



การศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาที่ดินบน ถนนนิพัทธ์สงเคราะห์ 4  
อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

โดย

นายเจตริน แซ่ต้ง

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์)  
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
ปีการศึกษา 2558  
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

การศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาที่ดินบน ถนนนิพัทธ์สงเคราะห์ 4  
อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

โดย

นายเจตริน แซ่ต่ง

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์)  
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
ปีการศึกษา 2558  
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



FEASIBILITY STUDY OF LAND DEVELOPMENT ON  
NIPHATSONGKHRO 4 ROAD, HATYAI, SONGKHLA

BY

MR. JETRIN SAE-TUNG

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

นายเจตริน แซ่ต่ง

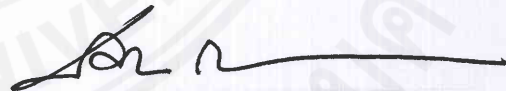
เรื่อง

การศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาที่ดินบน ถนนนิพัทธ์สงเคราะห์ 4  
อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์)

เมื่อ วันที่ 22 เมษายน พ.ศ. 2559

ประธานกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ



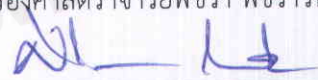
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มิตี รัตน์ปรีชาเวช)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ



(รองศาสตราจารย์พัชรา พัชราวณิช)

คณบดี



(ศาสตราจารย์ ดร.ศิริลักษณ์ โจนกิจอำนวย)

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	การศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาที่ดินบน ถนน- นิวัฒน์สงเคราะห์ 4 อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
ชื่อผู้เขียน	นายเจตริน แซ่ต่ง
ชื่อปริญญา	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์)
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	รองศาสตราจารย์พัชรา พัชราวนิช
ปีการศึกษา	2558

### บทสรุปผู้บริหาร

โครงการ Dwellness เป็นโครงการบ้านแฝดและอาคารพาณิชย์ ตั้งอยู่บริเวณ ถนนนิวัฒน์สงเคราะห์ 4 อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา บนเนื้อที่ดินโครงการทั้งสิ้น 1 ไร่ 3 งาน 20 ตารางวา โดยมีอาณาเขตของที่ดินโดยรอบ ดังนี้

ทิศเหนือ	ระยะประมาณ 101 เมตร ติดต่อกับที่ดินแปลงขนาดใหญ่ประมาณ 4 ไร่
ทิศใต้	ระยะประมาณ 95 เมตร ติดต่อกับที่ดินแปลงขนาดกลางขนาดประมาณ 1 ไร่
ทิศตะวันออก	ระยะประมาณ 32 เมตร ติดต่อกับบ้านพักอาศัย 1-2 ชั้น
ทิศตะวันตก	ระยะประมาณ 28.25 เมตร ติดต่อกับ ถนนนิพัทธ์สงเคราะห์ 4



การวิเคราะห์ด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้องรวมทั้งพิจารณาความเป็นไปได้ด้านการตลาดในพื้นที่ พบว่าที่ตั้งโครงการตั้งอยู่ภายในบริเวณที่ 2 ของเทศบาลนครหาดใหญ่ ซึ่งจากข้อกำหนดการใช้ที่ดินในเทศบาลนครหาดใหญ่ ที่ดินสามารถนำมาพัฒนาโครงการได้หลากหลายประเภท ได้แก่ อพาร์ทเมนท์ โรงแรม คอนโดมิเนียม และที่อยู่อาศัยแนวราบ แต่เมื่อเข้าสู่การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการตลาด ทั้งจากข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ พบว่าโครงการที่อยู่อาศัยแนวราบในส่วนของอาคารพาณิชย์และบ้านแฝดมีความน่าสนใจในการลงทุนมากที่สุด เนื่องจากเป็นโครงการที่ยังเป็นที่ต้องการของตลาด ทั้งจากกรณีศึกษาของโครงการในอดีตที่สามารถปิดการขายได้ภายในเวลาไม่นานนักและโครงการคู่แข่งอื่นๆในปัจจุบันที่มีอัตราการขาย (Absorption Rate) อยู่ในระดับที่น่าพอใจ ถึงแม้ว่าจะมีราคาของหน่วยขายที่ค่อนข้างสูงจากปัจจัยทางด้านราคาที่ดินในอำเภอหาดใหญ่ที่ปรับตัวสูงขึ้นโดยตลอดก็ตาม ซึ่งเมื่อนำมาวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน รูปแบบการพัฒนาดังกล่าวจะมีอัตราผลตอบแทนที่น่าสนใจและมีความเป็นไปได้มากที่สุด

การศึกษางานวิจัยชิ้นอื่นๆที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการสัมภาษณ์เชิงลึกถึงความต้องการและพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าโดยตรง เพื่อหารูปแบบและองค์ประกอบต่างๆ ที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายต้องการ และนำผลของการศึกษามาต่อยอดพัฒนาผลิตภัณฑ์ จนได้แนวคิดและภาพรวมของโครงการ โดยมีรายละเอียดโดยสรุปดังนี้

#### รูปแบบโครงการ

โครงการ Dwellness เป็นโครงการที่อยู่อาศัยแนวราบ โดยประกอบไปด้วยบ้านแฝด จำนวน 9 หน่วย พื้นที่ใช้สอยประมาณ 350 ตร.ม. ขนาดที่ดินเริ่มต้น 46 ตร.วา และอาคารพาณิชย์ จำนวน 4 หน่วย พื้นที่ใช้สอยประมาณ 183 ตร.ม. ขนาดที่ดินเริ่มต้น 20.25 ตร.วา

#### แนวคิดของโครงการ

Dwell & Business “เพราะชีวิตไม่ได้มีแค่ด้านเดียว” ตอบสนองฟังก์ชันของความเป็นทั้ง “บ้าน” และ “ออฟฟิศ” เข้าไว้ด้วยกัน

#### ระดับราคาขายเฉลี่ย

อาคารพาณิชย์ 6.7 ล้านบาท

บ้านแฝด (โฮมออฟฟิศ) 9.5 ล้านบาท

#### ระดับรายได้ของกลุ่มลูกค้า

รายได้ครัวเรือน 120,000 บาท/เดือน ขึ้นไป

**ระยะเวลาการก่อสร้าง** เริ่มก่อสร้างในส่วนของเพสบ้านแฝดก่อน โดยจะแล้วเสร็จในช่วงเดือนที่ 15 ส่วนในเฟสอาคารพาณิชย์จะเริ่มก่อสร้างในช่วงเดือนที่ 10 และจะแล้วเสร็จในช่วงเดือนที่ 19 นับตั้งแต่เริ่มก่อสร้างโครงการ

**ระยะเวลาโครงการ** เริ่มจากศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนโครงการจนถึงการโอนกรรมสิทธิ์บ้านให้แก่ลูกค้าจนแล้วเสร็จ คิดเป็นระยะเวลา 24 เดือน

**สัดส่วนการลงทุน** ส่วนของเจ้าของ 61% , กู้ยืม 39%

**งบประมาณในการลงทุน** 87 ล้านบาท ประกอบด้วย

- ค่าที่ดินและปรับปรุงที่ดิน 32 ล้านบาท
- ค่าก่อสร้าง 42.5 ล้านบาท
- ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน 12.5 ล้านบาท

**รายรับจากโครงการ** 116 ล้านบาท

- กำไรขั้นต้น 42 ล้านบาท คิดเป็น 36% จากรายได้
- กำไรสุทธิ 23 ล้านบาท คิดเป็น 20% จากรายได้

**ผลสรุปจากการวิเคราะห์ทางการเงิน**

- มูลค่าสุทธิของโครงการ (Net Present Value : NPV) 15,299,930 บาท
- อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return : IRR) 32.90%

การลงทุนโครงการ Dwellness มีความเป็นไปได้ทางการเงินตามที่ได้ตั้งเกณฑ์ไว้ และเมื่อทำการวิเคราะห์ความเสี่ยงจากปัจจัยต่างๆที่มีผลกระทบต่อผลตอบแทนของโครงการ ได้แก่ อัตราการขาย ต้นทุนค่าก่อสร้าง ต้นทุนทางการเงิน และราคาขายที่เปลี่ยนแปลงไปซึ่งผลการวิเคราะห์ความอ่อนไหว (Sensitivity Analysis) และการวิเคราะห์สถานการณ์ในอนาคต (Scenario Analysis) อยู่ในระดับที่สามารถยอมรับได้ เพราะฉะนั้นจึงสรุปได้ว่าโครงการ Dwellness มีความเป็นไปได้ในการลงทุน

**คำสำคัญ:** โฮมออฟฟิศ, อาคารพาณิชย์, บ้านแฝด, หาดใหญ่

Independent Study Title	FEASIBILITY STUDY OF LAND DEVELOPMENT ON NIPHATSONGKHRO 4 ROAD, HATYAI, SONGKHLA
Author	MR JETRIN SAE-TUNG
Degree	Master of Science (Real Estate Business)
Department/Faculty/University	Faculty of Commerce and Accountancy Thammasat University
Independent Study Advisor	Associate Professor Pachara Pacharavanich
Academic Years	2015

### EXECUTIVE SUMMARY

Dwellness is a semi-detached house and shop houses development project, located on Niphatsongkhro 4 Road, Hatyai, Songkhla. The property has 1-3-20 Rai. The boundaries of project are as follows :

North	: 101 meters, big parcel of land approximately 4 Rai
South	: 95 meters, vacant land approximately 1 Rai
East	: 32 meters, 1-2 storey single-detached house
West	: 28.25 meters, Niphatsongkhro 4 Road





The site is located in zone 2 of land-use under Hatyai Municipal Authority. From regulation, the land can be developed as apartment, hotel, condominium and housing project. However, after conducting marketing and financing pre-feasibility study of this project, we found that developing semi-detached house and shop houses are the most interesting to invest.

Subsequently, the author has studied other related researches and also surveyed the customer preferences and behaviour by in-depth interview. As a result, we can develop our product and project concept as follows.

<b>Project Information</b>	“Dwellness” comprises 9 units of semi-detached house with building area 350 sq.m., land area 46-58 sq.wa and 4 units of shop houses with building area 183 sq.m., land area 20.25 sq.wa.
<b>Concept</b>	Dwell & Business “Life’s not just in one aspect” (The combination of home and office).
<b>Selling Price</b>	Shop houses 6.7 million Baht Semi-detached house (Home Office) 9.5 million Baht
<b>Target Consumer Income</b>	Household income over 120,000 Baht/Month.
<b>Project Duration</b>	24 months including 3 months prior feasibility project study.
<b>Investment Ratio</b>	Equity : Debt = 61 : 39

<b>Project Investment</b>	87 Million Baht
● Land and Land Improvement Cost	32 Million Baht
● Construction Cost	42.5 Million Baht
● Operating Expenses	12.5 Million Baht

<b>Project Income</b>	116 Million Baht
● Gross Profit	42 Million Baht (36% of Revenue)
● Net Profit	23 Million Baht (20% of Revenue)

### Financial Analysis

The financial analysis has shown that this project is feasible to invest according to these following financial indicators.

- Net Present Value : NPV 15,299,930 Baht
- Internal Rate of Return : IRR 32.90%

Moreover, the result of sensitivity and scenario analysis by comparing construction cost, financial cost, selling price and absorption rate has shown an acceptable rate of return despite the alteration in mentioned factors. However, the owner should consider thoroughly on altering selling price which is the most sensitive factor, the considerable deduction on selling price could conduct a deficit on project returns.

To summarize, the feasibility study concluded that “Dwellness” is able to be implemented to achieve investment goal.

**Keywords:** Home Office, Shop House, Twin House, Hatyai

## กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำการศึกษาอิสระฉบับนี้ทำให้ผู้เขียนได้นำเอาความรู้ที่ได้รับจากการศึกษาในภาควิชา อสังหาริมทรัพย์ตลอดเวลา 2 ปีที่ผ่านมา มาประยุกต์ใช้ในบริบทที่แตกต่างออกไปจากการศึกษาในห้องเรียน ซึ่งก่อให้เกิดการเรียนรู้ด้วยตัวเอง นำไปสู่การสังเคราะห์ถึงความคิดใหม่ๆ ทำให้เกิดความเข้าใจในสิ่งที่ได้ศึกษามากยิ่งขึ้น

ผู้จัดทำต้องขอขอบคุณ รองศาสตราจารย์พัชรา พัชรวาณิช อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาอิสระฉบับนี้ที่กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่าในการให้คำปรึกษา เสนอแนะแนวทางในการศึกษา จนทำให้การศึกษาอิสระครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี รวมไปถึงการให้ความรู้ด้านอื่นๆที่จะเป็นประโยชน์ต่อการนำไปประยุกต์ใช้ต่อไปในอนาคตได้

นอกจากนั้น ผู้จัดทำต้องขอขอบคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์นิติ รัตนปรีชาเวช ในฐานะกรรมการการศึกษาอิสระ ที่ได้ให้ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ รวมถึงคำแนะนำต่างๆที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาอิสระครั้งนี้ จนทำให้การศึกษาสำเร็จไปได้ด้วยดี

ต้องการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จะสำเร็จไปไม่ได้ถ้าหากขาดผู้ที่อยู่เบื้องหลังเหล่านี้ ไม่ว่าจะเป็นเพื่อนๆ MRE14 ที่มีน้ำใจช่วยเหลือมาโดยตลอด รวมถึงเพื่อนๆพี่ๆท่านอื่นๆที่ได้ให้คำแนะนำและคำปรึกษาที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นอย่างดี

และท้ายที่สุดผู้จัดทำต้องขอขอบพระคุณผู้ที่เป็นเบื้องหลังทุกๆความสำเร็จ นั่นคือ พ่อ แม่ และทุกๆคนในครอบครัว ที่ได้ให้การสนับสนุนและกำลังใจในการศึกษาตลอดมา

หากการศึกษาอิสระฉบับนี้มีข้อบกพร่องประการใดผู้จัดทำต้องขออภัยไว้ ณ ที่นี้ด้วย

นายเจตริน แซ่ต่ง

## สารบัญ

	หน้า
บทสรุปผู้บริหารภาษาไทย	(1)
บทสรุปผู้บริหารภาษาอังกฤษ	(5)
กิตติกรรมประกาศ	(9)
สารบัญตาราง	(14)
สารบัญภาพ	(16)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาของโครงการ	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
1.3 ขอบเขตของการศึกษา	3
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
บทที่ 2 การวิเคราะห์ที่ตั้งโครงการ	4
2.1 การวิเคราะห์ทำเลที่ตั้งโครงการ	4
2.1.1 ที่ตั้งโครงการ	4
2.1.2 การเข้าถึงโครงการ	6
2.2 การวิเคราะห์ด้านกายภาพ	12
2.2.1 ขนาดและรูปร่างที่ดิน	13
2.2.2 สภาพที่ดินในปัจจุบันและสภาพแวดล้อม	14
2.3 การวิเคราะห์ด้านกฎหมาย	17
2.3.1 สรุปแนวทางการพัฒนาจากข้อกำหนดต่างๆ	27

บทที่ 3 การวิเคราะห์ตลาด	29
3.1 ภาพรวมภาวะเศรษฐกิจในประเทศ	29
3.2 ภาพรวมเศรษฐกิจภาคใต้	34
3.2.1 ภาวะหนี้ครัวเรือนในภาคใต้	35
3.2.2 การค้าชายแดนไทย-มาเลเซีย	36
3.3 ภาพรวมภาวะเศรษฐกิจในจังหวัดสงขลา	37
3.4 ภาพรวมอสังหาริมทรัพย์จังหวัดสงขลา	39
3.5 วิเคราะห์อุปสงค์-อุปทาน	42
3.5.1 อุปสงค์	42
3.5.2 อุปทาน	49
3.6 วิเคราะห์คู่แข่ง	53
3.6.1 อาคารพาณิชย์	53
3.6.2 ที่อยู่อาศัยแนวราบ	59
3.7 สรุปประเภทของอสังหาริมทรัพย์ที่มีความเป็นไปได้ในการพัฒนา	72
3.8 การวิเคราะห์ด้านการเงินเบื้องต้น	74
3.9 สรุปการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการในเบื้องต้น	80
บทที่ 4 วรรณกรรมปริทัศน์	82
4.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	82
บทที่ 5 กลยุทธ์ทางการตลาด	85
5.1 การวิเคราะห์คู่แข่งทางตรงของโครงการ	85
5.1.1 การวิเคราะห์โครงการคู่แข่งบ้านแฝด	85
5.1.2 การวิเคราะห์โครงการคู่แข่งอาคารพาณิชย์	86
5.2 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัดของโครงการ (SWOT)	86
5.2.1 จุดแข็ง	86
5.2.2 จุดอ่อน	87
5.2.3 โอกาส	87

5.2.4 อุปสรรค	88
5.3 การวิเคราะห์ความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภค	88
5.3.1 ความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคอาคารพาณิชย์	89
5.3.2 ความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคบ้านแฝด	92
5.4 การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด (STP)	96
5.4.1 การแบ่งส่วนแบ่งตลาด	96
5.4.2 การกำหนดลูกค้ำกลุ่มเป้าหมาย	97
5.4.3 การวางตำแหน่งทางการตลาด	98
5.5 การวิเคราะห์ส่วนผสมทางการตลาด (4P's)	100
5.5.1 ผลิตภัณฑ์	100
5.5.2 ราคา	108
5.5.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย	110
5.5.4 กิจกรรมส่งเสริมการตลาด	111
5.6 การสื่อสารทางการตลาดเชิงบูรณาการ (IMC)	112
5.6.1 การโฆษณา	112
5.6.2 การตลาดทางตรง	114
บทที่ 6 การวิเคราะห์การก่อสร้างและการลงทุน	117
6.1 ลักษณะและรูปแบบของโครงการ	117
6.2 การบริหารงานก่อสร้าง	119
6.2.1 ช่วงก่อนดำเนินการก่อสร้าง	119
6.2.2 ช่วงงานก่อสร้าง	122
6.2.3 ช่วงหลังก่อสร้าง	122
6.3 สรุปรวมระยะเวลาโครงการ	122
บทที่ 7 การวิเคราะห์ทางการเงิน	125
7.1 งบประมาณในการลงทุน	125
7.2 สมมติฐานและรายรับของโครงการ	125
7.3 ต้นทุนทางการเงิน	128

7.3.1	ต้นทุนแหล่งเงินทุนจากการกู้ยืม	128
7.3.2	ต้นทุนแหล่งเงินทุนส่วนของผู้ถือหุ้น	128
7.3.3	ต้นทุนการเงินรวมของโครงการ	129
7.4	การวิเคราะห์มูลค่าโครงการตามแนวคิดทางการเงิน	129
7.4.1	มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ	129
7.4.2	อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ	129
7.4.3	สรุปความเป็นไปได้ทางการเงิน และอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน	130
7.5	การวิเคราะห์ความอ่อนไหวของปัจจัย (Sensitivity Analysis)	130
7.5.1	การเปลี่ยนแปลงของการพยากรณ์ยอดขาย	130
7.5.2	การเพิ่มขึ้นของต้นทุนค่าก่อสร้าง	131
7.5.3	การปรับลดราคาขาย	131
7.6	การวิเคราะห์สถานการณ์ในอนาคต (Scenario Analysis)	132
7.6.1	ปัจจัยการเปลี่ยนแปลงของค่าก่อสร้างและราคาขาย ต่ออัตราผลตอบแทนของโครงการ	132
7.7	บทสรุปจากการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของปัจจัย และการวิเคราะห์สถานการณ์ในอนาคต	132
	รายการอ้างอิง	134
	ภาคผนวก	137
	ภาคผนวก ก. กระบวนการและตัวอย่างคำถามการสัมภาษณ์เชิงลึก	138
	ภาคผนวก ข. แผนและงบประมาณการตลาด	151
	ภาคผนวก ค. แผนและงบประมาณการก่อสร้าง	153
	ภาคผนวก ง. งบกระแสเงินสดโครงการ	155
	ประวัติผู้เขียน	168

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 ระยะห่างจากสถานีที่สำคัญต่างๆ	5
2.2 สรุปความเป็นไปได้ของการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์แต่ละประเภท จากข้อกำหนดต่างๆ	28
3.1 การประมาณการอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจของสถาบันต่างๆ	30
3.2 สรุปข้อมูลดัชนีชี้วัดทางเศรษฐกิจที่สำคัญ	33
3.3 มูลค่าการค้าชายแดนไทย-มาเลเซีย รายจังหวัด	36
3.4 มูลค่าการค้าชายแดนไทย-มาเลเซีย รายด่าน	36
3.5 ดัชนีชี้วัดทางเศรษฐกิจที่สำคัญของภาคใต้	38
3.6 จำนวนประชากรจังหวัดสงขลา จำแนกเป็นรายอำเภอ	42
3.7 จำนวนประชากร 5 จังหวัดภาคใต้ตอนล่าง	42
3.8 รายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือน จำแนกตามจังหวัด	43
3.9 จำนวนนิติบุคคลจัดตั้งใหม่ จังหวัดสงขลา	44
3.10 จำนวนนิติบุคคลที่มีรายได้เกิน 10 ล้านบาทต่อปีในจังหวัดสงขลา จำแนกตามประเภทธุรกิจ	45
3.11 จำนวนโรงพยาบาลและแพทย์ในจังหวัดสงขลา	47
3.12 จำนวนแพทย์ทั้งประเทศไทย	47
3.13 จำนวนแพทย์ตามช่วงอายุ ในจังหวัดสงขลา	48
3.14 จำนวนนิติบุคคลที่มีรายได้เกิน 10 ล้านบาทต่อปี จำแนกรายจังหวัด	49
3.15 จำนวนหน่วยขายทั้งหมดในโซนใจกลางเมืองหาดใหญ่	50
3.16 จำนวนการออกไปอนุญาตก่อสร้างอาคารเพื่อการพาณิชย์ในจังหวัดสงขลา	51
3.17 รายละเอียดโครงการคู่แข่งที่เป็นอาคารเชิงพาณิชย์	55
3.18 รายละเอียดโครงการคู่แข่งที่เป็นบ้านเดี่ยว/บ้านแฝด	61
3.19 รายละเอียดโครงการคู่แข่งที่เป็นทาวน์เฮ้าส์	67
3.20 รายละเอียดโครงการที่เป็นคู่แข่งทางตรงบ้านเดี่ยว	70
3.21 รายละเอียดโครงการที่เป็นคู่แข่งทางตรงบ้านแฝด	71



3.22 ตารางสรุปความเป็นไปได้ในการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์แต่ละประเภท	72
3.23 สรุปข้อมูลตัวเลขที่สำคัญจากการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน	79
5.1 คู่แข่งทางตรงบ้านแฝด	85
5.2 คู่แข่งทางตรงอาคารพาณิชย์	86
5.3 เปรียบเทียบราคาและพื้นที่ใช้สอยโครงการคู่แข่งโฮมออฟฟิศ	108
5.4 แจกแจงราคาโฮมออฟฟิศแต่ละหน่วยขาย	109
5.5 เปรียบเทียบราคาและพื้นที่ใช้สอยโครงการคู่แข่งอาคารพาณิชย์	109
5.6 แจกแจงราคาอาคารพาณิชย์แต่ละหน่วยขาย	110
5.7 ราคาขาย	110
5.8 แผนงานขาย	110
5.9 แผนการตลาด	116
6.1 การใช้ประโยชน์จากที่ดิน	117
6.2 รายการประมาณการต้นทุนและวัสดุที่ใช้สำหรับแบบบ้านโฮมออฟฟิศ	120
6.3 รายการประมาณการต้นทุนและวัสดุที่ใช้สำหรับอาคารพาณิชย์	120
6.4 รายละเอียดต้นทุนค่าก่อสร้างรวมโครงการ	121
6.5 Gantt Chart	123
6.6 รายการจำแนกค่าที่ดินและค่าก่อสร้างรายเดือน	124
7.1 ต้นทุนการพัฒนาโครงการ	125
7.2 สมมติฐานต้นทุนค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	126
7.3 พยากรณ์ยอดขาย	126
7.4 ราคาขาย	127
7.5 สัดส่วนรายได้ของบ้านแต่ละชนิด	127
7.6 ที่มาและสัดส่วนของรายได้	127
7.7 อัตราดอกเบี้ยกู้ยืม	128
7.9 คำนวณ WACC	129
7.10 สรุปอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน	130

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 ที่ตั้งโครงการและสถานที่สำคัญโดยรอบ	4
2.2 ที่ตั้งโครงการแบบขยาย	5
2.3 เส้นทางการเข้าถึงโครงการ	6
2.4 ถนนลพบุรีราเมศวร์	7
2.5 ถนนรัชการ และป้ายบอกทางสู่ถนนนิพัทธ์สงเคราะห์ 4	7
2.6 ถนนนิพัทธ์สงเคราะห์ 4 หลังจากเลี้ยวมาจากถนนรัชการ	8
2.7 ทางเข้าถนนนิพัทธ์สงเคราะห์ 4	8
2.8 ถนนนิพัทธ์สงเคราะห์ 4	9
2.9 ถนนนิพัทธ์สงเคราะห์ 4 หน้าแปลงที่ดินโครงการ	9
2.10 วงเวียนน้ำพุ กำลังมุ่งหน้าเข้าสู่ถนนนิพัทธ์สงเคราะห์ 1	10
2.11 ถนนนิพัทธ์สงเคราะห์ 1 ด้านซ้ายมือเป็นโรงพยาบาลศิริรินทร์	10
2.12 ถนนนิพัทธ์สงเคราะห์ 1 บริเวณสี่แยกไฟแดงที่จะเลี้ยวเข้าสู่ถนนรัชการ	11
2.13 ถนนรัชการ และป้ายบอกทางสู่ถนนนิพัทธ์สงเคราะห์ 4	11
2.14 รายละเอียดแปลงที่ดิน	12
2.15 ภาพถ่ายทางอากาศแสดงระวางของแปลงที่ดิน	13
2.16 สภาพที่ดินในปัจจุบัน	14
2.17 สภาพที่ดินในปัจจุบัน	15
2.18 ฝั่งทิศใต้ของแปลงที่ดิน	15
2.19 ฝั่งทิศเหนือของแปลงที่ดิน	16
2.20 ฝั่งทิศตะวันตกของแปลงที่ดิน และอาคารศูนย์เฝ้าระวังขนาดใหญ่ที่กำลังพัฒนา	16
2.21 ระยะถอยร่นรอบที่ดิน	27
3.1 ประมาณการอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ	29
3.2 สัดส่วนหนี้ครัวเรือนต่อ GDP	31
3.3 สัดส่วนหนี้ครัวเรือนในแต่ละภาค	35
3.4 สัดส่วนหนี้ครัวเรือนภาคใต้	35

3.5	ที่ตั้งโครงการที่อยู่อาศัยในอำเภอหาดใหญ่	41
3.6	ที่ตั้งของโครงการคอนโดมิเนียม โรงแรม และอพาร์ทเมนต์ส่วนใหญ่ในอำเภอหาดใหญ่	51
3.7	ที่ตั้งของโครงการคู่แข่งที่เป็นอาคารพาณิชย์	53
3.8	โครงการทินกร	56
3.9	โครงการ G2	56
3.10	โครงการ Wanida	56
3.11	โครงการ Pongkhun	57
3.12	โครงการ Rungtiva Intown	57
3.13	โครงการทรัพย์เจริญ	58
3.14	ที่ตั้งของโครงการคู่แข่งที่เป็นบ้านเดี่ยว/บ้านแฝด	59
3.15	โครงการ The Oxygen	62
3.16	โครงการ Rungtiva Klong R.5	63
3.17	โครงการ Pongkhun Project 2 (Case Study)	64
3.18	โครงการ รุ่งทิวา (Case Study)	65
3.19	แสดงที่ตั้งของโครงการคู่แข่งที่เป็นทาวน์เฮ้าส์	65
3.20	โครงการ The Yada	68
3.21	โครงการ Miracle Estate	68
3.22	โครงการ The Peony	69
3.23	แผนผังบริเวณโครงการกรณีที่พัฒนาเป็นบ้านเดี่ยวและอาคารพาณิชย์	74
3.24	แผนผังบริเวณโครงการกรณีที่พัฒนาเป็นบ้านแฝดและอาคารพาณิชย์	76
3.25	แผนผังบริเวณโครงการกรณีที่พัฒนาเป็นทาวน์เฮ้าส์และอาคารพาณิชย์	77
5.1	การวางตำแหน่งทางการตลาดของโครงการเมื่อเทียบกับโครงการคู่แข่ง	99
5.2	แบบแปลนบ้านแฝดชั้น 1 ถึงชั้นลอย	101
5.3	บรรยากาศจำลองภายในบ้านส่วนออฟฟิศ	102
5.4	แบบแปลนบ้านแฝดชั้น 2 และชั้น 3	103
5.5	บรรยากาศจำลองภายในบ้านส่วนพักผ่อน (ห้องนั่งเล่น)	104

5.6 บรรยากาศจำลองภายในบ้านส่วนพักผ่อน (ห้องนอน)	104
5.7 รูปแบบการดีไซน์ภายนอกของอาคาร (บ้านแฝด)	105
5.8 แบบแปลนอาคารพาณิชย์	106
5.9 บรรยากาศจำลองภายในบ้าน (อาคารพาณิชย์)	107
5.10 รูปแบบการดีไซน์ภายนอกของอาคาร (อาคารพาณิชย์)	107
6.1 ผังโครงการ	117
6.2 แบบแปลนบ้านโฮมออฟฟิศ	118
6.3 แบบแปลนบ้านอาคารพาณิชย์	119



## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาของโครงการ

อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ถือได้ว่าเป็นพื้นที่ที่เป็นศูนย์กลางทางการค้าในภาคใต้ของประเทศไทยมาอย่างยาวนาน เนื่องจากมีอาณาบริเวณที่ติดกับทะเลและเชื่อมต่อกับพรมแดนประเทศมาเลเซีย อีกทั้งยังมีชัยภูมิที่ตั้งอยู่เป็นศูนย์กลาง ทำให้ง่ายต่อการเชื่อมโยงไปยังจังหวัดต่างๆ ข้างเคียง จากเหตุผลที่ได้ยกตัวอย่างมาข้างต้นนั้นเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและการค้าทั้งในและนอกพรมแดน อันเป็นเหตุให้เศรษฐกิจและภาคธุรกิจภายในพื้นที่มีความมั่นคงและแข็งแรงอยู่ตราบจนถึงทุกวันนี้

เมื่อกล่าวถึงภาคอสังหาริมทรัพย์ในหาดใหญ่ ถือได้ว่าเป็นพื้นที่ที่มีขนาดของภาคธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ใหญ่เป็นอันดับที่สองของภูมิภาคเป็นรองเพียงแค่จังหวัดภูเก็ตที่ถือได้ว่าเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวที่ได้รับการยอมรับจากทั่วโลก ในด้านของการเจริญเติบโตของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในอำเภอหาดใหญ่ นั้นมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องยาวนานหลายปี (พ.ศ.2547 – 2556) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วง 5 ปีก่อนหน้า (พ.ศ.2553 - 2556) ที่การขยายตัวของภาคธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เป็นไปอย่างรวดเร็วเนื่องจากมีการหลั่งไหลเข้ามาของที่อยู่อาศัยในแนวตั้งหรือคอนโดมิเนียม ที่มีการเปิดตัวโครงการใหม่กว่าสิบโครงการในช่วงระยะเวลาอันสั้น ในทำนองเดียวกันโครงการแนวราบต่างๆก็มีการเปิดตัวโครงการใหม่เป็นจำนวนมาก ที่สำคัญแทบจะทุกโครงการมียอดขายที่น่าพอใจโดยตลอดช่วงเวลานั้น ถือได้ว่าเป็นยุครุ่งเรืองของตลาดอสังหาริมทรัพย์หาดใหญ่ในช่วงเวลาดังกล่าว

อย่างไรก็ตามในช่วงปีที่ผ่านมา (พ.ศ.2557 - 2558) สถานการณ์อสังหาริมทรัพย์ในภาคใต้ รวมถึงอำเภอหาดใหญ่มีการเจริญเติบโตลดลง จากตัวเลขและเครื่องมือชี้วัดทางเศรษฐกิจต่างๆที่สะท้อนให้เห็นถึงทิศทางที่ชะลอตัวของภาคธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในอำเภอหาดใหญ่

แต่เมื่อพิจารณาถึงตลาดที่อยู่อาศัยระดับสูงซึ่งจะเป็นตลาดที่จะจับกลุ่มลูกค้าเฉพาะ (Niche Market) จะเป็นตลาดที่ได้รับผลกระทบจากการชะลอตัวทางเศรษฐกิจค่อนข้างน้อยกว่าตลาดกลุ่มอื่นๆ เนื่องจากผู้ที่มีกำลังซื้อสูง ส่วนใหญ่แล้วจะสามารถรักษาระดับรายได้และกำลังซื้อของ

ตนเองไว้ได้ค่อนข้างดี เห็นได้จากตลาดบ้านหุ้ในเขตใจกลางเมืองกรุงเทพมหานครในช่วงปีปัจจุบัน (พ.ศ.2558) ยังคงมีการเติบโตและเปิดตัวของโครงการใหม่ๆอย่างต่อเนื่อง

โดยในการศึกษาครั้งนี้ ได้นำเอาที่ดินที่มีทำเลอยู่ในเขตใจเมืองขนาดใหญ่มาศึกษาถึงความเป็นไปได้ในการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์บนแปลงที่ดินดังกล่าว โดยบริบทของทำเลนั้นถือได้ว่าเป็นที่ดินที่มีทำเลดี ตั้งอยู่ใกล้กับย่านการค้าหลักของตัวเมือง ซึ่งมีระยะทางเพียงแค่ 2-3 กิโลเมตร อีกทั้งยังรายล้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆมากมาย อาทิเช่น ห้างสรรพสินค้า และโรงพยาบาลขนาดใหญ่ เป็นต้น ดังนั้นเมื่อพิจารณาถึงศักยภาพและราคาของที่ดินแปลงนี้ในเบื้องต้นแล้วนั้น ทิศทางการพัฒนาย่อมเป็นไปได้เพียงแค่อาคารแนวสูง หรือไม่ก็เป็นที่อยู่อาศัยแนวราบระดับหรูเท่านั้น

ดังนั้นถ้าหากมีการตัดสินใจลงทุนพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในภาวะตลาดเช่นนี้ การลงทุนที่มีการบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างระมัดระวัง มีการวิเคราะห์ตลาดเพื่อทราบความต้องการที่อยู่อาศัยที่แท้จริงของประชาชนในพื้นที่ มีการติดตามรายได้ของครัวเรือนและภาระหนี้สินอย่างจริงจัง รวมถึงหลีกเลี่ยงการลงทุนในพื้นที่ที่มีความเสี่ยงสูง จากที่มีการลงทุนไปมากแล้วในช่วงก่อน อีกทั้งแนวโน้มในปี 2558 จะมีที่อยู่อาศัยใหม่เข้าสู่ตลาดในจำนวนที่ไม่มากนัก จึงคาดการณ์ได้ว่าที่อยู่อาศัยเหลือขายในตลาดจะค่อยๆ ปรับตัวเข้าสู่ภาวะสมดุล หรือมีอัตราการเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อย ดังนั้นถ้าหากมีการศึกษาและพิจารณาถึงความเป็นไปได้ในการลงทุนอย่างละเอียดถี่ถ้วนแล้วนั้น ย่อมเป็นการลดความเสี่ยงและเพิ่มโอกาสของการลงทุนให้เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ได้อย่างแน่นอน

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในด้าน ทำเลที่ตั้ง กายภาพ สภาพแวดล้อม กฎหมาย และอุปสงค์อุปทาน ที่เกี่ยวข้องของที่ดินแปลงที่มีอยู่ ถึงความเหมาะสมในการเลือกแนวทางต่างๆในการพัฒนาโครงการดังกล่าว (Site Looking for Use)
2. เพื่อให้ได้ถึงข้อสรุปของแนวทางในการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ สำหรับการตัดสินใจลงทุนและพิจารณาถึงผลตอบแทนที่พึงพอใจ

### 1.3 ขอบเขตของการศึกษา

1. ศึกษาการใช้ประโยชน์บนที่ดิน ขนาด 1 ไร่ 3 งาน 20 ตารางวา ที่ตั้งอยู่บน ถนนนิพัทธ์-สงเคราะห์ 4 อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
2. ศึกษาด้านการตลาดโดยการใช้ข้อมูลปฐมภูมิจากการลงพื้นที่สำรวจเก็บข้อมูลโครงการคู่แข่งบริเวณใกล้เคียง รวมถึงใช้ข้อมูลทุติยภูมิประกอบการวิเคราะห์แนวโน้มด้านอุปสงค์และอุปทานที่เกี่ยวข้องกับความเป็นไปได้ในการพัฒนาโครงการ
3. ศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน

### 1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้มาซึ่งแนวทางในการพัฒนาโครงการพร้อมกับข้อมูลที่สำคัญ สำหรับใช้ประกอบการตัดสินใจลงทุนพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในแปลงที่ดินดังกล่าว
2. เป็นแนวทางและกรณีศึกษาสำหรับผู้ที่สนใจและต้องการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ในลักษณะ Site Looking for Use และมีบริบทของการพัฒนาที่ใกล้เคียงกันในภายภาคหน้า

## บทที่ 2

### การวิเคราะห์ที่ตั้งโครงการ

#### 2.1 การวิเคราะห์ทำเลที่ตั้งโครงการ

##### 2.1.1 ที่ตั้งโครงการ

โครงการตั้งอยู่บน ถ.นิพัทธ์สงเคราะห์ 4 ต.หาดใหญ่ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา โดยแปลงที่ดินตั้งอยู่บน ถ.นิพัทธ์สงเคราะห์ 4 บนจุดที่เกือบบรรจบกับ ถ.รัถการ ซึ่งเป็นถนนที่เชื่อมต่อไปยังถนนสายหลักนั่นคือ ถ.ลพบุรีราเมศวร์ ซึ่งจะเป็นเส้นทางออกไปสู่ อ.เมือง จ.สงขลา หรือ จ.ปัตตานี



ภาพที่ 2.1 ที่ตั้งโครงการและสถานที่สำคัญโดยรอบ



ตารางที่ 2.1 ระยะห่างจากสถานที่สำคัญต่างๆ

ศูนย์การค้า	ระยะทาง
ศูนย์การค้าสยามนครินทร์	1.6 กม.
Big C (คลองแห)	2.2 กม.
Big C Extra (ถ.เพชรเกษม)	3.5 กม.
Downtown (ตลาดกิมหยง, Lee Garden Plaza, Central)	3.6 กม.
Tesco Lotus	5 กม.
Central Festival Hatyai	7.5 กม.
Makro Hatyai	7.2 กม.
สถานพยาบาล	ระยะทาง
โรงพยาบาลศรีนครินทร์	1.1 กม.
โรงพยาบาลหาดใหญ่	2 กม.
โรงพยาบาลกรุงเทพ หาดใหญ่	3 กม.
โรงพยาบาลสงขลานครินทร์	5 กม.
โรงพยาบาลราชบุรียินดี	4 กม.
สถานที่สำคัญอื่นๆ	ระยะทาง
ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคใต้	1.4 กม.
สนามกีฬาจิระนคร	1.5 กม.
สำนักงานเทศบาลนครหาดใหญ่	1.9 กม.
ที่ทำการไปรษณีย์ หาดใหญ่	1.6 กม.
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	5 กม.



ภาพที่ 2.2 ที่ตั้งโครงการแบบขยาย

แปลงที่ดินตั้งอยู่บน ถ.นิพัทธ์สงเคราะห์ 4 ส่วนที่เกือบบรรจบกับ ถ.รัถการ โดยถนนหน้าแปลงที่ดินมีความกว้างของเขตทาง รวมประมาณ 12 เมตร

## 2.1.2 การเข้าถึงโครงการ

ที่ตั้งโครงการที่ตั้งอยู่บน ถ.นิพัทธ์สงเคราะห์ 4 นี้สามารถเข้าถึงได้จาก 3 ช่องทางด้วยกัน ดังนี้



ภาพที่ 2.3 เส้นทางเข้าถึงโครงการ

1. สีส้ม – มาจากทาง ถ.ลพบุรีราเมศวร์ ผ่านหน้าบึงชี สาขาหาดใหญ่ ระยะทางประมาณ 1.7 กิโลเมตร จากนั้นเลี้ยวซ้ายเข้าสู่ ถ.รัถการ และตรงมาประมาณ 400 เมตร สุดท้ายเลี้ยวขวาเข้าสู่ ถ.นิพัทธ์สงเคราะห์ 4 และตรงมา 100 เมตรก็จะถึงหน้าโครงการ
2. สีเขียว – มาจากทางถนนเส้นหลัก นั่นคือ ถ.เพชรเกษม จากนั้นก็เข้าสู่ ถ.นิพัทธ์สงเคราะห์ 4 และตรงมาประมาณ 1.4 กิโลเมตร ก็จะถึงหน้าโครงการ
3. สีฟ้า – มาจากวงเวียนน้ำพุมุ่งหน้าเข้าสู่ ถ.นิพัทธ์สงเคราะห์ 1 และตรงมาประมาณ 1.7 กิโลเมตร จากนั้นเลี้ยวขวาเข้าสู่ ถ.รัถการ และตรงมาประมาณ 400 เมตร สุดท้ายเลี้ยวขวาเข้าสู่ ถ.นิพัทธ์สงเคราะห์ 4 และตรงมา 100 เมตรก็จะถึงหน้าโครงการ

แสดงภาพการเดินทางจากเส้นทางต่างๆ

- เส้นสีส้ม



ภาพที่ 2.4 ถนนลพบุรีราเมศวร์

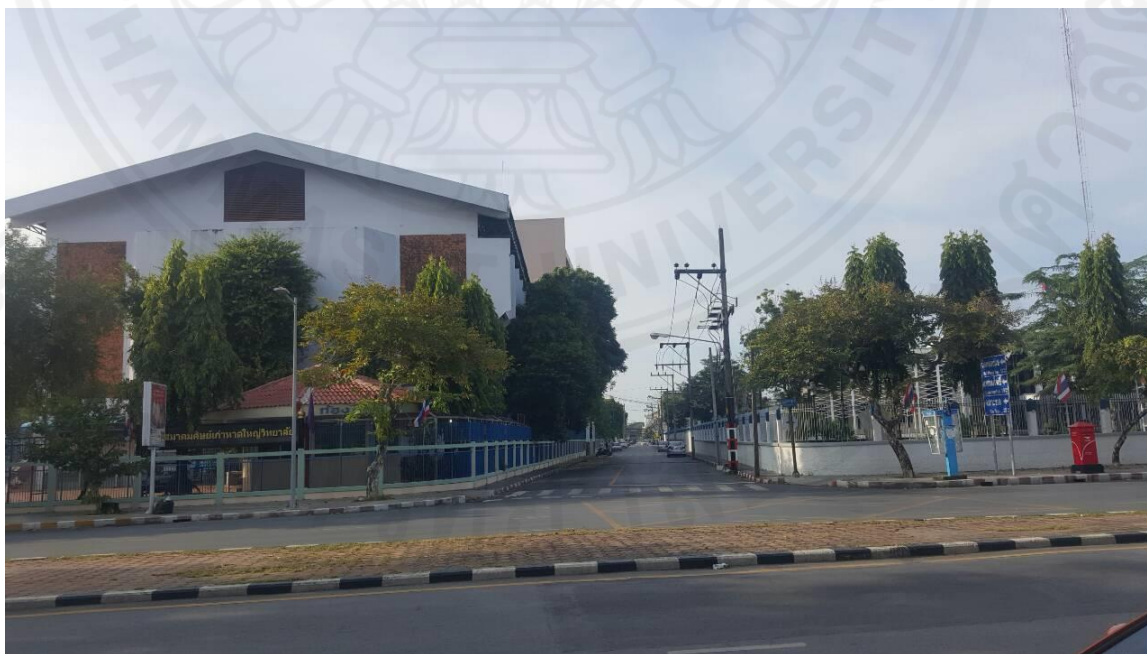


ภาพที่ 2.5 ถนนรัชการ และป้ายบอกทางสู่ถนนนิพัทธ์สงเคราะห์ 4



ภาพที่ 2.6 ถนนนิพัทธ์สงเคราะห์ 4 หลังจากเลี้ยวมาจากถนนรัชการ

- เส้นสี่เหลี่ยม



ภาพที่ 2.7 ทางเข้าถนนนิพัทธ์สงเคราะห์ 4 ที่ทางเข้าจะขนานไปด้วยโรงเรียนหาดใหญ่วิทยาลัย และ  
ธนาคารแห่งชาติ สำนักงานเขตภาคใต้ โดนเป็นภาพถ่ายจากด้านหน้าถนนเพชรเกษม



ภาพที่ 2.8 ถนนนิพัทธ์สงเคราะห์ 4



ภาพที่ 2.9 ถนนนิพัทธ์สงเคราะห์ 4 หน้าแปลงที่ดินโครงการ

- เส้นสีฟ้า



ภาพที่ 2.10 วงเวียนน้ำพุ กำลังมุ่งหน้าเข้าสู่ถนนนิพัทธ์สงเคราะห์ 1



ภาพที่ 2.11 ถนนนิพัทธ์สงเคราะห์ 1 ด้านซ้ายมือเป็นโรงพยาบาลศิริรินทร์



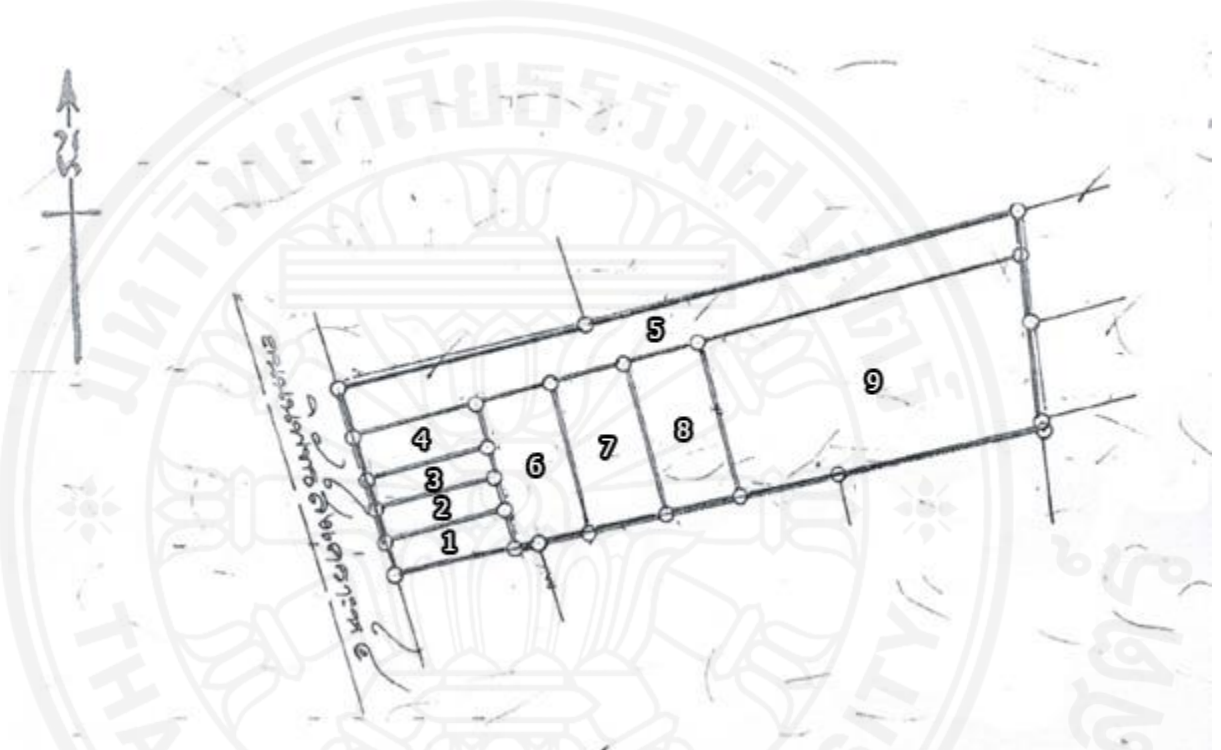
ภาพที่ 2.12 ถนนนิพัทธ์สงเคราะห์ 1 บริเวณสี่แยกไฟแดงที่จะเลี้ยวเข้าสู่ถนนรัชการ



ภาพที่ 2.13 ถนนรัชการ และป้ายบอกทางสู่ถนนนิพัทธ์สงเคราะห์ 4

## 2.2 การวิเคราะห์ด้านกายภาพ

แปลงที่ดินของโครงการประกอบไปด้วยที่ดินรูป สี่เหลี่ยมผืนผ้าทั้งหมด 9 แปลง มีเนื้อที่รวม 1 ไร่ 3 งาน 20.2 ตารางวา



ภาพที่ 2.14 รายละเอียดแปลงที่ดิน

1. ที่ดินเลขที่ 1 ขนาด 20.2 ตารางวา
2. ที่ดินเลขที่ 2 ขนาด 20.1 ตารางวา
3. ที่ดินเลขที่ 3 ขนาด 20.2 ตารางวา
4. ที่ดินเลขที่ 4 ขนาด 29.4 ตารางวา
5. ที่ดินเลขที่ 5 ขนาด 1 งาน 73.2 ตารางวา
6. ที่ดินเลขที่ 6 ขนาด 60.1 ตารางวา
7. ที่ดินเลขที่ 7 ขนาด 60.5 ตารางวา
8. ที่ดินเลขที่ 8 ขนาด 61.8 ตารางวา
9. ที่ดินเลขที่ 9 ขนาด 2 งาน 71.5 ตารางวา



### 2.2.1 ขนาดและรูปร่างที่ดิน

ที่ดินโครงการประกอบด้วยที่ดินทั้งหมด 9 แปลง โดยเมื่อคิดรวมทั้งหมดแล้วจะมีขนาดและความยาวดังนี้ ด้านทิศตะวันตกมีความยาว 28.25 เมตร ด้านทิศเหนือมีความยาว 101 เมตร ด้านทิศตะวันออกมีความยาว 32 เมตร ด้านทิศใต้มีความยาว 95 เมตร ถนนหน้าแปลงที่ดินมีขนาด รวม 12 เมตร



ภาพที่ 2.15 ภาพถ่ายทางอากาศแสดงระวางของแปลงที่ดิน

อาณาเขตติดต่อ

- ทิศเหนือ ระยะประมาณ 101 เมตร ติดต่อกับที่ดินแปลงขนาดใหญ่ประมาณ 4 ไร่
- ทิศใต้ ระยะประมาณ 95 เมตร ติดต่อกับที่ดินแปลงขนาดกลางขนาดประมาณ 1 ไร่
- ทิศตะวันออก ระยะประมาณ 32 เมตร ติดต่อกับบ้านพักอาศัย 1-2 ชั้น
- ทิศตะวันตก ระยะประมาณ 28.25 เมตร ติดต่อกับ ถ.นพรัตน์สงเคราะห์ 4

## 2.2.2 สภาพที่ดินในปัจจุบันและสภาพแวดล้อม

สภาพที่ดินในปัจจุบันเป็นที่ดินที่ถูกถมแล้ว โดยได้ทำการปรับปรุงที่ดินตั้งแต่ช่วงเดือน มีนาคม 2558 ทำให้ในปัจจุบันที่ดินจึงอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน ถนนหน้าโครงการเป็นถนนลาดยางมะตอยขนาด 12 เมตร สภาพดีมาก ที่ดินมีสาธารณูปโภคเข้าถึงพร้อมทั้งไฟฟ้า ประปา ทางระบายน้ำสาธารณะ และระบบโครงข่ายอินเทอร์เน็ต

สภาพแวดล้อมโดยรอบของที่ดิน โดยในปัจจุบัน (ปลายปี 2558) แปลงที่ดินที่ขนาดข้างทั้งทางด้านทิศเหนือและใต้นั้นยังคงเป็นที่ดินเปล่าที่รอการพัฒนา ส่วนทิศตะวันตกจะเป็นบ้านพักอาศัยความสูง 1-2 ชั้นโดยเป็นบ้านพักที่มีผู้อยู่อาศัยมาเป็นระยะเวลาอันยาวนานแล้ว ส่วนด้านทิศตะวันตกที่ติดกับ ถ.นิพัทธ์สงเคราะห์ 4 นั้นจะเป็นถนนที่มีความกว้างค่อนข้างมาก โดยจะมีการคมนาคมที่ค่อนข้างสะดวก อีกทั้งตรงข้ามแปลงที่ดินของโครงการในปัจจุบันก็เป็นที่ตั้งของสนามเบตมินตันและยังมีโครงการศูนย์เกษัษกรขนาดใหญ่ที่กำลังพัฒนาอยู่เช่นกัน และเยื้องไปทางหัวมุมของ ถ.นิพัทธ์สงเคราะห์ 4 ที่บรรจบกับ ถ.รัชการ ก็จะมีโครงการพัฒนาเป็นอาคารพาณิชย์ขนาด 4 ชั้น จำนวน 9 ยูนิตที่กำลังพัฒนาอยู่เช่นกัน



ภาพที่ 2.16 สภาพที่ดินในปัจจุบัน



ภาพที่ 2.17 สภาพที่ดินในปัจจุบัน



ภาพที่ 2.18 ฝั่งทิศใต้ของแปลงที่ดิน



ภาพที่ 2.19 ฝั่งทิศเหนือของแปลงที่ดิน



ภาพที่ 2.20 ฝั่งทิศตะวันตกของแปลงที่ดิน และอาคารศูนย์เฝ้าระวังขนาดใหญ่ที่กำลังพัฒนา

## 2.3 การวิเคราะห์ด้านกฎหมาย

### 2.3.1 สรุปแนวทางพัฒนาจากข้อกำหนดต่างๆ

ในการดำเนินการพัฒนาโครงการนี้ มีข้อกำหนดที่ต้องศึกษาและวิเคราะห์ตามลำดับศักดิ์ของกฎหมายดังนี้

- พระราชบัญญัติผังเมืองรวมเมืองหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
- เทศบัญญัติท้องถิ่น และกฎหมายอื่นๆที่เกี่ยวข้อง
- พระราชบัญญัติการจัดสรรที่ดิน (กรณีพัฒนาโครงการจัดสรร)
- พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร

#### พระราชบัญญัติผังเมืองรวมเมืองหาดใหญ่

จากพระราชบัญญัติผังเมืองรวมเมืองหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาเคยได้มีการประกาศบังคับใช้เป็นกฎกระทรวงฉบับที่ 452 (พ.ศ.2543) เมื่อวันที่ 6 มิถุนายน พ.ศ.2543 หมดอายุการบังคับใช้เมื่อวันที่ 5 มิถุนายน พ.ศ.2548 และขยายอายุการบังคับใช้ผังเมืองรวมฉบับเดิมออกไป อีก 5 ปี ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 122 ตอน 29 ก หมดอายุการบังคับใช้เมื่อวันที่ 5 มิถุนายน พ.ศ. 2553 ขณะนี้ได้ต่ออายุผังเมืองรวมออกไปอีก 2 ครั้งๆ ละ 1 ปี ครบ 2 ครั้งแล้ว และได้หมดอายุการบังคับใช้เมื่อวันที่ 5 มิถุนายน พ.ศ.2555 เพราะฉะนั้นในปัจจุบัน (ปี พ.ศ. 2558) พรบ.ฉบับดังกล่าวจึงไม่มีผลบังคับใช้ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องใช้เกณฑ์การพิจารณาจากข้อกำหนดการใช้ที่ดินจากเทศบัญญัติเทศบาลนครหาดใหญ่

#### เทศบัญญัติเทศบาลนครหาดใหญ่

เนื่องจากแปลงที่ดินของโครงการตั้งอยู่ภายในบริเวณที่ 2 ของเทศบัญญัติเทศบาลนครหาดใหญ่ดังนั้นจึงพิจารณาจากข้อกำหนดได้ดังต่อไปนี้

ข้อ ๕ ภายในบริเวณที่ ๒ ห้ามบุคคลใดก่อสร้างอาคาร ดังต่อไปนี้

(๑) โรงงานทุกจำพวกตามกฎหมายว่าด้วยโรงงาน เว้นแต่โรงงานปรับปรุงสภาพของเสียรวมของชุมชน

(๒) สถานที่บรรจุก๊าซ สถานที่เก็บก๊าซ และห้องบรรจุก๊าซตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมน้ำมันเชื้อเพลิง แต่ไม่หมายความรวมถึงสถานีบริการ ร้านจำหน่ายก๊าซ อาคารใช้ก๊าซ และอาคารจำหน่ายอาหารที่ใช้ก๊าซ

(ก) สถานที่เก็บน้ำมันเชื้อเพลิงที่ต้องขออนุญาตตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมน้ำมันเชื้อเพลิงเว้นแต่เป็นสถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิง

(ข) อาคารเลี้ยงม้า โค กระบือ สุกร แพะ แกะ ห่าน เป็ด ไก่ ฝูง จระเข้ หรือสัตว์ป่าตามกฎหมายว่าด้วยการสงวนและคุ้มครองสัตว์ป่า เพื่อการค้า

(ค) ไซโลเก็บผลิตผลทางการเกษตร

(ง) อาคารกำจัดมูลฝอย

(จ) อาคารโรงฆ่าสัตว์

(ฉ) อาคารซื้อขายเศษวัสดุ

(ช) สุสานและฌาปนสถานตามกฎหมายว่าด้วยสุสานและฌาปนสถาน

(ฌ) อาคารที่ใช้ประโยชน์เพื่อการสงเคราะห์หรือรับเลี้ยงสัตว์

(ฎ) คลังสินค้า

(ฏ) อาคารที่ใช้ประโยชน์เพื่อสวนสนุก

(ฐ) อาคารที่ใช้ประโยชน์เพื่อการแข่งรถ

(ฑ) อาคารที่ใช้ประโยชน์เพื่อการแข่งม้า

### **พระราชบัญญัติการจัดสรรที่ดิน พ.ศ.2543**

ข้อกำหนดเกี่ยวกับการจัดสรรที่ดินจังหวัดสงขลา พ.ศ.2545 มีประเด็นที่สำคัญดังนี้

#### **หมวด 2 ขนาดและเนื้อที่ของที่ดินที่ทำการการจัดสรร**

ข้อ 7 ขนาดของที่ดินจัดสรรแบ่งเป็น 3 ขนาดคือ

7.1 ขนาดเล็ก จำนวนแปลงย่อยเพื่อจำหน่ายไม่เกิน 99 แปลง หรือเนื้อที่ทั้งโครงการต่ำกว่า 19 ไร่

ข้อ 9 การจัดสรรที่ดินเพื่อการจำหน่ายพร้อมอาคาร ที่ดินแปลงย่อยจะต้องมีขนาดและเนื้อที่ของที่ดินแยกเป็นประเภท ดังนี้

9.1 การจัดสรรที่ดินเพื่อการจำหน่ายพร้อมอาคารประเภทบ้านเดี่ยว ที่ดินแต่ละแปลงต้องมีความกว้างไม่ต่ำกว่า 10.00 เมตร และมีเนื้อที่ไม่ต่ำกว่า 50 ตารางวา หากความกว้างหรือความยาวไม่ได้ขนาดดังกล่าวต้องมีเนื้อที่ไม่ต่ำกว่า 60 ตารางวา

9.2 การจัดสรรที่ดินเพื่อการจำหน่ายพร้อมอาคารประเภทบ้านแฝด ที่ดินแต่ละแปลงต้องมีความกว้างไม่ต่ำกว่า 8.00 เมตร และมีเนื้อที่ไม่ต่ำกว่า 35 ตารางวา

9.3 การจัดสรรที่ดินเพื่อการจำหน่ายพร้อมอาคารประเภทบ้านแถว หรืออาคารพาณิชย์ที่ดินแต่ละแปลงต้องมีความกว้างไม่ต่ำกว่า 4.00 เมตร และมีเนื้อที่ไม่ต่ำกว่า 16 ตารางวา

ข้อ 11 ห้ามแบ่งแปลงที่ดินเป็นแนวตะเข็บเป็นเศษเสี้ยวหรือมีรูปร่างที่ไม่สามารถใช้ประโยชน์ได้

หมวด 5 ข้อกำหนดเพื่อประโยชน์เกี่ยวกับการคมนาคม การจราจร และความปลอดภัย

ข้อ 14 ที่ดินแปลงย่อยในโครงการทุกแปลงต้องติดถนนที่ใช้สาธารณูปโภคสำหรับเป็นทางเข้าออกของรถยนต์โดยมีความกว้างของหน้าแปลงต้องไม่ต่ำกว่า 4.00 เมตร

ข้อ 15 ขนาดของถนนที่ต้องจัดให้มีการจัดสรรที่ดินแต่ละโครงการ ให้มีความกว้างของเขตทางและผิวจราจรเป็นสัดส่วนกับจำนวนที่ดินแปลงย่อย ดังนี้

15.1 ถนนที่ใช้เป็นทางเข้าออกสู่แปลงย่อยไม่เกิน 99 แปลง หรือเนื้อที่ต่ำกว่า 19 ไร่ ต้องมีความกว้างของเขตทางไม่ต่ำกว่า 8.00 เมตร โดยมีความกว้างของผิวจราจรไม่ต่ำกว่า 6.00 เมตร

ข้อ 16 ถนนที่เป็นทางเข้าออกของโครงการจัดสรรที่ดินที่บรรจบกับทางหลวงแผ่นดินหรือทางสาธารณประโยชน์ ต้องมีความกว้างของเขตทางไม่น้อยกว่าเกณฑ์กำหนดตามข้อ 15 นอกจากนี้จะมีเกณฑ์บังคับเป็นอย่างอื่น

ข้อ 18 ถนนที่เป็นถนนปลายตัน ต้องจัดให้มีที่กัลดรถให้เป็นไปตามมาตรฐาน ดังนี้

18.1 กรณีที่เป็นวงเวียน ต้องเป็นรัศมีความโค้งวัด จากจุดศูนย์กลางถึงกึ่งกลางถนน ไม่ต่ำกว่า 6.00 เมตร และผิวจราจรกว้างไม่ต่ำกว่า 6.00 เมตร

18.2 กรณีเป็นรูปตัวที (T) ต้องเป็นมีความยาวสุทธิของไหล่ตัวที ด้านละไม่ต่ำกว่า 5.00 เมตร ทั้งสองด้าน และผิวจราจรกว้างไม่ต่ำกว่า 4.00 เมตร

18.3 กรณีเป็นรูปตัวที (T) ต้องเป็นมีความยาวสุทธิของขาแต่ละด้านละไม่ต่ำกว่า 5.00 เมตร และผิวจราจรกว้างไม่ต่ำกว่า 4.00 เมตร

18.4 กรณีเป็นรูปตัววาย (Y) ต้องเป็นมีความยาวสุทธิของแขนตัววายด้านละไม่ต่ำกว่า 5.00 เมตร ผิวจราจรกว้างไม่ต่ำกว่า 4.00 เมตร มุมตัววายต้องไม่เล็กกว่า 120 องศา

ข้อ 19 ที่จอดรถระหว่างผิวจราจรกับทางเท้ากว้าง 2.5 เมตร ในบริเวณต่อไปนี้

19.1 ตลอดความยาวด้านหน้าที่ดินแปลงย่อยอาคารพาณิชย์ เว้นแต่กรณีที่ดินติดกับเขตห้ามปลูกสร้างอาคารริมทางหลวง ให้ใช้เขตห้ามปลูกสร้างอาคารเป็นที่จอดรถได้

ข้อ 20 ทางเดินและทางเท้า

20.1 ถนนด้านที่ใช้เป็นทางเข้าออกสู่ที่ดินแปลงย่อยที่ทำการจัดสรรที่ดินเพื่อที่อยู่อาศัยและพาณิชย์กรรมต้องจัดให้มีทางเดินและทางเท้าสำหรับคนเดินตามที่กำหนดไว้ในข้อ 15 ทั้งนี้ ความกว้างสุทธิไม่ต่ำกว่า 60 เซนติเมตร ตลอดความยาวของถนนโดยไม่มีสิ่งกีดขวาง

20.2 ระยะยกระดัดสูงกว่ำผิวจระจระหว่ง 12 ถึง 15 เซนติเมตร สม่่าเสมอไปตลอดจนควมยวถนน ยกเว้นด้นที่ใช่เป็นทงเข้าสู่ที่ดินแปลงย่อยประภทบ้านแฝดหรือบ้านแถวจะไม่ทำเป็นทงท้ยกระดัดก็ได้

20.6 การปลูกต้นไม้ หรือติดตั้งอุปกรณ์ระดับถนน ต้องไม่ล้ำลงมาในส่วนที่เป็นทางเดินเท้า ถ้ต้นไม้มีขนาดใหญ่ควรกันเขตนอกทงเท้าเป็นพิเศษขนาดอย่างน้อย 1 x 1 เมตร

ข้อ 22 ความลาดชันและทงเลียว

22.1 ความลาดชันของผิวจระจระทุกจุดต้องไม่เกิน 7 ส่วน ต่อทงราบ 100 ส่วน

22.2 ทงเลียวหรือทงบรรจบกันต้องไม่เป็นมุมแหลมเล็กกว่ำ 60 องศา และในกรณีทงเลียวที่ทงกันน้อยกว่า 37.00 เมตร ต้องเป็นมุมป้านไม่เล็กกว่ำ 120 องศา

ข้อ 23 การปาดมมถนน

23.1 ปากทงของถนนที่มีเขตทงต่ำกว่ำ 12.00 เมตร จะต้องปาดมมถนนให้กว้างขึ้นอีกไม่ต่ำกว่ำด้านละ 1.00 เมตร

23.2 ปากทงของถนนดังกล่าวเป็นมุมเล็กกว่ำ 90 องศา จะต้องปาดมมให้กว้างขึ้นอีกตามควมเหมาะสม

ข้อ 26 ความปลอดภัย จัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อความปลอดภัยโดยติดไฟส่องสว่างสาธารณะตามแนวถนนทุกระยะ 40 เมตร และเปิดไฟตลอดช่วงเวลากลางคืน และต้องติดตั้งหัวดับเพลิง ให้เป็นไปตามมาตรฐานของการประปาส่วนภูมิภาค หรือการประปาส่วนท้องถิ่น

หมวด 8 ข้อกำหนดเกี่ยวกับการอื่นที่จำเป็นต่อการรักษาสภาพแวดล้อมการส่งเสริมสภาพความเป็นอยู่และการบริหารชุมชน

ข้อ 31 การกันพื้นที่เพื่อจัดทำสาธารณูปโภคหรือบริการสาธารณะ ต้องจัดให้มีพื้นที่เพื่อจัดทำสวน และหรือสนามเด็กเล่น และหรือสนามกีฬา โดยคำนวณจากพื้นที่จัดจ้หน่วยไม่น้อยกว่ำร้อยละ 5 ทั้งนี้ไม่ให้แบ่งแยกออกเป็นแปลงย่อยหลายแห่ง เว้นแต่เป็นการกันพื้นที่แต่ละแห่งไว้ไม่ต่ำกว่ำ 1 ไร่ โดยจะต้องมีขนาดและรูปแปลงที่เหมาะสม สะดวกแก่การใช้สอย

พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ.2522 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่4) พ.ศ. 2550 และกฎกระทรวงฉบับที่ 55 (2543) ออกตามควมใน พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ.2522

ข้อ 1 ในกฎกระทรวงนี้

- “ห้องแถว” หมายความว่า อาคารที่ก่อสร้างต่อเนื่องกันเป็นแถวยาวตั้งแต่สองคูหาขึ้นไปมีผนังแบ่งอาคารเป็นคูหาและประกอบด้วยวัสดุไม่ทนไฟเป็นส่วนใหญ่



- “ตึกแถว” หมายความว่า อาคารที่ก่อสร้างต่อเนื่องกันเป็นแถวยาวตั้งแต่สองคูหาขึ้นไปมีผนังแบ่งอาคาร เป็นคูหาและประกอบด้วยวัสดุทนไฟเป็นส่วนใหญ่
- “บ้านแถว” หมายความว่า ห้องแถวหรือตึกแถวที่ใช้เป็นที่อยู่อาศัยซึ่งมีที่ว่างด้านหน้าและด้านหลังระหว่างรั้วหรือแนวเขตที่ดินกับตัวอาคารแต่ละคูหาและมีความสูงไม่เกินสามชั้น
- “อาคารพาณิชย์” หมายความว่า อาคารที่ใช้เพื่อประโยชน์ในการพาณิชย์กรรม หรือบริการธุรกิจหรืออุตสาหกรรมที่ใช้เครื่องจักรที่มีกำลังการผลิตเทียบได้ไม่น้อยกว่า 5 แรงม้า และให้หมายความรวมถึงอาคารอื่นใดที่ก่อสร้างห่างจากถนนหรือทางสาธารณะไม่เกิน 20 เมตร ซึ่งอาจใช้เป็นอาคารเพื่อประโยชน์ในการพาณิชย์กรรมได้
- “อาคารขนาดใหญ่” หมายความว่า อาคารที่มีพื้นที่รวมกันทุกชั้นหรือชั้นหนึ่งชั้นใดในหลังเดียวกันเกิน 2,000 ตารางเมตร หรืออาคารที่มีความสูงตั้งแต่ 15.00 เมตรขึ้นไป และมีพื้นที่รวมกันทุกชั้นหรือชั้นหนึ่งชั้นใดในหลังเดียวกันเกิน 1,000 ตารางเมตร แต่ไม่เกิน 2,000 ตารางเมตร การวัดความสูงของอาคารให้วัดจากระดับพื้นดินที่ก่อสร้างถึงพื้นดาดฟ้า สำหรับอาคารทรงจั่วหรือปั้นหยาให้วัดจากระดับพื้นดินที่ก่อสร้างถึงยอดผนังของชั้นสูงสุด

#### หมวด 1 ลักษณะของอาคาร

ข้อ 2 ห้องแถวหรือตึกแถวแต่ละคูหาต้องมีความกว้างโดยวัดระยะตั้งฉากจากแนวศูนย์กลางของเสาทางด้านหนึ่งไปยังแนวศูนย์กลางของเสาอีกด้านหนึ่งไม่น้อยกว่า 4 เมตร มีความลึกของอาคารโดยวัดระยะตั้งฉากกับแนวผนังด้านหน้าชั้นล่าง ไม่น้อยกว่า 4 เมตร และไม่เกิน 24 เมตร มีพื้นที่ชั้นล่างแต่ละคูหาไม่น้อยกว่า 30 ตารางเมตร และต้องมีประตูให้คนเข้าออกได้ ทั้งด้านหน้าและด้านหลังในกรณีที่มีความลึกของอาคารเกิน 16 เมตร ต้องจัดให้มีที่ว่างอันปราศจากสิ่งปกคลุมชั้นบริเวณหนึ่งที่ระยะระหว่าง 12 เมตรถึง 16 เมตร โดยให้มีเนื้อที่ไม่น้อยกว่า 10 ใน 100 ของพื้นที่ชั้นล่างของอาคารนั้นห้องแถวหรือตึกแถวที่สร้างอยู่ริมถนนสาธารณะต้องให้ระดับพื้นชั้นล่างของห้องแถวหรือตึกแถวมีความสูง 10 เซนติเมตรจากระดับทางเท้าหน้าอาคาร หรือมีความสูง 25 เซนติเมตรจากระดับกึ่งกลางถนนสาธารณะหน้าอาคารแล้วแต่กรณี

ข้อ 3 บ้านแถวแต่ละคูหาต้องมีความกว้างโดยวัดระยะตั้งฉากจากแนวศูนย์กลางของเสาทางด้านหนึ่งไปยังแนวศูนย์กลางของเสาอีกด้านหนึ่งไม่น้อยกว่า 4 เมตร มีความลึกของอาคารโดยวัดระยะตั้งฉากกับแนวผนังด้านหน้าชั้นล่าง ไม่น้อยกว่า 4 เมตร และไม่เกิน 24 เมตร และมีพื้นที่ชั้นล่างแต่ละคูหาไม่น้อยกว่า 24 ตารางเมตรในกรณีที่มีความลึกของอาคารเกิน 16 เมตร ต้องจัดให้มีที่ว่างอันปราศจากสิ่งปกคลุมชั้นบริเวณหนึ่งที่ระยะระหว่าง 12 เมตรถึง 16 เมตร โดยให้มีเนื้อที่ไม่น้อยกว่า 20 ใน 100 ของพื้นที่ชั้นล่างของอาคารนั้น

ข้อ 4 ห้องแถว ตึกแถว หรือบ้านแถวจะสร้างต่อเนื่องกันได้ไม่เกินสิบคูหาและมีความยาวของอาคารแถวหนึ่ง ๆ รวมกันไม่เกิน 40 เมตร โดยวัดระหว่างจุดศูนย์กลางของเสาแรกถึงจุดศูนย์กลางของเสาสุดท้ายไม่ว่าจะเป็นเจ้าของเดียวกันและใช้โครงสร้างเดียวกันหรือแยกกันก็ตาม

#### หมวด 2 ส่วนต่างๆ ของอาคาร

##### ส่วนที่ 1 วัสดุของอาคาร

ข้อ 16 ผนังของตึกแถวหรือบ้านแถว ต้องทำด้วยวัสดุถาวรที่เป็นวัสดุทนไฟด้วย แต่ถ้าก่อด้วยอิฐธรรมดาหรือ คอนกรีตไม่เสริมเหล็ก ผนังนี้ต้องหนาไม่น้อยกว่า 8 เซนติเมตร

ข้อ 17 ห้องแถว ตึกแถว หรือบ้านแถว ที่สร้างติดต่อกันให้มีผนังกันไฟทุกระยะไม่เกินห้าคูหาผนังกันไฟต้องสร้างต่อเนื่องจากพื้นดินจนถึงระดับคาน้ำฟ้าที่สร้างด้วยวัสดุถาวรที่เป็นวัสดุทนไฟ กรณีที่เป็นหลังคาสร้างด้วย วัสดุไม่ทนไฟให้มีผนังกันไฟสูงเหนือหลังคาไม่น้อยกว่า 30 เซนติเมตร ตามความลาดของหลังคา

##### ส่วนที่ 2 พื้นที่ภายในอาคาร

ข้อ 19 อาคารอยู่อาศัยรวมต้องมีพื้นที่ภายในแต่ละหน่วยที่ใช้เพื่อการอยู่อาศัยไม่น้อยกว่า 20 ตารางเมตร

ข้อ 20 ห้องนอนในอาคารให้มีความกว้างด้านแคบที่สุดไม่น้อยกว่า 2.50 เมตร และมีพื้นที่ไม่น้อยกว่า 8 ตารางเมตร

##### ส่วนที่ 3 บันไดของอาคาร

ข้อ 23 บันไดของอาคารอยู่อาศัย ถ้ามีตอมืออย่างน้อยหนึ่งบันไดที่มีความกว้างสุทธิไม่น้อยกว่า 80 เซนติเมตร ช่วงหนึ่งสูงไม่เกิน 3 เมตร ลูกตั้งสูงไม่เกิน 20 เซนติเมตร ลูกนอนเมื่อหักส่วนที่ขึ้นบันไดเหลื่อมกันออกแล้วเหลือความกว้างไม่น้อยกว่า 22 เซนติเมตร และต้องมีพื้นหน้าบันไดมีความกว้างและยาวไม่น้อย กว่าความกว้างของบันไดบันไดที่สูงเกิน 3 เมตร ต้องมีชานพักบันไดทุกช่วง 3 เมตร หรือน้อยกว่านั้น และชานพักบันไดต้อง มีความกว้างและยาว ไม่น้อยกว่าความกว้างของบันได ระยะตั้งจากชั้นบันไดหรือชานพักบันไดถึงส่วนต่ำสุดของอาคารที่อยู่เหนือขึ้นไปต้องสูงไม่น้อยกว่า 1.90 เมตร

#### หมวด 3 ที่ว่างภายนอกอาคาร

ข้อ 33 อาคารแต่ละหลังหรือหน่วยต้องมที่ว่างตามที่กำหนดดังต่อไปนี้

(1) อาคารอยู่อาศัย และอาคารอยู่อาศัยรวม ต้องมีที่ว่างไม่น้อยกว่า 30 ใน 100 ส่วนของพื้นที่ชั้นใดชั้นหนึ่งที่มีมากที่สุดของอาคาร

(2) ห้องแถว ตึกแถว อาคารพาณิชย์ โรงงาน อาคารสาธารณะ และอาคารอื่นซึ่งไม่ได้ใช้เป็นที่อยู่อาศัยต้องมีที่ว่างไม่น้อยกว่า 10 ใน 100 ส่วนของพื้นที่ชั้นใดชั้นหนึ่งที่สูงที่สุดของอาคาร แต่ถ้าอาคาร ดังกล่าวใช้เป็นที่อยู่อาศัยด้วยต้องมีที่ว่างตาม (1)

ข้อ 34 ห้องแถวหรือตึกแถวซึ่งด้านหน้าไม่ติดริมถนนสาธารณะ ต้องมีที่ว่างด้านหน้าอาคารกว้างไม่น้อยกว่า 6 เมตร โดยไม่ให้มีส่วนใดของอาคารยื่นล้ำเข้าไปในพื้นที่ดังกล่าวห้องแถวหรือตึกแถว ต้องมีที่ว่างด้านหลังอาคารกว้างไม่น้อยกว่า 3 เมตร เพื่อใช้ติดต่อกันโดยไม่ให้มีส่วนใดของอาคารยื่นล้ำเข้าไปในพื้นที่ดังกล่าว เว้นแต่การสร้างบันไดหนีไฟภายนอกอาคาร ที่ยื่นล้ำไม่เกิน 1.40 เมตร ระหว่างแถวด้านข้างของห้องแถวหรือตึกแถวที่สร้างถึงสิบคูหา หรือมีความยาวรวมกันถึง 40 เมตรต้องมีที่ว่างระหว่างแถวด้านข้างของห้องแถวหรือตึกแถวนั้นกว้างไม่น้อยกว่า 4 เมตร เป็นช่องตลอดความลึกของห้องแถวหรือตึกแถวเพื่อเชื่อมกับที่ว่างด้านหลังอาคารห้องแถวหรือตึกแถวที่สร้างไม่ถึงสิบคูหา หรือมีความยาวรวมกันไม่ถึง 40 เมตร แต่มีที่ว่างระหว่างแถวด้านข้างของห้องแถวหรือตึกแถวนั้นกว้างน้อยกว่า 4 เมตร ไม่ให้ถือว่าเป็นที่ว่างระหว่างแถวด้านข้างของห้องแถวหรือตึกแถว แต่ให้ถือว่าเป็นที่ว่างระหว่างแถวด้านข้างของห้องแถวหรือตึกแถวที่สร้างต่อเนื่องเป็นแถวเดียวกัน ที่ว่างตามวรรคหนึ่ง วรรคสอง และวรรคสาม จะก่อสร้างอาคาร รั้ว กำแพง หรือสิ่งก่อสร้างอื่นใด หรือจัดให้เป็นบ่อน้ำ สระว่ายน้ำ ที่พักผ่อนหรือที่พักรวมมูลฝอยไม่ได้ ห้องแถวหรือตึกแถวที่มีด้านข้างใกล้เขตที่ดินของผู้อื่น ต้องมีที่ว่างระหว่างด้านข้างของห้องแถวหรือตึกแถวกับเขตที่ดินของผู้อื่นนั้นกว้างไม่น้อยกว่า 2 เมตร เว้นแต่ห้องแถวหรือตึกแถวที่ก่อสร้างขึ้นทดแทนอาคารเดิมโดยมีพื้นที่ไม่มากกว่าพื้นที่ของอาคารเดิมและมีความสูงไม่เกิน 15 เมตร

ข้อ 35 ห้องแถวหรือตึกแถวที่มีที่ว่างด้านหลังอาคารตามข้อ 34 วรรคสอง และได้รื้อแนวอาคารตามข้อ 41 แล้ว ไม่ต้องมีที่ว่างตามข้อ 33 (1) และ (2) อีก

ข้อ 36 บ้านแถวต้องมีที่ว่างด้านหน้าระหว่างรั้วหรือแนวเขตที่ดินกับแนวผนังอาคารกว้างไม่น้อยกว่า 3 เมตร และต้องมีที่ว่างด้านหลังอาคารระหว่างรั้ว หรือแนวเขตที่ดินกับแนวผนังอาคาร กว้างไม่น้อยกว่า 2 เมตร ระหว่างแถวด้านข้างของบ้านแถวที่สร้างถึงสิบคูหา หรือมีความยาวรวมกันถึง 40 เมตร ต้องมีที่ว่างระหว่างแถวด้านข้างของบ้านแถวนั้น กว้างไม่น้อยกว่า 4 เมตร เป็นช่องตลอดความลึกของบ้านแถว บ้านแถวที่สร้างไม่ถึงสิบคูหา หรือมีความยาวรวมกันไม่ถึง 40 เมตร แต่มีที่ว่างระหว่างแถวด้านข้างของบ้านแถวนั้นกว้างน้อยกว่า 4 เมตร ไม่ให้ถือว่าเป็นที่ว่างระหว่างแถวด้านข้างของบ้านแถว แต่ให้ถือว่าเป็นบ้านแถวที่สร้างต่อเนื่องเป็นแถวเดียวกัน

#### หมวด 4 แนวอาคารและระยะต่างๆ ของอาคาร

ข้อ 14 อาคารที่ก่อสร้างหรือดัดแปลงใกล้ถนนสาธารณะที่มีความกว้างน้อยกว่า 6 เมตร ให้ร่นแนวอาคารห่างจากกึ่งกลางถนนสาธารณะอย่างน้อย 3 เมตร อาคารที่สูงเกินสองชั้นหรือเกิน 8 เมตร ห้องแถว ตึกแถว บ้านแถว อาคารพาณิชย์ โรงงาน อาคารสาธารณะ ป้ายหรือสิ่งก่อสร้างขึ้นสำหรับติดหรือตั้งป้าย หรือคลังสินค้า ที่ก่อสร้างหรือดัดแปลงใกล้ถนนสาธารณะ

(1) ถ้าถนนสาธารณะนั้นมีความกว้างน้อยกว่า 10 เมตร ให้ร่นแนวอาคารห่างจากกึ่งกลางถนนสาธารณะอย่างน้อย 6 เมตร

(2) ถ้าถนนสาธารณะนั้นมีความกว้างตั้งแต่ 10 เมตรขึ้นไป แต่ไม่เกิน 20 เมตร ให้ร่นแนวอาคารห่างจากเขตถนนสาธารณะอย่างน้อย 1 ใน 10 ของความกว้างของถนนสาธารณะ

(3) ถ้าถนนสาธารณะนั้นมีความกว้างเกิน 20 เมตรขึ้นไป ให้ร่นแนวอาคารห่างจากเขตถนนสาธารณะอย่างน้อย 2 เมตร

ข้อ 44 ความสูงของอาคารไม่ว่าจากจุดหนึ่งจุดใด ต้องไม่เกินสองเท่าของระยะร่นวัดจากจุดนั้นไปตั้งฉากกับแนวเขตด้านตรงข้ามของถนนสาธารณะที่อยู่ใกล้อาคารนั้นที่สุด ความสูงของอาคารให้วัดแนวตั้งจากระดับถนนหรือระดับพื้นดินที่ก่อสร้างขึ้นไปถึงส่วนของอาคารที่สูงที่สุดสำหรับอาคารทรงจั่วหรือปั้นหยาให้วัดถึงยอดผนังของชั้นสูงสุด

ข้อ 48 การก่อสร้างอาคารใกล้อาคารอื่นในที่ดินเจ้าของเดียวกัน พื้นหรือผนังของอาคารสำหรับอาคารสูงไม่เกิน 9 เมตร ต้องห่างอาคารอื่นไม่น้อยกว่า 4 เมตร และสำหรับอาคารที่สูงเกิน 9 เมตร แต่ไม่ถึง 23 เมตร ต้องห่างอาคารอื่นไม่น้อยกว่า 6 เมตร ความในวรรคหนึ่งมิให้ใช้บังคับแก่ที่วางที่ใช้เป็นที่จอดรถ

ข้อ 49 การก่อสร้างอาคารในบริเวณด้านข้างของห้องแถวหรือตึกแถว

(1) ถ้าห้องแถวหรือตึกแถวนั้นมีจำนวนรวมกันได้ตั้งแต่สิบคูหา หรือมีความยาวรวมกันได้ตั้งแต่ 40 เมตรขึ้นไป และอาคารที่จะสร้างขึ้นเป็นห้องแถวหรือตึกแถว ห้องแถวหรือตึกแถวที่จะสร้างขึ้นต้องห่างจากผนังด้านข้างของห้องแถวหรือตึกแถวเดิมไม่น้อยกว่า 4 เมตร แต่ถ้าวางอาคารอื่นต้องห่างจากผนังด้านข้างของห้องแถวหรือตึกแถวเดิมไม่น้อยกว่า 2 เมตร

(2) ถ้าห้องแถวหรือตึกแถวนั้นมีจำนวนไม่ถึงสิบคูหาและมีความยาวรวมกันไม่ถึง 40 เมตรอาคารที่สร้างขึ้น จะต้องห่างจากผนังด้านข้างของห้องแถวหรือตึกแถวเดิมไม่น้อยกว่า 2 เมตร เว้นแต่การสร้างห้องแถวหรือตึกแถวต่อจากห้องแถวหรือตึกแถวเดิม ตามข้อ 4

ข้อ 50 ผนังของอาคารที่มีหน้าต่าง ประตู ช่องระบายอากาศหรือช่องแสง หรือระเบียงของอาคาร ต้องมีระยะห่างจากแนวเขตที่ดิน ดังนี้

(1) อาคารที่มีความสูงไม่เกิน 9 เมตร ผนังหรือระเบียงต้องอยู่ห่างเขตที่ดินไม่น้อยกว่า 2 เมตร

(2) อาคารที่มีความสูงเกิน 9 เมตร แต่ไม่ถึง 23 เมตร ผนังหรือระเบียงต้องอยู่ห่างเขตที่ดินไม่น้อยกว่า 3 เมตร ผนังของอาคารที่อยู่ห่างเขตที่ดินน้อยกว่าตามที่กำหนดไว้ใน (1) หรือ (2) ต้องอยู่ห่างจากเขตที่ดินไม่น้อยกว่า 50 เซนติเมตร เว้นแต่จะก่อสร้างชิดเขตที่ดิน และอาคารดังกล่าวจะก่อสร้างได้สูงไม่เกิน 15 เมตร ผนังของอาคารที่อยู่ชิดเขตที่ดินหรือห่างจากเขตที่ดินน้อยกว่าที่ระบุไว้ใน (1) หรือ (2) ต้องก่อสร้างเป็นผนังทึบและลาดฟ้าของอาคารด้านนั้นให้ทำผนังทึบสูงจากลาดฟ้าไม่น้อยกว่า 1.80 เมตร ในกรณีก่อสร้างชิดเขตที่ดินต้องได้รับความยินยอมเป็นหนังสือจากเจ้าของที่ดินข้างเคียงด้านนั้นด้วย

**กฎกระทรวงฉบับที่ 33 พ.ศ. 2535 ออกตามความใน พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522**

ข้อที่ 1 กล่าวถึงการนิยามศัพท์ต่างๆ เช่น อาคารสูง อาคารขนาดใหญ่พิเศษ พื้นที่อาคาร ที่ว่าง ว่ามีคำจำกัดความว่าอย่างไรเป็นต้น

“อาคารสูง” หมายความว่า อาคารที่บุคคลอาจเข้าอยู่หรือเข้าใช้สอยได้โดยมีความสูงตั้งแต่ 23.00 เมตรขึ้นไป การวัดความสูงของอาคารให้วัดจากระดับพื้นดินที่ก่อสร้างถึงพื้นลาดฟ้าสำหรับอาคารทรงจั่วหรือปั้นหยาให้วัดจากระดับพื้นดินที่ก่อสร้างถึงยอดผนังของชั้นสูงสุด

“อาคารขนาดใหญ่พิเศษ” หมายความว่า อาคารที่ก่อสร้างขึ้นเพื่อใช้อาคารหรือส่วนหนึ่งส่วนใดของอาคารเป็นที่อยู่อาศัยหรือประกอบกิจการประเภทเดียวหรือหลายประเภทโดยมีพื้นที่รวมทุกชั้นหรือชั้นหนึ่งชั้นใดในหลังเดียวกันตั้งแต่ 10,000 ตารางเมตรขึ้นไป

หมวด 1 ลักษณะของอาคาร เนื้อที่ว่างของภายนอกอาคารและแนวอาคาร

ข้อ 2 ที่ดินที่ใช้เป็นที่ตั้งของอาคารสูงหรืออาคารขนาดใหญ่พิเศษที่มีพื้นที่อาคารรวมกันทุกชั้นไม่เกิน 30,000 ตารางเมตร ต้องมีด้านหนึ่งด้านใดของที่ดินนั้นยาวไม่น้อยกว่า 12.00 เมตร ติดถนนสาธารณะที่มีเขตทางไม่น้อยกว่า 10.00 เมตร และยาวต่อเนื่องกันโดยตลอดจนไปเชื่อมกับถนนสาธารณะอื่น ที่มีเขตทางกว้างไม่น้อยกว่า 10.00 เมตร สำหรับที่ดินที่ใช้เป็นที่ตั้งของอาคารสูงหรืออาคารขนาดใหญ่พิเศษที่มีพื้นที่อาคารรวมกันทุกชั้นมากกว่า 30,000 ตารางเมตร ต้องมีด้านหนึ่งด้านใดของที่ดินนั้นยาวไม่น้อยกว่า 12.00 เมตร ติดถนนสาธารณะที่มีเขตทางไม่น้อยกว่า 18.00 เมตร และยาวต่อเนื่องกันโดยตลอดจนไปเชื่อมกับถนนสาธารณะอื่น ที่มีเขตทางกว้างไม่น้อยกว่า 18.00

เมตร ที่ดินด้านที่ติดถนนสาธารณะตามวรรคหนึ่งและวรรคสอง ต้องมีความกว้างไม่น้อยกว่า 12.00 เมตร ยาวต่อเนื่องกันโดยตลอดจนถึงบริเวณที่ตั้งของอาคาร และที่ดินนั้นต้องว่างเพื่อให้สามารถใช้เป็นทางเข้าออกของรถดับเพลิงได้โดยสะดวก

ข้อ 3 อาคารสูงหรืออาคารขนาดใหญ่พิเศษต้องจัดให้มีถณที่มีผิวการจราจรกว้างไม่น้อยกว่า 6.00 เมตร ที่ปราศจากสิ่งปกคลุมโดยรอบอาคาร เพื่อให้รถดับเพลิงสามารถเข้าออกได้โดยสะดวก ถนนตามวรรคหนึ่ง จะอยู่ในระยะห้ามก่อสร้างอาคารบางชนิดหรือบางประเภทริมถนนหรือทางหลวงตามข้อบัญญัติท้องถิ่นหรือตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องก็ได้ ในกรณีที่มีข้อบัญญัติท้องถิ่นหรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องกำหนดแนวสร้างหรือขยายถนนบังคับใช้ ให้เริ่มนับความกว้างของถนนตามวรรคหนึ่งตั้งแต่แนวนั้น

ข้อ 4 ส่วนที่เป็นขอบเขตนอกสุดของอาคารสูงหรืออาคารขนาดใหญ่พิเศษ ไม่ว่าจะอยู่ในระดับเหนือพื้นดินหรือต่ำกว่าระดับพื้นดินต้องห่างจากเขตที่ดินของผู้อื่นหรือถนนสาธารณะไม่น้อยกว่า 6.00 เมตร ทั้งนี้ไม่รวมถึงส่วนที่เป็นฐานรากของอาคาร

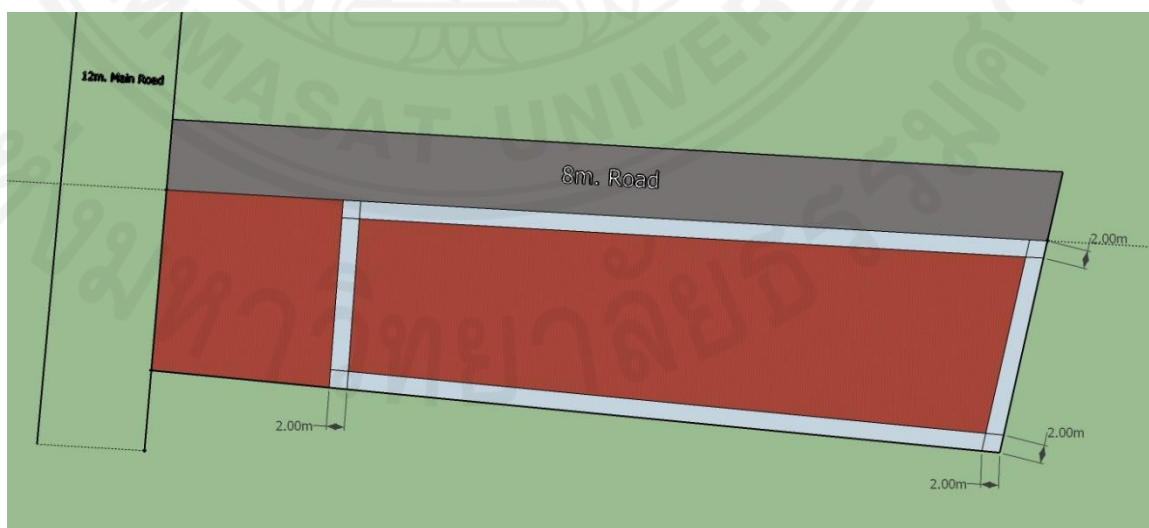
ข้อ 5 อาคารสูงหรืออาคารขนาดใหญ่พิเศษที่ก่อสร้างขึ้นในพื้นที่ดินที่ใช้เป็นที่ตั้งอาคาร ต้องมีค่าสูงสุดของอัตราส่วนพื้นที่อาคารรวมกันทุกชั้นของอาคารทุกหลังต่อพื้นที่ดินที่ใช้เป็นที่ตั้งอาคารไม่เกิน 10:1

ข้อ 6 อาคารสูงหรืออาคารขนาดใหญ่พิเศษต้องมีที่ว่างไม่น้อยกว่าอัตราส่วนดังต่อไปนี้

- (1) อาคารที่อยู่อาศัยต้องมีที่ว่างไม่น้อยกว่าร้อยละ 30 ของพื้นที่ดินที่ใช้เป็นที่ตั้งอาคาร
- (2) อาคารพาณิชย์ โรงงาน อาคารสาธารณะ และอาคารอื่นที่ไม่ได้ใช้เป็นที่อยู่อาศัยต้องมีที่ว่างไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ของพื้นที่ดินที่ใช้เป็นที่ตั้งอาคาร แต่ถ้าอาคารนั้นใช้เป็นที่อยู่อาศัยรวมอยู่ด้วยต้องมีที่ว่างตาม (1)

### 2.3.1 สรุปแนวทางพัฒนาจากข้อกำหนดต่าง ๆ

- เนื่องจากที่ดินที่ครอบครองอยู่ได้ทำการซื้อมาในลักษณะที่มีการแบ่งแปลงเป็นที่เรียบร้อยแล้ว การนำมาพัฒนาต่อจึงไม่เข้าข่ายการจัดสรรที่ดิน ดังนั้นพระราชบัญญัติการจัดสรรที่ดินจึงไม่มีผลกับการพัฒนาโครงการ
- ทาวน์เฮ้าส์ (บ้านแถว) ด้านหน้าต้องเว้น 3 เมตร ด้านหลังต้องเว้น 2 เมตร
- ทาวน์เฮ้าส์ (บ้านแถว) หน้ากว้างไม่ต่ำกว่า 4 เมตร สร้างติดกันได้ไม่เกิน 10 หลังหรือ ไม่เกิน 40 เมตร
- บ้านเดี่ยว ความกว้างและขนาดของแปลงที่ดินไม่ต่ำกว่า 10 เมตร และ 50 ตารางวา ตามลำดับ
- บ้านแฝด ความกว้างและขนาดของแปลงที่ดินไม่ต่ำกว่า 8 เมตร และ 35 ตารางวา ตามลำดับ
- ถ้าหากต้องการสร้างขีดเขตที่ดิน จะก่อสร้างอาคารได้สูงไม่เกิน 15 เมตร หรือประมาณ 5 ชั้น โดยที่จะต้องก่อสร้างเป็นผนังทึบ
- ระยะถอยร่นโดยรอบ 2 เมตร (กรณีเปิดช่องเปิดที่ชั้น 3 - 4 ต้องถอยร่นที่จุดนั้นเป็น 3 เมตร)
- ถนนภายใน กว้างรวม 8 เมตร เป็นถนน 7 เมตร ทางเท้าฝั่งเดียว กว้างไม่ต่ำกว่า 60 เซนติเมตร



ภาพที่ 2.21 ระยะถอยร่นจากข้อกำหนด

- อาคารขนาดใหญ่ (พื้นที่มากกว่า 1,000 ตารางเมตรแต่ไม่ถึง 2,000 ตารางเมตร และสูงตั้งแต่ 15 เมตรแต่ไม่เกิน 23 เมตร) จะต้องร่นจากเขตที่ดินเป็นระยะ 3 เมตร
- อาคารสูง/อาคารขนาดใหญ่พิเศษ(พื้นที่มากกว่า 10,000 ตร.ม. หรือสูงกว่า 23 เมตร) ต้องร่นระยะเขตทางเป็นระยะ 6 เมตร รอบอาคาร เพื่อให้รถดับเพลิงสามารถวิ่งโดยรอบได้สะดวก และเนื่องจากถนนหน้าโครงการมีความกว้าง 12 เมตร ดังนั้นสามารถสร้างอาคารได้สูงที่สุด ไม่เกินสองเท่าของระยะจากตัวอาคารถึงเขตที่ดินฝั่งตรงข้ามถนน หรือคิดเป็น 36 เมตร

ตารางที่ 2.1 สรุปความเป็นไปได้ของการพัฒนาอสังหาแต่ละประเภทจากข้อกำหนดต่างๆ

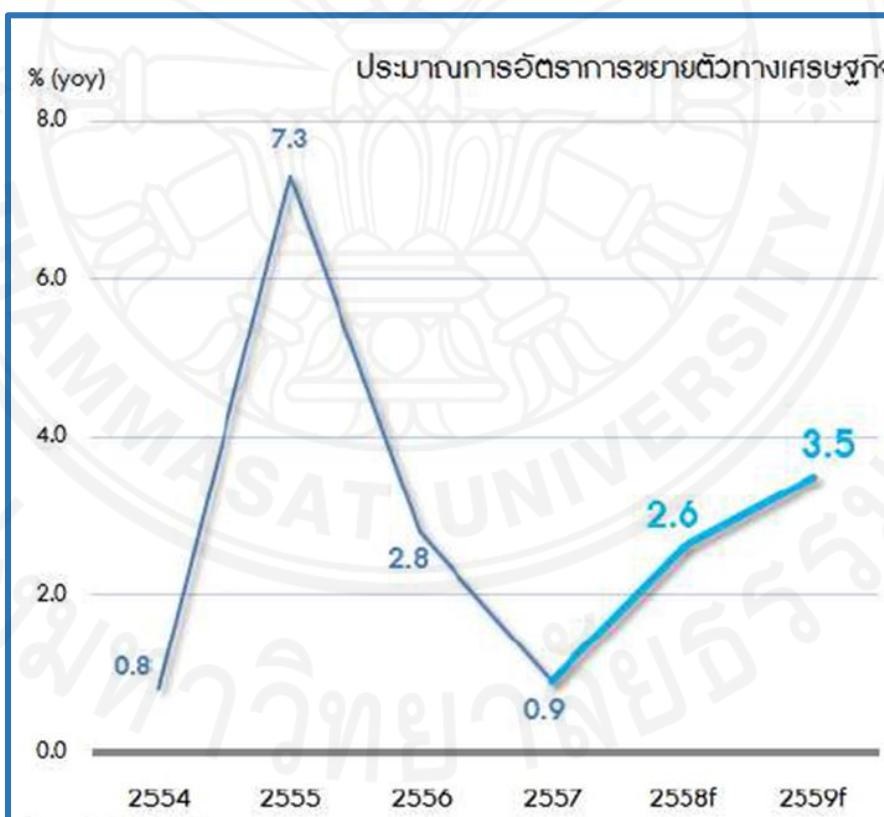
	โรงแรม	อพาร์ทเมนต์	คอนโดมิเนียม	ทาวน์เฮ้าส์	บ้านเดี่ยว	อาคารพาณิชย์
ทำเล	○	○	○	○	○	○
กายภาพ	○	○	○	○	○	○
กฎหมาย	○	○	○	○	○	○
การตลาด						



### บทที่ 3 การวิเคราะห์ตลาด

#### 3.1 ภาพรวมภาวะเศรษฐกิจในประเทศ

เศรษฐกิจในช่วงไตรมาสสุดท้ายของปี 2558 ยังคงได้ผลกระทบจากการส่งออกที่หดตัวแรง และทำให้จีดีพีในปี 2558 ขยายตัวที่ร้อยละ 2.6 ลดลงจากประมาณการเดิมในเดือนพฤษภาคมที่ร้อยละ 3 แต่เศรษฐกิจยังมีแรงขับเคลื่อนจากการใช้จ่ายภาครัฐ และได้านิสงค์เพิ่มจากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจแบบเร่งด่วน วงเงินรวม 1.36 แสนล้านบาท กอปรกับการท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มกลับสู่ภาวะปกติได้เร็วกว่าคาด จึงยังช่วยหนุนการฟื้นตัวของเศรษฐกิจในประเทศได้



ภาพที่ 3.1 ประมาณการอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ

ที่มา : สำนักงานพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

หมายเหตุ : ปี 2558-2559 ประมาณการโดย ฝ่ายวิจัยความเสี่ยงธุรกิจ บมจ.ธนาคารกรุงไทย

ตารางที่ 3.1 ประมาณการอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจของสถาบันต่างๆ

	2558f	2559f
<b>ฝ่ายวิจัยความเสี่ยงธุรกิจ</b>		
<b>บมจ.ธนาคารกรุงไทย</b>	<b>2.6</b>	<b>3.0-4.0</b>
ธนาคารแห่งประเทศไทย	3.0	4.1
<b>สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง</b>	<b>3.7</b>	<b>n.a.</b>
สำนักงานพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ	3.0-4.0	n.a.
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	2.5	n.a.
<b>Consensus</b>	<b>3.2</b>	<b>4.0</b>

ที่มา : จากการรวบรวมโดย ฝ่ายวิจัยความเสี่ยงธุรกิจ บมจ.ธนาคารกรุงไทย

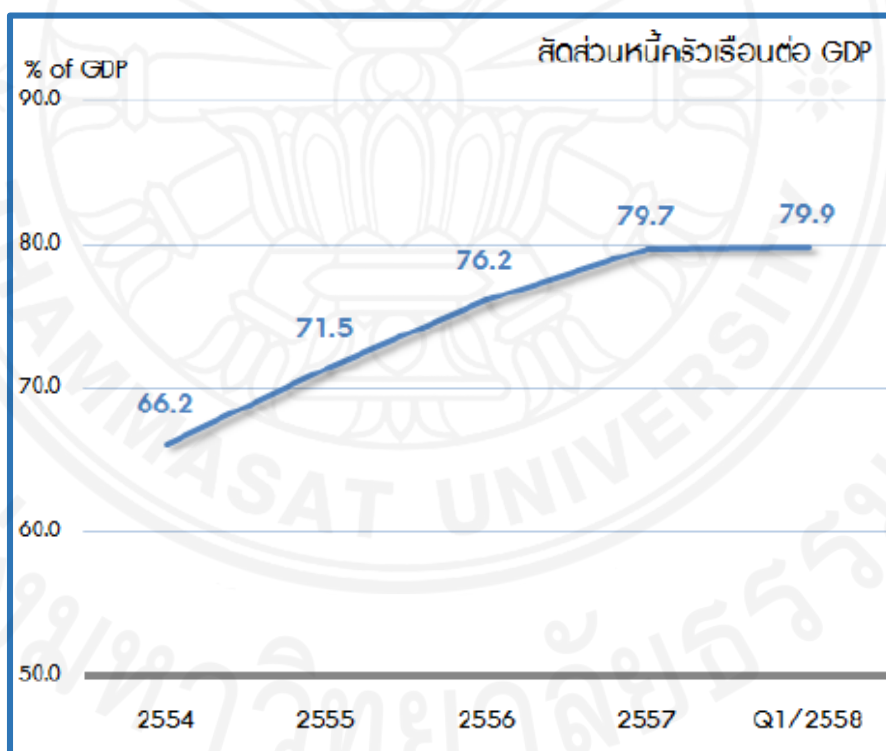
สำหรับในปี 2559 จากการคาดการณ์จากผู้เชี่ยวชาญทางด้านเศรษฐกิจของประเทศไทย ปัจจัยด้านต่างๆ จะได้รับปัจจัยส่งเสริมจากความต่อเนื่องของการลงทุนภาครัฐเป็นหลัก โดยเฉพาะแผนการลงทุนโครงสร้างพื้นฐาน ที่มีการอนุมัติในช่วงปลายปี 2558 ประมาณ 3 หมื่นล้านบาท และจะเริ่มก่อสร้างในไตรมาสสุดท้ายของปี 2559 ซึ่งคาดว่าจะผลักดันให้การลงทุนภาคเอกชนขยายตัวตามได้ กอปรกับมาตรการเร่งรัดการลงทุนภาคเอกชน ทั้งเรื่องมาตรการช่วยเหลือทางการเงิน SMEs และมาตรการเร่งรัดการลงทุนในเขตเศรษฐกิจพิเศษ โดยให้สิทธิประโยชน์ในการลงทุนเพิ่มขึ้น จะช่วยให้บรรยากาศการลงทุนโดยรวมปรับตัวดีขึ้น

นอกจากการขับเคลื่อนของนโยบายภาครัฐแล้ว การท่องเที่ยวยังมีแนวโน้มสดใสต่อเนื่องจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่มากกว่า 30 ล้านคน การบริโภคโดยรวมมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้น แม้ยังเป็นระดับต่ำกว่าปกติ เช่นเดียวกับภาคการส่งออกที่คาดว่าจะกลับมาขยายตัวเป็นบวกได้ที่ร้อยละ 2.0 ตามการฟื้นตัวอย่างช้าๆ ของเศรษฐกิจคู่ค้าหลัก แต่ยังมีปัจจัยเสี่ยงจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจจีนอยู่ โดยคาดว่าจีดีพีปี 2559 สามารถขยายตัวได้สูงขึ้นที่ร้อยละ 3.5

ความเสี่ยงหลักของเศรษฐกิจปี 2559 ยังมาจากต่างประเทศเป็นหลัก นำโดยอุปสงค์จากจีนที่ชะลอตัวลงต่อเนื่องตลอดเป็นปีที่ 3 ติดต่อกัน ส่งผลให้ราคาสินค้าโภคภัณฑ์หลักยังคงมีแนวโน้มลดลง และกดดันการฟื้นตัวของภาคการส่งออก นอกจากนี้ ปัจจัยสำคัญที่ต้องติดตามต่อในปี

2559 ยังมีจังหวะการปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยของธนาคารกลางสหรัฐฯ ซึ่งส่งผลกระทบต่อทิศทางเงินบาท รวมทั้งสถานการณ์ภัยแล้งและภาวะหนี้ครัวเรือนที่ยังกดดันการบริโภคภาคเอกชน

นอกเหนือจากปัจจัยเสี่ยงหลักที่มาจากต่างประเทศ ด้านการบริโภคภาคเอกชนในประเทศซึ่งเป็นเครื่องยนต์หลักของเศรษฐกิจไทยที่มีสัดส่วนสูงถึง 50.9% ของ GDP ยังไม่ฟื้นตัว เนื่องจากการจับจ่ายใช้สอยถูกกดดันจากรายได้ภาคเกษตรที่ตกต่ำตามแนวโน้มราคาสินค้าเกษตรที่ลดลงต่อเนื่องจากปีก่อน รวมถึงปัญหาภัยแล้งที่รุนแรงที่สุดในรอบหลายปี สร้างความเสียหายให้กับพืชผลทางการเกษตร ทั้งยังต้องมีการระงับการเพาะปลูกในบางพื้นที่ ขณะที่รายได้นอกภาคเกษตรส่วนหนึ่งลดลงตามรายได้ของแรงงานในอุตสาหกรรมส่งออก ขณะที่ปัญหาหนี้ครัวเรือนที่ยังพุ่งสูงขึ้น โดยล่าสุดใน Q1/2558 เพิ่มขึ้นทำ สถิติสูงเป็นประวัติการณ์ที่ 79.9% ของ GDP นอกจากนี้ ครัวเรือนยังต้องเผชิญกับความเข้มงวดในการปล่อยสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์



ภาพที่ 3.2 สัดส่วนหนี้ครัวเรือนต่อ GDP

ที่มา : คำนวณโดย ฝ่ายวิจัยความเสี่ยงธุรกิจ บมจ.ธนาคารกรุงไทย

ทั้งนี้ คาดว่าอัตราดอกเบี้ยนโยบายจะกลับมาเป็นขาขึ้นอีกครั้งในปี 2559 โดยอาจมีการปรับขึ้นดอกเบี้ยนโยบาย 2 ครั้งในครึ่งหลังของปี 2559 ซึ่งเป็นช่วงที่เศรษฐกิจไทยน่าจะฟื้นตัวได้อย่างเต็มที่ อย่างไรก็ตาม แนวโน้มการขึ้นดอกเบี้ยของสหรัฐฯ กอปรกับราคาสินค้าโภคภัณฑ์ที่ยังตกต่ำ

เป็นปัจจัยที่ทำให้ค่าเงินบาทยังอ่อนค่าต่อเนื่องปีหน้า โดยคาดว่าเงินบาทจะเคลื่อนไหวในช่วง 36-37 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2559

การฟื้นตัวทางเศรษฐกิจจะส่งผลให้ภาพรวมของการเงินการธนาคารขยายตัวได้ต่อเนื่อง โดยคาดว่าสินเชื่อและเงินฝากขยายตัวได้ที่ร้อยละ 6.1 และ 6.8 ตามลำดับ สินเชื่อถูกขับเคลื่อนโดยภาคธุรกิจทั้งรายใหญ่และ SMEs โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมที่ได้รับแรงหนุนจากนโยบายของรัฐ เช่น อุตสาหกรรมการก่อสร้าง ในขณะที่สินเชื่ออุปโภคบริโภคขยายตัวจากความเชื่อมั่นที่สูงขึ้น ส่วนเงินฝากจะเติบโตตามแนวโน้มขาขึ้นของอัตราดอกเบี้ยนโยบาย การขยายตัวของสินเชื่อและการปรับลดเพดานคุ้มครองของเงินฝากเหลือ 1 ล้านบาทในเดือนสิงหาคมปีหน้า ทำให้ธนาคารพาณิชย์ต้องสร้างฐานเงินฝากเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ภายใต้สภาวะการแข่งขันเงินฝากที่จะทวีความรุนแรงมากขึ้น

นอกจากนั้น คุณภาพสินเชื่อมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นมากกว่าปี 2558 โดยที่สัดส่วนสินเชื่อที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (%NPL) มีแนวโน้มปรับตัวลดลงอยู่ที่ร้อยละ 2.6 ปัจจัยหลักๆ มาจากการปรับตัวดีขึ้นของสินเชื่อภาคธุรกิจ ที่ได้รับอานิสงส์จากนโยบายรัฐที่จะทำให้เกิดเงินทุนหมุนเวียนภายในระบบมากขึ้น ในส่วนคุณภาพของสินเชื่ออุปโภคบริโภคโดยรวมยังทรงตัว แต่ในส่วนที่เป็นสินเชื่อบัตรเครดิต %NPL ยังคงมีแนวโน้มสูงขึ้นต่อเนื่อง

กล่าวโดยสรุปคือแนวโน้มเศรษฐกิจในช่วงปี 2559 น่าจะมีแรงขับเคลื่อนทั้งจากทางด้าน การเปิดเขตประชาคมอาเซียน รวมถึงการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานและนโยบายสนับสนุนการค้าเงิน ธุรกิจจากทางภาครัฐเป็นสำคัญ แนวโน้มอัตราการเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ และรายได้ต่อครัวเรือนของประเทศไทยน่าจะมีการอัตราการเติบโตที่เพิ่มสูงขึ้นเนื่องจากความมีเสถียรภาพทางการเมือง กอปรกับการเติบโตของภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวซึ่งเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้อย่างมหาศาลให้กับประเทศไทยในปัจจุบัน ต่างจากช่วงสองปีที่ผ่านมาที่ได้รับผลกระทบทั้งจากความไม่สงบทางการเมืองและความไม่แน่นอนของสภาพเศรษฐกิจต่างประเทศ ดังนั้นจึงเป็นนิมิตหมายที่ดีสำหรับประเทศไทยในปี 2559 จะเป็นปีที่เศรษฐกิจเริ่มเกิดการฟื้นตัว กลับมาจากภาวะถดถอยจากช่วงสองขวบปีที่ผ่านมานั่นเอง

ตารางที่ 3.2 สรุปข้อมูลดัชนีชี้วัดทางเศรษฐกิจที่สำคัญ

	2556	2557	2558f	2559f
1. อัตราการขยายตัวของ ODP (CVM,%)	2.8	0.9	2.6	3.5
2. ODP ณ ราคาตลาด (เป็นล้านบาท)	12,910.0	13,148.6	13,361.7	13,825.2
3. การใช้จ่าย (CVM,%)				
3.1 การบริโภครวม	1.7	0.9	1.7	3.4
3.1.1 ภาคเอกชน	0.8	0.6	1.4	2.9
3.1.2 ภาครัฐบาล	4.7	1.7	2.9	4.9
3 การลงทุนรวม	-0.8	-2.6	4.4	6.3
3.2.1 ภาคเอกชน	-0.8	-2.0	2.1	5.0
3.2.2 ภาครัฐบาล	-1.0	-4.9	13.6	10.9
4. อัตราเงินเฟ้อ (%)	2.2	1.9	-0.5	1.5
5. การค้าระหว่างประเทศ (เป็นล้านดอลลาร์ สหรัฐ)				
5.1 มูลค่าการส่งออกสินค้า	225.4	224.80	220.1	228.2
อัตราการขยายตัว (%)	-0.1	-0.3	-2.1	3.7
5.2 มูลค่าการนำเข้าสินค้า	218.7	200.20	183.5	195.6
อัตราการขยายตัว (%)	-0.3	-8.5	-8.4	6.6
5.3 ดุลการค้า	6.7	24.6	36.6	32.5
สัดส่วนต่อ ODP (%)	0.0	7.1	9.4	8.2
5.4 ดุลบัญชีเดินสะพัด	-3.9	13.1	24.6	20.5
สัดส่วนต่อ ODP (%)	-0.9	3.3	6.3	5.2
6. อัตราแลกเปลี่ยนเฉลี่ย (บาทต่อดอลลาร์ สหรัฐ)	30.7	32.5	34.1	35.0

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และธนาคารแห่งประเทศไทย

หมายเหตุ : ปรับปรุงการบันทึกกำไรที่นำกลับมาลงทุน (Reinvested Earnings) เป็นส่วนหนึ่งของการลงทุนโดยตรงในดุลบัญชีเงินทุน และการเงินและบันทึกจำนวนเดียวกันนี้เป็น Contra Entry ในรายการผลประโยชน์จากการถือหุ้นในดุลบัญชีเดินสะพัด

f = ประมาณการโดย ฝ่ายวิจัยความเสี่ยงธุรกิจ บมจ.ธนาคารกรุงไทย

### 3.2 ภาพรวมเศรษฐกิจภาคใต้

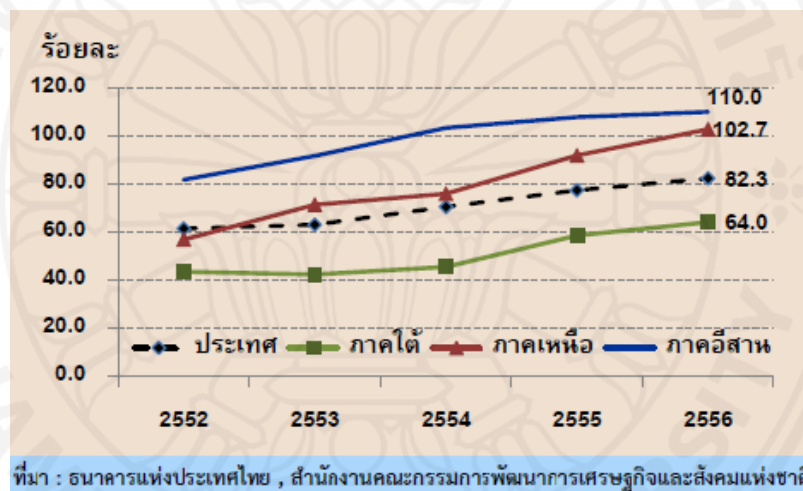
ปี 2558 แม้หลายฝ่ายต่างคาดการณ์ว่า สถานการณ์ตลาดอสังหาริมทรัพย์ในภาพรวมจะกลับมาดีขึ้น จากปัจจัยบวกที่จะช่วยส่งเสริม ทั้งภาวะเศรษฐกิจที่มีทิศทางดีขึ้น สถานการณ์ทางการเมืองที่สงบ ไม่มีเหตุการณ์ประท้วงรุนแรง ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์และผู้บริโภค รวมทั้งภาวะเศรษฐกิจโลกมีแนวโน้มฟื้นตัว โดยเฉพาะเศรษฐกิจสหรัฐอเมริกา จะช่วยให้ภาคการส่งออกของไทยกลับมาขยายตัวได้ ทำให้การบริโภคและการลงทุนของภาคเอกชนปรับตัวดีขึ้น ขณะที่อัตราเงินเฟ้อและอัตราดอกเบี้ย นโยบายยังอยู่ในเกณฑ์ต่ำเอื้อให้เกิดการค้าและการลงทุนมากขึ้น

แต่สถานการณ์อสังหาริมทรัพย์ในภาคใต้ น่าจะเป็นอีกปีที่มีทิศทางชะลอตัวต่อเนื่องจากปี 2557 จากเครื่องชี้วัด พื้นที่ได้รับอนุญาตก่อสร้างที่อยู่อาศัยจากเทศบาลเมืองเทศบาลนคร ในภาคใต้ ในช่วงไตรมาสที่ 4 ปี 2557 และไตรมาสที่ 1 ปี 2558 ที่ลดลงจากช่วงเดียวกันปีก่อนถึงร้อยละ 18.9 และ 31.3 ตามลำดับ และเงินให้สินเชื่อที่ให้แก่โครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในภาคใต้ที่มีทิศทางชะลอตัวอย่างต่อเนื่อง โดย ณ สิ้นปี 2557 เงินให้สินเชื่อค้างลดลงร้อยละ 5.4 เป็นการลดลงครั้งแรกในรอบ 4 ปี (ปี 2554 – 2557) และลดลงร้อยละ 6.8 ณ สิ้นไตรมาสที่ 1 ปี 2558 สอดคล้องกับการคาดการณ์แนวโน้มในอีก 6 เดือนข้างหน้าของปี 2558 ที่ผู้ประกอบการประเมินว่าภาวะอสังหาริมทรัพย์ยังคงชะลอตัว โดยดัชนีความเชื่อมั่น อยู่ที่ระดับ 43.9 ต่ำกว่าระดับ 50.0 สะท้อนทิศทางการชะลอการลงทุนของผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์ในภาคใต้

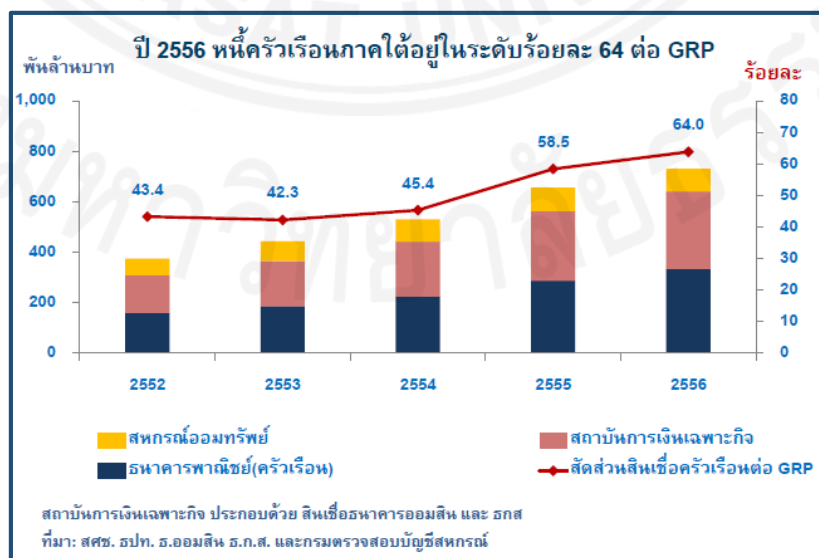
อย่างไรก็ตาม แม้ในปีนี้อสังหาริมทรัพย์ในภาคใต้จะมีปัจจัยเสี่ยงรุมเร้า โดยเฉพาะกำลังซื้อที่ยังไม่ฟื้นตัว แต่การลงทุนที่มีการบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างระมัดระวัง มีการวิเคราะห์ตลาดเพื่อทราบความต้องการที่อยู่อาศัยที่แท้จริงของประชาชนในพื้นที่ มีการติดตามรายได้ของครัวเรือน และภาระหนี้สินอย่างจริงจัง รวมถึงหลีกเลี่ยงการลงทุนในพื้นที่ที่มีความเสี่ยงสูง จากที่มีการลงทุนไปมากแล้วในช่วงก่อน ดังนั้นหากในปี 2558 มีที่อยู่อาศัยใหม่เข้าสู่ตลาดในจำนวนที่ไม่มาก คาดว่าแนวโน้มที่อยู่อาศัยเหลือขายในตลาดจะค่อยๆ ปรับตัวเข้าสู่ภาวะสมดุล หรือมีอัตราการเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อย จะส่งผลให้ภาคอสังหาริมทรัพย์ในภาคใต้สามารถเติบโตได้ และมีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจภาคใต้ต่อไป

### 3.2.1 ภาวะหนี้ครัวเรือนในภาคใต้

จากข้างต้นที่ได้นำเสนอข้อมูลภาวะหนี้ครัวเรือนของประเทศไทยในปัจจุบัน ที่สื่อเค้าจะเป็นปัจจัยในการสร้างปัญหาและชะลอการบริโภคจากภาคครัวเรือนที่เป็นส่วนสำคัญต่อการฟื้นตัวเศรษฐกิจของประเทศไทย แต่อย่างไรก็ตามพบว่าสัดส่วนหนี้ครัวเรือนในภาคใต้นั้นยังอยู่ในภาวะที่ยังไม่น่าเป็นห่วงมากนัก คิดเป็นร้อยละ 64 ต่อ GRP (Gross Regional Product) ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับภาพรวมและภาคอื่นๆของประเทศไทยนั้นทำให้เห็นได้ว่าปัญหาหนี้ครัวเรือนสูงที่เกิดขึ้นกับภาคอื่นๆในประเทศไทยจะยังคงไม่สร้างปัญหาให้กับภาคใต้เท่าใดนัก นั่นหมายถึงระดับการบริโภคของครัวเรือนในภาคใต้ที่แม้ว่าจะชะลอตัวลงจากภาพรวมการชะลอตัวของเศรษฐกิจทั้งประเทศ แต่ก็จะสามารถกลับมาฟื้นตัวในอนาคตได้เร็วกว่าภูมิภาคอื่นๆ



ภาพที่ 3.3 สัดส่วนหนี้ครัวเรือนในแต่ละภาค



ภาพที่ 3.4 สัดส่วนหนี้ครัวเรือนในภาคใต้

### 3.2.2 การค้าชายแดนไทย-มาเลเซีย

ในปี 2557 มาเลเซียเป็นคู่ค้าอันดับที่ 4 ของไทยในโลก และอันดับที่ 1 ของไทยในกลุ่มอาเซียน ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (2553-2557) การค้าระหว่างไทยกับมาเลเซีย มีมูลค่าเฉลี่ยประมาณปีละกว่า 500,000 ล้านบาท โดยในปี 2557 มูลค่าการค้าไทย-มาเลเซียเท่ากับ 507,655 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 52 ของมูลค่าการค้าชายแดนทั่วประเทศ (987,572 ล้านบาท)

ตารางที่ 3.3 มูลค่าการค้าชายแดนไทย-มาเลเซีย รายจังหวัด

#### มูลค่าการค้าชายแดนไทย - มาเลเซีย (รายจังหวัด) ปี 2556 - 2558 (ม.ก.-ก.ย.)

หน่วย: ล้านบาท

จังหวัด	2556				2557				2558 (ม.ก.-ก.ย.)					
	รวม	ส่งออก	นำเข้า	ดุลการค้า	รวม	ส่งออก	นำเข้า	ดุลการค้า	รวม	ส่งออก	Δ %	นำเข้า	Δ %	ดุลการค้า
สงขลา	493,331.29	282,496.45	210,834.84	71,661.60	500,710.44	270,396.39	230,314.05	40,082.34	353,586.20	184,727.03	-8.28	168,859.17	-1.81	15,867.86
ยะลา	4,508.35	4,338.51	169.84	4,168.67	3,533.69	3,356.42	177.27	3,179.15	2,149.72	2,065.46	-21.83	84.26	-38.59	1,981.20
นราธิวาส	3,139.33	953.28	2,186.05	-1,232.77	3,106.14	1,069.33	2,036.81	-967.48	2,306.09	831.70	5.74	1,474.40	-4.01	-642.70
สตูล	243.25	83.93	159.32	-75.39	230.10	95.05	135.05	-40.00	225.03	108.88	66.38	116.15	4.12	-7.27
ปัตตานี	0.03	0.00	0.03	-0.03	0.54	0.45	0.09	0.36	0.04	0.00	-100.00	0.04	-25.93	-0.04
อื่นๆ	179.77	179.07	0.70	178.37	74.55	74.55	0.00	74.55	0.10	0.00	-100.00	0.10	19,143.35	-0.10
<b>รวม</b>	<b>501,402.01</b>	<b>288,051.23</b>	<b>213,350.78</b>	<b>74,700.45</b>	<b>507,655.46</b>	<b>274,992.19</b>	<b>232,663.27</b>	<b>42,328.92</b>	<b>358,267.19</b>	<b>187,733.07</b>	<b>-8.41</b>	<b>170,534.12</b>	<b>-1.85</b>	<b>17,198.95</b>

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมการค้าต่างประเทศ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

กองความร่วมมือการค้าและการลงทุน

หมายเหตุ: Δ % หมายถึง อัตราการเปลี่ยนแปลง

ตารางที่ 3.4 มูลค่าการค้าชายแดนไทย-มาเลเซีย รายด้าน

#### มูลค่าการค้าชายแดนไทย - มาเลเซีย (รายด้าน) ปี 2556 - 2558 (ม.ก.-ก.ย.)

หน่วย: ล้านบาท

ด้าน	2556				2557				2558 (ม.ก.-ก.ย.)					
	รวม	ส่งออก	นำเข้า	ดุลการค้า	รวม	ส่งออก	นำเข้า	ดุลการค้า	รวม	ส่งออก	Δ %	นำเข้า	Δ %	ดุลการค้า
ด้านทะเล	330,022.68	149,042.72	180,979.96	-31,937.25	348,776.89	156,064.95	192,711.94	-36,646.99	237,865.09	106,552.88	-5.99	131,312.21	-10.98	-24,759.33
ด้านป่าไม้	163,308.62	133,453.74	29,854.88	103,598.86	151,933.54	114,331.43	37,602.10	76,729.32	115,721.11	78,174.15	-55.61	37,546.96	53.53	-40,627.19
ด้านเบตง	4,508.35	4,338.51	169.84	4,168.67	3,533.69	3,356.42	177.27	3,179.14	2,149.72	2,065.46	-21.83	84.26	-38.59	1,981.20
ด้านคูโง โด-ลก	2,944.44	767.84	2,176.60	-1,408.76	2,773.13	743.51	2,029.62	-1,286.11	2,038.38	572.01	2.68	1,466.37	-4.19	-894.36
ด้านตากใบ	194.88	185.43	9.45	175.98	333.02	325.82	7.19	318.63	267.71	259.69	13.18	8.02	43.48	251.67
ด้านสตูล	154.13	83.93	70.20	13.73	133.42	94.42	39.00	55.43	150.51	108.63	66.88	41.88	19.37	66.75
ด้านส่วนกลาง	179.77	179.07	0.70	178.37	74.55	74.55	0.00	74.55	0.10	0.00	N/A	0.10	19,143.35	-0.10
ด้านวังประจัน	89.11	0.00	89.11	-89.12	96.68	0.63	96.05	-95.42	74.52	0.26	-26.83	74.27	-2.87	-74.01
ด้านปัตตานี	0.03	0.00	0.03	-0.04	0.54	0.45	0.09	0.36	0.04	0.00	-100.00	0.04	-25.93	-0.04
<b>รวม</b>	<b>501,402.01</b>	<b>288,051.23</b>	<b>213,350.78</b>	<b>74,700.45</b>	<b>507,655.46</b>	<b>274,992.19</b>	<b>232,663.27</b>	<b>42,328.92</b>	<b>358,267.19</b>	<b>187,733.07</b>	<b>8.41</b>	<b>170,534.12</b>	<b>-1.85</b>	<b>17,198.95</b>

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมการค้าต่างประเทศ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

กองความร่วมมือการค้าและการลงทุน

หมายเหตุ: Δ % หมายถึง อัตราการเปลี่ยนแปลง

กรมการค้าต่างประเทศ



จากข้อมูลตัวเลขทางเศรษฐกิจของทางจังหวัดสงขลา และตัวเลขการค้าทางชายแดนภาคใต้ ถึงแม้ว่าอัตราเติบโตของเศรษฐกิจในจังหวัดสงขลายังมีแนวโน้มที่ไม่ค่อยสดใสมากนัก แต่เมื่อพิจารณาถึงมูลค่าการค้าระหว่างไทย-มาเลเซียที่ยังมีตัวเลขที่ค่อนข้างมีเสถียรภาพ อีกทั้งจังหวัดสงขลา และอำเภอหาดใหญ่ถือได้ว่าเป็นศูนย์กลางการค้าของภูมิภาคนี้ ดังนั้นแนวโน้มรายได้ของผู้ประกอบการต่างๆในจังหวัดสงขลา ยังถือได้ว่าอยู่ในเกณฑ์ที่สามารถประคับประคองตัวเพื่อรอการเปิดเขตเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2559 ที่น่าจะเป็นปัจจัยทางด้านบวกที่ส่งผลให้เกิดการขยายตัวทางด้านเศรษฐกิจและการค้าในภูมิภาคนี้ในอนาคตต่อไป

### 3.3 ภาพรวมภาวะเศรษฐกิจในจังหวัดสงขลา

แนวโน้มเศรษฐกิจจังหวัดสงขลาปี 2558 คาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 1.1 (โดยมีช่วงคาดการณ์ที่ร้อยละ 0.8 – 1.5) ชะลอลงจากร้อยละ 1.8 ในปีที่ผ่านมา

เสถียรภาพเศรษฐกิจภายในจังหวัดสงขลา อัตราเงินเฟ้อทั่วไปในปี 2558 คาดว่าจะอยู่ที่ร้อยละ 1.7 (โดยมีช่วงคาดการณ์ที่ร้อยละ 1.6 – 1.8) ลดลงจากปีก่อนที่ร้อยละ 2.3 เนื่องจากราคาสินค้าอุปโภคบริโภค มีแนวโน้มปรับตัวลดลง ตามราคาน้ำมันที่ปรับลดลงอย่างต่อเนื่อง

#### ปัจจัยเสี่ยงเศรษฐกิจในปี 2558 ของจังหวัดสงขลา

1. ความเสี่ยงจากราคาพืชผลทางการเกษตรอยู่ในระดับต่ำ เนื่องจากยางพาราเป็นพืชเศรษฐกิจหลัก ประสบปัญหาราคาคงค้างอย่างต่อเนื่อง ตามภาวะเศรษฐกิจจีน ซึ่งเป็นประเทศคู่ค้าหลัก ชะลอตัว ส่งผลให้รายได้ของเกษตรกรลดลงอย่างต่อเนื่อง ถึงแม้ว่าภาครัฐจะมีนโยบายช่วยเหลือเกษตรกร โดยส่งเสริมเงินกู้แก่ผู้ประกอบการแปรรูปยางพารา เพื่อใช้เป็นทุนหมุนเวียนในการซื้อขายยางพาราจากเกษตรกร

2. ความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติ จากความแปรปรวนของสภาพอากาศซึ่งมีผลกระทบต่อภาคเกษตรกรรม ทำให้ผลผลิตทางการเกษตรได้รับความเสียหาย

3. ความเสี่ยงจากความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจโลก เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจโลก มีความไม่แน่นอน ขณะที่ประเทศคู่ค้าที่สำคัญ คือ จีน มีสัญญาณการชะลอตัวทางเศรษฐกิจที่ชัดเจน ส่งผลให้ความต้องการสั่งซื้อสินค้าจากประเทศจีนเริ่มชะลอตัว

4. ความเสี่ยงจากสถานการณ์ความไม่สงบในพื้นที่ชายแดนภาคใต้ จากสถานการณ์ความไม่สงบในพื้นที่ส่งผลต่อการลงทุน และการท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากมาเลเซีย และ สิงคโปร์ ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยว ที่สำคัญ

ปัจจัยสนับสนุนเศรษฐกิจในปี 2558 ของจังหวัดสงขลาที่ต้องติดตามอย่างต่อเนื่อง

1. ระดับราคาน้ำมัน เนื่องจากแนวโน้มราคาน้ำมันในตลาดโลกลดลงอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ราคาน้ำมันภายในประเทศปรับตัวลดลงตาม ทำให้ต้นทุนการผลิตอยู่ในระดับต่ำ และระดับราคาสินค้าภายในประเทศมีแนวโน้มลดลง

2. มาตรการเร่งรัดการเบิกจ่ายของภาครัฐ โดยกำหนดเป้าหมายการเบิกจ่ายภาครัฐรวมไม่น้อยกว่าร้อยละ 96 ส่งผลให้ส่วนราชการเร่งเบิกจ่ายเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจภายในจังหวัด

3. นโยบายการส่งเสริมการลงทุนในชายแดนภาคใต้ เพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจท้องถิ่นที่เกื้อกูลต่อการสร้างความมั่นคงในพื้นที่

ตารางที่ 3.5 ดัชนีชี้วัดทางเศรษฐกิจที่สำคัญของภาคใต้

ผลการประมาณการ	2556	2557e	2558f			
			เฉลี่ย	ช่วง		
1) อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ (ร้อยละต่อปี)	-0.4	1.8	1.1	0.8	-	1.5
2) อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจด้านอุปทาน (ร้อยละต่อปี)	2.6	3.9	1.9	1.5	-	2.3
3) อัตราการขยายตัวของภาคเกษตรกรรม (ร้อยละต่อปี)	-4.5	-1.2	0.2	0.1	-	0.4
4) อัตราการขยายตัวของภาคอุตสาหกรรม (ร้อยละต่อปี)	0.1	5.0	1.3	0.9	-	1.7
5) อัตราการขยายตัวของภาคบริการ (ร้อยละต่อปี)	6.2	4.7	2.7	2.3	-	3.1
6) อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจด้านอุปสงค์ (ร้อยละต่อปี)	2.8	1.2	-4.3	-4.7	-	-3.8
7) อัตราการขยายตัวของการบริโภคภาคเอกชน (ร้อยละต่อปี)	3.4	-3.0	-17.7	-18.3	-	-17.2
8) อัตราการขยายตัวของการลงทุนภาคเอกชน (ร้อยละต่อปี)	21.0	5.2	3.5	3.0	-	4.0
9) อัตราการขยายตัวของรายได้เกษตรกร (ร้อยละต่อปี)	-16.9	-21.8	-15.6	-16.7	-	-14.5
10) อัตราเงินเฟ้อ (ร้อยละต่อปี)	3.5	2.3	1.7	1.6	-	1.8
11) จำนวนผู้มีงานทำในจังหวัด (คน)	840,995	841,016	843,914	842,960	-	844,869
เปลี่ยนแปลง (คน)	10,824	21	2,898	1,944	-	3,853

หมายเหตุ : f = forecast (พยากรณ์), e = estimate (ประมาณการ)

ที่มา : สำนักงานคลังจังหวัดสงขลา  
ปรับปรุงล่าสุด : 31 มีนาคม 2558

### 3.4 ภาพรวมอสังหาริมทรัพย์จังหวัดสงขลา

จากการวิเคราะห์และสำรวจเก็บข้อมูลของ บริษัท เอเจนซี ฟอร์ เรียลเอสเตท แอฟ แพร่ส จำกัด (AREA) ข้อมูลล่าสุดในปี 2558 ปัจจุบันตลาดมี 228 โครงการ 15,598 หน่วย รวมมูลค่า 44,767 ล้านบาท เฉลี่ยแล้วหน่วยละ 2.87 ล้านบาท ยังเหลือขายอยู่เพียง 2,458 หน่วย สินค้ากลุ่มใหญ่ที่สุด 37% ขายในราคา 1-2 ล้านบาท บ้านกลุ่มใหญ่ที่สุดคือห้องชุด มี 45% บ้านเดี่ยว 22% และทาวน์เฮาส์ 18% หากแยกเป็นกลุ่มๆ ตามระดับราคา สินค้าหลักในตลาดขนาดใหญ่คือห้องชุด ราคา 1-2 ล้านบาทมี 30% ของทั้งตลาด บ้านเดี่ยวราคา 3-5 ล้านบาท มี 12% ห้องชุด ราคา 2-3 ล้านบาท 10% ทาวน์เฮาส์ 2-3 ล้านบาท 9%

ณ โซน 1 ใจกลางเมือง มีหน่วยขายทั้งหมด 4,776 หน่วย เท่ากับ 31% ของทั้งตลาดขนาดใหญ่ หน่วยขายมีราคา 2.7 ล้านบาท แสดงว่าขายสินค้าราคาไม่แพง กลุ่มใหญ่ที่สุดคือห้องชุดมี 3,812 หน่วย เท่ากับ 80% ของสินค้าในโซน 1 นี้ ห้องชุดเหล่านี้ขายได้แล้ว 3,469 หน่วย เหลือ 316 หน่วย เท่ากับขายไปแล้ว 90% สินค้าห้องชุดส่วนมากเป็นในราคา 1-2 ล้านบาท หรือเป็น 43% ของสินค้าในตลาดทั้งหมด และที่ขายดีมีราคาไม่เกิน 5 ล้านบาท (ที่ราคาสูงกว่านี้ขายไม่ดี)

ณ โซน 2 กาญจนวนิช ม.อ. มีหน่วยขายทั้งหมด 2,149 หน่วย เท่ากับ 14% ของทั้งตลาดขนาดใหญ่ มีมูลค่าทั้งหมด 7,406 ล้านบาท หน่วยขายมีราคา 3.44 ล้านบาท แสดงว่าขายสินค้าราคาสูง แต่สินค้ากลุ่มใหญ่สุดก็ยังเป็นห้องชุดราคา 1-2 ล้านบาทเป็นสำคัญ กลุ่มนี้ขายได้ 1,968 หน่วย หรือ 92% ของทั้งหมด ที่อยู่อาศัยในโซนนี้หลากหลาย กลุ่มใหญ่ที่สุดคือห้องชุดมี 813 หน่วย เท่ากับ 38% เป็นบ้านเดี่ยว 597 หน่วย (28%) และทาวน์เฮาส์ 17%

ณ โซน 3 บ้านพรุ นาทวี โซนนี้มีขนาดเป็นอันดับที่ 3 มี 3,994 หน่วย หรือ 25% ของทั้งหมด 15,598 หน่วย ขายเหลืออยู่เพียง 16% หรือ 644 หน่วย มากกว่าครึ่งหนึ่งขายห้องชุด 2,309 หน่วยหรือ 57% ของทั้งโซน และขายในราคา 1-2 ล้านเป็นหลัก (1,820 หน่วยหรือ 46%) รองลงมาเป็นบ้านเดี่ยว 748 หน่วย (19%) เป็นทาวน์เฮาส์ 467 หน่วย (12%) และตึกแถว 7% ผลประกอบการปรากฏว่าขายดี ยกเว้นที่ดินจัดสรร

ณ โซน 4 สนามบิน ควนรั้ง โซนนี้มี 2,593 หน่วย หรือ 17% ของอุปทานทั้งหมดในตลาดขนาดใหญ่ ขายได้แล้ว 2,074 หน่วยหรือ 80% ของทั้งโซน โซนนี้ถือเป็นโซนบ้านเดี่ยวเป็นหลัก มี 1,413 หน่วย (54% ของโซนนี้) ส่วนใหญ่ของบ้านเดี่ยวขายราคา 3-5 ล้านบาท จำนวน 1,011 หน่วย

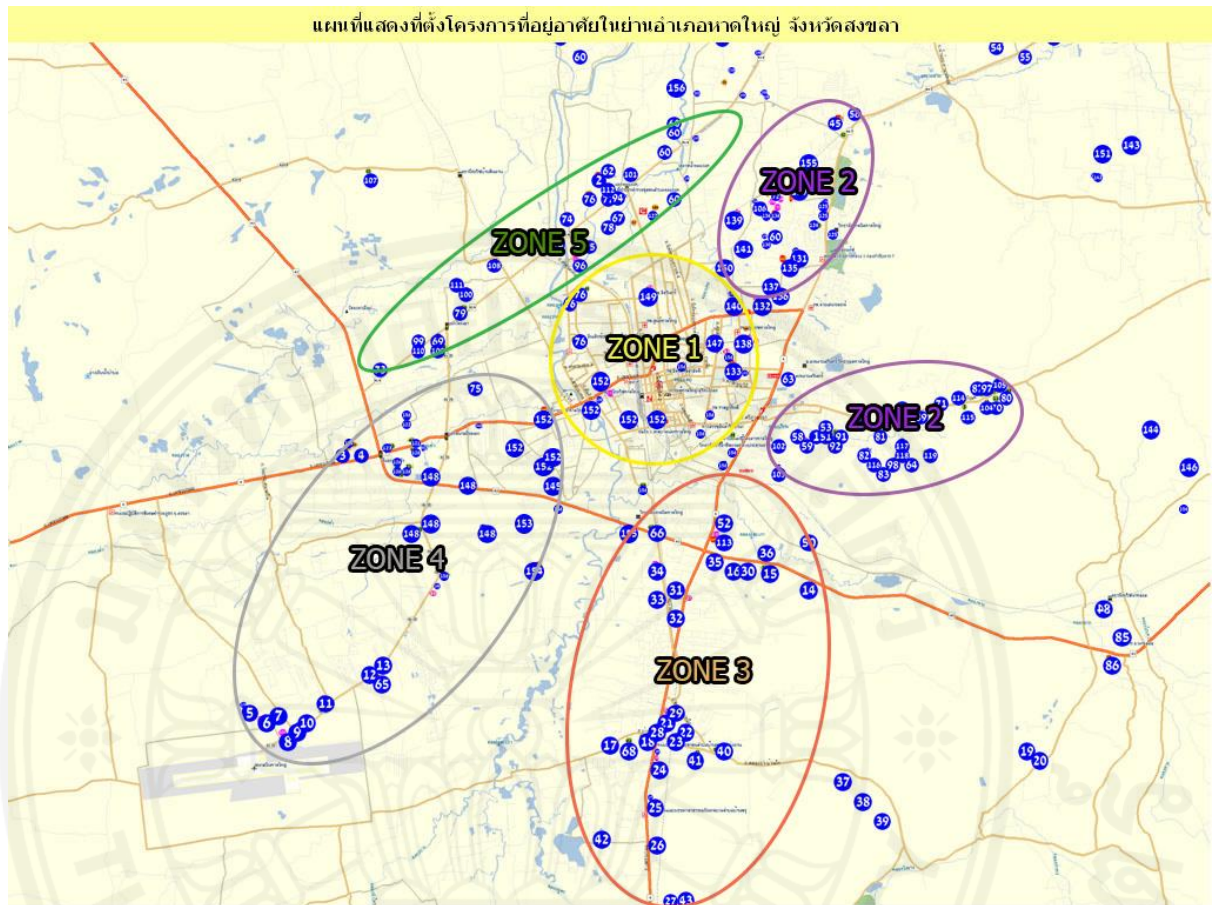
(39% ของทั้งโซน) และขายดี ยกเว้นบ้านเดี่ยวที่เกิน 5 ล้านบาท ส่วนทาวน์เฮาส์มี 681 หน่วย (26%) ขายดีโดยเฉพาะที่ไม่เกิน 3 ล้านบาท ส่วนอาคารชุดมีเพียง 1 โครงการ

ณ โซน 5 ท่าช้าง ลพบุรีราเมศวร์ โซนนี้มีขนาดเล็กสุดแต่มีโครงการมากถึง 50 โครงการ รวมหน่วยขายเพียง 2,086 หน่วยหรือ 13% ของทั้งตลาด กลุ่มใหญ่ที่สุดก็คือทาวน์เฮาส์ 771 หน่วย หรือ 37% ในรายละเอียดพบว่าทาวน์เฮาส์ส่วนใหญ่มีราคาไม่เกิน 3 ล้านบาทต่อหน่วย ขายได้ 73% แล้ว ทาวน์เฮาส์ราคาเกิน 3 ล้านบาทขายได้ยาก นอกจากนี้ยังมีกลุ่มบ้านเดี่ยว 494 หน่วย (24%) กลุ่มบ้านแฝด ห้องชุดและที่ดินจัดสรรที่มีจำนวนค่อนข้างน้อย

ในการเปิดตัวโครงการใหม่ทั้งปี 2557 พบว่ามีเปิดตัวน้อย คือมีเพียง 33 โครงการ 1,166 หน่วย รวมมูลค่า 4,001 ล้านบาท ตกเป็นเงินหน่วยละ 3.4 ล้านบาท กลุ่มใหญ่ที่สุดขายในราคา 3-5 ล้านบาท ถึง 29% สินค้าที่เสนอขายกลุ่มใหญ่ที่สุดคือทาวน์เฮาส์ 459 หน่วย (39%) ตึกแถว 239 หน่วย (20%) และห้องชุด 220 หน่วย (15%) และโซนที่เปิดตัวมากที่สุดคือ โซน 5 ที่มีอยู่น้อยสุดนั่นเอง โดยเปิดถึง 667 หน่วย หรือ 57% ของการเปิดตัวใหม่ทั้งหมด

ในด้านของการขายได้ในปี 2557 พบว่ามีหน่วยที่ขายได้ทั้งหมด 2,079 หน่วย รวมมูลค่า 6,303 ล้านบาท เฉลี่ยต่อหน่วยที่ขายได้คือ 3.03 ล้านบาท แสดงว่าขายบ้านราคาไม่สูงมากนักที่ขายได้กลุ่มใหญ่สุดราคา 3-5 ล้านบาท จำนวน 504 หน่วย (24%) หากแยกเป็นประเภท จะพบว่าห้องชุดขายได้มากที่สุด 930 หน่วย (44% ของทั้งตลาดที่ขายได้) สินค้าในโซน 1 ขายได้มากที่สุด 652 หน่วย (31%) ส่วนสินค้าที่เหลือขายมากได้แก่ห้องชุด 2-3 ล้านบาทและ 1-2 ล้านบาทต่อหน่วย โดยมีสัดส่วนที่เหลืออยู่ประมาณ 12% และ 11% ตามลำดับ

โดยสรุปแล้วสถานการณ์ในขณะนี้ชะลอตัวลง การเปิดตัวโครงการใหม่จำเป็นต้องมีการศึกษาให้ดีเป็นพิเศษ แนวโน้มเศรษฐกิจที่คาดว่าจะดีอาจจะไม่ดีดังหวัง ผู้ประกอบการและผู้ซื้อบ้านจึงควรตรวจสอบสถานการณ์โดยใกล้ชิด การคุ้มครองเงินดาวน์ และรับผิดชอบต่อผู้บริโภคจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ความมั่นคงแก่ตลาดในระยะยาว



ภาพที่ 3.5 ที่ตั้งโครงการที่อยู่อาศัยในอำเภอหาดใหญ่

### 3.5 วิเคราะห์อุปสงค์-อุปทาน

#### 3.5.1 อุปสงค์

##### 3.5.1.1 จำนวนประชากรและรายได้ต่อครัวเรือนจังหวัดสงขลา

ตารางที่ 3.6 จำนวนประชากรจังหวัดสงขลา จำแนกเป็นรายอำเภอ

จำนวนประชากรจังหวัดสงขลา จำแนกเป็นรายอำเภอ พ.ศ. 2557		
อำเภอ	จำนวนประชากร	ความหนาแน่น
อำเภอหาดใหญ่	390,074	457.4
อำเภอเมืองสงขลา	163,329	950.13
อำเภอกระแสสินธุ์	15,364	159.37
อำเภอคลองหอยโข่ง	26,056	94.74
อำเภอควนเนียง	34,567	166.18
อำเภอจะนะ	104,162	207.08
อำเภอนาทวี	67,799	109.38
อำเภอนาหม่อม	22,619	244.6
อำเภอบางกล่ำ	30,250	204.66
อำเภอระโนด	66,701	85.09
อำเภอรัตภูมิ	73,744	124.6
อำเภอสทิงพระ	48,532	404.43
อำเภอสะบ้าย้อย	75,534	88.57
อำเภอสะเดา	124,148	120.61
อำเภอสิงหนคร	82,349	361.17
อำเภอเทพา	76,075	77.78
<b>รวม</b>	<b>1,401,303</b>	<b>189.52</b>

ที่มา : กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย

ตารางที่ 3.7 จำนวนประชากร 5 จังหวัดภาคใต้ตอนล่าง

จังหวัด (ข้อมูล ณ ต.ค. 2558)	ครัวเรือน	ชาย	หญิง	รวม
<b>สงขลา</b>	<b>506,889</b>	<b>687,812</b>	<b>721,058</b>	<b>1,408,870</b>
สตูล	98,316	156,764	158,264	315,028
ยะลา	154,772	256,486	260,360	516,846
ปัตตานี	177,583	342,985	349,127	692,112
นราธิวาส	200,985	386,793	394,403	781,196

ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ

ตารางที่ 3.8 รายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือน จำแนกตามจังหวัด

**รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่อครัวเรือน จำแนกตามภาค และจังหวัด**  
**AVERAGE MONTHLY INCOME PER HOUSEHOLD**

บาท Baht

ภาค และจังหวัด	2550 (2007)	2552 (2009)	2554 (2011)	2556 (2013)	Region and province
<b>สงขลา</b>	<b>22,342</b>	<b>27,356</b>	<b>26,711</b>	<b>26,824</b>	<b>Songkhla</b>
สตูล	17,328	20,695	21,047	25,400	Satun
ปัตตานี	11,840	13,511	16,122	20,199	Pattani
ยะลา	13,698	19,619	21,859	22,483	Yala
นราธิวาส	13,148	11,244	16,834	16,773	Narathiwat

ที่มา: การสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

จากข้อมูลทั้งในด้านของจำนวนประชากรและรายได้ต่อครัวเรือนของจังหวัดสงขลาเปรียบเทียบกับจังหวัดอื่นที่เขตภาคใต้ตอนล่าง เห็นได้ว่าจังหวัดสงขลาถือเป็นจังหวัดที่มีขนาดใหญ่ที่สุดและมีอิทธิพลต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในเขตภาคใต้ตอนล่างเป็นอย่างมาก เป็นสิ่งที่สะท้อนถึงกำลังซื้อของประชากรในจังหวัดที่มากที่สุดเมื่อเทียบกับจังหวัดอื่นๆในเขตเดียวกัน ดังนั้นจังหวัดสงขลาโดยเฉพาะอำเภอหาดใหญ่จึงเป็นศูนย์กลางของเศรษฐกิจและการลงทุนในแถบนี้ เป็นที่มาของการขยายตัวทางภาคอสังหาริมทรัพย์ที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องที่ถึงแม้ว่าในช่วงปีที่ผ่านมาจะเกิดการชะลอตัวในด้านเศรษฐกิจและการลงทุนต่างๆไปบ้างก็ตาม แต่เชื่อได้ว่าในอนาคตอันใกล้ทั้งจากศักยภาพของจังหวัดขงเองและนโยบายสนับสนุนจากทางภาครัฐจะเป็นตัวขับเคลื่อนให้ภาวะเศรษฐกิจและภาคอสังหาริมทรัพย์สามารถกลับมาเติบโตได้อย่างต่อเนื่องอีกครั้ง

เมื่อพิจารณาถึงข้อมูลจากทางสมาคมอสังหาริมทรัพย์ จังหวัดสงขลา ที่ได้จัดทำและเก็บข้อมูลสถิติเพื่อวิเคราะห์ถึงปริมาณอุปสงค์ (Demand) ของตลาดที่อยู่อาศัยในจังหวัดสงขลา พบว่ามีปริมาณร้อยละ 1 ของจำนวนประชากรที่มีอุปสงค์ของการซื้อที่อยู่อาศัย โดยมีการประมาณการความต้องการที่อยู่อาศัยแนวราบประมาณร้อยละ 60 ของความต้องการที่อยู่อาศัย ดังนั้นเมื่อเทียบกับจำนวนประชากรของจังหวัดสงขลาในปัจจุบันจะสามารถประมาณการความต้องการที่อยู่อาศัยของจังหวัดสงขลาได้เท่ากับ 14,000 หน่วย หรือคิดเป็นความต้องการที่อยู่อาศัยแนวราบเท่ากับ 8,400 หน่วย

อย่างไรก็ตามลักษณะของโครงการที่จะทำการศึกษาจะแบ่งการพัฒนาออกเป็นสองเฟส เฟสแรกจะเป็นการพัฒนาเป็นโครงการอาคารพาณิชย์ และเฟสที่สองจะเป็นการพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัยที่มีราคาค่อนข้างสูงและมีจำนวนหน่วยที่กำลังพัฒนาในตลาดไม่มากนัก

หรือกล่าวคือเป็นตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) โดยทั้งสอง Product นั้นถือได้ว่าเป็น Product ที่มีราคาค่อนข้างสูงแต่ยังคงมีความต้องการในตลาดอยู่ โดยกลุ่มลูกค้าจะเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้สูงหรือเจ้าของกิจการต่างๆ ดังนั้นการวิเคราะห์ถึงปริมาณอุปสงค์จึงน่าจะต้องทำการศึกษาจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายสูงและกรณีศึกษาของโครงการที่เป็นลักษณะอาคารพาณิชย์ และโครงการที่เป็น Niche Market ทั้งในอดีตและปัจจุบันที่จะมีโอกาสประสบความสำเร็จในการพัฒนาโครงการ

### 3.5.1.2 กลุ่มผู้ประกอบการ

จังหวัดสงขลาถือได้ว่าเป็นศูนย์กลางทางการค้าของทางภาคใต้ที่มีอิทธิพลต่อระบบเศรษฐกิจและการพาณิชย์กรรมในภูมิภาคนี้มาเป็นเวลายาวนาน เนื่องด้วยการที่เป็นจังหวัดที่มีชายแดนติดกับประเทศมาเลเซีย มีสนามบินนานาชาติขนาดใหญ่ มีท่าเรือน้ำลึก ปัจจัยทั้งหลายนี้เป็นส่วนสำคัญที่เอื้อต่อการทำให้จังหวัดสงขลาเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจของเขตภาคใต้ตอนล่าง สะท้อนได้จากตัวเลขมูลค่าทางการค้าชายแดนไทย-มาเลเซียที่ได้นำมาแสดงอยู่ในตารางก่อนหน้านี้ หรือคิดเป็นตัวเลขเฉพาะจังหวัดสงขลาจะอยู่ที่ประมาณกว่า 500,000 ล้านบาทต่อปี ดังนั้นตัวเลขจำนวนผู้ประกอบการนิติบุคคลที่จัดตั้งใหม่และคงอยู่ในจังหวัดสงขลา น่าจะเป็นสิ่งที่สะท้อนถึงอุปสงค์ในการซื้ออาคารพาณิชย์เพื่อใช้ในการประกอบกิจการหรืออาจเพื่อเป็นการลงทุนสำหรับการเปิดเขตเศรษฐกิจอาเซียนในอนาคตอันใกล้

โดยในปี 2558 มีจำนวนนิติบุคคลจัดตั้งใหม่ประมาณ 730 ราย ทุนจดทะเบียน 2,474 ล้านบาท และมีนิติบุคคลคงอยู่ทั้งสิ้น ณ ปี 2558 จำนวน 8,203 ราย ทุนจะทะเบียนรวม 92,912 ล้านบาท รายละเอียดดังตารางที่ 3.9

ตารางที่ 3.9 จำนวนนิติบุคคลจัดตั้งใหม่และจำนวนนิติบุคคลคงอยู่ จังหวัดสงขลา

จำนวนนิติบุคคลจังหวัดสงขลา พ.ศ. 2558		
รายการ	จำนวน(ราย)	ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)
จำนวนนิติบุคคลจัดตั้งใหม่ ไตรมาส 1 , 2558	208	383.33
จำนวนนิติบุคคลจัดตั้งใหม่ ไตรมาส 2 , 2558	215	1,584.35
จำนวนนิติบุคคลจัดตั้งใหม่ ไตรมาส 3 , 2558	234	378.00
จำนวนนิติบุคคลจัดตั้งใหม่ ไตรมาส 4 , 2558	73	128.40
รวมจำนวนนิติบุคคลจัดตั้งใหม่ ปี 2558	730	2,474.08
<b>จำนวนนิติบุคคลคงอยู่ ปี 2558</b>	<b>8,203</b>	<b>92,912.11</b>

ที่มา : กรมพัฒนาธุรกิจการค้า



เมื่อพิจารณาถึงจำนวนนิติบุคคลจัดตั้งใหม่ในปี 2558 จำนวน 730 ราย จากการสำรวจและวิเคราะห์จากลักษณะการลงทุนของนิติบุคคลในพื้นที่จังหวัดสงขลาพบว่า ประมาณครึ่งหนึ่งของจำนวนนิติบุคคลจะมีปริมาณอุปสงค์ในการซื้ออาคารพาณิชย์สำหรับประกอบกิจการ เนื่องจากในเขตต่างจังหวัดการเช่าพื้นที่ออฟฟิศยังคงไม่เป็นที่นิยมมากนัก ดังนั้นจึงสามารถประมาณการคร่าวๆจากจำนวนนิติบุคคลจัดตั้งใหม่ในปี 2558 แล้วจะมีอุปสงค์ในการซื้ออาคารพาณิชย์อยู่ที่ 365 หน่วย

ในด้านของตลาดที่อยู่อาศัยราคาสูง พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ที่มีกำลังซื้อนั้นจะเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีอาชีพเป็นเจ้าของกิจการ โดยการประมาณการคร่าวๆของความสามารถในการซื้อสังหาริมทรัพย์ในราคา 10 ล้านบาทนั้นจะต้องมีกำลังผ่อนอยู่ที่ประมาณ 60,000 – 70,000 บาทต่อเดือน ดังนั้นผู้ซื้อควรที่จะมีรายได้รวมอยู่ที่ประมาณ 200,000 บาทต่อเดือน

ในที่นี้จึงเป็นการคัดกรองเอาจำนวนของนิติบุคคลที่มีรายได้มากกว่า 10,000,000 บาท ต่อปีหรือประมาณ 833,000 บาทต่อเดือน เพื่อนำมาวิเคราะห์ถึงอุปสงค์จากกลุ่มลูกค้านิติบุคคลที่มีรายได้สูงดังตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3.10 นิติบุคคลที่มีรายได้เกิน 10 ล้านบาทต่อปีในจังหวัดสงขลา จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ประเภทธุรกิจ	สงขลา
เกษตรกรรม การป่าไม้ และการประมง	18
การทำเหมืองแร่และเหมืองหิน	15
การผลิต	299
ไฟฟ้า ก๊าซ ไอน้ำ และระบบปรับอากาศ	8
การจัดหาน้ำ การจัดการน้ำเสียและของเสีย	2
การก่อสร้าง	200
การขายส่งและการขายปลีก การซ่อมยานยนต์และจักรยานยนต์	818
การขนส่งและสถานที่เก็บสินค้า	160
ที่พักแรมและบริการด้านอาหาร	47
ข้อมูลข่าวสารและการสื่อสาร	3
กิจกรรมทางการเงินและการประกันภัย	9
กิจกรรมเกี่ยวกับอสังหาริมทรัพย์	45
กิจกรรมวิชาชีพทางวิทยาศาสตร์และกิจการทางวิชาการ	26
กิจกรรมการบริหารและบริการสนับสนุน	48
การบริหารราชการ การป้องกันประเทศและการประกันสังคมภาคบังคับ	0
การศึกษา	24
กิจกรรมด้านสุขภาพและงานสังคมสงเคราะห์	5
ศิลปะ ความบันเทิงและนันทนาการ	4
กิจกรรมบริการด้านอื่นๆ	4
<b>รวม</b>	<b>1735</b>

ที่มา : กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (ข้อมูล ณ ปี 2558)

จากตาราง เห็นได้ว่าในจังหวัดสงขลามีจำนวนนิติบุคคลที่มีรายได้สูงกว่า 10,000,000 บาทต่อปี (ประมาณการกำไรที่ร้อยละ 20 จากรายได้) อยู่ถึง 1,735 ราย โดยเจ้าของกิจการของนิติบุคคลเหล่านี้น่าจะมีกำลังผ่อนขั้นต่ำอยู่ที่ประมาณ 60,000 – 70,000 บาทต่อเดือน ซึ่งพอดีกับความสามารถในการผ่อนชำระบ้านที่มีราคามากกว่า 10 ล้านบาทขึ้นไป และจากการสอบถามและเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างของเจ้าของกิจการในต่างจังหวัดที่มีอุปสงค์ในการซื้อบ้านนั้นจะถูกแบ่งออกเป็นสองลักษณะก็คือ ซื้อที่ดินและดำเนินการก่อสร้างบ้านเอง ประมาณร้อยละ 70 ส่วนที่เหลือร้อยละ 30 จะมีอุปสงค์ในการซื้อบ้านจัดสรร ซึ่งในส่วน 30% นี้มักจะเป็นเจ้าของกิจการที่เป็นกลุ่มคนที่มีอายุไม่มากนัก ประมาณ 35-45 ปี ดังนั้นเมื่อประมาณการอุปสงค์ในการซื้อบ้านจัดสรร จากจำนวนเจ้าของกิจการแล้วจะได้จำนวนอุปสงค์ในการซื้อบ้านที่มีราคาเกิน 10 ล้านบาทอยู่ที่ 520 หลัง ซึ่งในปัจจุบันตลาดบ้านจัดสรรที่มีราคาเกิน 10 ล้านบาทยังคงมีหน่วยขายอยู่ไม่มากนัก ซึ่งตรงจุดนี้จะเป็นช่องว่างของอุปสงค์ส่วนเกินที่น่าจะสามารถพัฒนาโครงการเพื่อมาตอบสนองอุปสงค์จากเจ้าของกิจการที่มีรายได้สูงต่อไปได้ในอนาคต

### 3.5.1.3 บุคลากรในหน่วยงานราชการที่มีรายได้สูง

จากการที่บุคลากรระดับผู้บริหารระดับสูงในบริษัทเอกชนในจังหวัดสงขลานั้น โดยส่วนใหญ่แล้วผู้ที่เป็นเจ้าของกิจการเองมักจะดำเนินและบริหารกิจการของตนเองซึ่งเป็นในลักษณะของบริษัทในหมู่เครือญาติ ดังนั้นข้อมูลในส่วนของผู้บริหารระดับสูงที่มีรายได้และกำลังซื้อค่อนข้างสูงในพื้นที่จังหวัดสงขลานั้นเมื่อทำการจัดเก็บมาแล้วจะมีจำนวนน้อยเกินไปจนไม่มีระดับนัยสำคัญ

เพราะฉะนั้นจากการที่ได้ลงพื้นที่เก็บข้อมูลและสอบถามถึงระดับรายได้และกำลังซื้อของกลุ่มอาชีพต่างๆในจังหวัดสงขลาแล้วพบว่าอาชีพที่มีรายได้และกำลังซื้อสูงในจังหวัดสงขลานั้นส่วนใหญ่แล้วจะเป็นบุคลากรทางการแพทย์ ซึ่งมีจำนวนค่อนข้างมากในจังหวัดสงขลา เนื่องจากจังหวัดสงขลาถือได้ว่าเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์ของภาคใต้โดยที่มีโรงพยาบาลสงขลานครินทร์ที่มีความเชี่ยวชาญพร้อมทั้งทางด้านบุคลากรและเทคโนโลยีทางการแพทย์ที่สุดในภาคใต้ ซึ่งตั้งอยู่ในอำเภอหาดใหญ่เป็นศูนย์กลาง ในที่นี้จึงได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวนแพทย์และทันตแพทย์ที่ปฏิบัติงานอยู่ในจังหวัดสงขลาโดยแสดงอยู่ตามตารางที่ 3.11

ตารางที่ 3.11 จำนวนโรงพยาบาลและแพทย์ในจังหวัดสงขลา

สงขลา	จำนวนรพ.	จำนวนเตียง	จำนวนแพทย์	จำนวนทันตแพทย์
สังกัดกระทรวงสาธารณสุข	19		2,124	
รพ.ศูนย์		4	1,554	622
รพ.ชุมชน		15	570	201
สังกัดกระทรวงอื่น	5		952	476
เอกชน	5		602	120
<b>รวม</b>	<b>29</b>		<b>3,678</b>	<b>1,419</b>

ที่มา : สำนักงานสาธารณสุข จังหวัดสงขลา และจากการเก็บข้อมูลตามโรงพยาบาลแต่ละแห่งในพื้นที่ (ข้อมูล ณ ปี 2558)

ตารางที่ 3.12 จำนวนแพทย์ทั้งประเทศไทย

จำนวนแพทย์ในประเทศไทย	รวม	ชาย	หญิง	Ratio
แพทย์ในประเทศ	45,449	25,589	19,860	
กทม	22,797	12,845	9,952	
ต่างจังหวัด	22,652	12,744	9,908	
จำแนกตามช่วงอายุ				
20-30	11,802	5,128	6,674	26.0%
31-40	13,880	6,639	7,241	30.5%
41-50	7,968	5,124	2,844	17.5%
51-60	5,823	4,464	1,359	12.8%
61-70	3,159	2,305	854	7.0%
70 ปีขึ้นไป	2,643	1,827	816	5.8%
ไม่ทราบอายุ	174	102	72	0.4%
ต่างประเทศ	472	395	77	
ไม่ทราบที่อยู่	2,195	1,428	767	

ที่มา : สำนักงานเลขาธิการแพทยสภา (ข้อมูล ณ ฐ.ค. 2557)

จากตารางจำนวนแพทย์ในจังหวัดสงขลาเห็นได้ว่ามีจำนวนแพทย์และจำนวนทันตแพทย์ในจังหวัดสงขลาอยู่ 1,419 คน และ 575 คนตามลำดับ จากข้อมูลดังกล่าวนี้สามารถมาประกอบการวิเคราะห์ร่วมกับจำนวนแพทย์ทั้งประเทศที่มีการเก็บรวบรวมและแจกแจงจำนวนแพทย์ตามช่วงอายุ ซึ่งเมื่อนำมาเทียบสัดส่วนของจำนวนแพทย์ที่เริ่มทำงานได้ไม่นานนัก หรือแพทย์ที่มีอายุอยู่ในช่วง 20-30 ปีและ 31-40 ปีที่จำนวนแพทย์เหล่านี้ส่วนใหญ่แล้วมีความต้องการในที่อยู่อาศัยใหม่อยู่ทั้งจากเหตุผลในด้านการขยายขนาดของครอบครัว หรือทั้งการย้ายถิ่นฐานเข้ามาทำงานในโรงพยาบาลในตัวเมือง เป็นต้น ดังนั้นจากการประมาณการสัดส่วนของจำนวนแพทย์ตามแต่ละช่วงอายุพบว่าจะมีจำนวนแพทย์ที่มีระดับช่วงอายุ 20-30 ปี และ 30-40 ปีตามข้อมูลในตารางที่ 3.14

ตารางที่ 3.13 จำนวนแพทย์ตามช่วงอายุ ในจังหวัดสงขลา

ช่วงอายุ	จำนวนแพทย์	จำนวนทันตแพทย์
อายุ 20-30	368	149
อายุ 31-40	433	176
รวม	802	325

จากตารางข้างต้นเห็นได้ว่ามีจำนวนแพทย์ที่มีช่วงอายุอยู่ระหว่าง 20-40 ปี อยู่ถึง 1,100 คน ในจังหวัดสงขลา โดยจากจำนวนดังกล่าวนี้เมื่อพิจารณาถึงรายได้จากแพทย์และทันตแพทย์จบใหม่ที่มีอายุอยู่ในช่วง 20 ตอนปลายแล้วจะมีรายได้สุทธิเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณเกือบ 100,000 บาท/คน/เดือน ซึ่งเป็นที่แน่นอนว่าแพทย์ที่มีอายุอย่างเข้า 31-40 นี้ย่อมมีรายได้เฉลี่ยที่สูงกว่าซึ่งจะอยู่ที่ประมาณ 150,000 บาท/คน/เดือน ดังนั้นเมื่อพิจารณาจากรายได้เฉลี่ยของบุคลากรทางการแพทย์เหล่านี้แล้วจะเป็นกลุ่มที่สามารถซื้อที่อยู่อาศัยและอาหาริมทรัพย์ที่มีราคาสูงได้ ซึ่งตรงกับความเป็นจริงในตลาดอสังหาริมทรัพย์ของจังหวัดสงขลาที่บ้านที่มีราคาสูงกว่า 10 ล้านบาทขึ้นไปจะมีสัดส่วนของการเป็นเจ้าของที่บุคลากรทางการแพทย์เหล่านี้จะเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ที่อยู่ประมาณ 20-30%

#### 3.5.1.4 กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ตอนล่างที่มีพรมแดนติดประเทศมาเลเซีย

จากเหตุการณ์ความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้ซึ่งเป็นสาเหตุที่ทำให้เจ้าของกิจการและผู้มีรายได้สูงในกลุ่มจังหวัดชายแดนภาคใต้เกิดการย้ายถิ่นฐานหรือซื้อที่อยู่อาศัยเพิ่มเติมในจังหวัดอื่นๆ โดยมีจุดประสงค์ทั้งในแง่ของการลงทุนและเพื่อเป็นบ้านหลังที่สองสำหรับการพักผ่อน โดยอำเภอหาดใหญ่จะเป็นพื้นที่หลักที่กลุ่มเจ้าของกิจการในจังหวัดชายแดนต่างๆจะเข้ามาซื้ออสังหาริมทรัพย์ เนื่องจากทั้งความเจริญของตัวเมืองที่อำเภอหาดใหญ่ถือได้ว่าเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของภาคใต้ตอนล่าง อีกทั้งจากทางด้านทำเลที่ตั้งของอำเภอหาดใหญ่ที่สะดวกต่อการเดินทางเชื่อมต่อไปยังจังหวัดใกล้เคียงที่กลุ่มเจ้าของกิจการต่างๆยังคงดำเนินธุรกิจอยู่ในพื้นที่จังหวัดนั้นๆได้

ตารางที่ 3.14 จำนวนนิติบุคคลที่มีรายได้เกิน 10 ล้านบาทต่อปี จำแนกรายจังหวัด

ประเภทธุรกิจ	นราธิวาส	ปัตตานี	ยะลา	สตูล
เกษตรกรรม การป่าไม้ และการประมง	1	0	0	7
การทำเหมืองแร่และเหมืองหิน	2	0	3	0
การผลิต	9	30	26	13
ไฟฟ้า ก๊าซ ใอน้ำ และระบบประปา	0	1	3	2
การจัดหน้า การจัดการน้ำเสียและของเสีย	5	0	0	0
การก่อสร้าง	42	38	59	9
การขายส่งและการขายปลีก การซ่อมยานยนต์และจักรยานยนต์	106	98	96	57
การขนส่งและสถานที่เก็บสินค้า	0	7	7	0
ที่พักแรมและบริการด้านอาหาร	3	3	8	3
ข้อมูลข่าวสารและการสื่อสาร	0	0	1	0
กิจกรรมทางการเงินและการประกันภัย	2	2	1	1
กิจกรรมเกี่ยวกับอสังหาริมทรัพย์	1	2	3	0
กิจกรรมวิชาชีพทางวิทยาศาสตร์และกิจการทางวิชาการ	0	1	0	1
กิจกรรมการบริหารและบริการสนับสนุน	1	2	2	0
การบริหารราชการ การป้องกันประเทศและการประกันสังคมภาคบังคับ	0	0	0	0
การศึกษา	0	0	0	0
กิจกรรมด้านสุขภาพและงานสังคมสงเคราะห์	0	0	0	0
ศิลปะ ความบันเทิงและนันทนาการ	0	0	0	0
กิจกรรมบริการด้านอื่นๆ	0	0	0	0
<b>รวม</b>	<b>172</b>	<b>184</b>	<b>209</b>	<b>93</b>
<b>รวม 4 จังหวัด</b>		<b>658</b>		

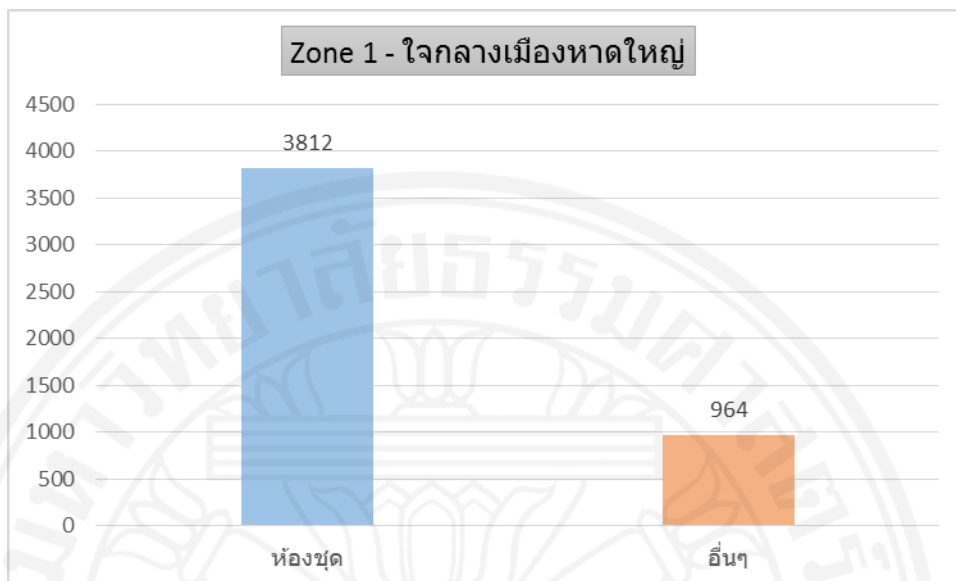
ที่มา : กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (ข้อมูล ณ ปี 2558)

ดังนั้นจากตารางข้างต้น จำนวนนิติบุคคลที่มีรายได้สูงกว่า 10 ล้านบาทต่อปีของทั้ง 4 จังหวัดมีอยู่จำนวนทั้งสิ้น 658 ราย ซึ่งจำนวนเจ้าของบริษัทเหล่านี้จะมีแนวโน้มในการเข้ามาซื้ออสังหาริมทรัพย์ในอำเภอหาดใหญ่เพิ่มเติมอีกในอนาคต โดยจากข้อมูลที่ได้จากการลงพื้นที่สอบถามในปัจจุบันพบว่ากว่าร้อยละ 30 ที่เจ้าของกิจการใน 4 จังหวัดชายแดนจะมีที่อยู่อาศัยในอำเภอหาดใหญ่ไว้ในครอบครอง ดังนั้นความเป็นไปได้ที่เจ้าของกิจการเหล่านี้จะยังคงมีอุปสงค์ในการเข้ามาซื้อที่อยู่อาศัยเพิ่มเติมในอำเภอหาดใหญ่ในอนาคตจะยังคงมีอยู่อย่างตลอด

### 3.5.2 อุปทาน

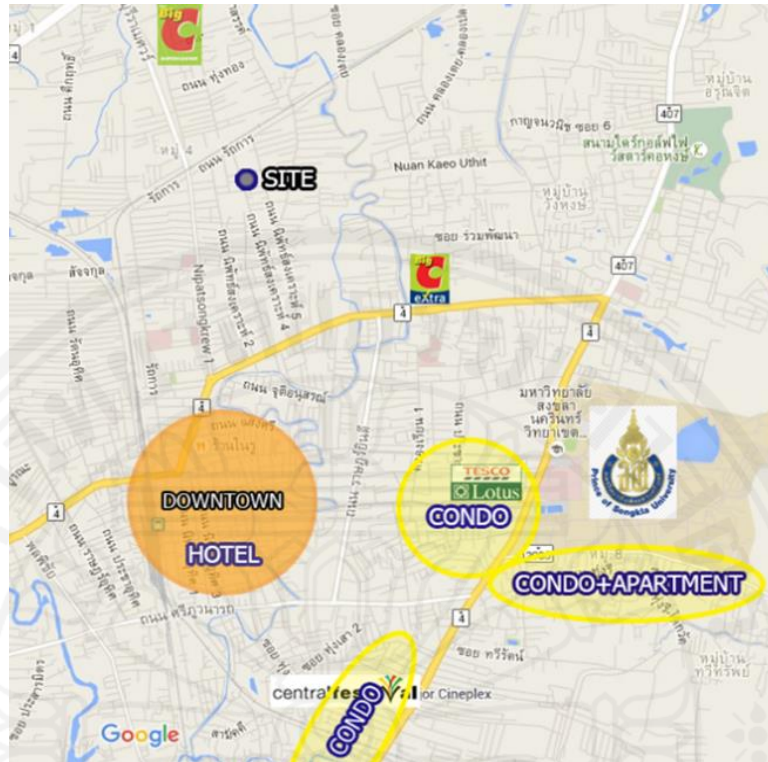
จากการสำรวจเก็บข้อมูลของ บริษัท เอเจนซี พอร์ เรียลเอสเตท แอฟแฟร์ส จำกัด (AREA) ในพื้นที่จังหวัดสงขลาที่ได้ทำการแสดงข้อมูลไว้ในหัวข้อภาพรวมตลาดอสังหาริมทรัพย์สงขลาแล้วนั้น ได้มีการแบ่งโซนของตลาดอสังหาริมทรัพย์ในจังหวัดสงขลาเป็น 5 โซนใหญ่ๆ ซึ่งที่ดินที่เราจะทำการศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนานั้นตั้งอยู่ในโซน 1 หรือโซนใจกลางเมืองหาดใหญ่ ดังนั้นเราจึงเลือกพิจารณาเพียงแค่ข้อมูลอุปทานของโซน 1 โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 3.15 จำนวนหน่วยขายทั้งหมดในโซนใจกลางเมืองหาดใหญ่



ที่มา : บริษัท เอเจนซี โฟร์ เรียลเอสเตท แอปแพร์ส จำกัด (AREA)

จากตารางเห็นได้ว่าที่อยู่อาศัยส่วนใหญ่ที่ได้รับการพัฒนาในโซนใจกลางเมืองกว่าร้อยละ 80 จะเป็นห้องชุด เนื่องจากราคาที่ดินในตัวเมืองมีการปรับตัวสูงขึ้นเป็นอย่างมากทำให้การพัฒนาเป็นอาคารสูงจึงมีโอกาสคุ้มทุนมากกว่า แต่อย่างไรก็ตามจากการลงสำรวจพื้นที่ การพัฒนาด้านอาคารเชิงพาณิชย์ที่มีทำเลที่ตั้งดีก็ยังคงเป็นที่ต้องการของตลาดอยู่อย่างสม่ำเสมอถึงแม้ว่าจะมีราคาค่อนข้างสูงมากแต่ก็ยังคงมีกำลังซื้อเข้ามาอยู่ตลอด เนื่องจากเมืองหาดใหญ่เป็นเมืองที่นิยมการทำมาค้าขาย ดังนั้นอาคารพาณิชย์ที่มีทำเลที่ดีย่อมส่งเสริมภาพลักษณ์ของร้านค้าและการดำเนินธุรกิจให้ดียิ่งขึ้น อีกทั้งจากการสำรวจหน่วยที่ขายแล้วทั้งสิ้น โดยจำนวนยอดขายห้องชุดคิดเป็นกว่าร้อยละ 90 จากจำนวนห้องชุด 3,812 หน่วย ส่วนอสังหาริมทรัพย์อื่นๆ คิดเป็นกว่าร้อยละ 80 จากจำนวน 964 หน่วย หรือเหลือขายไม่ถึง 200 หน่วยเท่านั้น เป็นสิ่งที่สะท้อนได้ว่าสถานะของตลาดอสังหาริมทรัพย์ภายในใจกลางเมืองหาดใหญ่ยังมีศักยภาพในการเติบโตและพัฒนาต่อไปได้อีก



ภาพที่ 3.6 ที่ตั้งของโครงการคอนโดมิเนียม โรงแรม และอพาร์ทเมนท์ส่วนใหญ่ในอำเภอหาดใหญ่

อย่างไรก็ตาม จากทำเลของโครงการที่ตั้งแม้ว่าจะตั้งอยู่ในใจกลางเมืองหาดใหญ่ แต่แนวโน้มและทิศทางในการพัฒนาโครงการที่เป็นอาคารสูงทั้ง โรงแรม คอนโดมิเนียมและอพาร์ทเมนท์ จะถูกพัฒนาในแถบทำเลย่านการค้าใจกลางเมือง รอบมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ และ Central Festival Hatyai แทบทั้งสิ้น เพราะฉะนั้นจากสภาพแวดล้อมของทำเลที่ตั้งในปัจจุบันควรจะนำไปพัฒนาเป็นที่อยู่อาศัยในแนวราบมากกว่า

ตารางที่ 3.16 จำนวนการออกใบอนุญาตก่อสร้างอาคารเพื่อการพาณิชย์ในจังหวัดสงขลา

การออกใบอนุญาตก่อสร้างอาคารเพื่อการพาณิชย์ แสดงจำนวนอาคาร รายปี						
Commercial Construction Permits, Showing Number of Buildings - Nationwide, By Year						
ภาค/จังหวัด Region/Province	2553 2010	2554 2011	2555 2012	2556 2013	2557 <sup>R</sup> 2014 <sup>R</sup>	ΔYoY
สงขลา (Songkhla)	285	253	267	216	273	26%

ที่มา : REIC

โดยในตารางที่ 3.17 จะเป็นข้อมูลที่แสดงถึงจำนวนการขออนุญาตการสร้างอาคารเพื่อการพาณิชย์ในจังหวัดสงขลาที่มีจำนวนการขออนุญาตสร้างเพิ่มใหม่ค่อนข้างคงที่ทุกปี

นอกเหนือจากอาคารพาณิชย์ในตัวเมืองแล้ว ปัจจุบันยังคงมีช่องว่างในตลาดที่อยู่อาศัยแนวราบราคาสูงที่มีดีไซน์เป็นเอกลักษณ์และตั้งอยู่ในตัวเมือง เนื่องจากปัจจุบันโครงการที่เป็นที่อยู่อาศัยแนวราบต่าง ๆ นิยมพัฒนาออกไปรอบนอกตัวเมืองซึ่งมีต้นทุนในด้านราคาที่ดินต่ำกว่า อย่างไรก็ตามที่เห็นได้จากตลาดในปัจจุบันและกรณีศึกษาจากโครงการในอดีตที่สามารถพิสูจน์ได้ว่าสินค้าประเภทนี้ยังคงมีความต้องการในตลาดอยู่ อีกทั้งยังเป็นกลุ่มตลาดที่ไม่ค่อยได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจไม่ดีมากนัก แต่อย่างไรก็ตามจำนวนความต้องการนี้ยังมีอยู่ไม่มาก เป็นไปตามระดับรายได้และกำลังซื้อของคนกลุ่มนี้ที่มีอยู่อย่างจำนวนจำกัด

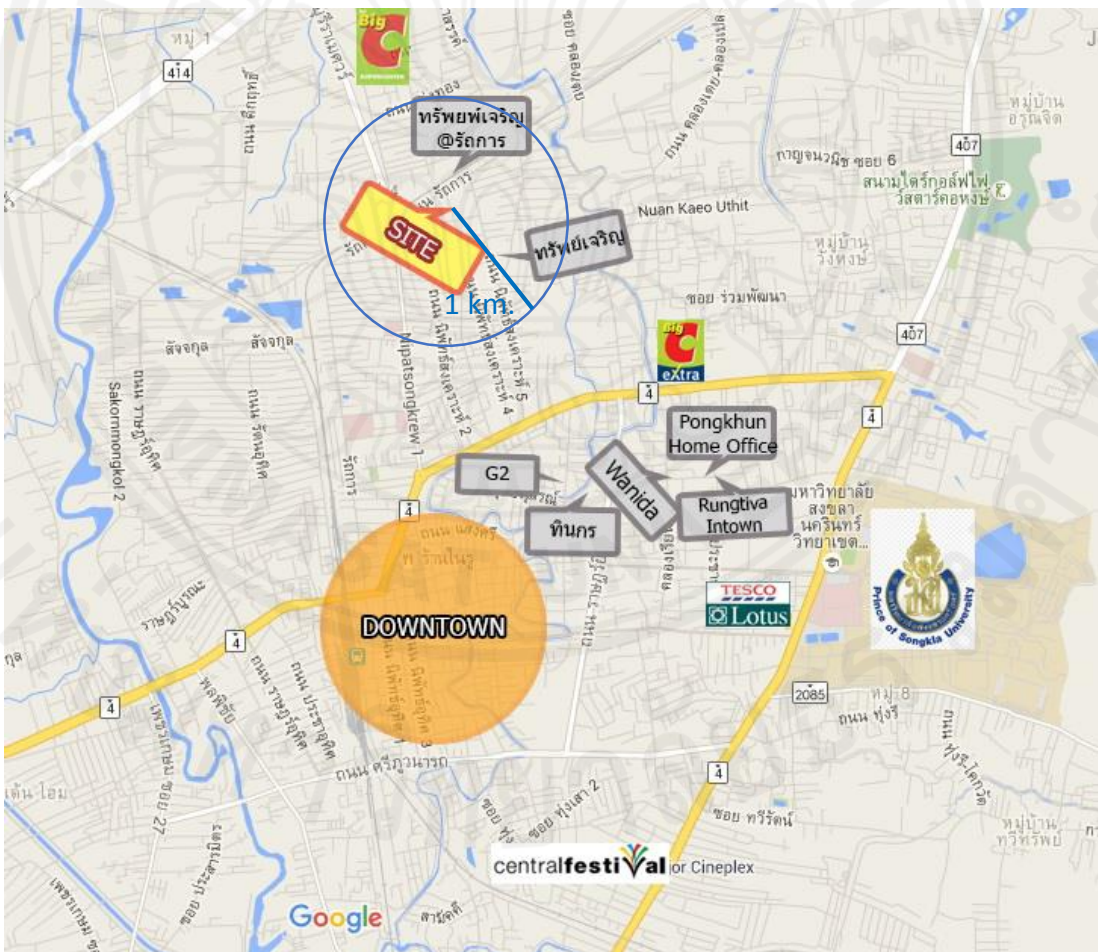


### 3.6 วิเคราะห์คู่แข่ง

ในที่นี้ ทางผู้จัดทำจำแนกการวิเคราะห์ออกเป็นสองส่วน เนื่องจากจะแบ่งการพัฒนาโครงการออกเป็นสองส่วน ส่วนแรกแปลงที่ดินส่วนที่ติดถนนจะทำการพัฒนาเป็นอาคารพาณิชย์ ส่วนที่สองแปลงที่ดินส่วนด้านในจะทำการพัฒนาเป็นที่อยู่อาศัยโดยจะพิจารณาถึงความเป็นไปได้ทั้งการพัฒนาเป็นบ้านเดี่ยวและทาวน์เฮ้าส์

#### 3.6.1 อาคารพาณิชย์

จากที่ได้ทำการสำรวจพบว่าตลาดอาคารพาณิชย์ที่มีทำเลใกล้เคียงและตั้งอยู่ในใจกลางเมืองหาดใหญ่นั้นมีอยู่ทั้งสิ้น 7 โครงการ โดยมีที่ตั้งอยู่ตามภาพประกอบที่ 3.6



ภาพที่ 3.7 ที่ตั้งของโครงการคู่แข่งที่เป็นอาคารพาณิชย์

จากการสำรวจเก็บข้อมูลพบว่าราคาเฉลี่ยของอาคารพาณิชย์โครงการใหม่ที่ตั้งอยู่ในใจกลางเมืองหาดใหญ่และมีทำเลไม่ห่างจากแปลงที่ดินที่ทำการศึกษามากนักจะมีราคาเฉลี่ยอยู่

ที่ประมาณ 8.6 ล้านบาท ราคาต่อพื้นที่ใช้สอยเฉลี่ยอยู่ที่ 37,300 บาท/ตร.ม. อัตราดูดซับ (Absorption Rate)เฉลี่ยจะอยู่ที่ 5% ซึ่งถือว่าเป็นอัตราที่ค่อนข้างดีในภาวะตลาดที่ชะลอตัว โดยส่วนใหญ่จะเป็นโครงการที่เปิดตัวตั้งแต่ปี 2557 เนื่องจากในปี 2558 มีการชะลอตัวของการเปิดโครงการในพื้นที่ขนาดใหญ่ มีสองโครงการที่สามารถปิดการขายทั้งหมดได้ตั้งแต่ช่วงไตรมาสที่สองของปี 2558 นั่นคือ โครงการ Pongkhun และ Rungtiva Intown ซึ่งถึงแม้ว่าจะเป็นโครงการที่มาราคาค่อนข้างสูงแต่สามารถปิดการขายได้นั้นเพราะปัจจัยทางด้านทำเล อีกทั้งด้านการดีไซน์และฟังก์ชันของแบบบ้านที่ค่อนข้างทันสมัยและสามารถปรับเปลี่ยนให้เป็นโฮมออฟฟิศได้ซึ่งแตกต่างจากโครงการอื่นๆ ในพื้นที่ขนาดใหญ่ ส่วนโครงการอื่นๆที่เปิดตัวไปเมื่อช่วงปี 2557 ก็มียอดขายที่ดีโดยส่วนใหญ่จะขายไปแล้วกว่า 90% ของจำนวนยูนิตทั้งหมด ส่วนโครงการที่เพิ่งทำการเปิดตัวในปี 2558 นั้นมีอยู่สองโครงการ นั่นคือโครงการทรัพย์เจริญและวนิดา โดยพิจารณาจากยอดขายและอัตราดูดซับของทั้งสองโครงการแล้วถือว่าน้อยกว่าค่าเฉลี่ยของตลาด อาจเป็นเพราะว่าโครงการได้ทำการเปิดตัวในช่วงตลาดที่ค่อนข้างซบเซาพอดี อีกทั้งทางด้านตัวสินค้าของทางโครงการทรัพย์เจริญเองที่ค่อนข้างคล้ายกับโครงการเดิมบนถนนรัชการวงศ์กลับมีราคาที่สูงกว่าเมื่อเทียบเป็นราคาต่อพื้นที่ใช้สอย และโครงการวนิดาเมื่อพิจารณาจากราคาที่ตั้งไว้ค่อนข้างจะสูงเกินไปเมื่อเทียบกับโครงการข้างเคียง เนื่องจากเลือกที่จะใช้การก่อสร้างแบบ Pre-Cast แต่มีจำนวนยูนิตการก่อสร้างที่น้อยซึ่งไม่ได้เป็นการช่วยให้เกิดการประหยัดเวลามากนักแต่กลับเป็นการเพิ่มต้นทุนในการก่อสร้าง จึงทำให้ราคาขายออกมามีค่าค่อนข้างสูง ยอดขายจึงออกมาไม่ค่อยดีนักสำหรับสองโครงการที่เปิดตัวในปี 2558

ถ้าหากเจาะลึกลงไปถึงคู่แข่งที่มีทำเลที่ใกล้เคียงมากที่สุดทั้งสองโครงการคือโครงการทรัพย์เจริญที่มาจากผู้พัฒนาเดียวกัน โดยมีการตั้งราคาที่เท่ากัน ยูนิตละ 6 ล้านบาท ราคาต่อพื้นที่ใช้สอยเฉลี่ยอยู่ที่ 37,600 บาท/ตร.ม. แต่โครงการใหม่ที่ตั้งอยู่บนถนนนิพัทธ์สงเคราะห์ 5 นั้นจะได้ตัวอาคารที่มีหน้ากว้างเพียงแค่ 4 เมตร แต่โครงการทรัพย์เจริญบนถนนรัชการวงศ์จะได้อาคารที่มีหน้ากว้าง 4.2 เมตร ส่วนความลึกของตัวอาคารเท่ากัน แต่อย่างไรก็ตามในระดับราคาดังกล่าวผลิตภัณฑ์ที่ออกมานั้นค่อนข้างจะมีดีไซน์และฟังก์ชันที่ค่อนข้างธรรมดาเหมือนตึกแถวทั่วไป แต่หากทางโครงการของเรามีการใส่รายละเอียดการดีไซน์ที่ทันสมัย และฟังก์ชันที่สอดคล้องกับการทำเป็นช้อปเฮ้าส์ที่เริ่มเป็นที่นิยมในปัจจุบันแล้ว ก็น่าจะสามารถเพิ่มระดับราคาขายให้สูงกว่าโครงการคู่แข่งในพื้นที่ หรือใกล้เคียงกับโครงการที่ตั้งอยู่บนทำเล ถนน วงศ์วานิช-ราษฎร์ยินดี ได้เช่นกัน

ตารางที่ 3.17 รายละเอียดโครงการคู่แข่งที่เป็นอาคารเชิงพาณิชย์

ชื่อโครงการ ผู้พัฒนาโครงการ	ขนาดบ้าน กว้าง x ยาว (เมตร)	จำนวนชั้น	ห้องนอน	ห้องน้ำ	ห้องอุปโภคบริโภค	พื้นที่ใช้สอย (ตารางเมตร)	ขนาดที่ดินมาตรฐาน (ตารางวา)	ราคาต่อหลัง (บาท)	ราคาต่อขนาดที่ดิน (บาท/ตร.วา)	ราคาต่อพื้นที่ใช้สอย (บาท/ตร.ม.)	หน่วยขายทั้งหมด	สัดส่วนที่ขายแล้ว	ช่วงเปิดโครงการ	ประมาณการยอดขาย (หลังต่อเดือน)	Absorption Rate	อื่นๆ	อาคารพาณิชย์	
																	พื้นที่ใช้สอย (ตารางเมตร)	พื้นที่ใช้สอย (ตารางวา)
Pongkhun - Project 3 Pongkhun	5 x 15	3	4	1	280	26.25	10,500,000	400,000	37,500.00	12	92%	100%	Q1,2014	0.80	7%		Pongkhun Intown Rungtiva	5 x 16
Wanida	4.44 x 18	4	5	6	7	360	28.75	12,000,000	417,391	40,000	9	90%	Q1,2014	0.75	6%		Wanida	4.44 x 18
G2 HOTEL GROUP	4.2 x 14	3	4	5	175	21	7,000,000	333,333	40,000.00	15	87%	87%	Q2,2014	0.72	5%		G2	4.2 x 14
โครงการ นริศอารีย์	4 x 13	3	3	4	1	156	18	6,000,000	333,333	38,461.54	15	33%	Q1,2015	0.50	3%		โครงการ นริศอารีย์	4 x 13
โครงการ นริศอารีย์	4.2 x 13	3	3	4	1	163	19	6,000,000	315,789	36,809.82	22	91%	Q1,2014	0.78	5%		โครงการ นริศอารีย์	4.2 x 13

ภาพตัวอย่างโครงการคู่แข่งอาคารพาณิชย์



ภาพที่ 3.8 โครงการทินกร



ภาพที่ 3.9 โครงการ G2



ภาพที่ 3.10 โครงการ Wanida

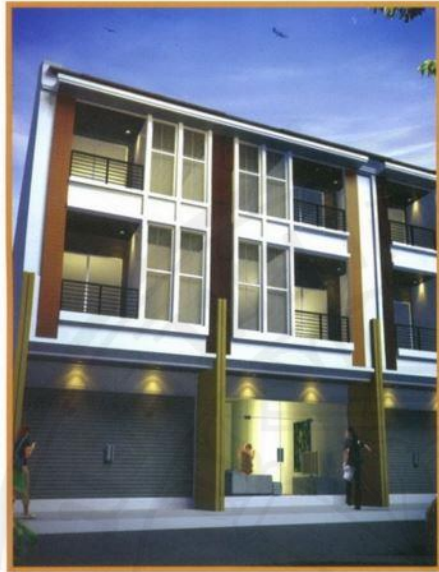


ภาพที่ 3.11 โครงการ Pongkhun



ภาพที่ 3.12 โครงการ Rungtiva Intown

## อาคารพาณิชย์ 3 ชั้น



3 ห้องนอน 4 ห้องน้ำ  
พื้นที่ห้องขนาด 60x60 ซม.  
สเปกที่ American standard



ชั้น 1

ชั้น 2

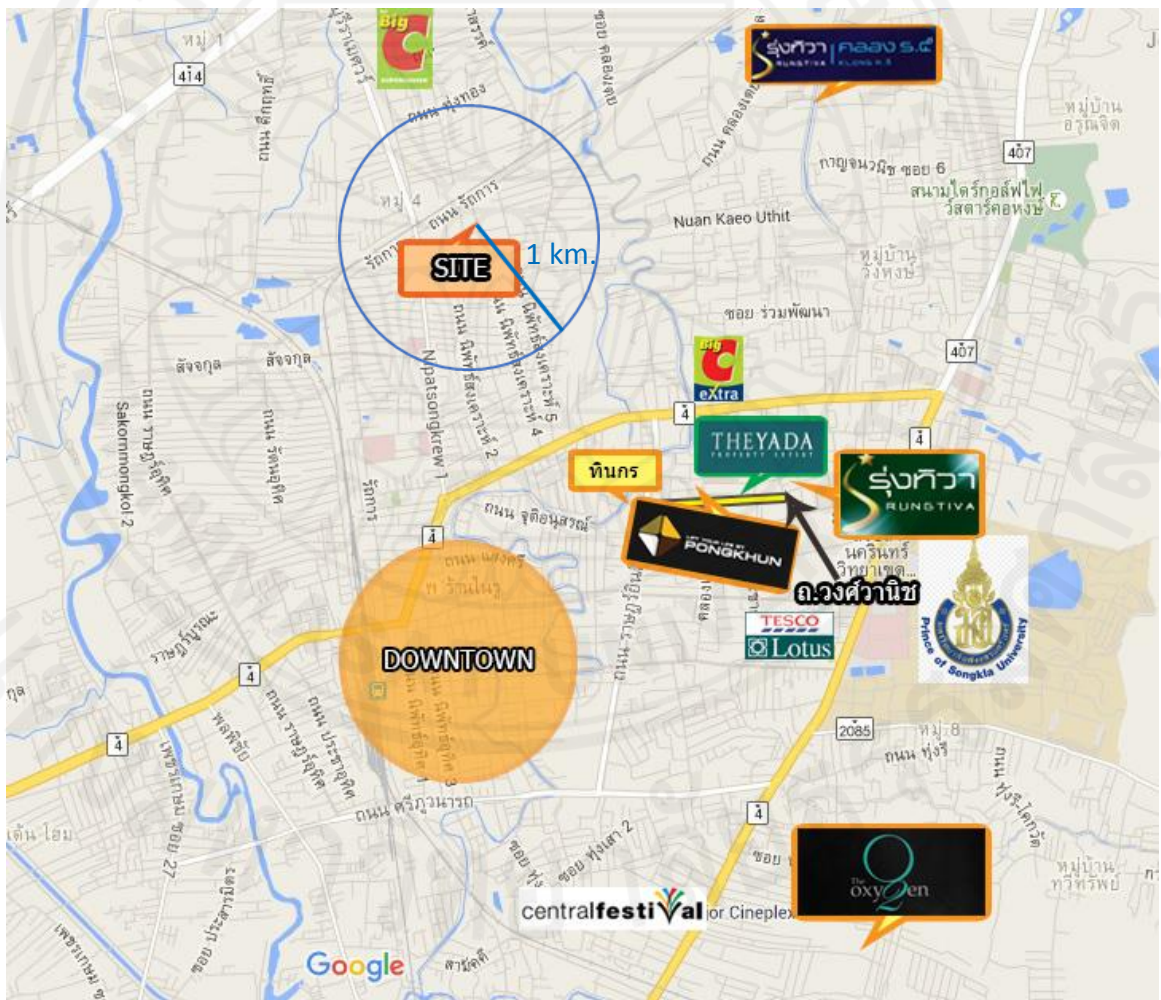
ชั้น 3

ภาพที่ 3.13 โครงการทรัพย์เจริญ

### 3.6.2 ที่อยู่อาศัยแนวราบ

เนื่องจากแปลงที่ดินส่วนด้านในที่ไม่ติดกับถนนนั้น มีความเป็นไปได้ในการนำมาพัฒนาได้ทั้งบ้านเดี่ยวและทาวน์เฮ้าส์ จากลักษณะของตลาดที่อยู่อาศัยใจกลางเมืองใหญ่ที่มีราคาค่อนข้างสูงในปัจจุบัน โดยในขั้นต้นนี้จะเป็นการวิเคราะห์และเปรียบเทียบโครงการของกลุ่มที่มีอยู่ในปัจจุบัน ส่วนการวิเคราะห์ความเป็นไปได้และความเหมาะสมทางการเงินจะนำมาวิเคราะห์ต่อในส่วนตัวไป

#### 3.6.2.1 บ้านเดี่ยว/บ้านแฝด



ภาพที่ 3.14 ที่ตั้งของโครงการคู่แข่งที่เป็นบ้านเดี่ยว/บ้านแฝด

จากการสำรวจตลาดบ้านเดี่ยว/บ้านแฝดในพื้นที่ใจกลางเมืองใหญ่พบว่ามียูเพียงไม่กี่โครงการเนื่องจากราคาที่ดินที่ค่อนข้างสูง โดยส่วนใหญ่จะเลือกที่จะพัฒนาเป็นบ้านแฝดที่มีพื้นที่ใช้สอยใกล้เคียงกับบ้านเดี่ยว โดยได้ทำการสำรวจมา 3 โครงการที่มีการเปิดขายอยู่

ในปัจจุบัน โดยมี 2 โครงการที่มีระดับราคาสูงกว่า 10 ล้านบาทขึ้นไปซึ่งทั้งสองโครงการถือได้ว่าเป็นทำเลที่ตั้งอยู่ในใจกลางเมืองจริงๆ ทั้งโครงการ The Oxygen ที่ตั้งอยู่ในซอยตรงข้าม Central Festival Hatyai โดยเข้าซอยไปเพียง 1.5 กม.โดยลักษณะโครงการเป็นบ้านเดี่ยว มีแบบบ้านสองแบบ แบบแรกที่ราคา 15.9 ล้านบาท ขายไปแล้ว 7 หลังจากทั้งหมด 8 หลัง ส่วนแบบที่สองราคา 18.9 ล้านบาทจะเริ่มเปิดขายช่วงปีหน้า และโครงการทินกรที่มีลักษณะเป็นบ้านแฝดที่ตั้งอยู่ใกล้กับย่านการค้าหลักของเมืองหาดใหญ่ มีราคาอยู่ที่ 10.95 ล้านบาท ส่วนในด้านของโครงการรุ่งทิวาที่เห็นได้ว่ามีราคาค่อนข้างต่ำกว่าสองโครงการข้างต้นเนื่องจากเป็นโครงการที่ตั้งอยู่รอบนอกตัวเมืองหาดใหญ่นั้นเอง

อย่างไรก็ตามเนื่องจากจำนวนอุปทานของบ้านเดี่ยวที่เปิดขายในปัจจุบันในพื้นที่ใจกลางเมืองหาดใหญ่มีค่อนข้างจำกัด ทางผู้จัดทำจึงได้นำเอาตัวอย่างกรณีศึกษาทั้งสองกรณีที่สามารถปิดการขายได้อย่างรวดเร็ว ทั้งสองโครงการสามารถปิดการขายได้ภายในปีเดียวกับปีที่เปิดโครงการนั้นคือปี 2555 โดยในส่วนของโครงการ Pongkhun ที่มีลักษณะการพัฒนาเป็นบ้านแฝดสามชั้นมีพื้นที่ใช้สอยและขนาดของตัวบ้านใกล้เคียงกับบ้านเดี่ยว มีทำเลอยู่ใกล้กับย่านการค้า สามารถเดินทางถึงได้ภายใน 5-10 นาที มีราคาขายเริ่มต้นตอนเปิดโครงการอยู่ที่ 8.5 ล้านบาท แต่ในปัจจุบันมีการซื้อขายผ่านมือกันในราคากว่า 11-13 ล้านบาท เช่นเดียวกับกับโครงการรุ่งทิวาที่ในช่วงเปิดโครงการราคาเริ่มต้นอยู่ที่ 6 ล้านบาท แต่มีการประกาศขายต่อกันในปัจจุบันที่ราคากว่า 8-9 ล้านบาท นั้นแสดงให้เห็นว่าบ้านเดี่ยวและบ้านแฝดที่มีทำเลดี ตั้งอยู่ในใจกลางเมืองหาดใหญ่ใกล้ย่านการค้ามันยังคงเป็นที่ต้องการของตลาดอยู่อย่างสม่ำเสมอ ซึ่งเป็นสิ่งที่น่าสนใจที่จะเลือกนำมาพัฒนาเพื่อตอบสนองอุปสงค์ตรงส่วนนี้ต่อไปในอนาคต



ตารางที่ 3.18 รายละเอียดโครงการคู่แข่งที่เป็นบ้านเดี่ยว/บ้านแฝด

ชื่อโครงการ	Pongkhun (Case Study)		รุ่งทิวา (Case Study)		The Oxygen		รุ่งทิวา Klong R.5	
	ขนาดบ้าน กว้าง x ยาว (เมตร)	จำนวนชั้น	จำนวนชั้น	ห้องนอน	ห้องน้ำ	ห้องนอน	ห้องน้ำ	พื้นที่ใช้สอย (ตารางเมตร)
ผู้พัฒนาโครงการ	Pongkhun		รุ่งทิวา		The Oxygen		รุ่งทิวา	
ขนาดบ้าน กว้าง x ยาว (เมตร)	8 x 15	3	6 x 15	3	2	8 x 12.5	8 x 10	12 x 11
จำนวนชั้น	3	3	3	3	4	3	2	4
ห้องนอน	3	3	3	4	5	3	3	5
ห้องน้ำ	4	4	4	4	5	3	4	5
ห้องนอนพิเศษ	1	1	1	1	2	-	1	1
ที่จอดรถ	2	2	2	2	2	2	2	2
พื้นที่ใช้สอย (ตารางเมตร)	320	320	270	270	360	360	175	220
ขนาดที่ดินมาตรฐาน (ตารางวา)	45	45	40	40	90	35	60	76.5
ราคาต่อหลัง (บาท)	8,500,000 (2012)	11-13 mb. (2015)	6,000,000 (2012)	8-9 mb. (2015)	15,900,000	10,950,000	4,900,000	6,200,000
ราคาต่อขนาดที่ดิน (บาท/ตร.วา)	188,889	288,889	150,000	225,000	212,000	312,857	103,333	111,111
ราคาต่อพื้นที่ใช้สอย (บาท/ตร.ม.)	26,563	40,625	22,222	33,333	51,290	30,417	28,000	28,333
หน่วยขายทั้งหมด	8	8	12	12	8	2	6	18
สัดส่วนที่ขายแล้ว	100%	100%	100%	100%	87.5%	100%	100%	100%
ช่วงเปิดตัวโครงการ	2012	2012	2012	2012	Q4, 2014	Q1, 2016	Q4, 2013	Q4, 2013
ประเภทโครงการ (หลังต่อเดือน)	1-0-0	1-0-0	1-0-0	1-0-0	3-3-0	3-3-0	3-3-0	9-0-0
ขนาดโครงการ (ไร่)								

ภาพตัวอย่างโครงการคู่แข่งบ้านเดี่ยว/บ้านแฝด



ภาพที่ 3.15 โครงการ The Oxygen

**บ้านทุ่งนา**

- พื้นที่ใช้สอย 175 ตร.ม.
- บ้านเดี่ยว 3 ห้องนอน 3 ห้องน้ำ
- ห้องนอนใหญ่ที่ติดสวนกลางแจ้ง
- มีพื้นที่จอดรถขนาดใหญ่ (walk-in closet)
- 1 ห้องน้ำ 1 ห้องรับแขก
- 1 ห้องนอน 2 ฝู

**บ้านสวน**

- พื้นที่ใช้สอย 270 ตร.ม.
- บ้านเดี่ยว 3 ห้องนอน 4 ห้องน้ำ
- มีพื้นที่จอดรถขนาดใหญ่ที่ติดสวนกลางแจ้ง
- 1 ห้องนอนและพื้นที่ที่ติดกับสวนกลางแจ้ง
- 1 ห้องน้ำ 1 ห้องรับแขก
- 1 ห้องนอน 2 ฝู

**บ้านธารา**

- พื้นที่ใช้สอย 300 ตร.ม.
- บ้านเดี่ยว 4 ห้องนอน 5 ห้องน้ำ
- มีพื้นที่จอดรถขนาดใหญ่ที่ติดสวนกลางแจ้ง
- 1 ห้องนอนใหญ่ที่ติดกับสวนกลางแจ้ง
- 1 ห้องน้ำ 1 ห้องรับแขก
- 1 ห้องนอน 2 ฝู

**แปลนชั้นที่ 1**

**แปลนชั้นที่ 2**

ภาพที่ 3.16 โครงการ Rungtiva Klong R.5

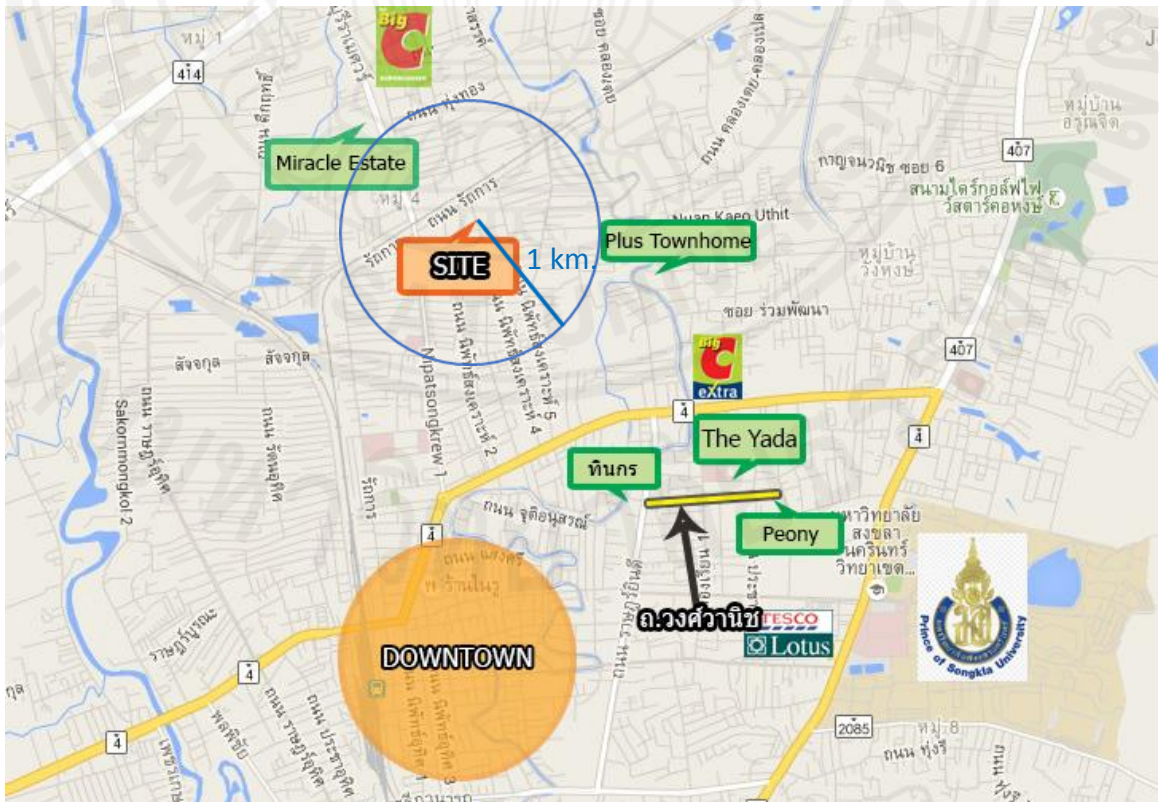


ภาพที่ 3.17 โครงการ Pongkhun Project 2 (Case Study)



ภาพที่ 3.18 โครงการ รุ่งทิวา (Case Study)

### 3.6.2.2 ทาวน์เฮ้าส์



ภาพที่ 3.19 ที่ตั้งของโครงการคู่แข่งที่เป็นทาวน์เฮ้าส์

จากการสำรวจตลาดทาว์นเฮ้าส์ในพื้นที่ใจกลางเมืองหาดใหญ่พบว่า มีจำนวนโครงการอยู่พอสมควรแตกต่างกันเล็กน้อย/แฝดที่มีอยู่ค่อนข้างจำกัด โดยในนี้จะเป็นการคัดเลือกคู่แข่งที่มีทำเลและระดับราคาที่สามารถแข่งขันได้มาพิจารณา โดยได้ทำการเก็บข้อมูลมาทั้งสิ้น 5 โครงการ ในส่วนของ 3 โครงการที่ไม่ได้ตั้งอยู่บน ถนน วงศ์วานิช-ราชฎียินดี นั้นมีระดับราคาอยู่ที่ 4.3 – 5.9 ล้านบาท ซึ่งไม่สูงมากจนเกินไปนักเมื่อเทียบกับทำเล รวมถึงอัตราการ แต่อีก 2 โครงการที่ตั้งอยู่บน ถนน วงศ์วานิช-ราชฎียินดี นั้นมีราคาที่ค่อนข้างจะกระโดดไปกว่าโครงการอื่นในตลาด อาจเป็นทั้งด้านดีไซน์ของตัวบ้านและทำเลที่ดูเงียบสงบและยังปลอดภัยสำหรับการเป็นที่อยู่อาศัย โดยเฉพาะโครงการ The Yada ที่มีราคาเริ่มต้นที่กว่า 9.9 ล้านบาท ส่วนห้องแปลงหัวมุมที่มีที่ดินส่วนเพิ่มด้านข้างมีราคากว่า 12.1 ล้านบาท แต่อย่างไรก็ตามสิ่งที่น่าสนใจก็คือจากโครงการ The Yada ที่หน่วยขายได้ทั้งหมด 3 ยูนิตล้วนแต่เป็นยูนิตที่ตั้งอยู่บนแปลงหัวมุมที่มีราคากว่า 12 ล้านบาททั้งสิ้น จากเหตุนี้จึงเป็นที่น่าสังเกตว่ากลุ่มลูกค้าที่มีรายได้สูง ถ้าหากเลือกซื้อที่อยู่อาศัยที่มีราคาในระดับใกล้เคียง 10 ล้านบาทแล้วนั้นมักจะเลือกซื้อบ้านที่มีบริเวณด้านข้าง อีกทั้งยังสะท้อนได้จากกรณีของบ้านแฝดในทำเลใจกลางเมืองหาดใหญ่ ที่ถึงแม้ว่าบ้านจะมีราคาค่อนข้างสูงแต่ก็ยังคงมีความต้องการของตลาดอยู่อย่างสม่ำเสมอ

ตารางที่ 3.19 รายละเอียดโครงการคู่แข่งที่เป็นทางเลือกนำเข้าสู่

ชื่อโครงการ	Miracle Estate			The Yada Pongkhun			Plus Townhome Serene Property			The Peony รุ่งทิวา		
	พื้นที่ (ตร.วา)	จำนวน	พื้นที่ใช้สอย (ตารางเมตร)	พื้นที่ (ตร.วา)	จำนวน	พื้นที่ใช้สอย (ตารางเมตร)	พื้นที่ (ตร.วา)	จำนวน	พื้นที่ใช้สอย (ตารางเมตร)	พื้นที่ (ตร.วา)	จำนวน	พื้นที่ใช้สอย (ตารางเมตร)
ผู้พัฒนาโครงการ	M MIRACLE ESTATE			THE YADA PROJECT TOWNHOME			PLUS TOWNHOME WEB			the peony		
ขนาดบ้านกว้าง x ยาว (เมตร)	4.44 x 12.5	3	4.5 x 12.5	5.5 x 20	3	5.7 x 10	12 x 6	3	5.7 x 10	4.75	3	4.75
จำนวนชั้น	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
ห้องนอน	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
ห้องน้ำ	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
ห้องพักผ่อน	1	-	-	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ที่จอดรถ	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1
พื้นที่ใช้สอย (ตารางเมตร)	170	200	200	346.5	346.5	346.5	206	206	206	165	165	165
ขนาดที่ดินมาตรฐาน (ตารางวา)	20.0	19.7	19.7	31	31	46.9	35	35	35	22	22	23.75
ราคาต่อหลัง (บาท)	4,290,000	5,950,000	5,950,000	9,890,500	12,156,500	12,156,500	6,300,000	6,300,000	4,500,000	7,490,000	7,490,000	7,490,000
ราคาต่อขนาดที่ดิน (บาท/ตร.วา)	214,715	302,222	302,222	319,048	259,200	259,200	180,000	180,000	204,545	315,368	315,368	315,368
ราคาต่อพื้นที่ใช้สอย (บาท/ตร.ม.)	25,235	29,750	29,750	28,544	35,084	35,084	30,583	30,583	27,273	40,432	40,432	40,432
หน่วยขายทั้งหมด	54	7	7	4	4	4	2	2	27	8	8	8
สัดส่วนที่ขายแล้ว	45%	100%	100%	0%	75%	75%	50%	50%	74%	25%	25%	25%
ช่วงเปิดโครงการ	Q1,2014	Q1,2014	Q1,2014	Q1,2015	Q1,2015	Q1,2015	Q2,2014	Q2,2014	Q2,2014	Q3,2015	Q3,2015	Q3,2015
ประมาณการยอดขาย (หลังต่อเดือน)	1.1	0.6	0.6	0.3	0.3	0.3	1.31	1.31	1.31	0.4	0.4	0.4
Absorption Rate	2%	8%	8%	0%	8%	8%	5%	5%	5%	5%	5%	5%
ขนาดโครงการ (ไร่)	4-0-0	4-2-0	4-2-0	1-1-80	1-1-80	1-1-80				0-2-0	0-2-0	0-2-0

ภาพตัวอย่างโครงการคู่แข่งทาวน์เฮ้าส์



ภาพที่ 3.20 โครงการ The Yada



ภาพที่ 3.21 โครงการ Miracle Estate





ภาพที่ 3.22 โครงการ The Peony



### 3.6.2.3 คู่แข่งทางตรง

ตารางที่ 3.20 รายละเอียดโครงการที่เป็นคู่แข่งทางตรงบ้านเดี่ยว

ชื่อโครงการ	คู่แข่งทางตรงบ้านเดี่ยว		
	The Yada	The Oxygen	
ผู้พัฒนาโครงการ	Pongkhun	Oxygen Real Estate	
หน้ากว้างที่ดิน (เมตร)	5.5	15	15
จำนวนชั้น	3	2	2
ห้องนอน	3	4	4
ห้องน้ำ	4	5	5
ห้องพักผ่อน	1	1	1
ที่จอดรถ	2	2	2
พื้นที่ใช้สอย (ตารางเมตร)	297	310	360
ขนาดที่ดินมาตรฐาน (ตารางวา)	46.9	75	90
ราคาต่อหลัง (บาท)	12,156,500	15,900,000	18,900,000
ราคาต่อขนาดที่ดิน (บาท/ตร.วา)	259,200	212,000	210,000
ราคาต่อพื้นที่ใช้สอย (บาท/ตร.ม.)	40,931	51,290	52,500
หน่วยขายทั้งหมด	4	8	4
สัดส่วนที่ขายแล้ว	75%	87.5%	ยังไม่เปิดขาย
ช่วงเปิดโครงการ	Q1,2015	Q4,2014	Q1,2016
ประมาณการยอดขาย (หลังต่อเดือน)	0.4	0.58	
ขนาดโครงการ (ไร่)	1-1-80	3-3-0	
อื่นๆ	Fully-Fitted	Fully-Furnished (Furniture+Fixture)	
	Free Interior Design&Consult Charge	Swimming Pool	
	-	Common Expenses 35 Baht/Sq.w./Month	
	-	Club House (Additional Charge)	

จากตารางข้างต้น สาเหตุที่ได้ทำการคัดเลือกทั้งสองโครงการมาเป็นคู่แข่งทางตรงนั้นเนื่องจากมีระดับราคาที่ได้ว่าอยู่ในระดับ Hi-End ของตลาดบ้านแนวราบในปัจจุบันของหาดใหญ่ อีกทั้งทั้งสองโครงการมีรูปแบบของการพัฒนาโครงการที่มีความทันสมัย และยังคงความหรูหราและภาพลักษณ์ของผู้อยู่อาศัยได้เป็นอย่างดี ซึ่งค่อนข้างตอบโจทย์กับความต้องการของผู้มีรายได้สูงที่มีอายุไม่มากนัก

จากโครงการ The Oxygen ที่มีราคาค่อนข้างสูงมากเมื่อเทียบกับคู่แข่งรายอื่นๆในพื้นที่ เนื่องจากมีทำเลที่ตั้งของโครงการที่ดี ใกล้กับ Central Festival Hatyai โดยมีแนวทางการพัฒนาเป็นลักษณะบ้านเดี่ยวสองชั้น จำนวนยูนิตไม่มากนัก มีการตกแต่งบิ้วอินให้ค่อนข้างครบครัน และที่สำคัญคือมีสระว่ายน้ำให้ทุกหลัง แต่อย่างไรก็ตามเนื่องจากมีลักษณะการพัฒนาเป็น

หมู่บ้านขนาดย่อม ทำให้มีการเก็บค่าใช้จ่ายส่วนกลางที่ถือว่าต่ำเป็นอัตราที่ค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับสิ่งที่ได้รับเพราะสิทธิ์การใช้คลับเฮ้าส์ของโครงการพรีนั้นมิให้เพียงแคปีแรกหลังจากการโอนกรรมสิทธิ์เท่านั้น

ส่วนโครงการ The Yada ถือได้ว่าเป็นหนึ่งในโครงการทาวน์เฮ้าส์ที่มีราคาสูงที่สุดในเขตอำเภอหาดใหญ่ เนื่องจากทำเลที่ตั้งของโครงการที่เป็นที่นิยมสำหรับคนในพื้นที่ในการนำมาพัฒนาเป็นที่อยู่อาศัยราคาแพง จึงเป็นเหตุที่ผลักดันให้ราคาที่ดินบริเวณดังกล่าวสูงขึ้นตามไปด้วย ด้วยเหตุที่ต้นทุนทางที่ดินค่อนข้างสูง ทางโครงการจึงเลือกที่จะพัฒนาให้เป็นโครงการทาวน์เฮ้าส์แบบหรูที่มีดีไซน์และฟังก์ชันการใช้สอยที่ค่อนข้างครบครัน ไม่ต่างจากบ้านเดี่ยวมากนัก อีกทั้งยังเป็นโครงการปิดที่มีระบบคีย์การ์ดสำหรับการเข้าออกโครงการเพื่อความเป็นส่วนตัวของลูกบ้าน

เมื่อพิจารณาถึงยอดขายของทั้งสองโครงการพบว่าอยู่ในระดับที่น่าพอใจ โดยสิ่งที่น่าสนใจก็คือยอดขายโครงการ The Yada ทั้งสามยูนิตนั้น เป็นยูนิตหัวมุมที่มีที่ดินส่วนเพิ่มอยู่ด้านข้างของตัวบ้านคล้ายบ้านเดี่ยว/แฝด ซึ่งมีราคาสูงกว่า 12 ล้านบาท จึงมีสมมติฐานที่ว่าผู้ที่มีกำลังซื้อบ้านในราคาระดับนี้ ถ้าหากตัดสินใจซื้อบ้านแล้วน่าจะต้องการบ้านที่มีลักษณะเป็นบ้านเดี่ยว/แฝดที่มีพื้นที่อยู่รอบตัวบ้าน ซึ่งจะให้ทั้งภาพลักษณ์ที่ดีกว่า รวมถึงความรู้สึกที่เป็นส่วนตัวมากกว่าบ้านทาวน์เฮ้าส์นั่นเอง

ตารางที่ 3.21 รายละเอียดโครงการที่เป็นคู่แข่งทางตรงบ้านแฝด

คู่แข่งทางตรงบ้านแฝด						
						
	Pongkhun (Case Study)	รุ่งทิวา (Case Study)	ทินกร	The Yada		
ผู้พัฒนาโครงการ	Pongkhun	รุ่งทิวา	ทินกรพร็อพเพอร์ตี้	Pongkhun		
หน้ากว้างที่ดิน (เมตร)	8.5 - 9	6	8	5.5		
จำนวนชั้น	3	3	3	3		
ห้องนอน	3	3	4	3		
ห้องมา	4	4	5	4		
ห้องพักผ่อน	1	1	-	1		
ที่จอดรถ	2	2	1	2		
พื้นที่ใช้สอย (ตารางเมตร)	320	270	320	297	297	297
ขนาดที่ดินมาตรฐาน (ตารางวา)	45	40	35	31	31	46.9
ราคาต่อหลัง (บาท)	8,500,000 (2012) 11,000,000 (2015)	6,000,000 (2012) 8,000,000 (2015)	10,950,000	9,890,500	12,156,500	
ราคาต่อขนาดที่ดิน (บาท/ตร.วา)	188,889	244,444	150,000	200,000	312,857.14	319,048
ราคาต่อพื้นที่ใช้สอย (บาท/ตร.ม.)	26,563	34,375	22,222	29,630	34,218.75	33,301
หน่วยขายทั้งหมด	8	12	2	4	4	4
สัดส่วนที่ขายแล้ว	100%	100%	100%	0%	75%	
ช่วงเปิดโครงการ	2012	2012			Q1,2015	
ประมาณการยอดขาย (หลังต่อเดือน)	0.67	0.75	0.33		0.4	
ขนาดโครงการ (ไร่)	1-0-0				1-1-80	
อื่นๆ					Fully-Fitted	
					Free Interior Design&Consult Charge	

จากตารางข้างต้น เช่นเดียวกับกับกรณีบ้านเดี่ยวที่ได้ทำการคัดเลือกคู่แข่งทางตรงสำหรับกรณีพัฒนาเป็นบ้านแฝด โดยในแต่ละโครงการจะเป็นลักษณะการพัฒนาเป็นบ้านแฝด

อยู่แล้ว ยกเว้นเพียงโครงการ The Yada ที่มีลักษณะการพัฒนาเป็นทาวน์เฮ้าส์ แต่สาเหตุที่ได้พิจารณาให้เป็นคู่แข่งทางตรงสำหรับบ้านเดี่ยว/บ้านแฝดนั้นได้ถูกไว้แล้วข้างต้น และทุกโครงการคู่แข่งมีทำเลที่ตั้งอยู่ห่างจากย่านการค้าใจกลางเมืองใหญ่ในระยะทางที่ใกล้เคียงกับโครงการของเรา ดังนั้นจึงเป็นเหตุให้พิจารณาโครงการเหล่านี้เป็นคู่แข่งทางตรงสำหรับกรณีที่พัฒนาเป็นบ้านแฝด

### 3.7 สรุปประเภทของอสังหาริมทรัพย์ที่มีความเป็นไปได้ในการพัฒนา

จากการวิเคราะห์ทางด้านตลาด ด้วยข้อมูลมหภาคและจุลภาคของอุปสงค์และอุปทาน พบว่าในสภาวะปัจจุบันที่เศรษฐกิจและภาพรวมตลาดอสังหาริมทรัพย์ในจังหวัดสงขลาจะมีการชะลอตัวลงไปในปี 2558 แต่อย่างไรก็ตามทั้งจากนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐ และการส่งเสริมการลงทุนทางด้านโครงสร้างพื้นฐานในอนาคตจะเป็นตัวช่วยพยุงเศรษฐกิจให้กลับมาสู่ภาวะปกติอีกครั้งในเวลาอันใกล้

แต่ถึงกระนั้นเมื่อวิเคราะห์ถึงลักษณะการพัฒนาที่ดินของโครงการนี้จากทางด้านทำเลและตลาด พบว่าแนวทางในการพัฒนาที่ดินจะเป็นลักษณะการพัฒนาโครงการที่มี Product ในราคาค่อนข้างสูงซึ่งจะเป็นการจับตลาดเฉพาะกลุ่ม โดยจะเป็นกลุ่มผู้ที่มีรายได้สูงซึ่งกลุ่มลูกค้าเหล่านี้มักจะได้รับผลกระทบจากเศรษฐกิจค่อนข้างน้อย ทำให้ยังมีความเป็นไปได้ในการพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มนี้อยู่

เมื่อพิจารณาถึงความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในการพัฒนาโครงการ ลักษณะของโครงการที่เป็นไปได้จะมีเพียงแค่อู่อาศัยแนวราบและอาคารพาณิชย์ เนื่องจากการพัฒนาเป็นโครงการอาคารสูงนั้น ถึงแม้ว่าปัจจัยทางด้านทำเล ภายนอก และกฎหมายจะสามารถพัฒนาพื้นที่ตรงนี้ได้ แต่อย่างไรก็ตามลักษณะของตลาดในพื้นที่แถบนี้ยังไม่ค่อยมีความเหมาะสมมากนัก โดยสามารถสรุปและแสดงเป็นตารางที่พิจารณาถึงปัจจัยต่างๆได้ดังนี้

ตารางที่ 3.22 ตารางสรุปความเป็นไปได้ในการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์แต่ละประเภท

	โรงแรม	อพาร์ทเมนท์	คอนโดเนียม	ทาวน์เฮ้าส์	บ้านเดี่ยว	บ้านแฝด	อาคารพาณิชย์
ทำเล	o	o	o	o	o	o	o
กายภาพ	o	o	o	o	o	o	o
กฎหมาย	o	o	o	o	o	o	o
การตลาด	x	x	x	o	o	o	o
นโยบายเจ้าของ	-	-	-	o	o	o	o
การเงิน	-	-	-				

- โรงแรม : ทำเลบน ถ.นิพัทธ์สงเคราะห์ 4 นี้ถือได้ว่าเป็นทำเลรอบนอกใจกลางเมือง หาดใหญ่ (Downtown) ซึ่งยังไม่มีอุปสงค์ของการใช้โรงแรมในทำเลแถบนี้ เนื่องจากมี ระยะทางห่างจากเขตการค้าภายในใจกลางเมืองที่จำเป็นต้องใช้การเดินทางด้วยรถ ส่วนตัว อีกทั้งตัวเลือกของโรงแรมในย่านการค้าใจกลางเมืองยังมีอยู่มาก ผู้ที่เข้าพักจึง เลือกที่จะเข้าพักในโรงแรมเขตใจกลางเมืองที่สะดวกต่อการเดินทางด้วยเท้าเสียเป็นส่วน ใหญ่
- อพาร์ทเมนท์ : อุปสงค์ของห้องพักที่เป็นอพาร์ทเมนท์ในทำเลแถบนี้ถือได้ว่ายังมีอยู่ พอสมควรแต่ก็ไม่มากนัก การนำที่ดินแปลงนี้มาพัฒนาเป็นอพาร์ทเมนท์จะได้ห้องพัก กว่า 200 ห้อง ซึ่งมีจำนวนมากเกินกว่าความต้องการของตลาด อีกทั้งกำลังซื้อของคน ส่วนใหญ่ที่เลือกมาเช่าห้องพักในแถบนี้ยังไม่สูงมากนัก การพัฒนาเป็นอพาร์ทเมนท์จึงไม่ เหมาะสมทั้งทางด้านการตลาดและการเงิน
- คอนโดมิเนียม : ทำเลบน ถ.นิพัทธ์สงเคราะห์ 4 นี้ถือได้ว่าตั้งอยู่ภายในตัวเมืองหาดใหญ่ แต่อย่างไรก็ตามยังถือได้เป็นทำเลที่มีการอยู่อาศัยหนาแน่นระดับปานกลาง ลักษณะของ ที่อยู่อาศัยในแถบนี้ส่วนใหญ่ยังคงเป็นที่อยู่อาศัยแนวราบ อีกทั้งอุปสงค์ของการซื้อ คอนโดมิเนียมภายในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นการซื้อคอนโดมิเนียมใน เขตการค้าใจกลางเมืองหรือไม่ก็บริเวณโดยรอบมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ดังนั้นอุป สสงค์ของการซื้อคอนโดมิเนียมในที่ดินทำเลนี้ยังคงมีไม่มากนัก

กล่าวโดยสรุปคือ แนวทางในการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์บนที่ดิน ถ.นิพัทธ์สงเคราะห์ 4 ความเป็นไปได้ในการพัฒนาเป็นอาคารพาณิชย์ถือได้ว่ามีความเป็นไปได้ในการพัฒนามากที่สุด เนื่องจากลักษณะของแปลงที่ดินตั้งอยู่ติดถนนที่มีขนาดค่อนข้างกว้าง (12 เมตร) มีความเหมาะสมต่อ การนำมาใช้ประโยชน์ในเชิงธุรกิจและการค้า ซึ่งอุปสงค์ของการซื้ออาคารพาณิชย์ที่มีทำเลดีของ อำเภอหาดใหญ่นี้ยังคงมีอยู่อย่างต่อเนื่อง ถึงแม้ว่าจะมีราคาค่อนข้างสูง แต่จากลักษณะของเมือง หาดใหญ่ที่เป็นเมืองการค้าและการซื้อเพื่อการลงทุนถ้าหากตัวอาคารตั้งอยู่ในทำเลที่ดีโอกาสขายต่อ และเก็งกำไรในอนาคตก็ไม่ยากนัก

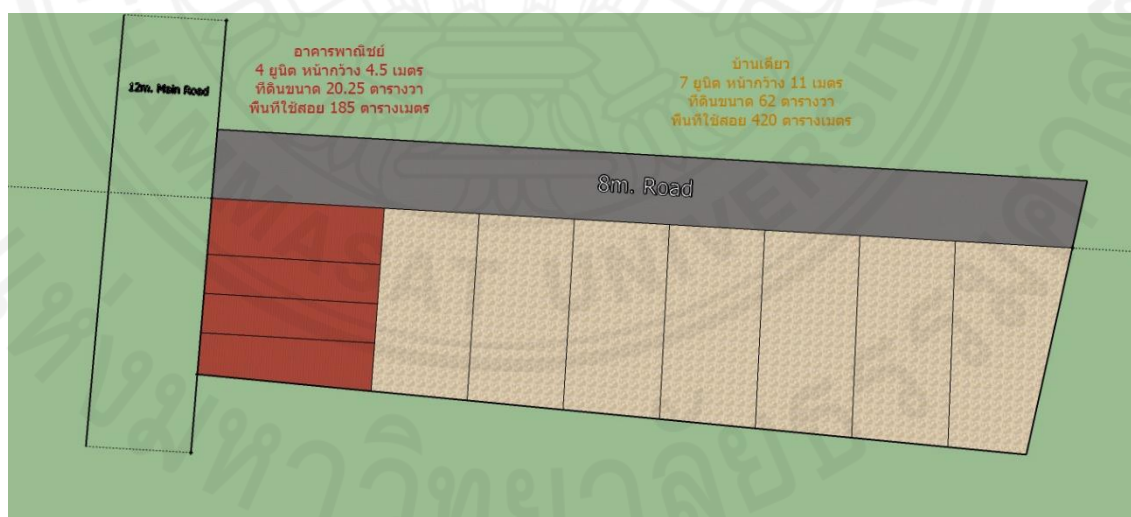
ส่วนที่ดินอีกแปลงหนึ่งที่เป็นแปลงด้านในนั้นจะนำไปพัฒนาเป็นลักษณะที่อยู่อาศัย แนวราบ โดยมีความเป็นไปได้ทั้งการพัฒนาเป็นทาวน์เฮ้าส์และบ้านเดี่ยว/บ้านแฝด แต่จากการที่มี ต้นทุนค่าที่ดินค่อนข้างสูงการนำมาพัฒนาเป็นโครงการที่ไม่มีความโดดเด่นและเอกลักษณ์เฉพาะตัว

ต่างจากโครงการคู่แข่งอื่นๆที่มีทำเลที่ดีน้อยกว่าแต่มีราคาถูกลงกว่า ก็ย่อมจะทำให้ยากต่อการขาย ดังนั้นแนวทางในการพัฒนาจึงควรที่จะเป็นการพัฒนาเพื่อตอบสนองตลาดลูกค้าเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) ที่ในอำเภอหาดใหญ่ยังคงมีกลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้อยู่ เห็นได้จากโครงการบ้านแนวราบ Hi-End ภายในตัวเมืองหาดใหญ่ทั้งในอดีตและปัจจุบันที่ยังสามารถขายได้อยู่เรื่อยๆ ซึ่งปัจจัยที่สำคัญต่อการพัฒนาสินค้าให้ตรงกับลูกค้ากลุ่มนี้ก็คือ การดีไซน์ที่ทันสมัยและแตกต่าง ภาพลักษณ์โดยรอบของโครงการที่ดีและหรูหรา พื้นที่ใช้สอยและขนาดของที่ดินที่พอเหมาะ และฟังก์ชันของตัวบ้าน เป็นต้น

### 3.8 การวิเคราะห์ด้านการเงินเบื้องต้น

จากผลการวิเคราะห์ด้านการตลาด พบว่าโครงการสามารถพัฒนาให้มีส่วนผสมได้ทั้ง อาคารพาณิชย์และบ้านเดี่ยว หรือ อาคารพาณิชย์และทาวน์เฮ้าส์ จึงได้ลองจัดทำผังโครงการเบื้องต้น เพื่อใช้วิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินด้วยวิธี Front Door Analysis ดังที่ได้แสดงไว้ตามกรณีดังต่อไปนี้

- บ้านเดี่ยว

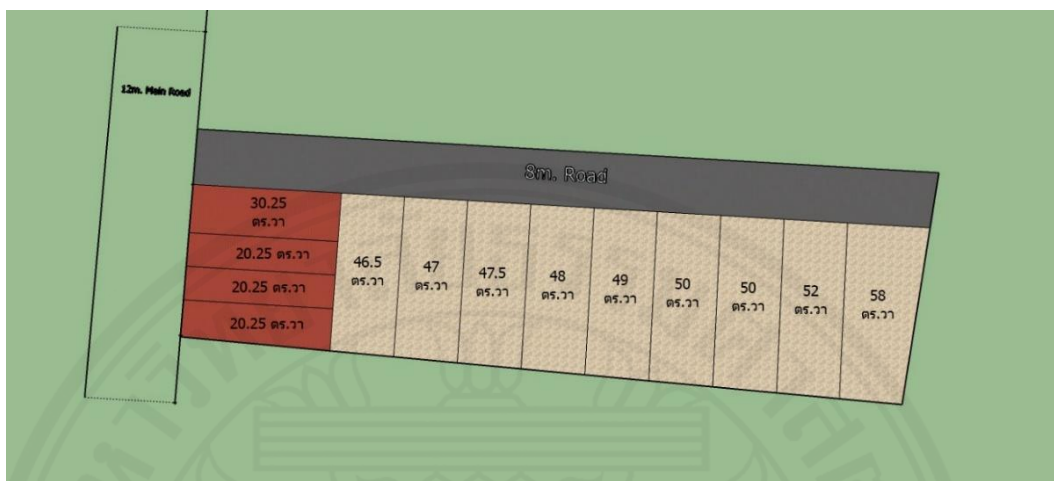


ภาพที่ 3.23 แผนผังบริเวณโครงการกรณีพัฒนาเป็นบ้านเดี่ยวและอาคารพาณิชย์

<b>บ้านเดี่ยว</b>		
<b><u>ต้นทุนที่ดิน</u></b>		
ราคาที่ดิน	33,496	บาท/ตารางวา
พื้นที่	628.875	ตารางวา
ราคาที่ดินสุทธิ	21,065,000	บาท
<b><u>พื้นที่ส่วนกลาง</u></b>		
พื้นที่ส่วนกลาง	175	ตารางวา
พื้นที่ขาย	453.875	ตารางวา
จำนวนหน่วยขาย	7	หน่วย
ขนาดที่ดินต่อหน่วยขาย	65	ตารางวา
ต้นทุนที่ดินต่อหน่วยขาย	3,009,286	บาท
<b><u>ต้นทุนค่าพัฒนาที่ดิน</u></b>		
พื้นที่	175	ตารางวา
ต้นทุนค่าพัฒนา (รวมค่าพัฒนาถนน, สาธารณูปโภค)	5,000	บาท/ตารางวา
ต้นทุนค่าพัฒนาที่ดินสุทธิ	875,000	บาท
ต้นทุนค่าพัฒนาที่ดินต่อหน่วย	125,000	บาท/หน่วย
<b><u>ต้นทุนค่าก่อสร้าง</u></b>		
พื้นที่ก่อสร้าง	350	ตารางเมตร
ต้นทุนค่าก่อสร้าง	12,000	บาท/ตารางเมตร
ค่าก่อสร้างต่อหน่วย	4,200,000	บาท/หน่วย
ต้นทุนพัฒนาสุทธิต่อหน่วย	7,334,286	บาท
กำไรขั้นต้น 35% (K=0.65)		
<b>ราคาขาย</b>	<b>11,283,516</b>	<b>บาท</b>

เปรียบเทียบโครงการคู่แข่ง	ขนาดที่ดิน	พื้นที่ใช้สอย	ราคาต่อหลัง (บาท)	ราคาต่อขนาดที่ดิน (บาท/ตร.วา)	ราคาต่อพื้นที่ใช้สอย (บาท/ตร.ม.)
โครงการ The Yada (แปลงมม)	47	297	12,156,500	259,200	40,931
โครงการ The Oxygen	75	310	15,900,000	212,000	51,290
	90	360	18,900,000	210,000	52,500
โครงการรุ่งทิวา คลอง ร.5	56.25	175	4,900,000	87,111	28,000
	60	220	6,200,000	103,333	28,182
	76.5	300	8,500,000	111,111	28,333

- บ้านแฝด



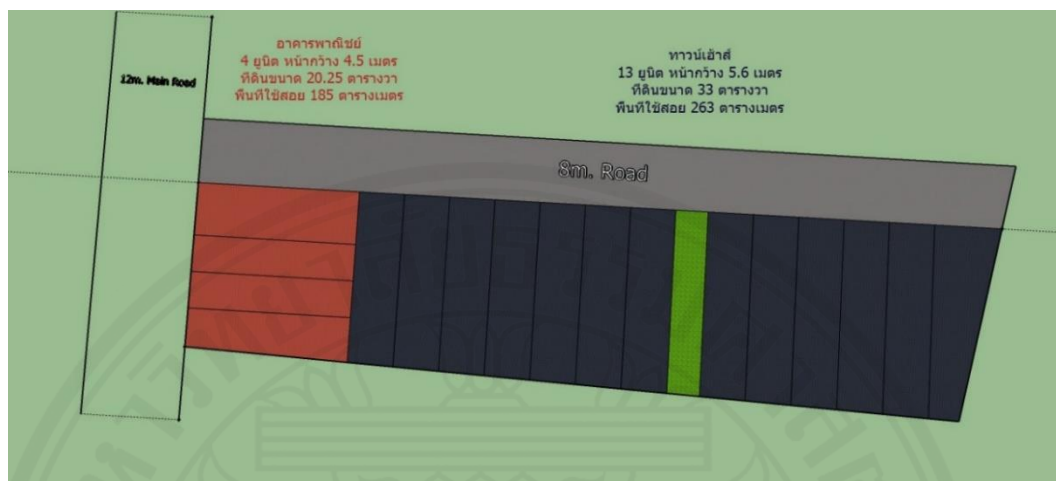
ภาพที่ 3.24 แผนผังบริเวณโครงการกรณีพัฒนาเป็นบ้านแฝดและอาคารพาณิชย์

บ้านแฝด		
<b>ต้นทุนที่ดิน</b>		
ราคาที่ดิน	33,496	บาท/ตารางวา
พื้นที่	628.875	ตารางวา
ราคาที่ดินสุทธิ	21,065,000	บาท
พื้นที่สวนกลาง	175	ตารางวา
พื้นที่ขาย	453.875	ตารางวา
จำนวนหน่วยขาย	9	หน่วย
ขนาดที่ดินต่อหน่วยขาย	50.4	ตารางวา
ต้นทุนที่ดินต่อหน่วยขาย	2,340,556	บาท
<b>ต้นทุนค่าพัฒนาที่ดิน</b>		
พื้นที่	175	ตารางวา
ต้นทุนค่าพัฒนา (รวมค่าพัฒนาถนน, สาธารณูปโภค)	5,000	บาท/ตารางวา
ต้นทุนค่าพัฒนาที่ดินสุทธิ	875,000	บาท
ต้นทุนค่าพัฒนาที่ดินต่อหน่วย	97,222	บาท/หน่วย
<b>ต้นทุนค่าก่อสร้าง</b>		
พื้นที่ก่อสร้าง	300	ตารางเมตร
ต้นทุนค่าก่อสร้าง	11,000	บาท/ตารางเมตร
ค่าก่อสร้างต่อหน่วย	3,300,000	บาท/หน่วย
ต้นทุนพัฒนาสุทธิต่อหน่วย	5,737,778	บาท
กำไรขั้นต้น 35% (K=0.65)		
<b>ราคาขาย</b>	<b>8,827,350</b>	<b>บาท</b>

เปรียบเทียบโครงการคู่แข่ง	ขนาดที่ดิน	พื้นที่ใช้สอย	ราคาต่อหลัง (บาท)	ราคาต่อขนาดที่ดิน (บาท/ตร.วา)	ราคาต่อพื้นที่ใช้สอย (บาท/ตร.ม.)
โครงการทินกร	35	320	10,950,000	312,857	32,219
โครงการ The Yada	31	297	9,890,500	319,048	33,301
	47	297	12,156,500	259,200	40,931
โครงการปองคุณ (Re-sale)	45	320	11,000,000	244,444	34,375
โครงการรุ่งทิวา (Re-sale)	40	270	8,000,000	200,000	29,630



- ทาวน์เฮ้าส์



ภาพที่ 3.25 แผนผังบริเวณโครงการกรณีที่พัฒนาเป็นทาวน์เฮ้าส์และอาคารพาณิชย์

Townhouse		
<b>ต้นทุนที่ดิน</b>		
ราคาที่ดิน	33,496.32	บาท/ตารางวา
พื้นที่	628.875	ตารางวา
ราคาที่ดินสุทธิ	21,065,000.00	บาท
พื้นที่ส่วนกลาง	200	ตารางวา
พื้นที่ขาย	428.875	ตารางวา
จำนวนหน่วยขาย	13	หน่วย
ขนาดที่ดินต่อหน่วยขาย	32.99	ตารางวา
ต้นทุนที่ดินต่อหน่วยขาย	1,620,384.62	บาท
<b>ต้นทุนค่าพัฒนาที่ดิน</b>		
พื้นที่	200	ตารางวา
ต้นทุนค่าพัฒนา (รวมค่าพัฒนาถนน, ระบบไฟฟ้า, ระบบระบายน้ำ)	5,000.00	บาท/ตารางวา
ต้นทุนค่าพัฒนาที่ดินสุทธิ	1,000,000.00	บาท
ต้นทุนค่าพัฒนาที่ดินต่อหน่วย	76,923.08	บาท/หน่วย
<b>ต้นทุนค่าก่อสร้าง</b>		
พื้นที่ก่อสร้าง	218.4	ตารางเมตร
ต้นทุนค่าก่อสร้าง	11,000.00	บาท/ตารางเมตร
ค่าก่อสร้างต่อหน่วย	2,402,400.00	บาท/หน่วย
ต้นทุนพัฒนาสุทธิต่อหน่วย	4,099,707.69	บาท
กำไรขั้นต้น 35% (K=0.65)		
<b>ราคาขาย</b>	<b>6,307,242.60</b>	<b>บาท</b>

เปรียบเทียบโครงการคู่แข่ง	ขนาดที่ดิน	พื้นที่ใช้สอย	ราคาต่อหลัง (บาท)	ราคาต่อขนาดที่ดิน (บาท/ตร.วา)	ราคาต่อพื้นที่ใช้สอย (บาท/ตร.ม.)
โครงการ The Peony	23.75	185.25	7,490,000	315,368	40,432
โครงการ The Yada	31	297	9,890,500	319,048	33,301
	46.9	297	12,156,500	259,200	40,931
โครงการ Plus Townhome	35	206	6,300,000	180,000	30,583
	22	165	4,500,000	204,545	27,273
โครงการทินกร	19.7	200	5,950,000	302,222	29,750
โครงการ Miracle Estate	20.0	170	4,290,000	214,715	25,235

- อาคารพาณิชย์

อาคารพาณิชย์		
<b>ต้นทุนที่ดิน</b>		
ราคาที่ดิน	120,000	บาท/ตารางวา
พื้นที่	91.125	ตารางวา
ราคาที่ดินสุทธิ	10,935,000	บาท
<b>พื้นที่ส่วนกลาง</b>		
พื้นที่ขาย	10.125	ตารางวา
พื้นที่ขาย	81	ตารางวา
จำนวนหน่วยขาย	4	หน่วย
ขนาดที่ดินต่อหน่วยขาย	20.25	ตารางวา
ต้นทุนที่ดินต่อหน่วยขาย	2,733,750	บาท
<b>ต้นทุนค่าพัฒนาที่ดิน</b>		
พื้นที่	-	ตารางวา
ต้นทุนค่าพัฒนา (รวมค่าพัฒนาสาธารณูปโภค)	30,000	บาท/หลัง
ต้นทุนค่าพัฒนาที่ดินสุทธิ	120,000	บาท
ต้นทุนค่าพัฒนาที่ดินต่อหน่วย	30,000	บาท/หน่วย
<b>ต้นทุนค่าก่อสร้าง</b>		
พื้นที่ก่อสร้าง	168.75	ตารางเมตร
ต้นทุนค่าก่อสร้าง	8,000	บาท/ตารางเมตร
ค่าก่อสร้างต่อหน่วย	1,350,000	บาท/หน่วย
ต้นทุนพัฒนาสุทธิต่อหน่วย	4,113,750	บาท
กำไรขั้นต้น 40% (K=0.60)		
<b>Sale Price</b>	<b>6,856,250</b>	<b>บาท</b>

เปรียบเทียบโครงการคู่แข่ง	ขนาดที่ดิน	พื้นที่ใช้สอย	ราคาต่อหลัง (บาท)	ราคาต่อขนาดที่ดิน (บาท/ตร.วา)	ราคาต่อพื้นที่ใช้สอย (บาท/ตร.ม.)
Pongkhun - Project 3	25	225	8,900,000	356,000	39,556
Rungtiva Intown	26.25	280	10,500,000	400,000	37,500
ทินกร	19.7	200	8,000,000	406,349	40,000
	28.75	360	12,000,000	417,391	33,333
G2	21	175	7,000,000	333,333	40,000
Wanida	25	320	11,000,000	440,000	34,375
ทรัพย์เจริญ	18	156	6,000,000	333,333	38,462
ทรัพย์เจริญ รัชการ	19	163	6,000,000	315,789	36,810

ตารางที่ 3.23 สรุปข้อมูลตัวเลขที่สำคัญจากการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน

การใช้ประโยชน์ที่ดิน	ขนาดที่ดิน (ตารางวา)	%
พื้นที่ขาย	534.9	74%
พื้นที่ส่วนกลาง	185.1	26%
พื้นที่ทั้งหมดของโครงการ	720	100%
<b>มูลค่าโครงการ</b>		
อาคารพาณิชย์	27,425,000.00	26%
บ้านเดี่ยว	77,692,307.69	74%
<b>มูลค่าโครงการสุทธิ</b>	<b>105,117,307.69</b>	<b>100%</b>
<b>มูลค่าโครงการ</b>		
อาคารพาณิชย์	27,425,000.00	26%
บ้านเดี่ยว-แฝด	79,446,153.85	74%
<b>สุทธิ</b>	<b>106,871,153.85</b>	<b>100%</b>
<b>มูลค่าโครงการ</b>		
อาคารพาณิชย์	27,425,000.00	25%
ทาวน์เฮ้าส์	81,994,153.85	75%
<b>สุทธิ</b>	<b>109,419,153.85</b>	<b>100%</b>
<b>กำไรขั้นต้นบ้านเดี่ยว/บ้านแฝด/ทาวน์เฮ้าส์ = 35%</b>		
<b>กำไรขั้นต้นอาคารพาณิชย์ = 40%</b>		
บ้านเดี่ยว และ อาคารพาณิชย์	36,791,057.69	
บ้านเดี่ยว-แฝด และ อาคารพาณิชย์	37,404,903.85	
ทาวน์เฮ้าส์ และ อาคารพาณิชย์	38,296,703.85	

### 3.9 สรุปการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการในเบื้องต้น

จากการวิเคราะห์ทางการเงินเบื้องต้นด้วยวิธี Front Door สามารถสรุปผลได้ดังนี้

#### ➤ กรณีพัฒนาเป็นอาคารพาณิชย์และบ้านเดี่ยว

ส่วนอาคารพาณิชย์ด้านหน้าโครงการ 4 หน่วยและส่วนที่สองเป็นบ้านเดี่ยวสามชั้น 7 หน่วย รวมทั้งสิ้น 11 หน่วยขาย ได้พื้นที่ขาย 74% เมื่อคำนวณราคาแต่ละหน่วยออกมาโดยกำหนดกำไรขั้นต้นที่ 35% สำหรับบ้านเดี่ยว และ 40% สำหรับอาคารพาณิชย์ จะได้รายละเอียดและราคาขายเป็นดังนี้

- อาคารพาณิชย์ ราคา 6,856,250 บาท ขนาดที่ดิน 20.25 ตร.วา พื้นที่ใช้สอย 185 ตร.ม.
- บ้านเดี่ยวสามชั้น ราคา 11,283,516 บาท ขนาดที่ดิน 61.30 ตร.วา พื้นที่ใช้สอย 380 ตร.ม.

เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งที่ได้ทำการเก็บข้อมูลมา พบว่าระดับราคาของทั้งอาคารพาณิชย์อยู่ในระดับที่แข่งขันได้ในด้านราคา ทำเล และพื้นที่ใช้สอย แต่ในส่วนของการพัฒนาเป็นบ้านเดี่ยวนั้น เมื่อนำราคาของบ้านเดี่ยวสามชั้นเทียบกับโครงการ The Yada ที่มีลักษณะเป็นทาวน์เฮ้าส์แต่ราคา ยังคงอยู่ในระดับเดียวกัน และเมื่อนำมาเทียบกับราคาบ้านเดี่ยวโครงการ The Oxygen นั้นก็มีระดับราคาที่ถูกกว่าประมาณ 50% (ถูกกว่า 5 ล้านบาท) แต่อย่างไรก็ตามเมื่อเปรียบเทียบถึงศักยภาพของทำเลทั้งสองแล้วพบว่าทั้งสองโครงการที่เป็นคู่แข่งอยู่ในทำเลที่เหมาะสมกว่าในการพัฒนาเป็นโครงการที่อยู่อาศัยที่มีระดับราคาเกินกว่าสิบล้านบาท ทั้งในด้านของโครงการ The Yada (ราคา 10-12 ล้านบาท) ที่อยู่ในทำเล ถ.วงศ์วานิช ที่ถือได้ว่าเป็นทำเลเกิดใหม่สำหรับที่อยู่อาศัยราคาสูง ส่วนทางด้านโครงการ The Oxygen (ราคา 16 ล้านบาท) ที่ได้รับอานิสงส์จากการเปิดตัวของศูนย์การค้า Central Festival Hatyai ทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มกับที่ดินในทำเลดังกล่าวเป็นอย่างมาก ดังนั้นการเลือกพัฒนาเป็นบ้านเดี่ยวที่ถึงแม้ว่าจะสามารถแข่งขันได้ในเชิงราคาและอรรถประโยชน์ใช้สอยแต่เมื่อพิจารณาถึงทำเลที่ตั้งเปรียบเทียบกับโครงการคู่แข่งแล้ว การนำมาพัฒนาเป็นที่อยู่อาศัยในระดับราคา กว่า 11 ล้านบาทแล้วอาจทำให้การขายเป็นไปได้ค่อนข้างช้า เพราะฉะนั้นควรพิจารณาอีกทางเลือกหนึ่งคือการพัฒนาเป็นบ้านแฝดซึ่งพิจารณาจากโครงการทั้งในอดีตและปัจจุบันในอำเภอดงใหญ่ที่โครงการบ้านแฝดในเมืองมีการตอบรับจากกลุ่มลูกค้าที่ดี สามารถปิดการขายได้ค่อนข้างเร็ว อีกทั้งบ้านแฝดยังคงให้อรรถประโยชน์และพื้นที่ใช้สอยที่ใกล้เคียงกับบ้านเดี่ยว แต่จะมีราคาต่ำกว่าพอสมควรซึ่งน่าจะเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันกับโครงการคู่แข่งได้มากขึ้น

### ➤ **กรณีพัฒนาเป็นอาคารพาณิชย์และบ้านแฝด**

เช่นเดียวกันกับกรณีข้างต้นที่จะได้ส่วนของอาคารพาณิชย์ด้านหน้าโครงการ 4 หน่วยและ ส่วนที่สองเป็นบ้านแฝดสามชั้น 9 หน่วย หน่วย รวมทั้งสิ้น 13 หน่วยขาย ได้พื้นที่ขายเท่ากับกรณีแรก 74% เมื่อคำนวณราคาต่อหน่วยออกมาโดยกำหนดกำไรขั้นต้นที่ 35% สำหรับบ้านแฝด และ 40% สำหรับอาคารพาณิชย์ จะได้รายละเอียดและราคาขายเป็นดังนี้

- อาคารพาณิชย์ ราคา 6,856,250 บาท ขนาดที่ดิน 20.25 ตร.วา พื้นที่ใช้สอย 185 ตร.ม.
- บ้านแฝดสามชั้น ราคา 8,827,350 บาท ขนาดที่ดิน 50 ตร.วา พื้นที่ใช้สอย 300 ตร.ม.

เมื่อพิจารณาถึงกรณีนำมาพัฒนาเป็นบ้านแฝด ระดับราคาต่อละยูนิต นั้นลดลงมาจากกรณีพัฒนาเป็นบ้านเดี่ยวเกือบ 3 ล้านบาท หรือคิดเป็นกว่า 30% และเมื่อพิจารณาถึงอรรถประโยชน์และพื้นที่ใช้สอยที่ได้รับนั้นไม่ลดลงไปกว่าเดิมเท่าใดนัก ซึ่งเมื่อนำมาเปรียบเทียบกับโครงการคู่แข่งที่เป็นบ้านเดี่ยวและบ้านแฝด และโครงการตัวอย่างในอดีตที่มีการซื้อขายเปลี่ยนมือกันในปัจจุบัน (ระดับราคาตั้งแต่ 8.5-16 ล้านบาท) พบว่าทั้งราคาและพื้นที่ใช้สอยที่ได้รับนั้นอยู่ในระดับที่แข่งขันได้ ดังนั้นจึงสรุปได้ว่ากรณีนี้เป็นไปได้ในการพัฒนา

### ➤ **กรณีพัฒนาเป็นอาคารพาณิชย์และทาวน์เฮ้าส์**

ส่วนอาคารพาณิชย์ด้านหน้าโครงการ 4 หน่วยและส่วนที่สองเป็นทาวน์เฮ้าส์สามชั้น 13 หน่วย รวมทั้งสิ้น 17 หน่วยขาย ได้พื้นที่ขายที่ 71% เมื่อคำนวณราคาต่อหน่วยออกมาโดยกำหนดกำไรขั้นต้นที่ 35% จะได้รายละเอียดและราคาขายเป็นดังนี้

- อาคารพาณิชย์ ราคา 6,856,250 บาท ขนาดที่ดิน 20.25 ตร.วา พื้นที่ใช้สอย 185 ตร.ม.
- ทาวน์เฮ้าส์สามชั้น ราคา 6,307,242 บาท ขนาดที่ดิน 33 ตร.วา พื้นที่ใช้สอย 220 ตร.ม.

เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งที่ได้ทำการเก็บข้อมูลมา พบว่าราคาทาวน์เฮ้าส์อยู่ในระดับที่ค่อนข้างสูงกว่าตลาดเมื่อเทียบกับโครงการอื่นๆที่ไม่ได้ตั้งอยู่ในทำเล ถนน วงศ์วานิช-ราชวิถียินดี โดยเฉพาะเมื่อเปรียบเทียบกับโครงการ Miracle Estate ที่มีทำเลค่อนข้างใกล้เคียงกัน แต่มีราคาขายเริ่มต้นเพียง 4.3 ล้านบาทและยังคงมีหน่วยเหลือขายอยู่อีกพอสมควร และโครงการ Plus Townhome ที่พัฒนาโดย Developer ที่ค่อนข้างมีชื่อเสียงในพื้นที่ ถึงแม้ว่าจะมีทำเลด้อยกว่าแต่ก็ยังคงตั้งอยู่ในเขตตัวเมืองหาดใหญ่ อีกทั้งยังมีการดีไซน์ตัวบ้านที่ค่อนข้างทันสมัย โดยมีราคาขายเพียงแค่ 4.5 ล้านบาท เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับราคาขายทาวน์เฮ้าส์ที่ของโครงการที่จะทำการพัฒนานั้นมีราคาสูงกว่ากันมาก ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ไม่มีความเหมาะสมที่จะลงทุน

## บทที่ 4

### วรรณกรรมปริทัศน์

#### 4.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาธุรกิจสังหาริมทรัพย์ ประเภทบ้านเดี่ยวระดับบน สามารถสรุปปัจจัยและตัวแปรต่างๆที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยนิยามของพฤติกรรมผู้บริโภค คือ การตัดสินใจและการกระทำของผู้บริโภค รวมทั้งครีวเรื่อน ในการซื้อสินค้าหรือใช้บริการ (Kotler & Armstrong, 2001) ซึ่งพฤติกรรมของผู้บริโภคมีผลต่อกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจและมีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ เนื่องจากการเข้าใจในพฤติกรรมของผู้บริโภคจะสามารถนำไปกำหนดกรอบกลยุทธ์และแนวทางการดำเนินธุรกิจ ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างตรงจุด (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541) โดยมีงานวิจัยที่กล่าวถึงปัจจัยกำหนดการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยระดับบน (บัณฑิต จันทรมณี, 2546) พบว่าพฤติกรรมของผู้บริโภคมีส่วนต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย โดยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเป็นผลมาจากปัจจัยหลายอย่าง ซึ่งสามารถจัดกลุ่มได้เป็นปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ เช่น อายุ เพศสถานภาพ จำนวนสมาชิกในครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้ และปัจจัยด้านอื่นๆ ได้แก่ ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านจิตวิทยา สิ่งกระตุ้นทางการตลาด ความรู้ ทัศนคติ ประสบการณ์ และความเชื่อถือ จะเห็นว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์เป็นปัจจัยหลัก ซึ่งงานวิจัยแต่ละงานระบุตรงกันว่าเป็นปัจจัยซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

ปัจจัยต่างๆทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคที่ซื้อบ้านเดี่ยวระดับบนที่มีราคาสูงกว่า 10 ล้านบาทในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (กองกฤษณ์ โตชัยวัฒน์, ประไพ แสงประสิทธิ์, พิมพ์อร วจิษฐ์รักษากุลชัย, 2554) โดยผลการศึกษาสรุปไว้ดังนี้ ผู้ที่ซื้อบ้านเดี่ยวระดับบนเป็นเพศชายหญิงจำนวนใกล้เคียงกัน อายุ 30-50 ปี อยู่ในสถานภาพสมรส สมาชิกในครอบครัว 3-5 คน ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่า อาชีพเป็นเจ้าของกิจการหรือเจ้าของโรงงาน และมีรายได้ตั้งแต่ 300,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป

อย่างไรก็ตามการศึกษาถึงพฤติกรรมด้านสิ่งกระตุ้นทางการตลาดของผู้บริโภคที่ซื้อบ้านเดี่ยวระดับบนของทั้งสองงานวิจัย ได้แก่ งานวิจัยของ บัณฑิต จันทรธรมณี, 2546 และ กองกฤษ โทชัยวัฒน์, ประไพ แสงประสิทธิ์, พิมพอร วชิรุรักษ์กุลชัย, 2554 มีสิ่งที่ไม่สอดคล้องกันก็คือ (บัณฑิต จันทรธรมณี, 2546) สรุปผลงานวิจัยว่า ผู้บริโภคที่ซื้อบ้านราคาสูงไม่นิยมดูโฆษณาจากสื่อสาธารณะ มีเพียงแค่มือหนังสือพิมพ์ที่ใช้เป็นแหล่งข้อมูลในการติดตามข่าวสารบ้าง แต่งานวิจัย (กองกฤษ โทชัยวัฒน์, ประไพ แสงประสิทธิ์, พิมพอร วชิรุรักษ์กุลชัย, 2554) สรุปไว้ว่ากลุ่มผู้บริโภคบ้านระดับบนมีพฤติกรรมในการบริโภคข่าวเพื่อรับรู้ข้อมูลการเปิดตัวโครงการที่เปลี่ยนแปลงไป โดยผู้บริโภคบ้านเดี่ยวระดับบนระบับทราบข่าวสารโครงการบ้านที่เปิดตัวใหม่จากสื่อป้ายโฆษณา เพราะป้ายโฆษณาส่วนใหญ่ตั้งอยู่น้ำโครงการ ติดกับถนนใหญ่ ปากทางเข้าโครงการ และย่านชุมชนต่างๆ ซึ่งจะเห็นได้อย่างเด่นชัดและเนื้อหาการโฆษณาก็สามารถจูงใจให้ผู้บริโภคสนใจและตัดสินใจซื้อเร็วขึ้น ทั้งนี้อาจกล่าวได้ว่าเทคโนโลยี และยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไปสามารถส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคกลุ่มนี้ได้

ส่วนการศึกษาพฤติกรรมของอื่นๆของผู้บริโภคที่ซื้อบ้านเดี่ยวระดับบน (กองกฤษ โทชัยวัฒน์, ประไพ แสงประสิทธิ์, พิมพอร วชิรุรักษ์กุลชัย, 2554) พบว่า ผู้บริโภคซื้อเพื่อใช้ในการอยู่อาศัย และแวะชมโครงการเป็นจำนวน 1-6 ครั้งก่อนการตัดสินใจซื้อ ใช้เวลาในการตัดสินใจซื้อบ้าน 1 เดือนขึ้นไป และกู้เงินกับสถาบันทางการเงินบางส่วน รูปแบบบ้านที่ชื่นชอบมากที่สุดเป็นแบบร่วมสมัย ประกอบด้วย 3 ห้องนอน 3 ห้องน้ำ และมีพื้นที่ใช้สอย 201-400 ตารางเมตร ความเชื่อ ทศนคติ และสิ่งจูงใจที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อมากที่สุดได้แก่ การแนะนำจากคนรู้จัก ความปลอดภัย การมีกิจกรรมสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีให้กับลูกค้า และทำเลที่ตั้งตามลำดับ

ปัจจัยทางด้านทำเลที่ตั้ง เป็นที่แน่นอนว่าทำเลเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อทุกประเภทของธุรกิจภาคอสังหาริมทรัพย์ นอกเหนือจากงานวิจัยข้างต้น ยังมีการศึกษาที่กล่าวถึงปัจจัยทางด้านทำเลที่ตั้งที่เป็นปัจจัยสำคัญต่อการเลือกซื้ออสังหาริมทรัพย์อยู่หลายงานวิจัย ได้แก่ (ประไพ แสงประสิทธิ์, กองกฤษ โทชัยวัฒน์, กิรติ ศตะสุข, เอกภณ จีระสุวรรณ, 2554) ที่กล่าวว่ากลยุทธ์ทางการตลาดโครงการบ้านเดี่ยวระดับบน ควรเน้นในด้านทำเลที่ตั้งของโครงการเป็นสำคัญ (กิตติพงษ์ ศรีจันทร์, 2552) ที่ทำการศึกษปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการตัดสินใจลงทุนอสังหาริมทรัพย์จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารระดับสูงและผู้เชี่ยวชาญด้านอสังหาริมทรัพย์ กล่าวไว้เช่นเดียวกันว่า ทำเลที่ตั้งของโครงการเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ใช้ในการตัดสินใจลงทุนทำโครงการ

นอกเหนือจากปัจจัยทางด้านทำเลที่ตั้ง ปัจจัยทางด้านคุณภาพและความแตกต่างของสินค้าก็เป็นอีกปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโครงการบ้านระดับบน กล่าวไว้โดยงานวิจัยของ (ประไพ แสงประสิทธิ์, กองกฤษ โต้ชัยวัฒน์, กิรติ ศตะสุข, เอกภณ จีวะสุวรรณ, 2554) เนื่องจากการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยที่มีระดับราคาสูง ย่อมมีความคาดหวังต่อคุณภาพของสินค้าในระดับสูงอย่างแน่นอน ผู้บริโภคกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญในด้านคุณภาพของสินค้าที่จะต้องมาเป็นอันดับแรก ส่วนราคาที่เหมาะสมจะเป็นสิ่งที่คำนึงรองลงมา ด้านความแตกต่างและเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าก็เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ผู้บริโภคกลุ่มนี้ต้องการสำหรับสินค้าที่พวกเขาได้เลือกซื้อในราคาสูงเช่นเดียวกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ (จาริณี เสาวคนธ์, 2549) การออกแบบบ้านให้มีความสวยงามถูกใจ รวมถึงการใช้วัสดุอุปกรณ์ในการก่อสร้างที่มีคุณภาพ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมากที่สุด เช่นเดียวกับกับงานวิจัยของ (ไพลิน พูลพัฒน์, 2552)

สำหรับโครงการที่อยู่อาศัยระดับสูงปัจจัยทางด้านการตลาดและส่งเสริมการขายก็ถูกกล่าวถึงเช่นเดียวกัน (ประไพ แสงประสิทธิ์, กองกฤษ โต้ชัยวัฒน์, กิรติ ศตะสุข, เอกภณ จีวะสุวรรณ, 2554) ได้สรุปไว้ว่า การจัดกิจกรรมทางการตลาดที่โครงการและการออกบูธที่ห้างสรรพสินค้าจัดเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่ได้ผล ไม่เน้นการใช้การส่งเสริมการขาย วางตำแหน่งทางการตลาดของสินค้าด้วยการสร้างความภาคภูมิใจและการเป็นรางวัลแห่งความสำเร็จในชีวิต

ปัจจัยอื่นๆที่เกี่ยวข้องต่อการตัดสินใจในการเลือกพัฒนาธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทบ้านเดี่ยวระดับสูง โดยในงานวิจัยของ (กิตติพนธ์ ศรีจันทร์, 2552) ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนทำโครงการ คือ ต้นทุนราคาที่ดินและค่าก่อสร้าง ภาวะเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ถึงอุปสงค์และอุปทานที่เป็นกระบวนการสำคัญในการศึกษาถึงความเป็นไปได้ในการพัฒนาโครงการ เช่นเดียวกับการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภทอื่นๆ รวมถึงปัจจัยในด้านความเชี่ยวชาญและความพร้อมของผู้พัฒนาโครงการที่จะต้องมีการมีทั้งประสบการณ์และบุคลากรที่มีคุณภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ระดับนี้ นอกเหนือจากที่ได้กล่าวมาข้างต้น ยังได้กล่าวถึงผลกระทบทางอ้อมเชิงบวกจากการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทบ้านเดี่ยวระดับสูงนั้นคือ เป็นการขยายกลุ่มลูกค้าให้ครอบคลุมทุกเซกเมนต์ซึ่งเป็นการเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดและยอดขายต่อไปได้ในอนาคต

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงการบ้านระดับบน สามารถสรุปถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านของผู้บริโภคกลุ่มนี้ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์และการดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดต่อไป



## บทที่ 5

### กลยุทธ์ทางการตลาด

#### 5.1 การวิเคราะห์คู่แข่งทางตรงของโครงการ

จากการวิเคราะห์ถึงความเป็นไปได้และแนวทางในการพัฒนาเบื้องต้นของโครงการในบทที่แล้ว ในส่วนนี้จะเป็นการนำข้อมูลที่ได้มาสรุปถึงรูปแบบการพัฒนาของโครงการและคู่แข่งทางตรงของโครงการที่จะต้องนำมาพิจารณาถึงการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดต่อไป

##### 5.1.1 การวิเคราะห์โครงการคู่แข่งบ้านแฝด







ตารางที่ 5.1 คู่แข่งทางตรงบ้านแฝด

	คู่แข่งทางตรงบ้านแฝด					Our Project		
	 Pongkhun (Case Study)	 รุ่งทิวา (Case Study)	 ทินทร	 The Yada				
ผู้พัฒนาโครงการ	Pongkhun	รุ่งทิวา	ทินทร	The Yada				
หน้ากว้างที่ดิน (เมตร)	8.5 - 9	6	8	5.5		8.5		
จำนวนชั้น	3	3	3	3		3		
ห้องนอน	3	3	4	3		3		
ห้องน้ำ	4	4	5	4		4		
ห้องพักผ่อน	1	1	-	1		1		
ที่จอดรถ	2	2	1	2		3		
พื้นที่ใช้สอย (ตารางเมตร)	320	270	320	297	297	300		
ขนาดที่ดินมาตรฐาน (ตารางวา)	45	40	35	31	46.9	50		
ราคาต่อหลัง (บาท)	8,500,000	11,000,000	6,000,000	8,000,000	10,950,000	9,890,500	12,156,500	8,827,350
ราคาต่อขนาดที่ดิน (บาท/ตร.วา)	188,889	244,444	150,000	200,000	312,857.14	319,048	259,200	176,547
ราคาต่อพื้นที่ใช้สอย (บาท/ตร.ม.)	26,563	34,375	22,222	29,630	34,218.75	33,301	40,931	29,425
หน่วยขายทั้งหมด	8	12	2	4	4	4	9	
สัดส่วนที่ขายแล้ว	100%	100%	100%	0%	75%		-	
ช่วงเปิดโครงการ	2012	2012			Q1,2015		-	
ประมาณการยอดขาย (หลังต่อเดือน)	0.67	0.75	0.33		0.4		-	
ขนาดโครงการ (ไร่)	1-0-0				1-1-80		1-3-20	
อื่นๆ	*ราคาในช่องขายจะเป็นราคาขายในปี 2012 ส่วนราคาในช่องว่างจะเป็นราคาขายต่อในปี 2015	*ราคาในช่องขายจะเป็นราคาขายในปี 2012 ส่วนราคาในช่องว่างจะเป็นราคาขายต่อในปี 2015			Fully-Fitted		-	
					Free Interior Design&Consult Charge		-	
							-	
							-	

จากตารางข้างต้นเห็นได้ว่าระดับราคาขายจากการคำนวณเบื้องต้นยังอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าโครงการคู่แข่งอื่นๆพอสมควร ดังนั้นจึงยังมีช่องว่างทางด้านราคาสำหรับการสร้างผลิตภัณฑ์ให้เกิดความแตกต่างกับโครงการของคู่แข่ง

## 5.1.2 การวิเคราะห์โครงการคู่แข่งอาคารพาณิชย์

ตารางที่ 5.2 คู่แข่งทางตรงอาคารพาณิชย์

ชื่อโครงการ	อาคารพาณิชย์								
								Our Project	
พัฒนาโครงการ	Pongkhun - Project 3	Rungtiva Intown Rungtiva	ทินกร	G2	Wanida	ทรัพย์เจริญ	ทรัพย์เจริญ	Our Project	
ขนาดบ้าน กว้าง x ยาว (เมตร)	5 x 15	5 x 16	4.5 x 12.5	5 x 18	4.2 x 14	4.44 x 18	4 x 13	4.2 x 13	4.5 x 15
จำนวนชั้น	3	3.5	3	4	3	4	3	3	3
ห้องนอน	3	4	4	6	4	5	3	3	3
ห้องน้ำ	4	4	5	7	5	6	4	4	4
ห้องอบนึ่งรังสค์	1	1				1	1	1	1
พื้นที่ใช้สอย (ตารางเมตร)	225	280	200	360	175	320	156	163	185
ขนาดที่ดินมาตรฐาน (ตารางวา)	25	26.25	19.7	28.75	21	25	18	19	20.25
ราคาต่อหลัง (บาท)	8,900,000	10,500,000	8,000,000	12,000,000	7,000,000	11,000,000	6,000,000	6,000,000	6,856,250
ราคาต่อขนาดที่ดิน (บาท/ตร.วา)	356,000	400,000	406,349	417,391	333,333	440,000	333,333	315,789	338,580
ราคาต่อพื้นที่ใช้สอย (บาท/ตร.ม.)	39,555.56	37,500.00	40,000	33,333.33	40,000.00	34,375.00	38,461.54	36,809.82	37,060.81
หน่วยขายทั้งหมด	8	12	12	9	15	9	15	22	4
สัดส่วนที่ขายแล้ว	100%	100%	92%	90%	87%	22%	33%	91%	-
ช่วงเปิดโครงการ	Q2,2014	Q1,2014	Q1,2014	Q2,2014	Q2,2014	Q1,2015	Q1,2015	Q1,2014	-
ประมาณการยอดขาย (หลังต่อเดือน)	0.67	0.80	0.73	0.75	0.72	0.20	0.50	0.78	-
Absorption Rate	8%	7%	6%	6%	5%	2%	3%	5%	-
อื่นๆ									

จากตารางข้างต้น คู่แข่งทางตรงของโครงการคือ โครงการทรัพย์เจริญ และโครงการทรัพย์เจริญ รัชการ ที่มีทำเลที่ตั้งในละแวกเดียวกัน ส่วนโครงการอื่นๆจะตั้งอยู่ในรัศมีห่างออกไปจากตัวโครงการประมาณ 3 กิโลเมตร จึงพิจารณาให้เป็นคู่แข่งทางอ้อม ดังนั้นเมื่อพิจารณาเฉพาะคู่แข่งทางตรง เห็นได้ว่าอาคารพาณิชย์ของโครงการจะมีราคาสูงกว่าเล็กน้อย แต่เมื่อเทียบกับพื้นที่ใช้สอยและความกว้างของบ้านที่เพิ่มขึ้น ทำให้ราคาต่อตารางเมตรมีราคาที่ใกล้เคียงกัน

## 5.2 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัดของโครงการ (SWOT Analysis)

SWOT Analysis เป็นเครื่องมือที่สามารถวิเคราะห์ เพื่อกำหนดรูปแบบและกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมให้กับธุรกิจเพื่อให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ ซึ่งประกอบไปด้วยหัวข้อต่างๆ ดังนี้

### 5.2.1 จุดแข็ง (Strength)

- ทำเลที่ตั้งของโครงการ เนื่องจากโครงการตั้งอยู่บน ถ.นิพัทธ์สงเคราะห์ 4 ซึ่งถือได้ว่าเป็นทำเลที่อยู่ใจกลางเมืองหาดใหญ่ ห่างจากย่านการค้า (Downtown) ในตัวเมืองเพียง 3 กิโลเมตร หรือใช้เวลาเดินทางเพียง 5-10 นาทีจากตัวโครงการ โดยรอบๆโครงการรายล้อมไปด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกสบายทั้งศูนย์การค้า ตลาด โรงพยาบาลรัฐและเอกชน และร้านค้าปลีกต่างๆ จำนวนมากโดยรอบ รวมถึงสถานที่สำคัญต่างๆทางราชการและสถานศึกษา เช่น ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานเทศบาลนครหาดใหญ่ โรงเรียนหาดใหญ่วิทยาลัย เป็นต้น

- ความน่าเชื่อถือของผู้พัฒนาโครงการ ที่เคยพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัยในทำเลดังกล่าวมาหลายโครงการในอดีต ทำให้มีความน่าเชื่อถือต่อกลุ่มลูกค้าในพื้นที่

- ความคุ้นเคยของผู้พัฒนาโครงการในท้องที่ เนื่องจากมีประสบการณ์การทำโครงการในพื้นที่มาก่อน ทำให้เข้าใจถึงลักษณะของตลาดและพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าได้ดีกว่าผู้พัฒนาทั้งรายย่อยและรายใหญ่ที่จะเข้ามาสู่ตลาดใหม่
- เนื่องจากเป็นโครงการขนาดเล็ก จึงไม่มีการจัดสรรพื้นที่ส่วนกลางทำให้ไม่เกิดค่าใช้จ่ายส่วนกลางต่างๆที่จะตามมาในอนาคต

### 5.2.2 จุดอ่อน (Weakness)

- ถึงแม้ว่าจะเป็นผู้พัฒนาที่มีความน่าเชื่อถือในพื้นที่ อย่างไรก็ตามทางผู้พัฒนาโครงการเป็นเพียงแค่ผู้ประกอบการรายย่อยเท่านั้น การบริหารจัดการและความแข็งแกร่งของแบรนด์ยังไม่สามารถเทียบกับกลุ่มผู้พัฒนาโครงการรายใหญ่ที่เป็นบริษัทมหาชนได้ ถ้าหากมีการลงทุนจากผู้ลงทุนรายใหญ่ที่มีความแข็งแกร่งของแบรนด์สูงในอนาคต น่าจะทำให้เกิดข้อเสียเปรียบตรงนี้ได้
- เนื่องจากเป็นโครงการขนาดเล็กที่ไม่มีการจัดสรรพื้นที่ส่วนกลางและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการ เช่น สระว่ายน้ำ คลับเฮ้าส์ เป็นต้น ซึ่งอาจจะไม่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าบางกลุ่มที่ต้องการใช้งานในส่วนดังกล่าว
- อัตราดอกเบี้ยกู้ยืมของโครงการที่สูงกว่าผู้ประกอบการรายใหญ่โดยเฉพาะผู้ประกอบการที่มีการจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่มีต้นทุนการกู้ยืมทางการเงินที่ต่ำกว่า โดยจากตัวโครงการจะเป็นการพัฒนาโครงการขนาดเล็ก อัตราดอกเบี้ยกู้ยืมจากทางธนาคารจะได้รับเป็นอัตราดอกเบี้ยสำหรับผู้รายย่อยชั้นดี หรือ MRR เท่านั้น

### 5.2.3 โอกาส (Opportunities)

- มีโครงการรถไฟฟ้ารางเดี่ยว (Monorail) ภายในตัวเมืองหาดใหญ่และการสร้างถนนบายพาสที่มีโอกาสเกิดขึ้นในอนาคตอันใกล้ ซึ่งจะทำให้การคมนาคมภายในหาดใหญ่ดีขึ้น เกิดการพัฒนาของความเป็นเมืองและการขยายตัวของเมืองหาดใหญ่ นำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของเมืองและเป็นการเพิ่มมูลค่าของอสังหาริมทรัพย์ในอำเภอหาดใหญ่ที่จะเป็นสิ่งที่ดึงดูดการลงทุนทั้งจากภาครัฐและเอกชนในอนาคต ซึ่งจะเป็นการยกระดับความสำคัญของเมืองหาดใหญ่ให้เป็นหัวเมืองหลักของทางภาคใต้ต่อไป
- แนวโน้มอัตราดอกเบี้ยอยู่ในเกณฑ์ต่ำในช่วง 1-2 ปีข้างหน้า โดยจะทำให้ต้นทุนการกู้ยืมของโครงการลดลง ที่จะเป็นผลดีต่ออัตราผลตอบแทนของโครงการที่สูงขึ้น

### 5.2.4 อุปสรรค (Threats)

- สภาวะเศรษฐกิจทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศที่ยังคงชะลอตัวในปัจจุบัน และยังคงมีแนวโน้มที่จะชะลอตัวต่อไปในอนาคต
- ราคาพืชผลทางการเกษตรที่มีการปรับตัวลงอย่างรุนแรง โดยเฉพาะราคายางพาราที่เป็นผลิตภัณฑ์ที่สำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและความเป็นอยู่ของประชากรในภาคใต้เป็นอย่างมาก
- ความไม่แน่นอนทางการเมืองของประเทศไทย ที่ช่วงเปลี่ยนผ่านของรัฐบาล อาจเกิดขึ้นในช่วงเดียวกันกับการเปิดตัวของโครงการ โดยอาจจะส่งผลกระทบต่อทั้งระดับมหภาคและจุลภาค
- ในอนาคตหากมีการลงทุนในอำเภอหาดใหญ่จากผู้ประกอบการรายใหญ่ โดยเฉพาะผู้ประกอบการที่มีการทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ อาจส่งผลกระทบต่อการค้าเงินธุรกิจของผู้พัฒนาโครงการรายย่อยในพื้นที่ได้

### 5.3 การวิเคราะห์ความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภค

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งเชิงมหภาคและจุลภาค การศึกษาข้อมูลจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการสำรวจตลาดเปรียบเทียบโครงการคู่แข่งเพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาโครงการ และ ซึ่งได้ข้อสรุปของแนวทางการพัฒนาในระดับหนึ่ง แต่ถึงกระนั้นเพื่อเป็นการตอบสนองต่อความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคได้อย่างตรงจุด การศึกษาคั้งนี้จึงได้ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) เข้ามาช่วยในการศึกษา เนื่องจากจำนวนยูนิตในการพัฒนาของโครงการมีจำนวนไม่มากนัก การทำการสัมภาษณ์เชิงลึกจะสามารถสะท้อนความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคได้อย่างชัดเจนกว่าวิธีการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire)

การดำเนินการสัมภาษณ์ทำโดยการพูดคุยสอบถามถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านแฝดระดับราคา 8-10 ล้านบาท เช่น รูปแบบของการออกแบบทั้งภายนอกและภายในบ้าน ฟังก์ชันของบ้านและพื้นที่ใช้สอย เป็นต้น รวมถึงการสอบถามเชิงพฤติกรรมและข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของผู้บริโภค โดยได้ทำการคัดเลือกเอากลุ่มลูกค้าเป้าหมายมาทำการสัมภาษณ์ที่มีความต้องการซื้ออสังหาริมทรัพย์ในอนาคตอันใกล้ เพื่อให้ได้ถึงข้อมูลที่ตรงต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้า และสามารถนำเอาข้อมูลนั้นมาต่อยอดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการขายเพื่อสนองตอบความต้องการของลูกค้าให้ได้อย่างตรงจุด

เนื่องจากผลิตภัณฑ์ที่ได้ทำการพัฒนาแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ นั่นคือ อาคารพาณิชย์ และบ้านแฝด การสัมภาษณ์จึงต้องแบ่งออกเป็นสองกลุ่มตามกลุ่มเป้าหมายของแต่ละผลิตภัณฑ์

### 5.3.1 ความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคอาคารพาณิชย์

- **ผู้ให้สัมภาษณ์ 1**

เพศ : หญิง

อาชีพ : เจ้าของกิจการค้าปลีก/ปล่อยเงินกู้ในระบบ

อายุ : 48

รายได้ครัวเรือน : 300,000 – 350,000 บาท/เดือน

สถานภาพ : สมรส , บุตร 1 คน

งานอดิเรก : เลี้ยงปลา , ปลูกต้นไม้

ลักษณะการใช้ชีวิตประจำวัน : ปัจจุบันพักอาศัยอยู่ใกล้กับสถานที่ทำงาน โดยเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์อาคารพาณิชย์ทำเลติดถนนใหญ่สำหรับการเปิดกิจการค้าปลีกของตนเอง ซึ่งทั้งบ้านพักอาศัยและที่ทำงานตั้งอยู่ในระยะรัศมี 1 กิโลเมตรจากตัวโครงการ

รูปแบบของบ้านที่สนใจ : อาคารพาณิชย์ 3 ชั้น โดยปกติทางผู้ซื้อจะซื้อด้วยเงินสด มีจุดประสงค์สำหรับการซื้อไว้ปล่อยเช่า จึงพิจารณาถึงราคาและทำเลของบ้านเป็นปัจจัยหลัก ถ้าหากเป็นอาคารพาณิชย์แบบ 3.5 ชั้นซึ่งมีราคาที่สูงกว่าพอสมควร แต่ชั้นลอยที่เพิ่มขึ้นมานั้นไม่ได้เพิ่มมูลค่าของค่าเช่ามากนัก

ฟังก์ชันของบ้านที่ต้องการ : เนื่องจากทางผู้ให้สัมภาษณ์ได้เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์อาคารพาณิชย์หลายคูหา โดยมีทั้งที่ใช้สำหรับประกอบธุรกิจส่วนตัว และไว้สำหรับปล่อยเช่า สำหรับอาคารพาณิชย์หลังใหม่ที่ต้องการซื้อก็มีจุดประสงค์ไว้สำหรับการปล่อยเช่า ดังนั้นจึงไม่ได้พิจารณาถึงฟังก์ชันการใช้งานภายในบ้านมากนัก เน้นเพียงแค่จำนวนพื้นที่ใช้สอยสำหรับการนำมาปรับรูปแบบการใช้งานให้ได้อย่างหลากหลายในอนาคต

ลักษณะการออกแบบภายนอกและแปลนบ้านที่ต้องการ : แปลนอาคารพาณิชย์สามชั้นแบบที่ 1 ประกอบด้วย 3 ห้องอเนกประสงค์ , 1 ห้องโถง , 1 ห้องโซฟารูม , 4 ห้องน้ำ และดีไซน์แบบที่ 2 Contemporary (จากโครงการ บ้านกลางกรุง-พิบูลสงคราม)

- **ผู้ให้สัมภาษณ์ 2**

เพศ : ชาย

อายุ : 37

อาชีพ : เจ้าของกิจการค้าส่งปลา

รายได้ครัวเรือน : 180,000 – 200,000 บาท/เดือน

สถานภาพ : สมรส , บุตร 3 คน

งานอดิเรก : เลี้ยงสัตว์(สุนัข , ไก่ , ปลา) , จัดสวน

ลักษณะการใช้ชีวิตประจำวัน : ปัจจุบันพักอยู่อาศัยในบ้านทำเลเดียวกับกับโครงการ มีกิจการค้าส่งปลาที่ตลาดสด ถ.รัชการ เดินทางไปทำงานด้วยเส้นทาง ถนน นิพัทธ์ สงเคราะห์ 1 ผ่านวงเวียนน้ำพุ และถนน เพชรเกษม ก่อนเลี้ยว เข้าสู่ ถนน มนตรี ไปยัง ตลาดสด

รูปแบบของบ้านที่สนใจ : อาคารพาณิชย์ 3 ชั้น โดยปกติทางผู้ซื้อจะซื้อด้วยเงินสด มีจุดประสงค์สำหรับการซื้อไว้ปล่อยเช่า จึงพิจารณาถึงราคาและทำเลของบ้านเป็นปัจจัยหลัก ถ้าหากเป็นอาคารพาณิชย์แบบ 3.5 ชั้นซึ่งมีราคาที่สูงกว่าพอสมควร แต่ชั้นลอยที่เพิ่มขึ้นมานั้นไม่ได้เพิ่มมูลค่าของค่าเช่ามากนัก

ฟังก์ชันของบ้านที่ต้องการ : เนื่องจากทางผู้ให้สัมภาษณ์มีจุดประสงค์สำหรับการซื้ออาคารพาณิชย์ไว้สำหรับการปล่อยเช่า ดังนั้นจึงไม่ได้พิจารณาถึงฟังก์ชันการใช้งานภายในบ้านมากนัก เน้นเพียงแค่จำนวนพื้นที่ใช้สอยสำหรับการนำมาปรับรูปแบบการใช้งานให้ได้อย่างหลากหลายในอนาคต เช่นเดียวกับผู้ตอบแบบสอบถามที่ 1

ลักษณะการออกแบบภายนอกและแปลนบ้านที่ต้องการ : แปลนอาคารพาณิชย์สามชั้นแบบที่ 1 ประกอบด้วย 3 ห้องอเนกประสงค์ , 1 ห้องโถง , 1 ห้องโห้รุม , 4 ห้องน้ำ และดีไซน์แบบที่ 2 Contemporary (จากโครงการ บ้านกลางกรุง-พิบูลสงคราม)

- **ผู้ให้สัมภาษณ์ 3**

เพศ : ชาย

อายุ : 38

อาชีพ : เจ้าของกิจการค้าส่งเครื่องปรับอากาศ

รายได้ครัวเรือน : 100,000 – 150,000 บาท/เดือน

สถานภาพ : สมรส , บุตร 1 คน

งานอดิเรก : ดูภาพยนตร์พักผ่อน , ท่องเที่ยวต่างจังหวัด

ลักษณะการใช้ชีวิตประจำวัน : ปัจจุบันพักอยู่อาศัยที่ ตำบล คลองแห รอบนอกตัวเมืองหาดใหญ่ ประกอบกิจการค้าส่งเครื่องปรับอากาศ เดินทางไปทำงานด้วยเส้นทาง ถนนลพบุรีราเมศวร์ ก่อนเลี้ยวเข้า ถนน ทุ่งใหญ่ โดยมีหน้าร้านอยู่ใกล้กับ บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ ซึ่งเป็นทำเลใกล้กับตัวโครงการ โดยขณะนี้กำลังมองหาที่อยู่อาศัยใหม่ที่มีทำเลและหน้าร้านที่สามารถเปิดกิจการได้

รูปแบบของบ้านที่สนใจ : อาคารพาณิชย์ 3 ชั้น เนื่องจากผู้ให้สัมภาษณ์ได้ให้ความสำคัญกับทางด้านทำเลและราคาเป็นหลัก การเพิ่มขึ้นลอยทำให้ราคาบ้านสูงขึ้น ซึ่งพื้นที่ใช้สอยที่เพิ่มขึ้นมาจากชั้นลอยนั้นมีพื้นที่น้อยเกินไปและมีความคุ้มค่าน้อยกว่าเมื่อเทียบกับการเพิ่มพื้นที่ใช้สอยอีกหนึ่งชั้น

ฟังก์ชันของบ้านที่ต้องการ : ปัจจัยหลักที่ต้องการคือมีทำเลที่ดี ติดถนนใหญ่ ต้องการใช้น้ำร้านชั้นที่หนึ่งสำหรับเปิดกิจการ ส่วนชั้นที่สองและชั้นที่สามจะใช้เป็นที่อยู่อาศัย โดยจะให้ความสำคัญในเรื่องของจำนวนพื้นที่ใช้สอย และจำนวนห้องที่สามารถใช้งานได้ และมีห้องน้ำในตัว ซึ่งจะนำมาเพิ่มเติมและเปลี่ยนแปลงการใช้งานของห้องต่างๆ ภายหลัง

ลักษณะการออกแบบภายนอกและแปลนบ้านที่ต้องการ : แปลนอาคารพาณิชย์สามชั้นแบบที่ 1 ประกอบด้วย 3 ห้องอเนกประสงค์ , 1 ห้องโถง , 1 ห้องโชว์รูม , 4 ห้องน้ำ และดีไซน์แบบที่ 2 Contemporary (จากโครงการ บ้านกลางกรุง-พิบูลสงคราม)

### บทสรุปการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มลูกค้าอาคารพาณิชย์

จากการสัมภาษณ์กลุ่มลูกค้าอาคารพาณิชย์ทั้ง 3 ท่าน พบว่าจุดประสงค์ของการซื้ออาคารพาณิชย์คือการซื้อเพื่อการลงทุนสำหรับปล่อยเช่า และซื้อไว้เป็นหน้าร้านสำหรับการประกอบกิจการ ดังนั้นปัจจัยทางด้านทำเลและราคาของบ้าน รวมถึงจำนวนห้องสำหรับการใช้ประโยชน์จะเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับการเลือกซื้ออาคารพาณิชย์ ดังนั้นการเลือกพัฒนาอาคารพาณิชย์ 3.5 ชั้นที่จะมีราคาสูงกว่าแบบ 3 ชั้นแต่ประโยชน์ใช้สอยเพิ่มขึ้นในสัดส่วนที่ไม่คุ้มค่ากับราคาที่สูงขึ้น จึงไม่ตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มลูกค้าดังกล่าว

โดยจากการสอบถามถึงแบบแปลนบ้านที่ต้องการและความชื่นชอบในการออกแบบภายนอกของตัวบ้าน พบว่าผู้ให้สัมภาษณ์ได้เลือกแบบแปลนที่ 1 (Miracle) ที่มีจำนวนห้องอเนกประสงค์และจำนวนห้องน้ำมากที่สุดจากตัวเลือกทั้งหมดที่มี และเลือกรูปแบบการออกแบบภายนอกของตัวบ้านแบบที่ 2 Contemporary (จากโครงการบ้านกลางเมือง) เช่นเดียวกันทั้ง 3 ท่าน

### 5.3.2 ความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคบ้านแฝด

#### ● ผู้ให้สัมภาษณ์ 1

เพศ : ชาย

อายุ : 42

อาชีพ : ตัวแทนขายประกันชีวิต

รายได้ : 200,000 – 250,000

สถานภาพ : โสด

งานอดิเรก : พบปะสังสรรค์ , ท่องเที่ยวต่างจังหวัด , เล่นกีฬา(ฟุตบอล)

ลักษณะการใช้ชีวิตประจำวัน : ปัจจุบันพักอาศัยในหมู่บ้านฉัตรทอง เขต 8 เป็นลักษณะบ้านเดี่ยว 2 ชั้น เดินทางเข้ามาทำงานที่ออฟฟิศปัจจุบันบริเวณถนนเพชรเกษม ใกล้กับโรงพยาบาลกรุงเทพ หาราดใหญ่ เดินทางโดยการใช้เส้นทาง ถนน สัจจกุล ข้ามสะพานเข้าสู่ ถนน รัชการ ในการเข้ามาทำงานเป็นหลัก

ฟังก์ชันของบ้านที่ต้องการ : สามารถปรับฟังก์ชันการใช้งานของบ้านให้เป็นที่อยู่อาศัยพร้อมออฟฟิศในตัวได้ เนื่องจากที่อยู่อาศัยในปัจจุบันตั้งอยู่ห่างจากออฟฟิศพอสมควร อีกทั้งออฟฟิศที่อาศัยอยู่ในปัจจุบันเป็นเพียงแค่อสังหาฯเช่า ดังนั้นจึงต้องการซื้อออฟฟิศที่สามารถทำเป็นที่อยู่อาศัยแห่งที่สองได้ มีการแบ่งสัดส่วนระหว่างที่อยู่อาศัยและออฟฟิศอย่างลงตัว มีที่จอดรถซึ่งอาคารพาณิชย์ไม่สามารถตอบโจทย์ตรงนี้ได้

ลักษณะแบบแปลนบ้านที่ต้องการ : แบบแปลนที่ 1 (HOF) ที่มีลักษณะเด่นคือมีที่จอดรถ 4-5 คัน มีพื้นที่ใช้สอย 350 ตร.ม. และสามารถแบ่งฟังก์ชันการใช้สอยระหว่างออฟฟิศและอยู่อาศัยได้อย่างลงตัว

ลักษณะการออกแบบภายนอกของบ้านที่ต้องการ : รูปแบบที่ 2 (The Pentas) ที่เป็นรูปแบบ Loft

ข้อเสนอแนะอื่นๆ : ต้องการระบบรักษาความปลอดภัย CCTV



- **ผู้ให้สัมภาษณ์ 2**

เพศ : หญิง

อายุ : 37

อาชีพ : เจ้าของกิจการเทรดดิ้งและโลจิสติก

รายได้ครัวเรือน : 300,000 – 400,000

สถานภาพ : สมรส , บุตร 1 คน

งานอดิเรก : พบปะสังสรรค์ , ออกกำลังกาย(ยิม,โยคะ) , อ่านหนังสือ

ลักษณะการใช้ชีวิตประจำวัน : ปัจจุบันมีบ้านพักอยู่ในอำเภอหาดใหญ่ ใกล้กับบริเวณโครงการ แต่จำเป็นต้องเดินทางต่างจังหวัดและต่างประเทศบ่อย เนื่องจากมีกิจการที่ต้องดูแลที่กรุงเทพและต้องติดต่อกิจการต่างประเทศ โดยสำนักงานที่ตั้งในอำเภอหาดใหญ่อยู่ไม่ไกลจากที่พักอาศัยในอำเภอหาดใหญ่มากนัก สะดวกต่อการเดินทางไปทำงาน

ฟังก์ชันของบ้านที่ต้องการ : เนื่องจากเป็นคนที่ต้องเดินทางบ่อย อีกทั้งออฟฟิศในหาดใหญ่ปัจจุบันก็เป็นออฟฟิศที่เช่าอยู่ ดังนั้นการหาที่อยู่อาศัยใหม่ที่รวมเอาฟังก์ชันของความเป็นทั้ง บ้าน และ ออฟฟิศ เข้ากันได้อย่างลงตัวนั้นก็เป็นที่น่าสนใจ และจากปกติที่ไม่ต้องการให้ที่อยู่อาศัยอยู่ไกลจากที่ทำงานมากนักเพื่อความคล่องตัว ซึ่งจากฟังก์ชันของโฮม ออฟฟิศที่ต้องการนี้การซื้ออาคารพาณิชย์แบบทั่วไปที่ไม่ได้แบ่งฟังก์ชันการใช้งานไว้อย่างชัด จึงไม่ค่อยตอบโจทย์ความต้องการมากนัก

ลักษณะแบบแปลนบ้านที่ต้องการ : แบบแปลนที่ 3 (Brio) ที่มีลักษณะเด่นคือมีพื้นที่ใช้สอยกว่า 400 ตร.ม. มีพื้นที่ Double Space ระหว่างชั้น 2-2.5 ที่จะใช้พื้นที่ของชั้น 1 ถึงชั้น 2.5 เป็นออฟฟิศได้อย่างเต็มที่ และสามารถแบ่งฟังก์ชันการใช้งานเป็นที่อยู่อาศัยในชั้น 3 ได้ลงตัว

ลักษณะการออกแบบภายนอกของบ้านที่ต้องการ : รูปแบบที่ 3 (The ACE) ที่เป็นรูปแบบ Modern

ข้อเสนอแนะอื่นๆ : ไม่ต้องการเสียค่าใช้จ่ายส่วนกลาง , ต้องการระบบรักษาความปลอดภัย CCTV

- **ผู้ให้สัมภาษณ์ 3**

เพศ : ชาย

อายุ : 36

อาชีพ : แพทย์

รายได้ครัวเรือน : 250,000 – 300,000

สถานภาพ : สมรส

งานอดิเรก : เล่นกีฬา(แบดมินตัน , วิ่ง) , เล่นดนตรี

ลักษณะการใช้ชีวิตประจำวัน : ทำงานที่โรงพยาบาลหาดใหญ่และโรงพยาบาลศิริรินทร์ ซึ่งตั้งอยู่ใกล้กับโครงการ แต่ในปัจจุบันยังคงพักอยู่กับครอบครัวในบ้านย่านการค้าของตัวเมืองหาดใหญ่ และกำลังต้องการหาที่อยู่อาศัยใหม่เพื่อรองรับการขยายของครอบครัว

ฟังก์ชันของบ้านที่ต้องการ : สามารถต่อเติม/ปรับเปลี่ยนฟังก์ชันการใช้งานของบ้านให้เป็นคลินิกได้ในอนาคต

ลักษณะแบบแปลนบ้านที่ต้องการ : แบบแปลนที่ 1 (HOF) ที่จะเน้นในส่วนของพื้นที่จอดรถที่สามารถจอดได้ 4-5 คัน เพื่อรองรับการปรับเปลี่ยนฟังก์ชันเป็นคลินิกในอนาคต และจะมีพื้นที่ Double Space ระหว่างชั้น 2-3 ที่จะเน้นฟังก์ชันการใช้งานเพื่ออยู่อาศัยมากขึ้น

ลักษณะการออกแบบภายนอกของบ้านที่ต้องการ : รูปแบบที่ 3 (The ACE) ที่เป็นรูปแบบ Modern

ข้อเสนอแนะอื่นๆ : ต้องการระบบรักษาความปลอดภัย CCTV

- **ผู้ให้สัมภาษณ์ 4**

เพศ : ชายและหญิง

อายุ : 30

อาชีพ : เจ้าของกิจการร้านค้าออนไลน์

รายได้ : 150,000-200,000

สถานภาพ : สมรส

งานอดิเรก : เล่นอินเทอร์เน็ต , อ่านหนังสือ , เลี้ยงสัตว์(สุนัข,แมว)

ลักษณะการใช้ชีวิตประจำวัน : โดยปกติจะทำงานด้วยการใช้คอมพิวเตอร์เป็นหลัก และสินค้าที่ต้องสต็อกก็มีขนาดและปริมาณไม่มากนัก การทำงานจึงสามารถทำที่บ้านได้หรือบางโอกาสก็จะเลือกใช้บริการร้านกาแฟที่มีอินเทอร์เน็ตให้บริการเป็นหลัก

ฟังก์ชันของบ้านที่ต้องการ : เนื่องจากมีความต้องการที่จะขยายครอบครัวและกิจการจากเดิมที่ยังคงอาศัยอยู่กับครอบครัวฝ่ายสามีเป็นหลัก จึงมีความต้องการที่จะซื้อที่อยู่อาศัยใหม่ โดยเมื่อพิจารณาจากลักษณะของการทำธุรกิจแล้ว การเลือกซื้อโฮมออฟฟิศน่าจะตอบโจทย์มากที่สุด เนื่องจากเป็นการขายสินค้าออนไลน์ หน้าร้านและทำเลที่ตั้งจึงไม่จำเป็นมากนัก ลักษณะของอาคารพาณิชย์ทั่วไปในตลาดที่จะเน้นในทำเลที่ตั้งที่ติดถนนใหญ่แต่ไม่มีการแบ่งฟังก์ชันการใช้งานของบ้าน จึงไม่ตอบโจทย์ความต้องการเท่าใดนัก

ลักษณะแบบแปลนบ้านที่ต้องการ : แบบแปลนที่ 1 (HOF) ที่ผู้ตอบให้สัมภาษณ์ประทับใจในการแบ่งฟังก์ชันระหว่างพื้นที่ที่เป็นออฟฟิศและที่อยู่อาศัยได้อย่างลงตัว อีกทั้งขนาดของธุรกิจในปัจจุบันที่ยังเป็นธุรกิจขนาดเล็ก มีจำนวนพนักงานไม่ถึง 10 คน จึงต้องการที่จะเน้นฟังก์ชันในส่วนของที่อยู่อาศัย โดยที่แบบแปลนนี้จะมีจุดเด่นของการทำ Double Space ที่อยู่ระหว่างชั้น 2-3 ซึ่งเป็นการแบ่งสัดส่วนของพื้นที่ที่ใช้อาศัยภายในบ้านออกจากออฟฟิศได้อย่างลงตัว

ลักษณะการออกแบบภายนอกของบ้านที่ต้องการ : รูปแบบที่ 3 (The ACE) ที่เป็นรูปแบบ Modern

ข้อเสนอแนะอื่นๆ : ต้องการระบบรักษาความปลอดภัย CCTV หน้าบ้าน , คีย์การ์ดเข้าโครงการ

### บทสรุปการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มลูกค้าบ้านแฝด

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายทั้ง 4 ท่าน พบว่าความต้องการของผู้ซื้อที่อยู่อาศัยที่มีทำเลในเมืองซึ่งมีราคาของบ้านที่ค่อนข้างสูง ล้วนต้องการความหลากหลายของฟังก์ชันการใช้งานของบ้าน ไม่เพียงแค่ว่าใช้สำหรับอยู่อาศัยเท่านั้น แต่เพื่อเป็นการลงทุนสำหรับอนาคตที่จะนำมาเป็นออฟฟิศสำหรับการประกอบธุรกิจส่วนตัวด้วยเช่นกัน ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่าแนวทางการพัฒนาของโครงการในส่วนที่บ้านแฝดนั้นสมควรที่จะพัฒนาเป็นที่อยู่อาศัยที่ผสมผสานถึงความเป็นออฟฟิศเข้าไว้ด้วยกัน หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งได้คือ “โฮมออฟฟิศ” ซึ่งในปัจจุบันก็เป็นที่ยอมรับสำหรับการพัฒนาโครงการในเขตกรุงเทพเช่นกัน โดย “โฮมออฟฟิศ” จะเป็นการตอบสนองถึงความ-

ต้องการของกลุ่มลูกค้า Gen Y ที่มีจำนวนไม่น้อยที่เลือกที่จะออกจากการทำงานประจำ มาประกอบธุรกิจส่วนตัวและประสบความสำเร็จในชีวิตการทำงานตั้งแต่อายุยังน้อย

จากการวิเคราะห์ถึงความชอบของผู้ให้สัมภาษณ์ พบว่าลักษณะการออกแบบภายนอกของบ้านที่ต้องการนั้นเหมือนกันถึง 3 ท่าน นั่นคือรูปแบบที่ 3 Modern (จากโครงการ The ACE) และในส่วนของลักษณะแปลนบ้านที่ต้องการนั้นผู้ให้สัมภาษณ์ต่างมีความต้องการที่แตกต่างกันออกไปบ้าง ตามความต้องการใช้ฟังก์ชันของบ้านและลักษณะการใช้ชีวิตที่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตามแปลนบ้านรูปแบบที่ 1 (จากโครงการ HOF) ก็มีผู้ให้สัมภาษณ์เลือกมากที่สุดถึง 3 ท่าน โดยที่แบบดังกล่าวมีจุดเด่นคือ มีที่สำหรับจอดรถ 4-5 คันและแบ่งสัดส่วนระหว่างพื้นที่ที่ใช้งานเป็นออฟฟิศและที่อยู่อาศัยได้อย่างพอดี จากทั้งจุดเด่นและฟังก์ชันการใช้สอยที่ลงตัว รวมถึงจำนวนพื้นที่ใช้สอยที่พอเหมาะ ซึ่งน่าจะเป็นสิ่งที่ตอบโจทย์ถึงความต้องการของกลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้ที่ต้องการบ้านที่สามารถปรับเปลี่ยนฟังก์ชันได้หลากหลายได้เป็นอย่างดี

#### 5.4 การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด (STP)

##### 5.4.1 การแบ่งส่วนแบ่งตลาด (Market Segmentation)

จากการสำรวจและสอบถามถึงกลุ่มลูกค้าของโครงการคู่แข่ง รวมถึงการศึกษาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการตลาดโครงการบ้านเดี่ยวระดับบน สามารถกำหนดกลุ่มลูกค้าตามเกณฑ์ทางด้านประชากรศาสตร์ (Demographic) และเกณฑ์ทางด้านภูมิศาสตร์ (Geographic) ตามแต่ละรูปแบบของผลิตภัณฑ์ได้ดังต่อไปนี้

##### ➤ บ้านแฝด

##### เกณฑ์ทางด้านประชากรศาสตร์ (Demographic)

อายุ : 35-45

อาชีพ : เจ้าของธุรกิจ , แพทย์ , ผู้บริหารระดับสูง

สถานภาพ : โสด , สมรส

รายได้ครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือน : 150,000 ขึ้นไป

##### เกณฑ์ทางด้านภูมิศาสตร์ (Geographic)

ผู้พำนักอยู่ในอำเภอหาดใหญ่ : 80%

ผู้พำนักอยู่ในอำเภออื่นในจังหวัดสงขลา : 10%

ผู้พำนักอยู่ในกลุ่มสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ : 10%

### ➤ อาคารพาณิชย์

#### เกณฑ์ทางด้านประชากรศาสตร์ (Demographic)

อายุ : 35 ขึ้นไป

อาชีพ : เจ้าของธุรกิจ

สถานภาพ : โสด สมรส

รายได้ครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือน : 100,000 บาทขึ้นไป

#### เกณฑ์ทางด้านภูมิศาสตร์ (Geographic)

ผู้พำนักอยู่ในอำเภอหาดใหญ่ : 75%

ผู้พำนักอยู่ในอำเภออื่นในจังหวัดสงขลาและสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ : 25%

### 5.4.2 การกำหนดลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย (Target Group)

เนื่องจากโครงการแบ่งการพัฒนาออกเป็นสองผลิตภัณฑ์ดังนั้นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของแต่ละผลิตภัณฑ์จึงมีความแตกต่างกันออกไป ดังนั้นการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจึงต้องแยกออกเป็นสองกรณีตามแต่ละรูปแบบของผลิตภัณฑ์

### ➤ บ้านแฝด

#### 1. กลุ่มลูกค้าเจ้าของกิจการ

คุณเอก

อายุ : 35 ปี

อาชีพ : เจ้าของกิจการ

สถานะ : แต่งงาน

รายได้ครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือน : 150,000-250,000

ประกอบกิจการส่วนตัวอยู่ในอำเภอหาดใหญ่ พักอยู่อาศัยในบ้านเดิมพร้อมกับครอบครัว ต้องการซื้อที่อยู่อาศัยใหม่ ทำเลภายในตัวเมืองหาดใหญ่ เนื่องจากต้องการขยายครอบครัวและพักอาศัยอยู่ไม่ไกลจากครอบครัวใหญ่มากนัก



## 2. กลุ่มลูกค้าแพทย์/ทันตแพทย์

คุณต้น

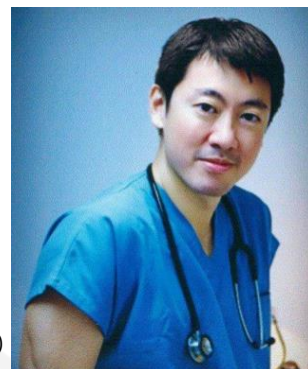
อายุ 32 ปี

อาชีพ : แพทย์

สถานะ : แต่งงาน

รายได้ครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือน : 150,000-200,000

ปัจจุบันทำงานอยู่ในโรงพยาบาลในตัวเมืองหาดใหญ่ ต้องการซื้อที่อยู่อาศัยใหม่เพื่อการขยายครอบครัว ต้องการทำเลในเมืองเนื่องจากเพื่อการปรับเปลี่ยนการใช้งานของบ้านมาประกอบกิจการเป็นคลินิกในอนาคตได้



## ➤ อาคารพาณิชย์

### 1. กลุ่มลูกค้าเจ้าของกิจการ

คุณแก้ว

อายุ 49 ปี

อาชีพ : เจ้าของกิจการ

สถานะ : แต่งงาน

รายได้ครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือน : 100,000-150,000

ปัจจุบันประกอบกิจการค้าปลีกอยู่ในตัวเมืองหาดใหญ่ โดยได้เช่าหน้าร้านเพื่อประกอบธุรกิจ และพักอาศัยอยู่ไม่ไกลจากหน้าร้านมากนัก จึงต้องการซื้อที่อยู่อาศัยใหม่ที่มีหน้าร้านและมีทำเลไม่ไกลจากหน้าร้านเดิม เพื่อย้ายจากร้านที่เช่าอยู่เดิมมาที่แห่งใหม่ และเพื่อเป็นการลงทุนสำหรับการปล่อยเช่าในอนาคต หากเกิดการย้ายกิจการไปยังทำเลอื่นหรือต้องหยุดการดำเนินกิจการไป



### 5.4.3 การวางตำแหน่งทางการตลาด (Positioning)

จากการที่ได้พัฒนาโครงการเป็นโครงการขนาดเล็ก มีจำนวนหน่วยขายจากเฟสบ้านแฝด 9 หน่วย และอาคารพาณิชย์ 4 หน่วย รวมทั้งสิ้น 13 หน่วย และเมื่อพิจารณาระดับราคาขายที่เป็นไปได้ของโครงการในส่วนของบ้านแฝดที่มีราคาตั้งแต่ 9 ล้านบาทขึ้นไป หรือกล่าวคือผลิตภัณฑ์จะพัฒนาออกมาค่อนข้างจะเป็นสินค้าที่เฉพาะกลุ่ม ดังนั้นการวางตำแหน่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์จะต้องมีความแตกต่างและโดดเด่นออกจากคู่แข่ง โดยจากทำเลที่ตั้งของโครงการเป็นทำเลใจกลางเมืองหาดใหญ่ที่มีศักยภาพในการพัฒนาโครงการได้หลายรูปแบบและอรรถประโยชน์ใช้สอย ซึ่งจะสามารถนำมาพัฒนารูปแบบของบ้านให้มีความหลากหลายทางด้านฟังก์ชันการใช้งาน

มากกว่าโครงการคู่แข่งอื่นๆ โดยจะแบ่งออกเป็นสองฟังก์ชันหลักๆคือ ฟังก์ชันสำหรับการอยู่อาศัยที่จะเป็นการแบ่งสัดส่วนพื้นที่ภายในบ้านสำหรับห้องนอน,ห้องน้ำ,ห้องนั่งเล่นเพื่ออำนวยความสะดวกการพักอาศัยภายในบ้าน และฟังก์ชันสำหรับการประกอบธุรกิจที่จะเป็นการแบ่งสัดส่วนพื้นที่ภายในบ้านให้เป็นโชว์รูมสำหรับแสดงสินค้าหรือแบ่งสัดส่วนห้องให้เหมาะสมกับการวางโต๊ะทำงานในพื้นที่ที่เป็นออฟฟิศ เพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกภายในบ้านสำหรับการประกอบธุรกิจ เช่น การเพิ่มจำนวนปลั๊กไฟ และการเดินสายสัญญาณต่างๆเพื่อรองรับการทำงานของอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในพื้นที่ที่ถูกจัดเป็นออฟฟิศ เป็นต้น ด้วยเหตุนี้จึงสามารถกำหนดการวางตำแหน่งทางการตลาดของโครงการเปรียบเทียบกับโครงการคู่แข่งที่มีระดับราคาใกล้เคียงกัน (สูงกว่า 8 ล้านบาท) ได้ดังนี้

### Function for Work (Space&Facilities)

โครงการ  
อาคาร  
พาณิชย์  
อื่นๆ



★  
โครงการของเรา



### Function For Living (Space&Accommodations)

ภาพที่ 5.1 การวางตำแหน่งทางการตลาดของโครงการเมื่อเทียบกับโครงการคู่แข่ง

### 5.5 การวิเคราะห์ส่วนผสมทางการตลาด (4P's Analysis)

#### 5.5.1 ผลิตภัณฑ์ (Product)



1. ชื่อโครงการ : Dwellness

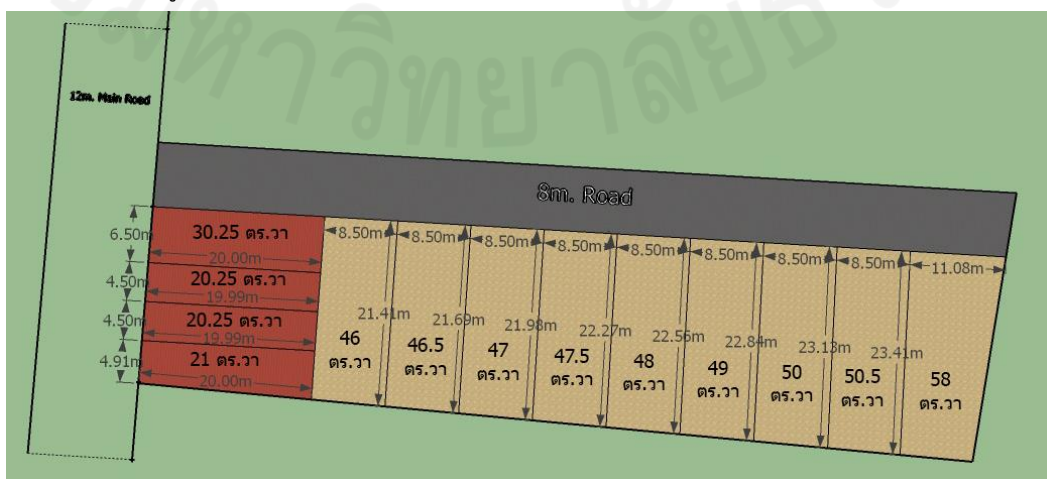
2. แนวความคิดของโครงการ : คำว่า “Dwellness” มาจาก “Dwell & Business” ซึ่งเป็นคำจำกัดความของโครงการ โดยคำว่า Dwell ที่แปลว่าที่อยู่อาศัยและ Business ที่แปลว่าธุรกิจ เป็นที่มาของแนวความคิดของโครงการที่ต้องการตอบสนองฟังก์ชันของความเป็นทั้ง “บ้าน” และ “ออฟฟิศ” ตาม Concept 3 อย่างคือ “เพราะชีวิตไม่ได้มีแค่ด้านเดียว” คือการออกแบบให้ส่วนของออฟฟิศมีการติดตั้งระบบต่างๆเพื่อให้พร้อมแก่การทำงาน เช่น ระบบต่างๆ, สาย Lan, พื้นที่ที่รองรับคนทำงานได้มากกว่า 20 คน และส่วนของบ้านให้รองรับการอยู่อาศัยและการขยายของครอบครัว

“เพราะชีวิตคือทางเลือก” การออกแบบเพื่อรองรับการปรับเปลี่ยนการใช้งานของผู้อยู่อาศัย เหมาะสำหรับใช้ทำเป็น บ้าน, ออฟฟิศ หรือ Home Office ตามความต้องการ อีกทั้งมีการออกแบบโครงสร้างที่สามารถรองรับการต่อเติมได้ในอนาคต

และ “เพราะชีวิตต้องมีคุณภาพ” คือการวางงานระบบ เพื่อรองรับการอยู่อาศัย รวมทั้งวัสดุที่ค่อนข้างแข็งแรงและมีการรับประกันคุณภาพ

ดังนั้น โครงการนี้จึงเหมาะกับครอบครัวที่ในอนาคตอาจมีการขยาย รวมทั้งการทำเป็นอาคารสำนักงานก็ได้ หรือสุดท้าย คนที่ต้องการจะมีออฟฟิศ และมีการใช้ชีวิตอยู่ภายในนั้นด้วย โครงการนี้ก็ถือว่าค่อนข้างตอบโจทย์

3. รูปแบบการพัฒนาโครงการ (Master Plan) :





4. สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการ : เนื่องจากเป็นโครงการขนาดเล็ก จึงทำให้ไม่มีการจัดสรรพื้นที่ส่วนกลางของโครงการ อย่างไรก็ตามทางโครงการก็ได้คำนึงความปลอดภัยในทรัพย์สินของลูกบ้าน ซึ่งทางโครงการจะดำเนินการติดตั้งกล้อง CCTV ให้กับบ้านทุกหลัง โดยในส่วนของโฮมออฟฟิศจะทำการติดตั้งให้ 2 จุดทั้งในส่วนของหน้าบ้านและหลังบ้าน และในส่วนของอาคารพาณิชย์จะติดตั้งให้ 1 จุดเฉพาะในส่วนของหน้าบ้าน

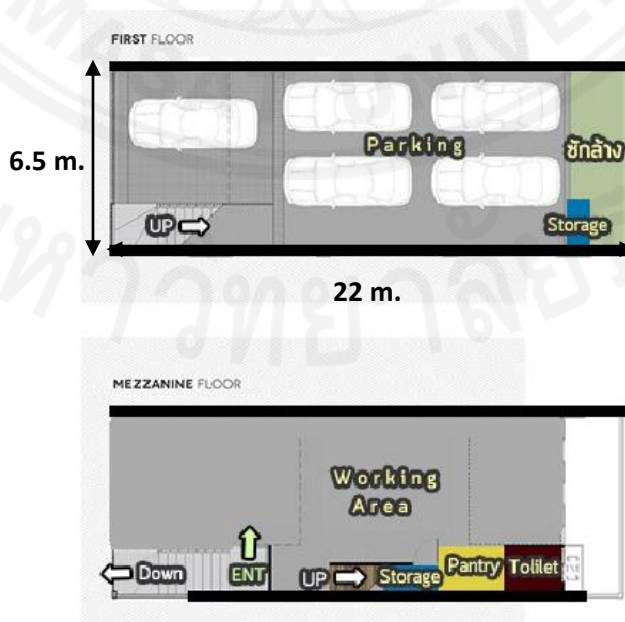
5. แบบบ้าน (House Type) : ทางโครงการได้แบ่งการพัฒนาออกเป็น 2 เฟส โดยเฟสแรกจะเป็นในส่วนของบ้านแฝดจำนวน 9 ยูนิตที่จะเป็นรูปแบบของโฮมออฟฟิศ ส่วนในเฟสที่สองจะเป็นอาคารพาณิชย์จำนวน 4 ยูนิต ซึ่งจากการวิเคราะห์และสรุปบทสัมภาษณ์เชิงลึกถึงพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายแล้ว สามารถนำมาต่อยอดพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตัวโครงการได้ดังต่อไปนี้

#### โฮมออฟฟิศ (Home Office)

การพัฒนาในส่วนของบ้านแฝดนั้นจะเป็นการพัฒนาตรงตามคอนเซ็ปต์ของโครงการที่สามารถตอบรับการใช้งานได้ทั้ง 3 ลักษณะ คือ บ้าน , ออฟฟิศ และ โฮมออฟฟิศ โดยอ้างอิงจากบทสัมภาษณ์เชิงลึกถึงความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายในหัวข้อก่อนนี้

รูปแบบของบ้านนั้นจะเป็นลักษณะของบ้านแฝด 3.5 ชั้น โดยแบบแปลนและฟังก์ชันการใช้งานของบ้านสามารถแสดงได้ดังต่อไปนี้

(ที่มาของแปลนและดีไซน์บ้านมาจากโครงการ HOF : <http://www.hof-bkk.com/>)



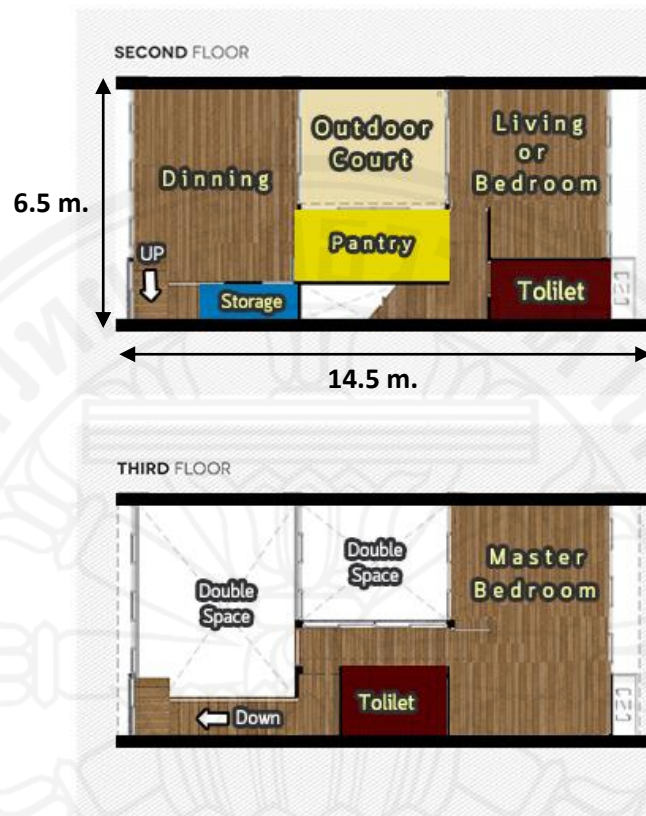
ภาพที่ 5.2 แบบแปลนบ้านแฝดชั้น 1 ถึงชั้นลอย

จากแปลนข้างต้นทางโครงการได้ฟังก์ชันให้ส่วนของชั้น 1 เป็นที่จอดรถและชั้นลอยเป็นส่วนหนึ่งของ Office ซึ่งมี Concept ในการสร้างให้เกิดพื้นที่ใช้งานในลักษณะโปร่งและโล่ง เริ่มตั้งแต่การออกแบบให้อาคารมีขนาด 6.5 x 14.5 เมตร ทำให้สามารถจอดรถได้อาคารได้ 4-5 คัน เมื่อขึ้นมาบริเวณชั้นลอยจะเป็นในส่วนของห้องทำงานที่มีฟังก์ชันครบ ทั้งส่วนรับแขก ส่วนนั่งทำงานโดยมีแบบฝ้าเพดานสูงปกติ โดยจะสามารถรองรับคนทำงานได้ประมาณ 20 – 30 คน



ภาพที่ 5.3 บรรยากาศจำลองภายในบ้านส่วนออฟฟิศ

นอกจากส่วนทำงานแล้ว การออกแบบผังโครงการได้แยกส่วนนั่งทำงานให้อยู่ในซีกซ้าย ทำให้สามารถออกแบบช่องเปิดและสร้างพื้นที่ตามความต้องการได้เต็มที่ ส่วนพื้นที่ห้อง Service ต่างๆ เช่น ห้องน้ำ ห้องครัว และห้องงานระบบ จะอยู่ทางขวามือของผังอาคาร ทำให้พื้นที่การใช้งานค่อนข้างเป็นสัดส่วน ในส่วนของการเลือกวัสดุ พื้นของโครงการในส่วนของ Office จะใช้เป็นพื้นคสล.ขัดมัน(พื้นที่ใช้งานชั้น 1 และชั้นลอย) ซึ่งตอบสนองความต้องการในเรื่องความชอบที่แตกต่าง สามารถปรับแต่งตามความต้องการได้ง่าย รวมทั้งพื้นที่ในส่วนของ Office จะมีการติดตั้งสาย Lan ไว้ให้หลายชุด เพื่อรองรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่จำเป็นอย่างมากในการทำงาน



ภาพที่ 5.4 แบบแปลนบ้านแฝดชั้น 2 และชั้น 3

ในส่วนของพื้นที่ชั้น 2 และชั้น 3 จะออกแบบส่วนนี้ให้เหมาะแก่การเป็นที่พักผ่อน โดย มีทั้งส่วนนั่งเล่นและส่วนเตรียมอาหาร เชื่อมกับพื้นที่ Outdoor Court ที่เป็นลานอเนกประสงค์ให้คน ในบ้านได้ใช้เป็นพื้นที่พูดคุยหรือมีกิจกรรมร่วมกัน หรือจะดัดแปลงเป็นที่ปลูกต้นไม้เพื่อสร้างวิ ธรรมชาติให้บ้านร่มรื่นก็ได้ นอกจากนี้ยังเป็นส่วนที่พาทั้งลมและแสงธรรมชาติเข้ามาในบ้าน ช่วยให้ บ้านมีอากาศถ่ายเทดีอีกเช่นกัน

นอกจาก Court ตรงกลางแล้ว การต่อเนื่องของพื้นที่สองชั้นนี้ยังสร้างให้เกิด Double Space ที่มีฝ้าเพดานสูงถึง 7 เมตร เพื่อรองรับการขยายของครอบครัวในอนาคต โดยการเตรียม โครงสร้างที่แข็งแรงไว้ให้เพื่อต่อเติมพื้นที่จะสามารถเพิ่มห้องนอนในอนาคตได้



ภาพที่ 5.5 บรรยากาศจำลองภายในบ้านส่วนพักอาศัย (ห้องนั่งเล่น)



ภาพที่ 5.6 บรรยากาศจำลองภายในบ้านส่วนพักอาศัย (ห้องนอน)

เห็นได้ว่าการออกแบบผลิตภัณฑ์นั้นค่อนข้างมีความยืดหยุ่นและมีพื้นที่เปิดโล่งค่อนข้างมาก ง่ายต่อการปรับเปลี่ยนฟังก์ชันต่างๆภายในบ้านให้เหมาะสมต่อการใช้งาน โดยจะ

สามารถปรับเปลี่ยนให้เป็นที่อยู่อาศัยหรือออฟฟิศทั้งหลัง หรือแบ่งสัดส่วนระหว่างที่อยู่อาศัยและออฟฟิศก็สามารถทำได้อย่างลงตัวเช่นเดียวกัน

จากข้างต้นที่ได้กล่าวถึงฟังก์ชันการใช้งานและแบบแปลนของบ้าน ในส่วนนี้จะกล่าวถึงรูปแบบการดีไซน์ของบ้าน ที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งได้ข้อสรุปไปในทิศทางเดียวกันที่ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ชื่นชอบในดีไซน์แบบ Modern (จากโครงการ The ACE) โดยสามารถแสดงรูปแบบการดีไซน์ของบ้านได้ดังต่อไปนี้



ที่มา : <https://www.facebook.com/Aland-Development-907890199267019/?fref=nf>



ที่มา : <http://thinkofliving.com/2016/01/12/the-ace-ศรีนครินทร์-review/>

ภาพที่ 5.7 รูปแบบการดีไซน์ภายนอกของอาคาร (บ้านแฝด)

### อาคารพาณิชย์

ในส่วนของอาคารพาณิชย์ จากที่ได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับทางด้านราคาเป็นหลัก การเลือกพัฒนาเป็นแบบ 3.5 ชั้นจะไม่ตอบโจทย์กับกลุ่มลูกค้าเนื่องจากจะมีระดับราคาที่สูงขึ้นกว่าแบบสามชั้นพอสมควร แต่ประโยชน์ใช้สอยบนชั้นลอยที่เพิ่มมานั้นน้อยกว่าราคาที่สูงขึ้นมา ดังนั้นเมื่อพิจารณาจากความต้องการของลูกค้าและระดับราคาที่สามารถแข่งขันได้ การพัฒนาเป็นอาคารพาณิชย์ 3 ชั้นจึงเป็นทางเลือกที่ดีที่สุด



ภาพที่ 5.8 แบบแปลนอาคารพาณิชย์

จากภาพข้างต้น เป็นแบบแปลนที่ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านได้ทำการเลือกเช่นเดียวกัน ประกอบไปด้วยห้องอเนกประสงค์ 3 ห้อง , ห้องน้ำ 4 ห้อง , ห้องโถง 1 ห้อง และโซว์รูม 1 ห้อง โดยเป็นแบบแปลนที่มีจำนวนห้องและจำนวนห้องน้ำมากที่สุดจากจำนวนตัวเลือกทั้งหมดที่ให้ทางกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์เลือก เป็นการแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภครู้สึกว่าอาคารพาณิชย์ให้ความสำคัญกับจำนวนห้องและประโยชน์ใช้สอยภายในตัวบ้านเป็นอย่างมาก และในส่วนถัดไปจะเป็นการแสดงผลภาพจำลองบรรยากาศภายในตัวบ้าน



ภาพที่ 5.9 บรรยากาศจำลองภายในบ้าน (อาคารพาณิชย์)

จากข้างต้นที่ได้กล่าวถึงฟังก์ชันการใช้งานและแบบแปลนของบ้าน ในส่วนนี้จะกล่าวถึงรูปแบบการดีไซน์ของบ้าน ที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งได้ข้อสรุปไปในทิศทางเดียวกันที่ผู้ให้สัมภาษณ์ชื่นชอบในดีไซน์แบบ Contemporary (จากโครงการ บ้านกลางเมือง-พินุลสงคราม) ทั้งสิ้น โดยสามารถแสดงรูปแบบการดีไซน์ของบ้านได้ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 5.10 รูปแบบการดีไซน์ภายนอกของอาคาร (อาคารพาณิชย์)





ที่มา : <http://www.apthai.com/ทาวน์โฮม/บ้านกลางเมือง/บ้านกลางเมือง-พินุลสงคราม/>

## 5.5.2 ราคา (Price)

### โฮมออฟฟิศ (Home Office)

ถึงแม้ว่าตัวโครงการ Dwellness จะไม่มีคู่แข่งทางตรงในพื้นที่ที่พัฒนาโครงการเป็นโฮมออฟฟิศเช่นเดียวกัน อย่างไรก็ตามทางผู้พัฒนาก็ได้คัดเลือกเอาโครงการที่มีฟังก์ชันการใช้งานและพื้นที่ใช้สอยของบ้าน รวมถึงระดับราคาที่ใกล้เคียงกันมาใช้เปรียบเทียบ เพื่อใช้สำหรับอ้างอิงและพิจารณาถึงความเป็นไปได้ในการขายของโครงการ

ตารางที่ 5.3 เปรียบเทียบราคาและพื้นที่ใช้สอยโครงการคู่แข่งโฮมออฟฟิศ

	คู่แข่งทางตรงบ้านแฝด					Our Project		
	 Pongkhun (Case Study)	 รุ่งทิวา (Case Study)	 ทินกร	 The Yada Pongkhun				
ผู้พัฒนาโครงการ	Pongkhun	รุ่งทิวา	ทินกรหรือฟเฟอร์ดี	The Yada Pongkhun				
หน้ากว้างที่ดิน (เมตร)	8.5 - 9	6	8	5.5		8.5		
จำนวนชั้น	3	3	3	3		3		
ห้องนอน	3	3	4	3		3		
ห้องน้ำ	4	4	5	4		4		
ห้องพักผ่อน	1	1	-	1		1		
ที่จอดรถ	2	2	1	2		3		
พื้นที่ใช้สอย (ตารางเมตร)	320	270	320	297		350		
ขนาดที่ดินมาตรฐาน (ตารางวา)	45	40	35	31		46.9		
ราคาต่อหลัง (บาท)	8,500,000	11,000,000	6,000,000	8,000,000	10,950,000	9,890,500	12,156,500	9,700,000
ราคาต่อขนาดที่ดิน (บาท/ตร.วา)	188,889	244,444	150,000	200,000	312,857	319,048	259,200	194,000
ราคาต่อพื้นที่ใช้สอย (บาท/ตร.ม.)	26,563	34,375	22,222	29,630	34,219	33,301	40,931	27,714

จากตารางเปรียบเทียบกับโครงการคู่แข่ง ถึงแม้ว่าโครงการ Dwellness จะมีพื้นที่ใช้สอยและขนาดที่ดินมากกว่าก็ตาม แต่ระดับราคาที่เป็นไปได้ในการขายสมควรจะอยู่ในช่วง 9-10 ล้านบาท เนื่องจากปัจจัยทางด้านทำเลที่ตั้ง ที่โครงการคู่แข่งนั้นส่วนใหญ่จะตั้งอยู่บน ถนน วงศ์วานิช ที่มีปัจจัยบวกจากการเป็นทำเลเกิดใหม่สำหรับที่อยู่อาศัยราคาสูงในทำเลใหญ่ทำให้ราคาที่ดินในบริเวณนั้นเพิ่มสูงขึ้น ถึงแม้ว่าจะมีระยะทางที่ใกล้เคียงกับทำเลของโครงการ Dwellness ในการเดินทางเข้าสู่ย่านการค้าของตัวเมืองหาดใหญ่ก็ตาม

ดังนั้นระดับราคาของโฮมออฟฟิศของโครงการจะเริ่มตันที่ 9.4 ล้านบาท ส่วนที่ดินส่วนเพิ่มจะทำให้ระดับราคาของบ้านแต่ละยูนิตเพิ่มขึ้นตารางวาละ 100,000 บาท โดยเฉพาะยูนิตในสุดที่มีพื้นที่กว่า 58 ตารางวา ซึ่งจะมีราคาขายอยู่ที่ 10,500,000 บาท

การตั้งราคาบ้านจะมีความแตกต่างกันตามช่วงเวลา โดยในเฟสโฮมออฟฟิศจะเริ่มเปิดจองตั้งแต่ในช่วง Soft Opening หรือช่วงเริ่มต้นโครงการ ซึ่งจะมีราคาขายถูกกว่าช่วงหลังการเปิดตัวโครงการ Grand Opening ที่บ้านตัวอย่างเสร็จพร้อมเข้าชม โดยทางโครงการจะปรับราคาขายของบ้านเพิ่มขึ้นหลังละ 1% สามารถแจกแจงราคาขายของบ้านแต่ละหลังได้ดังตารางต่อไปนี้



ตารางที่ 5.4 แจกแจงราคาโฮมออฟฟิศแต่ละหน่วยขาย

โฮมออฟฟิศ	พื้นที่ใช้สอย (ตร.ม.)	ขนาดที่ดิน (ตร.วา)	ราคาขาย (Soft Opening)	ราคาขาย (Grand Opening)	หมายเหตุ
ยูนิต 1	350	46	9,400,000	9,900,000.00	บ้านตัวอย่าง
ยูนิต 2	350	46.5	9,450,000	9,544,500.00	
ยูนิต 3	355	47	9,500,000	9,595,000.00	
ยูนิต 4	355	47.5	9,550,000	9,645,500.00	
ยูนิต 5	360	48	9,650,000	9,746,500.00	
ยูนิต 6	360	49	9,750,000	9,847,500.00	
ยูนิต 7	360	50	9,750,000	9,847,500.00	
ยูนิต 8	370	50.5	9,900,000	9,999,000.00	
ยูนิต 9	390	58	10,500,000	10,605,000.00	

หมายเหตุ : บ้านหลังที่ 1 เป็นบ้านตัวอย่าง ขายพร้อมการตกแต่ง (Fully-Furnished) โดยจะเพิ่มราคาขายไปอีก 500,000 บาท ซึ่งจะส่งมอบให้กับลูกค้าเมื่อปิดโครงการหรือไม่เกินเดือนที่ 24 นับแต่เริ่มเปิดโครงการ

#### อาคารพาณิชย์

การตั้งราคาขายของบ้านประเภทอาคารพาณิชย์นั้น สามารถตั้งได้จากการเปรียบเทียบกับโครงการคู่แข่งโดยสามารถแสดงตารางเปรียบเทียบกับได้จากตารางด้านล่าง

ตารางที่ 5.5 เปรียบเทียบราคาและพื้นที่ใช้สอยโครงการคู่แข่งอาคารพาณิชย์

ชื่อโครงการ	โครงการ ทรัพย์เจริญ		Our Project
	ทรัพย์เจริญ	ทรัพย์เจริญ รัชการ	
ผู้พัฒนาโครงการ			
ขนาดบ้าน กว้าง x ยาว (เมตร)	4 x 13	4.2 x 13	4.5 x 15
จำนวนชั้น	3	3	3
ห้องนอน	3	3	3
ห้องน้ำ	4	4	4
ห้องเอนกประสงค์	1	1	1
พื้นที่ใช้สอย (ตารางเมตร)	156	163	185
ขนาดที่ดินมาตรฐาน (ตารางวา)	18	19	20.25
ราคาต่อหลัง (บาท)	6,000,000	6,000,000	6,700,000
ราคาต่อขนาดที่ดิน (บาท/ตร.วา)	333,333	315,789	330,864
ราคาต่อพื้นที่ใช้สอย (บาท/ตร.ม.)	38,461.54	36,809.82	36,216.22

เห็นได้ว่าโครงการคู่แข่งทั้ง 2 โครงการ มีความกว้างของบ้านและพื้นที่ใช้สอยน้อยกว่าของโครงการ ดังนั้นระดับราคาของโครงการย่อมสูงกว่าแปรผันตามขนาดพื้นที่ใช้สอยและรูปแบบการดีไซน์ที่สมัยกว่าโครงการคู่แข่งที่จะมีต้นทุนการก่อสร้างเพิ่มสูงขึ้นเล็กน้อย แต่ถึงอย่างไรก็ตามราคาต่อตารางเมตรของโครงการจะต้องอยู่ในระดับที่แข่งขันได้ ไม่เกินไปกว่า 10% ของราคาต่อตารางเมตรของโครงการคู่แข่ง

ดังนั้นระดับราคาของอาคารพาณิชย์จะเริ่มตั้งแต่ 6.7 ล้านบาท แต่จะมียูนิตหัวมุมที่มีราคาสูงกว่ายูนิตอื่น เนื่องจากจะมีพื้นที่ใช้สอยเพิ่มเติมบริเวณด้านข้างของตัวบ้าน

เช่นเดียวกับกรณีเฟสของโฮมออฟฟิศที่จะมีการปรับราคาขึ้นของบ้านตามแต่ละช่วงเวลา โดยในเฟสอาคารพาณิชย์จะเริ่มขายในช่วงเปิดตัวโครงการ Grand Opening ซึ่งจะมีราคาขายต่ำกว่าช่วงที่บ้านสร้างแล้วเสร็จ โดยเมื่อบ้านสร้างแล้วเสร็จทางโครงการจะมีการปรับราคาขึ้นในทุกยูนิต อัตรายูนิตละ 2% จากราคาขายช่วงเปิดตัวโครงการ สามารถแสดงราคาของอาคารพาณิชย์แต่ละยูนิตได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5.6 แจกแจงราคาอาคารพาณิชย์แต่ละหน่วยขาย

อาคารพาณิชย์	พื้นที่ใช้สอย (ตร.ม.)	ขนาดที่ดิน (ตร.วา)	ราคาขาย (Grand Opening)	ราคาขาย (บ้านแล้วเสร็จ)
ยูนิต 1-3	185	20.25 - 21	6,700,000	6,834,000.00
ยูนิต 4 (หัวมุม)	185	30.25	7,500,000	7,650,000.00

จากการตั้งราคาขายของทั้งสองผลิตภัณฑ์ข้างต้น จะสามารถสรุปแผนงานขายของโครงการได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 5.7 ราคาขาย

แผนงานขาย	ราคาขาย	จองทำสัญญา	ดาวน์โหลด	โอน (จอง เดือน 1-10, ดาวน์ 9 เดือน)	โอน (จอง เดือน 11-14, ดาวน์ 6 เดือน)	โอน (จอง เดือน 15-18, ดาวน์ 3 เดือน)	โอน (ตั้งแต่ เดือน 19, บ้านเสร็จไม่มีดาวน์)	ส่วนเพิ่มค่าตกแต่งบ้านตัวอย่าง
บ้านแฝด 3.5 ชั้น	9,713,297	200,000	50,000	9,063,297	9,213,297	9,456,930	9,608,430	500,000
อาคารพาณิชย์ 3 ชั้น	6,901,455	150,000	35,000	6,541,455	6,743,684			

ตารางที่ 5.8 แผนงานขาย

Absorption Rate	เดือนที่	1st Year												2nd Year									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	
บ้านแฝด 3.5 ชั้น	9 ยูนิต			1		1		1		1	1				1		1		1				โอนส่งมอบให้ลูกค้าเรียบร้อยแล้ว
อาคารพาณิชย์ 3 ชั้น	4 ยูนิต										1	1		1		1							
<b>รวม</b>	<b>13 ยูนิต</b>			1		1		1		1	1		2	2		1	1	1	1		1		-

### 5.5.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

#### 5.5.3.1 สำนักงานขาย (Sales Office) หน้าโครงการ

โครงการ Dwellness ตั้งอยู่ในทำเลใจกลางเมืองหาดใหญ่ สามารถเดินมาได้โดยสะดวก อีกทั้งถนนบริเวณหน้าโครงการมีความกว้างถึง 12 เมตร ซึ่งง่ายต่อการเข้าถึงและจอดรถเพื่อเข้าเยี่ยมชมโครงการ จึงสามารถจัดตั้งสำนักงานขาย พร้อมบ้านตัวอย่างได้ที่บริเวณตัวโครงการ โดยที่สำนักงานขายจะแล้วเสร็จในช่วงเดือนที่ 3 ของการเปิดโครงการ และสามารถเปิดให้

ลูกค้าเข้ามาเยี่ยมชมและดูแบบแปลน โมเดลตัวอย่างของบ้าน และสอบถามรายละเอียดต่างๆรวมถึงรับเอกสารไว้ใช้สำหรับการพิจารณาเลือกซื้อบ้านจากทางโครงการ

ในส่วนของบ้านตัวอย่างจะก่อสร้างแล้วเสร็จในช่วงเดือนที่ 11 นับตั้งแต่เริ่มพัฒนาโครงการ โดยในช่วงเวลาดังกล่าวจะเป็นการเปิดตัวโครงการ Grand Opening พร้อมให้ลูกค้าสามารถเข้ามาเยี่ยมชมบ้านตัวอย่างได้ทันที

### 5.5.3.2 บุรณาตเล็กนออสถานที่

ทางโครงการได้คำนึงถึงการสื่อสาร และสร้างการรับรู้ถึงการเปิดตัวของโครงการแก่กลุ่มลูกค้า โดยได้พิจารณาในการจัดบูธของโครงการนออสถานที่ดังต่อไปนี้

ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล เฟสตีวัลหาดใหญ่ ที่ถือได้ว่าเป็นศูนย์รวมของการช้อปปิ้งแห่งใหม่ของชาวหาดใหญ่ โดยจะเป็นการจัดบูธในช่วง Soft Opening หรือช่วงเริ่มโครงการเพื่อสร้างการรับรู้ถึงการเปิดตัวของโครงการ Dwellness ให้กับลูกค้าทุกกลุ่ม

### 5.5.3.3 ช่องทางการขายออนไลน์ เว็บไซต์โครงการ และโซเชียลมีเดีย

ในปัจจุบัน ถือได้ว่าสื่อออนไลน์เป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อการดำรงชีวิตของทุกคน เพราะสามารถเข้าถึงได้ง่าย และมีข้อมูลต่างๆอยู่อย่างมากมายมหาศาล การใช้ช่องทางการขายผ่านสื่อออนไลน์จึงเป็นช่องทางที่สำคัญ อีกทั้งยังเป็นช่องทางที่ได้ผลและคุ้มค่าเมื่อพิจารณาจากต้นทุนที่ใช้ โดยทางโครงการจะเริ่มเปิดตัวเว็บไซต์ของโครงการและเพจต่างๆทางโซเชียลมีเดีย (Facebook , Instagra , Twitter) ตั้งแต่ก่อนเริ่มเปิดตัวโครงการ (Soft Opening) เพื่อให้ลูกค้าเกิดการรับรู้ถึงการเปิดตัวของโครงการและข้อมูลโดยสังเขปของโครงการ Dwellness ที่จะมีขึ้นในอนาคต ก่อนที่จะมีการเปิดตัวของโครงการจริง

### 5.5.4 กิจกรรมส่งเสริมการตลาด (Promotion)

#### โฮมออฟฟิศ (Home Office)

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการศึกษาจากงานวิจัยชิ้นอื่นๆ พบว่ากลุ่มลูกค้าที่ซื้อที่อยู่อาศัยราคาสูง การใช้วิธีการส่งเสริมการขายจะไม่ได้ผลมากนัก จะต้องวางตำแหน่งทางการตลาดของสินค้าด้วยการสร้างความภาคภูมิใจและการเป็นรางวัลแห่งความสำเร็จในชีวิต ดังนั้นการส่งเสริมการขายจะไม่ใช้วิธีการลดราคาและแถม แต่จะใช้เป็นการเพิ่มเติมในส่วนของการBuilt-Inภายในตัวบ้านตามจุดที่สำคัญ(Fully-Fitted) รวมถึงการติดตั้งเครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น เครื่องครัว เครื่องปรับอากาศ พร้อมใช้งานสำหรับทุกหลัง เพื่อให้ตัวสินค้าเมื่อแล้วเสร็จดูมีความเป็นพรีเมียมมากขึ้น

### อาคารพาณิชย์

จากกรณีข้างต้นจะมีความแตกต่างจากกรณีของอาคารพาณิชย์ที่ผู้ซื้อส่วนใหญ่จะมีจุดประสงค์ไว้สำหรับการลงทุน เพื่อปล่อยเช่าในอนาคต การใช้แผนส่งเสริมการขายกระตุ้นยอดขายและเร่งการโอนกรรมสิทธิ์จะเป็นวิธีที่ได้ผล โดยสำหรับแผนการส่งเสริมการขายเฟสอาคารพาณิชย์จะดำเนินแผนการตลาดดังต่อไปนี้

- ส่วนลดเงินสด 100,000 บาท และฟรีค่าใช้จ่ายในการโอนกรรมสิทธิ์สำหรับลูกค้าที่ซื้อด้วยเงินสด
- ส่วนลดเงินสด 50,000 บาท สำหรับลูกค้าที่จองบ้านในช่วงเดือนแรกของการเปิดขาย

## 5.6 การสื่อสารทางการตลาดเชิงบูรณาการ (Integrated Marketing Communication: IMC)

การสื่อสารการตลาดแบบเชิงบูรณาการ หมายถึง กระบวนการพัฒนาแผนงานการสื่อสารการตลาดที่ต้องใช้การสื่อสารหลายรูปแบบกับกลุ่มลูกค้าอย่างต่อเนื่อง โดยเครื่องมือของการสื่อสารการตลาดต้องเหมาะสม ตรงใจกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้เกิดการรับรู้และเกิดการกระตุ้นให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเข้าเยี่ยมชมโครงการมากที่สุด เนื่องจากโครงการวางแผนการขายเป็นระยะเวลา 24 เดือน ทั้งนี้ได้มีการเตรียมการขยล่วงหน้าก่อน Grand Opening และ Pre-sales เป็นเวลา 3 เดือน โดยมีการวางแผนกิจกรรมส่งเสริมการตลาดในแต่ละช่วง ตามรายละเอียดดังนี้ (แผนการตลาดและงบประมาณตามภาคผนวก)

ตัวโครงการจะใช้เวลาก่อสร้างโดยประมาณ 20 เดือน โดยต้องมีการสื่อสารการตลาดในช่วงเวลาก่อนการก่อสร้าง ระหว่างที่กำลังก่อสร้างอาคาร และหลังการก่อสร้างโครงการเสร็จสมบูรณ์จนเริ่มใช้งานแล้ว โดยมีการวางแผนกิจกรรมส่งเสริมการตลาดในแต่ละช่วง ตามรายละเอียดดังต่อไปนี้

### 5.6.1 การโฆษณา

➤ ป้ายโฆษณา ( Billboard ) ทั้งขนาดใหญ่และขนาดเล็ก

#### วัตถุประสงค์

1. เพื่อสร้างการรับรู้ในตัวโครงการ รู้ถึงจุดเด่นข้อได้เปรียบของโครงการ
2. เพื่อดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายที่เดินทางโดยรถยนต์รวมถึงผู้พักอาศัยในบริเวณโครงการ

### การดำเนินการ

1. จัดทำป้ายโฆษณาที่ด้านหน้าของโครงการเข้าพื้นที่ป้ายโฆษณาขนาดกลางบริเวณ ถนนวงเวียนน้ำพุ ถนนเพชรเกษม และบริเวณตลาดกิมหยง
2. เข้าพื้นที่ป้ายโฆษณาขนาดเล็กโดยรอบโครงการ

### งบประมาณ

1. ค่าใช้จ่ายในการทำป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ละ 30,000 บาท จำนวน 2 ป้าย รวม 60,000 บาท ติดตั้งป้ายด้วยความถี่ 2 ครั้ง รวมเป็นเงิน 120,000 บาท
2. ค่าเช่าที่ติดตั้งป้ายโฆษณาขนาดใหญ่จำนวน 2 จุด คือ วงเวียนน้ำพุ และ บริเวณตลาดกิมหยง ที่เป็นบริเวณที่มีการสัญจรหนาแน่นตลอดทั้งวัน เฉลี่ยจุดละ 25,000 บาท ต่อเดือน รวม 50,000 บาทต่อเดือน ระยะเวลาดำเนินการทั้งสิ้น 18 เดือน รวมเป็นค่าใช้จ่าย 900,000 บาทเริ่มดำเนินการตั้งแต่ช่วงปรับพื้นที่โครงการ รวมเป็นเงิน 720,000 บาท
3. ค่าใช้จ่ายในการทำป้ายโฆษณาขนาดเล็กจำนวน 25 ป้าย ราคาป้ายละ 2,000 บาท รวมทั้งหมดเป็นเงิน 50,000 บาท ติดตั้งป้ายจำนวน 2 ครั้ง รวมเป็นเงิน 100,000 บาท โดยจะนำมาติดบริเวณหน้าโครงการและตามถนนต่างๆโดยรอบโครงการ

### ➤ แผ่นพับ ( Brochure )

#### วัตถุประสงค์

เพื่อประชาสัมพันธ์กับลูกค้าที่เข้ามาเยี่ยมชมโครงการ และการสำหรับการใช้ในกรณีออกบูธ

#### การดำเนินการ

แผ่นพับขนาดกระดาษ A4 ซึ่งมีรายละเอียดของโครงการรวมถึงข้อมูลการติดต่อ พิมพ์สี่สีด้วยกระดาษอาร์ต

#### งบประมาณ

แผ่นพับจำนวน 1,000 ฉบับ ฉบับละ 5 บาท สั่งพิมพ์ทั้งหมด 2 ครั้ง รวมเป็นเงิน 10,000 บาท

### ➤ นิตยสารและสื่อสิ่งพิมพ์ (Magazine and Newspaper)

#### วัตถุประสงค์

เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายรับทราบข้อมูลเบื้องต้นของโครงการ

#### การดำเนินการ

ลงโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ท้องถิ่นของอำเภอหาดใหญ่ เช่น หนังสือพิมพ์โฟกัส , นิตยสาร โลฟส์สไตล์แจกฟรี GENWHY เป็นต้น โดยเริ่มลงโฆษณาตั้งแต่ช่วงดำเนินการก่อสร้าง เป็นระยะเวลารวม 12 เดือน

#### งบประมาณ

ลงโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ทั้งหมด 12 ครั้ง ครั้งละ 5,000 บาท รวมเป็นเงิน 60,000 บาท

### 5.6.2 การตลาดทางตรง

#### ➤ การจัดจ้างพนักงานขาย

##### วัตถุประสงค์

เป็นผู้ที่ให้ข้อมูลทั้งหมดของโครงการ จึงต้องมีการฝึกอบรมเพื่อให้ข้อมูลกับลูกค้าและ ปิดการขายได้ไวขึ้น โดยมีค่าคอมมิชชั่นเป็นสิ่งจูงใจ ทำให้โครงการรับรู้รายได้ไวขึ้น

##### การดำเนินการ

โครงการได้จัดจ้างเจ้าหน้าที่ฝ่ายขาย จำนวน 1 คน โดยจะให้เงินเดือน เดือนละ 12,000 บาท และค่าคอมมิชชั่น 0.3% จากราคาขายบ้าน

#### ➤ เว็บไซต์ของโครงการ และสื่อโซเชียลมีเดีย

##### วัตถุประสงค์

1. เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของโครงการและสื่อสารข้อมูลของโครงการผ่านสื่อออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคอย่างมากในปัจจุบัน
2. เพื่อใช้เป็นช่องทางการติดต่อสื่อสารกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในวงกว้าง เนื่องจากเว็บไซต์เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมและเข้าถึงง่าย
3. เพื่อให้ได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์จากลูกค้าที่ลงทะเบียนเข้าเยี่ยมชมทางหน้าเว็บไซต์โครงการเพื่อใช้ในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อไป

##### การดำเนินการ

จัดทำเว็บไซต์ของโครงการ เป็นแหล่งข้อมูลเชิงลึก ที่บอกถึงรายละเอียดโครงการ ผังโครงการ รูปแบบ อาคาร ที่ตั้ง รูปภาพ และความคืบหน้าของโครงการ ซึ่งมีต้นทุนต่ำ แต่มีประสิทธิภาพทางการตลาดสูง และลูกค้าสามารถเข้ามาหาข้อมูลของโครงการได้ตลอดเวลา และจัดทำหน้าเว็บเพจต่างๆ อาทิ Facebook , Instagram , Twitter ที่มีผู้ใช้งานและติดตามสื่อออนไลน์เหล่านี้เป็นจำนวนมาก และจัดซื้อโฆษณาบน Facebook และเว็บต่างๆที่คนท้องถิ่นหาดใหญ่เข้าถึง เช่น Gimyong.com ที่จะ

สามารถอัปเดตข้อมูลข่าวสารและความคืบหน้าของโครงการให้ผู้ติดตามสื่อออนไลน์เหล่านี้ได้ตลอดเวลา

#### งบประมาณ

1. ค่าออกแบบเว็บไซต์ เป็นเงิน 30,000 บาท โดยเริ่มเตรียมการออกแบบก่อนการเปิดโครงการ ล่วงหน้า 3 เดือน
2. ค่าเช่าและดูแลเว็บไซต์ เดือนละ 3,000 บาท โดยเริ่มเปิดใช้เว็บไซต์โครงการ 3 เดือนก่อนการเปิดโครงการ จนถึงช่วงปิดโครงการ
3. ค่าโฆษณาออนไลน์เดือนละ 4,000 บาทเป็นระยะเวลา 21 เดือน รวมเป็นเงิน 84,000 บาท

#### ➤ สื่อวิทยุท้องถิ่น

##### วัตถุประสงค์

เพื่อเป็นการสื่อสารอย่างตรงจุดกับลูกค้าภายในพื้นที่ ที่การโฆษณาผ่านทางวิทยุยังคงเป็นที่ได้ผล

##### การดำเนินการ

เริ่มดำเนินการตั้งแต่เริ่มเปิดตัวโครงการ (Soft Opening) เป็นเวลา 12 เดือน

##### งบประมาณ

ค่าใช้จ่ายในการซื้อสปอตวิทยุท้องถิ่น 10,000 บาท ต่อเดือน รวมทั้งสิ้น 120,000 บาท

#### ➤ การออกบูธห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลเฟสติวัลหาดใหญ่

##### วัตถุประสงค์

เพื่อสร้างการรับรู้การเปิดตัวโครงการแก่บุคคลภายนอก โดยจะมีการจัดบูธโครงการพร้อมกับการเริ่มเปิดตัวโครงการ (Soft Opening) ในคราวเดียวกัน

##### การดำเนินการ

การออกบูธที่ห้างเซ็นทรัลเฟสติวัลหาดใหญ่ เป็นจำนวน 7 วัน ในการออกบูธจะใช้พื้นที่ประมาณ 10-15 ตารางเมตร โดยใช้บูธสำเร็จรูปชนิดถอดประกอบได้รวดเร็ว พร้อมจอ LCD เพื่อนำเสนอภาพจำลองรูปแบบและการตกแต่งโครงการ โดยการออกบูธที่เซ็นทรัลเฟสติวัลหาดใหญ่จะดำเนินการพร้อมกับ Soft Opening เพื่อเป็นการสื่อสารถึงการเปิดตัวของโครงการในคราวเดียวกัน การจัดบูธจะเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับผู้สนใจซื้อสินค้าของโครงการ โดยผู้ซื้อจะสามารถจองและทำสัญญาในวันเดียวกันที่บูธได้โดยไม่ต้องเข้าไปที่สำนักงานขายอีกครั้ง และสำหรับลูกค้าที่ทำการจองบ้านตัวอย่างในวัน Soft Opening จะได้รับราคาบ้านที่ต่ำกว่าหลังจากที่ได้เปิดตัวโครงการ

(Grand Opening) ไปแล้วเนื่องจากทางโครงการจะปรับราคาของบ้านเพิ่มขึ้นในช่วงเวลาดังกล่าว

#### งบประมาณ

ค่าเช่าบูธและอุปกรณ์ ครั้งละ 50,000 บาท

#### ➤ งานเปิดตัวโครงการ (Grand Opening)

##### การดำเนินการ

จะดำเนินการหลังจากที่บ้านตัวอย่างแล้วเสร็จ โดยจะเริ่มในช่วงเดือน 11 นับตั้งแต่เริ่มโครงการ การจัดงานจะมีระยะเวลาประมาณ 15 วัน โดยจะเป็นการจัดกิจกรรมโดยใช้พื้นที่ภายในบริเวณโครงการและสำนักงานขาย และจะมีการจัดเลี้ยงอาหารและเครื่องดื่มในช่วงเวลาดังกล่าว

#### งบประมาณ

ค่าใช้จ่ายในการจัดงาน รวมถึงค่าอาหารและเครื่องดื่มตลอดช่วงงานเปิดตัวโครงการ วันละ 4,000 บาท รวมค่าใช้จ่ายเป็น 60,000 บาท

ตารางที่ 5.9 แผนการตลาด

แผนการตลาด	ช่วงเตรียมการ			1st Year											
	ก่อน 3 เดือน	ก่อน 2 เดือน	ก่อน 1 เดือน	เดือน 1	เดือน 2	เดือน 3	เดือน 4	เดือน 5	เดือน 6	เดือน 7	เดือน 8	เดือน 9	เดือน 10	เดือน 11	เดือน 12
<b>Marketing Event</b>															
Soft Opening + จัดบูธ							50,000								
Grand Opening														60,000	
<b>Advertising</b>															
โบรชัวร์					5,000									5,000	
บิลบอร์ด				110,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	110,000	50,000	50,000
ป้ายขนาดเล็กรอบโครงการ				40,000										40,000	
นิตยสารและสื่อสิ่งพิมพ์								5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
<b>Direct Marketing</b>															
วิทยุ						10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
เว็บไซต์ สื่อออนไลน์	37,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000
<b>Sales Promotion</b>															
ลดราคา															50,000
<b>Total</b>	<b>37,000</b>	<b>7,000</b>	<b>7,000</b>	<b>157,000</b>	<b>62,000</b>	<b>117,000</b>	<b>67,000</b>	<b>72,000</b>	<b>72,000</b>	<b>72,000</b>	<b>72,000</b>	<b>72,000</b>	<b>177,000</b>	<b>182,000</b>	<b>72,000</b>
	<b>2nd Year</b>														
<b>แผนการตลาด</b>	<b>เดือน 13</b>	<b>เดือน 14</b>	<b>เดือน 15</b>	<b>เดือน 16</b>	<b>เดือน 17</b>	<b>เดือน 18</b>	<b>เดือน 19</b>	<b>เดือน 20</b>	<b>เดือน 21</b>	<b>เดือน 22</b>	<b>รวม</b>				
<b>Marketing Event</b>											-				
Soft Opening + จัดบูธ											50,000				
Grand Opening											60,000				
<b>Advertising</b>											-				
โบรชัวร์											10,000				
บิลบอร์ด	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000					1,020,000				
ป้ายขนาดเล็กรอบโครงการ											80,000				
นิตยสารและสื่อสิ่งพิมพ์	5,000	5,000	5,000	5,000							60,000				
<b>Direct Marketing</b>											-				
วิทยุ	10,000	10,000									120,000				
เว็บไซต์ สื่อออนไลน์	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000		198,000				
<b>Sales Promotion</b>											-				
ลดราคา										100,000	150,000				
<b>Total</b>	<b>72,000</b>	<b>72,000</b>	<b>62,000</b>	<b>62,000</b>	<b>57,000</b>	<b>57,000</b>	<b>7,000</b>	<b>7,000</b>	<b>107,000</b>	<b>-</b>	<b>1,748,000</b>				



## บทที่ 6

### การวิเคราะห์การก่อสร้างและการลงทุน

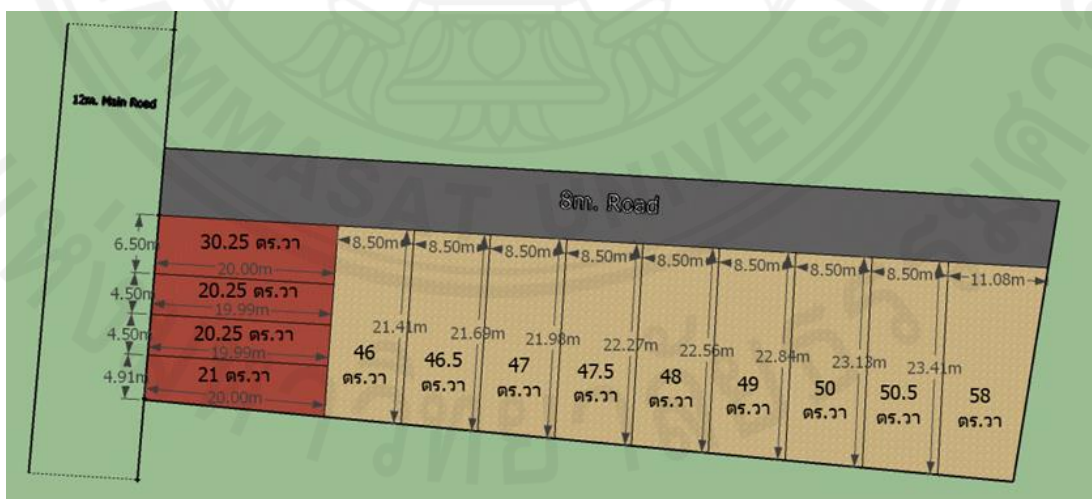
#### 6.1 ลักษณะและรูปแบบของโครงการ

ขนาดที่ดินโครงการ : 1 ไร่ 3 งาน 70 ตารางวา

ลักษณะโครงการ : พัฒนาเป็นบ้านแฝดเชิงโฮมออฟฟิศความสูง 3 ชั้นครึ่ง จำนวน 9 ยูนิต และอาคารพาณิชย์ความสูง 3 ชั้น จำนวน 4 ยูนิต มีรายละเอียดพื้นที่ก่อสร้าง และพื้นที่ขายทั้งหมดดังนี้

ตารางที่ 6.1 การใช้ประโยชน์จากที่ดิน

การใช้ประโยชน์จากที่ดิน	ขนาด (ตารางวา)	%
พื้นที่ขายสุทธิ (NSA)	534.9	74%
พื้นที่ขายเฟสบ้านแฝด	453.9	63%
พื้นที่ขายเฟสอาคารพาณิชย์	81.0	11%
พื้นที่ส่วนกลาง	185.1	26%
พื้นที่โครงการ	720	100%



ภาพที่ 6.1 ผังโครงการ

ส่วนที่เป็นสีแดง เป็นเฟสอาคารพาณิชย์ โดยทุกยูนิตมีขนาดที่ดินเท่ากันที่ 20.25 ตารางวา ยกเว้นยูนิตหัวมุมที่จะมีขนาดที่ดิน 30.25 ตารางวา ส่วนที่เป็นสีเหลือง เป็นเฟสโฮมออฟฟิศ แต่ละยูนิตมีขนาดที่ดินตั้งแต่ 46 – 58 ตารางวา

แบบแปลนบ้าน :

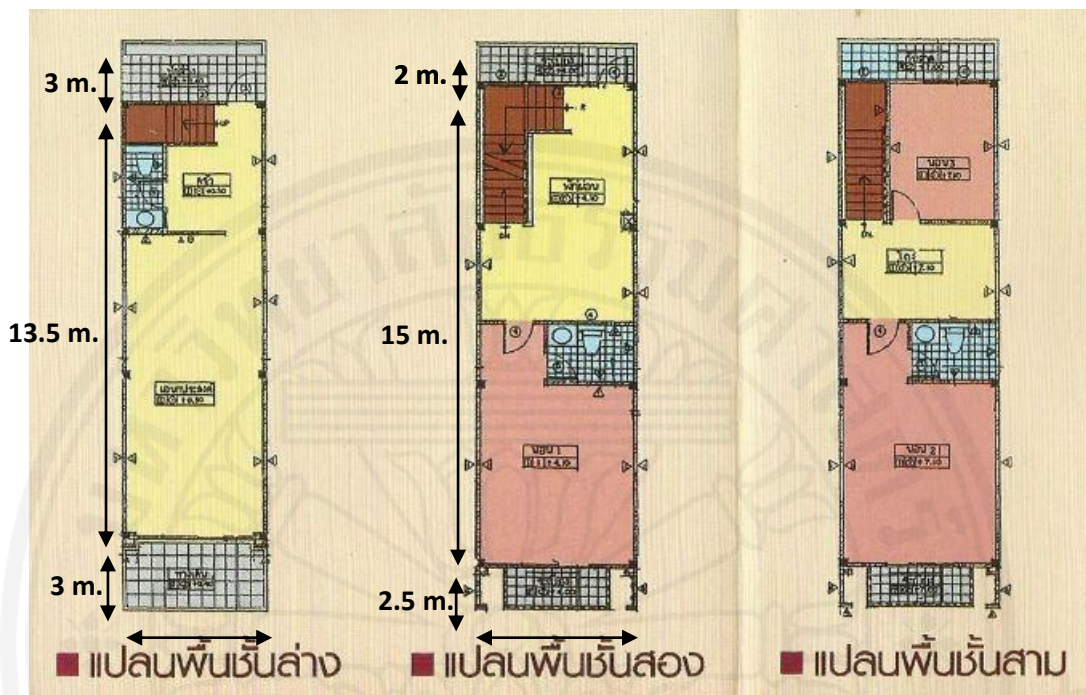
- โฮมออฟฟิศ



ภาพที่ 6.2 แบบแปลนบ้านโฮมออฟฟิศ

จากแบบแปลนบ้าน สามารถอธิบายรายละเอียดได้ดังนี้ เป็นบ้านแฝดขนาดบ้าน 6.5 x 14.5 เมตร พื้นที่ใช้สอยมาตรฐาน 350 ตารางเมตร โดยในส่วนชั้นจอดรถจนถึงชั้นลอยได้จำลองฟังก์ชันการใช้งานให้เป็นออฟฟิศ ส่วนชั้น 2 และชั้น 3 จะเป็นในส่วนของที่อยู่อาศัย โดยสามารถแบ่งได้เป็น 2 ห้องนอน , 1 ห้องนั่งเล่น/ห้องรับประทานอาหาร , 2 ห้องอเนกประสงค์ , 4 ห้องน้ำ และ 4-5 ที่จอดรถ อย่างไรก็ตามจากการออกแบบที่ต้องการให้สามารถปรับเปลี่ยนฟังก์ชันการใช้งานได้หลายรูปแบบเพื่อให้ตอบโจทย์กับลูกค้าที่มีความต้องการใช้พื้นที่ภายในบ้านที่ต่างกันไป ดังนั้นจำนวนห้องต่างๆภายในบ้านสามารถปรับเปลี่ยน ได้อย่างอิสระ

- อาคารพาณิชย์



ภาพที่ 6.3 แบบแปลนบ้านอาคารพาณิชย์

จากแบบแปลนอาคารพาณิชย์ สามารถอธิบายรายละเอียดได้ดังนี้ เป็นตึกแถวขนาด 4.5 x 12 เมตร พื้นที่ใช้สอย 185 ตารางเมตร ตามแบบแปลนมาตรฐานมี 3 ห้องนอน , 1 ห้องโถง , 1 ห้องโห้รวม และ 4 ห้องน้ำ

## 6.2 การบริหารงานก่อสร้าง (Construction Management)

คือการจัดการ ประเมินการ ควบคุมและติดตามผลความคืบหน้าในการก่อสร้างให้เสร็จ ได้ทันเวลาในแผนงานที่วางไว้ และภายในงบประมาณที่กำหนด ซึ่งแบ่งได้เป็น 3 ช่วงเวลาหลักๆ ดังนี้

### 6.2.1 ช่วงก่อนดำเนินการก่อสร้าง

ภายหลังจากที่ได้ทำการศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility Study) จะมีทีมบริหารจัดการโครงการเริ่มจัดจ้างที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญในวิชาชีพที่เกี่ยวข้องสาขาต่างๆ เช่นที่ปรึกษางานออกแบบ งานระบบอาคาร เป็นต้น และจัดจ้าง Construction Management หรือ CM ที่จะทำการสอบราคาและจัดหาจัดจ้างผู้รับเหมา ควบคุมงานก่อสร้างให้แล้วเสร็จตามที่กำหนด

แผนงานไว้ รวมถึงการขอใบอนุญาตก่อสร้าง รวมระยะเวลาตั้งแต่สิ้นสุดทำการศึกษาความเป็นไปได้ จนถึงได้รับอนุญาตก่อสร้าง 3 เดือน

หลังจากนั้นจะทำการจัดหางบประมาณของค่าก่อสร้าง ซึ่งจะใช้วิธีการประมาณราคาจากวัสดุที่ใช้ก่อสร้างจริงคิดราคาเป็นต่อตารางเมตร เพื่อเป็นการหาราคาต้นทุนต้นทุนค่าก่อสร้างจริงต่อตารางเมตรสำหรับใช้ในการประมาณการต้นทุนรวมของโครงการต่อไป โดยจะแยกออกเป็นสองกรณีตามรูปแบบของบ้านที่ก่อสร้าง

ตารางที่ 6.2 รายการประมาณการต้นทุนและวัสดุที่ใช้สำหรับแบบบ้านโฮมออฟฟิศ

รายการ		ราคา (บาท/ตร.ม.)	บ้านแฝด 3.5 ชั้น พื้นที่ก่อสร้าง 310 ตารางเมตร
<b>งานโครงสร้าง</b>			
เสาเข็มและฐานราก	6%	725	เสาเข็มตอกยาว 8-16 เมตร
โครงสร้างพื้น	17%	2,100	ระบบคานหล่อในที่ พื้นสำเร็จรูป
เสาและผนัง คสล.	3%	345	เสาและผนัง คสล.
โครงสร้างหลังคา	5%	600	โครงหลังคาเหล็ก
<b>รวมงานโครงสร้าง</b>	<b>31%</b>	<b>3,770</b>	
<b>งานสถาปัตยกรรม</b>			
งานตกแต่งพื้น			
ชั้น 1 : 100 ตร.ม.		200	พื้นเทพนทรายปรับระดับขัดมัน
ชั้นลอย, 2, 3 : 240 ตร.ม.		820	พื้นปูกระเบื้อง 24x24" 60% , พื้นแกรนิตในประเทศ 20% , กระเบื้อง 8x8" สีธรรมชาติ 20%
ราคาเฉลี่ย	5%	640	
งานฝ้าเพดาน	3%	370	ฝ้ายิปซัมฉาบเรียบทาสี
งานผนังและตกแต่ง	16%	2,000	ก่ออิฐ+ฉาบปูนทาสี ปูกระเบื้องบางส่วน
ประตู & หน้าต่าง	20%	2,400	ประตูไม้สัก หน้าต่างอลูมิเนียม กระฉกสี
วัสดุผนังหลังคา	2%	200	หลังคาแผ่นเหล็กเคลือบสี
สุขภัณฑ์	7%	850	ราคาสูง
อื่นๆ			
<b>รวมงานสถาปัตยกรรม</b>	<b>53%</b>	<b>6,460</b>	
<b>งานระบบ</b>			
ระบบไฟฟ้าและสื่อสาร	8%	1,000	สายไฟฟ้าร้อยท่อ/ลอย ดวงโคมธรรมดา เดินระบบสื่อสารเพิ่มเติม
ระบบปรับอากาศ	2%	300	
ระบบสุขาภิบาล	5%	600	
<b>รวมงานระบบ</b>	<b>16%</b>	<b>1,900</b>	
<b>รวมค่าก่อสร้าง</b>	<b>100%</b>	<b>12,130</b>	

ตารางที่ 6.3 รายการประมาณการต้นทุนและวัสดุที่ใช้สำหรับอาคารพาณิชย์

รายการ		ราคา (บาท/ตร.ม.)	อาคารพาณิชย์ 3 ชั้น พื้นที่ก่อสร้าง 162 ตารางเมตร
<b>งานโครงสร้าง</b>			
เสาเข็มและฐานราก	8%	700	เสาเข็มตอกยาว 8-16 เมตร
โครงสร้างพื้น	23%	2,000	ระบบคานหล่อในที่ พื้นสำเร็จรูป
เสาและผนัง คสล.	4%	330	เสาและผนัง คสล.
โครงสร้างหลังคา	3%	280	โครงหลังคาเหล็ก
<b>รวมงานโครงสร้าง</b>	<b>39%</b>	<b>3,310</b>	
<b>งานสถาปัตยกรรม</b>			
งานตกแต่งพื้น	8%	660	พื้นปูกระเบื้อง 24x24" 80% , กระเบื้อง 8x8" สีธรรมชาติ 20%
งานฝ้าเพดาน	4%	370	ฝ้ายิปซัมฉาบเรียบทาสี
งานผนังและตกแต่ง	21%	1,800	ก่ออิฐ+ฉาบปูนทาสี ปูกระเบื้องบางส่วน
ประตู & หน้าต่าง	11%	900	ประตูไม้เนื้อแข็ง หน้าต่างอลูมิเนียมกระฉก
วัสดุผนังหลังคา	2%	200	หลังคาแผ่นเหล็กเคลือบสี
สุขภัณฑ์	5%	400	ปานกลาง
อื่นๆ			
<b>รวมงานสถาปัตยกรรม</b>	<b>51%</b>	<b>4,330</b>	
<b>งานระบบ</b>			
ระบบไฟฟ้าและสื่อสาร	6%	500	สายไฟฟ้าร้อยท่อ/ลอย ดวงโคมธรรมดา
ระบบสุขาภิบาล	5%	400	
<b>รวมงานระบบ</b>	<b>11%</b>	<b>900</b>	
<b>รวมค่าก่อสร้าง</b>	<b>100%</b>	<b>8,540</b>	

หลังจากได้ต้นทุนค่าก่อสร้างต่อตารางเมตรของบ้านแต่ละแบบแล้ว ตารางต่อไป  
นี้จะเป็นการแสดงรายละเอียดต้นทุนค่าก่อสร้างรวมของโครงการ

ตารางที่ 6.4 รายละเอียดต้นทุนค่าก่อสร้างรวมโครงการ

รายจ่าย		หน่วย	ราคาต่อหน่วย	รวม
1	ค่าที่ดิน	720 ตารางวา	44,444	32,000,000
2	ค่าพัฒนาที่ดิน			
	ค่ารั้งวัดแบ่งแยก	ประมาณการ		21,600
	ปรับปรุงและถมดิน	ประมาณการ		138,600
	ก่อสร้างรั้ว กำแพงกันดิน			-
	<b>รวม</b>			<b>160,200</b>
3	ถนนและระบบสาธารณูปโภค			
	ก่อสร้างถนนคอนกรีตเสริมเหล็ก	700 ตารางเมตร	800	560,000
	ก่อสร้างระบบระบายน้ำ	ประมาณการ		99,000
	ก่อสร้างระบบไฟฟ้ารอบโครงการ	ประมาณการ		363,750
	<b>รวม</b>			<b>1,022,750</b>
4	Landscape & Hardscape			
	ซุ้มประตูทางเข้า			-
	ป้อมยาม			-
	สวนสาธารณะ			-
	ปลูกต้นไม้ตามแนวอาคาร	ประมาณการ		100,000
	<b>รวม</b>			<b>100,000</b>
5	ค่าออกแบบและค่าใช้จ่ายในการขออนุญาต			
	ค่าออกแบบผังโครงการ			-
	ค่าออกแบบงานสถาปัตย์	1.5%	ของค่าก่อสร้าง	590,649
	ค่าออกแบบสวนสาธารณะ			-
	ค่าสำเนาแบบ			-
	ค่าใช้จ่ายในการขออนุญาตทางราชการ	ประมาณการ		100,000
	<b>รวม</b>			<b>690,649</b>
6	ค่าก่อสร้างบ้าน			
6.1	บ้านแฝด 3.5 ชั้น	12,130 บาท/ตร.ม.	พื้นที่ก่อสร้าง 2,790 ตร.ม.	
	ดอกเสาเข็ม	6.0%	ของค่าก่อสร้าง	2,030,562
	โครงสร้างพื้นชั้นล่าง	8.0%	ของค่าก่อสร้าง	2,707,416
	โครงสร้างพื้นชั้นสอง	6.0%	ของค่าก่อสร้าง	2,030,562
	โครงสร้างพื้นชั้นสาม	6.0%	ของค่าก่อสร้าง	2,030,562
	โครงสร้างหลังคา	5.0%	ของค่าก่อสร้าง	1,692,135
	งานวัสดุผนังหลังคา	2.0%	ของค่าก่อสร้าง	676,854
	งานผนัง ประตู หน้าต่าง	29.0%	ของค่าก่อสร้าง	9,814,383
	งานสี	6.0%	ของค่าก่อสร้าง	2,030,562
	งานฝ้าเพดาน	3.0%	ของค่าก่อสร้าง	1,015,281
	งานวัสดุตกแต่งผิวพื้น	5.0%	ของค่าก่อสร้าง	1,692,135
	งานสุขภัณฑ์และอุปกรณ์	7.0%	ของค่าก่อสร้าง	2,368,989
	งานไฟฟ้าและสื่อสาร+เครื่องใช้ไฟฟ้า	10.0%	ของค่าก่อสร้าง	3,384,270
	งานระบบท่อสุขาภิบาลและบ่อพัก	4.9%	ของค่าก่อสร้าง	1,658,292
	ถังบำบัดน้ำเสีย	0.1%	ของค่าก่อสร้าง	33,843
	งานเบ็ดเตล็ด	1.0%	ของค่าก่อสร้าง	338,427
	งานอื่นๆ	1.0%	ของค่าก่อสร้าง	338,427
	<b>รวม</b>			<b>33,842,700</b>
6.2	อาคารพาณิชย์ 3 ชั้น	8,540 บาท/ตร.ม.	พื้นที่ก่อสร้าง 648 ตร.ม.	
	ดอกเสาเข็ม	8.0%	ของค่าก่อสร้าง	442,714
	โครงสร้างพื้นชั้นล่าง	11.0%	ของค่าก่อสร้าง	608,731
	โครงสร้างพื้นชั้นสอง	8.0%	ของค่าก่อสร้าง	442,714
	โครงสร้างพื้นชั้นสาม	8.0%	ของค่าก่อสร้าง	442,714
	โครงสร้างหลังคา	3.0%	ของค่าก่อสร้าง	166,018
	งานวัสดุผนังหลังคา	2.0%	ของค่าก่อสร้าง	110,678
	งานผนัง ประตู หน้าต่าง	25.5%	ของค่าก่อสร้าง	1,411,150
	งานสี	5.5%	ของค่าก่อสร้าง	304,366
	งานฝ้าเพดาน	4.0%	ของค่าก่อสร้าง	221,357
	งานวัสดุตกแต่งผิวพื้น	8.0%	ของค่าก่อสร้าง	442,714
	งานสุขภัณฑ์และอุปกรณ์	5.0%	ของค่าก่อสร้าง	276,696
	งานไฟฟ้าและสื่อสาร	6.0%	ของค่าก่อสร้าง	332,035
	งานระบบท่อสุขาภิบาลและบ่อพัก	3.8%	ของค่าก่อสร้าง	210,289
	ถังบำบัดน้ำเสีย	0.2%	ของค่าก่อสร้าง	11,068
	งานเบ็ดเตล็ด	1.0%	ของค่าก่อสร้าง	55,339
	งานอื่นๆ	1.0%	ของค่าก่อสร้าง	55,339
	<b>รวม</b>			<b>5,533,920</b>
7	ค่าก่อสร้างสำนักงานขายและบ้านตัวอย่าง			
	ค่าก่อสร้างตกแต่งสำนักงานขาย	ประมาณการ		100,000
	ค่าก่อสร้างตกแต่งบ้านตัวอย่าง	ประมาณการ		1,000,000
	<b>รวม</b>			<b>1,100,000</b>
	<b>รวมเงินลงทุนในโครงการ</b>			<b>74,450,219</b>

### 6.2.2 ช่วงงานก่อสร้าง

โครงการก่อสร้างใช้เวลาประมาณ 15 เดือน ซึ่งแสดงรายละเอียดไว้ในตาราง Gantt Chart ในด้านท้ายของบทนี้

### 6.2.3 ช่วงหลังก่อสร้าง

เมื่อทำการก่อสร้างเสร็จแล้ว จะต้องทำการตรวจสอบระบบของอาคารในทุกส่วนที่เกี่ยวข้องและแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ที่ตรวจพบ และติดต่อส่วนราชการเพื่อการตรวจใช้อาคารให้ถูกต้องตามกฎหมาย

### 6.3 สรุปรวมระยะเวลาโครงการ

ระยะเวลาโครงการทั้งหมดตั้งแต่ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนทำโครงการหรือ Feasibility Study การเตรียมพื้นที่ การก่อสร้าง และตรวจรับอาคาร รวมระยะเวลา 23 เดือน ตามรายละเอียดต่อไปนี้

- ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุน ( Feasibility Study ) 3 เดือน
- ช่วงก่อนการก่อสร้าง ( Pre – Construction period ) 5 เดือน
- ช่วงงานก่อสร้าง ( Construction period ) 15 เดือน
- ช่วงหลังก่อสร้าง ( Post – Construction period ) 1 เดือน







## บทที่ 7

### การวิเคราะห์ทางการเงิน

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน เป็นการประเมินศักยภาพของโครงการว่าสามารถให้ผลตอบแทนแก่ผู้ลงทุนเป็นเท่าใดและคุ้มค่าที่จะลงทุนหรือไม่ โดยจะใช้เครื่องมือทางการเงินในการวัดได้แก่กำไรหลังดอกเบี้ยและภาษี (Net Profit) การวิเคราะห์หามูลค่าปัจจุบันในการลงทุน (Net Present Value), ผลตอบแทนการลงทุน (Internal Rate of Return)

#### 7.1 งบประมาณในการลงทุน

ตารางที่ 7.1 ต้นทุนการพัฒนาโครงการ

งบประมาณในการลงทุน	รวมเป็นเงิน (บาท)
<b>เงินลงทุน</b>	
ค่าที่ดิน	32,000,000
ค่าก่อสร้างหน่วยขาย	39,376,620
ค่าปรับปรุงที่ดินและพัฒนาสาธารณูปโภค (Infrastructure)	1,282,950
ค่าใช้จ่ายในการออกแบบและขออนุญาตทางราชการ	690,649
ค่าใช้จ่ายในการสร้าง ตกแต่งบ้านตัวอย่างและสำนักงานขาย	1,100,000
<b>รวมเงินลงทุน</b>	<b>74,450,219</b>
<b>ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน</b>	
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร ค่าจัดจ้างพนักงาน และค่าเงินสำรอง	4,670,684
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	1,748,000
ค่าดอกเบี้ยจ่าย	1,151,847
ค่าธรรมเนียมการโอน 1% (คนละครึ่งกับลูกค้า)	1,102,724
ภาษีธุรกิจเฉพาะ	3,638,988
ค่าธรรมเนียมวิเคราะห์โครงการ (Front End Fee)	144,611
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน</b>	<b>12,456,852</b>
<b>รวมต้นทุนการพัฒนาโครงการทั้งหมด</b>	<b>86,907,072</b>

รายละเอียดเชิงลึกของการใช้จ่ายเงินลงทุนในส่วนของงานก่อสร้าง และค่าใช้จ่ายทางการตลาดสามารถอ้างอิงได้จากภาคผนวกที่ได้แนบไว้ท้ายเล่ม

ในส่วนถัดไปจะเป็นการแสดงถึงสมมติฐานของต้นทุนค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของโครงการ โดยจะสามารถจำแนกรายละเอียดได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 7.2 สมมติฐานต้นทุนค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

ต้นทุนค่าดำเนินการบริหารและการขาย							
ค่าที่ปรึกษาและควบคุมงาน (CM)	18 เดือน	100,000	บาท/เดือน	1,800,000	บาท		
ค่าจ้างพนักงาน	24 เดือน	12,000	บาท/เดือน	288,000	บาท		
การบริหารโครงการส่วน Back office	0.00%	ของยอดขาย		-	บาท		
ค่าCommission	0.30%	ของยอดขาย		349,177	บาท		
ค่าเงินสำรอง (Contingency)	3.00%	ของต้นทุนโครงการ		2,233,507	บาท		
ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด			ประมาณการ	1,748,000	บาท		
<b>รวมค่าดำเนินการบริหารและการขาย</b>				<b>6,418,684</b>	บาท		
<b>ค่าภาษีจากการโอนกรรมสิทธิ์</b>							
ค่าธรรมเนียมการโอน	1.00%	ของยอดขาย		1,102,724	บาท		
ค่าภาษีธุรกิจเฉพาะ	3.30%	ของยอดขาย		3,638,988	บาท		
<b>รวมค่าภาษีจากการโอนกรรมสิทธิ์</b>				<b>4,741,711</b>	บาท		

7.2 สมมติฐานและรายรับของโครงการ

จำนวนยูนิตทั้งหมด 13 ยูนิต โดยจะแบ่งการขายออกเป็นสองเฟส โดยเฟสแรกจะเป็นบ้านแฝดเชิงโฮมออฟฟิศ จำนวน 9 ยูนิต และในเฟสที่สองจะเป็นอาคารพาณิชย์ จำนวน 4 ยูนิต

ระยะเวลาในการขายทั้งหมด 21 เดือน โดยอัตราการขายจะแสดงเป็นรายเดือน ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 7.3 พยากรณ์ยอดขาย

Absorption Rate	เดือนที่	1st Year											2nd Year									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
บ้านแฝด 3.5 ชั้น	9 ยูนิต			1		1		1		1		1		1		1		1		1		1
อาคารพาณิชย์ 3 ชั้น	4 ยูนิต											1	1	1	1							
<b>รวม</b>	<b>13 ยูนิต</b>			1		1		1		1		2	2	1	1	1	1		1			-

อัตราการขาย (Absorption Rate) มาจากการสอบถามและวิเคราะห์ยอดขายของโครงการคู่แข่ง รวมถึงโครงการที่เป็นกรณีศึกษาในอดีต ในกรณีของบ้านแฝดได้ทำการศึกษามาจากโครงการคู่แข่งทั้งสิ้น 4 โครงการ โดยจะมีค่าเฉลี่ยของอัตราการขายอยู่ที่ประมาณ 0.54 หลังต่อเดือน และในส่วนของอาคารพาณิชย์ได้ทำการศึกษามาจากโครงการคู่แข่ง 6 โครงการ จะมีค่าเฉลี่ยของอัตราการขายอยู่ที่ประมาณ 0.67 หลังต่อเดือน

จากตารางข้างต้นได้ทำการพยากรณ์ยอดของโครงการ Dwellness โดยอ้างอิงจากอัตราการขายของตลาด แต่จะมีในช่วงของเดือน 11-12 ที่จะเป็นช่วงที่มีการจัดงานเปิดตัวของโครงการ (Grand Opening) ซึ่งน่าจะสามารถกระตุ้นยอดขายของโครงการได้ในระดับหนึ่ง และหลังจากช่วงการดังกล่าวอัตราการขายก็จะปรับตัวเข้าสู่ระดับปกติของตลาด

ในส่วนถัดไปจะเป็นตารางแสดงสัดส่วนของรายได้ของบ้านแต่ละแบบ และตารางแสดงที่มาและสัดส่วนของรายได้

ตารางที่ 7.4 ราคาขาย

แผนงานขาย	ราคาขาย	จองทำสัญญา	ดาวน์ต่องวด	โอน (จองเดือน 1-10 , ดาวน์ 9 เดือน)	โอน (จองเดือน 11-14 , ดาวน์ 6 เดือน)	โอน (จองเดือน 15-18 , ดาวน์ 3 เดือน)	โอน (ตั้งแต่เดือน 19 , บ้านเสร็จไม่มีดาวน์)	ส่วนเพิ่มค่าตกแต่งบ้าน ตัวอย่าง
บ้านแฝด 3.5 ชั้น	9,713,297	200,000	50,000	9,063,297	9,213,297	9,456,930	9,608,430	500,000
แผนงานขาย	ราคาขาย	จองทำสัญญา	ดาวน์ต่องวด	โอน (จองภายในปีแรก)	โอน (จองปีที่สองเป็นต้นไป)			
อาคารพาณิชย์ 3 ชั้น	6,901,455	150,000	35,000	6,541,455	6,743,684			

ตารางที่ 7.5 สัดส่วนรายได้ของบ้านแต่ละชนิด

แบบบ้าน	จำนวน (หลัง)	ราคาขายจริงเฉลี่ยต่อหลัง (บาท)	จำนวนเงิน (บาท)	%
บ้านแฝด 3.5 ชั้น	9	9,817,364	88,356,274	76%
อาคารพาณิชย์ 3 ชั้น	4	6,983,270	27,933,079	24%
<b>รวม</b>	<b>13</b>		<b>116,289,353</b>	<b>100%</b>

ตารางที่ 7.6 ที่มาและสัดส่วนของรายได้

รายได้	%	จำนวนเงิน (บาท)
รายได้เฉพาะค่าโอนบ้าน	95%	110,272,353
เงินจอง	2%	2,400,000
เงินดาวน์	3%	3,720,000
<b>รายรับรวมจากการขาย</b>	<b>100%</b>	<b>116,392,353</b>

### 7.3 ต้นทุนทางการเงิน

#### 7.3.1 ต้นทุนแหล่งเงินทุนจากการกู้ยืม (Kd)

ต้นทุนแหล่งที่มาของเงินกู้ยืมจะคิดจากอัตราดอกเบี้ย MRR% เนื่องจากเป็นการพัฒนาโครงการขนาดเล็ก จึงจะได้ในส่วนของอัตราดอกเบี้ยผู้กู้รายย่อยขั้นต่ำ

ตารางที่ 7.8 อัตราดอกเบี้ยผู้กู้ยืม

ก. อัตราดอกเบี้ยอ้างอิง	
1. อัตราดอกเบี้ยลูกค้ารายใหญ่ชั้นดี ประเภทเงินกู้แบบมีระยะเวลา (Minimum Loan Rate)	MLR 6.50
2. อัตราดอกเบี้ยลูกค้ารายใหญ่ชั้นดี ประเภทเงินเบิกเกินบัญชี (Minimum Overdraft Rate)	MOR 7.375
3. อัตราดอกเบี้ยลูกค้ารายย่อยชั้นดี (Minimum Retail Rate)	MRR 7.875

ที่มา: ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

จากตารางอัตราดอกเบี้ยผู้กู้ยืมในปัจจุบัน ประกาศใช้ตั้งแต่วันที่ 16 พฤศจิกายน 2558 ในที่นี้ทางโครงการจะเลือกในส่วนของอัตราดอกเบี้ยการกู้ยืมของผู้กู้รายย่อยขั้นต่ำ หรือ MRR ที่ 7.87% อ้างอิงจากทางธนาคารกรุงเทพ

#### 7.3.2 ต้นทุนแหล่งเงินทุนของเจ้าของ (Ke)

จากการสำรวจผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์ประเภทแนวราบในอำเภอหาดใหญ่ และการสอบถามข้อมูลจากสมาคมอสังหาริมทรัพย์ พบว่าอัตราผลตอบแทนที่ต้องการจากการลงทุนของผู้ประกอบการโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 18-20% โดยได้พิจารณาแล้วเห็นว่าโครงการ Dwellness น่าจะใช้สมมติฐานทางด้านอัตราผลตอบแทนได้เช่นเดียวกับที่ได้ทำการสำรวจไว้ จึงได้พิจารณาใช้ต้นทุนแหล่งเงินทุนของเจ้าของ (Ke) ที่ 19%

### 7.3.3 ต้นทุนการเงินรวมของโครงการ

ต้นทุนการเงินรวมของโครงการใช้วิธี Weighted Average Cost of Capital

$$WACC = Wd \cdot Kd(1-T) + We \cdot Ke$$

เนื่องจากพิจารณาใช้สัดส่วนการกู้ยืมเฉพาะค่าก่อสร้างที่ 70% ดังนั้นสัดส่วนของเงินกู้ยืมต่อเงินลงทุนของเจ้าของจะเท่ากับ 39:61 แสดงรายละเอียดได้ดังตาราง

ตารางที่ 7.9 คำนวณ WACC

การคำนวณหาอัตราคิดลดของโครงการ	Rate (%)
Wd (สัดส่วนเงินลงทุนจากการกู้ยืม)	31%
Kd (ต้นทุนการกู้ยืม)	7.87%
We (สัดส่วนเงินลงทุนของเจ้าของ)	69%
Ke (อัตราผลตอบแทนที่ต้องการของเจ้าของ)	19%
Tax (ภาษีเงินได้นิติบุคคล)	20%
<b>WACC</b>	<b>14.07%</b>

### 7.4 การวิเคราะห์มูลค่าโครงการตามแนวคิดทางการเงิน

#### 7.4.1 มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ (Net present value: NPV)

จากการคำนวณมูลค่าโครงการ โครงการ Dwellness ให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสดโครงการก่อนหักดอกเบี้ยและภาษี (EBIT) เท่ากับ 15,299,930 บาท ใช้ Discount Rate = WACC) ซึ่งมีค่าเป็นบวก เป็นสิ่งที่ชี้วัดได้ว่าโครงการนี้สามารถสร้างกระแสเงินสดสุทธิรับมากกว่าต้นทุนของเงินลงทุนและค่าของเงินตามช่วงเวลา ดังนั้นโครงการนี้จึงมีความน่าสนใจในการลงทุน

#### 7.4.2 อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (Internal rate of return: IRR)

จากการคำนวณหาผลตอบแทนภายในของกระแสเงินสดโครงการก่อนหักดอกเบี้ยและภาษี (EBIT) มีค่าเท่ากับ 32.90% ซึ่งผลตอบแทนภายในโครงการมีค่ามากกว่าผลตอบแทนที่คาดหวังจากการลงทุน หรืออัตราคิดลด (Required Rate of Return / Discount Rate) จึงสามารถสรุปได้เช่นเดียวกับกรณีพิจารณาจากมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการที่โครงการนี้มีความน่าสนใจในการลงทุน

### 7.4.3 สรุปความเป็นไปได้ทางการเงินและอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน

จากจากการพิจารณาถึงเครื่องมือชี้วัดทางการเงิน ทั้งจากมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ (NPV) , อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) , กำไรสุทธิ (Net Profit)

ตารางที่ 7.10 สรุปอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน

สรุปอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน	จำนวนเงิน (บาท)	%
รายได้	116,392,353	
ต้นทุนที่ดินและค่าก่อสร้าง	74,450,219	
กำไรขั้นต้น (Gross Profit)	41,942,133	36.0% จากรายได้
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	6,418,684	
ค่าภาษีจากการโอนกรรมสิทธิ์	4,741,711	
กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษี (EBIT)	30,781,739	26.4% จากรายได้
ดอกเบี้ยและต้นทุนทางการเงินอื่นๆ	1,440,602	
กำไรหลังหักดอกเบี้ย	29,341,136	25.2% จากรายได้
ภาษีเงินได้นิติบุคคล	5,868,227	
กำไรสุทธิหลังหักภาษีเงินได้นิติบุคคล (Net Profit)	23,472,909	20.2% จากรายได้
ROI	33.7%	
ROE	50.4%	
IRR	32.90%	
NPV	15,299,930	
Payback Period	19 เดือน	

### 7.5 การวิเคราะห์ความอ่อนไหวของปัจจัย (Sensitivity Analysis)

เป็นการทดสอบการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยแต่ละตัวที่มีผลต่อผลตอบแทนทางการลงทุนของโครงการมากที่สุด โดยในที่นี้จะพิจารณาเปรียบเทียบระหว่างปัจจัย 3 ปัจจัยที่จะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของโครงการ ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงของการพยากรณ์ยอดขาย (Absorption Rate) ที่ทำให้สามารถปิดโครงการได้อย่างล่าช้า , การเพิ่มขึ้นของต้นทุนค่าก่อสร้าง และ การปรับลดราคาขาย โดยจะกำหนดให้การเพิ่มขึ้น/ลดลงของแต่ละปัจจัยมีอัตราที่เท่ากันเพื่อให้สามารถนำผลที่ได้ของแต่ละปัจจัยมาเปรียบเทียบได้

#### 7.5.1 การเปลี่ยนแปลงของการพยากรณ์ยอดขาย (Absorption Rate)

จากเดิมที่ได้พยากรณ์ยอดขายสำหรับโฮมออฟฟิศอยู่ที่ 0.54 หลังต่อเดือน และอาคารพาณิชย์อยู่ที่ 0.67 หลังต่อเดือน สำหรับการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของปัจจัยยอดขายจะ

กำหนดให้ Absorption Rate ลดลง 10% จะทำให้สามารถปิดโครงการได้ช้าลงประมาณ 2 เดือน ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานขอโครงการดังนี้

Sensitivity Analysis	Absorption Rate		Absorption Rate -10%		
	Base Case	Base Case-10%	Net Profit	NPV	IRR
บ้านแฝด (โฮมออฟฟิศ) 3.5 ชั้น	0.54	0.486	19.98%	14,568,323	30.9%
อาคารพาณิชย์ 3 ชั้น	0.67	0.603			

### 7.5.2 การเพิ่มขึ้นของต้นทุนค่าก่อสร้าง

จากเดิมที่ได้ประมาณการต้นทุนค่าก่อสร้างของบ้านแฝด (โฮมออฟฟิศ) และอาคารพาณิชย์ไว้ที่ 12,130 บาท/ตร.ม. และ 8,540 บาท/ตร.ม. ตามลำดับ สำหรับการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของปัจจัยต้นทุนค่าก่อสร้างจะกำหนดให้ต้นทุนค่าก่อสร้างเพิ่มขึ้น 10% ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานขอโครงการดังนี้

Sensitivity Analysis	ต้นทุนค่าก่อสร้าง		ต้นทุนค่าก่อสร้าง +10%		
	Base Case	Base Case+10%	Net Profit	NPV	IRR
บ้านแฝด (โฮมออฟฟิศ) 3.5 ชั้น	12,130	13,343	17.20%	11,810,349	28.3%
อาคารพาณิชย์ 3 ชั้น	8,540	9,394			

### 7.5.3 การปรับลดราคาขาย

จากเดิมที่ได้ตั้งราคาขายบ้านแฝด (โฮมออฟฟิศ) และอาคารพาณิชย์ไว้ที่ 9.7 ล้านบาท และ 6.9 ล้านบาท ตามลำดับ สำหรับการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของปัจจัยด้านราคาขายจะกำหนดให้ราคาขายลดลง 10% ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานขอโครงการดังนี้

Sensitivity Analysis	ราคาขาย		ราคาขาย -10%		
	Base Case	Base Case-10%	Net Profit	NPV	IRR
บ้านแฝด (โฮมออฟฟิศ) 3.5 ชั้น	9,713,297	8,741,968	13.91%	6,388,869	22.4%
อาคารพาณิชย์ 3 ชั้น	6,901,455	6,211,310			

สรุปจากทั้ง 3 ปัจจัยที่ได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบถึงความอ่อนไหวของแต่ละปัจจัยต่อผลการดำเนินงานขอโครงการ พบว่าปัจจัยทางด้านราคาขายส่งผลกระทบต่อกำไรและผลตอบแทนที่ได้รับจากโครงการมากที่สุด

## 7.6 การวิเคราะห์สถานการณ์ในอนาคต (Scenario Analysis)

### 7.6.1 ปัจจัยการเปลี่ยนแปลงของค่าก่อสร้าง (Construction Cost) และ ราคาขาย (Selling Price) ต่อการเปลี่ยนแปลงของอัตรากำไรสุทธิและตัวเลขชี้วัดความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการ

ราคาขาย (บาท)		ต้นทุนค่าก่อสร้าง (บาท/ตร.ม.)									
		ลดลง 15%	ลดลง 10%	ลดลง 5%	Base Case	เพิ่มขึ้น 5%	เพิ่มขึ้น 10%	เพิ่มขึ้น 15%	เพิ่มขึ้น 20%	เพิ่มขึ้น 25%	เพิ่มขึ้น 30%
ลดลง 18%	Net Profit	15.6%	14.3%	12.0%	9.8%	7.6%	5.3%	3.1%	0.9%	-1.4%	-3.6%
	IRR	18.3%	15.7%	13.1%	10.6%	8.0%	5.4%	3.1%	0.6%	-1.9%	-4.3%
	NPV	2,737,713	991,937	- 761,566	- 2,522,192	- 4,289,398	- 6,062,694	- 7,841,640	- 9,625,833	-11,414,912	-13,208,546
ลดลง 15%	Net Profit	19.3%	17.1%	15.0%	12.8%	10.7%	8.5%	6.3%	4.2%	2.0%	-0.1%
	IRR	24.2%	21.7%	19.2%	16.7%	14.2%	11.8%	9.3%	6.9%	4.5%	2.2%
	NPV	7,171,451	5,433,339	3,687,089	1,933,339	172,659	- 1,594,434	- 3,367,475	- 5,146,043	- 6,929,756	- 8,718,264
ลดลง 10%	Net Profit	23.5%	21.5%	19.4%	17.4%	15.3%	13.3%	11.3%	9.2%	7.2%	5.1%
	IRR	29.7%	27.3%	24.8%	22.4%	20.0%	17.6%	15.2%	12.9%	10.5%	8.2%
	NPV	11,605,189	9,874,740	8,135,744	6,388,869	4,634,717	2,873,827	1,106,690	- 666,253	- 2,444,599	- 4,227,983
ลดลง 5%	Net Profit	27.3%	25.4%	23.4%	21.5%	19.6%	17.6%	15.7%	13.7%	11.8%	9.9%
	IRR	35.0%	32.6%	30.2%	27.8%	25.4%	23.1%	20.8%	18.4%	16.2%	13.9%
	NPV	16,038,928	14,316,142	12,584,399	10,844,400	9,096,774	7,342,088	5,580,855	3,813,538	2,040,558	262,298
Base Case	Net Profit	30.7%	28.8%	26.9%	25.2%	23.4%	21.5%	19.7%	17.8%	16.0%	14.1%
	IRR	39.9%	37.6%	35.2%	32.9%	30.6%	28.3%	26.0%	23.7%	21.5%	19.2%
	NPV	20,472,666	18,757,543	17,033,053	15,299,930	13,558,831	11,810,349	10,055,020	8,293,328	6,525,715	4,752,580
เพิ่มขึ้น 5%	Net Profit	33.8%	32.0%	30.3%	28.5%	26.8%	25.0%	23.3%	21.5%	19.8%	18.0%
	IRR	44.6%	42.3%	40.0%	37.7%	35.5%	33.2%	31.0%	28.7%	26.5%	24.3%
	NPV	24,906,404	23,198,944	21,481,708	19,755,460	18,020,888	16,278,610	14,529,185	12,773,119	11,010,871	9,242,861
เพิ่มขึ้น 15%	Net Profit	39.1%	37.5%	35.9%	34.3%	32.7%	31.1%	29.5%	27.9%	26.3%	24.7%
	IRR	53.4%	51.2%	48.9%	46.7%	44.5%	42.3%	40.2%	38.0%	35.9%	33.8%
	NPV	33,773,881	32,081,747	30,379,018	28,666,521	26,945,002	25,215,131	23,477,514	21,732,699	19,981,185	18,223,424

หมายเหตุ : Net Profit = กำไรสุทธิก่อนหักภาษีเงินได้นิติบุคคล (กำไรหลังหักดอกเบี้ย)

จากตารางข้างต้นเห็นได้ว่า จากระดับราคาขายที่ลดลง โดยในกรณีที่ราคาขายลดลง 10%, 15% และ 18% มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการมีค่าเป็นลบเมื่อมีต้นทุนค่าก่อสร้างเพิ่มขึ้นตั้งแต่ 25%, 10% และ 0% ตามลำดับ เพราะฉะนั้นการเปลี่ยนแปลงของระดับราคาขายและต้นทุนค่าก่อสร้างจะส่งผลให้อัตราผลตอบแทนของโครงการเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งอาจจะส่งผลให้โครงการนี้มีอัตราผลตอบแทนที่มากขึ้น หรือลดต่ำลงจนทำให้โครงการไม่มีความน่าสนใจในการลงทุนได้เช่นกัน

## 7.7 บทสรุปจากการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของปัจจัย (Sensitivity Analysis) และการวิเคราะห์สถานการณ์ในอนาคต (Scenario Analysis)

จากการทำ Sensitivity Analysis และ Scenario Analysis พบว่าจากสถานการณ์ทางเศรษฐกิจในปัจจุบันที่มีทิศทางหดตัวอย่างต่อเนื่อง จึงยังมีความเป็นไปได้ว่าการดำเนินการขายของโครงการในอนาคตมีโอกาสที่จะชะลอตัวตามสภาพของเศรษฐกิจ ดังนั้นปัจจัยทางด้านยอดขาย (Absorption Rate) และราคาขายที่อาจจะต้องมีการปรับตัวลดลงเพื่อให้สอดคล้องต่อสภาวะทางเศรษฐกิจและกำลังซื้อที่อาจหดตัวลง ซึ่งเมื่อนำปัจจัยทั้งสองมาวิเคราะห์แล้วพบว่าปัจจัยด้าน Absorption Rate ที่ถึงแม้ว่าจะมีอัตราการขายที่ลดลงในแต่ละเดือน แต่ก็ไม่ส่งผลกระทบต่อผลการ



ดำเนินงานของโครงการมากนัก เนื่องจากเป็นโครงการขนาดเล็กมีจำนวนหน่วยขายไม่มาก ทำให้ยอดขายที่ลดลงไปในแต่ละเดือนจึงส่งผลกระทบต่อระยะเวลาในการปิดโครงการและผลตอบแทนไม่มากเท่าโครงการขนาดใหญ่ แต่ในส่วนของปัจจัยทางด้านราคาขาย ถ้าหากมีการปรับลดลงต่ำกว่า 18% เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆคงที่ จะทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ (NPV) เป็นลบ และอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) ต่ำกว่าผลตอบแทนที่คาดหวังจากการลงทุน ซึ่งทำให้โครงการนี้ไม่มีความน่าสนใจในการลงทุน หรืออีกกรณีหนึ่งที่มีการปรับราคาขายลดลง 10% และไม่สามารถควบคุมต้นทุนค่าก่อสร้างได้ โดยต้นทุนค่าก่อสร้างเพิ่มขึ้น 25% นั้นจะทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ (NPV) เป็นลบ และอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) ต่ำกว่าผลตอบแทนที่คาดหวังจากการลงทุนเช่นกัน

ดังนั้นข้อควรระวังจากการดำเนินโครงการดังกล่าวจะต้องคำนึงถึงการกำหนดราคาขายที่ต้องสอดคล้องกับต้นทุนค่าก่อสร้างและสถานะทางเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไปในอนาคต รวมถึงการควบคุมต้นทุนค่าก่อสร้างให้อยู่ในกรอบที่ได้ประเมินไว้ เพื่อให้การดำเนินงานของโครงการเกิดประสิทธิภาพและสามารถสร้างผลตอบแทนได้ตามที่คาดหวัง

## รายการอ้างอิง

### หนังสือและบทความในหนังสือ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่ ฉบับปรับปรุง. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไทเท็กซ์

Kotler, P. (2003). **Marketing Management (2nd ed.)**. New Jersey: Prentice Hall International Inc.

### บทความในวารสาร

ก่องกฤษณ์ โตชัยวัฒน์, ประไพ แสงประสิทธิ์ และพิมพ์อร วจิณูรักษากุลชัย. (2555). **ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้ซื้อบ้านเดี่ยวระดับบนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**. กรุงเทพฯ: BU Academic Review ปีที่ 11 ฉบับที่ 1

ประไพ แสงประสิทธิ์ และคนอื่นๆ. (2554). **กลยุทธ์การตลาดโครงการบ้านเดี่ยวระดับบนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**. กรุงเทพฯ: BERAC II

### วิทยานิพนธ์

ประไพ แสงประสิทธิ์ (2554). **กลยุทธ์การตลาดโครงการบ้านเดี่ยวระดับบนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชานวัตกรรมการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

สรวิศ จตุณารณ. (2554). **กลยุทธ์การตลาดและการจัดการเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ : กรณีศึกษา โครงการกรานาด้า ภายหลังปัญหาอุทกภัย 2554 ของบริษัท เอสซี แอสเสท คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาการตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

กิตติพนธ์ ศรีจันทรา (2552). **ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ : กรณีศึกษาเปรียบเทียบประเภทบ้านเดี่ยวระดับหรูและคอนโดมิเนียม**. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ, คณะเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

บัณฑูร จันทรมณี. (2546). **ปัจจัยการกำหนดการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยราคาสูงในเขตกรุงเทพมหานคร**. สารนิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ, คณะเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยรามคำแหง

### สื่ออิเล็กทรอนิกส์

**ประมาณการเศรษฐกิจไทยปี 2558-2559**. (2558). [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:

[http://www.ktb.co.th/ktb/Download/economyresources/EconomyResourcesDownload\\_354forecast\\_07\\_2015.pdf](http://www.ktb.co.th/ktb/Download/economyresources/EconomyResourcesDownload_354forecast_07_2015.pdf). (วันที่ค้นข้อมูล 1 ก.พ. 2558)

ชนิษฐา วนะสุข , จุฬารัตน์ โฆชะโก และภาวนิศร์ ชิววลี. (ม.ป.ป.). **หนี้ครัวเรือนกับเศรษฐกิจภาคใต้-ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคใต้**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:

<https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/Southern/DocLib/PPT%20Household%20Debt.pdf>. (วันที่ค้นข้อมูล 1 ก.พ. 2558)

**ภาพรวมการค้าชายแดนไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน มาเลเซีย-เมียนมา-สปป.ลาว-กัมพูชา ปี 2558**. (2558). [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:

[http://bts.dft.go.th/btsc/files/Border\\_crossing/\\_58.pdf](http://bts.dft.go.th/btsc/files/Border_crossing/_58.pdf). (วันที่ค้นข้อมูล 1 ก.พ. 2558)

**รายงานภาวะเศรษฐกิจการคลังจังหวัดสงขลา 2558**. (2558). [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:

<http://www.cgd.go.th/cs/Satellite?blobcol=urldata&blobkey=id&blobnocache=false&blobtable=MungoBlobs&blobwhere=1438163238760&ssbinary=true>. (วันที่ค้นข้อมูล 1 ก.พ. 2558)

**ตลาดที่อยู่อาศัยล่าสุดหาตใหญ่**. (2558). [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:

[http://www.area.co.th/thai/area\\_announce/area\\_press.php?strquey=press\\_announcement1007.htm&print](http://www.area.co.th/thai/area_announce/area_press.php?strquey=press_announcement1007.htm&print). (วันที่ค้นข้อมูล 1 ก.พ. 2558)

ภาคผนวก



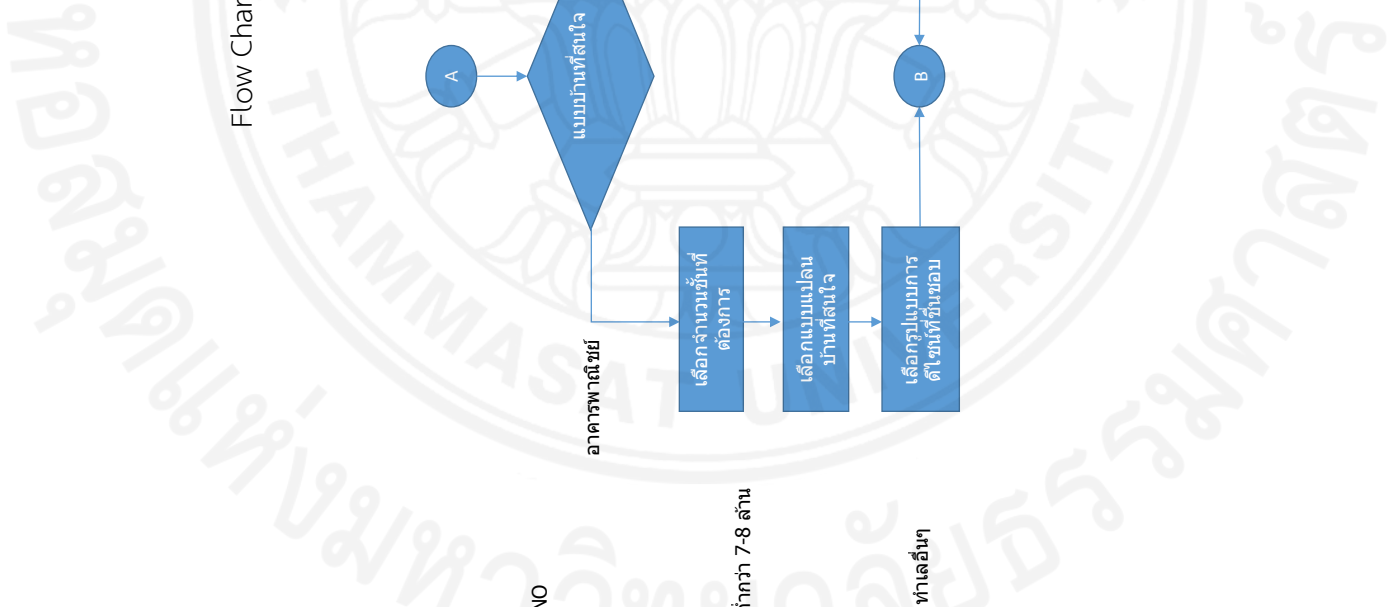
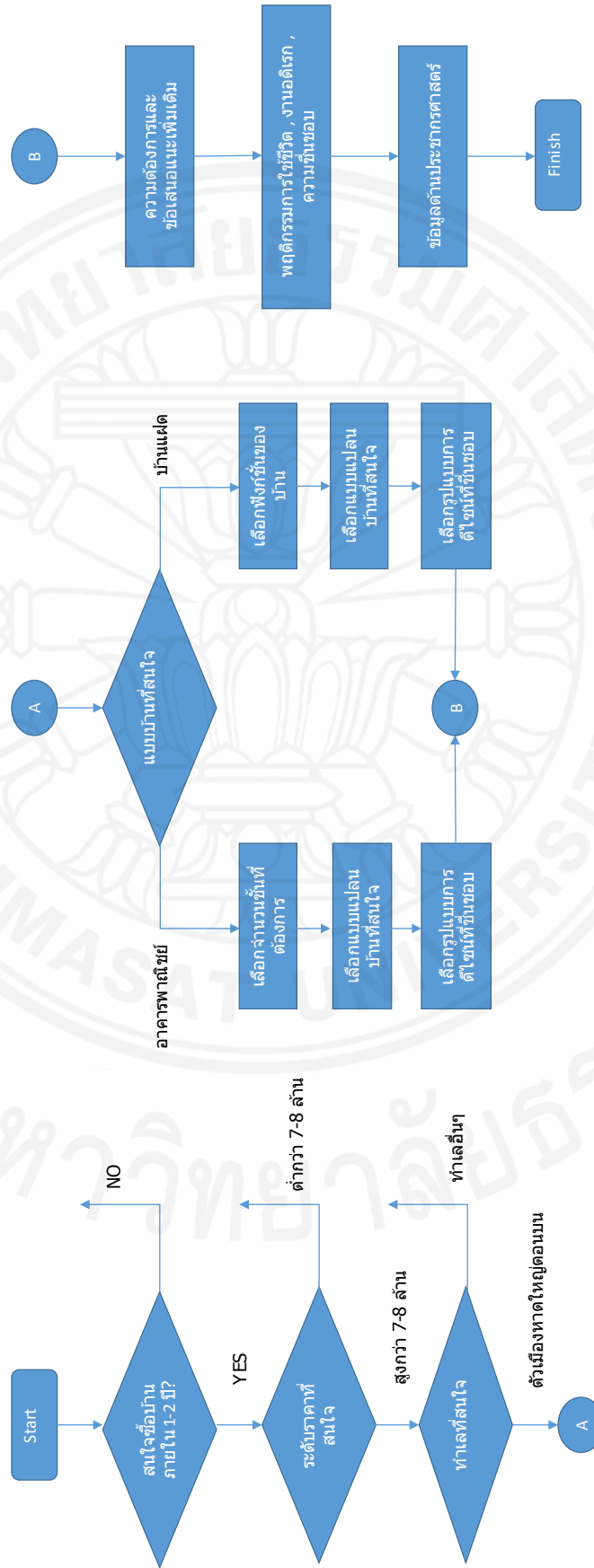


ภาคผนวก ก.

กระบวนการและตัวอย่างคำถามการสัมภาษณ์เชิงลึก

หอสมุดแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

Flow Chart



## ตัวอย่างคำถาม

### อาคารพาณิชย์

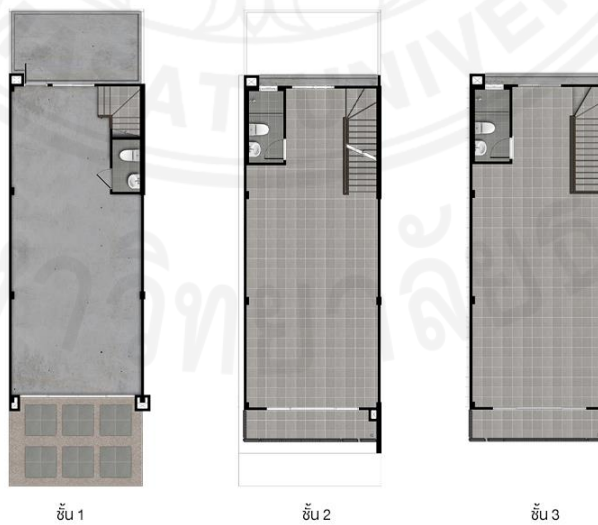
- แบบแปลน

#### อาคารพาณิชย์ 3 ชั้น

แบบที่ 1 - 3 ห้องอเนกประสงค์ , 1 ห้องโถง , 4 ห้องน้ำ , 1 ห้องโซว์รูม

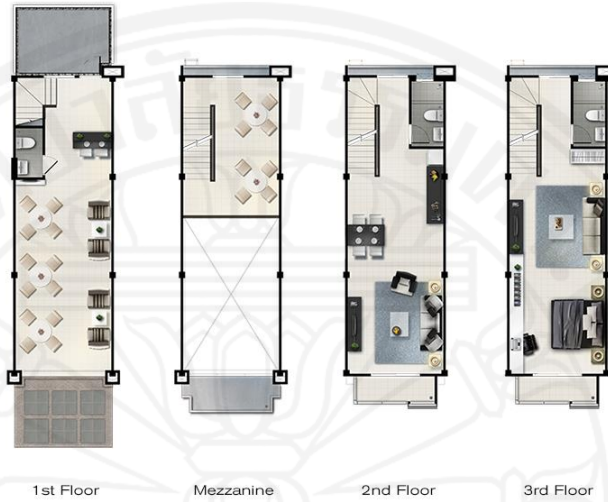


แบบที่ 2 - 3 ห้องน้ำ และไม่มีกั้นห้อง สำหรับการเปลี่ยนแปลงการใช้สอยอย่างยืดหยุ่น

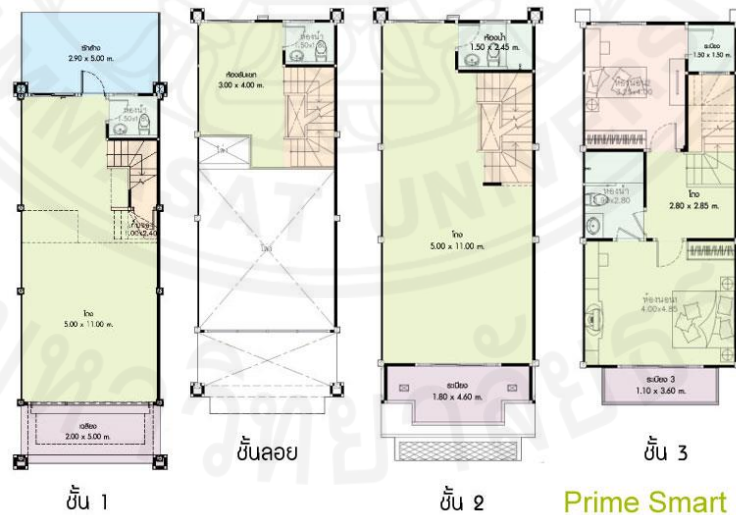


### อาคารพาณิชย์ 3.5 ชั้น

แบบที่ 1 – 3 ห้องน้ำ และไม่มีกั้นห้อง สำหรับการเปลี่ยนแปลงการใช้สอยอย่างยืดหยุ่น



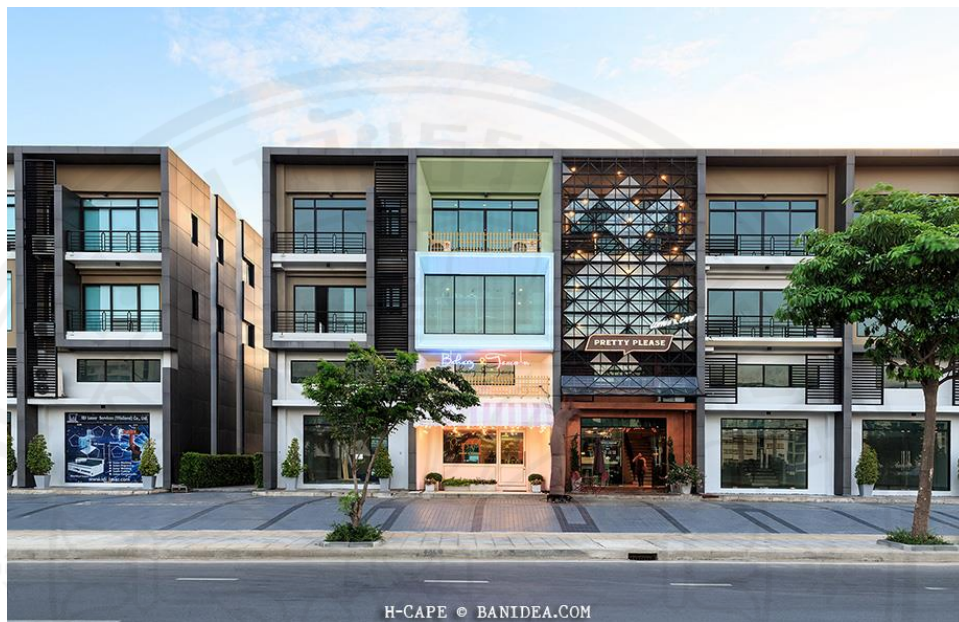
แบบที่ 2 – 4 ห้องน้ำ และ กั้นห้องเฉพาะชั้น 3 สำหรับการจัดสรรพื้นที่เพื่อการอยู่อาศัย





- รูปแบบการดีไซน์บ้าน

แบบที่ 1 : Minimalist Modern Design (จากโครงการ H-Cape Biz Sector)



แบบที่ 2 : Contemporary Design (จากโครงการ บ้านกลางเมือง-พินุลสงคราม)



แบบที่ 3 : Classic Design (จากโครงการ บ้านกลางเมือง-พินุลสงคราม)



## บ้านแฝด

- แบบแปลน

### โฮมออฟฟิศ

แบบที่ 1 : 2 ห้องนอน , 4 ห้องน้ำ , 4-5 ที่จอดรถ ขนาดบ้าน 6.5x15 เมตร มี Double Space หลายจุดในตัวบ้าน เน้นดีไซน์และความโปร่งของตัวบ้าน (จากโครงการ HOF)



แบบที่ 2 : 4 ห้องนอน , 5 ห้องน้ำ , 6-7 ที่จอดรถ ขนาดบ้าน 6.5x12 เมตร พื้นที่  
อเนกประสงค์บริเวณชั้น 2 สำหรับรองรับการต่อเติมในอนาคต (จากโครงการ The Pentas)



แบบที่ 3 : 3 ห้องนอน , 1 ห้องอเนกประสงค์ , 5 ห้องน้ำ , 2-3 ที่จอดรถ ขนาดบ้าน 6.5x15  
เมตร เน้นจำนวนห้องใช้สอย (จากโครงการ Motown Brio)



บ้านอยู่อาศัย

แบบที่ 1 : 3 ห้องนอน , 1 ห้องโถงใหญ่ , 2 ที่จอดรถ ขนาดบ้าน 6.5x15 เมตร เน้นดีไซน์ที่มี Private Courtyard (จากโครงการ Parc Priva)

**C**  
CEDAR  
**UNIT LAYOUT**  
1ST  
FLOOR

- 01 Entrance
- 02 Carpark
- 03 Asian Kitchen
- 04 Maid's Bedroom
- 05 Maid's Bathroom
- 06 Storage
- 07 Walk Way
- 08 Shoes Storage
- 09 Foyer
- 10 Bedroom IV
- 11 Bathroom IV



**C**  
CEDAR  
**UNIT LAYOUT**  
2ND  
FLOOR

- 12 Dining Area
- 13 Kitchen
- 14 Balcony
- 15 Living Area
- 16 Bedroom III
- 17 Bathroom III



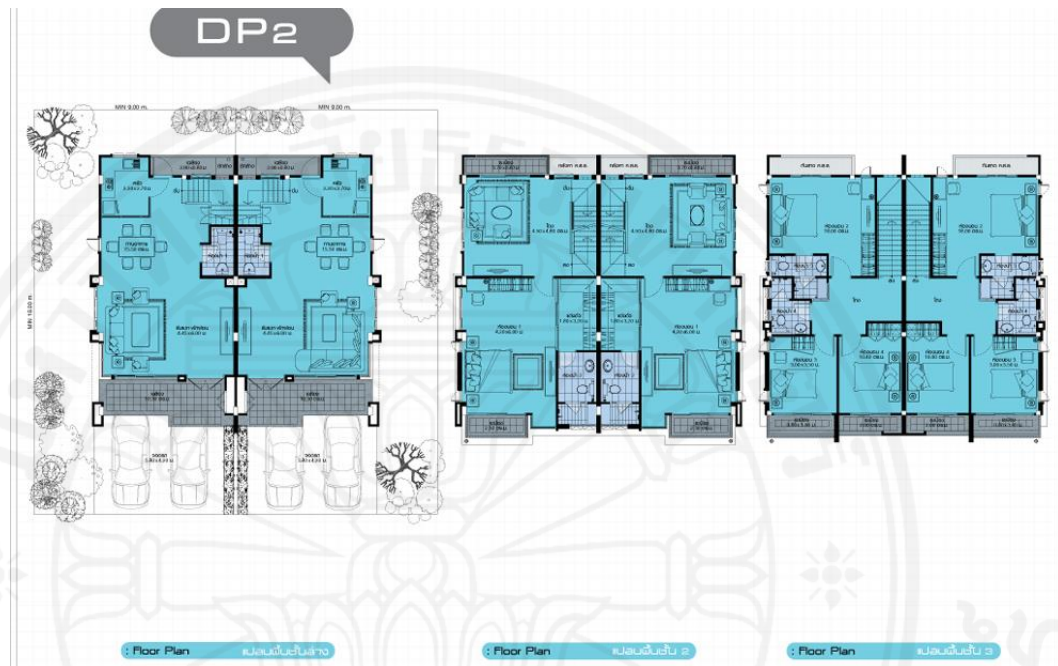
**C**  
CEDAR  
**UNIT LAYOUT**  
3RD  
FLOOR

- 18 Corridor
- 19 Bedroom II
- 20 Bathroom II
- 21 Master Bedroom
- 22 Master Bathroom
- 23 Walk-in Closet



แบบที่ 2 : 4 ห้องนอน , 4 ห้องน้ำ , 2 ที่จอดรถ ขนาดบ้าน 6.5x15 เมตร เน้นพื้นที่ใช้สอย

(จากโครงการ Chuan Chuen Modus Vibhavadi)



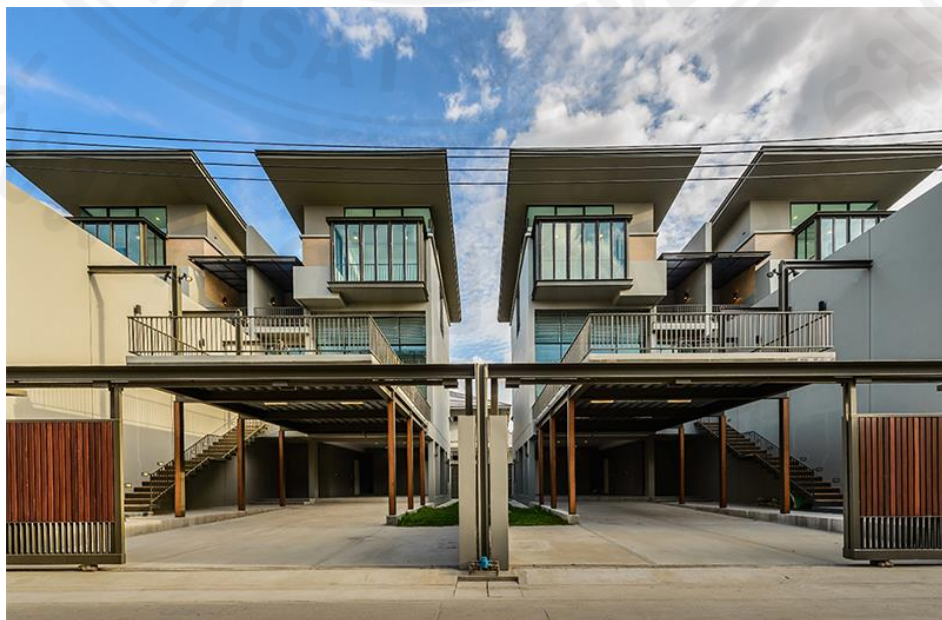
- รูปแบบการดีไซน์บ้าน

โฮมออฟฟิศ

แบบที่ 1 : Modern Dutch Design (จากโครงการ HOF)



แบบที่ 2 : Modern Loft Design (จากโครงการ The Pentas)



แบบที่ 3 : Modern Design (จากโครงการ The ACE)



หอสมุดแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
THAMMASAT UNIVERSITY



## บ้านอยู่อาศัย

แบบที่ 1 : Modern Minimalist Design (จากโครงการ Parc Priva)



แบบที่ 2 : Modern Design (จากโครงการ Chuan Chuen Modus Vibhavadi)





ภาคผนวก ข.

แผนและงบประมาณการตลาด

แผนการตลาด	1st Year															
	ก่อน 3 เดือน	ก่อน 2 เดือน	ช่วงเตรียมการ	เดือน 1	เดือน 2	เดือน 3	เดือน 4	เดือน 5	เดือน 6	เดือน 7	เดือน 8	เดือน 9	เดือน 10	เดือน 11	เดือน 12	
Marketing Event																
Soft Opening + จัดบุช Grand Opening					50,000											
Advertising																
โบรชัวร์					5,000								5,000			
บิลบอร์ด				110,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	110,000	50,000	50,000	50,000
ป้ายขนาดเล็กรอบโครงการ				40,000									40,000			
นิตยสารและสื่อสิ่งพิมพ์								5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
Direct Marketing																
เว็บไซต์สื่อออนไลน์						10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
Sales Promotion						7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000
ลดราคา																50,000
<b>Total</b>	37,000	7,000	7,000	157,000	62,000	117,000	67,000	72,000	72,000	72,000	72,000	72,000	177,000	182,000	182,000	72,000

แผนการตลาด	2nd Year												รวม				
	เดือน 13	เดือน 14	เดือน 15	เดือน 16	เดือน 17	เดือน 18	เดือน 19	เดือน 20	เดือน 21	เดือน 22	เดือน 22	รวม					
Marketing Event																	
Soft Opening + จัดบุช Grand Opening																	50,000
Advertising																	60,000
โบรชัวร์																	-
บิลบอร์ด	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	50,000	1,020,000
ป้ายขนาดเล็กรอบโครงการ																	80,000
นิตยสารและสื่อสิ่งพิมพ์	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	60,000
Direct Marketing																	-
วิทยุ	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	120,000
เว็บไซต์ สื่อออนไลน์	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	198,000
Sales Promotion																	-
ลดราคา														100,000			150,000
<b>Total</b>	72,000	72,000	62,000	62,000	57,000	62,000	57,000	57,000	57,000	57,000	57,000	57,000	177,000	182,000	182,000	182,000	1,748,000



ภาคผนวก ค.

แผนและงบประมาณการก่อสร้าง





งบกระแสเงินสด : กรณีพื้นฐาน (Base Case) (1)

		1st Year											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<b>รายรับ</b>													
1	เดือนที่	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1	บ้านแฝด 3.5 ชั้น	-	-	200,000	50,000	250,000	100,000	300,000	150,000	350,000	200,000	400,000	450,000
2	อาคารพาณิชย์ 3 ชั้น	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	150,000	185,000
	รายรับจากค่าส่วนกลาง	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	<b>รายรับจากการขาย</b>	-	-	200,000	50,000	250,000	100,000	300,000	150,000	350,000	200,000	550,000	635,000
<b>รายจ่าย</b>													
1	ค่าที่ดิน	32,000,000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2	ค่าพัฒนาที่ดิน	21,600	138,600	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3	ถนนและระบบสาธารณูปโภค	-	115,688	567,375	339,688	-	-	-	-	-	-	-	-
4	Landscape & Hardscape	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5	ค่าออกแบบและค่าใช้จ่ายในการขออนุญาต	-	590,649	100,000	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6	ค่าก่อสร้างงาน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	บ้านแฝด 3.5 ชั้น	-	-	-	-	2,030,562	2,807,252	2,544,971	4,981,645	5,404,679	4,361,599	3,940,257	3,348,010
	อาคารพาณิชย์ 3 ชั้น	-	-	-	-	-	-	-	-	442,714	624,780	511,334	858,588
7	ค่าก่อสร้างสำนักงานขายและตกแต่งบ้านตัวอย่าง	-	-	50,000	-	-	-	-	-	-	500,000	500,000	-
	<b>รวมเงินลงทุนในโครงการ</b>	<b>32,021,600</b>	<b>844,937</b>	<b>717,375</b>	<b>389,688</b>	<b>2,030,562</b>	<b>2,807,252</b>	<b>2,544,971</b>	<b>4,981,645</b>	<b>5,847,393</b>	<b>5,486,378</b>	<b>4,951,591</b>	<b>4,206,598</b>
8	ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารโครงการ	208,000	62,000	117,000	67,000	72,000	72,000	72,000	72,000	72,000	177,000	182,000	72,000
	ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด	205,786	205,786	206,386	205,936	206,536	206,086	206,686	206,236	206,836	206,386	207,436	207,691
9	ค่าภาษีจากการโอนกรรมสิทธิ์	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	ค่าธรรมเนียมการโอน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	ค่าภาษีธุรกิจเฉพาะ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร และค่าภาษี</b>	<b>413,786</b>	<b>267,786</b>	<b>323,386</b>	<b>272,936</b>	<b>278,536</b>	<b>278,086</b>	<b>278,686</b>	<b>278,236</b>	<b>278,836</b>	<b>383,386</b>	<b>389,436</b>	<b>279,691</b>
	<b>รวมกระแสเงินสดจ่าย</b>	<b>32,435,386</b>	<b>1,112,723</b>	<b>1,040,761</b>	<b>662,624</b>	<b>2,309,098</b>	<b>3,085,338</b>	<b>2,823,657</b>	<b>5,259,881</b>	<b>6,126,229</b>	<b>5,869,764</b>	<b>5,341,027</b>	<b>4,486,289</b>
	<b>กระแสเงินสดสุทธิ (EBIT) *</b>	<b>- 32,435,386</b>	<b>- 1,112,723</b>	<b>- 840,761</b>	<b>- 612,624</b>	<b>- 2,059,098</b>	<b>- 2,985,338</b>	<b>- 2,523,657</b>	<b>- 5,109,881</b>	<b>- 5,776,229</b>	<b>- 5,669,764</b>	<b>- 4,791,027</b>	<b>- 3,851,289</b>
	กำไรจากธนาคาร	-	178,001	432,163	272,781	1,421,393	1,965,076	1,781,480	3,487,152	4,093,175	3,840,465	3,466,114	2,944,618
	ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	ชำระคืนเงินกู้	-	1,167	4,002	5,791	15,113	28,000	39,684	62,554	89,398	114,585	137,317	156,629
	เงินกู้ต่าง	-	178,001	610,164	882,945	2,304,338	4,269,415	6,050,895	9,538,046	13,631,221	17,471,686	20,937,800	23,882,418
	กระแสเงินสดหลังคืนเงินกู้สำหรับการเงิน	-	935,889	412,600	345,633	652,817	1,048,262	781,861	1,685,283	1,772,452	1,943,885	1,462,231	1,063,299
	<b>IRR</b>	<b>32.90%</b>											
	<b>NPV</b>	<b>15,299,930</b>											

\*ใช้ในการประมาณการผลตอบแทนภายในและมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสด

งบกระแสเงินสด : กรณีพื้นฐาน (Base Case) (2)

	2nd Year											รวม	
	13	14	15	16	17	18	19	20	21				
<b>รายรับ</b>													
เดือนที่													
1 บ้านแฝด 3.5 ชั้น	9,313,297	250,000	9,463,297	250,000	9,463,297	9,463,297	150,000	19,565,360	88,452,074				
2 อาคารพาณิชย์ 3 ชั้น	70,000	220,000	105,000	255,000	140,000	6,646,455	70,000	6,743,684	27,940,279				
รายรับจากค่าส่วนกลาง	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>รายรับจากการขาย</b>	<b>9,383,297</b>	<b>470,000</b>	<b>9,568,297</b>	<b>505,000</b>	<b>9,603,297</b>	<b>16,109,752</b>	<b>220,000</b>	<b>26,309,045</b>	<b>116,392,353</b>				
<b>รายจ่าย</b>													
เดือนที่													
1 ค่าที่ดิน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	32,000,000
2 ค่าพัฒนาที่ดิน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	160,200
3 งานและระบบสาธารณูปโภค	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,022,750
4 Landscape & Hardscape	-	-	50,000	50,000	-	-	-	-	-	-	-	-	100,000
5 ค่าออกแบบและค่าใช้จ่ายในการขออนุญาต	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	690,649
6 ค่าก่อสร้างบ้าน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
บ้านแฝด 3.5 ชั้น	555,987	1,853,291	1,853,291	161,156	-	-	-	-	-	-	-	-	33,842,700
อาคารพาณิชย์ 3 ชั้น	689,408	790,402	724,548	404,964	102,443	192,370	192,370	192,370	192,370	192,370	192,370	192,370	5,533,920
7 ค่าก่อสร้างสำนักงานขายและตกแต่งบ้านตัวอย่าง	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,100,000
<b>รวมเงินลงทุนในโครงการ</b>	<b>1,245,395</b>	<b>2,643,693</b>	<b>2,627,839</b>	<b>616,120</b>	<b>102,443</b>	<b>192,370</b>	<b>192,370</b>	<b>192,370</b>	<b>192,370</b>	<b>192,370</b>	<b>192,370</b>	<b>192,370</b>	<b>74,450,219</b>
8 ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารโครงการ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด	72,000	72,000	62,000	62,000	57,000	57,000	7,000	107,000	1,748,000				
ค่าใช้จ่ายในการบริหารโครงการ	233,936	207,196	234,491	207,301	234,596	254,115	206,446	284,713	4,670,684				
9 ค่าภาษีจากการโอนกรรมสิทธิ์	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ค่าธรรมเนียมการโอน	90,633	-	90,633	-	90,633	157,548	-	263,090	1,102,724				
ค่าภาษีท้องถิ่น	299,089	-	299,089	-	299,089	519,907	-	868,198	3,638,988				
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร และค่าภาษีจากการโอนกรรมสิทธิ์	695,658	279,196	686,213	269,301	681,318	988,570	213,446	1,523,002	11,160,395				
<b>รวมกระแสเงินสดรวม</b>	<b>1,941,053</b>	<b>2,922,889</b>	<b>3,314,052</b>	<b>885,421</b>	<b>783,761</b>	<b>1,180,939</b>	<b>213,446</b>	<b>1,523,002</b>	<b>85,610,614</b>				
<b>กระแสเงินสดสุทธิ (EBIT)*</b>	<b>7,442,244</b>	<b>2,452,889</b>	<b>6,254,246</b>	<b>380,421</b>	<b>8,819,536</b>	<b>14,928,813</b>	<b>6,554</b>	<b>24,786,043</b>	<b>30,781,739</b>				
กำไรจากธนาคาร	871,777	1,850,585	1,839,487	431,284	-	-	-	-	28,875,551				
ดอกเบี้ยจ่าย	119,269	129,248	97,386	97,896	53,809	-	-	-	1,151,847				
ชำระคืนเงินกู้	6,568,308	329,000	6,697,808	353,500	6,722,308	8,204,627	-	-	28,875,551				
เงินอุดหนุน	18,185,887	19,707,472	14,849,151	14,926,935	8,204,627	8,204,627	-	-	28,875,551				
กระแสเงินสดหลังหักเงินกู้สำหรับการเงิน	1,626,444	1,060,552	1,298,539	400,533	2,043,419	6,724,186	6,554	24,786,043	30,781,739				



งบบุคลากร : กรณีสถิต Absorption Rate 10% (1)

	1st Year											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<b>รายรับ</b>												
เดือนที่												
# บ้านแฝด 3.5 ชั้น	-	-	-	-	200,000	50,000	250,000	100,000	300,000	150,000	350,000	200,000
# อาคารพาณิชย์ 3 ชั้น	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	150,000
รายรับจากค่าส่วนกลาง	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>รายรับจากการขาย</b>	-	-	-	-	200,000	50,000	250,000	100,000	300,000	150,000	350,000	350,000
<b>รายจ่าย</b>												
เดือนที่												
1 ค่าที่ดิน	32,000,000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2 ค่าพัฒนาที่ดิน	21,600	138,600	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3 ถนนและระบบสาธารณูปโภค	-	115,688	567,375	339,688	-	-	-	-	-	-	-	-
4 Landscape & Hardscape	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5 ค่าออกแบบและค่าใช้จ่ายในการขออนุญาต	-	590,649	100,000	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6 ค่าก่อสร้างบ้าน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
บ้านแฝด 3.5 ชั้น	-	-	-	-	2,030,562	2,807,252	2,544,971	4,981,645	5,404,679	4,361,599	3,940,257	3,348,010
อาคารพาณิชย์ 3 ชั้น	-	-	-	-	-	-	-	-	442,714	624,780	511,334	858,588
7 ค่าก่อสร้างสำนักงานขายและตกแต่งบ้านตัวอย่าง	-	-	-	-	-	-	-	-	-	500,000	500,000	-
<b>รวมเงินลงทุนในโครงการ</b>	<b>32,021,600</b>	<b>844,937</b>	<b>717,375</b>	<b>389,688</b>	<b>2,030,562</b>	<b>2,807,252</b>	<b>2,544,971</b>	<b>4,981,645</b>	<b>5,847,393</b>	<b>5,486,378</b>	<b>4,951,591</b>	<b>4,206,598</b>
8 ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารโครงการ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ค่าใช้จ่ายดำเนินการตลาด	208,000	62,000	117,000	67,000	72,000	72,000	72,000	72,000	72,000	177,000	182,000	72,000
ค่าใช้จ่ายในการบริหารโครงการ	205,786	205,786	205,786	205,786	206,386	205,936	206,536	206,086	206,686	206,236	206,836	206,836
9 ค่าภาษีจากการโอนกรรมสิทธิ์	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ค่าธรรมเนียมการโอน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ค่าภาษีธุรกิจเฉพาะ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารโครงการ	413,786	267,786	322,786	272,786	278,386	277,936	278,536	278,086	278,686	383,236	388,836	278,836
<b>ภาษีจากการโอนกรรมสิทธิ์</b>	<b>32,435,386</b>	<b>1,112,723</b>	<b>1,040,161</b>	<b>662,474</b>	<b>2,308,948</b>	<b>3,085,188</b>	<b>2,823,507</b>	<b>5,259,731</b>	<b>6,126,079</b>	<b>5,869,614</b>	<b>5,340,427</b>	<b>4,485,434</b>
<b>กระแสเงินสดสุทธิ (EBIT)*</b>	<b>- 32,435,386</b>	<b>- 1,112,723</b>	<b>- 1,040,161</b>	<b>- 662,474</b>	<b>- 2,108,948</b>	<b>- 3,035,188</b>	<b>- 2,573,507</b>	<b>- 5,159,731</b>	<b>- 5,826,079</b>	<b>- 5,719,614</b>	<b>- 4,980,427</b>	<b>- 4,135,434</b>
<b>IRR</b>	<b>30.91%</b>											
<b>NPV</b>	<b>14,568,323</b>											

งบกระแสเงินสด : กรณีลด Absorption Rate 10% (2)

	รายรับ	2nd Year										รวม		
		13	14	15	16	17	18	19	20	21				
	เดือนที่													
#	บ้านแฝด 3.5 ชั้น	400,000	250,000	9,463,297	250,000	9,463,297	9,463,297	18,870,227	9,313,297	29,573,791	88,647,207			
#	อาคารพาณิชย์ 3 ชั้น	35,000	185,000	70,000	220,000	105,000	255,000	13,390,139	105,000	13,672,368	28,187,508			
	รายรับจากค่าส่วนกลาง	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-			
	<b>รายรับจากการขาย</b>	<b>435,000</b>	<b>435,000</b>	<b>9,533,297</b>	<b>470,000</b>	<b>9,568,297</b>	<b>9,718,297</b>	<b>32,260,367</b>	<b>9,418,297</b>	<b>43,246,159</b>	<b>116,834,715</b>			
	<b>รวม</b>	<b>470,000</b>	<b>620,000</b>	<b>9,603,297</b>	<b>690,000</b>	<b>9,673,297</b>	<b>9,973,297</b>	<b>32,730,367</b>	<b>9,523,297</b>	<b>43,714,159</b>	<b>117,018,715</b>			
	<b>รายจ่าย</b>													
	เดือนที่													
1	ค่าที่ดิน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	32,000,000			
2	ค่าพัฒนาที่ดิน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	160,200			
3	ถนนและระบบสาธารณูปโภค	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,022,750			
4	Landscape & Hardscape	-	-	50,000	50,000	-	-	-	-	-	100,000			
5	ค่าออกแบบและค่าใช้จ่ายในการขออนุญาต	-	-	-	-	-	-	-	-	-	690,649			
6	ค่าก่อสร้างบ้าน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-			
	บ้านแฝด 3.5 ชั้น	555,987	1,853,291	1,853,291	161,156	-	-	-	-	-	33,842,700			
	อาคารพาณิชย์ 3 ชั้น	689,408	790,402	724,548	404,964	102,443	192,370	192,370	-	-	5,533,920			
7	ค่าก่อสร้างสำนักงานขายและตกแต่งบ้านตัวอย่าง	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,100,000			
	<b>รวมเงินลงทุนในโครงการ</b>	<b>1,245,395</b>	<b>2,643,693</b>	<b>2,627,839</b>	<b>616,120</b>	<b>102,443</b>	<b>192,370</b>	<b>192,370</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>74,450,219</b>			
8	ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารโครงการ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-			
	ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด	72,000	72,000	62,000	62,000	57,000	57,000	7,000	7,000	107,000	1,748,000			
	ค่าใช้จ่ายในการบริหารโครงการ	207,091	207,091	234,386	207,196	234,491	234,941	302,567	234,041	335,525	4,672,011			
9	ค่าภาษีจากการโอนกรรมสิทธิ์	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-			
	ค่าธรรมเนียมการโอน	-	-	90,633	-	90,633	92,133	318,054	92,133	430,112	1,113,697			
	ค่าภาษีธุรกิจเฉพาะ	-	-	299,089	-	299,089	304,039	1,049,577	304,039	1,419,368	3,675,201			
	<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร และค่าภาษีจากการโอนกรรมสิทธิ์</b>	<b>279,091</b>	<b>279,091</b>	<b>686,108</b>	<b>269,196</b>	<b>681,213</b>	<b>688,113</b>	<b>1,677,198</b>	<b>637,213</b>	<b>2,292,004</b>	<b>11,208,908</b>			
	<b>รวมกระแสเงินสดจ่าย</b>	<b>1,524,486</b>	<b>2,922,784</b>	<b>3,313,947</b>	<b>885,316</b>	<b>783,656</b>	<b>880,482</b>	<b>1,869,567</b>	<b>637,213</b>	<b>2,292,004</b>	<b>85,659,128</b>			
	<b>กระแสเงินสดสุทธิ (EBIT)*</b>	<b>-</b>	<b>2,487,784</b>	<b>6,219,351</b>	<b>415,316</b>	<b>8,784,641</b>	<b>8,837,815</b>	<b>30,390,799</b>	<b>8,781,085</b>	<b>40,954,155</b>	<b>31,175,587</b>			



งบกระแสเงินสด : กรณีคิด Absorption Rate 50% (2)

รายการ	3rd Year												รวม				
	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29		30	31	32	33
1 บ้านแฝด 3.5 ชั้น	9,513,297	19,115,360	250,000	10,108,430	-	200,000	9,608,430	-	200,000	9,608,430	-	200,000	9,608,430	-	200,000	9,608,430	88,734,106
2 อาคารพาณิชย์ 3 ชั้น	185,000	13,700,168	70,000	185,000	6,886,484	-	150,000	6,886,484	-	-	-	-	-	-	-	-	28,318,137
รวมรายการส่วนกลาง	9,698,297	32,815,529	320,000	10,293,430	6,886,484	200,000	9,758,430	6,886,484	200,000	9,608,430	-	200,000	9,608,430	-	200,000	9,608,430	117,052,243
<b>รวมจ่าย</b>																	
1 ค่าที่ดิน	-	19	20	21													32,000,000
2 ค่าพัฒนาที่ดิน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	160,200
3 งบและระบบสาธารณูปโภค	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,022,750
4 Landscape & Hardscape	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100,000
5 ค่าออกแบบและค่าใช้จ่ายในการขออนุญาต	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	690,649
6 ค่าก่อสร้างบ้าน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	33,842,700
บ้านแฝด 3.5 ชั้น	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,533,920
อาคารพาณิชย์ 3 ชั้น	192,370	192,370	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,100,000
ค่าก่อสร้างสำนักงานและตกแต่งสำนักงาน	192,370	192,370	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	74,450,219
8 ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารโครงการ	57,000	7,000	7,000	107,000	-	206,386	117,531	113,223	103,193	117,306	103,193	103,193	117,306	103,193	103,193	117,306	1,748,000
ค่าใช้จ่ายตามการตลาด	234,881	304,233	206,746	236,666	226,445	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6,044,660
9 ค่าใช้จ่ายในการบริหารโครงการ	92,133	326,955	-	101,084	68,865	-	96,084	68,865	-	96,084	-	-	96,084	-	-	96,084	1,132,872
ค่าธรรมเนียมการโอน	304,039	1,078,952	-	333,578	227,254	-	317,078	227,254	-	317,078	-	-	317,078	-	-	317,078	3,738,479
ค่าชำระค่าธรรมเนียมพิเศษ	688,053	1,717,140	213,746	778,329	522,564	206,386	530,693	409,342	103,193	530,468	103,193	103,193	530,468	103,193	103,193	530,468	12,664,012
ภาษีจากการโอนกรรมสิทธิ์	880,422	1,909,510	213,746	778,329	522,564	206,386	530,693	409,342	103,193	530,468	103,193	103,193	530,468	103,193	103,193	530,468	87,114,231
รวมกระแสเงินสด	8,817,875	30,906,019	106,254	9,515,101	6,363,920	6,386	9,227,737	6,477,143	96,807	9,077,962	-	96,807	9,077,962	-	96,807	9,077,962	29,938,012

งบกระแสเงินสด : กรณีลดราคาขาย 18% (1)

รายการ	1st Year											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1 บ้านแฝด 3.5 ชั้น	-	-	200,000	50,000	250,000	100,000	300,000	150,000	350,000	200,000	400,000	450,000
2 อาคารพาณิชย์ 3 ชั้น	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	150,000	185,000
รายรับจากค่าส่วนกลาง	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>รายรับจากการขาย</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>200,000</b>	<b>50,000</b>	<b>250,000</b>	<b>100,000</b>	<b>300,000</b>	<b>150,000</b>	<b>350,000</b>	<b>200,000</b>	<b>550,000</b>	<b>635,000</b>
<b>รายจ่าย</b>	<b>1st Year</b>											
1 ค่าที่ดิน	32,000,000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2 ค่าพัฒนาที่ดิน	21,600	138,600	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3 ถนนและระบบสาธารณูปโภค	-	115,688	567,375	339,688	-	-	-	-	-	-	-	-
4 Landscape & Hardscape	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5 ค่าออกแบบและค่าใช้จ่ายในการขออนุญาต	-	590,649	100,000	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6 ค่าก่อสร้างบ้าน	-	-	-	-	2,030,562	2,807,252	2,544,971	4,981,645	5,404,679	4,361,599	3,940,257	3,348,010
อาคารพาณิชย์ 3 ชั้น	-	-	-	-	-	-	-	-	442,714	624,780	511,334	858,588
ค่าก่อสร้างสำนักงานขายและตกแต่งบ้านตัวอย่าง	-	-	50,000	50,000	-	-	-	-	-	500,000	500,000	-
<b>รวมเงินลงทุนในโครงการ</b>	<b>32,021,600</b>	<b>844,937</b>	<b>717,375</b>	<b>389,688</b>	<b>2,030,562</b>	<b>2,807,252</b>	<b>2,544,971</b>	<b>4,981,645</b>	<b>5,847,393</b>	<b>5,486,378</b>	<b>4,951,591</b>	<b>4,206,598</b>
8 ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารโครงการ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด	208,000	62,000	117,000	67,000	72,000	72,000	72,000	72,000	72,000	177,000	182,000	72,000
ค่าใช้จ่ายในการบริหารโครงการ	205,786	205,786	206,386	205,936	206,536	206,086	206,686	206,236	206,836	206,386	207,436	207,691
9 ค่าภาษีจากการโอนกรรมสิทธิ์	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ค่าธรรมเนียมการโอน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ค่าภาษีธุรกิจเฉพาะ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร และค่าภาษีจากการโอนกรรมสิทธิ์	413,786	267,786	323,386	272,936	278,536	278,086	278,686	278,236	278,836	383,386	389,436	279,691
<b>รวมกระแสเงินสดจํา</b>	<b>32,435,386</b>	<b>1,112,723</b>	<b>1,040,761</b>	<b>662,624</b>	<b>2,309,098</b>	<b>3,085,338</b>	<b>2,823,657</b>	<b>5,259,881</b>	<b>6,126,229</b>	<b>5,869,764</b>	<b>5,341,027</b>	<b>4,486,289</b>
<b>กระแสเงินสดสุทธิ (EBIT)*</b>	<b>-</b>	<b>32,435,386</b>	<b>-</b>	<b>612,624</b>	<b>-</b>	<b>2,985,338</b>	<b>-</b>	<b>5,109,881</b>	<b>-</b>	<b>5,669,764</b>	<b>-</b>	<b>3,851,289</b>
IRR	13.06%											
NPV	739,980											

งบกระแสเงินสด : กรณีลดราคาขาย 18% (2)

	รายรับ	2nd Year										รวม			
		13	14	15	16	17	18	19	20	21					
	เดือนที่														
1	บ้านแฝด 3.5 ชั้น	7,564,904	250,000	7,714,904	250,000	7,714,904	250,000	7,714,904	22,820,860	150,000	16,033,606	72,664,081			
2	อาคารพาณิชย์ 3 ชั้น	70,000	220,000	105,000	255,000	140,000	5,404,193	10,845,770	70,000	5,476,577	22,921,541				
	รายได้จากค่าส่วนกลาง	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-			
	<b>รายรับจากการขาย</b>	<b>7,634,904</b>	<b>470,000</b>	<b>7,819,904</b>	<b>505,000</b>	<b>7,854,904</b>	<b>33,666,630</b>	<b>220,000</b>	<b>21,510,183</b>	<b>95,585,621</b>					
	<b>รวม</b>														
	รายจ่าย														
	เดือนที่														
1	ค่าที่ดิน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	32,000,000			
2	ค่าพัฒนาที่ดิน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	160,200			
3	ถนนและระบบสาธารณูปโภค	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,022,750			
4	Landscape & Hardscape	-	-	50,000	50,000	-	-	-	-	-	-	100,000			
5	ค่าออกแบบและค่าใช้จ่ายในการขออนุญาต	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	690,649			
6	ค่าก่อสร้างบ้าน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-			
	บ้านแฝด 3.5 ชั้น	555,987	1,853,291	1,853,291	161,156	-	-	-	-	-	-	33,842,700			
	อาคารพาณิชย์ 3 ชั้น	689,408	790,402	724,548	404,964	102,443	192,370	192,370	-	-	-	5,533,920			
7	ค่าก่อสร้างสำนักงานขายและตกแต่งบ้านตัวอย่าง	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,100,000			
	<b>รวมเงินลงทุนในโครงการ</b>	<b>1,245,395</b>	<b>2,643,693</b>	<b>2,627,839</b>	<b>616,120</b>	<b>102,443</b>	<b>192,370</b>	<b>192,370</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>74,450,219</b>			
8	ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารโครงการ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-			
	ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด	72,000	72,000	62,000	62,000	57,000	7,000	107,000	-	-	-	1,748,000			
	ค่าใช้จ่ายในการบริหารโครงการ	228,691	207,196	229,246	207,301	229,351	306,786	270,317	-	-	-	4,608,263			
9	ค่าภาษีจากการโอนกรรมสิทธิ์	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-			
	ค่าธรรมเนียมการโอน	73,149	-	73,149	-	73,149	-	332,466	-	-	-	894,656			
	ค่าภาษีธุรกิจเฉพาะ	241,392	-	241,392	-	241,392	-	1,097,139	-	-	-	2,952,365			
	<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร และค่าภาษีจากการโอนกรรมสิทธิ์</b>	<b>543,141</b>	<b>279,196</b>	<b>605,787</b>	<b>269,301</b>	<b>600,892</b>	<b>1,743,391</b>	<b>1,302,254</b>	<b>1,302,254</b>	<b>1,302,254</b>	<b>1,302,254</b>	<b>84,653,504</b>			
	<b>รวมกระแสเงินสดจ่าย</b>	<b>1,860,627</b>	<b>2,922,889</b>	<b>3,233,626</b>	<b>885,421</b>	<b>703,335</b>	<b>1,935,761</b>	<b>213,446</b>	<b>213,446</b>	<b>213,446</b>	<b>213,446</b>	<b>84,653,504</b>			
	<b>กระแสเงินสดสุทธิ (EBIT)*</b>	<b>5,774,277</b>	<b>- 2,452,889</b>	<b>4,586,278</b>	<b>- 380,421</b>	<b>7,151,569</b>	<b>12,075,728</b>	<b>6,554</b>	<b>20,207,928</b>	<b>10,932,117</b>					

งบบุกระแสเงินสด : กรณีลดราคาขาย 15% และ ต้นทุนค่าก่อสร้างเพิ่ม 10% (1)

รายละเอียด	1st Year											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<b>รายรับ</b>												
1 บ้านแฝด 3.5 ชั้น	-	-	200,000	50,000	250,000	100,000	300,000	150,000	350,000	200,000	400,000	450,000
2 อาคารพาณิชย์ 3 ชั้น	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	150,000	185,000
รายรับจากค่าส่วนกลาง	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>รายรับจากการขาย</b>	-	-	200,000	50,000	250,000	100,000	300,000	150,000	350,000	200,000	550,000	635,000
<b>รายจ่าย</b>												
1 ค่าที่ดิน	32,000,000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2 ค่าพัฒนาที่ดิน	21,600	138,600	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3 ถนนและระบบสาธารณูปโภค	-	115,688	567,375	339,688	-	-	-	-	-	-	-	-
4 Landscape & Hardscape	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5 ค่าออกแบบและค่าใช้จ่ายในการขออนุญาต	-	649,714	100,000	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6 ค่าก่อสร้างบ้าน	-	-	-	-	2,233,618	3,087,977	2,799,468	5,479,810	5,945,147	4,797,759	4,334,283	3,682,811
อาคารพาณิชย์ 3 ชั้น	-	-	-	-	-	-	-	-	486,985	687,258	562,468	944,446
ค่าก่อสร้างสำนักงานขายและตกแต่งบ้านตัวอย่าง	-	-	50,000	50,000	-	-	-	-	-	500,000	500,000	-
<b>รวมเงินลงทุนในโครงการ</b>	<b>32,021,600</b>	<b>904,002</b>	<b>717,375</b>	<b>389,688</b>	<b>2,233,618</b>	<b>3,087,977</b>	<b>2,799,468</b>	<b>5,479,810</b>	<b>6,432,132</b>	<b>5,985,016</b>	<b>5,396,751</b>	<b>4,627,257</b>
8 ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารโครงการ	208,000	62,000	117,000	67,000	72,000	72,000	72,000	72,000	72,000	177,000	182,000	72,000
ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด	211,496	211,496	212,096	211,646	212,246	211,796	212,396	211,946	212,546	212,096	213,146	213,401
ค่าภาษีจากการโอนกรรมสิทธิ์	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ค่าธรรมเนียมการโอน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ค่าภาษีธุรกิจเฉพาะ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารโครงการ</b>	<b>419,496</b>	<b>273,496</b>	<b>329,096</b>	<b>278,646</b>	<b>284,246</b>	<b>283,796</b>	<b>284,396</b>	<b>283,946</b>	<b>284,546</b>	<b>389,096</b>	<b>395,146</b>	<b>285,401</b>
<b>รวมกระแสเงินสดจาก</b>	<b>32,441,096</b>	<b>1,177,497</b>	<b>1,046,471</b>	<b>668,333</b>	<b>2,517,864</b>	<b>3,371,773</b>	<b>3,083,864</b>	<b>5,763,756</b>	<b>6,716,678</b>	<b>6,374,112</b>	<b>5,791,896</b>	<b>4,912,658</b>
<b>กระแสเงินสดสุทธิ (EBIT)*</b>	<b>-</b>	<b>32,441,096</b>	<b>-</b>	<b>846,471</b>	<b>-</b>	<b>3,271,773</b>	<b>-</b>	<b>2,783,864</b>	<b>-</b>	<b>6,174,112</b>	<b>-</b>	<b>4,277,658</b>
IRR	11.76%											
NPV	1,594,434											

งบกระแสเงินสด : กรณีลดราคาขาย 15% และ ต้นทุนค่าก่อสร้างเพิ่ม 10% (2)

	รายรับ	2nd Year										รวม		
		13	14	15	16	17	18	19	20	21				
	เดือนที่													
1	บ้านแฝด 3.5 ชั้น	7,856,303	250,000	8,006,303	250,000	8,006,303	8,006,303	23,697,971	150,000	16,622,231	75,295,413			
2	อาคารพาณิชย์ 3 ชั้น	70,000	220,000	105,000	255,000	140,000	5,611,237	11,263,998	70,000	5,687,762	23,757,997			
	รายรับจากค่าส่วนกลาง	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	<b>รายรับจากการขาย</b>	<b>7,926,303</b>	<b>470,000</b>	<b>8,111,303</b>	<b>505,000</b>	<b>8,146,303</b>	<b>13,617,539</b>	<b>34,961,969</b>	<b>220,000</b>	<b>22,309,993</b>	<b>99,053,410</b>			
	<b>รายจ่าย</b>													
	เดือนที่													
1	ค่าที่ดิน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	32,000,000
2	ค่าพัฒนาที่ดิน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	160,200
3	ถนนและระบบสาธารณูปโภค	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,022,750
4	Landscape & Hardscape	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100,000
5	ค่าออกแบบและค่าใช้จ่ายในการอนุญาต	-	-	-	50,000	-	-	-	-	-	-	-	-	749,714
6	ค่าก่อสร้างบ้าน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	บ้านแฝด 3.5 ชั้น	611,586	2,038,620	2,038,620	177,271	-	-	-	-	-	-	-	-	37,226,970
	อาคารพาณิชย์ 3 ชั้น	758,349	869,442	797,003	445,461	112,688	211,607	211,607	-	-	-	-	-	6,087,312
7	ค่าก่อสร้างสำนักงานและตกแต่งบ้านตัวอย่าง	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,100,000
	<b>รวมเงินลงทุนในโครงการ</b>	<b>1,369,935</b>	<b>2,908,062</b>	<b>2,885,623</b>	<b>672,732</b>	<b>112,688</b>	<b>211,607</b>	<b>211,607</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>78,446,946</b>
8	ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารโครงการ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด	72,000	72,000	62,000	62,000	57,000	57,000	7,000	7,000	107,000	1,748,000			
	ค่าใช้จ่ายในการบริหารโครงการ	235,275	212,906	235,830	213,011	235,935	252,348	316,382	212,156	278,426	4,738,569			
9	ค่าภาษีจากภาษีโอนกรรมสิทธิ์	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	ค่าธรรมเนียมการโอน	76,063	-	76,063	-	76,063	132,625	345,420	-	223,100	929,334			
	ค่าภาษีธุรกิจเฉพาะ	251,008	-	251,008	-	251,008	437,664	1,139,885	-	736,230	3,066,803			
	<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร และค่าภาษีจากการโอนกรรมสิทธิ์</b>	<b>634,346</b>	<b>284,906</b>	<b>624,901</b>	<b>275,011</b>	<b>620,006</b>	<b>879,637</b>	<b>1,808,686</b>	<b>219,156</b>	<b>1,344,755</b>	<b>10,482,705</b>			
	<b>รวมกระแสเงินสดจ่าย</b>	<b>2,004,280</b>	<b>3,192,967</b>	<b>3,510,523</b>	<b>947,743</b>	<b>732,693</b>	<b>1,091,244</b>	<b>2,020,293</b>	<b>219,156</b>	<b>1,344,755</b>	<b>88,929,651</b>			
	<b>กระแสเงินสดสุทธิ (EBIT)*</b>	<b>5,922,023</b>	<b>- 2,722,967</b>	<b>4,600,779</b>	<b>442,743</b>	<b>7,413,609</b>	<b>12,526,295</b>	<b>32,941,677</b>	<b>844</b>	<b>20,965,238</b>	<b>10,123,758</b>			



งบกระแสเงินสด : กรณีลดราคาขาย 10% และ ต้นทุนค่าก่อสร้างเพิ่ม 25% (1)

รายละเอียด	1st Year											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<b>รายรับ</b>												
1 บ้านแฝด 3.5 ชั้น	-	-	200,000	50,000	250,000	100,000	300,000	150,000	350,000	200,000	400,000	450,000
2 อาคารพาณิชย์ 3 ชั้น	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	150,000	185,000
รายรับจากค่าส่วนกลาง	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>รายรับจากการขาย</b>	-	-	200,000	50,000	250,000	100,000	300,000	150,000	350,000	200,000	550,000	635,000
<b>รายจ่าย</b>												
1 ค่าที่ดิน	32,000,000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2 ค่าพัฒนาที่ดิน	21,600	138,600	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3 ถนนและระบบสาธารณูปโภค	-	115,688	567,375	339,688	-	-	-	-	-	-	-	-
4 Landscape & Hardscape	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5 ค่าออกแบบและค่าใช้จ่ายในการขออนุญาต	-	738,312	100,000	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6 ค่าก่อสร้างบ้าน	-	-	-	-	2,538,203	3,509,065	3,181,214	6,227,057	6,755,849	5,451,999	4,925,322	4,185,012
อาคารพาณิชย์ 3 ชั้น	-	-	-	-	-	-	-	-	553,392	780,974	639,168	1,073,235
ค่าก่อสร้างสำนักงานขายและตกแต่งบ้านตัวอย่าง	-	-	50,000	50,000	-	-	-	-	-	500,000	500,000	-
<b>รวมเงินลงทุนในโครงการ</b>	<b>32,021,600</b>	<b>992,599</b>	<b>717,375</b>	<b>389,688</b>	<b>2,538,203</b>	<b>3,509,065</b>	<b>3,181,214</b>	<b>6,227,057</b>	<b>7,309,241</b>	<b>6,732,973</b>	<b>6,064,489</b>	<b>5,258,247</b>
8 ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารโครงการ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด	208,000	62,000	117,000	67,000	72,000	72,000	72,000	72,000	72,000	177,000	182,000	72,000
ค่าใช้จ่ายในการบริหารโครงการ	220,060	220,060	220,660	220,210	220,810	220,360	220,960	220,510	221,110	220,660	221,710	221,965
9 ค่าภาษีจากการโอนกรรมสิทธิ์	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ค่าธรรมเนียมการโอน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ค่าภาษีธุรกิจเฉพาะ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร และค่าภาษีจากการโอนกรรมสิทธิ์</b>	<b>428,060</b>	<b>282,060</b>	<b>337,660</b>	<b>287,210</b>	<b>292,810</b>	<b>292,360</b>	<b>292,960</b>	<b>292,510</b>	<b>293,110</b>	<b>397,660</b>	<b>403,710</b>	<b>293,965</b>
<b>รวมกระแสเงินสดจ่าย</b>	<b>32,449,660</b>	<b>1,274,659</b>	<b>1,055,035</b>	<b>676,898</b>	<b>2,831,013</b>	<b>3,801,425</b>	<b>3,474,174</b>	<b>6,519,567</b>	<b>7,602,351</b>	<b>7,130,633</b>	<b>6,468,199</b>	<b>5,552,212</b>
<b>กระแสเงินสดสุทธิ (EBIT)*</b>	<b>- 32,449,660</b>	<b>- 1,274,659</b>	<b>- 855,035</b>	<b>- 626,898</b>	<b>- 2,581,013</b>	<b>- 3,701,425</b>	<b>- 3,174,174</b>	<b>- 6,369,567</b>	<b>- 7,252,351</b>	<b>- 6,930,633</b>	<b>- 5,918,199</b>	<b>- 4,917,212</b>
IRR	10.52%											
NPV	- 2,444,599											

งปกระแสเงินสด : กรณีลดราคาขาย 10% และ ต้นทุนค่าก่อสร้างเพิ่ม 25% (2)

	รายรับ	2nd Year										รวม		
		13	14	15	16	17	18	19	20	21				
	เดือนที่													
1	บ้านแฝด 3.5 ชั้น	8,341,968	250,000	8,491,968	250,000	8,491,968	250,000	8,491,968	25,159,822	150,000	17,603,274	79,680,967		
2	อาคารพาณิชย์ 3 ชั้น	70,000	220,000	105,000	255,000	140,000	5,956,310	11,961,045	70,000	6,039,736	25,152,091			
	รายรับจากค่าส่วนกลาง	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
	<b>รายรับจากการขาย</b>	<b>8,411,968</b>	<b>470,000</b>	<b>8,596,968</b>	<b>505,000</b>	<b>8,631,968</b>	<b>14,448,277</b>	<b>37,120,868</b>	<b>220,000</b>	<b>23,643,010</b>	<b>104,833,057</b>			
	<b>รวม</b>													
	รายจ่าย													
	เดือนที่													
1	ค่าที่ดิน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	32,000,000		
2	ค่าพัฒนาที่ดิน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	160,200		
3	ถนนและระบบสาธารณูปโภค	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,022,750		
4	Landscape & Hardscape	-	-	50,000	50,000	-	-	-	-	-	-	100,000		
5	ค่าออกแบบและค่าใช้จ่ายในการขออนุญาต	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	838,312		
6	ค่าก่อสร้างบ้าน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
	บ้านแฝด 3.5 ชั้น	694,984	2,316,613	2,316,613	201,445	-	-	-	-	-	-	42,303,375		
	อาคารพาณิชย์ 3 ชั้น	861,760	988,002	905,685	506,205	128,054	240,462	240,462	-	-	-	6,917,400		
7	ค่าก่อสร้างสำนักงานขายและตกแต่งบ้านตัวอย่าง	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,100,000		
	<b>รวมเงินลงทุนในโครงการ</b>	<b>1,556,744</b>	<b>3,304,616</b>	<b>3,272,299</b>	<b>757,650</b>	<b>128,054</b>	<b>240,462</b>	<b>240,462</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>84,442,037</b>		
8	ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารโครงการ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
	ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด	72,000	72,000	62,000	62,000	57,000	57,000	7,000	107,000	7,000	107,000	1,748,000		
	ค่าใช้จ่ายในการบริหารโครงการ	245,296	221,470	245,851	221,575	245,956	263,405	331,423	220,720	290,989	4,935,760			
9	ค่าภาษีจากการโอนกรรมสิทธิ์	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
	ค่าธรรมเนียมการโอน	80,920	-	80,920	-	80,920	140,933	367,009	-	-	236,430	987,131		
	ค่าภาษีธุรกิจเฉพาะ	267,035	-	267,035	-	267,035	465,078	1,211,129	-	-	780,219	3,257,531		
	รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารและค่าภาษีจากการโอนกรรมสิทธิ์	665,251	293,470	655,806	283,575	650,911	926,416	1,916,560	227,720	1,414,639	10,928,422			
	<b>รวมกระแสเงินสดจ่าย</b>	<b>2,221,994</b>	<b>3,598,086</b>	<b>3,928,104</b>	<b>1,041,225</b>	<b>778,965</b>	<b>1,166,878</b>	<b>2,157,022</b>	<b>227,720</b>	<b>1,414,639</b>	<b>95,370,458</b>			
	<b>กระแสเงินสดสุทธิ (EBIT)*</b>	<b>6,189,973</b>	<b>3,128,086</b>	<b>4,668,863</b>	<b>536,225</b>	<b>7,853,003</b>	<b>13,281,399</b>	<b>34,963,846</b>	<b>7,720</b>	<b>22,228,372</b>	<b>9,462,599</b>			

**ประวัติผู้เขียน**

ชื่อ	นายเจตริน แซ่ต่ง
วันเดือนปีเกิด	3 สิงหาคม 2534
วุฒิการศึกษา	2556, เศรษฐศาสตรบัณฑิต (ศ.บ.) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ประสบการณ์ทำงาน	2557 : Assistant Manager บริษัท เกาเสียง เทเลคอมมิวนิเคชั่น เอ็นจิเนียริง (ประเทศไทย) จำกัด

