



การศึกษาความเป็นไปได้ของการพัฒนาที่ดินเปล่าในจังหวัดอุดรธานี

โดย

นางสาวญาณี เลิศนิมุลชัย

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์)
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปีการศึกษา 2558

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

การศึกษาความเป็นไปได้ของการพัฒนาที่ดินเปล่าในจังหวัดอุดรธานี

โดย

นางสาวญาณี เลิศนิมุลชัย

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์)

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปีการศึกษา 2558

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



FEASIBILITY STUDY FOR LAND DEVELOPMENT IN UDONTHANI

BY

MISS YANEE LERTNIMOLCHAI



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

นางสาวณัฐณี เลิศนิมุลชัย

เรื่อง

การศึกษาความเป็นไปได้ของการพัฒนาที่ดินเปล่าในจังหวัดอุดรธานี

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์)

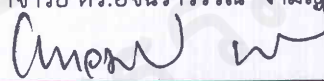
เมื่อ วันที่ 22 เมษายน พ.ศ. 2559

ประธานกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ



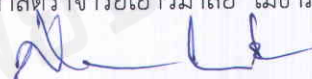
(รองศาสตราจารย์ ดร.อัญจรวรรณ งามญาณ)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ



(รองศาสตราจารย์เยาวมาลัย เมธาภิรักษ์)

คณบดี



(ศาสตราจารย์ ดร.ศิริลักษณ์ โรจนกิจอำนวย)

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	การศึกษาความเป็นไปได้ของการพัฒนาที่ดิน เปล่าในจังหวัดอุดรธานี
ชื่อผู้เขียน	นางสาวญาณี เลิศนิมุลชัย
ชื่อปริญญา	วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์)
สาขาวิชามหาวิทยาลัย/คณะ/	สาขาวิชาธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	รองศาสตราจารย์เยาวมาลย์ เมธาภิรักษ์
ปีการศึกษา	2558

บทสรุปผู้บริหาร

โครงการ THE VILLAGE เป็นโครงการบ้านจัดสรรที่อยู่อาศัยแนวราบ ซึ่งตั้งอยู่บนถนน
เลียงเมือง อุดร-หนองบัวลำภู บนเนื้อที่ดินโครงการ 17-3-12.25 ไร่ จากการศึกษาถึงตัวกฎหมายผัง
เมืองของจังหวัดพบว่าที่ดินแปลงนี้เป็นที่ดินชนบทและเกษตรกรรมซึ่งสามารถทำอสังหาริมทรัพย์เพื่อ
อยู่อาศัย ซึ่งจะต้องไม่เกินร้อยละ 5 ของพื้นที่ทั้งหมด และจากการสำรวจสอบถามจากอบต. บ้านจัน
พบว่า ที่ดินบริเวณนั้นมีพื้นที่ทั้งหมด 11,350 ไร่ ซึ่ง 5% จะเท่ากับ 568 ไร่ และในขณะที่มีโครงการ
บ้านจัดสรรเพื่อที่อยู่อาศัยเพียง 2 โครงการ ใช้พื้นที่ไปทั้งหมด 3 ไร่ ดังนั้นในการพัฒนาที่ดินแปลงนี้
เป็นโครงการบ้านจัดสรรเพื่อการอยู่อาศัยสามารถทำได้ จากการสำรวจข้อมูลการตลาดที่อยู่อาศัย
แนวราบของจังหวัดอุดรธานีพบว่า บ้านเดี่ยวส่วนใหญ่เป็นบ้านหลังใหญ่ราคา 4-5 ล้านบาทอัตราการ
ขาย ต่ำมาก ในขณะที่ทาวน์เฮาส์และบ้านแฝดยังมีsupplyน้อยกว่าราคาถูกจึงส่งผลให้อัตราการขาย
ดีกว่าบ้านเดี่ยว ด้วยเหตุนี้ทางโครงการจึงพัฒนาที่ดินเป็นโครงการบ้านจัดสรรที่อยู่อาศัยประเภทบ้าน
แฝดและทาวน์เฮาส์

โครงการ THE VILLAGE จะประกอบไปด้วยทาวน์เฮาส์ราคาเริ่มต้นอยู่ที่ 1.97 ล้าน
บาท และบ้านแฝดราคา เริ่มต้นอยู่ที่ 2.8 ล้านบาท โดยทาวน์เฮาส์จะมีพื้นที่ใช้สอย 125 ตร.ม. พื้น
ที่ดิน 16-20 ตร.วา และบ้านแฝด พื้นที่ใช้สอยอยู่ที่ 150 ตร.ม. บนพื้นที่ดิน 35-45 ตร.วา โดยวาง
กลุ่มเป้าหมาย รายได้ต่อครัวเรือนอยู่ที่ 60,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป

ในการพัฒนาโครงการ THE VILLAGE สัดส่วนหนี้สินและเงินทุนจะเป็น 40:60 ซึ่งกู้มา
จากสถาบันการเงินที่อัตราดอกเบี้ย ร้อยละ 7.25 โดยต้นทุนที่ดินจะมีมูลค่าเท่ากับ 53,341,875 บาท

ต้นทุนค่าพัฒนาที่ดิน 17,349,000 บาท ต้นทุนค่าก่อสร้าง 160,625,000 บาท ค่าใช้จ่ายการขายและการตลาด 3,068,000 บาท และ ค่าการตลาด 3,688,000 บาท คิดเป็นต้นทุนรวมทั้งหมด 238,000,000 บาท โครงการ THE VILLAGE จะทำการแบ่งเฟสการขายออกเป็น 2 เฟส ซึ่งในเฟสแรกจะเป็นบ้านแฝดและทาวน์โฮม ส่วนในเฟส 2 จะเป็นทาวน์โฮมอย่างเดียว ซึ่งทั้งสองเฟสขายรับโดยรวมจะอยู่ที่ 307,615,221 ล้านบาท ซึ่งระยะเวลาของโครงการจะมีระยะเวลาทั้งสิ้น 33 เดือน จากผลทางการเงินแสดงให้เห็นได้ว่า ความเป็นไปในการพัฒนาโครงการ THE VILLAGE มีความเป็นไปได้สูง เนื่องจากมูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 21,619,574 บาท ในขณะที่ IRR เท่ากับ 16.66% ยังมีค่ามากกว่า WACC ซึ่งเท่ากับ 14.42% สะท้อนถึงว่าอัตราผลตอบแทนมากกว่าต้นทุนทางการเงิน แต่อย่างไรก็ตามอาจจะมีเหตุการณ์หรือปัจจัยภายนอกและภายในเกิดขึ้นซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อตัวโครงการโดยตรงหรือทางอ้อม เพราะฉะนั้นการทำ sensitivity analysis ถือเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อหาทางป้องกันแก้ไขได้ โดยหากเมื่อพิจารณาถึงองค์ประกอบหลักทั้งด้านการราคาค่าก่อสร้างและอัตราดอกเบี้ยที่มีแนวโน้มจะเพิ่มสูงขึ้นสะท้อนให้เห็นว่าในช่วงระยะเวลาดังกล่าว การพัฒนาที่ดินเพื่อที่เป็นที่อยู่อาศัย อาจจะเป็นช่วงระยะเวลาที่ไม่เหมาะสม ในทางตรงกันข้าม หากอัตราค่าก่อสร้างลดลงและอัตราดอกเบี้ยที่ลดลงจะส่งผลเป็นตัวกระตุ้นให้การพัฒนาอสังหาริมทรัพย์มีโอกาสเกิดขึ้นและประสบความสำเร็จมากกว่า

คำสำคัญ: ที่อยู่อาศัยแนวราบ, จังหวัดอุดรธานี

Independent Study Title	FEASIBILITY STUDY FOR LAND DEVELOPMENT IN UDONTHANI
Author	Miss Yanee Lertnimoolchai
Degree	Master of Science (Real Estate Business)
Department/Faculty/University	Faculty of Commerce And Accountancy Thammasat University
Independent Study Advisor	Associate Professor Yawaman Metapirak
Academic Years	2015

EXECUTIVE SUMMARY

THE VILLAGE is residential project which located on the highway Nongbualumpu –Udonthani. The area of land is approximate 17-3-12.25 rai. The saleable area equals 70% of the total land area. The VILLAGE is targeting the young generation who is about 30-45 years old and the household income is about 60,000 bathpermonth. As being Home Sweet Home, the conceptual project for THE VILLAGE is came out with a small town house and the semi-detached house which are the area is about 125 sq.m. and 150 sq.m, respectively. The prices start at 1.97 million for the townhouse and 2.8 million for the semi-detached house.

The project investment is about 238,000,0000 baht and the developer will invest 40% and loan 60% with the interest 7.25% and for the value of the project is about 307,615,221 baht. The project will be planed to operate for 3 years and come out the net present value equals 21,619,574 baht and IRR equals 16.66%. Furthermore, there are also scenarios base on the interest rate, absorption rate and construction cost. In which, it shows that the more construction cost and interest rate increase, the higher chance of failure will occur.

Keywords: Residential project, Udonthani



กิตติกรรมประกาศ

ในการศึกษาโครงการอิสระเรื่องความเป็นไปได้ของที่ดินเปล่าในจังหวัดอุดรธานี ภายใต้ชื่อโครงการ THE VILLAGE นี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจากรองศาสตราจารย์ เยาวมาลย์ เมธาภิรักษ์ อาจารย์ที่ปรึกษาที่เสียสละเวลาให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะและแนะนำในทุกเรื่องเกี่ยวกับการศึกษารวมทั้งรองศาสตราจารย์อัฉรวรรณ งามญาณ ที่ให้ข้อคิดเห็น คำแนะนำเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์การศึกษาในครั้งนี้ การศึกษาในครั้งนี้หากจะไม่สามารถประสบความสำเร็จได้หากขาดกลุ่มเป้าหมายในการสัมภาษณ์เชิงลึก

ทั้งนี้ต้องขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกคน วิทยากรทุกท่าน และพี่ๆทีมผู้ช่วยสอน ตลอดจนจนถึงเจ้าหน้าที่โครงการอสังหาริมทรัพย์ที่คอยให้ความช่วยเหลือมาตลอด และท้ายสุดขอขอบคุณเพื่อนๆ รุ่น MRE14 ที่คอยให้ความช่วยเหลือ ให้คำแนะนำ และปรึกษาที่ดีตลอดมา จนจบการศึกษา โครงการศึกษาอิสระนี้บรรลุจุดประสงค์ได้และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริงในอนาคตต่อไป หากการศึกษาอิสระฉบับนี้มีข้อบกพร่องประการใดผู้จัดขออน้อมรับไว้ ณ ที่นี้ด้วย

นางสาวภาณี เลิศนิมุลชัย

สารบัญ

	หน้า
บทสรุปผู้บริหารภาษาไทย	(1)
บทสรุปผู้บริหารภาษาอังกฤษ	(3)
กิตติกรรมประกาศ	(4)
สารบัญตาราง	(9)
สารบัญรูปภาพ	(11)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	1
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
1.4 ขั้นตอนการกลั่นกรองแนวคิดในการพัฒนาโครงการ	2
บทที่ 2 การวิเคราะห์ศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ	3
2.1 การวิเคราะห์ทางกายภาพ	3
2.2 การวิเคราะห์ทางทำเลที่ตั้ง	5
2.3 การวิเคราะห์ทางกฎหมาย	8
2.3.1 กฎหมายผังเมือง	8
2.3.2 พรบ.จัดสรรที่ดิน	9
2.3.3 ข้อกำหนดการจัดสรรที่ดิน จ.อุดรธานี	9
2.3.4 พรบ.ควบคุมอาคาร	11
2.3.5 กฎกระทรวง	11
2.4 การวิเคราะห์ทางจิตวิทยา	12
2.5 การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อม	12

บทที่ 3 การวิเคราะห์ความเหมาะสมของโครงการ	14
3.1 การคัดกรองประเภทอสังหาริมทรัพย์	14
บทที่ 4 ทบทวนวรรณกรรม	17
4.1 ความหมายของการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ	17
4.2 ความหมายของอสังหาริมทรัพย์	18
4.3 ทฤษฎีอุปสงค์	19
4.4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่อยู่อาศัย	20
4.5 ทฤษฎีส่วนประสมการตลาด	21
บทที่ 5 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด	22
5.1 ทิศทางเศรษฐกิจไทย ปี 2558	22
5.2 สถานการณ์ตลาดอสังหาริมทรัพย์ของประเภทแนวราบใน จ.อุดรธานี	24
5.3 อุปสงค์ในตลาด	25
5.4 การวิเคราะห์คู่แข่งทางการตลาด	28
5.4.1 คู่แข่งการตลาดทางตรง	28
5.4.1.1 โครงการศุภาลัย	30
5.4.1.2 โครงการชนรดา	33
5.4.1.3 โครงการบ้านรุ่งเรือง 8 บ้านช้าง	36
5.4.2 คู่แข่งการตลาดทางอ้อม	40
5.5 การวิเคราะห์ SWOT	41
5.6 กลยุทธ์ทางการตลาด	42
5.6.1 การกำหนดส่วนแบ่งทางการตลาด	42
5.6.2 การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Targeting)	43
5.6.3 การวางตำแหน่งทางการตลาด (Positioning)	44
5.7 ส่วนผสมทางการตลาด (Product Mix)	45
5.7.1 กลยุทธ์ทางการกำหนดผลิตภัณฑ์ (Product)	45
5.7.1.1 การวางผังโครงการ และรายละเอียดของโครงการ	47
5.7.1.2 รายละเอียดแบบบ้านโครงการ THE VILLAGE	48

7.2.1.2	ต้นทุนในการพัฒนาโครงการ	63
7.2.1.3	ค่าก่อสร้าง	64
7.2.1.4	ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาอื่นๆ	64
7.2.2	โครงสร้างการเงินด้านการลงทุนของโครงการ THE VILLAGE	64
7.2.3	สมมติฐานทางด้านรายรับของโครงการ	65
7.2.4	สมมติฐานด้านรายจ่ายในการดำเนินงานของโครงการ	66
7.2.5	สมมติฐานด้านต้นทุนของเงินลงทุนของโครงการ	68
7.3	การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน	68
7.4	การวิเคราะห์ความอ่อนไหวทางการเงิน (Sensitivity Analysis)	69
	รายการอ้างอิง	71
	ภาคผนวก	
	ภาคผนวก ก	
	ภาคผนวก ข	
	ภาคผนวก ค	
	ประวัติผู้เขียน	

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 ตารางคัดกรองประเภทของอสังหาริมทรัพย์	13
3.2 ตาราง Front Door	14
3.3 แสดงราคาบ้านและอัตรการขายแต่ละประเภทอสังหาริมทรัพย์	15
3.4 แสดงการออกใบอนุญาตก่อสร้างอาคารเพื่ออยู่อาศัยบ้านเดี่ยว	15
5.1 แสดงถึงจำนวนครัวเรือนและจำนวนประชากรตั้งแต่ปี 2553-2556	25
5.2 ตารางสถานที่ราชการ/บริษัทโดยรอบของโครงการ	28
5.3 รายละเอียดข้อมูลของโครงการศุภาลัย วิลล์	29
5.4 รายละเอียดข้อมูลของโครงการชนรดา 2	33
5.5 รายละเอียดข้อมูลของโครงการรุ่งเรือง 8 บ้านข้าง บ้านแฝด	36
5.6 ตารางการเปรียบเทียบของกลุ่มคู่แข่งทางตรงในตลาด	38
5.7 ตารางเปรียบเทียบข้อดี-ข้อเสียของกลุ่มคู่แข่งของโครงการทาวน์โฮมส์	39
5.8 ตารางเปรียบเทียบข้อดี-ข้อเสียของกลุ่มคู่แข่งของโครงการบ้านแฝด	39
5.9 ตารางการเปรียบเทียบของกลุ่มคู่แข่งทางอ้อมในตลาด	40
5.10 ตารางการเปรียบเทียบของกลุ่มคู่แข่งทางอ้อมในตลาด	40
5.11 วิเคราะห์ SWOT	41
5.12 วิเคราะห์ Segmentation	42
7.1 ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาโครงการ THE VILLAGE	63
7.2 แสดงสมมุติฐานด้านรายรับของโครงการ	65
7.3 สมมุติฐานจำนวนการขายในแต่ละเดือน	66
7.4 แสดงสมมุติฐานรายจ่ายในการดำเนินงานของโครงการ	66
7.5 แสดงสมมุติฐานค่าจ้างและเงินเดือนของพนักงานของโครงการ	67

7.6 แสดงถึงผลประกอบการจากการวิเคราะห์ทางการเงินของโครงการ

68



สารบัญญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 รูปร่างของที่ดิน	4
2.2 รูปของที่ดินของโครงการที่จะใช้ศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนา	4
2.3 แสดงถึงตำแหน่งของโครงการ	5
2.4 แสดงถึงตำแหน่งของโครงการและสถานที่ใกล้เคียง	6
2.5 การเข้าถึงของโครงการ	7
2.6 ผังเมืองจังหวัดอุดรธานี	8
2.7 แสดงถึงผังสีของที่ดินที่ใช้ในการศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาโครงการ	9
5.1 แสดงถึงอันดับผลิตภัณฑ์ของจังหวัดอุดรธานี 5 อันดับแรก	23
5.2 แสดงถึงสัดส่วนของผลิตภัณฑ์ของจังหวัดอุดรธานี	23
5.3 ราคาเฉลี่ยของบ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น อุดรธานี หนองคาย ที่อยู่ในระหว่างการขาย	24
5.4 กราฟแสดงจำนวนครัวเรือนและจำนวนประชากรของปี 2553-2556	26
5.5 แสดงถึงการแจกแจงรายได้ของแต่ละสาขาอาชีพของประชากรอุดร ปี 2556	26
5.6 แสดงถึงสถานภาพการครอบครองที่อยู่อาศัยในแต่ละสาขาอาชีพของประชากร จังหวัดอุดรธานี ปี 2556	27
5.7 แสดงถึงตารางรายได้ของครัวเรือนเทียบกับค่าใช้จ่ายของครัวเรือน แต่ละสาขาอาชีพของประชากรในจังหวัดอุดรธานี ปี 2554	27
5.8 แสดงคู่แข่งทางการตลาดของทาวน์เฮาส์	29
5.9 แบบทาวน์โฮมของ ศุภกัลยา วิลล	30
5.10 แบบทาวน์โฮม ศุภชีวัน ชั้นล่างของ ศุภกัลยา วิลล	30
5.11 แบบทาวน์โฮม ศุภชีวัน ชั้นบนของ ศุภกัลยา วิลล	31
5.12 แบบบ้านแฝด ศุภกัลยาของ ศุภกัลยา วิลล	31

5.13	แบบบ้านแฝดชั้นล่าง-ศุภกัลยาของ ศุภกัลยา วิลล์	32
5.14	แบบบ้านแฝดชั้นบน-ศุภกัลยาของ ศุภกัลยา วิลล์	32
5.15	แบบทาวน์โฮมของ โครงการชนรดา 2	33
5.16	แบบทาวน์โฮม A1ชั้นล่าง-ชั้นบนของโครงการชนรดา 2	34
5.17	แบบทาวน์โฮม A2ชั้นล่าง-ชั้นบนของโครงการชนรดา 2	35
5.18	แบบทาวน์โฮม B1ชั้นล่าง-ชั้นบนของโครงการชนรดา 2	35
5.19	แบบทาวน์โฮม B2ชั้นล่าง-ชั้นบนของโครงการชนรดา 2	36
5.20	แบบบ้านแฝดของโครงการรุ่งเรือง 8 บ้านข้าง บ้านแฝด	37
5.21	แบบบ้านแฝดชั้นล่างของโครงการรุ่งเรือง 8 บ้านข้าง บ้านแฝด	37
5.22	แบบบ้านแฝดชั้นบนของโครงการรุ่งเรือง 8 บ้านข้าง บ้านแฝด	38
5.23	การวางตำแหน่งทางการแข่งขันในตลาด	44
5.24	การวางตำแหน่งทางการแข่งขันในตลาด	44
5.25	การวางตำแหน่งทางการแข่งขันในตลาด	45
5.26	แสดงผังโครงการ THE VILLAGE	46
5.27	ผังโครงการแบ่งเฟสการขาย	47
5.28	ตัวอย่างทาวน์เฮาส์	48
5.29	ตัวอย่างบ้านแฝด	49
6.1	แผนงานการก่อสร้าง (1)	57
6.2	แผนงานการก่อสร้าง (2)	57
6.3	แผนงานการก่อสร้าง (3)	58
6.4	แผนงานการก่อสร้าง (4)	58
6.5	แผนงานการก่อสร้าง (5)	59
6.6	แผนงานการก่อสร้าง (6)	59
6.7	แผนงานการก่อสร้าง (7)	60

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มา

จังหวัดอุดรธานีมีการเจริญเติบโตทางด้านการค้า และการคมนาคมขนส่งเป็นอย่างมาก ซึ่งจะเห็นได้จาก จำนวนเที่ยวบิน จำนวนผู้โดยสาร อีกทั้งมีการขยาย เพิ่มพื้นที่ในส่วนของอาคารผู้โดยสารใหม่ ที่เป็นส่วนขยายต่อเนื่องจากสนามบินเดิม และในปลายปี พ.ศ. 2558 ซึ่งเป็นที่ทราบกันดีเกี่ยวกับการดำเนินแผน รองรับประชาคมอาเซียน หรือ AEC อย่างเป็นทางการ ทำให้จังหวัดอุดรธานี จัดเป็นจุดยุทธศาสตร์ที่สำคัญแห่งหนึ่งของประเทศ และสอดคล้องกับแผนพัฒนาทางการคมนาคมขนส่งโดยทางรถไฟ กำหนดให้มีรถไฟความเร็วในระดับกลาง เพื่อรองรับการขนส่งมวลชน และสินค้าจาก ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ตัวอย่างเช่น ประเทศจีนตอนใต้ ประเทศเวียดนาม และประเทศลาว จะส่งผลต่อสภาพเศรษฐกิจของจังหวัดซึ่งอยู่ใกล้กับแนวการค้าชายแดน จะมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง และเป็นผลดีต่อสภาพเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศไทย

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

ศึกษาความเป็นไปได้ใน การพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ บริเวณติดถนนวงแหวนสายเลี่ยงเมือง จังหวัดอุดรธานี – จังหวัดหนองบัวลำภู และนำมาพิจารณาบริบทต่างๆ ทั้งด้านลักษณะกายภาพของที่ดิน ทำเลที่ตั้ง กฎหมาย การตลาด และการเงินเพื่อพัฒนาเป็นโครงการอสังหาริมทรัพย์ที่เหมาะสมที่สุด

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

จากการศึกษาความเป็นไปได้การพัฒนาที่ดินในครั้งนี้ ผู้ศึกษาคาดว่าจะได้ศึกษาแนวทางความเป็นไปได้ในการพัฒนาโครงการประเภทต่างๆ โดยจัดลำดับตามประเภทการใช้งานที่เหมาะสมที่สุดและรองลงมา บนที่ดินดังกล่าว อีกทั้งยังก่อให้เกิดประโยชน์ต่อนักพัฒนาที่ดินที่ต้องการพัฒนาที่ดินในบริเวณใกล้เคียงกัน

1.4 ขั้นตอนการกลั่นกรองแนวคิดในการพัฒนาโครงการ

การพัฒนาโครงการ ผู้ศึกษาได้คำนึงปัจจัยต่างๆในการพิจารณาตามลำดับทางด้านล่าง เพื่อให้ทราบถึงการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดหรือที่เรียกกันว่า Highest and Best Use

1. ปัจจัยความเป็นไปได้ทางด้านกฎหมาย เพื่อศึกษา ข้อจำกัดในการพัฒนาสามารถศึกษาจากกฎหมายผังเมืองจังหวัด ซึ่งอ้างอิงจากสีต่างๆที่บอกถึงประเภทของสิ่งที่สามารถปลูกสร้างหรือพัฒนาโครงการได้
2. ปัจจัยความเป็นไปได้ทางกายภาพ จะเป็นการศึกษาที่อ้างอิงกับบริบทรอบๆ บริเวณที่ดิน ว่าแต่ละบริบท เอื้อให้กับ site มากแค่ไหน โดยจะรวมถึงกฎหมาย การก่อสร้างและควบคุมอาคาร
3. ปัจจัยทำเลที่ตั้ง เพื่อศึกษาถึงสภาพแวดล้อม ชุมชน ที่อยู่ในบริเวณรอบๆ ตลอดจนการเข้าถึงของ site ว่ามีอุปสรรคต่อการพัฒนาโครงการนั้นๆ มากน้อยแค่ไหน
4. ปัจจัยการตลาด เพื่อศึกษาถึงความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ปริมาณของอุปทาน คู่แข่ง ทั้งในปัจจุบันและอนาคต ตลอดจนการแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่อาจจะมีผลกระทบต่อปริมาณของอุปสงค์
5. ปัจจัยการเงิน เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในด้านการลงทุนของโครงการในรูปแบบต่างๆ ประกอบกับผลตอบแทนที่จะได้ในแต่ละโครงการ เพื่อการพิจารณาในการเลือกพัฒนา

บทที่ 2

การวิเคราะห์ที่ดินโครงการ (Site Analysis)

ในการพัฒนาโครงการใดๆ ก็ตาม การวิเคราะห์ถึงศักยภาพความเป็นไปได้ของตัวโครงการบนที่ดิน นั้นถือเป็นเรื่องสำคัญ และนักพัฒนาโครงการจะต้องศึกษาและวิเคราะห์เป็นอย่างดี ก่อนลงมือปฏิบัติจริง เพื่อให้การวิเคราะห์ถึงศักยภาพของที่ดินในการพัฒนาโครงการ เป็นไปอย่างถูกต้อง ปัจจัยต่างๆดังต่อไปนี้จะช่วยเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์

- ลักษณะทางกายภาพ (Physical Attribute)
- ลักษณะทางทำเลที่ตั้ง (Location Attribute)
- ลักษณะทางกฎหมาย (Law Attribute)
- ลักษณะทางจิตวิทยา (Psychological Attribute)
- ลักษณะทางสิ่งแวดล้อม (Environment Attribute)

2.1 ลักษณะทางกายภาพ

2.1.1 เอกสารสิทธิ์ที่ดิน

ขนาดที่ดิน	17-3-12.25 ไร่
ภาระผูกพัน	ไม่มี
ราคาประเมินจากกรมที่ดิน	ราคาไร่ละ 3,000,000 บาท เมื่อวันที่ 15/06/58

2.1.2 ลักษณะของรูปร่างที่ดิน

ที่ดินมีรูปร่างเป็นสี่เหลี่ยมคางหมู ด้านหน้ามีขนาดกว้าง 70 เมตร ซึ่งติดถนนวงแหวนสายเลี้ยวเมืองจังหวัดอุดรธานี-จังหวัดหนองบัวลำภู และเป็นถนนสายหลัก 4 เลน และด้านหลังมีความกว้าง 110 เมตร ติดถนนสาธารณะ และด้านทางลี้กมีขนาดความยาว 280 เมตร โดยสามารถอ้างอิงได้จากภาพที่ 2.1 แสดงภาพที่ดินทางมุมสูง



ภาพที่ 2.1 รูปร่างของที่ดิน

2.1.3 การใช้ประโยชน์ในปัจจุบัน

ที่ดินยังคงเป็นที่ดินว่างเปล่า ไม่มีการกระทำการกิจกรรมใดๆ แสดงให้เห็นดัง

ภาพที่ 2.2



ภาพที่ 2.2 รูปของที่ดินของโครงการที่จะใช้ศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนา

2.1.4 ที่ตั้ง

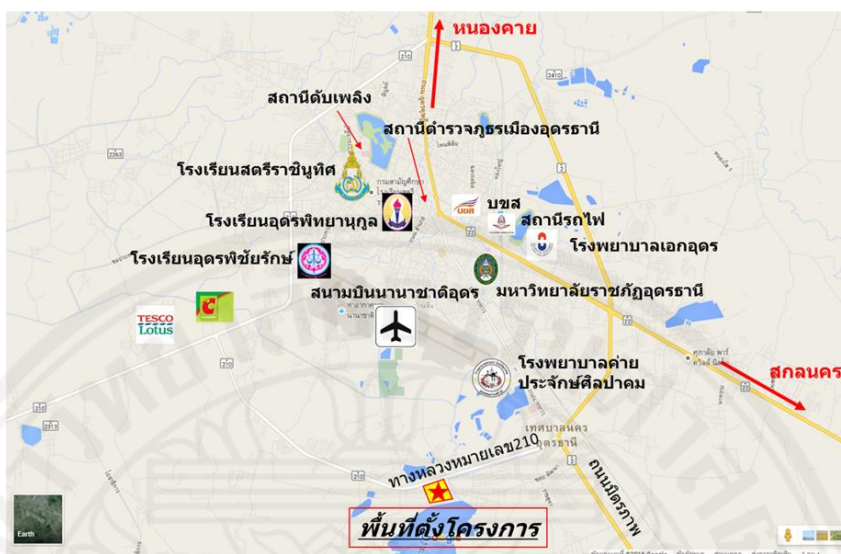
ทิศเหนือ	อยู่ติดกับ	ถนนวงแหวน จังหวัดอุดรธานี
ทิศตะวันออก	อยู่ติดกับ	ที่ดินว่างเปล่า
ทิศตะวันตก	อยู่ติดกับ	ที่ดินว่างเปล่า
ทิศใต้	อยู่ติดกับ	ถนนสาธารณะ

2.2 ลักษณะทางทำเลที่ตั้ง (Location Attribute)

ที่ดินที่ทำการศึกษ ตั้งอยู่บนถนนวงแหวน สายเลี่ยงเมืองอุดรธานี ห่างจากสี่แยกบายพาสจังหวัดอุดรธานี – จังหวัดขอนแก่น ประมาณ 2.3 กม. และอยู่ห่างจากสามแยกบายพาสจังหวัดอุดรธานี – จังหวัดหนองบัวลำภู ประมาณ 10 กม.



ภาพที่ 2.3 แสดงถึงตำแหน่งของโครงการ



ภาพที่ 2.4 แสดงถึงตำแหน่งของโครงการและสถานที่ใกล้เคียง
สถานที่สำคัญบริเวณใกล้เคียง

จากการวิเคราะห์ของสถานที่สำคัญ ได้แก่ สถานที่ศึกษา โรงพยาบาล ศูนย์การค้า ตลาด ส่วนสาธารณะ และระบบขนส่ง โดยได้ทำการวัดจากสถานที่เหล่านั้นไปยังทำเลที่ตั้งของโครงการ อ้างอิงจาก google map พบว่าสามารถแสดงให้เห็นได้ตามรายละเอียดดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1: แสดงระยะของสถานที่สำคัญใกล้เคียง

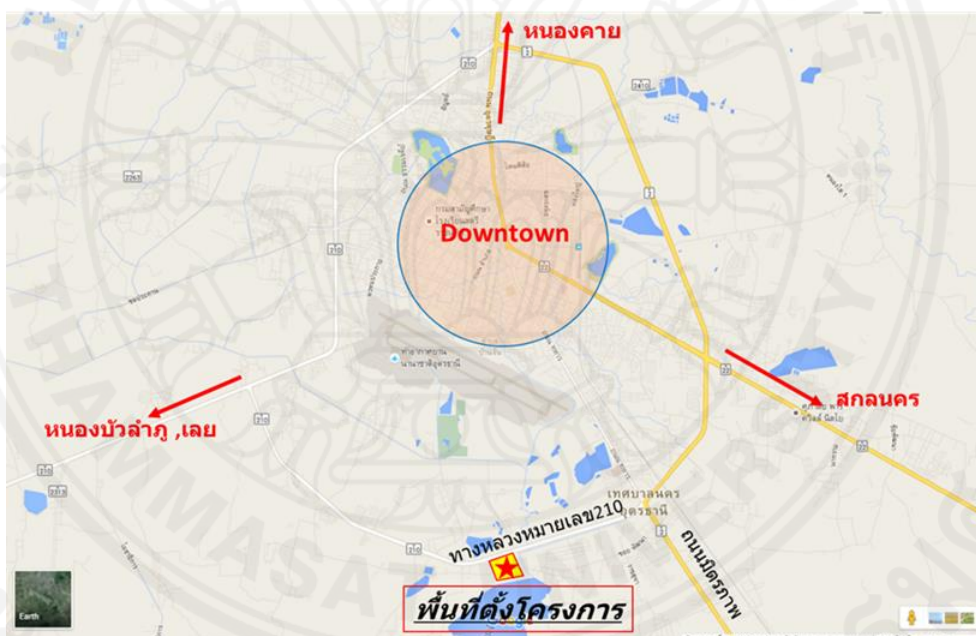
สถานที่	ระยะทาง	สถานที่	ระยะทาง
สถานศึกษา		ตลาด	
ราชภัฏ	7.1 km.	ตลาดหนองขอนกว้าง	4.1 km.
อุดรพิทยานุกูล	8.8 km.	ตลาดถนน	800 m.
สตรีราชินูทิศ	8.9 km.	ตลาดบ้านทอน	9.3 km.
อนุบาลอุดรธานี	9.2 km.	ตลาดเมืองทองเจริญศรี	6.8 km.
ดอนบอสโกวิทยา	9.9 km.	ตลาดเทศบาล	8.7 km.
เซนต์แมรี	6.8 km.	ตลาดบ้านห้วย	11 km.
โรงพยาบาล		สวนสาธารณะ	
โรงพยาบาลศูนย์อุดร	8.9 km.	หนองประจักษ์	12 km.
โรงพยาบาลกรุงเทพอุดร	10 km.	หนองจิม	8 km.
โรงพยาบาลวัฒนา	7.3 km.	ระบบขนส่งมวลชน	
โรงพยาบาลเอกอุดร	9.1 km.	สนามบิน	8 km.
ศูนย์การค้า/Hyper Market		บขส	7.8 km.
Central	8.4 km.	สถานีรถไฟ	8.8 km.
Big C	7.1 km.	สถานีตำรวจ	8.2 km.
Lotus	6.6 km.	สถานีดับเพลิง	12 km.
Makro	6.8 km.		
จัส	6.7 km.		
UD town	7.8 km.		

ที่มา: Google map

การเข้าถึงโครงการ (Accessibility)

ทางรถยนต์ สามารถเข้าถึงได้หลายเส้นทาง ได้แก่

- เส้นทางจากถนนทหาร ซึ่งผ่านจากตัวเมืองจังหวัดอุดร มุ่งหน้าไปทางขอนแก่น แล้วเลี้ยวขวาเข้าถนนวงแหวนเพื่อไปยังโครงการ
- เส้นทางจากถนนวงแหวนทางทิศตะวันตก มุ่งหน้าไปทาง ทิศตะวันออก ก็ สามารถกลับรถแล้วก็เข้าถึงตัวโครงการได้
- เส้นทางจากถนนวงแหวนทางทิศตะวันออกมุ่งหน้าสู่ทิศตะวันตกก็สามารถเข้าสู่ตัวโครงการได้โดยไม่ต้องกลับรถ

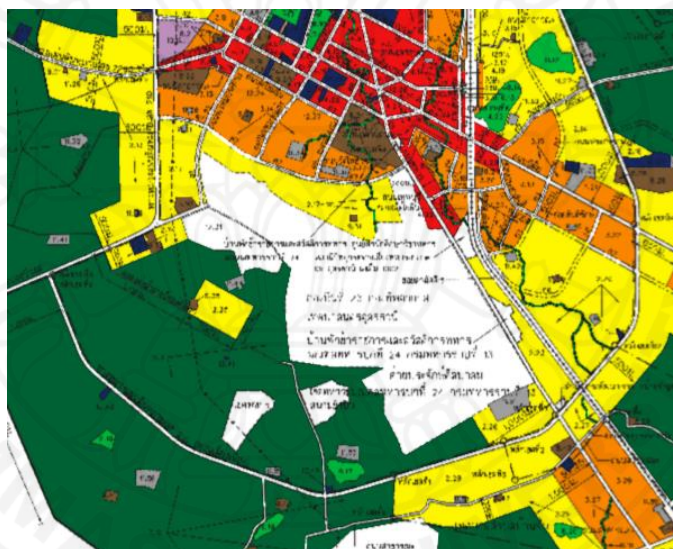


ภาพที่ 2.5 การเข้าถึงของโครงการ

2.3 วิเคราะห์ทางด้านกฎหมาย

ในการพัฒนาที่ดินของโครงการ กฎหมายถือเป็นเรื่องที่มีความสำคัญต่อการพัฒนา ซึ่งอาจจะต้องใช้กฎหมาย หลายอย่างเข้ามาเกี่ยวข้องในการวิเคราะห์ถึงความเป็นไปได้ของโครงการ โดยในการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ จะเริ่มจากการศึกษากฎหมายผังเมืองของจังหวัดนั้นๆ เป็นอันดับแรก เพื่อศึกษาถึงความเป็นไปได้ในการพัฒนาโครงการ

2.3.1 กฎหมายผังเมือง



ภาพที่ 2.6 ผังเมืองจังหวัดอุดรธานี

กฎหมายผังเมืองจังหวัดอุดรธานี พ.ศ. 2553 ที่ดินตั้งอยู่บริเวณหมายเลข 7.10 เป็นผังสีเขียวเข้ม ซึ่งถูกกำหนดเป็นที่ดินประเภทชนบทและเกษตรกรรม สามารถใช้ประโยชน์ในด้านเกษตรกรรมหรือที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร สถาบันราชการ สาธารณูปโภค และสาธารณูปการ ในส่วนของการทำประโยชน์ภายในพื้นที่สามารถจัดทำได้ไม่เกินร้อยละห้าของที่ประเภที่นั้นในแต่ละบริเวณซึ่งจากการตรวจสอบข้อมูลจาก อบต.บ้านจันทน์พบว่าที่ดินบริเวณนั้นมีพื้นที่ทั้งหมด 11,350 ไร่ ซึ่ง 5% จะเท่ากับ 568 ไร่ และในขณะที่มีโครงการบ้านจัดสรรเพื่อที่อยู่อาศัยเพียง 2 โครงการ ใช้พื้นที่ไปทั้งหมด 3 ไร่ ดังนั้นในการพัฒนาที่ดินแปลงนี้เป็นโครงการบ้านจัดสรรเพื่อการอยู่อาศัยสามารถทำได้ ซึ่งข้อห้ามในการใช้ประโยชน์ทางกฎหมาย ของที่ดินประเภทนี้สามารถศึกษาต่อได้จากภาคผนวก

- บ้านเดี่ยว ที่ดินแปลงย่อยต้องมีขนาดความกว้างหรือความยาวไม่ต่ำกว่า 10 เมตร และมีเนื้อที่ไม่ต่ำกว่า 50 ตร.วา หากความกว้างหรือความยาวไม่ได้ขนาดดังกล่าว ต้องมีเนื้อที่ไม่ต่ำกว่า 60 เมตร
- บ้านแฝด ที่ดินแต่ละแปลงต้องมีความกว้างไม่ต่ำกว่า 8 เมตร และมีเนื้อที่ไม่ต่ำกว่า 35 ตร.วา
- บ้านแถวหรืออาคารพาณิชย์ หน้ากว้างของตัวอาคารในที่ดินแต่ละแปลง ต้องไม่ต่ำกว่า 4 เมตร และมีเนื้อที่ไม่ต่ำกว่า 16 ตร.วา

(3) ข้อ 9 ให้ใช้กฎหมายว่าด้วยการควบคุมอาคาร เป็นตัวกำหนดระยะห่างของตัวอาคารกับเขตแนวที่ดินตลอดจนการเว้นช่องว่างระหว่างแปลงที่ดิน

หมวด 5 ข้อกำหนด เพื่อประโยชน์เกี่ยวกับการคมนาคม การจราจร และความปลอดภัย

- (1) ข้อ 15 ความกว้างของหน้าที่ดินแต่ละแปลงที่ใช้สำหรับการเข้าออกต้องกว้างไม่ต่ำกว่า 4 เมตร
- (2) ข้อ 16 ขนาดความกว้างของเขตทางภายในโครงการจัดสรรเพื่อที่ใช้เป็นทางเข้าออกสู่ช่องที่ดินแปลงย่อย ควรมีความกว้างไม่ต่ำกว่า 12 เมตร โดยต้องมีความกว้างของผิวจราจรไม่ต่ำกว่า 8 เมตร สำหรับโครงการจัดสรร ขนาดเนื้อที่ 19-50 ไร่ หรือ ขนาด 100-299 แปลง
- (3) ข้อ 17 สำหรับทางเข้าออกของโครงการที่มีถนนบรรจบกับทางหลวงแผ่นดินหรือทางหลวงสาธารณประโยชน์ ความกว้างของเขตทางต้องไม่ต่ำกว่าเกณฑ์ข้อ 16 กำหนด เว้นแต่ว่ามีเกณฑ์อื่นบังคับใช้
- (4) ข้อ 18 ความยาวของถนนระหว่างแยกสองแยกต้องไม่เกิน 300 เมตร และแนวของเกาะกลางถนนต้องไม่ยาวเกิน 600 เมตร สำหรับถนนที่มีซอยตัน ต้องกำหนดให้มีพื้นที่ที่กลับรถได้ทุกๆ ระยะไม่เกิน 100 เมตร และในส่วนถนนที่ปลายตัน พื้นที่กลับต้องจัดให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ ซึ่งสามารถดูได้จากภาคผนวก
- (5) ข้อ 19 ในกรณีที่ทางเข้าออกของโครงการที่ซึ่งความยาวทั้งสองฝั่งยาวข้างละ 50 เมตร ไปบรรจบกับทางหลวงของแผ่นดิน หรือของท้องถิ่นที่ความกว้างของเขตทางมีขนาดตั้งแต่ 30 เมตรขึ้นไป ความกว้างของที่จอดรถระหว่างผิวจราจรกับทางเท้าไม่น้อยกว่า 2.4 เมตร
- (6) ข้อ 20 ทางเดินและทางเท้า สามารถอ่านรายละเอียดได้จากผนวก

1. ถนนด้านที่ใช้เป็นทางเข้าออกสู่ที่ดินแปลงย่อยที่ทำการจัดสรรที่ดิน เพื่อที่อยู่อาศัยและพาณิชยกรรม ต้องจัดให้มีทางเดินและทางเข้า มีความกว้างทางเดินและทางเท้าสุทธิไม่ต่ำกว่า 60 เซนติเมตร ในกรณีเป็นทางเดินและทางเท้ายกระดับ ขอบทางเดินและทางเท้าต้องเป็นคันทันสูงระหว่าง 12-15 เซนติเมตร และเพื่อประโยชน์ในการสัญจรหรือเพื่อความปลอดภัย จุดที่เป็นทางเข้าออกสู่ที่ดินแปลงย่อยให้ลดคันทันลงโดยทำเป็นทางลาดให้รถยนต์เข้าออกได้ แต่ให้รักษาระดับทางเดินและทางเท้าให้สูงเท่าเดิม

2. ในบริเวณจุดเชื่อมต่อระหว่างถนนกับทางเดินและทางเท้าหรือทางเข้าออกที่ดินแปลงย่อยกับทางเดินและทางเท้าที่ไม่อาจรักษาระดับทางเดินและทางเท้าให้สูงเท่ากันได้ ให้ลดคันทันลง

3. การปลูกต้นไม้ หรือติดตั้งอุปกรณ์ประดับถนนต้องไม่ล้ำลงมาในส่วนที่เป็นทางเดินและทางเท้า

(7) ข้อ 24 สะพาน สะพานท่อ และท่อลอด สามารถอ่านรายละเอียดได้จากภาคผนวก

หมวด 8 ข้อกำหนดเกี่ยวกับการอื่นที่จำเป็นต่อการรักษาสภาพแวดล้อมการส่งเสริมสภาพความเป็นอยู่และการบริหารชุมชน สามารถดูรายละเอียดได้จากภาคผนวก

2.3.4 พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร

หมวด 3 การก่อสร้าง ดัดแปลง รื้อถอน เคลื่อนย้าย และใช้เปลี่ยนแปลงการใช้อาคาร
มาตรา 31 ไม่อนุญาตให้ผู้จัดทำการดัดแปลง รื้อถอน เคลื่อนย้ายอาคาร ให้ผิดไปจากผัง หรือ แพลน ที่ได้รับอนุญาต

2.3.5 กฎกระทรวง ฉบับที่ 55

หมวด 1 ลักษณะอาคาร

ข้อ 1-6 สามารถศึกษาได้จากภาคผนวก

หมวด 2 ส่วนต่างๆของอาคาร

ส่วนที่ 1 วัสดุของอาคาร

ข้อ 16-18 สามารถศึกษารายละเอียดได้จากภาคผนวก

ส่วนที่ 2 พื้นที่ภายในอาคาร

ข้อ 19-22 สามารถศึกษารายละเอียดได้จากภาคผนวก

หมวด 3 ที่ว่างภายนอกอาคาร

ข้อ 36-37 สามารถศึกษารายละเอียดได้จากภาคผนวก

ข้อ 42 หากมีการก่อสร้างอาคารหรือดัดแปลงอาคารใกล้แหล่งน้ำสาธารณะ เช่น แม่น้ำ คูคลอง ลำรางหรือลำกระโดง ที่มีขนาดความกว้างตั้งแต่ 10 เมตร ต่อหมวด 4 แนวอาคารและระยะต่างๆของอาคาร

ข้อ 40 ห้ามก่อสร้างหรือดัดแปลงอาคารเข้าไปใกล้เขตสาธารณะ เว้นแต่ได้รับการอนุญาตจากเจ้าหน้าที่ผู้ซึ่งดูแลที่สาธารณะนั้น

2.4 ลักษณะทางจิตวิทยา (Psychological Attribute)

พื้นที่โดยรอบส่วนใหญ่ยังคงเป็นพื้นที่เปล่า มีการอยู่กระจุกตัวของชุมชน อยู่ในบางพื้นที่ ไม่มีความหนาแน่นมาก ไม่มีการก่อสร้างตึกสูง ส่งผลให้ไม่ค่อยแออัด การจราจรไม่ติดขัด สามารถเข้าในตัวจังหวัดได้หลายเส้นทาง อีกทั้งยังอยู่ใกล้ ตลาด โรงพยาบาล สถานศึกษา และ สนามบิน ส่งผลให้การเดินทางมีความสะดวกสบายมาก ไม่ก่อให้เกิดผลเสียต่อสุขภาพจิตใจ

2.5 ลักษณะทางสิ่งแวดล้อม (Environmental Attribute)

พื้นที่รอบข้างเป็นพื้นที่ว่างเปล่า อีกทั้งด้านหลังของที่ดินยังใกล้กับอ่างเก็บน้ำ ซึ่งทำให้ได้รับความรู้สึกถึงการสัมผัสธรรมชาติมาก ไม่มีโรงงานอุตสาหกรรมอยู่ใกล้ ส่วนใหญ่เป็นแหล่งชุมชนที่อยู่อาศัย

สรุปความเป็นไปได้จากการวิเคราะห์ที่ดินของโครงการ

จากการวิเคราะห์พบว่า ที่ดินในการพัฒนาอยู่ในพื้นที่ที่แหล่งชุมชนที่อยู่อาศัยซึ่งมีไม่หนาแน่น การจราจรไม่ติดขัด อีกทั้งมีการเดินทางเข้าออกได้หลายเส้นทาง บรรยากาศของที่ดินยังคงมีสภาพแวดล้อมที่ดี อากาศที่บริสุทธิ์เนื่องจากอยู่ใกล้แหล่งเก็บน้ำ อีกทั้งยังไม่มี โรงงานอุตสาหกรรมหรือ แหล่งที่สร้างมลภาวะ อยู่ในบริเวณนั้น นอกจากนี้ในบริเวณนี้ที่ส่วนใหญ่เป็นแหล่งชุมชนแล้ว ยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกสบาย ทั้งด้านสาธารณูปโภค สาธารณูปการ อาทิเช่น Testco Lotus, Big C Extra, โรงพยาบาล และ สนามบิน เป็นต้น

บทที่ 3

การวิเคราะห์โครงการที่เหมาะสมเบื้องต้น

จากการวิเคราะห์เบื้องต้นในทางกฎหมายและลักษณะทางกายภาพ สรุปความเป็นไปได้จากการใช้ประโยชน์ของที่ดินมาดังตารางที่ 3.1

3.1 การคัดกรองประเภทอสังหาริมทรัพย์

จากตารางที่ 3.1 พบว่า จากการวิเคราะห์ทางกฎหมาย ที่อยู่อาศัยแนวราบเป็นอสังหาริมทรัพย์ประเภทเดียวที่สามารถมีความเป็นไปได้ในการพัฒนาโครงการ เนื่องจากอยู่พื้นที่สีเขียวเข้ม ประเภทชนบทและเกษตรกรรม ซึ่งสามารถพัฒนาเป็นโครงการจัดสรรเพื่อการอยู่อาศัยและเพื่อพาณิชย์กรรมได้ร้อยละ 5 จากพื้นที่ทั้งหมด ดังนั้นในการพัฒนาที่ดินให้เป็นที่อยู่อาศัยในแนวราบสามารถพัฒนาได้หลายประเภท ได้แก่ บ้านเดี่ยว 2 ชั้น, บ้านเดี่ยว 1 ชั้น, ทาวน์เฮาส์, และบ้านแฝด

ตารางที่ 3.1 ตารางคัดกรองประเภทของอสังหาริมทรัพย์

ประเภทอสังหาริมทรัพย์	วิเคราะห์ทางด้านกฎหมาย	วิเคราะห์ทางด้าน กายภาพและทำเลที่ตั้ง	
อาคารชุด	ไม่ผ่านเกณฑ์ เนื่องจากอยู่ในเขตสีเขียวไม่สามารถพัฒนาเป็นที่อยู่อาศัยแนวสูงได้	✗	-
ที่อยู่อาศัยแนวราบ	ผ่านเกณฑ์ เนื่องจากอยู่ในเขตสีเขียวสามารถพัฒนาเป็นที่อยู่อาศัยแนวราบได้	✓	เหมาะสม เนื่องจากทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้โรงเรียน โรงพยาบาล ศูนย์การค้า สภาพการจราจรไม่ติดขัด
อพาร์ทเมนท์	ไม่ผ่านเกณฑ์ เนื่องจากอยู่ในเขตสีเขียวไม่สามารถพัฒนาเป็นที่อยู่อาศัยแนวสูงได้	✗	-
เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์	ไม่ผ่านเกณฑ์ เนื่องจากอยู่ในเขตสีเขียวไม่สามารถพัฒนาเป็นที่อยู่อาศัยแนวสูงได้	✗	-
โรงแรม	ไม่ผ่านเกณฑ์ เนื่องจากกฎหมายไม่อนุญาตให้สร้างได้	✗	-
ศูนย์การค้า	ไม่ผ่านเกณฑ์ เนื่องจากกฎหมายไม่อนุญาตให้สร้างได้	✗	-
อาคารสำนักงาน	ไม่ผ่านเกณฑ์ เนื่องจากกฎหมายไม่อนุญาตให้สร้างได้	✗	-
นิคมอุตสาหกรรม	ไม่ผ่านเกณฑ์ เนื่องจากกฎหมายไม่อนุญาตให้สร้างได้	✗	-
คลังสินค้า	ไม่ผ่านเกณฑ์ เนื่องจากกฎหมายไม่อนุญาตให้สร้างได้	✗	-

จากการศึกษาถึงตัวกฎหมายผังสีเพื่อศึกษาถึงความเป็นไปได้แล้ว ในลำดับถัดไป การศึกษาถึงความไปเป็นได้ในการดำเนินงาน ซึ่งจะได้ราคาขายของที่อยู่อาศัยแต่ละประเภท โดยทั้งนี้จะขึ้นอยู่กับปัจจัยเรื่องที่ดิน ค่าก่อสร้างและ ค่าบริหารเป็นหลัก

ตารางที่ 3.2 ตาราง Front Door

	Unit	Townhome	Single Detach house	Single House
ที่ดิน	ตร.วา.	7,112.25	7,112.25	7,112.25
ราคาที่ดินต่อไร่	บาท/ตร.วา	7,500.00	7,500.00	7,500.00
ราคาที่ดินทั้งหมด	บาท	53,341,875.00	53,341,875.00	53,341,875.00
พื้นที่ใช้สอยทั้งหมดของโครงการ	ตร.วา.	4,622.96	4,622.96	4,622.96
พื้นที่ดิน ต่อ หลัง	ตร.วา.	20.00	35.00	50.00
จำนวนหลัง	Units	231.15	222.00	92.46
ราคาที่ดินต่อตร.วา		11,538.46	11,538.46	11,538.46
ค่าพัฒนาที่ดินของโครงการ				
ค่าถมที่	บาท/ ลบ.ม.	100.00	100.00	100.00
ค่าถมที่ดินทั้งหมด	บาท	7,112,250.00	7,112,250.00	7,112,250.00
ค่าพัฒนาที่ดินของโครงการ	บาท/ ตร.วา	3,500.00	3,500.00	3,500.00
ค่าพัฒนาที่ดินของทั้งโครงการ	บาท	7,700,000.00	7,700,000.00	7,700,000.00
สะพาน	บาท	3,000,000.00	3,000,000.00	3,000,000.00
ค่าพัฒนาที่ดินของโครงการต่อตร.วา	บาท / ตร.วา	3,852.99	3,852.99	3,852.99
ต้นทุนที่ดิน	บาท/ ตร.วา	15,391.46	15,391.46	15,391.46
ต้นทุนที่ดินต่อหลัง	บาท	307,829.12	538,700.97	769,572.81
ค่าก่อสร้าง				
ค่าก่อสร้างต่อหลัง	บาท/ตร.ม.	8,500.00	10,000.00	15,000.00
พื้นที่ก่อสร้างต่อหลัง	ตร.ม.	125.00	150.00	150.00
ค่าก่อสร้างต่อหลัง	บาท	1,062,500.00	1,500,000.00	2,250,000.00
Total cost	บาท	1,370,329.12	2,038,700.97	3,019,572.81
Mark up		1.380	1.38	1.38
Sale Price	บาท	1,977,000.00	2,813,407.34	4,167,010.48

จากการวิเคราะห์ถึงความเป็นไปได้ของโครงการจากตาราง front door analysis พบว่า ราคาของทาวเฮ้าส์ และบ้านแฝด จะมีราคาอยู่ที่ 1,970,000 บาท และ 2,935,140 บาท ตามลำดับในส่วนของบ้านเดี่ยวราคาจะอยู่ที่ 4,799,600 บาท แสดงให้เห็นว่าราคาบ้านเดี่ยวมีราคาสูงกว่าทาวเฮ้าส์เป็น 2 เท่า ในขณะที่บ้านแฝดมีราคาสูงกว่าทาวเฮ้าส์ประมาณ 9 แสนกว่าบาท จากการ

สำรวจราคาบ้านเดี่ยวของตลาดอสังหาริมทรัพย์ในจังหวัดอุดรธานี พบว่าบ้านเดี่ยว ชั้นเดียว หรือบ้านเดี่ยวสองชั้น ส่วนใหญ่ราคาจะเริ่มต้นที่ 3.5 – 5.6 ล้านบาท ในขณะที่บ้านแฝดและทาวเฮาส์ราคาจะอยู่ในช่วง 1.7-2.9 ล้านบาท อัตราการขายของบ้านเดี่ยว 2 ชั้น โดยเฉลี่ยจะอยู่ที่ 1.2 หลังต่อเดือน บ้านเดี่ยวชั้นเดียวจะอยู่ที่ 1.4 หลังต่อเดือน และทาวเฮาส์กับบ้านแฝดจะอยู่ที่ 3.8 หลังต่อเดือน และ 1.41 หลังต่อเดือน ตามลำดับ ดังแสดงให้เห็นในตารางที่ 3.3

ตารางที่ 3.3 แสดงราคาบ้านของแต่ละโครงการและอัตราการขายแต่ละประเภทอสังหาริมทรัพย์

	ศุภลัยวิลล์	ศรีธานี	สีวลี	พลินวิลล์	Livello	ศุภลัย พาร์ควิลล์
Type	บ้านเดี่ยว 2 ชั้น,บ้านแฝด,ทาวเฮาส์	บ้านเดี่ยว 1 ชั้น	บ้านเดี่ยว 2 ชั้น	บ้านเดี่ยว 1 ชั้น	บ้านเดี่ยว 2 ชั้น	บ้านเดี่ยว 2 ชั้น
Price(ล้านบาท)	TH=1.71-1.92 SDH=2.67-2.97 บ้านแฝด=3.42-3.67	2.75-3.42	4.2-5.6	3.49-4.2	3.39-4.79	3.62-4.48
Adsorption rate	SDH=0.41 TH=3.83 แฝด=1.41	1.166667	1.354167	1.666667	1.111111	1.16666667

จากข้อมูลเบื้องต้นแสดงให้เห็นว่า ความสามารถเป็นไปได้ในการพัฒนาโครงการ บ้านเดี่ยวมีความเป็นไปได้น้อย เนื่องจากราคาที่คิดเบื้องต้น จาก front door analysis เริ่มต้นที่ระดับราคา 4.8 ล้านบาท ซึ่งถือว่าค่อนข้างสูงเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งรายอื่น อีกทั้งอัตราการขายของบ้านเดี่ยว ณ ตอนนี้อยู่ที่ต่ำ ในขณะที่จำนวนอุปทานมีเพิ่มสูงขึ้น นอกจากนี้ จากข้อมูลศูนย์อสังหาริมทรัพย์พบว่าตลาดบ้านเดี่ยวในปี 2558 มีการขออนุญาตลดลงอย่างเห็นได้ชัดเมื่อเปรียบเทียบกับ 2557 คิดเป็น 87% ดังแสดงให้เห็นในตารางที่ 3.4

ตารางที่ 3.4 แสดงการออกใบอนุญาตก่อสร้างอาคารเพื่ออยู่อาศัยบ้านเดี่ยว

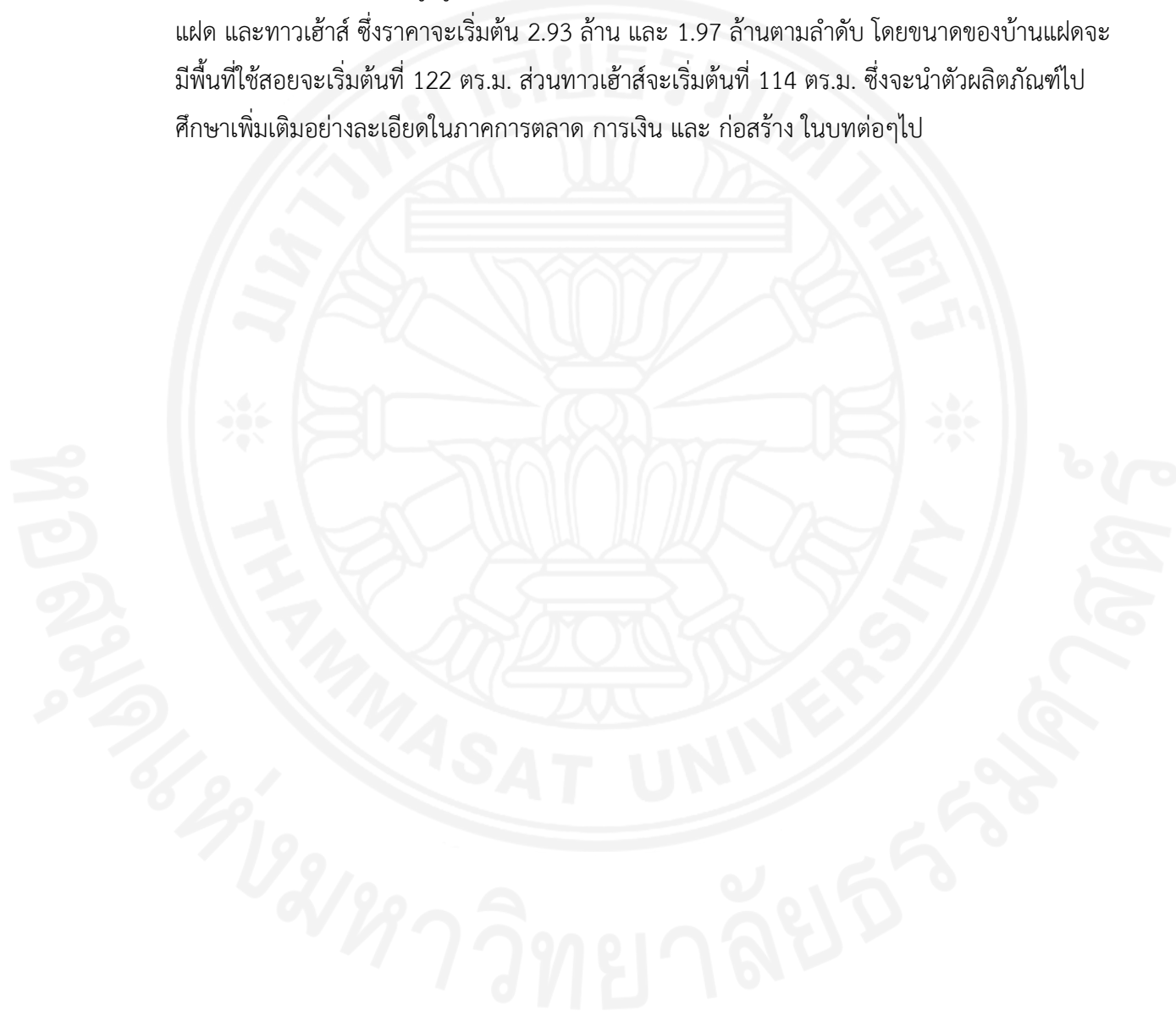
ภาค/จังหวัด□ Region/Province	Q1/2557	Q2/2557	Q 3/2557	Q 4/2557	Q1/2558	Q2/2558	Q3/2558	Q4/2558	ΔQoQ	ΔYoY	ΔYTD
อุดรธานี	545	658	851	341	176	88	1203	264	-60%	-87%	-78%

แสดงจำนวนหน่วย รายไตรมาส 2557-2558 (ศูนย์อสังหาริมทรัพย์)

จากตารางที่ 3.4 แสดงให้เห็นว่าโอกาสในการพัฒนาโครงการเป็นบ้านเดี่ยวมีความเป็นไปได้ยาก ในทางตรงกันข้ามทาวเฮาส์และบ้านแฝดที่มี อัตราขายที่สูงกว่า โดยเฉพาะทาวเฮาส์ แสดงให้เห็นถึงโอกาสพัฒนาโครงการเป็นบ้านแฝดและทาวเฮาส์

สรุปความเป็นไปได้ในการพัฒนาโครงการ

จากการวิเคราะห์ถึงความเป็นไปได้ในการพัฒนาที่ดิน จากข้อมูลทางกฎหมาย กายภาพ และ front door แล้ว พบว่า บ้านแฝด และทาวเฮ้าส์มีความเหมาะสมในการพัฒนาที่ดินของโครงการเพื่อหาประโยชน์สูงสุด (Highest and the best use) โดยโครงการจะประกอบไปด้วยบ้านแฝด และทาวเฮ้าส์ ซึ่งราคาจะเริ่มต้น 2.93 ล้านบาท และ 1.97 ล้านบาทตามลำดับ โดยขนาดของบ้านแฝดจะมีพื้นที่ใช้สอยจะเริ่มต้นที่ 122 ตร.ม. ส่วนทาวเฮ้าส์จะเริ่มต้นที่ 114 ตร.ม. ซึ่งจะนำตัวผลิตภัณฑ์ไปศึกษาเพิ่มเติมอย่างละเอียดในภาคการตลาด การเงิน และ ก่อสร้าง ในบทต่อไป



บทที่ 4

ทบทวนวรรณกรรม

4.1 ความหมายของการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ(Project Feasibility) คือการศึกษาและวิเคราะห์สภาพของโครงการ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาประกอบการพิจารณาวิเคราะห์ถึงความเป็นไปได้ของโครงการ โดยที่ผลตอบแทนที่ได้จะต้องคุ้มค่างบเงินที่ลงทุน เนื่องจาก เทคโนโลยีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ความต้องการของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพเศรษฐกิจและสังคม ตลอดจนการมีทรัพยากรอย่างจำกัด ดังนั้นในการศึกษาวิเคราะห์ถึงความเป็นไปได้ของโครงการ ปัจจัยต่างๆล้วนแต่มีความสำคัญในการนำมาวิเคราะห์เพื่อให้เกิดประสิทธิผลสูงสุดแก่ตัวโครงการ อันได้แก่ปัจจัยดังต่อไปนี้

- 1) ปัจจัยด้านการตลาด: เพื่อศึกษาถึงศักยภาพของตลาด ความต้องการของตลาด แนวโน้มทิศทางของตลาด ตลอดจนความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่งที่อยู่ในตลาด
- 2) ปัจจัยด้านการเงินและเศรษฐศาสตร์: เพื่อจัดหาแหล่งเงินทุน ประมาณการในส่วนของเงินลงทุน และประเมินความคุ้มค่าในการลงทุน
- 3) ปัจจัยเทคนิค: เพื่อวิเคราะห์ถึงทำเล ความเหมาะสม และศักยภาพของที่ดิน
- 4) ปัจจัยการบริหารจัดการ: เพื่อสามารถควบคุมต้นทุน และบริหารการจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 5) ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม: เพื่อศึกษาปัจจัยผลกระทบต่อชุมชน ตลอดจนถึงแนวทางป้องกันและปรับปรุงแก้ไขไม่ให้เกิดผลกระทบต่อชุมชน

จากการทบทวนความหมายของการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ ประเภทและความหมายของอสังหาริมทรัพย์จึงเป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องศึกษาในอันดับต่อไปเพื่อนำมาวิเคราะห์ถึงโอกาสและศักยภาพของที่ดิน เพื่อให้ความคุ้มค่าในการลงทุนอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด โดยในการศึกษาในครั้งนี้ได้อ้างอิง จากทฤษฎีดังกล่าวข้างต้นมาเป็น เกณฑ์การศึกษาและวิเคราะห์ถึงความเป็นไปได้อย่างละเอียด

4.2 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

ผู้บริโภค (consumer) คือ บุคคลที่มีความสามารถในการจับจ่ายซื้อสินค้าโดยใช้เงินเป็นตัวกลางในการแลกเปลี่ยน ซึ่งผู้บริโภคส่วนใหญ่จะมีความตั้งใจที่อยากจะซื้อเป็นตัวแทนไปสู่การแลกเปลี่ยนสินค้าที่มีเงินเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนสิ่งของ (กรรณิการ์ ภูประเสริฐ, 2534)

และหากนำเอาลักษณะในการเลือกซื้อสินค้ารวมถึงการตอบสนองต่อสินค้าประเภทนั้น ซึ่งอาจจะรวมถึงการประเมินสินค้าหรือการบริการ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ถูกเรียกว่า พฤติกรรมผู้บริโภค

4.2.1 ลักษณะและพฤติกรรมของผู้บริโภค

เพื่อให้ง่ายต่อการเข้าใจการแบ่งพฤติกรรมของผู้บริโภคตาม generation จะช่วยให้มองเห็นเป้าหมายของกลุ่มลูกค้าได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

Generation B (Baby Boomer Generation) เป็นกลุ่มของผู้ที่มีอายุอยู่ในช่วง 51-69 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการบริโภค มีกำลังซื้อ ทำงานหนักเพื่อสร้างเนื้อสร้างตัว ซึ่งกลุ่มนี้ถือว่ามีขนาดใหญ่มากเมื่อเทียบกับกลุ่มประชากรทั้งประเทศ

Generation X (Extraordinary Generation) เป็นกลุ่มของผู้ที่มีอายุอยู่ในช่วง 36-50 ปี เป็นกลุ่มที่สามารถสร้างความสมดุลระหว่างการทำงานกับครอบครัวได้ มีมุมมองที่กว้างขวางกล้าที่จะจับจ่ายอย่างฟุ่มเฟือย รับฟังคำติเตียนและพร้อมที่จะปรับปรุงตนเอง ชอบใช้ความคิดในการทำงาน ประสบความสำเร็จในการงานส่งผลให้คนส่วนใหญ่ในกลุ่มนี้มีกำลังในการซื้อค่อนข้างสูง

Generation Y (Why Generation) เป็นกลุ่มคนที่อยู่ในช่วงอายุ 35- 25 ปี เป็นกลุ่มที่มีพิงพาการใช้เทคโนโลยีในชีวิตประจำวันสูง มีความเป็นตัวของตัวเองสูงมาก ไม่ชอบการมีเงื่อนไขหรืออยู่ในกรอบ คน Gen Y จะแต่งงานช้า ไม่ใส่ใจสุขภาพ เชื่อว่าการทำงานหนักส่งผลให้ประสบความสำเร็จ กลุ่มนี้จะมีการจับจ่ายที่ฟุ่มเฟือย ต้องใช้ของที่อินเทรนด์อยู่ตลอดเวลา จึงเป็นที่มาของการมีบัตรเครดิตมากกว่า 1 ใบ และมีหนี้สินพอกๆกับคน Gen X

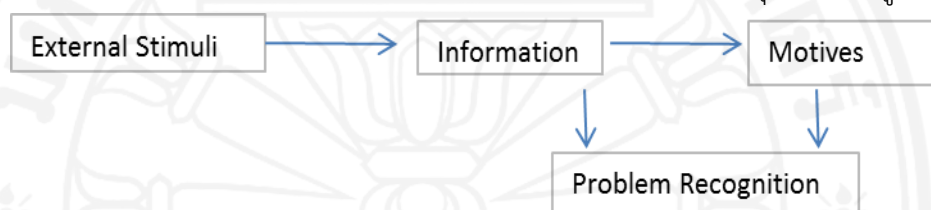
Generation M (Millennium Generation) เป็นกลุ่มคนที่อยู่ในช่วงอายุ 18-24 ปี เป็นกลุ่มที่ถูกตั้งอยู่ในความหวังหลายๆ เรื่อง เช่น การไม่แต่งงานของมีนเมา การไม่มีพฤติกรรมก้าวร้าว ตลอดจนการไม่มีลูกก่อนวัยอันควร ฉะนั้นจึงเน้นด้านสุขภาพ ให้มีสุขภาพที่ดี ทำการตลาดด้านสุขภาพ ส่งผลให้สินค้าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพสูงเพื่อให้เข้าถึงกับกลุ่มลูกค้า Gen M

จากพฤติกรรมของแต่ละ generation ดังกล่าวข้างต้นสามารถนำไปแบ่งกลุ่ม segmentation เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของที่อยู่อาศัยในแนวราบได้อย่างชัดเจน เนื่องจากแต่ละ generation มีรูปแบบการดำรงชีวิตที่แตกต่างกัน ดังนั้นการเรียนรู้ถึงพฤติกรรมของ

แต่ละ generation ของแต่ละ segment จะช่วยส่งผลถึงงานดีไซน์เพื่อตอบสนองไลฟ์สไตล์ของ segment นั้นๆ ได้อย่างตรงตามความต้องการซึ่งจะนำไปสู่ความสำเร็จในการพัฒนาที่อยู่อาศัย แนวราบ

4.2.2 กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค

ขั้นที่แรก การเล็งเห็นปัญหา(Problem Recognition) หรือ (Need Recognition) เนื่องจากผู้บริโภคได้ตระหนักถึงปัญหาที่เกิดขึ้น และตระหนักว่าสินค้าประเภทนั้นๆ สามารถตอบสนองหรือจัดปัญหาได้ แต่อย่างไรก็ตามก่อนการตัดสินใจเลือกซื้อ ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อศึกษาความสามารถในการแก้ปัญหาของสินค้าตัวนั้นๆ และจึงนำไปสู่การตัดสินใจว่าจะซื้อหรือไม่ ซึ่งทั้งนี้อาจจะมีส่วนของความอยากจากตัวของบุคคลร่วมอยู่ด้วย



4.3 ทฤษฎีอุปสงค์ (Demand Theory) (John Maynard Keynes: 1883-1946)

ในทางทฤษฎีเศรษฐศาสตร์นั้น อุปสงค์ของสินค้าจะประกอบไปด้วย ความต้องการ (Desire) ความเต็มใจที่จะซื้อ (Willingness to pay) และความสามารถในการจ่าย (Ability to pay) ซึ่งถ้าหากขาดองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่ง จะถูกเรียกว่า อุปสงค์ที่มีศักยภาพแต่ไม่เกิดการซื้อ กฎแห่งอุปสงค์ (Law of Demand) กล่าวไว้ว่า “เมื่อกำหนดให้สิ่งอื่นๆอยู่ที่ (Other thing being equal or Ceteris paribus) ปริมาณการซื้อสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งจะเปลี่ยนแปลงผกผันกับระดับราคาสินค้าและบริการชนิดนั้นเสมอ” (กาญจนา โชคถาวร, 2540) หมายถึง หากปริมาณสินค้าประเภทใดประเภทหนึ่งมีปริมาณลดลง ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าด้วยจำนวนที่เพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากมีปัจจัยต่างๆที่เป็นตัวแปรต่อและตัวกำหนดอุปสงค์ ที่ส่งผลให้ความต้องการมีจำนวนไม่เท่ากัน (วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน, 2542)

ตัวกำหนดอุปสงค์และฟังก์ชันอุปสงค์ (Demand Determinants and Demand Function)

1. ปริมาณและราคาจะมีการผกผันกัน กล่าวคือ หากสินค้าประเภทนั้นมีราคาสูง ความต้องการจะมีน้อย แต่ในทางตรงกันข้ามหากสินค้าที่มีราคาต่ำความต้องการในการซื้อสินค้าจะมากขึ้น
2. รายได้ต่อครัวเรือนจะแปรผันตรงกับปริมาณของสินค้า กล่าว่า ประชากรที่รายได้เฉลี่ยต่ำจะมีการบริโภคสินค้าในปริมาณที่ต่ำเช่นกัน

3. การทดแทนของสินค้าจะเกิดขึ้นเมื่อสินค้าประเภทนั้นมีราคาสูง ผู้บริโภคจะลดปริมาณสินค้าประเภทนั้นลงและหาสินค้าทดแทน
 4. การบริโภคสินค้าจะขึ้นอยู่กับรสนิยม อายุ เพศ และอิทธิพลของโฆษณา
 5. จำนวนประชากรและปริมาณการบริโภคของสินค้าจะแปรผันตรง กล่าวคือหากจำนวนประชากรมาก การบริโภคสินค้าก็จะเพิ่มมากขึ้นตาม
 6. ปริมาณการซื้อจะขึ้นความสามารถในการซื้อของประชากร กล่าวคือ หากรัฐบาลมีโครงสร้างการกระจายรายได้ที่ดี ความสามารถในการซื้อของประชากรจะอยู่ในระดับที่เท่าๆกัน
 7. ฤดูกาลเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อปริมาณการซื้อสินค้า
- นอกจากการทบทวนพฤติกรรมของผู้บริโภค ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่อยู่อาศัยถือเป็นสิ่งสำคัญในการศึกษา เพื่อทราบถึงปัจจัยพื้นฐานในการพัฒนาโครงการต้องคำนึงถึง

4.4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่อยู่อาศัย

- 1.) ความสะดวกในการเข้าถึง (Accessibility) Barrie (1997) กล่าวว่า ผู้อาศัยมีความต้องการที่พักอาศัยในบริเวณที่มีการกระจายตัวอยู่รอบๆศูนย์กลางการค้าและธุรกิจ สถานที่ทำงาน สถานที่ศึกษา ตลอดจนร้านค้า เพื่อความสะดวกสบายในการพักอาศัย
- 2.) ด้านราคา Alonso (1976) กล่าวว่า การเลือกซื้อที่พักอาศัยจะมีความสัมพันธ์กับรายได้ ยกตัวอย่างเช่น ผู้ที่มีรายได้น้อยจะอาศัยอยู่ในเขตนอกเมืองและจะยอมจ่ายค่าเช่าที่สูงกว่าคนที่พักอาศัยในเมือง
- 3.) ด้านรูปแบบที่อยู่อาศัย Alonso (1976) กล่าวว่า การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยจะต้องขึ้นอยู่กับขนาดของครอบครัวและสถานภาพของการสมรส
- 4.) ด้านสาธารณูปโภคและการสาธารณูปการ Goodall (1997) เห็นว่าการบริการด้านสาธารณูปโภคและสาธารณูปการจะเป็นเครื่องมือชี้วัดในการพัฒนาของแหล่งที่อยู่อาศัยนั้นๆ อันจะส่งผลให้เป็นแหล่งที่อยู่อาศัยของผู้ที่มีรายได้สูงกว่า ซึ่งเกิดความไม่เท่าเทียมในการบริการด้านสาธารณูปโภคและสาธารณูปการต่อกลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่า
- 5.) ด้านประชากร จากตัวเลขครัวเรือนที่เพิ่มขึ้น แต่งานเพิ่มมากขึ้น เกิดคู่สมรสใหม่ ที่มีความต้องแยกครอบครัวเพื่อไปสร้างครอบครัวของตนเอง เป็นครอบครัวเดี่ยว ส่งผลให้เกิดความต้องการที่อยู่อาศัยเพิ่มขึ้น ตามจำนวนการเพิ่มขึ้นของครัวเรือน

4.5 ทฤษฎีส่วนประสมการตลาด

ประกอบด้วย 4 อย่าง ได้แก่

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) คือสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เพื่อสร้างความพึงพอใจ ไม่ว่าจะเป็นงานบริการ ราคาสินค้า คุณภาพ และบรรจุภัณฑ์ ซึ่งในการวางกลยุทธ์ของตัวผลิตภัณฑ์ ต้องคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ดังต่อไปนี้

1.1 ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ และการแข่งขัน

1.2 องค์ประกอบ (คุณสมบัติ) ของผลิตภัณฑ์

1.3 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์

1.4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์

1.5 กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์และสายของผลิตภัณฑ์

2. ราคา (Price) คือจำนวนเงินที่สามารถจ่ายเพื่อสะท้อนถึงความพึงพอใจถึงตัวสินค้าหรือการบริการ ซึ่งจะถูกแปลงออกมาเป็นมูลค่าและความคุ้มค่าของสินค้าตัวนั้นๆ ซึ่งวัดได้จากคุณค่าของการรับรู้จากผู้บริโภค

3. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือในการช่วยกระตุ้นยอดขายหรือสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งอาจจะถูกคิดขึ้นมาในแนวจุใจ การรับรู้ หรือสร้างความทรงจำเพื่อนำไปสู่การสร้างทัศนคติที่ดี

4. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) คือแนวทางในการนำสินค้าไปสู่ผู้บริโภค ซึ่งอาจจะเกิดขึ้นได้ในหลากหลายรูปแบบ โดยอาจจะผ่านสื่อตัวกลางที่เรียกว่าตลาด เป็นตัวเชื่อมระหว่างกลุ่มเป้าหมายและผลิตภัณฑ์

จากทฤษฎีข้างต้นในการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดถือเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับกลุ่มพัฒนา และถือเป็นหัวใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยนักพัฒนาอสังหาริมทรัพย์จะต้องยึดจากความต้องการของผู้บริโภคเป็นหลัก ซึ่งหากสามารถเข้าถึงและเข้าใจความต้องการของผู้บริโภคแล้ว การตั้งราคา การทำโปรโมชั่น ตลอดจนจนถึงช่องทางการจัดจำหน่ายจะสามารถปฏิบัติและตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น

บทที่ 5

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาด

5.1 ทิศทางเศรษฐกิจไทย ปี 2558

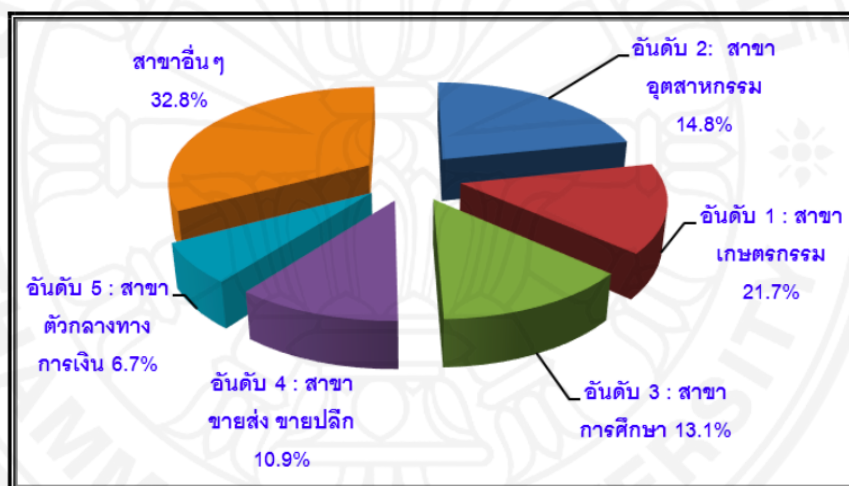
ในส่วนมหภาคการขยายตัวของเศรษฐกิจในช่วงครึ่งหลังของ ปี 2558 ได้มีการคาดการณ์ไว้ว่าจะมีการขยายของเศรษฐกิจร้อยละ 2.7-3.2 เนื่องจากได้รับปัจจัยสนับสนุนหลายฝ่าย ได้แก่ การใช้จ่ายและการลงทุนของภาครัฐอย่างต่อเนื่องจากครึ่งปีแรก, จำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น โดยประมาณการอยู่ที่ 30 ล้านคนภายในสิ้นปี, การเพิ่มสภาพคล่องให้กับกลุ่มผู้ส่งออกในรูปแบบของเงินบาทจะมีการปรับตัวไปในทิศทางที่ดีขึ้น สืบเนื่องจากค่าเงินบาทที่อ่อน, ภาวะอัตราเงินเฟ้อที่ยังคงน้อย สาเหตุจากราคาน้ำมันที่ยังอยู่ในระดับต่ำ ซึ่งจะช่วยเพิ่มอำนาจในการซื้อและเอื้ออำนวยต่อการนโยบายทางการเงินที่ผ่อนคลายลง แต่อย่างไรก็ตามสถานการณ์ของเศรษฐกิจทั่วยังคงอยู่ภาวะที่ตกต่ำ อีกทั้งผลกระทบจากภัยแล้งของประเทศ เป็นเหตุให้การมูลค่าการส่งออกลดลงร้อยละ 3.5 การบริโภคครัวเรือนและการลงทุนรวมขยายตัวร้อยละ 1.8 และ 6.2 ตามลำดับ อัตราเงินเฟ้อยังคงติดลบอยู่ในช่วง 0.2-0.7 ในด้านการใช้จ่ายของภาคครัวเรือนของครึ่งปีแรก 2558 การใช้จ่ายเพิ่มขึ้นร้อยละ 2 เมื่อเทียบกับช่วงเดือนเดียวกันของปีก่อนที่ลดลงร้อยละ 1

ในขณะที่ ด้านการลงทุนทางด้านก่อสร้างเมื่อเทียบกับช่วงเดือนเดียวกันของปีก่อน เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.3 ภาคทางด้านอสังหาริมทรัพย์หลังจากผ่านครึ่งแรกของปี 2558 อสังหาริมทรัพย์มีทิศทางประสพภาวะชะลอตัว ความสามารถในการซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคลดลง สถาบันการเงินระมัดระวังในเรื่องการปล่อยกู้ ทำให้การขอกู้เงินเป็นไปในทิศทางค่อยข้างลำบาก ส่งผลให้รัฐบาลได้ร่วมมือกับธนาคารสงเคราะห์ออกมาตรการทางการเงิน ได้แก่ มาตรการผ่อนปรนอนุมัติสินเชื่อที่อยู่อาศัยมาตรการลดค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมสินเชื่อที่อยู่อาศัย และมาตรการทางภาษี เพื่อเพิ่มความสามารถของผู้รายได้น้อยถึงปานกลางสามารถซื้อที่อยู่อาศัยได้ อีกทั้งยังเป็นการกระตุ้นตลาดอสังหาริมทรัพย์ที่กำลังซบเซาให้มีบรรยากาศที่ดีขึ้น

ในภาคท้องถิ่น จังหวัดอุดรธานีมีอัตราการเจริญเติบโตที่สูงขึ้นอย่างเห็นชัด จากข้อมูลสำนักงานคลังจังหวัดอุดรธานีพบว่า ผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัด (GPP) ของพ.ศ. 2556 ขยายตัวร้อยละ 6.3 คิดเป็น 4.3 % เปรียบเทียบกับปีที่แล้ว ซึ่งคิดเป็นมูลค่า 103,742 ล้านบาท ซึ่งถูกจัดเป็นอันดับ 1 ของภาคอีสานตอนบน(เลย, หนองบัวลำภู, หนองคาย, อุดรธานี), อันดับที่ 4 ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และอันดับที่ 24 ของประเทศ ซึ่งผลิตภัณฑ์หลักของจังหวัดอุดรธานี 5 อันดับแรก ได้แก่

อันดับ	สาขาการผลิต	มูลค่าเพิ่ม (ล้านบาท)	สัดส่วน (%)
๑	- สาขาเกษตรกรรม	๒๒,๕๕๖	๒๑.๗
๒	- สาขาอุตสาหกรรม	๑๕,๓๓๗	๑๔.๘
๓	- สาขาการศึกษา	๑๓,๖๑๕	๑๓.๑
๔	- สาขาการขนส่ง ขยายปลีก	๑๑,๒๗๙	๑๐.๙
๕	- สาขาตัวกลางทางการเงิน	๖,๙๒๓	๖.๗
๖	- สาขาอื่นๆ	๓๔,๐๓๒	๓๒.๘

ภาพที่ 5.1 แสดงถึงอันดับผลิตภัณฑ์ของจังหวัดอุดรธานี 5 อันดับแรก



ที่มา: สภาพัฒนาฯ ด้วยวิธีคำนวณแบบปริมาณลูกโซ่ (Chain Volume Measures)

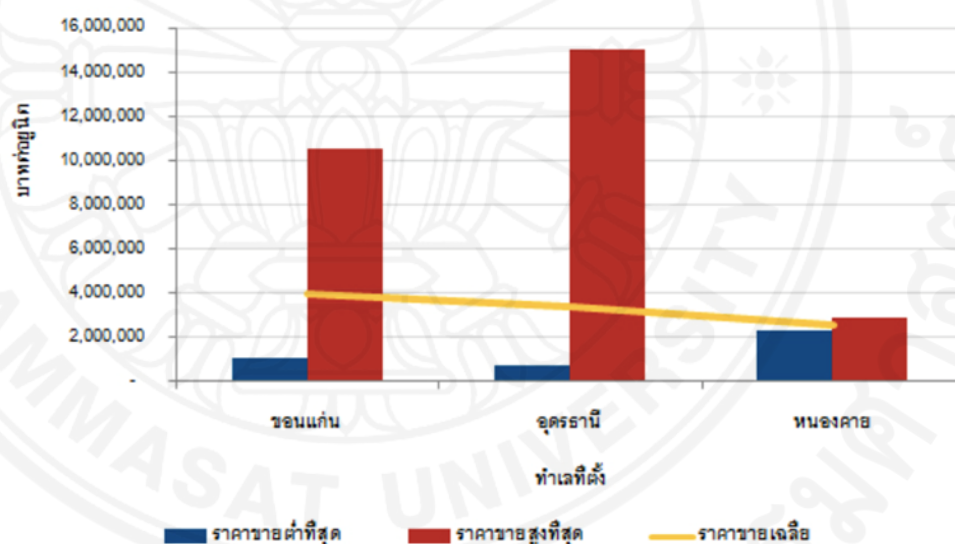
ภาพที่ 5.2 แสดงถึงสัดส่วนของผลิตภัณฑ์ของจังหวัดอุดรธานี

จากสภาวะการที่ GPP มีการเติบโต การเปิด AEC ปลายปี 2558 และสร้างรางรถไฟความเร็วสูงซึ่งจะมีเส้นทางผ่านจังหวัดอุดรธานี แสดงให้เห็นถึงศักยภาพของจังหวัดที่นักลงทุนเล็งเห็นโอกาสในการเข้ามาลงทุนและพัฒนาธุรกิจ เพื่อรองรับการเจริญเติบโตของเมือง ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในช่วงระยะ 2-3 ปี หลังในจังหวัดอุดรธานี ถือว่ามีความโดดเด่นมาก ไม่ว่าจะการลงทุนของกลุ่มเซ็นทรัลพัฒนา ในการสร้างศูนย์การค้าขนาดใหญ่ การลงทุนของที่อยู่อาศัยแนวราบของบริษัทมหาชน เช่น แลนด์แอนด์เฮ้าส์, แอสเสอรี่ และ ศุภาลักษณ์, ตลอดจนที่อยู่อาศัยแนวราบ เช่น ซี.พี. แลนด์, AP, และแอสเสอรี่ ส่งผลให้ราคาที่ดินในตัวเมืองและรอบๆตัวเมืองมีราคาสูงขึ้น หลายเท่าตัว จากสภาวะการเติบโตและการขยายตัวของเมืองส่งผลให้เกิดการจ้างงานเพิ่มมากขึ้น ประชากรมีรายได้เพิ่ม

สูงขึ้น ส่งผลให้มีความสามารถในการใช้จ่ายเพิ่มขึ้น จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้ GPP ของจังหวัดมีการเติบโตที่สูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด

5.2 สถานการณ์ตลาดอสังหาริมทรัพย์ในประเภทแนวราบในจังหวัดอุดรธานี

จากการสำรวจข้อมูล ธนาคารสงเคราะห์ได้ทำการสำรวจตลาดที่อยู่อาศัยแนวราบของจังหวัดอุดรธานี พบว่าในปี 2558 มีจำนวนโครงการที่อยู่ในระหว่างการขายอยู่ 23 โครงการ มีจำนวนยูนิตประมาณ 1,900 ยูนิต คิดเป็นมูลค่ารวม 6,100 ล้านบาท และมีจำนวนเหลือขายอยู่ 750 หน่วย คิดเป็นมูลค่ารวม 2,300 ล้านบาท ซึ่งในจำนวนโครงการที่เปิดขายในจังหวัดเป็นบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์คิดเป็นร้อยละ 13 ของจำนวนโครงการทั้งหมดและร้อยละ 21 ของจำนวนยูนิตทั้งหมด ซึ่งได้แก่ ศุภาลัย และแลนด์แอนด์เฮาส์



ที่มา: ฝ่ายวิจัย คอลลิเออร์ส อินเตอร์เนชั่นแนล ประเทศไทย

รูปภาพที่ 5.3 ราคาเฉลี่ยของบ้านจัดสรรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น อุดรธานี หนองคาย ที่อยู่ในระหว่างการขาย

จากภาพที่ 5.3 แสดงให้เห็นราคาเฉลี่ยของบ้านจัดสรรในจังหวัดอุดรธานี อยู่ที่ประมาณ 3.35 ล้านบาทต่อยูนิต โครงการบ้านจัดสรรส่วนใหญ่ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดอุดรธานี เป็นโครงการบ้านเดี่ยว 1 ชั้น, 2 ชั้น และทาวน์เฮาส์ โดยราคาทาวน์เฮาส์จะอยู่ที่ระดับราคา 0.99 ล้านบาท ซึ่งจะอยู่ในบริเวณเขตชานเมือง ในที่นี้บ้านเดี่ยวจะราคาสูง 14.9 ล้านบาทจะอยู่ในใจกลางเมืองอุดร ซึ่งจากการ

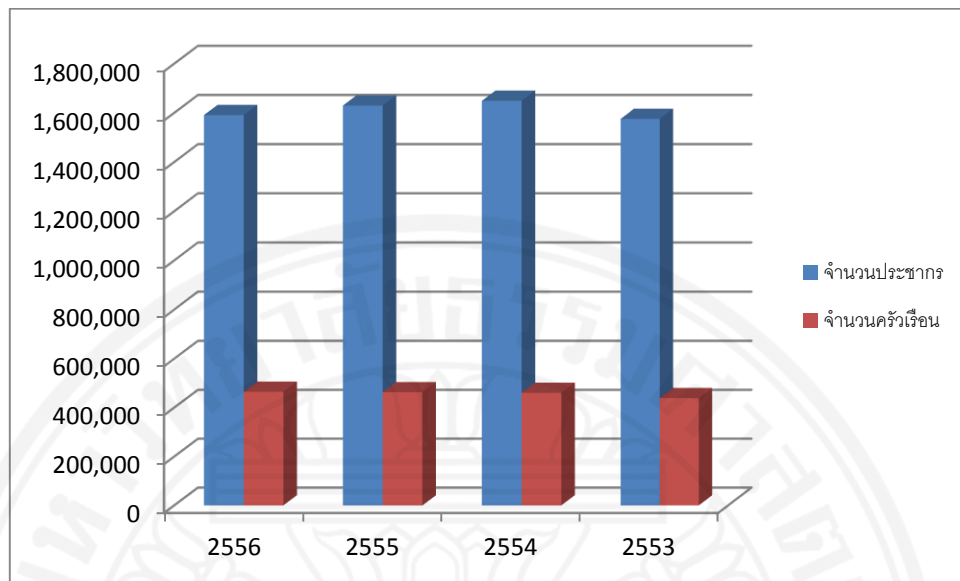
สำรวจพบว่า โครงการบ้านเดี่ยวมีอัตราการขายต่อเดือนเฉลี่ยอยู่ที่ 1.2 ทาวเฮาส์มีอัตราการขายต่อเดือนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.83 และบ้านแฝดมีอัตราการขายเฉลี่ยอยู่ที่ 1.5 ส่งผลให้บ้านเดี่ยวในปี 2558 มีอุปทานลดลงถึง 87% เมื่อเทียบกับปี 2557 ในขณะที่ทาวเฮาส์และบ้านแฝดถือเป็นdemand ที่เกิดขึ้นใหม่ในปี 2558 และมีทิศทางการเติบโตที่ค่อนข้างดี จากตัวเลขอัตราการขายเฉลี่ยต่อเดือนในแต่ละโครงการ ซึ่งแสดงให้เห็นดังต่อไปนี้

5.3 อุปสงค์ในตลาด (Demand)

จากข้อมูลสถิติแห่งชาติพบว่าจำนวนประชากรของจังหวัดมีจำนวนลดน้อยลง สืบเนื่องจากอัตราการเกิดที่ลดน้อยลง ประชากรนิยมมีบุตร เพียง 1-2 คนซึ่งแตกต่างจากสมัยก่อนที่นิยมมีบุตรมากต่อหนึ่งครัวเรือน แต่อย่างไรก็ตาม จำนวนครัวเรือนมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นทุกปี ดังแสดงในตารางที่ 5.1 และ ภาพที่ 5.4

ตารางที่ 5.1 แสดงถึงจำนวนครัวเรือนและจำนวนประชากรตั้งแต่ปี 2553-2556

	จำนวนประชากร	จำนวนครัวเรือน
2556	1,590,949	464,984
2555	1,629,903	462,836
2554	1,649,132	460,757
2553	1,575,457	438,882



ภาพที่ 5.4 กราฟแสดงจำนวนครัวเรือนกับจำนวนประชากรของปี 2553-2556

ในปัจจุบันจากสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป มีการอยู่อาศัยเป็นครอบครัวเดี่ยวเพิ่มมากขึ้น จากที่สมัยก่อนคนไทยอาศัยกันอยู่เป็นจำนวนมากในหนึ่งครัวเรือน แต่มาในสมัยนี้ หลังจากมีการแต่งงานก็จะย้ายออกจากบ้านพ่อแม่ และไปสร้างครอบครัวใหม่ ซึ่งบ้านถือปัจจัยสี่ของการดำรงชีวิต ซึ่งหากมีการสร้างครอบครัวใหม่เกิดขึ้น ความต้องการของบ้านจึงมีเพิ่มมากขึ้น

	รวมทั้งสิ้น		ผู้ตนนรกรช ของตนเอง			ลูกจ้าง Employees				ผู้ไม่ ปฏิบัติงาน	
	Total		ที่ไม่ใช่การเกษตร							เชิงเศรษฐกิจ	
	จำนวน	ร้อยละ	Own-Account Workers, Non-Farm	วิชาชีพ และนักบริหาร Professional, Tech. & Adm. Workers	ผู้ปฏิบัติงาน วิสาหกิจ และบริหาร Farm Workers	คนงาน เกษตร General Workers	คนงาน ทั่วไป พนักงานขาย และให้บริการ Clerical, Sales & Services Workers	เสมียน พนักงาน ในกระบวน การผลิต Production Workers	ผู้ปฏิบัติงาน การผลิต Inactively	Econo- mically	
ลักษณะที่สำคัญของครัวเรือน	จำนวน	ร้อยละ	Workers, Non-Farm	วิชาชีพ และนักบริหาร Professional, Tech. & Adm. Workers	ผู้ปฏิบัติงาน วิสาหกิจ และบริหาร Farm Workers	คนงาน เกษตร General Workers	คนงาน ทั่วไป พนักงานขาย และให้บริการ Clerical, Sales & Services Workers	เสมียน พนักงาน ในกระบวน การผลิต Production Workers	ผู้ปฏิบัติงาน การผลิต Inactively	Econo- mically	
(1)	(2)	(3)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)		
จำนวนครัวเรือน (ที่ไม่นับได้ข้อมูล)	464,984	-	78,047	27,628	17,881	12,909	69,004	28,439	151,153		
จำนวนประชากร	1,590,949	-	274,589	91,487	67,076	53,986	253,966	115,657	432,770		
1. รายได้ทั้งสิ้นต่อเดือนต่อครัวเรือน	464,984	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	
ต่ำกว่า 1,500 บาท	596	0.1	0.8	-	-	-	-	-	-	-	
1,500 - 3,000 บาท	9,401	2.0	1.4	-	7.5	-	2.9	-	3.0		
3,001 - 5,000 บาท	18,147	3.9	3.2	-	6.0	-	1.9	-	4.4		
5,001 - 10,000 บาท	88,354	19.0	8.6	9.0	46.8	20.4	14.0	11.9	28.9		
10,001 - 15,000 บาท	116,193	25.0	18.3	6.8	28.9	24.0	30.1	34.9	25.8		
15,001 - 30,000 บาท	133,846	28.8	31.6	11.1	10.9	55.6	38.8	37.3	25.3		
30,001 - 50,000 บาท	54,778	11.8	23.4	20.3	-	-	11.0	14.1	4.6		
50,001 - 100,000 บาท	37,925	8.2	9.4	46.1	-	-	1.3	1.8	7.8		
มากกว่า 100,000 บาท	5,743	1.2	3.2	6.8	-	-	-	-	-		

ภาพที่ 5.5 แสดงถึงการแจกแจงรายได้ของแต่ละสาขาอาชีพของประชากรอุดรธานี ปี 2556

จากข้อมูลศูนย์สถิติแห่งชาติพบว่า ในปี 2556 ประชากรที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว นักบริหาร นักวิชาการ และผู้ปฏิบัติงานวิชาชีพ มีรายได้ต่อครัวเรือนมากกว่า 50,000 ประมาณ 3,528 และ 17,835 ครัวเรือนจากครัวเรือนทั้งหมด 464,984 ซึ่งมี 1,789 ครัวเรือนที่ยังคงอาศัยอยู่ในลักษณะบ้านเช่า ดังแสดงให้เห็นในรูปภาพข้างล่าง

ลักษณะที่สำคัญของครัวเรือน	รวมทั้งสิ้น		ผู้ดำเนินธุรกิจของตนเอง		ถูกจ้าง					ผู้ไม่ได้ปฏิบัติงาน			
	Total		Own-Account Workers		Employees					Economically Inactive			
	จำนวน	ร้อยละ	Non-Farm	Professional, Tech. & Adm. Workers	คนงานเกษตร	คนงานทั่วไป	เสมียน	ผู้ปฏิบัติงานการผลิต	เชิงเศรษฐกิจ				
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)
จำนวนครัวเรือน (ที่เช่านับให้ข้อมูล)	464,984	-	78,047	27,628	17,881	12,909	69,064	28,439	151,153				
จำนวนประชากร	1,590,949	-	274,589	91,487	67,076	53,986	253,966	115,657	432,770				
1. สถานภาพการครอบครองที่อยู่อาศัย	464,984	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
เป็นเจ้าของบ้านและที่ดิน	429,987	92.5	94.6	87.7	100.0	95.0	86.2	94.0					
เป็นเจ้าของบ้านแต่เช่าที่ดิน	3,767	0.8	-	-	-	-	6.1	-					
บ้านเช่า	14,676	3.2	5.4	6.8	-	-	2.0	-					
อยู่โดยไม่เสียค่าเช่าและอื่นๆ	16,555	3.6	-	5.5	-	5.0	5.7	-					

ภาพที่ 5.6 แสดงถึงสถานภาพการครอบครองที่อยู่อาศัยในแต่ละสาขาอาชีพของประชากร

จังหวัดอุดรธานี ปี 2556

ซึ่งจากข้อมูลทางสถิติพบว่ายังมีกลุ่มครัวเรือนจำนวนหนึ่งที่ยังคงอาศัยอยู่ในบ้านเช่า ซึ่งเป็นอุปสงค์ของที่อยู่อาศัยในอนาคต อีกทั้งกลุ่มคนเหล่านี้ยังมีความสามารถในการผ่อนบ้าน เนื่องจากสัดส่วนของค่าใช้จ่ายต่อรายได้ของกลุ่มนักปฏิบัติงานวิชาชีพ นักวิชาการ และนักบริหาร และกลุ่มผู้ดำเนินธุรกิจของตนเองที่ไม่ใช่การเกษตร คิดเป็นร้อยละ 73 และ 79 ตามลำดับ ดังแสดงให้ในภาพที่ 5.7

สถานภาพทางเศรษฐกิจ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือน	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือน	อัตราส่วนของค่าใช้จ่ายต่อรายได้	Socio - economic
	Average monthly income per household	Average monthly expenditures per household	Percent of expenditure to income	
ครัวเรือนทั้งสิ้น	22,017	19,086	86.69	Total Household
ผู้ถือครองกิจการเกษตร	33,481	31,753	94.84	Farm operators
ส่วนใหญ่เป็นเจ้าของที่ดิน	13,477	13,840	102.69	Mainly owning land
ส่วนใหญ่เช่าที่ดิน / ฝากฟรี	20,004	17,913	89.55	Mainly renting land / free
ผู้ดำเนินธุรกิจของตนเองที่ไม่ใช่การเกษตร	32,558	25,737	79.05	Own - account worker, non - farm
ถูกจ้าง	72,719	68,572	94.30	Employees
ผู้ปฏิบัติงานวิชาชีพ นักวิชาการ และนักบริหาร	53,640	39,421	73.49	Professional, technical and
คนงานเกษตร	10,054	8,813	87.66	Farm workers
คนงานทั่วไป	5,778	6,828	118.17	General workers
เสมียนพนักงาน พนักงานขาย และให้บริการ	24,065	23,440	97.40	Clerical, sales and services workers
ผู้ปฏิบัติงานในกระบวนการผลิต	15,766	14,545	92.26	Production workers
ผู้ไม่ได้ปฏิบัติงานเชิงเศรษฐกิจ	17,056	14,946	87.63	Economically inactive

ภาพที่ 5.7 แสดงถึงตารางรายได้ของครัวเรือนเทียบกับค่าใช้จ่ายของครัวเรือน

แต่ละสาขาอาชีพของประชากรในจังหวัดอุดรธานี ปี 2554

ดังนั้นจากศึกษาวิเคราะห์ข้อมูล รายได้ต่อครัวเรือน รายได้ต่อคน ค่าใช้จ่ายต่อครัวเรือน ตลอดจนจนสถานะการณครอบครองที่อยู่อาศัยจากสำนักงานสถิติจังหวัดอุดรธานี พบว่ากลุ่มนักปฏิบัติ

วิชาชีพ นักวิชาการ และนักบริหาร และกลุ่มผู้ดำเนินกิจการที่ไม่ใช่การเกษตร ถือว่าเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการตลาดอสังหาริมทรัพย์

นอกจากนี้จากการศึกษาถึงตัวบริบทของทำเลของโครงการพบว่า มีสถานที่ศึกษา โรงพยาบาล และบริษัทเอกชน ที่มีบุคลากรและผู้ประกอบวิชาชีพจำนวนหนึ่งที่ปฏิบัติงานอยู่ในละแวกแถวนั้น ซึ่งมีศักยภาพและความต้องการในการซื้อที่อยู่อาศัย เนื่องจากยังคงอาศัยอยู่ในบ้านเช่า, บ้านญาติ หรือบ้านพัก ซึ่งจะสามารถแสดงให้เห็นได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5.2 ตารางสถานที่ราชการ/บริษัทโดยรอบของโครงการ

สถานที่ราชการ/บริษัทโดยรอบ	จำนวนบุคลากร (คน)
โรงพยาบาลค่ายประจักษ์	734
โรงเรียนอุดรพิชัยรักษ์	146
โรงเรียนอุดรพัฒนาการ	84
ท่าอากาศยานอุดรธานี	70
การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค	247
เทคโนโลยีอีสานเหนือ	67

5.4 การวิเคราะห์คู่แข่งทางการตลาด (Competitor Analysis)

5.4.1 คู่แข่งทางตรง

จากการสำรวจวิเคราะห์โครงการบ้านจัดสรรในจังหวัดอุดรธานี พบว่ามี 3 โครงการที่เป็นคู่แข่งทางตรงดังปรากฏในภาพที่ 5.8 โดยแต่ละโครงการจะมีรายละเอียดดังต่อไปนี้



ภาพที่ 5.8 แสดงคู่แข่งทางการตลาดของทาวน์เฮาส์

5.4.1.1 โครงการศุภาลัย วิลล

ทำเลและที่ตั้ง : บนถนนมิตรภาพอุดร – ขอนแก่น ทางเข้าวัดป่าบ้านตาด

เจ้าของโครงการ : บริษัท ศุภาลัย จำกัด (มหาชน)

ประเภทโครงการ : บ้านเดี่ยว บ้านแฝด และ ทาวน์เฮาส์

จำนวนแปลงทั้งหมด แบ่งเป็น : บ้านเดี่ยว 16 หลัง , บ้านแฝด 39 หลัง และ

ทาวน์เฮาส์ 74 หลัง

ช่วงเวลาในการเปิดขาย: ตุลาคม 2557

ตารางที่ 5.3 รายละเอียดข้อมูลของโครงการศุภาลัย วิลล

ศุภาลัยวิลล									
แบบบ้าน	เนื้อที่ดิน (ตร.ว)	รายละเอียดของบ้าน	ราคาขาย	งบ	ทำสัญญา	ผ่อนชำระต่อเดือน 6 เดือน	รวมเงินค่างวด	งวดโอน	ผ่อนชำระธนาคาร 30 ปี (= 790)
คูซิ่นห้องสี่	27.2	ทาวน์โฮม 2 ชั้น ขนาด 3 ห้องนอน 2 ห้องน้ำ พื้นที่ใช้สอย 114 ตร.ม. หน้ากว้าง 5.7	1,920,000	20,000	37,600	9,100	109,200	1,810,800	12,047
คูซิ่นห้องสอง	20.7	ทาวน์โฮม 2 ชั้น ขนาด 3 ห้องนอน 2 ห้องน้ำ พื้นที่ใช้สอย 114 ตร.ม. หน้ากว้าง 5.7	1,710,000	20,000	28,300	8,050	96,600	1,713,400	10,734
คูสลักยา	36.4	บ้านแฝด 2 ชั้น ขนาด 3 ห้องนอน 2 ห้องน้ำ พื้นที่ใช้สอย 122 ตร.ม.	2,679,000	20,000	57,100	12,850	154,200	2,515,800	16,738
คูสลักขนา	50	บ้านเดี่ยว 2 ชั้น ขนาด 3 ห้องนอน 3 ห้องน้ำ พื้นที่ใช้สอย 150 ตร.ม.	3,420,000	20,000	79,600	16,600	199,200	3,220,800	21,428
คูค่าง	50	บ้านเดี่ยว 2 ชั้น ขนาด 3 ห้องนอน 3 ห้องน้ำ พื้นที่ใช้สอย 171 ตร.ม.	3,740,000	20,000	89,200	18,200	218,400	3,521,600	23,429

1.) แบบทาวน์โฮม ศุกชีวัน

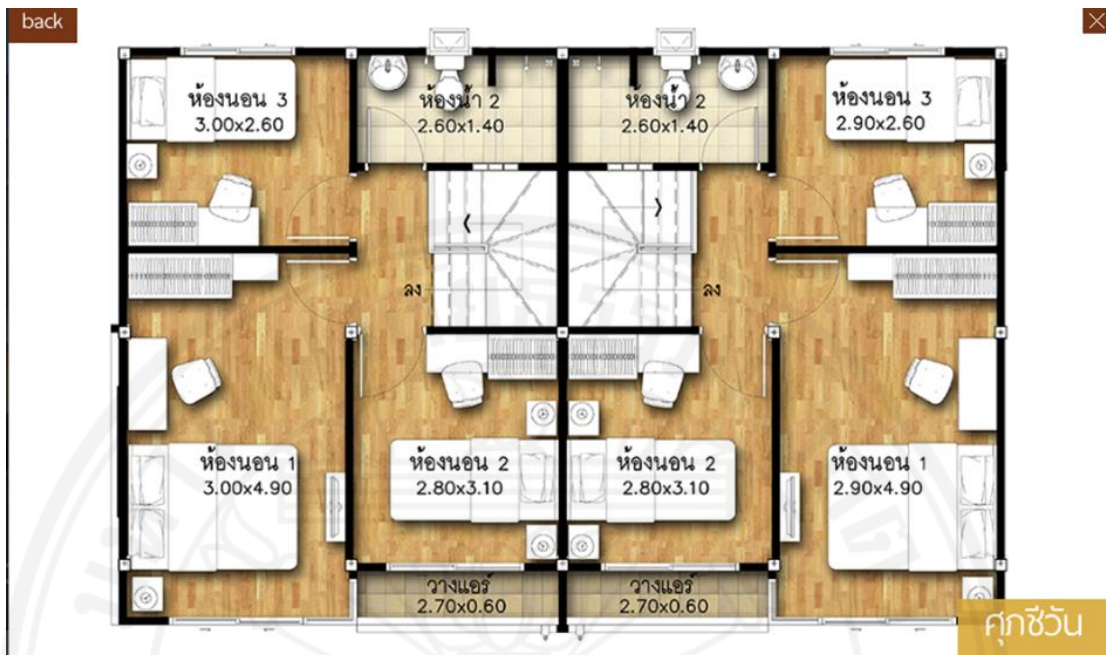
หนึ่งในแบบบ้านทาวน์โฮม ของโครงการศุภาลัย โดยมีพื้นที่ใช้สอย 113 ตร.ม. 3 ห้องนอน 3 ห้องน้ำ



รูปภาพที่ 5.9 แบบทาวน์โฮมของ ศุภาลัย วิลด์



ภาพที่ 5.10 แบบทาวน์โฮม ศุกชีวัน ชั้นล่างของ ศุภาลัย วิลด์



ภาพที่ 5.11 แบบทาวน์โฮม ศุภชีวิน ชั้นบนของ ศุภาลัย วิลล์

2.) แบบบ้านแฝด ศุภกัลยา

บ้านแฝดซึ่งอยู่ภายในโครงการเดียวกับทาวน์โฮมโดย มีพื้นที่ใช้สอยเริ่มต้นที่ 122 ตร.ม. ขนาด 3 ห้องนอน 2 ห้องน้ำ



ภาพที่ 5.12 แบบบ้านแฝด ศุภกัลยาของ ศุภาลัย วิลล์



ภาพที่ 5.13 แบบบ้านแฝดชั้นล่าง-ศุภกัลยาของ ศุภกัลยา วิลล



ภาพที่ 5.14 แบบบ้านแฝดชั้นบน-ศุภกัลยาของ ศุภกัลยา วิลล

5.4.1.2 โครงการชนรดา

ทำเลที่ตั้ง : ถนนนมิตรภาพอุดร – ขอนแก่น

เจ้าของโครงการ : บริษัท เอสซี ซีดี จำกัด

ประเภทโครงการ : ทาวน์โฮมส์
 จำนวนแปลงทั้งหมด : 200 แปลง
 ช่วงเวลาในการเปิดขาย : ตุลาคม 2556

ตารางที่ 5.4 รายละเอียดข้อมูลของโครงการชนรดา 2

ชนรดา 2									
แบบบ้าน	เนื้อที่ดิน (ตร.วา)	รายละเอียดของบ้าน	ราคาขาย	จอง	ทำสัญญา	ผ่อนค่างวด เดือน 6 เดือน	รวมเงินค่างวด	งวดโอน	ผ่อนชำระ ธนาคาร 30 ปี (= 796)
A1	21.2	ทาวน์โฮม 2 ชั้น ขนาด 3 ห้องนอน 2 ห้องน้ำ พื้นที่ใช้สอย 135 ตร.ม. หน้ากว้าง 5.3	1,799,000	20,000	33,700	9,100	108,300	1,690,700	11,248
A2	21.2	ทาวน์โฮม 2 ชั้น ขนาด 3 ห้องนอน 2 ห้องน้ำ พื้นที่ใช้สอย 135 ตร.ม. หน้ากว้าง 5.3	1,799,000	20,000	33,700	9,100	108,300	1,690,700	11,248
B1	32.7	บ้านแฝด 2 ชั้น ขนาด 4 ห้องนอน 3 ห้องน้ำ พื้นที่ใช้สอย 171 ตร.ม. หน้ากว้าง 7.1 เมตร	2,590,000	20,000	57,700	12,850	154,800	2,435,200	16,201
B2	32.7	บ้านแฝด 2 ชั้น ขนาด 4 ห้องนอน 3 ห้องน้ำ พื้นที่ใช้สอย 171 ตร.ม. หน้ากว้าง 7.1 เมตร	2,590,000	20,000	57,700	16,600	199,200	2,435,200	16,201



ภาพที่ 5.15 แบบทาวน์โฮมของ โครงการชนรดา 2

2.1) แบบบ้าน Type A1

ในโครงการบ้านชนรดา 2 บ้าน type A1 จะเป็นทาวน์โฮมที่มีพื้นที่ใช้สอย 135 ตร.ม. 3 ห้องนอน 2 ห้องน้ำ



Type A1

หน้ากว้าง 5.3 เมตร

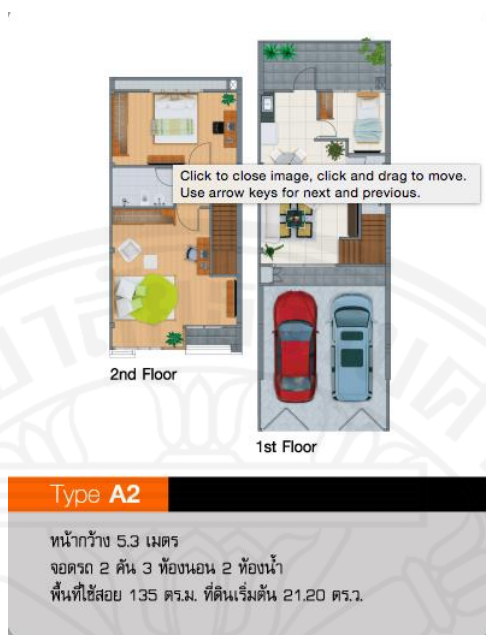
จอดรถ 2 คัน 3 ห้องนอน 2 ห้องน้ำ

พื้นที่ใช้สอย 135 ตร.ม. ที่ดินเริ่มต้น 21.20 ตร.ว.

ภาพที่ 5.16 แบบทาวนิโฮม A1 ชั้นล่าง-ชั้นบนของโครงการนครดา 2

2.2) แบบบ้าน Type A2

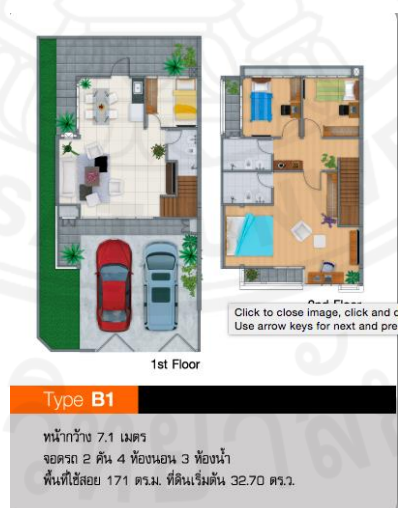
ในส่วน of บ้าน type A2 จะมีพื้นที่ใช้สอย จำนวนห้องนอน และห้องน้ำจะเหมือนกับ type A1 แต่จะแตกต่างกันในเรื่องการสไตล์การตกแต่งบ้าน



ภาพที่ 5.17 แบบทาวนโฮม A2 ชั้นล่าง-ชั้นบนของโครงการชนรดา 2

2.3) แบบบ้าน Type B1

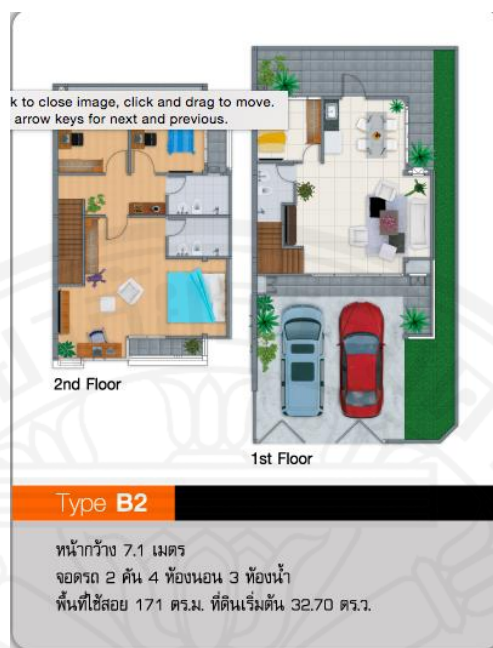
ในส่วน of บ้านทาวนโฮม type B1 จะเป็นแปลงหัวมุม ซึ่งจะส่งผลให้มีขนาดใหญ่กว่า type A โดยพื้นที่ใช้สอยอยู่ประมาณ 171 ตร.ม. 4 ห้องนอน 3 ห้องน้ำ



ภาพที่ 5.18 แบบทาวนโฮม B1 ชั้นล่าง-ชั้นบนของโครงการชนรดา 2

2.4) แบบบ้าน Type B2

ในส่วน of type B2 จะเหมือนกับ type B1 ทุกประการแต่แตกต่างกันในส่วน of การตกแต่งภายในบ้านที่เน้นสไตล์โมเดิร์นมากกว่า B1



ภาพที่ 5.19 แบบทาวนิโฮม B2ชั้นล่าง-ชั้นบนของโครงการชมนรดา 2

5.4.1.3 โครงการบ้านรุ่งเรือง 8 บ้านข้าง บ้านแฝด

ทำเลที่ตั้ง : ถนนรอบเมืองอุดร-เลย (บ้านข้าง)

เจ้าของโครงการ : บริษัท รุ่งเรืองดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด

ประเภทโครงการ : บ้านเดี่ยว บ้านแฝด

จำนวนแปลงทั้งหมด : 98 แปลง

ช่วงเวลาในการเปิดขาย : สิงหาคม 2555

ตารางที่ 5.5 รายละเอียดข้อมูลของโครงการรุ่งเรือง 8 บ้านข้าง บ้านแฝด

รุ่งเรือง 8 บ้านข้าง บ้านแฝด							
แบบบ้าน	เนื้อที่ดิน (ตร.วา)	รายละเอียดของบ้าน	ราคาขาย	จอง	ทำสัญญา	งวดโอน	ผ่อนชำระ ธนาคาร 30 ปี (i=7%)
บ้านแฝด	39.8	ใช้สอย 145 ตร.ม.	2,690,000	20,000	60,700	1,690,700	17,360

3.1) แบบบ้านแฝด

ภายในโครงการนี้จะประกอบไปด้วยบ้านแฝดอย่างเดียว ซึ่งขนาดพื้นที่ดินจะมีแตกต่างกันออกไป แต่ขนาดพื้นที่ใช้สอยจะอยู่ที่ 145 ตร.ม. 3 ห้องนอน 2 ห้องน้ำ



ภาพที่ 5.20 แบบบ้านแฝดของโครงการรุ่งเรือง 8 บ้านข้าง บ้านแฝด



ภาพที่ 5.21 แบบบ้านแฝดชั้นล่างของโครงการรุ่งเรือง 8 บ้านข้าง บ้านแฝด



ภาพที่ 5.22 แบบบ้านแฝดชั้นบนของโครงการรุ่งเรือง 8 บ้านข้าง บ้านแฝด

จากการสำรวจและศึกษาข้อมูลของคู่แข่งแต่ละรายสามารถนำมาสรุปเป็นรายละเอียด

ให้เห็นได้อย่างชัดเจน ในตารางที่ 5.6

ตารางที่ 5.6 ตารางการเปรียบเทียบของคู่แข่งทางตรงในตลาด

ตารางแสดงข้อมูลคู่แข่งทางตรงในตลาดโดยรวม									
รายละเอียดของแต่ละบริษัทเบื้องต้น									
ชื่อโครงการ	ศุภาลัยวิลล์		มิตรภาพ-บ้านจั่น		มิตรภาพ-บ้านจั่น		บ้านรุ่งเรือง 8 บ้านเดี่ยว บ้านแฝด		
ทำเล	31-2-69.1		16-0-0		16-0-0		20-0-0		
พท.โครงการ (ไร่)	SDH, บ้านแฝด, TH		TH		TH		บ้านแฝด		
ประเภทโครงการ	SDH=38, TH=73		200		200		101		
จำนวนแปลง(แปลง)	12		24		24		36		
ระยะเวลาเปิดโครงการ	SDH=17, TH=46		105		105		98		
จำนวนหน่วยที่ขายไป (แปลง)	TH=3.83, บ้านแฝด=1.41		4.37		4.37		2.72		
Adsorption Rate	TH 900 บาท/เดือน		20 บาท/ ตร.วา		20 บาท/ ตร.วา		25 บาท/ตร.วา		
คาสวนกลาง	บ้านแฝด 1,000 บาท/เดือน								
รายการเปรียบเทียบของผลิตภัณฑ์ในแต่ละโครงการ									
แบบบ้าน	ตึกซีวิน		ตึกกล้วย		A1	A2	B1	B2	บ้านแฝด
ขนาดที่ดิน(ตร.วา)	27.2	20.7	36.4	21.2	21.2	37.2	37.2	39.8	
พ.ท.ใช้สอย (ตร.ม.)	114	114	122	135	135	171	171	145	
หน้ากว้าง (เมตร)	5.7	5.7	-	5.3	5.3	7.1	7.1	-	
ราคา(ล้านบาท)	1.92	1.71	2.67	1.79	1.79	2.59	2.59	2.69	
ห้องนอน	3	3	3	3	3	4	4	3	
ห้องน้ำ	2	2	2	2	2	3	3	2	
จอดรถ	2	2	2	2	2	2	2	2	
รายการเปรียบเทียบพื้นที่ส่วนกลางของโครงการ									
คลับเฮาส์	No		Yes		Yes		No		No
สระว่ายน้ำ	No		Yes		Yes		No		No
ฟิตเนส	No		No		No		No		No
สนามเด็กเล่น	No		No		No		No		No
สวน	No		Yes		Yes		Yes		Yes
รายการเปรียบเทียบระบบการรักษาค่าความปลอดภัยของโครงการ									
กล้องวงจรปิด	Yes		Yes		Yes		Yes		Yes
ยามประจำป้อม	Yes		Yes		Yes		Yes		Yes
ยามรอบโครงการ	No		No		No		No		No
Home security	No		No		No		No		No
Key Card Access	Yes		Yes		Yes		Yes		Yes

จากการสำรวจคู่แข่งทางการตลาดพบว่า แต่ละโครงการมีข้อได้เปรียบและเสียเปรียบที่แตกต่างกันออกไป สามารถแจกแจงได้ตามตารางที่ 5.7

ตารางที่ 5.7 ตารางเปรียบเทียบข้อดี-ข้อเสียของคู่แข่งของโครงการทาวน์โฮมส์

ตารางเปรียบเทียบข้อดีข้อเสียของโครงการทาวน์โฮมส์		
	ข้อดี	ข้อเสีย
ศุภาลัย วิลลส์	- มีชื่อเสียงอยู่ก่อนแล้ว	- หน้าแคบ
	- มีแบรนด์	- ไม่มีส่วนกลาง
	- สร้างความเชื่อมั่นต่อลูกค้า	- ไม่มีสระว่ายน้ำ
	- มีภาพลักษณ์ที่ดี	- ไม่มีคลับเฮาส์
	- แคมแอร์	- ไม่มีแอม furniture
		- ค่าส่วนกลางแพง
ชนรดา 2	- แอม furniture ทั้งหลัง	- ไม่มีแอมแอร์
	- มีคลับเฮาส์	- ไม่มีแบรนด์
	- มีสระว่ายน้ำ	
	- มีส่วนกลาง	
	- มีแบบหน้ากว้างให้เลือก	

ตารางที่ 5.8 ตารางเปรียบเทียบข้อดี-ข้อเสียของคู่แข่งของโครงการบ้านแฝด

ตารางเปรียบเทียบข้อดีข้อเสียของโครงการบ้านแฝด		
	ข้อดี	ข้อเสีย
ศุภาลัย วิลลส์	- มีชื่อเสียงอยู่ก่อนแล้ว	- ค่าส่วนกลางแพง
	- มีแบรนด์	
	- สร้างความเชื่อมั่นต่อลูกค้า	
	- มีภาพลักษณ์ที่ดี	
	- แคมแอร์	
	- ให้ความรู้สึกเป็นบ้านเดี่ยวมากกว่า	
รุ่งเรือง 8 บ้านข้าง	- จ่ายค่าส่วนกลางถูก	- ไม่มีแบรนด์
	- ใกล้เมืองมากกว่า	
	- ราคาถูกกว่า	

5.4.2 คู่แข่งทางอ้อม

1). คอนโดมิเนียม

ในปัจจุบันจังหวัดอุดรธานี มีจำนวนคอนโดมิเนียมเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก ซึ่งมีอยู่ 5 โครงการซึ่งทุกรายต่างเป็น คอนโดมิเนียมของ นักพัฒนามหาชนที่เข้ามาตลาดจังหวัดอุดรธานี ตารางที่ 5.9 ตารางการเปรียบเทียบของคู่แข่งทางอ้อมในตลาดที่เป็นคอนโดมิเนียม

ชื่อโครงการ	LPN	Aspire	กัลปพฤกษ์	กัลปพฤกษ์ พาร์	The Base
ทำเล	UD TOWN	Phosri Rd.	Phosri Rd.	Srichomchuen	Wattanuwong Rd.
พท.โครงการ (ไร่)	17	3	-	5	3
ประเภทโครงการ	Condominium	Condominium	Condominium	Condominium	Condominium
จำนวนแปลง(units)	1370	413	350	504	408
ระยะเวลาเปิดโครงการ(months)	60	60	15	48	36
จำนวนหน่วยที่ขายไป	100%	60%	100%	60%	100%
Adsorption Rate (units/month)	22	4.13	43	6.3	11
ค่าส่วนกลาง (บาท/ตร.ม.)	25	35	25	25	35
แบบบ้าน	Studio, 1BD	1BD,2BD	1BD	1BD	1BD,2BD
พ.ท.ใช้สอย(ตร.ม.)	28,37	27,41.7	26-32	26	46,62
ราคา	44,000	63,700	46,200	46,150	65,600
คลับเฮาส์	YES	YES	YES	Yes	Yes
สระว่ายน้ำ	YES	YES	YES	Yes	Yes
ฟิตเนส	YES	YES	YES	Yes	Yes
สนามเด็กเล่น	YES	YES	YES	Yes	Yes
สวน	YES	YES	YES	Yes	Yes
กล้องวงจรปิด	YES	YES	YES	Yes	Yes
ยามประจำป้อม	YES	YES	YES	Yes	Yes
ยามรอบโครงการ	YES	YES	YES	Yes	Yes
Home security	No	No	YES	Yes	Yes
Key Card Access	YES	YES	YES	Yes	Yes

2). บ้านเช่า

ในปัจจุบันประชากรบางกลุ่มยังคงต้องเช่าบ้านอยู่เนื่องจากอาจจะไม่ใช่คนท้องถิ่น แต่ต้องเข้ามาทำงานที่จังหวัดอุดรธานี หรืออาจจะมีกำลังซื้อไม่เพียงพอ จึงก่อให้เกิด demand บ้านเช่า

ตารางที่ 5.10 ตารางการเปรียบเทียบของคู่แข่งทางอ้อมในตลาดที่เป็นบ้านเช่า

แบบบ้าน	ที่อยู่	พื้นที่	ที่ใช้สอย	นอน	น้ำ	ราคา
บ้านเดี่ยว 2 ชั้น	บ้านเลื่อม เมือง อุดรธานี	50 ตร.ว	100 ตร.ม	3	4	15,000
บ้านเดี่ยว 2 ชั้น	หนองซอนกว้าง เมือง อุดรธานี	40	80	3	2	15,000
บ้านเดี่ยว 2 ชั้น	หนองซอนกว้าง เมือง อุดรธานี	85	100	4	3	15,000
บ้านเดี่ยว 2 ชั้น	หนองซอนกว้าง เมือง อุดรธานี	50	100	3	3	8,000
ทาวน์เฮาส์ 3ชั้น	บ้านเลื่อม เมือง อุดรธานี	50	150	4	3	10,000
ทาวน์เฮาส์ 3ชั้น	บ้านจัน เมือง อุดรธานี	22	122	3	2	7,000
บ้านเดี่ยว 2 ชั้น	หนองซอนกว้าง เมือง อุดรธานี	40	80	3	2	15,000
ทาวน์เฮาส์ 2ชั้น	หมากแข้ง เมือง อุดรธานี	50	100	4	3	9,000
ทาวน์เฮาส์ 1ชั้น	หมากแข้ง เมือง อุดรธานี	32	32	2	1	6,000
บ้านเดี่ยว 2 ชั้น	หมากแข้ง เมือง อุดรธานี	60	120	3	2	8,000

5.5 การวิเคราะห์ SWOT

จากการสำรวจและวิเคราะห์ข้อมูลของคู่แข่งทั้งข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบ ส่งผลให้สามารถวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อให้ผลิตภัณฑ์สามารถตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้ ซึ่งการวิเคราะห์SWOT ได้แก่ จุดแข็ง (Strength) , จุดอ่อน (Weakness), อุปสรรค (Threats) , โอกาส (Opportunity) จะเป็นนำพาไปสู่กลุ่มเป้าหมายที่แท้จริง

ตารางที่ 5.11 วิเคราะห์ SWOT

Strengths	Weakness
1. คิดกับถนนใหญ่	1. ไม่มีแบรนด์
2. สามารถเข้าออกโครงการได้สะดวก	2. นักพัฒนาอสังหาริมทรัพย์รายใหม่
3. สภาพแวดล้อมไม่แออัด	3. มีฐานข้อมูลของลูกค้าน้อย
4. อากาศดี	4. ขาดประสบการณ์ด้านการทำการตลาด
Opportunity	Threats
1. เปอร์เซ็นต์ของจำนวนครัวเรือนเพิ่มขึ้น	1. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่เพิ่มสูงขึ้น
2. ประชากรมีรายได้เพิ่มมากขึ้น	2. นโยบายการพัฒนาหัวเมืองของรัฐส่งผลให้ราคาที่ดินสูงขึ้น
3. สัดส่วนของประชากรที่เข้าบ้านยังมีเยอะ	
4. AEC จะส่งผลต่อการเจริญเติบโตและศักยภาพของจังหวัด	

5.6 กลยุทธ์ทางการตลาด

5.6.1 การกำหนดส่วนแบ่งทางการตลาด (Segmentation)

จากการสำรวจเก็บข้อมูลสิ่งหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยแนวราบในจังหวัดอุดรธานี พบว่าถูกแบ่งออกในหลากหลาย segments เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าได้เป็นอย่างดี ยกตัวอย่างเช่น บ้านเดี่ยวราคาแพงในระดับ Luxury class จะอยู่ในใจกลางเมืองของจังหวัด โดยบ้านเดี่ยวเหล่านี้จะมีราคาสูงมาก ซึ่งจะเหมาะกับผู้ที่ประสบความสำเร็จในด้านธุรกิจหรืออาชีพที่มีความสามารถในการซื้อ ส่วนบ้านที่ราคาปานกลางจะถูกให้อยู่ในบริเวณที่อยู่นอกเส้นวงแหวนของตัวจังหวัด ซึ่งเป็นกลุ่มที่เพิ่งประกอบอาชีพเพิ่งสร้างครอบครัว หรือต้องการมีบ้านเป็นของตัวเอง ด้วยเหตุนี้ในการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ จึงได้มีการกำหนดส่วนแบ่งทางการตลาดดังในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 5.12 วิเคราะห์ Segmentation

Market Segmentation	รายละเอียด
Income	รายได้ต่อครัวเรือน 60,000 บาทต่อเดือน
Business Type	เจ้าของธุรกิจขนาดย่อม, นักปฏิบัติการวิชาชีพ, นักบริหาร
Social Class	ระดับ กลาง
Family life cycle	- ครอบครัวเดี่ยว ที่หลังจากแต่งงานแล้วต้องการย้ายออกจากบ้านบิดา-มารดา
	- กลุ่มที่อยู่บ้านข้าราชการแล้วมีความประสงค์ต้องการบ้านของตนเองเมื่อมีรายได้เพิ่มขึ้น
	- กลุ่มที่เข้าบ้านอยู่ เมื่อรายได้เพิ่มขึ้น มีความต้องการอยากได้บ้านของตนเอง
Objective to buy	เพื่อการอยู่อาศัย

ซึ่งจากการศึกษาข้อมูลประชากรศาสตร์ประกอบกับข้อมูลสิ่งหาริมทรัพย์ในแนวราบ เพื่อนำมาวิเคราะห์หาอุปสงค์ พบว่ายังมีประชากรบางกลุ่มที่มีความสามารถและความต้องการในการซื้อบ้านเป็นของตนเองเพื่อใช้ในการอยู่อาศัย โดยประชากรกลุ่มเหล่านี้จะอยู่ในช่วงอายุ 32-40 ซึ่งเป็นวัยที่ผ่านประสบการณ์ในการทำงานมาเป็นระยะเวลาหนึ่งส่งผลให้มีรายได้มากขึ้น อีกทั้งการขยายครอบครัวและความต้องการเป็นส่วนตัว ก็ถือเป็นปัจจัยทำให้เกิดความต้องการในการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย

5.6.2 การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Targeting)

จากการได้เข้าสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย จำนวน 16 คน ซึ่งจะยกตัวอย่างให้เห็น 3 คน ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1). คุณเกด

- อายุ 34 ปี เป็นคนอุดร
 - สมรส มีบุตรจำนวน 2 คน
 - อาชีพ อาจารย์สถาบันเอกชนและอาจารย์พิเศษสถาบันการศึกษาต่างๆ
 - รายได้ต่อครัวเรือน 80,000 บาทต่อเดือน
 - ใช้รถส่วนตัว มีรถ 2 คัน
 - ปัจจุบันอาศัยอยู่บ้านคุณพ่อคุณแม่
 - มีความประสงค์ต้องการซื้อที่อยู่อาศัยใหม่ เนื่องจากแต่งงาน
 - ความต้องการของที่อยู่อาศัยใหม่ ต้องการบ้านเดี่ยว 2 ชั้น ราคาไม่เกิน 3 ล้านบาท
- ขนาดพื้นที่ใช้สอยประมาณ 140 ตร.ม. 3 ห้องนอน 2 ห้องน้ำ และต้องอยู่บริเวณใกล้ที่ทำงาน และชุมชน เดินทางเข้าออกได้สะดวก มียามรักษาความปลอดภัยที่แน่นหนา

2). คุณพงษ์

- อายุ 34 ปี
- สถานะสมรส มีบุตร 1 คน
- อาชีพปัจจุบันอาจารย์สอนที่สถาบันเทคโนโลยีภาคอีสาน-เหนือและวิทยากรพิเศษ
- รายได้ต่อครัวเรือน 100,000 บาทต่อเดือน
- มีรถยนต์ส่วนตัว 2 คัน
- ปัจจุบันอยู่อาคารพาณิชย์ในตัวเมือง
- มีความประสงค์ต้องการซื้อที่อยู่อาศัยใหม่ เนื่องจากต้องการความเป็นส่วนตัวและไม่ต้องการอาศัยอยู่ริมถนนใหญ่
- บ้านที่ต้องการจะเป็นบ้านเดี่ยว พื้นที่ใช้สอยอยู่ประมาณ 145 ตร.ม. ราคา 2-3 ล้านบาท มี 3 ห้องน้ำ 2-3 ห้องนอน ต้องการอาศัยอยู่ในโครงการบ้านจัดสรรที่มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดีหนาแน่น ในส่วน facilities สระว่ายน้ำไม่เป็นสิ่งจำเป็น แต่ปรารถนาอยากได้สวนและให้สภาพโครงการดูร่มรื่นและมีความเป็นธรรมชาติ

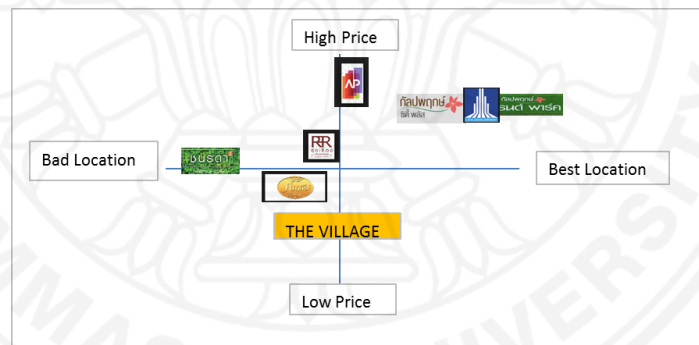
3). คุณแอม

- อายุ 29 ปี
- สถานะโสด

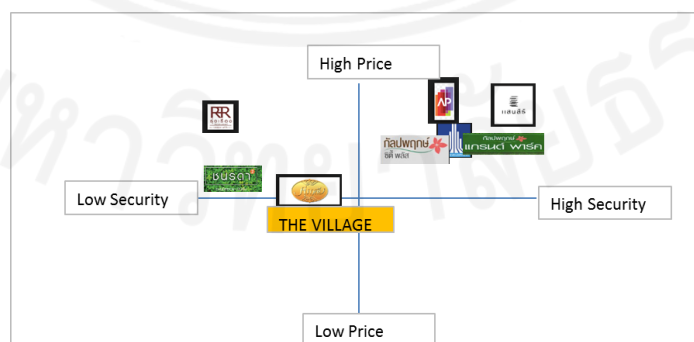
- อาชีพ พยาบาลโรงพยาบาลค่ายประจักษ์ศิลปากร และเป็นพยาบาลพิเศษที่โรงพยาบาลเอกชน
- รายได้ต่อครัวเรือน 55,000 บาทต่อเดือน
- มีรถยนต์ส่วนตัว 2 คัน
- ปัจจุบันอาศัยอยู่ flat โรงพยาบาล
- มีความประสงค์ที่ต้องการซื้อที่อยู่อาศัยใหม่ให้บิดามารดา
- ต้องการซื้อทาวน์เฮาส์ พื้นที่ใช้สอยประมาณ 120 ตร.ม. ขนาด 3 ห้องนอน 2 ห้องน้ำ
- สามารถจอดรถได้ 1 คัน

5.6.3 การวางตำแหน่งทางการตลาด (Positioning)

จากการศึกษาคู่แข่งและความต้องการของอุปสงค์ เพื่อสำรวจหาปัจจัยสำคัญในการเลือกที่อยู่อาศัยของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งปัจจัยหลักในการเลือกที่อยู่อาศัยคือด้านราคาและทำเล , ส่วน facilities, การจัดโปรโมชั่น, ระบบรักษาความปลอดภัย และวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้าง

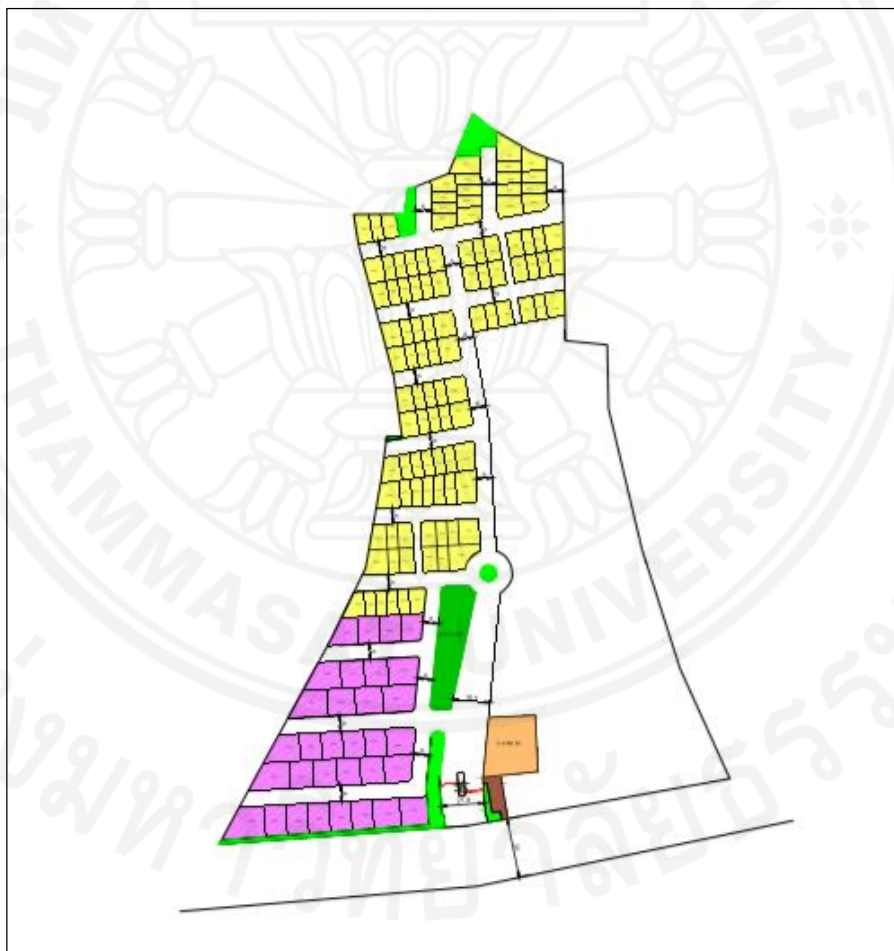


ภาพที่ 5.23 การวางตำแหน่งทางการแข่งขันในตลาด



ภาพที่ 5.24 การวางตำแหน่งทางการแข่งขันในตลาด

- ขนาดพื้นที่ดินขาย : 20-35 ตรว.
- รูปแบบบ้าน : บ้านแฝด 1 แบบ, ทาวน์เฮาส์ 1 แบบ
- บ้านแฝด A จำนวน : พื้นที่ใช้สอย 150 ตร.ม. พื้นที่ดิน 35-45 ตรว.
- ทาวน์เฮาส์ A จำนวน : พื้นที่ใช้สอย 125 ตร.ม. พื้นที่ดิน 16-20 ตรว.
- สิ่งอำนวยความสะดวก : คลับเฮาส์ ฟิตเนส สวนสาธารณะ และสนามเด็กเล่น
- ระบบรักษาความปลอดภัย : ยามรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชม. และระบบ CCTV รอบโครงการ, Key Card Access
- ระบบสาธารณูปโภค : ถนนหลัก 12 เมตร ถนนรอง 8 เมตร, ประปา และไฟฟ้า



ภาพที่ 5.26 แสดงผังโครงการ THE VILLAGE

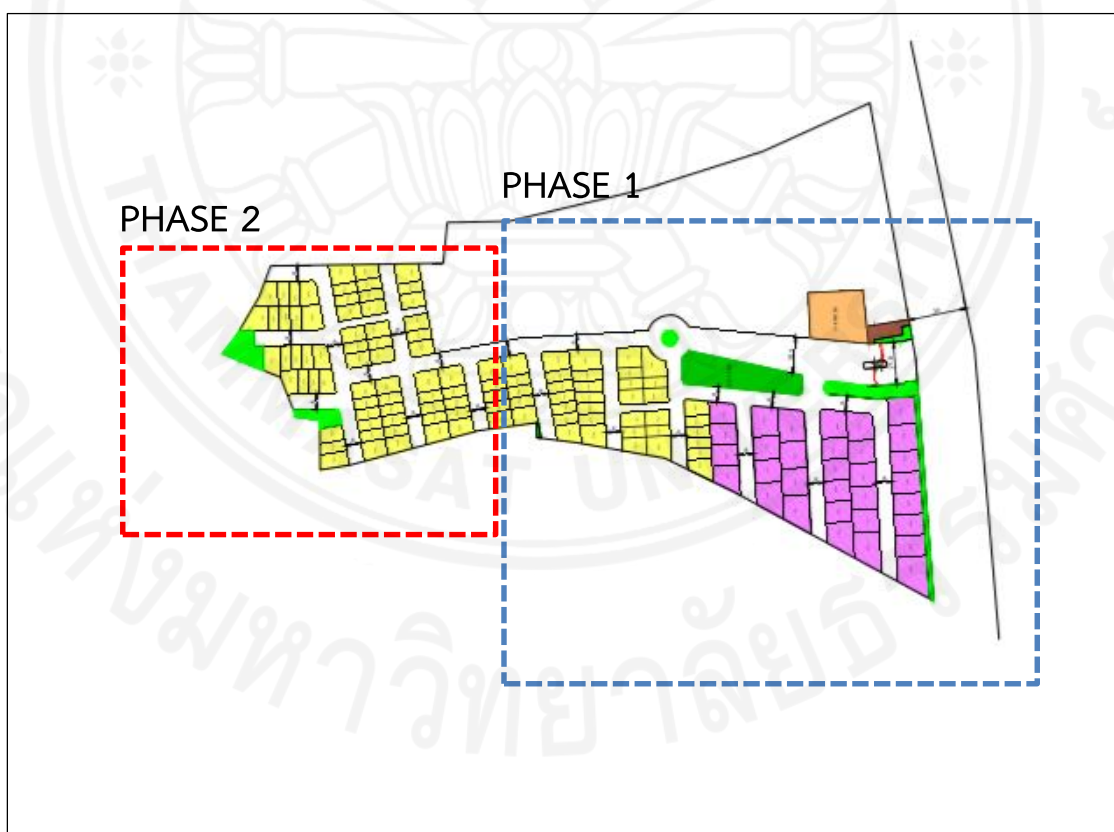
จากรูปผังโครงการสามารถแสดงรายละเอียดสัดส่วนของโครงการทั้งหมด ได้ตามตาราง

ที่ 5.13

ตารางที่ 5.13: รายละเอียดของโครงการ

รายการ	พื้นที่	หน่วย	สัดส่วนพื้นที่โครงการ
พื้นที่ดินโครงการ	17-3-12.25	ไร่	100%
พื้นที่แปลงขายรวม	9-3-95.25	ไร่	56%
สวนสาธารณะ	0-2-16.5	ไร่	3%
พื้นที่ส่วนหย่อม	0-3-12.25	ไร่	4%
บำบัดน้ำเสีย	0-0-37.5	ไร่	0.52%
คลับเฮาส์	0-2-6	ไร่	2.89%
ถนน	5-3-99	ไร่	33.73%

จากแปลงผังโครงการพบว่า จำนวนยูนิตทั้งหมดมีจำนวน 138 ยูนิต จึงมีแบ่งเฟสออกเป็น 2 เฟส ได้แก่ เฟส 1 และ เฟส 2 ดังแสดงให้เห็ндังภาพที่ 5.27



ภาพที่ 5.27 ผังโครงการแบ่งเฟสการขาย

5.7.1.2 รายละเอียดแบบบ้านโครงการ THE VILLAGE

จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกของกลุ่มเป้าหมาย พบว่า มีความต้องการหลากหลายแตกต่างกันออกไป กลุ่มที่มีความสามารถในการซื้อทาวเฮาส์ ต้องการห้องนอน 2-3 ห้องนอนโดยมีพื้นที่ใช้สอยอยู่ ประมาณ 115-125 ตรม. ซึ่งกลุ่มนี้จะเพิ่งเริ่มทำงาน และสร้างฐานะ มีสมาชิกในครอบครัวเพียง 1-2 คน ในขณะที่กลุ่มบ้านแฝด ซึ่งจะมีราคาสูงกว่าทาวเฮาส์จะทำงานมาได้สักระยะและกำลังจะเริ่มสร้างครอบครัว มีความต้องการห้องนอน 2-4 ห้อง โดยพื้นที่ใช้สอยอยู่ที่ 125-150 ตรม. โดยแบบบ้านในแต่ละประเภทจะมุ่งเน้นถึงการเลือกใช้วัสดุที่คุ้มค่า ดูดี สไตล์โมเดิร์น และมีอายุการใช้งานที่ยาวนาน

1). แบบทาวน์เฮาส์

พื้นที่ดิน	20	ตารางวา
พื้นที่ใช้สอย	125	ตารางเมตร



แบบบ้านชั้นล่าง



แบบบ้านชั้นบน

ภาพที่ 5.28 ตัวอย่างทาวน์เฮาส์

ที่มา: โครงการ “พฤกษาวิลล์ 73 พัฒนาการ” จาก <http://pruksaville.pruksa.com/7251/พฤกษาวิลล์-73-พัฒนาการ/house-type-7259>
รายละเอียดของบ้าน

ชั้นล่าง ประกอบด้วย

- ห้องนั่งเล่น
- ห้องครัว
- ห้องรับประทานอาหาร
- ห้องน้ำ 1 ห้อง
- พื้นที่ซักรีด
- จอดรถได้ 2 คัน

ชั้นบน ประกอบด้วย

- ห้องนอน 3 ห้อง
- ห้องน้ำ 1 ห้อง

2.) แบบบ้านแฝด

พื้นที่ดิน	35	ตารางรางวา
พื้นที่ใช้สอย	150	ตารางเมตร



ภาพที่ 5.29 ตัวอย่างบ้านแฝด

ที่มา: โครงการ พฤษาวิลล์ 73 พัฒนาการ จาก <http://pruksaville.pruksa.com/7251/พฤษาวิลล์-73-พัฒนาการ/house-type-7257>

รายละเอียดของบ้าน Type A

ชั้นล่าง ประกอบด้วย

- ห้องนั่งเล่น
- ห้องครัว
- ห้องรับประทานอาหาร
- ห้องน้ำ 1 ห้อง

ชั้นบน ประกอบด้วย

- ห้องนอน 3 ห้อง
- ห้องน้ำ 1 ห้อง

- พื้นที่ซีกล่าง
- จอctrถได้ 2 คัน

5.7.2 กลยุทธ์ทางด้านราคา (Price Strategy)

จากการวิเคราะห์และศึกษาสภาพตลาดและการแข่งขันของอุปทานพบว่า ในการตั้งกลยุทธ์ทางด้านราคาถือเป็นเรื่องสำคัญอย่างหนึ่งที่สามารถสร้างจุดขาย หากมีการตั้งราคาต่ำกว่าตลาด แต่หากตั้งราคาที่อยู่ระดับตลาดจะส่งผลให้ตัวโครงการต้องสร้างจุดขายเพื่อเอาชนะคู่แข่ง ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบตัวโครงการให้มีถนนที่กว้างกว่า เพิ่มคลับเฮาส์ให้มีขนาดใหญ่และสามารถสนองต่อลูกค้าได้เป็นอย่างดี ทางโครงการ THE VILLAGE จึงสร้างจุดขายที่ดึงดูดกลุ่มเป้าหมายในด้านสาธารณูปโภคและสาธารณูปการที่ครบครันและขนาดใหญ่ อีกทั้งทำเลที่ใกล้ตัวเมืองมากกว่า ส่งผลให้ระยะเวลาในการเดินทางสั้นลงเป็นจุดขายที่สร้างข้อได้เปรียบในการเอาชนะคู่แข่ง โดยกำหนดให้ระดับราคาขายอยู่เกณฑ์ราคาของตลาด

5.7.2.1 กลยุทธ์เสนอความรู้สึกคุ้มค่ากับผู้บริโภค (Value for Money)

เมื่อเป็นผู้ประกอบการรายใหม่การสร้างความสำเร็จให้กับกลุ่มเป้าหมายจึงเป็นเรื่องที่ต้องใช้ระยะเวลา ทางโครงการ THE VILLAGE จึงวางแผนที่จะสร้างผลกำไรให้ต่ำกว่าผลกำไรโดยเฉลี่ยของการทำสังหาริมทรัพย์เล็กน้อย เพื่อมอบความคุ้มค่าและสร้างชื่อเสียงในกลุ่มเป้าหมาย

5.7.2.2 การปรับราคาในช่วงต่างๆ (Price Adjustment)

สืบเนื่องจากปัจจัยภายนอกไม่ว่าจะเป็นอัตราค่าแรงงาน วัสดุก่อสร้าง และราคาที่ดินที่ไม่สามารถควบคุมได้ ส่งผลให้ราคาจะมีการปรับเปลี่ยนตามช่วงเวลานั้น เพื่อลดความเสี่ยงของนักพัฒนาสังหาริมทรัพย์ โครงการ THE VILLAGE จึงต้องการได้มีการกำหนดราคาตามช่วงเวลาต่างๆ และเป็นการสร้างสิทธิประโยชน์ต่อกลุ่มลูกค้าที่ได้จองโครงการในช่วงระยะแรก โดยทางโครงการจะแสดงให้เห็นถึงสิทธิพิเศษที่ลูกค้ากลุ่มแรกเพียงจะได้รับเหนือกว่ากลุ่มที่มาทีหลัง โดยมีช่วงเวลาในการกำหนดราคาแตกต่างกันดังนี้

- (1) การตั้งราคาช่วงก่อนออกขายอย่างเป็นทางการ(Pre-sale/ Soft Opening Period) เป็นช่วงเวลาที่ยังไม่เปิดอย่างเป็นทางการ ลูกค้าที่เข้ามาแวะเยี่ยมชมจะไม่สามารถเห็นบ้านตัวอย่าง ส่งผลให้ในช่วงเวลานี้จะเป็นการวางกลยุทธ์ราคาที่ต่ำกว่าช่วงอื่นๆ อีกทั้งยังมีการจะทำโปรโมชั่นพิเศษต่างๆ เพื่อกระตุ้นยอดขาย
- (2) การตั้งราคาช่วงเปิดโครงการจนถึงก่อนปิดโครงการ(After Lunched Period) ในช่วงเวลาที่บ้านตัวอย่างสามารถเข้าเยี่ยมชม จึงส่งผลให้โครงการสามารถ

ปรับราคาได้เพิ่มมากขึ้น โดยกลยุทธ์ในด้านโปรโมชั่นในช่วงนี้กับช่วงก่อนหน้าจะแตกต่างกัน

(3) การตั้งราคาช่วงปิดโครงการ (Closing Sale Period)

เพื่อเป็นการปิดการขายของโครงการ โปรโมชั่นถือเป็นสิ่งจำเป็นในการกระตุ้น ยอดขาย และปิดโครงการ แต่อย่างไรก็ตามโปรโมชั่นจะแตกต่างจากช่วงแรก เพื่อไม่สร้างความผิดหวังให้กับกลุ่มลูกค้าที่จองไปก่อนหน้านี้แล้ว ยกตัวอย่างเช่น แคมเปญรีโนเวทหรือรีดิวซ์หรือติดเครื่องปรับอากาศทั้งหลัง เป็นต้น

5.7.2.3 วิธีการตั้งราคาขาย

ในการตั้งราคาขาย ทางโครงการ THE VILLAGE จะใช้วิธี mark up on Sale โดยอัตรากำไรขั้นต้นของบริษัทอสังหาริมทรัพย์ทั่วไป จะอยู่ 35 % โดยทำการอ้างอิงจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารของบริษัท อสังหาริมทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์ แต่อย่างไรก็ตามโครงการ THE VILLAGE เป็นบริษัทหน้าใหม่ในตลาด จึงควรกำหนดราคากำไรขั้นต้นลดลง อยู่ที่ 28% ดังแสดงให้เห็นการคำนวณดังต่อไปนี้

$$1 / (1 - \text{Percentage (\%)} \text{ of Gross Profit}) = \text{Percentage (\%)} \text{ of Mark up} \quad (5.1)$$

$$(\text{Land Cost} + \text{Development Cost}) \times \text{Percentage (\%)} \text{ of Mark up} = \text{Sale Price} \quad (5.2)$$

ดังนั้น Percentage (%) of Mark up ของโครงการ the village จะเท่ากับ

$$1 / (1 - 28 \%) = 1.38 \quad (5.3)$$

จึงสรุปได้ว่าการพัฒนาโครงการ THE VILLAGE การตั้งราคาขายของบ้านจะมี Percentage (%) of Mark up อยู่ที่ 28% หรือ คิดเป็น 1.38หลังจากได้ % mark up จะทำให้ทราบถึงราคาขายที่แท้จริงของโครงการเพื่อเอาเปรียบเทียบกับคู่แข่ง และพิจารณาในการตั้งราคาขายของบ้านในแต่ละแปลงของโครงการตามความเหมาะสมของที่ดินและทำเลในโครงการ

5.7.2.4 สรุปราคาขายโครงการ the village

แบบบ้าน	จำนวน	ขนาดที่ดิน (ตร.วา)	พื้นที่ใช้สอย (ตร.ม.)	ราคาขาย (ล้านบาท)
บ้านแฝด	32	35	150	2.813
ทาวน์โฮมส์	106	20	125	1.977

5.7.3 กลยุทธ์ทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place Strategy)

ช่องทางการจัดจำหน่ายถือเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการติดต่อและอำนวยความสะดวก สะดวกสบายในการเข้าถึงของกลุ่มเป้าหมายมายังตัวโครงการ ซึ่งจะสามารถแบ่งออกได้ดังต่อไปนี้

5.7.3.1 สำนักงานขาย

ณ โครงการการมีสำนักงานขายถือเป็นสิ่งจำเป็นที่กลุ่มเป้าหมายจะสามารถเข้ามาเยี่ยมชมเพื่อการตัดสินใจมากที่สุดประเภทหนึ่งในบรรดาช่องทางการจัดจำหน่าย โดยกลุ่มเป้าหมายจะสามารถเห็นสถานที่จริง บ้านจริง รวมไปถึงขนาดและเส้นทางการเดินเพื่อนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจหรือเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

5.7.3.2 การออกบูท

ซึ่งถือเป็นการกระตุ้นยอดขายและอำนวยความสะดวกให้กับกลุ่มเป้าหมายที่สามารถเข้าถึงตัวโครงการได้ง่ายขึ้น โดยจะแบ่งออกเป็น 3 ช่วง ดังต่อไปนี้

ช่วงที่ 1 จะเป็นช่วงก่อนการเปิดขายอย่างเป็นทางการ (Pre-sale) โดยจะเป็นการออกบูท ประชาสัมพันธ์เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายทราบถึงตำแหน่งและตัวผลิตภัณฑ์ โดยได้กำหนดจะออกในช่วงเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2559 โดยจะเป็นการจัดบูธตามศูนย์การค้า อาทิเช่น ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า ยูดีทาวน์ โลตัส และบิ๊กซี-บ้านช่าง เป็นต้น

ช่วงที่ 2 จะเป็นการเปิดตัวอย่างเป็นทางการ (Grand Opening) โดยจะจัดขึ้นหลังจากงาน pre-sale เว้นระยะโดยประมาณ 3-4 เดือน ซึ่งอาจจะเลือกสถานที่เดิม เช่น ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า ยูดีทาวน์ เป็นต้น

ช่วงที่ 3 จะเป็นช่วงหลัง Grand Opening ซึ่งจะมีการออกบูทในบ้างครั้งเมื่อมีการจัดทำโปรโมชั่นใหม่ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์โครงการ ให้เกิด awareness อยู่เสมอ

5.7.3.3 สื่อออนไลน์

เครื่องมือประเภทนี้ถือเป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญมากต่อสังคมไทยในปัจจุบันเพราะทุกคนสามารถเข้าถึงได้ ด้วยเหตุนี้การเลือกใช้สื่อออนไลน์ ยกตัวอย่างเช่น ไลน์และเฟสบุ๊ก ถือเป็นสิ่งจำเป็นมาก อีกทั้งสื่อเหล่านี้ยังมีต้นทุนที่ต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับวิธีการจัดทำอย่างอื่น ซึ่งในการจัดทำไลน์และเฟสบุ๊กนั้นจะเป็นการนำเสนอไม่เพียงแต่โครงการบ้าน แต่ยังคงให้ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับบ้านหรือสังหาริมทรัพย์ประเภทอื่นอีกด้วย

5.7.4 กลยุทธ์ทางการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion Strategy)

กิจกรรมการส่งเสริมการตลาด ถือเป็นปัจจัยสำคัญในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ ในฐานะผู้ประกอบการรายใหม่ การจัดทำโปรโมชั่นเพื่อสามารถนำเสนอสินค้าต่อลูกค้า สร้างความรู้สึกที่น่าเชื่อถือ และเชื่อมั่นในตัวผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการสร้าง

ความพึงพอใจแก่ลูกค้าจากการจัดทำกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ซึ่งสามารถจัดกิจกรรมต่างๆ ได้ดังต่อไปนี้

5.7.4.1 การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

(1) สำนักงานขายและบ้านตัวอย่าง

วัตถุประสงค์ : เพื่อเป็นช่องทางในการจัดจำหน่ายและประชาสัมพันธ์โครงการ

การดำเนินงาน : เนื่องจากสำนักงานขายและบ้านตัวอย่างจะถูกสร้างอยู่สถานที่โครงการจริงในส่วนบริเวณด้านหน้าของพื้นที่โครงการและแบ่งสัดส่วนพื้นที่ก่อสร้างและพื้นที่อย่างชัดเจน ซึ่งในส่วนของพื้นที่ขายจะถูกแบ่งที่ดินไว้สำหรับสร้างบ้านตัวอย่างบ้านแฝดและทาวเฮ้าส์

ระยะเวลาในการดำเนินการ: เป็นระยะเวลา 2 ปี

ซึ่งเป็นระยะเวลาที่วางแผนปิดโครงการ

(2) ป้ายโฆษณาโครงการ

วัตถุประสงค์ : เพื่อเครื่องมือสื่อสารระหว่างโครงการและกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้ทราบถึงข่าว โปรโมชันหรือกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอื่นๆ

การดำเนินงาน : ติดป้ายโฆษณาบริเวณสี่แยกบ้านจั่น

ระยะเวลาในการดำเนินการ : จะติดในช่วง Pre-sale เป็นระยะเวลา 2 เดือน และ grand opening เป็นระยะเวลา 2 เดือน

(3) ป้ายข้างทาง

วัตถุประสงค์: เพื่อสามารถช่วยให้กลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าถึงโครงการได้อย่างสะดวกสบาย

การดำเนินงาน: จะทำการติดตั้งป้ายในแนวถนนวงแหวนเลี้ยวเมือง อุดร-หนองบัวลำภู ถนนมิตรภาพ และถนน วงแหวนเลี้ยวเมืองอุดร - หนองคาย

ระยะเวลาในการดำเนินการ: เริ่ม ช่วงเปิดโครงการ ถึงช่วงปิดโครงการ

(4) สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)

วัตถุประสงค์: เพื่อการประชาสัมพันธ์และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายและแม่นยำยิ่งขึ้น อีกทั้งยังเป็นการสร้างกลุ่มเป้าหมายใหม่

การดำเนินงาน: จัดทำ facebook และ Line

ระยะเวลาในการดำเนินงาน: เริ่มช่วงก่อนpre-sale 2เดือนจนถึงปิดโครงการ

(5) โบรชัวร์โครงการ

วัตถุประสงค์: เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ทราบและเข้าใจถึงตัวผลิตภัณฑ์ตลอดจนกิจกรรมโปรโมชันต่างๆ ของโครงการ

การดำเนินงาน: จัดทำโบรชัวร์เพื่อสำหรับการแจกให้กับลูกค้าที่เข้ามาเยี่ยมชมตัวโครงการหรือบูธ

ระยะเวลาการดำเนินงาน: ช่วง pre-sale จนถึงระยะเวลาปิดโครงการ

(6) ข้อความและจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (sms และ e-mail)

วัตถุประสงค์: เพื่อเป็นการสื่อสารถึงกลุ่มเป้าหมายได้ตรงกลุ่ม โดยจะนำแจ้ง

ข่าวสาร โปรโมชันต่างๆ ตลอดจนการสิทธิพิเศษต่างๆที่ลูกค้าจะได้รับ

การดำเนินงาน: จะจัดทำart work เพื่อemail ไปยังกลุ่มเป้าหมาย และจัดทำข้อความเพื่อแจ้งไปยังกลุ่มเป้าหมายเช่นเดียวกัน

ระยะเวลาการดำเนินงาน: ก่อน pre-sale เดือน จนถึงระยะเวลาโครงการปิด

5.7.4.2 แผนกิจกรรมการตลาดแบบช่วง เพื่อกระตุ้นยอดขาย

(1) เปิดโครงการต่อสาธารณชนอย่างเป็นทางการ (Grand Opening)

วัตถุประสงค์: เพื่อเพิ่มและกระตุ้นยอดขายให้กับโครงการ

การดำเนินงาน: มีการจัด event ณ ตัวโครงการ โดยจัด mini concert มีการเชิญดารานักร้อง มาร่วมให้ความสุข ต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย อีกทั้งยังมีส่วนลดและโปรโมชั่นที่เป็นตัวดึงดูดและตัดสินใจซื้อขายขึ้น

ระยะเวลาการดำเนินการ: หลัง pre-sale 2 เดือน

(2) บูทศูนย์การค้า

วัตถุประสงค์: เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ สื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายและเพิ่มจำนวนกลุ่มเป้าหมายให้มากขึ้น

การดำเนินงาน: จะมีการจัด events บูทที่ศูนย์การค้าเซ็นทรัลอุดร และ UD TOWN โดยจะออกบูท 2 ช่วง คือ ช่วงก่อน pre-sale ประมาณ 2 เดือน และจะจัดขึ้นหลังจาก grand opening ประมาณ 6 เดือน ซึ่งจะเป็นการออกบูททั้งหมด 4 ครั้ง

ระยะเวลาในการดำเนินการ: ก่อน pre-sale 2 เดือน และก่อนปิดโครงการ 2 เดือน

5.7.4.3 กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดของโครงการการเพิ่มแรงกระตุ้นใจ

ในตลาดทั่วไปของจังหวัดพบว่า แต่ละโครงการก็มีการแข่งขันกันในเรื่อง โปรโมชั่นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็น การอยู่ ฟรี1 ปี ฟรีโอน หรือฟรีทำสัญญา เป็นต้น การจัดทำโปรโมชั่น เพื่อกระตุ้นยอดขายถือเป็นสิ่งที่ควรใส่ใจเพื่อสร้างโปรโมชั่นที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้ ซึ่งทางโครงการ the village มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

(1) โปรโมชั่นสำหรับ pre-sale

1. ส่วนลดเงินสด 30,000
2. ฟรีเงินทำสัญญา 20,000 บาท
3. ฟรีโอน

4. แคมเครื่องปรับอากาศทุกห้องนอน
5. แคมบิวอินครัว
6. แคมเครื่องซักผ้าและเครื่องทำน้ำอุ่น

(2) โปรโมชันสำหรับ Grand opening

1. ฟรีทำสัญญา 20,000 บาท
2. แคมบิวอินครัว
3. แคมเครื่องปรับอากาศทุกห้องนอน

(3) โปรโมชัน after grand opening

1. ฟรีทำสัญญา 20,000 บาท
2. แคมเครื่องปรับอากาศทุกห้องนอน



บทที่ 6

การบริหารงานก่อสร้าง

6.1 รายละเอียดงานโครงการ THE VILLAGE

THE VILLAGE เป็นโครงการบ้านจัดสรร บนเนื้อที่ 17-3-12.25 ไร่ ซึ่งแบ่งก่อสร้างสำหรับขาย 56% หรือคิดเป็น 3,982.86 ตร.วา. ส่วนที่เหลือจะเป็นพื้นที่สวนและสาธารณูปโภค

6.2 ประมาณการระยะเวลาโครงการและแผนการดำเนินงานของโครงการ

โครงการ THE VILLAGE ได้กำหนดระยะเวลาในสร้าง เริ่มต้นจาก สิงหาคมของปี 2559 สิ้นสุด เดือน พฤษภาคมของปี 2562 ซึ่งเป็นระยะ 33 เดือน ซึ่งสามารถแจกแจงออกให้เห็นได้ดังต่อไปนี้

- เฟส แรกซึ่งประกอบด้วยบ้านแฝดและทาวเฮาส์ โดยบ้านแฝดจะเริ่มก่อสร้างตั้งแต่เดือน พ.ค.60 – มิ.ย.61 ในขณะที่ทาวเฮาส์จะเริ่มก่อสร้าง พ.ค.60 – ก.พ. 61
- เฟส สอง จะเป็นทาวเฮาส์ทั้งหมดซึ่งเริ่มตั้งแต่ ต.ค. 60 – พ.ค. 62

รายการดำเนินงาน			2559				
			ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
ออกแบบและขออนุญาต							
ถมดิน							
งานสาธารณูปโภค							
งานขึงทางเข้า มีอมถน มีป้ายโครงการ							
- บ่อบำบัดน้ำเสีย บ่อสูบน้ำเสีย บ่อตรวจคุณภาพน้ำ							
- งานก่อสร้างสะพานทางเข้าโครงการ							
- งานสวนหย่อม และสวนสาธารณะ							
- Club House							
- ที่จอดรถ							
- ถนน รางวี							
ไฟฟ้าโครงการ							
- มีกเสา							
- พาดสาย							
- ติดมิเตอร์							
- ประปาโครงการ							
- เดินระบบท่อ-บรรจบท่อ							
แบบบ้าน	เลขแปลง	Unit	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
บ้านแฝด	1-4	2					
	5-8	4					
	9-13	4					
	14-18	4					
	16-20	4					
	21-25	4					
ทาวน์เฮ้าส์	26-29	5					
	30-32	5					
	33-38	4					
	39-44	6					
	45-50	6					
	51-56	6					
	57-62	6					
	63-68	6					
	69-74	6					
	75-80	6					
	81-86	6					
	87-92	6					
	93-98	6					
	99-104	6					
105-110	6						
111-116	6						
117-122	6						
123-128	6						
129-134	6						
135-138	4						

ภาพที่ 6.1 แผนงานการก่อสร้าง

รายการดำเนินงาน			2560				
			ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.
ออกแบบและขออนุญาต							
ถมดิน							
งานสาธารณูปโภค							
งานขึงทางเข้า มีอมถน มีป้ายโครงการ							
- บ่อบำบัดน้ำเสีย บ่อสูบน้ำเสีย บ่อตรวจคุณภาพน้ำ							
- งานก่อสร้างสะพานทางเข้าโครงการ							
- งานสวนหย่อม และสวนสาธารณะ							
- Club House							
- ที่จอดรถ							
- ถนน รางวี							
ไฟฟ้าโครงการ							
- มีกเสา							
- พาดสาย							
- ติดมิเตอร์							
- ประปาโครงการ							
- เดินระบบท่อ-บรรจบท่อ							
แบบบ้าน	เลขแปลง	Unit	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.
บ้านแฝด	1-4	2					
	5-8	4					
	9-13	4					
	14-18	4					
	16-20	4					
	21-25	4					
ทาวน์เฮ้าส์	26-29	5					
	30-32	5					
	33-38	4					
	39-44	6					
	45-50	6					
	51-56	6					
	57-62	6					
	63-68	6					
	69-74	6					
	75-80	6					
	81-86	6					
	87-92	6					
	93-98	6					
	99-104	6					
105-110	6						
111-116	6						
117-122	6						
123-128	6						
129-134	6						
135-138	4						

รูปภาพที่ 6.2 แผนงานการก่อสร้าง

รายการดำเนินงาน			2560				
			ม.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.
รายการดำเนินงาน							
ออกแบบและขออนุญาต							
ถมดิน							
งานสาธารณูปโภค							
งานขี้นทางเข้า บิโอมยณ ป้ายโครงการ							
- บ่อบำบัดน้ำเสีย บ่อสูบน้ำเสีย บ่อตรวจคุณภาพน้ำ							
- งานก่อสร้างสะพานทางเข้าโครงการ							
- งานสวนหย่อม และสวนสาธารณะ							
- Club House							
- ท่อระบายน้ำ							
- ถนน รางวี							
ไฟฟ้าโครงการ							
- บิ๊กเส้า							
- พาดสาย							
- ติดมิเตอร์							
- ประปาโครงการ							
- เดินระบบท่อ-บรรจบท่อ							
แบบบ้าน	เลขแปลง	Unit	ม.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.
บ้านแฝด	1-4	2					
	5-8	4					
	9-13	4					
	14-18	4					
	16-20	4					
	21-25	4					
	26-29	5					
30-32	5						
ทาวน์เฮ้าส์	33-38	4					
	39-44	6					
	45-50	6					
	51-56	6					
	57-62	6					
	63-68	6					
	69-74	6					
	75-80	6					
	81-86	6					
	87-92	6					
	93-98	6					
	99-104	6					
	105-110	6					
	111-116	6					
	117-122	6					
123-128	6						
129-134	6						
135-138	4						

ภาพที่ 6.3 แผนงานการก่อสร้าง

รายการดำเนินงาน			2560					2561				
			พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.
รายการดำเนินงาน												
ออกแบบและขออนุญาต												
ถมดิน												
งานสาธารณูปโภค												
งานขี้นทางเข้า บิโอมยณ ป้ายโครงการ												
- บ่อบำบัดน้ำเสีย บ่อสูบน้ำเสีย บ่อตรวจคุณภาพน้ำ												
- งานก่อสร้างสะพานทางเข้าโครงการ												
- งานสวนหย่อม และสวนสาธารณะ												
- Club House												
- ท่อระบายน้ำ												
- ถนน รางวี												
ไฟฟ้าโครงการ												
- บิ๊กเส้า												
- พาดสาย												
- ติดมิเตอร์												
- ประปาโครงการ												
- เดินระบบท่อ-บรรจบท่อ												
แบบบ้าน	เลขแปลง	Unit	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.
บ้านแฝด	1-4	2										
	5-8	4										
	9-13	4										
	14-18	4										
	16-20	4										
	21-25	4										
	26-29	5										
30-32	5											
ทาวน์เฮ้าส์	33-38	4										
	39-44	6										
	45-50	6										
	51-56	6										
	57-62	6										
	63-68	6										
	69-74	6										
	75-80	6										
	81-86	6										
	87-92	6										
	93-98	6										
	99-104	6										
	105-110	6										
	111-116	6										
	117-122	6										
123-128	6											
129-134	6											
135-138	4											

ภาพที่ 6.4 แผนงานการก่อสร้าง

รายการดำเนินงาน			2561				
			เม.ย	พ.ค.	มิ.ย	ก.ค.	ส.ค.
รายการดำเนินงาน							
ออกแบบและขออนุญาต							
ถมดิน							
งานสาธารณูปโภค							
งานขุดทางเข้า ป้อมยาม ป้ายโครงการ							
- บ่อบำบัดน้ำเสีย บ่อสูบน้ำเสีย บ่อตรวจคุณภาพน้ำ							
- งานก่อสร้างสะพานทางเข้าโครงการ							
- งานสวนหย่อม และสวนสาธารณะ							
- Club House							
- ทอระฆังน้ำ							
- ถนน รางวี							
ไฟฟ้าโครงการ							
- บีกเสา							
- พาดสาย							
- ติดมิเตอร์							
- ประปาโครงการ							
- เดินระบบท่อ-บรรจบท่อ							
แบบบ้าน	เลขแปลง	Unit	เม.ย	พ.ค.	มิ.ย	ก.ค.	ส.ค.
บ้านแฝด	1-4	2					
	5-8	4					
	9-13	4					
	14-18	4					
	16-20	4					
	21-25	4					
	26-29	5					
	30-32	5					
ทาวน์เฮ้าส์	33-38	4					
	39-44	6					
	45-50	6					
	51-56	6					
	57-62	6					
	63-68	6					
	69-74	6					
	75-80	6					
	81-86	6					
	87-92	6					
	93-98	6					
	99-104	6					
	105-110	6					
	111-116	6					
	117-122	6					
123-128	6						
129-134	6						
135-138	4						

ภาพที่ 6.5 แผนงานการก่อสร้าง

รายการดำเนินงาน			2561			
			ก.ย	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
รายการดำเนินงาน						
ออกแบบและขออนุญาต						
ถมดิน						
งานสาธารณูปโภค						
งานขุดทางเข้า ป้อมยาม ป้ายโครงการ						
- บ่อบำบัดน้ำเสีย บ่อสูบน้ำเสีย บ่อตรวจคุณภาพน้ำ						
- งานก่อสร้างสะพานทางเข้าโครงการ						
- งานสวนหย่อม และสวนสาธารณะ						
- Club House						
- ทอระฆังน้ำ						
- ถนน รางวี						
ไฟฟ้าโครงการ						
- บีกเสา						
- พาดสาย						
- ติดมิเตอร์						
- ประปาโครงการ						
- เดินระบบท่อ-บรรจบท่อ						
แบบบ้าน	เลขแปลง	Unit	ก.ย	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
บ้านแฝด	1-4	2				
	5-8	4				
	9-13	4				
	14-18	4				
	16-20	4				
	21-25	4				
	26-29	5				
	30-32	5				
ทาวน์เฮ้าส์	33-38	4				
	39-44	6				
	45-50	6				
	51-56	6				
	57-62	6				
	63-68	6				
	69-74	6				
	75-80	6				
	81-86	6				
	87-92	6				
	93-98	6				
	99-104	6				
	105-110	6				
	111-116	6				
	117-122	6				
123-128	6					
129-134	6					
135-138	4					

ภาพที่ 6.6 แผนงานการก่อสร้าง

รายการดำเนินงาน			2562				
			ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.
ออกแบบและขออนุญาต							
ขออนุญาต							
งานเสาเข็มบู๊ต							
งานเข็มทางเข้า ย่อมเยน ย้ายโครงการ							
- บ่อน้ำดื่มเสีย บ่อสุนัขเสีย บ่อตรวจคุณภาพน้ำ							
- งานก่อสร้างสะพานทางเข้าโครงการ							
- งานสวนหย่อม และสวนสาธารณะ							
- C100 House							
- ฟอร์มชายน้ำ							
- ถนน รังรี							
ไฟฟ้าโครงการ							
- มีกเสา							
- พาดสาย							
- ติดมิเตอร์							
- ประปาโครงการ							
- เดินระบบท่อ-บรรจบท่อ							
แบบบ้าน	เลขแปลง	Unit	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.
บ้านแฝด	1-4	2					
	5-8	4					
	9-13	4					
	14-18	4					
	16-20	4					
	21-25	4					
	26-29	5					
	30-32	5					
ทาวเฮ้าส์	33-38	4					
	39-44	6					
	45-50	6					
	51-56	6					
	57-62	6					
	63-69	6					
	69-74	6					
	75-80	6					
	81-86	6					
	87-92	6					
	93-98	6					
	99-104	6					
	105-110	6					
	111-116	6					
	117-122	6					
123-128	6						
129-134	6						
135-138	4						

ภาพที่ 6.7 แผนงานการก่อสร้าง

6.3 รายละเอียดของงานโครงสร้างและสถาปัตยกรรม

งานโครงสร้าง

ฐานราก	เสาเข็มคอนกรีต , ปูนผสม , เหล็กข้ออ้อย , ตะแกรง
โครงสร้าง	เสาและคอนกรีตเสริมเหล็กหล่อในที่และสำเร็จรูป
พื้น	พื้นสำเร็จรูปคอนกรีตอัดแรง
ผนัง	ผนังอิฐมวลเบา ฉาบเรียบ สองด้าน
โครงสร้างหลังคา	โครงหลังคาสำเร็จรูป

งานสถาปัตยกรรม

งานพื้น	ชั้นบนเป็นลามิเนต ชั้นล่างเป็นแกรนิตโต้
ฝ้าเพดาน	ยิปซัมบอร์ดฉาบเรียบทาสี
สุขภัณฑ์	Mogen
สีทาบ้าน	ภายนอก และ ภายใน TOA
ประตูบ้าน	ประตูไม้วีเนียร์
ประตูห้องน้ำ	ประตู PVC อย่างดี
หน้าต่าง	บานกระจกอะลูมิเนียม

บทที่ 7

การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน

7.1 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการ

โครงการ THE VILLAGE จะเป็นการศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ ที่จะมีความเสี่ยงต่อการพัฒนาโครงการ ด้วยตัวเลขทางบัญชีที่สะท้อนจากกระแสเงินสดรายรับรายจ่าย โดยอาศัยเครื่องมือเป็นตัวชี้วัดความเสี่ยง อันได้แก่ การวิเคราะห์หามูลค่าปัจจุบันสุทธิของการลงทุน (Net Present Value) อัตราผลตอบแทนของการลงทุน (Internal rate of return) และระยะเวลาในการคืนทุน (Pay back Period) ซึ่งจะวิเคราะห์ตามสมมติฐานทางการเงินดังต่อไปนี้

สมมติฐานด้านรายจ่ายของโครงการ

สมมติฐานการวิเคราะห์ด้านการเงิน

สมมติฐานด้านรายรับของโครงการ

สมมติฐานด้านการขายและระยะเวลาในการดำเนินของโครงการ

สมมติฐานด้านการกำหนดอัตราคิดลดของโครงการ

สมมติฐานการวิเคราะห์ด้านการเงิน

สมมติฐาน sensitivity analysis

7.2 สมมติฐานทางการเงินของโครงการ THE VILLAGE

7.2.1 สมมติฐานด้านการลงทุนสำหรับพัฒนาโครงการ

สมมติฐานนี้จะเป็นการแสดงถึงการวางแผนถึงการลงทุนในการพัฒนาโครงการที่แสดงถึงต้นทุนทั้งหมดที่ใช้ในการพัฒนาโครงการ THE VILLAGE เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์และทำให้เกิดรายรับ โดยเงินทุนหมุนเวียนถูกรวมอยู่ด้วย ซึ่งสามารถแสดงต้นทุนทั้งหมดของโครงการตามตารางที่

7.1

ตารางที่ 7.1 ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาโครงการ THE VILLAGE

รายละเอียด	ราคา	หน่วย	จำนวน	มูลค่ารวม
ต้นทุนที่ดิน				
- ต้นทุนค่าที่ดิน	7,500	บาทต่อตร.วา	7,112	53,341,875
- ถมดิน	100	บาทต่อลบ.ม.	77,000	7,700,000
รวมต้นทุนค่าที่ดิน				61,041,875
ต้นทุนในการพัฒนาโครงการ				
ค่าเตรียมพื้นที่ก่อสร้าง/สาธารณูปโภคพื้นฐาน				
- ค่าทำระบบสาธารณูปโภค ถนนส่วนกลาง	800	บาทต่อตร.ม.	9,532	7,625,600
- สะพาน (เหมา)		เหมา	1	2,500,000
- ค่ารั้วรอบโครงการ	1,500	บาทต่อเมตร	730	1,095,000
ค่าพัฒนาคลับเฮาส์และพื้นที่สิ่งอำนวยความสะดวก				
- ค่าก่อสร้างคลับเฮาส์	6,500	บาทต่อตร.ม.	824	5,356,000
- ค่าประตูทางเข้าโครงการ		เหมา		350,000
- ค่าจัดสวน	200	บาทต่อตร.ม.	2,112	422,400
ค่าก่อสร้าง				
- บ้านแฝด	10,000	บาทต่อตร.ม.	4,800	48,000,000
- ทาวน์เฮาส์	8,500	บาทต่อตร.ม.	13,250	112,625,000
รวมทุนในการพัฒนา				177,974,000
ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาอื่นๆ				
- ค่ายื่นขออนุญาต	0.25%	ของต้นทุนการพัฒนา		444,935
รวมค่าใช้จ่ายในการพัฒนาอื่นๆ				444,935
				178,418,935
รวม				239,460,810

ซึ่งจากตารางแสดงให้เห็นว่าต้นทุนพัฒนาถูกแบ่งแยกให้ถูกจัดอยู่ในหมวดหมู่ 4 ประเภทดังต่อไปนี้

7.2.1.1 ต้นทุนที่ดิน

ด้วยที่ดินโครงการ 17-3-12.25 ไร่ ราคาตารางวาละ 7,500 บาท คิดเป็นมูลค่ารวม 53,341,875 บาท ซึ่งจะพร้อมจ่าย ณ วันที่โอนกรรมสิทธิ์ด้วยเงินจำนวนเต็มก็ก่อนที่โครงการจะเริ่ม 1 เดือน

7.2.1.2 ต้นทุนในการพัฒนาโครงการ

(1) ค่าทำระบบสาธารณูปโภคและถนนส่วนกลาง

- ถนนโครงการ ซึ่งมีขนาดความกว้าง 8 เมตร และ 12 เมตร และ ระบบประปา ระบบไฟฟ้า ราคาตารางเมตรละ 800 บาท คิดเป็นเงิน 7,625,000 บาท
- สะพานเข้าโครงการ จะเป็นงานเหมาซึ่งเท่ากับ 3,000,000 บาท
- งานรั้วจะถูกคิดเป็นเมตร ซึ่งรั้วรอบโครงการจะมีความสูงเท่ากับ 2.5 เมตร ความยาวเท่ากับ 730 เมตร ซึ่งเมตรละ 1500 บาท คิดเป็น 1,095,000 บาท

(2) ค่าก่อสร้าง club house

- การก่อสร้าง club house และคลับเฮาส์ ขนาด 824 ตร.ม. ราคาต่อตร.ม.เท่ากับ 6,500 บาทต่อตารางเมตร ราคาเท่ากับ 5,356,000 บาท

(3) ค่าก่อสร้างพื้นที่อำนวยความสะดวก

- ซุ้มประตูทางเข้าโครงการ จะเป็นงานเหมา ซึ่งจากการสอบถามราคาจากผู้รับเหมา โดยอ้างอิงจากแบบจะมีราคา เท่ากับ 350,000 ซึ่งประตูจะมีขนาดกว้าง 20 เมตร
- สวนหย่อมและงาน landscape ซึ่งมีพื้นที่ครอบคลุม 528 ตร.วา. หรือเท่ากับ 2,112 ตร.ม. ซึ่งในการจัดสรรและออกlandscape ราคาตารางเมตรละ 200 บาท ซึ่งคิดเป็น 423,400 บาท

7.2.1.3 ค่าก่อสร้าง

จากแบบผังของโครงการค่าก่อสร้างของส่วนพื้นที่ขายจะถูกแบ่งออกเป็น 2 เฟส มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- Phase 1 ประกอบด้วยบ้านแฝดและทาวน์โฮม โดยบ้านแฝด จำนวน 32 หลัง จะมีพื้นที่ก่อสร้างทั้งหมด 4,800 ตร.ม. ซึ่งราคาต่อตารางเมตร จะอยู่ที่ 10,000 บาท เท่ากับ 48,000,000 บาท ในขณะที่ทาวน์โฮมจำนวน 33หลัง มีพื้นที่ก่อสร้างทั้งหมด 4,125 ตร.ม. ซึ่งราคาต่อตารางเมตรเท่ากับ 8,500 บาท เท่ากับ 35,062,500
- Phase 2 จะมีเฉพาะทาวน์โฮมซึ่งมีจำนวน 73 หลังและมีพื้นที่ก่อสร้างทั้งหมด 9,125 ตร.ม. ซึ่งราคาต่อตารางเมตรเท่ากับ 8,500 บาท เท่ากับ 77,562,500 บาท

7.2.1.4 ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาอื่นๆ

ซึ่งจะเป็นค่าใช้จ่ายในเรื่องการขออนุญาต จะเท่ากับ 0.05% ของต้นทุนการพัฒนาโครงการ ในส่วนค่าออกแบบและค่าบริหารงานก่อสร้างจะไม่นำมาคิดเนื่องจากเจ้าของโครงการสามารถดูแลเองได้

7.2.2 โครงสร้างการเงินด้านการลงทุนของโครงการ THE VILLAGE

นโยบายด้านการลงทุนของโครงการ THE VILLAGE จะประกอบด้วยหนี้สินต่อทุน เท่ากับ ร้อยละ 40% ซึ่งจากการศึกษาและสอบถามจากสถาบันทางการเงินได้ให้ข้อมูลว่า ทางสถาบันจะแบ่งเงินกู้ออกเป็น 2 ส่วนสำหรับผู้ประกอบการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ในการซื้อที่ดินทางสถาบันการเงินจะให้เงินกู้ร้อยละ 50 ของมูลค่าที่ดิน และในส่วนของการก่อสร้าง ทางสถาบันการเงินจะสามารถปล่อยกู้ร้อยละ 60-70 ของมูลค่าก่อสร้าง อย่างไรก็ตามร้อยละอาจมีการเปลี่ยนแปลง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความน่าเชื่อถือและสถานะทางการเงินของบริษัท ดังนั้นจากนโยบายด้านการลงทุนของโครงการ เงินที่กู้ยืมจากสถาบันทางการเงิน จะเท่ากับ 95,784,324 บาท และทุนจดทะเบียนจะเท่ากับ 143,676,846 บาท

ซึ่งอัตราดอกเบี้ยโดยเฉลี่ยซึ่งอ้างอิงจาก 5 สถาบันการเงิน พบว่าจะอยู่ที่ MLR 6.95% ณ วันที่ 8 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2559 แต่เนื่องจากเป็นนักพัฒนาสังหาริมทรัพย์หน้าใหม่ อัตราความเสี่ยงจึงมีสูงขึ้นซึ่งจะอยู่ที่ประมาณ MLR 7.25 -7.5 % ดังนั้นจำนวนที่เกิดจากการกู้ยืมทั้งหมดจะอยู่ที่ 95,784,324 บาท และจะชำระดอกเบี้ยแล้วซึ่งรวมภาษีแล้ว 6,944,364 คิดเป็นจำนวนเงิน บาท

7.2.3 สมมุติฐานทางด้านรายรับของโครงการ

โครงการ THE VILLAGE เป็นโครงการที่ประกอบด้วยบ้านแฝดและทาวน์โฮม ซึ่งราคาบ้านแฝดโดยเฉลี่ยจะอยู่ที่ 2.95 ล้านบาท โดยมีเงื่อนไขในการขายคือ ในการจอง ทำสัญญา และเงินดาวน์จะถูกแบ่งเป็น 5% ของราคาขาย ซึ่งเท่ากับ 295,000 และจะจ่ายยอดที่เหลือ คือ 2,655,000 ณ วันโอน ในส่วนของราคาทาวน์โฮมที่ราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 1.95 ล้านบาท โดยเงื่อนไขในการขายคือ 5%จะถูกแบ่งออกเป็นการจอง ทำสัญญา และเงินดาวน์ และในยอดที่เหลือ 1,825,500 บาท ซึ่งจะถูกชำระในวันโอน หากเป็นกรณีสร้างเสร็จแล้วให้โอนในเดือนถัดไปหลังจากการจองและทำสัญญาแล้ว

ตารางที่ 7.2 แสดงสมมุติฐานด้านรายรับของโครงการ

รายละเอียด	จำนวนแปลง	ราคาเฉลี่ย	รวมรายได้
Phase1: บ้านแฝด	32	2,885,875	92,348,000
Phase1: ทาวน์โฮม	33	1,986,906	65,577,000
Phase2: ทาวน์โฮม	73	1,986,906	145,035,000

ซึ่งในอัตราการขายจะใช้แผนการตลาดเป็นตัวอ้างอิง กล่าวคือ จำนวนยูนิตการขายในช่วงโปรโมชั่นจะถูกขายได้เยอะกว่า ในช่วงที่ไม่ได้จัดโปรโมชั่น หรือevents ซึ่งจะแสดงดังตามตารางด้านล่างนี้

ตารางที่ 7.3 สมมุติฐานจำนวนการขายในแต่ละเดือน

Zone A			Zone B		
เดือนที่	บ้านแฝด	ทาวน์โฮม	เดือนที่	บ้านแฝด	ทาวน์โฮม
1	4	7	13	0	6
2	4	7	14	0	4
3	2	4	15	0	5
4	3	5	16	0	4
5	2	4	17	0	2
6	2	4	18	0	2
7	2	9	19	0	3
8	4	6	20	0	5
9	4	6	21	0	6
10	2	3	22	0	3
11	3	3	23	0	3
12	1	5	24	0	0
รวมยูนิตทั้งหมด	33	63			43

7.2.4 สมมุติฐานด้านรายจ่ายในการดำเนินงานของโครงการ

ในการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ในการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน การตั้งสมมุติฐานด้านรายจ่ายเป็นสิ่งสำคัญมากเนื่องจากจะส่งผลถึงกำไรสุทธิ โดยหากมีการตั้งสมมุติฐานที่แม่นยำจะส่งผลให้กำไรสุทธิไม่คลาดเคลื่อนจากตัวเลขที่ต้องการ แต่หากการตั้งสมมุติฐานด้านรายจ่ายผิดพลาดในตอนแรกจะส่งผลให้กำไรสุทธิเปลี่ยนไปโดยเห็นได้ชัด

ตารางที่ 7.4 แสดงสมมุติฐานรายจ่ายในการดำเนินงานของโครงการ

รายจ่ายจากการดำเนินงาน	เงื่อนไข	จำนวนเงิน	สัดส่วนยอดขาย
ค่าจ้างและเงินเดือน		2,574,000.00	0.40%
ค่าใช้จ่ายการขายและตลาด	1% ของรายรับ	3,068,000.00	1%
ค่า commission	0.3% ของยอดขาย	92284.5663	0.30%
ค่าธรรมเนียมการโอน	1% ของราคาขาย	3,089,207.17	1%
ภาษีธุรกิจเฉพาะ		10,194,383.66	3.30%
รวม		19,017,875.40	

ตารางที่ 7.5 แสดงสมมติฐานค่าจ้างและเงินเดือนของพนักงานของโครงการ

ตำแหน่ง	เงินเดือน(บาท)	จำนวน(คน)	จำนวนเงิน(บาท)
ผู้จัดการโครงการ	30,000	1	30,000
เจ้าหน้าที่การตลาด	9000	1	9000
เจ้าหน้าที่บัญชีและการเงิน	15,000	1	15,000
พนักงานขาย	9,000	1	9000
แม่บ้าน	9,000	1	9,000
เจ้าหน้าที่ ซ่อมบำรุง	9,000	1	9,000
รปภ.	9,000	2	18,000
รวมค่าจ้างและเงินเดือน			99,000

จากตารางที่ 7.4 และ ตารางที่ 7.5 สามารถแจกแจงรายละเอียดได้ดังต่อไปนี้

- (1) ค่าจ้างและเงินเดือน
จากการอ้างอิงเกณฑ์ของอัตราจ้างงาน ซึ่งจะมีการปรับขึ้นเงินเดือนทุกๆปี ร้อยละ 3.6 ตามอัตราเงินเฟ้อค่าเฉลี่ยของธนาคารแห่งประเทศไทย
- (2) ค่าใช้จ่ายทางการตลาดและงานขาย
เป็นค่าใช้จ่ายที่ถูกจัดให้มีขึ้นเพื่อส่งเสริมยอดขาย โดยค่าใช้จ่ายทางการตลาดจะถูกนำไปในการในการจัดกรรมกิจ เช่น ออกบูธ หรือจัดงาน events เพื่อสร้างกระแส และดึงดูดจำนวนลูกค้าที่เข้ามาเยี่ยมชมโครงการ
- (3) ค่าคอมมิสชั่น (Commission)
จากยอดขายของพนักงานขายในแต่ละเดือนจะนับมาคิดค่าคอมมิชชั่น 0.03% แล้วนำไปบวกกับเงินเดือนของพนักงาน
- (4) ค่าธรรมเนียมในการโอน
ตามกฎหมายว่าเรื่องการโอนที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างจะต้องชำระค่าธรรมเนียมการโอน 2% ของราคาขาย ซึ่งทางโครงการจึงกำหนดให้ชำระฝ่ายละครึ่งกับผู้ซื้อบ้าน
- (5) ค่าภาษีธุรกิจเฉพาะ
ตามกฎหมายผู้ประกอบธุรกิจอสังหาริมทรัพย์จะต้องชำระภาษีธุรกิจเฉพาะร้อยละ 3.3

7.2.5 สมมุติฐานด้านต้นทุนของเงินลงทุนของโครงการ

จากนโยบายทางของการบริหารต้นทุนทางการเงินของโครงการ THE VILLAGE จะกำหนดสัดส่วนหนี้สินต่อทุน 40:60 ด้วยอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 7.25

7.3 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน

เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของตัวโครงการ THE VILLAGE จะใช้การวิเคราะห์จากกระแสเงินสดรับและกระแสเงินสดจ่าย โดยอ้างอิงจากข้อมูลที่บันทึกไว้ในทั้งรายรับและค่าใช้จ่ายการดำเนินงานของโครงการทั้งหมด ซึ่งรายละเอียดทั้งหมดจะอยู่ในภาคผนวก ค. ซึ่งจากการวิเคราะห์ถึงความเป็นไปได้สามารถแสดงผลให้ผลลัพธ์ในเชิงการเงินได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 7.6 แสดงถึงผลประกอบการจากการวิเคราะห์ทางการเงินของโครงการ

NPV	21,619,574
IRR	16.66%
Breakeven	76.84%=102หลัง

(1) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value)

จากทฤษฎีในการคำนวณหา มูลค่าปัจจุบันสุทธิ ได้กำหนดว่า ในการประกอบกิจการ มูลค่าปัจจุบันสุทธิควรมีมูลค่าที่มากกว่าศูนย์ ซึ่งหมายความว่า อัตราผลตอบแทนได้มากกว่าที่โครงการต้องการ หากเท่ากับศูนย์จะหมายถึงว่าอัตราผลตอบแทนที่ได้เท่ากับที่โครงการ แต่ถ้าแสดงถึงอัตราผลตอบแทนที่ได้น้อยกว่าที่โครงการต้องการ จากตารางพบว่า NPV เท่ากับ 21,619,574 ซึ่งมากกว่าเป็นบวกแสดงให้เห็นอัตราผลตอบแทนที่ได้มีค่ามากกว่าที่โครงการต้องการ ในขณะที่ WACC เท่ากับ 14.32%

(2) อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Internal Rate of Return)

จากตารางพบว่า อัตราผลตอบแทนที่โครงการได้หลังจากหักภาษีแล้ว เท่ากับ 16.66% ซึ่งมากกว่าต้นทุนทางการเงินของโครงการ WACC ซึ่งเท่ากับ 14.32%

(3) ระยะเวลาในการคืนทุน (Payback Period)

ระยะเวลาในการคืนทุนจะเป็นตัวแสดงถึงจำนวนยูนิตที่ขายที่จะทางโครงการจะมีเริ่มกำไร ซึ่งสำหรับโครงการ THE VILLAGE จะเท่ากับ 102 ยูนิต

7.4 การวิเคราะห์ความอ่อนไหวทางการเงิน (Sensitivity Analysis)

โครงการ THE VILLAGE ได้กำหนดกรณีต่างๆ เพื่อวิเคราะห์ถึงความอ่อนไหวทางการเงินสืบเนื่องจากปัจจัยภายนอก ในการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ ในขั้นตอนของการวิเคราะห์และตั้งสมมติฐานการเงินการศึกษาลักษณะที่อาจเกิดขึ้นต่อการเงิน เป็นสิ่งจำเป็นถูกควรวางแผนและศึกษาความเป็นไปได้ เพื่อหาแนวทางแก้ไขได้ทันเวลาในช่วงเวลาวิกฤติ ซึ่งจะมี 3 กรณีดังต่อไปนี้

1). Base Case

ซึ่งอยู่ในสภาวะปกติไม่มีเหตุการณ์อันใดมากระทบต่อการพัฒนา

NPV	21,619,574
IRR	16.66%
Breakeven	102 units

2). Best Case

ราคาขายเพิ่มขึ้น 5 %

ค่าก่อสร้างลดลง 5%

อัตราดอกเบี้ย 6%

สัดส่วนเงินกู้ 50:50

NPV	34,084,373.41
IRR	25.54%
Breakeven	95 units

3). Worst Case

ราคาขายลดลง 5 %

ค่าก่อสร้างเพิ่มขึ้น 5%

สัดส่วนเงินกู้ D/E: 30:70, ดอกเบี้ย เท่ากับ 8.25%

NPV	-32,305,142.48
IRR	-16.77%

สรุปวิเคราะห์ทางการเงิน

จากการวิเคราะห์ถึงงบกระแสเงินสดและกำไรขาดทุนในการพัฒนาโครงการของ THE VILLAGE โดยอ้างอิงจากสมมติฐานที่ถูกต้องขึ้น พบว่าในกรณี base case มูลค่าปัจจุบันสุทธิ อัตราผลตอบแทน และระยะเวลาคืนทุนของโครงการ แสดงผลออกได้อย่างน่าพอใจโดย NPV อยู่ที่ 21,619,574 บาท ในขณะที่ อัตราผลตอบแทน อยู่ที่ 16.66%ซึ่งถือว่าอยู่ในเกณฑ์ปกติของธุรกิจขายขาด ในขณะที่ Break even อยู่ที่ 102 ยูนิต และจากการวิเคราะห์ถึงกรณีต่างๆพบว่า สำหรับ Best case จะมี NPV สูงถึง 34,084,373.41 บาท ในขณะที่ IRR จะเท่ากับ 25.54% แต่ในทางตรงข้าม ในกรณี Worst case NPV ติดลบแสดงถึงความเสี่ยงที่สูงมากในการลงทุน

รายการอ้างอิง

วิสุทธิ กัลยาศิริ. (2545) . ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย: กรณีศึกษา เขตบางเขต กรุงเทพมหานคร. (วิทยาสตรบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กรุงเทพฯ.

ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์. (2558). สรุปลสถานการณ์อสังหาริมทรัพย์ครึ่งปี 2558 และแนวโน้มอนาคต. From

http://www.reic.or.th/login_page.aspx?refp=/FilePortal.aspx?sector%3dsyn%26id%3d157

ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์. (2558). สรุปลสถานการณ์อสังหาริมทรัพย์ครึ่งปี 2558 และแนวโน้มอนาคต. From

<http://www.reic.or.th/InfoService/InfoLink.aspx?id=1&link=Housing%20Statistics>

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2556). ข้อมูลรายได้ต่อครัวเรือนของประชากร. From

http://udon.old.nso.go.th/nso/project/search_option/index.jsp?province_id=79&depcode=01&gcode=01&ccode=01

สำนักงานโยธาธิการจังหวัดอุดรธานี <http://www.dpt.go.th/udonthani/main/>

เสาวคนธ์ วิทวัสโอฬาร. (2550). Gen Y: จับให้มันคั่นให้เวิร์ค (พิมพ์ครั้งแรก). กรุงเทพฯ: กรุงเทพฯธุรกิจปัจุบัน

ณัฐพร ศิริสานต์ (2555). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร.

กระทรวงมหาดไทย, กรมการปกครอง. (2555). ประชากรจากการทะเบียน จำแนกตามกลุ่มอายุ และเพศ จังหวัดเชียงใหม่ พ.ศ. 2546-2555

สมาคมผู้ประเมินค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทย. (2556). ราคาประเมินค่าก่อสร้างอาคาร พ.ศ. 2556 from <http://www.thaiappraisal.org/thai/value/value.php>

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2558). แลกงข่าวเศรษฐกิจและการเงิน เดือนตุลาคม 2558



ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
กฎหมาย
กฎกระทรวง
ให้ใช้บังคับผังเมืองรวมเมืองอุดรธานี
พ.ศ. 2553

ข้อ 14 ที่ดินประเภทชนบทและเกษตรกรรม ให้ใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อเกษตรกรรม หรือเกี่ยวข้องกับเกษตรกรรม สถาบันราชการ การสาธารณูปโภคและสาธารณูปการเป็นส่วนใหญ่ สำหรับการให้ประโยชน์ที่ดินเพื่อกิจการอื่น ให้ใช้ได้ไม่เกินร้อยละ 5 ของที่ดินประเภทนี้ในแต่ละบริเวณ

ที่ดินประเภทนี้ ห้ามใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อกิจการตามที่กำหนด ดังต่อไปนี้

(1) โรงงานทุกจำพวกตามกฎหมายว่าด้วยโรงงาน เว้นแต่โรงงานตามประเภท ชนิด และ จำพวกที่กำหนดให้ดำเนินการได้ตามบัญชีท้ายกฎกระทรวงนี้ และโรงงานบำบัดน้ำเสียรวมของชุมชน

(2) คลังน้ำมันเชื้อเพลิงและสถานที่ที่ใช้ในการเก็บรักษาน้ำมันเชื้อเพลิง ที่ไม่ใช่ก๊าซ ปิโตรเลียมเหลวและก๊าซธรรมชาติ เพื่อจำหน่ายที่ต้องขออนุญาตตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุม น้ำมันเชื้อเพลิง เว้นแต่เป็นสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง

(3) สถานที่บรรจุก๊าซ สถานที่เก็บก๊าซ และห้องบรรจุก๊าซ สำหรับก๊าซปิโตรเลียมเหลว ตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมน้ำมันเชื้อเพลิง แต่ไม่หมายความรวมถึงสถานีบริการ ร้านจำหน่าย ก๊าซ

สถานที่ใช้ก๊าซ และสถานที่จำหน่ายอาหารที่ใช้ก๊าซ

(4) โรงแรมตามกฎหมายว่าด้วยโรงแรม

(5) จัดสรรที่ดินเพื่อประกอบอุตสาหกรรม

(6) จัดสรรที่ดินเพื่อประกอบพาณิชยกรรม เว้นแต่เป็นส่วนหนึ่งของการจัดสรรที่ดิน เพื่อการอยู่อาศัย และมีพื้นที่ไม่เกินร้อยละห้าของพื้นที่โครงการทั้งหมด

(7) การอยู่อาศัยหรือประกอบพาณิชยกรรมประเภทอาคารขนาดใหญ่

(8) การอยู่อาศัยหรือประกอบพาณิชยกรรมประเภทห้องแถวหรือตึกแถว เว้นแต่เป็นการ ดำเนินการในโครงการจัดสรรที่ดินเพื่อการอยู่อาศัย และมีพื้นที่ไม่เกินร้อยละห้าของพื้นที่โครงการ ทั้งหมด

(9) การอยู่อาศัยประเภทห้องชุด อาคารชุด หรือหอพัก

ในกรณีที่มีการใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อการจัดสรรที่ดินเพื่อประกอบพาณิชยกรรมตาม (6)

และเพื่อการอยู่อาศัยหรือประกอบพาณิชยกรรมประเภทห้องแถวหรือตึกแถวตาม (8) ดำเนินการ

ในโครงการจัดสรรที่ดินเดียวกัน ให้ใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อกิจการดังกล่าวรวมกันไม่เกินร้อยละห้า
ของพื้นที่โครงการทั้งหมด

ข้อกำหนดห้ามการใช้ประโยชน์ที่ดินตาม (7) และ (9) มิให้ใช้บังคับในกรณีการดำเนินการ
ของการเคหะแห่งชาติที่ได้รับเงินอุดหนุนจากรัฐเพื่อรองรับโครงการโยกย้ายชุมชนแออัด

การใช้ประโยชน์ที่ดินริมฝั่งลำห้วยหรือแหล่งน้ำสาธารณะ ให้มีที่ว่างตามแนวขนานริมฝั่ง
ตามสภาพธรรมชาติของลำห้วยหรือแหล่งน้ำสาธารณะไม่น้อยกว่า 6 เมตร เว้นแต่เป็นการก่อสร้าง
เพื่อการคมนาคมทางน้ำหรือการสาธารณูปโภค

ข้อกำหนดเกี่ยวกับการจัดสรรที่ดินจังหวัดอุดรธานี ปี พ.ศ.2545

ข้อ 18 ถนนแต่ละสายให้มีความยาวจากทางแยกหนึ่งถึงอีกทางแยกหนึ่ง ไม่เกิน 300 เมตร
และไม่ควรให้เป็นแนวตรงยาวเกินกว่า 600 เมตร ถนนที่เป็นถนนปลายตัน ต้องจัดให้มีที่กัลดทุก
ระยะไม่เกิน 100 เมตร และที่ปลายตันที่กัลดต้องจัดให้เป็นไปตามมาตรฐาน ดังนี้

18.1 กรณีที่เป็นวงเวียน ต้องมีรัศมีความโค้งวัดถึงกึ่งกลาง ถนนไม่ต่ำกว่า 6.00
เมตร และผิวจราจรกว้างไม่ต่ำกว่า 4.00 เมตร

18.2 กรณีที่เป็นรูปตัว (T) ต้องมีความยาวสุทธิของไหล่ตัวที่ด้านละไม่ต่ำกว่า 5.00
เมตร ทั้งสองด้าน และผิวจราจรกว้างไม่ต่ำกว่า 4.00 เมตร

18.3 กรณีที่เป็นรูปตัวแอล (L) ต้องมีความยาวสุทธิของขาแต่ละด้านไม่ต่ำกว่า 5.00
เมตร และผิวจราจรกว้างไม่ต่ำกว่า 4.00 เมตร

18.4 กรณีเป็นรูปตัววาย (Y) ต้องมีความยาวสุทธิ ของแขนตัววาย ด้านละไม่ต่ำกว่า
5.00 เมตร ผิวจราจรกว้างไม่ต่ำกว่า 4.00 เมตร มุมตัววายต้องไม่เล็กกว่า 120 องศา

ข้อ 24 สะพาน สะพานท่อ และท่อลอด

24.1 ถนนที่ตัดผ่านลำรางสาธารณประโยชน์ ซึ่งกว้างไม่เกิน 2.00 เมตร จะต้องทำ
เป็นท่อลอด ตามแบบการก่อสร้างที่ได้รับอนุญาตจากองค์กรส่วนท้องถิ่น

24.2 ถนนที่ตัดผ่านลำรางสาธารณประโยชน์ ซึ่งกว้างตั้งแต่ 2.00 เมตร แต่ไม่เกิน
5.00 เมตร จะต้องทำเป็นสะพานท่อตามแบบการก่อสร้างที่ได้รับอนุญาตจากองค์กรส่วนท้องถิ่น

24.3 ถนนที่ตัดผ่านคลองสาธารณประโยชน์ที่มีความกว้างตั้งแต่ 5.00 เมตร แต่ไม่
เกิน 10.00 เมตร จะต้องทำเป็นสะพานช่วงเดียว ตามแบบการก่อสร้างที่ได้รับอนุญาตจากองค์กรส่วน
ท้องถิ่น

24.4 ถนนที่ตัดผ่านคลองสาธารณประโยชน์ที่มีความกว้างตั้งแต่ 10.00 เมตรขึ้นไป
จะต้องทำเป็นสะพานตามแบบการก่อสร้างที่ได้รับอนุญาตจากองค์กรส่วนท้องถิ่น

หมวด 8

ข้อกำหนดเกี่ยวกับการอื่นที่จำเป็นต่อการรักษาสภาพแวดล้อม

การส่งเสริมความเป็นอยู่และการบริหารชุมชน

ข้อ 32 สวน สนามเด็กเล่น สนามกีฬา

ให้กันพื้นที่ไว้เพื่อจัดทำสวน สนามเด็กเล่น และหรือสนามกีฬา โดยคำนวณจากพื้นที่จัดจำหน่ายไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ทั้งนี้ ไม่ให้แบ่งออกเป็นแปลงย่อยหลายแห่ง เว้นแต่เป็นการกันพื้นที่แต่ละแห่งไว้ ไม่ต่ำกว่า 1 ไร่ โดยจะต้องมีขนาดและรูปแบบที่เหมาะสม สะดวกแก่การใช้สอย

ข้อ 35 ในการประชุมจัดตั้งนิติบุคคลหมู่บ้านจัดสรร หรือนิติบุคคลตามกฎหมายอื่น ให้ผู้จัดสรรที่ดินอำนวยความสะดวกในด้านเอกสาร บัญชีรายชื่อผู้ซื้อที่ดินจัดสรร และสถานที่ประชุมตามสมควร

กฎกระทรวง

ฉบับที่ 55 (พ.ศ. 2543)

ออกตามความในพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร

พ.ศ. 2522

ข้อ 1 ในกฎกระทรวงนี้

“อาคารอยู่อาศัย” หมายความว่า อาคารโดยปกติบุคคลใช้อาศัยได้ทั้งกลางวันและกลางคืน ไม่ว่าจะเป็นการอยู่อาศัยอย่างถาวรหรือชั่วคราว

“ห้องแถว” หมายความว่า อาคารที่ก่อสร้างต่อเนื่องกันเป็นแนวยาวตั้งแต่สองคูหาขึ้นไป มีผนังแบ่งอาคารเป็นคูลาและประกอบด้วยวัสดุไม่ทนไฟเป็นส่วนใหญ่

“ตึกแถว” หมายความว่า อาคารที่ก่อสร้างต่อเนื่องกันเป็นแนวยาวตั้งแต่สองคูหาขึ้นไป มีผนังแบ่งอาคาร

เป็นคูลาและประกอบด้วยวัสดุทนไฟเป็นส่วนใหญ่

“บ้านแถว” หมายความว่า ห้องแถวหรือตึกแถวที่ใช้เป็นที่อยู่อาศัย ซึ่งมีที่ว่างด้านหน้าและด้านหลังระหว่างรั้วหรือแนวเขตที่ดินกับตัวอาคารแต่ละคูลา และมีความสูงไม่เกินสามชั้น

“บ้านแฝด” หมายความว่า อาคารที่ใช้เป็นที่อยู่อาศัยก่อสร้างติดต่อกันสองบ้าน มีผนังแบ่งอาคารเป็นบ้าน

มีที่ว่างระหว่างรั้วหรือแนวเขตที่ดินกับตัวอาคารด้านหน้า ด้านหลัง และด้านข้างของแต่ละบ้าน และมีทางเข้าออกของแต่ละบ้านแยกจากกันเป็นสัดส่วน

“อาคารพาณิชย์” หมายความว่า อาคารที่ใช้เพื่อประโยชน์ในการพาณิชย์กรรม หรือบริการธุรกิจ หรือ

อุตสาหกรรมที่ใช้เครื่องจักรที่มีกำลังการผลิตเทียบได้น้อยกว่า 5 แรงม้า และให้หมายความรวมถึงอาคารอื่นใดที่ก่อสร้างห่างจากถนนหรือทางสาธารณะไม่เกิน 20 เมตร ซึ่งอาจใช้เป็นอาคารเพื่อประโยชน์ในการพาณิชย์กรรมได้

หมวด 1

ลักษณะของอาคาร

ข้อ 2 ห้องแถวหรือตึกแถวแต่ละคูหา ต้องมีความกว้างโดยวัดระยะตั้งฉากจากแนวศูนย์กลางของเสาตอม่อหนึ่งไปยังแนวศูนย์กลางของเสาอีกด้านหนึ่งไม่น้อยกว่า 4 เมตร มีความลึกของอาคารโดยวัดระยะตั้งฉากกับแนวผนังด้านหน้าชั้นล่างไม่น้อยกว่า 4 เมตร และไม่เกิน 24 เมตร มีพื้นที่ชั้นล่างแต่ละคูหาไม่น้อยกว่า 30 ตารางเมตร และต้องมีประตูให้คนเข้าออกได้ทั้งด้านหน้าและด้านหลัง

ในกรณีที่มีความลึกของอาคารเกิน 16 เมตร ต้องจัดให้มีที่ว่างอันปราศจากสิ่งปกคลุมชั้นบริเวณหนึ่งที่ระยะระหว่าง 12 เมตรถึง 16 เมตร โดยให้มีเนื้อที่ไม่น้อยกว่า 10 ใน 100 ของพื้นที่ชั้นล่างของอาคารนั้น

ห้องแถวหรือตึกแถวที่สร้างอยู่ริมถนนสาธารณะต้องให้ระดับพื้นชั้นล่างของห้องแถวหรือตึกแถวมีความสูง 10 เซนติเมตรจากระดับทางเท้าหน้าอาคาร หรือมีความสูง 25 เซนติเมตรจากระดับกึ่งกลางถนนสาธารณะหน้าอาคาร แล้วแต่กรณี

ข้อ 3 บ้านแถวแต่ละคูหาต้องมีความกว้างโดยวัดระยะตั้งฉากจากแนวศูนย์กลางของเสาตอม่อหนึ่งไปยังแนวศูนย์กลางของเสาอีกด้านหนึ่งไม่น้อยกว่า 4 เมตร มีความลึกของอาคารโดยวัดระยะตั้งฉากกับแนวผนังด้านหน้าชั้นล่างไม่น้อยกว่า 4 เมตร และไม่เกิน 24 เมตร และมีพื้นที่ชั้นล่างแต่ละคูหาไม่น้อยกว่า 24 ตารางเมตร

ในกรณีที่มีความลึกของอาคารเกิน 16 เมตร ต้องจัดให้มีที่ว่างอันปราศจากสิ่งปกคลุมชั้นบริเวณหนึ่งที่ระยะระหว่าง 12 เมตรถึง 16 เมตร โดยให้มีเนื้อที่ไม่น้อยกว่า 20 ใน 100 ของพื้นที่ชั้นล่างของอาคารนั้น

ข้อ 4 ห้องแถว ตึกแถว หรือบ้านแถวจะสร้างต่อเนื่องกันได้ไม่เกินสิบคูหา และมีความยาวของอาคารแถวหนึ่ง ๆ รวมกันไม่เกิน 40 เมตร โดยวัดระหว่างจุดศูนย์กลางของเสาแรกถึงจุดศูนย์กลางของเสาสุดท้าย ไม่ว่าจะเป็นเจ้าของเดียวกันและใช้โครงสร้างเดียวกันหรือแยกกันก็ตาม

ข้อ 5 รั้วหรือกำแพงกันเขตที่อยู่มุงถนนสาธารณะที่มีความกว้างตั้งแต่ 3 เมตรขึ้นไป และมีมุมน้อยกว่า 135 องศา ต้องปาดมุมรั้วหรือกำแพงกันเขตนั้น โดยให้ส่วนที่ปาดมุมมีระยะไม่น้อยกว่า 4 เมตร และทำมุมกับแนวถนนสาธารณะเป็นมุมเท่า ๆ กัน

ข้อ 6 สะพานส่วนบุคคลสำหรับรถยนต์ ต้องมีทางเดินรถกว้างไม่น้อยกว่า 3.50 เมตร และมีสวนลาดชันไม่เกิน 10 ใน 100 สะพานที่ใช้เป็นทางสาธารณะสำหรับรถยนต์ ต้องมีทางเดินรถกว้างไม่น้อยกว่า 6 เมตร มีสวนลาดชันไม่เกิน 8 ใน 100 มีทางเท้าสองข้างกว้างข้างละไม่น้อยกว่า 1.50 เมตร เว้นแต่สะพานที่สร้างสำหรับรถยนต์โดยเฉพาะจะไม่มีทางเท้าก็ได้ และมีราวสะพานที่มั่นคงแข็งแรงยาวตลอดตัวสะพานสองข้างด้วย

หมวด 2

ส่วนต่าง ๆ ของอาคาร

ส่วนที่ 1

วัสดุของอาคาร

ข้อ 14 สิ่งที่สร้างขึ้นสำหรับติดหรือตั้งป้ายที่ติดตั้งบนพื้นดินโดยตรงให้ทำด้วยวัสดุทนไฟทั้งหมด

ข้อ 15 เสา คาน พื้น บันได และผนังของอาคารที่สูงตั้งแต่สามชั้นขึ้นไป โรงมหรสพ หอประชุม โรงงาน โรงแรมโรงพยาบาล หอสมุด ห้างสรรพสินค้า อาคารขนาดใหญ่ สถานบริการตามกฎหมายว่าด้วยสถานบริการ ท่าอากาศยาน หรืออุโมงค์ ต้องทำด้วยวัสดุถาวรที่เป็นวัสดุทนไฟด้วย

ข้อ 16 ผนังของตึกแถวหรือบ้านแถว ต้องทำด้วยวัสดุถาวรที่เป็นวัสดุทนไฟด้วย แต่ถ้าก่อด้วยอิฐธรรมดาหรือคอนกรีตไม่เสริมเหล็ก ผนังนี้ต้องหนาไม่น้อยกว่า 8 เซนติเมตร

ข้อ 17 ห้องแถว ตึกแถว หรือบ้านแถวที่สร้างติดต่อกัน ให้มีผนังกันไฟทุกระยะไม่เกินห้าคูหา ผนังกันไฟต้องสร้างต่อเนื่องจากพื้นดินจนถึงระดับคานฝ้าที่สร้างด้วยวัสดุถาวรที่เป็นวัสดุทนไฟ กรณีที่เป็นหลังคาสร้างด้วยวัสดุไม่ทนไฟให้มีผนังกันไฟสูงเหนือหลังคาไม่น้อยกว่า 30 เซนติเมตร ตามความลาดของหลังคา

ข้อ 18 คร่าวในอาคารต้องมีพื้นและผนังที่ทำด้วยวัสดุถาวรที่เป็นวัสดุทนไฟ ส่วนฝาและเพดานนั้น หากไม่ได้ทำด้วยวัสดุถาวรที่เป็นวัสดุทนไฟ ก็ให้บุด้วยวัสดุทนไฟ

หมวด 3

ที่ว่างภายนอกอาคาร

ข้อ 36 บ้านแถวต้องมีที่ว่างด้านหน้าระหว่างรั้วหรือแนวเขตที่ดินกับแนวผนังอาคารกว้างไม่น้อยกว่า 3 เมตร และต้องมีที่ว่างด้านหลังอาคารระหว่างรั้วหรือแนวเขตที่ดินกับแนวผนังอาคารกว้างไม่น้อยกว่า 2 เมตร

ระหว่างแถวด้านข้างของบ้านแถวที่สร้างถึงสี่คูหา หรือมีความยาวรวมกันถึง 40 เมตร ต้องมีที่ว่างระหว่างแถวด้านข้างของบ้านแถวนั้นกว้างไม่น้อยกว่า 4 เมตร เป็นช่องตลอดความลึกของบ้านแถว

บ้านแถวที่สร้างติดต่อกันไม่ถึงสี่คูหา หรือมีความยาวรวมกันไม่ถึง 40 เมตร แต่มีที่ว่างระหว่างแถวด้านข้างของบ้านแถวนั้นกว้างน้อยกว่า 4 เมตร ไม่ให้ถือว่าเป็นที่ว่างระหว่างแถวด้านข้างของบ้านแถว แต่ให้ถือว่าเป็นบ้านแถวนั้นสร้างต่อเนื่องเป็นแถวเดียวกัน

ข้อ 37 บ้านแฝดต้องมีที่ว่างด้านหน้าและด้านหลังระหว่างรั้วหรือแนวเขตที่ดินกับแนวผนังอาคารกว้างไม่น้อยกว่า 3 เมตรและ 2 เมตรตามลำดับ และมีที่ว่างด้านข้างกว้างไม่น้อยกว่า 2 เมตร

ภาคผนวก ข

บทสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มเป้าหมายในการซื้อโครงการ THE VILLAGE

1. คุณส้ม

อายุ 30 ปี อาศัยอยู่บ้านเช่าในตัวจังหวัดอุดรธานี เป็นนักกายภาพบำบัดที่โรงพยาบาลอุดร รับราชการ ต้องการซื้อบ้านเป็นของตัวเองและเป็นของขวัญให้กับมารดาเนื่องจากอยู่บ้านเช่ามานานเป็นเวลา 20 ปี ไม่เคยมีบ้านเป็นของตัวเอง ดังนั้นการได้ซื้อบ้านเป็นของตัวเองจึงถือเป็นสิ่งที่บรรลุเป้าหมาย และทำความฝันให้เป็นจริง ซึ่งบ้านที่คุณนริรัตน์มองหาจะอยู่บริเวณใดในจังหวัดก็ได้แต่ขอไม่ไกลเกินเส้นรอบเมือง ราคาที่กำลังมองหาอยู่ที่ไม่เกินสองล้าน เนื่องจากกลัวผ่อนไม่ไหว ซึ่งปัจจุบันคุณนริรัตน์มีรายได้อยู่ที่ 45,000บาท

2. คุณแต้ว

อายุ 35 ปี รับราชการเป็นพยาบาลที่โรงพยาบาลค่ายประจักษ์ศิลปาคม กำลังมองหาบ้านเป็นของตัวเองเนื่องจากเป็นอยู่ต่างอำเภอ ปัจจุบันอาศัยอยู่แฟลตพยาบาลในโรงเรียนแต่ด้วยความสามารถในการผ่อนทำให้คุณอภิญญาอยากมีความเป็นส่วนตัวและอยากให้บิดามารดาเข้ามาอาศัยอยู่กับตนเองเนื่องจากทั้งคู่ได้เกษียณแล้วซึ่งบ้านที่คุณอภิญญาต้องการจะอยู่ที่ไม่เกิน 2.5 ล้านบาท อยากได้เป็นทาวน์โฮมสไตล์โมเดิร์น ขนาด พื้นที่ใช้สอยไม่ต่ำกว่า 100 ตร.ม. มี 3ห้องนอน 2 ห้องน้ำ สามารถจอดรถได้ 1 คัน

3. คุณเป็ง

ปัจจุบันเป็นอาจารย์สอนอยู่ที่โรงเรียนเทคโนโลยีอีสานเหนือ เพิ่งสมรสและกำลังจะบุตร 1 คน ในตอนนี้อาศัยอยู่บ้านบิดามารดาของแฟน แต่ต้องการย้ายออกมาเนื่องจากบ้านอยู่ในตัวจังหวัดซึ่งไกลจากที่ทำงานมาก จึงกำลังมองหาที่อยู่อาศัยใหม่ที่ใกล้กับที่ทำงานซึ่งคุณเฉลิมพลและภรรยาได้เข้าไปดูทั้งโครงการชนรดาและศุภาลัย วิลล์ ซึ่งทั้งคู่ชี้แจงว่าไม่ค่อยประทับใจในตัวโครงการชนรดาเนื่องจากความไม่ร่มรื่น ดูโครงการไม่นานอยู่ในส่วนของศุภาลัย วิลล์ ดูสภาพโครงการอีตีดัด ถนนด้านหน้าทางเข้าแคบ การจราจร ติดขัดเนื่องจากเป็นเส้นทางไปยังวัดป่าบ้านตาด จึงทำให้คุณเฉลิมพลยังคงมองหาที่อยู่อาศัยในทำเลบริเวณแถว ที่มีราคาอยู่ประมาณ 2-3 ล้านบาท ต้องการพื้นที่ใช้สอย ไม่ต่ำกว่า 140 ตร.ม. และต้องจอดรถได้ 2 คัน

4. คุณภา

อายุ 30 ปี เป็นนักเทคนิคการแพทย์ประจำที่โรงพยาบาลค่ายประจักษ์ เป็นคนต่างอำเภอ แต่เข้ามารับราชการที่ในตัวจังหวัดอุดรธานี จึงตัดสินใจจะซื้อบ้านเป็นของตัวเอง เพื่อต้องการอำนวยความสะดวกสบายให้กับบิดามารดา ในเวลาที่ผ่านมาเยี่ยมตน ซึ่งคุณวรรณ

ภาคต้องการที่อยู่ไม่ไกลจากที่ทำงานมากนัก ในระยะไม่เกิน 10 กม. เพราะเป็นคนไม่ชอบขับรถไกลอีกทั้งยังเป็นมือใหม่ คุณวรรณภาตั้งงบในการซื้อที่อยู่อาศัยอยู่ที่ไม่เกิน 2 ล้านบาท โดยไม่เกี่ยงว่าจะเป็นบ้านแฝดหรือทาวน์โฮมของให้ดีไซน์ของบ้านอยู่ทันสมัย ไม่โบราณ สีไม่ฉูดฉาด ดูคลาสสิก สำหรับในสวนของ facilities สะดวกอาจจะไม่จำเป็น แต่ต้องที่วิ่งออกกำลังกาย สวน ความร่มรื่นให้กับตัวโครงการมากกว่า

5. คุณณิ

เป็นพนักงานประจำทำอาศยานสนามบินนานาชาติจังหวัดอุดรธานี สมรสแล้ว อายุ 32 ปี ต้องการย้ายออกจากบ้านพ่อแม่ย้ายเพื่อไปอยู่เป็นครอบครัวเดียวต้องการความส่วนตัว จึงสนใจอยากได้บ้านเดี่ยว พื้นที่ดินไม่ต้องเยอะมากถึง 50 ตร.วา ต้องการพื้นที่ใช้สอย 150 – 160 ตร.ม. ขนาด 3 ห้องนอน 2 ห้องน้ำ ต้องการ โครงการที่มี facilities ที่ครบครันไม่ว่าจะเป็น สระว่ายน้ำหรือ fitness อีกทั้งต้องการระบบรักษาความปลอดภัยที่เข้มงวด โดยคุณศศิธรฯ ตั้งงบในการซื้อบ้านไว้ไม่เกิน 3.5 ล้านบาท

6. คุณอ้อพ

ปัจจุบันรับราชการเป็นเจ้าหน้าที่ที่สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรม ปัจจุบันอายุ 30 ปี ปัจจุบันอยู่บ้านที่บิดาและมารดาซื้อไว้ เนื่องจากเป็นคนต่างอำเภอแต่เข้ามาศึกษาในตัวจังหวัด แต่บ้านที่อยู่ปัจจุบัน เก้ามาก อีกทั้งตัวโครงการที่อยู่ก็ทรุดโทรมและน่ากลัว และระยะทางก็ไกลจากที่ทำงานมาก คุณศศิธรฯจึงต้องการมองหาบ้านที่อยู่ในบริเวณเส้นรอบเมืองเฉพาะบริเวณสี่แยกอุดร-ขอนแก่น เนื่องจากใกล้ตัวเมืองและไม่ไกลจากที่ทำงานมากนัก คุณศศิธรฯในช่วงวันหยุดจะเข้ามาในตัวจังหวัดเป็นประจำ พบปะเพื่อน กินข้าว ดูหนังกับเหล่าเพื่อนๆ ซึ่งมองหาในทำเลดังกล่าวจะช่วยให้การเดินทางสะดวกมากยิ่งขึ้น ซึ่งทางคุณศศิธรฯได้ตั้งราคาขงบไว้ไม่เกิน 3 ล้านบาท อยากได้บ้านเดี่ยวหรือบ้านแฝด ขนาด 3 ห้องนอน 2-3 ห้องน้ำ สามารถจอดรถได้ 2 คัน ต้องการ facilities ที่ครบครัน

7. คุณณา

ปัจจุบันอายุ 35 ปี สมรสแล้ว มีบุตร 2 คน ประกอบอาชีพเป็นอาจารย์โรงเรียนพณิชยบ้านจั่น ซึ่งเป็นที่ภรรยา ต้องการซื้อที่อยู่อาศัยใกล้บ้าน เนื่องจากที่อยู่อาศัยปัจจุบันไม่ช่ายบ้านของตนเอง อีกทั้งในตอนนี้ความสามารถในการกั้มีเพิ่มมากขึ้นจากรายได้ จึงมีความต้องการซื้อที่อยู่ที่เป็นของตนเอง โดยต้องการบ้านเดี่ยว 3 ห้องนอน 2 ห้องน้ำ ราคาไม่เกิน 3 ล้าน มีระบบรักษาความปลอดภัยเข้มงวด ซึ่งในตอนนี้ได้ไปเยี่ยมชมหลายโครงการ แต่ยังไม่พอใจทั้งตัวโครงการและโปรโมชั่น ซึ่งหากสามารถให้คุณสุวรรณฯ สามารถกู้ได้ 100 % จะให้ความสนใจเป็นพิเศษ

8. คุณตั๋ย

เป็นเจ้าของกิจการไฟฟ้าเขต 5 อายุ 35 ปี เพิ่งสมรสจึงอยากได้บ้านเป็นตัวเองเพื่อสร้างครอบครัวใหม่ จึงกำลังมองหาบ้านทาวน์โฮม ราคาไม่สูง ไม่เกิน 2.3 ล้านบาท มีพื้นที่ใช้สอยไม่ต่ำกว่า 110 ตร.ม. และต้องใกล้ที่ทำงานเนื่องจาก คุณทักษิณาไม่ชอบการเดินทางไกลๆ โดยปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้อนอกจากทำเลและราคา โปรโมชั่นการกู้ก็ถือเป็นสิ่งสำคัญ

หากโครงการใดสามารถให้กู้ได้ร้อยละ 100 จะได้รับความสนใจเป็นพิเศษ ในส่วนของ facilities คุณทัศนิตต้องการแค่ความร่มรื่นของโครงการมีส่วนที่เขียวขจีทั้งตลอดแนว โครงการอีกทั้งมีถนนที่ไม้ค้ำแคบ

9. คุณชจร

เป็นคนกรุงเทพฯแต่ต้องมาทำธุรกิจที่ประเทศลาว จึงต้องการซื้อที่อยู่อาศัยเพื่อความ สะดวกสบายในการเดินทางมา ซึ่งปกติจะมาอยู่ที่อุดร 10 วัน อยู่ที่ลาว 10 วัน และอยู่ที่ กทม 10 วัน คุณฉัตรชัยได้เดินทางไปเยี่ยมชมมาหลายโครงการ ทั้งแลนด์แอนด์เฮาส์ สุภา ลัยและอื่นๆ แต่ติดราคาแพงเกินไป คุณฉัตรชัยได้วางงบในการซื้อบ้านเดี่ยวไม่เกิน 3.3 ล้านบาท ซึ่งปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้อคือ ทำเลและระบบรักษาความปลอดภัยที่เข้มงวด ใน ส่วนของบ้านคุณฉัตรชัยต้องการให้บ้านมีพื้นที่ไม่ใหญ่และไม่เล็กมาก โดยอยู่ระหว่าง 140-150 ตร.ม. และ facilities สำหรับคุณฉัตรชัยถือว่าไม่สำคัญ แต่มีก็ดีเพื่อไว้

10. คุณสา

ปัจจุบันอายุ 34 ปี สมรสแล้ว กำลังศึกษาปริญญาเอกอยู่ที่สถาบันราชภัฏจังหวัดอุดรธานี และเป็นอาจารย์สอนอยู่ที่โรงเรียนเทคโนโลยีภาคอีสานเหนือ ต้องการย้ายบ้านและมองหา บ้านใหม่ เนื่องจากบ้านหลังเดิมเป็นบ้านของมารดาและอยู่ในตัวเมือง ซึ่งค่อนข้างไกลจากที่ ทำงานและที่เรียน จึงต้องการหาซื้อที่อยู่อาศัยที่ใกล้ทำงานและที่เรียน มีการคมนาคมเข้า ออกง่าย คุณปิยะนุชและสามีสนใจทาวน์โฮม 2 ชั้น ขนาด 3 ห้องนอน 2 ห้องน้ำ มี facilities ที่ ครบครันจะดีมาก เนื่องจากส่วนตัวไม่ชอบออกไปไหน หากมี facilities คงจะช่วยผ่อนคลาย ในช่วงเวลาว่าง ซึ่งนอกจากตัว facilities แล้ว คุณปิยะนุชยังต้องการความร่มรื่นจากต้นไม้ น้อยใหญ่รอบๆโครงการ

11. คุณพัช

ปัจจุบันเป็นครูสอนอยู่ที่โรงเรียนอุดรพัฒนการ อาศัยอยู่บ้านพักครูของโรงเรียน แต่เริ่ม สนใจและต้องการซื้อที่อยู่อาศัยของตัวเอง เนื่องจากที่อยู่ปัจจุบันเล็กไม่สามารถใช้เป็นที่สอน พิเศษสำหรับเด็กนักเรียนได้ คุณสิริพัชรจึงสนใจซื้อทาวน์โฮมราคาไม่เกิน 2 ล้านบาท และ อยู่ไม่เกินจากโรงเรียน ซึ่งปัจจัยสำคัญที่คุณสิริพัชรให้ความสำคัญรองลงมาจากทำเล จะ เป็นเรื่องความสามารถในการกู้ ซึ่งหากกู้ได้ 100 % จะได้รับความสนใจเป็นพิเศษ

ภาคผนวก ค

การเงิน

ประมาณการต้นทุนในการพัฒนาที่ดิน

	ไร่	ตร.วา.
พื้นที่ดินโครงการ	17-3-12.25	7,112.25
พื้นที่แปลงขายรวม	9-3-95.25	3,995.25
พื้นที่สาธารณูปโภคส่วนกลาง	5-3-83	2383
พื้นที่ clubhouse	0-2-6	206
พื้นที่สวน	1-1-28	528
รวมพื้นที่		7,112.25

ต้นทุนค่าใช้จ่ายก่อสร้าง

รายละเอียด	ราคา	หน่วย	จำนวน	มูลค่ารวม
ต้นทุนที่ดิน				
- ต้นทุนค่าที่ดิน	7,500	บาทต่อตร.วา	7,112	53,341,875
- ถมดิน	100	บาทต่อลบ.ม.	77,000	7,700,000
รวมต้นทุนค่าที่ดิน				61,041,875
ต้นทุนในการพัฒนาโครงการ				
ค่าเตรียมพื้นที่ก่อสร้าง/สาธารณูปโภคพื้นฐาน				
- ค่าทำระบบสาธารณูปโภค ถนนสวนกลาง	800	บาทต่อตร.ม.	9,532	7,625,600
- สะพาน (เหมา)		เหมา	1	2,500,000
- ค่ารั้วรอบโครงการ	1,500	บาทต่อเมตร	730	1,095,000
ค่าพัฒนาคลับเฮ้าส์และพื้นที่สิ่งอำนวยความสะดวก				
- ค่าก่อสร้างคลับเฮ้าส์	6,500	บาทต่อตร.ม.	824	5,356,000
- ค่าประตูทางเข้าโครงการ		เหมา		350,000
- ค่าจัดสวน	200	บาทต่อตร.ม.	2,112	422,400
ค่าก่อสร้าง				
- บ้านแฝด	10,000	บาทต่อตร.ม.	4,800	48,000,000
- ทาวน์เฮ้าส์	8,500	บาทต่อตร.ม.	13,250	112,625,000
รวมทุนในการพัฒนา				177,974,000
ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาอื่นๆ				
- ค่ายื่นขออนุญาต	0.25%	ของต้นทุนการพัฒนา		444,935
รวมค่าใช้จ่ายในการพัฒนาอื่นๆ				444,935
				178,418,935
รวม				239,460,810

ประมาณการกระแสเงินสดของโครงการ (BASE CASE)

		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		พ.ย.-59	ธ.ค.-59	ม.ค.-60	ก.พ.-60	มี.ค.-60	เม.ย.-60	พ.ค.-60	มิ.ย.-60	ก.ค.-60	ส.ค.-60	ก.ย.-60
รายการ	Value	Month0	Month1	Month2	Month3	Month4	Month5	Month6	Month7	Month8	Month9	Month10
Cash Inflow												
Cash Inflow on Real Estate												
Phase 1												
จำนวนยูนิตบ้านแฝดขายได้			4	4	3	3	3	2	2	3	3	3
จำนวนยูนิตทาวน์เฮ้าส์ขายได้			7	5	4	4	4	3	3	3		
Phase 2											3	3
จำนวนยูนิตทาวน์เฮ้าส์ขายได้												
เงินจองเงินพักสัญญา-เงินค่าน	14,140,448.00		520,000.00	565,422.00	558,385.00	630,291.00	658,197.00	641,103.00	691,952.00	677,379.00	658,587.00	649,852.00
โอนกรรมสิทธิ์ (จำนวนเงิน)	293,474,773.00									24,179,255.00	20,404,133.00	15,774,990.00
รวมเงินสดรับ (Total Cash Inflow)	307,615,221.00		520,000.00	565,422.00	558,385.00	630,291.00	658,197.00	641,103.00	691,952.00	24,856,634.00	21,062,720.00	16,424,842.00
Cash Outflow												
Cash Outflow on Project Cost												
Land Cost	53,341,875.00	53,341,875.00										
ค่าที่ดิน	7,700,000.00	7,700,000.00										
สาธารณูปโภค	7,625,600.00	7,625,600.00										
ค่าอื่นของอสังหาริมทรัพย์ต่าง ๆ	444,935.00	444,935.00										
สะพานโครงการ	2,500,000.00	2,500,000.00										
รั้วโครงการ	1,095,000.00	1,095,000.00										
Landscape	422,400.00	422,400.00										
ต้นไม้ สระว่ายน้ำ	5,356,000.00	5,356,000.00										
ขุดโครงการ	350,000.00	350,000.00										
Construction Cost												
ค่าก่อสร้างบ้าน -บ้านแฝด	48,000,004.00							3,692,308.00	3,692,308.00	3,692,308.00	3,692,308.00	3,692,308.00
ค่าก่อสร้างบ้าน-ทาวน์เฮ้าส์	112,625,010.00					3,754,167.00	3,754,167.00	3,754,167.00	3,754,167.00	3,754,167.00	3,754,167.00	3,754,167.00
SG & A												
- ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	2,574,000.00	99,000.00	99,000.00	99,000.00	99,000.00	99,000.00	99,000.00	99,000.00	99,000.00	99,000.00	99,000.00	99,000.00
- ค่าใช้จ่ายการตลาด	3,068,000.00	20,000.00	920,000.00	95,000.00	145,000.00	56,000.00	56,000.00	56,000.00	56,000.00	206,000.00	56,000.00	56,000.00
- ค่าธรรมเนียมการโอน 1% ของราคาขาย	3,089,207.17									254,518.40	214,780.28	166,052.48
- ค่าภาษีธุรกิจเฉพาะ 3.3% ของราคาขาย	10,194,383.66									839,910.71	708,774.93	547,973.17
รวมเงินสดจ่าย (Total Cash Out Flow)	258,386,414.83	78,954,810.00	1,019,000.00	194,000.00	244,000.00	3,909,167.00	3,909,167.00	7,601,475.00	7,601,475.00	8,845,904.10	8,525,030.22	8,315,500.65
เงินสดสุทธิ (Net Operating Cash flow)	49,228,806.17	(78,954,810.00)	(499,000.00)	371,422.00	314,385.00	(3,278,876.00)	(3,250,970.00)	(6,960,372.00)	(6,909,523.00)	16,010,729.90	12,537,689.78	8,109,341.35
เงินทุนส่วนของผู้ถือหุ้น (Equity)	143,676,486.00	47,372,886.00	611,400.00	116,400.00	146,400.00	2,345,500.20	2,345,500.20	4,560,885.00	4,560,885.00			
เงินกู้เบิกใช้ (Loan Draw Down)	95,784,324.00	31,534,324.00	-	-	-	1,501,666.80	1,501,666.80	2,978,590.00	2,978,590.00			
ชำระหนี้เงินกู้ (Loan Repayment)	95,784,324.00	-	312,000.00	339,253.20	335,031.00	378,174.60	394,918.20	384,661.80	415,171.20	14,913,980.40	12,637,632.00	9,854,905.20
รวมเงินกู้คงค้าง (Out Standing Loan)	31,534,324.00	31,222,324.00	30,883,070.80	30,548,039.80	31,671,532.00	32,778,280.80	35,372,208.80	37,935,627.60	23,021,647.20	10,384,015.20	529,110.00	
เงินสดต้นงวด			238,119.87	626,354.75	664,371.17	723,178.24	724,410.68	721,167.33	740,433.22	754,846.84	202,813.54	40,134.56
ดอกเบี้ยจ่าย 7.25%	6944364	190,519.87	186,634.87	186,585.22	184,561.07	191,348.84	198,035.45	213,707.09	229,194.42	139,089.12	62,736.76	3,196.71
เงินสดปลายงวด		238,119.87	626,354.75	664,371.17	723,178.24	724,410.68	721,167.33	740,433.22	754,846.84	202,813.54	40,134.56	1,708,625.99

ประมาณการกระแสเงินสดของโครงการ ต่อ(BASE CASE)

	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
	ต.ค.-60	พ.ย.-60	ธ.ค.-60	ม.ค.-61	ก.พ.-61	มี.ค.-61	เม.ย.-61	พ.ค.-61	มิ.ย.-61	ก.ค.-61	ส.ค.-61	ก.ย.-61
รายการ	Month11	Month12	Month13	Month14	Month15	Month16	Month17	Month18	Month19	Month20	Month21	Month22
Cash Inflow												
Cash Inflow on Real Estate												
Phase 1												
จำนวนยูนิตบ้านแยกขายได้	2											
จำนวนยูนิตทหารเรือเช่าขายได้												
Phase 2	4	4	5	6	6	6	4	3	3	3	3	3
จำนวนยูนิตทหารเรือเช่าขายได้												
เงินลง+เงินทำสัญญา+เงินค้ำประกัน	610,117.00	477,795.00	801,886.00	845,712.00	556,951.00	546,190.00	455,429.00	390,765.00	382,080.00	364,560.00	338,375.00	312,170.00
โครงการพาณิชย์ (จำนวนเงิน)	15,774,990.00	15,774,990.00	11,145,847.00	11,145,847.00	13,887,429.00	13,887,429.00	13,887,429.00	13,033,406.00	7,850,244.00	9,437,605.00	11,325,366.00	11,325,366.00
รวมเงินสดรับ (Total Cash Inflow)	16,385,107.00	16,252,785.00	11,647,733.00	11,691,559.00	14,444,380.00	14,433,619.00	14,342,858.00	13,424,193.00	7,932,294.00	9,802,385.00	11,663,741.00	11,637,536.00
Cash Outflow												
Cash Outflow on Project Cost												
Land Cost												
ค่าถมดิน												
สาธารณูปโภค												
ค่าใช้ของอุปโภคต่าง ๆ												
สะพานโครงการ												
รั้วโครงการ												
Landscape												
ต้นไม้ ทรายน้ำ												
ผู้โครงการ												
Construction Cost												
ค่าก่อสร้างบ้าน -บ้านแยก	3,692,308.00	3,692,308.00	3,692,308.00	3,692,308.00	3,692,308.00	3,692,308.00	3,692,308.00	3,692,308.00				
ค่าก่อสร้างบ้าน-ทหารเรือเช่า	3,754,167.00	3,754,167.00	3,754,167.00	3,754,167.00	3,754,167.00	3,754,167.00	3,754,167.00	3,754,167.00	3,754,167.00	3,754,167.00	3,754,167.00	3,754,167.00
SG & A												
- ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	99,000.00	99,000.00	99,000.00	99,000.00	99,000.00	99,000.00	99,000.00	99,000.00	99,000.00	99,000.00	99,000.00	99,000.00
- ค่าใช้จ่ายการตลาด	56,000.00	56,000.00	56,000.00	56,000.00	206,000.00	206,000.00	206,000.00	56,000.00	56,000.00	56,000.00	56,000.00	56,000.00
- ค่าธรรมเนียมการโอน 1% ของราคาขาย	166,082.48	166,082.48	117,324.67	117,324.67	146,183.42	146,183.42	146,183.42	137,193.73	79,476.23	99,345.28	119,214.34	119,214.34
- ค่าภาษีธุรกิจเฉพาะ 3.3% ของราคาขาย	547,973.17	547,973.17	387,171.41	387,171.41	482,405.29	482,405.29	482,405.29	452,739.30	262,271.55	327,839.43	393,407.32	393,407.32
รวมเงินสดจ่าย (Total Cash Out Flow)	8,315,500.65	8,315,500.65	8,105,971.08	8,105,971.08	8,380,063.71	8,380,063.71	8,380,063.71	8,191,408.02	4,250,914.77	4,336,351.72	4,421,788.66	4,421,788.66
เงินสดสุทธิ(Net Operating Cash flow)	8,069,606.35	7,937,284.35	3,541,761.92	3,585,587.92	6,064,316.29	6,053,555.29	5,962,794.29	5,232,784.98	3,681,379.23	5,466,033.28	7,241,952.34	7,215,747.34
เงินทุนของเจ้าของ (Equity)												
เงินกู้เบิกใช้ (Loan Draw Down)												
จ่ายชำระคืนเงินกู้ (Loan Repayment)	9,631,064.20	9,751,671.00	19,083,625.20									
รวมเงินกู้ยืมค้าง (Out Standing Loan)	9,301,954.20	19,083,625.20										
เงินสดต้นงวด	1,706,629.99	3,470,083.64	5,284,470.49	17,310,916.63	20,896,504.85	26,980,620.85	33,014,376.14	36,977,170.44	44,209,985.41	47,691,334.64	53,367,367.92	60,999,320.26
คงค้างเบิกจ่าย 7.25%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
เงินสดปลายงวด	3,470,083.64	5,284,470.49	17,310,916.63	20,896,504.85	26,980,620.85	33,014,376.14	36,977,170.44	44,209,985.41	47,691,334.64	53,367,367.92	60,999,320.26	67,615,067.60

ประมาณการกระแสเงินสดของโครงการ ต่อ(BASE CASE)

	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33
	ก.ย.-61	ธ.ค.-61	พ.ย.-61	ธ.ค.-61	ม.ค.-62	ก.พ.-62	มี.ค.-62	เม.ย.-62	พ.ค.-62	มิ.ย.-62	ก.ค.-62	ส.ค.-62
รายการ	Month22	Month23	Month24	Month25	Month26	Month27	Month28	Month29	Month30	Month31	Month32	Month33
Cash Inflow												
Cash Inflow on Real Estate												
Phase 1												
จำนวนยูนิตบ้านแคชขายได้												
จำนวนยูนิตทาวน์โฮมขายได้												
Phase 2	3	5	5	5	5							
จำนวนยูนิตทาวน์โฮมขายได้												
เงินเช่า+เงินค่าสัญญา+เงินค่าน้ำ	312,170.00	365,968.00	374,700.00	392,170.00	409,640.00	227,110.00	200,905.00	174,700.00	131,025.00	87,360.00	43,675.00	-
โครงการเสร็จ (จำนวนเงิน)	11,326,366.00	11,326,366.00	7,850,244.00	5,662,683.00	5,662,683.00	5,662,683.00	5,662,683.00	5,662,683.00	9,437,805.00	9,437,805.00	9,437,805.00	9,437,805.00
รวมเงินสดรับ (Total Cash Inflow)	11,637,536.00	11,691,331.00	7,924,944.00	6,054,853.00	6,072,323.00	5,889,793.00	5,863,588.00	5,837,383.00	9,568,830.00	9,525,155.00	9,481,480.00	9,437,805.00
Cash Outflow												
Cash Outflow on Project Cost												
Land Cost												
ค่าที่ดิน												
สาธารณูปโภค												
ค่าใช้ของอนุญาตต่าง ๆ												
สถานที่โครงการ												
รั้วโครงการ												
Landscape												
เฟอร์นิเจอร์												
อื่นโครงการ												
Construction Cost												
ค่าก่อสร้างบ้าน -บ้านแคช												
ค่าก่อสร้างบ้าน-ทาวน์โฮม	3,754,167.00	3,754,167.00	3,754,167.00	3,754,167.00	3,754,167.00	3,754,167.00	3,754,167.00	3,754,167.00	3,754,167.00	3,754,167.00	3,754,167.00	3,754,167.00
SG & A												
- ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	99,000.00	99,000.00	99,000.00	99,000.00	99,000.00	99,000.00	99,000.00	99,000.00	99,000.00	99,000.00	99,000.00	99,000.00
- ค่าใช้จ่ายการตลาด	66,000.00	66,000.00	66,000.00	66,000.00	66,000.00	-	-	-	-	-	-	-
- ค่าธรรมเนียมการโอน 1% ของราคาขาย	119,214.34	119,214.34	79,476.23	69,607.17	69,607.17	69,607.17	69,607.17	69,607.17	99,345.28	99,345.28	99,345.28	99,345.28
- ค่าภาษีธุรกิจเฉพาะ 3.3% ของราคาขาย	393,407.32	393,407.32	262,271.55	196,703.66	196,703.66	196,703.66	196,703.66	196,703.66	327,839.43	327,839.43	327,839.43	327,839.43
รวมเงินสดจ่าย (Total Cash Out Flow)	4,421,788.66	4,421,788.66	4,250,914.77	4,165,477.83	4,165,477.83	4,109,477.83	4,109,477.83	4,109,477.83	4,280,351.72	4,280,351.72	4,280,351.72	4,280,351.72
เงินสดสุทธิ(Net Operating Cash flow)	7,215,747.34	7,269,542.34	3,674,029.23	1,889,375.17	1,906,845.17	1,780,315.17	1,754,110.17	1,727,905.17	5,288,478.28	5,244,803.28	5,201,128.28	5,157,453.28
เงินทุนส่วนของผู้ถือหุ้น (Equity)												
เงินกู้เบิกใช้ (Loan Draw Down)												
จ่ายชำระคืนเงินกู้ (Loan Repayment)												
รวมเงินกู้คงค้าง (Out Standing Loan)												
เงินคงต้นแรก	60,599,320.26	67,818,067.60	75,084,609.94	78,758,639.17	80,648,014.34	82,554,659.51	84,336,174.66	86,089,284.66	87,817,190.02	93,105,668.30	96,350,471.56	103,551,659.67
ดอกเบี้ยจ่าย 7.25%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
เงินคงปลายงวด	67,818,067.60	75,084,609.94	78,758,639.17	80,648,014.34	82,554,659.51	84,336,174.66	86,089,284.66	87,817,190.02	93,105,668.30	96,350,471.56	103,551,659.67	108,709,053.15

ประมาณการกระแสเงินสดของโครงการ (BEST CASE)

		0	1	2	3	4	5	6	7	8
		พ.ย.-59	ธ.ค.-59	ม.ค.-60	ก.พ.-60	มี.ค.-60	เม.ย.-60	พ.ค.-60	มิ.ย.-60	ก.ค.-60
รายการ	Value	Month0	Month1	Month2	Month3	Month4	Month5	Month6	Month7	Month8
Cash Inflow										
Cash Inflow on Real Estate										
Phase 1										
จำนวนยูนิตบ้านพักขายได้			4	4	3	3	3	2	2	3
จำนวนยูนิตอาคารพาณิชย์ขายได้			7	5	4	4	4	3	3	3
Phase 2										
จำนวนยูนิตอาคารพาณิชย์ขายได้										
เงินผล+เงินภาษีมูลค่าเพิ่ม+เงินค่านี	16,217,639.80		646,000.00	693,693.10	699,617.20	686,406.40	771,195.60	751,984.80	612,639.10	604,600.30
เงินกรรมสิทธิ์ (จำนวนเงิน)	306,146,511.65		-	-	-	-	-	-	-	26,366,217.75
Total Cash Inflow	324,366,051.45		646,000.00	693,693.10	699,617.20	686,406.40	771,195.60	751,984.80	612,639.10	26,192,616.05
Cash Outflow										
Cash Outflow on Project Cost										
Land Cost	63,341,675.00	63,341,675.00								
ค่าถมดิน	7,315,000.00	7,315,000.00								
สาธารณูปโภค	7,244,320.00	7,244,320.00								
ค่าใช้ของมูลค่าที่ดินต่าง ๆ	444,935.00	444,935.00								
สะพานโครงการ	2,850,000.00	2,850,000.00								
รั้วโครงการ	1,040,260.00	1,040,260.00								
Landscape	401,280.00	401,280.00								
คาน้ำประปา	6,086,200.00	6,086,200.00								
บันไดโครงการ	332,600.00	332,600.00								
Construction Cost	-									
ค่าก่อสร้างบ้าน -บ้านแฝด	45,600,003.60							3,507,692.60	3,507,692.60	3,507,692.60
ค่าก่อสร้างบ้าน-ทาวน์เฮ้าส์	106,993,799.90					3,666,456.65	3,666,456.65	3,666,456.65	3,666,456.65	3,666,456.65
SG & A										
- ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	3,366,000.00	99,000.00	99,000.00	99,000.00	99,000.00	99,000.00	99,000.00	99,000.00	99,000.00	99,000.00
- ค่าใช้จ่ายการตลาด	3,066,000.00	20,000.00	920,000.00	95,000.00	145,000.00	66,000.00	66,000.00	66,000.00	66,000.00	206,000.00
- ค่าธรรมเนียมการโอน 1% ของราคาขาย	3,066,207.17									254,516.40
- ค่าภาษีธุรกิจเฉพาะ 3.3% ของราคาขาย	10,194,363.66									636,910.71
รวมเงินสดจ่าย (Total Cash Out Flow)	250,966,714.13	76,177,360.00	1,019,000.00	194,000.00	244,000.00	3,721,456.65	3,721,456.65	7,229,151.25	7,229,151.25	8,473,580.35
เงินสดสุทธิ (Net Cash flow)	73,696,337.32	(76,177,360.00)	(473,000.00)	399,693.10	365,617.20	(3,036,049.25)	(2,950,261.05)	(6,477,166.45)	(6,416,512.15)	17,719,237.70
เงินทุนส่วนของผู้ถือหุ้น (Equity)	48,666,788.80	39,029,160.00	-	-	-	1,763,229.33	1,763,229.33	3,637,076.63	3,637,076.63	3,637,076.63
เงินกู้ยืม (Loan Draw Down)	48,666,788.80	39,029,160.00	-	-	-	1,763,229.33	1,763,229.33	3,637,076.63	3,637,076.63	3,637,076.63
จ่ายชำระคืนเงินกู้ (Loan Repayment)	48,666,788.80	-	273,000.00	296,646.55	299,606.60	342,703.20	366,597.60	376,992.40	406,319.65	13,096,409.03
รวมเงินกู้ยืมค้าง (Out Standing Loan)		39,029,160.00	38,756,160.00	38,459,333.45	38,159,524.65	38,600,080.96	40,997,662.90	44,156,765.73	47,269,521.60	34,193,112.76
เงินสดต้นงวด			77,863,214.10	77,942,433.20	78,046,963.08	78,155,994.06	81,667,166.65	85,614,223.69	92,643,573.51	100,067,596.70
ดอกเบี้ยจ่าย 6.0%		198,145.90	193,780.90	192,296.67	190,797.62	198,000.25	204,966.41	220,793.83	236,447.61	170,965.66
เงินสดปลายงวด		77,863,214.10	77,942,433.20	78,046,963.08	78,155,994.06	81,667,166.65	85,614,223.69	92,643,573.51	100,067,596.70	113,013,040.16

ประมาณการกระแสเงินสดของโครงการ ต่อ (BEST CASE)

	10	11	12	13	14	15	16	17	
	ส.ค.-60	ก.ย.-60	ต.ค.-60	พ.ย.-60	ธ.ค.-60	ม.ค.-61	ก.พ.-61	มี.ค.-61	เม.ย.-61
รายการ	Month9	Month10	Month11	Month12	Month13	Month14	Month15	Month16	Month17
Cash Inflow									
Cash Inflow on Real Estate									
Phase 1									
จำนวนชุดบ้านที่ขายได้	3	3	2						
จำนวนชุดทาวน์เฮ้าส์ขายได้									
Phase 2	3	3	4	4	5	6	6	6	4
จำนวนชุดทาวน์เฮ้าส์ขายได้									
เงินละ+เงินค่าสัญญา+เงินค่าน	789,080.90	786,696.40	727,311.90	886,561.50	609,445.20	642,713.40	629,615.70	616,518.00	519,420.30
โครงการเสร็จ (จำนวนเงิน)	21,424,339.65	16,563,739.65	16,563,739.65	16,563,739.65	11,703,139.35	11,703,139.35	14,581,600.45	14,581,600.45	14,581,600.45
Total Cash Inflow	22,193,420.55	17,322,435.90	17,291,051.40	17,150,301.00	12,312,584.55	12,345,852.75	15,211,416.15	15,198,318.45	15,101,220.75
Cash Outflow									
Cash Outflow on Project Cost									
Land Cost									
ค่าที่ดิน									
สาธารณูปโภค									
ค่าอื่นของมูลค่าต่าง ๆ									
สถานที่โครงการ									
รั้วโครงการ									
Landscape									
สโมสร สระว่ายน้ำ									
อื่น ๆ									
Construction Cost									
ค่าก่อสร้างบ้าน -บ้านแฝด	3,507,692.60	3,507,692.60	3,507,692.60	3,507,692.60	3,507,692.60	3,507,692.60	3,507,692.60	3,507,692.60	3,507,692.60
ค่าก่อสร้างบ้าน-ทาวน์เฮ้าส์	3,566,456.65	3,566,456.65	3,566,456.65	3,566,456.65	3,566,456.65	3,566,456.65	3,566,456.65	3,566,456.65	3,566,456.65
SG & A									
SG & A									
- ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	99,000.00	99,000.00	99,000.00	99,000.00	99,000.00	99,000.00	99,000.00	99,000.00	99,000.00
- ค่าใช้จ่ายการตลาด	56,000.00	56,000.00	56,000.00	56,000.00	56,000.00	56,000.00	206,000.00	206,000.00	206,000.00
- ค่าธรรมเนียมการโอน 1% ของราคาขาย	214,780.28	166,052.48	166,052.48	166,052.48	117,324.67	117,324.67	146,183.42	146,183.42	146,183.42
- ค่าภาษีธุรกิจเฉพาะ 3.3% ของราคาขาย	708,774.93	547,973.17	547,973.17	547,973.17	387,171.41	387,171.41	482,405.29	482,405.29	482,405.29
รวมเงินสดจ่าย (Total Cash Out Flow)	8,152,706.47	7,943,176.90	7,943,176.90	7,943,176.90	7,733,647.33	7,733,647.33	8,007,739.96	8,007,739.96	8,007,739.96
เงินสดสุทธิ (Net Cash flow)	14,040,714.08	9,379,259.00	9,347,874.50	9,207,124.10	4,578,937.22	4,612,205.42	7,203,676.19	7,190,578.49	7,093,480.79
เงินทุนส่วนของผู้ถือหุ้น (Equity)									
เงินกู้เบิกใช้ (Loan Draw Down)									
จ่ายชำระคืนเงินกู้ (Loan Repayment)	11,096,710.28	8,661,217.99	8,645,826.70	5,789,658.65					
รวมเงินกู้คงค้าง (Out Standing Loan)	23,096,402.90	14,435,184.55	5,789,658.65						
เงินสดต้นงวด	113,013,040.16	123,894,266.43	132,563,310.45	141,199,887.66	152,560,530.01	164,873,114.56	177,216,967.31	192,430,363.46	207,626,701.91
คงค้างเบิกจ่าย 6.0%	115,482.01	72,176.92	28,949.29	-	-	-	-	-	-
เงินสดปลายงวด	123,997,558.15	132,863,310.45	141,199,887.66	152,560,530.01	164,873,114.56	177,216,967.31	192,430,363.46	207,626,701.91	222,729,922.66

ประมาณการกระแสเงินสดของโครงการ ต่อ (BEST CASE)

	18	19	20	21	22	23	24	25
	พ.ค.-61	มิ.ย.-61	ก.ค.-61	ส.ค.-61	ก.ย.-61	ต.ค.-61	พ.ย.-61	ธ.ค.-61
รายการ	Month18	Month19	Month20	Month21	Month22	Month23	Month24	Month25
Cash Inflow								
Cash Inflow on Real Estate								
Phase 1								
จำนวนยูนิตบ้านแยกขายได้								
จำนวนยูนิตทาวน์เฮ้าส์ขายได้								
Phase 2	3	3	3	3	3	5	5	5
จำนวนยูนิตทาวน์เฮ้าส์ขายได้								
เงินจอง+เงินฝากสัญญา+เงินทอน	447,919.60	437,536.00	416,766.00	365,612.60	364,469.00	407,306.60	417,690.00	436,469.00
โปรแกรมสิทธิ์ (จำนวนเงิน)	13,668,076.40	7,927,756.20	9,909,696.25	11,691,634.30	11,691,634.30	11,691,634.30	7,927,756.20	6,945,617.15
Total Cash Inflow	14,132,997.90	8,365,291.20	10,326,461.25	12,277,246.80	12,246,093.30	12,296,939.80	8,345,446.20	6,384,276.15
Cash Outflow								
Cash Outflow on Project Cost								
Land Cost								
ค่าถมดิน								
สาธารณูปโภค								
ค่ารั้วของอนุญาติต่าง ๆ								
สถานที่โครงการ								
รั้วโครงการ								
Landscape								
ต้นไม้ ทราย ขี้เถ้า								
อื่นโครงการ								
Construction Cost								
ค่าก่อสร้างบ้าน -บ้านแฝด	3,607,692.60							
ค่าก่อสร้างบ้าน-ทาวน์เฮ้าส์	3,666,466.66	3,666,466.66	3,666,466.66	3,666,466.66	3,666,466.66	3,666,466.66	3,666,466.66	3,666,466.66
SG & A								
- ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	99,000.00	99,000.00	99,000.00	99,000.00	99,000.00	99,000.00	99,000.00	99,000.00
- ค่าใช้จ่ายการตลาด	66,000.00	66,000.00	66,000.00	66,000.00	66,000.00	66,000.00	66,000.00	66,000.00
- ค่าธรรมเนียมภาษีโอน 1% ของราคาขาย	137,193.73	79,476.23	99,346.28	119,214.34	119,214.34	119,214.34	79,476.23	99,607.17
- ค่าภาษีธุรกิจเฉพาะ 3.3% ของราคาขาย	452,739.30	262,271.66	327,639.43	393,407.32	393,407.32	393,407.32	262,271.66	196,703.66
รวมเงินสดจ่าย (Total Cash Out Flow)	7,619,084.27	4,063,206.42	4,146,643.37	4,234,080.31	4,234,080.31	4,234,080.31	4,063,206.42	3,977,789.48
เงินสดสุทธิ(Net Cash flow)	6,513,913.63	4,302,084.78	6,177,617.88	8,043,166.49	8,012,012.99	8,064,859.49	4,282,239.78	2,406,606.67
เงินทุนส่วนของผู้ถือหุ้น (Equity)								
เงินกู้เบิกใช้ (Loan Draw Down)								
จ่ายชำระคืนเงินกู้ (Loan Repayment)								
รวมเงินกู้คงค้าง (Out Standing Loan)								
เงินสดต้นงวด	222,729,922.66	236,662,920.66	245,226,211.76	266,554,673.01	267,631,919.81	280,076,013.11	292,376,962.91	300,722,399.11
คงเหลือจ่าย 6.0%	-	-	-	-	-	-	-	-
เงินสดปลายงวด	236,662,920.66	245,226,211.76	266,554,673.01	267,631,919.81	280,076,013.11	292,376,962.91	300,722,399.11	307,106,676.26

ประมาณการกระแสเงินสดของโครงการ ต่อ (BEST CASE)

	27	28	29	30	31	32	33
	ก.พ.-62	มี.ค.-62	เม.ย.-62	พ.ค.-62	มี.ย.-62	ก.ค.-62	ส.ค.-62
รายการ	Month27	Month28	Month29	Month30	Month31	Month32	Month33
Cash Inflow							
Cash Inflow on Real Estate							
Phase 1							
จำนวนชุดบ้านที่ขายได้							
จำนวนชุดทาวน์เฮ้าส์ขายได้							
Phase 2							
จำนวนชุดทาวน์เฮ้าส์ขายได้							
เงินละแวกบ้านที่สัญญา+เงินขาย	289,997.00	236,843.80	207,690.00	155,767.50	103,648.00	51,922.50	-
โครงการเสร็จ (จำนวนเงิน)	5,945,817.15	5,945,817.15	5,945,817.15	9,909,695.25	9,909,695.25	9,909,695.25	9,909,695.25
Total Cash Inflow	6,215,814.15	6,184,660.95	6,153,507.15	10,065,462.75	10,013,343.25	9,961,617.75	9,909,695.25
Cash Outflow							
Cash Outflow on Project Cost							
Land Cost							
ค่าถมดิน							
สาธารณูปโภค							
ค่าใช้ของวัสดุต่าง ๆ							
สะพานโครงการ							
รั้วโครงการ							
Landscape							
ค่าน้ำประปา							
ผู้โครงการ							
Construction Cost							
ค่าก่อสร้างบ้าน-บ้านแม่							
ค่าก่อสร้างบ้าน-ทาวน์เฮ้าส์	3,566,456.65	3,566,456.65	3,566,456.65	3,566,456.65	3,566,456.65	3,566,456.65	3,566,456.65
SG & A							
- ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	99,000.00	99,000.00	99,000.00	99,000.00	99,000.00	99,000.00	99,000.00
- ค่าใช้จ่ายการตลาด	-	-	-	-	-	-	-
- ค่าธรรมเนียมการโอน 1% ของราคาขาย	59,607.17	59,607.17	59,607.17	99,345.28	99,345.28	99,345.28	99,345.28
- ค่าภาษีธุรกิจเฉพาะ 3.3% ของราคาขาย	196,703.66	196,703.66	196,703.66	327,839.43	327,839.43	327,839.43	327,839.43
รวมเงินสดจ่าย (Total Cash Out Flow)	3,921,769.48	3,921,769.48	3,921,769.48	4,092,643.37	4,092,643.37	4,092,643.37	4,092,643.37
เงินสดสุทธิ(Net Cash flow)	2,294,044.67	2,262,891.47	2,231,737.67	5,972,819.38	5,920,699.88	5,869,974.38	5,817,051.88
เงินทุนส่วนของผู้ถือหุ้น (Equity)							
เงินกู้เบิกใช้ (Loan Draw Down)							
จ่ายชำระคืนเงินกู้ (Loan Repayment)							
รวมเงินกู้คงค้าง (Out Standing Loan)							
เงินคงต้นรวม	313,511,720.41	319,727,534.66	325,912,195.21	332,065,702.36	342,131,165.11	352,144,705.36	362,106,323.11
ดอกเบี้ยจ่าย 5.0%	-	-	-	-	-	-	-
เงินคงต้นรวม	319,727,534.66	325,912,195.21	332,065,702.36	342,131,165.11	352,144,705.36	362,106,323.11	372,016,016.36

ประมาณการกระแสเงินสดของโครงการ(WORST CASE)

		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
		พ.ย.-59	ธ.ค.-59	ม.ค.-60	ก.พ.-60	มี.ค.-60	เม.ย.-60	พ.ค.-60	มิ.ย.-60	ก.ค.-60	ส.ค.-60	ก.ย.-60	ต.ค.-60	พ.ย.-60	ธ.ค.-60	ม.ค.-61	ก.พ.-61
รายการ	Value	Month0	Month1	Month2	Month3	Month4	Month5	Month6	Month7	Month8	Month9	Month10	Month11	Month12	Month13	Month14	Month15
Cash Inflow																	
Cash Inflow on Real Estate																	
Phase 1																	
จำนวนชุดบ้านที่ขายได้			4	4	3	3	3	2	2	3	3	3	2				
จำนวนชุดการเช่าที่ขายได้			7	5	4	4	4	3	3	3							
Phase 2																	
จำนวนชุดการเช่าที่ขายได้											3	3	4	4	5	6	6
เงินประเมินค่าที่ดินตามวัน	14,780,602.80		484,000.00	537,150.90	542,510.80	626,400.70	703,030.50	684,482.40	745,601.20	737,339.00	702,808.60	693,413.10	665,720.00	535,694.00	556,399.30	586,498.10	571,759.50
โครงการเสร็จ (จำนวนวัน)	278,801,034.35		-	-	-	-	-	-	-	22,970,292.25	19,393,928.35	14,886,240.50	14,996,240.50	14,996,240.50	10,598,854.65	10,598,854.65	13,193,087.55
Total Cash Inflow	293,581,637.15		484,000.00	537,150.90	542,510.80	626,400.70	703,030.50	684,482.40	745,601.20	23,707,631.25	20,086,734.95	15,679,693.60	15,651,960.50	15,621,934.50	11,144,952.95	11,175,082.75	13,764,817.05
Accumulative Cash Inflow			484,000.00	1,021,150.90	1,573,661.70	2,200,062.40	2,903,092.90	3,587,575.30	4,333,176.50	28,040,777.75	48,127,512.70	63,807,166.30	79,459,126.30	94,981,061.30	106,126,014.25	117,301,067.00	131,065,884.05
Cash Outflow																	
Cash Outflow on Project Cost																	
Land Cost	53,341,875.00		53,341,875.00														
ค่าที่ดิน	8,085,000.00	8,085,000.00															
สาธารณูปโภค	8,006,880.00	8,006,880.00															
สถานที่โครงการ	31,800,000.00	31,500,000.00															
สิ่งก่อสร้าง	1,149,750.00	1,149,750.00															
Landscape	443,520.00	443,520.00															
ค่าน้ำประปา	5,623,800.00	5,623,800.00															
พื้นที่โครงการ	367,500.00	367,500.00															
Construction Cost																	
ค่าก่อสร้างบ้าน-บ้านแฝด	50,400,004.20							3,876,923.40	3,876,923.40	3,876,923.40	3,876,923.40	3,876,923.40	3,876,923.40	3,876,923.40	3,876,923.40	3,876,923.40	3,876,923.40
ค่าก่อสร้างบ้านพาณิชย์	118,266,260.50					3,941,875.35	3,941,875.35	3,941,875.35	3,941,875.35	3,941,875.35	3,941,875.35	3,941,875.35	3,941,875.35	3,941,875.35	3,941,875.35	3,941,875.35	3,941,875.35
BG & A																	
- ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	2,935,516.37	86,338.72	86,338.72	86,338.72	86,338.72	86,338.72	86,338.72	86,338.72	86,338.72	86,338.72	86,338.72	86,338.72	86,338.72	86,338.72	86,338.72	86,338.72	86,338.72
- ค่าใช้จ่ายการตลาด	2,935,516.37	20,000.00	820,000.00	95,000.00	145,000.00	95,000.00	95,000.00	95,000.00	95,000.00	206,000.00	56,000.00	56,000.00	56,000.00	56,000.00	56,000.00	56,000.00	206,000.00
- ค่าธรรมเนียมการโอน 1% ของราคาขาย	3,069,207.17									254,515.40	214,700.28	166,052.48	166,052.48	166,052.48	117,324.67	117,324.67	146,163.42
- ค่าภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง 3.3% ของราคาขาย	10,194,383.66									639,910.71	708,774.93	547,973.17	547,973.17	547,973.17	387,171.41	387,171.41	482,405.29
ภาษีเงินได้ 20%				22,740.88	12,937.55					2,813,218.27	2,167,401.31	1,338,453.92	1,341,127.76	1,346,754.46	513,163.25	517,214.21	988,286.01
รวมเงินสดจ่าย (Total Cash Out Flow)	296,329,213.27	108,624,663.72	1,006,338.72	204,079.60	244,276.26	4,084,214.07	4,084,214.07	7,951,137.47	7,951,137.47	12,016,794.84	11,052,093.99	10,010,617.04	10,010,629.87	10,021,917.98	8,978,796.80	8,992,947.79	9,726,012.16
เงินสดสุทธิ(Net Cash Flow)	(2,777,676.12)	(108,624,663.72)	(512,338.72)	333,071.30	298,234.54	(3,457,813.37)	(3,381,183.57)	(7,276,685.07)	(7,215,536.27)	11,689,846.41	9,034,640.96	5,669,036.56	5,635,869.63	5,600,016.92	2,166,195.15	2,192,205.00	4,036,804.87
เงินทุนของเจ้าของ(Equity)	93,994,062.06	76,037,264.60	704,437.10	126,937.10	161,937.10	2,856,949.95	2,856,949.95	5,872,796.23	5,872,796.23								
เงินกู้ยืม(Loan Draw Down)	39,611,901.96	32,555,497.50	-	-	-	1,192,962.61	1,192,962.61	2,345,639.63	2,345,639.63								
จำนวนชำระคืนเงินกู้(Loan Repayment)	39,611,901.96	-	148,200.00	161,145.27	162,753.24	167,920.21	210,909.15	206,335.72	223,690.38	7,112,269.38	6,026,020.49	4,703,896.09	4,696,898.15	4,696,898.15	3,343,466.89	3,352,515.93	4,129,445.12
รวมเงินกู้ยืมค้าง (Out Standing Loan)	32,555,497.50	32,407,297.50	32,246,152.23	32,083,399.99	33,078,041.39	34,049,694.84	35,199,999.79	36,311,959.01	37,199,669.84	25,173,648.15	20,469,752.07	15,774,163.92	11,117,893.57	7,774,097.69	4,421,581.86	292,136.75	292,136.75
เงินคงค้างรวม	-	255,720.66	598,722.35	906,844.58	1,254,702.04	5,834,848.48	9,862,769.38	18,041,670.00	26,280,599.61	42,697,402.49	56,666,026.16	67,418,112.26	78,279,192.37	89,077,367.79	96,831,866.35	104,627,699.55	
ดอกเบี้ยตาม 8.25%		223,819.08	195,794.05	194,920.50	193,937.20	199,846.50	205,716.91	218,647.91	231,468.08	168,498.00	152,090.79	123,671.42	95,302.24	67,168.73	46,968.51	26,713.72	1,764.99
เงินคงค้างรวม		255,720.66	598,722.35	906,844.58	1,254,702.04	5,834,848.48	9,862,769.38	18,041,670.00	26,280,599.61	42,697,402.49	56,666,026.16	67,418,112.26	78,279,192.37	89,077,367.79	96,831,866.35	104,627,699.55	114,261,296.49

ประมาณการกระแสเงินสดของโครงการ ต่อ(WORST)

	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33
	มี.ค.-61	เม.ย.-61	พ.ค.-61	มิ.ย.-61	ก.ค.-61	ส.ค.-61	ก.ย.-61	ต.ค.-61	พ.ย.-61	ธ.ค.-61	ม.ค.-62	ก.พ.-62	มี.ค.-62	เม.ย.-62	พ.ค.-62	มิ.ย.-62	ก.ค.-62	ส.ค.-62
รายการ	Month16	Month17	Month18	Month19	Month20	Month21	Month22	Month23	Month24	Month25	Month26	Month27	Month28	Month29	Month30	Month31	Month32	Month33
Cash Inflow																		
Cash Inflow on Real Estate																		
Phase 1																		
จำนวนผู้ซื้อบ้านและคอนโด																		
จำนวนผู้เช่าอาคารเข้าใช้งาน																		
Phase 2	6	4	3	3	3	3	3	5	5	5	5							
จำนวนผู้เช่าอาคารเข้าใช้งาน																		
เงินระดมเงินกู้จากสถาบันการเงิน	559,909.20	471,356.50	405,260.50	395,868.00	377,074.00	348,887.50	320,701.00	368,514.50	377,910.00	386,701.00	415,492.00	244,283.00	216,096.50	187,910.00	140,932.50	93,955.00	46,977.50	-
โครงการเสร็จ (จำนวนเงิน)	13,193,097.55	13,193,097.55	12,391,737.80	7,172,731.80	9,865,914.75	10,759,097.70	10,759,097.70	10,759,097.70	7,172,731.80	5,379,548.85	5,379,548.85	5,379,548.85	5,379,548.85	5,379,548.85	5,865,914.75	8,865,914.75	8,865,914.75	8,865,914.75
Total Cash Inflow	13,752,966.75	13,664,414.05	12,796,998.10	7,568,596.80	9,342,988.75	11,107,985.20	11,079,798.70	11,127,612.20	7,590,641.80	5,776,249.85	5,795,040.85	5,623,831.85	5,595,646.35	5,567,459.85	9,106,847.25	9,059,869.75	9,012,892.25	9,965,914.75
Accumulative Cash Inflow	144,818,850.80	158,483,254.55	171,270,262.55	178,838,659.75	188,181,848.50	199,268,933.70	210,359,632.40	221,497,244.60	229,047,886.40	234,824,136.25	240,619,177.10	246,243,008.95	251,839,654.30	257,406,113.15	265,512,960.40	275,872,830.15	284,556,722.40	293,551,637.15
Cash Outflow																		
Cash Outflow on Project Cost																		
Land Cost																		
ค่าที่ดิน																		
สาธารณูปโภค																		
สำนักงานโครงการ																		
ผู้โครงการ																		
Landscape																		
เฟอร์นิเจอร์																		
ผู้โครงการ																		
Construction Cost																		
ค่าก่อสร้างบ้าน - บ้านแฝด	3,876,923.40	3,876,923.40	3,876,923.40															
ค่าก่อสร้างบ้านการให้เช่า	3,941,875.35	3,941,875.35	3,941,875.35	3,941,875.35	3,941,875.35	3,941,875.35	3,941,875.35	3,941,875.35	3,941,875.35	3,941,875.35	3,941,875.35	3,941,875.35	3,941,875.35	3,941,875.35	3,941,875.35	3,941,875.35	3,941,875.35	3,941,875.35
BG & A																		
- ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	86,336.72	86,336.72	86,336.72	86,336.72	86,336.72	86,336.72	86,336.72	86,336.72	86,336.72	86,336.72	86,336.72	86,336.72	86,336.72	86,336.72	86,336.72	86,336.72	86,336.72	86,336.72
- ค่าใช้จ่ายการตลาด	206,000.00	206,000.00	56,000.00	56,000.00	56,000.00	56,000.00	56,000.00	56,000.00	56,000.00	56,000.00	56,000.00	-						
- ค่าธรรมเนียมการโอน 1% ของราคาขาย	146,183.42	146,183.42	137,193.73	79,476.23	99,345.28	119,214.34	119,214.34	119,214.34	79,476.23	59,607.17	59,607.17	59,607.17	59,607.17	59,607.17	99,345.28	99,345.28	99,345.28	99,345.28
- ค่าภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง 3.3% ของราคาขาย	482,405.29	482,405.29	482,739.30	282,271.55	327,839.43	393,407.32	393,407.32	393,407.32	282,271.55	196,703.66	196,703.66	196,703.66	196,703.66	196,703.66	327,839.43	327,839.43	327,839.43	327,839.43
ภาษีเงินได้ 20%	888,839.01	888,839.01	884,106.15	847,326.72	988,875.92	1,330,425.12	1,330,425.12	1,330,425.12	847,326.72	308,777.52	308,777.52	316,977.52	316,977.52	316,977.52	1,000,075.92	1,000,075.92	1,000,075.92	901,275.92
รวมเงินไหลออก (Total Cash Out Flow)	9,729,365.18	9,729,365.18	9,415,176.84	5,073,266.96	5,900,274.71	5,927,260.85	5,927,260.85	5,927,260.85	5,073,266.96	4,646,302.42	4,646,302.42	4,601,502.42	4,601,502.42	4,601,502.42	5,455,474.71	5,455,474.71	5,455,474.71	5,356,674.71
เงินสุทธิ (Net Cash Flow)	4,024,601.57	3,936,048.87	3,371,821.46	2,495,309.24	3,442,714.04	5,180,724.35	5,152,537.85	5,200,351.35	2,477,353.24	1,129,947.43	1,148,738.43	1,022,329.43	994,142.93	955,956.43	3,651,372.54	3,604,395.04	3,557,417.54	3,609,240.04
เงินทุนสำรองของผู้ถือหุ้น (Equity)																		
เงินกู้ยืมมาใช้ (Loan Draw Down)																		
จำนวนชำระคืนเงินกู้ (Loan Repayment)	292,136.75																	
รวมเงินกู้ยืม (Out Standing Loan)																		
เงินคงค้างงวด	114,261,296.49	127,722,126.50	141,386,540.55	154,173,838.65	161,742,135.45	171,055,124.20	182,193,109.40	193,272,908.10	204,400,520.30	211,551,162.10	217,727,411.95	223,522,482.80	229,146,294.65	234,741,930.00	240,309,386.85	245,416,236.10	250,476,105.85	257,488,999.10
ดอกเบี้ยจ่าย 9.25%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
เงินคงค้างงวด	127,722,126.50	141,386,540.55	154,173,838.65	161,742,135.45	171,055,124.20	182,193,109.40	193,272,908.10	204,400,520.30	211,551,162.10	217,727,411.95	223,522,482.80	229,146,294.65	234,741,930.00	240,309,386.85	245,416,236.10	250,476,105.85	257,488,999.10	276,484,912.85

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	ณัฏฐิ เลิศนินมุลชัย
วันเดือนปีเกิด	30 มีนาคม 2529
ประวัติการศึกษา	วิศวกรรมศาสตร์ สาขาปิโตรเลียม, University of Regina, Canada
ประสบการณ์ทำงาน	พ.ศ. 2559-ปัจจุบัน เจ้าหน้าที่การตลาด SC ASSET Coporation PLC พ.ศ. 2556-2557 Junior Project Coordinato Petroleum Technology Research Centre

