

แผนธุรกิจเดอะเบสอพาร์ทเมนท์

Business Plan for the Best Apartment



แผนธุรกิจเดอะเบสอพาร์ทเมนท์

Business Plan for the Best Apartment



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
ปีการศึกษา 2561



© 2563

ภัทรพันธุ์ ประสพผล

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เรื่อง แผนธุรกิจเดอะเบสอพาร์ทเมนท์

ผู้วิจัย ภัทรพันธุ์ ประสพผล

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ดร.สุมนา ธีรกิตติกุล)

ผู้เชี่ยวชาญ

(ผู้เชี่ยวชาญศาสตราจารย์ ดร.วิพรรณ สุภาวรรณ)

(อาจารย์ วิรัตน์ รัตตากร)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

4 พฤษภาคม 2563

ภัทรพันธุ์ ประสพผล. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม  
พฤษภาคม 2563, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

แผนธุรกิจเดอะเบสอพาร์เมนท์ (74 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร. สุนนา ธีรกิตติกุล

## บทคัดย่อ

การจัดทำแผนธุรกิจเดอะเบสอพาร์เมนท์ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาแนวทางในการดำเนิน  
ธุรกิจให้เช่า อพาร์เมนท์ ในหมู่บ้านสินทิวารานิ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งอยู่ตรงข้ามกับ  
สวนอุตสาหกรรมโรจนะ วิธีการในการจัดทำแผนธุรกิจ คือ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ  
การวิเคราะห์การแข่งขัน การวิจัยตลาด โดยใช้วิธีการสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างผู้พักอาศัยอยู่ใน  
อพาร์เมนท์และหอพักในพื้นที่ จำนวน 100 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อย  
ละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ พบว่า จุดแข็งของธุรกิจ คือ เป็นอพาร์เมนท์ใหม่  
ในย่านนั้น ใช้เงินลงทุนของเจ้าของ จุดอ่อน คือ ผู้บริหารยังไม่มีประสบการณ์ด้านการทำธุรกิจด้านที่  
พักอาศัย โอกาส คือ คนจากต่างจังหวัดที่เข้ามาทำงานในพื้นที่และต้องการที่พักอาศัยเพิ่มขึ้น  
อุปสรรค คือ คู่แข่งมีจำนวนมาก ผู้พักอาศัยจะให้ความสำคัญกับด้านราคามากที่สุด ตามมาด้วย  
สิ่งอำนวยความสะดวก การส่งเสริมการตลาด ระบบรักษาความปลอดภัย และอื่น ๆ

โครงการนี้ใช้เงินลงทุนรวมค่าที่ดิน 13,000,000 ล้านบาท โดยเป็นเงินลงทุนของตนเอง  
ทั้งสิ้น ไม่มีการกู้ยืมจากสถาบันการเงิน มีระยะเวลาในการคืนทุน 7.9 ปี โดยค่า IRR ของธุรกิจ  
เท่ากับ 15%

คำสำคัญ: อพาร์เมนท์, หอพัก, ห้องเช่า, แผนธุรกิจ

Prasoppol, P. M.B.A. (Small and Medium-Sized Enterprises), May 2020,  
Graduate School, Bangkok University.

Business Plan for the Best Apartment (74 pp.)

Advisor: Sumana Theerakittikul, Ph.D.

## ABSTRACT

The business model of The Best Apartment is made to find the way by using business environment analysis, competition analysis and marketing research in operating a rental service apartment located on the opposite side of Rojana industry in Sintivathanee village, Phanakorn Sri Ayutthya province. Data were collected from a sample group of 100 tenants in apartments located on Phanakorn Sri Ayutthya province and were analyzed by using statistic frequency, percentage and standard deviation.

It was found that the strength of business is the land plot and the buildings are owned by the landowner so the investment could be put in such a low cost toward this service business while the weakness is about inexperienced manager dealing with the residential business. The opportunity is many people who work around here need to hire a local-based accommodation. The threat is many rental service competitors have struggled to gain earning from the rental business. The hired occupant often looks for the place with lower price, infrastructure of the buildings, service promotion, security and related layouts.

This premise project with land has cost 13,000,000 million THB owned by the landlord as an investor who can run the business without loans from any financial institutions. Generally, a period of payback is expected around 7.9 years and IRR of business is at 15%.

*Keywords: Apartment, Dormitory, Rental Room, Business Plan*

### กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจาก รองศาสตราจารย์ ดร.สุมนา ธีรกิตติกุล อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ ที่ให้คำชี้แนะ แนะนำความรู้ และข้อคิดเห็น แนวทางในการค้นคว้างานวิจัย รวมถึงการตรวจสอบความถูกต้องของการค้นคว้าอิสระนี้ จนกระทั่ง การค้นคว้าอิสระสำเร็จลุล่วงอย่างเรียบร้อยสมบูรณ์ รวมถึงอาจารย์ทุกท่านที่ได้ถ่ายทอดความรู้ใน ระหว่างการศึกษา จนสามารถนำความรู้เหล่านั้นมาใช้ในการศึกษาค้นคว้าจนสำเร็จลุล่วง

ขอขอบพระคุณบิดา มารดา ผู้ที่มีพระคุณอย่างสูง ที่ได้คอยเป็นห่วงและเป็นกำลังใจ ให้ คำปรึกษา และสนับสนุนทางด้านอื่น ๆ ตั้งแต่เริ่มดำเนินการศึกษาจนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ผู้วิจัยจึง ขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ภัทรพันธุ์ ประสพผล



## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาของการดำเนินทำแผนธุรกิจ	1
1.2 แนะนำธุรกิจ	2
1.3 รายละเอียดสินค้าและบริการ	3
1.4 วิสัยทัศน์และพันธกิจ	8
1.5 เป้าหมายและวัตถุประสงค์	8
1.6 โครงสร้างการบริหารงานธุรกิจ	9
บทที่ 2 วิธีการดำเนินการในการจัดทำแผนธุรกิจ	
2.1 ประเภทของข้อมูลที่น่าไปใช้	11
2.2 วิธีเก็บข้อมูล	11
2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล	12
2.4 ผู้ที่ให้ข้อมูล	14
2.5 จำนวนผู้ที่ให้ข้อมูล	15
2.6 ผลของการวิจัย	15
2.7 บทสรุปผลการวิจัย	27
บทที่ 3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจ	
3.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกธุรกิจ	30
3.2 การสรุปจุดแข็งที่จะนำไปใช้ภายใต้โอกาสจากสภาพแวดล้อม	31
3.3 การสรุปจุดแข็งที่น่าไปใช้แก้ไขปัญหาดูดอ่อนและอุปสรรคเพื่อสร้างโอกาสให้กับธุรกิจ	31
3.4 การแข่งขันและคู่แข่ง	32



สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 โมเดลในการดำเนินธุรกิจ	
4.1 การวิเคราะห์แผนธุรกิจโดยใช้ Business Model Canvas	34
4.2 การวิเคราะห์องค์ประกอบแต่ละประเภทข้อมูลที่อยู่ในโมเดลของ Business Model Canvas	34
บทที่ 5 แผนกลยุทธ์	
5.1 แผนกลยุทธ์ทางการตลาด	36
5.2 แผนกลยุทธ์การผลิต	40
5.3 แผนการดำเนินการ	42
5.4 แผนกลยุทธ์การเงินและงบประมาณลงทุน	43
5.5 แผนสำรองในสถานการณ์โรคระบาด โควิด 19	59
บรรณานุกรม	60
ภาคผนวก	61
ภาคผนวก ก บทสรุปผู้บริหาร	62
ภาคผนวก ข สัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจจิวเวลรี่	63
ภาคผนวก ค การสังเกตการณ์ธุรกิจจิวเวลรี่	64
ภาคผนวก ง แบบสอบถาม	66
ประวัติผู้เขียน	74
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1: แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับตำแหน่งงานที่ปฏิบัติ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	15
ตารางที่ 2.2: แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมในการเข้าใช้บริการอพาร์ทเมนท์	18
ตารางที่ 2.3: แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการอพาร์ทเมนท์ โดยภาพรวม	20
ตารางที่ 2.4: แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการอพาร์ทเมนท์ ด้านลักษณะของอพาร์ทเมนท์	21
ตารางที่ 2.5: แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการอพาร์ทเมนท์ด้านทำเลที่ตั้ง	21
ตารางที่ 2.6: แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการอพาร์ทเมนท์ด้านบุคลากร	22
ตารางที่ 2.7: แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการห้องพัก ด้านกระบวนการบริการ	23
ตารางที่ 2.8: แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการอพาร์ทเมนท์ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	23
ตารางที่ 2.9: แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการอพาร์ทเมนท์ ด้านราคา	24
ตารางที่ 2.11: แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของทัศนคติต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการห้องพัก โดยภาพรวม	25
ตารางที่ 2.12: แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของทัศนคติต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการอพาร์ทเมนท์ ด้านความรู้	25

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 2.13: แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของทัศนคติต่อการตัดสินใจใช้บริการอพาร์ทเมนท์ ด้านความเชื่อ	26
ตารางที่ 2.14: แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของทัศนคติต่อการตัดสินใจใช้บริการอพาร์ทเมนท์ด้านการปฏิบัติ	27
ตารางที่ 3.1: การวิเคราะห์จุดแข็ง (S-Strengths) และจุดอ่อน (W-Weaknesses)	30
ตารางที่ 3.2: การวิเคราะห์โอกาส (O-Opportunities) และอุปสรรค (T-Threats)	31
ตารางที่ 5.1: แผนการก่อสร้าง	40
ตารางที่ 5.2: ราคาเก็บค่าของใช้ภายในห้องหากเสียหาย	43
ตารางที่ 5.5: แสดงการคำนวณค่าเสื่อมราคาและค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	45
ตารางที่ 5.6: แสดงการประมาณการยอดขายสินค้าหลักรายไตรมาส	46
ตารางที่ 5.7: แสดงการประมาณการยอดขายรายปี	47
ตารางที่ 5.8: แสดงจำนวนสินค้าคงเหลือและการส่งเสริมการขาย	48
ตารางที่ 5.9: แสดงการประมาณการค่าใช้จ่าย	49
ตารางที่ 5.10: แสดงการการคำนวณจุดคุ้มทุน	50
ตารางที่ 5.11: แสดงงบกำไรขาดทุน ประมาณการกรณีสถานการณ์ปกติ	51
ตารางที่ 5.12: แสดงงบกระแสเงินสด ประมาณการกรณีปกติ	52
ตารางที่ 5.13: แสดงงบฐานะการเงิน ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ	54
ตารางที่ 5.14: แสดงการวิเคราะห์โครงการลงทุน	56
ตารางที่ 5.15: แสดงการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน	57

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1: สถานที่ตั้งโครงการ เดอะเบสอพาร์ทเมนท์	2
ภาพที่ 1.2: แผนที่โครงการ	2
ภาพที่ 1.3: รูปตัวอย่างแบบแปลนอาคารโครงการ	3
ภาพที่ 1.4: เฟอร์นิเจอร์ภายในห้องพักพร้อมเครื่องปรับอากาศ	4
ภาพที่ 1.5: สิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณรอบอพาร์ทเมนท์	5
ภาพที่ 1.6: ระบบคีย์การ์ด	6
ภาพที่ 1.7: ระบบโซล่าเซลล์	7
ภาพที่ 1.8: ระบบพร้อมแพทย์	7
ภาพที่ 1.9: โปรแกรม Rent 108	8
ภาพที่ 1.10: แผนผังองค์กรบริหารธุรกิจ	9
ภาพที่ 3.1: หอพักมานิจ	32
ภาพที่ 3.2: หอพักประสิทธิ์	33
ภาพที่ 3.3: หอพักเอราวัณ เพลส	33

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ที่มาของการดำเนินทำแผนธุรกิจ

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา อยู่ในภาคกลางของประเทศไทยเป็นศูนย์กลางของการดำเนินธุรกิจ และด้วยทำเลที่ตั้งไม่ไกลจากกรุงเทพมหานครมากนัก จึงทำให้เป็นเป้าหมายของนักลงทุน ทั้งไทยและต่างชาติเข้ามาลงทุน ไม่ว่าจะธุรกิจบริการ ธุรกิจขายค้า โรงงานประกอบรถยนต์ โลจิสติกส์ต่าง ๆ เป็นต้น และยังมีบริษัทข้ามชาติต่าง ๆ เข้ามาลงทุนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามากมาย เช่น Honda, Minebea, Panasonic เป็นต้น ปัจจัยเหล่านี้จึงเป็นสิ่งกระตุ้นให้ตลาดแรงงานขยายตัวขึ้นทุกปี ซึ่งไม่ใช่บุคคลที่มีภูมิลำเนาในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเท่านั้น แต่ยังมีประชาชนจากทุกภาคด้วย

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีโรงงานอุตสาหกรรมจำนวนมาก เช่น นิคมสวนอุตสาหกรรมโรจนะ ซึ่งมีหลายโครงการ นิคมอุตสาหกรรมไฮเทค และนิคมอุตสาหกรรมบางปะอิน เป็นต้น ทำให้มีประชากรคนที่มาเช่าหอพัก และส่วนใหญ่เป็นคนต่างจังหวัดไม่ใช่คนในพื้นที่จำนวนมาก ซึ่งมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นทุกปี ทำให้ธุรกิจหอพักในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีจำนวนมาก และมีการแข่งขันกันอย่างสูง เนื่องจากธุรกิจหอพักมีเงินลงทุนสูง แต่ถ้ามีการคืนทุนแล้วเราจะได้กำไรตลอดไป จึงคิดว่าแผนธุรกิจห้องพักจะสร้างรายได้และกำไรในระยะยาวได้

#### 1.2 แนะนำธุรกิจ

##### 1.2.1 สถานที่ตั้งโครงการ เดอะเบสอพาร์ทเมนท์

โครงการหอพักที่ตั้งอยู่ในหมู่บ้านสินธวิธานี ซอย 12 ตำบลสามเรือน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งหมู่บ้านตั้งอยู่ตรงข้ามสวนอุตสาหกรรมโรจนะ และติดถนนสายหลัก คือ ถนนโรจนะ ทำให้การเดินทางค่อนข้างมีความสะดวก

ภาพที่ 1.1: สถานที่ตั้งโครงการ เดอะเบสอพาร์ทเมนท์



ที่มา: Google map. (2020). Google street view: Sam Ruean, Phra Nakhon Si Ayutthaya.  
Retrieved from <https://bit.ly/2HQDrhp>.

ภาพที่ 1.2: แผนที่โครงการ



ที่มา: แผนที่หมู่บ้านสินทวีธานี 1 และ เฟสตลิ่งชัน. (2560). สืบค้นจาก  
<https://www.facebook.com/3dmapthailand/photos/1949515081975035>.

### 1.2.2 ประเภทของสินค้า/บริการ

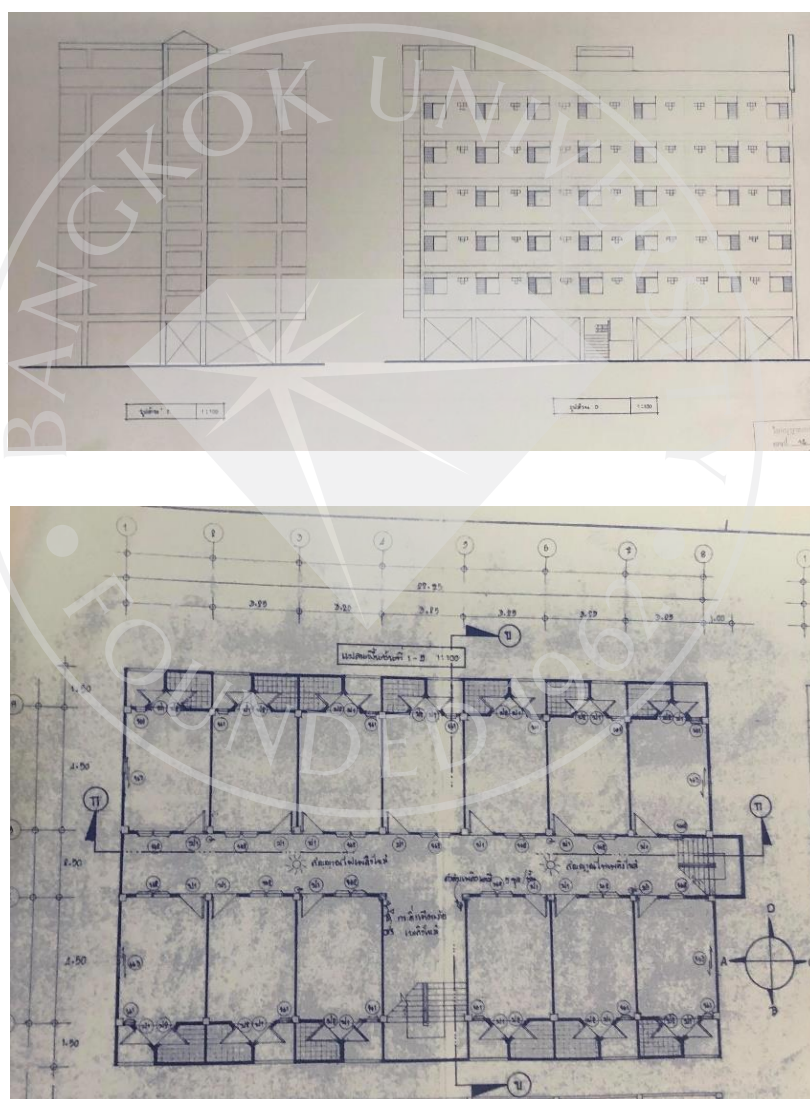
ธุรกิจอพาร์ทเมนท์ที่ให้บริการห้องเช่า เพื่อรองรับพนักงานที่ทำงานในสวนอุตสาหกรรม  
โรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

### 1.3 รายละเอียดสินค้าและบริการ

#### 1.3.1 อาคารหอพัก 7 ชั้น ประกอบไปด้วย

- 1) ชั้นที่ G (ชั้นล่าง) ประกอบไปด้วย สำนักงานพาร์ทเมนท์ ห้องแม่บ้าน
- 2) ชั้นที่ 1 ถึง ชั้นที่ 7 ทุกชั้นมี 13 ห้อง พร้อมเฟอร์นิเจอร์และเครื่องปรับอากาศ

ภาพที่ 1.3: รูปตัวอย่างแบบแปลนอาคารโครงการ



อาคารพาร์ทเมนท์ มีจำนวนห้องรวมทั้งสิ้น 91 ห้อง แต่ละห้องมีขนาดพื้นที่ 4.5x3.25 เมตร หรือ 24 ตารางเมตร เท่ากันทุกห้อง ส่วนโครงการมีพื้นที่ 300 ตารางวา ซึ่งมีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ผู้พักอาศัยอย่างเพียงพอ

ภายในห้องพักชั้นทุกชั้นจะมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกให้บริการประกอบด้วย

เตียง 5 ฟุตพร้อมที่นอน	1 ชุด
ตู้เสื้อผ้า	1 ตู้
เครื่องปรับอากาศ	1 เครื่อง
พัดลมเพดาน	1 เครื่อง
โทรทัศน์ 32 นิ้ว	1 เครื่อง
ตู้เย็น	1 เครื่อง

ภาพที่ 1.4: เฟอร์นิเจอร์ภายในห้องพักพร้อมเครื่องปรับอากาศ



ที่มา: อาร์ เจ แมนชั่น. (2557). ห้องพัก. สืบค้นจาก <https://www.hongpak.in.th/rooms/9097-อาร์-เจ-แมนชั่น>.

1.3.2 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในอาคารอพาร์ทเมนท์ ประกอบไปด้วย ดังนี้

1.3.2.1 เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง

1.3.2.2 ลิฟต์ และบันไดหนีไฟ

1.3.2.3 มีระบบคีย์การ์ด

1.3.2.4 มีกล้องวงจรปิด 16 ตัว

1.3.2.5 จุดทิ้งขยะหน้าห้องพัก 1 จุด มี 5 ถังใหญ่

1.3.2.6 ที่จอดรถยนต์กับที่จอดรถจักรยานยนต์



1.3.2.7 อินเทอร์เน็ตไร้สาย

1.3.2.8 ตู้จำหน่ายหยอดเหรียญ

1.3.2.9 เครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ

1.3.3 บริเวณรอบหอพักมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ประกอบไปด้วย ดังนี้

1.3.3.1 ร้านสะดวกซื้อ เช่น 7-11, Family Mart, Lotus Express, Mini Big C เป็นต้น

1.3.3.2 ร้านอาหารมากกว่า 50 ร้าน เช่น ร้านอาหารตามสั่ง ร้านส้มตำ ร้านสเต็ก

เป็นต้น

1.3.3.3 ร้านซักอบรีดมากกว่า 10 ร้าน

1.3.3.4 ร้านตัดผมมากกว่า 20 ร้าน

1.3.3.5 รับส่งพัสดุ ได้แก่ ไปรษณีย์ไทยกับ Kerry Express

1.3.3.6 คลินิกรักษาโรคทั่วไป 4 คลินิก

1.3.3.7 คลินิกรักษาฟัน 3 คลินิก

1.3.3.8 สถานีตำรวจสาขาบางปะอินย่อย

ภาพที่ 1.5: สิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณรอบอพาร์ทเมนท์



1.3.4 จุดเด่นของสินค้าและบริการของหอพัก รายละเอียดเพิ่ม

1.3.4.1 ทำเลที่ตั้งโครงการอพาร์ทเมนท์เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายพนักงานที่ทำงานในสวนอุตสาหกรรมโรจนะ รวมไปถึงกลุ่มเป้าหมายคนญี่ปุ่นด้วย เนื่องจากสถานที่ตั้งโครงการอพาร์ทเมนท์ อยู่ตรงข้ามกับสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จึงทำให้เดินทางไปทำงานสะดวก

1.3.4.2 บริเวณที่ตั้งโครงการอพาร์ทเมนท์ มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน เช่น ร้านสะดวกซื้อ ร้านอาหาร เป็นต้น

1.3.4.3 มีกล้องวงจรปิด CCTV 16 ตัว รวมถึงเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง ทำให้ลูกค้ามั่นใจในการบริการ

1.3.4.4 มีที่จอดรถยนต์กับที่จอดรถจักรยานยนต์เพียงพอสำหรับผู้เช่า

### 1.3.5 นวัตกรรม

1.3.5.1 ระบบคีย์การ์ด คือ กุญแจอิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้งานการเปิดประตูทางขึ้นห้องพัก และประตูเข้าห้อง

ภาพที่ 1.6: ระบบคีย์การ์ด



ที่มา: คีย์การ์ดประตูห้องพัก มีการทำงานอย่างไร. (2560). สืบค้นจาก

<https://www.autodoorcenter.com/home-and-building-technology/คีย์การ์ดประตูห้องพัก>.

1.3.5.2 ระบบโซล่าเซลล์ติดตั้งบนดาดฟ้าของห้องพัก เพื่อเปลี่ยนพลังงานแสงอาทิตย์ให้เป็นพลังงานไฟฟ้า ใช้สำหรับไฟทางเดินส่องสว่างภายนอกและภายในห้องพัก เพื่อประหยัดค่าไฟ

ภาพที่ 1.7: ระบบโซลาร์เซลล์



ที่มา: รับผิดชอบระบบโซลาร์เซลล์ (Solar Cell) ภายในบ้าน หอพัก อาคารสำนักงาน ฯลฯ. (2560).

สืบค้นจาก <https://bit.ly/3mPoU48>.

1.3.5.3 การชำระเงินระบบออนไลน์ นอกจากชำระเงินสดแล้ว ลูกค้ายังสามารถชำระเงินผ่าน Mobile Banking เช่น Prompt Pay เป็นต้น

ภาพที่ 1.8: ระบบพร้อมเพย์



ที่มา: พร้อมหรือยัง กับพร้อมเพย์ (Prompt Pay). (2559). สืบค้นจาก

<http://toddlerfinancial.blogspot.com/2016/07/prompt-pay.html>.

1.3.5.3 โปรแกรม Rent108 ยังช่วยให้คุณคำนวณค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า และค่าเช่าต่างๆ อย่างเสร็จสรรพ พร้อมทั้งสามารถสั่งพิมพ์ออกมาเป็นบิลค่าเช่าได้อย่างสะดวกและง่ายดายมากๆ นอกจากนี้แล้วโปรแกรมยังช่วยสรุปค่าน้ำค่าไฟฟ้า และค่าเช่ารวมในแต่ละเดือน ทำให้คุณทราบรายรับของธุรกิจห้องเช่าในแต่ละรายละเอียดที่เกิดขึ้นอย่างง่าย

ภาพที่ 1.9: โปรแกรม Rent 108

ลดเลขค่าน้ำ - เลขค่าไฟฟ้า ห้องเช่าเพื่อทำบิล					
กลุ่มห้องเช่า *		ห้องเช่า *			
แสดงทุกกลุ่ม ▼		ห้องที่ 1 ▼			
#	เลขครั้งนี้	เลขครั้งก่อน	หน่วย	หน่วยละ	จำนวนเงิน(บาท)
น้ำ	100	82	18	20	360
ไฟฟ้า	800	756	44	7	308
อื่นๆ	ไม่มีรายการใดๆ			* เช่น ค่าบริการลานจอดรถ เป็นต้น	0
ค่าเช่า					1200
รวมเป็นเงิน					1868

บันทึก

ที่มา: โปรแกรมหอพัก พร้อมใช้งาน ทำบิล จดค่าน้ำค่าไฟ ไม่ต้องใช้ Excel. (2555). สืบค้นจาก [http://webtumwai.com/detail.php?id\\_detail=576](http://webtumwai.com/detail.php?id_detail=576).

## 1.4 วิสัยทัศน์และพันธกิจ

### 1.4.1 วิสัยทัศน์

เป็นอพาร์ทเมนท์ชั้นนำ การบริการดีเลิศ สิ่งอำนวยความสะดวกเพียบพร้อม เพื่อความ เป็นอยู่ที่ดีของผู้อยู่อาศัย

### 1.4.2 พันธกิจ

- 1) อพาร์ทเมนท์ มีความสะอาด ได้มาตรฐาน มีปลอดภัย
- 2) อพาร์ทเมนท์ ที่มีสภาพแวดล้อมที่ดี เพื่อคุณภาพชีวิตของลูกค้า

## 1.5 เป้าหมายและวัตถุประสงค์

### 1.5.1 เป้าหมาย

#### 1.5.1.1 เป้าหมายระยะสั้น

- 1) ทำให้อพาร์ทเมนท์ เป็นที่รู้จักของกลุ่มเป้าหมายในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
- 2) มีลูกค้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ของทุกปี

#### 1.5.1.2 เป้าหมายระยะกลาง

- 1) มีจำนวนห้องพักเต็มตลอดทุกเดือน
- 2) สามารถสร้างกำไรและคืนทุนจากรายได้ในการให้เช่าอพาร์ทเมนท์ ในระยะ 7 ปี และตั้งเป้าให้มีจำนวนผู้เข้าพักเต็มตลอดทั้งปี

### 1.5.1.3 เป้าหมายระยะยาว

ขยายกิจการสร้างอพาร์ทเมนท์เพิ่มขึ้นอีก 1-2 แห่ง ในบริเวณใกล้เคียงกับเขตสวนอุตสาหกรรมโรจนะ เพื่อความสะดวกและความหลากหลายของผู้เข้าพัก และรองรับจำนวนประชากรที่ต้องการใช้บริการอพาร์ทเมนท์ ที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

### 1.5.2 วัตถุประสงค์ของธุรกิจ

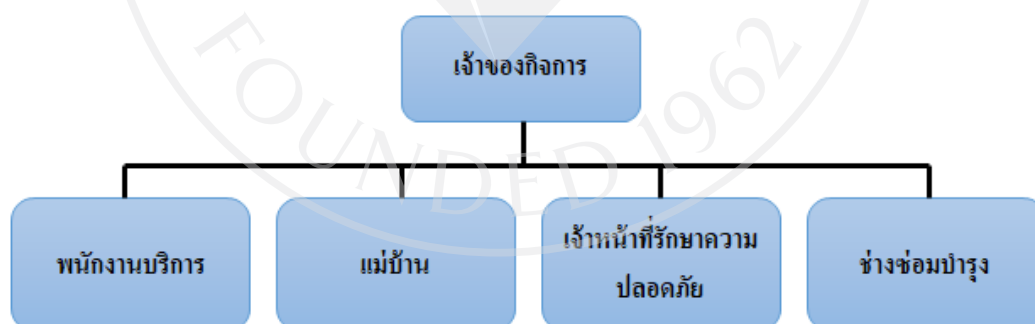
1.5.2.1 เพื่อศึกษาแนวทางการจัดสร้างโครงการอพาร์ทเมนท์ ใกล้นิคมอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1.5.2.2 เพื่อสร้างส่วนแบ่งทางการตลาดของอพาร์ทเมนท์ใหม่ให้มากขึ้น 10% ของทุกปี และเพิ่มรายได้ให้แก่ห้องพัก 100%

1.5.2.3 เพื่อเป็นสถานที่รองรับความต้องการของพนักงานที่เข้ามาทำงานในสวนอุตสาหกรรมโรจนะ ที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี รวมทั้งเป็นอพาร์ทเมนท์ ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกสบาย สวยงาม สะอาด และปลอดภัย

## 1.6 โครงสร้างการบริหารงานธุรกิจ

ภาพที่ 1.10: แผนผังองค์กรบริหารธุรกิจ



จำนวนพนักงาน ทั้งหมด 5 คน ประกอบไปด้วย

- 1) เจ้าของกิจการ 1 คน
- 2) พนักงานบริการ 1 คน
- 3) แม่บ้าน 1 คน
- 4) เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย 2 คน

1.6.1 ภาระหน้าที่ในแต่ละแผนก ประกอบไปด้วย

### 1) เจ้าของกิจการ

มีหน้าที่ดูแลงานต่าง ๆ ในอพาร์ทเมนต์ คอยสั่งงานพนักงานในอพาร์ทเมนต์ ให้ทำตามดูแลเรื่องค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น รวมถึงดูแลด้านการเงิน ตรวจสอบความถูกต้อง และคอยกำหนดราคาห้องเช่า

### 2) พนักงานบริการ

มีหน้าที่ต้อนรับลูกค้าที่มาติดต่อสอบถามเรื่องอพาร์ทเมนต์ รับฟังปัญหาต่าง ๆ จากผู้พักอาศัย รวมถึงสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าต่าง ๆ ได้ ทำสัญญาให้แก่ผู้เช่า จัดทำบิลค่าเช่าห้องทุกเดือน พร้อมรับชำระเงินจากลูกค้า อัตราค่าจ้าง 15,000 บาทต่อเดือน

### 3) แม่บ้าน

อพาร์ทเมนต์ที่ได้จัดหาแม่บ้านทำความสะอาด ซึ่งเป็นคนพื้นที่ในละแวกนั้น ซึ่งค่าจ้างสูงกว่าพนักงานทำความสะอาดแบบบริษัทเอกชน มีหน้าที่ดูแลทำความสะอาดอพาร์ทเมนต์ บริเวณภายในอาคาร และบริเวณรอบ ๆ ห้องพัก รวมถึงทำความสะอาดห้องเช่าเมื่อผู้เช่าทำการย้ายออก ให้พร้อมสำหรับผู้เช่ารายใหม่ อัตราค่าจ้าง 10,000 บาทต่อเดือน

### 4) เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย

ทางอพาร์ทเมนต์ได้จ้างบริษัท พีซีเอส จำกัด มีหน้าที่ดูแลรักษาความปลอดภัย และคอยสอดส่องบริเวณภายในและภายนอกอพาร์ทเมนต์ ทั้งกลางวันกลางคืน รวมทั้งคอยดูแลบุคคลที่เข้า-ออก รวมถึงรถยนต์ที่เข้ามาในบริเวณอพาร์ทเมนต์ อัตราค่าจ้าง 11,000 บาทต่อเดือน

### 5) ช่างซ่อมบำรุง

ช่างซ่อมบำรุงทางอพาร์ทเมนต์ได้จ้างช่างซ่อมแบบหลายครั้ง เนื่องจากเป็นอพาร์ทเมนต์ใหม่และยังไม่มีช่างซ่อมบำรุงรักษาอะไรมาก มีหน้าที่ดูแลและซ่อมบำรุงรักษาอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่เกิดความเสียหายภายในอพาร์ทเมนต์ให้กลับมาใช้งานได้อย่างสมบูรณ์ อัตราค่าจ้างแต่ละครั้ง ขึ้นกับความยากง่ายของหน้างาน โดยค่าจ้างประมาณ 300-1,000 บาทต่อครั้ง

## บทที่ 2

### วิธีการดำเนินการในการจัดทำแผนธุรกิจ

การศึกษาโครงการเดอะเบสอพาร์ทเมนท์ใกล้นิคมอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ครั้งนี้ เป็นการวิเคราะห์แผนธุรกิจแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ที่ประกอบด้วย การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีวิธีการดำเนินการในการจัดทำแผนธุรกิจ ดังต่อไปนี้

#### 2.1 ประเภทของข้อมูลที่น่าไปใช้

ในการศึกษาแผนธุรกิจโครงการเดอะเบสอพาร์ทเมนท์ใกล้นิคมอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม ทศนคติ และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการอพาร์ทเมนท์ โดยพิจารณาศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการอพาร์ทเมนท์ ทศนคติ และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอพาร์ทเมนท์

#### 2.2 วิธีเก็บข้อมูล

ในการจัดทำแผนธุรกิจโครงการเดอะเบสอพาร์ทเมนท์ใกล้นิคมอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยาครั้งนี้ มีแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

##### 2.2.1 แบบสอบถาม

เป็นการวิจัยเชิงสำรวจซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการอพาร์ทเมนท์

##### 2.2.2 สัมภาษณ์และสังเกตการณ์

เป็นข้อมูลที่ได้จากสัมภาษณ์และสังเกตการณ์ อพาร์ทเมนท์คู่แข่งที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับนิคมอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยประเด็นที่ทำการศึกษาข้อมูล ประกอบด้วย

- 1) ทำเลที่ตั้งของคู่แข่งเกี่ยวกับการบริเวณใกล้เคียงของสถานที่พักที่ใกล้กับสิ่งอำนวยความสะดวกในรูปแบบต่าง ๆ
- 2) การเปรียบเทียบการเข้าใช้บริการเข้าพักของคู่แข่ง
- 3) การให้บริการเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักของคู่แข่ง
- 4) รูปแบบการออกแบบ การตกแต่งของคู่แข่ง
- 5) การเปรียบเทียบสังเกตลักษณะส่วนบุคคลของผู้เข้าพักอาศัยของคู่แข่ง

## 2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

### 2.3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาโครงการเดอะเบสอพาร์ทเมนต์ใกล้นิคมอุตสาหกรรมโรจนะจังหวัดพระนครศรีอยุธยาครั้งนี้ มีเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแยกคำถามออกเป็น 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับตำแหน่งที่ปฏิบัติ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งเป็นคำถามปลายปิด (Check List) รวมทั้งสิ้นจำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเข้าใช้บริการอพาร์ทเมนต์ ได้แก่ ช่วงเวลาที่อยู่อพาร์ทเมนต์มากที่สุด จำนวนการกลับบ้านต่อเดือน สิ่งที่ทำเวลาอยู่ห้องนอกจากกิจวัตรประจำวัน เหตุผลที่เลือกเช่าอพาร์ทเมนต์ และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าห้อง ซึ่งเป็นคำถามปลายปิด (Check List) รวมทั้งสิ้น จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการอพาร์ทเมนต์ได้แก่ ด้านลักษณะของอพาร์ทเมนต์ ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการบริการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งเป็นคำถามปลายปิด (Check List) จำนวน 32 ข้อ โดยใช้มาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ได้แก่

ระดับปัจจัย	คะแนนค่าน้ำหนักของตัวเลือก
สำคัญมากที่สุด	เท่ากับ 5
สำคัญมาก	เท่ากับ 4
สำคัญปานกลาง	เท่ากับ 3
สำคัญน้อย	เท่ากับ 2
สำคัญน้อยที่สุด	เท่ากับ 1

หลังจากที่ได้ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการหอพักของกลุ่มตัวอย่างแล้ว จะนำผลไปวัดกับตารางเพื่อแปลความหมายค่าระดับปัจจัย โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
4.21-5.00	สำคัญมากที่สุด
3.41-4.20	สำคัญมาก
2.61-3.40	สำคัญปานกลาง
1.81-2.60	สำคัญน้อย
1.00-1.80	สำคัญน้อยที่สุด



ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการอพาร์ทเมนท์ ได้แก่ ด้านความรู้ ความเชื่อ และการปฏิบัติ ซึ่งเป็นคำถามปลายปิด (Check List) ซึ่งเป็นคำถามปลายปิด (Check List) จำนวน 12 ข้อ โดยใช้มาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ได้แก่

ระดับการตัดสินใจ	คะแนนค่าน้ำหนักของตัวเลือก
เห็นด้วยมากที่สุด	เท่ากับ 5
เห็นด้วยมาก	เท่ากับ 4
เห็นด้วยปานกลาง	เท่ากับ 3
เห็นด้วยน้อย	เท่ากับ 2
เห็นด้วยน้อยที่สุด	เท่ากับ 1

หลังจากที่ได้ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับทัศนคติต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการอพาร์ทเมนท์ ของกลุ่มตัวอย่างแล้ว จะนำผลไปวัดกับตารางเพื่อแปลความหมายค่าระดับทัศนคติ โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
4.21-5.00	เห็นด้วยมากที่สุด
3.41-4.20	เห็นด้วยมาก
2.61-3.40	เห็นด้วยปานกลาง
1.81-2.60	เห็นด้วยน้อย
1.00-1.80	เห็นด้วยน้อยที่สุด

### 2.3.2 การทดสอบความเที่ยงตรงและความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม

การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถาม ครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามที่สร้างมาจัดหาความเที่ยงตรงของเนื้อหา โดยนำแบบสอบถามที่ได้จัดสร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อพิจารณาตรวจสอบถึงความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) ในเรื่องของโครงสร้าง และความเหมาะสมในการใช้ถ้อยคำ รวมทั้งข้อคำแนะนำและนำมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมต่อไป

สำหรับในการหาค่าความเชื่อถือของแบบสอบถาม ผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งค่าที่ได้จะเป็นการแสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถาม

### 2.3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาโครงการเดอะเบสอพาร์ทเมนท์ใกล้นิคมอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ครั้งนี้ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยนำข้อมูลมาประมวลผลและวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมทางสถิติ โดยสถิติที่นำมาใช้ในการ

วิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษาจะทำการตรวจสอบความถูกต้องและสมบูรณ์แบบของแบบสอบถาม เพื่อคัดเลือกแบบสอบถามที่มีคำตอบสมบูรณ์ใช้ในการประมวลผล ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย

2.3.3.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้แก่

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับตำแหน่งที่ปฏิบัติ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเข้าใช้บริการอพาร์ทเมนท์ ได้แก่ ช่วงเวลาที่อยู่หอพักมากที่สุด จำนวนการกลับบ้านต่อเดือน สิ่งที่ทำเวลาอยู่หอพักน้นนอกจากกิจวัตรประจำวัน เหตุผลที่เลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการอพาร์ทเมนท์ ได้แก่ ด้านลักษณะของอพาร์ทเมนท์ ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการบริการ ด้านการส่งเสริมและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการอพาร์ทเมนท์ ได้แก่ ด้านความรู้ ความเชื่อ และการปฏิบัติ ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2.3.3.2 การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยมีขอบเขตของการวิเคราะห์เนื้อหา คือ การวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบัน ใช้การวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมภายใน และภายนอก (SWOT Analysis)

## 2.4 ผู้ที่ให้ข้อมูล

การศึกษาโครงการเดอะเบสอพาร์ทเมนท์ใกล้นิคมอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ครั้งนี้ ประชากรที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ พนักงานที่ทำงานอยู่ในนิคมอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่อาศัยอยู่ในอพาร์ทเมนท์ ผู้ศึกษาจะทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) กับพนักงานที่ทำงานอยู่ในนิคมอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านสินทิวารานี

## 2.5 จำนวนผู้ที่ให้ข้อมูล

ในการศึกษาแผนธุรกิจโครงการเดอะเบสอพาร์ทเมนต์ใกล้ศูนย์อุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวนการผู้ให้ข้อมูลแบบสอบถามจำนวน 100 ชุด ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่อาศัยอพาร์ทเมนต์ที่ได้แน่นอน จึงใช้การอ้างอิงกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ซึ่งได้กลุ่มตัวอย่างอย่างต่ำเท่ากับ 100 ตัวอย่าง

## 2.6 ผลของการวิจัย

### 2.6.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 100 ชุด

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 100 คน จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับตำแหน่งงานที่ปฏิบัติ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผลการศึกษาพบว่า

ตารางที่ 2.1: แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับตำแหน่งงานที่ปฏิบัติ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	37	37.00
หญิง	63	63.00
รวม	100	100.00
<b>อายุ</b>		
ต่ำกว่า 18 ปี	-	-
18-25 ปี	20	20.00
26-33 ปี	34	34.00
34-41 ปี	29	29.00
42-50 ปี	12	12.00
50 ปี ขึ้นไป	5	5.00
รวม	100	100.00

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.1 (ต่อ): แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับตำแหน่งงานที่ปฏิบัติ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สถานภาพ		
โสด	83	83.00
สมรส	9	9.00
ม่าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	8	8.00
รวม	100	100.00
ระดับตำแหน่งงานที่ปฏิบัติงาน		
ผู้บริหาร	7	7.00
ผู้ปฏิบัติงาน	93	93.00
รวม	100	100.00
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	-	-
มัธยมศึกษาตอนต้น	5	5.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	6	6.00
อนุปริญญา/ปวส.	31	31.00
ปริญญาตรี	41	41.00
สูงกว่าปริญญาตรี	17	17.00
รวม	100	100.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
น้อยกว่า 10,000 บาท	3	3.00
10,000-20,000 บาท	59	59.00
20,001-30,000 บาท	29	29.00
30,001-40,000 บาท	9	9.00
รวม	100	100.00

จากตารางที่ 2.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพนักงานที่ทำงานอยู่ในนิคมอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่อาศัยอยู่ในอพาร์ทเมนท์ จำแนกตามสถานภาพ

พบว่า พนักงานส่วนใหญ่ที่อาศัยอยู่ในเป็นเพศชาย จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 63.00 และเป็นเพศชาย จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 37.00

พนักงานส่วนใหญ่ที่อาศัยอยู่ในมีอายุระหว่าง 26-33 ปี จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00 รองลงมา มีอายุระหว่าง 34-41 ปี จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00 อายุระหว่าง 18-25 ปี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 อายุระหว่าง 42-50 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 และอายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00

พนักงานส่วนใหญ่ที่อาศัยมีสถานภาพโสด จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 83.00 รองลงมา มีสถานภาพสมรส จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 และมีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00

พนักงานส่วนใหญ่ที่อาศัยอยู่ในอพาร์ทเมนท์มีระดับตำแหน่งที่ปฏิบัติงานเป็นผู้ปฏิบัติงาน จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 93.00 และเป็นผู้บริหาร จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00

พนักงานส่วนใหญ่ที่อาศัยอยู่ในอพาร์ทเมนท์จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00 รองลงมาจบการศึกษาระดับ อนุปริญญา/ปวส. จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 31.00 สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 และมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00

พนักงานส่วนใหญ่ที่อาศัยอยู่ในอพาร์ทเมนท์มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,000-20,000 บาท จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 59.00 รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,001-30,000 บาท จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 30,001-40,000 บาท จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 และน้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 ตามลำดับ

#### 2.6.2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมในการเข้าใช้บริการอพาร์ทเมนท์

จากผลการวิเคราะห์พฤติกรรมในการเข้าใช้บริการอพาร์ทเมนท์ของพนักงานที่ทำงานอยู่ในนิคมอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่อาศัยอยู่ในอพาร์ทเมนท์ พบว่า

ตารางที่ 2.2: แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมในการเข้าใช้  
บริการอพาร์ทเมนท์

พฤติกรรมในการเข้าใช้บริการอพาร์ทเมนท์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ช่วงเวลาที่อาศัยอยู่ในห้องพักมากที่สุด		
08.00-17.00 น.	17	17.00
16.00-01.00 น.	14	14.00
23.00-08.00 น.	69	69.00
รวม	100	100.00
ความถี่ในการกลับบ้านต่อเดือน		
1-2 ครั้งต่อเดือน	67	67.00
3-4 ครั้งต่อเดือน	18	18.00
มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน	15	15.00
รวม	100	100.00
สิ่งที่ทำเวลาอยู่อพาร์ทเมนท์นอกจากกิจวัตรประจำวัน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
ทานข้าวกับเพื่อน	31	31.00
เล่นเกม	30	30.00
ดูหนัง	28	28.00
ฟังเพลง	10	10.00
อ่านหนังสือ	7	7.00
สอนพิเศษ	5	5.00
ทำงาน	3	3.00
สอนทำอาหาร	2	2.00
เหตุผลที่เลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
อยู่ใกล้ศูนย์อาหาร ร้านค้า	74	74.00
มีความสะดวกสบาย	63	63.00
บริเวณรอบที่พักมีสิ่งอำนวยความสะดวก	65	65.00
ไม่กำหนดเวลาเปิด-ปิด	49	49.00
ใกล้สถานที่ทำงาน	40	40.00

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.2 (ต่อ): แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมในการเข้าใช้บริการอพาร์ทเมนท์

พฤติกรรมในการเข้าใช้บริการอพาร์ทเมนท์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มีเฟอร์นิเจอร์พร้อมเข้าอยู่	32	32.00
มีระบบการรักษาความปลอดภัย	20	20.00
ไม่กำหนดเวลาเปิด-ปิด	3	3.00
บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพัก		
ตัวเอง	71	71.00
เพื่อน	21	21.00
พ่อแม่	6	6.00
ญาติพี่น้อง	2	2.00
รวม	100	100.00

จากตารางที่ 2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเข้าใช้บริการอพาร์ทเมนท์ของผู้ตอบแบบสอบถามพนักงานที่ทำงานอยู่ในนิคมอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่อาศัยอยู่ในอพาร์ทเมนท์ จำแนกตามพฤติกรรมในการเข้าใช้บริการห้องพัก พบว่า

พนักงานส่วนใหญ่ที่อาศัยอยู่ในอพาร์ทเมนท์ มีช่วงเวลาที่อาศัยอยู่ในห้องพักมากที่สุด คือ ช่วงเวลาระหว่าง 23.00-08.00 น. จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 69.00 รองลงมาช่วงเวลาระหว่าง 08.00-17.00 น. จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 และช่วงเวลาระหว่าง 16.00-01.00 น. จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00

พนักงานส่วนใหญ่ที่อาศัยอยู่ในอพาร์ทเมนท์ มีความถี่ในการกลับบ้านต่อเดือน คือ 1-2 ครั้งต่อเดือน จำนวน 67 คิดเป็นร้อยละ 67.00 รองลงมาระหว่าง 3-4 ครั้งต่อเดือน จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00 และมากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00

พนักงานส่วนใหญ่ที่อาศัยอยู่ในห้องพัก มีสิ่งที่ทำเวลาอยู่อพาร์ทเมนท์นอกจากกิจวัตรประจำวัน 3 อันดับแรก คือ ทานข้าวกับเพื่อน จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 31.00 รองลงมา เล่นเกม จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 และดูหนัง จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00

พนักงานส่วนใหญ่ที่อาศัยอยู่ในอพาร์ทเมนท์ มีเหตุผลที่เลือกเช่าห้องพัก 3 อันดับแรก คือ อยู่ใกล้ศูนย์อาหาร ร้านค้า จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 74.00 รองลงมา มีความสะดวกสบาย

จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 63.00 และบริเวณรอบที่พักมีสิ่งอำนวยความสะดวก จำนวน 65 คน คิดเป็น ร้อยละ 65.00

พนักงานส่วนใหญ่ที่อาศัยอยู่ในอพาร์ทเมนท์ มีบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพัก คือ ตัวเอง จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 71.00 รองลงมา เพื่อน จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 พ่อแม่ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 และญาติพี่น้อง จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับ

### 2.6.3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการอพาร์ทเมนท์

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการอพาร์ทเมนท์ของพนักงานที่ทำงานอยู่ในนิคมอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่อาศัยอยู่ในหอพัก พบว่า

ตารางที่ 2.3: แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการอพาร์ทเมนท์ โดยภาพรวม

ปัจจัย	$\bar{x}$	SD	ระดับความสำคัญ
ด้านลักษณะของอพาร์ทเมนท์	4.66	0.45	มากที่สุด
ด้านทำเลที่ตั้ง	4.49	0.49	มากที่สุด
ด้านบุคลากร	4.35	0.50	มากที่สุด
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	4.29	0.51	มากที่สุด
ด้านราคา	4.25	0.44	มากที่สุด
ด้านกระบวนการบริการ	4.23	0.52	มากที่สุด
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.85	0.67	มาก
รวม	4.38	0.37	มากที่สุด

จากตารางที่ 2.3 ความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการอพาร์ทเมนท์ โดยภาพรวม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ซึ่งปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ด้านลักษณะของหอพัก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 รองลงมา คือ ด้านทำเลที่ตั้ง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 และด้านบุคลากร ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ตามลำดับ



ตารางที่ 2.4: แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการอพาร์ทเมนท์ ด้านลักษณะของอพาร์ทเมนท์

ด้านลักษณะของห้องพัก	$\bar{x}$	SD	ระดับความสำคัญ
ขนาดของห้องพักมีความเหมาะสม	4.73	0.48	มากที่สุด
รูปแบบของห้องพักมีความสวยงาม/ทันสมัย	4.71	0.47	มากที่สุด
มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ได้มาตรฐาน	4.69	0.54	มากที่สุด
ห้องพักมีความหลากหลาย	4.63	0.58	มากที่สุด
มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักครบครัน	4.58	0.62	มากที่สุด
รวม	4.66	0.45	มากที่สุด

จากตารางที่ 2.4 ความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการอพาร์ทเมนท์ ด้านลักษณะของห้องพัก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 ซึ่งปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ขนาดของห้องพักมีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.73 รองลงมา คือ รูปแบบของอพาร์ทเมนท์มีความสวยงาม/ทันสมัย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.71 และมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ได้มาตรฐาน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.69 ตามลำดับ

ตารางที่ 2.5: แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการอพาร์ทเมนท์ด้านทำเลที่ตั้ง

ด้านทำเลที่ตั้ง	$\bar{x}$	SD	ระดับความสำคัญ
เส้นทางคมนาคมมีความสะดวก	4.52	0.62	มากที่สุด
มีความสะดวกเรื่องการติดต่อสื่อสาร	4.50	0.65	มากที่สุด
มีสถานที่จอดรถที่เพียงพอ	4.49	0.61	มากที่สุด
มีพื้นที่ส่วนกลางที่เหมาะสมสำหรับจำนวนผู้เข้าพัก	4.48	0.71	มากที่สุด
สถานที่ตั้งของอพาร์ทเมนท์มีความเหมาะสม	4.47	0.64	มากที่สุด
รวม	4.49	0.49	มากที่สุด

จากตารางที่ 2.5 ความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการอพาร์ทเมนท์ ด้านทำเลที่ตั้ง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49

ซึ่งปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ เส้นทางการคมนาคมมีความสะดวก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 รองลงมา คือ มีความสะดวกเรื่องการติดต่อสื่อสาร ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 และมีสถานที่จอดรถที่เพียงพอ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 ตามลำดับ

ตารางที่ 2.6: แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการอพาร์ทเมนท์ด้านบุคลากร

ด้านบุคลากร	$\bar{x}$	SD	ระดับความสำคัญ
พนักงานประจำหอพักสามารถแก้ไขปัญหาทุกอย่างได้เป็นอย่างดี	4.42	0.60	มากที่สุด
พนักงานประจำหอพักมีความรู้เกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ภายในอพาร์ทเมนท์	4.38	0.59	มากที่สุด
พนักงานประจำหอพักมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	4.34	0.58	มากที่สุด
พนักงานประจำหอพักแต่งกายสุภาพ เรียบร้อย	4.33	0.72	มากที่สุด
พนักงานประจำหอพักให้บริการที่ดีเป็นมาตรฐานเดียวกัน	4.32	0.60	มากที่สุด
รวม	4.35	0.50	มากที่สุด

จากตารางที่ 2.6 ความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการหอพักด้านบุคลากร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ซึ่งปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ พนักงานประจำหอพักสามารถแก้ไขปัญหาทุกอย่างได้เป็นอย่างดี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 รองลงมา คือ พนักงานประจำหอพักมีความรู้เกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ภายในอพาร์ทเมนท์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 และพนักงานประจำหอพักมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 ตามลำดับ

ตารางที่ 2.7: แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการห้องพัก ด้านกระบวนการบริการ

ด้านกระบวนการบริการ	$\bar{x}$	SD	ระดับความสำคัญ
มีการบริการที่รวดเร็ว	4.30	0.65	มากที่สุด
มีความพร้อมในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น	4.25	0.59	มากที่สุด
มีมาตรฐานในการบริหารจัดการ	4.22	0.62	มากที่สุด
มีการบริการส่งมอบห้องพักที่ถูกต้องแม่นยำ	4.15	0.64	มาก
รวม	4.23	0.52	มากที่สุด

จากตารางที่ 2.7 ความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการอพาร์ทเมนท์ห้องพัก ด้านกระบวนการบริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ซึ่งปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ มีการบริการที่รวดเร็ว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 รองลงมา คือ มีความพร้อมในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 และมีมาตรฐานในการบริหารจัดการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 ตามลำดับ

ตารางที่ 2.8: แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการอพาร์ทเมนท์ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	$\bar{x}$	SD	ระดับความสำคัญ
เฟอร์นิเจอร์ และอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่าง ๆ มีความคงทนแข็งแรง	4.30	0.55	มากที่สุด
มีการออกแบบทั้งภายในและภายนอกที่สวยงาม	4.30	0.61	มากที่สุด
ชื่อเสียงและภาพลักษณ์มีความน่าเชื่อถือ	4.27	0.58	มากที่สุด
รวม	4.29	0.51	มากที่สุด

จากตารางที่ 2.8 ความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการอพาร์ทเมนท์ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ซึ่งปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ เฟอร์นิเจอร์ และอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่าง ๆ มีความคงทนแข็งแรง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 รองลงมา คือ มีการ

ออกแบบทั้งภายในและภายนอกที่สวยงาม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 และชื่อเสียงและภาพลักษณ์มีความน่าเชื่อถือ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ตามลำดับ

ตารางที่ 2.9: แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการอพาร์ทเมนท์ ด้านราคา

ด้านราคา	$\bar{x}$	SD	ระดับความสำคัญ
ราคาห้องพักมีความเหมาะสม	4.32	0.60	มากที่สุด
มีการทำสัญญาที่เหมาะสม	4.29	0.59	มากที่สุด
สามารถผ่อนชำระค่าเช่าห้องได้ (กรณีฉุกเฉิน)	4.25	0.67	มากที่สุด
การเรียกเก็บค่ามัดจำมีความเหมาะสม	4.21	0.49	มากที่สุด
มีการคิดค่าสาธารณูปโภคในอัตราที่เหมาะสม	4.20	0.55	มาก
รวม	4.25	0.44	มากที่สุด

จากตารางที่ 2.9 ความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการอพาร์ทเมนท์ด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ซึ่งปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ราคาห้องพักมีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 รองลงมา คือ มีการทำสัญญาที่เหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 และสามารถผ่อนชำระค่าเช่าห้องได้ (กรณีฉุกเฉิน) ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 2.10: แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการอพาร์ทเมนท์ ด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	$\bar{x}$	SD	ระดับความสำคัญ
มีป้ายชื่อห้องพักที่สังเกตเห็นได้ง่าย	3.91	0.73	มาก
ให้การสนับสนุนกิจกรรมช่วยเหลือทางสังคม	3.69	0.87	มาก
มีการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ	3.74	0.90	มาก
มีเจ้าหน้าที่คอยดูแลให้คำแนะนำ	3.94	0.80	มาก
มีการให้ส่วนลดในกรณีที่ผู้เช่าจ่ายเงินตรงตามกำหนด	4.00	0.66	มาก
รวม	3.85	0.67	มาก

จากตารางที่ 2.10 ความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการอพาร์ทเมนท์ ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 ซึ่งปัจจัยที่มีความสำคัญมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ มีป้ายชื่อหอพักที่สังเกตเห็นได้ง่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 รองลงมา คือ ให้การสนับสนุนกิจกรรมช่วยเหลือทางสังคม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 และมีการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ตามลำดับ

#### 2.6.4 ผลการวิเคราะห์ทัศนคติต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการหอพัก

จากผลการวิเคราะห์ทัศนคติต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการอพาร์ทเมนท์ของพนักงานที่ทำงานอยู่ในนิคมอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่อาศัยอยู่ในอพาร์ทเมนท์ พบว่า

ตารางที่ 2.11: แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของทัศนคติต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการหอพัก โดยภาพรวม

ทัศนคติ	$\bar{x}$	SD	ระดับความสำคัญ
ด้านความเชื่อ	4.35	0.52	มากที่สุด
ด้านความรู้	4.04	0.45	มาก
ด้านการปฏิบัติ	3.96	0.50	มาก
รวม	4.12	0.37	มาก

จากตารางที่ 2.11 ความสำคัญของทัศนคติที่ส่งต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการอพาร์ทเมนท์ โดยภาพรวม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ซึ่งทัศนคติที่มีความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ด้านความเชื่อ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 รองลงมา คือ ด้านความรู้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 และด้านการปฏิบัติ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 ตามลำดับ

ตารางที่ 2.12: แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของทัศนคติต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการอพาร์ทเมนท์ ด้านความรู้

ด้านความรู้	$\bar{x}$	SD	ระดับความสำคัญ
บริการภายในอพาร์ทเมนท์มีความเหมาะสม	4.17	0.58	มาก
ผู้พักอาศัยสามารถเข้ารับบริการต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว	4.04	0.51	มาก

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.12 (ต่อ): แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของทัศนคติต่อการตัดสินใจใช้บริการอพาร์ทเมนท์ ด้านความรู้

ด้านความรู้	$\bar{x}$	SD	ระดับความสำคัญ
การทราบว่าพนักงานมีความรู้ความเหมาะสมกับความรับผิดชอบ	4.02	0.58	มาก
การมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับรายละเอียดของอพาร์ทเมนท์	3.93	0.51	มาก
รวม	4.04	0.45	มาก

จากตารางที่ 2.12 ความสำคัญของทัศนคติที่ส่งต่อการตัดสินใจใช้บริการอพาร์ทเมนท์ด้านความรู้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ซึ่งทัศนคติที่มีความสำคัญมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ บริการภายในอพาร์ทเมนท์ที่มีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 รองลงมา คือ ผู้พักอาศัยสามารถเข้ารับบริการต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 และการทราบว่า พนักงานมีความรู้ความเหมาะสมกับความรับผิดชอบ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 ตามลำดับ

ตารางที่ 2.13: แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของทัศนคติต่อการตัดสินใจใช้บริการอพาร์ทเมนท์ ด้านความเชื่อ

ด้านความเชื่อ	$\bar{x}$	SD	ระดับความสำคัญ
รูปแบบภายในและภายนอกหอพัก	4.43	0.62	มากที่สุด
ระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี	4.41	0.65	มากที่สุด
การบริการที่ดี	4.38	0.61	มากที่สุด
ชื่อเสียงของหอพักสร้างความเชื่อมั่น	4.20	0.56	มาก
รวม	4.35	0.52	มากที่สุด

จากตารางที่ 2.13 ความสำคัญของทัศนคติที่ส่งต่อการตัดสินใจใช้บริการอพาร์ทเมนท์ด้านความเชื่อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ซึ่งทัศนคติที่มีความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ รูปแบบภายในและภายนอกอพาร์ทเมนท์

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 รองลงมา คือ ระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 และการบริการที่ดี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ตามลำดับ

ตารางที่ 2.14: แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของทัศนคติต่อการตัดสินใจใช้บริการอพาร์ทเมนท์ด้านการปฏิบัติ

ด้านการปฏิบัติ	$\bar{x}$	SD	ระดับความสำคัญ
ได้รับคำแนะนำให้ใช้บริการหอพักจากเพื่อน ญาติ หรือคนรู้จัก	4.00	0.56	มาก
มีความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการเช่าหอพัก	3.98	0.51	มาก
จะใช้บริการหอพักต่อไปในอนาคต	3.95	0.62	มาก
จะแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการหอพักเดียวกัน	3.93	0.62	มาก
รวม	4.12	0.37	มาก

จากตารางที่ 2.14 ความสำคัญของทัศนคติที่ส่งต่อการตัดสินใจใช้บริการอพาร์ทเมนท์ด้านการปฏิบัติ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ซึ่งทัศนคติที่มีความสำคัญมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ ได้รับคำแนะนำให้ใช้บริการอพาร์ทเมนท์จากเพื่อน ญาติ หรือคนรู้จัก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 รองลงมา คือ มีความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการเช่าหอพัก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 และจะใช้บริการหอพักต่อไปในอนาคต ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 ตามลำดับ

## 2.7 บทสรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาพฤติกรรม ทัศนคติ และปัจจัยที่ส่งต่อการตัดสินใจใช้บริการอพาร์ทเมนท์ สามารถสรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

### 2.7.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษา พบว่า พนักงานส่วนใหญ่ที่อาศัยอยู่ในอพาร์ทเมนท์ เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 63.00 มีอายุระหว่าง 26-33 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.00 สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 83.00 มีระดับตำแหน่งที่ปฏิบัติงานเป็นผู้ปฏิบัติงาน คิดเป็นร้อยละ 93.00 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 41.00 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,000-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 59.00

### 2.7.2 พฤติกรรมในการเข้าใช้บริการอพาร์ทเมนท์

ผลการศึกษา พบว่า ช่วงเวลาที่อาศัยอยู่ในอพาร์ทเมนท์มากที่สุด คือ ช่วงเวลาระหว่าง 23.00-08.00 น. คิดเป็นร้อยละ 69.00 มีความถี่ในการกลับบ้านต่อเดือน คือ 1-2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 67.00 มีสิ่งที่ทำเวลาอยู่หอพักนอกจากกิจวัตรประจำวัน 3 อันดับแรก คือ ทานข้าวกับเพื่อน ร้องลงมา เล่นเกม และดูหนัง มีเหตุผลที่เลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ 3 อันดับแรก คือ อยู่ใกล้ศูนย์อาหาร ร้านค้า ร้องลงมา มีความสะดวกสบาย และบริเวณรอบที่พักมีสิ่งอำนวยความสะดวก และมีบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ คือ ตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 71.00

### 2.7.3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการหอพัก

จากผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการอพาร์ทเมนท์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ด้านลักษณะของหอพัก ร้องลงมาคือ ด้านทำเลที่ตั้ง และด้านบุคลากร ซึ่งมีรายละเอียดในแต่ละปัจจัยดังต่อไปนี้

1) ด้านลักษณะของอพาร์ทเมนท์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ขนาดของอพาร์ทเมนท์มีความเหมาะสม รูปแบบของหอพักมีความสวยงาม/ทันสมัย และมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ได้มาตรฐาน

2) ด้านทำเลที่ตั้ง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ เส้นทางคมนาคมมีความสะดวก มีความสะดวกเรื่องการติดต่อสื่อสาร และมีสถานที่จอดรถที่เพียงพอ

3) ด้านบุคลากร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ พนักงานประจำอพาร์ทเมนท์สามารถแก้ไขปัญหาทุกอย่างได้เป็นอย่างดี พนักงานประจำอพาร์ทเมนท์มีความรู้เกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ภายในอพาร์ทเมนท์ และพนักงานประจำหอพักมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี

4) ด้านกระบวนการบริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ มีการบริการที่รวดเร็ว มีความพร้อมในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น และมีมาตรฐานในการบริหารจัดการ

5) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ เพอร์นิเจอร์และอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ มีความคงทนแข็งแรง มีการออกแบบทั้งภายในและภายนอกที่สวยงาม และชื่อเสียงและภาพลักษณ์มีความน่าเชื่อถือ

6) ด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ราคาห้องพักมีความเหมาะสม มีการทำสัญญาที่เหมาะสม และสามารถผ่อนชำระค่าเช่าห้องได้ (กรณีฉุกเฉิน)



7) ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ซึ่งปัจจัยที่มีความสำคัญมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ มีป้ายชื่อหอพักที่สังเกตเห็นได้ง่าย ให้การสนับสนุนกิจกรรมช่วยเหลือทางสังคม และมีการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ

#### 2.7.4 ทักษะคติต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการอพาร์ทเมนท์

ผลการศึกษา พบว่า ทักษะคติที่ส่งต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการหอพัก โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ซึ่งทักษะคติที่มีความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ด้านความเชื่อ รองลงมา คือ ด้านความรู้ และด้านการปฏิบัติ ซึ่งมีรายละเอียดในแต่ละทักษะคติ ดังต่อไปนี้

1) ด้านความรู้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ซึ่งทักษะคติที่มีความสำคัญมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ บริการภายในหอพักมีความเหมาะสม ผู้พักอาศัยสามารถเข้ารับบริการต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว และการทราบว่าพนักงานมีความรู้ความเหมาะสมกับความรับผิดชอบ

2) ด้านความเชื่อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งทักษะคติที่มีความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ รูปแบบภายในและภายนอกอพาร์ทเมนท์ ระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี และการบริการที่ดี

3) ด้านการปฏิบัติ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ซึ่งทักษะคติที่มีความสำคัญมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ ได้รับคำแนะนำให้ใช้บริการหอพักจากเพื่อน ญาติ หรือคนรู้จัก มีความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการเช่าอพาร์ทเมนท์ และจะใช้บริการหอพักต่อไปในอนาคต

### บทที่ 3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจ

#### 3.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกธุรกิจ

SWOT Analysis เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอกทำให้รู้เกี่ยวกับจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค เพื่อประโยชน์ในการวางแผนงานสร้างกลยุทธ์ต่าง ๆ ขององค์กรให้มีประสิทธิภาพ

##### 3.1.1 การประเมินสภาพแวดล้อมภายในองค์กร

เป็นการประเมินสภาพแวดล้อมภายในองค์กรโดยใช้จุดแข็งขององค์กร (S-Strengths) เพื่อหาข้อได้เปรียบและจุดเด่นของธุรกิจ ในส่วนจุดอ่อนขององค์กร (W-Weaknesses) เพื่อหาจุดอ่อนและข้อเสียเปรียบของธุรกิจ (พินิจ มีคำทอง, 2559)

ตารางที่ 3.1: การวิเคราะห์จุดแข็ง (S-Strengths) และจุดอ่อน (W-Weaknesses)

จุดแข็ง (S-Strengths)	จุดอ่อน (W-Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"><li>- มีความคล่องตัวในการบริหารจัดการที่สูง</li><li>- ห้องพัก มีความใหม่ และมีพื้นที่ใช้สอยกว้างขวาง มีเฟอร์นิเจอร์ และสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน</li><li>- ทำเลที่ตั้ง แวดล้อมไปด้วยแหล่งชุมชน และสถานที่อำนวยความสะดวกต่าง ๆ</li><li>- สถานที่จอดรถที่การจัดแบ่งเป็นสัดส่วน</li><li>- พนักงานมีการบริการที่ดีเยี่ยม</li><li>- สถานที่ตั้งห้องพักอยู่ตรงข้ามสวนอุตสาหกรรมโรจนะ ติดถนนหลักทำให้เดินทางสะดวก</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- ราคาของห้องพักมีราคาที่สูงกว่าคู่แข่งอื่น</li><li>- ระบบการบัญชีและการเงินจัดทำขึ้นในรูปแบบที่ง่าย ๆ ส่งผลให้อาจเกิดความผิดพลาดในการดำเนินการ</li><li>- หอพักยังไม่เป็นที่รู้จักของผู้ใช้บริการมากนัก</li></ul>

##### 3.1.2 การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอก

เป็นการประเมินสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร โดยใช้โอกาสทางสภาพแวดล้อม (O-Opportunities) เพื่อหาปัจจัยส่งผลกระทบในแง่เอื้อประโยชน์แก่ธุรกิจ ในส่วนของอุปสรรคทางสภาพแวดล้อม (T-Threats) ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อกิจการเช่นปัญหาเศรษฐกิจ

ตารางที่ 3.2: การวิเคราะห์โอกาส (O-Opportunities) และอุปสรรค (T-Threats)

โอกาส (O-Opportunities)	อุปสรรค (T-Threats)
<ul style="list-style-type: none"> <li>- พฤติกรรมของผู้ใช้บริการ ด้านการรักษาความสะอาดสบายมีเพิ่มมากขึ้น</li> <li>- จำนวนผู้ที่เข้ามาทำงานในนิคมอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีเพิ่มมากขึ้น</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สถานการณ์ทางการเมืองและการปกครองในปัจจุบัน ยังไม่มีความมั่นคงเพียงพอ ทำให้เศรษฐกิจของประเทศเกิดการชะลอตัวลง</li> <li>- ผู้ใช้บริการมีโอกาสเลือกใช้บริการ เพราะมีผู้ประกอบการทางด้านห้องพักให้เลือกหลายราย</li> </ul>

### 3.2 การสรุปจุดแข็งที่จะนำไปใช้ภายใต้โอกาสจากสภาพแวดล้อม

เมื่อผู้จัดทำโครงการเดอะเบสอพาร์ทเมนท์ใกล้นิคมอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ทราบถึงสภาพแวดล้อมของโครงการทั้งภายในและภายนอกแล้ว สิ่งที่ได้รับทราบถือได้ว่าเป็นความสามารถของโครงการ ซึ่งผู้ประกอบการสามารถนำมาเป็นจุดแข็งของโครงการ

โครงการเดอะเบสอพาร์ทเมนท์ใกล้นิคมอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความคล่องตัวในการบริหารจัดการที่สูง จึงสามารถที่จะจัดสร้างพื้นที่ใช้สอย พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกที่ไว้สำหรับรองรับผู้ใช้บริการในเรื่องของ เพอร์นิเจอร์ และสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ซึ่งสิ่งเหล่านี้ผู้จัดทำโครงการสามารถรองรับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ ด้านการรักษาความสะอาดสบายที่มีเพิ่มมากขึ้นในปัจจุบัน และสามารถรองรับจำนวนผู้ที่เข้ามาทำงานในนิคมอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีเพิ่มมากขึ้นได้ด้วยอีกเช่นกัน

### 3.3 การสรุปจุดแข็งที่นำไปใช้แก้ไขปัญหาล่วงหน้าและอุปสรรคเพื่อสร้างโอกาสให้กับธุรกิจ

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของโครงการเดอะเบสอพาร์ทเมนท์ใกล้นิคมอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา นอกจากจะสามารถทำให้ผู้จัดทำโครงการทราบถึงจุดแข็งและจุดอ่อนของโครงการแล้วนั้น การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของโครงการยังทำให้พบจุดในส่วนที่ต้องมีการแก้ไขปรับปรุง จากจุดอ่อนและอุปสรรคที่เกิดขึ้นของโครงการ

เนื่องจากผู้จัดทำโครงการเดอะเบสอพาร์ทเมนท์ใกล้นิคมอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีปัญหาในเรื่องราคาห้องพักที่มีราคาที่สูงกว่าคู่แข่งอื่น ซึ่งเป็นสิ่งที่ขัดแย้งกับสถานการณ์ทางการเมืองและการปกครองในปัจจุบัน ยังไม่มีความมั่นคงเพียงพอ ทำให้เศรษฐกิจของประเทศเกิดการชะลอตัวลง จึงอาจทำให้เป็นส่วนหนึ่งในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ แต่ทางโครงการก็ยังคงเน้นย้ำถึงความครบครันของสิ่งอำนวยความสะดวกต่างภายใน

ห้องพัก และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ รอบ ๆ โครงการ เพื่อให้เป็นจุดดึงดูดความสนใจให้กับผู้ให้บริการ อีกทั้งในเรื่องของการรับรู้ถึงโครงการเดอะเบสอพาร์ทเมนท์ใกล้นิคมอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้วยการเพิ่มการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายรู้จักห้องพักเพิ่มมากขึ้น

### 3.4 การแข่งขันและคู่แข่ง

การแข่งขันธุรกิจห้องพักและอพาร์ทเมนท์ในที่ตั้งโครงการมีการแข่งขันสูง เนื่องจากมีผู้ประกอบการห้องเช่ารายเดือนจำนวนมาก เพื่อรองรับประชากรที่มาจากต่างจังหวัดที่มาทำงานในนิคมสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งราคาห้องพักจะมีราคาไม่แตกต่างกันมาก ซึ่งจะอยู่ในช่วงราคา 1,600-3,500 บาท

#### 3.4.1 คู่แข่งทางธุรกิจ

##### 1) หอพักมานิจ

เป็นห้องพักของเจ้าของหมู่บ้านสินทิวารธานี ซึ่งแบ่งขายที่ดินจัดสรร เพื่อสร้างห้องพัก หอพักมานิจมีห้องพักประมาณ 50 อาคาร เป็นอาคารคอนกรีตเสริมเหล็ก 5-7 ชั้น 1 ตึกประมาณ 65-91 ห้องขึ้นอยู่กับจำนวนชั้น ส่วนใหญ่ทุกอาคารจะมีที่จอดรถ อัตราค่าเช่า 1,600-3,500 บาท

ภาพที่ 3.1: หอพักมานิจ



##### 2) หอพักประสิทธิ์

เป็นอาคารคอนกรีตเสริมเหล็ก 5 ชั้นมีลิฟท์มีทั้งห้องแอร์และพัดลม จุดเด่นด้านล่างที่พักรมี เซเว่น อีเลฟเว่น ส่วนที่จอดรถสามารถรองรับได้แค่รถจักรยานยนต์เท่านั้น อัตราค่าเช่า 1,800-3,700 บาท

ภาพที่ 3.2: หอพักประสิทธิ์



3) หอพักเอราวัณ เฟลส

เป็นอาคารคอนกรีตเสริมเหล็ก 5 ชั้น 2 อาคารพร้อมลิฟท์มีแต่ห้องพักพัดลมรอบ ๆ มีร้านอาหารขาย ที่จอดรถไม่มีในหอพักแต่สามารถจอดรอบ ๆ บริเวณหอพักได้ อัตราค่าเช่า 1,800 บาท

ภาพที่ 3.3: หอพักเอราวัณ เฟลส



## บทที่ 4

### โมเดลในการดำเนินธุรกิจ

#### 4.1 การวิเคราะห์แผนธุรกิจโดยใช้ Business Model Canvas

Business Model Canvas เป็นเครื่องมือในการวางแผนธุรกิจ เพื่อนำมาวิเคราะห์ และ ประเมินความเสี่ยงของแผนธุรกิจที่จะเกิดขึ้นในอนาคต เพื่อให้ธุรกิจของคุณมีโอกาสมากยิ่งขึ้น โมเดลนี้สามารถจัดการกับธุรกิจได้อย่างมีระบบ การใช้ Business Model Canvas ทำเข้าใจภาพธุรกิจ โดยรวมได้พร้อม ๆ กัน และสร้างเป้าหมายของเราให้ชัดเจน (ออสเทอร์วัลเดอร์ และพินเชออร์, 2557/2010)

#### 4.2 การวิเคราะห์องค์ประกอบแต่ละประเภทข้อมูลที่อยู่ในโมเดลของ Business Model Canvas

##### 4.2.1 Value Proposition (คุณค่าที่นำเสนอ)

- 1) เป็นโครงการอพาร์ทเมนต์ใหม่ที่มีรูปแบบทันสมัยกว้างขวางมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน
- 2) มีที่จอดรถบริการเพียงพอสำหรับลูกค้า เนื่องจากอพาร์ทเมนต์ส่วนใหญ่ในบริเวณนี้ มีที่จอดรถไม่เพียงพอและบางอพาร์ทเมนต์ไม่มีที่จอดรถเลย
- 3) โครงการอพาร์ทเมนต์อยู่ในทำเลที่ตั้งอยู่ตรงข้ามสวนอุตสาหกรรมโรจนะ และติดถนนหลักทำให้เดินทางสะดวกและในรัศมี 1 กิโลเมตร มีโลตัส แม็กโคร โรงพยาบาลราชธานี สถานีตำรวจ เป็นต้น
- 4) บริเวณรอบ ๆ อพาร์ทเมนต์มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ร้านอาหาร ร้านกาแฟ ร้านสะดวกซื้อ คลินิก ร้านอาหาร ร้ายขายยา และอีกมากมาย
- 5) ราคาเหมาะสม ไม่แพงกว่าคู่แข่ง

##### 4.2.2 Customer Segment (การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย)

- 1) กลุ่มลูกค้าหลักเป็นพนักงานโรงงานในสวนอุตสาหกรรมโรจนะ (ช่วงอายุ 18-55 ปี)
- 2) กลุ่มลูกค้ารองเช่น ครูอาจารย์/ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/พนักงานห้างทั่วไป
- 3) กลุ่มลูกค้าอื่น ๆ คือ คนญี่ปุ่นที่ทำงานในสวนอุตสาหกรรมโรจนะ

##### 4.2.3 Channel (ช่องทางการนำเสนอ)

- 1) ลูกค้า Walk In สามารถเข้ามาติดต่อโดยตรงได้ที่อพาร์ทเมนต์
- 2) ลูกค้าสามารถโทรศัพท์ติดต่อสอบถามเกี่ยวกับการเดินทางและรายละเอียดกับอพาร์ทเมนต์พักได้

3) การติดป้ายโฆษณา

4) โครงการเดอะเบสอพาร์ทเมนท์ที่ใช้โซเชียลเน็ตเวิร์ก เช่น Facebook Page และ Line@ ของสวนอุตสาหกรรมโรจนะ เพื่ออัปเดตข้อมูลห้องพัก และให้ลูกค้าติดต่อสอบถามข้อมูล และรายละเอียดของอพาร์ทเมนท์ เช่น รูปตัวอย่างรูปห้อง และรายละเอียดเงื่อนไขอพาร์ทเมนท์ เป็นต้น

#### 4.2.4 Customer Relationships (การสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้า)

- 1) คอยดูแลเอาใจใส่บริการแก่ลูกค้าเสมือนคนในครอบครัว
- 2) ใช้โซเชียลเน็ตเวิร์กที่คอยให้ความช่วยเหลือ Facebook Page และ Line@ โดยจะมีเจ้าหน้าที่อพาร์ทเมนท์คอยตอบบริการให้แก่ลูกค้า
- 3) ในช่วงเทศกาลปีใหม่ทางห้องพักจะแจกของที่ระลึกให้กับลูกค้า เพื่อการสร้างความสัมพันธ์
- 4) มีการมอบอินเทอร์เน็ตฟรี 1 เดือนให้สำหรับลูกค้าที่เช่าห้องพักเป็นระยะเวลา 1 ปีขึ้นไป

#### 4.2.5 Key Activities (กิจกรรมหลักของธุรกิจ)

- 1) บริการต้อนรับลูกค้าที่มาเช่าห้องพักและรับชำระเงินค่าเช่าห้องทุกเดือน
- 2) การเข้าไปช่วยแก้ปัญหาให้กับลูกค้าและการซ่อมบำรุงห้องพัก เช่น เปลี่ยนหลอดไฟเสีย เป็นต้น
- 3) ดูแลความเรียบร้อยและความปลอดภัยในอพาร์ทเมนท์
- 4) ทำความสะอาดภายในและภายนอกห้องพักรวมถึงทำความสะอาดห้องพักที่ย้ายออก

#### 4.2.6 Key Resources (ทรัพยากรหลักในการดำเนินธุรกิจ)

- 1) ที่ดินและเงินทุนสำหรับการสร้างห้องพัก
- 2) บุคลากร เช่น พนักงานบริการ พนักงานทำความสะอาด พนักงานรักษาความปลอดภัย

#### 4.2.7 Key Partners (พันธมิตรคู่ค้าทางธุรกิจ)

- 1) หอพักใกล้เคียงเป็นพันธมิตร
- 2) โรงงานอุตสาหกรรมเป็นพันธมิตร

#### 4.2.8 Cost Structure (โครงสร้างต้นทุน)

ค่าใช้จ่ายในการก่อสร้างห้องพัก รวมไปถึงอุปกรณ์ตกแต่งและเฟอร์นิเจอร์

- 1) ค่าใช้จ่ายในการซื้อที่ดิน
- 2) ค่าใช้จ่ายในการจ้างพนักงาน

- 3) ค่าใช้จ่ายค่าน้ำกับค่าไฟในแต่ละเดือน
- 4) ค่าซ่อมแซมอุปกรณ์ที่เสียหายแล้วแต่กรณี เช่น เปลี่ยนหลอดไฟ ซ่อมก๊อกน้ำ
- 5) โรงงานอุตสาหกรรมเป็นพันธมิตร

#### 4.2.9 Revenue Streams (รายได้ที่เกิดจากการค้า)

- 1) รายได้รับจากการเช่าห้องพักรายเดือน ค่าน้ำ ค่าไฟ และค่าส่วนกลาง
- 2) รายได้จากเครื่องซักผ้าหยอดเหรียญและตู้น้ำหยอดเหรียญ
- 3) รายได้จากค่าอินเทอร์เน็ตแบบรายเดือน





## บทที่ 5 แผนกลยุทธ์

### 5.1 แผนกลยุทธ์ทางการตลาด

#### 5.1.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวความคิดกลยุทธ์ ที่ใช้ในการบริหารงานด้านหอพักนั้น ได้ใช้หลักการตลาด Marketing Mix หรือ 4P ของโบลเลน วิลเลียม โดยประกอบไปด้วย Product, Price, Place และ Promotion ซึ่งองค์กรธุรกิจจะต้องนำมาใช้ร่วมกัน เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมายโดยรวม โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1) กลยุทธ์ด้านสินค้าและบริการ (Product) เดอะเบสอพาร์ทเมนท์เป็น คอนกรีตสูง 7 ชั้น มีห้องทั้งหมด 91 ห้อง มีห้องพัก 1 รูปแบบ คือ ห้องแอร์พร้อมเฟอร์นิเจอร์ ลักษณะตัวอาคารออกแบบให้มีความโปร่งแสง แสงเข้าถึงภายในอาคารได้ทั่วถึง อากาศถ่ายเท รูปแบบอาคารดูทันสมัย

2) กลยุทธ์ด้านราคา (Price) ทางโครงการเดอะเบสอพาร์ทเมนท์ได้มีการสำรวจราคาค่าเช่าห้องพักบริเวณละแวกของหมู่บ้านสินทิวารธานีที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยอ้างอิงราคาห้องแอร์พร้อมเฟอร์นิเจอร์ มีสิ่งอำนวยความสะดวกประกอบไปด้วย ตู้เสื้อผ้า เตียงนอน โต๊ะเครื่องแป้ง เครื่องปรับอากาศ ราคาอยู่ที่ 3,000 บาท ส่วนในค่าบริการค่าไฟ 8 บาทต่อหน่วย ค่าบริการค่าน้ำ คนละ 150 บาท ค่าอินเทอร์เน็ตรายเดือน 250 บาท ค่าส่วนกลาง 50 บาท โดยจะต้องชำระเงินค่าเช่าภายใน วันที่ 25 จนถึงวันที่ 5 ของเดือนถัดไป

3) กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) โครงการหอพักตั้งอยู่ในหมู่บ้านสินทิวารธานี ซึ่งอยู่ตรงข้ามกับนิคมอุตสาหกรรมโรจนะ ติดถนนใหญ่ทำให้เดินทางสะดวก และในหมู่บ้านมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบคั้น

4) กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาดและการขาย (Promotion) การประชาสัมพันธ์หอพักในช่วงปีแรกของการเริ่มกิจการจะมีการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เป็นที่รู้จักโดยการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบของแผ่นพับ และป้ายโฆษณาขนาดใหญ่

#### 5.1.2 นวัตกรรมที่นำมาใช้กับผลิตภัณฑ์และบริการ

##### 1) ระบบคีย์การ์ด

ช่วยเพิ่มความสะดวกสบายในการใช้งาน รวมไปถึงการเพิ่มความปลอดภัยให้กับพื้นที่ และทรัพย์สินภายในได้เป็นอย่างดี ทำให้บุคคลภายนอกที่ยังไม่ได้รับอนุญาตไม่สามารถผ่านเข้ามาใน

บริเวณพื้นที่ภายในได้ จึงช่วยลดโอกาสในการเกิดเหตุการณ์ไม่คาดฝันต่าง ๆ เช่น ทรัพย์สินสูญหาย บุคคลที่ไม่พึงประสงค์ให้เข้ามาในพื้นที่ ความปลอดภัยในชีวิตของบุคคลภายในพื้นที่ เป็นต้น

## 2) Solar Cell

Solar Cell คือ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่เปลี่ยนพลังงานจากแสงอาทิตย์ไปเป็นพลังงานไฟฟ้า โดยส่วนใหญ่หอพักหรือพาร์ทเมนท์จะได้แผง Solar cell ไว้บนดาดฟ้าหรือหลังคาเพื่อรับแสงอาทิตย์ได้เต็มที่ และจะนำพลังงานที่ได้มาใช้ในห้องพักบางส่วน เช่น ไฟทางเดินภายนอกและภายในอาคาร เป็นต้น

### 5.1.3 การเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์และการบริการ

ในการเพิ่มคุณค่าให้กับธุรกิจที่เกี่ยวกับหอพักนั้น อาจจะเกี่ยวข้องกับ การยกระดับวัสดุที่ใช้ในงานก่อสร้าง เช่น วัสดุที่ทนทานต่อสภาวะต่าง ๆ ได้ดี และยังรวมถึงมีความสวยงามต้องตาผู้พบเห็น หรือถ้ามีอยู่แล้ว แต่อยากทำให้ดูดีขึ้น ก็อาจปรับแต่งเพิ่มเติมต่าง ๆ อาทิ เอาโคมไฟมาติดประดับ เพื่อความสวยงาม ทำให้สถานที่นั้นดูมีราคามากขึ้น หรืออาจจะเกี่ยวข้องกับบุคคล เช่น ผู้ดูแลหอพักอาจจะแต่งกายเรียบร้อย หรือคนดูแลรักษาความสะอาด อาจจะแต่งการด้วยเสื้อยืดขององค์กร ที่องค์กรจัดให้ เพื่อเป็นความมีระเบียบเรียบร้อย เป็นต้น

### 5.1.4 แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ

#### 1) สถานที่ตั้ง

ในการสร้างหอพัก สถานที่ตั้งนั้นสำคัญมาก เพราะผู้มาใช้บริการจะสามารถเดินทางมาได้สะดวกสบาย เพราะถ้าหอพักนั้นอยู่ไกลมาก อาจจะต้องใช้เวลาเดินทางค่อนข้างนาน และบางที่อาจจะทำให้สูญเสียลูกค้าไปได้ เพราะผู้มาใช้บริการมักจะชอบที่จะไปพักที่ใกล้ ๆ ง่ายต่อการเดินทาง เป็นต้น

#### 2) Design

ในปัจจุบันนี้รสนิยมของผู้บริโภคหรือคนมาใช้บริการ มีความหลากหลายมากขึ้น ยกตัวอย่างเช่น ถ้าพูดถึงหอพัก ทุกคนจะคิดว่ามันต้องเป็นลักษณะทรงสี่เหลี่ยม สูง ซึ่งเป็นสิ่งที่ทุกคนรู้จัก และพบเจอกับได้บ่อย ถ้าองค์กร มาคิดในทางกลับกันว่า ลองเปลี่ยนรูปทรง ให้มีความทันสมัย อาศัยการออกแบบ ให้มีทรงที่สวยงาม ซึ่งไม่ใช่เฉพาะรูปลักษณะของตึกเพียงอย่างเดียว แต่หมายถึงรูปทรงต่าง ๆ ภายในห้องด้วย เช่น การออกแบบห้องนอน ห้องน้ำต่าง ๆ ให้มีความแตกต่างจากคู่แข่งมากขึ้น

### 5.1.5 การบริหารช่องทางการจำหน่าย

1) ทำป้ายโฆษณา ติดไว้ที่ตัวอาคาร หรือหน้าอาคาร ให้ใครที่ผ่านไปมามองเห็นชัด ๆ ว่าทางหอพักมีห้องให้เช่า บอกข้อมูลรายละเอียดหลัก ๆ ที่น่าสนใจใส่ไว้ในป้าย

2) เพื่อนบ้านใกล้เคียง ร้านค้าในชุมชน ขอให้กลุ่มคนเหล่านั้นช่วยแนะนำ คนรู้จักมาเช่าห้อง โดยเฉพาะร้านค้า คนที่เข้าคนออกร้านมากมาย แม้แต่อพาทเมนท์ใกล้ ๆ พอดีจะผูกมิตรได้ บางทีก็แนะนำลูกค้ามาให้

3) ความเด่น ความใหม่ ดูน่าปลอดภัย สะอาด สงบ ก็เหมือนเป็นตัวดึงดูดสายตาลูกค้าอยู่แล้ว

4) ติดแผ่นโฆษณา ตามทางแยก ตามชุมชน หรือที่คนผ่านไปมา

#### 5.1.6 การสร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จัก

1) การสร้างสรรค์เนื้อหาที่ประทับใจลูกค้า

อีกวิธีการหนึ่งที่สำคัญในการทำให้แบรนด์ หมายถึง ชื่อของห้องพักนั้น สำคัญมาก มีการใช้คำที่เข้าใจง่าย รูปแบบการออกแบบที่ทันสมัย เป็นเอกลักษณ์ และสื่อถึงความเป็นห้องพักมากที่สุด

การส่งเนื้อหาที่ดูเลิศหรูและมีคุณค่าเป็นพิเศษไปแชร์บนบล็อกอื่น ๆ การโพสต์ของลูกค้ายังคงเป็นวิธีการในการทำให้ชื่อของห้องพักเป็นที่รู้จักในวงการธุรกิจ อย่างไรก็ตามเนื้อหาธรรมดาทั่วไปจะไม่ได้ผล ต้องเป็นผู้เชี่ยวชาญในการสร้างสรรค์เนื้อหาที่มีคุณค่าและน่าจดจำถึงจะมีโอกาสได้รับการแนะนำและบอกต่อจากกลุ่มเป้าหมายใหม่ ๆ และรวมถึงการสร้างความประทับใจ

2) การใช้อินโฟกราฟิกหรือแผนภาพในการสื่อสาร

การใช้แผนภาพ (Infographic) เป็นวิธีการที่น่าตื่นตาตื่นใจในการแสดงสถิติและข้อมูลทางการตลาดที่น่าสนใจ เนื้อหาเหล่านี้จะถูกแชร์ออกไปอย่างกว้างขวาง แผนภาพจึงเป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับการสร้างแบรนด์

3) การให้ความสนใจกับสื่อโซเชียล

จากการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องของโซเชียลเน็ตเวิร์คจำนวนมาก ทำให้ทางห้องพักหันมาสนใจการทำธุรกิจผ่านทางโซเชียล เช่น การโพสต์ในเว็บไซต์ต่าง ๆ เพื่อดึงดูดผู้คน โดยการกล่าวข้อความ รวมถึงการใช้รูปภาพต่าง ๆ

#### 5.1.7 การสร้างแรงจูงใจแก่ลูกค้า

ในการสร้างแรงจูงใจแก่ลูกค้าทางห้องพักเดอะเบสมีรูปแบบทันสมัยมีที่จอดรถเพียงพอสำหรับลูกค้า ซึ่งห้องพักรอบ ๆ มีที่จอดรถไม่เพียงพอต่อความต้องการ วัสดุตกแต่งภายนอกและภายในเน้นคุณภาพรูปแบบห้องพักเรียบหรูสะอาด ที่สำคัญทางห้องพักเดอะเบสมีกลิ้งวงจรปิดและเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยดูแลตลอด 24 ชั่วโมง

#### 5.1.8 การสร้างสัมพันธ์กับลูกค้า

การบริการที่ดีทำให้เป็นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เป็นสิ่งที่ดีมาก เพราะว่า ลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการนั้น จะสามารถบอกต่อการบริการของทางห้องพักเราปากต่อปาก

## 5.2 แผนกลยุทธ์การผลิต

### 5.2.1 แผนการก่อสร้าง

ทำเลที่ตั้งสถานที่ตั้งเดอะเบสอพาร์ทเมนท์อยู่ในสินธุวานานี ซึ่งอยู่ตรงข้ามกับสวนอุตสาหกรรมโรจนะ โดยเป็นอาคารคอนกรีตเสริมเหล็ก 7 ชั้น มีห้องพัก 91 ห้อง พร้อมทั้งจอดรถ บนพื้นที่ 300 ตารางวา

ระยะเวลาในการก่อสร้าง โครงการห้องพัก 7 ชั้น โดยใช้บริษัทปิยะทัศน์ คอนสตรัคชั่นจำกัด ซึ่งเป็นบริษัทคุณปู่ของผู้จัดทำโครงการเป็นผู้รับผิดชอบในการรับเหมาก่อนสร้างอาคารทั้งหมด รวมถึงเดินระบบไฟฟ้าและระบบน้ำทั้งหมด ผู้รับเหมาก่อสร้างใช้เวลาในเวลา 11 เดือน โดยมีรายละเอียดของงานก่อนสร้างที่ต้องดำเนินการ ดังนี้

ตารางที่ 5.1: แผนการก่อสร้าง

เดือนที่	รายละเอียดงาน
เดือนที่ 1	งานพัฒนาที่ดินและเตรียมพื้นที่ งานขออนุญาตก่อสร้างอาคาร งานติดตั้งหม้อแปลงไฟฟ้าและน้ำประปา งานเสาเข็ม
เดือนที่ 2-3	งานโครงสร้าง เสา คาน พื้น ของชั้นที่ G ถึงชั้นที่ 7 งานก่อนอิฐและฉาบปูนผนังภายในชั้น 1-2 งานฝ้าเพดานชั้นที่ 1-2 งานวางระบบท่อชั้นที่ 1 งานติดตั้งกระเบื้องชั้นที่ 1
เดือนที่ 4-5	งานก่ออิฐและฉาบปูนผนังภายในชั้น 3-4 งานฉาบปูนภายนอกอาคาร งานฝ้าเพดานชั้นที่ 3-4 งานติดตั้งกระเบื้องชั้นที่ 2-4 งานวางระบบท่อชั้นที่ 2-4 งานติดตั้งกระเบื้องและสุขภัณฑ์ห้องน้ำชั้นที่ 1-2 งานระบบท่อน้ำชั้นที่ 1-2 งานระบบไฟฟ้าชั้นที่ 1-2

ตารางที่ 5.1 ต่อ: แผนการก่อสร้าง

เดือนที่	รายละเอียดงาน
	งานทาสีภายในชั้นที่ 1-2 งานติดตั้งประตูกับหน้าต่างชั้นที่ 1-3n
เดือนที่ 6-7	งานก่ออิฐและฉาบปูนผนังภายในชั้น 5-6 งานฝ้าเพดานชั้นที่ 3-5 งานติดตั้งกระเบื้องชั้นที่ 5-6 งานวางระบบท่อชั้นที่ 5-6 งานติดตั้งกระเบื้องและสุขภัณฑ์ห้องน้ำชั้นที่ 3-4 งานระบบท่อน้ำชั้นที่ 3-4 งานระบบไฟฟ้าชั้นที่ 3-4 งานติดตั้งประตูกับหน้าต่างชั้นที่ 4-5 งานทาสีภายในชั้นที่ 3-4
เดือนที่ 8-9	งานก่ออิฐและฉาบปูนผนังภายในชั้น 7 งานก่อสร้างหลังคาตาดฟ้า งานติดตั้งกระเบื้องและสุขภัณฑ์ห้องน้ำชั้นที่ 5-7 งานฝ้าเพดานชั้นที่ 6-7 งานระบบท่อน้ำชั้นที่ 5-7 งานระบบไฟฟ้าชั้นที่ 5-7 งานทาสีภายในชั้นที่ 5-7 งานติดตั้งประตูกับหน้าต่างชั้นที่ 6-7
เดือนที่ 10-11	งานติดตั้งประตูกับหน้าต่างชั้นที่ 6-7 งานสีภายนอกอาคาร เดินระบบเคเบิลทีวี งานทำหลังคาโรงจอดรถ งานทั่วไป

### 5.3 แผนการดำเนินการ

โครงการเดอะเบสอพาร์ทเมนท์จะเปิดบริการหลังก่อสร้างเสร็จแล้วภายใน 1 เดือน เพื่อทำการตรวจสอบระบบไฟฟ้า น้ำประปา ระบบอินเทอร์เน็ต ระบบคีย์การ์ด ระบบออกใบเสร็จ และบริการอื่นของทางโครงการให้พร้อมบริการแก่ลูกค้าก่อนเข้าพัก

#### 5.3.1 การให้บริการ

สำนักงานเดอะเบสอพาร์ทเมนท์เปิดให้บริการ วันจันทร์-อาทิตย์ ตั้งแต่เวลา 10.00-19.00 น. โดยมีผู้จัดการหอพักให้บริการตามนี้

##### 1) การจองห้องพัก

หากลูกค้าที่สนใจติดต่อเช่าห้องพักสามารถโทรศัพท์ติดต่อสำนักงานหรือเข้ามาติดต่อที่สำนักงานได้เช่นกัน โดยมีผู้จัดการให้บริการในการจองห้องพักพร้อมแจ้งรายละเอียดต่าง ๆ รวมถึงพาลูกค้าขึ้นไปชมห้องตัวอย่าง ถ้าลูกค้าสนใจห้องพักต้องวางเงินจองเป็นเงิน 500 บาท จากนั้นจะทำการแจ้งวันทำสัญญาเช่าและแจ้งรายละเอียดการทำสัญญา

##### 2) การทำสัญญาเช่าและรับเงินประกันการเช่า

ผู้เช่าลงนามเอกสารสัญญาเช่าห้องพัก พร้อมสำเนาบัตรประชาชน สำเนาทะเบียนบ้าน ลูกค้าต้องชำระเงินล่วงหน้า 1 เดือนของราคาห้อง และเงินประกันความเสียหาย 1 เดือน โดยมีสัญญาเช่าอย่างน้อย 3 เดือนหากลูกค้าอยู่ไม่ครบ 3 เดือน จะไม่ได้เงินค่าเช่าล่วงหน้าคืน

##### 3) การชำระค่าเช่าห้อง

ทางผู้จัดการจัดทำบิลค่าเช่าห้อง ทุกวันที่ 25 ของทุกเดือน โดยผู้เช่าสามารถชำระค่าเช่าได้ ตั้งแต่วันที่ 25 ของทุกเดือนจนถึงวันที่ 5 ของเดือนถัดไป และเมื่อลูกค้าชำระเงินเรียบร้อยแล้วจะได้รับใบเสร็จรับเงิน แต่ถ้าเลยกำหนดระยะเวลาชำระเงินค่าเช่าจะมีค่าปรับวันละ 50 บาท แต่ถ้ายังติดต่อลูกค้าไม่ได้ภายใน 25 วัน ทางผู้จัดการต้องทำตามระเบียบโดยการเปิดห้องผู้เช่าและเก็บของในห้องเพื่อรอการติดต่อกลับ โดยจะมีสัดส่วนในการหักเงินตามที่ได้ประกันสัญญาไว้

##### 4) การแจ้งย้ายออก

ผู้เช่าต้องแจ้งล่วงหน้าย้ายออกก่อน 30 วันถึงจะได้เงินจ่ายล่วงหน้าพร้อมเงินประกันคืน แต่มีข้อต้องลงในสัญญาผู้เช่าต้องพักอาศัย 3 เดือนถึงจะได้เงินคืน ในส่วนการย้ายออกเมื่อผู้เช่าระบุวันที่แน่นอน ผู้จัดการจะจดไฟฟ้าในวันที่ย้ายออกพร้อมทำบิลให้ลูกค้าชำระเงินส่วนที่เหลือ

##### 5) การจัดการคลังสินค้า และระบบควบคุมสินค้าคงเหลือ

ในการที่มีผู้มาใช้บริการเข้ามาพักอาศัยนั้น ห้องที่ไม่มีผู้พักนั้น ทางองค์กรจะให้ผู้ที่ทำความสะอาดมาดูแล อาทิตย์ละ 1 ครั้ง เพื่อความสะอาด และเผื่อว่ามีผู้ต้องการต้องการที่จะมาพักต่อ จะได้เตรียมการได้ทัน

พวกของใช้ต่าง ๆ ที่ชำรุดภายในห้อง ทางหอพักจะส่งซ่อมทันที และที่อพาร์ทเมนท์จะมีช่างประจำ 1 คน เพื่อดูแลเรื่อง ระบบน้ำ ระบบไฟ เพื่อขัดข้อง จะได้มีคนดูแลได้ และในทางกลับกัน ผู้ที่ใช้บริการจะต้องทำการแจ้งว่าภายในห้องนั้น มีอะไรชำรุดบ้าง จะได้รับแก้ไขได้ทันทีและเวลา มีสินค้าของทางหอพักเสียหาย ทางอพาร์ทเมนท์จะเรียกเก็บเงินค่าสิ่งของเหล่านั้น อาทิ

ตารางที่ 5.2: ราคาเก็บค่าของใช้ภายในห้องหากเสียหาย

หมอน	300
พัตลม	900
แอร์	10,000
ตู้เสื้อผ้า	2000
ฝักบัว	500
โทรทัศน์	5000
อ่างล้างหน้า	600
ตู้เย็น	4,000

#### 5.4 แผนกลยุทธ์การเงินและงบประมาณลงทุน

##### 5.4.1 แหล่งเงินทุน

ตารางที่ 5.3: แหล่งเงินทุน

ประเภทแหล่งเงินทุน	การวิเคราะห์ข้อดี-ข้อเสีย
แหล่งเงินลงทุนภายใน	ข้อดี ไม่มีหนี้สินเนื่องจากไม่ได้กู้เงินมาลงทุน ข้อเสีย เงินทุนมีความจำกัด
แหล่งเงินลงทุนภายนอก	ไม่มีเนื่องจากใช้เงินลงทุนของตัวเองทั้งหมด

## 5.4.2 งบประมาณการลงทุน

ตารางที่ 5.4: งบประมาณการลงทุน

งบประมาณการลงทุน			
รายการ	รวม	แหล่งที่มา	
		ส่วนของผู้ถือหุ้น	เจ้าหนี้ (เงินกู้)
สินทรัพย์ถาวร			
ค่าที่ดิน 300 ตารางวา	1,000,000	1,000,000	-
ค่าก่อสร้างหอพักพร้อมที่จอดรถ และระบบโซล่าเซลล์	9,000,000	9,000,000	-
ค่าเฟอร์นิเจอร์ อุปกรณ์สำนักงาน โปรแกรมคำนวณค่าห้อง Rent108 และระบบคีย์การ์ด	2,000,000	2,000,000	-
รวมสินทรัพย์ถาวร	12,000,000	12,000,000	-
ค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินงาน			
ค่าขออนุญาตไฟฟ้าพร้อม หม้อแปลง	350,000	350,000	-
ค่าขออนุญาตเดินท่อประปา พร้อมติดตั้งเตอน้ำ	15,000	15,000	-
เงินทุนหมุนเวียน	635,000	635,000	-
รวมค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินงาน	1,000,000	1,000,000	-
รวมเงินทุนเริ่มต้น	13,000,000	13,000,000	-



ตารางที่ 5.5: แสดงการคำนวณค่าเสื่อมราคาและค่าใช้จ่ายตัดจ่าย

ค่าเสื่อมราคา	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
สินทรัพย์ถาวรรวม	12,000,000									
ค่าเสื่อมราคาต่อปี	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000
ค่าเสื่อมราคาสะสม	1,200,000	2,400,000	3,600,000	4,800,000	6,000,000	7,200,000	8,400,000	9,600,000	10,800,000	12,000,000
โอนไปงบดุล										
รวมสินทรัพย์ถาวร	12,000,000	12,000,000	12,000,000	12,000,000	12,000,000	12,000,000	12,000,000	12,000,000	12,000,000	12,000,000
หัก ค่าเสื่อมราคา	1,200,000	2,400,000	3,600,000	4,800,000	6,000,000	7,200,000	8,400,000	9,600,000	10,800,000	12,000,000
สินทรัพย์ถาวรสุทธิ	10,800,000	9,600,000	8,400,000	7,200,000	6,000,000	4,800,000	3,600,000	2,400,000	1,200,000	-
ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย										
ค่าขออนุญาตไฟฟ้าพร้อม หม้อแปลงค่าขออนุญาตเดิน ท่อประปาพร้อมติดตั้ง น้ำ	365,000									
ค่าขออนุญาตไฟฟ้าพร้อม หม้อแปลงค่าขออนุญาตเดิน ท่อประปาพร้อมติดตั้ง น้ำตัดจ่าย	36,500	36,500	36,500	36,500	36,500	36,500	36,500	36,500	36,500	36,500
ตัดจ่ายสะสม	36,500	73,000	109,500	146,000	182,500	219,000	255,500	292,000	328,500	365,000

ตารางที่ 5.5 (ต่อ): แสดงการคำนวณค่าเสื่อมราคาและค่าใช้จ่ายตัดจ่าย

ค่าเสื่อมราคา	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
โอนไปงบดุล										
ค่าขออนุญาตไฟฟ้าพร้อมหม้อแปลงค่าขออนุญาตเดินท่อ ประปาพร้อมติดตั้งมิเตอร์น้ำ	365,000	365,000	365,000	365,000	365,000	365,000	365,000	365,000	365,000	365,000
หักตัดจ่ายสะสม	36,500	73,000	109,500	146,000	182,500	219,000	255,500	292,000	328,500	365,000
ค่าขออนุญาตไฟฟ้าพร้อมหม้อแปลงค่าขออนุญาตเดินท่อ ประปาพร้อมติดตั้งมิเตอร์น้ำสุทธิ	328,500	292,000	255,500	219,000	182,500	146,000	109,500	73,000	36,500	-

ตารางที่ 5.6: แสดงการประมาณการยอดขายสินค้าหลักรายไตรมาส

การประมาณการยอดขาย	ไตรมาสที่ 1	ไตรมาสที่ 2	ไตรมาสที่ 3	ไตรมาสที่ 4
ยอดขายต่อเดือน	120,000	140,000	150,000	180,000
รวมยอดขายต่อไตรมาส	360,000	420,000	450,000	540,000

รวมยอดขายต่อปี 1,770,000 บาท

เฉลี่ยยอดขายต่อเดือน 147,500 บาท

ตารางที่ 5.7: แสดงการประมาณการยอดขายรายปี

การประมาณการยอดขาย	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปี6	ปี7	ปี8	ปี9	ปี10
รวมยอดขายต่อวัน	8,333	9,166	10,083	11,091	12,008	13,420	14,763	16,239	17,863	49,123
ยอดขายต่อเดือน	250,000	275,000	302,500	332,750	360,250	402,625	442,890	487,179	535,897	589,487
ยอดขายต่อปี	3,000,000	3,300,000	3,630,000	3,993,000	4,392,300	4,831,530	5,314,683	5,846,151	6,430,766	7,073,842

ประมาณการยอดขายเพิ่มขึ้นที่ 10%

ประมาณการยอดขาย	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปี6	ปี7	ปี8	ปี9	ปี10
สรุปยอดขายรายปี	3,000,000	3,300,000	3,630,000	3,993,000	4,392,300	4,831,530	5,314,683	5,846,151	6,430,766	7,073,842

จากตารางที่ 5.7 แสดงให้เห็นว่าเดอะเบสอพาร์ทเมนท์ มียอดขายสินค้า ในปีที่ 1 คือ 3,000,000 บาทต่อปี โดยมีการประมาณการยอดขายเพิ่มขึ้น 10% ต่อปี เนื่องจากเมื่อระยะเวลาผ่านไป จะมีลูกค้ารู้จักอพาร์ทเมนท์เพิ่มมากขึ้น

ตารางที่ 5.8: แสดงจำนวนสินค้าคงเหลือและการส่งเสริมการขาย

สรุป ยอดขาย รวม	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปี6	ปี7	ปี8	ปี9	ปี10
ยอดขาย ต่อปี	3,000,000	3,300,000	3,630,000	3,993,000	4,392,300	4,831,530	5,314,683	5,846,151	6,430,766	7,073,842

นโยบายสินค้าคงเหลือ

ต้นทุนสินค้า 40% ของยอดขาย

การคำนวณ สินค้าคงเหลือ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปี6	ปี7	ปี8	ปี9	ปี10
ยอดขายต่อปี	3,000,000	3,300,000	3,630,000	3,993,000	4,392,300	4,831,530	5,314,683	5,846,151	6,430,766	7,073,842
ยอดขาย ต่อเดือน	250,000	275,000	302,500	332,750	360,250	402,625	442,890	487,179	535,897	589,487
ต้นทุนสินค้า	100,000	110,000	121,000	133,100	144,100	161,050	177,156	194,871	214,358	235,794
การหมุนเวียน	1,200,000	1,320,000	1,452,000	1,597,200	1,756,920	1,932,612	2,125,873	2,338,460	2,572,306	2,829,536
สินค้าคงเหลือ	1,200,000	1,320,000	1,452,000	1,597,200	1,756,920	1,932,612	2,125,873	2,338,460	2,572,306	2,829,536

จากตารางที่ 5.8 แสดงให้เห็นว่าอะเบสอพาร์ทเมนท์ มีต้นทุนสินค้า 40% ของยอดขาย โดยสินค้าคงเหลือในปีที่ 1 เป็นจำนวน 1,200,00 บาท

ตารางที่ 5.9: แสดงการประมาณการค่าใช้จ่าย

ต้นทุนคงที่	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปี6	ปี7	ปี8	ปี9	ปี10
เงินเดือน (เพิ่มขึ้น 5%)	34,000	36,700	37,485	39,359	41,327	43,393	45,562	47,840	50,232	52,743
ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำ (เพิ่มขึ้น 5%)	240,000	252,200	264,600	277,830	291,721	306,307	321,622	337,703	354,588	372,317
ค่าโฆษณาและประชาสัมพันธ์ (ลด 5%)	15,000	14,250	13,537	12,860	12,217	11,606	11,025	10,473	9,949	9,451
ค่าโทรศัพท์และค่า อินเทอร์เน็ต (เพิ่มขึ้น 3%)	15,000	15,450	15,913	16,390	16,882	17,388	17,909	18,446	18,999	19,569
ค่าเสื่อมราคา	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000
ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	36,500	36,500	36,500	36,500	36,500	36,500	36,500	36,500	36,500	36,500
ค่าของใช้สิ้นเปลือง	35,000	35,000	35,000	35,000	35,000	35,000	35,000	35,000	35,000	35,000
รวมต้นทุนคงที่	1,575,500	1,590,100	1,603,035	1,617,939	1,633,647	1,650,194	1,667,618	1,685,926	1,705,268	1,725,580

จากตารางที่ 5.9 แสดงให้เห็นว่า เดอะเบสอพาร์ทเมนท์มีต้นทุนคงที่ในปีที่ 1 คือ 1,575,500

ตารางที่ 5.10: แสดงการการคำนวณจุดคุ้มทุน

การคำนวณ จุดคุ้มทุน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปี6	ปี7	ปี8	ปี9	ปี10
กำไรส่วนเกิน	1,800,000	1,980,000	2,178,000	2,395,800	2,635,380	2,898,918	3,188,810	3,507,691	3,858,460	4,244,304
อัตรากำไรส่วนเกิน	0.60	0.60	0.60	0.60	0.60	0.60	0.60	0.60	0.60	0.60
จุดคุ้มทุนต่อปี	2,625,833	2,650,166	2,671,725	2,696,565	2,722,745	2,750,323	2,779,363	2,809,936	2,842,113	2,875,966
จุดคุ้มทุนต่อเดือน	218,819	220,847	222,643	224,713	226,895	229,193	233,280	234,161	236,842	239,664
จุดคุ้มทุนต่อวัน	7,293	7,361	7,421	7,490	7,563	7,639	7,776	7,805	7,894	7,988

จากตารางที่ 5.10 แสดงให้เห็นว่า เดอะเบสอพาร์ทเมนท์มีจุดคุ้มทุนต่อปีในปีที่ 1 เป็นจำนวนเงิน 2,625,833 บาท

ตารางที่ 5.11: แสดงงบกำไรขาดทุน ประมาณการกรณีสถานการณ์ปกติ

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปี6	ปี7	ปี8	ปี9	ปี10
ยอดขาย	3,000,000	3,300,000	3,630,000	3,993,000	4,392,300	4,831,530	5,314,683	5,846,151	6,430,766	7,073,842
หัก ต้นทุนผันแปร	1,200,000	1,320,000	1,452,000	1,597,200	1,756,920	1,932,612	2,125,873	2,338,460	2,572,306	2,829,536
กำไรส่วนเกิน	1,800,000	1,980,000	2,178,000	2,395,800	2,635,380	2,898,918	3,188,810	3,507,691	3,858,460	4,244,304
หัก ต้นทุนคงที่	1,575,500	1,590,100	1,603,035	1,617,939	1,633,647	1,650,194	1,667,618	1,685,962	1,705,268	1,725,580
กำไรก่อนการ ดำเนินงาน	224,500	389,900	574,965	777,861	1,001,733	1,248,724	1,521,192	1,821,729	2,153,192	2,518,724
หัก ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
กำไรก่อนหักภาษี	224,500	389,900	574,965	777,861	1,001,733	1,248,724	1,521,192	1,821,729	2,153,192	2,518,724
หัก ภาษีเงินได้ 20%	44,900	77,980	114,993	155,572	200,346	249,744	304,238	364,345	430,638	503,744
กำไรสุทธิ	179,600	311,920	459,972	622,289	801,387	998,980	1,216,954	1,457,384	1,722,554	2,014,980

ตารางที่ 5.12: แสดงงบกระแสเงินสด ประมาณการณั้ปกติ

กระแสเงินสดจาก กิจกรรมการดำเนินงาน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
กำไรสุทธิ	224,500	389,900	574,965	777,861	1,001,733	1,248,724	1,521,192	1,821,729	2,153,192	2,518,724
บวก ค่าเสื่อมราคา	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000
บวก ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	36,500	36,500	36,500	36,500	36,500	36,500	36,500	36,500	36,500	36,500
บวก ดอกเบียจ่าย	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
บวก ภาษีเงินได้ค้างจ่าย ที่เพิ่มขึ้น	44,900	33,080	37,013	40,579	44,774	49,398	54,494	60,107	66,293	73,106
บวก เงินปันผลค้างจ่ายที่ เพิ่มขึ้น	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
หัก สินค้าคงเหลือที่ เพิ่มขึ้น	1,200,000	120,000	132,000	145,200	159,720	175,692	193,261	212,587	233,846	257,230
เงินสดจากกิจกรรมการ ดำเนินงาน	305,900	1,539,480	1,712,545	1,902,241	2,111,593	2,342,612	2,597,511	2,878,722	3,188,926	3,531,074
กระแสเงินสดจาก กิจกรรมการลงทุน										

(ตารางมีต่อ)



ตารางที่ 5.12 (ต่อ): แสดงงบกระแสเงินสด ประมาณการณ้ปกติ

กระแสเงินสดจาก กิจกรรมการ ดำเนินงาน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
สินทรัพย์ถาวรรวม	12,000,000									
ค่าขออนุญาตไฟฟ้า พร้อมหม้อแปลง ค่า มิเตอร์น้ำ	365,000									
หัก เงินปันผลจ่าย	-									
ทุนหุ้นสามัญ	13,000,000									
กระแสเงินสดจาก กิจกรรมการจัดหา	13,000,000									
เงินสดสุทธิ	940,900	1,539,480	1,712,545	1,902,241	2,111,593	2,342,612	2,597,511	2,878,722	3,188,926	3,531,074
บวก เงินสดต้นงวด		940,900	2,480,380	4,192,925	6,095,166	8,206,759	10,549,371	13,146,882	16,025,604	19,214,530
เงินสดปลายงวด	940,900	2,480,380	4,192,925	6,095,166	8,206,759	10,549,371	13,146,882	16,025,604	19,214,530	35,240,134

จากตารางที่ 5.12 แสดงให้เห็นว่า เดอะเบสอพาร์ทเมนท์มีกระแสเงินสดจากการลงทุน 305,900 บาท และมีกระแสเงินสดจากกิจกรรมการจัดหา 13,000,000 บาท ดังนั้นจึงมีเงินสดสุทธิในปีที่ 1 จำนวนเงิน 940,900 บาท

ตารางที่ 5.13: แสดงฐานะการเงิน ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ

สินทรัพย์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
สินทรัพย์ หมุนเวียน										
เงินสดและเงิน ฝากธนาคาร	940,900	2,480,380	4,192,925	6,095,166	8,206,759	10,549,371	13,146,882	16,025,604	19,214,530	35,240,134
สินค้าคงเหลือ	1,200,000	1,320,000	1,452,000	1,597,200	1,756,920	1,932,612	2,125,873	2,338,460	2,572,306	2,829,536
รวมสินทรัพย์ หมุนเวียน	2,140,900	3,800,380	5,644,925	7,692,366	9,963,679	12,481,983	15,272,755	18,364,064	21,786,836	38,069,670
สินทรัพย์ถาวร รวมสุทธิ	10,800,000	9,600,000	8,400,000	7,200,000	6,000,000	4,800,000	3,600,000	2,400,000	1,200,000	-
ค่าขออนุญาต ไฟฟ้าพร้อมหม้อ แปลง ค่ามิเตอร์ น้ำ	328,500	292,000	255,500	219,000	182,500	146,000	109,500	73,000	36,500	-
รวมสินทรัพย์	13,269,400	13,692,380	14,300,425	15,111,366	16,146,179	17,427,983	18,982,255	20,837,064	33,823,336	38,069,670
หนี้สินและส่วน ของเจ้าของ										

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.13 (ต่อ): แสดงฐานะการเงิน ประมาณการจากสถานการณ์ปกติ

สินทรัพย์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	44,900	77,980	114,993	155,572	200,346	249,744	304,238	364,345	430,638	503,744
เงินปันผลค้างจ่าย	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
หนี้สินระยะสั้น	44,900	77,980	114,993	155,572	200,346	249,744	304,238	364,345	430,638	503,744
เงินกู้สถาบันการ คงเหลือ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวมหนี้สิน	44,900	77,980	114,993	155,572	200,346	249,744	304,238	364,345	430,638	503,744
ทุนเรือนหุ้นสามัญ	13,000,000	13,000,000	13,000,000	13,000,000	13,000,000	13,000,000	13,000,000	13,000,000	13,000,000	13,000,000
กำไรสะสมสุทธิ	224,500	614,400	1,185,432	1,955,794	2,945,833	4,178,239	5,678,017	7,472,719	20,392,698	24,565,926
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	13,224,500	13,614,400	14,185,432	14,955,794	15,945,833	17,178,239	18,678,017	20,472,719	33,392,698	37,565,926
รวมหนี้สินและ ส่วนของผู้ถือหุ้น	13,269,400	13,692,380	14,300,425	15,111,366	16,146,179	17,427,983	18,982,255	20,837,064	33,823,336	38,069,670

จากตารางที่ 5.13 แสดงให้เห็นว่า เดอะเบสอพาร์ทเมนท์ในปีที่ 1 มีสินทรัพย์รวม 13,269,400บาท และมีหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นรวม 13,269,400

บาท

ตารางที่ 5.14: แสดงการวิเคราะห์โครงการลงทุน

ปีที่	กระแสเงินสดโครงการ	กระแสเงินสด
1	กระแสเงินสดจ่าย ณ วันลงทุน	13,000,000
2	กระแสเงินสดรับ	940,900
3	กระแสเงินสดรับ	1,539,480
4	กระแสเงินสดรับ	1,712,545
5	กระแสเงินสดรับ	2,111,593
6	กระแสเงินสดรับ	2,342,612
7	กระแสเงินสดรับ	2,597,521
8	กระแสเงินสดรับ	2,878,722
9	กระแสเงินสดรับ	3,188,926
10	กระแสเงินสดรับ	16,025,604

การคำนวณมูลค่าปัจจุบันในอัตราผลคิดลด

มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับ	10,324,802.96
หัก มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่าย	-13,00,000
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)	-2,675,197
อัตราผลตอบแทนของโครงการ	15%

จากตารางที่ 5.14 แสดงให้เห็นว่า เดอะเบสอพาร์ทเมนท์มีกระแสเงินสดจ่าย ณ วันลงทุนจำนวนเงิน 10,324,802.96 บาท มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เดอะเบสอพาร์ทเมนท์ และมีอัตราผลตอบแทนของโครงการ 15%

ตารางที่ 5.15: แสดงการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

รายงาน การ วิเคราะห์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
การวัดสภาพคล่องทางการเงิน										
อัตราส่วน เงินทุน หมุนเวียน (เท่า)	47.68	48.74	49.09	49.45	49.73	49.97	50.20	50.40	50.59	75.57
อัตราส่วน สินทรัพย์ คล่องตัว (เท่า)	20.96	31.81	36.46	39.18	40.96	42.24	43.21	43.98	44.62	69.96
การวัดประสิทธิภาพการใช้ทรัพย์สิน										
อัตราส่วน การหมุน เวียนของ สินค้า (รอบ)	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ระยะเวลา สินค้า คงเหลือ (วัน)	236	236	236	236	236	236	236	236	236	236
การวัดความสามารถในการชำระหนี้										
อัตราแห่ง หนี้ (Debt to Equity Ratio) (เท่า)	0.003 4	0.005 7	0.008 0	0.010 3	0.012 4	0.013 1	0.016 0	0.017 5	0.012 7	0.0132

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.15 (ต่อ): แสดงการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

รายงานการวิเคราะห์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
การวัดความสามารถในการบริหาร										
อัตราส่วนตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)	0.0169	0.0449	0.0829	0.1294	0.1824	0.2397	0.2991	0.3586	0.6029	0.6453
อัตราส่วนตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (ROE)	1.6976	4.5129	8.2895	12.9425	18.2448	23.9743	29.9122	35.8626	60.2918	64.5289
อัตราส่วนกำไรส่วนเกิน (%)	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
อัตราส่วนกำไรจากการดำเนินงาน (%)	0.0748	0.1182	0.1584	0.1948	0.2281	0.2585	0.2862	0.3116	0.3348	0.3561
อัตราส่วนกำไรสุทธิ (%)	0.0599	0.0945	0.1267	0.1558	0.1825	0.2068	0.2289	0.2493	0.2679	0.2848
ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน										
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value)	10,324,802.96									
อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)	15%									
ระยะเวลาคืนทุน (ปี)	7.9 ปี									

จากตารางที่ 5.15 แสดงให้เห็นว่า เดอะเบสอพาร์ทเมนท์มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) 10,324,802.96 บาท และมีอัตราผลตอบแทนของโครงการ 15% และมีระยะเวลาคืนทุน 7.9 ปี

## 5.5 แผนสำรองในสถานการณ์โรคระบาด โควิด 19

เนื่องจากตอนนี้มีปัญหาโรคโควิด 19 กำลังระบาดหนักทำให้ประชากรสามารถติดโรคโควิด 19 ได้ง่ายมาก และประกอบกับสถานที่ตั้งโครงการอยู่ตรงข้างกับสวนอุตสาหกรรมนี้มีความจำนวนมาก ดังนั้นทางเดอะเบสอพาร์ทเมนท์มีมาตรการและแผนป้องกันแก่ลูกค้า ดังนี้

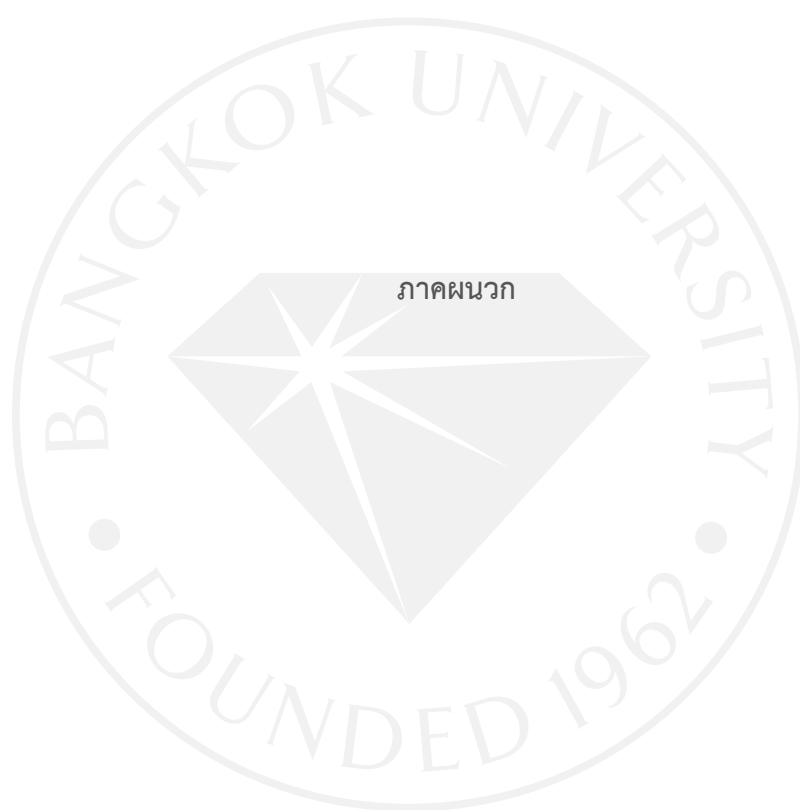
- 1) จะติดเครื่องวัดอุณหภูมิแบบเทอร์โมสแกนตรงบริเวณประตูก่อนขึ้นห้องพัก เพื่อวัดอุณหภูมิร่างกาย ถ้าลูกค้าคนไหนมีอุณหภูมิสูงกว่า 37.5 องศา เครื่องจะเตือน
- 2) ทางเข้าประตูและบริเวณหน้าลิฟท์ทุกชั้นจะมีเจลแอลกอฮอล์ให้ลูกค้าล้างมือ
- 3) จะให้แม่บ้านพ่นน้ำยาฆ่าเชื้อบริเวณจุดเสี่ยงในที่พัก เช่น ปุ่มกดลิฟท์ ภายในลิฟท์ ประตูทางเข้า และราวบันได เป็นต้น



### บรรณานุกรม

- คีย์การ์ดประตูหอพัก มีการทำงานอย่างไร. (2560). สืบค้นจาก <https://www.autodoorcenter.com/home-and-building-technology/คีย์การ์ดประตูหอพัก>.
- โปรแกรมหอพัก พร้อมใช้งาน ทำบิล จดค่าน้ำค่าไฟ ไม่ต้องใช้ Excel. (2555). สืบค้นจาก [http://webtumwai.com/detail.php?id\\_detail=576](http://webtumwai.com/detail.php?id_detail=576).
- แผนที่หมู่บ้านลินทิวาธานี 1 และ เฟลตลิ่งชั้น. (2560). สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/3dmapthailand/photos/1949515081975035>.
- พร้อมหรือยัง กับพร้อมเพย์ (Prompt Pay). (2559). สืบค้นจาก <http://toddlerfinancial.blogspot.com/2016/07/prompt-pay.html>.
- พินิจ มีคำทอง. (2559). การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมสถานศึกษาด้วยเทคนิค SWOT Analysis. ขอนแก่น: คลังนานาวิทยา.
- รับติดตั้งระบบโซลาร์เซลล์ (Solar Cell) ภายในบ้าน หอพัก อาคารสำนักงาน ฯลฯ. (2560). สืบค้นจาก <https://bit.ly/3mPoU48>.
- ออสเทอร์วัลเตอร์, เอ. และ ฟินญอร์, อี. (2557). *คู่มือสร้างโมเดลธุรกิจ* [Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers] (วิญญู กิ่งหิรัญวัฒนา และ พูนลาภ อุทัยเลิศอรุณ, ผู้แปล). กรุงเทพฯ: วีเลิร์น. (ต้นฉบับพิมพ์ปี ค.ศ. 2010)
- อาร์ เจ แมนชั่น. (2557). *ห้องพัก*. สืบค้นจาก <https://www.hongpak.in.th/rooms/9097-อาร์-เจ-แมนชั่น>.
- Google map. (2020). *Google street view: Sam Ruean, Phra Nakhon Si Ayutthaya*. Retrieved from <https://bit.ly/2HQDrhp>.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3<sup>rd</sup> ed.). New York: Harper and Row.





## ภาคผนวก ก

### บทสรุปผู้บริหาร

เดอะเบสอพาร์ทเมนท์เป็นอาคารธุรกิจห้องเช่าแบบหลายเดือน สถานที่ตั้งโครงการอยู่ในหมู่บ้านสินทิวาธานี ที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ลักษณะอพาร์ทเมนท์เป็นอาคารคอนกรีตเสริมเหล็ก 6 ชั้น มีห้องเช่าทั้งหมด 78 ห้อง พร้อมมีโรงจอดรถ มีเนื้อที่ทั้งหมด 300 ตารางวา บริเวณรอบโครงการมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน เช่น ร้านสะดวกซื้อ ร้านอาหาร ร้านตัดผม คลินิก สถานีตำรวจ และไปรษณีย์ เป็นต้น ซึ่งเป็นอีกจุดเด่นที่สำคัญต่อการตัดสินใจของผู้เข้าพัก เนื่องจากสถานที่ตั้งโครงการอยู่ตรงข้ามกับสวนอุตสาหกรรมโรจนะทำให้มีคู่แข่งจำนวนมาก และกลุ่มลูกค้าหลัก คือ เป็นพนักงานบริษัทเอกชนที่มาจากต่างจังหวัด เพราะต้องหาห้องเช่าเพื่อพักอาศัย ราคาห้องเช่าในบริเวณโครงการอยู่ที่ 1,600-3,500 บาท

โอกาสของธุรกิจเดอะเบสอพาร์ทเมนท์ได้เล็งเห็นว่า ปัจจุบันลูกค้าส่วนใหญ่อยากได้ที่พักอาศัยมีความทันสมัยและมีการบริการครบวงจร เพื่อตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของคนในสังคมเมือง ที่มีความคล่องตัวและความสะดวกรวดเร็วในการดำเนินชีวิตประจำวัน

วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจ เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจอพาร์ทเมนท์ใกล้สวนอุตสาหกรรมโรจนะ การทำแผนธุรกิจมีการควบคุมรายละเอียดค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เพื่อไม่ให้งบค่าใช้จ่ายบานปลายได้ ทั้งนี้มีการนำกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการทางธุรกิจมาใช้ ประกอบด้วย กลยุทธ์การจัดโครงสร้างของธุรกิจ กลยุทธ์การจูงใจ กลยุทธ์และแผนปฏิบัติการทางการตลาด ประกอบด้วย กลยุทธ์การเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์และบริการ กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ กลยุทธ์การตั้งราคา กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย กลยุทธ์การสร้างแรงจูงใจให้แก่ลูกค้า และกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า กลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ

เมื่อพิจารณาความเป็นไปได้ทางธุรกิจ พบว่า มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 10,324,802.96 บาท มีผลตอบแทนภายใน (IRR) เท่ากับ 15% และมีระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 7.9 ปี

## ภาคผนวก ข

## สัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจอพาร์ทเมนท์

มัณฑิตาแมนชั่น

เจ้าของกิจการชื่อ นางยุพา เพิ่มลาภ อายุ 45 ปี ได้นำเดินธุรกิจหอพักมาแล้ว 14 ปี ในหมู่บ้านสินทิวาธานี สาเหตุที่คุณยุพาตัดสินใจทำหอพัก เพราะว่าอยู่ในทำเลที่ตั้งดีติดถนนใหญ่และที่สำคัญอยู่ตรงข้ามกับสวนอุตสาหกรรมโรจนะ ซึ่งมีคนต่างจังหวัดจำนวนมาก ที่ไม่มีที่พักอาศัยและประกอบไปในยุคนั้น นิคมอุตสาหกรรมกำลังขยายหลายเฟสใหม่ ทำให้มีโรงงานเพิ่มขึ้นมาก จึงได้ตัดสินใจซื้อที่ดินจัดสรรในหมู่บ้านสินทิวาธานีเพื่อสร้างหอพัก และได้สร้างอาคารหอพักขนาด 5 ชั้น ไม่มีลิฟท์ มีทั้งแบบห้องเปล่ากับห้องแอร์พร้อมเฟอร์นิเจอร์ และมีที่จอดรถจักรยานยนต์กับรถยนต์ ในการสร้างอาคารหอพักตอนนั้น ใช้เวลาก่อสร้างประมาณ 12 เดือน

ราคาห้องพักในช่วงตอนแรกห้องเปล่า ราคา 1,800 บาท และห้องแอร์พร้อมเฟอร์นิเจอร์ ราคา 3,500 บาท ซึ่งห้องแอร์จะมีแค่ 13 ห้องของชั้น 1 เท่านั้น ราคาในตอนนี้ได้ปรับลดลงเนื่องจากหอพักที่สร้างใหม่ ๆ มีกันหมดทำให้ราคาห้องลงมาเพราะไม่มีลิฟท์เหมือนคู่แข่ง

ในปี 2554 ธุรกิจได้ผลกระทบเนื่องจากน้ำใหญ่ ทำให้โรงงานอุตสาหกรรมบางโรงต้องปิดปรับปรุงเป็นเวลาหลายเดือน ทำให้มีลูกค้าบางรายย้ายออกเป็นจำนวนมาก ทำให้ในปี 2554 ถึงกลางปี 2555 ได้ผลกระทบอย่างมาก



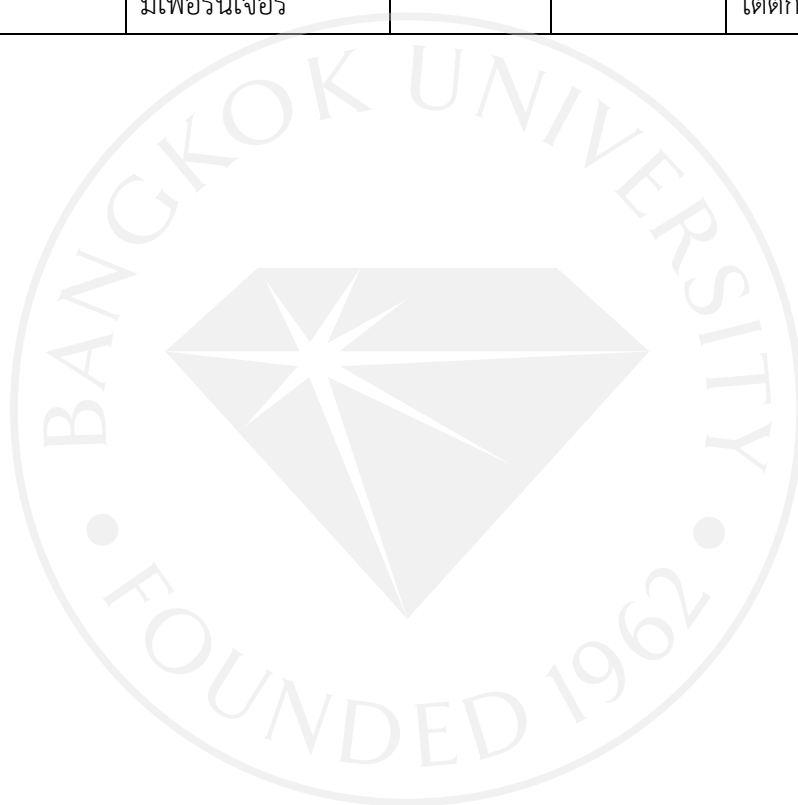
## ภาคผนวก ค

## การสังเกตการณ์ธุรกิจอพาร์ทเมนท์

เป็นการสังเกตการณ์ธุรกิจอพาร์ทเมนท์ในบริเวณหมู่บ้านสินทิวารธานี เพื่อหาข้อมูลในการประกอบธุรกิจ เช่น ประเภทห้องพัก และราคาห้อง เป็นต้น

ชื่อห้องพัก	ประเภทห้องพัก	ราคา	มีลิฟท์/ไม่มีลิฟท์	สิ่งอำนวยความสะดวก
หอพักมานิจ มี 7 ชั้น	ห้องเปล่า ห้องแอร์ มีเฟอร์นิเจอร์	1,800 3,500	มีลิฟท์	ที่จอดรถ, ร้านอาหาร เครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ
หอประสิทธิ์ มี 5 ชั้น	ห้องเปล่า	1,800	มีลิฟท์	ไม่มีจอดรถ, มีเซเว่น อีเลฟเว่นใต้ตึก
หอพักเอราวัณเพลส มี 5 ชั้น	ห้องเปล่า	1,500	ไม่มีลิฟท์	ไม่มีจอดรถ, ร้านอาหาร
มันทิตาแมนชั่น มี 2 ตึก 4 กับ 5 ชั้น	ห้องเปล่า ห้องแอร์ มีเฟอร์นิเจอร์	1,500 3,000	ไม่มีลิฟท์	ที่จอดรถ, เครื่องซัก ผ้ากับตู้รับน้ำหยอด เหรียญ
หอมาศิเพลส มี 7 ชั้น	ห้องแอร์ มีเฟอร์นิเจอร์	3,000- 3,500	มีลิฟท์	ที่จอดรถ, เครื่องซัก ผ้ากับตู้รับน้ำหยอด เหรียญ
ไอยรา แมนชั่น มี 5 ชั้น	ห้องเปล่า ห้องแอร์ มีเฟอร์นิเจอร์	1,500 3,000	ไม่มีลิฟท์	ไม่มีจอดรถ, ร้านอาหาร
ธัญไชย มี 6 ชั้น	ห้องเปล่า ห้องแอร์มี เฟอร์นิเจอร์	1,800 3,200	มีลิฟท์	ที่จอดรถน้อย, เครื่อง ซักผ้ากับตู้รับน้ำหยอด เหรียญ

ชื่อหอพัก	ประเภทห้องพัก	ราคา	มีลิฟท์/ไม่มีลิฟท์	สิ่งอำนวยความสะดวก
บ้านนวลจันทร์ อพาร์เมนท์ มี 7 ชั้น	ห้องเปล่า	1,800	มีลิฟท์	ไม่มีจอดรถ ร้านซักรีด
	ห้องแอร์ มีเฟอร์นิเจอร์	3,300		
หอพัก เบส ปีม มี 7 ชั้น	ห้องเปล่า	1,700	มีลิฟท์	ไม่มีจอดรถ มีซูเปอร์มาร์เก็ต ใต้ตึก
	ห้องแอร์ มีเฟอร์นิเจอร์	3,000		



## ภาคผนวก ง

## แบบสอบถาม

เรื่อง พฤติกรรม ทัศนคติ และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการอพาร์ทเมนท์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย  ลงในช่อง  ตามความเป็นจริง

1. เพศ

ชาย  หญิง

2. อายุ

ต่ำกว่า 18 ปี  18-25 ปี  26-33 ปี  
 34-41 ปี  42-50 ปี  50 ขึ้นไป

3. สถานภาพ

โสด  สมรส  
 ม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่

4. ระดับตำแหน่งที่ปฏิบัติ

ผู้บริหาร  ผู้ปฏิบัติงาน

5. ระดับการศึกษา

ประถมศึกษา  มัธยมศึกษาตอนต้น  
 มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.  อนุปริญญา/ปวส.  
ปริญญาตรี  สูงกว่าปริญญาตรี

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

น้อยกว่า 10,000 บาท  10,000-20,000 บาท  
 20,001-30,000 บาท  30,001-40,000 บาท  
 40,001-50,000 บาท  มากกว่า 50,000 บาท ขึ้นไป

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมในการเข้าใช้บริการอพาร์ทเมนท์

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง  ตามความเป็นจริง

1. ช่วงเวลาที่อยู่อพาร์ทเมนท์มากที่สุด

08.00-17.00 น.  16.00-01.00 น.

23.00-08.00 น.

2. จำนวนการกลับบ้านต่อเดือน

1-2 ครั้งต่อเดือน  3-4 ครั้งต่อเดือน

มากกว่า 4 ครั้งขึ้นไป

3. สิ่งที่ทำเวลาอยู่หอพักนอกจากกิจวัตรประจำวัน

(ระบุ).....

4. เหตุผลที่เลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

มีความสะดวกสบาย

ไม่กำหนดเวลาเปิด-ปิด

อยู่ใกล้ศูนย์อาหาร ร้านค้า

บริเวณรอบที่พักมีสิ่งอำนวยความสะดวก

มีเฟอร์นิเจอร์พร้อมเช่าอยู่

ใกล้สถานที่ทำงาน

มีระบบการรักษาความปลอดภัย

ไม่กำหนดเวลาเปิด-ปิด

อื่น ๆ (ระบุ).....

5. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์

ตัวเอง

พ่อแม่

เพื่อน

ญาติพี่น้อง

มากกว่า 4 ครั้งขึ้นไป

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการอพาร์ทเมนท์

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย  ลงในช่อง  ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ				
	สำคัญ มากที่สุด (5)	สำคัญ มาก (4)	สำคัญ ปานกลาง (3)	สำคัญ น้อย (2)	สำคัญ น้อยที่สุด (1)
<b>ด้านลักษณะของห้องพัก</b>					
1. รูปแบบของห้องพักมีความสวยงาม/ ทันสมัย					
2. ห้องพักมีความหลากหลาย					
3. ขนาดของห้องพักมีความเหมาะสม					
4. มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ได้มาตรฐาน					
5. มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก ครบครัน					
<b>ด้านทำเลที่ตั้ง</b>					
1. สถานที่ตั้งของห้องพักมีความเหมาะสม					
2. เส้นทางคมนาคมมีความสะดวก					
3. มีความสะดวกเรื่องการติดต่อสื่อสาร					
4. มีพื้นที่ส่วนกลางที่เหมาะสมสำหรับ จำนวนผู้เข้าพัก					
5. มีสถานที่จอดรถที่เพียงพอ					
<b>ด้านบุคลากร</b>					
1. พนักงานประจำอพาร์ทเมนท์มี มนุษยสัมพันธ์ที่ดี					
2. พนักงานประจำห้องพักมีความรู้เกี่ยวกับ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ภายใน อพาร์ทเมนท์					
3. พนักงานประจำห้องพักให้บริการที่ดีเป็น มาตรฐานเดียวกัน					



ปัจจัย	ระดับความสำคัญ				
	สำคัญ มากที่สุด (5)	สำคัญ มาก (4)	สำคัญ ปานกลาง (3)	สำคัญ น้อย (2)	สำคัญ น้อยที่สุด (1)
4. พนักงานประจำหอพักแต่งกายสุภาพ เรียบร้อย					
5. พนักงานประจำหอพักสามารถแก้ไข ปัญหาทุกอย่างได้เป็นอย่างดี					
ด้านกระบวนการบริการ					
1. มีการบริการที่รวดเร็ว					
2. มีมาตรฐานในการบริหารจัดการ					
3. มีการบริการส่งมอบห้องพักที่ถูกต้อง แม่นยำ					
4. มีความพร้อมในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น					
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ					
1. ชื่อเสียงและภาพลักษณ์มีความน่าเชื่อถือ					
2. เฟอร์นิเจอร์ และอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่าง ๆ มีความคงทนแข็งแรง					
3. มีการออกแบบทั้งภายในและภายนอกที่สวยงาม					
ด้านราคา					
1. มีการคิดค่าสาธารณูปโภคในอัตราที่ เหมาะสม					
2. สามารถผ่อนชำระค่าเช่าห้องได้ (กรณีฉุกเฉิน)					
3. ราคาห้องพักมีความเหมาะสม					
4. มีการทำสัญญาที่เหมาะสม					
5. การเรียกเก็บค่ามัดจำมีความเหมาะสม					

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ				
	สำคัญ มากที่สุด (5)	สำคัญ มาก (4)	สำคัญ ปานกลาง (3)	สำคัญ น้อย (2)	สำคัญ น้อยที่สุด (1)
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
1. มีป้ายชื่อหอพักที่สังเกตเห็นได้ง่าย					
2. ให้การสนับสนุนกิจกรรมช่วยเหลือทางสังคม					
3. มีการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ					
4. มีเจ้าหน้าที่คอยดูแลให้คำแนะนำ					
5. มีการให้ส่วนลดในกรณีที่ผู้เช่าจ่ายเงินตรงตามกำหนด					

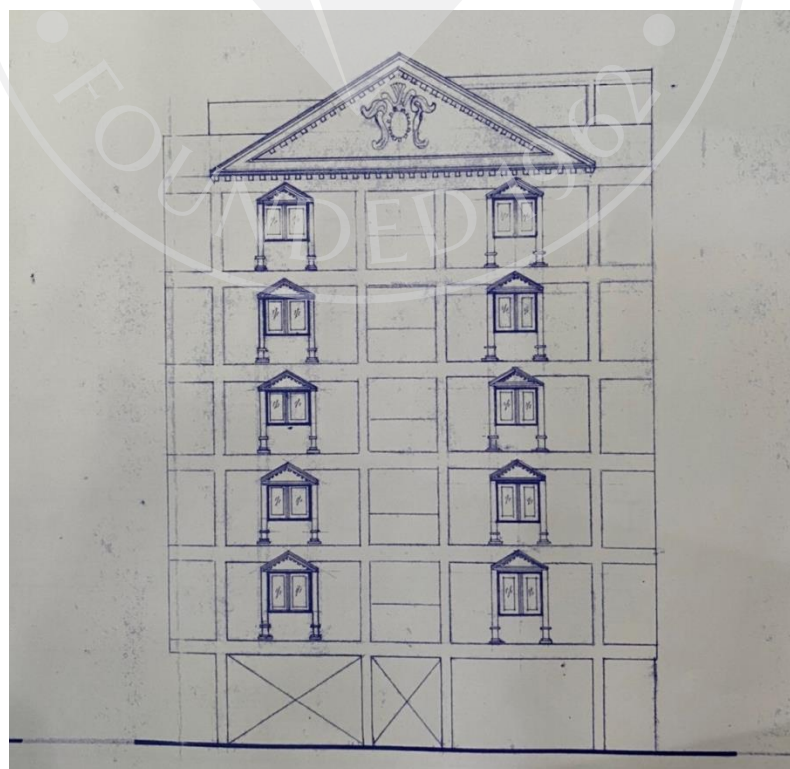
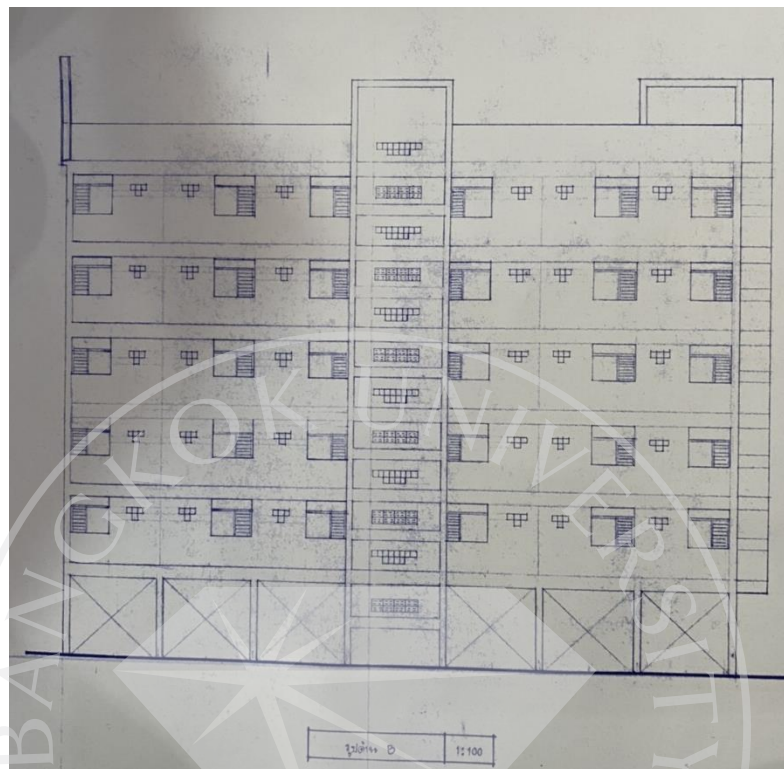
ส่วนที่ 4 ทศนคติต่อการตัดสินใจใช้บริการหอพัก

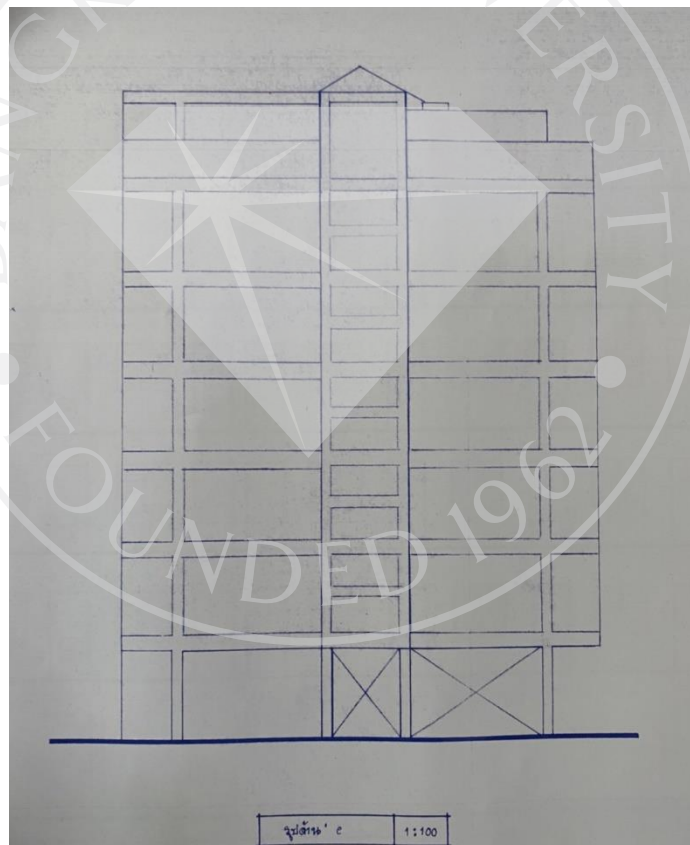
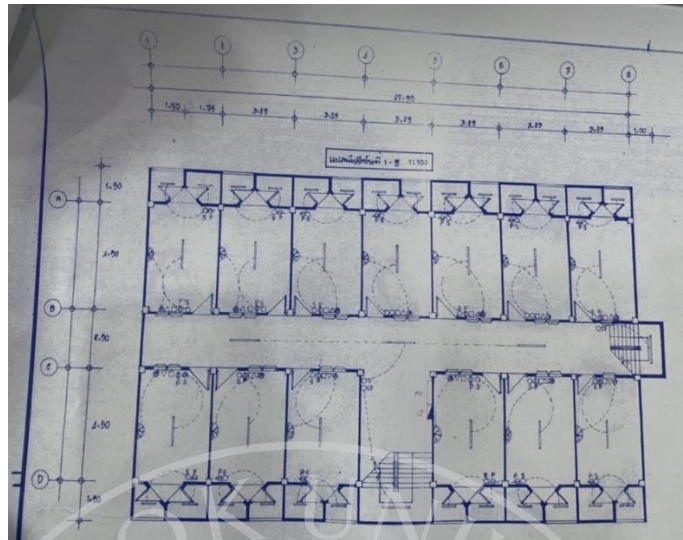
คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย  ลงในช่อง  ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ทศนคติ	ระดับการตัดสินใจ				
	เห็นด้วยมากที่สุด (5)	เห็นด้วยมาก (4)	เห็นด้วยปานกลาง (3)	เห็นด้วยน้อย (2)	เห็นด้วยน้อยที่สุด (1)
<b>ด้านความรู้</b>					
1. ท่านมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับรายละเอียดของอพาร์ทเมนท์					
2. ท่านทราบว่าพนักงานมีความรู้ความเหมาะสมกับความรับผิดชอบ					
3. ผู้พักอาศัยสามารถเข้ารับบริการต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว					
4. บริการภายในหอพักมีความเหมาะสม					
<b>ด้านความเชื่อมั่น</b>					
1. ชื่อเสียงของอพาร์ทเมนท์สร้างความเชื่อมั่น					
2. การบริการที่ดี					
3. ระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี					
4. รูปแบบภายในและภายนอกหอพัก					
<b>การปฏิบัติ</b>					
1. ท่านมีความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการเช่าอพาร์ทเมนท์					
2. ท่านได้รับคำแนะนำให้ใช้บริการหอพักจากเพื่อน ญาติ หรือคนรู้จัก					
3. ท่านจะใช้บริการหอพักต่อไปในอนาคต					
4. ท่านจะแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการหอพักเดียวกัน					

๓๓๓ ขอขอบพระคุณที่กรุณาตอบแบบสอบถาม ๑๑๑๑

### รูปแบบแปลนอพาร์ทเมนท์





**ประวัติผู้เขียน**

ชื่อ-นามสกุล	นายภัทรพันธุ์ ประสพผล
อีเมล	atommax555@hotmail.com
ประวัติการศึกษา	ปริญญาตรี Federation University Australia คณะบริหารธุรกิจ
ประวัติการทำงาน	บริษัท พี.วาย.มารีน จำกัด ตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในสารนิพนธ์

วันที่ 4 เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2563

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) อัทธพันธ์ พิเศษพงษ์ อยู่บ้านเลขที่ 199 ม.2  
ซอย ถนน ตำบล/แขวง บางซื่อ  
อำเภอ/เขต บางเขน จังหวัด พระนครศรีอยุธยา รหัสไปรษณีย์ 93160  
เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7610201001

ระดับปริญญา  ตรี  โท  เอก

หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คณะ บริหารธุรกิจ  
ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า "ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ" ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 9/1 หมู่ 5 ถนนพหลโยธิน ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัด  
ปทุมธานี 12120 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า "ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ" อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และมีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์  
หัวข้อ แผนธุรกิจ 600-แป็คคือจกท 6 มีพท

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
(ต่อไปนี้เรียกว่า "สารนิพนธ์")

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มี  
กำหนดระยะเวลา ในการนำสารนิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ต่อสาธารณชน  
ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนางาน ให้ประโยชน์ในสารนิพนธ์ แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไข  
อย่างหนึ่งอย่างใดหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิมีวัตถุประสงค์ในการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้  
อนุญาตให้ใช้สิทธิ เพื่อให้เป็นไปตามข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิใน สารนิพนธ์ ของผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ  
ตลอดไป โดยข้าพเจ้าในฐานะผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทำการจัดเก็บ  
รวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลดังกล่าวของข้าพเจ้าได้

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือ  
ระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้

ผู้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับ  
ผิดและชดใช้ค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ  
ทั้งสิ้น

สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความถูกต้องตรงกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญานี้โดยตลอดแล้ว  
จึงได้ลงลายมือชื่อไว้ต่อหน้าพยานเป็นสำคัญ และเก็บไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ ..... ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ

(วิฑริณันต์ ๑๙.๙๗๗ )

ลงชื่อ ..... ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ

(ดร.อภิญญา จุลพิสิฐ)

ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและพื้นที่การเรียนรู้

ลงชื่อ ..... พยาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิพรรณ สุภาวรรณ)

ผู้อำนวยการหลักสูตร/ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ลงชื่อ ..... พยาน

(อาจารย์วิรัตน์ รัตตากร)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย