



การศึกษาการใช้ประโยชน์ที่ดินที่เหมาะสม บริเวณอำเภอเมืองชลบุรี

โดย

นางสาววัลรัตน์ โคตระวิวัฒน์

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์)
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2558
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

การศึกษาการใช้ประโยชน์ที่ดินที่เหมาะสม บริเวณอำเภอเมืองชลบุรี

โดย

นางสาววัลรัตน์ โคตระวิวัฒน์

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์)
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2558
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



FEASIBILITY STUDY OF CONDOMINIUM IN CHONBURI PROVINCE

BY

MISS THAVULRAT KOTRAVIVATANA



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

นางสาววัลรัตน์ โคตระวิวัฒน์

เรื่อง

การศึกษาการใช้ประโยชน์ที่ดินที่เหมาะสม บริเวณอำเภอเมืองชลบุรี

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์)

เมื่อ วันที่ 22 เมษายน พ.ศ. 2559

ประธานกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิติ รัตนปรีชาเวช)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ



(รองศาสตราจารย์วิทวัส รุ่งเรืองผล)

คณบดี



(ศาสตราจารย์ ดร.ศิริลักษณ์ โจนกิจอำนวยการ)

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	การศึกษาการใช้ประโยชน์ที่ดินที่เหมาะสม บริเวณ อำเภอเมืองชลบุรี
ชื่อผู้เขียน	นางสาวธวัชรัตน์ โคตระวิวัฒน์
ชื่อปริญญา	วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์)
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	รองศาสตราจารย์วิวัฒน์ รุ่งเรืองผล
ปีการศึกษา	2558

บทสรุปผู้บริหาร

คอนโดมิเนียม เดอะโอเชียน ตั้งอยู่ใจกลางอำเภอเมืองชลบุรี และสามารถเข้าถึงได้ทางถนนสุขุมวิท พื้นที่โครงการมีขนาด 4-2-35 ไร่ มีทั้งหมด 916 ยูนิต จำนวน 42 ชั้น ราคาเริ่มตั้งแต่ยูนิตละ 3 ล้านบาทถึง 10 ล้านบาท โครงการนี้มีความคุ้มค่าในการลงทุน มีมาตรฐานความเป็นอยู่ที่ดี มีความทันสมัยและหรูหรา นอกจากนี้ยังอยู่ใกล้แหล่งการค้า โรงพยาบาล โรงเรียน สถานที่ราชการ นิคมอุตสาหกรรมรอบๆโครงการ

ระดับรายได้ครัวเรือนของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายอยู่ที่ 400,000 บาทต่อเดือน โดยกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจะเป็นนักลงทุนทั้งไทยและต่างชาติ และผู้ประกอบการท้องถิ่น

Net Present Value (NPV) ของโครงการอยู่ที่ 415,292,761.68 บาท และ Internal Rate of Return (IRR) อยู่ที่ 13.79% ซึ่งสูงกว่าที่คาดไว้ โดยผลลัพธ์นี้แสดงให้เห็นว่าโครงการนี้มีศักยภาพในการลงทุน ในแง่ของการตลาด การเงิน กฎหมาย และกายภาพ

คำสำคัญ: คอนโดมิเนียม, ชลบุรี, อสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย, การก่อสร้างบ้าน

Independent Study Title	FEASIBILITY STUDY OF CONDOMINIUM IN CHONBURI PROVINCE, THAILAND
Author	Miss Thavulrat Kotravivatana
Degree	Master of Science (Real Estate Business)
Department/Faculty/University	Faculty of Commerce and Accountancy Thammasat University
Independent Study Advisor	Associate Professor Witawat Rungruangphon
Academic Years	2015

EXECUTIVE SUMMARY

The Ocean condominium will be located in the center of Chonburi province and can access from Sukhumvit road. The project area will be 4-2-35 rai (1 rai= 1,600 square meters), for a total of 916 units with 42 floors. Prices will ranges from 3 to 10 million baht. The project concept is value as an investment, for a high standard of living, and modern luxury. Shopping centers, schools, hospitals, government offices, retail outlets and industrial estates surround the project area.

Household income of target customers will be over 400,000 baht. Target customers are Thai and foreign investors and local entrepreneurs.

Net present value (NPV) of the project will be 415,292,761.68 baht and internal rate of return (IRR) of the project will be 13.79%, or above what is expected. Results were that this project represents a reasonable investment potential from a financial, marketing, legal, and physical point of view.

Keywords: Condominium, Chonburi province, Real estate in Thailand, Housing construction

กิตติกรรมประกาศ

ผู้จัดทำได้เรียนรู้และได้นำความรู้ที่ได้รับจากการศึกษาปริญญาโทธุรกิจอสังหาริมทรัพย์นี้ เพื่อใช้ในการจัดทำการค้นคว้าอิสระฉบับนี้จนแล้วเสร็จ ทำให้ได้รับทราบถึงหลายสิ่งที่มีประโยชน์ตลอดการทำการศึกษานี้ ผู้จัดทำต้องขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์วิฑูรย์ รุ่งเรืองผล ที่กรุณาสละเวลาอันมีค่าในการให้คำปรึกษา ชี้แนะแนวทางในการศึกษา รวมทั้งการเอาใจใส่และให้แง่คิดต่างๆ จนกระทั่งงานสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี นอกจากนี้ผู้จัดทำขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิติ รัตนปรีชาเวช ในฐานะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระที่ให้ข้อคิดเห็นและให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ในการทำการศึกษานี้

ผู้จัดทำขอขอบพระคุณผู้มีส่วนร่วมในการจัดทำการค้นคว้าอิสระฉบับนี้ทุกท่าน ผู้ที่ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ และครอบครัวของผู้จัดทำที่ให้การสนับสนุนทางการศึกษา และให้กำลังใจที่ดีเสมอมา

หากการศึกษานี้มีข้อบกพร่องประการใด ทางผู้จัดทำ ขอน้อมรับไว้ ณ ที่นี้ด้วย

นางสาวธวัชรรัตน์ โคตรระวีวัฒน์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

2558

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(2)
กิตติกรรมประกาศ	(3)
สารบัญตาราง	(9)
สารบัญภาพ	(11)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาของโครงการและความสำคัญของการศึกษา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
1.3 ขอบเขตของการศึกษา	3
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
2.1 สถานการณ์เศรษฐกิจ และการลงทุนในประเทศไทย	4
2.2 ปัจจัยในการเลือกซื้อคอนโดมิเนียม	4
2.3 ปัจจัยในการเลือกที่อยู่อาศัยของชาวญี่ปุ่น	5
บทที่ 3 การวิเคราะห์ตำแหน่งที่ดินที่ตั้งโครงการ (Site Analysis and Financial Analysis)	6

3.1 ทางกายภาพ (Physical Attribute)	6
3.2 ทางทำเลที่ตั้ง (Location Attribute)	16
3.3 กฎหมายและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง (Law and Regulation Attribute)	17
3.3.1 กฎหมายที่เกี่ยวข้องในการใช้ประโยชน์ที่ดิน	17
3.3.2 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ ก่อสร้างอาคารและพัฒนาโครงการ	20
3.3.3 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการโครงการ	21
3.4 การลงทุนจากภาครัฐและเอกชน รวมทั้งบริเวณพื้นที่โดยรอบ (Government and Public Investment)	21
3.4.1 การลงทุนจากภาครัฐ	21
3.4.2 การลงทุนจากภาคเอกชน	22
3.5 การวิเคราะห์ทางการเงิน (Financial Analysis)	23
3.5.1 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน (Front Door Analysis)	23
บทที่ 4 การวิเคราะห์ทางการตลาด	31
4.1 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาดเพื่อคัดเลือก Highest and Best Use	31
4.1.1 ความเป็นไปได้ในการพัฒนาศูนย์การค้า	31
4.1.2 ความเป็นไปได้ในการพัฒนาอพาร์ทเมนต์และ เซอร์วิส อพาร์ทเมนต์	39
4.1.3 ความเป็นไปได้ในการพัฒนาสำนักงานให้เช่า	40
4.1.4 ความเป็นไปได้ในการพัฒนาบ้านจัดสรร/อาคารพาณิชย์	41
4.1.5 ความเป็นไปได้ในการพัฒนาเป็นโรงแรม	42
4.1.6 ความเป็นไปได้ในการพัฒนาเป็นคอนโดมิเนียม	43
4.2 การวิเคราะห์อุปสงค์และอุปทานในพื้นที่	48
4.2.1 การวิเคราะห์อุปสงค์	48
4.2.1.1 กลุ่มนักลงทุน	48

4.2.1.2 กลุ่มประชากรในพื้นที่	49
4.2.2 การวิเคราะห์อุปทานในพื้นที่	50
4.3 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของโครงการ	51
4.3.1 จุดแข็งของโครงการ	51
4.3.2 จุดอ่อนของโครงการ	52
4.3.3 โอกาส	52
4.3.4 อุปสรรค	52
4.4 การวิเคราะห์ส่วนแบ่งทางการตลาด (Segmentation)	52
4.4.1 เกณฑ์ด้านรายได้	52
4.4.2 เกณฑ์ภูมิศาสตร์	53
4.4.3 เกณฑ์อาชีพ	54
4.4.4 เกณฑ์ขนาดและประเภทของครอบครัว	54
4.4.5 เกณฑ์วงจรชีวิต (Life cycle)	54
4.5 การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Targeting)	55
4.6 การวางตำแหน่งทางการตลาด (Positioning)	56
4.7 ผลิตภัณฑ์ (Product)	57
4.7.1 Concept ของโครงการ	57
4.7.2 สิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการ	58
4.7.3 รูปแบบห้อง	61
4.7.3.1 รูปแบบการขาย	61
4.7.3.2 ห้อง 1 Bedroom ขนาด 33 ตารางเมตร	62
4.7.3.3 ห้อง 2 Bedroom ขนาด 55 ตารางเมตร	63
4.7.3.4 ห้อง Penthouse ขนาด 92 ตารางเมตร	64
4.8 ราคา (Price)	64
4.8.1 การปรับราคาตามความสูง	64
4.9 ช่องทางในการจัดจำหน่าย (Place)	65

4.9.1 สำนักงานขายที่โครงการ	65
4.9.2 การออกใบอนุญาตเล็กนอกสถานที่	65
4.9.3 การออกงานแสดงมหกรรมการขายอสังหาริมทรัพย์	65
4.9.4 พนักงานขายของโครงการ และ พนักงานในแผนกอื่นของบริษัท	65
4.9.5 การใช้agent ช่วยขาย	65
4.10 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC, Promotion)	66
4.10.1 ข้อความที่จะสื่อสารการตลาดไปยังลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย	66
4.10.2 อุปกรณ์ที่จะใช้ในการสื่อสารการตลาด	66
4.10.3 แผนการดำเนินการ (Action Plan)	68
บทที่ 5 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการก่อสร้างและต้นทุน (Construction cost Analysis)	71
5.1 ลักษณะโครงการและแนวคิด	71
5.2 รูปแบบโครงการ	72
5.3 ผังอาคาร (Floor Plan)	72
5.4 พื้นที่สีเขียวของโครงการ	80
5.5 พื้นที่ขายเมื่อเทียบกับพื้นที่ก่อสร้าง	80
5.6 ต้นทุนการพัฒนาโครงการ	81
5.7 การบริหารโครงการ	82
บทที่ 6 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน (Financial Feasibility Analysis)	84
6.1 สมมติฐานการจัดทำกระแสเงินสด	84

6.1.1 รายรับของโครงการ	84
6.1.2. รายจ่ายของโครงการ	85
6.1.2.1 ต้นทุนงานก่อสร้างอาคาร	85
6.1.2.2 เงินเดือนพนักงาน	85
6.1.2.3 ภาษีและค่าใช้จ่ายในการขายต่างๆ	86
6.2 โครงสร้างทางการเงินและต้นทุนทางการเงิน	86
6.2.1 ต้นทุนแหล่งเงินกู้ (K_d)	86
6.2.2 ต้นทุนแหล่งเงินทุนของเจ้าของ (K_e)	86
6.2.3 ต้นทุนทางการเงินรวมของโครงการ	86
6.3 การวิเคราะห์มูลค่าตามแนวคิดทางการเงิน	87
6.3.1 มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ (Net Present Value :NPV)	87
6.3.2 อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (Internal rate of return : IRR)	87
6.4 Sensitivity Analysis	87
6.4.1 ปัจจัยด้านราคา (Price Sensitivity)	87
6.4.2 ปัจจัยด้านราคาที่ดิน (Land Cost Sensitivity)	87
6.4.3 ปัจจัยด้านราคาค่าก่อสร้าง (Construction Cost Sensitivity)	88
6.5 Scenario Analysis	88
6.6 สรุปความเป็นไปได้ทางการเงิน	89

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 การวิเคราะห์ Front Door Analysis Home Office	24
3.2 การวิเคราะห์ Front Door Analysis คอนโดมิเนียม	26
3.3 การวิเคราะห์ Front Door Analysis คอนโดมิเนียมและHome Office	28
3.4 การวิเคราะห์ Front Door Analysis คอนโดมิเนียมและHome Office(ต่อ)	29
4.1 ตารางแสดงยอดการจัดเก็บภาษีของสำนักงานสรรพากรพื้นที่ชลบุรี 1	49
4.2 ตารางแสดงอัตราการเติบโตของรายได้และรายจ่ายเฉลี่ยครัวเรือนในจังหวัดชลบุรี	50
4.3 การวิเคราะห์อุปทานในพื้นที่	51
4.4 ตารางแสดงการคำนวณเงินผ่อน	53
4.5 ตารางแสดงการแบ่งกลุ่มเป้าหมาย (Segmentation)	55
5.1 สรุปจำนวนห้องแต่ละรูปแบบ	80
5.2 ตารางสรุปประสิทธิภาพในการออกแบบ	81
5.3 สรุปการคิดต้นทุนค่าก่อสร้างโดยอิงจากตารางของมูลนิธิ ประเมินค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทย ปี 2558	81
5.4 ตารางต้นทุนค่าออกแบบรวมที่อ้างอิงมาจากมาตรฐานการ ปฏิบัติวิชาชีพสถาปัตย์กรรม พ.ศ.2532	82
5.5 ตารางต้นทุนค่าพัฒนาโครงการรวม	82
6.1 รายได้จากจำนวนห้องแต่ละแบบที่คิดว่าจะได้รับ	84
6.2 ต้นทุนงานก่อสร้างอาคารรวม	85
6.3 สรุปเงินเดือนของพนักงาน	85
6.4 อัตราดอกเบี้ยจากธนาคาร 4 แห่ง	86
6.5 รายละเอียดการคำนวณ WACC	87
6.6 การปรับปรุงจ้ยทางด้านราคาขาย	87

6.7 การปรับปรุงภัยทางด้านราคาที่ดิน	87
6.8 การปรับปรุงภัยทางด้านราคาก่อสร้าง	88
6.9 Scenario Analysis ของ 3 สถานการณ์	88



สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
3.1 แสดงที่ตั้งโครงการ	7
3.2 แสดงที่ตั้งโครงการ	8
3.3 แสดงที่ตั้งโครงการและตึกบริเวณใกล้เคียง	8
3.4 ภาพถ่ายบริเวณหน้าโครงการ	9
3.5 โครงการที่พักอาศัยบริเวณใกล้เคียง	10
3.6 โครงการศูนย์การค้าบริเวณใกล้เคียง	10
3.7 โรงพยาบาลบริเวณใกล้เคียง	11
3.8 สถานศึกษาบริเวณใกล้เคียง	12
3.9 โรงแรมบริเวณใกล้เคียง	12
3.10 วัดและสถานที่ราชการ	13
3.11 สถานประกอบการ	13
4.1 สภาพอาคารภายนอก ศูนย์การค้า ฟอรัม พลาซ่า	32
4.2 บรรยากาศภายในศูนย์การค้า	32
4.3 บรรยากาศภายนอกห้างสรรพสินค้าเฉลิมไทย	33
4.4 บรรยากาศภายในห้างสรรพสินค้าเฉลิมไทย	33
4.5 บรรยากาศภายนอก เซ็นทรัล พลาซ่า ชลบุรี	35
4.6 บรรยากาศภายในเซ็นทรัล พลาซ่า ชลบุรี	35
4.7 ร้านค้าย่อยในเซ็นทรัล พลาซ่า ชลบุรี	36
4.8 บรรยากาศภายนอก เทสโก้ โลตัส ชลบุรี	36
4.9 บรรยากาศภายใน เทสโก้ โลตัส ชลบุรี	37

4.10 ภาพบรรยากาศภายนอก แม่โคโคร	38
4.11 ภาพบรรยากาศภายใน แม่โคโคร	38
4.12 ภาพอพาร์ทเมนต์ แถวอมตะนคร	39
4.13 คอนโด ลุมพินี คอนโดทาวน์ ชลบุรี-สุขุมวิท	40
4.14 ภาพอาคารพาณิชย์ให้เช่าในอำเภอเมืองชลบุรี	41
4.15 ภาพโรงแรมอีสเทิร์น	42
4.16 ภาพโรงแรมชลอินเตอร์	43
4.17 โครงการลุมพินี คอนโดทาวน์ ชลบุรี-สุขุมวิท	44
4.18 คอนโด ชลบุรี อินฟินิตี้วัน	45
4.19 เลอเจนคอนโดมิเนียม	46
4.20 เดอะ ทรัสต์ คอนโดมิเนียม อมตะ-ชลบุรี	47
4.21 ตำแหน่งทางการตลาดของโครงการ The Ocean	56
5.1 การจอดรถบริเวณที่ลาดชัน	72
5.2 ภาพพื้นที่ลานจอดรถชั้น G	73
5.3 ภาพพื้นที่ลานจอดรถชั้น 1-7	74
5.4 ผังอาคารพักอาศัย ชั้น 8-29	75
5.5 ผังอาคารพักอาศัยชั้นที่ 30-38	76
5.6 ผังอาคารพักอาศัยชั้น 39-42	77
5.7 Roof Garden	78
5.8 ภาพตัดอาคาร	79

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาของโครงการและความสำคัญของการศึกษา

สถานการณ์ตลาดอสังหาริมทรัพย์ที่อยู่อาศัยกำลังจะประสบกับภาวะชะลอตัวและมีแนวโน้มที่จะชะลอตัวสูงขึ้น เมื่อภาวะเศรษฐกิจยังไม่ฟื้นตัว ผู้บริโภคมีความสามารถในการซื้อที่อยู่อาศัยลดลง และสถาบันการเงินระงับในการปล่อยสินเชื่อมากขึ้น จากเหตุการณ์ดังกล่าว ทำให้กิจกรรมการซื้อขายอสังหาริมทรัพย์ มีการชะลอตัวลง และส่งผลให้มีอสังหาริมทรัพย์ทั้งที่สร้างเสร็จและกำลังก่อสร้าง รอขายอยู่เป็นจำนวนมาก ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด

เมื่อวันที่ 13 ตุลาคม 2558 ที่ผ่านมา คณะรัฐมนตรีได้อนุมัติการใช้นโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจ ภาคอสังหาริมทรัพย์ เพื่อช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายให้กับกลุ่มผู้มีรายได้น้อย และช่วยลดผลกระทบที่มีต่อภาคธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ เช่น มาตรการทางการเงิน คือ มาตรการผ่อนปรนเรื่องการอนุมัติสินเชื่อที่อยู่อาศัย มาตรการลดค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมการซื้อขายที่อยู่อาศัย โดยลดค่าโอนกรรมสิทธิ์ และค่าจดทะเบียนจำนอง จาก ร้อยละ 2 ให้เหลือร้อยละ 0.01 และมาตรการทางภาษีสำหรับผู้ซื้อที่อยู่อาศัยหลังแรก เพื่อการซื้ออยู่จริง โดยมูลค่าอสังหาริมทรัพย์ต้องไม่เกิน 3 ล้านบาท สามารถนำเงินร้อยละ 20 ของมูลค่าที่อยู่อาศัย มาหักลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา เป็นระยะเวลา 5 ปี

มาตรการการกระตุ้นตลาดอสังหาริมทรัพย์ สามารถช่วยลดภาระรายจ่ายในการซื้อที่อยู่อาศัย ให้กับผู้มีรายได้น้อยถึงปานกลาง เพื่อให้เข้าถึงสินเชื่อได้ดีขึ้น นอกจากนี้ ยังจะช่วยให้ตลาดอสังหาริมทรัพย์มีการปรับสมดุล เพราะในตลาดมีจำนวนอสังหาริมทรัพย์คงค้างอยู่เป็นจำนวนมาก

นอกจากนี้ ภาวะตลาดอสังหาริมทรัพย์ในช่วงปลายปี 2558 ที่เคยซบเซามาช่วงก่อนหน้านี้ ผู้ประกอบการคงจะเร่งทำการตลาดอย่างเข้มข้น เพื่อระบายสินค้าคงค้างออก ในขณะเดียวกันผู้ที่สนใจซื้อที่อยู่อาศัยน่าจะตัดสินใจโอนกรรมสิทธิ์ให้เร็วขึ้น ทั้งนี้ ภายใต้นโยบายทางการเงินดังกล่าวน่าจะช่วยให้ตลาดอสังหาริมทรัพย์มีภาวะดีขึ้น ในส่วนของการโอนกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพฯ และ ปริมณฑล ในช่วงไตรมาส 4 น่าจะมีประมาณ 35,900 หน่วย เทียบกับประมาณร้อยละ 11.2 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ซึ่งดีกว่า ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2558 ที่คาดว่าจะหดตัวประมาณ 8 เมื่อเทียบกับจำนวน 76,500 หน่วยของปีก่อน อย่างไรก็ตาม คาดว่าทั้งปี 2558 นี้อาจจะหด

ตัวร้อยละ 2.7 เมื่อเทียบกับการคาดการณ์ว่าจะหดตัวประมาณร้อยละ 6.5 หากไม่มีมาตรการดังกล่าว อย่างไรก็ตาม หากเศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มดีขึ้น ก็อาจจะทำให้ผู้บริโภคกลับมาซื้อที่อยู่อาศัยในระยะถัดไป (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2015)

ผู้จัดทำได้มองเห็นศักยภาพของที่ดินในจังหวัดชลบุรี เนื่องจากมีการลงทุนจากต่างประเทศ มีท่าเรือ นิคมอุตสาหกรรม อยู่เป็นจำนวนมาก ทำให้อสังหาริมทรัพย์ในจังหวัดชลบุรีมีการเติบโต โดยเฉพาะในเขตอำเภอเมืองชลบุรี ซึ่งมีผู้อยู่อาศัยหนาแน่น มีแหล่งงานเป็นจำนวนมาก โดยพื้นที่ของโครงการที่ต้องการจะพัฒนานั้น ตั้งอยู่ใจกลางเมืองชลบุรี เป็นแปลงที่มีพื้นที่ขนาดใหญ่ แปลงสุดท้ายในอำเภอเมืองชลบุรี อยู่ติดถนนสุขุมวิท มีการคมนาคมที่สะดวก โดยที่ตั้งอยู่ใกล้เซ็นทรัล พลาซ่า ชลบุรี นิคมอมตะ สถานศึกษา สวนสาธารณะ โรงพยาบาล นอกจากนี้ยังมีสาธารณูปโภคต่างๆครบครัน และพื้นที่โครงการ ตามกฎหมายผังเมืองรวมชลบุรีแล้ว ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่พาณิชย์กรรม หรือ พื้นที่สีแดง ซึ่งสามารถพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ได้หลากหลาย ผู้จัดทำจึงเห็นว่าทำเลที่ตั้งของโครงการนี้ เป็นทำเลที่มีศักยภาพ จึงนำมาศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนา เพื่อให้ได้มูลค่าและผลตอบแทนสูงสุด

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาขั้นตอนและแนวทางการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์
แบบ SITE LOOKING FOR USE เพื่อให้ได้มาถึงมูลค่าและความเหมาะสมสูงสุด
2. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ในด้านต่างๆ ดังนี้
 - เพื่อศึกษาด้านกายภาพและรายละเอียดของกฎหมายที่เกี่ยวข้อง
 - เพื่อศึกษาในด้านของการตลาด อุปทานและอุปสงค์ รวมถึงวิธีการดำเนินการวางแผนการขายการตลาดที่เหมาะสม
 - เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการเงินของโครงการ เพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุน

1.3 ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษความเป็นไปได้ของโครงการอสังหาริมทรัพย์บน พื้นที่ในอำเภอเมืองชลบุรี ได้เริ่มทำการศึกษา ตั้งแต่ เดือนพฤศจิกายน 2558 ถึง เดือนมีนาคม 2558 แบ่งออกเป็น 3 ด้านคือ การ

วิเคราะห์ทางด้านกายภาพและกฎหมาย การวิเคราะห์ด้านการตลาด และ การวิเคราะห์ทางการเงิน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ทางด้านกายภาพและกฎหมาย โดยคำนึงถึงทำเลที่ตั้ง ลักษณะและรูปแบบของที่ดิน พื้นที่โครงการ กฎหมายที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ กับการพัฒนาโครงการ
2. การวิเคราะห์ด้านการตลาด โดยการศึกษาทั้งอุปทานและอุปสงค์ในพื้นที่ ทั้งด้านจุลภาคและมหภาค การวางกลยุทธ์ทางการตลาด ตำแหน่งทางการตลาด และส่วนประสมทางการตลาด
3. การวิเคราะห์ทางการเงิน โดยทำการประมาณการกระแสเงินสดของโครงการ คำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิ อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ ระยะเวลาการคืนทุน ความเสี่ยงของโครงการโดยการวิเคราะห์สมมติภาพ รวมทั้งการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ให้มีมูลค่าและประโยชน์สูงสุด
2. เพื่อให้ได้รับผลตอบแทนที่เหมาะสมที่สุด
3. เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาและพัฒนาอสังหาริมทรัพย์สำหรับบุคคลทั่วไปที่มีความต้องการ

บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 สถานการณ์เศรษฐกิจ และการลงทุนในประเทศไทย

เศรษฐกิจจังหวัดชลบุรี มีการขยายตัวสวนทางกับภูมิภาคอื่นๆทั้งด้านอุตสาหกรรมและการท่องเที่ยว โดยเฉพาะ นิคมอุตสาหกรรมอมตะนครที่ปกคลุมมานานกว่า 25 ปี ครอบคลุมพื้นที่ทั้งหมด 4 อำเภอ เช่น อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา อำเภอพนัสนิคม อำเภอพานทอง อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี โดยมีคนงานนับแสน และจำนวนโรงงานนับร้อย ปัจจุบันรอบนิคมอมตะเป็นชุมชนขนาดใหญ่ มีแหล่งที่อยู่อาศัยและแหล่งร้านค้าเป็นจำนวนมาก ขณะนี้อมตะนครขยายถึงพื้นที่เฟส 10 พื้นที่กว่า 1 พันไร่ (ประชาชาติธุรกิจ, 2557a)

นายวีระพงษ์ ชัยเพิ่ม ผู้ว่าการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย หรือ กนอ กล่าวว่า ภาคตะวันออกมีการขยายตัวของนิคมอุตสาหกรรมสูง ส่งผลให้ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ขยายตัวตามการเติบโตของนิคมอุตสาหกรรม โดยการจัดการผังเมืองจะแบ่งพื้นที่ เป็น โซนที่อยู่อาศัย สาธารณูปโภค และโซนอุตสาหกรรมอย่างชัดเจน (ประชาชาติธุรกิจ, 2557b)

ดร.ปิยะศักดิ์ มานะสันต์ ผู้อำนวยการฝ่ายวิจัยเศรษฐกิจและอุตสาหกรรม ธนาคารเกียรตินาคิน กล่าวว่าแม้ตัวเลขทางเศรษฐกิจไทยและโลกจะมีแนวโน้มที่ดีขึ้น แต่ก็ยังคงมีความเสี่ยงอันเนื่องมาจากเหตุผล 4 ประการ คือ เรื่องเศรษฐกิจไทย การส่งออก สงครามค่าเงิน การเบิกจ่ายภาครัฐ นอกจากนี้ยังมีปัญหานี้ครวเรื้อรอนอยู่ในระดับที่สูง โดยการลงทุนในตลาดเงินและตลาดทุนอาจมีความผันผวนสูงในอนาคต แต่จากการวิเคราะห์ของธนาคาร พบว่าการลงทุนในตลาดเงินให้ผลตอบแทนต่ำ และมีความผันผวน ขณะที่ผลตอบแทนจากการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ให้ผลตอบแทนดีกว่า โดยพบว่า 16 จังหวัดนี้มีโอกาสสำหรับการลงทุน เช่น กรุงเทพฯและปริมณฑล จังหวัดชายแดน และจังหวัดหัวเมืองใหญ่ 5 จังหวัด เช่น เชียงใหม่ ภูเก็ต พิชณุโลก ขอนแก่น และชลบุรี โดยทางเลือกในการลงทุน สามารถลงทุนในที่ดิน คอนโดมิเนียม บ้านเดี่ยว อาคารพาณิชย์ โดยทางภาครัฐก็ได้มีนโยบายลดดอกเบี้ยให้อยู่ในระดับต่ำ ซึ่งปัจจัยทางด้านดอกเบี้ย ก็เอื้อต่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์(ผู้จัดการออนไลน์, 2558)

2.2 ปัจจัยในการเลือกซื้อคอนโดมิเนียม

ปัจจัยในการเลือกลงทุนคอนโดมิเนียมปล่อยเช่า มีทั้งหมด หลายปัจจัย เช่น รายละเอียดของผลิตภัณฑ์ การเข้าถึงโครงการ อุปสงค์และอุปทานในตลาด สภาพคล่องในอสังหาริมทรัพย์นั้นๆ ผู้พัฒนาโครงการ รายละเอียดในการลงทุน ในประเด็นค่าใช้จ่ายเรื่องภาษี ค่าธรรมเนียมการโอน ค่าซ่อมบำรุง ภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง เป็นต้น (BAM, 2554)

2.3 ปัจจัยในการเลือกที่อยู่อาศัยของชาวญี่ปุ่น

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสูงสุดมีอยู่ 5 ประการคือ ราคาที่พัก ประเภทของที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ความใกล้ตลาดหรือซูเปอร์มาเก็ต และการเข้าถึงบริการสาธารณะ อย่าง โรงพยาบาล ร้านอาหาร สวนสาธารณะ อริสรา มนัสเสวี (2556)

บทที่ 3

การวิเคราะห์ตำแหน่งที่ดินที่ตั้งโครงการและการวิเคราะห์ทางการเงิน (Site Analysis and Financial Analysis)

การวิเคราะห์สภาพโดยรวมของที่ดินที่ตั้งโครงการ และสิ่งแวดล้อมที่อยู่รอบโครงการ รวมไปถึงสภาพแวดล้อมต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อโครงการ และข้อกฎหมายที่บังคับใช้ในพื้นที่โครงการ โดยข้อมูลที่ได้มานำไปวิเคราะห์ถึงศักยภาพในการใช้ที่ดินของโครงการ และปัจจัยอื่นๆ ที่อาจจะมีผลกระทบต่อโครงการในอนาคต โดยจะแบ่งการวิเคราะห์ตามปัจจัยต่างๆ ดังนี้

3.1 ทางกายภาพ (Physical Attribute)

ที่ตั้งของโครงการ ตั้งอยู่ริมถนนสุขุมวิท ความกว้างถนน 6 เลน อยู่ติดกับสำนักงานสาขาของธนาคารกสิกรไทย ปัจจุบันพื้นที่ด้านหน้า ให้เพิงร้านอาหารเช่าอยู่ ทำเลที่ตั้งแวดล้อมด้วยโรงเรียน สถานที่ราชการ ร้านค้าห้องแถว นอกจากนี้ทำเลที่ตั้งยังอยู่ใกล้ ถนนเลียบเมืองชลบุรี ทางหลวงหมายเลข 344 และถนนกรุงเทพ-ชลบุรี สายใหม่ ลักษณะพื้นที่มีขนาด 4 ไร่ 2 งาน 35 ตารางวา มีหน้ากว้างติดถนน 50 เมตร ลึก 125 เมตร ถนนหน้าโครงการกว้าง 12 เมตร

ขนาดของที่ดินรวม 4-2-35 ไร่

รูปร่างที่ดิน

รูปตัว T

ที่ตั้ง

ทิศเหนือ

ติดกับธนาคารกสิกรไทย

ทิศใต้

ติดกับที่ดินเอกชน

ทิศตะวันออก

ติดกับถนนสุขุมวิท

ทิศตะวันตก

ติดกับที่ดินเอกชน

ทำเล

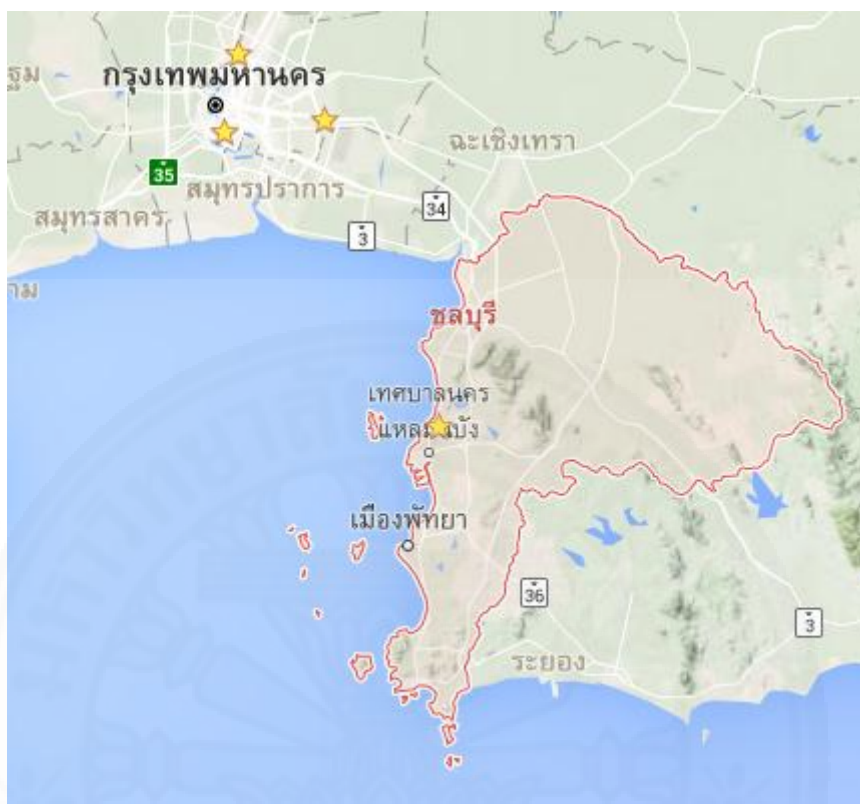
ติดถนนใหญ่ อยู่ในตำบลบางปลาสร้อย อำเภอเมืองชลบุรี

สภาพปัจจุบัน

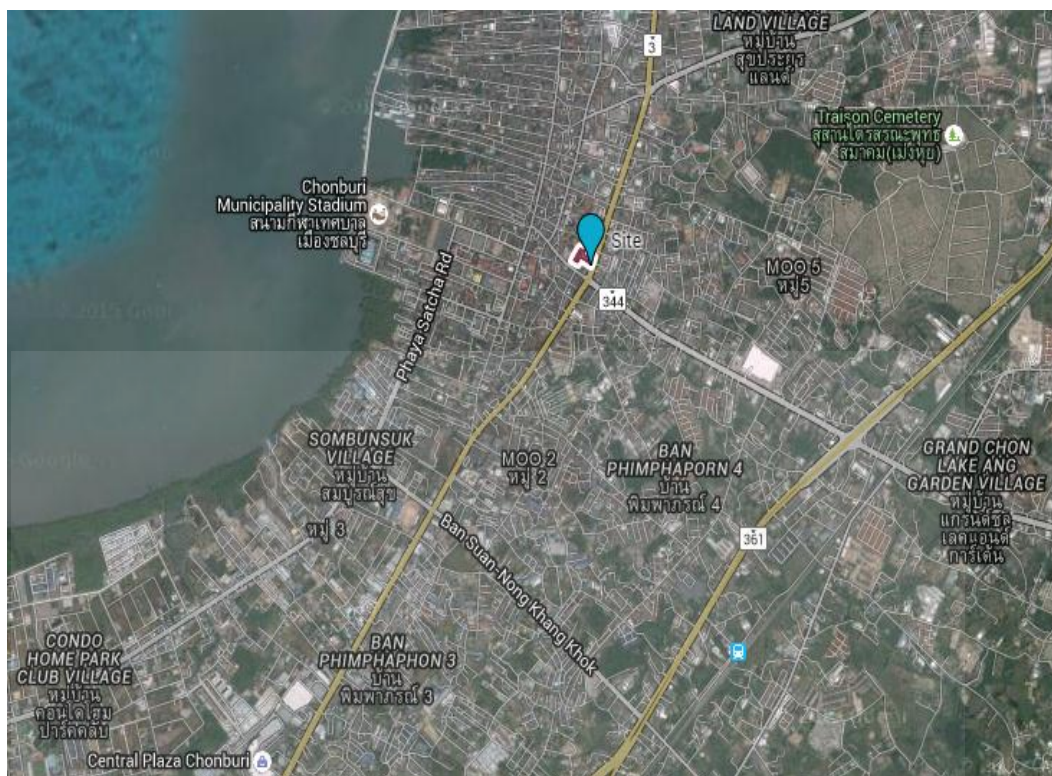
ส่วนที่ติดถนนสุขุมวิทให้เพิงร้านอาหาร ร้านกาแฟเช่า ด้านหลังเป็นที่ดินเปล่า ไม่มีสิ่งปลูกสร้าง

ผังเมือง

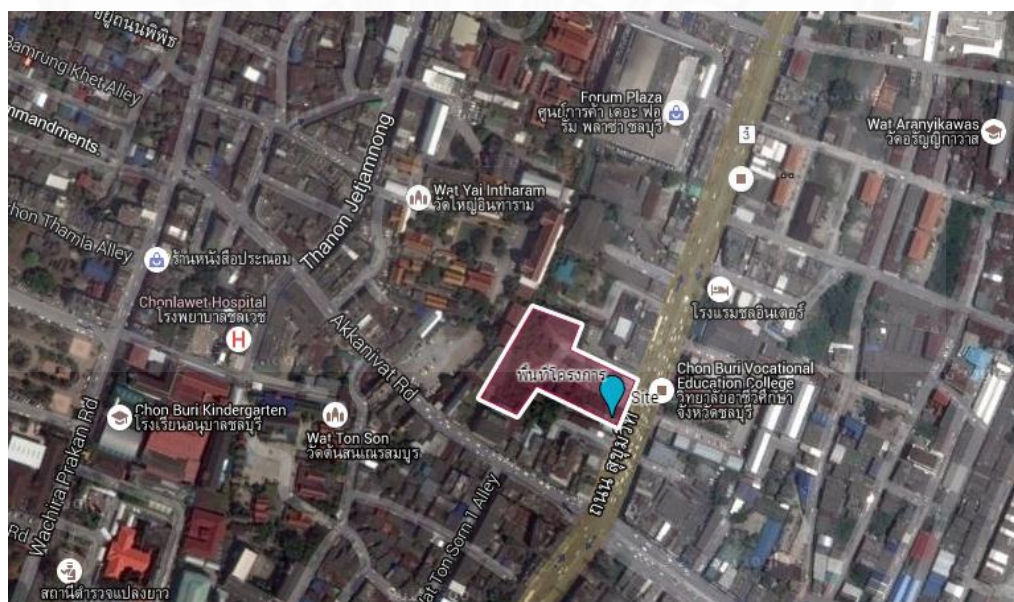
อยู่ในเขตพื้นที่สีแดง (ที่ดินประเภทพาณิชยกรรม)



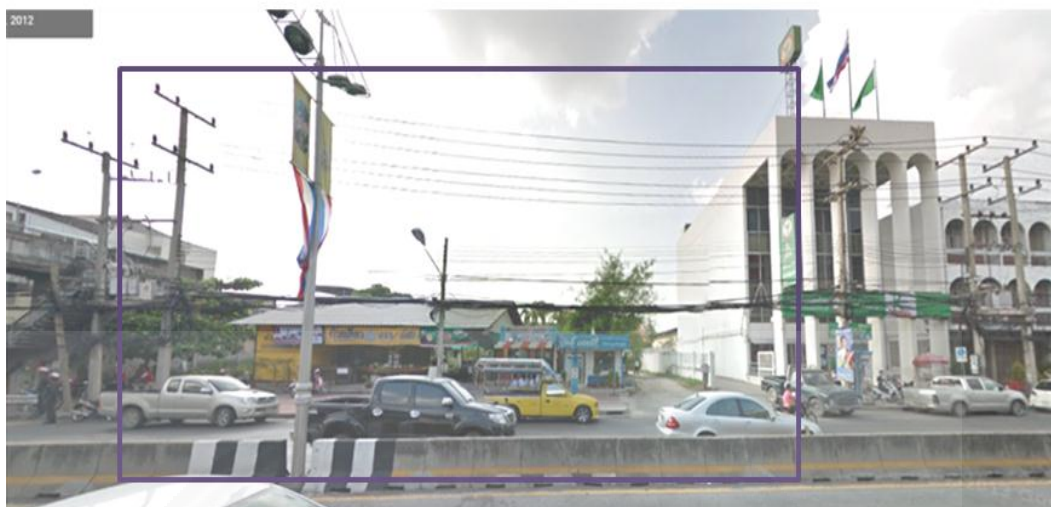
ภาพที่ 3.1 แสดงที่ตั้งโครงการ



ภาพที่ 3.2 แสดงที่ตั้งโครงการ



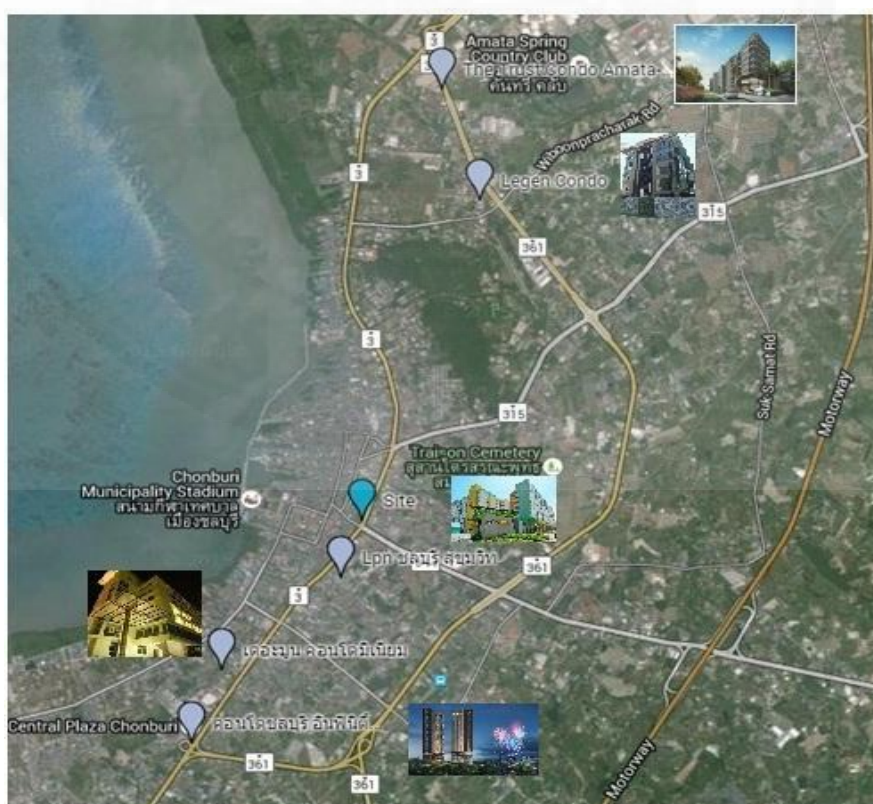
ภาพที่ 3.3 แสดงที่ตั้งโครงการและตึกบริเวณใกล้เคียง



ภาพที่ 3.4 ภาพถ่ายบริเวณหน้าโครงการ

รายละเอียดบริเวณรอบโครงการ

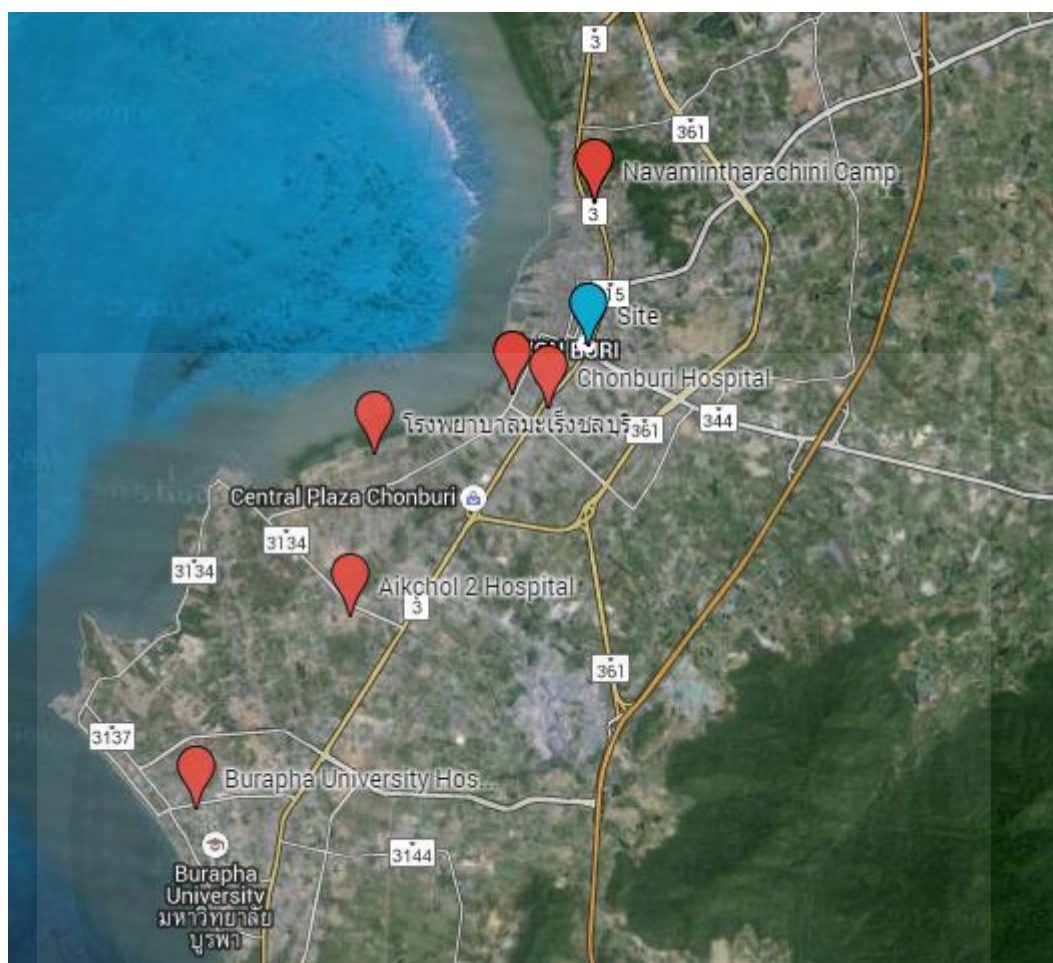
บริเวณโดยรอบที่ตั้งโครงการมีร้านค้าอยู่เป็นจำนวนมาก รวมทั้งวัด โรงเรียน ศูนย์การค้า คอนโดมิเนียม ห้าง โรงแรม สถานีขนส่งผู้โดยสาร สวนสาธารณะ โรงพยาบาล คลินิก หลายแห่ง



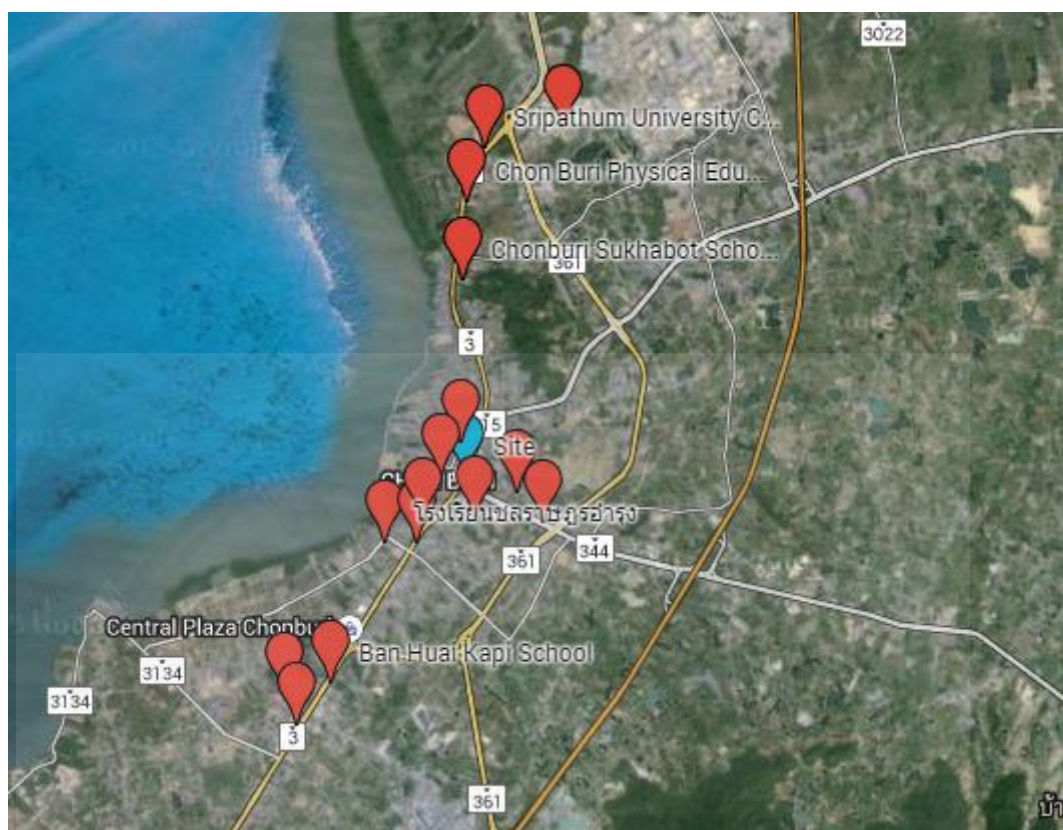
ภาพที่3.5 โครงการที่พักอาศัยบริเวณใกล้เคียง



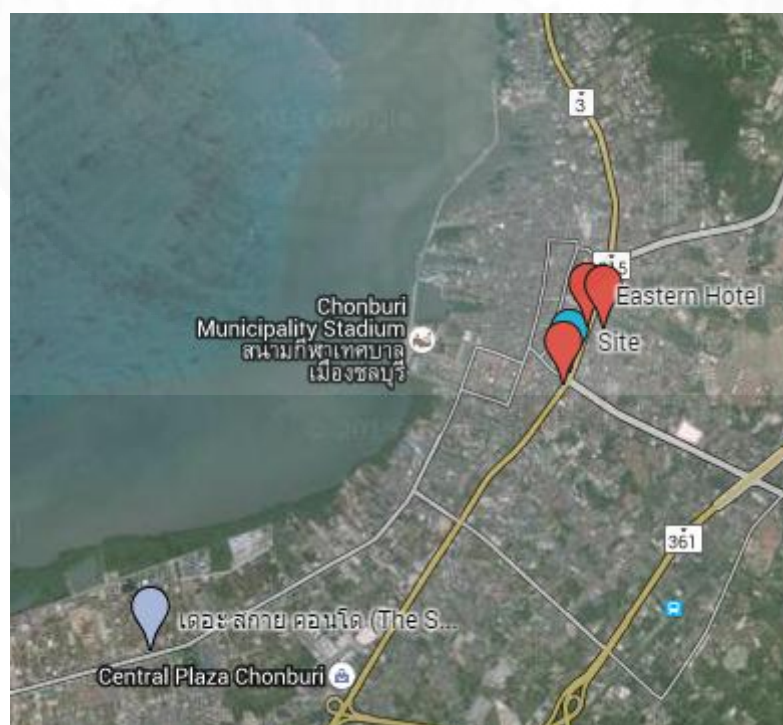
ภาพที่ 3.6 โครงการศูนย์การค้าบริเวณใกล้เคียง



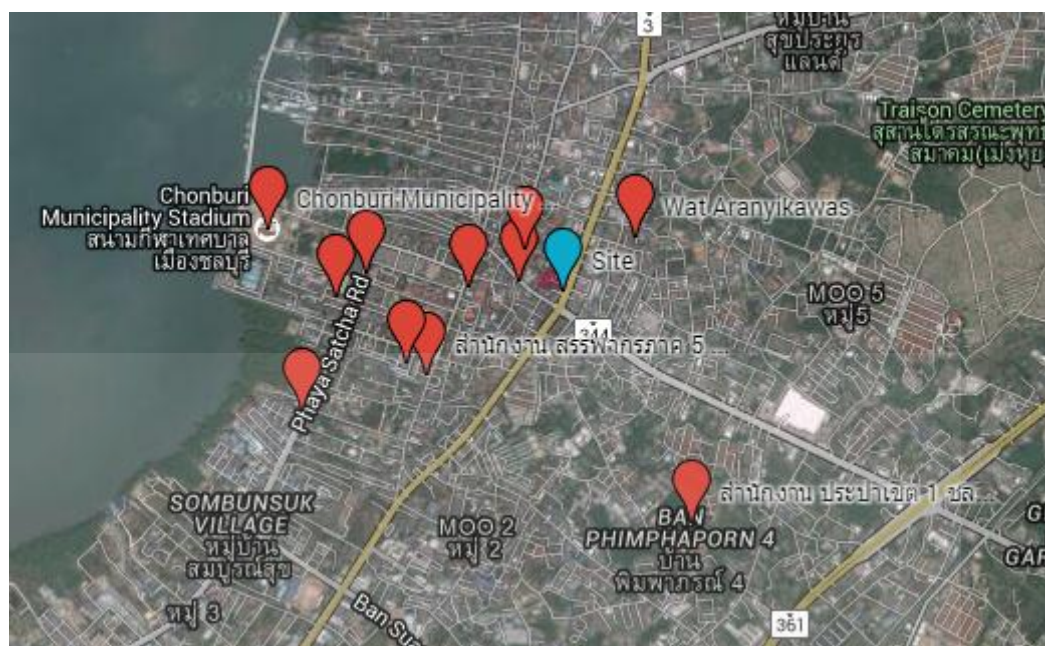
ภาพที่3.7 โรงพยาบาลบริเวณใกล้เคียง



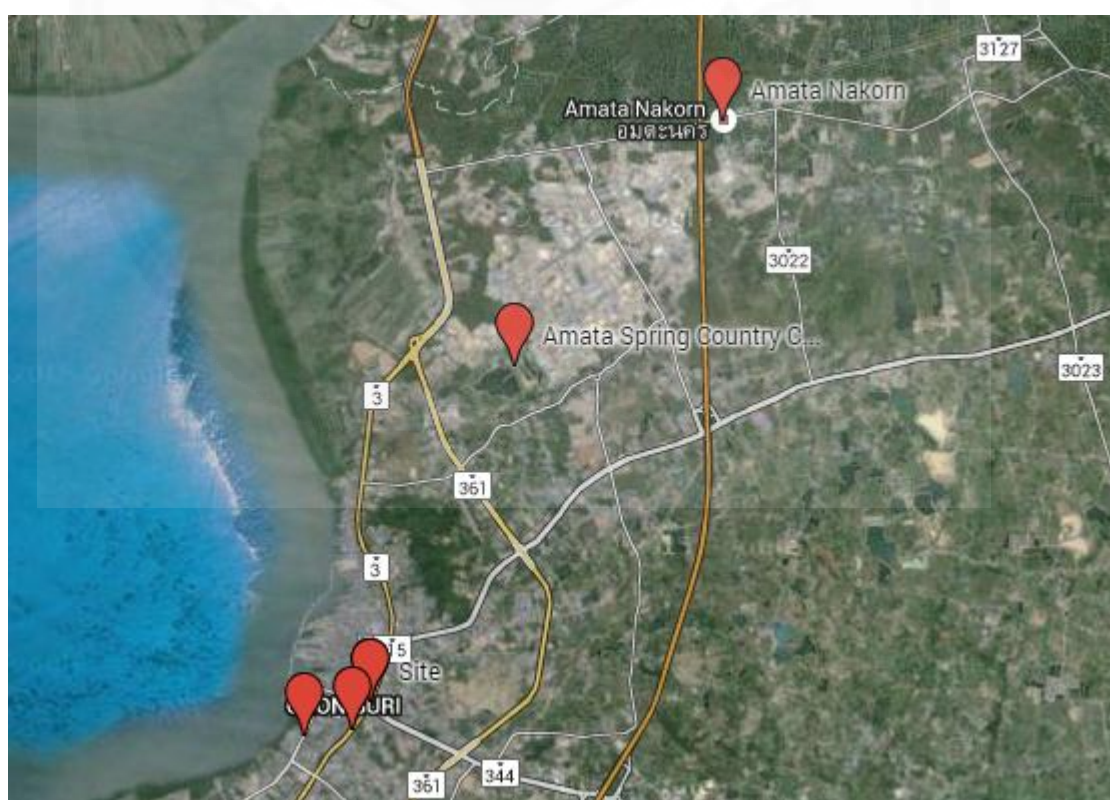
ภาพที่3.8 สถานศึกษาบริเวณใกล้เคียง



ภาพที่3.9 โรงแรมบริเวณใกล้เคียง



ภาพที่3.10 วัดและสถานที่ราชการ



ภาพที่3.11 สถานประกอบการ

การเข้าถึงโครงการ (Accessibility)

ทางรถยนต์สามารถเข้าถึงโครงการได้สะดวก เพราะโครงการตั้งอยู่ติดถนนสุขุมวิท 8 เลน ขาออกเมือง และยังมีเส้นทางเชื่อมออกไปยังถนนเลียบเมืองชลบุรี และถนนกรุงเทพ ชลบุรี สายใหม่ (มอเตอร์เวย์) และมีท่ารถสาธารณะ

โครงการสำคัญต่างๆ บริเวณถนนสุขุมวิท

โครงการรถไฟฟ้าความเร็วสูง 7 สถานี กรุงเทพฯ-พัทยา-ระยอง

การรถไฟแห่งประเทศไทยจัดประชุมรับฟังความคิดเห็นในการบรรจุโครงการรถไฟฟ้าความเร็วสูง สายกรุงเทพฯ-พัทยา-ระยอง ระยะทาง 221 ก.ม. ที่บรรจุใน พ.ร.บ. กู้เงิน 2 ล้านล้านบาท โดยสถานีชลบุรีจะเป็นพื้นที่ใหม่ อยู่ในตำบลนาป่า อำเภอมือเมืองชลบุรี ห่างจากสถานีรถไฟเดิมไปทางเหนือ 2 ก.ม. จากตัวเมือง 4 ก.ม. และนิคมอมตะนคร 5 ก.ม. การเข้าถึงมีความสะดวก เชื่อมโยงกับถนนสาย 361 และมอเตอร์เวย์ชลบุรี (พระราชบัญญัติ, 2556)

สถานที่สำคัญต่างๆในบริเวณใกล้เคียงโครงการ และระยะการเดินทางโดยรถยนต์

โครงการที่อยู่อาศัยแนวตั้ง

LPN ชลบุรี	2	กิโลเมตร
เดอะ มูน คอนโดมิเนียม	5	กิโลเมตร
คอนโด ชลบุรี อินฟินิตี้วัน	6	กิโลเมตร
เลเจน คอนโด	7	กิโลเมตร
เดอะ ทรัสต์ คอนโด อมตะ-ชลบุรี	8	กิโลเมตร

ศูนย์การค้า

ฟอรัม พลาซ่า	339	เมตร
ห้างเฉลิมไทย	1	กิโลเมตร
เทสโก้ โลตัส ชลบุรี	5	กิโลเมตร
แม่โคร	8	กิโลเมตร
เซ็นทรัล เฟสติวัล ชลบุรี	7	กิโลเมตร (13 min)

โรงพยาบาล

โรงพยาบาลชลบุรี	3	กิโลเมตร
โรงพยาบาลเอกชล	3	กิโลเมตร
โรงพยาบาลมะเรียงชลบุรี	6	กิโลเมตร
โรงพยาบาลเอกชล2	9	กิโลเมตร
โรงพยาบาลมหาวิทยาลัยบูรพา	13	กิโลเมตร

สถานศึกษา

โรงเรียนอนุบาลชลบุรี	1	กิโลเมตร
โรงเรียนวุฒิวิทยา	2	กิโลเมตร
วิทยาลัยเทคโนโลยีดาราสุมุท	2	กิโลเมตร
วิทยาการจัดการสาธารณสุขสิรินธร	2	กิโลเมตร
โรงเรียนบ้านสวน (จันอนุสรณ์)	3	กิโลเมตร
โรงเรียนสุอารีย์วิทยา	3	กิโลเมตร
วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี	3	กิโลเมตร
โรงเรียนชลราษฎรอำรุง	3	กิโลเมตร
โรงเรียนชลบุรีสุขบท	5	กิโลเมตร
มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขต ชลบุรี	6	กิโลเมตร
สถาบันการพลศึกษา ชลบุรี	6	กิโลเมตร
โรงเรียนบ้านห้วยกะปิ	6	กิโลเมตร
โรงเรียนบูรพาวิทยาชลบุรี	7	กิโลเมตร
วิทยาลัยเทคโนโลยีชลบุรี	8	กิโลเมตร
โรงเรียนสาธิตแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	9	กิโลเมตร

โรงแรม

โรงแรมอีสเทิร์น	450	เมตร
-----------------	-----	------

โรงแรมชลอินเตอร์	893	เมตร
The Sky Condo	6	กิโลเมตร
สถานที่ราชการ และ วัด		
วัดใหญ่อินทาราม	956	เมตร
สำนักงานการไฟฟ้า จังหวัดชลบุรี	1	กิโลเมตร
วัดอรัญญิกาวาส	1	กิโลเมตร
สำนักงานเทศบาลเมืองชลบุรี	1	กิโลเมตร
ที่ว่าการอำเภอเมืองชลบุรี	2	กิโลเมตร
ตำรวจภูธรภาค 2	2	กิโลเมตร
สำนักงานสรรพากรภาค 5	2	กิโลเมตร
ศาลจังหวัดชลบุรี	2	กิโลเมตร
สนามกีฬาเทศบาลเมืองชลบุรี	3	กิโลเมตร
สำนักงานเทศบาลบ้านสวน	3	กิโลเมตร
สำนักงานประปาเขต 1 ชลบุรี	3	กิโลเมตร
สถานประกอบการ		
สำนักงานสาขา ธนาคารกสิกรไทย	54	เมตร
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา	2	กิโลเมตร
ธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาถนนพระยาสุรเสนา	3	กิโลเมตร
อมตะสปริงคลับ	11	กิโลเมตร
นิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร	17	กิโลเมตร

3.2 ทางทำเลที่ตั้ง (Location Attribute)

เขตพื้นที่ดินตั้งอยู่ในเขต ตำบลบางปลาสร้อย อำเภอเมืองชลบุรี

ทิศเหนือติดต่อกับตำบลบางทราย

ทิศใต้ติดต่อกับตำบลเสม็ด

ทิศตะวันออกติดต่อกับตำบลบ้านสวน

ทิศตะวันตกติดกับอ่าวไทย

จำนวนรถที่วิ่งผ่านโครงการ

ชื่อถนน	ปริมาณการจราจร(คัน)/วัน
ถนนสุขุมวิท	>80,000
ถนนเศรษฐกิจ (ทางหลวงหมายเลข 344)	53,043
ถนนเลียบเมืองชลบุรี (ทางหลวงหมายเลข361)	79,977
ถนนกรุงเทพ-ชลบุรี สายใหม่ (ทางหลวงหมายเลข7)	40,001-80,000

ที่มา <http://bhs.doh.go.th/gis>

3.3 กฎหมายและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง (Law and Regulation Attribute)

การศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาโครงการ จำเป็นที่จะต้องศึกษาถึงกฎหมาย และข้อกำหนดต่างๆที่เกี่ยวข้องในการใช้ประโยชน์ที่ดิน และ กฎหมายควบคุมอาคาร

3.3.1 กฎหมายที่เกี่ยวข้องในการใช้ประโยชน์ที่ดิน

1.กฎกระทรวงให้ใช้บังคับผังเมืองรวมเมืองชลบุรี

ทำเลที่ตั้งของโครงการอยู่ในเขตพื้นที่ดินประเภทพาณิชยกรรม ให้ใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อพาณิชยกรรม การอยู่อาศัย สถาบันราชการ การสาธารณูปโภคและสาธารณูปการเป็นส่วนใหญ่ สำหรับการให้ประโยชน์ที่ดิน เพื่อกิจการอื่น ให้ใช้ได้ไม่เกินร้อยละสิบของที่ดินประเภทนั้นในแต่ละบริเวณ ที่ดินประเภทนี้ ห้ามใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อกิจการตามที่กำหนด ดังต่อไปนี้

(๑) โรงงานทุกจำพวกตามกฎหมายว่าด้วยโรงงาน เว้นแต่โรงงานตามประเภท ชนิด และ จำพวกที่กำหนดให้ดำเนินการได้ ตามบัญชีท้ายกฎกระทรวงนี้ และโรงงานบำบัดน้ำเสียรวมของชุมชน

(๒) คลังน้ำมันเชื้อเพลิงและสถานที่ที่ใช้ในการเก็บรักษาน้ำมันเชื้อเพลิง ที่ไม่ใช่ ก๊าซปิโตรเลียมเหลวและก๊าซธรรมชาติ เพื่อจำหน่ายที่ต้องขออนุญาตตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุม น้ำมันเชื้อเพลิง

(๓) สถานที่บรรจุก๊าซ สถานที่เก็บก๊าซ และห้องบรรจุก๊าซ สำหรับก๊าซปิโตรเลียมเหลว ตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุม น้ำมันเชื้อเพลิง แต่ไม่หมายความรวมถึงร้านจำหน่ายก๊าซ สถานที่ใช้ ก๊าซ และสถานที่จำหน่ายอาหารที่ใช้ ก๊าซ

(๔) เลี้ยงม้า โค กระบือ สุกร แพะ แกะ หาน เป็ด ไก่ ฝูง จระเข้ หรือ สัตว์ป่า ตามกฎหมายว่าด้วยการสงวนและคุ้มครองสัตว์ป่า เพื่อการค้า

(๕) สุสานและฌาปนสถานตามกฎหมายว่าด้วยสุสานและฌาปนสถาน

(๖) จัดสรรที่ดินเพื่อประกอบอุตสาหกรรม

(๗) โรงฆ่าสัตว์

(๘) ไซโลเก็บผลิตผลทางการเกษตร

(๙) กำจัดมูลฝอย

(๑๐) ซื้อขายหรือเก็บเศษวัสดุ

การใช้ประโยชน์ที่ดินในระยะ ๕๐ เมตร จากเขตทางทั้งสองฟากของทางหลวงแผ่นดิน หมายเลข ๓๑๕ สายฉะเชิงเทรา - ชลบุรี ช่วงตั้งแต่ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข ๓ (ถนนสุขุมวิท) (ตอนเลี้ยวเมือง) บรรจบกับทางหลวงแผ่นดินหมายเลข ๓๑๕ สายฉะเชิงเทรา - ชลบุรี จนถึงแนวเขตผังเมืองรวมด้านตะวันออก ห้ามใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อกิจการตามที่กำหนด ดังต่อไปนี้ด้วย

(๑) โรงแรมตามกฎหมายว่าด้วยโรงแรม

(๒) โรงมหรสพตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมอาคาร

(๓) สถานบริการตามกฎหมายว่าด้วยสถานบริการ

(๔) การประกอบกิจการประเภทอาคารขนาดใหญ่

(๕) การอยู่อาศัยประเภทห้องชุด อาคารชุด หรือหอพัก

(๖) ศูนย์การค้า

(๗) ตลาด

(๘) สวนสนุก

(๙) สนามแข่งขัน การประกอบกิจการประเภทห้องแถวหรือตึกแถวริมทางหลวงแผ่นดิน หมายเลข ๓๑๕ สายฉะเชิงเทรา - ชลบุรี ช่วงตั้งแต่ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข ๓ (ถนนสุขุมวิท) (ตอนเลี้ยวเมือง) บรรจบกับทางหลวงแผ่นดินหมายเลข ๓๑๕ สายฉะเชิงเทรา - ชลบุรี จนถึงแนวเขตผังเมืองรวม ด้านตะวันออก ให้ มีที่ว่างตามแนวนานริมเขตทางไม่น้อยกว่า ๘ เมตร การใช้ประโยชน์ที่ดินริมฝั่งลำคลองหรือแหล่งน้ำสาธารณะ ให้ มีที่ว่างตามแนวนานริมฝั่ง ตามสภาพธรรมชาติของลำคลองหรือแหล่งน้ำสาธารณะไม่น้อยกว่า ๖ เมตร เว้น แต่เป็นการก่อสร้าง เพื่อการคมนาคมทางน้ำ หรือการสาธารณูปโภค ("กฎกระทรวงให้ใช้บังคับผังเมืองรวมเมืองชลบุรี," 2553)

2.กฎกระทรวงฉบับที่ 33 ในพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 (กรมโยธาธิการและผังเมือง, กระทรวงมหาดไทย,2535)

เป็นการศึกษาเกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบอาคารสูง และอาคารขนาดใหญ่พิเศษ

- อาคารสูง คืออาคารที่มีความสูงตั้งแต่ 23 เมตรขึ้นไป
- อาคารขนาดใหญ่พิเศษ คืออาคารที่มีพื้นที่รวมเกิน 10,000 ตารางเมตรขึ้นไป
- ที่ดินที่เป็นที่ตั้งของอาคารพักอาศัยรวม ที่มีพื้นที่ไม่เกิน 10,000 ตารางเมตร และมีความสูงไม่เกิน 23 เมตร และที่ดินต้องเชื่อมเขตทางมากกว่า 6 เมตร
- ที่ดินที่เป็นที่ตั้งของอาคารขนาดใหญ่หรืออาคารสูง ที่มีพื้นที่ไม่เกิน 30,000 ตารางเมตร โดยต้องมีความกว้างที่ดินต้องมากกว่า 12 เมตร และต้องเชื่อมต่อกับถนนสาธารณะที่มีเขตทางไม่ต่ำกว่า 10 เมตร
- ที่ดินที่เป็นที่ตั้งของอาคารขนาดใหญ่หรืออาคารสูง ที่มีพื้นที่มากกว่า 30,000 ตารางเมตร ต้องมีความกว้างที่ดินมากกว่า 12 เมตร และเชื่อมต่อกับถนนสาธารณะที่มีเขตทางไม่ต่ำกว่า 18 เมตร
- อาคารขนาดใหญ่พิเศษหรืออาคารสูงต้องมีพื้นที่รอบอาคารมากกว่า 6 เมตร
- อาคารขนาดใหญ่พิเศษหรืออาคารสูงต้องมีค่า FAR ไม่เกิน 10 เมตร

3.กฎกระทรวงฉบับที่ 55 ในพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 (พ.ศ. 2543)

เป็นการศึกษาเกี่ยวกับข้อกำหนด ในการออกแบบอาคาร การจัดสรรพื้นที่ว่าง ภายนอกอาคาร แนวอาคาร ระยะร่นต่างๆ ขนาดทางเดิน ภายในอาคาร ห้องน้ำ บันได บันไดหนีไฟ

- อาคารอยู่อาศัยรวมและอาคารอยู่อาศัยควรมีที่ว่างไม่น้อยกว่าร้อยละ 30
- อาคารที่สูงเกิน 23 เมตร มีระยะร่นโดยรอบแนวเขตที่ดินเท่ากับ 6 เมตร และหากอาคารสูงน้อยกว่า 23 เมตร ระยะร่นโดยรอบแนวเขตที่ดินเท่ากับ 3 เมตร
- ความกว้างของทางเดินในอาคารควรมีขนาดไม่ต่ำกว่า 1.5 เมตร
- บันไดอาคารอยู่อาศัยรวมต้องมีความกว้างสุทธิมากกว่า 1.5 เมตร หรือ 2 บันได มีความกว้างสุทธิมากกว่า 1.2 เมตร
- อาคารสูงที่มีความสูงตั้งแต่ 4 ชั้นขึ้นไป ควรมีบันไดหนีไฟ อย่างน้อย 1 แห่ง
- ความสูงของอาคารจากจุดใดจุดหนึ่ง ต้องไม่เกิน 2 เท่าของระยะราบจากจุดนั้นถึงเขตที่ดินด้านตรงข้ามถนนสาธารณะ

4.พระราชบัญญัติสิ่งแวดล้อม (พ.ศ. 2535)

เป็นการศึกษาข้อกำหนดสำหรับอาคารที่มีพื้นที่รวมเกิน 4,000 ตารางเมตร และมีจำนวนห้องพัก 80 ห้องขึ้นไป

- ต้องจัดสรรให้มีพื้นที่จุตรวมพลจำนวน 0.25 ตารางเมตรต่อคน
- ต้องจัดเตรียมพื้นที่พักขยะในทุกชั้น และต้องมีพื้นที่จัดเก็บขยะรวมของโครงการ
- พื้นที่สีเขียวยังยืนต้องมีไม่น้อยกว่า 50% ของพื้นที่สีเขียวทั้งหมด
- กำหนดให้มีพื้นที่สีเขียว จำนวน 1 ตารางเมตรต่อจำนวนผู้พักอาศัย 1 คน
- ห้องพักที่มีขนาดใหญ่กว่า 35 ตารางเมตร ให้คิดจำนวนผู้อยู่อาศัยจำนวน 5 คนต่อห้อง
- ห้องพักที่มีขนาดเล็กกว่า 35 ตารางเมตร ให้คิดจำนวนผู้อยู่อาศัย 3 คนต่อห้อง

3.3.2 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ ก่อสร้างอาคารและพัฒนาโครงการ

1. กฎกระทรวง ฉบับที่ 7,39 และ 41 (พ.ศ. 2517)

มีข้อสรุปสำคัญเกี่ยวกับอาคารจอดรถยนต์ เช่น ขนาดของที่จอดรถ ระยะห่าง ความกว้างของทางวิ่ง จำนวนที่จอดรถตามกฎหมาย โดยในเขตเทศบาลทุกแห่งต้องจัดให้มีพื้นที่จอดรถยนต์ไม่น้อยกว่า 1 คัน ต่อ 2 ครอบครัว สำหรับอาคารชุดที่มีพื้นที่ต่อครอบครัวมากกว่า 60 ตารางเมตรขึ้นไป สำหรับอาคารขนาดใหญ่ควรให้พื้นที่จอดรถไม่น้อยกว่า 1 คัน ต่อพื้นที่ 240 ตารางเมตร ส่วนความกว้างของทางวิ่ง กำหนดไว้แล้วว่า วิ่งทางเดียวต้องมีความกว้างน้อยกว่า 3.5 เมตร และวิ่งสองทาง ควรมีความกว้างไม่น้อยกว่า 6 เมตร

การศึกษาเกี่ยวกับการป้องกันอัคคีภัย อุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ
ในเรื่องขนาดที่จอดรถ

- ขนาดที่จอดรถแบบท่ามุม 0-29 องศาทางเดินรถ ควรมีขนาดไม่น้อยกว่า 2.4x6.0
- ขนาดที่จอดรถแบบท่ามุม 30-99 องศาทางเดินรถ ขนาดไม่น้อยกว่า 2.4x5.5
- ขนาดที่จอดรถแบบตั้งฉาก ขนาดไม่น้อยกว่า 2.4x5

2. พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 ,พ.ศ. 2535 , พ.ศ. 2543 และ พ.ศ.2550

เป็นการศึกษาข้อกำหนดเกี่ยวกับการขออนุญาต การควบคุมงานก่อสร้าง การต่อเติมอาคาร หรือดัดแปลงต่างๆ

3.3.3 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการโครงการ

1.พระราชบัญญัติการจัดสรรที่ดิน (พ.ศ. 2543)

ศึกษาข้อกำหนด ในการขออนุญาต การจัดสรรที่ดิน การบริหารควบคุมและจัดให้มีระบบสาธารณูปโภคต่างๆ การจัดตั้งและขออนุญาตตั้งนิติบุคคล

2.พระราชบัญญัติอาคารชุด (พ.ศ. 2522)

ให้คำจำกัดความเกี่ยวกับอาคารชุด การจัดตั้งอาคารชุด การจดทะเบียนอาคารชุด กรรมสิทธิ์ต่างๆในอาคารชุด การออกเสียงในที่ประชุมนิติบุคคล นิติบุคคลอาคารชุด ตลอดจนการขอยกเลิกอาคารชุด

3.4 การลงทุนจากภาครัฐและเอกชน รวมทั้งบริเวณพื้นที่โดยรอบ (Government and Public Investment)

3.4.1 การลงทุนจากภาครัฐ

1. โครงการรถไฟทางคู่

การก่อสร้างทางรถไฟใหม่คู่ขนานไปกับทางรถไฟสายตะวันออกในปัจจุบัน จาก ฉะเชิงเทราและปลายทางสุดที่สถานีแหลมฉบัง โดยสถานีที่ผ่านคือ ดอนสนั่น พานทอง ชลบุรี

บางพระ ศรีราชา และแหลมฉบัง โดยการก่อสร้างจะทำได้โดยใช้แผ่น คสล. วางบนเสาเข็มรองรับ คั่นทางดินถมจากฉะเชิงเทราถึงสถานีพานทอง ประมาณ 33 กิโลเมตร

2. รถไฟความเร็วสูง

สถานีชลบุรี ตั้งอยู่ในพื้นที่ ตำบลนาป่า อำเภอมะเมืองชลบุรี ห่างจากสถานีรถไฟเดิม 2 กิโลเมตร ห่างจากอ้อมตะนคร 5 กิโลเมตร และ ตัวเมือง 4 กิโลเมตร การเข้าถึงเชื่อมกับถนนมอเตอร์เวย์ชลบุรี และ ถนนสาย 361 พื้นที่โล่ง ง่ายต่อการพัฒนา มีขนาด 3,750 ไร่ (ประชาชาติธุรกิจ, 2556)

3. ท่าเรือน้ำลึกแหลมฉบังเฟส 3

กทท. เผยว่า การเตรียมแผนการก่อสร้างท่าเรือแหลมฉบังเฟส 3 ยังเดินหน้าต่อ โดยแผน เดินหน้าแล้วเสร็จไปแล้ว 90% ขั้นตอนที่เหลือคือการทำความเข้าใจกับประชาชนในพื้นที่ โดยคาดว่าจะใช้ระยะเวลาประมาณ 1-2 ปี หลังกระบวนการแล้วเสร็จ (เดลินิวส์, 2557)

3.4.2 การลงทุนจากภาคเอกชน

1. นิคมอุตสาหกรรมเหมราช จังหวัดชลบุรี

ขอขยายพื้นที่เพิ่มประมาณ 632 ไร่ จากเดิมที่มีอยู่ 3,160 ไร่ เพื่อรองรับการขยายการลงทุนในอนาคต (ผู้จัดการออนไลน์, 2557)

2. นิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี

มีแผนจะพัฒนาโครงการอมตะนครแห่งที่ 2 มีเนื้อที่ประมาณ 2,000 ไร่ ตั้งอยู่เขต พื้นที่ ตำบลบางนาง ตำบลบ้านเก่า อำเภอบางนา จังหวัดชลบุรี โดยทำเลเป็นทำเลที่มี ศักยภาพในการพัฒนาอุตสาหกรรม โดยห่างจากสนามบินสุวรรณภูมิ 42 กิโลเมตร และอยู่ ไม่ไกลจากท่าเรือพาณิชย์นานาชาติ เช่น ท่าเรือน้ำลึกสัตหีบ ท่าเรือน้ำลึกแหลมฉบัง ท่าเรือ น้ำลึกเกาะสีชัง (ผู้จัดการออนไลน์, 2554)

สรุปความเป็นไปได้ในการพัฒนาโครงการ

ทำเลที่ตั้งของโครงการ มีความเป็นไปได้ในการพัฒนาเป็น ศูนย์การค้า โรงแรม คอนโดมิเนียม อพาร์ทเมนต์ บ้านจัดสรร สำนักงานให้เช่า

3.5การวิเคราะห์

สมมติฐาน

การพัฒนาโครงการแบ่งเป็น 2 ส่วน โดย 50% ของที่ดินทั้งหมดพัฒนาเป็นโครงการคอนโดมิเนียม ส่วนที่เหลือพัฒนาเป็น Home Office ค่าใช้จ่ายในการบริหารแบ่งเป็น 50% แรก สำหรับโครงการ Home Office และ ส่วนที่สองสำหรับคอนโดมิเนียม

จากการวิเคราะห์พบว่า การพัฒนาโครงการเป็นคอนโดมิเนียมอย่างเดียว ให้ผลตอบแทนสูงที่สุด แต่ก็มีความเสี่ยงมากที่สุด เพราะต้องสร้างเสร็จทั้งอาคาร ถึงสามารถทยอยโอนได้ ส่วนการพัฒนาโครงการ Home Office ให้ผลตอบแทนต่ำที่สุด เพราะราคาขายนั้นสูงกว่าราคาตลาด จึงมีความจำเป็นที่จะต้องลดต้นทุนและกำไรขั้นต้นลงมา แต่มีความเสี่ยงน้อยสุด

ดังนั้น การพัฒนาโครงการ 2 ส่วน คือส่วนแรก เป็น Home Office และ ส่วนสอง เป็นคอนโดมิเนียมน่าจะเป็นทางเลือกที่ดีที่สุด ที่จะได้รับผลตอบแทนสูงกว่าการสร้าง Home Office เพียงอย่างเดียว และได้รับความเสี่ยงน้อยกว่าการสร้างคอนโดมิเนียมเพียงอย่างเดียว เพราะ Home Office สามารถทยอยสร้าง ทยอยขายได้ และ Home Office ที่เป็นร้านค้าสามารถเกี่ยวพันกับโครงการคอนโดมิเนียม ด้านหลังได้อีกทางหนึ่งด้วย ทำให้โครงการคอนโดมิเนียมมีมูลค่าสูงขึ้น ผู้พักอาศัยมีความสะดวกสบายในการพักอาศัยมากขึ้น เนื่องจากมีพื้นที่ร้านค้าอยู่ด้านหน้าโครงการ แต่เนื่องจากมูลค่า Home Office ของโครงการสูงกว่าตลาดมาก อาจจะต้องหาวิธีลดต้นทุนและกำไรขั้นต้นลง เพื่อให้สามารถแข่งขันกับตลาดได้

บทที่4

การวิเคราะห์ทางการตลาด

จากการวิเคราะห์ทางด้านกฎหมายพบว่า สามารถพัฒนาโครงการเป็น ศูนย์การค้า โรงแรม คอนโดมิเนียม อพาร์ทเมนต์ บ้านจัดสรร สำนักงานให้เช่า ซึ่งผู้ศึกษาจะทำการวิเคราะห์ทางการตลาด และทางการเงิน

4.1 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาดเพื่อคัดเลือก Highest and Best Use

4.1.1 ความเป็นไปได้ในการพัฒนาศูนย์การค้า

รายละเอียดของศูนย์การค้าบริเวณใกล้เคียง

ศูนย์การค้า เดอะ ฟอรัม พลาซ่า

ศูนย์การค้าอยู่ใจกลางเมืองชลบุรี อยู่ติดถนนสุขุมวิทและ ถนนชัยชนะ มี ฟินิกซ์ ดีพาร์ทเมนต์สโตร์และซูเปอร์มาเก็ต

ชั้น 1 2 3 4 เป็นโซนพลาซ่า

ชั้น 5 เป็นสวนสนุกเพิ่มทักษะ

โรงภาพยนตร์ SF จำนวน 5 โรง

ลานจอดรถที่สะดวกสบาย

จากการศึกษาค้นพบว่า ศูนย์การค้านี้เป็นศูนย์การค้าแรกของจังหวัดชลบุรีเจ้าของเป็นผู้ประกอบการท้องถิ่น ภายในมีซูเปอร์มาเก็ต ร้านค้า ร้านอาหารจำนวนมาก แต่บรรยากาศไม่ค่อยคึกคักมากเท่ากับเซ็นทรัล ชลบุรี และสภาพอาคารค่อนข้างทรุดโทรม



ภาพที่4.1 สภาพอาคารภายนอก ศูนย์การค้า ฟอรัม พลาซ่า



ภาพที่4.2 บรรยากาศภายในศูนย์การค้า

ห้างสรรพสินค้าเฉลิมไทย

ที่ตั้งอยู่ติดถนนสุขุมวิทและ ถนนสุขุมวิท มีคิวรถอยู่ด้านหน้าอาคาร พื้นที่เช่าสามารถแข่งต่อจากผู้เช่าเดิมได้ได้ บรรยากาศภายในไม่คึกคัก และสภาพภายนอกอาคารทรุดโทรม



ภาพที่4.3 บรรยากาศภายนอกห้างสรรพสินค้าเฉลิมไทย



ภาพที่4.4 บรรยากาศภายในห้างสรรพสินค้าเฉลิมไทย

ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า ชลบุรี

ศูนย์การค้าไลฟ์สไตล์ช้อปปิ้งคอมเพล็กซ์ที่ใหญ่และทันสมัยที่สุดในชลบุรี ด้วยการออกแบบที่เน้นความเป็นธรรมชาติและมีแสงสว่างอย่างทั่วถึง ศูนย์การค้าประกอบด้วย ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน ไฮเปอร์มาเก็ต บิ๊กซี โรงภาพยนตร์เอส เอฟ ซิตี และคาราโอเกะที่ทันสมัยแห่งแรกในชลบุรี โดยมีร้านค้าปลีกกว่า 250 ร้าน เป็นศูนย์รวมแฟชั่น อาหารและเครื่องดื่ม โซนสันทนาการ และสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน บรรยากาศค่อนข้างคึกคัก ทั้งช่วงวันธรรมดาและสุดสัปดาห์

พื้นที่ค้าปลีกรวม : 100,000 ตร.ม.

พื้นที่สำนักงานรวม : 127,400 ตร.ม.

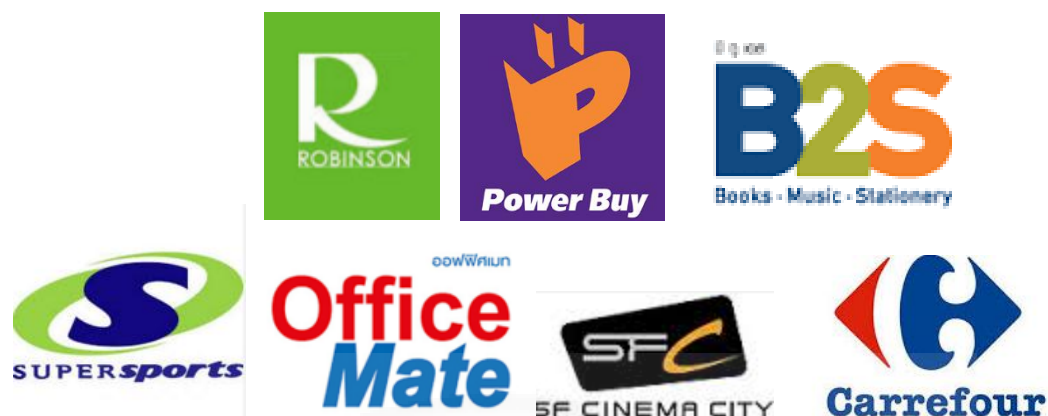
พื้นที่จอดรถ : 1,500 คัน



ภาพที่4.5 บรรยากาศภายนอก เซ็นทรัล พลาซ่า ชลบุรี



ภาพที่4.6 บรรยากาศภายในเซ็นทรัล พลาซ่า ชลบุรี



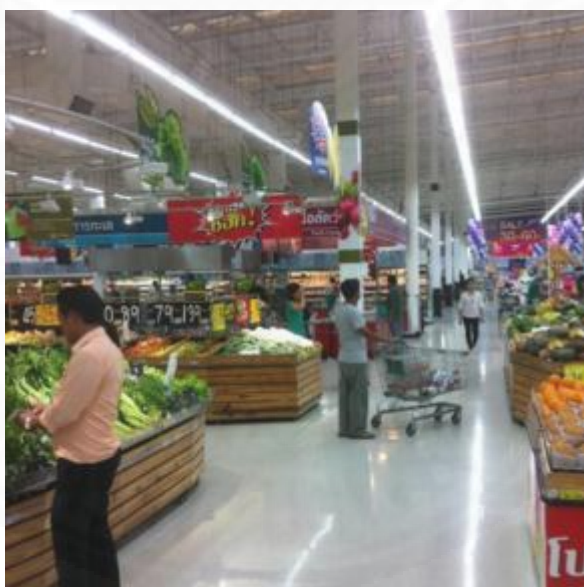
ภาพที่ 4.7 ร้านค้าย่อยในเซ็นทรัล พลาซ่า ชลบุรี

เทสโก้ โลตัส ชลบุรี

ทำเลอยู่ติดถนนสุขุมวิท มีทั้งโซนพื้นที่ค้าปลีกรวม ร้านค้า ร้านอาหาร ธนาคารสาขา โซนซูเปอร์มาเก็ต ร้านหนังสือ SE-ED KFC ลานจอดรถ



ภาพที่ 4.8 บรรยากาศภายนอก เทสโก้ โลตัส ชลบุรี



ภาพที่ 4.9 บรรยากาศภายใน เทสโก้ โลตัส ชลบุรี

แม็คโคร ชลบุรี

ทำเลอยู่ติดถนนสุขุมวิท มีโซนซูเปอร์มาเก็ต และลานจอดรถ



ภาพที่4.10 ภาพบรรยากาศภายนอก แม็คโคร



ภาพที่4.11 ภาพบรรยากาศภายใน แม็คโคร

เนื่องจากทำเลที่ตั้งของโครงการสามารถเดินทางไปศูนย์การค้าต่างๆเช่น ฟอรั่ม พลาซ่า ห้างเฉลิมไทย เทสโก้โลตัส แม็คโคร เซนทรัล เฟสติวัล ชลบุรี ในระยะทางไม่เกิน 8 กิโลเมตร หรือไม่เกิน 13 นาทีจากที่ตั้งโครงการ ซึ่งศูนย์การค้าเหล่านี้มีสินค้าและบริการที่หลากหลาย และมีประสบการณ์ในการทำธุรกิจค้าปลีกมานาน ดังนั้น **ทำเลที่ตั้งโครงการ จึงมีความเป็นไปได้ยากในการพัฒนาเป็นศูนย์การค้า** เนื่องจากปัจจัยทางด้านการตลาด เช่น คู่แข่ง และระยะทาง และประสบการณ์ในธุรกิจด้านศูนย์การค้า

4.1.2 ความเป็นไปได้ในการพัฒนาอพาร์ทเมนต์และ เซอร์วิส อพาร์ทเมนต์

จากการสำรวจไม่ค่อยพบอพาร์ทเมนต์ปล่อยเช่าที่อยูใจกลางเมือง อพาร์ทเมนต์ส่วนมากจะตั้งอยู่บริเวณใกล้นิคมอมตะซึ่งค่าเช่าจะอยู่ประมาณเดือนละ 2,500-3,000 บาท คนที่เช่าส่วนมากจะเป็นระดับแรงงาน



ภาพที่ 4.12 ภาพอพาร์ทเมนต์ แถวอมตะนคร

ที่พักอาศัยปล่อยเช่า ในใจกลางเมืองส่วนมากจะอยู่ในรูปแบบบ้านเช่าหรือคอนโดปล่อยเช่า โดยคอนโดปล่อยเช่าที่อยูใจกลางเมืองชลบุรีค่าเช่าจะอยู่ประมาณเดือนละ 3,500-6,000 บาท โดยคนที่เช่าส่วนมากจะเป็นพนักงานระดับปฏิบัติการที่ทำงานในนิคมอมตะ หรือนิคมอื่นบริเวณใกล้เคียง ในบริเวณไม่ไกลจากไฮด์ มีคอนโด ลุมพินี คอนโดทาวน์ ชลบุรี-สุขุมวิท ทำเลที่ตั้งของคอนโดลุมพินี จากถนนสุขุมวิท เข้าซอยไปไม่เกิน 100 เมตร ที่มีจำนวนยูนิตมากกว่า 4,000 ยูนิต มีโปรโมชั่นให้ผ่อน 2,500-5,000 บาท ไม่ต้องดาวน์ 25 เดือนแรก ทำให้หลายคนเลือกที่จะผ่อนคอนโดลุมพินี มากกว่าที่จะไปเสียค่าเช่าให้กับอพาร์ทเมนต์ และ สำหรับนักลงทุนที่มาซื้อคอนโดและปล่อยเช่า หลังจากที่ได้คุยกับนิติบุคคลของคอนโดลุมพินีแล้ว พบว่า มีห้องฝากปล่อยเช่า เหลืออยู่จำนวนมาก



ภาพที่ 4.13 คอนโด ลุมพินี คอนโดทาวน์ ชลบุรี-สุขุมวิท

สำหรับกลุ่มชาวต่างชาติ ที่มีกำลังซื้อสูง เช่น ชาวญี่ปุ่นที่ทำงานในนิคมพบว่า ส่วนมากจะเลือกพักในอำเภอศรีราชามากกว่าในอำเภอเมืองชลบุรี เพราะเนื่องจากในอำเภอศรีราชา มีคอนโดมิเนียมอยู่เป็นจำนวนมาก และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับคนญี่ปุ่นก็เพียบพร้อม และใน ศรีราชา ก็มีคอนโดมิเนียมปล่อยเช่า และ เซอร์วิส อพาร์ทเมนต์ปล่อยเช่า สำหรับชาวญี่ปุ่นเป็นจำนวนมาก

ดังนั้นจึงมีความเป็นไปได้ยากในการพัฒนาโครงการเป็นอพาร์ทเมนต์หรือ เซอร์วิส อพาร์ทเมนต์

4.1.3 ความเป็นไปได้ในการพัฒนาสำนักงานให้เช่า

สำนักงานให้เช่าในตัวเมืองชลบุรี ส่วนใหญ่จะเป็นในรูปแบบของอาคารพาณิชย์ ปล่อยเช่า ราคาอยู่ประมาณห้องละ 15,000-38,000 บาทต่อเดือน แต่ไม่พบอาคารที่เป็นสำนักงานให้เช่าในอำเภอเมืองชลบุรี



ภาพที่ 4.14 ภาพอาคารพาณิชย์ให้เช่าในอำเภอเมืองชลบุรี

จากการสำรวจ พบว่ามีห้องแถวปล่อยเช่าอยู่เป็นจำนวนมาก แสดงว่าอุปทานในพื้นที่ยังคงค่อนข้างสูงกว่าอุปสงค์อยู่มาก

ดังนั้นจึงเป็นไปได้ยากในการพัฒนาโครงการเป็นออฟฟิศสำนักงานให้เช่า

4.1.4 ความเป็นไปได้ในการพัฒนาบ้านจัดสรร/อาคารพาณิชย์

จากการสอบถามจากคนในพื้นที่อำเภอเมืองชลบุรี พบว่า ในอำเภอเมืองจะมีแต่หมู่บ้านจัดสรรที่สร้างมานานแล้ว หมู่บ้านจัดสรรใหม่ๆไม่ค่อยมี ส่วนมากจะเป็นอาคารพาณิชย์ เพราะไม่ค่อยมีที่ดินแปลงใหญ่ในเมืองเหลือแล้ว ทำให้หลายคนเลือกที่จะไปซื้อบ้านจัดสรรที่บางแสนกัน เพราะบางแสนยังมีพื้นที่ว่างรอพัฒนาโครงการเหลืออยู่จำนวนมาก และราคาที่ดินที่บางแสนก็มีราคาถูกกว่าที่ดินในอำเภอเมืองชลบุรีประมาณเกือบ 2 เท่าตัว ส่งผลให้ราคาบ้านจัดสรรในบางแสนมีราคาถูกกว่า และการเดินทางจากบางแสนเข้าสู่อำเภอเมืองโดยรถยนต์ก็ใช้เวลาไม่ถึง 20 นาที ดังนั้นปัจจัยทางด้านทำเลที่ไกลจากตัวเมืองอาจไม่มีผล แต่ปัจจัยทางด้านราคาน่าจะมีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคโดยตรง ดังนั้นการพัฒนาเป็นบ้านจัดสรรอาจไม่ใช่ตัวเลือกที่เหมาะสม แต่การพัฒนาโครงการเป็นอาคารพาณิชย์น่าจะมีความเป็นไปได้

4.1.5 ความเป็นไปได้ในการพัฒนาเป็นโรงแรม

โรงแรมในอำเภอเมืองชลบุรีมีน้อย โดยพบว่ามียู่ 2 โรงแรม เป็นโรงแรม 3 ดาว คือโรงแรมอีสเทิร์น และ โรงแรมชลอินเตอร์ (เมื่อก่อนเป็นโรงแรมเมอร์เคียว ชลบุรี แต่ปัจจุบันทางเมอร์เคียวได้ถอนตัวไปแล้ว) ซึ่งมีจำนวนห้องพักเยอะ และมีห้องประชุมหลายห้อง โดยเน้นรับจัดงานและกลุ่มสัมมนาเป็นหลัก โรงแรมมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน แต่ถ้าดูจากสภาพภายนอกอาคารแล้ว ค่อนข้างทรุดโทรม

จากการเข้าไปสำรวจพบว่า ทั้ง 2 โรงแรมจะมีผู้คนเข้ามาใช้บริการเยอะในช่วงวันธรรมดา แต่ในวันเสาร์ อาทิตย์ จะค่อนข้างเงียบ นอกจากนี้ยังพบว่า มีคอนโดมิเนียมในอำเภอเมืองชลบุรี และอำเภอใกล้เคียงปล่อยเช่าห้อง รายวันและรายเดือนจำนวนมาก ทำให้ลูกค้าของโรงแรมมีแนวโน้มลดลง เนื่องจากคู่แข่งมากขึ้น



ภาพที่ 4.15 ภาพโรงแรมอีสเทิร์น



ภาพที่4.16ภาพโรงแรมชลอินเตอร์

ดังนั้นจึงมีความเป็นไปได้ยากในการพัฒนาโครงการเป็นโรงแรม

4.1.6 ความเป็นไปได้ในการพัฒนาเป็นคอนโดมิเนียม

รายละเอียดของโครงการคอนโดมิเนียม

โครงการลุมพินี คอนโดทาวน์ ชลบุรี-สุขุมวิท

โครงการตั้งอยู่ห่างจากที่ตั้งโครงการเพียง 2 กิโลเมตร พื้นที่โครงการทั้งหมด 37 ไร่ เป็นอาคารชุดพักอาศัย 19 โครงการ ห้องพักชุดอาศัยมีทั้งหมด 4,101 ยูนิต และร้านค้า 12 ยูนิต สามารถจอดรถได้ 1,130 คัน มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น ลานกีฬาอเนกประสงค์ สระว่ายน้ำ ห้องออกกำลังกาย ร้านค้าเพื่ออำนวยความสะดวก สวนผักผ่อน สนามเด็กเล่น เซเว่นอีเลว่น โดยเปิดขายมา เกือบปีครึ่ง ยอดโอนประมาณ 60-70% แล้ว ซึ่งคนที่ซื้อจะมีทั้งนักลงทุนและคนทำงานในชลบุรี ราคาเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 26,000 บาทต่อตร.ม โดยคิดค่าจอง 3,000 บาท และยอดผ่อนเดือนละ 3,600-6,000 บาท



ภาพที่ 4.17 โครงการลุมพินี คอนโดทาวน์ ชลบุรี-สุขุมวิท

คอนโดชลบุรี อินฟินิตี้วัน

โครงการตั้งอยู่ห่างจากที่ตั้งโครงการไปประมาณ 6 กิโลเมตร โครงการเป็นคอนโด 34 ชั้น ทั้งหมด 2 อาคาร ประกอบด้วยห้องชุด 685 ห้อง บนพื้นที่ 5 ไร่ โดยห้องชุดในโครงการนี้มี 1 และ 2 ห้องนอน ส่วน 3 ห้องนอนจะเป็นเพนต์เฮาส์ พื้นที่ใช้สอยภายในห้องจะเริ่มตั้งแต่ 26-167 ตรม. ราคาขายตั้งแต่ 1.89-29 ล้านบาท เริ่มต้นที่ ตรม.ละ 76,000 บาท สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการคือ สระว่ายน้ำแบบฟรีฟอร์ม ห้องออกกำลังกายฟิตเนส และห้องซาวน่า นอกจากนี้ยังมีสวนน้ำ และห้องสมุดลอยฟ้า ทำเลที่ตั้งนั้นอยู่ติดถนนสุขุมวิท และติดกับศูนย์การค้าเซ็นทรัลชลบุรี และใกล้จุดขึ้น-ลงทางเลี้ยวเมือง จากการสำรวจโครงการพบว่า โครงการเป็นที่น่าสนใจในกลุ่มชาวต่างชาติ และนักลงทุนมาก โดยสามารถทำยอดขายได้ประมาณ 80%ของโครงการทั้งหมด ภายในระยะเวลา 2 เดือนหลังจากเปิดขายโครงการ โดยยังไม่ได้เริ่มก่อสร้าง ราคาขายของโครงการเฉลี่ยอยู่ที่ 103,491 บาทต่อตร.ม ยอดจองและทำสัญญาเท่ากับ 110,000 บาท และเงินดาวน์เริ่มต้นที่ 1 ล้านบาทขึ้นไป



ภาพที่ 4.18 คอนโด ชลบุรี อินฟินิตี้วัน

เลอเจน คอนโดมิเนียม

โครงการตั้งอยู่ห่างจากถนนเลียบเมืองชลบุรีประมาณ 170 เมตร มีทั้งหมด 2 เฟส เป็นแบบ 1 ห้องนอน มีห้องรวมทั้งหมด 130 ห้อง ขนาด 28-46 ตร.ม. มีสระว่ายน้ำ ฟิตเนส ที่จอดรถ ส่วนกลาง โดยราคาขายอยู่ที่ประมาณ 30,000 บาทต่อตร.ม. โดยเฟสแรกขายหมดไปแล้ว ปัจจุบัน กำลังดำเนินการสร้างเฟส 2 โดยช่วงที่ไปสำรวจ ทางโครงการยังไม่ได้เปิดขาย เพราะใช้นโยบายสร้างเสร็จก่อนขาย



ภาพที่ 4.19 เลอเจนคอนโดมิเนียม

เดอะ ทรัสต์ คอนโดมิเนียม อมตะ-ชลบุรี

ทำเลของโครงการติดกับถนนทางหลวงแผ่นดินสายอ้อมเมืองชลบุรี อยู่ใกล้ล้อมตะนคร มีจำนวน 8 ชั้น จำนวน 518 ยูนิต ราคาเริ่มต้นที่ 1.29 ล้านบาท รูปแบบห้องมี Studio ขนาด 23.4 ตร.ม. และ 1ห้องนอน ขนาด 29.3 ตร.ม. 1ห้องนอน 1 ห้องน้ำ จอดรถยนต์ได้ 99 คัน จักรยานยนต์ 58 คัน สิ่งอำนวยความสะดวกมีสระว่ายน้ำระบบเกลือ ฟิตเนส สวนพักผ่อน modern Tropical ระบบรักษาความปลอดภัยมี ระบบ cctv พนักงานรักษาความปลอดภัย 24 ชม. โดยมีราคาขายเฉลี่ยอยู่ที่ 50,000 บาทต่อตร.ม เปิดขายได้ประมาณ 6 เดือน ยอดโอนไปประมาณ 40%



ภาพที่4.20 เดอะ ทรัสต์ คอนโดมิเนียม อมตะ-ชลบุรี

เดอะ มูน คอนโด

โครงการตั้งอยู่ในซอยบ้านสุขุมวิท 23 มีจำนวน 1 อาคาร 7 ชั้น ทั้งหมด 53 ห้อง เป็นแบบ 1 ห้องนอน ขนาด 41 ตารางเมตร ทั้งหมด 47 ห้อง และ แบบ 2 ห้องนอน ขนาด 60 ตร.ม. จำนวน 4 ห้อง และ 80 ตร.ม. จำนวน 2 ห้อง ปัจจุบันโครงการขายหมดแล้ว โครงการสามารถจอดรถได้ 53 คัน มีสิ่งอำนวยความสะดวกเช่น สระว่ายน้ำ ฟิตเนส ซักรีด ตู้กดน้ำดื่ม กล้องเก็บจดหมาย อินเทอร์เน็ตส่วนกลาง จากการสอบถามฝ่ายอาคาร พบว่ามี ผู้พักอาศัยอยู่จริงที่ประมาณ 60-70 % ของทั้งหมด ที่เหลือปล่อยเช่าได้เดือนละ 6,000-8,000บาท ห้องเหลือ 1 ห้องนอน 2 ห้อง และ ห้อง 60 ตร.ม. 2ห้อง โดยแบบห้องที่นิยมที่สุดคือ 1 ห้องนอน

จากข้อมูลเบื้องต้น พบว่า การพัฒนาโครงการคอนโดมิเนียมโดยจับ กลุ่ม Luxury สามารถทำยอดขายได้มากที่สุด มีความเสี่ยงในการที่ลูกค้าจะทิ้งดาวน์น้อย และ ผลตอบแทนจากการลงทุนค่อนข้างสูง

ดังนั้นการพัฒนาโครงการเป็นคอนโดมิเนียมจึงมีความเป็นไปได้

4.2 การวิเคราะห์อุปสงค์และอุปทานในพื้นที่

4.2.1 การวิเคราะห์อุปสงค์

4.2.1.1 กลุ่มนักลงทุน

ชลบุรีเป็นจังหวัดที่มีการแข่งขันของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์สูง ในด้านกำลังซื้อ นอกจากกลุ่มคนไทยแล้ว มีคนญี่ปุ่นสนใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ในชลบุรี เพิ่มขึ้นกว่า 15-20% เนื่องจากการขยายตัวของแหล่งโรงงานสูง ทำให้นักลงทุนญี่ปุ่นมีความสนใจที่จะซื้อคอนโดมิเนียมเพื่ออยู่อาศัยและการลงทุน จำนวนมาก (หนังสือพิมพ์คมชัดลึก, 2555)

จากการสำรวจคอนโดมิเนียมที่เปิดขายในอำเภอเมืองชลบุรี พบว่ามีนักลงทุนทั้งไทยและต่างชาติเข้าไปจับจองจำนวนมาก โดยนักลงทุนบางกลุ่มซื้อเพื่อปล่อยเช่า หรือขายตาวนต่อ ซึ่งถ้าปล่อยเช่า ส่วนมากผลตอบแทนให้ yield ดีกว่าการซื้อคอนโดปล่อยเช่า ในกรุงเทพฯ เพราะต้นทุนถูกกว่า แต่สามารถปล่อยเช่าในราคาที่ใกล้เคียงกับราคาปล่อยเช่าในย่านสุขุมวิท และนักลงทุนบางกลุ่มก็ซื้อเก็บไว้เป็นสินทรัพย์ เพราะคาดว่าสินทรัพย์นี้น่าจะมีมูลค่าสูงขึ้นในอนาคต โดยนักลงทุนที่เข้ามาซื้อคอนโดมิเนียม ส่วนมากจะซื้อในนามบุคคลธรรมดา ไม่ใช่ในรูปแบบบริษัท นักลงทุนไทยส่วนมากจะเป็นคนกรุงเทพฯ เป็นส่วนมาก

โดยจากการวิจัยการตลาดของบริษัท ออริจินร่วมกับเอเจนซีระดับชั้นนำของญี่ปุ่น พบว่า ศรีราชาและพื้นที่ใกล้เคียง เป็นศูนย์กลางการพักอาศัยของชาวไทยและชาวญี่ปุ่นที่ทำงานในนิคมอุตสาหกรรมมาตาพุด นิคมสหพัฒน์ ท่าเรือแหลมฉบัง และนิคมโดยรอบคิดเป็นสัดส่วน 40:60 โดยมีชาวญี่ปุ่นอาศัยอยู่ประมาณ 15,000 คน จึงต้องการที่พักอาศัยสำหรับชาวญี่ปุ่นจำนวนมาก ส่งผลให้คอนโดมิเนียมและเซอร์วิส อพาร์ทเมนต์ ที่ศรีราชามีอัตราการเข้าพักเกิน 90% ตลอด ในงบประมาณเฉลี่ยอยู่ที่ 47,000 บาทต่อเดือน ขนาดห้องพัก 30-40 ตรม. เมื่อเปรียบเทียบกับจากราคาคอนโดตารางเมตรละ 6 หมื่นถึง 130,000 บาทต่อ ตรม. จะให้ผลตอบแทนลงทุนจากค่าเช่าเฉลี่ย ปีละมากกว่า 10% ต่อปี (Origin, 2015)

นาย สุรเชษฐ์ กองชีพ รองผู้อำนวยการฝ่ายวิจัย คอลลิเออร์ส อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด กล่าวว่า จังหวัดชลบุรีมีศักยภาพในการลงทุน และการขนส่ง ตั้งอยู่ไม่ไกลจากท่าเรือน้ำลึก และปลอดภัยจากน้ำท่วมในครั้งที่ผ่านมา ซึ่งอุตสาหกรรมหลักที่ลงทุนในนิคมคือ อุตสาหกรรมยานยนต์ ซึ่งส่วนมากเป็นผู้ประกอบการจากญี่ปุ่น ส่งผลให้สถานการณ์การเติบโตของชาวญี่ปุ่นที่เข้ามาทำงาน มีจำนวนเพิ่มสูงขึ้น คาดว่าน่าจะมีจำนวนชาวญี่ปุ่นเข้ามาทำงานมากกว่า 15,000 คน เพิ่มขึ้นกว่า 15% จากปีก่อนหน้านี้ ทำให้บริเวณนี้มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับชาวญี่ปุ่น ครบครัน ไม่ว่าจะเป็นโรงเรียน ศูนย์การค้า โรงพยาบาล ที่อยู่อาศัย เซอร์วิส อพาร์ทเมนต์

โดยที่ตลาดที่อยู่อาศัยน่าจะเติบโตขึ้น 20% จากปีก่อนหน้า ทำให้มีนักลงทุนสนใจซื้อคอนโด ปล่อยเช่าเป็นจำนวนมาก เพราะได้ผลตอบแทนสูงกว่าในกรุงเทพ (new, 2015)

4.2.1.2 กลุ่มประชากรในพื้นที่

จากการสำรวจโครงการคอนโดมิเนียมหลายโครงการ ในอำเภอเมืองชลบุรี พบว่าลูกค้าที่มาซื้อคอนโดมิเนียมนอกจากนักลงทุนแล้ว ยังมีคนในพื้นที่ให้ความสนใจในการซื้อคอนโดมิเนียมด้วย คนในพื้นที่ประกอบด้วยผู้ประกอบการท้องถิ่น และ แรงงานที่เข้ามาทำงานในพื้นที่อำเภอเมืองชลบุรี การเติบโตของเศรษฐกิจในพื้นที่จังหวัดชลบุรีมีอัตราการเติบโตที่สูงกว่าจังหวัดอื่นๆ ปัจจัยที่สามารถชี้วัดถึงการเติบโตของเศรษฐกิจในพื้นที่ และการเติบโตของกำลังซื้อของคนในพื้นที่สามารถวัดได้โดย

1.ผลการจัดเก็บภาษีอากรของสำนักงานสรรพากรพื้นที่ชลบุรี 1

สำนักงานสรรพากรพื้นที่ชลบุรี 1 ครอบคลุมพื้นที่ เมืองชลบุรี 1 เมืองชลบุรี 2 พานทอง บ้านบึง พนสนิมคม เกาะจันทร์ ชลบุรี 1 บ่อทอง และหนองใหญ่

ตารางที่4.1 ตารางแสดงยอดการจัดเก็บภาษีของสำนักงานสรรพากรพื้นที่ชลบุรี 1

(หน่วยล้านบาท)

	2554	2555	2556	2557
รวมสรรพากรจัดเก็บ	16,767.85	18,577.65	30,094.19	29,749.06
หน่วยงานอื่นจัดเก็บ	756.66	1,108.13	1,652.86	1,584.01
ยอดจัดเก็บภาษีรวม	17,524.51	19,685.78	31,747.05	31,333.07
อัตราการเติบโตต่อปี		12%	61%	-1%

ที่มา เว็บไซต์สำนักงานสรรพากรพื้นที่ชลบุรี

จากตารางข้างต้นพบว่าอัตราการเติบโตของยอดจัดเก็บภาษีจากสถานประกอบการ ระหว่างปี 2554 ถึง 2556 มีอัตราแนวโน้มที่สูงขึ้นทุกปี จากปี 2554 ถึง 2555 มีอัตราการเติบโตที่ 12% และจากปี 2555 ถึง 2556 อยู่ที่ 61% เนื่องมาจากในปีนั้นมี นโยบายลดต้นทุนของรัฐบาล ทำให้ยอดจำหน่ายรถยนต์สูงขึ้น บริษัทในนิคมอุตสาหกรรมในชลบุรี ส่วนมากเป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนอะไหล่ยนต์ เลย

ทำให้ผลประกอบการของแต่ละบริษัทสูงขึ้นไปด้วย แต่จากปี 2556 ถึง 2557 มีอัตราลดลงเล็กน้อย อยู่ที่ 1% แต่โดยรวมแล้วจากปี 2554 ถึง 2557 มีอัตราการเติบโตของยอดขายจัดเก็บภาษีอยู่ที่ 79%

1 รายได้และรายจ่ายเฉลี่ยครัวเรือนของประชากรในพื้นที่จังหวัดชลบุรี
ตารางที่ 4.2 ตารางแสดงอัตราการเติบโตของรายได้และรายจ่ายเฉลี่ยครัวเรือนในจังหวัดชลบุรี

รายการ	2554	2556	อัตราการเติบโต(2554-2556)
รายได้เฉลี่ย/เดือน/ ครัวเรือน	24,052.00	28,367.00	18%
ค่าใช้จ่าย/เดือน/ครัวเรือน	20,573.00	24,934.00	21%
หนี้สิน/เดือน/ครัวเรือน	186,509.00	159,084.00	-15%

ที่มา เว็บไซต์สถิติจังหวัดชลบุรี

จากตารางข้างต้นพบว่าอัตราการเติบโตของรายได้ครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือนจากปี 2554 ถึง 2556 อยู่ที่ 18% ค่าใช้จ่ายครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือนจากปี 2554 ถึง 2556 อยู่ที่ 21% หนี้สินครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือนมีอัตราที่ลดลงอยู่ที่ 15% แสดงให้เห็นว่าประชากรในพื้นที่จังหวัดชลบุรีมีกำลังซื้อมากขึ้น

4.2.2 การวิเคราะห์อุปทานในพื้นที่

คู่แข่งทางตรง

เนื่องจากโครงการคอนโดมิเนียมของเราจับกลุ่ม segment เป็นระดับ upper class ดังนั้น การวิเคราะห์อุปทานในพื้นที่ จะศึกษาเฉพาะโครงการคอนโดมิเนียมแบบ upper class เท่านั้น โดยจะศึกษาทั้งในพื้นที่อำเภอเมืองชลบุรีและ อำเภอสัตหีบ เพราะมีอาณาเขตต่อเนื่องกัน และ มีกลุ่มลูกค้าหลักกลุ่มเดียวกัน คือนักลงทุนซื้อคอนโดปล่อยเช่าชาวญี่ปุ่น หรือชาวต่างชาติ

ตารางที่4.3 การวิเคราะห์อุปทานในพื้นที่

Details	The Zea	Knightsbridge Ocean Sri Racha	Infinity One Condominium	Nusa Sri Racha
Developer	Wealth Development(local)	Origin	Pan Plus Property	Nusa
Segment	Upper Class	Upper class	Upper Class	Upper Class
Land size(rai)	3-2-9.0	4-0-4.5	5	10-3-75.0
Total Unit	585	722	674	1181
Parking	-	40%	n/a	30%
Building	39(1)	36(1)	31(A) 34(B)	29-31(4)
Room type			51-61 sqm.	
Studio	-	-	-	-
1BR	31.7-35.6 sqm.	24.5-34.5 sqm.	26-43 sqm.	33.71 – 50.58 sqm.
2BR	60-73 sqm.	54-62 sqm.	51-61 sqm.	61.15 -74.43 sqm.
Penthouse or 3BR	111 sqm.	87-93 sqm.	92 sqm.	109.91 – 136.97 sqm.
Duplex	-	61-101 sqm.	-	-
Launch	ส.ค.-14	ก.ย.-15	ส.ค.-15	ก.ย.-15
Current price(Mb)	2.7(23fl)	2.7 (11fl)	3.4 (10fl)	4.5(27fl)
	85,000 THB/sqm	88,000 THB/Sqm	78,000 THB/sqm	95,000 THB/sqm
Furniture	Fully fitted	Fully furnished	Fully furnished	Fully furnished
Common fee(THB)	45	45	48	45
Sunking fund(THB)	500	500	500	500
%sold	70%	55%	80	70%
Selling point	Japanese Design	Japanese Design	Luxury Design	Japanese Design
	Close to the sea	Sea view	Sea view	Marriott Operate for Hotel and Service Apartment
	Close to Sukhumvit road		Near Central Chonburi	Close to the sea
			Close to Sukhumvit road	yield 7.5% guarantee for investors
			Feng Shui design	Close to Sukhumvit road

4.3 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของโครงการ

4.3.1 จุดแข็งของโครงการ

- 1.ที่ตั้งโครงการอยู่ติดถนนสุขุมวิท
- 2.อยู่ใกล้สิ่งอำนวยความสะดวกและสถานที่สำคัญต่างๆมากมาย เช่น โรงเรียน โรงพยาบาล ศูนย์การค้า สถานที่ราชการ
3. พื้นที่ตั้งอยู่ในเขตพาณิชย์กรรมสีแดง สามารถสร้างอาคารสูงได้

4. ทำเลอยู่ใจกลางชุมชน
5. บริษัทผู้พัฒนาโครงการมีสภาพคล่องและหลักทรัพย์จำนวนมา
6. ที่ดินโครงการเป็นที่ดินแปลงใหญ่ผืนสุดท้ายที่สามารถนำมาพัฒนาโครงการเป็น คอนโดมิเนียมได้ในอำเภอเมืองชลบุรี

4.3.2 จุดอ่อนของโครงการ

1. ผู้พัฒนาโครงการไม่มีประสบการณ์ด้านการพัฒนาอาคารสูง

4.3.3 โอกาส

1. มีการลงทุนจากภาครัฐ เช่น รถไฟฟ้าทางคู่ รถไฟความเร็วสูง ขยายเฟสท่าเรือแหลมฉบัง
2. มีการลงทุนจากภาคเอกชน เช่น การขยายเฟสนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร นิคมเหมราช นิคมสหพัฒน์
3. มีชาวต่างชาติเข้ามาทำงานเป็นจำนวนมาก เช่น ชาวญี่ปุ่น ชาวเกาหลี ชาวไต้หวัน ชาวจีน เป็นต้น
4. เข้าร่วม AEC 2558

4.3.4 อุปสรรค

1. ปัญหาเศรษฐกิจทั่วโลกชะลอตัว
2. ปัญหากฎธรรมชาติ เช่น น้ำท่วม
3. สถานการณ์ทางการเมือง ทำให้นโยบายรัฐไม่ต่อเนื่อง

4.4 การวิเคราะห์ส่วนแบ่งทางการตลาด (Segmentation)

การแบ่งส่วนตลาด นั้นเป็นการแบ่งกลุ่มของลูกค้าออกเป็นส่วนๆด้วยเกณฑ์ต่างๆ

4.4.1 เกณฑ์ด้านรายได้

ในการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดด้วยระดับรายได้ครัวเรือน พบว่าปัจจุบันธนาคารมีระบบการพิจารณาการปล่อยกู้ร่วมซึ่งสามารถใช้รายได้ของหลายบุคคลกู้ร่วมกัน และใช้ระดับราคาของยูนิ ตแต่ละช่วงมาพิจารณา ว่าลูกค้าควรมีรายได้ครัวเรือนเท่าไรจึงจะสามารถกู้ซื้อได้

การวิเคราะห์แบ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจะใช้ความสามารถในการชอกักจากธนาคารมาคิดย้อนกลับเป็นรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สมมติฐานว่า

1. ผู้ซื้อบ้านหลังจากผ่อนดาวน์แล้ว

2. ผู้ซื้อบ้านด้วย loan to value =85% มีอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ MLR=7%
3. ผู้ซื้อผ่อนดาวน์เป็นระยะเวลา 24 เดือน เท่าๆกันคิดเป็น 15%
4. ผู้ซื้อขอกู้เป็นเวลา 30 ปี เป็นระยะเวลาที่ธนาคารปล่อยกู้มากสุดในปัจจุบัน
5. แบงก์จะปล่อยกู้ให้กับผู้กู้มีค่าผ่อนงวดเงินน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30% ของรายได้ครัวเรือน (เช่น ถ้าต้องผ่อนจ่ายเดือนละ 3,000 บาท ต้องมีรายได้ อย่างต่ำ 100,000บาท) จะทำให้สามารถสรุปตารางลูกค้าได้ดังนี้

ตารางที่4.4 ตารางแสดงการคำนวณเงินผ่อน

ราคาหน่วย คอนโดมิเนียม	เงินเดือนสำหรับผ่อน	เงินผ่อนต่อเดือน	เงินดาวน์ต่อเดือน
2 ล้านบาท	37,700	11,310	12,500
3 ล้านบาท	56,661	16,965	18,750
4 ล้านบาท	75,401	22,620	25,000
5 ล้านบาท	94,251	28,275	31,250
6 ล้านบาท	113,101	33,930	37,500
7 ล้านบาท	131,952	39,585	43,750
8 ล้านบาท	150,802	45,241	50,000
9 ล้านบาท	169,652	50,896	56,250
10 ล้านบาท	188,502	56,551	62,500

จากตารางข้างต้นสามารถแบ่งส่วนแบ่งตลาดได้ดังนี้

- 1.กลุ่มลูกค้าที่ผ่อนหน่วยในระดับราคาตั้งแต่ 2 ล้านบาทขึ้นไปได้ต้องมีเงินเดือนอย่างน้อย 40,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป
- 2.กลุ่มลูกค้าที่ผ่อนหน่วยในระดับราคา2-6 ล้านบาท ควรมีระดับรายได้สูงกว่า 40,000 บาท ถึง 120,000 บาทต่อเดือน
- 3.กลุ่มลูกค้าที่ผ่อนหน่วยในระดับราคา 6 ล้านบาทขึ้นไป ควรมีระดับรายได้สูงกว่า 120,000บาทต่อเดือนขึ้นไป

4.4.2 เกณฑ์ภูมิศาสตร์

ในพื้นที่อำเภอเมืองชลบุรี มีคอนโดมิเนียมอยู่ระหว่างก่อสร้างและขายทั้งหมด 5,434 ยูนิต ขายไปแล้ว 3,625 ยูนิต คิดเป็น 67% คงเหลืออยู่ 1,809 ยูนิต

4.4.3 เกณฑ์อาชีพ

- 1.เจ้าของกิจการในอำเภอเมืองชลบุรี
- 2.นักลงทุนจากพื้นที่อื่น เช่น นักลงทุนจากกรุงเทพ นักลงทุนชาวต่างชาติ เช่น ชาวจีน ชาวสิงคโปร์ ชาวไต้หวัน เป็นต้น
- 3.พนักงานเอกชนที่มีรายได้ประจำ เป็นกลุ่มคนทำงานที่มีรายได้ประจำทุกเดือน
- 4.นักเรียน นักศึกษาในพื้นที่

4.4.4 เกณฑ์ขนาดและประเภทของครอบครัว

- 1.ครอบครัวขยายมีลูก เป็นครอบครัวที่มีคนตั้งแต่ 2 ครอบครัวอยู่ด้วยกันและมีเด็กอยู่ด้วย
- 2.ครอบครัวขยายไม่มีลูก เป็นครอบครัวตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป
- 3.ครอบครัวเดี่ยวมีลูก เป็นครอบครัวเดี่ยวมีเด็ก
- 4.ครอบครัวเดี่ยวไม่มีลูก เป็นครอบครัวเดี่ยวและไม่มีลูก
- 5.โสด เป็นคนที่ยังไม่แต่งงานและอยู่คนเดียว

4.4.5 เกณฑ์วงจรชีวิต (Life cycle)

- 1.วัยเรียนคือ มีอายุน้อยกว่า 22 ปี
- 2.วัยทำงานตอนต้น คือ อายุตั้งแต่ 22-28ปี เป็นช่วงที่เพิ่งจบการศึกษาใหม่และกำลังเข้าสู่วัยทำงาน ที่ยังไม่สามารถผ่อนคอนโดด้วยตนเองได้
- 3.วัยทำงาน คือ อายุ 28-55 ปี เป็นช่วงที่มีรายได้มากพอที่จะผ่อนคอนโดด้วยตัวเองได้
- 4.วัยทำงานตอนปลายและเกษียณ เป็นช่วงที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป กำลังจะเกษียณ

ตารางที่4.5 ตารางแสดงการแบ่งกลุ่มเป้าหมาย (Segmentation)

รายได้ครัวเรือนต่อเดือน	สถานที่ทำงาน/เรียน	อาชีพ	ขนาดและประเภทครอบครัว	Life cycle
<40,000บาท	ในและนอกอำเภอเมืองชลบุรี นิคมอุตสาหกรรม	พนักงานประจำ (เอกชนและรัฐ)	ครอบครัวขยายมีลูก	วัยเรียน
40,001-120,000 บาท	ในและนอกอำเภอเมืองชลบุรี นิคมอุตสาหกรรม	เจ้าของกิจการและอาชีพอิสระ	ครอบครัวขยาย ไม่มีลูก	วัยทำงานตอนต้น
สูงกว่า 120,000 บาท	ในและนอกอำเภอเมืองชลบุรี นิคมอุตสาหกรรม และจากพื้นที่อื่นๆ	นักเรียนและนักศึกษา	ครอบครัวเดี่ยว มีลูก	วัยทำงาน
			ครอบครัวเดี่ยว ไม่มีลูก	วัยทำงานเกษียณ
			โสด	

เมื่อนำเกณฑ์การแบ่งกลุ่มเป้าหมาย ออกมาทั้งหมด 5 เกณฑ์ ได้แก่ รายได้ สถานที่ทำงาน อาชีพ ขนาดครอบครัว และวงจรชีวิต (Life cycle) จะสามารถนำมาสรุปออกมาเป็นกลุ่มเป้าหมายดังต่อไปนี้

4.5 การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Targeting)

หลังจากการแบ่ง Segmentation ของกลุ่มลูกค้า

กลุ่มลูกค้าหลัก

จากการสำรวจในพื้นที่ พบว่า กลุ่มลูกค้ากลุ่มหลักที่เข้ามาซื้อสินค้าจะเป็นกลุ่มผู้ประกอบการในพื้นที่ และ นักลงทุนจากที่อื่น เช่น ชาวจีน ชาวญี่ปุ่น ชาวไต้หวัน นักลงทุนจาก

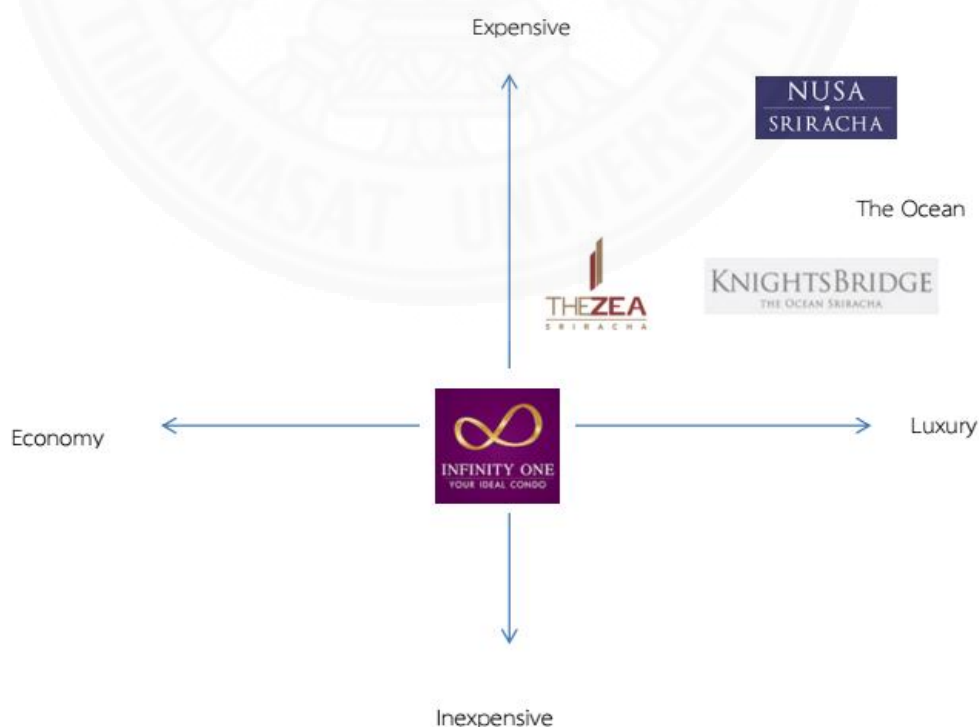
กรุงเทพ แต่นักลงทุนส่วนมากจะซื้อในนามบุคคลธรรมดา ไม่ใช่นิติบุคคล ดังนั้นทางโครงการจึงไม่มีสัดส่วนที่แน่นอนระหว่างนักลงทุนและผู้ประกอบการในพื้นที่ ประเภทของยูนิตที่ซื้อจะมีทั้ง 1BR 2BR และ penthouse(3BR) ส่วนมากมีรายได้ครัวเรือนเฉลี่ยตั้งแต่ 120,000 บาทขึ้นไป โดยจะนิยมซื้อยูนิต เพื่อปล่อยเช่าชาวต่างชาติหรือขายต่อ

กลุ่มลูกค้ารอง

จากการสำรวจในพื้นที่ พบว่า กลุ่มลูกค้ากลุ่มรองที่เข้ามาซื้อยูนิตจะเป็นคนต่างถิ่นที่เข้ามาทำงานในชลบุรี เช่น คนที่ทำงานในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร และ นักเรียน นักศึกษาที่ผู้ปกครองซื้อให้ แล้วคาดว่าจะขายต่อหลังจากจบการศึกษาแล้ว ส่วนมากจะซื้อห้องเป็น 1BR ส่วนมากจะมีรายได้ครัวเรือนเฉลี่ยตั้งแต่ 40,000-120,000 บาท

4.6 การวางตำแหน่งทางการตลาด (Positioning)

เนื่องจากทำเลที่ตั้งของอำเภอเมืองชลบุรี อยู่ใกล้กับอำเภอศรีราชาและจับกลุ่มลูกค้ากลุ่มเดียวกัน ดังนั้น จึงต้องนำคู่แข่งที่เป็นโครงการระดับ Upper class เหมือนกันที่อยู่อำเภอศรีราชามาพิจารณาด้วย



ภาพที่ 4.21 ตำแหน่งทางการตลาดของโครงการ The Ocean

4.7 ผลิตภัณฑ์ (Product)

4.7.1 Concept ของโครงการ

พื้นที่อำเภอเมืองชลบุรี เป็นย่าน CBD แก่ของจังหวัดชลบุรี ดังนั้นเพื่อสะท้อนความเป็นสังคมเมือง รูปลักษณะภายนอกของอาคาร ควรมีดีไซน์ที่สวยงาม ทันสมัย และ คลาสสิก





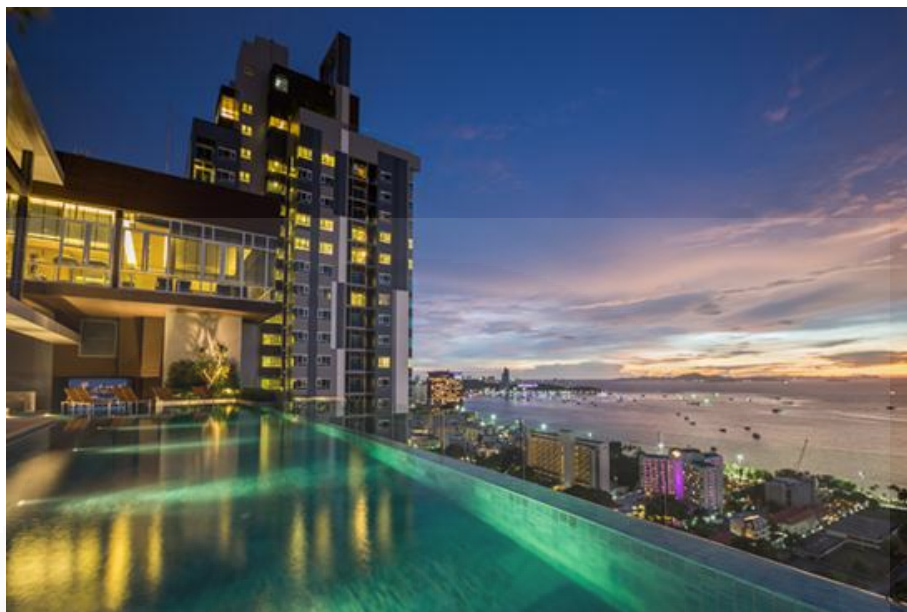
ส่วน Lobby จะเน้นเพดานสูงโปร่ง ทำให้โปร่ง หรุธรา ยิ่งใหญ่ ที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าที่มีกำลังซื้อสูง

4.7.2 สิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการ

Sky Fitness บนดาดฟ้า



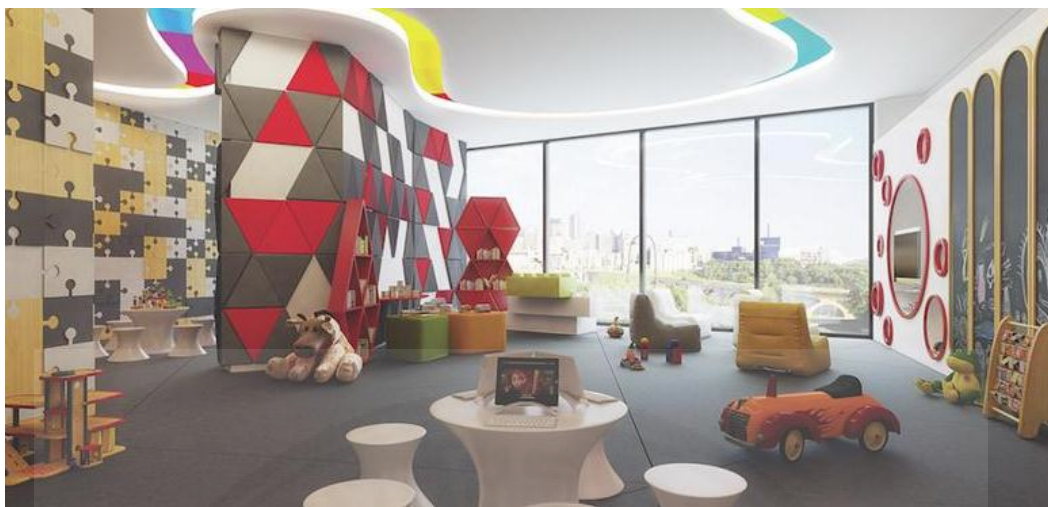
การจัดวางพิตเนสจะจัดอุปกรณ์ในแนวขนานไปกับกำแพงกระจก เพื่อให้ลูกค้าที่มาออกกำลังกายสามารถมองเห็นวิวเมือง ในขณะที่ออกกำลังกายได้



สระว่ายน้ำ Infinity edge pool ที่อยู่ด้านบนจะช่วยให้เห็นวิวทะเลที่สวยงาม ในขณะที่ว่ายน้ำ ทำให้ผ่อนคลาย



มุมอ่านหนังสือ Sky Library เป็นมุมที่ให้ลูกค้าได้มาพักผ่อนอ่านหนังสือท่ามกลางวิวและบรรยากาศที่สวยงาม



ห้องเล่นสำหรับเด็กที่มีเด็กเล็ก โดยแต่ละครอบครัวสามารถพาเด็กๆ มาร่วมทำกิจกรรมกันได้ เพื่อสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีระหว่างกัน



สวนหย่อมบริเวณชั้นเดียวกับสระว่ายน้ำ เพื่อให้เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจและพบปะสังสรรค์ของผู้ที่พักอาศัยในโครงการเดียวกัน

Shuttle Service



Shuttle Service รับส่งผู้อาศัยไปยังสถานที่ต่างๆโดยจัดเป็นรอบๆ เช่น ศูนย์การค้า โรงเรียน โรงพยาบาล เป็นต้น

4.7.3 รูปแบบห้อง

ส่วนหน่วยของยูนิตจะมีทั้งหมด 3 แบบ คือ

ห้อง 1 Bedroom เป็นขนาด 33 ตารางเมตร ห้อง 2 Bedroom มีขนาด 55 ตารางเมตร และ ห้อง Penthouse มีขนาด 92 ตารางเมตร โดยจากการสำรวจเบื้องต้นจากโครงการคู่แข่ง พบว่า ห้อง 1 Bedroom เป็นที่นิยมมากที่สุด โดยเป็นสัดส่วนประมาณ 60% ของทั้งหมดรองลงมาเป็น ห้อง 2 Bedroom มีสัดส่วนประมาณ 30% และ ห้อง Penthouse ประมาณ 10%

4.7.3.1 รูปแบบการขาย

รูปแบบการขายจะเป็นรูปแบบ Fully Furnished คือขายห้องพร้อมเฟอร์นิเจอร์ ชุดสุขภัณฑ์ ชุดครัว และแอร์

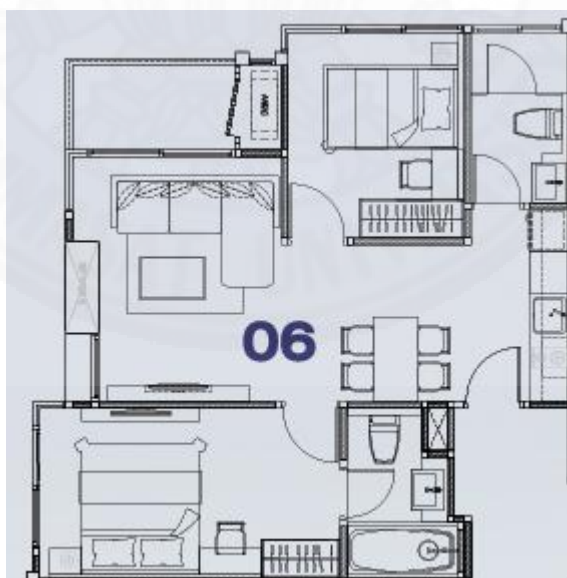
4.7.3.2 ห้อง 1 Bedroom ขนาด 33 ตารางเมตร





จากการสอบถามข้อมูลจากโครงการคู่แข่งพบว่า ห้อง 1 Bedroom ขนาดประมาณ 33 ตารางเมตรเป็นที่นิยมที่สุด โดยสามารถทำยอดขายได้ 70% ของยอดขายทั้งหมด ภายในห้องจะประกอบด้วย 1 ห้องนอน 1 ห้องน้ำ 1 ห้องรับแขก 1 ห้องครัว มีระเบียง แยกเป็นสัดส่วนที่ชัดเจน มีการกันพื้นที่เป็นสัดส่วนที่ชัดเจน

4.7.3.3 ห้อง 2 Bedroom ขนาด 55 ตารางเมตร



จากการสอบถามข้อมูลจากโครงการคู่แข่ง ห้องขนาด 2 Bedroom เป็นที่นิยมรองลงมาจากห้อง 1 Bedroom ซึ่งมีลูกค้าหลายรายเลือกห้อง 2 Bedroom เพราะสามารถปล่อยเช่าให้กับชาวต่างชาติที่มาเป็นครอบครัวและมีลูกได้ ห้อง 2 Bedroom ประกอบด้วย 2 ห้องนอน 2 ห้องน้ำ 1 ห้องครัว 1 ห้องรับแขก มีระเบียง



4.7.3.4 ห้อง Penthouse ขนาด 92 ตารางเมตร





ห้องขนาด Penthouse เหมาะสำหรับครอบครัวใหญ่ที่มีลูกหลายคน มีทั้งหมด 3 ห้องนอน ประกอบด้วย 1 ห้องนอนใหญ่ 2 ห้องนอนขนาดกลาง 4 ห้องน้ำ 1 ห้องครัว 1 ห้องรับแขก มีระเบียง ขนาดที่นิยมในท้องตลาดจะเป็นขนาด 92 ตารางเมตร

4.8 ราคา (Price)

4.8.1 การปรับราคาตามความสูง

การปรับราคาตามความสูงนั้นจะปรับขึ้นละ 800 บาทต่อตรม ในห้องตำแหน่งเดียวกันแต่คนละชั้น ถ้าอิงจากราคาตลาด ราคาเฉลี่ยต่อตรมของโครงการจะอยู่ที่ 85,750 บาทต่อตรม ซึ่งมาจากการวางตำแหน่งทางการตลาด

4.9 ช่องทางในการจัดจำหน่าย (Place)

4.9.1 สำนักงานขายที่โครงการ

ช่องทางการจัดจำหน่ายนี้เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้ประกอบการอาคารชุดควรทำเป็นส่วนใหญ่ เพราะผู้บริโภคจะนิยมมาสำรวจสถานที่อย่างน้อย 1 ครั้ง ก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ เพื่อที่จะศึกษาสภาพแวดล้อมที่แท้จริง ความสะดวกสบายในการเดินทาง และทำให้ผู้ประกอบการได้เห็นความคืบหน้าของโครงการจริงๆ และไม่มีภาระค่าเช่าได้สถานที่ด้วย

4.9.2 การออกบูธขนาดเล็กนอกสถานที่

การออกบูธในสถานที่ที่มีคนพลุกพล่านเป็นการเพิ่ม การรับรู้ของโครงการของผู้บริโภคที่มีต่อโครงการได้ เช่น การปิดบูธในห้างสรรพสินค้า เช่น เซ็นทรัล ชลบุรี เป็นต้น

4.9.3 การออกงานแสดงมหรหรรกรรมการขายอสังหาริมทรัพย์

การออกงานแสดงในงานอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งเป็นที่รวมตัวกันของผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์หลายราย ทำให้เราสามารถศึกษาข้อมูลตลาดจากโครงการอื่นๆ ได้ และ ลูกค้าเองก็มีความสะดวกในการมา เพราะมาทีเดียว ได้เยี่ยมชมหลายๆโครงการ

4.9.4 พนักงานขายของโครงการ และ พนักงานในแผนกอื่นของบริษัท

พนักงานขายประจำก็จะประจำอยู่ที่สำนักงานขาย และพนักงานจากแผนกอื่นๆก็สามารถนำมาฝึกอบรมเพื่อให้มาช่วยงานขาย part time ได้เพื่อให้ ได้มีความรู้ที่หลากหลาย และมีรายได้เสริมจากการขาย เช่นคอมมิชชั่น

4.9.5 การใช้agent ช่วยขาย

การใช้ sole agent มาช่วยในการขาย เช่น CBRE Knight Frank เป็นต้น เนื่องจาก agent เหล่านี้เป็นที่รู้จักดีในท้องตลาดอยู่แล้ว ทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นมากขึ้น มั่นใจมากขึ้นที่จะซื้อโครงการเรา โอกาสที่จะได้ลูกค้าที่ดี มีกำลังซื้อสูงมีมากขึ้น โดยเฉลี่ยแล้ว ค่าคอมมิชชั่นจะอยู่ที่ประมาณ 3% ของราคาขาย

4.10 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC, Promotion)

ถ้าผู้ประกอบการเป็นรายใหม่ ไม่เคยพัฒนาโครงการคอนโดมิเนียมมาก่อน การสื่อสารการตลาดนั้นเป็นสิ่งจำเป็น เพื่อใช้สื่อสารไปยังลูกค้าของโครงการ

ปัจจุบัน พฤติกรรมของคนยุคใหม่ พบว่าอินเทอร์เน็ตเป็นที่นิยมมากสุด ในการหาข้อมูลคอนโดมิเนียมของลูกค้า

แต่ถึงแม้ว่าอินเทอร์เน็ตจะได้รับความนิยมในการหาข้อมูลมากที่สุด เพราะมีความสะดวกสบายในการค้นหา ไม่ต้องเสียเวลาเดินทาง แต่ช่องทางอื่นๆก็ยังคงมีความสำคัญเช่นกัน อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางเบื้องต้นที่จะทำให้ลูกค้ารู้จักตัวโครงการก่อนที่จะเข้าไปเยี่ยมชมสำนักงานขาย และสำรวจพื้นที่ โดยข้อมูลจากโบว์ลัวร์ และ พนักงานขายเป็นข้อมูลที่สำคัญที่มีผลต่อการ

ตัดสินใจของลูกค้า รวมทั้งสื่ออื่นๆ เช่น บิลบอร์ดขนาดใหญ่ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ที่ยังมีส่วนสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ของบริษัท ให้น่าเชื่อถือ และมีประสิทธิภาพมากกว่าอินเทอร์เน็ต การใช้ Mass Media มีส่วนสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ของโครงการและผู้ประกอบการ ส่วนสื่อออนไลน์นั้นก็เป็นสื่อที่มีต้นทุนต่ำ แต่มีประสิทธิภาพสูงเช่นกัน

จุดประสงค์ของการทำสื่อการตลาดแบบบูรณาการ คือ

- 1.สร้าง Awareness ของตัวโครงการและผู้ประกอบการ
- 2.เพื่อให้ข้อมูลโครงการกับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้ารู้จักโครงการมากขึ้น

4.10.1 ข้อความที่จะสื่อสารการตลาดไปยังลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มนักลงทุนและคนในพื้นที่ จากตำแหน่งที่เราวางไว้ทางการตลาด คือ Value for money, High standard of living และ Sea view ซึ่งตำแหน่งทางการตลาด ทั้งสามนี้เราสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้เลย เพราะตรงกับกลุ่มเป้าหมายอยู่แล้ว

ตัวอย่างข้อความ “ คอนโดวิหะเล ตัดถนนสุขุมวิท ใจกลางเมืองชลบุรี ใกล้สนามบินอุตสาหกรรม ”

4.10.2 อุปกรณ์ที่จะใช้ในการสื่อสารการตลาด

1.ป้ายโฆษณา

เช่น ป้ายโฆษณา Billboard ป้ายผ้าใบแขวนข้างและหน้าตึก โดยพื้นที่ที่จะใช้แขวนจะอยู่ในรัศมี 5 กิโลเมตร จากโครงการ เช่น ป้ายข้างทางริมถนนสุขุมวิท ริมทางมอเตอร์เวย์ ริมทางบูรพาวิถี และ ป้ายดิจิตอลที่ด้านหน้าของศูนย์การค้าเซ็นทรัล ชลบุรี ซึ่งในแต่ละพื้นที่ก็จะให้ระดับของความเข้มข้นและความใหญ่ของป้ายโฆษณาต่างกัน

2.เอกสารรายละเอียดของโครงการ (Brochure, Sales Kit)

เป็นเอกสารที่ให้รายละเอียดของ ตำแหน่งที่ตั้งโครงการ สิ่งอำนวยความสะดวกทั้งในและนอกโครงการ รูปแบบผังห้อง รูปแบบผังโครงการ เป็นต้น ซึ่งเอกสารเหล่านี้จะอยู่ที่สำนักงานขาย เพื่อไว้แจกจ่ายให้กับลูกค้า

3.ใบปลิว (Leaflet)

เป็นเอกสารที่ให้รายละเอียดน้อยกว่าโบชัวร์ของโครงการ เป็นเพียงการสร้างการรับรู้ให้กับลูกค้าเท่านั้น

4.ป้ายไว้นิรอบ site

เป็นป้ายรอบไซต์บริเวณที่มีการก่อสร้าง

5. Grand Opening Event

การแถลงข่าวเปิดตัวโครงการ ณ สถานที่ตั้งโครงการ โดยเชิญสื่อมวลชนมา เพื่อให้สื่อทราบถึง รายละเอียดและแนวคิดของโครงการ และมีการนำข้อมูลลงไปเขียนในคอลัมน์ หรือทำข่าว

6. สื่อออนไลน์

6.1 เว็บไซต์ของโครงการ (Website)

เป็นแหล่งข้อมูลเชิงลึกสำหรับลูกค้า โดยเว็บไซต์จะบอกถึงข้อมูลของโครงการ ผัง และรูปแบบโครงการ รูปแบบอาคาร ที่ตั้ง รูปภาพ ข่าวสาร และความคืบหน้าของโครงการ ทำหน้าที่เป็นเสมือนเอกสารต้นทุนต่ำ ที่ลูกค้าสามารถเข้าไปหาข้อมูลเมื่อไหร่ก็ได้

6.2 เว็บไซต์รีวิว

เว็บไซต์รีวิว คอนโดมิเนียมต่างๆ เช่น thinkofliving ซึ่งในปัจจุบันเว็บไซต์เหล่านี้ เป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญ ที่ผู้บริโภคนิยมในการใช้หาข้อมูล ซึ่งเว็บไซต์เหล่านี้จะค่อนข้างเป็น กลางพอสสมควร เราอาจจะเชิญเว็บเหล่านี้มาทำการรีวิวโครงการเราได้

6.3 Social Media

เช่น Facebook เป็นช่องทางสื่อสารที่นักการตลาดนิยมใช้กันมากในสมัยนี้ เนื่องจากเป็นช่องทางที่สามารถสื่อสารได้ทั้ง2ทาง และมีความรวดเร็ว

6.4 Google

เป็น search engine ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในประเทศไทย ทำให้เว็บไซต์เราขึ้น เป็นชื่อแรกๆจากการค้นหา เช่น คอนโดมิเนียม ชลบุรี เป็นต้น

7. Sole agent

การใช้ sole agent จะช่วยให้โครงการดูน่าเชื่อถือมากขึ้น ถ้าเราเป็นผู้ประกอบการ หน้าใหม่

8. Booth นอกสถานที่

การไปออกบูธตามสถานที่ต่างๆที่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายอยู่ ไม่ว่าจะเป็นศูนย์การค้า งานมหกรรมคอนโดมิเนียม หรือ อสังหาริมทรัพย์

9. SMS และ e-mail

ถ้าลูกค้ามาเยี่ยมชมโครงการ หรือเข้ามาแวะที่บูธต่างๆตอนออกโครงการแล้วทางโครงการก็จะขอเบอร์โทรศัพท์และ e-mail เก็บไว้เพื่อเป็นฐานข้อมูลของลูกค้าด้วย

10. Sales Promotion

Sales Promotion เพื่อเร่งยอดขายในตอนแรก และอีกครั้งตอนโครงการสร้างเสร็จแล้ว เช่นมีการให้ส่วนลด แจกสิ่งของ หรือ ฟรีค่าธรรมเนียมการโอน 2% ของมูลค่ายูนิต ในช่วง D-Day 3 ครั้ง ในช่วง 3 เดือนสุดท้าย ซึ่งก็เว้นช่วงไว้สำหรับให้ลูกค้าตรวจรับห้อง 1 เดือนแรก ถ้าลูกค้าโอนหลังจากวัน D-Day ที่กำหนด ก็ให้จ่ายปกติไปโดยแบ่งคนละครึ่ง

4.10.3 แผนการดำเนินการ (Action Plan)

การทำการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการแบ่งออกเป็น 3 ช่วงด้วยกันตามการก่อสร้าง

1. Pre-Construction การซื้อที่ดิน ออกแบบ ขอEIA Pre-Sales ในช่วงแรก เปิดตัวให้ผู้ประกอบการและโครงการให้เป็นที่รู้จัก พร้อมทั้งได้ยอดขายเบื้องต้น

เป้าหมายในช่วง Pre-Construction

ยอดขาย

คิดเป็น 70% ของจำนวนยูนิตทั้งหมด ในงานGrand Opening และอีกประมาณ 10% หลัง Grand Opening ซึ่งเป็นอัตราเดียวกับ absorption rate ในตลาด

Awareness

เพื่อสร้างให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายรู้จักและเข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์โครงการ

Prefer

เพื่อให้ลูกค้าชื่นชอบโครงการเรามากกว่าคู่แข่ง โดยชูจุดขายเรื่องวิวทะเล ทำเลCBD เมืองชลบุรี และ ความคุ้มค่าของเงินที่เสียไป

ช่องทางในการประชาสัมพันธ์

Billboard

การใช้สื่อ Billboard จะทำให้ลูกค้ารู้จักเราในเบื้องต้นก่อน

ส่วนการแนะนำโครงการก็จะแนะนำชื่อและราคาเริ่มต้น เช่น คอนโดวิวทะเล ใจ กลางย่านธุรกิจเมืองชลบุรี ราคาเริ่มต้น XXX บาท

Website

ในช่วงแรกจะให้ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทที่พัฒนาโครงการ ขนาดของบริษัท เป็นต้น

ในส่วนของตัวโครงการ จะให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ตั้ง รายละเอียดในเบื้องต้น
รูปแบบอาคาร ห้อง วันและเวลา Pre-sale

Sales Promotion

ให้ส่วนลดพิเศษสำหรับคนที่จองในช่วง 70%แรก

Booth

การออกบูธตามสถานที่ต่างเช่น ห้างสรรพสินค้า งานมหกรรมคอนโดมิเนียม และ
อสังหาริมทรัพย์

ป้ายไวนิลรอบ site

เพื่อให้คนที่ผ่านไปผ่านมารู้ว่า โครงการเราจะสร้างเป็นอะไร

Grand Opening

การเปิดตัวอย่างเป็นทางการ ที่สำนักงานขาย

2. Construction (Pre-sales)

Website

เริ่มให้ข้อมูลเกี่ยวกับตัวโครงการมากขึ้น ทั้งสถานะการก่อสร้าง รูปแบบโครงการ

3. After construction

เป้าหมายในช่วง After construction

ยอดโอน

ควรให้ลูกค้าโอนห้องยูนิตทั้งหมด

วิธีการ

Sales Promotion

ฟรีค่าธรรมเนียม 1% จากปกติจะออกกับบริษัทคนละครึ่ง

ช่องทาง

Billboard

ในช่วงนี้จะใช้เวลาประมาณ3-4เดือน ระบุว่าโครงการสร้างแล้วเสร็จพร้อมโอน และ
ฟรีค่าธรรมเนียมการโอนทุกอย่างหากโอนภายใน1เดือนหลังจากสร้างแล้วเสร็จ

Website

มีการอัปเดตโครงการที่สร้างแล้วเสร็จเพิ่มเติม พร้อมแจ้งข่าวสารว่า หากโอนภายใน
3 เดือนแรก จะฟรีค่าธรรมเนียมการโอน



บทที่ 5

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการก่อสร้างและต้นทุน

5.1 ลักษณะโครงการและแนวคิด

ด้วยทำเลที่ตั้งอยู่ใจกลางเมืองอำเภอชลบุรี ติดถนนสุขุมวิท พื้นที่โครงการขนาด 1,835 ตรว. นี้สามารถทำโครงการได้หลายประเภท เนื่องจากพื้นที่อยู่ในเขต พาณิชยกรรมสีแดง ซึ่งทำให้สามารถพัฒนาโครงการ ทั้งศูนย์การค้า อพาร์ทเมนต์ คอนโดมิเนียม โรงแรม หอพัก บ้านเดี่ยว ทาวน์เฮ้าส์ อาคารสำนักงานให้เช่า

หลังจากที่ทำการสำรวจตลาดแล้ว พบว่าทำเลที่ตั้งของโครงการเหมาะที่จะทำ คอนโดมิเนียม ระดับluxury หรือ อาคารพาณิชย์ แต่ไม่เหมาะจะทำบ้านเดี่ยว ทาวน์เฮ้าส์ เพราะราคาที่ดินสูงมาก ทำแล้วอาจไม่คุ้ม

ในเบื้องต้นเราได้ทำการคำนวณ Front Door พบว่าถ้าเราสามารถสร้างได้เต็มพื้นที่สามารถทำโครงการได้ 3 แบบ คือ

1. ทำ Home Office อย่างเดียว
2. ทำคอนโดมิเนียมอย่างเดียว
3. ทำทั้งคอนโดมิเนียมและ Home Office อย่างละ 50%

พบว่าการทำคอนโดมิเนียมอย่างเดียวสามารถสร้างอัตราผลตอบแทนได้มากที่สุดคือ 39% จากการคำนวณ Front Door โดยสามารถสร้างได้ทั้งหมด 736 ห้อง

จากการสำรวจพื้นที่พบว่า การมีศูนย์การค้าบริเวณด้านหน้าโครงการจะทำให้ลูกค้าให้ความสนใจในตัวโครงการมากกว่าและสร้างมูลค่าให้กับโครงการได้มากกว่า เพราะมีจุดขายคือ มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้ในบริเวณโครงการ จึงจัดแบ่งพื้นที่ให้ด้านหน้าและอาคารบางส่วนเป็นโซนร้านค้า ไม่ได้สร้างเป็นห้องพักเพื่อขายทั้งหมด

พื้นที่ด้านหลังบางส่วน ที่อยู่ติดซอยและอยู่ตรงข้ามวัด เราจะตัดแบ่งมาทำอาคารพาณิชย์ขาย เพราะทำเลที่ดินด้านที่ติดซอย เวลาพัฒนาโครงการเป็นคอนโดมิเนียมอาคารสูง ความกว้างของซอยจะมีผลต่อความสูงของอาคาร และทำเลของอาคารพาณิชย์ที่อยู่ตรงข้ามวัดที่มีชื่อเสียงของจังหวัดชลบุรี ซึ่งมีคนเข้ามาเยี่ยมเยือนเป็นจำนวนมาก บริเวณจึงมีคนพลุกพล่าน

เหมาะสมที่จะเป็นทำเลค้าขาย เช่น อาคารพาณิชย์ เป็นต้น ข้อมูลมาเพื่อออกแบบและพัฒนา คอนโดมิเนียม เพื่อทำการดำเนินการก่อสร้างต่อไป

โครงการคอนโดมิเนียม The Ocean เป็นอาคารพักอาศัยสูง 42 ชั้น และมีในส่วนของพื้นที่ร้านค้าเป็นอาคาร 3 ชั้นด้านหน้า โครงการ พื้นที่ก่อสร้างรวมมีพื้นที่ทั้งหมด 71,545 ตรม. อาคารจอดรถทั้งหมด 7 ชั้น โดยทางโครงการมี concept คือ Value for Money, High standard of Living, Sea View โดยจะตกแต่งแบบ luxury และ modern

5.2 รูปแบบโครงการ

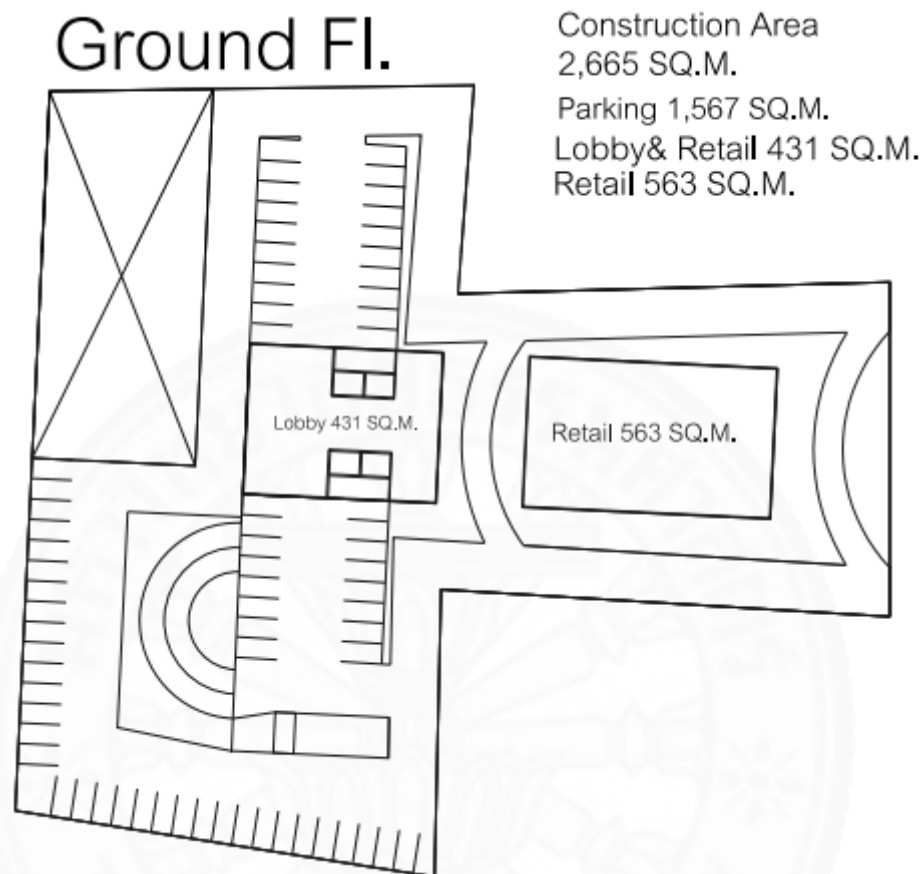
รูปแบบของโครงการเป็นอาคาร พื้นที่ก่อสร้างรวม 71,545 ตรม และมีพื้นที่ขาย 45,614 ตรม

5.3 ผังอาคาร (Floor Plan)

ชั้น G- 5 เป็นอาคารจอดรถ สำหรับทางขึ้นลง (Ramp) ทางโครงการออกแบบให้มีความชันพอเหมาะที่จะจอดรถในบริเวณทางลาดได้ เพื่อที่โครงการจะสามารถใช้พื้นที่ได้สูงสุด พื้นที่จอดรถรวม 1,920 ตรม

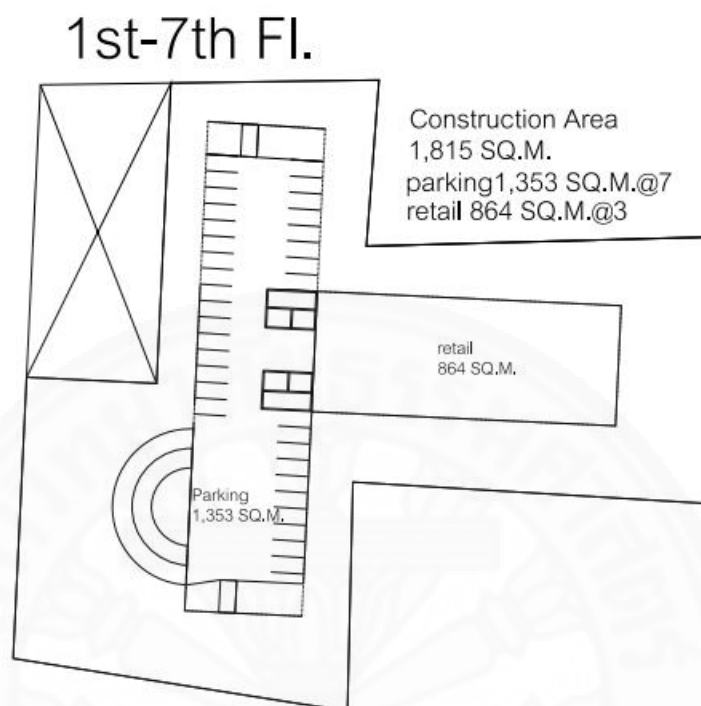


ภาพที่ 5. 1 การจอดรถบริเวณที่ลาดชัน



ภาพที่ 5.2 ภาพพื้นที่ลานจอดรถชั้น G

ผังพื้นที่บริเวณชั้น G จะแบ่งเป็นโซนร้านค้าด้านหน้าโครงการทั้งหมด 563 ตรม พื้นที่ล็อบบี้และร้านค้า 431 ตรม ที่จอดรถเข้าทั้งหมด 67 คัน มีพื้นที่ส่วนกาบาทที่จะพัฒนาเป็นโครงการอาคารพาณิชย์เพื่อขาย ซึ่งอยู่นอกพื้นที่ของโครงการ จึงไม่ขอพูดถึงรายละเอียดของโครงการอาคารพาณิชย์ในส่วนนี้



ภาพที่ 5.3 ภาพพื้นที่ลานจอดรถชั้น 1-7

ผังบริเวณชั้น 1-7 จะเป็นอาคารจอดรถทั้งหมด 7 ชั้นชั้นละ 259 คัน และ เป็นพื้นที่ร้านค้าชั้นละ 864 ตรม จำนวน 3 ชั้น โดย 1 ชั้นของโซนร้านค้าจะสูงเป็นประมาณ 2 เท่าของความสูงอาคารจอดรถ เนื่องจากศูนย์การค้าที่มีเพดานสูงจะมีความโปร่งสบายมากกว่า และทำราคาเช่าต่อตรมได้ค่อนข้างสูง

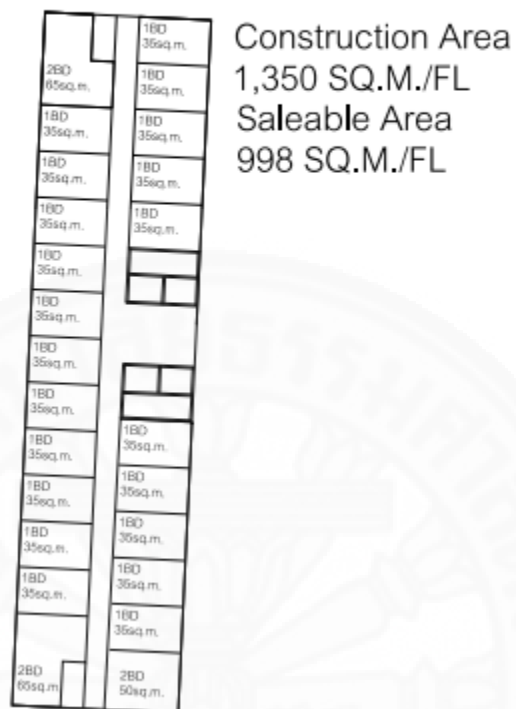
8th-29th FL.



ภาพที่5.4 ผังอาคารพักอาศัย ชั้น 8-29

อาคารพักอาศัยชั้น 8-29 มีพื้นที่ขายชั้นละ 1,360 ตรม และพื้นที่ก่อสร้างชั้นละ 1,780 ตรม ห้อง 2 ห้องนอน ชั้นละ 4 ห้อง และ ห้อง 1 ห้องนอน ชั้นละ 25 ห้อง

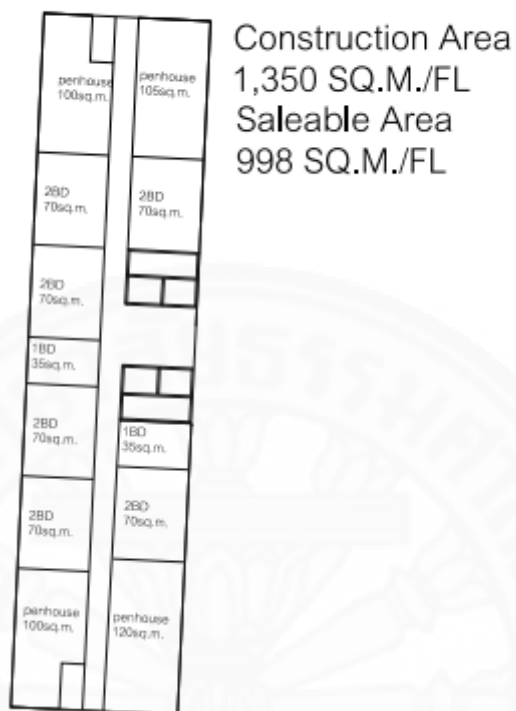
30th-38th FL.



ภาพที่ 5.5 ผังอาคารพักอาศัยชั้นที่30-38

อาคารพักอาศัยชั้น 30-38 มีพื้นที่ก่อสร้างชั้นละ 1,350 ตรม และ พื้นที่ขายชั้นละ 998 ตรม ห้อง 2 ห้องนอน ชั้นละ 3 ห้อง ห้อง 1 ห้องนอน ชั้นละ 22 ห้อง

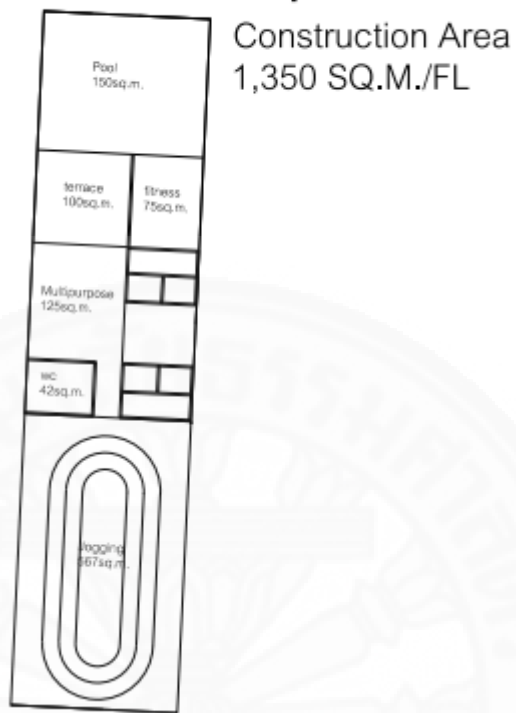
39th-42nd FL.



ภาพที่ 5.6 ผังอาคารพักอาศัยชั้น 39-42

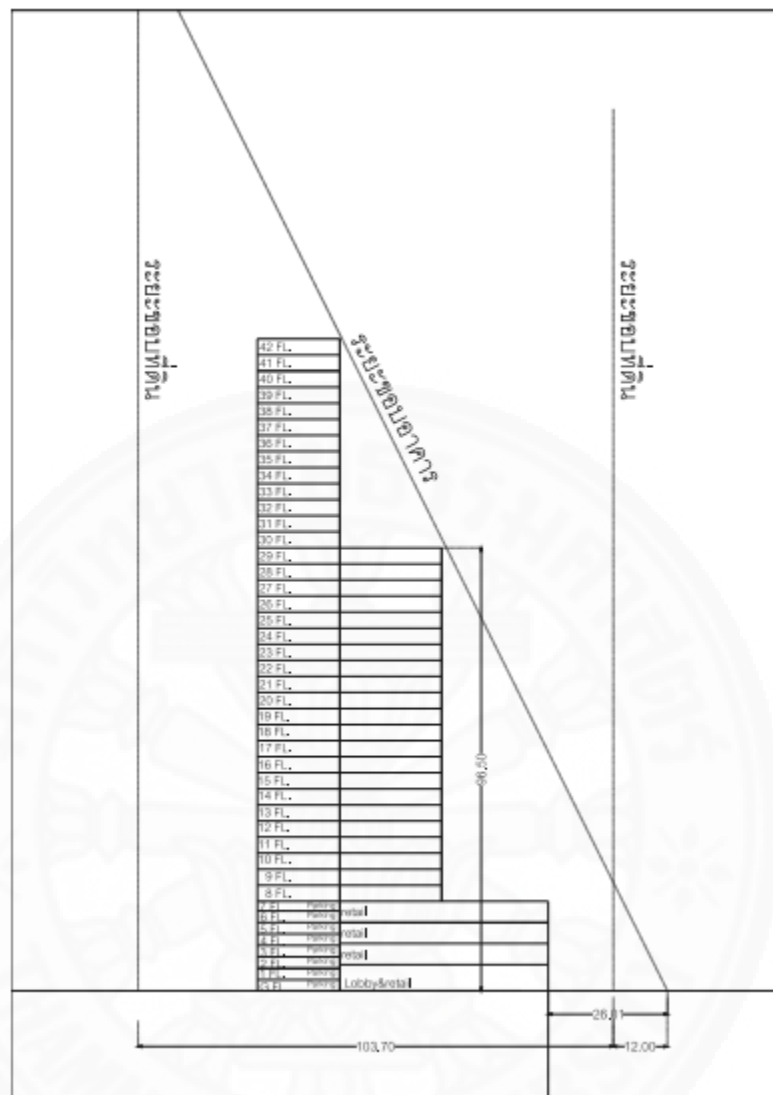
อาคารพักอาศัยชั้น 39-42 มีพื้นที่ก่อสร้างชั้นละ 1,350 ตรม พื้นที่ขายชั้นละ 998 ตรม
เพนท์เฮาส์ชั้นละ 4 ห้อง ห้อง 2 ห้องนอน ชั้นละ 6 ห้อง ห้อง 1 ห้องนอน ชั้นละ 2 ห้อง

Rooftop FL.



ภาพที่5.7 Roof Garden

ชั้นดาดฟ้ามีพื้นที่ก่อสร้างรวม 1,350 ตรม เป็นสระว่ายน้ำขนาด150 ตรม เทอเรส
ขนาด 100 ตรม ฟิตเนสขนาด 75 ตรม พื้นที่อเนกประสงค์ขนาด 125 ตรม ห้องน้ำขนาด 42ตรม
ลานออกกำลังกายขนาด 567 ตรม



ภาพที่ 5.8 ภาพตัดอาคาร

ลอบบี้และร้านค้าจำนวน 1 ชั้น

โซนร้านค้าจำนวน 3 ชั้น

ลานจอดรถจำนวน 7 ชั้น

อาคารพักอาศัยจำนวน 35 ชั้น (ชั้น 8-42)

จากผังอาคาร สามารถสรุปจำนวนห้องแต่ละแบบได้ดังนี้

ตารางที่ 5.1 สรุปจำนวนห้องแต่ละรูปแบบ

	Floor 8-29	Floor 30-38	Floor 39-42	จำนวนห้องรวม
1 Bedroom				721
35 sqm	25	19		721
2 Bedroom				175
50 sqm	1	1		22
55 sqm	1			22
65 sqm	3	2		84
70 sqm	1	1	4	47
Penthouse				20
70 sqm				
100 sqm			2	8
105 sqm			2	8
120 sqm			1	4
			จำนวนห้องรวม	916

พื้นที่จอดรถของโครงการ จอดได้ 307 คัน ไม่รวมจอดซ้อนคัน คิดเป็น 35% ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับเดียวกับตลาด

5.4 พื้นที่สีเขียวของโครงการ

พื้นที่สีเขียวของโครงการรวม 1,140 ตรม ซึ่งถ้าได้รวม setback และ ถนนแล้ว ถือว่ามีพื้นที่ว่างรวมเกิน 30% ของพื้นที่รวมของโครงการ

5.5 พื้นที่ขายเมื่อเทียบกับพื้นที่ก่อสร้าง

ตารางที่ 5.2 ตารางสรุปประสิทธิภาพในการออกแบบ

พื้นที่ขาย	42,894.00	sqm
พื้นที่ก่อสร้างทั้งหมด	73,430.00	sqm
%พื้นที่ขาย	58%	

จากตารางข้างต้น พบว่า พื้นที่ขายเท่ากับ 58% ของพื้นที่ก่อสร้างทั้งหมด

5.6 ต้นทุนการพัฒนาโครงการ

จะใช้วิธีการคำนวณอิงจากตารางของมูลนิธិประเมินค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทย ปี

2558

โครงการที่พักอาศัยจำนวน 42 ชั้น พื้นที่ก่อสร้างทั้งหมดที่หักส่วนของลานจอดรถและส่วนของศูนย์การค้าแล้วจะมีพื้นที่รวมทั้งหมด 62,392 ตรม

ข้อมูลจากตารางของมูลนิธิ การก่อสร้างอาคารพักอาศัยขนาด 26-35 ชั้น ราคาสูงสุดจะอยู่ที่ 30,300 บาทต่อตรม

ตารางที่ 5.3 สรุปการคิดต้นทุนค่าก่อสร้างโดยอิงจากตารางของมูลนิธิประเมินค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทย ปี 2558

ต้นทุนค่าก่อสร้าง	พื้นที่ก่อสร้าง	ราคา(บาท)ต่อตรม	ราคารวม
อาคารที่พักอาศัย	62,392	30,300	1,890,477,600
ลานจอดรถ	-	10,500	-
			-
		ราคารวม	1,890,477,600

ตารางที่ 5.4 ตารางต้นทุนค่าออกแบบรวมที่อ้างอิงมาจากมาตรฐานการปฏิบัติวิชาชีพ
สถาปัตยกรรม พ.ศ.2532

ค่าออกแบบ	มูลค่าในส่วนนี้	%ค่าออกแบบ	ค่าออกแบบในส่วนนี้
0-10 MB	10,000,000	6.50%	650,000
10-30 MB	20,000,000	5.50%	1,100,000
30-50 MB	20,000,000	4.75%	950,000
50-100 MB	50,000,000	4.50%	2,250,000
100-200 MB	100,000,000	4.25%	4,250,000
200-500 MB	30,000,000	3.75%	1,125,000
500 MB ขึ้นไป	1,390,477,600	3.40%	47,276,238
		ค่าออกแบบรวม	57,601,238

ค่าออกแบบรวมทั้งสิ้น 57,601,238 บาท

ตารางที่ 5.5 ตารางต้นทุนค่าพัฒนาโครงการรวม

ต้นทุนค่าที่ดิน	80,000 บาท/ตรว	146,800,000 บาท
ต้นทุนค่าก่อสร้าง		1,890,477,600 บาท
ต้นทุนค่าภูมิสถาปัตย์	3%	56,714,328 บาท
ต้นทุนค่าตกแต่งห้อง	15,000 บาท/ตรม	643,410,000 บาท
ต้นทุนค่าออกแบบ		57,601,238 บาท
ต้นทุนค่าบริหารโครงการก่อสร้าง	3%	56,714,328 บาท
ต้นทุนงานก่อสร้างอาคารรวม		2,851,717,494 บาท

ค่าบริหารการก่อสร้างคิดเป็นประมาณ 3% ของมูลค่าค่าก่อสร้าง

ต้นทุนค่าพัฒนาโครงการรวมเท่ากับ 2,851,717,494 บาท

5.7 การบริหารโครงการ

1. การบริหารก่อนโอนกรรมสิทธิ์

การบริหารการก่อสร้างจะใช้การบริหารงานแบบจ้าง Construction Management ซึ่งดำเนินการตั้งแต่ การจัดหาผู้รับเหมา คุมงานระหว่างการก่อสร้าง ซึ่งจะครอบคลุมงานในส่วนของ

-การจัดหาผู้รับเหมา

-ควบคุมงานระหว่างการก่อสร้างพร้อมทั้งรายงานผล

-ตรวจรับรองการเบิกงวดงานของผู้รับเหมา

-จัดทำ defect list ร่วมกับผู้รับเหมา และควบคุมงานจนแก้ไขแล้วเสร็จ

สรุปช่วงเวลาในการก่อสร้าง

เตรียมการก่อสร้าง (pre-construction)	19	เดือน
ช่วงการก่อสร้าง (Construction)	22	เดือน
-งานโครงสร้าง	12	เดือน
-งานสถาปัตยกรรม	18	เดือน
-งานระบบ	18	เดือน
รวมช่วงเวลาการพัฒนาโครงการ	41	เดือน

บทที่ 6

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน(Financial Feasibility Analysis)

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินเบื้องต้น โดยใช้วิธี Front Door พบว่า การใช้ประโยชน์ที่ดินเป็นคอนโดมิเนียมทั้งหมด สามารถสร้างผลตอบแทนมากกว่า การสร้างเป็น Home Office หรือ Home Office และ คอนโดมิเนียมอย่างละครึ่ง โดยผลตอบแทนของการใช้ประโยชน์ที่ดินเป็นคอนโดมิเนียมทั้งหมด ให้อัตราผลตอบแทนอยู่ที่ 39% คาดว่าใช้เงินลงทุนเบื้องต้นอยู่ที่ 3,287,268,887.8 บาท และ สร้างรายได้ให้กับโครงการประมาณ 4,273,449,554.13 บาท

หลังจากทำการศึกษาข้อมูลการตลาดเพิ่มเติมแล้ว พบว่าการจัดสรรพื้นที่บางส่วนไปเป็นร้านค้า น่าจะสร้างมูลค่าให้กับโครงการคอนโดมิเนียมได้มากกว่า และเป็นการสร้างจุดขายให้กับโครงการได้อีกทางหนึ่ง โดยในเบื้องต้นเราจะตั้งสมมติฐานประมาณการกระแสเงินสดของโครงการ เช่น รายได้ของโครงการที่คำนวณมาจากราคาซื้อขายเฉลี่ยต่อตรมของคอนโดมิเนียมระดับ luxury ในพื้นที่ศรีราชาและอำเภอเมืองชลบุรี รายจ่ายเช่น ต้นทุนการพัฒนาโครงการ เงินเดือนพนักงาน ภาษี ค่าธรรมเนียมต่างๆ ค่าการตลาด ต้นทุนทางการเงิน ปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อกระแสเงินสดของโครงการ

6.1 สมมติฐานการจัดทำงบกระแสเงินสด

6.1.1 รายรับของโครงการ

ตารางที่ 6.1 รายได้จากจำนวนห้องแต่ละแบบที่คาดว่าจะได้รับ

	จำนวนห้อง	รวมพื้นที่ขาย	ราคาเฉลี่ย/ตารางเมตร	รายได้(บาท)
1 Bedroom	721	25,235.00	85,750.00	2,163,901,250.00
2 Bedroom	175	11,025.00	85,750.00	945,393,750.00
Penthouse	20	2,120.00	85,750.00	181,790,000.00
			Total	3,291,085,000.00

รายรับของห้องแต่ละแบบจะคิดเป็น ราคาเฉลี่ยต่อตรม มาจากราคาขายเฉลี่ยต่อตรมของโครงการใน ระดับ luxury เหมือนกัน ในพื้นที่อำเภอเมืองชลบุรี และ อำเภอสรีราชา

-เงินจอง+ทำสัญญา คิดเป็น10%ของราคาขาย

-เงินดาวน์ คิดเป็น 20%ของราคาขาย

-เงินโอน คิดเป็น70%ของราคาขาย

6.1.2. รายจ่ายของโครงการ

6.1.2.1 ต้นทุนงานก่อสร้างอาคาร

ต้นทุนงานก่อสร้างอาคารรวมค่าที่ดิน+พัฒนาที่ดิน ค่าออกแบบ+ขออนุญาต
ก่อสร้าง ค่าก่อสร้าง ค่าบริหารงานก่อสร้าง

ตารางที่6.2 ต้นทุนงานก่อสร้างอาคารรวม

ต้นทุนค่าที่ดิน	80,000 บาท/ตรว	146,800,000	บาท
ต้นทุนค่าก่อสร้าง		1,890,477,600	บาท
ต้นทุนค่าภูมิสถาปัตยกรรม	3%	56,714,328	บาท
ต้นทุนค่าตกแต่งห้อง	15,000 บาท/ตรม	643,410,000	บาท
ต้นทุนค่าออกแบบ		57,601,238	บาท
ต้นทุนค่าบริหารโครงการก่อสร้าง	3%	56,714,328	บาท
ต้นทุนงานก่อสร้างอาคารรวม		2,851,717,494	บาท

6.1.2.2 เงินเดือนพนักงาน

เงินเดือนรวมของพนักงาน เท่ากับ 114,000 บาท

ตารางที่6.3 สรุปเงินเดือนของพนักงาน

เงินเดือนของพนักงาน	จำนวนคน	เงินเดือน(บาท)
ค่าใช้จ่ายพนักงาน		
ผู้จัดการฝ่ายการตลาด	1	40,000
พนักงานฝ่ายการตลาด	2	18,000
พนักงานฝ่ายบัญชีและการเงิน	1	18,000
แม่บ้าน	1	10,000
ช่างซ่อมบำรุง	1	10,000
	เงินเดือนรวม/เดือน	114,000

6.1.2.3 ภาษีและค่าใช้จ่ายในการขายต่างๆ

- ภาษีนิติบุคคลใช้อัตรา 23% ของกำไรสุทธิ
- ภาษีธุรกิจเฉพาะ 3.3% ของราคาขาย
- ภาษีการโอน 2% ของราคาขาย
- ค่าคอมมิชชั่น Sole agent 3% ของราคาขาย

6.2 โครงสร้างทางการเงินและต้นทุนทางการเงิน

6.2.1 ต้นทุนแหล่งเงินกู้ (Kd)

ต้นทุนแหล่งเงินกู้นี้จะคิดจาก MLR+1 เฉลี่ยมาจากธนาคาร4แห่ง

ตารางที่6.4 อัตราดอกเบี้ยจากธนาคาร4แห่ง

ธนาคาร	MLR
กรุงเทพ	6.50%
กรุงไทย	6.53%
กสิกรไทย	6.50%
ไทยพาณิชย์	6.53%

ต้นทุนเฉลี่ยจากเงินกู้จึงเท่ากับ 7.51%

6.2.2 ต้นทุนแหล่งเงินทุนของเจ้าของ (Ke)

จากการสอบถามผู้ประกอบการ ในพื้นที่พบว่าในการคำนวณ Ke นิยมใช้กันอยู่ที่ประมาณ22%

6.2.3 ต้นทุนทางการเงินรวมของโครงการ

จะใช้วิธี WACC (Weight average cost of capital)

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

ตารางที่ 6.5 รายละเอียดการคำนวณ WACC

	%Rate
Wd	70.000000%
Kd	7.512500%
We	30%
Ke	22%
Tax	0.23
WACC	10.6%

6.3 การวิเคราะห์มูลค่าตามแนวคิดทางการเงิน

6.3.1 มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ(Net Present Value :NPV)

จากคำนวณมูลค่าปัจจุบันของโครงการมีค่าเท่ากับ 415,292,761.68 บาท ซึ่งมีค่าเป็นบวก ดังนั้นโครงการนี้จึงคุ้มค่าแก่การลงทุน

6.3.2 อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (Internal rate of return : IRR)

จากการคำนวณผลตอบแทน IRR มีค่าเท่ากับ 13.79% ซึ่งมากกว่าอัตราผลตอบแทนที่คาดหวังคือ 10% ดังนั้นโครงการนี้จึงคุ้มค่าแก่การลงทุน

6.4 Sensitivity Analysis

6.4.1 ปัจจัยด้านราคา (Price Sensitivity)

ตารางที่ 6.6 การปรับปัจจัยทางด้านราคาขาย

	-5%	-2.50%	0%	2.50%	5%
NPV	304,310,825.57	359,801,793.63	415,292,761.68	470,783,729.74	526,274,697.79
IRR	13.19%	13.50%	13.79%	14.08%	14.35%

6.4.2 ปัจจัยด้านราคาที่ดิน (Land Cost Sensitivity)

ตารางที่ 6.7 การปรับปัจจัยทางด้านราคาที่ดิน

	-10%	-5%	0%	5%	10%
NPV	429,715,638.09	422,504,199.89	415,292,761.68	408,081,323.48	400,869,885.27
IRR	14.86%	14.31%	13.79%	13.30%	12.84%

6.4.3 ปัจจัยด้านราคาค่าก่อสร้าง (Construction Cost Sensitivity)

ตารางที่ 6.8 การปรับปัจจัยทางด้านราคาค่าก่อสร้าง

	-10%	-5%	0%	5%	10%
NPV	580,600,774.08	497,946,767.88	415,292,761.68	332,638,755.48	249,984,749.28
IRR	13.92%	13.86%	13.79%	13.73%	13.66%

อัตราผลตอบแทนจะมีความอ่อนไหวกับราคาค่าก่อสร้างมากกว่าปัจจัยด้านราคาที่ดิน และ ปัจจัยทางด้านราคาขาย

6.5 Scenario Analysis

ในครั้งนี้เราได้ตั้งสมมติฐานหลายรูปแบบ โดยนำปัจจัยด้านราคาขาย ราคาค่าก่อสร้าง ค่าใช้จ่ายการตลาดมาใช้ โดยแบ่งเป็น 3 สถานการณ์ คือ สถานการณ์ที่ดีที่สุด สถานการณ์ปกติ สถานการณ์แย่มากที่สุด

1. สถานการณ์ที่ดีที่สุด (Best Case)

คือสถานการณ์ที่สามารถปรับราคาขายขึ้นได้ 5% และค่าใช้จ่ายการตลาดเพิ่มขึ้น 3%

2. สถานการณ์ปกติ (Normal Case)

คือสถานการณ์ที่เป็นไปตามที่คาดไว้

3. สถานการณ์ที่แย่ที่สุด (Worst Case)

คือสถานการณ์ที่ไม่สามารถปรับราคาขายขึ้นได้ แต่ค่าก่อสร้างและค่าใช้จ่ายการตลาดเพิ่มขึ้นอีกอย่างละ 10%

ตารางที่ 6.9 Scenario Analysis ของ 3 สถานการณ์

ปัจจัยการเปลี่ยนแปลง	Best Case	Base Case	Worst Case
Price	5%	0%	0
Construction cost		0%	10%
Marketing cost	3%	0%	10%
NPV	526,274,697.79	415,292,761.68	249,984,749.28
IRR	14.35%	13.79%	13.66%

6.6 สรุปความเป็นไปได้ทางการเงิน

หลังจากการวิเคราะห์ทางการเงิน พบว่าโครงการนี้ให้ผลตอบแทนที่ดีในแง่ของ NPV และ IRR โดยสามารถให้ อัตราผลตอบแทนได้ 13.79% ซึ่งมากกว่าที่คาดไว้คือ 10% และ ในแง่ของ NPV สามารถให้ผลตอบแทนอยู่ที่ 415,292,761.68 บาท

รายการอ้างอิง

- BAM. (2554). ความเสี่ยงที่ควรรู้ก่อนซื้อคอนโดฯ ปล่อยเช่า.
- new, B. (2015). ตลาดที่อยู่อาศัยศรีราชาโต 20% รองรับนักลงทุนญี่ปุ่น
- Origin. (2015). Press Information.
- กฎกระทรวงให้ใช้บังคับผังเมืองรวมเมืองชลบุรี. (2553).
- เดลินิวส์. (2557). กทม.เดินหน้าแหลมฉบังเฟส 3
- ประชาชาติธุรกิจ. (2557a). เมืองใหม่โตรอบ"อมตะนคร" ดอนหัวฬ่อ-พานทอง...ทำเลื่อง.
- ประชาชาติธุรกิจ. (2557b). อสังหารูชิงเค้คอนโดฯต่ำลัน ดักลูกค้านิคมอุตสาหกรรม ปิดตลาดอพาร์ทเมนต์.
- ผู้จัดการออนไลน์. (2557). บอร์ด กนอ.อนุมัติ 6 นิคมฯ ขยายพื้นที่เพิ่มทัพลงทุนเข้าไทย.
- ผู้จัดการออนไลน์. (2558). เกียรตินาคินฯ มองจังหวะตอนนี้ เหมาะลงทุนอสังหาฯ ชี้ให้ผลตอบแทนคุ้มค่า.
- ผู้จัดการออนไลน์. (2554). ชาวบ้านไม่ขัดข้องประชาพิจารณ์สร้างนิคมอมตะนคร เฟส 2.
- มนัสเสวี, อ. (2556). การพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันโดยอาศัยระบบการสนับสนุนและตัดสินใจเพื่อเลือกที่อยู่อาศัย สำหรับชาวญี่ปุ่น : กรณีศึกษา อ.เกาะศรีราชา จังหวัดชลบุรี.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2015). <https://www.kasikornresearch.com/th/k-econanalysis/pages/ViewSummary.aspx?docid=34521>.
- หนังสือพิมพ์คมชัดลึก. (2555). อสังหาฯชลบุรีเดือด ตอบรับแรงซื้อ-โรงงานอุตสาหกรรมขยายตัว.

ภาคผนวก



Gantt Chart (1)

[illegible]

Gantt Chart (2)

	2016											
	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
Construction												
งานโครงสร้าง												
งานเสาเข็มเจาะและฐานราก												
งานพื้น Post-tension เฉลี่ยชั้นละ 1 อาทิตย์												
งานสถาปัตยกรรม												
งานผนังชั้นที่1 -42 ชั้นละ0.4เดือน												
งานฝ้าเพดานชั้นที่1-42 ชั้นละ 0.2 เดือน												
งานตกแต่งเพดานชั้นที่1-42 ชั้นละ0.2เดือน												
งานติดตั้งประตูหน้าต่างชั้นที่1-42 ชั้นละ0.2เดือน												
งานตกแต่งบันไดชั้นที่1-42 ชั้นละ0.1เดือน												
งานติดตั้งสุขภัณฑ์ชั้นที่1-42 ชั้นละ 0.1เดือน												
งานระบบ												
งานสุขาภิบาล(ชั้นละ0.38เดือน)												
งานระบบไฟฟ้า(ชั้นละ0.29เดือน)												
งานระบบปรับอากาศ(ชั้นละ0.15 เดือน)												
งานระบบดับเพลิง(ชั้นละ1.9เดือน)												
Unit Transfer												
Down Payment	24เดือน									ปรับราคา		

Gantt Chart (3)

[illegible]

Gantt Chart (4)

	2017											
	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
Construction								22เดือน				
งานโครงสร้าง								12เดือน				
งานเสาเข็มเจาะและฐานราก												
งานพื้น Post-tension เฉลี่ยชั้นละ 1 อาทิตย์											8เดือน	
งานสถาปัตยกรรม												
งานผนังชั้นที่1 -42 ชั้นละ0.4เดือน												16เดือน
งานฝ้าเพดานชั้นที่1-42 ชั้นละ 0.2 เดือน												
งานตกแต่งเพดานชั้นที่1-42 ชั้นละ0.2เดือน												
งานติดตั้งประตูหน้าต่างชั้นที่1-42 ชั้นละ0.2เดือน												
งานตกแต่งบันไดชั้นที่1-42 ชั้นละ0.1เดือน												
งานติดตั้งสุขภัณฑ์ชั้นที่1-42 ชั้นละ 0.1เดือน												
งานระบบ												
งานสุขาภิบาล(ชั้นละ0.38เดือน)										16เดือน		
งานระบบไฟฟ้า(ชั้นละ0.29เดือน)											12เดือน	
งานระบบปรับอากาศ(ชั้นละ0.15 เดือน)												
งานระบบดับเพลิง(ชั้นละ1.9เดือน)												
Unit Transfer												
Down Payment	ปรับราคา											

Gantt Chart (5)

[illegible]

Gantt Chart (6)

	2018										
	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov
Construction											
งานโครงสร้าง											
งานเสาเข็มเจาะและฐานราก											
งานพื้น Post-tension เกลี่ยชั้นละ 1 อาทิตย์											
งานสถาปัตย											
งานผนังชั้นที่1 -42 ชั้นละ0.4เดือน											
งานฝ้าเพดานชั้นที่1-42 ชั้นละ 0.2 เดือน								8เดือน			
งานตกแต่งเพดานชั้นที่1-42 ชั้นละ0.2เดือน									8เดือน		
งานติดตั้งประตูหน้าต่างชั้นที่1-42 ชั้นละ0.2เดือน										8เดือน	
งานตกแต่งบันไดชั้นที่1-42 ชั้นละ0.1เดือน											
งานติดตั้งสุขภัณฑ์ชั้นที่1-42 ชั้นละ 0.1เดือน											
งานระบบ								12เดือน			
งานสุขาภิบาล(ชั้นละ0.38เดือน)											
งานระบบไฟฟ้า(ชั้นละ0.29เดือน)											
งานระบบปรับอากาศ(ชั้นละ0.15 เดือน)										7เดือน	
งานระบบดับเพลิง(ชั้นละ1.9เดือน)											
Unit Transfer	ปรับราคา										
Down Payment											

Revenue(1)

		2016											
Total		Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
Cash in flow													
เงินจองและเงินทำสัญญา													
1 Bedroom	216,390,125.00									30,912,875.00	30,912,875.00	30,912,875.00	30,912,875.00
2 Bedroom	94,539,375.00									11,817,421.88	11,817,421.88	11,817,421.88	11,817,421.88
Penthouse	18,179,000.00									2,597,000.00	2,597,000.00	2,597,000.00	2,597,000.00
เงินดาวน์													
1 Bedroom	649,238,509.50												
Grand Opening	64,923,850.95										2,705,160.46	2,705,160.46	2,705,160.46
Sep	97,385,776.43											4,057,740.68	4,057,740.68
Oct	97,385,776.43												4,057,740.68
Nov	97,385,776.43												
Dec	97,385,776.43												
Jan	97,385,776.43												
Feb	97,385,776.43												
2 Bedroom	283,618,125.00												
Grand Opening	28,361,812.50										4,051,687.50	4,051,687.50	4,051,687.50
Sep	42,542,718.75											1,772,613.28	1,772,613.28
Oct	42,542,718.75												1,772,613.28
Nov	42,542,718.75												
Dec	42,542,718.75												
Jan	42,542,718.75												
Feb	42,542,718.75												
Penthouse	54,537,000.00												
Grand Opening	5,453,700.00										779,100.00	779,100.00	779,100.00
Sep	8,180,550.00											340,856.25	340,856.25
Oct	8,180,550.00												340,856.25
Nov	8,180,550.00												
Dec	8,180,550.00												
Jan	8,180,550.00												
Feb	8,180,550.00												
เงินโอน	1,974,787,269.00												
Total Cash inflow	3,291,289,403.50	-	-	-	-	-	-	-	-	45,327,296.88	52,863,244.83	59,034,455.05	65,205,665.26

Revenue (2)

		2017											
Total		Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
Cash in flow													
เงินจองและเงินทำสัญญา													
1 Bedroom	216,390,125.00	30,912,875.00	30,912,875.00	30,912,875.00									
2 Bedroom	94,539,375.00	11,817,421.88	11,817,421.88	11,817,421.88	11,817,421.88								
Penthouse	18,179,000.00	2,597,000.00	2,597,000.00	2,597,000.00									
เงินดาวนั													
1 Bedroom	649,238,509.50												
Grand Opening	64,923,850.95	2,705,160.46	2,705,160.46	2,705,160.46	2,705,160.46	2,705,160.46	2,705,160.46	2,705,160.46	2,705,160.46	2,705,160.46	2,705,160.46	2,705,160.46	2,705,160.46
Sep	97,385,776.43	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68
Oct	97,385,776.43	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68
Nov	97,385,776.43	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68
Dec	97,385,776.43		4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68
Jan	97,385,776.43			4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68
Feb	97,385,776.43				4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68
2 Bedroom	283,618,125.00												
Grand Opening	28,361,812.50	4,051,687.50	4,051,687.50	4,051,687.50	4,051,687.50								
Sep	42,542,718.75	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28
Oct	42,542,718.75	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28
Nov	42,542,718.75	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28
Dec	42,542,718.75		1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28
Jan	42,542,718.75			1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28
Feb	42,542,718.75				1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28
Penthouse	54,537,000.00												
Grand Opening	5,453,700.00	779,100.00	779,100.00	779,100.00	779,100.00								
Sep	8,180,550.00	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25
Oct	8,180,550.00	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25
Nov	8,180,550.00	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25
Dec	8,180,550.00		340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25
Jan	8,180,550.00			340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25
Feb	8,180,550.00				340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25
เงินโอน	1,974,787,269.00												
Total Cash inflow	3,291,289,403.50	71,376,875.48	77,548,085.69	83,719,295.91	56,380,631.13	39,732,421.75	39,732,421.75	39,732,421.75	39,732,421.75	39,732,421.75	39,732,421.75	39,732,421.75	39,732,421.75

Revenue (3)

		2018											
	Total	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
Cash in flow													
เงินสดและเงินทำสัญญา													
1 Bedroom	216,390,125.00												
2 Bedroom	94,539,375.00												
Penthouse	18,179,000.00												
เงินดาวน์													
1 Bedroom	649,238,509.50												
Grand Opening	64,923,850.95	2,705,160.46	2,705,160.46	2,705,160.46	2,705,160.46	2,705,160.46	2,705,160.46	2,705,160.46	2,705,160.46	2,705,160.46			
Sep	97,385,776.43	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68		
Oct	97,385,776.43	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	
Nov	97,385,776.43	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68
Dec	97,385,776.43	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68
Jan	97,385,776.43	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68
Feb	97,385,776.43	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68
2 Bedroom	283,618,125.00												
Grand Opening	28,361,812.50												
Sep	42,542,718.75	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28		
Oct	42,542,718.75	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	
Nov	42,542,718.75	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28
Dec	42,542,718.75	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28
Jan	42,542,718.75	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28
Feb	42,542,718.75	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28
Penthouse	54,537,000.00												
Grand Opening	5,453,700.00												
Sep	8,180,550.00	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25		
Oct	8,180,550.00	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	
Nov	8,180,550.00	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25
Dec	8,180,550.00	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25
Jan	8,180,550.00	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25
Feb	8,180,550.00	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25	340,856.25
เงินโอน	1,974,787,269.00												
Total Cash inflow	3,291,289,403.50	39,732,421.75	39,732,421.75	39,732,421.75	39,732,421.75	39,732,421.75	39,732,421.75	39,732,421.75	39,732,421.75	39,732,421.75	37,027,261.29	30,856,051.08	24,684,840.86

Revenue (4)

		2019											
Total		Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
Cash in flow													
เงินจองและเงินทำสัญญา													
1 Bedroom	216,390,125.00												
2 Bedroom	94,539,375.00												
Penthouse	18,179,000.00												
เงินดาวน์													
1 Bedroom	649,238,509.50												
Grand Opening	64,923,850.95												
Sep	97,385,776.43												
Oct	97,385,776.43												
Nov	97,385,776.43												
Dec	97,385,776.43	4,057,740.68											
Jan	97,385,776.43	4,057,740.68	4,057,740.68										
Feb	97,385,776.43	4,057,740.68	4,057,740.68	4,057,740.68									
2 Bedroom	283,618,125.00												
Grand Opening	28,361,812.50												
Sep	42,542,718.75												
Oct	42,542,718.75												
Nov	42,542,718.75												
Dec	42,542,718.75	1,772,613.28											
Jan	42,542,718.75	1,772,613.28	1,772,613.28										
Feb	42,542,718.75	1,772,613.28	1,772,613.28	1,772,613.28									
Penthouse	54,537,000.00												
Grand Opening	5,453,700.00												
Sep	8,180,550.00												
Oct	8,180,550.00												
Nov	8,180,550.00												
Dec	8,180,550.00	340,856.25											
Jan	8,180,550.00	340,856.25	340,856.25										
Feb	8,180,550.00	340,856.25	340,856.25	340,856.25									
เงินโอน	1,974,787,269.00								658,262,423.00	658,262,423.00	658,262,423.00		
Total Cash inflow	3,291,289,403.50	18,513,630.65	12,342,420.43	6,171,210.22	-	-	-	-	658,262,423.00	658,262,423.00	658,262,423.00		

Marketing Cost (1)

		2016											
Total		Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
ออกนุ้	120,000.00							30000	30000	30000	30000		
ค้ารายชื่อ	50,000.00						50,000.00						
Billboard													
ค่าทำป้าย	250,000.00					125,000.00	125,000.00						
ค่าเช่าป้าย	2,000,000.00					200,000.00	200,000.00	200,000.00	200,000.00	200,000.00	200,000.00	200,000.00	200,000.00
ค่าออกแบบBrochure และ Leaflet	50,000.00						50,000.00						
Brochure	300,000.00						300,000.00						
Leaflet	200,000.00						200,000.00						
Grand Opening	240,000.00							240,000.00					
Website													
ค่าออกแบบ	250,000.00					250,000.00							
ค่าServer	123,000.00					3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00
ป้ายโฆษณาบนsite	50,000.00					50,000.00							
Shuttle	500,000.00												
Total Marketing cash out flow	4,133,000.00	0	0	0	0	628000	928000	473000	233000	233000	233000	203000	203000

Marketing Cost (2)

[illegible]

Marketing Cost (3)

		2018											
Total		Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
ออกบูธ	120,000.00												
ค่ารายชื่อ	50,000.00												
Billboard													
ค่าทำป้าย	250,000.00												
ค่าเช่าป้าย	2,000,000.00												
ค่าออกแบบBrochure และ Leaflet	50,000.00												
Brochure	300,000.00												
Leaflet	200,000.00												
Grand Opening	240,000.00												
Website													
ค่าออกแบบ	250,000.00												
ค่าServer	123,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00
ป้ายโฆษณาออนไลน์	50,000.00												
Shuttle	500,000.00												
Total Marketing cash out flow	4,133,000.00	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000

Marketing Cost (4)

		2019											
Total		Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
ออกบูธ	120,000.00												
ค่ารายชื่อ	50,000.00												
Billboard													
ค่าทำป้าย	250,000.00												
ค่าเช่าป้าย	2,000,000.00												
ค่าออกแบบBrochure และ Leaflet	50,000.00												
Brochure	300,000.00												
Leaflet	200,000.00												
Grand Opening	240,000.00												
Website													
ค่าออกแบบ	250,000.00												
ค่าServer	123,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00			
ป้ายโฆษณาออนไลน์	50,000.00												
Shuttle	500,000.00					500,000.00							
Total Marketing cash out flow	4,133,000.00	3000	3000	3000	3000	503000	3000	3000	3000	3000			

Cash Flow (1)

[illegible][illegible]

Cash Flow (2)

[illegible][illegible]

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ

นางสาวธวัชรรัตน์ โคตระวิวัฒน์

วันเดือนปีเกิด

22 มีนาคม พ.ศ. 2530

ตำแหน่ง

นักศึกษาปริญญาโท

ทุนการศึกษา (ถ้ามี)

ผลงานทางวิชาการ

ประสบการณ์ทำงาน

พ.ศ. 2553 บริษัท สหยางทอง (ยางเจริญ) จำกัด

