

แผนธุรกิจห้องเช่า

มัทนา อินทวิรัตน์*

ผศ.ดร.ศิวะนันท์ ศิวพิทักษ์**

บทสรุปผู้บริหาร

การจัดทำแผนธุรกิจฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจ และกำหนดทิศทางในการดำเนินธุรกิจที่ชัดเจนสำหรับธุรกิจใหม่ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย นำมาซึ่งรายได้และผลกำไร แผนธุรกิจห้องเช่าเป็นแผนการดำเนินงานภายใต้ชื่อ บ้านไมตรี ซึ่งให้บริการห้องเช่ารายเดือน ตั้งอยู่บนถนนนนทบุรี 1 ตำบลบางกระสอบ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี ซึ่งพื้นที่ดังกล่าวมีความต้องการแรงงานสูง และมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตามการขยายตัวผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ปี 2561 ที่ร้อยละ 4.1 เป็นการขยายตัวสูงสุดในรอบ 6 ปี ในขณะที่เศรษฐกิจจังหวัดนนทบุรีขยายตัวร้อยละ 1.7 โดยมีแรงสนับสนุนจากการขยายตัวของการลงทุนภาคเอกชนเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญ อีกทั้งรัฐบาลให้การสนับสนุนผ่านยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงโอกาสความสำเร็จของธุรกิจห้องเช่า

จากการสำรวจตลาดโดยใช้แบบสอบถามและการลงพื้นที่พบว่า ประชากรส่วนใหญ่เป็นคนนอกพื้นที่ที่เดินทางเข้ามาทำงานเพื่อหารายได้และต้องการที่อยู่อาศัยระหว่างการทำงาน ปัจจัยหลักที่ทำให้ประชากรตัดสินใจเลือกห้องเช่าจะคำนึงถึงความสะดวกในการเดินทางและราคา โดยขนาดของห้องเป็นปัจจัยรองในการตัดสินใจ ดังนั้นกลยุทธ์บ้านไมตรีจะนำเสนอห้องเช่าที่แตกต่างจากคู่แข่งบริเวณโดยรอบทั้งในด้านภาพลักษณ์ บรรยากาศห้องเช่า ขณะที่การตั้งราคาจะกำหนดใกล้เคียงกับคู่แข่งเพื่อเพิ่มโอกาสในการแข่งขัน

เป้าหมายหลักของบ้านไมตรีจะเน้นการสร้างการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายให้เกิดความสนใจตามมาด้วยบริการที่เป็นมิตร อันจะนำไปสู่ความพึงพอใจของผู้เช่าและนำมาซึ่งความภักดี สำหรับโครงการก่อสร้างบ้านไมตรีใช้เงินลงทุนโดยประมาณ 2,000,000 บาท โดยเป็นทุนของเจ้าของกิจการทั้งสิ้น คาดว่าระยะคืนทุนไม่เกิน 10 ปี

*นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

**ที่ปรึกษาหลัก

1. ความเป็นมาของธุรกิจ

1.1 ประวัติความเป็นมาของธุรกิจ

บ้านไมตรี ตั้งอยู่ในซอยนนทบุรี 21 ถนนนนทบุรี 1 ตำบลบางกระสอบ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี เดิมเป็นบ้านเช่า มีลักษณะเป็นบ้านไม้จำนวน 2 หลังติดกัน โดยมีรั้วกั้นระหว่างบ้าน หน้าบ้านเป็นถนนตัดผ่านระหว่างซอยนนทบุรี 21 และซอยนนทบุรี 23 ซึ่งถือว่าเป็นแหล่งชุมชนอีกแห่งหนึ่งที่มีทั้งหน่วยงานราชการ สถาบันการศึกษา ศาสนสถาน สถานพยาบาล และแหล่งการค้าอยู่รอบบริเวณ อีกทั้งยังใกล้เส้นทางการคมนาคมที่สะดวก กล่าวคือ มีทั้งการขนส่งทางรถ เรือ และราง ปัจจุบันบริเวณรอบพื้นที่ดังกล่าวมีจำนวนพนักงานโรงงานเพิ่มมากขึ้นตามจำนวนโรงงานและกำลังการผลิตที่มากขึ้น นอกจากนี้ยังพบพนักงานออฟฟิศ พนักงานห้างสรรพสินค้า พนักงานโรงพยาบาล และอื่น ๆ อีกมากมายตามการขยายตัวของเศรษฐกิจจังหวัด พนักงานเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นคนนอกพื้นที่ที่เคลื่อนย้ายเข้ามาเพื่อแสวงหารายได้จากการทำงาน

จากรายงานภาวะเศรษฐกิจจังหวัดนนทบุรีพบว่า เศรษฐกิจจังหวัดนนทบุรีในเดือนธันวาคม 2561 มีสัญญาณขยายตัวจากเดือนเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 7.4 โดยมีแรงสนับสนุนจากการขยายตัวของภาคบริการและภาคอุตสาหกรรม ซึ่งภาคอุตสาหกรรมจะเห็นได้จากการเพิ่มจำนวนโรงงาน ซึ่งในปี 2561 มีจำนวนโรงงานทั้งสิ้น 2,018 แห่ง เพิ่มขึ้น 22 แห่ง จากปีก่อน และในปี 2562 มีแนวโน้มว่าจะเพิ่มขึ้นอีก 9 แห่ง คาดว่าจะมีผู้ประกอบการเข้ามาลงทุนในจังหวัดนนทบุรีเพิ่มขึ้น จากการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การคมนาคมในหลาย ๆ ด้าน ทั้งการเชื่อมต่อรถไฟฟ้าสายสีม่วงกับรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงิน และการสร้างถนนเชื่อมต่อพื้นที่ต่าง ๆ ทำให้การคมนาคมและการขนส่งสินค้ามีความรวดเร็วมากยิ่งขึ้น และจากข้อมูลการจ้างงานจังหวัดนนทบุรี มีปริมาณการจ้างงานที่เพิ่มขึ้นทุกปี และในปี 2562 คาดว่าจะมีการจ้างงานเพิ่มขึ้นอย่างน้อย 4,528 คน สะท้อนให้เห็นถึงความเชื่อมั่นที่มีมากขึ้นของนักลงทุน ซึ่งจะส่งผลต่อเศรษฐกิจจังหวัดในระยะยาว การบริโภคของประชาชนดีขึ้น ขณะเดียวกันภาครัฐก็มีนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจตามการเปลี่ยนแปลงของภาวะเศรษฐกิจ ทำให้เศรษฐกิจจังหวัดขับเคลื่อนไปข้างหน้าได้เป็นอย่างดี

จากปัจจัยเหล่านี้ที่สะท้อนให้เห็นถึงโอกาสความสำเร็จของธุรกิจห้องเช่า จึงเป็นเหตุผลให้มีการปรับเปลี่ยนจากบ้านเช่าที่มีลักษณะบ้านไม้จำนวน 2 หลัง ให้เป็นห้องเช่าปูน รูปแบบบ้านตึก สูง 3 ชั้น จำนวน 15 ห้อง ด้วยแนวความคิดที่ต้องการจะนำเสนอห้องเช่าที่แตกต่างจากบริเวณโดยรอบ ทั้งในด้านภาพลักษณ์ บรรยากาศรอบห้องเช่า เพื่อเป็นอีกทางเลือกหนึ่งแก่ผู้เช่า

2. สินค้าและบริการ

2.1 รายละเอียดสินค้าและบริการ

บ้านไมตรีเป็นรูปแบบบ้านตึก สูง 3 ชั้น บนขนาดพื้นที่รวม 200 ตารางเมตร โดยขนาดหน้าบ้านมีความกว้าง 20 เมตร และความลึกของบ้าน 10 เมตร แต่ละชั้นประกอบไปด้วย 5 ห้องติดกัน การออกแบบ

ห้องจะคำนึงถึงรูปแบบที่ดินและประโยชน์ใช้สอยในการเข้าพักอาศัย ดังนั้นลักษณะห้องจะอยู่ในรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า ขนาด 3.5 เมตร x 6 เมตร รวมขนาดห้องอยู่ที่ 21 ตารางเมตร เป็นห้องปูนเปลือยที่จะให้ความรู้สึกเย็นสบายเมื่อเข้าพักอาศัย

ด้วยแนวความคิดที่ต้องการจะนำเสนอห้องเช่าที่แตกต่างจากคู่แข่งบริเวณ โดยรอบ บ้านไมตรีจึงสร้างบรรยากาศรอบบ้านด้วยสวนหย่อมขนาดเล็กที่จะช่วยให้ความร่มรื่น และที่สำคัญบ้านไมตรีมีระบบรักษาความปลอดภัย เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้เช่ากล่าวคือ มีบัตรคีย์การ์ดที่ใช้เปิดประตูอัตโนมัติสำหรับการเข้าประตูส่วนกลาง กล้องวงจรปิด และถังดับเพลิงสำหรับกรณีเกิดเพลิงไหม้ซึ่งจะเป็นสิ่งที่จะช่วยควบคุมเพลิงได้เบื้องต้น สิ่งเหล่านี้จะแสดงให้เห็นภาพลักษณ์ของบ้านไมตรี ซึ่งจะสร้างความพึงพอใจแก่ผู้เช่า อันจะนำไปสู่ความภักดีต่อบ้านไมตรี นอกจากนี้บ้านไมตรียังมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เช่า ไม่ว่าจะเป็นเครื่องซักผ้าอัตโนมัติแบบหยอดเหรียญจำนวน 2 เครื่อง ตู้น้ำดื่มหยอดเหรียญจำนวน 1 ตู้ และตู้เติมเงินโทรศัพท์แบบออนไลน์จำนวน 1 ตู้ ซึ่งจะตั้งอยู่บริเวณหน้าบ้าน และบ้านไมตรีมีพื้นที่สำหรับจอดรถจักรยานและรถจักรยานยนต์

ในส่วนของราคาห้องเช่า นั้น เนื่องจากบ้านไมตรีตั้งอยู่ท่ามกลางพนักงานโรงงานซึ่งถือเป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก ได้สะท้อนถึงรายได้ต่อเดือนที่ไม่มากนัก ดังนั้นราคาห้องเช่าจะอยู่ที่ 3,000 - 3,500 บาทต่อเดือน โดยยังไม่รวมค่าใช้จ่ายอื่น ๆ เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ เป็นต้น ซึ่งถือเป็นการตั้งราคาที่ไม่ใกล้เคียงกับคู่แข่ง ทั้งนี้เพื่อเพิ่มโอกาสในการแข่งขันและเพื่อดึงดูดผู้เช่าให้เกิดความสนใจได้โดยง่าย อีกทั้งการตั้งราคาห้องเช่านี้จะเป็นตัวช่วยในการคัดกรองผู้เช่าที่มีศักยภาพในการจ่ายค่าบริการในแต่ละเดือน เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาการค้างค่าเช่าเกิดขึ้นภายหลังการเช่า

3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม

3.1 สภาพภาพรวมของประเทศ

3.1.1 ด้านการเมือง จากปัญหาความขัดแย้งทางการเมืองภายในประเทศที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของนักลงทุน ภาคเอกชนรอท่าที่รัฐบาลใหม่ ผู้บริโภคระมัดระวังในการใช้จ่ายใช้สอย ทำให้ภาวะเศรษฐกิจในไตรมาสที่ 2 เติบโตแผ่วลง

3.1.2 ด้านเศรษฐกิจ ข้อมูลผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ปี 2561 ซึ่งให้เห็นว่าเศรษฐกิจไทยในปี 2561 ที่ผ่านมายาวตัวร้อยละ 4.1 ส่งผลให้รายได้ต่อหัวเฉลี่ยของคนไทยเพิ่มมากขึ้น แนวโน้มในปี 2562 คาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 3.3 - 3.8 โดยมีแรงสนับสนุนจากการใช้จ่ายภาคครัวเรือนที่มีปัจจัยสนับสนุนจากฐานรายได้ที่ขยายตัวต่อเนื่อง อัตราการว่างงานอยู่ในระดับต่ำ รวมทั้งการลงทุนภาคเอกชนที่มีการใช้กำลังการผลิตที่อยู่ในเกณฑ์ที่เอื้ออำนวยต่อการขยายการลงทุน และความคืบหน้าของโครงการลงทุนภาครัฐ

3.1.3 ด้านสังคม โครงสร้างทางเศรษฐกิจและรายได้ที่แตกต่างกันในแต่ละพื้นที่หรือภูมิภาคเป็นปัจจัยสำคัญตัวหนึ่งที่เป็นสาเหตุให้มีการเคลื่อนย้ายแรงงานจากพื้นที่ในภูมิภาคที่มีรายได้ต่ำกว่าไปยัง

ภูมิภาคที่มีรายได้สูงกว่า โดยเฉพาะการเข้ามาทำงานในเมืองใหญ่ เช่น กรุงเทพมหานคร และเมืองรอบข้าง ซึ่งเป็นศูนย์กลางการค้าการลงทุน

3.1.4 ด้านกฎหมาย กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจห้องเช่าอันได้แก่ พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พระราชบัญญัติภาษี กฎหมายเพื่อคุ้มครองผู้เช่าที่อยู่อาศัย

3.1.5 ด้านเทคโนโลยี การใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยเพื่ออำนวยความสะดวก รวดเร็ว และความถูกต้องแม่นยำในการดำเนินธุรกิจอย่างเหมาะสมกับสภาพการณ์ปัจจุบัน จะส่งผลให้ธุรกิจเสียโอกาสอย่างมากในการแข่งขัน ซึ่งเทคโนโลยีส่วนใหญ่ที่นำเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจห้องเช่า อันได้แก่ กล้องวงจรปิด บัตรคีย์การ์ดที่ใช้เปิดประตู การสื่อสารทางอินเทอร์เน็ต

3.1.6 ด้านสิ่งแวดล้อม อาณาบริเวณห้องเช่ามีสิ่งที่เป็นต่อการดำรงชีวิตประจำวัน อาทิเช่น สถานพยาบาล วัด ตลาด ห้างสรรพสินค้า และร้านสะดวกซื้อ นอกจากนี้มีการขนส่งที่ครอบคลุมทั้ง รถ เรือ ราง จะส่งผลต่อการเลือกของผู้เช่า

3.2 สภาพภาพรวมของอุตสาหกรรม

ธุรกิจพาร์ตเมนต์เป็นธุรกิจที่มีผู้คนให้ความสนใจที่จะเข้ามาทำ เนื่องจากธุรกิจพาร์ตเมนต์สามารถสร้างรายได้ให้แก่ผู้ทำธุรกิจได้ทุกเดือนจากรายได้ของผู้เช่า รวมถึงมีสินทรัพย์ที่จะสามารถขายต่อในระยะข้างหน้าได้ อย่างไรก็ดี การทำธุรกิจพาร์ตเมนต์ ณ ขณะนี้ เต็มไปด้วยความท้าทายจากปัจจัยการแข่งขันทางธุรกิจ ซึ่งไม่เพียงจะมาจากในกลุ่มธุรกิจพาร์ตเมนต์ที่เกิดขึ้นใหม่ แต่การเกิดขึ้นของที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมเป็นจำนวนมาก ทำให้เกิดการแข่งขันขึ้น ส่งผลต่อราคาเช่าพาร์ตเมนต์และอัตราค่าเช่าพักเช่นกัน นอกจากนี้ปัจจัยด้านต้นทุนที่ปรับตัวสูงขึ้น ไม่ว่าจะเป็นราคาที่ดิน ค่าการก่อสร้างและการบริหารจัดการพาร์ตเมนต์

3.3 สภาพตลาดและแนวโน้ม

3.3.1 ราคาที่อยู่อาศัยสูงขึ้นร้อยละ 17 ไม่เอื้อคนอยากซื้อบ้าน
ถึงแม้ว่าปัจจุบันที่อยู่อาศัยจะมีมากขึ้น แต่ระดับราคาก็ปรับสูงตาม เนื่องจากที่ดินที่สูงขึ้นจากการขยายเส้นทางรถไฟฟ้า

3.3.2 คนไทยร้อยละ 9 ยังเช่าอยู่ เหตุไม่พร้อมด้านการเงิน
ผลสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อสภาพตลาดอสังหาริมทรัพย์พบว่า คนไทยร้อยละ 26 ยังอาศัยอยู่กับพ่อแม่ ร้อยละ 29 มีแผนจะซื้อที่อยู่อาศัยภายใน 1 ปี ในขณะที่ร้อยละ 9 อาศัยในบ้าน-ห้องเช่าหรือกำลังมองหาอสังหาริมทรัพย์เพื่อการเช่าอยู่

3.3.3 กฎหมายใหม่เอื้อผู้เช่ามากขึ้น

3.3.4 ภาครัฐยังไม่มั่นใจคนอยากมีบ้าน ออกนโยบายช่วย
สำหรับผู้ที่ต้องการซื้อบ้านเป็นของตนเอง ภาครัฐก็มีนโยบายเพื่อสนับสนุนหลายโครงการ เช่น โครงการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยแห่งรัฐ (โครงการบ้านล้านหลัง) โครงการบ้านประชารัฐที่ดำเนิน

3.4 การแบ่งส่วนตลาด

ที่อยู่อาศัยสำหรับการให้เช่าสามารถแบ่งได้เป็น 5 ประเภท ได้แก่ หอพัก/ห้องเช่า, บ้านเช่า, แพลต, อาคารชุดหรือคอนโดมิเนียม และอพาร์ทเมนต์

หอพัก/ห้องเช่า มีลักษณะเป็นอาคารพาณิชย์หรือเป็นอาคารก่อสร้างที่มีจำนวนชั้นไม่เกิน 4 ชั้น แบ่งเป็นห้องเล็ก ๆ และจัดเป็นสัดส่วน ที่อยู่อาศัยแบบนี้จะตั้งอยู่ใกล้กับสถานศึกษา แหล่งชุมชน และเขตอุตสาหกรรม เป็นต้น

3.5 ตลาดเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าที่มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 5,000 - 10,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัด แต่เข้าประกอบอาชีพในเขตเมืองใหญ่ จึงเลือกห้องพักที่มีราคาถูก สะดวกต่อการเดินทางไปทำงาน ทำเลตั้งอยู่ในย่านชุมชน เช่น ตลาดสด ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น และมีระบบรักษาความปลอดภัยดีพอสมควร กลุ่มลูกค้าที่มีรายได้น้อย เช่น นักเรียน นักศึกษา พนักงานโรงงาน พนักงานบริษัทในย่านชานเมือง พนักงานบริการอาหารในโรงแรม ร้านอาหาร ภัตตาคาร แม่ค้าในตลาดสด ประชาชนทั่วไปที่มีภูมิลำเนาในต่างจังหวัด

3.6 ลักษณะทั่วไปของลูกค้า (เป้าหมาย)

บ้านไม่ตรีดำเนินธุรกิจห้องเช่า ออกแบบมาเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายซึ่งมีลักษณะอายุ 25 ปีขึ้นไป รายได้ไม่น้อยกว่า 12,000 บาทต่อเดือน ไม่มีพฤติกรรมเสี่ยงต่อการมั่วสุม

3.7 สภาพการแข่งขัน

การศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจห้องเช่า จำเป็นที่จะต้องทราบสถานการณ์การแข่งขันของตลาด เพื่อพิจารณาถึงความรุนแรงในการแข่งขันของธุรกิจดังกล่าว รวมทั้งปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจห้องเช่า ทั้งนี้จะใช้เครื่องมือ Five Forces Model เข้ามาช่วยในการวิเคราะห์ ซึ่งประกอบไปด้วย

3.7.1 การเข้ามาของกลุ่มแข่งขันรายใหม่ (Entry of New Entrants)

การลงทุนในธุรกิจห้องเช่าจะมีความยากพอสมควรในด้านข้อจำกัดในการลงทุนสินทรัพย์ถาวรที่ต้องใช้เงินทุนค่อนข้างสูง (ทั้งในส่วนของตัวอาคารและส่วนของที่ดินสำหรับปลูกสร้างห้องเช่า)

3.7.2 แรงผลักดันจากคู่แข่งที่มีในอุตสาหกรรม (Rivalry Among Competing Firms)

บ้านไม่ตรีมีคู่แข่งบริเวณโดยรอบประมาณ 6 แห่ง ซึ่งถือว่ายังมีจำนวนไม่มากนัก อีกทั้งยังเป็นธุรกิจห้องเช่าขนาดเล็กถึงกลางที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน

3.7.3 อำนาจต่อรองของผู้จัดหา (Bargaining Power of Supplier)

เนื่องจากสถานะเศรษฐกิจที่ยังคงเติบโตต่อเนื่องทำให้ปริมาณงานก่อสร้างมีจำนวนมาก รวมถึงผู้รับเหมาที่ไว้ใจได้มีจำนวนไม่มาก ทำให้ผู้รับเหมาก่อสร้างมีอำนาจการต่อรองสูง

3.7.4 อำนาจการต่อรองของกลุ่มผู้ซื้อหรือลูกค้า (Bargaining Power of Buyers)

จำนวนห้องเช่ามีปริมาณจำกัดและที่ตั้งของห้องเช่าใกล้กับแหล่งธุรกิจ สถานศึกษา บนส่งมวลชนที่สะดวก ผู้เช่าสามารถประหยัดเวลาและค่าเดินทาง ทำให้ผู้เช่ายินดีที่จะจ่ายตามที่ผู้ให้เช่าได้กำหนดค่าเช่า จะเห็นว่าอำนาจต่อรองของผู้เช่าอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ

3.7.5 แรงผลักดันซึ่งเกิดจากสินค้าอื่น ๆ ซึ่งสามารถใช้ทดแทนได้ (Substitute Products)

การเลือกพักอาศัยขึ้นอยู่กับผู้เช่าระดับต่าง ๆ ดังนั้นสินค้าทดแทนจึงไม่เป็นอุปสรรค

3.8 คู่แข่งขัน

คู่แข่งสำคัญของบ้านไมตรีคือ ห้องเช่าขนาดเล็กที่ตั้งอยู่ใกล้บริเวณใกล้เคียงกัน นอกจากนี้ยังมีคู่แข่งประเภทอื่น เช่น บ้านเดี่ยวที่เปิดให้เช่า ตึกแถวที่แบ่งห้องให้เช่า หรือคอนโดมิเนียมที่ให้บริการห้องพักเช่าแบบรายเดือน ซึ่งถือเป็นคู่แข่งทางอ้อมที่จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจบ้านไมตรี

3.9 การวิเคราะห์ปัจจัยของธุรกิจ

SWOT Analysis เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้เจ้าของธุรกิจทราบถึงจุดแข็งและจุดอ่อนจากสภาพแวดล้อมภายใน โอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอก ที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจ อีกทั้งยังนำมาใช้กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมเพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ

<p>จุดแข็งของธุรกิจ (Strength)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ใช้ที่ดินและเงินทุนของครอบครัว - ห้องเช่าให้สวยงามน่าอยู่ ปลอดภัย และมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็น - การบริการที่เป็นมิตรและเอาใจใส่ผู้เช่า 	<p>จุดอ่อนของธุรกิจ (Weakness)</p> <ul style="list-style-type: none"> - เป็นห้องเช่าใหม่ยังไม่เป็นที่รู้จักในระยะแรก
<p>โอกาสของธุรกิจ (Opportunity)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ภาวะเศรษฐกิจที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง - การลงทุนของภาครัฐในการสร้างสถานีรถไฟฟ้า - แรงงานต้องการโยกย้ายเข้ามาทำงานในแหล่งหรือพื้นที่ที่มีความเจริญทางเศรษฐกิจเป็นสำคัญ - ร้อยละ 9 ของผู้บริโภคต่อสภาพตลาดอสังหาริมทรัพย์ ยังเช่าอาศัยในบ้าน-ห้องเช่า อยู่หรือกำลังมองหาอสังหาริมทรัพย์เพื่อการเช่าอยู่ 	<p>อุปสรรคของธุรกิจ (Threat)</p> <ul style="list-style-type: none"> - นโยบายภาครัฐสนับสนุนซื้อบ้านเป็นของตนเอง - พระราชบัญญัติภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ทำให้ผู้เป็นเจ้าของสินทรัพย์นำมาปล่อยเช่าเพื่อหารายได้ส่งผลกระทบต่อคู่แข่งทางอ้อม - ภาครัฐออกกฎหมายเพื่อคุ้มครองผู้เช่าที่อยู่อาศัยมากขึ้น - ภาวะค่าแรงและวัสดุก่อสร้างที่ปรับตัวเพิ่มขึ้น ส่งผลกระทบต่อต้นทุนในการก่อสร้าง - การจัดหาผู้รับเหมาที่มีความสามารถและมีความรับผิดชอบต่องาน

4. แผนการบริหารจัดการ

4.1 ข้อมูลธุรกิจ

ชื่อธุรกิจ : บ้านไมตรี
สถานที่ตั้ง : 100/9 ซอยนนทบุรี 21 ถนนนนทบุรี 1 แยก 2 หมู่ 2 ตำบลบางกระสอบ อำเภอเมือง
จังหวัดนนทบุรี
ผู้ถือครอง : นายนิริรัตน์ เล้ารัตนอารีย์ ผู้ถือครอง 100%



4.2 วิสัยทัศน์

มุ่งสู่การเป็นผู้นำห้องเช่าที่น่าอยู่ ปลอดภัย และเป็นมิตร ในราคาที่เหมาะสม ย่านถนนนนทบุรี 1

4.3 พันธกิจ

- สร้างความน่าอยู่ให้ผู้เช่าด้วยการบำรุงรักษาตัวอาคารห้องเช่าให้มีความสะอาด เรียบร้อย และมีความใหม่อยู่เสมอ
- สร้างความมั่นใจให้ผู้เช่าด้วยระบบรักษาความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพ
- สร้างความจงรักภักดีแก่ผู้เช่าด้วยการบริการที่เป็นมิตร

4.4 เป้าหมายทางธุรกิจ

ระยะสั้น (ปีแรก) : ทำให้บ้านไมตรีเป็นที่รู้จักของกลุ่มเป้าหมาย
มีผู้เช่าอาศัยเต็มจำนวน 15 ห้อง ภายใน 3 เดือน

ระยะกลาง (3 ปี) : มีผู้เช่าอาศัยเต็มจำนวน 15 ห้อง
สร้างรายได้อื่นจากผู้เช่าอย่างสม่ำเสมอ

ระยะยาว (5 ปีขึ้นไป) : กินทุนในระยะเวลา 10 ปี
สร้างผลกำไรจากห้องเช่าอย่างสม่ำเสมอ

4.5 ปัจจัยแห่งความสำเร็จ

- มีแหล่งเงินทุนของตนเอง
- บริเวณห้องเช่ามีความสวยงาม ร่มรื่น น่าอยู่อาศัย
- ปรับปรุงอาคารให้มีความใหม่อยู่เสมอ
- มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดีสำหรับผู้เช่าพัก
- มีธรรมาภิบาล ยึดมั่นเข้มแข็งใสในการให้บริการกับผู้เช่า

5. แผนการตลาด

5.1 การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย

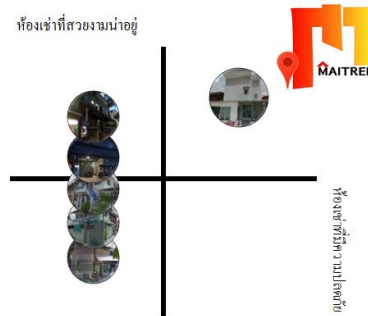
5.1.1 การแบ่งส่วนตลาด Market Segmentation

บ้านเช่าไมตรีมีการแบ่งส่วนตลาดโดยใช้เกณฑ์ทางด้านประชากรศาสตร์ (อายุ, รายได้) และด้านจิตวิทยา (บุคลิกลักษณะส่วนบุคคล)

5.1.2 การกำหนดเป้าหมาย Target Marketing

จากการแบ่งส่วนตลาดโดยใช้เกณฑ์ในช่วงต้น ได้กำหนดกลุ่มผู้เช่าเป้าหมายของบ้านไมตรีคือกลุ่มคนอายุ 25 ปี ขึ้นไป ที่มีรายได้อย่างน้อย 12,000 บาทต่อเดือน ไม่มีพฤติกรรมเสี่ยงต่อการมั่วสุม

5.1.3 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ Positioning



5.2 กลยุทธ์ทางการตลาด

5.2.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์

บ้านไมตรีต้องการจะนำเสนอห้องเช่าที่แตกต่างจากคู่แข่งบริเวณ โดยรอบ โดยการสร้างบรรยากาศของบ้านเช่าที่ให้ความรู้สึกร่มรื่นน่าอยู่ และสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้เช่าด้วยระบบรักษาความปลอดภัยจากกล้องวงจรปิดและคีย์การ์ด สิ่งเหล่านี้จะทำให้บ้านไมตรีแตกต่างจากคู่แข่ง อีกทั้งยังแสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์ของบ้านไมตรีซึ่งจะสร้างความพึงพอใจแก่ผู้เช่า อันจะนำไปสู่ความภักดีต่อบ้านไมตรี นอกจากนี้บ้านไมตรียังเล็งเห็นถึงความสะดวกสบายในการดำเนินชีวิตของผู้เช่าจึงนำสิ่งอำนวยความสะดวกไม่ว่าจะเป็นเครื่องซักผ้าอัตโนมัติแบบหยอดเหรียญ ตู้กดน้ำหยอดเหรียญ และตู้เติมเงิน โทรศัพท์แบบออนไลน์มาติดตั้งเพื่อบริการแก่ผู้เช่า

5.2.2 กลยุทธ์ด้านราคา

เนื่องจากบ้านไมตรีเป็นห้องเช่ารายใหม่ยังไม่เป็นที่รู้จัก ดังนั้นต้องใช้กลยุทธ์การตั้งราคาที่สามารถสร้างคุณค่าที่เด่นชัด เพื่อให้ผู้เช่าเกิดการรับรู้ที่บ้านไมตรีเป็นห้องเช่าที่มีคุณค่า ด้วยการนำเสนอห้องเช่าที่มีคุณภาพในระดับสูง ทั้งในเรื่องความสวยงามน่าอยู่ ความปลอดภัย รวมถึงการบริการที่เป็นมิตร เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ให้เช่าและผู้เช่า และตั้งราคาในระดับกลางใกล้เคียงกับห้องเช่ารายอื่นที่ตั้งอยู่บริเวณรอบบ้านไมตรี เพื่อเพิ่มโอกาสในการแข่งขันและเพื่อดึงดูดผู้เช่าให้เกิดความสนใจได้โดยง่าย

5.2.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางจัดจำหน่าย

บ้านไมตรีเป็นธุรกิจให้บริการห้องเช่ารายเดือน ดังนั้นด้วยลักษณะของสินค้าและบริการ บ้านไมตรีจึงเลือกช่องทางการจำหน่ายทางตรง เพื่อให้ผู้เช่าได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง และที่สำคัญคือผู้เช่าจะได้สัมผัสห้องเช่าด้วยตนเอง นำมาซึ่งการรับรู้ และช่วยให้กระบวนการตัดสินใจง่ายและเร็วขึ้น

5.2.4 กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาด

เนื่องจากบ้านไมตรีเป็นห้องเช่ารายใหม่ที่เพิ่งเข้ามาในธุรกิจห้องเช่า ดังนั้นในช่วงแรกของการดำเนินธุรกิจ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะสร้างการรับรู้ตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้เช่าเป้าหมาย และให้ผู้เช่ารับรู้ถึงภาพลักษณ์ คุณค่าที่จะได้รับ และมั่นใจได้ในความปลอดภัยจากบ้านไมตรี โดยมีกิจกรรมการบอกต่อ (Word of Mouth) และการแจกแผ่นพับ (Leaflet) เพื่อบอกรายละเอียดเกี่ยวกับห้องเช่าและช่องทางการติดต่อ บ้านไมตรี ซึ่งข้อมูลเหล่านี้คือสิ่งที่บ้านไมตรีต้องการให้กระจายออกไปให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้

5.3 กิจกรรมหรือการดำเนินการทางการตลาด

ตราชื่อ (Brand Name)

“บ้านไมตรี” มีความหมายรวมว่า ที่อยู่อาศัยที่แสดงถึงความหวังดีต่อกัน อันสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ที่ธุรกิจได้กำหนดไว้

ตรา (Logo)



สโลแกน (Slogan) “ น่ายู่ ปลอดภัย และเป็นมิตร ในราคาที่เหมาะสม ”

6. แผนการผลิตและการดำเนินงาน

6.1 ขั้นตอนการดำเนินงาน

ลำดับ	รายการดำเนินงาน	ระยะเวลาดำเนินการ	เวลาที่คาดว่าจะแล้วเสร็จ
1.	ศึกษาหาข้อมูลตลาดและความเป็นไปได้ของธุรกิจ	4 เดือน	มกราคม-เมษายน 2562
2.	ศึกษาหาข้อมูลการก่อสร้าง และเลือกผู้รับเหมา	3 เดือน	พฤษภาคม-กรกฎาคม 2562
3.	ดำเนินการสร้าง	6 เดือน	สิงหาคม 2562-มกราคม 2563
4.	ประชาสัมพันธ์ให้กลุ่มเป้าหมายรับรู้	3 เดือน	ธันวาคม 2562-กุมภาพันธ์ 2563
5.	พร้อมเข้าพัก	-	กุมภาพันธ์ 2563
รวมระยะเวลาทั้งสิ้น		14 เดือน	มกราคม 2562-กุมภาพันธ์ 2563

7. แผนการเงิน

การวางแผนการเงินจะช่วยให้บ้านไมตรีรู้ถึงความสามารถในการจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับแผนงานที่ธุรกิจได้กำหนดไว้ และยังเป็นเครื่องมือในการตรวจสอบรายได้ รายจ่าย และแหล่งเงินทุนอีกด้วย

7.1 เป้าหมายทางการเงิน

1. มีระยะเวลาในการคืนทุน (Payback Period) ของโครงการไม่เกิน 10 ปี
2. มีระดับเงินสดขั้นต่ำ 20,000 บาท เพื่อรักษาสภาพคล่องของธุรกิจ

7.2 โครงสร้างเงินทุน

สำหรับเงินทุนของกิจการนั้นจะใช้เงินทุนจากเจ้าของ โดยจะใช้เงินลงทุนที่ 2 ล้านบาท

งบกำไรขาดทุน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้จากค่าเช่า	630,000	630,000	630,000	630,000	630,000
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์	108,200	108,200	108,200	108,200	108,200
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	8,200	8,200	8,200	8,200	8,200
กำไรจากการดำเนินงาน(EBIT)	513,600	513,600	513,600	513,600	513,600
ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
กำไร(ขาดทุน) ก่อนหักภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา	513,600	513,600	513,600	513,600	513,600
ภาษีโรงเรือน	78,750	78,750	78,750	78,750	78,750
หัก ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา 20%	102,720	102,720	102,720	102,720	102,720
ภาษีป้าย	500	500	500	500	500
กำไร(ขาดทุน) สุทธิ	331,630	331,630	331,630	331,630	331,630

ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)

จากการพิจารณากำไรที่ได้จากการลงทุน พบว่ากิจการสามารถใช้เวลาคืนทุนได้ 6 ปี ซึ่งจากที่กิจการตั้งเป้าหมายว่าต้องการคืนทุนภายในระยะเวลา 10 ปี ก็สรุปได้ว่าระยะเวลาคืนทุนของกิจการนี้อยู่ในเกณฑ์ที่รับได้

8. แผนลูกค้า

สำหรับแผนธุรกิจห้องเช่าของบ้านไมตรีมีการวางแผนควบคุมเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า คู่ค้า ดังนี้

วัสดุที่ใช้ในการก่อสร้างมีการปรับราคาสูงขึ้น

- ผลกระทบ : ต้นทุนในการดำเนินงานสูงขึ้น
- แนวทางแก้ไข : เลือกรูปแบบการจ้างแบบเหมาจ่ายและจัดทำสัญญาาร่วมกับผู้รับเหมาก่อสร้าง ศึกษาข้อมูลวัสดุที่ต้องใช้ในการสร้างห้องเช่าและแนวโน้มของราคา หลังจากนั้นทำการประเมินจำนวนของวัสดุที่ต้องใช้ และทำการจัดซื้อล่วงหน้า

ห้องเช่าไม่ตรงตามความต้องการของผู้เช่า

- ผลกระทบ : ทำให้รายได้ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้
- แนวทางแก้ไข : ดำรวจความต้องการของผู้เช่าเพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาห้องเช่า

การรับรู้ห้องเช่าของกลุ่มเป้าหมายไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

- ผลกระทบ : ผู้เช่าไม่เต็มจำนวนห้องเช่าที่ให้บริการ
- แนวทางแก้ไข : เก็บข้อมูลพฤติกรรมกลุ่มเป้าหมายเพื่อวิเคราะห์หาสาเหตุและแก้ปัญหาด้วยการปรับปรุงกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายดังกล่าว

จำนวนคู่แข่งที่เพิ่มมากขึ้น

- ผลกระทบ : ผู้เช่าไม่เต็มจำนวนห้องเช่าที่ให้บริการ
- แนวทางแก้ไข : ดูแลห้องเช่าให้อยู่ในสภาพที่ดีอยู่เสมอ และศึกษาข้อมูลคู่แข่งเพื่อนำมาปรับเปลี่ยนกลยุทธ์เพื่อชิงลูกค้า

ผู้เช่าค้างค่าเช่า

- ผลกระทบ : ทำให้รายได้ไม่เป็นไปตามที่วางแผนไว้
- แนวทางแก้ไข : คัดกรองผู้เช่าที่มีความสามารถในการชำระเงิน ซึ่งแจ้งให้ผู้เช่าเข้าใจอย่างละเอียดถูกต้อง และจัดทำสัญญาการจ่ายค่าบริการให้ครอบคลุม

บรรณานุกรม

- รายงานภาวะเศรษฐกิจจังหวัดนนทบุรี สำนักงานคลังจังหวัดนนทบุรี ฉบับที่ 12/2561.//สืบค้นเมื่อ 23 มีนาคม 2562./จาก/ https://www.cgd.go.th/cs/nbr/nbr/ผลการปฏิบัติงาน.html?page_locale=th_TH
- แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12.//สืบค้นเมื่อ 24 มีนาคม 2562./จาก/ <http://nscr.nesdb.go.th/>
- ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP).//สืบค้นเมื่อ 23 มีนาคม 2562./จาก/ <https://www.nesdb.go.th/main.php?filename=macroeconomics>
- อัตราค่าจ้างขั้นต่ำปี 2561.//สืบค้นเมื่อ 23 มีนาคม 2562./จาก/ http://www.mol.go.th/employee/interesting_information/4131

พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร./สืบค้นเมื่อ 25 มีนาคม 2562,/จาก/<http://asa.or.th/laws-and-regulations/cba/>

พระราชบัญญัติภาษี./สืบค้นเมื่อ 25 มีนาคม 2562,/จาก/<http://asa.or.th/laws/news20190315/>

กฎหมายเพื่อคุ้มครองผู้เช่าที่อยู่อาศัย./สืบค้นเมื่อ 26 มีนาคม 2562,/จาก/

<http://www.oic.go.th/FILEWEB/CABINFOCENTER38/DRAWER084/GENERAL/DATA0000/00000206.PDF>

อุปทานที่อยู่อาศัยประจำปี (คอนโดมิเนียม)./สืบค้นเมื่อ 28 มีนาคม 2562,/จาก/

[https://www.krungsri.com/bank/getmedia/4dda41fa-1db0-4b97-bca2-](https://www.krungsri.com/bank/getmedia/4dda41fa-1db0-4b97-bca2-591cc99537d2/IO_Housing_181115_TH_EX.aspx)

[591cc99537d2/IO_Housing_181115_TH_EX.aspx](https://www.krungsri.com/bank/getmedia/4dda41fa-1db0-4b97-bca2-591cc99537d2/IO_Housing_181115_TH_EX.aspx)

ดัชนีราคาขายวัสดุก่อสร้าง./สืบค้นเมื่อ 27 มีนาคม 2562,/จาก/

http://www.indexpr.moc.go.th/price_present/csi/stat/other/conyear.asp

การสำรวจตลาดการเช่าอาศัยของประเทศไทย./สืบค้นเมื่อ 28 มีนาคม 2562,/จาก/

<https://www.stock2morrow.com/discuss/room/1/topic/13460>

แนวโน้มสัดส่วนหนี้ครัวเรือนต่อ GDP./สืบค้นเมื่อ 29 มีนาคม 2562,/จาก/

https://www.bot.or.th/Thai/FinancialInstitutions/Publications/FSR_Doc/FSR2018.pdf