



## แผนธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์สำหรับผู้สูงอายุ

โดย

นางสาวสุพิชชา พุทธากรณ์

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
ปีการศึกษา 2561  
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

# แผนธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์สำหรับผู้สูงอายุ

โดย

นางสาวสุพิชชา พุทธากรณ์



การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปีการศึกษา 2561

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

BUSINESS PLAN OF ELDERLY SERVICED APARTMENTS

BY

MISS SUPITCHA PUTTAKORN



AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF  
THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF  
MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION  
FACULTY OF COMMERCE AND ACCOUNTANCY  
THAMMASAT UNIVERSITY  
ACADEMY YEAR 2018  
COPYRIGHT OF THAMMASAT UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี

การค้นคว้าอิสระ

ของ

นางสาวสุพิชชา พุทธากรณ์

เรื่อง

แผนธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์สำหรับผู้สูงอายุ

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

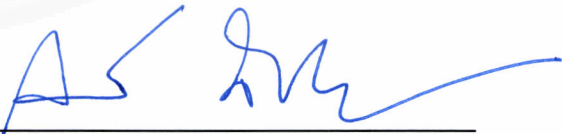
เมื่อ วันที่ 9 กันยายน 2561

ประธานกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ



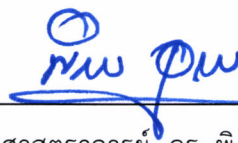
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พัฒน์ธนะ บุญชู)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ



(รองศาสตราจารย์ ดร. เอกจิตต์ จีจเจอร์ู)

คณบดี



(รองศาสตราจารย์ ดร. พิภพ อุดร)

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	แผนธุรกิจ เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์สำหรับผู้สูงอายุ
ชื่อผู้เขียน	นางสาวสุพิชชา พุทธากรณ์
ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
คณะ/มหาวิทยาลัย	คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	รองศาสตราจารย์ ดร. เอกจิตต์ จึ้งเจริญ
ปีการศึกษา	2561

### บทคัดย่อ

ปัจจุบันสังคมไทยกำลังจะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ Aged Society ในอนาคตอันใกล้นี้ โดยจะมีผู้สูงอายุที่มีอายุสูงกว่า 65 ปี เพิ่มขึ้น 17.74 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2568 จากจำนวนผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องรวมถึงปัจจัยด้านเศรษฐกิจสังคมที่เปลี่ยนไปเป็นลักษณะความเป็นเมืองมากขึ้น จึงทำให้ลูกหลานต้องทำงานเพิ่มขึ้น และมีเวลาดูแลผู้สูงอายุน้อยลง อีกทั้งการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้สูงอายุที่ต้องอยู่คนเดียวในอนาคตจากแนวโน้มการมีบุตรน้อยลงในปัจจุบัน นอกจากนี้ทางรัฐบาลยังมีนโยบายส่งเสริมภาคอุตสาหกรรมทางการแพทย์และสุขภาพ เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคม เป็นสังคมผู้สูงวัยอย่างสมบูรณ์แบบ ส่งผลให้ความต้องการของธุรกิจดูแลผู้สูงอายุขยายตัวเพิ่มมากขึ้น

ด้วยเหตุผลข้างต้นทำให้เกิดแนวคิดแผนธุรกิจแผนธุรกิจ เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์สำหรับผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นโครงการให้บริการอาคารสำหรับพักอยู่อาศัย ซึ่งจะมีบริการต่างๆ เหมือนโรงแรม แต่จะเป็นปล่อยเช่าในระยะยาวเป็นรายปี ซึ่งการให้บริการต่างๆ จะมีลักษณะเป็นกันเองและใกล้ชิด ให้ความรู้สึกเหมือนอาศัยอยู่บ้านมากกว่าการอาศัยอยู่โรงแรม หรืออพาร์ทเมนท์ เหมาะสำหรับกลุ่มลูกค้าลักษณะ Active Retirement Community ซึ่งทำเลที่ตั้งของโครงการตั้งอยู่ภายในซอยแจ้งวัฒนะ 23 ระยะประมาณ 400 เมตร บริเวณรอบๆ เป็นแหล่งชุมชน ใกล้ห้างสรรพสินค้า และโรงพยาบาล เน้นความสะดวกสบายในการเดินทาง สามารถตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้เป็นอย่างดี

ซึ่งแผนธุรกิจนี้จะอธิบายถึงการวิเคราะห์ตลาด ภาพรวมธุรกิจประเภทนี้ในปัจจุบัน ทั้งข้อดี ข้อเสีย ที่เกิดขึ้นภายในและภายนอก ปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อธุรกิจ การวางแผนกระบวนการบริหาร รูปแบบการให้บริการประเภทต่างๆ กลยุทธ์การตลาดกับกลุ่มเป้าหมายกลุ่มต่างๆ ซึ่งแผนธุรกิจนี้จะกล่าวถึงในรายละเอียดของการจัดการในดำเนินงานของธุรกิจ เพื่อนำไปใช้บริหารงานตามขั้นตอน

จากการวิเคราะห์แผนธุรกิจนี้ สิ่งที่สำคัญที่ถือว่าเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จมี คือ ทำเลที่ตั้งของโครงการ ทำเลที่ตั้งที่สอดคล้องกับความต้องการหลักของกลุ่มผู้สูงอายุเป้าหมาย ที่ต้องการเลือกซื้อที่พักอาศัยเพื่อพึ่งพาตัวเองให้ได้มากที่สุดในการดำเนินชีวิตประจำวัน เนื่องจากทางโครงการมีทำเลที่ตั้งติดรถไฟฟ้าสายสีชมพู สะดวกสำหรับการคมนาคมไปในที่ต่างๆ รวมถึงการให้บริการที่ครบวงจร ที่สอดคล้องต่อความต้องการพื้นฐานทางร่างกาย เช่น บริการด้านสุขภาพเบื้องต้น นอกจากนี้ยังให้บริการด้านพิเศษในด้านจิตใจ อย่างเช่น การบริการด้านการท่องเที่ยว กิจกรรมทัศนศึกษา ปัจจัยแห่งความสำเร็จ ดังกล่าวจะเป็นสิ่งที่ทำให้ธุรกิจอยู่เหนือคู่แข่งและสามารถดึงดูดให้ผู้บริโภคเข้ามาใช้บริการได้อย่างดี

แผนธุรกิจนี้จะใช้เงินลงทุนเริ่มต้นที่ 252 ล้านบาทโดยมีสัดส่วนเงินลงทุนในส่วนของเจ้าของร้อยละ 30 และเงินลงทุนจากการกู้ยืมร้อยละ 70 ด้วยกลยุทธ์และแผนการตลาดที่วางไว้นำมาตั้งสมมติฐานทางการเงินประมาณรายได้ ต้นทุนและค่าใช้จ่ายในสถานการณ์ตามแผนดำเนินการจะได้กำไรสุทธิในปีแรกอยู่ที่ 6,010,106 บาท ซึ่งกิจการสามารถคืนทุนได้ในระยะเวลา 12.2 ปี โดยมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิจากโครงการลงทุน 15 ปี เป็นเงิน 245,438,906 บาท ผลตอบแทนตลอดโครงการร้อยละ 15 ซึ่งสูงกว่าต้นทุนโดยเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (WACC) ซึ่งเท่ากับร้อยละ 8.73 เกือบ 2 เท่า

**คำสำคัญ:** ผู้สูงอายุ เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์

Independent Study Title	BUSINESS PLAN OF ELDERLY SERVICED APARTMENTS
Author	Miss Supitcha Puttakorn
Degree	Master of Business Administration
Faculty/University	Faculty of Commerce and Accountancy Thammasat University
Independent Study Advisor	Associate Professor Ekachidd Chungcharoen, Ph.D.
Academic Year	2018

### ABSTRACT

At present, Thai society is going to enter the Aged Society in the near future. With the elderly aged over 65 years increasing to 17.74 million in 2025 due to the increasing number of seniors as well as the changing economic and social factors more urbanity. Therefore making the children have to work more and have less time to care for the elderly. As well as an increase in the number of older people who must be alone in the future due to the trend of having fewer children today. In addition, the government has a policy to promote the medical and health industry to support the change of social structure. As a result, the needs of the elderly care business have increased.

For the above reasons, the concept of business plan, business plan Serviced apartment for the elderly which is a building service project for residents which will have various services like hotels, but will be rented for a long term annually. Which provides various services will look friendly and close Feels like living in a home rather than living in a hotel or apartment Suitable for Active Retirement Community customers. The location of the project is located within Soi Chaengwattana 23, approximately 400 meters away. Near department stores and hospitals, focusing on convenience in traveling. Able to meet the target customers very well.

This business plan describes the market analysis, type of business overview and present in both internal and external advantages, factors that affect the business. Management process planning Different types of service types Marketing strategy with target groups, various groups this business plan will be discussed in detail in the management of business operations and will be used to manage the procedure.

From analyzing this business plan, the important thing that is considered a success factor is the location of the project. Location that is in line with the main needs of the elderly target group, who want to choose to buy accommodation to rely on themselves as much as possible in daily life, because the project has a location next to the Pink Line BTS convenient for transportation in various places. Including providing comprehensive services, that is consistent with basic physical needs such as basic health services In addition, it also provides special services in psychology such as tourism services. Activities Success factors. This will made the business above competitors and can attract consumers to use the service well.

This business plan will use the initial investment of 252 million baht, with the proportion of ownership in the equity of 30 percent and investment from the loan of 70 percent with the strategy and marketing plan laid down. Bring financial assumptions about income costs and expenses in the situation under the action plan will receive a net profit in the first year at 6,010,106 baht, which the company can pay back within 12.2 years, with the net present value from the 15-year investment project, totaling 245,438,906 baht, returns throughout the project, 15 percent higher than the average cost Weight (WACC) which is equal to 8.73 percent, almost 2 times

**Keywords:** Elder, Service apartment



## กิตติกรรมประกาศ

แผนธุรกิจ เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี อันเนื่องมาจากความกรุณาจาก รองศาสตราจารย์ ดร. เอกจิตต์ จิงเจริญ อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พัฒน์ธนะ บุญชู คณะกรรมการในการสอบ ที่ช่วยให้คำปรึกษาและให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ในการจัดทำแผนธุรกิจฉบับนี้ เพื่อเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงแก้ไขแผนธุรกิจฉบับนี้ให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ขอขอบพระคุณอาจารย์ ในโครงการปริญญาโททางบริหารธุรกิจ (MBA) คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทุกท่านที่ได้มอบความรู้ คำแนะนำ และแนวทางปฏิบัติในสาขาวิชาต่างๆ ซึ่งเป็นส่วนช่วยในการนำมาประยุกต์ใช้ในการทำแผนธุรกิจในครั้งนี้

รวมถึงขอขอบคุณเจ้าหน้าที่โครงการทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือในด้านต่างๆ เสมอมาท้ายที่สุดนี้ ผู้จัดทำขอขอบคุณเพื่อนๆ ที่มีความรู้และความชำนาญในด้านอสังหาริมทรัพย์ ที่มีส่วนช่วยเหลือและให้คำแนะนำมาโดยตลอด

นางสาวสุพิชชา พุทธากรณ์

## สารบัญ

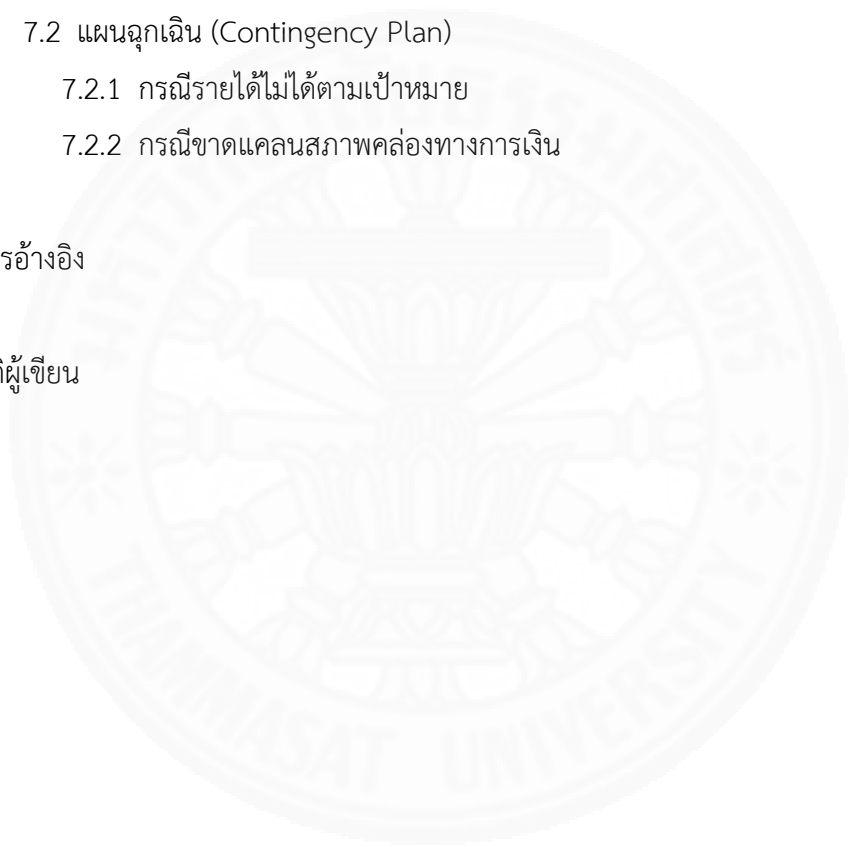
	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(3)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญตาราง	(11)
สารบัญภาพ	(12)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มา ความสำคัญ และโอกาสทางธุรกิจ	1
1.2 Business Model	2
1.2.1 Customer Segment	2
1.2.2 Value Propositions	2
1.2.3 Channels	2
1.2.4 Customer Relationships	3
1.2.5 Revenue Streams	3
1.2.6 Key Resource	3
1.2.7 Key Activities	3
1.2.8 Key Partner	3
1.2.9 Cost Structure	3
บทที่ 2 การประเมินสภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรม	4
2.1 การวิเคราะห์อุตสาหกรรม (Industrial Analysis)	4

2.2	การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกอุตสาหกรรม	5
2.2.1	สภาพแวดล้อมทางการเมือง การปกครองและกฎหมาย (Political and Legal Environment)	5
2.2.2	สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ (Macroeconomics Environment)	6
2.2.3	สภาพแวดล้อมทางสังคม (Social Environment)	6
2.2.4	สภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยี (Technology Environment)	7
2.2.5	สภาพแวดล้อมทางประชากรศาสตร์ (Demographic Environment)	8
2.3	การวิเคราะห์ความน่าสนใจภายในอุตสาหกรรม	8
2.3.1	คู่แข่งภายในอุตสาหกรรม (Competitive Rivalry within an Industry)	8
2.3.2	คู่แข่งรายใหม่ (Threat of New Entrants)	10
2.3.3	อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ (Bargaining Power of Customer)	10
2.3.4	อำนาจต่อรองของผู้จำหน่ายวัตถุดิบ (Bargaining Power of Supplier)	10
2.3.5	สินค้าหรือการบริการทดแทน (Threat of Substitute Products)	11
บทที่ 3	การประเมินสภาพแวดล้อมภายในอุตสาหกรรม	12
3.1	ลักษณะธุรกิจ	12
3.2	วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมาย	12
3.2.1	วิสัยทัศน์	12
3.2.2	พันธกิจ	12
3.2.3	เป้าหมาย	12
3.3	การวิเคราะห์คู่แข่ง	13
3.3.1	การวิเคราะห์คู่แข่งทางตรง	13
3.3.2	การวิเคราะห์คู่แข่งทางอ้อม	18
3.4	การวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis)	20
3.3.1	จุดแข็ง (Strengths)	20
3.3.2	จุดอ่อน (Weaknesses)	20
3.3.3	โอกาส (Opportunities)	20
3.3.4	อุปสรรค (Threats)	21

	(8)
บทที่ 4 แผนการตลาด	22
4.1 การแบ่งส่วนตลาด	22
4.1.1 การแบ่งเกณฑ์ภูมิศาสตร์ (Geographic Segmentation)	22
4.1.2 การแบ่งเกณฑ์ประชากรศาสตร์	22
4.1.3 การแบ่งส่วนตลาดตามจิตวิทยา	24
4.1.4 การแบ่งส่วนตลาดตามพฤติกรรมศาสตร์	25
4.2 การกำหนดเป้าหมาย	26
4.3 การวางจุดยืนทางการตลาด	26
4.4 ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix)	27
4.4.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	27
4.4.2 กลยุทธ์ด้านราคา	32
4.4.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจำหน่าย	33
4.4.4 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย	34
บทที่ 5 แผนการปฏิบัติการ	36
5.1 ทำเลที่ตั้งของโครงการ	36
5.1.1 การศึกษาด้านความเป็นไปได้ในทางกฎหมาย (Legal Permissibility)	37
5.1.2 การศึกษาด้านความเป็นไปได้ในทางกายภาพ (Physical Suitability)	37
5.2 การดำเนินการเพื่อการก่อสร้างโครงการเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์	38
5.2.1 กฎหมายที่เกี่ยวข้อง	38
5.2.2 ขั้นตอนการดำเนินงานก่อสร้าง	38
5.2.3 การดำเนินงานก่อสร้าง	39
5.3 ลักษณะโครงการ	39
5.3.1 รายละเอียดโครงการ	39
5.3.2 รายละเอียดห้องพัก	41
5.3.3 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในอาคาร	42
5.3.4 การให้บริการภายในโครงการ	43
5.3.5 เครื่องมืออุปกรณ์ภายในโครงการ	44
5.4 กระบวนการให้บริการ	46

5.4.1	ก่อนเข้าพัก	46
5.4.2	ระหว่างเข้าพัก	47
5.4.3	สิ้นสุดการเช่าห้อง	49
5.5	การบริหารงานภายในโครงการ	50
5.5.1	จัดจ้างบริษัทภายนอกมาดำเนินงานภายในโครงการ	50
5.5.2	บริหารงานด้านบริการทางการแพทย์	50
5.6	การบริหารความเสี่ยง	51
บทที่ 6 แผนการเงิน		52
6.1	วัตถุประสงค์และเป้าหมายทางการเงิน	52
6.2	เป้าหมายทางการเงิน	52
6.3	กำหนดสมมติฐานทางการเงิน	52
6.3.1	แหล่งที่มาของเงินทุน	52
6.3.2	รายการเงินลงทุนเริ่มต้น	53
6.3.3	การประมาณผลการดำเนินงานของกิจการ	56
6.3.3.1	ประมาณการรายได้	56
6.3.3.2	ประมาณการค่าใช้จ่าย	57
6.3.4	ประมาณการงบกำไรขาดทุน	58
6.3.7	การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการลงทุน	59
6.3.7.1	Cost of Capital (WACC)	59
6.3.7.2	NPV (Net Present Values)	59
6.3.7.3	IRR (Interest Rate of Return)	60
6.3.7.4	Payback Period	60
6.3.8	จำลองสถานการณ์ด้านสมมติฐานทางการเงิน	60
6.3.8.1	สถานการณ์ปกติ (Base Case Scenario)	60
6.3.8.2	สถานการณ์ที่ดีที่สุด (Best Case Scenario)	60
6.3.8.3	สถานการณ์แย่มากที่สุด (Worst Case Scenario)	61

	(10)
บทที่ 7 การประเมินผลและแผนฉุกเฉิน	63
7.1 การประเมินผล	63
7.1.1 ด้านการปฏิบัติงาน	63
7.1.2 ด้านการตลาดและการขาย	63
7.1.3 ด้านการเงิน	64
7.1.4 ด้านบุคลากร	64
7.2 แผนฉุกเฉิน (Contingency Plan)	64
7.2.1 กรณีรายได้ไม่ได้ตามเป้าหมาย	64
7.2.2 กรณีขาดแคลนสภาพคล่องทางการเงิน	64
รายการอ้างอิง	65
ประวัติผู้เขียน	66



## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า	
4.1	การวางผังโครงการ	28
4.2	รูปแบบห้องพักแต่ละประเภท	29
4.3	ราคาเช่าห้องพักแต่ละประเภทต่อเดือน	32
4.4	รายการการให้บริการขั้นพื้นฐาน	33
5.1	รายละเอียดโครงการ	40
5.2	แสดงการจัดสรรพื้นที่ห้องพัก	41
5.3	สรุปรายการการให้บริการภายในอพาร์ทเมนท์	44
5.4	รายการเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องพัก	44
5.5	เครื่องมือและอุปกรณ์การแพทย์	45
5.6	รายการอุปกรณ์ส่วนกลาง	45
5.7	อัตราค่าจ้างของพนักงาน	51
6.1	แหล่งที่มาเงินทุน	53
6.2	รายการประเมินทุนเริ่มต้น	54
6.3	ประมาณการต้นทุนแต่ละชั้น	54
6.4	ค่าเครื่องมือและอุปกรณ์การแพทย์	55
6.5	ค่าอุปกรณ์ส่วนกลาง	55
6.6	ประมาณการรายได้ปีที่ 1-5	56
6.7	ประมาณการค่าใช้จ่าย	57
6.8	ประมาณการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (Operating Expenses)	57
6.9	ประมาณการค่าใช้จ่ายที่ไม่เกี่ยวกับการดำเนินงาน (Non-Operating Expenses)	58
6.10	สรุปประมาณการงบกำไรขาดทุนและกระแสเงินสด	58
6.11	ตารางคำนวณ NPV IRR และ PP ของโครงการ	60
6.12	ประมาณการงบกำไรขาดทุนและกระแสเงินสดในกรณีที่ดีที่สุด	61
6.13	ประมาณการงบกำไรขาดทุนและกระแสเงินสดในกรณีที่ดีที่สุด	62
6.14	ตารางเปรียบเทียบ NPV, IRR และ Payback period ในกรณีต่างๆ	62

## สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
2.1	จำนวนร้อยละของสถานบริการดูแลผู้สูงอายุระยะยาว	9
3.1	โครงการ Jin Wellbeing County	13
3.2	ห้องพักอาศัยโครงการ Jin Wellbeing County	14
3.3	โครงการ Senior Complex กรุงเทพมหานคร	15
3.4	ห้องพักโครงการ Senior Complex กรุงเทพมหานคร	16
3.5	โครงการ ธนบุรี เฮลท์ วิลเลจ	17
3.6	ห้องพักโครงการ ธนบุรี เฮลท์ วิลเลจ	17
3.7	ห้องพักโครงการ Universal Nursing Home	18
3.8	ห้องพักโครงการ Universal Nursing Home	19
4.1	สัดส่วนผู้สูงอายุไทยในแต่ละช่วง	23
5.1	ตำแหน่งที่ตั้ง และประเภทของที่ดิน ที่บริษัทเลือกพัฒนา	37
5.2	แผนผังจำลองอาคารบริเวณชั้น 2	40
5.3	แผนผังจำลองอาคารบริเวณชั้น 3-8	40
5.4	ขั้นตอนการให้บริการทางการแพทย์	49



## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ที่มา ความสำคัญ และโอกาสทางธุรกิจ

ทางสหประชาชาติได้มีการกำหนดสังคมผู้สูงอายุไว้ 3 ระดับ คือ Aging Society ระดับการก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ สำหรับประเทศที่มีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปมากกว่าร้อยละ 10 ของจำนวนประชากรทั้งหมด Aged Society ระดับสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ สำหรับประเทศที่มีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปมากกว่าร้อยละ 20 ของจำนวนประชากรทั้งหมด และ Super-aged Society ระดับสังคมผู้สูงอายุอย่างเต็มที่ สำหรับประเทศที่มีประชากรอายุ 65 ปีขึ้นไปมากกว่าร้อยละ 20 ของจำนวนประชากรทั้งหมด

ซึ่งปัจจุบันสังคมไทยกำลังจะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ Aged Society ในอนาคตอันใกล้นี้ โดยจะมีผู้สูงอายุที่มีอายุสูงกว่า 65 ปี เพิ่มขึ้น 17.74 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2568 หรือคิดเป็นร้อยละ 20 ของประชากรทั้งหมด โดยมีอัตราเพิ่มขึ้นเฉลี่ยปีละประมาณ 5 แสนคน (Brandage online, 2018) จากจำนวนผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องรวมถึงปัจจัยด้านเศรษฐกิจสังคมที่เปลี่ยนไปเป็นลักษณะความเป็นเมืองมากขึ้น จึงทำให้ลูกหลานต้องทำงานเพิ่มขึ้น และมีเวลาดูแลผู้สูงอายุน้อยลง อีกทั้งการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้สูงอายุที่ต้องอยู่คนเดียวในอนาคตจากแนวโน้มการมีบุตรน้อยลงในปัจจุบัน นอกจากนี้ทางรัฐบาลยังมีนโยบายส่งเสริมภาคอุตสาหกรรมทางการแพทย์และสุขภาพ เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคม เป็นสังคมผู้สูงวัยอย่างสมบูรณ์แบบ ส่งผลให้ความต้องการของธุรกิจดูแลผู้สูงอายุขยายตัวเพิ่มมากขึ้น

โดยในปี พ.ศ. 2560 พบว่ามีผู้สูงอายุประมาณ 11 ล้านคน และอยู่ในภาวะพึ่งพิงประมาณ 371,978 คน ในประเทศไทย (AllProperty Media, 2560) ซึ่งธุรกิจดูแลผู้สูงอายุในลักษณะให้บริการแบบ โฮมแคร์ (Home care) และ เนอร์สซิ่งโฮม (Nursing Home) สามารถตอบสนองต่อความต้องการขั้นพื้นฐานของผู้ใช้บริการได้ดีในการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุ แต่จากข้อมูลพบว่าผู้สูงอายุกว่าร้อยละ 90 ต้องการอาศัยอยู่ในบ้านพักของตนเองหลังจากเกษียณอายุ (ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ SCB, 2560) เนื่องจากการรักษาตัวที่บ้านมีค่าใช้จ่ายต่ำกว่าการเข้าไปรักษาในโรงพยาบาลถึง 3 เท่า ส่งผลให้ธุรกิจดูแลผู้สูงอายุที่บ้าน หรือ โฮมแคร์ สามารถเข้ามาตอบโจทย์ความต้องการและเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่ดีให้แก่ผู้สูงอายุ

อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันมีผู้ประกอบการธุรกิจดูแลผู้สูงอายุน้อยกว่าพันราย แต่มีธุรกิจที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพบริหารจัดการเพียงจำนวน 75 รายเท่านั้น (กรมพัฒนาธุรกิจ, 2560)

จะเห็นได้ว่าธุรกิจดูแลผู้สูงอายุยังมีจำนวนน้อยเมื่อเทียบกับความต้องการที่สูงขึ้นจากจำนวนผู้สูงอายุที่เพิ่มมากขึ้นในแต่ละปี และเมื่อมองภาพรวมของตลาดรวมธุรกิจและบริการผู้สูงอายุในไทยปัจจุบันพบว่ามียุคค่าอยู่ที่ประมาณ 1,000 ล้านบาท หรือมีอัตราการเติบโตร้อยละ 15 ต่อปี ซึ่งคาดการณ์ไปอีก 6-10 ปีข้างหน้าตลาดนี้ อาจจะได้ถึง 3,000-4,000 ล้านบาท (สยามธุรกิจ, 2560)

จากสถานการณ์ที่กล่าวมา สะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นในการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับกับสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ให้มีความพร้อมทั้งในด้านบริการทางสังคมและสุขภาพ ด้วยเหตุนี้จึงเป็นโอกาสทางธุรกิจในการดำเนินการธุรกิจดูแลผู้สูงอายุที่อยู่ตามลำพังหรือต้องการความปลอดภัยในการใช้ชีวิตหลังวัยเกษียณ และฟื้นฟูสุขภาพทั้งทางร่างกายและจิตใจ ตอบรับกับความต้องการของประชากรผู้สูงอายุที่เพิ่มมากขึ้นในอนาคต

## 1.2 Business Model

รูปแบบการดำเนินธุรกิจโครงการที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุ โดยเน้นให้บริการด้านความสะดวกสบาย รวมถึงกิจกรรมสันทนาการต่างๆ ที่ส่งเสริมความสุขแก่ผู้บริโภควัยเกษียณทั้งทางกายและจิตใจ

### 1.2.1 Customer Segment

จากการประเมินตลาด สามารถเลือกกลุ่มเป้าหมายโดยใช้เกณฑ์ภูมิศาสตร์ในกลุ่มที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และเลือกกลุ่มลูกค้าที่มีอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไปเป็นกลุ่มที่กำลังจะเกษียณอายุจากการทำงาน และสามารถช่วยเหลือตัวเองได้ในระดับหนึ่ง เป็นผู้รายได้ปานกลางถึงสูง รวมถึงมีค่านิยมและรูปแบบการดำเนินชีวิตคนเมือง แบบรักอิสระหรือไม่มีบุตร และความสะดวกสบาย

### 1.2.2 Value Propositions

โครงการมีการออกแบบสถาปัตยกรรมมาเพื่อรองรับการใช้งานจากผู้สูงอายุ โดยเฉพาะ รวมถึงมีบริการที่รองรับต่อการขึ้นพื้นฐานและพิเศษให้แก่ผู้สูงอายุเช่นกัน เช่น กิจกรรมสันทนาการ บริการรถฉุกเฉิน 24 ชม. บริการตรวจสุขภาพจากแพทย์ เป็นต้น

### 1.2.3 Channels

โครงการตั้งอยู่ในเขตชุมชน อําเภอกาญจนาภิเษก ติดกับถนนแจ้งวัฒนะและรถไฟฟ้า ซึ่งสะดวกในการเดินทางไปสถานที่ต่าง เช่น โรงพยาบาลเว็ลด์เมดิคอล โรงพยาบาลมงกุฎวัฒนะ เซ็นทรัลแจ้งวัฒนะ สนามบินดอนเมืองและเมืองทองธานี เป็นต้น

#### 1.2.4 Customer Relationships

ทางโครงการให้ความสัมพันธ์กับผู้เจ้าอาศัยในลักษณะครอบครัว มีการตั้งเพจ Facebook สำหรับการแจ้งข่าวสาร รวมถึงการสร้างกลุ่มใน Line Application สำหรับการติดต่อหรือแลกเปลี่ยนข้อมูลที่รวดเร็ว ระหว่างผู้พักอาศัยและโครงการ

#### 1.2.5 Revenue Streams

รายได้หลักมาจากการปล่อยเช่าห้องพักในโครงการ รวมถึงค่าบริการทางการแพทย์ในแต่ละครั้ง

#### 1.2.6 Key Resource

ทรัพยากรบุคคลที่คอยดูแลความสงบเรียบร้อย และความปลอดภัยของโครงการ รวมถึงการให้บริการตามความต้องการของผู้สูงอายุอย่างครบวงจร

#### 1.2.7 Key Activities

การออกแบบโครงสร้างอาคารและรูปแบบห้องให้ตอบสนองต่อการใช้งานและความต้องการของผู้สูงอายุมากที่สุด รวมถึงการกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพทางกายและจิตใจแก่ผู้สูงอายุที่เข้าพัก

#### 1.2.8 Key Partner

ประกอบไปด้วยบริษัทรับจ้างบริหารภายในโครงการ ทั้งด้านการตลาด และการดำเนินงาน รวมถึงโรงพยาบาลที่ให้บริการทางด้านทางการแพทย์ อย่างเช่น โรงพยาบาลเว็ลด์เมดิคอล หรือโรงพยาบาลมุงกุฒวัฒน์ นอกจากนี้ยังมีบริษัทที่ให้บริการด้านกิจกรรมสันทนาการและบริหารการเงิน เช่น บริษัททัวร์ เป็นต้น

#### 1.2.9 Cost Structure

ต้นทุนการก่อสร้าง ค่าจ้างบริษัทในการดำเนินงานภายในโครงการ ค่าวัสดุและอุปกรณ์ของอาคาร และทางการแพทย์

## บทที่ 2

### การประเมินสภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรม

#### 2.1 การวิเคราะห์อุตสาหกรรม (Industrial Analysis)

ปัจจุบันไทยมีจำนวนผู้สูงอายุราว 11 ล้านคน หรือประมาณร้อยละ 16 ของประชากรทั้งประเทศ และคาดว่าภายในปีค.ศ. 2031 จะเพิ่มขึ้นเป็น 19 ล้านคน หรือประมาณร้อยละ 28 ของประชากรทั้งประเทศ ซึ่งจะทำให้สังคมไทยเปลี่ยนเป็นสังคมผู้สูงอายุอย่างเต็มรูปแบบในอนาคต ทั้งนี้ ธุรกิจดูแลผู้สูงอายุที่ไม่ใช่โรงพยาบาลในปัจจุบัน สามารถแบ่งคร่าวๆ ออกได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. ธุรกิจดูแลผู้สูงอายุลักษณะแบบ Nursing Home เป็นสถานดูแลผู้สูงอายุที่ต้องการที่พึ่งพิงหรือต้องการการดูแลอย่างใกล้ชิดสม่ำเสมอตลอด 24 ชั่วโมง ต้องการความช่วยเหลือในการดำเนินชีวิตประจำวัน ในการเคลื่อนไหว ต้องการการดูแลสนับสนุนทางการแพทย์ ทำให้ไม่สามารถอาศัยอยู่ที่บ้านได้อย่างปลอดภัย แต่ในขณะที่เดียวกันก็มีความต้องการอยู่อย่างมีความอิสระมากที่สุดเท่าที่จะมากได้ สถานที่นี้จึงอาจจะมีที่พำนักระยะยาวรับรอง เช่น บ้านพัก และการรับรองดูแลแบบส่วนบุคคล ในด้านสุขภาพ

2. ธุรกิจดูแลผู้สูงอายุลักษณะแบบ Home Care เป็นการให้บริการพื้นฐานหลักในการให้ความช่วยเหลือในกิจวัตรประจำวันสำหรับผู้สูงอายุที่ต้องการที่พึ่งพิงในบ้านพักประจำของผู้สูงอายุเอง เพื่อป้องกัน รักษา และฟื้นฟูสุขภาพของผู้สูงอายุ แต่ไม่ต้องการการดูแลสนับสนุนทางการแพทย์

3. ธุรกิจดูแลผู้สูงอายุลักษณะแบบ Residential Home เป็นลักษณะสถานที่ที่ให้บริการห้องพักที่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุที่ต้องการย้ายถิ่นฐานเข้ามาในโครงการเพื่อความสะดวกสบายในการใช้ชีวิตหลังวัยเกษียณ โดยเฉพาะผู้สูงอายุที่อยู่คนเดียวและสามารถช่วยเหลือตัวเองได้ โดยจะให้ความดูแลตามระดับความต้องการการช่วยเหลือทางด้านต่างๆ ของผู้สูงอายุเอง โดยไม่คาดหวังการดูแลจากพยาบาลวิชาชีพ

จากการศึกษาพบว่า การให้บริการแบบ Nursing home มีมากที่สุด รองลงมาคือ การให้บริการแบบ Home care และ แบบการให้บริการ Residential Home ตามลำดับ ซึ่งเกณฑ์ในการพิจารณาเข้าอยู่ในสถานที่ดูแลของผู้สูงอายุส่วนใหญ่ จะไม่มีข้อกำหนดกฎเกณฑ์ใดๆ ทั้งในเรื่องของอายุ และสถานะ แต่จะเป็นการคำนึงถึงความสามารถในเรื่องค่าใช้จ่ายของผู้รับบริการเป็นสำคัญ

## 2.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกอุตสาหกรรม

เพื่อให้ทราบถึงผลกระทบจากปัจจัยภายนอกต่างๆ ที่จะส่งผลกระทบในเชิงบวกหรือเชิงลบในการทำธุรกิจ จึงสามารถวิเคราะห์สภาพแวดล้อม โดยการใช้ PEST Analysis ได้ดังนี้

### 2.1.1 สภาพแวดล้อมทางการเมือง การปกครองและกฎหมาย (Political and Legal Environment)

ปัจจุบันรัฐบาลไทยยังคงปกครองโดยรัฐบาลคณะรักษาความสงบแห่งชาติ โดยรัฐบาลได้พยายามผลักดันเศรษฐกิจให้มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง เห็นได้ชัดจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติฉบับที่ 11 ที่เน้นเรื่องการพัฒนาสังคมให้มีคุณภาพ ประชากรทั่วไปสามารถเข้าถึงทรัพยากรที่รัฐจัดทำให้ได้อย่างเท่าเทียมกัน รวมถึงการขับเคลื่อนนโยบายด้านผู้สูงอายุจากกระทรวงสังคม ในเรื่องของการเพิ่มประสิทธิภาพโครงการบริจาคเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุ สู้กองทุนผู้สูงอายุ และมาตรการอื่น เพื่อรองรับคุณภาพของสังคมผู้สูงอายุ ตามหลักคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ 5 ด้าน ได้แก่

1. สุขภาพกายและสุขภาพจิต
2. ครอบครัวมีสุข
3. สังคมเอื้ออาทร
4. สิ่งแวดล้อมเหมาะสมปลอดภัย
5. หลักประกันมั่นคง

โดยเน้นนโยบายที่ทำให้ผู้สูงอายุในวัยหลังเกษียณ 60 ปีขึ้นไป มีสุขภาพแข็งแรง ทั้งร่างกายและจิตใจ รวมถึงสามารถอยู่ในสังคมได้โดยไม่เป็นภาระให้กับสมาชิกในครอบครัว และสามารถใช้ชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข ซึ่งรัฐบาลมีการจัดโครงการต่างๆ เพื่อรับรองความต้องการที่จะเกิดขึ้น เช่น การตรวจสุขภาพฟรีประจำปี การจัดหางานให้แก่ผู้สูงอายุที่ยังสามารถทำงานได้ รวมถึงโครงการที่พักระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุ

ทั้งนี้รัฐบาลจะออกมาตรการเพื่อเป็นแรงจูงใจให้ภาคเอกชน เข้ามาดำเนินการ และร่วมมือกับรัฐบาลเพื่อรองรับสังคมผู้สูงอายุ เช่น การลดต้นทุนและปัจจัยในการผลิตในช่วงแรก จากการให้กู้ยืมเงิน ในอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ ลดหย่อนค่าสาธารณูปโภค รวมทั้งหาหรือมาตรการรองรับอื่นๆ อาทิเช่น ด้านมาตรฐานสถานดูแลผู้สูงอายุ เป็นต้น นอกจากนี้รัฐบาลยังมีนโยบายสนับสนุนลดภาษีให้แก่ผู้ประกอบการ SME ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการแข่งขันในอุตสาหกรรม โดยจะมีการลดภาษีเงินได้นิติบุคคลกิจการ SME ที่มีทุนชำระแล้วในวันสุดท้ายของรอบบัญชีไม่เกิน 30,000,000 บาท สำหรับรอบระยะเวลาบัญชีที่เริ่มภายในหรือหลังวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2558 เป็นต้นไป (พระราชกฤษฎีกาฉบับที่ 583)

นอกจากนี้รัฐบาลได้ออกกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจดูแลผู้สูงอายุ ตามพระราชบัญญัติ (พ.ร.บ.) สถานพยาบาล ที่แก้ไขเพิ่มเติมฉบับที่ 4 พ.ศ.2559 กำหนดให้การประกอบวิชาชีพเวชกรรม ใดๆ ทางกายภาพต้องดำเนินการในสถานพยาบาลที่ถูกต้องตามกฎหมาย จำเป็นต้องมีแพทย์ที่ได้รับ อนุมัติบัตร หรือหนังสืออนุมัติจากสภาวิชาชีพดูแลอย่างใกล้ชิดตลอดเวลาในช่วงเปิดทำการ หากสถาน บริการสำหรับผู้สูงอายุแห่งใดต้องการจัดให้มีบริการด้านการแพทย์ ทั้งการให้น้ำเกลือ ฉีดยา หรือทำ หัตถการทางการแพทย์ ต้องขออนุญาตเปิดเป็นสถานพยาบาลที่ถูกต้องตามกฎหมายจากกรม สบส. หรือสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดในพื้นที่ มิเช่นนั้น ถือว่ามีความผิดตาม พ.ร.บ.สถานพยาบาล ที่แก้ไข เพิ่มเติมฉบับที่ 4 พ.ศ. 2559 ขอให้เปิดสถานพยาบาลเถื่อน

### 2.1.2 สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ (Macroeconomics Environment)

จากการคาดการณ์ของศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้า ไทยมองว่า สภาวะทางเศรษฐกิจของไทยยังคงมีความเสี่ยงอยู่ จากความไม่แน่นอนทางการเมือง รวมถึงความตึงเครียดทางการเมืองระหว่างประเทศ อีกทั้งสงครามการค้าระหว่างประเทศสหรัฐอเมริกา และ ประเทศจีน เป็นอุปสรรคต่อการขยายตัวและสร้างความผันผวนต่อเศรษฐกิจโลกอยู่

แต่อย่างไรก็ตาม เศรษฐกิจไทยในปัจจุบันมีแนวโน้มที่จะฟื้นตัวอย่างต่อเนื่อง และมีโอกาสเติบโตเกินร้อยละ 4.5 เนื่องจากการสนับสนุนจากภาครัฐบาล และภาคเอกชนขนาดใหญ่ โดยการเติบโตส่วนใหญ่มาจากภาคบริการ เช่น การท่องเที่ยวและการส่งออก เป็นต้น ส่งผลให้เศรษฐกิจ ไทยมีการฟื้นตัวได้ดีอย่างค่อยเป็นค่อยไป ซึ่งในไตรมาสแรกของปี พ.ศ. 2561 เศรษฐกิจไทยสามารถ เติบโตได้อีกถึงร้อยละ 4.8 เนื่องจากการท่องเที่ยวที่ขยายตัวได้สูง และคาดการณ์ว่าจะมีนักท่องเที่ยว ต่างชาติเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยสูงถึง 38 ล้านคน ในปีนี้ รวมถึงนโยบายการลงทุนในโครงการ ขนาดใหญ่ของภาครัฐในพื้นที่ EEC ซึ่งเป็นปัจจัยสนับสนุนและเป็นปัจจัยบวกแก่เศรษฐกิจไทยในการ ขยายตัวเพิ่มขึ้นในอนาคต

ในส่วนของกำลังในการซื้อของผู้สูงอายุนั้น จากข้อมูลการสำรวจรายได้ของ ผู้สูงอายุของสำนักงานสถิติแห่งชาติปี พ.ศ. 2555 พบว่า 10.9% ของจำนวนประชากรผู้สูงอายุในไทย เป็นผู้มียาได้ตั้งแต่ 100,000 บาท ต่อปีขึ้นไป และคาดว่าจะมีผู้สูงอายุที่มีกำลังซื้อที่อยู่อาศัยด้วย รายได้ประจำของตนเองเฉลี่ยต่อปี จำนวน 2.2 ล้านคน โดยจะแบ่งเป็นกลุ่มผู้สูงอายุที่ยังสุขภาพดี จำนวน 1.8 ล้านคน และกลุ่มผู้สูงอายุที่ต้องการที่พึ่งพาจำนวน 4 แสนคนในปี พ.ศ. 2558

### 2.1.3 สภาพแวดล้อมทางสังคม (Social Environment)

จากการขยายตัวทางเศรษฐกิจและลักษณะสังคมเมืองที่สูงขึ้น ทำให้ประชาชน ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมและทัศนคติในการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนไปจากเดิม ผู้หญิงออกไปทำงานนอกบ้านมา กขึ้น สังคมมีความหลากหลายเพิ่มมากขึ้น มีความเป็นอิสระมากขึ้นในการเลือกดำรงชีวิตตามความ ต้องการของตน จากการศึกษาข้อมูลของ Brand Inside พบว่าในปัจจุบันประชากรไทยมีสถานภาพ

โสดถึงร้อยละ 29.8 ส่วนประชากรไทยที่มีสถานะแต่งงาน แต่ยังไม่เป็นบุตร อยู่ที่ร้อยละ 8 ในขณะที่กลุ่มประชากรที่แต่งงานและมีลูกอยู่ที่ร้อยละ 54.8 ของประชากรทั้งหมด จะเห็นได้ว่ากลุ่มประชากรที่อยู่เป็นโสดและไม่มีลูกมีสัดส่วนที่ค่อนข้างสูง เมื่อเทียบกับจำนวนประชากรทั้งหมด รวมถึงสัดส่วนของประชากรวัยทำงานที่ต้องรับภาระคนที่ไม่สามารถทำงานได้ในครอบครัว เช่น การเลี้ยงดูแลเด็กและผู้สูงอายุ มีจำนวนเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 56 ในปี พ.ศ. 2558 และคาดว่าจะเพิ่มสูงขึ้นเป็นร้อยละ 69 ในปี พ.ศ. 2568 (เนลเสน, 2561)

นอกจากนี้ จากสถิติพบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติสูงอายุนิยมมาเที่ยวประเทศไทยมากขึ้น โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีอายุมากกว่า 65 ปี มีการเดินทางมาเที่ยวเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 8 ต่อปี และข้อมูลจาก International Living Magazine รายงานว่า ประเทศไทยถูกจัด เป็น 1 ใน 10 อันดับประเทศที่มีความเหมาะสมในการอยู่อาศัยยามเกษียณ เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการใช้ชีวิตประจำวันที่ไม่สูงมากนัก รวมถึงการบริการด้านการรักษาพยาบาลที่มีประสิทธิภาพในราคาที่ย่อมเยาเมื่อเทียบกับต่างประเทศ

#### 2.1.4 สภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยี (Technology Environment)

จากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคมในปัจจุบัน ประเทศไทยเริ่มมีการปรับเปลี่ยนสภาพทางสังคมเพื่อให้สอดคล้องกับจำนวนประชากรผู้สูงอายุที่เพิ่มมากขึ้นเช่นกัน โดยมีการนำเทคโนโลยีเข้ามารองรับกับความต้องการของผู้สูงอายุ รวมถึงการแก้ปัญหาที่สำคัญในอีกหลายๆด้าน ยกตัวอย่างเช่น

1. การนำ Big Data เข้ามาช่วยเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ ถึงลักษณะพฤติกรรมของผู้สูงอายุ ในเรื่องของระยะเวลาการทานยา การเคลื่อนไหว บันทึกประวัติ หรือ ตารางในการพบแพทย์ เป็นต้น ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะช่วยนำไปประยุกต์ใช้ในการดูแลผู้สูงอายุได้ดีและหลากหลายมากขึ้น

2. อุปกรณ์ช่วยในการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ซึ่งอุปกรณ์นี้เหมาะสำหรับผู้สูงอายุที่มีความโดดเดี่ยวคิดถึงสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยห่างไกลกัน ไม่ค่อยมีโอกาสได้พูดคุยหรือพบปะกันมากนัก การมีอุปกรณ์เสริมนี้ จะช่วยให้ผู้สูงอายุเข้าถึงสมาชิกภายในครอบครัวได้ง่ายขึ้น และสามารถเยียวยาปัญหาทางจิตใจได้ดี โดยผ่านอุปกรณ์สื่อสารต่างๆ อย่างเช่น Line Application, Face book, Video Call เป็นต้น

3. เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ หรือหุ่นยนต์ช่วยเหลือ ในปัจจุบันได้มีการพัฒนาหุ่นยนต์อย่างต่อเนื่อง ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้สูงอายุได้มากขึ้น เช่นการช่วยพยุงในการลุก นั่ง หรือนอน รวมถึงการแจ้งเตือนในการทานยาต่างๆ ซึ่งจากความต้องการที่มากขึ้นในสังคม คาดว่าในอนาคตหุ่นยนต์เหล่านี้จะมีประสิทธิภาพและราคาที่ยอมรับได้

นอกจากนี้ยังมีการพัฒนาการทางเทคโนโลยีที่มีส่วนช่วยเพิ่มมูลค่าธุรกิจให้บริการมากยิ่งขึ้นในปัจจุบันสำหรับอุตสาหกรรมการดูแลผู้สูงอายุ ในลักษณะการจับคู่คนดูแลให้

เหมาะสมกับผู้สูงอายุแต่ละคน ผ่าน Application ทำให้ผู้สูงอายุสามารถเลือกผู้ดูแลได้ตามความต้องการอย่างสะดวกและรวดเร็ว โดยระบบจะมีการบันทึกข้อมูลประจำวันของผู้สูงอายุไว้ด้วย ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการพบแพทย์และผู้ให้บริการในการนำข้อมูลมาพัฒนาต่อยอดธุรกิจได้

### 2.1.5 สภาพแวดล้อมทางประชากรศาสตร์ (Demographic Environment)

ปัจจุบันอัตราการเกิดของประชากรไทยมีจำนวนที่ลดลง และมีการคาดการณ์การเกิดใหม่จะมีเพียง 1 ล้านคนจากประชากรทั้งหมดในสังคมปัจจุบัน อันเนื่องมาจาก ประเทศไทยในปัจจุบันมีภาวะการเจริญพันธุ์ที่ต่ำในช่วง 20 ปีที่ผ่านมา สวนทางกับจำนวนประชากรผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้น จากเทคโนโลยีทางการแพทย์ที่พัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทำให้ประชากรมีอายุเฉลี่ยที่ยืนขึ้น ส่งผลให้ประเทศไทยมีประชากรผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้นเช่นกัน จากข้อมูลสถิติของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้แสดงให้เห็นว่าในภายในปี พ.ศ. 2563 ประชากรผู้สูงอายุในไทยที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป จะมีจำนวนมากกว่าประชากรเด็ก และได้มีการคาดการณ์ว่าในปี พ.ศ. 2568 เกือบ 1 ใน 4 ของประชากรไทยทั่วประเทศจะเป็นผู้สูงอายุ และคาดว่าผู้สูงอายุไทยจะเพิ่มขึ้นเป็น 18 ล้านคนในปี พ.ศ. 2593 หรือร้อยละ 27 ของประชากรทั้งหมด ซึ่งถือว่าประเทศไทยอยู่เป็นอันดับที่ 3 ในเอเชียที่มีจำนวนประชากรผู้สูงอายุมากที่สุด

จากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคมไปสู่ Aged Society เกิดการลดลงของอัตราประชากรวัยทำงาน ส่งผลให้บริบทของสังคมไทยมีการเปลี่ยนแปลงตามโครงสร้างเช่นกัน จากเดิมที่ผู้สูงอายุมีบุคคลในครอบครัวที่สามารถดูแลและคอยช่วยเหลือ เลี้ยงดู เป็นต้น แต่บริบททางสังคมในลักษณะนี้เริ่มมีให้เห็นน้อยลง จากการเปลี่ยนแปลงของบริบททางสังคมที่สมาชิกทุกคนในครอบครัวต้องออกไปทำงานเพื่อหาเลี้ยงชีพ ผู้สูงวัยมีแนวโน้มที่จะต้องอยู่ลำพังมากขึ้น ขาดบุคคลที่จะมาคอยดูแลสมาชิกที่ต้องการที่พึ่งพิง อย่างเช่นผู้สูงอายุ และเด็ก

## 2.3 การวิเคราะห์ความน่าสนใจภายในอุตสาหกรรม

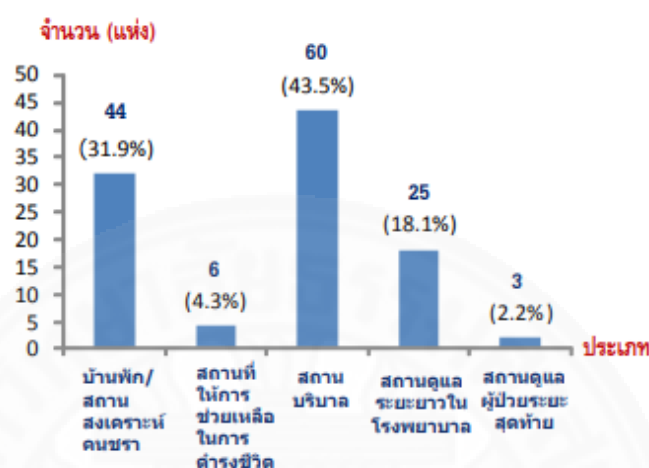
เพื่อเตรียมรับมือกับสภาพแวดล้อมภายในที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรม โดยใช้เครื่องมือการวิเคราะห์แบบ Five Force Models เพื่อตรวจสอบสถานการณ์ภายในอุตสาหกรรมและลดอัตราความเสี่ยงในธุรกิจ ดังนี้

### 2.3.1 คู่แข่งภายในอุตสาหกรรม (Competitive Rivalry within an Industry)

ปัจจุบันธุรกิจดูแลผู้สูงอายุ ยังมีสภาวะการแข่งขันที่ไม่สูงมากนัก เนื่องจากธุรกิจบริการสำหรับผู้สูงอายุนั้นยังมีสัดส่วนที่น้อยมาก เมื่อเทียบกับจำนวนความต้องการของผู้สูงอายุในปัจจุบัน รวมถึงยังไม่มีมีการทำการตลาด เพื่อการแข่งขันในอุตสาหกรรมนี้อย่างจริงจังนัก ซึ่งจากข้อมูล



จากสถาบันวิจัยระบบ และพัฒนาสังคมไทยในปี พ.ศ. 2552 พบว่าสถานบริการดูแลผู้สูงอายุระยะยาวของประเทศไทยเกือบครึ่งเป็นสถานบริบาลหรือร้อยละ 43.5 รองลงมาเป็นบ้านพัก / สถานสงเคราะห์คนชราคิดเป็นร้อยละ 31.9 มีจำนวนทั้งหมด 44 แห่ง ตามแผนภูมิด้านล่าง



ภาพที่ 2.1 จำนวนร้อยละของสถานบริการดูแลผู้สูงอายุระยะยาว

ที่มา : สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุขและมูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย

จากแผนภูมิจะเห็นได้ชัดว่าสถานบริการส่วนใหญ่เน้นการดูแลผู้สูงอายุโดยเน้นครอบคลุมด้านการให้บริการทางการแพทย์เป็นหลัก อาทิเช่น บ้านพักคนชรา, สถานบริบาลต่างๆ หรือสถานดูแลผู้สูงอายุในโรงพยาบาล เป็นต้น ด้วยเหตุนี้ อัตราการเติบโตธุรกิจดูแลผู้สูงอายุโดยเน้นการสนับสนุนเรื่องความสะดวกสบายในการดำรงชีพเป็นหลักอาจยังมีไม่มากนัก ทั้งนี้คู่แข่งหลักๆ ภายในอุตสาหกรรมสำหรับโครงการคอนโดสำหรับผู้สูงอายุในปัจจุบันจะเน้นสถานที่ ที่ตั้งอยู่ใจกลางเมือง ติดรถไฟฟ้า BTS/ MRT เพื่อความสะดวกสบายในการเดินทาง และอยู่ไม่ไกลจากโรงพยาบาล หรือสถานพยาบาลในกรณีฉุกเฉิน นอกจากนี้ แนวคิดส่วนใหญ่ยังเน้นไปที่สิ่งอำนวยความสะดวกภายในคอนโดและกิจกรรมต่างๆ ที่จะคลายเหงาให้กับผู้สูงอายุได้ เช่น ศูนย์การค้า Community Mall ต่างๆ และการออกแบบอาคารหรือจัดพื้นที่ส่วนกลางให้เหมาะแก่ผู้สูงอายุในการพักผ่อน อาทิเช่น Jin Wellbeing Country คอนโดมิเนียม Low Rise จังหวัดปทุมธานี ที่จัดตั้งโดยบริษัทธนบุรี เฮลท์แคร์ กรุ๊ป ที่มีการออกแบบสำหรับผู้สูงอายุโดยเฉพาะ ตัวโครงการมีการจัดบริเวณพื้นที่ outdoor สำหรับสวนและพื้นที่กิจกรรม เช่น สระว่ายน้ำ เป็นต้น

ทั้งนี้จากการศึกษาอาจสรุปได้ว่าคู่แข่งในอุตสาหกรรมคอนโดสำหรับผู้สูงอายุยังมีปริมาณไม่มากนัก ดังนั้นธุรกิจผู้สูงอายุนี้ยังมีศักยภาพค่อนข้างสูงในการเติบโตและสามารถได้รับผลกำไรจากการต่อยอดธุรกิจนี้ด้วยเช่นกัน

### 2.3.2 คู่แข่งรายใหม่ (Threat of New Entrants)

การเกิดคู่แข่งรายใหม่ในธุรกิจอุตสาหกรรมคอนโดสำหรับผู้สูงอายุอาจมีอัตราสูงเนื่องจากคอนโดสำหรับผู้สูงอายุนั้นไม่ได้เน้นการดูแลผู้ป่วยที่เป็นผู้สูงอายุหรือการรักษาพยาบาลจำเพาะพิเศษ จึงไม่จำเป็นต้องหาทรัพยากรบุคคลหรืออุปกรณ์ทางการแพทย์ในการควบคุมดูแลผู้สูงอายุตลอดเวลาเช่นเดียวกับสถานบริบาลหรือโรงพยาบาลอื่นๆ นอกจากนั้น การจัดตั้งคอนโดสำหรับผู้สูงอายุนั้นยังเป็นธุรกิจที่น่าสนใจและควรมีค่าแก่การลงทุนในอนาคตอันใกล้ โดยมีสาเหตุเนื่องมาจากอัตราการเพิ่มขึ้นของผู้สูงอายุหรือการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aged Society) ด้วยเหตุนี้คู่แข่งรายใหม่สามารถเกิดขึ้นในอุตสาหกรรมนี้ได้ไม่ยากและมีแนวโน้มในการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว

### 2.3.3 อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ (Bargaining Power of Customer)

อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อมีน้อย เนื่องจากในประเทศไทยผู้รับบริการยังคงมีทางเลือกน้อยในการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดสำหรับผู้สูงอายุ หรือแม้แต่การเข้ารับบริการสถานดูแลที่ยังมีไม่มาก รวมถึงค่ารักษาพยาบาลที่ต้องใช้ค่าใช้จ่ายสูง ทำให้ปัจจุบันผู้รับบริการยังคงมองหาสถานที่ดูแลผู้สูงอายุที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการได้อย่างครบถ้วน โดยธุรกิจคอนโดสำหรับผู้สูงอายุในกลุ่มอุตสาหกรรมนี้ไม่ได้เน้นไปที่การได้รับการรักษาพยาบาลหรือต้องได้รับการดูแลในรูปแบบพิเศษ หากแต่เป็นการใช้ชีวิตในรูปแบบทั่วไป โดยคำนึงถึงความสะดวกสบาย สิ่งจำเป็นในการดำรงชีวิตเพื่อทำให้ผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น กล่าวคือ ความเป็นอยู่ทั้งทางกายภาพ เช่น สภาพแวดล้อมหรือสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ และสุขภาพจิตที่สามารถยกระดับคุณภาพชีวิตของสังคมผู้สูงอายุได้สูงขึ้น ทั้งนี้ ธุรกิจสำหรับผู้สูงอายุในปัจจุบันยังมีจำนวนไม่มาก จึงเป็นสาเหตุให้อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อลดน้อยลง

### 2.3.4 อำนาจต่อรองของผู้จำหน่ายวัตถุดิบ (Bargaining Power of Supplier)

อำนาจการต่อรองของผู้จำหน่ายวัตถุดิบอาจไม่ได้มีอัตราสูงนัก เนื่องจากการจัดตั้งคอนโดมีเนียมสำหรับผู้สูงอายุไม่ได้เน้นเทคนิคทางการแพทย์ที่ต้องใช้ทรัพยากรบุคลากรทางการแพทย์ที่มีคุณภาพและเป็นผู้เชี่ยวชาญพิเศษหรือการจัดหาอุปกรณ์ทางการแพทย์ต่างๆ ที่มีราคาสูง เช่นเดียวกับสถานที่ดูแลผู้สูงอายุอื่นๆ ที่ทำให้เกิดอำนาจในการต่อรองที่สูงขึ้น จากการศึกษาพบว่าตลาดประเทศไทย มีผู้จำหน่ายวัตถุดิบจำนวนไม่น้อยในการจัดหาสิ่งของหรือสามารถก่อสร้างธุรกิจคอนโดสำหรับผู้สูงอายุได้ตามที่ต้องการ อาจมีเพียงอุปกรณ์หรือสิ่งของบางอย่างเท่านั้นที่จัดทำขึ้นเป็นพิเศษสำหรับผู้สูงอายุ และอาจมีราคาสูงกว่าสินค้าตามท้องตลาดที่ใช้ในธุรกิจอื่นๆ ทั่วไปได้ ทั้งนี้ โดยรวมถือว่าอำนาจการต่อรองของผู้จำหน่ายวัตถุดิบในอุตสาหกรรมคอนโดสำหรับผู้สูงอายุอยู่ในระดับปานกลาง

### 2.3.5 สินค้าหรือการบริการทดแทน (Threat of Substitute Products)

เนื่องจากผู้สูงอายุอาจมีปัจจัยเสี่ยงอื่นๆ ในด้านปัญหาสุขภาพ สินค้าหรือการบริการทดแทนในอุตสาหกรรมนี้จึงมีอัตราสูง เหตุเพราะคอนโดสำหรับผู้สูงอายุ มีวัตถุประสงค์หลักสำหรับผู้สูงอายุที่ต้องการได้รับการอำนวยความสะดวกในการใช้ชีวิตแบบปกติ ไม่ใช่สำหรับการดูแลรักษาพยาบาลเป็นหลัก ดังนั้นสถานบริบาลหรือสถานบ้านพักคนชราทั้ง Homecare หรือ Nursing Home อาจจะเป็นตัวเลือกที่มีอิทธิพลมากกว่าในแง่การดูแลรักษา การฟื้นฟูผู้ป่วยผู้สูงอายุ เนื่องจากมีผู้เชี่ยวชาญด้านผู้สูงอายุคอยให้การบริการในการดูแลให้คำปรึกษาตลอดเวลา

จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในอุตสาหกรรม Five Forces Model จะมองเห็นได้ว่าธุรกิจคอนโดสำหรับผู้สูงอายุเป็นอุตสาหกรรมที่น่าสนใจสำหรับผู้สูงอายุที่ต้องการความสะดวกสบายมากกว่าการอยู่บ้าน เนื่องจากสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่คอนโดสามารถจัดหาให้บริการได้ เช่น สระว่ายน้ำ ห้องออกกำลังกาย ร้านค้าต่างๆ รวมไปถึงการมีพื้นที่ส่วนกลางที่จะให้ผู้สูงอายุในวัยเดียวกันได้พบเจอเพื่อนใหม่ อีกทั้งการอาศัยในคอนโดทำให้ผู้สูงอายุไม่ต้องกังวลในเรื่องการดูแลทำความสะอาดเหมือนบ้านและระบบความปลอดภัยที่ทางคอนโดสามารถจัดทำให้ สามารถทำให้ผู้สูงอายุลดความกังวลไปได้ เนื่องจากธุรกิจคอนโดสำหรับผู้สูงอายุยังถือเป็นเทรนด์ใหม่ในปัจจุบัน เป็นเหตุให้คู่แข่งภายในอุตสาหกรรมยังคงน้อย ส่งผลให้อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อลดลงเช่นเดียวกัน ในทางกลับกันอำนาจการต่อรองของผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบมีอัตราสูง เนื่องจากธุรกิจคอนโดสำหรับผู้สูงอายุไม่จำเป็นต้องจัดหาวัตถุดิบที่พิเศษกว่าธุรกิจอื่นๆ ซึ่งส่วนนี้เป็นเหตุให้คู่แข่งรายใหม่ในอุตสาหกรรมมีอัตราสูงขึ้น กล่าวคือ คู่แข่งรายใหม่สามารถเข้ามาในอุตสาหกรรมนี้ได้ไม่ยาก

อย่างไรก็ตาม หากมองในด้านการบริการสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุ โดยทั่วไป ธุรกิจคอนโดสำหรับผู้สูงอายุเป็นทางเลือกที่น่าสนใจในการเลือกรับบริการ แม้ว่าสินค้าหรือการบริการทดแทนในอุตสาหกรรมธุรกิจผู้สูงอายุนั้นมีอัตราสูงก็ตาม แต่การบริการในคอนโดสำหรับผู้สูงอายุนั้นมีวัตถุประสงค์แตกต่างจากการบริการดูแลรักษาผู้สูงอายุของสถานบริบาล Home Care หรือ Nursing Home จึงทำให้ธุรกิจคอนโดสำหรับผู้สูงอายุยังเป็นตัวเลือกที่น่าสนใจในอุตสาหกรรมผู้สูงอายุ

### บทที่ 3

## การประเมินสภาพแวดล้อมภายในอุตสาหกรรม

### 3.1 ลักษณะธุรกิจ

โครงการที่พักอาศัย Be senior เป็นที่อยู่อาศัยและให้บริการแบบครบวงจรในเรื่องของ สิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการ ความปลอดภัย และกิจกรรมสันทนาการแก่ผู้สูงอายุที่สามารถ พึ่งพาตัวเองได้ แต่อยากอยู่ร่วมกับผู้สูงอายุคนอื่นๆ ที่มีวัยใกล้เคียงกัน หรือมีความกังวลต่างๆ โดย จะเน้นให้บริการความสะดวกสบายตามความต้องการของผู้สูงอายุที่อยู่คนเดียว หรืออยู่กันสองสามมี ักรรยา มีการจัดกิจกรรมพักผ่อนและการสร้างสังคมระหว่างหมู่เพื่อน นอกจากนี้อาคารและห้องพัก ยังมีการออกแบบมาเพื่อตอบสนองต่อการใช้งานสำหรับผู้สูงอายุโดยเฉพาะ

### 3.2 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมาย

#### 3.2.1 วิสัยทัศน์

มุ่งสร้างทางเลือกใหม่แก่ผู้บริโภคร เพื่อยกระดับมาตรฐานคุณภาพชีวิตหลัง เกษียณอย่างมีความสุขและปลอดภัยในบ้านที่อบอุ่น

#### 3.2.2 พันธกิจ

Be Service Apartment มุ่งมั่นใส่ใจและดูแลผู้สูงอายุเหมือนคนในครอบครัว รวมถึงสร้างสรรค์และพัฒนานวัตกรรม อย่างปลอดภัย เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค อย่างต่อเนื่อง

#### 3.2.3 เป้าหมาย

ในการดำเนินงานทางธุรกิจนั้น ได้มีการตั้งเป้าหมาย คือ ขยายโครงการให้ได้ใน เวลาที่รวดเร็วที่สุดภายในไม่เกิน 1 ปี ในส่วนเป้าหมายระยะยาวภายหลังการขายคือ การพัฒนา ปรับปรุงความสะดวกสบาย และเอาใจใส่ รวมถึงสร้างความพึงพอใจต่อความต้องการของผู้บริโภคอย่าง ต่อเนื่อง

### 3.3 การวิเคราะห์คู่แข่ง

#### 3.3.1 การวิเคราะห์คู่แข่งทางตรง

ปัจจุบันสถานบริการสำหรับผู้สูงอายุ อย่างเช่น Home Care และ Nursing Home มีอยู่หลากหลายแห่ง และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มมากขึ้น แต่ทั้งนี้โครงการที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุที่สามารถช่วยเหลือตัวเองได้ดี แต่มีความกังวลในด้านความปลอดภัยจากการอาศัยอยู่ตามลำพัง ยังมีคู่แข่งเพียงจำนวนไม่มากนักจะเห็นได้ดังนี้

##### 1. Jin Wellbeing County

Jin Wellbeing County เป็นโครงการบ้านพักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุ ซึ่งดำเนินการโดยบริษัทธนบุรี เฮลท์แคร์กรุ๊ป ในโครงการมีการอำนวยความสะดวกและให้บริการด้านสุขภาพแบบครบวงจรสำหรับผู้สูงอายุโดยเฉพาะ โดยการยึดแนวคิดที่ว่า เมืองแนวคิดใหม่เพื่อวัยเกษียณ ภายในโครงการมีการแบ่งแยกเป็นส่วนๆ เพื่อนรองรับตามความต้องการและสถานภาพของผู้สูงอายุ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 3.1 โครงการ Jin Wellbeing County

ที่มา: บริษัท Jin Wellbeing County (พฤษภาคม 2560)

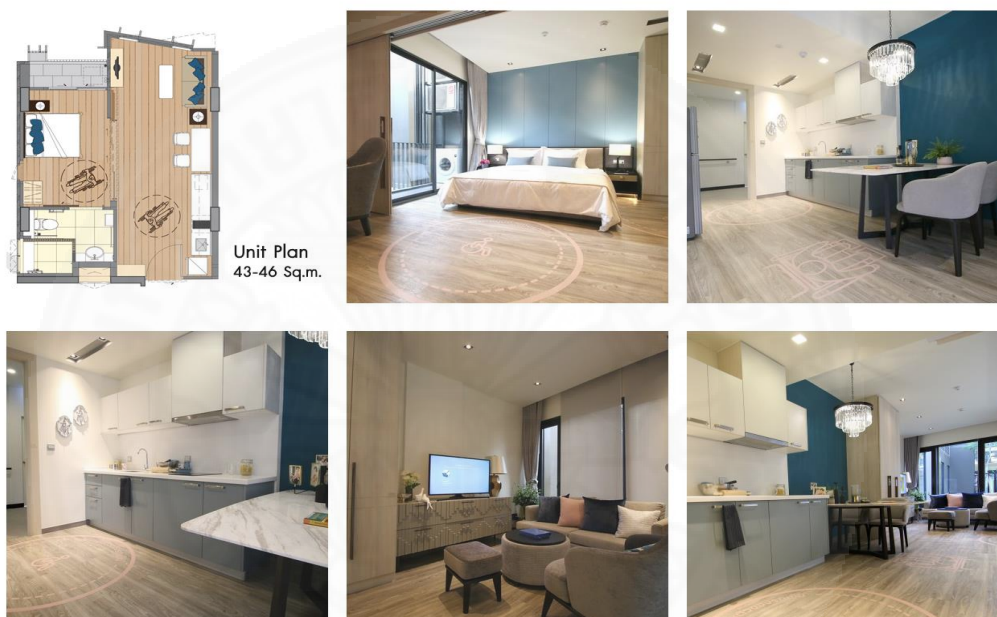
#### ลักษณะโครงการ

โครงการประกอบด้วย 3 ส่วนหลักได้แก่

1. Active Living ส่วนที่พักอาศัยอาคาร Low-rise 7 ชั้น ขนาด 43 ตรม. และ 63 ตรม. จำนวน 13 อาคารรวม 1,300 ยูนิต โดยจะเปิดขาย 2 cluster แรก 500 ยูนิต

2. Aged Care Center อาคารสำหรับผู้สูงอายุที่ต้องการการดูแลเป็นพิเศษ ภายในประกอบด้วย ศูนย์ดูแลผู้สูงอายุแบบรายวัน (Day care) และแบบพักค้างคืน (Nursing Home) คลินิกรักษาโรคทั่วไป และศูนย์กายภาพ

3. Clubhouse & Wellness Center ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน เช่น สปา ฟิตเนส สระว่ายน้ำ และบริการทางการแพทย์เพื่อป้องกัน รักษา และฟื้นฟูด้วยทีมบุคลากรทางการแพทย์ ที่มีความเชี่ยวชาญ



ภาพที่ 3.2 ห้องพักอาศัยโครงการ Jin Wellbeing County

ที่มา: บริษัท Jin Wellbeing County (พฤษภาคม 2560)

**ที่ตั้ง** : ตั้งอยู่บนพื้นที่ 140 ไร่ ริมนนพหลโยธิน รังสิต อ.คลองหลวง จ. ปทุมธานี

**ราคา** : เริ่มต้น 4 ล้านบาท

**กลุ่มเป้าหมาย** : ผู้สูงอายุที่มีรายได้สูง

**จุดเด่น** : โครงการมีขนาดใหญ่และมีความเชี่ยวชาญด้านบริการทางการแพทย์เนื่องจากเป็นโครงการในเครือของโรงพยาบาลธนบุรี ทำให้มีความพร้อมในด้านนี้สูงและมีคุณภาพมาตรฐานสากล ทั้งนี้ในอนาคต มีแผนขยายการก่อสร้างโรงพยาบาลและคอมมูนิตีในพื้นที่โครงการด้วย

**จุดด้อย** : เนื่องจากโครงการมีขนาดใหญ่ ทำให้การดูแลอาจจะไม่ทั่วถึงได้

## 2. Senior Complex กรุงเทพมหานคร

Senior Complex เป็นโครงการที่ให้บริการที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุที่ดำเนินการโดยมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ซึ่งมีการบริการด้านความสะดวกสบาย ความปลอดภัย เพื่อรองรับต่อความต้องการของผู้สูงอายุทั้งกายภาพและจิตใจ โดยในโครงการมีศูนย์ดูแลสุขภาพ และพื้นที่สันทนาการต่างๆ เช่น สนามกีฬา ห้องสมุด และมุมพักผ่อน เป็นต้น ทั้งนี้ทางโครงการมีการกำหนดคุณสมบัติของผู้เข้าพักอาศัยในโครงการ



ภาพที่ 3.3 โครงการ Senior Complex กรุงเทพมหานคร

ที่มา: บริษัท Senior Complex กรุงเทพมหานคร (พฤษภาคม 2560)

### ลักษณะโครงการ

เป็นอาคารอาศัยจำนวน 12 อาคาร รวมจำนวนห้องทั้งหมด 432 ยูนิต โดย 1 อาคารมี 4 ชั้น จำนวน 36 ยูนิต ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ประเภท

- Type A ขนาด 31 ตรม.
- Type B ขนาด 33 ตรม.
- Type C ขนาด 44 ตรม.



ภาพที่ 3.4 ห้องพักโครงการ Senior Complex กรุงเทพมหานคร  
ที่มา: บริษัท Senior Complex กรุงเทพมหานคร (พฤษภาคม 2560)

**ที่ตั้ง** : โครงการมีพื้นที่ทั้งหมด 1,000 ไร่ ตั้งอยู่ ด้านหลังมหาวิทยาลัย  
กรุงเทพมหานคร ถนนเลียบบ คลองทวีวัฒนา เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร

**ราคา** : เริ่มต้น 1.8-2 ล้านบาท

**กลุ่มเป้าหมาย** : ผู้สูงอายุที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป สามารถช่วยเหลือตัวเองได้  
มีฐานะปานกลาง - สูง

**จุดเด่น** : โครงการมีขนาดใหญ่

**จุดด้อย** : มีการกำหนดคุณสมบัติผู้เข้าพักอาศัย รวมถึงเป็นโครงการแรก  
ของมหาลัยในการบริหารงานเกี่ยวกับผู้สูงอายุ

### 3. โครงการ ธนบุรี เฮลท์ วิลเลจ

โครงการนี้เป็นอีกหนึ่งโครงการที่อยู่ภายใต้การดูแลของบริษัทธนบุรี เฮลท์  
แคร์กรุ๊ป มีการดำเนินบริหารงานที่ชำนาญด้านการแพทย์เช่นเดียวกับโครงการ Jwellbeing ซึ่งโครงการ  
นี้ได้มีการออกแบบโดยเน้นแนวคิด อยู่อย่างสุขภาพดีและมีความสุข โดยให้บริการทั้งกายภาพและ  
จิตใจแก่ผู้สูงอายุ





ภาพที่ 3.5 โครงการ ชนบุรี เฮลท์ วิลเลจ  
ที่มา: บริษัท กรุงเทพธนบุรี (พฤษภาคม 2560)

### ลักษณะโครงการ

ภายในโครงการมีทั้งหมด 2 อาคาร รวมทั้งหมด 412 ห้อง โดยแบ่งประเภทห้องออก ดังนี้

- อาคาร A รวม : 206 ยูนิต
  - สตูดิโอ (32 sq.m.) : 196 ยูนิต
  - 1 ห้องนอน (64 sq.m.) : 10 ยูนิต
- อาคาร B รวม : 206 ยูนิต
  - สตูดิโอ (32 sq.m.) : 196 ยูนิต
  - 1 ห้องนอน (64 sq.m.) : 10 ยูนิต



ภาพที่ 3.6 ห้องพักโครงการ ชนบุรี เฮลท์ วิลเลจ  
ที่มา: บริษัท กรุงเทพธนบุรี (พฤษภาคม 2560)

**ที่ตั้ง :** โครงการมีพื้นที่ทั้งหมด 8 ไร่ ตั้งอยู่ โครงการ ธนบุรี เฮลท์ วิลเลจ ประชาอุทิศ 84 ซอยประชาอุทิศ 60/2 แขวงทุ่งครุ เขตทุ่งครุ กรุงเทพฯ

**ราคา :** 62,000 บาท/ตรม. - 1.98 ล้านบาท/ยูนิต

**กลุ่มเป้าหมาย :** กลุ่มผู้สูงอายุ มีฐานะปานกลาง - สูง

**จุดเด่น :** โครงการมีขนาดใหญ่ ไม่มีการกำหนดคุณสมบัติผู้เข้าพักอาศัย มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจด้านการแพทย์ รวมถึงเดินทางสะดวกโดยรถไฟฟ้า

**จุดด้อย :** มีการคิดค่าบริการเพิ่มเติม หากผู้พักอาศัยต้องการเข้าร่วมกิจกรรม พิเศษ เช่น คลาสดนตรี การเดินรำ เป็นต้น

### 3.3.2 การวิเคราะห์คู่แข่งทางอ้อม

นอกเหนือจากธุรกิจโครงการคอนโดสำหรับผู้สูงอายุดังที่กล่าวไปข้างต้นแล้ว ธุรกิจสถานดูแลผู้สูงอายุเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่สามารถให้บริการที่พักอาศัยและให้บริการด้านการแพทย์ ตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งธุรกิจนี้จะเน้นให้บริการทางการแพทย์เป็นสำคัญแก่ผู้สูงอายุที่ไม่สามารถช่วยเหลือตัวเองได้และอยู่ในภาวะพึ่งพาในการใช้ชีวิตประจำวัน หรือฟื้นฟูร่างกาย ยกตัวอย่างเช่น

#### 1. Universal Nursing Home

U.N.H เป็นสถานดูแลสุขภาพผู้สูงอายุและผู้ป่วยระยะฟื้นฟู ซึ่งบริหารงาน โดยโรงพยาบาลรวมชัยประชาวิทย์ โดยเน้นให้บริการดูแลผู้สูงอายุและผู้ป่วยระยะฟื้นฟูตรงตาม มาตรฐานวิชาชีพของแต่ละสาขา เช่น แพทย์, พยาบาลวิชาชีพ, นักกายภาพบำบัด, นักสาธารณสุข, นักโภชนาการ ซึ่งจะมีการบริการห้องพัก 4 แบบ คือห้องรวม ห้องเดี่ยว ห้อง 3 เตียง และห้องคู่



ภาพที่ 3.7 ห้องพักโครงการ Universal Nursing Home

ที่มา: บริษัท Universal Nursing Home

**ที่ตั้ง:** ตำบลบางบ่อ อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ

**กลุ่มเป้าหมาย:** เน้นกลุ่มผู้สูงอายุที่ไม่สามารถช่วยเหลือตัวเองได้ ต้องการที่พึ่งพิงในการใช้ชีวิตประจำวัน หรืออยู่ในสภาวะพักฟื้น

## 2. Chersery Home

Chersery Home เป็นศูนย์ดูแลฟื้นฟูผู้สูงอายุระดับพรีเมียม โดยมีการให้บริการทางการแพทย์ สำหรับผู้ป่วยสูงอายุในรูปแบบระยะยาวและระยะสั้น ตลอด 24 ชั่วโมง โดยเน้นการดูแลทั้งด้านร่างกายและจิตใจ รวมถึงมีกิจกรรมให้ผู้สูงอายุได้เข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ที่เป็นประโยชน์กับตัวผู้สูงอายุ เช่น กิจกรรมดนตรี หัตถกรรม เป็นการนำเอาศิลปะเข้ามาช่วยเรื่องของจิตใจ เป็นต้น



ภาพที่ 3.8 ห้องพักโครงการ Universal Nursing Home

ที่มา: บริษัท Chersery Home

**ที่ตั้ง :** เป็นอาคารขนาด 5 ชั้น เนื้อที่ประมาณ 200 ตารางวา (เจริญสนิทวงศ์ 13) ถนนบางแวก แขวงบางแวก เขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร 10160

**กลุ่มเป้าหมาย :** กลุ่มผู้สูงอายุที่มีรายได้สูงและต้องการดูแล ฟื้นฟูทั้งร่างกาย และจิตใจ

## 3. พรีเมียมโฮมแคร์



พรีเมียมโฮมแคร์เป็นอีกหนึ่งศูนย์ดูแลผู้สูงอายุในการช่วยเหลือการใช้ชีวิตประจำวัน เช่น การทำกายภาพบำบัด รวมถึงสังเกตบันทึกข้อมูลสุขภาพ ฝ้าระวังอาการและการช่วยเหลือเพิ่มเติมอื่นๆ ตามคำสั่งแพทย์ และช่วยส่งเสริมดูแลด้านจิตใจ โดยมีบริการให้เลือกถึง 3 แบบ

1. บริการพยาบาลเยี่ยมบ้าน
2. บริการผู้ดูแลผู้สูงอายุส่วนบุคคล
3. บริการศูนย์ดูแลผู้สูงอายุพรีเมียมโฮมแคร์

**ที่ตั้ง** : ซอยนนทบุรี 42 ถนนสนามบินน้ำ ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง  
จังหวัดนนทบุรี

**กลุ่มเป้าหมาย** : กลุ่มผู้สูงอายุที่ต้องการการดูแลพิเศษและต้องพบแพทย์  
อย่างสม่ำเสมอ

### 3.4 การวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis)

#### 3.3.1 จุดแข็ง (Strengths)

1. ทำเลที่ตั้งของโครงการตั้งอยู่กลางเมือง สะดวกในการเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ และอยู่ติดกับสถานีรถไฟฟ้าสายสีชมพู รวมถึงตั้งอยู่ในสถานที่ชุมชน และอยู่ใกล้สถานที่สำคัญ ยกตัวอย่างเช่น โรงพยาบาลแจ้งวัฒนะ เซ็นทรัลแจ้งวัฒนะ ศูนย์ราชการ ศูนย์แสดงสินค้าเมืองทองธานี

2. เป็นโครงการใหม่ และเป็นทางเลือกใหม่สำหรับกลุ่มผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่เพียงลำพังและมีความกังวลถึงความปลอดภัยของตนเอง รวมถึงต้องการความสะดวกสบายในการใช้ชีวิตประจำวัน และกิจกรรมสันทนาการต่างๆ ให้แก่ผู้สูงอายุในยามว่าง

3. โครงการมีขนาดพอเหมาะ ไม่ใหญ่เกินไปในการให้บริการผู้สูงอายุอย่างมีคุณภาพ รวมถึงมีการรักษาความปลอดภัยอย่างทั่วถึง

4. มีความเชี่ยวชาญในการออกแบบสถาปัตยกรรมเพื่อรองรับทางกายภาพของผู้สูงอายุในการใช้ชีวิตประจำวัน

#### 3.3.2 จุดอ่อน (Weaknesses)

1. เป็นโครงการที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุแบบใหม่ยังไม่เป็นที่รู้จัก และยังไม่มีความชำนาญการบริหารงานในการให้บริการในด้านนี้ ซึ่งต้องมีการวางแผนการตลาดเพื่อประชาสัมพันธ์ลักษณะโครงการ และให้ความรู้ความเข้าใจถึงประโยชน์ที่ผู้เข้าอยู่อาศัยคาดว่าจะได้รับจากโครงการ

2. มีต้นทุนที่สูงในการก่อสร้างสถาปัตยกรรม รวมถึงอุปกรณ์เพื่อรองรับกับกายภาพของผู้สูงอายุ

#### 3.3.3 โอกาส (Opportunities)

1. โครงสร้างทางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปเป็นสู่สังคมผู้สูงอายุ ส่งผลให้ภาครัฐและภาคเอกชนต้องมีการปรับตัวตาม เพื่อรองรับกับบริบทสังคมและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป รวมถึงรองรับกับความต้องการที่เพิ่มมากขึ้นของกลุ่มผู้สูงอายุ ส่งผลดีในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ

2. จากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ที่มีความรักอิสระมากขึ้นและการใช้ชีวิตอย่างสันโดษมากขึ้น ทำให้อัตราการมีบุตรหรือแต่งงานมีการลดลงอย่างต่อเนื่อง ส่งผลต่อความกังวลเมื่อถึงวัยชราจะไม่มีใครดูแล ซึ่งสร้างโอกาสให้แก่ธุรกิจที่ให้บริการผู้สูงอายุที่ต้องการความสะดวกสบายทั้งทางกายและจิตใจหลังเกษียณ

3. นโยบายส่งเสริมการปรับตัวให้รองรับกับจำนวนผู้สูงอายุที่เพิ่มมากขึ้นในแต่ละปีของรัฐบาล โดยรัฐบาลได้ออกนโยบายเพื่อส่งเสริมให้เอกชนตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงนี้ จากการกักขังในดอกเบียดำ หรือ ลดหย่อนค่าสาธารณูปโภค เป็นต้น

4. นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวและให้วีซ่าแบบ Long stay ของรัฐบาล สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ต้องการใช้ชีวิตหลังเกษียณที่ประเทศไทย

5. การแข่งขันในตลาดที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุ ยังมีการแข่งขันที่สูงมากนัก เนื่องจากภาคเอกชนส่วนใหญ่ยังไม่มีปรับตัวเท่าที่ควร เมื่อเทียบกับโครงสร้างทางสังคมที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว

### 3.3.4 อุปสรรค (Threats)

1. ภาวะเศรษฐกิจที่ยังฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป อาจส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจในการซื้อของผู้บริโภค และความกังวลต่อค่าครองชีพที่สูงขึ้นด้วยเช่นกัน

2. ธุรกิจที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุมีแนวโน้มที่จะขยายตัวมากขึ้น มีผู้แข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้น ส่งผลให้ผู้บริโภคมีโอกาสเลือกเพิ่มมากขึ้นด้วยเช่นกัน

## บทที่ 4

### แผนการตลาด

ในการดำเนินกลยุทธ์ของทางบริษัทนั้น จะมีการใช้นโยบายแบบ Focused Differentiation เพื่อสร้าง Brand Awareness ให้แก่ลูกค้า และสามารถทำให้ลูกค้ารับรู้ถึงความแตกต่างของที่פקอาศัยสำหรับผู้สูงอายุ ได้เมื่อเทียบกับคู่แข่ง โดยจะดำเนินกลยุทธ์ตามปัจจัยต่างๆ ดังนี้

#### 4.1 การแบ่งส่วนตลาด

##### 4.1.1 การแบ่งเกณฑ์ภูมิศาสตร์ (Geographic Segmentation)

ผู้อำนวยการสำนักงานสถิติแห่งชาติเปิดเผยผลการสำรวจภาวะการทำงานของประชากร พ.ศ. 2560 พบว่า มีจำนวนผู้สูงอายุที่ทำงานประมาณ 4 ล้านคน หรือคิดเป็น 35.8% ของจำนวนผู้สูงอายุทั้งสิ้น 11 ล้านคน โดยมีจำนวนประชากรผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครประมาณ 3 แสนคน

##### 4.1.2 การแบ่งเกณฑ์ประชากรศาสตร์

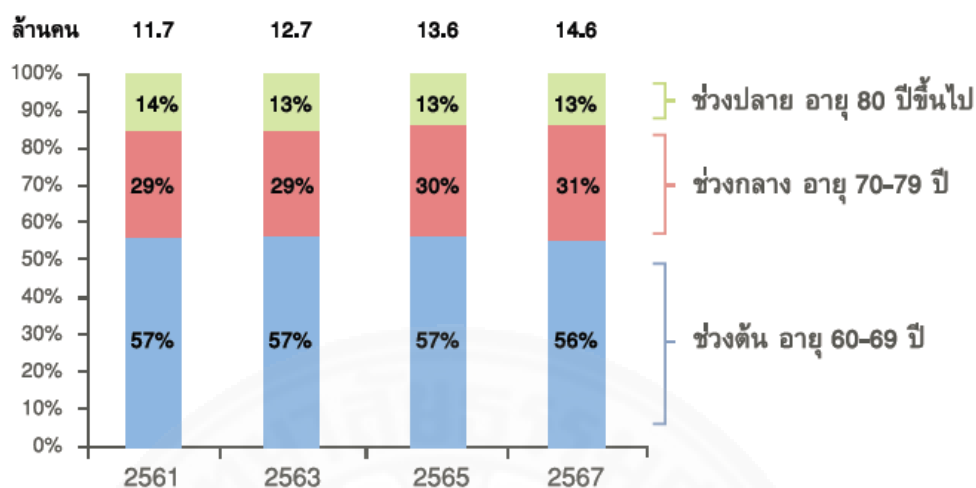
ทางโครงการได้มีการมุ่งนำเสนอผลิตภัณฑ์แก่กลุ่มลูกค้าที่มีอายุสูงเป็นหลัก โดยจะมีการแบ่งสัดส่วนตลาดตามประชากรศาสตร์ตามปัจจัยดังนี้

##### ปัจจัยด้านอายุ แบ่งออกเป็น 2 ช่วงอายุ

1. ช่วงอายุ 50-59 ปี เป็นช่วงผู้สูงอายุที่กำลังวางแผนการใช้ชีวิตหลังเกษียณ หรือ Pre-aging ที่กำลังเตรียมความพร้อมให้กับตนเองก่อนเป็นผู้สูงวัย ในอนาคตเพื่อไม่ให้เป็นภาระกับลูกหลาน นอกจากนี้จากงานวิจัยของ สุธาสินี สุตแสน (2549) ที่ศึกษาเรื่องการเตรียมการด้านที่อยู่อาศัยในอาคารชุด ได้มีการเปรียบเทียบเกี่ยวกับการย้ายที่อยู่อาศัยของผู้สูงอายุ พบว่า ในช่วงอายุ 55-59 ปี เป็นช่วงอายุที่บุคคลต้องการย้ายที่อยู่อาศัยมากกว่าช่วงอายุอื่นๆ ถึงร้อยละ 46.5 ของบุคคลที่อยู่ในช่วงอายุนั้นๆ

2. ช่วงอายุ 60 ปีขึ้นไป เป็นช่วงของผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณ ซึ่งผลจากการสำรวจประชากรไทยจากสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่าจำนวนประชากรผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ปี ขึ้นไป มีจำนวน 11.3 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 16.7 ของประชากรทั้งหมด โดยสามารถแบ่งกลุ่มผู้สูงอายุออกได้อีกเป็น 3 ช่วงวัย คือ ผู้สูงอายุวัยต้น (อายุ 60-69 ปี) ผู้สูงอายุวัยกลาง (อายุ 70-79 ปี) ผู้สูงอายุวัยปลาย (อายุ 80 ปีขึ้นไป) พบว่าร้อยละ 57.4 ของประชากรผู้สูงอายุ เป็นผู้ที่มีอายุอยู่ในช่วงวัยต้น อีกทั้งจำนวนประชากรผู้สูงอายุ ยังมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากร้อยละ 14.9 ในปี พ.ศ. 2557 และเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 16.7 ในปี พ.ศ. 2560

## สัดส่วนผู้สูงอายุไทยในแต่ละช่วงอายุ



ภาพที่ 4.1 สัดส่วนผู้สูงอายุไทยในแต่ละช่วง

ที่มา: NESDB รวบรวมโดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2560)

### ปัจจัยด้านสถานภาพ

สถานภาพโสด ซึ่งจากการสำรวจประชากรสูงอายุของสำนักงานสถิติแห่งชาติในปี พ.ศ. 2554 และ พ.ศ. 2557 พบว่าจากการเพิ่มขึ้นของประชากรผู้สูงอายุอยู่ที่ร้อยละ 8.6 และ 8.7 ตามลำดับ ทำให้โครงสร้างทางสังคมของไทยได้เปลี่ยนแปลงไป ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป คือ กลุ่มที่ต้องใช้ชีวิตเพียงลำพังสูงสุดประมาณ 1.2 ล้านคน อย่างไรก็ตามประชากรผู้สูงอายุมีแนวโน้มการอยู่อาศัยเพียงลำพังมากขึ้นอีก และยังพบอีกว่า ยิ่งอายุสูงขึ้นยิ่งมีอัตราการอาศัยอยู่เพียงลำพังเพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 10.8 ในปี พ.ศ. 2560 นอกจากนี้ยังพบอีกกว่าร้อยละ 56.6 ของจำนวนประชากรผู้สูงอายุไม่มีปัญหาเกี่ยวกับการต้องอาศัยอยู่คนเดียว (ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ พ.ศ. 2550)

### ปัจจัยด้านสุขภาพ

1. สุขภาพแข็งแรงสามารถช่วยเหลือตัวเองได้ จากการสำรวจพฤติกรรมการดูแลผู้สูงอายุของสำนักงานสถิติแห่งชาติในปี พ.ศ. 2560 พบว่า มีจำนวนผู้สูงอายุที่ออกกำลังกายเป็นประจำถึงร้อยละ 21

2. ไม่สามารถช่วยเหลือตัวเองได้ ต้องมีผู้ดูแลอย่างใกล้ชิด ซึ่งสิทธิในสวัสดิการรักษายาบาลหลักที่ได้รับส่วนใหญ่ เป็นสิทธิมาจากบัตรประกันสุขภาพถ้วนหน้า สิทธิข้าราชการหรือข้าราชการบำนาญ และสิทธิประกันสังคมหรือกองทุนเงินทดแทน มีเพียงร้อยละ 0.8 ของผู้สูงอายุเท่านั้นที่ไม่มีสวัสดิการค่ารักษายาบาลหลัก

นอกจากนี้จากการศึกษางานวิจัยของภรณ์ธิดา เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง พบว่า มีผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีเงินสะสมสำหรับวัยเกษียณมากกว่า 3,000,000 บาท มีแนวโน้มที่จะซื้อที่อยู่อาศัยสำหรับพึ่งพาตนเองในอนาคตมากที่สุด

#### 4.1.3 การแบ่งส่วนตลาดตามจิตวิทยา

การประเมินตลาดในส่วนนี้ จะเป็นการพิจารณาถึงความสนใจและความคิดเห็นของกลุ่มของผู้สูงอายุ ซึ่งจากผลการวิจัยวิทยานิพนธ์ของนางสาว เลิศหญิง หิรัญโร เรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการรับสื่อ การเปิดรับสื่อ และพฤติกรรมการบริโภคสินค้าและบริการของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร พบว่าพฤติกรรมของผู้สูงอายุสามารถแบ่งออกได้เป็น 8 กลุ่ม ดังนี้

1) **กลุ่มอนุรักษ์นิยม** เป็นกลุ่มที่มีความคิดในเชิงบวกต่อสังคม ยึดหลังการดำเนินชีวิตตามหลักประเพณี โดยมองว่า ลูกควรมีหน้าที่ดูแลพ่อแม่เมื่ออยู่ในวัยชรา การมีเพศสัมพันธ์ก่อนแต่งงานเป็นเรื่องที่ไม่เหมาะสม รวมถึงมองว่าไม่มีใครแก่เกินเรียน การมีอายุที่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ และร่างกายที่เสื่อมสภาพเป็นเรื่องธรรมชาติ ของมนุษย์ ให้ความสำคัญกับหน้าที่การงาน แม้เกษียณอายุไปแล้ว ชอบใช้เวลาส่วนใหญ่กับครอบครัว

2) **กลุ่มชอบกิจกรรม** กลุ่มนี้มีการดำเนินชีวิตแบบชอบทำกิจกรรมต่างๆ เช่น การดูโทรทัศน์ ดูหนังฟังเพลง เข้าร่วมงานสังสรรค์ นิยมบริโภคสื่อต่างๆ รวมถึงชอบพบปะเพื่อนฝูง และทำกิจกรรมนอกบ้านเป็นประจำ ถือเป็นผู้สูงอายุที่มีความกระฉับกระเฉงและกระตือรือร้น

3) **กลุ่มหัวก้าวหน้า** เป็นกลุ่มผู้ที่มีความทันสมัยด้านไอที สนใจเรื่องเทคโนโลยี ชอบความท้าทาย หรือเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ เรียกได้ว่าเป็นกลุ่มคนที่มีแนวคิดสมัยใหม่ อัปเดตข่าวสารใหม่หรือแฟชั่นใหม่เป็นประจำ

4) **กลุ่มสุขนิยม** กลุ่มนี้มีรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบเน้นการมีความสุขในชีวิต สามารถยอมรับความเป็นจริงของชีวิตและมองว่าการเป็นผู้สูงอายุเป็นเรื่องที่ดี มีความอิสระ พร้อมเผชิญหน้ากับความเจ็บป่วย ไม่กลัวที่จะต้องอาศัยในบ้านพักคนชรา หรือรู้สึกว่าการถูกสังคมทอดทิ้ง

5) **กลุ่มที่ห่วงใยดูแล** เป็นกลุ่มที่ชอบดูแลตัวเองและดูแลผู้อื่น เช่นการดูแลสุขภาพ หลีกเลี่ยง การเลี้ยงสัตว์ การไปตรวจสุขภาพอย่างสม่ำเสมอ การออกกำลังกายเพื่อดูแลตัวเอง การรับประทานของที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย รวมถึงการรับประทานอาหารเสริม

6) **กลุ่มที่ยึดถือศาสนา** เน้นการดำเนินชีวิตตามหลักศาสนา โดยมีความเชื่อตามคำสอนและนำมาเป็นเครื่องยึดเหนี่ยว จิตใจในการดำเนินชีวิต รวมถึงมีการเข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนาต่างๆ เช่น เข้าวัดปฏิบัติธรรม อ่านหนังสือธรรมะ



7) **กลุ่มแบบพ่อบ้านแม่เรือน** กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่กับบ้าน ชอบในการทำงานบ้านต่าง เช่น ทำอาหาร จัดระเบียบบ้านให้เรียบร้อย ชอบทำกิจกรรมภายในบ้าน เป็นพ่อบ้านแม่เรือน

8) **กลุ่มที่มองโลกในแง่ร้าย** กลุ่มนี้ไม่สามารถยอมรับความแก่ชราได้ มองว่าตนเองในแง่ลบ หรือมองว่าผู้สูงอายุคือ กลุ่มคนที่ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงตนเองหรือเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ได้ ไม่สนใจการเปลี่ยนแปลงของสังคมหรือสิ่งรอบข้าง และมองว่าครอบครัวมักจะไม่ให้ความสำคัญกับผู้สูงอายุ

#### 4.1.4 การแบ่งส่วนตลาดตามพฤติกรรมศาสตร์

การพิจารณาถึงพฤติกรรมของกลุ่มผู้สูงอายุ สามารถแบ่งออกเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นภายในที่อยู่อาศัยกับพฤติกรรมที่กระทำในภายนอกที่พักอาศัย ดังนี้

1. พฤติกรรมในที่พักอาศัย กลุ่มนี้จะเป็นผู้สูงอายุส่วนใหญ่จะทำกิจวัตรประจำวัน ภายในที่พักอาศัยของตนเอง จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพบว่า กิจกรรมที่ทำบ่อยสุดในแต่ละวันมีดังนี้

- ทำอาหารในตอนเช้า สำหรับมื้ออาหาร เช้า กลาง และเย็น
- ดูโทรทัศน์เป็นช่วงๆที่มีรายการบันเทิง รายการตลก จากช่อง 3 และช่องเวิร์คพอยท์และดูละครหลังข่าวจากช่อง 3 และดูหนังหรือดูซีรีส์เกาหลีจากทางอินเทอร์เน็ต
- ทำงานที่ที่พักอาศัย เช่น ภูบ้าน รดน้ำต้นไม้ เป็นต้น
- นอนพักกลางวัน และมีการเล่นอินเทอร์เน็ตเกือบจะทุกชั่วโมง โดยใช้งานแอปพลิเคชัน Facebook และ Line มากที่สุด

2. พฤติกรรมภายนอกที่พักอาศัย เป็นกลุ่มที่ใช้เวลาส่วนใหญ่ในการทำกิจกรรมภายนอกที่พักอาศัย โดยกิจกรรมที่ทำบ่อยสุดจะมีดังนี้

- ออกกำลังกายทั้งตอนเช้า ตอนเย็นในสวนสาธารณะ และมีการพบปะพูดคุยกับเพื่อนๆ ในสวนสาธารณะ ภายหลังจากออกกำลังกาย รวมถึงเข้าร่วมกิจกรรมออกกำลังกายต่างๆ ที่ภาคเอกชนและภาครัฐเป็นผู้จัด เช่น กิจกรรมวิ่งมาราธอน
- ออกไปรับประทานอาหารมื้อกลางวันตามห้างสรรพสินค้า และเดินซื้อหรือดูสินค้าต่างๆ ภายในห้าง โดยจะไปห้างสรรพสินค้าที่อยู่ใกล้ๆ ที่ที่พักอาศัยเป็นประจำ อย่างเช่น ห้างเซ็นทรัล หรือห้างเดอะมอลล์ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์
- เข้าร่วมกิจกรรมสังสรรค์ พบปะเพื่อนสูงเป็นประจำ ประมาณ 1-2 ครั้งต่อเดือน เช่นงานเลี้ยงรุ่น งานเลี้ยงเกษียณอายุ รวมถึงท่องเที่ยวต่างจังหวัด

## 4.2 การกำหนดเป้าหมาย

กลุ่มผู้สูงอายุในช่วงอายุ 50-69 ปี เป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก ซึ่งถือเป็นกลุ่มผู้สูงอายุที่กำลังจะเกษียณอายุ และเป็นกลุ่มที่อยู่ในช่วงเริ่มต้นของวัยหลังเกษียณอายุ ที่สำคัญคือเป็นกลุ่มที่สามารถดำเนินชีวิตแบบพึ่งพาและดูแลตนเองได้ มีอิสระในการตัดสินใจ หรือมีอำนาจในการใช้จ่าย ไม่จำเป็นต้องมีคนคอยดูแลอย่างใกล้ชิด มีสถานภาพอยู่ตามลำพัง เช่น โสดหรือหย่าร้าง หรือแยกกันอาศัยอยู่กับบุตร มีรายได้ต่อเดือน 80,000 บาทขึ้นไป ในช่วงวัย 50-69 ปี เป็นช่วงที่อยู่ในช่วงปลายของการทำงานหนักมาทั้งชีวิต ต้องการการพักผ่อนในวัยหลังเกษียณ ดังนั้น ผู้สูงอายุกลุ่มนี้จะมีพฤติกรรมที่ให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายในชีวิตประจำวัน และให้ความสำคัญในการดูแลสุขภาพตัวเอง และยินดีในการใช้จ่ายหรือบริโภคสินค้าที่ออกแบบมาเพื่อผู้สูงอายุ นอกจากนี้ ยังเป็นผู้ที่มีทัศนคติเชิงบวก สามารถเปิดรับและเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ได้ดี และมีความสุขในการกับการใช้ชีวิตในช่วงสูงวัย ชอบทำกิจกรรม รวมถึงใส่ใจดูแลสุขภาพของตนเองด้วย

## 4.3 การวางจุดยืนทางการตลาด

สามารถกำหนดจุดยืนทางการตลาดของ Be Senior Service Apartment เมื่อเทียบกับคู่แข่งทางการตลาดได้โดยใช้หลักเกณฑ์ที่สำคัญ คือ ทำเลที่ตั้ง และด้านบริการ ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของกลุ่มเป้าหมาย โดยมีรายละเอียดการจัดวางตำแหน่งได้ ดังนี้

ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ หมายถึง ทำเลที่ตั้งที่สอดคล้องกับความต้องการหลักของกลุ่มผู้สูงอายุเป้าหมาย ที่ต้องการเลือกซื้อที่พักอาศัยเพื่อพึ่งพาตัวเองให้ได้มากที่สุดในการดำเนินชีวิตประจำวัน เนื่องจากทางโครงการมีทำเลที่ตั้งติดรถไฟฟ้าสายสีชมพู สะดวกสำหรับการคมนาคมไปในที่ต่างๆ อย่างเช่น ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลแจ้งวัฒนะ ศูนย์จัดแสดงสินค้าและการแสดงเมืองทองธานี หรือในกรณีฉุกเฉินสามารถเดินทางไปโรงพยาบาลมงกุฎวัฒนะ โรงพยาบาลเว็ลด์ เมดิเคิล ที่อยู่ใกล้ๆ ได้อย่างสะดวก

ปัจจัยด้านการบริการเพื่อผู้สูงอายุที่ครบวงจร หมายถึง การให้บริการต่างๆ ที่สอดคล้องต่อความต้องการพื้นฐานทางร่างกาย เช่น บริการด้านสุขภาพเบื้องต้น นอกจากนี้ยังให้บริการด้านพิเศษในด้านจิตใจ อย่างเช่น การบริการด้านการท่องเที่ยว กิจกรรมทัศนนาการ กิจกรรมเสริมการเรียนรู้ต่างๆ เพราะสำหรับผู้สูงอายุแล้วนั้น ผู้สูงอายุยังมีความต้องการทางด้านสังคม การอยู่ร่วมกับกลุ่มคนวัยเดียวกัน จะช่วยให้ผู้สูงอายุไม่รู้สึกเหงา ทั้งนี้ยังรวมถึงการออกแบบที่อยู่อาศัยและอำนวยความสะดวกสบายภายในที่พักให้เหมาะสมต่อความต้องการของผู้สูงอายุอีกด้วย

อย่างไรก็ตาม เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยดังกล่าวกับทางคู่แข่งแล้ว จะเห็นได้ว่าทางโครงการอื่นๆ มีทำเลที่ตั้งของโครงการ ที่ห่างไกลจากตัวเมืองเป็นอย่างมาก ไม่สามารถเดินทางด้วยรถไฟฟ้าได้ จำเป็นต้องเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวหรือรถสาธารณะเท่านั้น ซึ่งอาจจะไม่สะดวกสำหรับผู้สูงอายุในการเดินทาง รวมถึงยังมีความห่างไกลกับสถานที่ต่างๆ อย่างเช่น ห้างสรรพสินค้า ตลาด เป็นต้น

#### 4.4 ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix)

##### 4.4.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

Be Senior Service Apartment เป็นธุรกิจให้บริการอพาร์ทเมนท์แบบครบวงจร เพื่อรองรับการเติบโตของกลุ่มผู้สูงอายุในอนาคต โดยเป็นกลุ่มที่สุขภาพแข็งแรง สามารถพึ่งพาตัวเองได้ แต่มีความต้องการที่จะย้ายถิ่นฐาน เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายในชีวิตหลังวัยเกษียณ

##### แนวความคิดโครงการ

ทางโครงการมีแนวความคิดการให้บริการอาคารสำหรับพักอยู่อาศัย ซึ่งจะมีบริการต่างๆ เหมือนโรงแรม แต่จะเป็นปล่อยเช่าในระยะยาวเป็นรายปี ซึ่งการให้บริการต่างๆ จะมีลักษณะเป็นกันเองและใกล้ชิด ให้ความรู้สึกเหมือนอาศัยอยู่บ้านมากกว่าการอาศัยอยู่โรงแรม หรืออพาร์ทเมนท์ เหมาะสำหรับกลุ่มลูกค้าลักษณะ Active Retirement Community ซึ่งทำเลที่ตั้งของโครงการตั้งอยู่ในซอยแจ้งวัฒนะ 23 ระยะประมาณ 400 เมตร บริเวณรอบๆ เป็นแหล่งชุมชน ใกล้ห้างสรรพสินค้า และโรงพยาบาล เน้นความสะดวกสบายในการเดินทาง

##### การวางผังโครงการ

โดยการการศึกษาข้อมูลพบว่า ขนาดห้องที่เหมาะสม ควรมีขนาดประมาณ 30 ตารางเมตร และจากการสำรวจพฤติกรรมผู้สูงอายุพบว่า ผู้สูงอายุส่วนใหญ่อาศัยอยู่ตามลำพัง 1-2 คน ทางบริษัทจึงให้มีรูปแบบห้องพัก 2 แบบหลัก คือ ห้องพักแบบสตูดิโอ และแบบ 1 ห้องนอน โดยรายละเอียดจะกำหนดตามตารางที่ 4.1 รูปแบบห้องพัก

อาคารก่อสร้างเป็นอาคารสูงไม่เกิน 8 ชั้น มีห้องพักทั้งหมด 98 ยูนิต มีผังโครงการเป็นรูปตัวยู ประกอบไปด้วย ห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวก สวนพักผ่อน สระว่ายน้ำ และที่จอดรถชั้นใต้ดิน รวมพื้นที่ใช้สอยภายในอาคารทั้งหมด 4,151 ตร.ม. ไม่รวมที่จอดรถ โดยพื้นที่ในแบ่งออกดังนี้

## ตารางที่ 4.1

## การวางแผนโครงการ

ชั้นที่	ลักษณะ
ชั้นใต้อาคาร	คิดเป็นพื้นที่ใช้สอยประมาณ 900 ตร.ม. จอดได้ 57 คัน ไม่รวมจอดซ้อนคัน
ชั้นที่ 1	จะเป็นพื้นที่ส่วนกลางสำหรับต้อนรับลูกค้า และโถงรับรอง คิดเป็นพื้นที่ 636 ตร.ม. รวมถึงมีพื้นที่ออฟฟิศประมาณ 250 ตร.ม. และห้องน้ำส่วนกลางประมาณ 30 ตร.ม.
ชั้นที่ 2	จะแบ่งพื้นที่ออกเป็นพื้นที่ส่วนกลางสำหรับห้องออกกำลังกายและอื่นๆ รวมพื้นที่ 385 ตร.ม. และสระว่ายน้ำและสวนย่อมคิดเป็นพื้นที่ 139 ตร.ม. พื้นที่ที่พักผ่อนรวม 392 ตร.ม.
ชั้นที่ 3-8	จะเป็นพื้นที่ที่อยู่อาศัย 100% คิดเป็นพื้นที่ชั้นละ 777. ตรม.

**แนวคิดการออกแบบห้องพัก**

1) อาคารมีรูปแบบทันสมัยเรียบง่าย เหมาะสำหรับไลฟ์สไตล์ผู้สูงอายุ คือนั้นบรรยากาศและช่องแสงธรรมชาติ ทั้งสถานที่ภายในและภายนอกอาคาร บรรยากาศภายในเน้นโทนสีอบอุ่น ให้ความรู้สึกสงบ บริเวณชั้นล่างมีห้องโถงรับรองสำหรับผู้ที่มาพบ เป็นบริเวณเปิดโล่ง ให้ความรู้สึบาย

2) การออกแบบพื้นที่ภายในห้อง คือ แปลนห้องเน้นพื้นที่เป็นห้องกระจกแต่สามารถรับอากาศและแสงได้ ตรงนี้เพื่อให้ผู้สูงอายุได้นั่งพักผ่อนเพื่อความผ่อนคลาย โดยห้องที่ใช้เป็นเวลานาน อย่างห้องนั่งเล่น จะอยู่ในทิศที่ไม่เจอแสงแดดโดยตรง อย่างเช่นเหนือกับใต้

วัสดุอุปกรณ์ภายในห้องออกแบบโดยใช้หลักให้เหมาะกับการใช้ชีวิตของผู้สูงอายุ เช่น การออกแบบพื้นที่ภายในห้องให้มีพื้นที่ว่างขนาดเพียงพอสำหรับวิลแชร์ เพื่อกลับตัวได้ และพื้นแบบลดแรงกระแทก และเป็นพื้นเรียบทั้งหมด

## ประเภทห้องพักอาศัย

ตารางที่ 4.2

รูปแบบห้องพักแต่ละประเภท

ประเภทห้องพัก	พื้นที่ (ตร.ม.)	จำนวนห้อง
ห้อง Studio Plus		
Type-A	28	6
Type-B	34.5	50
ห้อง 1 Bedroom		
Type-C	42.5	7
Type-D	56	35
<b>รวม</b>		98

### 1. ห้องพักแบบ Studio Plus

มีจำนวนทั้งหมด 56 ยูนิต โดยมีขนาด 28-34.5 ตร.ม. เหมาะสำหรับผู้ที่พักอาศัยคนเดียว ต้องการพื้นที่ไม่ใหญ่เกินไป เป็นการออกแบบพื้นที่ใช้สอยให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยมีการรวมพื้นที่ห้องรับแขก และห้องนอนไว้ในพื้นที่เดียวกัน แต่มีบานประตูกระจกขนาดใหญ่กันระหว่างห้อง สามารถปรับพื้นที่ได้เอง เหมาะสำหรับผู้พักอาศัยคนเดียวที่ต้องการพื้นที่แบบเปิดโล่ง

### 2. ห้องพักแบบ 1 ห้องนอน

มีจำนวนทั้งหมด 42 ยูนิต โดยมีขนาด 42-56 ตร.ม. เหมาะสำหรับผู้ที่พักอาศัย 1-2 คน ต้องการพื้นที่ที่มีขนาดกว้างขึ้น แบ่งออกเป็น 1 ห้องนอน 1 ห้องน้ำ มีการจัดโซนพื้นที่แบ่งเขตห้องอย่างเป็นสัดส่วนชัดเจน ห้องนอนและห้องรับแขกแยกออกจากกัน เหมาะสำหรับที่พักอาศัยคนเดียวหรือ 2 คน และชอบความเป็นสัดส่วนของพื้นที่

### การออกแบบห้องพักอาศัย

ทางโครงการได้ออกแบบห้องพักเพื่อตอบสนองต่อกลุ่มผู้สูงอายุให้ได้มากที่สุด โดยจะเน้นในด้านกายภาพ เพื่อให้ผู้สูงอายุมีความสะดวกสบายและความปลอดภัยในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน นอกเหนือจากการออกแบบโครงสร้างตัวอาคารและห้องพักอาศัยแล้ว ทางโครงการยังได้คัดสรรวัสดุและผลิตภัณฑ์คุณภาพสูง ซึ่งจะพิจารณาถึงประโยชน์ในการใช้งานจริง และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้จริง โดยการออกแบบห้องพักอาศัยจะเน้นถึงความปลอดภัยและความสะดวกสบายเป็นหลักสำคัญ ดังนี้

### การออกแบบห้องน้ำสำหรับผู้สูงอายุ

- คำนึงถึงความฝืดของพื้นในห้องน้ำและห้องครัว ที่มีการปูพื้นด้วยกระเบื้องชนิดที่กันลื่นได้ อย่าง กระเบื้องยางเกรด R9 ขึ้นไป
- การติดตั้งราวจับในระดับ 80 – 90 เซนติเมตร ตั้งแต่ทางเข้าห้องน้ำไปจนถึงชักโครกหรือจุดอาบน้ำ สำหรับการยึดจับแทนการไปจับอุปกรณ์สุขภัณฑ์อื่น อย่างเช่น อ่างล้างหน้าหรือราวแขนผ้า เพราะสุขภัณฑ์เหล่านี้อาจหลุดออกมาและเป็นอันตรายได้
- ประตูห้องน้ำควรเป็นแบบที่เปิดได้จากภายนอก หรือเป็นบานแบบเปิดออกจากห้องน้ำ

### การออกแบบความปลอดภัยในทางกายภาพ

งการใช้พื้นที่ต่างระดับ แต่มีการทำทางลาดควบคู่กันไปในทุกตำแหน่งที่มีการเปลี่ยนระดับแทน โดยมีการออกแบบให้ความลาดชันของทางลาดต้องไม่เกิน 1 : 12 หมายความว่า หากพื้นที่ต่างระดับ 1 เมตร ต้องมีทางลาดยาว 12 เมตร เป็นต้น เนื่องจากทางโครงการได้คำนึงถึงร่างกายผู้สูงอายุที่อาจจะไม่อำนวยต่อการยกเท้าเดิน หรือจังหวะการย่างเท้าที่แตกต่างกับคนวัยหนุ่มสาว

### การออกแบบการใช้สีและแสง

ความสว่างที่ไม่จ้าเกินไป เนื่องจากผู้สูงอายุนั้นจะมีสายตาที่ตอบรับกับแสงสว่างช้ากว่าคนปกติทั่วไป ทางโครงการจึงตกแต่งห้องให้ใช้แสงสว่างจากธรรมชาติให้มากที่สุด และติดตั้งหลอดไฟที่มีแสงนวลตา อย่างแสงสีส้ม หรือ สีโทนเหลือง เพื่อถนอมสายตาของผู้สูงอายุ รวมถึงมีการใช้ปุ่มสวิตช์ไฟขนาดใหญ่เพื่อให้เห็นง่ายชัดเจนและสะดวกในการใช้งาน

ทางโครงการได้มีการเลือกใช้สีที่ตัดกันอย่างเห็นได้ชัด ในส่วนพื้นที่ที่มีการเปลี่ยนระดับ หรือระหว่างผนัง ทางเข้า ออก รวมถึงเสา สิ่งกีดขวางต่างๆ รวมถึงหลีกเลี่ยงการใช้สี ฟ้ำ เขียว และม่วง ซึ่งเป็นสีที่คล้ายคลึงกันในสายตาของผู้สูงอายุ

### วัสดุและอุปกรณ์มาตรฐานภายในห้องพัก

ระบบไฟฟ้าภายในห้องนอนและห้องน้ำ จะทำงานอัตโนมัติเมื่อลุกขึ้นจากเตียง โดยจะค่อยๆ สว่างขึ้นเมื่อผู้สูงอายุวางเท้าลงบนพื้นข้างเตียงเพื่อนำทางไปสู่ห้องน้ำ และเมื่อเดินกลับมาที่เตียงและเอนตัวลงนอน ไฟจะค่อยๆ หรือลงจนปิดไปเอง

ปุ่มกดฉุกเฉินทั้งบริเวณหัวเตียง ห้องน้ำ และบริเวณห้องนั่งเล่น สำหรับเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉิน และต้องการความช่วยเหลือ พนักงานจะพาไปห้องพยาบาลเพื่อรักษาอาการเบื้องต้น หากเกิดเหตุร้ายแรงพนักงานจะนำส่งโรงพยาบาลที่ใกล้ที่สุดทันที คือ โรงพยาบาลเว็รด์เมดิเคิล

บริเวณประตูด้านในห้องพัก จะมีที่บอร์ดขนาด A4 ที่แสดงประวัติด้านสุขภาพของผู้ เข้าพักโดยละเอียด เช่น ปัญหาสุขภาพ ปัญหาหรือข้อจำกัดด้านร่างกาย การแพทย์ เป็นต้น รวมถึงจอคอมพิวเตอร์ ระบบ Touch screen สำหรับบอกรายละเอียดประวัติเจ้าของห้อง และใช้

สำหรับ จอควิบริการต่างๆ ของโครงการ ผ่าน Application ระบบจะทำการบันทึกและส่งข้อมูลไปที่พนักงานบริการลูกค้า เพื่อทำการนัดหมายบริการต่างๆ

### **ด้านการบริการภายในโครงการ**

นอกเหนือจากการจัดการทางด้านสถาปัตยกรรมที่ออกแบบเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้สูงอายุทางกายภาพแล้ว ทางโครงการยังได้มีการอำนวยความสะดวกทางด้านจิตใจ และการจัดกิจกรรมต่างๆ โดยทางโครงการเห็นว่า ผู้สูงอายุยังมีความต้องการทางด้านสังคมอยู่ การอยู่ร่วมกับผู้ที่มีอายุในวัยเดียวกันยังเป็นอีกเหตุผลหนึ่งที่ทำให้ผู้สูงอายุตัดสินใจซื้อที่พักอาศัยใหม่ การจัดกิจกรรมต่างจะทำให้ผู้ที่อยู่อาศัยในโครงการไม่รู้สึกละโดดเดี่ยว ไม่รู้สึกเหงา และคนที่อาศัยอยู่ร่วมกันในโครงการมีความเข้าอกเข้าใจกันเนื่องจากเป็นบุคคลในวัยเดียวกัน โดยจะแบ่งการให้บริการต่างๆ ออกดังนี้

#### **บริการสันทนาการ**

- กิจกรรมออกกำลังกาย
- กิจกรรมเรียนรู้ต่างๆ เช่น ดนตรี วาดรูป เต้นรำ หรือทำอาหาร
- Co- working Space
- สระว่ายน้ำ
- สวนพักผ่อน

#### **บริการเสริมพิเศษ**

- บริการซักอบรีด
- บริการแม่บ้านทำความสะอาด
- บริการผู้ช่วยส่วนตัว
- บริการรถรับ-ส่ง

#### **บริการทางการแพทย์**

- ทางโครงการจะมีบริการรับส่งโรงพยาบาลตลอด 24 ชั่วโมงในกรณีที่ผู้อยู่อาศัยเกิดเหตุฉุกเฉิน ซึ่งทางโครงการสามารถบริการรถได้อย่างทันที่ทั้งที่ในการนำส่งโรงพยาบาลที่ใกล้ที่สุด

- บริการพบแพทย์ โดยจะมีแพทย์ผู้ชำนาญทาง เข้ามาตรวจสุขภาพและรักษาโรคทั่วไปให้ผู้สูงอายุในโครงการเป็นประจำสัปดาห์ละ 2 ครั้ง และมีโปรแกรมตรวจสุขภาพประจำปี

- ทางโครงการมีพยาบาลประจำตลอด 24 ชม. เพื่อบริการอาการเจ็บป่วยที่ไม่ร้ายแรง หรือรักษาอาการเบื้องต้น

### บริการด้านความปลอดภัย

- มีพนักงานรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชม.
- ติดกล้อง CCTV โดยรอบ ทั้งภายในและภายนอกอาคาร และจอ Monitor ตรวจสอบความปลอดภัยตลอด 24 ชม.
- ภายในอาคาร เข้า-ออกด้วยระบบคีย์การ์ด มีการแบ่งแยกส่วนที่ชัดเจนในการเข้าไปในพื้นที่พักอาศัย

#### 4.4.2 กลยุทธ์ด้านราคา

จากการวิเคราะห์และสัมภาษณ์ถึงพฤติกรรมของผู้สูงอายุกลุ่มนี้แล้ว พบว่าผู้สูงอายุจะพิจารณาอย่างละเอียดถึงความคุ้มค่าและประโยชน์ของสินค้าและบริการ ก่อนตัดสินใจเช่าพักที่อยู่อาศัย โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อราคามากที่สุดคือ เรื่องที่ตั้งของโครงการและคุณภาพของโครงการ หากราคามีความเหมาะสมกับที่อยู่อาศัยแล้ว ทางกลุ่มผู้สูงอายุกลุ่มนี้ก็มีความยินดีที่จะจ่าย ดังนั้นทางโครงการจะใช้กลยุทธ์การตั้งราคาแบบ High-Value Strategy เพื่อแสดงให้เห็นว่าทางโครงการได้เลือกใช้ผลิตภัณฑ์และให้บริการที่มีคุณภาพสูง เหมาะสมกับราคาที่ตั้งไว้

โดยกลยุทธ์การตั้งราคาทางบริษัทจะใช้ คือการตั้งราคาตามการรับรู้คุณค่าที่ผู้บริโภคได้รับ ทางโครงการจะทำให้ทางผู้บริโภครับรู้ถึงความคุ้มค่าของราคาที่ตนเองได้จ่ายไป โดยการตั้งราคานี้ทางโครงการได้พิจารณาจากต้นทุนของวัสดุของสินค้าและอ้างอิงอัตราค่าเช่าและบริการของโครงการที่มีรูปแบบและการให้บริการเฉพาะเจาะจงสำหรับผู้สูงอายุเช่นเดียวกัน โดยจากการศึกษาพบว่าคู่แข่งมีการตั้งราคาเช่าเฉลี่ยตามราคาที่ดินนั้น เฉลี่ย ตร.ม.ละ 800-1,000 บาท/เดือน ทั้งนี้ทางบริษัทได้กำหนดโครงสร้างราคาของแต่ละห้องให้มีความแตกต่างกัน ตามขนาดพื้นที่ที่ใช้สอย โดยจะมีการปรับค่าเช่าปีละ 5% เพื่อให้สอดคล้องกับราคาตลาดและอัตราเงินเฟ้อ ณ ตอนนั้น

#### ตารางที่ 4.3

ราคาเช่าห้องพักแต่ละประเภทต่อเดือน

ประเภทห้องพัก	พื้นที่ (ตร.ม.)	ราคาเช่า/ตร.ม. (บาท)	รวม (บาท)
<b>ห้อง Studio Plus</b>			
Type-A	28	1,400	39,200
Type-B	34.5	1,400	48,300
<b>ห้อง 1 Bedroom</b>			
Type-C	42.5	1,400	59,500
Type-D	56	1,400	78,400



ราคาค่าเช่าดังกล่าวเป็นราคาโดยรวมค่าค่าบริการส่วนรวม เช่น การใช้พื้นที่บริเวณรับรอง ห้องสมุด ห้องออกกำลังกาย ลานอเนกประสงค์ของโครงการ การซ่อมบำรุง และบริการกิจกรรมอื่นๆ ภายในโครงการเรียบร้อยแล้ว แต่จะมีค่าบริการพิเศษที่คิดราคาเพิ่มเติม คือค่าบริการทางการแพทย์ โดยทางโครงการจะค่าค่าบริการพบแพทย์ครั้งละ 900 บาท และค่าวัสดุอุปกรณ์ทางการแพทย์ และยา ตามความเป็นจริงจากลูกค้า

#### ตารางที่ 4.4

##### รายการการให้บริการขั้นพื้นฐาน

รายการ	ขั้นพื้นฐานการบริการ
บริการกิจกรรมสันทนาการ	1 ครั้งต่อเดือน
บริการแม่บ้าน	8 ครั้งต่อเดือน
บริการผู้ช่วยส่วนตัว	4 ครั้งต่อเดือน
บริการซักรีดอบรีด	50 ชั้นต่อเดือน
บริการอินเทอร์เน็ต	24 ชั่วโมง
บริการรถรับ-ส่ง	ตามตารางเดินรถ

#### เงื่อนไขการวางเงินจอง/ทำสัญญา

- การจองต้องวางเงินมัดจำ 2 เดือน
- การทำสัญญาจะต้องวางเงิน ค่าเช่าล่วงหน้า 1 เดือน
- ค่าประกันความเสียหาย 2 เดือน
- การทำสัญญาเช่าเป็นแบบรายปี

#### 4.4.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจำหน่าย

ทางโครงการได้ใช้ช่องทางการจำหน่ายแบบ 2 ช่องทาง คือ ทางออนไลน์และออฟไลน์

##### 1. การทำเว็บไซต์

การทำเว็บไซต์ [www.besenior.com](http://www.besenior.com) ถือเป็นช่องทางที่เพิ่มความสะดวกสำหรับผู้บริโภคในการเข้าถึงโครงการ ในการหาศึกษาข้อมูลและรายละเอียดของโครงการอย่างครบถ้วน อีกทั้งการใช้ประโยชน์ทาง Internet ยังเป็นช่องทางการขาย ที่จะช่วยให้ทางโครงการสามารถสื่อสารไปยังลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง รวดเร็ว และกว้างขวาง โดยเนื้อหาในเว็บไซต์จะประกอบไปด้วยรายละเอียดเกี่ยวกับโครงการ รูปตัวอย่างห้องพัก บริเวณรอบๆ โครงการ กิจกรรมต่างๆ ของโครงการ และที่สำคัญลูกค้ายังสามารถลงทะเบียนเพื่อขอเช่าเยี่ยมชมห้องได้

## 2. สำนักงานขาย

โดยสำนักงานจะตั้งอยู่ชั้น 1 ของโครงการ ทั้งนี้มีการเปิดห้องตัวอย่างให้กลุ่มผู้ที่สนใจเข้าเยี่ยมชมได้ เป็นการสร้างประสบการณ์ก่อนการตัดสินใจเข้าพัก เนื่องจากกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้เป็นวัยที่ต้องมีการบริหารเงินอย่างรอบคอบ และมีความต้องการเก็บเงินออมไว้ในยามฉุกเฉิน ดังนั้นการเลือกตัดสินใจเช่าที่อยู่อาศัยจึงต้องพิจารณาถึงความเหมาะสมของราคากับสินค้าอย่างละเอียด การให้ผู้บริโภคได้ชมห้องตัวอย่างเหมือนจริง จะช่วยให้ผู้ซื้อเห็นภาพได้ชัดเจนมากขึ้น รวมถึงรับรู้ถึงประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับและสามารถช่วยกระตุ้นตัดสินใจในการจ่ายได้ดีขึ้น

นอกจากนี้การตั้งสำนักงานยังเป็นช่องทางการสื่อสารทางตรงที่ดีระหว่างทางโครงการกับผู้ซื้อ ถือเป็น การติดต่อกลุ่มเป้าหมายโดยตรงผ่านพนักงานขายในการแนะนำรายละเอียดของโครงการ รวมถึงยังสามารถเก็บข้อมูลของกลุ่มเป้าหมายได้อีก เช่น ชื่อ เบอร์ติดต่อ ความต้องการหลัก เป็นต้น ข้อมูลเหล่านี้สามารถนำมาต่อยอด ในการสอบถามฟีดแบคถึงความสนใจ หรือ นำเสนอ Promotion ต่างๆ ภายหลังเพื่อกระตุ้นการขายให้แก่ลูกค้าโดยตรง

### 4.4.4 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย

เนื่องจากโครงการ Be Senior Service Apartment เป็นโครงการใหม่ และยังไม่เป็นที่รู้จักในกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย รวมถึงโครงการอพาร์ทเมนท์สำหรับผู้สูงอายุยังเป็นธุรกิจที่ใหม่ และยังเป็นที่ยังเฉพาะกลุ่มเท่านั้น ดังนั้นทางโครงการ Be Senior Service Apartment จึงต้องใช้กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาด โดยเน้นการสื่อสารให้ผู้บริโภครับรู้และเข้าใจ รวมถึงเห็นประโยชน์ที่ออกแบบมาเพื่อผู้สูงอายุ และตระหนักถึงความแตกต่างเมื่อเทียบกับโครงการคอนโดมิเนียมทั่วไป

ทั้งนี้ทางโครงการได้มีการกำหนด สโลแกน Be senior Be yourself เป็นข้อความที่ส่งให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้นึกถึงเมื่อกำลังมองหาที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงวัยที่มีอิสระในการใช้ชีวิตตามความต้องการหลังวัยเกษียณ สำหรับกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดมีดังนี้

#### 1. สร้าง Brand awareness ให้แก่ผู้บริโภค โดย

- ส่งจดหมายแนะนำโครงการตามบ้าน เป็นการทำเอกสารเกี่ยวกับรายละเอียดโครงการ ได้แก่ รูปแบบห้องพัก การให้บริการและกิจกรรมต่างๆ รวมถึงการแจกแผ่นพับด้วย
- ตั้งบูทประชาสัมพันธ์ในสถานต่างๆ ที่มีกลุ่มเป้าหมายใช้บริการเป็นประจำ เช่น สถานที่ทำงาน สถานที่ออกกำลังกาย โรงพยาบาล ห้างสรรพสินค้า การออกบูทถือเป็นการประชาสัมพันธ์พร้อมกับพนักงานขายที่คอยให้คำแนะนำ
- โฆษณาทางผ่าน Online ปัจจุบันมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นจำนวนมาก การโฆษณาผ่าน Face book twitter รวมถึงการจัดกิจกรรมบนอินเทอร์เน็ต ในการกดไลค์กดแชร์ เพื่อแลกของรางวัล หรือเว็บไซต์ข่าว เป็นการแฝงตราสินค้าไปกับบทความที่กลุ่มเป้าหมายใช้บริการบ่อยและเป็นประจำ หรือการเขียนรีวิวพาร์ทเมนท์ผ่านเว็บ Pantip จะช่วยให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความ

เคยชินของโฆษณาที่ปรากฏเป็นประจำจนเกิดเป็นความสนใจที่ทำให้รู้รายละเอียดของในลักษณะโครงการ

- การประชาสัมพันธ์ผ่านป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ ตามเส้นทางถนนหลัก บริเวณรอบๆ โครงการ เพื่อเป็นการดึงดูดความสนใจแก่ผู้ที่สัญจรบริเวณนั้นเป็นประจำ

## 2. สร้างแรงดึงดูดการเข้าจูงห้องพักอาศัย โดยผ่านกิจกรรม ดังนี้

- แจกคูปองส่วนลด เป็นการกระตุ้นการตัดสินใจซื้อ
- ผ่านพนักงานขาย เป็นผู้กระตุ้นยอดขาย โดยให้พนักงานขายติดต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมายโดยตรง เพื่อนำเสนอโครงการและรายละเอียดต่างๆ โดยจะมีการติดต่อกลับหาลูกค้าที่เข้ามาลงทะเบียนกับบริษัททางเว็บไซต์
- สำหรับลูกค้าที่จองภายในช่วง 6 เดือนแรกหลังจากวันเปิดโครงการ จะได้รับสิทธิพิเศษอยู่ฟรี 1 เดือน
- สำหรับ Influencer ช่วงหลังจากเปิดตัว 3 เดือนไปแล้ว สามารถแนะนำเพื่อนหรือบุคคลอื่นให้มาเข้าพัก จะได้รับฟรีบริการเสริม

## บทที่ 5

### แผนการปฏิบัติการ

แผนด้านการปฏิบัติการจะมีการกำหนดให้สอดคล้องกับแผนการตลาด โดยมีวัตถุประสงค์ของการดำเนินงานดังนี้

1. เพื่อสร้างการดำเนินงานให้ได้มาตรฐานที่ควรปฏิบัติ และเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับโครงการ Be senior เพื่อนำไปสู่ประโยชน์แก่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย
2. เพื่อผลิตสินค้าและบริการให้มีประสิทธิภาพ และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างตรงจุด
3. เพื่อจัดสรรทรัพยากรต้นทุน ระยะเวลา บุคลากร และงบประมาณได้อย่างมีประสิทธิภาพ

#### 5.1 ทำเลที่ตั้งของโครงการ

จากการศึกษาพฤติกรรมกลุ่มผู้สูงอายุ พบว่าปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจในการซื้อที่อยู่อาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง นอกจากนี้จากงานวิจัยของเลิศหญิง ทิรัญโร พบว่าผู้สูงอายุส่วนใหญ่ใช้เวลาว่างไปยังห้างสรรพสินค้า สวนสาธารณะ และวัด และมักเลือกที่อยู่อาศัยที่ดั่งนั้นทางโครงการได้ใช้เกณฑ์ในการพิจารณาเลือกทำเลที่ตั้ง ดังนี้

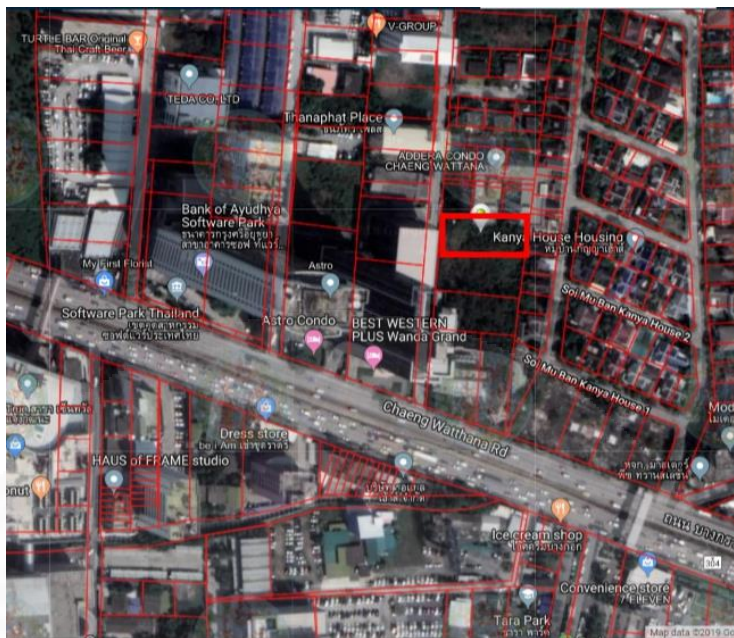
1. มีความสะดวกในการคมนาคม สามารถเดินทางไปในสถานที่ต่างๆ เช่น โรงพยาบาล ตลาด หรือ ห้างสรรพสินค้า อยู่ในเขตชุมชน และใกล้รถไฟฟ้าสายสีชมพู สามารถเดินทางไปหาลูกหลานได้อย่างสะดวก
2. ราคาขายพื้นที่จะต้องมีความเหมาะสมกับทำเลที่มีความสอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ของกลุ่มลูกค้า และอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้
3. สภาพการแข่งขันในบริเวณใกล้เคียง โดยจะวัดจากจำนวนของคู่แข่งทางตรงและทางอ้อม

ทั้งนี้ทางบริษัทจะพิจารณาเลือกทำเลที่ดินเพื่อดำเนินการธุรกิจธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ จากกฎเกณฑ์และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง รวมถึงลักษณะทางกายภาพที่เอื้ออำนวยต่อการก่อสร้าง การเดินทาง และสิ่งแวดล้อมใกล้เคียง

#### การวิเคราะห์สิ่งที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

- กฎหมายข้อกำหนดต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง (Legal Permissibility)
- ลักษณะทางกายภาพ (Physical Suitability)

### 5.1.1 การศึกษาด้านความเป็นไปได้ในทางกฎหมาย (Legal Permissibility)



ภาพที่ 5.1 ตำแหน่งที่ตั้ง และประเภทของที่ดิน ที่บริษัทเลือกพัฒนา

พื้นที่ใช้สอยของที่ดินที่บริษัทฯได้เลือกมานั้น เมื่อพิจารณาตามกฎหมายพระราชบัญญัติการผังเมือง พ.ศ. 2518 และกฎกระทรวงให้ใช้บังคับผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2556 พบว่าถูกกำหนดไว้เป็นพื้นที่สีส้ม กล่าวคือ ที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นปานกลาง ซึ่งที่ดินประเภทนี้สามารถแบ่งออกได้เป็น 5 ระดับ คือ ที่ดินประเภท ย.5-ย.7 โดยสามารถใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อพาณิชย์กรรม การอยู่อาศัย สถาบันราชการ การสาธารณูปโภค และสาธารณูปการเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นพื้นที่ดังกล่าวทางบริษัทสามารถนำมาพัฒนาเป็นอาคารที่อยู่อาศัย หรืออาคารอพาร์ทเมนต์ได้

#### อาณาเขตของที่ดิน

ทิศเหนือ	ติดกับโครงการคอนโด
ทิศใต้	ติดกับที่ดินเปล่า
ทิศตะวันออก	ติดกับหมู่บ้านจัดสรร
ทิศตะวันตก	ติดกับถนนแจ้งวัฒนะ 23

### 5.1.2 การศึกษาด้านความเป็นไปได้ในทางกายภาพ (Physical Suitability)

ที่ดินที่ทางบริษัทได้เลือกมานั้น มีรูปทรงเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้า มีส่วนที่ติดกับถนนสาธารณะ โดยหน้ากว้าง 16 เมตร และยาว 92.5 เมตร ขนาดของที่ดินแปลงนี้เท่ากับ 3 งาน 70 ตารางวา คิดเป็นพื้นที่ทั้งหมด 1,480 ตารางเมตร ราคาประเมินของกรมที่ดิน อยู่ที่ ตารางวาละ 20,000 บาทต่อ

ตารางวา แต่ราคาซื้อขายปัจจุบันอยู่ที่ 100,000 บาทต่อตารางวา ตั้งอยู่ในซอยแจ้งวัฒนะ 23 ระยะห่างจากถนนแจ้งวัฒนะประมาณ 400 เมตร ด้านข้างฝั่งขวามือติดอาคารชุด หรือคอนโด บริเวณด้านซ้ายเป็นพื้นที่ว่าง จึงไม่มีปัญหาเรื่องการบดบังทัศนียภาพในระยะใกล้

จุดเด่นของที่ตั้ง คือ อยู่ใกล้กับสถานีรถไฟฟ้าสายสีชมพู และอยู่ตรงข้ามเยื้องกับห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลแจ้งวัฒนะ และโรงพยาบาลเวสต์เมดิคอล และใกล้กับศูนย์แสดงสินค้าเมืองทองธานี ประมาณ 5 กิโลเมตร รวมถึงใกล้กับศูนย์ราชการประมาณ 10 กิโลเมตร ซึ่งสภาพแวดล้อมโดยรวมถือว่าดี อีกทั้งยังสะดวกสบายในเรื่องการคมนาคมทั้งรถไฟฟ้าที่กำลังจะเกิดขึ้นในอนาคต

## 5.2 การดำเนินการเพื่อการก่อสร้างโครงการเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์

### 5.2.1 กฎหมายที่เกี่ยวข้อง

(1) ข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร เรื่องการควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522

ในการก่อสร้างอาคารสูงเกิน 2 ชั้นขึ้นไป ถ้าถนนสาธารณะกว้างน้อยกว่า 10 เมตร ต้องมีระยะร่นให้ห่างจากจุดกึ่งกลางถนน 6 เมตร และให้มีที่ว่างด้านหน้าอาคารไม่น้อยกว่า 6 เมตร ทางเข้าออกของรถจากที่จอดรถหรืออาคารที่จอดรถ ซึ่งมีที่จอดรถตั้งแต่ 15 คันขึ้นไป ต้องเชื่อมต่อกับทางสาธารณะที่มีความกว้างไม่น้อยกว่า 6 เมตร และยาวต่อเนื่องสู่ถนนสาธารณะที่กว้างกว่า

(2) พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535

ตามประกาศกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ว่าด้วยพื้นที่โครงการนี้มีพื้นที่ก่อสร้างเกิน 4,000 ตารางเมตร อีกทั้งยังมีจำนวนห้องพักเกิน 80 ห้อง ทางโครงการจึงมีความจำเป็นต้องจัดทำรายงานวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม

(3) กฎหมายโรงแรม

เนื่องจากผู้จัดทำมีแนวความคิดพัฒนาโครงการเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์สำหรับผู้สูงอายุ ที่มีความประสงค์พักอาศัยในระยะยาว โดยไม่มีนโยบายการปล่อยเช่ารายวัน จึงไม่จำเป็นต้องจดทะเบียนเป็นโรงแรม

จากการศึกษาตามข้อกำหนดดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น พบว่าพื้นที่ของโครงการสามารถนำมาพัฒนาต่อได้โดยไม่ขัดกับกฎหมายใดๆ

### 5.2.2 ขั้นตอนการดำเนินงานก่อสร้าง

1. การขออนุญาตวัดขอบเขตและสร้างอาคารที่พักสูง 8 ชั้น โดยการยื่นเอกสารไปยังสำนักงานที่ดินจังหวัดนนทบุรี สาขาปากเกร็ด เพื่อให้เจ้าหน้าที่ดำเนินการรังวัดที่ดิน ระยะเวลาการรังวัด ประมาณ 40 วัน

2. ขออนุญาตเชื่อมต่อสาธารณูปโภค โดยการยื่นเอกสารที่การไฟฟ้านครหลวง และประปา สาขา นนทบุรี ในการใช้ไฟฟ้าชั่วคราวสำหรับดำเนินการก่อสร้าง ติดตั้งมิเตอร์ชั่วคราว

3. จัดทำรายงานการวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม ตามข้อกำหนดกำหนด หากโครงการมีห้องพักรวมเกิน 80 ห้องจำเป็นต้องทำรายงานการวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อมต่อ สำนักงานนโยบายทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

### 5.2.3 การดำเนินงานก่อสร้าง

ทางบริษัทจะดำเนินการก่อสร้างโครงการโดยการทำสัญญากับบริษัทรับก่อสร้างอาคารในลักษณะสัญญาจ้างเหมาก่อสร้าง (Lump Sum Contract) โดยมีเงื่อนไขในการวางจ้างที่มีการตกลงเป็นราคาเหมารวมทั้งค่าวัสดุ อุปกรณ์ ค่าแรง ค่าดำเนินการ กำไร รวมเบ็ดเสร็จในราคาเดียว ซึ่งจะทำให้กับทางบริษัทสามารถควบคุมงบประมาณการก่อสร้างได้ดี และช่วยลดความเสี่ยงของต้นทุนการก่อสร้างที่เกิดการผันผวนจากค่าวัสดุและอุปกรณ์ได้ดี

## 5.3 ลักษณะโครงการ

Be Senior Service Apartment เป็นโครงการที่พักอาศัยในลักษณะเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์สำหรับผู้สูงอายุ เป็นธุรกิจที่พักอาศัยแบบให้เช่ารายปี ตัวอาคารมีการตกแต่งอย่างสมบูรณ์พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ นอกจากนี้ยังมีการให้บริการแบบครบวงจร เช่น บริการแม่บ้าน ห้องกิจกรรม ห้องออกกำลังกาย สวนพักผ่อน และบริการอื่นๆ ที่ตอบสนองต่อความต้องการทางด้านกายภาพและจิตใจของผู้สูงอายุ ที่ให้รู้สึกที่พักรนี้เป็นเหมือนบ้านและมากกว่าอพาร์ทเมนท์ทั่วไป

### 5.3.1 รายละเอียดโครงการ

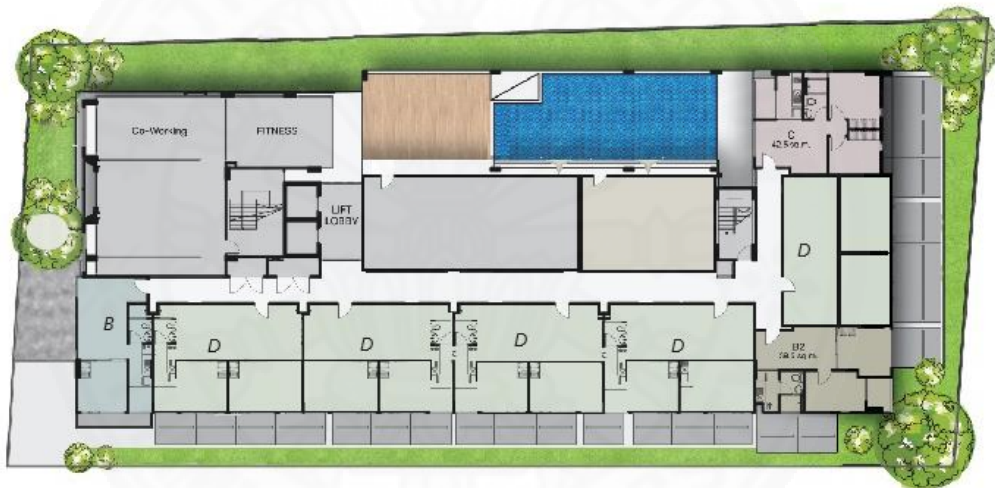
ตัวอาคารมีทั้งหมด 8 ชั้น มีห้องพักทั้งหมด 98 ยูนิต หรือประมาณ 4,151 ตร.ม. แปลนอาคารเป็นรูปแบบแปลนเป็นตัว U และมีรายละเอียด ดังนี้

- ชั้นที่ 1 จะเป็นโซนรับรอง และพื้นที่ส่วนกลาง
- ชั้นที่ 2 เป็นชั้นเริ่มต้นของห้องพักอาศัยจำนวน 8 ยูนิต รวมถึงเป็นชั้นที่มีพื้นที่ส่วนกลาง โดยทางฝั่งทิศใต้ ประกอบไปด้วย สระว่ายน้ำกลางแจ้ง, Co-Working Space ฟิตเนส ห้องน้ำส่วนกลาง ห้องกิจกรรม ห้องพยาบาล
- ชั้นที่ 3-8 เป็นชั้นห้องพักอาศัยทั้งสิ้น โดยมีจำนวนห้องพักชั้นละ 15 ยูนิต

## ตารางที่ 5.1

## รายละเอียดโครงการ

ประเภทโครงการ	เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์
ที่ตั้ง	ถ. แจ้งวัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี
จำนวนอาคาร	1 อาคาร
จำนวนชั้น	8 ชั้น
จำนวนห้องพัก	98 ยูนิต
จำนวนที่จอดรถ	57 คัน (ไม่รวมจอดซ้อนคัน)
พื้นที่โครงการ	370 ตารางวา
พื้นที่ใช้สอย	28-56 ตร.ม.



ภาพที่ 5.2 แผนผังจำลองอาคารบริเวณชั้น 2



ภาพที่ 5.3 แผนผังจำลองอาคารบริเวณชั้น 3-8



### 5.3.2 รายละเอียดห้องพัก

ทางโครงการได้ออกแบบลักษณะห้องพักทั้งหมด 4 ประเภท

ตารางที่ 5.2

แสดงการจัดสรรพื้นที่ห้องพัก

ห้องพัก	Studio-Plus		1-Bedroom		รวม
	Type-A	Type-B	Type-C	Type-D	
ขนาด (ตร.ม.)	28	34.5	42.5	56	
จำนวน	6	50	7	35	98 ยูนิต
สัดส่วน	6.1%	51.1%	7.1%	35.7%	100%
พื้นที่	168	1,725	298	1,960	4,151

- **ห้องพักแบบ Studio-Plus**

ประเภทห้อง Type-A และ Type-B ทางโครงการได้ออกแบบให้ มี 1 ห้องนอน 1 ห้องน้ำ 1 ห้องครัว พร้อมเฟอร์นิเจอร์ครบชุดที่ออกแบบและติดตั้งในระดับความเหมาะสมของการใช้งานของสำหรับผู้สูงอายุ พร้อมเฟอร์นิเจอร์ ชุดวางทีวี ชุดโซฟา ชุดรับประทานอาหาร ชุดเตียงนอน ตู้เสื้อผ้า ชุดแต่งตัว โต๊ะกลาง โต๊ะข้างเตียง ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

- พื้นห้องตกแต่งด้วยไม้ลามิเนต พร้อมชุดโซฟารับแขก
- ห้องนอน มีเตียงและพูกขนาด 6 ฟุต เฟอร์นิเจอร์แบบ Built in
- ห้องน้ำ เป็นพื้นที่กระเบื้องผิวหยาบกันลื่น พร้อมอุปกรณ์สุขภัณฑ์ ราวจับ

และราวแขวน อ่างล้างหน้าแบบโค้ง

- ระเบียง ปูด้วยพรมพื้นกระเบื้องกันลื่น ราวแขวนและราวจับ
- ห้องครัวเปิดแบบ Built in ตู้เก็บอุปกรณ์ครัว เต้าไฟฟ้า เครื่องดูดควัน ปูผนังกระเบื้องบริเวณเตา เครื่องดูดควันแบบระบบหมุนเวียน

- **ห้องพักแบบ 1-Bedroom**

ทางโครงการได้แบ่งพื้นที่ใช้สอย ออกเป็น 1 ห้องนอน 1 ห้องน้ำ 1 ห้องครัว พร้อมเฟอร์นิเจอร์ครบชุดที่ออกแบบและติดตั้งในระดับความเหมาะสมของการใช้งานของสำหรับผู้สูงอายุ ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

- พื้นห้องตกแต่งด้วยไม้ลามิเนต พร้อมชุดโซฟารับแขก ชุดโต๊ะรับประทานอาหาร
- ห้องนอน ปูด้วยพรมไม้ เตียงและพูกขนาด 6 ฟุต เฟอร์นิเจอร์แบบ Built in

เช่น ตู้เสื้อผ้า กริ่งสัญญาณขอความช่วยเหลือ

- ห้องน้ำ เป็นพื้นที่กระเบื้องผิวหยาบกันลื่น พร้อมอุปกรณ์สุขภัณฑ์ ราวจับ และราวแขวน อ่างล้างหน้าแบบโค้ง ชุดอ่างอาบน้ำ
  - ระเบียง ปูด้วยด้วยพื้นกระเบื้องกันลื่น ราวแขวนและราวจับ
  - ห้องครัวเปิดแบบ Built in ตู้เก็บอุปกรณ์ครัว เตาไฟฟ้า เครื่องดูดควัน
- ปูผนังกระเบื้องบริเวณเตา

### 5.3.3 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในอาคาร

นอกเหนือจากสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักแล้ว ทางโครงการยังได้มีบริการพิเศษฟรี ตอบรับกับไลฟ์สไตล์ของผู้สูงอายุด้วย ดังนี้

- ห้องพยาบาล

เป็นห้องที่อยู่บริเวณชั้น 2 รองรับสำหรับการตรวจรักษาโรคทั่วไปของแพทย์ที่เข้ามาประจำทุกสัปดาห์ รวมถึงเป็นห้องสำหรับปฐมพยาบาลในกรณีมีเหตุฉุกเฉิน โดยจะตกแต่งภายในด้วยพื้นไม้ลามิเนต พร้อมเฟอร์นิเจอร์ที่จำเป็น แบบ Built in และโซฟานั่งรอ และเตียงผู้ป่วยสำรอง

- Co-Working Space

ตั้งอยู่อยู่บริเวณชั้น 2 ติดกับห้องพยาบาล เป็นห้องไว้สำหรับผู้สูงอายุได้พักผ่อนและผ่อนคลาย ทำกิจกรรมร่วมกับเพื่อน โดยภายในจะออกแบบให้มี ชุดโต๊ะเก้าอี้ ชุดโซฟา ตู้วางหนังสือ บอร์ดเกมต่างๆ

- ห้องเรียนรู้กิจกรรม

อยู่บริเวณชั้น 2 มีขนาด 112 ตร.ม. เป็นห้องที่รองรับไว้สำหรับการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ต่างๆ ที่ทางโครงการเป็นผู้จัดขึ้น โดยจะแบ่งโซนออกเป็น โซนอเนกประสงค์และโซนโต๊ะทำกิจกรรม ภายในจะปูพื้นด้วยพื้นไม้ลามิเนต มีการติดตั้งบอร์ดเขียนกระดาน และอุปกรณ์เครื่องเสียง พร้อมบานพับกันผนังกลางห้อง

- ห้องออกกำลังกายและสระว่ายน้ำ

ออกกำลังกายจะออกแบบโดยการปูพื้นไม้ลามิเนตเช่นกัน ติดตั้งด้วยอุปกรณ์ออกกำลังกายตั้งแต่เบา-ปานกลาง เหมาะสมกับวัยผู้สูงอายุ ในขณะที่สระว่ายน้ำเป็นระบบเกลือ ความยาว 25 เมตร ลึก 1.5 เมตร

- บริเวณรับรอง (Lobby)

จัดวางด้วยชุดโซฟาพร้อมโต๊ะ 4 ชุด และเคาน์เตอร์ประชาสัมพันธ์ พร้อมตู้ใส่จดหมายสำหรับลูกค้าแต่ละห้อง

- บริเวณทางเดิน

มีการติดตั้งกล้องวงจรปิด CCTV ตลอดทางเดินและภายในลิฟท์ เพื่อความปลอดภัย รวมถึงการติดตั้งระบบสัญญาณแจ้งเหตุเพลิงไหม้ อุปกรณ์ตรวจจับควัน

### 5.3.4 การให้บริการภายในโครงการ

#### (1) การบริการที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม

- บริการกิจกรรมสันทนาการ

ทางโครงการได้ให้บริการกิจกรรมสันทนาการ การเรียนรู้อื่นๆ เพื่อเสริมสร้างความสุขและการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น เป็นกิจกรรมที่เน้นการรวมกลุ่ม เพื่อสร้างแรงบันดาลใจ แลกเปลี่ยนประสบการณ์ต่างๆ ทั้งนี้ ทางโครงการได้มีการจัดกิจกรรมใหม่ๆ ทุกเดือน เช่น กิจกรรมเรียนดนตรี กิจกรรมทำขนม กิจกรรมวาดรูป หรือกิจกรรมจัดดอกไม้ เป็นต้น

- บริการแม่บ้าน

พนักงานทำความสะอาดของโครงการจะให้บริการลูกบ้าน โดยการทำความสะอาดห้องพักให้สัปดาห์ละ 2 ครั้ง ซึ่งกระบวนการในการทำความสะอาดจะดีการ เช็ดถูพื้น ล้างห้องน้ำ เปลี่ยนผ้าปูเตียง เช็ดทำความสะอาดเฟอร์นิเจอร์

- บริการผู้ช่วยส่วนตัว

ทางบริษัทได้อำนวยความสะดวกให้ลูกค้าที่ต้องการความช่วยเหลือเบื้องต้นหรือในระยะสั้น เช่น ส่งไปรษณีย์ ซื้ของ เป็นต้น หากลูกค้ามีความประสงค์ต้องการจะใช้บริการสามารถติดต่อได้โดยตรงที่บริเวณเคาน์เตอร์ต้อนรับ

- บริการซักรีดอบรีด

ทางโครงการมีการอำนวยความสะดวกในด้านซักรีดแก่ลูกค้าที่พักอาศัยทุกคน ประมาณ 50 ชั้นต่อเดือน ต่อห้องพักอาศัย

- บริการอินเทอร์เน็ต (Wifi)

ทางโครงการมีบริการ Wifi อินเทอร์เน็ตประจำแต่ละชั้นให้บริการตลอด

- บริการรถรับส่ง

ทางโครงการมีบริการรถกอล์ฟรับส่งจากอพาร์ทเมนท์ถึงปากซอยทางเข้าแจ้งวัฒนะ 23 ตามตารางเดินรถ ทุกวัน ตั้งแต่ 6:30-21.30 น.

## ตารางที่ 5.3

## สรุปรายการการให้บริการภายในอพาร์ทเมนท์

รายการ	มาตรฐานการบริการ
บริการกิจกรรมสันทนาการ	1 ครั้งต่อเดือน
บริการแม่บ้าน	8 ครั้งต่อเดือน
บริการผู้ช่วยส่วนตัว	4 ครั้งต่อเดือน
บริการซักรีดอบรีด	50 ชั้นต่อเดือน
บริการอินเทอร์เน็ต	24 ชั่วโมง
บริการรถรับ-ส่ง	ตามตารางเดินรถ

## (2) การบริการที่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม

บริการทางการแพทย์ ทางโครงการได้มีบริการห้องพยาบาลตลอด 24 ชม. ในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน สามารถช่วยปฐมพยาบาลเบื้องต้นได้ อีกทั้งทางโครงการยังได้มีการเชิญแพทย์เข้ามาประจำทุกสัปดาห์ๆละ 2 ครั้ง ในวันอาทิตย์และวันพุธ เพื่อตรวจสอบสุขภาพหรือรักษาโรคทั่วไป วันละ 3 ชั่วโมง ทั้งนี้ลูกค้าที่พักอาศัยอยู่ในคอนโดสามารถทำการนัดคิวได้ก่อนการเข้าพบจริงได้ ทั้งนี้ การพบแพทย์จะมีค่าบริการครั้งละ 900 บาทต่อคน และชำระค่ายาและค่าวัสดุตามจริง

## 5.3.5 เครื่องมืออุปกรณ์ภายในโครงการ

## ตารางที่ 5.4

## รายการเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องพัก

บริเวณ	รายการ	ราคา (บาท)	จำนวน
ห้องพัก	เตียงและฟูก 6 ฟุต	50,000	1
	ตู้เสื้อผ้า Built-in	20,000	1
	โต๊ะหัวเตียง	5,000	2
	โซฟา	28,000	1
	โทรทัศน์ 55 นิ้ว	22,000	1
	ชุดโต๊ะเก้าอี้รับประทานอาหาร	33,000	1
	ตู้เย็น	45,000	1
	Smart Music Player	3,000	1
	ตู้ Built-in ภายในครัว	25,000	1

## ตารางที่ 5.5

## เครื่องมือและอุปกรณ์การแพทย์

บริเวณ	รายการ	ราคา (บาท)	จำนวน
ห้องพยาบาล	เครื่องวัดความดัน	1,790	1
	เครื่องชั่งน้ำหนัก	400	1
	อุปกรณ์วัดไข้	160	3
	เครื่องวัดน้ำตาล	1,250	2
	หูฟังหัวใจ	500	1
	เครื่องกระตุกหัวใจ	60,000	1
	ชุดอุปกรณ์ทำแผล	1,500	3
	ชุดช่วยหายใจบีบมือ	1,500	1
	รถเข็น	3,000	2
	เตียงพยาบาล	13,900	2

## ตารางที่ 5.6

## รายการอุปกรณ์ส่วนกลาง

บริเวณ	รายการ	ราคา (บาท)	จำนวน
ห้องอ่านหนังสือ	หนังสือทั่วไป	250	100
	บอร์ดเกม	700	10
	เครื่องถ่ายเอกสาร	16,900	1
ห้องกิจกรรม	กระดานไวท์บอร์ด	4,190	1
	โปรเจคเตอร์	33,000	1
ห้องออกกำลังกาย	ลู่วิ่ง	12,000	4
	ชุดดัมเบล	12,000	1
	เครื่อง Elliptical	15,000	2
	เครื่องจักรยานปั่น	4,000	4
	เครื่อง Weight Bench	19,000	2
Lobby	คอมพิวเตอร์	25,000	2
	โทรทัศน์ 55 นิ้ว	22,000	1
ทางเดินภายในและนอก	กล้อง CCTV	1,000	40
	ลิฟท์	1,500,000	1

## 5.4 กระบวนการให้บริการ

รูปแบบการให้บริการประเภทต่างๆ ภายในโครงการเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

### 5.4.1 ก่อนเข้าพัก

ช่วงที่ลูกค้ามีเข้าพักจะต้องมีการวางเงินประกัน 2 เดือน และเงินล่วงหน้า 1 เดือน แล้วทำการกรอกประวัติของผู้เช่า โดยผู้เช่าจะต้องสมัครใจกรอกรายละเอียดต่างๆ เพื่อผลประโยชน์ของทางผู้เช่าเอง โดยมีรายละเอียดเป็นข้อมูลพื้นฐานของตัวผู้เช่าเอง รวมถึงรายละเอียดเกี่ยวกับสุขภาพ การรักษา โรงพยาบาลที่รักษา สิทธิในการรักษา โรคประจำตัว อาหารที่แพ้ ยาที่แพ้ สิ่งอื่นๆ ที่แพ้ และชื่อ ที่อยู่ เบอร์โทรของญาติที่สามารถติดต่อได้เมื่อฉุกเฉิน

#### การจองห้องพัก

พนักงานบริการลูกค้าจะมีหน้าที่เป็นผู้รับรองและให้บริการในขณะที่ลูกค้าต้องการหรือมีความสนใจเข้าพัก ซึ่งการจองห้องพักสามารถทำได้ 3 รูปแบบ ได้แก่

#### (1) ลูกค้าเข้ามาติดต่อด้วยตนเอง (Walk in)

- พนักงานอธิบายประเภทห้องพักที่ให้บริการ รวมถึงเซอร์วิสบริการต่างๆ ภายในโครงการ
- พนักงานต้อนรับพาลูกค้าเข้าชมห้องตัวอย่าง พร้อมสอบถามถึงความต้องการเข้าอยู่อาศัยหรือไม่
- หากไม่ต้องการ พนักงานจะสอบถามสาเหตุเบื้องต้นเพิ่มเติม พร้อมขอข้อมูล เช่น ชื่อ เบอร์โทร Email เพื่อประชาสัมพันธ์โปรโมชั่นในอนาคต
- หากต้องการเข้าอยู่อาศัย พนักงานจะสอบถามประวัติข้อมูลเบื้องต้นของลูกค้า เช่น ชื่อ อายุ Email และเบอร์ติดต่อกลับ พร้อมอธิบายรายละเอียดค่าเช่าให้แก่ลูกค้า พนักงานทำการจองห้อง และระบุวันที่สามารถเข้าอยู่อาศัยได้ จากนั้นลูกค้ารอการติดต่อกลับจากเจ้าหน้าที่
- พนักงานติดต่อกลับลูกค้าโดยผ่านทางโทรศัพท์ และ Email เพื่อแจ้งค่าเช่า และเงินมัดจำทั้งหมดแก่ลูกค้า เพื่อนำมาชำระในวันเข้าพักอาศัย
- ในวันที่ลูกค้าเข้าพัก พนักงานนำเอกสารสัญญาการเช่ารายปีมาให้เซ็นต์ตามข้อตกลงของทางโครงการ และรับชำระเงิน จากนั้นพนักงานส่งมอบคีย์การ์ดให้แก่ลูกค้า และบริการช่วยขนของ รวมถึงดำเนินการทำบัตรจอดรถของลูกค้า (ถ้ามี)

## (2) ลูกค้ายืมผ่านเว็บไซต์

- พนักงานบริการลูกค้ารับข้อมูลการจองห้องผ่านเว็บไซต์ของลูกค้า และดำเนินการตรวจสอบข้อมูลตามที่ลูกค้าต้องการ เช่น ตรวจสอบวันเวลาที่ลูกค้าต้องการเข้าพักอาศัย
- เมื่อตรวจสอบข้อมูลเรียบร้อยแล้ว พนักงานตอบกลับผ่านทาง E-mail โดยแนบเอกสารยืนยันการจอง และรายละเอียดค่าใช้จ่ายที่ลูกค้าต้องชำระในวันที่เข้าพัก
- เมื่อถึงวันที่ลูกค้าเข้าพัก พนักงานนำเอกสารสัญญาการเช่ารายปีมาให้เซ็นต์ตามข้อตกลงของทางโครงการ และรับชำระเงินจากลูกค้า จากนั้นพนักงานส่งมอบคีย์การ์ดให้แก่ลูกค้า และบริการช่วยขนของ รวมถึงดำเนินการทำบัตรจอดรถของลูกค้า (ถ้ามี)

## (3) ลูกค้ายืมผ่านทางโทรศัพท์

- หากลูกค้าโทรมาถามรายละเอียด พนักงานจะให้ข้อมูลห้องพักแก่ลูกค้า รวมถึงการบริการต่างๆ และสอบถามความต้องการเข้าพักในโครงการ
- หากต้องการเข้าพัก พนักงานจะสอบถามข้อมูลเบื้องต้นของลูกค้า เช่น ชื่อ อายุ Email และเบอร์ติดต่อกลับ พร้อมอธิบายรายละเอียดค่าเช่าให้แก่ลูกค้า พนักงานทำการจองห้อง และระบุวันที่สามารถเข้าพักอาศัยได้
- หากไม่ต้องการ พนักงานจะสอบถามสาเหตุเบื้องต้นเพิ่มเติม พร้อมขอข้อมูล เช่น ชื่อ เบอร์โทร Email เพื่อประชาสัมพันธ์โปรโมชั่นในอนาคต
- พนักงานติดต่อกลับลูกค้าโดยผ่านทางโทรศัพท์ และ Email เพื่อแจ้งค่าเช่า และเงินมัดจำทั้งหมดแก่ลูกค้า เพื่อนำมาชำระในวันเข้าพักอาศัย
- เมื่อถึงวันที่ลูกค้าเข้าพัก พนักงานนำเอกสารสัญญาการเช่ารายปีมาให้เซ็นต์ตามข้อตกลงของทางโครงการ และรับชำระเงินจากลูกค้า จากนั้นพนักงานส่งมอบคีย์การ์ดให้แก่ลูกค้า และบริการช่วยขนของ รวมถึงดำเนินการทำบัตรจอดรถของลูกค้า (ถ้ามี)

### 5.4.2 ระหว่างเข้าพัก

ช่วงเวลาที่ลูกค้าเข้าพักอาศัย ทางโครงการจัดเจ้าหน้าที่ดูแลในแต่ละเรื่อง อาทิ ส่วนต้อนรับ ทำหน้าที่คอยต้อนรับ และประสานงานอื่นๆ ตามความต้องการของลูกค้าที่เข้าพักอาศัย ทางโครงการจะจัดให้มีกิจกรรมต่างๆ ร่วมกัน ซึ่งขั้นตอนการให้บริการระหว่างพักอาศัยมีดังนี้

#### 1. กิจกรรมสันทนาการ

ทางบริษัทได้มีการจัดกิจกรรมประจำทุกเดือน เพื่อสร้างความสนุกสนานและการเรียนรู้ใหม่ๆ แก่ลูกค้าที่พักอาศัยอยู่ เช่น กิจกรรมเรียนดนตรี กิจกรรมเรียนทำขนม กิจกรรมวาดภาพ เป็นต้น ทั้งนี้ทางบริษัทได้กำหนดขั้นตอนการเข้าร่วมกิจกรรมสันทนาการต่างๆ ที่ทางโครงการเป็นผู้จัดขึ้น โดยมีขั้นตอน ดังนี้

- พนักงานประชาสัมพันธ์กิจกรรมประจำเดือนแก่ลูกค้าที่พักอาศัย โดยการแปะประกาศที่บอร์ด ส่ง Email และ ทาง Line account ของโครงการ พร้อมแจ้งรายละเอียดวันและเวลาที่จัดกิจกรรม
- ผู้ที่สนใจเข้าร่วมกิจกรรมต้องลงชื่อเพื่อแจ้งจำนง ผ่านทาง Email หรือแจ้งที่พนักงานต้อนรับบริเวณเคาน์เตอร์ หรือ ตอบกลับผ่าน Line account ของโครงการ
- เมื่อได้รับข้อมูลจากลูกค้า ถึงความประสงค์เข้าร่วมกิจกรรม พนักงานยืนยันการเข้าร่วมและทำการบันทึกข้อมูล พร้อมดำเนินการประสานงานต่อให้ฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ในการดำเนินงานจัดเตรียมอุปกรณ์และสถานที่
- เมื่อถึงวันกิจกรรม พนักงานคอยอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าในการร่วมกิจกรรม

## 2. การให้บริการอื่นๆ

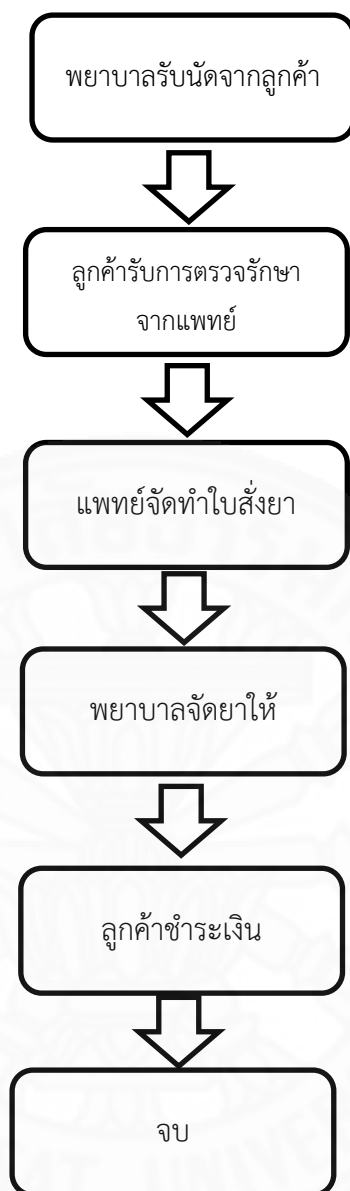
ในการให้บริการอื่นๆ เช่น บริการแม่บ้าน บริการผู้ช่วยส่วนตัว เป็นต้น ทางบริษัทได้กำหนดแนวทางสำหรับพนักงานในการให้บริการ ดังนี้

- ลูกค้าที่พักอาศัยอยู่ในโครงการ สามารถติดต่อเข้ารับบริการต่างๆ ได้ที่เคาน์เตอร์รับรอง หรือผ่านระบบ Application ภายในห้องพัก เมื่อพนักงานได้รับข้อมูลแล้ว จะทำการบันทึกคำขอใช้บริการและกำหนดวันเวลาตามที่ลูกค้าต้องการ
- หากการบริการนั้นๆ มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม พนักงานจะแจ้งค่าบริการเพิ่มเติมก่อนลูกค้าเข้ารับบริการ พร้อมจัดทำใบนัดหมายให้ หลังจากนั้นพนักงานดำเนินการประสานฝ่ายที่เกี่ยวข้องเพื่อรองรับการให้บริการ
- เมื่อถึงวันนัดหมาย พนักงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการให้บริการ พร้อมส่งใบแจ้งค่าบริการเพิ่มเติม (ถ้ามี) และรับชำระเงิน

## 3. การให้บริการทางการแพทย์

ภายหลังจากที่ลูกค้าย้ายเข้ามาอาศัยภายในโครงการแล้ว ทางบริษัทจะทำการนัดวันและเวลาของลูกค้า เพื่อเข้าพบแพทย์ประจำอพาร์ทเมนท์ เพื่อสอบถามข้อมูลสุขภาพเบื้องต้นของลูกค้า เช่น โรคประจำตัว ยาที่แพ้ เป็นต้น รวมถึงทำการตรวจสุขภาพเบื้องต้น และทักเป็นข้อมูลเพื่อประโยชน์ในอนาคต โดยทางบริษัทได้กำหนดแนวทางสำหรับพยาบาลในการดำเนินการให้บริการระหว่างลูกค้าเข้าใช้บริการพบแพทย์ โดยมีรายละเอียดดังนี้





ภาพที่ 5.4 ขั้นตอนการให้บริการทางการแพทย์

#### 5.4.3 สิ้นสุดการเช่าห้อง

ระยะเวลาเช่าพักห้องจะเป็นไปตามระยะเวลาที่ระบุในสัญญา ทั้งนี้ทางบริษัทจะมีการกำหนดเงื่อนไขว่าไม่สามารถยกเลิกสัญญาก่อนวันสิ้นสัญญาอย่างทันที จำเป็นต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้าก่อน 1 เดือน เมื่อวันครบสัญญา ทางโครงการจะตรวจสอบความเสียหายของทรัพย์สิน หากมีความเสียหายจะหักจากเงินประกัน

## 5.5 การบริหารงานภายในโครงการ

ทางบริษัทจะเป็นผู้กำหนดนโยบายและเป็นผู้พิจารณาอนุมัติเรื่องสำคัญต่างๆ ภายใต้คำแนะนำของที่ปรึกษาด้านต่างๆ ซึ่งเป็น Outsourcing ที่มีประสบการณ์และความชำนาญด้านต่างๆ แบบเฉพาะด้าน เพื่อพัฒนาโครงการให้เป็นไปตามเป้าหมายที่วางแผนไว้ ตั้งแต่การตลาดและการขาย รวมถึงการบริหารงานภายในโครงการด้วย ทั้งนี้ทางบริษัทได้แบ่งหน้าที่การบริหารงาน ออกเป็น 2 ส่วนหลัก โดยมีรายละเอียดดังนี้

### 5.5.1 จัดจ้างบริษัทภายนอกมาดำเนินงานภายในโครงการ

ทางบริษัทได้ดำเนินการจัดจ้างบริษัทภายนอกที่ให้บริการแบบ end-to-end ตั้งแต่การจัดกลยุทธ์การพัฒนาองค์กรไปจนถึงการจัดการทรัพย์สิน ให้มาดำเนินงาน ทางการตลาดและขาย รวมถึงบริหารจัดการบริการต่างๆ ในโครงการ ภายใต้งบประมาณค่าใช้จ่ายให้เพียงพอใช้ตลอดทั้งปี ตามที่บริษัทได้ตั้งไว้ ซึ่งบริษัทภายนอกดังกล่าวจะต้องมีประสบการณ์และความชำนาญ เพื่อพัฒนาโครงการให้เป็นไปตามเป้าหมายที่วางแผนไว้ โดยทางบริษัทจะจ้างบริษัท Compass ให้เข้ามาบริหารงานแทน โดยมีขอบเขตดำเนินการดังนี้

1. ด้านการตลาดและการขาย ทางบริษัท Compass จะเป็นผู้กำหนดและวางแผนการตลาดและการขายเอง ตามงบประมาณที่ทางบริษัท Be Senior เป็นผู้กำหนดไว้
2. ด้านการจัดการบริการและทรัพย์สินภายในโครงการ ทางบริษัท Compass จะเป็นผู้จัดการและจัดจ้างพนักงาน เพื่อมาดำเนินการต่างๆ เช่น การซ่อมบำรุงทรัพย์สินภายในโครงการ รวมถึงเป็นผู้จัดการด้านการให้บริการภายใน อพาร์ทเมนท์ตามตารางที่ 5.4 ให้เป็นไปตามความต้องการของผู้พักอาศัยภายในโครงการ

ทั้งนี้ทางบริษัท Be Senior จะค่าตอบแทนให้แก่บริษัท Compass โดยคิดเป็น 7% ของกำไรขั้นต้นหลังค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงานทั้งหมด

### 5.5.2 บริหารงานด้านบริการทางการแพทย์

ในการบริหารงานด้านบริการทางการแพทย์ในโครงการ ทางบริษัทจะเป็นผู้ดำเนินงานเอง โดยจะมีการจัดจ้างพนักงานเข้ามาดำเนินการต่างๆ ดังนี้

**ผู้จัดการ** ผู้ที่ทำหน้าที่เป็นผู้กำหนดนโยบายบริหารงานและตรวจสอบการดำเนินงานของบริษัทผู้รับบริหารจัดการเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ ให้เป็นไปตามแผนและเป้าหมายที่วางแผนไว้ ตลอดจนมีหน้าที่ประเมินและบันทึกผลงานของบริษัท รวมถึงเป็นผู้มีหน้าที่ประสานงานคอยตรวจเช็คกระบวนการทำงานด้านการให้บริการทางการแพทย์ ในด้านต่างๆ เช่น จัดหาจัดจ้างแพทย์และพยาบาลประจำโครงการ ตรวจสอบวัสดุและอุปกรณ์ทางการแพทย์หมุนเวียนที่จำเป็นในแต่ละเดือน รวมถึงจัดทำบัญชีรายรับรายจ่ายประจำเดือน

**พยาบาล** มีหน้าที่ประจำอยู่ที่ห้องพยาบาลและให้บริการรักษาเบื้องต้นตามอาการของลูกบ้านในกรณีบาดเจ็บ รวมถึงสนับสนุนการทำงานของแพทย์ที่เข้ามาตรวจสุขภาพและรักษาโรคทั่วไปของลูกบ้านประจำทุกสัปดาห์ สัปดาห์ละ 2 ครั้ง ในวันอาทิตย์และวันพุธ

#### 1. อัตราค่าจ้างและสวัสดิการ

เงินเดือนของพนักงานแต่ละตำแหน่ง จะพิจารณาตามหน้าที่ที่ได้รับผิดชอบและความสามารถ โดยจะมีการปรับขึ้นเงินเดือนให้ร้อยละ 5 ต่อปี และโบนัส 1 เท่าต่อปี

#### 2. ประกันสังคม

พนักงานทุกคนจะได้รับสวัสดิการประกันสังคมคุ้มครองสุขภาพ ในกรณีเกิดการเจ็บป่วย คลอดบุตร ทูพพลภาพ ตาย สงเคราะห์บุตร ชราภาพและว่างงาน เพื่อผลประโยชน์ของพนักงานทุกคน ทางบริษัทจะจัดทำประกันสังคมเพื่อคุ้มครองลูกจ้างตามที่กฎหมายได้กำหนดไว้

### ตารางที่ 5.7

#### อัตราค่าจ้างของพนักงาน

ตำแหน่ง	เงินเดือน (บาท)	อัตราจ้าง (คน)
ผู้จัดการ	45,000	1
แพทย์ (Part-time สัปดาห์ละ 2 ครั้ง ครั้งละ 3 ชม.)	1,000 บาท/ชม.	1
พยาบาล (กลางวัน-กลางคืน)	15,000	3
<b>รวม</b>		<b>4</b>

### 5.6 การบริหารความเสี่ยง

ทางโครงการได้มีการจัดการความเสี่ยงทั้งหมดที่คาดว่าจะเกิดขึ้นธุรกิจ จากการวิเคราะห์ ประเมิน และเฝ้าระวังและหาวิธีควบคุมเพื่อเลี่ยงหรือลดความเสี่ยงเหล่านั้น โดยเฉพาะความเสี่ยงทางการเงิน (Financial Risk) ซึ่งความเสี่ยงทางการเงิน คือ อัตราดอกเบี้ย เนื่องจากทางโครงการเป็นธุรกิจที่ต้องอาศัยเงินทุนมากและแหล่งเงินกู้ส่วนใหญ่มาจากธนาคารหรือสถาบันทางการเงินต่างๆ ดังนั้นดอกเบี้ยจึงเป็นตัวแปรที่สำคัญสำหรับต้นทุนที่ทางบริษัทต้องให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก หากอัตราดอกเบี้ยมีการปรับตัวเพิ่มสูงขึ้นอาจจะส่งผลกระทบต่อต้นทุนของโครงการได้ ดังนั้นเพื่อลดความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต ทางโครงการจะมีการคาดการณ์แนวโน้มเพื่อเอาไว้ ก่อนมีการลงทุนหรือมีการพัฒนาโครงการ

## บทที่ 6

### แผนการเงิน

#### 6.1 วัตถุประสงค์และเป้าหมายทางการเงิน

ทางโครงการได้ดำเนินนโยบายทางการเงินโดยใช้หลักความระมัดระวัง และจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุดในทุกด้าน ทั้งด้านการลงทุน การดำเนินงานและการตลาด อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการจัดการหาแหล่งเงินทุนและโครงสร้างเงินทุนอย่างเหมาะสม และมีสภาพคล่องต่อการดำเนินงานในระยะยาว

#### 6.2 เป้าหมายทางการเงิน

1. ผลการตอบแทนมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) ของโครงการเป็นบวก
2. สามารถคืนทุนได้ภายใน 13 ปี
3. อัตรากำไรขั้นต้น ร้อยละ 40

#### 6.3 กำหนดสมมติฐานทางการเงิน

##### 6.3.1 แหล่งที่มาของเงินทุน

เนื่องจากโครงการเป็นโครงการที่ต้องใช้เงินทุนสูง ทางบริษัทจำเป็นต้องจัดหาเงินทุนจากทั้งเงินกู้ยืมจากธนาคารพาณิชย์ เงินจากส่วนของผู้ถือหุ้น และเงินจากนักลงทุนที่มีความสนใจในการลงทุนในธุรกิจคอนโดมิเนียม ที่ต้องใช้เงินลงทุนเริ่มต้นประมาณ 252 ล้านบาท โดยมีสัดส่วน 70:30 มาจากการกู้ยืมธนาคารพาณิชย์ 176,400,000 บาท มีอัตราดอกเบี้ยเท่ากับ 7% ส่วนที่สองมาจากส่วนของผู้ถือหุ้นและผู้ถือหุ้น 75,600,000 บาทโดยมีรายละเอียดดังนี้

## ตารางที่ 6.1

## แหล่งที่มาเงินทุน

แหล่งที่มาของเงินทุน	สัดส่วน	จำนวน (บาท)	รายละเอียด
เงินกู้ธนาคาร	70%	176,400,000	มาจากการกู้ยืมธนาคารพาณิชย์ โดยมีอัตราดอกเบี้ยเท่ากับร้อยละ 7 (ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด, 2561)
ส่วนของเจ้าของ หรือผู้ถือหุ้น	30%	75,600,000	
<b>รวม</b>	<b>100%</b>	<b>252,000,000</b>	

ทั้งนี้ต้นทุนทางการเงินของโครงการจะคิดจากการคำนวณ WACC (Weighted Average Cost of Capital) ที่มีสัดส่วนเงินลงทุนในส่วนของเจ้าของหรือผู้ถือหุ้น และเงินลงทุนจากการกู้ยืมจากธนาคาร อยู่ที่ 70:30 โดยที่ WACC คำนวณได้ ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{WACC} &= \frac{E}{D+E} (r_e) + \frac{D}{D+E} (r_d) (1-\text{tax}) \\
 &= \frac{0.3}{0.7+0.3} (0.152) + \frac{0.7}{0.7+0.3} (0.07) (1-0.15) \\
 &= 8.73 \%
 \end{aligned}$$

โดยที่ E คือ สัดส่วนเงินลงทุนในส่วนของเจ้าของหรือผู้ถือหุ้น

D คือ สัดส่วนเงินลงทุนจากการกู้ธนาคาร

$r_e$  คือ ต้นทุนในส่วนของเจ้าของ

$r_d$  คือ ต้นทุนเงินลงทุนจากการกู้ธนาคารหรือดอกเบี้ย

tax คือ อัตราภาษีในรูปแบบนิติบุคคล หรือเท่ากับ 15%

### 6.3.2 รายการเงินลงทุนเริ่มต้น

จากที่กล่าวมาข้างต้น บริษัทต้องการเงินลงทุนโดยประมาณ 252 ล้านบาท ที่จะลงทุนหลักๆ ตามรายละเอียดดังนี้

#### 1. ค่าที่ดิน

ตามราคาประเมินที่ดินบนถนนแจ้งวัฒนะปัจจุบัน (พ.ศ. 2561) ราคาที่ดินต่อตารางวาละมีราคาอยู่ที่ประมาณ 120,000 บาท (ที่มา: สรุปราคาประเมินทุนทรัพย์ที่ดิน รอบบัญชีปี พ.ศ. 2559-2562)

## 2. ค่าก่อสร้างอาคารและตกแต่ง

ในการก่อสร้างอาคารที่พักอาศัยขนาด 8 ชั้นนั้น คิดเป็นพื้นที่รวมทั้งหมดเท่ากับ 6,255 ตารางเมตร โดยจะประเมินราคาก่อสร้างอ้างอิงจากมูลนิธิประเมินค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทย อยู่ที่ประมาณ 30,000 บาท/ตารางเมตร ซึ่งค่าก่อสร้างจะประกอบไปด้วย ค่าวัสดุ ค่าแรง ภาษีและค่าตกแต่งอื่นๆ

### ตารางที่ 6.2

#### รายการประเมินทุนเริ่มต้น

รายการ	หน่วย	จำนวน หน่วย	ราคาต่อหน่วย (บาท)	จำนวนเงิน (บาท)
ค่าที่ดิน	ตร.วา	370	120,000	44,400,000
ค่าก่อสร้างและตกแต่งอาคาร 8 ชั้น	ตร.ม.	6,255	30,000	187,650,000
ค่าก่อสร้างที่จอดรถใต้ดิน 900 ตร.ม.	ตร.ม.	900	8,000	7,200,000
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ (5% ของค่าก่อสร้างอาคาร)				9,382,500
ค่าทำถนนและตกแต่งสวน 500 ตร.ม.	ตร.ม.	500	900	450,000
ค่าเครื่องมือและอุปกรณ์การแพทย์				105,470
ค่าอุปกรณ์พื้นที่ส่วนกลาง				1,842,090
สระว่ายน้ำระบบเกลือ ขนาด 2.5 x 4 x 1.5 เมตร				450,000
<b>รวมเงินทุน</b>				<b>251,480,060</b>

### ตารางที่ 6.3

#### ประมาณการต้นทุนแต่ละชั้น

ชั้น	ขนาด พื้นที่ (ตร.ม.)	ค่าก่อสร้างและ ตกแต่ง (บาท)	รวม (บาท)	จำนวน (ชั้น)	รวม (บาท)
ชั้นที่ 1	916	30,000	18,320,000.0	1	27,480,000
ชั้นที่ 2	677	30,000	13,540,000.0	1	20,310,000
ชั้นที่ 3-8	777	30,000	15,540,000	6	139,860,000
<b>รวมทั้งหมด (8 ชั้น)</b>					<b>187,650,000</b>

ตารางที่ 6.4

## ค่าเครื่องมือและอุปกรณ์การแพทย์

บริเวณ	รายการ	ราคา (บาท)	จำนวน	ราคา (บาท)
ห้องพยาบาล	เครื่องวัดความดัน	1,790	1	1,790
	เครื่องชั่งน้ำหนัก	400	1	400
	อุปกรณ์วัดไข้	160	3	480
	เครื่องวัดน้ำตาล	1,250	2	2,500
	หุฟังหัวใจ	500	1	500
	เครื่องกระตุกหัวใจ	60,000	1	60,000
	ชุดอุปกรณ์ทำแผล	1,500	3	4,500
	ชุดช่วยหายใจบีบมือ	1,500	1	1,500
	รถเข็น	3,000	2	6,000
	เตียงพยาบาล	13,900	2	27,800
รวม				105,470

ตารางที่ 6.5

## ค่าอุปกรณ์ส่วนกลาง

บริเวณ	รายการ	ราคา (บาท)	จำนวน	ราคา (บาท)
ห้องอ่านหนังสือ	หนังสือทั่วไป	250	100	25,000
	บอร์ดเกม	700	10	7,000
	เครื่องถ่ายเอกสาร	16,900	1	16,900
ห้องกิจกรรม	กระดานไวท์บอร์ด	4,190	1	4,190
	โปรเจคเตอร์	33,000	1	33,000
ห้องออกกำลังกาย	ลู่วิ่ง	12,000	4	48,000
	ชุดดัมเบล	12,000	1	12,000
	เครื่อง Elliptical	15,000	2	30,000
	เครื่องจักรยานปั่น	4,000	4	16,000
	เครื่อง Weight Bench	19,000	2	38,000
Lobby	คอมพิวเตอร์	25,000	2	50,000
	โทรทัศน์ 55 นิ้ว	22,000	1	22,000
ทางเดินภายในและนอก	กล้อง CCTV	1,000	40	40,000
	ลิฟท์	1,500,000	1	1,500,000
รวม				1,842,090

### 6.3.3 การประมาณผลการดำเนินงานของกิจการ

#### 6.3.3.1 ประมาณการรายได้

ตารางที่ 6.6

ประมาณการรายได้ปีที่ 1-5

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
อัตราการใช้ห้องพัก	60%	75%	80%	85%	85%
รายได้ห้องพัก	42,480,000	55,944,000	61,963,200	69,321,600	72,807,600
รายได้อื่นๆ	424,800	559,440	619,632	693,216	728,076
<b>รวมรายได้</b>	<b>42,904,800</b>	<b>56,503,440</b>	<b>62,582,832</b>	<b>70,014,816</b>	<b>73,535,676</b>

รายได้ของโครงการจะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

#### 1. รายได้จากเช่าห้องพักอาศัยรายปี

รายรับของโครงการมาจากค่าเช่าห้องพักทั้งหมด 98 ยูนิต ซึ่งคิดเป็นพื้นที่ทั้งหมด 4,151 ตารางเมตร และมีอัตราค่าเช่าเฉลี่ยห้องพักละ 60,000 บาท/เดือน ซึ่งจากการอ้างอิงรายงานการตลาดในปี 2560 ของ Colliers เรื่อง Bangkok serviced Apartment พบว่า Occupancy Rate ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครอยู่ที่ 81% ดังนั้นในปีแรกทางบริษัทคาดการณ์ว่าจะสามารถปล่อยเช่าได้ 60% ของจำนวนห้องพักทั้งหมด และคาดว่าอัตราการเติบโตของค่าเช่าเฉลี่ยอยู่ที่ 5% จากการทำตลาดเชิงรุกและปัจจัยเสริมจากการสร้างรถไฟฟ้าสายสีชมพูที่จะช่วยกระตุ้นความต้องการเช่าพักให้มากขึ้นในอนาคต

#### 2. รายได้ค่าบริการทางการแพทย์

การบริการทางการแพทย์ โดยจะมีแพทย์ผู้ชำนาญทาง เข้ามาตรวจสุขภาพและรักษาโรคทั่วไปให้ผู้ที่อยู่อาศัยในโครงการเป็นประจำสัปดาห์ละ 2 ครั้ง และมีโปรแกรมตรวจสุขภาพประจำปี ทั้งนี้ จะมีค่าบริการพบแพทย์อยู่ที่ครั้งละ 900 บาทต่อคน โดยคาดว่าจะมีผู้มาใช้บริการขั้นต่ําปีละประมาณ 1% ของอัตราการใช้ห้องพัก



### 6.3.3.2 ประมาณการค่าใช้จ่าย

ค่าใช้จ่ายของโครงการประกอบไปด้วย 2 ส่วนได้แก่

ตารางที่ 6.7

ประมาณการค่าใช้จ่าย

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	20,165,256	26,556,617	29,413,931	32,906,964	34,561,768
ค่าใช้จ่ายที่ไม่เกี่ยวกับการดำเนินงาน	2,878,912	3,791,381	4,199,308	4,697,994	4,934,244
<b>รวม</b>	<b>23,044,168</b>	<b>30,347,998</b>	<b>33,613,239</b>	<b>37,604,958</b>	<b>39,496,012</b>

#### 1. ประมาณการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

ภายในปีแรกทางบริษัทประมาณการค่าใช้จ่ายทั้งหมดอยู่ที่ 44% ของรายได้ต่อปี โดยแบ่งออกเป็นค่าจ้างพนักงานและค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภคภายในโครงการอยู่ที่ 20% ค่าดำเนินการด้านการตลาดและห้องพักอีก 24% ทั้งนี้ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานจะแปรผันตามอัตราการเข้าพักของลูกค้า ดังนั้นงบประมาณที่ทางบริษัทจะจัดตั้งให้บริษัท Compass ได้ใช้ในการบริหารการดำเนินงานอยู่ที่ปีละ 44% ของรายได้ต่อปี ในส่วนของค่าใช้จ่ายทางการแพทย์ ทางบริษัทจะคิดเป็น 3 % ของรายได้ทั้งหมด โดยแบ่งเป็นค่าจ้างพนักงานและค่าใช้จ่ายอื่นๆ

#### 2. ค่าใช้จ่ายที่ไม่เกี่ยวกับการดำเนินงาน

ทางบริษัทได้มีการทำสัญญากับทางบริษัท Compass ในการว่าจ้างในการบริหารงานภายในโครงการภายใต้งบประมาณที่ตั้งไว้ คือ 44% ของรายได้ต่อปี โดยมีข้อตกลงค่าบริการจัดการ (Management fee) อยู่ที่ 7% ของกำไรขั้นต้น และค่าเบี้ยประกันอาคารอยู่ที่ 1% ของรายได้ต่อปี รวมถึงค่าเสื่อมราคาอยู่ที่ 2% ของรายได้ตามรายละเอียดตารางที่ 6.9

ตารางที่ 6.8

ประมาณการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (Operating Expenses)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าใช้จ่ายบริหารจัดการ	8,580,960	11,300,688	12,516,566	14,002,963	14,707,135
ต้นทุนการดำเนินการด้านห้องพัก	10,297,152	13,560,826	15,019,880	16,803,556	17,648,562
ค่าใช้จ่ายดำเนินการและค่าเสื่อมราคาทางการแพทย์	1,287,144	1,695,103	1,877,485	2,100,444	2,206,070
<b>รวม</b>	<b>20,165,256</b>	<b>26,556,617</b>	<b>29,413,931</b>	<b>32,906,964</b>	<b>34,561,768</b>

## ตารางที่ 6.9

ประมาณการค่าใช้จ่ายที่ไม่เกี่ยวกับการดำเนินงาน (Non-Operating Expenses)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าบริหารจัดการ	1,591,768	2,096,278	2,321,823	2,597,550	2,728,174
ค่าเบี้ยประกันอาคาร	429,048	565,034	625,828	700,148	735,357
ค่าเสื่อมราคา	858,096	1,130,069	1,251,657	1,400,296	1,470,714
<b>รวม</b>	<b>2,878,912</b>	<b>3,791,381</b>	<b>4,199,308</b>	<b>4,697,994</b>	<b>4,934,244</b>

## 6.3.4 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

หลังจากได้ข้อมูลการประมาณรายได้ ต้นทุนและค่าใช้จ่ายต่างๆ แล้ว ประกอบกับสมมติฐานทางการเงิน เราจะสามารถนำไปแสดงเป็นงบกำไรขาดทุนได้ดังนี้

## ตารางที่ 6.10

สรุปประมาณการงบกำไรขาดทุนและกระแสเงินสด

	Year ended 31 December				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>Income</b>	<i>(in Baht)</i>				
รายได้จากการดำเนินงาน	42,904,800	56,503,440	62,582,832	70,014,816	73,535,676
<b>Expense</b>					
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	-20,165,256	-26,556,617	-29,413,931	-32,906,964	-34,561,768
ค่าใช้จ่ายที่ไม่เกี่ยวกับการดำเนินงาน	-2,878,912	-3,791,381	-4,199,308	-4,697,994	-4,934,244
รวมค่าใช้จ่ายทั้งหมด	-23,044,168	-30,347,998	-33,613,239	-37,604,958	-39,496,012
กำไรก่อนต้นทุนทางการเงินและภาษีเงินได้นิติบุคคล	19,860,632	26,155,442	28,969,593	32,409,858	34,039,664
<b>ต้นทุนทางการเงินและภาษี</b>					
ดอกเบี้ยจ่าย	-12,348,000	-11,730,600	-10,495,800	-9,261,000	-8,026,200
เงินต้นจ่าย	-	-17,640,000	-17,640,000	-17,640,000	-17,640,000
กำไรก่อนภาษีเงินได้นิติบุคคล	7,512,632	-3,215,158	833,793	5,508,858	8,373,464
ภาษีเงินได้นิติบุคคล 20%	1,502,526	-643,032	166,759	1,101,772	1,674,693
<b>กำไรสุทธิ (ขาดทุน)</b>	<b>6,010,106</b>	<b>3,437,979</b>	<b>4,105,014</b>	<b>8,512,100</b>	<b>15,210,872</b>

### 6.3.7 การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการลงทุน

#### 6.3.7.1 Cost of Capital (WACC)

ต้นทุนทางการเงินโดยเฉลี่ยของเงินทุนมีประโยชน์เพื่อใช้ในการตัดสินใจว่าควรลงทุนในโครงการนั้นๆ หรือไม่ ประกอบด้วย ต้นทุนจากการกู้ยืมเงิน ( $K_d$ ) และต้นทุนจากเงินของผู้ถือหุ้น ( $K_e$ ) คำนวณได้จากสูตร

$$WACC = (W_d \times K_d \times (1-T)) + (W_e \times K_e)$$

โดยที่  $W_d$  คือ สัดส่วนเงินกู้ยืม (70%)

$W_e$  คือ สัดส่วนเงินลงทุนของผู้ถือหุ้น (30%)

$K_d$  คือ ต้นทุนเงินทุนส่วนของเงินกู้หรืออัตราดอกเบี้ยเงินกู้ (7%)

$K_e$  คือ อัตราผลตอบแทนที่นักลงทุนต้องการ

$T$  คือ อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคล (15%)

โดย  $K_e$  คิดจากผลตอบแทนที่ผู้ถือหุ้นคาดว่าจะได้รับ ด้วยวิธี Own Bond Yield Plus Risk Premium ซึ่งสามารถคำนวณได้จากสูตร ดังต่อไปนี้

$$K_e = K_d + \text{Risk Premium}$$

โดยที่  $K_e$  คือ อัตราผลตอบแทนที่นักลงทุนต้องการ

$K_d$  คือ ต้นทุนเงินทุนส่วนของเงินกู้หรืออัตราดอกเบี้ยเงินกู้สูงสุด (11.2%) (ธนาคารกรุงศรีอยุธยา, 2562)

Risk Premium คือ ส่วนชดเชยความเสี่ยงที่นักลงทุนต้องการ กำหนดให้คิดที่ 4%

$$K_e = 0.112 + 0.04$$

$$K_e = 15.2\%$$

ดังนั้น  $ACC = (0.7 \times 0.7) \times (1 - 0.15) + (0.3 \times 0.152)$

$$WACC = 8.73\%$$

#### 6.3.7.2 NPV (Net Present Values)

มูลค่าผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับจากการลงทุนในโครงการหรือการลงทุนสร้างผลกำไรหรือไม่ ซึ่งสามารถคำนวณได้จากการนำกระแสเงินสดจากการดำเนินงานมาคิดลดด้วยอัตราต้นทุนของเงินทุนที่มีอายุโครงการ 15 ปี ซึ่งจากคำนวณพบว่าโครงการมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 245,438,906 บาท โครงการนี้จึงถือว่าเป็นโครงการที่น่าลงทุน

### 6.3.7.3 IRR (Interest Rate of Return)

อัตราผลตอบแทนภายใน คือการประเมินว่า การลงทุนภายในนั้นอัตราผลตอบแทนเท่าใด คือการสุ่มอัตราคิดลด (Discount rate) ที่ทำให้ NPV มีค่าเท่ากับศูนย์ กล่าวคือ ทำให้เงินสดสุทธิในอนาคตทอนมูลค่ากลับมาปัจจุบันแล้วมีค่าเท่ากับเงินลงทุนก้อนแรก ดังนั้น IRR ควรจะมีค่ามากกว่าต้นทุนทางการเงินและยังมีค่ามากยิ่งขึ้น ซึ่งอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) มีค่าอยู่ที่ 15% ซึ่งสูงกว่า WACC

### 6.3.7.4 Payback Period

ระยะเวลาคืนทุนของโครงการ โดยคำนวณได้จากกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน และจะสามารถคืนทุนได้ภายใน 13 ปี ซึ่งเป็นไปตามกลยุทธ์ที่วางไว้

ตารางที่ 6.11

ตารางคำนวณ NPV IRR และ PP ของโครงการ

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
Free cash flow	6,010,106	3,437,979	4,105,014	8,512,100	15,210,872
EBITDA	7,512,632	(3,215,158)	833,793	5,508,858	8,373,464
WACC (%)	8.73				
NPV (บาท)	245,438,906				
IRR (%)	15				
Pp (ปี)	12.2				

## 6.3.8 จำลองสถานการณ์ด้านสมมติฐานทางการเงิน

### 6.3.8.1 สถานการณ์ปกติ (Base Case Scenario)

สถานการณ์ปกติ คือสถานการณ์ที่เป็นไปได้ และได้ทำการประมาณไปแล้วข้างต้น ตามรายละเอียดตารางที่ 6.10

### 6.3.8.2 สถานการณ์ที่ดีที่สุด (Best Case Scenario)

สถานการณ์ที่ดีที่สุด จากสมมติฐานทางการเงิน โดยวิเคราะห์จากปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งดี ใกล้แหล่งชุมชน และศูนย์ราชการ รวมถึงการพัฒนาในเขตเมืองอย่างต่อเนื่อง ทางบริษัทจึงคาดการณ์ว่าหากการก่อสร้างรถไฟฟ้าสายสีชมพูเสร็จสิ้น จะก่อให้เกิดความต้องการทางด้านที่อยู่อาศัยติดแนวรถไฟฟ้ามากขึ้น สำหรับผู้สูงอายุที่อยู่ในวัยทำงานและต้องการเดินทางและการเป็นอยู่ที่สะดวกสบาย จะส่งผลให้โครงการสามารถเพิ่มยอดจองห้องพักได้อีก 10% จากเหตุการณ์ปกติ

## ตารางที่ 6.12

## ประมาณการงบกำไรขาดทุนและกระแสเงินสดในกรณีที่ดีที่สุด

Year ended 31 December					
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>Income</b>	<i>(in Baht)</i>				
รายได้จากการดำเนินงาน	47,268,000	61,848,360	69,001,584	77,606,784	81,509,424
<b>Expense</b>					
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	-22,215,960	-29,068,729	-32,430,744	-36,475,188	-38,309,429
ค่าใช้จ่ายที่ไม่เกี่ยวกับการดำเนินงาน	-3,171,683	-4,150,025	-4,630,006	-5,207,415	-5,469,282
รวมค่าใช้จ่ายทั้งหมด	-25,387,643	-33,218,754	-37,060,750	-41,682,603	-43,778,711
กำไรก่อนต้นทุนทางการเงินและภาษีเงินได้นิติบุคคล	21,880,357	28,629,606	31,940,833	35,924,180	37,730,712
<b>ต้นทุนทางการเงินและภาษี</b>					
ดอกเบี้ยจ่าย	-12,348,000	-11,730,600	-10,495,800	-9,261,000	-8,026,200
เงินต้นจ่าย	-	-17,640,000	-17,640,000	-17,640,000	-17,640,000
กำไรก่อนภาษีเงินได้นิติบุคคล	9,532,357	(740,994)	3,805,033	9,023,180	12,064,512
ภาษีเงินได้นิติบุคคล 20%	1,906,471	(148,199)	761,007	1,804,636	2,412,902
<b>กำไรสุทธิ (ขาดทุน)</b>	<b>7,625,886</b>	<b>7,033,090</b>	<b>10,077,117</b>	<b>17,295,661</b>	<b>26,947,271</b>

## 6.3.8.3 สถานการณ์แย่มากที่สุด (Worst Case Scenario)

สถานการณ์แย่มากที่สุดจากสมมติฐานทางการเงิน โดยเมื่อวิเคราะห์จากปัจจัยที่มีความอ่อนไหวที่สามารถเกิดขึ้นได้ จากการบริหารงานผิดพลาดของบริษัทภายนอกที่จ้างมาในการดำเนินงานด้านการตลาดและขาย รวมถึงบริหารต้นทุนขาย ส่งผลให้ยอดขายการเข้าพักไม่เป็นไปตามเป้า โดนคาดว่าอัตราการเข้าพักจะลดลง 10% จากเหตุการณ์ปกติ

## ตารางที่ 6.13

ประมาณการงบกำไรขาดทุนและกระแสเงินสดในกรณีแย่งที่สุด

Year ended 31 December					
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>Income</b>	<i>(in Baht)</i>				
รายได้จากการดำเนินงาน	38,541,600	50,394,960	56,966,424	63,266,400	66,447,900
<b>Expense</b>					
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	-18,114,552	-23,685,631	-26,774,219	-29,735,208	-31,230,513
ค่าใช้จ่ายที่ไม่เกี่ยวกับการดำเนินงาน	-2,586,141	-3,381,502	-3,822,447	-4,245,175	-4,458,654
รวมค่าใช้จ่ายทั้งหมด	-20,700,693	-27,067,133	-30,596,666	-33,980,383	-35,689,167
กำไรก่อนต้นทุนทางการเงินและภาษีเงินได้นิติบุคคล	17,840,907	23,327,827	26,369,758	29,286,017	30,758,733
<b>ต้นทุนทางการเงินและภาษี</b>					
ดอกเบี้ยจ่าย	-12,348,000	-11,730,600	-10,495,800	-9,261,000	-8,026,200
เงินต้นจ่าย	-	-17,640,000	-17,640,000	-17,640,000	-17,640,000
กำไรก่อนภาษีเงินได้นิติบุคคล	5,492,907	(6,042,773)	(1,766,042)	2,385,017	5,092,533
ภาษีเงินได้นิติบุคคล 20%	1,098,581	(1,208,555)	(353,208)	477,003	1,018,507
<b>กำไรสุทธิ (ขาดทุน)</b>	<b>4,394,325</b>	<b>(439,893)</b>	<b>(1,852,727)</b>	<b>55,286</b>	<b>4,129,313</b>

## ตารางที่ 6.14

ตารางเปรียบเทียบ NPV, IRR และ Payback period ในกรณีต่างๆ

สถานการณ์	NPV (บาท)	IRR	Payback period (ปี)
Best case	331,028,206	18%	11.1
Base case	245,438,906	15%	12.2
Worst case	165,982,661	11%	14.3

## บทที่ 7

### การประเมินผลและแผนฉุกเฉิน

#### 7.1 การประเมินผล

ทางโครงการได้ให้ความสำคัญกับการประเมินผลดำเนินงานเป็นอย่างยิ่ง เพื่อเป็นเครื่องชี้วัดถึงผลงานว่าสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและตรงจุดหรือไม่ รวมถึงการประเมินผลดำเนินการยังเป็นเครื่องช่วยควบคุมให้ผลการดำเนินงานเป็นไปตามแผนที่วางไว้ของบริษัท โดยการประเมินผลของบริษัทสามารถแบ่งเป็นฝ่ายได้ดังนี้

##### 7.1.1 ด้านการปฏิบัติงาน

ทางบริษัทจะมีการสำรวจความพึงพอใจในแต่ละบริการที่ทางโครงการเป็นผู้ดูแล เช่น การบริการแม่บ้าน การบริการพยาบาล และการบริการอำนวยความสะดวกต่างๆ ทั้งนี้ทางบริษัทยังได้มีการแจกแบบสอบถามประเมินความพึงพอใจในแต่ละกิจกรรมที่ทางโครงการเป็นผู้จัดขึ้น เพื่อให้ทางโครงการได้นำมาปรับปรุงและพัฒนาแก้ไข ให้ตรงต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างสูงสุด

##### 7.1.2 ด้านการตลาดและการขาย

เนื่องด้วยฝ่ายการตลาดเป็นเรื่องของการวางแผนนโยบายที่ต้องสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างแท้จริง ดังนั้นการเปิดรับข่าวสารและข้อมูลจากผู้บริโภคเป็นเรื่องที่สำคัญ เนื่องจากผู้บริโภคมีการปรับตัวพฤติกรรมอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นการเปิดรับความคิดเห็นจากลูกค้าปัจจุบันและลูกค้าในอนาคต จะส่งผลให้การวางแผนทางการตลาดมีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งการสำรวจความคิดเห็นจะแบ่งออกดังนี้

###### 1. การเปิดรับความคิดเห็นตลอดเวลา

โดยลูกค้าปัจจุบันสามารถแสดงความคิดเห็นผ่านทางอีเมลของโครงการ หรือผ่านกล่องแสดงความคิดเห็นของโครงการได้ที่บริเวณ Lobby อย่างเช่น เรื่องร้องเรียน ข้อเสนอแนะ เป็นต้น ทางโครงการจะนำทุกความคิดเห็นมาพิจารณาและปรับปรุงพัฒนาต่อไป เพื่อประโยชน์ของลูกค้าและบริษัท

###### 2. เปิดรับความคิดเห็นตามวาระ

เป็นการสำรวจความคิดเห็นจากลูกค้าตามไตรมาส เพื่อสำรวจถึงสภาวะการณ์ตลาดสภาพการแข่งขันและทัศนคติของกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการสำรวจใช้บริการของกลุ่มเป้าหมาย การจัดประชุมภายในองค์กร

### 7.1.3 ด้านการเงิน

การควบคุมดำเนินการและการประเมินด้านการเงินเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้บริษัทสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ ดังนั้นการวัดอัตราส่วนทางการเงิน และการจัดงบการเงินประจำรายเดือนตามผลการดำเนินการตามความเป็นจริง ซึ่งเป็นเครื่องสะท้อนถึงความมั่นคงของบริษัทได้ และจะช่วยให้ทางบริษัทสามารถปรับ กลยุทธ์การบริหารและดำเนินการแก้ไขได้อย่างทันท่วงทีหากมีปัญหากเกิดขึ้น โดยวิเคราะห์และประเมินจากการเติบโตของรายได้เมื่อเทียบกับคู่แข่งและของตนเองให้ปีก่อนหน้า รวมถึงการประเมินจากค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจริงเทียบกับค่าใช้จ่ายที่คาดการณ์ไว้ในงบประมาณ เพื่อให้ทราบถึงข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้น และแก้ไขการดำเนินงานได้อย่างถูกต้อง

### 7.1.4 ด้านบุคลากร

การประเมินความสุขในการทำงานของพนักงานภายในบริษัทก็เป็นส่วนสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ เนื่องจากทรัพยากรบุคคล คือปัจจัยสำคัญในการทำธุรกิจด้านการบริการ บริษัทจะต้องมั่นใจว่าพนักงานทุกคนทำงานกันอย่างมีความสุข เพื่อที่พนักงานทุกคนจะได้ทำงานและให้บริการลูกค้าได้ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด โดยทางบริษัทจะมีการสร้างแรงจูงใจให้แก่พนักงาน จากการประเมินพนักงาน แบบ 360 องศา ซึ่งเป็นการประเมินจากบุคคลรอบข้าง ทั้งจากลูกค้าและเพื่อนร่วมงาน เพื่อเก็บข้อมูลและมอบเป็นรางวัลตอบแทนให้แก่พนักงานดีเด่นในแต่ละปี

## 7.2 แผนฉุกเฉิน (Contingency Plan)

### 7.2.1 กรณีรายได้ไม่ได้ตามเป้าหมาย

ในกรณีที่ไม่สามารถขายห้องที่พักอาศัยได้ตามเป้าหมายที่ตั้ง ทางบริษัทจะดำเนินการดังนี้

1. การเพิ่มกลุ่มเป้าหมาย จากกลยุทธ์การตลาดที่พยายามเจาะกลุ่มผู้สูงอายุ ในช่วง 50-69 ปี ทางบริษัทจะทำการเพิ่มกลุ่มเป้าหมายให้กว้างขึ้น โดยจะเจาะจง ผู้หญิงที่มีสถานะโสด ตั้งแต่อายุ 40 ปีขึ้นไป เพื่อเพิ่มขนาดตลาดให้กว้างขึ้น โอกาสที่จะเพิ่มยอดขายก็มากขึ้นเช่นกัน
2. เพิ่มช่องทางการสื่อสารทางการตลาดให้มากขึ้น เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายรับรู้ถึงการมีอยู่ของแบรนด์ จากการสื่อสารทางการตลาด ผ่านทางวิทยุหรืออินเทอร์เน็ต รวมถึงการขยายขอบเขตการโฆษณาไปในพื้นที่อื่นๆ นอกเหนือจากเขตพื้นที่นนทบุรี

### 7.2.2 กรณีขาดแคลนสภาพคล่องทางการเงิน

ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ถือเป็นทรัพย์สินที่มีสภาพคล่องต่ำเปลี่ยนมือซื้อขายได้ช้า เนื่องจากมีมูลค่าค่อนข้างสูงมากจึงต้องรอเวลาในการตัดสินใจของลูกค้า สภาพคล่องอสังหาริมทรัพย์ยังขึ้นอยู่กับรูปแบบโครงการของผู้พัฒนาว่าตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากน้อยขนาดไหน ทั้งนี้หากการประเมินยอดขายมีความคลาดเคลื่อนสูง จะส่งผลให้เงินทุนหมุนเวียนไม่เพียงพอ ทางบริษัทจำเป็นต้องหาแหล่งเงินกู้ระยะสั้นประมาณ 1-3 ปี เพื่อมาปรับสภาพคล่องทางการเงินให้ดีขึ้น



## รายการอ้างอิง

### การค้นคว้าอิสระ

ธนัญญ์ กำจรจิระพันธ์. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเช่าอาคารชุดเพื่อพักอาศัยของผู้บริหารญี่ปุ่น. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, สาขาบริหารธุรกิจ.

### สื่ออิเล็กทรอนิกส์

กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2560). ผู้สูงอายุในสังคมไทย. สืบค้นจาก <http://www.dop.go.th/th/know/1>

กวิณ วงศ์ลิตี. (2554). การศึกษาพฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติในประเทศไทย. สืบค้นจาก <http://www.ssruir.ssru.ac.th/bitstream/ssruir/552/1/147-54.pdf>

จิราวดี รัตน์ไพฑูรย์ชัย. ตลาดนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ : โอกาสใหม่ไทย เต็มโตรับ AEC. สืบค้นจาก <http://www.itd.or.th/wp-content/uploads/2015/05/20140827>

Pricewaterhouse Coopers. (2014). *Five megatrends and possible implications*, Retrieved from <https://www.pwc.com/us/en/faculty-resource/assets/symposium/2014-megatrends-overview.pdf>

SCB EIC, (2560). *เจาะธุรกิจสำหรับผู้สูงอายุ.*, สืบค้นจาก [https://www.scbeic.com/th/detail/file/product/1675/e855yj8d5h/Note\\_TH\\_Senior%20care%20opportunity\\_final.pdf](https://www.scbeic.com/th/detail/file/product/1675/e855yj8d5h/Note_TH_Senior%20care%20opportunity_final.pdf)

### Article

Meltem, C., & Tahir, A. (2014). Does the importance of hotel attributes differ for senior tourists?. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 26(4), 610 – 628.

**ประวัติผู้เขียน**

ชื่อ	นางสาวสุพิชชา พุทธากรณ์
วันเดือนปีเกิด	6 กรกฎาคม 2533
วุฒิการศึกษา	ปีการศึกษา 2560: บริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ตำแหน่ง	Trade officer Kotra Bangkok
ประสบการณ์ทำงาน	2558-2561: Trade officer Kotra Bangkok 2557-2558: พนักงานฝ่ายต่างประเทศ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด

