำประปา ซึ่งเทคโนโลยีเหล่านี้อพาร์ทเมนท์ต่างๆไปยังไม่ได้ให้ความสำคัญมากนัก

ผลต่อธุรกิจ เนื่องจากเทคโนโลยีมีความก้าวหน้าเพิ่มขึ้น จึงเป็นโอกาสที่ดี ที่จะนำเทคโนโลยีใหม่ๆเหล่านี้ มาใช้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิภาพก่อให้เกิดจุดเด่นของอพาร์ทเมนท์ ซึ่งจุดเด่นเหล่านี้จะดึงดูดให้มีผู้สนใจใน Green Apartment มากขึ้น และตัดสินใจเลือก Green Apartment เพื่อพักอาศัย

4) ด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ เป็นปัจจัยที่สำคัญอีกด้านหนึ่งที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ อพาร์ทเมนท์เป็นอย่างมากเช่นกัน ปัจจัยหลักๆทางด้านเศรษฐกิจ โดยวิเคราะห์ได้จาก ภาวะทางการเงิน อัตราการว่างงาน อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ อัตราดอกเบี้ย การลงทุนต่างๆ เป็นต้น

สถานการณ์ แนวโน้มทางเศรษฐกิจภายในประเทศปี 2558-2560 กำลังอยู่ในช่วงปรับตัวขึ้นเรื่อยๆ แต่ยังไม่ดีพอและรวดเร็วเท่าที่ควร จึงทำให้มีผลไปถึงเศรษฐกิจภายในประเทศ ทำให้ในช่วงเวลาเศรษฐกิจมีการปรับชะลอตัวลงอย่างต่อเนื่อง ส่วนแนวโน้มเศรษฐกิจโลกในภาพรวมปี 2558-2560 เศรษฐกิจของบางประเทศ อาทิ ประเทศญี่ปุ่น หรือประเทศในโซนยุโรป ก็ยังคงมีความเสี่ยง ส่วนเศรษฐกิจของจีน ก็คาดว่าจะชะลอตัวลง เนื่องจากมีการเปลี่ยนแปลงของค่าเงินที่เห็นได้ชัด อีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญก็คืออัตราการขยายตัวของธุรกิจเข้าสู่ชานเมือง ซึ่งปัจจุบันก็กำลังขยายตัวมากขึ้น และมีชาวต่างชาติกำลังเข้ามาลงทุนเพิ่มมากขึ้น ซึ่งส่งผลให้เกิดการเพิ่มของจำนวนประชากรที่จะเข้ามาทำงาน มีธุรกิจเกิดขึ้นใหม่ หรือ กำลังจะเกิดขึ้นในอนาคตในชานเมือง ในอนาคตจึงเป็นแนวโน้มที่ดีขึ้น โดยวิเคราะห์ได้จากข้อมูลการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ โดยดูจากอัตราการว่างงาน ที่แสดงให้เห็นว่า อัตราของผู้ทำงานที่มี 4,828,957 คน กับ อัตราของผู้ว่างงานที่มี 2,089,172 คน มีมากกว่า 2 เท่าของผู้ว่างงาน ซึ่งยังอยู่ในเกณฑ์ที่ดี

ผลต่อธุรกิจ ปัจจุบันอัตราการขยายตัวของธุรกิจเข้าสู่ชนเมืองที่มากขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งจะมีผลต่อการย้ายถิ่นฐานเข้ามามากขึ้น รวมทั้งปัจจุบันมีชาวต่างชาติเข้ามาลงทุนเพิ่มมากขึ้น ทำให้โอกาสที่จะมีผู้เข้ามาพักอาศัยเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย ซึ่งจัดได้ว่าเป็นแนวโน้มที่ดีสำหรับธุรกิจนี้ ส่วนอัตราการว่างงานชี้ให้เห็นถึงผู้ที่มีรายได้หรือผู้ว่างงาน ซึ่งจะมีผลต่อการเลือกใช้บริการในอนาคตต่อไป

5) ด้านการเมืองและกฎหมาย มีความสำคัญอยู่ไม่น้อย โดยวิเคราะห์ได้จาก นโยบายรัฐบาล นโยบายหน่วยงานต้นสังกัด กฎหมาย ระเบียบต่างๆ การแทรกแซงทางการเมือง ซึ่งประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงรัฐบาลอยู่บ่อยๆ นักลงทุนชาวไทย และชาวต่างชาติ จะมีความกังวลและความอ่อนไหวต่อปัจจัยทางการเมือง รองลงมาจะเป็นเรื่องภัยพิบัติต่างๆ ที่เกิดขึ้นอยู่บ่อยครั้ง เพราะส่วนใหญ่เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องเกี่ยวข้องกับกฎหมาย และมาตรการต่างๆ เช่น มาตรการส่งเสริมการลงทุน กฎระเบียบที่ใช้สำหรับการก่อสร้างอาคาร เป็นต้น

สถานการณ์ แนวโน้มการเมืองภายในประเทศคาดการณ์ว่าปี 2558-2560 กำลังอยู่ในช่วงการปรับเปลี่ยนไปในทางที่ดีขึ้น แต่ยังมีเหตุการณ์ความไม่สงบเกิดขึ้นในประเทศเกิดขึ้นอยู่บ้าง จึงส่งผลให้นักลงทุนไม่ค่อยมั่นใจในความปลอดภัยเท่าไรนัก นักลงทุนบางส่วนเลยไม่กล้าเข้ามาลงทุนในประเทศไทยช่วงเวลานี้ รัฐบาลจึงได้ออกนโยบายต่างๆ เพื่อส่งเสริมการลงทุนเพื่อเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจ อย่างเช่น การลดดอกเบี้ยเงินกู้ การส่งเสริมการท่องเที่ยว การสร้างความมั่นใจในด้านความปลอดภัยในด้านการท่องเที่ยว รวมไปถึงด้านแรงงานที่มีนโยบายให้แรงงานต่างชาติ ขึ้นทะเบียนอย่างถูกต้องตามกฎหมาย เป็นต้น

ผลต่อธุรกิจ จากนโยบายที่ทางรัฐบาลที่ออกมา เช่น การลดดอกเบี้ยเงินกู้ ซึ่งเป็นผลดีในการกู้มาลงทุนในธุรกิจ อาจส่งผลกระทบให้มีคู่แข่งรายใหม่เพิ่มขึ้นได้ ซึ่งจะทำให้มีคู่แข่งเพิ่มมากขึ้นจากเดิม

2.1.3 ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน

ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน โดยมีประเภทของปัจจัยเสี่ยง ดังนี้

ตารางที่ 2.1 : แสดงปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน

ประเภทของปัจจัยเสี่ยง	ระดับความเสี่ยง					สิ่งที่ต้องดำเนินการเพื่อลด / ป้องกันความเสี่ยง
	1	2	3	4	5	
<p>1.ปัจจัยด้านการจัดการของอพาร์ทเมนต์</p> <p>มีความเสี่ยงค่อนข้างต่ำ</p> <p>เนื่องจาก ทางอพาร์ทเมนต์ให้ความสำคัญในด้านการบริหารการจัดการมากที่สุด</p> <p>มีการกำหนดนโยบายที่ชัดเจน และให้ความรู้เข้าใจแก่พนักงานในการทำงานตามบทบาทและหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมาย</p>		/				<p>กำหนดนโยบายในการบริหารที่ชัดเจน การสื่อสารนโยบายแก่พนักงาน</p> <p>การให้ความรู้ความเข้าใจแก่พนักงานอย่างสม่ำเสมอ</p> <p>มีการตรวจสอบ ทบทวน ติดตามผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง และ</p> <p>ปรับเปลี่ยนนโยบายให้เข้ากับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดช่องว่างในการบริหารการจัดการ</p>

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.1 (ต่อ) : แสดงปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน

ประเภทของปัจจัยเสี่ยง	ระดับความเสี่ยง					สิ่งที่ต้องดำเนินการเพื่อลด / ป้องกันความเสี่ยง
	1	2	3	4	5	
2.ปัจจัยด้านการให้บริการ มีความเสี่ยงค่อนข้างต่ำ เนื่องจาก ทางอพาร์ทเมนท์ให้ความสำคัญในการให้บริการและใส่ใจแก่ผู้อยู่อาศัยเป็นอันดับแรก		/				มีการให้บริการห้องพักที่ทันสมัย ด้วยเทคโนโลยีใหม่ๆ ติดตาม ปรับปรุงคุณภาพให้ให้ดีขึ้นอย่างสม่ำเสมอ ทั้งในด้านเทคโนโลยี และ การให้บริการที่มีคุณภาพจากพนักงานทุกคน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้อยู่อาศัย
3.ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง มีความเสี่ยงปานกลาง เนื่องจาก ที่ตั้งโครงการอยู่ในทำเลที่มีศักยภาพ จึงอาจทำให้มีคู่แข่งทยอยเข้ามาลงทุนในบริเวณนี้เพิ่มมากขึ้น			/			ต้องมีการลงพื้นที่ทำการตลาด ศึกษาคู่แข่งอยู่ตลอดเวลา เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการแย่งฐานลูกค้าจากคู่แข่ง

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.1 (ต่อ) : แสดงปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน

ประเภทของปัจจัยเสี่ยง	ระดับความเสี่ยง					สิ่งที่ต้องดำเนินการเพื่อลด / ป้องกันความเสี่ยง
	1	2	3	4	5	
<p>4.ปัจจัยด้านการสร้างนวัตกรรมเพื่อการอนุรักษ์พลังงานของอพาร์ทเมนท์</p> <p>มีความเสี่ยงปานกลาง</p> <p>เนื่องจาก มีการนำนวัตกรรมใหม่ๆเข้ามาใช้ ในปัจจุบันยังคงมีต้นทุนในการดำเนินการค่อนข้างสูงพอสมควร</p>			/			<p>ติดตามข่าวสารนวัตกรรมใหม่ๆ ในการอนุรักษ์พลังงานอยู่เสมอ และศึกษาข้อมูล เตรียมความพร้อมในการพัฒนาอยู่เสมอ เพื่อความเชื่อมั่นของผู้อยู่อาศัยและผู้สนใจเข้ามาอยู่อาศัยในอนาคต</p>
<p>5.ปัจจัยทางการตลาด</p> <p>มีความเสี่ยงปานกลาง</p> <p>เนื่องจาก จากเป็นธุรกิจใหม่ซึ่งยังมีผู้แข่งขันน้อยราย ทำให้การสื่อสาร การให้ความรู้ความเข้าใจกับกลุ่มลูกค้าค่อนข้างง่าย แต่ในปัจจุบันยังไม่มีการทำการตลาดเท่าไรนัก</p>			/			<p>ต้องทำการตลาดเชิงรุก การให้ความรู้ความเข้าใจในกลุ่มลูกค้าใหม่ ให้มีความรู้ความเข้าใจในตัวโครงการ เพิ่มโอกาสในตัดสินใจเข้าอยู่อาศัยในอพาร์ทเมนท์</p>

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.1 (ต่อ) : แสดงปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน

ประเภทของปัจจัยเสี่ยง	ระดับความเสี่ยง					สิ่งที่ต้องดำเนินการเพื่อลด / ป้องกันความเสี่ยง
	1	2	3	4	5	
<p>6.ปัจจัยด้านการเงิน</p> <p>มีความเสี่ยงค่อนข้างสูง</p> <p>เนื่องจาก อพาร์ทเมนต์ H Villa เป็นธุรกิจใหม่ มีขนาดไม่ใหญ่นัก อีกทั้งทางอพาร์ทเมนต์มีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่างๆ มาใช้ภายในโครงการ ประสบการณ์ในการบริหารยังน้อย ซึ่งอาจทำให้เกิดต้นทุนที่สูง หรือค่าใช้จ่ายต่างๆที่สูงกว่าปกติ รวมไปถึงจนถึงค่าการตลาดอีกด้วย</p>				/		<p>เนื่องจากต้นทุนการดำเนินการค่อนข้างสูง ต้องมีการวางแผนทางการเงินอย่างรอบคอบ การดำเนินธุรกิจต้องเป็นแบบค่อยเป็นค่อยไป ซึ่งจะช่วยให้เรื่องของการควบคุมต้นทุนค่าใช้จ่ายต่างๆ หรือค่าการตลาดได้ดียิ่งขึ้น เพื่อไม่ก่อให้เกิดค่าใช้จ่ายต่างๆที่ไม่เป็น เป็นการลดความเสี่ยงทางการเงินที่จะเกิดขึ้นในอนาคต</p>

(ตารางมีต่อ)

2.1.4 ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก

ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก โดยมีประเภทของปัจจัยเสี่ยง ดังนี้

ตารางที่ 2.2 : แสดงปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก

ประเภทของปัจจัยเสี่ยง	ระดับความเสี่ยง					สิ่งที่ต้องดำเนินการเพื่อลด / ป้องกันความเสี่ยง
	1	2	3	4	5	
<p>1.ปัจจัยด้านคู่แข่ง</p> <p>มีความเสี่ยงปานกลาง</p> <p>จำนวนคู่แข่งในธุรกิจอพาร์ทเมนต์ที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียงมีไม่มากเท่าไร แต่ปัจจุบันอัตราการเจริญเติบโตของธุรกิจอพาร์ทเมนต์ใหม่เริ่มมีแนวโน้มที่สูงขึ้น</p>			/			<p>สำรวจคู่แข่งตลอดเวลาเพื่อนำข้อบกพร่องที่อพาร์ทเมนต์ของเราไม่มีมาปรับใช้กับอพาร์ทเมนต์ของเรา เพื่อป้องกันการเสียนฐานผู้ใช้บริการเก่า และยังช่วยเพิ่มความสนใจให้กับผู้ใช้บริการรายใหม่</p>
<p>2.ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม</p> <p>มีความเสี่ยงค่อนข้างต่ำ</p> <p>เนื่องจาก ปัจจุบันค่านิยมของผู้ใช้บริการเปลี่ยนแปลงไป ทำให้เกิดค่านิยมใหม่ๆ คือ การให้ความสำคัญกับเรื่องอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น</p>		/				<p>ปรับเปลี่ยนทัศนคติของผู้ใช้บริการ โดยการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการความสำคัญกับเรื่องอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเทคโนโลยีใหม่ๆที่นำมาใช้เพื่อให้ผู้ใช้มีความสนใจและหันมาใช้บริการให้บริการของ Green Apartment มากยิ่งขึ้น</p>

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.2 (ต่อ) : แสดงปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก

ประเภทของปัจจัยเสี่ยง	ระดับความเสี่ยง					สิ่งที่ต้องดำเนินการเพื่อลด / ป้องกันความเสี่ยง
	1	2	3	4	5	
<p>3.ปัจจัยด้านเทคโนโลยี</p> <p>มีความเสี่ยงค่อนข้างสูง</p> <p>เนื่องจาก ปัจจุบันความก้าวหน้าของเทคโนโลยีมีความก้าวหน้าเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด ทำให้เกิดนวัตกรรมใหม่เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ จึงเป็นเรื่องสำคัญที่ต้องศึกษาให้รอบคอบ เพื่อคงความทันสมัย และคงความเป็นผู้นำในด้าน Green Apartment</p>				/		<p>เนื่องจากการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ มีต้นทุนการดำเนินการที่ค่อนข้างสูง การศึกษาการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นเหล่านี้จึงเป็นสิ่งสำคัญต้องนำมาใช้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีประสิทธิภาพ เพื่อเป็นการลดต้นทุนที่จะเกิดขึ้นในอนาคต</p>
<p>4.ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ</p> <p>มีความเสี่ยงปานกลาง</p> <p>เนื่องจากอัตราการขยายตัวของธุรกิจเข้าสู่ชาวมืองที่มากขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งทำให้มีการย้ายถิ่นฐานเข้ามามากขึ้น</p> <p>รวมถึงมีชาวต่างชาติเข้ามาลงทุนเพิ่มมากขึ้น ทำให้โอกาสที่จะมีผู้เข้ามาพักอาศัยเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย เพราะที่อยู่อาศัยยังคงเป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิต</p>			/			<p>ควรศึกษากลุ่มเป้าหมายอย่างรอบคอบ ติดตามข่าวสารทางเศรษฐกิจ ว่ามีการเปลี่ยนแปลงไปในด้านใดบ้าง จะทำให้รู้ว่าช่วงไหนควรลงทุนเพิ่ม หรือช่วงไหนไม่ควรลงทุน เพื่อลดความเสี่ยงทางการเงิน</p>

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.2 (ต่อ) : แสดงปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก

ประเภทของปัจจัยเสี่ยง	ระดับความเสี่ยง					สิ่งที่ต้องดำเนินการเพื่อลด / ป้องกันความเสี่ยง
	1	2	3	4	5	
<p>5.ด้านการเมืองและกฎหมาย</p> <p>มีความเสี่ยงค่อนข้างต่ำ</p> <p>เนื่องจาก รัฐบาลมีนโยบายการส่งเสริมการลงทุนสำหรับธุรกิจ SMEs ออกมา เช่น การลดดอกเบี้ยเงินกู้ ซึ่งเป็นผลดีในการกู้มาลงทุนในธุรกิจ</p> <p>ส่วนทางด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้อง มีข้อกำหนดที่ชัดเจนอยู่แล้ว</p>		/				<p>ติดตามข่าวสารทางการเมืองอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเกิดเหตุการณ์เปลี่ยนแปลงนโยบายจากทางรัฐบาล</p> <p>ตรวจสอบข้อกฎหมายและดำเนินการให้เป็นไปอย่างถูกต้องตามระเบียบ เพื่อมีการเข้ามาตรวจสอบ</p>

บทที่ 3 การวิเคราะห์การแข่งขัน

ผู้ศึกษาได้วิเคราะห์การแข่งขันภายใต้แนวคิด และทฤษฎีเรื่อง Five Forces Model ของ Porter เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์สภาพการแข่งขันที่เกิดขึ้นในตลาด เพื่อเตรียมรับมือกับสภาพของการแข่งขันในตลาดที่ธุรกิจของเราเข้าไปอยู่ว่ามีลักษณะเป็นอย่างไร และมีความเสี่ยงแค่ไหนในธุรกิจของเรา ซึ่งเครื่องมือ Five Forces Model จะช่วยในการวิเคราะห์เพื่อลดปัจจัยความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น อีกทั้งยังช่วยให้ธุรกิจสามารถกำหนดทิศทางในการปรับตัวหรือเปลี่ยนแปลง เพื่อเพิ่มความแข็งแกร่งและความมั่นคงให้ธุรกิจได้ ซึ่งเครื่องมือ Five Forces Model นี้จะประกอบด้วยปัจจัยที่สำคัญ 5 ประการ ดังต่อไปนี้

1. ข้อจำกัดในการเข้าสู่อุตสาหกรรมของคู่แข่งใหม่
2. ความรุนแรงของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน
3. อำนาจต่อรองของผู้ใช้บริการ
4. ความเสี่ยงจากการให้บริการจากธุรกิจอื่นซึ่งสามารถใช้ทดแทนกันได้
5. อำนาจการต่อรองของซัพพลายเออร์หรือผู้ขายวัตถุดิบ

เนื่องจากแผนธุรกิจอพาร์ทเมนท์นี้ เป็นผู้ประกอบการรายใหม่ที่กำลังเริ่มดำเนินการ และเป็นธุรกิจขนาดย่อม ก็สามารถนำหลักการต่างๆที่กล่าวไว้ เข้ามาวิเคราะห์สถานการณ์การแข่งขันทางการที่เกิดขึ้นในตลาดได้ ไม่แตกต่างจากธุรกิจใหญ่ๆ

การวิเคราะห์สภาพการแข่งขัน และที่มาของการแข่งขัน คู่แข่งขันของธุรกิจ การวิเคราะห์สถานภาพทางธุรกิจ การวิเคราะห์ตำแหน่งของสินค้า และการวิเคราะห์ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ

ดังรายละเอียดเป็นรายชื่อต่อไปนี้

3.1 สภาพของการแข่งขัน และที่มาของการแข่งขัน

ระดับของการแข่งขัน

ในปัจจุบันมีผู้ที่ทำวิจัยเกี่ยวกับธุรกิจ Green Apartment น้อยมาก และการวิจัยที่เกี่ยวกับธุรกิจ อพาร์ทเมนท์หรือโครงการต่างๆที่เกิดขึ้นภายในประเทศ ยังไม่มีผู้ให้บริการธุรกิจ Green Apartment อย่างชัดเจน และเป็นผู้นำในธุรกิจ Green Apartment นี้ เนื่องจากธุรกิจ Green Apartment มีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆเข้ามาใช้ ซึ่งทำให้ธุรกิจต้องใช้งบลงทุนค่อนข้างสูง และแม้ว่าธุรกิจ Green Apartment จะเกิดขึ้นในปัจจุบันแล้วก็ยังไม่มีการประกอบรายใด นำเทคโนโลยีที่จะช่วยประหยัดพลังงานต่างๆมาใช้อย่างจริงจัง

ธุรกิจ Green Apartment ใช้เงินลงทุนค่อนข้างสูงกว่าธุรกิจอพาร์ทเมนท์ทั่วไป อีกทั้งยังมีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆเข้ามาใช้ ดังนั้นหากผู้ประกอบการที่จะดำเนินการในธุรกิจ Green Apartment นอกจากจะต้องนำเทคโนโลยีใหม่ๆเข้ามาแข่งขันด้วยแล้ว ยังต้องมีเงินทุนที่สูงขึ้นอีกด้วย ซึ่งส่งผลให้ระดับของการแข่งขันในตลาดของธุรกิจ Green Apartment อยู่ในระดับปานกลาง ค่อนข้างต่ำ

แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นเมื่อนำมาเปรียบเทียบกับตลาดอพาร์ทเมนท์ทั่วไป การแข่งขันจะมีลักษณะที่ค่อนข้างสูงเนื่องจากธุรกิจอพาร์ทเมนท์เป็นธุรกิจที่มีผู้ประกอบการให้ความสนใจเข้ามาทำธุรกิจมากมาย โดยเฉพาะในทำเลที่มีความต้องการเช่าที่พักอาศัยที่สูง เช่น ทำเลที่อยู่ใกล้กับสถานที่ทำงาน ใกล้สถานศึกษา ในเขตชุมชนที่หนาแน่น และเขตนิคมอุตสาหกรรม เป็นต้น แต่ในธุรกิจอพาร์ทเมนท์นี้ ไม่ใช่ผู้ประกอบการจะประสบความสำเร็จทุกราย ผู้ประกอบการรายใหม่ที่สนใจจะเข้ามาทำในธุรกิจอพาร์ทเมนท์ค่อนข้างจะเข้ามาทำธุรกิจได้ยาก ซึ่งการเข้ามาทำธุรกิจผู้ประกอบการจะต้องศึกษาและทำความเข้าใจโครงสร้างของธุรกิจอย่างลึกซึ้ง เพื่อนำมาเป็นองค์ประกอบในการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจ เพราะธุรกิจอพาร์ทเมนท์ที่ใช้เงินลงทุนที่ค่อนข้างสูง มีความเสี่ยงที่สูงกว่าธุรกิจอื่นๆ

จุดเด่น/ความได้เปรียบที่นำมาแข่งขัน

ธุรกิจ Green Apartment ของ อพาร์ทเมนท์ H Villa ในส่วนของสิ่งปลูกสร้าง และวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในโครงการ ได้มีการนำเทคโนโลยีประหยัดพลังงานต่างๆมาใช้ เช่น Solar Rooftop ผนังกันความร้อน ระบบการควบคุมไฟฟ้า ระบบการควบคุมน้ำประปา เป็นต้น ตัวโครงการตั้งอยู่ในทำเลที่เหมาะสม เนื่องจากเป็นทำเลที่มีศักยภาพ ดิทรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงิน ช่วงหัวลำโพง-บางแค อยู่ใกล้กับท่าเรือ ทำให้การเดินทางสะดวก ทั้งทางบกและทางน้ำ อีกทั้งยังใกล้กับแหล่งท่องเที่ยว และ ห้างสรรพสินค้าต่างๆ

ผู้ครองส่วนครองตลาด

ตลาดอพาร์ทเมนท์ในปัจจุบันแบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ

1) ตลาดอพาร์ทเมนท์ระดับบน - ลักษณะของอพาร์ทเมนท์ ส่วนใหญ่จะอยู่ในทำเลย่านใจกลางเมือง มีเส้นทางคมนาคมที่สะดวกสบาย กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นชาวต่างชาติที่มาทำงานในเมืองไทยและพักอาศัยในเมืองไทยในระยะยาว ซึ่งอพาร์ทเมนท์ระดับบนนี้ส่วนใหญ่จะมีขนาดพื้นที่ใช้สอยที่กว้างขวาง รวมถึงพื้นที่ใช้สอยที่มีการแบ่งเป็นสัดส่วนอย่างชัดเจน มีสิ่งอำนวยความสะดวกสบายต่างๆครบ เช่น TV Internet แอร์ เฟอร์นิเจอร์ มีบริการสระว่ายน้ำ และฟิตเนส เป็นต้น อีกทั้งมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี อัตราค่าเช่าในตลาดอพาร์ทเมนท์ระดับบนนี้ จะมีอัตราค่าเช่าประมาณ 30,000 - 50,000 บาทขึ้นไป

2) ตลาดอพาร์ทเมนต์ระดับกลาง - ลักษณะของอพาร์ทเมนต์ ส่วนใหญ่จะอยู่ในใกล้ย่านธุรกิจ สถานที่ทำงาน และสถานศึกษา มีเส้นทางคมนาคมสะดวกสบาย กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็น กลุ่มวัยทำงาน และนักศึกษา ซึ่งในอพาร์ทเมนต์ระดับกลางนี้ จะมีพื้นที่ใช้สอยที่มีขนาดเล็กกว่าอพาร์ทเมนต์ระดับบน และมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เป็นพื้นฐาน เช่น TV Internet เฟอร์นิเจอร์ เป็นต้น ซึ่งอพาร์ทเมนต์ระดับกลางนี้ จะมีความแตกต่างในเรื่องของอัตราค่าเช่า เนื่องจากมีความแตกต่างกันที่ทำเลที่ตั้ง และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆภายในอพาร์ทเมนต์อัตราค่าเช่าในตลาดอพาร์ทเมนต์ระดับกลางนี้ จะมีอัตราค่าเช่าประมาณ 5,000 - 30,000 บาท

3) ตลาดอพาร์ทเมนต์ระดับล่าง - ลักษณะของอพาร์ทเมนต์ระดับล่างนี้ ส่วนใหญ่จะกระจายตัวอยู่ทั่วไปโดยเฉพาะในทำเลย่านนิคมอุตสาหกรรมต่างๆ ในย่านที่มีคนอยู่อาศัยหนาแน่น ซึ่งอพาร์ทเมนต์ระดับล่างนี้มีความต้องการเช่าที่ค่อนข้างสูง อพาร์ทเมนต์ระดับล่างนี้ส่วนใหญ่จะมีขนาดพื้นที่ใช้สอยที่เล็ก และมีเฟอร์นิเจอร์ตกแต่งบางชิ้นหรืออพาร์ทเมนต์บางแห่งอาจไม่มีเฟอร์นิเจอร์เลย ส่วนใหญ่จะพบได้ทั่วไปในรูปแบบห้องเช่า ซึ่งจะเป็นอาคารพาณิชย์ที่มีนำมาดัดแปลงเป็นห้องพักให้เช่าอัตราค่าเช่าในตลาดอพาร์ทเมนต์ระดับล่างนี้ โดยทั่วไปแล้วจะมีอัตราค่าเช่าที่ต่ำกว่า 5,000 บาท (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2011)

3.2 ที่มาของการแข่งขัน

เนื่องจากปัจจุบันมีการขยายตัวของเมือง มีการขยายตัวของเศรษฐกิจในกรุงเทพฯ เข้าสู่ย่านชานเมือง อีกทั้งยังมีประชากรย้ายถิ่นฐานเข้ามาประกอบอาชีพมากขึ้น มีนักลงทุนเข้ามาลงทุนในกรุงเทพฯมากขึ้น ทำให้ความต้องการในปัจจุบันด้านที่อยู่อาศัยเพิ่มขึ้นสูงตามไปด้วย ด้วยเหตุนี้ธุรกิจอพาร์ทเมนต์จึงเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่มีผู้ประกอบการให้ความสนใจเข้ามาทำธุรกิจมากมาย เนื่องจากบางพื้นที่มีทำเลที่ตั้งที่ดี มักจะมีความต้องการเช่าที่พักอาศัยที่สูง หรือไม่ก็เป็นทำเลที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีประชากรหนาแน่น ถึงแม้ว่าจะมีการแข่งขันที่รุนแรง

3.3 คู่แข่งขันของธุรกิจ

คู่แข่งที่สำคัญของ H Villa คือ ธนา อาทีเรีย , พิภพกุล แมนชั่น , สุวรรณิน เพลส เนื่องจากเป็นอพาร์ทเมนต์ที่อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน และอยู่ในตลาดอพาร์ทเมนต์ในระดับเดียวกัน นอกจากนี้ยังมีคู่แข่งรายอื่นๆ ที่เป็นอพาร์ทเมนต์ระดับกลางกระจายตัวอยู่ในพื้นที่แถบนี้ แม้ว่าจะไม่ได้อยู่ในตลาดอพาร์ทเมนต์ในระดับเดียวกัน และมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายคนละกลุ่มกัน ก็ถือเป็นคู่แข่งทางอ้อมของกิจการด้วยเช่นกัน

คู่แข่งชั้นที่สำคัญหลักๆ มีอยู่ 3 ราย แบ่งเป็น

คู่แข่งชั้นทางตรง 1 ราย

พิภพกุล แมนชั่น

คู่แข่งชั้นรอง 2 ราย

ธนา อาทีเรีย

สุวรรณิน เพลส

โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับอพาร์ทเมนต์ดังต่อไปนี้

1) คู่แข่งชั้นหลัก (ทางตรง)

พิภพกุล แมนชั่น พิภพกุล แมนชั่น เป็นคู่แข่งหลักเนื่องจากตั้งอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกัน รูปแบบของอาคาร เป็นอาคารใหม่ มีตัวอาคาร 2 อาคาร, 5 ชั้น, 88 ห้อง มีห้องให้เลือก 2 ขนาด แต่ละห้องมีพื้นที่ใช้สอย 25 - 30 ตารางเมตร อัตราค่าเช่า 4,700 บาท และ 5,000 บาท อัตราค่าไฟ 7 บาท/หน่วย ค่าน้ำประปาขั้นต่ำ 100 บาท หน่วยต่อไปคิดหน่วยละ 20 บาท ลักษณะการตกแต่งคล้ายหอพักทั่วไป มีที่จอดรถ สิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ Internet แอร์ เตียงนอน ตู้เสื้อผ้า มีบริการเครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ ระยะห่างจากรถไฟฟ้า ประมาณ 400m ข้อจำกัดของอพาร์ทเมนท์ ได้แก่ ทางอพาร์ทเมนท์มีการแบ่งอาคารหญิงและชาย ทางอพาร์ทเมนท์เน้นรับเฉพาะกลุ่มนักศึกษาเท่านั้น และจำกัดจำนวนคนเข้าพัก

ภาพที่ 3.1 : พิภพกุล แมนชั่น



จุดแข็ง

- 1 มีจำนวนห้องพักเยอะ
- 2 เน้นเฉพาะกลุ่มนักศึกษา
- 3 มีการแบ่งหอพักชายและหญิง

จุดอ่อน

- 1 ห้องพักมีการออกแบบที่ค่อนข้างล้ำสมัย อีกทั้งมีเฟอร์นิเจอร์เพียงไม่กี่อย่าง
- 2 ไม่มีลิฟท์
- 3 ไม่มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย
- 4 ไม่มีเว็บไซต์หรือการโฆษณา ทำให้การเข้าถึงยาก

2) คู่แข่งขันรอง

ธนา อาทีเรีย ธนา อาทีเรีย บูทีค อพาร์ทเมนต์ เป็นโครงการของ บริษัท อวาลอน เอสเตท จำกัด บริษัทในเครือ บริษัท ธนาแลนด์ จำกัด เป็นผู้มีประสบการณ์ในการพัฒนา อสังหาริมทรัพย์มากกว่า 30 ปีรูปแบบของอาคาร เป็นอาคารใหม่ มีตัวอาคาร 1 อาคาร 8 ชั้น 64 ห้อง มีห้องให้เลือก 3 ขนาด แต่ละห้องมีพื้นที่ใช้สอย 30 - 45 ตารางเมตร อัตราค่าเช่า 8,800 - 17,800 บาท อัตราค่าไฟ 7 บาท/หน่วย ค่าน้ำประปาขั้นต่ำ 100 บาท หน่วยต่อไป คิดหน่วยละ 19 บาท ลักษณะการตกแต่งมีการตกแต่งสไตล์โมเดิร์น ทันสมัย ห้องพักมีการออกแบบเป็นสัดส่วน ห้องนอน ห้องรับแขก และ ส่วนจัดเตรียมอาหาร มีที่จอดรถ สิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ Internet แอร์ เตียนนอน ตู้เสื้อผ้า โซฟา เป็นต้น มีระบบรักษาความปลอดภัยและเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย มีบริการเครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ

ภาพที่ 3.2 : ธนา อาทีเรีย



จุดแข็ง

- 1 ตัวโครงการค่อนข้างเป็นที่รู้จัก เนื่องจากอพาร์ทเมนต์ มีการบริหารจัดการโดยบริษัทที่มีประสบการณ์ในการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์มากกว่า 30 ปี
- 2 มีจำนวนห้องพักเยอะ
- 3 ห้องพักมีขนาดที่กว้าง

จุดอ่อน

- 1 ราคาค่อนข้างสูง
- 2 ทำเลที่ตั้งไม่ดีเท่าที่ควร
- 3 อยู่ห่างจากแนวรถไฟฟ้าพอสมควร

สุวรรณนิล เพลส สุวรรณนิล เพลส บูทีค อพาร์ทเมนต์ รูปแบบของอาคาร เป็นอาคารใหม่ มีตัวอาคาร 1 อาคาร 5 ชั้น 70 ห้อง มีห้องให้เลือก 7 ขนาด แต่ละห้องมีพื้นที่ใช้สอย 32 - 90 ตารางเมตร อัตราค่าเช่า 8,200 - 35,000 บาท อัตราค่าไฟ 7 บาท/หน่วย ค่าน้ำประปาขั้นต่ำ 100 บาท หน่วยต่อไปคิดหน่วยละ 20 บาท ลักษณะการตกแต่งมีการตกแต่งสไตล์โมเดิร์น ทันสมัย ห้องพักมีให้เลือกหลายหลายความต้องการ มีที่จอดรถ มีร้านค้าต่างๆและร้านอาหารภายในตัวโครงการ สิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ Internet แอร์ เตียนนอน ตู้เสื้อผ้า โซฟา มีระบบรักษาความปลอดภัยและเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย มีบริการ-ซักรีด มีบริการรถรับส่งไปยังสถานที่ต่างๆ เป็นต้น

ภาพที่ 3.3 : สุวรรณนิล เพลส



จุดแข็ง

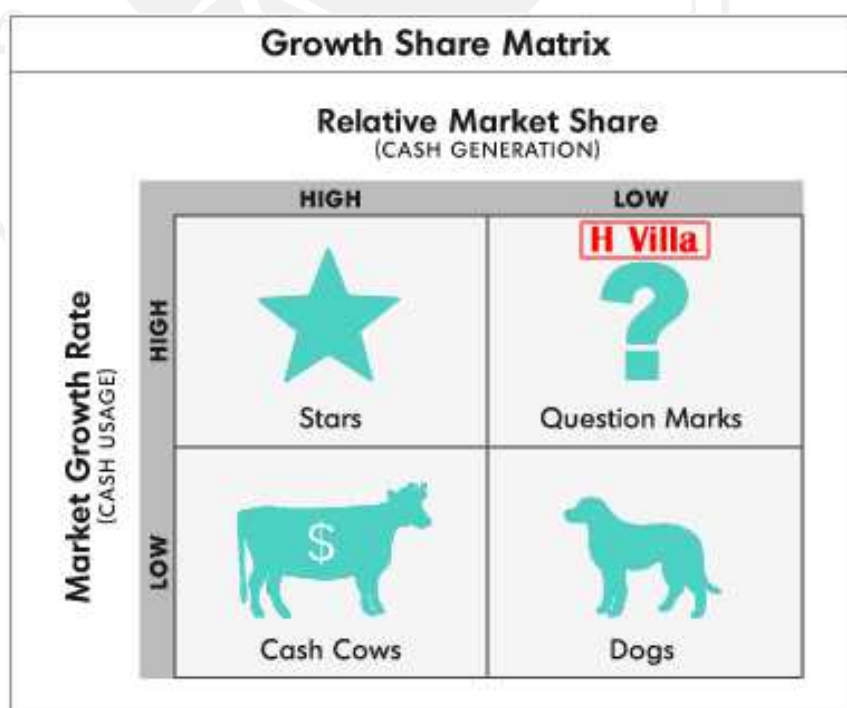
- 1 มีห้องพักให้เลือกหลายขนาด
- 2 มีจำนวนห้องพักเยอะ
- 3 ห้องพักรูมมีขนาดที่กว้าง
- 4 มีบริการรถรับส่ง

จุดอ่อน

- 1 ไม่ดีตรงไฟฟ้า
- 2 ราคาค่อนข้างสูง
- 3 ทำเลที่ตั้งไม่ดีเท่าที่ควร

3.4 การวิเคราะห์สถานภาพทางธุรกิจ

ภาพที่ 3.4 ภาพวิเคราะห์ BCG Model ของ โครงการ H Villa



ในการวิเคราะห์ BCG Model ของโครงการ H Villa นั้น โครงการ H Villa ได้จัดอยู่ในกลุ่มของQUESTION MARK เนื่องจากโครงการ H Villa เป็นโครงการใหม่ ซึ่งอยู่ในตลาดใหม่ มีการเจริญเติบโตของยอดขายที่ค่อนข้างสูง และเนื่องด้วยโครงการ H Villa มีการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ

ใช้ต้นทุนที่ค่อนข้างสูง จึงทำให้มีผู้ถือครองตลาดในกลุ่มนี้น้อยราย โครงการ H Villa เริ่มที่จะเข้าสู่กลุ่มตลาดใหม่ ซึ่งการจะทำให้โครงการ H Villa เป็นที่รู้จักของตลาดมากยิ่งขึ้น จึงจำเป็นต้องอาศัยเงินทุนในการทำการตลาด โฆษณา ให้ความรู้ความเข้าใจใน Green Apartment เนื่องจากผู้คนส่วนใหญ่ยังเข้าใจในเรื่องของ Green Apartment ไม่มากพอ ทั้งนี้เพื่อเพิ่มยอดขายให้สูงขึ้น และส่วนแบ่งทางการตลาดที่สูงขึ้น ผลักดันให้โครงการ H Villa อยู่ในกลุ่มของ STAR ได้

1) การวิเคราะห์ Five Force Model

Rivalry Among Current Competitors (การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม)

การแข่งขันภายในอุตสาหกรรมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง เพราะจากการสำรวจธุรกิจอพาร์ทเมนต์ภายในบริเวณพื้นที่ใกล้เคียง มีคู่แข่งหลักอยู่ประมาณ 3-4 รายซึ่งแต่ละรายนั้นจะมีกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันและมีลักษณะโครงการที่แตกต่างกัน จึงทำให้เปรียบเทียบได้อยู่บ้าง แต่โครงการ H Villa ก็ยังได้เปรียบกว่า คือ ด้านเทคโนโลยีที่นำเข้ามาใช้บริหารจัดการในอพาร์ทเมนต์ อย่างเช่น ระบบประหยัดพลังงานไฟฟ้า ระบบโซล่า เซลล์ ระบบบำบัดน้ำเสีย วัสดุที่ใช้ในการก่อสร้างตัวอาคารที่สามารถช่วยลดความร้อนภายในตัวอาคารได้ เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้ทำให้ได้เปรียบในด้านการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม และสามารถก้าวขึ้นเป็นผู้นำทางด้าน Green Apartment อีกทางหนึ่งด้วย

Bargaining Power of Suppliers (อำนาจการต่อรองของซัพพลายเออร์)

วัสดุ อุปกรณ์ ที่ใช้ในตัวโครงการ H Villa สามารถหาได้จากหลายๆตัวแทนจำหน่าย ดังนั้น อำนาจการต่อรองของซัพพลายเออร์จึงมีไม่มากนัก ซึ่งจะสามารถต่อรองในด้านคุณภาพ วัสดุดีและการชำระเงินได้ ส่วนอุปกรณ์และระบบทางด้านเทคโนโลยีต่างๆที่นำมาใช้ เนื่องจากอุปกรณ์หรือระบบบางอย่างมีซัพพลายเออร์ไม่กี่ราย จึงอาจเป็นปัญหาในการต่อรองเรื่องของคุณภาพและราคาอยู่บ้าง

Bargaining Power of Customer (อำนาจการต่อรองของลูกค้า)

ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เลือกเช่าอพาร์ทเมนต์ด้วยตนเอง และทำข้อตกลงตามสัญญาของอพาร์ทเมนต์ จึงไม่มีอำนาจต่อรองเท่าไรนัก แต่ทั้งนี้ผู้ใช้บริการมีทางเลือกอื่นๆจากผู้ให้บริการอพาร์ทเมนต์รายอื่น เนื่องจากบริเวณใกล้เคียงมีผู้ให้บริการอพาร์ทเมนต์รายอื่นอยู่อีกหลายอพาร์ทเมนต์ ผู้ใช้บริการสามารถเปลี่ยนไปเลือกใช้บริการอพาร์ทเมนต์รายอื่นได้ แต่ต้องรอให้หมดสัญญาหรือยินยอมให้ทางอพาร์ทเมนต์ยึดเงินประกันค่าสัญญาเนื่องจากผิดสัญญาเช่า

Threat of Substitute Products or Services (ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน)

สินค้าที่ใช้ทดแทนในธุรกิจให้บริการอพาร์ทเมนท์มีอยู่จำนวนมาก อย่างเช่น บ้านเช่า ห้องแถวให้เช่า หรือ ซึ้อ-เช่าคอนโดฯ เป็นต้น แต่งเนื่องด้วยการให้บริการของ บ้านเช่า ห้องแถวให้เช่า หรือ ซึ้อ-เช่าคอนโดฯ มีอัตราค่าใช้จ่ายที่สูงกว่าอพาร์ทเมนท์ ด้วยข้อจำกัดในด้านของราคาในการให้บริการอพาร์ทเมนท์ที่มีอัตราค่าใช้จ่ายที่ถูกลงกว่า ทำให้ธุรกิจอพาร์ทเมนท์มีความได้เปรียบอยู่บ้าง ซึ่งจะมีแค่ผู้ใช้บริการแค่บางกลุ่มเท่านั้นที่หันไปเลือกใช้บริการบ้านเช่า ห้องแถวให้เช่า หรือ ซึ้อ-เช่าคอนโดฯ จากการวิเคราะห์ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทนจึงมีไม่มากนักสำหรับธุรกิจอพาร์ทเมนท์

กลยุทธ์ที่สามารถช่วยลดภัยคุกคามนี้ได้ คือ การสร้างความแตกต่างของอพาร์ทเมนท์ในด้านเทคโนโลยีที่ช่วยให้ผู้ใช้บริการได้รับความประทับใจ มีความเชื่อมั่น ให้มีมากขึ้น และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างครบถ้วน ทำให้ช่องทางการเลือกใช้บริการอพาร์ทเมนท์ของผู้ใช้บริการมีมากขึ้น รวมไปถึงการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้ใช้บริการ ให้มีความผูกพันกับแบรนด์มากยิ่งขึ้น

Threat of New Entrants (ภัยคุกคามจากผู้แข่งขันหน้าใหม่)

ธุรกิจ Green Apartment เป็นธุรกิจที่ต้องใช้เงินลงทุนที่ค่อนข้างสูง ดังนั้นคู่แข่งรายใหม่ในด้านธุรกิจ Green Apartment จึงเกิดขึ้นได้ค่อนข้างยาก แต่อย่างไรก็ตามในด้านธุรกิจ Apartment ซึ่งใช้เงินลงทุนที่ต่ำกว่า ธุรกิจ Green Apartment ก็สามารถเกิดขึ้นมาเป็นคู่แข่งรายใหม่ได้อีกเช่นกัน

2) การวิเคราะห์ตำแหน่งของสินค้า

ตารางที่ 3.1 : การวิเคราะห์ตำแหน่งของสินค้า

ปัจจัยที่นำมาวิเคราะห์	ธุรกิจ	คู่แข่ง
รูปแบบและขนาดของห้องพัก	<p>รูปแบบห้องพัก ของโครงการ H Villa มีการออกแบบที่แตกต่างด้วยการตกแต่งแบบ Loft Style ซึ่งมีทำให้มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น และทันสมัย อีกทั้งยังมีการตกแต่งเฟอร์นิเจอร์ครบชุดอีกด้วย</p> <p>ขนาดของห้องพักมีให้เลือก 3 ขนาดด้วยกัน ผู้ใช้บริการสามารถเลือกใช้บริการห้องพักได้ตามความต้องการ ความเหมาะสมในการใช้งาน และความเหมาะสมของราคา</p>	<p>รูปแบบห้องพัก ความแตกต่างของอพาร์ทเมนต์คู่แข่งนั้นยังมีน้อย เนื่องจากส่วนใหญ่มีการออกแบบที่เป็นมาตรฐาน เพื่อประหยัดต้นทุนประหยัดเวลาในการก่อสร้าง เช่น ห้องพักที่ไม่มีการตกแต่ง ไม่มีเฟอร์นิเจอร์ เป็นต้น</p> <p>ขนาดของห้องพักของคู่แข่งส่วนใหญ่จะมีขนาดของห้องพักเพียงขนาดเดียวจะมีบางอพาร์ทเมนต์เท่านั้นที่มีให้เลือกห้องพักหลายขนาด เนื่องจากห้องพักขนาดใหญ่ขึ้นทำให้จำนวนห้องพักลดน้อยลง</p>

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.1 (ต่อ) : การวิเคราะห์ตำแหน่งของสินค้า

ปัจจัยที่นำมาวิเคราะห์	ธุรกิจ	คู่แข่ง
ราคา	ราคาอยู่ในระดับปานกลาง-สูง ตามประเภทหรือขนาดของห้องพักที่ผู้ให้บริการเลือก และสามารถยอมรับค่าเช่าในส่วนนี้ได้	อัตราราคาค่าเช่า อพาร์ทของคู่แข่งชั้น มีความใกล้เคียงกันไม่ แตกต่างกันมากนัก นอกจากอพาร์ทเมนท์ บางรายที่มีขนาดห้องที่ ใหญ่กว่าราคาก็จะสูงตาม ไปด้วย
นวัตกรรมและ เทคโนโลยี	ทางอพาร์ทเมนท์มีการใช้วัสดุที่ช่วยลดความร้อนของตัวอาคาร และมีการใช้ระบบเทคโนโลยีที่เข้ามาช่วยให้ผู้ใช้บริการลดค่าใช้จ่ายในด้านค่าไฟฟ้า ค่าประปา เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะทำให้ดึงดูดให้ลูกค้ามาใช้บริการมากขึ้น	ในปัจจุบันมีอพาร์ทเมนท์ ที่ให้ความสำคัญในด้านนี้ น้อย ส่วนใหญ่จะมีแค่ใน เรื่องของการใช้วัสดุที่ช่วย ให้ลดความร้อนของตัว อาคารเท่านั้น

3.5 การวิเคราะห์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน

3.5.1 ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง

ข้อได้เปรียบของ H Villa การเข้าถึงตัวโครงการง่าย อยู่ใกล้กับสถานที่ต่างๆ มากมาย อีกทั้งการเดินทางมีความสะดวก รวดเร็ว การเดินทางไปสถานที่ต่างๆ สามารถเดินทางได้หลายวิธี ทั้งทางบกและทางน้ำจึงสะดวกต่อการเดินทาง อีกทั้งช่วยลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง และประหยัดเวลาในการเดินทางอีกด้วย

3.5.2 ปัจจัยด้านความแตกต่างของห้องพักที่ให้บริการ

ตัวโครงการ H Villa มีการออกแบบที่แตกต่างด้วยการตกแต่งแบบ Loft Style ซึ่งมีให้มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น และทันสมัยกว่าอพาร์ทเมนต์อื่นๆ อีกทั้งภายในห้องพักทุกห้องมีการตกแต่งด้วยเฟอร์นิเจอร์ครบชุดอีกด้วย ซึ่งจุดนี้ทำให้บริการอพาร์ทเมนต์เป็นที่น่าสนใจแต่ผู้ที่เข้ามาใช้บริการ

3.5.3 ปัจจัยด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี

ตัวโครงการ H Villa มีการใช้วัสดุจากเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่จะช่วยให้ควบคุมและลดความร้อนของตัวอาคารได้ และมีการใช้ระบบเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่เข้ามาช่วยให้ผู้ใช้บริการลดค่าใช้จ่ายในด้านค่าไฟฟ้า ค่าประปา เป็นต้น เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ ความพึงพอใจ และไลฟ์สไตล์ ของผู้ใช้บริการได้อย่างเต็มที่ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ทำให้ดึงดูดให้ลูกค้ามาใช้บริการมากยิ่งขึ้น

3.5.4 ปัจจัยด้านการควบคุมพลังงานโดยใช้เทคโนโลยี

การนำระบบควบคุมพลังงานโดยใช้เทคโนโลยี มาใช้ในการควบคุมพลังงานนั้น ปัจจุบันสามารถควบคุมผ่านเทคโนโลยีได้ อีกทั้งยังเห็นการทำงานของระบบควบคุมพลังงานต่างๆ ได้อย่างชัดเจน และแม่นยำ ซึ่งจะนำมาใช้ในระบบการบริหารควบคุมพลังงานต่างๆ เช่นการควบคุมพลังงานไฟฟ้าโดยใช้พลังงานแสงอาทิตย์ เป็นต้น เพื่อให้เกิดการใช้พลังงานอย่างคุ้มค่าที่สุด ประหยัดค่าใช้จ่ายที่สุด เพื่อตอบสนองต่อความเป็นผู้นำทางด้าน Green Apartment

บทที่ 4 การจัดทำกลยุทธ์ และ แผนปฏิบัติการ

ในบทสุดท้ายนี้ ผู้ศึกษาจำนำเสนอเกี่ยวกับการทำกลยุทธ์ และแผนงานภายใต้แนวคิด และทฤษฎีเรื่อง TOWS Matrix ของ Thomas L. Wheelen and J. David Hunger (2002 : 115) โดยเนื้อหาประกอบด้วย ประเภทของกลยุทธ์แผนปฏิบัติการ การกำหนดตัวชี้วัดเพื่อการประเมินผล แผนด้านการเงินและงบประมาณ และแผนการรับรองธุรกิจในอนาคตของโครงการ H Villa โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.1 กรอบแนวคิดที่นำไปสู่กลยุทธ์

โครงการ H Villa ได้นำเครื่องมือ TOWS Matrix มาใช้เป็นกรอบแนวคิดที่นำไปสู่กลยุทธ์ โดยใช้ข้อมูลSWOT ได้แก่ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรคของธุรกิจ รวมถึงข้อมูลของคู่แข่ง

ภาพที่ 4.1 : แสดงกรอบแนวคิดที่นำไปสู่กลยุทธ์ TOWS Matrix

ปัจจัยภายใน	จุดแข็ง (S)	จุดอ่อน (W)
ปัจจัยภายนอก		
โอกาส (O)	SO กลยุทธ์เชิงรุก	WO กลยุทธ์เชิงแก้ไข
อุปสรรค	ST กลยุทธ์เชิงป้องกัน	WT กลยุทธ์เชิงรับ

TOWS Matrix เป็นเครื่องมือที่แสดงถึง โอกาส อุปสรรคจากภายนอกที่มีความสัมพันธ์กับ จุดแข็งและจุดอ่อนภายในธุรกิจ เพื่อนำมาวิเคราะห์เพื่อกำหนดกลยุทธ์ 4 ทางเลือก เป็นกลยุทธ์ ดังต่อไปนี้

- กลยุทธ์เชิงรุก (SO) คือ กลยุทธ์นี้จะใช้จุดแข็ง และโอกาสที่ธุรกิจมี มาใช้พิจารณาร่วมกัน โดย H Villa จะใช้กลยุทธ์จุดแข็งและข้อได้เปรียบจากโอกาส หรือถ้ามีจุดอ่อนก็จะทำการแก้ไขเพื่อให้ เปลี่ยนเป็นจุดแข็ง เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นกลยุทธ์เชิงรุก
- กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) คือ กลยุทธ์นี้จะใช้จุดอ่อน และโอกาสที่ธุรกิจมี มาใช้พิจารณาร่วมกัน โดย H Villa จะประเมินจุดอ่อนที่มี และหาวิธีการแก้ไข โดยการนำข้อได้เปรียบจากโอกาส เช่น เทคโนโลยีหรือบุคลากร มาพิจารณาร่วมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นกลยุทธ์เชิงแก้ไข
- กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) คือ กลยุทธ์นี้จะใช้จุดแข็ง และอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอก มาใช้พิจารณาร่วมกัน โดย H Villa จะใช้จุดแข็งที่มี นำมาแก้ไขหรือป้องกันอุปสรรคที่จะเกิด เพื่อที่จะ นำมากำหนดเป็นกลยุทธ์เชิงป้องกัน
- กลยุทธ์เชิงรับ (WT) คือ กลยุทธ์นี้จะใช้จุดอ่อน และอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอก มาใช้พิจารณาร่วมกัน โดย H Villa จะสร้างจุดแข็งหรือเปลี่ยนจุดอ่อนที่มี และนำมาแก้ไขหรือหลีกเลี่ยง อุปสรรคที่จะเกิดเพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นกลยุทธ์เชิงรับ

4.2 แนวคิดและทฤษฎีที่นำมาใช้

1) เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ TOWS Matrix

ตารางที่ 4.1 : แสดงการวิเคราะห์ TOWS Matrix

ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก	S - จุดแข็ง 1. ตั้งอยู่ในทำเลที่เหมาะสม เข้าถึงได้หลายทาง เดินทางสะดวก 2. มีการใช้นวัตกรรมใหม่ๆที่ ช่วยในการประหยัดพลังงาน 3. มีการออกแบบที่แตกต่าง	W - จุดอ่อน 1. ตัวโครงการยังไม่เป็นที่รู้จัก มากนัก เพราะเป็นธุรกิจใหม่ 2. ประสบการณ์ในด้านการ บริหารอพาร์ทเมนต์ที่มีน้อย กว่าคู่แข่ง
O - โอกาส 1. เทคโนโลยีที่ช่วยประหยัด พลังงานในปัจจุบันมีการพัฒนา มากขึ้น 2. การเปลี่ยนแปลงของสังคม ในปัจจุบัน ผู้ใช้บริการเริ่มมี การให้ความสำคัญกับที่อยู่ อาศัยมากขึ้น	SO (จุดแข็ง-โอกาส) 1. มีการออกแบบที่ทันสมัย ตอบสนองความต้องการ และไลฟ์สไตล์ของผู้ใช้บริการ	WO (จุดอ่อน-โอกาส) 1. พัฒนาศักยภาพของ ผู้บริหารและพนักงาน
T - อุปสรรค 1. คู่แข่งค่อนข้างเป็นที่รู้จัก และมีประสบการณ์ในด้านการ บริหารมานาน	ST (จุดแข็ง-อุปสรรค) 1. มีการใช้นวัตกรรมที่ทันสมัย เพื่อสร้างความแตกต่างใน ธุรกิจอพาร์ทเมนต์	WT (จุดอ่อน-อุปสรรค) 1. กลยุทธ์การรับรู้ต่อแบรนด์ และการส่งเสริมการตลาด

4.3 ประเภทของกลยุทธ์ และแผนปฏิบัติการ

ตารางที่ 4.2 : ประเภทของกลยุทธ์ และแผนปฏิบัติการ

ประเภทของกลยุทธ์	รายละเอียดของกลยุทธ์
1. กลยุทธ์การออกแบบอย่างยั่งยืน	<p>โครงการ H Villa มีการออกแบบตกแต่งที่มีเอกลักษณ์เป็นของตัวเอง อีกทั้งยังให้ความใส่ใจในด้านประหยัดพลังงานอีกด้วย</p> <p><u>วัตถุประสงค์</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อส่งเสริมการขาย ให้ตัวอพาร์ทเมนท์และห้องพักมีความน่าสนใจในการเลือกใช้บริการ 2. เพื่อส่งเสริมในด้านการประหยัดพลังงาน ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการและผู้อยู่อาศัยประหยัดค่าใช้จ่ายได้ และยังสามารถช่วยลดโลกร้อนได้อีกทางหนึ่งด้วย
	<p><u>งบประมาณ</u></p> <p>1,000,000.-</p>
	<p><u>แผนปฏิบัติการ</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ภายนอกอาคาร ออกแบบให้ตัวอาคาร มีขนาด 4 ชั้น ตกแต่งและใช้วัสดุที่ป้องกันความร้อน มีการออกแบบให้ตัวอาคารมีการถ่ายเทอากาศได้สะดวก

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.2 (ต่อ) : ประเภทของกลยุทธ์ และแผนปฏิบัติการ

	<p>2. ภายในอาคาร ออกแบบให้ตัวอาคารมี ห้องพัก จำนวน 22 ห้อง 1 ร้านค้า และ1 ฟิตเนส โดย ห้องพักจะมีการออกแบบและตกแต่งภายใน แบบ Loft Style ที่มีความแตกต่าง และทันสมัย อีกทั้งตอบสนองไลฟ์สไตล์ในปัจจุบันอีกด้วย</p> <p>3. นวัตกรรมประหยัดพลังงาน จะมีการติดตั้ง ระบบประหยัดพลังงานทั้งตัวอาคาร และวาง ระบบการควบคุมพลังงานต่างๆ เพื่อให้การใช้ พลังงานอย่างประหยัด ยาวนาน และมี ประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น</p>
<p>2. กลยุทธ์การใช้นวัตกรรมที่ทันสมัยเพื่อสร้าง ความแตกต่างในธุรกิจอพาร์ทเมนท์</p>	<p>โครงการ H Villa มีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆหรือ ระบบที่ช่วยประหยัดพลังงานมาใช้ เพื่อ ตอบสนองความเป็น Green Apartment ของ H Villa</p> <p><u>วัตถุประสงค์</u></p> <p>1. เพื่อที่จะเป็นผู้นำในด้าน Green Apartment</p>
	<p><u>งบประมาณ</u></p> <p>100,000.-</p>
	<p><u>แผนปฏิบัติการ</u></p> <p>1. ทางอพาร์ทเมนท์ต้องคอยศึกษาและติดตาม เทคโนโลยีใหม่ๆที่เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอและ นำเทคโนโลยีใหม่ๆมาใช้ให้เกิดประโยชน์</p> <p>2. ติดตาม ปรับปรุง พัฒนา ระบบของเทคโนโลยี ที่นำมาใช้ ให้ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ</p> <p>3. สำรองคู่แข่งตลอดเวลา เพื่อนำข้อบกพร่องนั้น มาปรับใช้ในโครงการ</p>

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.2 (ต่อ) : ประเภทของกลยุทธ์ และแผนปฏิบัติการ

<p>3. กลยุทธ์การรับรู้ต่อแบรนด์และการส่งเสริมการตลาด</p>	<p>โครงการ H Villa เป็นโครงการ Green Apartment ที่เกิดขึ้นใหม่ ซึ่งยังไม่เป็นที่รู้จักเท่าไรนัก อีกทั้งกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการอพาร์ทเมนท์ยังมีความเข้าใจใน Green Apartment ไม่มากนัก</p> <p><u>วัตถุประสงค์</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อให้โครงการ H Villa เป็นที่รู้จักอย่างทั่วถึง 2. เพื่อให้เกิดความเข้าใจในโครงการ Green Apartment ของ H Villa
	<p><u>งบประมาณ</u></p> <p>50,000.-</p>
	<p><u>แผนปฏิบัติการ</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. นำเสนอจุดขายของโครงการ H Villa ผ่านช่องทางต่างๆ เช่น Facebook Youtube และ แผ่นพับ เป็นต้น เพื่อให้ผู้ที่กำลังหาอพาร์ทเมนท์ได้รับรู้ เข้าใจถึงความแตกต่าง และสิ่งที่จะได้รับ ทำให้เกิดความสนใจและการดึงดูดของผู้ใช้บริการ 2. จัดทำโปรโมชั่น เพื่อรักษารฐานลูกค้าเดิมไว้ เช่น การให้สิทธิพิเศษหรือส่วนลดค่าเช่าแก่ผู้ใช้บริการมาเป็นระยะเวลาสั้นๆ ช่วยให้ลูกค้าเลือกใช้บริการของอพาร์ทเมนท์ต่อไป

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.2 (ต่อ) : ประเภทของกลยุทธ์ และแผนปฏิบัติการ

<p>4. กลยุทธ์พัฒนาศักยภาพของผู้บริหาร และพนักงาน</p>	<p>เนื่องจากเจ้าของธุรกิจมีประสบการณ์ในการบริหารอพาร์ทเมนต์ไม่มาก จึงจำเป็นต้องเพิ่มทักษะในด้านการบริหารจัดการอพาร์ทเมนต์ เพื่อให้ธุรกิจดำเนินก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง</p> <p><u>วัตถุประสงค์</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อเพิ่มทักษะและพัฒนาศักยภาพของผู้บริหาร ในด้านการบริหารจัดการอพาร์ทเมนต์ 2. เพื่อเพิ่มทักษะและพัฒนาศักยภาพของพนักงาน
	<p><u>งบประมาณ</u></p> <p>100,000.-</p>
	<p><u>แผนปฏิบัติการ</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. สำหรับผู้บริหาร มีความจำเป็นอย่างมากที่จะต้องเข้าคอร์สอบรมในด้านการบริหารจัดการอพาร์ทเมนต์ เพื่อเป็นการสร้างผู้บริหารที่มีคุณภาพมาทำการบริหารจัดการ รวมไปถึงการนำความรู้ที่ได้มาต่อยอดธุรกิจ 2. สำหรับพนักงาน มีความจำเป็นอย่างมากที่ทุกคนจะต้องเข้าคอร์สอบรมในด้านการให้บริการ ให้พนักงานมีความเข้าใจ มีความรับผิดชอบในงานที่กำลังทำอยู่ อีกทั้งยังได้พัฒนาศักยภาพของตัวเองพนักงานเอง เพื่อเป็นการสร้างพนักงานที่มีคุณภาพ

(ตารางมีต่อ)

4.4 แผนด้านการเงินและ งบประมาณ

แหล่งเงินทุน

โครงการ H Villa มีการวางแผนโดยใช้แหล่งเงินทุนภายใน โดยแหล่งเงินทุนที่ใช้ในการลงทุนนั้น คิดเป็นสัดส่วนได้ดังต่อไปนี้ ส่วนแรกเงินทุนในส่วนของผู้ถือหุ้นคิดเป็น 89% ของทั้งหมด และส่วนที่สองเงินทุนในส่วนของเงินกู้ยืมคิดเป็น 11% ของทั้งหมด ซึ่งจะมีข้อดีและข้อเสียดังนี้

- ข้อดี
1. ไม่เสี่ยงต่อการลงทุน
 2. ภาระหนี้สินน้อย

ข้อเสีย

1. มีเงินทุนที่จำกัด
2. สูญเสียโอกาสที่จะนำเงินไปลงทุนที่อย่างอื่น

ตารางที่ 4.3 : แสดงรายละเอียดงบประมาณการลงทุน

รายการ	รวม	แหล่งที่มา	
		ส่วนของผู้ถือหุ้น	เจ้าหนี้(เงินกู้ยืม)
สินทรัพย์ถาวร			
อุปกรณ์สำนักงาน	100,000.00	100,000.00	-
ค่าอุปกรณ์และระบบประหยัคพลังงาน	1,000,000.00	-	1,000,000.00
เฟอร์นิเจอร์ภายในห้องพัก (44 ห้อง)	3,500,000.00	3,500,000.00	-
อุปกรณ์สำหรับฟิตเนส	400,000.00	400,000.00	-
	-	-	-
สินทรัพย์ถาวรรวม	5,000,000.00		
ค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินงาน			
ที่ดิน	2,000,000.00	2,000,000.00	-
ค่าดำเนินงานและค่าตกแต่ง	2,000,000.00	2,000,000.00	-
	-	-	0
เงินทุนหมุนเวียน	500,000.00	500,000.00	0
	-	-	0
รวมเงินลงทุนเริ่มต้น	9,500,000.00	8,500,000.00	1,000,000.00
สัดส่วน โครงสร้างเงินทุน(%)	100	89	11

ในการลงทุนของธุรกิจใหม่นี้ ประกอบไปด้วย

- ที่ดิน มูลค่า 2,000,000 บาท ตามราคาประเมิน
 - ค่าอุปกรณ์และระบบประหยัต์พลังงาน เช่น ระบบจัดเก็บพลังงานไฟฟ้า ระบบบำบัดน้ำเสีย คิดเป็นเงินลงทุนจำนวน 1,000,000 บาท
 - ค่าเฟอร์นิเจอร์ตกแต่งห้องพัก ทั้งหมดรวม 44 ห้อง คิดเป็นเงินลงทุน 3,500,000 บาท
 - ค่าอุปกรณ์สำหรับฟิตเนส 400,000 บาท ค่าอุปกรณ์สำนักงาน 100,000 บาท
 - ค่าดำเนินงานและค่าตกแต่ง 2,000,000 บาท
- รวมทั้งหมด 9,500,000 บาท

โดยรายละเอียดที่มาของราคาต้นทุนในแต่ละส่วนได้แจกแจงไว้ดังตาราง สินทรัพย์ข้างต้น เป็นสินทรัพย์ของธุรกิจ และจะนำมาใช้เมื่อมีการดำเนินธุรกิจ สินทรัพย์ หรืออุปกรณ์มีการใช้งานทำให้มูลค่าสินทรัพย์เหล่านี้จะลดลงเรื่อย ๆ แต่ละปี จากสมรรถภาพของสินทรัพย์เหล่านี้ลดลง จึงต้องนำสินทรัพย์เหล่านี้ไปคิดค่าเสื่อมราคา เพื่อหามูลค่าที่แท้จริงในแต่ละปี ซึ่งอยู่ในส่วนของค่าเสื่อม

ดังนั้นรวมเงินลงทุนในการทำธุรกิจ Green Apartment เท่ากับ 9,500,000 บาท โดยสัดส่วนของแหล่งเงินทุนที่ใช้ในการลงทุนนั้นเป็นเงินทุนในส่วนของเจ้าของ 89% และเงินทุนในส่วนของเงินกู้ยืม 11%

ตารางที่ 4.4 : แสดงรายละเอียดการคิดค่าเสื่อมราคา

การคำนวณค่าเสื่อมราคา	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์ถาวรรวม	5,000,000.00				
ค่าเสื่อมราคาต่อปี	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00
ค่าเสื่อมราคาสะสม	1,000,000.00	2,000,000.00	3,000,000.00	4,000,000.00	5,000,000.00
โอนไปงบดุล					
สินทรัพย์ถาวรรวม	5,000,000.00	5,000,000.00	5,000,000.00	5,000,000.00	5,000,000.00
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	1,000,000.00	2,000,000.00	3,000,000.00	4,000,000.00	5,000,000.00
สินทรัพย์ถาวรรวมสุทธิ	4,000,000.00	3,000,000.00	2,000,000.00	1,000,000.00	-
ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าตกแต่ง	2,000,000.00				
ค่าตกแต่งตัดจ่าย	400,000.00	400,000.00	400,000.00	400,000.00	400,000.00
ตัดจ่ายสะสม	400,000.00	800,000.00	1,200,000.00	1,600,000.00	2,000,000.00
โอนไปงบดุล					
ค่าตกแต่ง	2,000,000.00	2,000,000.00	2,000,000.00	2,000,000.00	2,000,000.00
หักตัดจ่ายสะสม	400,000.00	800,000.00	1,200,000.00	1,600,000.00	2,000,000.00
ค่าตกแต่งสุทธิ	1,600,000.00	1,200,000.00	800,000.00	400,000.00	-

จากข้อมูลในตารางดังกล่าว คือ สินทรัพย์เมื่อใช้ไปเรื่อยๆ มูลค่าของสินทรัพย์นั้นๆ ลดลง ด้วย จึงต้องหักค่าใช้จ่ายที่เรียกว่า ค่าเสื่อมราคา ซึ่งได้ประเมินว่า ช่วงเวลาในการทำธุรกิจคิดที่ 5 ปี ในเฟสแรกนั้น ตลอด 5 ปีนี้ มูลค่าของสินทรัพย์จะลดลงในแต่ละปี ซึ่งเมื่อหักค่าเสื่อมราคาในแต่ละปี จะได้มูลค่าสินทรัพย์ถาวรรวมสุทธิในแต่ละปี ทั้งนี้ค่าเสื่อมราคาถือเป็น ค่าใช้จ่ายที่ไม่ใช่ตัวเงินโดยค่าเสื่อมราคาเท่ากับมูลค่าสินทรัพย์ถาวร 5,000,000 บาท (ไม่รวมที่ดิน) / จำนวนปีที่ใช้งาน (5ปี) ซึ่งในการใช้งานจริงอาจใช้มากกว่า 5 ปี เท่ากับ ปีละ 1,000,000 บาท ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงานต้องตัดจ่าย 5 ปีเช่นกัน

ตารางที่ 4.5 : แสดงการประมาณการรายได้

การประมาณการรายได้	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
ปริมาณการเช่าอพาร์ทเมนท์										
มีผู้เช่า 80-100%	36	38	44	42	40	42	40	38	36	38
รวมผู้มาใช้บริการต่อเดือน ห้อง	36	38	44	42	40	42	40	38	36	38
รายได้บริการต่อเดือนเฉลี่ย 44 ห้อง	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000
รายได้บริการต่อเดือนรวม	360000	380000	440000	420000	400000	420000	400000	380000	360000	380000
ระยะเวลาที่ใช้บริการ (เดือน)	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12
รายได้ค่าบริการต่อปี	4,320,000	4,560,000	5,280,000	5,040,000	4,800,000	5,040,000	4,800,000	4,560,000	4,320,000	4,560,000

การแจกแจงรายได้ในแต่ละปี ในกรณีนี้คิดที่อัตราการเข้าพักสูงสุดที่ 80-100% ของจำนวนห้องพัก เพราะอัตราการเข้าพักนี้จะมากน้อยไม่เท่ากันในแต่ละปี และในกรณีนี้คิดด้วยระยะเวลา 10 ปี

จำนวนผู้ใช้บริการมีข้อสมมติฐานจากข้อมูลสถิติของอพาร์ทเมนท์ต่างๆที่ตั้งอยู่ในเขตบางกอกน้อย มีผู้ใช้บริการค่อนข้างมากเนื่องจากการย้ายที่อยู่อาศัยเพื่อมาทำงานในบริเวณนี้ หรือเป็นนักศึกษาที่ศึกษาอยู่ในบริเวณนี้แต่ต้องการอยู่อพาร์ทเมนท์

ราคาเฉลี่ยต่อห้อง ประมาณการณจากราคาเฉลี่ยของห้องพักทั้งหมด โดยคิดจากอัตราค่าเช่ารวมทั้งหมด/จำนวนห้อง ซึ่งราคาเฉลี่ยต่อห้องอยู่ที่ 10,000.-/เดือน รายได้ต่อปีสูงสุดอยู่ที่ 5,280,000.-/ต่อปี

ตารางที่ 4.6 : แสดงการประมาณการค่าใช้จ่าย

ต้นทุนคงที่	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
ค่าน้ำประปา (เพิ่ม 2%)	8,000	8,160	8,323	8,490	8,659	8,833	9,009	9,189	9,373	9,561
ค่าไฟฟ้า (เพิ่ม 5%)	50,000	52,500	55,125	57,881	60,775	63,814	67,005	70,355	73,873	77,566
ค่าโทรศัพท์ (เพิ่ม 5%)	20,000	21,000	22,050	23,153	24,310	25,526	26,802	28,142	29,549	31,027
ค่าเสื่อมราคา	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	-	-	-	-	-
ค่าใช้จ่ายค้ำจาย	400,000	400,000	400,000	400,000	400,000	-	-	-	-	-
เงินเดือน	720,000	756,000	793,800	833,490	875,165	918,923	964,869	1,013,112	1,063,768	1,116,956
โฆษณา	10,000	5,000	5,000	-	-	10,000	5,000	5,000	-	-
รวมต้นทุนคงที่	2,208,000	2,242,660	2,284,298	2,323,013	2,368,909	1,027,095	1,072,685	1,125,799	1,176,563	1,235,110

จากตารางจะเห็นได้ว่าจะมีการใช้ค่าใช้จ่ายในส่วนต่างๆเพิ่มขึ้นในแต่ละปี ดังนี้คาดการณ์ว่า ในส่วนของค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ ค่าอินเทอร์เน็ตคาดว่าจะเพิ่มขึ้น 5% ในส่วนของค่าน้ำประปาคาดว่าจะเพิ่มขึ้น 2% และในส่วนค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดและอื่นๆคิดเป็น 5%

ตารางที่ 4.7 : แสดงการประมาณการต้นทุนผันแปร

ต้นทุนผันแปร	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
ต้นทุนการให้บริการ	864,000	912,000	1,056,000	1,008,000	960,000	1,008,000	960,000	912,000	864,000	912,000
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด 5%	216,000	228,000	264,000	252,000	240,000	252,000	240,000	228,000	216,000	228,000
ส่งเสริมการขาย	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวมต้นทุนผันแปร	1,080,000	1,140,000	1,320,000	1,260,000	1,200,000	1,260,000	1,200,000	1,140,000	1,080,000	1,140,000

ตารางที่ 4.8 : แสดงการประมาณการจุดคุ้มทุน

การคำนวณจุดคุ้มทุน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
กำไรส่วนเกิน	3,240,000	3,420,000	3,960,000	3,780,000	3,600,000	3,780,000	3,600,000	3,420,000	3,240,000	3,420,000
อัตรากำไรส่วนเกิน	0.75	0.75	0.75	0.75	0.75	0.75	0.75	0.75	0.75	0.75
จุดคุ้มทุนต่อปี	2,944,000	2,990,213	3,045,731	3,097,351	3,158,546	1,369,460	1,430,246	1,501,065	1,568,751	1,646,813
จุดคุ้มทุนต่อเดือน	245,333.33	249,184.44	253,810.91	258,112.60	263,212.15	114,121.68	119,187.21	125,088.76	130,729.23	137,234.45
จุดคุ้มทุนต่อวัน	8,177.78	8,306.15	8,460.36	8,603.75	8,773.74	3,804.06	3,972.91	4,169.63	4,357.64	4,574.48

จากตารางแสดงการประมาณการจุดคุ้มทุน

จุดต้นทุนต่อปี ใช้ดูว่าความสามารถในการบริหารจัดการต้นทุน กับกำไรที่ได้ คุ้มทุนที่จะดำเนินธุรกิจต่อหรือไม่

จุดคุ้มทุน คือ ต้นทุนคงที่ / อัตรากำไรส่วนเกิน = จุดคุ้มทุน

กำไรส่วนเกิน คือ ยอดขาย - ต้นทุนผันแปร = กำไรเบื้องต้นที่ได้รับ

อัตรากำไรส่วนเกิน คือ กำไรส่วนเกิน / ยอดขาย สัดส่วนของกำไรเบื้องต้นที่ได้รับ คือ

0.75% ข้อสมมติของต้นทุนมีการเพิ่ม-ลดทุกปี โดยจะไม่คงที่ตลอด 5 ปี เนื่องจากอัตราการเข้าพักอพาร์ทเมนท์ไม่คงที่ จากตารางแสดงการประมาณการดอกเบี้ย

ตารางที่ 4.9 : แสดงการประมาณการดอกเบี้ยเงินกู้

ดอกเบี้ยจ่าย	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5	ปีที่6	ปีที่7	ปีที่8	ปีที่9	ปีที่10
เงินกู้	1,000,000.00	900,000.00	800,000.00	700,000.00	600,000.00	500,000.00	400,000.00	300,000.00	200,000.00	100,000.00
ชำระเงินกู้เท่ากันทุกปี	100,000.00	100,000.00	100,000.00	100,000.00	100,000.00	100,000.00	100,000.00	100,000.00	100,000.00	100,000.00
เงินกู้สุทธิ	900,000.00	800,000.00	700,000.00	600,000.00	500,000.00	400,000.00	300,000.00	200,000.00	100,000.00	-
ดอกเบี้ยจ่าย	73,750.00	66,375.00	59,000.00	51,625.00	44,250.00	36,875.00	29,500.00	22,125.00	14,750.00	7,375.00

จากตารางแสดงการประมาณการดอกเบี้ย

โครงการมีการกู้เงินจากธนาคาร 1,000,000 บาท ระยะเวลาผ่อนชำระ 10 ปี ด้วยอัตราดอกเบี้ย MOR=7.375% โดยทุกๆเดือน จะผ่อนชำระกับทางธนาคาร 100,000 บาท/เดือน ซึ่งจะมีดอกเบี้ยจ่ายในแต่ละเดือนไม่เท่ากัน ตามตาราง

ตารางที่ 4.10 : แสดงงบกำไรขาดทุน ประมาณการกรณีสถานการณ์ปกติ

งบกำไรขาดทุน ประมาณการกรณีสถานการณ์ปกติ										
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
รายได้รวม	4,320,000.00	4,560,000.00	5,280,000.00	5,040,000.00	4,800,000.00	5,040,000.00	4,800,000.00	4,560,000.00	4,320,000.00	4,560,000.00
หัก ต้นทุนผันแปร	1,080,000.00	1,140,000.00	1,320,000.00	1,260,000.00	1,200,000.00	1,260,000.00	1,200,000.00	1,140,000.00	1,080,000.00	1,140,000.00
กำไรส่วนเกิน	3,240,000.00	3,420,000.00	3,960,000.00	3,780,000.00	3,600,000.00	3,780,000.00	3,600,000.00	3,420,000.00	3,240,000.00	3,420,000.00
หัก ต้นทุนคงที่	2,208,000.00	2,242,660.00	2,284,298.20	2,323,013.41	2,368,909.39	1,027,095.08	1,072,684.86	1,125,798.82	1,176,563.08	1,235,110.03
กำไรก่อนการคำนวณงาน	1,032,000.00	1,177,340.00	1,675,701.80	1,456,986.59	1,231,090.61	2,752,904.92	2,527,315.14	2,294,201.18	2,063,436.92	2,184,889.97
หัก ดอกเบี้ยจ่าย	73,750.00	66,375.00	59,000.00	51,625.00	44,250.00	36,875.00	29,500.00	22,125.00	14,750.00	7,375.00
กำไรก่อนหักภาษี	958,250.00	1,110,965.00	1,616,701.80	1,405,361.59	1,186,840.61	2,716,029.92	2,497,815.14	2,272,076.18	2,048,686.92	2,177,514.97
หัก ภาษี 30%	287,475.00	333,289.50	485,010.54	421,608.48	356,052.18	814,808.98	749,344.54	681,622.85	614,606.08	653,254.49
กำไรสุทธิ	670,775.00	777,675.50	1,131,691.26	983,753.11	830,788.42	1,901,220.94	1,748,470.60	1,590,453.33	1,434,080.85	1,524,260.48

จากงบกำไรสุทธิตลอด 10 ปี มีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตามอัตราการเข้าพัก

ในปีที่ 1 จำนวน 670,775 บาท

ปีที่ 2 จำนวน 777,675.50 บาท

ปีที่ 3 จำนวน 1,131,691.26 บาท

ปีที่ 4 จำนวน 983,753.11 บาท

ปีที่ 5 จำนวน 830,788.42 บาท

ปีที่ 6 จำนวน 1,901,220.94 บาท

ปีที่ 7 จำนวน 1,748,470.60 บาท

ปีที่ 8 จำนวน 1,590,453.33 บาท

ปีที่ 9 จำนวน 1,434,080.85 บาท

และปีที่ 10 จำนวน 1,524,260.48 บาท

ตารางที่ 4.11 : แสดงกำไรสะสม ประมาณการกรณีสถานการณ์ปกติ

กำไรสะสม ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ										
ยกยอดไปงบดุล	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
กำไรสะสมต้นปี	-	603,697.50	1,303,605.45	2,322,127.58	3,207,505.38	3,955,214.96	5,666,313.81	7,239,937.35	8,671,345.35	9,962,018.11
บวก กำไรสุทธิ	670,775.00	777,675.50	1,131,691.26	983,753.11	830,788.42	1,901,220.94	1,748,470.60	1,590,453.33	1,434,080.85	1,524,260.48
หัก เงินปันผล	67,077.50	77,767.55	113,169.13	98,375.31	83,078.84	190,122.09	174,847.06	159,045.33	143,408.08	152,426.05
กำไรสะสมปลายงวด	603,697.50	1,303,605.45	2,322,127.58	3,207,505.38	3,955,214.96	5,666,313.81	7,239,937.35	8,671,345.35	9,962,018.11	11,333,852.54
ยกยอดไปงบกระแสเงินสด	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
ภาษีเงินได้	287,475.00	333,289.50	485,010.54	421,608.48	356,052.18	814,808.98	749,344.54	681,622.85	614,606.08	653,254.49
ภาษีเงินได้ค้างจ่ายที่เพิ่มขึ้น	287,475.00	45,814.50	151,721.04	63,402.06	65,556.29	458,756.79	65,464.43	67,721.69	67,016.78	38,648.41
ยกยอดไปงบกระแสเงินสด	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
เงินปันผลจ่าย	67,077.50	77,767.55	113,169.13	98,375.31	83,078.84	190,122.09	174,847.06	159,045.33	143,408.08	152,426.05
เงินปันผลค้างจ่ายที่เพิ่มขึ้น	67,077.50	10,690.05	35,401.58	14,793.81	15,296.47	107,043.25	15,275.03	15,801.73	15,637.25	9,017.96

จากกำไรสะสมปลายงวดตลอด 10 ปี มีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ในปีที่ 1 จำนวน 670,775 บาท

ปีที่ 2 จำนวน 1,303,605.45 บาท

ปีที่ 3 จำนวน 2,322,127.58 บาท

ปีที่ 4 จำนวน 3,207,505.38 บาท

ปีที่ 5 จำนวน 3,955,214.96 บาท

ปีที่ 6 จำนวน 5,666,313.81 บาท

ปีที่ 7 จำนวน 7,239,937.35 บาท

ปีที่ 8 จำนวน 8,671,345.35 บาท

ปีที่ 9 จำนวน 9,962,018.11 บาท

และปีที่ 10 จำนวน 11,333,852.54 บาท

ตารางที่ 4.12 : แสดงงบกระแสเงินสด ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ

งบกระแสเงินสด ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ										
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
กำไรสุทธิ	670,775.00	777,675.50	1,131,691.26	983,753.11	830,788.42	1,901,220.94	1,748,470.60	1,590,453.33	1,434,080.85	1,524,260.48
บวก ค่าเสื่อมราคา	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00	-	-	-	-	-
บวก ค่าใช้จ่ายถ้อย	400,000.00	400,000.00	400,000.00	400,000.00	400,000.00	-	-	-	-	-
บวก ดอกเบี้ยจ่าย	73,750.00	66,375.00	59,000.00	51,625.00	44,250.00	36,875.00	29,500.00	22,125.00	14,750.00	7,375.00
บวก ภาษีเงินได้ค้างจ่ายที่เพิ่มขึ้น	287,475.00	45,814.50	151,721.04	63,402.06	65,556.29	458,756.79	65,464.43	67,721.69	67,016.78	38,648.41
บวก เงินปันผลค้างจ่ายที่เพิ่มขึ้น	67,077.50	10,690.05	35,401.58	14,793.81	15,296.47	107,043.25	15,275.03	15,801.73	15,637.25	9,017.96
เงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน	2,499,077.50	2,300,555.05	2,777,813.88	2,357,182.23	2,194,185.66	2,503,895.99	1,697,231.13	1,529,054.91	1,366,176.82	1,579,301.85
สินทรัพย์รวม	- 5,000,000.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ค่าดำเนินงานและค่าตกแต่ง	- 2,000,000.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ที่ดิน	2,000,000.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการลงทุน	- 5,000,000.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการจัดหา										
กู้ยืมเงิน	1,000,000.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-
หัก จ่ายเงินกู้	- 100,000.00	- 100,000.00	- 100,000.00	- 100,000.00	- 100,000.00	- 100,000.00	- 100,000.00	- 100,000.00	- 100,000.00	- 100,000.00
หัก จ่ายดอกเบี้ยเงินกู้	- 73,750.00	- 66,375.00	- 59,000.00	- 51,625.00	- 44,250.00	- 36,875.00	- 29,500.00	- 22,125.00	- 14,750.00	- 7,375.00
หัก เงินปันผล	- 67,077.50	- 77,767.55	- 113,169.13	- 98,375.31	- 83,078.84	- 190,122.09	- 174,847.06	- 159,045.33	- 143,408.08	- 152,426.05
ทุนหุ้นสามัญ	8,500,000.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการจัดหา	9,259,172.50	- 244,142.55	- 272,169.13	- 250,000.31	- 227,328.84	- 326,997.09	- 304,347.06	- 281,170.33	- 258,158.08	- 259,801.05
เงินสดสุทธิ	6,758,250.00	2,056,412.50	2,505,644.75	2,107,181.92	1,966,856.82	2,176,898.90	1,392,884.07	1,247,884.58	1,108,018.74	1,319,500.81
บวก เงินสดต้นงวด	-	6,758,250.00	8,814,662.50	11,320,307.25	13,427,489.17	15,394,345.99	17,571,244.88	18,964,128.96	20,212,013.54	21,320,032.27
เงินสดปลายงวด	6,758,250.00	8,814,662.50	11,320,307.25	13,427,489.17	15,394,345.99	17,571,244.88	18,964,128.96	20,212,013.54	21,320,032.27	22,639,533.08

กระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน เงินที่ได้จากการดำเนินธุรกิจ ซึ่งเท่ากับกำไรสุทธิที่ได้จากการดำเนินงาน บวก ค่าเสื่อมราคา (เนื่องจากเป็นค่าใช้จ่ายที่ไม่ใช้ตัวเงินจึงต้องบวกกลับไป) บวก ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย (เนื่องจากเป็นค่าใช้จ่ายที่ไม่ใช้ตัวเงินจึงต้องบวกกลับไป) บวก ภาษีจ่ายได้ค้างจ่ายที่เพิ่มขึ้น (เนื่องจากในแต่ละปียังไม่ได้จ่ายภาษีเป็นเงินสดออกไปจึงต้องบวกเพิ่ม) จากการประมาณการจากกระแสเงินสดในช่วง 10 ปีของกิจการ มีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ในปีที่ 1 จำนวน 6,758,250 บาท	ปีที่ 2 จำนวน 8,814,662.50 บาท
ปีที่ 3 จำนวน 11,320,307.25 บาท	ปีที่ 4 จำนวน 13,427,489.17 บาท
ปีที่ 5 จำนวน 15,394,345.99 บาท	ปีที่ 6 จำนวน 17,571,244.88 บาท
ปีที่ 7 จำนวน 18,964,128.96 บาท	ปีที่ 8 จำนวน 20,212,013.54 บาท
ปีที่ 9 จำนวน 21,320,032.27 บาท	และปีที่ 10 จำนวน 22,639,533.08 บาท

ตารางที่ 4.13 : แสดงงบแสดงฐานะการเงิน ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ

งบแสดงฐานะการเงิน ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ										
สินทรัพย์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
สินทรัพย์หมุนเวียน										
เงินสดและเงินฝากธนาคาร	6,758,250	8,814,663	11,320,307	13,427,489	15,394,346	17,571,245	18,964,129	20,212,014	21,320,032	22,639,533
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	6,758,250	8,814,663	11,320,307	13,427,489	15,394,346	17,571,245	18,964,129	20,212,014	21,320,032	22,639,533
สินทรัพย์ถาวรรวมสุทธิ	4,000,000	3,000,000	2,000,000	1,000,000	-	-	-	-	-	-
ค่าคงที่สุทธิ	1,600,000	1,200,000	800,000	400,000	-	-	-	-	-	-
ที่ดิน	2,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000
รวมสินทรัพย์	14,358,250	15,014,663	16,120,307	16,827,489	17,394,346	19,571,245	20,964,129	22,212,014	23,320,032	24,639,533
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น										
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	287,475	333,290	485,011	421,608	356,052	814,809	749,345	681,623	614,606	653,254
เงินปันผลค้างจ่าย	67,078	77,768	113,169	98,375	83,079	190,122	174,847	159,045	143,408	152,426
หนี้สินหมุนเวียน	354,553	411,057	598,180	519,984	439,131	1,004,931	924,192	840,668	758,014	805,681
เงินกู้สุทธิ	900,000	800,000	700,000	600,000	500,000	400,000	300,000	200,000	100,000	-
รวมหนี้สิน	1,254,553	1,211,057	1,298,180	1,119,984	939,131	1,404,931	1,224,192	1,040,668	858,014	805,681
ทุนเรือนหุ้นสามัญ	8,500,000	8,500,000	8,500,000	8,500,000	8,500,000	8,500,000	8,500,000	8,500,000	8,500,000	8,500,000
กำไรสะสม	603,698	1,303,605	2,322,128	3,207,505	3,955,215	5,666,314	7,239,937	8,671,345	9,962,018	11,333,853
ส่วนของผู้ถือหุ้น	9,103,698	9,803,605	10,822,128	11,707,505	12,455,215	14,166,314	15,739,937	17,171,345	18,462,018	19,833,853
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	10,358,250	11,014,663	12,120,307	12,827,489	13,394,346	15,571,245	16,964,129	18,212,014	19,320,032	20,639,533

จากงบแสดงฐานะการเงิน ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ 5 ปีของกิจการ พบว่าบริษัทฯ มีสินทรัพย์รวมดังนี้

ในปีที่ 1 จำนวน 10,358,250 บาท	ปีที่ 2 จำนวน 11,014,663 บาท
ปีที่ 3 จำนวน 12,120,307 บาท	ปีที่ 4 จำนวน 12,827,489 บาท
ปีที่ 5 จำนวน 13,394,346 บาท	ปีที่ 6 จำนวน 15,571,245 บาท
ปีที่ 7 จำนวน 16,964,129 บาท	ปีที่ 8 จำนวน 18,212,014 บาท
ปีที่ 9 จำนวน 19,320,032 บาท	และปีที่ 10 จำนวน 20,639,533 บาท

ตารางที่ 4.14 แสดงกระแสเงินรับตลอดโครงการ

กระแสเงินรับตลอดโครงการ	
ปีที่	
0 กระแสเงินสดจ่าย ณ วันลงทุน	- 9,500,000.00
1 กระแสเงินสดรับ	6,758,250.00
2 กระแสเงินสดรับ	2,056,412.50
3 กระแสเงินสดรับ	2,505,644.75
4 กระแสเงินสดรับ	2,107,181.92
5 กระแสเงินสดรับ	1,966,856.82
6 กระแสเงินสดรับ	2,176,898.90
7 กระแสเงินสดรับ	1,392,884.07
8 กระแสเงินสดรับ	1,247,884.58
9 กระแสเงินสดรับ	1,108,018.74
10 กระแสเงินสดรับ*	3,819,500.81
การคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิโดยใช้อัตราคิดลด	30%
มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับ	B9,753,909.00
หัก มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่าย	- 9,500,000.00
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)	B253,909.00
อัตราผลตอบแทนของโครงการ	33%

*กระแสเงินสดรับในปีที่ 10 คิดจาก

เงินสดสุทธิจากงบกระแสเงินสด + เงินทุนหมุนเวียน + เงินค่าดำเนินงานและค่าตกแต่ง
จากตารางแสดงกระแสเงินรับตลอดโครงการ ในการใช้อัตราส่วนลดที่ใช้ประเมินโครงการ 30% ก็คือ
เป็นอัตราขั้นต่ำของธนาคาร อยู่ที่ 10% เป็นอัตราดอกเบี้ยเงินฝากของธนาคารอยู่ที่ 7.375% และ
ส่วนที่เหลือเป็นอัตราความเสี่ยงที่ตัวเจ้าของธุรกิจรับรู้อีก 12.625% ทั้งนี้เพื่อสะท้อนถึงค่าเสียโอกาส
ที่สูญหายไป เมื่อนำทรัพยากรมาใช้ในโครงการ การที่ตัดสินใจจัดสรรเงินไปลงทุนในโครงการโดยยอม
แสดงว่า โครงการนั้นให้ผลประโยชน์มากกว่าเงินที่ลงทุนโดยบริษัทที่มีมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสด
รับ 9,753,909 บาท มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) 253,909 บาท อัตราผลตอบแทนของโครงการ 33%

ตารางที่ 4.15 : แสดงการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
การวัดสภาพคล่องทางการเงิน										
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (เท่า)	19.06	21.44	18.92	25.82	35.06	17.49	20.52	24.04	28.13	28.10
อัตราส่วนสินทรัพย์คล่องตัว (เท่า)	19.06	21.44	18.92	25.82	35.06	17.49	20.52	24.04	28.13	28.10
การวัดประสิทธิภาพการใช้จ่ายหนี้										
อัตราส่วนหมุนสินทรัพย์ถาวร (รอบ)	1.08	1.52	2.64	5.04	-	-	-	-	-	-
อัตราส่วนหมุนของสินทรัพย์รวม (รอบ)	0.30	0.30	0.33	0.30	0.28	0.26	0.23	0.21	0.19	0.19
การวัดความสามารถในการชำระหนี้										
อัตราแห่งหนี้ (Debt to Equity Ratio) (เท่า)	0.14	0.12	0.12	0.10	0.08	0.25	0.17	0.12	0.09	0.07
อัตราส่วนความสามารถในการชำระดอกเบี้ย(เท่า)	13.99	17.74	28.40	28.22	27.82	74.66	85.67	103.69	139.89	296.26
การวัดความสามารถในการบริหาร										
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)	0.05	0.05	0.07	0.06	0.05	0.10	0.08	0.07	0.06	0.06
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (ROE)	0.07	0.08	0.10	0.08	0.07	0.34	0.24	0.18	0.14	0.13
อัตราส่วนกำไรส่วนเกิน (%)	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
อัตราส่วนกำไรจากการดำเนินงาน (%)	23.89	25.82	31.74	28.91	25.65	54.62	52.65	50.31	47.76	47.91
อัตราส่วนกำไรสุทธิ (%)	15.53	17.05	21.43	19.52	17.31	37.72	36.43	34.88	33.20	33.43
ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน										
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value)	B253,909.00									
อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)	33%									
ระยะเวลาคืนทุน (ปี)	2.274									

หมายเหตุ : ตัวเลข คือการลึกลงมาจาก ต้นทุนเริ่มแรก ค่าใช้จ่าย และรายได้

NPV : คำนวณมาจากกระแสเงินสดในแต่ละปีตามตารางข้างต้น ซึ่งกระแสเงินสดมาจากใน ส่วนของงบกระแสเงินสดสุทธิ (เงินที่เหลือจากการหักค่าใช้จ่ายต่างๆ แล้วในแต่ละปี) นำมา คำนวณ ซึ่งถ้าเป็นบวก แสดงว่าเหมาะสมในการลงทุน

IRR: เป็นตัวชี้วัดทางการเงินว่า โครงการดังกล่าวเหมาะสม จะลงทุนหรือไม่ โดยเทียบกับ เปอร์เซ็นต์ ขั้นต่ำที่เราอยากได้รับ คือ ต้นทุนทั้งหมดที่เราลงทุนไป ถ้าหาก IRR มากกว่า เปอร์เซ็นต์ ขั้นต่ำที่เราอยากได้รับ เราจะลงทุน ซึ่งในธุรกิจนี้ IRR สูงปานกลาง เนื่องจาก เป็นธุรกิจที่ต้องใช้ระยะเวลาในการคืนทุน จากค่า IRR ที่ออกมา เป็นที่ยอมรับได้ จะเห็นว่า NPV ของโครงการนี้ได้เท่ากับ 253,909 บาท IRR ของโครงการนี้ได้เท่ากับ 33% นั้น หมายถึงอัตราผลตอบแทนที่จะได้รับของโครงการ โดยจะใช้ระยะเวลาคืนทุน 2 ปี 3 เดือน สรุปจากค่า NPV ที่มีค่าเป็นบวก แสดงว่าธุรกิจนี้เหมาะสมในการลงทุน ส่วน IRR มีค่า มากกว่าเปอร์เซ็นต์ขั้นต่ำที่ต้องการ เราสามารถลงทุนได้ และ Pay back Period ไม่เกิน 3 ปี เพราะฉะนั้นธุรกิจนี้ควรลงทุน

4.5 แผนฉุกเฉิน กรณีที่ทุกอย่างไม่เป็นไปตามที่คิด

1. กลยุทธ์โปรโมชั่น

เนื่องจากธุรกิจที่ทำมีการใช้ต้นทุนที่สูง มีผลให้การตั้งอัตราราคาเช่าสูง อาจทำให้ผู้ที่สนใจเข้าพักมีปริมาณที่น้อยกว่าที่คาดการณ์ ทางอพาร์ทเมนท์จะนำกลยุทธ์โปรโมชั่นมาใช้ เพื่อรักษาฐานลูกค้าเดิมและดึงดูดลูกค้าใหม่

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขายให้กับทางอพาร์ทเมนท์
2. เพื่อรักษาฐานลูกค้าเดิม
3. เพื่อเป็นการดึงดูดลูกค้าใหม่

งบประมาณ ขึ้นอยู่กับโปรโมชั่นที่ผู้ใช้บริการเลือก

แผนปฏิบัติงาน

1. ทำการกำหนดโปรโมชั่น สำหรับผู้ใช้บริการเดิม เช่น ส่วนลดค่าเช่า หรือ ฟรีค่าเช่า 1 เดือน
2. บริการบางอย่างที่มีค่าใช้จ่าย เช่น ฟิตเนส อินเทอร์เน็ต ทางอพาร์ทเมนท์จะมีส่วนลดให้กับผู้ใช้บริการเดิม
3. ทำการกำหนดโปรโมชั่น สำหรับผู้ใช้บริการใหม่ เช่น เมื่อเข้าพักทางอพาร์ทเมนท์จะให้ฟรีฟิตเนส 1 เดือน สำหรับส่วนนี้ ยังกำหนดโปรโมชั่นที่แน่นอนไม่ได้ อาจอยู่แต่ละใน ช่วงเวลา

บรรณานุกรม

- ณัฐพล จิตประไพ. (2555). *ทฤษฎีเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารตราสินค้าด้วยเครื่องมือการเป็นผู้สนับสนุนทางการตลาด*. สืบค้นจาก utcc2.utcc.ac.th/brandthaicenter/doc/brandcommunicationstrategy.doc
- ธีระพงศ์ ธนเจริญรัตน์. (2553). *ทฤษฎีเกี่ยวกับกลยุทธ์การพัฒนาภาวะผู้นำ Full Range กับ Balanced Scorecard*. สืบค้นจาก <http://www.novabizz.com/NovaAce/Relationship/>
- นิรุช ปิณฑะรุจิ. (2554). *อุปสงค์สำหรับอพาร์ทเมนต์ให้เช่าในเขตบางพลัด กรุงเทพฯ*. สืบค้นจาก http://tdc.thailis.or.th/tdc//browse.php?option=show&browse_type=title&titleid=128012&query=อพาร์ทเมนต์&s_mode=any&d_field=&d_start=0000-00-00&d_end=2559-04-04&limit_lang=&limited_lang_code=&order=&order_by=&order_type=&result_id=10&maxid=38
- ประสงค์ ธาราไชย. (2552). *“อาคารเขียว” นวัตกรรมอนุรักษ์พลังงานเพื่อโลกยุคใหม่*. สืบค้นจาก <http://www.tpa.or.th/publisher/pdfFileDownloadS/TN%20205B%20p8-11.pdf>
- รุ่งนภา บุชปะบุตร. (2553). *การตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์ บริเวณสถานีรถไฟฟ้า BTS*. สืบค้นจาก http://tdc.thailis.or.th/tdc//browse.php?option=show&browse_type=title&titleid=46534&query=อพาร์ทเมนต์&s_mode=any&d_field=&d_start=0000-00-00&d_end=2559-04-04&limit_lang=&limited_lang_code=&order=&order_by=&order_type=&result_id=4&maxid=38
- เรวัต สุขสิกาญจน์. (2555). *จากยุคการประดิษฐ์คิดค้นสู่การออกแบบอย่างยั่งยืน*. สืบค้นจาก http://archmis.arch.nu.ac.th/arch_ajnu/journal/article_file/article_2012_43.pdf
- ศิริพร เจริญศิลป์. (2558). *บทสรุปภาวะธุรกิจและแนวโน้มปี 2558-2560 ในธุรกิจอพาร์ทเมนต์และเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์*. สืบค้นจาก ฝ่ายบริการข้อมูล - ข้อมูลเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารกรุงเทพ

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2554). แนวโน้มธุรกิจอพาร์ทเมนท์ปี 2554.

สืบค้นจาก <http://www.softbizplus.com/apartment/1305-business-apartment-year-2011-the-intense-competition>

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2555). จำนวนประชากรในเขตบางพลัด เขตบางขุนศรี

และเขตตลิ่งชัน. สืบค้นจาก <http://www.nso.go.th/>





ภาคผนวก ก



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
BANGKOK UNIVERSITY

แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย (โครงการ H Villa)

แบบสัมภาษณ์นี้ จัดทำขึ้นเพื่อการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการก่อสร้างที่พักอาศัย
ประเภทอพาร์ทเมนท์ สีเขียว ของโครงการ H Villa

ตอนที่ 1 : ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์
และปัญหาของอพาร์ทเมนท์ที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน

ตอนที่ 2 : ปัจจัยด้านความสนใจและความคาดหวังในการเช่าอพาร์ทเมนท์
สีเขียว

ตอนที่ 3 : แบบสอบถามเกี่ยวกับโครงการ H Villa

ตอนที่ 1 : ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ และปัญหาของอพาร์ทเมนท์
ที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

- อะไรคือสิ่งที่ทำให้ท่านตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

.....

.....

.....

.....

- ปัญหาของอพาร์ทเมนท์ที่ท่านอาศัยอยู่ในปัจจุบัน

.....

.....

.....

ตอนที่ 2 : ปัจจัยด้านความสนใจและความคาดหวังในการเช่าอพาร์ทเมนต์ สีเขียว

ด้านความรู้ความเข้าใจต่อโครงการ

- ท่านมีความคิดเห็น หรือความเข้าใจ อย่างไร เกี่ยวกับ อพาร์ทเมนต์ สีเขียว
(Green Apartment)

.....

.....

.....

.....

ด้านความคาดหวังของผู้บริโภค

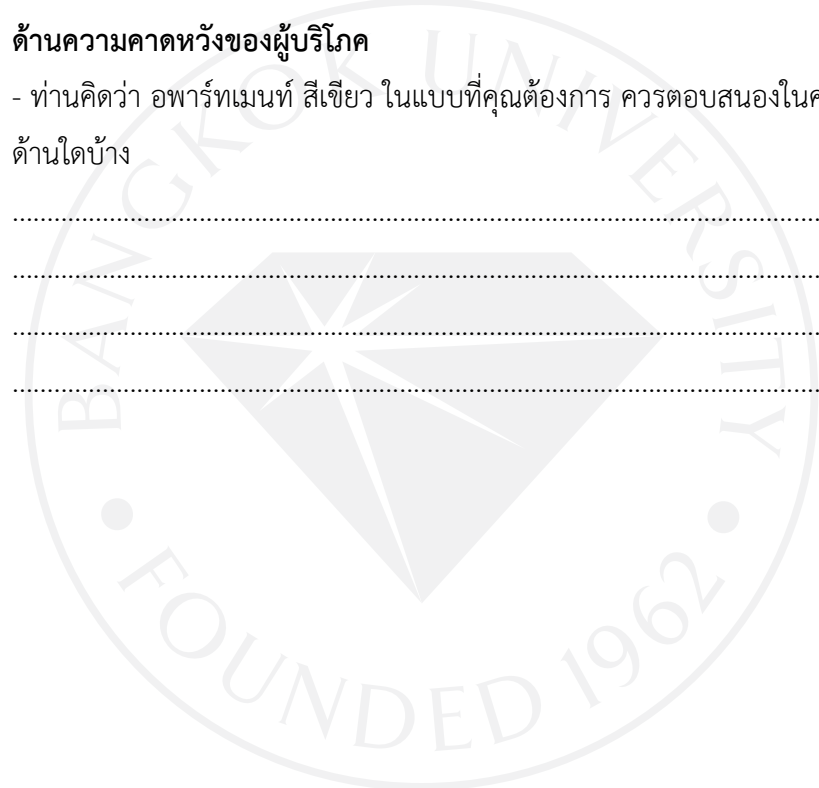
- ท่านคิดว่า อพาร์ทเมนต์ สีเขียว ในแบบที่คุณต้องการ ควรตอบสนองในความเป็นตัวคุณใน
ด้านใดบ้าง

.....

.....

.....

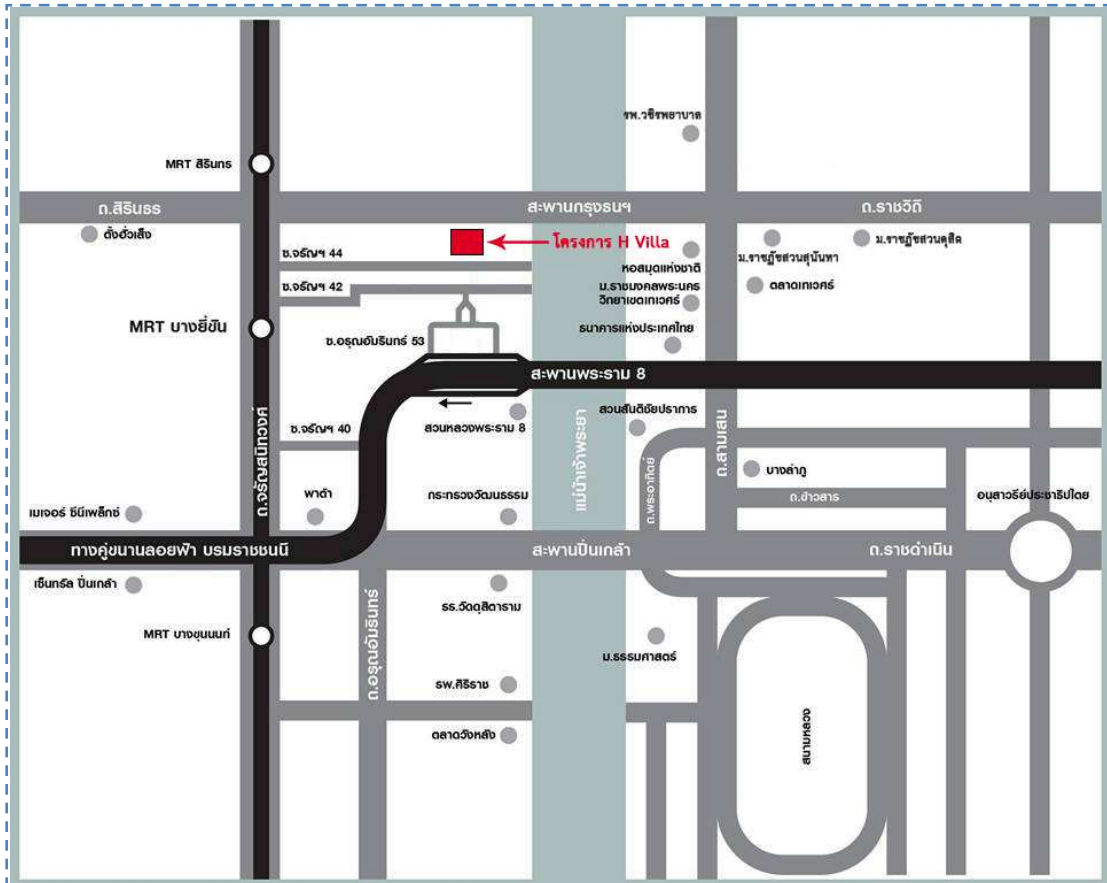
.....



ตอนที่ 3 : แบบสอบเกี่ยวกับโครงการ H Villa

ด้านทำเล

- จากทำเลของโครงการที่ท่านเห็น ท่านมีข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะอย่างไรบ้าง



ด้านห้องพักอาศัย

- ห้องพักในแบบที่ท่านต้องการ ท่านคิดว่าห้องพักควรรองรับความต้องการของท่านในด้านใดบ้าง

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ด้านการออกแบบตกแต่ง

- จากตัวอย่างห้องพัก ทั้ง 3 แบบนี้ แบบใดมีความเป็นไปได้ ว่าท่านจะเลือกมากที่สุด

แบบ A	แบบ B	แบบ C
-------	-------	-------

ด้านราคา

- จากแบบที่ท่านเลือก จากข้อที่แล้ว ท่านคิดว่า Rate ราคาใดที่เหมาะสมที่สุด

ด้านโปรโมชั่น

จากโปรโมชั่น ดังต่อไปนี้ โปรโมชั่นใดมีความเป็นไปได้ ว่าท่านจะเลือกมากที่สุด

A - การให้ส่วนลดแก่ลูกค้าที่อยู่เป็นเวลานาน

เมื่อท่านต่อสัญญาเช่า ท่านจะได้รับค่าเช่าห้องฟรี 1 เดือน

B - การให้ส่วนลดแก่ลูกค้าแรกเข้า

เมื่อทำสัญญา ท่านจะได้รับสิทธิส่วนลด 3 เดือนแรก ท่านจะได้ส่วนลดค่าเช่าห้อง 25%

C - การส่งเสริมการขาย

แนะนำเพื่อน เมื่อท่านแนะนำเพื่อน ท่านจะได้รับสิทธิส่วนลดค่าเช่าห้อง 15% / 1 เดือน / 1 ห้อง

.....

.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

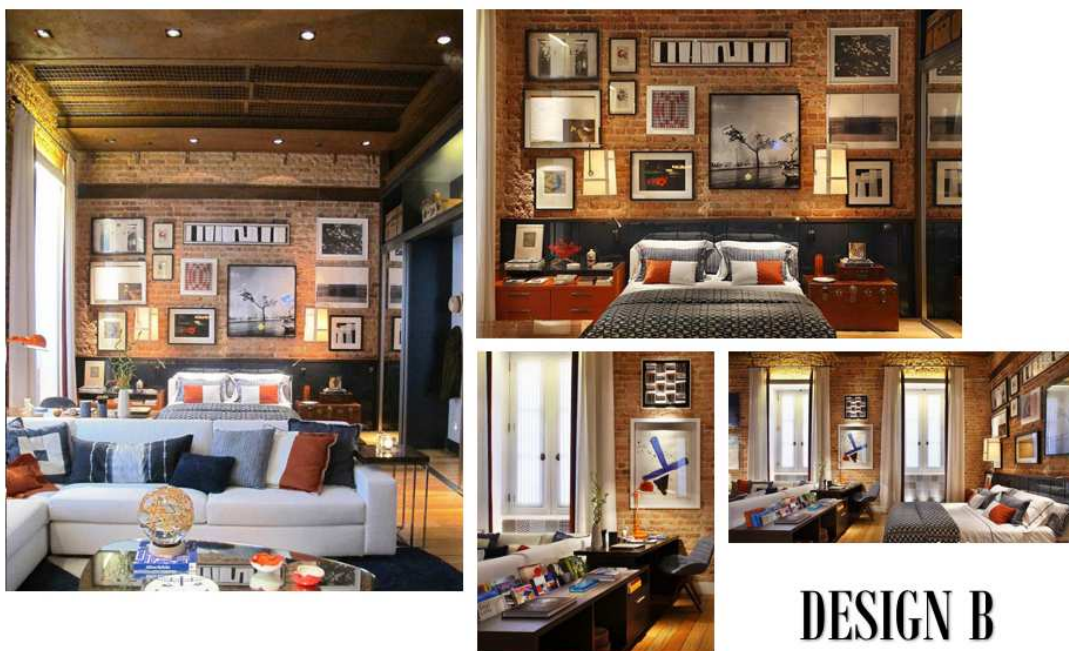
.....

.....

.....

.....

ภาคผนวก ข
ตัวอย่างห้องพัก เพื่อใช้ในการสัมภาษณ์





DESIGN C



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	ภาณุพงศ์ รั้งงานช่าง
อีเมลล์	Panupong.Rak@MSN.com
ประวัติการศึกษา	ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยกรุงเทพ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สาขาวิชาการออกแบบภายใน
ประสบการณ์ทำงาน	เจ้าหน้าที่ปฏิบัติการสินค้าธุรกิจขนาดใหญ่ ธนาคารกรุงไทย



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 24 เดือน มกราคม พ.ศ. 2560

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว)..... รัตนพวดี รัตวานิช อยู่บ้านเลขที่ 481/502
ซอย..... 37 ถนน..... ศรีสุคนธ์วิภา ตำบล/แขวง..... บางขุนศรี
อำเภอ/เขต..... บางกอกน้อย จังหวัด..... กรุงเทพฯ รหัสไปรษณีย์ 10700
เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว..... 7960200730
ระดับปริญญา ตรี โท เอก

หลักสูตร..... บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา..... วิชาสหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม..... คณะ..... บริหารธุรกิจ
ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

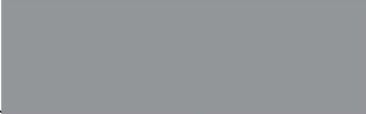
ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/
วิทยานิพนธ์หัวข้อ..... แผนธุรกิจโครงการ H Villa (อพาร์ทเมนท์ สี่ชั้น)

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร..... บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต..... ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ
(ต่อไปนี้เรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มี
กำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่
ต่อสาธารณชน ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนา ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้
สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการ
กระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน


ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับ
บุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ
เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณา
ได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหาย
ต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น


สัญญาฉบับนี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาฉบับนี้โดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ..........ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
(นาย รัตนพงศ์ วัฒนธำ)

ลงชื่อ..........ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
(ดร.ชนันนา รอดสุทธิ)

ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและศูนย์การเรียนรู้

ลงชื่อ..........พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กฤติกา ลิ้มลาวัลย์)
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ..........พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษมสันต์ พิพัฒน์ศิริศักดิ์)
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร