

แผนธุรกิจโครงการบ้านเช่าดิออตท์มระยอง

Business Plan for House Rental: The Autumn Rayong



แผนธุรกิจโครงการบ้านเช่าดิออตัมระยอง

Business Plan for House Rental: The Autumn Rayong



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2558



©2560

ณัฐวรัตน์ พงษ์การุณย์

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เรื่อง แผนธุรกิจโครงการบ้านเช่าตึกอพาร์ทเมนท์

ผู้วิจัย ณัฐวรรณ์ พุทธการณีย์

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ดร.ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว)

ผู้เชี่ยวชาญ

(ดร.สุเมธี วงศ์ศักดิ์)

(ดร.ศันสนีย์ เทพปัญญา)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 22 เดือน เมษายน พ.ศ. 2560

ณัฐวรรณ์ พฤกษ์การณย์. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาด
ย่อม, มีนาคม 2559,

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

แผนธุรกิจโครงการบ้านเช่ารายเดือนดิออตโต้ระยอง (91 หน้า).

อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร.ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว

บทคัดย่อ

การจัดทำแผนธุรกิจฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นแนวทางกลยุทธ์ของโครงการดิออตโต้
เพื่อให้การดำเนินงานในด้านต่างๆเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ วิธีการในการจัดทำแผนได้ใช้การ
วิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ การวิเคราะห์การแข่งขัน และการวิจัยทางการตลาดโดยการ
สัมภาษณ์ผู้เช่าบ้าน และเจ้าของบ้านเช่าในจังหวัดระยองจำนวนทั้งหมด 6 คน ข้อมูลที่ได้จากการ
สัมภาษณ์ ได้นำมาวิเคราะห์โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยทางการตลาดพบว่า ผู้เช่าให้
ความสำคัญในเรื่องทำเล สภาพแวดล้อม ราคา และสิ่งอำนวยความสะดวกโดยการให้น้ำหนักการ
ตัดสินใจ มองถึงความคุ้มค่าเป็นหลัก ซึ่งปัจจัยทั้งหมดต้องอยู่ในเกณฑ์ที่ผู้เช่ายอมรับได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ
ความชอบ และความต้องการส่วนบุคคลซึ่งแตกต่างกันออกไป

ผลการวิเคราะห์จากปัจจัยแวดล้อมภายนอก และภายใน พบว่า จุดแข็งโครงการคือเครือข่าย
พันธมิตร และประสบการณ์การให้เช่าบ้านมากกว่า 20 ปี อีกทั้งมีโอกาสจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจภาค
ตะวันออก ในขณะที่อุปสรรคคือ ไม่มีกฎหมายเฉพาะสำหรับธุรกิจประเภทนี้ ทำให้ผู้ประกอบการอาจ
เสียเปรียบได้ ในขณะที่ผู้บริโภคมีกฎหมายคุ้มครองมากมาย จุดอ่อนคือ เจ้าของไม่มีประสบการณ์การ
บริหารจัดการลูกบ้านในจำนวนมาก เป็นโครงการรูปแบบลงทุนสูงแต่คืนทุนช้า อีกทั้งโครงการไม่อยู่
ในเส้นทางที่รถสาธารณะผ่านทำให้อาจเสียเปรียบคู่แข่งรายอื่นได้

สภาพการแข่งขันของธุรกิจบ้านเช่าในจังหวัดระยองอยู่ในเกณฑ์สูง โดยคู่แข่งหลักคือ
บ้านเช่ารายย่อยในหมู่บ้านเพลินใจ2 ซึ่งข้อได้เปรียบของคู่แข่งหลักคือ เป็นหมู่บ้านจัดสรรขนาดใหญ่
ใหญ่ และเก่าแก่ในจังหวัดระยอง จำนวนบ้านในโครงการมีกว่า 1,000 หลัง บ้านที่มีการปล่อยเช่าจึงมี
ในจำนวนมาก โครงการมีรถสาธารณะผ่าน ในขณะที่ข้อเสียเปรียบทางการแข่งขันคือ ระบบรักษา
ความปลอดภัย ระบบการจัดการภายในโครงการไม่ทั่วถึง

จากผลการวิเคราะห์สามารถสรุปทิศทางกลยุทธ์ของโครงการ คือ กลยุทธ์ทางการตลาด
กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจ กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ที่ดี เมื่อวิเคราะห์ทางการเงิน
แล้วพบว่าเงินลงทุนโครงการเท่ากับ 16,146,300.00 บาท

โครงการมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) 3,875,030.99 และอัตราผลตอบแทนโครงการ (IRR) ร้อยละ 19 คืนทุนที่ 5.256 ปี แสดงให้เห็นว่าโครงการดื่อกั้มสามารถสร้างผลกำไร และมีความเป็นไปได้ในการลงทุน

คำสำคัญ: บ้านเช่า, ระยอง, อสังหาริมทรัพย์



Perksakarun, N. M.B.A.(Small and Medium-Sized Enterprises), March 2017,

Graduate School Bangkok University.

Business Plan for House Rental : The Autumn Rayong (91 pp.)

Advisor: Krairoek Pinkaeo, Ph.D.

The purpose of this business plan was to determine strategic planning for The Autumn project. The methodology used in the business plan was based on an analysis of business environment, Competitive analysis and Marketing research by total of six persons interviewing. The interviewing includes renter and rental house owner in Rayong province. The information was analyzed by content analysis.

Market research results were shown that the renter concerned about location, environment, price and facilities. Their making decision was based on the value on these factors. However, it was individual satisfaction and preference.

The analysis of external and internal factors was found that The Autumn project had more opportunity to develop the economic corridor. The strength of the project was alliance but the threat was no specific law which was disadvantages. Furthermore the weakness of the project was: Firstly, the owner had no experience to manage many renters. Lastly, the location of this project had no linked to public transportation.

In Rayong province, this business sector is high competition. The main competitor is Baan Ploenchai². The advantages of this competitor are big scale with more than 1,000 houses, well reputation for a long time, able to provide house for rent and location closed to the public transportation. The disadvantage of this competitor is lack of security system.

On the above analysis; the business strategies were required to maintain alliance, create good image and had marketing strategies.

Financial statement shown that the project investment was 16,146,300.00 Baht with Net Present Value (NPV) was 4,084,175.99 Baht, The internal rate of return (IRR) was 19% and payback period 5.256 years. It was shown that The Autumn project had good profit and feasibility to invest.

Keywords: House rental, Rayong, Real estate



กิตติกรรมประกาศ

รายงานแผนธุรกิจ หรือการค้นคว้าอิสระ (Independent study) ฉบับนี้ประสบความสำเร็จ ได้ด้วยความร่วมมือ และความช่วยเหลือจากบุคคลต่าง ๆ มากมาย โดยเฉพาะอาจารย์ที่ปรึกษาที่คอย ให้คำชี้แนะ แนะนำแนวทาง และติดตามความคืบหน้าของการจัดทำแผนธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ ตลอดจนอาจารย์ทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทความรู้ จนสามารถนำความรู้ที่ได้มาประยุกต์ใช้ในแผน ธุรกิจฉบับนี้ได้เป็นอย่างดี

ขอขอบคุณผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการทำวิจัย และให้ข้อมูล ตลอดจนเจ้าของ บทความทุกบทความที่นำมาใช้อ้างอิงประกอบ และผู้สนับสนุนทุกท่าน ที่ทำให้รายงานแผนธุรกิจนี้ ประสบความสำเร็จ

ขอขอบคุณครอบครัว และญาติมิตรทุกท่าน ที่คอยสนับสนุน เป็นกำลังใจให้การจัดทำแผน ธุรกิจฉบับนี้ให้ประสบความสำเร็จในที่สุด

ณัฐวัฒน์ พฤกษ์การัญญ์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
กิตติกรรมประกาศ	ช
สารบัญตาราง	ฐ
สารบัญภาพ	ฑ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 แนะนำธุรกิจ	1
1.1.1 ประเภทของธุรกิจ	1
1.1.2 สถานที่ตั้ง	1
1.1.3 ประเภทของสินค้า/บริการ	1
1.1.4 รายละเอียดของสินค้า/บริการ	2
1.1.5 จุดเด่น	3
1.1.6 นวัตกรรม	3
1.2 วิสัยทัศน์ และพันธกิจ	3
1.2.1 วิสัยทัศน์	3
1.2.2 พันธกิจ	3
1.3 เป้าหมาย	4
1.3.1 เป้าหมายระยะสั้น (1-2 ปี)	4
1.3.2 เป้าหมายระยะกลาง (3-4 ปี)	4
1.3.3 เป้าหมายระยะยาว (5 ปี)	4
1.4 วัตถุประสงค์ของธุรกิจ	4
1.5 โครงสร้างการบริหารงานของธุรกิจ	4
1.5.1 แผนผังองค์กร	4
1.5.2 ส่วนงาน (แผนก) และภาระหน้าที่	5

สารบัญ (ต่อ)

บทที่ 1 (ต่อ) บทนำ	หน้า
1.6 ผลการดำเนินงานที่ผ่านมา	5
1.7 ที่มา ความสำคัญ และวัตถุประสงค์ของการจัดทำแผน	6
1.7.1 ที่มาของการจัดทำแผน	6
1.7.2 ความสำคัญของการจัดทำแผน	7
1.7.3 วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผน	7
1.8 วิธีการศึกษา	
1.8.1 การค้นคว้าจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
1.8.2 การดำเนินการวิจัย	20
บทที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ	
2.1 ทฤษฎีเรื่อง SWOT Analysis	24
2.2 ทฤษฎีเรื่อง PESTEL Analysis	24
2.3 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค	25
2.4 การวิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยงภายใน	27
2.4.1 ปัจจัยด้านการบริหาร	27
2.4.2 ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง	28
2.4.3 ปัจจัยด้านการเงิน	28
2.4.4 ปัจจัยด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์	28
2.4.5 ปัจจัยด้านการตลาด	28
2.5 การวิเคราะห์ปัจจัยเสี่ยงภายนอก	29
2.5.1 ปัจจัยทางนโยบาย และการเมือง	29
2.5.2 ปัจจัยทางเศรษฐกิจ	29
2.5.3 ปัจจัยทางสังคม	30
2.5.4 ปัจจัยทางเทคโนโลยี	30
2.5.5 ปัจจัยทางด้านกฎหมาย	30
2.5.6 ปัจจัยทางสภาพแวดล้อม	31
2.5.7 ปัจจัยทางการแข่งขัน	31

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 การวิเคราะห์การแข่งขัน	
3.1 ทฤษฎีแรงกดดัน 5 ประการ (Five Forces Model)	35
3.2 การวิเคราะห์ตามทฤษฎีแรงกดดัน 5 ประการ (Five Forces Model)	36
3.2.1 การแข่งขันระหว่างคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน	36
3.2.2 อำนาจต่อรองจากผู้ขายวัตถุดิบหรือซัพพลายเออร์	36
3.2.3 อำนาจต่อรองจากผู้ซื้อสินค้า	37
3.2.4 ข้อจำกัดการเข้าสู่อุตสาหกรรมของผู้แข่งขันรายใหม่	37
3.2.5 แรงผลักดันจากสินค้าอื่นๆซึ่งสามารถใช้ทดแทนกันได้	37
3.3 สภาพของการแข่งขัน และที่มาของการแข่งขัน	37
3.3.1 ระดับของการแข่งขัน	37
3.3.2 จุดเด่น/ความได้เปรียบที่นำมาแข่งขัน	38
3.3.3 ผู้ครองส่วนครองตลาด	38
3.4 ที่มาของการแข่งขัน	38
3.5 คู่แข่งขันของธุรกิจ	39
3.5.1 คู่แข่งขันหลัก	39
3.5.2 คู่แข่งขันรอง	40
3.6 การวิเคราะห์สถานภาพทางธุรกิจ	41
3.6.1 การเขียนแผนภาพวิเคราะห์	41
3.6.2 คำอธิบายสถานภาพของธุรกิจ	41
3.7 วิเคราะห์ตำแหน่งสินค้า	42
3.8 การวิเคราะห์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน	44
3.8.1 ปัจจัยด้านราคา	44
3.8.2 ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง และสภาพแวดล้อม	44
3.8.3 ปัจจัยด้านการบริการ	44

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4	
4.1	
4.2	
4.3	
4.3.1	
4.3.2	
4.3.3	
4.3.4	
4.4	
4.4.1	
4.4.2	
4.5	
4.6	
บรรณานุกรม	
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก. แบบสัมภาษณ์ผู้เช่า และเจ้าของบ้านเช่าในจังหวัดระยอง	
ภาคผนวก ข. ถอดเทปสัมภาษณ์	
ประวัติผู้เขียน	
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1 : แสดงการวิเคราะห์แนวโน้มจำนวนประชากรแฝงจังหวัดระยองปี 2553-2560	6
ตารางที่ 2.1 : ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน	31
ตารางที่ 2.2 : ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก	33
ตารางที่ 3.1 : แสดงการวิเคราะห์แนวโน้มจำนวนประชากรแฝงจังหวัดระยองปี 2553-2560	39
ตารางที่ 3.2 : ตารางแสดงการวิเคราะห์ตำแหน่งสินค้า	42
ตารางที่ 4.1 : การวิเคราะห์กลยุทธ์โดยใช้หลัก TOWS Matrix	52
ตารางที่ 4.2 : ระยะเวลาคืนทุน	56
ตารางที่ 4.3 : มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) และอัตราผลตอบแทน (IRR)	57
ตารางที่ 4.4 : งบประมาณการลงทุน	58
ตารางที่ 4.5 : ตารางแสดงค่าเสื่อมราคา (ปีที่ 1 – 10)	59
ตารางที่ 4.6 : ตารางแสดงค่าเสื่อมราคา (ปีที่ 11 – 20)	59
ตารางที่ 4.7 : ตารางแสดงการประมาณการค่าใช้จ่าย (ปีที่ 1 – 10)	60
ตารางที่ 4.8 : ตารางแสดงการประมาณการค่าใช้จ่าย (ปีที่ 11 – 20)	60
ตารางที่ 4.9 : ตารางแสดงจุดคุ้มทุน (ปีที่ 1 - 10)	61
ตารางที่ 4.10 : ตารางแสดงจุดคุ้มทุน (ปีที่ 11 - 20)	61
ตารางที่ 4.11 : ตารางประมาณการณ์รายได้ (ปีที่ 1 -10)	62
ตารางที่ 4.12 : ตารางประมาณการณ์รายได้ (ปีที่ 11 -20)	62
ตารางที่ 4.13 : ตารางแสดงงบประมาณกำไรขาดทุน (ปีที่ 1 - 10)	63
ตารางที่ 4.14 : ตารางแสดงงบประมาณกำไรขาดทุน (ปีที่ 11 - 20)	63
ตารางที่ 4.15 : ตารางแสดงงบกระแสเงินสด (ปีที่ 1-10)	64
ตารางที่ 4.16 : ตารางแสดงงบกระแสเงินสด (ปีที่ 11-20)	65
ตารางที่ 4.17 : ตารางแสดงงบแสดงฐานะการเงิน (ปีที่ 1-10)	66
ตารางที่ 4.18 : ตารางแสดงงบแสดงฐานะการเงิน (ปีที่ 11-20)	67
ตารางที่ 4.19 : ตารางแสดงการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน (ปีที่ 1-10)	68
ตารางที่ 4.20 : ตารางแสดงการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน (ปีที่ 11-20)	69

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 : ภาพแสดงสถานที่ตั้งของโครงการดิออทัม (THE AUTUMN) และสถานที่สำคัญโดยรอบ	1
ภาพที่ 1.2 : ภาพแสดงลักษณะภายนอกของบ้านแฝดชั้นเดียว	2
ภาพที่ 1.3 : แผนผังองค์กร	4
ภาพที่ 1.4 : แผนผังแสดงปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค	8
ภาพที่ 1.5 : ทฤษฎีลำดับชั้นความต้องการของมาสโลว์	11
ภาพที่ 1.6 : แสดงขั้นตอนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค	13
ภาพที่ 1.7 : ข้อได้เปรียบและเสียเปรียบของคอนโดมิเนียมและทาวน์เฮ้าส์	14
ภาพที่ 1.8 : ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	15
ภาพที่ 3.1 : ภาพแสดงองค์ประกอบทฤษฎีแรงกดดัน 5 ประการ (Five Forces Model)	35
ภาพที่ 3.2 : แสดงที่ตั้งของคอนโดมิเนียม อพาร์ทเมนต์ เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์บางส่วนส่วนใน อ. เมืองระยอง	36
ภาพที่ 3.3 : โลโก้คู่แข่งชั้นหลัก	39
ภาพที่ 3.4 : ภาพแสดงการวิเคราะห์ BCG Matrix	41
ภาพที่ 4.1 : แสดงกรอบแนวคิดที่นำไปสู่กลยุทธ์	45
ภาพที่ 4.2 : แสดงแนวคิดการนำไปสู่กลยุทธ์โดยใช้หลัก TOWS Matrix	46
ภาพที่ 4.3 : แสดงแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps)	46
ภาพที่ 4.4 : แปลนบ้านแฝดชั้นเดียว	47
ภาพที่ 4.5 : แผนผังราคาเช่า ค่าใช้จ่ายแรกเช่า และ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆที่จะได้	49
ภาพที่ 4.6 : ภาพแสดงสถานที่ตั้งของโครงการดิออทัม (THE AUTUMN) และสถานที่สำคัญโดยรอบ	49

บทที่ 1

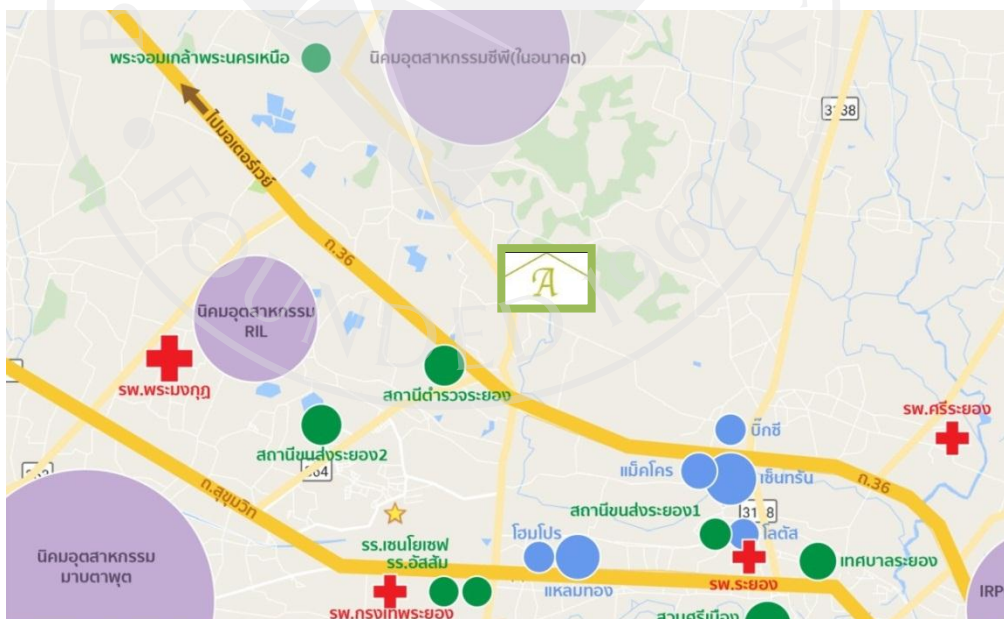
บทนำ

บทนี้เป็นการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับการแนะนำธุรกิจ ความสำคัญและที่มาของการจัดทำแผน วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผน และวิธีการศึกษาที่นำมาใช้สำหรับการจัดทำแผน โดยมีรายละเอียดเป็นรายข้อ ดังต่อไปนี้

1.1 แนะนำธุรกิจ

- 1.1.1 ประเภทของธุรกิจ : ธุรกิจบริการ
- 1.1.2 สถานที่ตั้ง : 111/3 หมู่ 4 ต.ทับมา อ.เมือง
จ.ระยอง 21000

ภาพที่ 1.1 : ภาพแสดงสถานที่ตั้งของโครงการดิออตัม (THE AUTUMN) และสถานที่สำคัญโดยรอบ



- 1.1.3 ประเภทของสินค้า/บริการ : บ้านเพื่อให้เช่ารายเดือน

1.1.4 รายละเอียดของสินค้า/บริการ

โครงการดิออตัม (THE AUTUMN) เป็นโครงการบ้านเช่ารายเดือนบนพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดระยองโดยยึดหลักการสร้างและการดูแลโครงการให้มีความใกล้เคียงกับโครงการจัดสรรที่ดินขนาดเล็ก(พิเศษ) บ้านเช่าที่ให้บริการเป็นลักษณะบ้านแฝดชั้นเดียว บนพื้นที่ประมาณ 40 ตารางวา ประกอบไปด้วย 2 ห้องนอน 1 ห้องน้ำ 1 ห้องรับแขก 1 ลานอเนกประสงค์ ที่จอดรถ 1 คัน และสนามหญ้าหน้าบ้าน โดยค่าเช่าบ้านอยู่ในราคาที่เหมาะสม สามารถอยู่พักอาศัยต่อหลังได้ 2-3 ท่าน โครงการมีบ้านเช่าให้บริการทั้งหมด 30 หลังโดยประมาณ

โครงการตั้งบนสถานที่ตั้งที่สามารถเดินทางได้สะดวก พร้อมกับสภาพแวดล้อมที่น่าอยู่ รมรื่น และวิวทิวทัศน์ที่สวยงาม ใช้เวลาเดินทางจากสถานที่ตั้งถึงห้างสรรพสินค้าชั้นนำเพียง 7 นาที ตลาดสดขนาดใหญ่ ขนส่งจังหวัด และใจกลางเมืองระยองเพียง 15 นาที นิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด สวนอุตสาหกรรมไออาร์พีซี และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ วิทยาเขตระยองเพียง 20 นาที

ภาพที่ 1.2 : ภาพแสดงลักษณะภายนอกของบ้านแฝดชั้นเดียว



ที่มา : ไทยระยองดอทคอม.(2012). แบบบ้านโครงการ. สืบค้นจาก

<http://www.pazento.com/house.html>

1.1.5 จุดเด่น

1. โครงการคิอท์ตั้งอยู่บนทำเลที่สะดวกสบายแก่การเดินทางไม่ว่าจะเป็นห้างสรรพสินค้า ตัวเมือง หรือโรงงานอุตสาหกรรม อีกทั้งโครงการอยู่ในแหล่งชุมชนที่มีผู้คนอาศัยกระจายอยู่โดยรอบ แต่ไม่พลุกพล่าน หรือแออัด บริเวณโดยรอบมีทั้งหมู่บ้านจัดสรร ตลาด ซูเปอร์มาร์เกต และสถานที่ราชการ เป็นทำเลที่เหมาะสมแก่การพักอาศัยอย่างแท้จริง
2. ออกแบบบ้านให้เข้ากับไลฟ์สไตล์พนักงานบริษัท กล่าวคือ คนทำงานออกจากบ้านแต่เช้า กลับมาค่ำ ใช้เวลาส่วนใหญ่ไปกับห้องนอน ห้องนอนก็ควรกว้าง โปร่ง ห้องครัวก็อาจจะเล็ก เพราะไม่มีเวลาทำอาหารนัก เป็นต้น
3. โครงการมีระบบรักษาความปลอดภัยทั้งพนักงานรักษาความปลอดภัย กล้องวงจรปิด และระบบเข้าออกโครงการด้วยการสแกนบัตร (easy pass)

1.1.6 นวัตกรรม

ความสว่างภายในโครงการ (ถนนโครงการ) มาจากพลังงานแสงอาทิตย์ ระบบรักษาความปลอดภัยจากกล้องวงจรปิด และระบบสแกนบัตรเข้าออกโครงการ

1.2 วิสัยทัศน์ และพันธกิจ

1.2.1 วิสัยทัศน์

เป็นผู้นำด้านการให้บริการที่อยู่อาศัยให้เช่ารายเดือน (บ้านเช่ารายเดือน) เป็นอันดับหนึ่งในอำเภอเมือง จังหวัดระยอง

1.2.2 พันธกิจ

1. ให้บริการบ้านเช่าที่มีคุณภาพ สวยงาม และน่าอยู่ ในราคาประหยัด
2. ดูแลโครงการอย่างมีคุณภาพ ทำงานอย่างมีระบบ มองหาหนทางเพื่อให้ธุรกิจสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน
3. มุ่งเน้นการดูแลความปลอดภัยของผู้เช่าภายในโครงการเป็นสิ่งสำคัญ
4. สร้างพันธมิตรกับบริษัทต่างๆในจังหวัดระยองเพื่อสรรหาผู้เช่าให้แก่โครงการ

1.3 เป้าหมาย

- 1.3.1 เป้าหมายระยะสั้น (1-2 ปี)
 - 1.3.1.1 จัดสรรที่ดิน สร้างบ้าน และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆภายในโครงการให้แล้วเสร็จ
 - 1.3.1.2 ประชาสัมพันธ์โครงการให้เป็นที่รู้จัก
 - 1.3.1.3 เปิดรับผู้เช่าบางส่วนหลังจากโครงการแล้วเสร็จ 50 เปอร์เซ็นต์
- 1.3.2 เป้าหมายระยะกลาง (3-4 ปี)
 - 1.3.2.1 โครงการแล้วเสร็จ 100 เปอร์เซ็นต์
 - 1.3.2.2 เปิดรับผู้เช่าเต็มจำนวน เพื่อทำรายได้อย่างสม่ำเสมอ
- 1.3.3 เป้าหมายระยะยาว (5 ปี)
 - 1.3.3.1 สร้างรายได้ต่อเนื่องในระยะยาวมากกว่า 20 ปี
 - 1.3.3.2 มีการพัฒนาโครงการ และต่อยอดอื่นๆ อาทิ เพิ่มจำนวนบ้านเช่า เป็นต้น

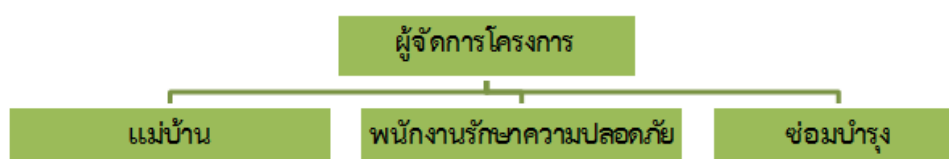
1.4 วัตถุประสงค์ของธุรกิจ

- 1.4.1 เพื่อเป็นการเริ่มต้นการลงทุนในระยะยาวที่สามารถให้ผลตอบแทนของโครงการประมาณ 15 เปอร์เซ็นต์ต่อปี
- 1.4.2 เพื่อให้เป็นที่รู้จักของกลุ่มเป้าหมาย และตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในจังหวัดระยอง

1.5 โครงสร้างการบริหารงานของธุรกิจ

- 1.5.1 แผนผังองค์กร
จำนวนพนักงานทั้งหมด 5 คน

ภาพที่ 1.3 : แผนผังองค์กร



1.5.2 ส่วนงาน (แผนก) และภาระหน้าที่

ตำแหน่ง	:	ผู้จัดการโครงการ
ภาระหน้าที่	:	กำหนดนโยบาย ดูแลความเรียบร้อยภาพรวมของกิจการ และวางแผนกลยุทธ์ ดูแลการเคลื่อนไหวทางการเงิน ควบคุมต้นทุน และค่าใช้จ่าย ดูแลสัญญาต่างๆ ให้แก่ผู้เช่า ประชาสัมพันธ์ และสร้างพันธมิตรกับฝ่ายบุคคลบริษัท ต่างๆ ในจังหวัดระยอง รวมถึงพันธมิตรอื่นๆ เพื่อสรรหาผู้เช่าให้ สรรหา และตรวจสอบการทำงานของพนักงาน รักษาความปลอดภัย และแม่บ้านจากบริษัทพันธมิตร แก้ไขปัญหาต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้น
ตำแหน่ง	:	ฝ่ายซ่อมบำรุง
ภาระหน้าที่	:	ซ่อมบำรุงบ้านพักหลังจากผู้เช่าตกลงทำสัญญาเช่าเพื่อส่งมอบบ้านในสภาพดี รวมถึงซ่อมแซมแก้ไขหลังจากลูกค้ายกเลิกสัญญาเช่า และยังมีหน้าที่ขับรถบริการส่งผู้เช่า ไปยังสี่แยก PMY ทุกเช้า และเย็นในวันทำงาน
ตำแหน่ง	:	แม่บ้าน
ภาระหน้าที่	:	ดูแลความสะอาดโครงการ และทำความสะอาดบ้านก่อนส่งมอบให้แก่ผู้เช่า
ตำแหน่ง	:	พนักงานรักษาความปลอดภัย จำนวน 2 คน
ภาระหน้าที่	:	ดูแลความปลอดภัย และความเรียบร้อยภายในโครงการ

1.6 ผลการดำเนินงานที่ผ่านมา : ยังไม่ได้ดำเนินการ โครงการอยู่ระหว่างการจัดทำแผนธุรกิจ

1.7 ที่มา ความสำคัญ และวัตถุประสงค์ของการจัดทำแผน

1.7.1 ที่มาของการจัดทำแผน

เริ่มต้นจากครอบครัวที่มีที่ดินเปล่าในอำเภอเมือง จังหวัดระยอง โดยที่ดินผืนนี้ อยู่บนทำเลที่ดี สามารถเดินทางไปสถานที่สำคัญต่างๆได้มากมายภายในเวลาไม่กี่นาที ดังแสดงใน ภาพที่ 1.1 และมีความสนใจอยากลงทุนทำธุรกิจที่ให้ผลตอบแทนในระยะยาวบนที่ดินผืนนี้ ประกอบกับครอบครัวอยู่ในแวดวงการค้าให้เช่าสังหาริมทรัพย์แนวราบ (บ้านเช่า) ในจังหวัดระยองมากกว่า 20 ปี ทำให้ทราบว่าสังหาริมทรัพย์ให้เช่า ยังคงเป็นที่ต้องการของตลาด สืบเนื่องจากประชากรแฝง (พนักงาน) ที่เข้ามาทำงานในจังหวัดระยองที่มีจำนวนมากดังแสดงในตารางที่ 1.1 และพนักงานเหล่านี้ยังคงหลั่งไหลเข้ามาในจังหวัดระยองอย่างต่อเนื่องตามแผนพัฒนาของจังหวัดไม่ว่าจะเป็นแผนการสร้างรถไฟฟ้าความเร็วสูง ทางด่วนมอเตอร์เวย์ และนิคมอุตสาหกรรมที่กำลังจะสร้างใหม่ เป็นต้น

ตารางที่ 1.1 : แสดงการวิเคราะห์แนวโน้มจำนวนประชากรแฝงจังหวัดระยองปี 2553-2560

	2553	2554	2555	2556	2557	2558	2559	2560
ประชากรทะเบียนราษฎร์	603,374	607,809	612,790	618,234	624,072	630,227	634,173	638,017
(สัดส่วน)	0.55	0.54	0.52	0.50	0.48	0.47	0.46	0.44
ประชากรแฝง	487,859	524,221	566,147	613,284	665,397	722,104	759,417	796,510
(สัดส่วน)	0.45	0.46	0.48	0.50	0.52	0.53	0.54	0.56
รวมประชากรทั้งหมด	1,091,233	1,132,029	1,178,938	1,231,518	1,289,470	1,352,332	1,393,590	1,434,528
ร้อยละจำนวนประชากรแฝงต่อประชากรตามทะเบียนราษฎร์	80.86	86.25	92.39	99.20	106.62	114.58	119.75	124.84

ที่มา : สศช.(2553). รายงานการศึกษาเบื้องต้นประชากรแฝงในพื้นที่จังหวัดระยอง. สืบค้นจาก

<http://www.mtp.rmutt.ac.th/wp-content/uploads/2011/05/37-ประชากรแฝง.pdf>

แต่เนื่องด้วยปัญหาภาวะเศรษฐกิจ ปัญหาหนี้ครัวเรือน อีกทั้งประชากรแฝง (พนักงาน)จากภูมิลำเนาอื่น การซื้ออสังหาริมทรัพย์อาจไม่สามารถตอบโจทย์ประชากรในกลุ่มนี้ได้ ซึ่งนั่นส่งผลให้อสังหาริมทรัพย์ให้เช่ารายเดือนเป็นที่นิยมมากในจังหวัดระยอง โดยสังเกตจากปริมาณอสังหาริมทรัพย์แนวตั้งให้เช่าที่กระจายอยู่ทั่วเมือง แต่ข้อเสียของอสังหาริมทรัพย์แนวตั้งคือ ที่จอดรถไม่เพียงพอ พื้นที่ห้องพักที่มีขนาดเล็กแต่ค่าเช่าราคาสูง อีกทั้งข้อจำกัดอีกหลายประการที่ทำให้เกิดความแตกต่างระหว่างอสังหาริมทรัพย์แนวตั้ง และอสังหาริมทรัพย์ในแนวราบ

จากเหตุผลข้างต้น การทำโครงการอสังหาริมทรัพย์ให้เช่าในแนวราบ (บ้านเช่า) โครงการดิวทัม (THE AUTUMN) น่าจะตอบโจทย์มากที่สุด ณ เวลานี้

1.7.2 ความสำคัญของการจัดทำแผน

แผนธุรกิจนี้จัดทำขึ้นเพื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการดิวทัม (THE AUTUMN) วางแผนรับมือกับความเสี่ยงต่างๆที่อาจเกิดขึ้น เตรียมความพร้อมในด้านต่างๆทั้งด้านการเงิน การตลาด การบริหารจัดการ เป็นต้น เพื่อให้การดำเนินการเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ และสามารถควบคุมดูแลธุรกิจให้มีประสิทธิภาพ

1.7.3 วัตถุประสงค์ของการทำแผน

การจัดทำแผนธุรกิจนี้มีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อให้โครงการดิวทัมมีทิศทางกลยุทธ์ การวางแผนและการดำเนินงาน ในด้านต่างๆ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

1.8 วิธีการศึกษา

1.8.1 การค้นคว้าจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

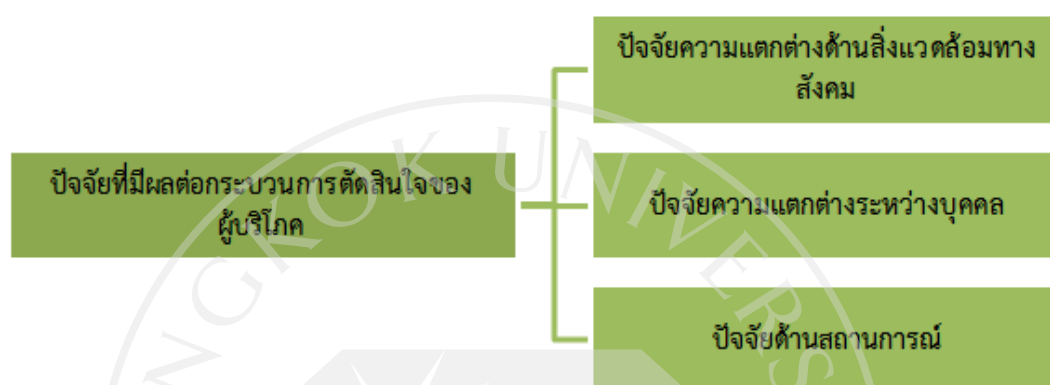
การค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ในการจัดทำแผนธุรกิจนี้มีการใช้แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1.8.1.1 แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมซื้อและการตัดสินใจของผู้บริโภค

Bearden, Ingram and LaForge (2005) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการตัดสินใจทางสติปัญญา อารมณ์ และกิจกรรมทางร่างกายของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการเลือก การซื้อ การใช้ และการกำจัดผลิตภัณฑ์หรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการส่วนบุคคล

กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคเริ่มจากผู้บริโภคตระหนักถึงความต้องการ (Need) หรือตระหนักถึงปัญหา (Problem) ซึ่งอาจเกิดจากความปรารถนาภายใน หรือเกิดจากอิทธิพลภายนอก โดยกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคที่แตกต่างกันเกิดจากปัจจัยต่างๆที่แตกต่างกันดังภาพที่ 1.4

ภาพที่ 1.4 : แผนผังแสดงปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค



ทั้งนี้ผลที่ได้จากปัจจัยที่แตกต่างกันก่อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ และกระบวนการรับรู้ของผู้บริโภคที่แตกต่างกันด้วยเช่นกัน ถึงแม้กระทั่งกระบวนการตอบสนองที่เกี่ยวกับพฤติกรรมความไม่พอใจหรือความพอใจก็มีความแตกต่างกัน

โดยปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคอันดับแรกคือ ปัจจัยความแตกต่างด้านสิ่งแวดล้อมสังคม เป็นปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลโดยตรงต่อแหล่งข้อมูลที่ผู้บริโภคใช้ในการตัดสินใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ ไม่ว่าจะแหล่งข้อมูลนั้นจะเป็นบุคคลหรือแหล่งข้อมูลอื่นก็ตาม อิทธิพลของสังคมที่สำคัญ ประกอบไปด้วย วัฒนธรรม (Culture) วัฒนธรรมย่อย (Sub-culture) ชั้นทางสังคม (Social class) ครอบครัว (Family) กลุ่มอ้างอิง (Reference group)

วัฒนธรรม หมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างที่อยู่รอบๆตัวเราที่มนุษย์เป็นผู้สร้างขึ้น วัฒนธรรมไม่ใช่สิ่งที่ติดตัวมาแต่เกิด แต่หากเป็นสิ่งที่มนุษย์เป็นผู้สร้างขึ้นไม่ว่าจะเป็นค่านิยม แนวความคิด พฤติกรรม โดยวัฒนธรรมจะถูกเรียนรู้และส่งต่อไปยังรุ่นสู่รุ่น ทั้งนี้วัฒนธรรมไม่ได้เป็นลักษณะตายตัว สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามสภาพแวดล้อมและกาลเวลา วัฒนธรรมประกอบไปด้วย 3 องค์ประกอบ ดังนี้

1. การสั่งสมทางสังคม (Socialization) โดยการสั่งสมทางสังคมทำให้นักการตลาดทราบถึงความคิดความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภค ตลอดจนหลักการปฏิบัติต่างๆ ซึ่งสามารถช่วยในการวางแผนการตลาดให้เหมาะสมแก่สังคมหรือวัฒนธรรมนั้นๆ ได้
2. บรรทัดฐาน (Norms) เป็นแนวทางพิจารณาตัดสินพฤติกรรมต่างๆ ในสังคมส่วนรวม ทั้ง กฎหมาย ประเพณี ความคิดสมัยนิยม ซึ่งจะทำให้นักการตลาดทราบว่าสิ่งใดที่กลุ่มผู้บริโภคยกย่องนับถือ หรือยึดถือเชื่อมั่น
3. การให้รางวัลและลงโทษ (Rewards and Sanctions) ทำให้มั่นใจว่าสังคมสามารถอยู่ได้อย่างเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน การให้รางวัลเพื่อชมเชย ในขณะที่ลงโทษบุคคลที่ไม่ปฏิบัติตาม

การศึกษาวัฒนธรรมสามารถนำมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ในการทำการตลาดได้อย่างหลากหลายไม่ว่าจะเป็น ใช้ในการแบ่งส่วนตลาด วางแผนผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางจัดจำหน่าย กิจกรรมส่งเสริมการตลาด กำหนดกลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคม หรือแม้กระทั่งวางแผนการกำหนดกลยุทธ์การตลาดระดับโลก

ชั้นทางสังคม คือ ความเท่าเทียมกันมากหรือน้อยกว่ากันระหว่างบุคคลในแง่ชื่อเสียงและสถานภาพ สามารถจำแนกได้ 4 วิธีประกอบด้วย สถานภาพ อัตวิสัยส่วนบุคคล ชื่อเสียง และตัวแปรเท็จจริงที่เกี่ยวข้อง โดยการแบ่งจากตัวแปรเท็จจริงที่เกี่ยวข้องสามารถแยกออกมาเป็น 2 วิธีคือ แบ่งตามดัชนีตัวแปรเดียว ซึ่งใช้หลักเกณฑ์ด้านอาชีพ การศึกษา รายได้ และแบ่งตามดัชนีตัวแปรร่วม ซึ่งเป็นการให้คะแนนและน้ำหนักตามความสำคัญ

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2550) กล่าวว่า วัฒนธรรมย่อย หมายถึง ลักษณะของพฤติกรรมที่มีความเป็นพิเศษต่อกลุ่มย่อยที่เป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มสังคมใหญ่ โดยกลุ่มย่อยจะมีลักษณะแตกต่างในรูปของบทบาท สถานภาพ และค่านิยม หากพิจารณาในภาพรวมและใช้เกณฑ์ปัจจัยในการพิจารณาหลายประการ อาจแบ่งประเภทของวัฒนธรรมย่อยได้เป็น เชื้อชาติ ศาสนา กลุ่มชน อาชีพ ช่วงอายุ เพศ คนพิการ ซึ่งความแตกต่างของวัฒนธรรมย่อยนี้จะส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อหรือพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคเสมอ

ครอบครัว หมายถึง บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปที่ใช้ชีวิตอยู่ร่วมกัน โดยมีความผูกพันทางสายเลือด หรือการยอมรับของสังคม กฎหมาย หรือวัฒนธรรม โดยวัฏจักรของครอบครัว (Family Life Cycle) เป็นการพิจารณาพฤติกรรมผู้บริโภคที่เป็นครอบครัว โดยการจัดแบ่งตามลำดับเหตุการณ์สำคัญของชีวิต

1. ชั้นโสด เริ่มต้นนับตั้งแต่หนุ่มสาวที่แยกที่อยู่อาศัยกับพ่อแม่ โดยกลุ่มนี้จะไม่มีการะครอบครัว ค่าใช้จ่ายจะหมดกับการดำเนินชีวิตของตนเอง และไม่ค่อยคิดมากในค่าใช้จ่าย ตัดสินใจไว
2. ชั้นแต่งงาน เมื่อเข้าสู่การแต่งงานและยังไม่มีบุตร กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีเงินเหลือเก็บ เนื่องจากสามารถตัดค่าใช้จ่ายบางอย่างลงได้ และเตรียมความพร้อมในการมีบุตร
3. ชั้นครอบครัวที่มีบุตรยังเล็ก อายุไม่เกิน 6 ปี เป็นกลุ่มที่เริ่มประหยัด และมุ่งเป้าหมายและความสนใจไปที่บุตรเป็นสำคัญ และเน้นการวางแผนการศึกษาและอนาคตของบุตร
4. ชั้นครอบครัวที่มีบุตรโตแล้ว 1 ค่าใช้จ่ายของคนกลุ่มนี้จะเพิ่มขึ้นจากการขยายที่พักอาศัย การศึกษา และการใช้ชีวิตวัยรุ่นของบุตร
5. ชั้นครอบครัวที่มีบุตรโตแล้ว 2 เป็นชั้นที่บุตรเริ่มทำงาน กิจกรรมพ่อแม่ลูกลดลง มีเพียงพ่อแม่ที่สนับสนุนอยู่ห่างๆ และทำให้สามารถกลับมาใช้ชีวิตคู่ได้มากขึ้น
6. ชั้นครอบครัวที่บุตรแยกออกไป 1 เป็นชั้นที่พ่อแม่เข้าสู่วัยกลางคนแต่ยังคงทำงานอยู่ มีเงินเหลือมากขึ้น เพราะไม่มีค่าใช้จ่ายของบุตรอีกต่อไป และจะคิดถึงค่าใช้จ่ายเพื่อตนเองมากขึ้น
7. ชั้นครอบครัวที่บุตรแยกออกไป 2 เป็นชั้นที่พ่อแม่เข้าสู่วัยสูงอายุ หัวหน้าครอบครัวเข้าสู่วัยเกษียณ จะเริ่มรู้สึกเหงา และมีปัญหาด้านการเงิน
8. ชั้นโสดเดี่ยว 1 เมื่อมีฝ่ายหนึ่งเสียชีวิต ต้องอยู่ลำพัง แต่ยังสามารถทำงานและดูแลตนเองได้
9. ชั้นโสดเดี่ยว 2 ในชั้นนี้ค่าใช้จ่ายทั้งหมดจะใช้จ่ายไปกับการดูแลสุขภาพและความเป็นอยู่ โดยชั้นโสดเดี่ยว 1 และ 2 เป็นช่วงที่เรียกว่า ประชากรสูงอายุ
10. รูปแบบครอบครัวสมัยใหม่ สังคมปัจจุบันที่เปลี่ยนไป ครอบครัวเริ่มมีการหย่าร้างมากขึ้น ทำให้เกิดคุณพ่อ หรือคุณแม่เลี้ยงเดี่ยว อีกทั้งสังคมปัจจุบันยังนิยมแต่งงานช้าลง มีบุตรช้าลง และน้อยลง หรือแม้แต่การรักร่วมเพศ หรือการอยู่ด้วยกันโดยไม่ได้แต่งงาน เป็นต้น

ปัจจัยต่อมาที่นักการตลาดให้ความสำคัญนั่นคือ ปัจจัยความแตกต่างระหว่างบุคคลหรือ อิทธิพลระหว่างบุคคล เนื่องจากปัจจัยนี้ส่งผลกระทบต่อบุคคลรอบข้างต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น เพื่อน เพื่อนร่วมงาน หรืออื่นๆ ซึ่งเรียกรวมกันว่า กลุ่มอ้างอิง (Reference group) โดยปัจจัยในกลุ่มนี้จะกระทบถึงตรรกะข้อและผลิตภัณฑ์

โดยกระบวนการของอิทธิพลระหว่างบุคคลประกอบด้วย 3 ประเภทได้แก่

1. อิทธิพลของการเป็นแหล่งข้อมูล ซึ่งจะเกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภครู้สึกต้องตัดสินใจใหม่ หรือ ซ้ำซ้อน โดยผู้บริโภครู้จักจะสอบถามจากคนที่ไว้วางใจให้ช่วยในการตัดสินใจ
2. อิทธิพลของผลประโยชน์ ผู้บริโภคคาดหวังการรับรู้ภาพลักษณ์จากบุคคลอื่น หรือ ปฏิบัติให้เข้ากับบรรทัดฐานของกลุ่มเพื่อต้องการการยอมรับโดยจะตัดสินใจตามลักษณะของกลุ่ม
3. อิทธิพลของการแสดงค่านิยม ผู้บริโภคอาศัยสังเกตลักษณะเด่นของบุคคลอื่นๆและ ต้องการที่จะเป็นเหมือนคนเหล่านั้น

ความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual differences) ไม่ว่าจะเป็น บุคลิกภาพ รูปแบบ การดำเนินชีวิต ลักษณะทางจิตวิทยา และสิ่งจูงใจล้วนก่อให้เกิดอิทธิพลระหว่างบุคคลที่แตกต่างกัน ทั้งสิ้นโดยปัจจัยภายในอาจแยกประเภทออกมาเป็นการจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ทัศนคติ บุคลิกภาพ

ทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's Theory of Motivation)

เป็นการศึกษาถึงความต้องการต่างๆที่ก่อให้เกิดเป็นแรงจูงใจและพฤติกรรมต่างๆ โดยอับราฮัม มาสโลว์ กล่าวถึงสมมติฐานด้านความต้องการของมนุษย์ว่า บุคคลมีความต้องการไม่สิ้นสุด โดย หากเมื่อความต้องการหนึ่งได้รับการตอบสนองแล้ว ก็จะลดแรงขับต่อพฤติกรรมลง และจะมีความ ต้องการในระดับที่สูงขึ้น ดังภาพที่ 1.7

ภาพที่ 1.5 : ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์



1. ความต้องการด้านกายภาพหรือร่างกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐาน เป็นสิ่งที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตเพื่อให้ชีวิตอยู่รอดประกอบไปด้วยอากาศ น้ำ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค การหลับนอน และความต้องการทางเพศ โดยหากสิ่งเหล่านี้ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอแล้วจะขยับลำดับความต้องการไปในขั้นที่สูงขึ้น
2. ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (Safety Needs) ไม่ว่าจะความมั่นคงปลอดภัยในการทำงาน ความต้องการได้รับการปกป้องคุ้มครอง ความต้องการความปลอดภัยจากอันตรายต่างๆ หรือแม้แต่ว่าความมีระเบียบ ความมั่นคง ความคุ้มครอง ความต้องการมีสุขภาพที่ดี
3. ความต้องการทางสังคม (Social Needs) เป็นระดับความต้องการที่บุคคลต้องการได้รับ และการให้ความรักความอบอุ่น รวมถึงในแง่ของมิตรภาพ ความรู้สึกดีต่อกัน การมีส่วนร่วมในหมู่คณะ หรือการได้รับการยอมรับจากสังคม ความต้องการนี้นำมาซึ่ง เสื้อผ้า เครื่องประดับ
4. ความต้องการการยกย่องนับถือ (Esteem Needs) ต้องการสร้างความภาคภูมิใจและความมั่นใจให้แก่ตนเอง โดยรวมถึงต้องการการเคารพนับถือจากผู้อื่น ชื่อเสียง ศักดิ์ศรี และมีฐานะดีในสังคม ความต้องการนี้จะสะท้อนถึงความต้องการของแต่ละบุคคลเพื่อการยอมรับส่วนตัว
5. ความต้องการประสบความสำเร็จสูงสุดในชีวิต (Self-Actualization Needs) เป็นระดับความต้องการที่สูงสุดเพื่อตอบสนองศักยภาพ ความสามารถ และความต้องการที่จะเป็น โดยปรารถนาให้สิ่งที่ตนต้องการประสบความสำเร็จในทุกสิ่งทุกอย่างที่ตั้งไว้

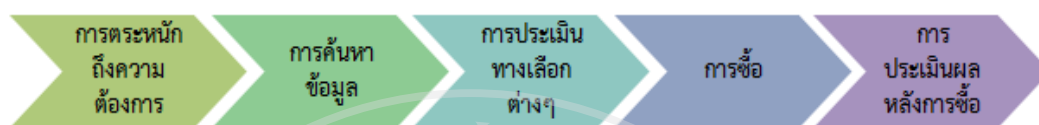
นอกจากนี้มาสโลว์ยังเพิ่มความต้องการมาอีก 2 ระดับนั่นคือ ความต้องการด้านสุนทรียภาพหรือความสวยงาม และความ ต้องการอยากรู้ อยากหรือทำให้ทราบและเข้าใจ โดยธรรมชาติของมนุษย์ทุกคนที่ชื่นชอบความสวยงามและสุนทรียต่างๆ เพื่อก่อให้เกิดความผ่อนคลายและสร้างความสุขแก่ตน รวมถึงมนุษย์ทุกคนที่เกิดมาพร้อมกับความต้องการอยากรู้ อยากเห็นอยากทราบ และอยากเข้าใจในสิ่งต่างๆ

ปัจจัยสุดท้ายคือปัจจัยด้านสถานการณ์ เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ในการซื้อไม่ว่าจะเป็นการซื้อเนื่องในโอกาสพิเศษหรือการซื้อที่ไม่มีการคาดการณ์ล่วงหน้า ในที่นี้รวมถึงปัจจัยด้านการจัดผังร้านค้า บรรยากาศภายในร้าน สถานที่ตั้ง พนักงานขาย และกิจกรรมส่งเสริมการขาย เป็นต้น

เหตุผลที่นักการตลาดจำเป็นต้องเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคเนื่องจาก ข้อมูลจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่นักการตลาดจะใช้นำมากำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด ระบุถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างเหมาะสม และเข้าใจถึงความต้องการของผู้บริโภค และหนึ่งในเหตุผลที่สำคัญคือ พฤติกรรมผู้บริโภคจะช่วยให้การตอบสนองปัญหาและโอกาสทางการตลาดได้อย่างรวดเร็ว

กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคอาจต้องใช้เวลาและพยายาม รวมถึงปัจจัยต่างๆที่กล่าวมาข้างต้นเพื่อสรุปมาเป็นการตัดสินใจของผู้บริโภค โดยกระบวนการตัดสินใจประกอบไปด้วย 5 ขั้นตอนดังภาพที่ 1.6

ภาพที่ 1.6 : แสดงขั้นตอนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค



1.8.1.2 แนวคิด และทฤษฎีทางการตลาดบริการ

1) ตลาดบริการอสังหาริมทรัพย์

สุมนา อยุโฬิธี (2544) กล่าวว่า การบริการที่พักอาศัย เป็นการบริการที่มีความจำเป็นอย่างมาก เหตุจากทั้งประชากรที่เพิ่มขึ้นในทุกวัน การโยกย้ายของแรงงานที่มีอยู่ตลอดเวลาจากถิ่นหนึ่งไปยังอีกถิ่นหนึ่ง การขยายตัวของชุมชน หรือแม้แต่รายได้ที่เพิ่มมากขึ้น และความก้าวหน้าทางเทคนิค ด้วยเหตุผลเหล่านี้ล้วนทำให้ผู้บริโภคมีความต้องการที่อยู่อาศัยเพิ่มมากขึ้น ทั้งในลักษณะแบบชั่วคราว และถาวร

โดยในที่นี้จะกล่าวถึงการบริการที่พักอาศัยประเภทบ้านพักอาศัย (Housing) ซึ่งจะรวมทั้งพาร์ทเมนท์ ทาวน์เฮ้าส์ คอนโดมิเนียม และบ้านจัดสรร โดยธุรกิจประเภทนี้ การแบ่งกลุ่มลูกค้า และการเลือกทำเลที่ตั้งให้เหมาะสมเป็นสิ่งสำคัญอย่างมาก โดยการแบ่งกลุ่มลูกค้านิยมแบ่งตามรายได้ และอาชีพเพราะการซื้อ

อย่างไรก็ตามข้อได้เปรียบและเสียเปรียบระหว่างคอนโดมิเนียม (อสังหาริมทรัพย์แนวตั้ง) กับทาวน์เฮ้าส์ (อสังหาริมทรัพย์แนวนอน) แสดงดังภาพที่ 1.7

ภาพที่ 1.7 : ตารางแสดงข้อได้เปรียบและเสียเปรียบของคอนโดเนียมและทาวน์เฮ้าส์
(สุมนา อยุโพธิ์ (2544))

คอนโดเนียม	ทาวน์เฮ้าส์
<ul style="list-style-type: none"> • มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆพร้อม ทั้งสระว่ายน้ำ ห้องออกกำลังกาย ห้องอาหาร เป็นต้น • ความมั่นคงและปลอดภัย โดยมีคณะกรรมการบริหารคอนโดเนียมเป็นผู้ดำเนินงาน เป็นข้อได้เปรียบของคอนโดเนียมที่เน้นมาก • เจ้าของห้องพัก หรือผู้อาศัยไม่ต้องทำความสะอาดและดูแลรักษาสมบัติที่เป็นส่วนกลาง เพราะผู้อาศัยได้จ่ายเงินค่าบำรุงรักษากับคณะกรรมการบำรุงรักษาไว้แล้ว 	<ul style="list-style-type: none"> • เจ้าของหรือผู้อยู่อาศัยจะมีความรู้สึกเป็นเจ้าของบ้านมากขึ้น เพราะมีสนามหญ้าและบริเวณเป็นของตนเอง • เหมาะสำหรับคนที่ไม่ต้องการอยู่ในสังคมที่แออัด และมีความเป็นส่วนตัวไม่ปะปนกับผู้อยู่อาศัยหรือเจ้าของบ้านคนอื่น ๆ • เจ้าของหรือผู้อยู่อาศัยสามารถใช้ทาวน์เฮ้าส์ของตนให้เป็นประโยชน์มากขึ้นจากการอาจจะใช้เป็นที่พักพร้อมๆกับการประกอบกิจการได้ ในขณะที่อสังหาริมทรัพย์แนวตั้งไม่สามารถทำได้

สุมนา อยุโพธิ์ (2544) ยังกล่าวอีกว่า ไม่มีธุรกิจใดที่ง่ายไปกว่าการบริการให้เช่า นอกจากใช้เวลาอย่างน้อยแต่ยังสามารถให้ผลตอบแทนที่ดีอีกด้วย ไม่จำเป็นต้องใช้ทุนมาก ทรัพย์สินก็ยังคงเป็นของเรา เราสามารถให้เช่านานแค่ไหนก็ได้ โดยสาเหตุที่ทำให้ไม่ผู้บริโภคจึงนิยมเช่ามากกว่าซื้อ เพราะ ต้องการใช้ชั่วคราว เพื่อผลทางด้านภาษี ต้องการทดลองใช้ งบประมาณที่มีอยู่อย่างจำกัด และไม่ต้องรับผิดชอบเกี่ยวกับค่าซ่อมแซม

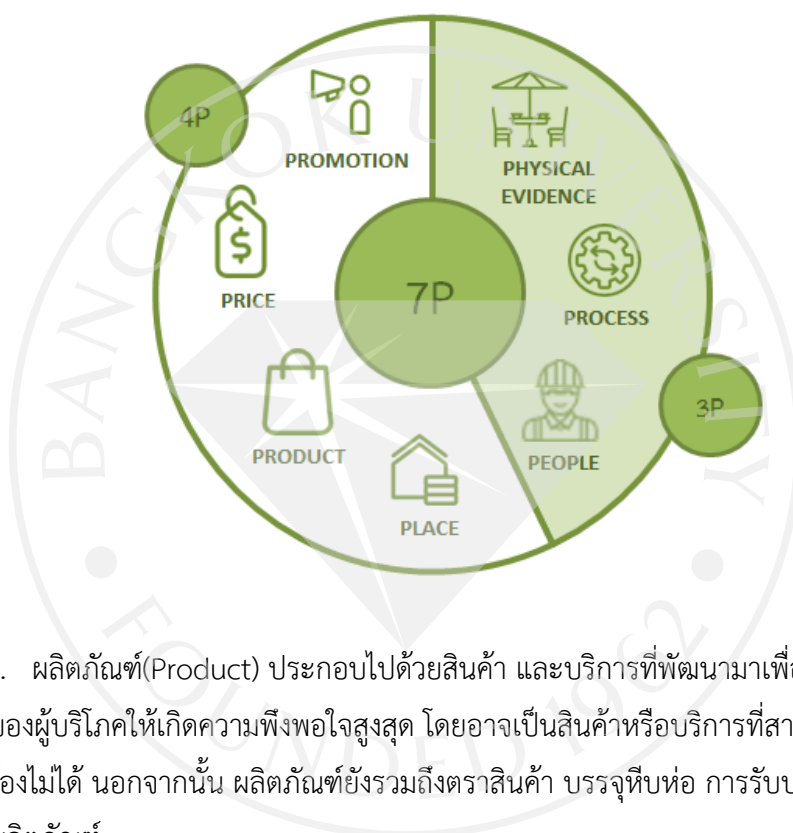
หลักการบริการให้เช่าจะเลือกจากสิ่งที่เราเชี่ยวชาญที่สุด จึงทำให้มีข้อได้เปรียบ ดังนี้

1. ลูกค้าน่าจะคุ้นเคยและรู้จักเราในฐานะที่เป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านนั้น และลูกค้าจะนึกถึงเราเป็นคนแรกเมื่อต้องการใช้สินค้านั้น
2. จากการที่มุ่งทำอย่างใดอย่างหนึ่งทำให้เรากลายเป็นผู้เชี่ยวชาญไปได้ ซึ่งจะนำมาซึ่งต้นทุนสินค้ามีราคาต่ำลง รวมถึงสามารถซ่อมแซมสินค้าได้ด้วยตนเอง
3. เราไม่จำเป็นต้องมีอุปกรณ์เก็บไว้มากมายหลายชนิด เก็บเฉพาะสินค้าที่มีลูกค้าเช่า ทำให้เราไม่มีเหตุการณ์สต็อกของแต่สูญเปล่าเนื่องจากไม่มีลูกค้า
4. เนื่องจากการที่ไม่ต้องสต็อกของมาก ทำให้สามารถเสนอขายบริการที่ไหนก็ได้ แม้แต่บ้านของตนเอง (ไม่ต้องมีร้านค้า หรือสถานที่ใหญ่โต)

2) ส่วนประสมทางการตลาด (The Marketing Mix)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2548) ส่วนประสมทางการตลาด คือ องค์ประกอบส่วนสำคัญในการดำเนินการทางการตลาด เป็นปัจจัยที่ธุรกิจสามารถควบคุมได้ และนำไปวางแผนกลยุทธ์ด้านการตลาดในอนาคตโดยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการมีองค์ประกอบดังภาพที่ 1.8

ภาพที่ 1.8 : ส่วนประสมทางการตลาดบริการ



1. ผลิตภัณฑ์(Product) ประกอบไปด้วยสินค้า และบริการที่พัฒนามาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด โดยอาจเป็นสินค้าหรือบริการที่สามารถจับต้องได้หรือจับต้องไม่ได้ นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์ยังรวมถึงตราสินค้า บรรจุหีบห่อ การรับประกัน และคุณภาพผลิตภัณฑ์
2. ราคา(Price) จำนวนเงินที่ผู้บริโภคต้องชำระให้แก่ธุรกิจเพื่อให้ได้รับสินค้า และบริการ โดยธุรกิจจะเป็นผู้กำหนดราคาให้อยู่ในระดับที่ผู้บริโภคสามารถชำระได้ และนำมาซึ่งผลกำไร
3. การจัดจำหน่าย(Place) การอำนวยความสะดวกในการซื้อสินค้าและบริการแก่ผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้รับความสะดวกสบายสูงสุด
4. การส่งเสริมการตลาด(Promotion) เป็นการกระตุ้นแรงจูงใจ และย้ำเตือนต่อผู้บริโภค มุ่งหวังให้เกิดการตัดสินใจซื้อ และเพิ่มยอดขายให้สูงขึ้นภายในระยะเวลาสั้น

5. พนักงาน(People) ประสิทธิภาพบุคลากรของธุรกิจ เริ่มตั้งแต่การสรรหา คัดเลือก พัฒนาอบรม จูงใจและปลูกฝังลักษณะที่จำเป็นในการให้บริการผู้บริโภค เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคสูงสุด อีกประการหนึ่ง พนักงานเป็นผู้ที่ผู้บริโภคพบเป็นอันดับแรกในการติดต่อกับธุรกิจ ดังนั้นผู้บริโภคจะรับรู้ และเข้าใจในภาพลักษณ์ของธุรกิจจากบุคลิกของพนักงาน

6. กระบวนการ(Process) การอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการมากที่สุด จัดระบบการไหลของการให้บริการให้มีอุปสรรคน้อยที่สุด เนื่องจากการรอคอยการให้บริการนานอาจทำให้ผู้บริโภคเกิดความไม่พอใจได้

7. สิ่งต่างๆภายในสำนักงาน(Physical Evidence) ภาพลักษณ์ของธุรกิจรวมถึงอาคารสำนักงานที่ช่วยสร้างภาพลักษณ์เพื่อให้ผู้บริโภครับรู้และเข้าใจในธุรกิจได้อีกด้วย

1.8.1.3 แนวคิดการบริหารจัดการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

โสภณ พรโชคชัย (2547) กล่าวว่า อสังหาริมทรัพย์ มีความหมายตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 100 ว่า “คือ ที่ดินกับทรัพย์อันติดอยู่กับที่ดินนั้น หรือ ประกอบเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับที่ดินนั้น อนึ่ง คำว่าอสังหาริมทรัพย์ท่านหมายรวมถึง สิทธิทั้งหลายอันเกี่ยวกับกรรมสิทธิ์ในที่ดินนั้นด้วย” โดยลักษณะพิเศษของอสังหาริมทรัพย์คือ ไม่สามารถโยกย้ายไปยังที่อื่นได้ โดยลักษณะเฉพาะจะแล้วแต่ประเภท และทำเล ซึ่งนั้นเกี่ยวข้องกับมูลค่าของมัน โดยเฉพาะที่ดินถือว่าเป็นอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่ไม่มีค่าเสื่อม เหมาะแก่การลงทุนในระยะยาว เพราะไม่สามารถสร้างขึ้นมาใหม่ได้ มีอย่างจำกัด โดยธรรมชาติของมันคือ

1. ราคาอสังหาริมทรัพย์จะขึ้นอยู่กับภาวะเศรษฐกิจเป็นตัวกำหนด หรืออาจเรียกอีกนัยหนึ่งว่า อสังหาริมทรัพย์เป็นตัวแปรตามของเศรษฐกิจ

2. การเปลี่ยนแปลงทั้งทางแง่บวกและลบจะเปลี่ยนแปลงช้า เช่น หากกำลังสร้างหมู่บ้านจัดสรรเริ่มโครงการแล้วแต่เศรษฐกิจค่อยๆซบเซาลง โครงการไม่สามารถหยุดได้ทันจึงเกิดความเสียหายหลังจากสร้างเสร็จ ซึ่งถ้ามองในภาพรวมการถือครองอสังหาริมทรัพย์มีความเสี่ยงมากกว่าการฝากเงินในธนาคาร แต่หากพิจารณาถึงประโยชน์จากการถือครองและใช้สอยแล้วจะถือว่าคุ้มค่ากว่าฝากเงิน

3. เป็นเครื่องแสดงความมั่งคั่งของประเทศและประชาชน โดยถ้าประเทศใดมีผู้ถือครองอสังหาริมทรัพย์กระจายตัวมาก ก็แสดงถึงความเท่าเทียมในการจัดสรรทรัพยากร

4. อสังหาริมทรัพย์ส่วนใหญ่ก็คือบ้านพักอาศัย การขายส่วนใหญ่ลูกค้าก็คือชาวบ้านทั่วไป ดังนั้นการขายอสังหาริมทรัพย์ให้คนต่างชาติเป็นไปได้ค่อนข้างยาก

5. ไม่มีใครสามารถครองตลาดได้ โดยศูนย์ข้อมูลสังหาริมทรัพย์แห่ง AREA (Agency for Real Estate Affairs) สํารวจพบว่า บริษัทอสังหาริมทรัพย์ใหญ่ที่สุดครองส่วนแบ่งการตลาดเพียง 6.5% เท่านั้น

6. มีวัฏจักรที่แน่ชัด มีทั้งยุคเฟื่องฟู ยุคชะลอตัว ยุคตกต่ำ และยุคฟื้นฟู โดย 1 วัฏจักรใช้เวลาาร่วม 10 ปี

ท้ายที่สุดแล้วอสังหาริมทรัพย์คือการลงทุน และการสังสมความมั่งคั่งที่มีผลในระยะยาว แต่ก่อนจะเริ่มต้นพัฒนาที่ดินนักพัฒนาที่ดินควรหาคำตอบให้ตนเองตามคำถาม 4 ประการต่อไปนี้

1. ที่ดินเราน่าไปทำอะไรดี โดยหาคำตอบแรกมาจากสังเกตในละแวกที่ดินเราว่าคนอื่นทำอะไรแล้วประสบความสำเร็จ คำตอบที่สองคือลองหาช่องทางตลาดใหม่ๆหรือใช้นวัตกรรมใหม่เพื่อให้โดนใจผู้ซื้อ และสุดท้ายคำตอบที่สามคือ ทำอะไรแล้วได้ผลตอบแทนสูงสุด
2. ตรงนี้ทำสินค้าอสังหาริมทรัพย์ที่ตั้งใจไว้ได้หรือไม่ หาคำตอบจากการสังเกตละแวกเรามีคนทำหรือไม่ ประสบความสำเร็จไหม กลุ่มเป้าหมายคือใคร ราคาหรือค่าเช่าเท่าไร และลองขาย
3. เจาะลึกจากคำถามข้อสอง คือถ้าสร้างแล้วจะสร้างแบบไหน พื้นที่ใช้สอยเท่าไร องค์ประกอบภายใน ตกแต่ง เป็นยังไง ซึ่งใช้การหาข้อมูลโดยสำรวจจากกลุ่มเป้าหมาย และต้องหากลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน
4. ราคาขายเท่าไร ทั้งคิดจากต้นทุนและเปรียบเทียบกับเจ้าอื่นในละแวกเดียวกัน

ณัฐนันท์ คุณมาจระกุล (2559) นายกสมการการค้าอสังหาริมทรัพย์ระยอง กล่าวในวารสารธนาคารอาคารสงเคราะห์เมื่อวันที่ 19 มกราคม 2559 ว่า สถานการณ์ที่อยู่อาศัยในจังหวัดระยอง ตั้งแต่ปี 2558 ค่อนข้างเงียบเพราะกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่มีหนี้ครัวเรือนค่อนข้างสูง ทำให้ลังเลที่จะตัดสินใจซื้อบ้าน แต่ทั้งนี้ที่อยู่อาศัยประเภททาวน์เฮ้าส์หรือบ้านเดี่ยวขนาดเล็กยังคงค่อนข้างขายดีอยู่ อาจตัดสินใจซื้อช้าหน่อยแต่ก็ยังมีกำลังซื้ออยู่

โดยปัญหาและอุปสรรคสำหรับการพัฒนาที่อยู่อาศัยในระยองจะเป็นเรื่องข้อจำกัดของผังเมืองที่ไม่มีความชัดเจน ผังเมืองรวมออกมาแล้ว แต่ผังเมืองเขตอย่างตำบลยังไม่ออกมา ทำให้คนที่มีความที่ดินไม่แน่ใจ หรือขออนุมัติโครงการต่างๆไม่ได้เพราะไม่รู้ว่อนาคตพื้นที่ตรงนั้นจะเป็นพื้นที่สีอะไร ท้ายที่สุดก็กลัวว่าจะไม่ถูก อย่างผังจัดสรรของโรงงานก็ยังไม่ออกมาไม่เต็ม ผังมาตามจุดที่จะเพิ่มโรงงานจาก 25,000 เป็น 35,000 ก็ยังไม่ชัดเจน แต่เมื่อไหร่ที่แผนออกมาสมบูรณ์ก็จะมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอีกมาก ซึ่งตอนนี้เรื่องผังเมืองเป็นเรื่องเดียวที่ทำให้เรายากลำบาก ส่วนทางด้านสินเชื่อไม่มีปัญหา สถาบันการเงินในระยองยังปล่อยสินเชื่ออย่างต่อเนื่อง

ทิศทางที่อยู่อาศัยในจังหวัดระยองอีก 2-3 ปีข้างหน้าคาดว่าจะมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีปัจจัยสนับสนุน คือ จะมีโรงพยาบาล ศูนย์การค้า มหาวิทยาลัยเพิ่ม เมื่อสิ่งเหล่านี้เข้า คนก็ตามมา ความต้องการที่อยู่อาศัยก็ต้องเพิ่มขึ้น นอกจากนี้โรงงานจะมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น ปตท. ก็จะขยาย นโยบายรัฐก็บอกให้ขยายพื้นที่โรงงาน เมื่อโรงงานขยายตัว คนอีกเป็นแสนๆก็ต้องเข้ามา ความต้องการที่อยู่อาศัยก็ยิ่งเพิ่มขึ้นอีกแน่นอน

1.8.1.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นเรศ วณิชกุล และคณะ (2555) ทำการศึกษาเหตุผลในการเลือกใช้บริการเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระยอง โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา ผู้วิจัยใช้วิธีเลือกแบบเจาะจงกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระยองที่เป็นคนไทยเท่านั้น ซึ่งการแจกแบบสอบถาม ณ เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ 8 แห่ง ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience sampling) ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุต่ำกว่า 30 ปี สถานภาพโสด อาชีพส่วนใหญ่คือพนักงานบริษัท/เอกชนมากที่สุด และมีระดับการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป ส่วนรายได้มากที่สุดจะอยู่ที่ 20,001-30,000 บาท ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้บริโภคที่มีลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีเหตุผลในการเลือกใช้บริการเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์แตกต่างกัน

ธนาทิพย์ รัตนสุธีรานนท์ (2555) ทำการศึกษาแนวทางการวางแผนและออกแบบโครงการบ้านเช่าระยะยาวสำหรับบุคลากรข้ามชาติชาวญี่ปุ่น ที่ตอบสนองต่อความต้องการของคนญี่ปุ่นทั้งด้านทำเลที่ตั้ง ความปลอดภัย การบริการ ทัศนียภาพ และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการโดยในโครงการบ้านเช่าระยะยาวสำหรับบุคลากรข้ามชาติชาวญี่ปุ่นนี้จะออกแบบภายใต้แนวคิดการเปลี่ยนแปลงตามฤดูกาลโดยการใช้พืชพรรณที่ออกดอกในช่วงเวลา และสีที่แตกต่างกัน มีพื้นที่รองรับการทำกิจกรรมต่อพฤติกรรมของชาวญี่ปุ่นที่มาทำงานในประเทศไทย เช่น สนามมินิโกลฟ์ สนามเทนนิส สปา สถานรับเลี้ยงเด็กเล็ก บริการซักรีด เป็นต้น โดยผลงานการออกแบบได้คำนึงถึงข้อจำกัดของพื้นที่ และศักยภาพของธรรมชาติที่มีอยู่เพื่อสนองต่อแนวคิดโครงการให้เกิดความดึงดูดต่อบุคลากรข้ามชาติชาวญี่ปุ่นให้มากที่สุด

อิษฎา ละเอียด (2558) ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจต่อคุณลักษณะของพาร์ทเมนท์และการบอกต่อ โดยมีความพึงพอใจโดยรวมของผู้เช่าเป็นตัวแปรส่งผ่าน โดยการวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ที่พักอาศัยอยู่ในวรรระกาอพาร์ทเมนท์ทั้งหมด 140 ตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานคือ การวิเคราะห์ถดถอยแบบลดหลั่น (Hierarchical regression analysis) ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-30 ปี สถานภาพโสด และมีสำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี อาชีพส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท สรุปผลการวิเคราะห์พบว่า ความพึงพอใจโดยรวมต่อคุณลักษณะพาร์ทเมนท์อยู่ในระดับมาก และผู้เช่าคิดว่าการตัดสินใจเช่าหอพักแห่งนี้เป็นการตัดสินใจที่ถูกต้อง และจะแนะนำบอกต่อแก่บุคคลอื่นเพื่อให้เลือกใช้บริการที่วรรระกาอพาร์ทเมนท์



1.8.2 การดำเนินการวิจัย

ในการจัดทำแผนธุรกิจนี้ได้มีการทำวิจัยการตลาดแบบการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (Indepth Interview) มีรายละเอียดดังนี้

1.8.2.1 การวิจัยเชิงคุณภาพ

1) วัตถุประสงค์ของการวิจัย

วัตถุประสงค์ของการวิจัยการตลาดนี้เพื่อศึกษาถึงปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเช่าบ้าน และ ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการเช่าบ้าน

2) ผู้ให้ข้อมูล

ผู้ให้ข้อมูลสำหรับการวิจัยนี้ แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ

1. ผู้เช่าบ้านในพื้นที่ อ.เมือง จ.ระยอง จำนวน 4 คน
2. เจ้าของบ้านเช่าที่มีบ้านให้เช่าใน อ.เมือง จ.ระยอง จำนวน 2 คน

3) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการสัมภาษณ์ได้ใช้แบบสัมภาษณ์ในการเก็บข้อมูล 2 ชุด สำหรับผู้ให้ข้อมูลที่แตกต่างกัน (ภาคผนวก ก) ดังนี้

แบบสัมภาษณ์ชุดที่ 1 สำหรับผู้เช่าบ้าน

ประกอบด้วย 2 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเพื่อให้ทราบถึงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน และ ค่าเช่าบ้าน

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเพื่อให้ทราบถึงปัจจัย และเหตุผลในการเลือกเช่าบ้าน ประกอบด้วยประเด็นคำถามดังนี้

1. แรงจูงใจในการตัดสินใจเลือกเช่าบ้าน
2. เกณฑ์การตัดสินใจในการเลือกเช่าบ้านแต่ละหลัง
3. ความต้องการเกี่ยวกับบ้านเช่า

แบบสัมภาษณ์ชุดที่ 2 สำหรับเจ้าของบ้านเช่า

ประกอบด้วย 2 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเพื่อให้ทราบถึงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์ ได้แก่ เพศ อายุ จำนวนบ้านเช่าที่มี และจำนวนปีที่เริ่มต้นให้เช่าบ้านมา

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเพื่อให้ทราบถึงเกณฑ์การเลือกผู้เช่า ปัญหาที่เจอและการแก้ไขประกอบด้วยประเด็นคำถามดังนี้

1. เกณฑ์การตัดสินใจเลือกผู้เช่า
2. ปัญหา อุปสรรคที่พบเจอ และวิธีการแก้ไขปัญหา
3. แนวคิดในการขยายการลงทุนเพิ่ม

4) การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

5) สรุปผลการวิจัย

3.1 ผลจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้เช่าบ้าน สามารถสรุปได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์

ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 4 คน แบ่งเป็นชาย 3 คน หญิง 1 คน มีอาชีพวิศวกร นักเคมี และนักเทคนิค อายุโดยเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 23-26 ปี มีรายได้ตั้งแต่ 30,000 - 65,000 บาท เช่าบ้านราคา 4,000 - 22,000 บาท โดยมีการจ่ายค่ามัดจำ 2 เดือนและมีค่าใช้จ่ายแรกเข้าจากค่าประกันหรือจ่ายล่วงหน้า 1 เดือน ค่าใช้จ่ายในการเช่าบ้านต่อเดือนสำหรับ 1 คน ประมาณ 5,000-11,000 บาท

ส่วนที่ 2 ปัจจัยในการเลือกเช่าบ้าน และเหตุผลในการตัดสินใจเลือกเช่าบ้าน

ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 4 คน มีแรงจูงใจในการตัดสินใจที่จะเช่าบ้านเดียวกันคือ ต้องการพื้นที่ทำกิจกรรมต่างๆแล้วแต่ความชอบส่วนตัว ไม่ว่าจะเป็นทำกับข้าว รับแขก ปลูกต้นไม้ จึงเลือกที่จะเช่าบ้าน แต่ในรายละเอียดของผู้ให้สัมภาษณ์แต่ละคนจะให้แตกต่างกันไปตามความชื่นชอบส่วนตัว ส่วนในเรื่องเกณฑ์การตัดสินใจเลือก ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 4 ต่างสนใจในเรื่องทั้งเรื่องทำเลต้องอยู่ในโซนที่ต้องการ ราคาต้องไม่เกินงบประมาณที่ตั้งไว้ สภาพแวดล้อมโดยรอบต้องยอมรับได้ สภาพต้องไม่สกปรก หรือเก่าโทรมมากเกินไป นั่นคือ ไม่เปลี่ยวมากนัก ค่อนข้างสงบ มีร้านค้า

ห้างสรรพสินค้า โรงพยาบาล และสถานที่ต่างๆที่สำคัญอยู่ในระยะที่ไม่ไกลมาก ซึ่งทั้งหมดที่กล่าวมา จะผู้เช่าจะชั่งน้ำหนักหาความคุ้มค่า และบ้านที่ตอบสนองความต้องการที่สุดก่อน ซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์แต่ละคนมีความต้องการแตกต่างกันออกไปตามความชื่นชอบ และความต้องการส่วนตัว

โดยผู้เช่าคนที่ 1 กล่าวว่า การเช่าบ้านที่มีเฟอร์นิเจอร์จะทำให้ค่าเช่าแพง ฉะนั้นสิ่งที่มองหาอย่างแรกคือ บ้านต้องไม่มีเฟอร์นิเจอร์ และมองว่าการซื้อ หรือขนาเองคุ้มค่ากว่า และต้องการให้ครัวมีระบบระบายอากาศที่ดี เพราะเวลาทำอาหารมีกลิ่นรบกวนภายในบ้าน ตลอด สุดท้ายคือสภาพแวดล้อมของบ้านเช่าค่อนข้างเปลี่ยว แต่เมื่อชั่งน้ำหนักกับทำเลที่ใกล้ที่ทำงาน มากก็ทำให้ตัดสินใจเลือกบ้านหลังนี้

ในขณะที่ผู้เช่าคนที่ 2 ที่มีประสบการณ์ไม่ดีจากการอยู่หอพัก นั่นคือโดน โกงค่าน้ำค่าไฟ ทำให้ต้องเปลี่ยนใจมาเช่าบ้านตั้งแต่สมัยเรียนจนถึงปัจจุบัน ซึ่งผู้เช่ารายนี้พึงพอใจกับ บ้านเช่าหลังปัจจุบัน เนื่องจากอยู่ใกล้ที่ทำงาน อยู่ในโซนชุมชนมีร้านค้า ไม่เปลี่ยว บ้านเป็นสัดส่วน ชัดเจน มีเตียงนอนพร้อมฟูก มีแอร์ เมื่อเปรียบเทียบกับราคาถือว่าคุ้มค่า ถึงแม้จะไกลหากต้องเดินทางเข้าเมือง หรือไปห้างสรรพสินค้า แต่ทำเลใกล้ที่ทำงาน และชั่งน้ำหนักกับข้อดีอื่นๆทำให้ตัดสินใจเลือกที่นี่ได้ไม่ยาก

ในขณะที่ผู้เช่าคนที่ 3 เป็นผู้เช่าผู้หญิงที่พักอาศัยกับเพื่อน มีความชื่นชอบในการทำอาหาร จึงชื่นชอบครัวของบ้านที่มีขนาดใหญ่ และชื่นชอบที่หน้าบ้านมีกันสาด และปูกระเบื้อง ทั้งหมด บ้านในแหล่งชุมชน และไม่ไกลจากที่ทำงานมาก แต่ไกลจากห้างสรรพสินค้า ผู้ให้สัมภาษณ์ รายนี้บอกว่า จริงๆตอนจะเช่าดูไว้ 2-3 หลัง แต่ละหลังมีข้อดีข้อเสียต่างกัน บางหลังมัดจำสูงไป บางหลังไม่มีเฟอร์นิเจอร์ บางหลังค่าเช่าแพง สุดท้ายเลือกหลังนี้ถึงแม้ทำเลจะไม่ใกล้ที่ทำงานมากเท่าที่อื่น แต่เมื่อเทียบกับเรื่องราคา และองค์ประกอบอื่นๆ ถือว่าคุ้มค่าที่สุด

ในขณะที่ผู้เช่าคนที่ 4 เช่าบ้านอยู่ใจกลางเมือง ซึ่งไกลจากที่ทำงานประมาณหนึ่ง ทำเลโดยรอบมีทั้งห้างสรรพสินค้า โรงพยาบาล ตลาด และอื่นๆ บ้านอยู่ในโครงการจัดสรร ค่าเช่า ค่อนข้างสูง แต่หารกับแม่คนละครึ่ง กึ่งๆเช่าอยู่ทั้งครอบครัว เพราะว่าญาติ 5-6 คนมาพักอาศัยด้วย ค่อนข้างบ่อย แรกเริ่มมองหาแต่ละหมู่บ้านจัดสรรที่น่าสนใจ มองทั้งสภาพบ้าน ภาพลักษณ์ และ ระบบการจัดการต่างๆ ตั้งงบไว้ไม่เกิน 30,000 บาท บ้านต้องอายุไม่เกิน 5 ปี มีเฟอร์นิเจอร์ ที่ชื่นชอบ ในบ้านหลังนี้คือ ห้องนอนมีห้องน้ำในตัวทุกห้อง ส่วนที่ไม่ค่อยชอบเท่าไรคือ ครัวอยู่ในบ้าน ทำให้มี กลิ่นรบกวนในบ้านเวลาทำอาหาร ต้องแก้ปัญหาโดยการใส่เตาปิ้งนิกทำอาหารนอกบ้าน ในส่วนของการซ่อมแซมบ้านกรณีมีการชำรุดเสียหายผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 4 กล่าวว่า ผู้เช่าเป็นผู้ซ่อมเองในส่วนของ การทำสัญญาผู้เช่า 3 คนแรก มีการทำสัญญาปีต่อปี ในสัญญาไม่ได้ระบุอะไร แต่ผู้เช่าคนที่ 4 มีการ

ทำสัญญา 2 ปี มีรายละเอียดสัญญาคือรูปถ่ายสภาพบ้าน เขียนระบุวัน และกำหนดว่าต้องส่งมอบบ้านคืนในสภาพเดิมตามรูป ซึ่งผู้เช่าคนที่ 4 ขึ้นชอบการทำสัญญารูปแบบนี้ เพราะไม่จุกจิกดี

3.2 พฤติกรรมเช่าบ้านของกลุ่มผู้เช่าบ้านในความเห็นของเจ้าของบ้านเช่า

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์

จากผู้ให้สัมภาษณ์ ทั้งหมด 2 คน คนแรก เพศหญิง อายุ 57 ปี ทำบ้านเช่ามา 5 ปี มีให้เช่าทั้งหมด 10 หลัง แบ่งเป็นในหมู่บ้านจัดสรร 6 หลัง นอกหมู่บ้านจัดสรร 4 หลัง ได้รายรับจากการให้เช่าบ้านประมาณ 45,000-50,000 บาท และผู้ให้สัมภาษณ์คนที่สอง เพศหญิง อายุ 60 ปี ทำบ้านเช่ามาแล้วประมาณ 18-19 ปี มีให้เช่าทั้งหมด 14 หลัง แบ่งเป็นในหมู่บ้านจัดสรร 7 หลัง นอกหมู่บ้านจัดสรร 7 หลัง ได้รายได้ประมาณ 70,000-80,000 บาทต่อเดือน แรกเริ่มของผู้ให้สัมภาษณ์ ทั้ง 2 แตกต่างกัน ผู้ให้สัมภาษณ์รายแรกเริ่มต้นจากการพยายามหารายได้สำหรับชีวิตวัยเกษียณ ในขณะที่ผู้ให้สัมภาษณ์รายที่สองมองหาแนวทางการออมเงินที่นอกเหนือจากการเก็บเงินสดฝากธนาคาร แต่เปลี่ยนมาเป็นการลงทุนในบ้านเพื่อให้เช่าและเก็งกำไรในระยะยาว

ส่วนที่ 2 ปัจจัยในการเลือกผู้เช่า ปัญหาจากผู้เช่า และการแก้ไขปัญหา

ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 2 ต่างพยายามมองหาผู้เช่าจากคนรู้จักทั้งสิ้น เพื่อป้องกันปัญหาต่างๆที่อาจเกิด ทั้งเรื่องการค้างค่าเช่า บ้านชำรุดเสียหาย บ้านสกปรก หรือย้ายหนี เพราะหากผู้เช่าเป็นคนที่รู้จัก หรือติดต่อผ่านทางคนรู้จักจะสามารถพูดคุยแก้ไขปัญหาได้ง่ายกว่า อีกทั้งยังรู้ถึงพื้นเพอาชีพ รายได้ต่างๆเพื่อทางเจ้าของบ้านจะได้คัดเลือกผู้เช่าที่ดูแล้วมีแนวโน้มจะมีปัญหาน้อยที่สุดได้ ซึ่งปัญหาที่กล่าวมาข้างต้นผู้ให้สัมภาษณ์คนแรกพบเจอมาทุกกรณีแต่อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้และไม่ก่อให้เกิดการขาดทุนใดๆ มีการตักเตือน หากเกินลิมิตจะมีการให้ออก และยึดเงินมัดจำ ในขณะที่ผู้ให้สัมภาษณ์รายที่ 2 มีปัญหาเล็กน้อยในเรื่องความสะอาด แต่ไม่ได้เข้าไปตักเตือน เพราะท้ายที่สุดก็มีการยึดเงินมัดจำบางส่วนมาจัดการเวลาผู้เช่าย้ายออก ซึ่งเงินมัดจำนั้นเพียงพออยู่แล้ว ในขณะที่กรณีบ้านมีการชำรุดเสียหาย ผู้ให้สัมภาษณ์รายที่ 1 จะมองเป็นกรณี หากชำรุดเพราะหมู่บ้าน หรือเพราะเจ้าของเองจะซ่อมแซมให้ แต่ถ้าเพราะผู้เช่า จะให้ผู้เช่าซ่อมแซมเอง ในขณะที่ผู้ให้สัมภาษณ์รายที่ 2 ให้ผู้เช่าเป็นผู้ซ่อมเองทั้งหมด แต่มีการซื้อของให้เพื่อให้สภาพบ้านไม่เปลี่ยนไปจากเดิม ในเรื่องการเพิ่มบ้านเช่าผู้ให้สัมภาษณ์รายแรกมองว่าบ้านเช่าและรายรับที่มีอยู่เพียงพอแล้ว ไม่ได้สนใจลงทุนเพิ่ม เพราะดูแลไม่ไหว ในขณะที่ผู้ให้สัมภาษณ์รายที่ 2 มองว่า ความต้องการมันยังมีอยู่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ถึงแม้จะได้เงินน้อย แต่ได้เรื่อยๆ ไม่ต้องลงแรง ความเสี่ยงต่ำ และยังได้ในระยะยาวอีกด้วย

บทที่ 2

การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ

บทนี้เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายใน และการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจภายใต้ แนวคิดและทฤษฎีเรื่อง SWOT Analysis ของ Albert Humphrey (1960) และ แนวคิดและทฤษฎีเรื่อง PESTEL Analysis ของ Francis J. Aguilar (1967) เพื่อนำมาสรุปเป็นปัจจัยเสี่ยงต่อการดำเนินงานของธุรกิจดังรายละเอียดเป็นรายชื่อต่อไปนี้

2.1 ทฤษฎีเรื่อง SWOT Analysis

SWOT เป็นหลักการวิเคราะห์เพื่อใช้ในการประเมินสถานการณ์ และวางแผนกลยุทธ์ รวมถึงเพื่อตรวจสอบสภาพองค์กรทั้งภายใน และภายนอก โดยประกอบไปด้วย จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค เพื่อแก้ไขปัญหภายใน และภายนอกให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด

การวิเคราะห์จากปัจจัยภายในเป็นการวิเคราะห์จุดแข็ง และจุดอ่อนของธุรกิจ เพื่อให้เห็นถึงความสามารถที่ดีมีประสิทธิผลขององค์กร รวมถึงเพื่อให้เห็นข้อด้อย หรือจุดบกพร่องเพื่อได้รับการแก้ไข

การวิเคราะห์จากปัจจัยภายนอกเป็นการวิเคราะห์จากโอกาส และอุปสรรค เพื่อให้มองเห็นหนทาง หรือโอกาสที่จะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ รวมถึงเพื่อให้มองเห็นถึงปัจจัยที่ขัดขวางการทำงานขององค์กร

2.2 ทฤษฎีเรื่อง PESTEL Analysis

PEST Analysis คือเครื่องมือที่ใช้วิเคราะห์แนวโน้ม และภาพรวมของธุรกิจในอนาคต โดยอาศัยข้อมูลต่างๆที่เป็นปัจจัยภายนอกที่เราไม่สามารถควบคุมได้ ซึ่งประกอบไปด้วย ปัจจัยนโยบายและการเมือง ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ปัจจัยทางสภาพสังคม และปัจจัยทางเทคโนโลยี ซึ่ง PEST จะมีหลากหลายรูปแบบซึ่งในที่นี้ ผู้จัดทำได้นำปัจจัยทางสภาพแวดล้อม และปัจจัยทางด้านกฎหมายเข้าร่วมด้วย ซึ่งจะกลายเป็น PESTEL Analysis

2.3 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค

2.3.1 จุดแข็ง

ผู้บริหารอยู่ในแวดวงการให้เช่าอสังหาริมทรัพย์มากกว่า 20 ปี ทำให้มีพันธมิตรมากมายหลายแขนงทั้งในส่วนการก่อสร้าง และส่วนการบริหารจัดการโครงการให้สามารถดำเนินการไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งประกอบไปด้วย ผู้รับเหมาก่อสร้าง แม่บ้าน บริษัทรักษาความปลอดภัย และพันธมิตรจากบริษัทเอกชนต่างๆในจังหวัดระยองเพื่อสรรหาผู้เช่าให้แก่โครงการ เป็นต้น จุดแข็งอีกด้านจะเป็นการลงทุนที่ใช้เงินผู้บริหารทั้งหมดซึ่งเป็นเงินเย็น ทำให้ไม่มีภาระหนี้สิน และดอกเบี้ย รวมถึงทำเลที่ตั้งที่โครงการตั้งอยู่บนทำเลที่ดีมีศักยภาพเนื่องจากตั้งอยู่ในอำเภอเมือง เดินทางสะดวกสบายแต่ไม่แออัด หรือพลุกพล่านเหมาะแก่การพักอยู่อาศัย พร้อมกับวิวทิวทัศน์ที่ร่มรื่นเงียบสงบ ใช้เวลาจากสถานที่ตั้งโครงการถึงห้างสรรพสินค้าชั้นนำอย่าง บิ๊กซี และเซนทรัล เพียง 7 นาที ตลาดสดขนาดใหญ่ใจกลางเมืองระยอง ขนส่งจังหวัด เพียง 15 นาที นิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด ไออาร์พีซี และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ เพียง 20 นาที

2.3.2 จุดอ่อน

ถึงแม้ผู้บริหารจะอยู่ในแวดวงการให้เช่าอสังหาริมทรัพย์ และมีเครือข่ายพันธมิตรในทุกๆส่วนเพื่อทำโครงการให้แล้วเสร็จ แต่ประสบการณ์การดูแลโครงการที่ประกอบด้วยผู้อาศัยมากถึง 30 หลังคาเรือนย่อมเป็นเรื่องยาก และเป็นความท้าทายของผู้บริหารที่ไม่มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการคนหมู่มากเช่นนี้ การจัดการกับความเสี่ยต่างๆ ทั้งการวางแผนรับมือ และการแก้ไขปัญหาต่างๆอาจไม่ตรงจุดอันเนื่องมาจากการขาดประสบการณ์ รวมถึงงบประมาณการลงทุนที่สูงแต่คืนทุนช้าเนื่องจากเป็นโครงการการลงทุนในระยะยาว และไม่มีการกั๊ยืมอาจทำให้โครงการอาจขาดสภาพคล่องในช่วงแรกได้หากวางแผนต่างๆไม่รอบคอบ และจุดอ่อนอีกด้านหนึ่งคือ ทำเลที่ตั้งถึงแม้ที่ตั้งจะอยู่ในอำเภอเมือง และใกล้สถานที่สำคัญต่างๆ แต่โครงการไม่ได้ตั้งอยู่บนถนนสุขุมวิท โครงการตั้งอยู่บนถนนทางหลวงสาย 36 หรือที่เรียกกันว่าถนนเลี้ยวเมือง ทำให้ไม่มีรถบริการสาธารณะผ่านโครงการ ในส่วนนี้อาจส่งผลให้คนที่ไม่มีรถยนต์ส่วนตัวไม่สนใจที่จะเช่าบ้านอยู่ในโครงการนี้

2.3.3 โอกาส

สืบเนื่องจากแผนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับการพัฒนาพื้นที่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก Thailand's Eastern Economic Corridor, EEC (ข้อมูลจาก การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, กนอ.) โดยประกอบด้วย 4 หัวข้อหลักและเกี่ยวข้องกับธุรกิจบ้านเช่ารายเดือนดังต่อไปนี้

1. พัฒนาให้เป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษที่ดีที่สุดและทันสมัยที่สุดในภูมิภาคอาเซียน และผลักดันให้ภาคตะวันออกเป็นจุดศูนย์กลางระดับโลกทั้งด้านการลงทุน และสถานที่ท่องเที่ยว วางฐานอุตสาหกรรมด้านพลังงาน และโครงสร้างพื้นฐานการขนส่งที่เพียบพร้อมเชื่อมผ่านเส้นทางสายหลัก ท่าเรือพาณิชย์แหลมฉบัง สนามบินอู่ตะเภา และท่าเรืออุตสาหกรรมมาบตาพุด
2. แผนพัฒนาเพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งของโครงข่ายด้านการเชื่อมโยงในอนาคตอันประกอบไปด้วยท่าเทียบเรือน้ำลึกแหลมฉบัง รถไฟฟ้าความเร็วสูง (กรุงเทพ-ระยอง) สนามบินอู่ตะเภา รถไฟรางคู่เชื่อมโยงท่าเรืออุตสาหกรรมมาบตาพุด มอเตอร์เวย์มาบตาพุด และท่าเรืออุตสาหกรรมมาบตาพุด รวมถึงกำหนดให้ ฉะเชิงเทรา ชลบุรี และระยอง เป็นเมืองแห่งความสมดุลของสถานที่ทำงานและที่พักอาศัย และวางให้จังหวัดระยองเป็นที่ตั้งของอุตสาหกรรมปิโตรเคมีและอุตสาหกรรมพลังงาน และให้มาบตาพุดเป็น 1 ใน 5 ด้านอุตสาหกรรมปิโตรเคมีในทวีปเอเชีย และเป็นศูนย์กลางด้านโรงกลั่นน้ำมัน และพลังงานในประเทศไทย รวมถึงพัฒนาสู่การเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมชีวภาพ
3. พื้นฐานที่แข็งแกร่งของเมืองแห่งอุตสาหกรรมและฐานการผลิตระดับโลก โดยนิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุดเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมปิโตรเคมีชั้นนำด้วยกำลังการผลิตติดอันดับ 1 ใน 5 ของทวีปเอเชีย มูลค่าการลงทุน 13,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เป็นฐานการผลิตพลาสติก ยาง และพอลิเมอร์สำหรับอุตสาหกรรมเพื่อเพิ่มมูลค่า
4. ยกระดับอุตสาหกรรมสู่อนาคตโดยพัฒนาจาก 5 อุตสาหกรรมเดิมที่มีความแข็งแกร่ง ประกอบด้วย อุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่ อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งทั้ง 2 อุตสาหกรรมจะพัฒนาไปสู่อุตสาหกรรมหุ่นยนต์เพื่อการอุตสาหกรรม อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดีและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพพัฒนาไปสู่อุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร และอุตสาหกรรมการบินและโลจิสติกส์ อุตสาหกรรมปิโตรเคมีและผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พัฒนาไปสู่อุตสาหกรรมเชื้อเพลิงชีวภาพและเคมีชีวภาพ และอุตสาหกรรมดิจิทัล

ซึ่งจากทั้ง 4 ข้อที่กล่าวมาข้างต้นส่งผลต่อจำนวนประชากรแฝงที่เข้ามาทำงานในจังหวัดระยองที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งนับเป็นโอกาสของผู้ประกอบการและนักลงทุนในการทำธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ให้เช่า เพราะความต้องการที่พักอาศัยย่อมมากขึ้นตามประชากรที่เพิ่มขึ้นตามลำดับ ประกอบกับทำเลที่ตั้งของโครงการนี้อยู่ไม่ไกลจากนิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุดใช้เวลาเดินทางไม่เกิน 20 นาที ทำให้ที่ดินผืนนี้เป็นที่ดินที่มีศักยภาพในการทำโครงการบ้านเช่า

2.3.4 อุปสรรค

ปัจจัยทางด้านกฎหมายยังคงเป็นอุปสรรคต่อผู้ประกอบการบ้านเช่า เนื่องจากกฎหมายที่ไม่ค่อยคุ้มครองผู้ประกอบการมากนักแต่คุ้มครองผู้เช่าค่อนข้างมาก ทำให้อาจมีช่องโหว่ของสัญญาเช่าที่จะทำให้ผู้เช่าเอาเปรียบผู้ประกอบการได้ รวมถึงปัญหาจากการเมืองและเศรษฐกิจที่อาจส่งผลกระทบต่อต้นทุนการก่อสร้างโครงการ ทำให้โครงการอาจต้องแบกรับค่าใช้จ่ายที่เพิ่มมากขึ้น

2.4 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายในธุรกิจ

2.4.1 ปัจจัยด้านการบริหาร

สถานการณ์ โครงการคืออสังหาริมทรัพย์เป็นธุรกิจให้บริการบ้านเช่ารายเดือนซึ่งดำเนินการในรูปแบบโครงการจัดสรรขนาดเล็ก(พิเศษ) ภายในโครงการประกอบด้วยบ้านเช่า 30 หลัง ซึ่งนับเป็นความท้าทายของผู้บริหาร เนื่องจากผู้บริหารมีประสบการณ์เพียงแค่อสังหาริมทรัพย์ให้เช่าเท่านั้น แต่ไม่มีประสบการณ์การบริหารโครงการจัดสรร ซึ่งสิ่งนี้อาจเป็นจุดอ่อนในการดำเนินธุรกิจ

ผลกระทบ ผู้บริหารวางแผนรับมือกับความเสี่ยงในด้านต่างๆที่อาจเกิดขึ้น รวมถึงการแก้ปัญหาไม่ตรงจุดอันเนื่องจากขาดประสบการณ์ ส่งผลให้ผู้เช่าอาจไม่พึงพอใจกับการบริหารจัดการต่างๆ ทำให้ผู้เช่าอาจไม่ต่อสัญญาเช่า เข้าในระยะเวลานาน หรืออาจเกิดการบอกต่อในแง่ลบกับโครงการทำให้โครงการไม่มีผู้เช่า เกิดเหตุการณ์บ้านว่าง และขาดรายได้

2.4.2 ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง

สถานการณ์ โครงการดิวตี้ฟร้อมตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมืองระยอง ใกล้แหล่งชุมชน ใกล้สถานที่สำคัญต่างๆ แต่หลีกเลี่ยงปัญหาจากการเดินทางไม่ได้ เนื่องจากโครงการตั้งอยู่บนถนนทางหลวงสาย 36 หรืออาจเรียกว่าถนนเลียบเมือง ซึ่งจังหวัดระยองเป็นจังหวัดที่รถบริการสาธารณะไม่ได้ครอบคลุมทุกพื้นที่ จะมีเพียงแค่นถนนสุขุมวิทเป็นหลักเท่านั้น ส่งผลให้ทำเลที่ตั้งโครงการไม่มีรถบริการสาธารณะเข้าถึง รวมถึงจุดรับ-ส่งพนักงานของรถบริการของโรงงานอุตสาหกรรมอยู่ตามถนนสุขุมวิทเช่นเดียวกัน

ผลกระทบ ลูกค้าที่ไม่มีรถยนต์ส่วนตัวเกิดความไม่สะดวกที่จะเข้าพบกับโครงการ ส่งผลให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายมีขนาดเล็กลง ผลคือหากทำการตลาดไม่ดี โครงการอาจมีผู้เช่าไม่เต็มจำนวน

2.4.3 ปัจจัยด้านการเงิน

สถานการณ์ โครงการดิวตี้ฟร้อมมีบ้านทั้งหมด 30 หลัง เงินลงทุนที่ใช้จึงสูง แต่สามารถทยอยสร้างตามความต้องการของตลาด อีกทั้งยังสามารถทยอยเปิดรับผู้เช่าเพื่อสร้างรายได้ได้หลังจากก่อสร้างเสร็จบางส่วน อีกทั้งเงินลงทุนยังเป็นเงินจากผู้บริหารทั้งหมด ทำให้ไม่มีภาระหนี้สินที่เกิดขึ้น

ผลกระทบ อาจเกิดปัญหาด้านสภาพคล่องทางการเงินภายในธุรกิจ อันเนื่องมาจากการใช้เงินลงทุนสูง แต่จะเกิดผลกระทบด้านบวกเนื่องจากไม่ต้องแบกรับภาระดอกเบี้ย

2.4.4 ปัจจัยด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์

สถานการณ์ โครงการดิวตี้ฟร้อมมีบุคลากรเพียง 5 คน ซึ่งเป็นพันธมิตรกันทั้งสิ้น ซึ่งบุคลากรทั้ง 5 คนทำงานร่วมกันมานาน ทำให้สามารถทำงานร่วมกันได้อย่างกลมกลืน มีเป้าหมาย และทิศทางในการดำเนินการเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

ผลกระทบ บุคลากรอาจไม่เพียงพอต่อธุรกิจในช่วงแรกของการดำเนินการ

2.4.5 ปัจจัยด้านการตลาด

สถานการณ์ โครงการดิวตี้ฟร้อมมีการทำการตลาดโดยตรงไปยังกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้พันธมิตรเป็นหลักในการสรรหาผู้เช่า เพื่อให้พันธมิตรเหล่านั้นคัดกรองผู้เช่าที่มีคุณภาพ และหากมีปัญหาภายหลังสามารถติดตามเพื่อพูดคุยได้

ผลกระทบ ถ้าหากเกิดการกระทบกระทั่งกับความสัมพันธ์ อาจจะทำให้ธุรกิจขาดพันธมิตรได้ ส่งผลให้ขาดผู้สรรหาผู้เช่าให้แก่โครงการ

2.5 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายนอกธุรกิจ

2.5.1 ปัจจัยทางนโยบาย และการเมือง

สถานการณ์ ถึงแม้ว่านโยบายของรัฐบาลจะมีแผนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานรองรับการพัฒนาพื้นที่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ซึ่งหลังจากแผนพัฒนาแล้วเสร็จจะส่งผลให้จำนวนประชากรแฝงในจังหวัดเพิ่มขึ้นสูง และความต้องการที่อยู่อาศัยเพิ่มสูงขึ้น แต่นโยบายของรัฐบาลที่มีการส่งเสริมการควบคุมการปล่อยมลพิษต่างๆ และมีแนวคิดการจัดเก็บภาษีสิ่งแวดล้อม เพื่อให้โรงงานอุตสาหกรรมลดการปล่อยของเสีย และมลพิษต่างๆสู่สิ่งแวดล้อมนั้นก็ส่งผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายของโรงงานอุตสาหกรรมที่เพิ่มสูงขึ้นเช่นกันซึ่งระหว่างที่แผนพัฒนาภาคตะวันออกยังไม่แล้วเสร็จอาจส่งผลในเชิงลบแก่โครงการ รวมถึงนโยบายค่าแรงขั้นต่ำ 300 บาทที่ส่งผลกระทบต่อต้นทุนของธุรกิจ

ผลกระทบ นโยบายการจัดเก็บภาษีสิ่งแวดล้อมกระทบต่อรายได้ของพนักงานบริษัทในบางส่วนเช่น โรงงานอุตสาหกรรมลดการให้อิโอทีพนักงาน เป็นต้น หรือแม้แต่จำนวนพนักงานบริษัทอาจลดลงอันเนื่องมาจากโรงงานอุตสาหกรรมต้องการลดภาระค่าใช้จ่าย ซึ่งนั่นส่งผลกระทบต่อโครงการดิวตี้ฟรอมเทรดทำให้ฐานลูกค้าของธุรกิจมีขนาดเล็กลง หรือ ฐานลูกค้ามีงบประมาณในการเช่าที่พักอาศัยน้อยลงอันเนื่องมาจากโอทีที่ลดลง อีกทั้งทางโครงการต้องแบกรับภาระต้นทุนค่าใช้จ่ายของโครงการที่เพิ่มสูงขึ้น

2.5.2 ปัจจัยทางเศรษฐกิจ

สถานการณ์ สถานการณ์เศรษฐกิจปัจจุบันที่มีผันผวนทั้งอัตราการแลกเปลี่ยน ราคาน้ำมันดิบ ราคาน้ำมันภายในประเทศ ซึ่งในปี 2017 ราคาน้ำมันดิบในตลาดโลกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นราว 23% ซึ่งกระทบต่อธุรกิจที่มีการใช้น้ำมันเป็นหลักโดยเฉพาะภาคการขนส่ง อีกทั้งแนวโน้มการอ่อนค่าลงของค่าเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐราว 3% (อ้างอิงจาก : www.scbeic.com/th/detail/product/3180)ส่งผลให้บริษัทหลายแห่งโดนผลกระทบโดยตรง ซึ่งนั่นส่งผลต่อนโยบายของแต่ละบริษัทที่อาจมีการลดจำนวนพนักงานลง ลดโครงการขยายโรงงาน หรือลดภาระค่าใช้จ่ายของแต่ละบริษัท

ผลกระทบ จำนวนพนักงานบริษัทลดลง ทำให้ฐานลูกค้าของธุรกิจมีขนาดเล็กลง หรือ ฐานลูกค้ามีงบประมาณในการเช่าที่พักอาศัยน้อยลง

2.5.3 ปัจจัยทางสังคม

สถานการณ์ ประชากรแฝงที่เข้ามาทำงานในจังหวัดระยองส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้มีรายได้ปานกลาง และมีกำลังในการเช่าที่พักที่มีราคาในระดับกลางขึ้นไป สืบเนื่องจากราคาค่าเช่าบ้านตามหมู่บ้านจัดสรรต่างๆ เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ และคอนโดมิเนียมที่มีการซื้อแล้วปล่อยเช่าจำนวนมาก แต่พฤติกรรมการทำงานหรือการดำเนินชีวิตของคนในยุคสมัยนี้ที่เปลี่ยนงาน หรือย้ายงานบ่อยกว่าคนในยุคสมัยอื่นถ้าเป็นการย้ายงานในละแวกเดิมที่เช่าที่พักอาศัยอยู่ย่อมไม่ส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนที่อยู่อาศัย แต่ถ้าเป็นการย้ายงานแล้วเปลี่ยนงานไปในละแวกอื่น หรือพื้นที่อื่นนั้นย่อมส่งผลทำให้ต้องย้ายที่อยู่อาศัยใหม่ตามสถานที่ทำงานเช่นกัน

ผลกระทบ ลูกค้ำมีทางเลือกมากขึ้น อีกทั้งลูกค้ำอาจมีการเช่าในระยะสั้นๆ เพียงแค่ 1-2 ปี ทำให้โครงการจำเป็นต้องเข้าไปดูแลบ้านเพื่อรองรับลูกค้ำใหม่ๆ อยู่เสมอ ซึ่งค่าใช้จ่ายอาจเพิ่มขึ้นในส่วนนี้ หรือแม้แต่อาจส่งผลให้โครงการมีลูกค้ำพักไม่เต็มจำนวน ซึ่งนั่นก็ทำให้รายได้ของโครงการลดลง

2.5.4 ปัจจัยทางเทคโนโลยี

สถานการณ์ เนื่องจากเทคโนโลยีการติดต่อสื่อสารในยุคนี้มีความก้าวหน้า รวดเร็ว และทันสมัย ซึ่งความรวดเร็วและทันสมัยของเทคโนโลยีย่อมสร้างทั้งผลในเชิงบวกและเชิงลบต่อธุรกิจได้ โดยผลในเชิงบวกทำให้โครงการเป็นที่รู้จักของกลุ่มลูกค้ำเป้าหมายได้รวดเร็ว และกลุ่มลูกค้ำสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารต่างๆ ของโครงการได้ง่าย แต่ก็ก็เป็นผลในเชิงลบได้เช่นกันหากข้อมูลนั้นเป็นในเชิงลบทั้งที่เป็นความจริงและไม่เป็นความจริง

ผลกระทบ ลูกค้ำอาจได้รับข้อมูลข่าวสารในเชิงลบทั้งที่เป็นความจริงและไม่เป็นความจริงได้ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของโครงการ

2.5.5 ปัจจัยทางด้านกฎหมาย

สถานการณ์ ข้อกฎหมายต่างๆ ในปัจจุบันจะเป็นเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นส่วนใหญ่ อีกทั้งกฎหมายที่ดินที่ทำให้โครงการมีต้นทุนค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น ซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2560

ผลกระทบ ทางโครงการอาจเสียเปรียบ หรือได้รับความไม่เป็นธรรมนัก หากทำสัญญาการเช่าไม่รัดกุม และไม่รอบคอบ อีกทั้งค่าใช้จ่ายโครงการที่เพิ่มขึ้นอันเนื่องมาจากกฎหมายการจัดเก็บภาษีที่ดิน

2.5.6 ปัจจัยทางสภาพแวดล้อม

สถานการณ์ ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมอันเนื่องมาจากทำเลที่ตั้งโครงการอยู่ใกล้ถนนอุตสาหกรรมถึง 2 แห่ง อีกทั้งยังอยู่ไม่ไกลจากทะเลมากนัก อาจโดนผลกระทบทั้งจากไอสารเคมี ฝุ่น หรือไอทะเล

ผลกระทบ ลูกค้าอาจได้รับผลกระทบสุขภาพจากมลพิษต่างๆจากโรงงานอุตสาหกรรม ทั้งมลพิษทางน้ำ และทางอากาศอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

2.5.7 ปัจจัยทางการแข่งขัน

สถานการณ์ สถานการณ์ตลาดอสังหาริมทรัพย์ในจังหวัดระยองค่อนข้างดุเดือด โดยสังเกตจนวนหอพัก อพาร์ทเมนต์ เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ คอนโดมิเนียมให้เช่า ห้องแถว และบ้านเช่าเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก

ผลกระทบ ลูกค้ามีทางเลือกมากขึ้น ที่พักอาศัยไหนที่สามารถตอบโจทย์ทุกความต้องการของลูกค้าได้ ลูกค้าย่อมเลือกที่นั่น ซึ่งหากโครงการด้อยทึ่มไม่สามารถตอบโจทย์ทุกความต้องการของลูกค้า ลูกค้าก็จะไม่เลือกโครงการเรา

ตารางที่ 2.1 : ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน

ประเภทของปัจจัยเสี่ยง	ระดับความเสี่ยง			สิ่งที่จะต้องดำเนินการเพื่อลด / ป้องกันความเสี่ยง
	สูง	กลาง	ต่ำ	
1.ปัจจัยด้านการบริหาร	/			พูดคุยแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับนักธุรกิจในแวดวงธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ให้เข้าเพื่อเปิดประสบการณ์ วางแผนการต่างๆให้รัดกุมที่สุด ทั้งเพื่อป้องกันความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้น และวางแผนรับมือเพื่อลดความเสี่ยงลงหากความเสี่ยงนั้นๆเกิดขึ้นแล้ว

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.1 (ต่อ) : ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายใน(ต่อ)

ประเภทของปัจจัยเสี่ยง	ระดับความเสี่ยง			สิ่งที่ต้องดำเนินการเพื่อลด / ป้องกันความเสี่ยง
	สูง	กลาง	ต่ำ	
ด้านทำเลที่ตั้ง		/		มีบริการรถรับ-ส่งจากโครงการไปยังจุดสำคัญอย่างสี่แยกพิเอ็มวาย เนื่องจากสี่แยกพิเอ็มวายเป็นจุดสำคัญที่รถบริษัทต่างๆจะจอดรับ-ส่งพนักงานบริษัท รวมถึงรถบริการสาธารณะอื่นๆอีกมากมายที่จอดรับ-ส่งผู้โดยสาร ณ บริเวณนั้น เพื่อให้ลูกค้าสามารถเดินทางได้สะดวกยิ่งขึ้น มุ่งเน้นให้บริการวันจันทร์ถึงวันศุกร์ในเวลาตอนเช้าและตอนเย็นเพื่อรับ-ส่งลูกค้าของโครงการเพื่อไปขึ้นรถบริษัท
ด้านการเงิน	/			ต้องมีการวางแผนด้านการเงินให้รัดกุมและรอบคอบที่สุด รวมถึงอาจต้องมีการกู้ยืมเพื่อเพิ่มสภาพคล่องให้แก่บริษัท แต่กู้ยืมในวงเงินที่ไม่สูงเพื่อจะได้ไม่ต้องแบกรับภาระดอกเบี้ยมากนัก อีกทั้งการสร้างโครงการต้องเป็นการทยอยสร้างแล้วเปิดรับลูกค้าเพื่อให้โครงการมีรายได้เข้ามาหมุนเวียนในบางส่วน
ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์			/	ในช่วงแรกของการดำเนินการอาจต้องมีการจ้างบุคลากรบางส่วนเพื่อเข้ามาช่วยในการดำเนินการโครงการ
ด้านการตลาด			/	รักษาความสัมพันธ์อันดีกับพันธมิตร สร้างเครือข่ายเพิ่มเติม

ตารางที่ 2.2 : ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก

ประเภทของปัจจัยเสี่ยง	ระดับความเสี่ยง			สิ่งที่ต้องดำเนินการเพื่อลด / ป้องกันความเสี่ยง
	สูง	กลาง	ต่ำ	
ด้านนโยบาย และการเมือง		/		เพิ่มข้อเสนอในการทำสัญญาเช่าในระยะเวลาการเช่าที่นานมากขึ้นเช่น มีทั้งทำสัญญา 1 ปี หรือ 2 ปี เพื่อเป็นทางเลือก และให้สิทธิพิเศษสำหรับผู้ที่ทำสัญญา 2 ปี เพื่อจูงใจให้ผู้เช่าเช่าในระยะเวลาที่นานขึ้น อีกทั้งโครงการต้องดูแล และสร้างบ้านให้ตอบสนองความต้องการของผู้เช่าสูงสุด
ด้านเศรษฐกิจ		/		มีการประชาสัมพันธ์ และทำการตลาดให้ตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย รวมถึงทำสัญญาเช่าให้รัดกุมที่สุด
ด้านสังคม			/	ต้องมีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภครู้จักโครงการ นำเสนอจุดเด่นหรือความน่าสนใจของโครงการ อีกทั้งร่วมมือกับฝ่ายบุคคลของบริษัทต่างๆ เพื่อให้แนะนำโครงการแก่พนักงานบริษัท และสรรหาผู้เช่าให้โครงการ
ด้านเทคโนโลยี		/		มีการอบรม และตรวจสอบพนักงาน ให้บริการตรงตามคุณภาพที่ตั้งไว้ ตรวจสอบความพึงพอใจของลูกค้า และสื่อออนไลน์ที่เกี่ยวข้อง หากมีข้อมูลเท็จ อันส่งผลต่อภาพลักษณ์ของโครงการ จะมีการดำเนินการทางกฎหมายทันที

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.2 (ต่อ) : ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก

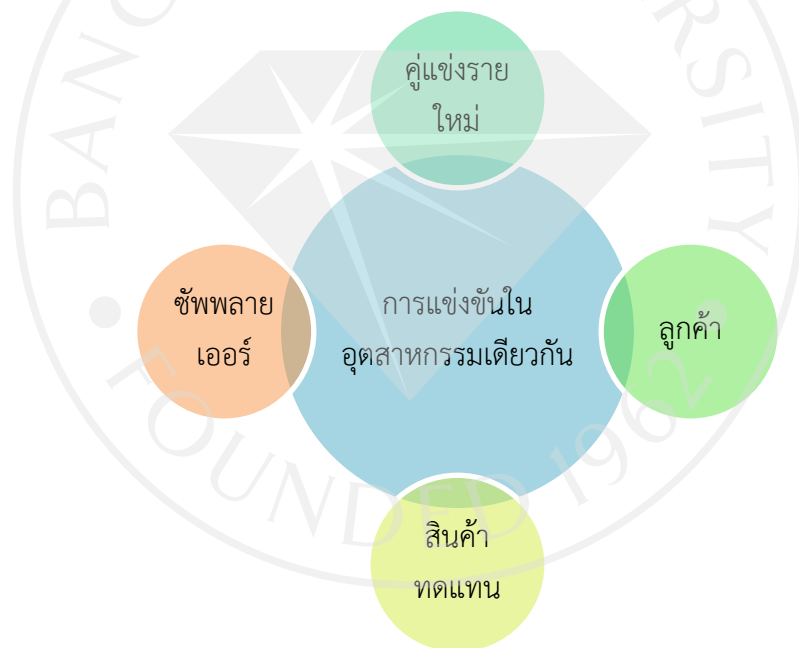
ประเภทของปัจจัยเสี่ยง	ระดับความเสี่ยง			สิ่งที่จะต้องดำเนินการเพื่อลด / ป้องกันความเสี่ยง
	สูง	กลาง	ต่ำ	
ด้านกฎหมาย	/			ต้องร่างกฎ และสัญญาให้เช่าต่างๆให้รอบคอบ ระบุงฎเกณฑ์ ข้อบังคับต่างๆให้ชัดเจน ต้องให้คนที่มีความรู้ทางด้านกฎหมายมาช่วยในการเขียน เพื่อปิดช่องโหว่ต่างๆที่อาจก่อให้เกิดความเสี่ยงแก่ธุรกิจในอนาคต อีกทั้งความเสี่ยงในเรื่องภาษีที่ดินที่มีผลบังคับใช้ทำให้โครงการต้องมีการวางแผนค่าใช้จ่ายในส่วนนี้อีกด้วย
ด้านสภาพแวดล้อม			/	เนื่องจากโครงการไม่ได้อยู่ในทิศทางลมตลอดปี แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นธรรมชาติอาจมีการแปรปรวนบ้างในบางครั้ง อีกทั้งโครงการมีการจัดสวน ปลูกไม้ใหญ่ก็สามารถช่วยลดความเสี่ยงได้
ด้านการแข่งขัน		/		เน้นการมุ่งเข้าหากลุ่มลูกค้าหลักโดยตรง

บทที่ 3 การวิเคราะห์การแข่งขัน

บทนี้เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการวิเคราะห์การแข่งขันภายใต้แนวคิด และทฤษฎีเรื่อง Five Forces Model ของ Michael Porter (1985) ประกอบด้วยสภาพการแข่งขัน และที่มาของการแข่งขัน คู่แข่งขันของธุรกิจ การวิเคราะห์สถานการณ์ทางธุรกิจการวิเคราะห์ตำแหน่งของสินค้า และการวิเคราะห์ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ ดังรายละเอียดเป็นรายข้อดังต่อไปนี้

3.1 ทฤษฎีแรงกดดัน 5 ประการ (Five Forces Model)

ภาพที่ 3.1 : ภาพแสดงองค์ประกอบทฤษฎีแรงกดดัน 5 ประการ (Five Forces Model)



การวิเคราะห์ Five Forces Model จะช่วยให้เข้าใจ และมองเห็นถึงแรงกระทบในด้านต่างๆ ที่ก่อให้เกิดทั้งผลดี และผลเสียแก่ธุรกิจ ซึ่งจะประกอบไปด้วย 5 ประการดังแสดงในภาพที่ 3.1

3.2 การวิเคราะห์การแข่งขันในธุรกิจให้เช่าอสังหาริมทรัพย์ในอำเภอเมืองระยอง ตามทฤษฎีแรงกดดัน 5 ประการ

3.2.1 การแข่งขันระหว่างคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน

การแข่งขันของกลุ่มธุรกิจให้เช่าอสังหาริมทรัพย์ในอำเภอเมืองระยองมีอัตราการแข่งขันที่สูงมาก เนื่องจากระยองเป็นเมืองอุตสาหกรรม มีประชากรแฝงเข้ามาอาศัยในจังหวัดจำนวนมาก ส่งผลให้ความต้องการการเช่าที่พักอาศัยสูงขึ้นตามจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้น แต่ด้วยข้อจำกัดของพื้นที่เมืองของจังหวัดระยองที่ผู้เช่าต้องการพักอาศัยเป็นพื้นที่ๆ ไม่กว้าง ทำให้เกิดการกระจุกตัวของธุรกิจประเภทนี้ในอำเภอเมืองเป็นจำนวนมากอ้างอิงจากภาพที่ 3.2 ทั้งนี้ถึงแม้การแข่งขันจะสูงแต่ธุรกิจบ้านเช่ามีโอกาสที่จะเข้าไปแบ่งส่วนแบ่งการตลาด เนื่องจากในพื้นที่อำเภอเมืองระยอง ยังไม่มีโครงการบ้านเช่าในรูปแบบเดียวกับโครงการดิออตัม

ภาพที่ 3.2 : แสดงที่ตั้งของคอนโดมิเนียม อพาร์ทเมนต์ เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์บางส่วนในอ.เมืองระยอง



3.2.2 อำนาจต่อรองจากผู้ขายวัตถุดิบหรือซัพพลายเออร์

ธุรกิจให้เช่าอสังหาริมทรัพย์จะเกี่ยวข้องกับผู้รับเหมาก่อสร้างเป็นหลัก ซึ่งผู้รับเหมาก่อสร้างมีหลากหลายมากในตลาด อีกทั้งทางเจ้าของโครงการมีผู้รับเหมาก่อสร้างที่เป็นพันธมิตร รวมถึงมีเครือข่ายผู้รับเหมาก่อสร้างอีกหลายราย ฉะนั้นอำนาจการต่อรองจากผู้ขายวัตถุดิบหรือซัพพลายเออร์จึงถือว่าต่ำมาก

3.2.3 อำนาจต่อรองจากผู้ซื้อสินค้า

ปัจจุบันผู้ซื้อสินค้า (ผู้เช่า) มีทางเลือกมากมายในการเลือกเช่าที่พักอาศัย ทั้งอสังหาริมทรัพย์ในแนวตั้งอย่างคอนโดมิเนียม อพาร์ทเมนต์ หรืออสังหาริมทรัพย์ในแนวราบอย่างบ้านเช่า ทาวน์โฮมให้เช่า ซึ่งผู้เช่าจะมีความต้องการเบื้องต้นในใจอยู่แล้ว ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่าที่พักอาศัยไหนสามารถตอบสนองความต้องการของผู้เช่าได้มากที่สุด ฉะนั้นอำนาจการต่อรองจากผู้ซื้อสินค้าในกรณีบ้านเช่าจึงอยู่ในระดับปานกลาง

3.2.4 ข้อจำกัดการเข้าสู่อุตสาหกรรมของผู้แข่งขันรายใหม่

ข้อจำกัดในการเข้าสู่อุตสาหกรรมนี้ต่ำเมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมอื่น ผู้แข่งขันรายใหม่สามารถเข้ามาในอุตสาหกรรมนี้ได้ง่าย เพราะ แคมป์ที่ดิน มีทุนการก่อสร้างก็สามารถทำธุรกิจประเภทนี้ได้แล้ว แต่จะมีผู้เช่าหรือไม่ขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นๆประกอบ สังเกตจากคอนโดมิเนียม อาคารพาณิชย์ หรือทาวน์โฮม ที่มีลักษณะการซื้อเพื่อปล่อยเช่าให้เห็นจำนวนมาก ถึงแม้การทำธุรกิจนี้จะคืนทุนช้า ผลตอบแทนในแต่ละเดือนดูจะไม่คุ้มค่านัก แต่ก็มีส่วนที่มองถึงการปล่อยให้เช่าเพื่อรอการขายเก็งกำไร หรือการลงทุนเพื่อสามารถสร้างรายได้ในระยะยาวสำหรับชีวิตหลังเกษียณ เป็นต้น ฉะนั้นธุรกิจนี้จึงมีผู้แข่งขันรายใหม่เข้ามาค่อนข้างมาก

3.2.5 แรงแผลกดันจากสินค้าอื่นๆซึ่งสามารถใช้ทดแทนกันได้

ในจังหวัดระยองมีธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ให้เช่ากระจายหลากหลายแห่ง ทั้งหอพัก อพาร์ทเมนต์ เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ คอนโดมิเนียม ทาวน์เฮ้าส์ ทาวน์โฮม ทั้งหมดที่กล่าวมาสามารถเป็นสินค้าทดแทนได้ทั้งสิ้น

3.3 สภาพของการแข่งขัน และที่มาของการแข่งขัน

3.3.1 ระดับของการแข่งขัน

สภาพการแข่งขันค่อนข้างสูง อันเนื่องมาคู่แข่งทางอ้อมมีจำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็นหอพัก อพาร์ทเมนต์ คอนโดมิเนียม ดังภาพที่ 3.2 อีกทั้งระยองเป็นจังหวัดที่มีคนต่างถิ่นมาทำงานเป็นจำนวนมาก ทำให้กลุ่มคนเหล่านี้จำเป็นต้องหาที่พักอาศัยในระยะสั้น ซึ่งนั่นเป็นเหตุผลที่ทำให้ตลาดการให้เช่าอสังหาริมทรัพย์ในจังหวัดระยองเติบโต อีกทั้งตลาดการขายอสังหาริมทรัพย์ในเมือง จังหวัดระยองราคาค่อนข้างสูง และกลุ่มคนทำงานไม่ต้องการที่จะลงทุนซื้อ เพราะมองว่าหลังจากเกษียณหรืออายุงานก็ไม่ต้องอยู่ในจังหวัดระยองแล้ว

3.3.2 จุดเด่น/ความได้เปรียบที่นำมาแข่งขัน

ธุรกิจบ้านเช่า แข่งขันกันในเรื่องหลักๆคือ ทำเลที่ตั้ง ต้องอยู่ในย่านชุมชน ใกล้สถานที่ทำงาน เดินทางไปสถานที่ต่างๆอย่าง ตลาด ห้างสรรพสินค้าไม่ไกลมากนัก ราคาต้องอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ สภาพบ้าน ต้องไม่สกปรก หรือเก่าโทรมมากเกินไป ทั้งนี้ทั้งนั้น ผู้เช่าแต่ละรายจะมีความต้องการแตกต่างกันออกไป ซึ่งผู้เช่าจะประเมินจากปัจจัยทั้งหมด มาซึ่งน้ำหนักทางความคิด และตัดสินใจเลือกบ้านหลังที่ตอบโจทย์ผู้เช่ามากที่สุด (ข้อมูลจากภาคผนวก ข.)

ซึ่งการแข่งขันหลักของธุรกิจบ้านเช่าทั้ง 3 เรื่องที่กล่าวข้างต้น สอดคล้องกับจุดเด่นของโครงการดิออตัม (The Autumn) กล่าวคือ โครงการตั้งอยู่ในย่านชุมชน ห่างจากนิคมอุตสาหกรรมมาตาพุดเพียงเดินทางแค่ 20 นาที ห่างจากห้างสรรพสินค้า ตลาดสดขนาดใหญ่ใจกลางเมืองเพียงเดินทางแค่ 15 นาที ในขณะที่ราคาอยู่ในระดับปานกลาง กล่าวคือราคาถูกกว่าเช่าอาศัยในหมู่บ้านจัดสรร แต่แพงกว่าเช่าอาศัยบ้านเช่านอกหมู่บ้านจัดสรร ซึ่งแลกมาด้วยการบริหารจัดการ และดูแลรูปแบบเดียวกับหมู่บ้านจัดสรร มีระบบรักษาความปลอดภัยของโครงการ ความปลอดภัยเทียบเท่าการพักอาศัยในหมู่บ้านจัดสรร บ้านสะอาดไม่เก่าหรือโทรม เพราะมีทีมงานคอยดูแลบ้านก่อนส่งมอบให้แก่ผู้เช่า พื้นที่บ้านขนาดพอเหมาะสำหรับการพักอาศัย 2-3 คน มีที่จอดรถภายในบ้าน มีความเป็นส่วนตัว และปลอดภัย ซึ่งทั้งหมดที่กล่าวมาเป็นบ้านเช่าที่มีองค์ประกอบโดยรวมคุ้มค่าที่สุด

3.3.3 ผู้ครองส่วนครองตลาด

บ้านเช่าภายในหมู่บ้านเพลินใจ2 ซึ่งมีจำนวนบ้านกว่า 1,000 หลัง แบ่งเป็นบ้านที่ปล่อยให้เช่ามากกว่า 20 หลัง และทาว์นเฮ้าส์ให้เช่าอีกกว่า 50%ของทาว์นเฮ้าส์ทั้งหมดในโครงการ (วัดจากหมู่บ้านที่มีจำนวนบ้านเช่ามากที่สุดใน ต.ทับมา ต.เนินพระ และต.เชิงเนิน)

3.4 ที่มาของการแข่งขัน

จำนวนพนักงานบริษัทที่เข้ามาทำงานสายปิโตรเคมีมากขึ้น ดังแสดงในตารางที่ 3.1 ส่งผลให้ผู้ประกอบการ และนักลงทุนต่างๆมองเห็นโอกาสในการเช่าที่พักอาศัย จึงเข้ามาแข่งขันในตลาดนี้จำนวนมาก ซึ่งรูปแบบที่พักอาศัยก็แตกต่างกันตามเงินทุน ทำเล ที่ผู้ประกอบการแต่ละรายมีอยู่

ตารางที่ 3.1 : แสดงการวิเคราะห์แนวโน้มจำนวนประชากรแฝงจังหวัดระยองปี 2553-2560

	2553	2554	2555	2556	2557	2558	2559	2560
ประชากรทะเบียนราษฎร์	603,374	607,809	612,790	618,234	624,072	630,227	634,173	638,017
(สัดส่วน)	0.55	0.54	0.52	0.50	0.48	0.47	0.46	0.44
ประชากรแฝง	487,859	524,221	566,147	613,284	665,397	722,104	759,417	796,510
(สัดส่วน)	0.45	0.46	0.48	0.50	0.52	0.53	0.54	0.56
รวมประชากรทั้งหมด	1,091,233	1,132,029	1,178,938	1,231,518	1,289,470	1,352,332	1,393,590	1,434,528
ร้อยละจำนวนประชากรแฝงต่อประชากรรวมทะเบียนราษฎร์	80.86	86.25	92.39	99.20	106.62	114.58	119.75	124.84

ที่มา : สศช.(2553). รายงานการศึกษาเบื้องต้นประชากรแฝงในพื้นที่จังหวัดระยอง. สืบค้นจาก <http://www.mtp.rmutt.ac.th/wp-content/uploads/2011/05/37-ประชากรแฝง.pdf>

3.5 คู่แข่งของธุรกิจ

3.5.1 คู่แข่งหลัก : บ้านเช่าในหมู่บ้านเพลินใจ2 เนื่องจากเป็นหมู่บ้านขนาดใหญ่ที่สุดในจังหวัดระยอง มีเนื้อที่ทั้งโครงการกว่า 300 ไร่ จำนวนหลังคาเรือนมากกว่า 1,000 หลัง ทำให้มีสัดส่วนของบ้านที่ปล่อยให้เช่าจำนวนมากกว่าโครงการจัดสรรอื่น โดยเฉพาะทาวน์เฮ้าส์กว่า 50% คือทาวน์เฮ้าส์ที่ให้เช่า ยังไม่รวมบ้านเดี่ยวที่กระจายปล่อยเช่าเป็นจำนวนมากกว่า 20 หลัง หมู่บ้านเพลินใจ2 เป็นหมู่บ้านที่เริ่มโครงการตั้งแต่ปี 2535 ภายใต้บริษัทเพลินใจกรุ๊ป

ภาพที่ 3.3 : โลโก้คู่แข่งหลัก



จุดแข็ง

1. ทำเลที่ตั้งสะดวกสำหรับผู้ที่เดินทางโดยใช้รถสาธารณะ และสะดวกสำหรับพนักงานที่เดินทางไปทำงานด้วยรถบริษัท เนื่องจากหมู่บ้านติดถนนสุขุมวิท หน้าหมู่บ้านเป็นจุดรับส่งของรถบริษัท และรถสาธารณะ
2. เป็นหมู่บ้านจัดสรรที่จัดผังโครงการได้ไม่อึดอัด ถนนโครงการกว้าง ไฟโครงการสว่าง สภาพแวดล้อมภายในหมู่บ้านสงบ
3. ภายในหมู่บ้านมีสโมสรครบครัน ทั้งสระว่ายน้ำ สนามเทนนิส ฟิตเนส สันุ๊กเกอร์ รวมถึงมีทะเลสาบ สวนหย่อมกว้างขวาง เหมาะแก่การพักผ่อน

จุดอ่อน

1. เนื่องจากเป็นโครงการใหญ่ มีจำนวนบ้านภายในโครงการมากกว่า 1,000 หลัง ทำให้มีคนเข้าออกโครงการเยอะ ยากในการควบคุม หรือเข้มงวดกวดขันเวลาคนเข้าออก ทำให้ความปลอดภัยมีไม่มาก
2. เนื่องจากเป็นหมู่บ้านจัดสรรที่มีอายุมานานแล้ว ทำให้สภาพบ้านภายในโครงการเก่า ทรุดโทรมตามกาลเวลา
3. หมู่บ้านติดถนนสุขุมวิท เดินทางสะดวกก็จริง แต่เนื่องจากเป็นหมู่บ้านขนาดใหญ่ มีพื้นที่รวมๆถึง 300 ไร่ ผู้อาศัยที่ไม่มีรถค่อนข้างลำบาก เพราะจำเป็นต้องเดินในระยะทางค่อนข้างไกลเพื่อมายังหน้าหมู่บ้าน
4. หมู่บ้านได้รับผลกระทบจากการจราจรที่ติดขัด เนื่องจากหมู่บ้านติดถนนสุขุมวิท สีแยกไฟแดงอยู่ห่างจากหมู่บ้านประมาณ 2 กิโลเมตร อีกทั้งยังมีโรงเรียนเซนต์โยเซฟระยอง โรงเรียนอัสสัมชัญระยอง อยู่ห่างจากหมู่บ้าน 1.8 กิโลเมตร ทำให้ช่วงเวลาเช้า เย็นรวมถึงหัวค่ำ การจราจรติดขัดมาก

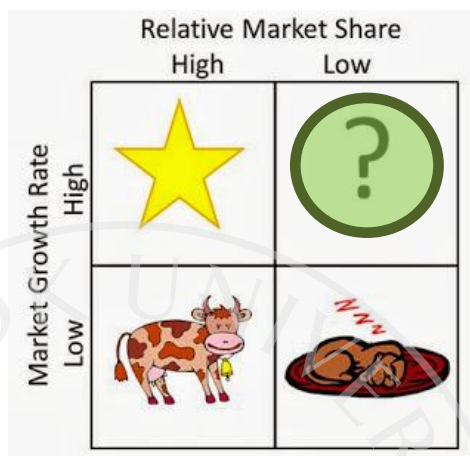
3.5.2 คู่แข่งรองอันดับหนึ่ง : บ้านเช่ารายย่อยทั้งในหมู่บ้าน และนอกหมู่บ้าน
ใน ต.ทับมา ต.เนินพระ ต.เชิงเนิน

คู่แข่งรองอันดับสอง : หอพัก อพาร์ทเมนท์ เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์
และคอนโดมิเนียมให้เช่าทั้งหมดใน อ.เมือง
ระยอง

3.6 การวิเคราะห์สถานการณ์ภาพทางธุรกิจ

3.6.1 การเขียนภาพวิเคราะห์

ภาพที่ 3.4 : ภาพแสดงการวิเคราะห์สถานการณ์ภาพทางธุรกิจ



3.6.2 คำอธิบายสถานการณ์ภาพของธุรกิจตามภาพ

โครงการดิออตัม (THE AUTUMN) เป็นธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ให้เช่า(บ้านเช่ารายเดือน) ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีอัตราการเจริญเติบโตของยอดขายสูง แต่มีส่วนแบ่งการตลาดต่ำ เนื่องจากธุรกิจนี้เป็นธุรกิจใหม่เพิ่งเริ่มเข้าสู่ตลาด ยังไม่เป็นที่รู้จักในวงกว้าง ทำให้ธุรกิจนี้ยังคงอยู่ในกลุ่มนำสงสัย (Question Mark) ซึ่งการดำเนินการของธุรกิจของกลุ่มนี้ต้องกำหนดระยะเวลาในการทำการตลาดให้ชัดเจน ถ้าทำการตลาดสำเร็จจะเปลี่ยนจากกลุ่มนำสงสัย (Question Mark) กลายเป็นกลุ่มดาวรุ่ง (Star) แต่ถ้าล้มเหลวจะกลายเป็นกลุ่มสุนัข (Dog) ในขั้นต่อไป

3.5 การวิเคราะห์ตำแหน่งของสินค้า

ตารางที่ 3.2 : ตารางแสดงการวิเคราะห์ตำแหน่งของสินค้า

ปัจจัยที่นำมาวิเคราะห์	โครงการดื้อท้อม	คู่แข่งชั้น (คู่แข่งทางตรง)
คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์	บ้านแฝดชั้นเดียว เนื้อที่ประมาณ 40 ตารางวา ประกอบด้วย 2 ห้องนอน 1 ห้องน้ำ 1 ลานอเนกประสงค์ จอดรถยนต์ 1 คัน มีสนามหญ้า และลานปูนหน้าบ้าน จุดเด่น คือ บ้านถูกออกแบบให้ตอบโจทย์การอยู่อาศัยมากที่สุด	มีให้เช่าหลากหลายรูปแบบทั้งทาวน์เฮ้าส์ บ้านเดี่ยวขนาดเล็กและขนาดใหญ่ มีทั้งที่มีพร้อมเฟอร์นิเจอร์ และบ้านเปล่าไม่มีเฟอร์นิเจอร์ ซึ่งราคาจะแตกต่างกันไปตามเงื่อนไข โดยสภาพบ้านค่อนข้างเก่าตามกาลเวลา เนื่องจากเป็นหมู่บ้านเก่าแก่ในจังหวัดระยอง
ราคา	<ul style="list-style-type: none"> 12,000 บาท (บ้านเปล่า พร้อมแอร์ 2 ตัว เครื่องทำน้ำอุ่น 1 เครื่อง เคาท์เตอร์ครัว) 15,000 บาท (พร้อมเตียงนอนแอร์ 2 เครื่อง เครื่องทำน้ำอุ่น 1 เครื่อง เคาท์เตอร์ครัว ชุดโต๊ะกินข้าว ตู้เสื้อผ้าโต๊ะเครื่องแป้ง) <p>อาจสรุปได้ว่าราคาค่าเช่าอยู่ในระดับราคาตลาด</p>	10,000 - 35,000 บาท ซึ่งราคาจะแตกต่างกันตามทำเล สภาพบ้าน และเฟอร์นิเจอร์ที่ให้ ซึ่งหากบ้านที่มีเฟอร์นิเจอร์จะเริ่มต้นประมาณ 18,000 บาทขึ้นไป อาจสรุปได้ว่าบ้านเช่ามีหลายระดับราคาให้เลือก
การบริการ	<ul style="list-style-type: none"> รถบริการรับส่งระหว่างโครงการกับแยก PMY จันทร์-ศุกร์วันละ 2 รอบ เข้า-เย็น เก็บขยะ ทำความสะอาดถนน ดูแลต้นไม้ ดูแลภาพรวมโครงการ 	เก็บขยะ ทำความสะอาดถนน ดูแลต้นไม้ ดูแลภาพรวมโครงการ

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.2 (ต่อ) : ตารางแสดงการวิเคราะห์ตำแหน่งของสินค้า

ปัจจัยที่นำมาวิเคราะห์	โครงการดิอัทัม	คู่แข่งชั้น (คู่แข่งทางตรง)
ทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อม	โครงการตั้งอยู่บนทำเลที่ดีมีศักยภาพอยู่ในอ.เมือง ไม่แออัด วิวทิวทัศน์ร่มรื่น บรรยากาศเงียบสงบ เดินทางสะดวก อยู่บนถนนเลียบเมืองซึ่งขนานกับถนนสุขุมวิท สามารถเดินทางไปทีต่างๆได้ในเวลาอันรวดเร็วกว่าเพราะไม่มีปัญหาเรื่องรถติด ใช้เวลาจากสถานที่ตั้งโครงการถึงสถานที่สำคัญต่างๆไม่เกิน 20 นาทีทั้งห้างสรรพสินค้า ตลาด โรงพยาบาล นิคมอุตสาหกรรม สถาบันการศึกษา เป็นต้น และด้วยโครงการมีบ้านเพียงแค่ 30 หลังคาเรือน ทำให้ภายในโครงการสามารถดูแลจัดสรรสิ่งต่างๆให้ลงตัวได้ง่าย ไม่แออัด หรือมีคนพลุกพล่านมากเกินไป มีทางเข้าออกโครงการทางเดียว	โครงการติดถนนสุขุมวิท หน้าโครงการเป็นที่รับส่งพนักงานของบริษัทต่างๆ รถสาธารณะมอเตอร์ไซด์รับจ้าง อีกทั้งหน้าโครงการมีเซเว่น ร้านอาหาร ร้านสะดวกซื้ออื่นๆ ร้านขายยา และอื่นๆอีกมากมาย ทำเลอยู่ใกล้สถานที่สำคัญหลากหลาย แต่ต้องรับสภาพการจราจรที่ติดขัดของถนนสุขุมวิท โครงการดูแลจัดสรรไม่ค่อยทั่วถึง เพราะในโครงการมีบ้านกว่า 1,000 หลังคาเรือน จัดการหรือดูแลความเรียบร้อยรวมถึงความปลอดภัยค่อนข้างลำบาก มีทางเข้าออกโครงการ 2 ทาง
สิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย	<ul style="list-style-type: none"> ● ถนนและแสงสว่างโครงการ ● รปภ. 24 ชั่วโมง,กล้องวงจรปิด ● ระบบสแกนบัตรเข้าออก ● สวนหย่อม 	<ul style="list-style-type: none"> ● ถนนและแสงสว่างโครงการ ● รปภ. 24 ชม.,กล้องวงจรปิด ● ระบบสแกนบัตรเข้าออก ● ทะเลสาบ สวนหย่อม ● สโมสร สระว่ายน้ำ ฟิตเนส (เสียเงิน)

3.7 การวิเคราะห์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน

3.7.1 ปัจจัยด้านราคา

เมื่อเปรียบเทียบราคาระหว่างโครงการดิวตี้ทักซ์กับคู่แข่งแล้วพบว่าที่ขนาดบ้านเท่ากัน ให้จำนวนเฟอร์นิเจอร์ แอร์ เครื่องทำน้ำอุ่นเช่นเดียวกัน ราคาเช่าของโครงการดิวตี้ทักซ์จะสูงกว่าราคาบ้านเช่านอกโครงการหมู่บ้านจัดสรร เนื่องจากบ้านนอกโครงการจัดสรรในเงื่อนไขเดียวกันจะมีราคาประมาณ 6,000 บาท และราคาในโครงการหมู่บ้านเพลินใจ 2 ประมาณ 18,000 บาทขึ้นไป กรณีที่มีเฟอร์นิเจอร์ครบซึ่งราคาเช่าแพงกว่าโครงการดิวตี้ทักซ์

3.7.2 ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง และสภาพแวดล้อม

โครงการดิวตี้ทักซ์ตั้งอยู่บนถนนสาย 36 ซึ่งเป็นถนนเลียบเมืองระยอง โดยถนนสาย 36 จะขนานกับถนนสุขุมวิท ทำให้เวลาเดินทางไปที่ต่างๆลดน้อยกว่า ใช้เวลาสั้นกว่า อีกทั้งเป็นถนนที่เชื่อมต่อกับทางด่วนมอเตอร์เวย์อีกด้วย สะดวกสำหรับคนมีรถยนต์ส่วนตัวอย่างมาก ส่วนในด้านสภาพแวดล้อม เนื่องจากทำเลของโครงการดิวตี้ทักซ์เป็นอยู่ห่างจากถนนสุขุมวิท ความแออัดของสังคมเมืองจะน้อย มีความเป็นส่วนตัว เงียบสงบกว่า แต่ไม่เปลี่ยวหรืออันตรายใดๆเพราะยังอยู่ในเขตชุมชน มีหมู่บ้านจัดสรร ตลาด สถานที่ราชการต่างๆโดยรอบโครงการ

3.7.3 ปัจจัยด้านการบริการ

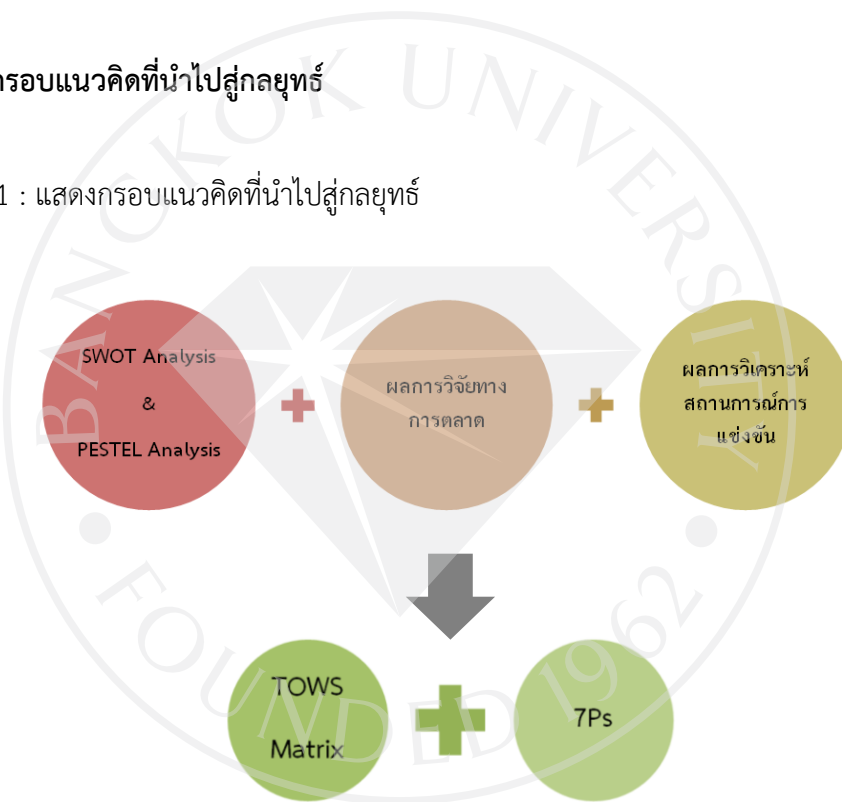
โครงการดิวตี้ทักซ์มีการดูแลและบริหารจัดการจัดสรรในรูปแบบที่คล้ายคลึงกับหมู่บ้านจัดสรร ทั้งเรื่องการเก็บขยะ ทำความสะอาดภูมิทัศน์ ดูแลภูมิทัศน์ให้สวยงาม ซึ่งความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ทำให้เหนือกว่าบ้านเช่าทั้งในและนอกโครงการหมู่บ้านจัดสรรคือการมีบริการรถรับส่งระหว่างโครงการกับสี่แยก PMY จันทร์ถึงศุกร์วันละ 2 รอบเช้า-เย็นเพื่อให้บริการสำหรับผู้เช่าที่ไม่มีรถยนต์ส่วนตัว หรือไม่ได้ขับรถยนต์ไปทำงานเอง เพื่อให้สามารถมาขึ้นรถสวัสดิการของบริษัทได้

บทที่ 4 การจัดทำกลยุทธ์ และแผนปฏิบัติการ

บทนี้เป็นการนำเสนอเกี่ยวกับการจัดทำกลยุทธ์ และแผนงานภายใต้แนวคิด และทฤษฎีเรื่อง TOWS Matrix ของ Wheelen&Hunger (2002) โดยเนื้อหาประกอบด้วย ภาพแสดงกรอบแนวคิดที่นำไปสู่กลยุทธ์ที่ต้องสร้าง ประเภทของกลยุทธ์ แผนปฏิบัติการและการกำหนดตัวชี้วัดเพื่อการประเมินผล แผนงานด้านการเงิน และงบประมาณ และแผนรองรับการขยายธุรกิจในอนาคต

4.1 กรอบแนวคิดที่นำไปสู่กลยุทธ์

ภาพที่ 4.1 : แสดงกรอบแนวคิดที่นำไปสู่กลยุทธ์



การจัดทำแผนกลยุทธ์ของโครงการคือสิ่งที่ได้กำหนดกรอบแนวคิดมาจากการวิเคราะห์ในทุกส่วนไม่ว่าจะเป็นเริ่มต้นจากการวิจัยทางการตลาดที่แสดงในบทที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก รวมถึงความเสี่ยงต่างๆจากบทที่ 2 และการวิเคราะห์สถานการณ์การแข่งขันจากบทที่ 3 เพื่อหลอมหลวมและสรุปออกมาเป็นกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งกลยุทธ์ที่นำมาใช้มีทั้งส่วนของ TOWS Matrix เพื่อสร้างกลยุทธ์เชิงรุก กลยุทธ์เชิงแก้ไข กลยุทธ์เชิงป้องกัน และกลยุทธ์เชิงรับ ในขณะที่ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดโดยยึดหลักส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) เพื่อสร้างกลยุทธ์ในตัวสินค้า ราคา กิจกรรมส่งเสริมการขาย สถานที่ ลักษณะทางกายภาพ กระบวนการ และบุคลากร

4.2 แนวคิดและทฤษฎีที่นำมาใช้

ภาพที่ 4.2 : แสดงแนวคิดการนำไปสู่กลยุทธ์โดยใช้หลัก TOWS Matrix

ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก	S (Strengths) จุดแข็ง	W (Weaknesses) จุดอ่อน
	O (Opportunities) โอกาส	T (Threats) อุปสรรค
	SO Strategies กลยุทธ์เชิงรุก	WO Strategies กลยุทธ์เชิงแก้ไข
	ST Strategies กลยุทธ์เชิงป้องกัน	WT Strategies กลยุทธ์เชิงรับ

ภาพที่ 4.3 : แสดงแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps)



4.3 ประเภทของกลยุทธ์ และแผนปฏิบัติการ

4.3.1 กลยุทธ์จากแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps)

- ด้านสินค้าและบริการ

โครงการดอท่อม เป็นโครงการบ้านเช่า 30 หลัง จัดสรรพื้นที่บ้านแต่ละหลังประมาณ 40 ตารางวา โดยมีรั้วรอบบ้านแต่ละหลังสูง 2 เมตร แบ่งระหว่างบ้านแต่ละหลังเพื่อความเป็นส่วนตัว รอบบ้านจะมีพื้นที่เหลือเป็นลานโล่ง เพื่อความโปร่งสบาย ไม่อึดอัดระหว่างบ้านแต่ละหลัง จะมีเพียงผนังและรั้วบ้านด้านเดียวติดติดกับบ้านหลังข้างๆ 1 หลัง ซึ่งนั่นคือลักษณะของบ้านแฝด ส่วนที่ใช้ผนังร่วมกันจะเป็นส่วนรับประทานอาหาร และครัวเท่านั้น เพื่อให้ห้องนอน และห้องนั่งเล่นไม่มีเสียงดังรบกวนจากเพื่อนบ้าน และให้ความเป็นส่วนตัวมากที่สุด โดยตัวบ้านแบ่งเป็น 2 ห้องนอน 1 ห้องน้ำ 1 ห้องนั่งเล่น 1 ห้องครัว 1 ลานอเนกประสงค์ สามารถจอดรถได้ 1 คัน โดยบ้าน 1 หลังสามารถอยู่อาศัยได้ 2-3 คน โดยแปลนบ้านจะเป็นดังภาพที่ 4.4

ภาพที่ 4.4 : ภาพแสดงลักษณะภายนอกของบ้านแฝดชั้นเดียว



ที่มา : ไทระยองดอทคอม.(2012). แบบบ้านโครงการ. สืบค้นจาก

<http://www.pazento.com/house.html>

ซึ่งบ้านที่ให้เช่าทั้ง 30 หลังจะมีแอร์คอนดิชันเนอร์ภายในห้องนอนทั้ง 2 ห้องทุกหลัง เครื่องทำน้ำอุ่น และเคาท์เตอร์ครัวทุกหลังเช่นกัน แต่เฟอร์นิเจอร์อื่นๆจะแบ่งออกเป็น 10 หลังที่มีเฟอร์นิเจอร์ และ 20 หลังที่ไม่มีเฟอร์นิเจอร์ ซึ่งราคาเช่าจะแตกต่างกัน โดยหลังที่มีเฟอร์นิเจอร์จะมีเตียงนอนพร้อมฟูก 2 ชุด ตู้เสื้อผ้า 2 ตู้ โต๊ะเครื่องแป้ง 2 โต๊ะ ชุดโต๊ะรับประทานอาหารพร้อมเก้าอี้ 4 ตัว 1 ชุด

- ด้านราคา

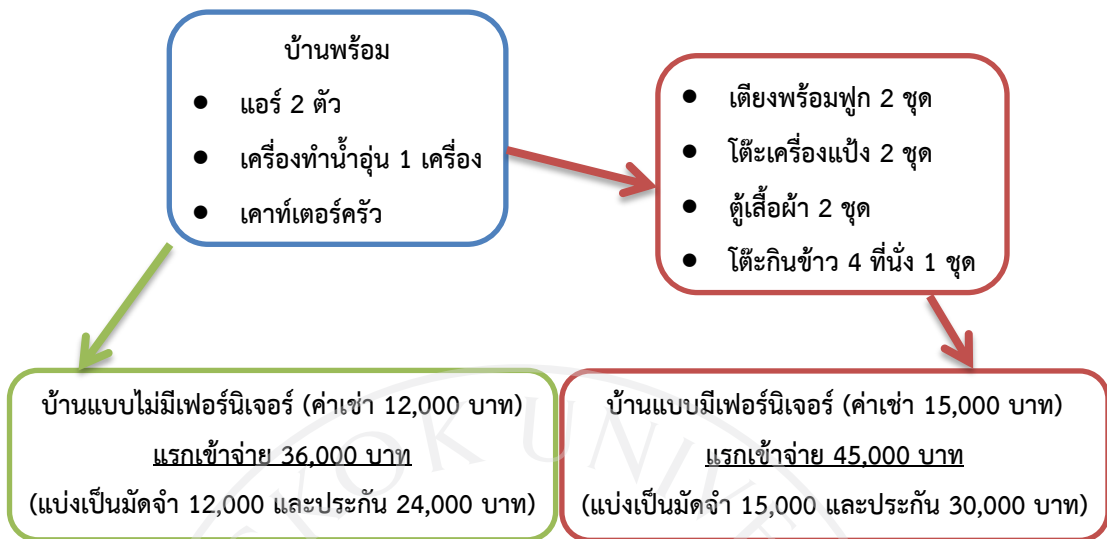
เนื่องจากโครงการมีบ้านเช่าให้เลือกใช้บริการทั้ง 2 รูปแบบนั่นคือ บ้านที่มีเฟอร์นิเจอร์ ค่าเช่าเดือนละ 15,000 บาท และบ้านที่ไม่มีเฟอร์นิเจอร์ ค่าเช่าเดือนละ 12,000 บาท ซึ่งเกณฑ์การตั้งราคาประเมินมาจากผลการวิจัยทางการตลาดที่สรุปออกมาว่า ค่าเช่าที่ผู้ให้สัมภาษณ์เช่าต่อคนเฉลี่ยอยู่ที่ 6,187.5 บาท

โดยบ้านเช่าที่เรากำหนดไว้คือ บ้าน 1 หลัง สามารถพักอาศัยได้ 2-3 คน หากลองคิดราคาเฉลี่ยผู้เช่าต่อคนพบว่า หากผู้เช่าเช่าบ้านที่ไม่มีเฟอร์นิเจอร์ 3 คน จะต้องจ่ายค่าเช่าคนละ 4,000 บาท และหากเช่าบ้านที่มีเฟอร์นิเจอร์ จะต้องจ่ายค่าเช่าคนละ 5,000 บาท ในขณะที่ถ้าหากผู้เช่ามีจำนวนเพียง 2 คน หากเช่าบ้านแบบไม่มีเฟอร์นิเจอร์จะต้องจ่ายค่าเช่าคนละ 6,000 ในขณะที่มีเฟอร์นิเจอร์จะคนละ 7,500 บาท

ซึ่งจะเห็นได้ว่าหากผู้เช่ามีจำนวน 3 คน ไม่ว่าจะเช่าแบบมีเฟอร์นิเจอร์หรือไม่มีเฟอร์นิเจอร์ ค่าเช่าก็ยังอยู่ในราคาที่ยอมรับได้ และยังคงมีส่วนต่างเหลืออีกด้วย ในขณะที่ถ้าหากเช่า 2 คนในกรณีที่เช่าแบบไม่มีเฟอร์นิเจอร์ราคาจะยังอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ แต่หากเช่าแบบมีเฟอร์นิเจอร์ค่าใช้จ่ายจะเกินมาคนละ 1,312.5 บาท ซึ่งตรงนี้จะขึ้นอยู่กับผู้เช่าว่าจะยอมรับได้หรือไม่

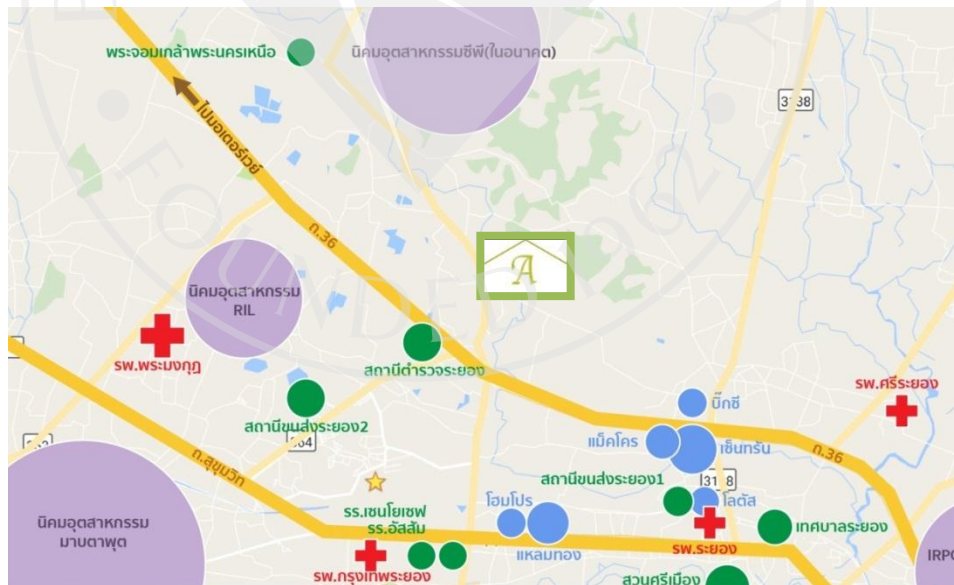
แรกเข้าผู้เช่าจะต้องทำสัญญา ชำระค่ามัดจำ และค่าประกันให้แก่โครงการก่อน ซึ่งทางโครงการกำหนดค่ามัดจำ 1 เดือน และค่าประกัน 2 เดือน ซึ่งค่ามัดจำคือการจ่ายค่าเช่าล่วงหน้า 1 เดือน สมมติหากผู้เช่าทำสัญญาวันที่ 1 มกราคม เท่ากับว่าผู้เช่าจะต้องจ่ายค่าเช่าอีกครั้งเริ่มตั้งแต่ 1 มีนาคม เพราะที่ 1 กุมภาพันธ์ ได้ตัดเงินจากค่ามัดจำเป็นค่าเช่าเรียบร้อยแล้ว ในส่วนของเงินค่าประกัน 2 เดือน จะได้รับคืนตอนย้ายออก แต่จะมีรายละเอียดปลีกย่อยในสัญญาที่ระบุ หากผู้เช่าได้กระทำใดๆที่ผิดสัญญา ผู้จัดการโครงการมีสิทธิ์ที่จะไม่คืนเงินมัดจำ หรือหักเงินมัดจำบางส่วน เพื่อนำมาซ่อมแซม แก้ไข ทำความสะอาด และปรับปรุงให้สภาพบ้านกลับมาเป็นสภาพเดิม หรืออาจมีกรณีค้างชำระค่าสาธารณูปโภคต่างๆ ก็จะนำเงินมัดจำที่ยึดมาไปชำระ ซึ่งรายละเอียดทั้งหมดจะอยู่ในสัญญาซึ่งผู้เช่าได้เซ็นรับทราบไว้แล้ว

ภาพที่ 4.5 : แผนผังราคาเช่า ค่าใช้จ่ายแรกเช่า และ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆที่จะได้



- ด้านสถานที่ตั้ง

ภาพที่ 4.6 : ภาพแสดงสถานที่ตั้งของโครงการดิออตัม (THE AUTUMN) และสถานที่สำคัญโดยรอบ



จากภาพที่ 4.6 จะเห็นได้โครงการดื่อกท้ม ตั้งอยู่บนทำเลคุณภาพ อยู่ไม่ไกลจากสถานที่สำคัญต่างๆ ซึ่งในแผนที่ที่จุดที่ไกลที่สุดอย่าง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ วิทยาเขตระยอง นิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด และIRPC ใช้เวลาเดินทางจากโครงการเพียง 20 นาทีเท่านั้น ซึ่งตรงนี้เป็นจุดแข็งของเรา อีกทั้งโครงการตั้งบนถนนสาย 36 ซึ่งเป็นถนนที่มุ่งตรงสู่มอเตอร์เวย์ ซึ่งใช้เวลาเพียง 1 ชั่วโมง 30 นาทีเท่านั้น ทำให้สะดวกไม่ว่าจะไปทำงาน ไปห้างสรรพสินค้า เข้ากรุงเทพฯ หรือจะไปพัทยา ก็สะดวกสบาย ไม่มีปัญหาเรื่องการจราจรที่ติดขัดเหมือนคนที่อาศัยบนถนนสุขุมวิท

- ด้านกิจกรรมส่งเสริมการขาย หรือ IMC

โครงการดื่อกท้มมีการจัดทำเพจใน Facebook เพื่อโฆษณา และประชาสัมพันธ์โครงการ ในรูปแบบที่ไม่มีค่าใช้จ่าย โดยเน้นการทำคอนเทนต์เพื่อให้กลุ่มนักศึกษาที่กำลังจะเรียนจบ นักศึกษาจบใหม่ คนวัยทำงานที่กำลังมองหางานในจังหวัดระยอง หรือคนที่ทำงานในจังหวัดระยอง ซึ่งกลุ่มคนเหล่านี้ส่วนใหญ่ล้วนอยู่ในสายงานวิทยาศาสตร์ และวิศวกรรมทั้งสิ้น ซึ่งเป็นความโชคดีที่ผู้บริหารครอบครัว และเพื่อนล้วนอยู่ในสายงานนี้ และทำงานที่ระยองทั้งสิ้น โดยเริ่มต้นจากพยายามทำให้เป็นที่รู้จัก หรือเกิดการแชร์ต่อภายใน ภาควิชา คณะ และมหาวิทยาลัยที่มีแนวโน้มจะมาทำงานในจังหวัดระยอง เช่น นักศึกษาที่กำลังจบใหม่ และใกล้จบจากคณะวิศวกรรมศาสตร์ และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี และสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

- ด้านบุคลากร

ผู้จัดการโครงการเป็นคนดูแลโครงการเป็นหลักทั้งหมด บริหารจัดการในทุกๆภาคส่วน ซึ่งด้านบุคลากรนี้มีผลต่อการตัดสินใจของผู้เช่าไม่น้อยกว่าด้านอื่นๆ เพราะหากผู้เช่ามาติดต่อ และพูดคุยแล้ว รู้สึกไม่ถูกใจ ก็มีผลต่อการตัดสินใจทำให้ไม่อยากเช่าได้ ดังนั้นบุคลิกภาพของผู้จัดการโครงการควรสุภาพ พูดจาฉะฉานชัดเจน ยิ้มแย้มแจ่มใส พร้อมทั้งจะตอบทุกข้อสงสัยของผู้เช่าได้เป็นอย่างดี รวมถึงบุคลากรในส่วนอื่นของโครงการทั้ง พนักงานรักษาความปลอดภัย แม่บ้าน ช่างและคนขับรถบริการประจำโครงการ ก็ควรมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส พร้อมให้ความช่วยเหลือผู้เช่าได้ทุกเมื่อที่ผู้เช่าต้องการ

- ด้านลักษณะทางกายภาพ

ด้านลักษณะทางกายภาพทั้งภาพรวมของโครงการ สำนักงาน และตัวบ้านเช่า ต้องสะอาด สวยงามเสมอ มีการจัดเก็บขยะ ทำความสะอาดถนน ตัดแต่งภูมิทัศน์ให้น่ามอง ซึ่งทางโครงการมี แม่บ้านประจำที่จะคอยดูแลในส่วนนี้อยู่แล้ว เพราะถ้าหากโครงการสะอาด น่าอยู่ สภาพแวดล้อมดี ย่อมทำให้ผู้เช่ามีความสุขกับการอยู่อาศัย

- ด้านกระบวนการ

กระบวนการตั้งแต่ลูกค้าสนใจต้องการจะเช่า จะเริ่มจากลูกค้าโทรติดต่อเข้ามายังผู้จัดการโครงการ หรืออีกส่วนหนึ่งคือ ติดต่อโดยตรงที่โครงการเลย ซึ่งจะมีพนักงานรักษาความปลอดภัย แม่บ้าน ช่างและคนขับรถบริการอยู่ที่โครงการ ซึ่งบุคลากรเหล่านี้ก็จะสามารถให้ข้อมูลได้ว่า ณ ขณะนั้นมีบ้านว่างหรือไม่ โดยปกติถ้าช่วงไหนมีบ้านว่าง ผู้จัดการโครงการจะประจำที่สำนักงานซึ่งก็พร้อมที่จะพาไปดูบ้าน และทำสัญญาได้ทันที

ซึ่งหลังจากดูบ้านเรียบร้อยแล้ว หากตกลงทำสัญญา สามารถวางเงินทำสัญญา ระบุวันเข้าพัก ได้ทันที ซึ่งวันที่ทำสัญญาผู้เช่าต้องวางเงินประกัน และมัดจำให้เรียบร้อย โดยสัญญาจะมีทั้งส่วนที่เป็น ลายลักษณ์อักษร และส่วนของรูปถ่ายทุกจุดของบ้าน หลังจากทำสัญญาผู้เช่าจะได้กุญแจบ้าน คีย์การ์ดโครงการ การดูแลรักษาบ้าน ซ่อมแซมจะเป็นหน้าที่ของผู้เช่าทันที (แต่ต้องแจ้งผู้จัดการโครงการก่อนทุกครั้ง)

ขั้นตอนการย้ายออก หากย้ายออกก่อนหมดสัญญา โครงการมีสิทธิยึดเงินค่าประกันทั้งหมด ไม่มีข้อยกเว้นใดๆทั้งสิ้น และในส่วนของกรย้ายออกกรณีหมดสัญญา มีเวลาให้ขนย้ายของทั้งหมด สัญญาไม่เกิน 3 วัน และต้องมีเอกสารหลักฐานในการชำระค่าสาธารณูปโภคต่างๆครบถ้วน ตอนเวลามาแจ้งย้ายออก

ขั้นตอนการต่อสัญญา ผู้เช่าสามารถ แจ้งขอยุ่ต่อ และนัดหมายผู้จัดการโครงการ เพื่อต่อสัญญาได้ทันทีที่สัญญาหมด หรือก่อนสัญญาหมดไม่เกิน 3 วัน ซึ่งไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมใดๆทั้งสิ้น ในกรณีปีที่ 10 และ 20 ของโครงการ ผู้เช่ารายเก่าที่เป็นผู้เช่าชั้นดีจะไม่มีการปรับค่าเช่าขึ้น ในขณะเดียวกันหากเป็นผู้เช่ารายใหม่ หรือผู้เช่าอื่นๆที่นอกเหนือจากผู้เช่าชั้นดี จะมีการปรับขึ้นค่าเช่า รวมถึงปรับค่ามัดจำ ค่าประกันขึ้นด้วยเช่นกัน

กรณีผู้เช่าพักอาศัยนานเกิน 1 ปี จะสามารถลดขั้นตอนบางอย่างลงได้ รวมถึงสามารถ ยืดหยุ่นสัญญาได้บ้างหากไม่กระทบต่อรายได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของผู้จัดการโครงการ และ สถานการณ์ ณ ขณะนั้นทั้งสิ้น

4.3.2 กลยุทธ์จากแนวคิด TOWS Matrix

ตารางที่ 4.1 : การวิเคราะห์กลยุทธ์โดยใช้หลัก TOWS Matrix

<p style="text-align: center;">SO กลยุทธ์เชิงรุก</p> <ul style="list-style-type: none"> ● การสร้างความสัมพันธ์ และโครงข่ายความร่วมมือกับพันธมิตร ● สร้างความหลากหลายในตัวสินค้า และราคา เพื่อให้ลูกค้ามีทางเลือก โดยยึดจากราคาที่ลูกค้าสามารถยอมรับได้ 	<p style="text-align: center;">WO กลยุทธ์เชิงแก้ไข</p> <ul style="list-style-type: none"> ● การบริหารจัดการสรรเงินทุน และการลดต้นทุนให้ต่ำที่สุด ในขณะที่คุมคุณภาพให้บ้าน และโครงการยังคงคุณภาพดี ● การส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นความสนใจของกลุ่มลูกค้าที่ไม่มีรถยนต์
<p style="text-align: center;">ST กลยุทธ์เชิงป้องกัน</p> <ul style="list-style-type: none"> ● การสัญญาให้เช่าให้รัดกุม และครอบคลุมที่สุด เพื่อป้องกันปัญหาที่อาจเกิดจากผู้เช่า ● การเลือกผู้รับเหมาที่ไว้วางใจได้ ร่วมงานกันมาหลายปี เพื่อป้องกันปัญหาเรื่องความล่าช้าในการก่อสร้าง และป้องกันปัญหาต้นทุนการก่อสร้างที่บานปลายจากที่ประเมินได้ 	<p style="text-align: center;">WT กลยุทธ์เชิงรับ</p> <ul style="list-style-type: none"> ● การพูดต่อแบบปากต่อปาก จะช่วยกระจายข่าว ให้ไปถึงคนที่สนใจอยากจะเช่าบ้านกับเราได้ ● การทยอยสร้างบ้านทีละชุด (4-6 หลัง) จะทำให้เราสามารถหยุดโครงการได้ทันทีหากสถานการณ์ตลาด ณ ขณะนั้นไม่เป็นอย่างที่คิด ซึ่งสถานการณ์เช่นนี้ไม่ได้ทำให้โครงการขาดทุนแต่อย่างใด

4.3.3 กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายพันธมิตรธุรกิจ

วัตถุประสงค์

- เพื่อสรรหาผู้เช่าที่มีประวัติดี และมีประสิทธิภาพ จากพันธมิตรที่ทำงานในบริษัทเอกชนต่างๆ
- เพื่อสร้างเครือข่ายกับกลุ่มธุรกิจร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ผู้รับเหมาก่อสร้าง และช่างชำนาญการส่วนต่างๆ เพื่อโอกาสของธุรกิจในอนาคต
- เพื่อสรรหาผู้เช่าใหม่ๆจากผู้เช่ารายเดิมที่มีคุณภาพ เกิดการบอกต่อในกลุ่มของผู้เช่าแต่ละราย

งบประมาณ 625,000 บาท

การดำเนินงานของกลยุทธ์ และแผนปฏิบัติการ

- พุดคุย และคอยอัปเดตข้อมูลจำนวนบ้านเช่าที่มี ราคา รายละเอียดต่างๆกับพนักงานบริษัทเอกชนที่เป็นพันธมิตรกันอยู่โดยหลักๆทำงานอยู่ที่ UBE Group, IRPC, PTT Global Chemical, DOW Chemical, SCG Chemical ซึ่งกลุ่มคนเหล่านี้จะช่วยกระจายข่าว และบอกต่อกันภายในองค์กรได้ หากใครมีความต้องการที่อยากจะเช่าบ้าน ซึ่งพันธมิตรที่มีมีตำแหน่งทั้ง ผู้จัดการฝ่ายบุคคล วิศวกรทั้งระดับผู้จัดการ และระดับผู้จัดการอาวุโส รวมถึงนักวิจัย นักเคมี ซึ่งที่ผ่านมาผู้บริหารก็ใช้วิธีนี้ในการหาผู้เช่าให้แก่บ้านเช่าของตนเป็นหลักตลอดการให้เช่ากว่า 20 ปี
- พุดคุยสร้างเครือข่ายจากผู้รับเหมารายที่ไว้วางใจได้ และทำงานกันมานาน เพื่อกระจายเครือข่ายไปยังร้านค้าวัสดุก่อสร้าง หรือช่างชำนาญการที่มีฝีมือดี เพื่อผลประโยชน์ในอนาคต
- มีการพุดคุย กระชับความสัมพันธ์กับผู้เช่าที่มีคุณภาพ เพื่อให้ผู้เช่าประทับใจ ซึ่งจะนำไปสู่การบอกต่อ และทำให้กระจายชื่อเสียงของโครงการได้เป็นอย่างดี

4.3.4 กลยุทธ์ด้านการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี

วัตถุประสงค์

- เพื่อเพิ่มมูลค่า ความน่าสนใจ ความน่าอยู่ และสภาพแวดล้อมที่ดีของโครงการ ซึ่งอาจส่งผลถึงการบอกต่อ และความภูมิใจของผู้อยู่อาศัยได้อีกด้วย

งบประมาณ 1,350,000 บาท

การดำเนินงานของกลยุทธ์

- โครงการมีพนักงานรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง แต่การเพิ่มส่วนของระบบไม้กั้นเข้าออกโครงการ (easy pass) ซึ่งเวลาเข้าออกผู้เช่าต้องสแกนคีย์การ์ดทุกครั้ง จะช่วยให้โครงการมีภาพลักษณ์ในเรื่องระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดี สร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้เช่าได้ เพราะในจังหวัดระยอง ถึงแม้จะเป็นหมู่บ้านขนาดใหญ่อย่างหมู่บ้านเพลินใจ 2 ระบบการรักษาความปลอดภัยยังไม่ค่อยเข้มงวดนัก
- แรกเริ่มเมื่อผู้เช่าเข้ามายังหน้าโครงการ สิ่งที่คุณเช่ามองเห็นต้องแสดงถึงภาพลักษณ์ที่ดีสะท้อนออกมาเสมอ ภูมิทัศน์เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้โครงการมองดูแล้วร่มรื่น สนามหญ้า ต้นไม้ ทะเลสาบ จะช่วยส่งเสริมให้โครงการให้ความรู้สึกละดัดโปร่ง สามารถเดินเล่น พักผ่อนหย่อนใจ หรือออกกำลังกายได้
- รถตู้ให้บริการรับส่งไปยังสี่แยก PMY ทุกเช้าและเย็นวันทำงาน สำหรับบริการผู้ที่ต้องการขึ้นรถสวัสดิการบริษัทไปทำงาน อาจได้ใช้หรือไม่ได้ใช้งาน แต่การที่มีบริการเช่นนี้ สามารถเสริมภาพลักษณ์ให้โครงการดูดีขึ้นได้มาก
- สำนักงานโครงการ เป็นจุดที่ไว้นัดเซ็นสัญญา ต่อสัญญา เป็นหลัก เนื่องจากโครงการดิวทัมเป็นโครงการที่มีบ้านถึง 30 หลัง การที่มีสถานที่หลักในการทำงาน เอกสารย่อมส่งผลดีกว่า ทำให้งานต่างๆเป็นระบบ มีความน่าเชื่อถือ สัญญาต่างๆถูกเก็บอย่างมีระบบ ไม่สูญหาย ไม่เกิดข้อผิดพลาดขึ้น

แผนปฏิบัติการ

- ก่อสร้างสำนักงาน ซึ่งประกอบไปด้วยส่วนของสำนักงาน และห้องน้ำ 1 ห้อง
ขนาดประมาณ 28 ตารางเมตร 350,000 บาท
- ป้อมยาม 40,000 บาท
- ระบบไม้กั้นเข้าออกโครงการ (easy pass) 100,000 บาท
- ภูมิทัศน์ 150,000 บาท
- รถยนต์มือสอง 1 คัน 350,000 บาท
- ค่าน้ำมันเดือนละ 1,500 บาท ระยะเวลา 20 ปี 360,000 บาท

4.4 แผนงานด้านการเงิน และงบประมาณ

4.4.1 แหล่งเงินทุน

วิเคราะห์ข้อดี-ข้อเสีย

แหล่งเงินทุนภายใน	:	ข้อดี	ไม่ต้องชำระดอกเบี้ยเงินกู้ หรือต้องใช้สินทรัพย์ ใดๆค้ำประกัน
		ข้อเสีย	เงินทุนมีจำกัด ต้องจัดสรรเงินทุนให้รอบคอบ ที่สุด เพราะหากเกิดขาดสภาพคล่องขึ้น จะทำให้ โครงการขาดสภาพคล่องทันที
แหล่งเงินทุนภายนอก	:	ข้อดี	มีเงินทุนหมุนเวียน มีสภาพคล่อง ไม่จำเป็นต้อง มีทุนเยอะก็สามารถสร้างโครงการได้
		ข้อเสีย	ภาระดอกเบี้ยเงินกู้ ต้องมีสินทรัพย์ค้ำประกัน ถ้ารายได้ไม่เพียงพอต่อการชำระหนี้รวมดอกเบี้ย จะส่งผลกระทบต่อเจ้าของได้
สรุป	:		โครงการคืออ้อมใช้แหล่งเงินทุนภายใน (เงินทุนตัวเอง) ทั้งหมด

4.4.2 การวิเคราะห์ผลตอบแทน

ตารางที่ 4.2 : ระยะเวลาคืนทุน

กระแสเงินรับตลอดโครงการ		
ปีที่	กระแสเงินสดรับรายปี	กระแสเงินสดรับสะสม
0 กระแสเงินสดจ่าย ณ วันลงทุน	- 16,146,300.00	- 16,204,000.00
1 กระแสเงินสดรับ	1,825,512.00	- 14,378,488.00
2 กระแสเงินสดรับ	2,865,045.59	- 11,513,442.41
3 กระแสเงินสดรับ	3,641,295.59	- 7,872,146.82
4 กระแสเงินสดรับ	3,364,545.59	- 4,507,601.23
5 กระแสเงินสดรับ	3,345,420.59	- 1,162,180.63
6 กระแสเงินสดรับ	3,373,820.59	2,211,639.96
7 กระแสเงินสดรับ	3,366,670.59	5,578,310.55
8 กระแสเงินสดรับ	3,366,670.59	8,944,981.14
9 กระแสเงินสดรับ	3,366,670.59	12,311,651.73
10 กระแสเงินสดรับ	3,726,670.59	16,038,322.33
11 กระแสเงินสดรับ	3,676,070.59	19,714,392.92
12 กระแสเงินสดรับ	3,672,670.59	23,387,063.51
13 กระแสเงินสดรับ	3,672,670.59	27,059,734.10
14 กระแสเงินสดรับ	3,672,670.59	30,732,404.69
15 กระแสเงินสดรับ	3,672,670.59	34,405,075.28
16 กระแสเงินสดรับ	3,676,070.59	38,081,145.88
17 กระแสเงินสดรับ	3,676,069.74	41,757,215.62
18 กระแสเงินสดรับ	3,676,068.89	45,433,284.51
19 กระแสเงินสดรับ	3,676,068.04	49,109,352.55
20 กระแสเงินสดรับ	4,086,067.19	53,195,419.74

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ระยะเวลาคืนทุนของโครงการคือ 5.256 ปี

ตารางที่ 4.3 : มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) และอัตราผลตอบแทน (IRR)

การคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิโดยใช้อัตราคิดลด		15%
มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับ		฿20,021,330.99
หัก มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่าย	-	16,146,300.00
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)		฿3,875,030.99
อัตราผลตอบแทนของโครงการ		19%

จากตารางที่ 4.3 เมื่อคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) และอัตราผลตอบแทนโครงการ (IRR) โดยใช้อัตราคิดลด 15% พบว่า มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) มีค่าเท่ากับ 3,875,030.99 และอัตราผลตอบแทนโครงการ ณ มูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 0 เท่ากับร้อยละ 19 แสดงให้เห็นว่าโครงการดิวทิมสามารถสร้างผลกำไรได้ และมีความเป็นไปได้ในการลงทุน เนื่องจากมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) มีค่าเป็นบวก และอัตราผลตอบแทน (IRR) มีค่ามากกว่าอัตราคิดลด ซึ่งโดยทั่วไปของการให้เช่าสังหาริมทรัพย์รายเดือนอัตราผลตอบแทนจากการให้เช่า (Rental yield) จะประมาณ 5-8 เปอร์เซ็นต์ต่อปี(อ้างอิงจาก www.terrabbkk.com) เท่ากับว่าโครงการดิวทิมให้อัตราผลตอบแทนมากกว่าการลงทุนซื้อสังหาริมทรัพย์สำเร็จมาให้เช่ารายเดือนมากถึง 2-4 เท่าโดยประมาณ

4.5 งบการเงิน

ตารางที่ 4.4 : งบประมาณการลงทุน

รายการ	รวม	แหล่งที่มา	
		ส่วนของผู้ถือหุ้น	เงินกู้ยืม
สินทรัพย์ถาวร			
ที่ดิน (7 ไร่) : ราคาประเมินจากกรมธนารักษ์	700,000.00	700,000.00	-
ระบบสาธารณูปโภคโครงการ (ระบบน้ำดี น้ำเสีย ไฟฟ้า ถนน)	1,000,000.00	1,000,000.00	-
ก่อสร้างรวมตกแต่งสำหรับบ้าน 20 หลัง (55 ตร.ม.) แบบไม่มีเฟอร์นิเจอร์ หลังละ 438,000 บาท	8,760,000.00	8,760,000.00	-
ก่อสร้างรวมตกแต่งสำหรับบ้าน 10 หลัง (55 ตร.ม.) แบบมีเฟอร์นิเจอร์ หลังละ 464,000 บาท	4,640,000.00	4,640,000.00	-
สำนักงาน ป้อมยาม ระบบไม้กั้นสแกนบัตร	490,000.00	490,000.00	-
ภูมิทัศน์	150,000.00	150,000.00	-
รถยนต์มือสอง	350,000.00	350,000.00	-
สินทรัพย์ถาวรรวม	16,090,000.00	16,090,000.00	-
ค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินงาน			
ค่าจดทะเบียนบริษัท	6,300.00	6,300.00	-
เงินทุนหมุนเวียน	50,000.00	50,000.00	-
รวมเงินลงทุนเริ่มต้น	16,146,300.00	16,146,300.00	-
สัดส่วนโครงสร้างเงินทุน(%)	100	100	-

ตารางที่ 4.5 : ตารางแสดงค่าเสื่อมราคา (ปีที่ 1 – 10)

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
ค่าเสื่อมราคาต่อปี	804,500.00	804,500.00	804,500.00	804,500.00	804,500.00	804,500.00	804,500.00	804,500.00	804,500.00	804,500.00
ค่าเสื่อมราคาสะสม	804,500.00	1,609,000.00	2,413,500.00	3,218,000.00	4,022,500.00	4,827,000.00	5,631,500.00	6,436,000.00	7,240,500.00	8,045,000.00
สินทรัพย์ถาวรรวม	16,090,000.00	16,090,000.00	16,090,000.00	16,090,000.00	16,090,000.00	16,090,000.00	16,090,000.00	16,090,000.00	16,090,000.00	16,090,000.00
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	804,500.00	1,609,000.00	2,413,500.00	3,218,000.00	4,022,500.00	4,827,000.00	5,631,500.00	6,436,000.00	7,240,500.00	8,045,000.00
สินทรัพย์ถาวรรวมสุทธิ	15,285,500.00	14,481,000.00	13,676,500.00	12,872,000.00	12,067,500.00	11,263,000.00	10,458,500.00	9,654,000.00	8,849,500.00	8,045,000.00

ตารางที่ 4.6 : ตารางแสดงค่าเสื่อมราคา (ปีที่ 11-20)

	ปีที่ 11	ปีที่ 12	ปีที่ 13	ปีที่ 14	ปีที่ 15	ปีที่ 16	ปีที่ 17	ปีที่ 18	ปีที่ 19	ปีที่ 20
ค่าเสื่อมราคาต่อปี	804,500.00	804,500.00	804,500.00	804,500.00	804,500.00	804,500.00	804,500.00	804,500.00	804,500.00	804,500.00
ค่าเสื่อมราคาสะสม	8,849,500.00	9,654,000.00	10,458,500.00	11,263,000.00	12,067,500.00	12,872,000.00	13,676,500.00	14,481,000.00	15,285,500.00	16,090,000.00
สินทรัพย์ถาวรรวม	16,090,000.00	16,090,000.00	16,090,000.00	16,090,000.00	16,090,000.00	16,090,000.00	16,090,000.00	16,090,000.00	16,090,000.00	16,090,000.00
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	8,849,500.00	9,654,000.00	10,458,500.00	11,263,000.00	12,067,500.00	12,872,000.00	13,676,500.00	14,481,000.00	15,285,500.00	16,090,000.00
สินทรัพย์ถาวรรวมสุทธิ	7,240,500.00	6,436,000.00	5,631,500.00	4,827,000.00	4,022,500.00	3,218,000.00	2,413,500.00	1,609,000.00	804,500.00	-

ตารางที่ 4.13 : ตารางแสดงงบประมาณกำไรขาดทุน (ปีที่ 1 - 10)

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
รายได้รวม	2,340,000	3,600,000	4,680,000	4,680,000	4,680,000	4,680,000	4,680,000	4,680,000	4,680,000	5,040,000
หัก ต้นทุนผันแปร	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
กำไรส่วนเกิน	2,340,000	3,600,000	4,680,000	4,680,000	4,680,000	4,680,000	4,680,000	4,680,000	4,680,000	5,040,000
หัก ต้นทุนคงที่	1,375,288	1,375,288	1,375,288	1,375,288	1,375,288	1,350,288	1,350,288	1,350,288	1,350,288	1,350,288
กำไรก่อนดำเนินงาน	964,712	2,224,712	3,304,712	3,304,712	3,304,712	3,329,712	3,329,712	3,329,712	3,329,712	3,689,712
หัก ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
หัก ภาษีโรงเรือน	75,834.83	210,834.83	345,834.83	368,334.83	364,334.83	368,334.83	368,334.83	368,334.83	368,334.83	364,334.83
หัก ภาษีนิติบุคคล	88,331.58	257,081.58	398,831.58	395,456.58	396,056.58	399,206.58	399,206.58	399,206.58	399,206.58	453,806.58
กำไรสุทธิ	800,545.59	1,756,795.59	2,560,045.59	2,540,920.59	2,544,320.59	2,562,170.59	2,562,170.59	2,562,170.59	2,562,170.59	2,871,570.59

ตารางที่ 4.14 : ตารางแสดงงบประมาณกำไรขาดทุน (ปีที่ 11-20)

	ปีที่ 11	ปีที่ 12	ปีที่ 13	ปีที่ 14	ปีที่ 15	ปีที่ 16	ปีที่ 17	ปีที่ 18	ปีที่ 19	ปีที่ 20
รายได้รวม	5,040,000	5,040,000	5,040,000	5,040,000.00	5,040,000	5,040,000	5,040,000	5,040,000	5,040,000	5,400,000
หัก ต้นทุนผันแปร	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
กำไรส่วนเกิน	5,040,000	5,040,000	5,040,000	5,040,000.00	5,040,000	5,040,000	5,040,000	5,040,000	5,040,000	5,400,000
หัก ต้นทุนคงที่	1,350,288	1,350,288	1,350,288	1,350,288.00	1,350,288	1,350,288	1,350,288	1,350,288	1,350,288	1,350,288
กำไรก่อนดำเนินงาน	3,689,712	3,689,712	3,689,712	3,689,712.00	3,689,712	3,689,712	3,689,712	3,689,712	3,689,712	4,049,712
หัก ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
หัก ภาษีโรงเรือน	368,334.83	368,334.83	368,334.83	368,334.83	364,334.83	364,335.83	364,336.83	364,337.83	364,338.83	364,339.83
หัก ภาษีนิติบุคคล	453,206.58	453,206.58	453,206.58	453,206.58	453,806.58	453,806.43	453,806.28	453,806.13	453,805.98	507,805.83
กำไรสุทธิ	2,868,170.59	2,868,170.59	2,868,170.59	2,868,170.59	2,871,570.59	2,871,569.74	2,871,568.89	2,871,568.04	2,871,567.19	3,177,566.34

ตารางที่ 4.15 : ตารางแสดงงบกระแสเงินสด (ปีที่ 1-10)

กระแสเงินสดจาก กิจกรรมการดำเนินงาน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
กำไรสุทธิ	800,545.59	1,756,795.59	2,560,045.59	2,540,920.59	2,544,320.59	2,562,170.59	2,562,170.59	2,562,170.59	2,562,170.59	2,871,570.59
บวก ค่าเสื่อมราคา	804,500.00	804,500.00	804,500.00	804,500.00	804,500.00	804,500.00	804,500.00	804,500.00	804,500.00	804,500.00
บวก ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
บวก ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
บวก ภาษีเงินได้ค้างจ่ายที่ เพิ่มขึ้น	164,166.41	303,750.00	276,750.00	19,125.00	- 3,400.00	7,150.00	-	-	-	50,600.00
บวก เงินปันผลค้างจ่ายที่ เพิ่มขึ้น	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
เงินสดจากกิจกรรมการ ดำเนินงาน	1,769,212.00	2,865,045.59	3,641,295.59	3,364,545.59	3,345,420.59	3,373,820.59	3,366,670.59	3,366,670.59	3,366,670.59	3,726,670.59
กระแสเงินสดจาก กิจกรรมการลงทุน										
สินทรัพย์รวม	- 16,090,000.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการ ลงทุน	- 16,090,000.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการ จัดหา										
กู้จากสถาบันการเงิน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
หัก เงินปันผล	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ทุนหุ้นสามัญ	16,146,300.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดจาก กิจกรรมการจัดหา	16,146,300.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-
เงินสดสุทธิ	1,825,512.00	2,865,045.59	3,641,295.59	3,364,545.59	3,345,420.59	3,373,820.59	3,366,670.59	3,366,670.59	3,366,670.59	3,726,670.59
บวก เงินสดต้นงวด	-	1,825,512.00	4,690,557.59	8,331,853.18	11,696,398.78	15,041,819.37	18,415,639.96	21,782,310.55	25,148,981.14	28,515,651.73
เงินสดปลายงวด	1,825,512.00	4,690,557.59	8,331,853.18	11,696,398.78	15,041,819.37	18,415,639.96	21,782,310.55	25,148,981.14	28,515,651.73	32,242,322.33

ตารางที่ 4.16 : ตารางแสดงงบกระแสเงินสด (ปีที่ 11-20)

กระแสเงินสดจาก กิจกรรมการดำเนินงาน	ปีที่ 11	ปีที่ 12	ปีที่ 13	ปีที่ 14	ปีที่ 15	ปีที่ 16	ปีที่ 17	ปีที่ 18	ปีที่ 19	ปีที่ 20
กำไรสุทธิ	2,868,170.59	2,868,170.59	2,868,170.59	2,868,170.59	2,868,170.59	2,871,569.74	2,871,568.89	2,871,568.04	2,871,567.19	3,177,566.34
บวก ค่าเสื่อมราคา	804,500.00	804,500.00	804,500.00	804,500.00	804,500.00	804,500.00	804,500.00	804,500.00	804,500.00	804,500.00
บวก ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
บวก ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
บวก ภาษีเงินได้ค้างจ่ายที่ เพิ่มขึ้น	3,400.00	-	-	-	- 3,400.00	0.85	0.85	0.85	0.85	54,000.85
บวก เงินปันผลค้างจ่ายที่ เพิ่มขึ้น	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
เงินสดจากกิจกรรมการ ดำเนินงาน	3,676,070.59	3,672,670.59	3,672,670.59	3,672,670.59	3,672,670.59	3,676,070.59	3,676,069.74	3,676,068.89	3,676,068.04	4,036,067.19
กระแสเงินสดจาก กิจกรรมการลงทุน										
สินทรัพย์รวม	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการ ลงทุน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการ จัดหา										
กู้จากสถาบันการเงิน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
หัก เงินปันผล	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ทุนหุ้นสามัญ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดจาก กิจกรรมการจัดหา	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
เงินสดสุทธิ	3,676,070.59	3,672,670.59	3,672,670.59	3,672,670.59	3,672,670.59	3,676,070.59	3,676,069.74	3,676,068.89	3,676,068.04	4,036,067.19
บวก เงินสดต้นงวด	32,242,322.33	35,918,392.92	39,591,063.51	43,263,734.10	46,936,404.69	50,609,075.28	54,285,145.88	57,961,215.62	61,637,284.51	65,313,352.55
เงินสดปลายงวด	35,918,392.92	39,591,063.51	43,263,734.10	46,936,404.69	50,609,075.28	54,285,145.88	57,961,215.62	61,637,284.51	65,313,352.55	69,349,419.74

ตารางที่ 4.17 : ตารางแสดงงบแสดงฐานะการเงิน (ปีที่ 1-10)

สินทรัพย์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
สินทรัพย์หมุนเวียน										
เงินสดและเงินฝากธนาคาร	1,825,512	4,690,558	8,331,853	11,696,399	15,041,819	18,415,640	21,782,311	25,148,981	28,515,652	32,242,322
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	1,825,512	4,690,558	8,331,853	11,696,399	15,041,819	18,415,640	21,782,311	25,148,981	28,515,652	32,242,322
สินทรัพย์ถาวรรวมสุทธิ	15,285,500	14,481,000	13,676,500	12,872,000	12,067,500	11,263,000	10,458,500	9,654,000	8,849,500	8,045,000
รวมสินทรัพย์	17,111,012	19,171,558	22,008,353	24,568,399	27,109,319	29,678,640	32,240,811	34,802,981	37,365,152	40,287,322
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น										
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	164,166	467,916	744,666	763,791	760,391	767,541	767,541	767,541	767,541	818,141
เงินปันผลค้างจ่าย	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
หนี้สินหมุนเวียน	164,166	467,916	744,666	763,791	760,391	767,541	767,541	767,541	767,541	818,141
เงินกู้สุทธิ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวมหนี้สิน	164,166	467,916	744,666	763,791	760,391	767,541	767,541	767,541	767,541	818,141
ทุนเรือนหุ้นสามัญ	16,146,300	16,146,300	16,146,300	16,146,300	16,146,300	16,146,300	16,146,300	16,146,300	16,146,300	16,146,300
กำไรสะสม	800,546	2,557,341	5,117,387	7,658,307	10,202,628	12,764,799	15,326,969	17,889,140	20,451,310	23,322,881
ส่วนของผู้ถือหุ้น	16,946,846	18,703,641	21,263,687	23,804,607	26,348,928	28,911,099	31,473,269	34,035,440	36,597,610	39,469,181
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	17,111,012	19,171,558	22,008,353	24,568,399	27,109,319	29,678,640	32,240,811	34,802,981	37,365,152	40,287,322

ตารางที่ 4.18 : ตารางแสดงงบแสดงฐานะการเงิน (ปีที่ 11-20)

สินทรัพย์	ปีที่ 11	ปีที่ 12	ปีที่ 13	ปีที่ 14	ปีที่ 15	ปีที่ 16	ปีที่ 17	ปีที่ 18	ปีที่ 19	ปีที่ 20
สินทรัพย์หมุนเวียน										
เงินสดและเงินฝากธนาคาร	35,918,393	39,591,064	43,263,734	46,936,405	50,609,075	54,285,146	57,961,216	61,637,285	65,313,353	69,349,420
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	35,918,393	39,591,064	43,263,734	46,936,405	50,609,075	54,285,146	57,961,216	61,637,285	65,313,353	69,349,420
สินทรัพย์ถาวรรวมสุทธิ	7,240,500	6,436,000	5,631,500	4,827,000	4,022,500	3,218,000	2,413,500	1,609,000	804,500	-
รวมสินทรัพย์	43,158,893	46,027,064	48,895,234	51,763,405	54,631,575	57,503,146	60,374,716	63,246,285	66,117,853	69,349,420
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น										
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	821,541	821,541	821,541	821,541	818,141	818,142	818,143	818,144	818,145	872,146
เงินปันผลค้างจ่าย	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
หนี้สินหมุนเวียน	821,541	821,541	821,541	821,541	818,141	818,142	818,143	818,144	818,145	872,146
เงินกู้สุทธิ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวมหนี้สิน	821,541	821,541	821,541	821,541	818,141	818,142	818,143	818,144	818,145	872,146
ทุนเรือนหุ้นสามัญ	16,146,300	16,146,300	16,146,300	16,146,300	16,146,300	16,146,300	16,146,300	16,146,300	16,146,300	16,146,300
กำไรสะสม	26,191,052	29,059,222	31,927,393	34,795,563	37,667,134	40,538,704	43,410,273	46,281,841	49,153,408	52,330,974
ส่วนของผู้ถือหุ้น	42,337,352	45,205,522	48,073,693	50,941,863	53,813,434	56,685,004	59,556,573	62,428,141	65,299,708	68,477,274
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	43,158,893	46,027,064	48,895,234	51,763,405	54,631,575	57,503,146	60,374,716	63,246,285	66,117,853	69,349,420

ตารางที่ 4.19 : ตารางแสดงการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน (ปีที่ 1-10)

รายการการวิเคราะห์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
การวัดสภาพคล่องทางการเงิน										
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (เท่า)	11.12	10.02	11.19	15.31	19.78	23.99	28.38	32.77	37.15	39.41
อัตราส่วนสินทรัพย์คล่องตัว (เท่า)	11.12	10.02	11.19	15.31	19.78	23.99	28.38	32.77	37.15	39.41
การวัดประสิทธิภาพการใช้ทรัพย์สิน										
อัตรากำไรสุทธิ (รอบ)	0.15	0.25	0.34	0.36						
อัตรากำไรของสินทรัพย์รวม (รอบ)	0.14	0.19	0.21	0.19	0.17	0.16	0.15	0.13	0.13	0.13
การวัดความสามารถในการชำระหนี้										
อัตราหนี้ (Debt to Equity Ratio) (เท่า)	0.01	0.03	0.04	0.03	0.03	0.03	0.02	0.02	0.02	0.02
อัตราส่วนความสามารถในการชำระดอกเบี้ย (เท่า)	ไม่มีการกู้ยืม จึงไม่มีการชำระดอกเบี้ย									
การวัดความสามารถในการบริหาร										
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)	0.05	0.09	0.12	0.10	0.09	0.09	0.08	0.07	0.07	0.07
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (ROE)	0.05	0.09	0.12	0.11	0.10	0.09	0.08	0.08	0.07	0.07
อัตราส่วนกำไรส่วนเกิน (%)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
อัตราส่วนกำไรจากการดำเนินงาน (%)	41.23	61.80	70.61	70.61	70.61	71.15	71.15	71.15	71.15	73.21
อัตราส่วนกำไรสุทธิ (%)	34.21	48.80	54.70	54.29	54.37	54.75	54.75	54.75	54.75	56.98

4.6 แผนรองรับการขยายธุรกิจในอนาคต (ย่อ)

4.6.1 รูปแบบการขยายธุรกิจ

โครงการดิวตี้ฟรีสร้างบนพื้นที่ประมาณ 7 ไร่ จากพื้นที่ทั้งหมด 11 ไร่ ฉะนั้น หากโครงการมีผู้เช่าเต็มจำนวนต่อเนื่องหลายปี และยังมีความต้องการของผู้เช่ารายใหม่ๆมาติดต่ออยู่ แล้วประเมินว่าโครงการมีความเป็นไปได้ ก็จะขยายธุรกิจเพิ่มเติมอีกในพื้นที่ 4 ไร่ที่เหลืออยู่ โดยอาจจะแบ่งสร้างเป็นทาวน์เฮ้าส์ อพาร์ทเมนต์ และบ้านเดี่ยว กระจายหลายหลากรูปแบบ ซึ่งทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับความต้องการของตลาด ณ ขณะนั้น

4.6.2 โอกาส และอุปสรรคของการขยายธุรกิจ

จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจภาคตะวันออก หรือ ECC ส่งผลให้ระยองจะมีจำนวนพนักงานบริษัทเอกชนเพิ่มขึ้นอีกจำนวนมาก เมื่อจำนวนพนักงานเพิ่มขึ้น ความต้องการที่พักอาศัยย่อมเพิ่มสูงขึ้นตาม ในขณะที่อุปสรรคของธุรกิจรูปแบบนี้ในจังหวัดระยองคือ คู่แข่งไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อมที่มองเห็นโอกาสเช่นเดียวกัน ก็จะทยอยเข้าสู่ตลาดเพิ่มขึ้นเรื่อยๆทั้งรายย่อย และรายใหญ่ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่าใครช่วงชิงโอกาสได้ก่อนกัน ใครสามารถหาที่ดินทำเลมีศักยภาพในการนำมาก่อสร้างได้ เป็นต้น

4.6.3 แผนการใช้ทรัพยากร

ทางโครงการยังคงใช้ผู้รับเหมา และกลุ่มพันธมิตรเดิมทั้งเพื่อก่อสร้าง บริหารจัดการ และสรรหาผู้เช่าให้ นอกจากนี้สิ่งที่ต้องคำนึงถึงอันดับแรกคือ ระบบสาธารณูปโภค เนื่องจากเดิมทีระบบสาธารณูปโภคก่อสร้างไว้สำหรับบ้านเช่า 30 หลัง หากมีการก่อสร้างเพิ่ม จำเป็นต้องก่อสร้างระบบสาธารณูปโภคเพิ่มขึ้นให้สามารถรองรับได้ทั้งโครงการ ไม่ว่าจะเป็น ระบบน้ำดี น้ำเสีย ไฟฟ้า ถนน และลำดับต่อมาที่ต้องคำนึงคือ บุคลากร เดิมทีโครงการมีพนักงานทั้งหมด 5 คน ประกอบด้วย ผู้จัดการโครงการ(ผู้บริหาร) 1 คน แม่บ้าน 1 คน ช่างซ่อมบำรุง(คนขับรถ) 1 คน พนักงานรักษาความปลอดภัย 2 คน แบ่งเป็นกะกลางวัน และกะกลางคืน หากมีการขยายธุรกิจจำเป็นต้องมาวางแผนผังโครงการใหม่ อาจเพิ่มทางเข้าออกเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับส่วน อพาร์ทเมนต์ หรืออาจยังคงใช้ทางเข้าออกเดียวเหมือนเดิม แต่ไม่ว่าจะวางแผนแบบไหน จำนวนพนักงานรักษาความปลอดภัยก็ต้องเพิ่มตามสัดส่วนของผู้อยู่อาศัยที่เพิ่มขึ้น ช่างประจำโครงการ แม่บ้าน และผู้จัดการโครงการ ก็ต้องเพิ่มขึ้นเช่นกัน เพื่อสามารถดูแลโครงการได้อย่างทั่วถึงมากขึ้น รวมถึงหากมีการขยายโครงการ จำนวนคนที่เพิ่มมากขึ้น ทางโครงการจำเป็นต้องสร้างส่วนกลางไว้รองรับการพักผ่อนของผู้อยู่อาศัยทุกรูปแบบ เพื่ออำนวยความสะดวกต่างๆ รวมถึงสร้างภาพลักษณ์ที่ดี รมรื่น ปลอดภัย และสวยงามให้แก่โครงการ ในเรื่องสุดท้ายคือ เงินทุน เนื่องจากผู้บริหารยังคงมีเงินเย็นอยู่ รวมถึงผลกำไรที่ได้จากผลการดำเนินงานของโครงการก่อนจะมีการขยาย ทำให้สามารถสร้างจนแล้วเสร็จได้โดยที่ไม่จำเป็นต้องกู้เงินจากแหล่งเงินทุนภายนอกอื่นๆ

บรรณานุกรม

- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ธนาคารอาคารสงเคราะห์. (2559). สัมภาษณ์พิเศษ ณิชฐนันท์ คุณาจิระกุล นายกสพการการค้า
อสังหาริมทรัพย์ระยอง. *วารสารธนาคารอาคารสงเคราะห์*, 22(84), 82-87
- ธนาทิพย์ รัตนสุธีรานนท์ (2555). *โครงการบ้านเช่าระยะยาวสำหรับบุคลากรข้ามชาติชาวญี่ปุ่น*.
วิทยานิพนธ์ปริญญาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นเรศ วณิชกุล และคณะ (2555). *เหตุผลในการเลือกใช้บริการเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ (Service
Apartment) ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระยอง*. *วารสารวิทยาลัย
พาณิชยศาสตร์บูรพาปริทัศน์*, 7(1), 43-51
- แบร์เดน, อินแกรม และลาฟรองจ์. (2548). *หลักการตลาด* (อรรถ มณีสงฆ์, จำเนียร บุญมาก, มานพ
ชุ่มอุ่น, และพงษ์เทพ เต็มสงวนวงศ์, ผู้แปล). กรุงเทพฯ: แมคกรอ-ฮิล. (ต้นฉบับพิมพ์ปี
ม.ป.ป.)
- เผยแพร่ตอบแทนจากการปล่อยเช่าคอนโดมือสอง10ทำเลหลักกรุงเทพฯ*. (2558). สืบค้นจาก
[http:// http://terrabbk.com/news](http://http://terrabbk.com/news)
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2548). *กลยุทธ์การตลาด การบริหารการตลาด และกรณีศึกษา*.
กรุงเทพฯ: วีระฟิล์มและโซเท็กซ์.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2553). *รายงานการศึกษาเบื้องต้น
ประชากรแฝงในพื้นที่จังหวัดระยอง*. สืบค้นจาก [http://www.mtp.rmutt.ac.th/wp-
content/uploads/2011/05/37-ประชากรแฝง.pdf](http://www.mtp.rmutt.ac.th/wp-content/uploads/2011/05/37-ประชากรแฝง.pdf)
- สุมนา อยู่โพธิ์. (2544). *ตลาดบริการ*. กรุงเทพฯ: บิ๊กโพร์เพรส.
- โสภณ พรโชคชัย. (2547). *อสังหาริมทรัพย์เรื่องสำคัญของชีวิต*. กรุงเทพฯ : มูลนิธิประเมินค่า
ทรัพย์สินไทย.
- หนักร้าวเรือนถึงจุดพีค? ถ่วงเติบโตเศรษฐกิจ – ‘เกษตร’ อ่วมสุด. (2559, 3 มีนาคม). *ฐานเศรษฐกิจ*
สืบค้นจาก <http://www.thansettakij.com/2016/03/03/35031>

อิษฎา ละเอียด. (2558). ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจต่อคุณลักษณะอพาร์ทเมนท์กับการบอกต่อโดยมีความพึงพอใจโดยรวมของผู้เช่าเป็นตัวแปรส่งผ่าน:กรณีศึกษาอพาร์ทเมนท์จังหวัดระยอง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.

อสังหาระยองแนวราบขายผิด คอนโดฯล้นดัมพ์ราคา-เช่ารายวัน. (2559, 26 เมษายน). ประชาชาติ. สืบค้นจาก http://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1461558793







แบบสัมภาษณ์ผู้ที่เช่าบ้านในจังหวัดระยอง

ส่วนที่ 1 ข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์

ชื่อ..... อายุ.....
 อาชีพ.....รายได้ต่อเดือน..... สถานที่ทำงาน.....
 ภูมิลำเนา..... สถานภาพ.....

ส่วนที่ 2 เหตุผลในการตัดสินใจเลือกเช่าบ้าน และปัจจัยในการเลือกเช่าบ้าน

1. ปัจจุบันเช่าบ้านมาเป็นเวลากี่ปี ค่าเช่าเท่าไร จะเช่าอีกนานแค่ไหน ปกติจ่ายค่าเช่าช่องทางไหน โอนเงินหรือเจ้าของมาเก็บด้วยตัวเอง และอาศัยอยู่กับใคร

2. ประวัติการเช่าบ้าน (ถ้าเคยย้ายให้ถามถึงเหตุผลในการย้าย)

3. รู้จักบ้านเช่าหลังปัจจุบันได้อย่างไร (หาบ้านเช่าวิธีไหน)

4. ทำไมถึงตัดสินใจเลือกเช่าหลังนี้

5. ผู้เช่าชอบส่วนไหนของบ้านมากที่สุด และไม่ชอบส่วนไหนของบ้านมากที่สุด พร้อมเหตุผล

6. ถ้าสามารถเลือกได้อยากได้บ้านเช่าที่มีลักษณะอย่างไร ทำเลแบบไหน บริการอะไรที่ท่านคิดว่าควรมีในบ้านเช่า

แบบสัมภาษณ์เจ้าของบ้านเช่าในจังหวัดระยอง 2 คน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์

ชื่อ.....

อายุ..... อาชีพ..... รายรับจากการให้เช่าบ้าน.....

ทำบ้านเช่ามากี่ปี..... มีบ้านเช่ากี่หลัง และที่ไหน

บ้าง.....

ส่วนที่ 2 เหตุผลในการตัดสินใจปล่อยบ้านให้เช่า การคัดเลือกผู้เช่า และปัญหาที่เกิดจากผู้เช่า

1. แรกเริ่มทำไมถึงตัดสินใจปล่อยบ้านให้เช่า

.....

2. เคยเจอปัญหาอะไรจากผู้เช่าบ้าง

.....

3. ก่อนให้เช่ามีการสังเกตผู้เช่าอย่างไร และมีเกณฑ์อย่างไรในการตัดสินใจเลือกผู้เช่า

.....

4. หาผู้เช่ามาจากไหน แล้วเคยมีช่วงเวลาที่บ้านว่างไม่มีผู้เช่านานแค่ไหน แล้วแก้ปัญหาอย่างไร

.....

5. ใครเป็นผู้รับผิดชอบในการจ่ายค่าขยะ ค่าส่วนกลาง (กรณีที่อยู่ในหมู่บ้าน) และกรณีที่บ้านชำรุดเสียหาย (เช่น ลูกบิดพัง หลอดไฟขาด ท่อตัน) ใครเป็นคนซ่อมผู้เช่า หรือเจ้าของบ้าน

.....

6. เจ้าของบ้านอยากทำบ้านเช่าเพิ่มหรือไม่

.....



ถอดเทปสัมภาษณ์ผู้เช่าบ้านคนที่ 1

อายุ 24 ปี ตำแหน่ง Chemist บริษัท ทีพีโอ โพลีน จำกัด(มหาชน) รายได้
ประมาณ 30,000 บาท ทำงานมาประมาณ 2 ปี มาจากจังหวัดฉะเชิงเทรา

ถาม ตอนนี้เช่าบ้านอยู่แถวไหน ค่าเช่าเท่าไร พักอาศัยกับใคร และที่ผ่านมาเคยเช่าบ้านหลังอื่นมาก่อนหรือไม่

ตอบ ตอนนี้เช่าบ้านอยู่แถวที่ทำงาน อยู่คนเดียว ค่าเช่า 4,000 บาท รวมน้ำไฟอินเทอร์เน็ตก็ราวๆ 5,000 กว่าๆ หลังนี้เป็นหลังแรก ยังไม่เคยเช่าที่ไหนเลย

ถาม ทำไมถึงเลือกเช่าบ้านหลังนี้ ชอบ และไม่ชอบอะไรบ้าง

ตอบ ที่ชอบแล้วก็เลือกที่นี้เพราะ ไม่แพง ทำเลดีมากๆ แค่ 5 นาทีก็ถึงที่ทำงานแล้ว อีกอย่างคือมันเป็นบ้าน มั่นคงต่อตัวกว่า ใครจะไปใครจะมามันก็สะดวก แต่ที่ไม่ชอบคือสิ่งแวดล้อม มันค่อนข้างเปลี่ยวตั้งแต่หัวค่ำเลย ร้านค้า เซเว่นก็ไม่มี จะมองว่าดีมันก็ดีตรงที่ไม่วุ่นวาย ไม่พลุกพล่านแถมใกล้ที่ทำงานมากๆอีก แต่จะมองว่าไม่ดีก็ไม่ดีตรงอยู่แรกๆก็กลัวๆเพราะ กลางคืนมันเปลี่ยว ไปร้านค้าอะไรก็ลำบากหน่อย แต่อยู่ไปซักรั้วก็ชิน ส่วนตัวไม่ค่อยกินอะไรจุกจิกอยู่แล้วเลยสบายไป ลองชั่งน้ำหนักระหว่างอยู่ในเมือง แต่ต้องตื่นเช้ากว่าเพื่อมาทำงาน เรายอมอยู่ตรงนี้ก็ดีกว่า ตื่นสายได้ด้วย

ถาม ตอนที่ทำสัญญาในสัญญามีอะไรระบุไว้บ้าง ทำสัญญาระยะเวลากี่ปี จ่ายล่วงหน้าหรือเสียค่ามัดจำเท่าไร มีค่าใช้จ่ายอื่นๆที่เราต้องรับผิดชอบไหม

ตอบ ทำสัญญา 1 ปีตอนเช่าอยู่ พอเช่าปีที่ 2 ก็ไม่เห็นต้องทำอะไรเลย มีแค่ตอนทำสัญญาตอนแรกสุด อันนั้นต้องจ่ายล่วงหน้าเดือนนึง มัดจำ 2 เดือน รวมๆก็ 12,000 แต่ตอนนั้นต่อเจ้าของบ้านเหลือแค่ 10,000 ซึ่งค่าก็ให้ เป็นล่วงหน้า 4,000 มัดจำ 6,000 แทน ค่าใช้จ่าย นอกเหนือจากนี้ก็ค่าน้ำไฟตามมิเตอร์ปกติ แล้วก็อินเทอร์เน็ตไปติดเองจ่ายเอง นอกเหนือจากนี้ก็ไม่มี

ถาม มีแพลนจะย้ายบ้านเช่าไปเช่าที่อื่นหรือไม่ แล้วถ้าย้ายจะย้ายไปไหน เพราะอะไร

ตอบ ในอนาคตมีแพลนจะย้ายงาน ซึ่งการย้ายงานก็เกี่ยวข้องกับการย้ายที่อยู่อะเนอะ กำลังมองหางานใหม่ซึ่งมันก็มีสองกรณีอะ ไม่ย้ายจังหวัดกรณีกลับไปทำงานแถวบ้านจะได้ไม่เสียค่าใช้จ่ายเยอะ แต่เงินเดือนก็จะน้อยกว่านี้ ก็อาจย้ายโรงงานแต่ยังคงอยู่ในระยอง แต่ก็ยังไม่รู้ว่าจะยังไง เดี๋ยวดูก่อน

ถาม ที่ผ่านมาเคยเจอปัญหาอะไรเกี่ยวกับการเช่าบ้านหลังนี้ หรือเคยเจออะไรซำรุดเสียหายไหม แล้วใครเป็นคนซ่อมและออกค่าใช้จ่าย

ตอบ ที่ผ่านมาไม่เคยมีปัญหาอะไรหนักๆขนาดที่ต้องให้เจ้าของมาซ่อมนะ มีแค่เล็กๆน้อยๆ ก็ซ่อมเองไม่ซีเรียส ก็ไม่ได้แจ้งเจ้าของบ้านอะไร เล็กๆน้อยๆก็พวกท่อตันบ้าง ลูกบิดประตูมันค้างบ้าง คือเล็กน้อยจริงๆ

- ถาม โดยปกติใช้เวลาส่วนใดของบ้านมากที่สุด ชอบส่วนใดของบ้านมากที่สุด และไม่ชอบส่วนใดของบ้านมากที่สุด รวมถึงถ้าเลือกได้อยากแก้ไขปรับปรุงบ้านให้เป็นแบบไหน
- ตอบ เราก็พนักงานบริษัทเนอะ ตื่นเช้ากลับเย็น แน่นนอนว่าต้องใช้เวลากับห้องนอนมากที่สุดอยู่แล้ว ส่วนที่บอกว่าชอบส่วนไหนของบ้านส่วนตัวก็ชอบห้องนอนนี่ละ ชอบตรงมันเงียบ เวลานอนคือได้นอนจริงๆ อาจจะไม่เกี่ยวกับตรงแปลนบ้านหรือสัดส่วนบ้านนะ แต่เราชอบแล้วพอใจตรงจุดนี้จริงๆ ส่วนที่บอกว่าไม่ชอบส่วนไหนของบ้านหรืออยากปรับปรุง ส่วนตัวพอใจกับบ้านหลังนี้ไม่ได้อยากปรับปรุงอะไร แต่ถ้าเลือกได้จริงๆอยากให้ห้องครัวระบายกลิ่นระบายอากาศดีกว่านี้ เวลาทำกับข้าวที่คลุ้งทั่วบ้านเลย แต่ก็พอเข้าใจจะให้ไม่มีกลิ่นเลยคงเป็นไปได้เพราะบ้านมันหลังเล็ก ส่วนตัวก็ไม่รู้ว่าจะแก้ยังไงเหมือนกัน แต่ถ้าทำได้ก็เวิร์คเลย
- ถาม ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกบ้านเช่า มีอะไรบ้าง
- ตอบ ปัจจัยในการเลือกอันดับแรกก็เรื่องราคา ค่าใช้จ่ายรวมๆ อันดับต่อมาคือทำเล แค่ 2 อย่างหลักๆ ส่วนเฟอร์นิเจอร์ติดต่ออันดับแรกเลย การที่มีเฟอร์ทำให้ค่าเช่าแพง คนมาเอง ซื้อมาใส่เองคุ้มกว่า

ถอดเทปสัมภาษณ์ผู้เช่าบ้านคนที่ 2

อายุ 23 ปี ทำงานกับ Alternative Energy Systems ตำแหน่ง Engineer และเป็นผู้ช่วยวิจัยของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ รายได้ประมาณ 43,000 บาท

ถาม ตอนนี้เช่าบ้านอยู่แถวไหน ค่าเช่าเท่าไร พักอาศัยกับใคร และที่ผ่านมาเคยเช่าบ้านหลังอื่นมาก่อนหรือไม่

ตอบ ตอนนี้เช่าบ้านแถวๆมอ พักคนเดียว ค่าเช่า 6,000 จริงๆตั้งบไว้ไม่เกิน 10,000 รวมน้ำไฟด้วย ที่ผ่านมาเคยเช่าบ้านตอนสมัยเรียนที่กรุงเทพฯแถวมอเหมือนกันแต่ตอนนั้นเช่ากับเพื่อน 7 คนค่าเช่า 15,000

ถาม ทำสัญญากี่ปี มัดจำและจ่ายล่วงหน้าเท่าไร ในสัญญามีอะไรระบุบ้าง

ตอบ ทำสัญญา 1 ปี มัดจำ 2 เดือน จ่ายล่วงหน้า 1 เดือน ในสัญญาแค่บอกว่าถ้าออกก่อน 1 ปีก็ไม่คืนมัดจำ

ถาม ทำไมถึงเลือกเช่าบ้านหลังนี้

ตอบ เลือกตรงนี้เพราะลองเวทกับปัจจัยหลายๆอย่างแล้วเราโอเค เลยเช่า

ถาม มีปัจจัยในการเลือกบ้านเช่ายังงัยบ้าง

ตอบ ก็อย่างเรื่องค่าน้ำค่าไฟก็ตามจริงไม่โดนชูดเหมือนอยู่หอ สมัยเรียนตอนปี 1 เคยอยู่หอกับเพื่อนมาก่อน พื้นที่ใช้งานถ้าเช่าบ้านมันก็กว้างขึ้น ทำอะไรก็สะดวก ทำเลอยู่ในโซนชุมชนไม่เปลี่ยวจะในหรือนอกหมู่บ้านก็ได้ แต่เป็นชุมชนมีบ้านรอบๆหน่อย มีร้านค้า มีเซเว่น เวลากลางวันก็มีไฟ สว่างหน่อย ไม่ไกลจากที่ทำงานจะได้ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาก ก็ต้องเวทดูปัจจัยทั้งหมดจะได้มองเห็นความคุ้มค่า เพราะบางทีค่าเช่าถูกก็จริงแต่อยู่ไกล เสียค่าเดินทางแพงกว่าอีก สู้ยู่ใกล้ๆค่าเช่าแพงมาหน่อยแต่ค่าเดินทางถูกกว่า ลองประเมินรวมๆ ถ้าถูกกว่ามันก็ดีดีกว่า ประมาณนี้

ถาม บ้านเช่าหลังปัจจุบัน ชอบและไม่ชอบส่วนไหนของบ้านบ้าง

ตอบ ชอบหลายๆอย่างรวมๆ มีพื้นที่ให้ปลูกต้นไม้ได้บ้าง นั่งทำกิจกรรมหน้าบ้านได้บ้างเล็กน้อย จอดรถได้ พื้นที่ในบ้านก็เป็นสัดส่วนดี บ้านหลังเล็กก็จริงแต่ทุกอย่างถูกจัดให้มีสัดส่วนแยกกันชัดเจน แบบห้องครัวกับห้องนั่งเล่นไม่ได้รวมกัน มีเคาท์เตอร์กันแยกเป็นส่วนไว้ ซึ่งเคาท์เตอร์นั้นก็ไว้ล้างจานแล้วก็ดีตรงที่มีเตียงนอนพร้อมพุกให้ มีแอร์ 2 ตัว แต่ไม่มีเครื่องทำน้ำอุ่นนะ ส่วนที่ไม่ชอบก็ไม่มี

ถาม จากการเช่าที่ผ่านมาเคยเจอปัญหา หรือเจออะไรซ้ำๆเสียหายบ้างไหม แล้วมีวิธีการแก้ปัญหาอย่างไร ใครเป็นคนซ่อมและออกค่าใช้จ่าย

ตอบ เคยแค่ท่อตันเอง ก็จัดการเอง แก้เอง จ่ายตัวเอง

ถอดเทปสัมภาษณ์ผู้เช่าบ้านคนที่ 3

อายุ 24 ปี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ตำแหน่ง Production engineer
รายได้ต่อเดือน 39,000 บาท ภูมิลำเนา สมุทรปราการ

ถาม ปัจจุบันเช่าบ้านอยู่แถวไหน ค่าเช่าเท่าไร พักอาศัยกับใคร และคาดว่าจะเช่าต่อไปอีกกี่ปี
ตอบ ปัจจุบันเช่าทาวน์เฮ้าส์อยู่แถวๆชานเมืองรอยต่อระหว่างตัวเมืองกับมาบตาพุด เพราะว่าทำงานอยู่มาบตาพุด บ้านไม่ได้อยู่ในหมู่บ้าน แถวนั้นเป็นแหล่งชุมชนเช่าเดือนละ 7,500 บาท เช่ากับเพื่อนอีก 1 คน แต่ถ้ารวมค่าใช้จ่ายอื่นๆก็ตกเดือนละ 10,000 บาท และคาดว่าจะเช่าหลังนี้ต่ออีก 2-3 ปี แต่ว่าปัจจุบันเพิ่งตกลงเช่าได้แค่เดือนเดียว

ถาม ปกติจ่ายค่าเช่าช่องทางไหน แล้วทำไมถึงตัดสินใจย้ายมาเช่าบ้านหลังนี้
ตอบ จ่ายค่าเช่ากับเจ้าของบ้านโดยตรง ที่ผ่านมามีเคยเช่าบ้านมาก่อน เพิ่งตัดสินใจเช่าเพราะว่าหอพักเดิมที่เคยเช่าไม่ได้ตอบโจทย์การอยู่อาศัยพอสมควร อย่างเรื่องความเป็นส่วนตัว เพราะว่าอยู่กับเพื่อน ทำอาหารไม่ถนัด สั่งสรรคอะไรก็ไม่ได้เพราะลำพังอยู่กับเพื่อนก็อึดอัดแล้ว ไม่เหมาะกับการพักอยู่อาศัย 2 คนหลายๆ เลยอยากขยับขยายมาเช่าบ้านดีกว่า

ถาม ค้นหาบ้านเช่าอย่างไร

ตอบ แรกเริ่มก็มองหาทะเลแวกใกล้ๆหอเดิม ขับรถหาบ้าง ถ้ามองคนแถวนั้นบ้าง ถ้ามองที่ทำงานบ้าง ดูไว้ 2-3 หลัง แต่ละหลังก็มีข้อดีข้อเสียแตกต่างกันไป บางหลังค่าเช่าแพงไป บางหลังค่ามัดจำสูงไป บางหลังไม่มีเฟอร์นิเจอร์เลยจะให้ซื้อใหม่หมดก็ไม่ไหว สุดท้ายก็ได้หลังปัจจุบันเพราะค่าเช่าอยู่ในเกณฑ์ที่รับได้ ค่ามัดจำไม่แพงมาก มีเฟอร์นิเจอร์ให้ด้วย ขาดแค่ไม่กี่อย่าง ที่มีให้คือเตียงนอน ตู้เสื้อผ้า โต๊ะกินข้าว โซฟา เคาน์เตอร์ครัว ที่สำคัญเจ้าของบ้านคุยง่าย เป็นกันเอง ไม่เรื่องมากด้วย

ถาม ชอบอะไรในบ้านหลังนี้มากที่สุด และไม่ชอบอะไรมากที่สุด

ตอบ ส่วนตัวชอบบริเวณห้องครัวที่สุดเพราะว่าบ้านหลังนี้ต่อเติมหลังบ้านให้เป็นครัวที่ค่อนข้างใหญ่เมื่อเทียบกับตัวบ้าน หน้าบ้านก็มีการต่อเติมกันฝนสาด ปูกระเบื้องไว้หมดแล้ว เหมาะแก่การนั่งเล่น สั่งสรรค แต่ที่ไม่ค่อยชอบก็ตรงเรื่องคราบสกปรก เพราะว่าเจ้าของบ้านเลี้ยงสุนัขหลายตัว คราบสกปรกเยอะแต่เมื่อซักรักษาหน้าหนักกับข้อดี ถือว่าเราและเพื่อนรับได้

ถาม เคยเจอปัญหา หรือมีอะไรชำรุดเสียหายหลังจากที่เช่าบ้านบ้างไหม แล้วใครเป็นคนรับผิดชอบเราหรือเจ้าของบ้าน

ตอบ ปัญหาอะไรต่างๆยังไม่มี การชำรุดเสียหายของบ้านก็ยังไม่พบเพราะเพิ่งเช่าอยู่ด้วย เลยยังไม่รู้ว่าใครต้องเป็นคนรับผิดชอบ หรือยังไม่รู้ว่าพี่เจ้าของบ้านจะแก้ไขปัญหอย่างไร

ถาม ตอนที่ทำสัญญา ทำสัญญาอย่างไร กี่ปี และมีรายละเอียดอะไรระบุไว้บ้าง มัดจำยังไง มีค่าใช้จ่ายอื่นๆเพิ่มเติมอีกหรือไม่

ตอบ การทำสัญญาก็เป็นปีต่อปี ไม่ได้มีรายละเอียดอะไรในสัญญา มัดจำ 15,000 ไม่มีจ่ายล่วงหน้า ค่าใช้จ่ายอื่นๆไม่มีแล้ว รับผิดชอบแค่ค่าน้ำไฟอินเทอร์เน็ตเอง ต้องติดอินเทอร์เน็ตเองด้วย

ถาม มีปัจจัยอะไรในการเลือกบ้านเช่า หรือส่วนตัวต้องการบ้านเช่าลักษณะไหน
ตอบ ส่วนตัวถ้าเลือกได้อยากได้บ้านในทำเลที่ใกล้ที่ทำงาน ใช้เวลาประมาณไม่เกินครึ่งชั่วโมงกับการเดินทางมาทำงาน เดินทางสะดวกเพราะว่าเสาร์อาทิตย์ก็ต้องกลับบ้านที่สมุทรปราการ มีสวนสาธารณะใกล้ๆที่ไม่เปลี่ยวให้เดินเล่นหรือออกกำลังกายตอนเย็นๆได้บ้าง ดูแล้วปลอดภัยประมาณหนึ่ง ที่สำคัญควรมีเฟอร์นิเจอร์พื้นฐานอย่างเตียงนอน ตู้เสื้อผ้า



ถอดเทปสัมภาษณ์ผู้เช่าบ้านคนที่ 4

อายุ 26 ปี รายได้ 65,000 (เงินเดือน 35,000 ฟรีแลนซ์ 30,000)

อาชีพ เจ้าหน้าที่เทคนิค นอกเวลางานทำฟรีแลนซ์

- ถาม ปัจจุบันเช่าบ้านอยู่แถวไหน ค่าเช่าเท่าไร พักอาศัยกับใคร และคาดว่าจะเช่าต่อไปอีกกี่ปี
- ตอบ เช่าบ้านทาวน์โฮม 3 ชั้นในโครงการจัดสรรแห่งหนึ่งในเมือง ค่าส่วนกลาง 1,200 บาทต่อ 3 เดือน ค่าเช่า 22,000 บาทต่อเดือน หาด้านหลังนี้ได้จากการขับรถสำรวจหาแถวๆที่ทำงานด้วย แล้วก็แถวๆในเมืองด้วย คือหาทั้งแถวตึกและแถวในเมือง แล้วหาแค้ที่อยู่ในหมู่บ้าน มีความรู้สึกว่าคุณภาพบ้าน ภาพลักษณ์ แล้วก็ระบบการจัดการต่างๆถ้ามันอยู่ในหมู่บ้านมันน่าจะดีกว่า หาค่าเช่ากับแม่คนละครึ่ง ส่วนตัวรับผิดชอบค่าเช่า 11,000 นอกนั้นค่าน้ำ ไฟอินเทอร์เน็ต ค่าเช่าที่เหลือ ค่าส่วนกลาง แม่ออกหมด ที่เลือกก็เพราะมองแล้วมันคุ้มค่าราคาอยู่ในเรทสำหรับการให้เช่าในโครงการนั้น เป็นบ้านใหม่ ใกล้ที่ทำงาน เจ้าของบ้านคุยกันแล้วโอเคไม่จุกจิก ในโครงการมีรปภ. แล้วก็มิกล็องจอร์ปิดด้วย จริงๆวันธรรมดาพักคนเดียว แต่เสาร์อาทิตย์ หรือบางสัปดาห์แม่ก็มาอยู่ด้วย บางอาทิตย์ก็ญาติมาหา 5-6 คน
- ถาม ทำสัญญาเช่ากี่ปี รายละเอียดสัญญาเป็นอย่างไร
- ตอบ ทำสัญญา 2 ปี มัดจำ 2 เดือน ค่าประกัน 1 เดือน ในสัญญามีแค่การถ่ายรูปไว้แล้วกำหนดว่าต้องส่งมอบบ้านคืนในสภาพเดิม ถ่ายรูปไว้เพื่อเปรียบเทียบกับตอนออก ในรูปมีเซ็นกำกับทั้งเจ้าของบ้านและคนเช่า ชอบตรงนี้มากอะ ไม่จุกจิกดี ไม่ต้องอ่านสัญญาเยอะๆหลายๆหน้าให้วุ่นวาย เพราะจริงๆกฎกติกาอะไรเราก็รู้อยู่แล้วว่าบ้านไม่ใช่บ้านเรา อะไรควรหรือไม่ควรทำ
- ถาม อยู่ในโครงการจัดสรรแบบนี้แสดงว่ามีส่วนกลางบริการใช้ไหม แล้วส่วนกลางมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าที่นี่หรือไม่
- ตอบ มีส่วนกลางอย่างสนามเด็กเล่น ฟิตเนส สระว่ายน้ำ แต่เป็นเล็กๆ ไม่มีผลนะ ไม่ได้ใช้เลย แค่มีให้รู้ว่ามี ส่วนตัวมองว่าโครงการไหนที่มี โครงการนั้นภาพลักษณ์จะดูดีขึ้นมาน้อยนะ ถึงแม้ว่าฟิตเนสจะเสียตัง หรือว่ายน้ำต้องเสียตังก็เถอะ
- ถาม จากที่เช่ามาบ้านมีปัญหา หรือเจอปัญหาอะไรบ้างไหม แล้วใครเป็นคนซ่อม หรือเจ้าของบ้านรับผิดชอบ และแก้ไขปัญหายังไงบ้าง
- ตอบ บ้านมีปัญหานิดหน่อยหลังจากอยู่ ก็แจ้งเขา แต่ว่าเราซ่อมเอง ตอนแรกเค้าก็จะซ่อมให้นั่นแหละ แต่เราเลือกซ่อมเอง เพราะมันแค่ปัญหารั่วซึมจากวงกบ แค่ว่าซิลิโคนอุดก็หายละ
- ถาม มีแผนจะย้ายออกหรือไม่ เพราะอะไร
- ตอบ อ้อ จริงๆนี่เพิ่งย้ายออกมา สดๆร้อนๆเลย ก็อยู่ 8 เดือนแล้วย้ายออก เพราะว่าซื้อบ้านไว้ แล้วบ้านก็เสร็จแล้วก็เลยย้าย ก็โดนยึดเงินมัดจำ ก็โอเคไม่ซีเรียส เราผิดสัญญาเองหนิ
- ถาม จ่ายค่าเช่ายังไง
- ตอบ โอนผ่านธนาคารเอา สะดวกดี

ถาม ชอบหรือไม่ชอบอะไรบ้างหลังจากเช่าบ้านหลังนี้ และถ้าสามารถปรับเปลี่ยนได้อยากจะแก้ไข ส่วนใดของบ้านบ้าง

ตอบ ชอบตรงที่เจ้าของบ้านไม่เข้ามาจุกจิกอะไร รู้สึกโอเค มันสบาย ไม่อึดอัดเรา ไม่ต้องมานั่ง กังวลกลัวของหายด้วย ถ้าในแง่ของบ้านก็ชอบห้องนอน เพราะว่ามีห้องน้ำในตัวทุกห้อง หน้า บ้านกว้าง จอดรถอีโคคาร์เบียดๆกันได้ 2 คัน ไม่มีลานหน้าบ้าน ไม่มีพื้นที่ปลูกต้นไม้หรือนั่งเล่น แต่ก็ดี เพราะส่วนตัวไม่ชอบต้นไม้ไม่ชอบสัตว์อยู่แล้ว ความต้องการจริงๆอยากให้ครัว ไปอยู่ข้างนอก เพราะเวลาทำกับข้าวกลิ่นมันรบกวนในบ้าน แต่รวมๆถือว่าพอใจมาก เพราะว่าโครงการสงบ ไม่มีปัญหาอะไรเลย ต่างคนต่างอยู่ บ้านก็ใหม่ เจ้าของก็ดี

ถาม ปัจจัยในการเลือกบ้านเช่ามีอะไรบ้าง

ตอบ ที่ตั้งไว้ใจคือต้องมีห้องนอน 2 ห้อง ค่าเช่าต้องไม่เกิน 30,000 บาท แล้วก็ต้องใกล้ที่ทำงาน สภาพต้องยอมรับได้ ไม่เก่ามาก ไม่เก่าเกิน 5 ปี ซึ่งโอหลังเนี่ย ก่อนเช่าก็ถามตามร้านค้า ถามคนแถวนั้นว่าบ้านที่จะเช่าเป็นยังไงก่อนนะ ซึ่งคำตอบคนแถวนี้บอกว่าบ้านหลังนี้ใหม่ น่าอยู่ดี มีเฟอร์นิเจอร์ด้วย



ถอดเทปสัมภาษณ์เจ้าของบ้านเช่าคนที่ 1

อายุ 57 ปี อาชีพ แม่บ้าน รายรับจากการให้เช่าบ้าน 45,000-50,000 บาทต่อเดือน ทำบ้านเช่ามาแล้ว 5 ปี

มีให้เช่าทั้งหมด 10 หลัง แบ่งเป็นในหมู่บ้านหนึ่งทิพย์ 6 หลัง หลังโรงแรมคามิโอ 2 หลัง มาบตาพุด 2 หลัง

ผู้เช่าของเราก็มีหลายรูปแบบทั้งพนักงานบริษัท หรือคนที่ทำงานอื่นๆในระยองแต่มีแฟนเป็นชาวต่างชาติ

ถาม แรกเริ่มทำไมถึงตัดสินใจปล่อยบ้านให้เช่า

ตอบ เริ่มจากการมานั่งคิดชีวิตหลังเกษียณ ชีวิตตอนที่ไม่ได้ทำงานแล้วจะมีรายได้จากตรงไหน ก็เลยคิดว่าการทำบ้านเช่ามันสามารถตอบโจทย์ตรงนี้ได้ สามารถสร้างรายได้ให้เราในระยะยาวได้ แล้วมันลงทุนได้เรื่อยๆตั้งแต่ตอนยังทำงาน ไม่จำเป็นต้องมีเงินก้อนใหญ่อะไรมากมายเหมือนใช้ค่าเช่าช่วยผ่อน ค่อยๆเก็บทีละหลังมาเรื่อยๆ เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ

ถาม เคยเจอปัญหาอะไรจากผู้เช่าบ้าง แล้วแก้ไขปัญหายังไง

ตอบ ปัญหาที่มักมีก็อาจจะปล่อยปละละเลยเรื่องความสะอาด บางครั้งผู้เช่ามีปัญหาเรื่องงาน หรือการเงิน ก็มีการค้างค่าเช่าบ้าง บางเคสก็ย้ายหนีไป เมื่อหักกลับกับเงินมัดจำที่เก็บไว้ตอนต้น บางครั้งก็เข้าเนือบ้างนิดหน่อย แต่รับได้ แต่เจอไม่บ่อยเพราะว่าส่วนใหญ่จะเลือกจากคนรู้จักไว้ก่อนเพื่อป้องกันปัญหาที่อาจจะตามมาอยู่แล้ว ปัญหาที่เคยเจอไม่บ่อยนะอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ เพราะว่าเราคัดคนเช่าดีแล้วด้วยส่วนหนึ่ง อีกอย่างเป็นคนรู้จักกันด้วยเลยไม่ค่อยมีปัญหาอะไรนัก ค่อยง่าย มีปัญหาอะไรก็คุยกันเคลียร์ว่าจะอยู่ต่อไหม จะอยู่ต่อก็ต้องปรับปรุง ถ้าไม่อยู่ต่อก็ยึดมัดจำแล้วให้ย้ายออกไป

ถาม การทำสัญญาเช่ามีรายละเอียดอะไรบ้าง มัดจำกี่เดือน แล้วตอนผู้เช่าย้ายออกมีการจัดการเรื่องเงิน มัดจำอย่างไร

ตอบ ในสัญญาจะบรรยายละเอียดต่างๆครอบคลุมถึงเรื่องห้ามเจาะ ต่อเติม สร้าง หรือทำอะไรที่ก่อให้เกิดความเสียหายของบ้าน สัญญาจะมีระยะเวลา 1 ปี มีเงินมัดจำล่วงหน้า 2 เดือน เพื่อเป็นตัวรับประกันกับเรา เพราะบางทีเขาย้ายหนี ออกก่อนครบสัญญา หรือมีอะไรพังเสียหาย เราก็ยึดมัดจำได้ แต่ถ้าอยู่นานกว่า 1 ปี ก็ทำสัญญาใหม่ปีต่อปีเรื่อยๆ ที่ผ่านมามีเช่านานสุด 3 ปี และสั้นสุดคือ 3 เดือนซึ่งกรณี 3 เดือนคือ ผู้เช่าย้ายงาน แล้วเรื่องยึดเงินมัดจำไม่ได้ยึดหมดหรือยึดทุกคน ก็แล้วแต่ ตรวจสอบดูสภาพบ้าน เช็คค่าน้ำไฟอินเทอร์เน็ตว่ามีค้างไว้ไหม ถ้าเหลือก็จะแบ่งคืนคนเช่าไปบ้าง ไม่ค่อยเอาค่าอะไรกับตรงมัดจำเท่าไรไร แค่เอาไว้ไม่ให้เช่าเนื้อก็พอ

- ถาม โดยปกติหาผู้เช่าจากไหน
- ตอบ โดยปกติคนเช่าจะติดต่อมาทางเพื่อน คนรู้จัก หรือบางทีก็ทางอินเทอร์เน็ตบ้าง ก็คละๆกันไป แต่ส่วนใหญ่เราจะโอเคกับคนเช่าที่ติดต่อมาทางคนรู้จัก หรือเพื่อนมากกว่า อย่างน้อยๆก็พอจะรู้จักกัน มีปัญหาอะไรก็เคลียร์ง่ายกว่า
- ถาม โดยปกติเก็บค่าเช่าอย่างไร และจัดการเรื่องค่าส่วนกลางอย่างไร รวมถึงหาบ้านมีส่วนชำระใครเป็นผู้รับผิดชอบ
- ตอบ ปกติเวลาเก็บค่าเช่าถ้าสมัยก่อนผู้เช่าจะมาจ่ายที่บ้าน แต่ปัจจุบันจะเป็นการโอนผ่านธนาคาร ส่วนค่าส่วนกลางอะไรต่างๆเราเป็นคนจ่ายเอง เพื่อป้องกันผู้เช่าลืมหรือไม่จ่าย เดี่ยวจะมีปัญหาตามมาภายหลัง และถ้ามีกรณีมีคนสนใจอยากเช่าถ้ามีการต่อรอง สมมติว่าค่าเช่า 4,500 บาท ถ้าเขาต่อรองขอลดค่าเช่า เราก็จะปิดเรื่องค่าส่วนกลางให้เขารับผิดชอบเอง แต่ที่ผ่านมาไม่เคยมีกรณีแบบนี้ ส่วนระหว่างการเช่าหากบ้านมีส่วนที่ชำรุด หรือต้องซ่อมแซม ต้องดูเป็นกรณีไปว่า เขาเป็นคนทำพัง หรือ เราเป็นคนทำ ยกตัวอย่างกรณีท่อตัน ถ้าท่อตันเพราะหมูบ้าน มีการน้ำท่วม หรือสาเหตุที่เกิดจากหมูบ้าน เราซ่อมให้ แต่ถ้าสาเหตุมาจากความสะอาดของผู้เช่า ผู้เช่าต้องเป็นคนรับผิดชอบเอง ต้องดูเป็นกรณีๆไป เพราะปกติเวลาถ้าบ้านมีปัญหา ผู้เช่าจะแจ้งเรา เราก็ลงไปดู ถ้าไม่แจ้งเขาก็จัดการเองไม่เกี่ยวกับเรา
- ถาม เจ้าของบ้านอยากทำบ้านเช่าเพิ่มหรือไม่
- ตอบ อันนี้คิดว่าพอแล้วกับรายได้เท่านี้สำหรับชีวิตเกษียณ เพราะลูกๆก็โตหมดแล้ว ไม่ได้มีภาระอะไรแล้วด้วยจึงคิดว่าเท่านี้ก็เพียงพอแล้ว อีกอย่างถ้ามีมากกว่านี้เราก็จะดูแลได้ไม่ทั่วถึง เพราะดูแลกันแค่ 2 คนตายาย มีกระจาย 3 แห่งหลักๆ มันจะเหนื่อยกับการซ่อมแซมดูแลเวลาคนย้ายเข้าย้ายออกเกินไป

ถอดเทปสัมภาษณ์เจ้าของบ้านเช่าคนที่ 2 อายุ 60 ปี อาชีพ แม่บ้าน
 ทำบ้านเช่ามาแล้วประมาณ 18-19 ปี ได้รายได้ประมาณ 70,000 - 80,000 บาทต่อเดือน
 มีบ้านเช่าละแวกไออาร์พีซี 5 หลัง เนินสำลี 2 หลัง หมู่บ้านเพลินใจ 2 หลัง หลังบึกชี 5 หลัง

ถาม แรกเริ่มทำไมถึงตัดสินใจปล่อยบ้านเช่า

ตอบ แรกเริ่มก่อนเข้ามาในแวดวงกาให้เช่าบ้าน คือ มีเพื่อนบ้านมาชักชวนให้ซื้อบ้าน โดยเขาบอกว่าบ้านเสร็จแล้วมีคนเช่าเลย เนื่องจากเป็นแม่บ้านไม่มีรายได้อะไร เก็บเงินสดไว้กับตัวก็ไม่เกิดประโยชน์อะไรก็เลยลองดู ปรากฏว่าได้รายได้จริง หลังจากนั้นเลยมีหลังอื่นๆเพิ่มขึ้นมาเรื่อยๆตามลำดับ เพราะมองเห็นว่าถ้าจะเก็บเงินไว้เฉยๆยังไงก็เก็บไม่อยู่ ถ้านำไปลงทุนแบบนี้ยังไงก็มีรายได้ทุกเดือนอยู่แล้ว อีกทั้งมาถึงวันนี้มองย้อนกลับไป มูลค่าของมันก็เพิ่มขึ้นตามกาลเวลาอีกเป็นเท่าตัว บางแห่งก็หลายเท่าตัว แต่ไม่ใช่ว่าซื้อเรื่อยเปื่อยนะ เราต้องดูทำเลด้วย ไม่ใช่แค่ให้เช่า แต่เราต้องดูว่าในอนาคตที่ตรงนั้นจะมีมูลค่าเพิ่มขึ้นไหม

ถาม ผู้เช่าส่วนใหญ่คือใคร และมีเกณฑ์อย่างไรในการตัดสินใจเลือกผู้เช่า

ตอบ ส่วนใหญ่ก็เป็นวิศวกรบริษัทเงินเดือนไม่ต่ำกว่า 30,000 บาท อีกส่วนก็คือต่างชาติที่มาทำงานในระยองในเวลาสั้นๆแล้วได้แฟนคนไทยก็เลยตัดสินใจอยู่ยาว กลุ่มหลังนี้ก็จะได้ค่าเช่าค่อนข้างสูงเลยทีเดียว โดยทางเราจะพยายามเลือกคนที่มีรายได้มั่นคง คือทำงานบริษัทมั่นคงอะไรแบบนี้ แต่สิ่งหนึ่งที่ทำให้เราเลือกผู้เช่าได้ก็มาจากทำเลบ้านเราที่มีด้วย เพราะฉะนั้นจุดที่สำคัญที่สุดในการทำบ้านเช่าให้เจอลูกค้าดีวางค่าเช่าได้แพง คือคุณต้องดูทำเลเป็น ต้องเลือกทำเลให้ดี

ถาม ที่ผ่านมามีเคสเจอปัญหาอะไรจากผู้เช่าบ้าง และมีแนวทางการแก้ไขปัญหาอย่างไร

ตอบ ไม่เคยมีปัญหาเกี่ยวกับผู้เช่าเลย หรือเรามองไม่เห็นว่ามันคือปัญหาที่ไม่รู้แน่ เพราะอย่างพวกความสะอาดมันก็ปกติเราอยู่บ้านเราเองมันยังไม่สะอาดมากมายอะไรขนาดนั้น หรือเรื่องการดูแลสนามหญ้าหน้าบ้าน เขาย้ายออกเมื่อไหร่เราก็จ้างแม่บ้านมาทำความสะอาดทั้งหมด รวมถึงตัดหญ้าตัดอะไรอยู่แล้วแค่ 500-600 บาท แต่ส่วนหนึ่งที่ไม่เคยเจอปัญหาอะไรมากมายเพราะเราคัดคนมากๆ เวลาเขาติดต่อมา ไม่ใช่แค่บ้านว่างเขาติดต่อแล้วเราให้เช่านะ แต่เราต้องสืบต้องรู้ก่อนว่าเขาคือใคร พื้นเพเป็นยังไง ทำงานเงินเดือนเท่าไร ต้องรู้จักประมาณนี้ถึงจะตกลงปล่อยเช่า เช่นถ้าเขาติดต่อมาวันนี้ เราก็ดึงเวลาซักพูนนี้ค่อยติดต่อเขากลับว่าตกลงให้เช่า หรือถ้าเค้ารอไม่ได้ก็อย่างน้อยๆดึงเวลาซักชั่วโมงนึง ซึ่งส่วนใหญ่ผู้เช่าก็จะรอการติดต่อกลับของเรานะ นับเป็นความโชคดีของเราด้วย ที่ผ่านมามีคนเช่าเราน่ารักมากๆ ดูแลบ้านดี มีปัญหาซ่อมแซมอะไรไม่เคยเดือดร้อนมาถึงเรา เขาจัดการให้หมด ไม่ต้องคืนมัดจำด้วยอีกต่างหาก

- ถาม ที่ผ่านมามีคนเช่านานที่สุดกี่ปี และสั้นที่สุดกี่ปี
- ตอบ นานสุดก็ 15 ปี เหตุผลที่เช่านานเพราะส่วนหนึ่งเราไม่จุกจิกกับเค้า เราต้องเชื่อใจให้ใจกับเขา ด้วยนะ เขาก็จะดีกับเรา แต่ที่เขาย้ายออกเพราะว่าเขาจะกลับถิ่นฐานของเขา ซึ่งจะมีกรณีแบบนี้ค่อนข้างเยอะสำหรับคนไทย 9 ปีบ้าง 12 ปีบ้าง หรือมากที่สุดอย่าง 15 ปี ซึ่งเขามองว่าท้ายที่สุดเขาก็ต้องกลับบ้าน กลับถิ่นฐานของตัวเอง ไม่อยู่ระยะยาวต่อ เขาเลยเลือกที่จะเช่าบ้านดีกว่า และเราก่อนข้างจะยึดหยุ่นกับเขามากเขาเลยสบายใจที่จะอยู่ละมั้ง ไม่งั้นคงไม่เช่านานขนาดนี้หรอก แต่อย่างคนต่างชาติที่ได้แฟนคนไทยเช่านานสุดคือ 5 ปี เหตุผลคือตอนที่เขาเช่าก็เป็นแฟนกันยังไม่ได้แต่งงาน พอแต่งงานกันเขาก็เลยย้ายออกไปซื้อบ้านอยู่เอง ซึ่งกรณีแฟนต่างชาติเนี่ยส่วนใหญ่ผู้หญิงคนไทยจะทำงานเป็นพยาบาลโรงพยาบาลกรุงเทพ ระยะยาว ส่วนสั้นที่สุดที่เคยเช่าคือ 1 ปี อันนี้ไม่รู้เหตุผลเหมือนกันว่าทำไมย้ายออก ไม่ย้ายงานก็แบกรับค่าใช้จ่ายไม่ไหว คิดว่างั้นนะ
- ถาม ระยะเวลาการทำสัญญาเช่ากี่ปี มัดจำกี่เดือน และค่าส่วนกลางต่างๆใครเป็นผู้รับผิดชอบ
- ตอบ ปกติทำสัญญาคือ มัดจำ 2 เดือน ค่าส่วนกลาง ค่าขยะ ค่าใช้จ่ายอื่นๆให้ผู้เช่ารับผิดชอบเองทั้งหมด รวมถึงการซ่อมแซมส่วนต่างๆด้วย เราจะเป็นคนซื้อของพร้อมบิลให้เขาเพื่อให้บ้านยังคงสภาพเดิม แต่ค่าของเขาต้องจ่ายเราคืนตามบิล รวมถึงเขาต้องไปจัดการซ่อมเอง เพราะก่อนเช่าก่อนทำสัญญาเขาต้องตรวจสอบสภาพบ้านก่อนอยู่แล้ว ในสัญญาไม่ได้ระบุรายละเอียดอะไรมากมาย ไม่ได้ครอบคลุมขนาดนั้น แต่ที่ผ่านมาก็ไม่เคยมีปัญหา เพราะส่วนหนึ่งคือเราคัดผู้เช่าดีแล้ว
- ถาม ปกติหาผู้เช่าจากไหน
- ตอบ มาจากคนอื่นๆเค้าพูดปากต่อปาก แล้วก็ติดประกาศหน้าบ้านเช่า กรณีติดต่อมาจากติดประกาศหน้าบ้าน ก็ต้องเข้ามาคุย มาเจอกันก่อน พูดคุยกันถ้าเรารู้สึกโอเคถึงจะยอมให้เช่า ไม่ใช่แค่เค้าเลือกเรา แต่เราต้องเลือกเค้าด้วย
- ถาม เจ้าของบ้านอยากทำบ้านเช่าเพิ่มหรือไม่
- ตอบ ในอนาคตมีแพลนจะทำบ้านเช่าเพิ่มอีกนะเพราะมองว่าคนที่มาทำงานในระยะยาวยังคงมีเข้ามาอีกเรื่อยๆ ทำต่อไปเรื่อยๆจนกว่าเราจะทำไม่ไหว คือมันไม่ได้ทำแล้วรวย เหมาะกับเป็นธุรกิจอะไร แต่มันคือการลงทุนอย่างหนึ่งที่ให้ผลตอบแทนคุ้มเมื่อเปรียบเทียบกับการลงทุนอื่น อย่างเช่นถ้าจะเอาเงินไปฝากธนาคาร ปีนี้จะได้ผลตอบแทนไม่กี่บาท ต้องฝากเงินเท่าไรถึงจะได้ผลตอบแทนที่พอใจ หรือจะเล่นหุ้น ความเสี่ยงก็สูงอีก เมื่อลงมาชั่งน้ำหนักดู การลงทุนในบ้าน ที่ดิน อสังหาริมทรัพย์เหมาะที่สุดแล้ว ได้เงินน้อยแต่ได้เรื่อยๆทุกเดือน พอถึงจุดๆนึงเราขายราคาก็ดีขึ้นไปหลายเท่าตัว แรงไม่ต้องลง ความเสี่ยงต่ำเพราะที่ผ่านมาก็ไม่เคยมีกรณีบ้านว่างนานเกิน 2 เดือนเลย ดูอะไรก็ได้บ่ย นิ่งกินนอนกินสบายๆ

- ถาม มีความคิดเห็นอย่างไรกับคอนโดมิเนียม หอพัก และอพาร์ทเมนต์ที่เพิ่มขึ้นมากเมื่อเทียบกับช่วงปีที่ผ่านมา
- ตอบ ไม่เคยมองพวกคอนโด หอพักจะเป็นคู่แข่งเลย เพราะว่าที่ผ่านมาจากที่คุยๆกับคนเช่าหรือคนที่ติดต่อมา ถ้าเค้าต้องการเช่าคอนโด เค้าก็จะมองหาแต่คอนโด ถ้าไม่มีที่ถูกต้องอาจจะเปลี่ยนมามองหาอพาร์ทเมนต์แทนอะไรแบบนี้ แต่บ้านถ้าผู้เช่าตั้งธงในใจว่าจะเช่าบ้าน ต่อให้ไม่เจอบ้านที่ถูกต้อง คนกลุ่มนี้ก็ไม่เปลี่ยนไปมองหาคอนโด หรืออพาร์ทเมนต์นะ เค้าก็ยังคงมองหาบ้านอยู่ ด้วยข้อจำกัดอะไรหลายๆอย่างของพวกเขาเช่าอยู่บนอาคาร กับการเช่าบ้านมันแตกต่างกันเยอะ กลุ่มลูกค้ากลุ่มคนเช่ามันก็ต่างกัน อาจจะไม่ต่างกันตามภายนอก แต่ที่แน่ๆต่างที่ความชอบ และการใช้ชีวิตแน่นอน เช่น อย่างน้อยๆคนเช่าบ้านอาจจะเลี้ยงสัตว์ อาจจะชอบต้นไม้ อาจจะชอบฟังเพลงเสียงดัง อาจจะมีเพื่อนมีญาติมาหา มาสังสรรค์บ่อย หรืออาจจะชอบทำกับข้าว ซึ่งทั้งหมดที่พูดมาถ้าเช่าหรืออยู่ตามอาคาร พวกคอนโด อพาร์ทเมนต์ หอ มันทมีข้อจำกัดตรงนี้ไง
- ถาม มีความคิดเห็นอย่างไรกับบ้านเช่าหรือรีสอร์ทที่ทยอยหันมาเปิดให้พักรายเดือนมากขึ้น
- ตอบ บ้านเช่ามันแข่งกันไม่ได้หรอก ยิ่งเป็นรีสอร์ทเอามาปล่อยเช่ารายเดือนยิ่งไม่ต้องเทียบเลย อย่างแรกรีสอร์ทไม่ได้มีพื้นที่ของบ้านแต่หลังชัดเจนขนาดนั้น ส่วนอย่างบ้านเช่ามันไม่ได้สู้กันที่ทำเลอย่างเดียว แต่ในทำเลเดียวกันลักษณะบ้านแต่ละหลังมันก็ต่างกันละ เฟอร์ บิวอิน เครื่องใช้ไฟฟ้าที่เจ้าของบ้านให้มันก็ต่าง ค่าเช่า นิสัยเจ้าของบ้าน ทุกอย่างมันต่างกันหมด และทุกอย่างมันก็มีผลกับผู้เช่าหมด ขึ้นอยู่กับผู้เช่าว่าตรงกับหลังไหน ถูกจริตกับหลังไหนมากกว่า

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - นามสกุล	ณัฐวรัตน์ พุกษการัณย์
วัน เดือน ปีเกิด	12 พฤษภาคม 2535
อีเมล	nattawarat@gmail.com
ประวัติการศึกษา	
2558 – 2560	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มหาวิทยาลัยกรุงเทพ กรุงเทพมหานคร
2553 – 2557	วิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาเคมีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ กรุงเทพมหานคร
2550 – 2553	มัธยมศึกษาตอนปลาย แผนการศึกษาวิทยาศาสตร์-คณิตศาสตร์ โรงเรียนอัสสัมชัญระยอง จังหวัดระยอง

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 3 เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2560

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) [REDACTED] อยู่บ้านเลขที่ 31/21

ซอย - ถนน - ตำบล/แขวง ทับมา

อำเภอ/เขต เมือง จังหวัด ราชบุรี รหัสไปรษณีย์ 21000

เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7590200611

ระดับปริญญา ตรี โท เอก

หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา วิชาทฤษฎีขนาดกลางและขนาดย่อม 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 โครงการบ้านเช่า อีคอม ราชบุรี

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ (ต่อไปนี้เรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มีกำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ ต่อสาธารณชน ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนา งาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกจำหน่าย เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญาที่ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญานี้โดย
ละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ.....ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
(.....)

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

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

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