



การวิเคราะห์เพื่อหาทำเลศักยภาพในการพัฒนาโฮมออฟฟิศในเขต  
กรุงเทพมหานคร

โดย

นางสาวณัฐนิช นิชเฟื่องฟูชัย

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์)  
สาขาวิชาธุรกิจอสังหาริมทรัพย์  
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
ปีการศึกษา 2558  
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

การวิเคราะห์เพื่อหาทำเลศักยภาพในการพัฒนาโฮมออฟฟิศในเขต  
กรุงเทพมหานคร

โดย

นางสาวณัฐนิช นิชเฟื่องฟูชัย

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์)  
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
ปีการศึกษา 2558

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



FEASIBILITY STUDY FOR A RESIDENTIAL OFFICE DEVELOPMENT  
PROJECT IN BANGKOK, THAILAND.  
: USE LOOKING FOR SITE ANALYSIS

BY

MISS NUTHANICH NICHPHEUNGPHUCHAI

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

นางสาวณัฐนิช นิซเฟื่องฟูชัย

เรื่อง

การวิเคราะห์เพื่อหาทำเลศักยภาพในการพัฒนาโฮมออฟฟิศในเขตกรุงเทพมหานคร

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์)

เมื่อ วันที่ 22 เมษายน พ.ศ. 2559

ประธานกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิตี รัตนปริชาเวช)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ



(รองศาสตราจารย์ ดร.อัจฉราวรรณ งามญาณ)

คณบดี



(ศาสตราจารย์ ดร.ศิริลักษณ์ โรจนกิจอำนวย)

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	การวิเคราะห์เพื่อหาทำเลศักยภาพในการศึกษาความเป็นไปได้ของโฮมออฟฟิศเขตกรุงเทพมหานคร
ชื่อผู้เขียน	นางสาวณัฐนิช นิซเฟื่องฟูชัย
ชื่อปริญญา	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์)
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	รองศาสตราจารย์ ดร.อัจฉรวรรณ งามญาณ
ปีการศึกษา	2558

### บทสรุปผู้บริหาร

ความหนาแน่นของประชากรในใจกลางเมืองปัจจุบัน ทำให้อสังหาริมทรัพย์เป็นที่ต้องการมากขึ้น ส่งผลให้แนวโน้มราคาที่ดินและค่าครองชีพสูงขึ้นตามต้นทุนของผู้ประกอบการ เมื่อใจกลางเมืองหนาแน่นขึ้นตัวเมืองจึงเริ่มขยายออกสู่ชานเมือง กิจกรรมที่มองเห็นตลาดใหม่ๆ ได้ขยายขยายออกมาตามความเจริญที่เพิ่มขึ้น อีกทั้งที่ดินในเขตนอกเมืองมีราคาที่ถูกกว่า ทำให้กิจการประหยัดต้นทุนได้มากกว่า ซึ่งปัจจุบันมีแนวโน้มการขยายตัวของเมืองเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ทำให้มีความต้องการจับจองทำเลใหม่เพื่อทำกิจการมากขึ้น จาก การศึกษาพบว่าแนวโน้มการขยายตัวของเมือง ออกมาทางฝั่งตะวันออกมากกว่าฝั่งตะวันตก จึงมีความต้องการสถานประกอบการในลักษณะต่างๆ ที่มากกว่าด้วยเช่นกัน

โฮมออฟฟิศ เป็น ตัวเลือกหนึ่งของผู้ประกอบการ ซึ่งมีความทันสมัยและ ความพร้อมสำหรับการใช้งานมากกว่าอาคารพาณิชย์ ด้วยโฮมออฟฟิศเป็นอาคารที่ออกแบบมาเพื่อพักอาศัยและ ทำเป็นสำนักงานในคราวเดียวกัน การวิเคราะห์เพื่อหาทำเลที่มีศักยภาพในการพัฒนาโฮมออฟฟิศด้วยวิธีการกำหนดขอบเขตกรุงเทพมหานครและถ่วงถ่วงศักยภาพทำเลจากลักษณะทางกายภาพของ กรุงเทพมหานคร จนได้ทำเลที่เหมาะสมที่สุดคือ บริเวณกลุ่มเขตศรีนครินทร์ ซึ่งมีความเหมาะสม ทางด้านการคมนาคม กฎหมาย และแนวโน้มการเติบโตของเมือง จึงได้คัดเลือกที่ดินจากเว็บไซต์ ประกาศขาย ที่มีที่ตั้งอยู่บริเวณเขตสวนหลวงติดกับเขตประเวศ ขนาด 5-2-69 ไร่ ติดถนนสุขุมวิท 77 หรือ ถนนอ่อนนุช ห่างจากแยกถนนศรีนครินทร์-อ่อนนุช ประมาณ 600 เมตร

ลักษณะที่ดินเป็นรูปสี่เหลี่ยมคางหมูหน้าแคบและลึก อยู่ติดถนนใหญ่ โดยรอบที่ดินเป็นอาคารบ้านพักอาศัยและที่ดินเปล่า ลักษณะโครงการเป็นโฮมออฟฟิศจำนวน 33 ห้อง เป็นอาคารแฝดขนาด 4 ชั้น 260 ตร.ม. ที่ดิน 35.75 ตร.วา ราคาเริ่มต้น 14.5 – 15.4 ล้านบาท โดยจับกลุ่มลูกค้าที่ซื้อเพื่อประกอบกิจการโดยตรง (End User) ที่ต้องการโฮมออฟฟิศเพื่อทำเป็นสำนักงานต่างๆ

เมื่อศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการในด้านกายภาพ ที่ตั้งโครงการ ด้านการตลาด กฎหมาย การก่อสร้าง และด้านการเงินแล้ว พบว่าโครงการมีความเป็นไปได้และน่าสนใจลงทุน โดยเครื่องมือทางการเงินชี้วัดว่า NPV ของโครงการเท่ากับ 39,646,294.26 บาท มีค่าเป็นบวกและมากกว่าศูนย์ ในขณะที่ค่า IRR เท่ากับ 17% มากกว่าอัตราคิดลดของโครงการที่ 12.252%

**คำสำคัญ** โฮมออฟฟิศ, ประเวศ, กรุงเทพมหานครฝั่งตะวันตก

Independent Study Title	Feasibility study for a Residential Office Development Project in Bangkok, Thailand. : Use looking for site analysis
Author	Miss Nuthanich Nichpheungphuchai
Degree	Master of Science (Real Estate Business)
Department/Faculty/University	Faculty of Commerce and Accountancy Thammasat University
Independent Study Advisor	Associate Professor Dr. Atcharawan Ngarmyarn
Academic Yea	2015

### EXECUTIVE SUMMARY

Study of Bangkok real estate indicated that the most promising location for residential offices would be the Srinakarin neighborhood. Abundant transportation, appropriate zoning laws, and growing population are all encouraging. Sukhumvit 77 would be a good choice, containing 5-2-69 rai of land (2.242 acres). The site would be on On-nut Road, a main access street, 600 meters from the Srinakarin-On-nut intersection. Competing real estate in the area would be four-story shop house along about 220 - 300 square meters. It would be located next to a main road, ideal for service and commercial offices. The project would offer more privacy for quieter back offices for accountants, legal consultants, or planning groups. Four story houses occupying 35 square wa or 260 square meters would each contain two bedrooms, two bathrooms and two toilets for use by residents and customers. Private parking would include a maximum of five spaces per house. Target customers would be occupants needing private offices, not investors. In terms of physical, location, marketing, legal, construction, and financial aspects, the project should be feasible with net present value (NPV) of 39,646,294.26 baht, internal rate of return (IRR) = 17%, and discount rate of 12.252%.

**Keywords: Residential office, Western Bangkok.**

## กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระเล่มนี้ สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ผู้จัดทำขอกราบขอบพระคุณ ที่ปรึกษา  
รองศาสตราจารย์ ดร. อัจฉรวรรณ งามฤๅณ ที่ช่วยให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ พร้อมทั้งกำลังใจ  
และคำปลอบใจตลอดจนกระทั่งงานสำเร็จลุล่วง และขอกราบขอบพระคุณกรรมการ ผู้คุมสอบอีกหนึ่ง  
ท่าน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นิตติ รัตนปริชาเวช ที่สละเวลาอันมีค่าให้คำแนะนำ ซึ่ข้อบกพร่องให้  
พัฒนาปรับปรุงจนการค้นคว้านี้มีรายละเอียดสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ทั้งนี้ขอขอบพระคุณ คุณ ไพโรจน์ ยางงาม ผู้รับเหมาอิสระชำนาญงาน ที่เอื้อเฟื้อข้อมูล  
และคำปรึกษาเกี่ยวกับงานก่อสร้างตลอดทั้งการค้นคว้านี้และขอขอบคุณเพื่อนร่วมรุ่นทุกท่านที่ให้  
คำปรึกษาในทุกๆด้าน อีกทั้งกำลังใจที่มีให้มาตั้งแต่เริ่มทำการค้นคว้าจนกระทั่งสำเร็จในวันนี้

นางสาวณัฐนิช นิซเฟื่องฟูชัย



## สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(3)
กิตติกรรมประกาศ	(4)
สารบัญตาราง	(9)
สารบัญภาพ	(10)
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 แนวคิดที่มาและความสำคัญ	1
1.1.1 การขยายตัวของเมือง	1
1.1.2 เทรนด์การใช้อาคารเพื่อประกอบธุรกิจ และอยู่อาศัยภายในอาคารเดียวกัน	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
1.3 ขอบเขตการศึกษา	2
1.4 ประโยชน์ที่จะได้รับ	3
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
2.1 อาคารกึ่งที่พักอาศัย กึ่งอาคารพาณิชย์ หรือ โฮมออฟฟิศ	4
2.2 โฮมออฟฟิศ ในความหมายเชิงกฎหมาย	5
2.3 ประเภทของโฮมออฟฟิศ	6
2.3.1 ลักษณะอาคาร	6
2.3.2 ลักษณะโครงการ	7

2.4 รูปแบบการใช้ประโยชน์โฮมออฟฟิศ	10
2.5 การเลือกทำเลที่ดินที่เหมาะสมสำหรับโฮมออฟฟิศ	10
2.6 การลำดับความสำคัญของปัจจัยการตัดสินใจเลือกที่ตั้งของธุรกิจ สำหรับผู้ประกอบการ	12
2.7 สรุปปัจจัยที่นำไปใช้สำหรับคัดกรองที่ดิน	14
บทที่ 3 การคัดเลือกที่ดินที่เหมาะสม	15
3.1 ด้านทำเลที่ตั้ง	15
3.1.1 การแบ่งเขตในกรุงเทพมหานคร	15
3.1.2 ศักยภาพตลาดการเติบโตทางเศรษฐกิจของกรุงเทพมหานคร วิเคราะห์เปรียบเทียบโซนตะวันออกและตะวันตก	16
3.1.2.1 การเปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์ที่ดิน	16
3.1.2.2 ธุรกิจอุตสาหกรรมของกรุงเทพฯฝั่งตะวันออกและฝั่งตะวันตก	16
3.1.2.3 ระบบโครงข่ายคมนาคม	16
3.1.2.4 เปรียบเทียบความหนาแน่นของประชากรฝั่งตะวันตก และฝั่งตะวันออกของกรุงเทพมหานคร	18
3.1.2.5 สรุปการเปรียบเทียบฝั่งตะวันตกและฝั่งตะวันออก	20
3.1.3 พิจารณาแผนผังการพัฒนากรุงเทพมหานครและลักษณะชุมชน	21
3.2 ด้านกฎหมาย	23
3.3 ด้านการตลาด	24
3.3.1 ภาพรวมตลาดอาคารพาณิชย์ในกรุงเทพมหานคร	24
3.4 การค้นหาแปลงที่ดิน	26
3.4.1 แปลง A	28
3.4.2 แปลง B	30
3.4.3 เปรียบเทียบแปลงที่ดินด้วยวิธีการให้คะแนนและถ่วงน้ำหนัก	34
3.5 วิเคราะห์เปรียบเทียบความเป็นไปได้ทางการเงินเบื้องต้น	36
3.6 สรุปการคัดเลือกแปลงที่ดิน	39
บทที่ 4 วิเคราะห์กฎหมายที่เกี่ยวข้อง	40

4.1	กฎหมายผังเมือง	40
4.2	กฎหมายควบคุมอาคาร	41
4.3	กฎหมายเกี่ยวกับการจัดสรรที่ดิน	42
4.4	สรุปการวิเคราะห์กฎหมาย	43
บทที่ 5 การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดเบื้องต้น		45
5.1	การเติบโตของเศรษฐกิจในประเทศไทย	45
5.2	การจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทใหม่	46
5.3	อุปสงค์และอุปทานในตลาด	46
5.3.1	สถิติการออกใบอนุญาตก่อสร้างอาคารเพื่อการพาณิชย์ในกรุงเทพมหานคร	46
5.3.2	ภาวะตลาดออฟฟิศสเปซในกรุงเทพมหานคร (Office Space)	47
5.3.3	อัตราการดูดซับของโฮมออฟฟิศในเขตประเวศ	48
5.4	โอกาสการเพิ่มขึ้นของอุปสงค์	49
5.4.1	การเป็นสมาชิกประชาคมอาเซียน	49
5.4.2	การเพิ่มขึ้นของราคาที่ดิน	49
5.5	กลุ่มลูกค้าที่เลือกซื้อโฮมออฟฟิศ	50
5.6	ลักษณะของอาคารโฮมออฟฟิศในตลาด ลักษณะคู่แข่ง	50
5.7	สรุปการวิเคราะห์การตลาดเบื้องต้น	52
5.8	การวิเคราะห์คู่แข่งในตลาด	52
5.8.1	โครงการเปิดขายในปัจจุบัน	53
5.8.2	โครงการที่คาดว่าจะเปิดขายในอนาคต	57
5.9	วิเคราะห์กลุ่มลูกค้าในตลาด	60
5.10	วิเคราะห์แบ่งส่วนตลาด กำหนดกลุ่มเป้าหมาย และวางตำแหน่งทางการตลาด	61
5.10.1	การแบ่งส่วนตลาด (Segmentation)	61
5.10.2	การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Targeting)	62
5.10.3	การวางตำแหน่งทางการตลาด (Positioning)	62
5.11	การวิเคราะห์จุดแข็งและจุดด้อยของโครงการ (SWOT Analysis)	63
5.12	กลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Strategy – 4P's)	64

5.12.1 ด้านสินค้า (Product)	64
5.12.2 การตั้งราคาขาย (Price)	66
5.12.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย(Place)	69
5.12.4 การส่งเสริมการขาย (Promotion)	69
5.13 แผนการตลาด	69
บทที่ 6 การบริหารงานก่อสร้าง	71
6.1 รูปแบบโครงการ	71
6.2 รายละเอียดด้านงานก่อสร้าง	71
6.2.1 งานโครงสร้างอาคาร	71
6.2.2 ระบบไฟฟ้าและประปา	71
6.2.3 ระบบปรับอากาศ	71
6.2.4 งานสุขาภิบาล	72
6.2.5 ระบบรักษาความปลอดภัย	72
6.3 งานสถาปัตยกรรม	72
6.3.1 ภายนอกอาคาร	72
6.3.2 ภายในอาคาร	72
6.4 การบริหารงานก่อสร้าง	73
6.5 การวางแผนงานก่อสร้าง	73
บทที่ 7 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน	75
7.1 สมมติฐานการลงทุนของโครงการ	75
7.2 สมมติฐานด้านค่าใช้จ่ายโครงการ	77
7.2.1 ค่าพัฒนาโครงการ	77
7.2.2 สมมติฐานด้านค่าใช้จ่ายในการบริหาร	80
7.2.3 ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	80
7.3 สมมติฐานด้านรายรับโครงการ	81
7.4 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการเงินของโครงการ	81

7.5 ทดสอบความอ่อนไหว (Sensitivity Analysis) 82

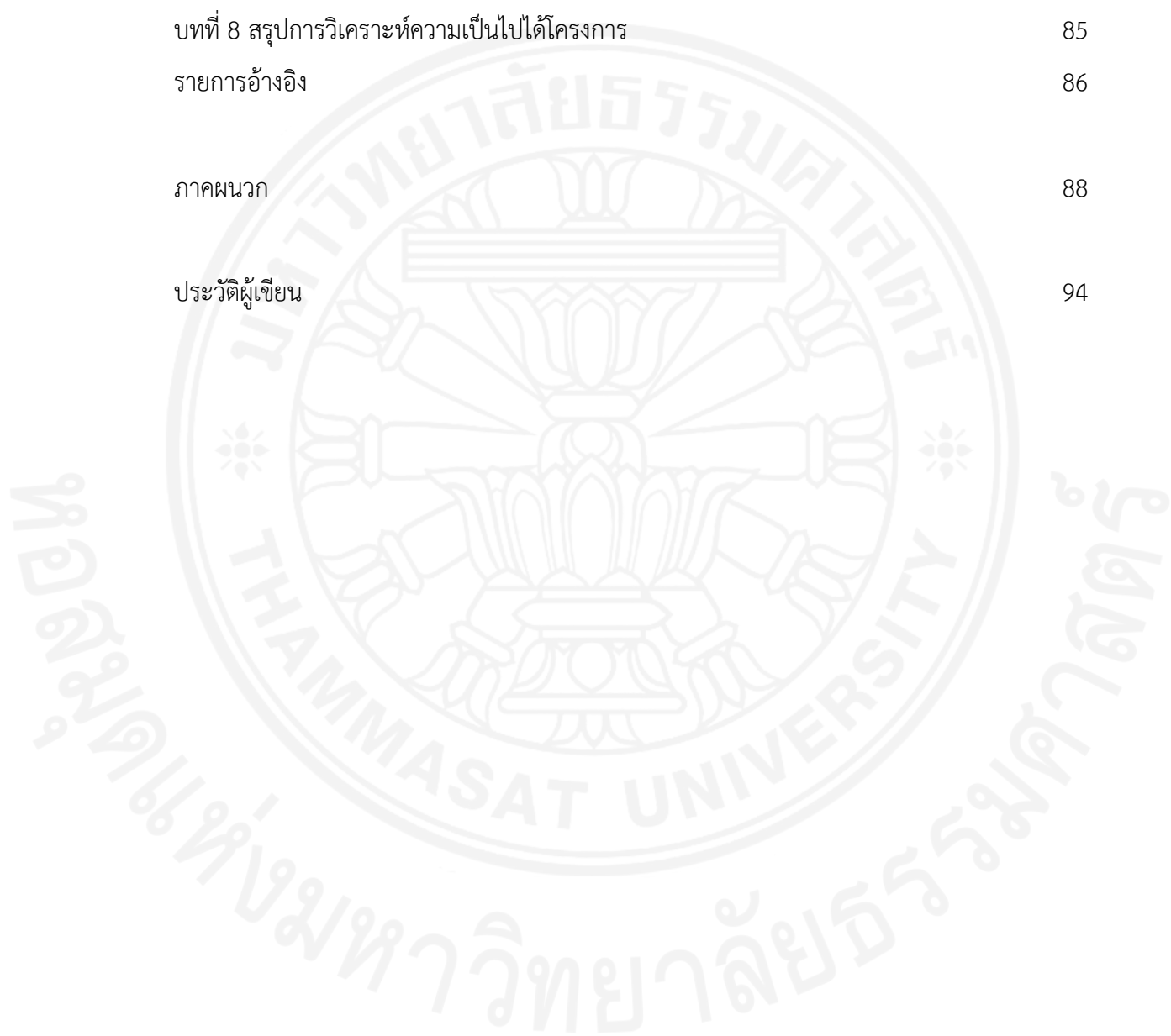
7.6 วิเคราะห์สมมติภาพ (Scenario Analysis) 83

บทที่ 8 สรุปการวิเคราะห์ความเป็นไปได้โครงการ 85

รายการอ้างอิง 86

ภาคผนวก 88

ประวัติผู้เขียน 94



## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 แสดงองค์ประกอบของปัจจัยในการเลือกที่ดินสำหรับธุรกิจ	11
2.2 แสดงอุปสงค์และอุปทานเพื่อการตัดสินใจเลือกทำเลที่เหมาะสม	12
2.3 ปัจจัยในการเลือกทำเลสำหรับธุรกิจเรียงลำดับตามความสำคัญ	13
3.1 แสดงจำนวนและสัดส่วนความหนาแน่นของชุมชน	19
3.2 จำนวนลักษณะชุมชนในเขตต่างๆ	22
3.3 แสดงจำนวนอาคารพาณิชย์และจำนวนการขายในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล	25
3.4 อุปสงค์และอุปทานเบื้องต้นของโฮมออฟฟิศในเขตประเวศ	27
3.5 ปัจจัยที่ใช้ในการคัดกรองที่ดิน	28
3.6 แสดงข้อมูลลักษณะต่างๆ ของแปลงเปรียบเทียบ	35
3.7 แสดงการให้คะแนนของแต่ละปัจจัย	36
3.8 เปรียบเทียบความเป็นไปได้ทางการเงินของแปลง A (Front Door)	37
3.9 เปรียบเทียบความเป็นไปได้ทางการเงินของแปลง B (Front Door)	38
4.1 แสดงตารางสรุปข้อกำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดินตามกฎหมายกระทรวง	40
5.1 แสดงสถิติการออกใบอนุญาตก่อสร้างอาคารเพื่อการพาณิชย์ในกรุงเทพมหานคร	47
5.2 อุปสงค์และอุปทานเบื้องต้นของโฮมออฟฟิศในเขตประเวศ	49
5.3 ลักษณะโฮมออฟฟิศในตลาด	51
5.4 สรุปข้อมูลคู่แข่งบริเวณโดยรอบถนนสุขุมวิท 77 และ ถนนศรีนครินทร์	59
5.5 การกำหนดราคารายแปลง	68
5.6 แสดงแผนการตลาดตลอดระยะเวลาโครงการ	70
6.1 กำหนดการแผนการดำเนินงานของโครงการ	74
7.1 แสดงอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ธนาคารพาณิชย์ต่างๆ	76
7.2 สมมติฐานค่าใช้จ่ายในงานก่อสร้าง	79
7.3 ตารางสมมติฐานด้านค่าใช้จ่ายในการบริหาร	80
7.4 ตารางสมมติฐานด้านค่าใช้จ่ายทางการตลาด	81
7.5 ตารางแสดงความอ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงของต้นทุนค่าก่อสร้าง	82
7.6 ตารางแสดงความอ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงของราคาขาย	82
7.7 ตารางสมมติภาพ	84

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 ลักษณะอาคาร “ทาวน์เฮ้าส์”	4
2.2 ลักษณะอาคาร “อาคารพาณิชย์”	4
2.3 โสมออฟฟิศลักษณะบ้านแฝด	7
2.4 โสมออฟฟิศลักษณะบ้านเดี่ยว	7
2.5 โสมออฟฟิศลักษณะตึกแถว	7
2.6 โครงการไม่จัดสรร	8
2.7 ผังโครงการดิ เจจด์ ศรีนครินทร์ 15	8
2.8 โครงการจัดสรร (โครงการเฮช-เคป บิสเซคเตอร์ อ่อนนุช)	8
2.9 ผังโครงการ เฮช-เคป บิสเซคเตอร์ อ่อนนุช	9
2.10 ผังโครงการ บิซ พัฒนาการ อ่อนนุชตัดใหม่	9
2.11 ผังโครงการ ชิค ดิสทริค รามคำแหง 53	9
3.1 แสดงจำนวนพื้นที่ของแต่ละนิคมอุตสาหกรรมในเขตกรุงเทพฯปี พ.ศ. 2554	17
3.2 ระบบโครงข่ายรถไฟฟ้าเต็มระบบ	18
3.3 แสดงการกระจายตัวของชุมชนในกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2554	19
3.4 แสดงเขตพื้นที่ต่อเมืองฝั่งตะวันออกของกรุงเทพมหานคร	20
3.5 ผังเมืองการใช้ประโยชน์ที่ดิน ในเขตต่อเมือง ฝั่งตะวันออก	23
3.6 แสดงเงื่อนไขการใช้ประโยชน์ที่ดินประเภท ย.1 – ย.4 (สีเหลือง)	24
3.7 แสดงการเปลี่ยนแปลงของสัดส่วนอุปทานในปี พ.ศ. 2557 – 2558	26
3.8 ตำแหน่งแปลง A	28
3.9 ด้านหน้าที่ดิน	29
3.10 ชุมชนบนถนนสุขาภิบาล 2	29
3.11 หมู่บ้านบนถนนสุขาภิบาล 2	29
3.12 ตลาดถ.กาญจนาภิเษก 39	29
3.13 ผังโครงการอย่างหายาสำหรับการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินเบื้องต้น	30
3.14 ตำแหน่งแปลง B	31
3.15 ด้านหน้าที่ดินติดชอยอ่อนนุช 51	31
3.16 ด้านหน้าแปลงที่ดิน	31

3.17 ผังโครงการ B แบบที่ 1	32
3.18 การแบ่งแปลงโครงการใหม่เพื่อเพิ่มพื้นที่การขาย	33
4.1 แสดงลักษณะแปลงที่ดินอย่างน้อยสำหรับตึกแถว 1 แถว	43
4.2 แสดงลักษณะที่ดินสำหรับโฮมออฟฟิศรูปแบบอาคารแฝด	44
5.1 แสดงการประมาณการเศรษฐกิจ ปี 2558 – 2559	45
5.2 ประมาณการจดทะเบียนจัดตั้งนิติบุคคลตั้งแต่ปี พ.ศ.2552 – 2558	46
5.3 แสดงอุปสงค์และอุปทานของตลาดพื้นที่เช่าออฟฟิศสำนักงานในกรุงเทพฯ	48
5.4 แสดงการเปลี่ยนแปลงของสัดส่วนอุปทานในปี พ.ศ. 2557 – 2558	51
5.5 แสดงโครงการคู่แข่งที่ทำการสำรวจ	52
5.6 โครงการบิซ พัฒนาการ – อ่อนนุชตัดใหม่	54
5.7 รูปแบบอาคารอารีญา แมนดารินา	55
5.8 ด้านหน้าอาคาร	55
5.9 รูปแบบอาคารโครงการดิเอดจ์ ศรีนครินทร์ 15	56
5.10 รูปแบบอาคารโฮมออฟฟิศหน้ากว้าง 7.5 ม.	57
5.11 รูปแบบอาคารในโครงการ People Park	58
5.12 โครงการระดับราคา 20 ล้านบาท	61
5.13 โครงการระดับราคา 10.0 – 20.0	61
5.14 ส่วนแบ่งตลาดตามระดับราคาในปี พ.ศ. 2558	62
5.15 ตำแหน่งทางการตลาดเมื่อแบ่งด้วยลักษณะการใช้งานและทำเลที่ตั้ง	63
5.16 ลักษณะการใช้โทนสีอาคาร	64
5.17 ลักษณะกระจกทรงสูง	65
5.18 ตัวอย่างการแปลนอาคาร 4 ชั้น	65
5.19 ตัวอย่างการแปลนอาคาร หน้ากว้าง 7.5 เมตร	65
5.20 ผังโครงการ	66
6.1 แสดงการแบ่งแปลงงานก่อสร้างในโครงการ	73



## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 แนวคิดที่มาและความสำคัญ

##### 1.1.1 การขยายตัวของเมือง

การขยายตัวอย่างต่อเนื่องของชานเมืองกรุงเทพมหานครรอบด้านทั้งฝั่งตะวันตกและฝั่งตะวันออก จากการพัฒนาการขนส่งระบบรางหรือรถไฟฟ้าและการพัฒนาโครงการทางคมนาคมเพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC ทำให้เขตชานเมืองมีการเติบโตทางเศรษฐกิจมาก อาทิ โครงการมอเตอร์เวย์ บางใหญ่ – กาญจนบุรี การลงทุนศูนย์การค้าขนาดใหญ่ และเส้นทางรถไฟฟ้าสีม่วง ซึ่งสร้างความเจริญทางด้านเศรษฐกิจและเกิดเป็นชุมชนเมืองที่หนาแน่นขึ้น โดยเกิดจากการที่ดินถูกพัฒนาจากการใช้ประโยชน์ในรูปแบบเกษตรกรรมสู่ที่พักอาศัย เนื่องจากผลตอบแทนที่สูงกว่าการใช้ที่ดินเพื่อการเกษตร (พาริก เวาะแซ, 2553) ทำให้ดีเวลลอปเปอร์จับจองและพัฒนาเป็นรูปแบบที่อยู่อาศัยจัดสรรมากมาย เมื่อกลายเป็นแหล่งที่อยู่อาศัยจำนวนมากขึ้นการเข้ามาของธุรกิจเชิงพาณิชย์ต่างๆก็เข้ามาในพื้นที่ด้วย หากเปรียบเทียบอุปทานของการพัฒนาที่อยู่อาศัยทุกรูปแบบของฝั่งตะวันตกและฝั่งตะวันออกแล้วพบว่า บริเวณแถบชานเมืองมีอุปทานที่สูงมากและกระจุกตัวอยู่บริเวณถนนสายหลักและบริเวณเส้นทางสถานีรถไฟฟ้า และเป็นที่ยอมรับของดีเวลลอปเปอร์ เนื่องจากมีปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) ที่ต่างกัน ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น (CB RICHARD ELLIS (THAILAND) CO., 2015) พื้นที่ในฝั่งตะวันตกและฝั่งตะวันออกหรือชานเมืองของกรุงเทพฯจึงมีศักยภาพที่น่าสนใจสำหรับการพัฒนาอาคารพาณิชย์

##### 1.1.2 เทรนด์การใช้อาคารเพื่อประกอบธุรกิจและอยู่อาศัยภายในอาคารเดียวกัน

การประกอบธุรกิจพาณิชย์ทุกรูปแบบต้องการพื้นที่สำหรับต้อนรับลูกค้า วาง-แสดงสินค้า และการโฆษณาให้เป็นที่รู้จัก อาคารพาณิชย์เป็นสิ่งที่ตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการได้อย่างดีมาหลายยุคสมัย และปัจจุบันอาคารพาณิชย์ยังคงเป็นรูปแบบที่ผู้ประกอบการนิยมทำเป็นสำนักงาน พาณิชยกรรม การบริการใดๆ หรือแม้กระทั่งอุตสาหกรรม แม้ว่าในยุคที่ที่ดินแพงขึ้นทำให้การสร้างอาคารสำนักงานขนาดใหญ่เข้ามาทดแทน และตึกแถวหรืออาคารพาณิชย์จึงออกไปเกิดขึ้นในแถบชานเมืองซึ่งที่ดินยังมีราคาไม่สูงมากนักแทน ("วิวัฒนาการตึกแถว," 2556)

ในอดีตอาคารพาณิชย์นอกจากใช้ประกอบธุรกิจแล้วยังเป็นที่พักอาศัยอีกด้วย หรือแม้ในปัจจุบันก็ยังพบเห็นได้ทั่วไป ในยุคที่คนต้องการมีกิจการเป็นของตนเองมากขึ้น ในขณะเดียวกันก็ยังต้องการที่อยู่อาศัยด้วย จึงเสมือนเป็นภาวะ 2 เท่า หากต้องผ่อนจ่ายค่าที่อยู่อาศัย

และสำนักงานพร้อมกัน บางรายดัดแปลงทาว์นเฮ้าส์ หรือ บ้านเดี่ยวที่อยู่อาศัยเป็นกิ่งสำนักงาน กิ่งที่อยู่อาศัย ซึ่งเป็นอีกหนึ่งทางเลือก แต่ทาว์นเฮ้าส์หรือบ้านเดี่ยวอาจจะไม่เหมาะสมสำหรับธุรกิจที่ต้องการหน้าร้าน การประชาสัมพันธ์ สถานที่จอดรถ หรือแม้กระทั่งการขยายกิจการ การเดินทางไปมาระหว่างที่อยู่อาศัยและที่ทำงานปัจจุบันต้องใช้เวลาเดินทางมากเนื่องจากสภาพการจราจรติดขัด และจำนวนรถยนต์ที่เพิ่มขึ้น การนำอาคารพาณิชย์มาดัดแปลงให้สามารถเป็นพื้นที่พักอาศัยได้ในตัวจึงได้รับความนิยมมากขึ้น ด้วยสาเหตุของสภาพการจราจร สภาพสังคม และทัศนคติของคนทำงานที่เปลี่ยนไป (สมพงษ์ กิตติสรยุทธ, 2534)

โฮมออฟฟิศในทำเลย่านธุรกิจจึงเป็นอีกหนึ่งทางเลือกสำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ที่ให้ความสำคัญกับการออกแบบฟังก์ชันที่ตอบรับกับการอยู่อาศัยได้จริงๆ การออกแบบที่ทันสมัย และเป็นสำนักงานได้อย่างลงตัว ซึ่งแตกต่างจากอาคารพาณิชย์ทั่วไป ที่ไม่ได้ให้ความสำคัญในด้านการออกแบบฟังก์ชันและการออกแบบภายในเพื่อรองรับการใช้งานทั้ง 2 ด้าน รวมถึงสภาพแวดล้อมที่เอื้อและส่งเสริมให้ธุรกิจนั้นประสบความสำเร็จด้วย (กองบรรณาธิการ เช็คราคา.คอม , 2557)

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- 1.2.1 เพื่อศึกษาหาทำเลที่เหมาะสมสำหรับอาคารกิ่งที่อยู่อาศัยกิ่งอาคารพาณิชย์ หรือ โฮมออฟฟิศ
- 1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยศักยภาพของทำเลที่ทำให้อาคารกิ่งที่อยู่อาศัยกิ่งอาคารพาณิชย์ หรือ โฮมออฟฟิศประสบความสำเร็จ
- 1.2.3 เพื่อศึกษาการออกแบบฟังก์ชันภายในของอาคารกิ่งที่อยู่อาศัยกิ่งอาคารพาณิชย์ที่เป็นที่ต้องการของตลาดในทำเลที่เลือก
- 1.2.4 เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาอาคารกิ่งที่อยู่อาศัยกิ่งอาคารพาณิชย์ หรือ โฮมออฟฟิศบนทำเลที่เลือก

## 1.3 ขอบเขตการศึกษา

- 1.3.1 ศึกษารูปแบบการก่อสร้างอาคารกิ่งที่อยู่อาศัยกิ่งอาคารพาณิชย์ หรือโฮมออฟฟิศ
- 1.3.2 ศึกษาทำเลศักยภาพที่เหมาะสมสำหรับอาคารกิ่งที่อยู่อาศัยกิ่งอาคารพาณิชย์หรือโฮมออฟฟิศในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ กฎหมาย ข้อบังคับ โครงสร้างพื้นฐาน การตลาด และการเงิน
- 1.3.3 ศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาอาคารกิ่งที่อยู่อาศัยกิ่งอาคารพาณิชย์บนทำเลที่เลือกสรรแล้ว

#### 1.4 ประโยชน์ที่จะได้รับ

1.4.1 เพื่อเป็นแนวทางในการเลือกทำเลที่เหมาะสมสำหรับโครงการพัฒนารูปแบบอาคารกึ่งที่อยู่อาศัย กึ่งสำนักงาน หรือ โฮมออฟฟิศ

1.4.2 เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบฟังก์ชันที่เป็นที่ต้องการของตลาด

1.4.3 เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาแนวโน้มการเติบโตของตลาดอาคารกึ่งที่อยู่อาศัย  
กึ่งสำนักงาน



## บทที่ 2

### ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การทบทวนวรรณกรรมเพื่อทำความเข้าใจการใช้ประโยชน์อาคารสำหรับเป็นที่อยู่อาศัย และเชิงพาณิชย์ และศึกษาและกำหนดปัจจัยในการเลือกทำเลที่ตั้งโครงการที่เหมาะสมสำหรับการพัฒนา เพื่อเป็นแนวทางในการถ่วงดุลความคิดในขั้นต่อไป

#### 2.1 อาคารกึ่งที่พักอาศัย กึ่งอาคารพาณิชย์ หรือ โฮมออฟฟิศ

ความหมายของ “โฮมออฟฟิศ” “ทาวน์เฮ้าส์” และ “ทาวน์โฮม” มีลักษณะของอาคารที่ใกล้เคียงกันคือ เป็นอาคารสูง 2-3 ชั้นขึ้นไปและมักใช้ผนังร่วมกัน แต่มีลักษณะการใช้งานที่ต่างกัน พจนานุกรมออนไลน์เคมบริดจ์ ("Cambridge Dictionaries Online," 2015) ได้ให้คำจำกัดความของ “ทาวน์เฮ้าส์” ว่าบ้านที่อยู่ติดกับบ้านอีกหลังหนึ่งหรือบ้านที่สร้างเป็นแถวที่มีลักษณะเหมือนกันและใช้ผนังร่วมกัน “ทาวน์โฮม” คำนี้พจนานุกรมออนไลน์เคมบริดจ์ไม่มีคำจำกัดความ คาดว่ามีความหมายเดียวกับทาวน์เฮ้าส์ แต่ในทางการตลาดได้เปลี่ยนการใช้คำจาก “เฮ้าส์” เป็น “โฮม” เพื่อให้มีความรู้สึกเป็นบ้านของผู้อยู่อาศัยจริงๆซึ่งมีความอบอุ่นมากขึ้นและคำว่า “โฮมออฟฟิศ” มีความหมายในพจนานุกรมว่า ห้องหรือพื้นที่ในบ้านของคนหนึ่งๆที่ใช้สำหรับการทำงาน หรือ สำนักงานในบ้านของคนหนึ่งๆซึ่งประกอบไปด้วยอุปกรณ์สำหรับสำนักงาน เช่น เครื่องแฟกซ์ โทรศัพท์ คอมพิวเตอร์ เป็นต้น



ภาพที่ 2.1 ลักษณะอาคาร “ทาวน์เฮ้าส์”  
ที่มาภาพ : เว็บไซต์ Google.com

ภาพที่ 2.2 ลักษณะอาคารพาณิชย์

ลักษณะการใช้งานของ “โฮมออฟฟิศ” จะแตกต่างจาก “ทาวน์เฮ้าส์” และ “ทาวน์โฮม” คือ ในประเทศไทยเราจะพบว่า ทาวน์เฮ้าส์และทาวน์โฮม ออกแบบมาเพื่อใช้เป็นที่อยู่อาศัย แต่บางครั้งก็ใช้เป็นสำนักงานได้เช่นกัน ในขณะที่ โฮมออฟฟิศ ออกแบบมาเพื่อใช้เป็นที่อยู่อาศัยและสำนักงานตั้งแต่แรก อาทิ การออกแบบหน้าต่างของตัวอาคารให้ทันสมัย สามารถปรับเปลี่ยนได้ง่าย ตามความเหมาะสมของธุรกิจนั้นๆ การออกแบบให้ชั้น 2 เหมือนห้องแสดงสินค้า (Showroom) หรือ การออกแบบตัวอาคารให้รองรับการใช้งานของพนักงานจำนวนมาก เป็นต้น (กองบรรณาธิการ เช็คราคา.คอม, 2557)

## 2.2 โฮมออฟฟิศ ในความหมายเชิงกฎหมาย

กฎหมายอาคาร ("กฎกระทรวง ฉบับที่ 55 ออกตามความในพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522," 2543) ได้ให้คำจำกัดความของอาคารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการใช้ประโยชน์ของโฮมออฟฟิศไว้ดังนี้

“อาคารอยู่อาศัย” อาคารซึ่งโดยปกติบุคคลใช้อาศัยได้ทั้งกลางวันและกลางคืน ไม่ว่าจะเป็นการอยู่อาศัยอย่างถาวร หรือชั่วคราว

“ตึกแถว” หมายความว่า อาคารที่ก่อสร้างต่อเนื่องกันเป็นแถวยาวตั้งแต่สองคูหาขึ้นไป มีผนังแบ่งอาคารเป็นคูหาและประกอบด้วยวัสดุทนไฟเป็นส่วนใหญ่

“บ้านแถว” คือตึกแถวหรือห้องแถวสำหรับใช้เป็นที่อยู่อาศัย มีที่ว่างด้านหน้าและด้านหลัง มีรั้วแบ่งแปลงที่ดินชัดเจน และจะต้องมีความสูงไม่เกิน 3 ชั้น

“บ้านแฝด” เป็นอาคารสำหรับใช้เป็นที่อยู่อาศัย ต้องสร้างติดกัน 2 อาคาร มีรั้วแบ่งแปลงที่ดินของอาคารชัดเจน ในแนวเขตที่ดินของตัวอาคารด้านหน้า ด้านหลังและด้านข้าง มีทางเข้าออกแยกจากกันของแต่ละบ้าน

“อาคารพาณิชย์” หมายความว่า อาคารที่ใช้เพื่อประโยชน์ในการพาณิชย์กรรม หรือบริการธุรกิจ หรืออุตสาหกรรมที่ใช้เครื่องจักรที่มีกำลังการผลิตเทียบได้ไม่เกิน 5 แรงม้าและให้หมายความรวมถึงอาคารอื่นใดที่ก่อสร้างห่างจากถนนหรือทางสาธารณะไม่เกิน 20 เมตร ซึ่งอาจใช้เป็นที่อยู่อาศัยเพื่อประโยชน์ในการพาณิชย์กรรมได้

“สำนักงาน” หมายความว่า อาคารหรือส่วนหนึ่งส่วนใดของอาคารที่ใช้เป็นสำนักงาน หรือที่ทำการ

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า โสมออฟฟิศ เป็นอาคารที่มีวัตถุประสงค์หลักในการใช้พื้นที่เพื่อเป็นสำนักงานประกอบกับใช้ประโยชน์เพื่ออยู่อาศัยร่วมกัน (นิธิมา จงประเจิด , 2554) อาจเป็นอาคารในรูปแบบตึกแถวก็ได้ ซึ่งต้องก่อสร้างต่อกันเป็นแถวยาวตั้งแต่สองคูหาขึ้นไปและใช้ผนังแบ่งอาคารร่วมกัน และการใช้ประโยชน์ในรูปแบบของอาคารพาณิชย์ คือใช้ประโยชน์เพื่อ เชิงพาณิชย์ และในรูปแบบของอาคารอยู่อาศัย หรือ รูปแบบของสำนักงานที่ทำการก็ได้เช่นกัน โดยศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ได้ให้ความหมายของ อาคารเพื่อการพาณิชย์ว่า เป็นอาคารที่สร้างขึ้นเพื่อใช้ดำเนินธุรกิจการค้า บริการ การขาย แลกเปลี่ยนสินค้า ซึ่งจะใช้อุ้อยู่อาศัยด้วย หรือไม่ก็ได้ (นงลักษณ์ ตาตทอง & ธนชพร ใจอารีย์, 2558)

## 2.3 ประเภทของโสมออฟฟิศ

### 2.3.1 ลักษณะอาคาร

เนื่องจากโสมออฟฟิศ คือ รูปแบบการใช้ประโยชน์ของอาคาร จากการสำรวจจึงพบว่ารูปแบบของอาคารที่นำมาทำเป็นโสมออฟฟิศส่วนใหญ่มีลักษณะดังนี้

ลักษณะบ้านแฝด คือ อาคารที่สร้างติดกัน 2 หลัง สูง 3-4 ชั้น แต่ละหลังอยู่บนที่ดินขนาด 35 ตารางวาขึ้นไป มีระยะร่นด้านหน้า 3 เมตร และด้านหลัง 2 เมตร ด้านข้าง 2 เมตร ตามพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 และมีรั้วล้อมด้านหน้าแสดงเขตที่ดิน

ลักษณะบ้านเดี่ยว คือ อาคารที่สร้างบนที่ดิน 50 ตารางวา ขึ้นไป และไม่มีส่วนใดๆติดกับอาคารอื่นๆ

ลักษณะบ้านแถว หรือ ทาวน์เฮ้าส์ หรือ ทาวน์โฮม คือ อาคารที่สร้างบนที่ดินที่มีเนื้อที่ไม่ต่ำกว่า 16 ตารางวา มีที่ว่างด้านหน้าล้อมรั้ว จอดรถในบ้านได้ และที่ว่างด้านหลัง มีหน้ากว้างไม่ต่ำกว่า 4 เมตร

ลักษณะตึกแถว หรือ อาคารพาณิชย์ มีหน้ากว้างไม่ต่ำกว่า 4 เมตร บนที่ดินมากกว่า 16 ตารางวาขึ้นไป มีที่ว่างด้านหน้าอาคาร แต่ไม่ได้ล้อมรั้วเหมือนบ้านแถว



ภาพที่ 2.3 โฮมออฟฟิศลักษณะบ้านแฝด



ภาพที่ 2.4 โฮมออฟฟิศลักษณะบ้านเดี่ยว



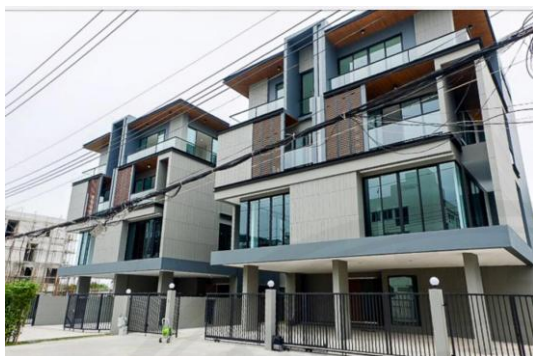
ภาพที่ 2.5 โฮมออฟฟิศลักษณะตึกแถว  
ที่มาภาพ : เว็บไซต์ Thinkofliving.com

### 2.3.2 ลักษณะโครงการ

ลักษณะโครงการของโฮมออฟฟิศ มี 2 รูปแบบหลักๆ คือ

#### 2.3.2.1 โฮมออฟฟิศลักษณะไม่จัดสรร

คือ มีอาคารรวมแล้วจำนวนไม่ถึง 10 อาคาร เป็นอาคารแถวเดี่ยวบนพื้นที่ดินจำนวนไม่มาก สร้างเต็มพื้นที่ดิน ไม่มีพื้นที่ส่วนกลาง สัดส่วนพื้นที่ขาย 100% คือ เป็นพื้นที่ขายทั้งหมด หรืออาจมีการเว้นระยะด้านหน้าแปลงที่ดินแต่ละหลังไว้ประมาณ 3 เมตร ตามเงื่อนไขพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร



ภาพที่ 2.6 โครงการไม่จัดสรร  
ที่มา : เว็บไซต์ Think of Living.com



ภาพที่ 2.7 ผังโครงการดิ เอจด์ ศรีนครินทร์

### 2.3.2.2 โคม่ออฟฟิศลักษณะจัดสรร

มีที่ดินขนาดใหญ่ จัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการ อาทิ พื้นที่จอดรถส่วนกลาง รพภ. 24 ชั่วโมง สวนสาธารณะ มีการจัดเก็บค่าส่วนกลาง สัดส่วนพื้นที่ขายต่อพื้นที่ส่วนกลาง 50-60% โดยพื้นที่ส่วนที่เหลือเน้นเป็นพื้นที่ส่วนกลางสำหรับจอดรถ และสวนสาธารณะ จากการสำรวจโครงการชิค ดิสทริค รามคำแหง 53, โครงการบิช พัฒนาการ อ่อนนุชตัดใหม่ และโครงการเฮซ-เคป บิช เซกเตอร์ อ่อนนุช



ภาพที่ 2.8 โครงการจัดสรร (โครงการเฮซ-เคป บิสเซกเตอร์ อ่อนนุช)  
ที่มาภาพ : เว็บไซต์ Google.com

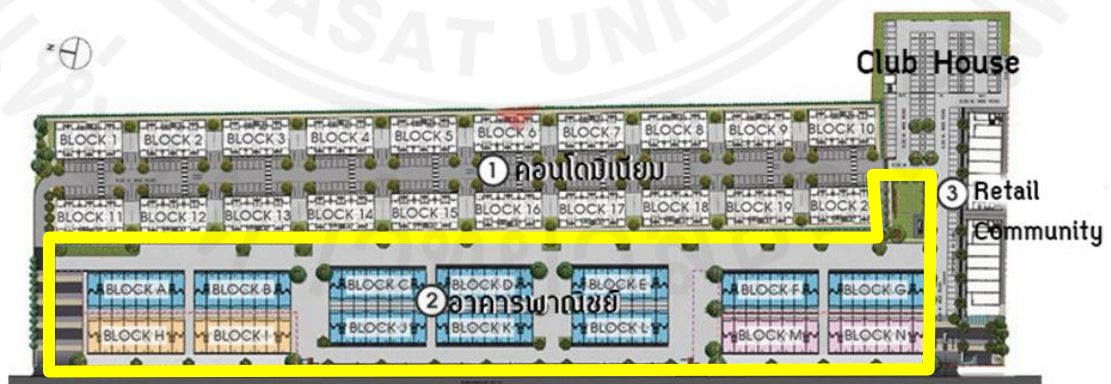




ภาพที่ 2.9 ผังโครงการ เฮซ-เคป บิสเซคเตอร์ อ่อนนุช  
ที่มา : เว็บไซต์ Think of Living.com



ภาพที่ 2.10 ผังโครงการ บิช พัฒนาการ อ่อนนุชตัดใหม่  
ที่มา : เอกสารโบรชัวร์ของโครงการ บิช พัฒนาการ อ่อนนุชตัดใหม่



ช.รามคำแหง 53

ภาพที่ 2.11 ผังโครงการ ชิค ดิสทริค รามคำแหง 53  
ที่มา : เว็บไซต์ Think of Living.com

## 2.4 รูปแบบการใช้ประโยชน์โฮมออฟฟิศ

โฮมออฟฟิศคือการใช้ประโยชน์ของอาคารเพื่อเชิงพาณิชย์และเพื่อการอยู่อาศัยโดยพื้นที่ภายในอาคารสามารถแบ่งการใช้ประโยชน์ได้ ดังนี้

ส่วนสาธารณะ (Public Zone) คือส่วนสำหรับต้อนรับแขก บุคคลภายนอก เป็นพื้นที่ส่วนต้อนรับ หรือ พื้นที่สำหรับรอคอยเนื่องจากนัดหมาย

ส่วนกึ่งสาธารณะ (Semi Public Zone) ส่วนที่ใช้สำหรับเจ้าของอาคารและบุคคลภายนอก สำหรับการพูดคุย ประชุม หรือห้องประชุมตนเอง

ส่วนตัว (Private Zone) เป็นส่วนของพนักงานบุคคลภายใน ซึ่งไม่อนุญาต ให้บุคคลภายนอกผ่านเข้ามา อาทิ ห้องทำงาน ห้องอาหารพนักงาน ห้องเก็บเอกสาร เป็นต้น

(นิธิมา จงประเจิด, 2554)

ดังนั้นการออกแบบอาคารจึงต้องคำนึงรูปแบบการใช้งานตามข้างต้นนี้สำคัญ โดยจะจัดให้มีสัดส่วนพื้นที่ส่วนได้มากเท่าไรขึ้นอยู่กับการศึกษากลุ่มลูกค้าเป้าหมายในย่านทำเลที่เลือก แล้วว่ามีพฤติกรรมสำหรับการใช้งานอย่างไรอีกครั้งหนึ่ง

และธุรกิจที่ใช้อาคารโฮมออฟฟิศในการประกอบกิจการ มักเป็นลักษณะธุรกิจตัวแทนจำหน่าย รองลงมาคือธุรกิจรับออกแบบ / ก่อสร้าง และธุรกิจบริการต่างๆ อาทิ โรงเรียนสอนพิเศษ ร้านรับซ่อมเครื่องใช้ไฟฟ้า (วลีรัตน์ ทองพูล, 2011)

## 2.5 การเลือกทำเลที่ดินที่เหมาะสมสำหรับโฮมออฟฟิศ

การพิจารณาเลือกที่ดินสำหรับธุรกิจทั้งการซื้ออาคารสำเร็จรูปและการซื้อที่ดินสร้างเองก็ตาม มีปัจจัยในการพิจารณาที่สำคัญ คือ ต้นทุนค่าใช้จ่าย ลักษณะของทำเล และ รูปแบบการเข้าถึง ในแต่ละปัจจัยจะต้องพิจารณาในด้านต่างๆ ดังนี้

ตารางที่ 2.1 แสดงองค์ประกอบของปัจจัยในการเลือกที่ดินสำหรับธุรกิจ

<b>Costs</b>
Land purchase and construction or rent
Adapting the premises for the business activity
Operational (property tax, usufruct, utilities, maintenance, insurance, security, cleaning, administration fee, accountancy, marketing)
Transportation and supplies
<b>Real estate attributes</b>
Location (part of the city)
Neighbourhood
Parking capacity and accessibility
Shape and area
Function
Visibility from main access roads
The land (shape of the lot, environmental aspects, etc.)
<b>Accessibility and motor/ pedestrian traffic</b>
Pedestrian traffic intensity, types of pedestrians
Motor traffic intensity, types of vehicles
Potential to filter cross traffic
Capacity of access roads
Accessibility (proximity to public transportation)
Proximity to public parking
Proximity to distribution centres/suppliers
Natural and physical barriers (River, parks, bridges, rail tracks)
Proximity to hotel accommodation, shops/services, restaurants

ที่มา : Rymarzak & Sieminska (2012) หน้า 221

ทำเลที่เหมาะสมสำหรับการประกอบกิจการเพื่อการพาณิชย์และการให้บริการ  
 อารศึกษาจากอุปสงค์และอุปทานในตลาดซึ่งในแต่ละประเภทของห้างสรรพสินค้าจะศึกษาอุปสงค์และ  
 อุปทานที่แตกต่างกัน (Rymarzak & Sieminska, 2012) ซึ่งการศึกษาอุปสงค์และอุปทานด้านต่าง ๆ นี้  
 จะทำให้การตัดสินใจเลือกทำเลและการตลาดไปยังกลุ่มลูกค้าได้อย่างเหมาะสม

ตารางที่ 2.2 แสดงอุปสงค์และอุปทานเพื่อการตัดสินใจเลือกทำเลที่เหมาะสม

RE TYPE	Demand Factors	Supply Factors
Retail space	Population	Number of existing retail outlets
	Households	Retail outlet pattern and size
	Credit conditions and payment plans	Proximity of transport networks
	Unemployment level	Retail saturation in area
	Internal, External migrations	Retail space vacancy rate
	Social mobility	Growth rate of new outlets
	Trend for delayed marriage and parenthood	Market share of individual retail facilities
	Customer tastes and preferences	Merchandise offered
	Prices of substitute products	Age of retail facilities
		Technical standard of existing space
	Parking capacity	

ที่มา : Rymarzak & Sieminska (2012) หน้า 219

## 2.6 การลำดับความสำคัญของปัจจัยการตัดสินใจเลือกที่ตั้งของธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการ

การเลือกที่ตั้งของธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการที่กำลังมองหาทำเลที่เหมาะสม  
 ผู้ประกอบการจะทราบลักษณะธุรกิจของตนอย่างดีก่อนที่จะเลือกทำเลที่ตั้งของธุรกิจ โดยลักษณะที่  
 สำคัญของธุรกิจที่ต้องพิจารณาคือ 1) ขนาดของบริษัทหรือประเภทของธุรกิจ 2) สิ่งของบริษัทนั้นๆ  
 จำเป็นต้องมี เช่น ด้านกฎหมายที่ควบคุมธุรกิจนั้น ความเหมาะสมของการใช้งาน ขนาดพื้นที่ที่ต้องใช้  
 เทคโนโลยีเฉพาะด้าน การเงินของบริษัท ลักษณะวัฒนธรรมองค์กร และ บุคลากร 3) ตำแหน่งทาง  
 การตลาด หรือ ภาพลักษณ์ของบริษัทที่มีต่อตลาด 4) คุณภาพในการบริหารงาน หรือ โครงสร้าง  
 องค์กร โครงสร้างการบริหาร การวางแผนและกลยุทธ์ของบริษัท (Rymarzak & Sieminska, 2012)  
 การเลือกทำเลสำหรับโฮมออฟฟิตจึงต้องตอบสนองอย่างเหมาะสมกับธุรกิจของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

งานวิจัยเพื่อศึกษาระบบเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจเลือกทำเลสำหรับทำธุรกิจโดยการใช้ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ (Ghita, 2014) ได้ศึกษาและกำหนดปัจจัยในการศึกษาคือ การใช้ประโยชน์ที่ดิน ความน่าสนใจหรือความน่าดึงดูดของทำเล การเข้าถึง ต้นทุนในการเช่าหรือซื้อ และการอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่มธุรกิจ ผลคือผู้ทดสอบได้ให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจ เลือกทำเล เป็นสัดส่วนดังนี้ ต้น ทุนในการเช่าหรือซื้อ (Cost of space) 30% การเข้าถึงรถโดยสารสาธารณะ ศักยภาพของลูกค้าที่จะเข้ามา การอยู่ย่านธุรกิจเดียวกัน อย่างละ 20% และให้ความสำคัญในการเข้าถึงโดยรถยนต์ส่วนบุคคล 10% หรือก็คือผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับราคาของสังหาณานั้น เป็นอันดับแรก รองลงมาให้ความสำคัญในเรื่องของการเข้าถึง (Accessibility) คือบุคคลทั่วไปจะต้องเข้าถึงง่าย และการอยู่ในแหล่งธุรกิจประเภทเดียวกันเชื่อว่าจะเป็นการเอื้อประโยชน์ให้กับธุรกิจนั้นๆ

การตัดสินใจเลือกทำเลที่เหมาะสมสำหรับผู้มองหาโฮมออฟฟิศเพื่อซื้อหรือเช่า มีรูปแบบการตัดสินใจที่แตกต่างจากผู้มองหาทำเลแล้วสร้างอาคารขึ้นเอง โดยปัจจัยที่ผู้ซื้อหรือเช่า ให้ความสำคัญ คือ ทำเลและราคา ซึ่งมีความสำคัญเกือบเท่าๆกัน ในขณะที่ผู้มองหาทำเลเพื่อสร้างเองให้ความสำคัญกับทำเลมากเป็นอันดับหนึ่ง (Louw, 1998)

ตารางที่ 2.3 ปัจจัยในการเลือกทำเลสำหรับธุรกิจเรียงลำดับตามความสำคัญ

Factor	%
Location factors	35
Financial / contractual topics	21
Functional topics	15
other topics	14
Building design	11
Technical topics	4
<b>Total</b>	<b>100</b>

ที่มา : Louw (1998) หน้า 485

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อโฮมออฟฟิศพบว่าทำเลที่ตั้งของอาคารเป็นปัจจัยสำคัญที่สุด ซึ่งเป็นปัจจัยที่ มีองค์ประกอบในการพิจารณาหลายด้าน อาทิ การเข้าถึง ระบบคมนาคมขนส่งต่างๆ สิ่งอำนวยความสะดวกโดยรอบที่ตั้ง สภาพแวดล้อมของชุมชน ซึ่งทั้งหมดเกี่ยวข้องกับการเอื้อประโยชน์ให้กับกิจการ รองลงมาคือด้านราคาซึ่งเกี่ยวข้องกับงบประมาณในการลงทุนและลักษณะเงินหมุนของกิจการนั้นๆ

## 2.7 สรุปการทบทวนวรรณกรรม

โฮมออฟฟิศที่ดีจะต้องอยู่ในทำเลที่มีอุปสงค์และอุปทานเอื้ออำนวยกับการประกอบธุรกิจนั้นๆ ทำเลที่ดีจึงต้องตอบสนองความต้องการของผู้ที่มาเลือกซื้อโฮมออฟฟิศได้ โดยปัจจัยหลักที่ผู้ประกอบการใช้ในการตัดสินใจอันดับที่ 1 คือ ทำเล อันดับ 2 คือ ราคา ดังนั้นในด้านทำเลจึงควรพิจารณาลักษณะของทำเลในด้านต่างๆ โดยใช้ปัจจัยในการพิจารณาด้านทำเลที่เหมาะสมจากการศึกษาของ Rymarzak & Sieminska ในด้านของราคาที่เหมาะสมจะพิจารณาจากสภาพตลาดการแข่งขันในทำเลที่ได้คัดเลือกแล้วอีกครั้งหนึ่ง

### บทที่ 3

#### การคัดเลือกที่ดินที่เหมาะสม

เริ่มจากการกลั่นกรองและกำหนดขอบเขตทำเลที่ตั้งจากข้อมูลทางด้านกายภาพ ลักษณะการขยายตัวของเมือง การกระจุกตัวของเมือง ลักษณะที่สำคัญของเมือง ความโดดเด่นในย่านนั้นๆ กลั่นกรองด้วยกฎหมาย เพื่อหาข้อจำกัดในการใช้ประโยชน์ของที่ดินนั้นๆ และพิจารณาลักษณะตลาดโดยรวมของทำเลนั้นๆ และคัดเลือกแปลงด้วยปัจจัยจากการทบทวนวรรณกรรม

#### 3.1 ทำเลที่ตั้ง

ศึกษาเปรียบเทียบในแต่ละเขตเพื่อหาทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม เริ่มจากกรุงเทพมหานคร แบ่งเขตการบริหารเป็นเขตทั้งหมด 50 เขต และในเชิงลักษณะทางกายภาพกรุงเทพฯยังแบ่งออกเป็น 2 ฝั่ง คือฝั่งตะวันออกและฝั่งตะวันตก ซึ่งทั้ง 2 ฝั่งมีลักษณะต่างกัน มีข้อมูลดังนี้

##### 3.1.1 การแบ่งเขตในกรุงเทพมหานคร

กรุงเทพมหานครแบ่งการปกครองออกเป็น 50 เขต และแบ่งเป็นฝั่งตะวันออก และฝั่งตะวันตกโดยใช้แม่น้ำเจ้าพระยาเป็นตัวแบ่งเขต สำนักผังเมือง กรุงเทพมหานคร ก็ได้ทำการจำแนกกลุ่มพื้นที่เขตไว้เป็น 3 บริเวณหลักดังนี้

เขตเมืองชั้นใน (Inner City) ศูนย์กลางเมืองเดิมและเขตต่างๆ รวม 22 เขต เป็นพื้นที่ที่มีการตั้งถิ่นฐานชุมชนในระยะแรกและพื้นที่อนุรักษ์ทางประวัติศาสตร์ สถานที่ราชการ สถานศึกษา ย่านธุรกิจการค้าหนาแน่น ฝั่งตะวันออกประกอบด้วยเขตดังนี้ เขตพระนคร เขตป้อมปราบฯ เขตสัมพันธวงศ์ เขตปทุมวัน เขตราชเทวี เขตบางรัก เขตดุสิต เขตพญาไท เขตสาทร เขตยานนาวา เขตบางคอแหลม เขตบางซื่อ เขตจตุจักร เขตห้วยขวาง เขตดินแดง เขตคลองเตย เขตวัฒนา ฝั่งตะวันตกประกอบด้วยเขตดังนี้ เขตบางพลัด เขตบางกอกน้อย เขตบางกอกใหญ่ เขตคลองสาน เขตธนบุรี

เขตชั้นกลางหรือเขตต่อเมือง (Urban Fringe) เป็นเขตที่มีการขยายตัวของประชากร กิจกรรมทางการค้าและที่อยู่อาศัยอย่างต่อเนื่อง ตั้งอยู่ในรัศมีระหว่าง 10-20 กิโลเมตร จากศูนย์กลางเมือง ซึ่งในปัจจุบันเป็นบริเวณที่มีการพัฒนาเมืองอย่างกระจัดกระจาย (Urban Sprawl) ประกอบด้วย พื้นที่ทางฝั่งตะวันออก 14 เขต ได้แก่ เขตดอนเมือง เขตหลักสี่ เขตบางเขน เขตสายไหม เขตลาดพร้าว เขตบางกะปิ เขตวังทองหลาง เขตพระโขนง เขตบางนา เขตประเวศ เขตสวนหลวง เขตบึงกุ่ม เขตคันนายาว เขตสะพานสูง และทางฝั่งตะวันตก 8 เขต ได้แก่ เขตตลิ่งชัน

เขตทวีวัฒนา เขตภาษีเจริญ เขตบางแค เขตหนองแขม เขตราชพฤกษ์บวรณะ เขตทุ่งครุ เขตจอมทอง เขตชั้นนอกหรือเขตชานเมือง (Suburb) เป็นพื้นที่เขตชั้นนอกของ กรุงเทพมหานคร ซึ่งยังมีพื้นที่ว่างและพื้นที่เกษตรกรรมอยู่เป็นส่วนใหญ่ และมีสัดส่วนสูงกว่าพื้นที่ พัฒนาแบบเมือง โดยมีลักษณะผสมระหว่างเมืองและชนบท เป็นเขตที่อยู่ห่างจากศูนย์กลางเมืองเกินกว่า 20 กิโลเมตร ทางฝั่งตะวันออก ประกอบด้วย เขตมีนบุรี คลองสามวา หนองจอก ลาดกระบัง และทางฝั่งตะวันตก ได้แก่ เขตบางบอน และเขตบางขุนเทียน(ศูนย์ข้อมูลกรุงเทพมหานคร., 2013)

จากการแบ่งเขตข้างต้น เขตชานเมืองมีความน่าสนใจน้อยที่สุดเพราะยังคงเป็นเมืองเกษตรกรรมสลับกับชนบทอยู่ ในขณะที่เขตเมืองชั้นในเป็นเขตที่มีความหนาแน่นสูงมีการคมนาคมที่ดี เป็นแหล่งพาณิชยกรรมหลักของประเทศไทย แต่ราคาที่ดินในเขตนี้มีราคาสูงมาก การนำมาพัฒนาโฮมออฟฟิศ อาจไม่เหมาะสม ดังนั้นเขตต่อเมืองจึงมีความน่าสนใจมากที่สุด

### 3.1.2 ศักยภาพตลาดการเติบโตทางเศรษฐกิจของกรุงเทพมหานครวิเคราะห์

#### เปรียบเทียบโซนตะวันออกและตะวันตก

##### 3.1.2.1 การเปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์ที่ดิน

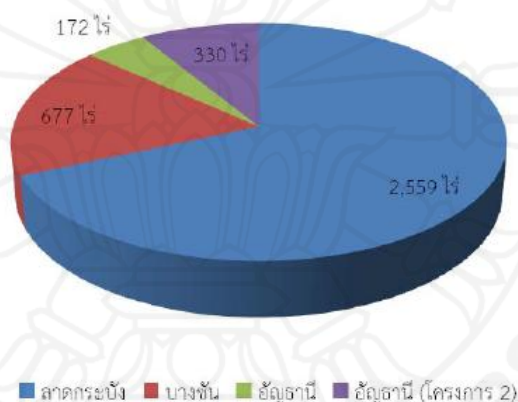
แนวโน้มการขยายตัวของเมืองจากการศึกษาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2529 – 2543 พบว่ามีแนวโน้มขยายตัวไปทางตะวันออกและด้านเหนือของศูนย์กลางเมืองเดิม โดยพื้นฐานเดิมของฝั่งตะวันตกจะเป็นพื้นที่อยู่อาศัยและเกษตรกรรมเป็นส่วนใหญ่ตั้งแต่พื้นที่เขตชั้นในเมือง เขตต่อเมือง และ เขตชานเมือง ในขณะที่ฝั่งตะวันออกเดิมการใช้ประโยชน์พื้นที่เป็นพาณิชยกรรม สถาบันราชการ เป็นส่วนใหญ่ ตั้งแต่เขตเมืองชั้นใน และได้ขยายตัวออกสู่เขตชานเมืองในเขตบางนา เขตวังทองหลาง เขตสวนหลวง และเขตบางกะปิ เนื่องจากมีโครงข่ายคมนาคมพาดผ่าน และเป็นจุดเชื่อมต่อของระบบคมนาคมขนส่ง ในเขตชานเมืองออกไปของฝั่งตะวันออกของกรุงเทพมหานคร นอกจากนี้พื้นที่ส่วนใหญ่จะเป็นการใช้ประโยชน์เพื่อเกษตรกรรมแล้ว ยังมีการใช้ที่ดินเพื่ออุตสาหกรรมคลังสินค้าขนาดใหญ่ในเขตลาดกระบังและยังมีพื้นที่ดินว่างรอการพัฒนาอีกจำนวนมาก (ศูนย์ข้อมูลกรุงเทพมหานคร., 2013)

หลังเปิดใช้สนามบินนานาชาติสุวรรณภูมิตั้งแต่ปลายปี พ.ศ. 2549 ทำให้พื้นที่ฝั่งตะวันออกของกรุงเทพมหานครมีการพัฒนาที่ดินเปล่าเพื่อการพาณิชยกรรมและที่อยู่อาศัยเพิ่มขึ้นอย่างมาก ซึ่งเดิมทีพื้นที่นี้มีนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังและคลังสินค้าขนาดใหญ่อยู่แล้ว การเปิดใช้สนามบินจึงตอกย้ำให้ทำเลพื้นที่ฝั่งตะวันออกมีความน่าสนใจสำหรับนักลงทุนชาวต่างชาติมากขึ้น เนื่องจากความสะดวกด้านการคมนาคมและโลจิสติกส์



### 3.1.2.2 ธุรกิจอุตสาหกรรมของกรุงเทพฯฝั่งตะวันออกและฝั่งตะวันตก

ในประเทศไทยมีนิคมอุตสาหกรรมที่แบ่งการลงทุนเป็น 2 รูปแบบคือ แบบที่นิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยดำเนินการลงทุนเองและนิคมอุตสาหกรรมที่ลงทุนร่วมกับเอกชน รวมแล้ว 41 แห่งทั่วประเทศ หากแบ่งตามฝั่งตะวันออกและตะวันตกของกรุงเทพมหานคร ฝั่งตะวันออกของกรุงเทพฯรวมถึงจังหวัดที่ติดต่อกัน คือ ชลบุรี ฉะเชิงเทรา ระยอง สมุทรปราการ มีถึง 23 แห่ง ซึ่งยังไม่รวมเขตประกอบการอุตสาหกรรมในเขตหนองจอกและชุมชนอุตสาหกรรมต่างๆ นิคมอุตสาหกรรมที่อยู่ในเขตกรุงเทพฯฝั่งตะวันออก ได้แก่ นิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง ซึ่งมีจำนวนโรงงานมากที่สุดถึง 260 แห่ง คิดเป็น 45.38% ของพื้นที่อุตสาหกรรมทั้งหมดในกรุงเทพฯ รองลงมา เป็นนิคมอุตสาหกรรมอู่ธานี 1 และ 2 และนิคมอุตสาหกรรมบางชัน

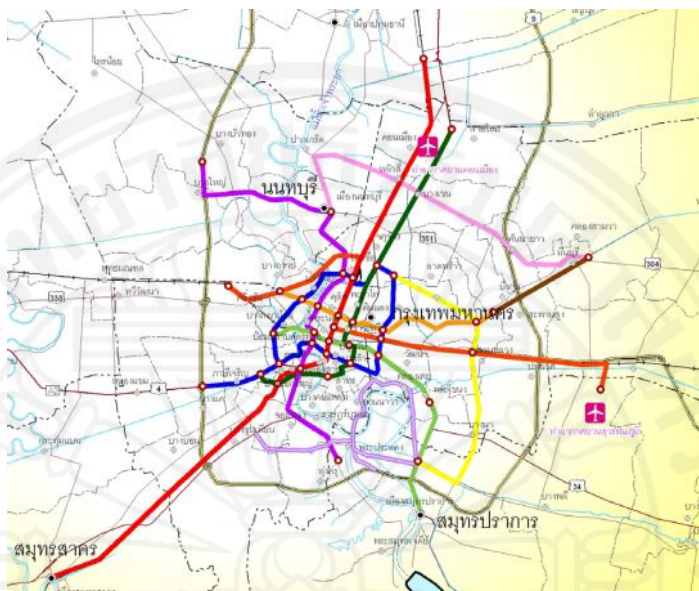


ภาพที่ 3.1 แสดงจำนวนพื้นที่ของแต่ละนิคมอุตสาหกรรมในเขตกรุงเทพฯปี พ.ศ. 2554  
ที่มา : (กองนโยบายและแผนงาน., 2555)

### 3.1.2.3 ระบบโครงข่ายคมนาคม

สิ่งที่เข้ามาสนับสนุนให้พื้นที่ฝั่งตะวันออกและตะวันตกในเขตต่อเมืองและเขตชานเมืองให้น่าสนใจมากขึ้นคือ ระบบโครงข่ายรถไฟฟ้าสายต่างๆ ที่เชื่อมต่อออกจากเขตเมืองชั้นในสู่พื้นที่เขตต่อเมืองและชานเมือง ซึ่งทำให้พื้นที่ในเขตชานเมืองบางแห่งมีราคาที่ดินที่สูงขึ้นอย่างรวดเร็วและการเข้ามาของผู้พัฒนาโครงการที่อยู่อาศัยก็หนาแน่นขึ้น เมื่อพิจารณาระบบโครงข่ายรถไฟฟ้าที่กำลังพัฒนาอย่างต่อเนื่องในขณะนี้พบว่า ในพื้นที่ตะวันออกของกรุงเทพฯมีโครงข่ายครอบคลุมมากกว่า เนื่องจากต้องมารองรับการขนส่งจากท่าอากาศยานสุวรรณภูมิด้วยส่วนหนึ่ง

อย่างไรก็ดีเส้นทางรถไฟฟ้าที่เชื่อมระหว่างกรุงเทพฯฝั่งตะวันออกและตะวันตกเข้าด้วยกัน อย่างรถไฟฟ้าสายสีส้มก็จะช่วยให้แหล่งเศรษฐกิจกระจายออกไปยังฝั่งตะวันตกด้วยเช่นกัน



ภาพที่ 3.2 ระบบโครงข่ายรถไฟฟ้าเต็มระบบ  
ที่มาภาพ : ฝั่งภาคกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ปี พ.ศ. 2600

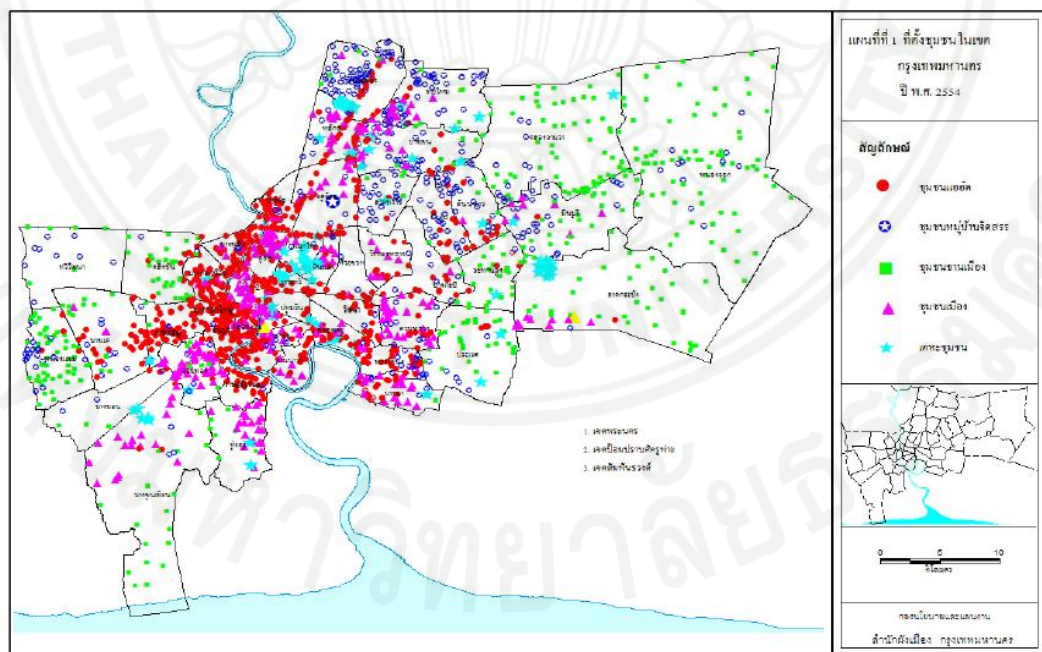
### 3.1.2.4 เปรียบเทียบความหนาแน่นของประชากรฝั่งตะวันตกและฝั่งตะวันออกของกรุงเทพมหานคร

ประชากรฝั่งตะวันตกมีความหนาแน่นต่อพื้นที่มากกว่าเป็นเพราะว่าพื้นที่ฝั่งตะวันตกมีเนื้อที่น้อยกว่ามาก หากดูตัวเลขประชากรแล้วฝั่งตะวันออกมีจำนวนมากกว่มาก และมีพื้นที่มากกว่าด้วยเช่นกัน จากตัวเลขแหล่งชุมชนเปรียบเทียบฝั่งตะวันออกยังคงมีจำนวนชุมชนมากกว่าเท่าตัว

ตารางที่ 3.1 แสดงจำนวนและสัดส่วนความหนาแน่นของชุมชนแบ่งตามฝั่งเขตตะวันออกและตะวันตกของกรุงเทพมหานคร

กลุ่มเขต	พื้นที่เขต (ไร่)	จำนวน				
		ชุมชน	ประชากร	สัดส่วน ประชากรต่อ พื้นที่ชุมชน	บ้าน	ครัวเรือน
กรุงเทพมหานคร	9,804,600,625	2,009	2,003,793		429,936	520,018
ฝั่งตะวันออก	699,136	739	1,410,202	10 : 1	313,433	370,969
ฝั่งตะวันตก	281,324	271	593,591	15 : 1	116,503	149,049

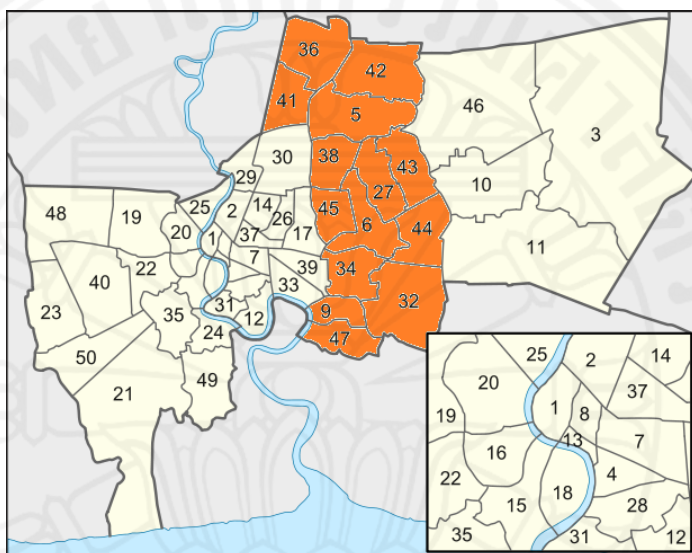
ที่มาข้อมูล : แนวโน้มการเติบโตของชุมชนในเขตกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2554



ภาพที่ 3.3 แสดงการกระจายตัวของชุมชนในกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2554

ที่มาข้อมูล : แนวโน้มการเติบโตของชุมชนในเขตกรุงเทพมหานคร (2554)

โดยสรุปทำเลที่ตั้ง และ ลักษณะบริเวณโดยรอบของทำเล จึงเป็นฝั่งตะวันออกของ กรุงเทพมหานคร บริเวณเขตต่อเมือง ซึ่งมีจำนวน 14 เขต ตามตำแหน่งบนภาพที่ 3.4 ตำแหน่งที่ 5. เขตบางเขน, 6. เขตบางกะปิ, 9. เขตพระโขนง, 27. เขตบึงกุ่ม, 32. เขตประเวศ, 34. เขตสวนหลวง, 36. เขตดอนเมือง, 38. เขตลาดพร้าว, 41. เขตหลักสี่, 42. เขตสายไหม, 43. เขตคันนายาว, 44. เขตสะพานสูง, 45. เขตวังทองหลาง, 47. เขตบางนา



ภาพที่ 3.4 แสดงเขตพื้นที่ต่อเมืองฝั่งตะวันออกของกรุงเทพมหานคร  
ที่มาภาพ : เว็บไซต์ Google.com

### 3.1.2.5 สรุปการเปรียบเทียบฝั่งตะวันตกและฝั่งตะวันออกของกรุงเทพฯ

จากแนวโน้มการเติบโตของธุรกิจอุตสาหกรรม ทำให้เกิดการขยายตัวของเมืองออกไปยังฝั่งตะวันออกมากขึ้น มีจำนวนประชากรเพิ่มขึ้น ย้ายถิ่นฐานเพื่อใกล้กับแหล่งงาน การพัฒนาระบบสาธารณูปโภคต่างๆ ระบบคมนาคมจึงสนับสนุนทางด้านตะวันออกมากขึ้น และมีแนวโน้มเติบโตทางเศรษฐกิจต่อไปอีกเนื่องจากการย้ายสนามบินนานาชาติมายังฝั่งตะวันออก ดังนั้น กรุงเทพมหานครฝั่งตะวันออกจึงมีศักยภาพค่อนข้างมากกว่าฝั่งตะวันตก

### 3.1.3 พิจารณาแผนผังการพัฒนากรุงเทพมหานครและลักษณะชุมชนฝั่งตะวันออก

แผนงานโครงการพัฒนากรุงเทพมหานครระดับกลุ่มเขตแบ่งออกเป็น 12 กลุ่มเขต และ 6 เขตการพัฒนา โดยเขตที่ผ่านการกลั่นกรองจากข้างต้นแล้วจัดอยู่ในกลุ่มเขตต่างๆดังตารางที่ 3.2

กลุ่มพระนครเหนือ หรือ พื้นที่ กท.7 เป็นเขตที่อยู่อาศัยรองรับการขยายตัวของเมือง ประกอบด้วยเขต 5 เขต ได้แก่ เขตบางเขน หลักสี่ ดอนเมือง สายไหม และลาดพร้าว ซึ่งสภาพปัจจุบันเป็นที่อยู่อาศัยหนาแน่นน้อย และการย้ายสนามบินดอนเมืองไปยังสนามบินสุวรรณภูมิ ทำให้สภาพของชุมชนเปลี่ยนแปลงไป โดยภาครัฐเตรียมให้เป็นแหล่งการค้าและบริการเพื่อรองรับคนในชุมชนต่อ จากตัวเลขจะพบว่าส่วนใหญ่เป็นชุมชนหมู่บ้าน

กลุ่มบวรพา หรือ พื้นที่ กท. 8 จัดเป็นเขตที่อยู่อาศัยรองรับการขยายตัวของเมือง เช่นเดียวกับกลุ่มพระนครเหนือ ประกอบด้วย 6 เขต คือ บางกะปิ คันนายาว วังทองหลาง บึงกุ่ม สะพานสูง และสวนหลวง ปัจจุบันเป็นพื้นที่อยู่อาศัยลักษณะชุมชนหมู่บ้านจำนวนมากและเป็นชุมชนแออัดจำนวนมากเช่นกัน

กลุ่มเจ้าพระยา หรือ พื้นที่ กท. 4 ถูกจัดให้เป็นเขตเศรษฐกิจใหม่ริมแม่น้ำเจ้าพระยา รองรับการพัฒนาของวงแหวนอุตสาหกรรม ประกอบด้วยเขต 5 เขต คือ เขตคลองเตย บางคอแหลม ยานนาวา พระโขนง และเขต บางนา โดยเขตพระโขนง บางนา จะเป็นพื้นที่ที่พัฒนาตามโครงการวงแหวนอุตสาหกรรม ลักษณะโดยรวมของทั้ง 2 เขต จากตัวเลขจะเห็นว่าเป็นชุมชนแออัดจำนวนมากและเป็นชุมชนเมือง เนื่องจากเป็นเขตติดต่อกับโซนสุขุมวิททำให้มีการขยายตัวของเมืองออกมายัง 2 เขตนี้ จึงเกิดเป็นชุมชนเมืองมากกว่า กลุ่มพระนครเหนือและกลุ่มบวรพา

กลุ่มศรีนครินทร์ หรือ พื้นที่ กท. 10 ถูกกำหนดให้เป็นชุมชนชานเมืองรองรับสนามบิน ประกอบด้วย เขต 3 เขต คือ ลาดกระบัง มีนบุรี และประเวศ ภาครัฐมีนโยบายพัฒนาศูนย์ชุมชนลาดกระบัง เป็นแหล่งงาน ย่านการค้าและบริการ โดยเขตประเวศ พัฒนาให้เป็นที่อยู่อาศัยรองรับแหล่งงาน จากเขตนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังซึ่งจะถูกพัฒนาให้มีศักยภาพสำหรับเป็นศูนย์กลางการขนส่งสินค้าชานเมือง

ตารางที่ 3.2 จำนวนลักษณะชุมชนในเขตต่างๆ

เขต	ประเภทชุมชน						พื้นที่ตามนโยบายการ
	จำนวนชุมชน	แออัด	หมู่บ้านจัดสรร	ชานเมือง	เมือง	เคหะชุมชน	พัฒนาเมือง
เขตบางเขน	77	12	36	8	15	6	กลุ่มพระนครเหนือ (กท 7)
เขตดอนเมือง	85	15	64	4	2	0	
เขตหลักสี่	74	19	11	0	13	31	
เขตสายไหม	70	4	42	5	15	4	
เขตลาดพร้าว	33	4	24	3	0	2	
เขตบางกะปิ	28	9	9	0	10	0	กลุ่มบูรพา (กท 8)
เขตคันนายาว	40	13	20	5	0	2	
เขตวังทองหลาง	19	11	1	0	7	0	
เขตบึงกุ่ม	39	17	21	1	0	0	
เขตสะพานสูง	28	4	1	22	0	1	
เขตสวนหลวง	45	11	8	0	26	0	กลุ่มศรีนครินทร์ (กท 10)
เขตประเวศ	41	3	7	29	0	2	
เขตพระโขนง	44	27	15	0	2	0	กลุ่มเจ้าพระยา (กท 4)
เขตบางนา	39	16	4	1	17	1	

ที่มา : (สำนักผังเมือง กรุงเทพมหานคร)

จึงสรุปได้ว่าเขตที่อยู่ในกลุ่มพระนครเหนือและกลุ่มบูรพาเป็นแหล่งที่อยู่อาศัย การค้าและบริการเพื่อรองรับการเติบโตของชุมชน เขตที่อยู่ในกลุ่มศรีนครินทร์และกลุ่มเจ้าพระยา จะมีความเป็นเมืองเศรษฐกิจ เมืองขนส่ง และอุตสาหกรรมค่อนข้างมากกว่า อย่างไรก็ตามโฮมออฟฟิศสามารถตอบสนองผู้ประกอบการได้ทั้ง 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ประกอบกิจการค้าขายและบริการ และกลุ่มที่ประกอบธุรกิจด้านขนส่งหรืออุตสาหกรรม ดังนั้นทั้ง 14 เขตจึงมีศักยภาพที่สามารถลงทุนโครงการโฮมออฟฟิศได้

### 3.2 ด้านกฎหมาย

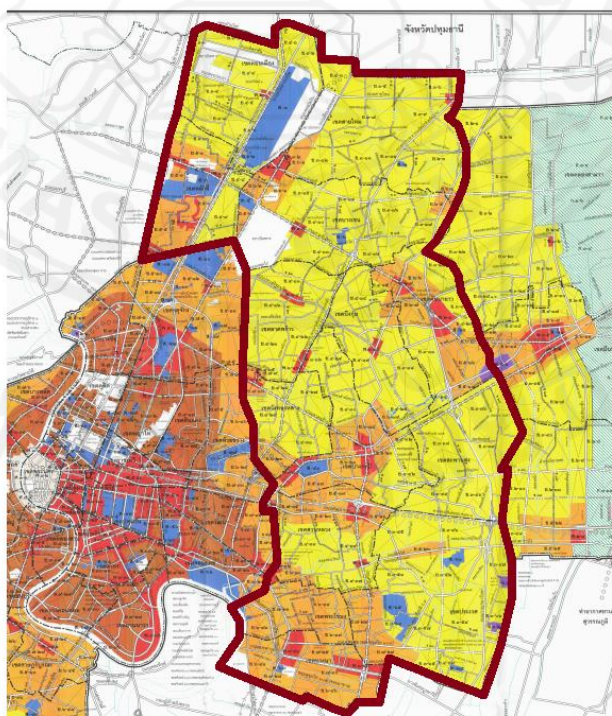
กฎกระทรวงให้ใช้บังคับผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2556

กำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดินจำแนกเป็นประเภทและแบ่งตามสีของผัง ในบทที่ 5 การศึกษาด้านกฎหมายพบว่าโฮมออฟฟิศ ในรูปแบบอาคารพาณิชย์หรือตึกแถวจะสามารถสร้างได้ในเขตผังเมืองเกือบทุกสี ในผังตะวันออกสามารถสร้างได้ในผังสีแดง สีเหลือง สีส้ม โดยมีเงื่อนไขดังนี้

ผังเมืองสีแดง (พ.1 - พ.5) สามารถสร้างอาคารพาณิชย์ ตึกแถว ห้องแถว บ้านเดี่ยว บ้านแฝด ได้โดยไม่ติดเงื่อนไขใดๆ

ผังเมืองสีส้ม (ย.5 - ย.7) ที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นปานกลาง สามารถ สร้างอาคารพาณิชย์ ตึกแถว ห้องแถว บ้านเดี่ยว บ้านแฝดได้

ผังเมืองสีเหลือง (ย.1 - ย.4) ที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นน้อย สามารถสร้างบ้านเดี่ยวได้ บ้านแฝดห้ามสร้างในพื้นที่ ย .1 ที่อยู่อาศัยประเภทตึกแถว ห้องแถว ห้ามสร้างในพื้นที่ ย .1 เช่นกัน และสามารถสร้างใน ย.2 ได้โดยมีเงื่อนไขต้องตั้งอยู่ริมเขตทางไม่น้อยกว่า 16 เมตร หรือ 500 เมตร จากระถไฟฟ้า อาคารพาณิชย์ ห้ามสร้างใน ย .1 และสร้างได้อย่างมีเงื่อนไขใน ย.2 ต้องอยู่ริมเขตทางไม่น้อยกว่า 16 เมตร สร้างได้ใน ย.3 แต่ต้องอยู่ริมเขตทางไม่น้อยกว่า 10 เมตร และ ย.4 สร้างได้โดยไม่ติดเงื่อนไข



ภาพที่ 3.5 ผังเมืองการใช้ประโยชน์ที่ดิน ในเขตต่อเมือง ผังตะวันออก

การใช้ประโยชน์ที่ดินประเภท	ย.1	ย.2	ย.3	ย.4
ที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยว				
ที่อยู่อาศัยประเภทบ้านแฝด	x			
ที่อยู่อาศัยประเภทบ้านแถว	x	1		
ที่อยู่อาศัยประเภทห้องแถว ตึกแถว	x	2		
ที่อยู่อาศัยประเภทอาคารอยู่อาศัยรวม พื้นที่ไม่เกิน 1,000 ตารางเมตร	x	2		
ที่อยู่อาศัยประเภทอาคารอยู่อาศัยรวม พื้นที่ไม่เกิน 2,000 ตารางเมตร	x	x	3	
ที่อยู่อาศัยประเภทอาคารอยู่อาศัยรวม พื้นที่ไม่เกิน 5,000 ตารางเมตร	x	x	3	1*
ที่อยู่อาศัยประเภทอาคารอยู่อาศัยรวมพื้นที่ไม่เกิน 10,000 ตารางเมตร	x	x	3	1*
ที่อยู่อาศัยประเภทอาคารอยู่อาศัยรวม พื้นที่เกิน 10,000 ตารางเมตร	x	x	x	x
พาณิชย์กรรมประเภทห้องแถว ตึกแถว	x	2	1	
พาณิชย์กรรมพื้นที่ไม่เกิน 100 ตารางเมตร				
พาณิชย์กรรมพื้นที่ไม่เกิน 300 ตารางเมตร	x	2		
พาณิชย์กรรมพื้นที่ไม่เกิน 500 ตารางเมตร	x	3	2	
พาณิชย์กรรมพื้นที่ไม่เกิน 1,000 ตารางเมตร	x	x	3	
พาณิชย์กรรมพื้นที่ไม่เกิน 2,000 ตารางเมตร	x	x	x	2
พาณิชย์กรรมพื้นที่ไม่เกิน 5,000 ตารางเมตร	x	x	x	x
พาณิชย์กรรมพื้นที่ไม่เกิน 10,000 ตารางเมตร	x	x	x	x
พาณิชย์กรรมพื้นที่เกิน 10,000 ตารางเมตร	x	x	x	x
สำนักงานประเภทห้องแถว ตึกแถว	x	2	1	

ภาพที่ 3.6 แสดงเงื่อนไขการใช้ประโยชน์ที่ดินประเภท ย.1 – ย.4 (สีเหลือง)

ที่มา : ("กฎกระทรวง ฉบับที่ 55 ออกตามความในพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522," 2543)

ดังนั้นเงื่อนไขการใช้ประโยชน์ของที่ดินในทุกเขตที่คัดกรองมานั้นผ่านการคัดกรองในขั้นนี้ทั้งหมด แต่การค้นหาแปลงที่ดินจะต้องระวังไม่อยู่ในเขตผังเมืองสีเหลือง ย.1 – ย.4 ที่มีเงื่อนไขห้ามสร้างอาคารต่างๆที่มีขนาดพื้นที่ใช้สอยเกินกำหนด

### 3.3 ด้านการตลาด

#### 3.3.1 ภาพรวมตลาดอาคารพาณิชย์ในกรุงเทพมหานคร

จากการทบทวนวรรณกรรมทางการตลาดจะต้องพิจารณาปัจจัยอุปสงค์คืออัตราการขยายของโฮมออฟฟิศและอุปทานคือจำนวนโฮมออฟฟิศทั้งหมดในตลาดที่มีและอุปทานอนาคตหรือโครงการที่ก่อสร้างใหม่เพิ่มเติม (Rymarzak & Sieminska, 2012)

เนื่องจากโฮมออฟฟิศ ตามพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร คืออาคารที่ใช้สำหรับการประกอบธุรกิจ ซื่อขายสินค้าหรือการให้บริการ โฮมออฟฟิศจึงมักเป็นอาคารพาณิชย์ ซึ่งมีความสูง 4 ชั้นไป (กองบรรณาธิการ ซีเครตา.คอม, 2557) ดังนั้นเพื่อความชัดเจนในการศึกษาด้านการตลาด จึงมุ่งเน้นไปที่โฮมออฟฟิศในรูปแบบอาคารพาณิชย์



ตารางที่ 3.3 แสดงจำนวนอาคารพาณิชย์และจำนวนการขายในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล ตั้งแต่ มกราคม – ธันวาคม ปี พ.ศ. 2557 - 2558

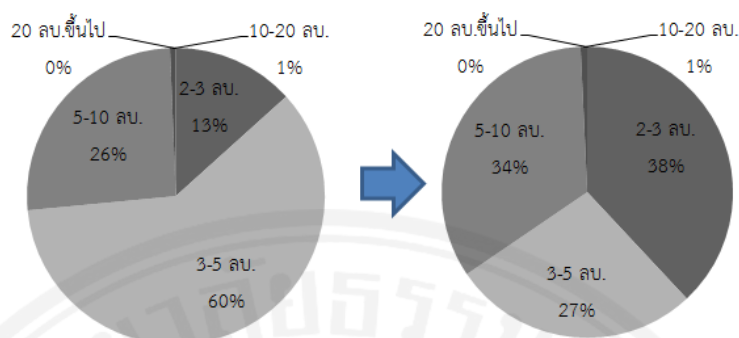
ระดับราคา	อุปทาน		อุปสงค์		สัดส่วนการขาย		มูลค่าโครงการ		ราคาขายเฉลี่ย	
	2557	2558	2557	2558	2557	2558	2557	2558	2557	2558
2-3 ลบ.	229	658	41	98	18%	15%	660	1,952	2.881	2.967
3-5 ลบ.	1,034	475	365	138	35%	29%	4,162	1,875	4.025	3.947
5-10 ลบ.	445	584	193	164	43%	28%	2,974	3,860	6.682	6.61
10-20 ลบ.	11	13	2	7	18%	54%	126	188	11.44	14.49
20 ลบ.ขึ้นไป	0	0	0	0	0%	0%	0	0	0	0
รวม	1,719	1,730	601	407			7,922	7,875		

ที่มาข้อมูล : บจก.เอเจนซี พอร์ เรียวเอสเตท แอปแฟร์ส (2558)

ตลาดระดับราคา 3 - 5 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2557 มีสัดส่วนเปิดตัวอยู่ในตลาดถึง 60% และมีสัดส่วนการขายเป็นอันดับ 2 คือ 35% ต่อมาในปี พ.ศ. 2558 อุปทานลดลงอย่างมากเหลือเพียง 27% ในตลาดเท่านั้น และมีอุปสงค์ที่ลดลงด้วยเช่นกัน ราคาขายเฉลี่ยลดลงเหลือ 3.947 ล้านบาท

ตลาดที่ระดับราคา 5 - 10 ล้านบาท มีอุปทานเพิ่มขึ้น 31% มีสัดส่วนการขายลดลงเหลือเพียง 28% เท่ากันกับระดับราคา 3 - 5 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2558 ราคาเฉลี่ยขายลดลงเล็กน้อย

ตลาดที่ระดับราคา 10 - 20 ล้านบาท มีจำนวนอุปทานน้อยมาก (ยูนิต) ไม่เปลี่ยนแปลงเลยในปี พ.ศ. 2557 - 2558 ดังนั้นพิจารณาจากข้อมูลได้เพียงเบื้องต้นเท่านั้น จะพบว่า มีสัดส่วนการขายที่ดีที่สุดในปี พ.ศ. 2558 เมื่อเปรียบเทียบกับทุกระดับราคา และยังมีราคาขายเฉลี่ยที่เพิ่มขึ้นด้วยจาก 11.44 ล้านบาท เป็น 14.49 ล้านบาท



ภาพที่ 3.7 แสดงการเปลี่ยนไปของสัดส่วนอุปทานในปี พ.ศ. 2557 – 2558  
ที่มาข้อมูล : บจก.เอเจนซี ฟอรั่ เรียวเอสเตท แอปแฟร์ส (2558)

โดยสรุปที่ตลาดระดับราคา 3 - 5 ล้านบาท และ 5 - 10 ล้านบาท เป็นตลาดที่มีการแข่งขันสูงเนื่องจากอุปทานค่อนข้างมาก ในขณะที่อุปสงค์ค่อนข้างสูงเช่นกัน เมื่อเปรียบเทียบกับระดับราคาอื่นๆในตลาดเมื่อปี พ.ศ. 2557 ต่อมา พ.ศ. 2558 สัดส่วนการขายของระดับราคา 3 - 10 ล้านบาท ยังคงมีอัตราการขายที่สูงเช่นกัน เพราะมีจำนวนยูนิตขายออก ค่อนข้างเยอะ ถือว่ามีอัตราการขายที่ค่อนข้างดี และน่าสนใจมากกว่าช่วงตลาดระดับราคาอื่นๆ หากไม่นับตลาดราคา 10 - 20 ล้านบาทแล้ว ในขณะที่ตลาดราคา 10 - 20 ล้านบาท มีจำนวนยูนิตน้อยและมีการขายออกในจำนวนยูนิตที่น้อยเช่นกัน ทั้งนี้ตลาดราคา 10 - 20 ล้านบาท อาจมีข้อมูลที่ยังไม่ครอบคลุมเพียงพอ

### 3.4 การคัดเลือกแปลงที่ดิน

จากการทบทวนวรรณกรรมทำเลที่เหมาะสมจะต้องมีปัจจัยหลัก 2 ด้าน คือ ทำเล และลักษณะการเข้าถึง

ตารางที่ 3.5 ปัจจัยที่ใช้ในการคัดกรองที่ดิน

<b>Real estate attributes</b>
Location (part of the city)
Neighbourhood
Parking capacity and accessibility
Shape and area
Function
Visibility from main access roads
The land (shape of the lot, environmental aspects, etc.)
<b>Accessibility and motor/ pedestrian traffic</b>
Pedestrian traffic intensity, types of pedestrians
Motor traffic intensity, types of vehicles
Potential to filter cross traffic
Capacity of access roads
Accessibility (proximity to public transportation)
Proximity to public parking
Proximity to distribution centres/suppliers
Natural and physical barriers (River, parks, bridges, rail tracks)
Proximity to hotel accomodation, shops/services, restaurants

ที่มา : Rymarzak & Sieminska (2012) หน้า 221

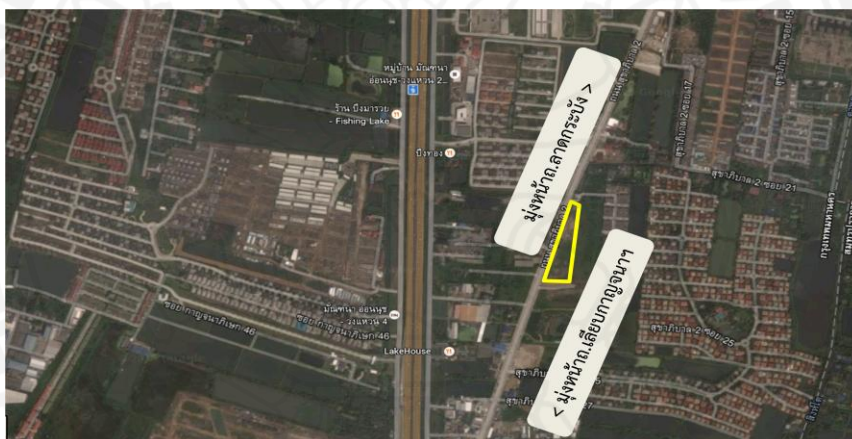
คัดเลือกแปลงจากเว็บไซต์ประกาศขายที่ดินในอินเทอร์เน็ตที่ลงประกาศขายตั้งแต่เดือน มิถุนายน 2558 – เดือนมกราคม 2559 พบที่ดินประกาศขายที่ตรงเงื่อนไข 2 แปลง คือ

แปลง A ลงประกาศเมื่อวันที่ 11 มิถุนายน 2558 ปัจจุบันยังไม่มีผู้ซื้อ เจ้าของที่ดินขายเอง ราคาประกาศขาย 90,000 บาทต่อตารางวา จากการสอบถามราคานี้สามารถลดได้เหลือ 75,000 บาทต่อตารางวา อย่างไรก็ตามเนื่องจากการคุยราคาเพียงเบื้องต้น จึงตรวจสอบราคาขายของแปลงใกล้เคียงเปรียบเทียบกับว่าขายที่ราคา 80,000 – 120,000 บาทต่อตารางวา จึงขอใช้ราคาในการคำนวณเป็นราคา 80,000 บาทต่อตารางวาแทน

แปลง B ลงประกาศเมื่อวันที่ 17 พฤศจิกายน 2558 ราคาประกาศขาย 89,000 บาทต่อตารางวา แต่เมื่อวันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2559 ได้ลงประกาศอีกครั้ง ราคา 85,000 บาทต่อตารางวา โดยบริษัท ฟอর্বเบสท์ พร็อพเพอร์ตี้ส์ จำกัด จากการสอบถามสามารถขายได้ในราคาตารางวาละ 82,000 บาท โดยประมาณ

### 3.4.1 ข้อมูลแปลง A

ที่ดินติดถนนสุขาภิบาล 2 แขวงดอกไม้ เขตประเวศ ผังเมืองสีเหลือง ย .3-62 ถนน-สุขาภิบาล 2 เชื่อมต่อถนนลาดกระบังหรือถนนอ่อนนุชเชื่อมต่อถนนสุขุมวิท 77 และ ถนน เลียบ-วงแหวนกาญจนาภิเษก ถนนสุขาภิบาล 2 เป็นถนน 4 เลน กว้างมากกว่า 16 เมตร มีทาง พุดบาท การจราจรค่อนข้างหนาแน่นช่วงมุ่งหน้าออกถนนลาดกระบัง สองข้างทางเป็นหมู่บ้านจัดสรร ขนาดใหญ่ทั้งใหม่และเก่า อาทิ คาซ่าแกรนด์, โลฟท์ บางกอกบุเลอวอร์ด, เอชเคป ซีรีน, มัณฑนา, นันท วัน, ชวนชื่น, ภัทรา, วิลล่านครินทร์และกฤษดานนคร ช่วงกลางถนนสุขาภิบาล 2 มีชุมชน 1 แห่ง ประกอบด้วยคอนโด, ตลาด, มินิไฮเปอร์ มาร์เก็ต , ซูเปอร์ ฯลฯ ถัดมาเป็นโรงงานขนาดใหญ่ ช่วง ปลายถนนสุขาภิบาล 2 เชื่อมต่อกับถนนเลียบวงแหวนยังคงเป็นพื้นที่เปล่าและบ่อน้ำขนาดใหญ่



ภาพที่ 3.8 ตำแหน่งแปลง A

ที่มาภาพ : [www.google.co.th/maps](http://www.google.co.th/maps)

ที่ดินห่างจากถนนลาดกระบัง 5 กิโลเมตร ห่างจากเลียบวงแหวนกาญจนาภิเษก 1 กิโลเมตร แปลงที่ดินจะค่อนข้างมาทางฝั่งถนนเลียบวงแหวนกาญจนาภิเษกมากกว่า สามารถวิ่งเข้าถนน บางนาตราดได้โดยตรงจะต้องย้อนขึ้นมาทางถนนลาดกระบังเพื่อเข้าถนนวงแหวนฯ และสามารถวิ่ง ทะลุซอยกาญจนาภิเษก 39 เพื่อไปยังถนนกิ่งแก้วได้ ไก่ ลีสนามบินนานาชาติสุวรรณภูมิ โดยใช้ถนน ลาดกระบัง 13 กิโลเมตร (14 นาที) ศูนย์การค้าเมกะบางนา 12 กิโลเมตร ทางพิเศษกาญจนาภิเษก 3 กิโลเมตร

### ด้านกายภาพ

แปลงที่ดินรูปสี่เหลี่ยมคางหมู ขนาด 5-1-0 ไร่ มีหน้ากว้างติดถนน 138 เมตร ความลึกส่วนที่ตื้นที่สุด 30 เมตร ความลึกส่วนที่กว้างที่สุด 60 เมตร ที่ดินถมแล้วสูงเสมอพุตบาทของถนน ด้านซ้ายของที่ดินเป็นซอยทางเข้าหมู่บ้านเก่า ด้านหลังเป็นแปลงที่ดินเปล่ารอการพัฒนา ด้านขวาของที่ดินติดที่ดินของบุคคลอื่นปัจจุบันกำลังก่อสร้างเป็นร้านอาหาร ถัดจากที่ดินไป 200 เมตร เป็นสวนป่าเฉลิมพระเกียรติของบริษัทปตท.แห่งประเทศไทย



ภาพที่ 3.9 ด้านหน้าที่ดิน



ภาพที่ 3.10 ชุมชนบนถนนสุขาภิบาล 2

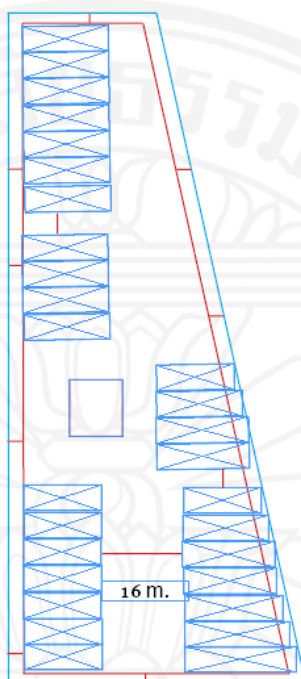


ภาพที่ 3.11 หมู่บ้านบนถนนสุขาภิบาล 2



ภาพที่ 3.12 ตลาดถ.กาญจนภิเษก 39

รูปแบบการแบ่งแปลงขายที่ได้แปลงขายมากที่สุด  
 เมื่อวางผังด้วยขนาดแปลงหน้ากว้าง 5.5 เมตร ลึก 16 เมตร ซึ่งเป็นขนาดมาตรฐานใน  
 ตลาดจะได้จำนวนแปลงสูงสุด 29 แปลง ดังนี้



ภาพที่ 3.13 ผังโครงการอย่างหยาบสำหรับการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินเบื้องต้น  
 ที่มาภาพ : จากการวาดโดยใช้โปรแกรม Adobe I-Design

### 3.4.2 ข้อมูล แปลง B

ที่ดินติดถนนสุขุมวิท 77 ซ้างซอยอ่อนนุช 51 แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง ผัง  
 เมืองสีเหลือง ย.4-34 ถนนสุขุมวิท 77 เป็นถนนไปกลับฝั่งละ 3 เลน มีเกาะกลาง กว้างมากกว่า 16  
 เมตร มีทางฟุตบอล การจราจรหนาแน่นช่วงมุ่งหน้าไปถนนลาดกระบังและมุ่งหน้าถนนสุขุมวิท สอง  
 ซ้างทางเป็นแหล่งพาณิชย์กรรม อาคารพาณิชย์ และหมู่บ้านจัดสรร



ภาพที่ 3.14 ตำแหน่งแปลง B

ที่มาภาพ : เว็บไซต์ระบบคั่นหารูปแปลงที่ดิน กรมที่ดิน

ที่ดินห่างจากถนนพัฒนาการตัดใหม่ 1.2 กิโลเมตร ห่างจากถนนศรีนครินทร์ 680 เมตร สามารถกลับรถที่แยกถนนศรีนครินทร์ได้และห่างจากจุดกลับรถ 450 เมตร มุ่งหน้าถนนพัฒนาการตัดใหม่ ตรงซอยอ่อนนุช 70 ในอนาคตจะใกล้สถานีรถไฟฟ้าสายสีเหลืองสถานี “ศรีนุช” ประมาณ 800 เมตร จากโครงการ

ด้านกายภาพ

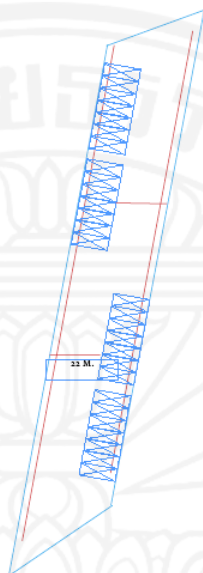
แปลงที่ดินรูปสี่เหลี่ยมด้านขนาน ขนาด 5-2-69 ไร่ มีหน้ากว้างติดถนน 50 เมตร ความลึกส่วนที่ตื้นที่สุด 235 เมตร ความลึกส่วนที่กว้างที่สุด 272 เมตร ที่ดินยังไม่ได้ถม ต้องถมสูงขึ้นอีกประมาณ 1 เมตร ด้านข้างแปลงที่ดินทั้งสองฝั่งติดบ้านพักอาศัยและที่ดินบุคคลอื่นรอการพัฒนา ด้านหลังติดคลองพระโขนง



ภาพที่ 3.15 ด้านหน้าที่ดินติดซอยอ่อนนุช 51

ภาพที่ 3.16 ด้านหน้าแปลงที่ดิน

รูปแบบการแบ่งแปลงขายที่ได้แปลงขายมากที่สุด  
 เมื่อวางผังด้วยขนาดแปลงหน้ากว้าง 5.5 เมตร ลึก 16 เมตร ซึ่งเป็นขนาดมาตรฐานใน  
 ตลาดจะได้จำนวนแปลงสูงสุด 28 แปลง ดังนี้



ภาพที่ 3.17 ผังโครงการ B แบบที่ 1  
 ที่มาภาพ : จากการวาดโดยใช้โปรแกรม Adobe I-Design

รูปแบบการแบ่งแปลงทางเลือก

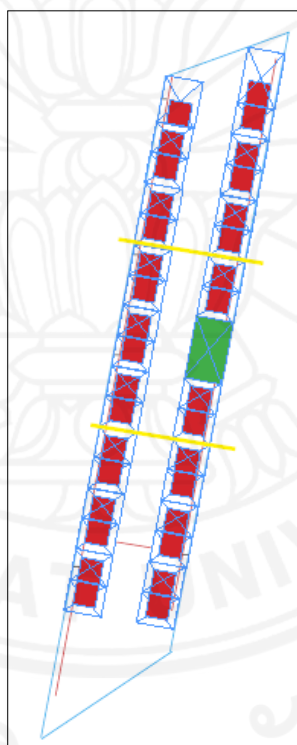
โฮมออฟฟิศที่เป็นที่ยอมรับในตลาด คือ มีพื้นที่ใช้สอย 250 ตารางเมตรขึ้นไป มีที่จอดรถเพียงพอ มีการจัดการจราจรที่ในโครงการ มีห้องนอนอย่างน้อย 2 ห้อง ห้องน้ำอย่างน้อย 3 ห้อง หน้ากว้าง 5 เมตร ขึ้นไป ดังนั้นหากเปลี่ยนรูปแบบอาคารโดยยังคงหน้ากว้างไม่ต่ำกว่า 5 เมตร เป็นอาคารในลักษณะบ้านแฝดหรือทาวน์เฮ้าส์ จะทำให้มีขนาดพื้นที่ขายมากขึ้นหรือไม่

จึงได้ทดลองวางแบบแปลงจนได้รูปแบบที่ยังคงคุณสมบัติที่เป็นที่ต้องการในตลาดไว้ เป็นบ้านแฝด ขนาดหน้ากว้างที่ดิน 11 เมตร ความลึกแปลงที่ดิน 13 เมตร รวม 35.75 ตารางวา และจัดให้มีถนนกว้าง 12 เมตร อยู่ตรงกลางโครงการ ซึ่งเป็นขนาดความกว้างที่สามารถจอดรถด้านหน้าอาคารได้อีก ในขณะที่รถยังสามารถวิ่งสวนสลับกันได้ ทำให้จัดสรรแปลงได้ 2 ผังถนน รวมได้ประมาณ 33 แปลงเพื่อขาย



ตัวอาคารเมื่อหักระยะร่นตามกฎหมายบ้านแฝดแล้วคือ ร่นด้านหลัง 2 เมตร ด้านหน้า 3 เมตร จากรั้วแบ่งแปลง ด้านซ้ายหรือขวา 2 เมตร แต่เนื่องจากระยะร่นด้านข้าง หากเว้นมากกว่านี้ อีก 1 เมตร จะสามารถทำที่จอดรถได้อีก 1 คัน รวมเป็นสามารถจอดรถหน้าบ้านได้ประมาณ 3-5 คัน จึงทำให้ได้ตัวอาคารที่มีหน้ากว้าง 8 เมตร ลึก 8 เมตร (ย.4-37, FAR 3:1, OSR 10) ความสูงอาคารสามารถทำได้ 4 – 5 ชั้น ทั้งนี้ทำในขนาด 4 ชั้น รวมอาคารมีพื้นที่ใช้สอย 256 ตารางเมตร หากลูกค้าต้องการให้ทุบหรือรวมแปลงเพื่อเพิ่มขนาดที่ดินและพื้นที่ใช้สอยเป็น 2 เท่าก็สามารถทำได้

เมื่อได้จำนวนยูนิตที่มากขึ้นทำให้ราคาขายต่ำลงเป็น 14.5 ล้านบาทต่อหลัง ในพื้นที่ 35.75 ตารางวา คิดเป็นราคาแพ็คเกจเท่ากับ 407,102 บาทต่อตารางวา ได้มูลค่าโครงการที่เพิ่มขึ้น เป็น 480,278,583.03 บาท



ภาพที่ 3.18 การแบ่งแปลงโครงการใหม่เพื่อเพิ่มพื้นที่การขาย  
ที่มาภาพ : จากการวาดโดยใช้โปรแกรม Adobe I-Design

### 3.4.3 เปรียบเทียบแปลงที่ดินด้วยวิธีการให้คะแนนและเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก

ให้น้ำหนักความสำคัญ 40% ที่ลักษณะแปลงที่ดิน (Real estate Attribute) เนื่องจากการจัดรูปแปลงที่ดินมีความสำคัญเพื่อให้ได้พื้นที่ขายที่มากที่สุดรวมถึงการออกแบบผังโครงการให้มีความสะดวกสบายมีสภาพแวดล้อมที่ดีสำหรับการเป็นโฮมออฟฟิศ และให้ความสำคัญกับลักษณะการเข้าถึง (Accessibility and motor / pedestrians traffic) 60% เนื่องจากโฮมออฟฟิศ ไม่ว่าจะเป็นลักษณะธุรกิจใดๆมีความจำเป็นที่จะต้องติดต่อกับบุคคลภายนอก เช่น ลูกค้า คู่ค้า ซัพพลายเออร์ ด้านลักษณะการเข้าถึงง่าย สะดวก อยู่ในทำเลที่เป็นที่รู้จัก จึงสำคัญมาก

ให้คะแนนแต่ละปัจจัยโดย 5 คือ ดีที่สุด 3 คือ มีความเท่ากัน และ 1 คือ ไม่ดี จากข้อมูลตามตารางด้านล่างนี้ สามารถให้คะแนนได้ดังนี้

ตารางที่ 3.6 แสดงข้อมูลลักษณะต่างๆ ของแปลงเปรียบเทียบ

	A	B
<b>Real estate attributes (30%)</b>		
Location (part of the city)	กรุงเทพฯฝั่งตะวันออก เขตต่อเมือง (ถนนสุขาภิบาล 2)	กรุงเทพฯฝั่งตะวันออก เขตต่อเมือง (ถนนสุขุมวิท 77)
Neighbourhood	โรงงาน หมู่บ้าน พื้นที่ดินเปล่า และ สวนสาธารณะ	อาคารพาณิชย์ ศูนย์การค้า โรงงาน หมู่บ้าน
Parking capacity and accessibility	ใกล้เคียงกันเนื่องจากมีขนาดที่ดินใกล้เคียง	
Shape and area	สี่เหลี่ยมคางหมู จัดรูปแปลงยาก	หน้าแคบ และ ลึก จัดรูปแปลงได้แบบเดียว
Function	สี่เหลี่ยม (ย.3-62 FAR 25:1, OSR 125)	สี่เหลี่ยม (ย.4-37, FAR 3:1, OSR 10)
Visibility from main access roads	หน้ากว้างติดริมถนนใหญ่	ที่ดินอยู่ใกล้ทางโค้งขวา เป็นจุดรับสายตาพอดี
The land (shape of the lot, environment)	29 แปลง	33 แปลง
<b>Accessibility and motor/Pedestrian traffic (70%)</b>		
Pedestrian traffic intensity, types of pedestrians	เป็นพื้นที่โรงงานและที่อยู่อาศัย ไม่ค่อยพลุกพล่าน ส่วนใหญ่เป็นพนักงานโรงงาน	เป็นพื้นที่อยู่อาศัยและพาณิชยกรรม ไม่ค่อยพลุกพล่าน ประชากรเป็นผู้อยู่อาศัยมากกว่าพนักงานโรงงาน
Motor traffic intensity, types of vehicles	หนาแน่นน้อย เป็นรถขนส่งสินค้า 60% และพาหนะส่วนตัว 40%	หนาแน่นมาก เป็นรถขนส่งสินค้า 40% พาหนะส่วนตัว 60%
Capacity of access roads	ออกไปสู่เส้นทางต่างๆยาก อ้อมไกล	ออกไปสู่ถนนเส้นต่างๆได้ง่าย
Accessibility (proximity to public transportation)	รถ 2 แถวเท่านั้น	รถ 2 แถว และ รถเมล์ ใกล้รถไฟฟ้าสายสีเหลือง
Proximity to public parking	-	-
Natural and physical barriers (River,parks, Bridges)	ไม่มี	ใกล้ทางขึ้นสะพานข้ามคลอง
Proximity to hotel accommodation, shops/services, restaurants	ใกล้ศูนย์การค้าเมกะ บางนา 13 กม.	ใกล้ศูนย์การค้าซีคอน ศรีนครินทร์ 4 กม. ใกล้ศูนย์การค้าเซ็นทรัล บางนา 19 กม.

ตารางที่ 3.7 แสดงการให้คะแนนของแต่ละปัจจัย

Real estate attributes (40%)	A	B
Location (part of the city)	3	3
Neighbourhood	3	5
Parking capacity and accessibility	3	3
Shape and area	4	2
Function	5	3
Visibility from main access roads	5	1
The land (shape of the lot, environment)	1	5
Total	24	22
<b>Weight 40%</b>	<b>9.6</b>	<b>8.8</b>
Accessibility and motor/Pedestrian traffic (60%)	A	B
Pedestrian traffic intensity, types of pedestrians	2	5
Motor traffic intensity, types of vehicles	1	5
Capacity of access roads	2	5
Proximity to distribution centres/suppliers	5	1
Natural and physical barriers (River,parks, Bridges)	5	1
Proximity to hotel accommodation, shops/services, restaurants	2	5
Total	18	27
<b>Weight 60%</b>	<b>10.8</b>	<b>16.2</b>
<b>Sum</b>	<b>20.4</b>	<b>25</b>

จะเห็นได้ว่ามีคะแนนค่อนข้างใกล้เคียงกัน คือมีความเหมาะสมทางด้านกายภาพ ลักษณะทางเข้าออกที่ใกล้เคียงกัน ดังนั้นจากคะแนน แพลง B จึงมีความเหมาะสมทางด้านทำเลที่ตั้งมากกว่า

### 3.5 วิเคราะห์เปรียบเทียบความเป็นไปได้ทางการเงินเบื้องต้น

ตารางที่ 3.8 เปรียบเทียบความเป็นไปได้ทางการเงินของแปลง A (Front Door)

Front Door Analysis		แปลง A		
พื้นที่โครงการ	2,100	ตร.วา		
พื้นที่สาธารณะ	32	ตร.วา	5%	ของพื้นที่จำหน่าย
พื้นที่ใช้สอย	300	ตร.ม.	5*15	กว้าง*ลึก (ม.)
ที่ดินต่อ 1 หลัง (เฉลี่ย)	22	ตร.วา	5*18	กว้าง*ลึก (ม.)
จำนวนยูนิต	29	หลัง	638	Salable Area
พื้นที่ส่วนกลางที่เหลือ	1,430	ตร.วา		
ต้นทุนค่าพัฒนาโครงการ				
ค่าที่ดิน	168,000,000	บาท	80,000	บาท/ตร.วา
ค่าถมดิน	1,575,000	บาท	300,000	บาท/ไร่
ค่าก่อสร้าง	113,100,000	บาท	13,000	บาทต่อตร.ม.
ค่าสาธารณูปโภค	11,440,800	บาท	2,000	บาท/ตร.ม.
รวม	294,115,800	บาท		
ต้นทุนการบริหาร				
ค่าบริหารงานและงานขาย	8,823,474		3.00%	ของต้นทุนพัฒนา
ค่าการตลาด 1%	2,941,158	บาท	1.00%	ของต้นทุนพัฒนา
รวม	11,764,632	บาท		
<b>รวมต้นทุนโครงการ</b>	<b>305,880,432</b>	<b>บาท</b>	<b>10,547,601</b>	<b>บาท/หลัง</b>
ต้นทุนเงินกู้				
ส่วนของผู้เจ้าของ	30%		3,164,280	บาท/หลัง
LTV	70%			
จำนวนเงินที่กู้	214,116,302	บาท	7,383,321	บาท/หลัง
อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ (MLR)	7.95%		586,974	บาท/หลัง
<b>ดอกเบี้ยโครงการ</b>	<b>17,022,246</b>	<b>บาท</b>		
<b>รวมต้นทุนพร้อมดอกเบี้ย</b>	<b>322,902,678</b>	<b>บาท</b>	<b>11,134,575.10</b>	<b>บาท/หลัง</b>
<b>K Factor</b>	<b>1.35</b>		<b>26%</b>	
ราคาขาย	683,941.96		15,046,723.11	บาท/หลัง
<b>มูลค่าขายทั้งโครงการ</b>			<b>436,354,970.33</b>	<b>บาท</b>

ตารางที่ 3.9 เปรียบเทียบความเป็นไปได้ทางการเงินของแปลง B (Front Door)

Front Door Analysis		แปลง B		
พื้นที่โครงการ	2,269	ตร.วา		
พื้นที่สาธารณะ	59	ตร.วา	5%	ของพื้นที่จำหน่าย
พื้นที่ใช้สอย	280	ตร.ม.	8*8	กว้าง*ลึก (ม.)
ที่ดินต่อ 1 หลัง (เฉลี่ย)	35.75	ตร.วา	11*13	กว้าง*ลึก (ม.)
จำนวนยูนิต	33	หลัง	1,180	Salable Area
พื้นที่ส่วนกลางที่เหลือ	1,030	ตร.วา		
ต้นทุนค่าพัฒนาโครงการ				
ค่าที่ดิน	186,058,000	บาท	82,000	บาท/ตร.วา
ค่าถมดิน	1,701,750	บาท	300,000	บาท/ไร่
ค่าก่อสร้าง	120,120,000	บาท	13,000	บาทต่อตร.ม.
ค่าสาธารณูปโภค	8,242,100	บาท	2,000	บาท/ตร.ม.
รวม	316,121,850	บาท		
ต้นทุนการบริหาร				
ค่าบริหารงานและงานขาย	9,483,656		3.00%	ของต้นทุนพัฒนา
ค่าการตลาด 1%	3,161,219	บาท	1.00%	ของต้นทุนพัฒนา
รวม	12,644,874	บาท		
<b>รวมต้นทุนโครงการ</b>	<b>328,766,724</b>	<b>บาท</b>	<b>9,962,628</b>	<b>บาท/หลัง</b>
ต้นทุนเงินกู้				
ส่วนของผู้เจ้าของ	30%		2,988,788	บาท/หลัง
LTV	70%			
จำนวนเงินที่กู้	230,136,707	บาท	6,973,840	บาท/หลัง
อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ (MLR)	7.95%		554,420	บาท/หลัง
<b>ดอกเบี้ยโครงการ</b>	<b>18,295,868</b>	<b>บาท</b>		
<b>รวมต้นทุนพร้อมดอกเบี้ย</b>	<b>347,062,592</b>	<b>บาท</b>	<b>10,517,048.25</b>	<b>บาท/หลัง</b>
<b>K Factor</b>	<b>1.35</b>		<b>26%</b>	
ราคาขาย	397,544.82		14,212,227.36	บาท/หลัง
<b>มูลค่าขายทั้งโครงการ</b>			<b>469,003,502.96</b>	<b>บาท</b>

### 3.6 สรุปการคัดเลือกแปลงที่ดิน

จากการเปรียบเทียบในด้านต่างๆ แปลง A จะมีจุดเด่นที่หน้ากว้างติดถนนใหญ่ โดยลักษณะรูปที่ดินแล้วมีความเหมาะสม แต่ทำเลที่ตั้งอยู่บนถนนสุขาภิบาล 2 ซึ่งมีความเสียเปรียบด้านการคมนาคมเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆในทำเลยาก คือ ต้องวิ่งย้อนขึ้นไปทางถนนลาดกระบัง เพื่อเข้าทางพิเศษกาญจนาภิเษก หรือ วิ่งบนถนนเลียบบางส่วนมาออกถนนบางนา-ตราด แล้วค่อยกลับรถอีกทีหนึ่งเพื่อเข้าเมือง ไม่มีรถประจำทางที่มีรอบวิ่งสม่ำเสมอ มีเพียงรถ 2 แถวประจำทาง 1 สาย และความหนาแน่นในบริเวณโดยรอบถือว่าน้อยกว่าแปลง B ดังนั้นจึงเลือกแปลง B โดยให้น้ำหนักด้านทำเลที่สูงกว่าและด้านการเข้าออกสู่ถนนหลักและการเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวกที่มากกว่า ด้านการเงินเมื่อเปรียบเทียบราคาขายต่อยูนิตแล้วที่ดินแปลง B มีราคาขายที่ถูกกว่าเนื่องจากได้พื้นที่ขายมากกว่า และด้วยรูปแบบสินค้าที่มีความแตกต่างในตลาดทำให้มีความได้เปรียบมีความคุ้มค่าด้านราคาต่อตารางวาทำให้มีความน่าสนใจมากกว่า

## บทที่ 4 วิเคราะห์กฎหมายที่เกี่ยวข้อง

### 4.1 กฎหมายผังเมือง

ตารางที่ 4.1 แสดงตารางสรุปข้อกำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดินตามกฎหมายกระทรวง

การใช้ประโยชน์ที่ดินประเภท	ย1	ย2	ย3	ย4	ย5	ย6	ย7	ย8	ย9	ย10	พ1	พ2	พ3	พ4	พ5	อ1	อ2	อ3	ก1	ก2	ก3	ก4	ก5	ค1	ค2
ที่อยู่อาศัยประเภทตึกแถว ตึกแถว	x	2																	x	x	x	x			
พาณิชย์ยกรรมประเภทตึกแถว ตึกแถว	x	2	1																x	x	x	x			
พาณิชย์ยกรรมพื้นที่ไม่เกิน 100 ตารางเมตร																			2	2	2	2			
พาณิชย์ยกรรมพื้นที่ไม่เกิน 300 ตารางเมตร	x	2																	2	x	x	x	x		
พาณิชย์ยกรรมพื้นที่ไม่เกิน 500 ตารางเมตร	x	3	2																3	x	x	x	3	2	
พาณิชย์ยกรรมพื้นที่ไม่เกิน 1,000 ตารางเมตร	x	x	3																x	x	x	x	x	3	
พาณิชย์ยกรรมพื้นที่ไม่เกิน 2,000 ตารางเมตร	x	x	x	2															x	x	x	x	x	x	2
พาณิชย์ยกรรมพื้นที่ไม่เกิน 5,000 ตารางเมตร	x	x	x	x	2														x	x	x	x	x	x	x
พาณิชย์ยกรรมพื้นที่ไม่เกิน 10,000 ตารางเมตร	x	x	x	x	3	3	2	2	1	1	2	2	1						x	x	x	x	x	x	x
พาณิชย์ยกรรมพื้นที่เกิน 10,000 ตารางเมตร	x	x	x	x	x	x	3	3	2	2	x	3	3	2	2				x	x	x	x	x	x	x
สำนักงานประเภทตึกแถว ตึกแถว	x	2	1																x	x	x	x			

ที่มา : สำนักผังเมือง (2556)

โสมออฟฟิศ เป็นการใช้ประโยชน์ที่ดินประเภทพาณิชยกรรม สำนักงาน และที่อยู่อาศัย  
ดังนั้นจึงสามารถสร้างได้ในเขตพื้นที่ดังนี้

- สีเหลือง ย. 2 – ย.4 - สีส้ม ย.5 – ย.7
- สีน้ำตาล ย.8 – ย.1 - สีแดง พ.1 – พ.5
- สีม่วง อ.1 – อ.2 - สีเขียว ก.5
- สีเม็ดมะปราง อ.3 (เฉพาะไม่เกิน 300 ตารางเมตร สำหรับการใช้ประโยชน์เพื่อพาณิชยกรรมและสำนักงาน)
- สีขาวมีกรอบและเส้นทแยงสีเขียว ก.1 – ก.3 (เฉพาะไม่เกิน 100 ตารางเมตร สำหรับการใช้ประโยชน์เพื่อพาณิชยกรรมและสำนักงานและต้องไม่ใช่อาคารลักษณะตึกแถวหรือห้องแถว)
- สีน้ำตาลอ่อน ศ.1 – ศ.2

และการก่อสร้างอาคารที่มีพื้นที่เกิน 100 ตารางเมตรขึ้นไป จะมีข้อกำหนดเพิ่มเติมคือ จะต้องตั้งอยู่ริมถนนที่มีเขตทางไม่น้อยกว่า 12 เมตรขึ้นไป ซึ่งข้อกำหนดเพิ่มเติมนี้ขึ้นอยู่กับว่าที่ดินตั้งอยู่ในเขตผังเมืองรหัสใด (สำนักผังเมือง กรุงเทพมหานคร, 2556)

เมื่อพิจารณาจากกฎหมายผังเมือง ผังเมืองสีน้ำตาลจะอยู่บริเวณเขตเมืองชั้นใน ซึ่งมีราคาที่ดินสูงเกินไปที่จะสามารถทำโสมออฟฟิศให้มีฟังก์ชันการใช้งานตามที่ตลาดต้องการได้ ผังเมืองสีส้ม ผังเมืองสีเหลือง และผังเมืองสีแดงจึงมีความเป็นไปได้มากกว่า โดยมีรายละเอียดดังนี้



ฝั่งเมืองสี่เหลียง ได้แก่ เขตทุ่งครุ เขตหนองแขม เขตบางแค เขตสวนหลวง เขตประเวศ เขตสะพานสูง เขตวังทองหลาง เขตลาดพร้าว เขตบึงกุ่ม เขตบางเขน เขตสายไหม เขตคลองสามวา เขตดอนเมือง

ฝั่งเมืองสี่สั้ม ได้แก่ เขตภาษีเจริญ เขตจอมทอง เขตราชบุรีบูรณะ เขตจตุจักร เขตหลักสี่ เขตห้วยขวาง เขตพระโขนง เขตบางนา เขตบางกะปิ

#### 4.2 กฎหมายควบคุมอาคาร

ลักษณะการก่อสร้างอาคารพาณิชย์วิเคราะห์จากกฎหมาย ("กฎกระทรวง ฉบับที่ 55 ออกตามความในพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522," 2543) เพื่อกำหนดขนาดที่ดินที่เหมาะสม ลักษณะของห้องแถวหรือตึกแถวต้องมีความกว้างไม่น้อยกว่า 4 เมตร และมีความลึกและมีความลึกไม่น้อยกว่า 4 เมตร แต่ไม่เกิน 24 เมตร โดยพื้นที่ชั้นล่างจะต้องไม่น้อยกว่า 30 ตารางเมตร จะสามารถสร้างต่อเนื่องกันไปได้ไม่เกิน 10 คูหา หรือ 40 เมตร แล้วต้องเว้นระยะช่องว่างไม่น้อยกว่า 4 เมตร ตลอดความลึกของช่วงตึก พื้นที่ว่างด้านหลังอาคารไม่น้อยกว่า 3 เมตร หากที่ดินติดกับบุคคลอื่นต้องเว้นระยะไม่น้อยกว่า 2 เมตร

##### การเว้นระยะจากถนน

- กรณีไม่ติดถนนสาธารณะต้องเว้นระยะหน้าอาคารไม่น้อยกว่า 6 เมตร
- กรณีก่อสร้างอาคารใกล้ถนนสาธารณะที่กว้างน้อยกว่า 6 เมตร ต้องเว้นระยะแนวอาคารจากกึ่งกลางถนนนั้นอย่างน้อย 3 เมตร
- กรณีอาคารสูงเกิน 2 ชั้น หรือ เกิน 8 เมตรขึ้นไป ถ้าติดกับถนนสาธารณะที่กว้างน้อยกว่า 10 เมตร ต้องเว้นระยะจากกึ่งกลางถนนอย่างน้อย 6 เมตร
- ถนนกว้าง 10 เมตรขึ้นไปแต่ไม่เกิน 20 เมตร ต้องเว้นระยะอย่างน้อย 1 ใน 10 ของความกว้างถนน
- ถ้าถนนนั้นมีความกว้างมากกว่า 20 เมตรขึ้นไป ต้องเว้นระยะห่างจาก เขตถนนสาธารณะอย่างน้อย 2 เมตร

### 4.3 กฎหมายเกี่ยวกับการจัดสรรที่ดิน

ขนาดของที่ดินจัดสรรแบ่งเป็น 3 ขนาด คือ ขนาดเล็กมีจำนวนแปลงย่อยเพื่อจำหน่ายไม่เกิน 99 แปลง หรือ น้อยกว่า 19 ไร่ ขนาดกลางมีแปลงเพื่อจำหน่ายตั้งแต่ 100 – 499 แปลง หรือ มีเนื้อที่ทั้งโครงการ 19 -100 ไร่ และขนาดใหญ่มีจำนวนแปลงเพื่อจำหน่ายมากกว่า 500 แปลง ขึ้นไป หรือมีเนื้อที่มากกว่า 100 ไร่ ขึ้นไป

การจัดสรรที่ดินเพื่อจำหน่ายที่พร้อมอาคารประเภทอาคารพาณิชย์ ที่ดินต้องมีความกว้างไม่ต่ำกว่า 4 เมตรและมีเนื้อที่ดินรวมไม่ต่ำกว่า 16 ตารางวา

ระยะห่างของตัวอาคารจากเขตที่ดินและการเว้นช่องว่างระหว่างอาคารเป็นไปตามกฎหมายควบคุมอาคาร

ห้ามแบ่งแปลงที่ดินเป็นรูปร่างที่ไม่สามารถใช้ประโยชน์ได้

ที่ดินทุกแปลงที่ติดถนนสาธารณะบุคคลสำหรับเป็นทางเข้าออกรถยนต์ ต้องมีความกว้างของหน้าแปลงไม่น้อยกว่า 4 เมตร

ถนนที่ใช้เป็นทางเข้าออก ภายในพื้นที่จัดสรรขนาดเล็ก ต้องมีความกว้างของถนนไม่ต่ำกว่า 9 เมตร หรือ มีความกว้างของผิวจราจร ไม่ต่ำกว่า 6 เมตร พื้นที่จัดสรรขนาดกลางต้องมีความกว้างของถนนไม่ต่ำกว่า 12 เมตร คือต้องมีผิวจราจรไม่ต่ำกว่า 8 เมตร และพื้นที่จัดสรรขนาดใหญ่ ต้องมีความกว้างของถนนไม่ต่ำกว่า 18 เมตร หรือมีผิวจราจรไม่ต่ำกว่า 13 เมตร และจะต้องมีเกาะกลางถนนกว้างไม่น้อยกว่า 1 เมตร ทางเท้าด้านข้างกว้างฝั่งละ 2 เมตร

ถนนที่ใช้เป็นทางเข้าของพื้นที่จัดสรรขนาดใหญ่จะต้องมีความกว้างของถนนไม่ต่ำกว่า 18 เมตร

ที่จอดรถอาคารพาณิชย์ทุกแปลงต้องมีที่จอดรถด้านหน้าแปลงละไม่น้อยกว่า 1 คัน โดยจะต้องมีความกว้างไม่น้อยกว่า 2.4 เมตร ยาวไม่น้อยกว่า 5 เมตร กรณีที่จอดรถขนานกับแนวทางเดินรถต้องมีความกว้างไม่น้อยกว่า 2.4 เมตร และความยาวไม่น้อยกว่า 6 เมตร ทำมุมตั้งแต่ 30 องศา จะต้องมีความกว้างไม่น้อยกว่า 2.4 เมตร และยาว 5.5 เมตร

ทางเข้าออกที่ติดกับทางหลวงแผ่นดิน หรือทางหลวงท้องถิ่นต้องมีความกว้างของเขตทางตั้งแต่ 30 เมตรขึ้นไป ต้องจัดให้มีที่จอดรถฝั่งละ 2.4 เมตร

หากต้องการจัดตั้งนิติบุคคลจะต้องจัดให้มีที่ตั้งสำนักงานนิติบุคคล อย่างน้อยบนที่ดินไม่ต่ำกว่า 20 ตารางวา หรือกว้างไม่น้อยกว่า 8 เมตร ยาว 10 เมตร

ต้องกันพื้นที่ไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ของพื้นที่จัดจำหน่ายเพื่อทำสวน สนามเด็กเล่น หรือ สนามกีฬา และมีระยะในแต่ละด้านไม่ต่ำกว่า 10 เมตร โดยไม่ให้แบ่งเป็นแปลงย่อยๆ หลากๆ แห่ง ยกเว้นในแต่ละแห่งมีพื้นที่กันไว้ตั้งแต่ 1 ไร่ขึ้นไป และให้ปลูกต้นไม้ยืนต้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 ของพื้นที่สวน พื้นที่สวนนี้จะต้องปลอดจากภาวะผูกพันและการรอนสิทธิใดๆ

พื้นที่สำหรับนิติบุคคลหากโครงการจัดสรรจัดให้จะต้องเป็นไปตามเงื่อนไขอย่างใดอย่างหนึ่งดังนี้

- 1) พื้นที่ไม่ต่ำกว่า 20 ตารางวา และมีความกว้างไม่น้อยกว่า 8 เมตร ความยาวไม่น้อยกว่า 10 เมตร ยกเว้นว่าข้อบัญญัติของกรุงเทพมหานครกำหนดไว้สูงกว่าให้เป็นไปตามข้อบัญญัตินั้น โดยตำแหน่งของที่ตั้งให้มีเขตติดต่อกับสาธารณูปโภคอื่นๆ เช่น สวน ถนน สนามเด็กเล่น หรือสาธารณูปโภคอื่นที่ใช้ประโยชน์ในลักษณะเดียวกันได้
- 2) ที่ดินพร้อมอาคารมีเนื้อที่รวมไม่น้อยกว่า 16 ตารางวาและมีความกว้างไม่น้อยกว่า 4 เมตร
- 3) พื้นที่ส่วนอื่นที่ผู้จัดสรรได้จัดให้เป็นที่ตั้งของนิติบุคคล ตามกฎหมายอื่นแล้ว เช่น บริเวณสโมสร หรือ สำนักงานชายเดิม โดยมีพื้นที่รวมไม่น้อยกว่า 64 ตารางเมตร ("ข้อกำหนด เกี่ยวกับการจัดสรรที่ดินเพื่อที่อยู่อาศัยและพาณิชยกรรมกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2550.," 2550)

#### 4.4 สรุปการวิเคราะห์กฎหมาย

พื้นที่ที่เหมาะสมสำหรับโครงการโฮมออฟฟิศทางด้านกฎหมาย ได้แก่ พื้นที่ในเขตผังเมืองสีส้มและสีเหลือง และสามารถสรุปการสร้างอาคารได้ดังนี้

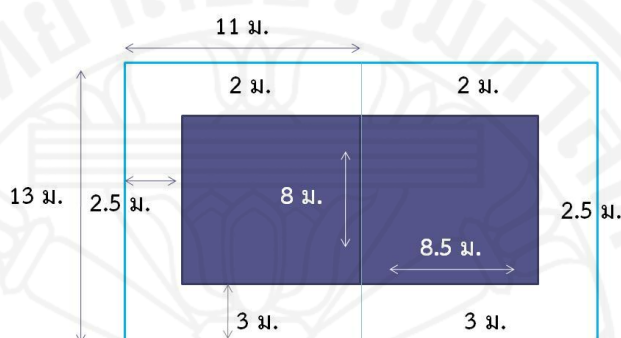
กรณีสร้างเป็นอาคารพาณิชย์ หรือตึกแถว



ภาพที่ 4.1 แสดงลักษณะแปลงที่ดินอย่างน้อยสำหรับตึกแถว 1 แถว

กำหนดให้ที่ดินติดถนนสาธารณะที่กว้างมากกว่า 20 เมตรขึ้นไป จึงมีระยะร่นอย่างน้อย 2 เมตร กำหนดให้ 3 เมตร เพื่อการจอดรถ และที่ดินทั้ง 3 ด้านติดกับที่ดินบุคคลอื่น จึงต้องมีระยะร่น 2 เมตร สรุปได้ว่า ที่ดินอย่างน้อยต้องมีหน้ากว้าง 44 เมตรหรือต่ำกว่าได้แล้วแต่กรณี แต่ความลึกของที่ดินแปลงนั้นต้องไม่น้อยกว่า 21 เมตร ดังนั้นต้องใช้ที่ดินเฉลี่ย 30.25 ตารางวา

กรณีสร้างเป็นอาคารแฝด



ภาพที่ 4.2 แสดงลักษณะที่ดินสำหรับโฮมออฟฟิศรูปแบบอาคารแฝด

จากกรณีที่ดินแปลง B สามารถจัดรูปแปลงได้โดยอาคารแฝดจะต้องเว้นระยะจากที่ดินด้านหลัง 2 เมตร ด้านหน้า 3 เมตร และระหว่างคูของอาคารไม่น้อยกว่า 2 เมตร ดังนั้นที่ดินจึงมีขนาด 35.75 ตารางวา มีความลึก 13 เมตร กว้าง 11 เมตร ตัวอาคารมีความกว้าง 8.5 เมตรและความลึก 8 เมตร โดยผ่านข้อกำหนดพื้นที่ขั้นต่ำของอาคารที่ 24 ตารางเมตร โดยมีพื้นที่ชั้นล่าง 64 ตารางเมตร

## บทที่ 5

### การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาด

ศึกษาสถานการณ์เศรษฐกิจภายในประเทศไทยที่ส่งผลต่อตลาดของโฮมออฟฟิศ และ ศักยภาพของตลาดของอสังหาริมทรัพย์ที่เกี่ยวข้องกับการซื้อ ขาย ให้เช่า อาคารสำนักงาน อาคารพาณิชย์ ออฟฟิศสเปซ เพื่อพิจารณาความแตกต่างของอุปสงค์และอุปทานในแต่ละประเภทของ อสังหาริมทรัพย์ สภาพตลาดและอัตราการขาย เพื่อหากลุ่มลูกค้าที่แท้จริงสำหรับอสังหาริมทรัพย์ใน ลักษณะอาคารที่ใช้ประโยชน์กึ่งที่อยู่อาศัย กึ่งอาคารพาณิชย์ หรือ โฮมออฟฟิศ

#### 5.1 การเติบโตของเศรษฐกิจในประเทศไทย

จากตัวเลขผลิตภัณฑ์มวลรวม (GDP) ในไตรมาส 3 ปี พ.ศ. 2558 พบว่าขยายตัวขึ้น ร้อยละ 2.9 โดยขยายตัวดีในสาขาอุตสาหกรรม การบริการ และการก่อสร้างเป็นหลัก โดยคาดว่า เศรษฐกิจไทยในปี 2559 จะขยายตัวมากขึ้นจากการเร่งใช้จ่ายของรัฐบาล มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ ต่างๆ แนวโน้มการอ่อนค่าของเงินบาท ราคาน้ำมันที่ยังคงมีแนวโน้มปรับตัวต่ำลง และคาดว่ามูลค่า การส่งออก การบริโภคครัวเรือนและการลงทุนจะขยายตัวเพิ่มขึ้น (สำนักยุทธศาสตร์และการวางแผน เศรษฐกิจมหภาค, 2558) จึงมีแนวโน้มที่จะส่งผลให้เกิดการขยายกิจการหรือเกิดการจัดตั้งบริษัท ใหม่ๆ ทำให้อุปสงค์การมองหาสถานที่ประกอบธุรกิจเพิ่มมากขึ้น

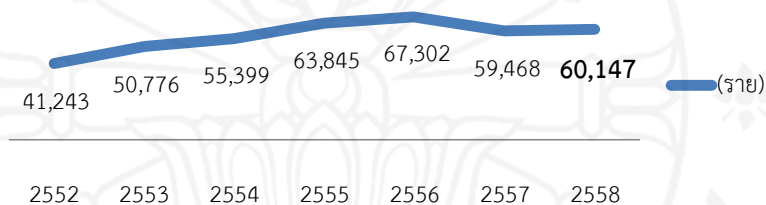
ประมาณการเศรษฐกิจ ปี 2558 - 2559

(%YoY)	2557	2558		ประมาณการ	
	ทั้งปี	Q2	Q3	2558	2559
GDP (CVM)	0.9	2.8	2.9	2.9	3.0-4.0
การลงทุนรวม	-2.6	2.7	-1.2	4.6	9.5
ภาคเอกชน	-2.0	-3.2	-6.6	-1.3	4.7
ภาครัฐ	-4.9	24.7	15.9	22.6	11.2
การบริโภคภาคเอกชน	0.6	1.6	1.7	2.0	2.6
การบริโภคภาครัฐบาล	1.7	3.8	1.0	2.7	3.2
มูลค่าการส่งออกสินค้า	-0.3	-5.5	-4.7	-5.0	3.0
ปริมาณ	0.7	-3.8	-1.8	-3.0	2.0
มูลค่าการนำเข้าสินค้า	-8.5	-10.1	-14.5	-9.8	5.4
ปริมาณ	-6.8	-0.4	-3.1	-0.1	3.9
ดุลบัญชีเดินสะพัด	3.8	6.3	6.8	6.3	5.7
ต่อ GDP (%)					
เงินเพื่อ	1.9	-1.1	-1.1	-0.8	1.0-2.0

ภาพที่ 5.1 แสดงการประมาณการเศรษฐกิจ ปี 2558 - 2559

## 5.2 การจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทใหม่

ปีพ.ศ. 2558 ที่ผ่านมามีบริษัทจดทะเบียนเพิ่มขึ้น 1% จากปี พ.ศ. 2557 หรือ จำนวน 679 ราย โดยกรมพัฒนาธุรกิจการค้าคาดว่าภายในปี 2559 จะมีบริษัทจดทะเบียนไม่ต่ำกว่า 60,000 ราย เนื่องจากเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับเศรษฐกิจที่ฟื้นตัวมากขึ้น โดยบริษัทที่จดทะเบียน โดยประเภทธุรกิจที่จดทะเบียนจัดตั้งสูงสุด 5 อันดับ คือ ธุรกิจก่อสร้างอาคารทั่วไป ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหาร ธุรกิจให้คำปรึกษาด้านการจัดการ และ ธุรกิจขายส่งวัสดุก่อสร้าง ภายในปีเดียวกันมีจำนวนธุรกิจที่จดทะเบียนเลิกกิจการ 14% ซึ่งโดยส่วนใหญ่เป็นธุรกิจค้าปลีกเนื่องจากไม่ได้ประกอบกิจการ และกรมพัฒนาธุรกิจการค้าได้ติดตามอย่างเข้มงวด สำหรับมูลค่าทุนจดทะเบียนในปี พ.ศ. 2558 เพิ่มขึ้น 74% จาก 31,387 ล้านบาทในเดือนธันวาคมปี พ.ศ. 2557 เป็น 54,645 ล้านบาท และคาดว่าจะเติบโต 4% ในปีถัดไป



ภาพที่ 5.2 ประมาณการจดทะเบียนจัดตั้งนิติบุคคลตั้งแต่ปี พ.ศ.2552 – 2558

## 5.3 อุปสงค์และอุปทานในตลาด

ข้อมูลอุปสงค์และอุปทานของอาคารพาณิชย์จากการเก็บข้อมูลของศูนย์ข้อมูลธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ อัตราการขายพื้นที่ของออฟฟิศสำนักงาน จากการเก็บข้อมูลของ CBRE และข้อมูลการขายของตัวเมือง เพื่อพิจารณาแนวโน้มความต้องการโฮมออฟฟิศ

### 5.3.1 สถิติการออกใบอนุญาตก่อสร้างอาคารเพื่อการพาณิชย์ในกรุงเทพมหานคร

ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ได้รวบรวมสถิติการออกใบอนุญาตก่อสร้างอาคารเพื่อการพาณิชย์ไว้ โดยจากข้อมูลพบว่าในปี พ.ศ. 2557 – 2558 มีการออกใบอนุญาตลดลง 8% และจากการคาดการณ์ยังคงมีการออกใบอนุญาตลดลงอีก 11% ถึงแม้ว่าในช่วงไตรมาสที่ 2/2015 และ 3/2015 จะมีการออกใบอนุญาตเพิ่มมากขึ้น 10% ก็ตาม ตัวเลขดังกล่าวสะท้อนถึงภาวะเศรษฐกิจซึ่งมีความถดถอย อีกนัยหนึ่งคืออุปทานของอาคารพาณิชย์มีจำนวนลดลงตามสภาวะเศรษฐกิจด้วย

ตารางที่ 5.1 แสดงสถิติการออกใบอนุญาตก่อสร้างอาคารเพื่อการพาณิชย์ในกรุงเทพมหานคร

	2014				2015		
	Q1/2014	Q2/2014	Q3/2014	Q4/2014	Q1/2015	Q2/2015	Q3/2015
จำนวนอาคาร (หน่วย)	498	427	459	428	382	388	428

YTD		QoQ	YoY	YTD
2014	2015			
1,384	1,198	10%	-8%	-11%

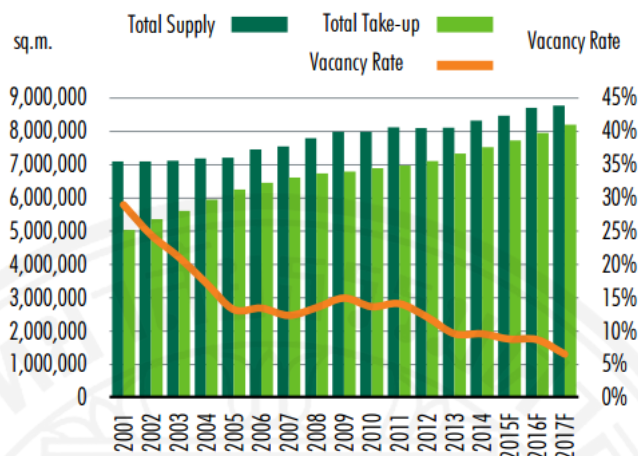
ที่มา : (ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์, 2558)

### 5.3.2 ภาวะตลาดออฟฟิศเช่าในกรุงเทพมหานคร (Office Space)

พื้นที่สำนักงานให้เช่าตามอาคารต่างๆในเขตกรุงเทพมหานครมีการใช้งานเพื่อเป็นสำนักงานเต็มพื้นที่ไม่ได้มีส่วนที่สามารถทำเป็นห้องนอนหรือพื้นที่สำหรับอยู่อาศัยได้ ใช้ส่วนกลางร่วมกัน คือ ลิฟต์ เครื่องปรับอากาศ แม่บ้าน ลาดจอดรถ ห้องอาหาร ฯลฯ

จากข้อมูลของ CBRE ได้แบ่งอาคารที่ปล่อยเช่าพื้นที่ทำสำนักงานในกรุงเทพมหานคร เป็น 2 เกรด คือ เกรด A และ เกรด B และแบ่งตามที่ตั้งของอาคารคือ CBD และ Non CBD โดยออฟฟิศเกรด A ที่ตั้งอยู่ที่ CBD จะมีราคาสูงที่สุด

อุปทานและอุปสงค์ในตลาดตั้งแต่ปี ค.ศ. 2001 – 2016 พบว่ามีอุปทานเพิ่มขึ้นทุกปี ในขณะที่อุปสงค์เพิ่มขึ้นในอัตราที่มากกว่าทำให้อัตราการว่างต่ำลงอย่างต่อเนื่องทุกปี โดยในไตรมาสที่ 3 ปี.ศ. 2015 มีอัตรารว่างเพียง 8.8% ความต้องการที่มากขึ้นในขณะที่ไม่มีสินค้าในตลาดทำให้ค่าเช่าพื้นที่สำนักงานออฟฟิศเกรด A CBD เพิ่มขึ้น 4.1% จากปี ค.ศ. 2014 โดยเฉลี่ยเป็น 880 บาทต่อตารางเมตร เนื่องจากคาดการณ์ว่าภายใน ปี ค.ศ. 2017 นี้จะมีอุปทานที่ค่อนข้างจำกัด อาจทำให้ราคาเช่าเพิ่มขึ้นอีก แต่เพิ่มขึ้นในอัตราที่ช้าเนื่องจากสภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน



ภาพที่ 5.3 แสดงอุปสงค์และอุปทานของตลาดพื้นที่เช่าออฟฟิศสำนักงานในกรุงเทพฯ

จึงเห็นได้ว่ามีความต้องการพื้นที่ทำสำนักงานอีกมากแต่ทั้งนี้อุปสงค์สำหรับออฟฟิศสเปซในใจกลางเมือง หรือ CBD อาจไม่ใช่อุปสงค์ทางตรงของโฮมออฟฟิศ เนื่องจากมีวัตถุประสงค์สำหรับการใช้ประโยชน์ที่ต่างกัน แต่แสดงให้เห็นว่าความต้องการพื้นที่สำหรับประกอบกิจการนั้นมีจริง

### 5.3.3 อัตราการดูดซับของโฮมออฟฟิศในเขตประเวศ

จากการทบทวนวรรณกรรมทางการตลาดจะต้องพิจารณาปัจจัยด้านอุปสงค์คือ

อัตราการขายของโฮมออฟฟิศและอุปทานคือจำนวนโฮมออฟฟิศทั้งหมดในตลาดที่มีและอุปทาน

อนาคตหรือโครงการที่ก่อสร้างใหม่เพิ่มเติม (Rymarzak & Sieminska, 2012)

ผู้ศึกษาจึงได้สำรวจโครงการโฮมออฟฟิศที่กำลังดำเนินการขายในเขตประเวศ

พบว่ามีโครงการโฮมออฟฟิศเปิดขาย จำนวน 2 โครงการภายในเขตประเวศ และมีโครงการโฮมออฟ

ฟิศในพื้นที่ข้างเคียงเขตประเวศ จำนวน 3 โครงการ พบว่าระดับราคาและอัตราการขายสอดคล้องกับ

ภาพรวมของตลาดทั่วกรุงเทพมหานคร คือ ระดับราคาต่ำกว่า 10 ล้านบาท จะมีอัตราการขายที่ดีกว่า

ระดับราคา 10 ล้านบาทขึ้นไป



## ตารางที่ 5.2 อุปสงค์และอุปทานเบื้องต้นของโฮมออฟฟิศในเขตประเวศ

	BIZ พัฒนาการ-อ่อนนุชตัดใหม่	ลุมพินี ทาวน์ เรสซิเดนซ์ บางนา - ศรีนครินทร์	BIZ ปรัชญา	H cape Biz Sector อ่อนนุช 2	ดิเอดจ์ ศรีนครินทร์ 15
ที่ตั้ง	แยกอ่อนนุช-พัฒนาการตัดใหม่	วงแหวน ศรีนครินทร์	ถนนลาดกระบัง	ถนนสุขาภิบาล 2	ซอยศรีนครินทร์ 15
ขนาด	9-0-52 ไร่	2-3-8 ไร่	n/a	9 ไร่	0-1-194 ไร่
จำนวน	85	9	12	60	8
ความกว้างถนนในโครงการ	21 เมตร	8 เมตร	12 เมตร	10 เมตร	4 เมตร
ระดับราคา	7 - 18 ล้านบาท	7 - 10 ล้านบาท	8- 12 ล้านบาท	9 - 18 ล้านบาท	17.5 - 35 ล้านบาท
รุ่นมาตรฐาน	7,500,000	8,390,000	9,000,000	15,000,000	20,000,000
ขนาดที่ดิน	18	25	17	22	59
ที่จอดรถส่วนกลาง	180	20	10	220	-
เปิดขาย	ก.พ. 2559	ต.ค. 2557	พ.ย. 2558	มิ.ย. 2555	ก.ย. 2558
จำนวนขายได้	44 หลัง	5	12	-	5
อัตราการขาย	3.6 หลัง/เดือน	0.3 หลัง/เดือน	3 หลัง/เดือน	2 หลัง/เดือน	0.8 หลัง/เดือน
%	52%	56%	100%	100%	63%

ที่มา : ข้อมูลจากการลงสำรวจเมื่อเดือนมกราคม - กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2559

### 5.4 โอกาสการเพิ่มขึ้นของอุปสงค์

#### 5.4.1 การเป็นสมาชิกประชาคมอาเซียน (AEC: Asian Economics Community)

การเปิดการค้าเสรีทำให้แต่ละประเทศมีการถ่ายเทความรู้ แรงงาน และทรัพยากรไปสู่ประเทศต่างๆในประชาคมได้ง่ายขึ้น สำหรับประเทศไทยที่ถือว่าเป็นศูนย์กลางของประชาคมจะมีโอกาสในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสาขาการท่องเที่ยว สาขาการบิน การเป็นศูนย์กลางกระจายสินค้า เป็นศูนย์กลางทางการแพทย์ (Medical Hub) ฯลฯ ในกรุงเทพมหานครจะกลายเป็นศูนย์กลางสำนักงานของธุรกิจที่หนาแน่นและแออัดมากขึ้น การคมนาคมภายในประเทศที่สะดวกมากขึ้นจะทำให้การกระจุกตัวภายในกรุงเทพมหานครกระจายตัวออกสู่ย่านเขตต่อเมืองและชานเมืองมากขึ้น ทำให้ในเขตดังกล่าวเริ่มมีความคึกคักมากขึ้น ปรับเปลี่ยนจากเขตที่อยู่อาศัยเป็นเขตพาณิชยกรรมมากขึ้น (องค์ความรู้ประชาคมอาเซียน., 2555)

#### 5.4.2 การเพิ่มขึ้นของราคาที่ดิน

ปี พ.ศ. 2559 กรมธนารักษ์ได้ประกาศราคาประเมินที่ดินใหม่ทั่วประเทศเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยร้อยละ 27.72 ทั่วประเทศ โดยเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 15.78 ราคาประเมินในพื้นที่ปริมณฑลเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 18.97 ภาคกลางเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 22.79 พื้นที่ที่มีราคาประเมินที่ดินสูงสุดของประเทศอยู่ในกรุงเทพมหานคร บริเวณถนนสีลม จากแยกศาลาแดงถึง

แยกนราธิวาสราชนครินทร์ ตารางวาละ 1,000,000 บาท รองลงมาเป็นถนนราชดำริ และถนนเพลินจิตตลอดสาย ราคาประเมินที่ดินใหม่ตารางวาละ 900,000 บาท อันดับถัดมาเป็นถนนราชดำริ ช่วงจากแยกศาลาแดงถึงแยกราชประสงค์ ถนนวิฑูรย์ช่วงจากถนนเพลินจิตถึงถนนพระรามที่ 4 และถนนสาทรช่วงจากถนนพระรามที่ 4 ถึงถนนสุรศักดิ์ ตารางวาละ 750,000 บาท (กรุงเทพมหานครออนไลน์, 2558) ดังนั้นหากธุรกิจที่มองหาทำเลทำออฟฟิศในเมืองทางเลือกออฟฟิศสำนักงานตามอาคารต่างๆ จึงน่าสนใจมากกว่า อีกทั้งการหาที่ดินเพื่อสร้างโฮมออฟฟิศใจกลางเมืองกลับไม่มีความเป็นไปได้เลย เนื่องจากไม่คุ้มทุนด้วยต้นทุนที่ดินที่สูงมาก ดังนั้นในบางธุรกิจผู้ประกอบการอาจพิจารณาเลือกโฮมออฟฟิศเพื่อเป็นที่ทำงานและที่อยู่อาศัยในอาคารเดียวกันเพื่อลดภาระค่าใช้จ่าย

### 5.5 กลุ่มลูกค้าที่เลือกซื้อโฮมออฟฟิศ

จุดประสงค์หลักของลูกค้าที่เลือกซื้อโฮมออฟฟิศคือเพื่อใช้ประโยชน์สำหรับประกอบกิจการ ทั้งเป็นสำนักงานและการค้าหรือบริการ โดยนิยมเลือกโฮมออฟฟิศในรูปแบบทาวน์โฮมมากกว่า 36.8% และตึกแถวหรืออาคารพาณิชย์ 23.3% ทำเลที่ลูกค้าคิดว่าเหมาะสมสำหรับโฮมออฟฟิศคือโซนสุขุมวิท - อโศก 15.5% รองลงมา รัชดา - ห้วยขวาง 11.8% เกษตรนวมินทร์ 10.5% พหลโยธิน - อารีย์ 9.8% ศรีนครินทร์ - พัฒนาการ 9.0% พระราม 3 และ สาทร - ตากสิน 8.3% พระราม 9 - รามคำแหง 7.8% ลาดพร้าว - โชคชัย 4 7.5% และทำเลอื่นๆ 3.8% ลูกค้าเลือกทำเลที่สามารถเดินทางเข้าออกได้สะดวกหลายเส้นทางมากที่สุดถึง 50.5% รองลงมาคิดทำเลที่มีรถไฟฟ้าผ่าน 34.5% (นิธิมา จงประเจิด, 2554)

### 5.6 ลักษณะของอาคารโฮมออฟฟิศในตลาด

โฮมออฟฟิศจะต้องมีฟังก์ชันที่ตอบสนองการใช้งานทั้ง 2 ด้าน คือเป็นที่อยู่อาศัยและเป็นสำนักงาน การสำรวจตลาดในแต่ละทำเลเพื่อศึกษาโครงการโฮมออฟฟิศที่มียอดขายดี ทำให้ทราบว่าตลาดในปัจจุบันมีแนวโน้มความต้องการฟังก์ชันต่างๆอย่างไรบ้าง โดยได้ลงพื้นที่สำรวจในเขตต่อเมืองและเขตชานเมืองรอบกรุงเทพฯ เพื่อวิเคราะห์โครงการที่ประสบความสำเร็จ

พบว่าโครงการออฟฟิศที่มียอดขายดีมี Absorption Rate ที่ 2 - 3 หลังต่อเดือน มีลักษณะเป็นโครงการจัดสรร มีพื้นที่ส่วนกลางสำหรับจอดรถจำนวนมาก ที่จอดรถกำหนดให้ 1 - 2 คันต่อยูนิต หน้ากว้าง 4 - 5.5 เมตร สูง 3.5 - 4 ชั้น จำนวนห้องนอน 2 - 3 ห้อง จำนวนห้องน้ำ 3 - 4 ห้อง การใช้วัสดุและสุขภัณฑ์ระดับมาตรฐาน เช่น American Standard, VRH เป็นต้น มีพื้นที่ที่จัดไว้สำหรับห้องครัว มีลักษณะการออกแบบสไตล์โมเดิร์น มีชั่มทางเข้าโครงการ พร้อมรถ.ตลอด 24 ชั่วโมง อยู่ในทำเลที่สามารถเข้าออกได้สะดวกจากถนนใหญ่ มีการคมนาคมที่หนาแน่น

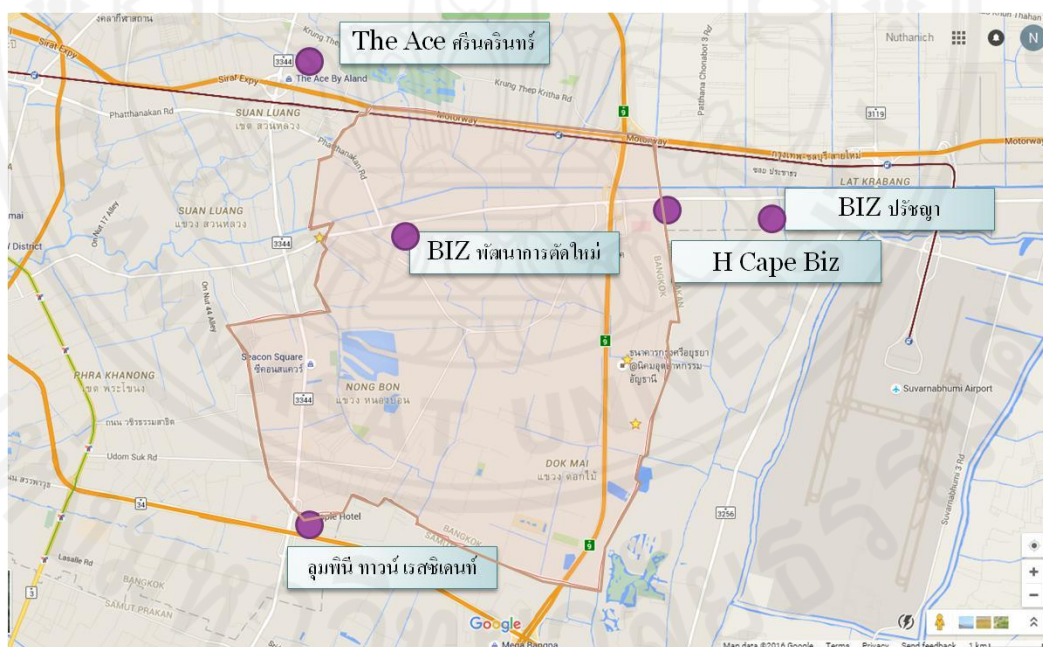
ตารางที่ 5.3 ลักษณะโฮมออฟฟิศในตลาด

ชื่อโครงการ	ขนาดโครงการ		ที่ตั้ง	ระดับราคาขาย	สิ่งอำนวยความสะดวก	ลักษณะสินค้า							
	ที่ดิน	Unit				Type	ชั้น	กว้าง* ลึก	ขนาดที่ดิน	ขนาดพทชส.	น้ำ/จุด	วัสดุที่ให้	อื่นๆ
H cape Biz Sector On-nut	9 ไร่	60	ถ.สุขาภิบาล 2 เชื่อมต่อ ถ.ลาดกระบัง ถ.วงแหวนรอบนอก	12.9 - 18 ลบ.	- ที่จอดรถส่วนกลาง - ที่ตั้งขยับส่วนกลาง - พื้นที่สีเขียว - รั้วสูง 2.5 เมตร - รปภ. 24 ชม. + CCTV - Key card access	Type 300	3.5 ชั้น	5.5*12.75	22-40 ไร่	260	3-2	- แกรนิตโต้ 60*60 - ลามิเนต 12 มม. - สุขภัณฑ์ Nahm	- VDO Door Phone - Home Automation - Motion Censor
						Type 330	3.5 ชั้น	5.5*15.45	30-35 ไร่	295	3-2		
						Type 360	3.5 ชั้น	5.5*17.45	32-44 ไร่	325	3-2		
บิซ พัฒนาการ อ่อนนุช	9-0-52 ไร่	85	ถ.พัฒนาการตัดใหม่	7.47 - 15 ลบ.	- พื้นที่สีเขียว - รปภ. 24 ชม. + CCTV - Key card access	S-Square	4 ชั้น	4*12	16	220	3-2	- แกรนิตโต้ 60*60 - ลามิเนต 12 มม. - สุขภัณฑ์ American standard VRH	พื้นที่จอดรถภายในโครงการ 180 คัน
						M-Maxi	4 ชั้น	5.5*10	21	250	5-2		
						L-Large	4 ชั้น	5.5*15	22-50	355	5-2		
Work Place ราชพฤกษ์ - จรัญ	11 ไร่	50	ถ.จรัญฯ13	8 - 13 ลบ.	- พื้นที่สีเขียว - รปภ. 24 ชม. + CCTV - Key card access	-	4 ชั้น	หน้ากว้าง 5 ม.	26-32 ไร่	270	3-2		

## 5.7 สรุปการวิเคราะห์การตลาดเบื้องต้น

ตลาดสำหรับโฮมออฟฟิศน่าสนใจเนื่องจากแรงสนับสนุนด้านเศรษฐกิจที่กำลังมีแนวโน้มดีขึ้น ประกอบกับ การเปิดสมาคมการค้าอาเซียน ทำให้ประเทศไทยเป็นที่น่าจับจ้องสำหรับนักธุรกิจชาวต่างชาติ ทำให้อุปสงค์ของตลาดโฮมออฟฟิศเพิ่มขึ้น ถึงแม้ว่าอุปทานและอุปสงค์ในช่วงที่ผ่านมาจะมีจำนวนลดลงซึ่งอาจเป็นผลมาจากสภาพเศรษฐกิจ แต่ยังมีโอกาสความเป็นไปได้ที่อุปสงค์และอุปทานจะเพิ่มขึ้นกลับมาตามสภาพเศรษฐกิจที่มีแนวโน้มดีขึ้น โดยตลาดที่มีอัตราการขายมากที่สุด 3 – 5 ล้านบาท และ 5 – 10 ล้านบาท ตลาดในช่วง 2 ระดับราคานี้จึงน่าสนใจ ในขณะที่ตลาดระดับราคามากกว่า 10 ล้านบาทขึ้นไปมีจำนวนอุปทานที่น้อยจึงมีอุปสงค์ค่อนข้างดี จึงเป็นอีกตลาดที่มีความน่าสนใจ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่าทำเลนั้นมีระดับราคาใดๆบ้าง

## 5.8 การวิเคราะห์คู่แข่งในตลาด



ภาพที่ 5.5 แสดงโครงการคู่แข่งที่ทำการสำรวจ

### 5.8.1 โครงการเปิดขายในปัจจุบัน

โครงการ BIZ พัฒนาการ – อ่อนนุชตัดใหม่

ที่ตั้ง : ห้างมณีนพัฒนาการตัดใหม่ ตัดกับถนนสุขุมวิท 77

ระดับราคา : 7 – 18 ล้านบาท

จำนวน : 85 ยูนิต

ขนาดที่ดิน : 9-0-52 ไร่

แบบ : S 4 ชั้น ขนาด 220 ตร.ม. ที่ดิน 17.5 – 41.2 ไร่  
(กว้างxลึก) 4x12 ม.

M 4 ชั้น ขนาด 250 ตร.ม. ที่ดิน 21 – 24 ไร่  
(กว้างxลึก) 5.5x10 ม.

L 4 ชั้น ขนาด 355 ตร.ม. ที่ดิน 35-82 ไร่  
(กว้างxลึก) 5.5x15 ม.

เปิดขาย : ต้นปีพ.ศ. 2558 (12 เดือน)

ยอดขาย : 44 หลัง (เมื่อวันที่ 1 ก.พ. 2559)

อัตราการขาย : 3.6 หลัง/เดือน

จุดเด่น : อยู่ห้างมณีนพัฒนาการ 2 เส้น พัฒนาการตัดใหม่และสุขุมวิท 77

ถือว่าทำเลดีเข้าถึงได้ง่าย เห็นได้ชัดเจนจากถนนใหญ่ทั้ง 2 เส้น ระดับราคาค่อนข้างถูกเมื่อเปรียบเทียบกับทำเล ขนาดหน้ากว้างของโครงการ 4 – 5.5 เมตร เป็นหน้ากว้างมาตรฐานในตลาดตัวโครงการออกแบบมารองรับการเป็นทั้งซิปอเฮ้าส์และอาคารสำนักงาน จากการสำรวจลูกค้าโครงการส่วนใหญ่เป็นสำนักงานสำหรับติดต่อหรือเป็น Back Office โดยมีโรงงานหรือคลังสินค้าอยู่ในละแวกเดียวกัน ลูกค้าที่ซื้อเป็นกลุ่มแรกของโครงการจะได้ราคาต่อหลังที่ค่อนข้างถูกอยู่ที่ประมาณ 6.5 – 7 ล้านบาท โดยเป็นกลุ่มที่ซื้อเพื่อเก็งกำไรส่วนหนึ่งแล้วฝากขายต่อ ทำให้ราคาที่ฝากขายต่อมีราคาสูงกว่าราคาปัจจุบันที่โครงการขาย ในขณะที่บางส่วนซื้อแล้วปล่อยเช่าให้กับชาวต่างชาติ ที่จอดรถส่วนกลางมีจำนวนมากรวมทั้งโครงการสามารถจอดรถได้ 180 คัน ถนนด้านหน้าตีความกว้างประมาณ 21 เมตร รถสามารถวิ่งสวนกันได้ 2 เลน เข้า – ออก ทางเข้าออกโครงการเป็นซุ้มโครงการมีรปภ. 24 ชั่วโมง เข้าออกด้วยระบบคีย์การ์ด มีสวนส่วนกลางขนาดเล็กอยู่ด้านใน

จุดขาย : ราคาถูกที่สุดบนทำเลศักยภาพแห่งอนาคต



ภาพที่ 5.6 โครงการบิซ พัฒนาการ – อ่อนนุชตัดใหม่

#### โครงการอารีญา แมนดารินา สุขุมวิท 77

ที่ตั้ง : ถนนสุขุมวิท 77 ก่อนถึงถนนศรีนครินทร์ ซ.อ่อนนุช 39

ระดับราคา : 6 - 8 ล้านบาท

จำนวน : 116 ยูนิต

ขนาดที่ดิน : 20-3-16 ไร่

แบบ : 4 ชั้น 4 ห้องนอน 5 ห้องน้ำ 225 ตร.ม. ที่ดิน 22 ตร.วา  
กว้าง 5 เมตร ลึก 16 - 17 เมตร

เปิดขาย : ประมาณปีพ.ศ. 2556 (30 เดือน)

ยอดขาย : เหลือขาย 6 หลัง (เมื่อวันที่ 7 ก.พ. 2559)

อัตราการขาย : 3.8 หลัง/เดือน

จุดเด่น : อยู่ใกล้สถานีรถไฟฟ้า มีรถประจำทางผ่านหลายสาย เข้าถึงได้ง่าย

พนักงานสามารถเดินทางมาทำงานได้สะดวก อยู่ติดริมถนนสุขุมวิท 77

จุดด้อย : ถนนซอยกว้าง 8 - 9 เมตร คับแคบและจอดรถล้มบาก

สภาพโครงการเดิมเปิดขายเป็นทาว์นเฮ้าส์มากกว่า 6 ปีแล้ว เฟสที่เป็นโฮมออฟฟิศเพิ่งเปิดตามมาทีหลัง ทำให้โครงการมีคลับเฮ้าส์ สระว่ายน้ำส่วนกลางด้วย หน้ากว้าง 5 เมตร จอดรถได้เพียง 1 คัน สภาพโครงการมีผู้อยู่อาศัยแล้วกว่า 80% และกำลังดำเนินการต่อเติมอีกหลายหลัง จากการสำรวจพบว่า เป็นผู้อยู่อาศัยเพียงอย่างเดียวประมาณ 40% ส่วนที่เหลือทำเป็นโฮมออฟฟิศ 60% โฮมออฟฟิศในโครงการนี้ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจเกี่ยวกับงานบริการและสำนักงานบัญชี ส่วนซื้อเข้าสจะพบได้ในทำเลที่หันหน้าออกสู่ถนนใหญ่

จุดขาย : เดินทางสะดวกด้วยรถไฟฟ้าต่อด้วยรถสาธารณะ



ภาพที่ 5.7 รูปแบบอาคารอารีญา แมนดารินา

ภาพที่ 5.8 ด้านหน้าอาคาร

โครงการดิเอดจ์ ศรีนครินทร์ 15

ที่ตั้ง : ถนนศรีนครินทร์ ขาเข้า ก่อนทางขึ้นทางด่วนกรุงเทพฯ-พัทยา

ระดับราคา : 17.5 - 35 ล้านบาท

จำนวน : 8 ยูนิต

ขนาดที่ดิน : 0-1-194ไร่

แบบ : Type A ขนาด 900 ตร.ม. 3 ห้องนอน 9 ห้องน้ำ  
8 ที่จอดรถ 120 วา  
Type B ขนาด 470 ตร.ม. 2 ห้องนอน 5 ห้องน้ำ  
9 ที่จอดรถ 60 วา

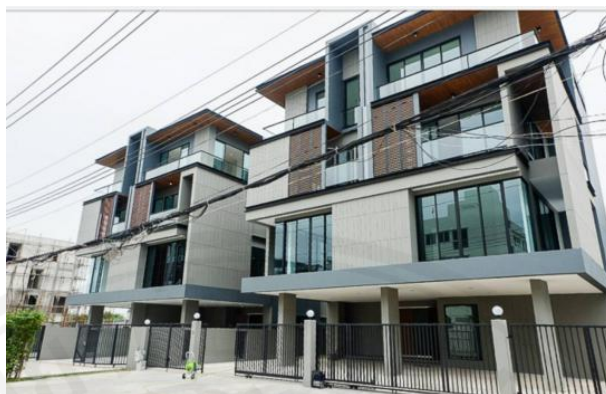
เปิดขาย : ประมาณเดือนกันยายน พ.ศ. 2558 (6 เดือน)

ยอดขาย : คงเหลือ 3 ยูนิต

อัตราการขาย : 0.8 ยูนิต/เดือน

จุดเด่น: ออกแบบเพื่อเป็นออฟฟิศสำนักงาน ที่ค่อนข้างยืดหยุ่นเนื่องจากมีพื้นที่ใช้สอยมากปรับเปลี่ยนได้หลายรูปแบบและส่วนอยู่อาศัยแยกส่วนได้อย่างชัดเจน มีความเป็นส่วนตัว มีลิฟต์ภายในอาคาร การจอดรถสามารถจอดได้ถึง 9 คัน ในตัวบ้าน ความสูงพื้นถึงเพดาน 3.8 เมตร ใช้วัสดุสุขภัณฑ์เกรดสูง

จุดด้อย : การเดินทางโดยหลักอาศัทรถยนต์ส่วนตัวค่อนข้างมาก ถนนด้านหน้าอาคารกว้าง 8 เมตร การจอดรถริมถนนอาจจะไม่สะดวกเท่าไรนัก



ภาพที่ 5.9 รูปแบบอาคารโครงการดิเอดจ์ ศรีนครินทร์ 15

โครงการลุมพินี ทาวน์ เรสซิเดนซ์ บางนา-ศรีนครินทร์

ที่ตั้ง : ถนนศรีนครินทร์ บางนา ในวงแหวน

ระดับราคา : 6.6 – 12 ล้านบาท

จำนวน : 9 ยูนิต เฉพาะโฮมออฟฟิศ

ขนาดที่ดิน : 2-3-8 ไร่

แบบ : ขนาด 270 ตารางเมตร 4 ชั้น 3 ห้องนอน 4 ห้องน้ำ  
2 จอดรถ กว้าง 7.25 ม. ที่ดิน 22 – 25 ไร่

เปิดขาย : ประมาณเดือนตุลาคม พ.ศ. 2557 (16 เดือน)

ยอดขาย : 5 ยูนิต

อัตราการขาย : 0.3 ยูนิต/เดือน

จุดเด่น : จำนวนยูนิตน้อยไม่แออัด จอดรถได้สบายๆ หน้ากว้าง

7.25 ม. มีประตูทางเข้าด้านข้าง ทำให้ได้พื้นที่สำหรับจัดวางเฟอร์นิเจอร์ที่มากขึ้น โดดเด่นที่ทำเลถือว่าค่อนข้างสะดวกเพราะอยู่ในจุดที่สามารถกลับไปถนนใดก็ได้

จุดด้อย : ไม่มีรถสาธารณะ การเข้าถึงต้องอาศัยพาหนะส่วนตัว

ค่อนข้างเงียบ เหมาะเป็นสำนักงานมากกว่าเป็นช้อปเฮ้าส์ และไม่เน้นการติดต่อ อยู่ด้านหลังคอนโดซึ่งทำให้พื้นที่โครงการเป็นมุมอับ





ภาพที่ 5.10 รูปแบบอาคารโฮมออฟฟิศหน้ากว้าง 7.5 ม. โครงการลุมพินี ทาวน์ เรสซิเดนซ์  
บางนา-ศรีนครินทร์

### 5.8.2 โครงการที่คาดว่าจะเปิดขายในอนาคต

โครงการ H-Cape Biz Sector 3

ที่ตั้ง : ริมถนนสุขาภิบาล 2 ใกล้ถนนลาดกระบัง

ระดับราคา : n/a (คาดว่า 15 ล้านบาทขึ้นไป)

จำนวน : n/a ยูนิต

ขนาดที่ดิน : n/a ตร.วา

จุดเด่น : อยู่ในทำเลเดียวกันกับ H-Cape Biz โครงการ 1 และ

โครงการ 2 ซึ่งประสบความสำเร็จอย่างมาก โดดเด่นในด้านทำเลที่อยู่ห้อมล้อมถนนพอดีระหว่างถนนสุขาภิบาล 2 และ ถนนสุขุมวิท 77 หรือ ถนนลาดกระบัง สามารถวิ่งเข้าทางพิเศษกาญจนาภิเษกได้ง่าย โครงการเน้นที่จอดรถจำนวนมาก รูปแบบอาคารเป็นสโตนโมเดิร์น มีพื้นที่ใช้สอยภายในอาคารค่อนข้างมากและปรับเปลี่ยนได้ง่าย ด้วยลักษณะที่อยู่ติดถนนใหญ่ทำให้อาคารด้านหน้าของอาคารเป็นการใช้ประโยชน์ในรูปแบบหน้าร้าน (Shop House) เป็นอย่างมาก ยูนิตที่อยู่ด้านในจะเป็นยูนิตที่มีลักษณะเป็นพื้นที่สำนักงานของบริษัทเป็นเบื้องหลังของบริษัท เปิดเพื่อให้บริษัท ที่ใหญ่มีที่กระจายมารองรับจำนวนคนที่จะต้องเข้ามาติดต่อในคราวเดียวกันครั้งละหลายๆ มีการใช้สเปควัสดุที่ดูดีมูลค่าสูง มีการจัดสรรพื้นที่ส่วนกลางอย่างลงตัว อาทิ จุดทิ้งขยะมีการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการขนถ่ายขยะ แลดูเป็นระเบียบเรียบร้อยเป็นต้น

### โครงการ People Park (Lifestyle Mall)

ที่ตั้ง : ถนนสุขุมวิท 77 ซ.อ่อนนุช 10

ระดับราคา : n/a

จำนวน : 32 ยูนิต

รูปแบบ : ขนาด 200 ตร.ม. 4 ชั้น หน้ากว้าง 5 ม.

จุดเด่น : อยู่ในโครงการ Lifestyle Mall ถือว่าอยู่ต้นๆถนนสุขุมวิท

77 ใกล้กับรถไฟฟ้า และมีรถประจำทางหลายสาย บริเวณโดยรอบเป็นที่อยู่อาศัย เป็นคอนโด อพาร์ทเมนท์



ภาพที่ 5.11 รูปแบบอาคารในโครงการ People Park

ตารางที่ 5.4 สรุปข้อมูลคู่แข่งบริเวณโดยรอบถนนสุขุมวิท 77 และ ถนนศรีนครินทร์

	BIZ พัฒนาการ-อ่อนนุชตัดใหม่	H cape Biz Sector อ่อนนุช 2	แมนดารินา สุขุมวิท 77	ดิเอดจ์ ศรีนครินทร์ 15	ลุมพินี ทาวน์ เรสซิเดนซ์ บางนา - ศรีนครินทร์
ที่ตั้ง	แยกอ่อนนุชตัด-พัฒนาการตัดใหม่	ถนนสุขุมวิท 2	สุขุมวิท 77	ซอยศรีนครินทร์ 15	วงแหวน ศรีนครินทร์
ระดับราคา	7 - 18 ล้านบาท	9 - 18 ล้านบาท	6 - 8 ล้านบาท	17.5 - 35 ล้านบาท	7 - 10 ล้านบาท
การเข้าออก	ใช้ถนนอ่อนนุช ฝั่งขาเข้า	ติดถนนสุขุมวิท 2	ถนนสุขุมวิท	ถนนศรีนครินทร์	ถนนศรีนครินทร์ ช่วงวงแหวน
ขนาด	9-0-52 ไร่	9 ไร่	20-3-16 ไร่	0-1-194 ไร่	2-3-8 ไร่
จำนวน	85	60	116	8	9
ความกว้างถนนในโครงการ	21 เมตร	10	8 - 12 เมตร	4 เมตร	8
ขนาดที่ดิน	18	22	22	59	25
Package/ตร.วา	416,667	445,455	300,000	305,085	335,600
จำนวนชั้น	4	3.5 - 4	4	4 ชั้น	4 ชั้น
หน้ากว้าง	4 - 5 เมตร	5.5 เมตร	5 เมตร	-	7.25 เมตร
พื้นที่ใช้สอย	220 - 250	260 - 295	198	470 - 900	270
จำนวนห้องน้ำ	3 - 5 ห้อง	4 ห้อง	5 ห้อง	5 - 9 ห้อง	4 ห้อง
จำนวนที่จอดรถในอาคาร	1	2	2	9	2
ที่จอดรถส่วนกลาง	180	220	-	-	12
เปิดขาย	ก.พ. 2559	มิ.ย. 2555	2555	ก.ย. 2558	ต.ค. 2557
จำนวนขายได้	44 หลัง	-	110	5	5
อัตราการขาย	3.6 หลัง/เดือน	2 หลัง/เดือน	3.8 หลัง/เดือน	0.8 หลัง/เดือน	0.3 หลัง/เดือน
%	52%	100%	95%	63%	56%

## 5.9 วิเคราะห์กลุ่มลูกค้าในตลาด

จากการสำรวจโครงการในระแวกนั้นพบว่าสามารถแบ่งกลุ่มลูกค้าหลักเป็นดังนี้

### 5.9.1 แบ่งกลุ่มลูกค้าออกตามความต้องการใช้ประโยชน์ได้ดังนี้

- กลุ่มที่ซื้อเพื่อทำเป็นออฟฟิศเท่านั้น
- กลุ่มที่ซื้อเพื่ออยู่อาศัยและทำเป็นออฟฟิศ 50 : 50  
คือ กลุ่มที่อาศัยอยู่อย่างถาวร และใช้ด้านล่างเป็นอาคารสำนักงานหรือหน้าร้านอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยแบ่งพื้นที่ส่วนตัวที่ใช้เป็นที่อยู่อาศัยไว้ชั้นบน ฟังก์ชันอย่างห้องครัวอาจจะใช้ร่วมกันกับสำนักงานก็ได้
- กลุ่มที่ซื้อเพื่อเน้นทำเป็นออฟฟิศและอยู่อาศัยบ้าง 80 : 20  
กลุ่มที่เน้นการใช้งานเชิงพาณิชย์เป็นหลัก ที่อยู่อาศัยอาจเป็นที่พักผ่อนชั่วคราว กรณีมีความจำเป็น

### 5.9.2 แบ่งกลุ่มลูกค้าตามจุดประสงค์ในการซื้อของลูกค้าแบ่งออกเป็นดังนี้

- ซื้อเพื่อทำเป็นสำนักงาน (Back Office)  
ลักษณะนี้จะมีคนเข้ามาติดต่อเป็นครั้งคราว อย่างเช่น ติดต่อวางบิล ความต้องการสำหรับที่จอดรถอาจจะไม่มากเท่าการซื้อเพื่อทำเป็นหน้าร้าน จะเน้นทำเลที่พนักงานสามารถเดินทางมาทำงานได้สะดวก เลือกอยู่ในทำเลที่มีรถสาธารณะผ่าน เดินเข้าถึงได้ มีห้างร้าน เช่น ร้านอาหาร ร้านกาแฟ เพื่ออำนวยความสะดวกสำหรับพนักงาน เน้นพื้นที่ใช้สอยภายในเพื่อเฟอร์นิเจอร์ ที่จัดวางเอกสาร ห้องประชุม เป็นต้น
- ซื้อเพื่อทำเป็นหน้าร้าน (Shop house)  
หน้าร้านเพื่อให้บริการหรือหน้าร้านเพื่อขายสินค้าก็ตามแต่ ลูกค้าจะเลือกทำเลแปลงที่ดินถนนหรือเห็นได้ง่ายจากถนนเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์หน้าร้านเรียกลูกค้า ต้องการพื้นที่ในการจอดรถจำนวนมาก และจำเป็นอย่างมากที่จะต้องอยู่ในทำเลที่เข้า – ออกได้สะดวก

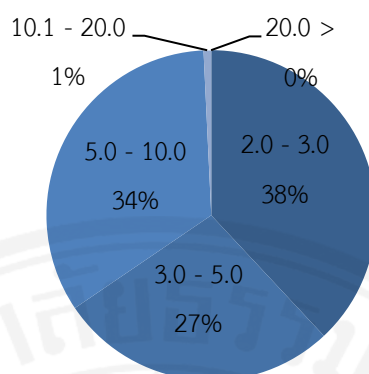
## 5.10 การวิเคราะห์การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย และการวางตำแหน่งทางการตลาด (STP)

### 5.10.1 การแบ่งส่วนตลาด (Segmentation)

- แบ่งด้วยระดับราคา : โฮมออฟฟิศในท้องตลาดอ้างอิงการกำหนดช่วงราคาของ บจก. เอเจนซี พอร์ เรียลเอสเตท แอปเพิร์ส คือ
  - ระดับ 3 – 5 ล้านบาท มักอยู่ชานเมืองมีรูปแบบเป็นอาคารพาณิชย์ ขนาดมาตรฐานหน้ากว้าง 4 เมตร ตั้งอยู่ในทำเลปานกลางติดถนนในซอยหรือไม่ห่างไกลจากถนนเส้นหลักมากนัก
  - ระดับ 5.1 – 10.0 ล้านบาท มักอยู่ในทำเลที่เริ่มมองเห็นถึงความเจริญเติบโตของชุมชนอนาคต มักจะเป็นอาคารเปล่าโดยให้ผู้ซื้อตกแต่งเอง อาจอยู่ติดริมถนนใหญ่หรือซอยย่อย
  - ระดับ 10.1 – 20.0 ล้านบาท เริ่มอยู่ในทำเลที่มีผู้อยู่อาศัยหนาแน่นมาก เป็นแหล่งค้าขายอยู่แล้ว อยู่ในชุมชนเมือง ราคาที่ดินโดยรอบมีราคาสูง เช่น ย่านลาดพร้าว, เกษตรนวมินทร์ เป็นต้น
  - ระดับ 20 ล้านบาทขึ้นไป รูปแบบอาคารจะมีขนาดค่อนข้างใหญ่ 5 – 6 ชั้น มีลิฟต์ภายในอาคาร หน้ากว้างเป็น 2 เท่าของระดับราคาอื่นๆ อยู่ในทำเลที่ดีที่สุด คือติดถนนใหญ่ มองเห็นได้ชัดเจน เข้าถึงได้ง่าย ปัจจุบันโครงการพรีเมียม บางนา อยู่ในส่วนตลาดนี้



ภาพที่ 5.12 โครงการระดับราคา 20 ล้านบาท ภาพที่ 5.13 โครงการระดับราคา 10.0 – 20.0



ภาพที่ 5.14 ส่วนแบ่งตลาดตามระดับราคาในปี พ.ศ. 2558

ที่มา : รายงานสถานการณ์อสังหาริมทรัพย์ เดือนธันวาคม พ.ศ. 2558

### 5.10.2 การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Targeting)

จับกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้ใช้อาคาร หรือ End User โดยกลุ่มที่สามารถซื้อโฮมออฟฟิศในราคา 14 – 20 ล้านบาทขึ้นไป ต้องมีรายได้ขั้นต่ำต่อเดือนอยู่ที่ 3 เท่าของยอดที่จะต้องผ่อนชำระต่อเดือน (ยอดที่ต้องผ่อนชำระต่อเดือนโดยประมาณ 120,000 – 250,000 บาท)

กลุ่มลูกค้าหลัก : มีธุรกิจที่ต้องการอาคารสำนักงานไว้สำหรับติดต่อ คือ กลุ่มธุรกิจลอจิสติกส์ กลุ่มสำนักงานทั่วไป เช่น ออฟฟิศสำนักงานบัญชี, ธุรกิจที่ปรึกษาด้านต่างๆ

กลุ่มลูกค้ารอง : ธุรกิจบริการ เช่น คลินิกเสริมความงาม , ร้านสปา, ร้านเบเกอรี่

กลุ่มลูกค้าอื่นๆ : ลูกค้านักลงทุนที่ซื้ออาคารไว้ปล่อยเช่าต่อหรือปล่อยเช่า เพื่อเก็งกำไร

### 5.10.3 การวางตำแหน่งทางการตลาด (Positioning)

กำหนดตำแหน่งทางการตลาดด้วยราคาขายและลักษณะโฮมออฟฟิศที่ตอบโจทย์การใช้งานด้านใดๆของลูกค้า



ภาพที่ 5.15 ตำแหน่งทางการตลาดเมื่อแบ่งด้วยลักษณะการใช้งานและทำเลที่ตั้ง

### 5.11 การวิเคราะห์จุดแข็งและจุดด้อยของโครงการ (SWOT Analysis)

- จุดแข็ง
  - หน้ากว้างกว่า 8 ม. ไม่อัดอัดเพิ่มพื้นที่ใช้สอย
  - จำนวนยูนิตในโครงการน้อย ไม่แออัด และเป็นส่วนตัว ไม่พลุกพล่านสามารถอยู่อาศัยได้จริง
- จุดอ่อน
  - ไม่มีที่จอดรถส่วนกลาง
  - ความลึกของตัวอาคารน้อย หรือ ค่อนข้างตื้น
- โอกาสความเป็นไปได้ของโครงการ
  - ระบบรถไฟฟ้าสายสีเหลือง ลาดพร้าว – สำโรง สถานี “ศรีนุช”
  - การเปิด AEC ได้กลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัทต่างชาติใหม่ๆ เพิ่มขึ้น
  - โครงการถนนพัฒนาการตัดใหม่
  - ความหนาแน่นของชุมชนที่เพิ่มขึ้น
  - ใกล้เคียงศูนย์การค้าและสิ่งอำนวยความสะดวก
- อุปสรรคของโครงการ
  - คู่แข่งขันใหม่ในระดับราคาใกล้เคียงเข้ามาในตลาด
  - ป้ายรถเมล์อยู่ห่างจากที่ดินโครงการประมาณ 250 เมตร

- แนวโน้มสภาพเศรษฐกิจตามการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองที่ยังไม่มั่นคง

## 5.12 กลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Strategy – 4P’s)

### 5.12.1 ด้านสินค้า (Product)

- รูปแบบโครงการ : โฮมออฟฟิศ แบบบ้านแฝด  
ขนาดที่ดิน : 35.75 ตารางวา (กว้าง 11 x ลึก 13 เมตร)  
จำนวน : 33 ยูนิต  
สัดส่วนพื้นที่ : พื้นที่ชาย 1,180 ตารางวา (52%)  
พื้นที่สวน 59 ตารางวา (3%)  
พื้นที่ส่วนกลางอื่นๆ 1,030 ตารางวา (45%)  
ลักษณะอาคาร : อาคาร 4 ชั้น ขนาด 260 ตร.ม.  
หน้ากว้าง 8.5 เมตร ลึก 8 เมตร  
จอดรถในที่ดิน 6 คัน + หน้าแปลง 2 คัน  
2 ห้องนอน 4 ห้องน้ำ  
รูปแบบอาคาร : สไตล์โมเดิร์น เน้นกระจก



ภาพที่ 5.16 ลักษณะการใช้โทนสีอาคาร





ภาพที่ 5.17 ลักษณะกระจกทรงสูง



ภาพที่ 5.18 ตัวอย่างการแปลนอาคาร 4 ชั้น

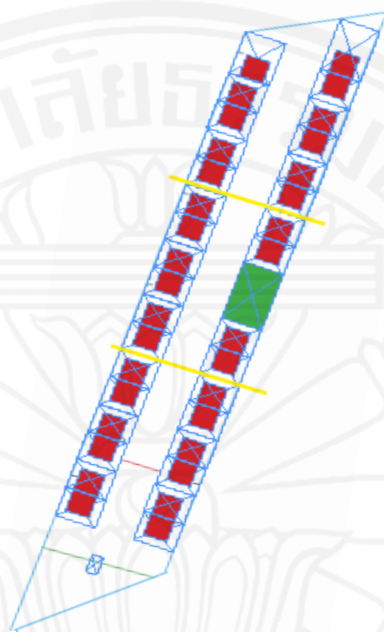
ที่มาภาพ : แบบแปลนบ้านรุ่น A โครงการบิช แกลเลอรี นวลจันทร์



ภาพที่ 5.19 ตัวอย่างการแปลนอาคาร หน้ากว้าง 7.5 เมตร

ที่มา : แบบแปลนบ้านรุ่น 4 ชั้น โครงการบ้านลุมพินี ทาวน์ เรสซิเดนซ์

ลักษณะอาคารจะมีลักษณะเป็นจัตุรัส เหมือนในภาพที่ 4.19 แต่จะมีบริเวณรอบตัวอาคารเหมือนภาพที่ 5.18 เนื่องจากเป็นอาคารลักษณะบ้านแฝด เว้นระยะรั่นด้านหลัง 2 เมตร ด้านข้าง 2 เมตร



ภาพที่ 5.20 ผังโครงการ

ซุ้มทางเข้า แยกฝั่งเข้า – ออก ถนนเมนกว้าง 12 เมตร มีจุดกัลบริดทุกๆระยะ 100 เมตร ตามกฎหมาย และพื้นที่ส่วนกลาง 3% ของพื้นที่โครงการ หรือ 5% ของพื้นที่ขาย ตัวอาคารหันหน้าทิศตะวันออกเฉียงใต้ และ ตะวันตกเฉียงเหนือ

### 5.12.2 การตั้งราคาขาย (Price)

ใช้กลยุทธ์การตั้งราคาแบบ Mark Up Price คือบวกเพิ่มในแปลงที่ทำเลดี เช่น แปลงหัวมุม แปลงหน้าสวน แปลงอยู่ใกล้ถนนใหญ่ และลดราคาในแปลงที่มีตำหนิ แปลงที่ติดกับทางกัลบริดเป็นต้น โดยตั้งราคาแปลงปกติขึ้นมา 1 แปลง ยึดเป็นมาตรฐานแล้วเกลี้ยไถ่ราคาใหม่ให้ครบทุกแปลง

การให้ขบโปรโมชันจากประสบการณ์ของผู้ทำเองพบว่าบ้านในระดับราคา 10 – 15 ล้านบาท โปรโมชันหรือส่วนลดเงินสดควรอยู่ในช่วงระหว่าง 100,000 – 300,000 บาท ซึ่งไม่ว่าลูกค้าจะต่อมาในราคาเท่าไร ขอของแถมอะไรบ้าง จะต้องไม่เกินงบประมาณโปรโมชันที่ตั้งเอาไว้ หรือถ้าเกินจะต้องนำมาหักล้างกับแปลงอื่นเพื่อไม่ให้ Gross Profit Margin ต่ำกว่าที่ควรจะเป็น

ในที่นี้ตั้งราคาแปลงปกติ ขนาด 35.75 ตารางวา ไร่ที่ 15.1 ล้านบาท แปลงที่ดินที่มีเนื้อที่ดินเกิน คิดเพิ่มตารางวาละ 85,000 บาท จากราคาแปลงปกติ แปลง หัวมุมหน้าทางเข้า บวกราคาเพิ่ม 800,000 บาท ในเฟส A จะราคาค่อนข้างสูงเนื่องจากว่าเป็นเฟสด้านหน้าและติดถนนใหญ่ โดยการ Mark up ราคา จะไล่ระดับลดลงไปเมื่อเฟสเริ่มเป็นแปลงด้านในส่วนตัว



## ตารางที่ 5.5 การกำหนดราคารายแปลง

แปลง	ที่ดิน	ทำเลแปลง	ค่าทำเลแปลง	ที่ดินเพิ่มลด	ราคาสุทธิ	pack/wa	โปรโมชั่น	ราคาขาย
A01	35.75	หน้าโครงการ+มุม	800,000	0	15,200,000	425,175	200,000	15,400,000
A02	35.75	หน้าโครงการ	600,000	0	15,000,000	419,580	200,000	15,200,000
A03	35.75	หน้าโครงการ	600,000	0	15,000,000	419,580	200,000	15,200,000
A04	35.75	หน้าโครงการ	500,000	0	14,900,000	416,783	200,000	15,100,000
A05	35.75	หน้าโครงการ	500,000	0	14,900,000	416,783	200,000	15,100,000
A06	35.75	หน้าโครงการ	500,000	0	14,900,000	416,783	200,000	15,100,000
A07	33.75	ที่กลับรถ/ตก	300,000	-180,000	14,520,000	430,222	200,000	14,720,000
A08	35.75	หน้าโครงการ/ตก	300,000	0	14,700,000	411,189	200,000	14,900,000
A09	35.75	หน้าโครงการ/ตก	300,000	0	14,700,000	411,189	200,000	14,900,000
A10	35.75	หน้าโครงการ/ตก	400,000	0	14,800,000	413,986	200,000	15,000,000
A11	35.75	หน้าโครงการ/ตก	400,000	0	14,800,000	413,986	300,000	15,100,000
A12	35.75	บ้านตัวอย่าง+มุม/ตก	600,000	0	15,000,000	419,580	200,000	15,200,000
B01	35.75	ใกล้สวน	600,000	0	15,000,000	433,782	200,000	15,200,000
B02	35.75	ใกล้สวน	600,000	0	15,000,000	433,782	200,000	15,200,000
B03	35.75	หน้าสวน	700,000	0	15,100,000	436,580	200,000	15,300,000
B04	35.75	หน้าสวน	700,000	0	15,100,000	436,580	200,000	15,300,000
B05	35.75	ใกล้สวน	500,000	0	14,900,000	430,985	200,000	15,100,000
B06	35.75	ใกล้สวน	500,000	0	14,900,000	430,985	200,000	15,100,000
B07	33.75	ที่กลับรถ/ตก	300,000	-180,000	14,520,000	444,424	200,000	14,720,000
B08	35.75	ติดสวน/ตก	300,000	0	14,700,000	425,391	200,000	14,900,000
B09	35.75	ติดสวน/ตก	400,000	0	14,800,000	428,188	200,000	15,000,000
B10	33.75	ใกล้สวน+ที่กลับรถ/ตก	400,000	-180,000	14,620,000	447,387	200,000	14,820,000
C01	35.75	ปกติ	300,000	0	14,700,000	432,492	100,000	14,800,000
C02	35.75	ปกติ	300,000	0	14,700,000	432,492	100,000	14,800,000
C03	35.75	ปกติ	300,000	0	14,700,000	432,492	100,000	14,800,000
C04	35.75	ปกติ	300,000	0	14,700,000	432,492	100,000	14,800,000
C05	52.00	มุมใน	300,000	1,462,500	16,162,500	332,120	200,000	16,362,500
C06	61.00	มุมใน/ตก	0	2,272,500	16,672,500	294,623	200,000	16,872,500
C07	35.75	ปกติ/ตก	100,000	0	14,500,000	426,897	100,000	14,600,000
C08	35.75	ปกติ/ตก	100,000	0	14,500,000	426,897	100,000	14,600,000
C09	35.75	ปกติ/ตก	100,000	0	14,500,000	426,897	100,000	14,600,000
C10	35.75	ปกติ/ตก	100,000	0	14,500,000	426,897	100,000	14,600,000
C11	33.75	ที่กลับรถ/ตก	100,000	-180,000	14,320,000	445,599	200,000	14,520,000
Total					491,015,000		5,900,000	496,915,000
					14,879,242			15,058,030

### 5.12.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย

การใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์การขาย ซึ่งหลักๆจะอยู่ที่การใช้ป้ายโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ทั้งป้ายบิลบอร์ดและป้ายชี้ทาง ซึ่งเห็นผลได้ชัดเจนและเป็นที่ยอมรับมานานมากแล้วเช่นกัน ปัจจุบันนอกจากสื่อกลางแจ้งที่ได้ผลตอบรับดีแล้ว สื่อออนไลน์เป็นอีก 1 สื่อ ที่มีผลตอบรับดีตามมาติดๆ สืบเนื่องจากพฤติกรรมลูกค้าที่ต้องการหาข้อมูลสินค้าก่อนเข้ามาชมโครงการจริง บริษัทที่เปิดรับทำวีวี่จึงเป็นธุรกิจที่ปัจจุบันทำกันมากมาย และโครงการจะเลือกให้น้ำหนักงบประมาณไปในสื่อที่ได้ผลมากที่สุดก่อน

### 5.12.4 การส่งเสริมการขาย

ช่วงเปิดโครงการ : เครื่องปรับอากาศทั้งหลัง

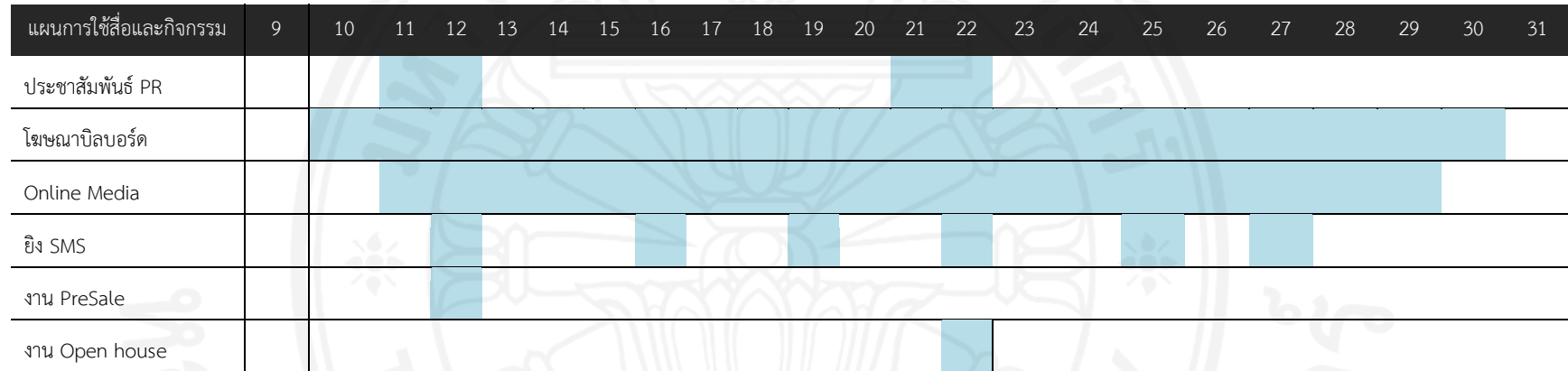
ช่วงงานขายทั่วไป : ส่วนลดเงินสด และ/หรือ ของแถมตามเทศกาล

ช่วงเร่งยอดขาย : ให้โปรโมชั่นเพิ่มเติมจากโปรฯเดิม เพื่อเร่งการปิดการขาย เช่น ส่วนลดเพิ่ม, โปรโมชั่น On Top

### 5.13 แผนการตลาด

การใช้สื่อ เริ่มลงสื่อก่อนเปิดโครงการประมาณ 1 – 2 เดือน และ ให้ข่าวประชาสัมพันธ์กับสื่อสำนักพิมพ์ออนไลน์ต่างๆ การใช้สื่อกลางแจ้งจะช่วยให้ได้รับ Feed Back ก่อนวันเปิดขายจริงได้เก็บรายชื่อและเบอร์โทรลูกค้าก่อน

ตารางที่ 5.6 แสดงแผนการตลาดตลอดระยะเวลาโครงการ



## บทที่ 6

### การบริหารงานก่อสร้าง

จากการศึกษาในด้านต่างๆข้างต้น สามารถสรุปรายละเอียดสำหรับงานก่อสร้างโดยแบ่งเป็นส่วงานได้ดังต่อไปนี้

#### 6.1 รูปแบบโครงการ

โครงการโฮมออฟฟิศที่มีลักษณะอาคารเป็นบ้านแฝด ขนาดที่ดิน 35.75 ตารางวาขึ้นไป จำนวน 33 ยูนิต พื้นที่ก่อสร้างรวมทั้งหมด 1,180 ตารางวา พื้นที่ส่วนกลางสำหรับถนนและนิติบุคคล รวม 1,030 ตารางวา พื้นที่สวนสาธารณะ 60 ตารางวา

รูปแบบแปลงที่ดินหน้ากว้าง 11 เมตร ลึก 13 เมตร ตัวอาคารกว้าง 8 เมตร ลึก 8 เมตร พื้นที่ใช้สอย 260 ตารางเมตร ขนาด 2 ห้องนอน 4 ห้องน้ำ

#### 6.2 รายละเอียดงานด้านการก่อสร้าง

##### 6.2.1 งานโครงสร้างอาคาร

ฐานรากใช้เสาเข็มเจาะ เพราะโดยรอบแปลงที่ดินเป็นที่อยู่อาศัย ตัวอาคารเป็นงานก่ออิฐมวลเบา ฉาบปูน เนื่องจากจำนวนยูนิตน้อยจึงไม่เหมาะกับงานผนังสำเร็จ ซึ่งจะทำให้ต้นทุนสูงกว่าเสา คานและบันไดเป็นคอนกรีตเสริมเหล็ก ผนังอาคารฉาบปูนเรียบ ทาสี งานหลังคาใช้เมทัลชีท บุด้วยฉนวนกันความร้อน แผ่นพื้นสำเร็จ พื้นส่วนที่เป็นลานซักล้างหรือสวนเปียกใช้เป็นพื้นคอนกรีตเสริมเหล็กหล่อในที่

##### 6.2.2 ระบบประปาและไฟฟ้า

ระบบประปาเป็นระบบ Up Feed โดยมีถังเก็บน้ำแล้วใช้ปั๊มขนาด 350 – 400 วัตต์ สูบขึ้นไปใช้ด้านบน ขนาดของมิเตอร์ประปา  $\frac{3}{4}$  นิ้ว

ขออนุญาตใช้ไฟฟ้ากับการไฟฟ้านครหลวง ลักษณะปักเสา พาดสาย แล้วเชื่อมต่อเข้าบ้านด้วยท่อลอดใต้ดิน (คองูเห่า) เพื่อความเรียบร้อย ระบบไฟฟ้า 30 แอมป์ 3 เฟส เนื่องจากอาคารสำนักงานมีการใช้ไฟฟ้าค่อนข้างมาก สำหรับเครื่องปรับอากาศ ปั๊มน้ำ คอมพิวเตอร์ และ อื่นๆ

##### 6.2.3 ระบบปรับอากาศ

ในตัวอาคารใช้แบบแยกส่วนหรือสปริทไทป์ (Split Type) คือมีคอยล์ร้อน คอยล์เย็น รุ่นแชนผนังหรือวอลล์ ไทป์ (Wall Type) ขนาดขึ้นอยู่กับปริมาตรของห้องนั้นๆ

ระบบระบายอากาศ เป็นพัดลมดูดอากาศออกสู่ภายนอกติดตั้งบนชั้น 1 ด้านหลังอาคาร 1 จุด และในห้องน้ำทุกห้อง

#### 6.2.4 งานสุขาภิบาล

ระบบระบายน้ำทิ้งจากน้ำเสียในตัวอาคารลงท่อดักไขมันและระบบบำบัดน้ำเสียก่อนปล่อยลงสู่ท่อระบายน้ำตลอดแนวถนนหลักในโครงการทั้ง 2 ฝั่ง ซึ่งเป็นระบบรางวินพิวถนนด้านหน้าอาคารเชื่อมต่อท่อสู่ภายนอกโครงการ

#### 6.2.5 ระบบรักษาความปลอดภัย

ระบบตรวจจับควันไฟ ติดตั้งชั้นละ 1 จุด ป้องกันอัคคีภัยภายในตัวอาคาร พร้อมติดตั้งถังดับเพลิงภายในอาคาร

ระบบสัญญาณกันขโมยภายในตัวอาคารแบบแมคเนติกเซนเซอร์ เชื่อมต่อป้อมรปภ.ด้านหน้าโครงการ กรณีเกิดเหตุฉุกเฉินหรือมีผู้บุกรุก

การเข้า – ออกโดยใช้ระบบคีย์การ์ด (Key Card Access) สำหรับผู้อยู่อาศัยในโครงการ ส่วนผู้มาติดต่อจะใช้การแลกบัตรกับรปภ.ซึ่งประจำการตลอด 24 ชม.

ด้านหน้าป้อมทางเข้า – ออก มีกล้อง CCTV บันทึกการเข้า – ออกของรถที่มาติดต่อภายในโครงการ บันทึกลงระบบเพื่อติดตามตรวจสอบได้

### 6.3 งานสถาปัตยกรรม

#### 6.3.1 ภายนอกอาคาร

ผนัง	ก่ออิฐฉาบปูน ทาสี
หน้าต่าง	กรอบอะลูมิเนียมอบสี กระจกเขียวตัดแสง
พื้น	พื้นคอนกรีตเสริมเหล็ก ผิวด้าน ชัดเรียบ

#### 6.3.2 ภายในอาคาร

ผนัง	ทาสีสำหรับทาภายใน ติดบัวล่างสำเร็จรูป
ฝ้าเพดาน	ฝ้าเพดานฉาบเรียบทาสี ติดไฟดาวไลท์แบบวงกลม
พื้น	ชั้นล่างปูกระเบื้องแกรนิตโต้ ขนาด 60x60 ซม. ชั้น 2 ปูลามิเนตหนา 12 มม. พื้นห้องน้ำปูกระเบื้องผิวหยาบ ขนาด 60x60 ซม.
ประตู	ประตูสำเร็จรูป ผิวสัมผัสเป็นไม้ พร้อมอุปกรณ์ล็อค
บันได	คอนกรีตเสริมเหล็ก ปูด้วยวัสดุเทียมไม้ ผิวมัน สีไม้ธรรมชาติ ราวบันได โครงเหล็กทาสี



ครัว ก่อเคาน์เตอร์ ปูด้วยกระเบื้องแกรนิตโต้ลายหินอ่อน ติดตั้ง  
ซิงค์น้ำ และ พัฒลมระบายอากาศ เพิ่มจุดวางตู้เย็นและ  
ปลั๊กไฟ

#### 6.4 การบริหารงานก่อสร้าง

ดำเนินงานโดยเจ้าของโครงการจ้างทีมออกแบบและทีมผู้รับเหมา โดยทีมออกแบบจะประกอบด้วยฝ่ายสถาปนิก นักออกแบบภายใน ภูมิสถาปัตย์ และ วิศวกรงานต่างๆ ประสานงานกับทีมผู้รับเหมา โดยเจ้าของโครงการเป็นผู้ตัดสินใจดำเนินการและควบคุมการทำงาน ร่วมกับผู้บริหารโครงการ (Project Manager) ซึ่งเปรียบเสมือนตัวแทนของเจ้าของโครงการอีกทีหนึ่ง

#### 6.5 การวางแผนงานก่อสร้าง

อาคาร 1 หลังใช้เวลาสร้างเป็นอย่างมาก 12 เดือน โดยแบ่งการก่อสร้างออกเป็น 3 เฟส ไล่จากด้านหน้าโครงการเข้าไปด้านหลัง เฟส A มี 12 หลัง เฟส B มี 10 หลัง พร้อมสวนสาธารณะ และ เฟส C 11 หลังสุดท้าย โดยคาดว่าจะใช้ระยะเวลางานก่อสร้าง 26 – 30 เดือนจึงแล้วเสร็จทั้งโครงการ ในที่นี้คาดว่าจะการเริ่มงานของแต่ละเฟสจะเริ่มเฟสใหม่หลังจากที่เฟสก่อนหน้าได้เริ่มดำเนินการลงฐานรากเสร็จเรียบร้อยแล้ว บ้านตัวอย่างเพิ่มเวลาการตกแต่งอีก 1 เดือน จึงเสร็จช้ากว่าสำนักงานขายซึ่งไม่ได้ตกแต่งมาก สำนักงานขายจะตกแต่งบริเวณชั้นล่างมากที่สุด โดยชั้นบนตกแต่งตามแบบมาตรฐาน เนื่องจากไม่มีความจำเป็นสำหรับใช้รับรองลูกค้า



ภาพที่ 6.1 แสดงการแบ่งแปลงงานก่อสร้างในโครงการ

ตารางที่ 6.1 กำหนดการแผนการดำเนินงานของโครงการ

ระยะเวลางานก่อสร้าง	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36		
<b>ก่อนการก่อสร้าง</b>																																						
ซื้อที่ดิน	■																																					
ออกแบบ		■	■	■	■																																	
ขออนุญาตจัดสรร			■	■	■	■																																
พัฒนาที่ดิน				■	■	■	■																															
<b>ช่วงก่อสร้าง</b>																																						
สาธารณูปโภค				■	■	■	■																															
สำนักงานขาย/อาคารนิติบุคคล												×																										
บ้านตัวอย่าง																																						
งานก่อสร้างเฟส A												A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A														
งานซุ่มทางเข้า-ออกโครงการ																																						
งานก่อสร้างเฟส B																																						
งานภูมิสถาปัตยกรรม																																						
งานก่อสร้างเฟส C																																						
<b>หลังก่อสร้าง</b>																																						
รับมอบงานก่อสร้าง																																						
บริหารโครงการหลังส่งมอบ																																						

## บทที่ 7

### การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน

วิเคราะห์สัดส่วนทางการเงินด้านต้นทุนการพัฒนา การบริหาร และการขาย เพื่อหา ราคาต้นทุนที่ดินที่เหมาะสม เพื่อคาดการณ์ระดับราคาขายที่เหมาะสมกับตลาดต่อไป ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญ ในการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการและสามารถแข่งขันกับสภาพตลาดและคู่แข่งได้ โดยแบ่ง หมวดการลงทุนออกเป็น 3 หมวดหลัก คือ ค่าต้นทุนเงินทุน ค่าต้นทุนการบริหารและการตลาด และ ค่าก่อสร้างอาคาร

#### 7.1 สมมติฐานการลงทุนของโครงการ

สัดส่วนเงินทุนของเจ้าของโครงการ 30% กู้ธนาคาร 70% เป็นไปตามนโยบายของการ กู้ของธนาคาร อัตราดอกเบี้ยธนาคารทั่วไปเปรียบเทียบดังตารางด้านล่างนี้ โดย เฉลี่ยดอกเบี้ย MRR ด้วยวิธี Simple Average ได้ 7.95% ต้องจ่ายดอกเบี้ยทุกสิ้นงวด โดยชำระภายในต้นเดือนของเดือน ถัดไป

ตารางที่ 7.1 แสดงอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ธนาคารพาณิชย์ต่างๆ

	MRR	MOR	MLR
ธ. กรุงศรีอยุธยา จก.	7.9500	7.5000	6.8500
เริ่มใช้ตั้งแต่วันที่	1 ก.พ. 59	1 ก.พ. 59	1 ก.พ. 59
ธ. กรุงเทพ จก.	7.8750	7.3750	6.5000
เริ่มใช้ตั้งแต่วันที่	2 ก.ย. 58	2 ก.ย. 58	2 ก.ย. 58
ธ. ออมสิน	8.0000	7.5000	7.2500
เริ่มใช้ตั้งแต่วันที่	15 ก.ย. 54	15 ก.ย. 54	15 ก.ย. 54
ธ. กสิกรไทย จก.	7.8700	7.3700	6.5000
เริ่มใช้ตั้งแต่วันที่	11 ม.ค. 59	11 ม.ค. 59	11 ม.ค. 59
ธ. กรุงไทย จก.	7.8750	7.3750	6.5250
เริ่มใช้ตั้งแต่วันที่	26 พ.ค. 58	26 พ.ค. 58	26 พ.ค. 58
ธ. ไทยพาณิชย์ จก.	7.8700	7.3700	6.5250
เริ่มใช้ตั้งแต่วันที่	10 ก.ย. 58	18 ก.ค. 58	18 ก.ค. 58
ธ. ทหารไทย จก.	8.0250	7.6750	7.0250
เริ่มใช้ตั้งแต่วันที่	17 มิ.ย. 58	17 มิ.ย. 58	17 มิ.ย. 58
ธ. ยูโอบี จก.	8.1500	7.8000	7.2500
เริ่มใช้ตั้งแต่วันที่	1 ก.ค. 58	1 ก.ค. 58	1 ก.ค. 58

ที่มา : เว็บไซต์สมาคมตลาดตราสารหนี้ไทย หรือ ThaiBMA

1. MRR หมายถึง อัตราดอกเบี้ยลูกค้ารายย่อยชั้นดี (MRR)
2. MOR หมายถึง อัตราดอกเบี้ยลูกค้ารายใหญ่ชั้นดี ประเภทเงินเบิกเกินบัญชี (MOR)
3. MLR หมายถึง อัตราดอกเบี้ยลูกค้ารายใหญ่ชั้นดี ประเภทเงินกู้แบบมีระยะเวลา (MLR)

ต้นทุนเงินทุนหรือส่วนของเจ้าของ 30% สามารถคิดอัตราผลตอบแทนของเงินทุนส่วน  
ของเจ้าของด้วยวิธี Cap M

$$\text{CapM} = R_f + (R_m - R_f) * b$$

โดยอ้างอิงอัตราผลตอบแทนปลอดภัยในการซื้อพันธบัตรรัฐบาลสำหรับ Rf ส่วน Rm สามารถอ้างอิงได้จากงบการเงินของผู้ประกอบการที่เป็นบริษัทมหาชน ทั้งนี้เนื่องจากโครงการไม่ใช่บริษัทมหาชนการใช้ Rm ที่เอื้อมาจากบริษัทมหาชนอาจมีความคลาดเคลื่อนสูง จึงเลือกศึกษาจากผู้ประกอบการรายย่อยที่มีประสบการณ์การทำโครงการโฮมออฟฟิศในลักษณะใกล้เคียงกันแทนจากการสอบถามผู้บริหารบริษัทแห่งหนึ่ง ซึ่งมีประสบการณ์ทำโครงการอาคารพาณิชย์และโฮมออฟฟิศ มีการคาดหวังอัตราผลตอบแทนของเงินทุนขั้นต่ำอยู่ที่ 30% แต่อัตราผลตอบแทนที่แท้จริงหลังจบโครงการอยู่ที่ประมาณ 26% - 27%

อัตราภาษีบริษัทสูงสุดร้อยละ 20 ต่อปี สำหรับบริษัทที่มีกำไรสุทธิเกิน 3 ล้านบาทขึ้นไป

จากข้อมูลสามารถหาต้นทุนทางการเงินได้ดังนี้

$$\begin{aligned}
 W_e &= \text{ส่วนเงินลงทุนของเจ้าของ } 30\% \\
 K_e &= \text{อัตราผลตอบแทนที่คาดหวังของเจ้าของ } 26\% \\
 W_d &= \text{เงินลงทุนส่วนที่กู้ยืม } 70\% \\
 K_d &= \text{อัตราดอกเบี้ยของเงินกู้ยืม } 7.95\% \\
 T &= \text{อัตราภาษีเงินได้ของบริษัท } 20\% \\
 WACC &= W_e K_e + W_d K_d (1-T) \\
 &= 0.3 * 26 + 0.7 * 7.95 (1-0.2) \\
 &= 7.8 + 5.565 (0.8) \\
 &= 12.252
 \end{aligned}$$

โครงการมีนโยบายกู้ยืมเงินจากธนาคารตามที่จ่ายจริงในแต่ละเดือน จำนวน 70% ของเงินลงทุนในโครงการและจ่ายคืนเงินกู้เมื่อมีการโอนในแต่ละเฟส 80% ของยอดเงินโอนทั้งหมด และเท่ากับจำนวนคงค้างเมื่อมีการโอนเฟส 3

## 7.2 สมมติฐานด้านค่าใช้จ่ายโครงการ

### 7.2.1 ค่าพัฒนาโครงการ

โฮมออฟฟิศ เป็นอาคารสำหรับใช้ประโยชน์ทั้ง 2 ด้าน ดังนั้นราคาค่าก่อสร้างของมูลนิธิประเมินค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทย สำหรับอาคารพาณิชย์ขนาด 4 - 5 ชั้น ก่อสร้างอยู่ที่ 6,400 - 8,500 บาทต่อตารางเมตร และ อาคารพักอาศัยไม่เกิน 5 ชั้น 10,400 - 14,800 บาทต่อตารางเมตร (มูลนิธิประเมินค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทย, 2558) แต่จากการสอบถามผู้รับเหมาชำนาญงานพบว่า ราคาค่าก่อสร้าง ด้วยวัสดุที่เป็นที่นิยมในตลาดตามรายการด้านล่างนี้จะอยู่ที่ตารางเมตรละ 12,000 -

13,000 บาท ดังนั้นในการคำนวณหาราคาค่าก่อสร้างต่อ 1 หลัง จะใช้ราคา 13,000 บาทต่อตารางเมตรในการคำนวณโดยมีรายละเอียดวัสดุเบื้องต้นดังนี้

ข้อมูลทางการตลาดสรุปได้ว่าโฮมออฟฟิศควรมีหน้ากว้าง 5 – 5.5 เมตร พื้นที่ใช้สอย 270 – 350 ตารางเมตร ความสูงอาคาร 4 ชั้น วัสดุมาตรฐานที่ควรมีตามลักษณะสินค้าทั่วไปที่องตลาดดังนี้

- โครงสร้างก่ออิฐฉาบปูน
- เสาเข็มแบบเจาะ
- ใช้แผ่นพื้นสำเร็จรูป
- กระเบื้องปูพื้นแกรนิตโต้ (Porcelain Tile) ขนาด 60\*60
- พื้นชั้นบนลามิเนต หรือ แกรนิตโต้
- ราวบันไดโครงเหล็กตกแต่งปิดผิวด้วยไม้หรือวัสดุเทียมไม้
- กรอบหน้าต่างอะลูมิเนียม
- ทาสีผนัง
- ห้องน้ำอย่างน้อยชั้นละ 1 ห้อง และมีฝักบัวอาบน้ำในห้องน้ำตั้งแต่ชั้น 2 ขึ้นไป
- สุขภัณฑ์ยี่ห้อ American standard หรือเทียบเท่า

ตารางที่ 7.2 สมมติฐานค่าใช้จ่ายในงานก่อสร้าง

	ราคา	จำนวน	หน่วย	มูลค่า	*
ค่าที่ดิน (1)	82,000	2,269	วา	186,058,000	(1)
ค่าพัฒนาที่ดินและพื้นที่ส่วนกลาง					
ค่าถมที่สูง 1 เมตร และปรับแต่งหน้าดิน	750	2,269	วา	1,701,750	
สาธารณูปโภคส่วนกลาง ทำถนนรวมไฟฟ้าแสงสว่างและทำระบายน้ำ	2,000	4,120	ตร.ม.	8,240,000	
รั้ว	2,500	505	ม.	1,262,500	
จัดสวน	1,800	236	ตร.ม.	424,800	
ป้อมยามและประตูรั้วหน้าโครงการ				700,000	
<b>รวมค่าพัฒนาที่ดินและส่วนกลาง (2)</b>				<b>12,329,050</b>	<b>(2)</b>
ค่าก่อสร้าง					
สำนักงานขาย					
งานโครงสร้าง				50%	250,000
งานสถาปัตยกรรม				40%	200,000
งานระบบ				10%	50,000
<b>รวมค่าก่อสร้างสำนักงานขาย</b>	<b>10,000</b>	<b>50</b>	<b>ตร.ม.</b>	<b>500,000</b>	
อาคารพาณิชย์ เฟส 1 @12หลัง					
งานโครงสร้าง				44%	19,219,200
งานสถาปัตยกรรม				45%	19,656,000
งานระบบ				11%	4,804,800
<b>รวมค่าก่อสร้างอาคารพาณิชย์ เฟส 1</b>	<b>13,000</b>	<b>3,360</b>	<b>ตร.ม.</b>	<b>43,680,000</b>	
อาคารพาณิชย์ เฟส 2 @10หลัง					
งานโครงสร้าง				44%	16,016,000
งานสถาปัตยกรรม				45%	16,380,000
งานระบบ				11%	4,004,000
<b>รวมค่าก่อสร้างอาคารพาณิชย์ เฟส 2</b>	<b>13,000</b>	<b>2,800</b>	<b>ตร.ม.</b>	<b>36,400,000</b>	
อาคารพาณิชย์ เฟส 3 @11หลัง					
งานโครงสร้าง				45%	18,018,000
งานสถาปัตยกรรม				44%	17,617,600
งานระบบ				11%	4,404,400
<b>รวมค่าก่อสร้างอาคารพาณิชย์ เฟส 3</b>	<b>13,000</b>	<b>3,080</b>	<b>ตร.ม.</b>	<b>40,040,000</b>	
<b>รวมค่าก่อสร้างทั้งหมด (3)</b>				<b>120,620,000</b>	<b>(3)</b>
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ					
ค่าบริหารการก่อสร้างควบคุมงาน				3%	3,015,500
ค่าออกแบบ				1%	1,206,200
ค่าดำเนินการอื่น				1%	1,206,200
<b>รวมค่าใช้จ่ายอื่นๆ (4)</b>				<b>5,427,900</b>	<b>(4)</b>
<b>รวมต้นทุนค่าใช้จ่ายในการพัฒนาโครงการ (1)+(2)+(3)+(4)</b>				<b>324,434,950</b>	

### 7.2.2 สมมติฐานด้านค่าใช้จ่ายในการบริหาร

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารโครงการนอกจากเงินเดือนพนักงานตามที่แสดงในตารางด้านล่างแล้ว มีค่าธรรมเนียมในการโอน ซึ่งปัจจุบันรัฐบาลกำหนด 1% ของราคาซื้อขาย และค่าภาษีธุรกิจเฉพาะ 3.3% ค่าคอมมิชชั่นจากการสอบถามโดยทั่วไปที่การขายระดับราคา 14 - 16 ล้านบาท จะได้ค่าคอมมิ ชชั่นที่ 1% - 2.5% โดยมีการเพิ่มขึ้นเป็นลำดับตามเป้าหมายการขาย ทั้งนี้โครงการใช้ 1% ของยอดขาย ในการเริ่มต้นโครงการมีค่าใช้จ่ายคงที่คือเงินเดือน ซึ่งจะเริ่มจ้างผู้บริหาร, รปภ., ฝ่ายบัญชี และ Admin ในเดือนที่ 4 เป็นต้นไป และเริ่มจ้างฝ่ายขาย, แม่บ้าน, และ มีค่าสาธารณูปโภค ในเดือนที่ 11 ซึ่งเป็นเดือนก่อนการเปิดขายโครงการในเดือนที่ 12

ตารางที่ 7.3 ตารางสมมติฐานด้านค่าใช้จ่ายในการบริหาร

ค่าใช้จ่ายในการบริหารโครงการ	เงินเดือน/เดือน	จำนวน (คน)	รวม
แม่บ้าน	15,000	1	15,000
รปภ.	15,000	3	45,000
ฝ่ายขาย	12,000	2	24,000
ผู้บริหาร	50,000	2	100,000
Admin	15,000	1	15,000
ฝ่ายบัญชี	25,000	1	25,000
ค่าสาธารณูปโภคส่วนกลาง	15,000	-	15,000
รวม (6)			239,000



### 7.2.3 ค่าใช้จ่ายทางการตลาด

ตารางที่ 7.4 ตารางสมมติฐานด้านค่าใช้จ่ายทางการตลาด

ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	ราคา	จำนวน	หน่วย	รวม
ป้ายโฆษณา	100,000	1	ป้าย/เดือน	2,100,000
ป้ายบอกทาง	25,000	1	ต่อเดือน	475,000
Online Media				
Website	18,000	1		18,000
Facebook	2,000	20	ครั้ง	38,000
Advertorial	100,000			90,000
SMS	15,000	1	Package	15,000
EVENT	150,000			150,000
PR	60,000	3	ครั้ง	60,000
Production	1,031,100	35%	ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด	941,439
รวม (5)				3,887,439

### 7.3 สมมติฐานด้านรายรับโครงการ

โครงการมีรายรับจากการรับเงินจองของลูกค้า เงินผ่อนดาวน์ และ เงินโอน เมื่อลูกค้าผ่อนดาวน์ครบกำหนด โดยเงินจองกำหนดที่ยูนิตละ 200,000 บาท เงินผ่อนดาวน์คิดเป็น 20%ของราคาซื้อขาย เงินโอนหรือราคาซื้อขายหักลบด้วยเงินผ่อนดาวน์

### 7.4 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการเงินของโครงการ

วิเคราะห์ด้วยการประมาณกระแสเงินสดของโครงการ จากตารางแนบท้ายโครงการมีเงินทุนทั้งหมด 324,434,950 บาท ต้นทุนทางการเงิน (WACC) 12.252% ได้กระแสเงินสดสุทธิ (NPV) 24,332,270.82 บาท ผลตอบแทนจากการลงทุน (IRR) 17% ดังนั้นโครงการนี้น่าลงทุนเนื่องจาก NPV>0 และ IRR มากกว่า WACC

## 7.5 ทดสอบความอ่อนไหว (Sensitivity Analysis)

เพื่อหาค่าความเปลี่ยนแปลงที่รับได้ เนื่องจากการลงทุนมีความเสี่ยงจากความคลาดเคลื่อนของสมมติฐานทางการเงินต่างๆ เพราะการเปลี่ยนแปลงของสภาพตลาดและเศรษฐกิจจึงอาจทำให้ราคาค่าก่อสร้างเพิ่มขึ้น หรือ ความจำเป็นที่จะต้องลดราคาขาย เป็นต้น

ดังนั้นจึงทำการทดสอบค่าความอ่อนไหวเมื่อค่าก่อสร้างเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 10% เนื่องจากปัจจุบันราคาค่าก่อสร้างเพิ่มขึ้นเฉลี่ยประมาณ 5-10% จะทำให้โครงการมีความเป็นไปได้หรือไม่ และ ทดสอบค่าความอ่อนไหวเมื่อราคาขายเพิ่มขึ้นและลดลง 3% จากสภาพตลาด

ตารางที่ 7.5 ตารางแสดงความอ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงของต้นทุนค่าก่อสร้าง

สภาวะ	NPV	IRR
ปกติ	39,646,292.43	20%
เพิ่มขึ้น 10%	28,645,763.17	18%
เพิ่มขึ้น 30%	6,142,198.25	14%

แสดงให้เห็นว่าในภาวะที่ค่าก่อสร้างเพิ่มขึ้น 10% โครงการจะยังคงได้รับผลตอบแทนในอัตราที่ดีอยู่ แต่การเปลี่ยนแปลงของต้นทุนก่อสร้างสูงสุดที่โครงการจะไม่สามารถรับได้คือการเพิ่มขึ้น 30% ขึ้นไป ซึ่งไม่น่าจะเป็นไปได้

ตารางที่ 7.6 ตารางแสดงความอ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงของราคาขาย

สภาวะ	NPV	IRR
ปกติ	39,646,292.43	20%
เพิ่มขึ้น 3%	51,268,622.26	22%
ลดลง 3%	28,526,468.99	18%

การปรับเพิ่มขึ้นของราคาขายส่งผลบวกกับโครงการ แต่เมื่ออยู่ในภาวะแข่งขันกับตลาด การลดราคาขายลง 3% โครงการจะยังคงได้รับผลตอบแทนในระดับดีอยู่ ดังนั้นโครงการจึงสามารถ ได้รับผลตอบแทนอยู่ในระดับที่ดีแม้ว่าจะมีภาวะการเปลี่ยนแปลงของต้นทุนก่อสร้างและและราคา ขาย

## 7.6 วิเคราะห์สมมติภาพ (Scenario Analysis)

วิเคราะห์เหตุการณ์ต่างๆที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต ซึ่งมีผลกระทบต่อต้นทุนของ โครงการในทุกด้าน โดยกำหนดสถานการณ์ที่ดีที่สุดคาดว่าจะเกิดขึ้น (Best Case) สถานการณ์ที่แย่ ที่สุดที่คาดว่าจะเกิดขึ้น (Worst Case) และสถานการณ์ปกติ (Base Case) เพื่อเปรียบเทียบให้เห็น ภาพมากขึ้น

### 1) กรณีที่จะมีความเป็นไปได้มากที่สุด (Base Case)

- ค่าก่อสร้าง 13,000 บาทต่อตารางเมตร
- ยอดขายปกติ (เฉลี่ย 2 หลังต่อเดือน)
- ราคาขายปกติ คือเป็นไปตามที่ตั้งราคาไว้

### 2) กรณีที่ดีที่สุด (Best Case)

- ค่าก่อสร้าง 13,000 บาทต่อตารางเมตร
- ได้ยอดขายต่อเดือนมากกว่า 2 หลังขึ้นไป (เฉลี่ย 2.75 หลังต่อเดือน)
- ราคาขายเพิ่มขึ้น 3%

### 3) กรณีที่แย่ที่สุด (Worst Case)

- ค่าก่อสร้างเพิ่มขึ้น 10%
- ยอดขายต่ำกว่าเดือนละ 2 หลัง เนื่องจากตลาดมีคู่แข่งเพิ่มขึ้น (เฉลี่ย 1.6 หลังต่อเดือน)
- ยื่นราคาขายเท่าเดิม

## ตารางที่ 7.7 ตารางสมมติภาพ

สถานการณ์	NPV	IRR
Base Case	39,646,292.43	20.00%
Best Case	52,951,104.82	23.10%
Worst Case	3,444,529.20	12.97%

จากสมมติภาพ จะเห็นได้ว่าเมื่ออยู่ในกรณี Worst Case ที่ค่าก่อสร้างมีอัตราเพิ่มขึ้น และในสภาวะขายเฉลี่ย 1.5 หลังต่อเดือน จะทำให้ NPV 3,444,529.2 บาท และ IRR = 12.97% ซึ่งทำให้โครงการยังได้รับผลตอบแทนตามที่คาดไว้และ NPV มีค่ามากกว่า 0 ดังนั้นโครงการนี้จึงสามารถลงทุนได้

## บทที่ 8

### สรุปการวิเคราะห์ความเป็นไปได้โครงการ

#### 8.1 สรุปผลความเป็นไปได้ของโครงการ

โครงการตั้งอยู่บนทำเลที่มีแผนการสร้างระบบคมนาคมขนาดใหญ่อย่างรถไฟฟ้าสายสีเหลือง อยู่บนถนนเส้นหลักที่ชุมชนสุขุมวิทขยายตัวออกมา ซึ่งในย่านนี้เป็นที่อยู่อาศัยสลับกับธุรกิจ ห้างร้านที่เปิดกันอย่างคึกคัก ในด้านทำเลและการเข้าถึงจึงมีศักยภาพเพียงพอที่สามารถสร้างโฮมออฟฟิศเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้

ลักษณะอุปสงค์และอุปทานในตลาดของโฮมออฟฟิศ พบว่ามีอุปสงค์ที่เพิ่มขึ้น มีอัตราการขายในทำเลนี้ค่อนข้างดี ในทุกระดับราคา ด้านอุปทานมีจำนวนเพิ่มขึ้นไม่มากนัก ทำให้เป็นโอกาสที่ดีสำหรับโครงการในทำเลนี้ ประกอบสถานการณ์เศรษฐกิจที่มี GDP เติบโต เป็นแรงส่งให้โครงการน่าจะมียอดขายที่ดี โดยโฮมออฟฟิศ หรือ ลักษณะการใช้อาคารในย่านดังกล่าว มักอยู่ในรูปแบบอาคารพาณิชย์ มักเป็นหน้าร้านขายของ หรือ Shop house และสำนักงานที่ติดต่อกัน ซึ่งการที่รูปแบบโครงการมีลักษณะอาคารเป็นบ้านแฝดจะทำให้มีความเป็นส่วนตัวมากขึ้น ปลอดภัยมากขึ้น และมีความเป็นระเบียบเนื่องจากการจัดการภายในโครงการที่ดีกว่า โดยกลุ่มลูกค้าหลักของโครงการคือผู้ที่ต้องการหาโฮมออฟฟิศสำหรับทำเป็นสำนักงานที่ติดต่อด้านธุรกิจเกี่ยวโลจิสติกส์ และอุตสาหกรรม เนื่องจากทำเลโครงการอยู่ในพื้นที่ที่ใกล้แหล่งธุรกิจด้านโลจิสติกส์ สนามบินสุวรรณภูมิ และย่านนิคมอุตสาหกรรม และโครงการยังเหมาะสำหรับลูกค้าที่ต้องการเปิดทำเป็นหน้าร้านสำหรับสินค้าบริการและอยู่อาศัยพร้อมกันด้วย เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งในตลาดลักษณะสินค้าของโครงการมีจุดเด่นที่พื้นที่ความเป็นส่วนตัวเนื่องจากมีลักษณะอาคารเป็นบ้านแฝด และได้พื้นที่จอดรถต่อหน่วยที่มากขึ้นด้วย ในราคาที่ไม่แพงเกินไป และจำนวนของคู่แข่งใหม่ที่เพิ่มขึ้นจากข้อมูลยังมีจำนวนไม่มากในอนาคต

และเมื่อวิเคราะห์สภาพตลาด ยอดขายของโครงการคู่แข่งและราคาแล้ว สามารถประเมินการขายและโอนของโครงการเพื่อคำนวณหาผลตอบแทนของโครงการ โดยใช้เครื่องมือทางการเงินโดยการหามูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (IRR), วิเคราะห์ความอ่อนไหว (Sensitivity Analysis), และวิเคราะห์สมมติภาพ (Scenario Analysis) พบว่าโครงการให้ผลตอบแทนที่เป็นบวกในทุกกรณี

## รายการอ้างอิง

- Cambridge Dictionaries Online. (2015). from <http://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/home-office?q=home+office+>
- CB RICHARD ELLIS (THAILAND) CO., L. (2015). BANGKOK PROPERTY RESEARCH Fourth Quarter 2014 (pp. 124).
- Ghita, C. (2014). A Decision Support System for Business Location Based on Open GIS Technology and Data. *Managing Global Transitions: International Research Journal*, 12(2), 101-120.
- Louw, E. (1998). Accommodation as a location factor for office organisations : Implications for location theory. *Netherlands journal of housing and the built environment*, 13(4), 477-494. doi: 10.1007/BF02497030
- Rymarzak, M., & Sieminska, E. (2012). Factors affecting the location of real estate. *Journal of Corporate Real Estate*, 14(4), 214-225. doi: <http://dx.doi.org/10.1108/JCRE-11-2012-0027>
- กฎกระทรวง ฉบับที่ 55 ออกตามความในพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 (2543). กรุงเทพมหานครออนไลน์. (2558). เหยยราคาประเมินที่ดินรอบใหม่ เพิ่มขึ้นเฉลี่ย 27.72%.
- กองนโยบายและแผนงาน., ก. (2555). รายงานการศึกษานิคมอุตสาหกรรมในพื้นที่กรุงเทพมหานคร พ.ศ.2554: สำนักผังเมือง กรุงเทพมหานคร.
- กองบรรณาธิการ เช็คราคา.คอม. (2557). Townhouse/ Townhome/ Homoffice ในเมืองไทย ต่างกันอย่างไร? , from <http://goo.gl/3KfvG7>
- ข้อกำหนด เกี่ยวกับการจัดสรรที่ดินเพื่อที่อยู่อาศัยและพาณิชยกรรมกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2550. (2550).
- นงลักษณ์ ตาดทอง, & ธนัชพร ใจอารีย์. (2558). คำอธิบายข้อมูล การออกใบอนุญาตก่อสร้างอาคาร เพื่อการพาณิชย์: ศูนย์ข้อมูลสังหาริมทรัพย์.
- นิธินา จงประเจิด. (2554). สภาพแวดล้อมทางกายภายในโฮมออฟฟิศที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ใช้งาน (PHYSICAL ENVIRONMENT IN HOME OFFICE ACCORDANCE TO USER BEHAVIOR).

- พาริก เวาะแซ. (2553). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการขยายตัวของประชากรในพื้นที่รับน้ำฝั่งตะวันออกของ กรุงเทพมหานคร. เรื่องเต็มการประชุมทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 48: สาขาสถาปัตยกรรมศาสตร์และวิศวกรรมศาสตร์, 106-113.
- มูลนิธิประเมินค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทย. (2558). ราคาประเมินค่าก่อสร้างอาคาร พ.ศ. 2558
- วลีรัตน์ ทองพูล. (2011). คุณลักษณะทางกายภาพของสาธารณูปโภคและสาธารณูปการที่สนับสนุน การตัดสินใจซื้อโฮมออฟฟิศพาร์ค: [ปทุมธานี] : คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2554 [2011].
- วิวัฒนาการตึกแถว. (2556, 25 พฤษภาคม 2556). คม ชัด ลึก ออนไลน์. Retrieved from <http://goo.gl/3KfvG7>
- ศูนย์ข้อมูลกรุงเทพมหานคร. (2013). กรุงเทพฯปัจจุบัน. from <http://203.155.220.230/m.info/nowbma/>
- ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์. (2558). การออกใบอนุญาตก่อสร้างอาคารเพื่อการพาณิชย์ ทั่วประเทศ.
- สมพงษ์ กิตติสรยุทธ. (2534). รูปแบบการพัฒนาบ้านกึ่งสำนักงานในเขตกรุงเทพมหานคร. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักผังเมือง กรุงเทพมหานคร. แผนพัฒนากรุงเทพมหานครสู่เมืองน่าอยู่.
- สรุปข้อกำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดินตามกฎหมายกระทรวงให้ใช้บังคับผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2556 (2556).
- สำนักยุทธศาสตร์และการวางแผนเศรษฐกิจมหภาค. (2558). ภาวะเศรษฐกิจไทยไตรมาสที่สาม และ แนวโน้มปี 2558-2559.
- องค์ความรู้ประชาคมอาเซียน. (2555). AEC คืออะไรมีผลกระทบกับไทยอย่างไร. from <http://www.thai-aec.com/41>





รายรับ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>เงินจอง</b>										
เงินค่านัน										
เงินโอน										
<b>รวม</b>										
รายจ่าย	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ค่าที่ดิน (1)	186,058,000									
ค่าพัฒนาที่ดินและพื้นที่ส่วนกลาง (2)	-	850,875	850,875	2,375,625	2,375,625	2,375,625	2,375,625	-	-	175,000
ค่าก่อสร้างบ้าน (3)	-	-	-	-	-	-	-	125,000	125,000	3,765,000
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ (4)	-	36,552	639,652	137,068	740,168	137,068	137,068	137,068	137,068	137,068
<b>รวมเงินลงทุนในโครงการ</b>	<b>186,058,000</b>	<b>887,427</b>	<b>1,490,527</b>	<b>2,512,693</b>	<b>3,115,793</b>	<b>2,512,693</b>	<b>2,512,693</b>	<b>262,068</b>	<b>262,068</b>	<b>4,077,068</b>
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารโครงการ										
ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด (5)	-	-	-	-	-	-	-	-	18,000	144,830
ค่าใช้จ่ายในการบริหารโครงการ (6)	-	-	-	185,000	185,000	185,000	185,000	185,000	185,000	185,000
ค่าธรรมเนียมการโอน (7)										
ค่าภาษีธุรกิจเฉพาะ (8)										
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>185,000</b>	<b>185,000</b>	<b>185,000</b>	<b>185,000</b>	<b>185,000</b>	<b>203,000</b>	<b>329,830</b>
ดอกเบี้ยเงินกู้										
รวมดอกเบี้ยจ่าย (9)		862,844	866,959	873,872	885,524	899,974	911,626	923,279	924,494	925,710
<b>รวมกระแสเงินสดจ่าย</b>	<b>186,058,000</b>	<b>1,750,270</b>	<b>2,357,486</b>	<b>3,571,565</b>	<b>4,186,318</b>	<b>3,597,667</b>	<b>3,609,320</b>	<b>1,370,347</b>	<b>1,389,563</b>	<b>5,332,608</b>
กระแสเงินสดสุทธิจากการดำเนินงาน	(186,058,000)	(1,750,270)	(2,357,486)	(3,571,565)	(4,186,318)	(3,597,667)	(3,609,320)	(1,370,347)	(1,389,563)	(5,332,608)

รายรับ	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
เงินจอง		600,000	400,000	400,000	400,000	600,000	600,000	600,000	400,000	400,000
เงินทาวน			1,808,000	3,000,000	4,176,800	5,352,800	7,136,800	7,132,800	7,736,800	7,728,800
เงินโอน										
<b>รวม</b>		<b>600,000</b>	<b>2,208,000</b>	<b>3,400,000</b>	<b>4,576,800</b>	<b>5,952,800</b>	<b>7,736,800</b>	<b>7,732,800</b>	<b>8,136,800</b>	<b>8,128,800</b>
รายจ่าย	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
ค่าที่ดิน (1)										
ค่าพัฒนาที่ดินและพื้นที่ส่วนกลาง (2)	175,000	175,000	175,000	-	-	-	-	-	-	-
ค่าก่อสร้างบ้าน (3)	3,765,000	3,640,000	3,640,000	6,673,333	6,673,333	6,673,333	6,673,333	10,010,000	10,010,000	10,010,000
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ (4)	137,068	137,068	137,068	137,068	137,068	137,068	137,068	137,068	137,068	137,068
<b>รวมเงินลงทุนในโครงการ</b>	<b>4,077,068</b>	<b>3,952,068</b>	<b>3,952,068</b>	<b>6,810,402</b>	<b>6,810,402</b>	<b>6,810,402</b>	<b>6,810,402</b>	<b>10,147,068</b>	<b>10,147,068</b>	<b>10,147,068</b>
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารโครงการ										
ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด (5)	179,830	221,830	201,830	171,830	171,830	171,830	171,830	171,830	171,830	171,830
ค่าใช้จ่ายในการบริหารโครงการ (6)	239,000	239,000	239,000	239,000	239,000	239,000	239,000	239,000	239,000	239,000
ค่าธรรมเนียมการโอน (7)								-	-	-
ค่าภาษีธุรกิจเฉพาะ (8)								-	-	-
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร</b>	<b>418,830</b>	<b>460,830</b>	<b>440,830</b>	<b>410,830</b>	<b>410,830</b>	<b>410,830</b>	<b>410,830</b>	<b>410,830</b>	<b>410,830</b>	<b>410,830</b>
ดอกเบี้ยเงินกู้										
<b>รวมดอกเบี้ยจ่าย (9)</b>	<b>944,617</b>	<b>963,525</b>	<b>981,852</b>	<b>1,000,180</b>	<b>1,031,763</b>	<b>1,063,346</b>	<b>1,094,930</b>	<b>1,126,513</b>	<b>1,173,570</b>	<b>1,220,627</b>
<b>รวมกระแสเงินสดจ่าย</b>	<b>5,440,516</b>	<b>5,376,423</b>	<b>5,374,751</b>	<b>8,221,412</b>	<b>8,252,995</b>	<b>8,284,578</b>	<b>8,316,162</b>	<b>11,684,412</b>	<b>11,731,469</b>	<b>11,778,526</b>
กระแสเงินสดสุทธิจากการดำเนินงาน	(5,440,516)	(4,776,423)	(3,166,751)	(4,821,412)	(3,676,195)	(2,331,778)	(579,362)	(3,951,612)	(3,594,669)	(3,649,726)

รายรับ	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
เงินจอง	400,000	600,000	600,000	400,000	200,000	400,000	400,000	200,000		
เงินคาวม	7,729,600	7,121,600	7,140,100	7,171,000	7,162,200	6,558,202	5,382,200	3,559,700	1,732,800	572,800
เงินโอน		83,536,000	59,200,000	0	0	60,080,000	58,832,000	0	0	59,970,000
<b>รวม</b>	<b>8,129,600</b>	<b>91,257,600</b>	<b>66,940,100</b>	<b>7,571,000</b>	<b>7,362,200</b>	<b>67,038,202</b>	<b>64,614,200</b>	<b>3,759,700</b>	<b>1,732,800</b>	<b>60,542,800</b>
รายจ่าย	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
ค่าที่ดิน (1)										
ค่าพัฒนาที่ดินและพื้นที่ส่วนกลาง (2)	-	106,200	106,200	106,200	106,200	-	-	-	-	-
ค่าก่อสร้างบ้าน (3)	10,010,000	6,370,000	6,370,000	6,370,000	6,370,000	3,336,667	3,336,667	3,336,667	3,336,667	-
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ (4)	137,068	137,068	137,068	137,068	137,068	137,068	137,068	137,068	137,068	137,068
<b>รวมเงินลงทุนในโครงการ</b>	<b>10,147,068</b>	<b>6,613,268</b>	<b>6,613,268</b>	<b>6,613,268</b>	<b>6,613,268</b>	<b>3,473,735</b>	<b>3,473,735</b>	<b>3,473,735</b>	<b>3,473,735</b>	<b>137,068</b>
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารโครงการ										
ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด (5)	171,830	321,830	171,830	171,830	171,830	221,830	171,830	171,830	171,830	171,830
ค่าใช้จ่ายในการบริหารโครงการ (6)	239,000	1,283,200	979,000	239,000	239,000	990,000	974,400	239,000	239,000	988,625
ค่าธรรมเนียมการโอน (7)	-	835,360	592,000	-	-	600,800	588,320	-	-	599,700
ค่าภาษีธุรกิจเฉพาะ (8)	-	2,756,688	1,953,600	-	-	1,982,640	1,941,456	-	-	1,979,010
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร</b>	<b>410,830</b>	<b>5,197,078</b>	<b>3,696,430</b>	<b>410,830</b>	<b>410,830</b>	<b>3,795,270</b>	<b>3,676,006</b>	<b>410,830</b>	<b>410,830</b>	<b>3,739,165</b>
ดอกเบี้ยเงินกู้										
รวมดอกเบี้ยจ่าย (9)	1,267,684	1,314,741	902,669	619,578	650,247	680,916	378,602	82,902	99,011	115,121
<b>รวมกระแสเงินสดจ่าย</b>	<b>11,825,583</b>	<b>13,125,088</b>	<b>11,212,368</b>	<b>7,643,677</b>	<b>7,674,346</b>	<b>7,949,922</b>	<b>7,528,343</b>	<b>3,967,467</b>	<b>3,983,576</b>	<b>3,991,354</b>
กระแสเงินสดสุทธิจากการดำเนินงาน	(3,695,983)	78,132,512	55,727,732	(72,677)	(312,146)	59,088,281	57,085,857	(207,767)	(2,250,776)	56,551,446

รายรับ	31	32	33	34	35	36	รวม
เงินจอง							7,600,000
เงินคาวม	-	-					98,203,002
เงินโอน	71,194,000	0	0				392,812,000
<b>รวม</b>	<b>71,194,000</b>	<b>-</b>	<b>-</b>				<b>498,615,002</b>
รายจ่าย	31	32	33	34	35	36	รวม
ค่าที่ดิน (1)							186,058,000
ค่าพัฒนาที่ดินและพื้นที่ส่วนกลาง (2)	-	-	-	-	-	-	12,329,050
ค่าก่อสร้างบ้าน (3)	-	-	-	-	-	-	120,620,000
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ (4)	137,068	137,068	137,068	36,552	-	-	5,427,900
<b>รวมเงินลงทุนในโครงการ</b>	<b>137,068</b>	<b>137,068</b>	<b>137,068</b>	<b>36,552</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>324,434,950</b>
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารโครงการ							
ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด (5)	-	-	-	-	-	-	3,887,439
ค่าใช้จ่ายในการบริหารโครงการ (6)	1,128,925	239,000	239,000	239,000	239,000	-	12,180,150
ค่าธรรมเนียมการโอน (7)	711,940	-	-	-	-	-	3,928,120
ค่าภาษีธุรกิจเฉพาะ (8)	2,349,402	-	-	-	-	-	12,962,796
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร</b>	<b>4,190,267</b>	<b>239,000</b>	<b>239,000</b>	<b>239,000</b>	<b>239,000</b>	<b>-</b>	<b>32,958,505</b>
ดอกเบี้ยเงินกู้							
รวมดอกเบี้ยจ่าย (9)	(0)	636	1,271	1,907	2,076	2,076	24,794,645
<b>รวมกระแสเงินสดจ่าย</b>	<b>4,327,335</b>	<b>376,704</b>	<b>377,339</b>	<b>277,458</b>	<b>241,076</b>	<b>2,076</b>	<b>357,393,455</b>
กระแสเงินสดสุทธิจากการดำเนินงาน	66,866,665	(376,704)	(377,339)	(277,458)	(241,076)	(2,076)	141,221,547

Interest	7.95%
WACC	12.252%
Monthly Discount Rate	1.02%
NPV	39,646,294.26
IRR	20%



**ค่าใช้จ่ายในการบริหาร**

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
ค่าใช้จ่ายคงที่				185,000	185,000	185,000	185,000	185,000	185,000	185,000	239,000	239,000	239,000	239,000	239,000	239,000	239,000	239,000
commission																		
total (6)				185,000	185,000	185,000	185,000	185,000	185,000	185,000	239,000	239,000	239,000	239,000	239,000	239,000	239,000	239,000

19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	Total
239,000	239,000	239,000	239,000	239,000	239,000	239,000	239,000	239,000	239,000	239,000	239,000	239,000	239,000	239,000	239,000	239,000	7,270,000
			1,044,200	740,000	-	-	751,000	735,400	-	-	749,625	889,925	-	-			4,910,150
239,000	239,000	239,000	1,283,200	979,000	239,000	239,000	990,000	974,400	239,000	239,000	988,625	1,128,925	239,000	239,000	239,000	239,000	12,180,150

แปลง	ราคาสุทธิ	ตัว	เดือน	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	Total		
A01	15,200,000	3,040,000	5	608,000	608,000	608,000	608,000	608,000																	
A02	15,000,000	3,000,000	5	600,000	600,000	600,000	600,000	600,000																	
A03	15,000,000	3,000,000	5	600,000	600,000	600,000	600,000	600,000																	
A04	14,900,000	2,980,000	5		596,000	596,000	596,000	596,000	596,000																
A05	14,900,000	2,980,000	5		596,000	596,000	596,000	596,000	596,000																
A06	14,900,000	2,980,000	5			596,000	596,000	596,000	596,000	596,000															
A07	14,520,000	2,904,000	5			580,800	580,800	580,800	580,800	580,800															
A08	14,700,000	2,940,000	5				588,000	588,000	588,000	588,000	588,000														
A09	14,700,000	2,940,000	5				588,000	588,000	588,000	588,000	588,000														
A10	14,800,000	2,960,000	5					592,000	592,000	592,000	592,000	592,000													
A11	14,800,000	2,960,000	5					592,000	592,000	592,000	592,000	592,000													
A12	15,000,000	3,000,000	5					600,000	600,000	600,000	600,000	600,000													
B01	15,000,000	3,000,000	5						600,000	600,000	600,000	600,000	600,000												
B02	15,000,000	3,000,000	5						600,000	600,000	600,000	600,000	600,000												
B03	15,100,000	3,020,000	5						604,000	604,000	604,000	604,000	604,000												
B04	15,100,000	3,020,000	5						604,000	604,000	604,000	604,000	604,000												
B05	14,900,000	2,980,000	5						596,000	596,000	596,000	596,000	596,000												
B06	14,900,000	2,980,000	5						596,000	596,000	596,000	596,000	596,000												
B07	14,520,000	2,904,000	5						580,800	580,800	580,800	580,800	580,800	580,800											
B08	14,700,000	2,940,000	5						588,000	588,000	588,000	588,000	588,000	588,000											
B09	14,800,000	2,960,000	5							592,000	592,000	592,000	592,000	592,000											
B10	14,620,000	2,924,000	5							584,800	584,800	584,800	584,800	584,800											
C01	14,700,000	2,940,000	5								588,000	588,000	588,000	588,000	588,000										
C02	14,700,000	2,940,000	5								588,000	588,000	588,000	588,000	588,000										
C03	14,700,000	2,940,000	5								588,000	588,000	588,000	588,000	588,000										
C04	14,700,000	2,940,000	5								588,000	588,000	588,000	588,000	588,000										
C05	16,162,500	3,232,500	5									646,500	646,500	646,500	646,500	646,500									
C06	16,672,500	3,334,500	5										666,900	666,900	666,900	666,900	666,900	666,900							
C07	14,500,000	2,900,000	5											580,000	580,000	580,000	580,000	580,000	580,000						
C08	14,500,000	2,900,000	5											580,000	580,000	580,000	580,000	580,000	580,000						
C09	14,500,000	2,900,000	5												580,000	580,000	580,000	580,000	580,000	580,000					
C10	14,500,000	2,900,000	5													580,000	580,000	580,000	580,000	580,000	580,000				
C11	14,320,000	2,864,000	5														572,800	572,800	572,800	572,800	572,800				
Total	491,015,000	98,203,000	165	1,808,000	3,000,000	4,176,800	5,352,800	7,136,800	7,132,800	7,736,800	7,728,800	7,729,600	7,121,600	7,140,100	7,171,000	7,162,200	6,558,202	5,382,200	3,559,700	1,732,800	572,800				

2.3571429

โอนโซน A						83,536,000	59,200,000																		
โอนโซน B																	60,080,000	58,832,000							
โอนโซน C																									
ยอดขาย(โอน)						0	0	0	0	0	83,536,000	59,200,000	0	0	0	60,080,000	58,832,000	0	0	59,970,000	71,194,000			392,812,000	
Commission											1,044,200	740,000				751,000	735,400			749,625	889,925			4,910,150	
ค่าธรรมเนียมโอน(7)	1.0%					0	0	0	0	0	835,360	592,000				600,800	588,320			599,700	711,940			3,928,120	
ภาษีธุรกิจเฉพาะ(8)	3.3%					0	0	0	0	0	2,756,688	1,953,600				1,982,640	1,941,456			1,979,010	2,349,402			12,962,796	

การจ่ายเงินกู้และดอกเบี้ย	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
ยอดโอน														
ต้นทุนในการพัฒนาโครงการ	186,058,000	887,427	1,490,527	2,512,693	3,115,793	2,512,693	2,512,693	262,068	262,068	4,077,068	4,077,068	3,952,068		
ดอกเบี้ยเงินกู้														
จำนวนกู้เงินจากธนาคาร (ต่อเดือน)	130,240,600	621,199	1,043,369	1,758,885	2,181,055	1,758,885	1,758,885	183,448	183,448	2,853,948	2,853,948	2,766,448		
จำนวนกู้เงินจากธนาคารสะสม	130,240,600	130,861,799	131,905,167	133,664,052	135,845,108	137,603,993	139,362,878	139,546,326	139,729,773	142,583,721	145,437,669	148,204,117		
ชำระคืนเงินกู้														
เงินกู้คงค้าง	130,240,600	130,861,799	131,905,167	133,664,052	135,845,108	137,603,993	139,362,878	139,546,326	139,729,773	142,583,721	145,437,669	148,204,117		
รวมดอกเบี้ยจ่าย (9)		846,564	850,602	857,384	868,816	882,993	894,426	905,859	907,051	908,244	926,794	945,345		
	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26
										83,536,000	59,200,000	0	0	60,080,000
	3,952,068	6,810,402	6,810,402	6,810,402	6,810,402	10,147,068	10,147,068	10,147,068	10,147,068	6,613,268	6,613,268	6,613,268	6,613,268	3,473,735
	2,766,448	4,767,281	4,767,281	4,767,281	4,767,281	7,102,948	7,102,948	7,102,948	7,102,948	4,629,288	4,629,288	4,629,288	4,629,288	2,431,614
150,970,564	155,737,845	160,505,127	165,272,408	170,039,689	177,142,636	184,245,584	191,348,532	198,451,480	203,080,767	140,881,255	145,510,543	150,139,830	152,571,445	
										66,828,800				48,064,000
150,970,564	155,737,845	160,505,127	165,272,408	170,039,689	177,142,636	184,245,584	191,348,532	198,451,480	136,251,967	140,881,255	145,510,543	150,139,830	104,507,445	
963,327	981,309	1,012,296	1,043,283	1,074,271	1,105,258	1,151,427	1,197,596	1,243,765	1,289,935	640,198	670,288	700,379	730,469	
	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	รวม			
58,832,000	0	0	59,970,000	71,194,000	0	0	392,812,000	0	0	0	785,624,000			
3,473,735	3,473,735	3,473,735	137,068	137,068	137,068	137,068	36,552	-	-	-	324,434,950			
											-			
2,431,614	2,431,614	2,431,614	95,948	95,948	95,948	95,948	25,586	-	-	-	227,104,465			
106,939,059	109,370,674	111,802,288	111,898,236	75,564,747	75,660,695	75,756,643	75,782,229	75,782,229	75,782,229	75,782,229				
			36,429,436							313,429	151,635,665			
106,939,059	109,370,674	111,802,288	75,468,800	75,564,747	75,660,695	75,756,643	75,782,229	75,782,229	75,468,800					
188,751	204,557	220,362	236,168	(49,686)	(49,062)	(48,439)	(47,815)	(47,649)	(47,649)		24,157,416			



## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาว ณัฐนิช นิชเฟื่องฟูชัย
วันเดือนปีเกิด	2 ตุลาคม 2531
ประวัติการศึกษา	ระดับปริญญาตรี คณะสังคมศาสตร์ ภาควิชาบริหารธุรกิจ การตลาด
ประสบการณ์ทำงาน	พ.ศ. 2557 – ปัจจุบัน เจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาดอาวุโส บริษัท แลนด์ แอนด์ พร็อพเพอร์ตี้ กรุ๊ป จำกัด พ.ศ. 2554 – 2556 เจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาดโครงการ บริษัท คาซ่าวิลล์ จำกัด