



การศึกษาความเป็นไปได้ของที่ดินในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

โดย

นางสาวบุณลิตา วัธนะชัย

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์)
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2558
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

การศึกษาความเป็นไปได้ของที่ดินในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

โดย

นางสาวบุณลิตา วัธนะชัย



การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์)

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปีการศึกษา 2558

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



Feasibility Study of land development in Hatyai, Songkhla

BY

Miss Boonsita Wattanachai



AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF
THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF
MASTER OF SCIENCE (REAL ESTATE BUSINESS)
FACULTY OF COMMERCE AND ACCOUNTANCY
THAMMASAT UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR 2015
COPYRIGHT OF THAMMASAT UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี

การค้นคว้าอิสระ

ของ

นางสาวบุณลิตา วัธนะชัย

เรื่อง

การศึกษาความเป็นไปได้ของที่ดินในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์)

เมื่อ วันที่ 22 เมษายน พ.ศ. 2559

ประธานกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สุพิดา พาณิชย์ปฐม)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

(รองศาสตราจารย์เยาวมาลย์ เมธาภิรักษ์)

คณบดี

(ศาสตราจารย์ ดร.ศิริลักษณ์ โรจนกิจอำนวย)

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	การศึกษาความเป็นไปได้ของที่ดินในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
ชื่อผู้เขียน	นางสาวบุญสิตา วัธนะชัย
ชื่อปริญญา	วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์)
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	รองศาสตราจารย์เยาวมาลย์ เมธาภิรักษ์
ปีการศึกษา	2558

บทสรุปผู้บริหาร

การศึกษาความเป็นไปได้ฉบับนี้เป็นการศึกษาความเป็นไปได้ของที่ดินในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ในลักษณะ Site looking for Use ที่ดินแปลงที่นำมาศึกษามีรูปร่างหลายเหลี่ยม ขนาดที่ดินรวม 3 ไร่ 1 งาน 17.1 ตารางวา (5,268.40 ตารางเมตร) ตั้งอยู่ติดกับถนนราษฎร์ยินดี ซอย 14 และซอยหอยมุกต์ มีระยะทางห่างจากตัวเมืองและย่านการค้าของหาดใหญ่ ประมาณ 3 กิโลเมตร โดยโครงการได้ศึกษาเปรียบเทียบการใช้ประโยชน์ของที่ดินที่เป็นไปได้เพื่อพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทต่างๆ บนที่ดินแปลงนี้ โดยการวิเคราะห์ความเหมาะสมทั้งในด้านกฎหมาย ลักษณะทางกายภาพ การตลาด และการเงิน ก่อนจะสรุปว่า ที่ดินแปลงนี้มีความเป็นไปได้และความเหมาะสมที่จะพัฒนาเป็นโครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภทโรงแรม

ออกแบบโครงการโรงแรมให้เป็นอาคาร 10 ชั้น รูปแบบอาคารภายนอกเป็นแนวโมเดิร์น และเรียบง่าย ชั้นที่ 1 และ 2 เป็นพื้นที่ส่วนกลาง ล็อบบี้ ห้องอาหารห้องประชุม และห้องจัดเลี้ยง สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ และสระว่ายน้ำชั้นที่ 3 - 10 เป็นพื้นที่ส่วนกลางและห้องพักจำนวน 314 ห้อง โดยแบ่งรูปแบบห้องพักออกเป็น 3 แบบ ได้แก่ ห้องพักมาตรฐาน Deluxe Room ขนาด 35 ตารางเมตร ราคา 1,450 บาทต่อคืน จำนวน 294 ห้อง ห้อง Suite ขนาด 70 ตารางเมตร ราคา 2,900 บาทต่อคืน จำนวน 18 ห้อง และห้อง Honeymoon Suite ขนาด 105 ตารางเมตร ราคา 4,350 บาทต่อคืน จำนวน 2 ห้อง

ด้านการตลาดโรงแรมทำการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication; IMC) โดยแบ่งช่องทางการสื่อสารทางการตลาดกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย 4 กลุ่มที่แตกต่างกัน โดยกลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวต่างชาติหรือกรุ๊ปทัวร์ ใช้ช่องทางการ

สื่อสารการตลาดผ่านตัวแทนจำหน่าย กลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวชาวไทย ใช้ช่องทางโซเชียลมีเดียและตัวแทนท่องเที่ยวออนไลน์ กลุ่มลูกค้าธุรกิจและการค้า ใช้ช่องทางการเป็นพันธมิตรกับองค์กร และกลุ่ม MICE และ Wedding ใช้ช่องทางการจัดแสดงสินค้าและบริการตามงานแสดงสินค้าต่างๆ

ด้านการเงิน โครงการนี้มีมูลค่าลงทุนโครงการรวมทั้งสิ้น 824,312,911 บาท โดยใช้สัดส่วนเงินกู้ 50% และสัดส่วนส่วนของผู้ถือหุ้น 50% ใช้อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ MLR+1 หรือ 7.5% และมีต้นทุนของเงินทุน (WACC) อยู่ที่ 8% โครงการนี้ให้อัตราผลตอบแทน (IRR) ในกรณีปกติ (Base Case) อยู่ที่ 11.65% มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 188,448,098.30 บาท ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) อยู่ที่ 9 ปี 5 เดือน และใช้ระยะเวลาก่อสร้างโครงการทั้งหมด 24 เดือน ดังนั้นโครงการมีความเป็นไปได้ทางการเงินและมีความน่าสนใจในการลงทุน

คำสำคัญ: โรงแรม, หาดใหญ่, สงขลา, อควาเรียม

Independent Study Title	Feasibility Study of land development in Hatyai, Songkhla
Author	Miss Boonsita Wattanachai
Degree	Master of Science (Real Estate Business)
Department/Faculty/University	Faculty of Commerce and Accountancy Thammasat University
Independent Study Advisor	Associate Professor Yawaman Metapirak
Academic Years	2015

EXECUTIVE SUMMARY

This feasibility study is to study the feasibility of land development in Hatyai, Songkhla in a Site-looking-for-use approach. The studied land is in a shape of a trapezium. Total land size is 3 Rai 1 Ngarn 17.1 Square Wa (5,268.40 Square Meter), located between Soi Rajyindee 14 Road and Soi Hoimook Road. The distance from the land to city center and shopping area of Hatyai is approximately 3 kilometers. The land is studied in comparison between many possible types of real estate development by analyzing each type of real estate development in various aspects including legal limitation, physical attributes, marketing and finance before arriving to the conclusion that the most feasible real estate development for this land is a hotel.

The hotel project is designed to be a 10-storey building, with a modern and simple exterior design. The first and second floors consist of common area, lobby, restaurant, meeting rooms and a ballroom, other facilities and a swimming pool. The third to tenth floors consist of common area and 314 hotel rooms. Hotel rooms are divided into 3 types. There are 294 deluxe rooms. Each is 35 square meter in size, priced at 1,450 Baht per night. There are 18 Suite rooms. Each is 70 square meter in size, priced at 2,900 Baht per night. There are 2 Honeymoon Suite rooms. Each is 105 square meter in size, priced at 4,350 Baht per night.

For marketing, the hotel uses Integrated Marketing Communication (IMC) approach to communicate to its targeted customers. It uses various marketing communication channels in accordance with its different groups of customers. With foreign tourists or tour groups, it uses travel agency channel. With Thai tourists, it uses Social Media and Online Travel Agency (OTA) channels. With Business and Corporate customers, it uses corporate alliance channel. With MICE and Wedding customers, it uses trade show channel through various exhibitions.

To finance the project, the project requires a total investment in the amount of 824,312,911 Baht. The project's debt ratio and equity ratio are 50% and 50%. The interest rate used in the calculation is MLR+1 or 7.5%. The Weighted Average Cost of Capital (WACC) is 8%. The project yields Internal Rate of return (IRR), in the base case, at 11.65%. It has a Net Present Value (NPV) of 188,448,098.30 Baht. Project's payback period is 9 years and 5 months. The construction period of the project is 24 months. In conclusion, this project is financially feasible and is an interesting project to invest in.

Keywords: Hotel, Hatyai, Songkhla, Aquarius

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาความเป็นไปได้ของที่ดินในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ฉบับนี้จะสำเร็จมิได้หากข้าพเจ้าไม่ได้รับความกรุณาและความช่วยเหลือจากคณาจารย์ MRE เพื่อนและรุ่นพี่นักศึกษา MRE รวมไปถึงผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวนในหาดใหญ่ที่สละเวลาให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาแก่ข้าพเจ้า

ข้าพเจ้าขอขอบคุณทุกท่านที่ช่วยเหลือข้าพเจ้า โดยเฉพาะรองศาสตราจารย์เยาวมาลย์ เมธาภิรักษ์ และ รองศาสตราจารย์ ดร.สุพิชา พาณิชย์ปฐุม ที่ให้ความกรุณารับข้าพเจ้าเป็นนักศึกษา ภายใต้การปรึกษาในการค้นคว้าอิสระครั้งนี้

และสุดท้ายข้าพเจ้าขอขอบคุณบิดามารดาของข้าพเจ้า นายทรงชัย และนางลาวรรณ วัธนะชัย ผู้ให้แรงบันดาลใจและเป็นแบบอย่างในความมุ่งมั่น อุทิศสาคหะ และเป็นผู้ที่ข้าพเจ้าน้อมนำคำสอนและคุณธรรมมาใช้ในการดำรงชีวิตของข้าพเจ้าตลอดมา

นางสาวบุญสิตา วัธนะชัย

สารบัญ

	หน้า
บทสรุปผู้บริหารภาษาไทย	(1)
บทสรุปผู้บริหารภาษาอังกฤษ	(3)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญตาราง	(10)
สารบัญภาพ	(12)
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาของแนวคิด	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
1.3 ขอบเขตการศึกษา	2
1.4 ขั้นตอนการศึกษา	2
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 ทบทวนวรรณกรรม	4
2.1.1 คุณภาพบริการ (Service Quality)	4
2.1.2 ปัจจัยหลักแห่งความสำเร็จ (Critical Success Factor)	6
2.1.3 ปัจจัยที่ก่อให้เกิดประสิทธิผลในโรงแรม	7
2.1.4 พฤติกรรมการเข้าพักในโรงแรมในอำเภอหาดใหญ่	8
บทที่ 3 การวิเคราะห์ที่ตั้งโครงการ (Site Analysis)	

3.1	ทำเลที่ตั้งและลักษณะทางกายภาพของที่ดิน	9
3.1.1	อาณาเขตติดต่อ	9
3.1.2	การคมนาคม	9
3.1.3	รายละเอียดเกี่ยวกับที่ดิน	10
3.1.4	สถานที่สำคัญต่างๆ บริเวณใกล้เคียง	11
3.1.5	การเข้าถึงโครงการ	14
3.2	กฎหมายที่เกี่ยวข้อง	14
3.2.1	เทศบัญญัติเทศบาลนครหาดใหญ่	14
3.2.2	พระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ.2547	15
3.2.3	พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ.2522	16
3.3	สภาพสิ่งแวดล้อมโดยทั่วไป	17
3.3.1	สภาพภูมิอากาศ	17
3.3.2	สภาพภูมิประเทศ	17
บทที่ 4 การวิเคราะห์ประโยชน์ทางเลือก		
4.1	การวิเคราะห์ประโยชน์ทางเลือก	19
4.1.1	การวิเคราะห์ Front Door Analysis	21
4.1.1.1	ที่อยู่อาศัยแนวราบ ได้แก่ ทาวน์เฮ้าส์ และบ้านเดี่ยว	22
4.1.1.2	อาคารสำนักงาน	23
4.1.1.3	อพาร์ทเมนต์ และเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์	25
4.1.1.4	โรงแรม	27
4.2	การหามูลค่าที่ดินที่เหมาะสม	29
บทที่ 5 การวิเคราะห์ทางการตลาด		
5.1	ภาพรวมธุรกิจโรงแรมในหาดใหญ่	34

5.1.1	อุปสงค์	34
5.1.1.1	อุปสงค์ห้องพัก	34
5.1.1.2	อุปสงค์ห้องจัดเลี้ยงและห้องประชุม	39
5.1.2	อุปทาน	40
5.1.2.1	อุปทานห้องพัก	40
5.1.2.2	อุปทานห้องจัดเลี้ยงและห้องประชุม	43
5.2	การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขัน	45
5.2.1	การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันด้วย SWOT Analysis	45
5.2.2	กลยุทธ์ STP	47
5.2.2.1	การแบ่งตลาด	47
5.2.2.2	การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย	48
5.2.2.3	การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด	50
5.2.3	กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (4Ps)	51
5.2.3.1	โครงการ (Product)	51
5.2.3.2	ราคา (Price)	54
5.2.3.3	ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	54
5.2.3.4	การส่งเสริมการขายและการตลาด (Promotion)	55
บทที่ 6 การบริหารการก่อสร้างและการบริหารโครงการ		
6.1	การบริหารการก่อสร้าง	56
6.2	การบริหารโครงการ	57
บทที่ 7 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน		
7.1	สมมติฐานรายได้และค่าใช้จ่ายของโครงการ	59
7.1.1	สมมติฐานรายได้ของโครงการ	59
7.1.2	สมมติฐานค่าใช้จ่ายของโครงการ	60
7.2	สมมติฐานการลงทุนโครงการ	60

7.2.1	สัดส่วนการลงทุน	60
7.2.2	ต้นทุนเงินกู้	61
7.2.3	ต้นทุนของเงินทุน	61
7.2.4	สมมติฐานอัตราการเติบโตราคาห้องพัก	62
7.2.5	การวิเคราะห์ด้านการเงิน	62
7.2.5.1	อัตราผลตอบแทนการลงทุน (IRR)	62
7.2.5.2	มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)	63
7.2.5.3	ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)	63
7.2.5.4	การวิเคราะห์สถานการณ์ (Scenario Analysis)	63
	รายการอ้างอิง	65
	ภาคผนวก	
	ภาคผนวก ก รายละเอียดคู่แข่งโรงแรมในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา	67
	ภาคผนวก ข การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน	75
	ประวัติผู้เขียน	82

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 แสดงการวิเคราะห์ประโยชน์ทางเลือกพัฒนาอสังหาริมทรัพย์	19
4.2 แสดงการคำนวณ Front door ของที่อยู่อาศัยแนวราบ	22
4.3 แสดงสมมติฐานเพื่อคำนวณ Front door ของอาคารสำนักงาน	23
4.4 แสดงการคำนวณ Front door ของอาคารสำนักงาน	24
4.5 แสดงสมมติฐานเพื่อคำนวณ Front door ของอพาร์ทเมนต์	25
4.6 แสดงการคำนวณ Front door ของอพาร์ทเมนต์	26
4.7 แสดงสมมติฐานเพื่อคำนวณ Front door ของโรงแรม	27
4.8 แสดงการคำนวณ Front door ของโรงแรม	28
4.9 แสดงรายละเอียดที่ดินแต่ละแปลงที่จะนำมาเปรียบเทียบด้วยวิธี WQS	30
4.10 แสดงการให้น้ำหนักปัจจัย และเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละปัจจัย	32
4.11 แสดงการคำนวณคะแนนของที่ดินแต่ละแปลงด้วยวิธี WQS	33
5.1 แสดงจำนวนผู้มาเยือนอำเภอหาดใหญ่แยกตามประเภท ปี 2011	35
5.2 แสดงช่วงเวลาที่พักท่องเที่ยวชาวไทย มาเลเซีย และสิงคโปร์ นิยมท่องเที่ยวในหาดใหญ่	37
5.3 แสดงข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกของนักท่องเที่ยว	39
5.4 แสดงจำนวนโรงแรม ห้องพัก และอัตราการเข้าพักเฉลี่ยของโรงแรมในสงขลา (หาดใหญ่)	41
5.5 แสดงชื่อโรงแรมพร้อมจำนวนห้อง เบอร์ติดต่อ จำนวนห้องพัก และราคาต่อคืน	42
5.6 แสดงจำนวนโต๊ะจีนสูงสุดที่จัดวางได้และราคาเริ่มต้นของโรงแรมในอำเภอหาดใหญ่	44
5.7 แสดงการวิเคราะห์ SWOT Analysis ของโครงการ	46
6.1 แสดงแผนงานการก่อสร้างโครงการ	57
6.2 แสดงจำนวนพนักงานและเงินเดือนพนักงานที่ใช้ในการบริหารโครงการ	58
7.1 แสดงราคาเข้าพักเฉลี่ยต่อคืนต่อปี (ADR) และ รายได้ต่อห้องพักว่าง (RevPAR) ต่อคืน ของปีที่ 1 ถึงปีที่ 3	59
7.2 แสดงรายรับของโครงการในปีที่ 1 ถึงปีที่ 3	59
7.3 แสดงค่าใช้จ่ายของโครงการในปีที่ 1 ถึงปีที่ 3	60
7.4 แสดงช่วงเวลาและจำนวนเงินที่ต้องใช้ในการพัฒนาโครงการแต่ละช่วง	60
7.5 แสดงอัตราผลตอบแทนการลงทุนโครงการ (IRR)	62
7.6 แสดงมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ (NPV)	63

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
7.7 แสดงระยะเวลาคืนทุนของโครงการ (Payback Period)	63
7.8 แสดงการวิเคราะห์สถานการณ์ของโครงการ (Scenario Analysis)	64
8 แสดงรายละเอียดคู่แข่งโรงแรมในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา	67
9 แสดงสมมติฐานทางการเงิน	75



สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 Critical success factor model of budget hotel operations	6
3.1 แสดงรูปแผนที่และเขตที่ดินโครงการ	11
3.2 แสดงรูปทรงที่ดินโครงการ	11
3.3 แสดงรูปแผนที่ห้องเที่ยวอำเภอหาดใหญ่	13
3.4 แสดงรูปแผนที่ท้ายเทศบัญญัติเทศบาลนครหาดใหญ่ พ.ศ.2557	15
3.5 แสดงอุณหภูมิจนเฉลี่ยของอำเภอหาดใหญ่ในรอบ 30 ปี	17
4.1 แสดงระยะรันและขนาดที่ดินโครงการ	21
4.2 แสดงที่ตั้งที่ดินแปลงเปรียบเทียบ	31
5.1 แสดงตำแหน่งทางการตลาดของโรงแรมคู่แข่งและโรงแรมโครงการ	50
5.2 แสดงแบบแปลนภายในอาคาร	53
7.1 แสดงอัตราดอกเบี้ยเงินให้สินเชื่อปัจจุบันของธนาคารกสิกรไทย	61

บทที่ 1 บทนำ

1.1 ที่มาของแนวความคิด

ประเทศไทยไม่ได้เป็นเพียงผู้ส่งออกสินค้าทางเกษตรกรรมเป็นหลักเพียงอย่างเดียว ประเทศไทยยังเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั่วโลก โดยเฉพาะเมืองท่องเที่ยวที่ติดกับทะเล ซึ่งอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทยในปีพ.ศ.2558 ที่ผ่านมา สามารถสร้างรายได้เป็นมูลค่ากว่า 2.23 ล้านล้านบาทต่อปี (ฐานเศรษฐกิจออนไลน์, 2559) โดยเมืองท่องเที่ยวที่ใกล้กับทะเลที่มีชื่อเสียงเป็นอันดับต้นๆ ของประเทศไทยได้แก่ พัทยา หัวหิน เกาะสมุย ภูเก็ต และหาดใหญ่ ซึ่งในแต่ละสถานที่ก็มีคุณลักษณะและเอกลักษณ์เฉพาะที่แตกต่างกัน

ในการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ในเมืองที่ติดทะเลมีอุปสรรคหลายด้าน ในพัทยามีต้นทุนที่ดินในการพัฒนาโครงการที่สูงมาก อสังหาริมทรัพย์มีสถานะอุปทานล้นตลาด อีกทั้งยังประสบปัญหานักท่องเที่ยวชาวรัสเซียลดลงอย่างมากเนื่องจากวิกฤติค่าเงินรูเบิล ทำให้เศรษฐกิจในเมืองพัทยาชะลอตัว เช่นเดียวกับหัวหินที่ตลาดอสังหาริมทรัพย์มีสถานะอุปทานล้นตลาด ส่วนการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์บนเกาะสมุยนั้น นอกจากที่ดินจะราคาสูงแล้ว ต้นทุนค่าก่อสร้างยังสูงมาก เนื่องจากการขนส่ง เช่นเดียวกับภูเก็ตที่มีอุปสรรคต้นทุนที่ดินและต้นทุนค่าก่อสร้างที่ราคาสูงมาก และความหนาแน่นของพื้นที่ในเกาะ ทำให้มีโอกาสจับจองที่ดินยากเหลือเกิน

ในขณะที่หาดใหญ่เป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีความน่าสนใจในการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ แม้ไม่ติดทะเลแต่ใกล้ทะเลมาก และราคาที่ดินยังไม่สูงมากเกินไป ทั้งยังมีความได้เปรียบตรงที่นอกจากจะเป็นเมืองท่องเที่ยวแล้ว ยังเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจและการค้าของภาคใต้อีกด้วย เป็นแหล่งรวมสินค้าราคาถูกและหลากหลาย มีสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม ไม่ไกลจากชุมชน มีความเป็นเมืองและมีความเจริญทางเศรษฐกิจโดยเฉพาะการรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยว อีกทั้งเส้นทางการคมนาคมมายังตัวอำเภอสามารถเดินทางได้อย่างสะดวกรวดเร็ว ทั้งทางรถยนต์ รถไฟ เครื่องบินทั้งสายการบินภายในประเทศและจากต่างประเทศ อยู่ติดกับชายแดนทางใต้ของประเทศ และเป็นเส้นทางเชื่อมต่อไปยังจังหวัดใกล้เคียงอีกด้วย (เทศบาลนครหาดใหญ่, 2558) หาดใหญ่จึงเป็นเมืองหนึ่งที่มีความน่าสนใจและมีโอกาสในการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์

ด้วยเหตุผลเหล่านี้ ผู้ศึกษาจึงเห็นว่าหาดใหญ่เป็นอำเภอที่มีศักยภาพในการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ได้หลายประเภท การศึกษาความเป็นไปได้นี้จะศึกษาว่า ที่ดินแปลงที่มีอยู่

เหมาะสมในการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทใดมากที่สุด โครงการที่มีความเป็นไปได้มีความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด และให้ผลตอบแทนทางการเงินแก่ผู้ลงทุนเท่าใด

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.2.1 เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ ในการพัฒนาที่ดินแปลงที่มีอยู่ ให้เป็นโครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภทต่างๆ ภายใต้ข้อจำกัดทางกฎหมาย ลักษณะทางกายภาพ และการตลาด

1.2.2 เพื่อศึกษามูลค่าที่แท้จริงของที่ดินและหาราคาเสนอซื้อที่ดินที่เหมาะสม

1.2.3 เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการ และอัตราผลตอบแทนที่ผู้ลงทุนจะได้รับ

1.3 ขอบเขตการศึกษา

1.3.1 ศึกษาศักยภาพที่ดินขนาด 3 ไร่ 1 งาน 17.1 ตารางวา (5,268.40 ตารางเมตร) บนถนนธรรมานุญูวิถี (ซอยราษฎร์ยินดี 14) อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา และข้อจำกัดแวดล้อมด้านต่างๆ ของที่ดิน

1.3.2 ศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์แต่ละประเภท และพิจารณาเลือกประเภทอสังหาริมทรัพย์ที่เหมาะสม โดยคำนึงถึงประโยชน์และมูลค่าสูงสุดของที่ดินแปลงนี้

1.3.3 ศึกษาผลตอบแทนทางการเงินของโครงการอสังหาริมทรัพย์ที่จะพัฒนาได้

1.4 ขั้นตอนการศึกษา

เป็นการศึกษาความเป็นไปได้ของที่ดิน แบบ Site looking for Use โดยศึกษาจากลักษณะทางกายภาพของที่ดิน สภาพแวดล้อมที่ดิน การเข้าถึง ระบบสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ ข้อกำหนดและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ศึกษาข้อมูลด้านการตลาด อุปสงค์และอุปทาน ประกอบกันเป็นความเป็นไปได้ในการพัฒนาที่ดินแปลงนี้เป็นโครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภทต่างๆ เพื่อหาทางเลือกประเภทอสังหาริมทรัพย์ที่เป็นไปได้ทั้งหมดของที่ดินแปลงนี้ และพิจารณาหาการใช้

ประโยชน์สูงสุดของที่ดิน ด้วยการเปรียบเทียบอัตราผลตอบแทนทางการเงิน และสรุปเลือกประเภทอสังหาริมทรัพย์ที่จะพัฒนา จากนั้นออกแบบโครงการ วางแผนกลยุทธ์ด้านการตลาด และคำนวณหาผลตอบแทนทางการเงินที่ผู้ลงทุนโครงการจะได้รับ

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 เพื่อให้เข้าใจถึงกระบวนการการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์และกระบวนการการพิจารณาเพื่อคัดเลือกประเภทอสังหาริมทรัพย์ที่เหมาะสมที่สุดของที่ดิน

1.5.2 เพื่อทราบประโยชน์และมูลค่าสูงสุดของโครงการบนที่ดินที่ต้องการพัฒนา และมูลค่าที่แท้จริงของที่ดินแปลงนั้น

1.5.3 เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ที่สนใจศึกษาหรือจะพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ต่อไปในอนาคต

บทที่ 2

วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ทบทวนวรรณกรรม

เนื่องจากการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ต้องใช้ทุนสูงประกอบกับเมื่อตัดสินใจเริ่มต้นลงทุนก่อสร้างแล้ว โครงการจะก่อให้เกิดรายได้ก็ต่อเมื่อโครงการพัฒนาเสร็จสิ้นแล้วเท่านั้น ดังนั้นผู้ลงทุนจึงต้องมีความรู้ความเข้าใจในอสังหาริมทรัพย์อย่างมาก จึงจำเป็นต้องศึกษาหาข้อมูลทบทวนวรรณกรรมเพื่อหาปัจจัยที่มีความสำคัญในการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทนั้นๆ โดยการศึกษาความเป็นไปได้ของที่ดินในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา นี้ ผู้ศึกษาได้ทำการทบทวนวรรณกรรมในเรื่องต่างๆ ดังต่อไปนี้

2.1.1 คุณภาพบริการ (Service Quality)

ธุรกิจโรงแรมเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูง และในปัจจุบันโรงแรมต่างๆ หันมาให้ความสำคัญกับการปรับปรุงการให้บริการ เพราะการปรับปรุงบริการจะนำไปสู่ความได้เปรียบในการแข่งขัน โรงแรมที่บริการได้คุณภาพสูงกว่ามีโอกาสอยู่รอดในธุรกิจมากกว่า ในการปรับปรุงคุณภาพบริการของโรงแรมจำเป็นต้องมีการสร้างมาตรฐานของบริการ และ การชี้วัดคุณภาพบริการ ซึ่งทำได้ยากเนื่องจากการให้บริการเป็นสินค้าที่ไม่มีตัวตนจับต้องไม่ได้ วิธีหนึ่งที่ยอมรับใช้ชี้วัดบริการคือ SERVQUAL ซึ่งเป็นการแยกบริการออกเป็นปัจจัยต่างๆ และใช้สเกลวัดความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริการนั้นๆ ผู้ประกอบการจึงต้องมีการวางแผนปรับปรุงคุณภาพบริการในทุกด้านให้เหมาะสมเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และนำไปสู่ความได้เปรียบในการแข่งขันของโรงแรมในที่สุด (Min & Min, 1996)

ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพบริการของโรงแรมซึ่งวัดโดยความพึงพอใจของลูกค้ามีดังนี้

2.1.1.1 ด้านความคุ้มค่าของห้องพัก ประกอบด้วย

- (1) ความสะอาด
- (2) ความสบายของเตียงนอนและหมอน
- (3) บรรยากาศภายในห้องพัก
- (4) ขนาดของห้องพัก
- (5) ราคาห้องพัก
- (6) มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก (เช่น ผ้าเช็ดตัว ไดรเป่าผม เป็นต้น)
- (7) มีสิ่งของอภินันทนาการภายในห้องพัก (เช่น สบู่ แชมพู แปรงสีฟัน เป็นต้น)

2.1.1.2 ด้านบริการของแผนกต้อนรับ ประกอบด้วย

- (1) ความสุภาพของพนักงาน
- (2) ความรวดเร็วในการเช็คอินและเช็คเอาท์
- (3) การจัดการแก้ไขปัญหาที่ลูกค้าพบ
- (4) ความสะดวกในการจองห้องพัก ประสิทธิภาพของศูนย์ธุรกิจ (ศูนย์ธุรกิจมีอุปกรณ์ครบครัน เช่น คอมพิวเตอร์ เครื่องถ่ายเอกสาร เป็นต้น)
- (5) ความหลากหลายและคุณภาพของกิจกรรมกีฬาต่างๆ (เช่น สระว่ายน้ำ ห้องออกกำลังกาย เป็นต้น)
- (6) มีพนักงานให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ

ปัจจัยคุณภาพบริการโรงแรมทั้ง 13 ข้อข้างต้น เป็นสิ่งที่เจ้าของโครงการต้องให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก โดยปัจจัยที่ต้องคำนึงถึงตั้งแต่ก่อนการก่อสร้างโรงแรม ได้แก่บรรยากาศและขนาดของห้องพัก ราคาห้องพักที่จะกำหนดขึ้นมา การออกแบบให้มีศูนย์ธุรกิจและมีกิจกรรมที่หลากหลาย เช่น สระว่ายน้ำ และห้องออกกำลังกาย

ส่วนปัจจัยข้อที่เหลือนั้น เป็นส่วนที่ต้องให้ความสำคัญอย่างมากหลังก่อสร้างโรงแรมเสร็จแล้วและเริ่มดำเนินกิจการ ต้องมีการบริหารจัดการและควบคุมคุณภาพให้ได้อยู่เสมอ

2.1.2 ปัจจัยหลักแห่งความสำเร็จ (Critical Success Factor)

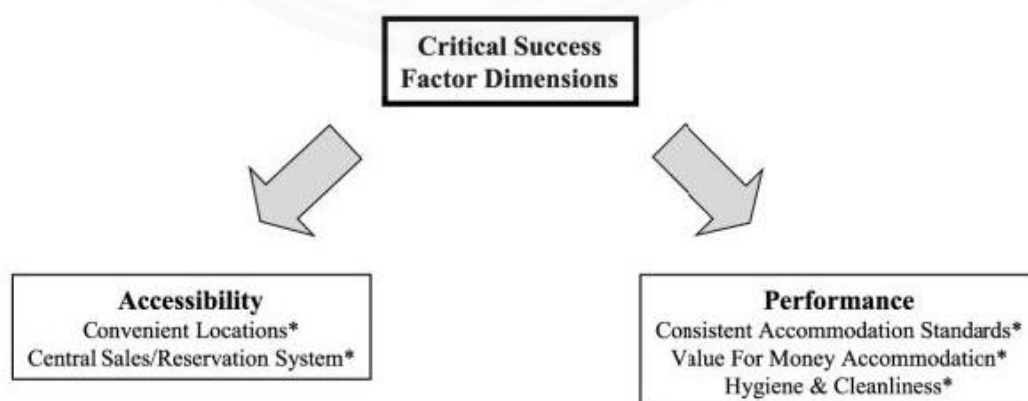
นอกเหนือจากคุณภาพบริการที่โรงแรมต้องบริหารจัดการพัฒนาอยู่เสมอแล้วนั้น ปัจจัยหลักที่จะนำไปสู่ความสำเร็จของโรงแรมยังมีอีก 2 ส่วนที่ต้องคำนึงถึง (Brotherton, 2004) ได้แก่

2.1.2.1 ปัจจัยด้านการเข้าถึง ประกอบด้วย

- (1) โรงแรมจะต้องตั้งอยู่ในตำแหน่งที่ตั้งที่สามารถเดินทางเข้าถึงและเดินทางไปสถานที่ข้างเคียงรวมถึงสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญได้อย่างสะดวกสบาย
- (2) โรงแรมจะต้องมีระบบที่ใช้ในการจองห้องพัก การขายห้องพักและห้องจัดเลี้ยงเป็นระบบกลางที่ทั้งโรงแรมสามารถเข้าถึงร่วมกัน และหากมีโรงแรมในเครือ ต้องสามารถเข้าถึงระบบร่วมกันได้ด้วย เพื่อให้ลูกค้าได้รับความสะดวกสบายและรวดเร็วในการทำการจองห้องพักรวมทั้งเปลี่ยนแปลงแก้ไขการจองห้องพัก

2.1.2.2 ปัจจัยด้านการดำเนินงาน ประกอบด้วย

- (1) โรงแรมต้องมีมาตรฐานของห้องพักที่เป็นระดับเดียวกัน ทุกห้องต้องมีมาตรฐานห้องพักเดียวกัน รวมถึงทุกครั้งที่ถูกค่าเข้าพักต้องได้รับประสบการณ์การเข้าพักในระดับมาตรฐานเดียวกัน
- (2) ห้องพักมีความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับราคา และเมื่อเทียบกับคู่แข่งในตลาด
- (3) ห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ภายในโรงแรม ห้องอาหาร และบริเวณโดยรอบของโรงแรมต้องมีสุขอนามัย และสะอาด



ภาพที่ 2.1 Critical success factor model of budget hotel operations, (Brotherton, 2004)

2.1.3 ปัจจัยที่ก่อให้เกิดประสิทธิผลในโรงแรม (Factors influencing productivity)

โรงแรมที่มีข้อจำกัดในด้านทรัพยากร จำเป็นต้องหาวิธีเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินการและเพิ่มประสิทธิผลให้สูงสุด ผู้จัดการในระดับกลางและระดับสูงควรต้องศึกษาว่าปัจจัยใดบ้างมีผลต่อประสิทธิผลของการดำเนินงานของโรงแรม (Okumus, 2005)

การศึกษาพบว่าปัจจัยที่ก่อให้เกิดประสิทธิผลในการดำเนินงานของแผนกต่างๆ ในโรงแรม ปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับของแต่ละแผนก โดยเรียงลำดับจากความสำคัญมากไปอย่างน้อย ได้แก่

แผนกต้อนรับ

- 1) การฝึกอบรมพนักงาน
- 2) โครงสร้างองค์กร
- 3) การคัดเลือกรับพนักงาน

แผนกห้องพัก

- 1) การคัดเลือกรับพนักงาน
- 2) ความคาดหวังของลูกค้า
- 3) คุณภาพบริการ

แผนกอาหารและเครื่องดื่ม

- 1) การฝึกอบรมพนักงาน
- 2) การคัดเลือกรับพนักงาน
- 3) ความคาดหวังของลูกค้า

ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมจึงควรให้ความสำคัญกับการฝึกอบรมพนักงาน โดยเริ่มจากจัดการฝึกอบรมในเรื่องประสิทธิผลในการทำงานและคุณภาพบริการให้กับผู้จัดการระดับกลางและระดับสูงก่อน เพื่อผู้จัดการจะได้มีความรู้ความเข้าใจและไปพัฒนาศักยภาพให้กับพนักงานภายใต้การดูแลต่อได้

2.1.4 พฤติกรรมการเข้าพักในโรงแรมในอำเภอหาดใหญ่

สถานการณ์ความไม่สงบใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่ออำเภอหาดใหญ่ จึงมีการศึกษาพฤติกรรมการเข้าพักโรงแรมที่เปลี่ยนแปลงไปของนักท่องเที่ยว เพื่อที่จะแก้ไขปัญหาและสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นใหม่ (กรวรรณ ทองสว่าง, กองกฤษ โต้ชัยวัฒน์, & พรพรรณ วีระปรียากร, 2011)

การศึกษาพบว่าพฤติกรรมการเข้าพักโรงแรมที่เปลี่ยนแปลงไปของนักท่องเที่ยวหลังเกิดเหตุการณ์ความไม่สงบใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้แก่ จำนวนนักท่องเที่ยวเข้าพักลดลง แต่ผู้เดินทางมาทำงานเข้าพักเพิ่มขึ้น การจองที่พัก ระยะเวลาเข้าพัก จำนวนเงินที่ใช้จ่าย ลดลง

โรงแรมที่เคยได้รายได้หลักจากห้องพักและจัดเลี้ยงควบคู่กัน ต้องพึ่งพารายได้จากการจัดเลี้ยง การสัมมนา และการประชุมเป็นหลักเมื่อผู้เข้าพักลดลงหลังเกิดเหตุการณ์ความไม่สงบ

แนะนำว่าโรงแรมในอำเภอหาดใหญ่ควรให้ความสำคัญเรื่องการรักษาความปลอดภัยให้กับลูกค้าเป็นพิเศษ โดยใช้ระบบรักษาความปลอดภัยและให้พนักงานรักษาความปลอดภัยมีการตรวจตราอย่างรัดกุม เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้เข้าพัก

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น โครงการสามารถนำเอาข้อมูลจากการศึกษามาใช้ในการออกแบบโครงการโรงแรม และการวางแผนกลยุทธ์ต่างๆ โดยคำนึงถึงการสร้างคุณภาพบริการ ปัจจัยหลักแห่งความสำเร็จ ประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และความเชื่อมั่นของลูกค้าหลังเกิดเหตุการณ์ความไม่สงบ

โครงการจะมีการใช้ระบบรักษาความปลอดภัยที่มีคุณภาพ จัดให้มีพนักงานรักษาความปลอดภัยให้ตรวจตราการเข้าออก มีการจัดแสงไฟภายในบริเวณโรงแรมไม่ให้มีมุมมืดหรือมุมอับในส่วนของโรงแรม และต้องมีการสื่อสารทางการตลาดถึงระบบรักษาความปลอดภัยของโรงแรม เพราะลูกค้าจำนวนมากต้องการความเชื่อมั่นในการเข้าพัก

เหตุการณ์ความไม่สงบส่งผลกระทบมากต่อรายได้ห้องพัก ดังนั้นโครงการจึงควรให้ความสำคัญกับการออกแบบห้องประชุม สัมมนา และจัดเลี้ยง ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า และให้สามารถปรับเปลี่ยนขนาดได้ เพื่อใช้พื้นที่ให้คุ้มค่าที่สุด เพราะในช่วงเหตุการณ์ไม่สงบการจัดเลี้ยงจะเป็นรายได้หลักของโรงแรม รวมไปถึงการจัดรายการส่งเสริมการขายให้กับการจัดงานแต่งงาน จัดอบรมต่างๆ ด้วย

บทที่ 3

การวิเคราะห์ที่ตั้งโครงการ (Site Analysis)

การวิเคราะห์ที่ตั้งโครงการรวมถึงการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมที่อยู่รอบโครงการด้วย ศึกษาด้วยการนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์เพื่อทราบถึงข้อจำกัดและประโยชน์ในการใช้ที่ดินโดยการวิเคราะห์ตามลำดับหัวข้อดังนี้

3.1 ทำเลที่ตั้งและลักษณะทางกายภาพของที่ดิน

3.1.1 อาณาเขตติดต่อ

อำเภอหาดใหญ่มีพื้นที่ 660 ตารางกิโลเมตร เป็นร้อยละ 0.30 ของพื้นที่จังหวัดสงขลา อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานคร 945 กิโลเมตรโดยเส้นทางการเดินทางโดยรถไฟ หรือ 1,125 กิโลเมตรโดยเส้นทางหลวงแผ่นดิน หรือ 755 กิโลเมตรโดยการเดินทางทางทะเล และใช้เวลาเดินทางจากกรุงเทพประมาณ 1.10 ชั่วโมงโดยเครื่องบิน หาดใหญ่มีอาณาเขตติดต่อ (เทศบาลนครหาดใหญ่, 2558) ดังนี้

- ทิศเหนือ ติดต่อกับเทศบาลเมืองคลองแห
- ทิศใต้ ขนานทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 407, เทศบาลเมืองคอกหงส์
- ทิศตะวันออก ติดต่อกองอู่ที่ ๓ และคลองอู่ตะเภา, เทศบาลเมืองควนลัง
- ทิศตะวันตก ติดต่อทางรถไฟสู่ไหง้ไกลก, คลองอู่ตะเภา, เทศบาลเมืองคอกหงส์

3.1.2 การคมนาคม

การคมนาคมทางบก ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีถนนสายหลัก ได้แก่ ถนนเพชรเกษม ถนนศรีภูวนารถ ถนนธรรมานุญูวิถี ถนนนิพัทธ์อุทิศ และถนนกาญจนวนิช

การคมนาคมทางอากาศ มีสนามบินนานาชาติหาดใหญ่ ห่างจากตัวเมือง 15 กิโลเมตร โดยมีสายการบินภายในประเทศที่ให้บริการ ได้แก่ สายการบินนกแอร์ สายการบินการบิน

ไทยสมายล์ สายการบินไทยไลอ้อนแอร์ สายการบินแอร์เอเชีย สายการบินบางกอกแอร์เวย์ และสายการบินระหว่างประเทศ ได้แก่ สายการบินแอร์เอเชีย และสายการบินไทเกอร์แอร์เวย์

3.1.3 รายละเอียดเกี่ยวกับที่ดิน

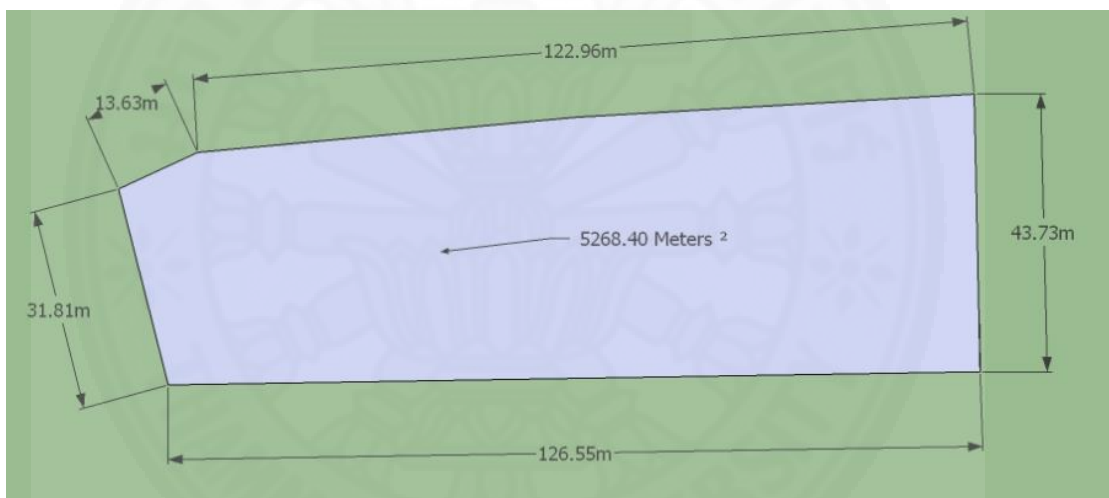
ขนาดที่ดินรวม	3 ไร่ 1 งาน 17.1 ตารางวา (5,268.40 ตารางเมตร)
โฉนดที่ดินแบ่งเป็น	2 แปลง
ราคาประเมินที่ดิน	อยู่ในระหว่างจัดทำ
ราคาเสนอขาย	150,000 บาท ต่อตารางวา
รูปร่างที่ดิน	รูปหลายเหลี่ยม
ทิศเหนือ	ติดถนนราษฎร์ยินดี ซอย 14 และสวนสาธารณะเหนือ คลอง (คลองเตย) กว้าง 10 เมตร
ทิศใต้	ถนนสาธารณะประโยชน์ กว้าง 8 เมตร
ทิศตะวันออก	ติดที่อยู่อาศัยแนวราบ
ทิศตะวันตก	ติดถนนสาธารณะประโยชน์ซอยเชื่อมระหว่าง ถนนราษฎร์ยินดีซอย 14 กับ ซอยหอยมุกด์ กว้าง 8 เมตร
ผังเมือง	อำเภอหาดใหญ่อยู่ระหว่างการวางผังเมือง

สภาพที่ดินในอดีต เดิมที่ดินแปลงนี้เป็นโรงแรมเจ้าพระยาและโรงแรมโนราห์หาดใหญ่ เมื่อพูดถึงที่ตั้งของที่ดินคนท้องถิ่นจะมีภาพติดตาที่นึกถึงคือน้ำตกเทียมที่อยู่บริเวณหน้าโรงแรมเจ้าพระยา คนเก่าแก่บริเวณนั้นมักเรียกถนนสี่แยกใหญ่ตรงนั้นว่า สี่แยกโรงแรมโนราห์ ซึ่งปัจจุบันโรงแรมทั้งสองถูกรื้อถอนแล้ว และเป็นที่ดินว่างเปล่าไม่ได้ใช้ประโยชน์กว่า 10 ปี

สภาพที่ดินปัจจุบัน เป็นที่ดินถมแล้ว สูงระดับเดียวกับถนน ทิศเหนือและทิศตะวันตกติดถนนทั้งสองด้าน ทิศตะวันออกและทิศใต้ มีบ้านพักอาศัยประเภทตึกแถว และที่ดินเปล่าของบุคคลอื่น ปัจจุบันพื้นที่ดินบางส่วนได้ถูกปล่อยเช่าเป็นสนามแข่งนกเขา



ภาพที่ 3.1 แสดงรูปแผนที่และเขตที่ดินโครงการ

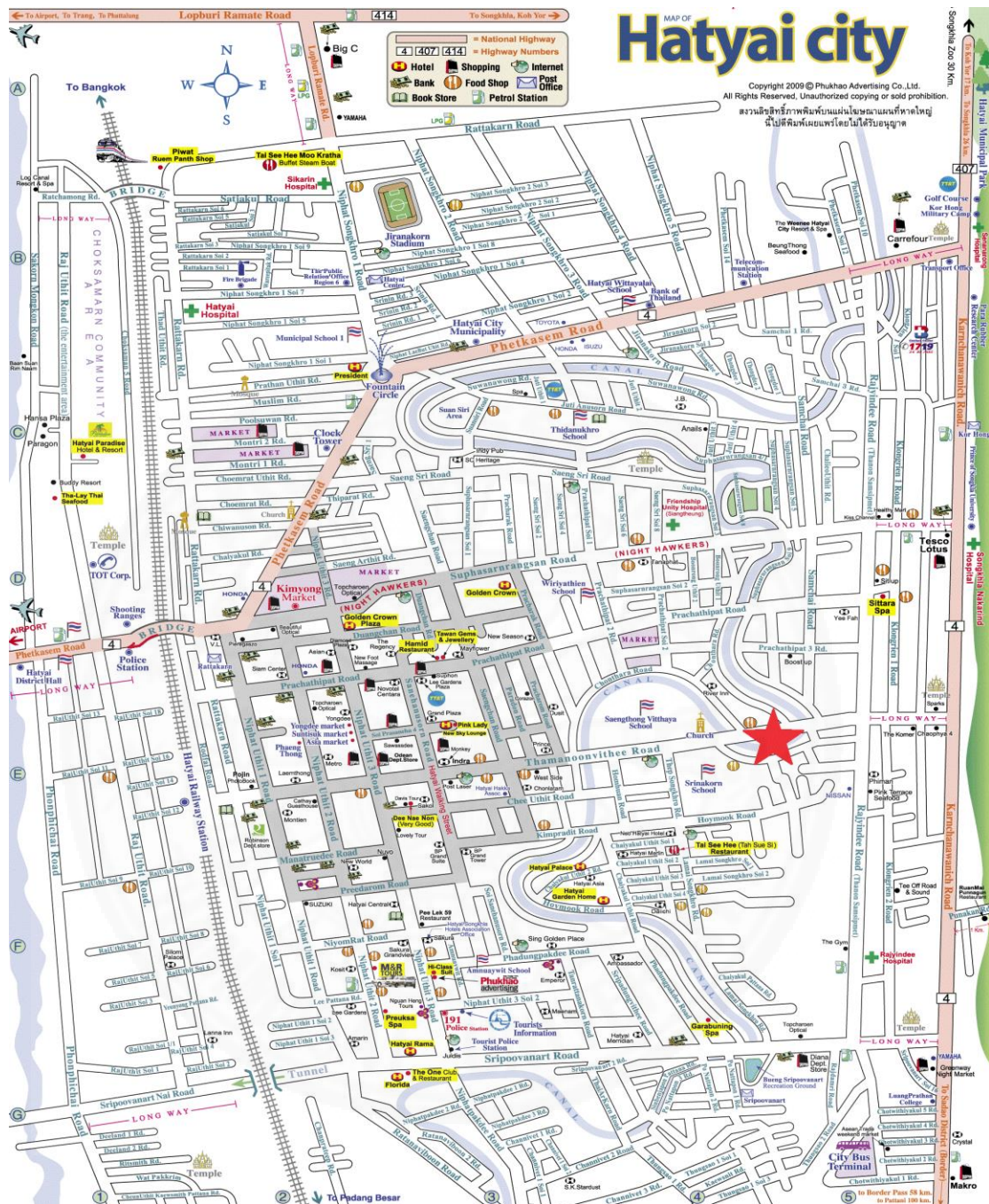


ภาพที่ 3.2 แสดงรูปทรงที่ดินโครงการ

3.1.4 สถานที่สำคัญต่างๆ บริเวณใกล้เคียง

โรงพยาบาล	โรงพยาบาลสงขลานครินทร์ ห่างจากที่ดิน 2.4 กิโลเมตร
สถานศึกษา	โรงเรียนแสงทองวิทยาลัย ห่างจากที่ดิน 500 เมตร
	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ห่างจากที่ดิน 2.3 กิโลเมตร
ตลาด และย่านการค้า	ตลาดกิมหยงที่มีชื่อเสียง ย่านการค้า ถนนนิพัทธ์อุทิศ 1, 2, 3 ซึ่งเป็นย่านการค้า ห่างจากที่ดิน 2 กิโลเมตร หรือ
	ขับรถประมาณ 10 นาที

	ศูนย์การค้าเซ็นทรัล เฟสติวัล หาดใหญ่ ห่างจากที่ดิน 3.8 กิโลเมตร
สถานที่ท่องเที่ยว	สวนสาธารณะหาดใหญ่ ห่างจากที่ดิน 3 กิโลเมตร ชายหาดสมิหลา ห่างจากที่ดิน 32 กิโลเมตร ภูเขาตังกวน ห่างจากที่ดิน 30.5 กิโลเมตร
ชายแดน	ชายแดนไทย-มาเลเซีย ด้านสะเดา ห่างจากที่ดิน 54.5 กิโลเมตร ชายแดนไทย-มาเลเซีย ปาดังเบซาร์ ห่างจากที่ดิน 57.3 กิโลเมตร
ท่ารถขนส่ง	ห่างจากที่ดิน 1.5 กิโลเมตร
สถานีรถไฟ	สถานีชุมทางหาดใหญ่ ห่างจากที่ดิน 2 กิโลเมตร
สนามบิน	สนามบินนานาชาติหาดใหญ่ ห่างจากที่ดิน 15 กิโลเมตร
จังหวัดใกล้เคียงสงขลา	ห่างจากสตูล 100 กิโลเมตร ห่างจากพัทลุง 103 กิโลเมตร ห่างจากนครศรีธรรมราช 201 กิโลเมตร ห่างจากปัตตานี 117 กิโลเมตร ห่างจากยะลา 137 กิโลเมตร ห่างจากนราธิวาส 196 กิโลเมตร ห่างจากตรัง 159 กิโลเมตร ห่างจากภูเก็ต 421 กิโลเมตร ห่างจากสุราษฎร์ธานี 321 กิโลเมตร
เมืองต่างประเทศสำคัญ	ห่างจากป็นัง 217 กิโลเมตร ห่างจากกัวลาลัมเปอร์ 530 กิโลเมตร



ภาพที่ 3.3 แสดงรูปแผนที่ท่องเที่ยวอำเภอหาดใหญ่

ที่มา: <http://www.mappery.com/Hat-Yai-Map>

หมายเหตุ ตำแหน่งดาวสีแดงแสดงตำแหน่งที่ตั้งของที่ดิน

3.1.5 การเข้าถึงโครงการ

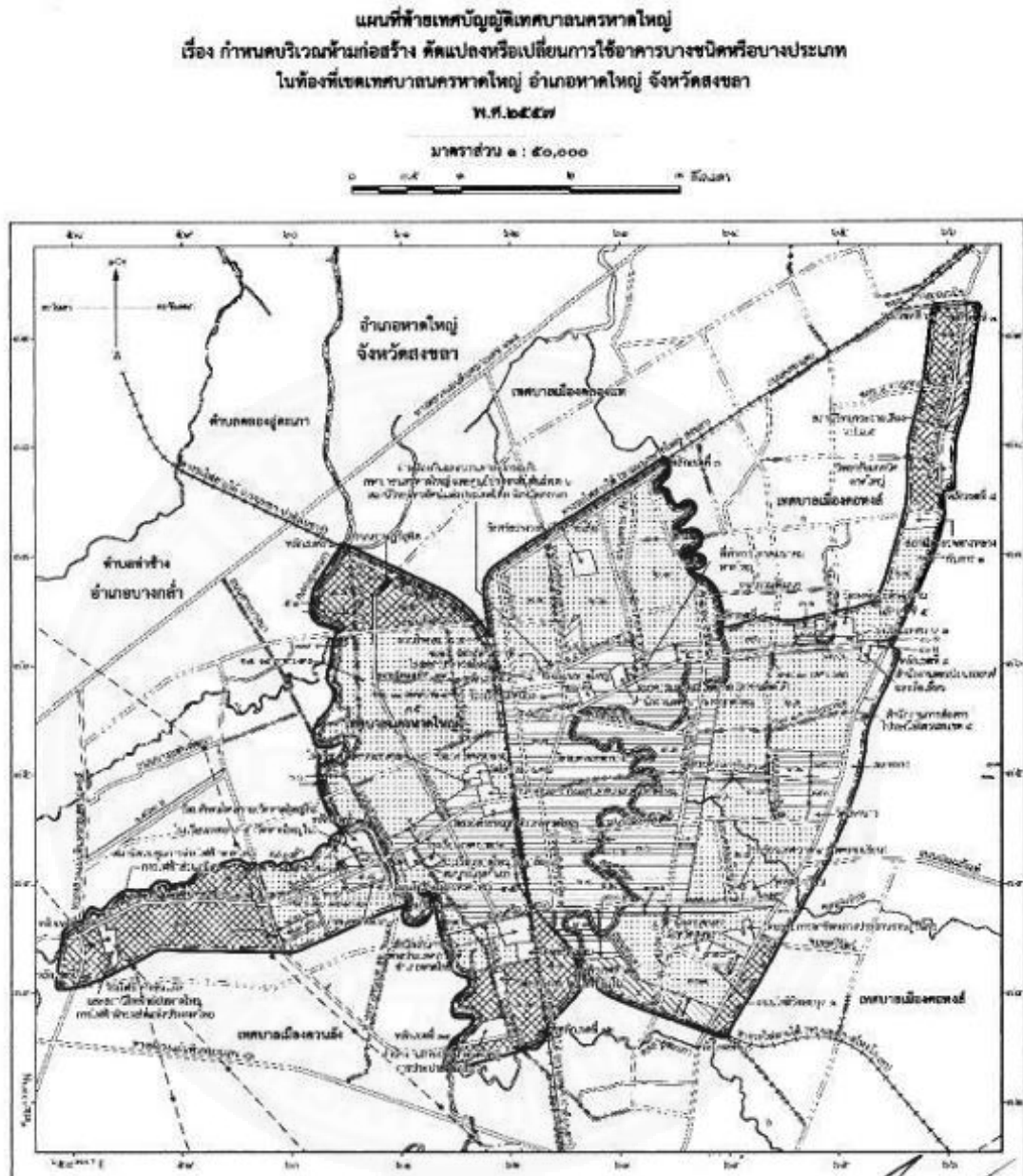
เดินทางได้โดยรถยนต์ หรือรถโดยสารสาธารณะได้แก่ มอเตอร์ไซด์ แท็กซี่ และรถตุ๊กตุ๊ก

3.2 กฎหมายที่เกี่ยวข้อง

3.2.1 เทศบัญญัติเทศบาลนครหาดใหญ่

เนื่องจากหาดใหญ่ยังไม่มีผังเมืองใช้ (อยู่ในระหว่างจัดทำ) และในส่วนของกรมธนารักษ์ก็กำลังดำเนินการประเมินราคาที่ดินใหม่ ซึ่งยังไม่แล้วเสร็จ อีกทั้งผังเมืองรวมเมืองหาดใหญ่ขณะนี้อยู่ในขั้นตอนการปรับปรุงผังในส่วนของการวิเคราะห์ วางผังร่าง ปรึกษาส่วนผังเมืองและส่วนวิเคราะห์ โดยกรมโยธาธิการและผังเมือง กระทรวงมหาดไทย ปัจจุบันอำเภอหาดใหญ่ใช้เทศบัญญัติเทศบาลนครหาดใหญ่ พ.ศ. 2557 เป็นข้อกำหนดในการกำหนดบริเวณห้ามก่อสร้าง

พื้นที่โครงการตั้งอยู่ในบริเวณที่ 3 ตามแผนที่ท้ายเทศบัญญัติเทศบาลนครหาดใหญ่ พ.ศ. 2557 ข้อ 6 ซึ่งเป็นพื้นที่พาณิชยกรรม สามารถพัฒนาที่อยู่อาศัยและอสังหาริมทรัพย์เพื่อการพาณิชยกรรมได้



ภาพที่ 3.4 แสดงรูปแผนที่ท้ายเทศบัญญัติเทศบาลนครหาดใหญ่ พ.ศ.2557

3.2.2 พระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ.2547

พระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ.2547 มีรายละเอียดที่สำคัญหลายอย่าง อาทิ การตรวจสอบคุณสมบัติผู้ประกอบการโรงแรม รวมถึงลักษณะต้องห้ามของผู้ที่จะขอใบอนุญาตตามมาตรา 13 ซึ่งจะมีอายุ 5 ปีนับตั้งแต่วันที่ออกใบอนุญาต ชื่อโรงแรมต้องเหมาะสม ไม่ซ้ำกับชื่อโรงแรมอื่นที่ขออนุญาตไปแล้ว หรือมีความหมายหยาบคาย และต้องไม่จงใจตั้งให้คล้ายหรือพ้องกับพระปรมาภิไธย หรือพระนามของพระราชินีหรือองค์ พระรัชทายาท ตามมาตรา 20 อีกทั้งการทราบ

ลักษณะของผู้จัดการโรงแรมตามมาตรา 33 โดยเฉพาะการได้รับหนังสือรับรองการผ่านการฝึกอบรม การบริหารจัดการโรงแรมตามหลักสูตรที่ได้รับการรับรอง รวมถึงหน้าที่และความรับผิดชอบร่วมกันของผู้ประกอบกิจการโรงแรมและผู้จัดการโรงแรม ตามมาตรา 34 การจัดทำทะเบียนผู้เข้าพักและ นำส่งต่อนายทะเบียนและสิทธิที่พึงกระทำได้ เช่น สามารถปฏิเสธผู้เข้าพักได้ในกรณีสงสัยว่าหลบหนี อาชญากรรม ก่อความรำคาญ หรือเชื่อว่าผู้ที่จะเข้าพักอาจไม่สามารถชำระค่าบริการได้ ตามมาตรา 39

อีกทั้งผู้ประกอบกิจการโรงแรมควรทราบถึงอำนาจของเจ้าหน้าที่พนักงานในการ ควบคุมดูแลผู้ประกอบการ รวมถึงโทษปรับหรือการกำหนดโทษที่อาจจะได้รับถ้ากระทำผิดตามหมวด 5 ของพนักงานเจ้าหน้าที่ และหมวด 6 บทกำหนดโทษ เพื่อให้ผู้ประกอบการจะได้ทราบถึงเกณฑ์ในการตรวจสอบของเจ้าหน้าที่ โทษปรับหรือโทษทางอาญา (พระราชบัญญัติโรงแรม, ๒๕๔๗)

3.2.3 พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ.2522

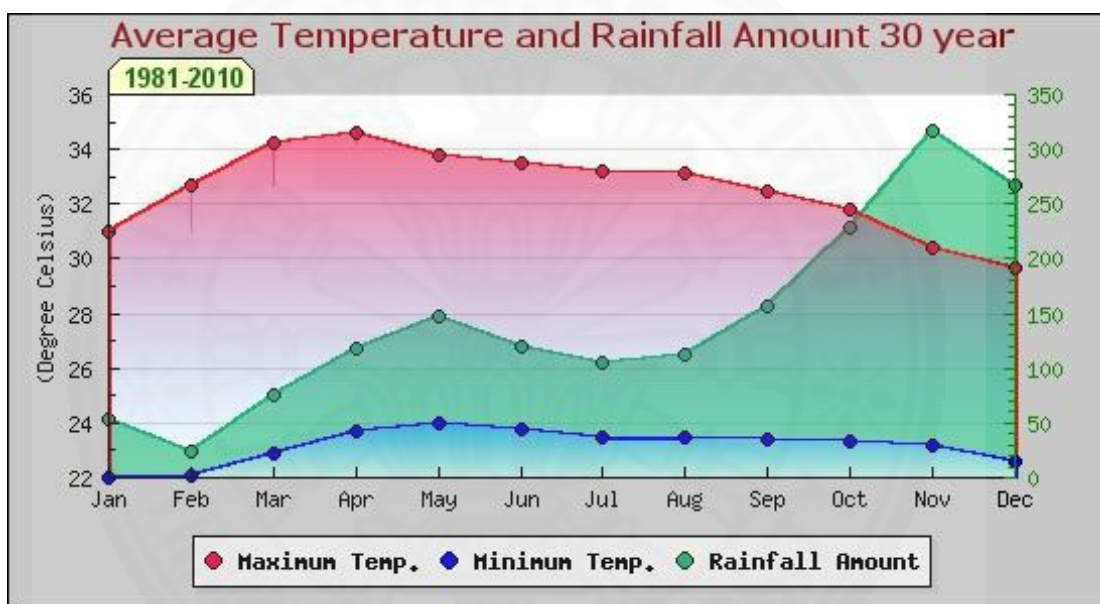
เพื่อที่จะออกแบบและก่อสร้างอาคารโรงแรมให้เป็นไปตามกฎหมาย ผู้ประกอบการ ต้องศึกษาถึงข้อกำหนดในพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ.2522 โดยเฉพาะมาตรา 32 ว่าด้วยการ ควบคุมการใช้อาคารประเภทโรงแรม ข้อห้ามการตัดแปลงอาคารจากที่ได้รับอนุญาต ทั้งนี้เพื่อให้ ผู้ประกอบการได้ทราบถึงข้อจำกัดที่สามารถทำได้หากจะมีการตัดแปลงอาคารหรือพื้นที่ส่วนหนึ่งส่วน ใดเพื่อประสงค์อื่น รวมถึงทราบข้อปฏิบัติในกรณีเกิดเหตุเพลิงไหม้ ขั้นตอนดำเนินการและระยะเวลา ที่ต้องถูกจำกัดพื้นที่ตามหมวด 7 เพื่อให้เจ้าหน้าที่และผู้ประกอบการสำรวจอาคารเพื่อปรับปรุง รวมถึงโทษที่จะได้รับหากกระทำความผิดว่าด้วยบทกำหนดโทษในหมวด 9 ของพระราชบัญญัติ ควบคุมอาคาร พ.ศ.2522 ตลอดจนอัตราค่าธรรมเนียมที่จะเกิดขึ้น เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถ ศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการได้อย่างถูกต้องและแม่นยำ

ทั้งนี้ผู้ประกอบการยังจำเป็นต้องหมั่นติดตามการประกาศเพิ่มเติมหรือการปรับปรุง เปลี่ยนแปลงบทบัญญัติต่างๆที่ประกาศในราชกิจจานุเบกษาด้วย ผู้ประกอบการควรปรึกษากับนัก กฎหมายและผู้ที่เกี่ยวข้องในการออกแบบโครงการ โดยเฉพาะสถาปนิกและวิศวกรที่ต้องเป็นผู้มีความ เชี่ยวชาญเพื่อให้โครงการนั้นมีประสิทธิภาพสูงสุดและเป็นไปตามที่เจ้าของกิจการต้องการ โดยถูกต้อง ตามระเบียบแบบแผนและเป็นไปตามกฎหมาย (พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร, ๒๕๒๒)

3.3 สภาพสิ่งแวดล้อมโดยทั่วไป

3.3.1 สภาพภูมิอากาศ

ช่วงฤดูร้อนของอำเภอหาดใหญ่จะอยู่ระหว่างปลายเดือนมกราคมไปจนถึงปลายเดือนสิงหาคม โดยอากาศจะร้อนที่สุดในช่วงเดือนมีนาคมถึงเดือนพฤษภาคม ฤดูฝนเริ่มตั้งแต่เดือนกันยายนไปจนถึงต้นเดือนมกราคม โดยฝนจะตกหนักที่สุดในช่วงเดือนตุลาคมถึงเดือนธันวาคม โดยรวมสภาพอากาศในอำเภอหาดใหญ่นั้นจะไม่ร้อนมากนักเนื่องจากตั้งอยู่ไม่ไกลจากทะเลฝั่งอ่าวไทย



ภาพที่ 3.5 แสดงอุณหภูมิเฉลี่ยของอำเภอหาดใหญ่ในรอบ 30 ปี

ที่มา: กรมอุตุนิยมวิทยา, “รายงานอากาศ ค่ามาตรฐาน 30 ปี หาดใหญ่.” กรมอุตุนิยมวิทยา.

http://www.tmd.go.th/province_weather_stat.php?StationNumber=48569

3.3.2 สภาพภูมิประเทศ

อำเภอหาดใหญ่ตั้งอยู่ในที่ราบแอ่งกระทะ มีคลองอู่ตะเภาและคลองเตยเป็นแหล่งแบกรับปริมาณน้ำหลัก ประกอบกับระดับทางรถไฟที่ยกตัวสูง ทำให้ผู้ประกอบการต้องคำนึงถึงการไหลผ่านของน้ำและความเสี่ยงที่จะเกิดน้ำท่วมในอำเภอหาดใหญ่ โดยปัจจัยหลักที่ทำให้เกิดอุทกภัยคือปริมาณน้ำฝนทั้งจากตัวอำเภอหาดใหญ่ และจากจังหวัดใกล้เคียง ซึ่งน้ำท่วมในแต่ละครั้งจะสร้าง

ความเสียหายแก่ตัวเมืองและเศรษฐกิจของหาดใหญ่ โดยมากระยะเวลาประสบอุทกภัยอยู่ระหว่าง 1-3 วัน โดยในแต่ละครั้งจะมีสัญญาณคล้ายกัน คือ มีฝนตกหนักติดต่อกันหลายวัน

น้ำท่วมใหญ่ครั้งล่าสุดเกิดขึ้นในปี พ.ศ. 2553 ทั้งนี้ เทศบาลนครหาดใหญ่พยายามแก้ปัญหาด้วยการทำคลองส่งน้ำเพิ่มเติม เพื่อเป็นช่องทางการระบายน้ำ อีกทั้งจัดตั้งเว็บไซต์เฝ้าระวังน้ำท่วมหาดใหญ่หรือ hatyaicityclimate.org เพื่อรายงานสถานการณ์น้ำด้วยภาพจากกล้องวงจรปิด (CCTV) เพื่อเป็นช่องทางอัปเดตข่าวสารและแสดงระดับน้ำของคลองต่างๆ ทั้งในและนอกเมือง ไม่ว่าจะมาจาก ที่ว่าการอำเภอหาดใหญ่ ถนนสามสิบลเมตร ตลาดกิมหยง วิทยาลัยเทคนิคหาดใหญ่ บางศาลา คลองร.1 ม่วงจันทร์ จันทร์วิโรจน์ คลองหะ คลองร.6 แก้มลิงคลองเรียน ดังนั้นการติดตามพยากรณ์อากาศ เฝ้าระวังและติดตามสถานการณ์น้ำอยู่เสมอ จะทำให้ทราบถึงแนวโน้มและเพื่อเป็นการเตรียมรับมือหรือลดความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นได้อย่างทันท่วงที

บทที่ 4

การวิเคราะห์ประโยชน์ทางเลือก

4.1 การวิเคราะห์ประโยชน์ทางเลือก

การวิเคราะห์ประโยชน์ทางเลือกเป็นการนำที่ดินมาศึกษาวิเคราะห์ข้อจำกัดและความเหมาะสมด้านกฎหมาย ภายภาพ และการตลาด เพื่อพิจารณาความเป็นไปได้ในการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทต่างๆ สามารถสรุปการวิเคราะห์ได้ดังนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงการวิเคราะห์ประโยชน์ทางเลือกพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

ประเภทอสังหาริมทรัพย์	วิเคราะห์ทางกฎหมาย	วิเคราะห์ทางกายภาพ	วิเคราะห์ทางการตลาด
ที่อยู่อาศัยแนวราบ (ทาวน์เฮ้าส์ และ บ้านเดี่ยว)	ผ่านเกณฑ์ อยู่ในเขตพื้นที่พาณิชย์กรรมสามารถสร้างที่อยู่อาศัยได้	เหมาะสม เป็นที่ดินติดถนน เดินทางเข้าออกได้สะดวก มีการมองเห็นโครงการที่ดี	เหมาะสม เนื่องจากอยู่ใกล้แหล่งชุมชนและย่านที่พักอาศัย ใกล้โรงเรียน โรงพยาบาล และมหาวิทยาลัย
คอนโดมิเนียม	ผ่านเกณฑ์ อยู่ในเขตพื้นที่พาณิชย์กรรมสามารถสร้างที่อยู่อาศัยได้	เหมาะสม เป็นที่ดินติดถนนซอย ขนาด 10 เมตรและ 8 เมตร สร้างอาคารสูงได้ เดินทางเข้าออกได้สะดวก มีการมองเห็นโครงการที่ดี	ไม่เหมาะสม ในหาที่ใหญ่มีอุปทานเหลือขายจำนวนมาก โครงการที่ขึ้นมาก่อนหน้านี้ยังขายไม่หมด รอบนอกหาที่ใหญ่ที่ดินราคาไม่สูง นอกเมืองเข้าตัวเมืองระยะทางไม่ไกล ยังสามารถพัฒนาเป็นแนวราบได้มาก เจ้าใหญ่ เช่น แสนสิริ plus condo plum condo และผู้ประกอบการพื้นที่ชื่อ ASEAN ทุกโครงการยังขายไม่หมด
ศูนย์การค้า	ผ่านเกณฑ์ อยู่ในเขตพื้นที่พาณิชย์กรรมสามารถสร้างศูนย์การค้าได้	ไม่เหมาะสม ขนาดและรูปร่างที่ดินไม่เหมาะสม	ไม่เหมาะสม เพิ่งมีผู้ประกอบการรายใหญ่คือเซ็นทรัลเฟสติวัล เปิดใหม่เมื่อต้นปีพ.ศ. 2557 คนเข้าใช้มากเฉพาะวันเสาร์อาทิตย์ ร้านค้าไม่เต็ม เปลี่ยนผู้เช่าบ่อย

ตารางที่ 4.1 แสดงการวิเคราะห์ประโยชน์ทางเลือกพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ (ต่อ)

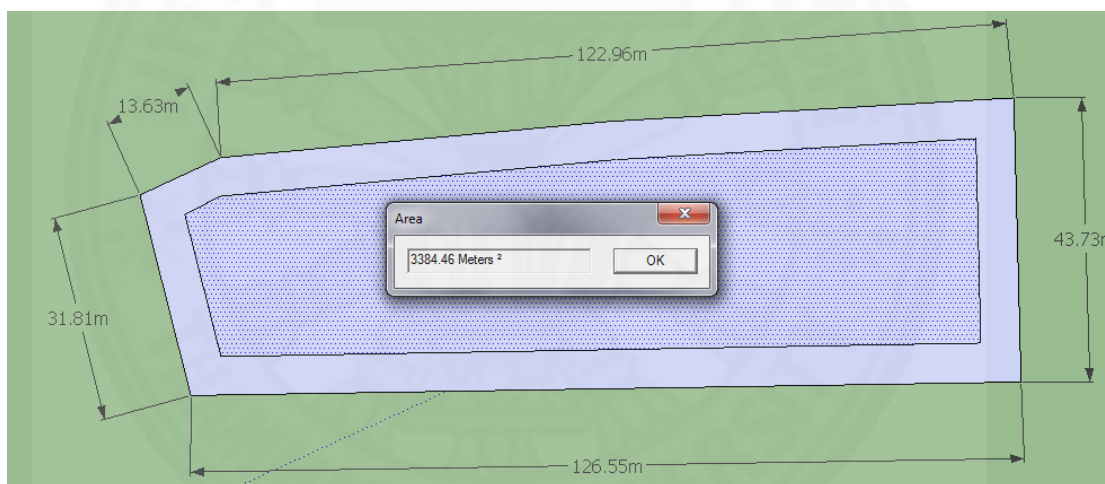
ประเภทอสังหาริมทรัพย์	วิเคราะห์ทางกฎหมาย	วิเคราะห์ทางกายภาพ	วิเคราะห์ทางการตลาด
อาคารสำนักงาน	ผ่านเกณฑ์ อยู่ในเขตพื้นที่พาณิชย์กรรมสามารถสร้างอาคารสำนักงานได้	เหมาะสม เป็นที่ดินติดถนนซอย ขนาด 10 เมตรและ 8 เมตร สร้างอาคารสูงได้ เดินทางเข้าออกได้สะดวก มีการมองเห็นโครงการที่ดี	เหมาะสม เนื่องจากอยู่ใจกลางเมืองใกล้แหล่งชุมชนและย่านที่พักอาศัย เดินทางสะดวก ติดถนนใหญ่
นิคมอุตสาหกรรม	ไม่ผ่านเกณฑ์ อยู่ในเขตพื้นที่ไม่อนุญาตให้สร้างโรงงาน	ไม่เหมาะสม ขนาดและรูปร่างที่ดินไม่เหมาะสม	-
อพาร์ทเมนต์และเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์	ผ่านเกณฑ์ อยู่ในเขตพื้นที่พาณิชย์กรรมสามารถสร้างที่อยู่อาศัยได้	เหมาะสม เป็นที่ดินติดถนนซอย ขนาด 10 เมตรและ 8 เมตร สร้างอาคารสูงได้ เดินทางเข้าออกได้สะดวก มีการมองเห็นโครงการที่ดี	เหมาะสม เนื่องจากอยู่ใกล้แหล่งชุมชนและย่านที่พักอาศัย ใกล้โรงเรียน โรงพยาบาล และมหาวิทยาลัย
โรงแรม	ผ่านเกณฑ์ อยู่ในเขตพื้นที่พาณิชย์กรรมสามารถสร้างโรงแรมได้	เหมาะสม เป็นที่ดินติดถนนซอย ขนาด 10 เมตรและ 8 เมตร สร้างอาคารสูงได้ เดินทางเข้าออกได้สะดวก มีการมองเห็นโครงการที่ดี	เหมาะสม หาดใหญ่เป็นเมืองท่องเที่ยว มีนักท่องเที่ยวมาหาดใหญ่ปีละ 10 ล้านคน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นคนมาเลเซีย มี 3 เชื้อชาติ จีน อินเดีย มาเลย์ เทศกาลต่างกัน ใกล้ชายแดนไทย นักท่องเที่ยวนิยมนั่งรถทัวร์มา มักจะมา 3 วัน 2 คืน ศุกร์ เสาร์อาทิตย์ เป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง

จากการวิเคราะห์ทางกายภาพ กฎหมาย และการตลาด เพื่อพิจารณาความเป็นไปได้ในการลงทุนเบื้องต้น สรุปได้ว่า การใช้ประโยชน์ที่ดินที่เป็นไปได้มี 4 ประเภท ได้แก่ ที่อยู่อาศัย แนวราบ อาคารสำนักงาน อพาร์ทเมนต์ และโรงแรม จึงต้องใช้เกณฑ์ทางการเงินมาคัดเลือกประเภทอสังหาริมทรัพย์ที่เป็นทางเลือกที่ดีที่สุด ด้วยเครื่องมือ Front Door Analysis ของ David Geltner and Norman G. Miler

4.1.1 การวิเคราะห์ Front Door Analysis

Front Door Analysis คือการคำนวณหาผลตอบแทนขั้นต่ำที่ต้องได้รับจากต้นทุนที่จะต้องใช้ในการพัฒนาโครงการทั้งหมด โดยตั้งสมมติฐานหลัก (Main Assumption) ว่านักพัฒนาจะกู้เงินถึงอัตราส่วนสูงสุดที่สามารถจะขอกู้ได้ และการคืนเงินธนาคารจะเป็นไปในรูปแบบลดต้นลดดอก (Amortization)

คำนวณพื้นที่ Effective Area ของที่ดินหรือพื้นที่ที่สามารถก่อสร้างได้สูงสุดตามกฎหมาย ทิศเหนือของที่ดินจรดถนนกว้าง 10 เมตร ทิศใต้และทิศตะวันตกจรดถนนกว้าง 10 เมตร กำหนดระยะรั้วไว้ด้านละ 6 เมตร ดังนั้น จากเดิมพื้นที่ดินขนาด 5,268.40 ตารางเมตร จะเหลือ Effective Area 3,384.46 ตารางเมตร ดังภาพ



ภาพที่ 4.1 แสดงระยะรั้วและขนาดที่ดินโครงการ

ความกว้างถนน 10 เมตร + ระยะรั้ว 6 เมตร = 16 เมตร

สามารถสร้างตึกสูงสุดได้ $16 \times 2 = 32$ เมตร หรือประมาณ 10 ชั้น

ราคาเสนอขายของที่ดินแปลงนี้คือ ตารางวาละ 150,000 บาท หรือ 60,000,000 บาทต่อไร่ ที่ดินขนาด 3 ไร่ 1 งาน 17.1 ตารางวา (1,317.10 ตารางวา) ดังนั้นราคาเสนอขายของที่ดินคือ 197,565,000 บาท

4.1.1.1 ที่อยู่อาศัยแนวราบ ได้แก่ ทาวน์เฮ้าส์ และบ้านเดี่ยว

ตารางที่ 4.2 แสดงการคำนวณ Front door ของที่อยู่อาศัยแนวราบ

	Unit	ทาวน์เฮ้าส์	บ้านเดี่ยว
ที่ดิน	ตร.วา	1,317.10	1,317.10
ราคาที่ดินต่อตร.วา	บาท/ตร.วา	150,000	150,000
ราคาที่ดินต่อไร่	บาท/ไร่	60,000,000	60,000,000
ราคาที่ดินทั้งหมด	บาท	197,565,000	197,565,000
พื้นที่ใช้สอยทั้งหมดของโครงการ	ตร.วา.	856.12	856.12
พื้นที่ดิน ต่อ หลัง	ตร.วา.	20	50
จำนวนหลัง	Units	42	17
ค่าพัฒนาที่ดินของโครงการ			
ค่าพัฒนาที่ดินของโครงการ	บาท/ ตร.วา	36,000	36,000
ค่าพัฒนาที่ดินของทั้งโครงการ	บาท	16,595,460	16,595,460
ต้นทุนที่ดิน	บาท/ ตร.วา	150,000	150,000
ต้นทุนที่ดินต่อหลัง	บาท	3,000,000	7,500,000
ค่าพัฒนาโครงการต่อหลัง	บาท	3,387,692.31	8,469,230.77
ค่าก่อสร้าง			
ค่าก่อสร้างต่อหลัง	บาท/ตร.ม.	11,000	15,000
พื้นที่ก่อสร้างต่อหลัง	ตร.ม.	114	150
ค่าสร้างก่อสร้างต่อหลัง	บาท	1,254,000	2,250,000
Total cost	บาท	4,641,692.31	10,719,230.77
Mark up (35%)		1.54	1.54
Sale Price	บาท	7,148,206.15	16,507,615.38

จากการคำนวณ Front Door Analysis ข้างต้น พบว่า หากพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัยแนวราบ ราคาขายขั้นต่ำต่อหลังจะต้องขายที่ราคา ดังนี้

- 1) ทาวน์เฮ้าส์ ขนาด 20 ตารางวา ราคาขายขั้นต่ำ 7,148,206.15 บาท
- 2) บ้านเดี่ยว ขนาด 50 ตารางวา ราคาขายขั้นต่ำ 16,507,615.38 บาท

ปัจจุบัน ราคาที่อยู่อาศัยแนวราบในบริเวณนี้ของอำเภอหาดใหญ่ มีราคาขายดังนี้

- 1) ทาวน์เฮ้าส์ ขนาด 20 ตารางวา มีราคาขายอยู่ที่ 3,800,000 – 6,800,000 บาท

2) บ้านเดี่ยว ขนาด 50 ตารางวา มีราคาขายอยู่ที่ 6,500,000 – 15,000,000 บาท

จึงสรุปได้ว่า ราคาขายขั้นต่ำที่ต้องการได้รับ เป็นราคาขายที่ไม่สามารถแข่งขันในตลาดได้ ที่ดินแปลงนี้จึงไม่เหมาะแก่การพัฒนาเป็นที่อยู่อาศัยแนวราบ

4.1.1.2 อาคารสำนักงาน

ตารางที่ 4.3 แสดงสมมติฐานเพื่อคำนวณ Front door ของอาคารสำนักงาน

ราคาขายที่ดิน	150,000	บาท/ตร.ว.
ขนาดที่ดิน	1,317	ตร.ว.
ค่าก่อสร้าง	5,600	บาท/ตร.ม.
พื้นที่ก่อสร้างทั้งหมด	5,000	ตร.ม.
Efficiency	60%	
พื้นที่ขาย	9,000	ตร.ม.
Construction Management Fee	50,000	บาท/เดือน
ระยะเวลาการก่อสร้าง	18	เดือน
Loan to Value Ratio	70%	
Debt Coverage Ratio	1.20	
Interest Rate	7.525%	
Payment Term	20	ปี
จำนวนครั้งที่จ่ายต่อปี	12	ครั้ง
Monthly Mortgage Constant	0.008071225	
Annualized Mortgage Constant	0.096854706	
Operating Expenses	30%	EGI
Occupancy Rate	80%	

ตารางที่ 4.4 แสดงการคำนวณ Front door ของอาคารสำนักงาน

Land Cost	197,565,000
Construction Cost	384,000,000
Construction Management Fee	2,700,000
Total	584,265,000
Loan to Value Ratio	70%
Loan Amount	408,985,500
Annualized Mortgage Constant	0.096854706
Cash Required for Debt	39,612,170
Debt Coverage Ratio	1.20
NOI	47,534,604
EGI	67,906,577
PGI	84,883,221.84
ค่าเช่าที่ต้องการ (บาทต่อตารางเมตรต่อเดือน)	786

จากการคำนวณ Front Door Analysis ข้างต้น พบว่า หากพัฒนาโครงการอาคารสำนักงานให้เช่า จะต้องเรียกเก็บค่าเช่าให้ได้ 786 บาทต่อตารางเมตรต่อเดือน

ซึ่งในอำเภอลาดบัวหลวง ราคาเช่าอาคารสำนักงานให้เช่า อยู่ระหว่าง 200 – 400 บาทต่อตารางเมตรต่อเดือน จึงสรุปได้ว่า ราคาเช่าที่ต้องเรียกเก็บได้นั้น ไม่สามารถแข่งขันในตลาดได้ ที่ดินแปลงนี้จึงไม่เหมาะแก่การพัฒนาเป็นอาคารสำนักงาน

4.1.1.3 อพาร์ทเมนต์ และเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์

ตารางที่ 4.5 แสดงสมมติฐานเพื่อคำนวณ Front door ของอพาร์ทเมนต์

ราคาขายที่ดิน	150,000	บาท/ตร.ว.
ขนาดที่ดิน	1,317	ตร.ว.
ค่าก่อสร้าง	14,000	บาท/ตร.ม.
พื้นที่ก่อสร้างทั้งหมด	10,500	ตร.ม.
Efficiency	70%	
พื้นที่ขาย	7,350	ตร.ม.
ขนาดห้อง	24	ตร.ม.
จำนวนห้องเช่าทั้งหมด	300	ห้อง
Construction Management Fee	120,000	บาท/เดือน
ระยะเวลาการก่อสร้าง	12	เดือน
Loan to Value Ratio	70%	
Debt Coverage Ratio	1.20	
Interest Rate	7.525%	
Payment Term	20	ปี
จำนวนครั้งที่จ่ายต่อปี	12	ครั้ง
Monthly Mortgage Constant	0.008071225	
Annualized Mortgage Constant	0.096854706	
Operating Expenses	15%	EGI
Occupancy Rate	90%	

ตารางที่ 4.6 แสดงการคำนวณ Front door ของอพาร์ทเมนต์

Land Cost	197,565,000
Construction Cost	147,000,000
Construction Management Fee	1,440,000
Total	346,005,000
Loan to Value Ratio	70%
Loan Amount	242,203,500
Annualized Mortgage Constant	0.096854706
Cash Required for Debt	23,458,549
Debt Coverage Ratio	1.20
NOI	28,150,258
EGI	33,117,951
PGI	36,797,723.43
ค่าเช่าที่ต้องการ (บาท/เดือน)	10,222

จากการคำนวณ Front Door Analysis ข้างต้น พบว่า หากพัฒนาโครงการอพาร์ทเมนต์หรือเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ จะต้องเรียกเก็บค่าเช่าให้ได้เดือนละ 10,222 บาท ซึ่งปัจจุบัน อพาร์ทเมนต์ ในบริเวณนี้ของหาดใหญ่ มีราคาเช่าอยู่ระหว่าง 3,000 - 5,000 บาทต่อเดือน จึงสรุปได้ว่า ราคาเช่าที่ต้องเรียกเก็บได้นั้น ไม่สามารถแข่งขันในตลาดได้ ที่ดินแปลงนี้จึงไม่เหมาะแก่การพัฒนาเป็นอพาร์ทเมนต์หรือเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์

4.1.1.4 โรงแรม

ตารางที่ 4.7 แสดงสมมติฐานเพื่อคำนวณ Front door ของโรงแรม

ราคาขายที่ดิน	150,000	บาท/ตร.ว.
ขนาดที่ดิน	1,317	ตร.ว.
ค่าก่อสร้าง	35,000	บาท/ตร.ม.
พื้นที่ก่อสร้างทั้งหมด	15,000	ตร.ม.
Efficiency	60%	
พื้นที่ขาย	9,000.00	ตร.ม.
ขนาดห้อง	30	ตร.ม.
จำนวนห้องเช่าทั้งหมด	300	ห้อง
Construction Management Fee	150,000	บาท/เดือน
ระยะเวลาการก่อสร้าง	18	เดือน
Loan to Value Ratio	70%	
Debt Coverage Ratio	1.20	
Interest Rate	7.525%	
Payment Term	20	ปี
จำนวนครั้งที่จ่ายต่อปี	12	ครั้ง
Monthly Mortgage Constant	0.008071225	
Annualized Mortgage Constant	0.096854706	
Operating Expenses	30%	EGI
Occupancy Rate	80%	

ตารางที่ 4.8 แสดงการคำนวณ Front door ของโรงแรม

Construction Management Fee	2,700,000
Total	725,265,000
Loan to Value Ratio	70%
Loan Amount	507,685,500
Annualized Mortgage Constant	0.096854706
Cash Required for Debt	49,171,730
Debt Coverage Ratio	1.20
NOI	59,006,076
EGI	84,294,394
PGI	105,367,992.07
ราคาห้องพักที่ต้องการ (บาท/ห้อง/คืน)	976

จากการคำนวณ Front Door Analysis ข้างต้น พบว่า ราคาห้องพักขั้นต่ำที่ต้องการคือ 976 บาทต่อห้องต่อคืน ซึ่งราคาโรงแรมในพื้นที่ขนาดใหญ่ ขนาดห้อง 25 - 35 ตารางเมตร มีราคาอยู่ระหว่าง 700 - 1,800 บาท เมื่อเปรียบเทียบราคาแล้วพบว่ามีความเป็นไปได้ในการแข่งขันในตลาด ที่ดินแปลงนี้จึงเหมาะแก่การพัฒนาเป็นโรงแรม

จากการวิเคราะห์ Front Door Analysis กับประเภทอสังหาริมทรัพย์ทั้ง 4 ประเภท ได้แก่ ที่อยู่อาศัยแนวราบ อาคารสำนักงาน อพาร์ทเมนต์ และโรงแรม พบว่า โรงแรมเป็นทางเลือกเดียวที่โครงการมีความสามารถในการแข่งขันกับราคาในตลาดได้ จึงสรุปเลือกพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทโรงแรมเป็นทางเลือกที่ดีที่สุด

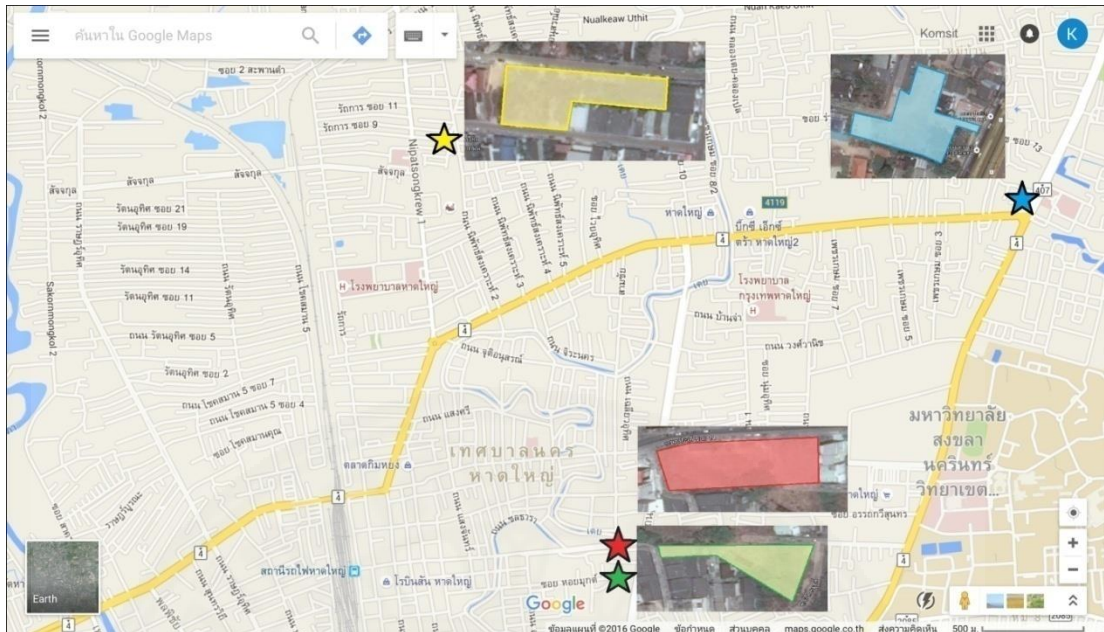
4.2 การหามูลค่าที่ดินที่เหมาะสม

เนื่องจากที่ดินแปลงนี้เป็นที่ดินเปล่าที่มีการเสนอขายอยู่ในราคา 150,000 ต่อตารางวา ในการพิจารณาซื้อที่ดินจึงควรทราบมูลค่าที่แท้จริงของที่ดิน เพื่อทราบราคาเสนอซื้อที่เหมาะสม และเพื่อให้สามารถนำราคาที่ดินที่แท้จริงไปคำนวณความเป็นไปได้ทางการเงินได้ต่อไป

ในการประเมินราคาที่ดินที่เหมาะสมนั้น ใช้วิธีการสำรวจและเปรียบเทียบจากที่ดินที่มีความคล้ายคลึงกันที่มีการเสนอขายอยู่ในตลาด และคำนวณราคาเปรียบเทียบด้วยวิธี Weighted Quality Score (WQS) โดยจะนำแปลงที่ดินที่มีรูปร่าง ขนาด และลักษณะใกล้เคียงกันที่ประกาศขาย หรือมีการซื้อขายในบริเวณใกล้เคียงเพื่อมาเปรียบเทียบราคา โดยแปลงที่นำมาเปรียบเทียบมีดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.9 แสดงรายละเอียดที่ดินแต่ละแปลงที่จะนำมาเปรียบเทียบด้วยวิธี WQS

รายละเอียดที่ดิน	หมายเลข 1	หมายเลข 2	หมายเลข 3	ที่ดินโครงการ
ที่ตั้ง	ติดถนนซอยหอยมุกต์และซอยราษฎร์ยินดี 15 แปลงนี้อยู่ด้านหลังที่ดินโครงการ	ถนนนิพัทธ์ สงเคราะห์ 1 ซอย 11 ใกล้กับโรงพยาบาลศิริรายนทร์หาดใหญ่	เข้าซอยจากถนนกาญจนวนิช ไป 30 เมตร ตรงข้ามโรงเรียนโสตศึกษา หาดใหญ่	ติดถนนซอยราษฎร์ยินดี 14 หลังถนนธรรมนุญวิถี ใกล้คลองเตย
ขนาดที่ดิน ไร่-งาน-วา	1-1-92.9	1-2-0	2-0-49	3-1-17.1
รูปร่างที่ดิน/หน้ากว้างที่ดิน	หน้ากว้างติดถนนซอยหอยมุกต์ 50 เมตร ส่วนที่ลึกที่สุดลึก 115 เมตร ส่วนที่แคบที่สุดกว้าง 12 เมตร ที่ดินรูปหลายเหลี่ยมทรงด้ามขวาน	หน้ากว้างติดถนนนิพัทธ์สงเคราะห์ 1 ซอย 11 กว้าง 26 เมตร ด้านกว้างติดถนนรัถการซอย 9 กว้าง 63 เมตร ที่ดินรูปหลายเหลี่ยมทรงมีดอโต้	หน้ากว้างติดถนนซอยกาญจนวนิช 16 กว้าง 43 เมตร ส่วนที่ลึกที่สุดของที่ดิน 68 เมตร ที่ดินเป็นรูปหลายเหลี่ยมทรงตัว L	หน้ากว้างติดถนนซอยราษฎร์ยินดี 14 กว้าง 130 เมตร ด้านติดถนนซอยทางทิศตะวันออกลึก 38 เมตร ส่วนที่ลึกที่สุดของที่ดินลึก 45 เมตร ที่ดินเป็นรูปหลายเหลี่ยมทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้ายาว
การใช้ประโยชน์ในปัจจุบัน	ที่ว่างต้นไม้ปกคลุม	ที่ว่างต้นไม้ปกคลุม	ที่ว่างถมแล้ว	เป็นที่ว่าง ปัจจุบันให้เช่าทำเป็นสนามแข่งนกเขา
ประเภทเอกสารสิทธิ์	โฉนดที่ดิน	โฉนดที่ดิน	โฉนดที่ดิน	โฉนดที่ดิน
สภาพทำเลที่ตั้ง	ที่ดินติดกับแปลงที่ดินโครงการ ที่อยู่อาศัยโดยรอบเป็นตึกแถว มีสาธารณูปโภค/สาธารณูปการ	อยู่ใกล้โรงพยาบาลศิริรินทร์ พื้นที่ใกล้เคียงเป็นที่อยู่อาศัยประเภททาวน์เฮ้าส์และตึกแถว ใกล้แหล่งชุมชนและร้านค้าสะดวกซื้อ มีสาธารณูปโภค/สาธารณูปการ	ที่ดินอยู่ตรงข้ามโรงเรียนโสตศึกษา เข้าไปในซอย ใกล้บริษัทเอกชนและปั้มน้ำมัน ประชากรอาศัยหนาแน่นน้อย มีสาธารณูปโภค/สาธารณูปการ	ที่ดินอยู่ซอยราษฎร์ยินดี 14 ซึ่งเป็นถนนคู่ขนาดของถนนธรรมนุญวิถี ใกล้ร้านค้าสะดวกซื้อและถนนสายหลัก มีสาธารณูปโภค/สาธารณูปการ
ราคาเสนอขาย	80,000,000	70,000,000	100,000,000	
ราคาต่อตารางวา	134,930	116,666	117,785	



-  ที่ดินโครงการ
-  ที่ดินหมายเลข 1
-  ที่ดินหมายเลข 2
-  ที่ดินหมายเลข 3

ภาพที่ 4.2 แสดงที่ตั้งที่ดินแปลงเปรียบเทียบ

เกณฑ์การให้คะแนน ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ เกณฑ์การให้คะแนนใช้ Likert Scale โดย 5 คือคะแนนสูงสุด และ 1 คือคะแนนต่ำสุด ในแต่ละปัจจัยได้กำหนดน้ำหนักความสำคัญ ดังนี้

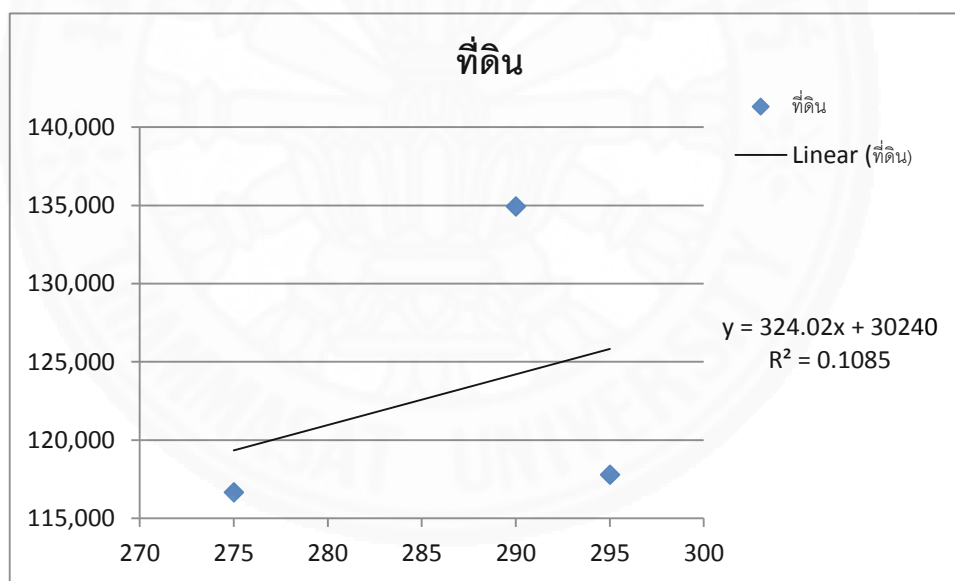
ตารางที่ 4.10 แสดงการให้น้ำหนักปัจจัย และเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละปัจจัย

ปัจจัย	คะแนน
ระยะห่างจากตัวเมือง (Weight = 30%)	
ที่ดินอยู่ในระยะ 0-1 กิโลเมตรจากตัวเมือง	5
ที่ดินอยู่ในระยะ 1-2 กิโลเมตรจากตัวเมือง	4
ที่ดินอยู่ในระยะ 2-3 กิโลเมตรจากตัวเมือง	3
ที่ดินอยู่ในระยะ 3-4 กิโลเมตรจากตัวเมือง	2
ที่ดินอยู่ในระยะมากกว่า 4 กิโลเมตรจากตัวเมือง	1
ทำเล (Weight = 25%)	
อยู่ในพื้นที่ชุมชน ใกล้สิ่งอำนวยความสะดวกและสถานที่ท่องเที่ยว	5
อยู่ในพื้นที่ชุมชน ใกล้สิ่งอำนวยความสะดวกหรือสถานที่ท่องเที่ยว	4
อยู่ในพื้นที่ชุมชน หรือใกล้สิ่งอำนวยความสะดวก หรือใกล้สถานที่ท่องเที่ยว	3
อยู่ใกล้พื้นที่ชุมชน มีสิ่งอำนวยความสะดวกหรือใกล้สถานที่ท่องเที่ยว	2
อยู่ไกลพื้นที่ชุมชน ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกหรือใกล้สถานที่ท่องเที่ยว	1
ที่ตั้ง (Weight = 25%)	
ที่ดินติดถนนสายหลัก 2 ด้านขึ้นไป	5
ที่ดินติดถนนสายหลัก 1 ด้าน และถนนซอย 1 ด้านขึ้นไป	4
ที่ดินติดถนนสายหลักด้านเดียว	3
ที่ดินติดถนนซอย 1 ด้าน	2
ที่ดินไม่ติดถนนสายหลักหรือถนนซอย	1
สภาพที่ที่ดิน (Weight = 10%)	
รูปร่างที่ดินสมดุล มีหน้ากว้างติดถนนมาก	5
รูปร่างที่ดินสมดุล มีหน้ากว้างติดถนนปานกลาง	4
รูปร่างที่ดินหลายเหลี่ยม หน้ากว้างติดถนนปานกลาง	3
รูปร่างที่ดินหลายเหลี่ยม หน้ากว้างติดถนนน้อย	2
รูปร่างที่ดินไม่สมดุลมีข้อด้อย เช่น หน้าแคบมาก หลายเหลี่ยม	1
สิ่งแวดล้อมโดยรอบ (Weight = 10%)	
สิ่งแวดล้อมดีมาก ปราศจากมลพิษทางเสียงและอื่นๆ	5
สิ่งแวดล้อมโดยรอบดี มลพิษทางเสียงน้อย	4
สิ่งแวดล้อมปานกลาง	3
สิ่งแวดล้อมเป็นมลภาวะเล็กน้อย เช่น ใกล้แหล่งเสื่อมโทรม	2
สิ่งแวดล้อมเป็นมลภาวะมาก เช่น ใกล้โรงงานอุตสาหกรรม	1

ตารางที่ 4.11 แสดงการคำนวณคะแนนของที่ดินแต่ละแปลงด้วยวิธี WQS

ปัจจัย	น้ำหนัก	หมายเลข 1	หมายเลข 2	หมายเลข 3	ที่ดินโครงการ
ระยะห่างจากตัวเมือง	30%	3	3	2	3
ทำเล	25%	4	3	3	4
ที่ตั้ง	25%	2	2	4	4
สภาพภาพที่ดิน	10%	1	3	3	5
สิ่งแวดล้อมโดยรอบ	10%	4	3	3	4
WQS	100%	290	275	295	380
ราคาที่ดิน		134,930	116,666	117,785	153,360

Regression Analysis เป็นการนำเอาคะแนนที่ดินที่ได้แบบเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักมาทำสมการถดถอย (Regression) โดยให้คะแนน (Score) เป็นตัวแปรต้น และราคาที่ดิน (Price) เป็นตัวแปรตาม ผลที่ได้สามารถเขียนเป็นรูปแบบสมการได้ดังนี้



$$\text{มูลค่าที่ดิน (y)} = 324(x) + 30,240 \quad R^2 = 0.108$$

หากต้องการประเมินราคาที่ดินโครงการ ซึ่งมีคะแนนเท่ากับ 380 (x) ให้แทนค่าลงในสมการ จะได้ว่า

$$\text{มูลค่าที่ดิน (y)} = 324(380) + 30,240 = 153,360 \text{ บาท/ตรว}$$

ดังนั้น มูลค่าที่ดินทั้งหมดของที่ดินโครงการมีค่าเท่ากับ

$$153,360 \times 1,317.10 = 201,990,456 \text{ บาท}$$

บทที่ 5

การวิเคราะห์ทางการตลาด

5.1 ภาพรวมธุรกิจโรงแรมในหาดใหญ่

5.1.1 อุปสงค์

5.1.1.1 อุปสงค์ห้องพัก

ข้อมูลจากฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงการตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่า ในปี 2011 ซึ่งเป็นข้อมูลล่าสุด มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในหาดใหญ่ จำนวนทั้งสิ้น 3,387,870 คน โดยแบ่งเป็น คนไทย 2,314,344 คน และชาวต่างชาติ 1,073,436 คน โดยมีระยะเวลาในการพักเฉลี่ย (Average Length of Stay) อยู่ที่ 2.51 และ 2.52 วัน ตามลำดับ และมีค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อวันขณะท่องเที่ยวเฉลี่ย (Average Expenditure) อยู่ที่ 2,262.58 บาท และ 3,243.75 บาท ตามลำดับ สรุปรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งหมดของปีจากคนไทย 14,308.24 ล้านบาท และชาวต่างชาติ 8,987.76 ล้านบาท (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2011)

ตารางที่ 5.1 แสดงจำนวนผู้มาเยือนอำเภอหาดใหญ่แยกตามประเภท ปี 2011

Internal Tourism in Hat Yai, Songkhla
Year: 2013

Type of Data	2009	+/- (%)	2010	+/- (%)	2011	+/- (%)
Visitor	0		2,946,470		4,024,499	36.59
Thai	0		2,074,368		2,862,201	37.98
Foreigners	0		872,102		1,162,298	33.28
Tourist	0		2,345,389		3,387,780	44.44
Thai	0		1,560,568		2,314,344	48.30
Foreigners	0		784,821		1,073,436	36.77
Excursionist	0		601,081		636,719	5.93
Thai	0		513,800		547,857	6.63
Foreigners	0		87,281		88,862	1.81
Average Length of Stay (Day)	0.00	-	2.52	-	2.51	-
Thai	0.00	-	2.54	-	2.51	-
Foreigners	0.00	-	2.49	-	2.52	-
Average Expenditure (Baht/Person/Day)						
Visitor	0.00		2,437.76		2,546.21	4.45
Thai	0.00		2,120.62		2,252.14	6.20
Foreigners	0.00		3,133.64		3,214.37	2.58
Tourist	0.00		2,463.07		2,574.62	4.53
Thai	0.00		2,115.92		2,262.58	6.93
Foreigners	0.00		3,167.53		3,243.75	2.41
Excursionist	0.00		2,188.61		2,166.33	-1.02
Thai	0.00		2,156.89		2,141.50	-0.71
Foreigners	0.00		2,375.32		2,319.41	-2.35
Revenue (Million Baht)						
Visitor	0.00		15,888.82		23,296.00	46.62
Thai	0.00		9,497.74		14,308.24	50.65
Foreigners	0.00		6,391.08		8,987.76	40.63

Source of Data: Department of Tourism, Ministry of Tourism and Sports
Oct 28, 2015 6:02 PM

ที่มา: ฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงการตลาดการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาแห่งประเทศไทย

ในปี 2011 มีผู้มาเยือนอำเภอหาดใหญ่เป็นจำนวนทั้งสิ้น 4,024,499 คน แบ่งเป็นชาวไทย 2,862,201 คน และชาวต่างชาติ 1,162,298 คน ในจำนวนนี้เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 2,314,344 คน หรือคิดเป็น 57.5% ของจำนวนผู้มาเยือนทั้งหมด และเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวนทั้งสิ้น 1,073,436 คน หรือคิดเป็น 26.6% ของจำนวนผู้มาเยือนทั้งหมด นักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มนี้มีระยะเวลาพำนักเฉลี่ย (Average Length of Stay) ชาวไทย 2.51 วัน และชาวต่างชาติ 2.52 วัน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันต่อหัวของนักท่องเที่ยวชาวไทย อยู่ที่ 2,262.58 บาท

และนักท่องเที่ยวต่างชาติอยู่ที่ 3,243.75 บาท และมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นทุกปี รายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มนี้ในปี 2011 มีมูลค่าทั้งสิ้น 23,296 ล้านบาท

โดยนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ เป็นชาวมาเลเซียมากที่สุด และชาวสิงคโปร์ รองลงมา โดยมักจะเดินทางโดยรถบัสเป็นกรุปทัวร์เข้ามาเที่ยวหาดใหญ่ในช่วงวันศุกร์เสาร์อาทิตย์ และวันหยุดตามเทศกาลที่สำคัญๆ ต่างๆ เช่น ตรุษจีน ปีใหม่ เป็นต้น นอกจากนี้นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียยังมีวันหยุดพิเศษช่วงเทศกาลตรุษจีนที่บริษัทที่เจ้าของมีเชื้อสายจีนเป็นวันหยุดยาว 14 วัน มีวันหยุดที่เป็นวันชาติของมาเลเซียและวันเกิดของสุลต่านประจำรัฐรวมถึงวันปีใหม่ของคนเชื้อสายอินเดียในประเทศมาเลเซีย (ดีพาวาลิ)

การแบ่งฤดูกาลท่องเที่ยวของอำเภอหาดใหญ่นั้น สามารถแบ่งได้โดยใช้เกณฑ์ทางสภาพภูมิอากาศหรือช่วงเทศกาลต่างๆ สภาพภูมิอากาศของอำเภอหาดใหญ่นั้นมีส่วนสำคัญกับฤดูกาลท่องเที่ยวในหาดใหญ่ ช่วงที่สภาพอากาศเหมาะสมในการเที่ยวหาดใหญ่ คือ ช่วงเดือนมกราคม ถึงช่วงปลายเดือนสิงหาคม เนื่องจากเป็นช่วงที่มีฝนและมรสุมน้อย ท้องฟ้าแจ่มใสโดยมาก

ส่วนช่วงเดือนกันยายนไปจนถึงเดือนธันวาคม นั้น เป็นช่วงที่ฝนตกชุก และมีมรสุมเป็นบางช่วงทำให้ฝนตกหนักในบางพื้นที่ คาดเดาสภาพภูมิอากาศได้ยาก

แต่อย่างไรก็ดี นอกเหนือไปจากสภาพอากาศที่จะเป็นตัวกำหนดแล้ว เทศกาลหรือวันหยุดต่างๆ ก็มีผลช่วยให้อำเภอหาดใหญ่ยังมีนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศเดินทางเข้ามาเป็นช่วง ฤดูกาลท่องเที่ยวตามเทศกาลที่นิยมนั้น ได้แก่

1) ช่วงเทศกาลปีใหม่

ช่วงเทศกาลปีใหม่นี้อำเภอหาดใหญ่จะมีกิจกรรมนับถอยหลังส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่โดยเทศบาลนครหาดใหญ่ ซึ่งจัดขึ้นในทุกปีและมีชื่อเสียงเป็นอย่างมากทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยเฉพาะชาวมาเลเซียและสิงคโปร์ รวมถึงร้านค้าต่างๆ ร่วมกันจัดรายการส่งเสริมการขายอีกด้วย

2) ช่วงเทศกาลตรุษจีน

อำเภอหาดใหญ่จัดเทศกาลตรุษจีนขึ้นในทุกปีตามปีปฏิทินจีน ซึ่งจะอยู่ในช่วงเดือนมกราคมหรือเดือนกุมภาพันธ์ของทุกปี เนื่องจากชาวไทยเชื้อสายจีนในหาดใหญ่มีจำนวนมาก และมีการจัดกิจกรรมฉลองตรุษจีนที่ยิ่งใหญ่ที่หนึ่งในภาคใต้ ชาวมาเลเซียนิยมที่จะมาใช้ช่วงวันหยุดยาวเทศกาลตรุษจีน (หรือวันเที่ยว) เดินทางมาอำเภอหาดใหญ่ ซึ่งบริษัทที่มีเชื้อสายจีนในประเทศมาเลเซีย จะกำหนดให้เป็นวันหยุดยาว โดยอาจจะยาวถึง 14 วัน ตามธรรมเนียมเงินเลย์ทีเดียว

ผู้ศึกษาได้ทำการสำรวจตลาดห้องพักโรงแรมเพิ่มเติม ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยสุ่มสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เข้าพักโรงแรมในหาดใหญ่ จำนวน 5 คน แบบตามความสะดวก (Convenience Sample) ทำให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวพฤติกรรม ความต้องการ ความนิยมของลูกค้าโรงแรมเพิ่มมากขึ้น ตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเน้นเรื่องที่ตั้งของโรงแรม และการรักษาความปลอดภัยเป็นสำคัญ ตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่สัมภาษณ์มาให้ความสำคัญกับความปลอดภัย เพราะได้ยินข่าวเรื่องความไม่สงบแล้วกลัวจะเกิดเหตุร้ายในโรงแรมที่พัก จะยอมจ่ายราคาแพงขึ้นเพื่อพักโรงแรมที่ดูน่าเชื่อถือในเรื่องความปลอดภัย นอกจากนี้ตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยยังให้ความสำคัญกับการออกแบบโรงแรม ต้องการเข้าพักโรงแรมที่สวยงาม ถ่ายรูปสวย มีบริเวณนั่งพักผ่อนริมสระว่ายน้ำ สโมสรีสอร์ท ซึ่งในหาดใหญ่ในขณะนี้ยังไม่มีโรงแรมสไตล์ดังกล่าว

ดังนั้นโครงการจึงนำข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวนี้ไปพิจารณาในการออกแบบโครงการให้มีความสวยงาม เน้นให้เป็นโรงแรมที่เหมาะสมกับทั้งนักท่องเที่ยวที่มาพักผ่อนและนักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อธุรกิจ และให้ความสำคัญกับการรักษาความปลอดภัยภายในโรงแรม

ตารางที่ 5.3 แสดงข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกของนักท่องเที่ยว

สัญชาติ, อายุ, อาชีพ, โรงแรมที่เข้าพัก	พฤติกรรมการท่องเที่ยวในขนาดใหญ่	หลักเกณฑ์ในการเลือกโรงแรมที่พัก
Chinese Malaysian, 47, General Manager, โรงแรมบุรีศรีภุ	มาหาดใหญ่ปีละไม่ต่ำกว่า 2 ครั้ง เพื่อช้อปปิ้งโดยเฉพาะเสื้อผ้าและอาหารไทย และไปไหว้พระ มาเป็นกลุ่มกับเพื่อนและครอบครัว โดยขับรถส่วนตัวมาจากกัวลาลัมเปอร์	ไม่ไกลจากแหล่งช้อปปิ้ง และเซ็นทรัล เฟสตีวัล โรงแรมที่มีจอดรถ โรงแรมใหม่ ห้องพักสะอาด มีสระว่ายน้ำ
Chinese Malaysian, 35, Sales Manager, โรงแรมนิวซีชั่น	มาหาดใหญ่บ่อย มีญาติอยู่ที่นี้ เพื่อพักผ่อนและสังสรรค์กับเพื่อนและญาติ เดินทางมาจากมาเลเซียโดยเครื่องบิน เดินทางภายในหาดใหญ่ด้วยรถยนต์ของญาติ และรถสาธารณะ	ใจกลางเมือง เดินทางสะดวก ห้องพักสะอาด ราคาถูก นิยมทำโปรโมชั่นจากเว็บไซต์
Malaysian, 31, ไม้ระนุอาชีพ, โรงแรมบุรีศรีภุ	มาหาดใหญ่บ่อยเพื่อช้อปปิ้งและทานอาหารอร่อยๆ ชอบเดินตลาดและศูนย์การค้า มาเพื่อซื้อของแบรนด์เนมต่างๆ	เลือกโรงแรมนี้เพราะใกล้เซ็นทรัล เฟสตีวัลที่เปิดใหม่ เดินทางสะดวก ราคาไม่แพงเกินไป โรงแรมสวย
ไทย, 36, พนักงานขาย, โรงแรมहरषาเจบี หาดใหญ่	มาหาดใหญ่กับเพื่อนๆ เพื่อช้อปปิ้งและทานอาหารอร่อยๆ โดยอ่านรีวิวจากเว็บไซต์พันทิพย์ เพราะหาดใหญ่ที่อาหารอร่อยและไม่แพงเมื่อเทียบกับภูเก็ต เดินทางในหาดใหญ่โดยเช่ารถขับเอง	มักเลือกโรงแรมจากราคา และระดับของโรงแรม โดยมีงบประมาณอยู่ที่คืนละ 1,000 - 1,500 บาท เพราะเชื่อว่าโรงแรมในหาดใหญ่ที่ราคาต่ำกว่า 1,000 บาทเกินไป ไม่น่าสนใจในความปลอดภัย ให้มีความสำคัญกับที่จอดรถ ไม่ชอบที่จอดรถเก่า มีด นากลัว
ไทย, 32, ศิลปิน, โรงแรมบุรีศรีภุ	มาหาดใหญ่เป็นครั้งแรกกับเพื่อน เพื่อพักผ่อนและเน้นทานอาหาร เดินทางโดยการเช่ารถกับเพื่อน	อยากพักโรงแรมสวย ชอบการออกแบบตกแต่งที่มีเอกลักษณ์ สไตลิสต์ที่ทันสมัย หิวหิว อยากพักผ่อนริมสระว่ายน้ำเก๋ๆ นอนอาบแดด ถ่ายรูปเล่น แต่หาโรงแรมในหาดใหญ่แล้วไม่เจอโรงแรมที่มีลักษณะที่ต้องการ ก็เลยเลือกพักที่นี่เพราะใกล้เคียงที่สุด แต่คิดว่าบริเวณสระว่ายน้ำไม่สวย ไม่น่าพักผ่อน

5.1.1.2 อุปสงค์ห้องจัดเลี้ยงและห้องประชุม

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโรงแรม ผู้จัดการโรงแรม และผู้ประกอบการธุรกิจการจัดงานแต่งงานในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จำนวน 5 คน ได้ข้อมูลเชิงลึกโดยสรุปดังนี้

ในปัจจุบัน มีความนิยมในการจัดเลี้ยงหรือการจัดงานแต่งงานในโรงแรมมากขึ้นกว่าแต่ก่อน เมื่อเทียบกับสถานที่จัดเลี้ยงอื่นๆ เช่น ร้านอาหาร หรือ หอประชุม เพราะการจัดเลี้ยงในโรงแรมมีความสะดวกในเรื่องของสถานที่ ที่จอดรถ และการให้บริการมากกว่า และยังสามารถตกแต่ง

สถานที่ให้สวยงามแปลกไปจากเดิมได้มากกว่า อีกทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานแต่งงานก็ได้รับความนิยมและเติบโตอย่างต่อเนื่องในขนาดใหญ่ มีการจองคิวเพื่อจัดงานแต่งงานในโรงแรมใหญ่ๆ ของขนาดใหญ่ ล่วงหน้าเป็นเวลาหลายเดือน ลูกค้าในปัจจุบันให้ความสำคัญอย่างมากกับการถ่ายภาพภายในงานแต่งงานให้ได้ภาพสวยงาม จึงให้ความสำคัญอย่างมากกับสถานที่ที่เอื้อต่อการตกแต่งความพร้อมในการตั้งเวที แสงสีเสียง รวมไปถึงความสูงของเพดานห้องจัดเลี้ยงอีกด้วย

ในส่วนของผู้ประสงค์ของห้องประชุมและห้องจัดสัมมนาในขนาดใหญ่ นั้น พบว่า ในปัจจุบัน ได้รับความนิยมในการเปิดหลักสูตรอบรมระยะสั้นในเรื่องต่างๆ มากขึ้น อันเนื่องมาจาก สภาพเศรษฐกิจและการแข่งขันสูงของการทำธุรกิจ จึงทำให้คนมีความนิยมเข้าร่วมหลักสูตรอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพของตนเองอย่างมาก หลายหลักสูตรมีการเปิดอบรมอย่างต่อเนื่องเป็นรุ่นๆ ในช่วงเวลาเดิมของทุกปี และเปิดรับสมัครผู้เข้าอบรมล่วงหน้า ทำให้ต้องจองห้องประชุมล่วงหน้าเป็นเวลาหลายเดือน และยังมีการเติบโตของธุรกิจประเภทขายตรงที่กลายมาเป็นลูกค้ากลุ่มใหญ่ของห้องประชุมและห้องสัมมนาในโรงแรม เพราะในการอบรมของธุรกิจประเภทขายตรงให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ และความน่าเชื่อถือ จึงนิยมจัดการอบรมในโรงแรมใหญ่ที่มีชื่อเสียงและมีภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือ นอกจากนี้ธุรกิจประเภทประกันภัย การเงินการลงทุน ราชการ รัฐวิสาหกิจ ก็เป็นอีกกลุ่มที่เป็นลูกค้าประจำของห้องประชุมและห้องสัมมนาในโรงแรมในขนาดใหญ่อีกด้วย

ความนิยมในการใช้ห้องจัดเลี้ยง ลูกค้านิยมจัดงานในวันศุกร์ วันเสาร์ วันหยุด และวันที่เป็นฤกษ์มงคล ส่วนห้องประชุมและห้องสัมมนาได้รับความนิยมในการจัดอบรมในช่วงกลางวันของวันธรรมดา โรงแรมที่สร้างใหม่จึงพยายามที่จะออกแบบห้องประชุมและห้องจัดเลี้ยงให้สามารถปรับเปลี่ยนขนาดและรูปแบบของห้องให้สอดคล้องกับการจัดเลี้ยงและประชุมหลายแบบ เพราะการจัดเลี้ยงและการจัดอบรมใช้สถานที่ต่างช่วงเวลา

ขนาดใหญ่เป็นเมืองเศรษฐกิจและเป็นศูนย์กลางในการเดินทางของภาคใต้ โดยเฉพาะภาคใต้ตอนล่าง ดังนั้นจึงมีลูกค้ากลุ่มจัดเลี้ยงและสัมมนาจากจังหวัดใกล้เคียงเดินทางมาใช้ห้องจัดเลี้ยงและห้องสัมมนาในโรงแรมในขนาดใหญ่ด้วย

5.1.2 อุปทาน

5.1.2.1 อุปทานห้องพัก

จำนวนโรงแรม จำนวนห้องพัก และอัตราการเข้าพักเฉลี่ย (Average Occupancy Rate) ของโรงแรมในจังหวัดสงขลา (ขนาดใหญ่) ปีล่าสุด มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 5.4 แสดงจำนวนโรงแรม ห้องพัก และอัตราการเข้าพักเฉลี่ยของโรงแรมในสงขลา (หาดใหญ่)

สงขลา (หาดใหญ่)	พ.ศ. 2556	พ.ศ. 2557
จำนวนโรงแรม (แห่ง)	246	247
จำนวนห้องพัก (ห้อง)	16,747	17,941
Average Occupancy Rate	59.56%	64.81%

ที่มา : ศูนย์ข้อมูลสังหาริมทรัพย์ (REIC), 2558

จากการสำรวจข้อมูลโดยการโทรศัพท์เข้าไปยังโรงแรมโดยตรงเพื่อสอบถามข้อมูลจำนวนห้องพัก ราคาที่พักราคาคืนทั้งในช่วงวันธรรมดาและวันหยุด พบว่าราคาห้องพักในช่วงวันหยุดเทศกาลในอำเภอหาดใหญ่ จะมีการขึ้นราคาห้องพักจากราคาปกติบวกเพิ่มไปอีก 500 บาท

ทั้งนี้เกณฑ์ในการคัดเลือกโรงแรมเพื่อที่จะศึกษาเปรียบเทียบนั้น เลือกเปรียบเทียบเฉพาะโรงแรมที่ตั้งอยู่ในอำเภอหาดใหญ่เท่านั้น และไม่รวมถึงห้องพักที่นำห้องพักมาปล่อยเช่ารายวัน โรงแรมรายชั่วโมง โรงแรมมานูรีด ห้องพักประเภทดัดแปลงจากอาคารพาณิชย์เดิมที่ปล่อยส่วนบนให้เช่าเป็นห้องพัก หรือโรงแรมที่มีได้สร้างขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ประกอบกิจการโรงแรม อันเป็นลักษณะหรือมีวัตถุประสงค์แอบแฝง โดยโรงแรมที่สำรวจและนำมาศึกษาจะประกอบด้วยโรงแรมจำนวน 23 โรงแรม ดังนี้

ตารางที่ 5.5 แสดงชื่อโรงแรมพร้อมจำนวนห้อง เบอร์ติดต่อ จำนวนห้องพัก และราคาต่อคืน

ชื่อโรงแรม	ชื่อภาษาอังกฤษ	โทรศัพท์/Tel	จำนวนห้องพัก (ห้อง)	ราคาห้องพักต่อ คืน (บาท)
โรงแรมคริสตัล หาดใหญ่	Crystal Hotel Hat Yai	074-439-583	224	1,500
โรงแรมบุรีศรีภู บูติก โฮเต็ล	Buri Sriphu Boutique Hotel	074-247-111	78	1,600
โรงแรมहरษาเจบี	JB Hansa	074-23401-18	430	1,150
โรงแรม ลี การ์เด้น พลาซ่า	LEE Garden Plaza	074-261-111	405	1,350
โรงแรมไดอิชิ	Daiichi	074-230-724	180	1,300
โรงแรมนีโอ หาดใหญ่	NEO Hatyai	074-356686-8	68	1,100
โรงแรม บีพี แกรนด์ทาว เวอร์	BP Grand Tower	074-355655-62	247	1,400
โรงแรมเอเชีย หาดใหญ่	Asean Hatyai	074-353400-14	185	1,350
โรงแรมโกลเด้นคราวน์ แกรนด์ หาดใหญ่	Golden Crown Grand	074-262909-15	210	1,180
โรงแรมฟลอริดา	Florida	074-234555	119	750
โรงแรมหาดใหญ่ราม่า	Hatyai RAMA	074-262500-9	152	800
โรงแรมหาดใหญ่พาลาส	Hatyai Palace	074-357576-88	100	800
โรงแรมริเวอร์แกรนด์	River Grand	074-231101-3	100	750
โรงแรมอมรินทร์	Amarin	074-244272 / 074-244012	60	490
โรงแรมไดมอนด์ พลาซ่า หาดใหญ่	Diamond Plaza Hatyai	074-230130	296	1,180
โรงแรมหาดใหญ่ฮอลิเดย์	Hatyai Holiday	074-239555 / 080-5391100	90	900

ตารางที่ 5.5 แสดงชื่อโรงแรมพร้อมจำนวนห้อง เบอร์ติดต่อ จำนวนห้องพัก และราคาต่อคืน (ต่อ)

ชื่อโรงแรม	ชื่อภาษาอังกฤษ	โทรศัพท์/Tel	จำนวนห้องพัก (ห้อง)	ราคาห้องพักต่อ คืน (บาท)
โรงแรมเมอร์ลิน แกรนด์ ไฮเต็ล	Merlin Grand Hotel	074-230030-35	109	900
โรงแรมเพรสซิเด้นท์	President	074-349500	80	700
โรงแรมนิวซีซั่น	New Season	074-352888	119	2,300
โรงแรมโฆสิต	Kosit	074-234366	170	950
โรงแรมสิงห์โกลด์เด็นเพลส	Singha Golden Place	074-232333	90	1,100
โรงแรมซากุระ แกรนด์วิว	Sakura Grand View	083-5334626	230	1,180
โรงแรม วี แอล หาดใหญ่	V L Hatyai	074-223660-3	104	1,200

5.1.2.2 อุปทานห้องจัดเลี้ยงและห้องประชุม

จากการสำรวจพบว่า โรงแรมในอำเภอหาดใหญ่ส่วนมากจะเป็น City Hotel ไม่ค่อยมีโรงแรมประเภทรีสอร์ทมากนัก และไม่มีโรงแรมเจ้าใหม่ๆ เกิดขึ้นมาก โรงแรมที่มีชื่อเสียงในหาดใหญ่ส่วนใหญ่มีอายุกว่า 15 ปี ทำให้มีรูปแบบอาคารและภายในที่เก่าล้าสมัย ไม่มีห้องจัดเลี้ยงขนาดใหญ่ เพดานสูง ตามสมัยนิยม ไม่ได้มีการออกแบบห้องจัดเลี้ยงโดยคำนึงถึงการเสิร์ฟและทางออกของอาหาร ทำให้วางโต๊ะจีนแล้วแน่น และส่วนมากไม่มีห้องรับรองขนาดเล็ก โรงแรมที่ห้องจัดเลี้ยงไม่ดี มักชดเชยด้วยการจัดให้มีบริการรับจัดเลี้ยง โรงแรมใหม่ห้องจัดเลี้ยงมักดีกว่าแต่เซอร์วิสไม่ดีเท่าโรงแรมเก่าเพราะไม่มีประสบการณ์ในการจัดเลี้ยง

หลายโรงแรมก็มีพื้นที่จอดรถไม่เพียงพอ โดยเฉพาะที่จอดรถบัสขนาดใหญ่ที่ต้อนรับนักท่องเที่ยวได้ เวลามีนานเลี้ยงพบว่าผู้ร่วมงานต้องจอดรถริมถนน เป็นต้น

สมมติว่าต้องการจัดงานสัมมนาสำหรับผู้เข้าร่วม 300 คน ต้องมีห้องพัก 150 ห้อง โรงแรมส่วนใหญ่ในหาดใหญ่ไม่ได้สัดส่วนนี้ เพราะตั้งใจเป็น city hotel เพราะเป็นเมืองการค้า และหาดใหญ่ยังไม่มีสถานที่จัดการเลี้ยงแบบแฮ็ทเตอร์ สำหรับงานอีเว้นท์ต่างๆ

ในปัจจุบันโรงแรมในหาดใหญ่ที่มีห้องจัดเลี้ยงขนาดใหญ่ที่สามารถจัดงานแบบโต๊ะจีนได้ 50 โต๊ะขึ้นไป มีจำนวนโต๊ะจีนที่วางได้สูงสุด และมีราคาเริ่มต้นในการจัดเลี้ยงแต่งงาน ดังนี้ ตารางที่ 5.6 แสดงจำนวนโต๊ะจีนสูงสุดที่จัดวางได้และราคาเริ่มต้นของโรงแรมในอำเภอหาดใหญ่

ชื่อโรงแรม	จำนวนโต๊ะจีนสูงสุดที่จัดวางได้	ราคาเริ่มต้น
โรงแรมहरรรษาเจปี	100	3,900 / โต๊ะ
โรงแรม สี่ การ์เด็น พลาซ่า	100	3,900 / โต๊ะ
โรงแรมบุรีศรีภู บูติก โฮเต็ล	100	3,900 / โต๊ะ
โรงแรมคริสตัล หาดใหญ่	50	3,500 / โต๊ะ
โรงแรมโดมอนด์ พลาซ่า หาดใหญ่	80	3,500 / โต๊ะ
โรงแรมซากุระ แกรนด์วิว	50	3,500 / โต๊ะ
โรงแรมปีพี แกรนด์ทาวเวอร์	50	3,500 / โต๊ะ

นอกจากคู่แข่งที่เป็นโรงแรมอื่นแล้ว คู่แข่งด้านห้องจัดเลี้ยงยังรวมไปถึงภัตตาคาร สโมสรต่างๆ ที่สามารถจัดเลี้ยงได้อีกด้วย คู่แข่งอื่นๆ ที่สำคัญ มีดังนี้

(1) ภัตตาคารต่อฮวด ตั้งอยู่บนถนนราษฎร์ยินดี อำเภอหาดใหญ่ เป็นภัตตาคารที่มีชื่อเสียงแห่งหนึ่งในอำเภอหาดใหญ่ที่ผู้ใช้บริการมักจะเลือกใช้เป็นสถานที่จัดเลี้ยง อาคารมี 3 ชั้น ชั้นล่างสุดเป็นพื้นที่จอดรถ ชั้น 2 และ 3 เป็นส่วนของภัตตาคาร โดยชั้นสองสามารถจัดวางโต๊ะเพื่องานเลี้ยงขนาดโต๊ะละ 10 ที่นั่งได้จำนวนโต๊ะทั้งสิ้น 30 โต๊ะแบบรวมห้องวีไอพี และชั้นสามสามารถจัดวางได้ 60 โต๊ะ ราคาอาหารจะเริ่มต้นที่ 3,400 บาท ไปจนถึง 18,900 บาท โดยราคานี้ยังไม่รวมน้ำและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การตกแต่งสถานที่มีลักษณะเหมือนร้านอาหารจีนทั่วไป สามารถจัดตั้งเวทีขนาดเล็กได้ การตกแต่งสถานที่เพื่อใช้สำหรับจัดงานต่างๆนั้นมักจะตกแต่งด้วยผ้าริ้ว โฟม ริปบิ้น และแผ่นไวเนล ของตกแต่งสำหรับจัดงานยังถือว่าเป็นตัวเลือกที่จำกัด เว้นแต่ผู้ใช้บริการจะจัดจ้างผู้ตกแต่งสถานที่เอง ถ้าโพงและเครื่องเสียงเป็นระบบมาตรฐาน เหมาะสำหรับใช้งานทั่วไปและคาราโอเกะ เวลาการให้บริการจะกำหนดเป็นช่วงเวลา โดยช่วงเช้าจะเปิดให้บริการเฉพาะเมื่อมีการจัดเลี้ยงเท่านั้น ส่วนช่วงเที่ยงและเย็นจะเปิดให้บริการปกติ ในกรณีเมื่อมีงานจัดเลี้ยงทั้งชั้นสองและสาม ภัตตาคารจะปิดรับให้บริการแขกภายนอก

(2) ศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี ตั้งอยู่บนถนนปทุมณกัณฑ์ อำเภอหาดใหญ่ ภายในบริเวณมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ เป็นหอประชุมใหญ่บนขนาดพื้นที่โครงการรวมทั้งสิ้น 54 ไร่ รองรับการจัดงานขนาดใหญ่ เช่น งานประชุมนานาชาติ งานสัมมนา งานจัดเลี้ยง งานแสดงสินค้า นิทรรศการ เป็นต้น บริหารงานโดยบริษัท เอ็น.ซี.ซี. แมนเนจเม้นท์ แอนด์

ดิเวลลอปเม้นท์ จำกัด ซึ่งเป็นรายเดียวกับผู้บริหารศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ทำหน้าที่ดูแลการบริหารโครงการทั้งหมด (มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 2552) ค่าใช้จ่ายในการจัดงานแบบโต๊ะจีนขึ้นอยู่กับอาหารราคาเริ่มต้น 3,000 บาทต่อโต๊ะ

โดยแบ่งพื้นที่ออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่

1. ห้องประชุมใหญ่ มีขนาดพื้นที่ 3,000 ตารางเมตร และสามารถรองรับคนได้ 3,000-4,000 คน เหมาะสำหรับการจัดประชุมสัมมนาขนาดใหญ่
2. ห้องประชุมรอง พื้นที่ขนาด 960 ตารางเมตร และสามารถรองรับคนได้ 1,000 คน เหมาะสำหรับการจัดงานเลี้ยงขนาดใหญ่
3. ห้องสัมมนา มีจำนวน 8 ห้อง รวมพื้นที่ใช้งานทั้งสิ้น 400 ตารางเมตร เหมาะกับการจัดประชุมอบรม

5.2 การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขัน

5.2.1 การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันด้วย SWOT Analysis

เพื่อเป็นการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ จึงนำการวิเคราะห์ด้วย SWOT Analysis มาใช้เพื่อหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค เพื่อที่จะข้อมูลเพื่อหาแนวทางในการออกแบบโครงการและการวางกลยุทธ์ทางการตลาด

ตารางที่ 5.7 แสดงการวิเคราะห์ SWOT Analysis ของโครงการ

Strength	Weakness
<ul style="list-style-type: none"> ● ตั้งอยู่ในตำแหน่งที่ตั้งที่ดี ทศนวิสัยในการมองเห็นโครงการดีเพราะด้านหน้าโรงแรมเป็นสวนสาธารณะขนาดย่อมบนคลองทำให้ไม่มีสิ่งปลูกสร้างบดบัง ● เดินทางเข้าตัวเมืองและไปยังย่านการค้าได้รวดเร็ว เพียง 10 นาทีโดยรถยนต์ ● สภาพแวดล้อมบริเวณโดยรอบเป็นที่อยู่อาศัย ไม่แออัด ● เป็นโรงแรมสร้างใหม่ จึงมีความทันสมัยและความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกที่ตรงต่อความต้องการของลูกค้า ● มีสถานที่จัดเลี้ยง สัมมนา ห้องประชุมที่สามารถรองรับการจัดเลี้ยงขนาดใหญ่ และสามารถปรับเปลี่ยนขนาดได้ตามความต้องการใช้งาน ● มีระบบการรักษาความปลอดภัยและป้องกันอัคคีภัยที่ทันสมัย ● มีที่จอดรถมากเพียงพอสำหรับลูกค้าทั้งกลุ่มห้องพัก และแขกที่มางานจัดเลี้ยงของโรงแรม และมีที่จอดรถบัสขนาดใหญ่เพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวจากมาเลเซีย 	<ul style="list-style-type: none"> ● เป็นผู้ประกอบการรายใหม่ ไม่มีประสบการณ์ในการบริหารโรงแรม ● เป็นผู้ประกอบการรายใหม่ จึงมีดอกเบี้ยจ่ายสูง ● อำนาจต่อรองในการจัดซื้อวัตถุดิบหรือระยะเวลากำหนดชำระสินค้าอาจเสียเปรียบผู้ประกอบการรายอื่น ● อาจมีต้นทุนทางการเงินในการดึงดูดพนักงานที่มีประสบการณ์ด้านการบริหารหรือการให้บริการในโรงแรม ที่สูงกว่าโรงแรมคู่แข่ง

ตารางที่ 5.7 แสดงการวิเคราะห์ SWOT Analysis ของโครงการ (ต่อ)

Opportunity	Threat
<ul style="list-style-type: none"> ● ประชาคมอาเซียน (AEC) จะทำให้นักท่องเที่ยวจากประเทศรอบข้างเข้ามาท่องเที่ยวและทำธุรกิจในประเทศไทยมากขึ้น ● การสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวของเทศบาลนครหาดใหญ่อย่างจริงจังกระตุ้นให้เกิดกิจกรรมต่างๆ ในอำเภอ ดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาเพิ่มขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> ● การแข่งขันด้านราคาระหว่างโรงแรมภายในอำเภอหาดใหญ่ ● ความไม่สงบในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ● หาดใหญ่เป็นพื้นที่เสี่ยงอุทกภัยและผลกระทบจากลมมรสุมในบางพื้นที่ ● ภาวะเศรษฐกิจอาจทำให้เกิดความผกผันของอัตราดอกเบี้ยส่งผลต่อต้นทุนเงินกู้ของโครงการ

5.2.2 กลยุทธ์ STP

เพื่อเป็นการวางตำแหน่งทางการตลาดของโครงการที่ศึกษา จึงนำการวิเคราะห์ด้วย STP มาใช้เพื่อหาส่วนแบ่งทางการตลาดที่เหมาะสม (Market Segmentation) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Target Customer) และการวางตำแหน่งทางการตลาด (Market Positioning) เพื่อใช้วางแผนทางการตลาดและออกแบบโครงการให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เพราะลูกค้าในแต่ละกลุ่มมีความต้องการที่ไม่เหมือนกัน ช่องทางในการบริโภคข่าวสารหรืองบประมาณในการใช้จ่ายแตกต่างกัน อีกทั้งพฤติกรรมในการบริโภคที่แตกต่างกัน ซึ่งจะส่งผลไปถึงการรับรู้ การเข้าใช้บริการ และการมาใช้ซ้ำของกลุ่มลูกค้าอีกด้วย

5.2.2.1 การแบ่งตลาด

การแบ่งกลุ่มตลาด (Market Segmentation) ของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในอำเภอหาดใหญ่และพักแรมในหาดใหญ่ จากการลงพื้นที่สำรวจและสอบถามพนักงานในโรงแรม รวมถึงสอบถามคนในพื้นที่ พบว่าสามารถแบ่งกลุ่มลูกค้าออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

(1) กลุ่มนักธุรกิจและทำการค้า (Business)

ผู้มาเยือนกลุ่มนี้ มีทั้งชาวไทยและต่างชาติ โดยเดินทางคนเดียวและเป็นหมู่คณะ เพื่อทำธุรกิจ ทำการค้า และการเดินทางมาทำงานของกลุ่มพนักงานขาย (เซลส์) ซึ่งส่วนมากลูกค้ากลุ่มนี้จะนิยมเข้าพักในช่วงเวลาวันธรรมดา ซึ่งรวมไปถึงกลุ่มผู้เดินทางที่ใช้อำเภอหาดใหญ่เป็นจุดแวะพักเพื่อเดินทางไปยังจังหวัดข้างเคียงหรือเดินทางต่อเข้าไปยังประเทศมาเลเซียและสิงคโปร์ผ่านทางชายแดนด่านสะเดาหรือเครื่องบิน (Transit)

(2) กลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน (Leisure)

ผู้มาเยือนกลุ่มนี้เป็นทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางคนเดียวและเป็นหมู่คณะ เพื่อมาท่องเที่ยวและพักผ่อนในอำเภอหาดใหญ่หรือท่องเที่ยวในจังหวัดใกล้เคียง ส่วนมากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะนิยมเข้าพักในช่วงเทศกาลหรือช่วงวันหยุดของประเทศตนเอง หรือการเข้าร่วมกิจกรรมที่จัดขึ้นในอำเภอหาดใหญ่ก็มีส่วนดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้อีกด้วย

(3) กลุ่ม MICE (Meeting, Incentive, Conference, Exhibition) และกลุ่มจัดเลี้ยง (Wedding)

ผู้มาเยือนกลุ่มนี้เป็นกลุ่มผู้ใช้บริการโรงแรมเพื่อวัตถุประสงค์การจัดหรือเข้าร่วมประชุมและการสัมมนาต่างๆ ซึ่งส่วนใหญ่จะมาเป็นหมู่คณะ มีทั้งกลุ่มที่เป็นข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ และบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่จะใช้บริการห้องประชุมหรือห้องจัดงานสัมมนาและใช้บริการด้านอาหาร (F&B) ของโรงแรม อีกทั้งยังมีบางส่วนที่ใช้บริการด้านห้องพักอีกด้วย ลูกค้ากลุ่มนี้นิยมเข้าใช้บริการในเวลากลางวันพร้อมคอฟฟี่เบรก อาหารกลางวันหรืออาหารเย็น

ส่วนกลุ่มจัดเลี้ยงนั้นเป็นกลุ่มผู้ใช้บริการโรงแรมเพื่อจัดหรือเข้าร่วมงานเลี้ยงเป็นหมู่คณะ เช่น งานเลี้ยงในโอกาสพิเศษ งานหมั้น งานแต่งงาน เป็นต้น ส่วนมากจะเลือกใช้บริการห้องจัดงานที่มีขนาดใหญ่ และมีการใช้บริการห้องพักของโรงแรมอีกด้วย ซึ่งลูกค้าในกลุ่มนี้จะนิยมใช้บริการห้องจัดเลี้ยงในเวลาเย็นไปถึงกลางคืน และมีสัดส่วนการใช้บริการในวันสุดสัปดาห์มากกว่าวันธรรมดา

5.2.2.2 การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มลูกค้าเป้าหมายของโรงแรมในอำเภอหาดใหญ่ สามารถแบ่งได้ตามวัตถุประสงค์ของการใช้บริการ ซึ่งลูกค้าในแต่ละกลุ่มนั้นจะมาจากช่องทางการจัดจำหน่ายหรือช่องทางการขายที่แตกต่างกัน อีกทั้งการทำตลาดและการทำการส่งเสริมการขายของโรงแรมที่ไม่เหมือนกัน และมีการใช้จ่ายหรือการใช้บริการต่างๆของโรงแรมที่แตกต่างกัน ดังจะแบ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้เป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

(1) กลุ่มที่ 1 กลุ่มลูกค้าท่องเที่ยวชาวต่างชาติหรือกรุ๊ปทัวร์

ลูกค้ากลุ่มนี้จะเน้นไปที่กลุ่มลูกค้าจากประเทศมาเลเซียและสิงคโปร์เป็นหลัก การเดินทางหลักของลูกค้ากลุ่มนี้จะมากับตัวแทนท่องเที่ยว โดยเฉพาะชาวมาเลเซียที่นิยมมาท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่เป็นจำนวนมากในแต่ละปี ลูกค้ากลุ่มนี้จะใช้บริการห้องพักของโรงแรมเป็นหลัก โดยมีระยะเวลาในการพักเฉลี่ยครั้งละ 2.52 วัน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2011)

(2) กลุ่มที่ 2 กลุ่มลูกค้าท่องเที่ยวชาวไทย

ลูกค้าชาวไทยที่เดินทางมาพักผ่อนในอำเภอหาดใหญ่ ส่วนมากจะเดินทางมาเอง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่หรือจังหวัดใกล้เคียง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพักแรมในหาดใหญ่ก่อนไปเที่ยวหมู่เกาะฝั่งอันดามัน ถือเป็นเส้นทางที่นิยมกันมาก ลูกค้ากลุ่มนี้ส่วนใหญ่จะใช้บริการห้องพักโรงแรมเพียงอย่างเดียว ไม่ค่อยใช้บริการอื่นภายในโรงแรม เนื่องจากลูกค้ากลุ่มนี้มักจะหาข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวรวมถึงร้านอาหารที่มีชื่อเสียงในตัวอำเภอ จึงสนใจที่จะไปใช้จ่ายข้างนอกมากกว่า โดยมีระยะเวลาในการพักเฉลี่ยครั้งละ 2.51 วัน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2011)

(3) กลุ่มที่ 3 กลุ่มลูกค้าธุรกิจและการค้า

ลูกค้ากลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่จะมาจากการทำสัญญาความร่วมมือระหว่างโรงแรมกับองค์กรต่างๆ โดยมากจะเป็นพนักงานบริษัท ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ เซลล์ภาค หรือผู้ที่ต้องทำการค้าจากต่างพื้นที่ ลูกค้ากลุ่มนี้จะมาจากการเป็นพันธมิตรกับองค์กร (Cooperate Contract) มีทั้งการเดินทางมาคนเดียวและเป็นหมู่คณะ โดยส่วนใหญ่จะทำการเข้าพักในวันธรรมดา

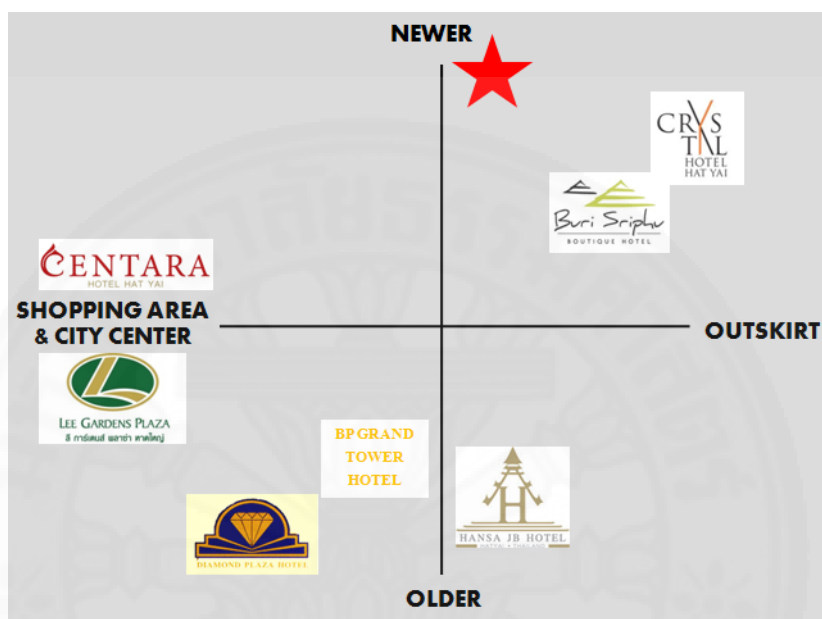
(4) กลุ่มที่ 4 กลุ่มลูกค้า MICE และ Wedding

ลูกค้ากลุ่ม MICE จะเป็นกลุ่มลูกค้าที่ได้มาจากการตลาดกับองค์กรเพื่อเสนอตัวเป็นสถานที่ในการจัดประชุมสัมมนาต่างๆ ส่วนใหญ่เป็นลูกค้ากลุ่มชาวไทย ลูกค้ากลุ่มนี้จะใช้บริการทั้งในส่วนของพื้นที่จัดงานและคอฟีเบอร์คอาหารเที่ยง อาหารเย็น มักจะไม่ได้มีโอกาสใช้บริการอื่นภายในโรงแรม ส่วนมากไม่ได้ใช้บริการห้องพักของโรงแรม

ลูกค้ากลุ่มจัดงานเลี้ยงหรืองานแต่งงาน กลุ่มลูกค้าเหล่านี้จะได้จากการทำการตลาดกับตัวลูกค้าโดยตรงหรือไปออกงานแฟร์อย่างงานเวดดิ้งแฟร์ เพื่อที่จะเป็นการกระตุ้นการรับรู้และเป็นที่รู้จักของลูกค้ากลุ่มนี้ ส่วนมากลูกค้าจะเข้ามาสอบถามข้อมูลการจัดเลี้ยง ความพร้อมของบริการอาหาร สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆที่ทางโรงแรมสามารถจัดหาให้ได้ โดยขนาดของพื้นที่จัดเลี้ยงจะขึ้นอยู่กับกิจกรรมของลูกค้า ระยะเวลาใช้บริการพื้นที่จัดเลี้ยงและอาหารที่นิยมคือช่วงเย็น

5.2.2.3 การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด

โครงการกำหนดตำแหน่งทางการตลาดเปรียบเทียบกับโรงแรมคู่แข่ง ดังที่แสดงในแผนที่ตำแหน่งทางการตลาด (Positioning Map) ดังนี้



ภาพที่ 5.1 แสดงตำแหน่งทางการตลาดของโรงแรมคู่แข่งและโรงแรมโครงการ

จากแผนภาพตำแหน่งทางการตลาดข้างต้น ใช้แกนอายุของโรงแรม และที่ตั้งของโรงแรมเป็นเกณฑ์ในการแบ่งตำแหน่ง ด้านอายุของโรงแรม โรงแรมคู่แข่งที่สร้างใหม่ ได้แก่ คริสตัล และบุรีศรีภุม มีอายุ 1 ปี และ 2 ปี ตามลำดับ ส่วนโรงแรมคู่แข่งอื่นๆ มีอายุมากกว่า 10 ปีขึ้นไป ดังนั้น ความใหม่ของโรงแรมนับเป็นข้อได้เปรียบทางการตลาดอย่างหนึ่ง

ในส่วนของที่ตั้งของโรงแรม แบ่งออกเป็นที่ตั้งที่อยู่ในเขตใจกลางเมือง หรือ SHOPPING DISTRICT ซึ่งเป็นย่านการค้าหลักของอำเภอหาดใหญ่ มีความหนาแน่นสูง เป็นที่ตั้งของตลาดกิมหยงที่มีชื่อเสียงอย่างมากของนักท่องเที่ยว โรงแรมที่อยู่ในเขต SHOPPING DISTRICT ส่วนใหญ่เป็นโรงแรมที่มีมานานแล้ว ในปัจจุบันยากที่จะจับจองที่ดินในเขตนี้ได้ โรงแรมใหม่จึงต้องถอยออกมาตั้งโรงแรมในเขตที่ตั้งที่เป็น Outskirt หรือนอกเมืองหาดใหญ่ ซึ่งยังใกล้กับตัวเมืองแต่ไกลย่านการค้ามากกว่า จะเห็นได้ว่าที่ตั้งของโครงการอยู่ในส่วนนอกเมืองที่ใกล้กับตัวเมืองที่สุดเมื่อเทียบกับโรงแรมคู่แข่งใหม่เจ้าอื่น

5.2.3 กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (4Ps)

โครงการกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ Product, Price, Place, Promotion ดังนี้

5.2.3.1 โครงการ (Product)

โครงการ โรงแรม อควาเรียส หาดใหญ่ (Aquarius Hatyai) เป็นโรงแรมระดับ 4 ดาว เป็นอาคารสูง 10 ชั้น ห้องพักจำนวน 314 ห้อง แบ่งเป็น ห้องพักรูปแบบมาตรฐาน Deluxe Room ขนาด 35 ตารางเมตร จำนวน 294 ห้อง ห้องพักพิเศษแบบ Suite ขนาด 70 ตารางเมตร จำนวน 18 ห้อง และห้องพักพิเศษแบบ Honeymoon Suite ขนาด 105 ตารางเมตร จำนวน 2 ห้อง

ระยะถอยร่นอาคาร ด้านทิศเหนือ กำหนดให้มีระยะร่น 14 เมตร ด้านทิศตะวันออก และตะวันตก กำหนดให้มีระยะร่นด้านละ 6 เมตร ด้านทิศใต้ กำหนดให้มีระยะร่น 8 เมตร พื้นที่ก่อสร้างอาคารรวมทั้งสิ้น 16,100 ตารางเมตร โดยมีรายละเอียดดังนี้ พื้นที่จอดรถนอกอาคารคิดเป็น ประมาณ 20% ของจำนวนห้องพัก หรือคิดเป็น 63 คัน ไม่รวมจอดซ้อนคัน ขนาดพื้นที่ประมาณ 1,200 ตารางเมตร และสามารถใช้เป็นี่จอดรถขนาดใหญ่และโดยสารขนาด 42 ที่นั่งได้

ชั้น 1 มีพื้นที่ก่อสร้างประมาณ 2,172 ตารางเมตร ประกอบด้วย

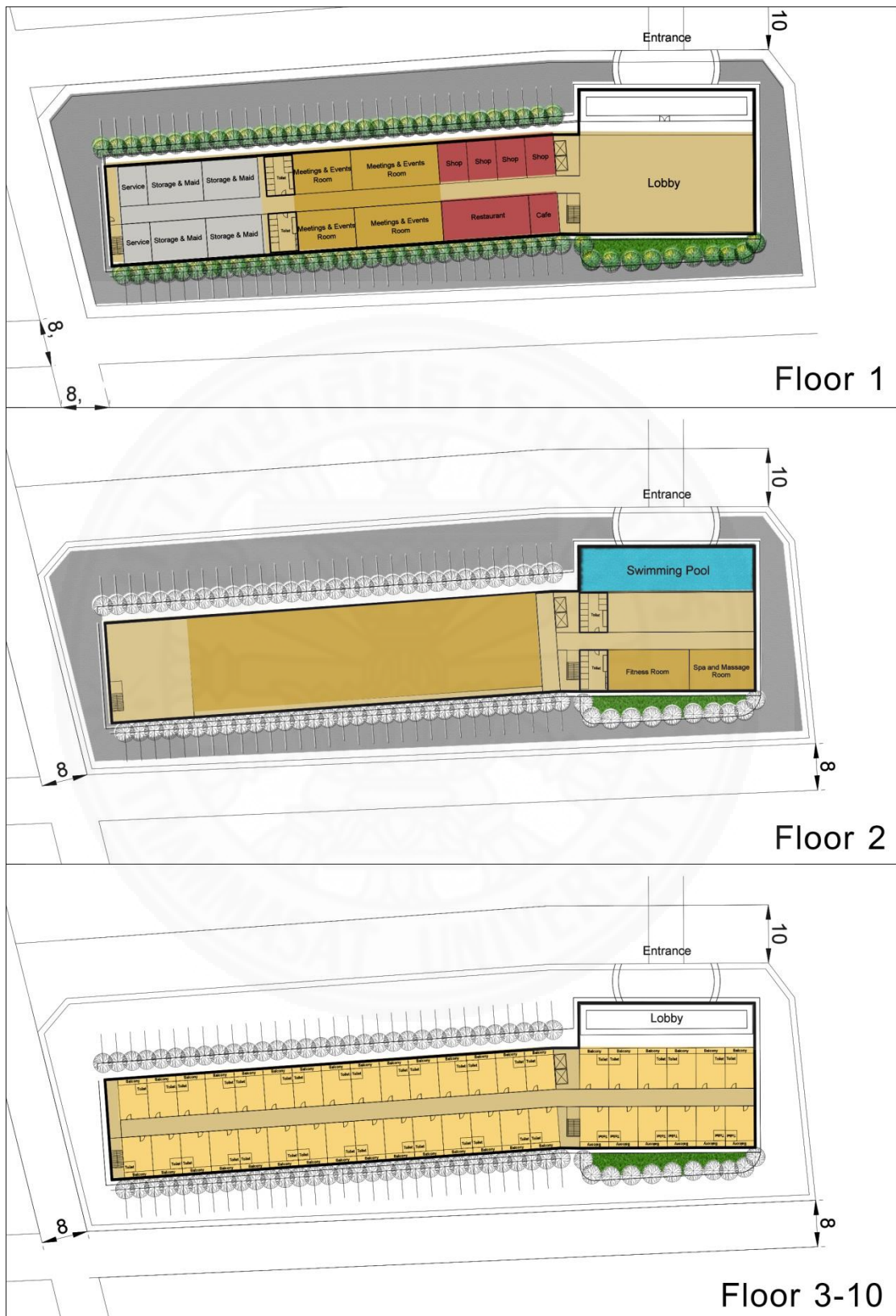
- ร้านค้าพื้นที่ขนาด 35 ตารางเมตร จำนวน 4 ห้อง
- คาเฟ่ขนาด 35 ตารางเมตร จำนวน 1 ห้อง
- ห้องอาหารขนาด 102 ตารางเมตร จำนวน 1 ห้อง
- ห้องประชุมและสัมมนาขนาดเล็ก ขนาดพื้นที่ 68 ตารางเมตร
จำนวน 2 ห้อง
- ห้องประชุมและสัมมนาขนาดกลาง ขนาดพื้นที่ 102 ตารางเมตร
จำนวน 2 ห้อง
- ห้องน้ำ ขนาด 35 ตารางเมตร จำนวน 2 ห้อง
- ห้องเซอร์วิสของโรงแรม ขนาด 35 ตารางเมตร จำนวน 2 ห้อง
- ห้องอเนกประสงค์ ขนาด 65 ตารางเมตร จำนวน 4 ห้อง
- โถงต้อนรับโรงแรมและพื้นที่ส่วนกลาง ขนาดพื้นที่ 1,155 ตารางเมตร

ชั้น 2 มีพื้นที่ก่อสร้างประมาณ 2,172 ตารางเมตร ประกอบด้วย

- ห้องออกกำลังกาย ขนาด 100 ตารางเมตร จำนวน 1 ห้อง
 - ห้องนวดและสปา ขนาด 80 ตารางเมตร จำนวน 1 ห้อง
 - พื้นที่เนกประสงค์และร้านเครื่องดื่ม ขนาด 180 ตารางเมตร
 - สระว่ายน้ำ ขนาด 8x30 เมตร รวม 240 ตารางเมตร
 - ห้องจัดเลี้ยงปรับขนาดได้โดยการเลื่อนฉากกั้นห้อง ขนาด 16x65 เมตร
- รวม 1,040 ตารางเมตร
- พื้นที่ส่วนกลางและทางเดิน ขนาดพื้นที่ 532 ตารางเมตร

ชั้น 3 - 10 มีพื้นที่ก่อสร้างประมาณ 2,172 ตารางเมตร ประกอบด้วย

- ห้องพัก รวมทั้งสิ้น 314 ห้อง
- พื้นที่ส่วนกลางและทางเดินในแต่ละชั้น ขนาดพื้นที่ 702 ตารางเมตร



ภาพที่ 5.2 แสดงแบบแปลนภายในอาคาร

5.2.3.2 ราคา (Price) จากการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินด้วยวิธี Front Door Analysis พบว่าโครงการจะต้องมีรายรับขั้นต่ำอยู่ที่ 976 บาทต่อห้องต่อคืนโครงการจึงจะมีความเป็นไปได้

ในการตั้งราคาต้องพิจารณาถึงส่วนลดพิเศษที่จำเป็นต้องให้กับลูกค้า เช่น ลูกค้าที่เป็นข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ บริษัทเอกชน ลูกค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่ายและตัวแทนท่องเที่ยว (Travel Agency) ตัวแทนจัดจำหน่ายออนไลน์ (OTA) และกลุ่มลูกค้าพันธมิตร จึงต้องตั้งราคาเพื่อส่วนลดเหล่านี้ด้วย

นอกจากนี้ เพื่อตั้งราคาให้สามารถแข่งขันได้ โครงการจึงตั้งราคาห้องโดยเปรียบเทียบกับโรงแรมคู่แข่งที่มีลักษณะใกล้เคียงกันที่สุดในด้านความใหม่ของโรงแรม ขนาดห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวก และตำแหน่งที่ตั้ง โรงแรมคู่แข่งที่เข้าข่ายเกณฑ์นี้ คือ โรงแรมคริสตัล และโรงแรมบุรีศรีภู ซึ่งมีราคาเริ่มต้นอยู่ที่ 1,500 บาท และ 1,600 บาท ตามลำดับ โครงการจึงตั้งราคาให้อยู่ในระดับเดียวกัน โดยให้ราคาต่ำกว่าเล็กน้อยเพื่อความได้เปรียบในการแข่งขัน

กำหนดราคาต่อห้องต่อคืนของห้องพักตามรูปแบบของห้องพัก ดังนี้

ราคาห้องพักมาตรฐาน Deluxe Room ขนาด 35 ตารางเมตร ราคา 1,450 บาท

ราคาห้อง Suite ขนาด 70 ตารางเมตร ราคา 2,900 บาท

ราคาห้อง Honeymoon Suite ขนาด 105 ตารางเมตร ราคา 4,350 บาท

ส่วนราคาห้องจัดเลี้ยงนั้น ทางโครงการกำหนดให้มีราคาเริ่มต้นเท่ากับคู่แข่ง กำหนดให้การใช้จัดเลี้ยงนั้นต้องมีการการันตีจำนวนโต๊ะจีนขั้นต่ำอยู่ที่ 30 โต๊ะ และราคาเริ่มต้นที่ 3,500 บาทต่อโต๊ะ โดยเป็นราคาเฉพาะค่าอาหาร สถานที่ และค่าพนักงานบริการ เท่านั้น ทั้งนี้ไม่รวมค่าบริการอื่นๆ เช่น บริการจัดแต่งสถานที่นอกเหนือจากที่กำหนด เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ค่าใช้สถานที่และบริการในส่วนอื่นๆ เป็นต้น

5.2.3.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

- ตัวแทนท่องเที่ยว (Travel Agency)
- ตัวแทนท่องเที่ยวออนไลน์ (Online Travel Agency) เช่น Agoda
- การใช้บริการ Search Engine Optimization (SEO) และ Search Engine Marketing (SEM) เพื่อให้ปรากฏชื่อโรงแรมในตำแหน่งที่

ต้องการ

- จัดแพ็คเกจภายในประเทศ (Domestic Package) โดยขายเป็นแพ็คเกจร่วมกับงานท่องเที่ยวไทย เป็นต้น
- กลุ่มลูกค้าจัดงานแต่งงาน (Wedding group) โดยเข้าร่วมงานเวดดิ้งแฟร์ เพื่อเป็นการนำเสนอสินค้าและบริการให้เป็นที่รู้จักของลูกค้า
- การทำการตลาดทางตรง (Direct Marketing) เช่น การส่งแผ่นโฆษณาไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายโดยตรง
- การใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เช่น Facebook, Instagram
- เว็บไซต์ของโรงแรม (Website)

5.2.3.4 การส่งเสริมการขายและการตลาด (Promotion)

เพื่อชิงความได้เปรียบทางการแข่งขันต้องมีการหาช่องทางการส่งเสริมการขายและการตลาดโดยการเสนอราคาพิเศษให้กับบริษัททัวร์ รวมถึงการสร้างเงื่อนไข และ Credit Term เพื่อจูงใจบริษัททัวร์ การเข้าร่วมงานแฟร์ทั้งในและต่างประเทศ เช่น งานไทยเที่ยวไทย งาน Wedding Fair เป็นต้น เข้าร่วมเป็นพันธมิตรทางธุรกิจกับร้านอาหาร สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ จัดทำโปรโมชั่นร่วมกัน จูงใจลูกค้ากลุ่มสัมมนา โดยทำการตลาดกับหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ และองค์กรเอกชน ที่ต้องมีการจัดอบรมสัมมนาพนักงาน หรือองค์กรต่างๆ ที่จัดอบรมหลักสูตร เพื่อเน้นใช้ห้องจัดเลี้ยงในวันธรรมดา เป็นต้น เข้าร่วมเป็นพันธมิตรทางธุรกิจกับบัตรเครดิตเพื่อส่วนลด และสายการบิน เช่น แอร์เอเชีย จองตั๋วเครื่องบินพร้อมที่พักในราคาพิเศษ เป็นต้น

บทที่ 6

การบริหารการก่อสร้างและการบริหารโครงการ

6.1 การบริหารการก่อสร้าง

การวางแผนก่อสร้างและดำเนินการก่อสร้างใช้เวลาทั้งสิ้นรวม 24 เดือน แบ่งเป็น ช่วงที่ 1 ช่วงก่อนการก่อสร้าง (Pre-Construction) ช่วงที่ 2 ช่วงระหว่างการก่อสร้าง (Construction) และช่วงที่ 3 ช่วงหลังการก่อสร้าง (Post-Construction) โดยมีรายละเอียดงานในแต่ละช่วง ดังนี้

ช่วงที่ 1 ช่วงก่อนการก่อสร้าง (Pre-Construction) เป็นขั้นตอนหลังจากการนำข้อมูลที่ได้ศึกษาและการรวบรวมความคิด (Idea Inception) และศึกษาความเป็นไปได้เรียบร้อยแล้ว จึงจัดหาผู้ออกแบบเพื่อออกแบบโครงการให้มีความเหมาะสม ตรงกับความต้องการของตลาด จัดทำและทำสัญญากับผู้รับเหมาก่อสร้าง การดำเนินการขอใบอนุญาตก่อสร้างและขออนุญาตสิ่งแวดล้อม (EIA) และจัดซื้อวัสดุก่อสร้างตามแบบ

ช่วงที่ 2 ช่วงระหว่างการก่อสร้าง (Construction) เป็นขั้นตอนการดำเนินการก่อสร้างให้เป็นไปตามแบบและแผนงาน การขอไฟฟ้าและน้ำประปาชั่วคราว การเตรียมพื้นที่ก่อสร้าง การก่อสร้างอาคาร ได้แก่ งานฐานราก งานโครงสร้าง รวมทั้งงานระบบต่างๆ งานตกแต่งภายใน และงานภูมิสถาปัตยกรรม

ช่วงที่ 3 ช่วงหลังการก่อสร้าง (Post-Construction) หลังจากการก่อสร้างเสร็จสมบูรณ์และมีการส่งมอบให้ฝ่ายบริหารอาคารเรียบร้อยแล้ว ฝ่ายบริหารอาคารจะเป็นผู้ดูแลงานบำรุงรักษาเพื่อให้อาคารและงานระบบต่างๆ อยู่ในสภาพที่สมบูรณ์อยู่เสมอ

ตารางที่ 6.1 แสดงแผนงานการก่อสร้างโครงการ

เดือนที่	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
Pre-Construction																								
จัดหาผู้ออกแบบ																								
ออกแบบ																								
ขอใบอนุญาตก่อสร้าง																								
ขอใบอนุญาตสิ่งแวดล้อม																								
จัดหาผู้รับเหมาก่อสร้าง																								
ทำสัญญากับผู้รับเหมาฯ																								
จัดซื้อวัสดุก่อสร้าง																								
Construction																								
Site Preparation																								
งานฐานราก																								
งานโครงสร้าง																								
งานสถาปัตยกรรม																								
งานระบบ																								
งานตกแต่งภายใน																								
งานตกแต่งภูมิสถาปัตยกรรม																								
Post-Construction																								
ส่งมอบงานก่อสร้าง																								
งานบำรุงรักษา																								

6.2 การบริหารโครงการ

ในการดำเนินกิจการโรงแรมจำเป็นต้องมีการแบ่งพนักงานเป็นฝ่ายๆ โดยแบ่งหน้าที่กันรับผิดชอบและประสานงานร่วมกัน เพื่อให้การให้บริการของโรงแรมมีประสิทธิภาพสูงสุด โครงการจะแบ่งฝ่ายพนักงาน และกำหนดเงินเดือนแต่ละตำแหน่ง ตามรายละเอียดต่อไปนี้ ทั้งนี้ เงินเดือนพนักงานจะมีการปรับขึ้นทุกปี ปีละ 3%

ตารางที่ 6.2 แสดงจำนวนพนักงานและเงินเดือนพนักงานที่ใช้ในการบริหารโครงการ

ตำแหน่ง	จำนวน (คน)	เงินเดือน (บาท)	เงินเดือนต่อปี (บาท)
General Manager	1	50,000	600,000
แผนก Administration			
พนักงานบัญชี	2	25,000	600,000
พนักงานฝ่ายบุคคล	1	20,000	240,000
เลขานุการ	1	18,000	216,000
แผนกต้อนรับ			
พนักงานต้อนรับ	6	21,000	1,512,000
พนักงานยกกระเป๋า	4	10,000	480,000
แผนกอาหารและเครื่องดื่ม			
พ่อครัว	4	30,000	1,440,000
ผู้ช่วยพ่อครัว	4	25,000	1,200,000
พนักงานเสิร์ฟ	8	12,000	1,152,000
พนักงานทำความสะอาด	4	10,000	480,000
แผนกห้องพัก			
แม่บ้าน	40	18,000	8,640,000
แผนกรักษาความปลอดภัย			
รปภ.	4	15,000	720,000
แผนกบำรุงรักษา			
คนสวน	2	15,000	360,000
ช่างซ่อมบำรุง	2	15,000	360,000
รวม	83		18,000,000

บทที่ 7

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน

7.1 สมมติฐานรายได้และค่าใช้จ่ายของโครงการ

7.1.1 สมมติฐานรายได้ของโครงการ

รายได้ของโครงการ มี 3 ส่วน ได้แก่ รายได้จากค่าห้องพัก รายได้จากอาหารและเครื่องดื่ม และรายได้อื่นๆ เช่น ค่าเช่าสถานที่ในการจัดเลี้ยง ค่าเช่าร้านค้า รายได้จากการให้บริการสปา เป็นต้น

รายได้จากค่าห้องพัก มาจากการคาดคะเน อัตราการเข้าพัก ปีที่ 1 50% ปีที่ 2 60% และ ปีที่ 3 เป็นต้นไป 70% โดยราคาห้องพัก ห้อง Deluxe อยู่ที่ 1,450 บาทต่อห้องต่อคืน ห้อง Suite อยู่ที่ 2,900 บาทต่อห้องต่อคืน และห้อง Honeymoon Suite อยู่ที่ 4,350 บาทต่อห้องต่อคืน สามารถคำนวณราคาเข้าพักเฉลี่ยต่อคืนต่อปี (ADR) และ รายได้ต่อห้องพักว่าง (RevPAR) ต่อคืน ของปีที่ 1 ถึงปีที่ 3 ได้ดังนี้

ตารางที่ 7.1 แสดงราคาเข้าพักเฉลี่ยต่อคืนต่อปี (ADR) และ รายได้ต่อห้องพักว่าง (RevPAR) ต่อคืน ของปีที่ 1 ถึงปีที่ 3 (หน่วย: บาทต่อคืน)

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
Occupancy Rate	50%	60%	70%
ADR	1,450	1,450	1,450
RevPAR	725	870	1,015

รายได้จากอาหารและเครื่องดื่ม กำหนดให้เป็น 50% ของรายได้จากค่าห้องพัก และ รายได้อื่นๆ กำหนดให้เป็น 10% ของรายได้จากค่าห้องพัก

ตารางที่ 7.2 แสดงรายรับของโครงการในปีที่ 1 ถึงปีที่ 3 (หน่วย : บาทต่อปี)

รายรับของโครงการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
รายได้จากค่าห้องพัก	88,914,000	106,696,800	124,479,600
รายได้จากอาหารและเครื่องดื่ม	44,457,000	53,348,400	62,239,800
รายได้อื่นๆ	8,891,400	10,669,680	12,447,960
รวม	142,262,400	170,714,880	199,167,360

7.1.2 สมมติฐานค่าใช้จ่ายของโครงการ

ค่าใช้จ่ายของโครงการ ได้แก่ เงินเดือน ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับห้องพัก ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าประกันภัย ค่าใช้จ่ายทางการตลาด และค่าใช้จ่ายอื่นๆ โดยกำหนดเงินเดือนตามแผนบริหารโครงการ (หัวข้อ 6.2 การบริหารโครงการ) เงินเดือนพนักงานรวม 18,000,000 บาทต่อปี และมีการปรับขึ้นเงินเดือนพนักงานทุกปี ปีละ 3%

ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับห้องพัก กำหนดเป็น 30% ของรายรับค่าห้องพัก ค่าอาหารและเครื่องดื่ม กำหนดเป็น 35% ของรายรับค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าประกันภัย กำหนดเป็น 0.05% ของมูลค่าอาคาร ค่าใช้จ่ายทางการตลาด กำหนดเป็น 3% ของรายรับทั้งหมด และค่าใช้จ่ายอื่นๆ กำหนดเป็น 3% ของรายรับทั้งหมด

ตารางที่ 7.3 แสดงค่าใช้จ่ายของโครงการในปีที่ 1 ถึงปีที่ 3 (หน่วย : บาทต่อปี)

ค่าใช้จ่ายของโครงการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
เงินเดือนพนักงาน	18,000,000	18,540,000	19,096,200
ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับห้องพัก	26,674,200	32,009,040	37,343,880
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	15,559,950	18,671,940	21,783,930
ค่าประกันภัย	281,750	281,750	281,750
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	4,267,872	5,121,446	5,975,021
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	4,267,872	5,121,446	5,975,021
รวม	69,051,644	79,745,623	90,455,802

7.2 สมมติฐานการลงทุนโครงการ

7.2.1 สัดส่วนการลงทุน

โครงการกำหนดให้สัดส่วนการลงทุนในส่วนของเจ้าของอยู่ที่ 50% และสัดส่วนการกู้ยืมอยู่ที่ 50% ของมูลค่าโครงการ โดยกำหนดช่วงเวลาและสัดส่วนการใช้จ่ายเงิน ดังนี้

ตารางที่ 7.4 แสดงช่วงเวลาและจำนวนเงินที่ต้องใช้ในการพัฒนาโครงการแต่ละช่วง

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2
ค่าที่ดิน	59,269,500	138,295,550	-
ค่าก่อสร้างห้องพัก	137,200,000	137,200,000	137,200,000
ค่าก่อสร้างส่วนกลาง	50,633,333	50,633,333	50,633,333
เงินทุนส่วนของผู้ถือหุ้น (Equity)	128,365,108	174,418,814	109,372,534
เงินกู้เบิกใช้ (Loan Draw Down)	128,365,108	174,418,814	109,372,534
ดอกเบี้ยจ่าย (Interest Payment)	9,627,383	22,708,794	30,911,734
รวมเงินกู้คงค้าง (Out Standing Loan)	128,365,108	302,783,922	412,156,456

7.2.2 ต้นทุนเงินกู้

โครงการใช้อัตราดอกเบี้ยของธนาคารกสิกรไทย ประจำเดือนมกราคม พ.ศ.2559 ประเภทเงินกู้ (Minimum Loan Rate) MLR+1 หรือเท่ากับ $6.50\% + 1 = 7.50\%$ ต่อปี



อัตราดอกเบี้ยอ้างอิง	หน่วย : ร้อยละต่อปี
1. ลูกค้ายรายใหญ่ขั้นต่ำ ประเภทเงินกู้แบบมีระยะเวลา (Minimum Loan Rate)	6.50
2. ลูกค้ายรายใหญ่ขั้นต่ำ ประเภทเงินเบิกเกินบัญชี (Minimum Overdraft Rate)	7.37
3. ลูกค้ายรายย่อยขั้นต่ำ (Minimum Retail Rate)	7.87
4.1 เงินให้กู้ยืมที่มีหลักประกันเป็นเงินฝากจำนวนเงินไม่น้อยกว่า จำนวนที่กู้ยืม อัตราค่าสุด	
- หลักประกันเป็นเงินฝากประจำของบุคคลธรรมดา	2.15
- หลักประกันเป็นเงินฝากออมทรัพย์ของบุคคลธรรมดา	0.65
- หลักประกันเป็นเงินฝากประจำของนิติบุคคล	1.85
- หลักประกันเป็นเงินฝากออมทรัพย์ของนิติบุคคล	0.52
- ส่วนต่างสูงสุดเหนืออัตราดอกเบี้ยเงินให้กู้ยืมที่มีหลักประกันเป็นเงินฝาก จำนวนเงินไม่น้อยกว่าจำนวนที่กู้ยืม	3.00
4.2 เงินให้กู้ยืมที่มีหลักประกันเป็นเงินฝากจำนวนเงินไม่น้อยกว่า จำนวนที่กู้ยืม	
- อัตราดอกเบี้ยของเงินฝากออมทรัพย์หรือเงินฝากประจำที่เป็นหลักประกัน บวกด้วย ส่วนต่างสูงสุด ไม่เกินร้อยละ 3.00	
4.3 เงินให้กู้ยืมที่มีหลักประกันเป็นค้ำประกันเงินกสิกรไทย มูลค่าของค้ำประกันไม่น้อยกว่า จำนวนเงินที่กู้ยืม	
- อัตราดอกเบี้ยของค้ำประกันเงินกสิกรไทยที่เป็นหลักประกัน บวกด้วย ส่วนต่างสูงสุด ไม่เกินร้อยละ 3.00	

ภาพที่ 7.1 แสดงอัตราดอกเบี้ยเงินให้สินเชื่อปัจจุบันของธนาคารกสิกรไทย

ที่มา: <http://www.kasikornbank.com/TH/RatesAndFees/Lending/Pages/Lending.aspx>

7.2.3 ต้นทุนของเงินทุน

ต้นทุนของเงินทุนของโครงการสามารถคำนวณได้จากวิธีอัตราต้นทุนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Weighted Average Cost of Capital; WACC) โดยใช้ Cost of Debt (K_d) = อัตราดอกเบี้ยของธนาคารกสิกรไทย ประจำเดือนมกราคม พ.ศ.2559 ประเภทเงินกู้ (Minimum Loan Rate) MLR+1 หรือเท่ากับ $6.50\% + 1 = 7.50\%$ จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโรงแรมในพื้นที่ขนาดใหญ่ พบว่า อัตราผลตอบแทนโรงแรมอยู่ที่ 8-10% จึงใช้ Cost of Equity (K_e) = อัตราผลตอบแทนของโรงแรมในพื้นที่อำเภอขนาดใหญ่ที่ 10% และใช้ Tax Rate (t) ตามอัตราภาษีนิติบุคคลอยู่ที่ 20%

สัดส่วนของเงินกู้ (Wd) = 50% และสัดส่วนของส่วนของผู้ถือหุ้น (We) = 50%

$$\begin{aligned}
 \text{WACC ของโครงการ} &= WdKd (1-t) + WeKe \\
 &= (0.5)(0.0750) (1-0.2) + (0.5)(0.1) \\
 &= 0.08 \\
 &= 8\%
 \end{aligned}$$

7.2.4 สมมติฐานอัตราการเติบโตของราคาห้องพัก

จากการสำรวจโรงแรมในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ มีอัตราการเติบโตของราคาห้องพักอยู่ระหว่าง 3% - 7% ต่อปี ทั้งนี้ ราคาห้องพักในช่วงเทศกาลต่างๆ ผู้ประกอบการจะปรับราคาบวกเพิ่มขึ้น 500 บาทจากราคาช่วงนอกเทศกาล ดังนั้น สมมติฐานอัตราการเติบโตของราคาห้องพักของโครงการจึงกำหนดให้ ปรับราคาห้องพักขึ้น 10% ทุก 3 ปี หรือเฉลี่ย ปีละ 3.33%

7.2.5 การวิเคราะห์ด้านการเงิน

7.2.5.1 อัตราผลตอบแทนการลงทุน (IRR)

เป็นการคำนวณหาอัตราผลตอบแทนที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) ของโครงการมีค่าเท่ากับ 0 โดยอัตราผลตอบแทนการลงทุนของโครงการนั้นจะต้องมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ WACC จึงสามารถสรุปได้ว่าเป็นโครงการที่มีความเป็นไปได้ในการลงทุน

อัตราผลตอบแทนของโครงการมีค่าเท่ากับ 9.68% ซึ่งมากกว่า WACC ที่ 8% จึงสรุปได้ว่าโครงการนี้มีความเป็นไปได้ในการลงทุน

ตารางที่ 7.5 แสดงอัตราผลตอบแทนการลงทุนโครงการ (IRR)

อัตราผลตอบแทนการลงทุน	ผลลัพธ์
IRR	9.68%

7.2.5.2 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)

มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการคือการนำเอาผลตอบแทนที่ได้ในอนาคตนำมาคิดลดกลับมาเป็นมูลค่าปัจจุบัน โดยการพิจารณามูลค่าปัจจุบันสุทธิใช้เกณฑ์ว่าโครงการที่ความเป็นไปได้และนำลงทุน ควรมียา NPV มากกว่าหรือเท่ากับ 0

มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการมีค่าเท่ากับ 65,282,277.13 บาท ซึ่งมากกว่า 0 หมายถึงเมื่อนำเอาผลตอบแทนที่ได้ในอนาคตนำมาคิดลดกลับมาเป็นมูลค่าปัจจุบันแล้วมีค่ามากกว่าเงินลงทุน จึงสรุปได้ว่าโครงการนี้มีความเป็นไปได้ในการลงทุน

ตารางที่ 7.6 แสดงมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ (NPV)

อัตราผลตอบแทนการลงทุน	ผลลัพธ์
NPV	65,282,277.13 บาท

7.2.5.3 ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)

ระยะเวลาคืนทุนคือระยะเวลาที่ผลรวมของกระแสเงินสดรับมีค่าเท่ากับเงินลงทุน โดยระยะเวลาคืนทุนสั้นหมายความว่าโครงการสามารถทำให้เกิดรายได้คืนทุนในระยะเวลาสั้น ทำให้โครงการมีความน่าสนใจในการลงทุน ระยะเวลาคืนทุนของโครงการเท่ากับ 10 ปี 5 เดือน จึงสรุปได้ว่าโครงการนี้มีความน่าสนใจในการลงทุน

ตารางที่ 7.7 แสดงระยะเวลาคืนทุนของโครงการ (Payback Period)

อัตราผลตอบแทนการลงทุน	ผลลัพธ์
Payback Period	10 ปี 5 เดือน

7.2.5.4 การวิเคราะห์สถานการณ์ (Scenario Analysis)

เป็นการสร้างสมมติฐานที่ส่งผลกระทบต่อการลงทุนโครงการ เพื่อช่วยในการตัดสินใจและมองเห็นถึงความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น ให้สมมติฐานเหตุการณ์ 3 แบบ โดยกำหนดให้

1) กรณีสถานการณ์ปกติ (Base Case) สมมติฐานคือ อัตราการเข้าพักตั้งแต่ปีที่ 3 เป็นต้นไปอยู่ที่ 70% ราคาห้องพัก ห้อง Deluxe อยู่ที่ 1,450 บาทต่อห้องต่อคืน ห้อง Suite

อยู่ที่ 2,900 บาทต่อห้องต่อคืน และห้อง Honeymoon Suite อยู่ที่ 4,350 บาทต่อห้องต่อคืน และ
ต้นทุนการก่อสร้างอยู่ที่ 563,500,000 บาท

2) กรณีสถานการณ์ที่ดีที่สุด (Best Case) สมมติฐานคือ อัตราการเข้าพัก
ตั้งแต่ปีที่ 3 เป็นต้นไปเพิ่มขึ้น 5% อยู่ที่ 75% ราคาห้องพักทุกแบบเพิ่มขึ้น 5% ห้อง Deluxe อยู่ที่
1,523 บาทต่อห้องต่อคืน ห้อง Suite อยู่ที่ 3,045 บาทต่อห้องต่อคืน และห้อง Honeymoon Suite
อยู่ที่ 4,568 บาทต่อห้องต่อคืน และต้นทุนการก่อสร้างลดลง 5% อยู่ที่ 535,325,000 บาท

3) กรณีสถานการณ์แย่ที่สุด (Worst Case) สมมติฐานคือ อัตราการเข้าพัก
ตั้งแต่ปีที่ 3 เป็นต้นไปลดลง 5% อยู่ที่ 65% ราคาห้องพักทุกแบบลดลง 5% ห้อง Deluxe อยู่ที่
1,378 บาทต่อห้องต่อคืน ห้อง Suite อยู่ที่ 2,755 บาทต่อห้องต่อคืน และห้อง Honeymoon Suite
อยู่ที่ 4,133 บาทต่อห้องต่อคืน และต้นทุนการก่อสร้างเพิ่มขึ้น 5% อยู่ที่ 591,675,000 บาท

ตารางที่ 7.8 แสดงการวิเคราะห์สถานการณ์ของโครงการ (Scenario Analysis)

		อัตราการเปลี่ยนแปลง	IRR	NPV	Payback Period
Best Case	อัตราการเข้าพักที่คาดหวัง	+5%	10.63%	123,084,505.65	9 ปี 11 เดือน
	ราคาห้องพัก	+5%	10.49%	114,439,405.85	10 ปี
	ต้นทุนการก่อสร้าง	-5%	10.21%	93,561,055.34	10 ปี 2 เดือน
Base Case	อัตราการเข้าพักที่คาดหวัง	-	9.68%	65,282,277.13	10 ปี 5 เดือน
	ราคาห้องพัก				
	ต้นทุนการก่อสร้าง				
Worst Case	อัตราการเข้าพักที่คาดหวัง	-5%	8.66%	7,480,048.61	10 ปี 11 เดือน
	ราคาห้องพัก	-5%	8.83%	16,125,148.42	10 ปี 10 เดือน
	ต้นทุนการก่อสร้าง	+5%	9.17%	37,003,498.92	10 ปี 7 เดือน

สรุปผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน จากสมมติฐานสถานการณ์
ความเสี่ยงทั้ง 3 กรณี พบว่า โครงการโรงแรมอควาเรียสในอำเภอหาดใหญ่มีความเป็นไปได้และมี
ความคุ้มค่าในการลงทุนในทุกสถานการณ์ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น โดยมี NPV เป็นบวกในทุกกรณี
และมี IRR มากกว่า WACC ในทุกกรณี และมีระยะเวลาคืนทุนที่เหมาะสม

รายการอ้างอิง

- Brotherton, B. (2004). Critical success factors in UK budget hotel operations. *International Journal of Operations & Production Management*, 24(9), 944-969.
- Min, H., & Min, H. (1996). Benchmarking the quality of hotel services: managerial perspectives. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 14(6), 582-597.
- Okumus, H. K. F. (2005). Factors influencing productivity in small island hotels. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 17(4), 315-331.
- กรวรรณ ทองสว่าง, กองกฤษณ์ โตชัยวัฒน์, & พรพรรณ วีระปรียากร. (2011). พฤติกรรมการเข้าพักในโรงแรมในอำเภอหาดใหญ่ภายใต้สถานการณ์ ความไม่สงบใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้. *BERAC II: Built Environment Research Associates' Conference*.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2011). สถิตินักท่องเที่ยวในประเทศไทย (รายจังหวัด) อำเภอหาดใหญ่. Retrieved 25 ตุลาคม 2558, from http://marketingdatabase.tat.or.th/ewt_w3c/ewt_news.php?nid=1621
- ฐานเศรษฐกิจออนไลน์. (2559). ท่องเที่ยวไทยปี 58 ทำสถิติใหม่ โกยรายได้ทะลุเป้า 2.23 ล้านล้านบาท. Retrieved 9/1/2016, from <http://www.thansettakij.com/2016/01/08/25115>
- เทศบาลนครหาดใหญ่. (2558). ข้อมูลพื้นฐานหาดใหญ่. Retrieved 27 ตุลาคม 2558, from <http://www.hatyaicity.go.th/content/15>
- พระราชบัญญัติโรงแรม. (๒๕๔๗). พระราชบัญญัติโรงแรมพ.ศ. ๒๕๔๗. from <http://www.dip.go.th/Portals/0/patuemoh/fatu/กฎหมาย/การค่าและการบริการ/พระราชบัญญัติโรงแรม%20พ.ศ.%202547.pdf>
- พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร. (๒๕๒๒). พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร. from <http://download.asa.or.th/03media/04law/cba/cba22.pdf>

รายการอ้างอิง

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. (2552). พระราชทานชื่อศูนย์ประชุม ม.อ. ศูนย์ประชุมนานาชาติฉลอง
สิริราชสมบัติครบ 60 ปี. from <http://www.psu.ac.th/th/node/1454>



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
รายละเอียดคู่แข่งโรงแรมในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา



ตารางที่ 8 แสดงรายละเอียดคู่แข่งโรงแรมในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ลำดับ	ชื่อโรงแรม / ที่อยู่	จำนวนห้อง	ประเภทห้อง	ขนาดห้อง (ตรม)	ราคา (บาท)
1	โรงแรมเซ็นทารา หาดใหญ่ (Centara Hotel Hat Yai) 3 ถ.เสนห์อนุสรณ์ , หาดใหญ่	246	Superior	25	1,450
			Deluxe	29	1,700
			Premium Deluxe	36	1,900
			Studio Apartment Small	35	2,500
			Studio Apartment Medium	50	3,500
			Studio Apartment Large	58	4,000
			Executive Suite	76	5,000
			One Bedroom Apartment	66	5,100
2	โรงแรม ลี การ์เด้นส์ พลาซ่า (Lee Gardens Plaza Hotel) 29 ถ.ประชาธิปไตย, หาดใหญ่	405	Superior	30	1,300
			Junior Suite	42	1,900
3	โรงแรมเรด พลาเน็ต หาดใหญ่ (Red Planet Hotel Hat Yai) 152-156 ถนน นิตพัทธ์ อุทิศ 2 , หาดใหญ่	148	Standard	25	850
			Superior	25	1,000
4	Crystal Hotel Hat Yai 329 ถนนกาญจนวนิช, หาดใหญ่	224	Deluxe	27	1,600
			Super Deluxe	27	1,800
			Skyline Suite Mountain View	26	1,950
			Landmark Suite With Panorama View (Jacuzzi Bath tub)	38	3,000
5	โรงแรมอาโลฮา หาดใหญ่ (Aloha Hotel Hadyai) 120-122-124 ถนนนิตพัทธ์อุทิศ 1, หาดใหญ่	189	Superior	20	1,100
			Deluxe	22	1,400
			Executive Room	23	1,950
6	โรงแรมนิว ซีซั่น (New Season Hotel) 106 ถ. ประชาธิปไตย, หาดใหญ่	119	Deluxe	22	1,550
			Junior Suite	28	2,700
7	โรงแรมไดมอนด์ พลาซ่า หาดใหญ่ (Diamond Plaza Hatyai Hotel) 62 ถนนนิตพัทธ์อุทิศ 3, หาดใหญ่	269	Deluxe	30	1,100
			Junior Suite	60	2,050
			President Suite	60	3,400
8	บุรีศรีภู บูติก โฮเต็ล (Buri Sriphu Boutique Hotel) 310 ถนนศรีภูวนารถ, หาดใหญ่	78	Superior	28	1,550
			Deluxe	32	1,900
			Junior Suite	48	2,950
			Oriental Suite Room	45	3,000
9	โรงแรมเอเชีย (Asian Hotel) 55 - 59 ถนนนิตพัทธ์อุทิศ 3, หาดใหญ่	184	Deluxe	22	1,300
			Junior Suite	40	2,200
			Family Suite	40	2,350

ตารางที่ 8 แสดงรายละเอียดคู่แข่งโรงแรมในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อโรงแรม / ที่อยู่	จำนวนห้อง	ประเภทห้อง	ขนาดห้อง (ตรม)	ราคา (บาท)
10	โรงแรมโกลเด้นคราวน์ แกรนด์ (Golden Crown Grand Hotel) 42-44 ถ.นิพัทธ์อุทิศ 3, หาดใหญ่	210	Superior	26	1,350
			Junior Suite	32	1,950
11	โรงแรมเดอะ เบด หาดใหญ่ (The Bed Hotel Hatyai) 170/1-2 ถ.ศุภสารรังสรรค์, หาดใหญ่	44	Deluxe	32	1,390
			Superior	30	1,190
			Grand Room	45	1,900
12	โรงแรมลีวาน่า (Leevana Hotel) 738 ถนน ราชบุรีอุทิศ, หาดใหญ่	78	Standard	22	780
			Triple Standard	24	950
			Triple Deluxe	26	1,150
13	พี เรสซิเดนซ์ (P-Residence) 170/27 ถนนศุภสารรังสรรค์, หาดใหญ่	45	Standard	20	830
			Superior	30	920
14	โรงแรมเดอะ รีเจนซี หาดใหญ่ (The Regency Hotel Hatyai) 23 ถนนประชาธิปไตย, หาดใหญ่	436	Standard	25	1,100
			Superior	25	1,300
			Deluxe	30	1,500
			Executive Suite	60	2,050
			Junior Suite	50	2,300
Imperial Suite	60	3,700			
15	โรงแรมแกรนด์ พลาซ่า (Grand Plaza Hotel) 24/1 ถ.เสนหานุสรณ์, หาดใหญ่	215	Deluxe	24	1,100
			Junior Family Room	32	1,650
16	โรงแรมวีแอล หาดใหญ่ (V.L. Hatyai Hotel) 1-3-5-7 ถนนนิพัทธ์อุทิศ 1, หาดใหญ่	104	Executive	16	1,200
			Tower	31	1,500
17	โรงแรมพีบี แกรนด์ (PB Grand Hotel) 468 ถนนราชบุรีอุทิศ, หาดใหญ่	74	Superior	20	730
18	โรงแรมเดอะ คัลเลอร์ (The Color Hotel) 88 ถ.ชลธารา อ.หาดใหญ่	76	Superior	25	1,050
			Deluxe	25	1,150
19	ลลิตา บูติก โฮเต็ล (Lalita Boutique Hotel) 100 ถนนราชบุรีอุทิศ ซอย 30, หาดใหญ่	52	Standard	30	790
			Suite With Living Room	30	2,590
			Family Connecting Room	60	2,190
20	โรงแรมไฮ ซีซั่น (Hi Season Hotel) 33/2 ซอยราษฎร์ยินดี 4, ถนนราษฎร์ยินดี, หาดใหญ่	78	Standard	22	690
			Standard Triple	27	990
21	จี 2โฮเต็ล กรุ๊ป (G2 Hotel Group) 16 ซอยบุญราช ถนนสามชัย, หาดใหญ่	76	Standard	30	900
22	เดอะเฮาส์ (The House) 1 ถ.สุวรรณวงค์, หาดใหญ่	54	Standard	18	600

ตารางที่ 8 แสดงรายละเอียดคู่แข่งโรงแรมในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อโรงแรม / ที่อยู่	จำนวนห้อง	ประเภทห้อง	ขนาดห้อง (ตรม)	ราคา (บาท)
23	Kiss Gardenhome Chic Hotel 51/2 ซอยหอยมุกด์, หาดใหญ่		Superior	24	950
			Deluxe	28	1,450
24	โรงแรมหาดใหญ่ กรีนวิว (Hatyai Greenview Hotel) 85/4 ถ.แสงศรี, หาดใหญ่	154	Standard	22	750
25	โรงแรมบีพี แกรนด์ ทาวเวอร์ (BP Grand Tower Hotel) 74 ถนนเสนาหานุสรณ์, หาดใหญ่	247	Deluxe	28	1,150
			Executive	30	1,390
26	โรงแรมบีพี แกรนด์ สวีท (BP Grand Suite Hotel) 75/1 ถนนเสนาหานุสรณ์, หาดใหญ่	72	Junior Suite	33	1,500
			Grand Suite	35	1,750
27	โรงแรมहरรรษา เจบี (Hansa JB Hotel) 99 ถนนจตุตถอนุสรณ์, หาดใหญ่	430	Superior	26	1,350
			Premier	26	1,800
			Suite	52	4,650
28	โรงแรมหาดใหญ่ โกลเด้น คราวน์ (Hatyai Golden Crown Hotel) 12/8 ถ.ประชารักษ์, หาดใหญ่	102	Standard	30	990
			Deluxe	35	1,400
29	เนก้า คอมเพล็กซ์ อพาร์ทเมนต์ (Neca Complex Apartment) 59 ม.6 ซ.3 ถ.ทุ่งรี ต.คองหงส์ อ.หาดใหญ่	30	Studio	33	895
30	Florida Hotel 8 ถ.ศรีภูวนารถ, หาดใหญ่	119	Standard	15	650
			Deluxe	20	990
31	เดอ โปเอม ลอฟ บูทีค เรสซิเดนซ์ (De Poem Loft Boutique Residence) 38 ถนนราชบุรีอินตี ซอย 7, หาดใหญ่	11	Superior	50	1,350
			Grand Deluxe	72	2,950
32	โรงแรมสยาม เซ็นเตอร์ (Siam Center Hotel) 25-35 ถนนนิพัทธ์อุทิศ 2, หาดใหญ่	200	Standard	30	1,000
33	โรงแรมหาดใหญ่ ฮอลิเดย์ (Hatyai Holiday Hotel) 1-3 ถ.ชีวานุสรณ์, หาดใหญ่	90	Superior	28	750
			Suite - 1 Bed Room	36	2,100
34	โรงแรมหาดใหญ่ เซ็นทรัล (Hatyai Central Hotel) 180-181 ถนนนิพัทธ์อุทิศ 3, หาดใหญ่	250	Standard	28	750
35	โรงแรมซากุระ แกรนด์ วิว (Sakura Grand View Hotel) 186 ถนนนิพัทธ์อุทิศ 3, หาดใหญ่	230	Superior	28	1,490
			Deluxe	30	1,650
			Suite	55	2,890
36	เกท เกสท์เฮาส์ (Get Guesthouse) 1/11 ถ.ศุภสารรังสรรค์, หาดใหญ่	6	1 Bunk Bed	10	450
			Standard	15	590
			Budget Single Room Without Window	10	390

ตารางที่ 8 แสดงรายละเอียดคู่แข่งโรงแรมในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อโรงแรม / ที่อยู่	จำนวนห้อง	ประเภทห้อง	ขนาดห้อง (ตรม)	ราคา (บาท)
37	หาดใหญ่ พาราไดซ์ โฮเต็ล แอนด์ รีสอร์ท (Hatyai Paradise Hotel & Resort) 99 ซอยเลื่อนอนุสรณ์, ถนนราชบุรีอุทิศ, หาดใหญ่	211	Deluxe	25	1,300
38	หาดใหญ่ พาเลส โฮเต็ล (HatYai Palace Hotel) 10/7 ฉัยยากุลอุทิศ, หาดใหญ่	100	Deluxe	18	900
			Suite	20	1,690
			Royal Suite	22	2,050
39	สรศิลป์ เกสต์เฮ้าส์ (Sorasilp Guest House) 251/8 ถนนเพชรเกษม, หาดใหญ่	20	Fan Room	32	490
			Air-Condition Room	28	550
40	La Pause Hatyai 43, 45 ถนนจตุอุทิศ 3, หาดใหญ่	8	Standard	30	1,190
41	โรงแรม อยู่ หาดใหญ่ (U Hatyai Hotel) 11 ถ.บุญรองอุทิศ 2, หาดใหญ่	25	Standard	25	1,090
42	วี โอเชียน พาเลส (V-Ocean Palace) 43/10 ศรีมดุงวิถึ, หาดใหญ่	49	Standard	18	750
			Superior	24	900
			Family Deluxe	30	1,390
43	โรงแรมแหลมทอง (Laemthong Hotel) 46 ถ.ธรรมบุญวิถึ, หาดใหญ่	56	Fan room		450
			Double Bed With Air Conditioning		600
			2 Double Beds With Air Conditioning		700
44	เดอะ สดชื่น บูติก โฮเต็ล (The Sodchuen Boutique & Budget Hotel) 88 ถ.กาญจนวณิช, หาดใหญ่	3	Standard	20	590
			Deluxe	31	690
45	โรงแรมไคซิด (Kosit Hotel) 199 ถนนนิพัทธ์อุทิศ 2, หาดใหญ่	180	Deluxe	28	950
46	บ้านหวาน (Baanwaan Resort) 30 ถนนพิระพร ซอย 1 , หาดใหญ่	9	1 Bedroom Standard	45	1,590
			Superior Villa	50	2,590
			Family Connecting Room	45	3,790
47	โรงแรมสิงห์ โกลเด้น เพลส (Sing Golden Place Hotel) 16/1 ถ.มดุงกักดี, หาดใหญ่	98	Superior	25	1,250
			Deluxe	30	1,490
48	ชัชฎา เพลส (Chudchada Place) 54 ซอย 3 ถนนทุ่งเสา 1, หาดใหญ่	60	Standard	28	590
49	เดอะ เบลส เรสซิเดนซ์ (The Bless Residence) 104/1 ถนนเพชรเกษม ซ.15, ถนนราชบุรียินดี, หาดใหญ่	44	Standard	28	750

ตารางที่ 8 แสดงรายละเอียดคู่แข่งโรงแรมในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อโรงแรม / ที่อยู่	จำนวนห้อง	ประเภทห้อง	ขนาดห้อง (ตรม)	ราคา (บาท)
50	Station 14 Place 16/20 ซ.ธรรมโชติ ถ.กาญจนวานิช 13, หาดใหญ่	10	Standard	17	550
			Superior	22	890
51	โรงแรมหาดใหญ่ เมอริเดียน (Hatyai Meridian Hotel) 41/26 ถนนศรีภูวนารถ, หาดใหญ่	80	Deluxe	32	790
			Triple Room	24	990
52	โคซี่ เพลส หาดใหญ่ (Cosy Place Hatyai) 435 ถ. ธรรมบุญวิถี, หาดใหญ่	15	Standard	15	650
53	โรงแรมธนภัทร หาดใหญ่ (Tanaphat Hatyai Hotel) 222 ถนน ศุภสารรังสรรค์, หาดใหญ่	65	Standard	18	690
54	โรงแรมหาดใหญ่ รามา (Hatyai Rama Hotel) 9/5 ถนนศรีภูวนารถ, หาดใหญ่	152	Standard	20	850
			Deluxe	24	1,150
55	ชคมาต เฮลธิ เฮาส์ แอนด์ โฮมสเตย์ (Chakamas Healthy House and Homestay) 187 หมู่ 11 ถนนท่าช้าง, หาดใหญ่	5	Standard	39	800
			Superior	37	950
56	หาดใหญ่ ยูธ โฮสเทล (Hat Yai Youth Hostel) 36/6 ถนนประชารมย์, หาดใหญ่	6	Bunk Bed Private Room With Air-Con	12	550
			6-Bed Mixed Dorm With Fan	16	1,490
			4-Bed Female Dorm With Fan	16	1,050
			Bunk Bed Private Room With Air-Con	12	450
			Family Room For 4 Persons With Air-Con	12	1,100
57	เอเบิล เรสซิเดนท (Able Resident) 4/229 หมู่ 6 ซอย 8 ถนนปยุตน์กัณฑ์, หาดใหญ่	30	Standard	24	790
58	ไอดู บูติก สวีท (Ido Boutique Suite) 27 ถนนราษฎร์อุทิศ ซอย 6, หาดใหญ่	48	Standard	25	750
			Superior	20	850
			Deluxe	20	990
59	กันธนา อพาร์ทเมนต์ (Kantana Apartment) 66 ซอย 6 ถนนเพชรเกษม, หาดใหญ่	30	Standard	30	500
60	อูดีดี ลีฟิง เพลส (Udee Living Place) 440 ถนนศรีภูวนารถ, หาดใหญ่	79	Standard	24	850
61	พีพี รีสอร์ท (PP Resort) 43 ซอยราษฎร์อุทิศ 34 ถนนราษฎร์อุทิศ, หาดใหญ่	25	Superior	24	450
62	ลีลาวดี 3 รีสอร์ท (Leelawadee 3 Resort) 19 ถนนบ้านทุ่งรี, หาดใหญ่	20	Standard	24	800

ตารางที่ 8 แสดงรายละเอียดคู่แข่งโรงแรมในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อโรงแรม / ที่อยู่	จำนวนห้อง	ประเภทห้อง	ขนาดห้อง (ตรม)	ราคา (บาท)
63	ลีลาวดี รีสอร์ท 2 (Leelawadee Resort 2) 3/1 ถ.สุนทรวิณี, หาดใหญ่	20	Standard	24	750
64	ลีลาวดี รีสอร์ท (Leelawadee Resort) 78 ซ.บุญเลิศ ถ.พลพิชัย, หาดใหญ่	22	Standard	24	500
65	The 1 Place Hat Yai 11 ซอยราษฎร์อุทิศ 20 ถนนราษฎร์อุทิศ, หาดใหญ่	50	Standard	25	600
			Superior	30	800
66	วิน รีสอร์ท (Win Resort) 51/6 หมู่ 4 คลองแห, หาดใหญ่	40	Standard	24	650
			Premier	28	790
67	ณัชชา อพาร์ทเมนต์ แอนด์ คอนโดมิเนียม (Nutch Apartment and Condominium) 1 ถ.ชื่นอุทิศแก้วสมิทธิพัฒนา, หาดใหญ่	70	Standard	20	500
68	สยาม แมนชั่น (Siam Mansion) 233 ถนนประชาธิปไตย, ถนนราษฎร์อินดี, หาดใหญ่	80	Standard	28	490
69	เมอร์ลิน แกรนด์ โฮเทล (Merlin Grand Hotel) ฉัวยากุลอุทิศ 1, หาดใหญ่	109	Standard	24	990
			Deluxe	28	1,100
			Junior Suite	30	1,750
			Royal Suite	35	2,900
70	โรงแรมเอเชีย แกรนด์ (Asia Grand Hotel) ฉัวยากุลอุทิศ, หาดใหญ่	125	Standard	24	800
71	โรงแรมहरषา เวเนเชียน (Hansa Venetian Hotel) 2 ถนน หารษาพัฒนา, หาดใหญ่	67	Superior	24	750
72	บอคซ์ บูติค รีสอร์ท (Box Boutique Resort) 812 ถ.ราษฎร์อุทิศ, หาดใหญ่	25	Superior	27	780
			Studio	56	1,700
73	เหมือนฝัน อพาร์ทเมนต์ 1 (Muean Fun Apartment 1) 56/5 ซ.1/1 พุ่ริ ม.6, หาดใหญ่	71	Standard	16	550
			Deluxe	25	600
74	ฟูลเฮาส์ (Full House) 43/111 ซ.จิตภักดีบดินทร์ ถ.ปณณกันต์, หาดใหญ่,	54	Superior	25	750
75	คาเธ่ย์ เกสต์เฮาส์ หาดใหญ่ (Cathay Guesthouse Hat Yai) 93/1 ถนน นิพัทธ์อุทิศ 2, หาดใหญ่	28	Standard	18	280
76	หาดใหญ่ แบ็คแพคเกอร์ โฮสเทล (Hatyai Backpackers Hostel) 226 ถนน นิพัทธ์อุทิศ 1, หาดใหญ่	2	8-Bed Fan Mixed Dormitory	30	1,900
			4-Bed Female Dorm	24	1,100
77	พีเอส รีสอร์ท (PS Resort) 679 ถนนเพชรเกษม, หาดใหญ่	106	Standard	25	500
			Deluxe	25	590

ตารางที่ 8 แสดงรายละเอียดคู่แข่งโรงแรมในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อโรงแรม / ที่อยู่	จำนวนห้อง	ประเภทห้อง	ขนาดห้อง (ตรม)	ราคา (บาท)
78	โรงแรมไดอิชิ (Daiichi Hotel) 29 ถนนไชยกุลอุทิศ 4, หาดใหญ่	179	Standard	24	1,390
79	ทงมณี อพาร์ทเมนต์ (Thong Manee Apartments) 299 ถนนศรีภูวนารถ, หาดใหญ่	65	Deluxe	25	1,190
			Suite	40	1,990
80	ซี.เอส. อพาร์ทเมนต์ (C.S. Apartment) 87 ถ.เพชรเกษม ซ.3, หาดใหญ่	94	Standard	27	500
81	พีบี รีสอร์ท (PB Resort) 18 ถ.ราชบุรีอุทิศ, หาดใหญ่	18	Standard	23	650
82	โรงแรมชลาธาร (Cholatam Hotel) 251/1 ถ.แสงจันทร์, หาดใหญ่	62	Standard	20	750
83	ภูจันทรา รีสอร์ท (Poo Chan Dra Resort) 5/71 หมู่ 6 ถนนปทุมณกันท์, หาดใหญ่	22	Superior	25	850
84	สไมล์ โฮม อพาร์ทเมนต์ (Smile Home Apartment) 116 ถนนเลียบบคลองเตย, หาดใหญ่	60	Standard	20	750
85	บันดารี เฮาส์ (Bhundaree House) 121/167 ถนนปทุมณกันท์, หาดใหญ่	5	Standard	15	1,190
86	ดับบลิว อพาร์ทเมนต์ (W Apartment) 96/159 ถนนทุ่งรี ซอย 1, หาดใหญ่	80	Standard	28	650
87	ชัยคณา แมนชั่น (Chaikana Mansion) 103/55 หมู่ 3, หาดใหญ่	108	Standard	20	590
88	ทูเดย์ รีสอร์ท (Today Resort) 76 หมู่ 7 ซอยเอี้ยดอุทิศ 2, หาดใหญ่	9	Standard	20	550
89	ปางไม้ รีสอร์ท หาดใหญ่ (Pang Mai Resort) 1250 หมู่ 5, หาดใหญ่	15	Standard	18	550
90	เมืองทอง แฟมิลี่ สวีท (Muang Thong Family Suite) 72 หมู่ 3 ถนนทักษิณเมืองทอง 3, หาดใหญ่	45	Suite	28	1,490
91	โรงแรมวินสตาร์ (Winstar Hotel) 54/7 ถนนศรีภูวนารถ, หาดใหญ่	53	Standard	16	850
			Deluxe	25	970
			Family Room	30	1,090
92	My House Hotel 598/3 ถนนเพชรเกษม, หาดใหญ่	55	Superior	28	700
93	โรงแรมลานนา อินน์ (Lanna Inn Hotel) 16 ซ.สุนทรและเพื่อน ถ.ราชบุรีอุทิศ, หาดใหญ่	71	Standard	20	500
94	ริเวอร์ แกรนด์ โฮเต็ล (River Grand Hotel) 65 ถ.ชลาธาร, หาดใหญ่	100	Standard	20	800

ตารางที่ 8 แสดงรายละเอียดคู่แข่งโรงแรมในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อโรงแรม / ที่อยู่	จำนวนห้อง	ประเภทห้อง	ขนาดห้อง (ตรม)	ราคา (บาท)
95	โรงแรมบูม ฟอรัเรส (Boom Forest Hotel) 2/6 หมู่ 5 ถ.ลพบุรีรามศวร์, หาดใหญ่	50	Superior	15	990
96	โรงแรมสีลม พาเลส หาดใหญ่ (Silom Palace Hotel Hat Yai) 33 ซอย 6 ถนนราษฎร์อุทิศ, หาดใหญ่	108	Standard	25	850



ภาคผนวก ข
การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน



ตารางที่ 9 แสดงสมมติฐานทางการเงิน

สมมติฐาน		
1 รายละเอียดโครงการ		
ขนาดที่ดิน	1,317.10	ตารางวา
ขนาดพื้นที่ห้องพัก	11,760	ตารางเมตร
ขนาดพื้นที่ส่วนกลาง	4,340	ตารางเมตร
จำนวนห้องพักรวม	314	ห้อง
2 ต้นทุนโครงการ		
ค่าที่ดิน	150,000	บาท/ตรว.
มูลค่าที่ดิน	197,565,000	บาท
ค่าก่อสร้างห้องพัก	35,000	บาทต่อตารางเมตร
เฉลี่ยค่าก่อสร้างห้องละ	1,310,828	บาท/ยูนิต
ค่าก่อสร้างห้องพัก	411,600,000	บาท
ค่าก่อสร้างส่วนกลาง	35,000	บาทต่อตารางเมตร
ค่าก่อสร้างส่วนกลาง	151,900,000	บาท
รวมค่าก่อสร้างทั้งสิ้น	<u>761,065,000</u>	บาท
เงินเดือน ปีที่ 1 (ปรับเพิ่มปีละ 3%)	18,000,000	บาท/ปี
ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับห้องพัก	30%	ของรายรับค่าห้องพัก
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	35%	ของรายรับค่าอาหาร
ค่าประกันภัย	0.05%	มูลค่าอาคาร
ค่าการตลาด	3%	ของรายรับ
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	3%	ของรายรับ
ภาษีเงินได้	20%	
ต้นทุนโครงการทั้งหมด	<u>824,312,991</u>	บาท

ตารางที่ 9 แสดงสมมติฐานทางการเงิน (ต่อ)

สมมติฐาน		
3 ประเมินการเช่า % (Occupancy Rate)		
ปีที่ 1	50%	
ปีที่ 2	60%	
ปีที่ 3 เป็นต้นไป	70%	
ห้องพัก Deluxe จำนวน 294 ห้อง	1,450	บาท/ห้อง
ห้องพัก Suite จำนวน 18 ห้อง	2,900	บาท/ห้อง
ห้องพัก Honeymoon Suite จำนวน 2 ห้อง	4,350	บาท/ห้อง
ค่าห้องพักเพิ่ม	10%	ทุก 3 ปี
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	50%	ของรายรับค่าห้องพัก
รายได้อื่นๆ	10%	ของรายรับค่าห้องพัก
4 ผลตอบแทนทางการเงิน		
Net Present Value (NPV)		65,282,277 บาท
Internal Rate of Return (IRR)		9.68%
5 อัตราส่วนทางการเงิน		
Payback Period		10 ปี 5 เดือน
Debt/Equity Ratio		1
6 โครงสร้างทางการเงิน		
ทุน	50%	412,156,455.50 บาท
เงินกู้	50%	412,156,455.50 บาท
อัตราดอกเบี้ย	7.50%	137,205,765.75 บาท

งบกระแสเงินสด

ปี พ.ศ.	รวม	%	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2
ปีดำเนินการ			2559	2560	2561
กระแสเงินสดรับ (Cash In Flow)					
ค่าห้องพัก	1,928,740,271	62.50%			
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	964,370,135	31.25%			
รายได้อื่นๆ	192,874,027	6.25%			
ADR					
RevPAR					
รวมเงินสดรับ (Total Cash In Flow)	3,085,984,433	100.00%	-	-	-
กระแสเงินสดจ่าย (Cash Out Flow)					
ค่าที่ดิน	197,565,000		59,269,500	138,295,500	
ค่าก่อสร้างห้องพัก	411,600,000		137,200,000	137,200,000	137,200,000
ค่าก่อสร้างส่วนกลาง	151,900,000		50,633,333	50,633,333	50,633,333
เงินเดือน ปีที่ 1 (ปรับเพิ่มปีละ 3%)	307,553,835				
ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับห้องพัก	578,622,081				
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	337,529,547				
ค่าประกันภัย	3,944,500				
ค่าการตลาด	92,579,533				
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	92,579,533				
รวมเงินสดจ่าย (Total Cash Out Flow)	2,173,874,030		247,102,833	326,128,833	187,833,333
เงินสดสุทธิ (Net Cash Flow)	912,110,404		(247,102,833)	(326,128,833)	(187,833,333)
เงินทุนส่วนของผู้ถือหุ้น (Equity)	412,156,456		128,365,108	174,418,814	109,372,534
เงินกู้เบิกใช้ (Loan Draw Down)	412,156,456		128,365,108	174,418,814	109,372,534
จ่ายชำระคืนเงินกู้ (Loan Repayment)	412,156,456		-	-	-
รวมเงินกู้คงค้าง (Out Standing Loan)			128,365,108	302,783,922	412,156,456
เงินสดต้นงวด			-	(0)	0
ดอกเบี้ยจ่าย (Interest Payment)	137,205,766		9,627,383	22,708,794	30,911,734
เงินสดปลายงวด			(0)	0	(0)
Payback Period					(824,312,911)

งบกระแสเงินสด

ปี พ.ศ.	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6
ปีดำเนินการ	2562	2563	2564	2565
กระแสเงินสดรับ (Cash In Flow)				
ค่าห้องพัก	88,914,000	106,696,800	124,479,600	124,479,600
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	44,457,000	53,348,400	62,239,800	62,239,800
รายได้อื่นๆ	8,891,400	10,669,680	12,447,960	12,447,960
ADR	1,450	1,450	1,450	1,450
RevPAR	725	870	1,015	1,015
รวมเงินสดรับ (Total Cash In Flow)	142,262,400	170,714,880	199,167,360	199,167,360
กระแสเงินสดจ่าย (Cash Out Flow)				
ค่าที่ดิน				
ค่าก่อสร้างห้องพัก				
ค่าก่อสร้างส่วนกลาง				
เงินเดือน ปีที่ 1 (ปรับเพิ่มปีละ 3%)	18,000,000	18,540,000	19,096,200	19,669,086
ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับห้องพัก	26,674,200	32,009,040	37,343,880	37,343,880
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	15,559,950	18,671,940	21,783,930	21,783,930
ค่าประกันภัย	281,750	281,750	281,750	281,750
ค่าการตลาด	4,267,872	5,121,446	5,975,021	5,975,021
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	4,267,872	5,121,446	5,975,021	5,975,021
รวมเงินสดจ่าย (Total Cash Out Flow)	69,051,644	79,745,623	90,455,802	91,028,688
เงินสดสุทธิ (Net Cash Flow)	73,210,756	90,969,257	108,711,558	108,138,672
เงินทุนส่วนของผู้ถือหุ้น (Equity)	-	-	-	-
เงินกู้เบิกใช้ (Loan Draw Down)				
จ่ายชำระคืนเงินกู้ (Loan Repayment)	43,926,454	68,226,943	92,404,825	97,324,805
รวมเงินกู้คงค้าง (Out Standing Loan)	368,230,002	300,003,059	207,598,234	110,273,429
เงินสดต้นงวด	(0)	1,667,052	1,909,137	2,646,003
ดอกเบี้ยจ่าย (Interest Payment)	27,617,250	22,500,229	15,569,868	8,270,507
เงินสดปลายงวด	1,667,052	1,909,137	2,646,003	5,189,363
Payback Period	(778,719,406)	(710,250,378)	(617,108,687)	(517,240,522)

งบกระแสเงินสด

ปี พ.ศ.	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
ปีดำเนินการ	2566	2567	2568	2569
กระแสเงินสดรับ (Cash In Flow)				
ค่าห้องพัก	124,479,600	136,927,560	136,927,560	136,927,560
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	62,239,800	68,463,780	68,463,780	68,463,780
รายได้อื่นๆ	12,447,960	13,692,756	13,692,756	13,692,756
ADR	1,450	1,595	1,595	1,595
RevPAR	1,015	1,117	1,117	1,117
รวมเงินสดรับ (Total Cash In Flow)	199,167,360	219,084,096	219,084,096	219,084,096
กระแสเงินสดจ่าย (Cash Out Flow)				
ค่าที่ดิน				
ค่าก่อสร้างห้องพัก				
ค่าก่อสร้างส่วนกลาง				
เงินเดือน ปีที่ 1 (ปรับเพิ่มปีละ 3%)	20,259,159	20,866,933	21,492,941	22,137,730
ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับห้องพัก	37,343,880	41,078,268	41,078,268	41,078,268
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	21,783,930	23,962,323	23,962,323	23,962,323
ค่าประกันภัย	281,750	281,750	281,750	281,750
ค่าการตลาด	5,975,021	6,572,523	6,572,523	6,572,523
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	5,975,021	6,572,523	6,572,523	6,572,523
รวมเงินสดจ่าย (Total Cash Out Flow)	91,618,760	99,334,320	99,960,328	100,605,116
เงินสดสุทธิ (Net Cash Flow)	107,548,600	119,749,776	119,123,768	118,478,980
เงินทุนส่วนของผู้ถือหุ้น (Equity)	-	-	-	-
เงินกู้เบิกใช้ (Loan Draw Down)				
จ่ายชำระคืนเงินกู้ (Loan Repayment)	110,273,429			
รวมเงินกู้คงค้าง (Out Standing Loan)	-	-	-	-
เงินสดต้นงวด	5,189,363	2,464,534	122,214,309	241,338,077
ดอกเบี้ยจ่าย (Interest Payment)				
เงินสดปลายงวด	2,464,534	122,214,309	241,338,077	359,817,057
Payback Period	(409,691,922)	(289,942,146)	(170,818,378)	(52,339,398)

งบกระแสเงินสด

ปี พ.ศ.	ปีที่ 11	ปีที่ 12	ปีที่ 13	ปีที่ 14
ปีดำเนินการ	2570	2571	2572	2573
กระแสเงินสดรับ (Cash In Flow)				
ค่าห้องพัก	150,620,316	150,620,316	150,620,316	165,682,348
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	75,310,158	75,310,158	75,310,158	82,841,174
รายได้อื่นๆ	15,062,032	15,062,032	15,062,032	16,568,235
ADR	1,755	1,755	1,755	1,930
RevPAR	1,228	1,228	1,228	1,351
รวมเงินสดรับ (Total Cash In Flow)	240,992,506	240,992,506	240,992,506	265,091,756
กระแสเงินสดจ่าย (Cash Out Flow)				
ค่าที่ดิน				
ค่าก่อสร้างห้องพัก				
ค่าก่อสร้างส่วนกลาง				
เงินเดือน ปีที่ 1 (ปรับเพิ่มปีละ 3%)	22,801,861	23,485,917	24,190,495	24,916,210
ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับห้องพัก	45,186,095	45,186,095	45,186,095	49,704,704
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	26,358,555	26,358,555	26,358,555	28,994,411
ค่าประกันภัย	281,750	281,750	281,750	281,750
ค่าการตลาด	7,229,775	7,229,775	7,229,775	7,952,753
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	7,229,775	7,229,775	7,229,775	7,952,753
รวมเงินสดจ่าย (Total Cash Out Flow)	109,087,812	109,771,868	110,476,445	119,802,580
เงินสดสุทธิ (Net Cash Flow)	131,904,694	131,220,638	130,516,060	145,289,176
เงินทุนส่วนของผู้ถือหุ้น (Equity)	-	-	-	-
เงินกู้เบิกใช้ (Loan Draw Down)				
จ่ายชำระคืนเงินกู้ (Loan Repayment)				
รวมเงินกู้คงค้าง (Out Standing Loan)	-	-	-	-
เงินสดต้นงวด	359,817,057	491,721,751	622,942,389	753,458,449
ดอกเบี้ยจ่าย (Interest Payment)				
เงินสดปลายงวด	491,721,751	622,942,389	753,458,449	898,747,625
Payback Period	79,565,295	210,785,933	341,301,993	486,591,169

งบกระแสเงินสด		
ปี พ.ศ.	ปีที่ 15	ปีที่ 16
ปีดำเนินการ	2574	2575
กระแสเงินสดรับ (Cash In Flow)		
ค่าห้องพัก	165,682,348	165,682,348
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	82,841,174	82,841,174
รายได้อื่นๆ	16,568,235	16,568,235
ADR	1,930	1,930
RevPAR	1,351	1,351
รวมเงินสดรับ (Total Cash In Flow)	265,091,756	265,091,756
กระแสเงินสดจ่าย (Cash Out Flow)		
ค่าที่ดิน		
ค่าก่อสร้างห้องพัก		
ค่าก่อสร้างส่วนกลาง		
เงินเดือน ปีที่ 1 (ปรับเพิ่มปีละ 3%)	25,663,696	26,433,607
ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับห้องพัก	49,704,704	49,704,704
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	28,994,411	28,994,411
ค่าประกันภัย	281,750	281,750
ค่าการตลาด	7,952,753	7,952,753
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	7,952,753	7,952,753
รวมเงินสดจ่าย (Total Cash Out Flow)	120,550,066	121,319,977
เงินสดสุทธิ (Net Cash Flow)	144,541,690	143,771,779
เงินทุนส่วนของผู้ถือหุ้น (Equity)		
เงินกู้เบิกใช้ (Loan Draw Down)		
จ่ายชำระคืนเงินกู้ (Loan Repayment)		
รวมเงินกู้คงค้าง (Out Standing Loan)	-	-
เงินสดต้นงวด	898,747,625	1,043,289,315
ดอกเบี้ยจ่าย (Interest Payment)		
เงินสดปลายงวด	1,043,289,315	1,187,061,093
Payback Period	631,132,859	774,904,638

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาวบุณสิตา วัธนะชัย
วันเดือนปีเกิด	1 มิถุนายน พ.ศ. 2527
ตำแหน่ง	กรรมการผู้จัดการบริษัท บุณสิตา พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด
ประสบการณ์ทำงาน	พ.ศ.2544 - ปัจจุบัน: กรรมการผู้จัดการ บริษัท บุณสิตา พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด
วุฒิการศึกษา	พ.ศ.2553: การจัดการมหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล พ.ศ.2548: บริหารธุรกิจบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย