

แผนธุรกิจ ซี. เค. อพาร์ทเมนต์

ชโลทร กาหลง¹

บทสรุปผู้บริหาร

ในอดีตธุรกิจอพาร์ทเมนต์ให้เช่าเป็นที่รู้จักกันในวงแคบๆ ว่าเป็นธุรกิจน้ำซึมบ่อทราย แต่หลังจากที่เกิดการขยายตัวของเมืองออกสู่พื้นที่รอบนอก ชุมชนรวมไปถึงมหาวิทยาลัยต่างๆ จึงเริ่มขยายขยายออกมาสร้างในเขตชานเมือง ความจำเป็นในเรื่องหอพักนักศึกษาจึงเพิ่มมากขึ้น เจ้าของที่ดินหลายราย จึงสนใจก้าวเข้าสู่ธุรกิจนี้กันอย่างต่อเนื่องทำให้ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์นั้นถือได้ว่าเป็นธุรกิจที่เติบโตอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน

การบริหารงานของบริษัท ซี.เค. อพาร์ทเมนต์นั้นจะเน้นถึงประโยชน์ของพื้นที่ใช้สอยและความสะดวกสบายเป็นหลัก แม้ว่าเนื้อที่สำหรับการสร้างนั้นจะไม่ได้เป็นที่กว้างมากนักแต่สำหรับการตกแต่งนั้นจะทำให้ตัวอาคารดูกว้างใหญ่ สะอาดตา และโปร่งขึ้น

บริษัท ซี.เค. อพาร์ทเมนต์ จะเจาะกลุ่มเป้าหมายอยู่ที่นักศึกษา คือกลุ่มคนระดับกลางที่มีการดำเนินชีวิตที่ทันสมัยและชอบความสะดวกสบาย โดยเน้นอพาร์ทเมนต์จะสร้างความแตกต่างทั้งในเรื่องของโครงสร้าง รูปลักษณ์อาคารที่มีรูปแบบที่ทันสมัย และสร้างความแตกต่างในเรื่องของคุณภาพของตัวห้องพักเพื่อให้อพาร์ทเมนต์เป็นที่สำหรับพักผ่อนที่เปรียบเสมือนบ้านของตัวเอง โดยจะใช้พื้นที่ใช้สอยให้เกิดความคุ้มค่ามากที่สุด พร้อมกับอำนวยความสะดวกในเรื่องของสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ทั้งนี้สิ่งที่ยากไม่ได้ต่อการพักอาศัยคือ เรื่องความปลอดภัยที่ใช้ระบบสแกนนิ้วมือ เพื่อสร้างความปลอดภัยให้กับผู้พักอาศัย รวมถึงการเดินทางที่สะดวกสบาย อีกทั้งยังมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง ทั้งหมดนี้เพื่อให้บริการที่สมบูรณ์แบบอพาร์ทเมนต์ให้เช่าระดับ middle class

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ มหาวิทยาลัยรังสิต

โดยซี.เค. อพาร์ทเมนท์จะมีราคาเช่าอยู่ในระดับที่ไม่สูงจนเกินไปเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งที่มีและคุณภาพที่ลูกค้าจะได้รับและเนื่องจากอพาร์ทเมนท์มีขนาดกลางที่ไม่ใหญ่และไม่เล็กจนเกินไป การบริหารงานไม่ยากและสามารถดูแลลูกค้าได้อย่างทั่วถึง โดยพนักงานที่ดูแลเรื่องอพาร์ทเมนท์จะเป็นคนท้องถิ่น ที่จะคอยดูแลรักษาตัวอาคารให้สะอาดและพร้อมที่จะสร้างความประทับใจให้ลูกค้าทุกวัน

แผนการตลาด บริษัทฯมีการแบ่งส่วนตลาดโดยใช้ (1) เกณฑ์ทางประชากรศาสตร์ ในส่วนของรายได้ (2) เกณฑ์ด้านภูมิศาสตร์ คือในส่วนของใจกลางเมือง ใกล้สถานศึกษา (3) เกณฑ์ด้านพฤติกรรม คือจะเป็นคนที่ต้องการความสะดวกสบาย ไม่ต้องเข้าชอปปิง ดัดถนน แต่ไม่มีเสียงดังรบกวนจนเกินไป เป็นบุคคลที่ยอมจ่ายเงินมากกว่า เมื่อเห็นความคุ้มค่ากับคุณภาพและการบริการที่จะได้รับ และ ดังนั้น บริษัทจึงสรุปกลุ่มเป้าหมายหลักของ ซี. เค. อพาร์ทเมนท์ คือกลุ่มนักศึกษาเนื่องจากบริเวณที่ตั้งของ อพาร์ทเมนท์มีสถาบันศึกษาหลายแห่งและมีนักศึกษาที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัดหรือนักศึกษาที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดแต่ห่างไกล ต้องการที่พักอาศัยใกล้กับสถาบัน สามารถไป-กลับ เดินทางได้สะดวก อีกทั้งตัวอพาร์ทเมนท์มีรูปลักษณะที่ทันสมัย ในห้องพักมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน และมีบรรยากาศที่โปร่งสบาย สามารถสร้างแรงจูงใจและความชอบให้กับกลุ่มนักศึกษาได้อย่างดี และกลุ่มเป้าหมายรองคือกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่

กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์และการให้บริการของอพาร์ทเมนท์ แนวคิดด้านผลิตภัณฑ์ คือการใส่ใจในทุกรายละเอียด โดยเน้นถึงคุณภาพเป็นหลัก สร้างความแตกต่างในเรื่องของคุณภาพให้ต่างจากคู่แข่ง เหมาะสมกับราคาที่ตั้งไว้ มีการบริการที่ดี ได้รับการอำนวยความสะดวกมากมาย ทำให้ผู้ที่มารับบริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด กลยุทธ์ทางด้านราคา เนื่องจากธุรกิจอพาร์ทเมนท์จะมีกำไรได้ต้องสร้างกลยุทธ์ที่เป็นไปได้และเข้ากันได้ โดยการกำหนดราคาเช่าของอพาร์ทเมนท์ ซึ่งกลยุทธ์การตั้งราคาจะยึดหลักจากความเหมาะสมรวมไปถึงต้นทุนของการก่อสร้าง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการทำเลที่ตั้ง ราคาสินค้าวัสดุสร้าง วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการตกแต่ง พื้นที่ใช้สอย หรือ สิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งจากที่ได้กล่าวมา อพาร์ทเมนท์ ซี.เค ตั้งอยู่ใจกลางเมืองจังหวัดเชียงใหม่ มีสิ่งอำนวยความสะดวกมากมาย มีโครงสร้างที่ทันสมัย ดึงดูดและน่าเช่าอยู่อาศัยและใหม่กว่าคู่แข่งชั้นรายเดิม ๆ ในระแวกใกล้เคียง โดยการตั้งราคานั้นอาจมีค่าเช่าที่สูงกว่าอพาร์ทเมนท์ในระแวกเดียวกันแต่ไม่ได้สูงเกินไปจนเกินไป เรียกได้ว่าราคาเป็นที่รับได้สำหรับกลุ่มเป้าหมายที่มีรายได้เพียงพอกับการเช่า กลยุทธ์ด้านการดำเนินงาน(process) คือ

กระบวนการในการจัดการด้านการบริการ ที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และเกิดความภักดีในตัวสินค้า โดยอพาร์ทเมนท์จะมีการทำงานเป็นระบบ มีขั้นตอนการปฏิบัติงานจนถึงขั้นตอนการให้บริการเป็นลำดับขั้น เพื่อความสะดวกสบาย และได้รับความสะดวกสบายสูงสุดผู้จัดการฝ่ายขาย 1 คน พนักงานขาย 2 คน พนักงานธุรการ 1 คน พนักงานขับรถ 3 คน และพนักงานขนส่งสินค้า 3 คน

บริษัทใช้เงินลงทุนเริ่มแรก 61 ล้านบาท มียอดขายปีที่ 1 เท่ากับ 3,136,320 บาท ปีที่ 2 เท่ากับ 4,704,480 บาท ปีที่ 3 เท่ากับ 6,708,240 บาท ปีที่ 4 เท่ากับ 7,492,320 บาท และปีที่ 5 เท่ากับ 8,276,400 บาท มีกำไรสุทธิในปีที่ 1 เท่ากับ -533,501 บาท ปีที่ 2 เท่ากับ 657,402 บาท ปีที่ 3 เท่ากับ 2,047,163 บาท ปีที่ 4 เท่ากับ 2,582,503 บาท และปีที่ 5 เท่ากับ 3,117,168 บาท ระยะเวลาคืนทุนของโครงการเท่ากับ 9 ปี 10 เดือน มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value; NPV) เท่ากับ -41,120,020 บาท และมีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Internal Rate of Return; IRR) เท่ากับ -25.18%

คำสำคัญ แผนธุรกิจ, อพาร์ทเมนท์, รายเดือน, รายวัน

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ความต้องการในเรื่องที่อยู่อาศัยนับเป็นปัจจัย 4 ที่สำคัญอย่างหนึ่งในการดำรงชีวิตของมนุษย์ ทำให้มนุษย์ต้องเลือกสรรสิ่งที่ดีเพื่อตอบสนองความต้องการ ซึ่งในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา อพาร์ทเมนท์ คอนโด หรือโรงแรมมีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ผู้ประกอบการเกิดการตื่นตัวและสนใจในการทำธุรกิจนี้เป็นอย่างมาก แต่อย่างไรก็ตามการเลือกที่อยู่อาศัยก็จะแตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม ความจำเป็นพื้นฐาน รวมไปถึงความชอบในแต่ละบุคคล จึงก่อให้เกิดที่อยู่อาศัยประเภทต่างๆ เพื่อให้เป็นตัวเลือกในการตัดสินใจ ตามความต้องการ เช่น บ้านเดี่ยว ทาวน์เฮ้าส์ ทาวน์โฮม เป็นต้น ซึ่งความต้องการที่จะเลือกซื้อที่อยู่อาศัยนั้นอาจจะไม่ใช้การอยู่อาศัยแบบถาวรเสมอไป เนื่องจากมีหลายปัจจัยเกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการเคลื่อนย้ายไปปฏิบัติงานในต่างจังหวัด เพื่อการศึกษาต่อ หรือการย้ายภูมิลำเนาชั่วคราว จึงก่อให้เกิดที่อยู่อาศัยประเภท คอม โดมิเนียม และอพาร์ทเมนท์ เกิดขึ้นเป็นต้น

การลงทุนอสังหาริมทรัพย์ที่เกิดขึ้นในขณะนี้ เป็นการรองรับความต้องการของลูกค้ำที่มีจำนวนมากขึ้น เชียงใหม่มีศักยภาพนอกจากจะเป็นเมืองท่องเที่ยวแล้ว ยังเป็นศูนย์กลางการศึกษาของภาคเหนือ ขณะที่ในสาขาของที่อยู่อาศัย ผลกระทบจากน้ำท่วมในพื้นที่ภาคกลาง ทำให้เกิดความต้องการที่จะหาซื้อบ้านหลังที่ 2 นี้จึงเป็นการเปิดโอกาสทางการลงทุนให้ผู้ประกอบการที่มีความพร้อม ซึ่งมีการคาดการณ์ว่า ตลาดอสังหาริมทรัพย์ในปีนี้จะขยายตัวจากปี 2554 ไม่นต่ำกว่า 25-30% เนื่องจากมีกลุ่มลูกค้ำจากต่างถิ่นที่ประสบปัญหาน้ำท่วม และเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อเข้ามาหาซื้อที่อยู่อาศัย ขณะที่สถานการณ์ทางการเมืองที่มีเสถียรภาพมากขึ้น จึงเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการลงทุน

อพาร์ทเมนต์ เป็นอาคารที่อยู่อาศัยซึ่งมีความสูงตั้งแต่ 4 ชั้นขึ้นไป มีหลายห้องในอาคารเดียวกัน ไม่มีการจำหน่ายห้องเหมือนแฟลตหรือคอนโดมิเนียม เพราะการสร้างอพาร์ทเมนต์มีวัตถุประสงค์เพื่อประกอบกิจการให้เช่าโดยเฉพาะ อพาร์ทเมนต์มุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมาย 2 กลุ่ม โดยแยกตามรายได้และทำเลที่ตั้งเป็นสิ่งสำคัญ คือ

อพาร์ทเมนต์สำหรับผู้ที่มีรายได้น้อย อาคารมีลักษณะคล้ายกับแฟลตพื้นที่ใช้สอยมีเพียงห้องนอนและห้องน้ำเท่านั้น ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน

อพาร์ทเมนต์สำหรับผู้ที่มีรายได้ปานกลางถึงรายได้สูง อาคารมีขนาดพื้นที่ใช้สอยมากกว่าอพาร์ทเมนต์สำหรับผู้ที่มีรายได้น้อย และมีความคล้ายคลึงกับอาคารชุดหรือคอนโดมิเนียม คือ มีห้องนอน ห้องนั่งเล่น ห้องครัว และห้องน้ำ ดังนั้น อัตราค่าเช่าจึงใกล้เคียงกับห้องชุดของคอนโดมิเนียมอพาร์ทเมนต์ระดับดังกล่าวมักตั้งอยู่ในย่านธุรกิจ

เนื่องจากที่อยู่อาศัยในรูปแบบของการให้เช่ามีหลายลักษณะ หลายราคา และหลายกลุ่มเป้าหมาย การดำเนินธุรกิจจึงมีความแตกต่างกันเพื่อสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด

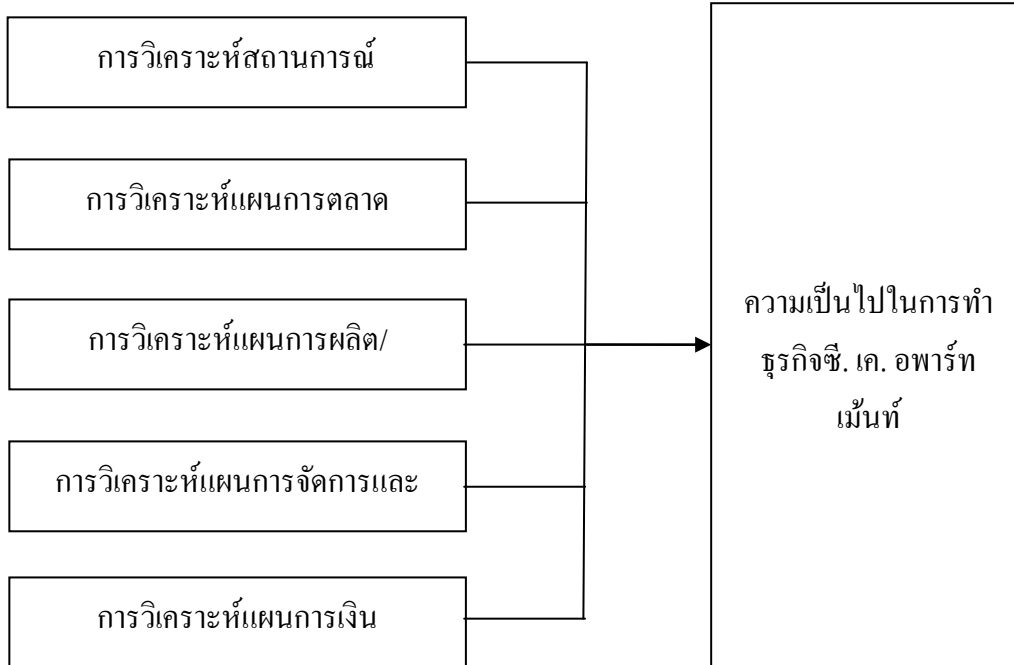
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของการทำธุรกิจ ซี. เค. อพาร์ทเมนต์

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลการศึกษาในครั้งนี้จะทำให้ทราบถึงความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ ซี. เค. อพาร์ทเมนต์

1.4 กรอบแนวคิดในการศึกษา



1.5 ขอบเขตของการศึกษา

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาเกี่ยวกับความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจซี.เค.อพาร์ทเมนท์
2. ขอบเขตด้านเวลา ใช้ระยะเวลาทำการศึกษาดังแต่เดือนเดือนมีนาคม – เดือนสิงหาคม 2556

1.6 นิยามศัพท์

1. แผนธุรกิจ หมายถึง การวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต/การดำเนินงาน การวิเคราะห์ด้านการเงิน และสรุปผลว่า ธุรกิจดังกล่าวมีความเป็นไปได้ในการดำเนินงานหรือไม่
2. อพาร์ทเมนท์ หมายถึง อาคารพักอาศัยเพื่อเช่า ซึ่งจะเป็นที่พักอาศัยหรืออาคารพักอาศัยที่ผู้อยู่อาศัยมีสิทธิ์แค่เพียงเช่าพักเท่านั้น โดยกรรมสิทธิ์ทั้งผืนดินและทั้งอาคารนั้นยังเป็นของเจ้าของอพาร์ทเมนท์ เพียงคนเดียว และทุกคนที่อาศัยอยู่ในอาคารนั้นต้องปฏิบัติตามในกฎระเบียบที่อพาร์ทเมนท์กำหนดไว้

3. การวิเคราะห์สถานการณ์หมายถึงการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกขององค์กร โดยการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรค (SWOT Analysis)
4. การวิเคราะห์ด้านการตลาดหมายถึง การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การวางตำแหน่งทางการตลาด การกำหนดผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด
5. การวิเคราะห์ด้านการผลิตหมายถึง ขั้นตอนการผลิต/การบริหารขององค์กร
6. การวิเคราะห์ด้านการจัดการและกำลังคน หมายถึงการกำหนดโครงสร้างองค์กร
7. การวิเคราะห์ด้านการเงิน หมายถึง รายได้หรือยอดขาย กำไรสุทธิ ระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ และอัตราผลตอบแทนภายใน

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

- การวิเคราะห์สถานการณ์

การวิเคราะห์สถานการณ์ โดยการใช้วิธี SWOT Analysis มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1 จุดแข็งของกิจการ (Strengths)

1. เป็นอพาร์ทเมนท์ระดับกลางที่มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพของที่พักอาศัยมีสภาพแวดล้อมที่ไม่แออัด ทางเดินภายในอาคารมีหน้าต่างรับลม สามารถระบายอากาศได้อย่างดี อาคารจะสว่างไม่มีมืด สร้างความน่าอยู่ให้กับผู้พักอาศัย มีวิวที่สวยงามเมื่อมองออกมานอกระเบียง
2. มีเจ้าหน้าที่ต้อนรับที่ผ่านการคัดเลือกและฝึกอบรมเป็นอย่างดีเพื่อคอยดูแลและให้บริการอย่างเต็มใจ คอยแนะนำให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกแก่ผู้อยู่อาศัยตลอดทั้งกลางวันและกลางคืน สามารถสร้างความมั่นใจและพึงพอใจต่อลูกค้าเป็นอย่างดี
3. มีระบบรักษาความปลอดภัยรอบด้านเริ่มตั้งแต่ที่จอดรถอย่างเป็นระบบโดยเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย ระบบรักษาความปลอดภัยตั้งแต่เข้าตึกโดยเป็นการสแกนนิ้วมือของผู้พักอาศัยเท่านั้น โดยสำหรับแขกผู้มาเยือนเยือนจะต้องได้รับการอนุญาตจากเจ้าของห้องจึงจะสามารถเข้ามาได้มีระบบรักษาความปลอดภัย และ

4. อุปกรณ์ป้องกันไฟทุกชั้น รวมไปถึงทุกห้องจะมีเบอร์ด์โทรศัพท์ฉุกเฉินเช่น สถานีตำรวจ โรงพยาบาล ร้านอาหาร เป็นต้น
5. นอกจากตัวพาร์ทเมนท์จะมีร้านค้าและบริการต่างๆคอยให้บริการแล้ว บริเวณใกล้เคียงของพาร์ทเมนท์ที่สามารถเดินไปซื้อของ หรือ รับประทานอาหารได้ทันที การเดินทางไม่ลำบาก สามารถเดินไปได้เอง
6. มีทำเลที่ตั้งอยู่ในตำแหน่งที่ดีมาก เป็นตัวเมือง ติดถนนใหญ่ ใกล้คูเมือง เป็นทำเลทอง เหมาะแก่การทำธุรกิจเป็นอย่างมาก
7. มีกลุ่มลูกค้าต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในเมืองเชียงใหม่ ซึ่งมีกำลังซื้อสูง
8. รูปแบบของอาคารโดดเด่นเป็นจุดสนใจ สามารถโปรโมทให้เป็นທີ່ดึงดูดสำหรับคนไทยและตลาดต่างประเทศได้เป็นอย่างดี

2.2 จุดอ่อน (Weaknesses)

1. ผู้ก่อตั้งบริษัทยังไม่มีประสบการณ์ในด้านธุรกิจพาร์ทเมนท์ จึงต้องใช้เวลาศึกษาและเรียนรู้ถึงสภาพแวดล้อมของธุรกิจนี้ให้เกิดความชำนาญและมีประสบการณ์มากพอ ซึ่งอาจจะทำให้เสียเปรียบคู่แข่งที่อยู่ในธุรกิจนี้มานานในช่วงแรกของการดำเนินงาน แต่ว่าได้ปรึกษาและจ้างทีมบริหารมืออาชีพมาร่วมงาน เช่น ฝ่ายการตลาดที่มีประสบการณ์กับธุรกิจโรงแรมมานาน เป็นต้น
2. ผู้ก่อตั้งบริษัทไม่มีเงินทุนมากพอ จึงได้ทำการกู้เงินจากธนาคารมาใช้ในการก่อสร้าง และตกแต่งภายใน ดังนั้นอัตราดอกเบี้ยจากการกู้เงิน มีผลต่ออัตรารายได้และผลกำไรในช่วงต้น
3. ระยะเวลาของการเช่าพาร์ทเมนท์ ขาดความต่อเนื่อง
สำหรับธุรกิจการให้บริการที่เป็นการให้เช่านั้น จะมีความเสี่ยงที่สำคัญคือ อัตราของการเช่า เพราะจะมีการย้ายเข้า ย้ายออกอยู่เสมอ ระยะเวลาของการทำสัญญาจะมีการจำกัดเป็นรายเดือน รายปี ซึ่งระยะเวลาเหล่านี้ถือว่าการทำสัญญาแบบสั้น จึงก่อให้เกิดรายได้ที่ไม่ต่อเนื่อง เช่น นักศึกษาเรียนจบ หรือการย้ายที่ทำงาน เป็นต้น

2.3 โอกาส (Opportunities)

1. ทำเลย่านตัวเมืองเชียงใหม่ เช่นคูเมืองเป็นย่านชุมชน อยู่ใกล้สถานที่สำคัญทางราชการและมีพัฒนาการของการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องในอัตราเร่งสูง
2. พื้นที่โดยรอบมีแหล่งอำนวยความสะดวก ไม่ว่าจะเป็นตลาดตอนเช้า ตลาดกลางคืน(walking street) ห้างสรรพสินค้า โรงพยาบาล ร้านอาหาร หรือร้านสะดวกซื้อ

3. เป็นจังหวัดที่มีประเพณีและการท่องเที่ยวอันคึกคัก ใดๆ ของไทย เช่น ประเพณีสงกรานต์ ลอยกระทง เข้าพรรษา หรือปีใหม่ เป็นต้น ทำให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวท่องเที่ยวเดินทางเป็นจำนวนมาก

2.4 อุปสรรค (Threats)

1. ในสภาพเศรษฐกิจยังไม่ฟื้นตัว หรือผันผวน อาจเกิดภาวะที่เศรษฐกิจถดถอย อาจมีการตกงาน หรือ ลดเงินเดือนทำให้ต้องย้ายถิ่นฐานเพื่อไปหาอาหารที่มั่นคงในระดับล่างที่มีราคาถูกกว่าซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจอาหารที่มั่นคงระดับกลางและระดับบน
2. อาจมีการเกิดใหม่ของธุรกิจอาหารที่มั่นคงในบริเวณเดียวกันทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงได้ง่ายและรวดเร็วจึงมีการswitching brandเกิดขึ้น
3. ค่าก่อสร้างที่อาจจะปรับตัวสูงขึ้นต้นทุนวัสดุจะแปรผันตามภาวะเงินเฟ้อ
4. ผู้รับเหมาก่อสร้างไม่มีศักยภาพเพียงพอ

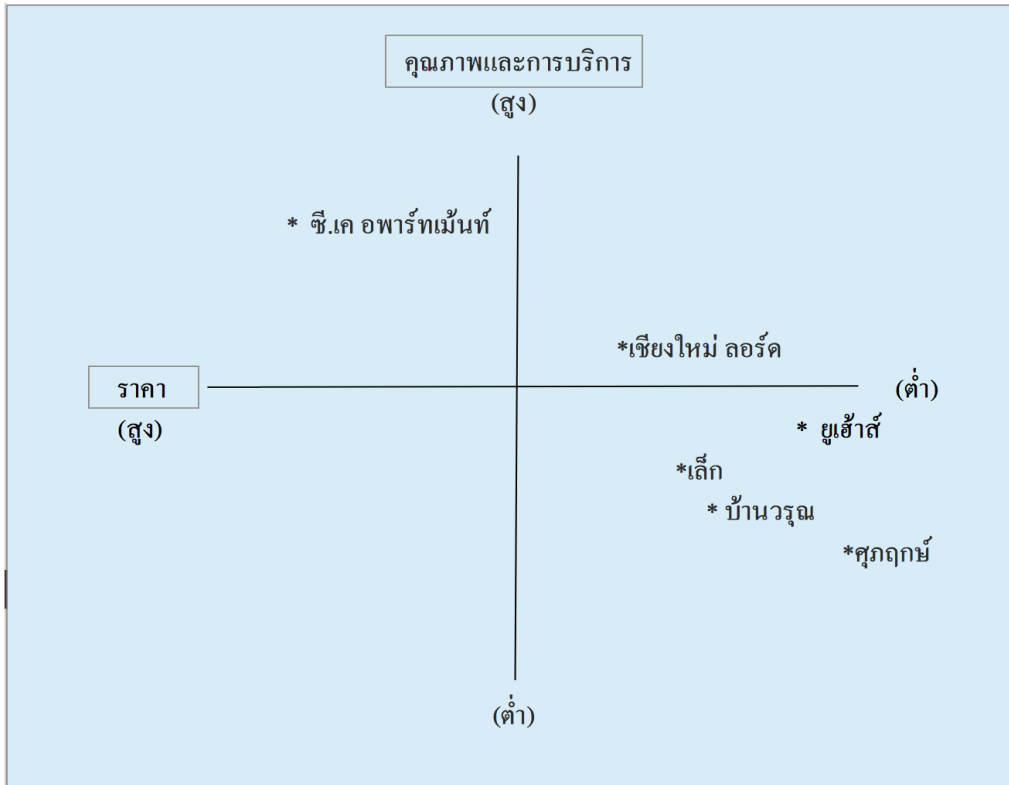
3. การวิเคราะห์ด้านการตลาด

3.1 การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (T: Target Market)

จากการแบ่งส่วนตลาดโดยใช้เกณฑ์ต่างๆแล้วทำให้สามารถจำแนกกลุ่มเป้าหมายหลักได้แก่กลุ่มลูกค้าที่มีรายได้อยู่ในระดับกลาง ต้องการความสะดวกสบายในด้านที่อยู่อาศัย และการเดินทาง มีสิ่งแวดล้อมที่ดี ปลอดภัย และอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่

3.2 การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (P: Positioning)

ซี.เค อพาร์ทเมนท์เป็นอพาร์ทเมนท์ให้เช่าระดับกลาง (Middle class) ที่ทันสมัย มีความสะดวกสบายด้วยการตกแต่งให้ดูโปร่งสบาย ไม่คับแคบ มีความปลอดภัยสูง และมีบริเวณพักผ่อนเป็นสวนหย่อมเล็กๆ ให้ลูกค้าได้พักผ่อนตามธรรมชาติ อีกทั้งในเรื่องของที่จอดรถที่พอเพียงสำหรับความต้องการและสิ่งอำนวยความสะดวกทางด้านร้านค้าและบริการอื่นๆ ซึ่งถือได้ว่าเป็นอพาร์ทเมนท์ใหม่ที่นำอยู่ในย่านนั้น



กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และราคา

เนื่องจากธุรกิจอพาร์ทเมนต์จะมีกำไรได้ต้องสร้างกลยุทธ์ที่เป็นไปได้และเข้ากันได้ โดยการกำหนดราคาค่าเช่าของอพาร์ทเมนต์ ซึ่งกลยุทธ์การตั้งราคาจะยึดหลักจากความเหมาะสมรวมไปถึงต้นทุนของการก่อสร้าง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการทำเลที่ตั้ง ราคาสิ่งปลูกสร้าง วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการตกแต่ง พื้นที่ใช้สอย หรือ สิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งจากที่ได้กล่าวมา อพาร์ทเมนต์ ซี.เค ตั้งอยู่ใจกลางเมืองจังหวัดเชียงใหม่ มีสิ่งอำนวยความสะดวกมากมาย มีโครงสร้างที่ทันสมัย ดึงดูดและนำเช่าอยู่อาศัยและใหม่กว่าคู่แข่งชั้นรายเดิม ๆ ในระแวกใกล้เคียง โดยการตั้งราคานี้ อาจมีค่าเช่าที่สูงกว่าอพาร์ทเมนต์ในระแวกเดียวกัน แต่ไม่ได้สูงเกินไปจนเกินไป เรียกได้ว่าราคาเป็นที่รับได้สำหรับกลุ่มเป้าหมายที่มีรายได้เพียงพอกับการเช่า

แสดงอัตราค่าเช่าห้องทั้งหมด

รายการห้องทั้งหมด	จำนวนห้อง	ขนาดพื้นที่/ห้อง	ราคา/ห้อง	
			รายวัน	รายเดือน
Studio	70	35 ตารางเมตร	600	6,000
1 bedroom	7	48 ตารางเมตร	1,000	8,000

แสดงอัตราค่าเช่าห้องแบบรายวัน

รายวัน ชั้น 1-2	จำนวนห้อง	ขนาดพื้นที่	ราคา/ห้อง
Studio	20	35 ตารางเมตร	600
1 bedroom	2	48 ตารางเมตร	800

แสดงอัตราค่าเช่าห้องแบบรายเดือน

รายเดือน ชั้น 3-7	จำนวนห้อง	ขนาดพื้นที่	ราคา/ห้อง
Studio	50	35 ตารางเมตร	6,000
1 bedroom	5	48 ตารางเมตร	8,000

แนวคิดด้านผลิตภัณฑ์ คือการใส่ใจในทุกรายละเอียด โดยเน้นถึงคุณภาพเป็นหลัก สร้างความแตกต่างในเรื่องของคุณภาพให้ต่างจากคู่แข่ง เหมาะสมกับราคาที่ตั้งไว้ มีการบริการที่ดี ได้รับการอำนวยความสะดวกมากมาย ทำให้ผู้ที่มารับบริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด

กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place Strategy)

ทำเลที่ตั้งของการสร้างอพาร์ทเมนท์นั้นเป็นสิ่งแรกๆที่ผู้ประกอบการต้องคำนึงถึง เพราะถือว่าเป็นเรื่องสำคัญที่สุดในการดำเนินการเรื่องอื่นต่อไป เพราะปัจจัยที่เหล่านี้ผู้ประกอบการต้องมองแทนผู้อาศัยไม่ว่าจะเป็นเรื่องการเช่า ออกที่สะดวก ปลอดภัย มีที่

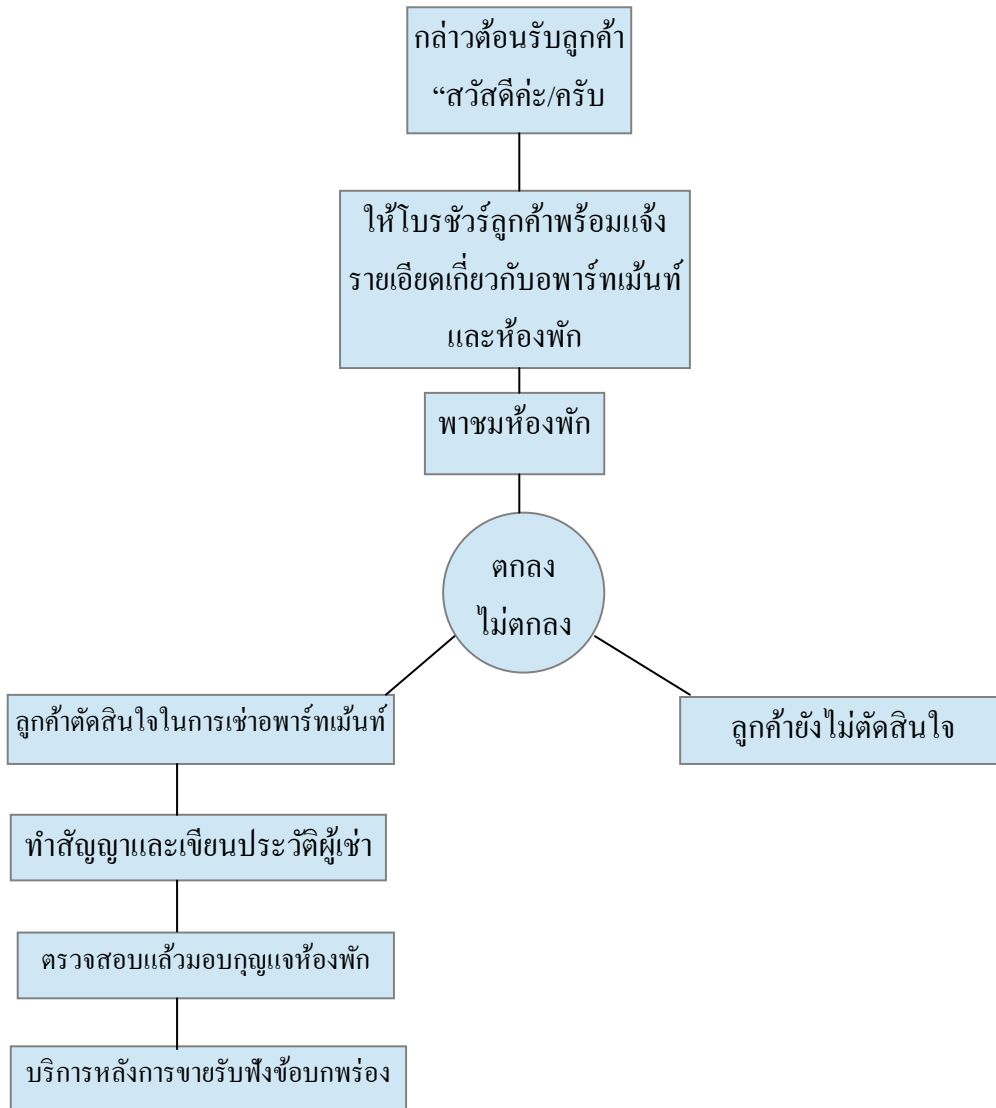
จอครถเพียงพอ มีสิ่งแวดล้อมที่ดี และอยู่ในระแวกชุมชน จึงเป็นสาเหตุให้ ซี.เค อพาร์ทเมนท์เลือกซื้อที่ดินที่อยู่ในใจกลางเมืองของจังหวัดเชียงใหม่

กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy)

สำหรับกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดนั้นเป็นสิ่งที่จำเป็นในการทำธุรกิจเพื่อให้ธุรกิจนั้นเป็นที่รู้จักและเป็นการเพิ่มยอดขายให้กับธุรกิจต่างๆด้วย สำหรับการส่งเสริมการตลาดของธุรกิจ ซี.เค อพาร์ทเมนท์นั้นจะเลือกใช้สื่อโฆษณา เพื่อเป็นแนะนำการสร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักโดยจะเน้นที่กลุ่มเป้าหมายเป็นหลักสำคัญ และเพื่อให้กลยุทธ์นั้นสำเร็จในด้านการตลาด สื่อทางการตลาดที่เราเลือกนั้น ต้องพิจารณาให้เกิดประโยชน์และสำเร็จมากที่สุดและสื่อที่บริษัทจะนำมาใช้คือ การประชาสัมพันธ์โดยการจัดบูธในระแวกใกล้เคียงหรือจัดบูธที่ห้างสรรพสินค้า เช่น ทรู คาด สวอนแก้ว , มีการโฆษณาโดยการแจกใบปลิวในระแวกใกล้เคียงอพาร์ทเมนท์ เช่นร้านอาหาร มหาวิทยาลัย หรือสถานบริการต่างๆ, ป้ายไวท์บอร์ดตั้งหน้า อพาร์ทเมนท์ก่อนเปิดจริง, ธงญี่ปุ่น ในอินเทอร์เน็ต รวมไปถึงการจัดทำโปรโมชั่น ให้ส่วนลดสำหรับผู้เช่าด้วยระยะเวลาอันยาวนาน เป็นต้น

4. การวิเคราะห์แผนการดำเนินงาน

กระบวนการในการจัดการด้านการบริการ ที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และเกิดความภักดีในตัวสินค้า โดยอพาร์ทเมนท์จะมีการทำงานเป็นระบบ มีขั้นตอนการปฏิบัติงานจนถึงขั้นตอนการให้บริการเป็นลำดับขั้น เพื่อให้ลูกค้าได้รับความสะดวกสบายสูงสุด

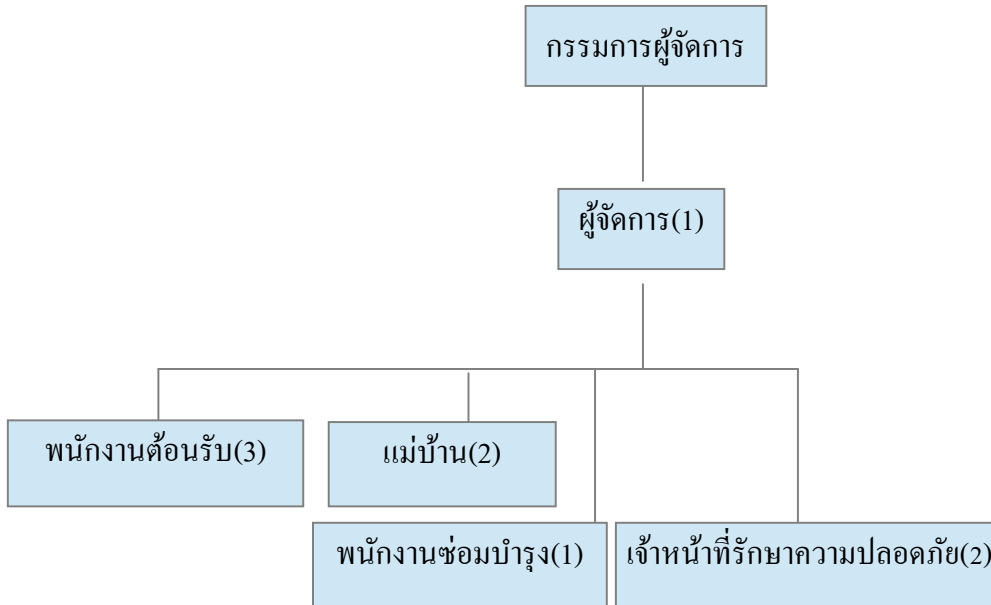


5. การวิเคราะห์แผนการจัดการและกำลังคน

โครงสร้างองค์กร

กิจการใช้ลักษณะการจัดการ โครงสร้างองค์กรแบบตามหน้าที่ (Functional Organization) เพราะขนาดขององค์กรมีขนาดที่ไม่ใหญ่มากนัก การจัดการโครงสร้างองค์กรในลักษณะนี้ทำได้ง่ายต่อการบริหาร อีกทั้งยังง่ายต่อการควบคุมสั่งการ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตามรายละเอียดต่อไปนี้

ภาพแสดงแผนผังองค์กร (Organization Chart)



6. การวิเคราะห์แผนการเงิน

บริษัทใช้เงินลงทุนเริ่มแรก 61 ล้านบาท มียอดขายปีที่ 1 เท่ากับ 3,136,320 บาท ปีที่ 2 เท่ากับ 4,704,480 บาท ปีที่ 3 เท่ากับ 6,708,240 บาท ปีที่ 4 เท่ากับ 7,492,320 บาท และปีที่ 5 เท่ากับ 8,276,400 บาท มีกำไรสุทธิในปีที่ 1 เท่ากับ -533,501 บาท ปีที่ 2 เท่ากับ 657,402 บาท ปีที่ 3 เท่ากับ 2,047,163 บาท ปีที่ 4 เท่ากับ 2,582,503 บาท และปีที่ 5 เท่ากับ 3,117,168 บาท ระยะเวลาคืนทุนของโครงการเท่ากับ 9 ปี 10 เดือน มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value; NPV) เท่ากับ -41,120,020 บาท และมีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Internal Rate of Return; IRR) เท่ากับ -25.18%

7. สรุปผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต การวิเคราะห์ด้านกำลังคน และการวิเคราะห์ด้านการเงิน ได้ข้อสรุปว่า ธุรกิจ ซี.เค. อพาร์ทเมนต์ไม่น่าลงทุน

8. บรรณานุกรม

- “ความรู้เบื้องต้น ธุรกิจอพาร์ทเมนต์ให้เช่า.” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก :
<http://www.softbizplus.com/apartment/593-apartment-for-rent>, 2556.
- “จะสร้างบ้าน, อพาร์ทเมนต์ จะต้องมีการใช้จ่ายเท่าไร?” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก :
<http://www.chandeow.com/Knowledge.html>, 2556.
- “เช่าที่ดิน.” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.det.ago.go.th/doc/rent3.doc>, 2556.
- ธนินทร์ นนทรี. “หลักการทำธุรกิจหอพัก-อพาร์ทเมนต์ให้เช่า การเริ่มต้น เงินทุน ข้อดี-ข้อเสีย การดำเนินการ และการบริหารจัดการอย่างไรถึงจะอยู่รอด.” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.softbizplus.com/apartment/853-a-dormitory-the-apartment-how-to-manage-to-survive>, 2556.
- “ระเบียบหอพัก.” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : www.koonluang.com, 2556.
- สมาคมผู้ประเมินค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทย. “ราคาประเมินค่าก่อสร้างอาคาร.” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.oic.or.th/th/insurace/index3.php>, 2556.
- “SME การศึกษาความเป็นไปได้สำหรับการลงทุนในธุรกิจอพาร์ทเมนต์ให้เช่า.” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก
<http://www.ismed.or.th/SME/src/bin/controller.php?view=knowledgeInsite.KnowledgesDetail&p=&nid=&sid=57&id=396>, 2556.