



การศึกษาความเป็นไปได้โครงการ KRIZ บนถนนวิฑู

โดย

นายกฤษฎา เสถียรโสภณ

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์)

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปีการศึกษา 2558

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

การศึกษาความเป็นไปได้โครงการ KRIZ บนถนนวิทย์

โดย

นายกฤษฎา เสถียรโสภณ

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์)
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2558
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



Feasibility Study Condominium project "KRIZ" on Wireless Road

BY

Mr.Kritsada Satiansophon

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

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี

การค้นคว้าอิสระ

ของ

นายกฤษฎา เสถียรโสภณ

เรื่อง

การศึกษาความเป็นไปได้โครงการ KRIZ บนถนนวิฑูรย์

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์)

เมื่อวันที่ 7 มกราคม พ.ศ. 2559

ประธานกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิตี รัตนปริชาเวช)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ


(รองศาสตราจารย์อัญชลี พิพัฒน์เสรีบุญ)

คณบดี


(ศาสตราจารย์ ดร.ศิริลักษณ์ โจรนกิจจอันวย)

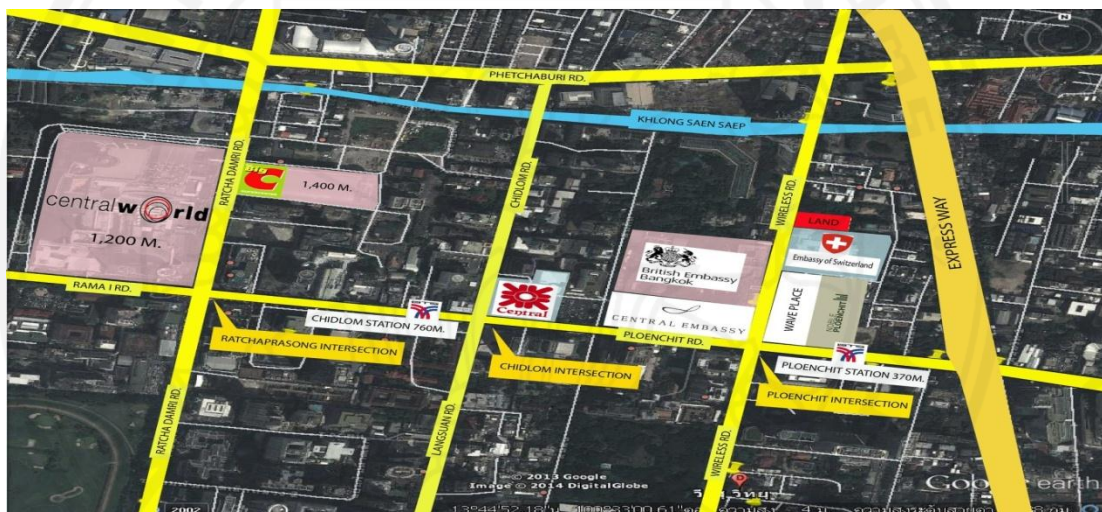
หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	การศึกษาความเป็นไปได้โครงการ KRIZ บนถนนวิฑู
ชื่อผู้เขียน	นายกฤษฎา เสถียรโสภณ
ชื่อปริญญา	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์)
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	รองศาสตราจารย์อัญชลี พิพัฒน์เสรีชัย
ปีการศึกษา	2558

บทสรุปผู้บริหาร

คอนโดมิเนียมนับได้ว่าเป็นธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่ตอบสนองความเปลี่ยนแปลงของทั้งรูปแบบการใช้ชีวิตของคนในสังคมเมือง รวมถึงด้านราคาที่ดินที่ปรับสูงอย่างรวดเร็ว จนการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์แนวราบในเขตเมือง มีความเป็นไปได้ที่ต่ำลง รวมถึงแทบจะเป็นไปไม่ได้เลย สำหรับที่ดินในเขตศูนย์กลางของกรุงเทพมหานคร โครงการคอนโดมิเนียมได้ถูกพัฒนากระจายเกือบทุกพื้นที่กระจายตัวทั่วกรุงเทพมหานคร ดังนี้แล้วหลายผู้ประกอบการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์จึงอาจเริ่มมองหาโอกาสในการพัฒนาโครงการตามแนวส่วนต่อขยายของรถไฟฟ้า BTS และ MRT ในอนาคต เนื่องด้วยราคาที่ดินในหัวเมืองชั้นนอกและย่านชานเมืองยังไม่สูงมากนักเมื่อเทียบกับที่ดินใจกลางเมือง และมีแนวโน้มสูงที่จะกลายเป็นทำเลศักยภาพเมื่อรถไฟฟ้าสร้างเสร็จ แต่อย่างไรก็ดี โครงการเหล่านี้ในหลายพื้นที่ยังเป็นเพียงโครงการในอนาคต ต้องใช้ระยะเวลาหลายปีกว่าการพัฒนาจะแล้วเสร็จตามแผนและใช้งานได้จริง นอกจากนั้นหลายแผนงานก็ยังไม่มีความแน่นอนสูงเพราะเป็นเพียง Roadmap เท่านั้น จึงมีความเสี่ยงที่อาจจะถูกเปลี่ยนแปลงหรือล่าช้าจากกำหนดการได้ ด้วยสาเหตุต่างๆ อาทิ เช่น การคัดค้านการเวนคืนที่ดินของคนในพื้นที่ ชิดจำกัดด้านงบประมาณของภาครัฐ เป็นต้น ดังนั้นการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในพื้นที่ดังกล่าวจึงมีความเสี่ยงสูงในระดับหนึ่งที่ผู้ประกอบการจะต้องยอมรับก่อนตัดสินใจลงทุนในขณะเดียวกันหากย้อนมาพิจารณาที่ดินที่อยู่ในย่านศูนย์กลางธุรกิจของกรุงเทพมหานคร (โซน CBD) อย่างเช่น สยาม เพลินจิต สีลม สาทร และสุขุมวิทตอนต้น ซึ่งแน่นอนว่าพื้นที่เหล่านี้เป็นย่านที่มีความครบครันของสาธารณูปโภคอยู่แล้ว เป็นแหล่งรวมความเจริญทางเศรษฐกิจการค้าในระดับสูงและเป็นทำเลที่มีประชากรอาศัยอยู่อย่างหนาแน่นและหากมองลึกลงไป

เป็นพื้นที่จะพบว่าพื้นที่บริเวณใจกลางเมืองจะเป็นเขตพื้นที่ที่มีความเสี่ยงในการพัฒนา ต่ำกว่าเขตรอบนอก เนื่องจากที่ดินในเขตเมืองมีจำกัด ความสามารถในการทดแทนจากพื้นที่อื่น เป็นไปได้ค่อนข้างยาก หรือหากแม้แทนด้วยเขตศูนย์กลางในโซนใกล้เคียง ราคาาก็ไม่ได้แตกต่างกันมากทำให้คอนโดใจกลางเมือง จัดเป็นสินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวอยู่พอสมควร

ทางผู้จัดทำจึงได้นำเสนอโครงการพัฒนาโครงการคอนโดมิเนียม ใจกลางเมือง บนถนนวิสุทธิย่าน บริเวณรถไฟฟ้า บีทีเอส เพลินจิต โดยมีข้อมูลรายละเอียดดังนี้



ที่ตั้ง	ถนน วิสุทธิ เขต ปทุมวัน กรุงเทพมหานคร		
ขนาดที่ดิน	1-2-09 ไร่ หรือ 609 ตารางวา		
สภาพที่ดิน	ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างอาคารคอนกรีตชั้นเดียว		
รูปร่างที่ดิน	คล้ายสี่เหลี่ยมผืนผ้า		
อาณาเขตที่ดิน	ทิศเหนือ	ยาว 72.07 ม.	ติด ที่ดินเปล่ามีการล้อมรั้ว
	ทิศใต้	ยาว 72.88 ม.	ติด สถานทูตสวิสเซอร์แลนด์
	ทิศตะวันออก	ยาว 34.37 ม.	ติด ที่อยู่อาศัย
	ทิศตะวันตก	ยาว 32.93 ม.	ติด ถนนวิสุทธิ
การเข้าถึง	รถยนต์ส่วนบุคคล ผ่านทางถนนวิสุทธิ (One-way) รถไฟฟ้า BTS เพลินจิต (300 ม.) รถโดยสารประจำทาง เรือโดยสาร (คลองแสนแสบ)		
ข้อกำหนดผังเมือง	เขตพื้นที่สีแดง พ5.-2 เป็นที่ดินประเภทพาณิชย์กรรม FAR = 10, OSR = 3		

โดยหลังจากผ่านการคัดกรองทั้งการวิเคราะห์ด้านกฎหมาย การวิเคราะห์ ด้านการตลาด รวมถึงการวิเคราะห์ทางการเงินเบื้องต้น สรุปได้ผลว่าการสร้างอาคารที่อยู่อาศัยคอนโดมิเนียม ระดับ Luxury Class น่าจะเป็นตัวเลือกที่ดีที่สุดในการนำที่ดินมาพัฒนา หลังจากนั้นได้มีการนำมาวิเคราะห์ทั้งด้านการตลาด และ การเงิน อย่างละเอียด และได้บทสรุปที่ชัดเจนว่าที่ดินแปลงนี้เหมาะสมกับการทำคอนโดมิเนียม ระดับ Luxury Class โดยมี บทสรุปโครงการดังนี้

ขนาดที่ดิน	609 ตารางวา
โครงสร้างอาคาร	คอนกรีตเสริมเหล็ก
พื้นที่ขาย	11,163 ตารางเมตร
ราคาขายเฉลี่ย	241,622 บาท ต่อ ตารางเมตร
มูลค่าขายทั้งหมดของโครงการ	2,697,188,950 บาท
จำนวนชั้น	29 ชั้น
จำนวน	240 ห้อง
ประเภทห้อง	1 ห้องนอน 36.15 ตารางเมตร 1+1ห้องนอน 42-49 ตารางเมตร 2 ห้องนอน 58-71 ตารางเมตร 3 ห้องนอน 90 ตารางเมตร
ความสูงฝ้าเพดาน	2.75 เมตร
สิ่งอำนวยความสะดวก	สระว่ายน้ำ ฟิตเนส ห้องสมุด ห้องประชุม ไพรเวทคาเฟ่ ชาวน่า ล็อบบี้
ระบบรักษาความปลอดภัย	CCTV ระบบเข้า-ออกด้วยคีย์การ์ดทั้งตัวอาคาร และ ลานจอดรถ รปภ ตลอด 24 ชั่วโมง
ที่จอดรถ	96% รวมจอดซ้อนคัน
ตกแต่งเป็นแบบ	Fully-fitted

โดยมีบทสรุปทางการเงินดังนี้

โดยรายละเอียดจะประกอบไปด้วยต้นทุนทางการเงินทั้งส่วนของเจ้าของและส่วนที่เป็นเงินกู้และผลตอบแทนในแง่ของมูลค่าของโครงการ และส่วนของผู้ลงทุนโดยมีผลการคำนวณดังนี้

Cash Flow Valuation					
WACC		10.28%			
Ke		13.23%	BASE CASE		
NPV Project	(EBIT, WACC)	589,334,341	NPV Project	> 0	✓
Equity	(NI, Ke)	307,052,922	NPV to Shareholder	> 0	✓
IRR Project	(EBIT)	35.19%	IRR EBIT	> WACC	✓
Equity	(NI)	27.58%	IRR Equity	> Ke	✓
ROI		47.84%	ROI	> WACC	✓
ROE		122.76%	ROE	> Ke	✓

- มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการหลังหักภาษี (NPV After tax) เท่ากับ 307,052,922 > 0
- อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนโครงการ (IRR Project) เท่ากับ 35.19 %
- อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนส่วนของผู้เจ้าของ (IRR Equity) เท่ากับ 27.58 %

อีกทั้งการวิเคราะห์ (Sensitivity Analysis) และ (Scenario Analysis) กรณี Worst Case มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการหลังหักภาษี ยังเป็นบวกอยู่ที่ 64,984,578 บาท ซึ่งแสดงถึงความเป็นไปได้ที่สูง และความเสี่ยงที่ค่อนข้างต่ำ สำหรับโครงการลงทุนโครงการนี้

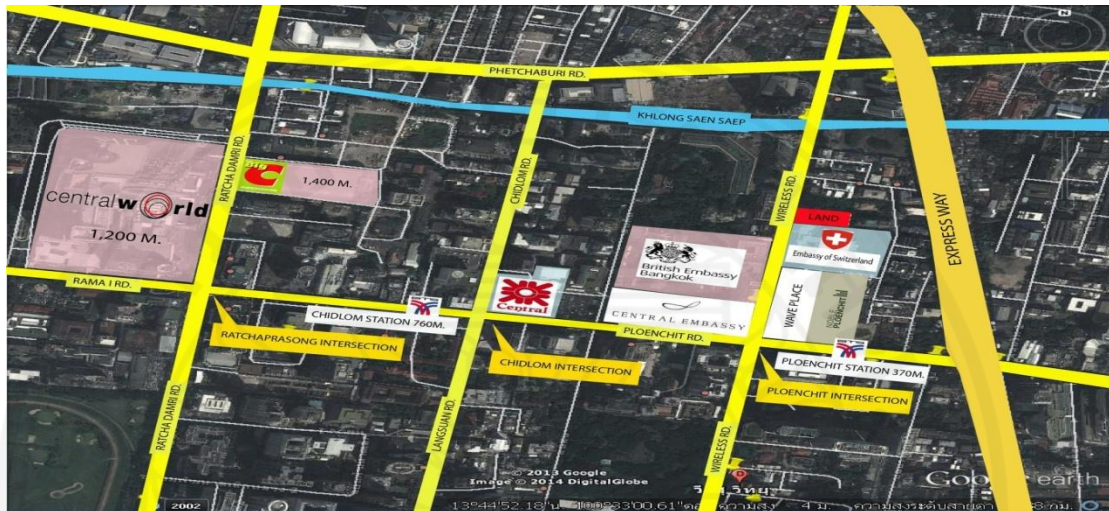
คำสำคัญ: คอนโดมิเนียม, ถนนวิฑู

Independent Study Title	Study Condominium project "KRIZ" on Witthayu Rd.
Author	Mr.Kritsada Satiansophon
Degree	Master of Science (Real Estate Business)
Department/Faculty/University	Faculty of Commerce and Accountancy Thammasat University
Independent Study Advisor	Associate Professor Anchalee Pipatanasern
Academic Years	2015

Executive Summary

Condominium project is one of the best choice in real estate business. It fits to change in lifestyles of city-life, either in term of economic value for rising in land price. Landed-property development in the city center is almost impossible to be occurred. Many condominium projects are developed spread over Bangkok, especially when developers seek their opportunity by developing many projects around BTS and MRT extended stations due to lower land-cost and high potential gain after project completion. However, all of those future mass-transit projects are not settle yet, it might be delayed, postponed or even canceled so there will probably be a lot of uncertainties ahead. Developers may have to calculate the risk and thier ability to take it before investing. Meanwhile if looking back to CBD zone of Bangkok, for example; Siam, Silom, Sathorn, Ploenchit and early-sukhumvit, these zones are more certained in term of urbanization, business districts and fully-developed public utilities. That means they have far lesser uncertainty risks than those in BTS/MRT line extension area. Furthermore, due to their limited presences, lands in CBD become more attractive like goods which have uniqness of their own. According to CBD area's advantage, this independent study would like to present the feasibility of a high-rise

condominium project in the most potential area which on Wireless road near BTS Ploenchit Station. The land details are provided below.



Location	Withayu Road Phatumwan District Bangkok		
Land size	2,436 SQM.		
Land condition	Land with 1 stroey building		
Land shape	Rectangle		
Boundary	North Distance	72.07M	Next to Land
	South Distance	72.88M	Next to Switzerand Embassy
	East Distance	34.37M	Next to Resident
	West Distance	32.93M	Next to Withthayu Road
Accessible	Car BTS Ploenchit station 300M. Bus Boat		
Cityplan regulation	Commercial red zone ๓5-2 FAR= 10 ,OSR = 3		

After analysing this land's aspects of law, marketing and finance, we can conclude that the luxury-classed high-rise condominium would be the best alternative to develop. The conclusions are listed below.

Land	2436 SQM.
Building-structure	ferro-concrete
Saleable-area	11,163 SQM.
Average price	241,622 baht per SQM.
Project value	2,697,188,950 baht
No. of floor	29 floors
No. of Unit	240 Units
Room type	1 bedroom 36.15 SQM. 1+1 bedroom 42-49 SQM. 2 bedroom 58-71 SQM. 3 bedroom 90 SQM.
Floor to Ceiling	2.75 m
Facilities	Swimming-pool Gym Library Conference room Private cafe Sauna Lobby
Security system	CCTV Key card card access both builing and carpark 24hrs security-guard
Parking	96% double parking include
Decoration	Fully-fitted

Financial analysis conclusion

Details are composed with cost of capital of shareholders and financing loans and return on investment in term of project value and equity .

Cash Flow Valuation				
WACC	10.28%			
Ke	13.23%	BASE CASE		Feasibility
NPV Project (EBIT, WACC)	589,334,341	NPV Project	> 0	✓
Equity (NI, Ke)	307,052,922	NPVto Shareholder	> 0	✓
IRR Project (EBIT)	35.19%	IRR EBIT	> WACC	✓
Equity (NI)	27.58%	IRR Equity	> Ke	✓
ROI	47.84%	ROI	> WACC	✓
ROE	122.76%	ROE	> Ke	✓

- Net present value after tax 307,052,922 > 0
- Internal rate of return = 35.19 %
- Internal rate of return on equity = 27.58 %

In addition, the study includes sensitivity and scenario analysis in worst case which found that net present value of free cash flow after tax still be positive at 64,984,578 baht. Thus, it presents that this project has high possibility to success and meets developers' required return from this investment.

Keyword: Condominium, Wireless road

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาอิสระเรื่องการศึกษาความเป็นไปได้ของคอนโดมิเนียมโครงการ KRIZ บนถนนวิฑูสามารถเสร็จสิ้นสมบูรณ์ได้นั้นด้วยทางผู้จัดทำได้รับความกรุณาจาก รศ. อัญชลี พิพัฒน์เสริญ ที่สละเวลาอันมีค่ามาเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ทั้งการแนะนำแนวทางต่างๆที่มีคุณค่าต่อผู้จัดทำเป็นอย่างมาก รวมถึง ผศ. ดร. นิติ รัตนปรีชาเวช ที่สละเวลาอันมีคุณค่ามาเป็นประธานกรรมการสอบ รวมถึงการแนะนำแนวทางอย่างชัดเจน และเป็นประโยชน์เป็นอย่างมาก อีกทั้งคณาจารย์และวิทยากรทุกท่านที่ได้ถ่ายทอดความรู้ ประสบการณ์ทางด้านภาควิชาธุรกิจอสังหาริมทรัพย์แก่ข้าพเจ้า รวมถึงขอขอบคุณความช่วยเหลือต่างๆ จากเจ้าหน้าที่ของโครงการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชีทุกท่าน ขอขอบคุณทุกท่านที่ทำให้การศึกษาของข้าพเจ้าสำเร็จและบรรลุจุดประสงค์ตามที่ตั้งใจไว้ ข้าพเจ้านำความรู้ความสามารถที่ได้รับทั้งหมด ไปสร้างประโยชน์ทั้งแก่ตนเองและสังคมต่อไป

นายกฤษฎา เสถียรโสภณ

พ.ศ. 2558

สารบัญ

	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร ภาษาไทย	(1)
บทสรุปผู้บริหาร ภาษาอังกฤษ	(5)
กิตติกรรมประกาศ	(9)
สารบัญตาราง	(14)
สารบัญภาพ	(16)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและแนวคิดของโครงการ	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
1.3 ขอบเขตการศึกษา	3
1.4 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
บทที่ 2 การศึกษาความเป็นไปได้ของทำเลที่ตั้งโครงการ	4
2.1 วิเคราะห์ลักษณะทางกายภาพ	4
2.1.1 ที่ตั้งทรัพย์สิน	4
2.1.2 สภาพที่ดินในปัจจุบัน	5
2.1.3 ลักษณะพื้นที่และการใช้ประโยชน์ที่ดินรอบโครงการ	6
2.1.4 สภาพแวดล้อมรอบโครงการ	6
2.1.5 การเข้าถึงโครงการและสภาพการจราจร	6
2.2 วิเคราะห์ด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้อง	6
2.2.1 กฎหมายผังเมือง	6
2.2.2 กฎหมายจัดสรรที่ดิน	7
2.2.3 กฎหมายควบคุมอาคาร	7

2.2.4	กฎหมายควบคุมสิ่งแวดล้อม (EIA)	8
2.3	ศึกษาความเป็นไปได้ของทำเลที่ตั้งจากกฎหมาย	9
2.3.1	สรุปข้อกำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดิน	11
2.3.2	สรุปกฎหมายการใช้ประโยชน์ประเภทอาคารสูง และอาคารใหญ่พิเศษ	12
2.3.3	สรุปกฎหมายควบคุมสิ่งแวดล้อม (EIA)	12
2.3.4	กฎกระทรวงฉบับที่ 33 พ.ศ. 2535	12
2.3.5	ที่จอดรถ	14
2.3.6	ระบบลิฟท์	14
บทที่ 3	การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด	16
3.1	วิเคราะห์ภาพรวมเศรษฐกิจไทยในปี 2558 (Macro Analysis)	16
3.1.1	ดัชนีผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ	18
3.1.2	ภาพรวมภาวะเงินเฟ้อในประเทศ	22
3.1.3	ภาพรวมการส่งออก	23
3.1.4	ภาพรวมการท่องเที่ยวในประเทศไทย	24
3.2	ภาพรวมตลาดอสังหาริมทรัพย์ (Property Sector Analysis)	25
3.2.1	ภาพรวมตลาดที่อยู่อาศัย	25
3.2.1.1	วิเคราะห์ด้านอุปทาน	25
3.2.1.2	วิเคราะห์ด้านอุปสงค์	27
3.2.2	ภาพรวมตลาดอาคารชุด	28
3.2.2.1	วิเคราะห์ด้านอุปทาน	28
3.2.2.2	วิเคราะห์ด้านอุปสงค์	29
3.2.2.3	วิเคราะห์คู่แข่งชั้นในพื้นที่	32
3.2.3	ภาพรวมตลาดเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์	33
3.2.3.1	วิเคราะห์ด้านอุปทาน	33
3.2.3.2	วิเคราะห์ด้านอุปสงค์	33
3.2.3.3	วิเคราะห์คู่แข่งชั้นในพื้นที่	35
3.2.4	ภาพรวมตลาดโรงแรม	36

3.2.4.1	วิเคราะห์ด้านอุปสงค์และอุปทาน	36
3.2.4.2	วิเคราะห์คู่แข่งชั้นในพื้นที่	39
3.2.5	ภาพรวมตลาดอาคารสำนักงาน	40
3.2.5.1	วิเคราะห์ด้านอุปสงค์และอุปทาน	40
3.2.5.2	วิเคราะห์คู่แข่งชั้นในพื้นที่	43
บทที่ 4	การศึกษาทางเลือกในการพัฒนาโครงการและความเป็นไปได้ทางการเงิน	44
4.1	วิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินโครงการคอนโดมิเนียม	44
4.2	วิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินโครงการเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์	46
4.3	วิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินโครงการโรงแรม 4 ดาว	48
4.4	วิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินโครงการอาคารสำนักงาน	50
4.5	สรุปความเป็นไปได้ทางการเงิน	52
บทที่ 5	การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด	53
	ทบทวนวรรณกรรม	53
5.1	การวิเคราะห์คู่แข่ง	55
5.2	SWOT ANALYSIS	56
5.3	การกำหนดส่วนแบ่งตลาด	57
5.4	Target Analysis	57
5.4.1	GEN X	57
5.4.2	GEN Y	57
5.5	Positioning Analysis	59
5.6	กลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด (4Ps)	60
5.6.1	กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategy)	60
5.6.2	Pricing Strategy	72
5.6.3	กลยุทธ์ด้านช่องทางการประชาสัมพันธ์ (Place Strategy)	73
5.6.4	กลยุทธ์ด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy)	74
5.7	แผนการตลาด	76
5.8	การบริหารงานก่อสร้าง	81

บทที่ 6 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านการเงิน	83
6.1 สมมติฐานในการจัดทำประมาณการกระแสเงินสด	83
6.1.1 ด้านรายรับของโครงการ	83
6.1.2 ด้านรายจ่ายของโครงการ	84
6.1.3 ด้านโครงสร้างทางการเงินและต้นทุนเงินทุนของโครงการ	85
6.2 สรุปรายละเอียดรายรับและรายจ่ายของโครงการ	86
6.3 โครงสร้างทางการเงินและต้นทุนเงินทุน	88
6.4 การวิเคราะห์มูลค่าโครงการตามแนวคิดทางการเงิน	91
6.5 สรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน	91
6.6 การวิเคราะห์ Sensitivity Analysis	93
6.7 การวิเคราะห์ Scenario Analysis	94
รายการอ้างอิง	96
ภาคผนวก	97
ประวัติผู้เขียน	111

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 รายละเอียดทางกายภาพของที่ดิน	5
2.2 แสดงสถานที่สำคัญใกล้เคียงในระยะไม่เกิน 2 กิโลเมตร	6
2.3 แสดงรายละเอียดการใช้ประโยชน์ที่ดินประเภท พ.5	10
3.1 GDP ภาคการผลิต	19
3.2 ภาพรวมภาคการใช้จ่ายภายในประเทศ	20
3.3 ตัวเลขประมาณการณ์ทางเศรษฐกิจปี 2558-59	22
3.4 การขยายตัวของมูลค่าการส่งออกและเศรษฐกิจในภูมิภาคเอเชีย	23
3.5 ตารางแสดงจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศปี 2558	24
3.6 ภาพรวมอุปทานที่อยู่อาศัยปี 2558	25
3.7 สถานการณ์การเข้าพักอาศัยของอาคารชุดใจกลางกรุงเทพฯ	30
3.8 สถานการณ์การขายอาคารชุดแบ่งแยกตามโซน	31
3.9 คู่แข่งขันในพื้นที่ใกล้เคียงกับทรัพย์สินในปัจจุบัน	32
3.10 อัตราการเข้าพักเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ในกรุงเทพมหานคร	33
3.11 คู่แข่งขันในพื้นที่ใกล้เคียงกับทรัพย์สินในปัจจุบัน	35
3.12 อุปสงค์-อุปทานของตลาดโรงแรมในกรุงเทพมหานคร	36
3.13 อุปทานของห้องพักโรงแรม แบ่งแยกตามเกรดและพื้นที่	37
3.14 คู่แข่งขันในพื้นที่ใกล้เคียงกับทรัพย์สินในปัจจุบัน	39
3.15 อัตราการเช่าพื้นที่อาคารสำนักงานในกรุงเทพฯ	41
3.16 อัตราการเช่าพื้นที่อาคารสำนักงานในกรุงเทพฯ แยกตามพื้นที่	42
3.17 คู่แข่งขันในพื้นที่ใกล้เคียงกับทรัพย์สินในปัจจุบัน	43
4.1 วิเคราะห์ความเป็นไปได้เบื้องต้นทางการเงินโครงการคอนโดมิเนียม	44
4.2 วิเคราะห์ความเป็นไปได้เบื้องต้นทางการเงินโครงการเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์	46
4.3 วิเคราะห์ความเป็นไปได้เบื้องต้นทางการเงินโครงการโรงแรม 4 ดาว	48
4.4 วิเคราะห์ความเป็นไปได้เบื้องต้นทางการเงินโครงการอาคารสำนักงาน	50
4.5 ตารางสรุปความเป็นไปได้ทางการเงิน	52

ตารางที่	หน้า
5.1 การวิเคราะห์คู่แข่ง	52
5.2 สรุปสัดส่วนห้อง	66
5.3 แผนกิจกรรมทางการตลาด	77
6.1 ตารางแสดงสมมติฐานด้านรายรับศักยภาพของโครงการ	83
6.2 ตารางสรุปรายละเอียดรายรับของโครงการ	86
6.3 ตารางสรุปรายละเอียดรายจ่ายของโครงการ	87
6.4 ตารางสรุปรายละเอียดแหล่งที่มาและแหล่งใช้ไปของเงินทุน	88
6.5 คำนวณ โครงสร้าง ทางการเงิน	90
6.6 สรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน	92
6.7 ตารางสรุป Sensitivity Analysis	93
6.8 Scenario Analysis	94

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 แสดงที่ตั้งทรัพย์สิน	4
2.2 สภาพของที่ดินในปัจจุบัน	5
2.3 ผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร ปี 2556	7
2.4 ตำแหน่งที่ดินในผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร ปี 2556	9
3.1 ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) 2555-2558	18
3.2 แนวโน้มการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศ	24
3.3 ที่อยู่อาศัยเปิดขายใหม่ในกรุงเทพและปริมณฑล	26
3.4 แนวโน้มอุปสงค์สินเชื่อที่อยู่อาศัย	27
3.5 สัดส่วนห้องชุดเปิดขายใหม่ตามระดับราคาต่อหน่วย	27
3.6 อุปทานรวมของอาคารชุด ทั้งที่สร้างเสร็จใหม่และคงค้าง	28
3.7 แนวโน้มอุปสงค์-อุปทานของตลาดอาคารชุดในกรุงเทพมหานคร	30
3.8 สถานการณ์การขายและอุปทานอาคารชุด แบ่งแยกตามโซน	31
3.9 จำนวนชาวต่างชาติที่เข้ามาทำงานในประเทศไทย	33
3.10 อัตราค่าเช่าเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ในกรุงเทพฯ แบ่งแยกตามโซน	34
3.11 แนวโน้มอัตราราคาห้องพักเฉลี่ยต่อวันและ อัตรากาเข้าพักของโรงแรมในกรุงเทพฯ	37
3.12 แนวโน้มอัตรารายได้เฉลี่ยต่อจำนวนห้องพัก ที่มีไว้จำหน่ายของโรงแรมในกรุงเทพฯ	38
3.13 แนวโน้มอุปสงค์และอุปทานสำนักงานให้เช่าในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล	40
3.14 แนวโน้มอัตราค่าเช่าอาคารสำนักงานในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล	40
5.1 Positioning Map	59
5.2 ภาพจำลองตึก	61
5.3 ภาพตัดด้านข้างอาคาร	62
5.4 ภาพบริเวณ Lobby	63
5.5 ภาพบริเวณ ลานจอดรถ	64
5.6 ภาพบริเวณ ส่วนกลางชั้น 9	65
5.7 ภาพบริเวณ ส่วนกลางชั้น 10	66

ภาพที่	หน้า
5.8 ภาพบริเวณที่อยู่อาศัยชั้น 11-23	67
5.9 ภาพบริเวณที่อยู่อาศัยชั้น 24-30	68
5.10 ห้องพักประเภท A จำนวน 1ห้องนอน พื้นที่ 36.15 ตารางเมตร	69
5.11ห้องพักประเภท ประเภท B จำนวน 1+1 ห้องนอน พื้นที่ 42-49 ตารางเมตร	70
5.12 ห้องพักประเภท C จำนวน 2 ห้องนอน พื้นที่ 58-71 ตารางเมตร	71
5.13 ห้องพักประเภท D จำนวน 3 ห้องนอน พื้นที่ประมาณ 90 ตารางเมตร	72
5.14 ภาพแสดงราคาต่อตารางเมตรแยกตามชั้น	73



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและแนวคิดของโครงการ

การพัฒนาที่ดินในกรุงเทพมหานครมีปัจจัยผลักดันหลักๆจากการขยายตัวของเมืองตามการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่งและคมนาคมซึ่งถือเป็นหนึ่งในนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของภาครัฐเพื่อวางรากฐานเพิ่มศักยภาพในการพัฒนาทางเศรษฐกิจของประเทศไทยและทำให้ทิศทางของการพัฒนาเมืองมีความชัดเจนและเป็นระบบมากยิ่งขึ้นนำไปสู่การกระจายความเจริญทางเศรษฐกิจจากเมืองชั้นในไปยังเมืองชั้นนอกและชานเมือง และก่อให้เกิดทำเลศักยภาพใหม่ๆซึ่งเป็นที่ผลดีต่อภาคธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ จากการกระตุ้นให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจในบริเวณพื้นที่โดยรอบสถานีรถไฟฟ้าการบรรเทาปัญหาสภาพการจราจรติดขัด และการปรับเปลี่ยนรูปแบบดำเนินชีวิตประจำวันของประชาชนในทำนองนั้นๆให้เข้าถึงบริการขนส่งสาธารณะมากขึ้น

ดังนั้นแล้วหลายผู้ประกอบการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์จึงอาจเริ่มมองหาโอกาสในการพัฒนาโครงการตามแนวส่วนต่อขยายของรถไฟฟ้า BTS และ MRT ในอนาคต เนื่องด้วยราคาที่ดินในหัวเมืองชั้นนอกและย่านชานเมืองยังไม่สูงมากนักเมื่อเทียบกับที่ดินใจกลางเมือง และมีแนวโน้มสูงที่จะกลายเป็นทำเลศักยภาพเมื่อรถไฟฟ้าสร้างเสร็จ แต่อย่างไรก็ดี โครงการเหล่านี้ในหลายพื้นที่ยังเป็นเพียงโครงการในอนาคต ต้องใช้ระยะเวลาหลายปีกว่าการพัฒนาจะแล้วเสร็จตามแผนและใช้งานได้จริง นอกจากนี้หลายแผนงานก็ยังไม่มีความแน่นอนสูงเพราะเป็นเพียง Roadmap เท่านั้น จึงมีความเสี่ยงที่อาจจะถูกเปลี่ยนแปลงหรือล่าช้าจากกำหนดการได้ ด้วยสาเหตุต่างๆ อาทิเช่น การคัดค้านการเวนคืนที่ดินของคนในพื้นที่ ขีดจำกัดด้านงบประมาณของภาครัฐ เป็นต้นดังนั้น การพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในพื้นที่ดังกล่าวจึงมีความเสี่ยงสูงในระดับหนึ่งของผู้ประกอบการจะต้องยอมรับก่อนตัดสินใจลงทุนในขณะเดียวกันหากย้อนมาพิจารณาที่ดินที่อยู่ในย่านศูนย์กลางธุรกิจของกรุงเทพมหานคร (โซน CBD) อย่างเช่น สยาม เพลินจิต สีลม สาทร และสุขุมวิทตอนต้น ซึ่งแน่นอนว่าพื้นที่เหล่านี้เป็นย่านที่มีความครบครันของสาธารณูปโภคอยู่แล้ว เป็นแหล่งรวมความเจริญทางเศรษฐกิจการค้าในระดับสูงและเป็นทำเลที่มีประชากรอาศัยอยู่อย่างหนาแน่น สะท้อนถึงการมีอุปสงค์จำนวนมากและหลากหลาย จึงยังคงเป็นทำเลหลักๆที่อยู่ในใจของนักพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ เพราะนอกจากด้านความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกแล้ว ทำเลเหล่านี้ยังสามารถนำไปพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ได้หลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็น คอนโดมิเนียม เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ โรงแรม อาคารสำนักงาน และศูนย์การค้าชั้นนำ เป็นต้น ซึ่งยิ่งนับวันที่ดินเปล่าแปลงสวยในทำเลเหล่านี้ก็มักจะหาได้ยากมากขึ้นเรื่อยๆ ที่ผ่านมาก็ทำให้อัตราการเติบโตของราคาที่ดินในทำเล

ดังกล่าวนั้นปรับตัวสูงขึ้นมาโดยตลอด และเมื่ออุปทานที่ดินมีน้อยลง ก็ย่อมส่งผลให้ผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์ที่เป็นเจ้าของที่ดินในทำเลเหล่านี้ เพิ่มขีดความสามารถในการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ระดับ high-end และจับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีรายได้ระดับบนได้ เพราะลูกค้ากลุ่มนี้ นอกจากจะต้องการความสะดวกสบายแล้ว ยังมองหาความหรูหราหรือมีความเฉพาะของ Lifestyle ของตัวเองมากขึ้นด้วยโดยยอมที่จะแลกกับเงินที่ต้องจ่ายแพงขึ้นนั่นเอง ทั้งนี้ ในรายงานฉบับนี้ ผู้จัดทำได้เลือกพัฒนาที่ดินบนถนนวิฑูรย์ในทำเลศักยภาพอย่างย่านเพลินจิต-ชิดลมซึ่งถือว่าเป็นอีกหนึ่ง Prime area ที่อุปทานที่ดินหาได้ยากเต็มที เป็นทำเลที่แวดล้อมไปด้วยอาคารสำนักงานขนาดใหญ่ ศูนย์การค้าชั้นนำ และอยู่ไม่ไกลจากสถานศึกษาทั้งในรูปของโรงเรียนและมหาวิทยาลัย ทำเลของทรัพย์อยู่ใกล้กับรถไฟฟ้า BTS ในระยะเดินเท้าได้และอยู่ตรงกลางการเชื่อมต่อย่านสยาม สุขุมวิท และสีลม-สาทรเข้าไว้ด้วยกัน สภาพที่ดินปัจจุบันเป็นที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างอาคารหนึ่งชั้น ซึ่งผู้จัดจะได้พิจารณาทุกทางเลือกที่เป็นไปได้ในการพัฒนาที่ดินดังกล่าว โดยคำนึงถึงศักยภาพของที่ดินนั้นภายใต้ความสามารถในการใช้ประโยชน์ที่ดินได้สูงที่สุดและดีที่สุด (Highest and Best Use) อีกทั้งยังพิจารณาความเป็นไปได้ของโครงการทางด้านกายภาพ ด้านกฎหมาย ด้านการตลาด และด้านการเงิน เพื่อวิเคราะห์ถึงโอกาสที่จะประสบความสำเร็จว่ามีมากน้อยเพียงใดจากการลงทุนจริง รวมถึงเพื่อประเมินถึงข้อจำกัด ปัญหา และอุปสรรคที่อาจจะเกิดขึ้นได้ระหว่างการพัฒนาโครงการ

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.2.1 เพื่อศึกษาถึงสภาพอุปสงค์ของที่อยู่อาศัยในบริเวณย่านเพลินจิต-ชิดลม เพื่อวิเคราะห์ความเหมาะสมของการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ในรูปแบบต่างๆต่อสภาพของพื้นที่และรูปแบบความต้องการที่อยู่อาศัยภายในทำเลนั้นๆ

1.2.2 เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ในด้านต่างๆดังต่อไปนี้

1.2.2.1 เพื่อวิเคราะห์รูปแบบและลักษณะของอาคารชุดพักอาศัยที่สามารถพัฒนาได้จริงและสามารถใช้ประโยชน์จากพื้นที่ได้สูงที่สุด ภายใต้ข้อจำกัดทางด้านข้อกำหนดที่เหมาะสมและกฎหมายต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ อาทิ กฎหมายผังเมืองกรุงเทพมหานคร กฎหมายควบคุมอาคาร และกฎหมายเฉพาะอื่นๆ (ถ้ามี)

1.2.2.2 เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาด วิเคราะห์สภาพปัจจุบันของตลาดอุปสงค์เป้าหมายในทำเลเพลินจิต-ชิดลม และตลาดอุปทานซึ่งเป็นคู่แข่งทั้งทางตรงและทางอ้อม เพื่อนำไปสู่การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดและการขายแบบองค์รวม เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของการพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัย และตอบโจทย์ความต้องการของผู้ซื้อได้อย่างถูกต้อง

1.2.2.3 เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ทางการเงิน โดยจะวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนทั้งในรูปแบบผลตอบแทนของโครงการเทียบกับต้นทุนเงินลงทุนทั้งหมดที่ใช้ในการพัฒนาโครงการ และอัตราผลตอบแทนในส่วนของเจ้าของเทียบกับต้นทุนการเงินในส่วนของเจ้าของ นอกจากนี้ ยังศึกษาความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการลงทุนของโครงการด้วยการวิเคราะห์สมมติภาพ (Scenario Analysis) และการวิเคราะห์ความอ่อนไหว (Sensitivity Analysis) ในสถานการณ์ต่างๆภายใต้ภาวะความเสี่ยง

1.3 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาและวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการพัฒนาที่ดินเพลินจิตในครั้งนี้ จะครอบคลุมพื้นที่ศึกษาที่อยู่ภายในโซนลุมพินี โซนปทุมวัน และโซนสุขุมวิทตอนต้น โดยมีปัจจัยคือ มีรัศมีไม่เกิน 5 กิโลเมตรจากที่ตั้งทรัพย์สิน และมีระยะห่างจากแนวรถไฟฟ้าไม่เกิน 500 เมตรซึ่งจะรวมพื้นที่ย่านเพลินจิต-ชิดลม ย่านสยาม-ราชดำริ ย่านสีลม และจนถึงย่านอโศก

1.4 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1.4.1 เพื่อเป็นแนวทางแก่ผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์ ทั้งที่เป็นเจ้าของที่ดิน และผู้ที่ต้องเลือกซื้อที่ดินเพื่อนำมาพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่ที่ดินได้อย่างเหมาะสมต่ออุปสงค์-อุปทานในพื้นที่ และสามารถใช้ประโยชน์จากที่ดินได้อย่างสูงที่สุดและดีที่สุด (Highest and Best Use)

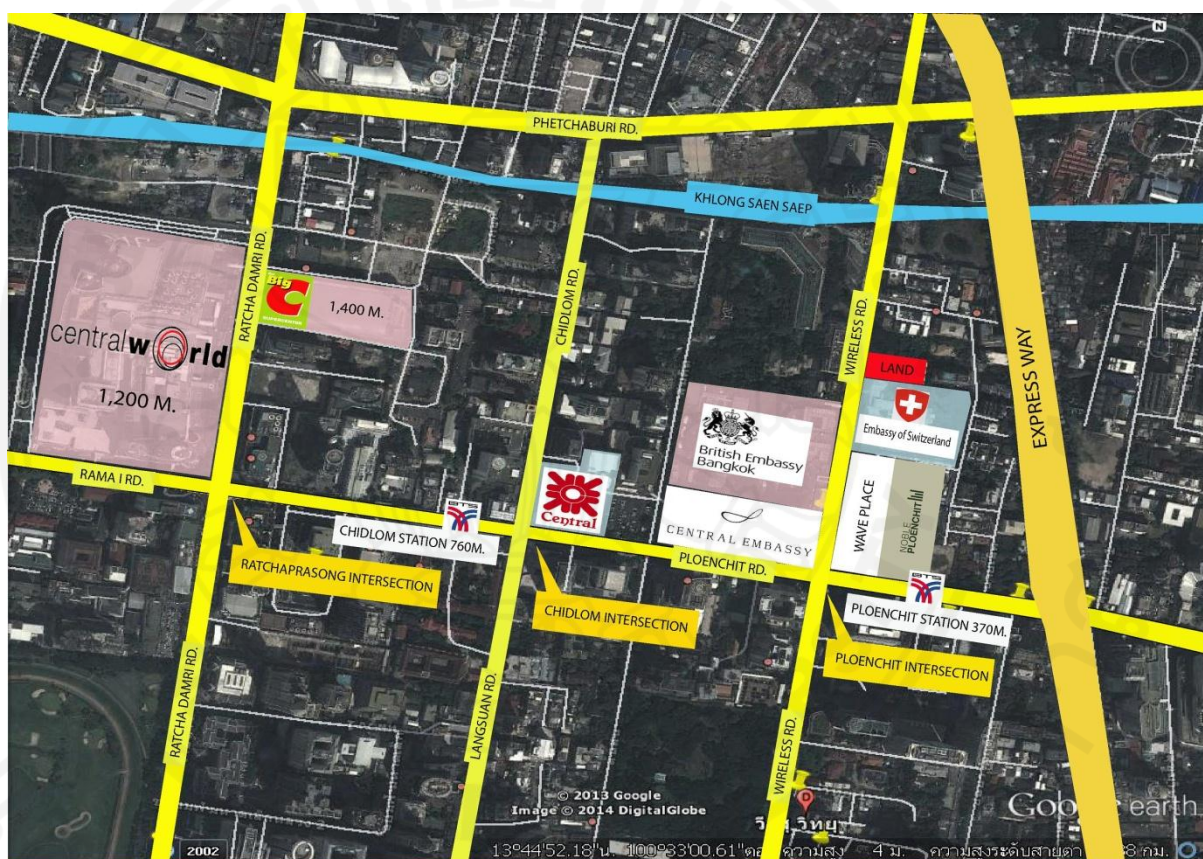
1.4.2 เพื่อศึกษากระบวนการต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภทต่างๆ บนทำเลย่านเพลินจิต-ชิดลมทั้งในความเป็นไปได้ทางด้านกายภาพ ด้านกฎหมาย ด้านการตลาด และ ด้านการเงิน

บทที่ 2

การศึกษาความเป็นไปได้ของทำเลที่ตั้งโครงการ

2.1 วิเคราะห์ลักษณะทางกายภาพ

2.1.1 ที่ตั้งทรัพย์สิน



ภาพที่ 2.1 แสดงที่ตั้งทรัพย์สิน

ที่ดินที่ใช้ในการพัฒนาโครงการเป็นที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างในลักษณะอาคารชั้นเดียว ตั้งอยู่บริเวณถนนวิฑู แขวงเพลินจิต เขตปทุมวัน จังหวัด กรุงเทพมหานคร โดยมีโฉนดที่ดินเลขที่ 4530 หน้าสำรวจ 1207 มีเนื้อที่ทั้งหมด 1-2-09 ไร่ หรือ 609 ตารางวา หน้ากว้างที่ดิน 33 เมตรติดถนนวิฑู และมีความลึกประมาณ 72 เมตรรูปร่างที่ดินมีลักษณะคล้ายสี่เหลี่ยมผืนผ้า มีระยะห่างจากสี่แยกเพลินจิตและสถานีรถไฟเพลินจิต 320 เมตร และห่างจากถนนเพชรบุรี 380 เมตรโดยมีราคาขายอยู่ที่ 1,100,000 บาทต่อตารางวา

ตารางที่ 2.1 รายละเอียดทางกายภาพของที่ดิน

ที่ตั้ง	ถนน วิทญู เขต ปทุมวัน กรุงเทพมหานคร		
ขนาดที่ดิน	1-2-09 ไร่ หรือ 609 ตารางวา		
สภาพที่ดิน	ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างอาคารคอนกรีตชั้นเดียว		
รูปร่างที่ดิน	คล้ายสี่เหลี่ยมผืนผ้า		
อาณาเขตที่ดิน	ทิศเหนือ	ยาว 72.07 ม.	ติด ที่ดินเปล่ามีการล้อมรั้ว
	ทิศใต้	ยาว 72.88 ม.	ติด สถานทูตสวีเดน
	ทิศตะวันออก	ยาว 34.37 ม.	ติด ที่อยู่อาศัย
	ทิศตะวันตก	ยาว 32.93 ม.	ติด ถนนวิทญู
การเข้าถึง	รถยนต์ส่วนบุคคล ผ่านทางถนนวิทญู (One-way) รถไฟฟ้า BTS เพลินจิต (300 ม.) รถโดยสารประจำทาง เรือโดยสาร (คลองแสนแสบ)		
ข้อกำหนดผังเมือง	เขตพื้นที่สีแดง พ5,-2 เป็นที่ดินประเภทพาณิชย์กรรม FAR = 10, OSR = 3		

2.1.2 สภาพที่ดินในปัจจุบัน

ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างในลักษณะอาคารคอนกรีตชั้นเดียวจึงไม่ยากต่อการรื้อถอนอาคาร โดยปัจจุบันใช้ประกอบการเป็นสถานบันเทิง



ภาพที่ 2.2สภาพของที่ดินในปัจจุบัน

ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างในลักษณะอาคารคอนกรีตชั้นเดียวจึงไม่ยากต่อการรื้อถอนอาคาร โดยปัจจุบันใช้ประกอบการเป็นสถานบันเทิง

2.1.3 ลักษณะพื้นที่และการใช้ประโยชน์ที่ดินรอบโครงการ

ที่ดินติดถนนวิฑูรย์ซึ่งเป็นพื้นที่ถนนสาธารณะประโยชน์กว้างประมาณ 20 เมตร รอบพื้นที่มีระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานครบถ้วน โดยมีระบบสาธารณูปโภคผ่านข้างหน้าที่ดิน ประกอบด้วย ทางเดินสาธารณะ น้ำประปา เสาไฟฟ้า โทรศัพท และท่อระบายน้ำทิ้ง

2.1.4 สภาพแวดล้อมรอบโครงการ

สภาพแวดล้อมรอบที่ดินส่วนใหญ่เป็นที่ดินที่ถูกพัฒนาแล้ว ทั้งในลักษณะโครงการที่อยู่อาศัยทั้งแนวราบและแนวสูง โรงแรม ห้างสรรพสินค้า อาคารสำนักงาน โรงเรียน โรงพยาบาล สถานทูตต่างๆ และอยู่ในรัศมี 300 เมตรจากสถานีรถไฟฟ้าเพลินจิต จึงนับว่าเป็นพื้นที่ที่สภาพแวดล้อมมีการพัฒนาดีในระดับดีถึงดีมาก

ตารางที่ 2.2 แสดงสถานที่สำคัญใกล้เคียงในระยะไม่เกิน 2 กิโลเมตร

โรงแรม	อาคารสำนักงาน	ศูนย์การค้า	สถานศึกษาและโรงพยาบาล
Okura Prestige	Park Venture	เซ็นทรัลชิดลม	โรงเรียนมาร์แตเดออี
อินเตอร์คอนทิเนนทอล	Wave Place	เซ็นทรัลเอมบาซซี	โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์
ฮอลิเดย์อินน์	Allseason	เซ็นทรัลเวิลด์	โรงพยาบาลตำรวจ
ปาร์ค นายเลิศ	ต้นสน	เกษรพลาซ่า	สถานทูต สวิสเซอร์แลนด์
เรนซอองส์	เมอคิวรี	อัมรินทร์พลาซ่า	สถานเอกอัครราชทูตอังกฤษ
แกรนด์ ไฮแอทเอราวัณ	ชิดลมทาวเวอร์	เมอคิวรีวิลล์	ทางด่วนเพชรบุรี
คิวเทล	เพลินจิต	เอราวัณ บางกอก	สถานีรถไฟฟ้าเพลินจิต

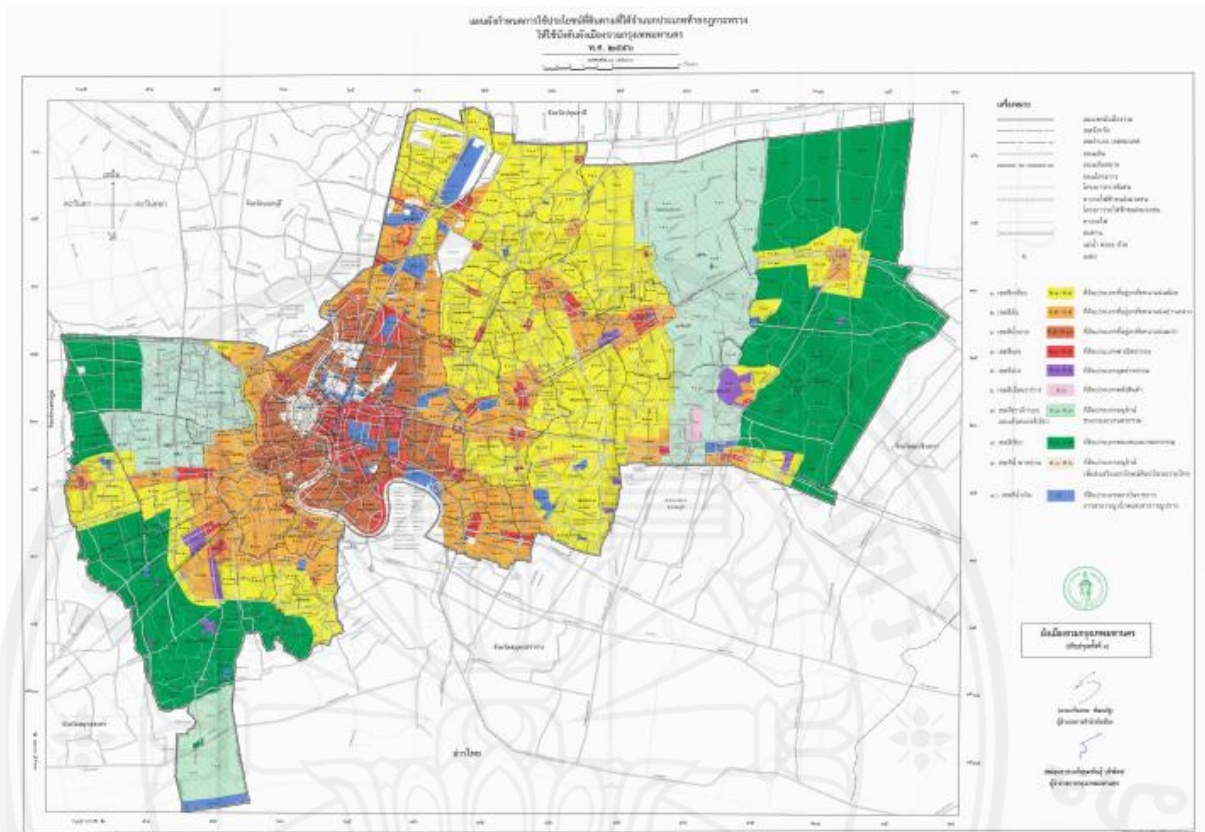
2.1.5 การเข้าถึงโครงการและสภาพการจราจร

เนื่องจากที่ดินอยู่ติดถนนวิฑูรย์มีหน้ากว้างติดถนน 33 เมตรมีระยะห่างจากสี่แยกเพลินจิตเป็นระยะทาง 320 เมตร และห่างจากถนนเพชรบุรี 380 เมตร จึงสามารถเข้าถึงโครงการได้หลากหลายช่องทาง ไม่ว่าจะโดยการขับรถส่วนตัว หรือใช้บริการขนส่งสาธารณะ อาทิเช่น รถไฟฟ้า BTS, รถโดยสารประจำทาง และเรือโดยสารผ่านคลองแสนแสบ โดยทั้งนี้ ถนนวิฑูรย์มีลักษณะการเดินรถแบบทางเดียวทั้งหมด 4 ช่องทางจราจร

2.2 วิเคราะห์ด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 กฎหมายผังเมือง

- กฎกระทรวงให้ใช้บังคับผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร พ.ศ.๒๕๕๖



2.2.2 กฎหมายจัดสรรที่ดิน

- พระราชบัญญัติการจัดสรรที่ดิน พ.ศ.2543
- ข้อกำหนดเกี่ยวกับการจัดสรรที่ดินเพื่อที่อยู่อาศัยและพาณิชยกรรม กรุงเทพมหานคร พ.ศ.2550
- ข้อกำหนดเกี่ยวกับการจัดสรรที่ดินเพื่อที่อยู่อาศัยและพาณิชยกรรม กรุงเทพมหานคร ฉบับที่ 2 พ.ศ.2557

2.2.3 กฎหมายควบคุมอาคาร

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

- **กฎกระทรวง ฉบับที่ 55 (พ .ศ.2543)**ลักษณะอาคาร ส่วนต่างๆ ของอาคาร ที่ว่างภายนอก แนวอาคารและระยะต่างๆ ของอาคาร

- กฎกระทรวง ฉบับที่ 58 (พ .ศ.2546) *แก้ไขกฎกระทรวง ฉบับที่ 55 (พ .ศ. 2543)*

- กฎกระทรวง ฉบับที่ 61 (พ .ศ.2550) *แก้ไขกฎกระทรวง ฉบับที่ 55 (พ .ศ. 2543)*

- **กฎกระทรวง ฉบับที่ 6 (พ .ศ.2527)**การออกแบบโครงสร้าง

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

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

- **กฎกระทรวง กำหนดสิ่งอำนวยความสะดวกในอาคาร สำหรับผู้พิการหรือทุพพลภาพและคนชรา พ .ศ.2548**

- **กฎกระทรวง ฉบับที่ 7 (พ .ศ.2517)**ประเภทของอาคารที่ต้องมีที่จอดรถ จำนวนที่จอดรถ

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

- กฎกระทรวง ฉบับที่ 64 (พ .ศ.2555)*แก้ไขเพิ่มเติม*

- **กฎกระทรวง ฉบับที่ 39 (พ .ศ.2537)**ระบบป้องกันอัคคีภัย, ห้องน้ำและห้องส้วม, ระบบการจัดแสงสว่างและการระบายอากาศ, ระบบจ่ายพลังงานไฟฟ้าสำรองกรณีฉุกเฉิน

- กฎกระทรวง ฉบับที่ 63 (พ .ศ.2551)*แก้ไขเพิ่มเติม*

- **กฎกระทรวง ฉบับที่ 33 (พ .ศ.2535)**อาคารสูง อาคารขนาดใหญ่พิเศษ

- กฎกระทรวง ฉบับที่ 42 (พ .ศ.2537)*แก้ไขเพิ่มเติม*

- กฎกระทรวง ฉบับที่ 50 (พ .ศ.2540)*แก้ไขเพิ่มเติม*

2.2.4กฎหมายควบคุมสิ่งแวดล้อม (EIA)

- **ประกาศกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม** เรื่องกำหนดประเภทและขนาดของโครงการหรือกิจการซึ่งต้องจัดทำรายงานการวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม

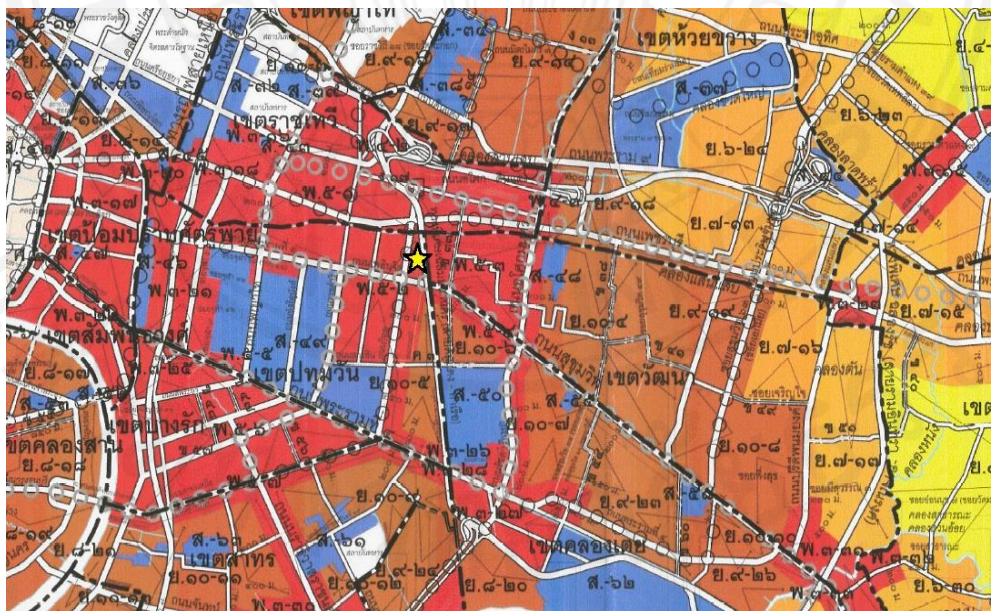
และหลักเกณฑ์ วิธีการ ระเบียบปฏิบัติและแนวทางการจัดทำรายงานการวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม (ลงวันที่ 24 เม.ย. 2555)

- ฉบับที่ 2 (พ .ศ.2556) แก้ไขประกาศกระทรวงฯ ลงวันที่ 24 เม .ย.2555
- ฉบับที่ 3 (พ .ศ.2556) แก้ไขประกาศกระทรวงฯ ลงวันที่ 24 เม .ย.2555

2.3 ศึกษาความเป็นไปได้ของทำเลที่ตั้งจากกฎหมาย

ที่ดินผืนนี้ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่ผังเมืองนี้ประเภท พ.5-2 ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ใช้ประโยชน์เป็นศูนย์พาณิชยกรรมหลัก เพื่อส่งเสริมความเป็นศูนย์กลางทางธุรกิจ การค้า การบริการ นันทนาการ และการท่องเที่ยวในระดับภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

โดยที่ตามกฎหมายผังเมืองพื้นที่สีแดง พ. 5 มีค่าอัตราส่วนพื้นที่อาคารรวมทุกชั้นของอาคารทุกหลังต่อพื้นที่ดินที่ใช้เป็นที่ตั้งอาคาร หรือ Floor Area Ratio (FAR) 1:10 ซึ่งหมายความว่าที่ดินผืนนี้มีขนาด 609 ตารางวา หรือ 2,436 ตารางเมตร อนุญาตให้สร้างอาคารที่มีพื้นที่รวมทั้งหมดไม่เกิน 24,360 ตารางเมตรและมีค่าอัตราส่วนพื้นที่ว่างต่อพื้นที่อาคารรวม หรือ Open Space Ratio ในอัตราร้อยละ 3



ภาพที่ 2.4 ตำแหน่งที่ดินในผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร ปี 2556

ตารางที่ 2.3 แสดงรายละเอียดการใช้ประโยชน์ที่ดินประเภท พ.5

การใช้ประโยชน์ที่ดินประเภท		สีแดง พาณิชยกรรม พ.5
โรงแรม	โรงแรม	-
	โรงแรม ห้องพัก ≤ 50 ห้อง	
	โรงแรม ห้องพัก > 50; ≤ 80 ห้อง	
	โรงแรม ห้องพัก > 80 ห้อง	1b,2
การจัดสรรที่ดิน	การจัดสรรที่ดิน	
	การจัดสรรที่ดิน-บ้านเดี่ยว	
	ขนาดแปลงที่ดิน-บ้านเดี่ยว (ตร.ว) >=	
	การจัดสรรที่ดิน-บ้านแฝด	
	ขนาดแปลงที่ดิน-บ้านแฝด (ตร.ว) >=	
	การจัดสรรที่ดิน-บ้านแถว	
	ขนาดแปลงที่ดิน-บ้านแถว (ตร.ว) >=	
	การจัดสรรที่ดิน-ตึกแถว ห้องแถว (อยู่อาศัย)	
การจัดสรรที่ดิน-ตึกแถว ห้องแถว (พาณิชยกรรม)		
ขนาดแปลงที่ดิน-ตึกแถว ห้องแถว (ตร.ว) >=		
การจัดสรรที่ดิน-เกษตรกรรม		
ขนาดแปลงที่ดิน-เกษตรกรรม (ตร.ว) >=		
การอยู่อาศัย	การอยู่อาศัย	
	การอยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยว	
	การอยู่อาศัยประเภทบ้านแฝด	
	การอยู่อาศัยประเภทบ้านแถว	
	การอยู่อาศัยประเภทห้องแถว ตึกแถว	
	อาคารอยู่อาศัยรวม ≤ 1,000 ตร.ม.	
	อาคารอยู่อาศัยรวม > 1,000; ≤ 2,000 ตร.ม.	
	อาคารอยู่อาศัยรวม > 2,000; ≤ 5,000 ตร.ม.	
อาคารอยู่อาศัยรวม > 5,000; ≤ 10,000 ตร.ม.		
อาคารอยู่อาศัยรวม > 10,000 ตร.ม.		
การประกอบพาณิชยกรรม	พาณิชยกรรมประเภทห้องแถว ตึกแถว	
	พาณิชยกรรม ≤ 100 ตร.ม.	
	พาณิชยกรรม > 100; ≤ 300 ตร.ม.	
	พาณิชยกรรม > 300; ≤ 500 ตร.ม.	
	พาณิชยกรรม > 500; ≤ 1,000 ตร.ม.	
	พาณิชยกรรม > 1,000; ≤ 2,000 ตร.ม.	
	พาณิชยกรรม > 2,000; ≤ 5,000 ตร.ม.	
	พาณิชยกรรม > 5,000; ≤ 10,000 ตร.ม.	
พาณิชยกรรม > 10,000 ตร.ม.	1c,2	
สำนักงาน	สำนักงานประเภทห้องแถว ตึกแถว	
	สำนักงาน ≤ 100 ตร.ม.	
	สำนักงาน > 100; ≤ 300 ตร.ม.	
	-เพื่อการวิจัย > 100; ≤ 300 ตร.ม.	
	สำนักงาน > 300; ≤ 500 ตร.ม.	
	-เพื่อการวิจัย > 300; ≤ 500 ตร.ม.	
	สำนักงาน > 500; ≤ 1,000 ตร.ม.	
	-เพื่อการวิจัย > 500; ≤ 1,000 ตร.ม.	
	สำนักงาน > 1,000; ≤ 2,000 ตร.ม.	
	-เพื่อการวิจัย > 1,000; ≤ 2,000 ตร.ม.	
สำนักงาน > 2,000; ≤ 5,000 ตร.ม.		
สำนักงาน > 5,000; ≤ 10,000 ตร.ม.		
สำนักงาน > 10,000 ตร.ม.	1b,2	
F.A.R. ไม่เกิน (: 1)	10	
F.A.R. Bonus แบบที่ 2 เพิ่มได้ไม่เกิน (ร้อยละ)	20	
F.A.R. Bonus แบบที่ 3 เพิ่มได้ไม่เกิน (ร้อยละ)	X	
O.S.R. ไม่น้อยกว่า (ร้อยละของพื้นที่อาคารรวม)	3	
B.A.F. ไม่น้อยกว่า (ร้อยละของพื้นที่ว่าง)	50	
ที่ว่าง	ที่ว่างด้านหน้า / ด้านหลังอาคาร (ม.)	
	ที่ว่างด้านหน้า (ม.) - บ้านแถว ห้องแถว ตึกแถว	
	ที่ว่างด้านข้างอาคาร (ม.)	
	ที่ว่างด้านข้างอาคาร (ม.) - บ้านเดี่ยว	
	ความสูง (ม.) จากระดับถนนถึงยอดผนังชั้นสูงสุด	

ตารางที่ 2.3 แสดงรายละเอียดการใช้ประโยชน์ที่ดินประเภท พ.5 (ต่อ)

<u>การใช้ประโยชน์ที่ดิน :</u>	<input type="checkbox"/> = อนุญาต (ไม่ได้ห้าม)	<input checked="" type="checkbox"/> = ไม่อนุญาต (ห้าม)
	<input type="checkbox"/> 1c,2 = อนุญาตโดยมีเงื่อนไข 1c หรือ 2	<input type="checkbox"/> 1d+3 = อนุญาตโดยมีเงื่อนไข 1d และ 3

<u>อนุญาตโดยมีเงื่อนไข :</u>	1a = เงื่อนไขตั้งอยู่ริมถนนสาธารณะที่มีเขตทางไม่น้อยกว่า 10 เมตร
	1b = เงื่อนไขตั้งอยู่ริมถนนสาธารณะที่มีเขตทางไม่น้อยกว่า 12 เมตร
	1c = เงื่อนไขตั้งอยู่ริมถนนสาธารณะที่มีเขตทางไม่น้อยกว่า 16 เมตร
	1d = เงื่อนไขตั้งอยู่ริมถนนสาธารณะที่มีเขตทางไม่น้อยกว่า 30 เมตร
	2 = เงื่อนไขตั้งอยู่ภายในระยะ 500 เมตรจากบริเวณโดยรอบสถานีรถไฟฟ้า
	3 = เงื่อนไขเรื่องที่ว่างหรือระยะร่น (ดูหมายเหตุข้างล่าง)
	4 = เงื่อนไขเรื่องที่ตั้งอื่นๆ (ดูหมายเหตุข้างล่าง)
	5 = เงื่อนไขเรื่องความเกี่ยวเนื่องกับการใช้ประโยชน์ที่ดินหลัก
	6a = เงื่อนไขเป็นการดำเนินการขององค์การศาสนา
	6b = เงื่อนไขเป็นการดำเนินการของกทพ. กคช. หรือ พอช. สำหรับผู้มีรายได้น้อย
	6c = เงื่อนไขอยู่ภายใต้การควบคุมดูแล/ได้รับอนุญาตให้ดำเนินการจากกทพ.
	7 = เงื่อนไขทดแทนของเดิม
	8 = เงื่อนไขเรื่องขนาด/จำนวน (ดูหมายเหตุข้างล่าง)
	9 = ตามบัญชีท้ายกฎกระทรวง

2.3.1 สรุปข้อกำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดินตามกฎกระทรวงให้ใช้บังคับผังเมืองรวม

กรุงเทพฯ 2556

- ที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยว
- ที่อยู่อาศัยประเภทบ้านแฝด
- ที่อยู่อาศัยประเภทบ้านแถว
- ที่อยู่อาศัยประเภทห้องแถว ตึกแถว
- พาณิชยกรรมประเภทห้องแถว ตึกแถว
- ที่อยู่อาศัยประเภทอาคารอยู่อาศัยรวม พื้นที่เกิน 10,000 ตร.ม.
- พาณิชยกรรม พื้นที่เกิน 10,000 ตร.ม. (เงื่อนไขตั้งอยู่ริมถนนที่มีเขตทางไม่น้อยกว่า 16 ม./หรืออยู่ในระยะ 500 ม. จากสถานีรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน)
- สำนักงานพื้นที่เกิน 10,000 ตร.ม. (เงื่อนไขตั้งอยู่ริมถนนที่มีเขตทางไม่น้อยกว่า 12 ม./หรืออยู่ในระยะ 500 ม. จากสถานีรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน)
- โรงแรมเกิน 80 ห้อง (เงื่อนไขตั้งอยู่ริมถนนที่มีเขตทางไม่น้อยกว่า 12 ม./หรืออยู่ในระยะ 500 ม. จากสถานีรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน)
- สถานบริการเนื่องจากที่ดินอยู่ห่างจากสถานีรถไฟฟ้าเพลินจิต ประมาณ 300 เมตร และมีพื้นที่ติดทางถนนสาธารณะประมาณ 20 เมตร

2.3.2 สรุปกฎหมายการใช้ประโยชน์ประเภทอาคารสูง และอาคารใหญ่พิเศษ

- ที่ดินที่ใช้เป็นที่ตั้งของอาคารสูงหรืออาคารขนาดใหญ่พิเศษที่มีพื้นที่อาคาร รวมไม่เกิน 30,000 ตารางเมตร ต้องมีด้านหนึ่งด้านใดของที่ดินนั้น ยาวไม่น้อยกว่า 12.00 เมตร ติดถนนสาธารณะที่มีเขตทางกว้างไม่น้อยกว่า 10.00 เมตร และถนนสาธารณะนั้นต้องมีเขตทางกว้างไม่น้อยกว่า 10.00 เมตร ยาวต่อเนื่องกันโดยตลอดนับตั้งแต่ที่ตั้งอาคารจนไปเชื่อมต่อกับถนนสาธารณะอื่น ที่มีเขตทางกว้างไม่น้อยกว่า 10.00 เมตร
 - อาคารสูงหรืออาคารขนาดใหญ่พิเศษต้องมีถนนหรือที่ว่างปราศจากสิ่งปกคลุมโดยรอบอาคารกว้างไม่น้อยกว่า 6.00 เมตร และระดับเพลิงสามารถเข้า ออกได้โดยสะดวก
 - พื้นหรือผนังของอาคารสูงหรืออาคารขนาดใหญ่พิเศษต้องห่างเขต ที่ดิน ของผู้อื่นและถนนสาธารณะไม่น้อยกว่า 6.00 เมตร
 - อาคารสูงหรืออาคารขนาดใหญ่พิเศษต้องมีค่าสูงสุดของอัตราส่วนพื้นที่ อาคารรวมกันทุกชั้นต่อพื้นที่ดินของอาคารทุกหลังที่ก่อสร้างขึ้นในที่ดินแปลงเดียวกันไม่เกิน 10 ต่อ 1

2.3.3 สรุปกฎหมายควบคุมสิ่งแวดล้อม (EIA)

- อาคารที่ใช้ในการประกอบธุรกิจค้าปลีกหรือค้าส่งที่มีความสูงตั้งแต่ ๒๓.๐๐ เมตรขึ้นไป หรือมีพื้นที่รวมกันทุกชั้นหรือชั้นหนึ่งชั้นใดในหลังเดียวกันตั้งแต่ ๑๐,๐๐๐ ตารางเมตร ขึ้นไป ความสูงตั้งแต่ ๒๓.๐๐ เมตร ขึ้นไป หรือมีพื้นที่รวมกันทุกชั้นหรือชั้นหนึ่งชั้นใดในหลังเดียวกันตั้งแต่ ๑๐,๐๐๐ ตารางเมตร ขึ้นไป
 - อาคารที่ใช้เป็นสำนักงานหรือที่ทำการของเอกชนที่มีความสูงตั้งแต่ ๒๓.๐๐ เมตรขึ้นไป หรือมีพื้นที่รวมกันทุกชั้น หรือชั้นหนึ่งชั้นใดในหลังเดียวกันตั้งแต่ ๑๐,๐๐๐ ตารางเมตร ขึ้นไป
 - โรงแรมหรือสถานที่พักตากอากาศตามกฎหมายว่าด้วยโรงแรมที่มีจำนวนห้องพักตั้งแต่ ๘๐ ห้อง ขึ้นไป หรือมีพื้นที่ใช้สอยตั้งแต่ ๔,๐๐๐ ตารางเมตร ขึ้นไป
 - อาคารอยู่อาศัยรวมตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมอาคารที่มีจำนวนห้องพักตั้งแต่ ๘๐ ห้อง ขึ้นไป หรือมีพื้นที่ใช้สอย ตั้งแต่ ๔,๐๐๐ ตารางเมตรขึ้นไป

2.3.4 กฎกระทรวงฉบับที่ 33 พ .ศ . 2535

- อาคารสูงต้องมีบันไดหนีไฟจากชั้นสูงสุดหรือคาดฟ้าสู่พื้นดินอย่างน้อย 2 บันได ตั้งอยู่ในที่ที่บุคคลไม่ว่าจะอยู่จุดใดของอาคารสามารถมาถึงบันไดหนีไฟได้สะดวกแต่ละบันไดหนีไฟ ต้องอยู่ห่างไม่เกิน 60 เมตรเมื่อวัดตามแนวทางเดิน

- ระบบบันไดหนีไฟต้องแสดงการคำนวณให้เห็นว่าสามารถใช้เสาเสียบุคคลทั้งหมดในอาคารออกนอกอาคารได้ภายใน 1 ชั่วโมง
- บันไดหนีไฟต้องทำด้วยวัสดุทนไฟและไม่ฝุ่กร่อนเช่นคอนกรีตเสริมเหล็กเป็นต้นมีความกว้างไม่น้อยกว่า 90 เซนติเมตรลูกนอนกว้างไม่น้อยกว่า 22 เซนติเมตรและลูกตั้งสูงไม่เกิน 20 เซนติเมตรมีชันพักกว้างไม่น้อยกว่า 90 เซนติเมตรและมีราวบันไดอย่างน้อยหนึ่งด้าน
 - ห้ามสร้างบันไดหนีไฟเป็นแบบบันไดเวียน
 - บันไดหนีไฟและชันพักส่วนที่อยู่ภายนอกอาคารต้องมีผนังด้านที่บันไดพาดผ่านเป็นผนัง
 - บันไดหนีไฟที่อยู่ในอาคารต้องมีอากาศถ่ายเทจากภายนอกอาคารได้แต่ละชั้นต้องมีช่องระบายอากาศที่มีพื้นที่รวมกันไม่น้อยกว่า 1.4 ตารางเมตรเปิดสู่ภายนอกอาคารได้หรือมีระบบอัดลมภายในช่องบันไดหนีไฟที่มีความดันลมขณะใช้งานไม่น้อยกว่า 3.86 ปาสกาลมาตรฐานที่ทำงานได้โดยอัตโนมัติเมื่อเกิดเพลิงไหม้และบันไดหนีไฟที่ลงสู่พื้นของอาคารนั้นต้องอยู่ในตำแหน่งที่สามารถออกสู่ภายนอกได้โดยสะดวก
 - บันไดหนีไฟที่อยู่ในอาคารต้องมีผนังกันไฟโดยรอบยกเว้นช่องระบายอากาศและต้องมีแสงสว่างจากระบบไฟฟ้าฉุกเฉินให้มองเห็นช่องทางได้ขณะเพลิงไหม้และมีป้ายบอกชั้นและป้ายบอกทางหนีไฟที่ด้านในและด้านนอกของประตูหนีไฟทุกชั้นด้วยตัวอักษรที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจนโดยตัวอักษรต้องมีขนาดไม่เล็กกว่า 10 เซนติเมตร
 - อาคารสูงต้องจัดให้มีช่องทางเฉพาะสำหรับบุคคลภายนอกเข้าไปบรรเทาสาธารณภัยที่เกิดในอาคารได้ทุกชั้นช่องทางเฉพาะนี้จะเป็ลลิฟต์ดับเพลิงหรือช่องบันไดหนีไฟก็ได้และทุกชั้นต้องจัดให้มีห้องว่างที่มีพื้นที่ไม่น้อยกว่า 6.00 ตารางเมตรติดต่อกับช่องทางนี้และเป็นบริเวณที่ปลอดภัยจากเปลวไฟและควันเช่นเดียวกับช่องบันไดหนีไฟและเป็นที่ตั้งของตู้หัวฉีดน้ำดับเพลิงประจำชั้นของอาคาร
 - อาคารสูงต้องมีดาดฟ้าและมีพื้นที่บนดาดฟ้าขนาดกว้างยาวด้านละไม่น้อยกว่า 10.00 เมตรเป็นที่โล่งและว่างเพื่อใช้เป็นทางหนีไฟทางอากาศได้และต้องจัดให้มีทางหนีไฟบนชั้นดาดฟ้าที่จะนำไปสู่บันไดหนีไฟได้สะดวกทุกบันไดและมีอุปกรณ์เครื่องช่วยในการหนีไฟจากอาคารลงสู่พื้นดินได้โดยปลอดภัย

2.3.5 ที่จอดรถ

กฎกระทรวงฉบับที่ 7 พ.ศ.2517 และฉบับที่ 41 พ.ศ.2537

- อาคารชุดที่มีพื้นที่แต่ละครอบครัวตั้งแต่ 60 ตารางเมตรขึ้นไปต้องมีที่จอดรถยนต์ไม่น้อยกว่า 1 คันต่อ 1 ครอบครัว
 - อาคารขนาดใหญ่ให้มีที่จอดรถยนต์ตามจำนวนที่กำหนดของแต่ละประเภทของอาคารที่ใช้เป็นที่ประกอบกิจการในอาคารขนาดใหญ่นั้นรวมกันหรือให้มีที่จอดรถยนต์ไม่น้อยกว่า 1 คันต่อพื้นที่อาคาร 120 ตารางเมตรเศษของ 120 ตารางเมตรให้คิดเป็น 120 ตารางเมตร ทั้งนี้ให้ถือว่าที่จอดรถยนต์จำนวนที่มากกว่าเป็นเกณฑ์
 - ที่จอดรถยนต์ต้องจัดให้อยู่ภายในบริเวณของอาคารนั้นถ้าอยู่นอกอาคารต้องมีทางไปสู่อาคารนั้นไม่เกิน 200 เมตร
 - ทางเข้าออกของรถยนต์ต้องกว้างไม่น้อยกว่า 6 เมตรในกรณีจัดให้รถยนต์วิ่งได้ทางเดียวทางเข้าและทางออกต้องกว้างไม่น้อยกว่า 3.50 เมตรโดยต้องทาเครื่องหมายแสดงทางเข้าและทางออกไว้ให้ปรากฏ
 - ที่จอดรถ 1 คันต้องเป็นพื้นที่สี่เหลี่ยมผืนผ้าและมีลักษณะและขนาดดังนี้
 - ในกรณีที่จอดรถขนานกับแนวทางเดินรถหรือทามุมแนวทางเดินรถน้อยกว่าสามสิบองศาให้มีความกว้างไม่น้อยกว่า 2.40 เมตรและความยาวไม่น้อยกว่า 6.00 เมตร
 - ในกรณีที่จอดรถตั้งฉากกับแนวทางเดินรถให้มีความกว้างไม่น้อยกว่า 2.40 เมตรและความยาวไม่น้อยกว่า 5.00 เมตรแต่ทั้งนี้จะต้องไม่จัดให้มีทางเข้าออกของรถเป็นทางเดินรถทางเดียว
 - ในกรณีที่จอดรถทำมุมกับแนวทางเดินรถมากกว่าสามสิบองศาให้มีความกว้างไม่น้อยกว่า 2.40 เมตรและความยาวไม่น้อยกว่า 5.50 เมตร
 - ระยะความสูงสุทธิตระหว่างพื้นที่ที่ใช้จอดรถทางเดินรถและทางลาดขึ้นลงของรถกับส่วนที่ต่ำสุดของชั้นที่ถัดไปของอาคารต้องไม่น้อยกว่า 2.10 เมตร

2.3.6 ระบบลิฟท์

กฎกระทรวงฉบับที่ 33 พศ.2535 และพระราชบัญญัติกรุงเทพมหานครพ.ศ.2544

- ลิฟท์โดยสารและลิฟท์ดับเพลิงแต่ละชุดที่ใช้กับอาคารสูงให้มีขนาดมวลบรรทุกไม่น้อยกว่า 630 กิโลกรัม
 - อาคารสูงต้องมีลิฟท์ดับเพลิงอย่างน้อยหนึ่งชุดซึ่งมีรายละเอียดอย่างน้อยดังต่อไปนี้

- ลิฟต์ดับเพลิงต้องจอดได้ทุกชั้นของอาคารและต้องมีระบบควบคุมพิเศษสำหรับพนักงานดับเพลิงใช้ขณะเกิดเพลิงไหม้โดยเฉพาะ
- บริเวณห้องโถงหน้าลิฟต์ดับเพลิงทุกชั้นต้องติดตั้งตู้สายฉีดน้ำดับเพลิงหรือหัวต่อสายฉีดน้ำดับเพลิงและอุปกรณ์ดับเพลิงอื่นๆ
- ห้องโถงหน้าลิฟต์ดับเพลิงทุกชั้นต้องมีผนังหรือประตูที่ทำด้วยวัสดุทนไฟปิดกั้นมิให้เปลวไฟหรือควันเข้าได้มีหน้าต่างเปิดออกสู่ภายนอกอาคารได้โดยตรงหรือมีระบบอัดลมภายในห้องโถงใช้งานไม่น้อยกว่า 3.86 ปาสกาลเมตรและทำงานได้โดยอัตโนมัติเมื่อเกิดเพลิงไหม้
- ระยะเวลาในการเคลื่อนที่อย่างต่อเนื่องของลิฟต์ดับเพลิงระหว่างชั้นล่างสุดกับชั้นบนสุดของอาคารต้องไม่เกินหนึ่งนาที
- ทั้งนี้ในเวลาปกติลิฟต์ดับเพลิงสามารถใช้เป็นลิฟต์โดยสารได้
- ในปล่องลิฟต์ห้ามติดตั้งท่อสายไฟฟ้าท่อส่งน้ำท่อระบายน้ำและอุปกรณ์ต่างๆ เว้นแต่เป็นส่วนประกอบของลิฟต์หรือจำเป็นสำหรับการทำงานและการดูแลรักษาลิฟต์
- ลิฟต์ต้องมีระบบและอุปกรณ์การทำงานที่ให้ความปลอดภัยด้านสวัสดิภาพและสุขภาพของผู้โดยสาร
- มีการให้คำแนะนำอธิบายการใช้การขอความช่วยเหลือการให้ความช่วยเหลือและข้อห้ามใช้
- ห้องลิฟต์และพื้นที่ว่างหน้าลิฟต์ต้องกว้างไม่น้อยกว่า 1.50 เมตรและต้องทำด้วยวัสดุทนไฟ

บทที่ 3

การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด

3.1 วิเคราะห์ภาพรวมเศรษฐกิจไทยในปี 2558 (Macro Analysis)

จากการประเมินแนวโน้มเศรษฐกิจไทยในช่วงที่เหลือของปี 2558 ของธนาคารแห่งประเทศไทย (รายงานแนวโน้มเศรษฐกิจ เงินเฟ้อ และการดำเนินนโยบายการเงิน, ธนาคารแห่งประเทศไทย, www.bot.or.th) พบว่า เศรษฐกิจในครึ่งปีหลังของปียังมีแนวโน้มขยายตัวในเกณฑ์ที่น่าพอใจ ภายใต้ข้อจำกัดการขยายตัวของการส่งออกและความแตกต่างของราคาสินค้าในตลาดโลก โดยคาดว่าจะมีปัจจัยสนับสนุนขยายตัวจาก (1) การใช้จ่ายและการลงทุนภาครัฐที่ยังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง (2) การใช้จ่ายและการลงทุนของภาคเอกชนที่ปรับตัวดีขึ้นอย่างช้าๆ ตามความเชื่อมั่นในระบบเศรษฐกิจและแนวโน้มการฟื้นตัวของเศรษฐกิจในภาพรวม (3) การขยายตัวของภาคการท่องเที่ยวที่คาดว่าจะต่อเนื่องในช่วงที่เหลือของปี (4) การผลิตภาคอุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นและสนับสนุนการขยายตัวทางเศรษฐกิจได้มากขึ้น และ (5) ราคาน้ำมันยังอยู่ในระดับต่ำซึ่งเพิ่มอำนาจซื้อของประชาชนและภาคธุรกิจ และเอื้ออำนวยต่อการดำเนินนโยบายการเงินผ่อนคลายอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับ ภาพรวมเสถียรภาพทางเศรษฐกิจของประเทศเองก็อยู่ในเกณฑ์ดี โดยที่อัตราการว่างงานยังอยู่ในระดับต่ำร้อยละ 0.9 อัตราเงินเฟ้อทั่วไปเท่ากับร้อยละ -0.5 ในขณะที่บัญชีเดินสะพัดเกินดุล 325,752 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 9.6 ของ GDP

แต่ทั้งนี้ ปัญหาการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก การเปลี่ยนแปลงของค่าเงินโดยเฉพาะอย่างยิ่งการอ่อนค่าของเงินดอลลาร์ สหรัฐอเมริกา ยูโร และเยน และความแตกต่างของราคาสินค้าเกษตรในตลาดโลก ยังเป็นข้อจำกัดสำคัญที่กีดกันการขยายตัวของภาคส่งออก อุปสงค์ภาคเอกชน และเศรษฐกิจในภาพรวมให้มีโอกาสต่ำกว่าที่ประมาณการณ์ไว้และจำกัดการกระจายผลประโยชน์ของการฟื้นตัวของระบบเศรษฐกิจให้ไปไม่ถึงถึงทุกภาคส่วน โดยเฉพาะในกลุ่มเกษตรกร และภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับภาคเกษตรกรรมและการส่งออก ทั้งนี้ มูลค่าการส่งออกสินค้าคาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 0.2 การบริโภคของภาคครัวเรือน และภาคการลงทุนรวม คาดว่าจะ ขยายตัวร้อยละ 2.3 และร้อยละ 6.2 ตามลำดับ ในขณะที่อัตราเงินเฟ้อทั่วไปอยู่ในช่วงร้อยละ (-0.3)–0.7 และบัญชีเดินสะพัดเกินดุลร้อยละ 3.9 ของ GDP

รายละเอียดของการประมาณการเศรษฐกิจในปี 2558 ในด้านต่างๆ มีดังนี้

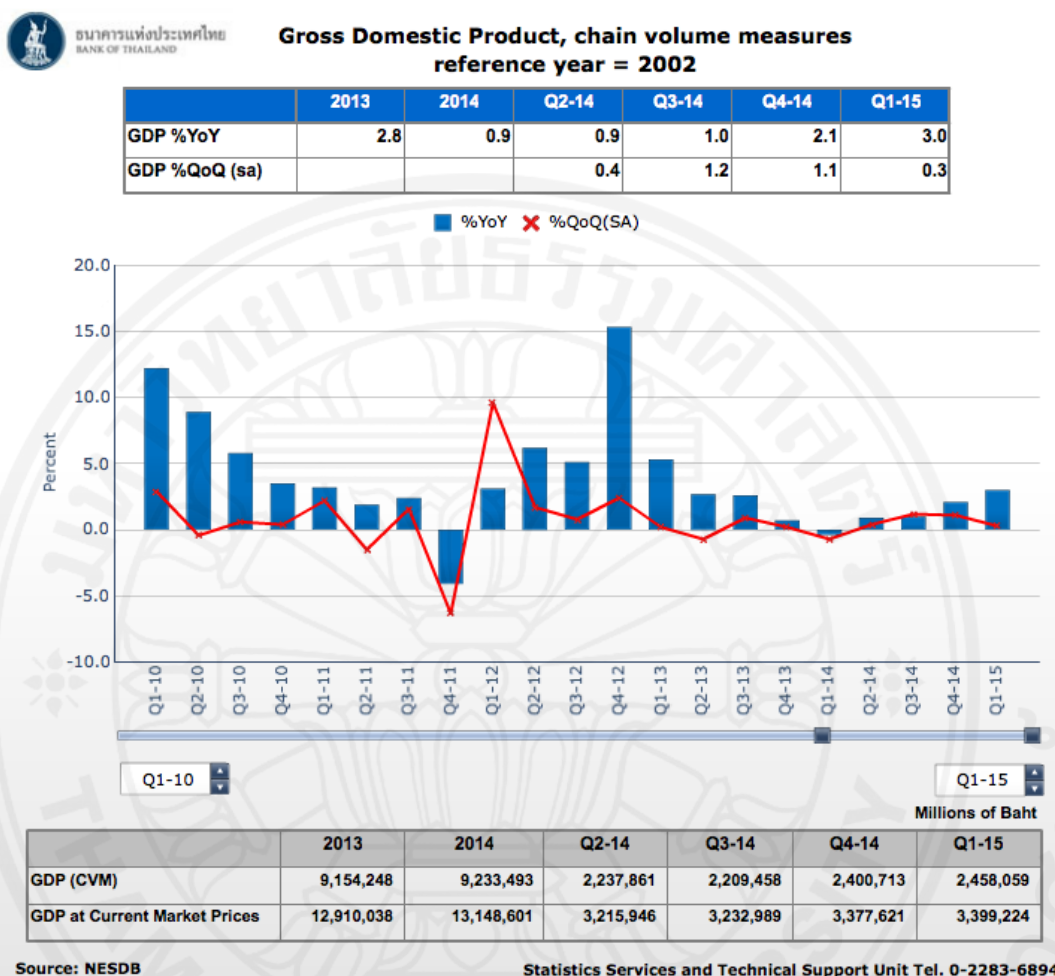
(1) การใช้จ่ายเพื่ออุปโภคบริโภคภาคเอกชน คาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 2.3 ปรับตัวดีขึ้นจากร้อยละ 0.6 ในปี 2557 แต่ต่ำกว่าการประมาณการในครั้งก่อนหน้า เนื่องจากการปรับลดการขยายตัวของการส่งออกและราคาสินค้าเกษตรสำคัญที่ยังลดลงจากปีที่ผ่านมาซึ่งทำให้ฐานรายได้ที่

สำคัญของประชาชนพื้นตัวได้ซ้ำ ในขณะที่การใช้จ่ายเพื่อการอุปโภคและบริโภคภาครัฐ คาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 3.8 ปรับตัวดีขึ้นจากร้อยละ 1.7 ในปี 2557 ตามการเบิกจ่ายของภาครัฐที่มีความชัดเจนมากขึ้นและปรับตัวดีขึ้น

(2) การลงทุนภาคเอกชน คาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 3.8 เติบโตขึ้นจากการหดตัวร้อยละ 2.0 แต่ต่ำกว่าการประมาณการครั้งก่อนหน้าตามการปรับลดประมาณการการขยายตัวของ การส่งออกและเศรษฐกิจในภาพรวม ในขณะที่การลงทุนภาครัฐคาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 15.8 เทียบกับ การหดตัวร้อยละ 4.9 ในปี 2557 และเป็น การปรับเพิ่มจากการประมาณการครั้งก่อน ตามการขยายตัวที่สูงกว่าการคาดการณ์ในไตรมาสแรกและเนื่องจากการดำเนินมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจเพิ่มเติม

(3) มูลค่าการส่งออกสินค้าในรูปเงินดอลลาร์ สหรัฐอเมริกาคาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 0.2 เทียบกับการหดตัวร้อยละ 0.3 ในปี 2557 และปรับลดลงจากการประมาณการครั้งก่อน โดยมีสาเหตุจาก (1) การปรับลดประมาณการการขยายตัวของปริมาณการส่งออกตามการปรับลดสมมติฐาน ด้านการขยายตัวของเศรษฐกิจและปริมาณการค้าโลกและการส่งออกในไตรมาสแรกซึ่งลดลงมากกว่าที่คาดการณ์ไว้ และ (2) การปรับลดสมมติฐานด้านราคาสินค้าส่งออก อย่างไรก็ตาม ปริมาณการส่งออกบริการขยายตัวสูงกว่าการประมาณการครั้งที่ผ่านมา ตามการปรับเพิ่มสมมติฐานด้านการขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยว ส่งผลให้โดยรวมคาดว่าปริมาณการส่งออกสินค้าและบริการจะขยายตัวร้อยละ 3.7 ปรับตัวดีขึ้นจากปี 2557 แต่อย่างไรก็ดี ในด้านภาพรวมการส่งออกจะเข้าใจได้ว่า ทั้งภูมิภาคได้รับผลกระทบจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก (สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 2558)

3.1.1 ดัชนีผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Products; GDP)



ภาพที่ 3.1 ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) 2555-2558

จากภาพที่ 3.1 เศรษฐกิจไทยในไตรมาสแรกของปี 2558 เริ่มเห็นสัญญาณการเริ่มฟื้นตัวของเศรษฐกิจของประเทศไทยจากผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ที่ปรับตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อย โดยขยายตัวร้อยละ 3.0 ดีขึ้นจากไตรมาส 4 ของปี 2557 ที่ขยายตัวร้อยละ 2.1 ตามการขยายตัวเร่งขึ้นของการบริโภคภาคเอกชน การลงทุนภาครัฐ การผลิตภาคอุตสาหกรรม การก่อสร้าง และภาคการท่องเที่ยว นอกจากนี้ หากย้อนมองเป็นรายไตรมาส จะเห็นได้ว่า GDP มีการปรับเพิ่มขึ้นถึง 5 ไตรมาสติดต่อกัน ซึ่งช่วยตอกย้ำความชัดเจนของการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจได้เป็นอย่างดี

อย่างไรก็ดี ธนาคารแห่งประเทศไทย ประเมินว่า ในปี 2558 เศรษฐกิจไทยอาจมีแนวโน้มฟื้นตัวช้ากว่าที่เคยประเมินไว้และมีโอกาสที่เศรษฐกิจจะขยายตัวต่ำกว่ากรณีฐาน ตามการส่งออกที่มีแนวโน้มต่ำกว่าคาดเป็นสำคัญ จากเศรษฐกิจจีนและเอเชียที่อาจชะลอตัวกว่าคาดและ

กระทบการส่งออกสินค้าและการใช้จ่ายในประเทศ ส่วนอัตราเงินเฟ้อมีแนวโน้มต่ำลงจากต้นทุนและแรงกดดันด้านอุปสงค์ที่ลดลง

แต่หากมองไปปีหน้า 2559 เศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มขยายตัวในอัตราที่สูงกว่าปีนี้ ตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าหลักที่มีแนวโน้มดีขึ้น ซึ่งจะช่วยให้แนวโน้มการส่งออกสินค้าปรับตัวดีขึ้น และเมื่อรวมกับการใช้จ่ายภาครัฐตามแผนนโยบายพัฒนาเศรษฐกิจโดยเฉพาะการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานที่มีความชัดเจนและต่อเนื่อง จะส่งผลดีต่อรายได้ของภาคครัวเรือนและสร้างความมั่นใจให้ภาคเอกชนใช้จ่ายและลงทุนเพิ่มขึ้น นำไปสู่เงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจมากยิ่งขึ้น

ตารางที่ 3.1 GDP ภาคการผลิต

หน่วย: ร้อยละ	2556 ทั้งปี	2557 ทั้งปี	2557				2558 Q1
			Q1	Q2	Q3	Q4	
เกษตร	0.4	0.3	2.3	3.9	-0.4	-3.2	-4.8
นอกภาคการเกษตร	3.1	0.9	-0.8	0.5	1.1	3.1	4.1
อุตสาหกรรม	1.7	-0.4	-2.7	-0.7	0.4	1.4	2.3
ไฟฟ้าและประปา	-0.8	2.9	-4.7	4.7	4.3	8.6	3.8
ก่อสร้าง	0.1	-4.4	-12.9	-2.8	-2.5	1.3	25.4
ค้าส่งและค้าปลีก	1.4	0.7	-1.4	0.2	1.7	2.8	3.9
โรงแรมและภัตตาคาร	10.5	-2.9	-3.1	-6.2	-6.1	3.3	13.5
การขนส่งและสื่อสาร	5.7	3.4	1.3	2.9	3.5	5.7	7.1
การเงิน	13.1	6.6	6.2	6.5	6.9	7.0	9.6
GDP	2.8	0.9	-0.4	0.9	1.0	2.1	3.0
GDP SA.			-0.7	0.4	1.2	1.1	0.3

ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ไตรมาส 1 ปี 2558 พบว่า GDP ปรับตัวดีขึ้นในเกือบทุกภาคการผลิต โดยเฉพาะสาขา ก่อสร้าง สาขาโรงแรมและภัตตาคารที่มีการขยายตัวสูงถึงร้อยละ 25.4 และ 13.5 ตามลำดับ รวมถึงสาขาคมนาคมขนส่ง และสาขาอุตสาหกรรมที่ขยายตัวแรงขึ้น ยกเว้นภาคการเกษตรที่มีการปรับตัวลดลง โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

สาขาการก่อสร้างขยายตัวร้อยละ 25.4 เติบโตจากร้อยละ 1.3 ในไตรมาสก่อนหน้า เป็นผลจากการก่อสร้างภาครัฐที่ขยายตัวสูงถึงร้อยละ 44.2 ประกอบด้วย การก่อสร้างของรัฐบาลขยายตัวร้อยละ 50.3 และของรัฐวิสาหกิจขยายตัวร้อยละ 30.4 ในขณะที่ การก่อสร้างภาคเอกชนขยายตัวร้อยละ 1.8

สาขาโรงแรมและภัตตาคารขยายตัวร้อยละ 13.5 ตามสถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวที่ดีขึ้น ทั้งจำนวนนักท่องเที่ยว รายได้จากการท่องเที่ยว และอัตราการเข้าพักเพิ่มขึ้น โดยจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 23.5 เติบโตจากการขยายตัวร้อยละ 7.0 ในไตรมาสก่อนหน้า รายรับจาก

การท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 22.3 และอัตราการเข้าพักเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 68.5 มากกว่าร้อยละ 60.3 ในช่วงเดียวกันของปีก่อนและนับเป็นอัตราการเข้าพักเฉลี่ยสูงสุดในรอบ 8 ไตรมาส

สาขาอุตสาหกรรมขยายตัวร้อยละ 2.3 เติบโตขึ้นจากการขยายตัวร้อยละ 1.4 ในไตรมาสก่อนหน้า ตามการขยายตัวของอุตสาหกรรมการผลิตเพื่อการบริโภคภายในประเทศ แต่การผลิตเพื่อส่งออกยังคงลดลงตามการลดลงของปริมาณการส่งออก อุตสาหกรรมที่ขยายตัวได้แก่ อาหารและเครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม หลดออิเล็กทรอนิกส์ ยานยนต์ ผลิตภัณฑ์เคมีสำหรับกลุ่มอุตสาหกรรมที่หดตัว ได้แก่ ฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์ สิ่งทอ ยางและผลิตภัณฑ์ยาง อัตราการใช้กำลังการผลิตเฉลี่ยในไตรมาสนี้เพิ่มขึ้นมาอยู่ที่ระดับร้อยละ 62.1

สาขาเกษตรกรรมลดลงร้อยละ 4.8 ต่อเนื่องจากการลดลงร้อยละ 3.3.2 ในไตรมาสก่อนหน้า ผลผลิตพืชเกษตรสำคัญลดลงเพราะได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ด้านราคาที่ดินและสภาพอากาศที่ไม่เอื้ออำนวย โดยผลผลิตยางพารา ปาล์ม น้ำมัน และข้าวเปลือกลดลง ส่วนผลผลิตมันสำปะหลัง อ้อย และกลุ่มไม้ผลเพิ่มขึ้น ราคาสินค้าเกษตรลดลงต่อเนื่องเป็นไตรมาสที่ห้า โดยที่ราคาสินค้าเกษตรสำคัญลดลงทั้งราคาข้าวเปลือก อ้อย ยางแผ่นดิบชั้น 3 ปาล์ม น้ำมัน และสินค้าปศุสัตว์ ผลผลิตและราคาสินค้าเกษตรที่ลดลงส่งผลให้รายได้เกษตรกรลดลงร้อยละ 12.6 (สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 2558)

ตารางที่ 3.2 ภาพรวมภาคการใช้จ่ายภายในประเทศ

หน่วย: ร้อยละ	2556	2557	2557				2558
	ทั้งปี	ทั้งปี	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1
การใช้จ่ายครัวเรือน	0.8	0.6	-2.9	0.8	2.5	2.1	2.4
การใช้จ่ายภาครัฐ	4.7	1.7	3.1	1.9	-1.3	3.6	2.5
การลงทุน	-0.8	-2.6	-10.7	-5.1	2.6	3.2	10.7
ภาคเอกชน	-0.8	-2.0	-10.2	-4.3	3.2	4.1	3.6
ภาครัฐ	-1.0	-4.9	-12.6	-7.7	0.9	-0.5	37.8
การส่งออก	2.8	0.0	0.1	-0.8	-3.7	4.5	1.0
สินค้า	0.0	0.7	0.6	1.3	-1.6	2.5	-2.5
บริการ	15.4	-2.5	-1.8	-9.6	-11.7	11.7	14.3
การนำเข้า	1.4	-5.4	-10.5	-9.3	-0.4	-0.7	2.3
สินค้า	1.4	-6.8	-13.6	-11.6	-0.4	-0.7	4.0
บริการ	1.4	0.4	3.0	0.2	-0.5	-1.1	-3.6
GDP	2.8	0.9	-0.4	0.9	1.0	2.1	3.0

ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

สำหรับภาพรวมด้านการใช้จ่ายในประเทศมีปัจจัยสนับสนุนจากการบริโภคภาคเอกชน การลงทุนภาครัฐ และการส่งออกบริการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

การใช้จ่ายภาคครัวเรือนขยายตัวร้อยละ 2.4 เร่งตัวขึ้นจากการขยายตัวร้อยละ 2.1 ในไตรมาสที่สี่ของปี 2557 สอดคล้องกับการขยายตัวเร่งขึ้นของการจัดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่ม (ราคาคงที่) และการใช้จ่ายในหมวดสินค้าอื่นๆ โดยการจัดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่ม (ราคาคงที่) ปริมาณการจำหน่าย เบียร์ และการนำเข้าสินค้าอุปโภคบริโภคขยายตัวร้อยละ 1.0 ร้อยละ 15.3 และร้อยละ 7.2 ตามลำดับ ทั้งนี้ ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ที่ระดับ 68.4 ต่ำกว่าระดับ 69.6 ในไตรมาสก่อนหน้า แต่ยังสูงกว่าระดับ 60.0 ในไตรมาสแรกในปี 2557

การใช้จ่ายเพื่อการอุปโภคบริโภคของรัฐบาลเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.5 เป็นผลจากการเพิ่มขึ้นของรายจ่ายค่าซื้อสินค้าและบริการสุทธิที่ขยายตัวร้อยละ 14.7 การเบิกจ่ายงบประมาณโดยรวมเพิ่มขึ้นร้อยละ 15.5 อัตราการเบิกจ่ายอยู่ที่ร้อยละ 21.7 (ต่ำกว่าเป้าหมายการเบิกจ่ายร้อยละ 23.0)

การลงทุนรวมขยายตัวร้อยละ 10.7 ปรับตัวดีขึ้นอย่างชัดเจนจากการขยายตัวร้อยละ 3.2 ในไตรมาสก่อนหน้า โดยการลงทุนภาครัฐขยายตัวร้อยละ 37.8 เป็นผลจากการขยายตัวของ การลงทุนของรัฐบาลและการลงทุนของรัฐวิสาหกิจซึ่งขยายตัวร้อยละ 40.9 และร้อยละ 31.8 ตามลำดับ โดยการลงทุนในภาคก่อสร้างปรับตัวดีขึ้นมาก โดยเฉพาะการเบิกจ่ายงบลงทุนในหมวดที่ดินและ สิ่งก่อสร้างของรัฐบาลซึ่งขยายตัวสูงถึงร้อยละ 74.1 และการก่อสร้างของรัฐวิสาหกิจที่ขยายตัวร้อยละ 30.4 ในขณะที่การลงทุนภาคเอกชนขยายตัวร้อยละ 3.6 โดยการลงทุนก่อสร้างและหมวดเครื่องมือ เครื่องจักรขยายตัวร้อยละ 1.8 และร้อยละ 4.1 ตามลำดับ ทั้งนี้ ดัชนีความเชื่อมั่นทางธุรกิจอยู่ใน ระดับสูงกว่า 50 (ระดับที่นักธุรกิจเริ่มขยายการลงทุน) เป็นครั้งแรกในรอบ 7 ไตรมาส โดยอยู่ที่ระดับ 50.5 สูงกว่าระดับ 48.8 ในไตรมาสก่อนหน้า(สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 2558)

3.1.2 ภาพรวมภาวะเงินเฟ้อในประเทศ

ตารางที่ 3.3 ตัวเลขประมาณการณ์ทางเศรษฐกิจปี 2558-59(ที่มา ธนาคารแห่งประเทศไทย)

สรุปผลประมาณการ			
ร้อยละต่อปี	2557*	2558	2559
อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ**	0.9 (0.7)	3.0 (3.8)	4.1 (3.9)
อัตราเงินเฟ้อทั่วไป	1.9	-0.5 (0.2)	1.6 (2.2)
อัตราเงินเฟ้อพื้นฐาน	1.6	1.0 (1.2)	1.0 (1.2)

หมายเหตุ: * ข้อมูลจริง

** ประมาณการโดยใช้ฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศแบบปริมาณลูกโซ่

() รายงานนโยบายการเงินฉบับมีนาคม 2558

สำหรับอัตราเงินเฟ้อปี 2558 คาดว่าจะลดลงร้อยละ -0.5 จากเดิมคาดว่าจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.2 ส่วนปีหน้า 2559 คาดว่าอัตราเงินเฟ้อจะปรับเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 1.6 ทั้งนี้ อัตราเงินเฟ้อที่ปรับลดลงจากที่เคยประเมินไว้ในปีนี้ เป็นผลสืบเนื่องมาจากราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศที่ลดลง เนื่องจากภาครัฐปรับลดอัตราการจัดเก็บเงินเข้ากองทุนน้ำมันลง ซึ่งมีผลมากกว่าการปรับเพิ่มขึ้นของราคาน้ำมันในตลาดโลกในไตรมาส 2/58 นอกจากนี้ ยังเป็นผลจากราคาอาหารสดในช่วงที่ผ่านมาลดลง และแรงกดดันเงินเฟ้อจากด้านอุปสงค์ที่ต่ำกว่าคาดตามการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจที่ล่าช้า แต่อย่างไรก็ดี ถึงแม้ภาพรวมภาวะเงินเฟ้อจะถูกกดดันจากหลายปัจจัย แต่ กนง. ยังประเมินว่า โอกาสที่จะเกิดภาวะเงินฝืดนั้นมีน้อยเนื่องจากการอุปโภคบริโภคยังขยายตัว ราคาสินค้าและบริการส่วนใหญ่ยังมีแนวโน้มทรงตัวหรือสูงขึ้นและคาดการณ์ว่า ในปีนี้ เงินเฟ้อจะอยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกับเป้าหมายของนโยบายการเงิน(ธนาคารแห่งประเทศไทย 2558)

3.1.3 ภาพรวมการส่งออก

ตารางที่ 3.4 การขยายตัวของมูลค่าการส่งออกและเศรษฐกิจในภูมิภาคเอเชีย

ประเทศ	การส่งออก (%YoY)							GDP (%YoY)		
	2556	2557					2558	2557		2558
	ทั้งปี	ทั้งปี	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q3	Q4	Q1
จีน	8.3	5.7	-3.5	4.9	12.9	8.5	4.6	7.3	7.3	7.0
อินโดนีเซีย	-3.9	-3.2	-2.5	-2.5	2.3	-10.3	-11.4	5.0	5.0	4.7
เกาหลีใต้	2.1	2.3	1.6	3.2	3.6	0.9	-2.9	3.2	2.7	2.4
มาเลเซีย	0.3	2.7	3.5	8.5	3.0	-4.2	-11.2	5.6	5.7	5.6
สิงคโปร์	0.5	0.0	4.8	2.4	-0.2	-7.1	-11.5	2.8	2.1	2.1
ไต้หวัน	1.1	2.9	1.2	3.7	6.2	0.5	-3.9	4.3	3.4	3.5
ไทย	-0.1	-0.3	-1.1	0.3	-1.7	1.5	-4.3	1.0	2.1	3.0
เวียดนาม	16.6	12.7	12.2	15.7	11.9	10.8	9.0	6.1	7.0	6.0

ที่มา: CEIC รวบรวมโดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ในด้านภาคต่างประเทศ ในไตรมาส 1 ปี 2558 ประเทศไทยส่งออกสินค้ามีมูลค่ารวมกว่า 52,997 ล้านดอลลาร์ สหรัฐอเมริกา ลดลงร้อยละ 4.3 สอดคล้องกับการลดลงของการส่งออกของประเทศต่างๆ ในภูมิภาค โดยปริมาณการส่งออกลดลงร้อยละ 2.6 และราคาสินค้าส่งออกลดลงร้อยละ 1.8 เนื่องจากสาเหตุสำคัญ 4 ประการ ได้แก่ (1) เศรษฐกิจประเทศคู่ค้าหลักยังชะลอตัว โดยเฉพาะญี่ปุ่นและจีน (2) การแข็งค่าของเงินบาทโดยเฉพาะเมื่อเทียบกับเงินสกุลยูโรและเงินเยน (3) ราคาสินค้าส่งออกลดลงตามราคาน้ำมันดิบและราคาสินค้าเกษตรในตลาดโลก โดยเฉพาะราคาน้ำมันสำเร็จรูปเคมีภัณฑ์ ยางพาราและข้าว และ (4) การตัดสิทธิพิเศษทางการค้า (GSP) ในสินค้าส่งออกของไทยไปยังยุโรปสำหรับสินค้าส่งออกที่ยังขยายตัวต่อเนื่อง ได้แก่ ยานยนต์เครื่องจักรและอุปกรณ์ แผงวงจรรวมและชิ้นส่วนและวงจรพิมพ์ ส่วนสินค้าที่มีมูลค่าส่งออกลดลง ได้แก่ ข้าว ยางพารา มันสำปะหลัง ผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมและปิโตรเคมี การส่งออกไปยังตลาดสหรัฐฯ และออสเตรเลีย ขยายตัว แต่การส่งออกไปสหภาพยุโรป (15) ญี่ปุ่น จีน และตลาดอาเซียน (9) ลดลง เมื่อหักการส่งออกทองคำที่ยังไม่ขึ้นรูปออกแล้ว มูลค่าการส่งออกลดลงร้อยละ 3.7 และในรูปของเงินบาทมูลค่าการส่งออกรวมลดลงร้อยละ 4.3 ส่วนการนำเข้าสินค้า มีมูลค่าทั้งสิ้น 45,572 ล้านดอลลาร์ สหรัฐอเมริกา ลดลงร้อยละ 7.2 ซึ่งเป็นผลจากการลดลงของราคานำเข้าโดยเฉพาะราคาน้ำมันดิบแต่ปริมาณการนำเข้าเพิ่มขึ้นในทุกหมวดสอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจที่ปรับตัวดีขึ้น (สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 2558)

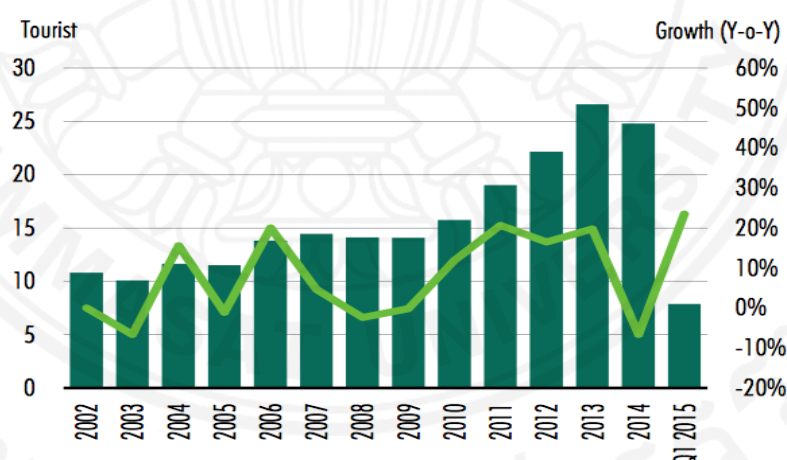
3.1.4 ภาพรวมการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ตารางที่ 3.5 ตารางแสดงจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศปี 2558(ที่มา ททท.)

เครื่องชี้ภาคการท่องเที่ยว

	2557	2557				2558		
	ทั้งปี	ครึ่งปีแรก	ครึ่งปีหลัง	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4	ไตรมาส 1	มี.ค.	เม.ย.
1. จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศ (พันคน)	24,780	11,473	13,307	5,847	7,460	7,877	2,533	2,290
อัตราการเปลี่ยนแปลงจากระยะเดียวกันปีก่อน (ร้อยละ)	-6.7	-12.2	-1.2	-10.1	7.0	23.5	25.5	18.3
อัตราการเปลี่ยนแปลงจากเดือน/ไตรมาสก่อนหน้า (ร้อยละหลังปรับฤดูกาลแล้ว)	-	-	-	7.2	12.7	3.7	-0.5	1.7
2. อัตราการเข้าพักโรงแรมปรับฤดูกาล (ร้อยละ)	-	-	-	54.6	61.8	61.3	62.2	65.0

Figure 6: Number of International Tourist Arrivals



ภาพที่ 3.2 แนวโน้มการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศ (ที่มา CBRE)

โดยปัจจุบันมีเพียงการส่งออกบริการได้แก่ ภาคการท่องเที่ยวที่ยังคงเติบโตอย่างแข็งแกร่ง ซึ่งแม้จะมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 17 ของ GDP แต่กลับทำหน้าที่ช่วยพยุงเศรษฐกิจไทยให้ประคองตัวต่อไปได้ โดยที่จำนวนนักท่องเที่ยวในไตรมาสแรกของปี 2015 มีจำนวน 7.9 ล้านคน เติบโตขึ้นถึง 24 % จาก 6.4 ล้านคนในไตรมาสแรกของปี 2014 การเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นมีผลมาจากการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวชาวจีน ที่มีจำนวนถึง 2 ล้านคนที่เดินทางเข้ามาประเทศไทย ในไตรมาสแรกของปีนี้ ซึ่งมีอัตราเติบโตถึง 96% เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันในปีที่แล้ว

ทำให้ภาคการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการช่วยกระตุ้น GDP จากการหดตัวของภาคส่งออกที่มีสัดส่วนถึง 70% ของ GDP และช่วยประคองภาพรวมแนวโน้มของเศรษฐกิจไทยให้ไม่แยเกินไ้หนัก

3.2 ภาพรวมตลาดอสังหาริมทรัพย์ (Property Sector Analysis)

3.2.1 ภาพรวมตลาดที่อยู่อาศัย

3.2.1.1 วิเคราะห์ด้านอุปทาน

ตารางที่ 3.6 ภาพรวมอุปทานที่อยู่อาศัยปี 2558

1. จำนวนที่อยู่อาศัยเปิดใหม่ (% y-o-y)	114,094 (-13.3)	108,500 – 112,500 (-4.9) – (-1.4)
2. จำนวนที่อยู่อาศัยที่ได้รับอนุมัติสินเชื่อปล่อยใหม่ จากธนาคารพาณิชย์ (% y-o-y)	62,839 (-12.4)	58,200-60,400 (-7.4) – (-3.9)
3. จำนวนโอนกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัย (% y-o-y)	170,135 (-6.5)	159,000-165,000 (-6.5) – (-3.0)
4. จำนวนที่อยู่อาศัยสร้างเสร็จจดทะเบียน* (% y-o-y)	131,374 (-0.7)	129,500-132,500 (-1.4) – 0.9
5. จำนวนอุปทานที่อยู่อาศัยคงค้างเหลือขาย** (% y-o-y)	167,382 16.6	158,500-169,500 (-5.3) – 1.3

หมายเหตุ:* จำนวนที่อยู่อาศัยสร้างเสร็จจดทะเบียนรวมที่อยู่อาศัยประเภทบ้านสร้างเอง ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 20.0 ของจำนวนที่อยู่อาศัยสร้างเสร็จจดทะเบียน

** จำนวนที่อยู่อาศัยคงค้างเหลือขาย ยังขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ เช่น จำนวนที่อยู่อาศัยเปิดใหม่และทิศทางเศรษฐกิจไทยในช่วงที่เหลือของปี 2558

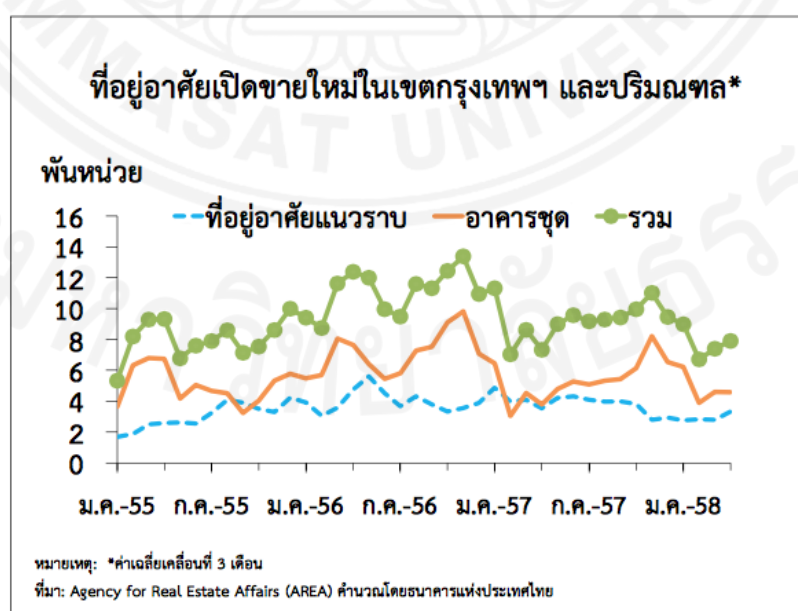
ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย, ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์, AREA, และคาดการณ์โดย ศูนย์วิจัยกสิกรไทย

ตลาดอสังหาริมทรัพย์ในช่วงไตรมาสแรกปี 2558 ที่ผ่านมา แม้ตลาดจะมีแรงหนุนใหม่จากการปรับลดอัตราดอกเบี้ยกู้ยืมลง แต่เนื่องจากตลาดยังมีความเสี่ยงหลายประการ อาทิ การฟื้นตัวของเศรษฐกิจยังอยู่ในระดับที่ค่อยเป็นค่อยไป ทำให้ผู้บริโภคยังชะลอการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย ขณะที่กำลังซื้อของผู้บริโภคยังไม่กลับมาฟื้นสู่ระดับศักยภาพจากภาระรายจ่ายในชีวิตประจำวันที่สูงขึ้น และภาระหนี้ครัวเรือนที่ยังอยู่ในระดับสูง ประกอบกับราคาที่อยู่อาศัยปรับตัวขึ้นตามกลไกตลาด ขณะที่รายได้ของผู้บริโภคไม่ได้ปรับขึ้นตาม เป็นต้น ซึ่งปัจจัยเสี่ยงดังกล่าวได้สะท้อนมายังเครื่องชี้วัดกิจกรรมการลงทุนและการซื้อขายยังอ่อนแรงต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา

ทั้งนี้ จากสภาพแวดล้อมดังกล่าว ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า ในปี 2558 การลงทุนโครงการที่อยู่อาศัยใหม่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑลจะมีมูลค่าประมาณ 3.19 -3.42 แสนล้านบาท หด

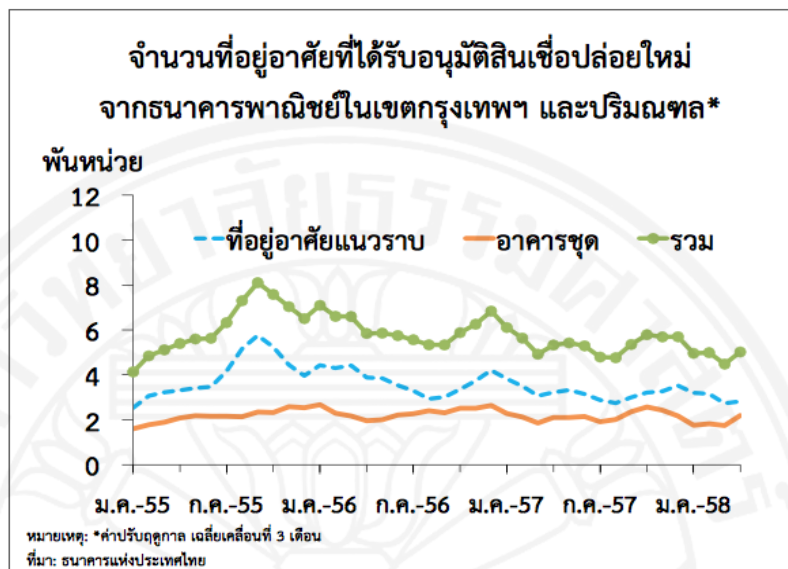
ตัวประมาณร้อยละ 7.0 ถึงหดตัวประมาณร้อยละ 0.5 ชะลอตัวต่อเนื่องจากที่หดตัวร้อยละ 11.0 ในปี 2557

อย่างไรก็ดี แม้ว่าตลาดอสังหาริมทรัพย์จะมีปัจจัยเสี่ยงหลายประการรออยู่ข้างหน้าก็ตาม แต่ผู้ประกอบการหลายรายยังคงมองเห็นโอกาสทางธุรกิจ การเปิดโครงการใหม่จึงยังคงมีให้เห็นอย่างต่อเนื่องทั้งจากผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ในการทำธุรกิจมานาน และผู้ประกอบการรายใหม่ที่ต้องการเข้ามาทำธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดย ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า การพัฒนาโครงการของผู้ประกอบการในปี นี้ คงจะต้องอาศัยองค์ประกอบหลายประการที่จะนำมาซึ่งความสำเร็จ การลงทุนโครงการใหม่ยังเป็นไปในลักษณะของความระมัดระวังมากขึ้น ผู้ประกอบการปรับลดความเสี่ยงหันมาเร่งทำการตลาดกระตุ้นยอดขายโครงการที่เหลือขาย ขณะที่การวางกลยุทธ์การตลาดจึงอาจต้องมีความซับซ้อนเพิ่มขึ้น เนื่องจากปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจมีข้อจำกัดและส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการในระดับที่แตกต่างกันไป โดยยอดขายโครงการเปิดตัวใหม่ในหลายๆ โครงการยังชะลอตัวและใช้ระยะเวลาในการปิดโครงการที่นานขึ้นกว่าที่ผ่านมา ทำให้ผู้ประกอบการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ต่างระดมแคมเปญการตลาดอย่างหนัก เพื่อกระตุ้นตลาดและจูงใจผู้บริโภคให้ตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยนอกจากนี้การปรับกลยุทธ์การตลาดเพื่อหาความแตกต่างจากคู่แข่งและปรับผลิตภัณฑ์เจาะลูกค้าเฉพาะกลุ่ม หรือการทำตลาดระดับบนอันเป็นเป้าหมายสำคัญท่ามกลางภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว ขณะที่บางโครงการนอกเหนือจะจับกลุ่มลูกค้าในประเทศแล้ว ยังมีกลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในการทำตลาด(ศูนย์วิจัยกสิกรไทย)

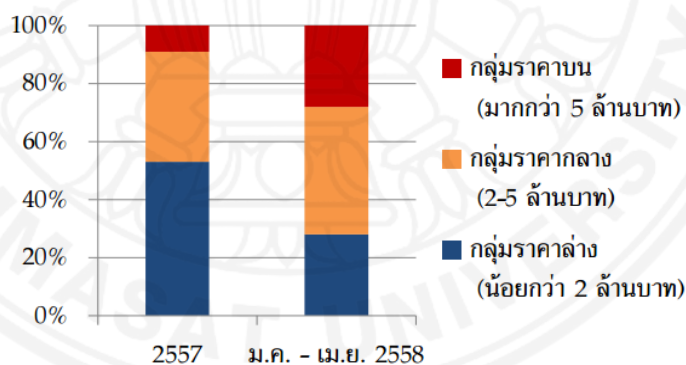


ภาพที่ 3.3 ที่อยู่อาศัยเปิดขายใหม่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล

3.2.1.2 วิเคราะห์ด้านอุปสงค์



ภาพที่ 3.4 แนวโน้มอุปสงค์สินเชื่อที่อยู่อาศัย



ภาพที่ 3.5 สัดส่วนห้องชุดเปิดขายใหม่ตามระดับราคาต่อหน่วย

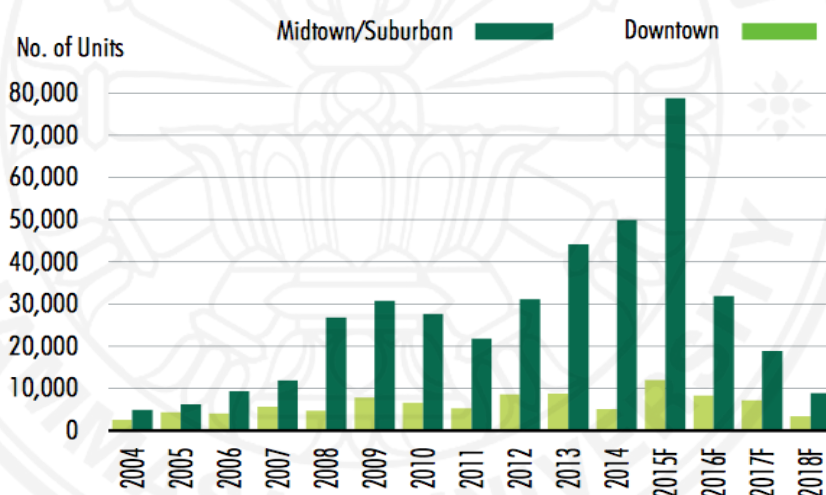
ภาพรวมภาวะอสังหาริมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลค่อนข้างทรงตัว แต่ในตลาดอาคารชุดมีการปรับตัวดีขึ้นเล็กน้อย ทั้งด้านอุปสงค์และอุปทาน อุปสงค์ในตลาดอสังหาริมทรัพย์ยังอยู่ในระดับต่ำ โดยอัตราการจองซื้อที่อยู่อาศัยเปิดขายใหม่ ลดลงจากร้อยละ 21.8 ในเดือนก่อนมาอยู่ที่ร้อยละ 20.9 อย่างไรก็ตามอุปสงค์ในตลาดอาคารชุดปรับตัวดีขึ้นจากเดือนก่อนสะท้อนจากจำนวนที่อยู่อาศัยที่ได้รับอนุมัติสินเชื่อปล่อยใหม่จากธนาคารพาณิชย์ ที่ปรับเพิ่มขึ้น สำหรับอุปทานเปิดขายใหม่ เพิ่มขึ้นต่อเนื่องจากเดือนก่อนโดยเฉพาะอาคารชุดตามแนวรถไฟฟ้าในกลุ่มราคา

1-2 ล้านบาทต่อหน่วยและ 5-10 ล้านบาทต่อหน่วยและที่อยู่อาศัยแนวราบในกลุ่มราคา 2-5 ล้านบาทต่อหน่วยตามแผนธุรกิจของผู้ประกอบการซึ่งคาดว่ากำลังซื้อของผู้บริโภคจะกลับมาในระยะต่อไปนี้ ผู้ประกอบการบางส่วนปรับกลยุทธ์การขายจับตลาดที่อยู่อาศัยราคากลางถึงบนซึ่งคาดว่าจะเป็กลุ่มที่ผู้บริโภคยังมีกำลังซื้ออยู่ทั้งนี้กำลังซื้อในปัจจุบันยังคงน้อยกว่าที่อยู่อาศัยเปิดขายใหม่ในตลาดทำให้อัตราการจองซื้อที่อยู่อาศัยเปิดขายใหม่ในเดือนเมษายน 2558 อยู่ที่ร้อยละ 29 ลดลงต่อเนื่องจากช่วงปลายปี 2557 และอยู่ในระดับต่ำกว่าค่าเฉลี่ยปี 2554-2555 ที่ร้อยละ 5 ส่งผลให้ภาวะอุปทานคงค้างมีแนวโน้มสูงขึ้น(ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์)

3.2.2 ภาพรวมตลาดอาคารชุด

3.2.2.1 วิเคราะห์ด้านอุปทาน

Figure 1: Newly Completed Bangkok Condominiums



ภาพที่ 3.6 อุปทานรวมของอาคารชุด ทั้งที่สร้างเสร็จใหม่และคงค้าง (ที่มา CBRE)

อุปทานรวมของอาคารชุด ทั้งที่สร้างเสร็จใหม่และคงค้าง ณ ไตรมาส 1/15 มีจำนวน 462,262 ห้องชุด โดยที่ 23% หรือ 104,786 หน่วยเป็นห้องชุดบริเวณใจกลางเมือง (CBD) ในขณะที่ 77% หรือ 357,476 หน่วยเป็นห้องชุดที่ตั้งอยู่บริเวณรอบนอกและปริมณฑล (Non-CBD) ทั้งนี้ จากภาพ 3.6 ข้างต้นแสดงอุปทานสร้างเสร็จใหม่ตลอดระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา (2004-14) พบว่าอุปทานใหม่ของอาคารชุดมีอัตราเติบโตอย่างต่อเนื่อง สาเหตุจากการขยายตัวของระบบขนส่งมวลชนสาธารณะ ราคาที่ดินเพิ่มสูงจนกลายเป็นขีดจำกัดด้านการพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัยแนวราบ และรูปแบบการใช้ชีวิตของคนเมืองที่เปลี่ยนแปลงไป คนวัยทำงานมีการแยกตัวจากที่อยู่อาศัยเดิมของ

ครอบครัว มาอาศัยอยู่ในอาคารชุดใจกลางเมืองที่ตอบโจทย์ด้านการต้องการความเป็นส่วนตัว ความสะดวกสบายในการเดินทาง และการลงทุนมากขึ้น อย่างไรก็ตามก็ตีหากย้อนกลับไปพิจารณาอุปทานระหว่างปี 2010-11 จะเห็นการหดตัวของอุปทานคอนโดมิเนียมที่ค่อนข้างชัดเจน อันเนื่องมาจากเหตุการณ์ความรุนแรงทางการเมืองและนำไปสู่เหตุการณ์การสลายการชุมนุมใจกลางเมืองย่านราชประสงค์โดยกลุ่มทหาร (2010) และตามมาด้วย เหตุการณ์มหาอุทกภัย น้ำท่วมกรุงเทพมหานครครั้งใหญ่ (2011) ซึ่งทั้งสองเหตุการณ์ดังกล่าว นำไปสู่การชะงักงันทางเศรษฐกิจ การชะลอการลงทุนของภาครัฐและเอกชน และความเชื่อมั่นของผู้บริโภคและภาคการท่องเที่ยว รวมถึงก่อให้เกิดความล่าช้าในการก่อสร้างและชะลอการเปิดตัวโครงการอสังหาริมทรัพย์ใหม่ของผู้ประกอบการในช่วงนั้น

นอกจากนี้ ในอีก 2 ปีข้างหน้า อุปสงค์ของห้องชุดขนาดสองถึงสามห้องนอนคาดว่าจะมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น จากเดิมที่จะเน้นห้องชุดแบบ 1 ห้องนอนและสตูดิโอและส่งผลให้อุปทานในอนาคตของห้องชุดขนาดสองถึงสามห้องนอนจะมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นเป็นประมาณ 30% ของห้องชุดทั้งหมดจากปัจจุบันที่มีสัดส่วนอยู่ที่ 20-25% โดยประมาณ (CBRE Q1 2558)

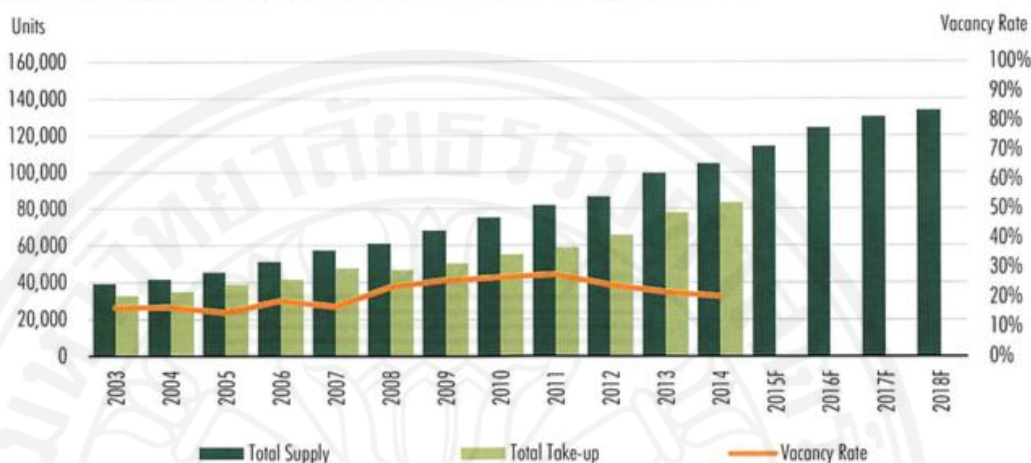
3.2.2.2 วิเคราะห์ด้านอุปสงค์

จากภาพแผนภูมิที่ 3.7 ข้างใต้ แสดงให้เห็นว่า อัตราว่าง (Vacancy Rate) ของการเข้าพักอาศัยในอาคารชุดใจกลางเมืองมีแนวโน้มปรับลดลงอย่างต่อเนื่องตามไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิตของคนเมืองที่เปลี่ยนไป ทำให้คอนโดมิเนียมกลายเป็นที่อยู่อาศัยยอดนิยมที่ช่วยอำนวยความสะดวกหลีกเลี่ยงปัญหาด้านการเดินทาง และตอบโจทย์ด้านงบประมาณโดยเฉพาะกลุ่มคนวัยทำงาน และตารางที่ 3.7 แสดงถึงอัตราเข้าอยู่ของอาคารชุดใจกลางเมืองแยกเป็นโซน พบว่า อาคารชุดในโซนลุมพินีมีอัตราเข้าอยู่สูงสุดที่ 84.2% รองลงมาเป็นโซนสุขุมวิท และโซนสีลม-สาทร ที่มีอัตราการเข้าพัก 82.6% และ 81.9% ตามลำดับ โดยอัตราเข้าอยู่อาศัยนี้รวมถึงเจ้าของและผู้เช่า

สำหรับสถานการณ์การขายอาคารชุดใจกลางเมือง ณ ไตรมาส 1/58 (ภาพที่ 3.8 และตารางที่ 3.8) พบว่าโซนปทุมวันเป็นโซนที่มีอัตราการขาย (Take-up Rate) สูงที่สุดถึง 94% เนื่องด้วยพื้นที่ดังกล่าวถือเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจและเจริญ แวดล้อมไปด้วยสถานศึกษาทั้งโรงเรียนและมหาวิทยาลัย จึงทำให้อุปสงค์ในการซื้อเพื่ออยู่อาศัยเองและเพื่อลงทุนมีค่อนข้างสูง ในขณะที่จำนวนอุปทานในย่านดังกล่าวมีค่อนข้างจำกัด เนื่องด้วยความยากในการจัดหาที่ดินในระดับราคาเหมาะสมสำหรับการพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัย อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาถึง โซนสุขุมวิท ที่มีอัตราการขาย 78.7% และโซนสีลม-สาทร ที่ 75.3% ถึงแม้ว่าอัตราการขายจะน้อยกว่าโดยเปรียบเทียบกับโซนปทุมวัน แต่ทั้งนี้หากพิจารณาประกอบถึงจำนวนอุปทานใหม่ที่เกิดขึ้นในสองย่านนี้แล้วจะพบว่ามีจำนวนมากกว่าโซนปทุมวันเกือบ 3 เท่าตัวเลยทีเดียว จึงสะท้อนได้ถึงการค้าการณั้ศักยภาพที่จะ

เติบโตของกิจกรรมทางเศรษฐกิจในบริเวณสองพื้นที่นี้ในสายตาของผู้ประกอบการ ประกอบกับความง่ายในการแสวงหาที่ดินเปล่าเพื่อพัฒนาโครงการในพื้นที่ดังกล่าวยังมีอยู่(CBRE Q1 2558)

Figure 3.2: Supply, Demand and Vacancy Rate in Downtown Bangkok, 2003-2018F



Note: Our database covers all developments for downtown since 1980.

In this quarter, we revised our condominium database in terms of grades, areas and number of units in each project as some condominium projects changed the number of units after launch.

Source: CBRE Research and Land Department Office

ภาพที่ 3.7 แนวโน้มอุปสงค์-อุปทานของตลาดอาคารชุดในกรุงเทพมหานคร (ที่มา CBRE)
ตารางที่ 3.7 สถานการณ์การเข้าพักอาศัยของอาคารชุดใจกลางเมือง (Downtown Area)
ในกรุงเทพฯ (ที่มา CBRE)

Table 2: Occupancy Rates of Downtown Freehold Units, by Area, Q4 2014-Q1 2015

LOCATION	Q4 2014*		Q1 2015		CHANGE RATE IN OCCUPANCY (Q-Q)
	UNITS OCCUPIED	OCCUPANCY RATE	UNITS OCCUPIED	OCCUPANCY RATE	
Silom/Sathorn	14,728	80.8%	14,969	81.9%	1.1%
Central Lumpini	5,488	84.8%	5,449	84.2%	-0.6%
Sukhumvit	26,912	81.2%	27,828	82.6%	1.4%
Pathumwan	9,517	79.2%	9,601	79.9%	0.7%
Rama III	8,834	81.7%	8,834	81.7%	0.0%
Riverside	10,380	79.2%	9,685	73.9%	-5.3%
Outer Sukhumvit	6,087	75.6%	6,523	75.0%	-0.6%
TOTAL	81,947	79.1%	82,889	80.4%	1.3%

Note: These take-up figures were obtained by making phone calls to the Juristic Person of buildings in the specified areas. Take-up figures are an approximation based on all properties in each area.

In this quarter, we revised our condominium database in terms of grades, areas and number of units in each project as some condominium projects changed the number of units after launch.

*Q4 2014 data was revised according to the revised supply number.

Source: CBRE Research

Figure 8: Sales Performance of Future Units Being Marketed by Area, Q1 2015



ภาพที่ 3.8 สถานการณ์การขายและอุปทานอาคารชุดแบ่งแยกตามโซน (ที่มา CBRE)

ตารางที่ 3.8 สถานการณ์การขายอาคารชุดแบ่งแยกตามโซน (ที่มา CBRE)

Table 10: Sales Performance of Future Projects Located Downtown, Q1 2015

AREA	NO. OF PROJECTS			TOTAL UNITS	UNITS SOLD	% SOLD	UNITS AVAILABLE
	AVAILABLE	SOLD OUT	TOTAL				
Central Lumpini	5	1	6	2,382	1,599	67.1%	783
Pathumwan	5	3	8	2,509	2,359	94.0%	150
Rama III	5	1	6	3,128	1,716	54.9%	1,412
Riverside	5	1	6	3,124	2,181	69.8%	943
Silom/Sathorn	16	3	19	8,497	6,398	75.3%	2,099
Sukhumvit	23	6	29	7,601	5,985	78.7%	1,616
Outer Sukhumvit	4	1	5	2,051	1,433	69.9%	618
GRAND TOTAL	63	16	79	29,292	21,671	74.0%	7,621

Note: Sales Performance is based on publicly available information from quarterly presentations, annual registration forms (56-1) and by calling the developers' sales teams.

In this quarter, we revised our condominium database in terms of grades, areas and number of units in each project as some condominium projects changed the number of units after launch.

ทั้งนี้ ถ้าเจาะจงพิจารณาสถานการณ์การขายบริเวณ โซนลุมพินี พบว่า มีอัตรายอดขายเพียง 67.1% มากกว่าโซนพระรามสามเพียงโซนเดียวเท่านั้น ในขณะที่จำนวนอุปทานเองก็มีน้อยกว่า โดยเปรียบเทียบกับโซนอื่นๆ ทางผู้จัดทำจึงได้ทำศึกษาเพิ่มเติมและได้พบข้อมูลว่า สาเหตุเนื่องมาจากโครงการโนเบล เฟลิจิต ซึ่งมีจำนวนมากถึงครึ่งหนึ่งของอุปทานคงเหลือในโซนนี้ และตามข้อมูลที่เปิดเผยต่อตลาดหลักทรัพย์ พบว่า ปัจจุบัน ณ สิ้นไตรมาส 1/15 โครงการที่มียอดขายปริเซิลล์เพียงแค่ 55% เท่านั้น ทั้งๆที่ได้เริ่มทำการเปิดขาย-จองมาตั้งแต่ปี 2011 โดยทางผู้จัดทำ คาดว่าปัญหาความล่าช้าของการขาย น่าจะมาจากปัจจัยภายในของตัวโครงการเอง ทั้งเรื่องจำนวนยูนิตที่

ค่อนข้างมาก คุณภาพวัสดุที่ใช้ก่อสร้างและตกแต่ง และความคุ้มค่าของโครงการเทียบกับราคา ดังนั้นจึงได้นำจำนวนห้องทั้งและยอดขายของโครงการนี้ออกเพื่อทำการพิจารณาสถานการณ์การขายสำหรับโซนลุ่มพินี่ใหม่ พบว่า อัตราการขายใหม่อยู่ที่ 80% ซึ่งใกล้เคียงกับยอดจองในโซนอื่นๆ (ทั้งนี้ปัจจัยภายในของโครงการโนเบิลฯ ผู้จัดทำจะนำมาวิเคราะห์และประยุกต์ใช้ประกอบการพิจารณาในภายหลัง หากที่ตั้งทรัพย์สินที่เลือกมานี้จะถูกพัฒนาเป็นอาคารชุดต่อไป)

3.2.2.3 วิเคราะห์คู่แข่งในพื้นที่

ตารางที่ 3.9 คู่แข่งขันในพื้นที่ใกล้เคียงกับทรัพย์สินในปัจจุบัน

				
ชื่ออาคาร	Noble Pleonchit	Q LANGSAUN	Klass Langsuan	PRIVE
จำนวนห้อง	1,429	177	110	78
ขนาดที่ดิน	9-0-92.4	2-0-48	1-0-11	1-0-59
จำนวนชั้น	14,51,46	36	8	14
ปีที่สร้าง	2011	2010	2015	2010
ห่างจากรถไฟฟ้า	0 M	350 M	200 M	1,200 M
สถานะ	60%	N/A	RESALE	RESALE
ราคาขายต่อตารางเมตร	230,000	230,000	220,000	215,000

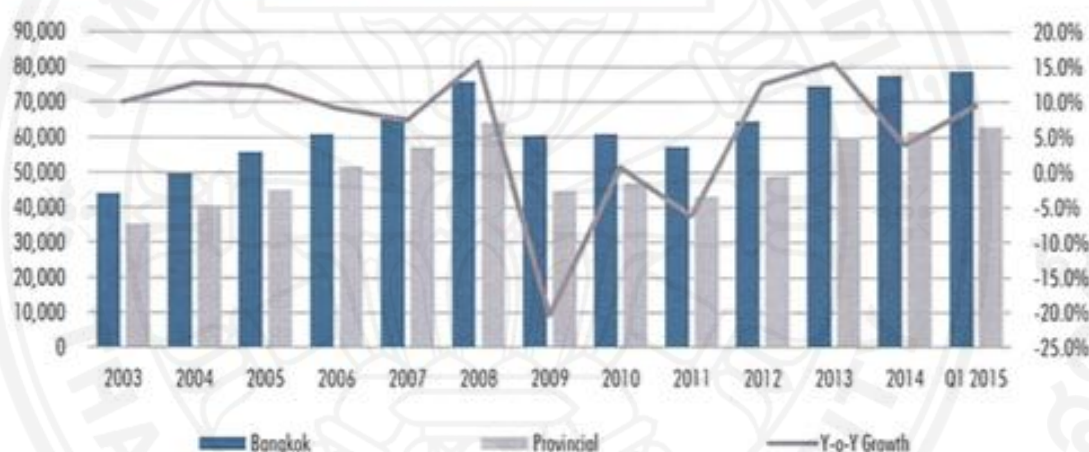
ราคาเฉลี่ยจะอยู่ตั้งแต่ 215,000บาท ต่อ ตารางเมตร ถึง 230,000บาทต่อตารางเมตรมีทั้งในรูปแบบอาคาร Low rise และ High Rise โดยส่วนมากจะใกล้บริเวณรถไฟฟ้าไม่เกิน 500 เมตร และมีสถานะปิดการขายแล้ว ยกเว้น โครงการ โนเบิล เพลินจิต

3.2.3 ภาพรวมตลาดเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์

3.2.3.1 วิเคราะห์ด้านอุปทาน

จากภาพที่ 3.9 จำนวนชาวต่างชาติที่เข้ามาทำงานในประเทศไทยในไตรมาส 1 ปี 2558 (2015) มีการปรับตัวสูงขึ้นเป็นจำนวน 78,818 คนเพิ่มขึ้น 9.5% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ทำให้เชื่อว่าอุปทานของ เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์จะมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นต่อเนื่อง(ทั้งนี้ ในช่วงปี 2009 ที่เห็นตัวเลขจำนวนนักท่องเที่ยวลดลงอย่างมากเนื่องจากการปรับปรุงฐานข้อมูลใหม่ of ชาวต่างชาติที่เข้ามาทำงาน ทำให้ชาวต่างชาติที่ออกจากงานหรือออกจากประเทศไปแล้วถูกกลบออกจากฐานข้อมูลระบบโดยอัตโนมัติ)

Figure 10: Number of Expatriates in Thailand by Location, 2003-Q1 2015



ภาพที่ 3.9 จำนวนชาวต่างชาติที่เข้ามาทำงานในประเทศไทย (ที่มา: สำนักงานสถิติฯ, CBRE)

3.2.3.2 วิเคราะห์ด้านอุปสงค์

ตารางที่ 3.10 อัตราการเข้าพักเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ในกรุงเทพมหานคร (ที่มา CBRE)

Table 6: Supply, Demand and Occupancy Rate by Area and Grade, Q1 2015

LOCATION	OCCUPANCY		TOTAL TAKE-UP (UNITS)	% CHANGE		AVERAGE OCCUPANCY	% CHANGE	
	GRADE A	GRADE B		Q-O-Q	Y-O-Y		Q-O-Q	Y-O-Y
Sukhumit	82.9%	81.8%	7,213	-0.2%	-9.2%	82.3%	2.0%	-1.9%
Silom/Sathon	82.5%	79.1%	1,789	36.7%	18.7%	80.8%	4.4%	5.3%
Central Lumpini	78.7%	83.5%	2,008	4.4%	5.1%	79.8%	-3.5%	-3.0%
Riverside/Rama III	-	76.6%	629	3.2%	-3.9%	76.6%	-0.4%	-6.8%
TOTAL	81.7%	80.9%	11,639	5.2%	-3.1%	81.3%	1.2%	-1.4%

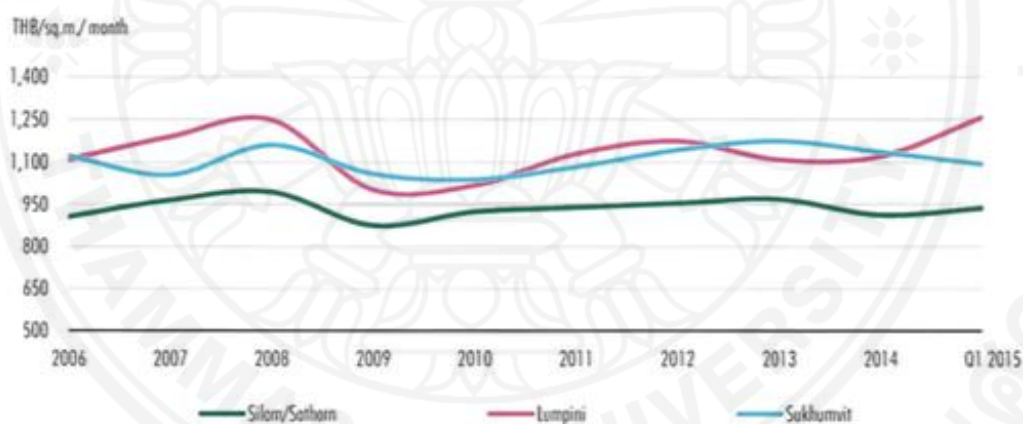
Note: Data has been revised taking out data on buildings that have been converted into hotel or closed down.

Data for Pathumwan and other areas has been removed to reflect the market more precisely.

Source: CBRE Research

ตลาดอสังหาริมทรัพย์ยังคงทรงตัวในระดับสูงด้วยอัตราการเข้าพักที่มากกว่า 80% อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ สำหรับไตรมาส 1 ปี 2558 อัตราการเข้าพักมีการปรับตัวดีขึ้นเล็กน้อยเป็น 81.3% เทียบกับ 80.1% ในไตรมาสก่อนหน้า แต่ลดลงเล็กน้อยจาก 82.7% ในไตรมาสเดียวกันของปี 2557 โดยโซนสีลม-สาทรเป็นโซนที่มีการเติบโตของอุปสงค์สูงที่สุดถึง 4.4%QoQ และ 5.3%YoY ในขณะที่โซนลุมพินีเป็นโซนที่มีการปรับลดของอุปสงค์มากที่สุด ที่ 3.5%QoQ และ 3%YoY อย่างไรก็ตามหากพิจารณาในมุมมองเชิงราคา พบว่า โซนลุมพินี และโซนสีลม-สาทรเป็นโซนที่มีการปรับตัวของอัตราค่าเช่าสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ต้นปี 2014 เนื่องด้วยจำนวนอุปทานใหม่มีจำนวนจำกัดในขณะที่โซนสุขุมวิท แนวโน้มค่าเช่ามีการปรับตัวลดลงตั้งแต่ 2013 จากการเพิ่มขึ้นของอุปทานเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ใหม่และอุปทานแฝงอย่างคอนโดปล่อยเช่าในโซนสุขุมวิทที่เพิ่มขึ้นสูงในระยะ 1-2 ปีที่ผ่านมา (CBRE Q1 2558)

Figure 9: Average Achieved Rents of Grade A units by Area, 2006-Q1 2015



Source: CBRE Research

ภาพที่ 3.10 อัตราค่าเช่าเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ในกรุงเทพฯ แบ่งแยกตามโซน (ที่มา CBRE)

3.2.3.3 วิเคราะห์คู่แข่งชั้นในพื้นที่

ตารางที่ 3.11 คู่แข่งขันในพื้นที่ใกล้เคียงกับทรัพย์สินปัจจุบัน

					
	Grande Centerpoint Ploenchit	Sivatel Resident	Aetas	Fraser Urban Langsuan	Centerpoint Ratchadamri
จำนวนห้อง	277	75	215	70	326
ระยะห่างจากรถไฟฟ้า	200 M	200 M	600 M	500 M	300 M
ราคาเฉลี่ยต่อตร.ม. ต่อเดือน	1,040	865	2,000	1,400	1,273

โดยราคาเช่าเฉลี่ยโครงการเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ ในบริเวณเพลินจิต จะมาราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 1,250 ต่อตารางเมตร ต่อเดือน โดยค่าเช่าห้องประมาณ 40 ตารางเมตร จะอยู่ที่ ประมาณ 50,000 บาท ต่อเดือน โดยมีที่ตั้งอยู่ในรัศมี 500 เมตรจาก สถานีรถไฟฟ้าเพลินจิต เป็นส่วนใหญ่

3.2.4 ภาพรวมตลาดโรงแรม

3.2.4.1 วิเคราะห์ด้านอุปสงค์และอุปทาน

ตารางที่ 3.12 อุปสงค์-อุปทานของตลาดโรงแรมในกรุงเทพมหานคร (ที่มา CBRE)

QUICK STATS	CURRENT	CHANGE	
		Q-O-Q	Y-O-Y
SUPPLY			
Downtown Hotel Stock	40,029		3.3%
Future Hotel Keys 2015 – 2018	4,893		
DEMAND			
Occupancy Rate	80.3%		25.2 bps
International Tourist Arrivals	7,876,826		26.0%
PRICE			
Exchange Rate (THB/USD)	33.0		
ADR (THB)	3,428		5.5%
RevPAR (THB)	2,756		56.0%

จากตารางที่ 3.12 ข้างต้น พบว่า อุปทานของจำนวนห้องพักโรงแรมในกรุงเทพฯ ในไตรมาส 1 ปี 2558 มีการปรับตัวเพิ่มขึ้น 3.3% จากช่วงเดียวกันปีก่อน ในขณะที่ ด้านอุปสงค์จากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศ มีการปรับตัวสูงขึ้นกว่า 26%YoY และทำให้อัตราการเข้าพัก (Occupancy Rate) เฉลี่ยยังคงตัวในระดับสูงที่ 80.3% เพิ่มขึ้นเล็กน้อย 0.25% จากไตรมาส 1 ปี 2557 ทั้งนี้ สาเหตุหนึ่งซึ่งช่วยผลักดันการเติบโตของอุปสงค์การท่องเที่ยว มาจากฐานที่ต่ำจากปัญหาความไม่มั่นคงทางการเมืองตั้งแต่ปี 2556-57ที่ทำให้ตลาดท่องเที่ยวของต่างชาติในไทยในระยะนั้นมีการหดตัวอย่างรุนแรง ดังนั้น เมื่อเปรียบเทียบกับปัจจุบันที่ภาวะการเมืองมีความผ่อนคลายมากขึ้น นักท่องเที่ยวต่างชาติดังกล่าวมีความเชื่อมั่นและเดินทางเข้ามาในไทยตามปกติ จึงทำให้เราเห็นอัตราการเปลี่ยนแปลงของตลาดโรงแรมในทิศทางที่ดีขึ้นค่อนข้างสูง สังเกตได้จาก การเปลี่ยนแปลงของอัตราค่าห้องพักเฉลี่ยต่อวัน (ADR) ที่ปรับเพิ่มเพียงเล็กน้อยแต่อัตรารายได้เฉลี่ยต่อจำนวนห้องพักที่มีไว้จำหน่าย (RevPAR) มีการปรับตัวขึ้นอย่างมาก สะท้อนให้เห็นถึงว่า อัตราการเข้าพัก (Occupancy Rate) ต่อจำนวนห้องพักที่มีไว้จำหน่าย (Available Room) ที่ปรับเพิ่มสูงขึ้นอย่างชัดเจน

ตารางที่ 3.13 อุปทานของห้องพักโรงแรม แบ่งแยกตามเกรดและพื้นที่ (ที่มา CBRE)

Table 1: Total Hotel Supply in Downtown Bangkok by Class and Area, Q1 2015

CLASS	PLOENCHIT/ SUKHUMVIT	SILOM/ SATHORN	RIVERSIDE	TOTAL	% CHANGE OF TOTAL	
					Q-O-Q	Y-O-Y
Luxury	4,719	1,582	739	7,040	0.0%	0.0%
First-Class	3,581	1,614	2,891	8,086	0.0%	2.4%
Mid-range	13,759	3,320	1,284	18,363	1.6%	5.6%
Economy	3,851	2,287	272	6,410	6.4%	8.8%
TOTAL	25,910	8,803	5,186	39,899	1.7%	4.4%

Source: CBRE Research

จากตาราง 3.13 แสดงอุปทานของตลาดโรงแรมบริเวณกลางใจเมือง (Downtown Area) ของกรุงเทพมหานคร พบว่า ในไตรมาส 1/58 ที่ผ่านมา อุปทานของห้องพักโรงแรมระดับบน (First class – Luxury class) นั้น มีการเติบโตเพียงเล็กน้อย หากแต่ห้องพักในระดับกลางถึงล่าง โดยเฉพาะระดับ Economy มีการเติบโตมากที่สุดถึง 8.8% YoY และ 6.4% QoQ ทั้งนี้ สะท้อนค่านิยมของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันที่หันมาให้ความสำคัญต่อการท่องเที่ยวเชิงประหยัดมากขึ้น นอกจากนี้ เมื่อมองการกระจุกตัวของอุปทานโรงแรม พบว่า กว่า 65% ของห้องพักโรงแรมใจกลางเมืองสร้างอยู่ในโซนเพลินจิต-สุขุมวิท และ 53% ของโรงแรมในโซนนี้ เป็นโรงแรมในระดับกลาง (Mid-range) สะท้อนให้เห็นถึงลักษณะของอุปสงค์และความนิยมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อพื้นที่โซนเพลินจิต-สุขุมวิทเมื่อเปรียบเทียบกับโซนใจกลางเมืองอื่นๆ รองลงมาเป็นโซนสีลม-สาทรและโซนริมแม่น้ำเจ้าพระยา คิดเป็นสัดส่วนอุปทานที่ 22% และ 13% ตามลำดับ (ที่มา CBRE)

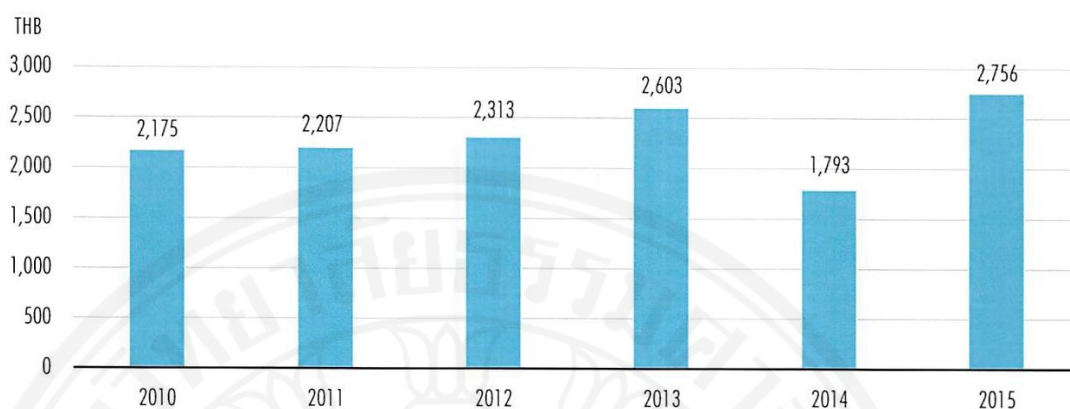
Figure 7: ADR and Occupancy Rate of Hotels (All Grades) in Bangkok, 2010-2015(Q1 Figures)



Source: STR Global

ภาพที่ 3.11 แนวโน้มอัตราราคาห้องพักเฉลี่ยต่อวันและอัตราการเข้าพักของโรงแรมในกรุงเทพฯ (ที่มา CBRE)

Figure 8: RevPAR of Hotels (All Grades) in Bangkok, 2010-2015 (Q1 Figures)



Source: STR Global




ภาพที่ 3.12 แนวโน้มอัตรารายได้เฉลี่ยต่อจำนวนห้องพักที่มีไว้จำหน่ายของโรงแรมในกรุงเทพฯ (ที่มา CBRE)

จากภาพแผนภูมิที่ 3.11 ข้างต้น จะเห็นได้ว่า อัตราราคาที่พักต่อวัน (ADR) ในไตรมาส 1/15 มีการปรับตัวเพิ่มขึ้น 5.5%YoY แต่โดยภาพรวมยังคงอ่อนข้างทรงตัวใกล้เคียงกับอัตราค่าที่พักในอดีต 5 ปีที่ผ่านมา ในขณะที่ อัตราการเข้าพักในปัจจุบันมีการปรับตัวเข้าสู่ปกติที่ 80.3% ซึ่งใกล้เคียงกับอัตราเข้าพัก ณ ปี 2013 ที่ 80.6% ซึ่งเป็นระดับอัตราการเข้าพักที่สูงที่สุดในรอบ 5 ปี ทั้งนี้ สำหรับปี 2014 อัตราการเข้าพักมีการหดตัวอย่างเห็นได้ชัดจากปัญหาทางการเมืองภายในประเทศที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของต่างชาติเป็นอย่างมาก ดังนั้น เมื่อเหตุการณ์ภายในประเทศกลับมามีเสถียรภาพมากขึ้นและรัฐบาลได้ทำการยกเลิกกฎอัยการศึก นักท่องเที่ยวจึงคลายความกังวลและเริ่มกลับมามีความเชื่อมั่นในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทยอีกครั้ง ราคาห้องพักจึงมีการปรับตัวสูงขึ้นตามอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น ในขณะที่อุปทานของโรงแรมยังไม่มีปรับตัวมากนัก

ในขณะที่ Rev PAR (ภาพที่ 3.12) หากไม่นับรวมปี 2014 ที่ได้รับผลกระทบจากการหดตัวของนักท่องเที่ยวจากปัญหาความวุ่นวายการเมือง จะเห็นว่า มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอดระยะเวลา 5 ปี (2010-15) ตามแนวโน้มการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ทั้งนี้ ณ ไตรมาส 1/15 อัตรา Rev PAR มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นกว่า 5.9% จากค่าเฉลี่ยของปี 2013 และปรับเพิ่มขึ้นถึง 53.7%YOY จากฐานต่ำในปี 2014

3.2.4.2 วิเคราะห์คู่แข่งชั้นในพื้นที่

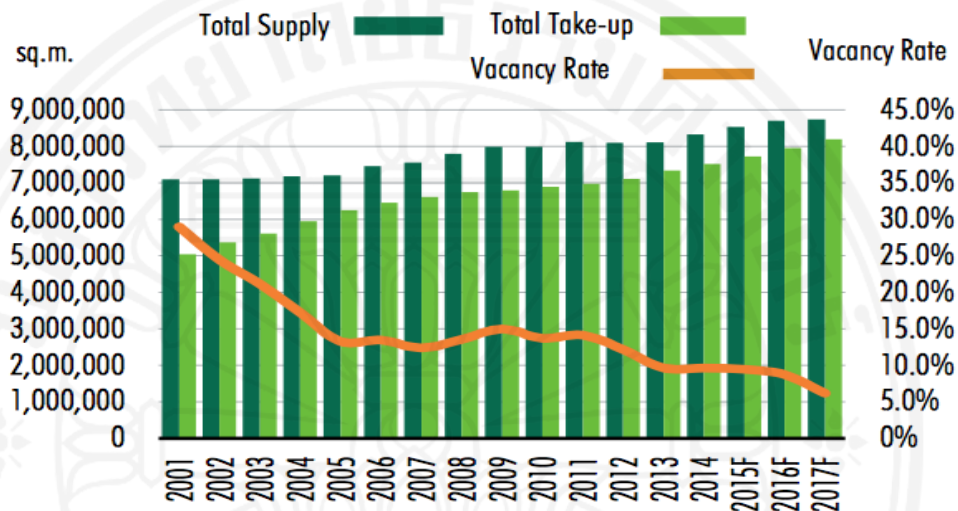
ตารางที่ 3.14 คู่แข่งขันในพื้นที่ใกล้เคียงกับทรัพย์สินปัจจุบัน

					
	Park nai Lert	Sivatel	Renaissance	Erawan	Intercontinental
ราคาเช่าที่พักเฉลี่ย	3,300	3,600	4,200	4,660	3,200
จำนวนดาว	5	5	5	5	5
จำนวนห้อง	336	75	322	380	381
ระยะทางจากรถไฟฟ้า	500 M	200 M	200 M	300 M	200 M

โรงแรมในบริเวณ ถนนเพลินจิต ในระดับ 5 ดาว จะมีราคาเช่าพักต่อคืนอยู่ที่ 3,200 บาทต่อคืน จนถึง 4,660 บาทต่อคืน ซึ่งราคาเหล่านี้คือระดับราคาของห้อง Standard ทั้งหมดโดยจะอยู่ในรัศมีไม่เกิน 500 เมตร จากสถานีรถไฟฟ้าเพลินจิต หรือ ชิดลม

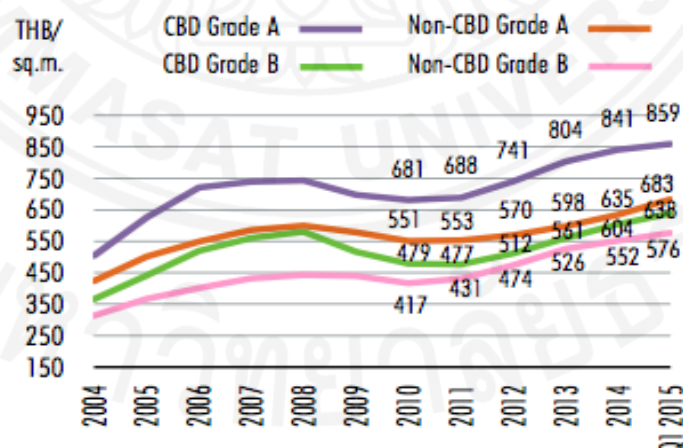
3.2.5 ภาพรวมตลาดอาคารสำนักงาน

3.2.5.1 วิเคราะห์ด้านอุปสงค์และอุปทาน



ภาพที่ 3.13 แนวโน้มอุปสงค์และอุปทานสำนักงานให้เช่าในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล (ที่มา CBRE)

Figure 4: Rental Rates



ภาพที่ 3.14 แนวโน้มอัตราค่าเช่าอาคารสำนักงานในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล (ที่มา CBRE)

ภาพรวมตลาดอาคารสำนักงานมีแนวโน้มการเติบโตที่ค่อนข้างดีและน่าสนใจ ทั้งในแง่ของอุปสงค์และอุปทาน ซึ่งถึงแม้ว่า อุปทานพื้นที่สำนักงานให้เช่าจะมีการปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่การเพิ่มขึ้นของอุปสงค์ในระดับสูงส่งผลให้อัตรารว่างของพื้นที่เช่ามีแนวโน้มลดลงมาโดย

ตลอดและคาดว่าจะลดลงอย่างต่อเนื่องในอีก 3 ปีข้างหน้า (2015-17) นอกจากนี้ อัตราค่าเช่าที่ปรับตัวขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2010 ในตลาดออฟฟิศเกรดเอและเกรดบีทั้งที่อยู่ในพื้นที่ CBD และ Non-CBD ได้สะท้อนการเติบโตที่แข็งแกร่งของตลาดอาคารสำนักงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ตลาดออฟฟิศเกรดเอ ในโซนCBD

ตารางที่ 3.15 อัตราการเช่าพื้นที่อาคารสำนักงานในกรุงเทพฯ (ที่มา CBRE)

Table 9: Occupancy of Bangkok Office Space by Location and Grade, 2004-Q1 2015

YEAR	CBD		NON CBD		ALL		TOTAL
	GRADE A	GRADE B	GRADE A	GRADE B	GRADE A	GRADE B	
2004	87.1%	79.9%	93.2%	78.4%	89.8%	79.1%	82.8%
2005	95.3%	84.2%	95.2%	83.0%	95.2%	83.6%	86.7%
2006	91.7%	86.0%	94.6%	82.5%	92.8%	84.0%	86.5%
2007	91.5%	87.1%	96.5%	83.9%	93.4%	83.5%	87.6%
2008	83.3%	88.9%	97.5%	83.2%	88.3%	85.7%	86.5%
2009	83.0%	88.4%	85.4%	82.9%	84.0%	85.5%	85.0%
2010	84.4%	88.9%	94.1%	83.1%	88.3%	85.7%	86.3%
2011	79.5%	88.3%	97.1%	83.7%	86.2%	85.8%	85.9%
2012	86.0%	87.8%	97.6%	87.1%	89.5%	87.4%	87.9%
2013	91.6%	88.7%	98.7%	90.0%	93.8%	89.4%	90.4%
2014	94.1%	89.7%	92.1%	89.5%	93.4%	89.6%	90.4%*
Q1 2015	91.6%	90.5%	91.7%	90.8%	91.6%	90.7%	90.9%
% Change Q-o-Q	-2.5%	0.8%	-0.4%	1.4%	-1.8%	1.1%	0.5%
% Change Y-o-Y	-0.8%	1.5%	-7.6%	0.2%	-2.7%	0.8%	0.1%

Note: *Updated data

ตารางที่ 3.16 อัตราการเช่าพื้นที่อาคารสำนักงานในกรุงเทพฯ แยกตามพื้นที่ (ที่มา CBRE)

Table 11: Occupancy of Bangkok Offices by Area, Q1 2015

AREA	TOTAL SUPPLY (SQ.M.)	OCCUPIED SPACE (SQ.M.)	VACANT SPACE (SQ.M.)	OCCUPANCY RATE	% CHANGE	
					Q-O-Q	Y-O-Y
CBD						
Silom/Sathorn	1,822,071	1,604,948	217,123	88.1%	-1.4%	-0.2%
Early Sukhumvit	835,686	821,411	14,275	98.3%	0.4%	2.1%
Lumpini	715,484	646,444	69,040	90.4%	1.9%	2.3%
Others	761,124	681,265	79,859	89.5%	0.2%	0.7%
Non CBD						
Northern Corridor	1,432,916	1,355,927	76,989	94.6%	1.8%	-1.6%
Ratchada North	845,602	756,402	89,200	89.5%	1.7%	-2.3%
City South	613,483	545,380	68,103	88.9%	-0.1%	-0.5%
Late Sukhumvit	447,435	402,790	44,645	90.0%	0.3%	-1.4%
Bangna-Trod	539,958	461,044	78,914	85.4%	1.0%	3.0%
Others	337,478	312,296	25,182	92.5%	0.1%	1.2%
TOTAL	8,351,237	7,587,906	763,331	90.9%	0.5%	0.1%

Note: Percentage Point Change, Occupancy Rate (t)-Occupancy Rate (t-1)

ตารางที่ 3.15 แสดงให้เห็นถึงการเติบโตอย่างมั่นคงต่อเนื่องทั้งในตลาดออฟฟิศเกรดเอ และบี และในโซน CBD และ Non-CBD ด้วยอัตราการเช่าพื้นที่ (Occupancy Rate) สูงกว่า 90% มาโดยตลอดตั้งแต่ปี 2013-15 และตารางที่ 3.16 เมื่อพิจารณาแยกตามพื้นที่ พบว่า อุปสงค์ของอาคารสำนักงานในโซนลุมพินียังคงแข็งแกร่งมีอัตราปล่อยเช่าอยู่ที่ 90.4% ณ สิ้นไตรมาส 1 ปี 2558 ใกล้เคียงกับค่าเฉลี่ยของภาพรวมอุตสาหกรรมแต่อย่างไรก็ดี หากมองในแง่ของอุปทานใหม่ในอนาคต ประเมินว่า น่าจะมีแรงกดดันจากอุปทานอาคารสำนักงานเกรดเอสร้างเสร็จเพิ่มขึ้นอีก 3 ตึก ได้แก่ อาคาร AIA Tower สาทร (พื้นที่ 38,500 ตารางเมตรซึ่งได้ทำการสร้างเสร็จสมบูรณ์แล้ว) อาคาร Bhiraj tower at Emquartier (พื้นที่ 47,500 ตารางเมตร คาดว่าจะแล้วเสร็จในปี 2015) และอาคาร Gaysorn (พื้นที่ 30,000 ตารางเมตร โดยโครงการจะแล้วเสร็จในปี 2017) โดยทั้งหมดมีพื้นที่รวมกันถึง 120,000 ตารางเมตร

3.2.5.2 วิเคราะห์คู่แข่งชั้นในพื้นที่

ตารางที่ 3.17 คู่แข่งขันในพื้นที่ใกล้เคียงกับทรัพย์สินในปัจจุบัน

					
ชื่ออาคาร	WAVE PLACE	Park Venture	All Season	Athenee Tower	208 Wireless Road
ที่ตั้ง	ถนนเพลินจิต	ถนนเพลินจิต	ถนนวิทย์	ถนนวิทย์	ถนนวิทย์
พื้นที่รวม	20,000 ตารางเมตร	27,000 ตารางเมตร	63,000	40,000	13,000
จำนวนชั้น	21	34	27,27,52	34	18
ปีที่สร้าง	2539	2554	2539-45	2550	2536
ราคาต่อด.ร.ม	800	1,300	990	1,050	840

โดยที่อาคารสำนักงานให้เช่าเกรดเอ ในบริเวณย่านเพลินจิต จะมีราคาเช่าตั้งแต่ 800-1300 บาท ซึ่งในส่วนที่ราคาเช่าสูงสุดก็คือ โครงการ ปาร์คเวนเจอร์ โดยที่อาคารเหล่านี้จะมีพื้นที่ให้เช่า ตั้งแต่ 13,00 ตารางเมตร จนถึง 63,000 ตารางเมตร

บทที่ 4

การศึกษาทางเลือกในการพัฒนาโครงการและความเป็นไปได้ทางการเงิน

4.1 วิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินโครงการคอนโดมิเนียม

ตารางที่ 4.1 วิเคราะห์ความเป็นไปได้เบื้องต้นทางการเงินโครงการคอนโดมิเนียม

ประเมินความเป็นไปได้ทางการเงินโครงการคอนโดมิเนียม 28 ชั้น (LUXURY CLASS)			
รายละเอียดที่ดิน	Assumptions		หน่วย
ขนาดที่ดิน (ตรว.)			609 ตร.ว.
ขนาดที่ดิน (ตรม.)			2,436 ตร.ม.
พื้นที่อาคารรวมสูงสุด GFA (ตรม.)	FAR	10	24,360 ตร.ม.
หักพื้นที่ส่วนกลาง	% common area	46.0%	11,206 ตร.ม.
พื้นที่ขาย	% efficiency	54.0%	13,154 ตร.ม.
ต้นทุนที่ดิน			
ต้นทุนที่ดิน	ราคา	1,100,000 บาท/ตร.วา	669,900,000 บาท
ค่าถมที่ดินความสูง 1 เมตร (300 บาท/ลูกบาศก์เมตร)			- บาท
ค่าโอนที่ดิน	1.00% ของราคาที่ดิน		6,699,000 บาท
ค่าอากรแสตมป์	0.50% ของราคาที่ดิน		3,349,500 บาท
รวมต้นทุนที่ดิน			679,948,500 บาท
<i>ค่าที่ดินต่อพื้นที่ขาย (ตร.ม.)</i>			<i>51,690 บาท/ตร.ม.</i>
ต้นทุนพัฒนาโครงการ			
ต้นทุนค่าก่อสร้าง, เฟอร์นิเจอร์ และค่าสาธารณูปโภค (LUXURY CONDO)	35,000 Baht/sqm.		852,600,000 บาท
ค่าที่ปรึกษาวิชาชีพ	3.50% ของต้นทุนค่าก่อสร้าง		29,841,000 บาท
ค่าธรรมเนียมบริหารโครงการ	3.00% ของต้นทุนค่าก่อสร้าง		25,578,000 บาท
ค่าจัดทำรายงานสิ่งแวดล้อม (EIA)			1,000,000 บาท
ค่าธรรมเนียมอื่นๆ, ใบอนุญาตก่อสร้าง, ต้นทุนค่าสำรวจที่ดิน	0.50% ของต้นทุนค่าก่อสร้าง		4,263,000 บาท
รวมต้นทุนค่าก่อสร้างและค่าที่ปรึกษาวิชาชีพ			913,282,000 บาท
<i>ต้นทุนค่าก่อสร้างและค่าที่ปรึกษาวิชาชีพต่อพื้นที่ขาย (ตร.ม.)</i>			<i>69,428 บาท/ตร.ม.</i>
ต้นทุนการตลาดและการขาย			
ค่าคอมมิชชั่น	1.07% ของรายได้		30,698,613 บาท
ค่าการตลาด ค่าโฆษณาและโปรโมชั่น	0.90% ของรายได้		25,821,263 บาท
ต้นทุนห้องตัวอย่าง	1.00% ของรายได้		28,690,293 บาท
ต้นทุนสำนักงานขาย	0.30% ของรายได้		8,607,088 บาท
รวมต้นทุนการตลาดและการขาย			93,817,257 บาท
<i>ต้นทุนการตลาดและการขายต่อพื้นที่ขาย (ตร.ม.)</i>			<i>7,132 บาท/ตร.ม.</i>
ต้นทุนการโอนกรรมสิทธิ์และการบริหารนิติบุคคลอาคารชุด			
ต้นทุนการโอนกรรมสิทธิ์	0.20% ของรายได้		5,738,059 บาท
ค่าธรรมเนียมการบริหารนิติบุคคลอาคารชุด			4,000,000 บาท
ต้นทุนการบำรุงรักษาทรัพย์สิน			15,000,000 บาท
ต้นทุนค่าส่วนกลางของห้องที่ยังไม่โอน			4,000,000 บาท
รวมต้นทุนการโอนกรรมสิทธิ์และการบริหารนิติบุคคลอาคารชุด			28,738,059 บาท
<i>ต้นทุนการโอนกรรมสิทธิ์และการบริหารนิติบุคคลอาคารชุดต่อพื้นที่ขาย (ตร.ม.)</i>			<i>2,185 บาท/ตร.ม.</i>
ต้นทุนทางการเงิน			
ค่าใช้จ่ายดอกเบี้ย (ที่ 50% ค่าที่ดิน + 70% ค่าก่อสร้าง, อัตราดอกเบี้ย MLR 8% ต่อปี, คาดการณ์แล้วเสร็จโครงการใน 2ปี)			149,083,200 บาท
<i>ต้นทุนทางการเงินต่อพื้นที่ขาย (ตร.ม.)</i>			<i>11,333 บาท/ตร.ม.</i>
รวมต้นทุนทั้งหมด (Total Development Cost)			1,864,869,015 บาท
รวมต้นทุนต่อพื้นที่ขายทั้งหมดต่อตร.ม.			141,768 บาท/ตร.ม.
รวมต้นทุนต่อยูนิต	ห้องขนาด	35 ตร.ม.	4,961,869 บาท
Mark up			
	<i>K Factor (อัตรากำไรก่อนภาษี 35%)</i>		<i>1.538 Time</i>
ราคาขายเฉลี่ย (บาท/ตร.ม.)			218,104 บาท/ตร.ม.
ราคาขายเฉลี่ย (บาท/ยูนิต)			7,633,645 บาท
ประมาณการมูลค่าขายโครงการ (Project Value)			2,869,029,254 บาท
ประมาณการกำไรก่อนภาษี (EBT)			
หัก ภาษีเงินได้	Proj. Value - Total Develop. Cost		1,004,160,239 บาท
ประมาณการกำไรสุทธิ (NI)	20% ของ EBT		200,832,048 บาท
			803,328,191 บาท
NPV			
	Discount rate = 12%		622,110,935 บาท
% IRR			20% ต่อปี
% Yield (normal rate of return)	NI/ Investment		43% ต่อ 2 ปี
	Annual NI / Investment		22% ต่อปี
Backdoor Analysis			
ราคาตลาด (Luxury Condo)	225,000-230,000 บาท/ตร.ม.		
มูลค่าขายโครงการ	220,000 บาท/ตร.ม.		2,893,968,000 บาท
	<i>K Factor</i>	<i>1.538 Time</i>	
ต้นทุนสูงสุดสำหรับพัฒนาโครงการ (Maximum Supportable Project Cost)			1,881,079,200 บาท
ต้นทุนที่แท้จริงของโครงการจาก Front Door Analysis (Actual Project Cost)			1,864,869,015 บาท

จากตารางที่ 4.1 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินเบื้องต้นของโครงการคอนโดมิเนียมระดับ LUXURY โดยวิธี Front Door Analysis ทำให้ทราบว่า โครงการนี้ต้องการเงินลงทุนสำหรับพัฒนาโครงการทั้งหมด คิดเป็นจำนวน 1,864,869,015 บาท และต้องการราคาขายเฉลี่ยอยู่ที่ 218,104 บาทต่อตร.ม บนสมมติฐาน อัตรากำไรก่อนภาษีเงินได้ที่ 35% และจากผลการสำรวจราคาขายในตลาดคอนโดมิเนียมระดับ LUXURY ในบริเวณย่านเพลินจิต-ชิดลมทำให้ทราบว่า ราคาขายในปัจจุบันอยู่ที่ประมาณ 225,000 - 230,000 บาทต่อตร.ม ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับใกล้เคียงกับราคาขายเฉลี่ยขั้นต่ำที่โครงการต้องการ ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่า ที่ดินแปลงนี้มีความเป็นไปได้ที่จะนำมาพัฒนาโครงการคอนโดมิเนียมระดับ LUXURY CLASS

และเมื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้เพิ่มเติมโดยวิธี Back Door Analysis ทำให้ทราบว่า ต้นทุนสูงที่สุดสำหรับพัฒนาโครงการคอนโดมิเนียมนี้ (Maximum Supportive Project Cost) ณ ราคาขายตลาดที่ 220,000 บาทต่อตร.ม คือ 1,881,079,200 บาท ซึ่งมากกว่าต้นทุนที่แท้จริงที่คำนวณจากวิธี FrontDoorAnalysis ที่ 1,864,869,015 บาท หรือก็คือ การพัฒนาโครงการคอนโดมิเนียมระดับ LUXURY บนที่ดินแปลงนี้มีความเป็นไปได้ในแง่ของต้นทุน

และสุดท้าย เมื่อคำนวณกระแสเงินสดรับสุทธิที่คาดว่าจะได้รับจากการพัฒนาโครงการ โดยอ้างอิงราคาขายเป้าหมายที่ 218,104 บาทต่อตร.ม และคาดการณ์ว่าโครงการสามารถสร้างเสร็จและเริ่มโอนได้ภายในระยะเวลา 2 ปี ก็พบว่า มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดสุทธิของโครงการ (Net Present value : NPV) มีค่าเป็นบวกที่ 622,110,935 บาท และมีอัตราผลตอบแทนเฉลี่ยของโครงการ (Internal Rate of Return : IRR) ที่ 20% ต่อปี ซึ่งมากกว่าอัตราผลตอบแทนที่ผู้ลงทุนต้องการ (Discount Rate, Required Rate of Return) ที่ 12% ต่อปี ดังนั้น ด้วยตัวเลขทางการเงินนี้จึงพิจารณาได้ว่า ที่ดินแปลงนี้มีความเป็นไปได้หรือ Feasible สำหรับการพัฒนาโครงการคอนโดมิเนียมระดับ LUXURY CLASS ทั้งในแง่ของการตั้งราคาขาย, ชีตจำกัดของต้นทุน และอัตราผลตอบแทนที่น่าพอใจสำหรับผู้ลงทุน

4.2 วิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินโครงการเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์

ตารางที่ 4.2 วิเคราะห์ความเป็นไปได้เบื้องต้นทางการเงินโครงการเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์

ประเมินความเป็นไปได้ทางการเงินเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์						
รายละเอียด						
	<u>Assumptions</u>				หน่วย	
ขนาดที่ดิน (ตร.ว.)				609	ตร.ว.	
ขนาดที่ดิน (ตร.ม.)				2,436	ตร.ม.	
พื้นที่ก่อสร้าง (ตร.ม.)	FAR	10		24,360	ตร.ม.	
ลบพื้นที่ส่วนกลาง (ตร.ม.)	% common area	50.0%		12,180	ตร.ม.	
พื้นที่ขาย (ตร.ม.)	% efficiency	50.0%		12,180	ตร.ม.	
ขนาดห้องพักเฉลี่ย		40	ตร.ม.	304	ห้อง	
ต้นทุนโครงการ						
ต้นทุนที่ดิน	1,100,000	บาท/ตร.ว.		669,900,000	บาท	Cost Per GFA 27,500
ค่าถมที่ดินความสูง 1 เมตร (300 บาท/ลูกบาศก์เมตร)				-	บาท	-
ค่าโอน	1.00%	ของราคาที่ดิน		6,699,000	บาท	275
ค่าอาคารแลตมปี	0.50%	ของราคาที่ดิน		3,349,500	บาท	138
รวมต้นทุนที่ดินทั้งหมด				679,948,500	บาท	27,913
ต้นทุนพัฒนาโครงการ						
ค่าก่อสร้างรวมเพื่อรีโนเวทและต้นทุนสาธารณูปโภค (โรงแรม 4 ตาร)	35,000	บาท/ตร.ม.		852,600,000	บาท	* จากค่ากลางสมาคมฯ 35,000
- ต้นทุนค่าก่อสร้าง + Furnishing Work	90.00%			767,340,000	บาท	31,500
- ต้นทุนค่าสาธารณูปโภค	10.00%			85,260,000	บาท	3,500
ค่าที่ปรึกษาวิชาชีพและ Technical services	8.00%	ของต้นทุนค่าก่อสร้าง		68,208,000	บาท	2,800
ค่าธรรมเนียมบริหารโครงการ	3.00%	ของต้นทุนค่าก่อสร้าง		25,578,000	บาท	1,050
ค่าจัดทำรายงานสิ่งแวดล้อม (EIA)				1,000,000	บาท	41
ค่าธรรมเนียม, ใบอนุญาตก่อสร้าง, ต้นทุนค่าสำรวจที่ดิน	0.50%	ของต้นทุนค่าก่อสร้าง		4,263,000	บาท	175
รวมต้นทุนก่อสร้าง				951,649,000	บาท	39,066
รวมต้นทุนทั้งหมด				1,631,597,500	บาท	66,979
รวมต้นทุนต่อห้อง	304	ห้อง		5,367,097	บาท/ห้อง	133,957
Front Door Analysis						
ต้นทุนทั้งหมด				1,631,597,500	บาท	Per GFA 66,979
เงินกู้	อัตราส่วนเงินกู้	80%		1,305,278,000	บาท	per NFA 53,583
	อัตราดอกเบี้ยเงินกู้	8%				
	ระยะเวลาที่ธนาคารให้กู้	25 ปี				
Annualized Mortgage Constant				0.094		
เงินสดสำหรับชำระเงินกู้ต่อปี (Cash required for debt service, Amortization)				122,276,849	บาท	5,020
Debt Coverage Ratio				1.2 เท่า		10,039
กำไรจากการดำเนินงานที่ต้องการ (Required NOI)				146,732,219	บาท	6,023
ค่าใช้จ่ายภาษี	20%	ของ EBT, จาก NOI-Interest E		8,461,996	บาท	347
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (Estimated Yearly Operating expense)	50%	ของ EGI		155,194,215	บาท	6,371
รายได้ที่แท้จริงที่ต้องการ (Required EGI)				310,388,430	บาท	12,742
อัตราการใช้พื้นที่ (% Occupancy)				80%		25,483
รายได้ศักยภาพที่ต้องการ (Required PGI)				387,985,538	บาท	15,927
อัตราค่าห้องพักที่ต้องการ (Required Room Rate)						
			ต่อวัน	ต่อเดือน		
			88	2,655	บาท/ ตร.ม	
			3,539	106,181	บาท/ ห้อง	
ประมาณการงบกำไรขาดทุน						
รายได้ศักยภาพ (PGI)	อัตราค่าห้องพักของตลาด (ห้อง 40 ตร.ม.)	70,000	บาท/เดือน	255,360,000	บาท	
อัตราการใช้พื้นที่ (Occupancy rate)				80%		
รายได้ที่แท้จริง (EGI)				204,288,000	บาท	
หัก ค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย	50%	ของ EGI		(102,144,000)	บาท	
กำไรจากการดำเนินงาน (EBIT)	* ยังไม่รวมประมาณการรายได้ F&B และรายได้ค่าบริการอื่นๆ			102,144,000	บาท	
หัก ต้นทุนทางการเงิน (Financial Cost, Interest Exp.)				(104,422,240)	บาท	
กำไรก่อนภาษี (EBT)				(2,278,240)	บาท	
หัก ภาษีเงินได้	0.20	ของ EBT		0	บาท	
ประมาณการกำไรสุทธิต่อปี (NI)				(2,278,240)	บาท	
+ Depreciation & Amortization	Straight Line 30 ปี			28,420,000	บาท	
ประมาณการกระแสเงินสดรับสุทธิ (Net Cash Flow)				26,141,760	บาท	
Backdoor Analysis						
EBITDA	NOI + Depre			130,564,000	บาท	
Debt Coverage Ratio	1.20					
เงินสดสำหรับชำระเงินกู้ต่อปี (Cash required for debt service)				108,803,333	บาท	
Annualized Mortgage Constant	0.094					
เงินกู้ทั้งหมด				1,161,451,232	บาท	
อัตราการใช้พื้นที่สูงสุด (Maximum Loan to Value)	80%					
ต้นทุนสูงสุดสำหรับพัฒนาโครงการ ณ ราคาตลาด (Maximum Supportable Project Cost)				1,451,814,040	บาท	
ต้นทุนที่แท้จริงของโครงการจาก Front Door Analysis (Actual Project Cost)				1,631,597,500	บาท	
NPV						
	Discount Rate	12%		-815,548,479	บาท	
	Terminal growth	3%				
	Capitalization Rate	9%				
% IRR						
				7.1%	ต่อปี	
% Yield (normal rate of return)						
	Annual NI/ Investment			-0.1%	ต่อปี	
Payback Period						
				18	ปี	

จากการวิเคราะห์ตารางที่ 4.2ความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์เบื้องต้น โดยวิธี Front Door Analysis ทำให้ทราบว่า โครงการนี้ต้องการเงินลงทุนเบื้องต้นสำหรับพัฒนาโครงการทั้งหมด คิดเป็นจำนวน 1,631,597,500 บาท และต้องการอัตราค่าที่พักรวม 106,181 บาทต่อห้องต่อเดือน สำหรับห้องพักขนาด 40 ตร.ม บนสมมติฐานอัตราการเข้าพักเฉลี่ยที่ 80% แต่อย่างไรก็ดี จากผลการสำรวจราคาตลาดเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ในบริเวณย่านเพลินจิต ทำให้ทราบว่า ราคาตลาดสำหรับค่าเช่าห้องพักขนาด 40 ตร.ม.ในปัจจุบัน อยู่ที่ประมาณ 70,000 บาทต่อห้องต่อเดือน ซึ่งต่ำกว่าอัตราค่าเช่าขั้นต่ำที่โครงการของเราต้องการ (Required Rental Rate) ดังนั้น จึงหมายความว่า การพัฒนาโครงการเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์บนที่ดินแปลงนี้ไม่สามารถทำได้ หรือ Infeasible

และทั้งนี้ เมื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้เพิ่มเติมโดยวิธี Back Door Analysis ทำให้ทราบว่า ต้นทุนสูงสุดสำหรับพัฒนาโครงการเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ (Maximum Supportive Project Cost) นี้ ณ อัตราค่าเช่าตลาดคือ 1,451,814,040 บาท ซึ่งน้อยกว่าต้นทุนที่แท้จริงที่คำนวณจากวิธี Front Door Analysis ที่ 1,631,597,500 บาท หรือก็คือ ต้นทุนที่แท้จริงสูงเกินกว่าจะทำให้การพัฒนาโครงการเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์นี้เป็นไปได้ทางการเงิน (Infeasible) นั่นเอง

นอกจากนี้แล้ว เมื่อคำนวณถึงกระแสเงินสดรับสุทธิที่คาดว่าจะได้รับจากการพัฒนาโครงการ โดยอ้างอิงอัตราค่าที่พักตลาด บนสมมติฐานการเติบโตของค่าเช่าปีละ 3% ทำให้พบว่า มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดสุทธิของโครงการ (Net Present Value : NPV) ติดลบอยู่ที่ -815,548,479 บาท และมีอัตราผลตอบแทนเฉลี่ยของโครงการ (Internal Rate of Return : IRR) ที่ 7.1% ซึ่งน้อยกว่า อัตราคิดลดหรืออัตราผลตอบแทนที่ผู้ลงทุนต้องการ (Discount Rate) ที่ 12% และมี Payback Period ถึง 18 ปี ซึ่งตัวเลขทางการเงินเหล่านี้ ได้ตอกย้ำว่า ไม่มีความเป็นไปได้สำหรับการพัฒนาโครงการเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์บนที่ดินแปลงนี้

4.3 วิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินโครงการโรงแรม 4 ดาว

ตารางที่ 4.3 วิเคราะห์ความเป็นไปได้เบื้องต้นทางการเงินโครงการโรงแรม 4 ดาว

ประเมินความเป็นไปได้ทางการเงินโครงการโรงแรม 4 ดาว				
รายละเอียด	Assumptions			หน่วย
ขนาดที่ดิน (ตร.ว.)			609	ตร.ว.
ขนาดที่ดิน (ตร.ม.)			2,436	ตร.ม.
พื้นที่ก่อสร้าง (ตร.ม.)	FAR	10	24,360	ตร.ม.
ลบพื้นที่ส่วนกลาง (ตร.ม.)	% common area	40.0%	9,744	ตร.ม.
พื้นที่ขาย (ตร.ม.)	% efficiency	60.0%	14,616	ตร.ม.
ขนาดห้องพักเฉลี่ย		40 ตร.ม.		365 ห้อง
ต้นทุนโครงการ				Cost Per GFA Cost per NFA
ต้นทุนที่ดิน				
ต้นทุนที่ดิน		1,100,000 บาท/ตร.ว.	669,900,000 บาท	27,500 45,833
ค่าถมที่ดินความสูง 1 เมตร (300 บาท/ลูกบาศก์เมตร)			- บาท	- -
ค่าโอน	1.00%	ของราคาที่ดิน	6,699,000 บาท	275 458
ค่าอากรแสตมป์	0.50%	ของราคาที่ดิน	3,349,500 บาท	138 229
รวมต้นทุนที่ดินทั้งหมด			679,948,500 บาท	27,913 46,521
ต้นทุนพัฒนาโครงการ				* จากค่าลงสมาคมฯ
ค่าก่อสร้างรวมเฟอร์นิเจอร์และต้นทุนสาธารณูปโภค (โรงแรม 4 ดาว)	45,000	บาท/ตร.ม.	1,096,200,000 บาท	45,000 75,000
- ต้นทุนค่าก่อสร้าง + Furnishing Work	90.00%		986,580,000 บาท	40,500 67,500
- ต้นทุนสาธารณูปโภค	10.00%		109,620,000 บาท	4,500 7,500
ค่าที่ปรึกษาวิชาชีพและ Technical services	8.00%	ของต้นทุนค่าก่อสร้าง	87,696,000 บาท	3,600 6,000
ค่าธรรมเนียมบริหารโครงการ	3.00%	ของต้นทุนค่าก่อสร้าง	32,886,000 บาท	1,350 2,250
ค่าจัดทำรายงานสิ่งแวดล้อม (EIA)			1,000,000 บาท	41 68
ค่าธรรมเนียม, ใบอนุญาตก่อสร้าง, ต้นทุนค่าสำรวจที่ดิน	0.50%	ของต้นทุนค่าก่อสร้าง	5,481,000 บาท	225 375
รวมต้นทุนก่อสร้าง			1,223,263,000 บาท	50,216 83,693
รวมต้นทุนทั้งหมด			1,903,211,500 บาท	78,129 130,214
รวมต้นทุนต่อห้อง		365 ห้อง	5,214,278 บาท/ห้อง	
Front Door Analysis				Per GFA per NFA
ต้นทุนทั้งหมด			1,903,211,500 บาท	78,129 130,214
เงินกู้	อัตราส่วนเงินกู้	80%	1,522,569,200 บาท	62,503 104,171
	อัตราดอกเบี้ยเงินกู้	8%		
	ระยะเวลาที่ธนาคารให้กู้	25 ปี		
Annualized Mortgage Constant			0.094	
เงินสดสำหรับชำระเงินกู้ต่อปี (Cash required for debt service, Amortization)			142,632,424 บาท	5,855 9,759
Debt Coverage Ratio			1.2 เท่า	
กำไรจากการดำเนินงานที่ต้องการ (Required NOI)			171,158,908 บาท	7,026 11,710
ค่าใช้จ่ายภาษี	20%	ของ EBT, จาก NOI-Interest Exp.	9,870,674 บาท	405 675
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (Estimated Yearly Operating expense)	60%	ของ EGI	271,544,374 บาท	11,147 18,579
รายได้ที่แท้จริงที่ต้องการ (Required EGI)			452,573,957 บาท	18,579 30,964
อัตราการใช้พื้นที่ (% Occupancy)			80%	
รายได้ศักยภาพที่ต้องการ (Required PGI)			565,717,447 บาท	23,223 38,705
อัตราค่าห้องพักที่ต้องการ (Required Room Rate)				
		ต่อวัน	ต่อเดือน	บาท/ ตร.ม.
		108	3,225	บาท/ ตร.ม.
		4,301	129,018	บาท/ ห้อง
ประมาณการงบกำไรขาดทุน				
รายได้ศักยภาพ (PGI)	ค่าห้องพักของตลาด (โรงแรม 4 ดาว, ห้อง 40 ตร.ม.)	4,500	บาท/คืน	599,512,500 บาท
อัตราการใช้พื้นที่ (Occupancy rate)				80%
รายได้ที่แท้จริง (EGI)				479,610,000 บาท
หัก ค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย	60%	ของ EGI		(287,766,000) บาท
กำไรจากการดำเนินงาน (EBIT)	* ยังไม่รวมประมาณการรายได้ F&B และรายได้ค่าบริการอื่นๆ			191,844,000 บาท
หัก ต้นทุนทางการเงิน (Financial Cost)				(121,805,536) บาท
กำไรก่อนภาษี (EBT)				70,038,464 บาท
หัก ภาษีเงินได้	0.20	ของ EBT		(14,007,693) บาท
ประมาณการกำไรสุทธิต่อปี (NI)				56,030,771 บาท
+ Depreciation & Amortization	Straight Line 30 ปี			36,540,000 บาท
ประมาณการกระแสเงินสดสุทธิ (Net Cash Flow)				92,570,771 บาท
Backdoor Analysis				
EBITDA	NOI + Depre			228,384,000 บาท
Debt Coverage Ratio	1.20			
เงินสดสำหรับชำระเงินกู้ต่อปี (Cash required for debt service)				190,320,000 บาท
Annualized Mortgage Constant	0.094			
เงินกู้ทั้งหมด				2,031,623,404 บาท
อัตราการใช้พื้นที่สูงสุด (Maximum Loan to Value)	80%			
ต้นทุนสูงสุดสำหรับพัฒนาโครงการ ณ ราคาตลาด (Maximum Supportable Project Cost)				2,539,529,255 บาท
ต้นทุนที่แท้จริงของโครงการจาก Front Door Analysis (Actual Project Cost)				1,903,211,500 บาท
NPV	Discount Rate	12%		-350,584,313 บาท
	Terminal growth	3%		
	Capitalization Rate	9%		
% IRR				10.3% ต่อปี
% Yield (normal rate of return)	Annual NI/ Investment			2.9% ต่อปี
Payback Period				13 ปี

จากการวิเคราะห์ ตารางที่ 4.3 ความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการโรงแรมระดับ 4 ดาวเบื้องต้น โดยวิธี Front Door Analysis ทำให้ทราบว่า โครงการนี้ต้องการเงินลงทุนเบื้องต้น สำหรับพัฒนาโครงการทั้งหมด คิดเป็นจำนวน 1,903,211,500 บาท และต้องการอัตราค่าเช่าเฉลี่ย อยู่ที่ 4,301 บาทต่อห้องต่อคืนสำหรับห้องพักขนาด 40 ตร.ม บนสมมติฐานอัตราการเข้าพักเฉลี่ยที่ 80% ซึ่งจากผลการสำรวจราคาตลาดโรงแรมในบริเวณย่านเพลินจิต ทำให้ทราบว่า อัตราค่าที่พัก ตลาดสำหรับโรงแรม 4 ดาว ที่เป็นห้องพักขนาด 40 ตร.ม. ในปัจจุบัน อยู่ที่ประมาณ 4,500 บาทต่อห้องต่อคืน ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับใกล้เคียงกับอัตราค่าที่พักขั้นต่ำที่โครงการต้องการ จึงอาจหมายความว่า การพัฒนาโครงการโรงแรมระดับ 4 ดาวบนที่ดินแปลงนี้สามารถเป็นไปได้ หรือ feasible และเมื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้เพิ่มเติมโดยวิธี Back Door Analysis ทำให้ทราบว่าต้นทุนสูงสุด สำหรับพัฒนาโครงการโรงแรมระดับ 4 ดาว (Maximum Supportive Project Cost) ณ อัตราค่าเช่า ตลาด คือ 2,539,529,255 บาท ซึ่งมากกว่าต้นทุนที่แท้จริงที่คำนวณจากวิธี Front Door Analysis ที่ 1,903,211,500 บาท หรือก็คือ การพัฒนาโครงการเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์นี้มีความเป็นไปได้ในแง่ของ ต้นทุน

แต่ทั้งนี้ เมื่อคำนวณถึงกระแสเงินสดรับสุทธิที่คาดว่าจะได้รับจากการพัฒนาโครงการ โดยอ้างอิงอัตราค่าที่พักตลาดบนสมมติฐานการเติบโตของค่าเช่าปีละ 3% ในเบื้องต้นกลับพบว่า มูลค่า ปัจจุบันของกระแสเงินสดสุทธิของโครงการ (Net Present value : NPV) ติดลบอยู่ที่ -350,584,313 บาท และมีอัตราผลตอบแทนเฉลี่ยของโครงการ (Internal Rate of Return : IRR) ที่ 10.3% ซึ่งน้อยกว่า อัตราคิดลดหรืออัตราผลตอบแทนที่ผู้ลงทุนต้องการ (Discount Rate) ที่ 12% และมี Payback Period ที่ 13 ปี ซึ่งตัวเลขทางการเงินเหล่านี้ อาจจะทำให้พิจารณาได้ว่า การพัฒนาโครงการโรงแรมระดับ 4 ดาวอาจจะไม่ตอบโจทย์ในแง่อัตราผลตอบแทนที่ผู้ลงทุนต้องการ

4.4 วิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินโครงการอาคารสำนักงาน

ตารางที่ 4.4 วิเคราะห์ความเป็นไปได้เบื้องต้นทางการเงินโครงการอาคารสำนักงาน

ประเมินความเป็นไปได้ทางการเงินโครงการอาคารสำนักงาน เกรด A									
รายละเอียด		Assumptions		รวม	หน่วย				
ขนาดที่ดิน (ตร.ว.)				609	ตร.ว.				
ขนาดที่ดิน (ตร.ม.)				2,436	ตร.ม.				
พื้นที่ก่อสร้าง (ตร.ม.)		FAR		24,360	ตร.ม.				
ลบพื้นที่ส่วนกลาง (ตร.ม.)		% common area	50.0%	12,180	ตร.ม.				
พื้นที่ขาย (ตร.ม.)		% efficiency	50.0%	12,180	ตร.ม.				
ขนาดห้องพักเฉลี่ย			40 ตร.ม.	304	ห้อง				
ต้นทุนโครงการ						Cost Per GF	Cost per NFA		
ต้นทุนที่ดิน									
ต้นทุนที่ดิน 1,832 ตร.ว.		1,100,000	บาท/ตร.ว.	669,900,000	บาท	27,500	55,000		
ค่าถมที่ดินความสูง 1 เมตร (300 บาท/ลูกบาศก์เมตร)				-	บาท	-	-		
ค่าโอน		1.00%	ของราคาที่ดิน	6,699,000	บาท	275	550		
ค่าอากรแสตมป์		0.50%	ของราคาที่ดิน	3,349,500	บาท	138	275		
รวมต้นทุนที่ดินทั้งหมด				679,948,500	บาท	27,913	55,825		
ต้นทุนพัฒนาโครงการ									
ค่าก่อสร้าง รวมเฟอร์นิเจอร์ และต้นทุนสาธารณูปโภค (ออฟฟิศเกรด A)		30,000	บาท/ตร.ม.	730,800,000	บาท	30,000	60,000	* จากค่ากลางสมาคมฯ	
- ต้นทุนค่าก่อสร้าง + Furnishing Work		90.00%		657,720,000	บาท	27,000	54,000		
- ต้นทุนค่าสาธารณูปโภค		10.00%		73,080,000	บาท	3,000	6,000		
ค่าที่ปรึกษาวิชาชีพและ Technical services		8.00%	ของต้นทุนค่าก่อสร้าง	58,464,000	บาท	2,400	4,800		
ค่าธรรมเนียมบริหารโครงการ		3.00%	ของต้นทุนค่าก่อสร้าง	21,924,000	บาท	900	1,800		
ค่าจัดทำรายงานสิ่งแวดล้อม (EIA)				1,000,000	บาท	41	82		
ค่าธรรมเนียม, โบนัสยกก่อสร้าง, ต้นทุนค่าสำรวจที่ดิน		0.50%	ของต้นทุนค่าก่อสร้าง	3,654,000	บาท	150	300		
รวมต้นทุนก่อสร้าง				815,842,000	บาท	33,491	66,982		
รวมต้นทุนทั้งหมด				1,495,790,500	บาท	61,404	122,807		
รวมต้นทุนต่อพื้นที่ขาย		12,180 ตร.ม.		122,807	บาท/ตร.ม.				
Front Door Analysis						Per GFA	per NFA		
ต้นทุนทั้งหมด				1,495,790,500	บาท	61,404	122,807		
เงินกู้		อัตราส่วนเงินกู้	80%	1,196,632,400	บาท	49,123	98,246		
		อัตราดอกเบี้ยเงินกู้	8%						
		ระยะเวลาที่ธนาคารให้กู้	25 ปี						
Annualized Mortgage Constant				0.094					
เงินสดสำหรับชำระหนี้ต่อปี (Cash required for debt service, Amortization)				112,099,062	บาท	4,602	9,204		
Debt Coverage Ratio				1.2	เท่า				
กำไรจากการดำเนินงานที่ต้องการ (Required NOI)				134,518,875	บาท	5,522	11,044		
ค่าใช้จ่ายภาษี		20%	ของ EBT, จาก NOI-Interest E	7,757,657	บาท				
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (Estimated Yearly Operating expense)		40%	ของ EGI	94,851,021	บาท	3,894	7,787		
รายได้ที่แท้จริงที่ต้องการ (Required EGI)				237,127,552	บาท	9,734	19,469		
อัตราการใช้ (%) Occupancy				95%					
รายได้ศักยภาพที่ต้องการ (Required PGI)				249,607,949	บาท	10,247	20,493		
Required rent / sq.m per month						ต่อวัน	ต่อเดือน		
				57	บาท/ตร.ม.	1,708			
ประมาณการงบกำไรขาดทุน									
รายได้ศักยภาพ (PGI)		ราคาเช่าของตลาด (ออฟฟิศเกรด A)	1,300	บาท/ตร.ม./เดือน	190,008,000	บาท			
อัตราการใช้ (%) Occupancy rate					95%				
รายได้ที่แท้จริง (EGI)					180,507,600	บาท			
หัก ค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย		40%	ของ EGI		(72,203,040)	บาท			
กำไรจากการดำเนินงาน (EBIT)					108,304,560	บาท			
หัก ต้นทุนทางการเงิน (Financial Cost)					(95,730,592)	บาท			
กำไรก่อนภาษี (EBT)					12,573,968	บาท			
หัก ภาษีเงินได้		0.20	ของ EBT		(2,514,794)	บาท			
ประมาณการกำไรสุทธิต่อปี (NI)					10,059,174	บาท			
+ Depreciation & Amortization		Straight Line 30 ปี			24,360,000	บาท			
ประมาณการกระแสเงินสดสุทธิ (Net Cash Flow)					34,419,174	บาท			
Backdoor Analysis									
EBITDA		NOI + Depre			132,664,560	บาท			
Debt Coverage Ratio		1.20							
เงินสดสำหรับชำระหนี้ต่อปี (Cash required for debt service)					110,553,800	บาท			
Annualized Mortgage Constant		0.094							
เงินกู้ทั้งหมด					1,180,137,072	บาท			
อัตราการใช้สูงสุด (Maximum Loan to Value)		80%							
ต้นทุนสูงสุดสำหรับพัฒนาโครงการ ณ ราคาตลาด (Maximum Supportable Project Cost)					1,475,171,340	บาท			
ต้นทุนที่แท้จริงของโครงการจาก Front Door Analysis (Actual Project Cost)					1,495,790,500	บาท			
NPV									
	Discount Rate	12%			-654,875,143	บาท			
	Terminal growth	3%							
	Cap rate	9%							
% IRR					7.5%	ต่อปี		NPV = 0	
% Yield (normal rate of retur	Annual NI / Investment				0.7%	ต่อปี			
Payback Period					19	ปี			

จากการวิเคราะห์ตารางที่ 4.4ความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการอาคารสำนักงานเกรด A เบื้องต้น โดยวิธี Front Door Analysis ทำให้ทราบว่า โครงการนี้ต้องการเงินลงทุนเบื้องต้นสำหรับพัฒนาโครงการทั้งหมด คิดเป็นจำนวน 1,495,790,500 บาท และต้องการอัตราค่าเช่า 1,708 บาทต่อตร.ม ต่อเดือน บนสมมติฐานอัตราการเข้าพักเฉลี่ยที่ 95% แต่อย่างไรก็ดี จากผลการสำรวจราคาตลาดออฟฟิศในบริเวณย่านเพลินจิต ทำให้ทราบว่า อัตราค่าเช่าตลาดออฟฟิศเกรด A ในปัจจุบันอยู่ที่ประมาณ 1,300 บาทต่อตร.ม ต่อเดือน ซึ่งต่ำกว่าอัตราค่าเช่าขั้นต่ำที่โครงการของเราต้องการ (Required Rental Rate) ดังนั้นจึงอาจหมายความว่า การพัฒนาโครงการเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์บนที่ดินแปลงนี้เป็นไปไม่ได้ หรือ Infeasible

และเมื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้เพิ่มเติมโดยวิธี Back Door Analysis ทำให้ทราบว่า ต้นทุนสูงสุดสำหรับพัฒนาโครงการอาคารสำนักงาน (Maximum Supportive Project Cost) นี้ ณ อัตราค่าเช่าตลาด คือ 1,475,171,340 บาท ซึ่งน้อยกว่าต้นทุนที่แท้จริงที่คำนวณจากวิธี Front Door Analysis ที่ 1,495,790,500 บาท หรือก็คือการพัฒนาออฟฟิศเกรด A บนที่ดินแปลงนี้เอง ก็เป็นไปไม่ได้ หรือ Infeasible ในแง่ของต้นทุน

และสุดท้าย เมื่อคำนวณกระแสเงินสดสุทธิที่คาดว่าจะได้จากการพัฒนาโครงการ โดยอ้างอิงราคาเช่าตลาด บนสมมติฐานการเติบโตของค่าเช่าปีละ 3% ทำให้พบว่า มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดสุทธิของโครงการอาคารสำนักงานนี้ (Net Present Value: NPV) ติดลบอยู่ที่ -654,875,143 บาท และมีอัตราผลตอบแทนเฉลี่ยของโครงการ (Internal Rate of Return : IRR) ที่ 7.5% ซึ่งต่ำกว่าอัตราผลตอบแทนที่ผู้ลงทุนต้องการ (Discount Rate) ที่ 12% และมี Payback Period ที่ 19 ปี ดังนั้น จากผลการวิเคราะห์ตัวเลขทางการเงินข้างต้น ก็ทำให้ทราบว่า ไม่มีความเป็นไปได้สำหรับการพัฒนาโครงการออฟฟิศเกรด A บนที่ดินแปลงนี้เช่นกัน

4.5 สรุปความเป็นไปได้ทางการเงิน

ตารางที่ 4.5 ตารางสรุปความเป็นไปได้ทางการเงิน

Project Type	Segment	Frontdoor Analysis (Target Pricing)	Backdoor Analysis (Maximum Cost)	NPV (Bt.)	IRR (%)	PayBack (Yr)
Condominium	Luxury	✓	✓	622,110,935	19.6%	2
Hotel	4 Stars	X	✓	-350,584,313	10.3%	13
Service Apartment	Grade A	X	X	-815,548,479	7.1%	18
Office	Grade A	X	X	-654,875,143	7.5%	19

จากตารางข้างต้น จะเห็นว่า ที่ดินบนทำเลพลินจิตแปลงนี้ มีความเหมาะสมที่จะพัฒนาเป็นโครงการคอนโดมิเนียมระดับ LUXURY มากที่สุด เนื่องด้วย

4.5.1 ราคาขายเป้าหมายเป็นราคาที่สูงสอดคล้องกับราคาตลาดของคอนโดมิเนียมระดับเดียวกันในพื้นที่

4.5.2 ต้นทุนที่แท้จริงในการพัฒนาโครงการ ยังอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า ต้นทุนสูงสุดที่เป็นไปได้ที่ประมาณการจากราคาตลาด

4.5.3 มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจากการขายโครงการ (NPV) มีค่าเป็นบวกถึง 622.1 ล้านบาท

4.5.4 อัตราผลตอบแทนเฉลี่ยที่ได้จากพัฒนาโครงการ (IRR) มากกว่าระดับที่ผู้ลงทุนต้องการ (RRR) ถึง 7.6% และ 5. ใช้ระยะเวลาในการคืนทุน (Pay Back Period) เพียง 2 ปีเท่านั้น ในขณะที่หากเทียบกับการพัฒนาโครงการอื่นๆ ทั้งโรงแรม 4 ดาว, เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์เกรด A และอาคารสำนักงานเกรด A นั้น ทุกโครงการไม่เหมาะสมสำหรับการพัฒนาทั้งในแง่ของการตั้งราคาขาย ต้นทุนที่ใช้ ค่า NPV ที่ติดลบ อัตราผลตอบแทนต่ำกว่าที่ต้องการและใช้ระยะเวลาคืนทุนนานมากกว่า 10 ปี

บทที่ 5

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด

จากการวิเคราะห์เบื้องต้น โดยวิธี Front door Back door Analysis ของแต่ละทางเลือกในการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์บนที่ดินผืนนี้ จึงได้ผลลัพธ์ความเป็นไปได้ออกมาว่า การที่จะพัฒนาให้ได้ประโยชน์สูงสุดนั้นคือการพัฒนาเป็นคอนโดมิเนียม ดังนั้นทางผู้จัดทำจึงได้ทำการศึกษาต่อในเชิงลึกลงไป เพื่อที่จะพัฒนาโครงการคอนโดมิเนียมระดับบน จึงได้ทำการทบทวนวรรณกรรมเพื่อหาข้อมูลนำมาตัดสินใจและพัฒนาโครงการให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

ทบทวนวรรณกรรม

โดยจากการทบทวนวรรณกรรมพบหัวข้อที่เกี่ยวข้องดังนี้

- ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์ของคอนโดมิเนียมระดับบน

วรรณกรรมของ Zarin และ Bujang,1999 ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับคอนโดมิเนียมระดับบนในประเทศศรีลังกา ซึ่งเป็นเมืองที่มีอุปสงค์คอนโดมิเนียมอยู่สูงและประสบปัญหาการขาดแคลนที่ดิน ซึ่งน่าจะมีลักษณะใกล้เคียงกับกรุงเทพมหานคร โดยคอนโดมิเนียมในประเทศศรีลังกาจะเป็นระดับ Super Luxury, luxury ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อคอนโดมิเนียมนั้นก็คือ ทำเลที่ตั้ง โดยได้ทำการจัดอันดับสำคัญเรียงลำดับดังนี้

Main Factor	Ranking
Location of development	1
Characteristic of the building	2
Price	3
Recreational Facilities	4
View	5
Marketing	6
Financing	7
Management	8
Surrounding area	9
Investment	10
Reputation of the developer	11
Zarin and Bujang (1999)	

โดยสี่ปัจจัยแรก ได้แก่

- ทำเลที่ตั้ง

- รูปร่างอาคาร
- ราคา
- พื้นที่ส่วนกลาง

หากศึกษาเพิ่มจะพบว่า ภายใต้หัวข้อทำเลที่ตั้งก็จะมีรายละเอียดแยกเป็นปัจจัยย่อยๆ และความสำคัญมากน้อยที่ต่างกันไปดังนี้

Location	Percentage
Near City Centre	14
Near working space	7
Near public Transport	2
Near Shopping Area	2
Near recreational centre	21
Near amenities centre	54
Total	100

ซึ่งปัจจัยสูงสุดที่ได้คะแนนมากกว่าครั้งนั้นก็คือ สถานที่ที่อยู่ในย่านที่มีความเจริญรุ่งเรืองมาเป็นความใกล้สถานที่พักผ่อนหย่อนใจและจุดศูนย์กลางของเมืองตามลำดับ(Zarin,1999)

- พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อของกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้สูง

พฤติกรรมการบริโภคของกลุ่มคนที่มีรายได้สูงมักจะให้ความใส่ใจกับ Brand เนื่องจาก Brand สามารถสะท้อนรายการต่างๆดังต่อไปนี้ (Keller (1998)

- ราคาสินค้า
- คุณภาพสินค้า
- สถานะทางสังคม
- ความเชื่อถือในตัวสินค้า
- ระดับรายได้

สิ่งที่มีค่าใน Luxury goods คือภาพลักษณ์และความเชื่อถือที่กลุ่มลูกค้ามองสินค้า และการยอมรับจากคนภายนอกที่มองกลุ่มลูกค้า ดังนั้นการสร้าง Brand Awareness เป็นสิ่งที่สำคัญมาก

จากการทบทวนวรรณกรรมทางผู้จัดทำจะนำมาปรับใช้ให้สอดคล้องกับสภาพตลาดในบริเวณนี้ รวมถึงการสร้างความสามารถในการแข่งขันแต่ก็ยังมีปัจจัยที่ต้องศึกษาและพิจารณาอีก นั่นก็คือ การวิเคราะห์ที่ศึกษาตลาด ทั้งข้อมูลการวิเคราะห์คู่แข่ง การวิเคราะห์ขีดความสามารถของตัว

โครงการเอง และนำมาเปรียบเทียบเพื่อหาจุดขาย และกำหนดแผนงานทางการตลาดต่อไป โดยมีข้อมูลรายละเอียดดังนี้

5.1 การวิเคราะห์คู่แข่ง

ตารางที่ 5.1 การวิเคราะห์คู่แข่ง

	Noble Ploenchit	Klass Langsuan	PRIVE by Sansiri	Q Langsuan
พื้นที่	9-0-92.4	1-0-11	1-0-59	2-0-48
ระยะห่างจากรถไฟฟ้า	0 M	200 M	1200 M	350 M
ปีที่สร้างเสร็จ	2017	Q2 2015	2010	2010
จำนวนยูนิต	1400	110	78	177
Unit Type/%to total Unit	1-br 43-61 sq.m. 80% 2-br 69-92 sq.m. 16% 3-br duplex 110-114 1.5% PH 144-199 sq.m 0.3%	1-br 34-49 sq.m. 66% 2-br 60-86 sq.m. 30% 3-br duplex 106-118 1.8% PH 144-199 sq.m 1%	1-br 54-67 sq.m. 41% 2-br 93-104 sq.m. 41% 3-br 136 sq.m 15% PH 263-294 sq.m 2%	2-br 73-167 sq.m. 91% 3-br 134-135 sq.m. 5% 4-br 253 sq.m. 1.8% Poolvilla 347-350 sq.m. 1.1% PH 511-515 sq.m 1.1%
จำนวนที่จอดรถ	70%	75%	115%	100%
สระว่ายน้ำ	มี	มี	มี	มี
ฟิตเนส	มี	มี	มี	มี
ห้องสมุด	มี	มี	ไม่มี	มี
ชานา	มี	มี	มี	มี
สถานะการขาย	60%	100%	100%	100%
Built Furniture	Fully Furnish	Fully Furnish	Fully fitted	Partly fitted
ความสูงฝ้าถึงเพดาน	2.65	3	2.65	2.75
Access Control	มี	มี	มี	มี
Digital Door lock	ไม่มี	มี	มี	มี
คาส่วนกลาง	60	60	50	70
กองทุนส่วนกลาง	600	800	500	700

จากการวิเคราะห์คู่แข่งโครงการที่คู่แข่งบริเวณรอบโครงการจะมีอัตราส่วนจำนวนห้องที่ค่อนข้างคล้ายกันนั่นก็คือจะจำนวน 1 ห้องนอนมากที่สุดโดยที่ขนาดที่เล็กที่สุดของโครงการคู่แข่ง จะอยู่ 34 ตารางเมตร โดยมีห้องจำนวน 1 ห้องนอนมากที่สุด น่าจะมาจากอุปสงค์ของตลาดที่มีมากกว่า ห้องขนาดอื่น ยกเว้นโครงการ Q หลังสวน ที่เริ่มต้นด้วย ห้อง 2ห้องนอน แต่ก็มีจำนวนสูงถึง 90% ทางผู้จัดทำจึงคิดว่าการทำห้อง 1 และ 2 ห้องนอน เป็นสัดส่วนใหญ่ของโครงการน่าจะเป็นทางเลือกที่ดี และพยายามทำพื้นที่ต่อยูนิต ให้มีขนาดเล็กพอสมควร เนื่องจากในปัจจุบันมีเฟอร์นิเจอร์ รวมถึงอุปกรณ์ตกแต่งที่เพิ่มประสิทธิภาพในการใช้พื้นที่ได้ดีขึ้นอย่างมาก และนั่นจะส่งผลให้ราคาขายต่อหน่วยลดลงอีกด้วย โดยที่หัวข้อต่อมาคือ พื้นที่ส่วนกลางที่ทุกโครงการมีการสร้างความสะดวกสบายให้ลูกค้า ไม่ว่าจะเป็น สระว่ายน้ำ ห้องสมุด ชานา ฟิตเนส ถือว่าเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้หากต้องการจับกลุ่มลูกค้าระดับนี้ ปัจจัยต่อมาคือที่จอดรถ โดยที่คู่แข่งโดยรอบจะมีที่จอดรถขั้นต่ำอยู่ที่ 70% ของยูนิตทั้งหมด ดังนั้นโครงการของเราควรจะมียพื้นที่จอดรถไม่น้อยไปกว่า 70% ปัจจัยต่อมาคือการตกแต่ง ที่ต้องให้ลูกค้าเป็น Partly-fitted เป็นอย่างน้อย ปัจจัยต่อมาเป็นความสูงฝ้าเพดานที่ขั้นต่ำของคู่แข่งจะอยู่ที่ 2.65 เมตร หากเราสามารถพัฒนาตรงจุดนี้ได้ก็จะเป็นจุดขายที่ดี ต่อมาเป็นระบบความปลอดภัยที่ทุกโครงการควบคุมด้วยระบบบัตรคีย์การ์ด และ เกือบทุกโครงการมีDigital doorlock ให้แก่ลูกค้า ซึ่งปัจจัยความปลอดภัยก็เป็นปัจจัยที่ต้องให้ความสนใจเช่นกัน

5.2 SWOT ANALYSIS

จุดแข็ง

- ได้ราคาที่ดินในระดับที่ดี
- ทำเลที่ตั้งยังอยู่ในทำเลที่ สามารถใช้บริการรถไฟฟ้าได้สะดวก รวมถึงการเดินทางด้านอื่นๆก็ทำได้ค่อนข้างสะดวก
- อยู่ในย่านที่ค่อนข้างครบครัน และสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้างสรรพสินค้า โรงพยาบาล
- รูปร่างที่ดินค่อนข้างดี ทำให้การวางแบบแปลนเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดได้ไม่ยาก
- รอบข้างยังไม่มีอาคารสูงมาดบังทัศนียภาพ

จุดอ่อน

- อาจมีเรื่องเสียงรบกวนและฝุ่นละออง เนื่องจากติดกับถนนใหญ่ ระยะทางห่างจากรถไฟฟ้า หากเป็นผู้ที่ต้องการใช้รถไฟฟ้าทุกวัน อาจจะมองคอนโดที่ติดรถไฟฟ้าเลยเป็นตัวเลือกที่น่าสนใจกว่า การจราจรที่ค่อนข้างติดขัดในบริเวณนั้น ในช่วงเย็น

โอกาส

- ที่ดินใจกลางเมืองมีจำกัด การปรับตัวขึ้นของราคาที่ดินน่าจะมีการปรับตัวสูงขึ้นไปอีกเรื่อยๆเนื่องจากราคาอสังหาริมทรัพย์ในประเทศ ยังมีระดับราคาที่ต่ำกว่าประเทศอื่นในภูมิภาค หากมีการเปิดเสรีของประชาคมอาเซียน ก็จะมีโอกาสที่ระดับราคาจะปรับขึ้นจากการเข้ามาถือกรรมสิทธิ์ที่มากขึ้นของชาวต่างชาติ

อุปสรรค

- กฎหมายต่างๆที่จะออกมาใหม่ จาก คสช เพื่อการปฏิรูป อาจมีผลกระทบกับโครงการไม่ทางตรงก็ทางอ้อม

5.3 การกำหนดส่วนแบ่งตลาด

โดยสามารถแบ่งตลาดคอนโดมิเนียม ได้ตามระดับราคา ดังนี้

- Super Luxury สูงกว่า 250,000 บาท
- Luxury ตั้งแต่ 170,000 - ถึง 249,999 บาท
- High End ตั้งแต่ 120,000 - 169,999 บาท
- Up Scale ตั้งแต่ 90,000 - 1,19,000 บาท
- Mid-Range ตั้งแต่ 70,000 - 89,999 บาท
- Entry-Level ต่ำกว่า 69,999 บาท
- โดยโครงการที่จัดทำ จะอยู่ในช่วง Luxury อ้างอิงการแบ่งลำดับจาก CBRE

5.4 การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย (Target Analysis)

จากการแบ่งส่วนตลาด จะเห็นว่าราคาเฉลี่ยของโครงการจะอยู่ในระดับ 200,000-250,000 ซึ่งกลุ่มเป้าหมายต้องเป็นผู้ที่มีกำลังซื้อซึ่งสามารถดูได้จากหนี้สินครัวเรือนและระดับรายได้ของกลุ่มเป้าหมาย

ซึ่งหากคำนวณออกมาโดยคิดจากราคาจะมีอัตราผ่อนต่อเดือนอยู่ที่ 50000 บาท รายได้ครัวเรือนขั้นต่ำต้องอยู่ที่ประมาณ 160,000 บาทต่อเดือน ต่อมาทางผู้จัดทำได้ทำการค้นคว้าเพิ่มเติมว่าผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนเท่านั้นมีกลุ่มใดบ้าง ซึ่งอาจแบ่งได้ดังนี้

5.4.1 GEN X (ผู้ที่เกิดในช่วงปี 2508-2522) ทั้งซื้อเองและเพื่อลงทุน

5.4.2 GEN Y (ผู้ที่เกิดในช่วงปี 2523-2540) ที่มีรายได้ 2 ทางทั้งจากตัวผู้ซื้อและคู่สมรส

โดยมีลักษณะ อาชีพดังนี้ เจ้าของธุรกิจส่วนตัว พนักงานบริษัทระดับสูง เจ้าของบริษัทขนาดกลางขึ้นไป

ทางผู้จัดทำจึงได้ทำการสอบถามเบื้องต้น และสามารถทำการนัดหมายผู้ที่คาดว่าจะเป็นตัวแทนของกลุ่มลูกค้าที่เป็นเป้าหมายของโครงการมาทำการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์นำไปพัฒนาให้เหมาะกับโครงการ

คุณพัชรายุ 51 ปีเจ้าของโรงงานผลิตและจำหน่ายเสื้อผ้า ส่งออก และ ซื้อขาย และ ปลอยเช่าร้านค้าย่านประตูน้ำ สถานะ ได้ทำการซื้ออยู่แล้วที่อาคารแพลทินัมโดยปัจจุบัน ได้อาศัยอยู่บนคอนโดด้านบนตึกแพลทตินัมแพชั่นมอลล์ โดยจะมีการสลับเข้าพักที่บ้านบนถนนพระราม 2

เนื่องจากเป็นที่ตั้งโรงงาน ในวันที่มีธุระต้องเข้าไปดูโรงงาน ไม่เช่นนั้นจะใช้เวลาอยู่ที่ย่านประตูน้ำ ทั้งตรวจดูหน้าร้านที่มีทั้งในตัวแพลทินัมและมาบุญครอง

โดยปัจจัยที่เลือกซื้อคอนโดแพลทินัม เนื่องจากทำเลสะดวกกับตนเองในการใช้ชีวิตในการทำงานเนื่องจากมีเวลางานที่ไม่แน่นอน การเดินทางไปกลับโรงงานจึงเป็นเรื่องที่ค่อนข้างยุ่งยาก หากจะต้องกลับมาโซนประตูน้ำเพื่อทำธุระอีกครั้ง

หากแต่ปัจจุบันเริ่มไม่ค่อยพอใจกับสภาพโครงการที่อยู่ เนื่องจากการติดขัดเวลาขึ้นลงอาคารจอดรถเนื่องจากใช้อาคารร่วมกับลูกค้าที่มาใช้บริการห้างสรรพสินค้า จึงเริ่มมองหาคอนโดอื่นในย่านนี้

โดยปัจจัยที่คุณพึงให้ความสนใจคือทำเลใกล้เคียงที่เดิมเป็นโครงการระดับที่ค่อนข้างดีในด้านคุณภาพเนื่องจากในสมัยที่เลือกซื้อแพลทินัมไม่ค่อยพอใจกับคุณภาพแต่ในอดีตบริเวณนี้มีตัวเลือกค่อนข้างจำกัดรวมถึงที่จอดรถที่เพียงพอและมีการรักษาความปลอดภัยที่ดี

คุณอาท 35 ปี เจ้าของบริษัทออกแบบและตกแต่งภายใน สถานะ กำลังมองหาคอนโดใจกลางเมืองใกล้รถไฟฟ้า โดยทำเลที่สนใจเป็นพิเศษ คือ ทองหล่อ ซิตลม และเพลินจิต เนื่องจากกำลังจะแต่งงานและต้องการย้ายออกมาใช้ชีวิตคู่โดยที่สนใจทำเลกลางเมืองก็เพราะงานส่วนใหญ่จะเป็นการนัดคุยงานคุยแบบกับลูกค้าซึ่งส่วนใหญ่จะทำการนัดบริเวณใจกลางเมือง

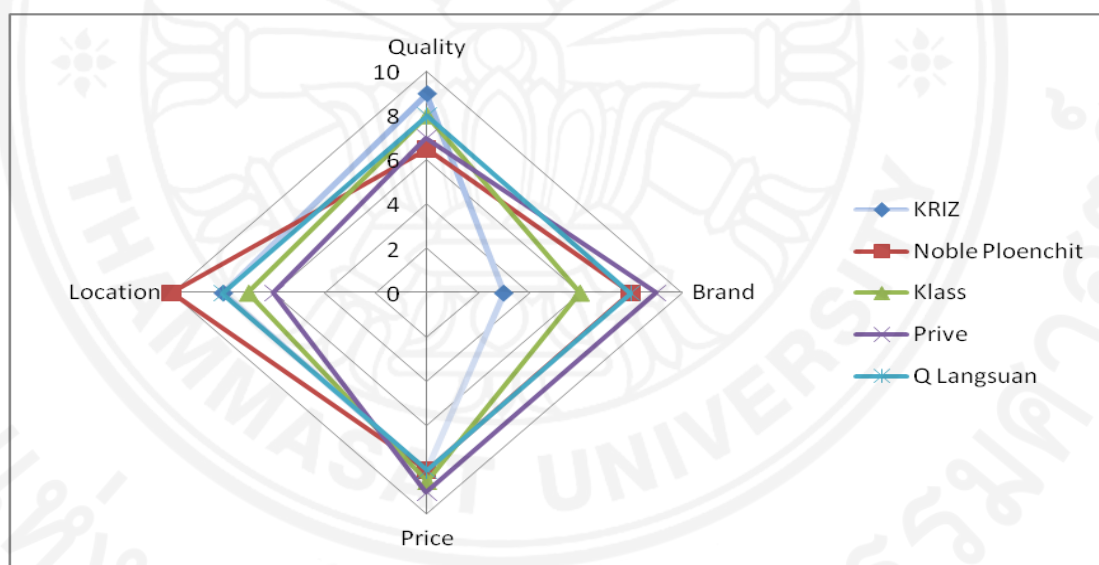
โดยคุณอาท ค่อนข้างให้ความสำคัญกับรูปลักษณ์ แบรินด์ คุณภาพ และ การจัดวางแบบแปลน เนื่องจากตัวคุณอาทเอง เป็น อินทรีเรียลไชนเนอร์จึงสนใจปัจจัยเบื้องต้นที่กล่าวไปมากเป็นพิเศษต่อมาเป็นเรื่องของ Fitness เนื่องจากคุณอาทชอบออกกำลังกายความครบครันของอุปกรณ์ในฟิตเนสก็ค่อนข้างมีผลต่อการตัดสินใจของคุณอาทเพราะถ้าหากเลือกคอนโดใจกลางเมืองแล้วแต่ยังต้องเดินทางไปฟิตเนสก็นับว่าคอนโดไม่ได้ช่วยในการเรื่องประหยัดเวลา

คุณพริ้มและครอบครัว พนักงานบริษัทระดับสูง สถานะ คอนโดย่านสีลม โดยคุณพริ้มเป็นคนจังหวัดเชียงใหม่และเข้ามาทำงานในกรุงเทพฯ โดยปัจจุบันพักอยู่กับสามีที่เป็นชาวต่างชาติพร้อมลูกชายวัย 4 ขวบอีกหนึ่งคนเนื่องจากใกล้ที่ทำงาน คุณพริ้มและสามีจะได้มีเวลาพักผ่อนอยู่กับครอบครัวมากขึ้นอีกเหตุผลที่เลือกคอนโดเพราะสามีคุณพริ้มทำงานอยู่บริษัทต่างชาติหากมีการย้ายงานเกิดขึ้นคอนโดก็น่าจะทำการปล่อยขายได้ง่ายกว่าบ้านเดี่ยวปัจจัยในการเลือกซื้อคอนโด ของคุณพริ้มย่านหรือทำเลที่เป็นศูนย์กลางของกรุงเทพฯ เนื่องจากให้ความสำคัญกับเวลาและต้องการประหยัดเวลาการเดินทางให้มากที่สุดและยังต้องการความเป็นเมืองเนื่องจากเข้ากับไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิต เช่น การออกไปทานข้าวนอกบ้าน การใกล้แหล่งเรียนพิเศษต่างๆ

แบรนด์และคุณภาพของโครงการนั้นๆคุณพริมบอกว่าเธอ เอาแบรนด์เป็นตัวเรียงลำดับในการหาข้อมูลและเยี่ยมชมโครงการก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ เธอบอกว่าแบรนด์ที่ดี บางแบรนด์อาจมีบางโครงการที่คุณภาพจะไม่เท่ากับโครงการอื่นๆภายใต้แบรนด์นั้น เธอจึงทำการหาข้อมูลเชิงลึกควบคู่กันไปราคา คุณพริมให้ข้อมูลว่าราคาเป็นสิ่งที่สำคัญแต่ไม่ใช่ทุกอย่าง หากแต่มาพร้อมกับคุณภาพและการขยับขึ้นของราคาโครงการในอนาคต เธอมองว่าน่าสนใจกว่าโครงการที่ราคาถูกกว่าแต่โอกาสขยับขึ้นของราคาหรือว่าโอกาสในการขายต่อมีน้อย

ระยะห่างจากรถไฟฟ้าที่น่าจะเป็นปัจจัยที่คุณพริมให้ความสำคัญเช่นกัน เนื่องจากการเดินทางถ้ามีรถไฟฟ้าไปถึงที่หมายเธอก็เลือกใช้รถไฟฟ้าแทนการใช้รถยนต์ เนื่องจากสามารถกำหนดเวลาได้ค่อนข้างแน่นอนและไม่ต้องกังวลกับรถติดสักเท่าไร

5.5 การวิเคราะห์ตำแหน่งทางการตลาด (Positioning Analysis)



ภาพที่ 5.1 Positioning Map

จากการทบทวนวรรณกรรมรวมถึงข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ทางผู้จัดทำพบว่า ลักษณะกลุ่มลูกค้าจะให้ความสำคัญกับปัจจัยต่างๆคล้ายๆกันและผู้ซื้อในปัจจุบัน ค่อนข้างชัดเจนในความต้องการของตนเอง และ รายละเอียดที่ค่อนข้างแตกต่างกันในแต่ละบุคคล แต่ลำดับแรกๆที่ผู้ซื้อให้ความสำคัญ ได้แก่ คุณภาพ ทำเล แบรนด์ และราคา หากแต่การเรียงลำดับจะแตกต่างกันเป็นรายบุคคลไป ทางผู้จัดทำเลยได้ทำการวิเคราะห์และสรุปว่า จะเลือกปัจจัยที่โครงการสามารถพัฒนาได้ มาเป็นจุดเด่นในการวางตำแหน่งทางการตลาด (Positioning) นั่นก็คือ เรื่องคุณภาพทั้งการไว้วัสดุอุปกรณ์ที่ดีที่สุดเมื่อเทียบกับคู่แข่งในบริเวณและระดับราคา

เดียวกัน เพราะทางผู้จัดทำต้องการให้ปัจจัยนี้เป็นปัจจัยที่ทางโครงการจะนำไปแข่งขันกับคู่แข่งอื่นๆ เป็นหลัก เนื่องจากหากเป็นปัจจัยเรื่องแบรนด์ ทางโครงการไม่สามารถที่จะสู้กับคู่แข่งที่เป็นผู้พัฒนา อสังหาริมทรัพย์รายใหญ่ที่อยู่บริเวณนี้ได้ เนื่องจากโครงการเหล่านั้นได้ทำการสร้างแบรนด์ต่อความรู้สึกของลูกค้ามาเป็นเวลาค่อนข้างนาน เช่น แบรนด์ โนเบิล ของโครงการ โนเบิล เพลินจิต บรรยากาศภายในโครงการที่ดี พื้นที่ส่วนกลางที่มีปริมาณและคุณภาพมากพอกับความต้องการของลูกค้า ต่อมาเป็นปัจจัยด้านราคาซึ่ง กลยุทธ์การตั้งราคาเป็นเรื่องสำคัญหากตั้งต่ำไปเพื่อแข่งขันกับคู่แข่ง ก็อาจส่งผลกระทบต่อผลตอบแทนของโครงการ หากมีการตั้งที่สูงไป ก็อาจมีปัญหาด้านยอดขาย ทางผู้จัดจึงตั้งระดับราคาใกล้เคียงกับคู่แข่งโดยรอบ และเอาปัจจัยอื่นเช่นด้านคุณภาพ มาเพิ่มความคุ้มค่าให้กับระดับราคาดังกล่าว ปัจจัยสุดท้ายเป็นปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ซึ่งโนเบิล เพลินจิตมีทำเลที่ตั้งที่ดีที่สุดในรองลงมาที่จะของทางโครงการและ Q หลังสวนที่มีทำเลที่ดีพอๆกัน หากนับจากปัจจัย เช่น ระยะความใกล้รถไฟฟ้า การอยู่ใกล้ถนนใหญ่ เป็นต้น เมื่อดูภาพรวมทั้งหมดเทียบกับคู่แข่งในบริเวณโดยรอบแล้ว ทางโครงการถือว่ามีความศักยภาพในการแข่งขันอยู่พอสมควรดังนั้น ควรจะยึดแนวทางนำเสนอจุดเด่นเพื่อแข่งขันกับคู่แข่งโดยรอบ โดยเอาข้อมูลเหล่านี้ไปกำหนดทิศทางและแผนการตลาดต่างๆ ต่อไป

5.6 กลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด (4Ps)

5.6.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategy)

หลังจากวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดทั้งหมดไม่ว่าจะเป็น การวิเคราะห์คู่แข่ง การวิเคราะห์SWOT รวมถึงการทบทวนวรรณกรรมและสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่างที่มีศักยภาพในการเป็นลูกค้าของโครงการทางผู้จัดทำจึงได้มุ่งเน้นที่จะทำโครงการให้มีคุณภาพที่ดีสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มลูกค้ารวมถึงสร้างความรู้สึกให้ลูกค้ารู้สึกคุ้มค่ากับโครงการ โดยมีจุดที่จะนำเสนอลูกค้า เช่น ความเพียงพอของที่จอดรถ ที่จะมีสัดส่วนมากกว่า 90% การมีพื้นที่ส่วนกลางที่มากพอแก่ความต้องการของลูกค้า รวมทั้งความหลากหลายด้านการใช้งานของพื้นที่ส่วนกลางรวมถึงการตกแต่งภายในด้วยวัสดุคุณภาพดี บรรยากาศภายในห้องที่ดูโปร่งสบาย ด้วยความสูง 2.75 เมตร อีกทั้งระบบการรักษาความปลอดภัยที่ได้มาตรฐาน เพื่อความเชื่อมั่นของลูกค้า

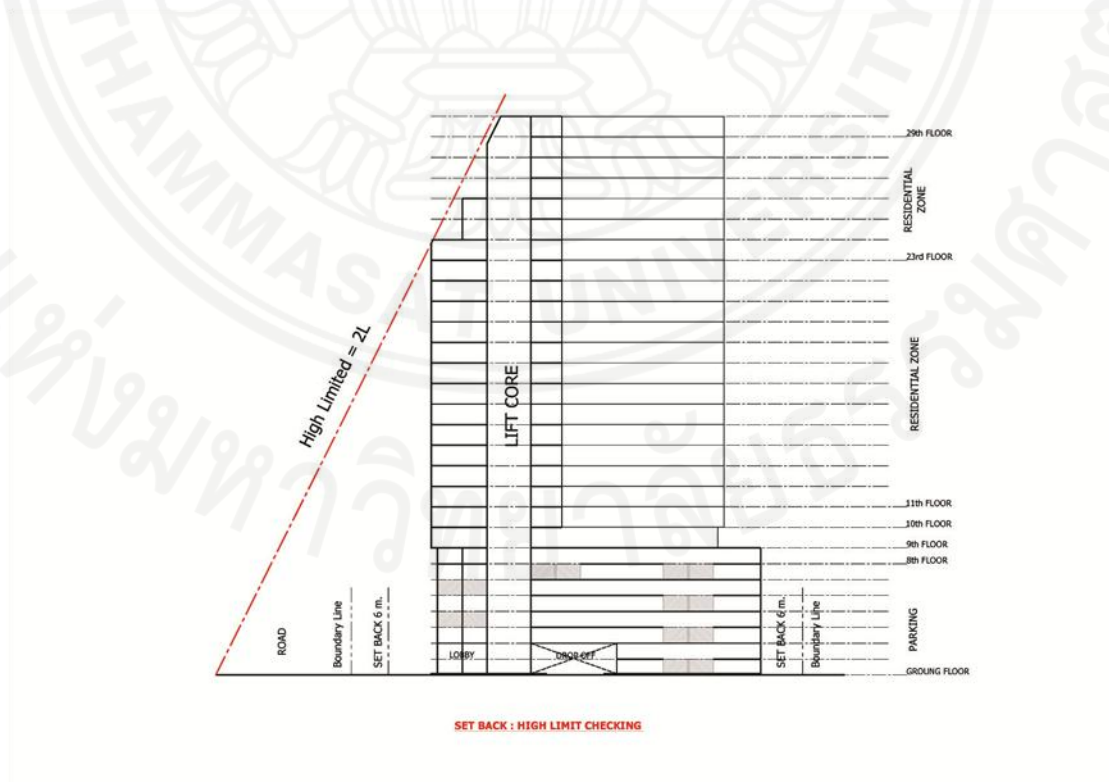


ภาพที่ 5.2 ภาพจำลองตึก

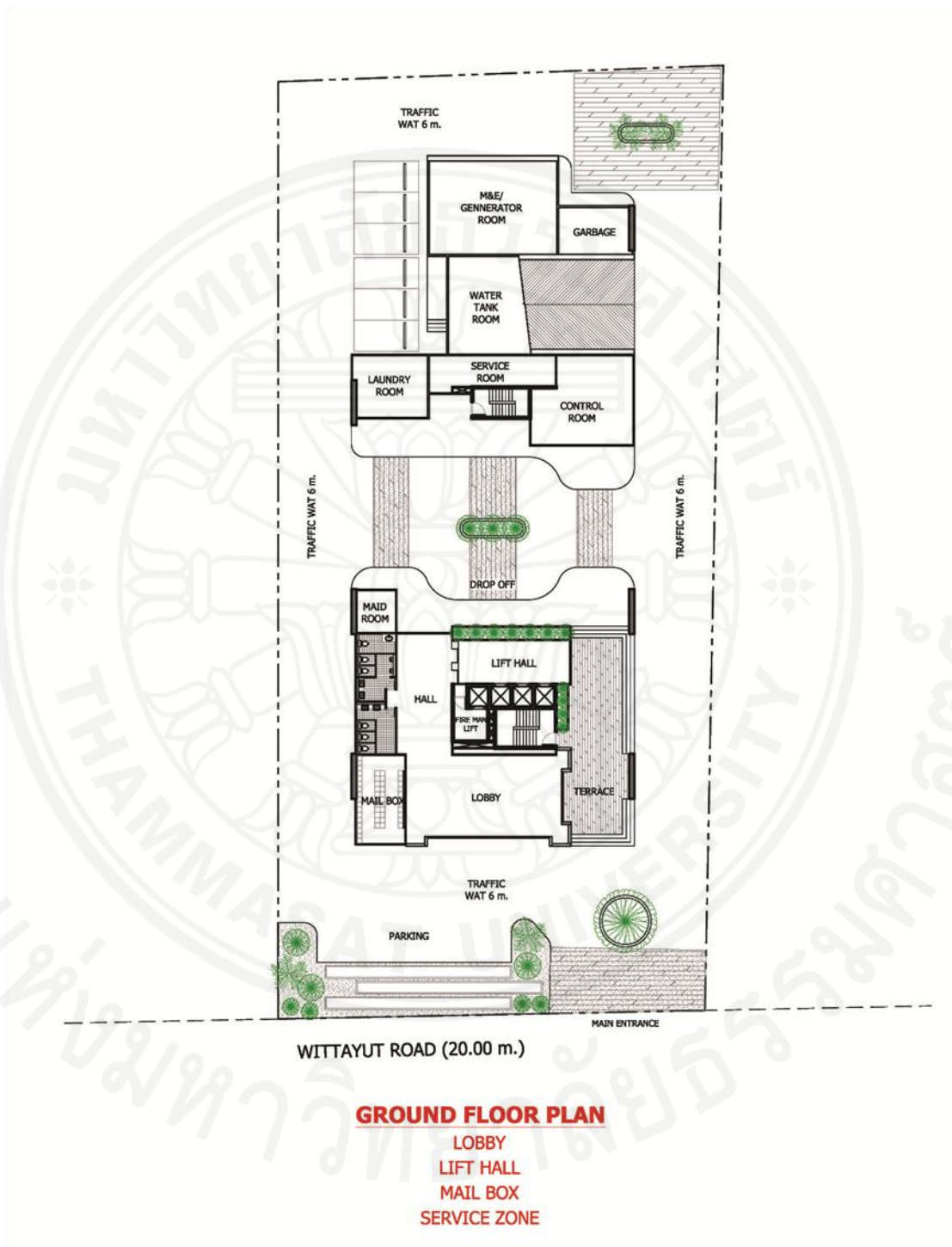
ขนาดที่ดิน	609 ตารางวา
โครงสร้างอาคาร	คอนกรีตเสริมเหล็ก
พื้นที่ขาย	11,163 ตารางเมตร
จำนวนชั้น	29 ชั้น
จำนวน	240 ห้อง
ประเภทห้อง	1 ห้องนอน 36.15 ตารางเมตร 1+1 ห้องนอน 42-49 ตารางเมตร 2 ห้องนอน 58-71 ตารางเมตร 3 ห้องนอน 90 ตารางเมตร
ความสูงฝ้าเพดาน	2.75 เมตร
สิ่งอำนวยความสะดวก	สระว่ายน้ำ ฟิตเนส ห้องสมุด ห้องประชุม คาเฟ่ ชานา ล็อบบี้
ระบบรักษาความปลอดภัย	CCTV ระบบเข้า-ออกด้วยคีย์การ์ดทั้งตัวอาคาร และ ลานจอดรถ รปภ ตลอด 24 ชั่วโมง
ที่จอดรถ	96% รวมจอดซ้อนคัน

รายละเอียดวัสดุ

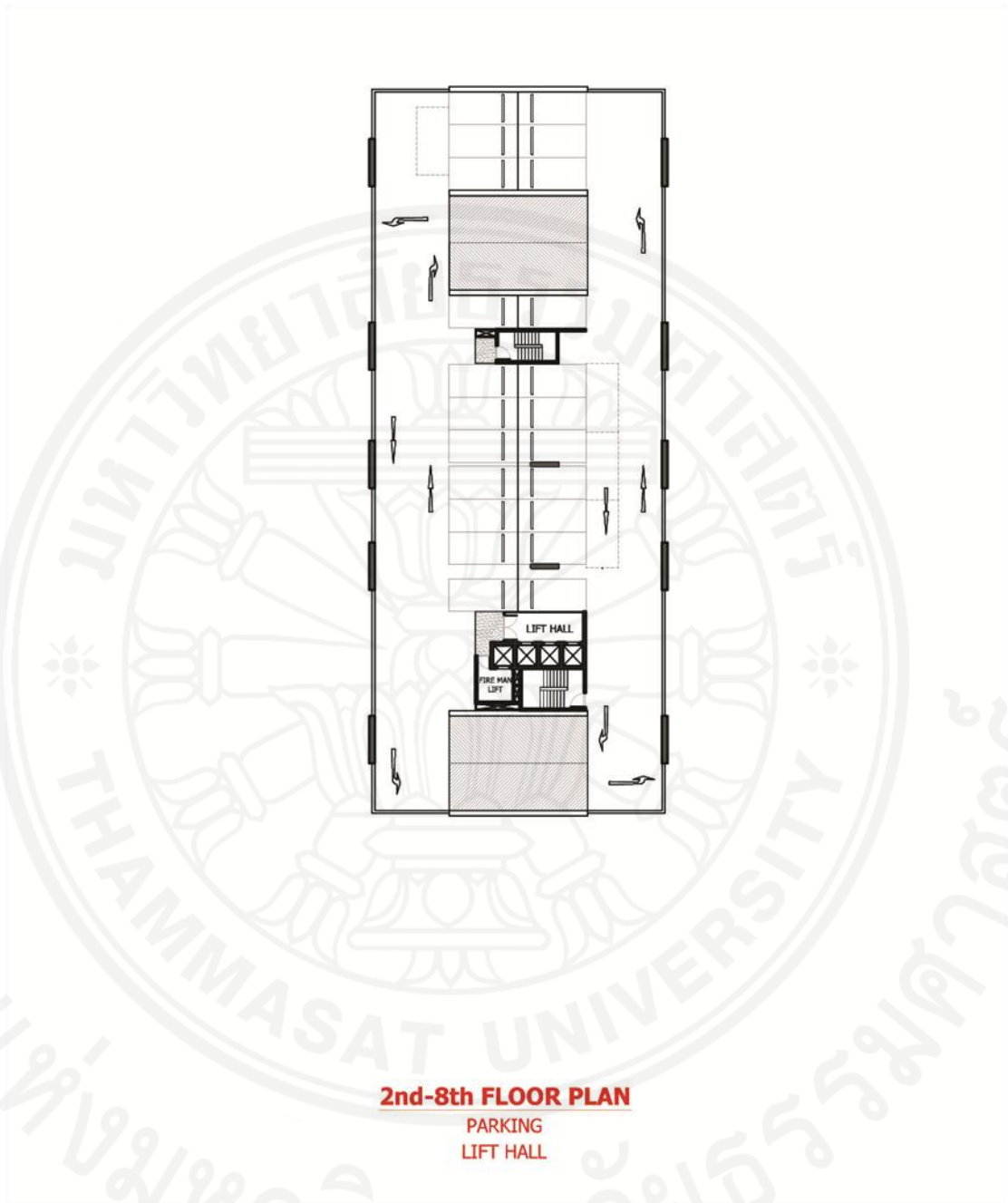
พื้นห้อง	Engineering Wood
ฝ้าเพดาน	ยิปซัมบอร์ดฉาบรอยต่อเรียบทาสี โครมเคล้าเหล็ก
ผนัง	อิฐมวลเบาทาสีเรียบ 10 และ 15 เซนติเมตร
ประตู	ประตูไม้จริง
หน้าต่าง	กระจกนิรภัย แบบบานกระทุ้งพร้อมตัดแสงหนา 7 มิลลิเมตร
พื้นห้องน้ำ	พื้นกระเบื้อง 60x20
ผนังห้องน้ำ	กระเบื้องพร้อมกระจกนิรภัย
สุขภัณฑ์	ชุดสุขภัณฑ์ของ Villeroy&Boch , Hansgrohe (Germany) of Hans หรือ เทียบเท่า
ชุดครัว	ชุดครัวของ ARCLINEA , POGGENPOHL หรือ เทียบเท่า
งานระบบ	ระบบไฟฟ้า ระบบอินเทอร์เน็ต ระบบประปา ระบบโทรศัพท์ ระบบบำบัดระบบความปลอดภัยต่างๆ
ตกแต่งแบบ	Fully-fitted



ภาพที่ 5.3 ภาพตัดด้านข้างอาคาร



ภาพที่ 5.4 ภาพบริเวณ Lobby



ภาพที่ 5.5 ภาพบริเวณ ลานจอดรถ



9th FLOOR PLAN

SWIMMING POOL

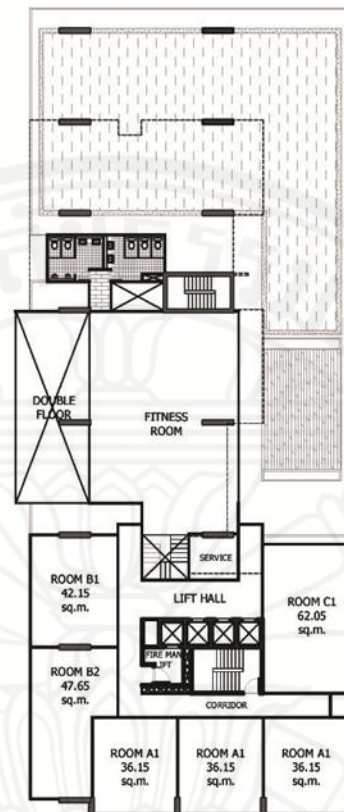
LIBRARY & MEETING ROOM

STREAM

JACUZZI

RESIDENTIAL

ภาพที่ 5.6 ภาพบริเวณ ส่วนกลางชั้น 9



10th FLOOR PLAN

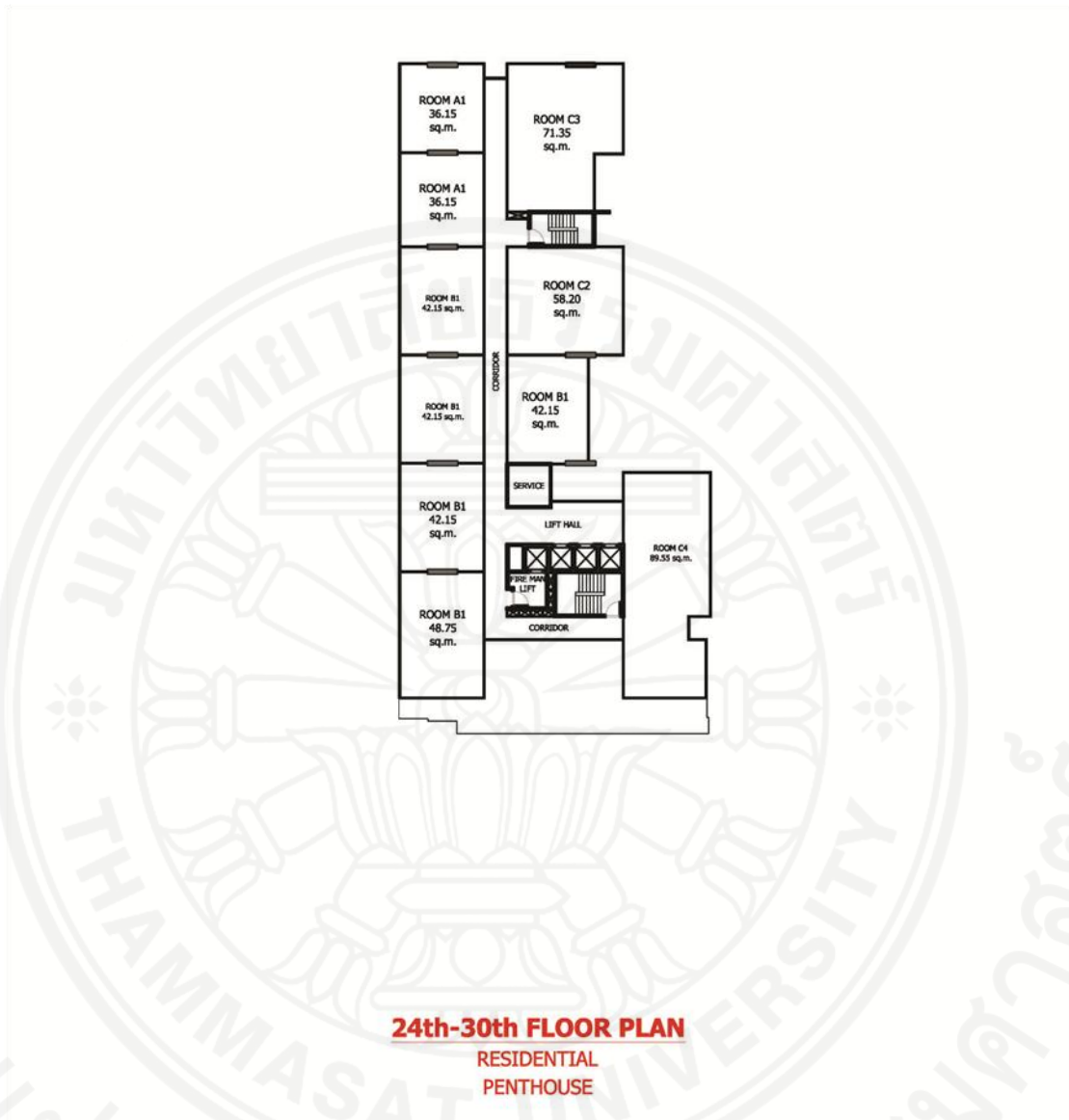
FITNESS
RESIDENTIAL

ภาพที่ 5.7 ภาพบริเวณ ส่วนกลางชั้น 10



11th-23rd FLOOR PLAN
RESIDENTIAL

ภาพที่ 5.8 ภาพบริเวณที่อยู่อาศัยชั้น 11-23



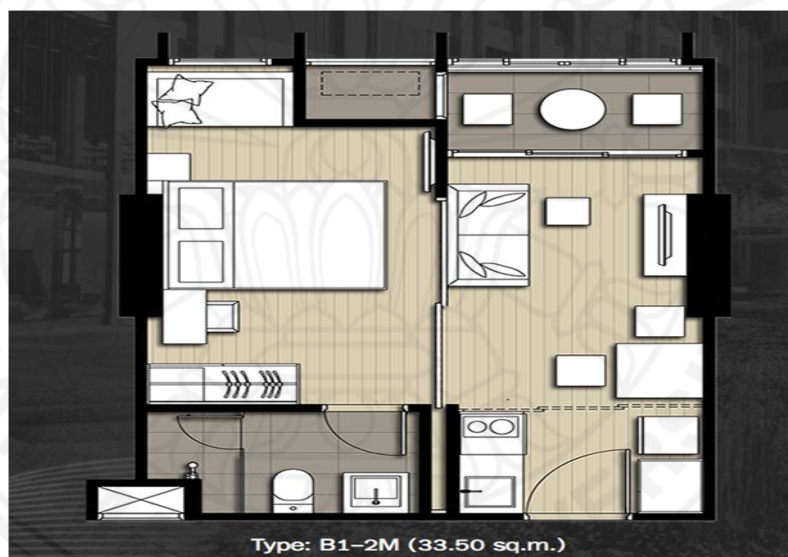
ภาพที่ 5.9 ภาพบริเวณที่อยู่อาศัยชั้น 24-30

ประเภทของห้องพัก

โดยจะมีขนาดและประเภทดังตารางสรุปดังต่อไปนี้

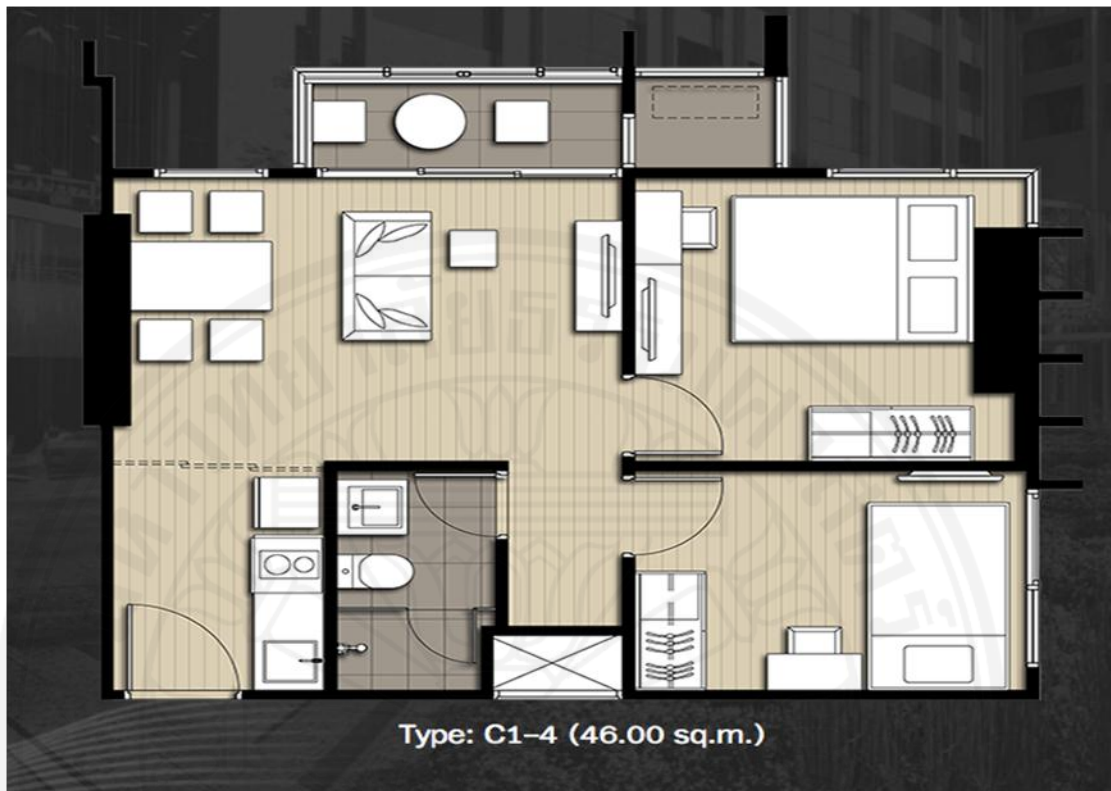
ตารางที่ 5.2 สรุปสัดส่วนห้องพัก

ประเภท	ขนาด	จำนวนยูนิต	สัดส่วนต่อยูนิตทั้งหมด
A 1BR	36.15	83	35%
B 1+1 BR	42-49	99	41%
C 2 BR	58-71	52	22%
D 3 BR	90	6	3%
รวม		240	100%



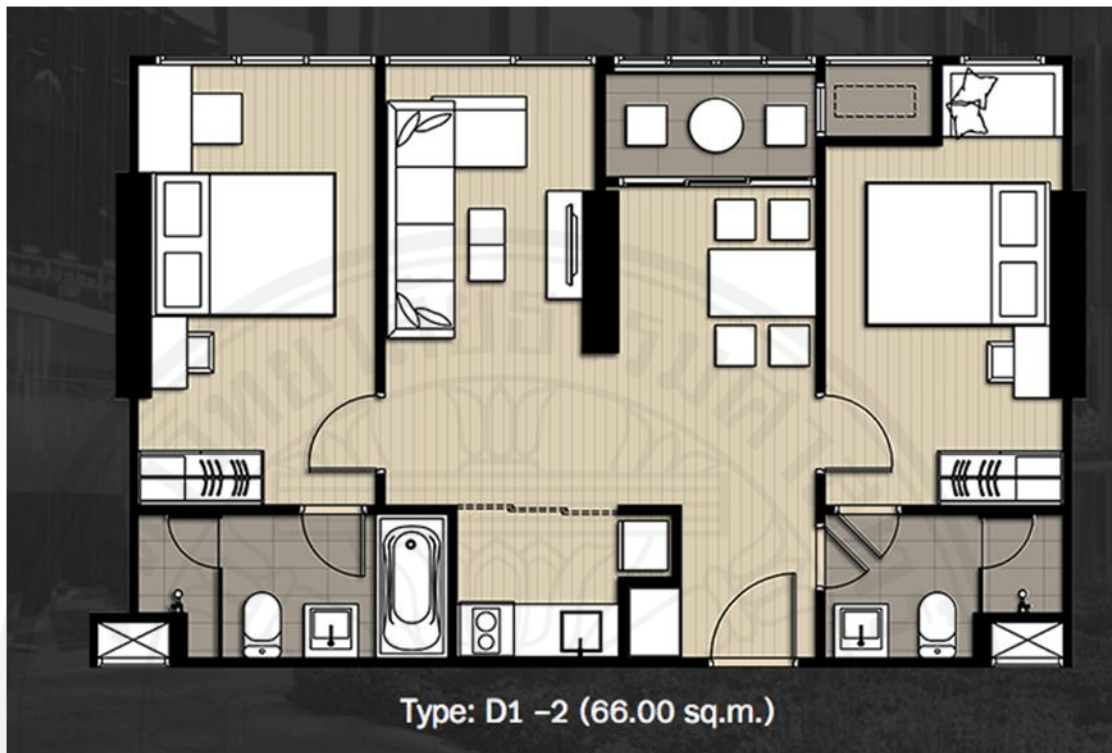
ภาพที่ 5.10 ห้องพักประเภท A จำนวน 1ห้องนอน พื้นที่ 36.15 ตารางเมตร

จะเป็นห้องพักที่มีขนาดกระทัดรัดที่สุดในโครงการ โดยจะเน้นให้ใช้พื้นที่ให้เกิดประโยชน์มากที่สุด โดยจะมีการใช้งานร่วมกันระหว่างห้องนั่งเล่นและโต๊ะรับประทานอาหาร รวมถึงการใช้ประตูบานสไลด์เข้ามาเพื่อเพิ่มการประหยัดพื้นที่ อีกทั้งหากต้องการเชื่อมห้องนอนกับห้องนั่งเล่นก็สามารถทำได้ง่ายตาย โดยที่ราคาห้องจะเริ่มที่ประมาณ 8 ล้านบาท เหมาะสำหรับกลุ่มลูกค้าที่อาศัยอยู่ประมาณ 1-2 ท่านเนื่องจากพื้นที่มีขนาดค่อนข้างกระทัดรัด



ภาพที่ 5.11 ห้องพักประเภท B จำนวน 1+1 ห้องนอน พื้นที่ 42-49 ตารางเมตร

จะเป็นที่มีห้องขนาดใหญ่กว่า ประเภทที่ 1 อยู่พอสมควร ในอดีตอาจเป็นห้อง 1 ห้องนอน เพียงอย่างเดียว แต่ในปัจจุบันการได้มีการใช้พื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น จากการที่เฟอร์นิเจอร์ต่างๆถูกออกแบบมาให้สอดคล้องกับการใช้พื้นที่ที่จำกัด ฉะนั้นในปัจจุบันห้องประเภทนี้จึงสามารถแบ่ง ได้เป็น 1+1 ในความหมายก็คือ จะมีห้องอเนกประสงค์เพิ่มขึ้นมาอีก 1 ห้อง โดยอาจจะใช้เป็นห้องทำงาน หรือ ห้องนอนเตียงเดี่ยว ก็แล้วแต่ความต้องการของผู้อยู่อาศัย โดยราคาอยู่ที่ประมาณ 9.5 ล้านบาท เหมาะสมกับลูกค้า 1-2 ท่าน ที่อาจจะต้องการความสะดวกสบายมากขึ้น หรือต้องการความเป็นส่วนตัวในบางโอกาส รวมครอบครัวเล็กที่อาจมีเด็กเล็กในบ้าน 1 คน ก็จะสามารถมีห้องเป็นสัดส่วนและเป็นส่วนตัวได้



ภาพที่ 5.12 ห้องพักประเภท C จำนวน 2 ห้องนอน พื้นที่ 58-71 ตารางเมตร

โดยห้องประเภทนี้จะเป็นห้องประเภทสองห้องนอน 2 ห้องน้ำ โดยจะมีการแบ่งโซนการใช้งานที่ค่อนข้างชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นส่วนครัว ห้องรับแขก และ ห้องรับประทานอาหารที่จะแยกจากกันค่อนข้างชัดเจน โดยห้องนอนใหญ่จะห้องน้ำในตัว เพื่อความเป็นส่วนตัว โดยห้องประเภทนี้จะมีพื้นที่โล่งพอสมควร เหมาะสำหรับครอบครัวที่มี สมาชิกสามท่านขึ้นไป ที่ต้องการเป็นระเบียบและพื้นที่ใช้สอยที่มากพอสมควร

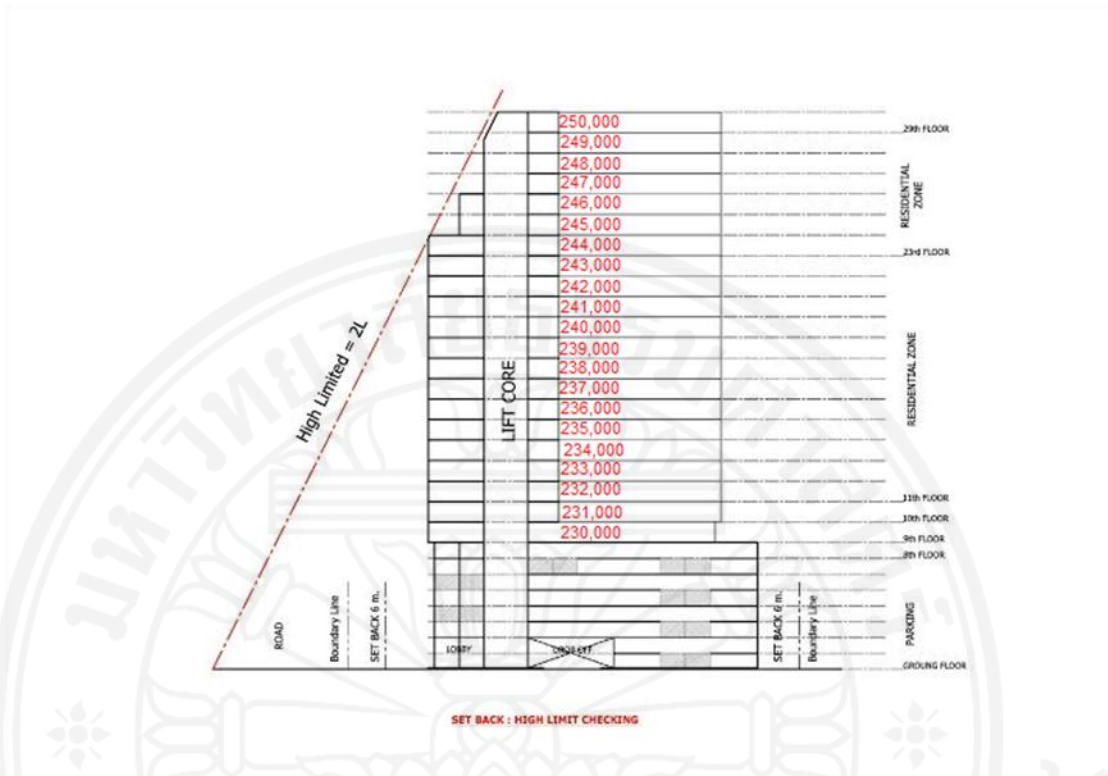


ภาพที่ 5.13 ห้องพักประเภท D จำนวน 3 ห้องนอน พื้นที่ประมาณ 90 ตารางเมตร

โดยจะเป็นห้องที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในโครงการ โดยจะมีจำนวนทั้งหมดเพียง 6 ห้อง โดยจะมี 3 ห้องนอน 2 ห้องน้ำ ซึ่งจะมีตั้งแต่ 24 ขึ้นไป โดยจะสามารถได้ 270 งบฯ เนื่องจากรอบด้านจะไม่มีห้องพักยูนิตอื่นมาบังทัศนียภาพ เหมาะสำหรับ ครอบครัวขนาด 4 คนขึ้นไป ที่ต้องการพื้นที่ใช้สอยพอเพียงต่อความต้องการส่วนตัวของแต่ละบุคคลของสมาชิกภายในบ้าน

5.6.2 Pricing Strategy

จะทำการตั้งราคาโดยใช้วิธี Cost Base โดยการนำต้นทุนมาบวกกับค่า K Factor และปรับควบคู่กับช่วงราคาตลาดเป็นราคาขายของโครงการ จากนั้นนำมาหารราคาเฉลี่ยต่อตารางเมตร โดยราคาเริ่มต้นจะอยู่ที่ชั้น 9 ซึ่งเป็นชั้นล่างสุดของส่วนที่อยู่อาศัย จากนั้นจะทำการปรับขึ้นตามลำดับชั้น โดยราคาจะปรับขึ้น ชั้นละ 1000 บาท ต่อ ตารางเมตร โดยจะมีผังราคาในแต่ละชั้นดังต่อไปนี้



ภาพที่ 5.14 ภาพแสดงราคาต่อตารางเมตรแยกตามชั้น

โดยราคาเริ่มต้นอยู่ที่ 8 ล้านบาทขึ้นไปจนถึง 22 ล้านบาท สำหรับห้องในส่วนที่ราคาสูงที่สุด ส่วนด้านกลยุทธ์การปรับราคาตามช่วงเวลา อาจพิจารณาจากยอดขายจริงว่าตรงตามแผนหรือไม่ หากมียอดขายที่มากกว่าที่วางแผนก็อาจจะนำกลยุทธ์การปรับราคาขึ้น มาเพื่อให้เกิดการทำกำไรสูงสุด และอีกทั้งยังจะส่งผลกระทบต่อผู้ที่ซื้อโครงการในช่วงต้นไป

5.6.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการประชาสัมพันธ์ (Place Strategy)

- สำนักงานขายหน้าโครงการ โดยจะจัดแสดงห้องตัวอย่าง เพื่อให้ลูกค้าที่เข้าชมภายในสำนักงานขายได้สัมผัสถึงบรรยากาศเสมือนจริง และแวะชมวัสดุตกแต่งคุณภาพสูงที่เป็นชนิดเดียวกันหรือระดับเดียวกันกับตัวโครงการจริง เพื่อสร้างความดึงดูดใจและเร่งการตัดสินใจซื้อ
- บูธโครงการ ประกอบด้วย การออกบูธช่วง Grand Opening ซึ่งจะจัด ณ สำนักงานขาย เนื่องจากโครงการตั้งอยู่ในทำเลศักยภาพใจกลางเมืองและสะดวกต่อการเดินทางอยู่แล้ว อีกทั้ง ยังช่วยประหยัดต้นทุนค่าเช่าพื้นที่และกระตุ้นการรับรู้ด้านทำเลที่ตั้งโครงการต่อผู้ที่สนใจหรือลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย และช่วงหลัง Grand Opening การออกบูธจะพิจารณาจัดตามงานวาระโอกาสและสถานที่ต่างๆ ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ อาทิ งานมหกรรมบ้านและคอนโด, งาน

มหรธรมบ้านและสวน และการเช่าพื้นที่ตามศูนย์การค้าชั้นนำ อย่างเช่น ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ เป็นต้น

- เว็บไซต์โครงการ โดยจะเพิ่มช่องทางการจองผ่าน Home Website(สำหรับยูนิตบางส่วน) เพื่ออำนวยความสะดวกและเพิ่มโอกาสสำหรับผู้ที่ไม่สามารถเดินทางไปจองด้วยตัวเองที่บูธโครงการหรือสำนักงานขายได้ โดยลูกค้าจะได้รับรหัสการจองเพื่อชำระเงินตามช่องทางที่โครงการจัดไว้ให้ อาทิ ตู้ ATM หรือเคาน์เตอร์ธนาคารต่างๆ เป็นต้น นอกจากนี้ ลูกค้าที่สนใจในตัวโครงการยังสามารถเข้าสู่ข้อมูลรายละเอียดโครงการ ไม่ว่าจะเป็น รูปภาพ แพนผังและแนวคิดโครงการ แพลนห้อง สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการ ตลอดจน ความคืบหน้าของงานก่อสร้างผ่านทางหน้าเว็บไซต์ ได้อีกด้วย

5.6.4 กลยุทธ์ด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy)

เนื่องจากผู้ประกอบการยังเป็นรายใหม่และยังไม่มีชื่อเสียงมากนัก ดังนั้น เพื่อกระตุ้นการรับรู้ สร้างความเชื่อมั่นต่อแบรนด์ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของโครงการ ทางผู้จัดทำจึงวางแผนลงทุนด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาดคิดเป็นประมาณ 3% ของมูลค่ายอดขายทั้งหมดที่คาดว่าจะได้รับ โดยมุ่งเน้นช่องทางสื่อสารไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้มากที่สุดภายใต้งบประมาณที่มีอยู่อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความสนใจในตัวโครงการ นำไปสู่การเข้ามาเยี่ยมชมโครงการ และการตัดสินใจซื้อในที่สุด ทั้งนี้ โครงการได้ออกแบบแผนส่งเสริมทางการตลาดไว้หลากหลายช่องทาง ประกอบด้วย

- การโฆษณา (Advertising) และประชาสัมพันธ์ (Public Relation) ประกอบด้วย
 - ป้าย Billboardขนาดใหญ่ที่สามารถพบเห็นได้จากหน้าโครงการและในบริเวณใกล้เคียง
 - ป้าย Digital Billboardทั่วกรุงเทพฯ เพื่อสร้างการรับรู้ของโครงการให้ครอบคลุมพื้นที่บริเวณอื่นๆ
 - รายการวิทยุ (Spot Radio)
 - สื่อออนไลน์: Home Website, GDN, SEO และ Social Network อาทิ Facebook, Youtube, LINE และ Website อื่นๆที่เกี่ยวกับการซื้อขายบ้านและคอนโด เช่น Think of Living, DDproperty และ Prakard
 - การแจกแผ่นพับ (Leaflet) และแผ่นข้อมูลรายละเอียดโครงการ (Brochure)
 - สื่อหนังสือพิมพ์
 - สื่อนิตยสาร (Magazine) ได้แก่ บ้านและสวน, Home Buyer Guide

- การตลาดโดยตรง (Direct Marketing)

การแจ้งข่าวสารโครงการผ่านทางอีเมลล์ และ SMS โดยอาศัยฐานข้อมูลลูกค้าของธนาคารที่เป็นพาร์ทเนอร์กับทางโครงการ และข้อมูลกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เก็บรวบรวมจากการออกบูธโครงการตามวาระโอกาสต่างๆ

- การจัดกิจกรรมพิเศษ (Event Marketing)

- การจัดบูธงาน Grand Opening และตามวาระพิเศษ อาทิ งานมหกรรมบ้านและคอนโด งานมหกรรมบ้านและสวนแฟร์ และการออกบูธตามศูนย์การค้าชั้นนำต่างๆ เป็นต้น
- แคมเปญกิจกรรมการตลาดเพื่อให้ลูกค้าและบุคคลทั่วไปได้ร่วมสนุกผ่านสื่อออนไลน์ที่ทางโครงการจัดทำขึ้น
- กิจกรรมThankYou Party หลังการขายสำหรับลูกค้าที่ได้จองและทำสัญญาซื้อ

- การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion)

- กิจกรรม LuckyDraw สำหรับผู้ที่จองและทำสัญญากับทางโครงการภายในระยะเวลาที่กำหนด
- บัตรกำนัลเงินสด (Gift Voucher) สามารถนำมาเป็นส่วนลดเงินสดได้ทันทีเมื่อมาทำสัญญาซื้อขาย หรือ นำไปแลกซื้อเฟอร์นิเจอร์กับทางพาร์ทเนอร์ของโครงการได้ในราคาพิเศษ

5.7 แผนการตลาด (Marketing Plan)

ช่วงแรกของการเปิดตัวโครงการและผู้ประกอบการ (ช่วงระยะ m3-m8) ซึ่งเป็นระยะเวลา 6 เดือนนับตั้งแต่เปิดตัวโครงการอย่างไม่เป็นทางการ (Soft Launch) ทางโครงการต้องการกระตุ้นการรับรู้ สร้างความเชื่อมั่น และภาพลักษณ์ที่ดีต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้มากที่สุด จึงจะมุ่งเน้นการโฆษณาและประชาสัมพันธ์อย่างมาก ผ่านสื่อหลากหลายช่องทาง ทั้งสื่อบิลบอร์ด หนังสือพิมพ์ รายการวิทยุ นิตยสาร สื่อออนไลน์ รวมถึงการจัดบูธกิจกรรมตามสถานที่ต่างๆ โดยทางโครงการคาดหวังยอดขาย 60% จากช่วงเปิดตัวนี้

ทั้งนี้ ทางผู้จัดทำวางแผนที่จะปิดการขาย 100% ภายในระยะเวลา 24 เดือนหลังจากเปิดตัวครั้งแรก (m24) เนื่องจากเล็งเห็นว่า โครงการมีศักยภาพด้วยทำเลและความคุ้มค่าด้านคุณภาพ เมื่อเทียบระดับราคาใกล้เคียงกันกับคู่แข่งภายในพื้นที่ ทางโครงการวางแผนจะมีการโฆษณาตามสื่อต่างๆ โดยเน้นสื่อที่เข้าถึงผู้บริโภคส่วนใหญ่ (Mass Marketing) อีกครั้ง อย่างสื่อหนังสือพิมพ์ รายการวิทยุ และนิตยสารเกี่ยวกับบ้านและคอนโด เพื่อต่อยอดถึงการมีอยู่ของแบรนด์อย่างต่อเนื่อง สร้างการจดจำ และความเชื่อมั่นในการดำเนินงานแก่ผู้ที่จองและได้ทำสัญญาจะซื้อจะขายกับทางโครงการไปในช่วงก่อนหน้า ตลอดจนเพื่อกระตุ้นยอดซื้อสำหรับยูนิตที่ยังเหลือขายอยู่ ณ ขณะนั้น

ช่วงอัดแคมเปญการตลาดช่วงสุดท้ายระยะ m26-m31 คือ ช่วงก่อนโอนและโอนกรรมสิทธิ์ เป็นช่วงสำคัญมากต่อความสำเร็จของโครงการ ซึ่งทางโครงการต้องกระตุ้นให้ลูกค้าที่ได้ทำสัญญาซื้อขายและผ่อนดาวน์แล้ว อยากเข้ามาตรวจรับห้องและโอนกรรมสิทธิ์ห้องชุด ดังนั้น จึงต้องมีการประชาสัมพันธ์ ติดต่อให้ทางลูกค้ารับทราบ และสร้างความมั่นใจในแบรนด์และผลงานให้แก่ลูกค้า เพื่อต่อยอดให้กลุ่มลูกค้าที่ได้ทำสัญญาซื้อไปมีการตัดสินใจโอนที่รวดเร็วและชัดเจนยิ่งขึ้น ตลอดจนการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดหลังการขาย อาทิ กิจกรรม Thank You Party เพื่อสร้างสัมพันธ์ภาพอันดีระหว่างกลุ่มลูกค้าและโครงการต่อไปในระยะยาว

- สำนักงานขายหน้าโครงการ : พื้นที่ทั้งหมด 150 ตร.ม. ประกอบด้วย สำนักงานขาย และห้องตัวอย่างประเภท 1 ห้องนอนแบบ A1 ขนาด 36.15 ตารางเมตร และ 2 ห้องนอนแบบ B2 ขนาด 47.65 ตารางเมตร โดยมีต้นทุนรวมก่อสร้างและตกแต่งเฉลี่ยทั้งสำนักงานอยู่ที่ 30,000 บาทต่อตารางเมตร
วัตถุประสงค์: เพื่อจัดแสดงห้องตัวอย่างเพื่อให้ลูกค้าที่เข้าชมภายในสำนักงานได้รับรู้ถึงบรรยากาศคร่าวๆ รวมถึงใช้วัสดุตกแต่งคุณภาพสูงที่เป็นชนิดใกล้เคียงกับตัวโครงการจริง
- Bill Board ขนาดใหญ่ : หน้าโครงการและทางขึ้นทางด่วนเพลินจิต รวมจำนวน 2 บ้าย
วัตถุประสงค์: เพื่อประชาสัมพันธ์และสร้างจุดสังเกตของที่ตั้งโครงการแก่ผู้พบเห็น โดยเน้นไปที่กลุ่มลูกค้าที่อาศัยอยู่ใกล้ หรือ ทำงาน หรือ กลุ่มผู้ที่เดินทางบนเส้นทางคมนาคมหลักสามารถพบเห็นและจดจำชื่อโฆษณานี้ได้ทางStreet View สร้างความสนใจให้เข้ามาเยี่ยมชม
- Digital Billboard : แพ็คเกจของ PLANB ประกอบด้วย Digital Billboard ประมาณ 60 แห่งทั่วกรุงเทพฯ
วัตถุประสงค์: เพื่อประชาสัมพันธ์ สร้างการรับรู้ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของโครงการให้ครอบคลุมพื้นที่บริเวณอื่นๆทั่วกรุงเทพฯ นอกเหนือจากบริเวณใกล้เคียงที่ตั้งโครงการ โดยจะให้รายละเอียดเกี่ยวกับโครงการ อาทิ ที่ตั้งโครงการ ระยะเวลาของกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ช่องทางการติดต่อ เป็นต้น
- หนังสือพิมพ์ : ฐานเศรษฐกิจ และ/หรือ ประชาชาติธุรกิจ และ/หรือ กรุงเทพธุรกิจ รวมจำนวน 2 ฉบับ
วัตถุประสงค์: เพื่อประชาสัมพันธ์และสร้างการรับรู้ผ่านหนังสือพิมพ์ที่มีผู้อ่านเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของโครงการ
- นิตยสารเกี่ยวกับบ้านและคอนโด : บ้านและสวน และ Home Buyer Guide รวมจำนวน 2 ฉบับ
วัตถุประสงค์: เพื่อสร้างการรับรู้ที่ดีต่อตัวโครงการเนื่องจากผู้อ่านเป็นผู้ที่มีความสนใจในด้านที่อยู่อาศัยเป็นพิเศษ อาจเป็นผู้ที่ให้คำแนะนำแก่กลุ่มลูกค้า หรือ แม้กระทั่งตัวกลุ่มลูกค้าเองก็อาจจะหาข้อมูลจากนิตยสารเหล่านี้

- Spot Radio: คลื่น A-Time และ/หรือ 93.00 คุณฟ้าเรนต์ไฮต์ และ/หรือ Green Wave รวมจำนวน 2 รายการ
วัตถุประสงค์: เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการ สร้างการรับรู้แก่กลุ่มบุคคลทั่วไปในกรุงเทพฯ โดยเน้นเป้าหมายไปยังผู้ที่ต้องเดินทางอาศัยรถส่วนตัว สามารถรับฟังสื่อวิทยุได้ระหว่างการเดินทางหรือระหว่างรอรถติด
- สื่อออนไลน์ (Online Media) : Home Website, GDN, SEO, Facebook, LINE, Youtube, และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการเลือกซื้อบ้านและคอนโด (Think of Living หรือ DD Property หรือ Prakard)
วัตถุประสงค์: เพราะในปัจจุบันพฤติกรรมของผู้ซื้อจะศึกษาข้อมูลผ่านทางอินเทอร์เน็ตก่อนจะลงลึกในข้อมูลของโครงการที่ให้ความสนใจต่อไป นอกจากนี้ สื่อออนไลน์ยังสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้จำนวนมาก และสามารถสื่อสารได้ 2 ทางระหว่างผู้พัฒนาโครงการและผู้บริโภค ช่วยสร้างกระแสต่อโครงการแบบปากต่อปาก เป็นช่องทางให้โครงการสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นและทัศนคติของลูกค้าต่อโครงการ ตลอดจนตอบคำถามจากบุคคลภายนอก ทั้งที่เป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและบุคคลทั่วไป เพื่อที่จะนำมาเป็นแนวทางสำหรับการพัฒนาปรับปรุงโครงการต่อไปในอนาคต
- กิจกรรมเปิดตัวโครงการ (Grand Opening) : ณ สำนักงานขาย จำนวน 1 ครั้ง
วัตถุประสงค์: เปิดตัวโครงการอย่างเป็นทางการและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชน เพื่อสร้างการรับรู้ สร้างความสัมพันธ์อันดีกับสื่อ และต่อยอดภาพลักษณ์ที่ดีของผู้ประกอบการในวงกว้าง ตลอดจน กระตุ้นการรับรู้ด้านทำเลที่ตั้งโครงการต่อผู้ที่สนใจหรือลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย
- จัดบูธกิจกรรมพิเศษ (Event Marketing) : งานมหกรรมบ้านและคอนโด, มหกรรมบ้านและสวนแฟร์ และ อีเวนท์ตามศูนย์การค้าชั้นนำต่างๆ เช่น Central World เป็นต้น รวมจำนวนทั้งสิ้น 5 ครั้ง
วัตถุประสงค์: ออกบูธกิจกรรมพิเศษ (Event Marketing) เพื่อสร้างการรับรู้ต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและบุคคลทั่วไป เพื่อเป็นช่องทางนำเสนอที่กลุ่มลูกค้าได้สัมผัสถึงธีมของโครงการ และข้อมูลต่างๆ ได้ดียิ่งขึ้น ดึงดูดให้เกิดความสนใจเข้าเยี่ยมชมโครงการจริง ตลอดจนกระตุ้นความต้องการซื้อของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

- แคมเปญกิจกรรมการตลาดบนสื่อออนไลน์ (Online Campaign) : ภายใต้งบประมาณ 100,000 บาทต่อเดือน รวมเป็นระยะเวลา 29 เดือน
วัตถุประสงค์: เพื่อสร้างการรับรู้และการมีส่วนร่วมของผู้ที่สนใจตัวโครงการ ตลอดจนให้ลูกค้าทั่วไปไปร่วมสนุก เพื่อก่อให้เกิดการติดตามความเคลื่อนไหวต่างๆของโครงการและผู้ประกอบการผ่านสื่อออนไลน์ต่อไป
- แจกแผ่นพับ (Leaflet) : จำนวน 4,000 แผ่น
วัตถุประสงค์: เพื่อสร้างการรับรู้โครงการต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ตลอดจนบุคคลทั่วไป โดยแผ่นพับจะประกอบด้วยรายละเอียดโครงการ อาทิ ที่ตั้งทรัพย์สิน รูปภาพ ช่องทางติดต่อ และรายละเอียดอื่นคร่าวๆ เป็นต้น ซึ่งจะกำหนดจุดแจกภายนอกโครงการในบริเวณที่คาดว่าจะสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้มากที่สุด
- แจกโบรชัวร์ (Brochure) : โบรชัวร์สี ขนาด A4 จำนวน 1,000 ฉบับ และ ขนาดครึ่ง A4 จำนวน 2,500 ฉบับ
วัตถุประสงค์: เพื่อมอบให้แก่ผู้ที่เข้าเยี่ยมชมโครงการที่สำนักงานขายและที่บูธกิจกรรมพิเศษ ทั้งที่เป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและบุคคลทั่วไป สำหรับเป็นข้อมูลรายละเอียดประกอบการตัดสินใจซื้อและเป็นการตอกย้ำภาพลักษณ์ที่ดีและความน่าเชื่อถือให้แก่โครงการ โดยภายในโบรชัวร์ จะประกอบด้วยรายละเอียดต่างๆ อาทิ รูปภาพ รายละเอียดโครงการ ผังโครงการ แปลนห้อง และใบเสนอราคาเบื้องต้น เป็นต้น
- Direct Marketing : การส่ง Email รวมจำนวน 3,000 ฉบับ และ SMS รวมจำนวน 3,000 ข้อความ
วัตถุประสงค์: เพื่อประชาสัมพันธ์และแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับโครงการไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยอาศัยฐานข้อมูลลูกค้าของธนาคารที่เป็นพาร์ทเนอร์กับทางโครงการ และข้อมูลกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เก็บรวบรวมจากการออกบูธโครงการตามวาระโอกาสต่างๆ
- กิจกรรมการตลาด Lucky Draw: จำนวน 240 หน่วย (สำหรับผู้ที่จองซื้อและจะได้รับของสมนาคุณหลังจากทำสัญญาซื้อขายแล้วเท่านั้น)
วัตถุประสงค์: เพื่อกระตุ้นการตัดสินใจซื้อและให้รางวัลแก่ลูกค้าที่จองซื้อโครงการ โดยของรางวัลจะได้มอบให้แก่ลูกค้าภายหลังจากทำสัญญาจะซื้อจะขายเรียบร้อยแล้ว

- บัตรกำนัลเงินสด (Gift Voucher) : จำนวน 240 หน่วย (สำหรับผู้ที่จองซื้อและรับบัตรกำนัลหลังจากทำสัญญาซื้อขายแล้วเท่านั้น)
วัตถุประสงค์: เพื่อเร่งการตัดสินใจซื้อของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยผู้ที่ได้รับ Voucher จะสามารถนำมาเป็นส่วนลดเงินสดได้ทันทีเมื่อมาทำสัญญาซื้อขาย หรือ นำไปแลกซื้อเฟอร์นิเจอร์เกรดเอ กับทางพาร์ทเนอร์ของโครงการได้ในราคาพิเศษ
- กิจกรรม Thank You Party : จำนวน 2 ครั้ง (หลังโอนกรรมสิทธิ์)
วัตถุประสงค์: เพื่อสร้างภาพลักษณ์อันดีต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย แสดงถึงความเอาใจใส่ต่อลูกค้าที่ซื้อโครงการ และเปิดโอกาสให้ลูกค้าของโครงการได้เข้ามาพบปะและรู้จักกัน อันจะนำไปสู่ความสัมพันธ์อันดีต่อทางโครงการในระยะยาว และกระตุ้นให้เกิดการโอนกรรมสิทธิ์ห้องชุดเพื่อเข้ามาพักอาศัยในที่สุด

5.8 การบริหารงานก่อสร้าง

เพื่อความชัดเจนและจะได้สอดคล้องกับแผนทางการตลาดและการวางแผนทางการเงิน ผู้จัดทำจึงวางได้วางแผนการบริหารงานก่อสร้าง โดยจะมีระยะเวลาทั้งหมดประมาณ 2 ปี โดยแบ่งออกได้เป็น 3 ส่วน ดังนี้

การบริหารโครงการก่อนการก่อสร้าง

- การออกแบบโครงการ
- ตรวจสอบแบบโครงการ
- ขอบอนุญาตก่อสร้าง
- ขออนุญาต EIA
- การจัดหาผู้รับเหมา

การบริหารโครงการช่วงการก่อสร้าง

- โครงสร้างของตัวอาคาร
- งานเสาเข็มและฐานราก
- งานโครงสร้าง

- งานสถาปัตยกรรม
- งานระบบอาคาร
- งานตกแต่งภายนอก
- งานภายนอกอาคาร ประกอบด้วย
- งานสาธารณูปโภค
- งานถนนและที่จอดรถ
- งาน Landscape
- งานตรวจสอบและรับมอบงาน
- ขออนุมัติเปิดใช้อาคาร
- การเปิดทดลองระบบทั้งหมด
- ตรวจสอบและแก้ไขงานที่บกพร่องต่างๆ
- ส่งเอกสาร คู่มือ แบบที่ใช้ก่อสร้างจริง
- ตรวจสอบงาน
- ส่งมอบงานอาคาร

การบริหารโครงการช่วงหลังการก่อสร้าง

- หลังจากงานก่อสร้างเสร็จสิ้นเรียบร้อยแล้ว จะเป็นช่วงรับประกันงานก่อสร้าง จากผู้รับเหมา คือจะมีการเข้ามาแก้ไขงานในกรณีที่พบข้อผิดพลาดต่างๆภายในโครงการ โดยปกติจะระยะเวลาทั้งสิ้น 1 ปีก่อนที่ทางผู้รับเหมาจะได้รับเงินประกันคืนจากทางโครงการ

บทที่ 6

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน

6.1 สมมติฐานในการจัดทำประมาณการกระแสเงินสด

6.1.1 ด้านรายรับของโครงการ

- จำนวนยูนิตทั้งหมดเท่ากับ 240 ยูนิต
- ห้องชุดของโครงการแบ่งได้เป็น 6 แบบ (1ห้องนอน A1, 1ห้องนอน B1, 1 ห้องนอน B2, 1ห้องนอน B3, 2ห้องนอน C1, 2ห้องนอน C2, 2ห้องนอน C3, 3ห้องนอน D1)
- ราคาขายเฉลี่ยต่อตารางเมตรเท่ากับ 241,622 บาท
- พื้นที่ขายของโครงการทั้งหมดเท่ากับ 11,163ตารางเมตร
- มูลค่าขายทั้งหมดของโครงการเท่ากับ 2,697,188,950 บาท
- เงื่อนไขการรับชำระเงิน
 - 1.เงินจอง 50,000 บาท
 - 2.เงินทำสัญญา 5% ของมูลค่าขาย (หักส่วนเงินจอง)
 - 3.เงินดาวน์ 20% ของมูลค่าขาย (หักเงินจองและเงินทำสัญญา) แบ่งชำระเท่ากันทุกงวด (จำนวนงวดคำนวณได้จากระยะเวลาที่เหลือจากเดือนทำสัญญาถึงเดือน ที่ก่อสร้างอาคารเสร็จ โดยตั้งเป้าปิดการขายภายในระยะเวลา 24เดือนนับจากช่วงเปิดตัว (Presale) จำนวนงวดดาวน์น้อยที่สุดเท่ากับ 4 งวด)
 - 4.เงินงวดสุดท้าย 80% ของมูลค่าขาย ชำระเมื่อโอนกรรมสิทธิ์

ตารางที่ 6.1 ตารางแสดงสมมติฐานด้านรายรับศักยภาพของโครงการ

ประเภทห้องและราคา	จำนวนยูนิตรวม	พื้นที่ขายเฉลี่ย (ต่อยูนิต)	ราคาขายเฉลี่ย/ ตร.ม.	พื้นที่ขายรวม (ตร.ม.)	ราคาขายเฉลี่ย (ต่อยูนิต)	ราคาขายทั้งโครงการ
1 ห้องนอน A1	83	36.2	241,622	3,000	8,734,631	724,974,409
1 ห้องนอน B1	78	42.2	241,622	3,288	10,184,363	794,380,298
1 ห้องนอน B2	15	47.7	241,622	715	11,513,283	172,699,248
1 ห้องนอน B3	6	48.8	241,622	293	11,779,067	70,674,404
2 ห้องนอน C1	14	62.1	241,622	869	14,992,638	209,896,939
2 ห้องนอน C2	19	58.2	241,622	1,106	14,062,394	267,185,489
2 ห้องนอน C3	19	71.4	241,622	1,356	17,239,722	327,554,719
3 ห้องนอน D1	6	89.6	241,622	537	21,637,241	129,823,443
รวม	240	46.5	241,622	11,163	11,238,287	2,697,188,950

6.1.2 ด้านรายจ่ายของโครงการ

ต้นทุนที่ดิน (Land Cost) รวมทั้งหมด 679,948,500 บาท

- พื้นที่พัฒนาโครงการเท่ากับ 1 - 2 - 09 ไร่
- ราคาต้นทุนที่ดินต่อตารางวาเท่ากับ 1,100,000 บาท
- ค่าธรรมเนียมโอนที่ดิน 1% และค่าอากรแสตมป์ 0.5% ของต้นทุนที่ดิน

ต้นทุนค่าพัฒนาที่ดิน (Land Development Cost) รวมทั้งหมด 5,572,350 บาท

- ค่างานถมดินปรับระดับ 300,000 บาทต่อไร่
- ค่าต้นทุนด้านงานสาธารณูปโภค 2,000 บาทต่อตารางเมตร
- ค่างาน Landscape 2,000 บาทต่อตารางเมตร (พื้นที่นอกตัวอาคาร)

ต้นทุนงานก่อสร้างอาคาร(Construction Cost) รวมทั้งหมด 769,803,850 บาท

- พื้นที่ก่อสร้างรวมทั้งหมด 23,430 ตารางเมตร
- พื้นที่ขายรวม 11,163 ตารางเมตรคิดเป็นจำนวนยูนิตขาย 240 ยูนิต (Efficiency 48%)
 - พื้นที่ส่วนกลาง 5,229 ตารางเมตร
 - พื้นที่จอดรถ 7,038 ตารางเมตร จอดรถได้ 174 คันคิดเป็น 64% ของจำนวนยูนิตรวมจอดซ้อนคัน จะจอดรถได้ 230 คัน คิดเป็น 96% ของจำนวนยูนิต
 - ราคาค่าก่อสร้างเฉลี่ยทั้งอาคาร 32,856 บาทต่อตารางเมตร มาจากค่าก่อสร้างส่วนพื้นที่ขายรวมต้นทุนเฟอร์นิเจอร์และตกแต่งภายในเกรดเอ อยู่ที่ 45,000 บาทต่อตารางเมตร ค่าก่อสร้างส่วนพื้นที่ส่วนกลางรวมตกแต่งภายในเกรดเอ อยู่ที่ 35,000 บาทต่อตารางเมตร และค่าก่อสร้างส่วนพื้นที่จอดรถที่ 12,000 บาทต่อตารางเมตร(อ้างอิง ต้นทุนค่าก่อสร้างระดับบนสำหรับพื้นที่ก่อสร้างหลักจากตารางค่าก่อสร้างสมาคมฯอยู่ที่ 32,000 บาทต่อตารางเมตร และพื้นที่จอดรถที่ 11,000 บาทต่อตารางเมตร)

ต้นทุนค่าก่อสร้างนอกเหนือตัวอาคาร เช่น เครื่องออกกำลังกายและอุปกรณ์ฟิตเนส, ชุดหนังสือและอุปกรณ์ห้องสมุด, สระว่ายน้ำผู้ใหญ่และสระเด็ก และ ระบบรักษาความปลอดภัย รวมทั้งหมด 9,446,000 บาท

ค่าใช้จ่ายอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้างโครงการรวมทั้งหมด 50,488,231บาท

- ค่าใช้จ่ายในการบริหารและควบคุมงานก่อสร้างคิดเป็น 5% ของต้นทุนงานก่อสร้าง
- ค่าออกแบบอาคารคิดเป็น 3% ของต้นทุนงานก่อสร้าง
- ค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าเผื่อเหลือฉุกเฉิน ค่าธรรมเนียมการขออนุญาต ค่าธรรมเนียมขออนุญาตก่อสร้าง และ ค่าจัดทำรายงานสิ่งแวดล้อม

ค่าใช้จ่ายทางการตลาด (Marketing Expense) รวมทั้งหมด 82,110,772 บาท

ค่าใช้จ่ายสำหรับการตลาดและการขาย คิดเป็น 3.04% ของยอดขาย ประกอบด้วย ค่าจ้างและเงินเดือนพนักงาน ค่าใช้จ่ายในการขายและการตลาด ค่าคอมมิชชั่น และรวมค่าเผื่อสำรองทางการตลาด 2 ล้านบาท

ภาษีที่เกี่ยวข้อง

- ภาษีธุรกิจเฉพาะ 3.3%ของราคาขาย
- ค่าธรรมเนียมการโอน คิดเป็น 2% ของราคาขาย (จ่ายคนละครึ่งกับผู้ซื้อ หรือคิดเป็น 1% ของราคาขาย)
- ภาษีเงินได้นิติบุคคล คิดเป็น 20% ของกำไรสุทธิก่อนหักภาษี

6.1.3 ด้านโครงสร้างทางการเงินและต้นทุนเงินทุนของโครงการ

เงินทุนจากการกู้ยืมประกอบด้วย

- ต้นทุนค่าที่ดิน เบิกกู้อัตราร้อยละ 50 ของต้นทุนค่าที่ดิน
- ต้นทุนค่าพัฒนาที่ดิน เบิกกู้อัตราร้อยละ 70 ของต้นทุนค่าพัฒนา
- ต้นทุนงานก่อสร้าง เบิกกู้อัตราร้อยละ 70 ของต้นทุนงานก่อสร้าง
- การชำระคืนดอกเบี้ยเงินกู้ ชำระทุกสิ้นเดือน (ต้นทุนเงินทุนส่วนเงินกู้ยืม (K_d) คิดจาก อัตราดอกเบี้ย MLR 7% + พรีเมียมกรณีผู้ประกอบการใหม่ 1% = 8% ต่อปี)
- การชำระคืนเงินต้น พิจารณาเริ่มชำระคืนครั้งแรกในเดือนที่ 18 นับจากวันที่เริ่มโครงการจากกระแสเงินสดรับสะสมที่เข้ามาจากเงินผ่อนดาวน์ หลังจากนั้น จะทยอยชำระคืนทุกๆ 3 เดือน โดยพยายามรักษาระดับเงินทุนหมุนเวียนภายในโครงการให้มีมากกว่า 100ล้านบาทตลอด

จนกว่าจะโอน ทั้งนี้ คาดว่าจะจะชำระคืนเงินต้นและดอกเบี้ยทั้งหมดได้ภายในเดือนที่ 31 หรือเดือนที่เริ่มโอนห้องเดือนแรก ประมาณการณียอดโอนที่ 40% ของยูนิตขายทั้งหมด)

เงินทุนจากส่วนของผู้ถือหุ้นประกอบด้วย

- ต้นทุนค่าที่ดินส่วนที่เหลือ 50% ของต้นทุนค่าที่ดิน
- ต้นทุนค่าพัฒนาที่ดินส่วนที่เหลือ 30% ของต้นทุนค่าพัฒนา
- ต้นทุนงานก่อสร้างส่วนที่เหลือ 30% ของต้นทุนงานก่อสร้าง
- ต้นทุนในส่วนของการใช้จ่ายในการบริหารงานก่อสร้างและค่าออกแบบ, ค่าก่อสร้างนอกเหนือตัวอาคาร, ค่าใช้จ่ายทางการตลาด, ค่าใช้จ่ายอื่นๆภาษีที่เกี่ยวข้องและค่าธรรมเนียมการโอน
- ต้นทุนเงินทุนส่วนของผู้ถือหุ้น (K_E) เท่ากับ 11.23% ได้มาจากการคำนวณโดยวิธี

CAPM

6.2 สรุปรายละเอียดรายรับและรายจ่ายของโครงการ

6.2.1 รายละเอียดรายรับของโครงการ

โครงการมีรายรับแยกตามประเภทของเงินที่ได้รับได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 6.2 ตารางสรุปรายละเอียดรายรับของโครงการ

รายรับเฉลี่ยต่อยูนิต	จำนวนเงิน (บาท)
เงินจอง	50,000
เงินทำสัญญา	506,833
เงินดาวน์	1,690,824
เงินโอน	8,990,630
รวมรายรับศักยภาพของโครงการ	2,697,188,950

รายละเอียดรายจ่ายของโครงการ

โครงการมีรายจ่ายแยกตามประเภทต่างๆดังต่อไปนี้

ตารางที่ 6.3 ตารางสรุปรายละเอียดรายจ่ายของโครงการ

รายการ	จำนวนเงิน (บาท)
ต้นทุนค่าที่ดิน	669,900,000
ต้นทุนค่าพัฒนาที่ดิน	5,572,350
ต้นทุนงานก่อสร้าง	769,803,850
ค่าก่อสร้างนอกเหนือตัวอาคาร	9,446,000
ค่าออกแบบอาคาร	23,094,116
ค่าบริหารงานก่อสร้าง	23,094,116
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	4,300,000
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	82,110,772
ค่าเผื่อสำรองทางการตลาด	2,000,000
ภาษีธุรกิจเฉพาะ	88,562,199
ค่าธรรมเนียมการโอน	26,837,030
รวมต้นทุนโครงการทั้งหมด	1,704,720,433
ดอกเบี้ยจ่าย	74,791,882
ภาษีเงินได้นิติบุคคล	181,238,138
รวมรายจ่ายทั้งหมดของโครงการ	1,960,750,453

จากรายละเอียดตารางแสดงรายรับและรายจ่ายของโครงการเบื้องต้น จะเห็นได้ว่า บริษัทมีกำไรจากการดำเนินงานก่อนหักดอกเบี้ยจ่ายและภาษีเงินได้ (EBIT) อยู่ที่ 980,982,573 บาท ซึ่งเมื่อหักดอกเบี้ยจ่ายของโครงการออกแล้วบริษัทจะมีกำไรสุทธิก่อนหักภาษีอยู่ที่ 906,190,690 บาท ในขณะที่เมื่อหักภาษีเงินได้นิติบุคคลที่อัตรา 20% ของกำไรก่อนหักภาษีออกแล้ว บริษัทจะมีกำไรสุทธิจากโครงการนี้เท่ากับ 724,952,552 บาท หรือคิดเป็นอัตราผลตอบแทนที่ 48% ของมูลค่าเงินลงทุนทั้งหมด

6.3 โครงสร้างทางการเงินและต้นทุนเงินทุน

เนื่องจากการลงทุนพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ต้องใช้เงินลงทุนสูง (Capital Intensive) ดังนั้นนอกจากแหล่งเงินทุนจากส่วนของเจ้าของโครงการแล้ว ผู้พัฒนาจำเป็นต้องหาแหล่งเงินทุนจากภายนอก เพิ่มเติมให้เพียงพอกับมูลค่าการลงทุนทั้งหมด ซึ่งโดยทั่วไปจะดำเนินการกู้ยืมเงินจากธนาคารพาณิชย์ โดยจะมีต้นทุนการกู้ยืมในรูปของดอกเบี้ยจ่าย ซึ่งหากโครงการมีสัดส่วนการกู้ยืมในอัตราสูง ประกอบกับการบริหารงานก่อสร้างและการขายที่ไม่ดี อาจนำไปสู่การบริหารเงินทุนหมุนเวียนอย่างไม่มีประสิทธิภาพและก่อให้เกิดต้นทุนดอกเบี้ยจ่ายที่บานปลายได้ ดังนั้นผู้พัฒนาโครงการจึงควรจัดทำแผนประมาณการกระแสเงินสด เพื่อที่จะทำให้ทราบกระแสรายรับรายจ่ายในแต่ละช่วงของการพัฒนาโครงการ และบริหารกระแสเงินสดรับ-จ่ายให้มีความสอดคล้องกัน เพื่อบริหารต้นทุนดอกเบี้ยได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถสร้างอัตราผลตอบแทนที่ดีที่สุดให้กับบริษัท ทั้งนี้แผนประมาณการกระแสเงินสดที่จัดทำขึ้นควรอยู่ภายใต้สมมติฐานที่เหมาะสมและสอดคล้องกันทั้งในด้านการขาย การผลิต และการจัดหาเงินทุน

โครงสร้างทางการเงิน

ตารางที่ 6.4 ตารางสรุปรายละเอียดแหล่งที่มาและแหล่งใช้ไปของเงินทุน

แหล่งใช้ไปของเงินทุน		แหล่งที่มาของเงินทุน	
ต้นทุนค่าที่ดิน	679,948,500	เงินทุนกู้ยืม	924,691,552
ต้นทุนค่าพัฒนาที่ดิน	5,572,350	เงินทุนจากส่วนของเจ้าของ	590,567,379
ต้นทุนค่าก่อสร้างอาคาร	829,738,081		
	<u>1,515,258,931</u>		<u>1,515,258,931</u>
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน และการตลาด	82,110,772	เงินทุนจากการดำเนินงาน (เงินจอง, ทำสัญญา, เงินดาวน์)	272,301,884
ภาษีที่เกี่ยวข้องและค่าธรรมเนียม	115,399,229		
ดอกเบี้ยจ่าย	74,791,882		
	<u>272,301,884</u>		<u>272,301,884</u>
รวมเงินลงทุนทั้งโครงการก่อนหักภาษี	<u>1,787,560,815</u>	รวมเงินลงทุนทั้งโครงการก่อนหักภาษี	<u>1,787,560,815</u>

ต้นทุนเงินทุน

การคำนวณหาต้นทุนทางการเงินที่จะนำมาใช้เป็นอัตราคิดลด (Discount Rate) เพื่อคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) ของโครงการ สามารถจำแนกเป็น 2 กรณีดังนี้

กรณีประมาณการกระแสเงินสดสำหรับกิจการ (Free Cash Flow to Firm) ต้นทุน เงินทุนของโครงการที่จะนำมาใช้เป็นอัตราคิดลดเพื่อใช้คำนวณหามูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) จะใช้วิธี Weighted Average Cost of Capital (WACC) ดังนี้

$$WACC = \{ W_d \times (K_d \times (1 - \text{tax})) \} + \{ W_e \times K_e \}$$

โดยที่	W_d	=	สัดส่วนเงินกู้ (%)
	K_d	=	ต้นทุนของเงินกู้ (%)
	W_e	=	สัดส่วนเงินของเจ้าของหรือผู้ถือหุ้น (%)
	K_e	=	ต้นทุนในส่วนของเจ้าของหรือผู้ถือหุ้น (%)

แทนค่าสมการ

$$\begin{aligned} WACC &= \{ W_d \times (K_d \times (1 - \text{tax})) \} + \{ W_e \times K_e \} \\ &= \{ 0.61 \times (8\% \times (1 - 0.2)) \} + \{ 0.39 \times 11.23\% \} \\ &= 8.28\% \end{aligned}$$

แต่เนื่องจากเป็นผู้ประกอบการใหม่ จึงมี Unsystematic Risk ประมาณ 2% ดังนั้น เราจึงเพิ่มอัตราคิดลดของต้นทุนเงินทุนเป็น 10.28%

กรณีประมาณการกระแสเงินสดสำหรับส่วนของผู้ถือหุ้น (Free Cash Flow to Equity) ต้นทุน เงินทุนของโครงการที่จะนำมาใช้เป็นอัตราคิดลดเพื่อใช้คำนวณหามูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) จะเป็นเฉพาะต้นทุนเงินทุนในส่วนของผู้ถือหุ้น (K_e) เท่านั้น เนื่องจากต้นทุนของเงินทุนจากการกู้ยืม (K_d) ได้ถูกคำนวณและสะท้อนการจ่ายชำระคืนเงินต้นและดอกเบี้ยให้กับเจ้าของเงินกู้เรียบร้อยแล้วในการประมาณการกระแสเงินสด ซึ่งหากอ้างอิงการสอบถามเจ้าของธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในตลาด อัตราผลตอบแทนคาดหวังจากการพัฒนาโครงการจะเฉลี่ยอยู่ที่ 12-15% แต่ทั้งนี้ ทางผู้จัดทำได้คำนวณต้นทุนเงินทุนส่วนเจ้าของด้วยวิธี CAPM เพื่อหาอัตราคิดลดที่สะท้อนอัตราผลตอบแทนคาดหวังจากโครงการนี้ ดังนี้

ตารางที่ 6.5 คำนวน โครงสร้าง ทางการเงิน

CAPITAL STRUCTURE					
Unit: Baht	Total	Wd	We	Debt	Equity
Land Cost	679,948,500	50%	50%	339,974,250	339,974,250
Land Development Cost	5,572,350	70%	30%	3,900,645	1,671,705
Construction Cost	829,738,081	70%	30%	580,816,657	248,921,424
Total Investment Cost	1,515,258,931	Avg. Debt Ratio		924,691,552	590,567,379
				61%	39%

COST OF CAPITAL		
This Project		
Avg. BU	0.6005	>> BU : AP + SIRI
Loan to Value	61%	>> Debt 61: Equi 39
Tax	20%	
BL	0.8937	>> BL = BU * [1+(1-T)(Debt Ratio)]
Rm	12.31%	>> Avg. Yearly SET TRI Return 5 ปีย้อนหลัง
Rf	2.15%	>> อัตราผลตอบแทนเฉลี่ยของพันธบัตรรัฐบาลอายุ 2ปี
Ke = CAPM	11.23%	>> CAPM = Rf + (Rm-Rf)*BL
Kd	8.00%	>> MLR 7% + ผู้ประกอบการใหม่ 1%
WACC	8.28%	>> WACC = Wd*Kd(1-T) + We*Ke
Adjusted Discount Rate		
Unsystematic Risk	2%	>> พรีเมียมของผู้ประกอบการใหม่
Adj. Ke	13.23%	
Adj. WACC	10.28%	

Beta	AP	SIRI
Covariance	0.000098	0.000102
Sm^2	0.000117	0.000117
BL : Leveraged Beta	0.839	0.874
Debt Ratio	50.3%	60.5%
BU : Unleveraged Beta	0.605	0.596

ซึ่งจากตารางคำนวณข้างต้น จะได้ต้นทุนเงินทุนส่วนเจ้าของ (Ke) ตามวิธี CAPM อยู่ที่ 11.23% แต่เนื่องจากทางผู้จัดทำยังนับว่าเป็นผู้ประกอบการรายใหม่ ดังนั้นจึงมี Unsystematic Risk ประมาณ 2% เราจึงเพิ่มพรีเมียมในอัตราคิดลดส่วนของผู้เจ้าของเป็น 13.23% ซึ่งก็สอดคล้องกับอัตราผลตอบแทนของเจ้าของธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในตลาดต้องการที่ 12-15% ดังที่กล่าวไปข้างต้น

6.4 การวิเคราะห์มูลค่าโครงการตามแนวคิดทางการเงิน

ผลจากการศึกษาประมาณการกระแสเงินสดของโครงการสำหรับผู้ลงทุน พบว่าโครงการให้ผลตอบแทนจากการลงทุนทางทฤษฎี ดังนี้

มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ (Net Present Value : NPV)

จากการคำนวณ โครงการนี้ให้มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดสุทธิของกิจการ (NPV of Free Cash Flow to Firm) เท่ากับ 589,334,341 บาท และให้มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดสุทธิของส่วนเจ้าของ (NPV of Free Cash Flow to Equity) เท่ากับ 307,052,922 บาท ซึ่งมีค่ามากกว่าศูนย์ แสดงให้เห็นว่าโครงการนี้สามารถให้กระแสเงินสดสุทธิที่มีค่าเป็นบวกเมื่อคำนึงถึงมูลค่าของเงินตามเวลาและต้นทุนเงินทุนที่ใช้ไป ด้วยอัตราคิดลด (Discount rate) เท่ากับ 10.28% สำหรับกระแสเงินสดของกิจการ และเท่ากับ 13.23% สำหรับกระแสเงินสดส่วนเจ้าของ ด้วยเหตุนี้จึงอาจกล่าวได้ว่า โครงการนี้จึงมีความน่าสนใจในการลงทุน

อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (Internal Rate of Return : IRR)

จากการคำนวณ การลงทุนในโครงการนี้สามารถสร้างอัตราผลตอบแทนเฉลี่ยต่อปีสำหรับกิจการ (IRR before tax หรือ IRR to Firm) อยู่ที่ 35.19% ซึ่งสูงกว่าต้นทุนเงินทุนของโครงการ (WACC) ที่ 10.28% ต่อปี และสร้างอัตราผลตอบแทนเฉลี่ยต่อปีสำหรับส่วนเจ้าของ (IRR after tax หรือ IRR to Equity) เท่ากับ 27.58% ซึ่งสูงกว่าอัตราผลตอบแทนที่ผู้ลงทุนคาดหวัง (Ke) ที่ 13.23% ต่อปี ดังนั้น โครงการนี้จึงมีความเหมาะสมในการลงทุน ซึ่งข้อสรุปจากการประเมินวิธี IRR ที่ได้ เป็นไปในทิศทางเดียวกับข้อสรุปจากการประเมินด้วยวิธีการมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)

6.5 สรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน

จากการวิเคราะห์ทางการเงินโครงการพัฒนาคอนโดมิเนียมเพื่อขายโครงการนี้ โดยให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ (NPV) มากกว่าศูนย์ และอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) สูงกว่าอัตราผลตอบแทนที่ผู้ลงทุนคาดหวัง ดังนั้น โครงการพัฒนาคอนโดมิเนียมนี้ จึงมีความเป็นไปได้ทางการเงิน และมีความเหมาะสมต่อการลงทุน

ตารางที่ 6.6 สรุปผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน

Cash Flow Valuation					
WACC		10.28%			
Ke		13.23%	BASE CASE		
				Feasibility	
NPV Project (EBIT, WACC)		589,334,341	NPV Project	> 0	✓
Equity (NI, Ke)		307,052,922	NPV to Shareholder	> 0	✓
IRR Project (EBIT)		35.19%	IRR EBIT	> WACC	✓
Equity (NI)		27.58%	IRR Equity	> Ke	✓
ROI		47.84%	ROI	> WACC	✓
ROE		122.76%	ROE	> Ke	✓

6.6 การวิเคราะห์ Sensitivity Analysis

เนื่องจากการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์มีมูลค่าเงินลงทุนสูงและใช้ระยะเวลาดำเนินการค่อนข้างยาวนาน จึงย่อมมีความเสี่ยงที่จะเผชิญการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ อาทิ การเปลี่ยนแปลงของราคาขาย ต้นทุนค่าก่อสร้าง หรือระยะเวลาปิดการขายที่ผิดไปจากที่คาดการณ์ไว้ เป็นต้น ซึ่งการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรเหล่านี้ ล้วนมีผลกระทบต่อภาพรวมการดำเนินงานของโครงการทั้งสิ้น ดังนั้นเพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น เราจึงทดสอบความอ่อนไหวของแต่ละปัจจัยที่มีต่ออัตราผลตอบแทนและมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ โดยกำหนดให้กรณีฐาน ที่มีความเป็นไปได้มากที่สุด (Base Case) เป็นไปตามสมมติฐานที่คาดการณ์ไว้ ดังนี้

- ราคาขายเฉลี่ยต่อตารางเมตร = 241,622 บาท
- ต้นทุนค่าก่อสร้าง (Construction Cost) = 829,738,081 ล้านบาท
- ระยะเวลาปิดการขายโครงการ = 15 เดือน

จากการศึกษา สามารถสรุปผลการทดสอบการเปลี่ยนแปลงของแต่ละปัจจัยที่มีผลต่อความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 6.7 ตารางสรุป Sensitivity Analysis

การเปลี่ยนแปลงปัจจัยด้านราคาขายลดลง 5-10% จากกรณีฐาน

Sale Price			- 10%	- 5%	Base Case
WACC			10.28%	10.28%	10.28%
Ke			13.23%	13.23%	13.23%
NPV	Project	(EBIT, WACC)	388,968,343	489,151,342	589,334,341
	Equity	(NI, Ke)	155,816,366	231,434,644	307,052,922
IRR	Project	(EBIT)	27.86%	31.64%	35.19%
	Equity	(NI)	20.91%	24.33%	27.58%
ROI			34.55%	41.36%	48.16%
ROE			59.02%	70.65%	82.28%

การเปลี่ยนแปลงปัจจัยต้นทุนค่าก่อสร้างลดลง 5-10% จากกรณีฐาน

Construction Cost			+ 10%	+ 5%	Base Case
WACC			10.28%	10.28%	10.28%
Ke			13.23%	13.23%	13.23%
NPV	Project	(EBIT, WACC)	515,603,585	552,575,600	589,334,341
	Equity	(NI, Ke)	246,545,248	276,895,286	307,052,922
IRR	Project	(EBIT)	32.17%	33.69%	35.19%
	Equity	(NI)	24.75%	26.17%	27.58%
ROI			40.87%	44.42%	48.16%
ROE			69.33%	75.62%	82.28%

การเปลี่ยนแปลงปัจจัยด้านระยะเวลาในการขายปิดโครงการจากกรณีฐาน

Sale Performance (Close Sales Period)			30 months	27 months	Base Case 24 months
WACC			10.28%	10.28%	10.28%
Ke			13.23%	13.23%	13.23%
NPV	Project	(EBIT, WACC)	547,198,292	587,948,664	589,334,341
	Equity	(NI, Ke)	273,290,726	305,295,130	307,052,922
IRR	Project	(EBIT)	33.34%	35.00%	35.19%
	Equity	(NI)	25.92%	27.42%	27.58%
ROI			45.59%	48.18%	48.16%
ROE			77.88%	82.30%	82.28%

จากตารางข้างต้น ในกรณีที่แย่ที่สุด (Worst Case) ที่ระดับราคาขายลดลงกว่า 10% หรือ ต้นทุนค่าก่อสร้างเพิ่มขึ้น 10% หรือ ระยะเวลาปิดการขายล่าช้าเป็น 30 เดือนจะเห็นได้ว่ามูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสดของโครงการ (NPV of Free Cash Flow) ยังมีค่าสูงกว่า 0 และ อัตราผลตอบแทนโครงการ (IRR) ก็ยังอยู่ในระดับสูงกว่าอัตราผลตอบแทนที่ผู้ลงทุนคาดหวังที่ 13.23% จึงแสดงให้เห็นว่าโครงการนี้สามารถรองรับความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงของราคา ต้นทุนค่าก่อสร้าง และระยะเวลาขาย ได้ค่อนข้างดีในระดับหนึ่ง และตอกย้ำความเป็นไปได้ในการลงทุนพัฒนาโครงการต่อไป

นอกจากนี้ เรายังพบอีกว่า โครงการมีความอ่อนไหวต่อปัจจัยด้านราคาขาย มากกว่าปัจจัยด้านต้นทุนค่าก่อสร้างและระยะเวลาปิดการขายตามลำดับ ดังนั้นผู้ลงทุนจึงควรให้ความสำคัญและระมัดระวังกิจกรรมใดๆที่อาจจะส่งผลกระทบต่อปัจจัยด้านราคาขาย อาทิ การลดราคาขายต่อตารางเมตรหรือการให้ส่วนลดเงินสดรวมถึงการให้ของแถมต่างๆที่มากจนเกินไป เป็นต้น

6.7 การวิเคราะห์ Scenario Analysis

สืบเนื่องจากการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของอัตราผลตอบแทนและมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงปัจจัยราคาขาย ต้นทุนค่าก่อสร้าง และระยะเวลาปิดการขาย ที่ละปัจจัยใน Sensitivity Analysis ต่อไปนี้ จะเป็นการวิเคราะห์กรณีเกิดการเปลี่ยนแปลงในทั้ง 3 ปัจจัยพร้อมๆกัน ในลักษณะจำลองเหตุการณ์ กรณีที่แย่ที่สุด (Worst Case) และ กรณีที่ดีที่สุด (Best Case) เปรียบเทียบกับกรณีฐาน (Base Case) ได้ผลดังนี้

ตารางที่ 6.8 วิเคราะห์ Scenario Analysis

SCENARIO	WORST CASE		BASE CASE ปิดการขาย 24 เดือน	BEST CASE	
	ราคาขายลด 10%, ค่าก่อสร้างเพิ่ม 10%, ปิดการขาย 30 เดือน			ราคาขายเพิ่ม 5%, ค่าก่อสร้างลด 5%, ปิดการขาย 15 เดือน	
WACC	10.28%		10.28%	10.28%	
Ke	13.23%		13.23%	13.23%	
NPV Project (EBIT, WACC)	277,448,991		589,334,341	866,777,103	
Equity (NI, Ke)	64,984,578		307,052,922	523,129,863	
IRR Project (EBIT)	22.85%		35.19%	45.07%	
Equity (NI)	16.41%		27.58%	36.85%	
ROI	25.84%		48.16%	70.71%	
ROE	43.83%		82.28%	121.77%	

จะเห็นได้ว่า ในกรณีที่แย่ที่สุด (Worst Case) ที่ระดับราคาขายลดลง 10%, ต้นทุนค่าก่อสร้างเพิ่มขึ้น 10% และ ระยะเวลาปิดการขายล่าช้าเป็น 30 เดือนจะเห็นได้ว่า มูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสดของโครงการ (NPV of Free Cash Flow) ยังมีค่าสูงกว่า 0 และอัตราผลตอบแทนโครงการ (IRR) ก็ยังอยู่ในระดับสูงกว่าอัตราผลตอบแทนที่ผู้ลงทุนคาดหวังที่ 13.23% ดังนั้น จึงอาจสรุปได้ว่า โครงการนี้สามารถรองรับความเสี่ยงต่อปัจจัยราคา ต้นทุนก่อสร้าง และความล่าช้าในปิดการขายได้ดี และมีความเป็นไปได้ลงทุนพัฒนาโครงการได้



รายการอ้างอิง

Zarin,H.(1999). *Factors influencing demand for condominium in Johor Bahru.*

International Real Estate Society Conference '99

สำนักยุทธศาสตร์และการวางแผนเศรษฐกิจมหภาค (2558). ภาวะเศรษฐกิจไทยไตรมาสแรก ปี 2558 และแนวโน้มปี 2558 . สืบค้นจาก

http://www.nesdb.go.th/Portals/0/eco_datas/economic/eco_state/1_58/PressThaiQ1-2015.pdf

ธนาคารแห่งประเทศไทย.(2558) ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ(GDP) 2555-2558 สืบค้นจาก

<https://www.bot.or.th/Thai/Statistics/Graph/Pages/GrossDomesticProduct.aspx>

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย.(2558) ภาพรวมอุปทานที่อยู่อาศัยปี 2558 สืบค้นจาก

<https://www.kasikornresearch.com/th/keconanalysis/pages/ViewSummary.aspx?docid=33847>

ฝ่ายวิจัยและพัฒนา บริษัท CBRE จำกัด รายงานผลวิจัยรายไตรมาส มกราคม - เมษายน 2558

มูลนิธิประเมินค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทยราคาประเมินค่าก่อสร้างอาคาร พ.ศ. 2558สืบค้นจาก

<http://www.thaiappraisal.org/thai/value/value.php>

ศูนย์ข้อมูลสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ (2558) สืบค้นจาก

<http://www.reic.or.th/RealEstateForPeople/default.asp>



CASHFLOW : PROJECT (BASE CASE)		M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12	M13	M14	M15	M16	M17
รายการ	Total			m1	m2	m3	m4	m5	m6	m7	m8	m9	m10	m11	m12	m13	m14	m15
								C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11
รายได้																		
ยอดขายห้องชุด (ยูนิต)	240	-	-	-	-	12	72	24	12	12	12	12	12	10	10	10	7	5
เงินจอง	12,000,000	-	-	-	-	600,000	3,600,000	1,200,000	600,000	600,000	600,000	600,000	600,000	480,000	480,000	480,000	360,000	240,000
เงินทำสัญญา	121,640,000	-	-	-	-	6,082,000	36,492,000	12,164,000	6,082,000	6,082,000	6,082,000	6,082,000	6,082,000	4,865,600	4,865,600	4,865,600	3,649,200	2,432,800
เงินคาวน	608,086,961	-	-	-	-	-	1,266,848	8,867,935	11,401,631	12,668,478	13,990,407	15,372,422	16,820,248	18,340,466	19,620,649	20,971,953	22,402,746	23,542,909
เงินโอน	1,941,976,044	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวมรายได้ / Building	2,683,703,005	-	-	-	-	6,682,000	41,358,848	22,231,935	18,083,631	19,350,478	20,672,407	22,054,422	23,502,248	23,686,066	24,966,249	26,317,553	26,411,946	26,215,709
รวมรายได้ทั้งหมด (1 อาคาร)	2,683,703,005	-	-	-	-	6,682,000	41,358,848	22,231,935	18,083,631	19,350,478	20,672,407	22,054,422	23,502,248	23,686,066	24,966,249	26,317,553	26,411,946	26,215,709
ค่าใช้จ่าย																		
ที่ดิน	669,900,000	669,900,000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ค่าพัฒนาที่ดิน	5,572,350	228,375	-	-	852,600	1,080,975	852,600	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ต้นทุนค่าก่อสร้าง																		
ค่าก่อสร้างอาคาร	769,803,850	-	-	-	-	-	-	3,849,019	3,849,019	3,849,019	3,849,019	23,018,683	23,018,683	19,018,683	19,018,683	19,018,683	19,018,683	19,018,683
ค่าก่อสร้างนอกเหนือตัวอาคาร	9,446,000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ค่าออกแบบอาคาร	23,094,116	23,094,116	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ค่าบริการงานก่อสร้าง	23,094,116	-	-	-	-	-	-	962,255	962,255	962,255	962,255	962,255	962,255	962,255	962,255	962,255	962,255	962,255
ค่าเผื่อเหลือ ฉุกเฉิน	2,400,000	-	-	-	-	-	-	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
ค่าธรรมเนียมการขออนุญาต	1,200,000	1,200,000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ค่าจัดทำรายงานสิ่งแวดล้อม	700,000	700,000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวมต้นทุนที่ดินและค่าก่อสร้าง	1,505,210,431	695,122,491	-	-	852,600	1,080,975	852,600	4,911,274	4,911,274	4,911,274	4,911,274	24,080,938	24,080,938	20,080,938	20,080,938	20,080,938	20,080,938	20,080,938
ค่าใช้จ่ายดำเนินการ																		
ค่าจ้างและเงินเดือน	10,099,000	-	-	105,000	105,000	341,000	341,000	341,000	341,000	341,000	341,000	341,000	341,000	341,000	341,000	341,000	341,000	341,000
ค่าใช้จ่ายการขายและการตลาด	63,268,800	-	-	4,600,000	-	4,313,200	5,682,700	4,712,700	3,232,700	1,832,700	3,072,700	1,732,700	972,700	924,700	924,700	3,564,700	2,276,700	2,238,700
ค่า Commission	6,742,972	-	-	-	-	337,149	2,022,892	674,297	337,149	337,149	337,149	337,149	337,149	269,719	269,719	269,719	202,289	134,859
ค่าเผื่อสำรองทางการตลาด	2,000,000	-	-	-	-	2,000,000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ค่าธรรมเนียมการโอน 2% (จ่ายคนละครึ่ง 1%)	26,837,030	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ภาษีธุรกิจเฉพาะ 3.3%	88,562,199	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	197,510,002	-	-	4,705,000	105,000	6,991,349	8,046,592	5,727,997	3,910,849	2,510,849	3,750,849	2,410,849	1,650,849	1,535,419	1,535,419	4,175,419	2,819,989	2,714,559
รวมค่าใช้จ่าย	1,702,720,433	695,122,491	-	4,705,000	957,600	8,072,324	8,899,192	10,639,271	8,822,123	7,422,123	8,662,123	26,491,787	25,731,787	21,616,357	21,616,357	24,256,357	22,900,927	22,795,498
รายได้สุทธิหลังหักค่าใช้จ่าย (EBIT)	980,982,573	(695,122,491)	-	(4,705,000)	(957,600)	(1,390,324)	32,459,656	11,592,664	9,261,508	11,928,356	12,010,284	(4,437,364)	(2,229,538)	2,069,709	3,349,892	2,061,196	3,511,019	3,420,212
หัก ส่วนดอกเบี้ยจ่าย	(74,791,882)	(2,350,705)	(2,359,728)	(2,363,707)	(2,386,626)	(2,359,728)	(2,363,707)	(2,386,626)	(2,409,546)	(2,432,465)	(2,455,384)	(2,567,762)	(2,680,140)	(2,773,851)	(2,534,228)	(2,627,939)	(2,721,650)	(2,148,695)
รายได้ก่อนหักภาษี (EBT)	906,190,690	(697,473,195)	(2,359,728)	(7,068,707)	(3,344,226)	(3,750,052)	30,095,949	9,206,037	6,851,962	9,495,891	9,554,900	(7,005,126)	(4,909,678)	(704,142)	815,663	(566,743)	789,368	1,271,517
หัก ภาษีเงินได้นิติบุคคล(TAX) 20%	(181,238,138)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดสุทธิ (Net Cashflow)	724,952,552	(697,473,195)	(2,359,728)	(7,068,707)	(3,344,226)	(3,750,052)	30,095,949	9,206,037	6,851,962	9,495,891	9,554,900	(7,005,126)	(4,909,678)	(704,142)	815,663	(566,743)	789,368	1,271,517

CASHFLOW - PROJECT (BASE CASE)		M18	M19	M20	M21	M22	M23	M24	M25	M26	M27	M28	M29	M30	M31	M32	M33
รายการ	Total	m16	m17	m18	m19	m20	m21	m22	m23	m24	m25	m26	m27	m28	m29	m30	m31
		C12	C13	C14	C15	C16	C17	C18	C19	C20	C21	C22	C23	C24	T1	T2	T3
รายได้																	
ยอดขายห้องชุด (ยูนิต)	240	5	5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	-	-	-	-
เงินจอง	12,000,000	240,000	240,000	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000	-	-	-	-
เงินทำสัญญา	121,640,000	2,432,800	2,432,800	1,216,400	1,216,400	1,216,400	1,216,400	1,216,400	1,216,400	1,216,400	1,216,400	1,216,400	1,216,400	-	-	-	-
เงินคาวม	608,086,961	24,353,692	25,222,387	26,157,906	26,664,645	27,217,451	27,825,538	28,501,190	29,261,299	30,129,995	31,143,473	32,359,647	33,879,864	32,613,017	25,011,930	22,478,234	-
เงินโอน	1,941,976,044	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	679,691,615	679,691,615	582,592,813
รวมรายได้ / Building	2,683,703,005	27,026,492	27,895,187	27,494,306	28,001,045	28,553,851	29,161,938	29,837,590	30,597,699	31,466,395	32,479,873	33,696,047	33,879,864	32,613,017	704,703,545	702,169,849	582,592,813
รวมรายได้ทั้งหมด (1 อาคาร)	2,683,703,005	27,026,492	27,895,187	27,494,306	28,001,045	28,553,851	29,161,938	29,837,590	30,597,699	31,466,395	32,479,873	33,696,047	33,879,864	32,613,017	704,703,545	702,169,849	582,592,813
ค่าใช้จ่าย																	
ที่ดิน	669,900,000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ค่าพัฒนาที่ดิน	5,572,350	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	852,600	852,600	852,600	-	-	-
ต้นทุนค่าก่อสร้าง																	
ค่าก่อสร้างอาคาร	769,803,850	19,018,683	19,018,683	19,018,683	50,164,849	50,164,849	50,164,849	50,164,849	68,769,599	68,769,599	68,769,599	49,750,916	49,750,916	49,750,916	-	-	-
ค่าก่อสร้างนอกเหนือตัวอาคาร	9,446,000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,992,000	1,992,000	1,992,000	3,470,000	-	-	-
ค่าออกแบบอาคาร	23,094,116	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ค่าบริหารงานก่อสร้าง	23,094,116	962,255	962,255	962,255	962,255	962,255	962,255	962,255	962,255	962,255	962,255	962,255	962,255	962,255	-	-	-
ค่าเผื่อเหลือ จุกเงิน	2,400,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	-	-	-
ค่าธรรมเนียมการขออนุญาต	1,200,000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ค่าจัดทำรายงานสิ่งแวดล้อม	700,000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวมต้นทุนที่ดินและค่าก่อสร้าง	1,505,210,431	20,080,938	20,080,938	20,080,938	51,227,104	51,227,104	51,227,104	51,227,104	69,831,854	69,831,854	71,823,854	53,657,770	53,657,770	55,135,770	-	-	-
ค่าใช้จ่ายดำเนินการ																	
ค่าจ้างและเงินเดือน	10,099,000	341,000	341,000	341,000	341,000	341,000	341,000	341,000	341,000	341,000	341,000	341,000	341,000	341,000	341,000	341,000	341,000
ค่าใช้จ่ายการขายและการตลาด	63,268,800	928,700	928,700	2,120,700	780,700	780,700	780,700	780,700	2,020,700	780,700	780,700	1,640,700	2,752,700	2,742,700	1,692,700	1,692,700	932,700
ค่า Commission	6,742,972	134,859	134,859	67,430	67,430	67,430	67,430	67,430	67,430	67,430	67,430	67,430	-	-	-	-	-
ค่าเผื่อสำรองทางการตลาด	2,000,000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ค่าธรรมเนียมการโอน 2% (จ่ายคนละครึ่ง 1%)	26,837,030	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	9,392,961	9,392,961	8,051,109
ภาษีธุรกิจเฉพาะ 3.3%	88,562,199	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	30,996,770	30,996,770	26,568,660
รวมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	197,510,002	1,404,559	1,404,559	2,529,130	1,189,130	1,189,130	1,189,130	1,189,130	2,429,130	1,189,130	1,189,130	2,049,130	3,093,700	3,083,700	43,473,430	42,423,430	35,893,469
รวมค่าใช้จ่าย	1,702,720,433	21,485,498	21,485,498	22,610,068	52,416,233	52,416,233	52,416,233	52,416,233	72,260,983	71,020,983	73,012,983	55,706,900	56,751,470	58,219,470	43,473,430	42,423,430	35,893,469
รายได้สุทธิหลังหักค่าใช้จ่าย (EBIT)	980,982,573	5,540,994	6,409,690	4,884,238	(24,415,188)	(23,862,382)	(23,254,295)	(22,578,643)	(41,663,284)	(39,554,589)	(40,533,110)	(22,010,853)	(22,871,606)	(25,606,454)	661,230,115	659,746,419	546,699,344
หัก ส่วนลดภาษี	(74,791,882)	(2,242,406)	(2,336,117)	(2,096,495)	(2,335,554)	(2,574,614)	(2,147,007)	(2,386,067)	(2,711,949)	(2,371,165)	(2,706,343)	(2,956,745)	(2,873,815)	(3,131,115)	-	-	-
รายได้ก่อนหักภาษี (EBT)	906,190,690	3,298,588	4,073,573	2,787,743	(26,750,743)	(26,436,996)	(25,401,303)	(24,964,710)	(44,375,234)	(41,925,753)	(43,239,453)	(24,967,599)	(25,745,421)	(28,737,569)	661,230,115	659,746,419	546,699,344
หัก ภาษีเงินได้นิติบุคคล(TAX) 20%	(181,238,138)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(181,238,138)
กระแสเงินสดสุทธิ (Net Cashflow)	724,952,552	3,298,588	4,073,573	2,787,743	(26,750,743)	(26,436,996)	(25,401,303)	(24,964,710)	(44,375,234)	(41,925,753)	(43,239,453)	(24,967,599)	(25,745,421)	(28,737,569)	661,230,115	659,746,419	365,461,206

Sales Projection (per Building)			M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12	M13	M14	M15	M16	M17	
					m1	m2	m3	m4	m5	m6	m7	m8	m9	m10	m11	m12	m13	m14	m15	
									C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	
Salable Area (NFA/Building)	sq.m.	11,163					Soft Launch	Grand Opening												
		% Accum. Sold (F)					5%	35%	45%	50%	55%	60%	65%	70%	74%	78%	82%	85%	87%	
Building Details	Size (sq.m)	Unit																		
Room Type A1	36.15	83																		
Room Type B1	42.15	78																		
Room Type B2	47.65	15																		
Room Type B3	48.75	6																		
Room Type C1	62.05	14																		
Room Type C2	58.20	19																		
Room Type C3	71.35	19																		
Room Type D1	89.55	6																		
Avg. Size	46.51	240					12	72	24	12	12	12	12	12	10	10	10	7	5	
Total	11,163																			
Avg. Sales Price	baht/sq.m	241,622																		
Total Units	Unit	240					12	72	24	12	12	12	12	12	10	10	10	7	5	
Total Potential Value / Buil	baht	2,697,188,950					134,859,448	809,156,685	269,718,895	134,859,448	134,859,448	134,859,448	134,859,448	134,859,448	107,887,558	107,887,558	107,887,558	80,915,669	53,943,779	
Avg. Price / Unit	baht	11,238,287																		

Cashflow Projection				m1	m2	m3	m4	m5	m6	m7	m8	m9	m10	m11	m12	m13	m14	m15
เงินจอง	50,000	เฉลี่ยต่อหน่วย	12,000,000			600,000.00	3,600,000.00	1,200,000.00	600,000.00	600,000.00	600,000.00	600,000.00	600,000.00	480,000.00	480,000.00	480,000.00	360,000.00	240,000.00
ทำสัญญา	506,833	เฉลี่ยต่อหน่วย	121,640,000			6,082,000	36,492,000	12,164,000	6,082,000	6,082,000	6,082,000	6,082,000	6,082,000	4,865,600	4,865,600	4,865,600	3,649,200	2,432,800
เงินผ่อนดาวน์	2,533,696	เฉลี่ยต่อหน่วย	608,086,961			-	1,266,848	8,867,935	11,401,631	12,668,478	13,990,407	15,372,422	16,820,248	18,340,466	19,620,649	20,971,953	22,402,746	23,542,909
1. ดาวน์ปกติ 20%, 24งวด	1,690,824	เฉลี่ยต่อหน่วย	365,218,011															
2. จ่ายสด 100% - ลด 5%	10,119,540	เฉลี่ยต่อหน่วย	242,868,950															
เงินโอน	8,091,567	เฉลี่ยต่อหน่วย	1,941,976,044															
1. ดาวน์ปกติ 20%, 24งวด	8,990,630	เฉลี่ยต่อหน่วย	1,941,976,044															
2. จ่ายสด 100% - ลด 5%	0	เฉลี่ยต่อหน่วย	0															
Total Cash Inflow			2,683,703,005			6,682,000	41,358,848	22,231,935	18,083,631	19,350,478	20,672,407	22,054,422	23,502,248	23,686,066	24,966,249	26,317,553	26,411,946	26,215,709

Sales Projection <i>(per Building)</i>			M18	M19	M20	M21	M22	M23	M24	M25	M26	M27	M28	M29	M30	M31	M32	M33
			m16	m17	m18	m19	m20	m21	m22	m23	m24	m25	m26	m27	m28	m29	m30	m31
			C12	C13	C14	C15	C16	C17	C18	C19	C20	C21	C22	C23	C24	T1	T2	T3
Salable Area (NFA/Building)	sq.m.	11,163	Close Sales (F)															
	% Accum. Sold (F)		89%	91%	92%	93%	94%	95%	96%	97%	98%	99%	100%					
Building Details	Size (sq.m)	Unit	% MoM Sold (F)	2%	2%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%					
Room Type A1	36.15	83																
Room Type B1	42.15	78																
Room Type B2	47.65	15																
Room Type B3	48.75	6																
Room Type C1	62.05	14																
Room Type C2	58.20	19																
Room Type C3	71.35	19																
Room Type D1	89.55	6																
Avg. Size	46.51	240		5	5	2	2	2	2	2	2	2	2	0	0	0	0	0
Total	11,163																	
Avg. Sales Price	baht/sq.m	241,622																
Total Units	Unit	240	5	5	2	2	2	2	2	2	2	2	0	0	0	0	0	0
Total Potential Value / Buil	baht	2,697,188,950	53,943,779	53,943,779	26,971,890	26,971,890	26,971,890	26,971,890	26,971,890	26,971,890	26,971,890	26,971,890	-	-	-	-	-	-
Avg. Price / Unit	baht	11,238,287																

Cashflow Projection			m16	m17	m18	m19	m20	m21	m22	m23	m24	m25	m26	m27	m28	m29	m30	m31	
เงินจอง	50,000	เฉลี่ยต่อหน่วย	12,000,000	240,000.00	240,000.00	120,000.00	120,000.00	120,000.00	120,000.00	120,000.00	120,000.00	120,000.00	120,000.00	-	-	-	-	-	
ทำสัญญา	506,833	เฉลี่ยต่อหน่วย	121,640,000	2,432,800	2,432,800	1,216,400	1,216,400	1,216,400	1,216,400	1,216,400	1,216,400	1,216,400	1,216,400	-	-	-	-	-	
เงินผ่อนคาวาน์	2,533,696	เฉลี่ยต่อหน่วย	608,086,961	24,353,692	25,222,387	26,157,906	26,664,645	27,217,451	27,825,538	28,501,190	29,261,299	30,129,995	31,143,473	32,359,647	33,879,864	32,613,017	25,011,930	22,478,234	
1. คาวาน์ปกติ 20%, 24งวด	1,690,824	เฉลี่ยต่อหน่วย	365,218,011																
2. จ่ายสด 100% - ลด 5%	10,119,540	เฉลี่ยต่อหน่วย	242,868,950																
เงินโอน	8,091,567	เฉลี่ยต่อหน่วย	1,941,976,044														679,691,615	679,691,615	582,592,813
1. คาวาน์ปกติ 20%, 24งวด	8,990,630	เฉลี่ยต่อหน่วย	1,941,976,044																
2. จ่ายสด 100% - ลด 5%	0	เฉลี่ยต่อหน่วย	0																
Total Cash Inflow			2,683,703,005	27,026,492	27,895,187	27,494,306	28,001,045	28,553,851	29,161,938	29,837,590	30,597,699	31,466,395	32,479,873	33,696,047	33,879,864	32,613,017	704,703,545	702,169,849	582,592,813

ผ่อนค่างาน		ยอดขายเดือน		งวดผ่อนค่างาน																		
				m1	m2	m3	m4	m5	m6	m7	m8	m9	m10	m11	m12	m13	m14	m15	m16	m17		
	m3	24	เดือน			1,266,848	1,266,848	1,266,848	1,266,848	1,266,848	1,266,848	1,266,848	1,266,848	1,266,848	1,266,848	1,266,848	1,266,848	1,266,848	1,266,848	1,266,848	1,266,848	
	m4	24	เดือน				7,601,087	7,601,087	7,601,087	7,601,087	7,601,087	7,601,087	7,601,087	7,601,087	7,601,087	7,601,087	7,601,087	7,601,087	7,601,087	7,601,087	7,601,087	
	m5	24	เดือน					2,533,696	2,533,696	2,533,696	2,533,696	2,533,696	2,533,696	2,533,696	2,533,696	2,533,696	2,533,696	2,533,696	2,533,696	2,533,696	2,533,696	
	m6	24	เดือน						1,266,848	1,266,848	1,266,848	1,266,848	1,266,848	1,266,848	1,266,848	1,266,848	1,266,848	1,266,848	1,266,848	1,266,848	1,266,848	
	m7	23	เดือน							1,321,928	1,321,928	1,321,928	1,321,928	1,321,928	1,321,928	1,321,928	1,321,928	1,321,928	1,321,928	1,321,928	1,321,928	
	m8	22	เดือน								1,382,016	1,382,016	1,382,016	1,382,016	1,382,016	1,382,016	1,382,016	1,382,016	1,382,016	1,382,016	1,382,016	
	m9	21	เดือน									1,447,826	1,447,826	1,447,826	1,447,826	1,447,826	1,447,826	1,447,826	1,447,826	1,447,826	1,447,826	
	m10	20	เดือน										1,520,217	1,520,217	1,520,217	1,520,217	1,520,217	1,520,217	1,520,217	1,520,217	1,520,217	
	m11	19	เดือน											1,280,183	1,280,183	1,280,183	1,280,183	1,280,183	1,280,183	1,280,183	1,280,183	
	m12	18	เดือน												1,351,304	1,351,304	1,351,304	1,351,304	1,351,304	1,351,304	1,351,304	
	m13	17	เดือน													1,430,793	1,430,793	1,430,793	1,430,793	1,430,793	1,430,793	
	m14	16	เดือน														1,140,163	1,140,163	1,140,163	1,140,163	1,140,163	
	m15	15	เดือน															810,783	810,783	810,783	810,783	
	m16	14	เดือน																		868,696	
	m17	13	เดือน																			
	m18	12	เดือน																			
	m19	11	เดือน																			
	m20	10	เดือน																			
	m21	9	เดือน																			
	m22	8	เดือน																			
	m23	7	เดือน																			
	m24	6	เดือน																			
	m25	5	เดือน																			
	m26	4	เดือน																			
	m27	3	เดือน																			
	m28	2	เดือน																			
	m29	1	เดือน																			
				* check	608,086,961	-	1,266,848	8,867,935	11,401,631	12,668,478	13,990,407	15,372,422	16,820,248	18,340,466	19,620,649	20,971,953	22,402,746	23,542,909	24,353,692	25,222,387		

เงินรับโอน		ยอดขายเดือน		% Sold Unit	
	m3	5%			
	m4	30%			
	m5	10%			
	m6	5%			
	m7	5%			
	m8	5%			
	m9	5%			
	m10	5%			
	m11	4%			
	m12	4%			
	m13	4%			
	m14	3%			
	m15	2%			
	m16	2%			
	m17	2%			
	m18	1%			
	m19	1%			
	m20	1%			
	m21	1%			
	m22	1%			
	m23	1%			
	m24	1%			
	m25	1%			
	m26	1%			
	m27				
	m28				
	m29				
				* check	1,941,976,044

				m16	m17	m18	m19	m20	m21	m22	m23	m24	m25	m26	m27	m28	m29	m30	m31	
ผอนตาวน	ยอดขายเดือน	งวดผอนตาวน																		
	m3	24	เดือน	1,266,848	1,266,848	1,266,848	1,266,848	1,266,848	1,266,848	1,266,848	1,266,848	1,266,848	1,266,848	1,266,848	1,266,848	1,266,848				
	m4	24	เดือน	7,601,087	7,601,087	7,601,087	7,601,087	7,601,087	7,601,087	7,601,087	7,601,087	7,601,087	7,601,087	7,601,087	7,601,087	7,601,087	7,601,087			
	m5	24	เดือน	2,533,696	2,533,696	2,533,696	2,533,696	2,533,696	2,533,696	2,533,696	2,533,696	2,533,696	2,533,696	2,533,696	2,533,696	2,533,696	2,533,696	2,533,696		
	m6	24	เดือน	1,266,848	1,266,848	1,266,848	1,266,848	1,266,848	1,266,848	1,266,848	1,266,848	1,266,848	1,266,848	1,266,848	1,266,848	1,266,848	1,266,848	1,266,848	1,266,848	
	m7	23	เดือน	1,321,928	1,321,928	1,321,928	1,321,928	1,321,928	1,321,928	1,321,928	1,321,928	1,321,928	1,321,928	1,321,928	1,321,928	1,321,928	1,321,928	1,321,928	1,321,928	
	m8	22	เดือน	1,382,016	1,382,016	1,382,016	1,382,016	1,382,016	1,382,016	1,382,016	1,382,016	1,382,016	1,382,016	1,382,016	1,382,016	1,382,016	1,382,016	1,382,016	1,382,016	
	m9	21	เดือน	1,447,826	1,447,826	1,447,826	1,447,826	1,447,826	1,447,826	1,447,826	1,447,826	1,447,826	1,447,826	1,447,826	1,447,826	1,447,826	1,447,826	1,447,826	1,447,826	
	m10	20	เดือน	1,520,217	1,520,217	1,520,217	1,520,217	1,520,217	1,520,217	1,520,217	1,520,217	1,520,217	1,520,217	1,520,217	1,520,217	1,520,217	1,520,217	1,520,217	1,520,217	
	m11	19	เดือน	1,280,183	1,280,183	1,280,183	1,280,183	1,280,183	1,280,183	1,280,183	1,280,183	1,280,183	1,280,183	1,280,183	1,280,183	1,280,183	1,280,183	1,280,183	1,280,183	
	m12	18	เดือน	1,351,304	1,351,304	1,351,304	1,351,304	1,351,304	1,351,304	1,351,304	1,351,304	1,351,304	1,351,304	1,351,304	1,351,304	1,351,304	1,351,304	1,351,304	1,351,304	
	m13	17	เดือน	1,430,793	1,430,793	1,430,793	1,430,793	1,430,793	1,430,793	1,430,793	1,430,793	1,430,793	1,430,793	1,430,793	1,430,793	1,430,793	1,430,793	1,430,793	1,430,793	
	m14	16	เดือน	1,140,163	1,140,163	1,140,163	1,140,163	1,140,163	1,140,163	1,140,163	1,140,163	1,140,163	1,140,163	1,140,163	1,140,163	1,140,163	1,140,163	1,140,163	1,140,163	
	m15	15	เดือน	810,783	810,783	810,783	810,783	810,783	810,783	810,783	810,783	810,783	810,783	810,783	810,783	810,783	810,783	810,783	810,783	
	m16	14	เดือน		868,696	868,696	868,696	868,696	868,696	868,696	868,696	868,696	868,696	868,696	868,696	868,696	868,696	868,696	868,696	
	m17	13	เดือน			935,518	935,518	935,518	935,518	935,518	935,518	935,518	935,518	935,518	935,518	935,518	935,518	935,518	935,518	
	m18	12	เดือน				506,739	506,739	506,739	506,739	506,739	506,739	506,739	506,739	506,739	506,739	506,739	506,739	506,739	
	m19	11	เดือน					552,806	552,806	552,806	552,806	552,806	552,806	552,806	552,806	552,806	552,806	552,806	552,806	
	m20	10	เดือน						608,087	608,087	608,087	608,087	608,087	608,087	608,087	608,087	608,087	608,087	608,087	
	m21	9	เดือน							675,652	675,652	675,652	675,652	675,652	675,652	675,652	675,652	675,652	675,652	
	m22	8	เดือน								760,109	760,109	760,109	760,109	760,109	760,109	760,109	760,109	760,109	
	m23	7	เดือน									868,696	868,696	868,696	868,696	868,696	868,696	868,696	868,696	
	m24	6	เดือน										1,013,478	1,013,478	1,013,478	1,013,478	1,013,478	1,013,478		
	m25	5	เดือน											1,216,174	1,216,174	1,216,174	1,216,174	1,216,174		
	m26	4	เดือน												1,520,217	1,520,217	1,520,217	1,520,217		
	m27	3	เดือน													-	-	-	-	
	m28	2	เดือน														-	-	-	
	m29	1	เดือน															-	-	
	* check			608,086,961	24,353,692	25,222,387	26,157,906	26,664,645	27,217,451	27,825,538	28,501,190	29,261,299	30,129,995	31,143,473	32,359,647	33,879,864	32,613,017	25,011,930	22,478,234	-

เงินรับโอน	ยอดขายเดือน	% Sold Unit																			
	m3	5%																			
	m4	30%																		97,098,802	
	m5	10%																		582,592,813	
	m6	5%																		194,197,604	
	m7	5%																		97,098,802	
	m8	5%																		97,098,802	
	m9	5%																		97,098,802	
	m10	5%																		97,098,802	
	m11	4%																		77,679,042	
	m12	4%																		77,679,042	
	m13	4%																		58,259,281	
	m14	3%																		38,839,521	
	m15	2%																		38,839,521	
	m16	2%																		38,839,521	
	m17	2%																		19,419,760	
	m18	1%																		19,419,760	
	m19	1%																		19,419,760	
	m20	1%																		19,419,760	
	m21	1%																		19,419,760	
	m22	1%																		19,419,760	
	m23	1%																		19,419,760	
	m24	1%																		19,419,760	
	m25	1%																		19,419,760	
	m26	1%																		19,419,760	
	m27																			-	
	m28																			-	
	m29																			-	
	* check			1,941,976,044															679,691,615	679,691,615	582,592,813

Project Investment Cost			M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12	M13	M14	M15	M16	M17
Cost Items	Total	Weight of job	m1	m2	m3	m4	m5	m6	m7	m8	m9	m10	m11	m12	m13	m14	m15	m16	m17
			C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11						
ต้นทุนที่ดิน	2,436																		
ค่าที่ดิน	669,900,000		669,900,000																
ค่าโอนที่ดิน	6,699,000		6,699,000																
ค่าอาคารแถมมี	3,349,500		3,349,500																
รวมต้นทุนพัฒนาที่ดิน	679,948,500		679,948,500																
ต้นทุนค่าพัฒนาที่ดิน																			
งานถมดินปรับระดับ	456,750		228,375			228,375													
สาธารณูปโภค	3,654,000			609,000	609,000	609,000													
Landscape	1,461,600			243,600	243,600	243,600													
รวมต้นทุนพัฒนาที่ดิน	5,572,350		228,375		852,600	1,080,975	852,600												
ต้นทุนค่าก่อสร้างอาคาร																			
ค่าก่อสร้างอาคาร (29 ชั้น)	23,430																		
งานเสาเข็มและฐานราก	15,396,077	2%						3,849,019	3,849,019	3,849,019	3,849,019								
งานโครงสร้างและงานระบบ	323,317,617	42%										19,018,683	19,018,683	19,018,683	19,018,683	19,018,683	19,018,683	19,018,683	19,018,683
Lift (4 ตัวต่ออาคาร)	8,000,000	1%										4,000,000	4,000,000						
งานตกแต่งภายใน (Built-in Furniture)	111,628,500	15%																	
งานสถาปัตยกรรม	311,461,656	40%																	
รวม	769,803,850	100%						3,849,019	3,849,019	3,849,019	3,849,019	23,018,683	23,018,683	19,018,683	19,018,683	19,018,683	19,018,683	19,018,683	19,018,683
ค่าก่อสร้างนอกเหนือตัวอาคาร																			
Fitness Equipment	2,100,000																		
Library Set	500,000																		
Pool (12*20*1.6m, 6*4*0.6m)	5,976,000																		
ระบบความปลอดภัย (CCTV)	870,000																		
รวม	9,446,000																		
ค่าออกแบบอาคาร	23,094,116	3%	23,094,116																
ค่าบริการงานก่อสร้าง	23,094,116	3%						962,255	962,255	962,255	962,255	962,255	962,255	962,255	962,255	962,255	962,255	962,255	962,255
ค่าเชื้อเพลิง จุกเงิน	2,400,000							100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
ค่าธรรมเนียมการขออนุญาตก่อสร้าง	1,200,000		1,200,000																
ค่าจัดทำรายงานสิ่งแวดล้อม	700,000	0.2%	700,000																
รวมต้นทุนค่าก่อสร้างอาคาร	829,738,081		24,994,116					4,911,274	4,911,274	4,911,274	4,911,274	24,080,938	24,080,938	20,080,938	20,080,938	20,080,938	20,080,938	20,080,938	20,080,938
รวมเงินลงทุนโครงการ (Total Cap. Invest.)	1,505,210,431		695,122,491			852,600	1,080,975	852,600	4,911,274	4,911,274	4,911,274	4,911,274	24,080,938	24,080,938	20,080,938	20,080,938	20,080,938	20,080,938	20,080,938

Project Investment Cost			M18	M19	M20	M21	M22	M23	M24	M25	M26	M27	M28	M29	M30	M31	M32	M33
Cost Items	Total	Weight of job	m16	m17	m18	m19	m20	m21	m22	m23	m24	m25	m26	m27	m28	m29	m30	m31
			C12	C13	C14	C15	C16	C17	C18	C19	C20	C21	C22	C23	C24	T1	T2	T3
ต้นทุนที่ดิน	2,436																	
ค่าที่ดิน	669,900,000																	
ค่าโอนที่ดิน	6,699,000																	
ค่าอาคารแสดมปี	3,349,500																	
รวมต้นทุนพัฒนาที่ดิน	679,948,500		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ต้นทุนค่าพัฒนาที่ดิน																		
งานถมดินปรับระดับ	456,750																	
สาธารณูปโภค	3,654,000												609,000	609,000	609,000			
Landscape	1,461,600												243,600	243,600	243,600			
รวมต้นทุนพัฒนาที่ดิน	5,572,350		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	852,600	852,600	852,600	-	-	-
ต้นทุนค่าก่อสร้างอาคาร																		
ค่าก่อสร้างอาคาร (29 ชั้น)	23,430																	
งานเสาเข็มและฐานราก	15,396,077	2%																
งานโครงสร้างและงานระบบ	323,317,617	42%	19,018,683	19,018,683	19,018,683	19,018,683	19,018,683	19,018,683	19,018,683	19,018,683	19,018,683	19,018,683						
Lift (4 ตัวต่ออาคาร)	8,000,000	1%																
งานตกแต่งภายใน (Built-in Furniture)	111,628,500	15%									18,604,750	18,604,750	18,604,750	18,604,750	18,604,750	18,604,750		
งานสถาปัตยกรรม	311,461,656	40%				31,146,166	31,146,166	31,146,166	31,146,166	31,146,166	31,146,166	31,146,166	31,146,166	31,146,166	31,146,166	31,146,166		
รวม	769,803,850	100%	19,018,683	19,018,683	19,018,683	50,164,849	50,164,849	50,164,849	50,164,849	68,769,599	68,769,599	68,769,599	49,750,916	49,750,916	49,750,916	-	-	-
ค่าก่อสร้างนอกเหนือตัวอาคาร																		
Fitness Equipment	2,100,000																	2,100,000
Library Set	500,000																	500,000
Pool (12*20*1.6m, 6*4*0.6m)	5,976,000											1,992,000	1,992,000	1,992,000				
ระบบความปลอดภัย (CCTV)	870,000																	870,000
รวม	9,446,000		-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,992,000	1,992,000	1,992,000	3,470,000	-	-	-
ค่าออกแบบอาคาร	23,094,116	3%																
ค่าบริหารงานก่อสร้าง	23,094,116	3%	962,255	962,255	962,255	962,255	962,255	962,255	962,255	962,255	962,255	962,255	962,255	962,255	962,255	962,255		
ค่าเผื่อเหลือ ฉุกเฉิน	2,400,000		100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000			
ค่าธรรมเนียมการขออนุญาตก่อสร้าง	1,200,000																	
ค่าจัดทำรายงานสิ่งแวดล้อม	700,000	0.2%																
รวมต้นทุนค่าก่อสร้างอาคาร	829,738,081		20,080,938	20,080,938	20,080,938	51,227,104	51,227,104	51,227,104	51,227,104	69,831,854	69,831,854	71,823,854	52,805,170	52,805,170	54,283,170	-	-	-
รวมเงินลงทุนโครงการ (Total Cap. Invest.)	1,505,210,431		20,080,938	20,080,938	20,080,938	51,227,104	51,227,104	51,227,104	51,227,104	69,831,854	69,831,854	71,823,854	53,657,770	53,657,770	55,135,770	-	-	-

MARKETING COST						M18	M19	M20	M21	M22	M23	M24	M25	M26	M27	M28	M29	M30	M31	M32	M33	
Marketing Plan	Price / Unit	Amount (Unit)	Frequency (Time, Month)	Production Cost & Others	SUM	m16	m17	m18	m19	m20	m21	m22	m23	m24	m25	m26	m27	m28	m29	m30	m31	
						C12	C13	C14	C15	C16	C17	C18	C19	C20	C21	C22	C23	C24	T1	T2	T3	
1. PR and Advertising																						
Sale Office หน้าโครงการ	30,000 FC/sq.m.	150	1	-	4,500,000																	
Billboard - Front of site	- FC	1	1	100,000	100,000																	
Billboard - Prime Area	250,000 /month	1	24	100,000	6,100,000	250,000	250,000	250,000	250,000	250,000	250,000	250,000	250,000	250,000	250,000	250,000	250,000	250,000	250,000	250,000	250,000	250,000
Billboard - BTS Station	400,000 /month	1	12	100,000	4,900,000												400,000	400,000	400,000	400,000	400,000	400,000
Digital Billboard	360,000 /month	1	12	500,000	4,820,000												360,000	360,000	360,000	360,000	360,000	360,000
Newspaper	200,000 /ครั้ง	2	10	10,000	4,010,000												400,000	400,000	400,000	400,000	400,000	400,000
Magazine	200,000 /ครั้ง	2	10	10,000	4,010,000												400,000	400,000	400,000	400,000	400,000	400,000
Spot Radio	300,000 /month	2	10	100,000	6,100,000												600,000	600,000	600,000	600,000	600,000	600,000
Brochure - Full A4	100 /unit	1,000	1	20,000	120,000																	
Brochure - mini	25 /unit	2,500	1	10,000	72,500																	
Leaflet	2 /unit	4,000	1	-	8,000																	
2. Online Marketing																						
Home Website	10,000 /Year	1	3	50,000	80,000												10,000					
SEO	60,000 /keyword	2	29	3,480,000	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000
GDN	60,000 /month	1	29	1,740,000	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000
Facebook	60,000 /month	1	15	900,000	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000
LINE	40,000 /month	1	15	600,000	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000
Property Website Banner	50,000 /month	2	29	2,900,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
Other Free Online Marketing	- /month	1	29	-	-																	
3. Direct Marketing																						
SMS	0.6 /msg	3,000	29	52,200	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800
Email	0.3 /mail	3,000	29	26,100	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900
4. Sale Promotion																						
Online Campaign	100,000 /month	1	29	2,900,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
Lucky Draw	100,000 /month	1	29	2,900,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
Gift Voucher	20,000 /unit	240	1	4,800,000	96,000	96,000	48,000	48,000	48,000	48,000	48,000	48,000	48,000	48,000	48,000	48,000	48,000					
5. Event Marketing																						
Booth - Grand Opening (at Site)	1,000,000 /ครั้ง	1	1	250,000	1,250,000																	
Booth - Events	1,000,000 /ครั้ง	1	5	240,000	6,200,000				1,240,000						1,240,000							
Thank You Party	350,000 /ครั้ง	1	2	700,000																	350,000	350,000
SUM					63,268,800	928,700	928,700	2,120,700	780,700	780,700	780,700	780,700	2,020,700	780,700	780,700	1,640,700	2,752,700	2,742,700	2,742,700	2,742,700	1,692,700	932,700
% Cost / Proj. Value						2.35%																
ค่าจ้างและเงินเดือน						Total																
ผู้จัดการฝ่ายขายและการตลาด	1				30,000																	
ผู้ช่วยผู้จัดการ	1				25,000																	
พนักงานฝ่ายขาย	10				15,000																	
พนักงานฝ่ายการตลาด	2				25,000																	
พนักงานบัญชีและการเงิน	1				20,000																	
แม่บ้าน	3				12,000																	
ช่างซ่อมบำรุง	3				10,000																	
					10,099,000	341,000	341,000	341,000	341,000	341,000	341,000	341,000	341,000	341,000	341,000	341,000	341,000	341,000	341,000	341,000	341,000	341,000
Commission Fee						Total																
เงินสำรองทางการตลาด	0.25%	ของยอดขาย			6,742,972																	
	2,000,000	บาท			2,000,000	134,859	134,859	67,430	67,430	67,430	67,430	67,430	67,430	67,430	67,430	67,430	67,430	67,430	-	-	-	-
					8,742,972	134,859	134,859	67,430	67,430	67,430	67,430	67,430	67,430	67,430	67,430	67,430	67,430	67,430	-	-	-	-
รวมค่าใช้จ่ายทางการตลาด						82,110,772	1,404,559	1,404,559	2,529,130	1,189,130	1,189,130	1,189,130	1,189,130	2,429,130	1,189,130	1,189,130	2,049,130	3,093,700	3,083,700	3,083,700	2,033,700	1,273,700
% Cost / Proj. Value						3.04%																

ชั้น	Type	ขนาด	จำนวน	ราคา/ตร.ม.	โปรโมชัน	ราคาขาย/ยูนิต	ราคาขายต่อตารางเมตร	ผ่อน 20%	จริง	ทำสัญญา	งวดผ่อน		ผ่อนแบบจัด		รวมได้ลูกค้า
											24	กู้ธนาคาร	7%	20	
9	A1	36.2	3.0	230,000	50,000	8,364,500	231,383	1,672,900	50,000	360,000	52,621	6,691,600	-51,880	-155,640	
	B1	42.2	1.0	230,000	50,000	9,744,500	231,186	1,948,900	50,000	430,000	61,204	7,795,600	-60,439	-181,318	
	B2	47.7	1.0	230,000	60,000	11,019,500	231,259	2,203,900	50,000	500,000	68,913	8,815,600	-68,347	-205,042	
10	A1	36.2	3.0	231,000	50,000	8,400,650	232,383	1,680,130	50,000	370,000	52,505	6,720,520	-52,104	-156,312	
	B1	42.2	1.0	231,000	50,000	9,786,650	232,186	1,957,330	50,000	430,000	61,555	7,829,320	-60,701	-182,102	
	B2	47.7	1.0	231,000	60,000	11,067,150	232,259	2,213,430	50,000	500,000	69,310	8,853,720	-68,643	-205,928	
11	A1	36.2	5.0	232,000	50,000	8,436,800	233,383	1,687,360	50,000	370,000	52,807	6,749,440	-52,328	-156,985	
	B1	42.2	4.0	232,000	50,000	9,828,800	233,186	1,965,760	50,000	440,000	61,490	7,863,040	-60,962	-182,886	
	B2	47.7	1.0	232,000	60,000	11,114,800	233,259	2,222,960	50,000	500,000	69,707	8,891,840	-68,938	-206,815	
12	A1	36.2	5.0	233,000	50,000	8,472,950	234,383	1,694,590	50,000	370,000	53,108	6,778,360	-52,553	-157,658	
	B1	42.2	4.0	233,000	50,000	9,870,950	234,186	1,974,190	50,000	440,000	61,841	7,896,760	-61,223	-183,670	
	B2	47.7	1.0	233,000	60,000	11,162,450	234,259	2,232,490	50,000	500,000	70,104	8,929,960	-69,234	-207,702	
13	A1	36.2	5.0	234,000	50,000	8,509,100	235,383	1,701,820	50,000	370,000	53,409	6,807,280	-52,777	-158,330	
	B1	42.2	4.0	234,000	50,000	9,913,100	235,186	1,982,620	50,000	440,000	62,193	7,930,480	-61,485	-184,455	
	B2	47.7	1.0	234,000	60,000	11,210,100	235,259	2,242,020	50,000	510,000	70,084	8,968,080	-69,529	-208,588	
14	A1	36.2	5.0	235,000	50,000	8,545,250	236,383	1,709,050	50,000	370,000	53,710	6,836,200	-53,001	-159,003	
	B1	42.2	4.0	235,000	50,000	9,955,250	236,186	1,991,050	50,000	440,000	62,544	7,964,200	-61,746	-185,239	
	B2	47.7	1.0	235,000	60,000	11,257,750	236,259	2,251,550	50,000	510,000	70,481	9,006,200	-69,825	-209,475	
15	A1	36.2	5.0	236,000	50,000	8,581,400	237,383	1,716,280	50,000	370,000	54,012	6,865,120	-53,225	-159,676	
	B1	42.2	4.0	236,000	50,000	9,997,400	237,186	1,999,480	50,000	440,000	62,895	7,997,920	-62,008	-186,023	
	B2	47.7	1.0	236,000	60,000	11,305,400	237,259	2,261,080	50,000	510,000	70,878	9,044,320	-70,121	-210,362	
16	A1	36.2	5.0	237,000	50,000	8,617,550	238,383	1,723,510	50,000	380,000	53,896	6,894,040	-53,449	-160,348	
	B1	42.2	4.0	237,000	50,000	10,039,550	238,186	2,007,910	50,000	450,000	62,830	8,031,640	-62,269	-186,808	
	B2	47.7	1.0	237,000	60,000	11,353,050	238,259	2,270,610	50,000	510,000	71,275	9,082,440	-70,416	-211,248	
17	A1	36.2	5.0	238,000	50,000	8,653,700	239,383	1,730,740	50,000	380,000	54,198	6,922,960	-53,674	-161,021	
	B1	42.2	4.0	238,000	60,000	10,091,700	239,423	2,018,340	50,000	450,000	63,264	8,073,360	-62,593	-187,778	
	B2	47.7	1.0	238,000	60,000	11,400,700	239,259	2,280,140	50,000	520,000	71,256	9,120,560	-70,712	-212,135	
18	A1	36.2	5.0	239,000	50,000	8,689,850	240,383	1,737,970	50,000	380,000	54,499	6,951,880	-53,898	-161,694	
	B1	42.2	4.0	239,000	60,000	10,133,850	240,423	2,026,770	50,000	450,000	63,615	8,107,080	-62,854	-188,562	
	B2	47.7	1.0	239,000	60,000	11,448,350	240,259	2,289,670	50,000	520,000	71,653	9,158,680	-71,007	-213,021	
19	A1	36.2	5.0	240,000	50,000	8,726,000	241,383	1,745,200	50,000	380,000	54,800	6,980,800	-54,122	-162,366	
	B1	42.2	4.0	240,000	60,000	10,176,000	241,423	2,035,200	50,000	450,000	63,967	8,140,800	-63,116	-189,347	
	B2	47.7	1.0	240,000	60,000	11,496,000	241,259	2,299,200	50,000	520,000	72,050	9,196,800	-71,303	-213,908	
20	A1	36.2	5.0	240,000	50,000	8,762,150	242,383	1,752,430	50,000	380,000	55,101	7,009,720	-54,346	-163,039	
	B1	42.2	4.0	240,000	60,000	10,218,150	242,423	2,044,630	50,000	450,000	64,334	8,181,720	-63,340	-190,128	
	B2	47.7	1.0	240,000	60,000	11,542,150	242,259	2,308,730	50,000	520,000	72,433	9,243,720	-71,592	-214,795	

ชั้น	Type	ขนาด	จำนวน	ราคา/ตร.ม.	โปรโมชัน	ราคาขายยูนิต	ราคาขายต่อตารางเมตร	ผ่อน 20%	จริง	ทำสัญญา	งวดผ่อน		ผู้ธนาคาร	ผ่อนแบ่ง		รายได้ลูกค้า
											24	7%		20		
20	A1	36.2	5.0	241,000	50,000	8,762,150	242,383	1,752,430	50,000	380,000	55,101	7,009,720		-54,346	-163,039	
	B1	42.2	4.0	241,000	60,000	10,218,150	242,423	2,043,630	50,000	460,000	63,901	8,174,520		-63,377	-190,131	
	B2	47.7	1.0	241,000	60,000	11,543,650	242,259	2,308,730	50,000	520,000	72,447	9,234,920		-71,598	-214,795	
	C1	62.1	1.0	241,000	80,000	15,034,050	242,289	3,006,810	50,000	700,000	94,034	12,027,240		-93,247	-279,741	
	C2	58.2	1.0	241,000	80,000	14,106,200	242,375	2,821,240	50,000	650,000	88,385	11,284,960		-87,492	-262,477	
	C3	71.4	1.0	241,000	90,000	17,285,350	242,261	3,457,070	50,000	810,000	108,211	13,828,280		-107,211	-321,632	
21	A1	36.2	5.0	242,000	50,000	8,798,300	243,383	1,759,660	50,000	380,000	55,403	7,038,640		-54,571	-163,712	
	B1	42.2	4.0	242,000	60,000	10,260,300	243,423	2,052,060	50,000	460,000	64,253	8,208,240		-63,638	-190,915	
	B2	47.7	1.0	242,000	60,000	11,591,300	243,259	2,318,260	50,000	520,000	72,844	9,273,040		-71,894	-215,681	
	C1	62.1	1.0	242,000	80,000	15,096,100	243,289	3,019,220	50,000	700,000	94,551	12,076,880		-93,632	-280,896	
	C2	58.2	1.0	242,000	80,000	14,164,400	243,375	2,832,880	50,000	650,000	88,870	11,331,520		-87,853	-263,559	
	C3	71.4	1.0	242,000	90,000	17,356,700	243,261	3,471,340	50,000	810,000	108,806	13,885,360		-107,653	-322,959	
22	A1	36.2	5.0	243,000	50,000	8,834,450	244,383	1,766,890	50,000	390,000	55,287	7,067,560		-54,795	-164,384	
	B1	42.2	4.0	243,000	60,000	10,302,450	244,423	2,060,490	50,000	460,000	64,604	8,241,960		-63,900	-191,699	
	B2	47.7	1.0	243,000	60,000	11,638,950	244,259	2,327,790	50,000	530,000	72,825	9,311,160		-72,189	-216,568	
	C1	62.1	1.0	243,000	80,000	15,158,150	244,289	3,031,630	50,000	700,000	95,068	12,126,520		-94,017	-282,050	
	C2	58.2	1.0	243,000	80,000	14,222,600	244,375	2,844,520	50,000	660,000	88,938	11,378,080		-88,214	-264,642	
	C3	71.4	1.0	243,000	90,000	17,428,050	244,261	3,485,610	50,000	820,000	108,984	13,942,440		-108,096	-324,287	
23	A1	36.2	5.0	244,000	50,000	8,870,600	245,383	1,774,120	50,000	390,000	55,588	7,096,480		-55,019	-165,057	
	B1	42.2	4.0	244,000	60,000	10,344,600	245,423	2,068,920	50,000	460,000	64,955	8,275,680		-64,161	-192,484	
	B2	47.7	1.0	244,000	60,000	11,686,600	245,259	2,337,320	50,000	530,000	73,222	9,349,280		-72,485	-217,455	
	C1	62.1	1.0	244,000	80,000	15,220,200	245,289	3,044,040	50,000	710,000	95,168	12,176,160		-94,402	-283,205	
	C2	58.2	1.0	244,000	80,000	14,280,800	245,375	2,856,160	50,000	660,000	89,423	11,424,640		-88,575	-265,725	
	C3	71.4	1.0	244,000	90,000	17,499,400	245,261	3,499,880	50,000	820,000	109,578	13,999,520		-108,538	-325,614	
24	A1	36.2	2.0	245,000	50,000	8,906,750	246,383	1,781,350	50,000	390,000	55,890	7,125,400		-55,243	-165,729	
	B1	42.2	4.0	245,000	60,000	10,386,750	246,423	2,077,350	50,000	460,000	65,306	8,309,400		-64,423	-193,268	
	B3	48.8	1.0	245,000	60,000	12,003,750	246,231	2,400,750	50,000	550,000	75,031	9,603,000		-74,452	-223,356	
	C2	58.2	1.0	245,000	80,000	14,339,000	246,375	2,867,800	50,000	660,000	89,908	11,471,200		-88,936	-266,808	
	C3	71.4	1.0	245,000	90,000	17,570,750	246,261	3,514,150	50,000	820,000	110,173	14,056,600		-108,981	-326,942	
	D1	89.6	1.0	245,000	110,000	22,049,750	246,228	4,409,950	50,000	1,050,000	137,915	17,639,800		-136,761	-410,284	
25	A1	36.2	2.0	246,000	50,000	8,942,900	247,383	1,788,580	50,000	390,000	56,191	7,154,320		-55,467	-166,402	
	B1	42.2	4.0	246,000	60,000	10,428,900	247,423	2,085,780	50,000	470,000	65,241	8,343,120		-64,684	-194,052	
	B3	48.8	1.0	246,000	60,000	12,052,500	247,231	2,410,500	50,000	550,000	75,438	9,642,000		-74,754	-224,263	
	C2	58.2	1.0	246,000	80,000	14,397,200	247,375	2,879,440	50,000	660,000	90,393	11,517,760		-89,297	-267,891	
	C3	71.4	1.0	246,000	90,000	17,642,100	247,261	3,528,420	50,000	830,000	110,351	14,113,680		-109,423	-328,270	
	D1	89.6	1.0	246,000	120,000	22,149,300	247,340	4,429,860	50,000	1,050,000	138,744	17,719,440		-137,379	-412,136	
26	A1	36.2	2.0	247,000	50,000	8,979,050	248,383	1,795,810	50,000	390,000	56,492	7,183,240		-55,692	-167,075	
	B1	42.2	4.0	247,000	60,000	10,471,050	248,423	2,094,210	50,000	470,000	65,592	8,376,840		-64,946	-194,837	
	B3	48.8	1.0	247,000	70,000	12,111,250	248,436	2,422,250	50,000	550,000	75,927	9,689,000		-75,119	-225,356	
	C2	58.2	1.0	247,000	80,000	14,455,400	248,375	2,891,080	50,000	670,000	90,462	11,564,320		-89,658	-268,974	
	C3	71.4	1.0	247,000	90,000	17,713,450	248,261	3,542,690	50,000	830,000	110,945	14,170,760		-109,866	-329,597	
	D1	89.6	1.0	247,000	120,000	22,238,850	248,340	4,447,770	50,000	1,060,000	139,074	17,791,080		-137,934	-413,802	
27	A1	36.2	2.0	248,000	50,000	9,015,200	249,383	1,803,040	50,000	400,000	56,377	7,212,160		-55,916	-167,747	
	B1	42.2	4.0	248,000	60,000	10,513,200	249,423	2,102,640	50,000	470,000	65,943	8,410,560		-65,207	-195,621	
	B3	48.8	1.0	248,000	70,000	12,160,000	249,436	2,432,000	50,000	550,000	76,333	9,728,000		-75,421	-226,263	
	C2	58.2	1.0	248,000	80,000	14,513,600	249,375	2,902,720	50,000	670,000	90,947	11,610,880		-90,019	-270,057	
	C3	71.4	1.0	248,000	90,000	17,784,800	249,261	3,556,960	50,000	830,000	111,540	14,227,840		-110,308	-330,925	
	D1	89.6	1.0	248,000	120,000	22,328,400	249,340	4,465,680	50,000	1,060,000	139,820	17,862,720		-138,489	-415,468	
28	A1	36.2	2.0	249,000	50,000	9,051,350	250,383	1,810,270	50,000	400,000	56,678	7,241,080		-56,140	-168,420	
	B1	42.2	4.0	249,000	60,000	10,555,350	250,423	2,111,070	50,000	470,000	66,295	8,444,280		-65,468	-196,405	
	B3	48.8	1.0	249,000	70,000	12,208,750	250,436	2,441,750	50,000	560,000	76,323	9,767,000		-75,723	-227,170	
	C2	58.2	1.0	249,000	80,000	14,571,800	250,375	2,914,360	50,000	670,000	91,432	11,657,440		-90,380	-271,140	
	C3	71.4	1.0	249,000	90,000	17,856,150	250,261	3,571,230	50,000	840,000	111,718	14,284,920		-110,751	-332,252	
	D1	89.6	1.0	249,000	120,000	22,417,950	250,340	4,483,590	50,000	1,070,000	140,150	17,934,360		-139,045	-417,135	
29	A1	36.2	2.0	250,000	50,000	9,087,500	251,383	1,817,500	50,000	400,000	56,979	7,270,000		-56,364	-169,093	
	B1	42.2	4.0	250,000	60,000	10,597,500	251,423	2,119,500	50,000	470,000	66,646	8,478,000		-65,730	-197,190	
	B3	48.8	1.0	250,000	70,000	12,257,500	251,436	2,451,500	50,000	560,000	76,729	9,806,000		-76,026	-228,077	
	C2	58.2	1.0	250,000	80,000	14,630,000	251,375	2,926,000	50,000	680,000	91,500	11,704,000		-90,741	-272,223	
	C3	71.4	1.0	250,000	90,000	17,927,500	251,261	3,585,500	50,000	840,000	112,313	14,342,000		-111,193	-333,580	
	D1	89.6	1.0	250,000	120,000	22,507,500	251,340	4,501,500	50,000	1,070,000	140,896	18,006,000		-139,600	-418,801	

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นาย กฤษฎา เสถียรโสภณ
วันเดือนปีเกิด	วันที่ 9 ธันวาคม พ.ศ. 2527
ตำแหน่ง	เจ้าของธุรกิจส่วนตัว
ประสบการณ์ทำงาน	ดำเนินธุรกิจส่วนตัว ตั้งแต่ปีพ.ศ.2552 จนถึงปัจจุบัน

