

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจโรงแรมในเขตสนามบินสุวรรณภูมิ กรุงเทพฯ  
**THE FEASIBILITY STUDY FOR AN AIRPORT HOTEL PROJECT**  
**AT SUVARNABHUM AIRPORT, BANGKOK**

ชูเกียรติ ศรีงามผ่อง<sup>1</sup>

กุลเชษฐ์ มงคล<sup>2</sup>

รติ ศรีงามผ่อง<sup>3</sup>

**บทคัดย่อ**

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจโรงแรมในเขตสนามบินสุวรรณภูมิ ได้รวบรวมข้อมูลพื้นฐานสำหรับการตัดสินใจในความเป็นไปได้ในการลงทุนโรงแรมในเขตสนามบินสุวรรณภูมิ โดยมีการศึกษาความเป็นไปได้ทั้งหมด 3 ด้าน ด้านการตลาด ด้านการดำเนินงาน และ ด้านการเงิน วิธีการศึกษาค้นคว้าเน้นการรวบรวมข้อมูลทางด้านการตลาดจากหน่วยงานการท่องเที่ยว เอกสารตำราวิชาการ เอกสารทางราชการและหน่วยงานของรัฐ เช่นธนาคารแห่งประเทศไทย หรือกรมการท่องเที่ยวและกีฬา งานวิจัย บทวิเคราะห์ หรือรายงานเศรษฐกิจต่างจากสถาบันวิจัยทางเศรษฐกิจที่น่าเชื่อถือ โดยโครงการมีพื้นที่ 5 ไร่ ประกอบด้วยห้องพักจำนวน 170 ห้อง แบ่งเป็นห้องพัก 2 ประเภท คือ ห้องขนาดใหญ่ (Deluxe) มีขนาด 30 ตารางเมตร และห้องขนาดมาตรฐาน (Standard) มีขนาด 26 ตารางเมตร มีห้องอาหารขนาด 200 ที่นั่ง สระน้ำ ห้องประชุม และสนามเด็กเล่น โครงการใช้เงินลงทุนทั้งสิ้น 220 ล้านบาท ซึ่งจากการศึกษาพบว่าโครงการมีความเป็นไปได้ในการลงทุน เนื่องจากภาวะตลาดการท่องเที่ยวมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง โครงการออกแบบอย่างพิถีพิถัน ให้ความสำคัญกับมาตรฐานการบริการ และผลตอบแทนจากการลงทุนมีผลตอบแทนที่คุ้มค่า

**คำสำคัญ:** โรงแรมในเขตสนามบิน ห้องพัก

**Abstract**

The Feasibility Study for an Airport Hotel Project at Suvarnabhumi Airport is covered from studies of 3 aspects; marketing, operation and finance. The study methodologies are predominantly focused on collecting information from marketing information of various tourism government organizations, general published documents, textbooks, other published printing from government, research, analysis paper, economic research from leading financial institutions. The project area is 5 Rai and 170 guestrooms where composed by 2 room types; Deluxe Room (30 square meters) and Standard Room (26 square meters), also there is a restaurant with 200 seats, swimming pool, meeting room and playground. Total project investment cost is about 220 million Thai baht. The study results shown investment feasible to invest due to Thailand tourism is keeping stabilized grown, plus design of the hotel are carefully designed while maintaining of service is focused, finally return on investment is satisfied.

**Keywords:** Airport Hotel, guestrooms

<sup>1</sup> นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

E-mail chookiat10@gmail.com

<sup>2</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

E-mail kulachet@hotmail.com

<sup>3</sup> การจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

E-mail chookiat10@gmail.com

## บทนำ

โครงการลงทุนใหม่ในการก่อสร้างโรงแรมเขตสนามบินสุวรรณภูมิ จึงเป็นหัวข้อที่น่าสนใจในการทำการศึกษความเป็นไปได้ เนื่องจากจำนวนโรงแรมในเขตสนามบินสุวรรณภูมินั้นยังมีจำนวนไม่มาก โดยจากการสืบค้นข้อมูลจำนวนโรงแรมในเขตสนามบินสุวรรณภูมิจากเว็บไซต์จองห้องพัก Agoda.com (สืบค้น ณ วันที่ 29 กุมภาพันธ์ 2559, Agoda.com) ที่ได้รับความนิยมในการจองจากลูกค้าในทุกประเทศ พบว่า โรงแรมในเขตสนามบินสุวรรณภูมิมีจำนวน 79 โรงแรมกระจุกกระจายอยู่ โดยส่วนใหญ่เป็นโรงแรมขนาดเล็ก ซึ่งเมื่อหากเทียบสัดส่วนจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาประเทศไทย อีกทั้งในย่านเขตตลาดกระบังนั้น ยังไม่มีโรงแรมที่ให้บริการที่ให้บริการครบวงจรในด้านประชุมสัมมนาที่เพียงพอ เนื่องจากอยู่ในเขตอุตสาหกรรมที่มีบริษัทข้ามชาติจำนวนมาก

## วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนโดยการรวบรวมข้อมูลการศึกษาจากแหล่งข้อมูลภาครัฐ ผลวิจัยและรายงานวิเคราะห์จากสถาบันต่างๆ สำหรับการตัดสินใจในความเป็นไปได้ในการลงทุนโรงแรมในเขตสนามบินสุวรรณภูมิ โดยการดำเนินงานทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านการตลาด ด้านการดำเนินงาน และด้านการเงิน

## วิธีดำเนินงาน

การศึกษความเป็นไปได้ทางธุรกิจนี้เน้นการใช้แบบข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ใช้ไม่ได้เก็บรวบรวมเอง แต่มีผู้อื่นหรือ หน่วยงานอื่นๆ ทำการเก็บรวบรวมไว้แล้ว เช่น จากรายงานที่พิมพ์แล้ว หรือยังไม่ได้พิมพ์ของหน่วยงานของรัฐบาล สมาคม บริษัท สำนักงานวิจัย นักวิจัย วารสาร หนังสือพิมพ์ เป็นต้น เนื่องจากขอบเขตในการศึกษานั้นมีกลุ่มตัวอย่างขนาดใหญ่ มีความซับซ้อนของตัวอย่างซึ่งทำการจัดเก็บได้ยาก โดยแบ่งการศึกษาในด้านต่างๆ ได้ดังนี้

- ทางด้านการตลาด ใช้การรวบรวมข้อมูลทางการตลาดโดยเฉพาะการตลาดในอุตสาหกรรมโรงแรม เพื่อทำการวิเคราะห์ โดยใช้แนวคิดตามทฤษฎีการตลาด (Marketing Management) เช่น การวิเคราะห์การแบ่งส่วนทางการตลาด การเลือกตลาดกลุ่มเป้าหมาย การกำหนดส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)

- ทางด้านการดำเนินงาน ใช้แนวคิดตามทฤษฎีการจัดการดำเนินงาน (Operational Management) ทั้งนี้การศึกษจะเน้นการรวบรวมข้อมูลการจัดการทางด้านการโรงแรมเป็นหลัก ซึ่งประกอบด้วยทางเลือกทำเลที่ตั้ง การกำหนดผังของสถานที่ประกอบการ การออกแบบกระบวนการ (Process Design)

- ทางด้านการเงิน ใช้แนวคิดตามทฤษฎีการจัดการการเงิน (Financial Management) โดยใช้การวิเคราะห์ผ่านการจัดการทางการเงินต่างๆ เช่น งบแสดงฐานะการเงิน งบกำไรขาดทุน งบกระแสเงินสด นอกจากนี้ยังใช้การวิเคราะห์ทางการเงินอื่นๆ เช่น การหาต้นทุนของเงินลงทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (WACC) ระยะเวลาคืนทุนที่มีการคิดลด (Discounted Payback Period) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) และอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR)

## ผลการวิจัย

ทางด้านการตลาด

จากข้อมูลจำนวนเที่ยวบินขาเข้าและจำนวนเที่ยวบินต่อเครื่อง ดังตารางที่ 1 พบว่ามีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวและทำธุรกิจ ดังนั้นจึงสามารถแบ่งส่วนแบ่งทางการตลาดได้ดังนี้

การแบ่งส่วนแบ่งทางการตลาด มีการแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business) อยู่ที่ร้อยละ 40 และ

นักท่องเที่ยวที่ไม่เกี่ยวกับธุรกิจ (Non-Business) อยู่ที่ร้อยละ 60

การกำหนดตลาดกลุ่มเป้าหมาย (Market Target)

กลุ่มเป้าหมายหลัก

เน้นเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนและเอเชีย ผู้บริหารและพนักงานระดับผู้จัดการจากต่างประเทศที่เดินทางมาทำงาน เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีขนาดใหญ่ผู้โดยสารที่รอเพื่อต่อเครื่องที่มีระยะเวลาในการรอมากกว่า 4 ชั่วโมง หรือผู้โดยสารสายการบินที่มีปัญหาเครื่องบินล่าช้า และจำเป็นต้องค้างแรมเพื่อรอเที่ยวบินต่อไป

กลุ่มเป้าหมายรอง

ผู้เดินทางคนไทยที่เข้ามาทำธุระชั่วคราวในเขตลาดกระบัง เขตประเวศ และเขตอ่อนนุช หรือ บุคลากรมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีลาดกระบัง และผู้ปกครองที่มาค้างแรมเพื่อประสานงาน ศึกษาต่อ มาเยี่ยมเยียน หรือรับปริญญาที่ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีลาดกระบัง

การกำหนดส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 7P's)

ด้านสินค้า (Products) โรงแรมที่ประกอบด้วยห้องพักจำนวน 170 ห้อง เป็นห้องพัก มีห้องขนาดใหญ่

(Deluxe) มีขนาด 30 ตารางเมตร และห้องขนาดมาตรฐาน (Standard) มีขนาด 26 ตารางเมตร มีการเก็บเสียงจากเครื่องบินที่บินผ่านอย่างดี บาร์เครื่องดื่มบริเวณริมสระน้ำ ฟิตเนสพร้อมอุปกรณ์ทันสมัย สระน้ำขนาดกลางระบบเกลือ ห้องประชุมขนาดกลาง 1 ห้อง รองรับแขกได้ 150 คน และห้องประชุมขนาดเล็ก 1 ห้อง รองรับแขกได้ 20 คน สนามเด็กเล่น พร้อมอุปกรณ์

ด้านราคา (Price) การกำหนดราคาขายห้องพักจะตั้งราคาให้ใกล้เคียงกับคู่แข่งหลักในตลาด โดยราคาขายปกติ

ของห้องพักขนาดใหญ่ หรือ Deluxe อยู่ที่ 1,500 บาทต่อคืน และห้องขนาดมาตรฐาน หรือ Standard อยู่ที่ 1,200 บาทต่อคืน ทั้งนี้ราคาขายพิจารณาจะผันแปรขึ้นอยู่กับฤดูกาลของการท่องเที่ยวของแต่ละปี

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การจัดจำหน่ายไปยังลูกค้ากลุ่มต่างๆ จะแบ่งได้เป็น จำหน่ายตรงไปยัง

ลูกค้า (Direct to Customer ผ่านเว็บไซต์ของโรงแรม (Hotel Website) ผ่านตัวแทนขายทั่วไป (Travel Agency) ผ่านตัวแทนขายออนไลน์ (Online Travel Agency) ผ่านตัววางแผนประชุมและสัมมนา (Conference and Meeting Planners)

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านการโฆษณาทางช่องทางออนไลน์ โดยจะมีการซื้อโฆษณาผ่านสื่อ

สังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Instagram และ Twitter Google ด้านทางช่องทางสื่อโฆษณาทั่วไป เช่น ในสื่อนิตยสารท่องเที่ยวหรือโรงแรม นอกจากนี้ยังมีการใช้พนักงานขายโดยตรง (Personal Selling) การทำการประชาสัมพันธ์ (Public Relations) ผ่านกิจกรรมต่างๆ ในชุมชน และ ด้านการส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) โดยการจัดการส่งเสริมการขายที่แปลกใหม่

ด้านบุคลากร (People) บุคลากรด้านห้องพัก จะมีแต่งกายที่สะอาด ถูกต้องตามระเบียบการแต่งกายสามารถ

สื่อสาร ตอบสนองความต้องการและแก้ปัญหาของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation ) โรงแรมให้ความ

ใส่ใจในด้านความสะอาดของโรงแรมเป็นสิ่งสำคัญที่สุด มีการเพิ่มเติมกลิ่นอ่อนๆของความเป็นไทย เพื่อให้แขกชาวต่างชาติได้สัมผัสความเป็นไทย

ด้านกระบวนการ (Process) โรงแรมจะใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์มาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ใช้ประโยชน์จากโปรแกรมสนทนา เช่น Line หรือ WhatsApp ในการบริการแขก ใช้ระบบโทรศัพท์ที่เชื่อมต่อกับระบบคอมพิวเตอร์ในการสื่อสารกับพนักงานต้อนรับ

ทางการดำเนินงาน

การตัดสินใจเลือกทำเลที่ตั้ง ด้านสภาพภูมิศาสตร์โรงแรม กำหนดตำแหน่งที่ตั้งให้อยู่ในพื้นที่สนามบินสุวรรณภูมิ

ภูมิด้วยเนื่องจากพื้นที่สนามบินสุวรรณภูมิเป็นเขตที่มีโรงงานอุตสาหกรรมจำนวนมากมูลค่าที่ดินไม่มีมูลค่าสูงมากเกินไป เนื่องจากมีมลภาวะทางเสียงรบกวน จากเครื่องบิน จึงไม่นิยมสร้างที่อยู่อาศัย การเดินทางสะดวก อยู่ใกล้แหล่งรถไฟฟ้าสนามบิน ระยะห่างที่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวเช่น สถานตากอากาศบางปู เมืองโบราณ ตลาดโบราณบางพลี หรือ ฟาร์มจระเข้

การกำหนดผังของสถานที่ประกอบการ (Layout) มีพื้นที่รับส่งลูกค้าเป็นพื้นที่เรียบและสามารถลากกระเป๋าที่มี

ล้อได้ มี ล็อบบี้เป็นพื้นที่ต้อนรับแขกเป็นพื้นที่หลักของลูกค้าที่จำเป็นต้องออกแบบให้มีความสวยงาม

การออกแบบกระบวนการ (Process Design)

กระบวนการในการจัดการภายในโรงแรมนั้นแบ่งได้เป็นหลายขั้นตอน โดยสามารถแบ่งได้เป็น 6 กระบวนการ

คือ กระบวนการรับจองห้องพัก กระบวนการต้อนรับลูกค้า กระบวนการเช็คอิน กระบวนการส่งกระเป๋าไปยังห้องพัก กระบวนการทำความสะอาด

ทางการเงิน

การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินของโรงแรมในเขตสนามบินสุวรรณภูมิ จากการตั้งสมมุติฐานทางการเงินการประมาณรายรับรายจ่ายที่เกิดขึ้น พบว่า โครงการใช้เงินลงทุนเริ่มแรก 220,000,000 บาท มีแหล่งเงินทุน 2 แห่งคือจากเงินทุนส่วนตัว 60 % เป็นจำนวน 132,000,000 บาท และเงินกู้จากแหล่งเงิน 40% จำนวน 88,000,000 บาท โดยใช้ที่ดินและอาคารก่อสร้าง เป็นหลักทรัพย์ค้ำประกัน ระยะเวลาของโครงการ 7 ปี NPV เท่ากับ 10,658,212 บาท ค่า IRR ที่ 11.1% ระยะเวลาคืนทุนที่ 6 ปี 4เดือน

## สรุป

ด้านการตลาดสรุป มีความเป็นไปได้ เนื่องจาก การออกแบบพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกโรงแรมที่ใส่ใจในความสะอาด สวยงาม มีการฝึกอบรมพนักงานที่ให้บริการที่ดีเยี่ยม อีกทั้งหากเทียบจำนวนโรงแรมในเขตสนามบินสุวรรณภูมิที่มีจำนวน 79 แห่ง เมื่อเทียบกับการอัตราการเติบโตของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวนมาก ประกอบกับการขยายสนามบินสุวรรณภูมิ เฟส 2 ที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น ย่อมทำให้โครงการประสบความสำเร็จได้

ด้านการดำเนินงานสรุป มีความเป็นไปได้ เนื่องจากทำเลที่ตั้งเหมาะสม อยู่ใกล้สถานที่สำคัญต่อการท่องเที่ยวและเดินทาง พร้อมทั้งการใส่ใจในรายละเอียดของการบริการ ทำให้การบริการมีกระบวนการที่รวดเร็ว

ด้านการเงินสรุป มีความเป็นไปได้ เนื่องจากอัตราการเข้าพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวที่มีอัตราสูง จากผล

สำรวจเฉลี่ย 5 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร และราคาขายเฉลี่ยที่มีราคาสมเหตุสมผลพร้อมทั้งต้นทุนในการบริการที่ต่ำ ทำให้ผลตอบแทนจากการลงทุนมีระยะเวลาที่ไม่ยาวนานเกินไป

### กิตติกรรมประกาศ

รายงานการศึกษาอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี เนื่องจากผู้ศึกษาได้รับความกรุณาจากอาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุลเชษฐ์ มงคล ที่ให้คำแนะนำ ที่มีคุณค่าต่อการศึกษาตลอดจนแก้ไขปรับปรุงข้อบกพร่องต่างๆจนทำให้รายงานการศึกษาอิสระฉบับเสร็จสมบูรณ์เป็นอย่างดีผู้ศึกษาจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

### เอกสารอ้างอิง

- [1] การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2558) รายงานสรุปฉบับผู้บริหาร โครงการศึกษาตลาดนักท่องเที่ยวศักยภาพสูง จีน อินเดีย รัสเซีย
- [2] สุชาติ ไยเทศ. (2555) วิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุนประกอบธุรกิจจิวเวลรี่ที่เมืองอ่าวไทย ภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต. รายงานการค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- [3] นางสาวสไบทิพย์ มงคลนิมิตร. (2554) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้านการบริการของโรงแรมแมนดารินโอเรียนเต็ล กรุงเทพฯ วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- [4] สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559) ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ไตรมาสที่ 4/2558

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนเที่ยวบินที่สนามบินสุวรรณภูมิ ช่วงปี 2553 – 2558

Year	Arrival	Transit	Total	Growth%
2553	41,001,445	1,495,505	42,496,950	
2554	46,190,848	1,609,737	47,800,585	12.48
2555	50,929,035	1,439,677	52,368,712	9.56
2556	49,664,479	1,236,218	50,900,697	(2.80)
2557	45,466,814	1,030,443	46,497,257	(8.65)
2558	51,422,279	961,938	52,384,217	12.66