



การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนบนที่ดิน
ย่านซอยจรัญสนิทวงศ์ 40

โดย

นางสาวพิมพ์ภรณ์ รัตนคณิงธรรม

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์)
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2558
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนบนที่ดิน
ย่านซอยรัฐสุนิทวงศ์ 40

โดย

นางสาวพิมพ์ภรณ์ รัตนคิ่งธรรม

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์)
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2558

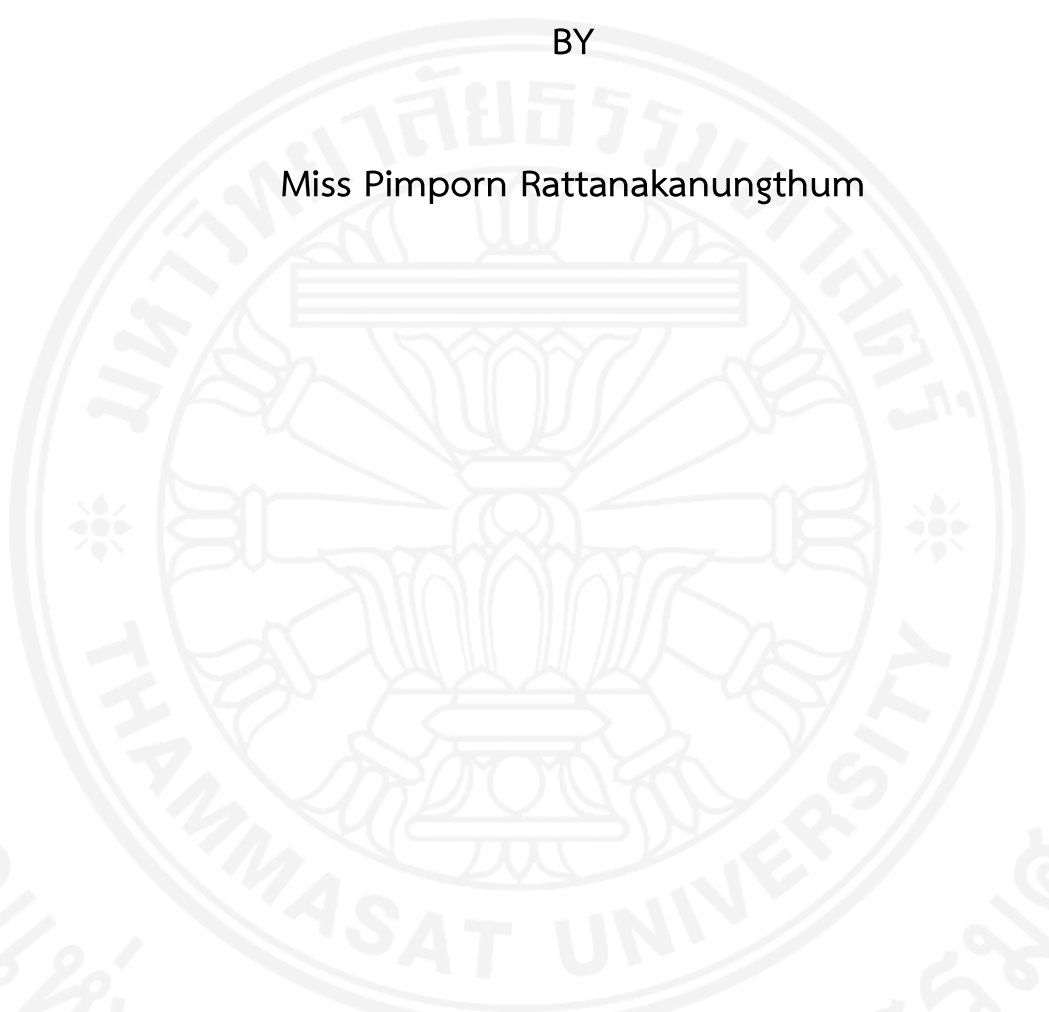
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



FEASIBILITY STUDY OF LAND INVESTMENT
IN SOI CHARANSANIDWONG 40

BY

Miss Pimporn Rattanakanunghum

The logo of Thammasat University is a large, circular emblem. It features a central figure holding a lotus flower, surrounded by a ring of Thai script. The words "THAMMASAT UNIVERSITY" are written in English around the bottom half of the circle. The logo is faint and serves as a background for the text.

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

นางสาวพิมพ์ภรณ์ รัตนคณิงธรรม

เรื่อง

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนบนที่ดินย่านซอยเจริญสุขทวงศ์ 40

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์)


เมื่อ วันที่ 22 เมษายน พ.ศ. 2559

ประธานกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ



(รองศาสตราจารย์ ดร.อัญจรวรรณ งามญาณ)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ



(รองศาสตราจารย์เยาวมาลัย เมธาภิรักษ์)

คณบดี



(ศาสตราจารย์ ดร.ศิริลักษณ์ โรจนกิจอำนวย)

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนบนที่ดิน ย่านซอยจรัญสนิทวงศ์ 40
ชื่อผู้เขียน	นางสาวพิมพ์ภรณ์ รัตนคณิงธรรม
ชื่อปริญญา	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์)
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	รองศาสตราจารย์เยาวมาลย์ เมธาภิรักษ์
ปีการศึกษา	2558

บทสรุปผู้บริหาร

ที่ดินที่ทำการศึกษาดังอยู่บนซอยจรัญสนิทวงศ์ 40 มีขนาดพื้นที่ 195 ตร.วา รูปแบบโครงการ อพาร์ทเมนต์ 7 ชั้น จำนวน 72 ยูนิตขนาดพื้นที่และค่าเช่าดังต่อไปนี้ ห้องพักปรับอากาศ ขนาด 21.0 ตร.ม. จำนวน 36 ห้อง ราคา 5,200 บาท/เดือน, ห้องพักปรับอากาศ ขนาด 24.5 ตร.ม. จำนวน 30 ห้อง ราคา 4,700 บาท/เดือน และ ห้องพักปรับอากาศ ขนาด 31.5 ตร.ม. จำนวน 6 ห้อง ราคา 5,200 บาท/เดือน

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายคือกลุ่มวัยทำงานที่เป็นลูกจ้าง ด้านการเงินโครงการลงทุนด้วยมูลค่า 66,662,989 บาท โดยมีสัดส่วนเงินลงทุนจากการขอสินเชื่อสถาบันการเงินและเจ้าของ คือ 40 : 60 ซึ่งจากการวิเคราะห์ทางการเงิน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) มีค่าเท่ากับ 874,806 บาท และมีอัตราผลตอบแทนภายในจากการลงทุน (IRR) เท่ากับ 7.05% ต่อปี มีระยะเวลาคืนทุน 18 ปี จึงมีความเป็นไปได้ในการลงทุน

คำสำคัญ อพาร์ทเมนต์, การลงทุนบนที่ดิน, การใช้ประโยชน์ที่ดินให้เกิดประโยชน์สูงสุด

Independent Study Title	FEASIBILITY STUDY OF LAND INVESTMENT IN SOI CHARANSANIDWONG 40
Author	Miss Pimporn Rattanakanunghum
Degree	Master of Science (Real Estate Business)
Department/Faculty/University	Faculty of Commerce and Accountancy Thammasat University
Independent Study Advisor	Associate Professor Yawaman Metapirak
Academic Years	2015

EXECUTIVE SUMMARY

P Residence apartment is located in Soi Jaransanidwong 40, Bangplad, Bangkok. The project area will be 0-1-95 rai (780 square meters), for a total of 72 units. Rental prices are 4,000 baht per room per month for 21 sq.m., 4,700 baht per room per month for 24.5 sq.m. and 5,200 baht per room per month for 31.5 sq.m. The project concept is high standard apartment with full facilities.

Target customers are employees, working people and students. Project value is 66,662,994 baht. Project's capital investment are 60% of equity and 40% of debt. Net present value (NPV) of the project will be 874,806 baht and internal rate of return (IRR) 7.05%, or above what is expected. Payback period will be 18 years.

Keywords: Apartment, Land Investment, Highest and best use of land

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงเป็นอย่างดี เนื่องจากความกรุณาจากกรรมการที่ให้คำชี้แนะ และข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ พร้อมทั้งให้ความรู้ในสิ่งใหม่ในการทำการค้นคว้าในหัวข้อนี้ รวมถึงความรู้เหล่านี้ยังสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการประกอบธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในชีวิตจริงได้ด้วย ผู้ศึกษาขอขอบคุณ รองศาสตราจารย์เยาวมาลย์ เมธาภิรักษ์ และรองศาสตราจารย์ ดร.อัจฉราวรรณ งามญาณ ที่กรุณาสละเวลามาเป็นคณะกรรมการการสอบในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณท่านอาจารย์ทุกท่านที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้และประสบการณ์ต่างๆ ตลอดระยะเวลาการศึกษา รวมถึงเจ้าหน้าที่ทุกคนที่คอยเอาใจใส่ ขอขอบคุณเพื่อนๆ MRE 14 ที่ร่วมเรียนมาด้วยกันและช่วยเหลือกันมาตลอด 2 ปี ขอขอบคุณครอบครัวพร้อมพรายที่ดูแลกันมาตลอด ขอคุณเตีร์กสำหรับความช่วยเหลือที่มีให้ทุกเวลาที่ต้องการ สุดท้ายนี้กราบขอบคุณครอบครัว ญาติสนิท โดยเฉพาะคุณแม่ที่เป็นผู้เสียค่าใช้จ่ายในการเรียนตลอด 2 ปีนี้และยังเป็นกำลังใจที่สำคัญในการเรียนด้วย

ท้ายนี้ผู้ศึกษาหวังว่า การค้นคว้าอิสระฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจในการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนโครงการอพาร์ทเมนท์ หากผลการศึกษานี้มีข้อผิดพลาดประการใด ผู้ศึกษาขออภัยและขออนอมนับไว้ทุกประการ

นางสาวพิมพ์ภรณ์ รัตนคณิงธรรม

สารบัญ

	หน้า
บทสรุปผู้บริหารภาษาไทย	(1)
บทสรุปผู้บริหารภาษาอังกฤษ	(2)
กิตติกรรมประกาศ	(3)
สารบัญตาราง	(10)
สารบัญภาพ	(11)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาของแนวคิดในการพัฒนาโครงการ	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
1.3 ขอบเขตการศึกษาและวิธีการศึกษา	3
1.3.1 งานสำรวจ	3
1.3.2 งานออกแบบ	3
1.3.3 งานวิเคราะห์	3
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
2.1 ความหมายและประเภทของอพาร์ทเมนท์	5
2.1.1 ความหมายของอพาร์ทเมนท์	5
2.1.2 ประเภทของอพาร์ทเมนท์	5

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	5
2.2.1 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค	5
2.2.2 พฤติกรรมการเช่าอพาร์ทเมนท์ระดับล่างในเขตกรุงเทพมหานคร	7
2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
2.3.1 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ระดับล่างในเขตกรุงเทพฯ	7
2.3.1.1 ด้านผลิตภัณฑ์และสุขลักษณะ	8
2.3.1.2 ด้านราคา	8
2.3.1.3 ด้านพื้นที่ใช้สอยและสิ่งอำนวยความสะดวก	9
2.3.1.4 ด้านภาพลักษณ์และการออกแบบผลิตภัณฑ์	9
2.4 การนำปัจจัยที่สำคัญในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์มาประยุกต์ใช้ในการลงทุน	10
บทที่ 3 การศึกษาความเป็นไปได้ด้านทำเลที่ตั้งโครงการ	11
3.1 การวิเคราะห์ด้านกายภาพ	11
3.1.1 ที่ตั้งโครงการ	11
3.1.2 ขอบเขตที่ดินที่ทำการศึกษา	12
3.1.3 ขนาดและรูปร่างที่ดิน	12
3.1.4 เอกสารสิทธิ และราคาประเมินที่ดิน	13
3.1.5 สภาพที่ดินและอาคารปัจจุบัน	14
3.2 การวิเคราะห์ด้านทำเลที่ตั้ง	15
3.2.1 การเข้าถึงโครงการ	15
3.2.2 ระยะห่างจากสถานที่สำคัญ	15
3.2.3 โครงการขนส่งมวลชนในอนาคต	16
3.3 ข้อจำกัดทางกฎหมาย	17
3.3.1 กฎกระทรวงใช้บังคับผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2556	17
3.3.2 กฎกระทรวงต่างๆที่เกี่ยวข้อง	20
3.3.2.1 นิยามอาคาร	20
3.3.2.2 ทางเข้าออก	20
3.3.2.3 ระยะร่น	20
3.3.2.4 ที่ว่างภายนอกอาคาร	21

3.3.2.5	พื้นที่ภายในอาคาร	21
3.3.2.6	ที่จอดรถและอาคารจอดรถ	22
3.3.2.7	บันไดและบันไดหนีไฟ	22
3.3.2.8	การระบายอากาศ	23
3.3.2.9	ห้องพักขยะ	24
3.3.3	การทำสัญญาเช่าที่ดินระยะยาว 30 ปี	24
3.3.3.1	การเสียค่าธรรมเนียมการเช่า ในกรณีที่เช่าที่ดินเกิน 3 ปี	25
3.3.3.2	การตกลงเรื่องสัญญาเช่า	25
3.3.3.3	การครอบครองสถานที่	25
3.3.3.4	สิ่งปลูกสร้างในที่ดินเช่า	26
3.3.4	การวิเคราะห์ด้านการใช้ประโยชน์ที่ดิน	26
บทที่ 4	การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด	28
4.1	การวิเคราะห์ภาพรวมทางการตลาด	28
4.1.1	การวิเคราะห์แนวโน้มของตลาดและภาพรวมของธุรกิจในอนาคต	28
4.1.2	การวิเคราะห์อุปสงค์ อุปทาน	34
4.1.3	การวิเคราะห์การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค	36
4.1.3.1	จุดแข็ง	36
4.1.3.2	จุดอ่อน	36
4.1.3.3	โอกาส	36
4.1.3.4	อุปสรรค	37
4.2	การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาดกับโครงการที่จะพัฒนา	38
4.2.1	การวิเคราะห์คู่แข่งโครงการ	38
4.2.1.1	คู่แข่งทางตรง	38
4.2.1.2	คู่แข่งทางอ้อม	42
4.2.2	การวิเคราะห์หากกลุ่มลูกค้าและรูปแบบโครงการที่เหมาะสม	45
4.2.3	การกำหนดส่วนแบ่ง เป้าหมาย และ ตำแหน่งทางการตลาด	45
4.2.3.1	ส่วนแบ่งตลาด	45
4.2.3.2	กลุ่มเป้าหมาย	46
4.2.3.3	การสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	46

4.2.3.4 ตำแหน่งทางการตลาด	51
4.2.4 การกำหนดส่วนผสมทางการตลาด	53
4.2.4.1 ผลิตภัณฑ์	53
4.2.4.2 ราคา	60
4.2.4.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย	61
4.2.4.4 การสื่อสารและการส่งเสริมการตลาด	64
4.2.5 แผนการตลาด	64
4.2.5.1 การวางแผนประชาสัมพันธ์และกิจกรรมทางการตลาด	64
บทที่ 5 การบริหารงานก่อสร้าง	66
5.1 รายละเอียดโครงการ	66
5.2 รายละเอียดงานโครงสร้าง	67
5.3 รายละเอียดงานวิศวกรรมระบบ	68
5.4 รายละเอียดงานสถาปัตยกรรม	69
5.5 แผนระยะเวลาในการดำเนินโครงการ	70
5.6 ค่าใช้จ่ายในการก่อสร้าง	72
บทที่ 6 การบริหารการจัดการ	73
6.1 การแบ่งฝ่ายบริหาร	73
6.1.1 เจ้าของกิจการ	73
6.1.2 ผู้จัดการ	73
6.1.3 ฝ่ายธุรการ บัญชี / การเงิน และกฎหมาย	74
6.1.4 ฝ่ายธุรการ	74
6.1.5 ฝ่ายกฎหมาย	75
6.1.6 วิศวกร	75
6.1.7 ช่างซ่อมบำรุง	75
6.1.8 ฝ่ายขายและฝ่ายการตลาด	76
6.1.9 แม่บ้าน	76
6.1.10 ยามรักษาความปลอดภัย	76

6.2 การบริหารโครงการหลังก่อสร้างเสร็จ	76
6.2.1 ส่วนห้องพัก	77
6.2.2 พื้นที่ส่วนกลาง	77
6.2.3 ระบบงานต่างๆ ในอาคาร	77
6.2.4 การประกันภัย	77
บทที่ 7 การวิเคราะห์ทางการเงิน	78
7.1 การวิเคราะห์ราคาที่ดินโครงการ	78
7.2 การลงทุนในโครงการ P Residence	81
7.3 ค่าใช้จ่ายบริหารและการตลาด	82
7.4 รายได้	83
7.4.1 รายได้จากเช่าห้องพักประกอบด้วย	84
7.4.2 รายได้จากเช่าเชิงพาณิชย์ประกอบด้วย	84
7.4.3 รายได้จากค่าสาธารณูปโภค	84
7.4.4 รายได้จากค่าที่จอดรถ	84
7.5 สรุปผลวิเคราะห์ทางการเงิน	85
7.5.1 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ	85
7.5.2 อัตราผลตอบแทนโครงการ	85
7.5.2.1 Scenario Analysis กรณีเช่า 30 ปี	86
7.5.2.2 Scenario Analysis กรณีซื้อที่ดิน	88

รายการอ้างอิง

90

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

ประวัติผู้เขียน

106



สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 สรุปข้อกำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดิน ตามผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร 2556	19
3.2 แสดงการวิเคราะห์ทางเลือกในการพัฒนาโครงการ	27
4.1 แสดงการตั้งราคาด้วยวิธีการเปรียบเทียบกับคู่แข่ง	60
4.2 แผนการดำเนินงานและค่าใช้จ่ายทางการตลาด	65
5.1 สรุปพื้นที่ใช้สอยของโครงการ	66
5.2 รายละเอียดงานโครงสร้าง	67
5.3 รายละเอียดงานวิศวกรรมระบบ	68
5.4 รายละเอียดงานสถาปัตยกรรม	69
5.5 ช่วงเวลาบริหารงานก่อสร้าง	70
5.6 ระยะเวลาในการดำเนินการโครงการ	71
5.7 ค่าใช้จ่ายในการก่อสร้าง	72
7.1 วิเคราะห์ราคาที่ดินโครงการแบบ Front door	79
7.2 วิเคราะห์ราคาที่ดินโครงการแบบ Back door	80
7.3 การลงทุนโครงการ	81
7.4 ค่าใช้จ่ายการบริหาร	82
7.5 รายรับโครงการ	83

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
3.1 แสดงตำแหน่งที่ดินที่ต้องการพัฒนา	11
3.2 แสดงขนาดเนื้อที่ดิน และ ลักษณะรูปร่างที่ดิน	12
3.3 แสดงราคาประเมินที่ดิน	13
3.4 แสดงขนาดถนนจรัญสนิทวงศ์ 40 และบรรยากาศโดยรอบที่ดิน	14
3.5 แสดงอาคารพาณิชย์ 4 ชั้น 2 ห้องที่ตั้งอยู่บนที่ดิน	14
3.6 แสดงเส้นทางและสถานีรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงินส่วนต่อขยาย (บางซื่อ-ท่าพระ)	17
3.7 แสดงที่ตั้งโครงการบนผังการใช้ประโยชน์ที่ดินตามผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร 2556	18
3.8 แสดงระยะต่างๆ ของบันไดหนีไฟ ตามกฎหมาย	23
4.1 DEPEST Analysis	28
4.2 แสดงอัตราการจ้างงาน Q2, 2558	29
4.3 แสดงการจ้างงานจำแนกตามสาขาการผลิต Q2, 2558	29
4.4 แสดงผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ไตรมาสที่ 3, 2558	30
4.5 แสดงอัตราหนี้ครัวเรือน ไตรมาส 3, 2558	31
4.6 แสดงอัตราร่างการเช่าพื้นที่อาคารสำนักงานในกรุงเทพมหานคร	34
4.7 แสดงอัตราการเช่าอพาร์ทเมนท์ในกรุงเทพมหานคร	35
4.8 แสดงตำแหน่งของอพาร์ทเมนท์โดยรอบที่ได้ทำการสำรวจข้อมูล	39
4.9 สุณีรัตน์ อพาร์ทเมนท์	39
4.10 สุขสันต์ปิ่นเกล้า อพาร์ทเมนท์	40
4.11 สุวรรณิน อพาร์ทเมนท์	40
4.12 บุญชัย อพาร์ทเมนท์	41
4.13 3 J Court อพาร์ทเมนท์	41
4.14 Lumpini Suite ปิ่นเกล้า 1	43
4.15 Lumpini Place ปิ่นเกล้า 2	43
4.16 Lumpini Place ปิ่นเกล้า ชั้น 14	44
4.17 Lumpini Place ปิ่นเกล้า ชั้น 12	44
4.18 คอมมอนเวลธ์ ปิ่นเกล้า ชั้น 14	44
4.19 แสดงตำแหน่งการแข่งขันทางการตลาด	53

4.20	ผังพื้นที่ชั้น 1	54
4.21	ผังพื้นที่ชั้น 2	54
4.22	ผังพื้นที่ชั้น 3-7	54
4.23	ผังห้องพัก Type 1	56
4.24	ภาพจำลองบรรยากาศโดยรวมห้องพัก Type 1	56
4.25	ผังห้องพัก Type 2	57
4.26	ภาพจำลองบรรยากาศโดยรวมห้องพัก Type 2	57
4.27	ผังห้องพัก Type 3	58
4.28	ภาพจำลองบรรยากาศโดยรวมห้องพัก Type 3	58
4.29	ภาพจำลองอพาร์ทเมนท์ P Residence 7 ชั้น	59
4.30	ป้ายไวนิลของโครงการอพาร์ทเมนท์ P Residence	61
4.31	ป้ายไวนิลของโครงการอพาร์ทเมนท์ P Residence	61
4.32	ตัวอย่างการสื่อสารทางช่องทาง Internet	62
4.33	ใบปลิวของโครงการอพาร์ทเมนท์ P Residence	63
6.1	ผังการจัดโครงสร้างองค์กร	73

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาของแนวคิดในการพัฒนาโครงการ

จากผลกระทบการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก และผลกระทบจากความขัดแย้งในประเทศที่จบลงในปี 2557 ส่งผลให้เศรษฐกิจของประเทศค่อยๆฟื้นตัวขึ้นอย่างช้าๆ ซึ่งในไตรมาส 3 ของปี 2558 มีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจร้อยละ 3 เพิ่มขึ้นจากปี 2557 ที่มีอัตราการขยายตัวร้อยละ 0.9 (ข้อมูลจากรายงานนโยบายทางการเงินของธนาคารแห่งประเทศไทย, 2558) โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากการใช้จ่ายของภาครัฐอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการลงทุนในโครงการด้านคมนาคมและชลประทาน (ข้อมูลจากธนาคารแห่งประเทศไทย) อย่างไรก็ตาม สัดส่วนหนี้สินของภาคครัวเรือนในปัจจุบันมีระดับสูง มีผลทำให้อำนาจซื้อของภาคครัวเรือนลดต่ำลง ซึ่งสถาบันการเงินก็เพิ่มความเข้มงวดในการปล่อยสินเชื่อ เนื่องจากมีความกังวลเกี่ยวกับตัวเลข NPLs ของภาคอสังหาริมทรัพย์อยู่ที่ร้อยละ 5.4 สูงเป็นอันดับ 2 รองจากธุรกิจก่อสร้าง ทำให้ภาคอสังหาริมทรัพย์ยังถือว่ามีความเสี่ยงรวมถึงในด้านราคา ราคาที่ดินและราคาที่อยู่อาศัยปรับตัวเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะราคาที่ดิน ทาวน์เฮ้าส์พร้อมที่ดิน และอาคารชุดซึ่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.1 ร้อยละ 7.5 และร้อยละ 7.4 ตามลำดับ (ข้อมูลจากสำนักยุทธศาสตร์และการวางแผนเศรษฐกิจมหภาค) ตรงข้ามกับอำนาจซื้อของภาคครัวเรือนที่ต่ำลงในปัจจุบัน

จากข้อมูลทางด้านเศรษฐกิจนับเป็นโอกาสในการลงทุนอสังหาริมทรัพย์ ประเภทเช่าประเภทอพาร์ทเมนท์ ตามข้อมูลการวิเคราะห์ของธนาคารเกียรตินาคิน, 2558 กล่าวว่าทิศทางการอสังหาริมทรัพย์เพื่อเช่าของไทยในปี 2558 นั้น ธนาคารเกียรตินาคินประเมินว่า ตลาดหอพักสำหรับพนักงานบริษัทน่าจะขยายตัวอย่างต่อเนื่องในบริเวณกลางเมืองและชานเมืองที่มีรถไฟฟ้าผ่าน ส่วนตลาดอพาร์ทเมนท์และหอพักสำหรับนิสิตนักศึกษา น่าจะมีทิศทางทรงตัว อย่างไรก็ตามสิ่งหนึ่งที่ต้องระวังที่ทำให้ธุรกิจอพาร์ทเมนท์มีแนวโน้มเสี่ยงขึ้น เป็นเพราะนโยบายของภาครัฐที่ทำให้อัตราดอกเบี้ยมีแนวโน้มทรงตัวและอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำทำให้ค่างวดผ่อนรายเดือนไม่ต่างจากค่าเช่ามาก ผู้บริโภคจึงมีแรงจูงใจที่จะซื้อเป็นเจ้าของอสังหาริมทรัพย์ เช่น คอนโดมิเนียมส่วนตัว มากกว่าที่จะเช่าอพาร์ทเมนท์เพื่อพักอาศัย ดังนั้นตลาดอสังหาริมทรัพย์ประเภทเช่ายังขยายตัวได้จะเป็นอพาร์ทเมนท์ระดับล่าง ที่มีค่าห้องพักรายเดือนต่างกับค่าผ่อนงวดรายเดือนของคอนโดมิเนียมอย่างเห็นได้ชัด จึงจะเป็น

ตลาดที่ยังน่าสนใจ เพื่อรองรับผู้ที่ต้องการพักอาศัยใกล้แหล่งงานและใกล้แนวรถไฟฟ้าแต่ยังไม่มี
ความสามารถในการผ่อนคอนโดมิเนียม

ทางผู้จัดทำได้เลือกพัฒนาที่ดินทำเลเป็นเกล้า ขนาดที่ดิน 195 ตารางเมตร บนซอยจรัญ
สนิทวงศ์ 40 ซึ่งจะมีรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงินผ่านในอนาคต ทำให้ที่ดินมีระยะห่างจากสถานีรถไฟฟ้า 800
เมตร ทางผู้จัดทำจึงได้ทำการพิจารณาทางเลือกที่เป็นไปได้ในการพัฒนาที่ดินดังกล่าว โดยจะเลือก
จากการคำนึงถึงศักยภาพที่สูงที่สุดและดีที่สุดของที่ดิน (Highest and Best Use) โดยจะพิจารณา
ความเป็นไปได้จากปัจจัยทางกายภาพ กฎหมาย การตลาด และการเงิน ว่าโครงการนี้มีโอกาสที่จะ
ประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงใด และสามารถลงทุนได้จริงๆหรือไม่ มีข้อจำกัด ปัญหา หรือ
อุปสรรคในการพัฒนาโครงการอย่างไร

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- (1) เพื่อศึกษาถึงลักษณะการใช้ประโยชน์ที่ดินที่เหมาะสมและเป็นไปได้ในการพัฒนา
ที่ดิน
- (2) เพื่อศึกษาความต้องการรูปแบบที่อยู่อาศัยในบริเวณนี้ เพื่อที่จะพัฒนาโครงการอ
พาร์ทเมนท์ที่ตรงกับความต้องการที่ถูกต้อง
- (3) เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาด ทั้งด้านของอุปสงค์และ
อุปทานของกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการวิเคราะห์คู่แข่งทั้งทางตรงและทางอ้อม รวมถึงกลยุทธ์และ
ส่วนผสมทางการตลาด เพื่อที่จะได้พัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ที่ถูกต้องกับความต้องการ ทำให้
เกิดจุดแข็งในการแข่งขันการตลาดที่เหมาะสม รวมถึงการวางแผนทางการตลาดที่เหมาะสม
- (4) เพื่อศึกษาอัตราผลตอบแทนที่ได้จากการลงทุนโครงการ (IRR) ที่สูงกว่าหรือเท่ากับ
ต้นทุนเงินทุนทั้งหมดของโครงการ และอัตราผลตอบแทนในส่วนของผู้ถือหุ้นที่ไม่ต่ำกว่าต้นทุนของ
เจ้าของ รวมถึงการวิเคราะห์ความอ่อนไหวในสถานการณ์ต่างๆ ภายใต้ภาวะความเสี่ยง
- (5) เพื่อใช้ในการตัดสินใจในการลงทุนโครงการ โดยพิจารณาจากอัตราผลตอบแทน
โครงการ

1.3 ขอบเขตการศึกษาและวิธีการศึกษา

1.3.1 งานสำรวจ

สำรวจลักษณะทางกายภาพที่ดิน, สภาพแวดล้อมและคู่แข่งและบริเวณโดยรอบที่ตั้งโครงการ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์ศักยภาพของที่ดินและเพื่อเป็นแนวทางสำหรับกลยุทธ์ทางการตลาด ดังต่อไปนี้

- (1) ด้านกายภาพ (Physical) เพื่อใช้เป็นข้อมูลสำหรับวิเคราะห์ศักยภาพของที่ดิน และเพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาโครงการ
- (2) ด้านการตลาด (Market) เพื่อเป็นข้อมูลและเป็นแนวทางในการกำหนดส่วนผสมทางการตลาด รวมถึงการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสมสำหรับโครงการ

1.3.2 งานออกแบบ

นำข้อมูลจากการสำรวจและศึกษาข้างต้นมาใช้ในการออกแบบวางผังโครงการที่เหมาะสม ทั้งทางด้านกายภาพ ด้านการตลาด และทางข้อจำกัดทางกฎหมาย

- (1) ออกแบบห้องพักในอพาร์ทเมนท์เบื้องต้นที่เหมาะสมกับความต้องการต้องการทางตลาดและการแข่งขันในตลาด
- (2) ออกแบบอาคารเบื้องต้นตามข้อจำกัดทางกฎหมาย และตอบสนองกับความต้องการของตลาด เพื่อให้ใช้ประโยชน์ที่ดินที่คุ้มค่าที่สุด

1.3.3 งานวิเคราะห์

- (1) ด้านกายภาพ (Physical) เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพในการพัฒนา และก่อสร้างโครงการของที่ดินที่ทำการวิเคราะห์
- (2) ด้านความเป็นไปได้ทางข้อกำหนดทางกฎหมาย โดยพิจารณาจาก
 - กฎกระทรวงให้ใช้บังคับผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2556
 - ข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร เรื่องควบคุมอาคาร พ.ศ. 2544
 - กฎกระทรวงฉบับที่ 55 (พ.ศ.2543) ออกตาม พรบ.ควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522
 - กฎกระทรวงฉบับที่ 41 (พ.ศ.2537) ออกตาม พรบ.ควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522
 - กฎกระทรวงฉบับที่ 39 (พ.ศ.2537) ออกตาม พรบ.ควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522
 - กฎกระทรวงฉบับที่ 33 (พ.ศ.2535) ออกตาม พรบ.ควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522

(3) ด้านการตลาด (Marketing) นำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจมากำหนด STP, 4P และ วางกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสม โดยวิเคราะห์ทางด้านอุปสงค์เพื่อสร้างโอกาสและความเป็นไป

(4) ได้ทางธุรกิจ และด้านอุปทานเพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการตั้งสมมติฐานทางการเงิน ในส่วนรายรับ รายจ่าย ในการวิเคราะห์การเงินต่อไป

(5) ด้านการเงิน (Financial) เพื่อวิเคราะห์ถึงจุดตัดสินใจพิจารณาลงทุนโครงการ และบริหารจัดการกับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากปัจจัยต่างๆ

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

(1) ทำให้เห็นแนวทางในการพัฒนาประโยชน์การใช้ที่ดินให้เกิดมูลค่าอย่างสูงที่สุดและดีที่สุด (Highest and Best Use) ตามศักยภาพและข้อจำกัดทางด้านกฎหมาย ด้านก่อสร้าง ด้านการตลาด และด้านการเงิน

(2) ทำให้เห็นสถานะการแข่งขันของตลาดอพาร์ทเมนท์ให้เช่าในทำเลเป็นเกล้าโดยสำรวจปริมาณห้องพักในอพาร์ทเมนท์ที่มีอยู่ในตลาด, สิ่งอำนวยความสะดวก, ราคาเช่าห้องพัก และอัตราการเช่าห้องพักในแต่ละอพาร์ทเมนท์

(3) ทำให้ได้การออกแบบอพาร์ทเมนท์ที่เหมาะสมกับรูปแบบที่อยู่อาศัยในบริเวณนี้

(4) ทำให้ทราบถึงปัจจัย และพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกที่พักประเภทอพาร์ทเมนท์ของกลุ่มผู้อยู่อาศัยในทำเลเป็นเกล้า รวมถึงการทำการตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้อยู่อาศัย

บทที่ 2

วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ความหมายและประเภทของอพาร์ทเมนท์

2.1.1 ความหมายของอพาร์ทเมนท์

ต่อศักดิ์ มีสุข (ต่อศักดิ์ มีสุข, 2547, อ้างถึงใน ชุตินา ผ่องพรรณวิบูล, 2555, น. 11) อพาร์ทเมนท์ หมายถึง อาคารที่อยู่อาศัยรวมสำหรับเช่า โดยมีการแบ่งห้องพักอาศัยเป็นหลายๆห้อง ขนาดของห้องขึ้นอยู่กับจำนวนผู้อยู่อาศัย โดยมีการใช้ทางเข้าออกอาคาร ทางเดินและลิฟท์ภายในอาคารและส่วนอื่นๆร่วมกัน

2.1.2 ประเภทของอพาร์ทเมนท์

ศุภย์วิจักยกสิกรไทย (ศุภย์วิจักยกสิกรไทย, 2554, อ้างถึงใน ชุตินา ผ่องพรรณวิบูล, 2555, น. 11-12) ศุภย์วิจักยกสิกรไทยได้แบ่งอพาร์ทเมนท์ออกเป็น 3 ระดับ คือ 1. อพาร์ทเมนท์ระดับบน (ค่าเช่าต่อเดือน 30,000-50,000 บาท) 2. อพาร์ทเมนท์ระดับกลาง (ค่าเช่าต่อเดือน 5,000-30,000 บาท) 3. อพาร์ทเมนท์ระดับล่าง (ต่ำกว่า 5,000 บาท) ซึ่งแต่ละระดับจะแตกต่างกันในเรื่องของโครงสร้างธุรกิจ ได้แก่ เรื่องทำเลที่ตั้ง รูปแบบและขนาดของห้องพัก กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ราคา สิ่งอำนวยความสะดวก ฯลฯ ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ผู้จัดทำจะนำมาเฉพาะลักษณะของอพาร์ทเมนท์ระดับล่างเท่านั้น

“ตลาดอพาร์ทเมนท์ระดับล่าง” ทำเลของอพาร์ทเมนท์ระดับล่างมักจะตั้งอยู่ในย่านนิคมอุตสาหกรรม สถานศึกษา และย่านที่มีประชากรอยู่อาศัยหนาแน่น และมีการเคลื่อนย้ายของประชากรในทำเลดังกล่าวค่อนข้างสูง ขนาดของห้องพักจะมีขนาดเล็ก มีเฟอร์นิเจอร์ตกแต่งแค่บางชิ้นเท่านั้น ค่าเช่าต่อเดือนโดยทั่วไปต่ำกว่า 5,000 บาท

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

2.2.1 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

คำถาม (6Ws และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7Os)	การประยุกต์ใช้กับ ตลาดพาร์ทเมนท์
1. กลุ่มเป้าหมายในตลาดคือใคร (Who is in the target market?)	ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) ทั้งทางด้านประชากรศาสตร์ ภูมิศาสตร์ จิตวิทยา และพฤติกรรมศาสตร์	กลุ่มเป้าหมายคือ กลุ่มพนักงาน โรงงานและพนักงานบริษัทระดับล่าง ที่มีเงินเดือนประมาณ 15,000-18,000 บาท
2. ผู้บริโภคต้องการซื้ออะไร (What does the consumer buy?)	สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects) คือ ความต้องการในคุณสมบัติหรือองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ และความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง	ต้องการเช่าที่อยู่อาศัยที่ปลอดภัย เหมาะสมต่อการอยู่อาศัย เดินทาง สะดวกสบาย
3. ผู้บริโภคซื้อเพื่อจุดประสงค์อะไร (Why does the consumer buy?)	วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) เนื่องจากผู้บริโภคซื้อสินค้าเพื่อสนองความต้องการของเขาด้านร่างกาย และด้านจิตวิทยา	ซื้อเพื่อใช้เป็นที่พักผ่อนร่างกายและจิตใจ รวมถึงเก็บสิ่งของเครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน
4. ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in buying?)	บทบาทของกลุ่มต่างๆ (Organizations) ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจ ประกอบด้วย ผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อ ผู้ใช้	ตนเอง เป็นผู้มีอิทธิพลในการเลือกที่พาร์ทเมนท์ระดับล่างมากที่สุด เนื่องจากส่วนใหญ่กลุ่มผู้เช่าระดับนี้ จะอยู่เพียงลำพัง
5. ช่วงเวลาที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อ (When does the consumer buy?)	โอกาสในการซื้อ (Occasions) เช่น เช่น ช่วงเวลาใดในโอกาสต่างๆของปี	ในช่วงเปลี่ยนงาน เช่น ปีใหม่ และในช่วงย้ายที่เรียน
6. ช่องทางในการซื้อของผู้บริโภค (Where does the consumer buy?)	ช่องทางหรือแหล่ง (Outlets) ที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อ	ผู้บริโภคกลุ่มนี้มักจะเดินทางไปเช่าและพาร์ทเมนท์ที่ตนเองต้องการอยู่อาศัยด้วยตนเอง รวมถึงศึกษาผลตอบรับจากลูกค้าเดิมในอินเทอร์เน็ต หรือสอบถามจากลูกค้าที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน

คำถาม (6Ws และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7Os)	การประยุกต์ใช้กับ ตลาดอาหารหมัก
7. ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (How does the consumer buy?)	ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ(Operation) ประกอบด้วย การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางการเลือก การตัดสินใจซื้อ และความรู้สึกหลังการซื้อ	หลังจากการสำรวจ และค้นหาข้อมูลลูกค้าจะเปรียบเทียบกับ อาหารหมักในทำเลใกล้เคียงกัน เพื่อเลือกที่พักที่คุ้มค่า และตรงกับความต้องการมากที่สุด

จาก Kotler (2003) (Kotler, 2003, อ้างถึงใน ชุตติมา ผ่องพรรณวิบูล, 2555, น. 13) ซึ่งได้ทำการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค ทำให้ทราบลักษณะความต้องการและพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภค เพื่อนำไปสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมกับพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่ง Kotler and Keller (Kotler and Keller, 2009, อ้างถึงใน ชุตติมา ผ่องพรรณวิบูล, 2555, น. 15) ได้สรุปพฤติกรรมผู้บริโภคจากคำถาม 7 ประการ เพื่อหาคำตอบ 7 ประการ โดยทางผู้จัดทำได้วิเคราะห์ในส่วนที่นำทฤษฎีไปประยุกต์ใช้กับการตั้งกลยุทธ์ในการตลาดอาหารหมักเพิ่มเติมดังนี้

2.2.2 พฤติกรรมการเช่าอาหารหมักระดับล่างในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาจากทบทวนวรรณกรรมเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าอาหารหมักระดับล่างในเขตกรุงเทพมหานคร (ชุตติมา ผ่องพรรณวิบูล, 2555) ได้ให้ข้อสรุปเกี่ยวกับพฤติกรรมการเช่าอาหารหมักระดับล่างจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คือเขตบางพลัด (18.8%) บางซื่อ (15.7%) และหลักสี่ (10.7%) โดยส่วนใหญ่มีค่าเช่าต่อเดือน เดือนละ 3,001-4,000 บาท และพักอาศัยมานานประมาณ 1-2 ปี โดยจำนวนผู้พักอาศัยมีเพียง 1 คนต่อห้อง และผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักมากที่สุดคือ ตนเอง โดยมักทราบข่าวของอาหารหมักหมักจากการได้รับคำแนะนำจากคนรู้จัก และการค้นหาด้วยตนเอง

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.3.1 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าอาหารหมักระดับล่างในเขตกรุงเทพฯ

(ชุตติมา ผ่องพรรณวิบูล, 2555) กลุ่มตัวอย่างคือผู้ที่กำลังเช่าอาหารหมักหมักระดับล่างอยู่ในปัจจุบัน สุ่มตัวอย่าง 42 เขตในกรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่กำลังเช่าอาหาร

เม้นท์ระดับล่างในเขตบางพลัด ร้อยละ 18.8 รองลงมาคือ เขตบางซื่อ และเขตหลักสี่ คิดเป็นร้อยละ 15.7 และ 10.7 ตามลำดับ

จากการที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มาจากเขตบางพลัด ซึ่งเป็นที่ตั้งของที่ดิน ทำให้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมมีน้ำหนัก โดยสามารถอ้างอิงปัจจัยเหล่านี้ไปใช้ในการวางกลยุทธ์ของ Marketing Mix ที่เหมาะสมตามความต้องการของผู้เช่าระดับล่าง โดยมีปัจจัยสำคัญ 4 อันดับ ดังนี้

2.3.1.1 ด้านผลิตภัณฑ์และคุณลักษณะ ประกอบด้วย

- (1) ห้องพักมีอากาศถ่ายเทสะดวก
- (2) ห้องพักมีแสงสว่างเพียงพอ
- (3) มีกฎระเบียบในการอยู่อาศัยของอพาร์ทเมนท์อย่างชัดเจน
- (4) มีการทำสัญญาเช่าเป็นลายลักษณ์อักษรและมีเงื่อนไขชัดเจน
- (5) มีสภาพแวดล้อมโดยรอบอพาร์ทเมนท์ที่มีความปลอดภัยจากการโจรกรรมมาก เช่น ทำรั้วโดยรอบอพาร์ทเมนท์ ทางเดินเข้า-ออก มีไฟฟ้าสว่าง
- (6) สภาพแวดล้อมโดยรอบอพาร์ทเมนท์มีความสะอาดสวยงามและร่มรื่น
- (7) ห้องพักมีกลิ่นที่เหมาะสม เช่น ไม่มีกลิ่นอับ กลิ่นบุหรี่ และกลิ่นสัตว์เลี้ยง
- (8) อพาร์ทเมนท์มีความเงียบสงบและเป็นส่วนตัว
- (9) สภาพแวดล้อมโดยรอบอพาร์ทเมนท์มีความปลอดภัยจากสัตว์ ต่างๆ มาก เช่น ยุง และ แมลง
- (10) มีการคัดกรองผู้เช่าที่มีคุณภาพ
- (11) มีการปรับปรุงห้องพักเมื่อผู้เช่าเก่าย้ายออกอย่างเหมาะสม เช่น การทาสี การทำความสะอาด
- (12) เฟอร์นิเจอร์และสิ่งอำนวยความสะดวกมีความใหม่
- (13) มีกระบวนการรักษาความปลอดภัยที่เข้มงวด เช่น สติ๊กเกอร์รถยนต์บุคคลภายนอกต้องแลกบัตร กล้องวงจรปิดระบบคีย์การ์ด หรือแสกนนิ้วมือ
- (14) มีการรับฟังความคิดเห็นของผู้เช่าผ่านช่องทางต่างๆ อย่างเพียงพอ เช่น กล่องรับความคิดเห็น โทรศัพท์

2.3.1.2 ด้านราคา ประกอบด้วย

- (1) การเก็บค่ามัดจำล่วงหน้าและค่าประกันความเสียหายมีความเหมาะสม

(2) การคิดค่าสาธารณูปโภค เช่น ค่าไฟฟ้า และค่าน้ำประปา มีความเหมาะสม

(3) คิดค่าเช่าห้องพักแตกต่างกันตามเฟอร์นิเจอร์ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ อย่างเหมาะสม

2.3.1.3 ด้านพื้นที่ใช้สอยและสิ่งอำนวยความสะดวก ประกอบด้วย

- (1) ห้องพักมีขนาดกว้างขวาง
- (2) ห้องพักมีระเบียบกว้างขวาง
- (3) ห้องพักมีหลากหลายขนาดให้เลือก
- (4) ห้องพักมีเครื่องใช้ไฟฟ้าครบครันเช่น โทรทัศน์ พัดลม
- (5) ห้องพักมีเฟอร์นิเจอร์ครบครัน เช่น เตียง ตู้เสื้อผ้า
- (6) ออกแบบพื้นที่ใช้สอยในห้องพักได้อย่างเหมาะสม

2.3.1.4 ด้านภาพลักษณ์และการออกแบบผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย

- (1) อพาร์ทเมนต์มีชื่อเสียงและภาพพจน์ที่ดี
- (2) การออกแบบอพาร์ทเมนต์มีความสวยงามและทันสมัย
- (3) อพาร์ทเมนต์มีความแข็งแรงและมั่นคง

ทั้งนี้ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์ระดับล่างมากที่สุดคือด้านราคา ซึ่งผลวิจัยก็สอดคล้องกับแนวคิดของ Payne (Payne,1993, อ้างถึงใน ชูติมา ผ่องพรรณวิบูล, 2555, น. 33) พบว่าปัจจัยด้านราคามีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการรับรู้ของลูกค้า ซึ่งจันจิรา ตั้งทรงเจริญ, ศรีัญญา ตั้งทรงเจริญ และวรรณธิดา ยิ้มแย้ม (2550) อ้างถึงใน ชูติมา ผ่องพรรณวิบูล, 2555, น. 34 พบว่าราคาเช่าต้องมีความเหมาะสมกับคุณภาพของห้องพัก สาธารณูปโภคที่ลูกค้าจะได้รับ รวมถึงค่ามัดจำและเงินประกันก็ต้องมีความเหมาะสมกับสภาพของห้องพักด้วย โดยสิ่งอำนวยความสะดวกของอพาร์ทเมนต์ระดับล่าง ชูติมา ผ่องพรรณวิบูล, 2555 ได้สรุปไว้ว่า จากกลุ่มตัวอย่างที่สำรวจสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักประเภทที่ทางอพาร์ทเมนต์จัดเตรียมไว้ให้โดยไม่ต้องเสียเงินเพิ่มคือ ตู้เสื้อผ้า คิดเป็น 86.7 % รองลงมา คือ เตียงนอนที่นอน และ ระเบียบ คิดเป็น 85.5% และ 82.9% ตามลำดับ ส่วนสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักประเภทที่ผู้เช่าต้องจ่ายเงินเพิ่มคือ อินเทอร์เน็ต คิดเป็น 32.8% รองลงมาคือ ที่จอดรถ และเคเบิลทีวีหรือ True Vision คิดเป็น 15.1% และ10.7% ตามลำดับ

2.4 การนำปัจจัยที่สำคัญในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์มาประยุกต์ใช้ในการลงทุน (ณัฐวัชร อัครณีนวงศ์, 2556)

(1) ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการออกแบบอาคารให้มีภาพลักษณ์ที่ดีเป็นสิ่งที่แรกๆ เพราะจะสร้างความประทับใจและดึงดูดผู้เช่า ให้รู้สึกที่น่าอยู่อาศัย รวมถึงการเลือกที่ตั้งที่อยู่ใกล้สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ สื่อให้เห็นถึงความสะดวกสบายในการพักอาศัย เช่นอยู่ใกล้ร้านค้า ร้านอาหาร ใกล้จุดขึ้น-ลงรถขนส่งสาธารณะ เป็นต้น

(2) ความเชื่อใจของผู้ใช้บริการมีความสำคัญ ในหาทำให้ความสำคัญกับความโปร่งใสของการตรวจสอบค่าบริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้เช่า เช่นตรวจสอบซ้ำก่อนมีการออกไปเสร็จ

(3) อาคารอพาร์ทเมนท์ควรมีระบบป้องกันและรับมือกับอัคคีภัย เช่น ถังดับเพลิง บันไดหนีไฟฉุกเฉิน และทำเลที่ตั้งควรเป็นสถานที่ที่สามารถนำรถดับเพลิงเข้าไปได้สะดวก

(4) จากการศึกษาพบว่า การอยู่ใกล้ทางพิเศษหรือทางด่วนมีผลต่อความพึงพอใจ เพราะมลภาวะทางเสียง และควัน รบกวนความสงบในการพักผ่อน ผู้ประกอบการควรเลือกที่ตั้งที่เสียงไม่ดังจนเกินไป หากเป็นไปได้ควรเลือกทำเลที่สามารถเข้าถึงทางด่วนได้แต่อยู่ในซอยที่มีความสงบสักนิด ก็จะเกิดประโยชน์ในการลงทุนอย่างเต็มที่

(5) ช่องทางในการชำระเงิน ควรมีหลากหลายช่องทางและเป็นช่องทางที่ง่ายเพื่อสร้างความสะดวกสบายให้แก่ผู้เช่า รวมถึงพนักงานทุกคนจะต้องสามารถตอบข้อสงสัยให้แก่ผู้เช่าได้อย่างถูกต้อง

บทที่ 3

การศึกษาความเป็นไปได้ด้านทำเลที่ตั้งโครงการ

3.1 การวิเคราะห์ด้านกายภาพ

3.1.1 ที่ตั้งโครงการ

ที่ดินตั้งอยู่ในซอยเจริญสุขนิทวงศ์ 40 บริเวณหลังศูนย์การค้าพาต้าปิ่นเกล้า ด้านหน้าที่ดินติดซอยเจริญสุขนิทวงศ์ 40 ซึ่งซอยเจริญสุขนิทวงศ์มีความกว้างถนน 10 เมตร เป็นที่ดินแปลงเดี่ยวเนื้อที่รวมขนาด 195 ตารางวา เป็นที่ดินรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า โดยมีด้านกว้างที่ติดกับถนน 14 เมตร สามารถเข้าถึงได้ด้วยรถยนต์ส่วนบุคคล รถประจำทางไม่ได้ผ่านหน้าที่ดินโดยตรง แต่สามารถเดินไปยังป้ายรถประจำทางได้มีระยะ 300 เมตร และในอนาคตยังมีโครงการรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงิน (สถานีบางยี่ขัน) ที่มีกำหนดเปิดใช้งานปี 2560 อีกด้วย



ภาพที่ 3.1 แสดงตำแหน่งที่ดินที่ต้องการพัฒนา

3.1.2 ขอบเขตที่ดินที่ทำการศึกษา

อาณาเขต

ทิศเหนือ : คลองลัดบางยี่ขัน

ทิศใต้ : ถนนจรัญสนิทวงศ์ 40 (เขตทาง 10 เมตร) ใช้เป็นทางสัญจร
ทางหลักเข้า โครงการ

ทิศตะวันออก : ที่อยู่อาศัย รูปแบบห้องแถว 4 ชั้น

ทิศตะวันตก : ที่ดินเปล่าของเอกชนรายอื่น

3.1.3 ขนาดแลรูปร่างที่ดิน

ขนาดเนื้อที่ดิน : 0 ไร่ 1 งาน 95 ตารางวา (195 ตารางวา)

รูปร่างที่ดิน : รูปร่างสี่เหลี่ยมผืนผ้า โดยที่ดินด้านกว้างติดถนนซอยจรัญสนิท
วงศ์ 40 มีระยะ 14 เมตร ส่วนที่ดินด้านยาว มีระยะ 56 เมตร



ภาพที่ 3.2 แสดงขนาดเนื้อที่ดิน และ ลักษณะรูปร่างที่ดิน

3.1.4 เอกสารสิทธิ และราคาประเมินที่ดิน

เอกสารสิทธิ์ : โฉนดที่ดิน
 ราคาประเมินที่ดินจากกรมธนารักษ์ : เฉลี่ยตารางวาละ 61,000 บาท
 ราคาตลาดในปัจจุบัน : เฉลี่ยตารางวาละ 200,000 บาท

11/15/2015

::: ระบบเว็บไซต์ให้บริการประชาชน ::: กรมธนารักษ์

บัญชีราคาประเมินทุนทรัพย์ที่ดิน			
สำนักงานที่ดินจังหวัด กรุงเทพมหานคร			
สาขา บางกอกน้อย			
รอบบัญชี พ.ศ. 2555-2558			
โฉนดเลขที่ :	อำเภอ :	บางกอกน้อย	
หน้าสำรวจ :	ตำบล :	บางยี่ขัน	
เครื่องหมายที่ดิน			
ระวาง :	แผ่นที่ :	มาตราส่วน : 1:1000	เลขที่ดิน :
	โซน :	บล็อก :	ล็อต/หน่วย :
เนื้อที่(ไร่-งาน-ตร.วา) : 0-1-95			
ราคาประเมิน (บาท ต่อ ตร.วา) : 61,000.00 บาท			

ภาพที่ 3.3 แสดงราคาประเมินที่ดิน

3.1.5 สภาพที่ดินและอาคารปัจจุบัน

สภาพที่ดินปัจจุบันสิ่งปลูกสร้างคือ บ้านอยู่อาศัย 2 ชั้น 1 หลัง อายุอาคาร 6 ปี ปัจจุบันใช้ประโยชน์เป็นที่อยู่อาศัย และอาคารพาณิชย์ 4 ชั้น 2 ห้อง อายุอาคาร 25 ปี ปัจจุบันใช้ประโยชน์เป็นร้านค้าขายของชำในส่วนของชั้น 1



ภาพที่ 3.4 แสดงขนาดถนนจรูญสนิทวงศ์ 40 และบรรยากาศโดยรอบที่ดิน



ภาพที่ 3.5 แสดงอาคารพาณิชย์ 4 ชั้น 2 ห้องที่ตั้งอยู่บนที่ดิน

3.2 การวิเคราะห์ด้านทำเลที่ตั้ง

3.2.1 การเข้าถึงโครงการ

เนื่องจากที่ดินตั้งอยู่ในย่านพักอาศัย เข้าออกทางซอยจรัญสนิทวงศ์ 40 มีขนาดเขตทาง 10 เมตร ทำให้การคมนาคมค่อนข้างสะดวก สามารถเชื่อมไปยังถนนอรุณอมรินทร์ เพื่อขึ้นสะพานพระราม 8 และสามารถเชื่อมไปยังถนนสมเด็จพระปิ่นเกล้าได้ สามารถสรุปการเข้าถึงที่ดินสามารถเข้าได้ 3 เส้นทาง ดังนี้

เส้นทางที่ 1 : จากถนนจรัญสนิทวงศ์มีระยะทาง 450 เมตร (เข้าถึงโดยรถยนต์และการเดินเท้า)

เส้นทางที่ 2 : จากถนนสมเด็จพระปิ่นเกล้า 300 เมตร (เข้าถึงโดยการเดินเท้า ส่วนการเข้าถึงโดยรถยนต์เข้าได้ช่วงเวลา 10.00น.-22.00น.)

เส้นทางที่ 3 : จากถนนอรุณอมรินทร์ 220 เมตร (เข้าถึงโดยรถยนต์ และการเดินเท้า)

รวมถึงในอนาคตสามารถเลือกที่จะใช้บริการรถไฟฟ้า BTS สถานีบางยี่ขัน โดยมีระยะห่างจากสถานี 800 เมตร

3.2.2 ระยะห่างจากสถานที่สำคัญ

ลักษณะจากที่ตั้งโครงการถึงสถานที่สำคัญโดยรอบโครงการ
สถานีรถไฟฟ้า

สถานีรถไฟฟ้าในอนาคต (สถานีบางยี่ขัน) 0.8 กม.

สวนสาธารณะ

สวนหลวง พระราม 8 1.1 กม.

ศูนย์การค้า

พาด้าปิ่นเกล้า 0.3 กม.

เซนทรัลปิ่นเกล้า 1.5 กม.

โรงพยาบาล

โรงพยาบาลศิริราช 2.1 กม.

โรงพยาบาลเจ้าพระยา 2.7 กม.

โรงพยาบาลธนบุรี 3.0 กม.

สถานที่ราชการ

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์	3.4 กม.
กระทรวงศึกษาธิการ	3.5 กม.
กระทรวงมหาดไทย	3.6 กม.
กระทรวงกลาโหม	3.8 กม.
ศาลอาญากรุงเทพใต้	3.8 กม.

สถานศึกษา

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	3.3 กม.
โรงเรียนสตรีวิทยา	3.7 กม.
โรงเรียนเบญจมราชาลัยฯ	4.2 กม.
โรงเรียนวัดราชบพิตร	4.3 กม.
โรงเรียนสวนกุหลาบ	4.9 กม.

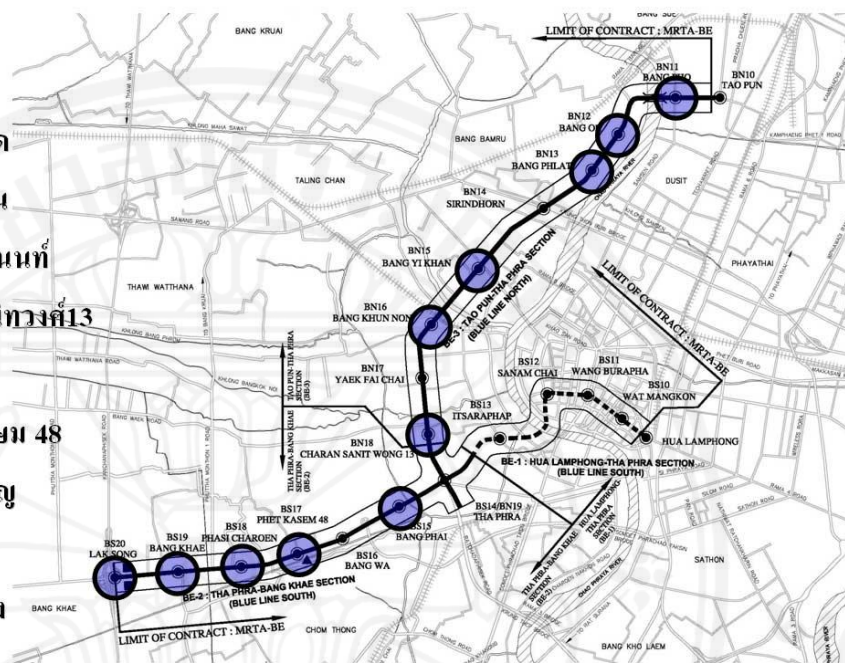
3.2.3 โครงการขนส่งมวลชนในอนาคต

แผนการก่อสร้างส่วนต่อขยายรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงิน (ช่วงบางซื่อ-ท่าพระ) โดยจะไปเชื่อมต่อกับรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงินช่วงหัวลำโพงบางแค ซึ่งเป็นเส้นทางที่สามารถเชื่อมไปยังย่านสำนักงาน Non-CBD ใหม่ ทั้ง 2 แห่ง ได้แก่ สำนักงานบริเวณบางซื่อ และ สำนักงานบริเวณสถานีธนบุรี รวมถึงยังสามารถเชื่อมไปยังแหล่งงานอย่าง สีลม สาทร และอโศกได้สะดวก การก่อสร้างนี้มีแผนจะเปิดดำเนินการในปี 2560 ทำให้มีส่วนช่วยรองรับการเดินทาง และการเพิ่มศักยภาพของที่ดินอีกด้วย โดยสถานีรถไฟฟ้าที่ใกล้ที่สุดคือ สถานีบางยี่ขันจะตั้งอยู่บริเวณหน้าซอยจรัญสนิทวงศ์ 42 มีระยะห่างจากที่ดิน 800 เมตร



รถไฟฟ้าสายสีน้ำเงิน ช่วงบางซื่อ-ท่าพระ และหัวลำโพง-บางแค

- BN11 สถานีบางโพ
- BN12 สถานีบางอ้อ
- BN13 สถานีบางพลัด
- BN15 สถานีบางยี่ขัน
- BN16 สถานีบางขุนนนท์
- BN18 สถานีรัฐสภาทองหล่อ
- BS15 สถานีบางไผ่
- BS17 สถานีเพชรเกษม 48
- BS18 สถานีภาษีเจริญ
- BS19 สถานีบางแค
- BS20 สถานีหลักสอง



ภาพที่ 3.6 แสดงเส้นทางและสถานีรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงินส่วนต่อขยาย (บางซื่อ-ท่าพระ)

3.3 ข้อจำกัดทางกฎหมาย

3.3.1 กฎกระทรวงใช้บังคับผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2556

กฎกระทรวงฉบับนี้ ออกตามความในพระราชบัญญัติการผังเมือง พ.ศ. 2518 แสดงข้อจำกัดของการใช้ประโยชน์ที่ดินในแต่ละแปลง โดยที่ดินแปลงนี้ถูกกำหนดให้เป็นพื้นที่ สีแดง พ.3-11 คือพื้นที่พาณิชยกรรม มีอัตราส่วนพื้นที่อาคารรวมต่อพื้นที่ดิน (FAR) 7:1 และมีอัตราส่วนพื้นที่ว่างต่อพื้นที่อาคารรวม (OSR) ร้อยละ 4.5 ที่ดินตั้งอยู่ริมถนนสาธารณะขนาดเขตทาง 10 เมตร และมีระยะจากสถานีรถไฟฟ้า 800 เมตร ส่งผลให้การใช้ประโยชน์ที่ดินแปลงนี้มีรายละเอียด ดังนี้

(1) สามารถประกอบพาณิชยกรรมที่มีพื้นที่ประกอบการไม่เกิน 5,000 ตารางเมตร ซึ่งตามกฎหมายจะสามารถประกอบพาณิชยกรรมที่มีพื้นที่ประกอบการ 5,000-10,000 ตารางเมตรได้ ถ้าตั้งอยู่ริมถนนสาธารณะขนาดเขตทาง 12 เมตร หรือมีระยะห่างจากรถไฟฟ้าไม่เกิน 500 เมตร

(2) สามารถใช้ประโยชน์เป็นสำนักงานที่มีพื้นที่ประกอบการไม่เกินเกิน 5,000 ตารางเมตร ซึ่งตามกฎหมายกระทรวงจะสามารถใช้ประโยชน์เป็นสำนักงานที่มีพื้นที่ประกอบการ 5,000-10,000 ตารางเมตรได้ ถ้าตั้งอยู่ริมถนนสาธารณะขนาดเขตทาง 16 เมตร หรือมีระยะห่างจากรถไฟฟ้าไม่เกิน 500 เมตร

(3) สามารถใช้ประโยชน์ที่ดินเป็นที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยว บ้านแฝด บ้านแถว ห้องแถว ตึกแถวได้

(4) สามารถใช้ประโยชน์ที่ดินเป็นที่อยู่อาศัยประเภทอาคารอยู่อาศัยรวม พื้นที่ไม่เกิน 5,000 ตารางเมตร ซึ่งตามกฎหมายกระทรวงจะสามารถประกอบพาณิชย์กรรมที่มีพื้นที่ประกอบการไม่เกิน 10,000 ตารางเมตรได้ ถ้าตั้งอยู่ริมถนนสาธารณะขนาดเขตทาง 16 เมตร หรือมีระยะห่างจากรถไฟฟ้าไม่เกิน 500 เมตร

(5) สามารถใช้ประโยชน์เป็นโรงแรมไม่เกิน 80 ห้อง ซึ่งตามกฎหมายกระทรวงจะสามารถใช้ประโยชน์เป็นโรงแรมเกิน 80 ห้องได้ ถ้าตั้งอยู่ริมถนนสาธารณะขนาดเขตทาง 16 เมตร หรือมีระยะห่างจากรถไฟฟ้าไม่เกิน 500 เมตร



ภาพที่ 3.7 แสดงที่ตั้งโครงการบนผังการใช้ประโยชน์ที่ดินตามผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร 2556

ตารางที่ 3.1 สรุปข้อกำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดิน ตามผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร 2556

การใช้ที่ดินประเภท		สีแดง (พ.3)
ที่อยู่อาศัย	ที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยว	●
	ที่อยู่อาศัยประเภทบ้านแฝด	●
	ที่อยู่อาศัยประเภทบ้านแถว ห้องแถว ตึกแถว	●
	ที่อยู่อาศัยประเภทอาคารอยู่อาศัยรวมพื้นที่ไม่เกิน 5,000 ตารางเมตร	●
	ที่อยู่อาศัยประเภทอาคารอยู่อาศัยรวมพื้นที่ไม่เกิน 10,000 ตารางเมตร	2
พาณิชยกรรม	พาณิชยกรรมประเภทห้องแถว ตึกแถว	●
	พาณิชยกรรมพื้นที่ไม่เกิน 5,000 ตารางเมตร	●
	พาณิชยกรรมพื้นที่ไม่เกิน 10,000 ตารางเมตร	1
	พาณิชยกรรมพื้นที่เกิน 10,000 ตารางเมตร	3
สำนักงาน	สำนักงานประเภทห้องแถว ตึกแถว	●
	สำนักงานพื้นที่ไม่เกิน 5,000 ตารางเมตร	●
	สำนักงานพื้นที่ไม่เกิน 10,000 ตารางเมตร	2
	สำนักงานพื้นที่เกิน 10,000 ตารางเมตร	3
โรงแรม	โรงแรมไม่เกิน 50 ห้อง	●
	โรงแรมไม่เกิน 80 ห้อง	●
	โรงแรมเกิน 80 ห้อง	2
	FAR ไม่เกิน (ต่อ 1)	7
	OSR ไม่น้อยกว่า (ร้อยละ)	4.5

การใช้ประโยชน์ที่ดิน = ให้ใช้เป็นส่วนใหญ่

เงื่อนไข 1 = เงื่อนไขตั้งอยู่ริมถนนที่มีเขตทางไม่น้อยกว่า 12 ม./หรืออยู่ในระยะ 500 ม. จากสถานีรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน 2 = เงื่อนไขตั้งอยู่ริมถนนที่มีเขตทางไม่น้อยกว่า 16 ม./หรืออยู่ในระยะ 500 ม. จากสถานีรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน 3 = เงื่อนไขตั้งอยู่ริมถนนที่มีเขตทางไม่น้อยกว่า 30 ม./หรืออยู่ในระยะ 500 ม. จากสถานีรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน

3.3.2 กฎกระทรวงต่างๆที่เกี่ยวข้อง โดยเลือกข้อที่พิจารณาว่าเหมาะสมตามขนาดของที่ดิน และข้อจำกัดของกฎกระทรวงใช้บังคับผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2556 ร่วมด้วย

3.3.2.1 นิยามอาคาร (ตามกฎกระทรวงฉบับที่ 55 พ.ศ.2543 และพรบ.ควบคุมอาคาร พ.ศ.2544)

“อาคารขนาดใหญ่” หมายความว่า อาคารที่มีพื้นที่รวมกันทุกชั้นหรือชั้นหนึ่งชั้นใดในหลังเดียวกันเกิน 2,000 ตารางเมตร หรืออาคารที่มีความสูงตั้งแต่ 15.00 เมตรขึ้นไป และมีพื้นที่รวมกันทุกชั้นหรือชั้นหนึ่งชั้นใดในหลังเดียวกันเกิน 1,000 ตารางเมตร แต่ไม่เกิน 2,000 ตารางเมตร การวัดความสูงของอาคารให้วัดจากระดับพื้นดินที่ก่อสร้างถึงพื้นดาดฟ้า สำหรับอาคารทรงจั่วหรือปั้นหยาให้วัดจากระดับพื้นดินที่ก่อสร้างถึงยอดผนังของชั้นสูงสุด

3.3.2.2 ทางเข้าออก (ตามพรบ.ควบคุมอาคาร พ.ศ.2544)

(1) อาคารขนาดใหญ่ ต้องมีถนนทางเข้าออกกว้างไม่น้อยกว่า 6 เมตร เว้นแต่เป็นการเดินทางเดียวต้องกว้างไม่น้อยกว่า 3.5 เมตร ทางวิ่งของรถ ในกรณีจอดรถทำมุมเกิน 60 องศา ทางวิ่งรถต้องกว้างไม่น้อยกว่า 6 เมตร

3.3.2.3 ระยะร่น (ตามกฎกระทรวงฉบับที่ 55 พ.ศ.2543 และพรบ.ควบคุมอาคาร พ.ศ.2544)

(1) ที่ตั้งที่ดินติดถนนเจริญสุขุมวิท 40 ซึ่งเป็นถนนสาธารณะที่มีความกว้างเขตทาง 10 เมตร ต้องร่นแนวอาคาร ห่างจากเขตถนนสาธารณะอย่างน้อย 1 ใน 10 ของความกว้างของถนนสาธารณะ คือ ร่นอาคารห่างจากถนนสาธารณะ 1 เมตร

(2) อาคารด้านที่ติดกับที่ดินเอกชน ช่องเปิด ประตู หน้าต่าง ช่องระบายอากาศ หรือริมระเบียงสำหรับชั้น 2 ลงมาหรือสูงไม่เกิน 9 เมตร ต้องอยู่ห่างเขตที่ดินไม่น้อยกว่า 2 เมตร และสำหรับชั้น 3 ขึ้นไปหรือ สูงเกิน 9 เมตร ต้องห่างไม่น้อยกว่า 3 เมตร

(3) อาคารที่ก่อสร้างและตัดแปลงใกล้แหล่งน้ำสาธารณะ ในกรณีนี้คือคลองด้านหลังที่ดิน มีขนาด 7 เมตร ต้องร่นแนวอาคารให้ห่างจากเขตแหล่งน้ำสาธารณะนั้นไม่น้อยกว่า 3 เมตร

3.3.2.4 ที่ว่างภายนอกอาคาร (ตามกฎกระทรวงฉบับที่ 55 พ.ศ.2543 และพรบ.ควบคุมอาคาร พ.ศ.2544)

(1) อาคารอยู่อาศัยต้องมีที่ว่างไม่น้อยกว่า 30 ใน 100 ส่วนของพื้นที่ดิน ที่ดินแปลงนี้มีขนาด 195 ตารางวาหรือ 780 ตารางเมตร ดังนั้นต้องมีพื้นที่ว่างร้อยละ 30 คือ 234 ตารางเมตรจาก 780 ตารางเมตร

(2) ที่ว่างนี้ต้องเป็นพื้นที่ต่อเนื่องกันยาวไม่น้อยกว่า 1 ใน 6 ของความยาวเส้นรอบรูปภายนอกโครงการโดยอาคารรวมทั้งที่ว่างด้านข้างที่ต่อเชื่อมกับที่ว่างด้านหน้าด้วยก็ได้ และที่ว่างนี้ต้องเชื่อมกับถนนภายในกว้างไม่น้อยกว่า 6 เมตร ออกสู่ถนนสาธารณะได้ ถ้าหากเป็นถนนลอดใต้อาคารความสูงสุทธิของช่องลอดต้องไม่น้อยกว่า 5 เมตร ความยาวรอบรูปของที่ดินแปลงนี้คือ 140 เมตร ดังนั้น 1 ใน 6 ของความยาวรอบรูปประมาณ 24 เมตร เป็นความยาวของพื้นที่ว่างที่จะต้องเตรียมตามกฎหมาย

3.3.2.5 พื้นที่ภายในอาคาร (ตามกฎกระทรวงฉบับที่ 55 พ.ศ.2543 และพรบ.ควบคุมอาคาร พ.ศ.2544)

(1) อาคารต้องมีพื้นที่ภายในแต่ละหน่วยที่ใช้เพื่อการอยู่อาศัย ไม่น้อยกว่า 20 ตารางเมตร

(2) ห้องนอนให้มีความกว้างด้านที่แคบสุดไม่น้อยกว่า 2.5 ตารางเมตร

(3) ช่องทางเดินในอาคาร ต้องมีความกว้างไม่น้อยกว่า 1.5 เมตร

(4) ห้องที่ใช้เป็นที่พักอาศัยต้องมีความสูงไม่น้อยกว่า 2.6 เมตร (วัดจากพื้นถึงพื้น)

(5) ระเบียงต้องมีความสูงไม่น้อยกว่า 2.2 เมตร

(6) ห้องส้วมและห้องน้ำที่แยกกัน ต้องมีขนาดพื้นที่แต่ละห้องไม่น้อยกว่า 0.9 ตารางเมตร และมีความกว้างไม่น้อยกว่า 0.9 เมตร ถ้าห้องส้วมและห้องอาบน้ำรวมอยู่ในห้องเดียวกันต้องมีพื้นที่ภายในไม่น้อยกว่า 1.5 ตารางเมตร

(7) ห้องส้วมหรือห้องอาบน้ำต้องมีระยะตั้งระหว่างพื้นห้องถึงเพดานยอดฝ้าหรือผนังตอนต่ำสุดไม่น้อยกว่า 2 เมตร

3.3.2.6 ที่จอดรถและอาคารจอดรถ (ตามพรบ.ควบคุมอาคาร พ.ศ.2544และกฎกระทรวงฉบับ 41 พ.ศ. 2537)

(1) อาคารขนาดใหญ่ให้มีที่จอดรถ 1 คัน ต่อพื้นที่อาคาร 120 ตารางเมตร โดยการคิดจำนวนที่จอดรถ จะคิดจากพื้นที่รวมทุกห้องที่ใช้ประโยชน์ใช้สอยประเภทเดียวกันภายในอาคารโดยไม่รวมพื้นที่ห้องน้ำ ส้วม ลิฟต์ ห้องนิรภัย ห้องเอกสารที่ไม่มีคนเข้าใช้สอย

(2) ที่จอดรถ 1 คันต้องเป็นพื้นที่สี่เหลี่ยมผืนผ้า ในกรณีที่ตั้งฉากกับแนวทางเดินรถ ให้มีความกว้างไม่น้อยกว่า 2.4 เมตร และความยาวไม่น้อยกว่า 5 เมตร และทางวิ่งของรถต้องกว้างไม่น้อยกว่า 6 เมตร

(3) อาคารจอดรถเหนือระดับพื้นดิน ที่มีบุคคลเข้าไปใช้สอย ต้องมีส่วนเปิดโล่งเป็นที่ระบายอากาศ ส่วนเปิดโล่งดังกล่าว ต้องมีพื้นที่ไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 ของพื้นที่อาคารจอดรถชั้นนั้น และต้องมีที่ว่างห่างที่ดินข้างเคียงหรืออาคารอื่น ไม่ว่าจะเป็อาคารของเจ้าของเดียวกันหรือไม่ ไม่น้อยกว่า 3 เมตร

3.3.2.7 บันไดและบันไดหนีไฟ (ตามพรบ.ควบคุมอาคาร พ.ศ.2544และกฎกระทรวงฉบับ 55 พ.ศ. 2543)

(1) บันไดต้องมีอย่างน้อยหนึ่งบันไดที่มีความกว้างไม่น้อยกว่า 1.5 เมตร ช่วงหนึ่งสูงไม่เกิน 3 เมตร ลูกตั้งสูงไม่เกิน 20 เซนติเมตร ลูกนอนเมื่อหักส่วนที่ขึ้นบันไดเหลื่อมกันออกแล้วเหลือความกว้างไม่น้อยกว่า 22 เซนติเมตร และต้องมีพื้นหน้าบันไดมีความกว้างและยาวไม่น้อยกว่าความกว้างของบันได

(2) บันไดหนีไฟภายในอาคารที่ไม่ใช่อาคารสูง ต้องมีความกว้างไม่น้อยกว่า 90 เซนติเมตร มีผนังที่ปิดสร้างด้วยวัสดุทนไฟและถาวรกันโดยรอบ เว้นแต่ส่วนที่เป็นช่องระบายอากาศและช่องประตูหนีไฟ และแต่ละชั้นต้องมีช่องระบายอากาศที่เปิดสู่ภายนอกอาคารได้ มีพื้นที่รวมกันไม่น้อยกว่า 1.4 ตารางเมตร โดยต้องมีแสงสว่างให้เพียงพอทั้งกลางวันและกลางคืน

(3) ประตูของบันไดหนีไฟต้องทำด้วยวัสดุทนไฟมีความกว้างไม่น้อยกว่า 80 เซนติเมตร สูงไม่น้อยกว่า 1.9 เมตร สามารถทนไฟได้ไม่น้อยกว่า 1 ชั่วโมง และต้องเป็นบานเปิดชนิดผลักเข้าสู่บันไดเท่านั้น ชั้นดาดฟ้า ชั้นล่างและชั้นที่ออกเพื่อหนีไฟสู่ภายนอกอาคารให้เปิดออกจากห้องบันไดหนีไฟพร้อมติดตั้งอุปกรณ์ชนิดที่บังคับให้บานประตูปิดได้เอง ประตูหรือทางออกสู่บันไดหนีไฟต้องไม่มีขั้นหรือธรณีประตูหรือขอบกั้น



ภาพที่ 3.8 แสดงระยะต่างๆ ของบันไดหนีไฟ ตามกฎหมาย.<http://living-estate.blogspot.com/>

3.3.2.8 ระบบระบายอากาศ (ตามพรบ.ควบคุมอาคาร พ.ศ.2544 และ กฎกระทรวงฉบับ 39 พ.ศ. 2537)

(1) ระบบการระบายอากาศภายในอาคาร จะจัดให้มีการระบายอากาศวิธีธรรมชาติ หรือ วิธีกลก็ได้ โดยตำแหน่งช่องนำอากาศเข้า ต้องห่างจากที่เกิดอากาศเสียและช่องระบายอากาศทิ้งไม่น้อยกว่า 5 เมตร สูงจากพื้นดินไม่น้อยกว่า 1.5 เมตร

(2) ห้องส้วมและห้องอาบน้ำ ต้องมีช่องระบายอากาศไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ของพื้นที่ห้องหรือมีพัดลมระบายอากาศได้เพียงพอ

3.3.2.9 ห้องพักขยะ (ตามพรบ.ควบคุมอาคาร พ.ศ.2544) อาคารที่มีห้องพักอาศัยตั้งแต่ 20 หน่วยขึ้นไป และอาคารที่มีพื้นที่ตั้งแต่ 2,000 ตารางเมตรขึ้นไป ต้องจัดให้มีที่พักรวมมูลฝอยและสิ่งปฏิกูลของอาคารดังกล่าว โดยต้องมีลักษณะดังต่อไปนี้

- (1) ผนังต้องทำด้วยวัสดุถาวรและทนไฟ
- (2) พื้นผิวภายในต้องเรียบและกันน้ำซึม
- (3) ต้องมีการป้องกันกลิ่นและน้ำฝน
- (4) ต้องมีการระบายน้ำเสียจากมูลฝอยและสิ่งปฏิกูล ในกรณีอาคารที่ต้องมีระบบบำบัดน้ำเสีย การระบายน้ำเสียนั้นต้องเข้าสู่ระบบบำบัดน้ำเสียด้วย
- (5) ต้องมีการระบายอากาศและกันน้ำเข้า
- (6) ต้องมีขนาดความจุไม่น้อยกว่า 3 เท่าของปริมาณมูลฝอยที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน
- (7) ต้องจัดไว้ในที่ๆคนย้ายได้สะดวก และต้องมีระยะห่างจากสถานที่ประกอบอาหารและสถานที่เก็บอาหารไม่น้อยกว่า 4 เมตร แต่ถ้าที่รองรับมูลฝอยและสิ่งปฏิกูลมีขนาดความจุเกินกว่า 3 ลูกบาศก์เมตร ต้องมีระยะห่างจากสถานที่ดังกล่าวไม่น้อยกว่า 10 เมตร

3.3.3 การทำสัญญาเช่าที่ดินระยะยาว 30 ปี

อสังหาริมทรัพย์แบบ Leasehold เป็นการลงทุนโดยการเช่าอสังหาริมทรัพย์ จึงไม่มีกรรมสิทธิ์ ในอสังหาริมทรัพย์ที่ลงทุน มีเพียงสิทธิในการนำอสังหาริมทรัพย์นั้นไปหาผลตอบแทน ในช่วงระยะเวลาของสัญญาเช่าที่ได้ตกลงไว้กับเจ้าของ เช่น 20 ปีหรือ 30 ปีและเมื่อครบกำหนดสัญญาเช่าก็ต้องคืน อสังหาริมทรัพย์ให้แก่เจ้าของ เมื่อหมดอายุสัญญาเช่าแล้ว มูลค่าของต้นทุนของอาคารที่ลงทุนก็จะเป็นศูนย์ เพราะไม่มีการจำหน่ายอสังหาริมทรัพย์ออกไป จะได้รับรายได้ค่าเช่า ในช่วงที่อยู่ในระยะเวลาสิทธิการเช่า (lease term) เท่านั้น แต่จะไม่ได้รับผลตอบแทนในรูปแบบของ capital gain จากการจำหน่ายอสังหาริมทรัพย์เหมือนแบบ freehold โดยมีรายละเอียดของการเช่าที่ต้องคำนึงแตกต่างจากFreeholdได้แก่

3.3.3.1 การเสียค่าธรรมเนียมการเช่าในกรณีที่เช่าที่ดินเกิน 3 ปี

การเช่าอสังหาริมทรัพย์ที่เกินกว่า 3 ปี นอกจากต้องทำสัญญาเช่าแล้ว จะต้องไป “จดทะเบียนการเช่า” ณ สำนักงานที่ดินที่อสังหาริมทรัพย์นั้นตั้งอยู่ด้วย เพราะตามกฎหมายสัญญาเช่าจะมีผลผูกพันระหว่าง “ผู้ให้เช่า” และ “ผู้เช่า” เพียงแค่ 3 ปีเท่านั้น เช่น นาย ก. ทำสัญญาเช่าบ้านกับนาย ข. มีกำหนดระยะเวลาเช่า 10 ปี แต่ไม่ได้ไป “จดทะเบียนการเช่า” ไว้กับสำนักงานที่ดินที่บ้านตั้งอยู่ สัญญาเช่าที่ระบุเวลาให้เช่า 10 ปีที่กำกับไว้จะย่อมไร้ผล เท่ากับว่ามีสัญญาเช่ากันเพียง 3 ปีเท่านั้น ดังนั้นหากเกิดกรณีพิพาทขึ้นหลังปีที่ 3 ก็จะเป็นปัญหาทันที

3.3.3.2 การตกลงเรื่องสัญญาเช่าเกี่ยวกับ “ผู้ให้เช่า” หรือ “ผู้เช่า” เป็นสาระสำคัญของสัญญาหรือไม่

เนื่องจากอสังหาริมทรัพย์เป็นทรัพย์สินที่มีมูลค่าสูงและมีระยะยาว จึงมีเรื่องข้อตกลงในกรณีที่ผู้เช่าหรือผู้ให้เช่าเดิมเสียชีวิต โดยระบุในสัญญาเช่าไว้ด้วยว่า “ผู้ให้เช่า” หรือ “ผู้เช่า” เป็นสาระสำคัญของสัญญาหรือไม่ ยกตัวอย่างเช่นหากตกลงว่า “ผู้เช่า” เป็นสาระสำคัญของการเช่า ดังนั้นหากผู้เช่าคนนี้ทำสัญญาด้วยนี้เสียชีวิตลง แม้จะก่อนหมดสัญญาเช่าก็ตาม สัญญาจะย่อมสิ้นสุดลงตามกฎหมายทันที จะให้ลูกหลานรับช่วงต่อไม่ได้ ส่วนอีกทางหนึ่งหาก “ผู้ให้เช่า” ไม่เข้มงวดหรือยึดติดกับผู้เช่าคนนี้ “ผู้เช่า” จึงไม่ใช่สาระสำคัญของสัญญา ก็สามารถกำหนดในสัญญาเช่าไว้ว่า “ให้สัญญาเช่านี้ตกทอดไปยังทายาทของผู้เช่าได้ ในกรณีที่ผู้เช่าเสียชีวิตลงก่อนสัญญาเช่าจะสิ้นสุด” แต่ในทางกลับกันก็สามารถกำหนดเรื่องของ “ผู้ให้เช่า” ได้เช่นกัน หากผู้เช่าคิดว่า “ผู้ให้เช่า” ไม่ใช่สาระสำคัญของสัญญาเช่า ดังนั้นแม้ว่าจะเกิดเหตุอะไรขึ้นกับผู้ให้เช่า สัญญาเช่าย่อมไม่สิ้นสุดลง เช่น แม้ผู้ให้เช่าโอนกรรมสิทธิ์ในอสังหาริมทรัพย์ให้กับบุคคลอื่นหรือตกทอดสู่ ทายาทของผู้ให้เช่า สัญญาเช่าก็ไม่สิ้นสุดลง ผู้เช่าที่เคยทำสัญญาไว้ก่อนหน้านั้นก็ยังคงเช่าต่อไปได้

3.3.3.3 การครอบครองสถานที่

ต้องระบุในสัญญาด้วยว่า “ผู้ให้เช่ามีสิทธิในการปิดสถานที่ให้เช่า” ในกรณีที่ผู้เช่าผิดสัญญาเช่าไม่ยอมจ่ายค่าเช่า ถ้าไม่ระบุแล้วมาปิดสถานที่ถือว่าผิด “ผู้ให้เช่า” จะกลายเป็นผู้บุกรุกทันที เพราะเป็นการรบกวนการครอบครองของผู้เช่าซึ่งเป็นความผิดอาญาฐาน “บุกรุกบ้านตัวเอง” เป็นเรื่องจริงของกฎหมายที่ผู้ให้เช่าต้องระวังให้ดี จำเป็นต้องระบุในสัญญา ไม่เช่นนั้นแล้วคุณอาจจะต้องฟ้องศาลเพื่อขอให้ศาลมีคำสั่งขับไล่ผู้เช่าออกจากบ้านของคุณเอง

3.3.3.4 สิ่งปลูกสร้างในที่ดินเช่า

ส่วนในเรื่องของสิ่งปลูกสร้างต่าง ๆ ในที่ดินที่เช่านั้น แม้ว่าสิ่งปลูกสร้างนั้นจะมีลักษณะเป็นอสังหาริมทรัพย์ประเภทหนึ่ง (เป็นทรัพย์ที่เคลื่อนที่ไม่ได้) จะถือว่าเป็นส่วนควบของที่ดินหรือไม่ จะต้องพิจารณาว่าสิ่งปลูกสร้างนั้นใครเป็นผู้ก่อสร้าง หากผู้ให้เช่าเป็นผู้ก่อสร้าง สิ่งปลูกสร้างนั้น ๆ ก็จะต้องเป็นส่วนควบของที่ดินที่เช่า แต่หากผู้เช่าเป็นผู้ก่อสร้าง ก็จะต้องพิจารณาต่อไปอีกว่า ขณะก่อสร้างผู้เช่ามีสิทธิที่จะปลูกสร้างหรือไม่ หากก่อสร้างโดยไม่มีสิทธิ สิ่งปลูกสร้างนั้น ๆ ก็จะตกเป็นส่วนควบของที่ดินและถือว่าผู้ให้เช่าที่ดินเป็นเจ้าของสิ่งปลูกสร้างนั้นๆ ด้วย

แต่หากขณะก่อสร้างผู้เช่ามีสิทธิที่จะปลูกสร้างได้ ก็จะเข้าข้อยกเว้นเรื่องส่วนควบ และกฎหมายถือว่าผู้เช่าเป็นเจ้าของสิ่งปลูกสร้างนั้น และเมื่อสัญญาสิ้นสุดลง ผลทางกฎหมายที่เกี่ยวกับสิ่งปลูกสร้างจะแตกต่างกัน กล่าวคือ หากสิ่งปลูกสร้างนั้นตกเป็นส่วนควบของที่ดินแล้ว ผู้เช่าจะไม่สามารถรื้อถอน หรือเคลื่อนย้าย ทำให้เสียหาย หรือเสื่อมค่าลงไปได้ แต่หากสิ่งปลูกสร้างนั้น ๆ ไม่ใช่ส่วนควบของที่ดินแล้ว ผู้เช่าก็สามารถที่จะรื้อถอน เคลื่อนย้าย ทำให้เสียหาย หรือเสื่อมค่าลงไปได้ เพราะถือว่าสิ่งปลูกสร้างนั้น ๆ เป็นของผู้เช่า ในทางกลับกันหากผู้ให้เช่ากระทำการดังกล่าวข้างต้นก็อาจเป็นความผิดต่อผู้เช่าได้เช่นกัน

แต่ทั้งนี้จะต้องพิจารณาข้อกำหนดในสัญญาเช่าอีกว่า มีการกำหนด ในเรื่องของสิ่งปลูกสร้างไว้อย่างไรบ้าง หากมีการกำหนดไว้เป็นอย่างอื่น ที่แตกต่างไปจากหลักในเรื่องส่วนควบในที่ดินแล้ว ก็ต้องถือปฏิบัติตามนั้น เช่น กรณีข้อยกเว้นเรื่องส่วนควบ ถ้าข้อกำหนดในสัญญา กำหนดให้ตกเป็นกรรมสิทธิ์ของผู้ให้เช่า เมื่อสัญญาสิ้นสุดลงสิ่งปลูกสร้างนั้น ๆ ก็จะตกเป็นของผู้ให้เช่า ตามสัญญาทันที ผู้เช่าจะทำการรื้อถอนไม่ได้เด็ดขาด

3.3.4 การวิเคราะห์ด้านการใช้ประโยชน์ที่ดิน

ในหัวข้อนี้จะต้องกล่าวถึงข้อจำกัดในการพัฒนาโครงการบนที่ดินนี้ก่อนนั้นคือ เจ้าของที่ดินนั้น ไม่มีความประสงค์ที่จะขายที่ดิน

ตารางที่ 3.2 แสดงการวิเคราะห์ทางเลือกในการพัฒนาโครงการ

ประเภท	กายภาพ	กฎหมาย	การตลาด	การเงิน	การวิเคราะห์
อพาร์ทเมนท์	เหมาะสม	ผ่าน	ผ่าน	เหมาะสม	เหมาะสม
เซอร์วิส อพาร์ท เมนท์	ไม่ เหมาะสม	ผ่าน	ไม่ผ่าน	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม เพราะพื้นที่มีขนาดเล็กเกินไป ทำให้ได้จำนวนห้องน้อยและห้องมีขนาดเล็ก รวมถึงกลุ่มลูกค้าไม่ได้อยู่ในบริเวณนี้
คอนโดมิเนียม	ไม่ เหมาะสม	ผ่าน แต่มีพื้นที่ไม่เกิน5,000 ตร.ม.	ไม่ผ่าน	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม เพราะพื้นที่มีขนาดเล็กเกินไป ทำให้ได้จำนวนห้องน้อย และขนาดของห้องเทียบจากคอนโดมิเนียมในละแวกนั้นจะขายห้อง 1 Bedroom 28 ตารางเมตร ซึ่งจากที่ดินสามารถแบ่งห้องได้ห้อง studio ขนาด 24.5 กับ 21 ตารางเมตร ทำให้เสียเปรียบด้านการแข่งขัน
โรงแรม	ไม่ เหมาะสม	ผ่าน แต่มีขนาดไม่เกิน 80 ห้อง	ไม่ผ่าน	ไม่ เหมาะสม	ไม่เหมาะสม เพราะทำเลที่ตั้งไม่ได้โดดเด่นมาก เพราะไม่สามารถเดินทางด้วยรถขนส่งมวลชนหรือรถไฟฟ้าในอนาคต แล้วเข้าถึงที่ดินได้ทันที รวมถึงกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ไม่ได้อยู่ในบริเวณนี้
อาคาร สำนักงาน	ไม่ เหมาะสม	ผ่าน แต่มีพื้นที่ไม่เกิน5,000 ตร.ม.	ไม่ผ่าน	ไม่ เหมาะสม	ไม่เหมาะสม เพราะพื้นที่มีขนาดเล็กเกินไป และกลุ่มลูกค้าไม่ได้อยู่ในบริเวณนี้
บ้านจัดสรร/ ทาวน์เฮ้าส์	ไม่ เหมาะสม	ผ่าน	ผ่าน	ไม่ เหมาะสม	ไม่เหมาะสม เพราะ เจ้าของที่ดินไม่มีความประสงค์ที่จะขายที่ดิน

สรุปการวิเคราะห์ทางเลือกในการพัฒนาโครงการของที่ดินแปลงนี้ มีความเหมาะสมที่จะศึกษาความเป็นไปได้ในการทำอพาร์ทเมนท์

บทที่ 4

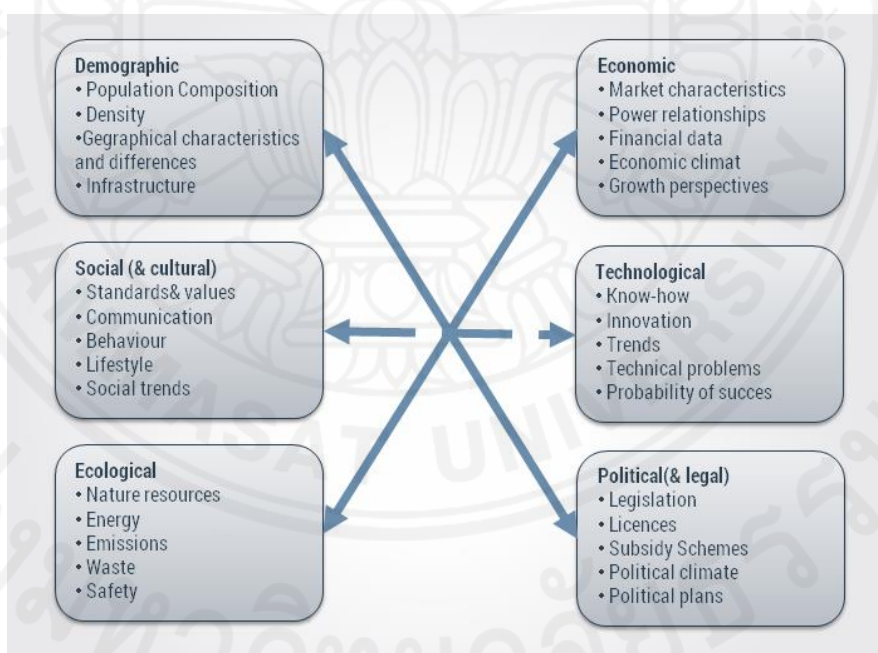
การศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด

การวิเคราะห์แนวโน้มทางการตลาดของธุรกิจอาหารที่บริษัทบริเวณที่ตั้งโครงการตามขั้นตอน ดังนี้

4.1 การวิเคราะห์ภาพรวมทางการตลาด

4.1.1 การวิเคราะห์แนวโน้มของตลาดและภาพรวมของธุรกิจในอนาคต (DEPEST)

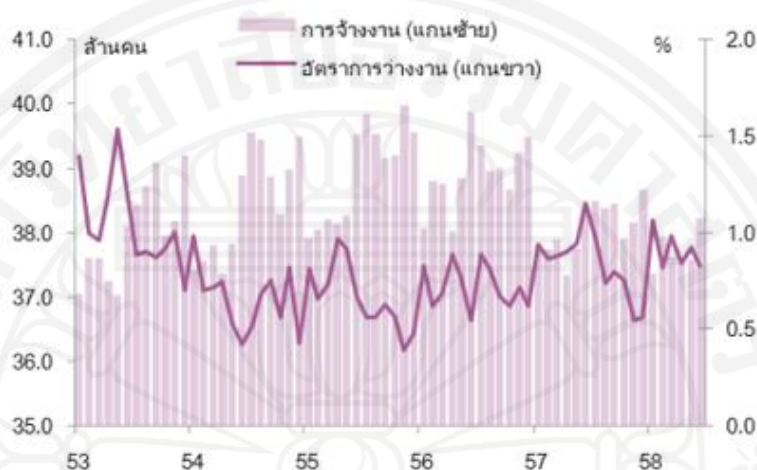
เครื่องมือ DEPEST เป็นเครื่องมือที่สามารถใช้วิเคราะห์แนวโน้มของตลาดและวิเคราะห์ภาพรวมของธุรกิจในอนาคต โดยวิเคราะห์จากข้อมูลของการเปลี่ยนแปลงปัจจัยภายนอกต่างๆ ซึ่งใช้กันในวงกว้างสำหรับวิเคราะห์ภาพรวมธุรกิจ สามารถแบ่งเป็นข้อๆ ดังนี้



ภาพที่ 4.1 DEPEST Analysis. <http://www.toolshero.com/marketing/destep-analysis/>

4.1.1.1 Demographic aspects แนวโน้มของปัจจัยต่างๆได้แก่

(1) อัตราการจ้างงานรวมลดลงร้อยละ 0.2 ตามการลดลงของการจ้างงานในภาคการเกษตร ซึ่งภาคการเกษตรอัตราการว่างงานอยู่ที่ 0.9 ทำให้แรงงานในภาคการเกษตรต้องเข้ามาหางานทำในเมืองใหญ่



ภาพที่ 4.2 แสดงอัตราการจ้างงาน Q2, 2558.สำนักงานสถิติแห่งชาติ

%YOY	2556	2557							2558		
	ทั้งปี	ทั้งปี	H1	H2	Q1	Q2	Q3	Q4	H1	Q1	Q2
การจ้างงานรวม (100%)	-0.1	-0.4	-0.8	0.1	-0.4	-1.2	0.3	-0.1	-0.3	-0.5	-0.2
- ภาคเกษตร (30.9%)	-0.2	-2.4	-1.0	-3.6	1.0	-2.9	-2.2	-4.9	-5.1	-4.4	-5.8
- นอกภาคเกษตร (69.1%)	0.0	0.7	-0.7	2.1	-1.0	-0.3	1.7	2.5	1.9	1.3	2.6
อุตสาหกรรม (17.3%)	0.8	1.6	0.5	2.7	-0.8	1.9	1.0	4.4	2.1	1.2	3.0
ก่อสร้าง (6.5%)	2.0	-5.0	-6.8	-2.8	-7.2	-6.4	-3.0	-2.5	2.2	1.9	2.5
ค้าส่งและค้าปลีก (16.6%)	0.2	-0.2	-2.1	1.8	-1.5	-2.7	3.2	0.4	-0.3	-2.6	2.0
โรงแรมและภัตตาคาร (7.0%)	-0.3	1.2	-1.9	4.7	-2.0	-1.9	4.6	4.7	3.0	2.3	3.6
จำนวนผู้ว่างงาน (แสนคน)	2.8	3.2	3.6	2.8	3.4	3.9	3.3	2.4	3.5	3.6	3.4
อัตราการว่างงาน (%)	0.7	0.8	0.9	0.7	0.9	1.0	0.8	0.6	0.9	0.9	0.9

ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ

ภาพที่ 4.3 แสดงการจ้างงานจำแนกตามสาขาการผลิต Q2, 2558

(2) แผนการก่อสร้างส่วนต่อขยายรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงิน (ช่วงบางซื่อ-ท่าพระ) ที่เชื่อมไปยังย่านสำนักงาน Non-CBD ใหม่ เป็นจุดแข็งหนึ่งที่ทำให้การคมนาคมเข้าไปถึงแหล่งงานสะดวกขึ้น รวมถึงยังสามารถเชื่อมไปยังแหล่งงานแหล่ง Shopping อย่าง สีส้ม สาทร โอโศก และ

สยามสแควร์ ได้สะดวกด้วย โดยสถานีรถไฟฟ้ที่ใกล้ที่สุดคือ สถานีบางยี่ขัน มีระยะห่างจากที่ดิน 800 เมตร มีแผนจะเปิดดำเนินการในปี 2560

ผลกระทบที่เกิดต่อโครงการ

(1) ส่งผลให้มีอัตราการเช่าอพาร์ทเมนท์เพิ่มขึ้นโดยเฉพาะในกลุ่มพนักงาน
โรงงานและพนักงานบริษัท

(2) ในปี 2560 สามารถเดินทางด้วยรถไฟฟ้ไปแหล่งงานได้สะดวกขึ้น

4.1.1.2 Economic aspects แนวโน้มของปัจจัยต่างๆ

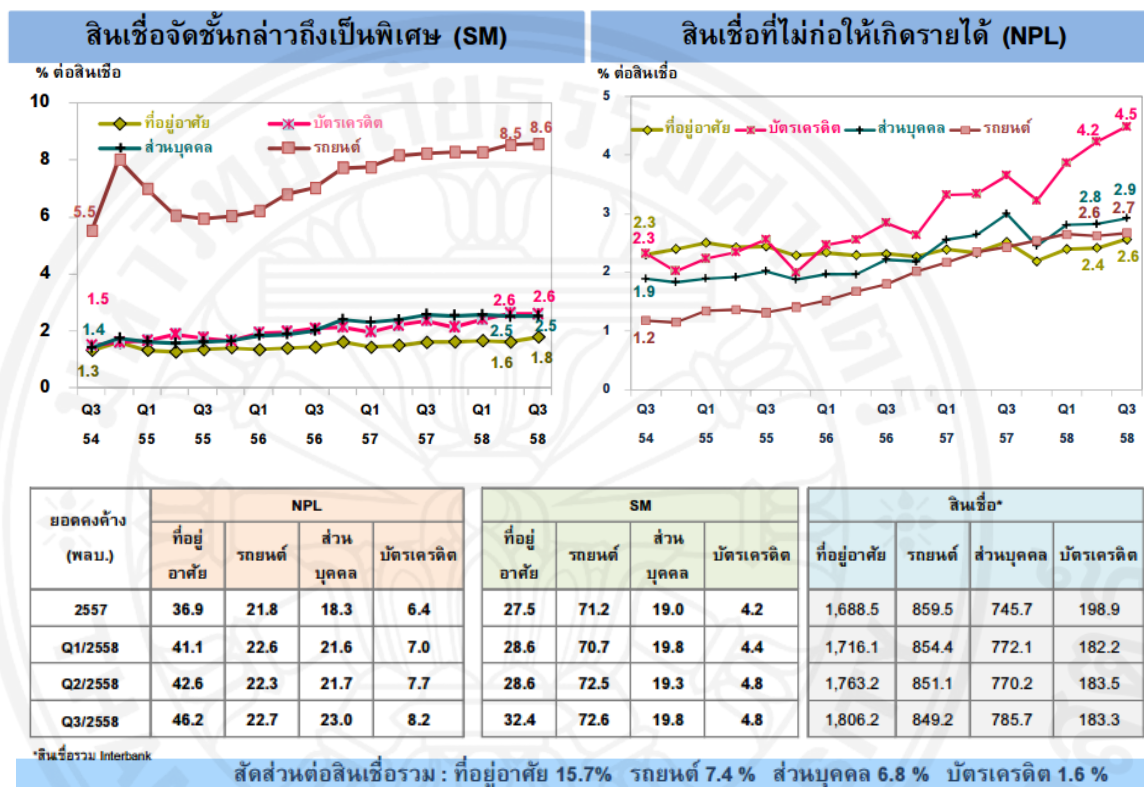
(1) เศรษฐกิจไทยปี 2015 มีการขยายตัวร้อยละ 3 พื้นตัวขึ้นอย่างช้าๆจากปี 2557 ที่มีขยายตัวเพียงร้อยละ 0.9 เนื่องจากความขัดแย้งในประเทศที่จบลง แต่ก็ยังมีผลกระทบจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก โดย GDP ที่เพิ่มขึ้นเป็นของภาคนอกการเกษตร ส่วนในภาคการเกษตรนั้น ลดลง เนื่องจากปัญหาภัยแล้ง ทำให้การจ้างงานภาคการเกษตรลดลง แรงงานจึงเข้ามาหางานทำในเมืองเพิ่มขึ้น

รวม 9 เดือนแรกของปี 58 เศรษฐกิจไทยปรับตัวดีขึ้นกว่าช่วงเดียวกันของปีก่อนในเกือบทุกองค์ประกอบ (ยกเว้นการผลิตภาคเกษตร)

ด้านการใช้จ่ายที่สำคัญ	2557		2558		ด้านการผลิตที่สำคัญ	2557		2558	
	Growth (%)		Growth (%)			Growth (%)		Growth (%)	
	9M	9M	9M	9M	9M	9M	9M	9M	9M
การใช้จ่ายครัวเรือน	0.1	1.9			ภาคเกษตร	2.1	-5.4		
การใช้จ่ายภาครัฐ	1.0	2.6			ภาคนอกเกษตร	0.3	3.7		
การลงทุน	-4.4	3.7			- อุตสาหกรรม	-1.1	0.9		
- ภาคเอกชน	-3.9	-2.2			- ก่อสร้าง	-5.9	15.9		
- ภาครัฐ	-6.1	25.0			- ขายส่งขายปลีก	0.1	3.9		
การส่งออกสินค้าและบริการ	-1.5	1.3			- โรงแรมและภัตตาคาร	-5.1	14.3		
การนำเข้าสินค้าและบริการ	-6.8	-0.2			- อสังหาริมทรัพย์	-0.7	2.2		
GDP	0.4	2.9			GDP	0.4	2.9		

ภาพที่ 4.4 แสดงผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ไตรมาสที่ 3, 2558. สำนักงานสถิติแห่งชาติ

(2) อัตราสินเชื่อขยายตัวร้อยละ 5.3 เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยอัตราหนี้ในส่วนของครัวเรือนสูงขึ้น โดยสูงขึ้นทั้งสินเชื่อจัดชั้นกล่าวถึงเป็นพิเศษ และหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ แสดงให้เห็นถึงคุณภาพของสินเชื่อที่ด้อยลง



ภาพที่ 4.5 แสดงอัตราหนี้ครัวเรือน ไตรมาส 3, 2558. ธนาคารแห่งประเทศไทย

(3) นโยบายการคลังเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจด้านอสังหาริมทรัพย์ 3 นโยบายมีรายละเอียด ดังนี้

การเพิ่มวงเงินกู้ซื้อบ้านพร้อมอัตราดอกเบี้ยพิเศษ

รายได้สุทธิ 10,000 บาทต่อเดือน เดิมกู้ได้ 600,000 บาท ปรับเป็น 1,000,000 บาท

รายได้สุทธิ 20,000 บาทต่อเดือน เดิมกู้ได้ 1,200,000 บาท ปรับเป็น 2,000,000 บาท

รายได้สุทธิ 30,000 บาทต่อเดือน เดิมกู้ได้ 1,200,000 บาท ปรับเป็น 3,000,000 บาท

และอัตราดอกเบี้ยลดลง โดย

- ปีแรก ดอกเบี้ย 3.5% ต่อปี
- ปีที่ 2 ดอกเบี้ย 4.25% ต่อปี

- ปีที่ 3 ดอกเบี้ย ถ้าเป็นลูกค้าสวัสดิการ MRR -0.75% ต่อปีถ้าเป็นลูกค้ารายย่อยทั่วไป MRR -1% ต่อปี

การลดค่าธรรมเนียมการโอนและจำนองอสังหาริมทรัพย์จากเดิม 2% และ 1% ตามลำดับ เหลือ 0.01% อย่างเป็นทางการ มีผล 29 ตุลาคม 2558 ถึง 28 เมษายน 2559 รวมระยะเวลา 6 เดือน

ถ้าซื้อบ้านราคาไม่เกิน 3 ล้านบาท สามารถหักลดหย่อนภาษีได้ โดยเป็นการซื้อครั้งแรก และถือกรรมสิทธิ์ในอสังหาริมทรัพย์นั้น เป็นเวลาไม่น้อยกว่า 5 ปีนับตั้งแต่วันโอน ต้องโอนกรรมสิทธิ์ภายในปี 2559 เท่านั้น

ผลกระทบที่เกิดต่อโครงการ

(1) มีกลุ่มอุปสงค์จากแรงงานในภาคการเกษตรที่เข้ามาทำงานทำในกรุงเทพฯ เพิ่มขึ้น เป็นผลให้อัตราการเช่าห้องพักของธุรกิจอพาร์ทเมนท์ระดับล่างเพิ่มขึ้น

(2) จากนโยบายทางการคลังมีผลทำให้ประชาชนส่วนหนึ่ง ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม หรือบ้านใหม่ ในช่วง 6-12 เดือนนี้ ทำให้อาจเกิดการย้ายออกจากการเช่าอพาร์ทเมนท์

(3) คุณภาพของสินเชื่อลดลงทำให้นักวิเคราะห์พิจารณาการปล่อยสินเชื่อยากขึ้น ส่งผลต่อการซื้อที่อยู่อาศัยของประชาชนเป็นไปได้ยากขึ้น ทำให้อพาร์ทเมนท์ยังมีความต้องการในการพักอาศัย

4.1.1.3 Political aspects แนวโน้มของปัจจัยต่างๆ

(1) นโยบายของภาครัฐมีการใช้จ่ายและการลงทุนอย่างต่อเนื่อง ส่วนใหญ่คือการลงทุนในด้านการคมนาคมและการชลประทาน

ผลกระทบที่เกิดต่อโครงการ

(1) การที่ภาครัฐมีการใช้จ่ายและการลงทุนอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้เกิดการจ้างงานขึ้น โดยเฉพาะการลงทุนในด้านการคมนาคมระบบรถไฟฟ้า จะทำให้เกิดการจ้างงานขึ้น โดยเฉพาะในกรุงเทพฯ ส่งผลให้อัตราการหาที่อยู่อาศัยเพิ่มขึ้นด้วย

4.1.1.4 Ecological aspects แนวโน้มของปัจจัยต่างๆ

(1) Trend สีเขียว ซึ่งในปัจจุบันผู้ที่อยู่อาศัยในเมืองส่วนใหญ่มีความต้องการใกล้ธรรมชาติมากขึ้น เนื่องจากต้องการความรู้สึกที่พักผ่อน ผ่อนคลายในเมืองหลวง

ผลกระทบที่เกิดต่อโครงการ

(1) อพาร์ทเมนท์ที่ต้องการตอบสนองความต้องการของลูกค้าต้องจัดผังโครงการให้มีพื้นที่สีเขียว และโครงการต้องมีความร่มรื่นน่าอยู่

4.1.1.5 Social aspects แนวโน้มของปัจจัยต่างๆ

(1) Trend รักสุขภาพ ซึ่งสังคมปัจจุบันประชากรใส่ใจในเรื่องสุขภาพมากขึ้น รวมถึงการดำรงชีวิตที่มีคุณภาพทั้งด้านการกิน และการอยู่อาศัย

ผลกระทบที่เกิดต่อโครงการ

(1) การเตรียมพื้นที่ที่ทำให้คนอยู่อาศัยในอพาร์ทเมนท์ สามารถออกกำลังกายเบาๆในบริเวณโครงการได้ ก็เป็นอีกจุดแข็งหนึ่งที่จะเพิ่มคุณค่าให้กับอพาร์ทเมนท์นั้นๆ

4.1.1.6 Technological aspects แนวโน้มของปัจจัยต่างๆ

(1) เทคโนโลยีการก่อสร้างมีการพัฒนามากขึ้นทำให้การก่อสร้างเป็นไปได้อย่างรวดเร็ว

(2) การใช้ Social Network ในการให้ข่าวสาร

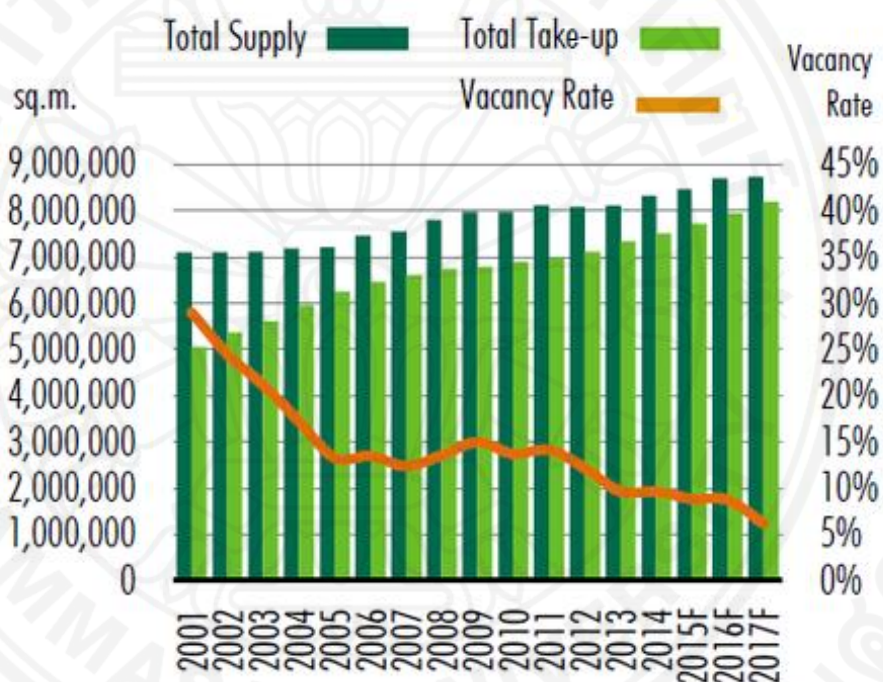
ผลกระทบที่เกิดต่อโครงการ

(1) ลดต้นทุนการเงินในเรื่องดอกเบี้ย และทำให้อาคารที่ก่อสร้างสามารถเปิดใช้งานได้เร็วขึ้น ส่งผลให้เจ้าของกิจการได้รับผลตอบแทนที่เร็วขึ้น

(2) การใช้ Social Network ส่งผลให้ ผู้เช่าและผู้ให้เช่าสามารถติดต่อสื่อสารและส่งข้อมูลถึงกันได้ง่ายขึ้น ทำให้การดูแลหรือประชาสัมพันธ์ข่าวสารเป็นไปได้ง่ายขึ้น และประหยัดงบประมาณมากขึ้น

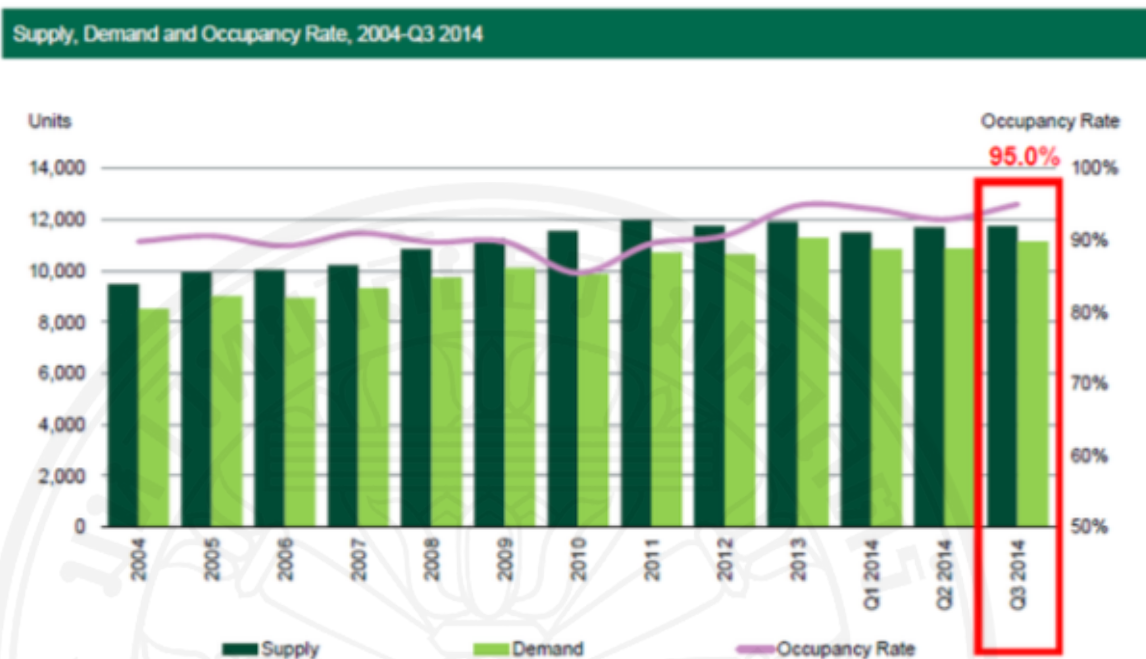
4.1.2 การวิเคราะห์อุปสงค์ อุปทาน

ความต้องการที่พักของพนักงานบริษัทที่ต้องการพักอาศัยย่านใจกลางเมือง กรุงเทพมหานครหรือย่านชานเมืองที่มีรถไฟฟ้าผ่าน ซึ่งตลาดอพาร์ทเมนท์ที่จับกลุ่มพนักงานบริษัทสามารถเทียบเคียงได้จากตลาดอาคารสำนักงานให้เช่า โดยข้อมูลจากศูนย์บริการข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ไทยของJLL พบว่าตลาดสำนักงานพื้นที่ว่างเหลือเช่าลดลง มีเพียง 9.2 % ที่ยังคงว่างเหลือให้เช่า ซึ่งเป็นการปรับตัวดีขึ้นเมื่อเทียบกับปี 2522 ที่เกิดวิกฤตการณ์แฮมเบอร์เกอร์ ซึ่งมีอัตราว่างของพื้นที่เช่าสำนักงานสูงถึงกว่า 17%



ภาพที่ 4.6 แสดงอัตรารว่างการเช่าพื้นที่อาคารสำนักงานในกรุงเทพมหานคร. CBRE Research, Q2 2015

อย่างไรก็ตาม จากการที่ค่าเช่าอาคารสำนักงานในย่านศูนย์กลางธุรกิจที่ขยับตัวสูงขึ้นต่อเนื่องและพื้นที่ว่างให้เช่ามีไม่มาก ทำให้มีบริษัทผู้เช่าจำนวนมากขึ้นที่ย้ายไปเช่าพื้นที่ในอาคารนอกย่านศูนย์กลางธุรกิจที่มีพื้นที่ว่างให้เช่ามากกว่าและค่าเช่าถูกกว่า เช่น ย่านบางซื่อ ย่านธนบุรี ซึ่งเป็นย่านที่มีรถไฟฟ้าผ่านต่อเนื่องมาจาก CBD ซึ่งรถไฟฟ้าที่วิ่งผ่านใกล้ที่ดินนั้นเป็นสายรถไฟฟ้าสีน้ำเงินช่วงบางซื่อถึงท่าพระ ทำให้ผู้ที่พักอาศัยสามารถเชื่อมไปยังย่านสำนักงาน Non-CBD บางซื่อและท่าพระที่เกิดขึ้นใหม่ได้สะดวก



ภาพที่ 4.7 แสดงอัตราการเช่าอพาร์ทเมนต์ในกรุงเทพมหานคร. CBRE Research, Q3 2014

ในขณะที่เมื่อสำรวจตลาดอพาร์ทเมนต์ในปี 2014 ดังรูปแล้วนั้น ทำให้เห็นว่าจำนวนอุปสงค์ของอพาร์ทเมนต์ในกรุงเทพมหานครมีอัตราเพิ่มขึ้น ซึ่งอาจเกิดจากการที่อัตราการจ้างงานจากภาคการเกษตรลดลง ส่งผลให้แรงงานต้องเข้ามาหางานในทำในกรุงเทพมหานครมากขึ้น ทำให้อัตราการเช่าอพาร์ทเมนต์เพิ่มขึ้นที่ละน้อยจนสูงถึง 95% ในไตรมาส 3 ของปี 2014 แสดงให้เห็นการเติบโตของตลาดอพาร์ทเมนต์ที่ยังดีอยู่ ในทางกลับกันอุปทานมีจำนวนที่ลดลงตั้งแต่ปี 2012 แสดงให้เห็นว่าอพาร์ทเมนต์ที่อยู่ในตลาดส่วนใหญ่เป็นอาคารที่เกิดขึ้นก่อนปี 2012 ซึ่งปัจจุบันอาคารเหล่านั้นจะมีอายุมากกว่า 4 ปี สภาพอาคารจะเสื่อมโทรมลงถ้าไม่มีการปรับปรุงอาคาร รวมถึงการออกแบบอาจล้าสมัยไปตามเทคโนโลยีที่ถูกพัฒนาขึ้นเรื่อยๆ จึงเป็นโอกาสในการลงทุนอพาร์ทเมนต์สำหรับพนักงานออฟฟิศ

4.1.3 การวิเคราะห์การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT)

4.1.3.1 จุดแข็ง (Strength)

- (1) สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ห้างสรรพสินค้า และสามารถเดินทางไปยังแหล่งงาน ย่านพระนครได้สะดวกด้วยรถขนส่งมวลชนสาธารณะ
- (2) มีการเข้าถึงได้สะดวกติดถนนสายรอง และสามารถเชื่อมไปยังถนนสายหลักได้ง่าย ด้วยการเดิน 300 เมตร
- (3) คู่แข่งขันเป็นอาคารเก่าจำนวนมากทำให้มีโอกาสที่ลูกค้าจะเลือกพักอาคารที่ใหม่กว่า ส่วนคู่แข่งที่เป็นอาคารใหม่มีจำนวนน้อยราย ส่วนใหญ่ที่กำลังสร้างจะมีจำนวนห้องไม่เกิน 30 ห้อง และไม่มีที่จอดรถ

4.1.3.2 จุดอ่อน (Weakness)

- (1) ยังไม่มีรถขนส่งมวลชนสาธารณะเข้าถึงที่ตั้งโครงการ ต้องเดิน 300 เมตร หรือสามารถนั่งมอเตอร์ไซค์เข้ามายังโครงการได้ 15 บาทจากป้ายรถเมล์
- (2) ที่ตั้งโครงการมีระยะห่างจากรถไฟฟ้า 800 เมตร ซึ่งเกินระยะเดิน 500 เมตร จึงไม่สามารถจับกลุ่มลูกค้าที่ต้องการอพาร์ทเมนท์ที่สามารถเดินถึงรถไฟฟ้าเลยได้
- (3) ไม่ใช่ที่ตั้งแหล่งธุรกิจ และผู้อาศัยในบริเวณนี้มีความหนาแน่น แต่มีรายได้ต่ำ

4.1.3.3 โอกาส (Opportunity)

- (1) เป็นตลาดที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องเนื่องจากมีความต้องการที่อยู่อาศัยในกรุงเทพฯ และปริมณฑลเพิ่มมากขึ้น
- (2) ในอนาคตมีทางเลือกในการเดินทางมากขึ้นด้วยรถไฟฟ้า ห่างจากที่ตั้งที่ดิน 800 เมตร ซึ่งจะขยายกลุ่มลูกค้าให้สามารถรองรับคนที่ทำงานอยู่ห่างออกไปได้มากขึ้น
- (3) เป็นธุรกิจที่ต้นทุนการสับเปลี่ยนต่ำ เพราะความภักดีของลูกค้าขึ้นอยู่กับความสะดวกสบายของสินค้าและบริการที่น่าเสนอ ซึ่งถ้าเราสามารถนำเสนอโดนใจลูกค้า ความเสี่ยงเรื่องการเปลี่ยนใจไปใช้บริการคู่แข่งก็จะต่ำไปด้วย

4.1.3.4 อุปสรรค (Threat)

(1) เนื่องจากตลาดอาร์ทเม้นท์ที่มีการเติบโตจะดึงดูดผู้ประกอบการรายใหม่มากขึ้นเรื่อยๆ ทั้งคู่แข่งทางตรงที่เป็นที่พกอาศัยแบบให้เช่า และคู่แข่งทางอ้อมที่เป็นแบบขายขาด เช่น คอนโดมิเนียม ผลคือจะทำให้การแข่งขันมากขึ้น และกำไรที่ลดลงในอนาคต

(2) เป็นธุรกิจที่เข้าง่าย หากผู้ประกอบการมีเงินทุน แม้ไม่มีประสบการณ์ ก็สามารถดำเนินธุรกิจได้ เพราะสามารถจ้างผู้เชี่ยวชาญได้โดยง่าย



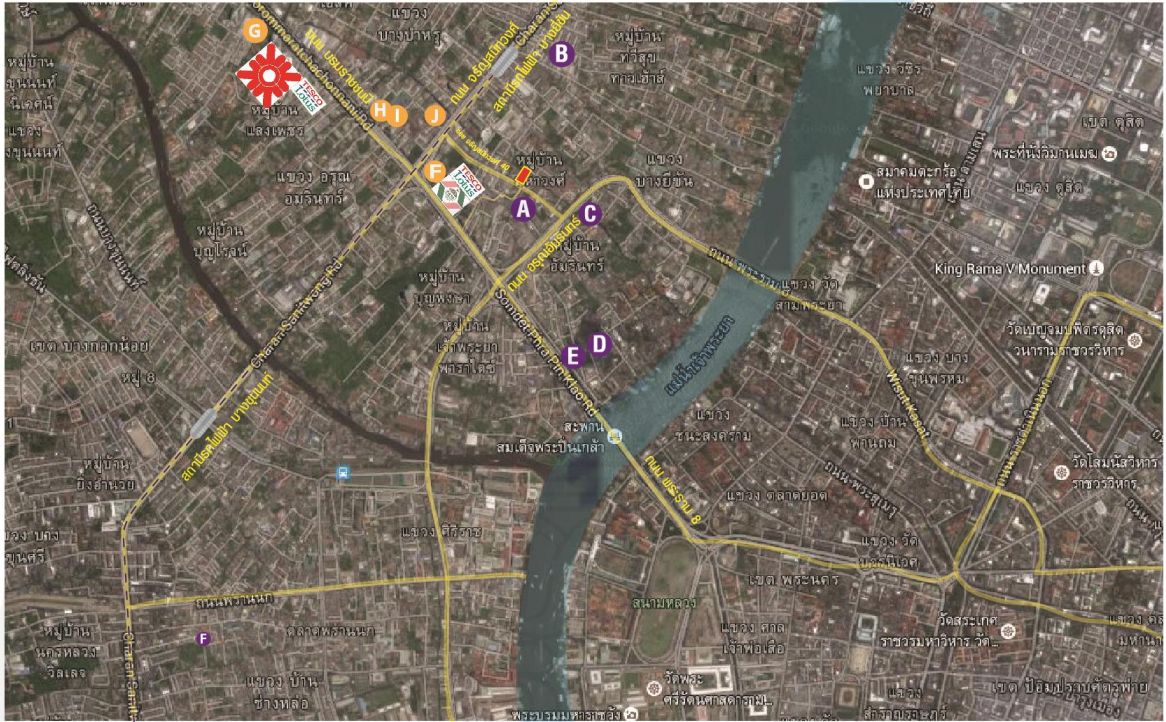
4.2 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาดกับโครงการที่จะพัฒนา

4.2.1 การวิเคราะห์คู่แข่ง (Competitor Analysis)

4.2.1.1 คู่แข่งทางตรง

การศึกษาด้านคู่แข่งชั้นโดยการสำรวจเพื่อเก็บข้อมูล จำนวน ขนาด ของ ห้องเช่า ค่าเช่า สิ่งอำนวยความสะดวกในอพาร์ทเมนท์ และอัตราการเข้าพัก โดยสำรวจทั้งหมด 6 โครงการโดยรอบ ดังนี้

รายละเอียด อพาร์ทเมนท์คู่แข่ง	สุนิรัตน์ อพาร์ทเมนท์	สุขสันต์ ปิ่นเกล้า	สุวรรณิน	บุญชัย	3J Court
ที่ตั้ง	อยู่ติดซอย จรัญสนิทวงศ์ 40 (ตำแหน่ง A)	ซอยจรัญ สนิทวงศ์ 46 (ตำแหน่ง B)	ติดกับ ภัตตาคารจีน เจดการ์เดนท์ (ตำแหน่ง C)	ซอยสมเด็จ พระปิ่นเกล้า 2 (ตำแหน่ง D)	ซอย สมเด็จ พระปิ่นเกล้า 6 (ตำแหน่ง E)
ขนาดห้อง (ตร.ม.)	20	18	22	22	20
รายเดือน(บ./ เดือน)	2,500-4,000	3,600-4,500	3,000-5,000	3,500- 4,000	5,300- 13,000
เครื่องทำน้ำอุ่น	0	1	0	0	0
เฟอร์นิเจอร์	1	1	1	1	1
ที่จอดรถยนต์	0	1	1	1	1
ที่จอดรถ มอเตอร์ไซด์	1	1	1	1	1
WIFI	1	1	1	1	1
คีย์การ์ด	1	1	1	1	1
ระเบียง	1	1	1	1	1
แอร์	1	1	1	1	1
พัดลม	1	1	1	0	0
CCTV	1	1	1	1	1
ระยะห่างป้าย รถเมล์	200 ม.	140 ม.	600 ม.	550 ม.	15 ม.



ภาพที่ 4.8 แสดงตำแหน่งของอพาร์ทเมนท์โดยรอบที่ได้ทำการสำรวจข้อมูล



ภาพที่ 4.9 สุณีรัตน์ อพาร์ทเมนท์ (ตำแหน่ง A). hongpak.th



ภาพที่ 4.10 สุขสันต์ปีนเกล้า (ตำแหน่ง B). DDproperty.com



ภาพที่ 4.11 สุวรรณิน (ตำแหน่ง C). hongpak.th



ภาพที่ 4.12 บุษบชัย (ตำแหน่ง D). hongpak.th

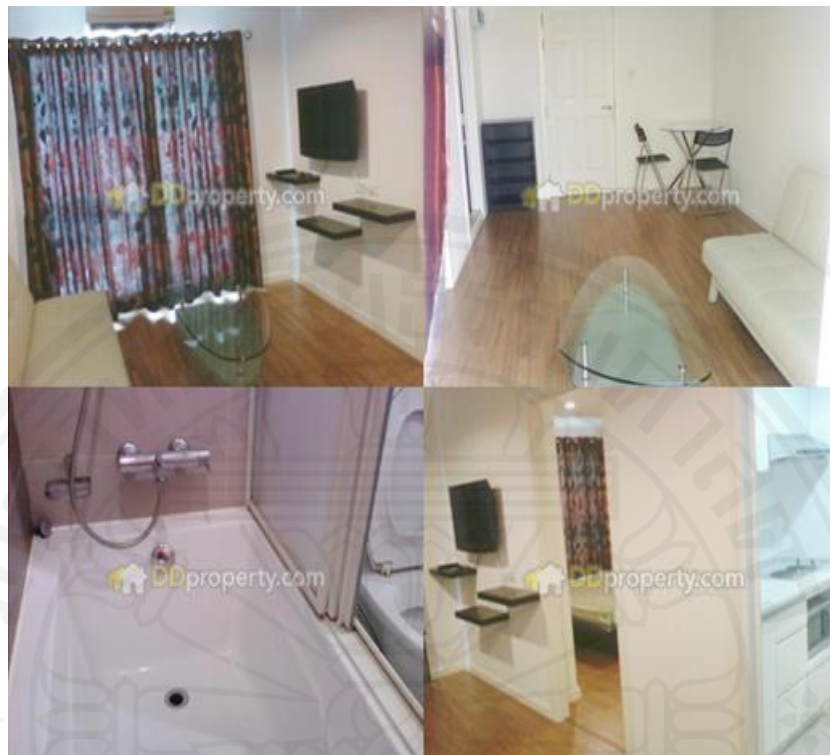


ภาพที่ 4.13 3 J Court อพาร์ทเมนท์ (ตำแหน่ง E). hongpak.th

4.2.1.2 คู่แข่งทางอ้อม

การศึกษาด้านคู่แข่งชั้นโดยการสำรวจเพื่อเก็บข้อมูล ขนาดของห้องเช่า ค่าเช่า สิ่งอำนวยความสะดวกในคอนโดมิเนียม โดยสำรวจทั้งหมด 5 โครงการโดยคัดเลือกจากขนาดห้องที่มีขนาดประมาณ 30 ตารางเมตร และเลือกห้อง studio เป็นหลักเนื่องจากมีความใกล้เคียงกับลักษณะของอพาร์ทเมนท์ ดังนี้

รายละเอียด คอนโดมิเนียมคู่แข่ง	ลุมพินีสวีท ปิ่นเกล้า 1	ลุมพินี เฟลส ปิ่นเกล้า 2	ลุมพินี เฟลส ปิ่นเกล้า	ลุมพินี เฟลส ปิ่นเกล้า	คอมมอนเวลธ์ ปิ่นเกล้า
ที่ตั้ง	ห่างจาก พาด้าปิ่น เกล้า 300 ม. (ตำแหน่ง F)	ข้าง เซ็นทรัล ปิ่นเกล้า (ตำแหน่ง G)	ใกล้แยก 35 โบว์ (ตำแหน่ง H)	ใกล้แยก 35 โบว์ (ตำแหน่ง I)	ตรงข้ามธนา ทาวเวอร์ (ตำแหน่ง J)
รูปแบบ	1 Bedroom	Studio	Studio	Studio	1 Bedroom
ขนาด (ตร.ม.)	40	30	30	30	48
ชั้น	21	17	12	14	14
รายเดือน (บ./เดือน)	11,000	8,000	9,500	9,000	8,500
เครื่องทำน้ำอุ่น	1	1	1	1	1
เฟอร์นิเจอร์	1	1	1	1	1
ที่จอดรถยนต์	1	1	1	1	1
ที่จอดรถมอเตอร์ไซด์	1	1	1	1	1
WIFI	1	1	1	1	1
เคเบิลทีวี	1	1	1	1	1
คีย์การ์ด	1	1	1	1	1
ระเบียง	1	1	1	1	1
แอร์	1	1	1	1	1
สระว่ายน้ำ	1	1	1	1	1
CCTV	1	1	1	1	1
ระยะห่างป้ายรถเมล์	300 ม.	10 ม.	20 ม.	20 ม.	90 ม.



ภาพที่ 4.14 Lumpini Suite ปิ่นเกล้า 1 (ตำแหน่ง F). DDproperty.com



ภาพที่ 4.15 Lumpini Place ปิ่นเกล้า 2 (ตำแหน่ง G). DDproperty.com



ภาพที่ 4.16 Lumpini Place ปิ่นเกล้า ชั้น 14 (ตำแหน่ง H). @FIRM Co.,Ltd.



ภาพที่ 4.17 Lumpini Place ปิ่นเกล้า ชั้น 12 (ตำแหน่ง I). @FIRM Co.,Ltd.



ภาพที่ 4.18 คอมมอนเวลล์ ปิ่นเกล้า ชั้น 14 (ตำแหน่ง J). DDproperty.com

4.2.2 การวิเคราะห์หากกลุ่มลูกค้าและรูปแบบโครงการที่เหมาะสม

หลังจากที่ผู้จัดทำได้สำรวจถึงอุปสงค์ - อุปทานทั้งทางตรงทางอ้อมของโครงการอพาร์ทเมนท์ในย่านปิ่นเกล้าแล้ว ทำให้พบว่ารูปแบบโครงการอพาร์ทเมนท์ในย่านปิ่นเกล้ามีขนาดประมาณ 20-22 ตารางเมตร ซึ่งมีราคาเช่าห้องพัก 4,000 – 5,000 บาทต่อเดือน โดยห้องทั้งหมดเป็นห้องแบบ Studio ซึ่งกลุ่มผู้เช่าส่วนใหญ่เป็นวัยทำงานทั้งพนักงานบริษัท ราชการ และโรงงาน อายุมากกว่า 25 ปี ระดับเงินเดือนเฉลี่ย 15,000-18,000 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่มีรถจักรยานยนต์เป็นของตนเอง บางส่วนมีรถยนต์เป็นของตนเอง ทำงานในย่านปิ่นเกล้า พระนคร และธนบุรี

ในอนาคตเมื่อรถไฟฟ้าเปิดให้บริการในปี 2560 กลุ่มผู้เช่าอพาร์ทเมนท์ในพื้นที่จะมีจำนวนมากขึ้นจากการที่การรถไฟฟ้าได้เชื่อมเส้นทางจากบางซื่อถึงธนบุรี ทำให้ผู้เช่ามีทางเลือกในการเดินทางมากขึ้นซึ่งผู้จัดทำสามารถนำข้อมูลข้อแข็งข้ออ่อนเพื่อมาใช้พัฒนาโครงการได้

4.2.3 การกำหนดส่วนแบ่ง เป้าหมาย และ ตำแหน่งทางการตลาด (STP)

4.2.3.1 ส่วนแบ่งตลาด (Segmentation)

ขอบเขต	กลุ่มคนที่ทำงานและวัยเรียนในเขตพระนคร ปิ่นเกล้าบางซื่อ และธนบุรี
อายุ	18-40 ปี
เพศ	ชายและหญิง
สถานะภาพ	โสด
อาชีพ	ลูกจ้างราชการ, เอกชน, พนักงานบริษัท และนักศึกษา อาชีวศึกษา
การศึกษา	ระดับปริญญาตรีและปริญญาโท
รายได้	18,000 - 22,000 บาทต่อเดือน
ความสามารถในการใช้จ่าย	ประมาณ 5,000 บาทต่อเดือน
ภูมิสำเนาเดิม	ปริมณฑลและต่างจังหวัด
รูปแบบการดำเนินชีวิต	มีเหตุผลในการเลือกสินค้าและบริการ โดยคำนึงถึงคุณประโยชน์ที่ได้รับมากกว่าราคา และเป็นผู้ที่มีหน้าที่การงานมั่นคง ต้องการเช่าที่อยู่อาศัยมากกว่าซื้อที่อยู่อาศัย

4.2.3.2 กลุ่มเป้าหมาย (Target)

กลุ่มเป้าหมายหลัก คนทำงานที่มีอายุ 22-40 ปี มีระดับรายได้ 18,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป มีแหล่งงานและในเขตย่าน CBD และ Non-CBD ใหม่ เช่น ย่านบางซื่อ และย่านธนบุรี

กลุ่มเป้าหมายรอง คนนักศึกษาที่มีอายุ 18-22 ปี ที่กำลังศึกษาในเขตพระนครและปิ่นเกล้าที่มีผู้สนับสนุนค่าใช้จ่ายระหว่างการศึกษานี้ ต้องการที่พักที่อบอุ่น ปลอดภัย และสะดวกสบายระหว่างการศึกษานี้

4.2.3.3 การสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (In-depth Interview)

(1) สรุประเบาะแว้งที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับลูกค้าเป้าหมายคนที่ 1 เพศหญิง อายุ 30 ปี ว่างทำงาน สถานะโสด เข้าอยู่กับน้องสาวอายุ 29 ปี ทำงานที่โรงแรมรัตนโกสินทร์

งบประมาณในการเช่าไม่เกิน 4,500 บาท/เดือน
อพาร์ทเมนท์ที่เลือกเช่าคือ บลูชียอพาร์ทเมนท์

- ข้อดี ที่ทำให้เลือกเช่าอพาร์ทเมนท์นี้

การเข้าถึง (Accessibility) มองว่าอพาร์ทเมนท์นี้ไม่ไกลจากป้ายรถเมล์มาก มีวินมอเตอร์ไซค์ใกล้อาคาร ทำให้การเดินทางสะดวกสบาย

ความปลอดภัย (Safety) มีระบบความปลอดภัยในอาคารด้วยระบบ key card และมี CCTV ในพื้นที่ส่วนกลาง

งานบริการ (Service) การเก็บเงินรายเดือนมีการระบุรายละเอียดของค่าใช้จ่าย และมีการซ่อมแซมห้องพักให้สม่ำเสมอ

- ข้อเสีย สำหรับอพาร์ทเมนท์นี้

การออกแบบ (Design) พื้นที่ระเบียงค่อนข้างแคบในการใช้สอย

คุณภาพของวัสดุภายในห้อง (Quality) เฟอร์นิเจอร์ที่ให้มาภายในห้องไม่ค่อยมีคุณภาพ ทำให้บรรยากาศในห้องไม่ค่อยดี และไม่มีเครื่องทำน้ำอุ่น

- ปัจจัยในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

1. ทำเลที่ตั้ง ต้องใกล้กับป้ายรถประจำทาง หรือ มีวินมอเตอร์ไซด์
2. มีระเบียงขนาดใหญ่พอที่จะตากผ้าได้
3. บรรยากาศภายในอาคารดูสะอาด
4. มีกฎระเบียบ คร่งครัด เพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อยในอาคาร
5. ชอบห้องที่มีการตกแต่งเฟอร์นิเจอร์ที่สวยงามไว้

(2) สรุปประเด็นที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับลูกค้าเป้าหมายคนที่ 2 เพศหญิง อายุ 28 ปี ว่างงาน สถานะโสด เช้าอยู่กับพี่สาว ทำงานที่โรงเรียนสตรีวิทยา งบประมาณในการเช่าไม่เกิน 5,000บาท/เดือน อพาร์ทเมนท์ที่เลือกเช่าคือ บุษย์อพาร์ทเมนท์

- ข้อดี ที่ทำให้เลือกเช่าอพาร์ทเมนท์นี้

การเข้าถึง (Accessibility) สะดวกสบายด้วยวินมอเตอร์ไซด์ที่อยู่ใกล้ตึกและ ขากลับก็มีวินใกล้ป้ายรถเมล์
ความปลอดภัย (Safety) มีระบบความปลอดภัยในอาคารด้วยระบบ key card และ มี CCTV ในพื้นที่ส่วนกลาง

- ข้อเสีย สำหรับอพาร์ทเมนท์นี้

การออกแบบ (Design) ต้องการให้ห้องน้ำใหญ่น้ำและพื้นที่สำหรับล้างจานแยกกับอ่างล้างหน้า
คุณภาพของวัสดุภายในห้อง (Quality) ไม่มีผ้ามาช่วยกันแสงจากภายนอก และไม่มีเครื่องทำน้ำอุ่น

- ปัจจัยในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

1. ทำเลที่ตั้งใกล้ที่ทำงาน และเดินทางไปได้สะดวก
2. มีราคาเหมาะสม
3. บรรยากาศดูน่าพักอาศัย
4. มีระเบียงขนาดใหญ่พอใช้สอย
5. เพื่อนบ้านเรียบร้อย ไม่สร้างความรำคาญ

(3) สรุประเด็นที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับลูกค้าเป้าหมายคนที่ 3 เพศหญิง อายุ 32 ปี ว่างทำงาน สถานะโสด เช่าอยู่คนเดียว ทำงานที่โรงงานเกร็ดเทอร์พาร์มา
งบประมาณในการเช่าไม่เกิน 5,000บาท/เดือน
อพาร์ทเมนท์ที่เลือกเช่าคือ สุณีรัตน์ อพาร์ทเมนท์

- ข้อดี ที่ทำให้เลือกเช่าอพาร์ทเมนท์นี้

การเข้าถึง (Accessibility) เข้าถึงได้ด้วยการเดิน มีระยะไม่ห่างจากที่ทำงาน
มากประมาณ 100 ม. และไม่ต้องนั่งรถไปทำงานเลย

ทำเลที่ตั้ง (Location) สามารถหาของกินได้ง่าย โดยจะซื้อจากบริเวณ
โดยรอบโรงงานกลับมาทานที่ห้องพัก ซึ่งมีร้านขายอาหารในซอยที่สามารถ
เดินไปได้

- ข้อเสีย สำหรับอพาร์ทเมนท์นี้

การออกแบบ (Design) พื้นที่ใช้สอยภายในห้องไม่เพียงพอ และผนังที่พักอาศัย
อยู่ติดกับถนนทำให้รู้สึกไม่ค่อยส่วนตัว

คุณภาพของวัสดุภายในห้อง (Quality) เพอร์นิเจอร์ที่ให้ภายในห้องไม่ค่อย
สวยงามและไม่มีเครื่องทำน้ำอุ่น

งานบริการ (Service) ให้บริการดี แต่พื้นที่โครงการเล็กมีแค่ห้องพักอาศัย ไม่
ค่อยโปร่งโล่ง

- ปัจจัยในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

1. อยู่ใกล้กับที่ทำงาน
2. มีราคาที่พอจ่ายได้
3. มีความปลอดภัย

(4) สรุประเด็นที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับลูกค้าเป้าหมายคนที่ 4 เพศหญิง อายุ 35 ปี วิทยทำงาน สถานะโสด เช่าอยู่คนเดียว ทำงานที่ห้างสรรพสินค้าพาต้าปิ่นเกล้า งบประมาณในการเช่าไม่เกิน 5,000บาท/เดือน อพาร์ทเมนท์ที่เลือกเช่าคือ สุณีรัตน์ อพาร์ทเมนท์

- ข้อดี ที่ทำให้เลือกเช่าอพาร์ทเมนท์นี้

การเข้าถึง (Accessibility) เข้าถึงได้ด้วยการเดิน มีระยะไม่ห่างจากที่ทำงาน มากประมาณ 150 ม. และมีระยะห่างจากป้ายรถประจำทาง 200 ม. ไม่ไกลจากอพาร์ทเมนท์มีวินรถมอเตอร์ไซค์คอยให้บริการด้วย

ทำเลที่ตั้ง (Location) สามารถหาของกินได้ง่าย มีร้านขายอาหารในซอย, 7-11, Tesco Lotus อยู่ไม่ไกลจากอพาร์ทเมนท์ เป็นระยะที่สามารถเดินไปได้

- ข้อเสีย สำหรับอพาร์ทเมนท์นี้

การออกแบบ (Design) พื้นที่ใช้สอยภายในห้องค่อนข้างแคบ ระเบียบมีขนาดแค่วางราวตากผ้าได้

คุณภาพของวัสดุภายในห้อง (Quality) เฟอร์นิเจอร์ที่ให้มาภายในห้องไม่ค่อยมีคุณภาพ ทำให้บรรยากาศในห้องไม่ค่อยดี และไม่มีเครื่องทำน้ำอุ่น

งานบริการ (Service) โครงการไม่มีพื้นที่สวนไว้สำหรับเดินเล่น เพราะที่ดินของโครงการค่อนข้างแคบ ไม่มีที่จอดรถยนต์ทำให้สร้างอาคารเต็มพื้นที่ดิน และเป็นห้องพักอาศัยตั้งแต่ชั้น 1 ทำให้โครงการค่อนข้างอึดอัด ไม่มีร้านค้าภายในอพาร์ทเมนท์ ต้องเดินออกไปซื้อด้านนอกเท่านั้น

- ปัจจัยในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

1. อยู่ใกล้กับที่ทำงาน
2. ไม่ได้สนใจรูปลักษณ์ภายนอกมาก เน้น function การใช้งานมากกว่า
3. มีระเบียบขนาดใหญ่พอที่จะตากผ้าได้
4. มีก๊อกน้ำด้านนอกระเบียบเพื่อใช้ล้างจานได้

(5) สรุปประเด็นที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับลูกค้าเป้าหมายคนที่ 5 เพศหญิง อายุ 34 ปี ว่างงาน สถานะโสด เช่าอยู่กับน้องสาว ทำงานที่โรงแรมรัตนโกสินทร์

งบประมาณในการเช่าไม่เกิน 5,500บาท/เดือน

อพาร์ทเมนท์ที่เลือกเช่าคือ 3JCourt

- ข้อดี ที่ทำให้เลือกเช่าอพาร์ทเมนท์นี้

การเข้าถึง (Accessibility) มองว่าอพาร์ทเมนท์นี้อยู่ใกล้ป้ายรถเมล์แบบสามารถเดินไปได้ ทำให้ไม่ต้องกังวลเวลาเดินทางเข้าออกเวลากลางคืน เพราะเป็นผู้หญิงอยู่กัน 2 คน

ความปลอดภัย (Safety) อาคารใช้ระบบ key card และมี CCTV ในพื้นที่ส่วนกลาง

การออกแบบ (Design) ห้องพักกว้าง และมีบรรยากาศที่ดี

งานบริการ (Service) พนักงานให้บริการดี คอยช่วยเหลือตลอด และการเก็บเงินรายเดือนมีการระบุรายละเอียดของค่าใช้จ่าย และมีการซ่อมแซมห้องพักให้สม่ำเสมอ

- ข้อเสีย สำหรับอพาร์ทเมนท์นี้

ราคา (Price) ราคาสูงกว่าอพาร์ทเมนท์โดยรอบแต่ก็ได้เรื่องใกล้ป้ายรถเมล์

- ปัจจัยในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์

1. ทำเลที่ตั้งใกล้ที่ทำงานและใกล้กับป้ายรถประจำทาง สามารถเดินไปรถประจำทางได้ไม่อันตราย
2. มีร้านค้าและร้านอาหารใกล้ๆ
3. ห้องมีขนาดใหญ่เพียงพอ
4. มีความปลอดภัยในการอยู่อาศัย

4.2.3.4 ตำแหน่งทางการตลาด (Positioning)

จากการทบทวนวรรณกรรม อพาร์ทเมนท์ที่จะสร้างขึ้นใหม่จะตอบสนองความต้องการผู้เช่า โดยมีปัจจัยที่ผู้เช่าพักให้ความสำคัญ 4 ลำดับแรก เพื่อเป็นจุดแข็งของอพาร์ทเมนท์ในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อตอบสนองลูกค้าได้เหมาะสม โดยปัจจัยทั้ง 4 ลำดับได้แก่

(1) ด้านผลิตภัณฑ์และสุขลักษณะ

- ห้องพักมีหน้าต่างระบายอากาศ เพื่อให้อากาศถ่ายเทสะดวก
- ห้องพักมีแสงสว่างเพียงพอจากไฟภายในห้อง และแสงธรรมชาติทุกห้อง
- มีกฎระเบียบในการอยู่อาศัยของอพาร์ทเมนท์อย่างชัดเจน
- มีการทำสัญญาเช่าเป็นลายลักษณ์อักษรและแสดงเงื่อนไขอย่างชัดเจน
- สภาพแวดล้อมโดยรอบอพาร์ทเมนท์ที่มีความปลอดภัย โดยการทำรั้วโดยรอบ รวมถึงทางเดินเข้า-ออก มีไฟฟ้าสว่าง มีกล้อง CCTV และมีพนักงานรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง
- สภาพแวดล้อมโดยรอบอพาร์ทเมนท์ที่มีความสะอาดสวยงามและร่มรื่นด้วยต้นไม้รอบโครงการ
- ห้องพักมีกลิ่นที่เหมาะสม เช่น ไม่มีกลิ่นอับ กลิ่นบูทรี และกลิ่นสัตว์เลี้ยง เนื่องจากไม่อนุญาตให้เลี้ยงสัตว์และนำสัตว์เลี้ยงเข้าอยู่อาศัยในอพาร์ทเมนท์
- มีความเงียบสงบและเป็นส่วนตัว
- สภาพแวดล้อมโดยรอบอพาร์ทเมนท์ที่มีความปลอดภัยจากสัตว์ต่างๆ มาก เช่น ยุง และ แมลง โดยมีการจัดจ้างพนักงานฉีดยุง 2 ครั้งต่อปี
- มีการคัดกรองผู้เช่าที่มีคุณภาพ
- มีการปรับปรุงห้องพักเมื่อผู้เช่าเก่าย้ายออกอย่างเหมาะสม เช่น การทำความสะอาด
- เฟอร์นิเจอร์และสิ่งอำนวยความสะดวกมีความใหม่
- มีกระบวนการรักษาความปลอดภัยที่เข้มงวด เช่น สติกเกอร์รถยนต์ บุคคลภายนอกต้องแลกบัตร กล้องวงจรปิดระบบคีย์การ์ดหรือสแกนนิ้วมือ
- มีการรับฟังความคิดเห็นของผู้เช่าผ่านช่องทางต่างๆ อย่างเพียงพอ เช่น กล้องรับความคิดเห็น โทรศัพท์
- มีการเก็บค่ามัดจำล่วงหน้าและค่าประกันความเสียหายมีความเหมาะสม

- มีการคิดค่าสาธารณูปโภค เช่น ค่าไฟฟ้า และค่าน้ำประปา มีความเหมาะสม
- มีคิดค่าเช่าห้องพักแตกต่างกันตามเฟอร์นิเจอร์ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ อย่างเหมาะสม

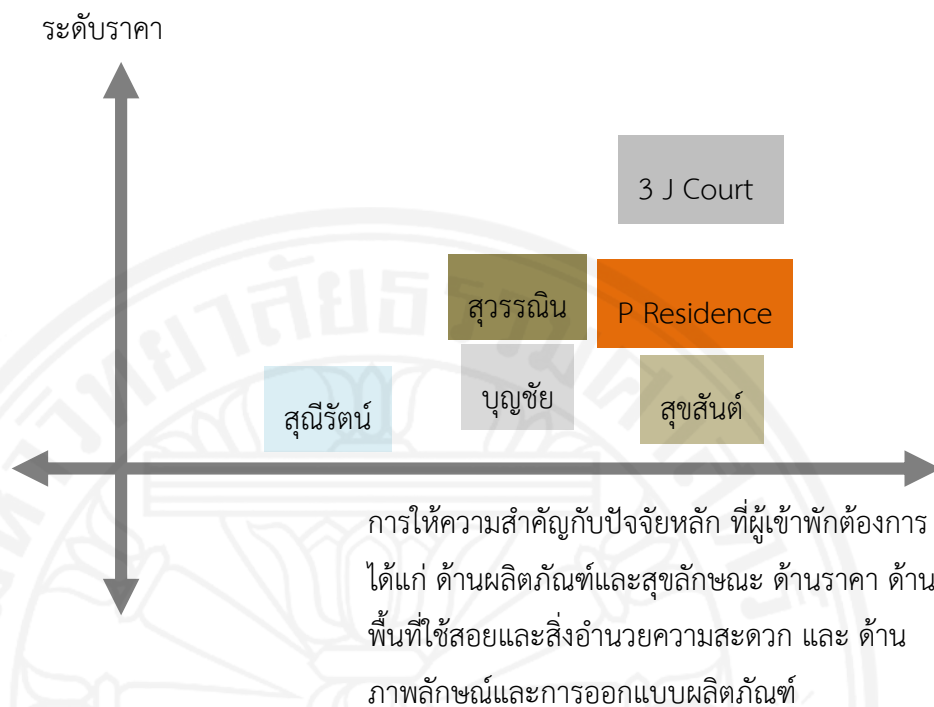
(2) ด้านพื้นที่ใช้สอยและสิ่งอำนวยความสะดวก

- ห้องพักมีขนาดกว้างขวาง
- ห้องพักมีระเบียบกว้างขวาง
- ห้องพักมีหลากหลายขนาดให้เลือก โดยมี 3 ขนาดให้เลือก
- ห้องพักมีเครื่องใช้ไฟฟ้าครบครัน เช่น โทรทัศน์ ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น เคเบิลทีวี
- ห้องพักมีเฟอร์นิเจอร์ครบครัน เช่น เตียงนอน, พูก ตู้เสื้อผ้า โต๊ะเครื่องแป้ง
- มีการออกแบบพื้นที่ใช้สอยในห้องพักได้เหมาะสม สามารถใช้งานได้จริง

(3) ด้านภาพลักษณ์และการออกแบบผลิตภัณฑ์

- อพาร์ทเมนต์เป็นอพาร์ทเมนต์ที่ใหม่ยังไม่มีชื่อเสียง แต่จะรักษาภาพพจน์ที่ดี เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้เช่าพัก
- การออกแบบอพาร์ทเมนต์ที่มีความสวยงามและทันสมัยอยู่ตลอดเวลา
- อพาร์ทเมนต์ที่มีความแข็งแรงและมั่นคง

จึงมีการใช้ Positioning Map โดยเปรียบเทียบราคาและปัจจัยของโครงการอพาร์ทเมนต์บริเวณนั้น เพื่อพิจารณาถึงความคุ้มค่า พบว่าการได้เปรียบทางการแข่งขันจะเกิดขึ้นได้จากการที่โครงการสามารถนำเสนอความคุ้มค่าที่มากกว่าโดยการให้สินค้าและบริการที่ตรงกับความต้องการของผู้เช่าพักโดยมีระดับราคาที่ไม่สูงไปกว่าคู่แข่ง



ภาพที่ 4.19 แสดงตำแหน่งการแข่งขันทางการตลาด (Positioning Map) ของอพาร์ทเมนท์สุณิรัตน์, สุวรรณิน, บุญชัย, 3J Court, สุขสันต์ปิ่นเกล้า และ P Residence ซึ่งเป็นอพาร์ทเมนท์ใหม่ที่จะสร้าง

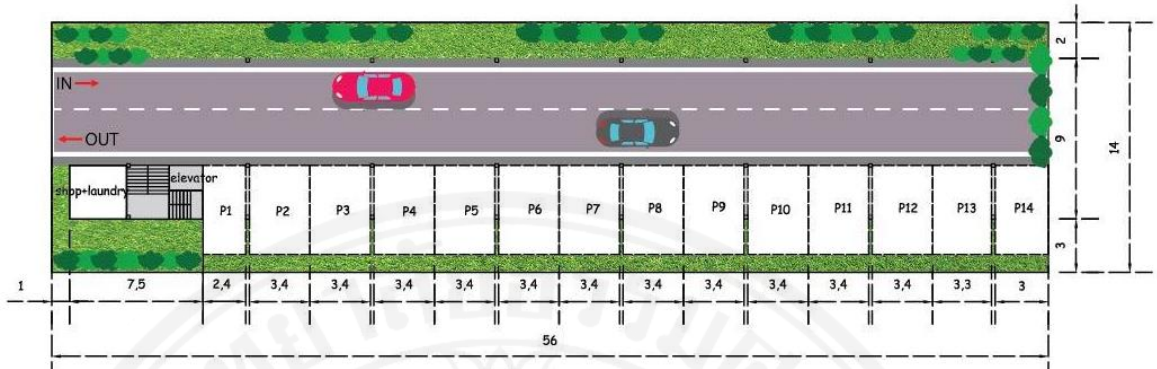
4.2.4 การกำหนดส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix)

4.2.4.1 ผลิตภัณฑ์ (Product)

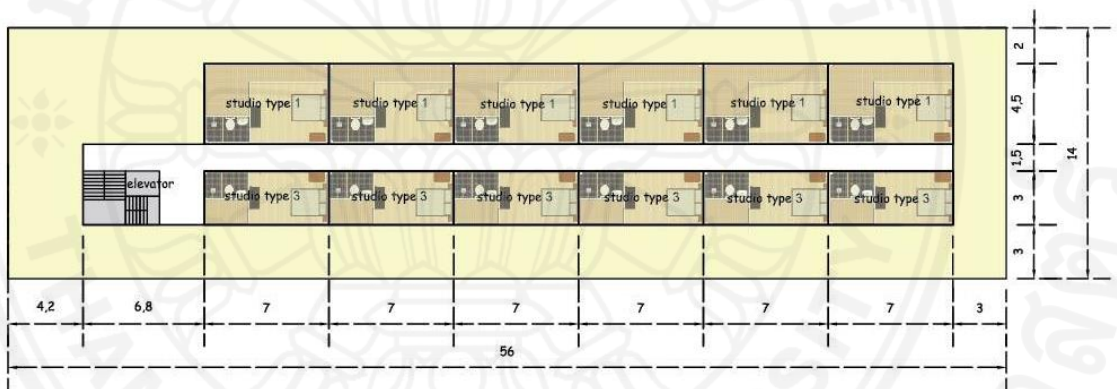
(1) รูปแบบโครงการ

เป็นโครงการอพาร์ทเมนท์ที่มีการออกแบบห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวก และการให้บริการให้มีความอบอุ่น เหมือนผู้เข้าพักได้อยู่อาศัยภายในบ้านตัวเอง หรือเป็นบ้านแห่งที่สอง ดังนั้นรูปแบบของโครงการจึงประกอบด้วย

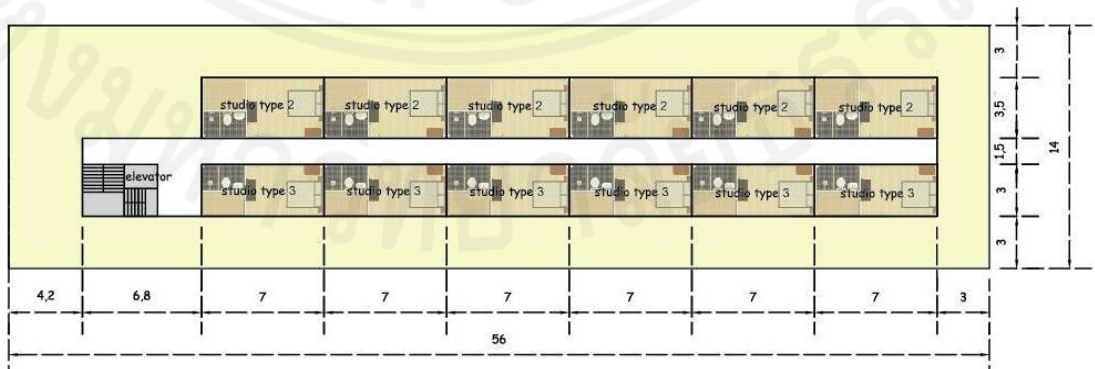
- อาคารอยู่อาศัยรวม จำนวน 1 อาคาร
- โครงสร้าง คสล. สูง 7 ชั้น (20.6 เมตร)
- พื้นที่ก่อสร้างทั้งหมด 2,869.8 ตารางเมตร
- จำนวนห้องพัก 72 ยูนิต
- ที่จอดรถตามกฎหมาย 14 คัน (ไม่รวมจอดรถซ้อนคัน)



ภาพที่ 4.20 ผังพื้นชั้น 1



ภาพที่ 4.21 ผังพื้นชั้น 2



ภาพที่ 4.22 ผังพื้นชั้น 3-7

(2) ลักษณะของห้องพัก

ห้องพักปรับอากาศ ขนาด 31.5 ตร.ม. จำนวน 6 ห้อง

ห้องพักปรับอากาศ ขนาด 24.5 ตร.ม. จำนวน 30 ห้อง

ห้องพักปรับอากาศ ขนาด 21.0 ตร.ม. จำนวน 36 ห้อง

รวมเป็นพื้นที่เช่าได้ทั้งหมด 1,680 ตร.ม. จำนวน 72 ห้อง

(3) สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก ห้องพักทุกห้องมีสิ่งอำนวยความสะดวก ดังนี้

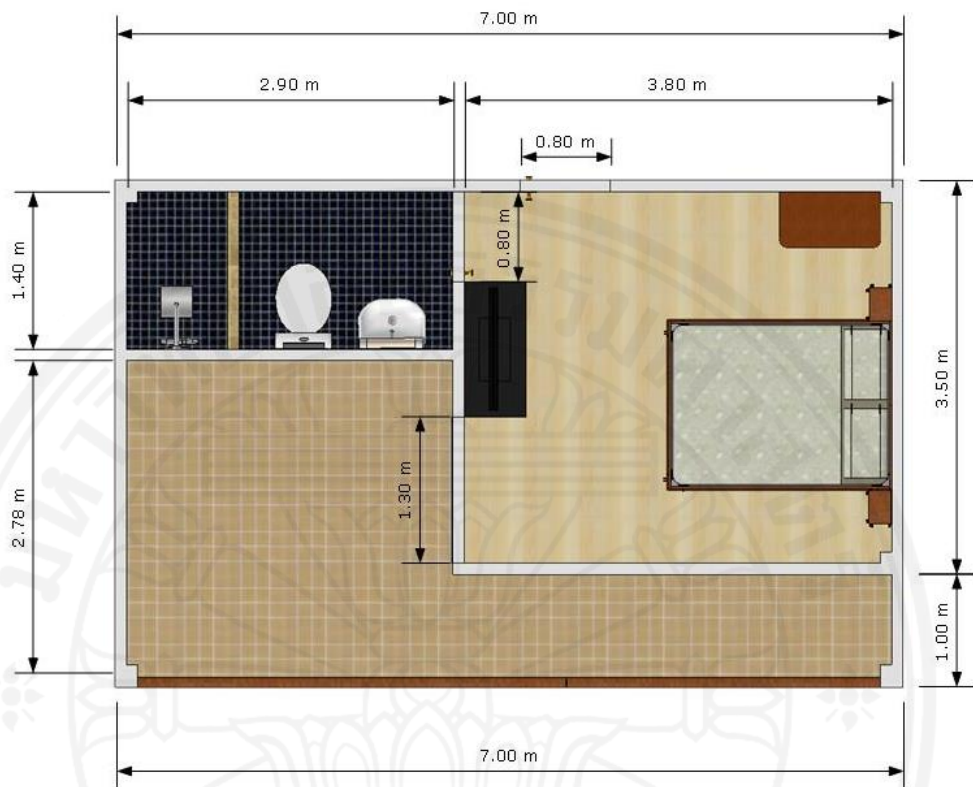
- ห้องน้ำในตัว
- ระเบียงในตัว
- เฟอร์นิเจอร์ ได้แก่ เตียง, พูก, ชั้นวางทีวี, ตู้เสื้อผ้า, โต๊ะเครื่องแป้ง
- เครื่องทำน้ำอุ่น

(4) สิ่งอำนวยความสะดวก สิ่งอำนวยความสะดวกส่วนกลาง ประกอบด้วย

- ร้านค้า จำนวน 1 ร้าน ขนาด 10 ตร.ม. ซึ่งเป็นร้านสะดวกซื้อเพื่อบริการคนในโครงการ
- Internet Wi-Fi
- เคเบิลทีวี
- ตู้น้ำหยอดเหรียญ
- ตู้ซักผ้า หยอดเหรียญ
- ที่จอดรถ

(5) การบริหารจัดการ การรักษาความปลอดภัย ประกอบด้วย พนักงานรักษาความปลอดภัย 24 ชม.

- คีย์การ์ด
- กล้องวงจรปิด



ภาพที่ 4.23 ผังห้องพัก Type 1



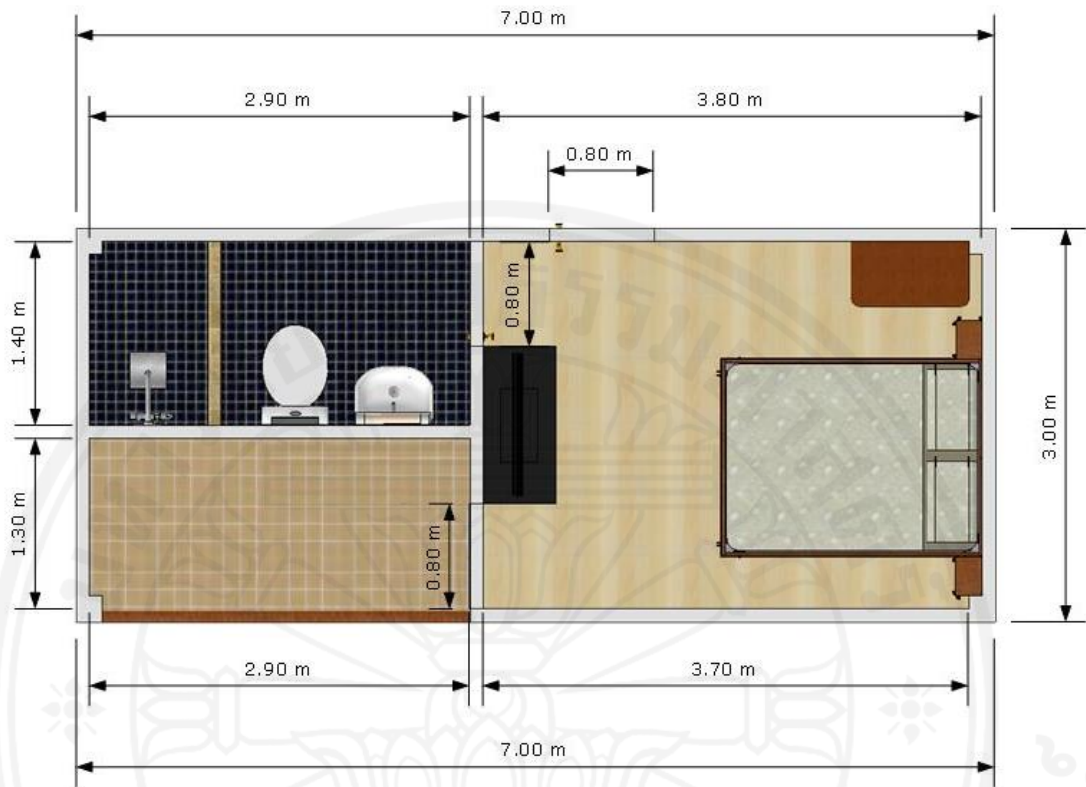
ภาพที่ 4.24 ภาพจำลองบรรยากาศโดยรวมห้องพัก Type 1



ภาพที่ 4.25 ฟังก์ชันห้องพัก Type 2



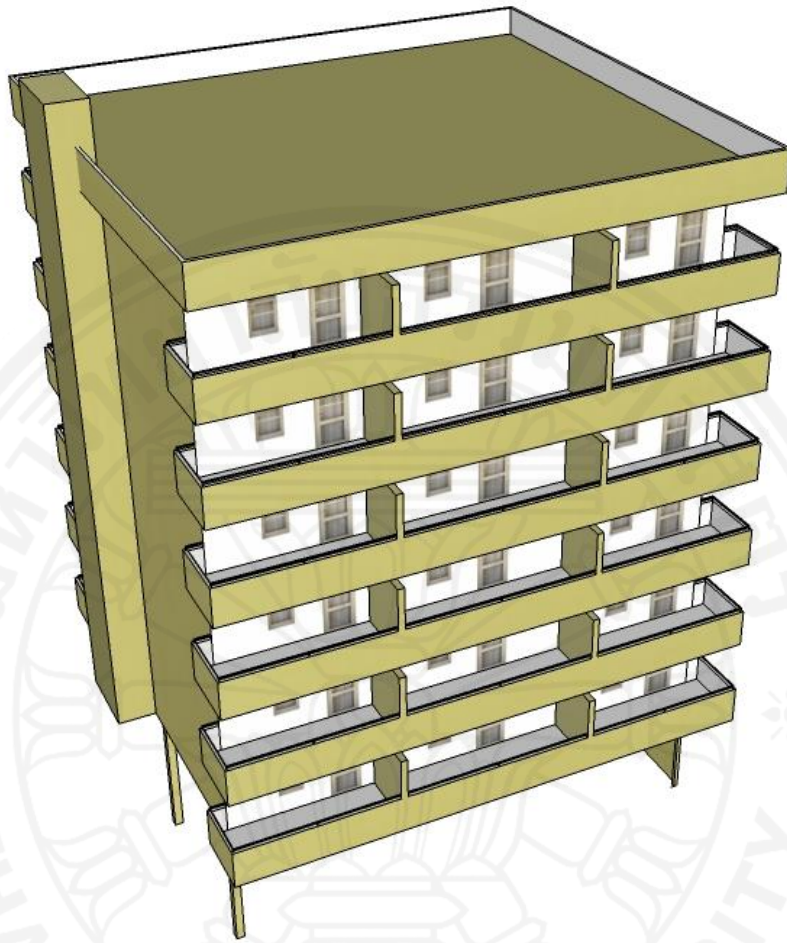
ภาพที่ 4.26 ภาพจำลองบรรยากาศโดยรวมห้องพัก Type 2



ภาพที่ 4.27 ผังห้องพัก Type 3



ภาพที่ 4.28 ภาพจำลองบรรยากาศโดยรวมห้องพัก Type 3



ภาพที่ 4.29 ภาพจำลองอพาร์ตเมนต์ P Residence 7 ชั้น

4.2.4.2 ราคา (Price)

การตั้งราคาเช่าห้องพักโดยใช้วิธีมองว่าราคาของคู่แข่งเป็นราคาตลาดที่มีความเหมาะสมอยู่แล้วในความเห็นของผู้เช่า ซึ่งทางโครงการ P Residence จะเสนอความได้เปรียบทางด้านความสะดวกสบายที่ได้มากกว่า

ตารางที่ 4.1 แสดงการตั้งราคาด้วยวิธีการเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

รายละเอียด อพาร์ทเมนท์คู่แข่ง	สุวรรณนิล	บุญชัย	สุขสันต์ปิ่น เกล้า	P Residence	คอมมอนเวลธ์ ปิ่นเกล้า
รายเดือน (บ./เดือน)					
ห้องปรับอากาศ	5,000	4,000	4,500	4,000 4,700 และ 5,200	8,500
ห้องพัดลม	3,000	3,500	3,100	ไม่มี	ไม่มี
ขนาดห้อง	22	22	18 ตร.ม.	21, 24.5, 31.5 ตร.ม.	48 ตร.ม.
รูปแบบห้อง	1 bedroom	studio	studio	studio	1 Bedroom
เครื่องทำน้ำอุ่น	0	0	1	1	1
เฟอร์นิเจอร์	1	1	1	1	1
ที่จอดรถยนต์	0	1	1	1	1
ที่จอดรถ มอเตอร์ไซด์	1	1	1	1	1
WIFI	1	1	1	1	1
เคเบิลทีวี	0	1	1	1	1
คีย์การ์ด	1	1	1	1	1
ระเบียง	1	1	1	1	1
แอร์	1	1	1	1	1
พัดลม	1	1	1	0	1
CCTV	1	1	1	1	1

4.2.4.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นช่องทางที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารและจำหน่ายให้กับลูกค้า โดยมีวัตถุประสงค์คือ สร้างลูกค้ารายใหม่ในระยะแรกของการดำเนินโครงการ และรักษาลูกค้ารายเก่าเมื่อโครงการมีผู้เข้าพัก โดยการส่งเสริมการตลาดนั้นประกอบด้วย

(1) สื่อสารด้วยป้ายประชาสัมพันธ์ ที่บริเวณที่ตั้งโครงการ เพื่อประชาสัมพันธ์ให้คนที่ทำงานใกล้บริเวณนั้นที่เดินทางผ่านไปมา ได้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับโครงการตั้งแต่เริ่มก่อสร้าง



ภาพที่ 4.30 ป้ายไว้นิสของโครงการอพาร์ทเมนท์ P Residence ขนาด 6 x 10 เมตร



ภาพที่ 4.31 ป้ายไว้นิสของโครงการอพาร์ทเมนท์ P Residence ขนาด 6 x 24 เมตร

(2) สื่อสารทางช่องทาง Internet ประกอบด้วย Facebook, Website ของโครงการและ Website ที่เป็นสื่อกลางการหาที่พักประเภทอพาร์ทเมนท์ เพื่อให้ผู้ที่ต้องการหาที่พักในบริเวณนั้นให้ได้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับโครงการและช่องทางการติดต่อโครงการ โดย Website ที่เป็นสื่อกลางที่พักรายเดือนได้รับความนิยมได้แก่

- www.renthub.in.th
- www.apartment-inthai.com
- www.horpak.in.th
- www.thairoomonline.com

The screenshot displays the homepage of the website www.renthub.in.th. At the top, there is a navigation bar with options like 'Home', 'ค้นหาจาก', and 'ติดต่อเรา'. Below this, a large banner reads 'รวมอพาร์ทเมนท์ทั่วประเทศ กว่า 4,000 แห่ง' (Over 4,000 apartments nationwide). A map of Bangkok is shown with various districts highlighted. Below the map, there are several apartment listings with images and brief descriptions. The listings include:

- เดอะ ทีวีน เรสซิเดนซี (The TVN Residence)
- บ้านภูมิจิวาร์พาร์ค (Ban Phumjivapark)
- Grand by Sribwongs (แกรนด์ บาย ศรีวงษ์)
- Lasalle Residence (ลาซาล เรสซิเดนซี)
- Bamboo For Rest (เบมบู ฟอว์ เรสต์)
- S.A. Apartment Ratchada (เอส เอ อพาร์ทเมนท์ รัชดา)

At the bottom, there is a section for 'อพาร์ทเมนท์เด่น' (Featured Apartments) with a listing for 'Wangthong 6' (วังทอง 6) in the Wangthong 6 area, featuring 3 bedrooms and 2 bathrooms, priced at 3,900 - 12,900 Baht per month.

ภาพที่ 4.32 ตัวอย่างการสื่อสารทางช่องทาง Internet โดย www.renthub.in.th

(3) สื่อสารผ่านทางสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทใบปลิว โดยแจกตามหน้าห้างพาด้า
 โรงงานภายในซอย และตลาดนัดโดยรอบใกล้บริเวณพื้นที่โครงการ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลของโครงการ
 ไปสู่กลุ่มเป้าหมายโดยตรง

**อพาร์ทเมนท์
P Residence**

ยินดีต้อนรับ สู่บ้านแห่งใหม่ ที่อบอุ่น และปลอดภัย
 ทำเลหลังพาด้าปิ่นเกล้า ใกล้บ้านรถเมล์ 300 ม.
 ที่พักสะอาด เฟอร์นิเจอร์พร้อม บนความสะอาดสบาย
 ที่เรามีให้มากกว่าใคร ในราคาขอมเยาว์

ทำสัญญา 6 เดือน **ฟรี** เคเบิลทีวี 1 เดือนแรก

รับจองวันนี้ก่อนเต็ม

พิเศษ!
 คุณค่ากว่าใคร

 **053-4949-499**

ภาพที่ 4.33 ใบปลิวของโครงการอพาร์ทเมนท์ P Residence ขนาด A5

(4) สื่อสารไปในทางวิธีการบอกต่อ โดยอาศัยลูกค้าแทนพนักงานขายทำหน้าที่ไปแนะนำบอกต่อ และมีการจ่ายค่าตอบแทนลูกค้าหากผู้ถูกแนะนำตัดสินใจเช่าพักอาศัย เช่น ส่วนลดค่าห้อง 5% เป็นเวลา 1 เดือนต่อ 1 ห้องพักที่ได้รับการแนะนำ

4.2.4.4 การสื่อสารและการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ในการเลือกที่พักอาศัย Promotion ไม่ใช่ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกพักมากนัก เพราะการเลือกที่พักส่วนใหญ่จะคำนึงถึงคุณภาพและการบริการเป็นหลัก Promotion จะเป็นเพียงสิ่งที่กระตุ้นให้เกิดการแนะนำต่อและดึงดูดความสนใจจากลูกค้าได้บ้างพอสมควร โดยสามารถสรุป Promotion ได้ดังนี้

(1) ถ้าลูกค้าเดิมแนะนำเพื่อนมาทำสัญญาพัก 1 ห้อง จะได้รับส่วนลดค่าห้อง 5% เป็นเวลา 1 เดือน เพื่อเป็นการสร้างลูกค้าใหม่ โดยให้ผู้ที่พักอยู่ติดเพื่อน หรือคนที่รู้จักเข้ามาพักในโครงการ เป็นการเพิ่มอัตราการเข้าพักในช่วงแรก และเป็นวิธีการใช้กลยุทธ์ด้านราคาเพื่อจูงใจผู้เข้าพักที่พักในอพาร์ทเมนท์คู่แข่ง ให้เข้ามาเป็นลูกค้าในโครงการอพาร์ทเมนท์ P Residence

(2) ทำสัญญา 6 เดือน ฟรี เคเบิล 1 เดือนแรก นอกจากเพื่อจูงใจลูกค้าของที่พักคู่แข่งแล้ว ยังเป็นการรักษาลูกค้าเก่าเอาไว้ด้วความได้เปรียบทางด้านราคา

4.2.5 แผนการตลาด (Marketing Plan)

4.2.5.1 การวางแผนประชาสัมพันธ์และกิจกรรมทางการตลาด

การวางแผนการดำเนินการทางการตลาดนั้น จะเริ่มทำการประชาสัมพันธ์โครงการตั้งแต่เริ่มก่อสร้างโครงการด้วยป้ายไว้นิลเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์โครงการ และจะเริ่มประชาสัมพันธ์โครงการก่อนเปิดโครงการ (Pre-Sale) 3 เดือน โดยการทำ Website การโพสต์ข้อมูลผ่านทาง Facebook ทำใบปลิวโฆษณาแจกบริเวณใกล้เคียงโครงการหรือสำนักงาน เป็นจำนวน 133,780 บาท

บทที่ 5

การบริหารงานก่อสร้าง

5.1 รายละเอียดโครงการ

โครงการเป็นอพาร์ทเมนท์ 1 อาคาร โครงสร้าง คสล. สูง 7 ชั้น ความสูง 18 เมตร พื้นที่ก่อสร้างรวมทั้งหมด 2,869.8 ตารางเมตร พื้นที่ขาย 1,680 ตารางเมตร จำนวนห้องพัก 72 ยูนิต และมีที่จอดรถรองรับได้ประมาณ 14 คัน

ตารางที่ 5.1 สรุปพื้นที่ใช้สอยของโครงการ

ชั้น	พื้นที่ขาย	พื้นที่ ส่วนกลาง	พื้นที่ร้านค้า	ที่จอดรถ	พื้นที่อาคารต่อชั้น
1	0	204.4	10	413.8	628.2
2	315	93.6	0	0	408.6
3	273	93.6	0	0	366.6
4	273	93.6	0	0	366.6
5	273	93.6	0	0	366.6
6	273	93.6	0	0	366.6
7	273	93.6	0	0	366.6
รวม	1,680	766	10	413.8	2869.8
คิดเป็น %	58.5%	26.7%	0.3%	14.4%	100%

5.2 รายละเอียดงานโครงสร้าง

ตารางที่ 5.2 รายละเอียดงานโครงสร้าง

เสาเข็ม	เสาเข็มเจาะหล่อในที่
รากฐาน	คอนกรีตเสริมเหล็กหล่อในที่
พื้น	ห้องพักและทางเดิน ใช้พื้นคอนกรีตสำเร็จรูป/ห้องน้ำ, ระเบียงใช้ คสล. หล่อในที่
ช่องบันไดหนีไฟ	โครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็กหล่อในที่
หลังคา	โครงสร้างเหล็ก ปู metal sheet
บันได	โครงสร้างบันไดคอนกรีตเสริมเหล็กหล่อในที่

5.3 รายละเอียดงานวิศวกรรมระบบ

ตารางที่ 5.3 รายละเอียดงานวิศวกรรมระบบ

ระบบไฟฟ้า	จ่ายไฟฟ้าแรงสูง 3 เฟส 4 สาย เข้าสู่ Substation ภายในอาคาร ผ่านเข้าหม้อแปลง (Tronformer) แบบแห้ง (Cast Rasin) เป็นกระแสไฟฟ้าแรงดันต่ำ เข้าสู่ตู้แผงสวิตช์แต่ละชั้น เดินสายไฟผ่าน Bus Way ตามทางเดินแต่ละชั้น และเดินในท่อร้อยสายไฟ ต่อด่านดิน ซ่อนในผนังสำหรับห้องพักอาศัย
ระบบประปา และสุขาภิบาล	รับน้ำประปาจากการประปานครหลวงเข้าสู่มาตรวัดและถูกเก็บน้ำใต้ดิน และถูกปั๊มขึ้นไปเก็บบนถังเก็บน้ำบนหลังคา น้ำเสียจากห้องพักและห้องครัว ผ่านการกรองจากถังดักไขมัน ลงสู่บ่อเกรอะ และบำบัดด้วยกระบวนการชีวภาพแบบตะแกรงร่อน ติดตั้งหัวระบายน้ำฝนที่ด้านฟ้าและระเบียง
ระบบดับเพลิง	ติดตั้งถังดับเพลิงตามจุดต่างๆ ในอาคาร
ระบบปรับอากาศ	ภายในห้องพักใช้ระบบปรับอากาศแบบ Split Type
ระบบป้องกันฟ้าผ่า	ใช้ระบบ Radio active (มีสายดิน)
ระบบอินเทอร์เน็ตไร้สาย	ใช้ระบบ Wifi internet
ระบบสายโทรศัพท์	ใช้โทรศัพท์สายตรง 2 คู่สายในแต่ละยูนิต และมีระบบรวมผ่าน Operator ในกรณีที่สายตรง
ระบบสัญญาณโทรทัศน์	ติดตั้งงานรับสัญญาณ เพื่อรับชมเคเบิลทีวีได้ตลอด 24 ชั่วโมง
ระบบ Keycard	ควบคุมการเข้าออกทางเข้าอาคาร ห้องพักผ่านทาง Key Card
ระบบกล้องวงจรปิด	ติดตั้งโทรทัศน์วงจรปิดในพื้นที่ส่วนกลางและทางเดิน

5.4 รายละเอียดงานสถาปัตยกรรม

ตารางที่ 5.4 รายละเอียดงานสถาปัตยกรรม

วัสดุปูพื้น	
พื้นที่ส่วนกลาง	พื้นปูกระเบื้องพอร์ซเลน ขนาด 60 x 60 ซม. ผิวด้าน
พื้นที่ส่วนห้องพัก	พื้นปูคัมพานา ขนาด 8 x 8 นิ้ว
พื้นที่ห้องน้ำ	พื้นปูคัมพานา ขนาด 8 x 8 นิ้ว
พื้นที่ระเบียง	พื้นคอนกรีตขัดมัน
วัสดุผนัง	
พื้นที่ส่วนกลาง	ผนังก่ออิฐมวลเบา ฉาบเรียบทาสี
พื้นที่ส่วนห้องพัก	ผนังก่ออิฐมวลเบา ฉาบเรียบทาสี
พื้นที่ห้องน้ำ	ผนังปูกระเบื้องเคลือบ สูง 2 เมตร
วัสดุฝ้าเพดาน	
ฝ้าเพดานส่วนกลาง	ฝ้าเพดาน ยิปซัมบอร์ด ชนิดมาตรฐานหนา 9 มม.
ฝ้าเพดานห้องพัก	
ฝ้าเพดานห้องน้ำ	ฝ้าเพดาน ยิปซัมบอร์ด ชนิดกันชื้นหนา 9 มม.
สุขภัณฑ์	
สุขภัณฑ์	COTTO หรือเทียบเท่า (ประกอบไปด้วย อ่างล้างหน้า โถสุขภัณฑ์ กระจกเงา ที่วางสบู่ ราว พักผ้า ฝักบัวสายอ่อน)
ประตูและหน้าต่าง	
วงกบ	ประตูวงกบไม้ / หน้าต่างวงกบอลูมิเนียม
บานประตู	บานประตูสำหรับรูปขนาด 90 x 200 ซม.
กระจก	เขียวใสตัดแสง หนา 6 มม.
Fitting	HAFFELE

5.5 แผนระยะเวลาในการดำเนินโครงการ

วางแผนการดำเนินโครงการ เริ่มตั้งแต่ช่วงก่อสร้าง ในเดือนกุมภาพันธ์ ปี 2556 ไปจนกระทั่งเสร็จสิ้นการก่อสร้าง ในเดือน ตุลาคม 2557 และหลังก่อสร้างก่อนเปิดโครงการ ในเดือน ธันวาคม 2557 รวมระยะเวลาในการดำเนินโครงการประมาณ 20 เดือน หรือ 600 วัน

ตารางที่ 5.5 ช่วงเวลาบริหารงานก่อสร้าง

ช่วงก่อนก่อสร้าง	ประมาณ 5 เดือน (150 วัน)
ช่วงก่อสร้าง	ประมาณ 14 เดือน (420 วัน)
ช่วงหลังก่อสร้าง	ประมาณ 1 เดือน (30 วัน)
รวม	ประมาณ 20 เดือน (600 วัน)

การวางแผนระยะเวลาการดำเนินโครงการใช้โปรแกรม Open Project มาช่วยในการวางแผนการทำงานของโครงการเพื่อควบคุมคุณภาพของการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ ควบคุมค่าใช้จ่ายในการดำเนินโครงการและระยะเวลาในการดำเนินโครงการให้เสร็จสิ้นตามกำหนด

5.6 ค่าใช้จ่ายในการก่อสร้าง

การประมาณการค่าก่อสร้างโดยผู้รับเหมาก่อสร้าง ตามรายละเอียดของวัสดุก่อสร้าง และค่าแรงงาน ได้เป็นค่าก่อสร้างเฉลี่ยตารางเมตรละ 9,500 บาท รวมค่าใช้จ่ายอื่นๆ ในระหว่างดำเนินการก่อสร้างระยะเวลา 14 เดือน คิดเป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินการทั้งหมด 27,263,100 บาท

ตารางที่ 5.7 ค่าใช้จ่ายในการก่อสร้าง

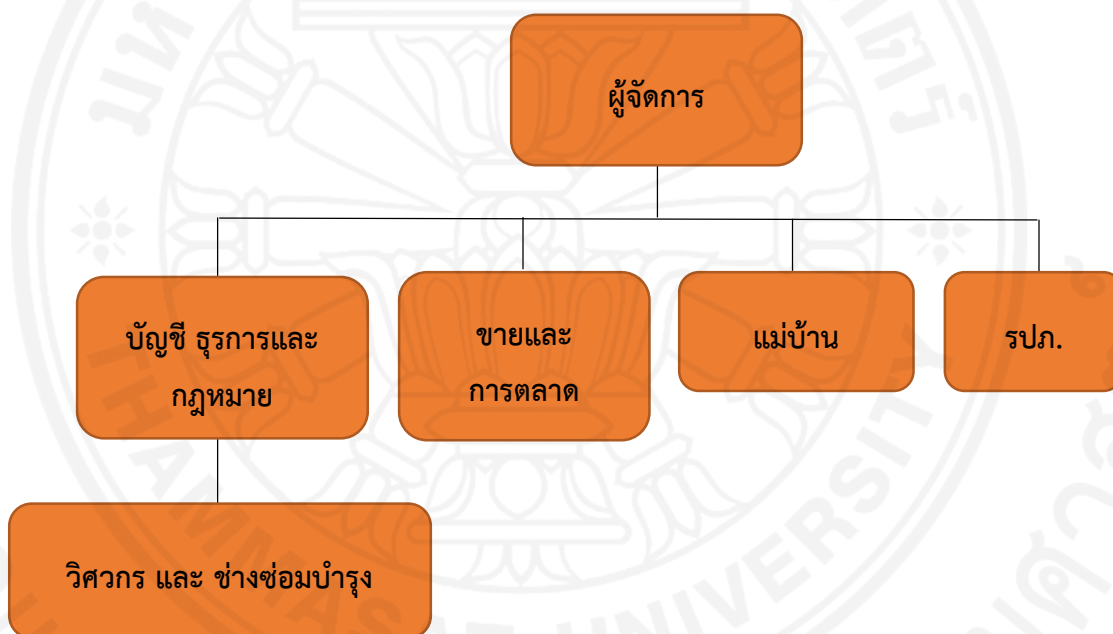
ค่าก่อสร้าง (Hard Cost)	จำนวน	หน่วย	ต้นทุนต่อหน่วย	ต้นทุนรวม
ค่าก่อสร้างอาคารรวมงานระบบต่างๆ	2,870	ตรม	9,120	26,172,576
ค่าตกแต่งรวมเฟอร์นิเจอร์ลอยตัว	72	ห้อง	15,146	1,090,519
รวม				27,263,095
ตารางเมตรละ (บาท)				9,500
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ (Soft Cost)				
ค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงภูมิทัศน์				100,000
ค่าใช้จ่ายในการขออนุญาตก่อสร้าง (0.1% ของค่าก่อสร้าง)				27,263
ค่าออกแบบ / สถาปนิกและวิศวกร (1% ของค่าก่อสร้าง)				272,631
รวมทั้งหมด				27,662,989

บทที่ 6

การบริหารการจัดการ

6.1 การแบ่งฝ่ายบริหาร

การบริหารจัดการตั้งแต่เริ่มก่อนก่อสร้างจนกระทั่งก่อสร้างเสร็จโดยมีฝ่ายที่เกี่ยวข้องหลายฝ่าย โดยแบ่งตามขอบเขตความรับผิดชอบดังนี้



ภาพที่ 6.1 ผังการจัดโครงสร้างองค์กร

6.1.1 เจ้าของกิจการ

ทำหน้าที่ตัดสินใจเกี่ยวกับการดำเนินงานตัดสินใจเลือกพนักงานมาดูแลพาร์ทเมนท์ และประเมินผลการดำเนินงานเพื่อจ่ายผลตอบแทนให้แก่พนักงาน

6.1.2 ผู้จัดการ

เป็นบุคคลที่เป็นตัวแทนของเจ้าของในการดูแลกิจการ และบริหารอาคารมีหน้าที่

- ควบคุมและบริหารงานต่างๆ ของโครงการให้มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลสูงสุด

- ติดตามและตรวจสอบการทำงานของพนักงานฝ่ายต่างๆ
- นำข้อมูลและผลการดำเนินงานเสนอต่อเจ้าของกิจการเพื่อช่วยในการตัดสินใจ
- แก้ปัญหาในเรื่องต่างๆ ในการดำเนินงานของโครงการ และชี้แนะแนวทางการทำงานแก่ทุกฝ่าย

6.1.3 ฝ่ายธุรการ บัญชี / การเงิน และกฎหมาย

ทำหน้าที่เกี่ยวกับงบการเงินของอพาร์ทเมนต์โดยมีหน้าที่รับผิดชอบแบ่งตามช่วงเวลาดังนี้

- ช่วงก่อนสร้างอาคารเป็นผู้จัดทำการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการ รวมทั้งจัดเก็บข้อมูลทางด้านเอกสารสัญญาและแหล่งเงินทุนจากเจ้าของ และสถาบันการเงิน ช่วงก่อสร้างอาคาร เป็นผู้จัดทำงบการเงินรายเดือน จัดทำรายละเอียด และจัดเก็บเอกสารทั้งรายรับและรายจ่ายในระหว่างก่อสร้างโครงการ
- ช่วงหลังการก่อสร้างและก่อนเปิดอาคาร เป็นผู้จัดเตรียมเอกสารสัญญาต่างๆ จากผู้เช่า เป็นผู้จัดงบการเงินบันทึกรายรับรายจ่ายรวมทั้งเป็นผู้ดำเนินการทางด้านชำระภาษีต่างๆ ของโครงการ

6.1.4 ฝ่ายธุรการ

เป็นฝ่ายที่ต้องดูแลงานปลีกย่อยต่างๆ ในโครงการ รวมทั้งทำหน้าที่ประสานงานระหว่างเจ้าของโครงการและฝ่ายต่างๆ เพื่อให้การดำเนินโครงการเป็นไปได้อย่างราบรื่นเป็นที่พอใจของพนักงานและผู้พักโดยทำหน้าที่หลักคือ

- จัดหาพนักงานฝ่ายต่างๆ แม่บ้าน ยามรักษาความปลอดภัย คนดูแลสวนตามความต้องการของผู้จัดการและเจ้าของโครงการ รวมทั้งเป็นผู้ดูแลสัญญาการจ้างแก่บุคคลดังกล่าว
- คอยดูแลสวัสดิภาพของพนักงานในโครงการและควบคุมให้เป็นระเบียบเรียบร้อยตามกฎระเบียบของโครงการ
- จัดซื้ออุปกรณ์ต่างๆ ที่จำเป็นต้องใช้ในโครงการโดยนำเสนอแก่เจ้าของโครงการเพื่ออนุมัติ
- เป็นผู้ประสานงานวิศวกรและช่างซ่อมบำรุง เมื่อมีความเสียหายของระบบและอุปกรณ์ย่อยในอาคาร
- เป็นผู้ประสานงานฝ่ายกฎหมายเพื่อช่วยในการตรวจสอบความถูกต้องของเอกสารสัญญาต่างๆ ทั้งของพนักงาน และผู้เช่า

6.1.5 ฝ่ายกฎหมาย

เป็นฝ่ายที่มีหน้าที่หลักคือควบคุมดูแลโครงการให้มีรูปแบบและการก่อสร้างถูกต้องตามกฎหมาย รวมทั้งมีบทบาทสำคัญในเรื่องของสัญญาต่างๆ โดยมีหน้าที่รับผิดชอบดังนี้

- ช่วงก่อนการก่อสร้างเป็นที่ปรึกษาให้กับสถาปนิกในเรื่องของรูปแบบอาคารที่ถูกต้องตามกฎหมายและประสานงานกับวิศวกรในการติดต่อกับหน่วยงานราชการ รวมทั้งเป็นที่ปรึกษาในการทำสัญญาจัดหาแหล่งเงินทุน
- ช่วงก่อสร้างคอยดูแลและเป็นที่ปรึกษาแก่ฝ่ายต่างๆ ในเรื่องของสัญญา และปัญหาที่เกี่ยวข้องกับกฎหมายอื่นๆ
- ช่วงหลังการก่อสร้าง และก่อนการเปิดใช้อาคารเป็นที่ปรึกษาแก่ฝ่ายบัญชี และการตลาดในการจัดทำสัญญากับผู้เช่า
- ช่วงเปิดใช้อาคารเป็นที่ปรึกษาทางด้านกฎหมาย ในทุกเรื่องให้กับโครงการ

6.1.6 วิศวกร

- ช่วงก่อนการสร้างทำหน้าที่ประสานงานกับสถาปนิกในการทำพิมพ์เขียว และยื่นขออนุญาตก่อสร้าง
- ช่วงก่อสร้างเป็นผู้ควบคุมดูแลการก่อสร้างให้เป็นไปตามตารางเวลาในการก่อสร้าง ไม่ให้เกิดความล่าช้า
- ช่วงหลังการก่อสร้าง และก่อนเปิดใช้อาคาร ประสานงานกับสถาปนิกในการตรวจสอบการออกแบบตกแต่งเพื่อป้องกันความเสียหายที่จะเกิดขึ้นในอนาคตก่อนส่งมอบอาคาร
- ช่วงหลังเปิดใช้อาคารเป็นผู้ควบคุมดูแลระบบต่างๆ ของอาคารให้สามารถใช้งานสะดวก และติดตามการบำรุงรักษาตลอดการใช้งาน

6.1.7 ช่างซ่อมบำรุง

มีหน้าที่ซ่อมแซม และดูแลรักษาอุปกรณ์ย่อยภายในอาคาร เช่น เปลี่ยนหลอดไฟ เปลี่ยนสุขภัณฑ์ ซ่อมท่อน้ำ ซ่อมสีผนัง เป็นต้น

6.1.8 ฝ่ายขายและฝ่ายการตลาด

- ช่วงก่อนการก่อสร้างโครงการทำการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการตลาดของโครงการ เพื่อกำหนดกลุ่มเป้าหมายรวมทั้งส่วนผสมทางการตลาดของโครงการ เช่น รูปแบบอาคาร รูปแบบและขนาดของห้องพัก ร้านค้า ราคาเช่า และการประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

- ช่วงก่อสร้างอาคาร จัดหาผู้เช่าตามกลุ่มเป้าหมาย โดยผ่านช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่กำหนดเพื่อกระตุ้นให้เกิดการเช่าพื้นที่ และบรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดตามต้องการ - ช่วงก่อนเปิดใช้อาคารจัดทำสัญญาเช่า และประสานงานกับสถาปนิกเพื่อตกแต่งอาคารและห้องพักตาม positioning ของโครงการที่กำหนด

- ช่วงเปิดใช้อาคารทำการสำรวจความเคลื่อนไหวของคู่แข่งอย่างต่อเนื่องรวมทั้งโครงการใหม่ๆ ที่จะเปิดในพื้นที่เพื่อปรับปรุงโครงการในด้านผลิตภัณฑ์ราคา และบริการให้ตรงใจผู้เช่าเก่า และดึงดูดใจผู้เช่ารายใหม่ๆ รวมทั้งจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้เช่าและโครงการ การทำให้ผู้เช่าเกิดความจงรักภักดีต่อโครงการ ประสานงานกับฝ่ายบัญชีเพื่อดูแลเคลื่อนไหวของค่าเช่าโครงการ ค่าเช่าตลาด กับต้นทุนที่เกิดเพื่อบริหารค่าเช่าให้ยืดหยุ่นตามสถานการณ์ได้

6.1.9 แม่บ้าน

คอยดูแลความสะอาด และความเป็นระเบียบเรียบร้อยของพื้นที่ส่วนกลาง และห้องพักที่ไม่มีผู้เข้าพัก

6.1.10 ยามรักษาความปลอดภัย

คอยดูแลเรื่องความปลอดภัยในทรัพย์สิน และสวัสดิภาพของผู้เข้าพักในโครงการ ควบคุม ดูแล และบำรุงรักษาความปลอดภัยต่างๆ ในโครงการ เช่นระบบคีย์การ์ด ระบบกล้องวงจรปิด

6.2 การบริหารโครงการหลังก่อสร้างเสร็จ

หลังการเปิดโครงการ การบริหารโครงการนั้นเป็นส่วนสำคัญที่สุดในการดำเนินโครงการ อพาร์ทเมนท์ P Residence ให้ประสบความสำเร็จ และเป็นการลดทอนความเสี่ยงด้านมูลค่าของอาคาร โดยการบริหารจัดการ จะแบ่งเป็นส่วนต่างๆ ประกอบด้วย ส่วนห้องพัก ส่วนกลาง งานระบบ และการจัดการเรื่องของประกันภัยของอาคาร มีรายละเอียดการดำเนินการในแต่ละส่วนดังนี้

6.2.1 ส่วนห้องพัก

- ดูแลและบำรุงรักษาสภาพห้องพัก รวมถึงเฟอร์นิเจอร์สิ่งตกแต่ง และอุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆ
- มีการทำความสะอาดทุกวัน
- มีการทดสอบอุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆ เป็นระยะๆ ตามมาตรฐานที่ได้กำหนดไว้

6.2.2 พื้นที่ส่วนกลาง (บริเวณทางเดินหน้าห้องพัก สวนสาธารณะ ที่จอดรถ)

- บำรุงรักษาให้สะอาดตลอดเวลา เพื่อให้ผู้อยู่อาศัยได้มีโอกาสพักผ่อน ออกกำลังกายและสังสรรค์ สร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน รวมทั้งยังสร้างความน่ารื่นรมย์ให้กับตัวอาคาร

6.2.3 ระบบงานต่างๆ ในอาคาร

- ควบคุมการใช้ทรัพย์สิน และการบำรุงรักษาให้อยู่ในสภาพเหมาะแก่การใช้งาน
- วางแผน และควบคุมการใช้พลังงาน ให้มีการใช้อย่างเหมาะสม และมีประสิทธิภาพ

6.2.4 การประกันภัย

- ทำประกันภัยกับวิริยะประกันภัย โดยใช้กรมธรรม์เสี่ยงภัยทรัพย์สินทุกชนิด กรมธรรม์อัคคีภัย
- ทำสัญญาปีต่อปี และจะใช้ทุนประกัน 0.1% ของค่าก่อสร้าง ซึ่งเป็นมาตรฐานของการเรียกค่าสินไหมทดแทน ที่เรียกเต็มจำนวนได้
- เบี้ยประกันของทางวิริยะประกันภัย ด้วยค่าก่อสร้างประมาณ อยู่ที่ 27,263 บาทต่อปี

นอกจากนี้ยังต้องมีการบริหารการเช่าห้องพักโดยการพาผู้เช่าชมห้องพักและโครงการ สอบถามข้อมูลส่วนตัวของผู้เช่า และความสนใจในห้องพักจัดทำสัญญาเช่าต่อสัญญาเช่า ยกเลิกสัญญาเช่า และคอยให้ข้อมูลอย่างสม่ำเสมอเกี่ยวกับโครงการจำนวนห้องพัก ช่วงเวลาห้องว่าง และราคาเช่าแก่ผู้สนใจเช่าพัก

บทที่ 7

การวิเคราะห์ทางการเงิน

7.1 การวิเคราะห์ราคาที่ดินโครงการ (Front door/Back door)

การวิเคราะห์ราคาที่ดินโครงการแบบFront door

โดยใช้ค่าเฉลี่ย MLR จาก 4 ธนาคารใหญ่ได้แก่ ธนาคารกรุงเทพ (6.5) ธนาคารกสิกรไทย (6.5) ธนาคารกรุงไทย (6.525) ธนาคารไทยพาณิชย์(6.525) รวมเฉลี่ย MLR = 6.51 และเนื่องจากเป็นผู้ประกอบการหน้าใหม่และเป็นรายย่อยจึงใช้ $MLR (+2) = 8.51$

ตารางที่ 7.1 วิเคราะห์ราคาที่ดินโครงการแบบFront door

	Freehold	Leasehold 30 ปี
ต้นทุนค่าที่ดินโครงการ	39,000,000.00	11,700,000.00
ต้นทุนค่าก่อสร้างโครงการ	36,159,480.00	36,159,480.00
มูลค่าของโครงการ	75,159,480.00	47,859,480.00
อัตราส่วนการขอสินเชื่อ	0.40	0.40
มูลค่าจำนองกับธนาคาร	30,063,792.00	19,143,792.00
Annualized Mortgage Constant	0.10	0.10
จำนวนเงินเพื่อชำระคืนสินเชื่อต่อปี	3,133,098.08	1,995,070.28
อัตราส่วนชำระภาระทางการเงิน (DSCR)	1.20	1.20
กำไรจากการดำเนินงาน (NOI)	3,759,717.70	2,394,084.34
ค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงาน (30%ของNOI)	1,127,915.31	718,225.30
รายได้ประสิทธิภาพ	4,887,633.01	3,112,309.64
อัตรากาไรสุทธิ	0.90	0.90
รายได้ศักยภาพ	5,430,703.34	3,458,121.82
พื้นที่ให้เช่าได้ทั้งหมด (ตร.ม.)	1,638.00	1,638.00
ค่าเช่าขั้นต่ำที่ต้องการต่อปี/ ตร.ม.	3,232.56	2,058.41
ค่าเช่าขั้นต่ำที่ต้องการต่อเดือน/ ตร.ม.	269.38	171.53
ค่าเช่าห้อง ขนาด 21 ตารางเมตร	5,656.98	3,602.21
ค่าเช่าห้อง ขนาด 24.5 ตารางเมตร	6,599.81	4,202.58
ค่าเช่าห้อง ขนาด 31.5 ตารางเมตร	7,099.81	4,702.58

จากการวิเคราะห์แบบ Front door โดยใช้ราคาที่ดินตามราคาที่เขาของเสนอขายที่ตารางวาระ 200,000 บาท พบว่าค่าเช่าห้องจะอยู่ในอัตราที่สูงกว่าราคาตลาด คืออยู่ที่ 5,700-7,000 บาทต่อเดือน และได้ทดลองทำการคิดต้นทุนที่ดิน แบบ Lease Hold 30 ปี คิดราคาที่ดินเป็น 30% ของราคาที่ดิน พบว่าราคาห้องมีค่าเช่าที่ต่ำกว่าราคาเช่าตลาด จึงได้ทำการBack door โดยกำหนดราคาห้องที่เหมาะสมกับตลาด

ตารางที่ 7.2 วิเคราะห์ราคาที่ดินโครงการแบบBack door

	Leasehold 30 ปี
ค่าเช่าห้อง ขนาด 31.5 ตารางเมตร	5,155.00
ค่าเช่าห้อง ขนาด 24.5 ตารางเมตร	4,655.00
ค่าเช่าห้อง ขนาด 21 ตารางเมตร	3,990.00
ค่าเช่าขั้นต่ำที่ต้องการต่อเดือน/ ตร.ม.	190.00
ค่าเช่าขั้นต่ำที่ต้องการต่อปี/ ตร.ม.	2,280.00
พื้นที่ให้เช่าได้ทั้งหมด (ตร.ม.)	1,638.00
รายได้ศักยภาพ	3,734,640.00
อัตราเช่าพื้นที่	0.90
รายได้ประสิทธิภาพ	3,361,176.00
ค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงาน (30%ของNOI)	1,008,352.80
กำไรจากการดำเนินงาน (NOI)	2,352,823.20
อัตราส่วนชำระภาระทางการเงิน (DSCR)	1.20
จำนวนเงินเพื่อชำระคืนเงินเชื่อต่อปี	1,960,686.00
Annualized Mortgage Constant	0.10
มูลค่าจำนองกับธนาคาร	19,606,860.00
อัตราส่วนการขอสินเชื่อ	0.40
มูลค่าของโครงการ	49,017,150.00
ต้นทุนค่าก่อสร้างโครงการ	36,159,480.00
ต้นทุนค่าที่ดินโครงการ	12,857,670.00

จึงได้ข้อสรุปข้อเสนอเป็น 2 กรณี คือ 1. ทำการขอเช่า 30 ปี จากเจ้าของที่ดินอยู่ในราคา 11.7 ถึง 12.8 ล้าน โดยมีราคาเช่าเฉลี่ยต่อตารางเมตร 60,000 บาทต่อตารางวา ซึ่งตามรายละเอียดสัญญาการเช่าจะขอเช่า 30 ปีแบบให้สิทธิในสิ่งปลูกสร้างบนที่ดินหลังจากหมดสัญญา จึงจะขอต่อราคาเช่าที่ 50,000 บาทต่อตารางเมตร 2. ขอซื้อที่ดินต่อจากเจ้าของในราคา 39,000,000 บาท

7.2 การลงทุนในโครงการ P Residence

การลงทุนในทรัพย์สินปีที่ 1 ซึ่งเริ่มโครงการ

เงินลงทุนค่าที่ดิน และค่าก่อสร้างโดยเจ้าของโครงการ 60 % ผลตอบแทนที่เจ้าของโครงการต้องการ 7 % มาจากค่าเฉลี่ยของอัตราผลตอบแทนที่เจ้าของได้จากโครงการอื่น ที่มีระดับความเสี่ยงเดียวกับโครงการนี้

ตารางที่ 7.3 การลงทุนโครงการ

รายการ	ค่าก่อสร้าง	จำนวน	หน่วย	หน่วยละ
ค่าที่ดิน	39,000,000	195	ตร.ว.	200,000
ค่าก่อสร้างอาคารหอพัก	26,172,576	2,870	ตร.ว.	9,120
ค่าตกแต่งเฟอร์นิเจอร์	1,090,519	72	ห้อง	15,146
ค่า Landscape	100,000	204.4	ตร.ว.	489
<u>รวมค่าใช้จ่ายก่อสร้าง</u>	66,363,095			
ค่าออกแบบ สถาปนิก/ วิศวกร	272,631	1	งาน	272,631
ค่าขออนุญาตก่อสร้าง	27,263	1	งาน	27,263
<u>รวมค่าใช้จ่ายก่อสร้าง และการบริหาร</u>	66,662,989			

7.3 ค่าใช้จ่ายบริหารและการตลาด

ตารางที่ 7.4 ค่าใช้จ่ายการบริหาร

ค่าใช้จ่ายพนักงาน	จำนวน	เงินเดือน	จำนวนเดือน	ค่าใช้จ่าย/ปี
ผู้จัดการอาคาร	1	20,000	12	240,000
พนักงานทำความสะอาด	1	15,000	12	180,000
พนักงานรักษาความปลอดภัย	2	15,000	12	360,000
ค่าใช้จ่ายการตลาด				
ค่าใช้จ่ายทางการตลาดและ โปรโมชั่น	1	-	12	133,780
รวม		50,000		913,780

การประมาณการรายจ่ายแบ่งออกเป็นรายการดังต่อไปนี้

- ค่าบริหารคิดเป็นเงินเดือนพนักงาน 50,000 บาทต่อเดือน ปรับเพิ่มในอัตราร้อยละ 4 ทุกปี
- ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ รายละเอียดดังนี้
- ค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภค น้ำประปา/ไฟฟ้า ประมาณการ 1,024 บาท/เดือน/ห้อง ปรับเพิ่มในอัตราร้อยละ 4 ทุกปี
- ค่าใช้จ่ายเคเบิลทีวีประมาณการ 3,000 บาท/เดือน ปรับเพิ่มในอัตราร้อยละ 4 ทุกปี
- ค่าใช้จ่าย WiFi internet ประมาณการ 2,000 บาท/ปี ปรับเพิ่มในอัตราร้อยละ 4 ทุกปี
- ค่าซ่อมบำรุง 2% ของรายรับรวม
- ค่าใช้จ่ายทางการตลาด และโปรโมชั่น (ดูรายละเอียดหน้า 45)
- ค่าภาษีโรงเรือนคิดเป็นอัตราร้อยละ 12.5 ของรายได้รวมค่าเช่าพื้นที่เชิงพาณิชย์ และค่าเช่าห้องพัก

7.4 รายได้

ตารางที่ 7.5 รายรับโครงการ

ประเภทห้อง	จำนวนห้อง	รายได้ต่อเดือน	รายได้ต่อปี
ห้องพักขนาด 31.5 ตร.ม.	6	5,200	374,400
ห้องพักขนาด 24.5 ตร.ม.	30	4,700	1,692,000
ห้องพักขนาด 21 ตร.ม.	36	4,000	1,728,000
รวม	72		3,794,400
ร้านค้า	1	7,000	84,000
ค่าน้ำ-ค่าไฟ	72	1,600	967,680
ค่า internet/cable TV	72	900	544,320
รายได้อื่นๆ	คั้น	รายได้ต่อเดือน	รายได้ต่อปี
ค่าที่จอดรถ	14	21,000	176,400
รวมรายได้			4,252,080

การประมาณรายได้แบ่งออกเป็นรายการดังนี้

7.4.1 รายได้จากการเช่าห้องพักประกอบด้วย

ห้องพักแบบมีเครื่องปรับอากาศขนาด 31.5 ตร.ม. อัตราเช่า 5,200 บาทต่อเดือน
 ห้องพักแบบมีเครื่องปรับอากาศขนาด 24.5 ตร.ม. อัตราเช่า 4,700 บาทต่อเดือน
 ห้องพักแบบมีเครื่องปรับอากาศขนาด 21 ตร.ม. อัตราเช่า 4,000 บาทต่อเดือน

- อัตราเช่าข้างต้นนี้มีการปรับเพิ่มในอัตรา 4% ทุกปี จากปีที่ 5 เป็นต้นไป
- ในปีที่ 1 ประมาณการ การเช่าพักคิดเป็น ร้อยละ 70 ของห้องพักทั้งหมด
- ในปีที่ 2 ประมาณการ การเช่าพักคิดเป็น ร้อยละ 80 ของห้องพักทั้งหมด
- ในปีที่ 3 ประมาณการ การเช่าพักคิดเป็น ร้อยละ 90 ของห้องพักทั้งหมด
- ในปีที่ 4 เป็นต้นไป ประมาณการ การเช่าพักคิดเป็นร้อยละ 95 ของห้องพักทั้งหมด

7.4.2 รายได้จากค่าเช่าเชิงพาณิชย์ประกอบด้วย

ค่าเช่าจากร้านค้าในอัตรา 7,000 บาทต่อเดือน

- อัตราค่าเช่าข้างต้นมีการปรับเพิ่มขึ้นในอัตรา 4 % ทุกปี จากปีที่ 5 เป็นต้นไป
- โดยตั้งแต่ปีแรก ประมาณการ การเช่าคิดเป็น ร้อยละ 100 ของร้านค้าทั้งหมด

7.4.3 รายได้จากสาธารณูปโภค

- รายได้จากสาธารณูปโภค น้ำประปา/ไฟฟ้า ประมาณการ 1,600 บาท/เดือน/ห้อง ปรับเพิ่มในอัตราร้อยละ 4 ทุกปีจากปีที่ 5 เป็นต้นไป
- รายได้จากค่า Wi-Fi Internet 600 บาท/เดือน/ห้อง ปรับเพิ่มในอัตราร้อยละ 4 ทุกปีจากปีที่ 5 เป็นต้นไป
- รายได้จากค่าเคเบิลทีวี 300 บาท/เดือน/ห้อง ปรับเพิ่มในอัตราร้อยละ 4 ทุกปีจากปีที่ 5 เป็นต้นไป

7.4.4 รายได้จากค่าที่จอดรถ

- รายได้จากค่าจอดรถ 14 ช่องจอด ประมาณการ 21,000 บาท/เดือน อัตราการเช่าตามอัตราเช่าห้องพัก

7.5 สรุปผลวิเคราะห์ทางการเงิน วิเคราะห์ทางการเงินโดยใช้เครื่องมือดังนี้

7.5.1 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value – NPV)

คือผลต่างระหว่างมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับสุทธิตลอดอายุของโครงการ กับเงินลงทุนเริ่มแรก ณ อัตราผลตอบแทนที่ต้องการหรือต้นทุนของเงินทุนของโครงการ

$$NPV = PV \text{ กระแสเงินสดรับ} - PV \text{ กระแสเงินสดจ่าย}$$

เกณฑ์การตัดสินใจคือ ถ้า NPV มีค่าเป็นบวก ควรที่จะยอมรับการลงทุนในโครงการ แต่ถ้า NPV มีค่าติดลบควรปฏิเสธการลงทุน

7.5.2 อัตราผลตอบแทนโครงการ (Internal Rate of Return – IRR)

คือ หมายถึงอัตราส่วนลด (discount rate) ที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดในการลงทุน เท่ากับมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดที่คาดว่าจะได้รับจากการดำเนินการตลอดอายุโครงการ

เกณฑ์การตัดสินใจคือ ควรยอมรับโครงการลงทุนถ้า IRR มีค่าเกินกว่าต้นทุนของเงินทุน (Cost of Capital) หรืออัตราผลตอบแทนจากการลงทุนที่เจ้าของโครงการต้องการ

จากการคำนวณโครงการอพาร์ทเมนท์ P Residence กรณีเช่าที่ดิน 30 ปี ได้ผลดังนี้ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) = 237,433 บาท, อัตราผลตอบแทนโครงการ (IRR) = 6.96 % หรือประมาณ 7%

จากการคำนวณโครงการอพาร์ทเมนท์ P Residence กรณีซื้อที่ดิน ได้ผลดังนี้ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) = 874,806 บาท, อัตราผลตอบแทนโครงการ (IRR) = 7.05 %

ซึ่งควรตัดสินใจลงทุนเพราะอัตราผลตอบแทนโครงการมากกว่าผลตอบแทนที่เจ้าของโครงการ ที่ 7% ซึ่งจะทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการเป็นบวก 874,806 บาท

นอกจากนี้ยังมีการวิเคราะห์ผลตอบแทนของการลงทุนต่างสถานการณ์ (Scenario analysis) ซึ่งเป็นการศึกษาว่าหากตัวแปรหลายตัวเปลี่ยนแปลง หรือเบี่ยงเบนไปจากสมมติฐานพร้อมๆกัน จะทำให้มูลค่าของโครงการเปลี่ยนไปอย่างไร ในการประเมินโครงการในครั้งนี้ได้กำหนดตัวแปรเปลี่ยนแปลง ได้แก่

1. อัตราเข้าพักของทั้งห้องพัก ห้องพาณิชยกรรม และสาธารณูปโภค

2. ค่าซ่อมบำรุง

โดยจัดทำทั้ง 2 กรณี จากงบกระแสเงินสดที่แสดงในภาคผนวกสามารถนำมา

สรุปผลได้ดังนี้

7.5.2.1 Scenario Analysis กรณีเช่า 30 ปี

โครงการมีการตั้งสมมติฐาน ตามการวิเคราะห์ผลตอบแทนในการลงทุนต่างสถานการณ์ (Scenario Analysis) ถึง 3 กรณีคือ Base Case, Worst Case และ Best Case มีข้อสรุปดังนี้

(1) Base Case

ปัจจัย

- ห้องพักอาศัยในปีที่ 1,2,3และปีที่ 4 เสถียร อัตราการเช่าพักที่ 70% 80% 90% และ 95% ตามลำดับ

- อาคารเชิงพาณิชย์ในปีแรกมีการเช่าเสถียร อัตราการเช่าที่ 100 % ผล

- มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ (NPV) เป็น 237,433 บาท

- ให้อัตราผลตอบแทนทางการลงทุน (IRR) เป็น 6.96 % (ประมาณ 7%)

เท่ากับ อัตราผลตอบแทนที่เจ้าของโครงการต้องการ คืออยู่ที่ 7 %

(2) Worst Case

ปัจจัย

- ห้องพักอาศัยในปีที่ 1,2,3และปีที่ 4 เสถียร อัตราการเช่าพักที่ 50% 60% 70% และ 80% ตามลำดับ

- อาคารเชิงพาณิชย์ในปีแรกมีการเช่าเสถียร อัตราการเช่าที่ 100 %

ผล

- มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ (NPV) เป็น -11,920,975 บาท

- ให้อัตราผลตอบแทนทางการลงทุน (IRR) เป็น 5 %

น้อยกว่า อัตราผลตอบแทนที่เจ้าของโครงการต้องการ คืออยู่ที่ 7 %

(3) Best Case

ปัจจัย

- ห้องพักอาศัยในปีที่ 1,2 และปีที่ 3 เสถียร อัตราการเช่าพักที่ 80% 90% และ 95% ตามลำดับ

- อาคารเชิงพาณิชย์ในปีแรกมีการเช่าเสถียร อัตราการเช่าที่ 100 % ผล

- มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ (NPV) เป็น 3,009,226 บาท

- ให้อัตราผลตอบแทนทางการลงทุน (IRR) เป็น 7.45 %

มากกว่า อัตราผลตอบแทนที่เจ้าของโครงการต้องการ คืออยู่ที่ 7 %

7.5.2.2 Scenario Analysis กรณีซื้อที่ดิน

โครงการมีการตั้งสมมติฐาน ตามการวิเคราะห์ผลตอบแทนในการลงทุนต่างสถานการณ์ (Scenario Analysis) ถึง 3 กรณีคือ Base Case, Worst Case และ Best Case มีข้อสรุปดังนี้

(1) Base Case

ปัจจัย

- ห้องพักอาศัยในปีที่ 1,2,3และปีที่ 4 เสถียร อัตราการเช่าพักที่ 70% 80% 90% และ 95% ตามลำดับ
- อาคารเชิงพาณิชย์ในปีแรกมีการเช่าเสถียร อัตราการเช่าที่ 100 %

ผล

- มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ (NPV) เป็น 874,806 บาท
- ให้อัตราผลตอบแทนทางการลงทุน (IRR) เป็น 7.05 %
- เท่ากับ อัตราผลตอบแทนที่เจ้าของโครงการต้องการ คืออยู่ที่ 7 %

(2) Worst Case

ปัจจัย

- ห้องพักอาศัยในปีที่ 1,2,3และปีที่ 4 เสถียร อัตราการเช่าพักที่ 50% 60% 70% และ 80% ตามลำดับ
- อาคารเชิงพาณิชย์ในปีแรกมีการเช่าเสถียร อัตราการเช่าที่ 100 %

ผล

- มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ (NPV) เป็น -18,376,438 บาท
- ให้อัตราผลตอบแทนทางการลงทุน (IRR) เป็น 3.91 %
- น้อยกว่า อัตราผลตอบแทนที่เจ้าของโครงการต้องการ คืออยู่ที่ 7 %

(3) Best Case

ปัจจัย

- ห้องพักอาศัยในปีที่ 1,2 และปีที่ 3 เสถียร อัตราการเช่าพักที่ 80% 90% และ 95% ตามลำดับ
- อาคารเชิงพาณิชย์ในปีแรกมีการเช่าเสถียร อัตราการเช่าที่ 100 %

ผล

- มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ (NPV) เป็น 3,577,387 บาท
 - ให้อัตราผลตอบแทนทางการลงทุน (IRR) เป็น 7.47 %
- มากกว่า อัตราผลตอบแทนที่เจ้าของโครงการต้องการ คืออยู่ที่ 7 %

สมมติฐานในกรณี Normal Case และ Best Case ที่โครงการให้อัตราผลตอบแทนที่เท่ากับและมากกว่าตามที่ต้องการ โดยคาดหวังที่ 7% ซึ่งการบริหารอัตราเช่าพักให้ได้ 70% ตั้งแต่ปีที่เริ่มดำเนินการเป็นเรื่องที่สามารถเป็นไปได้หากมีการทำการตลาดที่ดี เนื่องจากเป็นทำเลที่มีความต้องการเช่าอพาร์ทเมนท์สูง ซึ่งจากการสัมภาษณ์พบว่ามีอัตราเช่า 100 % จึงสรุปว่าเป็นโครงการที่เหมาะสมในการลงทุนทั้งกรณีซื้อที่ดินและกรณีเช่า 30 ปี โดยกรณีซื้อที่ดินจะให้ผลตอบแทน IRR มากกว่าอยู่ 0.09% มีข้อดีคือได้ที่ดินเป็นของตนเองซึ่งที่ดินมีทำเลดี ราคาขึ้นได้ในอนาคต แต่ต้องบริหารให้ได้อัตราการเช่า 95%ไปตลอด ส่วนกรณีเช่าบริหารโครงการเพียง 30 ปีจึงมีความเสี่ยงต่ำกว่าแต่ไม่มีโอกาสเป็นเจ้าของดินเพื่อเก็งกำไรที่ดินในอนาคต

รายการอ้างอิง

วิทยานิพนธ์

- ชุติมา ผ่องพรรณวิบูล. 2012. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ระดับล่าง ในเขตกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- ณัฐวิชัย อัครณิวังศ์. 2013. การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกที่อยู่อาศัยประเภทอพาร์ทเมนท์ในเขตกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

- ธนาคารเกียรตินาคิน. วิเคราะห์ตลาดอสังหาฯ ปี 58 จับตาตลาดเช่า “ อพาร์ทเมนท์และโรงแรม” ยังเติบโตได้ดี พ.ศ. 2558. สืบค้นเมื่อวันที่ 24 พฤศจิกายน 2558, จาก <http://www.kiatnakin.co.th/news-detail.php?id=110>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. รายงานนโยบายการเงิน ฉบับเดือนมิถุนายน 2558 (ฉบับที่ 31/2558). สืบค้นเมื่อวันที่ 23 พฤศจิกายน 2558, จาก <https://www.bot.or.th/Thai/PressandSpeeches/Press/News2558/n3158t.pdf>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. แถลงข่าวเศรษฐกิจและการเงินเดือนกันยายน และไตรมาสที่ 3 ปี 2558 (ฉบับที่ 51/2558). สืบค้นเมื่อวันที่ 23 พฤศจิกายน 2558, จาก https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/EconomicConditions/PressRelease/PressRelease2557/PressThai_September2558_123B1.pdf
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. ผลการดำเนินงานของระบบธนาคารพาณิชย์ไตรมาส 3 ปี 2558. สืบค้นเมื่อวันที่ 23 พฤศจิกายน 2558, จาก https://www.bot.or.th/Thai/FinancialInstitutions/Publications/FIProformance_Press/n5358t.pdf
- สำนักยุทธศาสตร์และการวางแผนเศรษฐกิจมหภาค. ภาวะเศรษฐกิจไทยไตรมาสที่สองและแนวโน้มปี 2558. สืบค้นเมื่อวันที่ 23 พฤศจิกายน 2558, จาก http://www.nesdb.go.th/Portals/0/eco_datas/economic/eco_state/4_57/PressThaiO4-2014.pdf

CBRE. แนวโน้มตลาดอสังหาฯ'58 : ตลาดอาคารสำนักงานและค้าปลีกในกรุงเทพฯ. สืบค้นเมื่อวันที่ 23 พฤศจิกายน 2558, จาก

<http://www.cbre.co.th/th/News/Article/2015-Forecast-Bangkok-Office-and-Retail-Markets>

CBRE. Marketview Bangkok Office, Q2 2015. สืบค้นเมื่อวันที่ 23 พฤศจิกายน 2558, จาก

http://cdn.cbre.co.th/media/research_lang_file/2248/q2_15_bangkok_office_market_view.pdf







ภาคผนวก ก

งบกระแสเงินสด

งบกระแสเงินสดกรณีซื้อที่ดิน แบบ Worst Case

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
งบกำไรขาดทุน											
กำไรสุทธิ		3,794,400	3,794,400	3,794,400	3,794,400	3,946,176	4,104,023	4,268,184	4,438,911	4,616,468	4,801,126
กำไรดำเนินงาน		1,897,200	2,276,640	2,656,080	3,035,520	3,156,941	3,283,218	3,414,547	3,551,129	3,693,174	3,840,901
กำไรดำเนินงานและดอกเบี้ย		84,000	84,000	84,000	84,000	87,360	90,854	94,489	98,268	102,199	106,287
กำไรดำเนินงานสุทธิ		43,200	51,840	60,480	71,885	80,861	90,861	102,199	112,909	124,498	136,574
กำไรดำเนินงานสุทธิ		648,000	777,600	907,200	1,036,800	1,166,259	1,295,660	1,425,019	1,554,338	1,683,615	1,812,852
กำไรดำเนินงานสุทธิ		259,200	311,040	362,880	414,720	431,309	448,561	466,504	485,164	504,570	524,753
กำไรดำเนินงานสุทธิ		129,600	155,520	181,440	207,360	215,654	224,281	233,252	242,585	252,285	262,377
กำไรดำเนินงานสุทธิ		126,000	151,200	176,400	201,600	201,600	201,600	201,600	201,600	201,600	201,600
กำไรดำเนินงานสุทธิ		3,061,200	3,656,640	4,252,080	4,847,520	5,041,421	5,243,078	5,452,801	5,670,913	5,897,749	6,133,659
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน											
ค่าเสื่อมราคา		573,960	573,960	573,960	573,960	573,960	573,960	573,960	573,960	573,960	573,960
ค่าเช่า		12,768	14,842	16,915	19,748	20,538	21,360	22,214	23,103	24,027	24,987
ค่าไฟฟ้า		456,000	542,400	628,800	715,200	743,808	773,560	804,503	836,683	870,190	904,956
ค่าโทรศัพท์		2,000	2,000	2,000	2,000	2,080	2,163	2,250	2,340	2,433	2,531
ค่าเช่าที่ดิน		3,000	3,000	3,000	3,000	3,120	3,245	3,375	3,510	3,650	3,796
เงินปันผล		600,000	600,000	600,000	600,000	624,000	648,960	674,918	701,915	729,992	759,191
ค่าจ้างผู้บริหาร		133,280	2,000	2,000	2,000	2,080	2,163	2,250	2,340	2,433	2,531
ค่าจ้างผู้บริหาร		20,000	20,000	20,000	20,000	20,800	21,632	22,497	23,397	24,333	25,306
ค่าจ้างผู้บริหาร		237,150	284,580	332,010	379,440	394,618	410,402	426,818	443,891	461,647	480,113
ค่าจ้างผู้บริหาร		2,038,658	2,042,782	2,178,685	2,314,589	2,384,214	2,456,624	2,531,931	2,610,250	2,691,701	2,776,411
ค่าจ้างผู้บริหาร		1,022,542	1,613,858	2,073,395	2,532,931	2,657,207	2,786,954	2,920,870	3,060,663	3,206,048	3,357,249
กำไรสุทธิ		2,318,550	2,162,373	1,992,863	1,808,927	1,609,338	1,392,765	1,157,760	902,758	626,054	325,803
กำไรสุทธิ		1,296,048	548,515	80,532	724,004	1,047,869	1,393,689	1,763,110	2,157,995	2,579,994	3,031,446
กำไรสุทธิ		(259,209,521)	(109,702,961)	16,106,411	144,800,841	209,573,711	278,737,781	352,621,921	431,581,115	515,998,881	606,289,191
กำไรสุทธิ		1,036,838	438,812	64,426	64,426	579,203	1,114,951	1,410,488	1,726,325	2,063,996	2,425,157
งบกระแสเงินสด											
กำไรสุทธิ		1,036,838	438,812	64,426	64,426	579,203	1,114,951	1,410,488	1,726,325	2,063,996	2,425,157
กำไรสุทธิ		(81,835,681)	(81,991,897)	(82,161,407)	(82,345,343)	(82,544,932)	(82,761,506)	(83,006,510)	(83,251,513)	(83,528,216)	(83,828,468)
กำไรสุทธิ		573,960	573,960	573,960	573,960	573,960	573,960	573,960	573,960	573,960	573,960
กำไรสุทธิ		2,298,559	1,856,749	1,523,022	1,192,180	1,132,677	1,072,594	1,012,062	951,228	890,261	829,351
กำไรสุทธิ		68,113,678	1,856,749	1,523,022	1,192,180	1,132,677	1,072,594	1,012,062	951,228	890,261	829,351
กำไรสุทธิ		68,113,678	1,856,749	1,523,022	1,192,180	1,132,677	1,072,594	1,012,062	951,228	890,261	829,351
กำไรสุทธิ		18,376,438	3,915,666	18,47	18,47	18,47	18,47	18,47	18,47	18,47	18,47
กำไรสุทธิ		27,245,471	23,417,894	21,256,486	18,911,143	16,366,212	13,604,706	10,608,196	7,356,684	3,828,468	0
กำไรสุทธิ		2,318,990	2,162,373	1,992,863	1,808,927	1,609,338	1,392,765	1,157,760	902,758	626,054	325,803
กำไรสุทธิ		(81,835,681)	(81,991,897)	(82,161,407)	(82,345,343)	(82,544,932)	(82,761,506)	(83,006,510)	(83,251,513)	(83,528,216)	(83,828,468)

งบกระแสเงินสดกรณีซื้อที่ดิน แบบ Best Case

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
งบกำไรขาดทุน											
กำไรสุทธิ	-	39,000.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-
กำไรก่อนหักดอกเบี้ย	-	25,828,200	-	-	-	-	-	-	-	-	-
กำไรสุทธิ	-	39,000.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-
กำไรสุทธิ	-	25,828,200	-	-	-	-	-	-	-	-	-
กำไรสุทธิ	-	100,000	-	-	-	-	-	-	-	-	-
กำไรสุทธิ	-	258,282	-	-	-	-	-	-	-	-	-
กำไรสุทธิ	-	25,828	-	-	-	-	-	-	-	-	-
กำไรสุทธิ	-	65,212,310	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รายได้											
รายได้จากการเช่าที่ดิน											
PCI	3,794,400	3,794,400	3,794,400	3,794,400	3,794,400	3,946,176	4,104,023	4,268,184	4,438,911	4,616,468	4,801,126
Occupancy Rate	80%	90%	95%	95%	95%	95%	95%	95%	95%	95%	95%
EGI	3,035,520	3,414,960	3,604,680	3,604,680	3,604,680	3,748,867	3,898,822	4,054,775	4,216,966	4,385,644	4,561,070
รายได้จากการเช่าบ้าน	84,000	84,000	84,000	84,000	84,000	87,360	90,854	94,489	98,268	102,199	106,287
รายได้ค่าเช่า	69,120	77,760	82,080	82,080	82,080	85,363	88,778	92,329	96,022	99,863	103,857
รายได้ค่าไฟ	1,036,800	1,166,400	1,231,200	1,231,200	1,231,200	1,280,448	1,331,666	1,384,933	1,440,330	1,497,943	1,557,861
รายได้ค่า Internet	414,720	466,560	492,480	492,480	492,480	512,179	532,666	553,973	576,132	599,177	623,144
รายได้ค่าเช่ารถ	207,360	233,280	246,240	246,240	246,240	256,090	266,333	276,987	288,066	299,589	311,572
รายได้ค่าจอดรถ	201,600	226,800	239,400	239,400	239,400	239,400	239,400	239,400	239,400	239,400	239,400
รายได้รวม	4,887,520	5,442,960	5,740,680	5,740,680	5,740,680	5,970,307	6,209,119	6,457,484	6,715,784	6,984,415	7,263,792
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน											
ค่าเช่าอาคาร	516,564	516,564	516,564	516,564	516,564	516,564	516,564	516,564	516,564	516,564	516,564
ค่าเช่ารถ	18,989	21,062	22,099	22,099	22,099	22,883	23,902	24,859	25,853	26,887	27,963
ค่าไฟฟ้า	715,200	801,600	844,800	844,800	844,800	878,592	913,736	950,285	988,297	1,027,828	1,068,942
ค่า Internet	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,080	2,163	2,250	2,340	2,433	2,531
ค่าเช่ารถ	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,120	3,245	3,375	3,510	3,650	3,796
เงินเดือนพนักงาน	600,000	600,000	600,000	600,000	600,000	624,000	648,900	674,918	701,915	729,992	759,191
ค่าเช่าบ้าน/ค่าเช่ารถเช่า	133,780	2,000	2,000	2,000	2,000	2,080	2,163	2,250	2,340	2,433	2,531
ค่าเช่าบ้าน/ค่าเช่ารถเช่า	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,800	21,632	22,497	23,397	24,333	25,306
ค่าเช่าบ้าน/ค่าเช่ารถเช่า	379,440	426,870	450,585	450,585	450,585	468,608	487,353	506,847	527,121	548,206	570,134
รวมค่าใช้จ่าย	2,388,973	2,393,096	2,461,048	2,461,048	2,461,048	2,518,828	2,619,718	2,703,844	2,791,335	2,883,326	2,976,957
กำไรสุทธิ	2,498,547	3,049,864	3,279,632	3,279,632	3,279,632	3,431,480	3,589,401	3,753,640	3,924,448	4,102,889	4,286,835
กำไรสุทธิ	2,219,827	2,070,265	1,907,975	1,731,874	1,540,787	1,333,438	1,108,445	864,304	599,386	311,925	-
กำไรสุทธิ	238,720	979,599	1,371,657	1,547,758	1,890,693	2,255,063	2,645,195	3,060,144	3,502,702	3,974,910	-
กำไรสุทธิ	47,744.03	195,919.76	274,331.39	309,551.56	378,138.53	451,192.59	529,039.09	612,028.89	700,540.44	794,982.01	-
กำไรสุทธิ	190,976	783,679	1,097,326	1,238,206	1,512,554	1,804,770	2,116,156	2,448,116	2,802,162	3,179,928	-
การชำระเงินคืน											
ค่าเช่าที่ดิน	190,976	783,679	1,097,326	1,238,206	1,512,554	1,804,770	2,116,156	2,448,116	2,802,162	3,179,928	-
กำไรสุทธิ	-81,757,488	81,907,050	-82,069,340	-82,245,441	-82,436,528	-82,643,877	-82,868,870	-83,113,011	-83,377,929	-83,665,390	-
กำไรสุทธิ	516,564	516,564	516,564	516,564	516,564	516,564	516,564	516,564	516,564	516,564	-
กำไรสุทธิ	-	55,212,310	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Terminal Value	-	65,212,310	-	-	-	-	-	-	-	-	-
FCF	-	65,212,310	-	1,049,948	606,807	407,671	322,542	236,150	148,332	59,203	140,279,479
PV	-	981,964	-	530,770	-	375,407	-	215,851	-	147,803	-
NPV											
IRR	3.577387										
Payback Period	7.47855%										
	17.82										
เงินต้นคืน	26,084,924	24,327,436	22,420,386	20,351,046	18,105,605	15,669,077	13,025,200	10,156,330	7,043,319	3,665,390	0
PMT	-83,977,315	-83,977,315	-83,977,315	-83,977,315	-83,977,315	-83,977,315	-83,977,315	-83,977,315	-83,977,315	-83,977,315	-83,977,315
ดอกเบี้ย	2,219,827	2,070,265	1,907,975	1,731,874	1,540,787	1,333,438	1,108,445	864,304	599,386	311,925	-
กำไรสุทธิ	-81,757,488	81,907,050	-82,069,340	-82,245,441	-82,436,528	-82,643,877	-82,868,870	-83,113,011	-83,377,929	-83,665,390	-

งบกระแสเงินสดกรณีเช่าที่ดิน 30 ปี แบบ Base Case (2)

	0	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
งบกำไรขาดทุน											
การลงทุน											
ที่ดิน	-	9,750,000									
ก่อสร้างและตกแต่ง	-	27,263,100									
สารพัด	-	100,000									
ปรับปรุงสิ่งพิมพ์	-	272,631									
ค่าธรรมเนียมและ	-	27,263									
ค่าของใบอนุญาตก่อสร้าง	-	37,412,994									
รายได้											
รายได้จากค่าเช่าห้อง											
PGI	4,993,172	5,192,898	5,400,614	5,616,639	5,841,304	6,074,957	6,317,955	6,570,673	6,833,500	7,106,840	
Occupancy Rate	95%	95%	95%	95%	95%	95%	95%	95%	95%	95%	
EGI	4,743,513	4,933,253	5,130,584	5,335,807	5,549,239	5,771,209	6,002,057	6,242,139	6,491,825	6,751,498	
รายได้จากค่าเช่าบ้าน											
รายได้ค่าเช่า	110,588	114,960	119,588	124,341	129,314	134,487	139,866	145,461	151,279	157,330	
รายได้ค่าเช่า	108,012	112,332	116,825	121,498	126,358	131,413	136,669	142,136	147,821	153,734	
รายได้ค่าไฟ											
รายได้ค่าไฟ	1,620,175	1,684,982	1,752,382	1,822,477	1,895,376	1,971,191	2,050,039	2,132,040	2,217,322	2,306,015	
รายได้ค่า Internet											
รายได้ค่า Internet	648,070	673,293	700,953	728,991	758,150	788,476	820,015	852,816	886,929	922,406	
รายได้ค่าเคเบิล											
รายได้ค่าเคเบิล	324,035	336,996	350,476	364,495	379,075	394,238	410,008	426,408	443,464	461,203	
รายได้ที่ขาด											
รายได้ที่ขาด	239,400	239,400	239,400	239,400	239,400	239,400	239,400	239,400	239,400	239,400	
รายได้รวม	7,594,343	7,856,517	8,170,778	8,497,609	8,837,513	9,191,014	9,558,654	9,941,000	10,338,640	10,752,186	
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน											
ค่าเสื่อมราคา	545,262	545,262	545,262	545,262	545,262	545,262	545,262	545,262	545,262	545,262	
ค่าเช่า	30,244	30,244	31,454	32,712	34,021	35,382	36,797	38,269	39,799	41,391	
ค่าไฟฟ้า	1,111,699	1,156,167	1,202,414	1,250,510	1,300,551	1,352,552	1,406,654	1,462,920	1,521,437	1,582,295	
ค่า Internet	2,632	2,737	2,847	2,960	3,079	3,202	3,330	3,463	3,602	3,746	
ค่าเคเบิล	3,948	4,106	4,270	4,441	4,618	4,803	4,995	5,195	5,403	5,619	
เงินเดือนพนักงาน	789,559	821,141	853,987	888,147	923,672	960,619	999,044	1,039,006	1,080,566	1,123,789	
ค่าเช่าบ้านในการโฆษณา	2,632	2,737	2,847	2,960	3,079	3,202	3,330	3,463	3,602	3,746	
CAPEX	26,319	27,371	28,466	29,605	30,789	32,021	33,301	34,634	36,019	37,460	
ค่าเช่าเครื่อง	592,939	616,657	641,323	666,976	693,655	721,401	750,257	780,267	811,478	843,937	
กำไรก่อนหักภาษี	3,104,071	3,206,423	3,312,869	3,423,574	3,538,706	3,658,444	3,782,971	3,912,479	4,047,168	4,187,244	
กำไรสุทธิ	4,450,273	4,650,094	4,857,908	5,074,035	5,298,807	5,532,570	5,775,683	6,028,521	6,291,472	6,564,942	
กำไรก่อนหักภาษี	4,450,273	4,650,094	4,857,908	5,074,035	5,298,807	5,532,570	5,775,683	6,028,521	6,291,472	6,564,942	
กำไรสุทธิ	890,054,54	930,018,82	971,581,66	1,014,807,03	1,059,761,40	1,106,513,96	1,155,136,61	1,205,704,17	1,258,294,43	1,312,988,31	
กำไรสุทธิ	3,550,218	3,720,075	3,886,327	4,059,228	4,239,046	4,426,056	4,620,546	4,822,817	5,033,178	5,251,953	
งบกระแสเงินสด											
กำไรสุทธิ	3,550,218	3,720,075	3,886,327	4,059,228	4,239,046	4,426,056	4,620,546	4,822,817	5,033,178	5,251,953	
การเปลี่ยนแปลงเงินต้น											
ค่าเสื่อม	545,262	545,262	545,262	545,262	545,262	545,262	545,262	545,262	545,262	545,262	
กระแสเงินสด	3,741,215	3,741,215	3,741,215	3,741,215	3,741,215	3,741,215	3,741,215	3,741,215	3,741,215	3,741,215	
Terminal Value											
FCF	-	37,412,994	4,265,337	4,431,589	4,604,490	4,784,308	4,971,318	5,165,808	5,368,079	5,578,440	5,797,215
PV	-	37,412,994	4,265,337	4,431,589	4,604,490	4,784,308	4,971,318	5,165,808	5,368,079	5,578,440	5,797,215
NPV	237,433										
IRR	6.9631%										
Payback Period	16.86										
เงินต้นลงทุน											
PMT											
ดอกเบี้ยจ่าย											
จำนวนเงินต้น											

พ.ด.ศ.ดร.

งบกระแสเงินสดกรณีเช่าที่ดิน 30 ปี แบบ Worst Case

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
งบกำไรขาดทุน											
การลงทุน											
ที่ดิน											
ก่อสร้างและตกแต่ง	- 9,750,000										
ค่าที่ดิน	- 28,698,000										
ปรับปรุงภูมิทัศน์	- 100,000										
ค่าออกแบบ	- 286,980										
ค่าธรรมเนียมและค่าโอนใบอนุญาตก่อสร้าง	- 28,698										
รวมได้	- 38,863,678										
รายได้จากการให้เช่า											
PGI	3,794,400	3,794,400	3,794,400	3,794,400	3,794,400	3,946,176	4,104,023	4,268,184	4,438,911	4,616,468	4,801,126
Occupancy Rate	50%	60%	70%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%
EGI	1,897,200	2,276,640	2,656,080	3,035,520	3,414,941	3,156,941	3,283,218	3,414,547	3,551,129	3,693,174	3,840,901
รายได้จากการเช่าบ้าน	84,000	84,000	84,000	84,000	84,000	87,360	90,854	94,489	98,268	102,199	106,287
รายได้ค่าเช่า	43,200	51,840	60,480	69,120	77,751	71,885	74,760	77,751	80,861	84,095	87,459
รายได้ค่าไฟ	648,000	777,600	907,200	1,036,800	1,178,272	1,078,272	1,121,403	1,166,259	1,212,909	1,261,426	1,311,883
รายได้ค่า Internet	259,200	311,040	362,880	414,720	431,309	431,309	448,561	466,504	485,164	504,570	524,753
รายได้ค่าค่าน้ำ	129,600	155,520	181,440	207,360	215,654	215,654	224,281	233,252	242,582	252,285	262,377
รายได้ค่าเช่ารถ	126,000	151,200	176,400	201,600	201,600	201,600	201,600	201,600	201,600	201,600	201,600
รวมได้	3,061,200	3,656,640	4,252,080	4,847,520	5,041,421	5,041,421	5,243,078	5,452,801	5,670,913	5,897,749	6,133,659
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน											
ค่าเสื่อมราคา	573,960	573,960	573,960	573,960	573,960	573,960	573,960	573,960	573,960	573,960	573,960
ค่าไฟฟ้า	12,768	14,842	16,915	18,989	19,748	19,748	20,538	21,360	22,214	23,103	24,027
ค่า Internet	456,000	542,400	628,800	715,200	743,808	743,808	773,560	804,503	836,683	870,150	904,956
ค่าเช่า	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,080	2,163	2,250	2,340	2,433	2,531
เงินเดือนพนักงาน	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,120	3,245	3,375	3,510	3,650	3,796
ค่าจ้างผู้บริหาร	133,780	2,000	2,000	2,000	2,000	2,080	2,163	2,250	2,340	2,433	2,531
ค่าธรรมเนียมในการเช่า	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	31,200	32,448	33,746	35,096	36,500	37,960
ค่าเช่าที่ดินในการเช่า	237,150	284,580	332,010	379,440	394,618	394,618	410,402	426,818	443,891	461,647	480,113
รวมค่าใช้จ่าย	2,048,658	2,052,782	2,188,685	2,324,589	2,394,614	2,467,440	2,543,179	2,621,948	2,703,868	2,789,064	2,879,064
กำไรก่อนหักภาษี	1,012,542	1,603,858	2,063,395	2,522,931	2,646,807	2,775,638	2,909,621	3,048,965	3,193,882	3,344,595	3,494,595
หัก ดอกเบี้ย	1,322,920	1,233,787	1,137,069	1,032,121	918,241	794,671	660,584	515,087	357,208	185,893	185,893
กำไรก่อนหักภาษี	310,378	370,071	926,325	1,490,810	1,728,565	1,980,967	2,249,037	2,533,878	2,836,674	3,158,702	3,318,702
หัก ค่าธรรมเนียมที่ดิน	(62,075.52)	74,014.27	185,265.09	298,162.04	345,713.07	396,193.33	449,807.41	506,775.51	567,334.73	631,740.38	700,000.00
กำไรสุทธิ	248,302	296,057	741,060	1,192,648	1,382,852	1,382,852	1,584,773	1,799,230	2,027,102	2,269,339	2,526,962
งบกระแสเงินสด											
กำไรสุทธิ	248,302	296,057	741,060	1,192,648	1,382,852	1,382,852	1,584,773	1,799,230	2,027,102	2,269,339	2,526,962
การคืนเงินต้น	- 81,047,386	- 81,136,518	- 81,233,236	- 81,338,184	- 81,452,064	- 81,575,634	- 81,709,721	- 81,855,218	- 82,013,097	- 82,184,412	- 82,370,305
ค่าเสื่อม	573,960	573,960	573,960	573,960	573,960	573,960	573,960	573,960	573,960	573,960	573,960
กระแสเงินสด	- 38,863,678	- 721,728	- 266,501	81,784	428,424	504,748	583,099	663,469	745,844	830,202	916,510
Terminal Value											
FCF	- 38,863,678	- 721,728	- 266,501	81,784	428,424	504,748	583,099	663,469	745,844	830,202	916,510
PV	- 38,863,678	- 674,996	- 233,107	66,904	327,783	361,173	390,221	415,257	436,589	454,502	469,264
NPV	- 11,920,975										
IRR	4.8990%										
Payback Period	17.23										
เงินต้นคงค้าง	15,545,471	14,498,085	13,361,567	12,128,331	10,790,147	9,338,083	7,762,448	6,052,727	4,197,509	2,184,412	0
PMT	- 82,370,305	- 82,370,305	- 82,370,305	- 82,370,305	- 82,370,305	- 82,370,305	- 82,370,305	- 82,370,305	- 82,370,305	- 82,370,305	- 82,370,305
ดอกเบี้ยจ่าย	1,322,920	1,233,787	1,137,069	1,032,121	918,241	794,671	660,584	515,087	357,208	185,893	185,893
จำนวนเงินต้น	- 81,047,386	- 81,136,518	- 81,233,236	- 81,338,184	- 81,452,064	- 81,575,634	- 81,709,721	- 81,855,218	- 82,013,097	- 82,184,412	- 82,370,305

งบกระแสเงินสดกรณีเช่าที่ดิน 30 ปี แบบ Best Case

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
งบดำเนินงาน											
กำไรสุทธิ	- 9,750,000										
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	- 25,828,200										
กำไรสุทธิ	-										
กำไรสุทธิ	- 100,000										
ค่าเสื่อมราคา	- 258,282										
กำไรสุทธิ	- 25,828										
กำไรสุทธิ	- 35,962,310										
กำไรสุทธิ											
กำไรสุทธิจากการเช่าห้อง											
PGI	3,794,400	3,794,400	3,794,400	3,794,400	3,794,400	3,946,176	4,104,023	4,268,184	4,438,911	4,616,468	4,801,126
Occupancy Rate	80%	90%	95%	95%	95%	95%	95%	95%	95%	95%	95%
EGI	3,035,520	3,414,960	3,604,680	3,604,680	3,604,680	3,748,867	3,898,822	4,054,775	4,216,966	4,385,644	4,561,070
รายได้จากการเช่าห้อง	84,000	84,000	84,000	84,000	84,000	87,360	90,854	94,489	98,268	102,199	106,287
รายได้ค่าเช่า	69,120	77,760	82,080	82,080	82,080	85,363	88,778	92,329	96,022	99,863	103,857
รายได้ค่าไฟ	1,036,800	1,166,400	1,231,200	1,231,200	1,231,200	1,280,448	1,331,666	1,384,933	1,440,330	1,497,943	1,557,861
รายได้ค่า Internet	414,720	466,560	492,480	492,480	492,480	512,179	532,666	553,973	576,132	599,177	623,144
รายได้ค่าเดิม	207,360	233,280	246,240	246,240	246,240	256,090	266,333	276,987	288,066	299,589	311,572
รายได้ค่าตกแต่ง	201,600	226,800	239,400	239,400	239,400	239,400	239,400	239,400	239,400	239,400	239,400
รายได้รวม	4,847,520	5,442,960	5,740,680	5,740,680	5,740,680	5,970,307	6,209,119	6,457,484	6,715,784	6,984,415	7,263,792
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน											
ค่าเสื่อมราคา	516,564	516,564	516,564	516,564	516,564	516,564	516,564	516,564	516,564	516,564	516,564
ค่าเช่า	18,989	21,062	22,099	22,099	22,099	22,983	23,902	24,859	25,853	26,887	27,963
ค่าไฟฟ้า	715,200	801,600	844,800	844,800	844,800	878,592	913,736	950,285	988,297	1,027,828	1,068,942
ค่า Internet	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,080	2,163	2,250	2,340	2,433	2,531
ค่าเดิม	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,120	3,245	3,375	3,510	3,650	3,796
ค่าใช้จ่ายในการโฆษณา	600,000	600,000	600,000	600,000	600,000	624,000	648,900	674,918	701,915	729,992	759,191
ค่าเช่าในการโฆษณา	133,780	2,000	2,000	2,000	2,000	2,080	2,163	2,250	2,340	2,433	2,531
ค่าเช่าในการโฆษณา	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,800	21,632	22,497	23,397	24,333	25,306
ค่าเช่าในการโฆษณา	379,440	426,870	450,585	450,585	450,585	468,608	487,353	506,847	527,121	548,206	570,134
รวมค่าใช้จ่ายทั้งสิ้น	2,388,973	2,393,096	2,461,048	2,461,048	2,461,048	2,538,828	2,619,718	2,703,844	2,791,335	2,882,336	2,976,957
กำไรสุทธิจากการดำเนินงาน	2,458,547	3,049,864	3,279,632	3,279,632	3,279,632	3,431,480	3,589,401	3,753,640	3,924,448	4,102,089	4,286,835
กำไรสุทธิ	1,224,157	1,141,679	1,052,181	1,052,181	1,052,181	955,068	849,690	735,345	611,268	476,633	330,541
กำไรสุทธิ	1,234,390	1,908,185	2,222,450	2,324,564	2,581,789	2,854,057	3,142,372	3,447,815	3,771,548	4,114,819	
กำไรสุทธิ	246,878,03	381,636,98	445,490,07	464,912,76	464,912,76	516,357,89	570,811,33	628,474,31	689,582,97	754,309,59	822,963,83
กำไรสุทธิ	987,512	1,526,548	1,781,960	1,859,651	1,859,651	2,065,432	2,283,245	2,513,897	2,758,252	3,017,238	3,291,855
กำไรสุทธิ											
กำไรสุทธิ	987,512	1,526,548	1,781,960	1,859,651	1,859,651	2,065,432	2,283,245	2,513,897	2,758,252	3,017,238	3,291,855
กำไรสุทธิ	-8969,193	-81,051,672	-81,141,169	-81,238,282	-81,333,660	-81,438,006	-81,552,006	-81,675,717	-81,808,210	-82,021,335	-82,293,350
กำไรสุทธิ	-	35,962,310	991,440	1,157,356	1,157,356	1,238,336	1,341,804	1,448,379	1,558,099	1,670,993	1,787,085
Terminal Value											
FCF	534,883	991,440	1,157,356	1,157,356	1,157,356	1,238,336	1,341,804	1,448,379	1,558,099	1,670,993	1,787,085
PV	3,009,226	867,207	946,784	870,620	870,620	886,092	897,961	906,523	912,052	914,802	915,010
NPV	7,449,999										
Payback Period	16.79										
เงินลงทุน	14,384,924	13,415,731	12,364,059	11,222,891	9,984,608	8,640,948	7,182,943	5,600,861	3,884,144	2,021,335	0
PMT	-82,193,350	-82,193,350	-82,193,350	-82,193,350	-82,193,350	-82,193,350	-82,193,350	-82,193,350	-82,193,350	-82,193,350	-82,193,350
ดอกเบี้ย	1,224,157	1,141,679	1,052,181	1,052,181	1,052,181	955,068	849,690	735,345	611,268	476,633	330,541
กำไรสุทธิ	-8969,193	-81,051,672	-81,141,169	-81,238,282	-81,333,660	-81,438,006	-81,552,006	-81,675,717	-81,808,210	-82,021,335	-82,293,350

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาว พิมพ์ภรณ์ รัตนคณิงธรรม
วันเดือนปีเกิด	4 ตุลาคม 2531
ตำแหน่ง	Senior Content Editor Thinkofliving
ทุนการศึกษา (ถ้ามี)	
ผลงานทางวิชาการ	
ประสบการณ์ทำงาน	2559-ปัจจุบัน Senior Content Editor Thinkofliving 2557-2559 Business Development L.P.N. 2555-2557 Urban&Landscape Designer P Landscape