



การศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility Study)

โครงการพัฒนาที่ดินริมถนนสาทรเหนือ

โดย

นายบุญชนะ มนต์ชัยตระกูล

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์)
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2557
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

การศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility Study)
โครงการพัฒนาที่ดินริมถนนสาทรเหนือ

โดย

นายบุญชนะ มนต์ชัยตระกูล

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์)

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปีการศึกษา 2557

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี

การค้นคว้าอิสระ

ของ

นายบุญชนะ มนต์ชัยตระกูล

เรื่อง

การศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility Study) โครงการพัฒนาที่ดินริมถนนสาทรเหนือ

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์)

เมื่อ วันที่ 31 มีนาคม พ.ศ. 2558

ประธานกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ

(อาจารย์ ดร.ดิชพงศ์ พงศ์ภักทรชัย)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

(รองศาสตราจารย์พัชรา พ็ชรานิช)

คณบดี

(ศาสตราจารย์ ดร.ศิริลักษณ์ โรจนกิจอำนวย)

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	การศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility Study) โครงการพัฒนาที่ดินริมถนนสาทรเหนือ
ชื่อผู้เขียน	นายบุญชนะ มนต์ชัยตระกูล
ชื่อปริญญา	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์)
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	รองศาสตราจารย์พัชรา พัชรานิช
ปีการศึกษา	2557

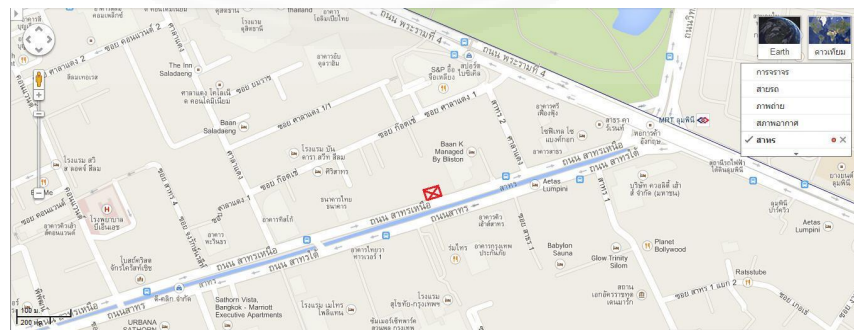
บทสรุปผู้บริหาร

โครงการ The Platform สาทร เป็นโครงการประเภท เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ ตั้งอยู่บริเวณริมถนนสาทรเหนือ กรุงเทพมหานคร บนเนื้อที่โครงการทั้งหมด 0-2-17 ไร่ โดยมีอาณาเขตที่ดินโดยรอบดังนี้

ทิศเหนือและทิศตะวันตก ติดที่ดินทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์

ทิศใต้ติด ติดถนนสาทรเหนือ

ทิศตะวันออก ติดที่ดินเอกชน



แปลงที่ดินนั้นตั้งอยู่ในเขต พ5-6 ซึ่งเป็นพื้นที่พาณิชยกรรม มีค่า FAR 10 : 1 และมีค่า OSR 3% จากการวิเคราะห์ทางเลือกในการพัฒนาโครงการพบว่า การใช้ประโยชน์ที่เหมาะสมที่สุดสำหรับที่ดินแปลงนี้คือ ที่อยู่อาศัยรวม ประเภท เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์

เนื่องจากการใช้ประโยชน์ที่มีความเหมาะสมสูงสุดหลังจากการวิเคราะห์ทางด้านกฎหมาย กายภาพ ตลาด และการเงินเบื้องต้น จึงนำการใช้ประโยชน์แบบเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์นี้มาศึกษาความเป็นไปได้ต่อไป

รูปแบบโครงการ	โครงการ The Platform สาทร เป็นโครงการประเภทเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ 8 ชั้น ใช้การออกแบบ Style Modern Zen
พื้นที่โครงการ	0-2-17 ไร่
พื้นที่ก่อสร้าง	3,919.5 ตารางเมตร
ระดับลูกค้า	ชาวต่างชาติที่มาทำงานในประเทศไทย รายได้ตั้งแต่ 100,000 บาท ต่อเดือนขึ้นไป
ระดับราคาเช่า	35,952 – 73,313 บาท ต่อเดือน
ขนาดพื้นที่ต่อห้อง	28 – 63.75 ตารางเมตร
สิ่งอำนวยความสะดวก	สระว่ายน้ำ, Lobby, ฟิตเนส, Garden, ที่จอดรถ

โครงการสามารถจัดสรรเป็นพื้นที่ให้เช่าได้ 2,836.5 ตารางเมตร จำนวนห้องให้เช่าทั้งหมด 54 ยูนิต ที่จอดรถ 35 คัน

การลงทุน

งบประมาณการลงทุนโครงการประกอบด้วย

รายการ	จำนวนเงิน
ต้นทุนที่ดิน	139,000,000
ต้นทุนค่าก่อสร้าง	109,765,165
ภาษีโรงเรือน	3,260,848
เงินเดือนเดือนพนักงาน	2,772,000
ค่าประปา ไฟฟ้า	842,400
ค่าการตลาด	782,604
ค่าสำรองการปรับปรุง	782,604
ต้นทุนด้านอื่นๆ	521,736
รวม	257,727,356

แหล่งเงินทุน

แหล่งที่มาของเงินทุนมาจาก 2 แหล่ง ได้แก่ แหล่งเงินทุนส่วนตัวของเจ้าของ และ แหล่งเงินทุนภายนอกจากสถาบันการเงิน โดยมีสัดส่วนเงินลงทุนเป็น 50 : 50

ผลการวิเคราะห์ด้านการเงิน

	NPV	IRR	PBP	RRR(WACC,Ke)
กระแสเงินสดของโครงการ	223,961,156	13.56%	8 ปี 11 เดือน	8.41%
กระแสเงินสดของเจ้าของ	121,799,483	14.96%	10 ปี 9 เดือน	10.41%

จากผลลัพธ์ข้างต้น จะเห็นได้ว่า The Platform สาทร มีความเป็นไปได้ทางการเงิน และเมื่อทำการวิเคราะห์ความเสี่ยงจากปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อผลตอบแทนโครงการได้แก่ ต้นทุนการก่อสร้าง ด้านราคาขาย ต้นทุนทางการตลาด และต้นทุนที่ดิน ซึ่งวิเคราะห์ความอ่อนไหวอยู่ในระดับที่สามารถยอมรับได้ ดังนั้นโครงการ The Platform มีความเป็นไปได้ในการลงทุน

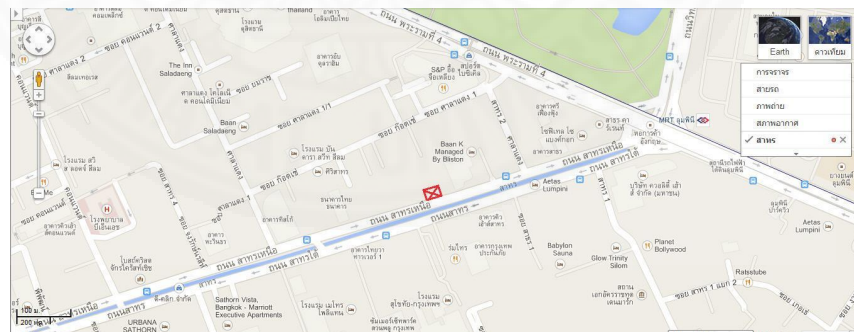
คำสำคัญ: เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์, สาทร, ค่าเช่า

Independent Study Title	Feasibility Study
	Land Development on Sathorn Road
Author	Mr.Boonchana Monchaitrakoon
Degree	Master of Science (Real Estate Business)
Department/Faculty/University	Faculty of Commerce and Accountancy Thammasat University
Independent Study Advisor	Associate Professor Pachara Pacharavanich
Academic Years	2014

Executive Summary

The Platform Sathorn is a serviced apartment Project which located on North Sathorn Road Bangkok. Project area is 217 square wah, which surrounds by the following:

North and West	:	Crown Property
South	:	North Sathorn Road
East	:	Private Property



The zoning of this project is a commercial area (พ.5-6), which is floor area ratio (FAR) of 10 : 1 and 3% Open area ratio (OSR.) Based on “Highest and Best Use analysis”, serviced apartment is the option that maximizes the use of land. Analyzing Legal, Physical, Marketing and Financial information, we, therefore, would like to study feasibility as below.

Project Detail	The Platform Sathorn Project is an 8-storeyed serviced apartment designed in Modern Zen style
Land area	217 Sq.w.
Construction Area	3,919.5 Sq.m.
Target Group	Expat in Thailand with household income over THB100,000/month
Rental Fee	THB35,952 – 73,313/month
Room Size	28 – 63.75 Sq.m.
Project Facilities	Swimming pool, Lobby, Fitness, Garden, Parking Space Project Leasable area is 2,836.5 Sq.m. with 54 units and 35 parking lots.
Investment	

Items	Amount (THB)
Land Cost	139,000,000
Construction Cost	109,765,165
Annual Property Tax	3,260,848
Payroll	2,772,000
POMECC	842,400
Marketing Cost	782,604
Capital Expenditure	782,604
Miscellaneous	521,736
Total	257,727,356

Source of fund

Two main sources of fund are from shareholder equity and loan from financial institutions with the debt-equity ratio of 50:50

Financial Analysis Detail

	NPV	IRR	PBP	RRR(WACC,Ke)
Free Cash Flow to The Firm	223,961,156	13.56%	8 yrs 11 mths	8.41%
Free Cash Flow to The Equity	121,799,483	14.96%	10 yrs 9 mths	10.41%

The feasibility study of The Platform Sathorn Project shows a potential rate of return. Moreover, the sensitivity analysis of construction cost, pricing, marketing cost, land cost are acceptable.

Keywords: Service Apartment, Sathorn, Rental

กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำการศึกษาอิสระฉบับนี้ ทำให้ผู้จัดทำได้เรียนรู้หลายสิ่งที่มีประโยชน์ต่อการศึกษาลงมือการจัดทำจนกระทั่งแล้วเสร็จ ทางผู้จัดทำต้องขอขอบคุณ รศ. พัทธา พัทธราวิช อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาอิสระฉบับนี้ที่กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่าในการให้คำปรึกษา เสนอแนะแนวทางในการศึกษา ตลอดระยะเวลาในการจัดทำการศึกษาอิสระครั้งนี้จนสำเร็จลุล่วงด้วยดี นอกจากนี้ผู้จัดทำยังขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.ดิชพงศ์ พงษ์ภัทรชัย ในฐานะกรรมการการศึกษาอิสระที่ได้ให้ข้อคิดเห็นและแนะนำที่เป็นประโยชน์ในการทำการศึกษาอิสระฉบับนี้จนกระทั่งสมบูรณ์

นอกจากนี้ผู้จัดทำขอแสดงความขอบพระคุณคณาจารย์คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ภาควิชาอสังหาริมทรัพย์ อาจารย์พิเศษทุกท่านที่สละเวลาอันมีค่ามาให้ความรู้และถ่ายทอดประสบการณ์ ขอขอบคุณบุคลากรทุกท่านของโครงการที่ได้ให้ความสะดวกและช่วยเหลือในการติดต่อประสานงานตลอดระยะเวลาการศึกษา ตลอดจนเพื่อนนักศึกษารุ่นที่ 13 โครงการปริญญาโทสาขาธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ทุกท่านที่ให้ความสนับสนุนทั้งด้าน ข้อมูล ความรู้ คำปรึกษาและกำลังใจตลอดระยะเวลาที่ทำการศึกษาค้นคว้าและช่วยผลักดันให้การศึกษาฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์

ท้ายที่สุดนี้ ผู้จัดทำขอขอบพระคุณครอบครัวที่สนับสนุนทางการศึกษาและให้กำลังใจด้วยดีตลอดมา คุณค่าและประโยชน์ที่ได้รับจากการค้นคว้าฉบับนี้ ผู้ศึกษาขอมอบแก่ บุพการี คณาจารย์ ผู้ประสิทธิ์ประสาทวิชาและทุกท่านที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการศึกษาครั้งนี้

นายบุญชนะ มนต์ชัยตระกูล

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

พ.ศ.2557

สารบัญ

บทสรุปผู้บริหารภาษาไทย	(1)
บทสรุปผู้บริหารภาษาอังกฤษ	(4)
กิตติกรรมประกาศ	(7)
สารบัญตาราง	(11)
สารบัญภาพ	(13)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาของแนวคิด	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 ขอบเขตการศึกษา	4
บทที่ 2 การวิเคราะห์ที่ตั้งโครงการ	5
2.1 การวิเคราะห์ทำเลที่ตั้งโครงการ	5
2.2 สถานที่สำคัญและแหล่งงานในพื้นที่	6
2.3 การวิเคราะห์กฎหมาย	15
2.3.1 กฎหมายด้านผังเมือง	15
2.3.2 กฎหมายควบคุมอาคาร	19
2.3.3 กฎหมายควบคุมสิ่งแวดล้อม (EIA)	23
2.3.4 สรุปลักษณะอาคารที่เหมาะสม	24
2.4 สรุปการวิเคราะห์ที่ตั้งและกฎหมาย	24
บทที่ 3 การวิเคราะห์ตลาด	26
3.1 ภาพรวมสถานะเศรษฐกิจในประเทศ	26
3.2 ภาพรวมของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	32
3.2.1 การออกใบอนุญาตก่อสร้างและจำนวนตารางเมตร	32

3.2.2	มูลค่าสินเชื่อบริการจอสั่งหาริมทรัพย์คงค้างทั่วประเทศ	33
3.2.3	การออกใบอนุญาตก่อสร้างอาคารเพื่อการโรงแรม	33
3.2.4	จำนวนคนต่างด้าวที่ได้รับอนุญาตทำงานคงเหลือที่วราชาอาณาจักร	34
3.2.5	จำนวนนักท่องเที่ยว	36
3.3	การวิเคราะห์คู่แข่ง	38
3.4	สรุปการวิเคราะห์ตลาด	40
บทที่ 4	การวิเคราะห์อรรถประโยชน์สูงสุด	41
4.1	กฎหมาย (Legal Study)	41
4.2	กายภาพ (Physical Study)	42
4.3	การตลาด (Market Study)	46
4.4	การเงิน (financial study)	48
4.5	สรุปการวิเคราะห์อรรถประโยชน์สูงสุด	54
บทที่ 5	การวิเคราะห์การตลาดและแผนการตลาดของเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์	56
5.1	ภาพรวมตลาดเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ ในกรุงเทพมหานคร	56
5.2	การแบ่งส่วนตลาด	58
5.3	การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	64
5.4	คู่แข่ง	68
5.5	การวิเคราะห์จุดแข็ง และจุดด้อยของโครงการ	86
5.6	การวางตำแหน่งทางการตลาด	87
5.7	ส่วนผสมทางการตลาด 4P	91
5.7.1	ผลิตภัณฑ์	91
5.7.2	กลยุทธ์การตั้งราคา	103
5.7.3	ช่องทางการจัดจำหน่าย	104
5.7.4	การส่งเสริมการขาย	105
5.8	สรุปการตลาด	106
5.8.1	กลุ่มเป้าหมายโครงการ	106
5.8.2	ช่องว่างทางการตลาด	106

บทที่ 6 การวิเคราะห์ด้านการก่อสร้างและต้นทุน	107
6.1 การบริหารโครงการก่อนการก่อสร้าง	107
6.2 การบริหารโครงการขณะดำเนินการก่อสร้าง	109
6.3 การบริหารโครงการหลังงานก่อสร้าง	113
6.3.1 พนักงานของโครงการ	113
6.3.2 เงินเดือนพนักงานต่อคน	113
6.4 สรุปการวิเคราะห์ด้านการก่อสร้างและต้นทุน	114
บทที่ 7 การวิเคราะห์ด้านการเงิน	115
7.1 สมมติฐานด้านการประมาณการกระแสเงินสด	115
7.1.1 ด้านรายรับของโครงการ	115
7.1.2 อัตราการเช่า	116
7.1.3 ด้านรายจ่ายของโครงการ	117
7.2 สรุปด้านรายรับและรายจ่ายของโครงการ	119
7.3 โครงสร้างทางการเงินและต้นทุนทางการเงิน	120
7.4 การวิเคราะห์มูลค่าโครงการตามแนวคิดทางการเงิน	124
7.5 การวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ	125
7.6 การวิเคราะห์สมมติภาพ	127
7.7 สรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน	129
7.8 สรุปการวิเคราะห์ด้านการเงิน	130
รายการอ้างอิง	131
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	133
ภาคผนวก ข งบกระแสเงินสด	139

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2-1 กิจกรรมต่าง ๆ ระยะเวลา Awareness 1 กิโลเมตร รอบโครงการ	7
2-2 พื้นที่เช่าและอัตราเช่าของอาคารสำนักงานในกรุงเทพมหานครในเขต CBD	8
2-3 พื้นที่เช่าและอัตราเช่าของอาคารสำนักงานในกรุงเทพมหานครในเขต Non CBD	9
2-4 จำนวนอาคารสำนักงานในระยะ 1 กิโลเมตรโดยรอบโครงการ	11
2-5 โรงแรมและจำนวนห้องในระยะ 1 กิโลเมตรโดยรอบโครงการ	13
2-6 เซอร์วิส อพาร์ทเมนต์และจำนวนห้องในระยะ 1 กิโลเมตรโดยรอบโครงการ	14
2-7 สถานที่สำคัญและแหล่งงานอื่นๆในระยะ 1 กิโลเมตรโดยรอบโครงการ	14
3-1 คู่แข่งของโครงการในบริเวณพื้นที่	39
4-1 เปรียบเทียบขนาดห้องและราคาต่อตารางเมตร	47
4-2 การคำนวณ Front Door เพื่อหากิจกรรมที่เหมาะสม	53
4-3 ตารางสรุปกิจกรรมที่เหมาะสม	54
5-1 การหาการแบ่งส่วนตลาดจากเกณฑ์รายได้	60
5-2 สรุปการแบ่งส่วนตลาด (Segmentation)	64
5-3 กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก (Primary) กลุ่มพนักงานบริษัทระดับกลาง-สูง	66
5-4 กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก (Primary) กลุ่มลูกค้าที่มาติดต่อบริษัทในระยะ Awareness 1 กิโลเมตร	67
5-5 กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรอง (Secondary) กลุ่มเจ้าหน้าที่ต่างประเทศประจำสถานทูต	68
5-6 สรุปคู่แข่งในพื้นที่ สีลม / สาทร	71
5-7 สรุปขนาดและราคาของโครงการบ้านเค เรสซิเดนซ์	72
5-8 สรุปขนาดและราคาของโครงการสิริ สาทร	74
5-9 สรุปขนาดและราคาของโครงการบัญชาตรา	75
5-10 สรุปขนาดและราคาของโครงการแอทวีส ศาลาแดง	76
5-11 สรุปขนาดและราคาของโครงการแมริออท สาทร	77
5-12 สรุปขนาดและราคาของโครงการเออร์บาน่า สาทร	79
5-13 สรุปขนาดและราคาของโครงการซัมเมอร์เซ็ท สาทร	80
5-14 สรุปขนาดและราคาของโครงการเซดอน สาทร	81
5-15 สรุปขนาดและราคาของโครงการเอเวอร์กรีน สาทร	83

5-16	เปรียบเทียบข้อดีและข้อเสียของแต่ละโครงการ	84
5-17	เปรียบเทียบส่วนกลางของแต่ละโครงการ	85
5-18	สรุปผลสัมฤทธิ์เชิงลึก	90
5-19	การตั้งราคาต่อตารางเมตร และราคาต่อ Unit	103
5-20	การตั้งราคาต่อตารางเมตร และการเปรียบเทียบราคากับคู่แข่ง	104
6-1	แผนงานโครงการ The Platform Sathorn	110
6-2	การประเมินต้นทุนโครงการแบบ Unit in Place	112
6-3	แผนการจ้างพนักงานโครงการ The Platform Sathorn	113
7-1	จำนวนห้อง พื้นที่ขายและรายรับต่อเดือน ของส่วนเซอร์วิส อพาร์ทเมนต์	116
7-2	รายรับของส่วนพื้นที่ปล่อยเช่า	116
7-3	อัตราการใช้ของกิจกรรมต่าง ๆ ในโครงการ	116
7-4	ต้นทุนที่ดินของโครงการ	117
7-5	ต้นทุนค่าก่อสร้างอาคาร	117
7-6	ต้นทุนค่าภาษีโรงเรือน	118
7-7	ต้นทุนเงินเดือนพนักงาน	118
7-8	ต้นทุนค่าน้ำค่าไฟ	118
7-9	สรุปรายรับและรายจ่ายของโครงการ	120
7-10	กำไรก่อนหักดอกเบี้ย ภาษีนิติบุคคล ค่าเสื่อม และค่าตัดจำหน่าย EBITDA	120
7-11	อัตราดอกเบี้ยเฉลี่ยของธนาคาร 8 ธนาคาร ณ วันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2558	121
7-12	การคำนวณต้นทุนทางการเงิน (WACC)	124
7-13	การวิเคราะห์ความอ่อนไหวทางด้านรายได้	126
7-14	การวิเคราะห์ความอ่อนไหวทางด้านค่าใช้จ่าย	126
7-15	การวิเคราะห์ความอ่อนไหวทางด้านต้นทุนที่ดิน	127
7-16	การวิเคราะห์ความอ่อนไหวทางด้านต้นทุนค่าก่อสร้าง	127
7-17	การวิเคราะห์สมมติภาพ	129
7-18	NPV และ IRR ของโครงการและส่วนของผู้ถือหุ้น	129

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2-1 ที่ตั้งโครงการ	5
2-2 ที่ตั้งในกฎหมายผังเมือง	6
2-3 แผนที่ระยะ Awareness 1 กิโลเมตร และตำแหน่งกิจกรรม	7
2-4 พื้นที่ผังเมืองพร้อมโซนสีในกรุงเทพมหานคร	15
2-5 ตารางสรุปข้อกำหนดการใช้ที่ดินกรุงเทพมหานคร 2556	18
3-1 เศรษฐกิจไทยไตรมาสที่ 3 ของปี 2557	27
3-2 ประมาณการผลผลิตมวลรวมของประเทศไทยและประมาณการอัตราเงินเฟ้อ ในปี 2558 ถึง 2559	28
3-3 กราฟประมาณการผลผลิตมวลรวมของประเทศไทย ในปี 2558 ถึง 2559	28
3-4 ดัชนีความเชื่อมั่นทางธุรกิจ	29
3-5 อัตราดอกเบี้ยลูกค้ำรายใหญ่ชั้นดีประเภทเงินกู้	30
3-6 พยากรณ์อัตราดอกเบี้ยลูกค้ำรายใหญ่ชั้นดีประเภทเงินกู้	31
3-7 การออกใบอนุญาตก่อสร้างอาคารเพื่ออยู่อาศัยอาคารสูง แสดงจำนวนอาคาร และพื้นที่ก่อสร้าง	32
3-8 มูลค่าสินเชื่อธุรกิจอสังหาริมทรัพย์คงค้างทั่วประเทศ	33
3-9 การออกใบอนุญาตก่อสร้างอาคารเพื่อการโรงแรม	34
3-10 จำนวนคนต่างด้าวที่ได้รับอนุญาตทำงานคงเหลือทั่วราชอาณาจักร ณ ปี 2555	35
3-11 อัตราการเติบโตของจำนวนคนต่างด้าวในกรุงเทพมหานคร	35
3-12 จำนวนนักท่องเที่ยวปี 2557 เปรียบเทียบกับปี 2556	37
3-13 การเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร	38
4-1 ผังของโครงการ ชั้นใต้ดิน และชั้น 1	45
5-1 รูปทรงแบบใหม่ของเซอร์วิส อพาร์ทเมนต์ในกรุงเทพมหานคร รายไตรมาส	56
5-2 อัตราเข้าพักของเซอร์วิส อพาร์ทเมนต์ เกรตเอและบี ในกรุงเทพมหานคร ไตรมาส 3 ปี 2014	57
5-3 ราคาเช่าเฉลี่ยต่อตารางเมตร ของเซอร์วิส อพาร์ทเมนต์ กรุงเทพมหานคร ไตรมาส 3 ปี 2014	58
5-4 เหตุผลในการย้ายที่อยู่อาศัยเดิม	61
5-5 ระดับราคาห้องพักของเซอร์วิส อพาร์ทเมนต์ในระยะ Awareness 1 กิโลเมตร	69

5-6 ขนาดห้องพักของเซอร์วิส อพาร์ทเมนต์ในระยะ Awareness 1 กิโลเมตร	69
5-7 ด้านหน้าโครงการบ้านเค เรสซิเดนซ์ บาย ปรีสตัน กรุงเทพ	72
5-8 ด้านหน้าโครงการ สิริสาทร	73
5-9 ด้านหน้าโครงการ บัญดารา	74
5-10 ด้านหน้าโครงการ แอทฮีส ศาลาแดง	75
5-11 โครงการ แมริออท สาทร วิสต้า	77
5-12 โครงการ เออร์บาน่า สาทร	78
5-13 โครงการ ซัมเมอร์เซ็ท สาทร	79
5-14 โรงแรมเซดอน สาทร	81
5-15 โรงแรมเอเวอร์กรีน สาทร	82
5-16 ราคาเช่าต่อห้องและขนาดตารางเมตร	87
5-17 การวางตำแหน่งทางการตลาด (Positioning) และช่องว่างทางการตลาดที่ 1	88
5-18 การวางตำแหน่งทางการตลาด (Positioning) และช่องว่างทางการตลาดที่ 1	89
5-19 ด้านหน้าของโครงการ	91
5-20 ด้านข้างของโครงการ	92
5-21 ด้านหน้าของโครง	92
5-22 การวางผังชั้น 1 ของโครงการ	93
5-23 ระบบจอดรถแบบ Car stack parking ที่ใช้ในการออกแบบและวางผัง	94
5-24 ผังโครงการชั้นที่ 1	95
5-25 แนวคิดของสระว่ายน้ำและสวนพิตเนส	96
5-26 ผังโครงการ ชั้นที่ 2	97
5-27 ผังอาคารชั้นที่ 3-8	99
5-28 แนวคิดห้องพัก แบบ 1 ห้องนอน	101
5-29 แนวคิดห้องนั่งเล่นของ 2 ห้องนอน	102
5-30 แนวคิดห้องนอนของ 2 ห้องนอน	103
6-1 ขั้นตอนการจัดประมูลของผู้รับเหมาก่อสร้าง	108
6-2 โครงสร้างองค์กร	109
7-1 ตารางอัตราผลตอบแทนในการลงทุนของอสังหาริมทรัพย์ประเภทต่าง ๆ ปี 2556	123

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาของแนวคิด

การพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งความหมายของคำว่า “พัฒนาอสังหาริมทรัพย์” จะมาจากสองคำคือ พัฒนา และ อสังหาริมทรัพย์ ความหมายโดยรวมจึงหมายความว่า การทำให้ดีขึ้นของทรัพย์ที่เคลื่อนที่ไม่ได้ ซึ่งตรงกับแนวคิดของ Donald Trump นักพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่มีชื่อเสียงของประเทศอเมริกา ที่ได้กล่าวไว้ในหนังสือ Trump strategies for real estate billionaire ว่า “Pay a premium for a great location , don’t buy without a vision for adding significant value, and write a business plan before you buy” (Donald Trump, กุมภาพันธ์ 2549) ซึ่งแปลได้ว่า “จงซื้อที่ดินที่ทำให้ดีกว่าถึงแม้จะแพงกว่า, อย่าซื้อที่ดินแปลงนั้นหากยังมองไม่เห็นแนวทางในการเพิ่มมูลค่าอย่างมีนัยสำคัญ, และต้องศึกษาความเป็นไปได้ก่อนการตัดสินใจ” ซึ่งการพัฒนาหรือเพิ่มมูลค่าของอสังหาริมทรัพย์นั้นมีอยู่หลายวิธีเช่น ความสวยงาม และอัตราผลตอบแทน เป็นต้น ซึ่งการพัฒนาที่ดีจะสามารถทำให้โครงการมีอัตราผลตอบแทนที่ดีควบคู่ไปกับความสวยงาม ซึ่งจะเป็นการเพิ่มมูลค่าอย่างยั่งยืน

การลงทุนพัฒนาโครงการแต่ละครั้งต้องใช้เงินลงทุนที่สูง อีกทั้งหากลงทุนผิดพลาดจะแก้หรือปรับเปลี่ยนค่อนข้างยาก เพราะการเปลี่ยนแปลงในแต่ละครั้งจะต้องเกี่ยวข้องกับหลายภาคส่วน อาทิเช่น ในการยื่นปรับปรุงแบบ รวมทั้งต้องใช้ทั้งเงินและเวลาในการแก้ไข ดังนั้นการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการจึงมีความสำคัญอย่างมากและเป็นตัวช่วยในการตัดสินใจก่อนการพัฒนาโครงการ

ยอดที่อยู่อาศัยสร้างเสร็จจดทะเบียนใหม่ในกรุงเทพ-ปริมณฑลในรอบ 7 เดือนแรกของปี 2557 มี จำนวน 63,157 หน่วย ลดลงร้อยละ 13 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยห้องชุด ที่มีจำนวน 31,125 หน่วย ลดลง ร้อยละ 21 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน (จากข้อมูลของศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ REIC Real Estate Information Center ,กันยายน 2557)

ในช่วงที่อยู่อาศัยจดทะเบียนลดลงนั้น จะเป็นปัจจัยบวกสำหรับโครงการพักอาศัยให้เช่า เนื่องจากคนจะเปลี่ยนพฤติกรรมชะลอจากการซื้อเป็นการเช่า โดยจะเป็นปัจจัยบวกกับธุรกิจอพาร์ทเมนท์ ห้องชุดให้เช่า และ เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์

ธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์เป็นธุรกิจที่มีความเสี่ยงต่ำ โดยเฉพาะที่ตั้งในตำแหน่งที่เป็นที่นิยมของตลาดให้เช่าของชาวต่างชาติ เช่นบริเวณศูนย์กลางเศรษฐกิจ อีกทั้งมูลค่าที่ดินที่มีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์จะเป็นตัวเลือกที่คนส่วนมากมองข้ามในการลงทุนโดยเฉพาะในทำเลเกรดเอ และผู้ประกอบการส่วนมากเข้าใจว่าจะได้ผลตอบแทนต่ำกว่าธุรกิจโรงแรม แต่ทั้งนี้หากเข้าใจบริบทของตลาดที่พักอาศัยในบริเวณนั้น ๆ ได้ และมีกลุ่มลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน จะทำให้เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์มีผลตอบแทนที่สูงขึ้น และด้วยการลงทุนที่ต่ำกว่าโรงแรม จะเป็นตัวเลือกที่น่าสนใจในการลงทุนสำหรับผู้ที่มีปัญหาเรื่องเงินทุนที่มีวงเงินจำกัด

ทำเลที่เหมาะสมกับการทำเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ คือ ที่ตั้งที่อยู่ในทำเลเกรดเอ แต่ทำการตกแต่งเกรดบี ก็จะทำให้ได้ค่าเช่าในระดับปีบวก อาจจะห่างจากรถไฟฟ้าในช่วง 200 ถึง 500 เมตร เนื่องจากต้นทุนที่ดินจะถูกกว่าในระยะ 200 เมตรแรก ซึ่งเป็นระยะที่เหมาะสมสำหรับการทำโรงแรม ในการลงทุนเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์จะลงทุนมากกว่า อพาร์ทเมนท์เพียงเล็กน้อย แต่จะได้ผลตอบแทนที่มากกว่า แต่ทั้งนี้ การทำเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์จะไม่สามารถทำได้ในทุกทำเล ต้องเป็นทำเลที่มีลูกค้าชาวต่างชาติมาพักพอสมควร ซึ่งจะได้กล่าวในการวิเคราะห์เชิงลึกในตัวเล่มรายงานต่อไป

นอกจากนี้ จิตวิทยาด้านราคาที่อยู่อาศัยกลางเมืองพบว่า มีระดับราคาที่ปรับตัวสูงมาตลอดเพราะความต้องการจะซื้อยิ่งมากกว่าความต้องการจะขาย ตัวอย่างชัดเจนคือ ทำเลศาลาแดง (ซึ่งอยู่ด้านหลังที่ดินที่ศึกษา) ไม่มีใครขายต่อเพราะหาซื้อไม่ได้อีกแล้ว แต่มีความต้องการจะซื้อที่ดินมาก (พัฒนาบุตร อลิวัสสา, กรรมการผู้จัดการ ซีบี ริชาร์ด เอลลิส ประเทศไทย, มิถุนายน, 2551)

การศึกษาอิสระฉบับนี้ เป็นการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของการพัฒนาโครงการที่ตั้งอยู่ริมถนนสาทรเหนือ บริเวณตรงข้ามโรงแรมสุโขทัย ซึ่งเป็นการศึกษาพื้นที่และวิเคราะห์การใช้ประโยชน์ในพื้นที่ (Site Looking for Use) โดยข้อกำหนดของการศึกษาเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์และนโยบายของเจ้าของที่ดินที่ไม่มีนโยบายขาย จึงได้ศึกษาในลักษณะการพัฒนาในเชิง

การเก็บค่าเช่าระยะยาว เพื่อประโยชน์และตรงกับวัตถุประสงค์ของเจ้าของที่ดิน โดยในเบื้องต้นจะใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ เช่น อรรถประโยชน์สูงสุด (Highest and Best Use analysis) และ การวิเคราะห์พร้อมดอร์ ในการสังเคราะห์กิจกรรมที่เหมาะสมที่สุดของที่ดินแปลงนี้

การพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อก่อให้เกิดอรรถประโยชน์สูงสุด (Highest and Best use) เป็นแนวคิดคิดพื้นฐานของนักพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งการพัฒนาให้เกิดอรรถประโยชน์สูงสุดนั้น ไม่ได้หมายถึงการก่อสร้างให้ได้พื้นที่มากที่สุด แต่หากเป็นการพัฒนาที่ก่อให้เกิดการใช้พื้นที่ให้มีประสิทธิภาพมากที่สุดและไม่เกิดพื้นที่ว่างที่ไม่ใช้งาน เพราะพื้นที่ที่แพงที่สุดคือพื้นที่ที่สร้างแล้วไม่ได้ใช้งาน ซึ่งเราจะสามารถเห็นโครงการที่พัฒนาแล้วมีอัตราว่างที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยของตลาด หรือได้รายได้ต่ำกว่าราคาตลาด เพราะอาจจะเกิดจากการพัฒนาขนาดและรูปแบบผิดไปจากความต้องการของตลาด ทำให้เกิดอัตราว่างและได้ราคาที่ต่ำกว่าตลาดเพื่อมาชดเชยการเบี่ยงของความต้องการของตลาดไปนั่นเอง

อย่างไรก็ดี การศึกษาอิสระ ของความเป็นไปได้ในการพัฒนาโครงการริมถนนสาทรเหนือบริเวณตรงข้ามโรงแรมสุโขทัยนั้น เป็นการศึกษาในเชิงลึกเกี่ยวกับโครงการอยู่อาศัยรวมประเภทเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์โดยเฉพาะทั้งทางด้านกฎหมายการก่อสร้างที่เกี่ยวข้องตลาดเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ กลยุทธ์ด้านการตลาด กลยุทธ์ด้านการขาย ต้นทุนค่าก่อสร้าง ตลอดจนความเป็นไปได้ทางการเงินและการลงทุน รวมไปถึงผลประกอบการที่น่าจะเป็นไปได้สำหรับโครงการว่าโดยสรุปจะมีศักยภาพเหมาะสมกับที่ตั้งหรือไม่ ดังจะแสดงในรายละเอียดในบทต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.2.1 เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาโครงการบนที่ตั้งริมถนนสาทรเหนือบริเวณตรงข้ามโรงแรมสุโขทัย โดยเบื้องต้นเลือกกิจกรรมที่เหมาะสมที่สุดในการพัฒนาโดยใช้เครื่องมือการวิเคราะห์อรรถประโยชน์สูงสุด (Highest and Best Use Analysis)

1.2.2 เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของการพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัยรวมประเภท อพาร์ทเมนท์และเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์บนที่ดินขนาด 217 ตารางวา โดยศึกษาในเรื่อง กฎหมาย กายภาพ สภาพแวดล้อม และความเหมาะสม

1.2.3 เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดของธุรกิจอพาร์ทเมนต์ หรือ เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ขนาดย่อม

1.2.4 เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจในขั้นตอนก่อนการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ทั้ง ขั้นตอนการศึกษาความเป็นไปได้ในด้านต่างๆ การวางแผนบริหารงานก่อสร้าง และการวางแผน บริหารจัดการโครงการประเภท อพาร์ทเมนต์และเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์

1.2.5 เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อรายรับ และ รายจ่ายของการพัฒนา และ ดำเนินธุรกิจอพาร์ทเมนต์และเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.3.1 สามารถนำผลจากการศึกษาอิสระ ในการศึกษาความเป็นไปได้ของที่ดินแปลงนี้ ไปใช้การวิเคราะห์การลงทุนในการพัฒนาธุรกิจอพาร์ทเมนต์และ เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ ได้อย่างมี ประสิทธิภาพ

1.3.2 สามารถนำผลของการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการไปนำเสนอในการจัดหา เงินลงทุนทั้งจากสถาบันทางการเงินและผู้สนใจร่วมลงทุน

1.3.3 สามารถนำผลของการศึกษาไปใช้ในการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ในรูปแบบ ดังกล่าวในโครงการอื่นๆ ที่มีบริบทใกล้เคียงกัน

1.3.4 สามารถนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจว่าที่ดินแปลงใดควรทำเป็น อพาร์ทเมนต์ เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ หรือ โรงแรม หรือกิจกรรมอื่นๆ

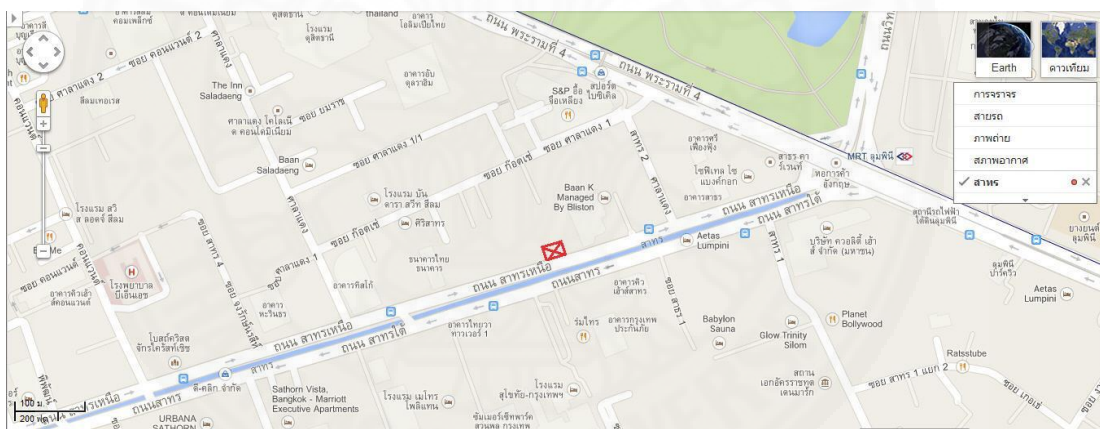
บทที่ 2

การวิเคราะห์ที่ตั้งโครงการ (Site Analysis)

2.1 การวิเคราะห์ทำเลที่ตั้งโครงการ (Location analysis)

2.1.1 ที่ตั้งโครงการ

โครงการตั้งอยู่ที่ 28/1 และ 28/2 ถนนสาทรเหนือ แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร อยู่ตรงข้ามโรงแรมสุโขทัย สาทร ซึ่งถนนด้านหน้าเป็นถนนสาทรฝั่งวิ่งไปถนนวิทญู และแยกเพลินจิต ซึ่งห่างจากแยกสาทร พระรามสี่ อยู่ประมาณ 450 เมตร พื้นที่โดยรอบโครงการ ส่วนใหญ่จะเป็นอาคารสำนักงาน สถานทูตต่างๆ และคอนโดมิเนียม (ดูได้จากภาพที่ 2-1และภาพที่ 2-4)



ภาพที่ 2-1 ที่ตั้งโครงการ

ที่ดินแปลงดังกล่าว ตั้งอยู่ริมถนนสาทร เขตบางรัก ซึ่งในกฎหมายผังเมืองจัดอยู่ในพื้นที่สีแดง พ.5-6 ซึ่งอยู่ในโซนที่สามารถใช้ประโยชน์ที่ดินได้สูงสุด FAR 10:1 และ OSA ร้อยละ 3

สภาพปัจจุบันเป็นที่ตั้งของ บริษัท บี-ควิก และได้ขออนุญาตก่อสร้างและจดทะเบียนเป็นอาคารพาณิชย์ (อู่ซ่อมรถ) โดยหากต้องทำการก่อสร้างอาคารขึ้นมาใหม่จะไม่มีค่ารั้วถนนเนื่องจากในสัญญาเช่าระบุให้ผู้เช่ารั้วถนนสิ่งปลูกสร้างออกไปหลังจากหมดสัญญา ซึ่ง ณ ปัจจุบันเนื่องจากเป็นอาคารที่สร้างมา ประมาณ เกือบ 20 ปี และเป็นอาคารสูงเพียง 1 ชั้น จึงมีระยะร่นของอาคารต่ำกว่าระยะร่น ณ ปัจจุบัน หากรั้วอาคารออกจากการลงพื้นที่สำรวจ ในทุกด้านจะมีระยะร่น

ประมาณ 2 เมตร ซึ่ง ณ ปัจจุบัน หากขออนุญาตก่อสร้างเป็นอาคารพาณิชย์ (อู่ซ่อมรถ) ต้องมีระยะร่นด้านหน้าอย่างต่ำ 6 เมตร แต่หากเป็นอาคารพักอาศัยสูงไม่เกิน 23 เมตร ต้องมีระยะร่นโดยรอบ 3 เมตร



ภาพที่ 2-2 ที่ตั้งในกฎหมายผังเมือง

2.2 สถานที่สำคัญและแหล่งงานในพื้นที่

เขตการค้า Trade Area หมายถึง ระยะที่กลุ่มลูกค้าหรือกลุ่มผู้ใช้บริการของโครงการพักอาศัยหรือทำงานอยู่ในบริเวณ ซึ่งอาจจะถูกกำหนดด้วย กายภาพ การเข้าถึง ระยะเวลาการเข้าถึงโครงการ เป็นต้น และในปัจจุบันที่มีการพัฒนาของระบบขนส่งมวลชนทำให้เขตการค้าอาจจะมีบริเวณใหญ่ขึ้น โดยเฉพาะโครงการที่ตั้งอยู่ติดรถไฟฟ้า เป็นต้น

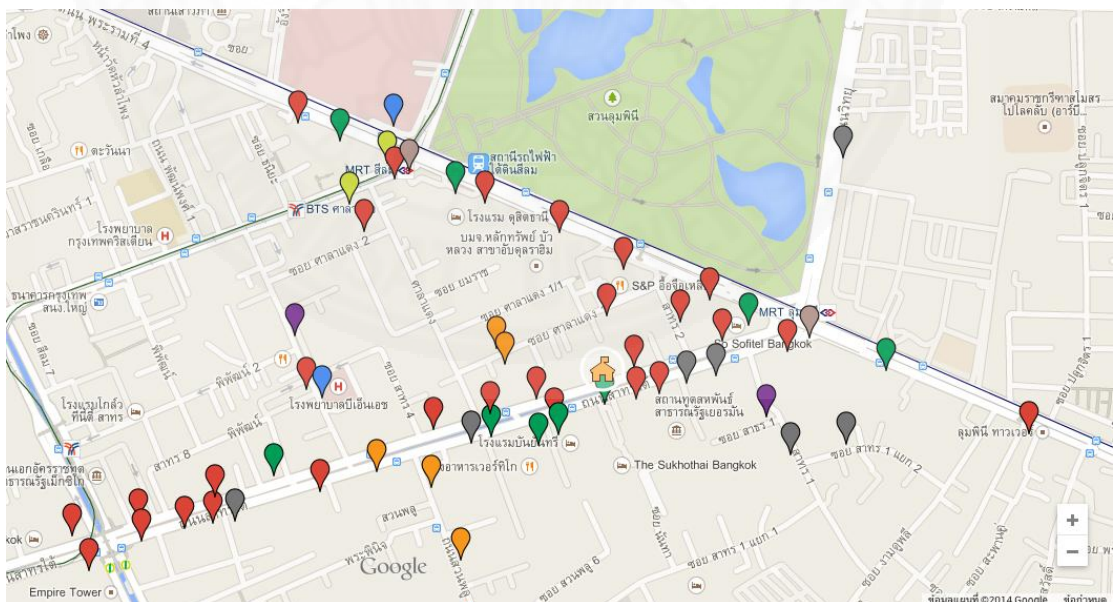
ทำเลที่ตั้งที่ห่างจากรถไฟฟ้าประมาณ 490 เมตร (วัดจากแผนที่ระวางที่ดินของกรมที่ดิน) จึงทำให้เขตการค้าจะไม่ได้ใหญ่ไปครอบคลุมถึงสถานีรถไฟฟ้าอื่นๆ ทางผู้จัดทำจึงได้กำหนดระยะศึกษา (Awareness) ไว้ที่ 1 กิโลเมตร โดยรอบโครงการ ซึ่งจะเป็น 1 กิโลเมตรจากการเข้าถึงโดยการขับรถ หรือเดิน ทั้งนี้เนื่องจากเป็นระยะที่เดินทางจากโครงการไปยังจุดต่างๆโดยใช้เวลา 15-20 นาที โดยวิธีโดยสารต่างๆ ซึ่งคาดว่าจะเหมาะสมในการศึกษา

ในบริเวณ 1 กิโลเมตรโดยรอบโครงการซึ่งวัดจากการเข้าถึงโดยถนน จะมีสถานที่สำคัญ และแหล่งงานใหญ่ๆอยู่จำนวน 57 แห่งโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ (ดูได้จากตารางที่ 2-1)

ตารางที่ 2-1 กิจกรรมต่าง ๆ ระยะ (Awareness) 1 กิโลเมตร รอบโครงการ

ลำดับที่	รายการ	จำนวน	สี
1	ที่ตั้งโครงการ	1	เหลือง
2	อาคารสำนักงาน	26	ส้ม
3	โรงแรม	9	เขียว
4	เซอร์วิส อพาร์ทเมนต์	7	เหลืองส้ม
5	สถานทูตและสถานที่ราชการ	7	เทา
6	โรงพยาบาล	2	ฟ้า
7	ห้างสรรพสินค้า	2	เทา
8	โรงเรียน	2	น้ำตาล
9	ระบบขนส่งมวลชน	2	เทา

Total 57



ภาพที่ 2-3 แผนที่ระยะ (Awareness) 1 กิโลเมตร และตำแหน่งกิจกรรม

2.2.1 อาคารสำนักงาน

แหล่งงานที่สำคัญและน่าสนใจที่สุดน่าจะเป็นอาคารสำนักงานที่มีมากถึง 26 อาคาร คิดเป็นพื้นที่ขายจำนวน 987,872 ตารางเมตร ซึ่งในประเทศไทยมีพื้นที่อาคารสำนักงานให้เช่าตาม ข้อมูลของ CB Richard Ellis ประเทศไทย ข้อมูล ณ ปี 2556 มีอาคารสำนักงานเป็นพื้นที่ขายทั้งสิ้น 8,113,818 ตารางเมตร (CB Richard Ellis Thailand, ฝ่ายวิจัย, มิถุนายน 2557) (ดูได้จากตารางที่ 2-2 และ 2-3)

โดยในพื้นที่โดยรอบโครงการระยะเพียง 1 กิโลเมตรจะคิดเป็น 12.17 เพอร์เซ็นต์ของ อาคารสำนักงานทั้งหมดในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 2-2 พื้นที่เช่าและอัตราเช่าของอาคารสำนักงานในกรุงเทพมหานครในเขต CBD

ข้อมูลวิเคราะห์จากฝ่ายวิจัย บริษัท CB Richard Ellis ประเทศไทย

Summary of the Bangkok office market

The Grade A Office Market in Bangkok

YEAR	CBD				
	TOTAL SUPPLY	TOTAL TAKE-UP	NET TAKE-UP	VACANT SPACE	OCCUPANCY RATE
2009	1,174,931	975,405	63,612	199,526	83%
2010	1,083,524	914,841	19,261	168,683	84.4%
2011	1,184,108	941,234	26,394	242,874.00	79.5%
2012	1,225,613	1,054,229	71,490	171,385.00	86%
2013	1,225,613	1,122,959	68,730	102,654.00	91.6%

The Grade B Office Market in Bangkok

YEAR	CBD				
	TOTAL SUPPLY	TOTAL TAKE-UP	NET TAKE-UP	VACANT SPACE	OCCUPANCY RATE
2009	2,731,084	2,413,007	22,645	318,077	88.4%
2010	2,812,258	2,498,637	17,788	313,621	88.9%
2011	2,823,268	2,492,086	6,622	331,182	88.3%
2012	2,870,252	2,519,036	3,132	351,217	87.8%
2013	2,870,252	2,545,785	26,749	324,467	88.7%

Total Grade A + B Office Market in Bangkok

YEAR	CBD				
	TOTAL SUPPLY	TOTAL TAKE-UP	NET TAKE-UP	VACANT SPACE	OCCUPANCY RATE
2009	3,906,015	3,388,412	40,967	517,603	85.7%
2010	3,895,782	3,413,478	1,473	482,304	86.7%
2011	4,007,376	3,433,320	19,772	574,056	83.9%
2012	4,095,865	3,573,265	68,358	522,602	86.9%
2013	4,095,865	3,668,744	95,479	427,121	90.2%

ตารางที่ 2-3 พื้นที่เช่าและอัตราเช่าของอาคารสำนักงานในกรุงเทพมหานครในเขต Non CBD

ข้อมูลวิเคราะห์จากฝ่ายวิจัย บริษัท CB Richard Ellis ประเทศไทย

Summary of the Bangkok office market

The Grade A Office Market in Bangkok

YEAR	NON CBD				
	TOTAL SUPPLY	TOTAL TAKE-UP	NET TAKE-UP	VACANT SPACE	OCCUPANCY RATE
2009	732,540	625,920	13,712	106,620	85.4%
2010	727,782	685,012	63,849	42,770	94.1%
2011	727,782	706,400	21,388	21,382	97.1%
2012	527,296	514,707	6,507	12,590	97.6%
2013	547,296	540,161	25,454	7,135	98.7%

The Grade B Office Market in Bangkok

YEAR	NON CBD					
	TOTAL SUPPLY	TOTAL TAKE-UP	NET TAKE-UP	VACANT SPACE	OCCUPANCY RATE	
2009	3,344,880	2,773,660	-	8,370	571,220	82.9%
2010	3,360,859	2,793,085	5,052	567,774	83.1%	
2011	3,384,255	2,832,373	39,289	551,882	83.7%	
2012	3,470,657	3,022,627	69,960	448,032	87.1%	
2013	3,470,657	3,123,828	101,203	346,829	90.0%	

Total Grade A + B Office Market in Bangkok

YEAR	NON CBD				
	TOTAL SUPPLY	TOTAL TAKE-UP	NET TAKE-UP	VACANT SPACE	OCCUPANCY RATE
2009	4,077,420	3,399,580	5,342	677,840	84.2%
2010	4,088,641	3,478,097	68,901	610,544	88.6%
2011	4,112,037	3,538,773	60,677	573,264	90.4%
2012	3,997,953	3,537,334	76,467	460,622	92.4%
2013	4,017,953	3,663,989	126,657	353,964	94.4%

Total Supply (All Grade) 8,113,818 Sq.M.

จากข้อมูลของ CB Richard Ellis ประเทศไทยนั้น อาคารสำนักงานจะสามารถแบ่งได้เป็นสองลักษณะคือ อาคารสำนักงานที่อยู่ในศูนย์กลางธุรกิจ (Central Business District - CBD) และ ไม่ได้อยู่ในศูนย์กลางธุรกิจ (Non Central Business District - Non CBD)

ลักษณะของศูนย์กลางธุรกิจ (CBD) จะอยู่ในโซนสีลม สาทร สุขุมวิทตอนต้น เพลินจิต วิทยุ เป็นต้น ส่วนไม่ได้อยู่ในศูนย์กลางธุรกิจ (NON-CBD) จะเป็นบริเวณนอกเหนือจากศูนย์กลางธุรกิจ (CBD) ทั้งหมด เช่น พระราม 3 บางนา และอื่น ๆ

คุณภาพของอาคารจะมีอยู่ 2 อย่าง คือ เกรด A และ เกรด B ซึ่งจะถูกแบ่งด้วยปัจจัยต่างๆ เช่น ความเก่าของอาคาร ความสูงจากพื้นถึงฟ้า ความเร็วของระบบลิฟต์ และอื่น เป็นต้น

ในระยะศึกษา (Awareness) 1 กิโลเมตรรอบโครงการ นั้นมีอาคารทั้งเกรด A และ B ซึ่งจะสามารถสรุปของ CB Richard Ellis ได้ดังนี้

อาคารสำนักงาน ในเขตศูนย์กลางธุรกิจ (CBD) คุณภาพของอาคารทั้ง เกรด A รวม เกรด B ในกรุงเทพมหานครมีจำนวน 4,095,865 ตารางเมตร และมี อัตราเช่าอยู่ที่ 90.2 เปอร์เซ็นต์

ในระยะ (Awareness) 1 กิโลเมตรของที่ตั้งโครงการที่มีอาคารสำนักงานคุณภาพของ อาคารทั้ง เกรด A รวม เกรด B รวมทั้งสิ้น 987,872 ตารางเมตร หรือ คิดเป็น 24.11 เปอร์เซ็นต์ ของ อาคารสำนักงานในเขตศูนย์กลางธุรกิจ (CBD) กรุงเทพมหานคร (ดูได้จากตารางที่ 2-4)

พื้นที่สำนักงานในเขตศูนย์กลางธุรกิจ (CBD) ทั้งคุณภาพ A และ B มีพื้นที่ขายทั้งสิ้น (Saleable Area) 987,872 ตารางเมตร มีอัตราการเช่าอยู่ที่ 90.2 เปอร์เซ็นต์ จะทำให้มีพื้นที่เช่าจริง (Occupy) เป็นจำนวน 891,060 ตารางเมตร และหากคำนวณ โดยใช้สูตรพื้นที่อาคาร 12 ตาราง เมตรต่อ 1 คน ซึ่งใช้การอนุมานตัวเลขจากการคำนวณการใช้ลิฟต์ของอาคารสำนักงาน (Elevator Designer, 2014) จะทำให้มีจำนวนพนักงานในเขตการค้า (Trade Area) ทั้งสิ้น 74,255 คน

ตารางที่ 2-4 จำนวนอาคารสำนักงานในระยะ 1 กิโลเมตรโดยรอบโครงการ

อาคารสำนักงาน

ลำดับ	สถานที่	ระยะห่างจากโครงการ	Storey	Net Area Sq.M.	ข้อมูลเพิ่มเติม 2
1	อาคารบุปผจิต	65 เมตร	16 storey	25,092	550 THB Per Sq.M.
2	อาคารอ้อจือเหลียง	360 เมตร	38 storey	92,000	700 THB Per Sq.M.
3	อาคารคิงเฮาส์ สาทร	140 เมตร	20 storey	14,000	650 THB Per Sq.M.
4	อาคารคิงเฮาส์ ลุมพินี	440 เมตร	38 storey	59,000	850 THB Per Sq.M.
5	อาคารกรุงเทพประกนกัญ	90 เมตร	32 storey	40,000	650 THB Per Sq.M.
6	อาคารคาเชย์	265 เมตร	12 storey	8,000	300 THB Per Sq.M.
7	อาคารศรีเฟื่องฟุ้ง	550 เมตร	18 storey	6,000	350 THB Per Sq.M.
8	อาคารสมุทโลพี สาทร	160 เมตร	26 storey	12,000	650 THB Per Sq.M.
9	อาคารไทยวา 1,2	180 เมตร	60 storey	33,110	600 THB Per Sq.M.
10	อาคารทีสโก้	260 เมตร	22 storey	57,100	550 THB Per Sq.M.
11	อาคารหะรินธร	390 เมตร	18 storey	25,000	675 THB Per Sq.M.
12	อาคารปัญญภูมิ	710 เมตร	15 storey	25,000	400 THB Per Sq.M.
13	อาคารคิงเฮาส์ คอนแนนต์	780 เมตร	14 storey	18,000	650 THB Per Sq.M.
14	อาคารเอเชีย สาทร	960 เมตร	28 storey	27,410	800 THB Per Sq.M.
15	อาคารสาทรซิตีทาวเวอร์	1,020 เมตร	31 storey	55,000	750 THB Per Sq.M.
16	อาคารแสงทองธานี	900 เมตร	36 storey	35,000	600 THB Per Sq.M.
17	อาคารสาทรธานี	1,080 เมตร	32 storey	44,859	550 THB Per Sq.M.
18	อาคารบางกอก ซิตีทาวเวอร์	1,120 เมตร	30 storey	43,382	650 THB Per Sq.M.
19	อาคาร สาทรสแควร์	1,230 เมตร	40 storey	75,000	875 THB Per Sq.M.
20	อาคาร เอ็มไพร์ ทาวเวอร์	1,240 เมตร	58 storey	153,000	850 THB Per Sq.M.
21	อาคารอับดุลราฮิม	600 เมตร	34 storey	48,049	750 THB Per Sq.M.
22	อาคารสีลมคอมเพล็กซ์	900 เมตร	32 storey	30,000	750 THB Per Sq.M.
23	อาคาร ชาญอิสระทาวเวอร์	1,140 เมตร	27 storey	8,400	600 THB Per Sq.M.
24	อาคาร ลุมพินีทาวเวอร์	1,000 เมตร	37 storey	35,000	380 THB Per Sq.M.
25	อาคาร ชูริก ทาวเวอร์	940 เมตร	9 storey	5,670	700 THB Per Sq.M.
26	อาคารดุสิตธานี	750 เมตร	11 storey	12,800	700THB Per Sq.M.
			รวม	987,872	

ข้อมูลที่สามารถนำมาอนุมานหาอุปสงค์ของเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ในกลุ่มชาวต่างชาติ
ได้นั้น คือข้อมูลคนต่างด้าวที่ได้รับอนุญาตทำงาน ซึ่งสามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

จากตัวเลขทางสถิติของสำนักบริหารแรงงานต่างด้าว ณ เดือนธันวาคม 2555 ซึ่งเป็น
ปีล่าสุดที่มีข้อมูลทางสถิติ ได้ระบุไว้ว่า กรุงเทพมหานคร มีจำนวนคนต่างด้าวที่ได้รับอนุญาตทำงาน
คงเหลือที่ 125,514 คน โดยเป็นผู้ได้รับการส่งเสริมการลงทุน BOI (The Board of Investment of

Thailand) ที่ 18,542 คน ซึ่งเป็นกลุ่มระดับผู้บริหาร และหากนำมาคูณจำนวน 12.17% ซึ่งเป็นตัวเลขอาคารสำนักงานในระยะ (Awareness) 1 กิโลเมตร ที่โครงการตั้งอยู่จะได้ 2,257 คน นั้นหมายความว่า มี Demand ของ เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์อยู่จำนวน 2,257 ห้อง ทั้งนี้ยังไม่รวมจำนวนคนต่างด้าวที่ได้รับอนุญาตทำงานแบบทั่วไป ไม่ใช่ระดับผู้บริหารหรือเจ้าของกิจการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน ซึ่งในกลุ่มนี้จะมีจำนวนทั้งสิ้น 46,000 คนในกรุงเทพมหานคร

2.2.2 โรงแรม

ในระยะ (Awareness) 1 กิโลเมตร มีโรงแรมทั้งสิ้น 9 โรงแรม หากแบ่งระดับโรงแรมตามเว็บไซต์ อโกด้า (Agoda Company Pte. Ltd.) ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่เป็นที่รู้จักในการจองที่พัก จะสามารถแบ่งเป็นโรงแรม 5 ดาว 7 โรงแรม 4 ดาว 1 โรงแรม และ 3 ดาว 1 โรงแรม โดยรวมห้องพักทุกโรงแรมทั้งสิ้น 2,152 ห้องพัก

ข้อมูลจำนวนห้องพักในตัวเมืองกรุงเทพทั้งหมดมี 38,082 ห้องพัก ในไตรมาสแรกของปี 2014 ซึ่งในบริเวณ สีลม/สาทร มี 22 เพอร์เซ็นต์ของจำนวนห้องพักในเมืองกรุงเทพทั้งหมด หรือประมาณ 8,378 ห้องพัก โดยในระยะ (Awareness) 1 กิโลเมตรรอบโครงการ จะมีห้องพักทั้งสิ้น 2,152 ห้อง(ดูได้จากตาราง 2-5) หรือประมาณ 5.64 เพอร์เซ็นต์ของห้องพักในกรุงเทพทั้งหมด และ 25 เพอร์เซ็นต์ของห้องพักในเขต สีลม/สาทร (CB Richard Ellis ประเทศไทย ฝ่ายวิจัย, มิถุนายน 2557)

ตารางที่ 2-5 โรงแรมและจำนวนห้องในระยะ 1 กิโลเมตรโดยรอบโครงการ

ลำดับ	โรงแรม	ระยะห่าง	จำนวนดาว	จำนวนห้อง	ขนาดห้อง Standard	ราคาต่อคืน(บาท)	ราคาต่อ ตารางเมตร	ราคาต่อเดือน
1	โรงแรมโซฟิเทล โซ สาทร	340 เมตร	5 ดาว	238	38 Sq.M.	4,078	3,220	122,340
2	โรงแรมสุโขทัย	60 เมตร	5 ดาว	210	38 Sq.M.	12,800	10,105	384,000
3	โรงแรมบันยันทรี สาทร	160 เมตร	5 ดาว	327	48 Sq.M.	5,200	3,250	156,000
4	โรงแรมเมโทรโพลิแทน	200 เมตร	5 ดาว	169	29 Sq.M.	4,000	4,137	120,000
5	โรงแรม เซคอน สาทร	320 เมตร	3 ดาว	78	22 Sq.M.	849	1,157	25,470
6	โรงแรมเอเวอร์กรีน สาทร	760 เมตร	4 ดาว	160	36 Sq.M.	1,720	1,433	51,600
7	โรงแรมดุสิตธานี	800 เมตร	5 ดาว	517	35 Sq.M.	3,476	3,476	104,280
8	โรงแรมคราวน์พลาซ่า	1,030 เมตร	5 ดาว	241	34 Sq.M.	3,750	3,308	112,500
9	โรงแรมเอทิส ทราม 4	650 เมตร	5 ดาว	212	35 Sq.M.	2,600	2,228	78,000
	Total			2,152				

ระดับโรงแรม(จำนวนดาว) ตามเว็บไซต์ อโกต้า⁷ (Agoda Company Pte. Ltd.)

2.2.3 เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์

ในระยะ (Awareness) 1 กิโลเมตร มีเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ มีจำนวน 7 โครงการ รวมทั้งสิ้น 975 ห้อง โดยระดับราคาต่อเดือนจะอยู่ที่ 55,000 บาท- 85,000 บาท

จำนวนห้องสะสมของ เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ อยู่ที่ 18,280 ห้อง ณ กลางปี ปี 2014 โดยในพื้นที่สีลม/สาทร รวมกันทั้งสิ้น ประมาณ 2,300 ห้อง (Colliers ประเทศไทย ฝ่ายวิจัย, ตุลาคม 2557)

ระยะเขตการค้า (Trade Area) 1 กิโลเมตร ของโครงการ มีจำนวนห้องทั้งสิ้น 975 ห้อง (ดูได้จากตาราง 2-6) คิดเป็นร้อยละ 5.33 ของเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ในกรุงเทพ และคิดเป็น ร้อยละ 42.39 ของพื้นที่สีลม/สาทร

ตารางที่ 2-6 เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์และจำนวนห้องในระยะ 1 กิโลเมตรโดยรอบโครงการ

ลำดับ	เซอร์วิส อพาร์ทเมนท์	ระยะห่าง	จำนวนห้อง	ขนาดห้องหลัก	ราคารายเดือน	ต่อตารางเมตร	ราคารายวัน
1	บ้านเค เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์	250 เมตร	28	40 Sq.M.	54,498 บาท	1,362	2,350 บาท
2	สิริสาทร เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์	500 เมตร	111	60 Sq.M.	70,000 บาท	1,166	5,795 บาท
3	ปัญญาดา เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์	500 เมตร	190	28 Sq.M.	55,000 บาท	1,964	1,771 บาท
4	แอทฮิส เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์	470 เมตร	69	43 Sq.M.	58,000 บาท	1,348	2,000 บาท
5	แมริออท เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์	560 เมตร	186	65 Sq.M.	85,000 บาท	1,307	3,807 บาท
6	เออบาน่า สาทร เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์	610 เมตร	156	65 Sq.M.	63,000 บาท	969	3,617 บาท
7	ซัมเมอร์เซ็ท เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์	740 เมตร	235	70 Sq.M.	60,670 บาท	866	4,419 บาท
Total			975 Room				

2.2.4 อื่นๆ

ในบริเวณโดยรอบรัศมี 1 กิโลเมตร มีสถานที่สำคัญและแหล่งงานในพื้นที่ต่างๆ ดังนี้ (ดูได้จากตารางที่ 2-7)

ตารางที่ 2-7 สถานที่สำคัญและแหล่งงานอื่นๆในระยะ 1 กิโลเมตรโดยรอบโครงการ

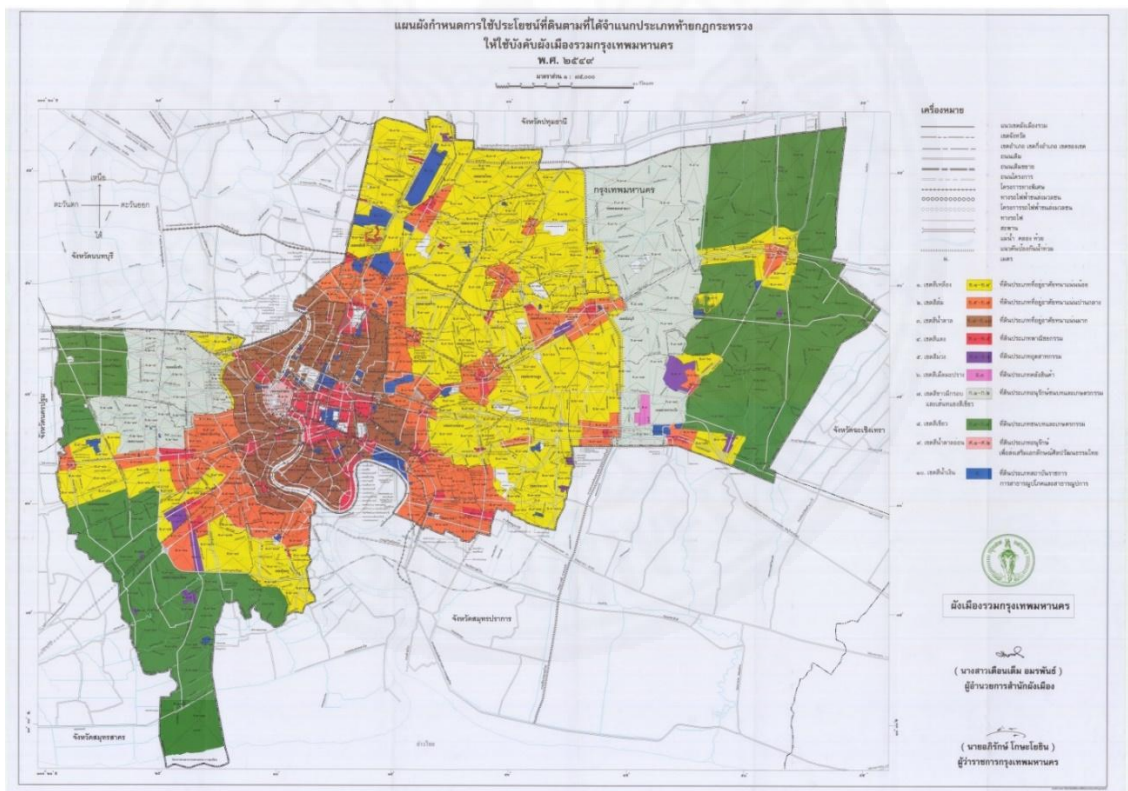
ลำดับที่	สถานที่ราชการ	ระยะห่าง
1	จัสแมคไทย	270 เมตร
2	สถานทูตเยอรมัน	200 เมตร
3	สถานทูต ออสเตรเลีย	360 เมตร
4	สถานทูต สิงคโปร์	910 เมตร
5	สถานทูตเดนมาร์ก	600 เมตร
6	มูลนิธิวัฒนธรรมไทยเยอรมัน	730 เมตร
7	สถานทูต ญี่ปุ่น	890 เมตร
ลำดับที่	โรงพยาบาล	ระยะห่าง
1	โรงพยาบาลบีเอ็นเอช	760 เมตร
2	โรงพยาบาลจุฬา	980 เมตร
ลำดับที่	ห้างสรรพสินค้า	ระยะห่าง
1	เซ็นทรัล สยามคอมเพล็กซ์	900 เมตร
2	ห้างสรรพสินค้า โรบินสัน	940 เมตร
ลำดับที่	โรงเรียน	ระยะห่าง
1	อนุบาลเทียนประสิทธิ์	500 เมตร
2	โรงเรียนเซนต์โยเซฟ คอนเวนต์	990 เมตร
ลำดับที่	อื่นๆ	ระยะห่าง
1	รถไฟฟ้าใต้ดิน ลุมพินี	490 เมตร
2	รถไฟฟ้าสถานี สีลม	900 เมตร

2.3 การวิเคราะห์ด้านกฎหมาย

ในการดำเนินการพัฒนาโครงการของที่ดินแปลงนี้จะมีกฎหมายหลักๆที่เกี่ยวข้องเพื่อศึกษาทางด้านความเป็นไปได้ของการก่อสร้างในด้านกฎหมายดังนี้

2.3.1 กฎหมายด้านผังเมือง

กฎกระทรวงให้ใช้บังคับผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร พ.ศ.๒๕๕๖



ภาพที่ 2-4 พื้นที่ผังเมืองพร้อมโซนสีในกรุงเทพมหานคร

ที่ตั้งที่ทรัพย์สินอยู่ในพื้นที่สีแดง ซึ่งแบ่งออกได้เป็นประเภท พ.1-พ.5 โดยแต่ประเภทจะมีข้อกำหนดต่างกัน ที่ตั้งทรัพย์สินนี้เป็นประเภท พ.5-6 ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ใช้ประโยชน์

เป็นศูนย์พาณิชย์กรรมหลัก เพื่อส่งเสริมความเป็นศูนย์กลางทางธุรกิจ การค้า การบริการ นันทนาการ และการท่องเที่ยวในระดับภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

ที่ตั้งทรัพย์สินนี้ตามกฎหมายผังเมืองพื้นที่สีแดง พ. 5 มีค่าอัตราส่วนพื้นที่อาคารรวมทุกชั้นของอาคารทุกหลังต่อพื้นที่ดินที่ใช้เป็นที่ตั้งอาคาร หรือ Floor Area Ratio (FAR) 1:10 ซึ่งหมายความว่าพื้นที่ดินมีพื้นที่ 868 ตร.ม. สามารถสร้างอาคารได้ไม่เกิน 8,690 ตร.ม. และมีค่าอัตราส่วนพื้นที่ว่างต่อพื้นที่อาคารรวม หรือ Open Space Ratio ในอัตราร้อยละ 3 หรือประมาณ 260.4 ตารางเมตร

2.3.1.1 สรุปข้อกำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดินตามกฎหมายกระทรวงให้ใช้บังคับผังเมืองรวมกรุงเทพฯ 2556

- (1) ที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยว
- (2) ที่อยู่อาศัยประเภทบ้านแฝด
- (3) ที่อยู่อาศัยประเภทบ้านแถว
- (4) ที่อยู่อาศัยประเภทห้องแถว ตึกแถว
- (5) พาณิชยกรรมประเภทห้องแถว ตึกแถว
- (6) ที่อยู่อาศัยประเภทอาคารอยู่อาศัยรวม พื้นที่เกิน 10,000 ตร.ม.
- (7) พาณิชยกรรม พื้นที่เกิน 10,000 ตร.ม. (เงื่อนไขตั้งอยู่ริมถนนที่มีเขตทางไม่น้อยกว่า 16 ม./หรืออยู่ในระยะ 500 ม. จากสถานีรถไฟฟ้ามหานคร)
- (8) สำนักงานพื้นที่เกิน 10,000 ตร.ม. (เงื่อนไขตั้งอยู่ริมถนนที่มีเขตทางไม่น้อยกว่า 12 ม./หรืออยู่ในระยะ 500 ม. จากสถานีรถไฟฟ้ามหานคร)
- (9) โรงแรมเกิน 80 ห้อง (เงื่อนไขตั้งอยู่ริมถนนที่มีเขตทางไม่น้อยกว่า 12 ม.หรืออยู่ในระยะ 500 ม. จากสถานีรถไฟฟ้ามหานคร)
- (10) สถานบริการ

เนื่องจากที่ตั้งทรัพย์สินตั้งอยู่ริมทางสาธารณะที่มีเขตทาง 43 ม. และห่างจากสถานีรถไฟฟ้่าใต้ดินสถานีลุมพินี ระยะประมาณ 500 ม. ทำให้ผ่านเงื่อนไขต่าง ๆ ที่กำหนดไว้โดยกฎหมายผังเมือง

ในส่วนระยะร่น (Set back) ของอาคารพักอาศัยไม่เกิน 23 เมตร ของกฎหมายผังเมือง ในพื้นที่ พ.5 ยังคงสร้างโดยที่ไม่มีระยะร่นเพิ่มเติมจากกฎหมายผังเมืองฉบับเก่า ซึ่งจะต้องทำตามกฎหมายควบคุมอาคารซึ่งได้กำหนดไว้ที่ 3 เมตรโดยรอบอาคาร หากเป็นอาคารสูงไม่เกิน 23 เมตร (ดูได้จากภาพที่ 2-5)



สรุปข้อกำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดินตามกฎกระทรวงที่ใช้บังคับผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2556

การใช้ประโยชน์ที่ดินประเภท	ก1	ก2	ก3	ก4	ก5	ก6	ก7	ก8	ก9	ก10	ก11	ก12	ก13	ก14	ก15	ก16	ก17	ก18	ก19	ก20	ก21	ก22	ก23	ก24	ก25	ก26
ที่อยู่อาศัยประเภททาวน์โฮม																										
ที่อยู่อาศัยประเภททาวน์โฮมเดี่ยว	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
พื้นที่ของทาวน์โฮมเดี่ยว	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
พื้นที่ของทาวน์โฮมเดี่ยวเดี่ยว	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
พื้นที่ของทาวน์โฮมเดี่ยวคู่	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
พื้นที่ของทาวน์โฮมเดี่ยวแฝด	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
พื้นที่ของทาวน์โฮมเดี่ยวแฝดคู่	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
พื้นที่ของทาวน์โฮมเดี่ยวแฝดคู่แฝด	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
พื้นที่ของทาวน์โฮมเดี่ยวแฝดคู่แฝดคู่	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
พื้นที่ของทาวน์โฮมเดี่ยวแฝดคู่แฝดคู่แฝด	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
พื้นที่ของทาวน์โฮมเดี่ยวแฝดคู่แฝดคู่แฝดคู่	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
พื้นที่ของทาวน์โฮมเดี่ยวแฝดคู่แฝดคู่แฝดคู่แฝด	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
พื้นที่ของทาวน์โฮมเดี่ยวแฝดคู่แฝดคู่แฝดคู่แฝดคู่	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
พื้นที่ของทาวน์โฮมเดี่ยวแฝดคู่แฝดคู่แฝดคู่แฝดคู่แฝด	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
พื้นที่ของทาวน์โฮมเดี่ยวแฝดคู่แฝดคู่แฝดคู่แฝดคู่แฝดคู่	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
พื้นที่ของทาวน์โฮมเดี่ยวแฝดคู่แฝดคู่แฝดคู่แฝดคู่แฝดคู่แฝด	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
พื้นที่ของทาวน์โฮมเดี่ยวแฝดคู่แฝดคู่แฝดคู่แฝดคู่แฝดคู่แฝดคู่	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
พื้นที่ของทาวน์โฮมเดี่ยวแฝดคู่แฝดคู่แฝดคู่แฝดคู่แฝดคู่แฝดคู่แฝด	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
พื้นที่ของทาวน์โฮมเดี่ยวแฝดคู่แฝดคู่แฝดคู่แฝดคู่แฝดคู่แฝดคู่แฝดคู่	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
พื้นที่ของทาวน์โฮมเดี่ยวแฝดคู่แฝดคู่แฝดคู่แฝดคู่แฝดคู่แฝดคู่แฝดคู่แฝด	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
พื้นที่ของทาวน์โฮมเดี่ยวแฝดคู่แฝดคู่แฝดคู่แฝดคู่แฝดคู่แฝดคู่แฝดคู่แฝดคู่	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
พื้นที่ของทาวน์โฮมเดี่ยวแฝดคู่แฝดคู่แฝดคู่แฝดคู่แฝดคู่แฝดคู่แฝดคู่แฝดคู่แฝด	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

หมายเหตุ: X - ไม่อนุญาต
 1* - ต้องใช้ที่ดินไม่น้อยกว่า 10 น. หรือพื้นที่ร้อยละ 500 น. ของที่ดินที่โครงการ
 4 - ต้องใช้ที่ดิน
 8 - ต้องใช้ที่ดินขนาด/ชนิดที่กำหนด
 2 - ต้องใช้ที่ดินไม่น้อยกว่า 12 น. หรือพื้นที่ร้อยละ 500 น. ของที่ดินที่โครงการ
 5 - ต้องใช้ที่ดินไม่น้อยกว่า 10 น. ของที่ดินที่โครงการ
 9 - ต้องใช้ที่ดินไม่น้อยกว่า 10 น. ของที่ดินที่โครงการ
 3 - ต้องใช้ที่ดินไม่น้อยกว่า 10 น. หรือพื้นที่ร้อยละ 500 น. ของที่ดินที่โครงการ
 6 - ต้องใช้ที่ดินไม่น้อยกว่า 10 น. ของที่ดินที่โครงการ
 10 - ต้องใช้ที่ดินไม่น้อยกว่า 10 น. ของที่ดินที่โครงการ
 7 - ต้องใช้ที่ดินไม่น้อยกว่า 10 น. ของที่ดินที่โครงการ
 (ก) FAR (Floor Area Ratio) "ค่าส่วนต่อตารางเมตร" หมายถึง ค่าส่วนของพื้นที่อาคารรวมของอาคารต่อพื้นที่ที่ดินที่ใช้ก่อสร้างอาคาร
 (ข) OGR (Open Space Ratio) "ค่าส่วนของพื้นที่สวนสาธารณะ" หมายถึง ค่าส่วนของพื้นที่สวนสาธารณะต่อพื้นที่ที่ดินที่ใช้ก่อสร้างอาคาร
 (ค) ระยะเวลาเช่า/ใช้ที่ดินไม่น้อยกว่า 10 ปี
 (ง) ระยะเวลาเช่า/ใช้ที่ดินไม่น้อยกว่า 20 ปี
 (จ) ระยะเวลาเช่า/ใช้ที่ดินไม่น้อยกว่า 30 ปี
 (ฉ) ระยะเวลาเช่า/ใช้ที่ดินไม่น้อยกว่า 40 ปี
 (ช) ระยะเวลาเช่า/ใช้ที่ดินไม่น้อยกว่า 50 ปี
 (ฌ) ระยะเวลาเช่า/ใช้ที่ดินไม่น้อยกว่า 60 ปี
 (ญ) ระยะเวลาเช่า/ใช้ที่ดินไม่น้อยกว่า 70 ปี
 (ฎ) ระยะเวลาเช่า/ใช้ที่ดินไม่น้อยกว่า 80 ปี
 (ฏ) ระยะเวลาเช่า/ใช้ที่ดินไม่น้อยกว่า 90 ปี
 (ฐ) ระยะเวลาเช่า/ใช้ที่ดินไม่น้อยกว่า 100 ปี

กฎกระทรวงดังกล่าวประกาศในราชกิจจานุเบกษา ฉบับกฤษฎีกา เล่ม ๑๓๐ ตอนที่ ๔๑ ก ลงวันที่ ๑๖ พฤษภาคม ๒๕๕๖

ภาพที่ 2-5 ตารางสรุปข้อกำหนดการใช้ที่ดินกรุงเทพมหานคร 2556

2.3.2 กฎหมายควบคุมอาคาร

2.3.2.1 พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร

- (1) พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร (ฉบับที่ 1) พ.ศ.2522
- (2) พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2535 แก้ไขเพิ่มเติม
- (3) พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2543 แก้ไขเพิ่มเติม
- (4) พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร (ฉบับที่ 4) พ.ศ.2550 แก้ไขเพิ่มเติม

2.3.2.2 กฎกระทรวง

(1) กฎกระทรวง ฉบับที่ 55 (พ .ศ.2543) ลักษณะอาคาร ส่วนต่างๆ ของอาคาร ที่วางภายนอก แนวอาคารและระยะต่างๆ ของอาคาร

1. กฎกระทรวง ฉบับที่ 58 (พ .ศ.2546) *แก้ไข* กฎกระทรวง ฉบับที่ 55 (พ.ศ .2543)

2. กฎกระทรวง ฉบับที่ 61 (พ .ศ.2550) *แก้ไข* กฎกระทรวง ฉบับที่ 55 (พ .ศ.2543)

(2) กฎกระทรวง ฉบับที่ 6 (พ .ศ.2527) การออกแบบโครงสร้าง

1. กฎกระทรวง ฉบับที่ 48 (พ .ศ.2540) *แก้ไขเพิ่มเติม*

2. กฎกระทรวง ฉบับที่ 60 (พ .ศ.2549) *แก้ไขเพิ่มเติม*

(3) กฎกระทรวง กำหนดสิ่งอำนวยความสะดวกในอาคาร สำหรับผู้พิการ หรือทุพพลภาพและคนชรา พ .ศ.2548

(4) กฎกระทรวง ฉบับที่ 7 (พ .ศ.2517) ประเภทของอาคารที่ต้องมีที่จอดรถ จำนวนที่จอดรถ

1. กฎกระทรวง ฉบับที่ 41 (พ .ศ.2537) *แก้ไขเพิ่มเติม*

2. กฎกระทรวง ฉบับที่ 64 (พ .ศ.2555) แก้ไขเพิ่มเติม

(5) กฎกระทรวง ฉบับที่ 39 (พ .ศ.2537) ระบบป้องกันอัคคีภัย, ห้องน้ำและห้องส้วม, ระบบการจัดแสงสว่างและระบายอากาศ, ระบบจ่ายพลังงานไฟฟ้าสำรองกรณีฉุกเฉิน

1. กฎกระทรวง ฉบับที่ 63 (พ .ศ.2551) แก้ไขเพิ่มเติม

(6) กฎกระทรวง ฉบับที่ 33 (พ .ศ.2535) อาคารสูง อาคารขนาดใหญ่พิเศษ

1. กฎกระทรวง ฉบับที่ 42 (พ .ศ.2537) แก้ไขเพิ่มเติม

2. กฎกระทรวง ฉบับที่ 50 (พ .ศ.2540) แก้ไขเพิ่มเติม

2.3.2.3 สรุปกฎหมายควบคุมอาคาร

(1) อาคารอยู่อาศัยรวมต้องมีพื้นที่ภายในแต่ละหน่วยที่ใช้เพื่อการอยู่อาศัยไม่น้อยกว่า 20 ตารางเมตร

(2) ห้องนอนในอาคารให้มีความกว้างด้านแคบที่สุดไม่น้อยกว่า 2.50 เมตร และมีพื้นที่ไม่น้อยกว่า 8 ตาราง เมตร

(3) ช่องทางเดินในอาคาร ต้องมีความกว้างไม่น้อยกว่าตามที่กำหนดไว้ดังต่อไปนี้

1. อาคารอยู่อาศัย 1 เมตร

2. อาคารอยู่อาศัยรวม หอพักตามกฎหมายว่าด้วยหอพัก สำนักงานอาคารสาธารณะ อาคาร พาณิชยกรรม โรงงาน อาคารพิเศษ 1.5 เมตร

2.3.2.4 สรุปกฎหมายการใช้ประโยชน์ประเภทอาคารสูง และอาคารใหญ่พิเศษ

(1) ที่ดินที่ใช้เป็นที่ตั้งของอาคารสูงหรืออาคารขนาดใหญ่พิเศษที่มีพื้นที่อาคาร รวมไม่เกิน 30,000 ตารางเมตร ต้องมีด้านหนึ่งด้านใดของที่ดินนั้น ยาวไม่น้อยกว่า 12.00 เมตร ติดถนนสาธารณะที่มีเขตทางกว้างไม่น้อยกว่า 10.00 เมตร และถนนสาธารณะนั้นต้องมีเขตทาง

กว้างไม่น้อยกว่า 10.00 เมตร ยาวต่อเนื่องกันโดยตลอดนับตั้งแต่ที่ตั้งอาคารจนไปเชื่อมต่อกับถนน สาธารณะอื่น ที่มีเขตทางกว้างไม่น้อยกว่า 10.00 เมตร

(2) ที่ดินที่ใช้เป็นที่ตั้งของอาคารสูง หรือ อาคารขนาดใหญ่พิเศษที่มีพื้นที่ อาคารรวมกันทุกชั้นมากกว่า 30,000 ตารางเมตร ต้องมีด้านใดด้านหนึ่งของที่ดินยาวไม่น้อยกว่า 12 เมตร ติดถนนสาธารณะไม่น้อยกว่า 18 เมตร ยาวต่อเนื่องกันโดยตลอดจนไปเชื่อมต่อกับถนน สาธารณะที่มีเขตทางกว้างไม่น้อยกว่า 18 เมตร ยาวต่อเนื่องกันโดยตลอดเป็นระยะทางไม่น้อยกว่ากึ่ง หนึ่งของถนนสาธารณะนั้น หรือไม่น้อยกว่า 500.00 เมตร นับตั้งแต่ที่ตั้งของอาคาร

(3) อาคารสูงหรืออาคารขนาดใหญ่พิเศษต้องมีถนน หรือ ที่ว่างปราศจากสิ่ง ปกคลุมโดยรอบอาคารกว้างไม่น้อยกว่า 6.00 เมตร และระดับเพลิงสามารถเข้า ออกได้โดยสะดวก

(4) พื้นหรือผนังของอาคารสูงหรืออาคารขนาดใหญ่พิเศษต้องห่างเขต ที่ดิน ของผู้อื่นและถนนสาธารณะไม่น้อยกว่า 6.00 เมตร

(5) อาคารสูง หรือ อาคารขนาดใหญ่พิเศษต้องมีค่าสูงสุดของอัตราส่วนพื้นที่ อาคารรวมกันทุกชั้นต่อพื้นที่ดินของอาคารทุกหลังที่ก่อสร้างขึ้นในที่ดินแปลงเดียวกันไม่เกิน 10 ต่อ 1

(6) อาคารสูงหรืออาคารขนาดใหญ่พิเศษต้องมีที่ว่างปราศจากสิ่งปกคลุม ไม่น้อยกว่าอัตราส่วน ดังต่อไปนี้

1. อาคารอยู่อาศัยต้องมีที่ว่างอันปราศจากสิ่งปกคลุมไม่น้อยกว่า ร้อย ละ 30 ของพื้นที่ดินแปลงนั้น

2. อาคารพาณิชย์ โรงงาน อาคารสาธารณะและอาคารอื่นที่ไม่ได้ ใช้ เป็นที่อยู่อาศัยต้องมีที่ว่างอันปราศจากสิ่งปกคลุมไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ของพื้นที่ ดินแปลงนั้น แต่ถ้า อาคารนั้นใช้เป็นที่อยู่อาศัยรวมอยู่ด้วยต้องมีที่ว่างอันปราศจากสิ่งปกคลุมตาม ข้อ 1.

(7) ห้องหรือส่วนของอาคารที่ใช้ในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ต้องมีระยะดังไม่ น้อยกว่าตามที่กำหนดไว้ดังต่อไปนี้

1. ห้องที่ใช้เป็นที่พักอาศัย บ้านแถว ห้องพักโรงแรม ห้องเรียนนักเรียน อนุบาล ครุภัณฑ์ อาคารอยู่อาศัย ห้องพักคนไข้พิเศษ ช่องทางเดินในอาคาร 2.6 เมตร

2. ห้องที่ใช้เป็นสำนักงาน ห้องเรียน ห้องอาหาร ห้องโถงภัตตาคาร โรงงาน 3 เมตร

3. ห้องขายสินค้า ห้องประชุม ห้องคนใช้รวม คลังสินค้า โรงครัว ตลาด และอื่น ๆ ที่คล้ายกัน 3.5 เมตร

4. ระเบียบ 2.2 เมตร

(8) บันไดของอาคารอยู่อาศัย ถ้ามีต้องมีย่าน้อยหนึ่งบันไดที่มีความกว้างสุทธิไม่น้อยกว่า 80 เซนติเมตร ช่วงหนึ่งสูงไม่เกิน 3 เมตร ลกตั้งสูงไม่เกิน 20 เซนติเมตร ลูกนอนเมื่อหักส่วนที่ขึ้นบันไดเชื่อมกันออกแล้วเหลือความกว้างไม่ น้อยกว่า 22 เซนติเมตร และต้องมีพื้นหน้าบันไดมีความกว้างและยาวไม่น้อยกว่าความกว้างของบันได

(9) บันไดของอาคารอยู่อาศัยรวม หอพัก ตามกฎหมาย ว่าด้วยหอพัก สำนักงาน อาคารสาธารณะ อาคาร พาณิชยกรรม โรงงาน และอาคารพิเศษ สำหรับที่ใช้กับชั้นที่มีพื้นที่อาคารชั้นเหนือขึ้นไปรวมกันไม่เกิน 300 ตารางเมตร ต้องมีความ กว้างสุทธิไม่น้อยกว่า 1.20 เมตร แต่สำหรับบันไดของอาคารดังกล่าวที่ใช้กับชั้นที่มีพื้นที่อาคารชั้นเหนือขึ้นไปรวมกันเกิน 300 ตาราง เมตร ต้องมีความกว้างสุทธิไม่น้อยกว่า 1.50 เมตร ถ้าความกว้างสุทธิของบันไดน้อยกว่า 1.50 เมตร ต้องมีบันไดอย่าง น้อยสองบันได และแต่ละบันไดต้องมีความกว้างสุทธิไม่น้อยกว่า 1.20 เมตร

(10) อาคารที่สูงตั้งแต่สี่ชั้นขึ้นไปและสูงไม่เกิน 23 เมตร หรืออาคารที่สูงสาม ชั้นและมีลาดฟ้าเหนือชั้นที่สามที่มี พื้นไม่เกิน 16 ตารางเมตร นอกจากมีบันไดของอาคารตามปกติ แล้ว ต้องมีบันไดหนีไฟที่ทำด้วยวัสดุทนไฟอย่างน้อยหนึ่งแห่ง และต้องมีทางเดินไปยังบันไดหนีไฟนั้น ได้โดยไม่มีสิ่งกีดขวาง

(11) อาคารแต่ละหลังหรือหน่วยต้องมีที่ว่างตามที่กำหนดดังต่อไปนี้

1. อาคารอยู่อาศัย และอาคารอยู่อาศัยรวม ต้องมีที่ว่างไม่น้อยกว่า 30 ใน 100 ส่วนของพื้นที่ชั้นใด ชั้นหนึ่งที่สูงที่สุดของอาคาร

2. ห้องแถว ตึกแถว อาคารพาณิชยกรรม โรงงาน อาคารสาธารณะ และ อาคารอื่นซึ่งไม่ได้ใช้เป็นที่อยู่อาศัย ต้องมีที่ว่างไม่น้อยกว่า 10 ใน 100 ส่วน ของพื้นที่ชั้นใดชั้นหนึ่งที่สูงที่สุดของอาคาร แต่ถ้าอาคารดังกล่าวใช้เป็นที่อยู่อาศัย ด้วยต้องมีที่ว่างตาม (1)

(12) อาคารที่ก่อสร้างหรือดัดแปลงใกล้ถนนสาธารณะ ที่มีความกว้างน้อยกว่า 6 เมตร ให้ร่นแนวอาคารห่างจาก กึ่งกลางถนนสาธารณะอย่างน้อย 3 เมตร

(13) อาคารที่สูงเกินสองชั้นหรือเกิน 8 เมตร ห้องแถว ตึกแถว บ้านแถว อาคารพาณิชยกรรม โรงงาน อาคารสาธารณะ ป้าย หรือสิ่งก่อสร้างขึ้นสำหรับติดหรือตั้งป้าย หรือคลังสินค้า ที่ก่อสร้างหรือดัดแปลงใกล้ถนนสาธารณะ

1. ถ้าถนนสาธารณะนั้น มีความกว้างน้อยกว่า 10 เมตร ให้ร่นแนวอาคารห่างจากกึ่งกลางถนนสาธารณะ อย่างน้อย 6 เมตร

2. ถ้าถนนสาธารณะนั้น มีความกว้างตั้งแต่ 10 เมตรขึ้นไป แต่ไม่เกิน 20 เมตร ให้รั้วแนวอาคารห่างจาก เขตถนนสาธารณะอย่างน้อย 1 ใน 10 ของความกว้างของถนนสาธารณะ

3. ถ้าถนนสาธารณะนั้น มีความกว้างเกิน 20 เมตรขึ้นไป ให้รั้วแนวอาคารห่างจากเขตถนนสาธารณะ อย่างน้อย 2 เมตร

(14) ผนังของอาคารที่มีหน้าต่าง ประตู ช่องระบายอากาศหรือช่องแสง หรือระเบียงของอาคารต้องมีระยะห่าง จากแนวเขตที่ดิน ดังนี้ อาคารที่มีความสูงเกิน 9 เมตร แต่ไม่ถึง 23 เมตร ผนังหรือระเบียงต้องอยู่ห่างเขตที่ดินไม่น้อยกว่า 3 เมตร

2.3.3 กฎหมายควบคุมสิ่งแวดล้อม (EIA)

2.3.3.1 ประกาศกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เรื่อง กำหนดประเภทและขนาดของโครงการหรือกิจการซึ่งต้องจัดทำรายงานการวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม และหลักเกณฑ์ วิธีการ ระเบียบปฏิบัติ และแนวทางการจัดทำรายงานการวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม ลงวันที่ 24 เม.ย. 2555

(1) ฉบับที่ 2 (พ .ศ.2556) แก้ไข ประกาศกระทรวงฯ ลงวันที่ 24 เม .ย. 2555

(2) ฉบับที่ 3 (พ .ศ.2556) แก้ไข ประกาศกระทรวงฯ ลงวันที่ 24 เม .ย. 2555

2.3.3.2 สรุปกฎหมายสิ่งแวดล้อม

โครงการอสังหาริมทรัพย์หรือกิจการที่ต้องจัดทำรายงานผลกระทบสิ่งแวดล้อม มีดังต่อไปนี้

(1) อาคาร ตามกฎหมายควบคุมอาคาร ซึ่งมีลักษณะหรือที่ตั้ง หรือ การใช้ประโยชน์ในอาคารอย่างใดอย่างหนึ่ง ดังนี้

1. อาคารที่ใช้ธุรกิจค้าปลีกหรือค้าส่ง ที่มีความสูงตั้งแต่ 23 เมตรขึ้นไป หรือมีพื้นที่รวมทุกชั้น หรือชั้นใดชั้นหนึ่งในหลังเดียวกัน ตั้งแต่ 10,000 ตารางเมตรขึ้นไป

2. อาคารที่ใช้เป็นสำนักงานหรือที่ทำการของเอกชน ที่มีความสูงตั้งแต่ 23 เมตรขึ้นไป หรือมีพื้นที่รวมทุกชั้น หรือชั้นใดชั้นหนึ่งในหลังเดียวกัน ตั้งแต่ 10,000 ตารางเมตรขึ้นไป

(2) โรงแรมหรือสถานที่พักตากอากาศ ตามกฎหมายว่าด้วยโรงแรม ที่มีจำนวนห้องตั้งแต่ 80 ห้องขึ้นไป หรือพื้นที่ใช้สอยตั้งแต่ 4,000 ตารางเมตรขึ้นไป

(3) อาคารอยู่อาศัยรวมตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมอาคาร ที่มีจำนวนห้องตั้งแต่ 80 ห้องขึ้นไป หรือพื้นที่ใช้สอยตั้งแต่ 4,000 ตารางเมตรขึ้นไป

2.3.4 สรุปลักษณะอาคารที่เหมาะสม

อาคารประเภทสูงไม่เกิน 23 เมตร หรืออาคารสูงไม่เกิน 8 ชั้น โดยมีระยะร่นรอบอาคาร 3 เมตร โดยจะสามารถ สร้างอาคารได้มากที่สุดต่อชั้น (Floor Plan) ที่ 528 ตารางเมตร หากรวมใต้ดินจะเป็นอาคารทั้งสิ้น 4,752 ตารางเมตร

พื้นที่ริมถนนสามารถให้เข้าชั้น 1 และ ชั้น 2 ได้ราคาที่ดีกว่า เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ จึงทำให้ต้องทำทางเข้าที่จอดรถซึ่งต้องมีระยะร่นตามกฎหมายอย่างต่ำ 6 เมตร จะทำให้หน้ากว้างของอาคารลดลงเหลือ 19 เมตร โดยที่ความลึกเท่าเดิมที่ 24 เมตร จะทำให้มีพื้นที่ต่อชั้นที่ 456 ตารางเมตร หรือ 4,104 ตารางเมตร

ในการออกแบบอาคารจริง หากใช้พื้นที่ 4,104 ตารางเมตร จะทำให้ต้องทำตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม ซึ่งในการออกแบบ สามารถลดพื้นที่ ที่ไม่ใช่พื้นที่ขายออกไปให้เหลือพื้นที่ก่อสร้างน้อยกว่า 4,000 ตารางเมตร เพื่อประหยัดต้นทุนในการทำการขออนุญาตสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีความซับซ้อนและต้นทุนสูง โดยจะขอลงรายละเอียดในส่วนของการวางผังโครงการต่อไป

2.4 สรุปการวิเคราะห์ที่ตั้งและกฎหมาย

2.4.1 ด้านทำเลที่ตั้ง

อยู่ในที่ตั้งที่เป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจ (Core CBD) โดยในพื้นที่ที่มีความหนาแน่นของอาคารสำนักงานมากที่สุด จึงเหมาะสมสำหรับทำโครงการที่จะเอื้อประโยชน์แก่อาคารสำนักงานดังกล่าว เช่นโครงการเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ หรือโรงแรมแบบเน้นสัมมนาเป็นต้น

2.4.2 ด้านกฎหมาย

ที่ตั้งโครงการเหมาะสมสร้างอาคารสูงไม่เกิน 23 เมตร โดยเป็นอาคารไม่เกิน 4,000 ตารางเมตร โดยควรจะใช้พื้นที่ก่อสร้างให้มากที่สุดเนื่องจากต้นทุนที่ดินที่มีราคาค่อนข้างสูง

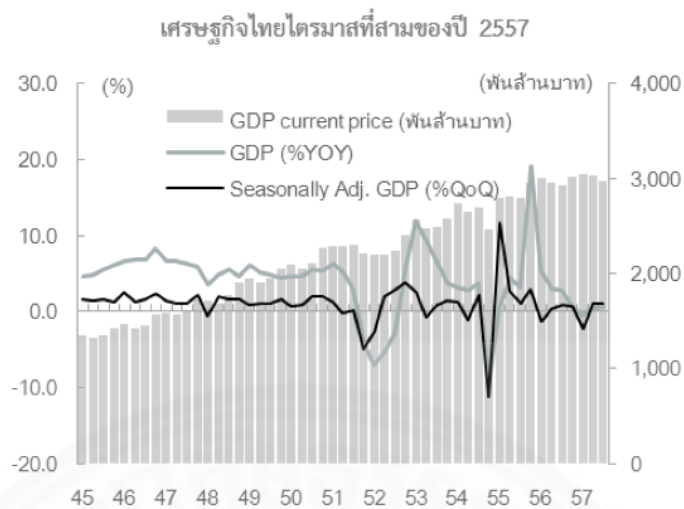


บทที่ 3

การวิเคราะห์ตลาด (Market Analysis)

3.1 ภาพรวมสถานะเศรษฐกิจในประเทศ

เศรษฐกิจไทยไตรมาสที่สามของปี 2557 ขยายตัวร้อยละ 0.6 ปรับตัวดีขึ้นจากการขยายตัวร้อยละ 0.4 ในไตรมาสที่สอง โดยที่การใช้จ่ายภาคครัวเรือนและการลงทุนภาคเอกชนเริ่มฟื้นตัวชัดเจนมากขึ้น แต่การชะลอตัวของภาคเกษตร การส่งออกที่ยังลดลง และการท่องเที่ยวที่ฟื้นตัวได้ช้า ทำให้เศรษฐกิจโดยรวมยังขยายตัวต่ำกว่าที่คาดการณ์ไว้เดิม ในด้านการใช้จ่าย มีปัจจัยสนับสนุนการใช้จ่ายภาครัฐ การบริโภคภาคเอกชน และการลงทุนภาคเอกชน แต่การส่งออกหดตัว ในด้านการผลิต ภาคอสังหาริมทรัพย์กลับมาขยายตัว ภาคเกษตรชะลอตัว ภาคอุตสาหกรรมและภาคก่อสร้างหดตัวซ้าลง และเมื่อปรับผลของฤดูกาลออกแล้ว เศรษฐกิจไทยในไตรมาสที่สามขยายตัวจากไตรมาสที่สองร้อยละ 1.1 เมื่อรวมกับครึ่งปีแรกของปีซึ่งเศรษฐกิจหดตัวร้อยละ 0.1 ทำให้เศรษฐกิจไทยในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2557 ขยายตัวร้อยละ 0.2 (ดูได้จากภาพที่ 3-1)



ที่มา: สศช.

ภาพที่ 3-1 เศรษฐกิจไทยไตรมาสที่ 3 ของปี 2557

(ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, กันยายน 2557)

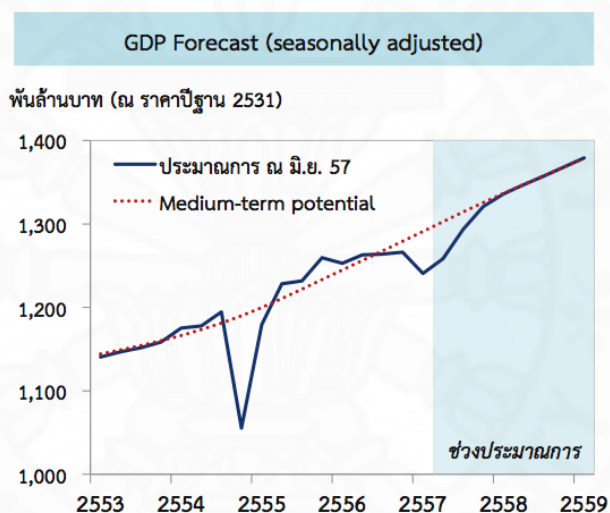
เศรษฐกิจไทยในปีที่ผ่านมา ๆ มาได้รับผลกระทบจากหลายปัจจัยซึ่งเป็นปัจจัยลบจึงเป็นสาเหตุที่ไม่สามารถทำให้เศรษฐกิจดีเท่าที่ควร ไม่ว่าจะเป็นปัญหาอุทกภัยทางธรรมชาติ หรือปัญหาทางด้านการเมือง ซึ่งจะเห็นได้จากตัวชี้วัดทางเศรษฐกิจที่สำคัญเช่น ผลผลิตมวลรวมแห่งประเทศไทย แต่อย่างไรก็ดี หลังจากผ่านจุดต่ำของเศรษฐกิจและหลายปัญหาเริ่มคลี่คลายไปในทางบวกมากขึ้น ทำให้แนวโน้มเศรษฐกิจของประเทศไทยในภาพรวมและในอนาคตมีความเป็นไปได้ที่จะเปลี่ยนแปลงในเชิงบวก โดยจากการประมาณการเศรษฐกิจของธนาคารแห่งประเทศไทย ได้ประมาณตัวเลขผลผลิตโดยรวม หรือ GDP forecast ของปี พ.ศ. 2558 (ธนาคารแห่งประเทศไทย, มิถุนายน 2557) ว่าจะเติบโตขึ้นจากปี 2557 อยู่ร้อยละ 4 โดยมีอัตราเงินเฟ้อพื้นฐานลดลง ร้อยละ 0.3 จากปี 2557 ซึ่งในปลายปี 2558 คาดว่าจะเป็นปีที่โครงการเปิดตัว (ดูได้จากภาพที่ 3-2 และ 3-3)

ประมาณการเศรษฐกิจและเงินเฟ้อ

%YoY	2556*	2557	2558
GDP	2.9	1.5	5.5
อัตราเงินเฟ้อพื้นฐาน	1.0	1.7	1.4
อัตราเงินเฟ้อทั่วไป	2.2	2.6	2.5

*ข้อมูลจริง

ภาพที่ 3-2 ประมาณการผลผลิตมวลรวมของประเทศไทย และประมาณการอัตราเงินเฟ้อในปี 2558 ถึง 2559 (ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย)



ภาพที่ 3-3 กราฟประมาณการผลผลิตมวลรวมของประเทศไทย ในปี 2558 ถึง 2559

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย

ภาวะธุรกิจในไตรมาสที่ 4 ปี 25557 มีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นอย่างค่อยเป็นค่อยไป จากผลสำรวจความเชื่อมั่นทางธุรกิจพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่คาดว่าภาวะธุรกิจในอีก 3 เดือนข้างหน้ามีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นจากปัจจุบัน

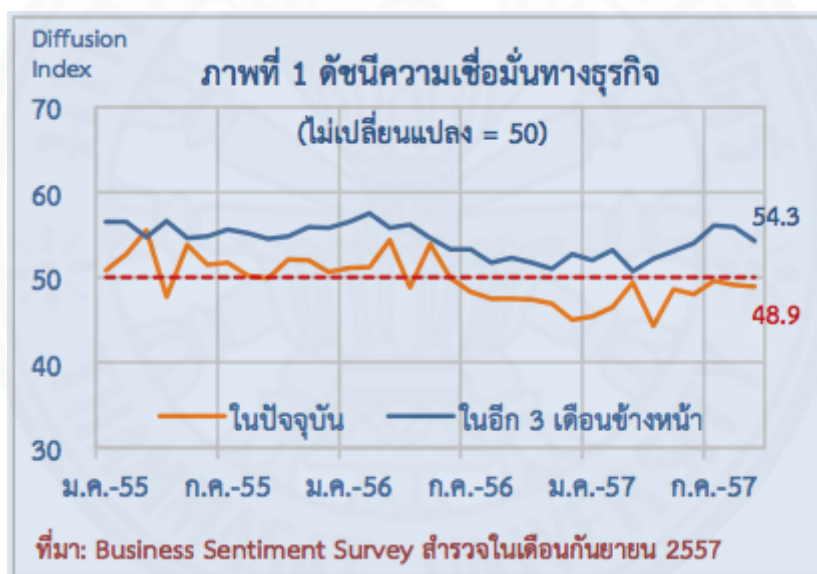
การบริโภคภาคเอกชนมีแนวโน้มดีขึ้นตามความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่มีรายได้ระดับกลางและระดับบนเป็นสำคัญ

การลงทุนโดยเฉพาะโครงการขนาดใหญ่ยังคงต้องชะลอตัวต่อเนื่องจากผู้ประกอบการ
รอการประเมินความชัดเจนของนโยบายภาครัฐและการฟื้นตัวของอุปสงค์

การส่งออกสินค้าเริ่มส่งสัญญาณชะลอตัวหลังเศรษฐกิจโลกมีแนวโน้มว่าจะขยายตัว
น้อยกว่าที่คาดการณ์ไว้

ธุรกิจท่องเที่ยวจะทยอยฟื้นตัว สะท้อนจากยอดจองที่พักล่วงหน้าปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่อง

ด้านธุรกิจอสังหาริมทรัพย์คาดว่าจะดีขึ้นต่อเนื่องโดยเฉพาะโครงการแนวสูงตามเส้น
รถไฟฟ้าที่กลับมาคึกคักหลังคาดว่าจะได้รับอานิสงส์จากนโยบายเร่งลงทุนระบบโครงสร้างพื้นฐานของ
รัฐบาลชุดใหม่



ภาพ 3-4 ดัชนีความเชื่อมั่นทางธุรกิจ ที่มา : (ธนาคารแห่งประเทศไทย, ตุลาคม 2557)¹¹

การลงทุนภาคเอกชนยังคงหดตัวแต่ในอัตราที่ชะลอลง จากข้อมูลสัมภาษณ์
ผู้ประกอบการพบว่า ส่วนใหญ่ชะลอการลงทุนขนาดใหญ่เนื่องจากการลงทุนไปในช่วงก่อนหน้าที่
เศรษฐกิจจะชะลอลงจึงทำให้ยังมีกำลังการผลิตเพียงพอต่อความต้องการจากทั้งในประเทศและ
ต่างประเทศ ในขณะที่ผู้ประกอบการบางส่วนพึ่งได้รับการอนุมัติการขอส่งเสริมการลงทุนจาก
คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ซึ่งจะสามารถเริ่มลงทุนได้จริงในปี 2558 เป็นต้นไป

ในไตรมาสที่ 4 ปี 2557 ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังคงชะลอการลงทุนใหม่เพื่อรอประเมินความชัดเจนของนโยบายภาครัฐและการฟื้นตัวของอุปสงค์ จากผลสำรวจภาวะแนะแนวโน้มสินเชื่อของสถาบันการเงินพบว่าความต้องการสินเชื่อของธุรกิจจะปรับตัวเพิ่มขึ้นแต่ในอัตราที่ชะลอลงจากไตรมาสก่อนหน้า เนื่องจากความต้องการสินเชื่อส่วนใหญ่จะยังเป็นสินเชื่อหมุนเวียนระยะสั้น

อัตราดอกเบี้ยเงินฝากในปัจจุบันอยู่ในเกณฑ์ต่ำ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่ออัตราดอกเบี้ยลูกค้ารายใหญ่ชั้นดีประเภทเงินกู้ (MLR : Minimum loan rate) และสินเชื่อที่อยู่อาศัย (Post Finance) อยู่ในเกณฑ์ต่ำด้วยเช่นกัน ซึ่งจะเป็ปัจจัยบวกต่อการลงทุนโดยเฉพาะภาคอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องใช้เงินทุนและเงินกู้ค่อนข้างสูง ซึ่ง ณ ปัจจุบันอัตราเฉลี่ยของดอกเบี้ยลูกค้ารายใหญ่ชั้นดีประเภทเงินกู้ (MLR : Minimum loan rate) ของธนาคารพาณิชย์จดทะเบียนในประเทศอยู่ที่ ร้อยละ 7.2791 และอัตราลูกค้ารายย่อยชั้นดี (MRR : Minimum Retail Rate) ของธนาคารพาณิชย์จดทะเบียนในประเทศอยู่ที่ ร้อยละ 8.5 (ดูได้จากภาพที่ 3-5)

อัตราดอกเบี้ยเงินให้สินเชื่อ ของธนาคารพาณิชย์ ประจำวันที่ 27 พฤศจิกายน 2557

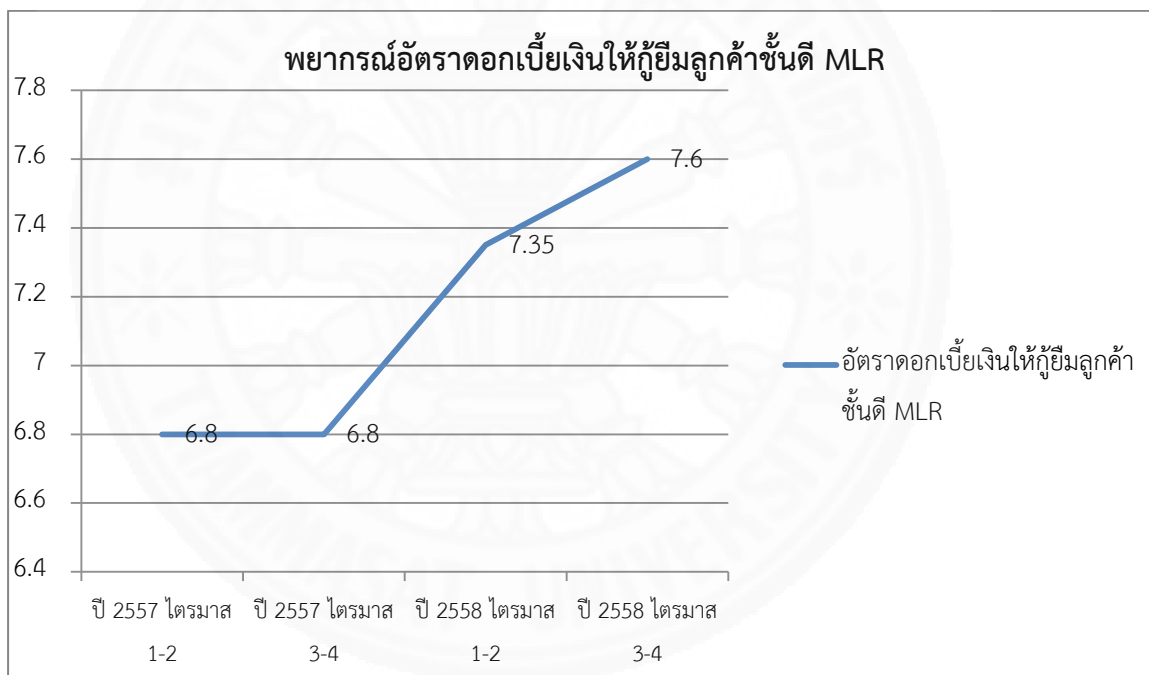
ธนาคาร	MOR	MLR	MRR	สูงสุด*	ผลิตภัณฑ์*	บัตรเครดิต
ธนาคารพาณิชย์จดทะเบียนในประเทศ						
กรุงเทพ	7.5000	6.7500	8.1250	16.1250	23.1250	20.0000
กรุงไทย	7.3750	6.7500	8.0000	17.8750	20.0000	-
กสิกรไทย	7.4000	6.7500	8.1000	23.1000	25.1000	20.0000
ไทยพาณิชย์	7.4250	6.7500	8.1000	20.1000	23.1000	20.0000
กรุงศรีอยุธยา	7.7500	7.1250	8.2000	21.0000	28.0000	-
ทหารไทย	7.7750	7.2500	8.0250	28.0000	28.0000	20.0000
ยูเอชบี	7.9000	7.4000	8.4000	28.0000	28.0000	20.0000
ซีไอเอ็มบี ไทย	7.6250	7.3750	8.0000	28.0000	28.0000	-
สแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย)	8.2500	8.0000	12.7500	35.0000	35.0000	20.0000
ธนาชาต	7.7750	7.1250	8.3500	15.8500	18.0000	15.0000
ทีลโก้	7.8750	7.1250	8.3750	28.0000	28.0000	-
เมกะ สากลพาณิชย์	8.2500	7.5000	8.3750	12.0000	15.0000	-
เกียรตินาคิน	7.9250	7.5000	8.6000	28.0000	28.0000	-
แลนด์ แอนด์ เฮาส์	7.8750	7.3750	8.1250	18.0000	21.0000	-
ไอซีบีซี (ไทย)	7.7500	7.5000	8.1250	21.0000	21.0000	-
ไทยเครดิตเพื่อรายย่อย	9.0500	8.7200	9.1000	35.0000	35.0000	-
แห่งประเทศจีน (ไทย)	8.5000	6.7500	7.7500	12.7500	22.2500	-
เฉลี่ยของธนาคารพาณิชย์จดทะเบียนในประเทศ	7.8824	7.2791	8.5000	22.8118	25.0926	19.2857
สาขานานาชาติต่างประเทศ						
แห่งโตเกียว-มิตซูบิชิ ยูเอเอ	10.7500	6.7500	11.0000	25.0000	25.0000	-
ซิตีแบงก์	7.2500	7.2500	-	20.9900	45.6300	20.0000
ซูมิโตโม มิตซูบิ แบล็ก คอรัปอเรชั่น	9.8750	6.3750	7.8750	14.7500	15.0000	-
ฮ่องกงและเซี่ยงไฮ้แบงกิงคอร์ปอเรชั่น	8.2500	8.2500	8.2500	21.0000	32.2500	-
คอยซ์แบงก์	8.2500	8.2500	-	20.0000	22.0000	-
เจฟิเออร์แกน เซล	7.0000	7.0000	-	14.0000	21.0000	-
แห่งอเมริกาเนชั่นแนลเอสโอดีเอช	8.0000	7.5000	10.5000	13.5000	22.0000	-
อินเดียนโอเวอร์ซีส์	8.5000	8.2500	8.7500	12.2500	15.0000	-
เดอะรอยัลแบงก์ออฟสกอตแลนด์ ฟิเธลชี	8.2500	8.2500	-	25.0000	25.0000	-
อาร์เอช บี	9.7500	9.5000	9.7500	20.0000	20.0000	-
โอเวอร์ซี-ไชนีสแบงกิงคอร์ปอเรชั่น	8.5000	8.5000	-	15.0000	25.0000	-
มิซูโฮ	10.7500	6.7500	7.7500	50.0000	50.0000	-
บีเอ็นพี พาริบาส	8.0000	8.0000	-	8.0000	19.0000	-
เฉลี่ยของสาขานานาชาติต่างประเทศ	8.7019	7.7404	9.1250	19.9608	25.9138	20.0000

ภาพที่ 3-5 อัตราดอกเบี้ยลูกค้ารายใหญ่ชั้นดีประเภทเงินกู้(MLR : Minimum loan rate)

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย

การพยากรณ์อัตราดอกเบี้ยเงินให้กู้ยืมลูกค้าขั้นต่ำ (MLR : Minimum Loan Rate) จะประมาณการณ์ได้จากอัตราดอกเบี้ยนโยบาย ซึ่งในปี 2014 อยู่ที่ระดับ ร้อยละ 1.7 ซึ่งทำให้มีอัตราดอกเบี้ยเงินให้กู้ยืมลูกค้าขั้นต่ำ เฉลี่ยทั้งปีที่ร้อยละ 6.8 (ธนาคารแห่งประเทศไทย, ธันวาคม 2557) ซึ่งจากศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจธนาคารไทยพาณิชย์ได้พยากรณ์อัตราดอกเบี้ยเงินนโยบายปี 2558 ไว้ที่ร้อยละ 2.25 ถึง 2.5 จากการขึ้นดอกเบี้ยเงินนโยบายจะทำให้อัตราดอกเบี้ยเงินให้กู้ยืมลูกค้าขั้นต่ำสูงขึ้นด้วย โดยน่าจะอยู่ที่ระดับร้อยละ 7.35 ถึง 7.6 ต่อปี (ดูได้จากภาพที่ 3-6)

(ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจธนาคารไทยพาณิชย์, ธันวาคม 2557)



ภาพที่ 3-6 พยากรณ์อัตราดอกเบี้ยลูกค้ารายใหญ่ขั้นต้นประเภทเงินกู้ (MLR : Minimum loan rate)

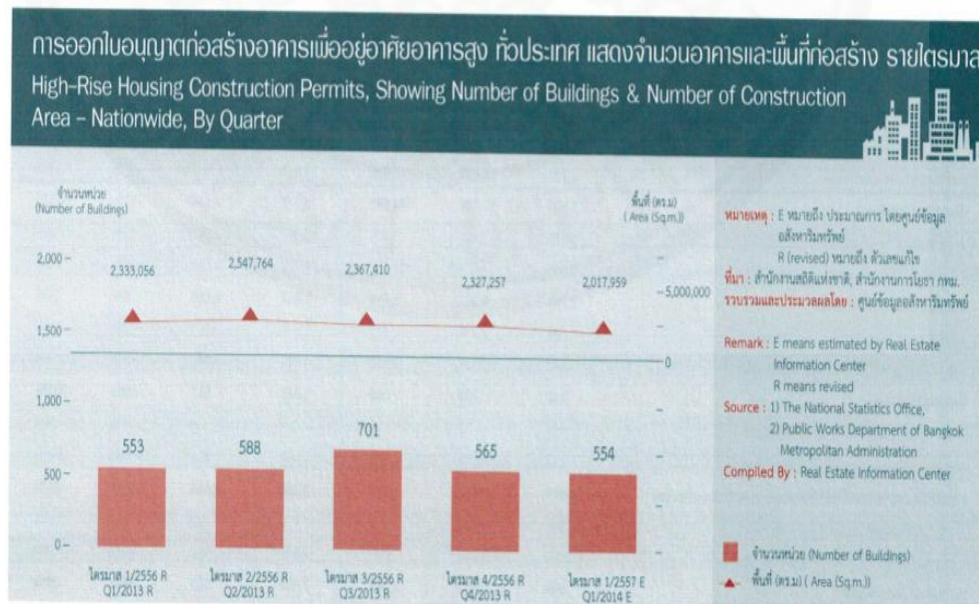
ที่มา : ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจธนาคารไทยพาณิชย์

3.2 ภาพรวมของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

การวิเคราะห์ภาพรวมของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์จะเป็นตัวบ่งบอกถึงสถานการณ์ของธุรกิจ ณ ปัจจุบัน และจะสามารถสะท้อนให้เห็นถึงบริบทของภาวะตลาดในอนาคตได้ ซึ่งอสังหาริมทรัพย์เป็นธุรกิจที่ต้องใช้ตัวชี้วัดทางธุรกิจค่อนข้างมาก อาทิเช่น ตัวเลขการออกใบอนุญาตก่อสร้างและจำนวนตารางเมตร สินเชื่อผู้ประกอบการที่อยู่อาศัยคงค้าง สินเชื่อผู้ประกอบการที่อยู่อาศัยปล่อยใหม่ มูลค่าสินเชื่อธุรกิจอสังหาริมทรัพย์คงค้าง การออกใบอนุญาตก่อสร้างอาคารเพื่อการโรงแรม เป็นต้น

3.2.1 การออกใบอนุญาตก่อสร้างและจำนวนตารางเมตร

ตัวเลขการออกใบอนุญาตก่อสร้างและจำนวนตารางเมตร จะเป็นตัวบ่งบอกภาวะตลาดในช่วงปีที่ผ่านมา และหากนำมาวิเคราะห์เปรียบเทียบกับความต้องการที่อยู่อาศัยของกิจการนั้นๆ ก็จะทำให้เห็นภาพว่าสภาพตลาด ณ ช่วงเวลานั้น เหมาะสมกับการลงทุนหรือไม่ ซึ่งในไตรมาส 1 ปี 2557 มีการออกใบอนุญาตก่อสร้างอาคารเพื่ออยู่อาศัยอาคารสูง จำนวน 2,017,959 ตารางเมตร จำนวนทั้งสิ้น 554 อาคาร (ดูได้จากภาพที่ 3-7)



ภาพที่ 3-7 การออกใบอนุญาตก่อสร้างอาคารเพื่ออยู่อาศัยอาคารสูง แสดงจำนวนอาคารและพื้นที่ก่อสร้าง ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ สำนักงานการโยธา

3.2.2 มูลค่าสินเชื่อบริษัทอสังหาริมทรัพย์ค้ำค้ำทั่วประเทศ

มูลค่าสินเชื่อบริษัทอสังหาริมทรัพย์ค้ำค้ำ ซึ่งเป็นตัวเลขในภาพใหญ่ของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดยจะครอบคลุมทุกอาชีพของภาคอสังหาริมทรัพย์ การทราบถึงตัวเลขดังกล่าวจะทำให้สามารถเห็นภาพรวมของธุรกิจที่ขยายตัวมากกว่าหรือน้อยกว่าเงินเพื่อหรือไม่ โดยในไตรมาส 1 ปี 2557 มีตัวเลขมูลค่าสินเชื่อบริษัทอสังหาริมทรัพย์ที่ 850,873 ล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้นสูงกว่า ไตรมาสเดียวกันในปีที่ 2556 ที่มียอดอยู่ที่ 770,012 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 10.5 ซึ่งสูงกว่าอัตราเงินเฟ้อ (ดูได้จากภาพที่ 3-8) อาจแสดงให้เห็นถึงการปล่อยสินเชื่อบริษัทอสังหาริมทรัพย์ที่มากเกินไป



ภาพที่ 3-8 มูลค่าสินเชื่อบริษัทอสังหาริมทรัพย์ค้ำค้ำทั่วประเทศ

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย

3.2.3 การออกใบอนุญาตก่อสร้างอาคารเพื่อการโรงแรม

การออกใบอนุญาตก่อสร้างอาคารเพื่อการโรงแรม โดยการวิเคราะห์ในส่วนนี้เพื่อหาอุปทานของโรงแรม และการขยายตัวของโรงแรม โดยการวิเคราะห์ในส่วนนี้จะต้องดูเปรียบเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อวิเคราะห์หาภาวะของตลาดโรงแรมว่าอยู่ในช่วงที่นำลงทุนหรือไม่ อยู่ในสภาวะอุปทานมากกว่าอุปสงค์หรือ อุปสงค์มากกว่าอุปทาน เป็นต้น โดยในไตรมาส 1 ปี 2557 จำนวนพื้นที่ 450,552 ตารางเมตร จำนวน 397 อาคาร เฉลี่ยอาคารละ 1,134 ตารางเมตร ซึ่งมากกว่าในไตรมาสเดียวกันของปี 2556 ที่มีจำนวนพื้นที่ 268,490 ตารางเมตร จำนวน 619 อาคาร

เฉลี่ยอาคารละ 433 ตารางเมตร (ดูได้จากภาพที่ 3-9) ซึ่งแสดงให้เห็นถึงจำนวนพื้นที่ต่อหนึ่งอาคารมีแนวโน้มสูงขึ้น



ภาพที่ 3-9 การออกใบอนุญาตก่อสร้างอาคารเพื่อการโรงแรม

ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ สำนักงานโยธา

3.2.4 จำนวนคนต่างด้าวที่ได้รับอนุญาตทำงานคงเหลือทั่วราชอาณาจักร

การวิเคราะห์หาอุปสงค์ของเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ ของกลุ่มชาวต่างชาติจะสามารถหาได้จากจำนวนคนต่างด้าวที่ได้รับอนุญาตทำงานคงเหลือทั่วราชอาณาจักร เพราะเป็นกลุ่มที่พักอาศัยในประเทศไทยในระยะยาว อีกทั้ง การซื้อคอนโดมิเนียมถึงแม้จะทำได้ แต่ส่วนมากต้องซื้อด้วยเงินสด เพราะธนาคารไม่มีนโยบายให้สินเชื่อที่อยู่อาศัยกับชาวต่างชาติเท่าไรนัก จึงทำให้เป็นกลุ่มคนที่สำคัญสำหรับธุรกิจ อพาร์ทเมนท์และ เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์

การวิเคราะห์หาชาวต่างชาติที่เป็นกลุ่มที่อยู่ในกรุงเทพฯ ก็จะสามารถใช้ตัวเลขที่มีต่างด้าวที่ได้รับอนุญาตทำงานคงเหลือในกรุงเทพฯ ณ ปี 2555 ซึ่งจำนวนทั้งสิ้น 125,514 คน แต่ทั้งนี้หากจะคัดกรองเฉพาะคนต่างด้าวที่มาในระดับผู้บริหาร ก็จะมีจำนวนประมาณ 18,542 คน ซึ่งเป็นผู้ได้รับการส่งเสริมการลงทุน และเข้าเมืองแบบทั่วไปจำนวน 46,000 คน รวมทั้งสิ้น 64,542 คน (ดูได้จากภาพที่ 3-10 และ 3-11) (กรมจัดหางาน สำนักบริหารแรงงานต่างด้าว, พฤษภาคม 2557)

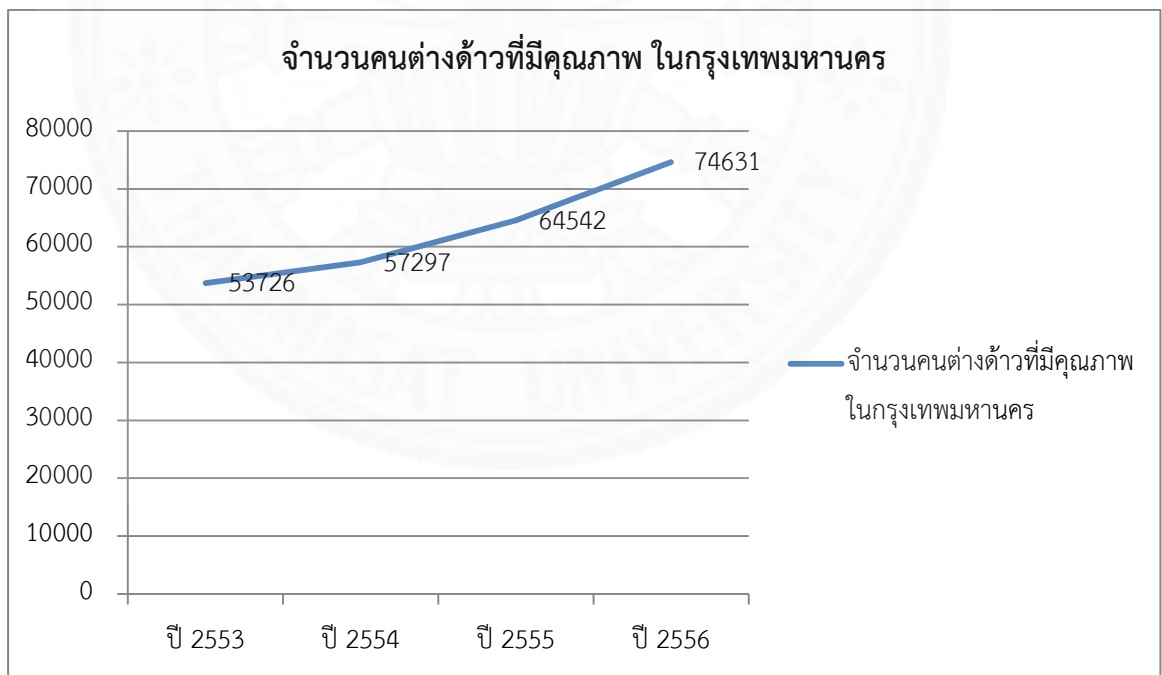
ตาราง แสดงจำนวนคนต่างด้าวที่ได้รับอนุญาตทำงานคงเหลือทั่วราชอาณาจักร
จำแนกตามลักษณะการเข้าเมือง รายนามตรา รายนามภาค (ณ เดือนธันวาคม 2555)

จังหวัด	รวมทั้งสิ้น (คน)	เข้าเมืองถูกกฎหมาย						เข้าเมืองผิดกฎหมาย		
		รวมเข้าเมือง ถูกกฎหมาย (คน)	มาตรา 9				มาตรา 12 ส่งเสริมการ ลงทุน BOI	รวมเข้าเมือง ผิดกฎหมาย (คน)	มาตรา 13	
			พลอสหิพ	ทั่วไป	พิสูจน์สัญชาติ	นำเข้า			ชนกลุ่มน้อย	มติ ครม. 3 สัญชาติ
ทั่วราชอาณาจักร	1,133,851	940,531	983	82,833	733,603	93,265	29,847	193,320	25,439	167,881
กรุงเทพมหานคร	125,514	97,533	10	46,000	26,166	6,815	18,542	27,981	2,798	25,183
ภูมิภาค	1,008,337	842,998	973	36,833	707,437	86,450	11,305	165,339	22,641	142,698
บริเวณชาย	218,820	189,054	0	7,916	160,439	19,111	1,588	29,766	1,811	27,955
ภาคกลาง	328,384	263,061	182	10,323	196,595	47,893	8,068	65,323	3,194	62,129
ภาคเหนือ	139,958	105,662	25	5,518	98,719	579	821	34,296	17,101	17,195
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	30,502	23,328	171	2,613	12,995	7,053	496	7,174	263	6,911
ภาคใต้	290,673	261,893	595	10,463	238,689	11,814	332	28,780	272	28,508

ข้อมูล ณ เดือนธันวาคม 2555 (ข้อมูลจำนวนคนต่างด้าวคงเหลือเป็นข้อมูลสะสมและหักจำนวนคนต่างด้าวที่ใบอนุญาตหมดอายุออกแล้วจึงใช้ข้อมูล ณ เดือนปัจจุบันเท่านั้น)

ภาพที่ 3-10 จำนวนคนต่างด้าวที่ได้รับอนุญาตทำงานคงเหลือทั่วราชอาณาจักร ณ ปี 2555

ที่มา : กรมจัดหางาน สำนักบริหารแรงงานต่างด้าว



ภาพที่ 3-11 อัตราการเติบโตของจำนวนคนต่างด้าวในกรุงเทพมหานคร

ที่มา : กรมการจัดหางาน สำนักแรงงานต่างด้าว

(<http://wp.doe.go.th/wp/images/statistic/sy/sy2553pdf>.)

3.2.5 จำนวนนักท่องเที่ยว

ในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์โดยเฉพาะธุรกิจโรงแรมที่ต้องพึ่งนักท่องเที่ยวเป็นหลัก มีความจำเป็นต้องดูจำนวนตัวเลขนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาในประเทศไทย ทั้งนี้เพราะการที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวมาก นั้นหมายถึง อัตราว่างของโรงแรมที่น้อยลง และในสภาพปัจจุบันที่มีความเจริญก้าวหน้าของระบบสื่อสารและการบริการ ทำให้ธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ สามารถปล่อยเช่าผ่านสื่อต่างๆโดยอาจจะคิดเป็นค่าเช่ารายวัน ซึ่งกลุ่มลูกค้าก็จะไม่แตกต่างกับธุรกิจโรงแรมเท่าไรนัก

ตัวเลขนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาในประเทศไทย เป็นตัวเลขที่สำคัญตัวหนึ่งที่จะวิเคราะห์ทั้งนี้ เพื่อหาอุปสงค์ของการท่องเที่ยวเพราะแต่ละประเทศหรือกลุ่มประเทศจะต้องการขนาดห้องพักที่แตกต่างกันออกไป รวมทั้งพฤติกรรมผู้บริโภค โดยเป็นการวิเคราะห์หากกลุ่มเป้าหมายกำลังซื้อ เป็นต้น ซึ่งอสังหาริมทรัพย์เป็นทรัพย์สินที่หากทำผิดหรือไม่ตรงกลุ่มเป้าหมายแล้ว การจะแก้ไขจะทำได้ยาก เสียเวลาค่อนข้างมาก และค่าใช้จ่ายสูง การวิเคราะห์และตั้งเป้าหมายของการตลาดรวมทั้งลักษณะของสินค้าจึงเป็นสิ่งที่จำเป็นมาก และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือเป็นรายได้หลักตัวหนึ่งของประเทศไทย โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาในประเทศไทยมีแนวโน้มสูงขึ้น โดยจำนวนนักท่องเที่ยว ณ ปี 2557 เดือน มกราคม ถึง ตุลาคม มีนักท่องเที่ยวมากถึง 19,739,600 คน (ดูได้จากภาพที่ 3-12 และ 3-13) (กระทรวงการท่องเที่ยวและการกีฬา, ธันวาคม 2557) โดยเฉพาะประเทศจีน และประเทศในแถบเอเชีย ซึ่งหากจะจับกลุ่มลูกค้าจากประเทศจีนอาจจะได้จำนวนแต่ราคาห้องอาจจะได้ไม่สูงนักเมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวชาวยุโรป



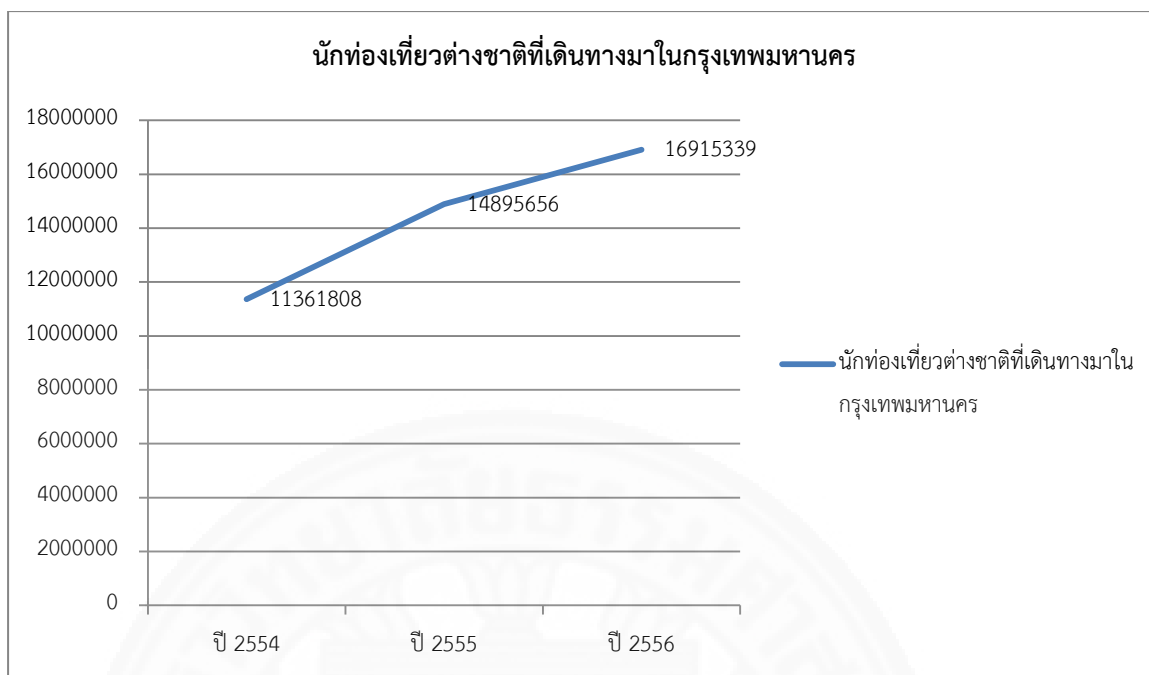
Ministry of Tourism and Sports, Thailand
International Tourist Arrivals to Thailand
January - October 2014

Nationality	2014		2013		%Δ 2014/2013
	Number	%Share	Number	%Share	
East Asia	11,577,570	58.65	13,292,708	61.47	-12.90
ASEAN	5,317,477	26.94	5,909,365	27.32	-10.02
Brunei	7,994	0.04	10,841	0.05	-26.26
Cambodia	454,626	2.30	402,193	1.86	13.04
Indonesia	399,835	2.03	489,943	2.27	-18.39
Laos	867,014	4.39	819,264	3.79	5.83
Malaysia	2,029,975	10.28	2,425,794	11.22	-16.32
Myanmar	164,610	0.83	140,874	0.65	16.85
Philippines	265,893	1.35	267,182	1.24	-0.48
Singapore	625,617	3.17	730,357	3.38	-14.34
Vietnam	501,913	2.54	622,917	2.88	-19.43
China	3,598,479	18.23	4,048,685	18.72	-11.12
Hong Kong	372,661	1.89	510,512	2.36	-27.00
Japan	1,019,046	5.16	1,265,860	5.85	-19.50
Korea	911,341	4.62	1,067,216	4.93	-14.61
Taiwan	313,857	1.59	432,218	2.00	-27.38
Others	44,709	0.23	58,852	0.27	-24.03
Europe	4,847,688	24.56	4,797,934	22.19	1.04
Oceania	795,646	4.03	837,310	3.87	-4.98
Middle East	494,460	2.50	532,376	2.46	-7.12
Africa	131,441	0.67	126,264	0.58	4.10
Grand Total	19,739,600	100.00	21,626,233	100.00	-8.72

Source of Data : Immigration Bureau, Police Department.

ภาพที่ 3-12 จำนวนนักท่องเที่ยวปี 2557 เปรียบเทียบกับปี 2556

ที่มา : กระทรวงการท่องเที่ยวและการกีฬา



ภาพที่ 3-13 การเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

ที่มา : ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

(http://marketing database.tat.or.th/ewt_w3c/ewt_news.php?nid=1621)

3.3 การวิเคราะห์คู่แข่ง

ตลาดเซอร์วิส อพาร์ทเมนต์เป็นตลาดที่มีคู่แข่งอยู่ค่อนข้างมาก โดยการวิเคราะห์คู่แข่งเพื่อหาช่องว่างในการตลาดเพื่อทำสินค้าที่สามารถต่างจากผู้ประกอบการรายอื่น โดยเน้นเพื่อให้ตรงกับอุปสงค์ของตลาดมากขึ้น โดยการวิเคราะห์คู่แข่งในตลาดเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ในระยะ (Awareness) 1 กิโลเมตรสามารถสรุปได้ดังนี้ (ดูได้จากภาพที่ 3-1)

ตารางที่ 3-1 คู่แข่งของโครงการในบริเวณพื้นที่

No	รายการเปรียบเทียบ	บ้านแค	สิริสาทร	บุญคารา	แอทวีส	เมริออท สาทร	เออร์บาน่า สาทร	ซัมเมอร์เซ็ท
1	รูปทรงแพทย์							
2	ปีที่ก่อสร้าง	2010	1999	2005	2004	2009	2007	2005
3	ระยะห่างจากทรัพย์สิน	250 เมตร	500 เมตร	500 เมตร	470 เมตร	560 เมตร	610 เมตร	740 เมตร
4	จำนวนห้องพัก	28 ห้อง	111 ห้อง	190 ห้อง	69 ห้อง	186 ห้อง	156 ห้อง	235 ห้อง
5	ขนาดห้องพัก	40 ตารางเมตร	60 ตารางเมตร	28 ตารางเมตร	43 ตารางเมตร	65 ตารางเมตร	65 ตารางเมตร	70 ตารางเมตร
6	ราคาต่อเดือน	54,498 บาท	70,000 บาท	55,000 บาท	58,000 บาท	85,000 บาท	63,000 บาท	60,670 บาท
7	ราคาต่อตารางเมตร	1,362 บาท	1,166 บาท	1,964 บาท	1,348 บาท	1,307 บาท	969 บาท	866 บาท
8	ราคาขายวัน Agoda	2,350 บาท	5,795 บาท	1,771 บาท	2,000 บาท	3,807 บาท	3,617 บาท	4,419 บาท
9	แผนกต้อนรับ 24 ชั่วโมง	มี	มี	มี	มี	มี	มี	มี
10	ศูนย์ธุรกิจ	มี	มี	มี	มี	มี	มี	มี
11	รูมเซอร์วิส	ไม่มี	มี	มี	มี	มี	มี	มี
12	รถรับส่งสนามบิน	มี	มี	มี	มี	มี	ไม่มี	มี
13	ที่จอดรถ	มี	มี	มี	มี	มี	มี	มี
14	ลิฟท์	มี	มี	มี	มี	มี	มี	มี
15	บริการซักรีด	มี	มี	มี	มี	มี	มี	มี
16	ครัวในห้องพัก	มี	มี	มี	มี	มี	มี	มี
17	อ่างอาบน้ำ	ไม่มี	มี	มี	มี	มี	มี	มี
18	facilities for disabled	ไม่มี	มี	ไม่มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	ไม่มี
19	ห้องอาหาร	ไม่มี	มี	มี	มี	มี	มี	มี
20	พื้นที่สูบบุหรี่	มี	มี	มี	มี	มี	มี	มี
21	ห้องฟิตเนส	มี	มี	มี	มี	มี	มี	มี
22	สนามเด็กเล่น	ไม่มี	มี	มี	ไม่มี	มี	มี	มี
23	ห้องอบไอน้ำ	ไม่มี	ไม่มี	มี	มี	มี	มี	มี
24	สระว่ายน้ำ	ไม่มี	มี	มี	มี	มี	มี	มี
25	สระว่ายน้ำเด็ก	ไม่มี	มี	มี	ไม่มี	มี	มี	มี
26	WiFi ในพื้นที่สาธารณะ	มี	มี	มี	มี	มี	มี	มี
27	Languages	ไทย อังกฤษ	ไทย อังกฤษ	ไทย อังกฤษ	ไทย อังกฤษ	ไทย อังกฤษ	ไทย อังกฤษ จีนกลาง	ไทย อังกฤษ

3.4 สรุปการวิเคราะห์ตลาด

3.4.1 ภาพรวมของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

มีปัจจัยบวกจากการเพิ่มขึ้นของราคาที่ดินทำให้คนส่วนหนึ่งนิยมเช่ามากกว่าซื้อ และปัจจัยบวกของอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ในการสร้างโครงการและในส่วนภาคธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ มีปัจจัยบวกการนักลงทุนชาวต่างชาติที่ได้รับการสนับสนุนการลงทุน (BOI) มีจำนวนสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งภาคธุรกิจการท่องเที่ยวที่มีอัตราการเติบโตที่สูงแบบก้าวกระโดด ทำให้เป็นปัจจัยบวกต่อธุรกิจปล่อยเช่ารายวัน และในบริเวณระยะ (Awareness) 1 กิโลเมตร ไม่มีโครงการเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์เปิดตัวใหม่ในระยะนี้

บทที่ 4

การวิเคราะห์อรรถประโยชน์สูงสุด (Highest and Best Use analysis)

การวิเคราะห์อรรถประโยชน์สูงสุด ซึ่งก่อนการวิเคราะห์อรรถประโยชน์สูงสุดนั้น ต้องวิเคราะห์นโยบายของผู้ลงทุน หรือเจ้าของ(Owner) ก่อน ทั้งนี้ขอบเขตของการศึกษาความไปได้ของการพัฒนาที่ดินริมถนนสาทรแปลงนี้ได้มีนโยบายศึกษาเพื่อการเช่าเท่านั้น จึงได้ตัดในส่วนการศึกษาของการสร้างเพื่อขายออก การวิเคราะห์อรรถประโยชน์สูงสุดนั้นจะมีเครื่องมือในการวิเคราะห์ทั้งหมด 4 ปัจจัย ดังต่อไปนี้ ทางด้านกฎหมาย กายภาพ ตลาด และการเงิน โดยสามารถวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

4.1 กฎหมาย (Legal Study)

การวิเคราะห์ทางด้านกฎหมายเป็นเรื่องแรกที่จะต้องวิเคราะห์ก่อนการพัฒนาโครงการ เพราะหากติดข้อห้ามทางกฎหมายก็ไม่มี ความจำเป็นต้องวิเคราะห์ต่อไปอีก ซึ่งในการวิเคราะห์กฎหมายเบื้องต้น จะวิเคราะห์เพียงเบื้องต้น โดยจะลงรายละเอียดเชิงลึกหลังจากได้กิจกรรมที่จะนำมาศึกษาความเป็นไปได้ ซึ่งจะวิเคราะห์ในบทต่อไป โดยกฎหมายหลักที่กระทบและจำเป็นสำหรับที่ดินแปลงดังกล่าวจะมีอยู่ 3 ฉบับด้วยกัน คือ

4.1.1 กฎหมายผังเมือง

ที่ดินแปลงดังกล่าว ตั้งอยู่ริมถนนสาทร เขตบางรัก ซึ่งในกฎหมายผังเมืองจัดอยู่ในพื้นที่สีแดง พาณิชยกรรม พ.5-6 ซึ่งอยู่ในโซนที่สามารถใช้ประโยชน์ที่ดินได้สูงสุด FAR 10:1 และ OSA ร้อยละ 3 โดยในกฎหมายผังเมือง อนุญาตให้สามารถสร้างพัฒนาโครงการต่างๆได้ดังนี้

4.1.1.1 โรงแรมขนาดเกิน 80 ห้อง ขึ้นไป ต้องตั้งอยู่ริมถนนสาธารณะที่มีเขตทางไม่น้อยกว่า 12 เมตร หรือเงื่อนไขตั้งอยู่ภายในระยะ 500 เมตรจากบริเวณสถานีรถไฟ

4.1.1.2 อาคารพักอาศัยรวม ตามกฎหมายในพื้นที่ พ.5 สามารถทำได้มากกว่า 10,000 ตารางเมตร

4.1.1.3 พาณิชยกรรม หากสร้างน้อยกว่า 10,000 ตารางเมตร ไม่ติดข้อจำกัด

4.1.1.4 อาคารสำนักงาน หากสร้างน้อยกว่า 10,000 ตารางเมตร ไม่ติดข้อจำกัด

4.1.2 กฎหมายควบคุมอาคาร

โดยรอบ

4.1.2.1 อาคารสูงเกิน 15 เมตร แต่ไม่เกิน 23 เมตร ต้องมีระยะถอยร่น 3 เมตร

4.1.2.2 ทางลาดชันของรถยนต์ไม่เกินร้อยละ 15

4.1.2.3 ช่องจอดรถยนต์ขนาดไม่น้อยกว่า 2.4 เมตร คูณ 5 เมตร

4.1.2.4 ที่ว่างโดยรอบอาคารพักอาศัยห้ามน้อยกว่า 30 เปอร์เซ็นต์

4.1.3 กฎหมายสิ่งแวดล้อม

กฎหมายสิ่งแวดล้อมหากทางโครงการพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัยหรือโรงแรมที่มีขนาด 4,000 ตารางเมตร หรือจำนวน 80 ห้องขึ้นไปต้องทำรายงานผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะมีข้อกำหนดเพิ่มในเรื่องพื้นที่สีเขียว ซึ่งพื้นที่สีเขียวนั้นจะคำนวณจาก 3 ขั้นตอน คือจาก ขนาดห้องกับ จำนวนคนพักอาศัย ขนาดพื้นที่ว่างร้อยละ 30 ของพื้นที่แปลงที่ดิน และปริมาณการใช้ระบบปรับอากาศ 500 BTU / 1 ตารางเมตร โดยต้นไม้ 1 ต้นสามารถดูดซับได้ 12,000 BTU โดยที่ทั้ง 3 ขั้นตอนนั้น อันไหนมากที่สุด ก็จะนำมาเป็นเกณฑ์

จากกฎหมายที่กระทบกับการพัฒนาจะทำให้ที่ดินแปลงนี้สามารถพัฒนาได้ 5 รูปแบบ โครงการ คือ ศูนย์การค้า อาคารสำนักงาน อพาร์ทเมนต์ เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ และโรงแรม

4.2 กายภาพ (Physical Study)

การวิเคราะห์ด้านกายภาพของที่ดิน ซึ่งจะแบ่งวิเคราะห์ออกเป็น 2 ด้านหลักด้วยกันคือ ลำดับแรก คือ ด้านทำเลที่ตั้งเพื่อวิเคราะห์ในเรื่องความสะดวกและการเข้าถึง และแหล่งงานของในพื้นที่ ลำดับที่สอง คือ ด้านขนาดและรูปร่างของที่ดินซึ่งจะกระทบกับสิ่งปลูกสร้างที่จะมีบนที่ดินโดยตรง

4.2.1 ด้านทำเลที่ตั้ง

ที่ดินแปลงนี้ตั้งอยู่ริมถนนสาทรเหนือ โดยมีสถานที่สำคัญต่างๆในระยะพื้นที่ Trade area 1 กิโลเมตร โดยจะสามารถสรุปได้ดังนี้

4.2.1.1 รถไฟฟ้าใต้ดิน สถานีลุมพินี 490 เมตรและห่างจากสถานีรถไฟฟ้าศาลาแดง 900 เมตร (Google Thailand, ธันวาคม 2557)

4.2.1.2 อาคารสำนักงาน ทั้งสิ้น 26 อาคาร พื้นที่ขายของสำนักงานทั้งหมด 987,872 ตารางเมตร

4.2.1.3 โรงแรมทั้งสิ้น 9 โรงแรม 2,152 ห้อง โดยเป็นโรงแรม 5 ดาว 7 โรงแรม 4 ดาว 1 โรงแรม และ 3 ดาว 1 โรงแรม

4.2.1.4 สถานที่ราชการของต่างประเทศ (สถานทูตเป็นต้น) จำนวน 7 แห่ง

4.2.1.5 เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ จำนวน 7 แห่ง

4.2.1.6 โรงพยาบาล จำนวน 2 แห่ง

4.2.1.7 ห้างสรรพสินค้า จำนวน 2 แห่ง

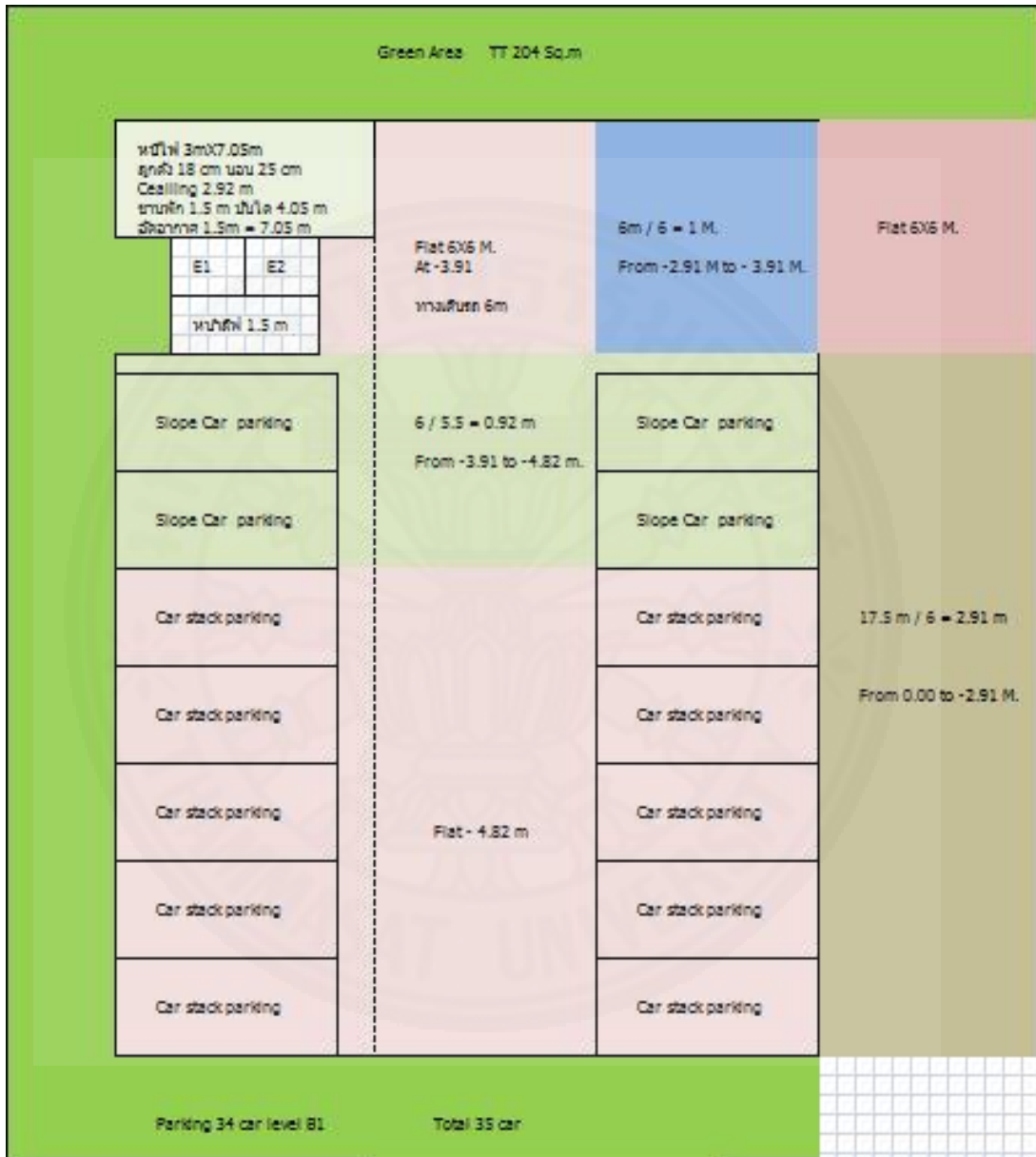
4.2.1.8 โรงเรียน จำนวน 2 แห่ง

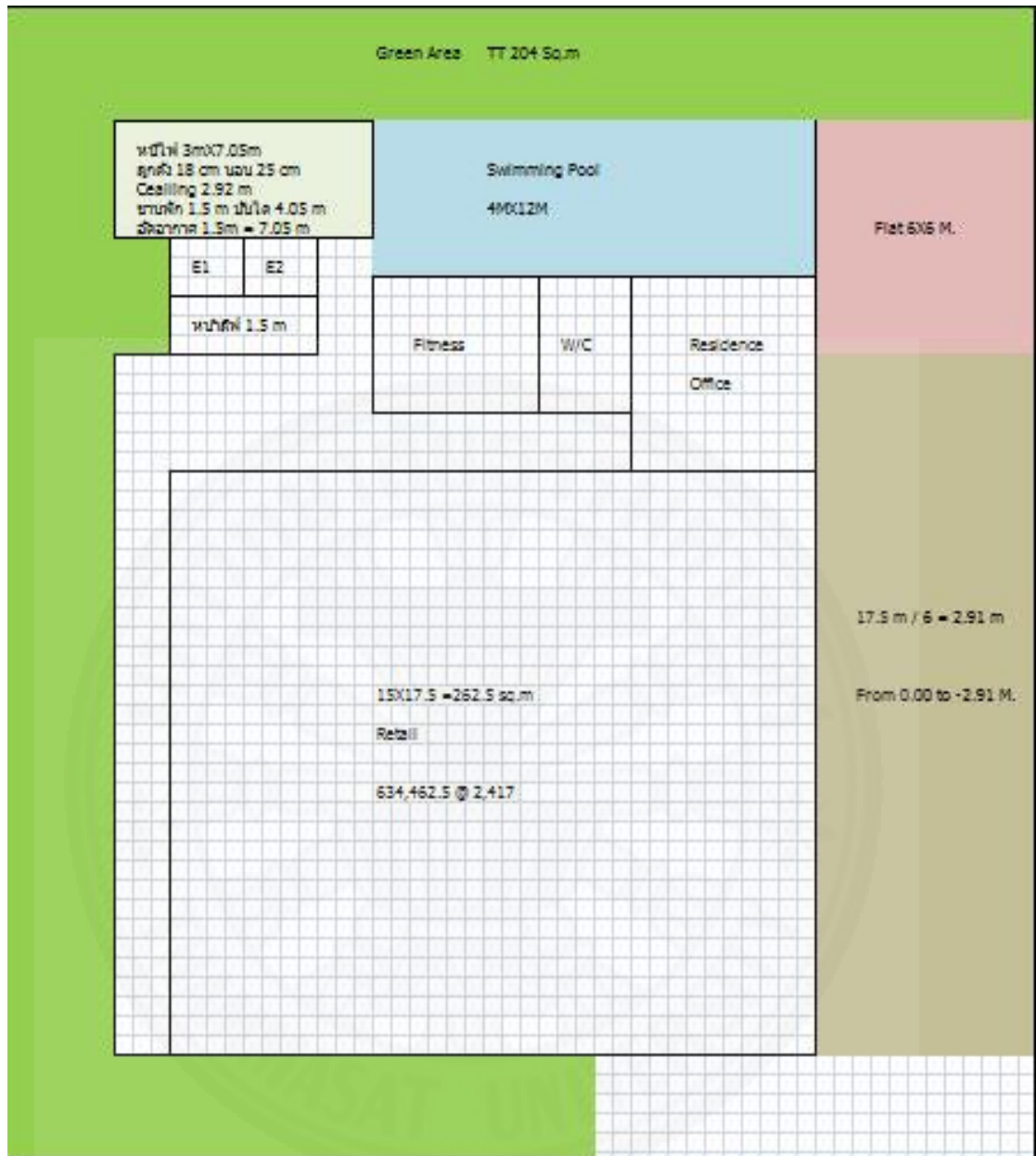
4.2.2 ด้านขนาดและรูปร่างของที่ดิน

ที่ดินพื้นที่ 217 ตารางวา มีรูปร่างเกือบสี่เหลี่ยมจัตุรัส โดยมีหน้ากว้างติดถนนสาทรเหนือ 28 เมตร ด้านซ้ายติดปั้มน้ำมันคาร์เท็ก ความลึก 30 เมตร ด้านขวาติด บริษัทศิลป์ไทย การไฟฟ้า ขนาดลึก 32 เมตร ด้านหลังติดบ้านพักอาศัยความกว้างขนาด 31 เมตร

การใช้พื้นที่ให้เต็มศักยภาพของที่ดินเป็นแนวคิดที่ผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์พยายามนำมาใช้ ซึ่งด้วยกฎหมายผังเมืองได้กำหนดให้ที่ดินแปลงนี้สามารถก่อสร้างได้เต็ม FAR 10: 1 ซึ่งจะทำให้สามารถสร้างได้ 8,680 ตารางเมตร แต่ด้วยกฎหมายควบคุมสิ่งแวดล้อมทำให้ไม่สามารถขึ้นอาคารได้สูงกว่า 8 ชั้น เนื่องจากหากเป็นอาคารที่มีขนาดเกิน 4,000 ตารางเมตร หรือ ขนาดเกิน 80 ห้องต้องทำรายงานผลกระทบสิ่งแวดล้อม และจากการปรับปรุงกฎหมายบางข้อในเรื่องพื้นที่สี

เขี่ยย้งยึนที่ต้งอยุ่บนดิน 50 เปอร์เซนต์ของพื้นที่ทั้งหมด โดยไม่สามารถใช้ระยะร่น 6 เมตรรอบตัว ตึกมาคำนวณเป็นพื้นที่ที่สี่เขี่ยย้งยึนได้ ทำให้ไม่สามารถขึ้นอาคารที่สูงเกิน 23 เมตรได้ จึงทำให้การ ก่อสร้างสูงสุดที่ทำได้คือไม่สามารถสร้างอาคารที่สูงเกิน 23 เมตรได้





ภาพที่ 4-1 ผังของโครงการ ชั้นใต้ดิน และชั้น 1

จากด้านกายภาพของตัวที่ดินโดยเฉพาะเรื่องขนาดและรูปร่างที่ดิน ทำให้สามารถตัดกิจกรรมออกไปได้ 2 กิจกรรม คือ อาคารสำนักงานและห้างสรรพสินค้า เนื่องจากทำได้แต่ไม่เหมาะสม เพราะจะทำให้ขนาดอาคาร และพื้นที่ขายมีน้อยกว่ากิจกรรมอื่น ซึ่งไม่สะท้อนแนวความคิดการใช้ประโยชน์ที่ดินสูงสุด และผลตอบแทนที่ต่ำกว่าเนื่องจากพื้นที่ขายที่น้อยกว่ากิจกรรมอื่น ซึ่งทำให้กิจกรรมที่เหลือในการวิเคราะห์ในด้านตลาดและการเงินคือ อพาร์ทเมนต์ เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ และโรงแรม

4.3 การตลาด (Market Study)

จากการวิเคราะห์ในด้านกฎหมายและด้านกายภาพไปแล้วนั้นจะทำให้เหลือกิจกรรมที่เหมาะสมอยู่ทั้งหมด 3 ทรัพย์สินคือ อพาร์ทเมนต์ เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ และ โรงแรม ซึ่งในการวิเคราะห์อรรถประโยชน์สูงสุดจะได้แยกวิเคราะห์ตามกิจกรรมดังต่อไปนี้

4.3.1 โรงแรม

จากการที่ได้วิเคราะห์กายภาพของพื้นที่ในบริเวณ 1 กิโลเมตร ซึ่งในบริเวณนี้มีโรงแรมทั้งสิ้น 9 โรงแรม 2,152 ห้อง โดยเป็นโรงแรม 5 ดาว 7 โรงแรม 4 ดาว 1 โรงแรม และ 3 ดาว 1 โรงแรม ซึ่งด้วยข้อจำกัดด้านกายภาพทำให้โรงแรมที่เหมาะสมกับที่ดินแปลงนี้คือ โรงแรมสามดาวแบบบูติก(Boutique hotel) หรือโรงแรมสามดาวแบบตกแต่งเก๋อบสีดาว โดยเหมาะกับการบริหารเอง เนื่องจากติดข้อจำกัดของกายภาพและกฎหมายที่ทำให้จำนวนห้องที่สามารถสร้างได้สูงไม่เกิน 8 ชั้นโดยมีห้องพักประมาณ 100 ห้อง เพราะโรงแรมที่บริหารโดยบริษัทต่างชาติที่เป็นเชน ควรจะต้องมีจำนวนห้องประมาณ 200 ห้อง (Accor Group สัมภาษณ์ กับ General Manager, มีนาคม 2557) เนื่องจากหากจำนวนห้องน้อยกว่านั้น จะทำให้รายรับไม่คุ้มกับค่าบริหาร ซึ่งสุดท้ายก็จะกระทบกับกำไรสุทธิ(Net Income : NI) ที่ได้ต่ำกว่าการบริหารเองถึงแม้ว่ารายได้ต่อห้องอาจจะน้อยกว่าที่ให้เชนบริหาร แต่ก็สามารถชดเชยด้วยบริษัทที่บริหารเองสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายต่างๆได้

ซึ่งจากการลงพื้นที่สำรวจและสำรวจในอินเทอร์เน็ต ของโรงแรมเชดอน สาทร์ ซึ่งเป็นโรงแรมที่บริบทน่าจะใกล้เคียงกับโครงการที่จะทำมากที่สุด โดยโรงแรมเชดอนมีอัตราราคาห้องพักเฉลี่ย (ARD: Average daily rate) แบบ Internet Rate ของห้องขนาด 22 ตารางเมตร อยู่ที่ 900 บาท ต่อวัน โดย Occupancy Rate อยู่ที่ 80 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งโรงแรมเชดอนมีสภาพค่อนข้างเก่า ทำให้สามารถทำรายได้ต่ำกว่าราคาตลาดในทำเลเทียบเท่ากัน ซึ่งจะอยู่ที่ประมาณ 1,300 บาทต่อคืน

4.3.2 เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์

จากการที่ได้วิเคราะห์กายภาพของพื้นที่ในบริเวณ 1 กิโลเมตร ซึ่งในบริเวณนี้มีเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์จำนวน 7 แห่ง ซึ่งโดยมากกว่า 70 เปอร์เซ็นต์ จะเป็นเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ที่โครงการ

ขนาดใหญ่ ซึ่งจะมีพื้นที่ส่วนกลางค่อนข้างพร้อมเช่น จำนวนช่องจอดรถที่มีมาก ขนาดสระว่ายน้ำที่ใหญ่ แต่ด้วยข้อจำกัดทางกฎหมายและกายภาพของที่ดินแปลงที่นำมาศึกษานี้มีขนาดไม่ใหญ่สามารถขึ้นอาคารได้เพียง 8 ชั้น โดยจะสามารถสร้างห้องพักได้ต่ำกว่า 110 ห้อง ซึ่งไม่เหมาะสมกับการบริหารงานโดยคนที่รับบริหาร เพราะจะทำให้ได้ กำไรสุทธิต่ำกว่าการบริหารเองเช่นเดียวกับกรณีโรงแรมที่ได้กล่าวไปแล้ว

ด้วยบริบทของตัวที่ดินที่มีข้อจำกัดทางด้านกฎหมายและกายภาพที่กระทบกับรูปลักษณะของโครงการโดยตรง ทำให้โครงการที่เหมาะสมกับการนำมาเปรียบเทียบคือโครงการ แอท อีส ศาลาแดง ซึ่งเป็นโครงการเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ ซึ่งมีราคาเช่าเริ่มต้นต่อเดือนที่ 58,000 บาท ในขนาดห้อง 30 ตารางเมตร มีจำนวน 4 ห้อง และราคา 76,000 บาท ในขนาดห้อง 43 ตารางเมตร หรือประมาณ 1,933 บาทต่อตารางเมตร และ 1,767 บาทต่อตารางเมตร ซึ่งจะสามารถสังเกตได้ว่าห้องพักที่มีขนาดเล็กกลงจะได้ค่าเช่าต่อตารางเมตรที่สูงขึ้น และจากการที่ได้ลงพื้นที่สำรวจและโทรสอบถามข้อมูล ค่าเฉลี่ยของอัตราเช่าพักจะอยู่ที่ประมาณ 75 เปอร์เซ็นต์

ตารางที่ 4-1 เปรียบเทียบขนาดห้องและราคาต่อตารางเมตร

โครงการ	ขนาด Sq.m.	รายเดือน	ราคาต่อตารางเมตร
แอทอีส	30	58,000	1,933
	43	76,000	1,767
สิริ สาทร์	60	70,000	1,167
บ้านเค	40	54,498	1,362
ปัญญาตรา	28	55,000	1,964
แมริออท สาทร์	65	85,000	1,308
เออบาน่า สาทร์	65	63,000	969
ซัมเมอร์เซ็ท	60	60,670	1,011

4.3.3 อพาร์ทเมนต์

พื้นที่บริเวณโดยรอบรัศมี 1 กิโลเมตร ซึ่งเป็น trade area ของที่ดินแปลงนี้นั้นจะมีอพาร์ทเมนต์อยู่ค่อนข้างหนาแน่นในบริเวณสาทร ซอย3 (สวนพลู) ซึ่งจะเป็นอพาร์ทเมนต์ระดับล่างที่มีราคาถูก คือช่วงราคา 3,500-6,000 บาท ซึ่งจะมีบริบทต่างจากอพาร์ทเมนต์ที่หมายถึงในหัวข้อที่นำมาวิเคราะห์นี้ ที่จะเน้นไปในกลุ่มคนพักอาศัยที่มีระดับรายได้สูงขึ้นมาที่สามารถเช่าได้ที่

ราคา 15,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป ของห้องขนาด 25 ตารางเมตร ซึ่งในบริเวณพื้นที่ไม่ได้มีโครงการที่ทำอพาร์ทเมนต์ในลักษณะดังกล่าวที่เป็นอาคาร โดยมากจะเป็นจากตึกแถวและบ้านพักอาศัยมาดัดแปลง และมีจำนวนห้องพักไม่เกิน 20 ห้องเป็นต้น ซึ่งจะเก็บราคาค่าเช่าอยู่ประมาณ 15,000 บาทต่อ 25 ตารางเมตร หรือราคาต่อตารางเมตรประมาณ 600 บาท เช่นโครงการ Cordia Residence โดยที่จะมี อัตราการเช่าพักเฉลี่ยประมาณ 80 เปอร์เซ็นต์

4.4 การเงิน (financial study)

จากการวิเคราะห์อรรถประโยชน์สูงสุด (Highest and Best Use Analysis) ในด้านกฎหมาย ด้านกายภาพ และด้านตลาดไปแล้วนั้น ในขั้นตอนนี้จะนำข้อมูลของทั้ง 3 ส่วนมาประกอบการวิเคราะห์หาผลสรุปเพื่อหากิจกรรมที่เหมาะสมที่สุดในการพัฒนาโครงการ เพื่อกลั่นกรองให้เหลือเพียงกิจกรรมเดียว ที่จะนำไปสู่การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ (Feasibility Study) ที่จะลงรายละเอียดในเชิงลึกต่อไป

ในการวิเคราะห์ที่ดีควรมีเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ ซึ่งในส่วนด้านการเงินที่จะเป็นตัวสุดท้ายในการตัดสินใจนั้น จะใช้เครื่องมือ การวิเคราะห์พร้อมดอร์ เพื่อหากิจกรรมที่ให้ผลตอบแทนที่ดีที่สุดโดยเทียบกับเงินลงทุน เพราะกิจกรรมทั้งสามนั้น มีต้นทุนในการพัฒนาไม่เท่ากัน โดยโรงแรมจะมีต้นทุนค่าก่อสร้างที่สูงที่สุดเป็นต้น

ในการวิเคราะห์พร้อมดอร์ นั้น จะวิเคราะห์บนพื้นฐานราคาต้นทุนของโครงการเทียบกับราคาตลาดในแต่ละกิจกรรม เพื่อหาความเป็นไปได้ในการลงทุนเบื้องต้น โดยทั้ง 3 กิจกรรม คือ อพาร์ทเมนต์ เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ และโรงแรม และด้วยกายภาพของที่ดินประกอบกับกฎหมาย ทำให้ทั้ง 3 กิจกรรมมีสัดส่วนพื้นที่ขายในจำนวนเท่า ๆ กัน โดยทั้ง 3 กิจกรรม จะมีต้นทุนแบ่งออกเป็นสองส่วนที่จะกระทบกับราคาขายคือ ต้นทุนการก่อสร้าง และต้นทุนอัตราผลตอบแทนรวมถึงค่าใช้จ่ายต่างๆ โดยสามารถวิเคราะห์ในแต่ละกิจกรรมได้ดังนี้

4.4.1 อพาร์ทเมนต์

4.4.1.1 ต้นทุนค่าก่อสร้างและพัฒนา

อพาร์ทเมนต์จะมีต้นทุนค่าก่อสร้างและตกแต่งภายในที่ถูกที่สุด ซึ่งได้กำหนดไว้ที่ 21,100 บาทต่อตารางเมตร จะมาจากค่าโครงสร้าง 17,100 บาท ต่อตารางเมตร (สมาคมผู้ประเมินมูลค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทย, พฤศจิกายน 2556)ซึ่งจะใช้วัสดุก่อสร้างระดับปาน

กลาง และค่าเฟอร์นิเจอร์ built in ประมาณตารางเมตรละ 4,000 บาท (บริษัทก่ออิฐ ประเทศไทย, ธันวาคม 2557) โดยจะต้องลงทุนทั้งสิ้น 238,267,200 บาท โดยสามารถคิดเป็นต้นทุนต่อตารางเมตรที่ 83,573 บาท

4.4.1.2 ต้นทุนอัตราผลตอบแทน ค่าใช้จ่าย และอัตราเข้าพัก

การคิดอัตราผลตอบแทนที่ควรจะเป็นในเบื้องต้นของการลงทุน อยู่น้อยการลงทุนควรจะต้องได้ผลตอบแทนมากกว่าอัตราดอกเบี้ยอัตราเฉลี่ยของดอกเบี้ยลูกค้ารายใหญ่ ชั้นดีประเภทเงินกู้(MLR : Minimum loan rate) ของธนาคารพาณิชย์จดทะเบียนในประเทศอยู่ที่ร้อยละ 7.2791

ซึ่งจากการพยากรณ์อัตราดอกเบี้ยอัตราเฉลี่ยของดอกเบี้ยลูกค้ารายใหญ่ ชั้นดีประเภทเงินกู้(MLR : Minimum loan rate) ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจธนาคารไทยพาณิชย์ ได้พยากรณ์ไว้ที่ ร้อยละ 7.6 ในปี 2558 ซึ่งเป็นปีที่โครงการลงทุน

อัตราการเข้าพักของอพาร์ทเมนท์โดยมากจะมีความเสถียรและมากกว่ากิจกรรมอื่นที่มีความเสี่ยงมากกว่า โดยปรกติอพาร์ทเมนท์ที่ทำเลดีและราคาไม่แพงจะมีอัตราเข้าพักอยู่ที่ 90 เปอร์เซ็นต์ โดยในกรณีนี้ ได้กำหนดไว้ประมาณ 85 เปอร์เซ็นต์

ถึงแม้ว่าอพาร์ทเมนท์จะมีรายจ่ายไม่มากเท่ากิจกรรมอื่น แต่ด้วยรายรับที่น้อยกว่ากิจกรรมอื่น และมีค่าใช้จ่ายคงที่เช่น ค่าภาษีโรงเรือน 12.5 เปอร์เซ็นต์ที่ไม่สามารถลดได้ ทำให้ค่าใช้จ่ายเหมาะสมจะอยู่ประมาณ 30 เปอร์เซ็นต์จากรายรับ

โดยหากคำนวณจากเกณฑ์ที่ได้ตั้งกรอบไว้จะทำให้มีต้นทุนอยู่ที่ 890 บาทต่อตารางเมตร ซึ่งในส่วนของอพาร์ทเมนท์จะมีค่าเช่าตลาดอยู่ที่ 650 บาทต่อตารางเมตร และพื้นที่เชิงพาณิชย์ชั้น 1-2 อยู่ที่ 1,400 บาทต่อตารางเมตร ค่าเฉลี่ยตามสัดส่วนพื้นที่ขายของอพาร์ทเมนท์และพื้นที่ให้เช่าเชิงพาณิชย์จะอยู่ที่ 838 บาทต่อตารางเมตร ซึ่งค่าเฉลี่ยของราคาตลาดสูงกว่าต้นทุนที่โครงการทำได้

4.4.2 เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์

4.4.2.1 ต้นทุนค่าก่อสร้างและพัฒนา

เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์จะมีต้นทุนค่าก่อสร้างและตกแต่งภายในที่แพงกว่าอพาร์ทเมนท์ ซึ่งได้กำหนดไว้ที่ 24,100 บาทต่อตารางเมตร จะมาจากค่าโครงสร้าง 17,100 บาท ต่อ

ตารางเมตร (สมาคมผู้ประเมินมูลค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทย, พฤศจิกายน 2556) ซึ่งจะใช้วัสดุก่อสร้างระดับปานกลาง และค่าเฟอร์นิเจอร์ built in ประมาณตารางเมตรละ 7,000 บาท (บริษัทก่ออิฐ ประเทศไทย, ธันวาคม 2557) โดยจะต้องลงทุนทั้งสิ้น 252,523,200 บาท โดยสามารถคิดเป็นต้นทุนต่อตารางเมตรที่ 88,573 บาท

เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์จะมีต้นทุนค่าก่อสร้างและตกแต่งภายในที่แพงกว่าอพาร์ทเมนท์ เนื่องจากการตกแต่งภายในเป็นหลัก ทั้งนี้เพราะ เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ที่ทำราคาได้ดีต้องการการตกแต่งที่มากกว่า เช่น ภายในห้องจำเป็นจะต้องมีชุดครัว และเฟอร์นิเจอร์ที่คุณภาพดีกว่าอพาร์ทเมนท์ ซึ่งในพื้นที่ Awareness ในกิจการอพาร์ทเมนท์ จะใช้การเฟอร์นิเจอร์สำเร็จรูปทั้งสิ้น โดยเก็บค่าเช่าเพียงเดือนละ 12,000 ถึง 15,000 บาท แต่เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ ในพื้นที่ใช้การตกแต่งภายในระดับที่สูงกว่า ซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้รับเหมา ได้ให้ราคาที่สูงขึ้นประมาณตารางเมตรละ 3,000 บาท

4.4.2.2 ต้นทุนอัตราผลตอบแทน ค่าใช้จ่าย และอัตราเข้าพัก

การคิดอัตราผลตอบแทนที่ควรจะเป็นในเบื้องต้นของการลงทุน อย่างน้อยการลงทุนควรจะต้องได้ผลตอบแทนมากกว่าอัตราดอกเบี้ยอัตราเฉลี่ยของดอกเบี้ยลูกค้ายาวใหญ่ ชั้นดีประเภทเงินกู้(MLR : Minimum loan rate) ของธนาคารพาณิชย์จดทะเบียนในประเทศอยู่ที่ร้อยละ 7.2791

ซึ่งจากการพยากรณ์อัตราดอกเบี้ยอัตราเฉลี่ยของดอกเบี้ยลูกค้ายาวใหญ่ชั้นดีประเภทเงินกู้ (MLR : Minimum loan rate) ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจธนาคารไทยพาณิชย์ ได้พยากรณ์ไว้ที่ร้อยละ 7.6 ในปี 2558 ซึ่งเป็นปีที่โครงการลงทุน

อัตราการเข้าพักของ เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์โดยมากจะมีความเสถียรและมากกว่าโรงแรม แต่จะน้อยกว่าอพาร์ทเมนท์ เนื่องจากเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ผู้ทำสัญญาเช่าสั้นจะมากกว่าสัญญายาวจึงทำให้มีการซ่อมแซมห้องมากกว่าอพาร์ทเมนท์และมีช่วงเวลาผู้เช่าใหม่ที่มากกว่า แต่ก็สามารถทำราคากับสัญญาเช่าที่สั้นได้ โดยปกติเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ที่มีบริบทใกล้เคียงกันจะมีอัตราเข้าพักอยู่ที่ 80 เปอร์เซ็นต์ โดยในกรณีนี้ ได้กำหนดไว้ประมาณ 75 เปอร์เซ็นต์

ถึงแม้ว่าเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์จะมีค่าใช้จ่ายมากกว่าอพาร์ทเมนท์ แต่ก็สามารถชดเชยด้วยรายได้ที่มากขึ้น ดังนั้นค่าใช้จ่ายโดยรวมจึงจะมากกว่าอพาร์ทเมนท์เพียง 10 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งจะมาจาก ค่าซ่อมแซม ค่าน้ำไฟ ค่านายหน้าเป็นต้น โดยค่าใช้จ่ายเฉลี่ยจะอยู่ที่ 40 เปอร์เซ็นต์จากรายได้ทั้งหมด

โดยหากคำนวณจากเกณฑ์ที่ได้ตั้งกรอบไว้จะทำให้มีต้นทุนอยู่ที่ 1,247 บาทต่อตารางเมตร ซึ่งในส่วนของเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์จะมีค่าเช่าตลาดอยู่ที่ 1283 บาทต่อตารางเมตร (จากค่าเฉลี่ยราคาต่อตารางเมตรของคู่แข่งในพื้นที่จำนวน 7 แห่ง) และพื้นที่เชิงพาณิชย์ชั้น 1-2 อยู่ที่ 1,400 บาทต่อตารางเมตร ค่าเฉลี่ยตามสัดส่วนพื้นที่ขายของเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์และพื้นที่ให้เช่าเชิงพาณิชย์จะอยู่ที่ 1,250 บาทต่อตารางเมตร ซึ่งราคาที่โครงการทำได้มากกว่าราคาเฉลี่ยของตลาด

4.4.3 โรงแรม

4.4.3.1 ต้นทุนค่าก่อสร้างและพัฒนา

โรงแรมจะมีต้นทุนค่าก่อสร้างและตกแต่งภายในที่แพงที่สุด ซึ่งได้กำหนดไว้ที่ 27,430 บาทต่อตารางเมตร จะมาจากค่าโครงสร้าง 20,430 บาท ต่อตารางเมตร ²²(สมาคมผู้ประเมินมูลค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทย, พฤศจิกายน 2556)ซึ่งจะใช้วัสดุก่อสร้างระดับสูง และค่าเฟอร์นิเจอร์ built in ประมาณตารางเมตรละ 7,000 บาท (บริษัทก่ออิฐ ประเทศไทย, ธันวาคม 2557) โดยจะต้องลงทุนทั้งสิ้น 268,347,360 บาท โดยสามารถคิดเป็นต้นทุนต่อตารางเมตรที่ 94,123 บาท

โรงแรมจะมีต้นทุนค่าก่อสร้างและตกแต่งภายในที่แพงที่สุด เนื่องจากการตกแต่งภายในเป็นหลัก โดยจากราคาตารางของสมาคมผู้ประเมินมูลค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทย ในส่วนของโรงแรมให้ใช้ราคาอาคารพักอาศัยและทำการบวกเพิ่มการตกแต่งภายในซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้รับเหมาก่อสร้างโรงแรม ได้ให้ข้อมูลตัวเลขประมาณที่ตารางเมตรละ 27,000 บาท ซึ่งตรงกับข้อมูลของ บริษัท Erawan Group ที่ได้ลงทุนก่อสร้างห้องพักโรงแรม Ibis เฉลี่ยที่ราคา 2 ล้านบาทต่อห้องหรือตารางเมตรละ 90,000 บาท ซึ่งเป็นระดับเดียวกับที่ได้ศึกษา

4.4.3.2 ต้นทุนอัตราผลตอบแทน ค่าใช้จ่าย และอัตราเข้าพัก

การคิดอัตราผลตอบแทนที่ควรจะเป็นในเบื้องต้นของการลงทุน อย่างน้อยการลงทุนควรจะต้องได้ผลตอบแทนมากกว่าอัตราดอกเบี้ยอัตราเฉลี่ยของดอกเบี้ยลูกค้ารายใหญ่ ชั้นดีประเภทเงินกู้ (MLR : Minimum loan rate) ของธนาคารพาณิชย์จดทะเบียนในประเทศอยู่ที่ร้อยละ 7.2791

ซึ่งจากการพยากรณ์อัตราดอกเบี้ยอัตราเฉลี่ยของดอกเบี้ยลูกค้ายาวใหญ่
ชั้นดีประเภทเงินกู้ (MLR : Minimum loan rate) ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจธนาคารไทยพาณิชย์
ได้พยากรณ์ไว้ที่ ร้อยละ 7.6 ในปี 2558 ซึ่งเป็นปีที่โครงการลงทุน

อัตราการเข้าพักของ โรงแรมโดยมากจะมีความผันผวนมากกว่าพาร์
ทเมนต์ เนื่องจากการปล่อยพักรายวัน และประกอบกับสถานการณ์ในประเทศไทยที่มีความผัน
ผวนสูง โดยโรงแรมที่มีบริบทใกล้เคียงกันจะมีอัตราเข้าพักอยู่ที่ 80 เปอร์เซ็นต์ โดยในกรณีนี้ ได้
กำหนดไว้ประมาณ 75 เปอร์เซ็นต์

ในกิจกรรมทั้ง 3 กิจกรรม โรงแรมจะมีค่าใช้จ่ายสูงสุด โดยค่าใช้จ่าย
ของโรงแรมโดยมากจะอยู่ที่ 60 เปอร์เซ็นต์ของรายรับหากโรงแรมยิ่งเก่าก็จะยิ่งได้รายรายวันต่ำก็จะ
ยังมีรายจ่ายที่คิดเป็นเปอร์เซ็นต์จากรายรับค่อนข้างมากตาม โดยค่าใช้จ่ายเฉลี่ยจะอยู่ที่ 55
เปอร์เซ็นต์จากรายได้ทั้งหมด

โดยหากคำนวณจากเกณฑ์ที่ได้ตั้งกรอบไว้จะทำให้มีต้นทุนอยู่ที่ 1,766
บาทต่อตารางเมตร ซึ่งในส่วนของเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์จะมีค่าเช่าตลาดอยู่ที่ 1,300 บาทต่อตาราง
เมตร และพื้นที่เชิงพาณิชย์ชั้น 1-2 อยู่ที่ 1,400 บาทต่อตารางเมตร ค่าเฉลี่ยตามสัดส่วนพื้นที่ขายของ
เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์และพื้นที่ให้เช่าเชิงพาณิชย์จะอยู่ที่ 1,325 บาทต่อตารางเมตร ซึ่งราคา
โครงการทำได้ต่ำกว่าราคาเฉลี่ยของตลาด

ตารางที่ 4-2 การคำนวณ Front Door เพื่อหากิจกรรมที่เหมาะสม

ต้นทุนโครงการ และต้นทุนต่อตารางเมตร

ประเภทกิจกรรม	อพาร์ทเมนต์	เซอร์วิส อพาร์ทเมนต์	โรงแรม
ต้นทุนที่ดิน	138,000,000	138,000,000	138,000,000
ต้นทุนก่อสร้าง	21,100	24,100	27,430
พท. ก่อสร้าง	4,752	4,752	4,752
ต้นทุนค่าก่อสร้าง	100,267,200	114,523,200	130,347,360
รวมต้นทุน	238,267,200	252,523,200	268,347,360

พื้นที่ขาย (ร้อยละ)	60%	60%	60%
เหลือพื้นที่ขาย (ตรม.)	2,851	2,851	2,851
พื้นที่ห้องพัก 75% ของ พท.ขาย	2,138	2,138	2,138
Retail 25% ของ พท. ขาย	713	713	713
ต้นทุนต่อตารางเมตร (บาท)	83,567	88,567	94,117

ต้นทุนอัตราผลตอบแทน,ค่าใช้จ่ายและอัตราเข้าพักของกิจกรรม

ประเภทกิจกรรม	อพาร์ทเมนต์	เซอร์วิส อพาร์ทเมนต์	โรงแรม
ผลตอบแทนที่ควรได้	7.6%	7.6%	7.6%
ต้นทุนต่อเดือน(คิดเฉพาะ พท.ขาย)	529	561	596
Cost from EGI(Percent)	30%	40%	55%
Per sq.m	756	935	1,325
Occupancy	85%	75%	75%
EGI Per Sq.M	890	1,247	1,766
Total cost	890	1,247	1,766

ต้นทุนทางการเงิน,ค่าใช้จ่ายและOccupancy ของกิจกรรม

ประเภทกิจกรรม	อพาร์ทเมนต์	เซอร์วิส อพาร์ทเมนต์	โรงแรม
ต้นทุนที่ทำได้	890	1,247	1,766
Market rent (Room)	650	1,283	1,300
Market rent Retail	1,400	1,400	1,400
Average	838	1,312	1,325
Total Return	94.15%	105.27%	75.02%

จากการใช้เครื่องมือการวิเคราะห์อรรถประโยชน์สูงสุดของที่ดินแปลงริมถนนสาทร โดยการศึกษาความเป็นไปได้ด้านกฎหมาย ภายนอก และด้านการเงิน ทำให้สามารถสรุปกิจกรรมที่เหมาะสมที่สุดคือกิจกรรม เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ (ดูได้จากตารางที่ 4-2 และ 4-3) และเป็นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดอรรถประโยชน์สูงสุด ทั้งในด้านการใช้ประโยชน์ที่ดินและการลงทุน โดยสามารถสรุปได้ในตารางการวิเคราะห์ด้านท้าย

ตารางที่ 4-3 ตารางสรุปกิจกรรมที่เหมาะสม

	อาคารสำนักงาน	ห้างสรรพสินค้า	อพาร์ทเมนท์	เซอร์วิส อพาร์ทเมนท์	โรงแรม
ด้านกฎหมาย	สามารถทำได้	สามารถทำได้	สามารถทำได้	สามารถทำได้	สามารถทำได้
ด้านกายภาพ	ไม่เหมาะสม	ไม่เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม	เหมาะสม
ด้านตลาด	-	-	เหมาะสม	เหมาะสม	ปานกลาง
ด้านการเงิน	-	-	ไม่เหมาะสม	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม

4.5 สรุปการวิเคราะห์อรรถประโยชน์สูงสุด (Highest and Best Use Analysis)

การวิเคราะห์อรรถประโยชน์สูงสุดโดยการวิเคราะห์ทั้ง 4 ด้านคือ กฎหมาย ภายนอก ตลาด และการเงินนั้น จะสามารถสรุปได้ดังนี้

4.5.1 กฎหมาย

เหมาะสมกับการทำอาคารพักอาศัยรวม ความสูงไม่เกิน 8 ชั้น ขนาดไม่เกิน 4,000 ตารางเมตร โดยมีชั้นใต้ดินเป็นที่จอดรถ

4.5.2 กายภาพ

เนื่องจากทำเลที่ตั้งที่มีความหนาแน่นของอาคารสำนักงานและสถานทูต จึงเหมาะสมกับกิจการที่เกื้อหนุน หรือพึ่งพาอาคารสำนักงาน โดยเฉพาะบริษัทที่เป็นชาวต่างชาติที่มีกำลังซื้อสูง

4.5.3 ตลาด

การวิเคราะห์ตลาดในบริเวณระยะ (Awareness) 1 กิโลเมตรรอบโครงการ กิจกรรมที่เหมาะสมและได้เปรียบมากที่สุด คือ เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ เนื่องจาก คู่แข่งจำกัด และมีช่องว่างทางการตลาด โดยจะมีโอกาสแข่งขันได้สูงในตลาด

4.5.4 การเงิน

ผลสรุปทางการเงิน เนื่องจากเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ค่าใช้จ่ายที่ต่ำ อื่นๆทั้งยังได้รายได้ในเกณฑ์ที่สูง จึงทำให้ เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ ได้อัตราผลตอบแทนที่ดีที่สุดเมื่อเทียบกับกิจกรรมอื่นๆ



บทที่ 5

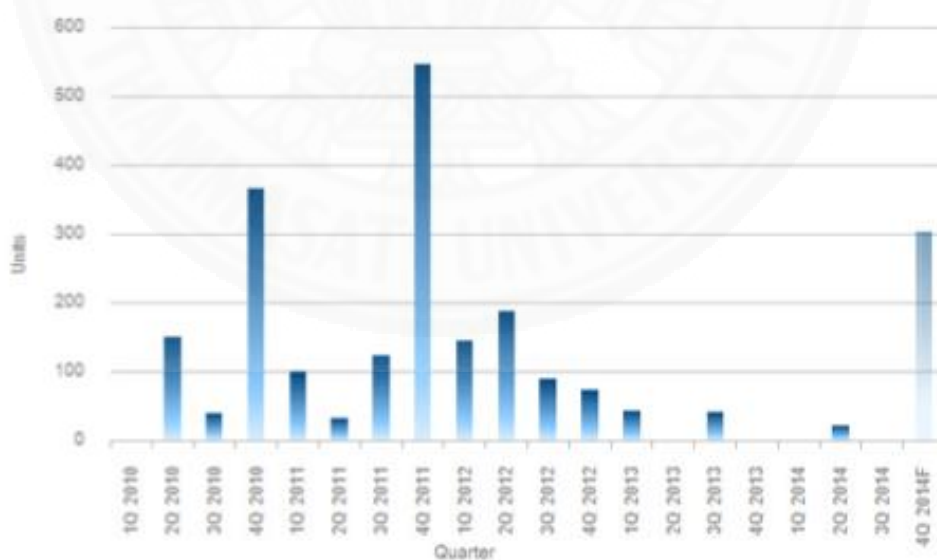
การวิเคราะห์ตลาดและแผนการตลาดของเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ (Service Apartment Market Study)

5.1 ภาพรวมตลาดเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ ในกรุงเทพมหานคร

ตลาดเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ ในกรุงเทพมหานคร มีจำนวนห้องสะสมของเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ อยู่ที่ 18,280 ห้อง ณ ไตรมาส 3 ปี 2014 โดยในพื้นที่สีลม/สาทร รวมกันทั้งสิ้น ประมาณ 2,300 ห้อง²⁴(ดูได้จากภาพที่ 5-1) (Colliers ประเทศไทย ฝ่ายวิจัย, มกราคม 2015)

Supply

Historical Supply by quarter as of 3Q 2014



Source: Colliers International Thailand Research

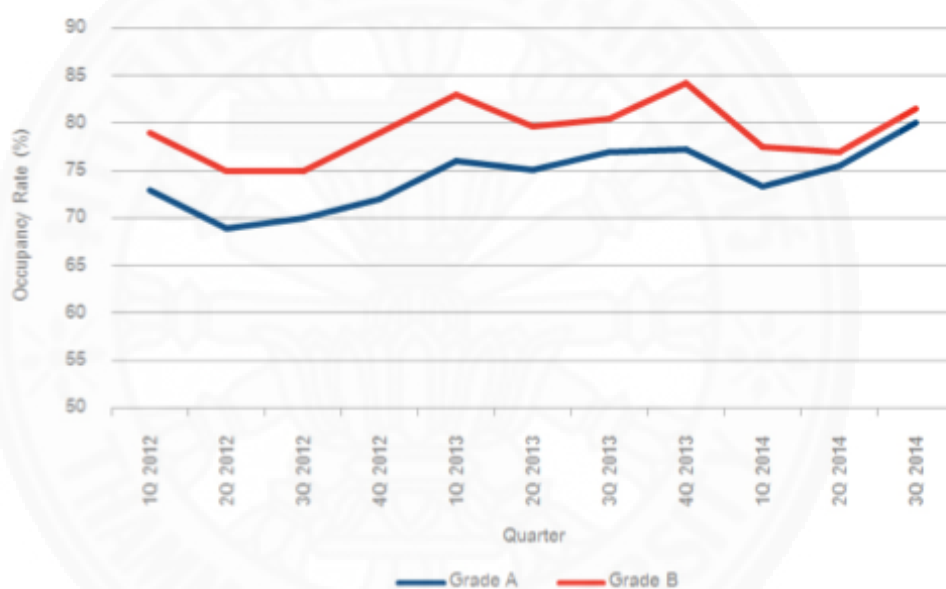
Notes: F = Estimated units expected to be completed in 2014

ภาพที่ 5-1 อุปทานใหม่ของเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ในกรุงเทพมหานคร รายไตรมาส

ตลาดเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ ในกรุงเทพมหานคร มีอัตราเข้าพักเฉลี่ยของอาคารของเกรด เอ อยู่ที่ร้อยละ 82 และอาคารแบบเกรดบี ที่ร้อยละ 85 ไตรมาส 3 ปี 2014 (ดูได้จากภาพที่ 5-2) (Colliers ประเทศไทย ฝ่ายวิจัย, มกราคม 2015)

Demand

Average Occupancy Rate as of 3Q 2014



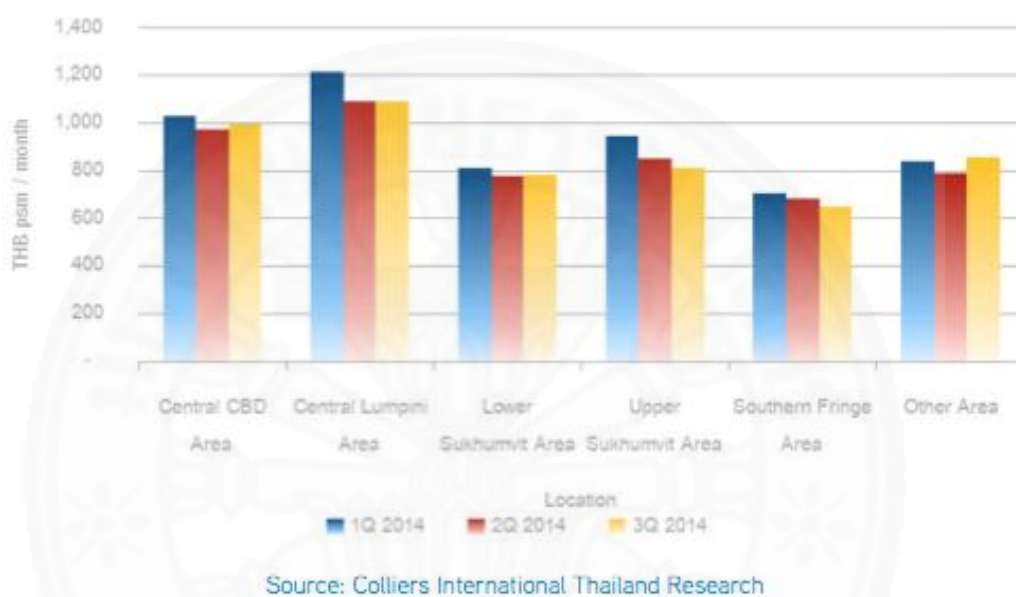
Source: Colliers International Thailand Research

ภาพที่ 5-2 อัตราเข้าพักของเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ เกรดเอและบี ในกรุงเทพมหานคร ไตรมาส 3 ปี 2014

ตลาดเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ในกรุงเทพมหานคร ของเขตศูนย์กลางเศรษฐกิจ (Central Business District) ซึ่งเป็นบริเวณที่ตั้งของโครงการ มีราคาเฉลี่ยของเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ อยู่ที่ตารางเมตรละ 1,000 บาท ต่อเดือน ณ ไตรมาส 3 ปี 2014 (ดูได้จากภาพที่ 5-3) (Colliers ประเทศไทย ฝ่ายวิจัย, มกราคม 2015) ซึ่งเป็นพื้นที่ที่ได้ค่าเช่าต่อตารางเมตร สูงเป็นอันดับ 2 ของกรุงเทพมหานคร

Rental Rate

Average Rental Rate of One-Bedroom Units by Location as of 3Q 2014



ภาพที่ 5-3 ราคาเช่าเฉลี่ยต่อตารางเมตร ของเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ กรุงเทพมหานคร ไตรมาส 3 ปี 2014

5.2 การแบ่งส่วนตลาด (Segmentation)

การแบ่งส่วนตลาด (Segmentation) เป็นการแบ่งตลาด สำหรับผลิตภัณฑ์ชนิดใดชนิดหนึ่งออกเป็นตลาดย่อย ๆ ที่แตกต่างกันด้านความชอบ ความต้องการ และพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อจะได้วางแผนและใช้ความพยายามทางการตลาดให้เหมาะสมกับแต่ละส่วนของตลาด

การแบ่งส่วนตลาดของ เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ ในบริเวณถนนสาทร นั้น จะสามารถแบ่งตามเกณฑ์ ต่าง ๆ ได้ทั้งหมด 5 เกณฑ์ โดยดัดแปลงมาจากงานค้นคว้าอิสระเรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาที่ดินบริเวณถนนเจริญนคร (พิรวัสส์ คุปติเลิศพงษ์ , สิงหาคม 2557) ดังนี้

5.2.1 เกณฑ์รายได้ครัวเรือน

5.2.1.1 ระดับรายได้

ในการวิเคราะห์การแบ่งส่วนตลาด (Segmentation) โดยอาศัยระดับรายได้ จะใช้รายได้ครัวเรือนในการแบ่งกลุ่ม เนื่องจากต้องการหาระดับรายได้ที่มีความสามารถในการเช่า เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ โดยใช้สมมติฐาน ว่า

(1) ร้อยละ ของค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครัวเรือน ของประเทศไทย จำแนกตามประเภทค่าใช้จ่าย โดยเป็นค่าเช่าบ้าน ที่ร้อยละ 20 ของค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครัวเรือน หรือคิดเป็นร้อยละ 15 ของรายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, มกราคม 2555)

(2) ร้อยละ ของค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครัวเรือน ของชาวต่างชาติที่มาทำงานในประเทศไทย จำแนกตามประเภทค่าใช้จ่าย โดยเป็นค่าเช่าบ้าน ที่ร้อยละ 32.9 ของรายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือน (Numbeo, มกราคม 2557)

(3) ราคาเช่า ที่ตารางเมตรละ 1,283 บาท (ตามราคาตลาด)

(4) ขนาดห้องเล็กสุด ตามกฎหมาย ที่โครงการจะสามารถทำได้คือ 25.5 ตารางเมตรต่อห้อง

(5) ราคาเช่าขั้นต่ำในขนาดห้องเล็กสุดจึงอยู่ที่ 32,716 บาท ต่อเดือน

5.2.1.2 การแบ่งส่วนตลาดจากเกณฑ์รายได้

ตารางที่ 5-1 การหาการแบ่งส่วนตลาดจากเกณฑ์รายได้

การหาการแบ่งส่วนตลาด(Segmentation)จากรายได้

รายได้ต่อครัวเรือน ต่อเดือน	เป็นค่าเช่า ร้อยละ 15 ของรายได้	เป็นค่าเช่า ร้อยละ 20 ของรายได้	เป็นค่าเช่า ร้อยละ 25 ของรายได้	เป็นค่าเช่า ร้อยละ 32.9 ของรายได้
100,000	15,000	20,000	25,000	32,900
120,000	18,000	24,000	30,000	39,480
140,000	21,000	28,000	35,000	46,060
160,000	24,000	32,000	40,000	52,640
180,000	27,000	36,000	45,000	59,220
200,000	30,000	40,000	50,000	65,800
220,000	33,000	44,000	55,000	72,380
240,000	36,000	48,000	60,000	78,960
260,000	39,000	52,000	65,000	85,540
280,000	42,000	56,000	70,000	92,120
300,000	45,000	60,000	75,000	98,700

จากตารางข้างต้นสามารถ แบ่งส่วนตลาด(Segmentation) ออกเป็นส่วนดังนี้

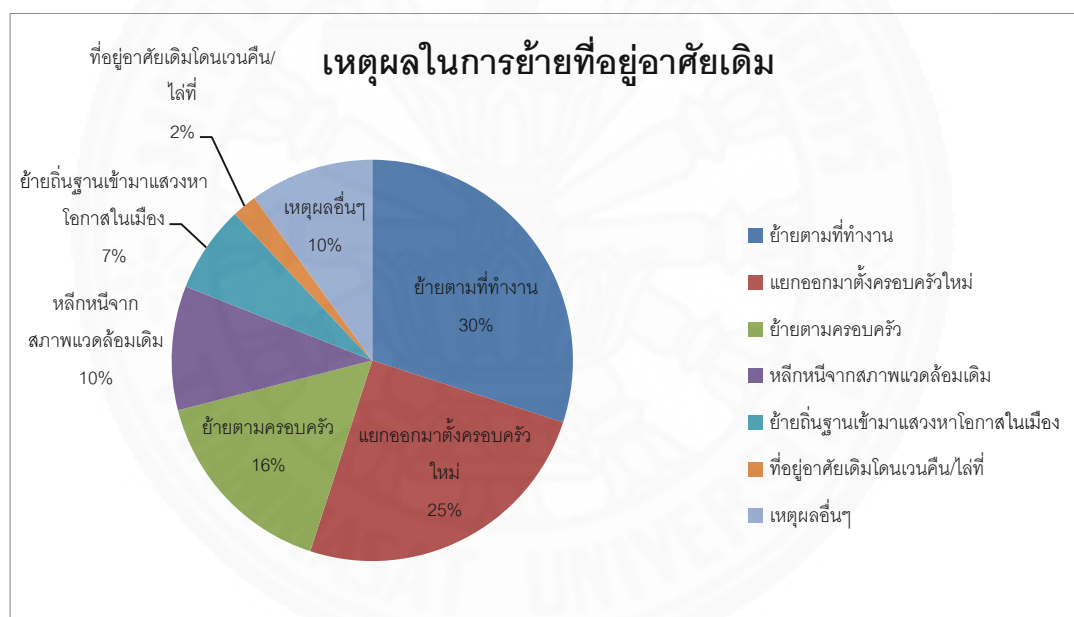
- (1) ในกรณีที่จ่ายค่าเช่าร้อยละ 15 ของรายได้ กลุ่มลูกค้าที่มีระดับรายได้ต่อครัวเรือน สูงกว่า 220,000 บาท จึงจะสามารถเช่า เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ ของโครงการได้
- (2) ในกรณีที่จ่ายค่าเช่าร้อยละ 20 ของรายได้ กลุ่มลูกค้าที่มีระดับรายได้ต่อครัวเรือน สูงกว่า 180,000 บาท จึงจะสามารถเช่า เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ ของโครงการได้
- (3) ในกรณีที่จ่ายค่าเช่าร้อยละ 25 ของรายได้ กลุ่มลูกค้าที่มีระดับรายได้ต่อครัวเรือน สูงกว่า 140,000 บาท จึงจะสามารถเช่า เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ ของโครงการได้
- (4) ในกรณีที่จ่ายค่าเช่าร้อยละ 32.9 ของรายได้ กลุ่มลูกค้าที่มีระดับรายได้ต่อครัวเรือน สูงกว่า 100,000 บาท จึงจะสามารถเช่า เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ ของโครงการได้

ในกลุ่มแบ่งส่วนของตลาด (Segmentation) ของกลุ่มที่จ่ายค่าเช่าร้อยละ 15 ถึง ร้อยละ 20 ของรายได้นั้น ทำให้รายได้ของครอบครัวผู้เช่าต้องมากกว่า 180,000 และ

220,000 บาท จึงจะสามารถเช่า เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ ของโครงการได้ ซึ่งอาจจะเป็นรายได้ที่สูงเกินไปของกลุ่มคนไทย ที่จะมีพฤติกรรมไปผ่อนซื้อบ้าน หรือคอนโดมิเนียม หรือมีบ้านพักอาศัยอยู่แล้ว จึงเหมาะสมกว่าหากจะตั้งเป้าแบ่งส่วนของตลาด (Segmentation) ไปที่กลุ่มที่ยอมจ่ายค่าเช่าร้อยละ 25 ถึง ร้อยละ 32.9 ของรายได้ ซึ่งจากข้อมูลร้อยละของค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครัวเรือนของชาวต่างชาติที่มาทำงานในประเทศไทย ยินดีที่จะจ่ายค่าเช่าในสัดส่วนที่มากกว่ากลุ่มคนไทย และด้วยข้อจำกัดในการขอร้องเงินกู้ซื้อคอนโดมิเนียมจากธนาคาร ทำให้กลุ่มนี้นิยมที่จะเช่ามากกว่า

5.2.2 เกณฑ์ภูมิศาสตร์

จากงานวิจัยของ รศ. วิทวัส รุ่งเรืองผล (2549) เรื่อง งานวิจัยวิถีชีวิตคนไทยกับลักษณะทำเลที่อยู่อาศัย ได้พบสาเหตุของการย้ายถิ่นที่อยู่อาศัยของกลุ่มตัวอย่างบริเวณเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล (ดูได้จากภาพที่ 5-4) โดยได้แบ่งสัดส่วนดังนี้



ภาพที่ 5-4 เหตุผลในการย้ายที่อยู่อาศัยเดิม

ที่มา : (รศ.วิทวัส รุ่งเรืองผล, 2549)

จากงานวิจัยของ รศ.วิทวัส รุ่งเรืองผล เห็นได้ว่า ปัจจัยในการย้ายที่อยู่อาศัยที่มากที่สุด จะย้ายตามที่ทำงาน ถึงร้อยละ 30 ซึ่งหากรวมกลุ่มที่ย้ายตามครอบครัวและย้ายถิ่นฐานเข้ามาแสวงหาโอกาสในเมือง เนื่องจากเป็นกลุ่มที่นำจะมีความสัมพันธ์กันและย้ายตามหัวหน้าครอบครัวจะสามารถรวมได้มากถึงร้อยละ 53 จึงจะใช้สถานที่ทำงานนั้นเป็นเกณฑ์ในการแบ่งด้านภูมิศาสตร์

5.2.2.1 กลุ่มคนที่มีสถานที่ทำงาน/ที่อยู่อาศัยบริเวณ สีลม-สาทร-พระรามสี่

ในระยะ (Awareness) 1 กิโลเมตรรอบโครงการบริเวณถนนสาทร ถนน สีลม และถนนพระรามสี่ ซึ่งเป็นแหล่ง ศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ (CBD : Central Business District) นั้นมีอาคารสำนักงานเป็นพื้นที่ขายทั้งสิ้น 987,872 ตารางเมตร หรือ คิดเป็น 24.11 เปอร์เซ็นต์ ของ อาคารสำนักงานในเขต CBD กรุงเทพมหานคร

- (1) กลุ่มชาวต่างชาติที่เข้ามาลงทุนโดยเฉพาะระยะพึ่งเริ่มต้นลงทุน
- (2) กลุ่มชาวต่างชาติที่เป็นกลุ่มคนที่ย้ายมาทำงานประจำ

5.2.2.2 กลุ่มคนที่มาติดต่อสถานที่ทำงานหรือทำธุระ ในบริเวณ สีลม-สาทร-พระรามสี่

- (1) กลุ่มชาวไทย/ต่างชาติ ที่มาติดต่อสถานที่สำคัญ เช่น อาคารสำนักงาน, สถานทูต , โรงพยาบาล หรือแหล่งงานอื่นๆ เป็นระยะเวลา 1 เดือนขึ้นไป
- (2) กลุ่มคนที่ย้ายมาทำงานชั่วคราวของแหล่งงานในพื้นที่

5.2.2.3 กลุ่มคนที่เข้าไปให้ลูกหลานพักอาศัยใกล้โรงเรียน

ในระยะ (Awareness) 1 กิโลเมตรโดยรอบโครงการ มีสถานที่สำคัญโดยเฉพาะ อาคารสำนักงาน, สถานทูต, โรงพยาบาล หรือแหล่งงานอื่นๆ ซึ่งในบางครั้งจะมีกลุ่มคนที่จำเป็นต้องมาติดต่อสถานที่สำคัญเหล่านี้เป็นระยะเวลาหนึ่ง ซึ่งจะทำให้การพักเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์นั้น ตอบสนองได้ดีกว่าการพักโรงแรม ในเรื่องของราคาและสถานที่ตั้ง

5.2.3 เกณฑ์อาชีพ

การใช้เกณฑ์อาชีพเพื่อตั้งเป้าแบ่งส่วนของตลาด (Segmentation) นั้นจะค่อนข้างคล้ายคลึงกับการแบ่งโดยเกณฑ์รายได้ เนื่องจากผู้บริหารหรือผู้ที่มีประสบการณ์และอยู่ในสายอาชีพระดับสูง ย่อมมีรายได้ที่สูงตาม และในบริเวณระยะ (Awareness) 1 กิโลเมตรโดยรอบโครงการ จะสามารถพิจารณาจากเกณฑ์อาชีพที่เป็นกลุ่มเป้าหมายได้ดังนี้

- 5.2.3.1 ผู้บริหารระดับสูงชาวไทยและชาวต่างชาติของบริษัท
- 5.2.3.2 เจ้าของกิจการชาวต่างชาติและอาชีพอิสระ
- 5.3.3.3 พนักงานบริษัทระดับกลาง-สูง ที่ถูกย้ายมาทำงานในประเทศไทย
- 5.3.3.4 ลูกค้ำชาวต่างชาติของบริษัทในระยะ (Awareness) 1 กิโลเมตร
- 5.3.3.5 แพทย์/พยาบาล ในระยะ (Awareness) 1 กิโลเมตร
- 5.3.3.6 เจ้าหน้าที่ชาวต่างชาติของสถานทูตที่อยู่ในระยะ (Awareness) 1

กิโลเมตร

5.2.4 เกณฑ์วิถีชีวิตครอบครัว

ชีวิตครอบครัว เมื่อเริ่มต้นแล้วก็จะมีการดำเนินไปตามครรลอง เช่นเดียวกับปรากฏการณ์ทางธรรมชาติทั่วไป คู่สมรสเริ่มต้นใช้ชีวิตร่วมกัน ดำเนินชีวิตไปด้วยกันและตายจากกัน

ไปตามวาระอันสมควร การเวียนของการเกิดชีวิตครอบครัวนี้ เราเรียกตามศัพท์วิชาการ ว่าเป็น วัฏจักรชีวิตครอบครัว (Family Life cycle) แนวคิดของ Carter & Mcgoldrick (1989) แบ่งออกเป็น 6 ขั้นดังนี้ (Carter&Mcgoldrick, 1989)

- 5.2.4.1 การแยกตัวจากบ้านของคนหนุ่มสาว
- 5.2.4.2 การแต่งงานสร้างครอบครัวของคู่แต่งงานใหม่
- 5.2.4.3 ครอบครัวที่มีลูกเล็กๆ
- 5.2.4.4. ครอบครัวมีลูกวัยรุ่น
- 5.2.4.5 ลูกเป็นผู้ใหญ่และแยกครอบครัว
- 5.2.4.6 ครอบครัวในบั้นปลาย

5.2.5 เกณฑ์ขนาดและประเภทของครอบครัว

การใช้เกณฑ์ขนาดและประเภทของครอบครัวเพื่อตั้งเป้าแบ่งส่วนของตลาด (Segmentation) ทั้งนี้เนื่องขนาดและประเภทของครอบครัวจะเป็นตัวสำคัญในการออกแบบขนาดของห้องและสิ่งอำนวยความสะดวกของโครงการให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย โดยการใช้เกณฑ์ขนาดและประเภทของครอบครัวจะสามารถแบ่งได้ดังนี้ (ดูได้จากตารางที่ 5-2)

- 5.2.5.1 โสด เป็นคนที่ยังไม่แต่งงานและอยู่คนเดียว
- 5.2.5.2 ครอบครัวเดี่ยว ไม่มีลูก
- 5.2.5.3 ครอบครัวเดี่ยวมีลูก
- 5.2.5.4 ครอบครัวขยาย เป็นครอบครัวที่มีคนตั้งแต่ 2 คน

ตารางที่ 5-2 สรุปการแบ่งส่วนตลาด (Segmentation)

เกณฑ์รายได้ครัวเรือน	เกณฑ์ภูมิศาสตร์	เกณฑ์อาชีพ	เกณฑ์วิถีชีวิตครอบครัว	เกณฑ์ขนาดและประเภทของครอบครัว
ยินดีจ่ายค่าเช่าร้อยละ 20 ของรายได้ (รายได้เดือนละ 180,000 ขึ้นไป)	คนที่มีสถานที่ทำงาน/ที่อยู่อาศัยบริเวณ สีลม-สาทร-พระรามสี่	ผู้บริหารระดับสูงชาวไทยและชาวต่างชาติของบริษัท	การแยกตัวจากบ้านของคนหนุ่มสาว	โสด เป็นคนที่ยังไม่แต่งงานและอยู่คนเดียว
ยินดีจ่ายค่าเช่าร้อยละ 25 ของรายได้ (รายได้เดือนละ 140,000 ขึ้นไป)	กลุ่มคนที่มาติดต่อสถานที่ทำงานหรือทำธุระ ในบริเวณ สีลม-สาทร-พระรามสี่	เจ้าของกิจการชาวต่างชาติและอาชีพอิสระ	การแต่งงานสร้างครอบครัวของผู้แต่งงานใหม่	ครอบครัวเดี่ยว ไม่มีลูก
ยินดีจ่ายค่าเช่าร้อยละ 32.9 ของรายได้ (รายได้เดือนละ 100,000 ขึ้นไป)	กลุ่มคนที่เข้าไปดูสถานที่อาศัยใกล้โรงเรียน	พนักงานบริษัทระดับกลาง-สูง ที่ถูกย้ายมาทำงานในประเทศไทย	ครอบครัวที่มีลูกเล็กๆ	ครอบครัวเดี่ยวมีลูก
		ลูกค้าชาวต่างชาติของบริษัทในระยะ Awareness 1 กิโลเมตร	ครอบครัวที่มีลูกวัยรุ่น	ครอบครัวขยาย เป็นครอบครัวที่มีคนตั้งแต่ 2 คน
		แพทย์/พยาบาล ในระยะ Awareness 1 กิโลเมตร	ลูกเป็นผู้ใหญ่และแยกครอบครัว	
		เจ้าหน้าที่ชาวต่างชาติของสถานทูตที่อยู่ในระยะ Awareness 1 กิโลเมตร	ครอบครัวไม่บ่อย	

เมื่อนำเกณฑ์การแบ่งส่วนตลาด (Segmentation) ทั้ง 5 เกณฑ์ ได้แก่ เกณฑ์รายได้ครัวเรือน, เกณฑ์ภูมิศาสตร์, เกณฑ์อาชีพ, เกณฑ์วิถีชีวิตครอบครัว และเกณฑ์ขนาดและประเภทของครอบครัว มาสรุปจะได้ดังตารางที่ 2 ซึ่งจะนำไปกำหนดกลุ่มเป้าหมายต่อไป

5.3 การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Targeting)

การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือการกำหนดกลุ่มลูกค้าที่โครงการต้องการจะเข้าถึงเพื่อเสนอสินค้าและบริการ

5.3.1 หลักการเลือกตลาดเป้าหมาย

การเลือกตลาดเป้าหมายให้เหมาะสมนั้นจะมีหลักการเลือกอยู่ 3 อย่าง (รศ.กิตติสิริพัลลภ) ดังนี้

5.3.1.1 เข้าถึงได้ คือการกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน

5.3.1.2 ใหญ่พอ คือตลาดเป้าหมายมีขนาดทางการตลาดใหญ่พอหรือไม่

5.3.1.3 บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด คือทางเลือกตลาดเป้าหมายแล้ว

สามารถทำกำไรให้ได้หรือไม่

5.3.2 การจัดลำดับความสำคัญของตลาดกลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายนี้ จะเป็นตัวกำหนดการจัดสรร ทรัพยากร ในกรณีที่มีตลาดกลุ่มเป้าหมายหลายกลุ่มให้จัดตามลำดับความสำคัญ เช่น ลูกค้าย่อยหลัก (Primary) ลูกค้าย่อยรอง (Secondary) เป็นต้น

โดยกลุ่มเป้าหมายทั้งหมด 2 กลุ่ม จะต้องบรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด เข้าถึงได้ และมีขนาดมากพอสำหรับโครงการ โดยจะสามารถเข้าถึงได้โดยการทำการตลาดและสินค้าให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย โดยวิธีที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือ จะดูผู้เช่าของคู่แข่งในระยะ (Awareness) 1 กิโลเมตร รอบโครงการ เพื่อทำการวิเคราะห์ โดยการทำการสอบถามสัมภาษณ์เชิงลึกของกลุ่มเป้าหมาย

5.3.2.1 กลุ่มลูกค้าย่อยหลัก

(1) กลุ่มลูกค้าย่อยหลัก (Primary) กลุ่มที่ 1 กลุ่มพนักงานบริษัทระดับกลาง-สูง

กลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มที่รายได้ค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับกลุ่มอื่นๆ โดยจะเน้นกลุ่มที่เป็นพนักงานบริษัทชาวต่างชาติ มากกว่าชาวไทย เนื่องจากจะเป็นกลุ่มที่เข้ามาทำงานเพียงช่วงระยะเวลาหนึ่งแล้วกลับไปประเทศที่ถูกส่งมาทำงาน โดยจะมีระยะเวลาทำงานในประเทศไทยประมาณ 1-2 ปี จึงไม่มีความจำเป็นต้องซื้อที่พักอาศัยในประเทศไทย และด้วยข้อจำกัดในการกู้ยืมของชาวต่างชาติ ทำให้คนกลุ่มนี้นิยมเลือกที่จะเช่ามากกว่าซื้อ โดยบริษัทต่างชาติบางบริษัทจะออกค่าที่พักอาศัยให้ทั้งหมดหรือบางส่วน ซึ่งเป็นส่วนเพิ่มเติมจากเงินเดือน โดยจะพยายามจับกลุ่มลูกค้าย่อยเอเชีย โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าย่อยญี่ปุ่นจะ จับกลุ่มโสดหรือครอบครัวเดี่ยวที่ต้องการขนาด 1 ห้องนอน หรือ 2 ห้องนอนขนาดเล็ก เนื่องจากจะสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดในเรื่องของช่องว่างทางการตลาดและทำกำไร

1. ตัวอย่างกลุ่มเป้าหมายหลัก (Primary) กลุ่มที่ 1

นาย ทาเคชิ อายุ 29 ปี สัญชาติ ญี่ปุ่น สถานภาพ โสด อาชีพ ฝ่ายผู้จัดการทั่วไป บริษัทเจเจเอ็น ซึ่งเป็นบริษัทเกี่ยวกับธุรกิจทัวร์นำเที่ยวสำหรับคนไทยไปที่ญี่ปุ่น และนำนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมาเที่ยวในไทย เงินเดือน 150,000 บาท โดยบริษัทเป็นผู้จ่ายค่าเช่าเดือนละ 35,000 บาท ปัจจุบันทำงานบริษัท เจเจเอ็น ประเทศไทยมาเป็นเวลา 3 เดือน แต่ต้องการหาที่พักใหม่ที่ใกล้อาคารहरินทรซึ่งเป็นทั้งบริษัท โดยในปัจจุบัน พักอยู่เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ย่านทองหล่อ สาเหตุหลักที่ต้องการย้ายเนื่องจากต้องการการเดินทางมาทำงานที่สะดวกขึ้น และในบริเวณที่ทำงาน

ที่พักแบบเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ขนาด 1 ห้องนอน มีราคาที่สูงเกินกว่างบบริษัท คือเดือนละ 50,000 ถึง 55,000 บาท

ตารางที่ 5-3 กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก (Primary) กลุ่มพนักงานบริษัทระดับกลาง-สูง

เกณฑ์รายได้ครัวเรือน	เกณฑ์ภูมิศาสตร์	เกณฑ์อาชีพ	เกณฑ์วิถีชีวิตครอบครัว	เกณฑ์ขนาดและประเภทของครอบครัว
ยินดีจ่ายค่าเช่าร้อยละ 20 ของรายได้ (รายได้เดือนละ 180,000 ขึ้นไป)	กลุ่มคนที่เขาให้ลูกหลานพักอาศัยใกล้โรงเรียน	ผู้บริหารระดับสูงชาวไทยและชาวต่างชาติของบริษัท	การแยกตัวจากบ้านของคนหนุ่มสาว	โสด เป็นคนที่ยังไม่แต่งงานและอยู่คนเดียว
ยินดีจ่ายค่าเช่าร้อยละ 25 ของรายได้ (รายได้เดือนละ 140,000 ขึ้นไป)	กลุ่มคนที่มาติดต่อสถานที่ทำงานหรือทำธุระในบริเวณ สีสม-สาทร-	เจ้าของกิจการชาวไทย/ต่างชาติและกลุ่มอาชีพอิสระ	การแต่งงานสร้างครอบครัวของคู่แต่งงานใหม่	ครอบครัวเดี่ยว ไม่มีลูก
ยินดีจ่ายค่าเช่าร้อยละ 32.9 ของรายได้ (รายได้เดือนละ 100,000 ขึ้นไป)	คนที่มีสถานที่ทำงาน/ที่อยู่อาศัยบริเวณ สีสม-สาทร-พระรามสี่	พนักงานบริษัทระดับกลาง-สูง ที่ถูกย้ายมาทำงานในประเทศไทย	ครอบครัวที่มีลูกเล็กๆ	ครอบครัวเดี่ยวมีลูก
		ลูกค้าชาวต่างชาติของบริษัทในระยะ Awareness 1 กิโลเมตร	ครอบครัวมีลูกวัยรุ่น	ครอบครัวขยาย เป็นครอบครัวที่มีคนตั้งแต่ 2 คน
		แพทย์/พยาบาล ในระยะ Awareness 1 กิโลเมตร	ลูกเป็นผู้ใหญ่และแยกครอบครัว	
		เจ้าหน้าที่ชาวต่างชาติของสถานทูตที่อยู่ในระยะ Awareness 1 กิโลเมตร	ครอบครัวในบันปลาย	

(2) กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก (Primary) กลุ่มที่ 2 กลุ่มลูกค้าที่มาติดต่อบริษัทในระยะ (Awareness) 1 กิโลเมตร

กลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มที่มีรายได้สูง โดยจะเน้นกลุ่มที่เป็นชาวต่างชาติ โดยจะมาติดต่อเรื่องงานกับบริษัทในระยะ (Awareness) 1 กิโลเมตร ซึ่งจะมีระยะเวลาในการมาประมาณ 1 สัปดาห์ ถึง 1 เดือน โดยบริษัทที่มาติดต่ออาจจะเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายให้ หรือตัวผู้เดินทางออกค่าใช้จ่ายเอง โดยกลุ่มนี้อาจจะเป็นกลุ่มคนโสด หรือมีครอบครัวแล้วก็ได้ แต่เนื่องจากการมาติดต่อธุรกิจทำให้ไม่สามารถพาครอบครัวมาได้ จึงจะต้องการห้องพักขนาด 1 ห้องนอนมากกว่าขนาด 2 ห้องนอน โดยจะสามารถเน้นกลุ่มลูกค้าได้ทั้ง ยุโรปและเอเชีย และกลุ่มนี้จะไม่มียอดส่วนบุคคล ซึ่งจะเป็นผลดีสำหรับการบริหารที่จอตรก

1. ตัวอย่างกลุ่มเป้าหมายหลัก (Primary) กลุ่มที่ 2

คุณ มาเซล่า โอดิส อายุ 50 ปี สัญชาติ โดเมนิกัน (ทำงานที่สหรัฐอเมริกา) สถานภาพ แต่งงานและไม่มีบุตร อาชีพ ผู้จัดการฝ่ายผลิต เงินเดือน 5,000 เหรียญสหรัฐ กระเป๋าคริสตัลยี่ห้อ ไลเบอร์รี่ ซึ่งเป็นกระเป๋าที่ดารา ฮอลลีวูด ใช้ออกงาน และเนื่องจากค่าแรงที่สหรัฐอเมริกาสูงขึ้นทำให้ต้องย้ายฐานการผลิตมาที่ประเทศไทย โดยจำเป็นต้องมาติดต่อบริษัท บิวตี้

เจมส์สโตน บริเวณริมถนนสาทรอยู่ปีละ 2 ถึง 3 ครั้ง เนื่องจากต้องมาควบคุมงานผลิตต้นแบบที่จะออกปีละ 2 ครั้ง โดยจะมาอยู่ครั้งละ 3 อาทิตย์ ถึง 1 เดือน โดยมากจะเดินทางมากับผู้จัดการทั่วไป โดยจะพักคนละห้อง และบริษัท บิวตี้ เจมส์สโตน เป็นผู้จ่ายค่าที่พัก ส่วนค่าเดินทาง บริษัท ไลเบอร์รี่ เป็นผู้ออกเอง

ตารางที่ 5-4 กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก (Primary)
กลุ่มลูกค้าที่มาติดต่อบริษัทในระยะ (Awareness) 1 กิโลเมตร

เกณฑ์รายได้ครัวเรือน	เกณฑ์ภูมิศาสตร์	เกณฑ์อาชีพ	เกณฑ์วิถีชีวิตครอบครัว	เกณฑ์ขนาดและประเภทของครอบครัว
ยินดีจ่ายค่าเช่าร้อยละ 20 ของรายได้ (รายได้เดือนละ 180,000 ขึ้นไป)	คนที่มีสถานที่ทำงาน/ที่อยู่อาศัยบริเวณ สยาม-สาทร-พระรามสี่	ผู้บริหารระดับสูงชาวไทยและชาวต่างชาติของบริษัท	การแยกตัวจากบ้านของคนหนุ่มสาว	โสด เป็นคนที่ยังไม่แต่งงานและอยู่คนเดียว
ยินดีจ่ายค่าเช่าร้อยละ 25 ของรายได้ (รายได้เดือนละ 140,000 ขึ้นไป)	กลุ่มคนที่มาติดต่อสถานที่ทำงานหรือทำธุระ ในบริเวณ สยาม-สาทร-พระรามสี่	ลูกค้าชาวต่างชาติของบริษัทในระยะ Awareness 1 กิโลเมตร	การแต่งงานสร้างครอบครัวของคู่แต่งงานใหม่	ครอบครัวเดี่ยว ไม่มีลูก
ยินดีจ่ายค่าเช่าร้อยละ 32.9 ของรายได้ (รายได้เดือนละ 100,000 ขึ้นไป)	กลุ่มคนที่เข้าให้ลูกหลานพักอาศัยใกล้โรงเรียน	พนักงานบริษัทระดับกลาง-สูง ที่ถูกย้ายมาทำงานในประเทศไทย	ครอบครัวที่มีลูกเล็กๆ	ครอบครัวเดี่ยวมีลูก
		เจ้าของกิจการชาวไทย/ต่างชาติและกลุ่มอาชีพอิสระ	ครอบครัวมีลูกวัยรุ่น	ครอบครัวขยาย เป็นครอบครัวที่มีคนตั้งแต่ 2 คน
		แพทย์/พยาบาล ในระยะ Awareness 1 กิโลเมตร	ลูกเป็นผู้ใหญ่และแยกครอบครัว	
		เจ้าหน้าที่ชาวต่างชาติของสถานทูตที่อยู่ในระยะ Awareness 1 กิโลเมตร	ครอบครัวโน้มน้ำลาย	

5.3.2.2 กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรอง (Secondary) กลุ่มเจ้าหน้าที่ชาวต่างชาติของสถานทูตระยะ (Awareness) 1 กิโลเมตร
กลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มที่มีรายได้สูง โดยจะเป็นชาวต่างชาติ ซึ่งทำงานอยู่สถานทูตในระยะ (Awareness) 1 กิโลเมตร โดยมีสัญญาประจำสถานทูตเป็นเวลา 2 ถึง 3 ปี จึงย้ายไปประจำที่ประเทศอื่น โดยเป็นกลุ่มที่มีครอบครัวเดี่ยว มีลูกเล็กๆ จนถึงลูกวัยรุ่น หากเป็นกลุ่มลูกวัยรุ่นจะไม่ได้อยู่กับผู้ปกครองที่ประเทศไทย แต่จะมาเยี่ยมเป็นครั้งคราว โดยกลุ่มนี้จะต้องการห้องขนาดใหญ่ ประมาณ 2 ถึง 3 ห้องนอน เนื่องจากต้องการเพื่อนในกรณีเพื่อนมาหาหรือญาติมาหาจากตะวันตก โดยจะทำสัญญาระยะยาว มีรถประจำตำแหน่ง

(1) ตัวอย่างกลุ่มเป้าหมายรอง (Secondary)

คุณ เดวิด สจ๊วต อายุ 42 ปี สัญชาติ ออสเตรเลีย สถานภาพ แต่งงาน ครอบครัวเดี่ยวลูกอยู่ในช่วงวัยรุ่นอาชีพ ผู้ช่วยท่านทูตประจำประเทศไทย ฝ่ายทั่วไป เงินเดือน 6,000 เหรียญสหรัฐ มีหน้าที่ดูแลและตรวจตราสถานทูตและช่วยงานกิจกรรมทั่วไปของสถานทูต โดยในเวลา

ว่างชอบอ่านหนังสือและดูทีวีกับครอบครัว มีเพื่อนหรือญาติจากประเทศออสเตรเลียมาเยี่ยมและพักด้วยเป็นประจำ โดยลูกสาวเรียนอยู่ที่ประเทศออสเตรเลีย ภรรยาจะบินไปเยี่ยมลูกสาวอยู่ปีละ 5 ถึง 6 ครั้ง

ตารางที่ 5-5 กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรอง (Secondary) กลุ่มเจ้าหน้าที่ต่างประเทศประจำสถานทูต

เกณฑ์รายได้ครัวเรือน	เกณฑ์ภูมิศาสตร์	เกณฑ์อาชีพ	เกณฑ์วิถีชีวิตครอบครัว	เกณฑ์ขนาดและประเภทของครอบครัว
ยินดีจ่ายค่าเช่าร้อยละ 20 ของรายได้ (รายได้เดือนละ 180,000 ขึ้นไป)	กลุ่มคนที่มาติดต่อสถานที่ทำงานหรือทำธุระ ในบริเวณ สยาม-สาทร-พระรามสี่	ผู้บริหารระดับสูงชาวไทยและชาวต่างชาติของบริษัท	การแยกตัวจากบ้านของคนหนุ่มสาว	โสด เป็นคนที่ยังไม่แต่งงานและอยู่คนเดียว
ยินดีจ่ายค่าเช่าร้อยละ 25 ของรายได้ (รายได้เดือนละ 140,000 ขึ้นไป)	คนที่มีสถานที่ทำงาน/ที่อยู่อาศัยบริเวณ สยาม-สาทร-พระรามสี่	เจ้าหน้าที่ชาวต่างชาติของสถานทูตที่อยู่ในระยะ Awareness 1 กิโลเมตร	ลูกเป็นผู้ใหญ่และแยกครอบครัว	ครอบครัวเดี่ยว ไม่มีลูก
ยินดีจ่ายค่าเช่าร้อยละ 32.9 ของรายได้ (รายได้เดือนละ 100,000 ขึ้นไป)	กลุ่มคนที่เข้าไปลูกหลานพักอาศัยใกล้โรงเรียน	พนักงานบริษัทระดับกลาง-สูง ที่ถูกย้ายมาทำงานในประเทศไทย	ครอบครัวที่มีลูกเล็กๆ	ครอบครัวเดี่ยวมีลูก
		ลูกค้าชาวต่างชาติของบริษัทในระยะ Awareness 1 กิโลเมตร	ครอบครัวมีลูกวัยรุ่น	ครอบครัวขยาย เป็นครอบครัวที่มีคนตั้งแต่ 2 คน
		แพทย์/พยาบาล ในระยะ Awareness 1 กิโลเมตร	การแต่งงานสร้างครอบครัวของคู่แต่งงานใหม่	
		เจ้าของกิจการชาวไทย/ต่างชาติและกลุ่มอาชีพอิสระ	ครอบครัวในวัยปลาย	

5.4 คู่แข่ง (Competitor)

การวิเคราะห์คู่แข่งเป็นสิ่งที่สำคัญ เนื่องจาก การที่ผู้บริโภคจะเปลี่ยนมาซื้อสินค้าหรือบริการของผู้ประกอบการเจ้าใหม่ จำเป็นต้องให้สิ่งที่ดีกว่า เพื่อให้เกิดการตลาดงใช้และเกิดการบริโภคซ้ำ โดยการวิเคราะห์นั้นจะสามารถวิเคราะห์ภาพรวมของพื้นที่ในเบื้องต้น และลงรายละเอียดถึงคู่แข่งหลักและคู่แข่งรอง โดยในการวิเคราะห์คู่แข่งในระยะ (Awareness) 1 กิโลเมตรรอบโครงการ จะเน้นวิเคราะห์เบื้องต้น ในสองส่วนคือ ราคาและ ขนาดห้องพัก (ตารางเมตร)

5.4.1 ราคา

ราคาของเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ ในระยะ (Awareness) 1 กิโลเมตร รอบโครงการ จะมีช่วงระดับราคา (ของห้องขนาดต่ำสุดของโครงการคู่แข่ง) (ดูได้จากภาพที่ 5-5) ดังต่อไปนี้

5.4.1.1 ระดับราคาต่ำสุด เดือนละ 55,000 บาท

5.4.1.2 ระดับราคาสูงสุด เดือนละ 85,000 บาท

5.4.1.3 ระดับราคาเฉลี่ย เดือนละ 63,738 บาท

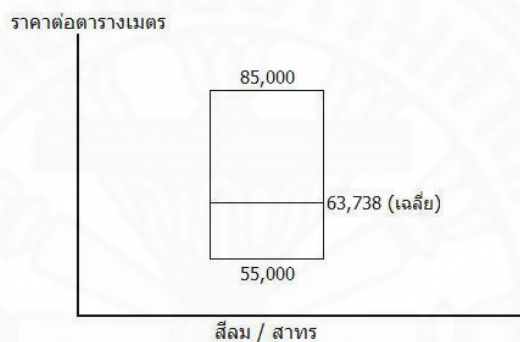
5.4.2 ขนาดห้องพัก

ขนาดห้องพักของเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ ในระยะ (Awareness) 1 กิโลเมตร รอบโครงการ จะมีช่วงขนาดของห้องพัก (ของห้องขนาดต่ำสุดของโครงการคู่แข่ง) (ดูได้จากภาพที่ 5-6) ดังต่อไปนี้

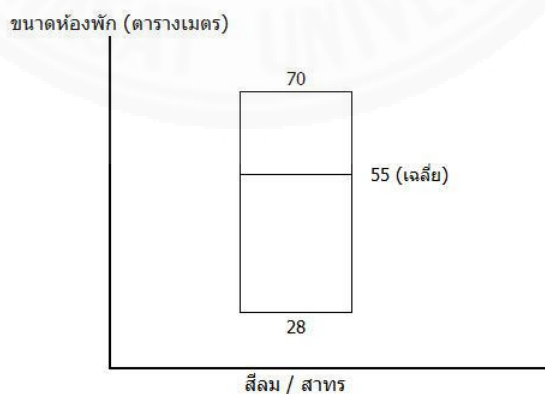
5.4.2.1 ขนาดห้องพักต่ำสุด 28 ตารางเมตร

5.4.2.2 ขนาดห้องพักสูงสุด 70 ตารางเมตร

5.4.2.3 ขนาดห้องพักเฉลี่ย 53 ตารางเมตร



ภาพที่ 5-5 ระดับราคาห้องพักของเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ในระยะ (Awareness) 1 กิโลเมตร



ภาพที่ 5-6 ขนาดห้องพักของเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ในระยะ (Awareness) 1 กิโลเมตร

5.4.3 ลักษณะจุดเด่นและจุดขายของเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ในพื้นที่ต่างๆ

การวิเคราะห์จุดเด่นและลักษณะจุดขายของเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ในพื้นที่ต่างๆ จะทำให้ผู้พัฒนาโครงการสามารถมองเห็นภาพรวมของตลาดในบริเวณต่างๆ และสามารถมองเห็นถึงลักษณะครอบครัวและพฤติกรรมผู้บริโภค

5.4.3.1 พื้นที่สีลม สาทร

เป็นพื้นที่ที่มีความหนาแน่นของประชากรสูง มีอาคารสำนักงานหนาแน่นโดยเฉพาะอาคารเกรด เอ ที่มีผู้เช่าอาคารสำนักงานเป็นบริษัทต่างชาติจากหลายประเทศ มีโรงแรมที่สำคัญอยู่หลายแห่งโดยเฉพาะโรงแรม 5 ดาว โดยเป็นพื้นที่ที่มีโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญผ่าน 2 เส้นคือ รถไฟฟ้า และ รถไฟฟ้าใต้ดิน และได้ถูกจัดเป็นพื้นที่ใจกลางของศูนย์กลางเศรษฐกิจ Core CBD, Core Central Business District (ฝ่ายวิจัย บริษัท CB Richard Ellis ประเทศไทย)

โดยในพื้นที่บริเวณนี้ จะเป็นจุดที่มีเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ขนาดใหญ่เพื่อรองรับบริษัทต่างชาติอยู่มากมาย เช่น เออบาน่า สาทร แมริออท วิสต้า สาทร เป็นต้น แต่เนื่องจากเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ในพื้นที่เป็นอาคารที่ปลูกมาก่อนช้านาน จึงทำให้ขนาดห้องเป็นขนาดใหญ่เกือบทั้งสิ้น ซึ่งด้วยราคาที่ดินและพฤติกรรมผู้บริโภค อีกทั้งค่าครองชีพที่สูงขึ้น ทำให้ช่วงระยะ 2-3 ปีที่ผ่านมา ห้องขนาดเล็กจะสามารถขึ้นราคาต่อตารางเมตรได้ดีกว่าห้องขนาดใหญ่ และมีอัตราการเข้าพักที่ดีกว่า อาจจะมาจกในพื้นที่มี อุปทานน้อยไม่เพียงพอต่ออุปสงค์

5.4.3.2 พื้นที่สุขุมวิทช่วงต้น

เป็นพื้นที่ที่สำคัญของกรุงเทพมหานคร โดยเป็นแหล่งที่มีกำลังซื้อสูง เป็นพื้นที่ที่อยู่อาศัยหนาแน่นและเป็นพื้นที่ที่มีการเติบโตของราคาที่ดินสูงที่สุดในประเทศไทย โดยจะเริ่มตั้งแต่บริเวณ สุขุมวิท ซอย 1 ถึง สุขุมวิท ซอย 24 โดยในช่วงสุขุมวิท ซอย 1 ถึงซอย 21 จะเป็นจุดที่อยู่อาศัยหนาแน่นของชาวต่างชาติของกลุ่มอินเดีย และจากสุขุมวิท ซอย 21 ถึงซอย 55 จะเป็นที่อยู่อาศัยหนาแน่นของชาวต่างชาติแถบยุโรป และโดยเฉพาะชาวญี่ปุ่นที่จะอยู่อาศัยหนาแน่นมากในช่วงซอย 24 และซอย 55 ซึ่งบริเวณนี้ถูกจัดให้เป็นบริเวณเขตศูนย์กลางเศรษฐกิจของกรุงเทพมหานคร (Bangkok CBD: Bangkok Central Business District)

โดยในบริเวณนี้จะเป็นจุดที่มีเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ หนาแน่นมากที่สุด โดยอาคารที่เก่า จะมีขนาดห้องที่ใหญ่กว่าอาคารใหม่ ขนาดห้องที่ต้องการมากที่สุดคือขนาด 1 ถึง 2 ห้องนอน และ สตูดิโอ โดยเฉพาะผู้เช่าชาวญี่ปุ่น แต่ด้วยการเติบโตของที่พักอาศัยประเภท คอนโดมิเนียมและการก่อสร้างอพาร์ทเมนท์ที่ค่อนข้างมาก ทำให้ในช่วงปีล่าสุด อัตราการเข้าพักของบริเวณสุขุมวิทตอนต้นมีอัตราการเข้าพักที่ต่ำกว่าพื้นที่ Core CBD (บริษัท Collier ประเทศไทย, กรกฎาคม 2557)

5.4.3.3 พื้นที่บริเวณรอบสวนลุมพินี

เป็นพื้นที่ที่สำคัญและเป็นแหล่งศูนย์กลางเศรษฐกิจของประเทศไทย และเป็นพื้นที่ที่ราคาที่อยู่อาศัยแพงที่สุดแห่งหนึ่งของประเทศ เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีกรรมสิทธิ์สมบูรณ์ (Freehold) อยู่บ่อยมาก โดยผู้พักอาศัยในบริเวณนี้จะเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง และเป็นกลุ่มชาวต่างชาติจากหลายชาติ โดยเฉพาะยุโรป เป็นต้น ซึ่งในบริเวณนี้ได้ถูกจัดเป็นพื้นที่ใจกลางของศูนย์กลางเศรษฐกิจ Core CBD, Core Central Business District (ฝ่ายวิจัย บริษัท CB Richard Ellis ประเทศไทย)

ในบริเวณนี้จะเป็นบริเวณที่มีเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ ไม่มากนัก เนื่องจากมีที่ดินเป็นกรรมสิทธิ์สมบูรณ์ค่อนข้างน้อย และเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ ในพื้นที่ มีสภาพค่อนข้างเก่า เนื่องจากไม่ค่อยมีอุปทานใหม่เข้ามาในตลาดจึงทำให้อัตราเช่าพักและราคาค่อนข้างจะดีกว่าในบริเวณอื่นๆ (บริษัท Collier ประเทศไทย, กรกฎาคม 2557)

ตารางที่ 5-6 สรุปคู่แข่งในพื้นที่ สีสลม / สาทร

สีลม/สาทร

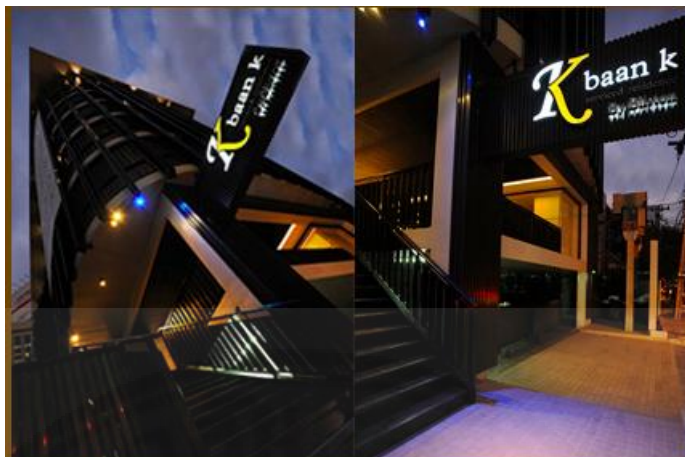
Project	Location	ขนาดห้องเล็กสุด	ขนาดห้องใหญ่สุด	Total room	จำนวนที่จอดรถ	ราคาต่อเดือน ขนาดห้องเล็กสุด	ราคาต่อตาราง เมตร	ปีที่ก่อสร้าง
บ้านแค	สาทร ซอย 2	40	80	28	16	54,498	1,362	2010
สิริสาทร	ศาลาแดง	60	200	111	68	70,000	1,167	1999
บัญชาคารา	ศาลาแดง	28	130	190	86	55,000	1,964	2005
แอทฮิส	ศาลาแดง	43	130	69	18	58,000	1,349	2004
แมริออท สาทร	สาทร ซอย 3	65	100	186	165	85,000	1,308	2009
เออร์บาน่า สาทร	ริมถนน สาทร	65	180	156	226	63,000	969	2007
ซัมเมอร์เซ็ท	สาทร ซอย 3	70	120	235	166	60,670	867	2005
เฉลี่ย						63,738	1,284	

5.4.4 คู่แข่งในพื้นที่ สีสลม / สาทร

5.4.4.1 คู่แข่งหลัก

คู่แข่งหลักในพื้นที่ สีสลม / สาทร (ในระยะ (Awareness) 1 กิโลเมตร) ที่มีบริบทใกล้เคียงกับโครงการที่ศึกษานั้น จะมีอยู่ 7 โครงการ ที่เป็นเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ โดยเฉพาะโครงการที่มีห้องขนาด Studio และ ขนาด 1 ห้องนอน โดยจะสามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

(1) บ้านเค เรสซิเดนซ์ บาย บริสตัน กรุงเทพ



ภาพที่ 5-7 ด้านหน้าโครงการบ้านเค เรสซิเดนซ์ บาย บริสตัน กรุงเทพ

1. ผู้บริหารโครงการ Bliston Property Management Co., Ltd.
(Baan k Residence , 2014)

2. สถานที่ตั้งโครงการ 12/1 สาทรซอย 2 ถนนสาทรเหนือ เขตสีลม
แขวงบางรัก กรุงเทพ 10500 ประเทศไทย

3. ลักษณะอาคาร เป็นอาคารสูง 8 ชั้น โดยเป็นพื้นที่จอดรถ ชั้นที่ 1
และชั้นที่ 2 เป็นพื้นที่ส่วนกลาง โดยพื้นที่พักอาศัยจะเริ่มตั้งแต่ชั้นที่ 3 เป็นต้นไป
จำนวนช่องจอดรถ : 16 คัน (ร้อยละ 57 ของห้องพัก)

4. ปีที่ก่อสร้าง คือ ปี 2010

โครงการบ้านเค เรสซิเดนซ์ บาย บริสตัน กรุงเทพ เป็นโครงการที่มี
จำนวนห้องพักไม่มาก รับคนพักเป็นรายวันและรายเดือน โดยมีห้องพักทั้งสิ้น 28 ห้อง โดยมีอัตราการ
เข้าพักที่ร้อยละ 85 โดยกลุ่มลูกค้าหลักจะเป็นชาวญี่ปุ่น เกาหลี จีน และชาวยุโรป โดยมีห้องพักทั้งสิ้น
3 ขนาด คือ (ดูได้จากตารางที่ 5-7)

ตารางที่ 5-7 สรุปขนาดและราคาของโครงการบ้านเค เรสซิเดนซ์

จำนวนห้องนอน	จำนวนตารางเมตร	ค่าเช่าต่อเดือน	ตารางเมตรละ
1 ห้องนอน	40	54,498	1,362
1 ห้องนอน	50	65,000	1,300
1 ห้องนอน	60	75,000	1,250
	เฉลี่ย	64,833	1,304

โดยมีค่าเช่าขนาด 1 ห้องนอน 40 ตารางเมตร ต่อเดือนที่ 54,498 บาท หรือตารางเมตรละ 1,362 บาท

หากมองในราคาเช่าต่อเดือน ที่เดือนละ 54,498 บาท จะเป็นระดับราคามาตรฐานของเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ในพื้นที่ ราคาไม่ได้สูงหรือต่ำกว่าคู่แข่ง สิ่งอำนวยความสะดวกไม่ได้มีมาก เน้นการตกแต่งแบบทันสมัย โดยที่มีค่าบริการรักษาต่ำ สิ่งที่ทำให้ประสบความสำเร็จของโครงการ คือ ที่ตั้ง

(2) โครงการสิริ สาทร์



ภาพที่ 5-8 ด้านหน้าโครงการ สิริสาร์ท

1. ผู้บริหารโครงการ Siri Sathorn Co., Ltd. (บริษัทลูกของ Smooth E) (Siri Sathorn, 2014)
2. สถานที่ตั้งโครงการ 27 ซอยศาลาแดง 1 ถนนศาลาแดง เขตสีลม แขวง บางรัก กรุงเทพฯ 10500 ประเทศไทย
3. ลักษณะอาคาร เป็นอาคารสูง 19 ชั้น โดยเป็นพื้นที่จอดรถ ชั้นใต้ดิน โดยพื้นที่พักอาศัยจะเริ่มตั้งแต่ชั้นที่ 2 เป็นต้นไป
4. จำนวนช่องจอดรถ 68 คัน (ร้อยละ 61 ของห้องพัก)
5. ปีที่ก่อสร้าง คือ ปี 1999

โครงการสิริสาร์ท เป็นโครงการในพื้นที่ที่เก่าที่สุด ที่มีจำนวนห้องพักปานกลาง รับผู้มาพักเป็นรายวันและรายเดือน โดยมีห้องพักทั้งสิ้น 111 ห้อง โดยมีอัตราการเข้าพักที่ร้อยละ 75 โดยกลุ่มลูกค้าหลักจะเป็นชาวญี่ปุ่น ชาวยุโรป และคนไทย โดยมีห้องพักทั้งสิ้น 7 ขนาด คือ (ดูได้จากตารางที่ 5-8)

ตารางที่ 5-8 สรุปขนาดและราคาของโครงการสิริ สาทร์

จำนวนห้องนอน	จำนวนตารางเมตร	ค่าเช่าต่อเดือน	ตารางเมตรละ
1 ห้องนอน	60	70,000	1,167
1 ห้องนอน	70	76,500	1,093
1 ห้องนอน	95	94,160	991
2 ห้องนอน	100	105,930	1,059
2 ห้องนอน	110	111,815	1,017
2 ห้องนอน	150	145,000	967
2 ห้องนอน	200	189,000	945
	เฉลี่ย	113,201	1,034

โดยมีค่าเช่าขนาด 1 ห้องนอน 60 ตารางเมตร ต่อเดือนที่ 70,000 บาท หรือตารางเมตรละ 1,167 บาท

หากมองในราคาเช่าต่อเดือน ที่เดือนละ 70,000 บาท จะเป็นระดับราคาค่อนข้างสูงของเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ขนาด 1 ห้องนอนในพื้นที่ โดยเป็นโครงการที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน และข้อได้เปรียบในด้านทำเลที่ตั้ง ที่ใกล้สี่ลุ่มมากกว่าโครงการอื่น

(3) โครงการปัญญาตรา



ภาพที่ 5-9 ด้านหน้าโครงการ ปัญญาตรา

1. ผู้บริหารโครงการ : Bandara Group (ปัญญาตรา, 2014)
2. สถานที่ตั้งโครงการ : 75/1 ซอยศาลาแดง 1 ถนนศาลาแดง เขตสีลม แขวงบางรัก กรุงเทพฯ 10500 ประเทศไทย
3. ลักษณะอาคาร : เป็นอาคารสูง 17 ชั้น และอาคารสูง 27 ชั้น โดยเป็นพื้นที่จอดรถ ชั้น 1 รอบอาคารและบนดาดฟ้าจอดรถ โดยพื้นที่พักอาศัยจะเริ่มตั้งแต่ชั้นที่ 3 เป็นต้นไป
4. จำนวนช่องจอดรถ : 86 คัน (ร้อยละ 45 ของห้องพัก)
5. ปีที่ก่อสร้าง คือ ปี 2005

โครงการบัญชาตรา เป็นโครงการที่เปลี่ยนชื่อจากอาคารเดิมคือ ซินแฮส และได้รับการปรับปรุงตกแต่งภายใน โดยทำห้องให้มีขนาดเล็กลงเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด มีห้องพักจำนวนมากสำหรับผู้มาพักเป็นรายวันและรายเดือน โดยมีห้องพักทั้งสิ้น 190 ห้อง โดยมีอัตราการเข้าพักที่ร้อยละ 75 โดยกลุ่มลูกค้าหลักจะเป็นชาวญี่ปุ่น และชาวยุโรป โดยมีห้องพักทั้งสิ้น 4 ขนาด คือ (ดูได้จากตารางที่ 5-9)

ตารางที่ 5-9 สรุปขนาดและราคาของโครงการบัญชาตรา

จำนวนห้องนอน	จำนวนตารางเมตร	ค่าเช่าต่อเดือน	ตารางเมตรละ
1 ห้องนอน	28	55,000	1,964
1 ห้องนอน	55	65,000	1,182
2 ห้องนอน	88	75,000	852
2 ห้องนอน	130	N/A	N/A
	เฉลี่ย	65,000	1,333

โดยมีค่าเช่าขนาด 1 ห้องนอน(Studio) 28 ตารางเมตร ต่อเดือนที่ 55,000 บาท หรือตารางเมตรละ 1,964 บาท

หากมองในราคาเช่าต่อเดือน ที่เดือนละ 55,000 บาท จะเป็นระดับราคาค่อนข้างสูงของเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ ขนาด 28 ตารางเมตร (Studio 1 ห้องนอน) แต่ในพื้นที่มีความต้องการของขนาด Studio ค่อนข้างสูง และในอดีต มีอุปทานในตลาดของห้อง Studio ค่อนข้างน้อย ทำให้โครงการบัญชัตรามองเห็นช่องทางจึงได้ปรับปรุงอาคารในปี 2013 ให้มีห้องพักขนาด 28 ตารางเมตรมากขึ้น และค่อนข้างประสบความสำเร็จโดยสามารถทำราคาต่อตารางเมตรได้ดีและอัตราการเข้าพักที่สูงของขนาดห้อง Studio โดยกลุ่มคนที่มาพักส่วนมากจะเป็นกลุ่มชาวญี่ปุ่น ภาพรวมของโครงการมีสิ่งอำนวยความสะดวกค่อนข้างครบครัน และมีข้อได้เปรียบในด้านทำเลที่ตั้ง ที่ใกล้สี่ม

(4) โครงการแอทฮิส ศาลาแดง



ภาพที่ 5-10 ด้านหน้าโครงการ แอทฮิส ศาลาแดง

1. ผู้บริหารโครงการ Aetas Group (Aetas Group, 2014)

2. สถานที่ตั้งโครงการ 5 ซอยศาลาแดง 1 ถนนศาลาแดง เขตสีลม แขวง บางรัก กรุงเทพฯ 10500 ประเทศไทย

3. ลักษณะอาคาร เป็นอาคารสูง 9 ชั้น โดยเป็นพื้นที่จอดรถ ชั้นใต้ดิน โดยพื้นที่พักอาศัยจะเริ่มตั้งแต่ชั้นที่ 2 เป็นต้นไป

4. จำนวนช่องจอดรถ 18 คัน (ร้อยละ 26 ของห้องพัก)

5. ปีที่ก่อสร้าง คือ ปี 2004

โครงการแอทอิส ศาลาแดง เป็นโครงการที่เปลี่ยนชื่อจากอาคารเดิมคือ เซ็นเตอร์ พ้อยท์ ศาลาแดง ซึ่งกลุ่ม Aetas ได้เข้าซื้อกิจการการกลุ่ม Quality House เมื่อปี 2013 และได้รับการปรับปรุงตกแต่งภายใน โดยมีห้องพักทั้งสิ้น 69 ห้อง โดยทางกลุ่ม Aetas ต้องการปรับเปลี่ยนขนาดห้องพักให้เล็กลงและเพิ่มจำนวนห้องเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด แต่ติดปัญหาเรื่องกฎหมายในส่วนจำนวนที่จอดรถ และเรื่องโครงสร้างของอาคารทำให้ไม่สามารถปรับปรุงได้ตามที่ต้องการ โดยในปัจจุบันมีอัตราการเข้าพักที่ร้อยละ 95 โดยกลุ่มลูกค้าหลักจะเป็นชาวญี่ปุ่น โดยมีห้องพักทั้งสิ้น 4 ขนาด คือ (ดูได้จากตารางที่ 5-10)

ตารางที่ 5-10 สรุปขนาดและราคาของโครงการแอทอิส ศาลาแดง

จำนวนห้องนอน	จำนวนตารางเมตร	ค่าเช่าต่อเดือน	ตารางเมตรละ
1 ห้องนอน	30	55,000	1,833
1 ห้องนอน	43	65,000	1,512
1 ห้องนอน	50	72,000	1,440
2 ห้องนอน	103	110,000	1,068
	เฉลี่ย	75,500	1,463

โดยมีค่าเช่าขนาด 1 ห้องนอน 43 ตารางเมตร ต่อเดือนที่ 58,000 บาท หรือตารางเมตรละ 1,348 บาท

หากมองในราคาเช่าต่อเดือน ที่เดือนละ 58,000 บาท จะเป็นระดับราคาตลาดของเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ ของขนาด 43 ตารางเมตร ภาพรวมของโครงการมีสิ่งอำนวยความสะดวกค่อนข้างครบครันของขนาดอาคาร 8 ชั้น และมีข้อได้เปรียบในด้านทำเลที่ตั้ง ที่ใกล้แหล่งงานที่สำคัญ

(5) โครงการแมริออท สาทร์ วิสต้า



ภาพที่ 5-11 โครงการ แมริออท สาทร์ วิสต้า

1. ผู้บริหารโครงการ Marriott Group (Marriott Group, 2014)
2. สถานที่ตั้งโครงการ 1 สาทร์ซอย 3 ถนนสาทรใต้ เขตสาทร แขวงทุ่งมหาเมฆ กรุงเทพฯ 10120 ประเทศไทย
3. ลักษณะอาคาร เป็นอาคารสูง 32 ชั้น พื้นที่จอดรถ อยู่บนอาคาร โดยพื้นที่พักอาศัยจะเริ่มตั้งแต่ชั้นที่ 7 เป็นต้นไป
4. จำนวนช่องจอดรถ 165 คัน (ร้อยละ 88 ของห้องพัก)
5. ปีที่ก่อสร้าง คือ ปี 2009

โครงการแมริออท สาทร์ เป็นโครงการที่บริหารโดย Marriott Group มีจำนวนห้องพักทั้งสิ้น 186 ห้อง โดยในปัจจุบันมีอัตราการเข้าพักที่ร้อยละ 80 โดยกลุ่มลูกค้าหลักจะเป็นชาวญี่ปุ่นและยุโรป ซึ่งจะเป็นกลุ่มที่ทำสัญญาเช่าในรูปแบบ Cooperate โดยมีห้องพักทั้งสิ้น 5 ขนาด คือ (ดูได้จากตารางที่ 5-11)

ตารางที่ 5-11 สรุปขนาดและราคาของโครงการแมริออท สาทร์

จำนวนห้องนอน	จำนวนตารางเมตร	ค่าเช่าต่อเดือน	ตารางเมตรละ
1 ห้องนอน	65	85,000	1,308
1 ห้องนอน	75	96,000	1,280
2 ห้องนอน	100	150,000	1,500
3 ห้องนอน	130	180,000	1,385
3 ห้องนอน	165	190,000	1,152
	เฉลี่ย	140,200	1,325

โดยมีค่าเช่าขนาด 1 ห้องนอน 65 ตารางเมตร ต่อเดือนที่ 85,000 บาท หรือตารางเมตรละ 1,307 บาท

หากมองในราคาเช่าต่อเดือน ที่เดือนละ 85,000 บาท จะเป็นระดับราคาตลาดของเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ ที่ราคาค่อนข้างสูง แต่หากมองเป็นราคาต่อตารางเมตร ถือว่าเป็นราคาที่ไม่ได้สูงกว่าตลาด ภาพรวมของโครงการมีสิ่งอำนวยความสะดวกค่อนข้างครบครัน และมีข้อได้เปรียบในด้านการบริหารโครงการ โดยใช้เครือ Marriott

(6) โครงการเออร์บาน่า สาทร



ภาพที่ 5-12 โครงการ เออร์บาน่า สาทร

1. ผู้บริหารโครงการ Urbana Hospitality (Urbana Group, 2014)
2. สถานที่ตั้งโครงการ 55 ถนนสาทรใต้ เขตสาทร แขวงทุ่งมหาเมฆ กรุงเทพฯ 10120 ประเทศไทย
3. ลักษณะอาคาร เป็นอาคารสูง 35 ชั้น พื้นที่จอดรถ อยู่บนอาคาร โดยพื้นที่ที่จอดรถจะเริ่มตั้งแต่ชั้นที่ 7 เป็นต้นไป
4. จำนวนช่องจอดรถ 226 คัน (1.44 เท่าของห้องพัก)
5. ปีที่ก่อสร้าง คือ ปี 2007

โครงการเออร์บาน่า สาทร เป็นโครงการที่บริหารโดย Urbana Group มีจำนวนห้องพักทั้งสิ้น 156 ห้อง โดยในปัจจุบันมีอัตราการเข้าพักที่ร้อยละ 90 โดยกลุ่มลูกค้าหลักจะเป็นชาวญี่ปุ่นและยุโรป ซึ่งจะเป็นกลุ่มที่ทำสัญญาเช่าในรูปแบบ Cooperate โดยมีห้องพักทั้งสิ้น 10 ขนาด คือ (ดูได้จากตารางที่ 5-12)

ตารางที่ 5-12 สรุปขนาดและราคาของโครงการเออร์บาน่า สาทร์

จำนวนห้องนอน	จำนวนตารางเมตร	ค่าเช่าต่อเดือน	ตารางเมตรละ
1 ห้องนอน	65	63,000	969
1 ห้องนอน	72	70,620	981
2 ห้องนอน	104	121,996	1,173
2 ห้องนอน	124	125,350	1,011
2 ห้องนอน	143	158,889	1,111
2 ห้องนอน	158	159,059	1,007
3 ห้องนอน	180	129,876	722
3 ห้องนอน	270	180,000	667
3 ห้องนอน	313	N/A	N/A
3 ห้องนอน	335	N/A	N/A
	เฉลี่ย	126,099	955

โดยมีค่าเช่าขนาด 1 ห้องนอน 65 ตารางเมตร ต่อเดือนที่ 63,000 บาท หรือตารางเมตรละ 969 บาท

หากมองในราคาเช่าต่อเดือน ที่เดือนละ 63,000 บาท จะเป็นระดับราคาตลาดของเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ ที่ราคาค่อนข้างสูง แต่หากมองเป็นราคาต่อตารางเมตร ถือว่าเป็นราคาที่ต่ำ ภาพรวมของโครงการมีสิ่งอำนวยความสะดวกค่อนข้างครบครัน และมีข้อได้เปรียบในด้านการบริหารโครงการ โดยใช้เครือ Urbana

(7) โครงการซัมเมอร์เซ็ท สาทร์



ภาพที่ 5-13 โครงการ ซัมเมอร์เซ็ท สาทร์

1. ผู้บริหารโครงการ The Ascott Limited (Ascott Group, 2014)
2. สถานที่ตั้งโครงการ 39 ซอยสวนพลู ถนนสาทรใต้ เขตสาทร แขวงทุ่งมหาเมฆ กรุงเทพฯ 10120 ประเทศไทย
3. ลักษณะอาคาร เป็นอาคารสูง 35 ชั้น พื้นที่จอดรถ อยู่บนอาคาร โดยพื้นที่พักอาศัยจะเริ่มตั้งแต่ชั้นที่ 6 เป็นต้นไป

4. จำนวนช่องจอดรถ 166 คัน (ร้อยละ 70 ของห้องพัก)

5. ปีที่ก่อสร้าง คือ ปี 2005

โครงการซัมเมอร์เซ็ท สาทร เป็นโครงการที่บริหารโดย Ascott Group มีจำนวนห้องพักทั้งสิ้น 235 ห้อง โดยในปัจจุบันมีอัตราการเข้าพักที่ร้อยละ 65 เนื่องจากมีการปรับปรุงโครงการ โดยกลุ่มลูกค้าหลักจะเป็นชาวญี่ปุ่นและยุโรป ซึ่งจะเป็นกลุ่มที่ทำสัญญาเช่าในรูปแบบ Cooperate โดยมีห้องพักทั้งสิ้น 6 ขนาด คือ (ดูได้จากตารางที่ 5-13)

ตารางที่ 5-13 สรุปขนาดและราคาของโครงการซัมเมอร์เซ็ท สาทร

จำนวนห้องนอน	จำนวนตารางเมตร	ค่าเช่าต่อเดือน	ตารางเมตรละ
1 ห้องนอน	70	60,670	867
1 ห้องนอน	80	77,656	971
2 ห้องนอน	100	89,443	894
2 ห้องนอน	120	100,000	833
2 ห้องนอน	120	105,000	875
3 ห้องนอน	240	120,000	500
	เฉลี่ย	92,128	823

โดยมีค่าเช่าขนาด 1 ห้องนอน 70 ตารางเมตร ต่อเดือนที่ 60,670 บาท หรือตารางเมตรละ 866 บาท

หากมองในราคาเช่าต่อเดือน ที่เดือนละ 60,670 บาท จะเป็นระดับราคาตลาดของเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ ในช่วงปานกลาง แต่หากมองเป็นราคาต่อตารางเมตร ถือว่าเป็นราคาที่ต่ำมาก ภาพรวมของโครงการมีสิ่งอำนวยความสะดวกค่อนข้างครบครัน และมีข้อได้เปรียบในด้านการบริหารโครงการ โดยใช้เครือ Ascott

5.4.4.2 คู่แข่งรอง

คู่แข่งรองในพื้นที่ สีลม / สาทร (ในระยะ (Awareness) 1 กิโลเมตร) ที่มีบริบทใกล้เคียงกับโครงการที่ศึกษานั้นจะเป็นทรัพย์กลุ่มโรงแรมที่นำมาปล่อยเช่ารายเดือน หรือเช่าเหมารายเดือน จะมีอยู่ 2 โครงการ (ในช่วงระดับราคาที่ไม่เกินเดือนละ 65,000 บาท)

(1) โรงแรมเซดอน สาทร



ภาพที่ 5-14 โรงแรมเซดอน สาทร

1. ผู้บริหารโครงการ Chaydon (Chaydon, 2014)
2. สถานที่ตั้งโครงการ 31 ถนนสาทรใต้ เขตสาทร แขวงทุ่งมหาเมฆ กรุงเทพมหานคร 10120 ประเทศไทย
3. ลักษณะอาคาร เป็นอาคารสูง 5 ชั้น พื้นที่จอดรถ อยู่ใต้อาคาร โดยพื้นที่พักอาศัยจะเริ่มตั้งแต่ชั้นที่ 2 เป็นต้นไป
4. ปีที่ก่อสร้าง 2008 (Renovate)

เซดอน สาทร เป็นโครงการที่บริหารโดย Chaydon Group ซึ่งจากเดิมใช้ Accor Group ในการบริหารภายใต้แบรนด์ All Season Hotel มีจำนวนห้องพักทั้งสิ้น 78 ห้อง โดยในปัจจุบันมีอัตราการเข้าพักที่ร้อยละ 65 โดยที่กลุ่มลูกค้าหลักจะเป็นชาวเอเชียระดับล่าง ซึ่งจะจองผ่านเว็บไซต์ Agoda และจากการสอบถามเนื่องจากโรงแรมมีราคาห้องพักที่ไม่แพงหากจะทำสัญญาเป็นรายเดือน ก็จะยื่นราคาตามรายวัน โดยมีห้องพักทั้งสิ้น 3 ขนาด คือ (ดูได้จากตารางที่ 5-14)

ตารางที่ 5-14 สรุปขนาดและราคาของโครงการเซดอน สาทร

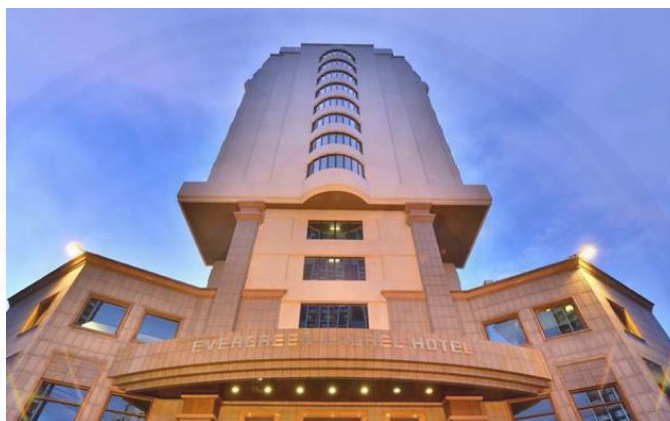
จำนวนห้องนอน	จำนวนตารางเมตร	ค่าเช่ารายวัน(Chaydon)	ค่าเช่าต่อเดือน	ตารางเมตรละ
1 ห้องนอน	22	849	25,470	1,158
1 ห้องนอน	28	1,150	34,500	1,232
1 ห้องนอน	30	1,550	46,500	1,550
	เฉลี่ย		35,490	1,313

โดยมีค่าเช่าขนาด 1 ห้องนอน 22 ตารางเมตร ราคาต่อเดือนที่ 25,470 บาท หรือตารางเมตรละ 1,158 บาท

หากมองในราคาเช่าต่อเดือน ที่เดือนละ 25,470 บาท จะเป็นระดับราคาที่ย่ำแย่ ภาพรวมของโครงการไม่ค่อยดีในสายต่านักท่องเที่ยว โครงการเก่าและไม่ได้ทำการปรับปรุง สะท้อนจากอัตราเข้าพักและราคาห้องพักที่ต่ำ โดยในปัจจุบันทางเจ้าของโครงการต้องการหาผู้มาเช่าสิทธิการเช่าต่อ

ซึ่งหากลูกค้ามองในแง่ราคาเพียงอย่างเดียว จะเป็นคู่แข่งหลัก แต่หากมองในเชิงคุณภาพ โครงการนี้ทำได้ต่ำกว่ามาตรฐานของโครงการอื่น

(2) โรงแรมเอเวอร์กรีน



ภาพที่ 5-15 โรงแรมเอเวอร์กรีน สาทร

1. ผู้บริหารโครงการ Evergreen International Hotel (Evergreen, 2014)
2. สถานที่ตั้งโครงการ 88 ถนนสาทรเหนือ เขตสีลม แขวงบางรัก กรุงเทพฯ 10500 ประเทศไทย
3. ลักษณะอาคาร เป็นอาคารสูง 15 ชั้น พื้นที่จอดรถ อยู่บนอาคาร อาคาร โดยพื้นที่พักอาศัยจะเริ่มตั้งแต่ชั้นที่ 2 เป็นต้นไป
4. ปีที่ก่อสร้าง คือ ปี 1993

โรงแรมเอเวอร์กรีน สาทร เป็นโครงการที่บริหารโดย Evergreen Group มีจำนวนห้องพักทั้งสิ้น 160 ห้อง โดยในปัจจุบันมีอัตราการเข้าพักที่ประมาณ ร้อยละ 68 โดยกลุ่มลูกค้าหลักจะเป็นชาวเอเชียระดับกลาง และกรุ๊ปทัวร์ และจากการสอบถามเนื่องจากโรงแรมมีราคาห้องพักที่ไม่แพงหากจะทำสัญญาเป็นรายเดือน ก็จะขึ้นราคาตามรายวัน โดยมีห้องพักทั้งสิ้น 5 ขนาด คือ (ดูได้จากตารางที่ 5-15)

ตารางที่ 5-15 สรุปขนาดและราคาของโครงการเอเวอร์กรีน สาทร

จำนวนห้องนอน	จำนวนตารางเมตร	ค่าเช่ารายวัน(Chaydon)	ค่าเช่าต่อเดือน	ตารางเมตรละ
1 ห้องนอน	36	1720	51,600	1,433
1 ห้องนอน	66	4842	145,260	2,201
1 ห้องนอน	69	5522	165,660	2,401
1 ห้องนอน	72	6,372	191,160	2,655
1 ห้องนอน	108	N/A	N/A	N/A
	เฉลี่ย		138,420	2,173

โดยมีค่าเช่าขนาด 1 ห้องนอน 36 ตารางเมตร ราคาต่อเดือนที่ 51,600 บาท หรือตารางเมตรละ 1,433บาท

หากมองในราคาเช่าต่อเดือน ที่เดือนละ 51,600 บาท จะเป็นระดับราคาที่ปานกลาง ภาพรวมของโครงการ เป็นโครงการเก่าและไม่ได้ทำการปรับปรุงที่ดีเท่าที่ควร สะท้อนได้จากอัตราเข้าพักและราคาห้องพักที่ต่ำ

ซึ่งโรงแรมเอเวอร์กรีนเป็นอีกตัวเลือกของลูกค้าที่จะใช้บริการ โดยเฉพาะระยะสั้นและเดินทางเพียงคนเดียว โดยมีราคาค่อนข้างถูกในห้องขนาดเล็ก แต่จะมีข้อเสียอยู่ที่ค่อนข้างไกลจากแหล่งงาน และในปัจจุบัน โรงแรมเน้นรับลูกค้ากลุ่มบริษัททัวร์มากขึ้นจากเดิม ซึ่งจะทำให้เกิดปัญหาในเรื่องการควบคุมความเรียบร้อยและปัญหาทางด้านเสียงดังต่างๆเป็นต้น

ตารางที่ 5-16 เปรียบเทียบข้อดีและข้อเสียของแต่ละโครงการ

ข้อดี	Platform	บ้านเค	สิริสาทร	บัญชาตรา	แอทฮิล	แบริออต	เออร์บาน่า	ซัมเมอร์เซ็ท	โรงแรมเชดอน	เอเวอร์กรีน
1.โครงการใหม่	o	o	x	x	x	x	x	x	x	x
2.อยู่ใกล้แหล่งงานและพื้นที่หนาแน่น	o	o	o	o	o	x	x	x	x	x
3.มีฐานลูกค้าหนาแน่น	x	x	o	o	x	o	o	o	x	x
4.ทำเลดี อยู่ริมถนน	o	x	x	x	x	x	o	x	o	o
5.ห้องขนาดใหญ่ราคาไม่แพง	x	x	o	o	x	x	o	o	x	x
6.สิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน	o	x	o	x	x	o	o	o	x	o
7.อยู่ใกล้ถนนสีลม	x	x	o	o	x	x	x	x	x	x
8.มีห้องตรงกับตลาด ทำราคาต่อตารางเมตรได้ดี	o	o	x	o	o	o	x	x	x	x
9.ได้กลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อ	o	o	o	o	o	o	o	x	x	x
10.บริหารโดย Local Chain	x	o	x	o	o	x	x	x	x	x
11.บริหารโดย International Chain	x	x	o	x	x	o	o	o	o	o
12.กลุ่มลูกค้าไม่ใช่ที่จอดรถ	o	o	x	x	o	x	x	x	x	x
13.โครงการมีการปรับปรุงอาคารที่ดี	o	o	x	x	o	o	o	x	x	x
14.มีที่จอดรถมากสำหรับปล่อยเช่า	x	x	x	x	x	o	o	o	x	o
15.เป็นอาคารสูงได้วิวดี	x	x	o	o	x	o	o	o	x	o
16.พนักงานมีความเป็นมืออาชีพ	o	x	x	x	x	o	o	o	x	o
17.บริการระดับโรงแรม	x	x	x	x	x	o	x	o	o	o
18.เป็นโรงแรมแต่ปล่อยเช่ารายเดือน	x	x	x	x	x	x	x	x	o	o
19.บริการ 24 ชั่วโมง	x	x	o	o	o	o	o	o	o	o
ข้อเสีย										
1.บริหารงานเอง ทำให้ภาพลักษณ์ผู้ผู้ยื่นไม่ได้	o	x	o	x	x	x	x	x	o	x
2.โครงการเล็กทำให้สัดส่วนค่าใช้จ่ายสูง	o	o	x	x	o	x	x	x	o	x
3.ผู้ประกอบการรายใหม่	o	o	o	x	x	x	x	x	o	x
4.ไม่มีสระว่ายน้ำ	x	o	x	x	x	x	x	x	o	x
5.ไม่มีห้องขนาดเล็ก	x	x	o	x	x	x	o	o	x	x
6.โครงการ 8 ชั้นไม่ได้วิว	o	o	x	x	o	x	x	x	o	x
7.อาคารเก่า ปรับปรุงได้ไม่ดี	x	x	o	o	x	o	o	x	x	x
8.โครงการเก่า ค่าบำรุงรักษาสูง	x	x	o	o	o	o	o	o	o	o
9.โครงการโดนบงกชกิน 2 ตัน	x	o	o	x	x	x	x	x	o	x
10.โครงการอยู่ในซอย	x	o	o	o	o	o	x	o	x	x
11.โครงการไม่มีห้อง Studio	x	o	o	x	x	o	o	o	x	x
12.โครงการอยู่ติดปั้มน้ำมัน	o	x	x	x	x	o	x	x	x	x
13.ค่าใช้จ่ายในการบริหารสูง	x	x	x	x	x	o	o	o	x	o
14.มีห้องพักไม่มีหน้าต่าง	x	x	x	x	x	x	x	x	o	x
15.อยู่ไกลจากแหล่งงาน	o	x	x	x	x	o	o	o	o	o

ตารางที่ 5-17 เปรียบเทียบส่วนกลางของแต่ละโครงการ

No	รายการเปรียบเทียบ	บ้านเค	สิริสาทร	ปัญญา	แอทฮิส	แมริออท	เออร์บาน่า	ซีเมอร์เซ็ท	เขตดอน	เอเวอร์กรีน
1	รูปทรงแพทย์									
2	ปีที่ก่อสร้าง	2010	1999	2005	2004	2009	2007	2005	N/A	1993
3	ระยะห่างจากทรัพย์สิน	250 เมตร	500 เมตร	500 เมตร	470 เมตร	560 เมตร	610 เมตร	740 เมตร	320 เมตร	760 เมตร
4	จำนวนห้องพัก	28 ห้อง	111 ห้อง	190 ห้อง	69 ห้อง	186 ห้อง	156 ห้อง	235 ห้อง	78 ห้อง	160 ห้อง
5	แผนกต้อนรับ 24 ชั่วโมง	มี	มี	มี	มี	มี	มี	มี		มี
6	ศูนย์ธุรกิจ	มี	มี	มี	มี	มี	มี	มี		มี
7	มุมเซอร์วิส	ไม่มี	มี	มี	มี	มี	มี	มี		มี
8	รถรับส่งสนามบิน	มี	มี	มี	มี	มี	ไม่มี	มี		มี
9	ที่จอดรถ	มี	มี	มี	มี	มี	มี	มี		มี
10	ลิฟท์	มี	มี	มี	มี	มี	มี	มี		มี
11	บริการซักรีด	มี	มี	มี	มี	มี	มี	มี		มี
12	ครัวในห้องพัก	มี	มี	มี	มี	มี	มี	มี	ไม่มี	ไม่มี
13	อ่างอาบน้ำ	ไม่มี	มี	มี	มี	มี	มี	มี	ไม่มี	ไม่มี
14	facilities for disabled	ไม่มี	มี	ไม่มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	มี
15	ห้องอาหาร	ไม่มี	มี	มี	มี	มี	มี	มี	มี	มี
16	พื้นที่สูบบุหรี่	มี	มี	มี	มี	มี	มี	มี	มี	มี
17	ห้องฟิตเนส	มี	มี	มี	มี	มี	มี	มี	มี	มี
18	สนามเด็กเล่น	ไม่มี	มี	มี	ไม่มี	มี	มี	มี	มี	มี
19	ห้องอบไอน้ำ	ไม่มี	ไม่มี	มี	มี	มี	มี	มี	ไม่มี	มี
20	สระว่ายน้ำ	ไม่มี	มี	มี	มี	มี	มี	มี	ไม่มี	มี
21	สระว่ายน้ำเด็ก	ไม่มี	มี	มี	ไม่มี	มี	มี	มี	ไม่มี	ไม่มี
22	Wifi ในพื้นที่สาธารณะ	มี	มี	มี	มี	มี	มี	มี	มี	มี
23	Languages	ไทย อังกฤษ	ไทย อังกฤษ	ไทย อังกฤษ	ไทย อังกฤษ	ไทย อังกฤษ	ไทย อังกฤษ จีนกลาง	ไทย อังกฤษ	ไทย อังกฤษ	ไทย อังกฤษ
24	จำนวนที่จอดรถ	16	68	86	18	165	226	166	N/A	N/A
25	อัตราส่วนที่จอดรถต่อห้องพัก	57.14%	61.26%	45.26%	26.09%	88.71%	144.87%	70.64%	N/A	N/A
26	จำนวนชั้น	8	19	17	9	32	35	35	5	15

5.5 การวิเคราะห์จุดแข็ง และจุดด้อยของโครงการ (SWOT Analysis)

5.5.1 จุดแข็ง (Strength)

5.5.1.1 โครงการ ตั้งอยู่ในทำเลที่มีศักยภาพ อยู่ริมถนน และเป็นจุดศูนย์กลางของแหล่งงาน โดยในพื้นที่ (Awareness) 1 กิโลเมตร มีอาคารสำนักงานอยู่ค่อนข้างหนาแน่น

5.5.1.2 ที่ตั้งของโครงการอยู่ริมถนน ในพื้นที่ชั้น 1 และชั้น 2 สามารถปล่อยเช่าเป็นลักษณะโชว์รูมหรือสำนักงานที่เน้นขายหน้าร้าน ซึ่งจะทำให้ได้ค่าเช่าสูง

5.5.1.3 เป็นอาคารใหม่ ที่สร้างมาเพื่อกิจการเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์โดยเฉพาะ ไม่ได้ เป็นอาคารเก่าแล้วนำมาปรับปรุงอาคาร ซึ่งจะทำให้ภาพลักษณ์รวมทั้งการใช้สอยเป็นไปตามความต้องการของผู้บริโภค

5.5.1.4 ที่ตั้งอยู่ในบริเวณที่มีนักธุรกิจชาวต่างชาติที่เดินทางมาติดต่อหรือทำงานประจำ

5.5.2 จุดอ่อน (Weakness)

5.5.2.1 โครงการตั้งอยู่ติดกับปั้มน้ำมัน

5.5.2.2 ถนนสาทรรถยนต์ค่อนข้างติด

5.5.2.3 โครงการมีที่จอดรถที่ค่อนข้างน้อยหากเทียบกับโครงการขนาดใน (กรณีที่ทำห้องขนาดเล็ก)

5.5.2.4 โครงการเป็นผู้ประกอบการรายใหม่ และเป็นโครงการแรก จึงทำให้ยังไม่เป็นที่รู้จักของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

5.5.2.5 โครงการอยู่ห่างจากรถไฟฟ้าเกือบ 500 เมตร ซึ่งเป็นระยะที่ไกลสุดที่คนจะต้องการเดิน

5.5.3 โอกาส (Opportunity)

5.5.3.1 บริเวณสวนลุมไนท์เก๋ ซึ่งห่างจากโครงการประมาณ 600 เมตร จะเกิดโครงการขนาดใหญ่ซึ่งจะสร้างทั้งแหล่งงาน และการเจริญของพื้นที่บริเวณสาทร

5.5.3.2 ราคาที่ดินในบริเวณที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้นักลงทุน จะลงทุนกับการสร้างขายมากกว่าการสร้างเพื่อเก็บค่าเช่า ทำให้คู่แข่งทางตรงมีจำนวนจำกัด

5.5.3.3 การเปิด AEC ในสิ้นปี 2558 ทำให้อัตราการเดินทางและการลงทุนในประเทศสูงขึ้น ซึ่งจะทำให้ เซอร์วิส อพาร์ทเมนต์ราคาสูงขึ้นตาม

5.5.4 อุปสรรค (Threat)

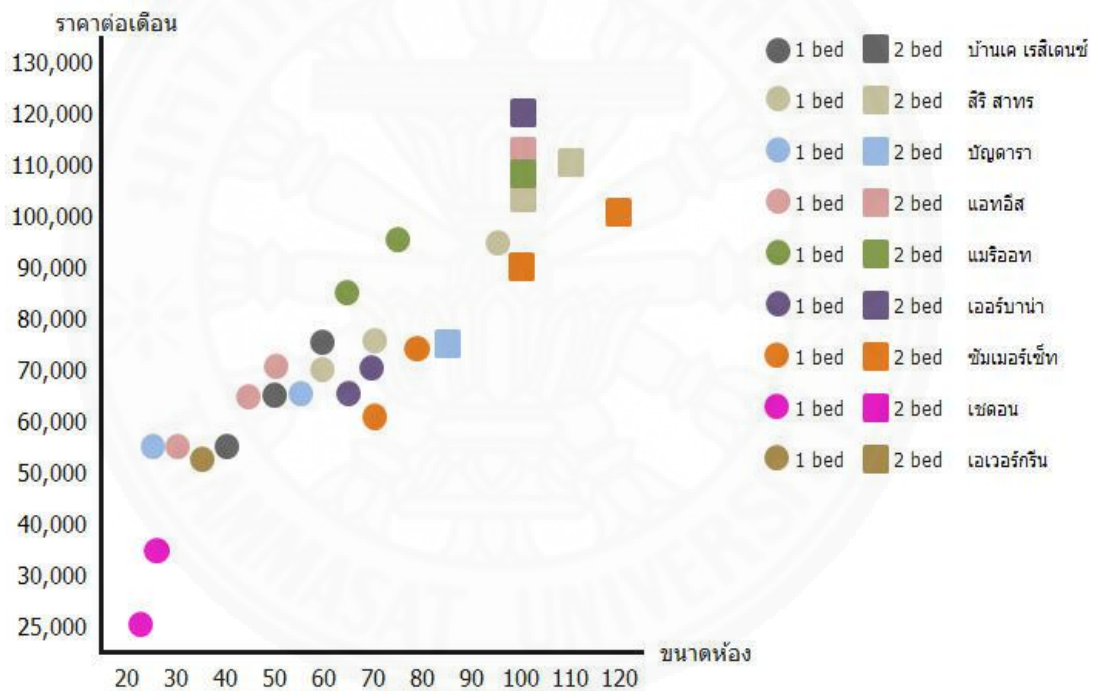
5.5.4.1 ปัจจัยด้านการเมืองส่งผลต่อความเชื่อมั่นผู้บริโภค

5.5.4.2 ต้นทุนในการลงทุนและการบริหารสูงขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะค่าแรง

5.5.4.3 ต้นทุนด้านการก่อสร้างและการขาดแคลนแรงงานก่อสร้างซึ่งอาจจะทำให้โครงการเปิดตัวล่าช้าและงบประมาณปลาย

5.6 การวางตำแหน่งทางการตลาด (Positioning)

การวางตำแหน่งทางการตลาดจะเป็นการวางตำแหน่งของคู่แข่งในตลาด ทั้งนี้เพื่อหาช่องว่างทางการตลาดในการสร้างและพัฒนาจุดขาย และแสวงหาตลาดใหม่ ๆ เพื่อจะได้เป็นผู้นำตลาดของสินค้าในช่องว่างนั้น และช่องว่างทางการตลาดที่ค้นพบ จะทำให้ได้ราคาที่ไม่ต้องแข่งขันกันในตลาด และได้ผลตอบแทนของโครงการที่ดีขึ้น

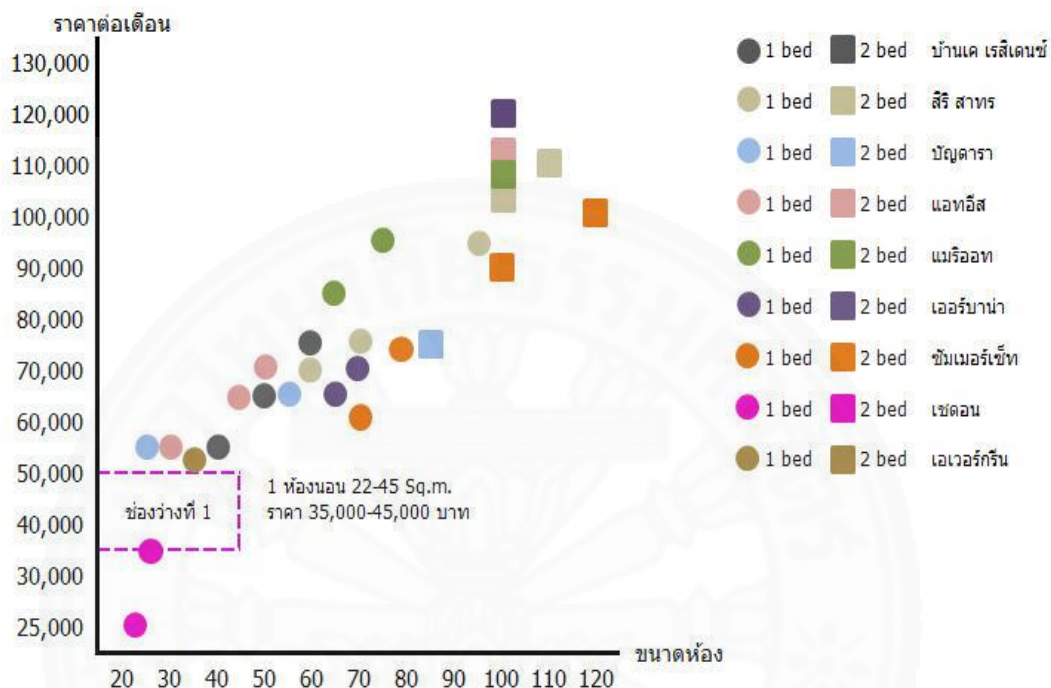


ภาพที่ 5-16 ราคาเช่าต่อห้องและขนาดตารางเมตร

จากภาพที่ 5-16 ตลาดของเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ในบริเวณระยะ (Awareness) 1 กิโลเมตรรอบโครงการ จะสามารถสรุปได้ว่า เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์แบบ 1 ห้องนอน ในขนาด 28-45 ตารางเมตร จะอยู่ช่วงราคาประมาณ 55,000 บาทต่อเดือน เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์แบบ 1 ห้องนอน ในขนาด 45-80 ตารางเมตร จะอยู่ในช่วงราคาประมาณ 60,000 ถึง 85,000 บาท เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์แบบ 2 ห้องนอน ในขนาด 85 ตารางเมตร จะอยู่ในช่วงราคาประมาณ 75,000 บาท ต่อเดือน เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์แบบ 2 ห้องนอน ในขนาด 100 ถึง 120 ตารางเมตร จะอยู่ในช่วงราคาประมาณ 90,000 บาท ถึง 120,000 บาท

5.6.1 ช่องว่างทางการตลาดช่องที่ 1

จากการวางสินค้าในตลาดของตลาดที่เป็นอยู่ ทำให้สามารถสังเกตเห็นช่องว่างทางการตลาดในส่วนของ 1 ห้องนอน แบบ Studio ที่มีขนาดเล็กและสามารถทำราคาต่อตารางเมตรได้ค่อนข้างดีกว่าค่าเฉลี่ยของราคาในตลาด



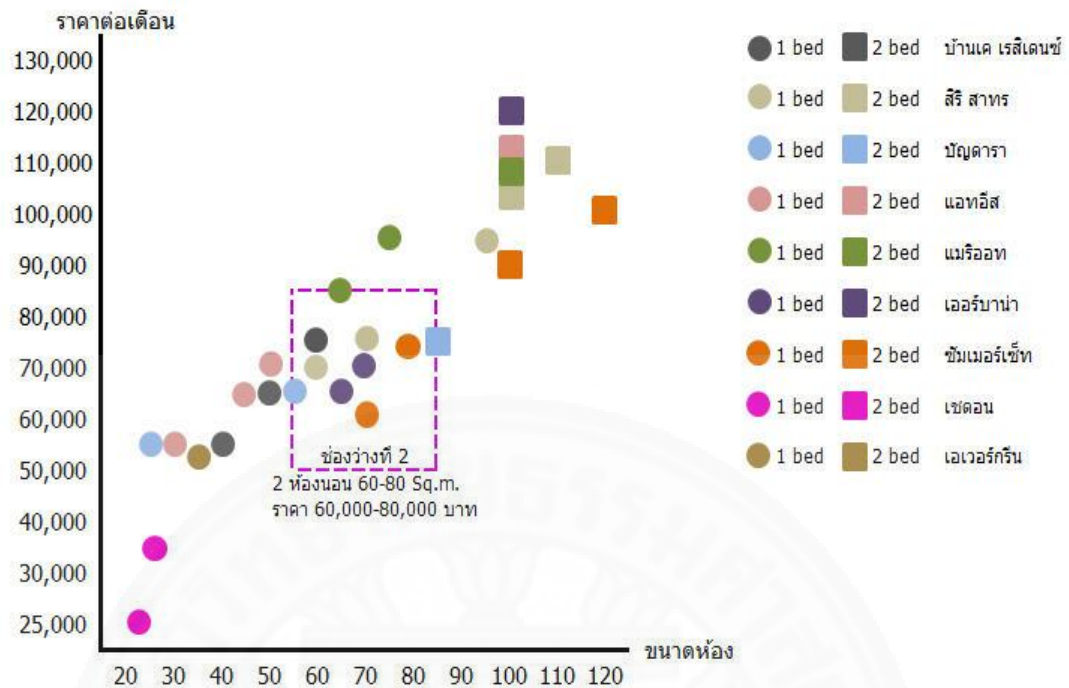
ภาพที่ 5-17 การวางตำแหน่งทางการตลาด (Positioning) และช่องว่างทางการตลาดที่ 1

จากภาพที่ 5-17 ตลาดของเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ในบริเวณระยะ (Awareness) 1 กิโลเมตรรอบโครงการ จะสามารถหาช่องว่างทางการตลาดที่ 1 โดยสามารถสรุปได้ว่า

ห้องพัก 1 ห้องนอน แบบขนาด 22 ถึง 45 ตารางเมตร ในช่วงราคา 35,000 ถึง 45,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นราคาตารางเมตรละ 778 ถึง 2,045 บาท ยังไม่มี อุปทาน (Supply) ในตลาด จึงทำให้เกิดช่องว่างทางการตลาดที่ 1

5.6.2 ช่องว่างทางการตลาดช่องที่ 2

จากการวางสินค้าในตลาดของตลาดที่เป็นอยู่ ทำให้สามารถสังเกตเห็นช่องว่างทางการตลาดในส่วนของ 2 ห้องนอน ที่มีขนาดเล็กและสามารถทำราคาต่อตารางเมตรได้ค่อนข้างดีกว่าค่าเฉลี่ยของราคาในตลาด



ภาพที่ 5-18 การวางตำแหน่งทางการตลาด (Positioning) และช่องว่างทางการตลาดที่ 1

จากภาพที่ 5-18 ตลาดของเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ในบริเวณระยะ (Awareness) 1 กิโลเมตรรอบโครงการ จะสามารถหาช่องว่างทางการตลาดที่ 2 โดยสามารถสรุปได้ว่า

ห้องพัก 2 ห้องนอน แบบขนาด 60 ถึง 80 ตารางเมตร ในช่วงราคา 60,000 ถึง 75,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นราคาตารางเมตรละ 750 ถึง 1,250 บาท ยังไม่มี อุปทาน (Supply) ในตลาด จึงทำให้เกิดช่องว่างทางการตลาดที่ 1

เพราะฉะนั้น จึงได้จัดทำการศึกษาเชิงลึกของกลุ่มตัวอย่างที่ทำงานอยู่ในบริเวณสีลม สาทร ระยะ (Awareness) เพื่อทดสอบ ความเป็นไปได้ทางการตลาดของสินค้าในช่องว่างที่เกิดขึ้น และเพื่อกำหนดลักษณะของสินค้า (โดยเฉพาะขนาดห้องและราคาขาย)

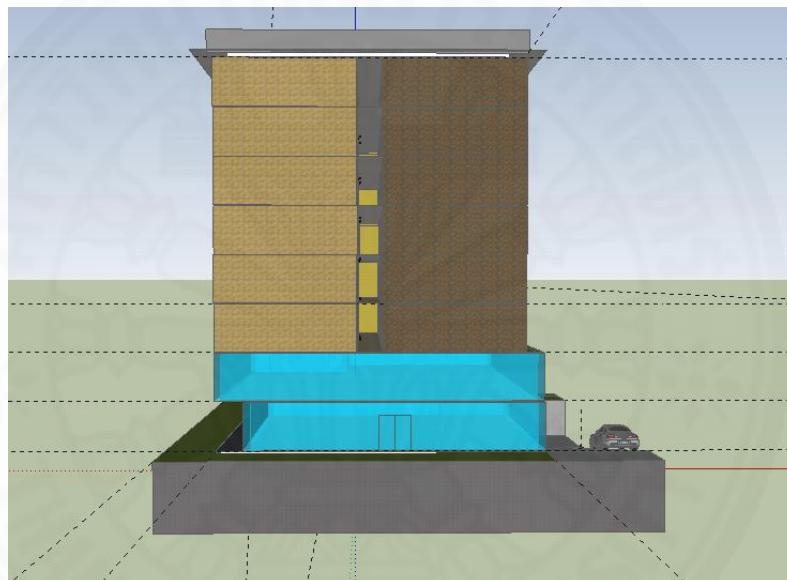
ตารางที่ 5-18 สรุปผลสัมฤทธิ์เชิงลึก

ผลสรุปการสัมฤทธิ์				
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป(ของผู้ให้สัมภาษณ์)	อดีต บริษัท Century 21 ประเทศไทย	อดีต บริษัท Harrison ประเทศไทย	บริษัทผู้ปฏิบัติงานในอาคารพระวินธร	บริษัทในศึก ชื่อคือเสถียร
1.เพศ	หญิง	ชาย	หญิง	หญิง
2.อายุ	30 ปี	32 ปี	35 ปี	35 ปี
3.การศึกษา	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	ปริญญาตรี	ปริญญาตรี
4.อาชีพ	ฝ่ายปล่อยเช่า	ฝ่ายปล่อยเช่า	ฝ่ายบุคคล	ฝ่ายบุคคล
5.จำนวนห้องที่ต้องการต่อปี	20	25	20	40
6.ระยะเวลาเช่าโดยเฉลี่ย	6 เดือน ถึง 1 ปี	6 เดือน ถึง 1 ปี	1 ถึง 2 เดือน	2 ถึง 6 เดือน
7.ประเทศที่มาพัก	ยุโรป 6 , ญี่ปุ่น 8, จีน ๑ 6	ยุโรป 15 , ญี่ปุ่น 5 จีน ๑ 5	ญี่ปุ่น 18 , จีน ๑ 2	ญี่ปุ่น 35 , จีน ๑ 5
ส่วนที่ 2 ประเภทและลักษณะโดยทั่วไปที่ต้องการ				
8.ประเภทห้องที่ต้องการ	Studio 25-30 Sq.m 40,000 B. 1 Bed 35-40 Sq.m 50,000 B. 2 Bed 60-100 Sq.m. 80,000 B. 3 Bed 120-200 Sq.m 120,000 B	Studio 25-30 Sq.m 35,000 B. 1 Bed 35-40 Sq.m 45,000 B. 2 Bed 60-100 Sq.m. 70,000 B. 3 Bed 120-200 Sq.m 100,000 B	Studio 25-30 Sq.m 30,000 B. 1 Bed 35-40 Sq.m 40,000 B. 2 Bed 60-100 Sq.m. 65,000 B	Studio 25-30 Sq.m 40,000 B. 1 Bed 35-40 Sq.m 55,000 B. 2 Bed 60-100 Sq.m. 90,000 B
9.ผู้จ่ายค่าเช่า	ผู้อยู่อาศัย / บริษัท	ผู้อยู่อาศัย / บริษัท	บริษัท	ผู้อยู่อาศัย / บริษัท
10.ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่ผู้เช่ายินดีจ่ายเพิ่มจากค่าเช่า	มีค่าใช้จ่าย 1 เดือน	มีค่าใช้จ่าย 1 เดือน	ไม่มี	มีค่าใช้จ่าย 1 เดือน
11.ระยะห่างจากที่ทำงาน	ไม่เกิน 1 กิโลเมตร	ไม่เกิน 1.5 กิโลเมตร	ไม่เกิน 500 เมตร	ไม่เกิน 500 เมตร
12.การเดินทางไปที่ทำงาน	เดิน 5 รถบริษัท 7 ขับรถ 8	เดิน 12 รถบริษัท 8 ขับรถ 5	เดิน 2 รถบริษัท 15 ขับรถ 3	รถบริษัท 22 เดิน 10 ขับรถ 8
ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกของผู้เช่า				
ส่วนกลางของโครงการ				
13.สระว่ายน้ำ	ต้องการ	ต้องการ	ไม่ต้องการ	ต้องการ
14.ห้องอาหาร	ต้องการ	ต้องการ	ไม่ต้องการ	ไม่ต้องการ
15.ที่จอดรถ	ต้องการ	ต้องการ	ต้องการ	ต้องการ
16.ฟิตเนส	ต้องการ	ต้องการ	ต้องการ	ต้องการ
17.บริการรับส่งรถไฟฟ้า	ต้องการ	ต้องการ	ต้องการ	ไม่ต้องการ
18.มีร้านสะดวกซื้อในโครงการ	ต้องการ	ต้องการ	ต้องการ	ต้องการ
19.อื่นๆ	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี
ภายในห้องพัก				
20.ห้องครัว	ต้องการ	ต้องการ	ไม่ต้องการ	ต้องการ
21.ตู้เย็น,โต๊ะ	ต้องการ	ต้องการ	ต้องการ	ต้องการ
22.ตู้เย็น	ต้องการ	ต้องการ	ต้องการ	ต้องการ
23.อ่างอาบน้ำ	ไม่ต้องการ	ไม่ต้องการ	ต้องการ	ต้องการ
24.ซักรีดในคอนโด	ไม่ต้องการ	ไม่ต้องการ	ต้องการ	ต้องการ
25.ทีวี	ต้องการ	ต้องการ	ต้องการ	ต้องการ
26.Cable	ต้องการ	ต้องการ	ต้องการ	ต้องการ
27.โทรศัพท์	ต้องการ	ต้องการ	ต้องการ	ต้องการ
28.Key card	ต้องการ	ต้องการ	ต้องการ	ต้องการ
29.อื่นๆ	ไม่มี	ไม่มี	ทำความสะดวกสบายที่โต๊ะ 3 ครั้ง ขึ้นไป	ไม่มี
ช่องทางการเข้าถึง และไปรษณีย์				
30.การรับทราบข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจเช่า	นายหน้า และเพื่อนแนะนำ	นายหน้า และเพื่อนแนะนำ	บริษัทคัดเลือก	บริษัทคัดเลือก
31.ไปรษณีย์ที่ต้องการ	ไม่มีมีค่าใช้จ่าย รวมค่าน้ำค่าไฟ	ไม่มีมีค่าใช้จ่าย รวมค่าน้ำค่าไฟ	ไม่มีมีค่าใช้จ่าย รวมค่าน้ำค่าไฟ	ไม่มีมีค่าใช้จ่าย เฉพาะวันเข้าพัก
ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเช่า เซอร์วิส อพาร์ทเม้นต์				
32.ราคา	5	5	5	4
33.ความสะดวก	5	5	5	5
34.บริการงานโดย International Chain	3	4	3	2
35.อยู่ใกล้ที่ทำงาน(อยู่ในระยะเดิน)	5	5	5	5
36.อยู่ริมถนน	2	1	2	2
37.ไม่ต้องการอยู่ติดถนน(เรื่องความปลอดภัย)	3	4	3	4
38.อาคารภายนอกสวยงาม	3	3	4	3
39.การตกแต่งภายในสวยงาม	4	4	3	4
40.ความปลอดภัย	5	5	4	5

5.7 ส่วนผสมทางการตลาด 4P

5.7.1 ผลิตภัณฑ์ (Product)

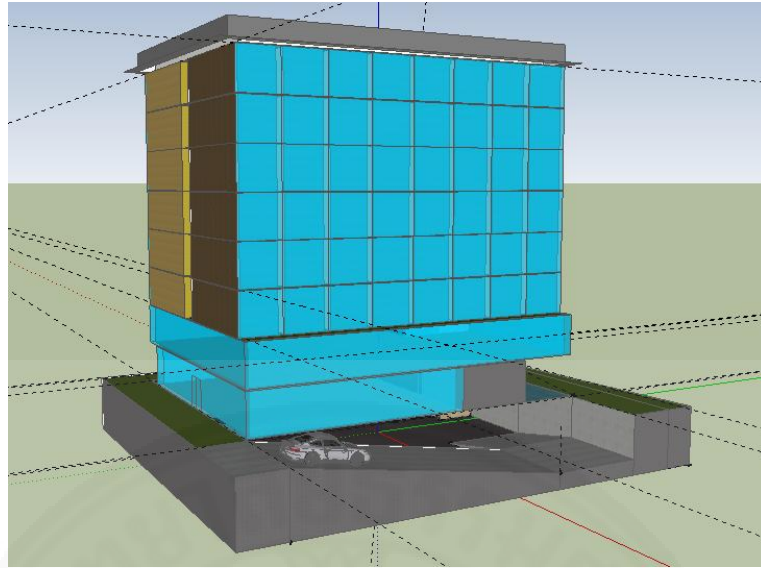
โครงการ The Platform Sathorn เป็นโครงการเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ บนถนนสาทรเหนือ บริเวณตรงข้ามโรงแรมสุโขทัย ซึ่งตั้งอยู่บนแปลงที่ดินขนาด 0-2-17 ไร่ (217 ตารางวา) โดยเป็นอาคารสูง 8 ชั้น และชั้นใต้ดิน จำนวน 1 ชั้น โดยพื้นที่ ชั้น 1 เป็นพื้นที่ส่วนกลาง สระว่ายน้ำ ฟิตเนส สำนักงานของโครงการ และมีพื้นที่ปล่อยเช่าให้โชว์รูมหรือสำนักงานบริเวณชั้น 1 และ ชั้น 2 ขนาด 681 ตารางเมตร โดยชั้นใต้ดินเป็นที่จอดรถจำนวน 35 คัน และในส่วนห้องพักอาศัยจะเริ่มตั้งแต่ชั้น 3 ถึง ชั้น 8 (ดูได้จากภาพที่ 5-19 และ 5-20)



ภาพที่ 5-19 ด้านหน้าของโครงการ

5.7.1.1 Concept ของโครงการ

“ความลงตัวของความสงบรุ่มรื่นกับบรรยากาศพลุกพล่านที่มีชีวิตชีวาบนถนนสาทร” ด้วยการตกแต่งแบบ Modern Zen สะท้อนชีวิตที่สงบเรียบง่าย ท่ามกลางความสับสนวุ่นวายของสังคมเมือง โดยสถาปัตยกรรมอาคาร 8 ชั้น เป็นผนังคอนกรีต 2 ด้าน ที่สะท้อนความแนวแน่ไม่หวั่นไหว และเป็นกระจกใส 2 ด้าน ที่สะท้อนการเป็นอิสระไม่พัวพันด้วยอารมณ์ภายนอกทุกอย่าง ซึ่งการรวมของทั้ง 2 สิ่งจะทำให้ได้ความหมายของ “ความไม่ติดข้อง” หรือหมายถึง ลักษณะของจิตเดิมแท้ (สภาวะของเซน) นั่นเอง โดยใช้สี เอิร์ธโทนเป็นหลักเพื่อให้ดูเรียบง่ายอย่างมีระดับ



ภาพที่ 5-20 ด้านข้างของโครงการ



ภาพที่ 5-21 ด้านหน้าของโครง

5.7.1.2 ผังของโครงการ

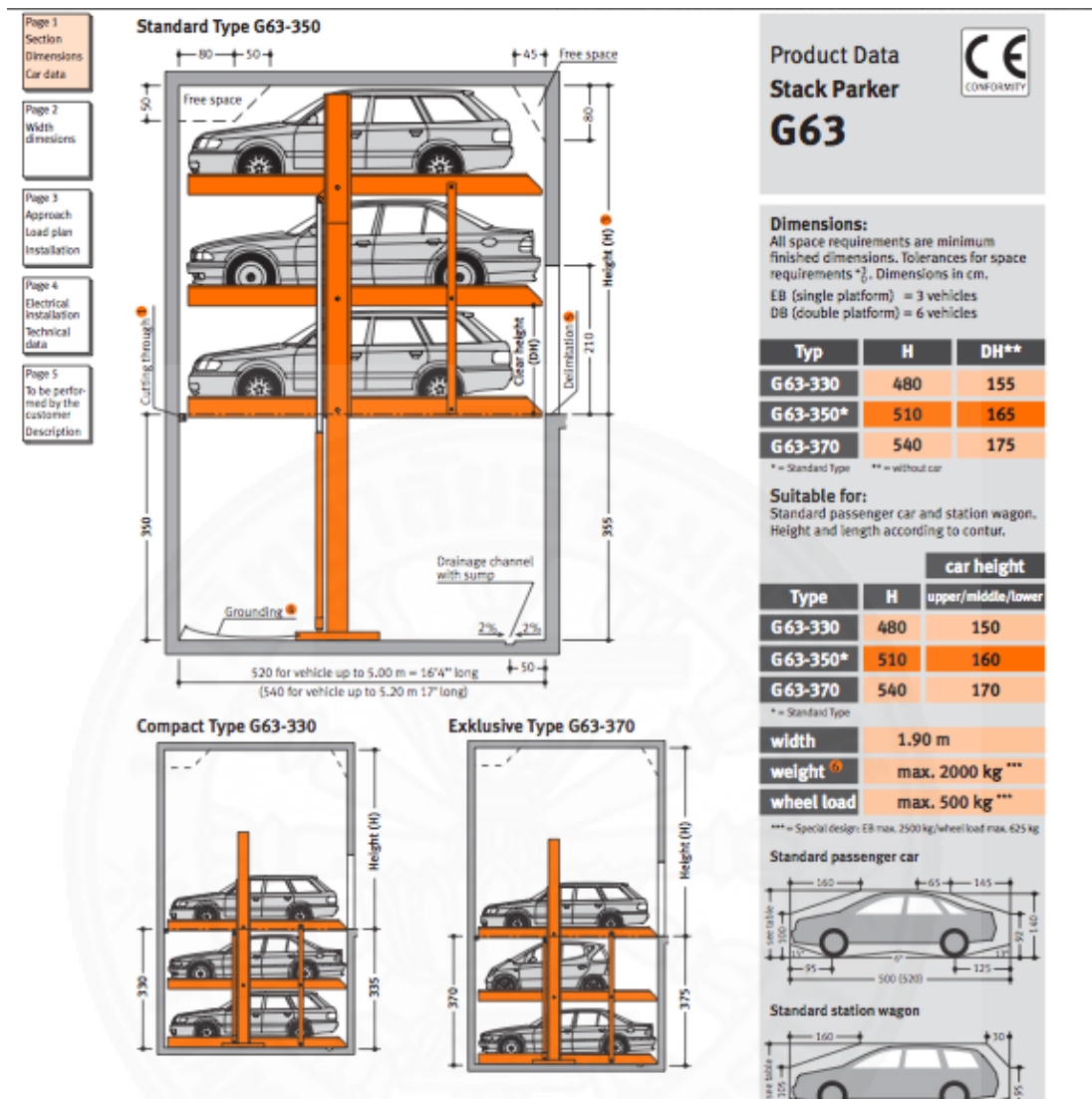
การวางผังของโครงการเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดส่วนหนึ่งของสินค้า เนื่องจากโครงการมีขนาดเล็ก การวางผังให้ถูกต้องตามกฎหมายโดยคำนึงถึงการใช้สอยจริงจึงเป็นไปได้ด้วยความยากลำบาก เนื่องจากความยาวทุกเมตรที่เพิ่มขึ้นอาจจะทำให้ไม่สามารถก่อสร้างได้จริง อีกทั้งยังต้องใช้ความสามารถในวางผังให้ดูโปร่งและกว้างสบาย โดยการวางผังโครงการจะสามารถแบ่งได้ดังนี้

(1) ผังของโครงการ ชั้นใต้ดิน

ในส่วนของชั้นใต้ดินของโครงการจะเป็นส่วนของที่จอดรถ จะเป็นช่องจอดปกติ 4 คัน และเป็นช่องจอดแบบ car stack parking จำนวน 30 คัน รวมที่จอดทั้งสิ้น 35 คัน โดยมีขนาด Floor Plan (เฉพาะตัวอาคาร) ที่ 451.5 ตารางเมตร (ดูได้จากภาพที่ 5-22)



ภาพที่ 5-22 การวางผังชั้น 1 ของโครงการ



ภาพที่ 5-23 ระบบจอดรถแบบ Car stack parking ที่ใช้ในการออกแบบและวางผัง

(2) ผังของโครงการ ชั้นที่ 1

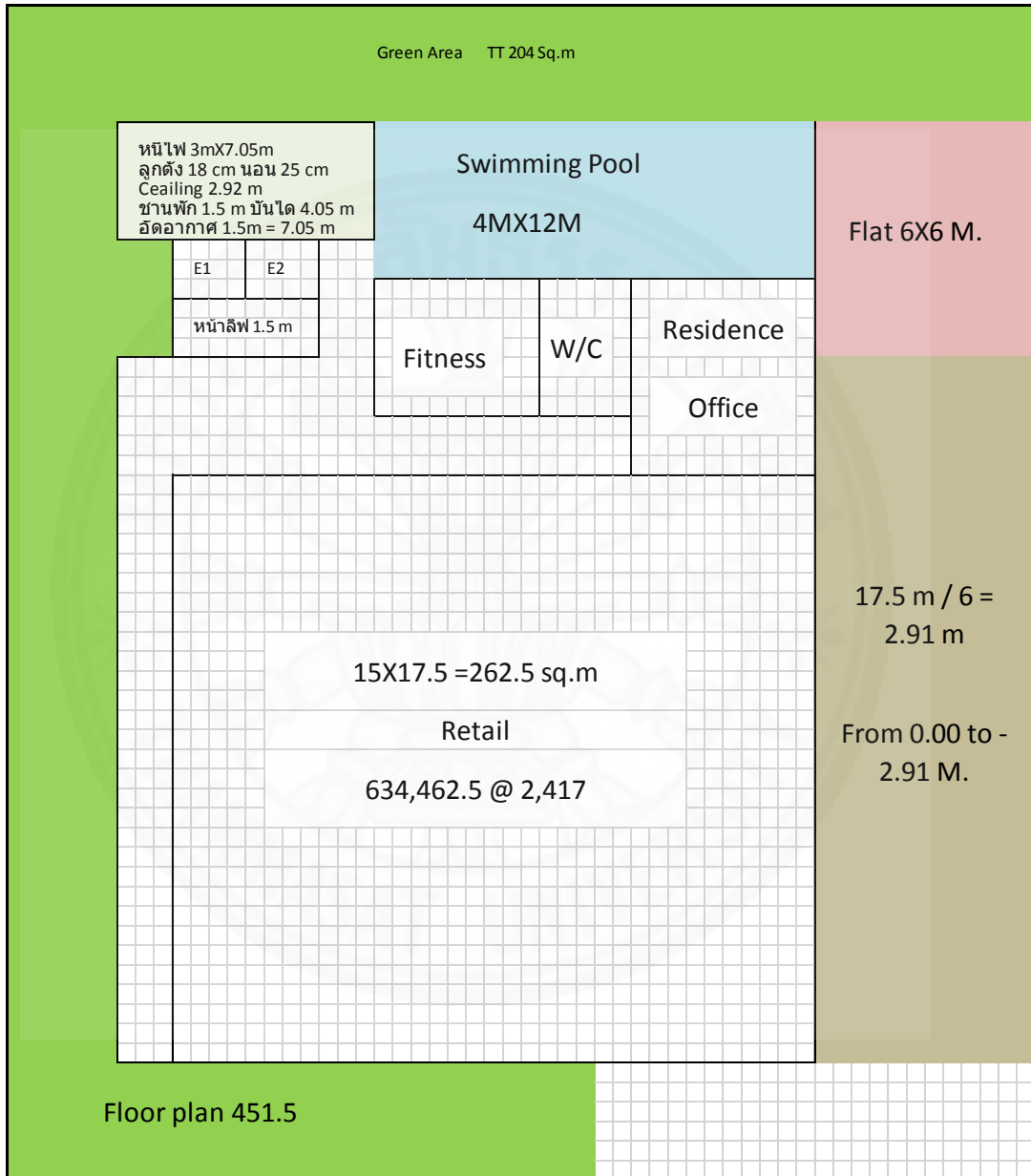
ในส่วนของชั้นที่ 1 ของโครงการ ซึ่งจะเป็นระดับเดียวกับถนนสาทรเหนือ โดยมี Floor Plan (เฉพาะอาคาร) ที่ 451.5 ตารางเมตร โดยในชั้นนี้จะถูกแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. ส่วนพื้นที่ปล่อยเช่าค้าปลีก โชว์รูม หรือ อาคารสำนักงาน โดยจะเป็นแบบ duplex สามารถเดินขึ้นบันไดไปชั้น 2 ได้ โดยจะเป็นพื้นที่ปล่อยเช่า ชั้น 1 ที่ 262.5 ตารางเมตร และ ชั้น 2 ที่ 418.5 ตารางเมตร รวม 2 ชั้น ที่ 681 ตารางเมตร (ดูได้จากภาพที่ 5-24)

2. พื้นที่ส่วนกลางและสิ่งอำนวยความสะดวกของผู้มาเช่าเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ ในโครงการ รวมถึงสำนักงานของโครงการ และจะแบ่งพื้นที่ออกเป็น 4 ส่วนหลัก คือ

2.1 สระว่ายน้ำ ขนาด กว้าง 4 เมตร ยาว 12 เมตร

- 2.2 ฟิตเนส และห้องน้ำ ขนาด 24.5 ตารางเมตร
- 2.3 สำนักงานของโครงการ ขนาด 25 ตารางเมตร
- 2.4 พื้นที่สีเขียว ขนาด 204 ตารางเมตร ซึ่งมาจากระยะร่นในฝั่งที่ไม่ใช่ถนน และเป็นส่วนอาบน้ำ out door ของผู้มาใช้บริการสระว่ายน้ำ



ภาพที่ 5-24 ผังโครงการชั้นที่ 1

การจัดวางส่วนของสระว่ายน้ำและฟิตเนส ในอยู่ติดกัน จะช่วยให้บรรยากาศในห้องฟิตเนสดูน่าออกกำลังกายมากขึ้น และในส่วนของสระว่ายน้ำ จะถูกวางไว้ทาง

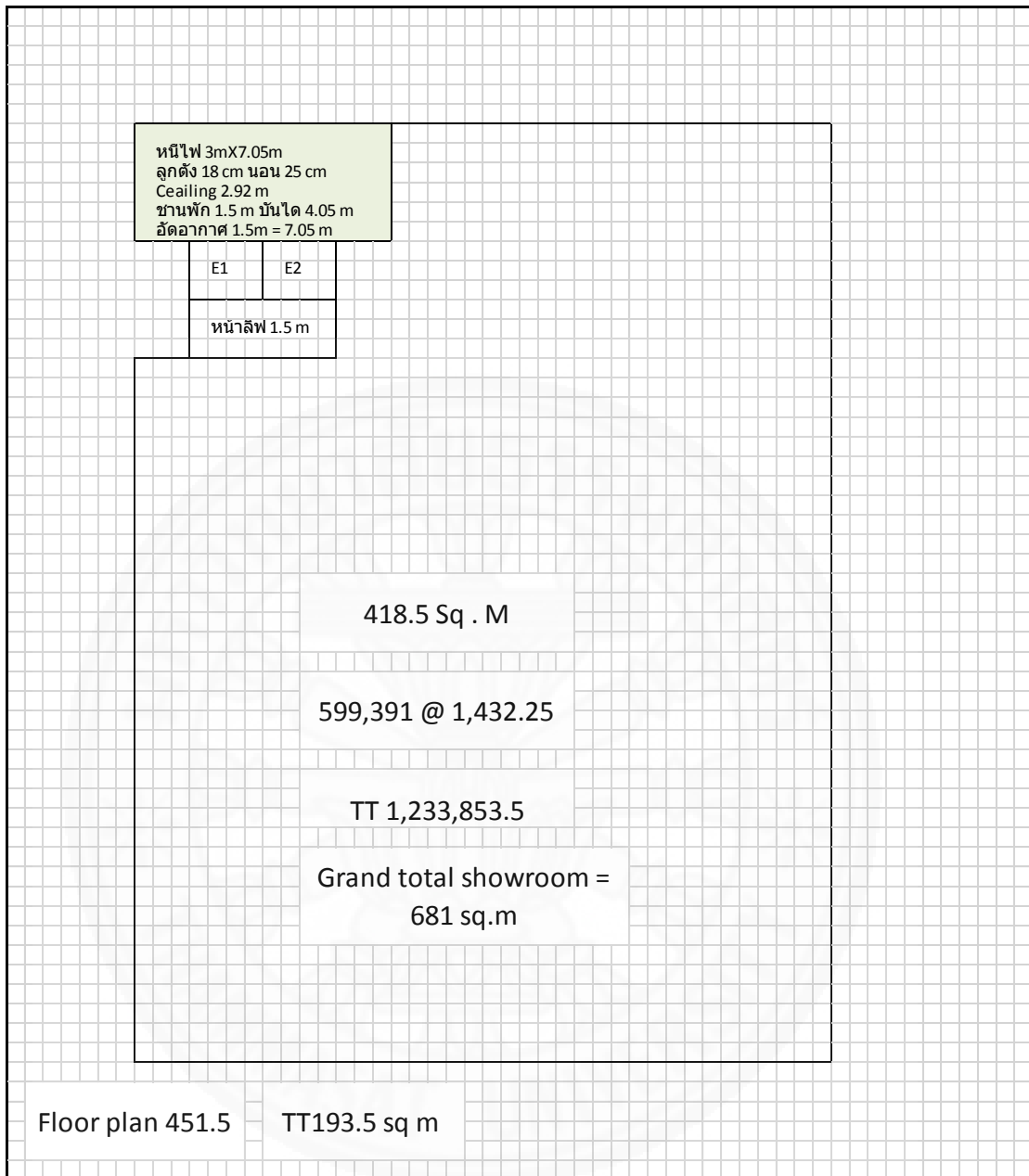
ด้านหลังของโครงการ เนื่องจากต้องการความเป็นส่วนตัวและตรงกับแนวคิดของโครงการในความสงบท่ามกลางความวุ่นวายภายนอก และบริเวณโดยรอบจะเป็นพื้นที่สีเขียวปลูกต้นไม้ให้ดูสบายตา



ภาพที่ 5-25 แนวคิดของสระว่ายน้ำและส่วนฟิตเนส

(3) ผังของโครงการ ชั้นที่ 2

ในส่วนของชั้นที่ 2 ของโครงการ จะเป็นส่วนต่อเนื่องของสำนักงาน โหว์รูม หรือพื้นที่ค้าปลีก ที่สามารถขึ้นมาได้ 2 ทาง คือ บันไดจากในส่วนพื้นที่ค้าปลีก หรือทาง ลิฟท์โดยสาร โดยมี Floor Plan (เฉพาะอาคาร) ที่ 451.5 ตารางเมตร (ดูได้จากภาพที่ 5-26)



ภาพที่ 5-26 ผังโครงการ ชั้นที่ 2

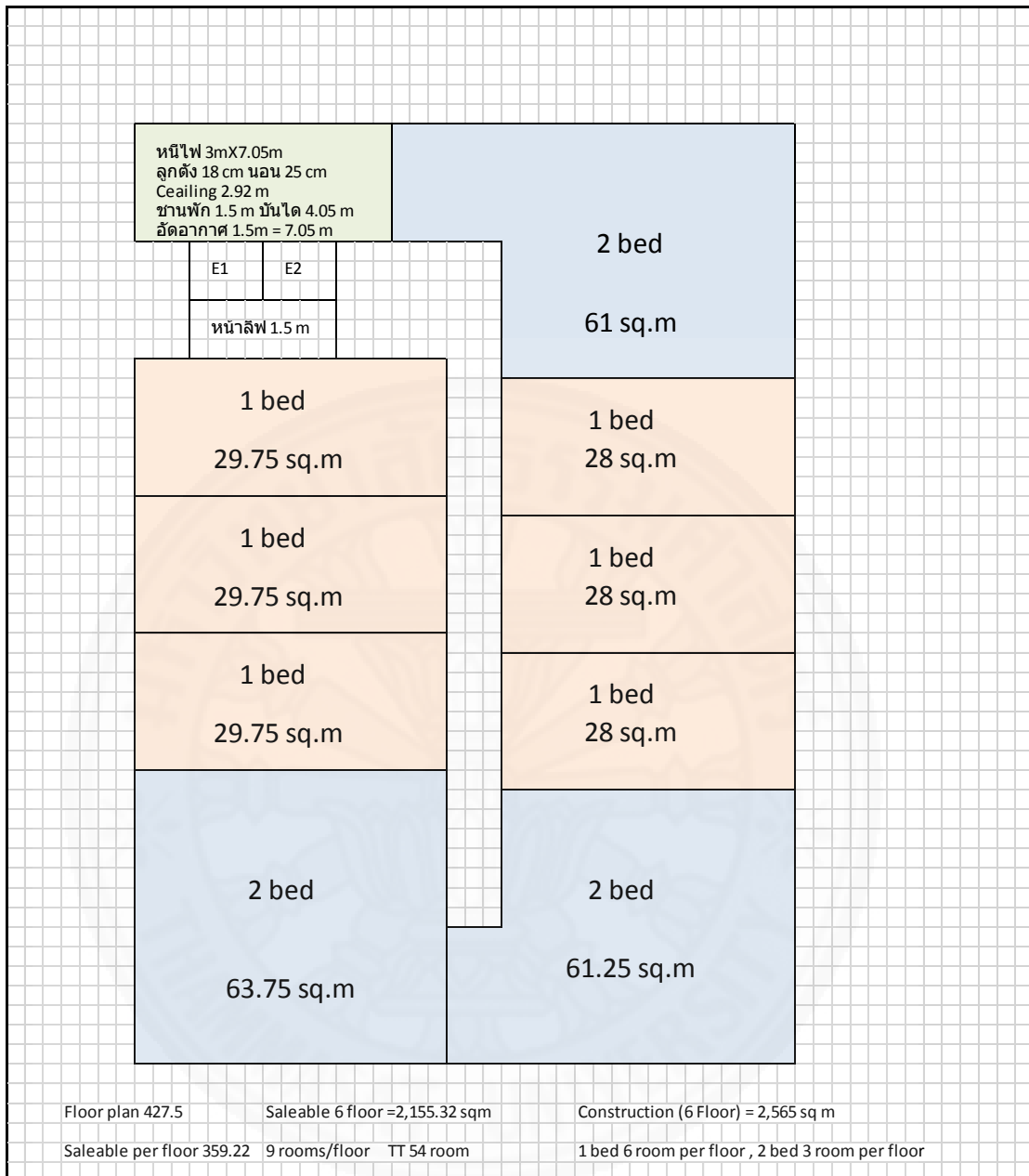
(4) ผังของโครงการ ชั้นที่ 3-8

ในส่วนของชั้นที่ 3-8 ของโครงการ จะมี Floor Plan (เฉพาะอาคาร) ที่ 427.5 ตารางเมตร ทั้งนี้เนื่องจากหากทำ Floor Plan ในขนาด 451.5 ตารางเมตร เท่ากับชั้นอื่น ๆ นั้น จะทำให้โครงการมีพื้นที่ก่อสร้างเกิน 4,000 ตารางเมตร (ดูได้จากภาพที่ 5-27) ทำให้ต้องจัดทำ รายงานผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม (EIA) อีกทั้งจากข้อมูลทางตลาดที่ได้สำรวจ หากกโครงการทำ

Floor Plan ที่ใหญ่เท่าปรกติ ก็จะทำให้ขนาดห้องพักมีจำนวนตารางเมตรที่มากขึ้น แต่ด้วยช่องว่างทางการตลาด ถึงแม้โครงการจะสร้างส่วนเพิ่ม ก็ไม่ได้ทำให้กลุ่มเป้าหมายยินดีที่จะจ่ายเพิ่มเท่าไรนัก จึงทำให้ไม่มีความจำเป็นที่จะต้องทำเกิน 4,000 ตารางเมตร โดยผังของชั้น 3-8 จะเหมือนกัน และเนื่องจากข้อมูลทางการตลาดที่ได้สำรวจ ได้ผลออกมาว่า ห้องขนาด 2 ห้องนอน จะได้ค่าเช่าที่ถูกกว่าห้องขนาด 1 ห้องนอน จึงไม่มีความจำเป็นที่จะต้องเอาห้องขนาด 2 ห้องนอน ไว้ชั้นสูงๆ ทั้งที่จ่ายราคาต่อตารางเมตรต่ำกว่า 1 ห้องนอน จึงทำให้ ทุกชั้นมีจำนวน และขนาดห้องเท่ากัน โดยสามารถสรุปรายละเอียดได้ดังนี้

1. ห้องพักแบบ 1 ห้องนอน ขนาด 28 ตารางเมตร มีชั้นละ 3 ห้อง รวม 6 ชั้น มีห้องทั้งสิ้น 18 ห้อง
 2. ห้องพักแบบ 1 ห้องนอน ขนาด 29.75 ตารางเมตร มีชั้นละ 3 ห้อง รวม 6 ชั้น มีห้องทั้งสิ้น 18 ห้อง
 3. ห้องพักแบบ 2 ห้องนอน ขนาด 61 ตารางเมตร มีชั้นละ 1 ห้อง รวม 6 ชั้น มีห้องทั้งสิ้น 6 ห้อง
 4. ห้องพักแบบ 2 ห้องนอน ขนาด 61.25 ตารางเมตร มีชั้นละ 1 ห้อง รวม 6 ชั้น มีห้องทั้งสิ้น 6 ห้อง
 5. ห้องพักแบบ 2 ห้องนอน ขนาด 63.75 ตารางเมตร มีชั้นละ 1 ห้อง รวม 6 ชั้น มีห้องทั้งสิ้น 6 ห้อง
- รวมทั้งสิ้น 54 ห้อง พื้นที่ปล่อยเช่า 2,155.5 ตารางเมตร เป็น 1 ห้องนอน 36 ห้อง และ 2 ห้องนอน 18 ห้อง

การกำหนดสัดส่วนของห้องพักแบบ 1 ห้องนอน สตูดิโอที่ร้อยละ 48 และ 2 ห้องนอน อยู่ที่ร้อยละ 52 เนื่องจากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากส่วนของนายหน้าผู้ปล่อยเช่าและจากฝ่ายบุคคลของบริษัทตัวอย่างในระยะ (Awareness) 1 กิโลเมตรรอบโครงการ ซึ่งจะหาห้องพักแบบ 1 ห้องนอนและ 2 ห้องนอน ในอัตราที่ใกล้เคียงกันคือ ร้อยละ 50 อีกทั้งในระยะ (Awareness) 1 กิโลเมตร ยังไม่มีห้องพักในขนาดดังกล่าวที่สามารถตอบสนองได้ทั้งในตัวสินค้า และราคา จึงทำให้ทางโครงการตั้งสัดส่วนไว้ที่ร้อยละ 48 และร้อยละ 52 ดังกล่าว โดยหากเกิดข้อผิดพลาดขึ้น ห้องแบบ 2 ห้องนอนขนาด 60 ตารางเมตร จะสามารถเปลี่ยนเป็นแบบ 1 ห้องนอนได้ แต่อาจจะทำให้ได้ค่าเช่าต่อตารางเมตรที่ลดลง



ภาพที่ 5-27 ผังอาคารชั้นที่ 3-8

5.7.1.3 รูปแบบห้อง

รูปแบบจะเน้นเป็นแนวโปร่งสบาย สีสะอาดตา มีเฟอร์นิเจอร์น้อยชิ้น เน้นเฉพาะที่ใช้งานจริง เนื่องจากขนาดห้องของโครงการเป็นห้องขนาดเล็กหากใส่เฟอร์นิเจอร์มากจะยิ่งทำให้รู้สึกแคบ และการตกแต่งสไตล์ Modern Zen จะสามารถตอบสนองของกลุ่มลูกค้าชาวญี่ปุ่นหรือชาวเอเชียที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก

โดยหลักการออกแบบเพื่อเจาะตลาดกลุ่มญี่ปุ่นนั้น ได้นำแนวความคิดการออกแบบมาจากการสนทนา “Every Inch Matters: Principles of Japanese Design” บรรยาย

โดย Mr. Tetsuya Okusa และ Mr. Soichiro Toba สถาปนิก จาก Mitsubishi Jisho Sekkei (ในเครือ Mitsubishi Estate Group) ซึ่งทั้งคู่ได้พยายามศึกษาและออกแบบเพื่อให้เข้ากับวิถีชีวิตที่แตกต่างของแต่ละชาติ และนำมาผสมผสานกับดีไซน์ของญี่ปุ่นได้อย่างลงตัว ซึ่งมีหลักอยู่ 9 ข้อที่ใช้ในการออกแบบ ดังนี้

1. Beauty of Transmission การเว้นความกำกวมไว้และไม่ได้รับรู้ถึง Space ทั้งหมด ทำให้ผู้ใช้พื้นที่สามารถจินตนาการต่อเองได้

2. Intermediate Region การจัดสรรพื้นที่ภายในให้เป็นส่วนเดียวกับภายนอกโดยเน้นที่การเชื่อมต่อกับธรรมชาติ

3. Light & Shadow เทคนิคการให้แสงและเงา เพื่อชวนค้นหา ซึ่งสิ่งนี้จะเป็นแรงดึงดูดที่สำคัญในการดึงดูดผู้คนให้สนใจและอยากเข้าไปค้นหาคำตอบในตัวเองว่ามีความสวยงามมากน้อยเพียงใด

4. Beauty of Asymmetry การจัดวางองค์ประกอบต่างๆแบบไม่สมมาตร การออกแบบจะเน้นให้เกิดความสมดุลและใกล้เคียงกับธรรมชาติมากที่สุดถึงแม้ว่าจะดูไม่สมมาตรกันก็ตาม

5. Sequence of Alternative Turns เน้นความมีมิติและความลึกลับ เปรียบเสมือนการดูหนังที่เราไม่มีทางคาดเดาได้ว่าตอนจบของเรื่องจะเป็นอย่างไร เน้นเรื่องประสบการณ์ในการเข้าถึง Space ต่างๆ

6. Beauty of Deflected Line เป็นการใช้เส้นโค้งเพื่อให้ความรู้สึกถึงความน่าค้นหาและการรอคอยเพื่อค้นพบอะไรบางอย่าง

7. Beauty of Indented Space การสร้างความเหลื่อมล้ำของพื้นที่ เพื่อให้เกิดความซับซ้อนและสร้างความน่าสนใจให้เกิดขึ้นกับงานสถาปัตยกรรม

8. Horizontal of Eaves การนำความลึกของชายคาซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของญี่ปุ่นมาใช้ในการออกแบบ ซึ่งเป็นการตอบสนองต่อสภาพภูมิอากาศในประเทศญี่ปุ่นและช่วยให้ตัวอาคารดูมีความต่อเนื่องเป็นอันเดียวกัน

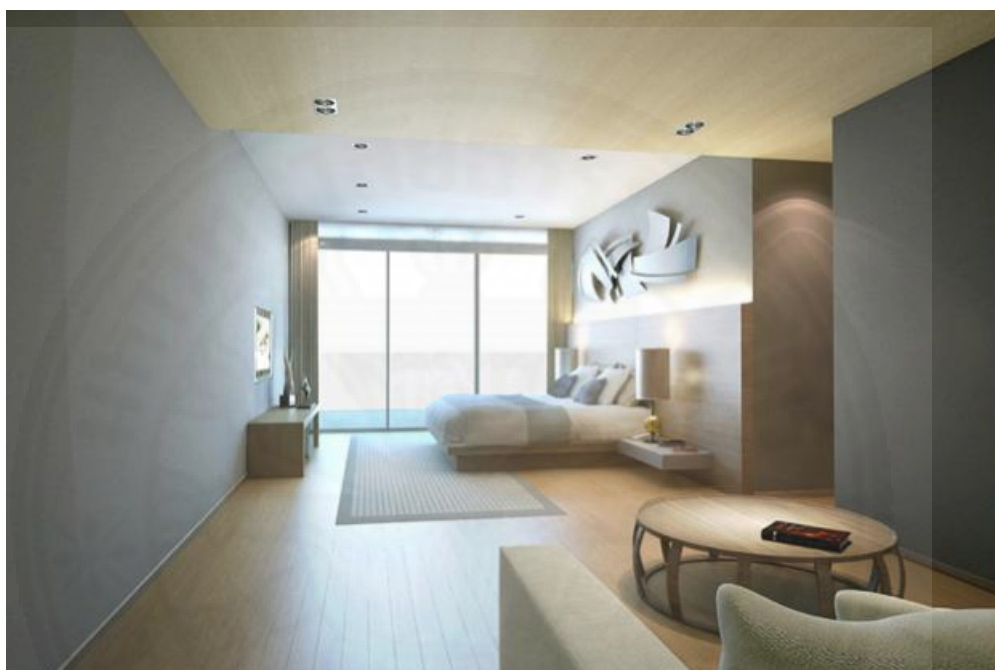
9. Borrowed Landscape การออกแบบให้ดึงหรือยืมเอาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมาเป็นส่วนหนึ่งของพื้นที่

ซึ่งทั้งหมดจะเป็นส่วนที่ใช้ในการออกแบบโครงการ The Platform Sathorn เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าประเทศญี่ปุ่นซึ่งเป็นลูกค้าเป้าหมายหลัก

(1) ห้องขนาด 1 ห้องนอน (แบบ Studio)

เป็นห้องที่มีจำนวนมากที่สุดในโครงการ ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักในระยะ (Awareness) 1 กิโลเมตรเป็นกลุ่มที่พักอาศัยชั่วคราว จะมาอยู่ระยะเวลาต่ำ

กว่า 6 เดือน ทำให้ไม่มีความจำเป็นในส่วนของห้องขนาดใหญ่ เพราะการพักระยะยาว ห้องขนาด Studio อาจจะไม่เล็กเกินไป โดยในห้องขนาดนี้จะมีขนาดที่ 28 ตารางเมตร และ 29.75 ตารางเมตร รวมจำนวนห้องทั้งสิ้น 36 ห้อง 1,039.5 ตารางเมตร หรือคิดเป็น ร้อยละ 48 ของพื้นที่ขายโครงการ โดยข้อดีของห้องขนาดนี้ จะสามารถออกตัวได้ไว และอาจจะปล่อยเป็นรายวันหรือรายสัปดาห์ ซึ่งอาจจะได้ค่าเช่าสูงกว่าที่คำนวณไว้เป็นรายเดือน



ภาพที่ 5-28 แนวคิดห้องพัก แบบ 1 ห้องนอน

(2) ห้องขนาด 2 ห้องนอน

เป็นห้องที่มีจำนวนห้องไม่มากแต่สัดส่วนพื้นที่ขายมากที่สุดในโครงการ ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักในระยะ (Awareness) 1 กิโลเมตรกลุ่มแรกที่ได้วิเคราะห์ไว้ จะเป็นกลุ่มที่ย้ายมาทำงานเป็นเวลา 1 ถึง 2 ปี ซึ่งจะทำให้ห้องขนาด studio อาจจะไม่เล็กเกินไป ทั้งนี้ เนื่องจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการได้ให้ความเห็นว่า ระยะเวลาเข้าพักระยะเวลาที่ยาวจะทำให้ผู้พักอาศัยต้องการพื้นที่เช่าที่ใหญ่ขึ้นด้วย โดยในระยะ (Awareness) 1 กิโลเมตร รอบโครงการนั้น ห้องขนาด 60 ตารางเมตร จะเป็นแบบ 1 ห้องนอน โดยการทำให้ห้องพักแบบ 2 ห้องนอนนั้น จะสามารถตอบโจทย์ของกลุ่มที่ต้องการห้องพักอาศัยกว้างขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มที่บริษัทออกค่าที่พักให้ใน ขนาด 2 ห้องนอน ในลักษณะที่ไม่ต้องการจ่ายเพิ่มในส่วนต่างของค่าเช่า การทำให้ห้องแบบ 2 ห้องนอน จะมีความเสี่ยงต่ำกว่า studio แต่ก็จะได้ผลตอบแทนที่ต่ำกว่า โดยจะสามารถจับกลุ่มลูกค้าได้ หลากหลายมากขึ้น ทั้งชาวญี่ปุ่น เอเชีย และยุโรป เนื่องจากชาวยุโรปจะต้องการ 2 ห้องนอน เพื่อมี เพื่อนหรือญาติจากต่างประเทศมาเยี่ยม โดยในห้องขนาดนี้จะมีขนาดที่ 61 ตารางเมตร 61.25 ตาราง

เมตร และ 63.75 ตารางเมตร รวมจำนวนห้องทั้งสิ้น 18 ห้อง 1,116 ตารางเมตร หรือคิดเป็น ร้อยละ 52 ของพื้นที่ขายโครงการ

ในส่วนของผู้ประกอบการในพื้นที่ เป็นผู้ประกอบการรายเก่า ที่สร้างอาคารมาเป็นระยะเวลานาน ทำให้ในช่วงเวลาก่อนหน้านี้ คู่แข่งทำขนาดห้องเป็นขนาดใหญ่ทั้งสิ้น โดยการที่ต้นทุนค่าครองชีพสูงขึ้นเรื่อย ๆ ทำให้เกิดช่องว่างมากขึ้น โดยในระยะ (Awareness) 1 กิโลเมตร ไม่มีผู้ประกอบการรายใหม่ที่ทำห้องขนาดเล็กแบบ 2 ห้องนอน และการขออนุญาตเปลี่ยนแปลงอาคารโดยการแบ่งห้องให้มีจำนวนมากขึ้นนั้น ตัวอาคารจะต้องผ่านกฎหมายฉบับปัจจุบันในทุก ๆ ด้านจึงจะสามารถดัดแปลงได้ และการปรับปรุงขนาดมีราคาสูง จึงทำให้ไม่มีอุปทานในตลาดของห้อง 60 ตารางเมตร แบบ 2 ห้องนอน

ในส่วนของผู้บริโภค จะสนใจห้องขนาดเล็กแบบ 2 ห้องนอน โดยเฉพาะกลุ่มที่บริษัทจ่ายค่าเช่าให้ผู้พักอาศัยโดยเฉพาะกลุ่มที่อ่อนไหวกับราคาค่าเช่าต่อเดือน จึงทำให้เกิดช่องว่างที่รอให้มีอุปทานมาเติมเต็มช่องว่างดังกล่าว



ภาพที่ 5-29 แนวคิดห้องนั่งเล่นของ 2 ห้องนอน



ภาพที่ 5-30 แนวคิดห้องนอนของ 2 ห้องนอน

5.7.2 กลยุทธ์การตั้งราคา (Pricing)

กลยุทธ์การตั้งราคา จะใช้วิธีอิงตามราคาตลาด (Market base) โดยสิ่งที่ทางโครงการให้ทั้งในส่วนขนาดของห้องและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ จะให้ในลักษณะเพียงพอต่อความต้องการขั้นพื้นฐาน (Just enough) ไม่ใช่จับกลุ่มตลาดราคาสูง (Premier) โดยมีกลยุทธ์การตั้งราคาต่อตารางเมตรที่ราคาตลาด (Market Base) แต่ราคาต่อห้องในระยะแรกจะใช้ กลยุทธ์แข่งขันทางด้านราคา (Price War) โดยในระยะ (Awareness) 1 กิโลเมตรรอบโครงการ ที่เป็นคู่แข่งทางตรงจะมีราคาเช่าต่อเดือนที่ตารางเมตรละ 1,284 บาท โดยทางโครงการจะสามารถตั้งราคาเพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายหลัก (Primary Target group), การวางตำแหน่งสินค้า (Positioning) และอ้างอิงตามราคาตลาด (Market base) ได้ดังต่อไปนี้ (ดูได้จากตารางที่ 5-17)

ตารางที่ 5-19 การตั้งราคาต่อตารางเมตร และราคาต่อ Unit

รูปแบบห้อง	ขนาด	ราคาต่อตารางเมตร	ราคาต่อห้อง	จำนวนห้อง	ตารางเมตรทั้งหมด	ร้อยละ	
สตูดิโอ 1 ห้องนอน	28	1284	35,952	18	504.00	23.38%	300.2254697
สตูดิโอ 1 ห้องนอน	29.75	1284	38,199	18	535.50	24.84%	318.9895616
2 ห้องนอน	61	1150	70,150	6	366.00	16.98%	195.2679193
2 ห้องนอน	61.25	1150	70,438	6	367.50	17.05%	196.0681976
2 ห้องนอน	63.75	1150	73,313	6	382.50	17.75%	204.0709812
			รวม	54	2,155.50	100.00%	1215 Avg Price per Sq.M.

5.7.2.1 การตั้งราคาของห้องแบบ Studio 1 ห้องนอน

เนื่องจากห้องขนาด Studio และ 1 ห้องนอน เป็นที่ต้องการของตลาดของตลาด เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ ในระยะ (Awareness) 1 กิโลเมตร รอบโครงการ ทำให้ห้องขนาดดังกล่าวสามารถทำราคาต่อตารางเมตรได้ดี (ห้องขนาด 28 ตารางเมตร ถึง 60 ตารางเมตร ของบริเวณสีลม สาทร นั้นจะมีค่าเช่าต่อห้องที่เดือนละ 50,000 ถึง 55,000 บาท) จึงทำให้ผู้จัดทำเห็นช่องว่างทางการตลาด เหมาะสมที่จะทำเป็นห้องขนาด 28 ตารางเมตร และ 29.75 ตารางเมตร โดยหากใช้ค่าเช่าเฉลี่ยของคู่แข่งทางตรงที่ตารางเมตรละ 1,284 บาท จะทำมีอัตราค่าเช่ารายเดือนที่เดือนละ 35,952 และ 38,199 บาท ตามลำดับซึ่งต่ำกว่าราคาต่อเดือนของคู่แข่งอยู่ประมาณ ร้อยละ 44 และ 53 โดยเป็นตัวเลขที่มีนัยสำคัญ ที่จะทำให้ผู้เช่าเปลี่ยนมาลองเช่าที่โครงการ

5.7.2.2 การตั้งราคาของห้องขนาด 2 ห้องนอน

จากช่องว่างทางการตลาดที่ไม่มี 2 ห้องนอนในขนาด 60 ตารางเมตร ในตลาด ทำให้ผู้จัดทำเห็นช่องทาง และในส่วนการตั้งราคาจะใช้ราคาที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยต่อตารางเมตรในตลาด โดยตั้งเป้าที่จะเก็บที่ราคา 1,150 บาทต่อตารางเมตร เนื่องจากการลงพื้นที่สำรวจและเก็บข้อมูล ห้องขนาดที่ใหญ่ขึ้นมีแนวโน้มจะมีค่าเช่าต่อตารางเมตรที่ต่ำลง และหากเก็บค่าเช่าต่อตารางเมตรที่สูงเกินกว่า 1,150 บาท จะทำให้ราคาเช่าสูงเกินกว่าช่วง ราคา 70,000 บาท มากเกินไป จะทำให้กลุ่มลูกค้าเปลี่ยน ซึ่งการตั้งราคาต่อหน่วยที่ 70,000 บาทนั้น จะสัมพันธ์กับรายรับของกลุ่มลูกค้าหลักของโครงการ ที่เดินทางมาทำงานเป็นคู่สามีภรรยาใหม่ โดยในระยะ (Awareness) 1 กิโลเมตรรอบโครงการ ค่าเช่าต่อเดือนของ 2 ห้องนอน จะอยู่ที่เดือนละ 100,000 บาทขึ้นไป จะมีเพียงโครงการ บัญดารา ที่มีค่าเช่าที่เดือนละ 75,000 บาท ของห้องขนาด 88 ตารางเมตร และมีเพียง 22 ห้อง เท่านั้น โดยมีอัตราการเข้าพักที่ค่อนข้างดี แต่ด้วยสภาพที่เก่าทำให้โครงการไม่สามารถทำราคาได้ (ดูได้จากตารางที่ 5-18)

ตารางที่ 5-20 การตั้งราคาต่อตารางเมตร และการเปรียบเทียบราคากับคู่แข่ง

สีลม/สาทร

โครงการ	ทำเลที่ตั้ง	ขนาด 1 ห้องนอน	ราคาต่อ ตร.ม.	ราคาต่อเดือน	ขนาด 2 ห้องนอน	ราคาต่อ ตร.ม.	ราคาต่อเดือน	จำนวนห้อง	จำนวนที่จอดรถ
The Platform	สาทรเหนือ	28	1284	35,952	61	1,150	70,150	54	35
บ้านเค	สาทร ซอย 2	40	1,362	54,480	N/A	N/A	N/A	28	16
สิริสาทร	ศาลาแดง	60	1,167	70,020	100	1,059	105,900	111	68
บัญชาตรา	ศาลาแดง	28	1,964	54,992	88	852	74,976	190	86
แอทฮิส	ศาลาแดง	43	1,349	58,007	103	1,068	110,004	69	18
แมริออท สาทร	สาทร ซอย 3	65	1,208	78,520	100	1,500	150,000	186	165
เออร์บาน่า สาทร	ริมถนน สาทร	65	969	62,985	104	1,173	121,996	156	226
ซัมเมอร์เซ็ท	สาทร ซอย 3	70	867	60,690	100	894	89,400	235	166

5.7.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

5.7.3.1 สำนักงานที่โครงการ

เป็นช่องทางที่ลูกค้าจะเดินเข้ามาติดต่อ โดยความได้เปรียบของโครงการที่อยู่ริมถนนสาทรเหนือ ทำให้มีคนสัญจรผ่านไปมา โดยหากขึ้นป้ายโฆษณาให้ชัดทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ จะสามารถเพิ่มจำนวนผู้มาติดต่อเช่ารายเดือนได้ โดยช่องทางนี้จะเป็นช่องทางที่มีความน่าเชื่อถือสูง

5.7.3.2 ผ่านตัวแทน หรือ นายหน้า

เป็นช่องทางที่จะเข้าถึงลูกค้าได้ง่าย เพราะพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าหลักในส่วนของบริษัทต่างชาติใหญ่ ๆ จะมีตัวแทน หรือ นายหน้าที่ใช้ของบริษัทที่มีเครือข่ายทั่วโลก โดยการติดต่อกลุ่มนี้ จะทำให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักได้ดีขึ้น

5.7.3.3 ทำการตลาดเชิงรุก

การทำตลาดหรือนำเสนอโครงการเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับโครงการที่เปิดใหม่ โดยในช่วงที่โครงการใกล้จะเปิด 6 เดือน และติดต่ออีกครั้งในระยะเวลา 1 เดือน ตอนโครงการใกล้เสร็จ ควรที่จะมีฝ่ายขายไปนำเสนอให้กับบริษัทในระยะ (Awareness) 1 กิโลเมตร โดยรอบ เพื่อให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้รู้จัก และมีช่วงเวลาตัดสินใจในการย้ายมาพักที่โครงการ

5.7.3.4 ผ่านอินเทอร์เน็ต

ช่องทางผ่านอินเทอร์เน็ต จะเป็นช่องทางเพื่อนำโฆษณาให้คนรู้จักโครงการมากกว่า เช่นเว็บไซต์ Thai Apartment.com เป็นต้น หรือการให้ฝ่ายการตลาด คอยโพสต์ในเว็บไซต์ที่มีคนหาห้องเช่ากรุงเทพ เช่น Prakard.com เป็นต้น

5.7.3.5 การสื่อสารแบบบูรณาการ (IMC, Promotion)

จะมุ่งเน้นสร้างพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายให้สอดคล้องกับความต้องการ เพื่อให้เกิดความคุ้นเคย เชื่อมั่น และใช้บริการซ้ำ ๆ

5.7.4 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)

ในช่องแรกของการเปิดโครงการจะเป็นช่วงที่มีอัตราเข้าพักที่ไม่สูง เนื่องจากยังไม่เป็นที่รู้จักของกลุ่มเป้าหมาย หรืออาจจะเป็นช่วงที่ผู้เช่า ยังไม่ตัดสินใจที่จะเปลี่ยนมาทดลองใช้บริการของโครงการ จึงทำให้การจัดทำ Sales Promotion เป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับโครงการ โดยเฉพาะในระยะเริ่มแรกของการเปิดตัว โดยการทำให้ Sales Promotion นั้น จะสามารถทำได้ดังนี้

5.7.4.1 ลดราคา

การลดราคาเป็นสิ่งที่มองเห็นเป็นรูปธรรมและสามารถคำนวณออกเป็นต้นทุนได้ที่แน่นอน โดยการลดราคานี้จะเน้นให้เฉพาะกับกลุ่มที่มีโอกาสมาใช้บริการต่อเนื่อง หรือ

หลายครั้งต่อปี เช่น การจัดการ ลดราคาสำหรับบริษัทในระยะ (Awareness) 1 กิโลเมตรโดยรอบ โครงการเป็นต้น

5.7.4.2 การจัดของที่ระลึก หรือรางวัลชิงโชค

การจัดของที่ระลึก ในสิ่งที่กลุ่มลูกค้าต้องการ จะทำให้เกิดความประทับใจในครั้งแรกที่มาพัก และทำให้เกิดการจำได้ โดยทางโครงการสามารถทำร่วมกับบริษัทอื่น เช่น ทำสัญญา 1 ปี ฟรีรถรับส่งสนามกอล์ฟ หรือ ค่าใช้บริการเป็นต้น เนื่องจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายโดยมากจะเป็นกลุ่มชาวญี่ปุ่นที่มักจะนิยมเล่นกอล์ฟ

5.7.4.3 ทำราคา Package

เนื่องจากการสัมภาษณ์เชิงลึกที่ได้ทำไปแล้วนั้น ในส่วนของ Sales Promotion ที่กลุ่มเป้าหมายต้องการให้ไม่มีค่ามัดจำห้องหรือ รวมค่าน้ำไฟ โดยในช่วงแรกของการประชาสัมพันธ์โครงการอาจจะยกเว้นเงินมัดจำ แต่อาจจะให้บริษัทที่ผู้เช่าทำงาน ทำการรับรองความเสียหายแทน เป็นต้น

5.8 สรุปการตลาด

5.8.1 กลุ่มเป้าหมายของโครงการ

กลุ่มเป้าหมายของโครงการจะแบ่งจาก 5 ปัจจัยคือ เกณฑ์รายได้ครัวเรือน เกณฑ์ภูมิศาสตร์ เกณฑ์อาชีพ เกณฑ์ วัฏจักรชีวิตครอบครัว เกณฑ์ขนาดและประเภทของครอบครัว โดยจะต้องเข้าถึงได้ มีตลาดมากพอ และสามารถบรรลุเป้าหมายทางการตลาดได้ โดยจะแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มเป้าหมายหลัก และกลุ่มเป้าหมายรอง โดยกลุ่มเป้าหมายหลักจะเป็นกลุ่มที่เป็นพนักงานบริษัทชาวต่างชาติ และลูกค้าชาวต่างชาติที่มาติดต่อบริษัทในระยะ (Awareness) 1 กิโลเมตร โดยมากบริษัทจะเป็นผู้จ่ายค่าที่พักอาศัยให้ และกลุ่มเป้าหมายรองจะเป็นเจ้าหน้าที่สถานทูต หรือญาติผู้ป่วยชาวต่างชาติที่มาพัก เพื่อติดต่อในระยะ (Awareness) 1 กิโลเมตร โดยทั้ง 2 กลุ่มจะมีทั้งที่ต้องการ 1 ห้องนอนและ 2 ห้องนอน

5.8.2 ช่องว่างทางการตลาด

ตลาดเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ในระยะ (Awareness) 1 กิโลเมตรรอบโครงการ มีช่องว่างทางการตลาดทั้งสิ้น 2 ช่องคือ ห้องพัก 1 ห้องนอน แบบขนาด 22 ถึง 45 ตารางเมตร ในช่วงราคา 35,000 ถึง 45,000 บาทต่อเดือน และ ห้องพัก 2 ห้องนอน แบบขนาด 60 ถึง 80 ตารางเมตร ในช่วงราคา 60,000 ถึง 75,000 บาทต่อเดือน

บทที่ 6

การวิเคราะห์ด้านการก่อสร้างและต้นทุน

การควบคุมและการบริหารงานก่อสร้างเป็นสิ่งสำคัญที่สุดอย่างหนึ่งในการทำโครงการ เนื่องจากหากก่อสร้างไม่ดี จะทำให้ต้นทุนของโครงการเพิ่ม ทั้งในเรื่องต้นทุนทางตรงเช่น งบประมาณเพิ่มขึ้น ผิดแบบก่อสร้าง และต้นทุนทางอ้อมที่อาจจะเสียหายมากกว่า คือเรื่องของเวลา เพราะหากเปิดโครงการล่าช้าออกไปจะกระทบทั้ง 2 ส่วนคือ รับรู้รายได้ช้าลงไป และต้นทุนทางการเงินเพิ่ม ทำให้การบริหารเวลาก่อสร้างเป็นสิ่งสำคัญมาก โดยการบริหารงานงานก่อสร้างจะถูกแบ่งออกเป็น 3 ช่วง ดังนี้

6.1 การบริหารโครงการก่อนการก่อสร้าง

เป็นช่วงที่สำคัญมากที่สุด โดยโครงการขนาดเล็กจะมองข้ามในขั้นตอนนี้ เนื่องจากคิดว่าสิ้นเปลืองงบประมาณ แต่ความเป็นจริงแล้ว เป็นช่วงที่จะทำให้ประหยัดงบประมาณได้มาก หากรู้จักวิธีบริหาร เช่น การใช้ Value Engineer เพื่อให้การออกแบบได้ประสิทธิภาพเท่าเดิม แต่สามารถประหยัดต้นทุนการก่อสร้างได้ โดยในขั้นตอนนี้ จะมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

6.1.1 การออกแบบโครงการ

การออกแบบโครงการ จะทำควบคู่ไปกับทั้ง 3 ฝ่าย คือ

6.1.1.1 ฝ่ายสถาปนิก ผู้ออกแบบโครงการ ซึ่งจะเป็นผู้มีความรู้ ทั้งทางด้านกฎหมาย และการออกแบบทั้งโครงสร้างและภายใน บริษัทขนาดเล็กโดยมากจะใช้เพียงสถาปนิก ในการออกแบบรวมถึงการออกแบบขนาดห้อง ซึ่งเป็นความคิดที่อาจจะไม่สอดคล้องกับสภาพตลาด จึงมีความจำเป็นต้องทำควบคู่ไปกับอีก 2 ฝ่าย

6.1.1.2 ฝ่ายการตลาด จะเป็นผู้ศึกษาความต้องการของตลาด กำหนด ขนาดของห้องที่เหมาะสมกับสภาพตลาดในบริเวณ รวมทั้งวิเคราะห์คู่แข่ง และกำหนดราคา ซึ่งจะต้องประสานงานกับฝ่ายสถาปนิก และฝ่ายวิศวกรรม เพื่อให้ผลงานออกมาสมบูรณ์แบบมากที่สุด

6.1.1.3 ฝ่ายวิศวกรรม จะเป็นผู้ศึกษาและช่วยออกแบบประสานงานในเรื่องงานระบบ โดยเฉพาะการทำ Value Engineer ซึ่งจะช่วยให้ลดต้นทุนของโครงการได้ ซึ่งบางโครงการอาจจะไม่ได้ปรึกษาวิศวกรไปในขั้นตอนการออกแบบ ซึ่งท้ายที่สุด แบบที่ออกโดยสถาปนิก อย่างเดียว

นั้น อาจจะไม่ก่อสร้างจริงไม่ได้ และจะทำให้เสียเวลาในการปรับแก้ หรือต้องยื่นอนุญาตแก้ไขปรับปรุงอาคาร

ในขั้นตอนการออกแบบนี้ จะเป็นขั้นตอนที่ต้นทุนต่ำที่สุดในการแก้ไข เพราะหลังจากแบบสมบูรณ์และเริ่มก่อสร้างแล้ว หากไม่มีความจำเป็นจริงๆ ไม่ควรที่จะปรับแก้ เนื่องจากจะมีต้นทุนสูง ทั้งสิ่งของและแรงงาน และที่สำคัญที่สุดคือเวลา โดยผลลัพธ์สุดท้ายที่จะกระทบทั้งหมด คือ ต้นทุนโครงการ โดยในขั้นตอนนี้จะใช้เวลาประมาณ 90 วัน

6.1.2 ขั้นตอนการประมูลเพื่อจัดหาผู้รับเหมา

หลังจากได้แบบของอาคารที่จะก่อสร้างแล้ว หากเป็นโครงการขนาดกลาง หรือขนาดใหญ่ที่จัดให้มีการยื่นซองประมูล จะมีการจ้างการถอดแบบ (Quantity Surveyor) ซึ่งมีหน้าที่ถอดปริมาณวัสดุก่อสร้างที่จะใช้ในโครงการ เพื่อกำหนดราคากลาง ซึ่งในขั้นตอนนี้จะไปพร้อมกับการขออนุญาตก่อสร้างและการจัดทำผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม (ถ้ามี) โดยหลังจากการจ้างการถอดแบบแล้วเสร็จก็จะนำไปสู่กระบวนการประมูลเพื่อจัดหาผู้รับเหมา โดยในขั้นตอนนี้จะใช้เวลาประมาณ 30 ถึง 45 วัน (ไม่รวม EIA) โดยการพิจารณาเลือกผู้รับเหมา นั้น ไม่ใช่จะเลือกจากราคาที่ต่ำที่สุด แต่ควรเลือกเจ้าที่ไม่มีปัญหาเรื่องการทำงานหรือการไม่เรียบร้อย เนื่องจากจะเป็นต้นทุนที่อาจจะแพงกว่าราคาส่วนต่าง โดยเจ้าของโครงการจะต้องสืบประวัติการทำงานและพิจารณาในส่วนของเงินมัดจำหรือการชดเชยงวดการจ่ายเงินให้ถี่เพื่อประกันการหนีของผู้รับเหมา โดยเฉพาะผู้รับเหมารายย่อย



ภาพที่ 6-1 ขั้นตอนการจัดประมูลของผู้รับเหมาก่อสร้าง

6.2 การบริหารโครงการขณะดำเนินการก่อสร้าง

6.2.1 โครงสร้างองค์กร

ในขั้นตอนการบริหารโครงการขณะดำเนินการก่อสร้างจะเป็นช่วงที่ทำงานกันทั้งหมด 5 ฝ่าย เพื่อประสานงานและทำให้งานมีประสิทธิภาพมากที่สุด โดยมีผู้เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้ (ดูได้จากภาพที่ 6-2)

6.2.1.1 เจ้าของโครงการ จะเป็นผู้ดูภาพรวมของโครงการ และการอนุมัติจ่ายเงินงวด

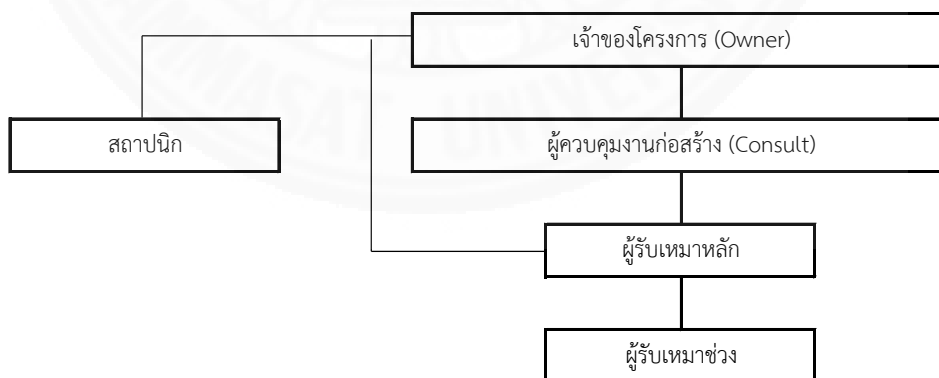
6.2.1.2 วิศวกรคุมงานก่อสร้าง หรือ บริษัทผู้ควบคุมงาน (Consult) ซึ่งจะมีหน้าที่ทำให้การก่อสร้างของผู้รับเหมาเป็นไปตามแบบที่ผู้ออกแบบได้วางไว้

6.2.1.3 สถาปนิกผู้ออกแบบ จะเป็นผู้ตรวจแบบควบคุมกับ ผู้ควบคุมงาน ให้ภาพรวมของโครงการออกมาตามที่สถาปนิกได้วางไว้

6.2.1.4 ผู้รับเหมาหลัก มีหน้าที่ก่อสร้างให้ตรงตามแบบ หรือ ปรับแก้ตามที่เจ้าของหรือสถาปนิกสั่ง โดยจะต้องทำให้ถูกต้องตามแบบ

6.2.1.5 ผู้รับเหมาช่วง มีหน้าที่รับงานต่อ จากผู้รับเหมาหลัก ซึ่งโดยมากผู้รับเหมาจะเก่งเฉพาะด้าน โดยจะทำงานเป็นส่วน ๆ และพอหมดหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายก็จะเปลี่ยนผู้รับเหมาช่วงที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านอื่นต่อไป

ภาพที่ 6-2 โครงสร้างองค์กร



ภาพที่ 6-2 โครงสร้างองค์กร

6.2.2 การควบคุมเวลาก่อสร้าง

การควบคุมเวลาเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดประการหนึ่งดังที่ได้กล่าวมาแล้วในข้างต้น โดยการควบคุมด้านเวลาควรจะต้องมีการตรวจสอบ เพื่อให้เป็นไปตามระยะเวลาที่ได้วางไว้ และเพื่อหาจุดของงานที่ล่าช้า โดยโครงการได้กำหนดระยะเวลาการก่อสร้างไว้ 1 ปี รวมการออกแบบ ทั้งนี้เนื่องจากเป็นโครงการขนาดเล็ก พื้นที่ก่อสร้างไม่ถึง 4,000 ตารางเมตร จำนวนห้องไม่เกิน 80 ห้อง ทำให้ไม่ต้องยื่นผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม ทำให้วางการก่อสร้างโครงการไว้ที่ 1 ปี โดยมีรายละเอียดดังนี้ (ดูได้จากตารางที่ 6-1)

ตารางที่ 6-1 แผนงานโครงการ The Platform Sathorn

ขั้นตอนการพัฒนา	(เดือน)	2559												2560				
		ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ษ.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	พ.ค.	มิ.ย.	พ.ย.	ธ.ค.
ออกแบบโครงการ	2	■	■															
การขออนุญาต 39 ทวิ	0.5			■														
การออกแบบและประมาณราคา	1			■														
ส่งแบบให้ผู้รับเหมาเพื่อนำเสนอราคา	1				■													
จัดเตรียมร่างสัญญาการก่อสร้าง	0.5				■													
เปรียบเทียบและเจรจาต่อรองราคา	1				■													
การก่อสร้างฐานราก	2					■	■											
การก่อสร้างโครงสร้าง 8 ชั้น	4						■	■	■	■								
งานตกแต่งสถาปัตยกรรม	4									■	■	■	■					
งานตกแต่งภูมิสถาปัตยกรรม	1												■	■				
เริ่มประชาสัมพันธ์โครงการ											■	■	■	■	■	■	■	■
เริ่มขาย															■	■	■	■

6.2.3 การประมาณการคิดต้นทุนการก่อสร้างแบบ Unit in Place

เป็นการประมาณการแยกส่วนของโครงการซึ่งจะทำให้มีความแม่นยำมากกว่าการใช้ราคาเหมาต่อตารางเมตร โดยพื้นฐานราคาของแต่ละส่วนจะได้อาจมาจากการสัมภาษณ์ เจ้าของบริษัทก่อสร้าง จำกัด ซึ่งเป็นผู้รับเหมาก่อสร้างเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ และคอนโดมิเนียม โดยได้แยกราคาต่อตารางเมตรในแต่ละส่วน(ดูได้จากภาพที่ 6-2)



ตารางที่ 6-2 การประเมินต้นทุนโครงการแบบ Unit in Place

1.1 งานเสาเข็มและฐานราก					
เสาเข็มเจาะขนาดเล็ก 35-60 เซนติเมตร ลึก 23	1,700	3,919.5		6,663,150	พื้นที่ห้องอาคาร
งานกำแพงกันดินสำหรับใต้ดิน	1,250	4,340.0	ลบ.เมตร	5,425,000	พื้นที่ชั้นใต้ดินของอาคาร
1.2 โครงสร้างพื้น					
Post-Tension Flat Slab	2,000	3,919.5		7,839,000	พื้นที่ห้องอาคาร
1.3 โครงสร้างเสาและผนัง					
เสาขนาด 30 ซม. คูลง 60 ซม. และผนังก่ออิฐ	850	3,919.5		3,331,575	พื้นที่ห้องอาคาร
1.4 โครงสร้างหลังคา					
หลังคา คสล.	120	3,919.5		470,340	พื้นที่ห้องอาคาร
รวมงานโครงสร้าง			25.50%	23,729,065	
2.งานสถาปัตยกรรม					
2.1หมวดงานตกแต่งพื้น					
พื้นเทพูนทรายปรับระดับขัดมันลงสีดำ	300	580.5		174,150	พื้นที่จอดรถ
พื้นหินอ่อนนำเข้าขนาด 60 ซม. X 60 ซม.	3,000	426.8		1,280,250	พื้นที่ Corridor และ Lobby
พื้นไม้มะค่าขัดมันรวมทำสี ขนาด 4"X14"	1,500	2,155.3		3,232,980	พื้นที่ห้อง
พื้นที่สีเขียว	1,200	204.0		244,800	พื้นที่สีเขียวรอบอาคาร
พื้นเทพูนขัดมัน	300	681.0		204,300	พื้นที่ปล่อยเข้าโชว์รูม
2.2หมวดงานฝ้าเพดาน					
ฝ้าฉาบเรียบยิปซัมทาสี	450	3,612.0		1,625,400	พื้นที่ห้องอาคารไม่รวมพื้นที่จอดรถ
2.3งานผนังและงานตกแต่ง					
งานผนังและงานตกแต่งผนัง	1,700	3,612.0		6,140,400	พื้นที่ห้องอาคารไม่รวมพื้นที่จอดรถ
งานก่ออิฐมวลเบาครึ่งแผ่น	800	307.5		246,000	พื้นที่จอดรถ
งานผนัง คสล. ภายนอกอาคารทาสี	2,500	3,919.5		9,798,750	พื้นที่ห้องอาคาร
2.4งานประตู หน้าต่าง					
ประตูไม้เนื้อแข็ง,หน้าต่างอลูมิเนียมกระจก	1,500	3,919.5		5,879,250	พื้นที่ห้องอาคาร
2.5สุขภัณฑ์					
สุขภัณฑ์อย่างดี	1,000	3,612.0		3,612,000	พื้นที่ห้องอาคารไม่รวมพื้นที่จอดรถ
รวมงานสถาปัตยกรรม			34.86%	32,438,280	
3.งานระบบไฟฟ้าและสื่อสาร					
3.1สายไฟเดินร้อยท่อวางโครงธรรมดา	1,900	3,612.0		6,862,800	พื้นที่ห้องอาคารไม่รวมพื้นที่จอดรถ
รวมงานระบบไฟฟ้าและสื่อสาร			7.38%	6,862,800	
4.งานระบบ					
4.1ระบบสุขาภิบาลและดับเพลิง	1,400	3,919.5		5,487,300	พื้นที่ห้องอาคาร
4.2ระบบลิฟท์	2 ตัว			2,000,000	
4.3ระบบปรับอากาศแบบ Split Type	70 ชุด			2,000,000	
4.4ระบบ CCTV	150	3,919.5		587,925	พื้นที่ห้องอาคาร
รวมงานระบบ			10.83%	10,075,225	
5.งานอื่นๆ					
5.1งานถนน ระบบไฟ ตกแต่งรอบโครงการ	5,000	434.0		2,170,000	
5.2สระว่ายน้ำ Fitness และออฟฟิตโครงการ				2,000,000	
5.3Car Stack Parking	10 ชุด			4,000,000	พื้นที่จอดรถ
5.4พื้นที่สีเขียวรอบโครงการ		204.0		1,000,000	ของพื้นที่สีเขียว
5.5เฟอร์นิเจอร์ตกแต่งในห้องพัก	5,000	2,155.5		10,777,500	ของพื้นที่ห้องพัก
รวมงานอื่นๆ			21.44%	19,947,500	
				รวมค่าก่อสร้างด้วยวิธีต้นทุน	93,052,870
				ค่าดำเนินการ ก่อโร และภาษี	17.96%
				รวมราคางานทั้งหมด	109,765,165

ต้นทุนค่าก่อสร้างต่อตารางเมตร 28,004.89

สรุปการประเมินที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง	
ต้นทุนค่าที่ดิน	139,000,000
ต้นทุนค่าก่อสร้าง	109,765,165
มูลค่าของทรัพย์สิน	248,765,165

มูลค่าของทรัพย์สินต่อตารางเมตร	
พื้นที่อาคาร (3919.5 ตรม.)	63,469
มูลค่าทรัพย์สินต่อพื้นที่ขาย (2836.5 ตรม.)	87,701.5

6.4 สรุปการวิเคราะห์ด้านการก่อสร้างและต้นทุน

ต้นทุนของโครงการรวมได้ทั้งสิ้น 248,765,165 บาท หรือคิดเป็นค่าก่อสร้างต่อตารางเมตรที่ 28,004 บาท โดยหากคิดเป็นมูลค่าทรัพย์สินต่อตารางเมตรต่อพื้นที่อาคารจะอยู่ที่ 63,469 บาท และมูลค่าทรัพย์สินต่อพื้นที่ขายอยู่ที่ตารางเมตรละ 96,652 บาท

โดยโครงการจะเป็นผู้บริหารเอง ซึ่งจะใช้คนงานทั้งสิ้น 10 ตำแหน่ง โดยจะมีค่าใช้จ่ายรายเดือน รวมค่าตอบแทนอื่น ๆ ที่เดือนละ 231,000 บาท หรือปีละ 2,772,000

โครงการจะก่อสร้าง 3,919.5 ตารางเมตร โดยใช้ระยะเวลาก่อสร้างรวมแบบและยื่นขออนุญาต 39 ทวี เป็นเวลาทั้งสิ้นประมาณ 1 ปี



บทที่ 7

การวิเคราะห์ด้านการเงิน

7.1 การประมาณการกระแสเงินสด

7.1.1 ด้านรายรับของโครงการ

รายรับของโครงการจะสามารถแบ่งได้ทั้งสิ้น 2 ทาง คือ

7.1.1.1 รายรับจากเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์

รายรับจากเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ ในโครงการจะมีจำนวนทั้งสิ้น 54 ยูนิต โดยจะสามารถแบ่งเป็น 2 ขนาดดังนี้

(1) ขนาด 1 ห้องนอนแบบ Studio

1. ขนาด 1 ห้องนอนแบบ Studio ขนาด 28 ตารางเมตร จำนวน 18 ห้อง

2. ขนาด 1 ห้องนอนแบบ Studio ขนาด 29.75 ตารางเมตร จำนวน 18 ห้อง

(2) ขนาด 2 ห้องนอน

1. ขนาด 2 ห้องนอน ขนาด 61 ตารางเมตร จำนวน 6 ห้อง

2. ขนาด 2 ห้องนอน ขนาด 61.25 ตารางเมตร จำนวน 6 ห้อง

3. ขนาด 2 ห้องนอน ขนาด 63.75 ตารางเมตร จำนวน 6 ห้อง

โดยมีราคาเฉลี่ยต่อตารางเมตรที่ 1,215 บาท โดยห้องขนาด 1 ห้องนอน จะทำราคาต่อตารางเมตรได้ดีกว่า ที่ 1,284 บาท ต่อตารางเมตร และ 2 ห้องนอนที่ 1,150 บาทต่อตารางเมตร

หากโครงการให้เช่าได้เต็มศักยภาพ จะทำให้สามารถมีรายรับต่อเดือนที่ 2,618,118 บาท (ดูได้จากตาราง 7-1)

ตารางที่ 7-1 จำนวนห้อง พื้นที่ขายและรายรับต่อเดือน ของส่วนเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์

รูปแบบห้อง	ขนาด	ราคาต่อตรม.	ราคาต่อห้อง	จำนวนห้อง	ตรม.ทั้งหมด	ร้อยละ	รายรับทั้งหมด	
สตูดิโอ 1 ห้องนอน	28	1284	35,952	18	504.00	23.38%	647,136	300.2254697
สตูดิโอ 1 ห้องนอน	29.75	1284	38,199	18	535.50	24.84%	687,582	318.9895616
2 ห้องนอน	61	1150	70,150	6	366.00	16.98%	420,900	195.2679193
2 ห้องนอน	61.25	1150	70,438	6	367.50	17.05%	422,625	196.0681976
2 ห้องนอน	63.75	1150	73,313	6	382.50	17.75%	439,875	204.0709812
Grand Total				54	2,155.50	100.00%	2,618,118	1214.62

7.1.1.2 รายรับจากพื้นที่ปล่อยเช่า

พื้นที่ปล่อยเช่าของโครงการจะอยู่ในส่วนชั้น 1 และ ชั้น 2 โดยมีพื้นที่รวมทั้งสิ้น 681 ตารางเมตร โดยจะแบ่งเป็น พื้นที่ชั้น 1 จำนวน 262.5 ตารางเมตร และ ชั้น 2 ที่ 418.5 ตารางเมตร โดยมีสมมุติฐานค่าเช่าตามราคาตลาดของ 2 ชั้นที่ต่างกันดังนี้ (ดูได้จากตาราง 7-2)

ตารางที่ 7-2 รายรับของส่วนพื้นที่ปล่อยเช่า

	จำนวนตารางเมตร	ราคาต่อตารางเมตร	ราคาต่อเดือน
พื้นที่ชั้น 1	262.5	2,000	525,000
พื้นที่ชั้น 2	418.5	1,000	418,500
รวมพื้นที่ขาย	681	รวมรายรับ	943,500
		ราคาเฉลี่ยต่อตารางเมตร	1,385.46

7.1.2 อัตราการเช่า

อัตราการเช่าในกรณีปกติซึ่งจะแบ่งตามกิจกรรม โดยนำตัวเลขสมมุติฐานที่สอดคล้องกับข้อมูลทางตลาด และมีช่วงปีที่อัตราเช่าคงที่ไม่เปลี่ยนแปลง (Stable Year) ของในแต่ละกิจกรรมที่ไม่เท่ากัน จึงสามารถสรุปได้ดังนี้ (ดูได้จากตาราง 7-3)

ตารางที่ 7-3 อัตราการเช่าของกิจกรรมต่าง ๆ ในโครงการ

	อัตราเช่า ปีที่ 1	อัตราเช่า ปีที่ 2	อัตราเช่า ปีที่ 3	อัตราเช่า ปีที่ 4	อัตราเช่า ปีที่ 5	อัตราเช่า ปีที่ 6 เป็นต้นไป
อพาร์ทเมนต์	65%	70%	75%	80%	85%	เสถียรที่ 85%
พื้นที่ปล่อยเช่า	50%	เสถียรที่ 100%	เสถียรที่ 100%	เสถียรที่ 100%	เสถียรที่ 100%	เสถียรที่ 100%

อัตราเช่าในกรณีปรกตินั้น จะได้มาจากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ประกอบการหลายแห่งเช่น มุกดา เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ บริเวณสุขุมวิท ซอย 39 , ผู้บริหารโครงการเซ็นเตอร์พ้อย ศาลาแดง ก่อนขายให้โครงการเอทัส และผู้บริหารโครงการบ้านเค เรสซิเดนซ์ โดยในส่วนของอัตราเช่าที่เสถียร จะนำอัตราเช่าพักเฉลี่ยมาจากฝ่ายวิจัยของ บริษัท Collier ประเทศไทยที่แสดงไว้ในข้างต้น ในส่วนอัตราเช่าพักเฉลี่ยของเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ เกรดเอ ของกรุงเทพมหานคร

การเพิ่มขึ้นของราคาค่าเช่าอยู่ที่ร้อยละ 3 ต่อปี โดยอัตราเงินเฟ้อเฉลี่ยปี ค.ศ. 1997 ถึง 2015 มีอัตราเฉลี่ยที่ ร้อยละ 4.52 (Trading Economics, กุมภาพันธ์ 2558) แต่ทั้งนี้จะเป็นอัตราที่สูงเกินไป จึงใช้ตามการคำนวณที่ร้อยละ 3 ของกลุ่มโรงแรมในลักษณะกรรมสิทธิ์สมบูรณ์ (ใช้โรงแรมเนื่องจากบริบทน่าจะใกล้เคียงกับเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์มากที่สุด) ตามมูลนิธิประเมินค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทย (มูลนิธิประเมินค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทย, มิถุนายน 2553)

7.1.3 ด้านรายจ่ายของโครงการ

รายจ่ายของโครงการ The Platform Sathorn มีค่าใช้จ่ายหลักๆอยู่ทั้งสิ้น 8 รายการ โดยสามารถจำแนกได้ดังต่อไปนี้

7.1.3.1 ต้นทุนที่ดิน

ต้นทุนที่ดินของโครงการ อยู่ที่ 139,000,000 บาท หรือตารางวาละ 640,553 บาท ซึ่งเป็นราคาตลาดของทรัพย์สินที่มีความใกล้เคียงกัน (ดูได้จากตาราง 7-4)

ตารางที่ 7-4 ต้นทุนที่ดินของโครงการ

	ขนาด (ตร.วา)	ราคาต่อตารางวา	รวมทั้งสิ้น
ราคาตลาด	217	640,553	139,000,000
ราคาประเมินราชการ(2555-2558)	217	600,000	130,200,000

7.1.3.2 ต้นทุนค่าก่อสร้าง

ต้นทุนค่าก่อสร้างจากการวิเคราะห์ต้นทุนแบบ Unit in place ที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น จะสามารถประมาณราคาค่าก่อสร้างได้ที่ ตารางเมตรละ 28,005 บาท รวมเป็นราคาทั้งสิ้น 109,765,166 บาท ซึ่งจะต่างจากราคาประเมินของมูลนิธิประเมินค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทย ช่วงเดือน มิถุนายน ถึง ธันวาคม 2557 (มูลนิธิประเมินค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทย, มิถุนายน 2557) โดยในที่นี้จะใช้ราคาแบบ Unit in Place ในการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงิน เนื่องจากบริบทของวัสดุที่ใช้ใกล้เคียงกว่า (ดูได้จากตาราง 7-5)

ตารางที่ 7-5 ต้นทุนค่าก่อสร้างอาคาร

	ขนาด (ตร.เมตร)	ราคาต่อตารางเมตร	รวมทั้งสิ้น
ประมาณราคาแบบ Unit In Place	3,920	28,005	109,765,166
ราคาประเมินของมูลนิธิประเมินค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทย (อาคารพักอาศัย 6-18 ชั้น คุณภาพสูง)	3,920	21,000	82,309,500

7.1.3.3 ต้นทุนค่าภาษีโรงเรียน

ต้นทุนค่าภาษีโรงเรือนจะคิดในอัตราเต็มจำนวน ร้อยละ 12.5 จากรายรับค่าเช่าทั้ง 3 ส่วน โดยจะไม่แบ่งสัญญาเช่าเป็นสองสัญญา เพื่อให้ต้นทุนลดลงเหลือประมาณร้อยละ 9.00 ถึง 9.75 ในตลาด โดยจะสามารถอธิบายได้ดังนี้ (ดูได้จากตาราง 7-6)

ตารางที่ 7-6 ต้นทุนค่าภาษีโรงเรือน

ประเภทรายรับ	รายรับ (Occupancy 100%)	ภาษีโรงเรือน 12.5%
เซอร์วิส อพาร์ทเมนต์	30,967,920	3,870,990
พื้นที่ให้เช่า	11,318,220	1,414,778
	รวม ภาษีโรงเรือนต่อปี	5,285,768

7.1.3.4 ต้นทุนเงินเดือนพนักงาน

เงินเดือนพนักงานของโครงการจะมาจากการวิเคราะห์ส่วนการบริหารหลังก่อสร้าง ซึ่งได้อธิบายไว้ในข้างต้น โดยโครงการ The Platform Sathorn จะใช้คนงานทั้งสิ้น 10 คน โดยคิดเป็นเงินเดือนรวม 160,000 บาท ต่อเดือน และหากรวมผลตอบแทนอื่นๆ ที่จะให้พนักงานอีกร้อยละ 10 ต่อปี จะทำให้คิดเป็นค่าใช้จ่ายต่อปีที่ 2,772,000 บาท (ดูได้จากตาราง 7-7) โดยอัตราเพิ่มขึ้นของเงินเดือนจะใช้ร้อยละ 3 ต่อปี

ตารางที่ 7-7 เงินเดือนพนักงาน

รายการ	จำนวน	เงินเดือน	รวม
ผู้บริหารโครงการ(เจ้าของ)	1	50,000	50,000
ผู้จัดการทั่วไป/ฝ่ายขาย	1	30,000	30,000
พนักงานธุรการ	1	25,000	25,000
แม่บ้าน	3	15,000	45,000
รักษาความปลอดภัย	4	15,000	60,000

		ค่าใช้จ่ายต่อเดือน	210,000
		Benefit อื่นๆ 10%	21,000
รวมจำนวนพนักงาน	10	ค่าใช้จ่ายต่อปี	2,772,000

7.1.3.5 ค่าน้ำ ค่าไฟ

ค่าน้ำค่าไฟ จะคิดจากราคาตลาด เนื่องจากธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ในพื้นที่ จะออกค่าน้ำ และค่าไฟ ให้ในวงเงินที่จำกัดต่อห้อง โดยเฉลี่ยจะอยู่ที่ 2,000 บาท ต่อห้อง โดยส่วนที่เกิน จะเรียกเก็บจากผู้เช่า ดังนั้น โครงการจึงตั้งสมมุติฐานค่าน้ำและไฟเท่ากับวงเงินที่ออกให้ 2,000 บาท ต่อเดือน โดยสามารถจำแนกได้ดังนี้ (ดูได้จากตาราง 7-8)

ตารางที่ 7-8 ต้นทุนค่าน้ำค่าไฟ

	จำนวนห้อง	อัตราค่าเช่าพักเฉลี่ย	ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	รวมเป็นเงินต่อเดือน	รวมเป็นเงินต่อปี
ต้นทุนค่าน้ำ ค่าไฟ กรณี 1	54	100%	2,000	108,000	1,296,000
ต้นทุนค่าน้ำ ค่าไฟ กรณี 2	54	80%	2,000	86,400	1,036,800
ต้นทุนค่าน้ำ ค่าไฟ กรณี 3	54	65%	2,000	70,200	842,400

7.1.3.6 ค่าใช้จ่ายการตลาด

ค่าใช้จ่ายทางการตลาด จะคิดเป็นร้อยละ 3 ของรายรับรวม เนื่องจากในบางกรณีอาจจะต้องขายผ่านช่องทางนายหน้า ซึ่งโดยปกติจะคิดเป็นประมาณ ร้อยละ 3 ของสัญญาเช่า โดยจากจำนวนห้องทั้งสิ้น 54 ห้อง อาจจะเป็นช่องทางจากนายหน้า ประมาณร้อยละ 20 ส่วนที่เหลือจะเป็นงบททางการตลาดให้พนักงานของโครงการนำไปใช้เพื่อหาลูกค้า หรือจัดโปรโมชั่น เป็นต้น

7.1.3.7 สำรองค่าใช้จ่ายเพื่อซ่อมแซม

ธุรกิจการปล่อยเช่าอสังหาริมทรัพย์ที่มีตัวอาคารจะต้องมีการบำรุงรักษาอย่างสม่ำเสมอการสำรองเงินค่าใช้จ่ายเพื่อการซ่อมแซมจึงมีความจำเป็นสำหรับการตั้งสมมุติฐานด้านการเงิน ซึ่งสมมุติฐานค่าสำรองค่าใช้จ่ายซ่อมแซมของโครงการ The Platform Sathorn ได้กำหนดไว้ที่ ร้อยละ 3 ของรายรับ

7.1.3.8 ค่าใช้จ่ายอื่นๆ

ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่อาจเกิดขึ้นของโครงการ The Platform Sathorn ได้กำหนดไว้ที่ ร้อยละ 2 ของรายรับ ค่าใช้จ่ายในส่วนนี้จะรวมถึง ค่าร่างสัญญา ค่ารถรับส่งรถไฟฟ้า ค่าน้ำไฟส่วนกลาง เป็นต้น

7.2 สรุปด้านรายรับและรายจ่ายของโครงการ

การสรุปด้านรายรับและรายจ่ายของโครงการ หากตั้งสมมุติฐานที่โครงการสามารถปล่อยเช่าได้ตามอัตราเช่าพักต่าง จะสามารถจำแนกได้ดังต่อไปนี้ (ดูได้จากตาราง 7-9)

ตารางที่ 7-9 สรุปรายรับและรายจ่ายของโครงการ

รายการ	100%	90%	80%	70%	60%
รายได้ต่อปี					
เซอร์วิสอพาร์ท เมนต์	30,967,920	27,871,128	24,774,336	21,677,544	18,580,752
พื้นที่ให้เช่า	11,318,220	10,186,398	9,054,576	7,922,754	6,790,932
รวมรายได้	42,286,140	38,057,526	33,828,912	29,600,298	25,371,684
รายจ่ายต่อปี					
ภาษีโรงเรือน 12.5%	5,285,768	4,757,191	4,228,614	3,700,037	3,171,461
เงินเดือนพนักงาน	2,772,000	2,772,000	2,772,000	2,772,000	2,772,000
ค่าน้ำ ค่าไฟ	1,296,000	1,166,400	1,036,800	907,200	777,600
ค่าการตลาด	1,268,584	1,141,726	1,014,867	888,009	761,151
ค่าซ่อมแซมและ สักรองปรับปรุง	1,268,584	1,902,876	1,691,446	1,480,015	1,268,584
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	845,723	761,151	676,578	592,006	507,434
รวมรายจ่าย	12,736,659	12,501,343	11,420,305	10,339,267	9,258,229

ผลกำไรของโครงการ ในเบื้องต้นจะดูที่กำไรก่อนหักดอกเบี้ย ภาษีนิติบุคคล ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย (EBITDA: Earnings before interest depreciation and amortization) โดยจะสามารถคิดตามอัตราเข้าพัก ได้ดังนี้ (ดูได้จากตาราง 7-10)

ตารางที่ 7-10 กำไรก่อนหักดอกเบี้ย ภาษีนิติบุคคล ค่าเสื่อม และค่าตัดจำหน่าย EBITDA

	100%	90%	80%	70%	60%
กำไรก่อนหักดอกเบี้ย และภาษี (EBITDA)	29,549,481	26,317,333	23,085,185	19,853,037	16,620,889
กำไรก่อนหักดอกเบี้ย และภาษีต่อรายรับ	70%	69%	68%	67%	66%

7.3 โครงสร้างทางการเงินและต้นทุนทางการเงิน

การลงทุนอสังหาริมทรัพย์เป็นการลงทุนที่ใช้เงินลงทุนสูง จึงจำเป็นต้องใช้แหล่งเงินทุนจากแหล่งอื่น เช่น การกู้เงินจากสถาบันทางการเงิน ซึ่งแผนโครงสร้างทางการเงินของโครงการจะเป็นดังนี้

แหล่งที่มาของเงินทุนนั้น จะเป็นจากส่วนของเจ้าของโครงการร้อยละ 50 และจากแหล่งเงินกู้สถาบันทางการเงิน ร้อยละ 50

7.3.1 ต้นทุนแหล่งเงินกู้ (Kd)

แหล่งที่มาของเงินทุนนั้นจะมาจากอัตราดอกเบี้ยลูกค้ำรายใหญ่ขั้นต่ำ MLR : Minimum Loan Rate โดยใช้อัตราบวกเพิ่มที่ร้อยละ 1 เนื่องจากเป็นอัตราที่ผู้ประกอบการรายเล็กจะถูกคิดเพิ่มจากอัตราลูกค้ำรายใหญ่ขั้นต่ำ โดยตารางคำนวณอัตราดอกเบี้ยเฉลี่ยของ 8 ธนาคารอยู่ที่ร้อยละ 7.02 ณ วันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2558 (ธนาคารแห่งประเทศไทย , กุมภาพันธ์ 2558) (ดูได้จากตาราง 7-11)

ตารางที่ 7-11 อัตราดอกเบี้ยเฉลี่ยของธนาคาร 8 ธนาคาร ณ วันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2558

ธนาคาร	อัตราดอกเบี้ย MLR
กสิกรไทย	6.75%
กรุงไทย	6.75%
ไทยพาณิชย์	6.75%
ยูโอบี	7.40%
กรุงเทพ	6.75%
เฉลี่ย	6.88%

จึงทำให้โครงการมีต้นทุนเฉลี่ยเงินกู้เท่ากับ ร้อยละ $7.02 + 1.00 = 8.02\%$

7.3.2 ต้นทุนแหล่งเงินทุนของเจ้าของ Cost of Equity (Ke)

ในส่วนของ การหาต้นทุนแหล่งเงินทุนส่วนของผู้ถือหุ้น (Ke) จะใช้วิธีสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่อยู่ในธุรกิจเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ และเทียบกับตารางอัตราผลตอบแทนการลงทุนของอสังหาริมทรัพย์ประเภทต่าง ๆ ปี 2556 และบวกความเสี่ยงเพิ่ม เพื่อให้ได้อัตราที่เหมาะสม

จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารโครงการ มุกดา อพาร์ทเมนต์ ซึ่งเป็นผู้ประกอบการ อพาร์ทเมนต์และ เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ ในบริเวณสุขุมวิท 59 ซึ่งมีแผนการลงทุนขยายธุรกิจไปในที่ต่าง อื่น ๆ โดยจะต้องการผลตอบแทนของส่วนของผู้ถือหุ้นที่ร้อยละ 10 ถึง ร้อยละ 12 ต่อปี

มูลนิธิประเมินค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทย ได้จัดการประชุมระดมสมอง เกี่ยวกับการกำหนดอัตราผลตอบแทนในการลงทุน เมื่อวันที่ 28 พฤศจิกายน 2556 ได้ผลสรุป ดังนี้ (ดูได้จากภาพที่ 7-1)

อัตราผลตอบแทนของเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ ในกรุงเทพมหานคร เกรด A จะได้ ผลตอบแทนประมาณ ร้อยละ 6 ถึง 8 ต่อปี

อัตราผลตอบแทนของเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ ในกรุงเทพมหานคร เกรด B จะได้ ผลตอบแทนประมาณ ร้อยละ 5 ถึง 7 ต่อปี

อัตราผลตอบแทนในส่วนของผู้ถือหุ้นจะรวมในส่วนของความเสี่ยง ซึ่ง โครงการ The Platform Sathorn ได้เล็งเห็นช่องว่างทางการตลาดในส่วนที่ผู้ประกอบการรายอื่น มองข้าม จึงทำให้มีความเสี่ยงในการลงทุนสูงกว่ากรณีปกติ จึงทำให้สมควร เพิ่มอัตราผลตอบแทน ของส่วนของผู้ถือหุ้นจากตาราง มูลนิธิประเมินค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทยที่ร้อยละ 2.4

ต้นทุนแหล่งเงินทุนส่วนของผู้ถือหุ้น (Ke) อยู่ที่ร้อยละ 10.4

ตารางที่ 1: สรุปผลการระดมสมอง อัตราผลตอบแทนในการลงทุนของอสังหาริมทรัพย์ประเภทต่างๆ ในปี 2556

ประเภทอสังหาริมทรัพย์	อัตราผลตอบแทน					
	เม.ย.2551	พ.ค.2552	กค.2553	ต.ค.2554	ต.ค.2555	พ.ย.2556
โกดัง/โรงงาน	7-10% ปริมณฑล	7-10% ปริมณฑล	7-10% ปริมณฑล	6-8% ปริมณฑล	9-12% เขตปริมณฑล (พื้นที่น้ำไม่ท่วม)	8-10% ปริมณฑล
ศูนย์การค้า	8-10% กทม.ปริมณฑล	8-12% กทม.ปริมณฑล	8-12% กทม.ปริมณฑล	8-12% กทม.ปริมณฑล	กทม.CBD 12-15% กทม.นอก CBD 10-12%	กทม.CBD 10-12% กทม.นอก CBD 8-10%
อาคารสำนักงาน	กทม.CBD 7-8% กทม.นอก CBD 5-6%	กทม.CBD 7-10% กทม.นอก CBD 5-7%	กทม.CBD 7-8% กทม.นอก CBD 5-7%	กทม.CBD 7-8% กทม.นอก CBD 6-7%	กทม.CBD 7-8% กทม.นอก CBD 6-7%	กทม.CBD 6-8% กทม.นอก CBD 5-7%
เซอวิวิส อะพาร์ตเมนต์	กทม.เกรด A 8-9% กทม.เกรด B 7-8%	กทม.เกรด A 7-10% กทม.เกรด B 6-8%	กทม.เกรด A 6-8% กทม.เกรด B 6-8%	กทม.เกรด A 6-8% กทม.เกรด B 5-7%	กทม.เกรด A 7-8% กทม.เกรด B 6-7%	กทม.เกรด A 6-8% กทม.เกรด B 5-7%
อะพาร์ตเมนต์	กทม. 6-7%	กทม. 6-8%	กทม. 6-8%	กทม. 5-7%	กทม. 6-7%	กทม. 5-7%
โรงแรม	กทม. 8-10%	กทม. 8-12%	กทม. 7-8%	กทม. 7-9%	กทม. เกรด 4-5 ดาว 10-12% เกรด 3 ดาว 8-10%	กทม. เกรด 4-5 ดาว 8-10% เกรด 3 ดาว 7-8%

ภาพที่ 7-1 ตารางอัตราผลตอบแทนในการลงทุนของอสังหาริมทรัพย์ประเภทต่าง ๆ ปี 2556 (มูลนิธิตะเยวณค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทย, ธันวาคม 2556)

7.3.3 ต้นทุนการเงินรวมของโครงการ

จะใช้วิธี WACC : Weighted average cost of capital ในการคำนวณ

$$WACC = Wdkd(1-Tax)+WeKe$$

ตารางที่ 7-12 การคำนวณหา WACC

	% Rate
Wd	0.5
Kd	8.02%
We	0.5
Ke	10.40%
Tax	0.2
WACC	8.41%

จากการคำนวณ WACC จะทำให้โครงการมีต้นทุนทางการเงิน ที่ 8.41 %

7.4 การวิเคราะห์มูลค่าโครงการตามแนวคิดทางการเงิน

7.4.1 มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ (Net Present Value : NPV)

จากการคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการเท่ากับ 223,961,156 บาท ที่อัตราคิดลด ร้อยละ 8.41 ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงเห็นว่าโครงการนี้สามารถให้กระแสเงินสดสุทธิมากกว่าต้นทุนของเงินทุนและค่าเงินตามเวลา โครงการนี้จึงมีความสนใจในการลงทุน

ส่วนมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการในส่วนของเจ้าของเท่ากับ 121,799,483 บาท ที่อัตราคิดลด ร้อยละ 10.41 ซึ่งมีค่าเป็นบวกเช่นกัน

โครงการนี้จึงมีความน่าสนใจในการลงทุนทั้งในมุมมองโครงการและส่วนของเจ้าของ

7.4.2 อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (Internal Rate of Return : IRR)

อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (IRR) มีค่า 13.56% ซึ่งสูงกว่าอัตราผลตอบแทนที่คาดหวัง 8.41% จึงเป็นโครงการที่มีความน่าสนใจในการลงทุน

และจากการคำนวณอัตราผลตอบแทนในส่วนของผู้ถือหุ้นจะได้เท่ากับ 14.96% ซึ่งมีค่ามากกว่า 10.41% จึงสามารถสรุปได้ว่า โครงการนี้มีผลตอบแทนที่น่าพอใจลงทุนในในแง่โครงการและส่วนของผู้ถือหุ้น

7.4.3 ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period : PBP)

ระยะเวลาคืนทุนของโครงการ Project PBP : Project Payback Period อยู่ที่ 8 ปี 11 เดือน

ระยะเวลาคืนทุนในส่วนของผู้ถือหุ้น Equity PBP : Equity Payback Period อยู่ที่ 10 ปี 9 เดือน

7.5 การวิเคราะห์ความอ่อนไหว (Sensitivity Analysis)

เป็นการทดสอบการเปลี่ยนแปลงปัจจัยแต่ละตัวที่มีผลต่อผลตอบแทนของโครงการ โดยจะทดสอบทั้งสิ้น 4 ปัจจัย คือ รายได้ ค่าใช้จ่าย ต้นทุนที่ดิน และ ต้นทุนค่าก่อสร้าง โดยจะสามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

รายได้ของโครงการ อาจจะเป็นกรณีบวกหรือ ลบ จากกรณีปกติ โดยการคาดคะเน จะอยู่ในช่วงผันแปรไม่เกิน ร้อยละ 10 โดยการผันแปรที่มากกว่าร้อยละ 10 จะเกิดขึ้นชั่วคราวหรือระยะเวลาหนึ่งเท่านั้น ซึ่งจะอยู่ในลักษณะผิดปกติและในที่สุดก็จะปรับสู่ภาวะสมดุล และหากเกิดในกรณีที่รายได้ต่ำกว่าภาวะปกติเป็นระยะเวลานาน อาจจะแสดงได้ถึงตัวสินค้าไม่ตอบโจทย์ผู้บริโภค จึงควรทำการปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้ได้รายรับที่ดีขึ้นโดยการทดสอบ Sensitivity ด้านรายได้ จะสามารถดูได้จากตารางที่ 7-13

ตารางที่ 7-13 การวิเคราะห์ความอ่อนไหวด้านรายได้

		-10%	-5.00%	0%	5.00%	10%
กระแสเงินสดอิสระ ของเจ้าของกิจการ (FCFF)	NPV	169,585,314	196,773,235	223,961,156	251,149,077	278,336
	IRR	12.42%	13.00%	13.56%	14.12%	14.67%
	PBP	9 ปี 11 เดือน	9 ปี 5 เดือน	8 ปี 11 เดือน	8 ปี 7 เดือน	8 ปี 2 เดือน
กระแสเงินสดอิสระ ของผู้ถือหุ้น (FCFE)	NPV	80,585,475	101,192,479	121,799,483	142,406,487	163,013,491
	IRR	13.44%	14.20%	14.96%	15.71%	16.48%
	PBP	11 ปี 11 เดือน	11 ปี 3 เดือน	10 ปี 9 เดือน	10 ปี 3 เดือน	9 ปี 8 เดือน

ค่าใช้จ่ายของโครงการ อาจจะเป็นกรณีบวกหรือ ลบ จากกรณีปกติ โดยการคาดคะเน จะอยู่ในช่วงผันแปรไม่เกิน ร้อยละ 10 โดยการผันแปรที่มากกว่าร้อยละ 10 จะเกิดขึ้นชั่วคราว หรือระยะเวลาหนึ่งเท่านั้น ซึ่งจะเป็นในลักษณะผิดปกติและในที่สุดก็จะปรับสู่สภาวะสมดุล ค่าใช้จ่ายที่มากขึ้นจะทำให้โครงการกำไรน้อยลงจากที่คาดการณ์ไว้ หากค่าใช้จ่ายมีมากขึ้นอาจจะต้อง พยายามหาวิธีการเพิ่มรายได้ เพื่อให้โครงการได้กำไรมากขึ้น โดยการทดสอบ Sensitivity ด้าน ค่าใช้จ่าย จะสามารถดูได้จากตารางที่ 7-14

ตารางที่ 7-14 การวิเคราะห์ความอ่อนไหวด้านค่าใช้จ่าย

		-10%	-5.00%	0%	5.00%	10%
กระแสเงินสดอิสระ ของเจ้าของกิจการ (FCFF)	NPV	245,085,809	34,523,482	223,961,156	213,398,829	202,836,502
	IRR	14.00%	13.78%	13.56%	13.34%	13.12%
	PBP	8 ปี 8 เดือน	8 ปี 10 เดือน	8 ปี 11 เดือน	9 ปี 2 เดือน	9 ปี 4 เดือน
กระแสเงินสดอิสระ ของผู้ถือหุ้น (FCFE)	NPV	137,840,076	129,819,779	121,799,483	113,779,187	105,758,890
	IRR	15.55%	15.25%	14.96%	14.66%	14.36%
	PBP	10 ปี 5 เดือน	10 ปี 7 เดือน	10 ปี 9 เดือน	10 ปี 11 เดือน	11 ปี 2 เดือน

ต้นทุนที่ดิน อาจจะเป็นกรณีบวกหรือ ลบ จากกรณีปกติ โดยการคาดคะเน จะอยู่ ในช่วงผันแปรไม่เกิน ร้อยละ 10 ต้นทุนที่ดินที่มากขึ้นจะทำให้โครงการกำไรน้อยลงจากที่คาดการณ์ไว้ อาจจะทำให้ต้องเพิ่มรายรับ หรือประหยัดรายจ่ายเพื่อให้โครงการได้อัตรผลตอบแทนตามที่ คาดหวังไว้ จะสามารถดูได้จากตารางที่ 7-15

ตารางที่ 7-15 การวิเคราะห์ความอ่อนไหวด้านต้นทุนที่ดิน

		-10%	-5.00%	0%	5.00%	10%
กระแสเงินสดอิสระของเจ้าของกิจการ (FCFF)	NPV	237,861,156	230,911,156	223,961,156	217,011,156	210,061,156
	IRR	14.14%	13.84%	13.56%	13.30%	13.04%
	PBP	8 ปี 7 เดือน	8 ปี 9 เดือน	8 ปี 11 เดือน	9 ปี 2 เดือน	9 ปี 5 เดือน
กระแสเงินสดอิสระของผู้ถือหุ้น (FCFE)	NPV	128,749,483	125,274,483	121,799,483	118,324,483	114,849,483
	IRR	15.39%	15.17%	14.96%	14.75%	14.55%
	PBP	10 ปี 7 เดือน	10 ปี 8 เดือน	10 ปี 9 เดือน	10 ปี 10 เดือน	10 ปี 11 เดือน

ต้นทุนค่าก่อสร้าง อาจจะเป็นกรณีบวกหรือ ลบ จากกรณีปกติ โดยการคาดคะเน จะอยู่ในช่วงผันแปรไม่เกิน ร้อยละ 10 ต้นทุนที่ดินที่มากขึ้นจะทำให้โครงการกำไรน้อยลงจากที่คาดการณ์ไว้ อาจจะทำให้ต้องเพิ่มรายรับ หรือประหยัดรายจ่ายเพื่อให้โครงการได้อัตรผลตอบแทนตามที่คาดหวังไว้ จะสามารถดูได้จากตารางที่ 7-16

ตารางที่ 7-16 การวิเคราะห์ความอ่อนไหวด้านต้นทุนค่าก่อสร้าง

		-10%	-5.00%	0%	5.00%	10%
กระแสเงินสดอิสระของเจ้าของกิจการ (FCFF)	NPV	234,937,672	229,449,414	223,961,156	218,472,897	212,984,639
	IRR	14.01%	13.78%	13.56%	13.35%	13.15%
	PBP	8 ปี 8 เดือน	8 ปี 9 เดือน	8 ปี 11 เดือน	9 ปี 2 เดือน	9 ปี 3 เดือน
กระแสเงินสดอิสระของผู้ถือหุ้น (FCFE)	NPV	127,287,741	124,543,612	121,799,483	119,055,354	116,311,225
	IRR	15.30%	15.12%	14.96%	14.79%	14.63%
	PBP	10 ปี 7 เดือน	10 ปี 8 เดือน	10 ปี 9 เดือน	10 ปี 10 เดือน	10 ปี 11 เดือน

7.6 การวิเคราะห์สมมติภาพ (Scenario Analysis)

การตั้งตัวแปรในหลายๆเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นพร้อมๆกัน ซึ่งอยู่ในขอบเขตของความเป็นไปได้ที่จะเกิดขึ้น โดยจะสามารถจำลองเหตุการณ์ทั้งสิ้น 3 เหตุการณ์คือ เหตุการณ์ปกติ เหตุการณ์ที่ดีที่สุด เหตุการณ์ที่แย่ที่สุด โดยจะมีตัวแปรที่เปลี่ยนทั้งสิ้น 3 ตัวแปรคือ รายรับของโครงการ รายจ่ายของโครงการ และต้นทุนค่าก่อสร้าง โดยจะสามารถจำลองได้ดังนี้ (ดูได้จากตาราง 7-17)

7.6.1 เหตุการณ์ปกติ

เป็นเหตุการณ์ตามปกติที่ได้ศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินไว้ข้างต้น

7.6.2 เหตุการณ์ที่แย่ที่สุด (Worst Case Scenario)

เหตุการณ์ที่เปลี่ยนตัวแปรต่างๆดังนี้

รายได้ลดลง ร้อยละ 10

รายจ่ายเพิ่มขึ้น ร้อยละ 5

ต้นทุนที่ดินเพิ่มขึ้น ร้อยละ 5

ต้นทุนค่าก่อสร้างเพิ่มขึ้น ร้อยละ 10

7.6.3 เหตุการณ์ที่ดีที่สุด (Best Case Scenario)

เหตุการณ์ที่เปลี่ยนตัวแปรต่างๆดังนี้

รายได้เพิ่มขึ้น ร้อยละ 10

รายจ่ายลดลง ร้อยละ 5

ต้นทุนที่ดินลดลง ร้อยละ 5

ต้นทุนค่าก่อสร้าง เท่าเหตุการณ์ปกติ

Scenario Summary	กรณีแย่ที่สุด	กรณีปกติ	กรณีดีที่สุด
ปัจจัยการเปลี่ยนแปลง			
รายได้	-10%	0%	10%
รายจ่าย	5%	0%	-5%
ต้นทุนที่ดิน	5%	0%	-5%
ต้นทุนค่าก่อสร้าง	10%	0%	0%
ผลของการเปลี่ยนแปลง			
กระแสเงินสด NPV	141,797,542	223,961,156	296,550,397
อัตราของ IRR	11.61%	13.56%	15.21%
เจ้าของกิจการ Payback	10 ปี 8 เดือน	8 ปี 11 เดือน	7 ปี 10 เดือน
กระแสเงินสด NPV	64,133,296	121,799,483	175,040,163
อัตราของผู้ถือหุ้น IRR	12.73%	14.96%	17.05%
หุ้น Payback	12 ปี 5 เดือน	10 ปี 9 เดือน	9 ปี 2 เดือน

7.7 สรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน

จากการวิเคราะห์ทางการเงินพบว่าโครงการมีความน่าสนใจทั้งในแง่ผลตอบแทนของ NPV และ IRR โดยในสถานการณ์ปกติ ค่า NPV และ IRR ของโครงการและส่วนของผู้ถือหุ้น เป็นบวกทั้งสิ้น

ตารางที่ 7-18 NPV และ IRR ของโครงการและส่วนของผู้ถือหุ้น

	NPV	IRR	PBP	RRR(WACC,Ke)
กระแสเงินสดสุทธิต่อเจ้าของกิจการ	223,961,156	13.56%	8 ปี 11 เดือน	8.41%
กระแสเงินสดสุทธิต่อผู้ถือหุ้น	121,799,483	14.96%	10 ปี 9 เดือน	10.41%

7.8 สรุปการวิเคราะห์ด้านการเงิน

โครงการมีค่าเช่าเฉลี่ยต่อตารางเมตรในส่วนห้องพักอยู่ที่ 1,214 บาทต่อตารางเมตร และส่วนพื้นที่ปล่อยเช่าที่ตารางเมตรละ 1,385 บาท โดยมีอัตราเช่าของส่วนห้องพักเริ่มต้นที่ร้อยละ 65 และเสถียรในปีที่ 6 ที่อัตราร้อยละ 85 โดยส่วนของพื้นที่ปล่อยเช่าในปีแรกมีอัตราเช่าอยู่ที่ร้อยละ 50 และเสถียรในปีที่ 2 ที่อัตราร้อยละ 100

โครงการมีผลกำไรก่อนหักดอกเบี้ย ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย (EBITDA) ที่ร้อยละ 66 ถึง ร้อยละ 70 ของรายรับโครงการ

โครงการมีต้นทุนทางการเงินในส่วนเงินกู้ยืมที่ร้อยละ 8.02 และต้นทุนด้านส่วนของเจ้าของอยู่ที่ ร้อยละ 10.4 และมีต้นทุนการเงินรวมของโครงการอยู่ที่ร้อยละ 8.41 ซึ่งจะทำให้ได้ค่าผลตอบแทนดังนี้

มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการอยู่ที่ 223,961,156 บาท อัตราผลตอบแทนภายในที่ร้อยละ 13.56 และระยะเวลาคืนทุนที่ 8 ปี 11 เดือน

มูลค่าปัจจุบันสุทธิของส่วนของเจ้าของอยู่ที่ 121,799,483 บาท อัตราผลตอบแทนภายในที่ร้อยละ 14.96 และระยะเวลาคืนทุนที่ 10 ปี 9 เดือน

รายการอ้างอิง

- กรมจัดหางาน สำนักบริหารแรงงานต่างด้าว. (2557). *จำนวนคนต่างด้าวที่ได้รับอนุญาตทำงานคงเหลือ ณ เดือนธันวาคม*. วันที่ค้นข้อมูล ธันวาคม 2557, จาก กระทรวงแรงงาน เว็บไซต์ : http://social.nesdb.go.th/Socialstat/StatReport_final.aspx?reportid=127&tempate=2R1C&yeartype=M&subcatid=12
- กรมการท่องเที่ยว. (2557). *สถิตินักท่องเที่ยว*. วันที่ค้นข้อมูล พฤศจิกายน 2557, จาก กระทรวงการท่องเที่ยวและการกีฬา เว็บไซต์ : <http://www.tourism.go.th/home/details/11/221/23044>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2558). วันที่ค้นข้อมูล มกราคม 2558, เว็บไซต์ : http://www.bot.or.th/thai/satistics/financialmarkets/interestrates/_layout/application/interest_rate/IN_Rate.aspx
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2557). วันที่ค้นข้อมูล มกราคม 2558, เว็บไซต์ : <http://www.bot.or.th/Thai/PressAndSpeeches/Press/News2557/n2457t.pdf>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2557). วันที่ค้นข้อมูล มกราคม 2558, เว็บไซต์ : http://www.bot.or.th/Thai/EconomicConditions/Thai/BLP/Documents/BLP_TH_Q3_2014.pdf
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2557). วันที่ค้นข้อมูล มกราคม 2558, เว็บไซต์ : http://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/Inflation/Documents/Chapter_3_December_2557.pdf
- บริษัท CB Richard Ellis ประเทศไทย . (2557). *Bangkok Office & Commercial Property* . วันที่ค้นข้อมูล พฤศจิกายน 2557, จาก เว็บไซต์ : <http://www.Cbre.co.th/en/Services/Office>
- บริษัท CB Richard Ellis ประเทศไทย. (2557). *รายงานวิจัยตลาดเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์*. วันที่ค้นข้อมูล พฤศจิกายน 2557, จาก เว็บไซต์ : <http://www.cbre.co.th>
- บริษัท CB Richard Ellis ประเทศไทย. (2557). *Bangkok Luxury Hotel Market View*. วันที่ค้นข้อมูล ธันวาคม 2557, จาก เว็บไซต์ : <http://www.Cbre.co.th/en/ResearchCenter/Research/Bangkok-Luxury-Hotel-MarketView-Q2-2014>
- บริษัท Colliers ประเทศไทย. (2557). *รายงานวิจัย กรุงเทพมหานคร เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์*. วันที่ค้นข้อมูล พฤศจิกายน 2557, จาก เว็บไซต์ www.colliers.co.th/images/agency/62mckf2rServiceApartment%20Q3%202014-th.pdf

- พัฒนาบุตร อลิวัสสา. (2551). *ลงทุนคอนโดฯไฮเอนด์ย่านซีบีดี เจาะ 5 ทำเลแนวโน้มดีมานด์เหนือซัพพลาย*. วันที่ค้นข้อมูล พฤศจิกายน 2557, จาก Real Estate Information Center เว็บไซต์ : http://www.reic.or.th/home_eng/news/news_detail.asp?nID=12632&p=1&s=15&t=36
- พิรวัสส์ คุปติเลิศพงศ์. (2557). *การศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาที่ดินบริเวณถนนเจริญนคร*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- มูลนิธิประเมินค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทย. (2557). *ราคาประเมินค่าก่อสร้างอาคาร พ.ศ.2558*. วันที่ค้นข้อมูล ธันวาคม 2557, เว็บไซต์ : <http://www.thaiappraisal.org/thai/value/value.php>
- รศ.กิตติ สิริพลลภ. *การจัดการการตลาดสมัยใหม่*. วันที่ค้นข้อมูล พฤศจิกายน 2557, จากเว็บไซต์ : <http://elearning.aru.ac.th/3543101/soc15/topic7/linkfile/print5.htm>
- รศ.ดร.ชำนาญ ห่อเกียรติ. (2557). *วิธีการเลือกใช้ลิฟท์เบื้องต้น*. วันที่ค้นข้อมูล พฤศจิกายน 2557. จาก Elevator Designer เว็บไซต์ : <http://www.elevatordesigner.com/documents/02.pdf>
- ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจธนาคารไทยพาณิชย์. (2557). วันที่ค้นข้อมูล พฤศจิกายน 2557, จากเว็บไซต์ : http://scbeic.com/stocks/extra/8150_20141003104629.pdf
- สมาคมนักประเมินอิสระไทย.(2553).วันที่ค้นข้อมูล มิถุนายน 2553, เว็บไซต์ : http://www.thaiappraisal.org/thai/standard/document_cap1.php
- สมาคมผู้ประเมินมูลค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทย. (2556). วันที่ค้นข้อมูล พฤศจิกายน 2557, เว็บไซต์ : <http://www.thaiappraisal.org/thai/value/value.php>
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2557). วันที่ค้นข้อมูล พฤศจิกายน 2557, จาก สำนักนายกรัฐมนตรี เว็บไซต์ : http://www.nesdb.go.th/Potals/0/eco_datas/economic/eco_state/3_57/PressThaiQ3-2014.pdf
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2555). วันที่ค้นข้อมูล มกราคม 2558, จาก กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เว็บไซต์ : <http://www.service.nso.go.th/nso/nsopublish/themes/files/SocioPocket54.pdf>
- Carter&Mcgoldrick. (1989). Family Life Cycle. Retrieved February 2015. From http://wps.ablongman.com/wps/media/objects/4915/5033208/Fourth_ed.pdf
- Trading Economics. (2015). Thailand Inflation Rate .Retrieved February 2015. From <http://www.tradingeconomics.com/thailand/inflation-cpi>



ภาคผนวก ก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

เรื่อง ความต้องการของลูกค้าในการเช่า เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ บริเวณสีลม / สาทร

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้ จัดทำขึ้นเพื่อเป็นข้อมูล ประกอบการค้นคว้าอิสระ (Independent Study) ของนักศึกษาโครงการปริญญาโท สาขาธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เพื่อต้องการทราบถึงความต้องการของลูกค้าในการเช่า เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ บริเวณสีลม / สาทร

คำถาม แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ส่วนที่ 2 ประเภทและลักษณะโดยทั่วไปที่ต้องการ รวมถึงช่องทางในการรับรู้และโปรโมชั่นที่ต้องการ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจเช่า เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป (ผู้ให้สัมภาษณ์)

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ ต่ำกว่า 25 ปี 25 ถึง 30 ปี 31 ถึง 35 ปี
 36 ถึง 40 ปี 41 ถึง 45 ปี 46 ถึง 50 ปี
 51 ถึง 55 ปี 56 ปีขึ้นไป
3. การศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี ปริญญาโท
 สูงกว่าปริญญาโท
4. อาชีพ นายหน้าห้องเช่า ฝ่ายบุคคลของบริษัท
 อื่นๆ _____
5. จำนวนห้องที่ต้องการต่อปี _____ ห้อง
6. ระยะเวลาเช่าโดยเฉลี่ย/คน _____ เดือน
7. ประเทศที่มาพัก

- ไทย _____ ห้อง/ปี
- ประเทศ _____ ต้องการ _____ ต้องการ ห้อง/ปี
- ประเทศ _____ ต้องการ _____ ต้องการ ห้อง/ปี
- ประเทศ _____ ต้องการ _____ ต้องการ ห้อง/ปี
- อื่น ๆ _____ ต้องการ _____ ต้องการ ห้อง/ปี

ส่วนที่ 2 ประเภทและลักษณะโดยทั่วไปที่ต้องการ

8. ประเภทห้องที่ต้องการ

- Studio ห้อง _____ ขนาด _____ ตารางเมตร ราคา _____ /เดือน
- 1 ห้องนอน ห้อง _____ ขนาด _____ ตารางเมตร ราคา _____ /เดือน
- 2 ห้องนอน ห้อง _____ ขนาด _____ ตารางเมตร ราคา _____ /เดือน
- 3 ห้องนอน ห้อง _____ ขนาด _____ ตารางเมตร ราคา _____ /เดือน

9. ผู้จ่ายค่าเช่า

- บริษัท _____ คน
- ผู้อยู่อาศัย _____ คน

10. ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่ผู้เช่ายินดีจ่ายเพิ่มจากค่าเช่า

- น้ำ _____ บาท/ยูนิต
- ไฟ _____ บาท/ยูนิต
- Internet _____ บาท/เดือน
- มัดจำ _____ บาท
- ทำความสะอาด _____ บาท/เดือน
- ที่จอดรถ _____ บาท/เดือน

11. ระยะห่างจากที่ทำงาน

- ต่ำกว่า 500 เมตร
- 501 ถึง 1,000 เมตร
- 1,001 เมตรขึ้นไป

12. การเดินทางไปที่ทำงาน

- รถยนต์ส่วนบุคคล (ขับเอง) _____ คน
- รถบริษัทมีคนขับรถรับส่ง _____ คน
- อื่นๆ ระบุ _____ จำนวน _____ คน

ส่วนที่ 2.1 ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกของผู้เช่า

(1) ส่วนกลางของโครงการ

13. สระว่ายน้ำ
- ต้องการ ประเทศ _____ ○ไม่ต้องการ ประเทศ _____
14. ห้องอาหาร
- ต้องการ ประเทศ _____ ○ไม่ต้องการ ประเทศ _____
15. ที่จอดรถ
- ต้องการ ประเทศ _____ ○ไม่ต้องการ ประเทศ _____
16. ฟิตเนส
- ต้องการ ประเทศ _____ ○ไม่ต้องการ ประเทศ _____
17. บริการรับส่งรถไฟฟ้า
- ต้องการ ประเทศ _____ ○ไม่ต้องการ ประเทศ _____
18. ร้านสะดวกซื้อในโครงการ
- ต้องการ ประเทศ _____ ○ไม่ต้องการ ประเทศ _____
19. อื่นๆ _____
- ต้องการ ประเทศ _____ ○ไม่ต้องการ ประเทศ _____

(2) ภายในห้องพัก

20. ห้องครัว
- ต้องการ ประเทศ _____ ○ไม่ต้องการ ประเทศ _____
21. ตู้, เติง, โต๊ะ
- ต้องการ ประเทศ _____ ○ไม่ต้องการ ประเทศ _____
22. ตู้เย็น

- ต้องการ ประเทศ _____ ○ไม่ต้องการ ประเทศ _____
23. อ่างอาบน้ำ
- ต้องการ ประเทศ _____ ○ไม่ต้องการ ประเทศ _____
24. ชักโครกอัตโนมัติ
- ต้องการ ประเทศ _____ ○ไม่ต้องการ ประเทศ _____
25. ทีวี
- ต้องการ ประเทศ _____ ○ไม่ต้องการ ประเทศ _____
26. Cable ช่อง _____
- ต้องการ ประเทศ _____ ○ไม่ต้องการ ประเทศ _____
27. โทรศัพท์
- ต้องการ ประเทศ _____ ○ไม่ต้องการ ประเทศ _____
28. Keycard
- ต้องการ ประเทศ _____ ○ไม่ต้องการ ประเทศ _____
29. อื่นๆ _____

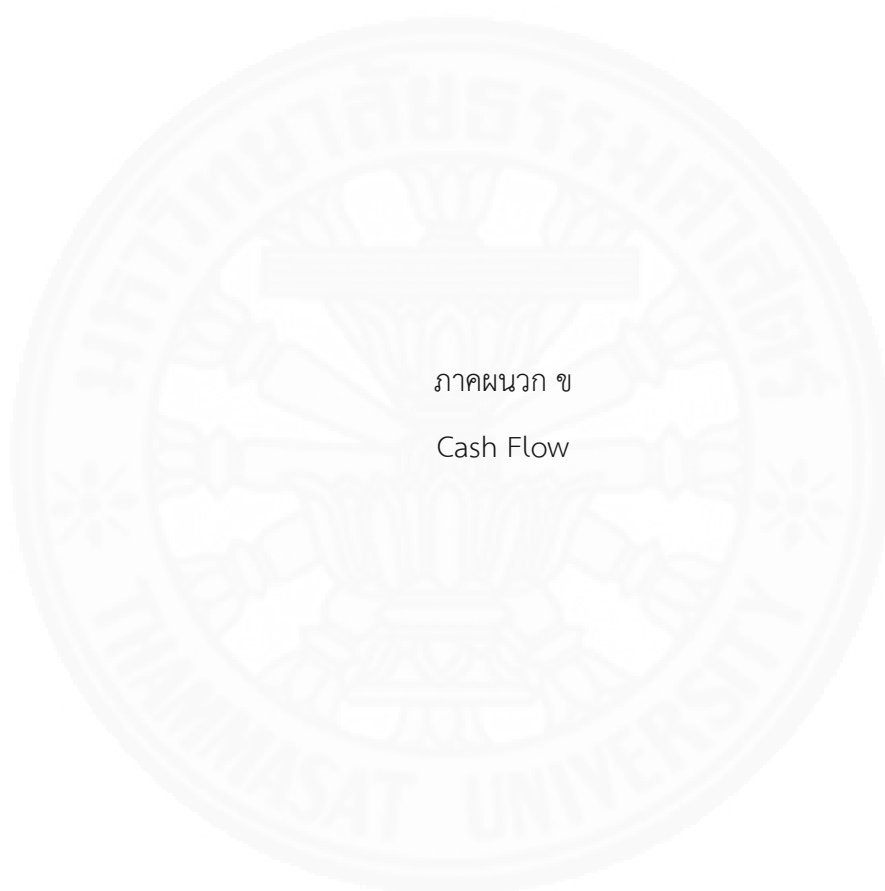
(3) ช่องทางการเข้าถึงและโปรโมชั่น

30. การรับทราบข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจ _____
31. โปรโมชั่นที่ต้องการ _____

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเช่าเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์

32. ราคา
- 5 สำคัญมาก ○ 4 สำคัญ ○ 3 ปานกลาง ○ 2 สำคัญน้อย ○ 1 ไม่สำคัญ
33. ความสะอาด
- 5 สำคัญมาก ○ 4 สำคัญ ○ 3 ปานกลาง ○ 2 สำคัญน้อย ○ 1 ไม่สำคัญ
34. International Chain
- 5 สำคัญมาก ○ 4 สำคัญ ○ 3 ปานกลาง ○ 2 สำคัญน้อย ○ 1 ไม่สำคัญ

35. อยู่ใกล้ที่ทำงานระยะเดิน
○ 5 สำคัญมาก ○ 4 สำคัญ ○ 3 ปานกลาง ○ 2 สำคัญน้อย ○ 1 ไม่สำคัญ
36. อยู่ริมถนน
○ 5 สำคัญมาก ○ 4 สำคัญ ○ 3 ปานกลาง ○ 2 สำคัญน้อย ○ 1 ไม่สำคัญ
37. ไม่ต้องการอยู่ติดปั้มน้ำมัน
○ 5 สำคัญมาก ○ 4 สำคัญ ○ 3 ปานกลาง ○ 2 สำคัญน้อย ○ 1 ไม่สำคัญ
38. อาคารภายนอกสวยงาม
○ 5 สำคัญมาก ○ 4 สำคัญ ○ 3 ปานกลาง ○ 2 สำคัญน้อย ○ 1 ไม่สำคัญ
39. การตกแต่งภายในสวยงาม
○ 5 สำคัญมาก ○ 4 สำคัญ ○ 3 ปานกลาง ○ 2 สำคัญน้อย ○ 1 ไม่สำคัญ
40. ความปลอดภัย
○ 5 สำคัญมาก ○ 4 สำคัญ ○ 3 ปานกลาง ○ 2 สำคัญน้อย ○ 1 ไม่สำคัญ



ภาคผนวก ข

Cash Flow

Year	0	1	2	3	4	5	6	7	8
Room		54	54	54	54	54	54	54	54
Total Room Sqm		2155.5	2155.5	2155.5	2155.5	2155.5	2155.5	2155.5	2155.5
Per sqm		1215	1251.45	1288.9935	1327.66331	1367.493204	1408.518	1450.77354	1494.29675
Occ		65%	70%	75%	80%	85%	85%	85%	85%
Room EGI		20,427,674	22,659,004	25,005,829	27,473,071	30,065,842	30,967,818	31,896,852	32,853,758
Retail		681	681	681	681	681	681	681	681
Occ		50%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Per Sqm		1385	1426.55	1469.3465	1513.4269	1558.829702	1605.594593	1653.76243	1703.3753
Retail EGI		5,659,110	11,657,767	12,007,500	12,367,725	12,738,756	13,120,919	13,514,547	13,919,983
Project PGI		42,745,410	44,027,772	45,348,605	46,709,064	48,110,336	49,553,646	51,040,255	52,571,463
Project EGI		26,086,784	34,316,771	37,013,329	39,840,796	42,804,599	44,088,737	45,411,399	46,773,741

Construction Cost 109,765,165 Total THB
 3,920 Sqm
 28,005 Price per Sqm

Property Tax	3,260,848	4,289,596	4,626,666	4,980,099	5,350,575	5,511,092	5,676,425	5,846,718
Payroll	2,772,000	2,855,160	2,940,815	3,029,039	3,119,910	3,213,508	3,309,913	3,409,210
Electric and Water (Market Allowance) 500 unit Per room (Cost 4 B. per unit)	842,400	934,416	1,031,195	1,132,939	1,239,861	1,277,056	1,315,368	1,354,829
Marketing 3% of Rev.	782,604	1,029,503	1,110,400	1,195,224	1,284,138	1,322,662	1,362,342	1,403,212
Capital Ex 3%	782,604	1,029,503	1,110,400	1,195,224	1,284,138	1,322,662	1,362,342	1,403,212
Other Expense (Undistributed Expense)	521,736	686,335	740,267	796,816	856,092	881,775	908,228	935,475
Total Expense	8,962,191	10,824,514	11,559,742	12,329,342	13,134,714	13,528,755	13,934,618	14,352,656

Noi	17,124,593	23,492,257	25,453,587	27,511,454	29,669,885	30,559,982	31,476,781	32,421,084
interest expense	9,975,483	9,492,316	8,729,800	7,906,130	7,016,402	6,055,317	5,017,154	3,895,730
net borrowing	6,024,516	9,507,683	10,270,199	11,093,869	11,983,597	12,944,682	13,982,845	15,104,269
Net CF (Before tax)	1,124,594	4,492,258	6,453,588	8,511,455	10,669,886	11,559,983	12,476,782	13,421,085

Land 139,000,000
 Construction 109,765,165
 Invest 248,765,165
 Equity 124,382,583

8.41% NPV FCFF B223,961,156.16 IRR FCFF 13.56% Payback 8 ปี 11 เดือน - 31,055,542 2,782,809.75 -11.159779
 10.41% NPV FCFE B121,799,483.54 IRR FCFE 14.96% Payback 9 ปี 9 เดือน - 25,414,847 2,952,282.86 -8.6085405

-	248,765,165	17,124,593	23,492,257	25,453,587	27,511,454	29,669,885	30,559,982	31,476,781	32,421,084
-	124,382,583	1,124,594	4,492,258	6,453,588	8,511,455	10,669,886	11,559,983	12,476,782	13,421,085

Year	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Room	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54
Total Room Sqm	2155.5	2155.5	2155.5	2155.5	2155.5	2155.5	2155.5	2155.5	2155.5	2155.5	2155.5	2155.5
Per sqm	1539.12565	1585.29942	1632.8584	1681.84415	1732.29948	1784.26846	1837.79652	1892.93041	1949.71832	2008.20987	2068.45617	2130.50985
Occ	85%	85%	85%	85%	85%	85%	85%	85%	85%	85%	85%	85%
Room EGI	33,839,370	34,854,552	35,900,188	36,977,194	38,086,510	39,229,105	40,405,978	41,618,157	42,866,702	44,152,703	45,477,284	46,841,603
Retail	681	681	681	681	681	681	681	681	681	681	681	681
Occ	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Per Sqm	1754.47656	1807.11086	1861.32419	1917.16391	1974.67883	2033.91919	2094.93677	2157.78487	2222.51842	2289.19397	2357.86979	2428.60588
Retail EGI	14,337,582	14,767,710	15,210,741	15,667,063	16,137,075	16,621,188	17,119,823	17,633,418	18,162,421	18,707,293	19,268,512	19,846,567
Project PGI	54,148,607	55,773,065	57,446,257	59,169,644	60,944,734	62,773,076	64,656,268	66,595,956	68,593,835	70,651,650	72,771,199	74,954,335
Project EGI	48,176,953	49,622,261	51,110,929	52,644,257	54,223,585	55,850,292	57,525,801	59,251,575	61,029,123	62,859,996	64,745,796	66,688,170

Construction Cost

3,920
28,005

Property Tax	6,022,119	6,202,783	6,388,866	6,580,532	6,777,948	6,981,287	7,190,725	7,406,447	7,628,640	7,857,500	8,093,225	8,336,021
Payroll	3,511,487	3,616,831	3,725,336	3,837,096	3,952,209	4,070,775	4,192,899	4,318,686	4,448,246	4,581,694	4,719,144	4,860,719
Electric and Water	1,395,474	1,437,338	1,480,458	1,524,872	1,570,618	1,617,737	1,666,269	1,716,257	1,767,745	1,820,777	1,875,400	1,931,662
Marketing 3% of Rev.	1,445,309	1,488,668	1,533,328	1,579,328	1,626,708	1,675,509	1,725,774	1,777,547	1,830,874	1,885,800	1,942,374	2,000,645
Capital Ex 3%	1,445,309	1,488,668	1,533,328	1,579,328	1,626,708	1,675,509	1,725,774	1,777,547	1,830,874	1,885,800	1,942,374	2,000,645
Other Expense (Undistri	963,539	992,445	1,022,219	1,052,885	1,084,472	1,117,006	1,150,516	1,185,032	1,220,582	1,257,200	1,294,916	1,333,763
Total Expense	14,783,236	15,226,733	15,683,535	16,154,041	16,638,662	17,137,822	17,651,957	18,181,516	18,726,961	19,288,770	19,867,433	20,463,456

Noi	33,393,717	34,395,528	35,427,394	36,490,216	37,584,923	38,712,470	39,873,844	41,070,060	42,302,162	43,571,226	44,878,363	46,224,714
interest expense	2,684,367	1,375,854										
net boworrowing	16,315,632	17,155,287										
Net CF (Before tax)	14,393,718	15,864,387	35,427,394	36,490,216	37,584,923	38,712,470	39,873,844	41,070,060	42,302,162	43,571,226	44,878,363	46,224,714

Land
Construction
Invest
Equity
Discount Rate

8.41%
10.41%

	33,393,717	34,395,528	35,427,394	36,490,216	37,584,923	38,712,470	39,873,844	41,070,060	42,302,162	43,571,226	44,878,363	46,224,714
	14,393,718	15,864,387	35,427,394	36,490,216	37,584,923	38,712,470	39,873,844	41,070,060	42,302,162	43,571,226	44,878,363	46,224,714

Year	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
Room	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54
Total Room Sqm	2155.5	2155.5	2155.5	2155.5	2155.5	2155.5	2155.5	2155.5	2155.5	2155.5	2155.5
Per sqm	2194.42515	2260.2579	2328.06564	2397.90761	2469.84484	2543.94018	2620.25839	2698.86614	2779.832126	2863.22709	2949.123902
Occ	85%	85%	85%	85%	85%	85%	85%	85%	85%	85%	85%
Room EGI	48,246,851	49,694,256	51,185,084	52,720,637	54,302,256	55,931,323	57,609,263	59,337,541	61,117,667	62,951,197	64,839,733
Retail	681	681	681	681	681	681	681	681	681	681	681
Occ	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Per Sqm	2501.46406	2576.50798	2653.80322	2733.41732	2815.41984	2899.88243	2986.87891	3076.48527	3168.779831	3263.843226	3361.758523
Retail EGI	20,441,964	21,055,223	21,686,880	22,337,486	23,007,611	23,697,839	24,408,774	25,141,038	25,895,269	26,672,127	27,472,291
Project PGI	77,202,965	79,519,054	81,904,626	84,361,765	86,892,618	89,499,396	92,184,378	94,949,909	97,798,407	100,732,359	103,754,330
Project EGI	68,688,815	70,749,480	72,871,964	75,058,123	77,309,867	79,629,163	82,018,037	84,478,579	87,012,936	89,623,324	92,312,024

Construction Cost

3,920
28,005

Property Tax	8,586,102	8,843,685	9,108,995	9,382,265	9,663,733	9,953,645	10,252,255	10,559,822	10,876,617	11,202,915	11,539,003
Payroll	5,006,540	5,156,737	5,311,439	5,470,782	5,634,905	5,803,952	5,978,071	6,157,413	6,342,136	6,532,400	6,728,372
Electric and Water	1,989,612	2,049,301	2,110,780	2,174,103	2,239,326	2,306,506	2,375,701	2,446,972	2,520,381	2,595,993	2,673,872
Marketing 3% of Rev.	2,060,664	2,122,484	2,186,159	2,251,744	2,319,296	2,388,875	2,460,541	2,534,357	2,610,388	2,688,700	2,769,361
Capital Ex 3%	2,060,664	2,122,484	2,186,159	2,251,744	2,319,296	2,388,875	2,460,541	2,534,357	2,610,388	2,688,700	2,769,361
Other Expense (Undistri	1,373,776	1,414,990	1,457,439	1,501,162	1,546,197	1,592,583	1,640,361	1,689,572	1,740,259	1,792,466	1,846,240
Total Expense	21,077,360	21,709,680	22,360,971	23,031,800	23,722,754	24,434,437	25,167,470	25,922,494	26,700,169	27,501,174	28,326,209

Noi	47,611,456	49,039,799	50,510,993	52,026,323	53,587,113	55,194,726	56,850,568	58,556,085	60,312,767	62,122,150	63,985,815
interest expense											
net boworrowing											
Net CF (Before tax)	47,611,456	49,039,799	50,510,993	52,026,323	53,587,113	55,194,726	56,850,568	58,556,085	60,312,767	62,122,150	63,985,815

Land										v=I/R-g	1,182,732,253.54
Construction											
Invest											
Equity											
Discount Rate											
	8.41%										
	10.41%										

	47,611,456	49,039,799	50,510,993	52,026,323	53,587,113	55,194,726	56,850,568	58,556,085	60,312,767	1,244,854,404	
	47,611,456	49,039,799	50,510,993	52,026,323	53,587,113	55,194,726	56,850,568	58,556,085	60,312,767	1,244,854,404	