

แผนธุรกิจ SPJ. Resident

Business Plan for SPJ. Resident



แผนธุรกิจ SPJ. Resident

Business Plan for SPJ. Resident



การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2559



© 2561

รัตตกรณ์ ไร่รูปทอง

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เรื่อง แผนธุรกิจ SPJ. Resident

ผู้วิจัย รัตตกรณ์ ไร่ฐปทอง

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ดร.ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว)

ผู้เชี่ยวชาญ

(ดร.สุเมธี วงศ์ศักดิ์)

(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 17 เดือน กันยายน พ.ศ. 2561

รัตตกรณ์ ใช้รูปทอง. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม,
กันยายน 2561, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

แผนธุรกิจ SPJ. Resident (55 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว

บทคัดย่อ

การจัดทำแผนธุรกิจอพาร์ทเมนต์ SPJ.Resident มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางในการดำเนินธุรกิจให้เช่าอพาร์ทเมนต์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชัยนาท วิธีการในการจัดทำแผนธุรกิจคือการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ การวิเคราะห์การแข่งขัน การวิจัยตลาดโดยใช้วิธีการสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างผู้พักอาศัยในอพาร์ทเมนต์และห้องพักในพื้นที่จำนวน110คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจพบว่าจุดแข็งของธุรกิจคือใช้เงินลงทุนต่ำกว่าคู่แข่ง เนื่องจากมีอาคารและที่ดินเป็นของตัวเองอยู่แล้ว และใช้เงินลงทุนของเจ้าของ จุดอ่อนคือผู้บริหารยังไม่มีความพร้อมด้านการทำธุรกิจด้านที่พักอาศัย โอกาสคือ คนจากต่างถิ่นเข้ามาทำงานในพื้นที่ และต้องการที่พักอาศัยเพิ่มขึ้น อุปสรรคคือ คู่แข่งมีจำนวนมาก ผู้พักอาศัยจะให้ความสำคัญกับด้านราคามากที่สุด ตามมาด้วยสิ่งอำนวยความสะดวก การส่งเสริมการตลาด ระบบรักษาความปลอดภัย และอื่นๆ

จากผลการวิเคราะห์แผนกลยุทธ์ ทางการตลาด แนวทางกลยุทธ์การเข้าถึงความต้องการของลูกค้า และกลยุทธ์การตั้งราคาเพื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย จากการประเมินโครงการ การเริ่มธุรกิจนี้จะใช้เงินลงทุน 6,635,000 บาท ค่า NPV เท่ากับ -4,547,250 ค่า IRR เท่ากับ 1.29% และระยะเวลาคืนทุน 9.2 ปี ดังนั้นไม่เหมาะแก่การลงทุนในธุรกิจนี้ จึงเห็นควรนำพื้นที่อาคารพาณิชย์ที่มีอยู่แล้วมาให้เช่าเพื่อเป็นพื้นที่เก็บสินค้าในพื้นที่ดังกล่าว โดยไม่ต้องมีการลงทุนเพิ่มเติม

คำสำคัญ: แผนธุรกิจ, อพาร์ทเมนต์, ให้เช่าที่พัก

Chaithupthong, R. M.B.A. (Small and Medium-Sized Enterprises), September 2018,
Graduate School Bangkok University.

Business Plan for SPJ. Resident (55 pp.)

Advisor: Krairoek Pinkaeo, Ph.D.

ABSTRACT

The business model of SPJ residence apartment made for study the way to setup apartment for rent in Chainat city. Produce by business environment analysis, competition analysis, marketing research. We surveyed from representative sample 110 apartment lodgers in Chainat, then analyze by statistic frequency, percentage and standard deviation.

The result of business environment analysis we found the strength of business we have own land and building so we got cheaper investment option but the weakness is administrator have no experience about residential business change is many nonlocal people come to work in this area and they need the habitation obstacle is it has many marketing competitor from marketing research we found the most factor to make customer make decision is price facility, promotion, security and others.

Analytical of marketing strategies customer demand responding strategies and reasonable price and project evaluation this business must be cast 6,635,000 THB to investment, NPV value is - 4,57,250, IRR value is 1.29%, payback around 9.2 yea, so it not worth to be invest in this business and we consider to use the building to store for rent and no need to invest.

Keywords : Apartment, Residential for Rent

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาแผนธุรกิจ SPJ. Residen อำเภอเมือง จังหวัดชัยนาท ในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วย ความกรุณาช่วยเหลืออย่างดียิ่งจากบุคคลต่างๆ ที่ได้ให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลเพื่อใช้ในการ ประกอบการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้นั้นจนสามารถทำให้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณท่านอาจารย์ ดร.ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ ในการช่วยเหลือ แนะนำแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ จนสามารถทำให้การศึกษาในครั้งนี้นี้เสร็จสมบูรณ์ รวมทั้งได้รับการประสิทธิ์ประสาทความรู้จากคณาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตลอดระยะเวลาที่ได้ศึกษา และผู้ที่เกี่ยวข้องทุกท่าน

ท้ายนี้ขอระลึกถึงพระคุณของ บิดา มารดา ที่ให้การสนับสนุน และเป็นกำลังใจที่สำคัญยิ่งใน การศึกษาแผนธุรกิจนี้

รัตตกรณ์ ใ้ฐูปทอง



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 แนะนำธุรกิจ	1
1.2 ที่มาของการดำเนินธุรกิจ	3
1.3 วิสัยทัศน์/พันธกิจ/เป้าหมาย/วัตถุประสงค์ของธุรกิจ	3
1.4 วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจ	4
บทที่ 2 วิธีการดำเนินการในการจัดทำแผนธุรกิจ	
2.1 ประเภทของข้อมูล	5
2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย	11
2.3 ส่วนประกอบของแบบสอบถาม	11
2.4 การตรวจสอบเครื่องมือ	12
2.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล	12
2.6 สถิติการวิเคราะห์ข้อมูล	12
2.7 สรุปผลของการวิจัย	13
บทที่ 3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจ	
3.1 สภาพแวดล้อมภายในธุรกิจ	24
3.2 สภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ	25
3.4 สรุปจุดแข็งที่จะนำไปใช้แก้ปัญหาจุดอ่อนและอุปสรรคเพื่อสร้างโอกาสให้กับธุรกิจ	26
บทที่ 4 โมเดลในการดำเนินธุรกิจ	
4.1 แผนภาพของธุรกิจ (CANVAS Model)	27
4.2 การวิเคราะห์แผนภาพธุรกิจ	30

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 แผนกลยุทธ์ทางธุรกิจ	
5.1 แผนกลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการองค์กรและทรัพยากรบุคคล	32
5.2 แผนกลยุทธ์ทางการตลาด	33
5.3 แผนกลยุทธ์การผลิตและการจัดซื้อ	35
5.4 แผนกลยุทธ์ทางการเงินและการลงทุน	36
บรรณานุกรม	49
ภาคผนวก	50
ประวัติผู้เขียน	55
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	



สารบัญตาราง

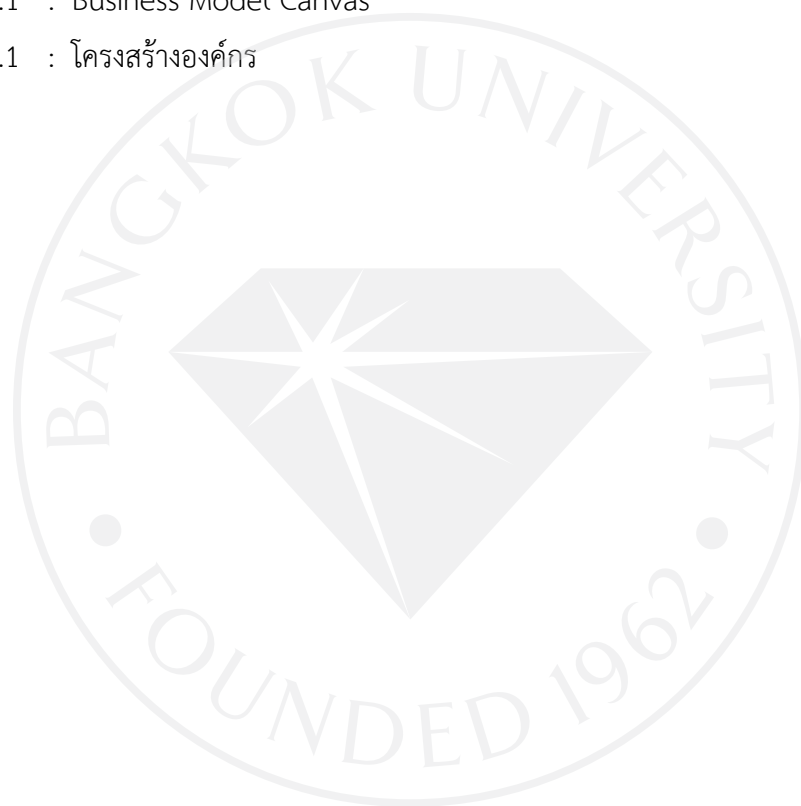
	หน้า
ตารางที่ 1.1 : เป้าหมายระยะสั้นและระยะยาวของธุรกิจ	4
ตารางที่ 2.1 : แสดงการแจกแจงความถี่และร้อยละจำแนกตามเพศ	13
ตารางที่ 2.2 : แสดงการแจกแจงความถี่และร้อยละจำแนกตามอายุ	13
ตารางที่ 2.3 : แสดงการแจกแจงความถี่และร้อยละจำแนกตามสถานภาพ	14
ตารางที่ 2.4 : แสดงการแจกแจงความถี่และร้อยละจำแนกตามระดับการศึกษา	14
ตารางที่ 2.5 : แสดงการแจกแจงความถี่และร้อยละจำแนกตามอาชีพ	15
ตารางที่ 2.6 : แสดงการแจกแจงความถี่และร้อยละจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	15
ตารางที่ 2.7 : แสดงการแจกแจงความถี่และร้อยละจำแนกตามบุคคลที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจเช่า	16
ตารางที่ 2.8 : แสดงการแจกแจงความถี่และร้อยละจำแนกตามอัตราค่าเช่าอพาร์ทเมนท์ในปัจจุบันต่อเดือน	16
ตารางที่ 2.9 : แสดงการแจกแจงความถี่และร้อยละจำแนกตามลักษณะของห้องพักที่ต้องการเช่า	17
ตารางที่ 2.10 : แสดงการแจกแจงความถี่และร้อยละจำแนกตามขนาดของห้องพักที่ต้องการเช่า	17
ตารางที่ 2.11 : แสดงการแจกแจงความถี่และร้อยละจำแนกตามสิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการ	18
ตารางที่ 2.12 : แสดงการแจกแจงความถี่และร้อยละจำแนกตาม อพาร์ทเมนท์ในปัจจุบัน	19
ตารางที่ 2.13 : ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	19
ตารางที่ 2.14 : ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	20
ตารางที่ 2.15 : ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านระบบความปลอดภัย	21
ตารางที่ 2.16 : ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา	21

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 2.17 : ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาดด้านสถานที่/ทำเลที่ตั้ง	22
ตารางที่ 2.18 : ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด	22
ตารางที่ 2.19 : ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาดด้านบุคลากรที่มีต่อการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์	23
ตารางที่ 4.1 : Business Model Canvas	28
ตารางที่ 4.2 : แสดงรายละเอียดโครงสร้างต้นทุน	31
ตารางที่ 5.1 : แสดงแผนกลยุทธ์ทางการตลาด	34
ตารางที่ 5.2 : แสดงแผนกลยุทธ์การผลิตและการจัดซื้อ	35
ตารางที่ 5.3 : ตารางแสดงแหล่งเงินทุน	36
ตารางที่ 5.4 : ตารางแสดงงบประมาณการลงทุน	36
ตารางที่ 5.5 : แสดงการคำนวณค่าเสื่อมราคาและค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	38
ตารางที่ 5.6 : แสดงการประมาณการยอดขายสินค้าหลักรายไตรมาส	39
ตารางที่ 5.7 : แสดงการประมาณการยอดขายรายปี	40
ตารางที่ 5.8 : แสดงจำนวนสินค้าคงเหลือและการส่งเสริมการขาย	41
ตารางที่ 5.9 : แสดงการประมาณการค่าใช้จ่าย	42
ตารางที่ 5.10 : แสดงงบกำไรขาดทุน ประมาณการกรณีสถานการณ์ปกติ	43
ตารางที่ 5.11 : แสดงงบกระแสเงินสด ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ	44
ตารางที่ 5.12 : แสดงงบฐานะการเงิน ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ	45
ตารางที่ 5.13 : แสดงการวิเคราะห์โครงการลงทุน	46
ตารางที่ 5.14 : แสดงการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน	47

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 : ภาพสัญลักษณ์ธุรกิจ	1
ภาพที่ 1.2 : ภาพแผนที่ สถานที่ตั้งอพาร์ทเมนท์	2
ภาพที่ 1.3 : รูปแบบห้องพัก	2
ภาพที่ 1.4 : แผนผังห้องพัก	3
ภาพที่ 4.1 : Business Model Canvas	27
ภาพที่ 5.1 : โครงสร้างองค์กร	32



บทที่ 1

บทนำ

ที่อยู่อาศัย คือหนึ่งในปัจจัย 4 ที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต ในยุคปัจจุบันการขยายตัวทางเศรษฐกิจ และปัจจัยอื่นๆ ซึ่งส่งผลให้ประชากรต้องไปทำงานต่างถิ่น และจำเป็นจะต้องหาที่พักอาศัย ใกล้กับ ที่ทำงาน การให้บริการเช่าที่พักในรูปแบบอพาร์ทเมนท์ ซึ่งเป็นตัวเลือกต้นๆสำหรับผู้บริโภค เราจึงได้จัดทำแผนธุรกิจเพื่อศึกษาถึงปัจจัยและความเป็นไปได้ในการสร้างธุรกิจ ให้บริการเช่าที่พักอาศัยในรูปแบบอพาร์ทเมนท์

1.1 แนะนำธุรกิจ

ธุรกิจ SPJ. Resident เป็นธุรกิจห้องพักแบบเช่ารายเดือน เพอร์นิเจอร์ครบครัน สะดวกสบาย ตกแต่งแบบเรียบง่าย ราคาคุ้มค่า พร้อมเข้าพักได้ทันที เน้นความเป็นส่วนตัว มีที่จอดรถ กว้างขวาง มีระบบรักษาความปลอดภัยที่เข้มงวด ตรวจสอบบุคคลเข้าออก สถานที่ตั้งอยู่ห่างจากตัวเมืองจังหวัดชัยนาทเพียง 2 กิโลเมตร อยู่ตรงข้ามห้างสรรพสินค้า และยังใกล้สถานที่สำคัญต่างๆ สามารถเดินทางได้อย่างสะดวก

ภาพที่ 1.1 : ภาพสัญลักษณ์ ชื่อ อพาร์ทเมนท์ SPJ. Resident



1.1.1 สถานที่ตั้ง

ที่ตั้งอพาร์ทเมนท์ เลขที่ 358/4 หมู่ 5 ถนนทางหลวง 340 ตำบลบ้านกล้วย อำเภอเมือง จังหวัดชัยนาท 17000

สถานที่ที่ตั้งใกล้ตัวเมืองจังหวัดชัยนาท ตั้งอยู่บนถนนสายหลักชัยนาท-สุพรรณบุรี สามารถเดินทางได้สะดวกสบาย ใกล้สิ่งอำนวยความสะดวกและสถานที่ราชการ สถานศึกษา บริเวณฝั่งตรงข้ามเป็นห้างสรรพสินค้า และอยู่ใกล้สถานพยาบาล

ภาพที่ 1.2 : ภาพแผนที่ สถานที่ตั้งอพาร์ทเมนท์ SPJ. Resident



ที่มา : ภาพแผนที่ สถานที่ตั้งอพาร์ทเมนท์ SPJ. Resident. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก <https://www.google.co.th/maps/place/ลือสิทธิโชค/>.

1.1.2 ลักษณะของห้องพัก และภายในอพาร์ทเมนท์

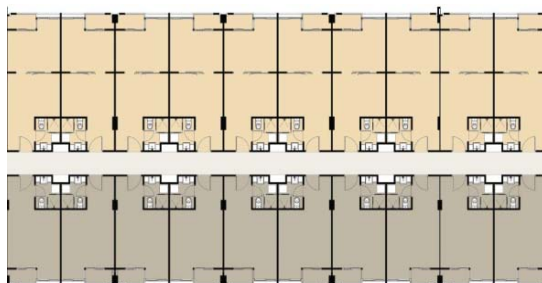
ลักษณะของอาคารเป็นอาคาร 4 ชั้น โดยแบ่งเป็นห้องพักจำนวน 60 ห้อง โดยที่ห้องพักมีขนาด 30 ตารางเมตร และมีพื้นที่ใช้สอยส่วนกลางขนาด 400 ตารางเมตร

ภาพที่ 1.3 : รูปแบบห้องพัก



ที่มา : รูปแบบห้องพัก. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก <https://www.homify.co.th/rooms/bedroom>.

ภาพที่ 1.4 : แผนผังห้องพัก



1.2 ที่มาของการดำเนินธุรกิจ

เนื่องด้วยสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันนี้ทำให้ผู้บริโภคไม่สามารถ ซื้อบ้าน เช่าบ้าน หรือลงทุน กับที่อยู่อาศัยได้มากนัก ทำให้ห้องเช่าแบบรายเดือนเป็นตัวเลือกที่ดีเพื่อเป็นที่พักอาศัยและเรา ต้องการที่จะปรับปรุงพื้นที่อาคารที่มีอยู่แล้วให้เกิดประโยชน์ และเห็นโอกาสที่จะสามารถสร้างรายได้ จากการให้เช่าห้องพักแบบรายเดือน ซึ่งก่อนหน้านี้พื้นที่อาคารจำนวน 4 ชั้น ได้ถูกใช้ประโยชน์เพียง ชั้น 1 ซึ่งเป็นที่เก็บเฟอร์นิเจอร์ โดยที่อีก 3 ชั้นที่เหลือไม่ได้ถูกใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่ และโดยรวม ของสถานที่เห็นว่าจะมีความเหมาะสมในการทำธุรกิจห้องเช่ารายเดือน ในจังหวัดชัยนาท มีธุรกิจห้องเช่า รายเดือนจำนวนน้อย และลักษณะห้องพักส่วนใหญ่จะมีขนาดเล็ก มีสภาพค่อนข้างเก่า และไม่ ปลอดภัย ส่วนของด้านรูปลักษณะไม่เน้นการตกแต่งภายในห้องปัจจุบันบุคคลทั่วไปต้องการที่พักที่มีสิ่ง อำนวยความสะดวกมากขึ้น ใกล้สถานที่ทำงาน สามารถเดินทางได้สะดวก ปลอดภัย เป็นส่วนตัว ซึ่ง ทำให้สถานที่ของเรามีความเหมาะสมกับการทำธุรกิจนี้ และ กลุ่มเป้าหมายที่สำคัญ คือ ข้าราชการ, พนักงานบริษัท รัฐวิสาหกิจ เป็นต้น

1.3 วิสัยทัศน์ /พันธกิจ/เป้าหมาย/วัตถุประสงค์ของธุรกิจ

1.3.1 วิสัยทัศน์

เราจะมุ่งมั่นทำให้เป็นห้องพักเช่าแบบรายเดือนอันดับต้นๆ ของจังหวัดชัยนาท

1.3.2 พันธกิจ

1. SPJ. Resident ต้องการเป็นที่พักอาศัยแบบเช่ารายเดือนที่ลูกค้าให้ความสนใจ และเลือกที่จะเช่าห้องพักของเราเป็นอันดับแรก
2. ห้องพักมีความหรูหรา สะดวกสบาย มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี
3. SPJ. Resident จะปรับปรุงห้องพักรวมถึงสภาพแวดล้อมภายนอกและภายในห้อง ให้ดูดีเสมอ

1.3.3 เป้าหมาย

ตารางที่ 1.1 : เป้าหมายระยะสั้นและระยะยาวของธุรกิจ

เป้าหมายระยะสั้น (1-5ปี)	สร้างชื่อเสียงให้กับ SPJ. Resident ให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง ห้องพักทุกห้องจะต้องมีลูกค้าพักอาศัยอยู่และต่อสัญญาระยะยาว
เป้าหมายระยะยาว (5-10ปี)	สร้างอาคารและห้องพักเพิ่ม เนื่องจากมีพื้นที่ที่ยังว่างสำหรับการขยายธุรกิจ หรือขยายสาขาออกไปยังพื้นที่ส่วนอื่นๆ

1.3.4 วัตถุประสงค์ของธุรกิจ

1. เพื่อเพิ่มมีอัตราการเข้าพักของ SPJ. Resident เกิน 70% ของจำนวนห้องทั้งหมด
2. เพื่อได้ผลตอบแทนส่วนของกำไร 10-15% ต่อปี
3. เพื่อสร้างความพึงพอใจของผู้เช่า หรือลูกค้าในห้องพักและบริการอยู่ในระดับดีขึ้นไป

1.4 วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจ

วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจนี้เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของทำธุรกิจห้องพักเช่าแบบรายเดือนและกำหนดทิศทางการทำงานอย่างเป็นระบบและมีแบบแผน ก่อนการลงมือทำธุรกิจ

บทที่ 2

วิธีการดำเนินการในการจัดทำแผนธุรกิจ

ปัจจุบันนี้ธุรกิจทางด้าน ห้างเช่ารายเดือน มีเพิ่มมากขึ้นเนื่องจากคนส่วนใหญ่จำเป็นต้องออกไปทำงาน หรือเพื่อศึกษา ในสถานที่ต่างๆซึ่งไกลจากถิ่นฐานเดิมจึงมีความจำเป็นต้องเช่าห้องพักแบบรายเดือน ด้วยเหตุนี้จึงทำการศึกษาแผนธุรกิจห้องเช่า อพาร์ทเมนท์ แบบรายเดือน จึงจัดทำแบบสอบถามขึ้นมาเพื่อศึกษากลุ่มเป้าหมาย และความต้องการของผู้บริโภค

2.1 ประเภทของข้อมูล

2.1.1 ข้อมูลทุติยภูมิ

1) แนวคิด และทฤษฎี

ในการจัดทำแผนธุรกิจนี้มีการใช้แนวคิด และทฤษฎีดังนี้

ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)

พฤติกรรมผู้บริโภค มีความหมายกว้างๆ หมายถึง การศึกษาถึงการแสดงออกของคนในฐานะผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการทำกิจกรรม คือการจัดหา การบริโภคสินค้า และบริการต่างๆ รวมถึงการกำจัดหรือทิ้งสิ่งที่ใช้แล้วนั้นด้วย ทั้งนี้การศึกษามุ่งสนใจที่จะสืบค้นให้ทราบถึงเหตุผลว่าทำไม และเพราะอะไรเขาจึงเลือกซื้อสินค้าและบริการนั้น หรือตรานั้นๆ ทั้งนี้เพื่อธุรกิจจะได้นำเอาความรู้นั้นมาใช้สำหรับวางกลยุทธ์ดำเนินงานเพื่อการเอาชนะใจลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและได้ผลมากยิ่งขึ้น (ชูชัย สมิทธิไกร, 2554)

สาระสำคัญของพฤติกรรมผู้บริโภคดังกล่าวจะอยู่ที่กิจกรรมหลัก 3 ประการคือการจัดหา (Obtaining) หมายถึง กิจกรรมต่างๆ ที่คนทั่วไปจะนำไปสู่การซื้อหรือได้รับสินค้าและบริการมาใช้กิจกรรมส่วนนี้จะนับตั้งแต่การแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าที่จะซื้อการประเมินเปรียบเทียบสินค้าและบริการแต่ละชนิดหรือของตราต่างๆ ที่ต่างกันจนถึงการตกลงใจซื้อทั้งนี้ นักวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคจะสนใจตรวจสอบพิจารณาว่าผู้บริโภคซื้อสินค้าด้วยพฤติกรรมอย่างไรเช่น การไปเลือกซื้อจากร้านค้าปลีกประเภทไหนออกเดินหาซื้อด้วยตนเองหรือหาซื้อผ่านอินเทอร์เน็ตและเมื่อทำการซื้อจริงแล้ว เจ้าชำระสินค้าด้วยวิธีใดด้วยเงินสดหรือบัตรเครดิตกับการรู้ตอบไปว่าการซื้อนั้นเขาซื้อมาใช้เองหรือซื้อไปเป็นของฝากให้กับคนอื่นและเมื่อซื้อแล้วเขาทำการรับของกลับไปเองหรือใช้บริการจัดส่งของร้านค้าตลอดไปถึงวิธีการที่เขาแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการจากหลายแหล่งเพื่อมาเปรียบเทียบกันรวมไปถึงการศึกษาด้วยว่า ตราสินค้า (Brand) มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้ออย่างไรบ้าง (สมยศ นาวิการ, 2551)

การบริโภค (Consuming) คือ ติดตามดูว่าผู้บริโภคใช้สินค้านั้นอย่างไรที่ไหนเมื่อใดภายใต้สถานการณ์อย่างไร เช่น ใช้ที่สำนักงาน หรือที่บ้านใช้ตามหลักเกณฑ์คำแนะนำหรือใช้แบบตามสะดวกเลยตามใจชอบรวมตลอดไปถึงการดูว่าการใช้สินค้านั้นทำไปเพื่อความสุขอย่างครบเครื่องสมบูรณ์แบบ หรือใช้เพียง เพื่อความจำเป็นขั้นต่ำเท่านั้น นอกจากนี้ยังดูต่อไปว่าการใช้สินค้านั้น เขาใช้สิ่งที่ซื้อมาจนหมดหรือ ใช้เพียงบางส่วนเท่านั้นหรือไม่ใช้เลยจนกลายเป็นซื้อมาเพื่อทิ้ง เป็นต้น

การจัดหรือทิ้ง (Disposing) ประกอบด้วยติดตามดูว่า ผู้บริโภคใช้สินค้าและหีบห่อของสินค้าหมดไปอย่างไร โดยการติดตามดูพฤติกรรมผู้บริโภคที่ดำเนินไปและที่กระทบต่อสภาพแวดล้อมรอบตัวด้วย เช่น การทิ้งสิ่งที่ใช้หีบห่อสินค้า หรือการทิ้งเศษและสิ่งของเหลือใช้ว่าทำอย่างไร รวมไปถึงการดำเนินการโดยวิธีอื่นกับสินค้าที่ใช้แล้ว เช่น การเก็บสิ่งของใช้แล้วบางอย่างเพื่อให้ต่อกับคนอื่น ๆ ไปใช้ หรือนำไปขายต่อด้วยวิธีการแตกต่างกันไป เป็นต้น

พฤติกรรมมนุษย์กับการจูงใจ

คุณลักษณะของสภาวะที่ได้รับการจูงใจ ความหมายและลักษณะของสิ่งจูงใจของมนุษย์ แหล่งที่มาของแรงกระตุ้นปัจจัยอื่นๆ ที่เป็นตัวกำหนดการกระทำ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2550)

คุณลักษณะของสภาวะที่ได้รับการจูงใจ

สภาวะที่ได้รับการจูงใจจะต้องประกอบด้วยเงื่อนไขที่เป็นบางอย่าง คือ จะต้องมียุทธศาสตร์ที่มีอยู่ในใจมาก่อนแล้วที่คอยกำกับพฤติกรรมให้มุ่งไปสู่เป้าหมายต่างๆ ที่มีอยู่และรวมถึงแรงกระตุ้นบางอย่างด้วย

การที่มีสิ่งที่มีอยู่ในใจมาก่อน (Predisposition) แต่เพียงอย่างเดียวนั้น ย่อมจะเป็นการไม่เพียงพอทั้งนี้เพราะจะต้องได้รับการกระตุ้นด้วยเสมอ และในทำนองเดียวกัน การที่มีแรงกระตุ้น (Arousal) เกิดขึ้นแต่เพียงอย่างเดียว โดยไม่มีทิศทางหรือเป้าหมาย ผลที่ออกมา ก็จะเป็นแต่เพียงการแสดงออกซึ่งอาการตื่นเต้น (Excitement) เท่านั้น ด้วยเหตุนี้สภาวะที่ได้รับการจูงใจจึงต้องประกอบด้วยทั้งสองสิ่งควบคู่กันไป คือจะต้องมีสิ่งที่มีอยู่ในใจมาก่อนและเป็นสิ่งที่ต้องการ

สำหรับแรงกระตุ้น (Arousal) นั้นจะเกิดขึ้นมาได้เมื่อร่างกายมีความรู้สึกถูกกดดัน (Tensions) ให้มีการแสดงออกหรือปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่ง แรงกระตุ้นอาจเกิดขึ้นจากสาเหตุต่างๆ กัน เช่น ความต้องการหรือแรงผลักดันทางร่างกาย ตัวกระตุ้นบางอย่างที่เกิดจากภายนอก และความคิดเพื่อฝันที่เกิดขึ้นทันทีทันใด (Autistic Thinking or Fantasy)

สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งคือ เป้าหมายต่างๆ ที่แต่ละคนได้เรียนรู้มาว่าจะใช้ตอบสนองแรงกระตุ้นได้ด้วยตัวของเป้าหมายเหล่านี้ก็คือ การดื่ม การกิน และการสร้างได้สัมพันธ์ เกี่ยวข้องกับบุคคลอื่นๆ เป้าหมายต่างๆ เหล่านี้จะถูกเก็บไว้ในความทรงจำที่ศูนย์ควบคุมสั่งการ (ความจำ) และจะกลายเป็นสิ่งที่มีอยู่ในใจมาก่อนและจะเป็นสิ่งที่มุ่งหวังให้มีการกระทำเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเสมอ สิ่งเหล่านี้เองที่เรามักจะเรียกว่า “สิ่งจูงใจ” (Motives) ซึ่งถ้าจะให้เป็นการจำกัดความที่รัดกุม

ขึ้น สิ่งจูงใจจึงควรจะหมายถึง “ภาวะที่พลังงานทางร่างกายได้รวมตัวกันขึ้น และมุ่งทิศทางไปสู่เป้าหมายที่เป็นสภาวะที่อยู่ในสภาพแวดล้อมภายนอก” (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2550)

กล่าวโดยสรุป บุคคลต่างๆ จะได้รับการจูงใจเมื่อระบบของเขาได้รับการกระตุ้น และพฤติกรรมที่แสดงออกจะมุ่งไปสู่จุดหมายบางอย่างด้วยสิ่งจูงใจอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างที่มีอยู่ อาจกล่าวได้ว่าลักษณะดังกล่าวนี้เป็นไปในทำนองที่ว่า กิจกรรมที่มีได้เกี่ยวข้องที่มีอยู่โดยทั่วไปนั้น ได้ถูกนำมาจัดเป็นระเบียบเอาไว้ เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับที่จะใช้ตอบสนองภาวะที่ถูกกระตุ้น และตัวบุคคลจะอยู่ในลักษณะที่ตื่นตัวอยู่เสมอต่อข้อมูลต่างๆ ที่มาจากสภาพแวดล้อมซึ่งเกี่ยวข้องอยู่ในขณะใดขนาดหนึ่ง หรือนั่นก็คือระบบจะถูกเปิดขึ้นและกลไกต่างๆจะดำเนินไปเพื่อทำกิจกรรมต่างๆ

สิ่งจูงใจ (Motives) เป็นสิ่งที่แสดงออกเพื่อมุ่งสู่เป้าหมายชนิดต่างๆ ก็คือ ความต้องการที่ได้เลือกเฟ้นไว้แล้วนั่นเอง สิ่งจูงใจเหล่านี้จะฝังแน่นอยู่ตลอดเวลา และจะต่อต้านต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากอิทธิพลภายนอก สิ่งจูงใจนี้จะเป็นส่วนประกอบทางจิตวิทยาที่สำคัญยิ่งของตัวคน และในเวลาเดียวกันก็ได้รับการเสริมเข้าไปจากประสบการณ์ที่ได้รับตลอดชีวิตของเขา ด้วยเหตุนี้จึงสมควรที่จะได้ทราบถึงลักษณะและระเบียบของมัน ซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการปรับการทำงานทางด้านการตลาดให้เข้ากับสิ่งจูงใจดังกล่าวซึ่งถือได้ว่าเป็นตัวสำคัญที่กำหนดพฤติกรรมทั้งหลาย

การจัดแบ่งประเภทสิ่งจูงใจ (Classification of Motives) นักจิตวิทยาและนักการตลาดได้พยายามแยกประเภทของสิ่งจูงใจไว้ แต่ที่ได้กระทำมานั้นส่วนมากได้แบ่งแยกประเภทออกไปมากมายหลายอย่าง ซึ่งย่อมขาดความถูกต้องและไม่มีขอบเขตแต่อย่างใด ดังนั้น การแยกประเภทที่ถูกจึงต้องมีการยึดถือจากการทำการวิจัยที่แท้จริงนักจิตวิทยาคนแรกที่ได้ทำการแบ่งแยกประเภทของสิ่งจูงใจโดยมีพื้นฐานจากการวิจัยที่แท้จริง ก็คือ Maslow นั่นเอง

Maslow ตั้งข้อสมมติฐานไว้ว่า ความต้องการที่ไม่มีที่สิ้นสุดนั้น ควรจะสามารถจัดระเบียบได้ด้วยการจัดลำดับก่อนหลัง หรือตามลำดับของความสำคัญจากต่ำไปสูงได้ วิธีการจัดแบบนี้จะสามารถช่วยให้ทราบถึงลำดับที่ตั้งของสิ่งจูงใจแต่ละอย่างได้ Maslow ได้เสนอแนะให้จัดแบ่งประเภทของความ ต้องการ โดยเริ่มต้นจากความต้องการขั้นที่ต่ำสุดไปสู่ขั้นที่สูงสุดดังนี้คือ

1. Physiological needs คือ ความต้องการเบื้องต้น เพื่อการอยู่รอด เช่นความต้องการในการกินอาหาร และน้ำ ซึ่งเป็นความต้องการทางร่างกาย
2. Safety needs คือ ความต้องการมีชีวิตรอดอยู่ หรือความปลอดภัยทางร่างกาย ซึ่งถ้าหากความต้องการเบื้องต้นนั้น ยังมีได้ถูกกำจัดหรือตอบสนองมนุษย์ก็จะมองข้ามเรื่องความปลอดภัยของร่างกายไป
3. Social needs คือ ความต้องการที่จะให้ตนเป็นที่ยอมรับของสังคมหรือความรัก (belongingness & love) ความต้องการตามความหมายนี้ เริ่มต้นจากความต้องการที่จะให้ตนเป็นที่ยอมรับของคนในครอบครัวไปจนถึงเป็นที่ยอมรับของคนอื่นๆในสังคม

4. Esteem Needs คือ ความต้องการที่จะให้ตนได้รับการยกย่องจากสังคม มีเกียรติ มีฐานะในสังคม ต้องการที่จะให้ตนมีฐานะเหนือกว่าผู้อื่น

5. Self-actualization Needs คือ ความต้องการที่จะให้ได้รับความสำเร็จ และสมหวังในสิ่งที่ตนคิดหรือที่ต้องการทุกอย่าง

ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดสำหรับบริการ

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Service Marketing Mix) คือ เครื่องมือหรือปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้ที่ธุรกิจต้องใช้ร่วมกัน เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย หรือเพื่อกระตุ้นให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเกิด ความต้องการสินค้าและบริการของตน ซึ่งหมายถึง ส่วนประกอบที่เป็นปัจจัยในการวางแผนการตลาดในสินค้าหรือบริการ โดยมากแล้วหากเป็นสินค้าจะมีส่วนประสม 4 ปัจจัยคือ สินค้า/ บริการ (Product/ Service) ราคา (Price) ช่องทางการจำหน่าย (Place/ Distribution Channel) และกิจกรรมการส่งเสริมการขาย (Promotion) แต่ส่วนผสมทางการตลาดบริการจะมีความแตกต่างจากส่วนผสมทางการตลาดของสินค้าธรรมดาทั่วไป การให้บริการในกระบวนการต่างๆ และสิ่งแวดล้อมทาง ภายภาพ ซึ่งปัจจัยทั้งสามส่วนนี้ผสมกันเป็นหลักของการส่งมอบบริการ สำหรับตลาดธุรกิจบริการนั้น จะมีการทำการตลาดในส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเพิ่มอีก 3 ปัจจัยคือ ผู้ให้บริการ (People) กระบวนการให้บริการ (Process) และสภาพแวดล้อมในการให้บริการ (Physical Evidence) ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับตลาดบริการ ซึ่งบริการ (Service) เป็นกิจกรรมที่สนองต่อความต้องการ ของลูกค้า เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้าจะเห็นได้ว่าก่อนที่จะมีการซื้อ ผู้ซื้อจะต้องพยายาม วางกฎเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพ และประโยชน์ที่จะได้จากบริการที่จะได้รับ ผู้ขายต้องสร้างความเชื่อมั่น โดยจะต้องพยายามหาหลักประกันให้ผู้ซื้อสามารถ การตัดสินใจได้เร็วขึ้นซึ่งก็คือ ส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 หรือ 7Ps (ฉลองศรี พิมลสมพงษ์, 2542)

2.1.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชุติมา ผ่องพรรณวิบูล (2555) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ระดับล่างในเขตกรุงเทพมหานคร ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เป็นหนึ่งในภาคธุรกิจสำคัญที่มีผลต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจไทย เนื่องจากมีความเกี่ยวข้องกับภาคธุรกิจอื่นๆหลายประเภทธุรกิจอพาร์ทเมนท์เป็นหนึ่งในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และมีผู้ให้ความสนใจทำธุรกิจมากขึ้น โดยเฉพาะในทำเลที่มีความต้องการที่พักอาศัยในระดับสูง แต่ปัจจุบันธุรกิจอพาร์ทเมนท์ระดับล่าง (มีค่าเช่าต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท โดยไม่รวมค่าสาธารณูปโภค)อยู่ในสภาวะการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นผู้ประกอบการบางพื้นที่เริ่มเผชิญกับปัญหาจำนวนอพาร์ทเมนท์มีมากกว่าความต้องการเช่า เนื่องจากมีอพาร์ทเมนท์รายใหม่เข้าสู่ตลาดเป็นจำนวนมากและการเติบโตของโครงการคอนโดมิเนียมต่างๆส่งผลให้เกิดการแข่งขันในกลุ่มลูกค้าเช่าที่พักอาศัยมากขึ้น

งานวิจัยฉบับนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ระดับล่างในเขตกรุงเทพมหานครและเพื่อศึกษาพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ระดับล่างในกรุงเทพมหานครโดยขอบเขตการวิจัยด้านประชากรเป้าหมายที่ใช้ศึกษาในงานวิจัยนี้คือ ผู้ที่กำลังเช่าอพาร์ทเมนท์ระดับล่างในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งมีค่าเช่าโดยเฉลี่ยต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือนแต่ปัจจุบันตลาดอพาร์ทเมนท์ระดับล่างไม่มีการจดทะเบียนอย่างเป็นทางการจึงไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนส่งผลให้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของ (Yamane, 1967) โดยกำหนดค่าความคาดเคลื่อนที่ 5% และระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ซึ่งได้ขนาดตัวอย่างขั้นต่ำที่ต้องการเท่ากับ 400 ตัวอย่างและใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงผ่านการ Post ไว้ที่ Website ที่เกี่ยวข้องกับการเช่าอพาร์ทเมนท์ และการแจกแบบสอบถามภาคสนามโดยผู้วิจัยโดยงานวิจัยฉบับนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) จึงใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อหาคำตอบของสมมติฐานและดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป (SPSS)

หลังจากตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับกลับมาแล้วแบบสอบถามที่ใช้ได้จริงมีจำนวน 345 ชุดและเมื่อใช้สูตรของ (Yamane, 1967) เพื่อหาค่าความคาดเคลื่อนพบว่าความคาดเคลื่อนเท่ากับ 7% ซึ่งผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ ระดับล่างในเขตกรุงเทพมหานครโดยเรียงตามลำดับ ความสำคัญจากมากไปน้อยคือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และสัญลักษณ์ ปัจจัยด้านภาพลักษณ์และการออกแบบผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านพื้นที่ใช้สอยและสิ่งอำนวยความสะดวก ส่วนพฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ ระดับล่างในเขตกรุงเทพมหานครของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พบว่ามีความเช่าอพาร์ทเมนท์ เดือนละ 3,001 – 4,000 บาทและพักอาศัยในอพาร์ทเมนท์ ที่กำลังเช่ามานานแล้ว 1-2 ปี โดยมีจำนวนผู้พักอาศัยเพียง 1 คน ส่วนผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ มากที่สุดคือตัวเองรวมทั้ง รู้จักอพาร์ทเมนท์ จากการสืบหาด้วยตนเองและคำแนะนำของคุณรู้จักนอกรวมทั้ง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยย้ายหรือเปลี่ยนอพาร์ทเมนท์ ด้วยเหตุผลหลักคือทำเลที่ตั้งเดินทางไม่สะดวก

ภานุพงศ์ แต่งอักษร (2557) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักรายเดือนของนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจพฤติกรรมและประสบการณ์ในการเลือกเช่ารวมถึงศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักทั้งปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ปัจจัยด้านกระบวนการบริการและปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ (เพศ)) ของนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต การศึกษาการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Method) โดยประชากรที่ทำการศึกษา คือนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต ที่พักอาศัยโดยการเช่าหอพัก หรือเคยมีประสบการณ์อยู่หอพักมาก่อนโดยทำการสำรวจผ่านแบบสอบถาม และได้รับข้อมูลแบบสอบถามตอบกลับที่มีความสมบูรณ์รวมทั้งสิ้น 407 ชุด

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักศึกษาส่วนใหญ่เลือกเช่าหอพักรวมมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 67.08 และเช่าหอพักแยกประเภทชาย-หญิง คิดเป็นร้อยละ 32.92 โดยผู้หญิงเลือกเช่าหอพักแยกประเภทชาย-หญิงมากกว่าผู้ชาย ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ รู้จักหอพักเหล่านี้จากคำแนะนำของคนรู้จักและการสืบหาด้วยตนเอง และการตัดสินใจเลือกเช่าจะยึดจากการตัดสินใจของตนเองเป็นหลัก โดยส่วนใหญ่มีผู้พักอาศัยอยู่ 1 คนในการเช่าอยู่ซึ่งเฉลี่ยแล้วค่าเช่าห้องพักต่อเดือนต่อคน ที่กลุ่มตัวอย่างเช่าอยู่ส่วนใหญ่มีราคา 3,001 – 3,500 บาทต่อเดือน สำหรับค่าสาธารณูปโภคต่อเดือนต่อคน ที่กลุ่มตัวอย่างเช่าอยู่ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่าย 501 - 750 บาทต่อเดือน และสาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างเลือกเช่าหอพัก คือทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทาง นอกจากนั้นสิ่งอำนวยความสะดวกภายในและภายนอกหอพักที่กลุ่มตัวอย่างเลือก ได้แก่ เครื่องปรับอากาศหรือพัดลม เตียงพร้อมที่นอน และตู้เสื้อผ้าตามลำดับ

นอกจากนี้ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักรายเดือนของนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต ประกอบด้วยปัจจัย 5 ปัจจัย โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย คือปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม และระบบการบริการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านกระบวนการบริหาร ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และบุคคลแวดล้อมในส่วนของทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันในด้านเพศพบว่าเพศที่แตกต่างกันไม่ได้ส่งผลต่อการตัดสินใจ เลือกเช่าหอพักที่แตกต่างกัน

ผนทิพย์ วงศ์ศุภชาติกุล (2558) ทำการศึกษาเรื่อง ธุรกิจห้องเช่า ประเภทคอนโดมิเนียมให้เช่า หรือพาร์ทเมนท์ ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล มีอัตราการแข่งขันที่สูงขึ้น เนื่องมาจากกรุงเทพมหานคร เป็นศูนย์รวมความเจริญ มีประชากรตามทะเบียนราษฎร และประชากรแฝงในกรุงเทพมหานคร ถึง 8,839,022 คน หรือประมาณ 14% ของประชากรทั้งประเทศ (ก.พ.2556) และหากนับรวมประชากรที่เดินทางจากปริมณฑลโดยรอบที่เข้ามาทำงานในกรุงเทพมหานคร และชาวต่างชาติ จะพบว่าประชากรในกรุงเทพมหานครมากกว่า 10 ล้านคน เมื่อมีประชากรเพิ่มมากขึ้น ความต้องการที่พักอาศัยจึงมากขึ้นตามมาด้วย การลงทุนในธุรกิจประเภทนี้ ใช้เงินลงทุนไม่น้อย ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการศึกษาขึ้น เพื่อให้งานวิจัยนี้เป็นข้อมูล สำหรับผู้ประกอบการลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ หรือการวางแผนกลยุทธ์ เพื่อก่อให้เกิดกำไรสูงสุด โดยกลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้ที่มีประสบการณ์เช่าห้องพักประเภทคอนโดมิเนียมให้เช่าหรือพาร์ทเมนท์ สำหรับการอยู่อาศัย ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ผู้วิจัยได้นำปัจจัยต่างๆ ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด สำหรับสินค้าบริการ (7P's) รวมถึงแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับลักษณะประชากรศาสตร์ด้านรายได้ มาเป็นกรอบแนวความคิดในการศึกษา “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักสำหรับการอยู่อาศัย ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล” ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักสำหรับการอยู่อาศัย

ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล มีทั้งหมด 2 ปัจจัย คือ 1) ปัจจัยด้านการจัดการภายใน การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ 2) ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ตามลำดับ

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย

การวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถามมีขั้นตอนในการพัฒนาดังนี้

- 1) ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากงานวิจัย เอกสาร และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
- 2) ร่างแบบสอบถามเพื่อสอบถามความคิดเห็นโดยครอบคลุมประเด็น พฤติกรรมการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ แรงจูงใจและปัจจัยหลักในการเลือกเช่าโดยอ้างอิงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับสินค้าบริการ (7P's)
- 3) นำแบบสอบถามมาเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบเนื้อหาและเสนอแนะปรับปรุงแก้ไข
- 4) ปรับปรุงแก้ไขและนำเสนอผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตรวจสอบเนื้อหาอีกครั้ง
- 5) แก้ไขปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะให้ถูกต้อง
- 6) นำแบบสอบถามไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 รายเพื่อหาค่าความเชื่อมั่นและนำผลที่ได้ปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษา
- 7) ปรับปรุงแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์และเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่ออนุมัติก่อนแจกแบบสอบถาม
- 8) แจกแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่าง

2.3 ส่วนประกอบของแบบสอบถาม

แบบสอบถาม (Questionnaire) ประกอบด้วย 3 ส่วน (ภาคผนวก ก) ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน คำถามใช้มาตราวัดแบบตัวเลือก

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ บุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ อัตราค่าเช่าอพาร์ทเมนท์ที่เช่าในปัจจุบัน ลักษณะของห้องและเฟอร์นิเจอร์ที่ต้องการ ชื่ออพาร์ทเมนท์ที่เช่าในปัจจุบัน คำถามใช้มาตราวัดแบบตัวเลือก

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ โดยครอบคลุม ด้านบริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านระบบความปลอดภัย ด้านราคา ด้านสถานที่/ทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร

คำถามใช้มาตรวัด 5 ระดับ คือจากระดับความสำคัญน้อยที่สุด คือ 1 ถึง ระดับความสำคัญมากที่สุด คือ 5

2.4 การตรวจสอบเครื่องมือ

1. การตรวจสอบความถูกต้อง (Validity) ผู้วิจัยได้เสนอแบบสอบถามต่ออาจารย์ ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วนและสอดคล้องของเนื้อหาในแต่ละตัวแปร (Content Validity) ที่ตรงกับเรื่องที่จะศึกษา

2. การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้ทดลองแจกแบบสอบถาม จำนวน 30 ชุด แล้วคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นโดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์คอนแบ็ชอัลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient)

2.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการแจกแบบสอบถาม ให้กับกลุ่มผู้เช่าอพาร์ทเมนท์ ในจังหวัด ชัยนาท ทำการแจกแบบสอบถามนี้ด้วยตนเอง วันที่ 10-20 ธันวาคม พ.ศ.2560

2.6 สถิติการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้สถิติเชิงพรรณนาสำหรับการอธิบายผลการศึกษาในเรื่องดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งเป็นข้อมูลที่ใช้วัดแบบนามบัญญัติและเรียงลำดับ เนื่องจากไม่สามารถ วัดเป็นมูลค่าได้ และผู้วิจัยต้องการบรรยายเพื่อให้ทราบถึงจำนวนตัวอย่างจำแนกตามคุณสมบัติ เท่านั้น ดังนั้น สถิติที่เหมาะสม คือค่าความถี่(จำนวน)และค่าร้อยละ

2. ข้อมูลทั่วไป และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับระดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆในการตัดสินใจเลือก เช่าอพาร์ทเมนท์ เป็นข้อมูลที่ใช้มาตรวัดอันตรภาคชั้นสำหรับการแปลผลข้อมูล โดยคำนวณค่าอันตรภาคชั้นเพื่อกำหนดช่วงชั้น ด้วยการใช้สูตรคำนวณ

2.7 สรุปผลของการวิจัย

ตารางที่ 2.1 : แสดงการแจกแจงความถี่และร้อยละจำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ	จำนวนตัวอย่าง (คน)	ร้อยละ
ชาย	49	44.55
หญิง	61	55.45
รวม	110	100

จากผลการศึกษารางที่ 2.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 55.45 โดยที่รองลงมาเป็นเพศชาย มีจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 44.55 ตามลำดับ

ตารางที่ 2.2 : แสดงการแจกแจงความถี่และร้อยละจำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

อายุ	จำนวนตัวอย่าง (คน)	ร้อยละ
15-24	32	29.09
25-34	59	53.64
35-44	16	14.55
45-55	3	2.73
56 ปีขึ้นไป	0	0
รวม	110	100

จากผลการศึกษารางที่ 2.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีช่วงอายุ 25-34 ปี มีจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 53.64 รองลงมาเป็น ช่วงอายุ 15-24 ปี มีจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 29.09 ถัดมาเป็น ช่วงอายุ 35-44 ปี มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 14.55 และช่วงอายุ 45-55ปี มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.73 ตามลำดับ

ตารางที่ 2.3 : แสดงการแจกแจงความถี่และร้อยละจำแนกตามสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานภาพ	จำนวนตัวอย่าง (คน)	ร้อยละ
โสด	76	69.09
สมรส	34	30.91
รวม	110	100

จากผลการศึกษารางที่ 2.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพ โสดจำนวน 76คน คิดเป็นร้อยละ 69.09 โดยที่รองลงมา มีสถานภาพ สมรส จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 30.91 ตามลำดับ

ตารางที่ 2.4 : แสดงการแจกแจงความถี่และร้อยละจำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ระดับการศึกษา	จำนวนตัวอย่าง (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	21	19.09
ปริญญาตรี	80	72.73
ปริญญาโท	9	8.18
ปริญญาเอก	0	0
รวม	110	100

จากผลการศึกษารางที่ 2.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 72.73 รองลงมา เป็นระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 19.09 และระดับการศึกษา ปริญญาโท จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 8.18 ตามลำดับ

ตารางที่ 2.5 : แสดงการแจกแจงความถี่และร้อยละจำแนกตามอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

อาชีพ	จำนวนตัวอย่าง (คน)	ร้อยละ
ข้าราชการ	36	32.73
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	35	31.82
พนักงานบริษัท	25	22.73
ธุรกิจส่วนตัว	3	2.73
รับจ้างอิสระ	11	10
รวม	110	100

จากผลการศึกษารางที่ 2.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอาชีพข้าราชการ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 32.73 รองลงมาเป็นอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 31.82 อาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 22.73 อาชีพรับจ้างอิสระ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 10 และอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.73 ตามลำดับ

ตารางที่ 2.6 : แสดงการแจกแจงความถี่และร้อยละจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวนตัวอย่าง (คน)	ร้อยละ
15,000-20,000บาท	73	66.36
20,001-25,000บาท	28	25.45
25,001-30,000บาท	8	7.27
30,001-35,000บาท	1	0.91
มากกว่า 35,000บาท	0	0
รวม	110	100

จากผลการศึกษารางที่ 2.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-20,000บาท จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 66.36 รองลงมาเป็นรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-25,000บาท จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 25.45 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-30,000 บาท จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 7.27 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-35,000บาท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.91 ตามลำดับ

ตารางที่ 2.7 : แสดงการแจกแจงความถี่และร้อยละจำแนกตามบุคคลที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

บุคคลที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์	จำนวนตัวอย่าง (คน)	ร้อยละ
ตนเอง	83	75.45
พ่อ , แม่	2	1.82
สามี , ภรรยา	21	19.09
เพื่อน	2	1.82
อื่นๆ	2	1.82
รวม	110	100

จากผลการศึกษารางที่ 2.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ด้วยตนเอง มีจำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 75.45 รองลงมาเป็นสามี,ภรรยาที่มีส่วนช่วยตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 19.09 และพ่อ,แม่ เพื่อน อื่นๆ จำนวนอย่างละ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.82 ตามลำดับ

ตารางที่ 2.8 : แสดงการแจกแจงความถี่และร้อยละจำแนกตามอัตราค่าเช่าอพาร์ทเมนท์ในปัจจุบันต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

อัตราค่าเช่าอพาร์ทเมนท์ในปัจจุบันต่อเดือน	จำนวนตัวอย่าง (คน)	ร้อยละ
3,000-4,000บาท	40	36.36
4,001-5,000 บาท	52	47.27
5,001-6,000 บาท	16	14.55
มากกว่า6,000 บาท	2	1.82
อื่นๆ	0	0
รวม	110	100

จากผลการศึกษารางที่ 2.8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอัตราค่าเช่าอพาร์ทเมนท์ในปัจจุบันอยู่ในช่วง 4,001-5,000บาทต่อเดือน มีจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 47.27

รองลงมาค่าเช่า 3,000-4,000บาทต่อเดือน มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 36.36 ถัดมาค่าเช่า 5,001-6,000 บาทต่อเดือน มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 14.55 และ ค่าเช่า มากกว่า6,000 บาทต่อเดือน มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.82 ตามลำดับ

ตารางที่ 2.9 : แสดงการแจกแจงความถี่และร้อยละจำแนกตามลักษณะของห้องพักที่ต้องการเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะของห้องพัก	จำนวนตัวอย่าง (คน)	ร้อยละ
มีเครื่องปรับอากาศพร้อมเฟอร์นิเจอร์	80	72.73
มีเครื่องปรับอากาศแต่ไม่มีเฟอร์นิเจอร์	15	13.64
มีพัดลม พร้อมเฟอร์นิเจอร์	14	12.73
มีพัดลม ไม่มีเฟอร์นิเจอร์	1	0.91
อื่นๆ	0	0
รวม	110	100

จากผลการศึกษารางที่ 2.9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการลักษณะห้องพักแบบมีเครื่องปรับอากาศพร้อมเฟอร์นิเจอร์ จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 72.73 รองลงมาห้องพักแบบมีเครื่องปรับอากาศแต่ไม่มีเฟอร์นิเจอร์ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 13.64 ห้องพักแบบมีพัดลมพร้อมเฟอร์นิเจอร์ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 12.73 และห้องพักแบบมีพัดลมแต่ไม่มีเฟอร์นิเจอร์ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.91 ตามลำดับ

ตารางที่ 2.10 : แสดงการแจกแจงความถี่และร้อยละจำแนกตามขนาดของห้องพักที่ต้องการเช่าในอพาร์ทเมนท์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ขนาดของห้องพัก	จำนวนตัวอย่าง (คน)	ร้อยละ
20-25 ตร.ม.	10	9.09
26-30 ตร.ม.	32	29.09
31-35 ตร.ม.	64	58.18
36 ตร.ม. ขึ้นไป	4	3.64
รวม	110	100

จากผลการศึกษาดารางที่ 2.10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการเช่าห้องพักที่มีขนาด 31-35 ตร.ม. จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 58.18 รองลงมาห้องพักที่มีขนาด 26-30 ตร.ม. จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 29.09 ห้องพักที่มีขนาด 20-25 ตร.ม. จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 9.09 และ ห้องพักที่มีขนาด 36 ตร.ม. ขึ้นไป จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.64 ตามลำดับ

ตารางที่ 2.11 : แสดงการแจกแจงความถี่และร้อยละจำแนกตาม เพอร์นิเจอร์ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพอร์นิเจอร์ และสิ่งอำนวยความสะดวก	จำนวนผู้ตอบ (คน)	ร้อยละ
เตียง พร้อมที่นอน	108	22.7
ตู้เสื้อผ้า	97	20.4
โต๊ะเครื่องแป้ง	78	16.4
โต๊ะทำงาน พร้อมเก้าอี้	53	11.2
โต๊ะรับประทานอาหาร	25	5.3
อินเทอร์เน็ตWi-fi	58	12.2
ที่จอดรถ	39	8.2
สถานที่ออกกำลังกาย	16	3.4
อื่นๆ	1	0.2
รวม	475	100

จากผลการศึกษาดารางที่ 2.11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการเพอร์นิเจอร์ และสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นเตียง พร้อมที่นอน จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 22.7 รองลงมา คือ ตู้เสื้อผ้า จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 20.4 และเพอร์นิเจอร์ สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีความต้องการน้อยที่สุด คือในเรื่องอื่นๆ เช่น เครื่องครัวไฟฟ้า จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.2

ตารางที่ 2.12 : แสดงการแจกแจงความถี่และร้อยละจำแนกตาม อพาร์ทเมนท์ปัจจุบัน ของผู้ตอบแบบสอบถาม

อพาร์ทเมนท์	จำนวนตัวอย่าง (คน)	ร้อยละ
วีชีรี	16	14.55
กิตติเกษม	7	6.36
วัฒนา เพลส	25	22.73
บุญมณี	19	17.27
ชัยนาโต	37	33.63
ภารินทร์	6	5.45
รวม	110	100

จากผลการศึกษาตารางที่ 2.12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ปัจจุบันพักอาศัยอยู่ อพาร์ทเมนท์ ชัยนาโต มีจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 33.63 รองลงมาเป็น อพาร์ทเมนท์ วัฒนาเพลส จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 22.73 บุญมณี จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 17.27 วีชีรี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 14.55 กิตติเกษม จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 6.36 และ ภารินทร์ อพาร์ทเมนท์ มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.45

ตารางที่ 2.13 : ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.93	0.51	มาก
ด้านระบบความปลอดภัย	3.87	0.68	มาก
ด้านราคา	4.04	0.65	มาก
ด้านสถานที่/ทำเลที่ตั้ง	3.59	0.65	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.91	0.72	มาก
ด้านบุคลากร	3.30	0.75	ปานกลาง
รวมเฉลี่ย	3.77	0.66	มาก

จากผลการศึกษาดารางที่ 2.13 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.77$) เมื่อพิจารณาเป็นแต่ละด้าน พบว่า ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.04$) รองลงมาเป็นด้านสิ่งอำนวยความสะดวก($\bar{X} = 3.93$) ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 3.91$) ด้านระบบความปลอดภัย($\bar{X} = 3.87$) ด้านสถานที่/ทำเลที่ตั้ง ($\bar{X} = 3.59$) และด้านบุคลากร ($\bar{X} = 3.30$) ตามลำดับ

ตารางที่ 2.14 : ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีต่อการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	แปลผล
1. เพอร์นิเจอร์ภายในห้อง	4.05	0.61	มาก
2. สถานที่จอดรถ	3.84	0.66	มาก
3. มิลิฟท์โดยสาร	3.93	0.67	มาก
4. มีบริการอินเทอร์เน็ต ส่วนกลาง	3.85	0.61	มาก
รวมเฉลี่ย	3.92	0.64	มาก

จากผลการศึกษาดารางที่ 2.14 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวมมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$) เมื่อพิจารณาแต่ละข้อจะเห็นได้ว่า เพอร์นิเจอร์ภายในห้อง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.05$) รองลงมาคือ มิลิฟท์โดยสาร ($\bar{X} = 3.93$) มีบริการอินเทอร์เน็ต ส่วนกลาง ($\bar{X} = 3.85$) และสถานที่จอดรถ ($\bar{X} = 3.84$) ตามลำดับ

ตารางที่ 2.15 : ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ด้านระบบความปลอดภัยที่มีต่อการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านระบบความปลอดภัย	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	แปลผล
1. กล้องวงจรปิด	3.89	0.72	มาก
2. เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	3.86	0.74	มาก
3. ระบบคัดกรองบุคคลเข้า-ออก อพาร์ทเมนท์	3.85	0.71	มาก
4. ระบบป้องกันอัคคีภัย	3.87	0.72	มาก
รวมเฉลี่ย	3.87	0.72	มาก

จากผลการศึกษารางที่ 2.15 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านระบบความปลอดภัยโดยรวมมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$) เมื่อพิจารณาแต่ละข้อจะเห็นได้ว่า กล้องวงจรปิด มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.89$) รองลงมาคือ ระบบป้องกันอัคคีภัย ($\bar{X} = 3.87$) เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย ($\bar{X} = 3.86$) และระบบคัดกรองบุคคลเข้า-ออก อพาร์ทเมนท์ ($\bar{X} = 3.85$) ตามลำดับ

ตารางที่ 2.16 : ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ด้านราคาที่มีต่อการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	แปลผล
1. อัตราค่าเช่า	4.11	0.70	มาก
2. การมัดจำค่าห้องล่วงหน้า	4.01	0.68	มาก
3. ค่าสาธารณูปโภค (ค่าน้ำ, ค่าไฟฟ้า, ค่าอินเทอร์เน็ต)	4.05	0.67	มาก
รวมเฉลี่ย	4.06	0.68	มาก

จากผลการศึกษารางที่ 2.16 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา โดยรวมมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.06$) เมื่อพิจารณาแต่ละข้อจะเห็นได้

ว่า อัตราค่าเช่า มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.11$) รองลงมาคือ ค่าสาธารณูปโภค ($\bar{X} = 4.05$) และ การมัดจำค่าห้องล่วงหน้า ($\bar{X} = 4.01$) ตามลำดับ

ตารางที่ 2.17 : ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่/ทำเลที่ตั้งที่มีต่อการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านสถานที่/ทำเลที่ตั้ง	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	แปลผล
1. การเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆมีความสะดวก	3.64	0.74	มาก
2. ใกล้ตลาด,ห้างสรรพสินค้า	3.49	0.70	ปานกลาง
3. ใกล้ที่ทำงาน,สถานศึกษา	3.62	0.73	มาก
4. ใกล้สถานพยาบาล	3.47	0.73	ปานกลาง
รวมเฉลี่ย	3.56	0.73	มาก

จากผลการศึกษาตารางที่ 2.17 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่/ทำเลที่ตั้ง โดยรวมมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.56$) เมื่อพิจารณาแต่ละข้อจะเห็นได้ว่า การเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆมีความสะดวก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.64$) รองลงมาคือ ใกล้ที่ทำงาน,สถานศึกษา ($\bar{X} = 3.62$) ใกล้ตลาด,ห้างสรรพสินค้า ($\bar{X} = 3.49$) และใกล้สถานพยาบาล ($\bar{X} = 3.47$) ตามลำดับ

ตารางที่ 2.18 : ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	แปลผล
1. ส่วนลดค่าเช่าห้อง 3 เดือนแรก	3.94	0.75	มาก
2. เช่าครบ 1ปี ต่อสัญญาลดค่าเช่าห้อง 5%	3.87	0.79	มาก
3. ฟรีค่าบริการส่วนกลาง 3 เดือนแรก	3.92	0.72	มาก
รวมเฉลี่ย	3.91	0.75	มาก

จากผลการศึกษาดังกล่าวที่ 2.18 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$) เมื่อพิจารณาแต่ละข้อจะเห็นได้ว่า ส่วนลดค่าเช่าห้อง 3 เดือนแรก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.94$) รองลงมาคือ ฟรีค่าบริการส่วนกลาง 3 เดือนแรก ($\bar{X} = 3.92$) เช่าครบ 1 ปี ต่อสัญญาลดค่าเช่าห้อง 5% ($\bar{X} = 3.87$) ตามลำดับ

ตารางที่ 2.19 : ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรที่มีต่อการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	แปลผล
1. เจ้าหน้าที่ที่สามารถแก้ปัญหาต่างๆ เกี่ยวกับที่พักอาศัยได้อย่างรวดเร็ว	3.33	0.79	ปานกลาง
2. มีเจ้าหน้าที่ให้บริการตลอด 24 ชม.	3.23	0.82	ปานกลาง
3. มีเจ้าหน้าที่บริการด้วยความสุภาพยิ้ม แย้ม แจ่มใส	3.25	0.77	ปานกลาง
รวมเฉลี่ย	3.27	0.79	ปานกลาง

จากผลการศึกษาดังกล่าวที่ 2.19 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร โดยรวมมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.27$) เมื่อพิจารณาแต่ละข้อจะเห็นได้ว่า เจ้าหน้าที่ที่สามารถแก้ปัญหาต่างๆเกี่ยวกับที่พักอาศัยได้อย่างรวดเร็ว ($\bar{X} = 3.33$) มีเจ้าหน้าที่บริการด้วยความสุภาพยิ้มแย้ม แจ่มใส ($\bar{X} = 3.25$) และมีเจ้าหน้าที่ให้บริการตลอด 24 ชม. ($\bar{X} = 3.23$) ตามลำดับ

บทที่ 3

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจ

สังคมในทุกยุค ทุกสมัยล้วนที่จะต้องพึ่งพาอาศัยการทำธุรกิจ ด้วยเหตุนี้ธุรกิจจึงเป็นส่วนหนึ่งของสังคมและการทำธุรกิจก็ล้วนมีปัจจัยแวดล้อมต่างๆ อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจทั้งในด้านบวกและด้านลบ โดยที่สภาพแวดล้อมทางธุรกิจนั้นอาจแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

3.1 สภาพแวดล้อมภายในธุรกิจ (Internal Environment)

เป็นสภาพแวดล้อมที่อยู่ในธุรกิจเป็นสิ่งที่เรามีอยู่และสามารถควบคุมได้ อย่างเช่น ด้านทำเลที่ตั้ง การเงิน บุคลากร เป็นต้น

3.1.1 ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง

สถานการณ์ : อพาร์ทเมนต์ของ SPJ. Resident มีทำเลที่ตั้งใกล้กับห้างสรรพสินค้าและติดถนนสายหลัก ในส่วนของที่ดินและอาคารของอพาร์ทเมนต์เป็นส่วนที่เราเป็นเจ้าของอยู่แล้ว

ผลกระทบ : ทำให้การเดินทางของผู้เช่าก็มีความสะดวกสบาย ส่วนของต้นทุนเราสามารถลดจำนวนเงินทุนในส่วนนี้ ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ธุรกิจของเราได้เปรียบในด้านต้นทุน

3.1.2 ปัจจัยด้านการเงิน

สถานการณ์ : การลงทุนของอพาร์ทเมนต์ SPJ. Resident เป็นการลงทุนโดยใช้เงินของเจ้าของธุรกิจเองทั้งหมด

ผลกระทบ : ทำให้ไม่เกิดภาระหนี้สิน แต่ในทางกลับกันในด้านของเงินหมุนเวียนของธุรกิจอาจจะไม่ดีนัก เนื่องจากได้นำเอาเงินที่มีอยู่ไปลงทุน ซึ่งอาจจะแตกต่างจากธุรกิจอื่น ๆ ที่มีการกู้ยืมเงินเพื่อการลงทุนจึงทำให้ธุรกิจนั้นมีสภาพคล่องของเงินหมุนเวียนที่ดีกว่า

3.1.3 ปัจจัยด้านบุคลากร

สถานการณ์ : ด้านบุคลากรในการทำงานของธุรกิจของเรานั้นจะมีการจ้างพนักงานที่น้อยกว่าธุรกิจอื่น ๆ เนื่องจากการดูแลอพาร์ทเมนต์มีการบริหารงานในส่วนต่างๆไม่มากนัก โดยที่หลักๆมีงานในส่วนของการดูแลลูกค้า เจ้าหน้าที่ฝ่ายบัญชี พนักงานทำความสะอาด เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย เจ้าหน้าที่ฝ่ายซ่อมบำรุง เป็นต้น

ผลกระทบ : ในการดูแลบุคลากรอาจจะไม่ซับซ้อนและยุ่งยากมากนัก แต่การทำงานแต่ละหน้าที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากเพราะงานเหล่านี้เป็นงานที่เกี่ยวกับการบริการบุคคลที่เข้ามาพักอาศัยจึงจะต้องสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ที่พักอาศัย เราจึงจะต้องคัดเลือกบุคคลที่จะเข้ามาทำงานให้มีความชำนาญและเชี่ยวชาญในการทำงานส่วนที่ตนเองรับผิดชอบ ซึ่งอาจจะต้องยอมรับใน

ส่วนของค่าตอบแทนที่สูง นอกจากนี้เราจำเป็นต้องมีการอบรมเพิ่มเติมเพื่อให้พนักงานของเรามีความรู้ความสามารถในส่วนของการบริการเพิ่มมากขึ้น

3.2 สภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ (External Environment)

คือ สภาพแวดล้อมที่อยู่ภายนอกธุรกิจซึ่งเป็นส่วนที่เราเองไม่สามารถควบคุมสิ่งที่จะเกิดขึ้นได้ และสิ่งแวดล้อมเหล่านี้ล้วนเป็นสิ่งสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจเป็นอย่างมาก อาทิ ด้านเศรษฐกิจ การเมือง เทคโนโลยี สภาพแวดล้อม และคู่แข่งทางธุรกิจ เป็นต้น

3.2.1 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ

สถานการณ์ : เศรษฐกิจเป็นสิ่งที่สำคัญเป็นอย่างมากเนื่องจากเป็นส่วนที่จะทำให้ธุรกิจขับเคลื่อนไปข้างหน้าโดยพิจารณาจากแนวโน้มเศรษฐกิจ จีดีพีไทยปี 2561 มีโอกาสเติบโต 4% เห็นได้ว่าแนวโน้มของเศรษฐกิจไทยจาก ปี 2560-2561 มีการเติบโตของเศรษฐกิจที่เพิ่มมากขึ้น

ผลกระทบ : คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อธุรกิจ การอุปโภค บริโภค การลงทุน ของภาครัฐบาล และเอกชน ที่เพิ่มสูงขึ้น จึงแสดงให้เห็นถึงการใช้จ่ายของประชากรที่เพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย และในทางธุรกิจจะมีการจ้างงานเพิ่มมากขึ้นส่งผลให้ที่พักเป็นสิ่งจำเป็น ซึ่งเป็นผลดีในการธุรกิจของเรา

3.2.2 ปัจจัยด้านการเมือง

สถานการณ์ : ด้านสภาพการเมืองในปี พ.ศ.2560 นั้นรัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมเศรษฐกิจ สนับสนุนการทำธุรกิจขนาดย่อม มีการกระตุ้นเศรษฐกิจ ให้ประชากรในประเทศมีการใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น

ผลกระทบ : เงินในระบบหมุนเวียนเพิ่มมากขึ้น อัตราการจ้างงานและความต้องการที่พักเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ด้วยเหตุนี้อาจทำให้ส่งผลดีกับธุรกิจอพาร์ทเมนท์ แต่ในทางกลับกันความมั่นคงทางการเมืองก็อาจจะยังไม่มั่นคงนักเนื่องจากอีกไม่นานนี้อาจจะมีการเลือกตั้งเพื่อหารัฐบาลชุดใหม่มาบริหารประเทศ โดยที่นโยบายต่างๆอาจถูกปรับเปลี่ยน ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อสภาพเศรษฐกิจในขณะนั้น และอาจมีผลกระทบต่อธุรกิจของเราเช่นกัน

3.2.3 ปัจจัยด้านเทคโนโลยี

สถานการณ์ : ธุรกิจอพาร์ทเมนท์ SPJ.Resident จะนำเอาระบบเทคโนโลยี สแกนนิ้วมือมาใช้คัดกรอง เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของระบบรักษาความปลอดภัย และประตูห้องพักแต่ละห้องจะติดตั้งระบบคีย์การ์ดแทนการใช้กุญแจแบบเก่า นอกจากนี้ยังมีการติดตั้งกล้องวงจรปิดโดยรอบอาคาร เพื่อเป็นการรักษาความปลอดภัยอีกชั้นหนึ่ง แต่เทคโนโลยีที่อพาร์ทเมนท์ SPJ. Resident นำมาใช้ในนี้อาจจะยังไม่ถูกนำมาใช้ในด้านอื่นๆ เช่น ระบบเปิด-ปิดไฟอัตโนมัติ ไม้กั้นรถเข้า-ออกอัตโนมัติ เป็นต้น

ผลกระทบ : ทำให้สามารถคัดกรองบุคคลที่จะเข้ามาในอพาร์ทเมนท์ได้ระดับหนึ่ง และมีการติดตั้งกล้องวงจรปิด เพื่อบันทึกเหตุการณ์เพื่อดูแลรักษาความปลอดภัยอีกชั้นหนึ่ง

3.2.4 ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม

สถานการณ์ : สภาพแวดล้อมเป็นสิ่งที่สำคัญเป็นอย่างมาก เพราะเป็นปัจจัยส่วนหนึ่งในการตัดสินใจที่จะเช่าห้องพัก ในส่วนของอพาร์ทเมนท์ SPJ. Resident นั้นมีการตกแต่งพื้นที่ส่วนกลาง และจัดสวนให้มีบรรยากาศที่ดี ส่วนบรรยากาศของห้องพักมีการตกแต่งที่เน้นความเรียบง่าย มีพื้นที่ใช้สอยอย่างเพียงพอ

ผลกระทบ : สร้างความผ่อนคลายให้กับผู้พักอาศัย แต่จะต้องมีภาระค่าใช้จ่ายในการดูแลสวนและรักษาความสะอาด

3.2.5 ปัจจัยด้านคู่แข่ง

สถานการณ์ : ปัจจุบันในจังหวัดชัยนาทมีอพาร์ทเมนท์ที่คุณภาพระดับกลางถึงระดับบนน้อยมาก ทำให้มีคู่แข่งน้อย

ผลกระทบ : อพาร์ทเมนท์ของเราจึงเป็นทางเลือกอันดับต้นๆของผู้ที่ต้องการเช่าห้องพัก แต่นอกเหนือจากคู่แข่งที่เป็นอพาร์ทเมนท์แล้วยังมีคู่แข่งที่เป็นประเภทบ้านเช่าซึ่งอาจจะมีราคาเช่าในระดับที่ใกล้เคียงกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้เช่าเป็นหลักแต่ถ้าพิจารณาถึงระบบรักษาความปลอดภัย ในกรณีที่ผู้เช่าพักอาศัยอยู่คนเดียว หรือไม่ได้มีความจำเป็นในการที่จะต้องเช่าบ้าน อพาร์ทเมนท์ของเราก็เป็นทางเลือกที่ดีของผู้บริโภค

3.2.6 ปัจจัยด้านกฎหมาย

สถานการณ์ : สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค มีกฎข้อบังคับเกี่ยวกับการควบคุมการเก็บค่าเช่าล่วงหน้า เงินค่าประกันความเสียหาย ไม่เกิน 1 เดือน และให้เก็บค่าน้ำประปา และค่าไฟฟ้าตามอัตราเดียวกับบ้านเรือนทั่วไป

ผลกระทบ : ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อธุรกิจมากนัก เนื่องจากการกำหนดให้มีการเก็บค่าใช้จ่ายเช่นค่าสูบน้ำ ค่าไฟส่วนกลางได้ตามความเหมาะสม

3.3 สรุปจุดแข็งที่จะนำไปใช้แก้ปัญหาจุดอ่อนและอุปสรรคเพื่อสร้างโอกาสให้กับธุรกิจ

การที่ธุรกิจใช้เงินทุนของเจ้าของธุรกิจเองนั้นส่งผลให้ สามารถแข่งขันด้านราคาเนื่องจากธุรกิจนั้นไม่มีภาระในส่วนของการดอกเบี้ย สามารถจัดทำโปรโมชั่นส่วนลดราคาให้น่าสนใจกว่าคู่แข่ง สร้างความแตกต่างให้ลูกค้ามองเห็น และจดจำในแบรนด์ธุรกิจของเรา สร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าว่าเราสามารถทำตามที่ได้กล่าวไว้ และในส่วนของการบริหารที่อาจจะยังไม่ชำนาญหรือมีประสบการณ์ในด้านการทำธุรกิจอพาร์ทเมนท์นั้น เราสามารถจ้างผู้ที่มีประสบการณ์งานด้านนี้มาบริหารและดูแลในช่วงแรก

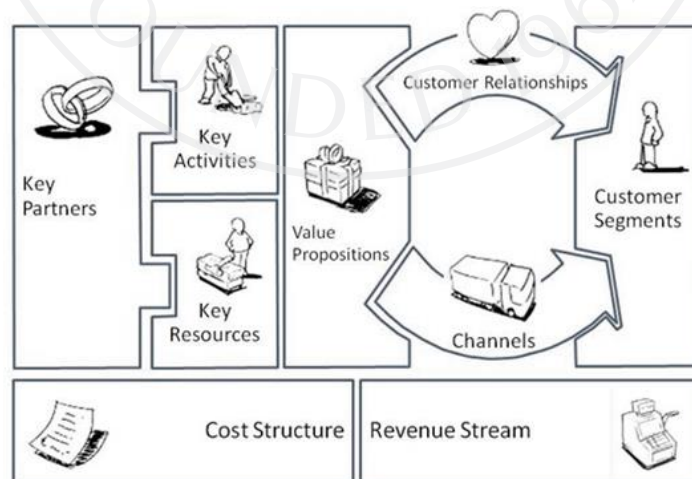
บทที่ 4

โมเดลในการดำเนินธุรกิจ

Business Model Canvas หรือ เครื่องมือสร้าง Model ธุรกิจขึ้นเพื่อช่วยในการวางแผนธุรกิจอย่างเป็นระบบ ทำให้สามารถมองเห็นภาพรวมของธุรกิจ นำเอามาพัฒนาและกำหนดกลยุทธ์ให้กับธุรกิจของเราก่อนการลงมือดำเนินธุรกิจ โดยที่ Business Model Canvas มีโครงสร้างและองค์ประกอบ ดังนี้

1. ลูกค้า (Customer Segments)
2. คุณค่าสินค้าและบริการ (Value Propositions)
3. ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships)
4. ช่องทางลูกค้า (Channels)
5. รายได้ (Revenue Streams)
6. พันธมิตร (Key Partners)
7. กิจกรรมหลัก (Key Activities)
8. ทรัพยากรหลัก (Key Resources)
9. โครงสร้างต้นทุน (Cost Structure)

ภาพที่ 4.1 : Business Model Canvas



ที่มา : *Business Model Canvas*. (n.d.). Retrieved from <http://thaimarketing.in.th/2015/01/29/business-model-canvas/>.

4.1 แผนภาพของธุรกิจ (CANVAS Model)

ตารางที่ 4.1 : BUSINESS MODEL CANVAS

BUSINESS MODEL CANVAS				
พันธมิตร -บริษัทรักษาความปลอดภัย -ผู้รับเหมาในการปรับปรุงอาคาร -ผู้ให้บริการสาธารณูปโภคต่างๆ	กิจกรรมหลัก - ให้บริการเช่าห้อง พักอาศัยแบบรายเดือน (พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวก รวมทั้งมีระบบรักษาความปลอดภัย)	คุณค่าสินค้าและบริการ -สามารถให้บริการด้านที่พักอาศัยพร้อมทั้งมีสิ่งอำนวยความสะดวก โดยเน้นความสะดวกสบายของผู้พักอาศัย	ความสัมพันธ์กับลูกค้า มีนโยบายดูแลเอาใจใส่ลูกค้าและการบริการ พร้อมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆรับฟังข้อร้องเรียน ข้อเสนอแนะนำจากลูกค้า	กลุ่มลูกค้า -ข้าราชการ -พนักงานรัฐวิสาหกิจ -พนักงานบริษัท -ธุรกิจส่วนตัว -รับจ้างอิสระ -อื่นๆ
	ทรัพยากรหลัก -อาคาร -ห้องพัก -บุคลากร -เงินทุน		ช่องทางเข้าถึงลูกค้า โฆษณาผ่านสื่อต่างๆ -หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น -วิทยุท้องถิ่น -ติดป้ายโฆษณา -สื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์, Facebook	

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ) : BUSINESS MODEL CANVAS

โครงสร้างต้นทุน				รายได้หลัก
เงินเดือนพนักงาน	37%	ค่าซ่อมบำรุง	5%	ค่าเช่าห้องแต่ละห้อง (มีการชำระเป็นแบบรายเดือนทุกๆเดือน)
บริษัทรักษาความปลอดภัย	18%	ประกันภัย	9%	
ค่าไฟฟ้า	14%	ของใช้สิ้นเปลืองต่างๆ	3%	
ค่าน้ำ	3%	ค่าโฆษณา	2%	
ค่าอินเทอร์เน็ต	5%	ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	1%	
ค่าโทรศัพท์	1%	ต้นทุนรวม	100%	
ค่าบริการเคเบิลทีวี	3%			

4.2 การวิเคราะห์แผนภาพธุรกิจ

4.2.1 ลูกค้า/กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Customer Segments)

กลุ่มเป้าหมายของ SPJ. Resident คือ กลุ่มคนทำงานที่เป็นข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท ธุรกิจส่วนตัว รับจ้างอิสระ ต้องการความสะดวกสบาย และความเป็นส่วนตัว ซึ่งมีรายได้เฉลี่ย 15,000-20,000บาท

4.2.2 การนำเสนอคุณค่า (Value Proposition)

สามารถให้บริการด้านที่พักอาศัยที่เน้นความสะดวกสบายของผู้พักอาศัย มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน อาทิ เครื่องปรับอากาศพร้อมเพอร์นิเจอร์ ห้องมีขนาดกว้างขวาง ราคาคุ้มค่า เน้นความเป็นส่วนตัวของผู้พักอาศัย มีบริการที่จอดรถเพียงพอสำหรับผู้พักอาศัย ในส่วนกลางมีส่วนระบบรักษาความปลอดภัยที่เข้มงวด ตรวจสอบบุคคลเข้าออก

4.2.3 ช่องทางการเข้าถึงลูกค้า (Channels)

SPJ. Resident จะใช้ช่องทางการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น วิทยุท้องถิ่น ติดป้ายโปรโมชั่นต่างๆตามสถานที่ชุมชน ในจังหวัดชัยนาท และ สื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์, Facebook เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่สนใจเช่าห้องพักแบบรายเดือนได้ง่ายขึ้น

4.2.4 ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships)

มีนโยบายดูแลเอาใจใส่ลูกค้าและการบริการ พร้อมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่ลูกค้าต้องการ มีการพูดคุยกับลูกค้าอย่างเป็นกันเอง รับฟังข้อร้องเรียน ข้อเสนอแนะมาจากลูกค้าที่เข้ามาพักอาศัย พร้อมทั้งปรับปรุงห้องพักให้ดีขึ้น

4.2.5 รายได้หลัก (Revenue Streams)

ธุรกิจ SPJ. Resident มีรายรับที่เข้ามาจาก ค่าเช่าห้องแต่ละห้อง มีการชำระเป็นแบบรายเดือนทุกๆเดือน โดยมีการทำสัญญาเช่าห้องต่อเนื่อง1ปี

4.2.6 พันธมิตร (Key Partners)

ธุรกิจ SPJ. Resident มีพันธมิตรเครือข่ายทางธุรกิจที่สำคัญคือ บริษัทรักษาความปลอดภัย ผู้รับเหมาในการปรับปรุงอาคารและห้องพัก ผู้ให้บริการสาธารณูปโภคต่างๆที่จำเป็น เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา เคเบิลทีวี อินเทอร์เน็ต เป็นต้น

4.2.7 กิจกรรมหลัก (Key Activities)

ธุรกิจ SPJ. Resident ได้ให้บริการเช่าห้อง เพื่อพักอาศัยแบบรายเดือน พร้อมทั้งอำนวยความสะดวก รวมทั้งมีระบบรักษาความปลอดภัย

4.1.8 ทรัพยากรหลัก (Key Resources)

ธุรกิจ SPJ. Resident มีทรัพยากรหลัก คือ อาคาร ห้องพัก บุคลากร เงินทุน สำหรับใช้ในการดำเนินธุรกิจเป็นหลักสำคัญ

4.1.9 โครงสร้างต้นทุน (Cost Structure)

ธุรกิจ SPJ. Resident มีโครงสร้างต้นทุนที่เป็นค่าใช้จ่ายทั้งหมดของบริษัทเพื่อใช้ในการขับเคลื่อนและพัฒนาธุรกิจ

ตารางที่ 4.2 : แสดงรายละเอียดโครงสร้างต้นทุน

โครงสร้างต้นทุน		
เงินเดือนพนักงาน	40,000บาท	37%
ค่าจ้างบริษัทรักษาความปลอดภัย	20,000บาท	18%
ค่าไฟฟ้า	15,000บาท	14%
ค่าน้ำ	3,000บาท	3%
ค่าอินเทอร์เน็ต	5,000บาท	5%
ค่าโทรศัพท์	800บาท	1%
ค่าบริการเคเบิลทีวี	3,000บาท	3%
ค่าซ่อมบำรุง	5,000บาท	5%
ประกันภัย	10,000บาท	9%
ของใช้สิ้นเปลืองต่างๆ	3,000บาท	3%
ค่าโฆษณา	2,000บาท	2%
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	1,500บาท	1%
ต้นทุนรวม	108,300บาท	100%

บทที่ 5 แผนกลยุทธ์ทางธุรกิจ

จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกของ โมเดลธุรกิจ ธุรกิจที่มีจุดเด่นและมีต้นทุนที่ต่ำ สามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับโอกาสที่มีอยู่ จะสามารถแข่งขันในตลาดได้ การนำจุดแข็งมาประยุกต์ใช้ในการกำหนดแผนกลยุทธ์ และจัดทำแผนปฏิบัติงาน เพื่อสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ด้วยการนำกรอบแนวคิดทฤษฎีมาเป็นหลักเกณฑ์ในการกำหนดกลยุทธ์ ดังนี้

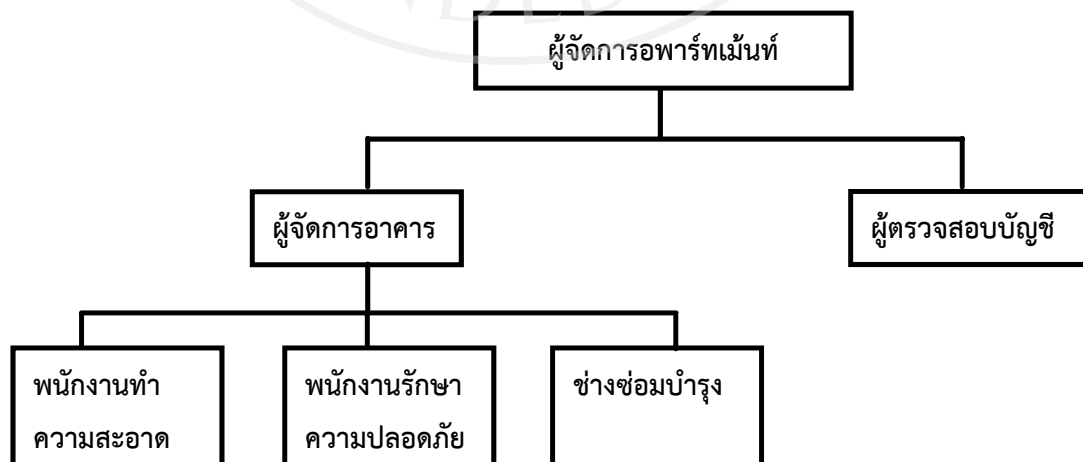
5.1 แผนกลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการองค์กรและทรัพยากรบุคคล

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง : องค์กรประกอบที่สำคัญขององค์กรทุกองค์กรได้แก่มนุษย์ทั้งหลาย ที่อยู่ในองค์กรนั้นๆ ในสถานภาพที่ต่างกัน เช่น บางคนอยู่ในองค์กรในฐานะเจ้าของ หรือ อยู่ในฐานะผู้จัดการผู้กำกับดูแล หรือพนักงานผู้ปฏิบัติการขององค์กร และอีกหลายๆ ตำแหน่งหน้าที่ แต่ทั้งนี้ องค์กรจะเจริญเติบโตและประสบความสำเร็จได้ก็ต้องอาศัยความร่วมมือและความเข้าใจซึ่งกันและกัน ภายในองค์กรเป็นสำคัญ (วรรณพร พุทธภูมิพิทักษ์, 2554)

การจัดโครงสร้างองค์กร

การดำเนินงานของธุรกิจของ SPJ. Resident มีการดำเนินงานได้อย่างเป็นระบบ และมีประสิทธิภาพ จึงได้กำหนดโครงสร้างองค์กร ดังนี้

ภาพที่ 5.1 : โครงสร้างองค์กร



หน้าที่รับผิดชอบ

จากโครงสร้างองค์กร ตามแผนภาพ 5.1 ได้แบ่งการบริหารจัดการออกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกคือ ส่วนปฏิบัติการอาคาร มีหน้าที่ในการดูแลความเรียบร้อยของอาคาร ในด้านความสะอาดระบบรักษาความปลอดภัย ซ่อมบำรุงและ เรื่องอื่นๆในพื้นที่อาคารทั้งหมด และส่วนที่สองคือฝ่ายการเงินและบัญชีมีหน้าที่ดูแลรับผิดชอบในการจัดทางการเงิน และตรวจสอบบัญชี โดยในแต่ละส่วนหน้าที่จะมีคุณสมบัติดังนี้

1. ผู้จัดการอพาร์ทเมนต์ 1 ตำแหน่ง คุณสมบัติ การศึกษาระดับปริญญาตรี มีมนุษยสัมพันธ์ดี และรักงานด้านการบริการ มีหน้าที่ ในการดูแล อพาร์ทเมนต์การให้บริการลูกค้าในการติดต่อห้องพัก ทำสัญญาเช่าห้องพัก ควบคุมดูแล ฝ่ายรักษาความปลอดภัย และฝ่ายรักษาความสะอาด
2. พนักงานทำความสะอาด 1 ตำแหน่ง มีคุณสมบัติ เพศหญิง การศึกษาระดับประถมศึกษา จนถึงระดับมัธยมศึกษาตอนต้น มีหน้าที่ ดูแลทำความสะอาดบริเวณพื้นที่ส่วนกลางของอพาร์ทเมนต์
3. พนักงานรักษาความปลอดภัย 2 ตำแหน่ง มีคุณสมบัติ เพศชาย จบการศึกษาระดับประถมศึกษา จนถึงระดับมัธยมศึกษาตอนต้น มีหน้าที่ ดูแลความสงบเรียบร้อยบริเวณโดยรอบพาร์ทเมนท์ในช่วงกลางวัน และกลางคืน และยังรับแจ้งปัญหาเร่งด่วนจากลูกค้าในช่วงกลางคืนอีกด้วย
4. ช่างซ่อมบำรุง ว่าจ้างจากบริษัทภายนอกโดยจ่ายค่าจ้างเป็นครั้งเมื่อมีปัญหาโดยทางผู้จัดการอพาร์ทเมนต์เมื่อได้รับทราบปัญหาจะดำเนินการติดต่อนัดช่างเพื่อเข้ามาแก้ไขปัญหา
5. ผู้ตรวจสอบทางบัญชีและจัดทำเอกสารทางการเงิน ได้ว่าจ้างบริษัทภายนอกที่รับทำบัญชีเพื่อยื่นงบการเงินต่างๆ ต่อทางสรรพากร

5.2 แผนกลยุทธ์ทางการตลาด

SPJ. Resident มีการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อจูงใจให้ลูกค้า เลือกเข้ามาพักโดยคำนึงถึงความต้องการของผู้ที่จะมาเข้าพัก

ตารางที่ 5.1 : แสดงแผนกลยุทธ์ทางการตลาด

ประเภทของกลยุทธ์	รายละเอียดของกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ
1.1 การเข้าถึงความต้องการของลูกค้า	<p>วัตถุประสงค์</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานในการพักอาศัย 2. เพื่อให้ลูกค้ามีความพึงพอใจในการอยู่อาศัย <p>งบประมาณ : 1,500 บาท</p> <p>การดำเนินงานของกลยุทธ์</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. สสำรวจความต้องการพื้นฐานของกลุ่มลูกค้า 2. ออกแบบห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกให้ตรงความต้องการของกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่
1.2 กลยุทธ์การตั้งราคา	<p>วัตถุประสงค์</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้า 2. เพื่อให้ลูกค้าตัดสินใจที่จะเลือกเข้าพัก 3. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของกำไรตามเป้าหมาย <p>การดำเนินงานของกลยุทธ์</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ตั้งราคาที่เหมาะสมกับรายได้ของกลุ่มลูกค้า 2. ตั้งราคาตามเป้าหมายของผลกำไร
1.3 กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์	<p>วัตถุประสงค์</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าซึ่งเป็นเป้าหมาย 2. เพื่อให้ธุรกิจเป็นที่รู้จัก <p>งบประมาณ : 15,000 บาท</p> <p>การดำเนินงานของกลยุทธ์</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การโฆษณาในสื่อท้องถิ่น 2. การโฆษณาในสื่อสังคมออนไลน์

5.3 แผนกลยุทธ์การผลิตและการจัดซื้อ

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ทฤษฎีการผลิตคือการนำเอาปัจจัยการผลิตได้แก่ ที่ดิน ทุน แรงงานและความสามารถในการประกอบการผ่านกระบวนการเพื่อให้ได้สินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของมนุษย์

ทฤษฎีการจัดซื้อ การบริหารจัดการแหล่งทรัพยากรภายนอกขององค์กร ได้แก่สินค้า งาน บริการ ความรู้ความสามารถ ที่มีส่วนสำคัญในการดำเนินงาน เพื่อสนับสนุนกิจกรรมหลักให้เกิดประโยชน์สูงสุด

ตารางที่ 5.2 : แสดงแผนกลยุทธ์การบริการและการจัดซื้อ

ประเภทของกลยุทธ์	รายละเอียดของกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ
1.1 กลยุทธ์การบริการ	<p>วัตถุประสงค์</p> <p>1.สร้างการบริการที่ลูกค้าพึงพอใจ โดยควบคุมต้นทุนการผลิตให้ต่ำที่สุด</p> <p>การดำเนินงานของกลยุทธ์</p> <p>1.ใช้วัสดุร่วมกันให้ได้มากที่สุด ในทุกหน่วยของการผลิต และใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่าที่สุด</p>
1.2 กลยุทธ์การจัดซื้อ	<p>วัตถุประสงค์</p> <p>1.เพื่อจัดหาวัสดุ อุปกรณ์ และการบริการที่ดี และราคาถูกที่สุด เพื่อควบคุมต้นทุนให้ต่ำลง</p> <p>การดำเนินงานของกลยุทธ์</p> <p>1.จัดหา supplier ที่หลากหลายเพื่อคัดเลือกแหล่งที่มีราคาถูกและดี</p> <p>2.จัดซื้อวัตถุดิบเท่าที่จำเป็นต้องใช้ เพื่อบริหารต้นทุนและลดปัญหาพื้นที่ในการจัดเก็บ</p>

5.4 แผนกลยุทธ์ทางการเงินและการลงทุน

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง: แนวคิดทฤษฎีการลงทุนในธุรกิจ (Business or Economic Investment)

การลงทุนในความหมายเชิงธุรกิจหมายถึงการซื้อสินทรัพย์เพื่อประกอบธุรกิจหารายได้ โดยหวังว่าอย่างน้อยที่สุดรายได้ที่ได้นั้นเพียงพอที่จะชดเชยกับความเสี่ยงในการลงทุน

ตารางที่ 5.3 : ตารางแสดงแหล่งเงินทุน

ประเภทของแหล่งเงินทุน	การวิเคราะห์ข้อดี – ข้อเสีย
กลยุทธ์แหล่งเงินทุนภายใน	ข้อดี ไม่ต้องรับภาระดอกเบี้ยที่จะเกิด ข้อเสีย เสียโอกาสในการนำเงินไปทำธุรกิจ หรือลงทุนในด้านอื่นๆ
กลยุทธ์แหล่งเงินทุนภายนอก	ไม่ต้องกู้เงินสถาบันการเงิน

ตารางที่ 5.4 : ตารางแสดงงบประมาณการลงทุน

งบประมาณการลงทุน

รายการ	รวม	แหล่งที่มา	
		ส่วนของเจ้าของ	เจ้าหนี้(เงินกู้ยืม)
สินทรัพย์ถาวร			
อาคารพาณิชย์	4,000,000.00	4,000,000.00	-
ปรับปรุงภายในและภายนอก	1,500,000.00	1,500,000.00	-
อุปกรณ์ตกแต่ง,เฟอร์นิเจอร์ และเครื่องปรับอากาศ	200,000.00	200,000.00	-
ลิฟท์,กล้อวงจรปิด	80,000.00	80,000.00	-
อุปกรณ์สำนักงาน	20,000.00	20,000.00	-

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.4 (ต่อ) : ตารางแสดงงบประมาณการลงทุน

งบประมาณการลงทุน

รายการ	รวม	แหล่งที่มา	
		ส่วนของผู้ถือหุ้น	เจ้าหนี้(เงินกู้ยืม)
สินทรัพย์ถาวรรวม	5,800,000.00	5,800,000.00	
ค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินงาน			
ค่าธรรมเนียม,ค่าออกแบบตกแต่ง	35,000.00	35,000.00	-
เงินทุนหมุนเวียน	800,000.00	800,000.00	-
รวมเงินลงทุนเริ่มต้น	6,635,000.00	6,635,000.00	-
สัดส่วนโครงสร้างเงินทุน(%)	100.00	100.00	-

จากตารางที่ 5.4 แสดงให้เห็นว่า ธุรกิจ SPJ. Resident ใช้เงินลงทุนเริ่มต้น 6,635,000 บาท โดยมีสมมติฐานสินทรัพย์ถาวร 5,800,000 บาท ค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินงาน 35,000 บาท และใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน 800,000 บาท

ตารางที่ 5.5 : แสดงการคำนวณค่าเสื่อมราคาและค่าใช้จ่ายตัดจ่าย

การคำนวณค่าเสื่อมราคา	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
สินทรัพย์ถาวรรวม	5,800,000									
ค่าเสื่อมราคาต่อปี	580,000	580,000	580,000	580,000	580,000	580,000	580,000	580,000	580,000	580,000
ค่าเสื่อมราคาสะสม	580,000	1,160,000	1,740,000	2,320,000	2,900,000	3,480,000	4,060,000	4,640,000	5,220,000	5,800,000
โอนไปงบดุล										
สินทรัพย์ถาวรรวม	5,800,000	5,800,000	5,800,000	5,800,000	5,800,000	5,800,000	5,800,000	5,800,000	5,800,000	5,800,000
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	580,000	1,160,000	1,740,000	2,320,000	2,900,000	3,480,000	4,060,000	4,640,000	5,220,000	5,800,000
สินทรัพย์ถาวรรวมสุทธิ	5,220,000	4,640,000	4,060,000	3,480,000	2,900,000	2,320,000	1,740,000	1,160,000	580,000	-
ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย										
ค่าจดทะเบียนและตกแต่ง	35,000									
ค่าจดทะเบียนและตกแต่งตัดจ่าย	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500
ตัดจ่ายสะสม	3,500	7,000	10,500	14,000	17,500	21,000	24,500	28,000	31,500	35,000
โอนไปงบดุล										
ค่าจดทะเบียนและตกแต่ง	35,000	35,000	35,000	35,000	35,000	35,000	35,000	35,000	35,000	35,000
หักตัดจ่ายสะสม	3,500	7,000	10,500	14,000	17,500	21,000	24,500	28,000	31,500	35,000
ค่าจดทะเบียนและตกแต่งสุทธิ	31,500	28,000	24,500	21,000	17,500	14,000	10,500	7,000	3,500	-

จากตารางที่ 5.5 แสดงให้เห็นว่า ธุรกิจSPJ. Resident มีสินทรัพย์ถาวรรวมสุทธิในปีที่ 1 จำนวนเงิน 5,800,000 บาท มีค่าใช้จ่ายตัดในปีที่ 1 จำนวนเงิน 35,000

ตารางที่ 5.6 : แสดงการประมาณการยอดขายสินค้าหลักรายไตรมาส

การประมาณการ ยอดขาย	ไตรมาสที่ 1	ไตรมาสที่ 2	ไตรมาสที่ 3	ไตรมาสที่ 4
รวมยอดขายต่อเดือน	220,000	275,000	302,500	330,000
รวมยอดขายต่อไตรมาส	660,000	825,000	907,500	990,000

รวมยอดขายต่อปี	3,382,500
เฉลี่ยยอดขายต่อเดือน	281,875.00

จากตารางที่ 5.6 แสดงให้เห็นว่า ธุรกิจ SPJ. Resident มียอดขายในไตรมาสที่ 1 คือ 220,000 บาทต่อเดือน ในไตรมาสที่ 2 คือ 275,000 และไตรมาสที่ 3 คือ 302,500 บาท ต่อเดือน ในไตรมาสที่ 4 คือ 330,000 บาทต่อเดือน และเฉลี่ยยอดขายต่อเดือน คือ 281,875บาท

ตารางที่ 5.7 : แสดงการประมาณการยอดขายรายปี

การประมาณการยอดขาย	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
รวมยอดขายต่อวัน	9,396	9,866	10,359	10,877	11,421	11,992	12,591	13,221	13,882	14,576
ยอดขายต่อเดือน	281,875	295,969	310,767	326,306	342,621	359,752	377,739	396,626	416,458	437,281
ยอดขายต่อปี	3,382,500	3,551,625	3,729,206	3,915,667	4,111,450	4,317,022	4,532,874	4,759,517	4,997,493	5,247,368

การประมาณการยอดขายที่เพิ่มขึ้น

5%

การประมาณการยอดขาย	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
สรุปยอดขายรายปี	3,382,500	3,551,625	3,729,206	3,915,667	4,111,450	4,317,022	4,532,874	4,759,517	4,997,493	5,247,368

จากตารางที่ 5.7 แสดงให้เห็นว่า ธุรกิจSPJ. Resident มียอดขายสินค้าในปีที่ 1 คือ 3,382,500 บาทต่อปี โดยมีการประมาณการยอดขายเพิ่มขึ้น 5% ต่อปี เนื่องจากเมื่อระยะเวลาผ่านไป จะมีลูกค้ารู้จักอพาร์ทเมนท์เพิ่มมากขึ้น

ตารางที่ 5.8 : แสดงจำนวนสินค้าคงเหลือและการส่งเสริมการขาย

สรุปยอดขายรวม	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
ยอดขายต่อปี	3,382,500	3,551,625	3,729,206	3,915,667	4,111,450	4,317,022	4,532,874	4,759,517	4,997,493	5,247,368

นโยบายสินค้าคงเหลือ

ต้นทุนสินค้า

70% ของยอดขาย

การคำนวณสินค้าคงเหลือ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
ยอดขายต่อปี	3,382,500	3,551,625	3,729,206	3,915,667	4,111,450	4,317,022	4,532,874	4,759,517	4,997,493	5,247,368
ยอดขายต่อเดือน	281,875	295,969	310,767	326,306	342,621	359,752	377,739	396,626	416,458	437,281
ต้นทุนสินค้า	197,313	207,178	217,537	228,414	239,835	251,826	264,418	277,639	291,520	306,096
การหมุนเวียน	2,367,750	2,486,138	2,610,444	2,740,967	2,878,015	3,021,916	3,173,011	3,331,662	3,498,245	3,673,157
สินค้าคงเหลือ	2,367,750	2,486,138	2,610,444	2,740,967	2,878,015	3,021,916	3,173,011	3,331,662	3,498,245	3,673,157

จากตารางที่ 5.8 แสดงให้เห็นว่า ธุรกิจSPJ. Resident มีต้นทุนของสินค้า 70% ของยอดขาย โดยสินค้าคงเหลือในปีที่ 1 เป็นจำนวนเงิน 2,367,750

บาท

ตารางที่ 5.9 : แสดงการประมาณการค่าใช้จ่าย

ต้นทุนคงที่	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
ค่าเช่า	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
เงินเดือน (เพิ่มขึ้น 5%)	133,000	139,650	146,633	153,964	161,662	169,745	178,233	187,144	196,502	206,327
ค่าไฟฟ้า แก๊ส ค่าน้ำ (เพิ่มขึ้น 5%)	20,000	21,000	22,050	23,153	24,310	25,526	26,802	28,142	29,549	31,027
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ค่าเสื่อมราคา	580,000	580,000	580,000	580,000	580,000	580,000	580,000	580,000	580,000	580,000
ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500
ค่าโฆษณาและประชาสัมพันธ์	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000
ค่าของใช้สิ้นเปลืองต่าง ๆ	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000
รวมต้นทุนคงที่	771,500	779,150	787,183	795,617	804,472	813,771	823,535	833,786	844,551	855,853
การคำนวณจุดคุ้มทุน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
กำไรส่วนเกิน	1,014,750	1,065,488	1,118,762	1,174,700	1,233,435	1,295,107	1,359,862	1,427,855	1,499,248	1,574,210
อัตรากำไรส่วนเกิน	0.30	0.30	0.30	0.30	0.30	0.30	0.30	0.30	0.30	0.30
จุดคุ้มทุนต่อปี	2,571,667	2,597,167	2,623,942	2,652,055	2,681,575	2,712,570	2,745,115	2,779,288	2,815,169	2,852,844
จุดคุ้มทุนต่อเดือน	214,305.56	216,430.56	218,661.81	221,004.62	223,464.57	226,047.52	228,759.62	231,607.32	234,597.41	237,737.00
จุดคุ้มทุนต่อวัน	7,143.52	7,214.35	7,288.73	7,366.82	7,448.82	7,534.92	7,625.32	7,720.24	7,819.91	7,924.57

จากตารางที่ 5.9 แสดงให้เห็นว่า ธุรกิจ SPJ. Resident มีต้นทุนคงที่ในปีที่ 1 คือ 771,500 บาท มีจุดคุ้มทุนต่อปีในปีที่ 1 เป็นจำนวนเงิน 2,571,667 บาท จากยอดขายทั้งหมดในปีที่ 1 จำนวนเงิน 3,382,500 บาท

ตารางที่ 5.10 : แสดงงบกำไรขาดทุน ประมาณการกรณีสถานการณ์ปกติ

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
ยอดขาย	3,382,500	3,551,625	3,729,206	3,915,667	4,111,450	4,317,022	4,532,874	4,759,517	4,997,493	5,247,368
หัก ต้นทุนผันแปร	2,367,750	2,486,138	2,610,444	2,740,967	2,878,015	3,021,916	3,173,011	3,331,662	3,498,245	3,673,157
กำไรส่วนเกิน	1,014,750	1,065,488	1,118,762	1,174,700	1,233,435	1,295,107	1,359,862	1,427,855	1,499,248	1,574,210
หัก ต้นทุนคงที่	771,500	779,150	787,183	795,617	804,472	813,771	823,535	833,786	844,551	855,853
กำไรก่อนการดำเนินงาน	243,250	286,338	331,579	379,083	428,963	481,336	536,327	594,069	654,697	718,357
หัก ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
กำไรก่อนหักภาษี	243,250	286,338	331,579	379,083	428,963	481,336	536,327	594,069	654,697	718,357
หัก ภาษีเงินได้	48,650	57,268	66,316	75,817	85,793	96,267	107,265	118,814	130,939	143,671
กำไรสุทธิ	194,600	229,070	265,264	303,267	343,170	385,069	429,062	475,255	523,758	574,686

นโยบายจ่ายเงินปันผล

กิจการมีนโยบายจ่ายเงินปันผลในอัตราร้อยละ **10.00%** ของกำไรสุทธิ

อัตรากำไรสุทธิเงินได้ **20.00%**

จากตารางที่ 5.10 แสดงให้เห็นว่า ว่า ธุรกิจ SPJ. Resident มีกำไรสุทธิในปีที่ 1 เป็นจำนวนเงิน 194,600บาท จากยอดขายจำนวนเงิน 3,382,500 บาท

ตารางที่ 5.11 : แสดงงบกระแสเงินสด ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ

กระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
กำไรสุทธิ	194,600	229,070	265,264	303,267	343,170	385,069	429,062	475,255	523,758	574,686
บวก ค่าเสื่อมราคา	580,000	580,000	580,000	580,000	580,000	580,000	580,000	580,000	580,000	580,000
บวก ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500
บวก ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
บวก ภาษีเงินได้ค้างจ่ายที่เพิ่มขึ้น	48,650	8,618	9,048	9,501	9,976	10,475	10,998	11,548	12,126	12,732
บวก เงินปันผลค้างจ่ายที่เพิ่มขึ้น	19,460	3,447	3,619	3,800	3,990	4,190	4,399	4,619	4,850	5,093
หัก สิ้นค้าคงเหลือที่เพิ่มขึ้น	- 2,367,750	- 118,388	- 124,307	- 130,522	- 137,048	- 143,901	- 151,096	- 158,651	- 166,583	- 174,912
เงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน	- 1,521,540	706,247	737,124	769,546	803,588	839,332	876,864	916,272	957,651	1,001,098
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุน										
สินทรัพย์ถาวรรวม	- 5,800,000	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ค่าธรรมเนียมค่าออกแบบตกแต่ง	- 35,000	-	-	-	-	-	-	-	-	-
หัก เงินปันผลจ่าย	- 19,460	- 22,907	- 26,526	- 30,327	- 34,317	- 38,507	- 42,906	- 47,526	- 52,376	- 57,469
ทุนหุ้นสามัญ	6,635,000	-	-	-	-	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการจัดหา	6,615,540	- 22,907	- 26,526	- 30,327	- 34,317	- 38,507	- 42,906	- 47,526	- 52,376	- 57,469
เงินสดสุทธิ	- 741,000	683,340	710,598	739,219	769,271	800,825	833,958	868,747	905,275	943,630
บวก เงินสดต้นงวด	-	- 741,000	- 57,660	652,938	1,392,157	2,161,428	2,962,253	3,796,211	4,664,957	5,570,232
เงินสดปลายงวด	- 741,000	- 57,660	652,938	1,392,157	2,161,428	2,962,253	3,796,211	4,664,957	5,570,232	6,513,862

จากตารางที่ 5.11 แสดงให้เห็นว่า ธุรกิจ SPJ. Resident มีกระแสเงินสดจากการลงทุน -1,521,540 บาท และมีกระแสเงินสดจากกิจกรรมการจัดหา 6,615,540 บาท ดังนั้นจึงมีเงินสดสุทธิในปีที่ 1 จำนวนเงิน -741,000 บาท

ตารางที่ 5.12 : แสดงฐานะการเงิน ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ

สินทรัพย์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
สินทรัพย์หมุนเวียน										
เงินสดและเงินฝากธนาคาร	- 741,000	- 57,660	652,938	1,392,157	2,161,428	2,962,253	3,796,211	4,664,957	5,570,232	6,513,862
สินค้าคงเหลือ	2,367,750	2,486,138	2,610,444	2,740,967	2,878,015	3,021,916	3,173,011	3,331,662	3,498,245	3,673,157
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	1,626,750	2,428,478	3,263,382	4,133,123	5,039,443	5,984,169	6,969,222	7,996,619	9,068,477	10,187,019
สินทรัพย์ถาวรรวมสุทธิ	5,220,000	4,640,000	4,060,000	3,480,000	2,900,000	2,320,000	1,740,000	1,160,000	580,000	-
ค่าจดทะเบียนและตกแต่งสุทธิ	31,500	28,000	24,500	21,000	17,500	14,000	10,500	7,000	3,500	-
ค่ามัดจำสถานที่	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวมสินทรัพย์	6,878,250	7,096,478	7,347,882	7,634,123	7,956,943	8,318,169	8,719,722	9,163,619	9,651,977	10,187,019
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น										
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	48,650	57,268	66,316	75,817	85,793	96,267	107,265	118,814	130,939	143,671
เงินปันผลค้างจ่าย	19,460	22,907	26,526	30,327	34,317	38,507	42,906	47,526	52,376	57,469
หนี้สินระยะสั้น	68,110	80,175	92,842	106,143	120,110	134,774	150,172	166,339	183,315	201,140
เงินกู้สถาบันการคลังเหลือ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวมหนี้สิน	68,110	80,175	92,842	106,143	120,110	134,774	150,172	166,339	183,315	201,140
ทุนเรือนหุ้นสามัญ	6,635,000	6,635,000	6,635,000	6,635,000	6,635,000	6,635,000	6,635,000	6,635,000	6,635,000	6,635,000
กำไรสะสมสุทธิ	175,140	381,303	620,040	892,980	1,201,833	1,548,395	1,934,551	2,362,280	2,833,662	3,350,879
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	6,810,140	7,016,303	7,255,040	7,527,980	7,836,833	8,183,395	8,569,551	8,997,280	9,468,662	9,985,879
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	6,878,250	7,096,478	7,347,882	7,634,123	7,956,943	8,318,169	8,719,722	9,163,619	9,651,977	10,187,019

จากตารางที่ 5.12 แสดงให้เห็นว่า ธุรกิจ SPJ. Resident ในปี 1 มีสินทรัพย์รวม 6,878,250 บาท และมีหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นรวม 6,878,250

บาท

ตารางที่ 5.13 : แสดงการวิเคราะห์โครงการลงทุน

ปีที่	กระแสเงินสดโครงการ	กระแสเงินสด		
0	กระแสเงินสดจ่าย ณ วันลงทุน	- 6,635,000		
1	กระแสเงินสดรับ	741,000		
2	กระแสเงินสดรับ	683,340		
3	กระแสเงินสดรับ	710,598		
4	กระแสเงินสดรับ	739,219		
5	กระแสเงินสดรับ	769,271		
6	กระแสเงินสดรับ	800,825	การคำนวณมูลค่าปัจจุบันในอัตราผลคิดลด	20.00%
7	กระแสเงินสดรับ	833,958	มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับ	2,087,750
8	กระแสเงินสดรับ	868,747	หัก มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่าย	- 6,635,000
9	กระแสเงินสดรับ	905,275	มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)	- 4,547,250
10	กระแสเงินสดรับ*	1,705,275	อัตราผลตอบแทนของโครงการ	1.29%

จากตารางที่ 5.13 แสดงให้เห็นว่า ธุรกิจ SPJ. Resident มีกระแสเงินสดจ่าย ณ วันลงทุน จำนวนเงิน -6,635,000 บาท มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) - 4,547,250 และมีอัตราผลตอบแทนของโครงการ 1.29%

ตารางที่ 5.14 : แสดงการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

รายการการวิเคราะห์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
การวัดสภาพคล่องทางการเงิน										
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (เท่า)	23.88	30.29	35.15	38.94	41.96	44.40	46.41	48.07	49.47	50.65
อัตราส่วนสินทรัพย์คล่องตัว (เท่า)	- 10.88	- 0.72	7.03	13.12	18.00	21.98	25.28	28.04	30.39	32.38
การวัดประสิทธิภาพการใช้ทรัพย์สิน										
อัตราการหมุนเวียนของสินค้า (รอบ)	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ระยะเวลาสินค้าคงเหลือ (วัน)	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00
อัตราการหมุนสินทรัพย์ถาวร (รอบ)	1	1	1	1	-					
อัตราการหมุนของสินทรัพย์รวม (รอบ)	0.49	0.50	0.51	0.51	0.52	0.52	0.52	0.52	0.52	0.52
การวัดความสามารถในการชำระหนี้										
อัตราแห่งหนี้ (Debt to Equity Ratio) (เท่า)	0.01	0.01	0.01	0.01	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02
อัตราส่วนความสามารถในการชำระดอกเบี้ย(เท่า)	-	-	-	-	-					
การวัดความสามารถในการบริหาร										
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)	0.03	0.03	0.04	0.04	0.04	0.05	0.05	0.05	0.05	0.06
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (ROE)	0.03	0.03	0.04	0.04	0.04	0.05	0.05	0.05	0.06	0.06
อัตราส่วนกำไรส่วนเกิน (%)	70.00	70.00	70.00	70.00	70.00	70.00	70.00	70.00	70.00	70.00
อัตราส่วนกำไรจากการดำเนินงาน (%)	7.19	8.06	8.89	9.68	10.43	11.15	11.83	12.48	13.10	13.69
อัตราส่วนกำไรสุทธิ (%)	5.75	6.45	7.11	7.74	8.35	8.92	9.47	9.99	10.48	10.95
ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน										
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Vaule)	-฿4,547,249.84									
อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)	1%									
ระยะเวลาคืนทุน (ปี)	9.2ปี									

จากตารางที่ 5.14 แสดงให้เห็นว่า ธุรกิจSPJ. Resident มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) - 4,547,250 และมีอัตราผลตอบแทนของโครงการ 1.29% และมีระยะเวลาคืนทุน 9.2 ปี

ข้อเสนอแนะ

เมื่อพิจารณาจากแผนธุรกิจจะเห็นว่าธุรกิจนี้ต้องใช้เงินทุนในการเริ่มต้นธุรกิจ 6,635,000 บาทซึ่งคิดเป็นเงินลงทุนที่ค่อนข้างสูง เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับระยะเวลาในการคืนทุนที่นานถึง 9.2 ปี จึงอาจจะยังไม่เหมาะแก่การลงทุนในธุรกิจนี้ ด้วยเหตุนี้จึงเห็นควรนำพื้นที่อาคารพาณิชย์ที่มีอยู่แล้ว มาให้เช่าเพื่อเป็นพื้นที่เก็บสินค้าในพื้นที่ดังกล่าว โดยไม่ต้องมีการลงทุนเพิ่มเติม



บรรณานุกรม

- กรวีวุฒิชัย ตีศรีครุฑพันธ์. (2553). *แผนธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร.
- ฉลองศรี พิมลสมพงษ์. (2542). *การวางแผนและการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- ชนงกรณ์ กุณทลบุตร. (2550). *การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุน*. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชุติมา ผ่องพรรณวิบูล. (2555). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ระดับล่าง ในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชูชัย สมितिไกร. (2554). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2550). *การบริหารงานบุคคล (พิมพ์ครั้งที่ 7)*. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ฝนทิพย์ วงศ์ศุภชาติกุล. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักสำหรับการอยู่อาศัย ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ภาพแผนที่ สถานที่ตั้งอพาร์ทเมนท์ SPJ Resident*. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก <https://www.google.co.th/maps/place/ลือสิทธิโชค/>.
- ภานุพงศ์ แต่งอักษร. (2557). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักรายเดือนของนักศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ศูนย์รังสิต*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- รูปแบบห้องพัก*. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก <https://www.homify.co.th/rooms/bedroom>.
- วรรณพร พุทธภูมิพิทักษ์. (2554). *ทฤษฎีองค์การและการจัดการการ*. พิษณุโลก : มหาวิทยาลัยพิษณุโลก.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). *ประชากรศาสตร์และพฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : พัฒนาศึกษา.
- สมยศ นาวิการ. (2551). *การบริหารเชิงกลยุทธ์ (พิมพ์ครั้งที่ 3)*. บรรณกิจ 1991.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล และตลยา จาตุรงค์กุล. (2549). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Business Model Canvas*. (n.d.). Retrieved from <http://thaimarketing.in.th/2015/01/29/business-model-canvas/>.
- Yamane, T. (1967). *An introductory analysis*. New York : Harper and Row.





แบบสอบถาม

เรื่อง พฤติกรรมการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์และปัจจัยการตลาดในการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้เช่าในจังหวัดชัยนาท

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการจัดทำการศึกษาค้นคว้าอิสระของนักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยกรุงเทพ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาจึงขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน

ส่วนที่ 1: ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2: พฤติกรรมการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

ส่วนที่ 3: ปัจจัยการตลาดในการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

ส่วนที่ 1: ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ในช่อง ตามข้อมูลของท่าน ✓ ในช่อง ตามข้อมูลจริงของท่าน

- 1.) เพศ ชาย หญิง
- 2.) อายุ 15-24 ปี 25-34 ปี 35-44 ปี
 45-55 ปี 56 ปีขึ้นไป
- 3.) สถานภาพ โสด สมรส
- 4.) ระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี
 ปริญญาโท ปริญญาเอก
- 5.) อาชีพ ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท
 ธุรกิจส่วนตัว รับจ้างอิสระ
 อื่นๆ (โปรดระบุ).....
- 6.) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
 15,000-20,000 บาท 20,001-25,000 บาท
 25,001-30,000 บาท 30,001-35,000 บาท
 มากกว่า 35,000 บาท

ส่วนที่ 2: พฤติกรรมการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง ที่ตรงกับพฤติกรรมการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ของท่าน

- 7.) บุคคลใดมีส่วนช่วยในการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของท่านมากที่สุด
- ตนเอง พ่อ , แม่
- สามี , ภรรยา เพื่อน
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....
- 8.) อัตราค่าเช่าอพาร์ทเมนท์ในปัจจุบันที่ท่านจ่ายต่อเดือน
- 3,000-4,000บาท 4,001-5,000 บาท
- 5,001-6,000 บาท มากกว่า6,000 บาท
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....
- 9.) ลักษณะของห้องพักที่ท่านต้องการเช่าในอพาร์ทเมนท์
- มีเครื่องปรับอากาศ พร้อมเฟอร์นิเจอร์ มีเครื่องปรับอากาศไม่มีเฟอร์นิเจอร์
- มีพัดลม พร้อมเฟอร์นิเจอร์ มีพัดลม ไม่มีเฟอร์นิเจอร์
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....
- 10.) ขนาดของห้องพักที่ท่านต้องการเช่าในอพาร์ทเมนท์
- 20-25 ตร.ม. 26-30 ตร.ม.
- 31-35 ตร.ม. 36 ตร.ม. ขึ้นไป
- 11.) เฟอร์นิเจอร์ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ท่านต้องการ (ตอบได้มากกว่า 1ข้อ)
- เตียง พร้อมที่นอน ตู้เสื้อผ้า
- โต๊ะเครื่องแป้ง โต๊ะทำงาน พร้อมเก้าอี้
- โต๊ะรับประทานอาหาร อินเทอร์เน็ตWi-fi
- ที่จอดรถ สถานที่ออกกำลังกาย
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....
- 12.) ปัจจุบัน ท่านพักอยู่ที่อพาร์ทเมนท์ ชื่อ (โปรดระบุ).....

ส่วนที่ 3: ปัจจัยการตลาดในการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงช่องที่ตรงกับระดับความสำคัญของปัจจัยการตลาดต่างๆ ในการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ของท่าน

ปัจจัยการตลาด	ระดับความสำคัญในการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
1. เพอร์นิเจอร์ภายในห้อง					
2. สถานที่จอดรถ					
3. มีลิฟท์โดยสาร					
4. มีบริการอินเทอร์เน็ต ส่วนกลาง					
ด้านระบบความปลอดภัย					
5. กล้องวงจรปิด					
6. เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย					
7. ระบบคัดกรองบุคคลเข้า-ออก อพาร์ทเมนท์(คีย์การ์ด,สแกนนิ้วมือ)					
8. ระบบป้องกันอัคคีภัย					
ด้านราคา					
9. อัตราค่าเช่า					
10. การมัดจำค่าห้องล่วงหน้า					
11. ค่าสาธารณูปโภค (ค่าน้ำ,ค่าไฟฟ้า,ค่าอินเทอร์เน็ต)					
ด้านสถานที่/ทำเลที่ตั้ง					
12. การเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ มีความสะดวก					
13. ใกล้ตลาด,ห้างสรรพสินค้า					
14. ใกล้ที่ทำงาน,สถานศึกษา					
15. ใกล้สถานพยาบาล					

ปัจจัยการตลาด	ระดับความสำคัญในการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
18. ส่วนลดค่าเช่าห้อง 3 เดือนแรก					
19. เช่าครบ 1ปี ต่อสัญญาลดค่าเช่าห้อง 5%					
20. ฟรีค่าบริการส่วนกลาง 3 เดือนแรก					
ด้านบุคลากร					
21. เจ้าหน้าที่สามารถแก้ปัญหาต่างๆได้ อย่างรวดเร็ว					
22. มีเจ้าหน้าที่ให้บริการตลอด 24 ชม.					
23. มีเจ้าหน้าที่บริการด้วยความสุภาพ ยิ้มแย้ม แจ่มใส					

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	นางสาวรัตตกรณ์ ไร่ชูปทอง
อีเมล	Jay_TU2011@hotmail.com
ประวัติการศึกษา	ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สาขา สถิติ



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

วันที่ 15 เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2561

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) วิทย์ภรณ์ ใจบุญ อยู่บ้านเลขที่ 358/4

ขอ ถนน พหลโยธิน ตำบล/แขวง จันทน์

อำเภอ/เขต เมือง จังหวัด เชียงใหม่ รหัสไปรษณีย์ 17000

เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 1590203119

ระดับปริญญา ตรี โท เอก

หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 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 แผนธุรกิจ อพาร์ทเมนต์ SPJ Resident


ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ
(ต่อไปนี้เรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)


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

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

สัญญาฉบับนี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาโดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ..........ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
(นางสาว รัตภรณ์ ไช้รูปทอง)

ลงชื่อ..........ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
(อาจารย์อภิญญา จุลพิสิฐ)
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและพื้นที่การเรียนรู้

ลงชื่อ..........พยาน
(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

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