

แผนธุรกิจชัยวงศ์ อพาร์ทเมนต์ 2



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2558

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์
เรื่อง
แผนธุรกิจชัยวงศ์ อพาร์ทเมนต์ 2

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
วันที่ 6 กันยายน พ.ศ.2558



นายอิทธิพงศ์ บุญศิริ
ผู้วิจัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปิติสันต์

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา รุ่งเรือง

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

รองศาสตราจารย์อรรณพ ต้นละมัย, Ph.D.

คณบดี

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิน ระวิวงศ์

Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำแผนธุรกิจชัยพงศ์ อพาร์ทเมนต์ 2 ประสบความสำเร็จได้ด้วยดี โดยเกิดจากการให้คำปรึกษาของครอบครัวบุญศิริ โดยเฉพาะนายชูฤทธิ์ บุญศิริ ที่เป็นบิดาของผู้จัดทำ ที่ให้ความสนับสนุนเรื่องข้อมูลของธุรกิจอพาร์ทเมนต์แก่ผู้จัดทำเป็นอย่างดี รวมถึงกราบขอขอบคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์วิน ระวิวงศ์ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปีติสันต์ สำหรับคำแนะนำของหลักการในการทำธุรกิจ ข้อควรระวัง และข้อมูลด้านอื่นๆ เพื่อให้แผนธุรกิจชัยพงศ์ อพาร์ทเมนต์ 2 สามารถจัดทำออกมาได้อย่างสมบูรณ์

นอกจากนี้ ทางผู้จัดทำขอกราบขอบคุณคณาจารย์ทุกท่านของมหาวิทยาลัยการจัดการมหิดล ที่ให้ความรู้และคำแนะนำที่เป็นประโยชน์แก่การทำแผนธุรกิจ ทำให้ผู้จัดทำสามารถทำแผนธุรกิจได้อย่างดีและครอบคลุมเนื้อหาต่างๆรอบด้าน จึงขอแสดงความขอบคุณไว้ ณ ที่นี้

อิทธิพงษ์ บุญศิริ

แผนธุรกิจชัยพงศ์ อพาร์ทเมนต์ 2

BUSINESS PLAN CHAIPONG APARTMENT 2

อิทธิพงศ์ บุญศิริ 5650460

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปิติสันต์, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์
พลิศารุ่งเรือง, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิน ระวังวงศ์, Ph.D.

บทคัดย่อ

แผนธุรกิจชัยพงศ์ อพาร์ทเมนต์ 2 เกิดขึ้นจากความต้องการที่จะต่อยอดธุรกิจของ
ครอบครัวที่ทำธุรกิจอพาร์ทเมนต์อยู่ก่อนแล้ว ประกอบกับครอบครัวของผู้จัดทำมีที่ดินเปล่าจึงเกิด
เป็นที่มาของแผนธุรกิจนี้

ในภาพรวมของโครงการชัยพงศ์ อพาร์ทเมนต์ 2 สำหรับสถานที่ตั้งจะอยู่ในซอย
ลาดกระบัง 24 ถนนอ่อนนุชเป็นโครงการในรูปแบบอาคารมีห้องพักทั้งหมดจำนวน 51 ห้อง ขนาด
บนพื้นที่ดิน 180 ตารางวาอีกทั้งตัวอพาร์ทเมนต์ยังอยู่ในทำเลที่มีศักยภาพรองรับการเติบโตของ
สนามบินสุวรรณภูมิในช่วงปี 2560

จากแผนธุรกิจชัยพงศ์ อพาร์ทเมนต์ 2 จะเน้นกลยุทธ์ในเรื่อง Value Price ที่ระดับราคา
3,000-4,500 บาท ซึ่งราคาต่ำกว่าคู่แข่งอีกทั้งยังมีข้อได้เปรียบในเรื่องสถานที่จอดรถที่ยังสามารถรองรับ
ได้รถยนต์ได้มากกว่า จึงทำให้ชัยพงศ์ อพาร์ทเมนต์ 2 ได้เปรียบกว่าคู่แข่งที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียงกัน

คำสำคัญ : อพาร์ทเมนต์/ ลาดกระบัง / Value Price

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญรูปภาพ	ช
บทที่ 1 โอกาสและความน่าสนใจของธุรกิจ	1
1.1 ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดกรุงเทพมหานคร	1
1.2 ข้อมูลทั่วไปของเขตลาดกระบัง	1
1.3 ความเป็นมาของธุรกิจ	2
1.4 ความสำคัญและโอกาสทางธุรกิจ	3
1.5 รายละเอียดของผลิตภัณฑ์	3
1.6 รูปแบบจำลองของการดำเนินการทางธุรกิจ (Business Model)	4
1.7 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมาย (Vision , Mission and Goal)	5
บทที่ 2 การวิเคราะห์อุตสาหกรรม	7
2.1 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมในภาพรวม	7
2.2 การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในธุรกิจด้วยโมเดล Five Forces Analysis	7
2.3 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรค (SWOT Analysis)	10
2.4 การวิเคราะห์คู่แข่ง	12
บทที่ 3 แผนการดำเนินงานทางธุรกิจ	14
3.1 ทำเลที่ตั้ง / แผนผังของธุรกิจ	14
3.2 แผนการดำเนินงาน	16
3.3 รูปแบบการจัดตั้งธุรกิจ	16
3.4 การบริหารงาน	17
3.5 โครงสร้างองค์กร	17
3.6 รายชื่อผู้บริหารชัยพงศ์ อพาร์ทเมนท์ 2	17

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
	18
บทที่ 4	19
3.7 Job Description	18
แผนการตลาด	19
4.1 ภาพรวมตลาดของธุรกิจจิวเวลรี่ที่ในเขตตลาดกระบี่	19
4.2 Segmentation	20
4.3 Target Market	21
4.4 Positioning	22
4.5 กลยุทธ์ทางการตลาด	22
บทที่ 5	25
แผนการเงิน	25
5.1 สมมติฐานทางการเงินและการเงิน	25
5.2 ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	26
5.3 งบประมาณโครงการ	27
5.4 การพยากรณ์รายได้จากธุรกิจ (ค่าเช่า)	28
5.5 การพยากรณ์รายได้จากธุรกิจ (รายได้อื่นๆ)	29
5.6 งบประมาณกำไร-ขาดทุน	31
5.7 งบกระแสเงินสดโดยประมาณ	33
5.8 งบแสดงฐานะทางการเงินโดยประมาณ (งบดุล)	35
บทที่ 6	38
การจัดการความเสี่ยงและแนวทางรองรับความเสี่ยง	38
6.1 ความเสี่ยงด้านการตลาด	38
6.2 ความเสี่ยงด้านการเงินและด้านสภาพคล่อง	38
6.3 ความเสี่ยงด้านเครดิต	39
6.4 ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน	39
6.5 ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์	40
บรรณานุกรม	41
ประวัติผู้วิจัย	42

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
2.1	แสดงการเปรียบเทียบคุณสมบัติของอพาร์ทเมนต์แต่ละแห่ง	12
4.1	แสดงการแบ่ง Segmentation	20
4.2	แสดงผลกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	21
5.1	แสดงค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	26
5.2	แสดงงบต้นทุน โครงการ	27
5.3	แสดงการพยากรณ์รายได้จากธุรกิจ (ค่าเช่า)	28
5.4	แสดงการพยากรณ์รายได้จากธุรกิจ (รายได้อื่นๆ)	29
5.5	แสดงการพยากรณ์รายได้จากธุรกิจ (รายได้อื่นๆ) (ต่อ)	30
5.6	แสดงงบประมาณการกำไร-ขาดทุน ปีที่ 1-10	31
5.7	แสดงงบประมาณการกำไร-ขาดทุนปีที่ 11-20	32
5.8	แสดงกระแสเงินสดปีที่ 1-10	33
5.9	แสดงกระแสเงินสดปีที่ 11-20	34
5.10	แสดงฐานะทางการเงินปีที่ 1-10	35
5.11	แสดงฐานะทางการเงินปีที่ 11-20	36
5.12	แสดงกระแสเงินสด	37

สารบัญรูปภาพ

ภาพ		หน้า
1.1	แสดงแผนที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร	1
1.2	แสดงภาพตัวอย่างห้องพัก	4
1.3	แสดงรูปแบบจำลองการดำเนินธุรกิจชัยพงษ์อพาร์ทเมนต์ 2	5
2.1	แสดงรูปแบบจำลองโมเดล Five Forces Analysis ของ Michael Potter	8
3.1	แสดงทำเลที่ตั้งของชัยพงษ์ อพาร์ทเมนต์ 2	14
3.2	แสดงแผนผังของชัยพงษ์ อพาร์ทเมนต์ 2 ชั้นที่ 1	15
3.3	แสดงแผนผังของชัยพงษ์ อพาร์ทเมนต์ 2 ชั้นที่ 2-4	15
3.4	แสดงโครงสร้างองค์กรของชัยพงษ์ อพาร์ทเมนต์ 2	17
4.1	แสดง Perceptual Map	22

บทที่ 1

โอกาสและความน่าสนใจของธุรกิจ

1.1 ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดกรุงเทพมหานคร

จังหวัดกรุงเทพมหานครเป็นจังหวัดศูนย์กลางและเป็นเมืองหลวงของประเทศไทย และเป็นจังหวัดที่มีประชากรสูงที่สุดในประเทศไทย ในปัจจุบันมีประชากร 5,692,284 คน หรือประมาณ 9% ของจำนวนประชากรทั้งหมดในประเทศไทย(สำนักทะเบียนกลาง,2557) มีเนื้อที่รวม 1,568.737 ตารางกิโลเมตร มีเขตการปกครองทั้งหมด 50 เขต

นอกจากนี้กรุงเทพมหานครยังเป็นจุดศูนย์กลางที่สำคัญในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจไทย ในทุกๆด้าน อาทิ หน่วยงานด้านการเงินและธนาคาร หน่วยงานข้าราชการ บริษัทต่างชาติที่เข้ามาลงทุนเปิดบริษัทในประเทศไทย รวมถึงระบบโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่อประเทศ

1.2 ข้อมูลทั่วไปของเขตลาดกระบัง

ตามที่กล่าวข้างต้นว่ากรุงเทพมหานครนั้นประกอบไปด้วยเขตทั้งหมด 50 เขตและเขตลาดกระบังก็เป็นหนึ่งในนั้น โดยเขตลาดกระบังอยู่ทางทิศตะวันออกของกรุงเทพมหานครดังที่แสดงในภาพที่ 1 : แผนที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร

เขตลาดกระบังเป็นเขตที่มีพื้นที่มากที่สุดเป็นอันดับที่ 2 ของกรุงเทพมหานครและเป็นเขตที่มีจำนวนประชากรอยู่ในอันดับที่ 6 ของกรุงเทพมหานคร รวมทั้งสิ้น 168,309 คน หรือ 3% ของจำนวนประชากรทั้งหมดในกรุงเทพมหานคร และ ความหนาแน่นของประชากรต่อพื้นที่อยู่ที่ 1,359 คนต่อตารางกิโลเมตร (สำนักทะเบียนกลาง,2557)



ภาพที่ 1.1 : แผนที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร (ที่มา : <https://th.wikipedia.org>)

1.3 ความเป็นมาของธุรกิจ

แรงบันดาลใจในการทำธุรกิจอพาร์ทเมนต์ครั้งนี้ เริ่มต้นมาจากการต่อยอดของธุรกิจทางครอบครัวของผู้จัดทำที่ได้ทำธุรกิจอพาร์ทเมนต์อยู่ก่อนหน้านี้แล้ว ประกอบกับครอบครัวของผู้จัดทำมีที่ดินเปล่าขนาด 180 ตารางวา (แบ่งเป็นที่ดิน 3 โฉนดแต่ละโฉนดมีเนื้อที่กว้าง 10 ตารางเมตร ลึก 24 ตารางเมตร มีเนื้อที่รวมเท่ากับ 240 ตารางเมตร หรือเท่ากับ 60 ตารางวา และเมื่อคิดพื้นที่รวมที่ดินทั้ง 3 โฉนดจะได้พื้นที่เท่ากับ 180 ตารางวาตามที่ได้กล่าวข้างต้น)

ที่ดินเปล่าแห่งนี้ตั้งอยู่ในซอยลาดกระบัง 24 ถนนอ่อนนุช เขตลาดกระบัง ห่างจากปากซอย 500 เมตร และบริเวณโดยรอบเป็นพื้นที่ศูนย์กลางของแหล่งชุมชน รวมถึงที่ดินยังใกล้สถานที่สำคัญหลายแห่ง อาทิ สนามบิสสุวรรณภูมิ ห้างสรรพสินค้าพาซิโอ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบัง และ โรงงานต่างๆ ที่อยู่ตามบริเวณถนนกิ่งแก้วทั้งเส้น

ทางผู้จัดทำเห็นโอกาสในการทำธุรกิจ โดยตั้งใจที่จะพัฒนาที่ดินเปล่าขนาด 180 ตารางวาแปลงนี้ ให้เกิดประโยชน์กับตนเองและครอบครัว จึงตัดสินใจที่จะเริ่มทำธุรกิจอพาร์ทเมนต์บริเวณของที่อยู่ใกล้กับสถานที่สำคัญ 4 แห่ง ที่มีความต้องการในเรื่องห้องพัก คือ

- 1.) สนามบิสสุวรรณภูมิ
- 2.) ห้างสรรพสินค้าพาซิโอ
- 3.) โรงงานบริเวณถนนกิ่งแก้ว-ลาดกระบัง
- 4.) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบัง

ซึ่งสถานที่ทั้ง 3 ข้อแรกนั้นจะต้องมีการใช้แรงงานในการทำงานเกือบ 24 ชั่วโมง ในการทำงานเพื่อขับเคลื่อนธุรกิจ ยกตัวอย่างเช่น สนามบิสสุวรรณภูมิที่เริ่มเปิดให้บริการในปี 2549 โดยเป็นการย้ายมาจาก สนามบิสคอนเมือง โดยการย้ายมาสุวรรณภูมิตั้งนั้นจะต้องมีกลุ่มพนักงานหลายหมื่นชีวิตที่ต้องย้ายสถานที่ทำงานจากสนามบิสคอนเมืองมาที่สนามบิสสุวรรณภูมิแห่งนี้ด้วย ประกอบกับที่สนามบิสคอนเมืองนั้นเปิดให้บริการมานาน ดังนั้นพนักงานหลายๆคน คงจะซื้อบ้านหรือสินทรัพย์ในบริเวณคอนเมืองอยู่แล้ว และคงไม่ลงทุนซื้อสินทรัพย์เพิ่มเติมในบริเวณลาดกระบัง เป็นต้น ส่วนจำนวนนักศึกษาของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบังก็มีอัตราที่เพิ่มขึ้นในทุกๆปี และอพาร์ทเมนต์ที่อยู่ในบริเวณใกล้มหาวิทยาลัยก็มีไม่เพียงพอต่อความต้องการของจำนวนนักศึกษาที่เพิ่มขึ้น

ดังนั้นอพาร์ทเมนต์จึง สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มคนเหล่านี้ได้ทั้งในเรื่องความสะดวกในการเดินทางไปทำงาน ความเหมาะสมของราคาโดยเทียบกับผลตอบแทนที่ได้รับและความคล่องตัวหากมีการเปลี่ยนสายงานหรือด้วยเหตุผลอื่นๆก็ตาม ซึ่งจากการที่สนามบิส

สุวรรณภูมิได้เปิดให้บริการนี้เอง จึงเป็นจุดเริ่มต้นธุรกิจอพาร์ทเมนต์ของครอบครัวที่แห่งแรกด้วย และในปัจจุบันธุรกิจอพาร์ทเมนต์ก็ถือว่าประสบความสำเร็จดีและด้วยเหตุผลที่กล่าวมา ทั้งหมดนี้ จึงทำให้ผู้จัดทำมีความตั้งใจที่จะนำความรู้และประสบการณ์มาทำธุรกิจอพาร์ทเมนต์บนที่ดินเปล่า ขนาด 180 ตารางวาแปลงนี้ ให้ประสบความสำเร็จและเป็นธุรกิจสำหรับครอบครัวต่อไป

1.4 ความสำคัญและโอกาสทางธุรกิจ

จากเหตุการณ์ในปัจจุบันที่มีข่าวสารแจ้งว่าภายในปี 2560 (ท่าอากาศยานไทย, 2558) ทางสนามบินสุวรรณภูมิจะมีการเปิดส่วนต่อขยายหรือเฟสสองเพื่อรองรับการให้บริการกับผู้ที่ใช้สนามบินสุวรรณภูมิให้มากขึ้น และจะต้องมีการรับพนักงานในการให้บริการมากขึ้น

จากเหตุผลข้างต้นจึงเป็น โอกาสสำคัญที่ผู้จัดทำเล็งเห็นที่จะลงมือทำธุรกิจอพาร์ทเมนต์แห่งใหม่ เพื่อรองรับกลุ่มพนักงานที่จะต้องมียานพาหนะมากขึ้นจากการขยายตัวของสนามบินสุวรรณภูมิที่กำลังจะมาถึงภายในปี 2560

และในปัจจุบัน ธุรกิจอพาร์ทเมนต์แห่งแรกของครอบครัวผู้จัดทำ ตั้งอยู่ในบริเวณซอยลาดกระบัง 22 และตลาดมีความต้องการห้องพักมากขึ้นกว่าเดิม สาเหตุเนื่องมาจากการขยายพื้นที่การให้บริการของห้างสรรพสินค้าพารามิเตอร์ ที่มีการเพิ่มร้านค้าและร้านอาหารขึ้นมาอีกจำนวนมาก ซึ่งพนักงานที่ทำงานอยู่ในห้างสรรพสินค้าแห่งนี้โดยส่วนมากเป็นคนที่มาจากต่างจังหวัด

ดังนั้นจึงทำให้ความต้องการการหาห้องพักในรูปแบบอพาร์ทเมนต์สำหรับการพักอาศัยนั้นจึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับพนักงานเหล่านี้

จากเหตุผลที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้น ทำให้ผู้จัดทำเห็นว่าเป็น โอกาสสำคัญสำหรับการทำธุรกิจอพาร์ทเมนต์ เพื่อเติมเต็มความต้องการของตลาดและเพิ่มศักยภาพของธุรกิจของครอบครัวให้มากขึ้น

1.5 รายละเอียดของผลิตภัณฑ์

สำหรับรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ธุรกิจอพาร์ทเมนต์ 2 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- ชื่อพาร์ทเมนต์ : ชัยพงษ์พาร์ทเมนต์ 2
 รูปแบบอาคาร : อาคารจำนวน 4 ชั้น
 จำนวนห้องพัก : 51 ห้อง
 ขนาดของห้องพัก : 25 ตารางเมตร (กว้าง 3.85 ตารางเมตร ลึก 6.5 ตารางเมตร)
 พนักงาน : พนักงานช่างซ่อมบำรุง , พนักงานทำความสะอาด และ
 พนักงานรักษาความปลอดภัย

สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก

เครื่องปรับอากาศ , พัดลม , โทรทัศน์ , เบบี้ทีวี , อินเทอร์เน็ตไร้สายความเร็วสูง , เครื่องทำน้ำอุ่น , เตียงนอน , ตู้เสื้อผ้า , โต๊ะเครื่องแป้งและเก้าอี้

สิ่งอำนวยความสะดวกส่วนกลางของพาร์ทเมนต์

คีย์การ์ดสำหรับเข้าตัวอาคาร , กล้องวงจรปิด CCTV , เครื่องซักผ้าอัตโนมัติ , เครื่องหยอดน้ำอัตโนมัติ

ภาพถ่ายห้องพัก



ภาพที่ 1.2 : ภาพถ่ายห้องพัก

1.6 รูปแบบจำลองของการดำเนินการทางธุรกิจ (Business Model)

การดำเนินการทางธุรกิจอพาร์ทเมนต์จะดำเนินการโดยผู้จัดทำ ซึ่งอยู่ในตำแหน่งเจ้าของธุรกิจอพาร์ทเมนต์ และมีพนักงานทำความสะอาดที่ทำหน้าที่เป็นพนักงานผู้ช่วยด้วย

สำหรับการติดต่อของธุรกิจพาร์ทเมนท์ จะเป็นการติดต่อกับลูกค้าโดยตรง โดยช่องทางการติดต่อกับลูกค้าจะมี 3 ช่องทางได้แก่

- 1.) ลูกค้าเข้ามาติดต่อที่ชัยพวงศ์พาร์ทเมนท์ 2 ด้วยตนเอง
- 2.) ลูกค้าโทรมาสอบถามรายละเอียดกับชัยพวงศ์พาร์ทเมนท์ 2
- 3.) ลูกค้าส่งคำถามหรือข้อสงสัยมาที่ชัยพวงศ์พาร์ทเมนท์ 2 ในช่องทางอินเตอร์เน็ต

สำหรับกรณีข้อ 2.) และ 3.) นั้น หากลูกค้าสนใจจะทำการนัดหมายเพื่อมาดูห้องพัก

ของชัยพวงศ์พาร์ทเมนท์ 2 ก่อนทำการตัดสินใจเข้าพัก เมื่อลูกค้าตัดสินใจเข้าพักกับชัยพวงศ์พาร์ทเมนท์ 2 ลูกค้าต้องทำสัญญาและวางเงินมัดจำให้กับทางชัยพวงศ์พาร์ทเมนท์และเลือกวันที่จะเข้าอยู่ได้เลย โดยการจำลองการดำเนินธุรกิจดังที่แสดงในภาพที่ 3 : รูปแบบจำลองการดำเนินธุรกิจชัยพวงศ์พาร์ทเมนท์ 2



ภาพที่ 1.3 : รูปแบบจำลองการดำเนินธุรกิจชัยพวงศ์พาร์ทเมนท์ 2

1.7 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมาย (Vision , Mission and Goal)

1.) ประวัติบริษัท (Company Background)

ชื่อบริษัท : ชัยพวงศ์พาร์ทเมนท์

สถานที่ตั้ง : ตลาดกระบี่ซอย 24 ถนนอ่อนนุช เขตตลาดกระบี่ แขวงตลาดกระบี่ กรุงเทพมหานคร 10520

ธุรกิจ : ให้เช่าห้องพักของพาร์ทเมนท์ในรูปแบบรายเดือน

ทุนจดทะเบียน : 10,000,000 บาท

2.) วิสัยทัศน์ (Vision)

เสนอห้องพักที่มีรูปแบบตรงกับความต้องการของผู้บริโภคและมีมาตรฐานของห้องพักที่ดี และเน้นความปลอดภัยของผู้พักอาศัยเป็นอันดับแรก

3.) พันธกิจ (Mission)

ห้องพักมีความปลอดภัยและสะอาดตามมาตรฐานและทีมงานที่พร้อมจะให้บริการกับผู้พักอาศัยด้วยความสุภาพ ใจที่รักบริการ และความเป็นมืออาชีพ

4.) เป้าหมายของธุรกิจนี้ (Business Goals)

เป้าหมายระยะสั้น (1 ปี) : ทำให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายรู้จักชัชพงศ์อพาร์ทเมนท์ 2 และมีผู้พักอาศัยเกิน 70% ของจำนวนห้องทั้งหมดภายใน 3 เดือน

เป้าหมายระยะปานกลาง (3 ปี) : มีผู้พักอาศัย 100% ของจำนวนห้องทั้งหมด และอพาร์ทเมนท์มีชื่อเสียงจนเป็นตัวเลือกระดับแรกของกลุ่มเป้าหมาย

เป้าหมายระยะยาว (5 ปี) : กินทุนทั้งหมดที่ลงทุนสร้างอพาร์ทเมนท์ไป และลงทุนขยายกิจการอพาร์ทเมนท์ไปยังบริเวณอื่นต่อไป



บทที่ 2

การวิเคราะห์อุตสาหกรรม

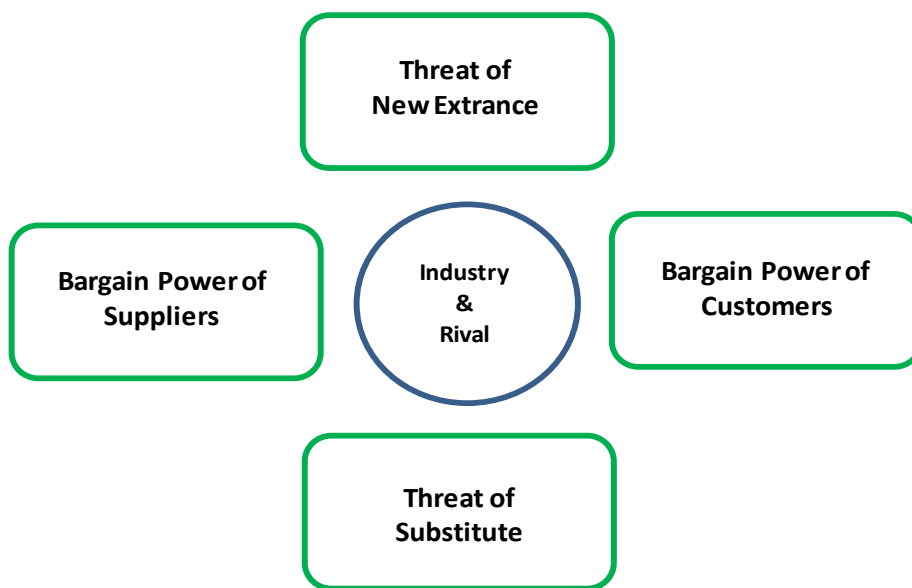
2.1 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมในภาพรวม

สถานการณ์ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในปี 2558 อาจจะยังไม่สามารถกลับมาคึกคักได้ แม้ว่าปัจจัยด้านการเมืองที่เป็นอุปสรรคของตลาดในปีที่ผ่านมาจะคลี่คลายลง แต่เนื่องจากตลาดยังมีความท้าทายหลากหลายประการ เศรษฐกิจไทยยังต้องใช้ระยะเวลาในการกลับมาฟื้นตัว ขณะที่กำลังซื้อของผู้บริโภคยังไม่กลับมาฟื้นสู่ระดับศักยภาพจากภาระรายจ่ายในชีวิตประจำวันที่สูงขึ้น และภาระหนี้ครัวเรือนที่อยู่ระดับสูง ประกอบกับรายได้ของผู้บริโภคไม่ได้ปรับขึ้นตาม (งานวิจัยธนาคารกสิกรไทย 2558)

สำหรับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในกรุงเทพมหานครอัตราเช่าและค่าเช่าเฉลี่ยจะไม่เพิ่มขึ้นมากนักในปี 2558 และเจ้าของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เริ่มหันไปให้ความสนใจกับลูกค้ารายวันมากขึ้น เนื่องจากรายได้ที่ได้จากลูกค้ารายวันจะได้อีกมากกว่าลูกค้ารายเดือน เพียงแต่ต้องมีการขอใบอนุญาตการประกอบธุรกิจโรงแรมแทน ดังนั้นเจ้าของธุรกิจที่สนใจจะทำลูกค้ารายวันจึงมีเพียงบางส่วนเท่านั้น แต่ก็เป็นการปรับตัวให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน (คอลลิเออร์ อินเตอร์เนชั่นแนล 2558)

2.2 การวิเคราะห์สถานะการแข่งขันในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ด้วยโมเดล Five Forces Analysis

เนื่องจากธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในแผนธุรกิจนี้ ทางผู้จัดทำมองว่าตัวเองเป็นผู้ที่อยู่ในตลาดแล้ว ดังนั้น การวิเคราะห์จะมองในมุมมองของผู้ที่อยู่ในตลาดและแนวโน้มจะออกมาเป็นอย่างไร หากใช้หลักการวิเคราะห์ตามหลักแรงกดดัน 5 ประการของ Michael Potter ดังที่แสดงในรูปที่ 4 ทางผู้จัดทำสรุปรายละเอียดได้ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 2.1 : รูปแบบจำลองโมเดล Five Forces Analysis ของ Michael Potter

2.2.1 แรงกดดันจากคู่แข่งรายใหม่ (New Potential Competitors)

สำหรับการทำธุรกิจอพาร์ทเมนต์ ตัวคู่แข่งรายใหม่จะเข้าสู่ธุรกิจได้ยาก เนื่องจาก

- ต้องใช้เงินทุนสูงมากสำหรับค่าซื้อที่ดินและค่าก่อสร้างอพาร์ทเมนต์ (+)

- ท่าเลที่มีศักยภาพอาจจะหาซื้อไม่ได้เนื่องจากที่ดินมีจำกัด รวมถึงทำเลในบางที่

แม้ว่าเราจะซื้อได้ แต่ก็มีโอกาสเจอกฎหมายข้อบังคับที่ไม่สามารถทำธุรกิจอพาร์ทเมนต์ได้ (+)

- ต้องมีความรู้ ประสบการณ์และทีมงานที่มีคุณภาพสำหรับการบริหาร

อพาร์ทเมนต์ ให้เป็นธุรกิจที่ยั่งยืน (+)

จากการวิเคราะห์ข้างต้น ผู้จัดทำมองว่าแรงกดดันในหัวข้อนี้จึงส่งผลดีต่อธุรกิจอพาร์ทเมนต์ของผู้จัดทำ

2.2.2 แรงกดดันจากคู่แข่งภายในอุตสาหกรรม (Rivalry among Established Firms)

- การแข่งขันธุรกิจอพาร์ทเมนต์ภายในอุตสาหกรรมบริเวณซอยลาดกระบัง 24 และบริเวณใกล้เคียงอยู่ในระดับรุนแรงมาก เนื่องจากมีคู่แข่งอยู่ในซอยถึง 4 ราย จึงทำให้มีการแข่งขันที่สูง หากมองจากจำนวนของคู่แข่ง (-)

จากการวิเคราะห์ข้างต้นแม้ว่าคู่แข่งจะมีมากในบริเวณที่ผู้จัดทำกำลังทำธุรกิจอพาร์ทเมนต์แต่ตัวธุรกิจอพาร์ทเมนต์เอง ก็ยังมีความน่าสนใจอยู่ หากมองจากมุมมองที่สถานที่สำคัญในบริเวณใกล้เคียงกับอพาร์ทเมนต์กำลังขยายธุรกิจ ก็ทำให้ความต้องการของห้องพักรวมมากขึ้นเช่นกัน

2.2.3 แรงกดดันจากอำนาจต่อรองของผู้ซื้อ (The Bargaining Power of Buyers)

- จากการที่มีคู่แข่งมากมายในซอยลาดกระบัง 24 และบริเวณใกล้เคียงจึงทำให้อำนาจต่อรองของผู้ซื้อมีมาก อันเนื่องมาจากจำนวนคู่แข่งที่มากรายนั่นเอง (-)

- ตัวธุรกิจอพาร์ทเมนต์มีเหตุผลอื่นนอกเหนือจากเรื่องราคาที่เป็นปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการนั่นคือเรื่องความชอบของผู้ซื้อหรือเรื่อง Emotional ที่มาช่วยประกอบการตัดสินใจ (+)

จากการวิเคราะห์ข้างต้น ผู้จัดทำสรุปได้ว่าแม้ว่าอำนาจต่อรองของผู้ซื้อจะมีมากอันเนื่องมาจากจำนวนของคู่แข่งที่มีมากมาย แต่ตัวธุรกิจเองก็ยังสามารถแก้ไขจุดด้อยด้านนี้ในเรื่องการใช้กลยุทธ์การให้บริการและการทำให้อพาร์ทเมนต์น่าสนใจ เพื่อให้เป็นที่สนใจของผู้ซื้อได้โดยการให้บริการที่จะทำให้ผู้ซื้อประทับใจได้แก่มีมาตรฐานในการให้บริการที่ดีตัวอพาร์ทเมนต์สะอาดมีมาตรฐานและเน้นความปลอดภัย จากสิ่งต่างๆเหล่านี้ก็จะช่วยให้ผู้จัดทำไม่โดนกดดันจากผู้ซื้อเพียงฝ่ายเดียวได้

2.2.4 แรงกดดันจากอำนาจต่อรองของผู้ผลิต (The Bargaining Power of Supplier)

- การก่อสร้างอาคารอพาร์ทเมนต์ เนื่องจากธุรกิจอพาร์ทเมนต์มีบริษัทผู้รับเหมาก่อสร้างมากมาย รวมถึงการก่อสร้างอาคารของอพาร์ทเมนต์ในรูปแบบอาคารตาม มาตรฐานทั่วไป จึงทำผู้ผลิตไม่มีอำนาจต่อรองมากนัก (+)

- สินค้าเฟอร์นิเจอร์สำหรับอพาร์ทเมนต์ เนื่องจากมีผู้ขายเฟอร์นิเจอร์อยู่มากมายในบริเวณทำเลที่ตั้งอพาร์ทเมนต์ ดังนั้นอำนาจในการต่อรองของผู้ผลิตจึงมีไม่มากนัก (+)

- จากการวิเคราะห์ข้างต้น ผู้จัดทำสรุปได้ว่าแรงกดดันจากอำนาจต่อรองของผู้ผลิตแทบไม่ส่งผลต่อธุรกิจอพาร์ทเมนต์

2.2.5 แรกกดดันจากสินค้าทดแทน (Substitute Products)

- แรกกดดันจากสินค้าทดแทนของธุรกิจอาร์ทเมนท์ คือ บ้านเช่าและคอนโดเช่า ซึ่งจากการสำรวจของผู้จัดทำ ได้พบว่า ค่าเช่าสำหรับบ้านและคอนโดในท้องตลาดบริเวณใกล้เคียงกับซอยลาดกระบัง 24 และบริเวณใกล้เคียงนั้น มีราคาสำหรับค่าเช่าที่สูงมาก

หากวิเคราะห์ห้ดูแล้ว จะพบได้ว่ากลุ่มลูกค้าเป้าหมายของเราตามแผนธุรกิจ จะไม่มีความสนใจในการไปใช้บริการของสินค้าทดแทนประเภทนี้ได้ อีกทั้งการที่จะเช่าบ้านและคอนโดนั้น ทางผู้เช่าจะต้องทำสัญญาผูกมัดเป็นเวลอย่างน้อย 6 เดือน รวมถึงมีค่ามัดจำที่มีมูลค่าสูง (+)

จากการวิเคราะห์ข้างต้น ผู้จัดทำสรุปได้ว่าแรกกดดันจากสินค้าทดแทนทางผู้จัดทำมองว่าไม่ส่งผลในแง่ลบต่อแผนธุรกิจ

เมื่อสรุปสถานะการแข่งขันในธุรกิจอาร์ทเมนท์ด้วยโมเดล Five Forces Analysis ในด้านต่างๆ ทั้ง 5 ประการแล้ว จะเห็นได้ว่าธุรกิจอาร์ทเมนท์ยังคงเป็นธุรกิจที่น่าสนใจอยู่ ถึงแม้ว่าจะมีปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการทำธุรกิจบ้างจากการวิเคราะห์ข้างต้นในเรื่องจำนวนคู่แข่งภายในซอยลาดกระบัง 24 และอำนาจต่อรองของผู้ซื้อ แต่ก็ยังถือได้ว่าไม่เป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบในระยะยาวต่อธุรกิจอาร์ทเมนท์เพราะความต้องการในการเช่าห้องพักมีอัตราที่เติบโตขึ้นในทุกๆปี ดังนั้นด้วยห้องพักที่มีจำกัด ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อเรื่องจำนวนคู่แข่งก็จะหมดไป รวมถึงจะทำให้อำนาจต่อรองของผู้ซื้อหมดลงไปด้วยเช่นกัน และเมื่อมองถึงปัจจัยบวกในด้านอื่นๆ ประกอบกับความต้องการในห้องพักที่มีความต้องการมากขึ้นในทุกๆปีแล้วก็สรุปได้ว่าธุรกิจอาร์ทเมนท์ยังเป็นธุรกิจที่ส่งผลดีต่อเจ้าของธุรกิจในระยะยาว

2.3 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรค (SWOT Analysis)

2.3.1 จุดแข็ง

ด้านการบริหาร

- เจ้าของธุรกิจมาเป็นผู้จัดการอาร์ทเมนท์เอง ทำให้ช่วยในเรื่องลดค่าใช้จ่ายและมีอำนาจในการตัดสินใจสำหรับการแก้ปัญหาได้อย่างรวดเร็ว
- มีประสบการณ์จากการทำอาร์ทเมนท์ในโครงการแรกแล้ว ดังนั้นเรื่องการบริหารจึงสามารถนำความรู้และประสบการณ์มาบริหารให้มีประสิทธิภาพที่ดีได้

ด้านการก่อสร้าง

- ครอบครัวยุคของผู้จัดทำมีประสบการณ์ในการควบคุมงานการก่อสร้าง รวมถึงมีประสบการณ์จากการทำอพาร์ทเมนต์ที่แรก ดังนั้นการควบคุมคุณภาพและงบประมาณในการสร้างจึงทำได้ดี

ด้านการหาลูกค้าใหม่

- ไม่ยากเหมือนตอนเริ่มต้นธุรกิจใหม่ เราสามารถหาลูกค้าใหม่โดยการเชิญชวนในหมู่เพื่อนหรือคนรู้จักของคนที่เป็นลูกค้าอยู่แล้วเพื่อให้คนเหล่านี้มาอาศัยอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกัน

- อพาร์ทเมนต์ที่ทำใหม่ จะมีความน่าสนใจสำหรับคนที่เพิ่งเข้ามาใหม่และทำให้การตัดสินใจในการใช้บริการง่ายขึ้น

ด้านทำเลที่ตั้ง

- อพาร์ทเมนต์ตั้งอยู่ในบริเวณที่สามารถเดินทางไปสนามบินสุวรรณภูมิ ห้างสรรพสินค้าพาชีโอ โรงงานบริเวณถนนกิ่งแก้ว-ลาดกระบัง และ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบัง ได้อย่างสะดวก

- มีพื้นที่สำหรับลานจอดรถให้กับผู้เช่า

2.3.2 จุดอ่อน

- อพาร์ทเมนต์ที่ไม่มีร้านสะดวกซื้อ (ต้องเดินไปปากซอยระยะทาง 500 เมตร)
- อพาร์ทเมนต์ที่อยู่ในซอยประมาณ 500 เมตรไม่ติดถนน โดยทำเลจะเสียเปรียบกว่าคู่แข่งบางเจ้าที่อยู่ต้นซอย

2.3.3 โอกาส

- ถ้าสนามบินสุวรรณภูมิขยายพื้นที่ให้บริการตามนโยบายที่วางไว้ภายในปี 2560 ตัวพนักงานที่ทำงานในสนามบินสุวรรณภูมิก็จะมากขึ้นด้วย (ท่าอากาศยานไทย,2558)

- การเปิดประเทศเข้าสู่สมาคม AEC จะทำให้มีแรงงานเข้ามาในประเทศมากขึ้น และอาจจะทำให้มีโอกาสมที่มีลูกค้ามากขึ้น

2.3.4 อุปสรรค

- ถ้าคู่แข่งยอมปรับลดราคาถูกลง อาจทำให้เราสูญเสียลูกค้าและรายได้ลง

- หากมีการสร้างคอนโดราคาไม่แพง หรือ บ้านเอื้ออาทรในบริเวณใกล้เคียงกัน อาจทำให้สูญเสียลูกค้าได้เช่นกัน โดยลูกค้าหันไปผ่อนสินทรัพย์แทนการเช่าอู่พาร์ทเมนท์

สรุป จากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรค พบว่าแม้จะมีจุดอ่อนและอุปสรรคอยู่บ้างสำหรับธุรกิจพาร์ทเมนท์ แต่ทางผู้จัดทำมองว่า สามารถนำกลยุทธ์และแผนการตลาดต่าง ๆ มาช่วยแก้ไขในส่วนที่เป็นจุดอ่อนได้ อีกทั้งจุดแข็งที่ผู้จัดทำมีอยู่แล้วก็เป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจพาร์ทเมนท์ประสบความสำเร็จได้ อีกทั้งยังมีโอกาสที่เป็นสิ่งที่ส่งผลดีต่อธุรกิจพาร์ทเมนท์ชัยพงศ์ 2 อีกด้วย

2.4 การวิเคราะห์คู่แข่ง

จากการวิเคราะห์คู่แข่งภายในบริเวณซอยลาดกระบัง 24 และบริเวณใกล้เคียง จะพบได้ว่ามีคู่แข่งอยู่ 3 รายได้แก่

- 1.) The Ivory
- 2.) The Residence
- 3.) Chaba Service Apartment

หากทำการเปรียบเทียบกับทางชัยพงศ์พาร์ทเมนท์ 2 ดังที่แสดงข้อมูลในตารางที่ 1 จะได้รายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 1.1 : ตารางเปรียบเทียบคุณสมบัติของอพาร์ทเมนท์แต่ละแห่ง

ชื่อ	อัตราค่าใช้บริการ	จำนวนห้องพัก	Facilities	ที่จอดรถ
ชัยพงศ์ อพาร์ทเมนท์ 2	3,000 - 4,500 บาท	51 ห้อง	เท่ากัน	มี
The Ivory	5,000 บาท	36 ห้อง	เท่ากัน	มี
The Residence	4,500 บาท	28 ห้อง	เท่ากัน	มี
Chaba Apartment	3,800 - 6,000 บาท	30 ห้อง	เท่ากัน	มี

จากตารางข้างต้นจะเห็นได้ว่าทางชัยพวงส้อมพาร์ทเมนท์ 2 จะได้เปรียบในการแข่งขันกว่าคู่แข่งทั้ง 3 รายในหลายๆเรื่อง ได้แก่

เรื่องอัตราค่าใช้บริการที่ชัยพวงส้อมพาร์ทเมนท์ 2 จะมีราคาที่ถูกกว่าของคู่แข่งอีก 3 ราย รวมถึงจำนวนห้องพักที่มากกว่าคู่แข่ง ทำให้ธุรกิจของเราจะได้เปรียบในเรื่องการให้บริการที่มากกว่าส่วนสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) ทั้ง 4 ราย ถือว่ามีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานที่จำเป็นเท่ากัน และที่จอดรถภายในอพาร์ทเมนท์ทั้ง 4 รายก็มีเหมือนกัน แต่จำนวนรถที่สามารถจอดได้ ทางชัยพวงส้อมพาร์ทเมนท์ 2 จะได้เปรียบกว่าคู่แข่งอีก 3 ราย เนื่องจากมีการออกแบบพื้นที่ให้มีการจอดรถได้สูงถึง 12 คัน และมีพื้นที่จอดรถมอเตอร์ไซค์แยกออกไปทางด้านหลังของอพาร์ทเมนท์อีกด้วย โดยจำนวนที่จอดรถของคู่แข่งอีก 3 รายจะมีไม่มากนัก (จอดได้ประมาณ 4 คัน/แห่ง) โดยสาเหตุเนื่องมาจากการสร้างอพาร์ทเมนท์เต็มเนื้อที่

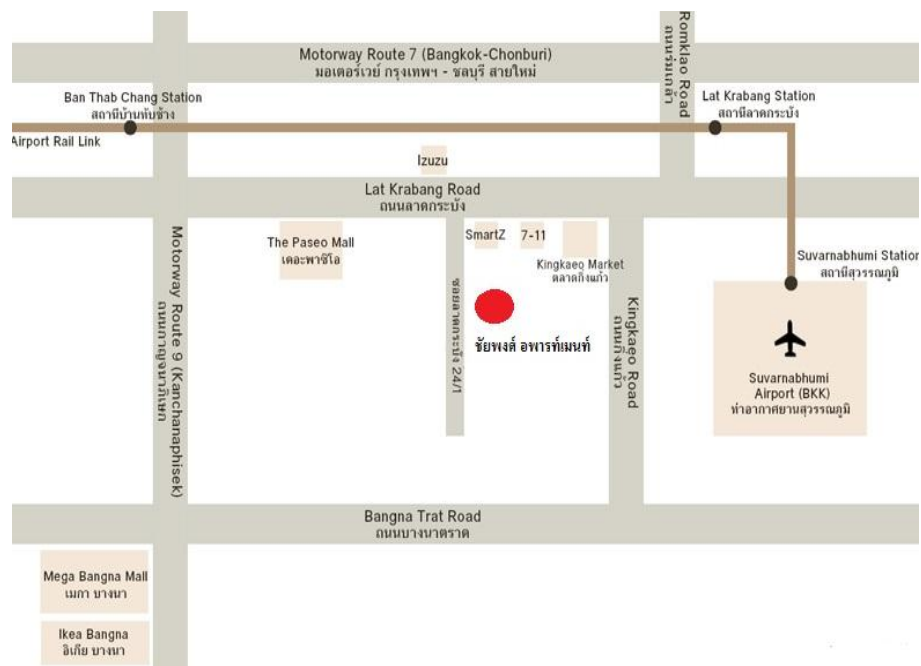
สรุปจากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ทางผู้จัดทำเห็นว่าข้อได้เปรียบที่ชัยพวงส้อมพาร์ทเมนท์ 2 มีจะส่งผลดีต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคที่จะมาใช้บริการห้องพักของผู้จัดทำเป็นตัวเลือกแรกและทำให้ธุรกิจชัยพวงส้อมพาร์ทเมนท์ 2 เป็นธุรกิจที่น่าสนใจและเหมาะสมแก่การลงทุนในระยะยาว



บทที่ 3

แผนการดำเนินงานทางธุรกิจ

3.1 ทำเลที่ตั้ง / แผนผังของธุรกิจ

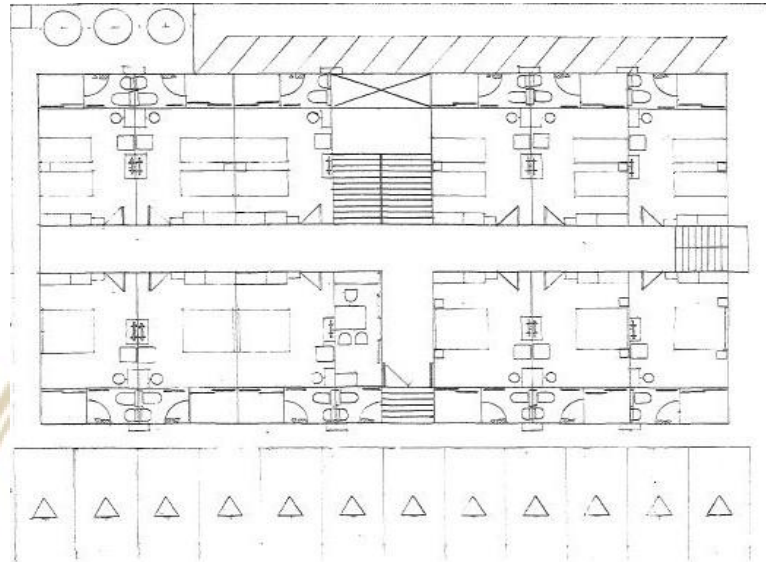


ภาพที่ 3.1 : ทำเลที่ตั้งของชัยพงศ์ อพาร์ทเมนต์ 2

ทำเลที่ตั้งอยู่ในซอยลาดกระบัง 24 เข้ามาในซอย 500 เมตรจะเจอชัยพงศ์ อพาร์ทเมนต์ 2 ทางฝั่งซ้ายมือและถ้าดูจากแผนที่ จะเห็นได้ว่าทำเลของชัยพงศ์ อพาร์ทเมนต์ 2 นั้นอยู่ใกล้กับบริเวณสถานที่สำคัญต่างๆคือ ห้างสรรพสินค้าพาซิโอ สนามบินสุวรรณภูมิ และถนนกิ่งแก้วที่เต็มไปด้วยโรงงานบนเกือบถนนทั้งเส้น

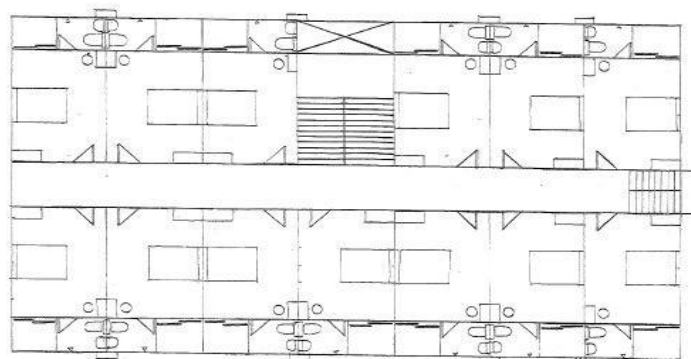
แผนผังของธุรกิจชัยพงศ์ อพาร์ทเมนต์ 2

แผนผังชั้นที่ 1



ภาพที่ 3.2 : แผนผังของชัยพงศ์ อพาร์ทเมนต์ 2 ชั้นที่ 1

แผนผังชั้นที่ 2-4



ภาพที่ 3.3 : แผนผังของชัยพงศ์ อพาร์ทเมนต์ 2 ชั้นที่ 2-4

3.2 แผนการดำเนินงาน

3.2.1 กระบวนการก่อสร้าง

เริ่มออกแบบอพาร์ทเมนท์โครงการชัยพงศ์อพาร์ทเมนท์ บนที่ดินมีขนาดพื้นที่ 180 ตารางวา โดยสร้างอพาร์ทเมนท์ ในรูปแบบอาคารจำนวน 4 ชั้น และมีห้องพัก 13 ห้องต่อชั้น (จะได้ห้องพักทั้งหมด 52 ห้อง โดย 1 ห้องจะเป็นของผู้บริหารที่จะคอยบริการลูกค้า ดังนั้นชัยพงศ์อพาร์ทเมนท์จะห้องพักจะมีทั้งหมด 51 ห้อง) สำหรับคนคุมการก่อสร้างคือคุณพ่อและทีมงานของผู้จัดทำ โดยคาดว่าจะใช้เวลาสร้างและตกแต่งประมาณ 8 เดือนก่อนที่จะเปิดให้บริการ

3.2.2 กระบวนการให้บริการ

1.) ลูกค้ามีความสนใจและติดต่อหาผู้บริหาร หรือ ทีมงาน เพื่อสอบถามถึงห้องว่าง หากมีห้องว่างก็นัดให้ลูกค้ามาชมห้องตัวอย่างในวันที่ลูกค้าสะดวก เมื่อลูกค้ามาดูห้องตัวอย่างและเกิดความสนใจก็นัดลูกค้าเซ็นสัญญา วางเงินมัดจำก้อนแรก 500 บาท และนัดหมายวันที่จะเข้ามาอยู่

2.) เมื่อถึงวันที่เข้าอยู่ ลูกค้าจะต้องชำระค่าบริการล่วงหน้า 1 เดือน (เป็นการสำรองเงินในกรณีที่ลูกค้าย้ายออก โดยที่ไม่ได้แจ้งล่วงหน้า)

3.) ถัดเดือนลูกค้าชำระค่าบริการตามอัตราห้องพัก รวมถึงค่าน้ำและค่าไฟด้วย

หมายเหตุ หากลูกค้ามีความประสงค์ที่จะย้ายออกจากชัยพงศ์ อพาร์ทเมนท์ ทางลูกค้าจะต้องแจ้งกับทางอพาร์ทเมนท์อย่างน้อยล่วงหน้า 1 เดือน เพื่อให้ผู้บริการและทีมงานจะได้ตรวจสอบสภาพห้องพักของลูกค้ารายนั้น รวมถึงตรวจสอบค่าใช้จ่ายค้างจ่ายทั้งหมด อาจจะมีการหักจากเงินมัดจำก้อนแรกที่ลูกค้าให้มาในวันแรก สำหรับกรณีที่มีค่าใช้จ่ายเกิดขึ้น

3.3 รูปแบบการจัดตั้งธุรกิจ

รูปแบบการจัดตั้งธุรกิจของ ชัยพงศ์อพาร์ทเมนท์จัดตั้งในรูปแบบบริษัท โดยใช้สมาชิกทั้งหมด 4 คน ซึ่งทั้ง 4 คนคือคนของครอบครัวผู้จัดทำทั้งหมดและแต่งตั้งให้ผู้จัดทำเป็นผู้บริหารชัยพงศ์ 2 แต่เพียงผู้เดียว ข้อดีคือ ทำให้มีผู้บริหารมีอำนาจในการตัดสินใจได้อย่างรวดเร็วและการบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.4 การบริหารงาน

การบริหารงานของธุรกิจชัยพงษ์อพาร์ทเมนต์ 2 เป็นรูปแบบของธุรกิจครอบครัวซึ่งเป็นรูปแบบองค์กรขนาดเล็กดังนั้นจึงใช้การบริหารและการจัดการแบบ Flat Organization เพื่อความสะดวกและรวดเร็วในการจัดการ และบริหารงาน

3.5 โครงสร้างองค์กร



ภาพที่ 3.4 : โครงสร้างองค์กรของชัยพงษ์ อพาร์ทเมนต์ 2

3.6 รายชื่อผู้บริหารชัยพงษ์ อพาร์ทเมนต์ 2

ชื่อ – นามสกุล

นายอิทธิพงษ์ บุญศิริ (เจ้าของธุรกิจชัยพงษ์ อพาร์ทเมนต์ 2)

วุฒิการศึกษา

ปริญญาโท วิทยาลัยการจัดการมหาวิทยาลัยมหิดล สาขาการจัดการธุรกิจ

ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ สาขาการตลาด

ประวัติการทำงาน

บริษัทแอดวานซ์อินโฟร์เซอร์วิสเซ จำกัด (มหาชน) ตำแหน่ง นักการตลาด

บริษัทเอสไอเอส ดิสทริบิวชั่น จำกัด (มหาชน) ตำแหน่ง ผู้จัดการผลิตภัณฑ์

3.7 Job Description

1.) ตำแหน่ง ผู้บริหาร (จำนวน 1 คน)

รายละเอียดของงาน

- ติดต่อกับลูกค้าทั้งเรื่องตอบคำถามและการให้บริการ- บริหารธุรกิจชัยพวงส์อพาร์ทเมนต์และจัดการเรื่องบัญชีของชัยพวงส์ อพาร์ทเมนต์ 2
- จัดซื้ออุปกรณ์ที่จำเป็นสำหรับอพาร์ทเมนต์
- ติดต่อกับทีมช่างช่างนอกหากมีกรณีของทีมช่างประจำอพาร์ทเมนต์ที่ไม่สามารถแก้ไขได้

2.) ทีมงานช่าง (จำนวน 1 คน)

รายละเอียดของงาน

- ทำหน้าที่ซ่อมแซมอุปกรณ์ต่างๆของอพาร์ทเมนต์
- คอยติดตามและควบคุมอะไหล่ของอุปกรณ์ที่ต้องใช้ภายในอพาร์ทเมนต์
- ตรวจสอบการทำงานของอุปกรณ์ต่างๆในห้องพักก่อนที่ลูกค้าจะย้ายออก

3.) พนักงานรักษาความปลอดภัย (จำนวน 1 คน)

รายละเอียดของงาน

- ทำหน้าที่ดูแลความปลอดภัยทั้งบุคคลและทรัพย์สินของชัยพวงส์อพาร์ทเมนต์ 2

4.) พนักงานทำความสะอาด (จำนวน 1 คน)

รายละเอียดของงาน

- ทำหน้าที่ทำความสะอาดบริเวณพื้นที่ภายในชัยพวงส์อพาร์ทเมนต์ 2 ได้แก่ทางเดินส่วนกลางของชัยพวงส์อพาร์ทเมนต์
- ทำความสะอาดภายในห้องพักหลังจากที่ลูกค้าย้ายออกไปแล้ว เพื่อเตรียมห้องให้สะอาดรอให้บริการลูกค้ารายใหม่
- ทำหน้าที่บริการลูกค้าแทนผู้บริหารหากผู้บริหาร ไม่ได้อยู่ที่อพาร์ทเมนต์

บทที่ 4

แผนการตลาด

จากการศึกษาถึงสภาพแวดล้อมของธุรกิจ ทางชัยพงศ์อพาร์ทเมนต์ 2 ได้เห็นโอกาสทางธุรกิจ แต่การทำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จนั้น เราต้องคำนึงถึงการดำเนินธุรกิจให้มีประสิทธิภาพ ทางผู้จัดทำ จึงวางแผนและวิเคราะห์ตลาดเพื่อที่จะทำแผนการตลาดดังนี้

4.1 ภาพรวมตลาดของธุรกิจอพาร์ทเมนต์ในเขตลาดกระบัง

สำหรับธุรกิจอพาร์ทเมนต์ในกรุงเทพมหานครบริเวณลาดกระบังซอย 24 และพื้นที่ใกล้เคียงมีอัตราการเติบโตคงที่ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา เนื่องจากปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจที่ค่อนข้างซบเซาตามงานวิจัยข้างต้น และราคาที่ดินที่มีการปรับราคาสูงขึ้น

จึงทำให้ไม่ค่อยมีการเกิดใหม่ของอพาร์ทเมนต์ในบริเวณนี้ แต่อย่างไรก็ตามธุรกิจอพาร์ทเมนต์ก็ยังสามารถอยู่รอดได้แม้ว่าเศรษฐกิจจะซบเซา แต่ก็มีโอกาสที่จะปรับอัตราค่าเช่าได้สูงขึ้นบ้าง ตามอัตราค่าครองชีพที่ปรับตัวตามเศรษฐกิจ

ดังนั้นสำหรับเจ้าของธุรกิจอพาร์ทเมนต์จึงต้องพยายามรักษามาตรฐานของอพาร์ทเมนต์และคุณภาพของการให้บริการไว้ เพื่อที่จะรักษาลูกค้าเอาไว้ให้ใช้บริการกับอพาร์ทเมนต์ของตนต่อไป

4.2 Segmentation

ตารางที่ 4.1 : ตารางการแบ่ง Segmentation

ด้านภูมิศาสตร์ (Geographic Segmentation)					
จังหวัด กรุงเทพมหานคร เขตลาดกระบัง					
พื้นที่ตั้ง	ในเมือง	ชานเมือง	นอกเมือง		
ความหนาแน่นของประชากร	มาก	ปานกลาง	น้อย		
ด้านประชากรศาสตร์ (Demographic Segmentation)					
เพศ	ชาย	หญิง			
อายุ (ปี)	ต่ำกว่า 20	20-30	31-45	45 ขึ้นไป	
ระดับการศึกษา	มัธยม 6	อนุปริญญา	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	
อาชีพ	นักเรียน นักศึกษา	พนักงาน	ข้าราชการ	รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว
รายได้ (บาท)	น้อยกว่า 12,000	12,001 - 20,000	20,001 - 35,000	35,001 ขึ้นไป	
ด้านพฤติกรรม (Behavioristic Segmentation)					
ประเภทที่อยู่อาศัย	อพาร์ทเมนท์	คอนโด	บ้านเช่า		
สื่อที่ใช้หาข้อมูล	สื่อออนไลน์	ป้ายโฆษณา	แผ่นพับ	โทรทัศน์	
ราคา (บาท)	ต่ำกว่า 3,000	3,000 - 4,500	4,501 - 6,000	6,000 ขึ้นไป	

ทางผู้จัดทำ ได้ทำตารางสรุปการแบ่งกลุ่มลูกค้าออกเป็นกลุ่มย่อยเพื่อเลือกกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจากตารางข้างต้นจะช่วยให้การวางตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่ซัพพลายเออร์ที่ 2 ต้องการ ทางผู้จัดทำเลือกใช้เกณฑ์ในการแบ่งทั้งหมด 3 ด้าน โดยแต่ละด้านมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.2.1) การแบ่งส่วนตลาดทางภูมิศาสตร์ (Geographic Segmentation)

- ที่ตั้งของซัพพลายเออร์ที่ 2 อยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร เขตลาดกระบัง เป็นบริเวณชานเมือง
- ความหนาแน่นของประชากรต่อบริเวณพื้นที่ในเขตลาดกระบังมีความหนาแน่นปานกลาง

4.2.2) การแบ่งส่วนตลาดทางประชากรศาสตร์ (Demographic Segmentation)

- เพศ มีทั้งเพศชายและเพศหญิง
- ช่วงอายุ อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 20-45 ปี
- ระดับการศึกษาตั้งแต่ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จนจบการศึกษาระดับปริญญาตรี
- อาชีพ นักเรียน นักศึกษาและกลุ่มพนักงาน
- รายได้ เริ่มตั้งแต่คนที่รายได้ต่ำกว่า 12,000 บาท จนถึง 20,000 บาท

4.2.3) การแบ่งส่วนทางด้านพฤติกรรม (Behavioristic Segmentation)

- รูปแบบของที่พักอาศัยที่ต้องการ จะเป็นรูปแบบอพาร์ทเมนท์
 - พฤติกรรมที่ใช้หาข้อมูลในการตัดสินใจ คือ การหาข้อมูลจากสื่อออนไลน์
- การเห็นโฆษณาจากป้ายโฆษณา และ แผ่นพับ
- ราคาที่ต้องการ เริ่มตั้งแต่ต่ำกว่า 3,000 บาท จนถึงไม่เกิน 4,500 บาท

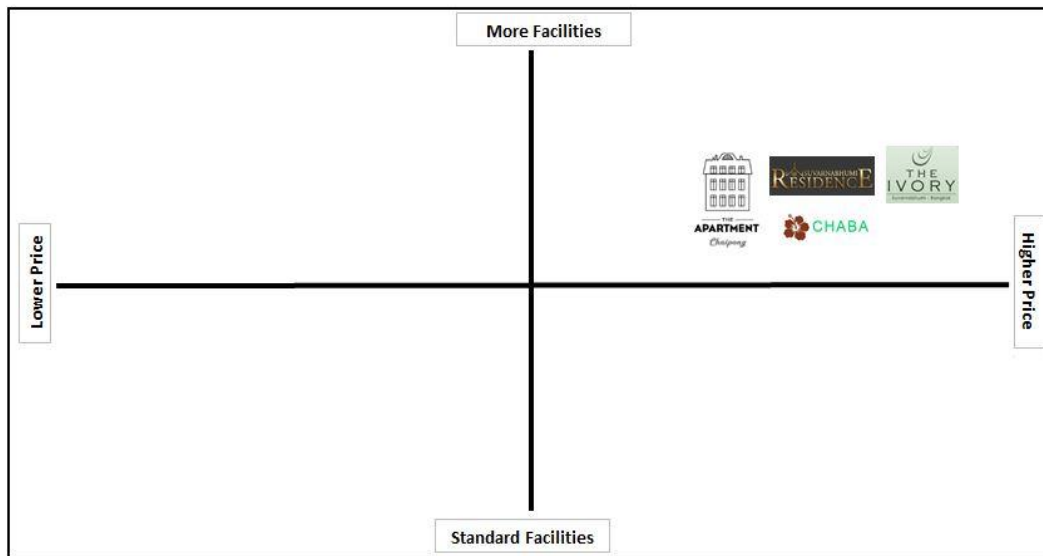
4.3 Target Market

กลุ่มเป้าหมายหลักของธุรกิจซัพพลาย อพาร์ทเมนท์ 2 คือกลุ่มพนักงานที่ทำงานในสนามบิณสุวรรณภูมิและห้างสรรพสินค้าพาซิโอ และกลุ่มเป้าหมายรองคือพนักงานที่ทำงานโซนโรงงานบนถนนกิ่งแก้วและนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบัง โดยการแบ่งสัดส่วนของลูกค้าทั้ง 4 กลุ่ม ได้รายละเอียดตามตาราง ดังนี้

ตารางที่ 4.2 : ตารางแสดงผลกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้า	สัดส่วน
พนักงานที่ทำงานในสนามบิณสุวรรณภูมิ	50%
พนักงานที่ทำงานในห้างสรรพสินค้าพาซิโอ	30%
พนักงานที่ทำงานโซน โรงงานบนถนนกิ่งแก้ว	15%
นักศึกษา	5%
รวม	100%

4.4 Positioning



ภาพที่ 4.1 : Perceptual Map

การวางตำแหน่งทางการตลาดของชัยพงส์อพาร์ทเมนต์ 2 จากรูปภาพข้างต้นนั้น ผู้จัดทำได้กำหนดการเปรียบเทียบ 2 แกน โดยแกนแนวนอนคือการเปรียบเทียบเรื่องราคาของค่าใช้บริการต่อเดือน และแกนตั้งคือการเปรียบเทียบของสิ่งอำนวยความสะดวกที่อพาร์ทเมนต์มีให้ ซึ่งจากการวางตำแหน่งตามรูปภาพ Perceptual Map ของชัยพงส์อพาร์ทเมนต์ 2 แล้วนั้น จะเห็นได้ว่าชัยพงส์อพาร์ทเมนต์ 2 ได้เปรียบมากกว่าคู่แข่งอีก 3 เจ้า ได้แก่ The Ivory , The Residence และ Chaba Apartment ในเรื่องราคาที่ชัยพงส์อพาร์ทเมนต์ 2 จะถูกกว่าคู่แข่งเจ้าอื่นๆ แต่มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆในรูปแบบที่ใกล้เคียงกัน

4.5 กลยุทธ์ทางการตลาด

4.5.1) กลยุทธ์ด้านสินค้าและบริการ

สินค้าและบริการของธุรกิจชัยพงส์อพาร์ทเมนต์ 2 คืออพาร์ทเมนต์ขนาด 4 ชั้น มีจำนวนทั้งหมด 51 ห้อง ขนาดของห้องพักจะมีพื้นที่ 25 ตารางเมตร (กว้าง 3.85 ตารางเมตร ลึก 6.5 ตารางเมตร) แต่ละห้องจะตกแต่งด้วยโทนสีขาวเพื่อให้ผู้พักอาศัยรู้สึกสบายและเหมาะแก่การพักผ่อนจากการดำรงชีวิตในระหว่างวัน

ส่วนตัวสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก ได้แก่

- เครื่องปรับอากาศ หรือ พัดลม (อพาร์ทเมนท์จะมีห้องให้เลือก 2 แบบ)
- โทรทัศน์ พร้อมเคเบิลทีวี
- อินเทอร์เน็ตไร้สายความเร็วสูง
- เตียงนอน , ตู้เสื้อผ้า , โต๊ะเครื่องแป้งและเก้าอี้
- เครื่องทำน้ำอุ่น

ทั้งนี้ในส่วนจากรูปแบบสิ่งอำนวยความสะดวก จะขึ้นอยู่กับงบประมาณและความต้องการของลูกค้า

4.5.2) กลยุทธ์ด้านราคา

สำหรับกลยุทธ์ด้านราคาของธุรกิจชัชพงศ์อพาร์ทเมนท์ 2 ใช้กลยุทธ์แบบ Value Price คือคิดราคาค่าบริการต่ำกว่าคู่แข่งรายอื่นๆแต่ให้สิ่งอำนวยความสะดวกที่ใกล้เคียงกัน

จากการใช้กลยุทธ์ราคาแบบ Value Price จะทำให้ชัชพงศ์อพาร์ทเมนท์ 2 ได้เปรียบจากคู่แข่งรายอื่นๆที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้บริโภค

4.5.3) กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย

ช่องทางในการจัดจำหน่ายของธุรกิจชัชพงศ์อพาร์ทเมนท์ 2 มีพิกัดตั้งอยู่ในซอยลาดกระบัง 24 ถนนอ่อนนุช เขตลาดกระบัง โดยเหตุผลที่เราทำธุรกิจที่นี่ เพราะ ผู้จัดทำมีที่ดินอยู่ในซอยลาดกระบัง 24 อยู่แล้ว อีกทั้งสภาพแวดล้อมของบริเวณนี้ยังมีความต้องการในเรื่องห้องพักอาศัยอยู่มาก สาเหตุเนื่องจากการขยายตัวของสถานที่ทำงาน อาทิ สนามบินสุวรรณภูมิ และ ห้างสรรพสินค้าพาซิโอเป็นต้น จึงทำให้ชัชพงศ์อพาร์ทเมนท์ 2 สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดในบริเวณนี้ได้

4.5.4) กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาดและการขาย

การโฆษณา

- ติคป้ายโฆษณาในบริเวณรอบๆซอยลาดกระบัง 24 โดยเราเลือกที่จะทำป้ายตรงริมถนน เพื่อให้คนที่สามารถเห็นได้อย่างชัดเจน

- ลงรายละเอียดของห้องพักลงบนเว็บไซต์ www.renthub.in.th

- มีการทำแผ่นใบปลิว โดยแจกที่ร้านค้าใน สนามบินสุวรรณภูมิ และ
ห้างสรรพสินค้าพาซิโอการทำกิจกรรมส่งเสริมการขาย

- มีการทำราคา Package แบบพิเศษ ได้แก่ จ่ายล่วงหน้า 6 เดือน ได้ลดราคา 5% และ
จ่ายล่วงหน้า 12 เดือน ได้ลดราคา 12%



บทที่ 5

แผนการเงิน

5.1 สมมติฐานทางการบัญชีและการเงิน (ประมาณการทางการเงินของกิจการในอนาคต)

- 1.) ยอดขายประมาณการในปีแรก 1,845,000 บาท มาจาก
 - ปีที่ 1 เดือนที่ 1-4 มีอัตราคนเช่าที่ 70% ยอดเงิน 516,600 บาท และ
 - เดือนที่ 5-12 มีอัตราการเช่าที่ 90 % ยอดเงิน 1,328,400 บาท
- 2.) ค่าก่อสร้างใช้เงินทุนทั้งสิ้น 10,200,000 บาท และ ใช้ระยะเวลาในการสร้าง 8 เดือน
- 3.) ค่าเฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้ห้องพัก 1,665,000 บาท
- 4.) ค่าเครื่องใช้สำนักงาน 35,000 บาท และ ค่ากล้อง CCTV จำนวน 16 ตัว 50,000 บาท
- 5.) ค่าใช้จ่ายในการเตรียมการก่อนการดำเนินงาน 330,000 บาท
- 6.) จัดทะเบียนในรูปแบบบริษัท
- 7.) รับชำระเงินค่าเช่าเป็นเงินสดเท่านั้น
- 8.) มีจำนวนพนักงาน 4 คน (รวมผู้จัดทำที่ทำในตำแหน่งเจ้าของธุรกิจ)
- 9.) เงินเดือนพนักงาน 4 คน ยอด 540,000 บาท/ปี มาจาก

ตำแหน่ง เจ้าของธุรกิจ	เงินเดือน	15,000 บาท/เดือน
ตำแหน่ง แม่บ้าน	เงินเดือน	9,000 บาท/เดือน
ตำแหน่ง ยาม	เงินเดือน	9,000 บาท/เดือน
ตำแหน่ง ช่าง	เงินเดือน	12,000 บาท/เดือน
- 10.) ค่าแรงงานเพิ่มคนละ 3% ต่อปี
- 11.) ต้นทุนค่าไฟฟ้าอยู่ที่ 4.5 บาท/หน่วย และคิดค่าบริการที่ 8 บาท/หน่วย
- 12.) ต้นทุนค่าน้ำประปาอยู่ที่ 13.50 บาท/หน่วย และคิดค่าบริการที่ 16 บาท/หน่วย
- 13.) ต้นทุนค่าอินเทอร์เน็ตไร้สายจุดสัญญาณละ 600 บาท/เดือน (ติดตั้ง 8 จุด) รวม
ต้นทุนค่าอินเทอร์เน็ต 57,600 บาท/ปี คิดค่าบริการต่อคนอยู่ที่ 200 บาท/ห้อง/เดือน
- 14.) ค่าเช่าพื้นที่จอยครดกันละ 300 บาท (จอดได้ทั้งหมด 12 คัน รวม 3,600 บาท)
- 15.) แหล่งเงินทุน มาจากเจ้าของ 100 % และ เสียภาษีโรงเรือน 100,000 บาท/ปี

5.2 ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน

ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงานของธุรกิจชัชพงศ์อาร์ทเมนท์ 2 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5.1 : ตารางแสดงค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน

ลำดับ	กิจกรรมก่อนการดำเนินงาน	จำนวนเงิน (บาท)
ก.รายจ่ายในการเตรียมการ		
1	ค่าจดทะเบียนจัดตั้งกิจการ	10,000
2	ค่าติดต่อกับหน่วยงานราชการเพื่อขอใบอนุญาตการทำกิจการ	150,000
3	ค่าติดต่อกับหน่วยงานราชการเพื่อขอสาธารณูปโภค	50,000
4	ค่าตกแต่งอาคารสำนักงาน	20,000
5	ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	100,000
รวมรายจ่ายในการเตรียมการ		330,000

5.3 งบต้นทุนโครงการ

งบต้นทุนโครงการของธุรกิจชัยพงศ์พาร์ทเมนท์ 2 เป็นการประมาณรายการของจำนวนเงินลงทุนที่ลงทุนก่อนเริ่มทำธุรกิจ เพื่อแสดงให้เห็นถึงจำนวนเงินลงทุนทั้งหมดของทั้งโครงการ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5.2 : ตารางแสดงงบต้นทุนโครงการ

รายการ	รวมจำนวนเงิน ทั้งสิ้น (บาท)	แหล่งที่มาของเงินทุน		
		หนี้สิน		เจ้าของ
		เจ้าหนี้การค้า	เงินกู้	
1.เงินทุนหมุนเวียน				
1.1 เงินสด (สำรองในการดำเนินงาน)	755,000			755,000
1.2 อื่นๆ				
รวมเงินทุนหมุนเวียน (1)	755,000			755,000
2.สินทรัพย์ถาวร				
2.1 ที่ดิน				
2.2 อาคาร	10,200,000			10,200,000
2.3 เฟอร์นิเจอร์ / เครื่องใช้ในห้อง	1,665,000			1,665,000
2.4 เครื่องใช้สำนักงาน	35,000			35,000
2.5 กล้อง CCTV จำนวน 16 ตัว	50,000			50,000
รวมสินทรัพย์ถาวร (2)	11,950,000			11,950,000
3.รายจ่ายก่อนการดำเนินงาน				
3.1 รายจ่ายในการเตรียมการ	330,000			330,000
3.2 สิทธิการใช้สินทรัพย์ฯ				
รวมรายจ่ายก่อนการดำเนินงาน (3)	330,000			330,000
รวมต้นทุนโครงการทั้งสิ้น (1) + (2) + (3)	13,035,000			13,035,000

5.4 การพยากรณ์รายได้จากธุรกิจ (ค่าเช่า)

ในปีที่ 1 ระยะเวลา 4 เดือนแรกประมาณอัตราคนเช่าที่ 70% และ เดือนที่ 5-12 มีอัตราการเช่าที่ 90% ปีที่ 2-5 มีอัตราการเช่าที่ 95% ปีที่ 6-10 มีอัตราการเช่าที่ 100% และปีที่ 11-20 มีอัตราการเช่าที่ 90%

โดยอัตราค่าเช่าในช่วงราคาตั้งแต่ 3,000 – 4,500 บาท/เดือน/ห้อง ดังนั้นการพยากรณ์ยอดขายของธุรกิจซัพพอร์ค อพาร์ทเมนท์ 2 แสดงรายละเอียดดังตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5.3 : ตารางแสดงการพยากรณ์รายได้จากธุรกิจ (ค่าเช่า)

รายการ	ปีที่ 1 (เดือนที่ 1-4)	ปีที่ 1 (เดือนที่ 5-12)	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้จาก ค่าเช่า	516,600	1,328,400	2,103,300	2,103,300	2,103,300	2,103,300
รายการ	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10	รวม 10 ปี
รายได้จาก ค่าเช่า	2,214,000	2,214,000	2,214,000	2,214,000	2,214,000	21,328,200
รายการ	ปีที่ 11	ปีที่ 12	ปีที่ 13	ปีที่ 14	ปีที่ 15	ปีที่ 16
รายได้จาก ค่าเช่า	1,992,600	1,992,600	1,992,600	1,992,600	1,992,600	1,992,600
รายการ	ปีที่ 17	ปีที่ 18	ปีที่ 19	ปีที่ 20	รวม 20 ปี	
รายได้จาก ค่าเช่า	1,992,600	1,992,600	1,992,600	1,992,600	41,254,200	

สรุปรายได้จากตารางที่ 6

ปีที่ 1	:	1,845,000 บาท
ปีที่ 2 -5	:	8,413,200 บาท
ปีที่ 6 – 10	:	19,070,000 บาท
ปีที่ 11 – 20	:	19,926,000 บาท
รวม 20 ปี	:	41,254,200 บาท

5.5 การพยากรณ์รายได้จากธุรกิจ (รายได้อื่นๆ) (ต่อ)

- รายได้จากค่าไฟฟ้า 8 บาท/หน่วย/เดือน
- รายได้จากค่าน้ำประปา 16 บาท/หน่วย/เดือน
- รายได้จากค่าอินเทอร์เน็ต 200 บาท/คน/เดือน
- รายได้จากค่าเช่าพื้นที่จอดรถ 300 บาท/คัน/เดือน

ตารางที่ 5.5 : ตารางแสดงการพยากรณ์รายได้จากธุรกิจ (รายได้อื่นๆ) (ต่อ)

รายการ	ปีที่ 11	ปีที่ 12	ปีที่ 13	ปีที่ 14	ปีที่ 15	ปีที่ 16
รายได้จากค่าไฟฟ้า	660,960	660,960	660,960	660,960	660,960	660,960
รายได้จากค่าน้ำประปา	35,251	35,251	35,251	35,251	35,251	35,251
รายได้จากค่าอินเทอร์เน็ต	76,800	76,800	76,800	76,800	76,800	76,800
รายได้จากค่าเช่าพื้นที่จอดรถ	43,200	43,200	43,200	43,200	43,200	43,200
รวมรายได้อื่นๆ	816,211	816,211	816,211	816,211	816,211	816,211
รายการ	ปีที่ 17	ปีที่ 18	ปีที่ 19	ปีที่ 20	รวม 20 ปี	
รายได้จากค่าไฟฟ้า	660,960	660,960	660,960	660,960	13,684,320	
รายได้จากค่าน้ำประปา	35,251	35,251	35,251	35,251	729,832	
รายได้จากค่าอินเทอร์เน็ต	76,800	76,800	76,800	76,800	1,536,000	
รายได้จากค่าเช่าพื้นที่จอดรถ	43,200	43,200	43,200	43,200	864,000	
รวมรายได้อื่นๆ	816,211	816,211	816,211	816,211	16,814,152	

5.6 งบประมาณการกำไร-ขาดทุน

ตารางที่ 5.6 : ตารางแสดงงบประมาณการกำไร-ขาดทุน ปีที่ 1-10

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
รายได้จากธุรกิจ (ค่าเช่า)	1,845,000	2,103,300	2,103,300	2,103,300	2,103,300	2,214,000	2,214,000	2,214,000	2,214,000	2,214,000
รายได้จากธุรกิจ (รายได้อื่นๆ)	764,640	854,890	854,890	854,890	854,890	893,568	893,568	893,568	893,568	893,568
กำไรขั้นต้น	2,609,640	2,958,190	2,958,190	2,958,190	2,958,190	3,107,568	3,107,568	3,107,568	3,107,568	3,107,568
ค่าใช้จ่ายเงินเดือนฝ่ายบริหาร	360,000	370,800	381,924	393,382	405,183	417,339	429,859	442,755	456,037	469,718
ค่าใช้จ่ายเงินเดือนฝ่ายบริหาร	180,000	185,400	190,962	196,691	202,592	208,669	214,929	221,377	228,019	234,859
ค่าใช้จ่ายในการโฆษณา	13,000	13,000	13,000	13,000	13,000	13,000	13,000	13,000	13,000	13,000
ค่าเสื่อมราคาอาคาร	510,000	510,000	510,000	510,000	510,000	510,000	510,000	510,000	510,000	510,000
ค่าเสื่อมราคาเฟอร์นิเจอร์ / เครื่องใช้ในห้อง	83,250	83,250	83,250	83,250	83,250	83,250	83,250	83,250	83,250	83,250
ค่าเสื่อมราคาเครื่องใช้สำนักงาน	1,750	1,750	1,750	1,750	1,750	1,750	1,750	1,750	1,750	1,750
ค่าเสื่อมราคาค่ากล้อง CCTV จำนวน 16 ตัว	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500
ค่าใช้จ่ายต้นทุนค่าไฟฟ้า	344,250	392,445	392,445	392,445	392,445	413,100	413,100	413,100	413,100	413,100
ค่าใช้จ่ายต้นทุนค่าน้ำประปา	27,540	31,396	31,396	31,396	31,396	33,048	33,048	33,048	33,048	33,048
ค่าใช้จ่ายค่าอินเทอร์เน็ต	57,600	57,600	57,600	57,600	57,600	57,600	57,600	57,600	57,600	57,600
รวมค่าใช้จ่ายของเงินต้นและค่าเสื่อม	1,579,890	1,648,141	1,664,827	1,682,014	1,699,716	1,740,256	1,759,036	1,778,380	1,798,304	1,818,826
กำไร (ขาดทุน) ก่อนค่าใช้จ่าภาษี	1,029,750	1,310,049	1,293,363	1,276,176	1,258,474	1,367,312	1,348,532	1,329,188	1,309,264	1,288,742
กำไร (ขาดทุน) (ภาษี)	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	929,750	1,210,049	1,193,363	1,176,176	1,158,474	1,267,312	1,248,532	1,229,188	1,209,264	1,188,742

5.6 งบประมาณการกำไร-ขาดทุน

ตารางที่ 5.7 : ตารางแสดงงบประมาณการกำไร-ขาดทุนปี 11-20

รายการ	ปีที่ 11	ปีที่ 12	ปีที่ 13	ปีที่ 14	ปีที่ 15	ปีที่ 16	ปีที่ 17	ปีที่ 18	ปีที่ 19	ปีที่ 20
รายได้จากธุรกิจ (ค่าเช่า)	1,992,600	1,992,600	1,992,600	1,992,600	1,992,600	1,992,600	1,992,600	1,992,600	1,992,600	1,992,600
รายได้จากธุรกิจ (รายได้อื่น ๆ)	816,211	816,211	816,211	816,211	816,211	816,211	816,211	816,211	816,211	816,211
กำไรขั้นต้น	2,808,811	2,808,811	2,808,811	2,808,811	2,808,811	2,808,811	2,808,811	2,808,811	2,808,811	2,808,811
ค่าใช้จ่ายเงินเดือนฝ่ายขาย	483,810	498,324	513,274	528,672	544,532	560,868	577,694	595,025	612,876	631,262
ค่าใช้จ่ายเงินเดือนฝ่ายบริหาร	241,905	249,162	256,637	264,336	272,266	280,434	288,847	297,513	306,438	315,631
ค่าใช้จ่ายในการโฆษณา	13,000	13,000	13,000	13,000	13,000	13,000	13,000	13,000	13,000	13,000
ค่าเสื่อมราคาอาคาร	510,000	510,000	510,000	510,000	510,000	510,000	510,000	510,000	510,000	510,000
ค่าเสื่อมราคาเฟอร์นิเจอร์ / เครื่องใช้ในห้อง	83,250	83,250	83,250	83,250	83,250	83,250	83,250	83,250	83,250	83,250
ค่าเสื่อมราคาเครื่องใช้สำนักงาน	1,750	1,750	1,750	1,750	1,750	1,750	1,750	1,750	1,750	1,750
ค่าเสื่อมราคาคอถ่วง CCTV จำนวน 16 ตัว	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500
ค่าใช้จ่ายต้นทุนค่าไฟฟ้า	371,790	371,790	371,790	371,790	371,790	371,790	371,790	371,790	371,790	371,790
ค่าใช้จ่ายต้นทุนค่าโทรศัพท์	29,743	29,743	29,743	29,743	29,743	29,743	29,743	29,743	29,743	29,743
ค่าใช้จ่ายค่าอินเตอร์เน็ต	57,600	57,600	57,600	57,600	57,600	57,600	57,600	57,600	57,600	57,600
รวมค่าใช้จ่ายของเงินเดือนและค่าเสื่อม	1,795,348	1,817,119	1,839,544	1,862,641	1,886,432	1,910,936	1,936,175	1,962,171	1,988,947	2,016,526
กำไร (ขาดทุน) ก่อนค่าใช้ค่าภาษี	1,013,463	991,692	969,267	946,170	922,379	897,875	872,636	846,640	819,864	792,285
ค่าใช้จ่าย (ภาษี)	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	913,463	891,692	869,267	846,170	822,379	797,875	772,636	746,640	719,864	692,285

5.7 งบกระแสเงินสดโดยประมาณ

ตารางที่ 5.8 : ตารางแสดงกระแสเงินสดปีที่ 1-10

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
จากกิจกรรมที่ดำเนินงาน											
เงินสดรับ											
ทุน	13,035,000										
เงินกู้ยืม	0										
รายได้	0	2,609,640	2,958,190	2,958,190	2,958,190	2,958,190	3,107,568	3,107,568	3,107,568	3,107,568	3,107,568
รวม เงินสดรับ	13,035,000	2,609,640	2,958,190	2,958,190	2,958,190	2,958,190	3,107,568	3,107,568	3,107,568	3,107,568	3,107,568
เงินสดจ่าย											
ที่ดิน											
อาคาร	10,200,000										
เฟอร์นิเจอร์ / เครื่องใช้ในห้อง	1,665,000										
เครื่องใช้สำนักงาน	35,000										
กล้อง CCTV จำนวน 16 ตัว	50,000										
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน	330,000										
ค่าแรง	540,000	556,200	572,886	572,886	590,073	607,775	626,008	644,788	664,132	684,056	704,578
ค่าใช้จ่ายทางตรง	1,039,890	1,091,941	1,091,941	1,091,941	1,091,941	1,091,941	1,114,248	1,114,248	1,114,248	1,114,248	1,114,248
จ่ายภาษี	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
รวม เงินสดจ่าย	12,280,000	1,679,890	1,748,141	1,764,827	1,782,014	1,799,716	1,840,256	1,859,036	1,878,380	1,898,304	1,918,826
รวม เงินสดสุทธิ	755,000	929,750	1,210,049	1,193,363	1,176,176	1,158,474	1,267,312	1,248,532	1,229,188	1,209,264	1,188,742
บวก เงินสดยกมา (สิ้นงวด)		755,000	1,684,750	2,894,799	4,088,162	5,264,339	6,422,813	7,690,125	8,938,657	10,167,845	11,377,109
เงินสดคงเหลือยกไป (ปลายงวด)	755,000	1,684,750	2,894,799	4,088,162	5,264,339	6,422,813	7,690,125	8,938,657	10,167,845	11,377,109	12,565,851

5.7 งบกระแสเงินสดโดยประมาณ

ตารางที่ 5.9 : ตารางแสดงกระแสเงินสดปีที่ 11-20

รายการ	ปีที่ 11	ปีที่ 12	ปีที่ 13	ปีที่ 14	ปีที่ 15	ปีที่ 16	ปีที่ 17	ปีที่ 18	ปีที่ 19	ปีที่ 20
จากกิจกรรมที่ดำเนินงาน										
เงินสดรับ										
ทุน										
เงินกู้ยืม										
รายได้	2,808,811	2,808,811	2,808,811	2,808,811	2,808,811	2,808,811	2,808,811	2,808,811	2,808,811	2,808,811
รวมเงินสดรับ	2,808,811	2,808,811	2,808,811	2,808,811	2,808,811	2,808,811	2,808,811	2,808,811	2,808,811	2,808,811
เงินสดจ่าย										
ที่ดิน										
อาคาร										
เฟอร์นิเจอร์/เครื่องใช้ในห้อง										
เครื่องใช้สำนักงาน										
กล้อง CCTV จำนวน 16 ตัว										
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน										
ค่าแรง	725,715	747,486	769,911	793,008	816,798	841,302	866,541	892,538	919,314	946,893
ค่าใช้จ่ายทางตรง	1,069,633	1,069,633	1,069,633	1,069,633	1,069,633	1,069,633	1,069,633	1,069,633	1,069,633	1,069,633
จ่ายภาษี	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
รวมเงินสดจ่าย	1,895,348	1,917,119	1,939,544	1,962,641	1,986,432	2,010,936	2,036,175	2,062,171	2,088,947	2,116,526
รวม เงินสดสุทธิ	913,463	891,692	869,267	846,170	822,379	797,875	772,636	746,640	719,864	692,285
รวม เงินสดยกมา (ต้นงวด)	12,565,851	13,479,314	14,371,006	15,240,273	16,086,442	16,908,822	17,706,697	18,479,333	19,225,974	19,945,837
เงินสดคงเหลือยกไป (ปลายงวด)	13,479,314	14,371,006	15,240,273	16,086,442	16,908,822	17,706,697	18,479,333	19,225,974	19,945,837	20,638,122

5.8 งบแสดงฐานะทางการเงินโดยประมาณ (งบดุล)

ตารางที่ 5.10 : ตารางแสดงฐานะทางการเงินปีที่ 1-10

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
สินทรัพย์หมุนเวียน										
เงินสดและเงินฝากธนาคาร	1,684,750	2,894,799	4,088,162	5,264,339	6,422,813	7,690,125	8,938,657	10,167,845	11,377,109	12,565,851
รวม สินทรัพย์หมุนเวียน	1,684,750	2,894,799	4,088,162	5,264,339	6,422,813	7,690,125	8,938,657	10,167,845	11,377,109	12,565,851
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน										
ที่ดิน										
อาคาร	10,200,000	9,690,000	9,180,000	8,670,000	8,160,000	7,650,000	7,140,000	6,630,000	6,120,000	5,610,000
เฟอร์นิเจอร์ / เครื่องใช้ในห้อง	1,665,000	1,581,750	1,498,500	1,415,250	1,332,000	1,248,750	1,165,500	1,082,250	999,000	915,750
เครื่องมือ / อุปกรณ์	35,000	33,250	31,500	29,750	28,000	26,250	24,500	22,750	21,000	19,250
กล้อง CCTV จำนวน 16 ตัว	50,000	47,500	45,000	42,500	40,000	37,500	35,000	32,500	30,000	27,500
รวม สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	11,950,000	11,352,500	10,755,000	10,157,500	9,560,000	8,962,500	8,365,000	7,767,500	7,170,000	6,572,500
รวม สินทรัพย์หมุนเวียน และ ไม่หมุนเวียน	13,634,750	14,247,299	14,843,162	15,421,839	15,982,813	16,652,625	17,303,657	17,935,345	18,547,109	19,138,351
หนี้สิน										
เงินกู้ยืม										
รวม หนี้สิน										
ส่วนของผู้ถือหุ้น										
ทุน	13,634,750	14,247,299	14,843,162	15,421,839	15,982,813	16,652,625	17,303,657	17,935,345	18,547,109	19,138,351
กำไรสะสม	929,750	1,210,049	1,193,363	1,176,176	1,158,474	1,267,312	1,248,532	1,229,188	1,209,264	1,188,742
รวม ส่วนของผู้ถือหุ้น	14,564,500	15,457,348	16,036,525	16,598,015	17,141,287	17,919,937	18,552,188	19,164,533	19,756,373	20,327,094
รวม หนี้สิน และ ส่วนของผู้ถือหุ้น	14,564,500	15,457,348	16,036,525	16,598,015	17,141,287	17,919,937	18,552,188	19,164,533	19,756,373	20,327,094

5.8 งบแสดงฐานะทางการเงินโดยประมาณ (งบดุล)

ตารางที่ 5.11 : ตารางแสดงฐานะทางการเงินปีที่ 11-20

รายการ	ปีที่ 11	ปีที่ 12	ปีที่ 13	ปีที่ 14	ปีที่ 15	ปีที่ 16	ปีที่ 17	ปีที่ 18	ปีที่ 19	ปีที่ 20
สินทรัพย์หมุนเวียน										
เงินสดและเงินฝากธนาคาร	13,479,314	14,371,006	15,240,273	16,086,442	16,908,822	17,706,697	18,479,333	19,225,974	19,945,837	20,638,122
รวม สินทรัพย์หมุนเวียน	13,479,314	14,371,006	15,240,273	16,086,442	16,908,822	17,706,697	18,479,333	19,225,974	19,945,837	20,638,122
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน										
ที่ดิน										
อาคาร	5,100,000	4,590,000	4,080,000	3,570,000	3,060,000	2,550,000	2,040,000	1,530,000	1,020,000	510,000
เฟอร์นิเจอร์ / เครื่องใช้ในห้อง	255,000	229,500	204,000	178,500	153,000	127,500	102,000	76,500	51,000	25,500
เครื่องมือ / อุปกรณ์	1,060,000	1,000,500	941,000	881,500	822,000	762,500	703,000	643,500	584,000	524,500
กล้อง CCTV จำนวน 16 ตัว	25,000	22,500	20,000	17,500	15,000	12,500	10,000	7,500	5,000	2,500
รวม สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	6,440,000	5,842,500	5,245,000	4,647,500	4,050,000	3,452,500	2,855,000	2,257,500	1,660,000	1,062,500
รวม สินทรัพย์หมุนเวียน และ ไม่หมุนเวียน	19,919,314	20,213,506	20,485,273	20,733,942	20,958,822	21,159,197	21,334,333	21,483,474	21,605,837	21,700,622
หนี้สิน										
เงินกู้ยืม										
รวม หนี้สิน										
ส่วนของผู้ถือหุ้น										
ทุน	19,919,314	20,213,506	20,485,273	20,733,942	20,958,822	21,159,197	21,334,333	21,483,474	21,605,837	21,700,622
กำไรสะสม	913,463	891,692	869,267	846,170	822,379	797,875	772,636	746,640	719,864	692,285
รวม ส่วนของผู้ถือหุ้น	20,367,777	20,640,197	20,889,540	21,115,112	21,316,201	21,492,073	21,641,970	21,765,114	21,860,701	21,927,907
รวม หนี้สิน และ ส่วนของผู้ถือหุ้น	20,367,777	20,640,197	20,889,540	21,115,112	21,316,201	21,492,073	21,641,970	21,765,114	21,860,701	21,927,907

5.9 ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)

ตารางที่ 5.12 : ตารางแสดงกระแสเงินสด

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6
กระแสเงินสด	1,684,750	2,894,799	4,088,162	5,264,339	6,422,813	7,690,125
รายการ	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10	ปีที่ 11	
กระแสเงินสด	8,938,657	10,167,845	11,377,109	12,565,851	13,479,314	

ลงทุนทั้งโครงการ : 12,280,000 บาท

ระยะเวลาคืนทุน : $9 + (12,280,000 - 11,317,109) / 12,565,851$

: $9 + (902,891) / 12,565,851$

: 9 ปี 1 เดือน



บทที่ 6

การจัดการความเสี่ยงและแนวทางรองรับความเสี่ยง

ทางผู้จัดทำได้วางแผนและเตรียมความพร้อมในสถานการณ์ที่มีความไม่แน่นอนอันที่จะเกิดขึ้นกับธุรกิจ โดยประเมินจากความเสี่ยงที่มีโอกาสจะเกิดขึ้นในด้านต่างๆ ได้แก่

6.1 ความเสี่ยงด้านการตลาด (Marketing Risk)

ความเสี่ยงด้านการตลาดที่คาดการณ์ไว้ มีดังนี้

ความเชื่อหรือค่านิยมที่ต้องการจะเป็นเจ้าของอสังหาริมทรัพย์ในรูปแบบคอนโดแทนการเช่าอยู่

วิธีป้องกันและรับมือกับความเสี่ยงด้านการตลาด

ทางผู้จัดทำได้ลองสำรวจและวิเคราะห์พื้นที่ในบริเวณโดยรอบของอพาร์ทเมนต์แล้ว และมีความคิดว่าโอกาสที่คอนโดจะมาแทนที่ตัวธุรกิจนั้น มีโอกาสเป็นไปได้ยาก สาเหตุอันเนื่องมาจากความจำกัดของพื้นที่ในบริเวณนั่นเอง รวมถึงหากมีการสร้างคอนโดจริง ทางผู้จัดทำมองว่าตลาดจะเป็นคนละกลุ่มกับกลุ่มที่เป็นลูกค้าของทางธุรกิจชัยพงศ์ อพาร์ทเมนต์ 2

6.2 ความเสี่ยงด้านการเงินและด้านสภาพคล่อง (Financial and Liquidity Risk)

ความเสี่ยงด้านการเงินการเงินและด้านสภาพคล่อง ที่คาดการณ์ไว้ มีดังนี้

การที่ผู้เช่าไม่ยอมชำระเงินตามสัญญาหรือผิดสัญญาการชำระเงินทำให้การขาดสภาพคล่องทางการเงินในบางช่วงเวลา

วิธีป้องกันและรับมือกับความเสี่ยงด้านการเงินและด้านสภาพคล่อง

ทางผู้จัดทำมีการป้องกันเรื่องการทำสัญญากับผู้เช่าตั้งแต่แรก โดยผู้จัดทำมีการตกลงกับผู้เช่าโดยขอเก็บค้ำมัดจำกับผู้เช่าครั้งแรกล่วงหน้า 2 งวดตั้งแต่เริ่มเข้าพัก (เพื่อป้องกันการที่ผู้เช่าจะผิดสัญญาหรือหนีออกไปก่อนที่จะถึงช่วงไถ่เช่าระยะเวลาชำระเงิน) รวมถึงผู้จัดทำจะมีการเดินเช็คมิเตอร์ของค่าน้ำและค่าไฟอยู่เสมอ เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาที่ค่าน้ำและค่าไฟสูงกว่าเงินมัดจำ

6.3 ความเสี่ยงด้านเครดิต (Credit Risk)

ความเสี่ยงด้านเครดิตที่คาดการณ์ไว้ มีดังนี้

ธุรกิจอพาร์ทเมนต์ เป็นธุรกิจที่ดำเนินการ โดยไม่มีการให้เครดิตใดๆกับผู้เช่า ดังนั้นธุรกิจซัพพลายเออาร์ทเมนต์ 2 จึงไม่มีความเสี่ยงด้านเครดิตที่จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจ

6.4 ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน (Operational Risk)

ความเสี่ยงด้านการดำเนินงานที่คาดการณ์ไว้ มีดังนี้

- พนักงานมีการทุจริต โดยการเก็บเงินค่าเช่าเอาไว้เอง
- พนักงานลาออก ทำให้ไม่สามารถบริการได้ตามมาตรฐาน
- เฟอ์นเจอร์ที่เป็นสินทรัพย์ของทางอพาร์ทเมนต์ เกิดความเสียหายจากผู้เช่า

วิธีป้องกันและรับมือกับความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน

- ผู้จัดทำที่เป็นเจ้าของธุรกิจ จะแจ้งหมายเลขบัญชีของตนเองให้กับผู้เช่า และให้ผู้เช่าโอนเงินเข้ามาโดยตรงพร้อมทั้งส่งหลักฐานการโอนมาให้เจ้าของในทุกๆเดือน เพื่อป้องกันปัญหาการที่พนักงานจะมารับเงินจากผู้เช่าโดยตรง และถ้าหากมีลูกค้าคนไหนไม่สะดวกโอนเงินทางผู้จัดทำก็จะเป็นคนมารับเงินเองที่อพาร์ทเมนต์ ในช่วงเวลาตามที่กำหนดในสัญญา ก็จะช่วยป้องกันปัญหาพนักงานทุจริตได้

- หากพนักงานลาออก การแก้ปัญหาเบื้องต้นทำได้โดยเจ้าของธุรกิจจะมาทำงานในตำแหน่งนั้นแทน และติดต่อหาพนักงานจากบริษัทจัดหาพนักงานล่วงหน้าเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาการบริการที่ไม่ได้มาตรฐานที่จะเกิดขึ้น

- ก่อนที่ผู้เช่าจะเริ่มเข้าพักที่อพาร์ทเมนต์ จะต้องมีการเช็คสภาพเฟอร์นิเจอร์ร่วมกันระหว่างพนักงานของอพาร์ทเมนต์กับผู้เช่า และมีการทำสัญญาเอาไว้เพื่อให้ผู้เช่ารับรู้ว่าถ้าเกิดความเสียหายกับเฟอร์นิเจอร์มากกว่าที่เกิดจากสภาพการใช้งานจะมีค่าปรับเกิดขึ้น โดยการประเมินความเสียหายจะทำเมื่อวันที่ผู้เช่าสิ้นสุดสัญญาเช่า

6.5 ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ (Strategy Risk)

ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ที่คาดการณ์ไว้ มีดังนี้

ลูกค้าไม่มาใช้บริการตามเป้าหมายที่วางไว้

วิธีป้องกันและรับมือกับความเสี่ยงด้านกลยุทธ์

ศึกษาพฤติกรรมและปรับวิธีการโฆษณาหรือการประชาสัมพันธ์ใหม่เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายมีความรู้จักในชัชพงศอาร์ทเมนต์ 2 ให้มากขึ้น และออกกลยุทธ์การตลาดควบคู่กับการทำประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความน่าสนใจเพื่อให้จำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นตามเป้าหมายที่วางไว้



บรรณานุกรม

- คอลลิเออร์ อินเตอร์เนชั่นแนล : รายงานวิจัย เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ในกรุงเทพมหานคร ณ ไตรมาส
ที่ 1 พ.ศ. 2558 [online] available : <https://www.colliers.co.th/>
- ท่าอากาศยานไทย : แผนพัฒนาสุวรรณภูมิปี 2558 [online] available : <https://www.airportthai.co.th>
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย : งานวิจัยศูนย์กสิกรไทย (2557) : ตลาดอสังหาริมทรัพย์ที่อยู่อาศัยปี 2557
[online] available : <https://www.kasikornresearch.com>
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย : งานวิจัยศูนย์กสิกรไทย (2558) : ก่อสร้างภาครัฐครั้งแรกปี 58 ทอยยฟื้นตัว
[online] available : <https://www.kasikornresearch.com>
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย : งานวิจัยศูนย์กสิกรไทย (2558) : ตลาดที่อยู่อาศัยกรุงเทพฯและปริมณฑลปี
2558 [online] available : <https://www.kasikornresearch.com>
- สารานุกรม : สารานุกรมกรุงเทพมหานคร (2558) สำนักงานสถิติแห่งชาติ : จำนวนประชากรใน
ประเทศไทย (2558) http://stat.dopa.go.th/stat/y_stat57.html