



การศึกษาความเป็นไปได้ของการพัฒนาโครงการบนที่ดินเปล่า
ในอำเภอธัญพนม จังหวัดนครพนม

โดย

นางสาวสิริกานต์ อังคะรา

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์)
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2558
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

การศึกษาความเป็นไปได้ของการพัฒนาโครงการบนที่ดินเปล่า
ในอำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม

โดย

นางสาวสิริกานต์ อังคะรา



การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์)
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2558
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



FEASIBILITY STUDY OF LAND DEVELOPMENT IN THATPANOM,
NAKHONPANOM PROVINCE

BY

MISS SIRIKARN ANGKARA



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
คณะพาณิชย์ศาสตร์และการบัญชี

การค้นคว้าอิสระ

ของ

นางสาวสิริกานต์ อังคะรา

เรื่อง

การศึกษาความเป็นไปได้ของการพัฒนาโครงการบนที่ดินเปล่า
ในอำเภอหาดุพนม จังหวัดนครพนม

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์)

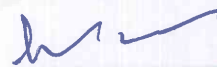
เมื่อ วันที่ 22 เมษายน พ.ศ. 2559

ประธานกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ



(รองศาสตราจารย์เยาวมาลย์ เมธาภิรักษ์)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ



(รองศาสตราจารย์สุพจน์ ขววิวรรณ)

คณบดี



(ศาสตราจารย์ ดร.ศิริลักษณ์ โจนกิจอำนวย)

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	การศึกษาความเป็นไปได้ของการพัฒนาโครงการบนที่ดินเปล่าในอำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม
ชื่อผู้เขียน	นางสาวสิริกานต์ อังคะรา
ชื่อปริญญา	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์)
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	รองศาสตราจารย์สุพจน์ ชววีวรรณ
ปีการศึกษา	2558

บทสรุปผู้บริหาร

การศึกษาอิสระฉบับนี้เป็นการศึกษาความเป็นไปได้ของการพัฒนาโครงการบนที่ดินเปล่าในอำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม เป็นการวิเคราะห์ความเป็นไปในการใช้ประโยชน์ที่ดินที่ถือครองกรรมสิทธิ์อยู่แล้ว (Site Looking for Use) เป็นการพิจารณาการใช้ประโยชน์ที่ดินอย่างเต็มศักยภาพ (Highest and Best Use) โดยที่ดินที่ทำการศึกษาดังอยู่ที่ตำบลธาตุพนมเหนือ อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม มีเนื้อที่ดินทั้งหมด 7-1-62.8 ไร่ (2,962.80 ตารางวา) ตั้งอยู่ในเขตเทศบาลตำบลธาตุพนม ห่างจากวัดพระธาตุพนมวรมหาวิหารประมาณ 1.5 กิโลเมตร

ผู้ศึกษาจึงได้ทำการวิเคราะห์ด้านกฎหมายทำการถ่วงดุลและประเมินแนวความคิดในการพัฒนาโครงการเพื่อให้ได้ใช้ประโยชน์ที่ดินอย่างเต็มศักยภาพ (Highest and Best Use) ได้ข้อสรุปว่า จะพัฒนาเป็นโครงการหมู่บ้านจัดสรรบนที่ดิน 7-1-62.8 ไร่ (2,962.80 ตารางวา) ในรูปแบบบ้านเดี่ยว 2 ชั้น ขนาด 3 ห้องนอน 2 ห้องน้ำ 1 ที่จอดรถ ในสไลด์ร่วมสมัยบนพื้นที่ดินขนาดมาตรฐาน 52 ตารางวา มีพื้นที่ใช้สอย 107.5 ตารางเมตร มีจำนวนหน่วยขาย 35 หน่วย และใช้เวลาในการพัฒนาโครงการประมาณ 16 เดือน โดยราคาขายแปลงมาตรฐานเท่ากับ 2,475,000.00 บาท/แปลง และราคาขายที่ดินส่วนเกิน 17,000 บาทต่อตารางวา โดยมีกลุ่มเป้าหมายหลักของโครงการคือ คนที่อาศัยอยู่ในอำเภอธาตุพนม และทำงานในอำเภอธาตุพนมเป็นหลัก โดยจะเน้นกลุ่มอาชีพข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้แน่นอนและมีศักยภาพ

ในการวิเคราะห์ทางการเงิน แหล่งเงินทุนสำหรับการพัฒนาโครงการมาจาก 2 ส่วน ได้แก่ เงินทุนของเจ้าของและเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน โดยจะใช้อัตราดอกเบี้ยเท่ากับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ลูกค้ารายใหญ่ชั้นดีที่สูงที่สุดในปัจจุบันจากธนาคารพาณิชย์ 4 ธนาคาร (Minimum Loan Rate, MLR) +1% เท่ากับ 7.525% และมีอัตราคิดลด (Discounted Rate: WACC)

เท่ากับ 12.86% ซึ่งมูลค่าโครงการรวมเท่ากับ 88,713,875.00 บาท และต้นทุนโครงการทั้งหมด 73,576,241.25 บาท โดยเป็นเงินทุนของเจ้าของและเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินคิดเป็น 47.01% และ 52.99% ตามลำดับ

สรุปการวิเคราะห์ทางการเงินพบว่า โครงการมีความเหมาะสมและมีความเป็นไปได้ในการลงทุนเนื่องจาก NPV มีค่าเป็นบวก และ IRR ที่ได้สูงกว่า Discounted Rate ของโครงการดังนี้

PROJECT SUMMARY	
Net Present Value, NPV	4,933,869.62
Internal Rate of Return, IRR	22.41%
Sales Period	11 เดือน
Payback Period	24 เดือน

ผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ความอ่อนไหว (Sensitivity Analysis) โดยการทดสอบการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยต่างๆ เช่น รายได้จากราคาขาย ต้นทุนค่าก่อสร้าง และอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ โดยหากราคาขายลดลงถึง 10% และต้นทุนค่าก่อสร้างเพิ่มขึ้นถึง 20% จะทำให้ NPV เริ่มเปลี่ยนเป็นลบ และ IRR เริ่มน้อยกว่า Discounted Rate หมายความว่า ณ จุดดังกล่าวไม่ควรลงทุนในโครงการ จึงจำเป็นต้องระมัดระวังกรณีดังกล่าวเป็นพิเศษ และหากอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ปรับตัวลดลงและเพิ่มขึ้นครั้งละ 0.2 % จะทำให้ NPV เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นและลดลงครั้งละประมาณ 54,000 บาท และ IRR ยังคงเดิม อีกทั้งได้ทำการวิเคราะห์สถานการณ์ (Scenario Analysis) ในสมมติฐาน Best case, Base case, และ Worst case โดยการเปลี่ยนแปลงราคาขาย ต้นทุนค่าก่อสร้าง อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ และระยะเวลาในการขาย ซึ่งให้ผลการวิเคราะห์ดังนี้

Scenario	NPV (บาท)	IRR (%)	Payback Period
Best case	13,619,957.32	41.23%	20 เดือน
Base case	4,933,869.62	22.41%	24 เดือน
Worst case	-3,914,023.86	6.66%	มากกว่า 30 เดือน

คำสำคัญ: การศึกษาความเป็นไปได้, โครงการบ้านจัดสรร, บ้านเดี่ยว, ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์, อำเภอ ราชูพนม, จังหวัดนครพนม

Independent Study Title	FEASIBILITY STUDY OF LAND DEVELOPMENT IN THATPANOM, NAKHONPANOM PROVINCE
Author	Miss Sirikarn Angkara
Degree	Master of Science (Real Estate Business)
Department/Faculty/University	Faculty of Commerce and Accountancy Thammasat University
Independent Study Advisor	Associate Professor Supoj Chawawiwat
Academic Years	2015

EXECUTIVE SUMMARY

This independent study is about feasibility study of land development in Thatpanom, Nakhonpanom Province which mainly focuses on site looking for use method and considers for the highest and best use on the existing land. The land of study is located on North Thatpanom, Thatpanom district, Nakhonpanom province with 7-1-62.8 Rai (2,962.80 Square Wa) in Thatpanom subdistrict municipal and distance from Thatpanom Worramahavihan Temple to the land is about 1.5 kilometer.

From legal attribute analysis and alternative use analysis, the land based on highest and best use can be developing to housing estate project since there are low supply and high demand of residential and gives interesting rate of return. Then, the housing estate project is planned to develop on the 7-1-62.8-Rai land in form of single detached house in contemporary style with 3 Bedrooms, 2 Bathroom, and 1 Parking lot. The standard land area is 52 square wa per unit and 107.5 square meter in functional area. The unit of sales is 35 units and the construction period is about 16 months. The standard selling price of house is 2,475,000.00 Baht per unit and the selling price of excess land area is 17,000 Baht per square wa. The major market targeting of the project is people who live and work in Thatpanom district and occupied in government/state enterprise officer, employee, and private sector.

In financial analysis part, source of capital of the project comes from both equity and loan. In case of loan or debt equity, the interest rate of loan using for the project finance is highest Minimum Loan Rate +1% (MLR+1%) from 4 commercial banks

equal to 7.525% and discounted rate from Weighted Average Cost of Capital (WACC) equal to 12.86%. The project value is 88,713,875.00 Baht and the total project cost is 73,576,241.25 Baht which can be divided to equity capital and loan by 47.01% and 52.99% respectively.

In conclusion, the financial analysis of the project results that the project is feasible for investment due to Net Present Value (NPV) of the project is in positive value and Internal Rate of Return (IRR) of the project is higher than the project discounted rate as shown in the following table.

PROJECT SUMMARY	
Net Present Value, NPV	4,937,104.59
Internal Rate of Return, IRR	22.41%
Sales Period	11 Months
Payback Period	24 Months

Sensitivity analysis of the project is calculated to forecast impact of factor changing. The considering factors are selling price, construction cost, and loan interest rate. From sensitivity analysis, the NPV is changing to negative value and IRR is changing to lower project discounted rate when the selling price decrease reached 20% and when the construction cost increase reached 10%. This means that the project is not feasible when the aforementioned case occurred. And NPV is changing up and down about 54,000 Baht each time when the loan interest rate shifted up and down by 0.2%.

Moreover, the scenario analysis is also calculated to forecast impact of more than one factor changing in a time. The considering factors (selling price, construction cost, loan interest rate, and sales period) are assumed in three assumption of best case, base case, and worst case. The results of NPV and IRR on both base case and best case assumption still be in positive value and more than the project discounted rate respectively. The worst case assumption gives the NPV and IRR in negative value and lowers than the project discounted rate which means the project is not feasible when the worst case scenario occurred as shown in the following table.

Scenario	NPV (Baht)	IRR (%)	Payback Period
Best case	13,619,957.32	41.23%	20 Months
Base case	4,933,869.62	22.41%	24 Months
Worst case	-3,914,023.86	6.66%	More than 30 Months



Keywords: Feasibility study, Housing estate, Single detached house, Real estate business, Thatpanom district, Nakhonpanom province

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาความเป็นไปได้ของการพัฒนาโครงการบนที่ดินเปล่าในอำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนมฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยการสนับสนุนของบุคคลหลายท่าน ผู้ศึกษาใคร่ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์สุพจน์ ชววีวรรณ เป็นอย่างสูง ที่ได้ให้ความกรุณาสละเวลารับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ซึ่งได้ให้ความรู้ คำแนะนำ และชี้แนะปรับปรุงแก้ไขในการศึกษาครั้งนี้ รวมถึงรองศาสตราจารย์เยาวมาลย์ เมธาภิรักษ์ กรรมการ ได้ให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ และให้ความรู้แก่ผู้ศึกษาด้วยความเมตตาจนการศึกษาอิสระฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์

นอกจากนี้ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านในสาขาธุรกิจสหกรณ์ คณบดี พานิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ที่ได้ให้คำแนะนำ และชี้แนะแนวทางเพิ่มเติม ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่โครงการธุรกิจสหกรณ์ ที่ให้การช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกตลอดหลักสูตรการศึกษา ขอขอบพระคุณครอบครัวที่ได้ให้การสนับสนุนและความช่วยเหลืออย่างเต็มที่ อีกทั้งมิตรสหาย ตลอดจนทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลจนการศึกษาครั้งนี้สำเร็จไปได้ด้วยดี หากการศึกษาอิสระฉบับนี้มีข้อผิดพลาดหรือบกพร่องประการใด ผู้ศึกษาขอภัยเป็นอย่างยิ่งมา ณ ที่นี้

นางสาวสิริกานต์ อังคะรา

23 มกราคม 2559

สารบัญ

	หน้า
บทสรุปผู้บริหารภาษาไทย	(1)
บทสรุปผู้บริหารภาษาอังกฤษ	(3)
กิตติกรรมประกาศ	(6)
สารบัญตาราง	(12)
สารบัญภาพ	(14)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของการศึกษา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการศึกษา	2
บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	3
2.1 การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการอสังหาริมทรัพย์	3
2.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค	4
2.3 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค	5
บทที่ 3 การวิเคราะห์ที่ดิน (Site Analysis)	7
3.1 การวิเคราะห์ด้านกายภาพ	7
3.2 การวิเคราะห์ด้านกฎหมาย	8

3.2.1 กฎกระทรวงผังเมืองรวมจังหวัดนครพนม	8
3.2.2 ประกาศกรมโยธาธิการและผังเมือง	11
3.2.3 กฎกระทรวงผังเมืองรวมชุมชนธาตุพนม	11
3.2.4 เทศบัญญัติเทศบาลตำบลธาตุพนม	14
3.3 การวิเคราะห์ด้านทำเลที่ตั้ง	16
3.4 การวิเคราะห์ด้านการเข้าถึงที่ตั้งของที่ดิน	17
3.5 การวิเคราะห์ด้านจิตวิทยา	20
3.6 การวิเคราะห์ด้านสิ่งแวดล้อม	21
3.6.1 ผลกระทบด้านฝุ่นละอองและคุณภาพอากาศ	21
3.6.2 ผลกระทบด้านความดังของเสียง	21
3.6.3 ผลกระทบด้านการจราจร	21
3.6.4 ผลกระทบด้านการปล่อยน้ำเสีย	21
บทที่ 4 การกลั่นกรองแนวความคิด	22
4.1 การกำหนดแนวความคิดในการพัฒนาโครงการ	22
4.2 การกลั่นกรองและประเมินแนวความคิด	22
4.2.1 การใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อพัฒนาเป็นตลาด	22
4.2.2 การใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อพัฒนาเป็นอาคารพาณิชย์กรรมประเภท ค้าปลีกค้าส่ง	24
4.2.3 การใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อพัฒนาเป็นโรงแรม	24
4.2.4 การใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อพัฒนาเป็นอพาร์ทเมนท์/หอพัก	25
4.2.5 การใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อพัฒนาเป็นโครงการบ้านจัดสรร	26
4.2.6 สรุปการกลั่นกรองและประเมินแนวความคิด	32
4.3 การวิจัยตลาด	33
บทที่ 5 การวิเคราะห์ทางการตลาด (Marketing Analysis)	40
5.1 การวิเคราะห์ปัจจัยทางเศรษฐกิจ	40

5.1.1 ภาพรวมสถานะเศรษฐกิจและธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย	40
5.1.2 ภาพรวมสถานะเศรษฐกิจและธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในจังหวัดนครพนม	42
5.2 การวิเคราะห์ตลาด	43
5.2.1 การวิเคราะห์อุปสงค์	43
5.2.2 การวิเคราะห์อุปทาน	46
5.2.2.1 ปริมาณที่อยู่อาศัยในพื้นที่ในปัจจุบัน	46
5.2.2.2 ปริมาณที่อยู่อาศัยในพื้นที่ในอนาคต	51
5.2.2.3 ปริมาณบ้านเช่า และอพาร์ทเมนท์ให้เช่า	53
5.2.3 การวิเคราะห์จุดเด่น จุดด้อย โอกาส และข้อจำกัด (SWOT Analysis)	53
5.2.3.1 จุดเด่น	53
5.2.3.2 จุดด้อย	53
5.2.3.3 โอกาส	53
5.2.3.4 ข้อจำกัด	54
5.3 แผนการตลาด (Marketing Plan)	54
5.3.1 การกำหนดกลยุทธ์ STP (STP Strategy)	54
5.3.1.1 การแบ่งส่วนการตลาด	54
5.3.1.2 การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย	56
5.3.1.3 การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด	56
5.3.2 การกำหนดส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mixes: 4P's)	57
5.3.2.1 ด้านผลิตภัณฑ์	57
5.3.2.2 ด้านราคา	61
5.3.2.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	64
5.3.2.4 ด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด	64
บทที่ 6 การวิเคราะห์ทางการเงิน (Financial Analysis)	68
6.1 เกณฑ์ที่ใช้ในการวัดความสำเร็จของโครงการ	68
6.2 สมมติฐานประกอบการวิเคราะห์ทางการเงิน	68
6.2.1 สมมติฐานด้านการลงทุนและรายจ่ายของโครงการ	68
6.2.1.1 รูปแบบโครงการ	68
6.2.1.2 ต้นทุนและรายจ่ายในการพัฒนาโครงการ	70

6.2.1.3	โครงสร้างแหล่งเงินทุน	83
6.2.1.4	เงื่อนไขการชำระหนี้ธนาคาร	83
6.2.1.5	อัตราคิดลด และอัตราผลตอบแทนที่นักลงทุนต้องการ	86
6.2.2	สมมติฐานด้านการขายและรายรับของโครงการ	86
6.3	การประมาณการกระแสเงินสด	93
6.4	การวิเคราะห์ความเสี่ยง	98
6.5	การวิเคราะห์สถานการณ์	102



รายการอ้างอิง

104

ภาคผนวก

แบบสอบถามและผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ประวัติผู้เขียน



สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 ตารางแสดงอาณาเขตติดต่อของที่ดินโครงการ	17
4.1 ตารางแสดงผลการสำรวจอุปทานตลาด	23
4.2 ตารางแสดงผลการสำรวจอุปทานโรงแรม	25
4.3 ตารางแสดงจำนวนนักศึกษาวิทยาลัยธาตุพนม มหาวิทยาลัยธาตุพนม	26
4.4 ตารางแสดงดอกเบี้ยธนาคารพาณิชย์	28
4.5 ตารางแสดงรายได้ของกลุ่มตัวอย่างนำร่อง	29
4.6 ตาราง Front Door Analysis ผลตอบแทนทางการเงินบ้านแฝด 2 ชั้น	29
4.7 ตาราง Front Door Analysis ผลตอบแทนทางการเงินบ้านเดี่ยว 2 ชั้น	31
4.8 ตารางสรุปการกลั่นกรองและประเมินแนวความคิด	32
4.9 ตารางแสดงผลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview)	38
5.1 ตารางแสดงจำนวนผู้มีงานทำจำแนกตามสภาพการทำงาน ปี 2558	43
5.2 ตารางแสดงจำนวนผู้ที่มีงานทำที่อยู่ในแรงงานนอกระบบ จำแนกตามสภาพการทำงาน ปี 2558	44
5.3 ตารางแสดงจำนวนจำนวนสถานประกอบการและผู้ประกันตน ปี 2558	44
5.4 ตารางแสดงจำนวนกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในพื้นที่	45
5.5 ตารางแสดงจำนวนอุปทานในพื้นที่	50
5.6 ตารางแสดงจำนวนอุปทานในพื้นที่ในอนาคต	52
5.7 ตารางแสดง Market Segmentation ตามเกณฑ์รายได้	54
5.8 ตารางแสดง Market Targeting	55
5.9 ตารางแสดงรายละเอียดผลิตภัณฑ์	57
5.10 ตารางแสดงรายละเอียดด้านราคา	61
5.11 ตารางแสดงราคาขายรายแปลง	62
6.1 ตารางแสดงการใช้ที่ดินรายแปลง	69
6.2 การประมาณการต้นทุนโครงการ	72
6.3 ตารางสรุปโครงสร้างแหล่งเงินทุนของโครงการ	83
6.4 ตารางแสดงการคำนวณอัตราคิดลด (Discounted Rate: WACC)	86
6.5 ตารางแสดงรายละเอียดโครงการ	87

6.6 ตารางแสดงเงื่อนไขการชำระเงิน	87
6.7 ตารางแสดงสรุปผลตอบแทนโครงการ	93
6.8 ตารางแสดงสรุปกำไร-ขาดทุน	93
6.9 ตารางแสดงการวิเคราะห์ความอ่อนไหวจากการเปลี่ยนแปลงราคาขาย	98
6.10 ตารางแสดงการวิเคราะห์ความอ่อนไหวจากการเปลี่ยนแปลงต้นทุนค่าก่อสร้าง	98
6.11 ตารางแสดงการวิเคราะห์ความอ่อนไหวจากการเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ยเงินกู้	99
6.12 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์สถานการณ์	102



สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
3.1 ภาพที่ดินที่ตั้งโครงการ	7
3.2 ภาพที่ดินถมแล้วบนที่ตั้งโครงการในปัจจุบัน	7
3.3 ภาพถ่ายสภาพโดยรอบของที่ดิน	8
3.4 แผนผังแสดงการใช้ประโยชน์ที่ดินในอนาคตแนบท้ายกฎกระทรวงผังเมืองรวมจังหวัดนครพนม	9
3.5 ข้อกำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดิน ผังเมืองรวมชุมชนธาตุพนม (ฉบับร่าง) – 1	12
3.6 ข้อกำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดิน ผังเมืองรวมชุมชนธาตุพนม (ฉบับร่าง) – 2	13
3.7 แผนที่ท้ายเทศบัญญัติเทศบาลตำบลธาตุพนม	15
3.8 ภาพถ่ายทางอากาศของที่ตั้งที่ดิน	17
3.9 ภาพถ่ายทางอากาศของการเข้าถึงที่ดิน	18
3.10 ภาพชอยราษฎร์อาร์กซ์	18
3.11 ภาพที่ดินด้านที่มีอาณาเขตติดต่อกับชอยราษฎร์อาร์กซ์ (ทิศใต้)	19
3.12 ภาพชอยสุริโย	19
3.13 ภาพที่ดินด้านที่มีอาณาเขตติดต่อกับชอยสุริโย (ทิศตะวันออก)	20
4.1 กรอบแนวคิดของการวิจัยตลาด	34
5.1 โครงการบ้านเปี่ยมสุข (อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม)	46
5.2 โครงการบ้านพิมพากร (อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม)	47
5.3 อาคารพาณิชย์ ไม่มีชื่อ 1 (ถนนเลียงเมือง)	48
5.4 อาคารพาณิชย์ ไม่มีชื่อ 2 (ถนนเลียงเมือง)	48
5.5 อาคารพาณิชย์ ไม่มีชื่อ 3 (ถนนเลียงเมือง)	48
5.6 อาคารพาณิชย์ ตำบลธาตุพนมเหนือ	49
5.7 โครงการอาคารพาณิชย์ข้างสวนศรีโคตรบูร	51
5.8 โครงการทาวน์โฮม ไม่มีชื่อ (ถ.พนมพนารักษ์ ซ.8)	51
5.9 แบบบ้านของโครงการ	58
5.10 ผังโครงการ	59
5.11 Floor Plan ชั้น 1 และ ชั้น 2	60
6.1 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงราคาขายและต้นทุนค่าก่อสร้าง	101

6.2 อัตราผลตอบแทนในการลงทุน (IRR) เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงราคาขายและต้นทุนค่าก่อสร้าง



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของการศึกษา

ปัจจุบันธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่คุณให้ความสนใจลงทุนทั้งรายใหญ่และรายย่อย เนื่องด้วยธุรกิจอสังหาริมทรัพย์มีหลากหลายประเภททั้งเพื่อการอยู่อาศัย เพื่อการพาณิชย์กรรม หรือเพื่ออุตสาหกรรม และมีทั้งโครงการในแนวราบและแนวตั้ง อีกทั้งตลาดธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ยังเป็นตลาดที่มีมูลค่าธุรกิจสูงมาก และให้ผลตอบแทนต่อผู้ลงทุนในอัตราที่สูง จึงเป็นเหตุผลให้ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เป็นทางเลือกยอดนิยมของนักลงทุน และมีการลงทุนอย่างต่อเนื่อง

การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ก็นับเป็นปัจจัยหนึ่งที่ช่วยกระตุ้นตลาดธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด โดยเฉพาะทำเลติดชายแดนประเทศไทย เช่น เชียงราย หนองคาย มุกดาหาร และนครพนม เป็นต้น จึงทำให้ตลาดอสังหาริมทรัพย์เพื่อการอยู่อาศัย ทั้งบ้านจัดสรร คอนโด อพาร์ทเมนท์ โรงแรม และอสังหาริมทรัพย์เพื่อการพาณิชย์กรรม เช่น อาคารสำนักงาน อาคารพาณิชย์ โรงงาน เป็นต้น มีการเติบโตเพื่อตอบสนองมาตรการของรัฐอย่างเห็นได้ชัด

เช่นเดียวกับจังหวัดนครพนมซึ่งเป็นจังหวัดชายแดนภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยที่มีความน่าสนใจทั้งในทางด้านการผลิตสินค้าเกษตรที่สำคัญและมีชื่อเสียง เช่น ข้าวหอมมะลิ ยางพารา โคเนื้อ เป็นต้น และมีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่สวยงามดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี เช่น วัดพระธาตุพนมมรรพมหาวิหาร อำเภอธาตุพนม หมู่บ้านมิตรภาพไทย-เวียตนาม อำเภอเมืองนครพนม เป็นต้น อีกทั้งยังมีการเปิดใช้งานสะพานมิตรภาพไทย-ลาวแห่งที่ 3 (นครพนม-คำม่วน) ในปี 2554 ที่ผ่านมาก็เพื่อเป็นอีกหนึ่งจุดเชื่อมเส้นทางคมนาคม เศรษฐกิจ และการท่องเที่ยวสู่ประชาคมอาเซียนและสากล โดยจากนโยบายของรัฐในการส่งเสริมการค้าขายกับประเทศเพื่อนบ้าน กระแสการเปิดการค้าเสรี ทำให้มูลค่าการค้าชายแดนจังหวัดนครพนม มีการเจริญเติบโตแบบก้าวกระโดด และมีแนวโน้มมากขึ้นเรื่อยๆ โดยมีผู้ประกอบการค้าให้ความสนใจจังหวัดนครพนมในการที่จะเข้ามา ลงทุนและใช้เส้นทางการค้า การลงทุนกับประเทศเพื่อนบ้านเพิ่มมากขึ้น จนในปี 2557 ยอดมูลค่ารวมของ จังหวัดนครพนมเพิ่มสูงเป็นอันดับที่ 1 มากกว่าจังหวัดหนองคายและจังหวัดมุกดาหาร จึงสามารถกล่าวได้ว่า จังหวัดนครพนมเป็นอีกหนึ่งจังหวัดที่น่าลงทุนและจับตามองเป็นอย่างยิ่ง

อำเภอธาตุพนมเป็นอำเภอที่มีอาณาเขตติดต่อกับอำเภอเมืองนครพนมในทางทิศเหนือ และติดต่อกับแขวงคำม่วน (ประเทศลาว) ในทางทิศตะวันออกซึ่งสามารถเดินทางเชื่อมต่อกันได้ผ่านทางจุดผ่อนปรนบ้านธาตุพนมสามัคคี อำเภอธาตุพนมเป็นอำเภอที่ความเป็นมาทางประวัติศาสตร์อันยาวนาน มีสถาปัตยกรรมและสิ่งปลูกสร้างที่ยังคงความเป็นเมืองเก่า มีลักษณะเป็นเมืองขนาดเล็กที่สงบและไม่วุ่นวาย เหมาะแก่การท่องเที่ยวพักผ่อนและเป็นที่อยู่อาศัย

การศึกษาอิสระฉบับนี้เป็นการศึกษาความเป็นไปได้ของการพัฒนาโครงการบนที่ดินเปล่าในอำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม เป็นการวิเคราะห์ความเป็นไปในการใช้ประโยชน์ที่ดินที่ถือครองกรรมสิทธิ์อยู่แล้ว (Site Looking for Use) เป็นการพิจารณาการใช้ประโยชน์ที่ดินอย่างเต็มศักยภาพ (Highest and Best Use) โดยที่ดินที่นำมาทำการศึกษาในครั้งนี้ตั้งอยู่ในเขตเทศบาลตำบลธาตุพนม ใกล้สถานที่ราชการ แหล่งชุมชน และสิ่งอำนวยความสะดวก สามารถใช้ประโยชน์ได้หลากหลาย จึงต้องทำการวิเคราะห์พื้นที่ทั้งในด้านกายภาพ ด้านกฎหมาย ด้านการตลาด ด้านการเงิน และความสมเหตุสมผลในเงื่อนไขและนโยบายอื่นๆ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจลงทุนในพื้นที่ดังกล่าวต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของการใช้ประโยชน์ที่ดินในทางกายภาพ และกฎหมายบนที่ดินในอำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม
2. เพื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาดของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในบริเวณอำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม
3. เพื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน อัตราผลตอบแทน และความเสี่ยงในการลงทุนในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในอำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม
4. เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจในขั้นตอนการพัฒนาธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สามารถนำการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการและการวิเคราะห์ต่างๆ ไปใช้เป็นแนวทางในการประกอบการตัดสินใจในการลงทุน
2. สามารถนำการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการไปใช้ในการลงทุนพัฒนาธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทเดียวกัน หรือในทำเลเดียวกัน และเป็นแนวทางในการพัฒนาโครงการอื่นๆ ต่อไป

บทที่ 2

วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการอสังหาริมทรัพย์

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการอสังหาริมทรัพย์เป็นขั้นตอนหนึ่งของกระบวนการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ โดยจะทำการประมาณการต้นทุน ค่าใช้จ่าย ยอดขาย กำไร ผลตอบแทน และความเสี่ยง ตลอดจนถึงวิเคราะห์และวางแผนโครงสร้างทางการเงินและการลงทุนของโครงการ

กระบวนการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ประกอบด้วย 9 ขั้นตอน ดังนี้
 ขั้นตอนที่ 1 กำหนดแนวคิดในการพัฒนาโครงการ โดยพิจารณาแนวคิดความเป็นไปได้
 ใน 4 ประเด็นหลักๆ ดังต่อไปนี้

- ด้านกายภาพของที่ดิน
- ด้านกฎหมาย
- ด้านการตลาด
- ด้านการเงิน

ขั้นตอนที่ 2 กลับกรองและประเมินแนวคิด คือ การนำแนวคิดที่มีความเป็นไปได้จาก
 ขั้นตอนที่ 1 มาวิเคราะห์เพิ่มเติม และเลือกแนวคิดที่มีความเป็นไปได้ที่ดีที่สุดเพียงอย่างเดียว

ขั้นตอนที่ 3 วิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางธุรกิจของโครงการ โดยต้องประมาณการ
 รายรับ รายจ่ายต่างๆ เพื่อทำการประมาณผลตอบแทนทางธุรกิจ

ขั้นตอนที่ 4 การวางแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ คือ การออกแบบ วางผัง
 โครงการอย่างละเอียด

ขั้นตอนที่ 5 การยื่นขออนุญาตจัดสรร เป็นกระบวนการยื่นขออนุญาตจัดสรรตาม
 กฎหมาย

ขั้นตอนที่ 6 ขึ้นดำเนินธุรกิจหรือขั้นเปิดขาย เป็นขั้นตอนการเปิดตัวโครงการสู่
 สาธารณะ

ขั้นตอนที่ 7 การบริหารโครงการ

ขั้นตอนที่ 8 โอนกรรมสิทธิ์ให้ผู้ซื้อ

ขั้นตอนที่ 9 บริการหลังการขาย หรือการบริการโครงการหลังขาย

ที่มา : การบริหารการตลาดธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ (วิทวัส รุ่งเรืองผล, 2557)

2.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค

กระบวนการตัดสินใจซื้อ (Buying decision process) เป็นส่วนหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคเช่นกัน เนื่องจากกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคโดยทั่วไปนั้นจะประกอบไปด้วย 5 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. ยอมรับความต้องการ (Need recognition)
2. แสวงหาทางเลือก (Information search)
3. ประเมินทางเลือก (Evaluation of alternatives)
4. ตัดสินใจซื้อ (Purchase and related decisions)
5. พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post-purchase behavior)

โดยในขั้นตอนยอมรับความต้องการจะเป็นขั้นตอนของการทราบสาเหตุหรือปัญหาที่อาจนำไปสู่การซื้อที่อยู่อาศัยใหม่ ซึ่งสาเหตุในการย้ายถิ่นที่อยู่อาศัยเดิมนั้นสามารถเป็นไปได้หลากหลาย เช่น การซื้อที่อยู่อาศัยเมื่อมีการแต่งงานเพื่อแยกครอบครัว การหลีกเลี่ยงจากสภาพแวดล้อมเดิม การย้ายตามครอบครัวหรือที่ทำงาน หรือแม้กระทั่งการย้ายเนื่องจากที่อยู่อาศัยเดิมโดนเวนคืน/ไล่ที่ ซึ่งงานวิจัยผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยว กรณีศึกษา: บริษัท เอ็น.ซี. เฮาส์ซิง จำกัด (มหาชน) (ธรรศ กติกาวงศ์จร & สุชาติ เอื้อไตรรัตน์, 2557) ได้กล่าวถึงสิ่งกระตุ้นที่ทำให้เกิดการรับรู้ความต้องการประกอบไปด้วยอยากมีบ้านเดี่ยวเป็นของตนเอง บ้านเดิมคับแคบเกินไป ต้องการแยกครอบครัว และบ้านเดิมเก่า ซึ่งอยากมีบ้านเดี่ยวเป็นของตนเองให้ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญสูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยพฤติกรรมปลະส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อบ้านจัดสรรโครงการขนาดเล็กในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม (สมชาย วันดี) ซึ่งกล่าวว่า ผู้บริโภคซื้อบ้านเพื่ออยู่อาศัยเองเพราะต้องการมีที่อยู่อาศัยซึ่งถือเป็นความจำเป็นพื้นฐานของชีวิตเป็นของตนเอง

ขั้นตอนของการแสวงหาข้อมูล ผู้บริโภคจะนิยมแสวงหาข้อมูลของที่อยู่อาศัยที่ตรงความต้องการผ่านทางสื่อต่างๆ เพื่อให้ทราบถึงคุณสมบัติของที่อยู่อาศัยที่ตนสนใจ โดยสื่อที่ได้รับความนิยมมากในปัจจุบันคือ สื่ออินเทอร์เน็ตโดยเว็บไซต์หรือโซเชียลมีเดีย เนื่องจากเป็นช่องทางที่สะดวกและประหยัดเวลามากที่สุด

ขั้นตอนของการประเมินทางเลือก ผู้บริโภคจะนำข้อมูลที่ได้จากการแสวงหาข้อมูลมาทำการพิจารณาผ่านปัจจัยต่างๆ ก่อนจะถึงขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ

ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ จะเกิดขึ้นเมื่อลูกค้าได้ประเมินทางเลือกจนพึงพอใจและได้ที่อยู่อาศัยที่เป็นที่ต้องการแล้ว

ขั้นตอนพฤติกรรมหลังการซื้อ จะเกิดขึ้นในช่วงที่ทำการจองและทำสัญญาซื้อ รวมถึงหลังการรับโอนกรรมสิทธิ์ ซึ่งเป็นช่วงที่ผู้ประกอบการยังคงต้องเฝ้าติดตามความพึงพอใจของลูกค้า เพื่อป้องกันการยกเลิกการซื้อหรือการเกิดความพึงพอใจทางด้านลบ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อสถานการณ์และภาพลักษณ์ของโครงการต่อไป

2.3 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคนั้น มีความเป็นไปได้จากหลากหลายปัจจัย ซึ่งงานวิจัยพฤติกรรมพลส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อบ้านจัดสรรโครงการขนาดเล็กในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม (สมชาย วันดี) ได้กล่าวถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพนั้นมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรโครงการขนาดเล็กในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐมในระดับมาก โดยงานวิจัยผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยว กรณีศึกษา: บริษัท เอ็น. ซี. เฮาส์ซิง จำกัด (มหาชน) (ธรรศ กติกาวงศ์จร & สุชาติ เอื้อไตรรัตน์, 2557) ได้กล่าวถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในรายละเอียด มีดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยด้านราคา ได้แก่ ราคาบ้านและที่ดิน อัตราค่าบริการสาธารณูปโภค อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของธนาคาร เงินดาวน์และระยะเวลาผ่อนส่ง
2. ปัจจัยเรื่องทำเลและที่ตั้งของโครงการ ได้แก่ การเดินทางเข้า-ออกและคมนาคมสะดวก โครงการตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงาน มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบโครงการ และไม่มีน้ำท่วม
3. ปัจจัยเรื่องภาพลักษณ์ ความมั่นคง และความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการ ได้แก่ โครงการมีชื่อเสียง, ภาพลักษณ์ที่ดี และมีประสบการณ์ สามารถทำได้จริงตรงตามที่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ สามารถชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับโครงการและมีหลักฐานอ้างอิงชัดเจนให้กับลูกค้า ดำเนินการก่อสร้างแล้วเสร็จตามระยะเวลาที่กำหนด และมีการพัฒนาโครงการอย่างต่อเนื่อง
4. ปัจจัยด้านการออกแบบและตกแต่ง ได้แก่ การออกแบบและโทนสีที่ใช้มีความสวยงาม สามารถเลือกพื้นที่ใช้สอยในตัวบ้านได้หลากหลายขนาด เป็นบ้านที่เอื้อเพื่อแก่การประหยัดพลังงาน สามารถปรับเปลี่ยนหรือตกแต่งต่อเติมได้ และการแบ่งห้องเป็นสัดส่วนบ้านเหมาะสม
5. ปัจจัยด้านการก่อสร้าง ได้แก่ มีวิศวกรควบคุมการก่อสร้างระหว่างการก่อสร้าง การก่อสร้างถูกต้องตามแบบแปลน คุณภาพของงานผนังภายใน งานผนังภายนอก และงานหลังคา

6. ปัจจัยด้านกรนำวัสดุและผลิตภัณฑ์ที่นำมาใช้ ได้แก่ วัสดุก่อสร้างมีมาตรฐานและคุณภาพ วัสดุอุปกรณ์ประตู-หน้าต่างมีความแข็งแรงคงทนเปิด-ปิดง่าย อุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้าติดตั้งคงทนแข็งแรงเหมาะสมสวยงาม การบำรุงรักษาวัสดุอุปกรณ์ทำได้ง่าย

7. ปัจจัยด้านระบบสาธารณูปโภค ได้แก่ การจัดการน้ำประปา ไฟฟ้า และโทรศัพท์ ปริมาณพื้นที่สาธารณะ พื้นที่จอดรถ และความกว้างของถนน

8. ปัจจัยเรื่องความปลอดภัย ได้แก่ กฎระเบียบของหมู่บ้าน เวรยามรักษาความปลอดภัย ระบบสัญญาณกันขโมยและกล้องวงจรปิด สัญญาณเตือนอัคคีภัย และอื่นๆ

9. ปัจจัยเรื่องนิติบุคคล ได้แก่ มีความชัดเจนและเชื่อถือได้ ให้ความเข้าใจและมีความเป็นธรรมในข้อสัญญา มีการจัดตั้งคณะกรรมการกลางของหมู่บ้าน และการให้บริการก่อนโอนกรรมสิทธิ์

10. ปัจจัยเรื่องบริการหลังการขายของโครงการ ได้แก่ การรับประกันตัวบ้านอย่างน้อย 1 ปี การให้บริการหลังการโอนกรรมสิทธิ์ และอื่นๆ

11. ปัจจัยเคหะศาสตร์และหลักฮวงจุ้ย ได้แก่ มีการกำหนดทิศทางตำแหน่งบ้านตามหลักฮวงจุ้ย การวางตำแหน่งบ้านเอื้อต่อการถ่ายเทอากาศ ที่ตั้งโครงการอยู่ในบริเวณที่ดี หน้าบ้านหันทางทิศเหนือ-ทิศใต้ และอื่นๆ

12. ปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย ได้แก่ การจัดหาสถาบันการเงินให้กับลูกค้า การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การจัดของสมนาคุณให้กับลูกค้า และอื่นๆ

นอกจากปัจจัยที่กล่าวมาข้างต้นแล้วยังมีปัจจัยอื่นที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคด้วยกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจัยเฉพาะบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ รายได้บุคคล รายได้ครัวเรือน จำนวนสมาชิกในครอบครัว ซึ่งงานวิจัยการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยวบริเวณชานเมืองของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร (ศิริลักษณ์ เพชรภา & ผศ. (พิเศษ) ดร.อิทธิกร ขำเดช, 2557) ได้กล่าวว่า อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ส่วนบุคคล รายได้ครัวเรือน สถานภาพสมรสและจำนวนสมาชิกมีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยวบริเวณชานเมืองของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

บทที่ 3

การวิเคราะห์ที่ดินโครงการ (Site Analysis)

3.1 การวิเคราะห์ด้านกายภาพ (Physical Attribute)

พื้นที่ศึกษาประกอบด้วยที่ดิน 3 แปลงติดกัน จำนวน 3 โฉนด ลักษณะคล้ายรูปหลายเหลี่ยม มีเนื้อที่ดินรวม 7-1-62.8 ไร่ (2,962.80 ตารางวา) ตั้งอยู่ที่ตำบลธาตุนมเหนือ อำเภอธัญพนม จังหวัดนครพนม

สภาพที่ดินในปัจจุบันเป็นที่ดินที่ถมแล้วสูงกว่าระดับถนนประมาณ 1 เมตรแต่ไม่มีการใช้ประโยชน์ใดๆ จึงมีสภาพกร้าง มีต้นไม้ขนาดเล็กขึ้นโดยทั่วบริเวณ ซอยสุริโยด้านหน้าของที่ดินเป็นถนนคอนกรีตเสริมเหล็ก กว้าง 8 เมตร และซอยราษฎร์อารักษ์ซึ่งติดกับด้านข้างของที่ดินเป็นถนนคอนกรีตเสริมเหล็ก กว้าง 5 เมตร โดยที่ตั้งของที่ดินมีสาธารณูปโภคเข้าถึงพร้อมทั้งไฟฟ้า และประปา



ภาพที่ 3.1 ภาพที่ดินที่ตั้งโครงการ



ภาพที่ 3.2 ภาพที่ดินถมแล้วบนที่ตั้งโครงการในปัจจุบัน

สภาพแวดล้อมโดยรอบที่ดินเป็นย่านชุมชน มีที่อยู่อาศัย โรงเรียน และศาสนสถานอยู่โดยรอบ ด้านทิศเหนือและทิศตะวันตกของที่ดินมีอาณาเขตติดต่อกับที่ดินที่มีการครอบครองและมีสิ่งปลูกสร้างเป็นบ้านพักอาศัยลักษณะบ้านเดี่ยวปลูกสร้างเอง ทางด้านหน้าของที่ดินติดต่อกับที่ดินเปล่าที่มีการครอบครองโดยมีซอยสุริโยเป็นเส้นกั้น และทางทิศใต้ของที่ดินที่ติดต่อกับวัดสุริโยโดยมีซอยราษฎร์อารักษ์เป็นเส้นแบ่ง



ภาพที่ 3.3 ภาพถ่ายสภาพโดยรอบของที่ดิน

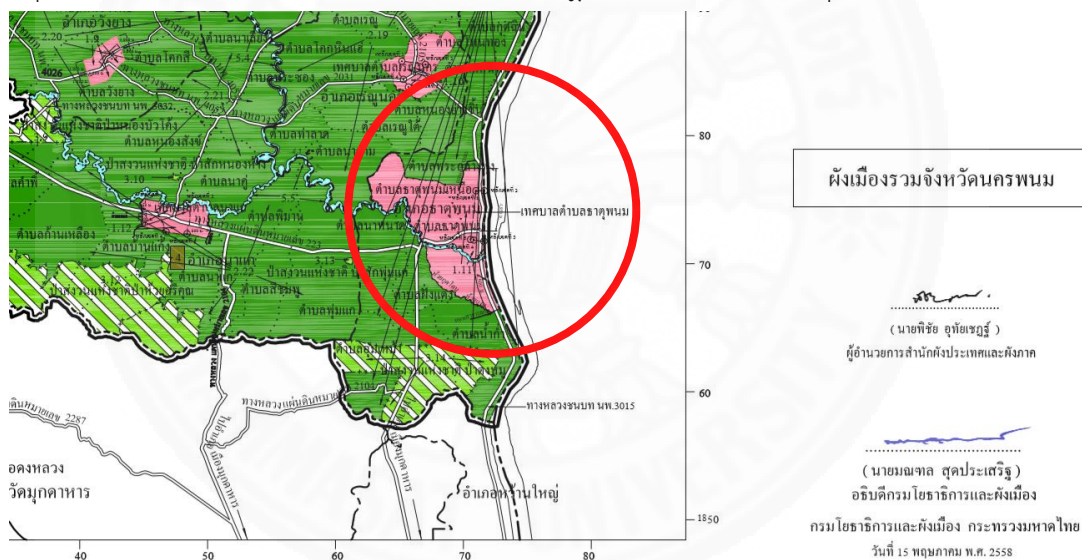
3.2 การวิเคราะห์ด้านกฎหมาย (Legal Attribute)

3.2.1 กฎกระทรวงผังเมืองรวมจังหวัดนครพนม

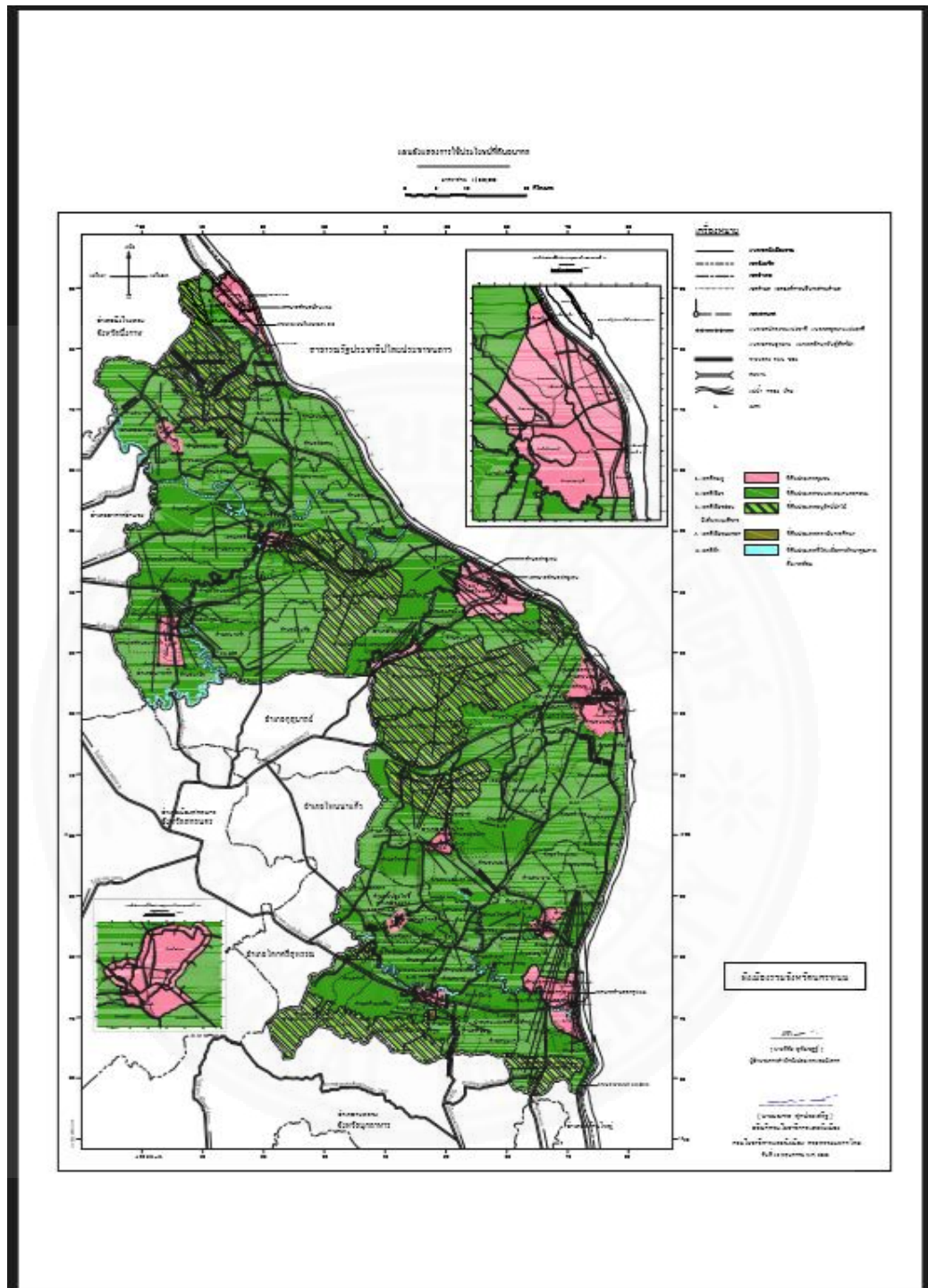
จากการตรวจสอบกฎกระทรวงผังเมืองรวมจังหวัดนครพนมจากสำนักงานโยธาธิการและผังเมืองจังหวัดนครพนมพบว่า ขณะนี้ยังไม่มีการบังคับประกาศใช้ผังเมืองรวมจังหวัดนครพนม เนื่องจากอยู่ระหว่างการร่างข้อกำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดินผังเมืองรวมจังหวัดนครพนม ยังไม่แล้วเสร็จ ตามพระราชกฤษฎีกากำหนดเขตที่ดินที่จะทำการสำรวจ เพื่อการวางและจัดทำผังเมืองรวม ในท้องที่ 70 จังหวัด พ.ศ. 2555 ซึ่งกำหนดให้จังหวัดนครพนมเป็นหนึ่งใน 70 จังหวัดที่กรมโยธาธิการและผังเมืองต้องทำการสำรวจและจัดทำผังเมืองรวม เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและดำรงรักษาเมืองและบริเวณที่เกี่ยวข้องหรือชนบท เนื่องด้วยเหตุนี้จึงทำให้ที่ดินที่ตั้งโครงการเกิดช่องว่างของการบังคับใช้ผังเมือง ซึ่งคาดว่าจะเป็นส่วนที่เอื้อประโยชน์ในการพัฒนาโครงการในขณะนี้

แต่หากจะพิจารณาถึงการใช้ประโยชน์ที่ดินตามแผนผังแสดงการใช้ประโยชน์ที่ดินในอนาคตตติงในข้อกำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดินผังเมืองรวมจังหวัดนครพนม (ฉบับร่าง) พบว่าที่ดินที่ตั้งโครงการอยู่ในบริเวณหมายเลข 1.11 ซึ่งถูกกำหนดไว้เป็นสีชมพู ให้เป็นที่ดินประเภทชุมชน สรุปรูปข้อกำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดิน ผังเมืองรวมจังหวัดนครพนม (ฉบับร่าง) มีประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- เขตเทศบาลตำบลธาตุพนม (บริเวณหมายเลข 1.11) กำหนดไว้เป็นสีชมพูเป็นที่ดินประเภทชุมชน ให้ใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อการอยู่อาศัย เกษตรกรรม พาณิชยกรรม สถาบันการศึกษา สถาบันศาสนา สถาบันราชการ การสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ
- การดำเนินการหรือประกอบกิจการใดๆ ต้องไม่ใช่อาคารสูงหรืออาคารขนาดใหญ่ เว้นแต่เป็นสถาบันการศึกษาหรือสถาบันราชการ
- ห้ามใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อกิจการโรงงานตามประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม เรื่อง มาตรการคุ้มครองความปลอดภัยในการดำเนินงาน (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2552 และโรงงานตามลำดับที่กำหนดไว้ตามกฎหมายว่าด้วยโรงงาน
- ห้ามใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อกิจการคลังน้ำมันและสถานที่เก็บรักษาน้ำมัน คลังก๊าซปิโตรเลียมเหลว จัดสรรที่ดินเพื่อประกอบอุตสาหกรรม ไซโลเก็บผลิตผลทางการเกษตร และกำจัดมูลฝอย เว้นแต่เป็นกิจการที่อยู่ภายใต้การควบคุมดูแลของราชการ ส่วนท้องถิ่นหรือได้รับอนุญาตให้ดำเนินการจากเจ้าพนักงานท้องถิ่นตามกฎหมายว่าด้วยสาธารณสุข



ภาพที่ 3.4 แผนผังแสดงการใช้ประโยชน์ที่ดินในอนาคตแนบท้าย
กฎกระทรวงผังเมืองรวมจังหวัดนครพนม



ภาพที่ 3.4 แผนผังแสดงการใช้ประโยชน์ที่ดินในอนาคตแบบท้าย
กฎกระทรวงผังเมืองรวมจังหวัดนครพนม (ต่อ)

3.2.2 ประกาศกรมโยธาธิการและผังเมือง

สรุปประกาศกรมโยธาธิการและผังเมือง เรื่อง กำหนดหลักเกณฑ์การใช้ประโยชน์ในทรัพย์สินเพื่อประโยชน์ในการวาง และจัดทำผังเมืองรวมในท้องที่จังหวัดนครพนม พ.ศ. ๒๕๕๕ มีประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

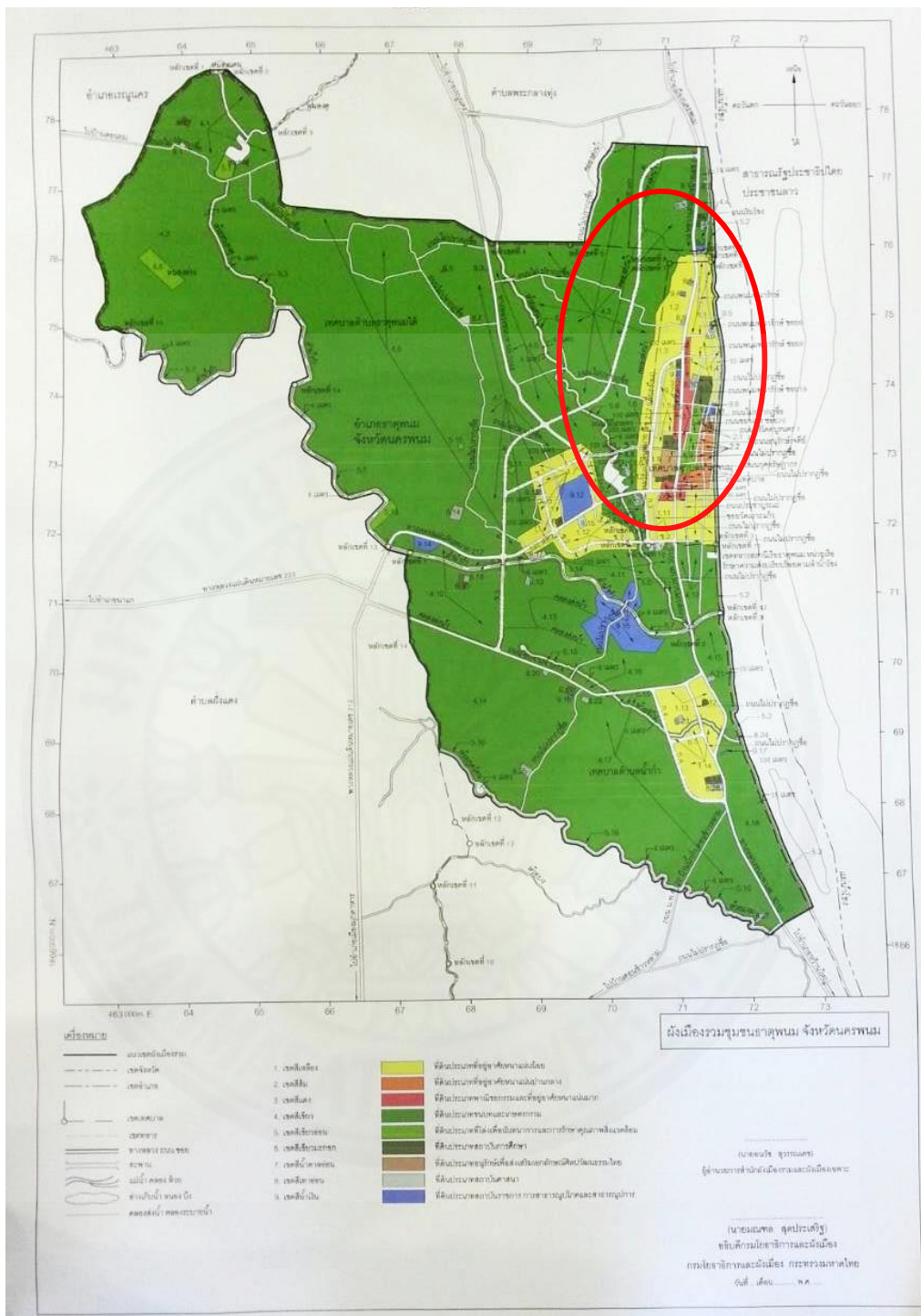
- ท้องที่เขตเทศบาลตำบลธาตุพนม อำเภอธาตุพนมสามารถใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อเป็นอาคารพาณิชย์กรรมประเภทค้าปลีกค้าส่งที่มีพื้นที่ใช้สอยอาคารรวมกันตั้งแต่ ๓๐๐ ตารางเมตรขึ้นไป แต่ต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์ต่างๆที่กำหนดในประกาศ

3.2.3 กฎกระทรวงผังเมืองรวมชุมชนธาตุพนม

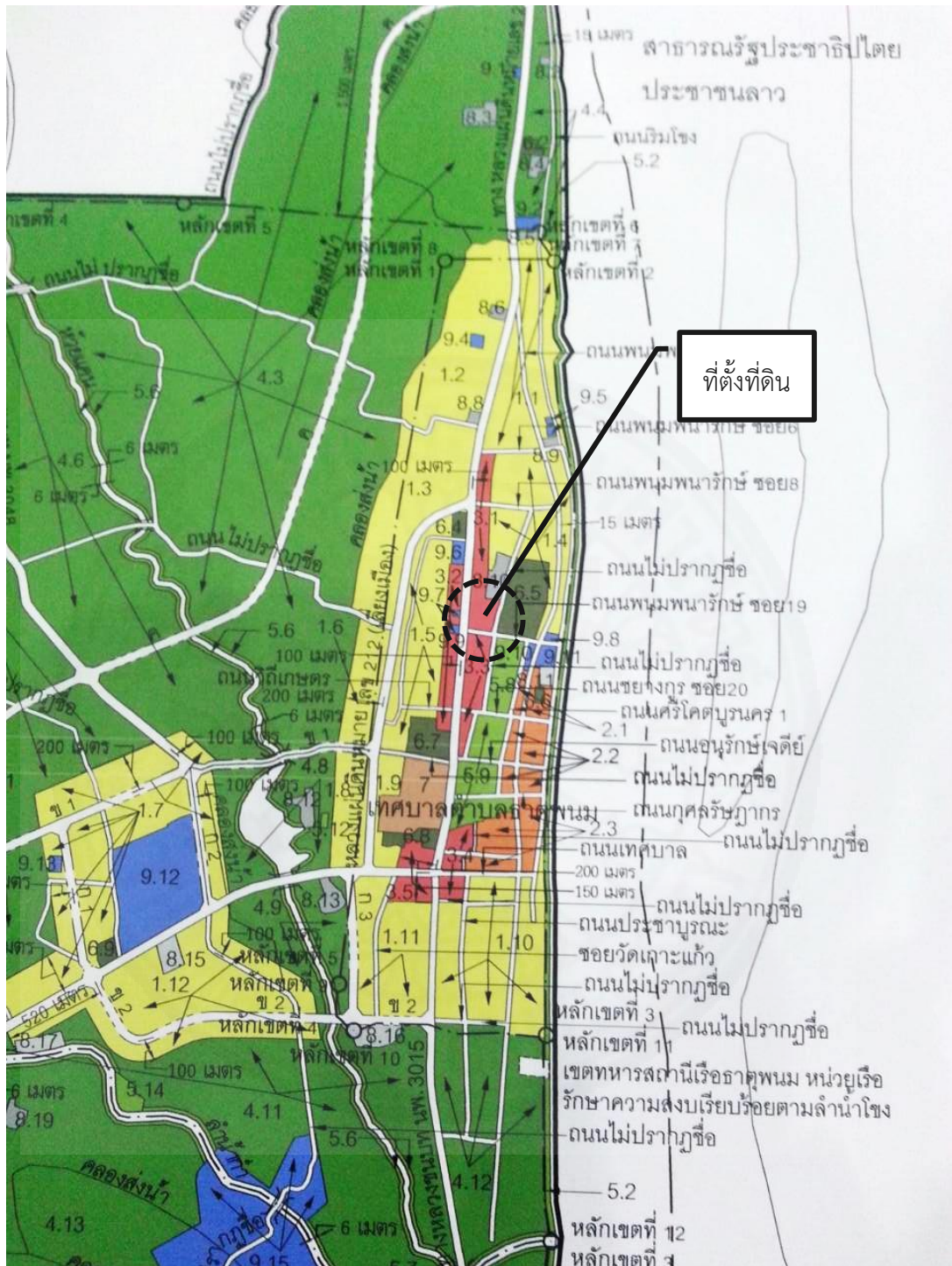
จากการตรวจสอบกฎกระทรวงผังเมืองรวมชุมชนธาตุพนมจากสำนักงานโยธาธิการและผังเมืองจังหวัดนครพนมพบว่า ขณะนี้ยังไม่มีฉบับประกาศใช้ผังเมืองรวมชุมชนธาตุพนม เช่นเดียวกับผังเมืองรวมจังหวัดนครพนม และอยู่ระหว่างการพิจารณาร่างข้อกำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดิน ยังไม่แล้วเสร็จ จึงเป็นส่วนที่เอื้อประโยชน์ในการพัฒนาโครงการในขณะนี้จากการเกิดช่องว่างของการบังคับใช้ผังเมืองเช่นเดียวกันกับผังเมืองรวมจังหวัดนครพนม แต่หากจะพิจารณาถึงข้อกำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดินผังเมืองรวมชุมชนธาตุพนม จังหวัดนครพนม (ฉบับร่าง) ใบเบื้องต้นพบว่าที่ดินที่ตั้งโครงการอยู่ในบริเวณที่ถูกกำหนดไว้เป็นแดง ให้เป็นที่ดินประเภทพาณิชย์กรรมและที่อยู่อาศัยหนาแน่นมาก ทั้งนี้ข้อกำหนดดังกล่าวยังไม่ประกาศบังคับใช้อย่างเป็นทางการและยังอาจจะมีการเปลี่ยนแปลงแก้ไขได้ จึงต้องติดตามรายละเอียดดังกล่าวต่อไป

สรุปข้อกำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดิน ผังเมืองรวมชุมชนธาตุพนม (ฉบับร่าง) มีประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- ที่ดินที่ตั้งโครงการตั้งอยู่ในบริเวณหมายเลข 3.1 ซึ่งถูกกำหนดไว้เป็นสีแดง ให้เป็นที่ดินประเภทพาณิชย์กรรมและที่อยู่อาศัยหนาแน่นมาก
- ที่ดินประเภทพาณิชย์กรรมและที่อยู่อาศัยหนาแน่นมาก ให้ใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อพาณิชย์กรรม การอยู่อาศัย สถาบันราชการ การสาธารณูปโภคและสาธารณูปการเป็นส่วนใหญ่
- การใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อกิจการอื่นให้ใช้ได้ไม่เกินร้อยละ 20 ของที่ดินประเภทนี้ในแต่ละบริเวณ
- ห้ามจัดสรรที่ดินเพื่อประกอบอุตสาหกรรม
- ห้ามใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อกิจการโรงงานทุกจำพวก คลังน้ำมัน คลังก๊าซ ปิโตรเลียม เลี้ยงปศุสัตว์ สุสานและฌาปนสถาน สถานสงเคราะห์หรือรับเลี้ยงสัตว์ โรงฆ่าสัตว์ กำจัดขยะมูลฝอยหรือสิ่งปฏิกูล ซ้ำขายหรือเก็บเศษวัสดุ



ภาพที่ 3.5 ข้อกำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดิน ผังเมืองรวมชุมชนธาดูพนม (ฉบับร่าง) - 1



ภาพที่ 3.6 ข้อกำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดิน ผังเมืองรวมชุมชนธาดูพนม (ฉบับร่าง) - 2

3.2.4 เทศบัญญัติเทศบาลตำบลธาตุพนม

สรุปเทศบัญญัติเทศบาลตำบลธาตุพนม เรื่อง กำหนดบริเวณห้ามก่อสร้าง ตัดแปลงอาคารบางชนิดหรือบางประเภทในพื้นที่บางส่วน ในเขตเทศบาลตำบลธาตุพนม พ.ศ. ๒๕๕๙ มีประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- เทศบัญญัติเทศบาลตำบลธาตุพนม อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม ได้ กำหนดกำหนดบริเวณห้ามก่อสร้าง ตัดแปลงอาคารบางชนิดหรือบางประเภทในพื้นที่ 2 บริเวณ ดังนี้

- บริเวณที่ 1 (กรอบสีแดง) ห้ามก่อสร้างอาคารบังภูมิทัศน์บริเวณโดยรอบ องค์พระธาตุพนมโดยห้ามก่อสร้างอาคารสูงเกิน ๘.๕๐ เมตร เพื่ออนุรักษ์พื้นที่บริเวณโดยรอบองค์ พระธาตุพนม และเพื่อประโยชน์แห่งการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม การผังเมือง การสถาปัตยกรรม

- บริเวณที่ 2 (กรอบสีเขียว) ห้ามก่อสร้างอาคาร สูงเกิน ๑๕ เมตรเพื่อเป็น การรักษาภูมิทัศน์ที่สวยงามริมฝั่งแม่น้ำโขงและเพื่อประโยชน์แห่งการรักษา คุณภาพสิ่งแวดล้อม การผังเมือง และความเป็นระเบียบเรียบร้อยสวยงามของเมือง

- ห้ามประกอบกิจการโรงงานหลากหลายประเภท และห้ามไม่ให้จัดสรรที่ดินเพื่อประกอบอุตสาหกรรม
- ที่ดินประเภทชุมชน สามารถใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อการอยู่อาศัย พาณิชยกรรม หรือประกอบกิจการใดๆ ได้
 - ห้ามเป็นอาคารสูง (อาคารที่มีความสูงตั้งแต่ 23 เมตรขึ้นไป)
 - ห้ามเป็นอาคารขนาดใหญ่ (อาคารที่มีพื้นที่รวมกันเกิน 2,000 ตารางเมตรหรือมีความสูงตั้งแต่ 15 เมตรขึ้นไป และมีพื้นที่รวมกันตั้งแต่ 1,000 ตารางเมตร แต่ไม่เกิน 2,000 ตารางเมตร)
 - สามารถใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อเป็นอาคารพาณิชยกรรมประเภทค้าปลีกค้าส่งที่มีพื้นที่ใช้สอยอาคารรวมกันตั้งแต่ 300 ตารางเมตรขึ้นไปได้ แต่ที่ดินที่ตั้งโครงการก็ไม่สามารถใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อเป็นอาคารพาณิชยกรรมประเภทประเภทค้าปลีกค้าส่งข้างต้นได้ เนื่องจากติดข้อจำกัดที่จะต้องอยู่ติดถนนสาธารณะที่มีช่องทางจราจรไม่น้อยกว่า 4 ช่องทาง หรือมีขนาดเขตทางไม่น้อยกว่า 20 เมตร และจะต้องบรรจบกับถนนสาธารณะที่มีขนาด เขตทางที่เท่ากันหรือมากกว่า ซึ่งที่ดินที่ตั้งโครงการติดถนนสาธารณะที่มีช่องทางจราจรเพียง 2 ช่องจราจร และมีขนาดเขตทางน้อยกว่า 10 เมตร จึงสามารถสรุปได้ว่าที่ตั้งของที่ดินไม่สามารถประกอบกิจการเพื่อเป็นอาคารพาณิชยกรรมประเภทค้าปลีกค้าส่งที่มีพื้นที่มากกว่า 300 ตารางเมตรได้
 - ให้ใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อพาณิชยกรรม และการอยู่อาศัยได้ อีกทั้งยังสามารถใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อกิจการอื่นได้ไม่เกินร้อยละ 20 ของที่ดินประเภทนี้ในแต่ละบริเวณ

3.3 การวิเคราะห์ด้านทำเลที่ตั้ง (Locational Attribute)

ที่ดินที่ตั้งโครงการตั้งอยู่ในตำบลธาตุนมเหนือ อำเภอธาตุนม จังหวัดนครพนม อยู่ภายใต้เขตการดูแลของเทศบาลตำบลธาตุนม เป็นที่ดิน 3 แปลงอยู่ติดกัน ถนนด้านหน้าโครงการเป็นถนนซอยกว้างประมาณ 8 เมตร และถนนด้านข้างโครงการเป็นถนนซอยกว้างประมาณ 5 เมตร อีกทั้งยังไม่มีมีการประกาศบังคับใช้พระราชบัญญัติผังเมือง ในเบื้องต้นทำให้ทราบว่ายังไม่มีมีการกำหนดประเภทการใช้ประโยชน์ที่ดินบริเวณที่ตั้งโครงการนี้



ที่มา : <https://www.google.com/maps/>

ภาพที่ 3.8 ภาพถ่ายทางอากาศของที่ตั้งที่ดิน

3.4 การวิเคราะห์ด้านการเข้าถึงที่ตั้งของที่ดิน (Accessibility Attribute)

พื้นที่ศึกษาเป็นที่ดินเปล่าเป็นรูปหลายเหลี่ยม มีด้านที่มีอาณาเขตติดต่อกับทางสาธารณะ 3 ด้านในทางทิศเหนือ ทิศตะวันออก และทิศใต้ โดยทิศตะวันตกซึ่งเป็นด้านหลังของที่ดินเป็นเพียงด้านเดียวที่ไม่มีอาณาเขตติดต่อกับเขตทางสาธารณะใดๆ

ตารางที่ 3.1 ตารางแสดงอาณาเขตติดต่อกับที่ดินโครงการ

ทิศ	อาณาเขตติดต่อ	ระยะโดยประมาณ
เหนือ	ติดกับที่ดินมีการครองครอง	110 เมตร
เหนือ	ติดกับทางสาธารณะประโยชน์	40 เมตร
ใต้	ติดซอยราษฎร์อารักษ์	125 เมตร
ตะวันออก	ติดซอยสุริโย	80 เมตร
ตะวันตก	ติดกับที่ดินมีการครอบครอง	70 เมตร

ที่มา : จากการสำรวจพื้นที่และตรวจสอบโฉนดที่ดิน

พื้นที่ศึกษาสามารถเข้าถึงจากถนนสายหลักทางหลวงหมายเลข 212 (ถนนชยางกูร) ได้ 2 ทาง คือ ทางซอยสุขาวดี (เส้นสีแดง) และซอยพิทักษ์ราษฎร์บำรุง (เส้นสีเหลือง) โดยมีระยะทาง ประมาณ 500 เมตรเท่ากัน อีกทั้งยังสามารถเข้าถึงพื้นที่ศึกษาได้ถนนสายรอง (ถนนพนมพนารักษ์) ได้จากซอยสุขาวดี (เส้นสีม่วง) โดยมีระยะทาง 350 เมตรและซอยราษฎร์อารักษ์ (เส้นสีเขียว) เพียง 250 เมตร



ภาพที่ 3.9 ภาพถ่ายทางอากาศของการเข้าถึงที่ดิน



ภาพที่ 3.10 ภาพซอยราษฎร์อารักษ์



ภาพที่ 3.11 ภาพที่ดินด้านที่มีอาณาเขตติดต่อกับซอยราษฎร์อาร์กซ์ (ทิศใต้)



ภาพที่ 3.12 ภาพซอยสุริโย



ภาพที่ 3.13 ภาพที่ดินด้านที่มีอาณาเขตติดต่อกับซอยสุริโย (ทิศตะวันออก)

3.5 การวิเคราะห์ด้านจิตวิทยา (Psychological Attribute)

- ประชากรในพื้นที่โดยทั่วไปประกอบอาชีพเกษตรกร และรับราชการ
- ประชากรส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำถึงปานกลาง
- ที่ดินส่วนใหญ่รอบนอกใช้เพื่อประกอบกิจกรรมทางการเกษตร ส่วนพื้นที่ชุมชนเมืองใช้เพื่อการค้า และการอยู่อาศัย
- ที่ดินมีราคาสูง โดยมีปัจจัยกระตุ้นจากการเปิดเขตเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดนครพนม การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) และเปิดสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 3 (นครพนม-คำม่วน)
- ประชากรในพื้นที่เคารพบูชาองค์พระธาตุพนมเป็นศูนย์รวมจิตใจ
- ย่านค้าขาย และศูนย์กลางความเจริญในพื้นที่อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม จะอยู่บริเวณรอบวัดพระธาตุพนมรรมหาวิหาร
- มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินในระดับสูง เนื่องจากคนในพื้นที่มีความเป็นชุมชนเก่า และเป็นที่ยู้งักกันดี

3.6 การวิเคราะห์ด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Attribute)

3.6.1 ผลกระทบด้านฝุ่นละอองและคุณภาพอากาศ

ที่ตั้งของโครงการตั้งอยู่ในย่านชุมชน ไม่มีแหล่งกำเนิดฝุ่นละอองต่างๆ เช่น บริเวณที่มีการก่อสร้างหรือ โรงงานอุตสาหกรรม ไม่ได้ตั้งอยู่ใกล้แหล่งหมักหมมของสิ่งปฏิกูลใดๆ จะมีเพียงแต่อาณาเขตของวัดวัดป่าสุริโย ซึ่งจะทำให้การประกอบพิธีฌาปนกิจ แต่ถือว่าไม่ได้รับผลกระทบทางด้านฝุ่นละอองและคุณภาพอากาศมากนัก

3.6.2 ผลกระทบด้านความดังของเสียง

ที่ตั้งของโครงการไม่ได้รับผลกระทบทางด้านความดังของเสียง เนื่องจากตั้งอยู่ห่างจากถนนสายหลักอย่างน้อย 250 เมตร และมีการจราจรของรถยนต์ที่ไม่หนาแน่น การสัญจรผ่านถนนด้านหน้าโครงการส่วนใหญ่เป็นจักรยาน จักรยานยนต์ และรถยนต์ส่วนบุคคลเท่านั้น จึงไม่ได้รับผลกระทบทางด้านความดังของเสียงจากรถบรรทุก หรือรถโดยสารขนาดใหญ่

3.6.3 ผลกระทบด้านการจราจร

การจราจรบริเวณโดยรอบที่ตั้งของโครงการไม่หนาแน่น เนื่องจากไม่ได้ตั้งอยู่ใกล้ถนนสายหลัก และจากที่กล่าวไปข้างต้นแล้วว่า การสัญจรผ่านถนนด้านหน้าโครงการส่วนใหญ่เป็นจักรยาน จักรยานยนต์ และรถยนต์ส่วนบุคคลเท่านั้น จึงถือว่าไม่มีผลกระทบด้านการจราจรแต่อย่างใด

3.6.4 ผลกระทบด้านการปล่อยน้ำเสีย

ที่ดินที่ตั้งโครงการไม่มีแหล่งน้ำเสีย เช่น คูคลอง โรงงานอุตสาหกรรม จึงไม่มีผลกระทบด้านการปล่อยน้ำเสียแต่อย่างใด

บทที่ 4

การกั้นร่องแนวความคิด

4.1 การกำหนดแนวความคิดในการพัฒนาโครงการ

การกำหนดแนวความคิดในการพัฒนาโครงการต้องพิจารณาการใช้ประโยชน์ทางเลือกของที่ดินที่ตั้งโครงการ โดยจะวิเคราะห์จากปัจจัยทางด้านกายภาพ ด้านกฎหมาย ด้านการตลาด ด้านการเงิน และด้านนโยบายในเบื้องต้น เพื่อให้ทราบถึงการให้ประโยชน์ที่ดินที่ให้ประโยชน์สูงสุดทั้งในด้านการลงทุน ความเสี่ยง และผลตอบแทน โดยจะพิจารณาถึงการให้ประโยชน์ที่ดินที่ไม่ขัดต่อข้อกำหนดทางกฎหมาย

จากผลการวิเคราะห์ที่ตั้งของที่ดินทางด้านกฎหมายทำให้ทราบว่า ที่ดินที่ตั้งของโครงการไม่สามารถใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อพัฒนาเป็นโครงการอุตสาหกรรมได้ จึงจะประเมินแนวความคิดในการใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อการพาณิชย์กรรม และการอยู่อาศัยในแต่ละประเภทอสังหาริมทรัพย์เท่านั้น

4.2 การกั้นร่องและประเมินแนวความคิด

4.2.1 การใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อพัฒนาเป็นตลาด

ทางด้านกายภาพ รูปที่ดินไม่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาที่ดินเป็นตลาด ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน มีที่อยู่อาศัยโดยรอบ ห่างจากวัดพระธาตุพนมฯซึ่งถือได้ว่าเป็นใจกลางของอำเภอธาตุพนมและเป็นแหล่งค้าขายและชุมชนเก่าเพียง 1.5 กิโลเมตร มีความเป็นไปได้ในการใช้ประโยชน์เป็นตลาด

ทางด้านกฎหมาย ที่ดินที่ตั้งโครงการตั้งอยู่ในบริเวณพื้นที่สีแดง จัดให้ใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อพาณิชย์กรรมได้ อีกทั้งไม่มีแหล่งที่ก่อให้เกิดมลพิษ ของเสียโรงเลี้ยงสัตว์ แหล่งโสโครก ที่กำจัดสิ่งปฏิกูลหรือมูลฝอยในรัศมีระยะ 100 เมตร และได้ทำการสอบถามที่สำนักงานเทศบาลตำบลธาตุพนมว่าบริเวณที่ดินที่ตั้งโครงการสามารถจัดตั้งเป็นตลาดได้

จากการสำรวจอุปทานของตลาดพบว่า มีคู่แข่งทางตรง 2 โครงการและคู่แข่งทางอ้อม 3 โครงการในรัศมีที่ใกล้เคียงกันซึ่งหมายถึงการมี Trade Area ที่ทับซ้อนกัน โดยคู่แข่งทางอ้อมอย่างเทศบาลโกลด์ส สาขาธาตุพนมที่ห่างจากที่ตั้งโครงการของเราเพียง 300 เมตรและมี Trade Area ที่กว้างกว่าตามทฤษฎีศูนย์การค้า นั้น ทำให้การพัฒนาที่ดินเป็นตลาดในบริเวณนี้มีความ

เสียเปรียบอย่างเห็นได้ชัด อีกทั้งผลตอบแทนจากค่าเช่าต่อแผงต่ำมาก เมื่อพิจารณาจากการลงทุนแล้วอาจไม่คุ้มค่ากับการลงทุนหรืออาจใช้เวลาในการคืนทุนซ้ำ จึงเห็นควรว่าไม่ควรพัฒนาโครงการเป็นตลาด

ตารางที่ 4.1 ตารางแสดงผลการสำรวจอุปทานตลาด

ชื่อตลาด	ระยะทาง		Occupancy Rate	ประเภทสินค้า	คู่แข่ง
	จากที่ดินที่ตั้งโครงการ	ราคาเช่าต่อแผง			
ตลาดสดเทศบาลธาตุพนม	1.45 กิโลเมตร	1500 บาท/ปี	90%	อาหารสด อาหารแห้ง สินค้าอุปโภค-บริโภค	ทางตรง
ตลาดกลางผลิตผลทางการเกษตร	1.75 กิโลเมตร	1200 บาท/ปี	40%	อาหารสด อาหารแห้ง	ทางตรง
เทสโก้โลตัส สาขาธาตุพนม	0.3 กิโลเมตร	-	-	อาหารสด อาหารแห้ง สินค้าอุปโภค-บริโภค	ทางอ้อม
ตลาดนัดราตรีธาตุพนม	1 กิโลเมตร	500 บาท/ปี	90%	กับข้าวปรุงสุก พร้อม รับประทาน	ทางอ้อม
ตลาดนัดไทย-ลาว	0.47 กิโลเมตร	50 บาท/วัน (เฉพาะวันจันทร์ และวัน พฤหัสบดี)	100%	อาหารสด อาหารแห้ง อาหารป่า	ทางอ้อม

4.2.2 การใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อพัฒนาเป็นอาคารพาณิชย์กรรมประเภทค้าปลีกค้า

ส่ง

จากการวิเคราะห์ด้านกฎหมายในประกาศกรมโยธาธิการและผังเมือง เรื่อง กำหนดหลักเกณฑ์การใช้ประโยชน์ในทรัพย์สินเพื่อประโยชน์ในการวาง และจัดทำผังเมืองรวมใน ท้องที่จังหวัดนครพนม พ.ศ. 2555 พบว่าที่ดินที่ตั้งโครงการสามารถใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อเป็นอาคาร พาณิชยกรรมประเภทค้าปลีกค้าส่งได้ไม่เกิน 300 ตารางเมตร และที่ตั้งของที่ดินนั้นตั้งอยู่ห่างจากเทศ ใกล้เคียง สาขาธาตุพนมเพียง 300 เมตรซึ่งถือว่าเป็นคู่แข่งทางตรงที่มีความเชี่ยวชาญในธุรกิจประเภท ค้าปลีกค้าส่งและมีพื้นที่มากกว่า จึงมีความเสี่ยงสูงมากหากจะพัฒนาโครงการเป็นอาคารพาณิชย์ กรรมประเภทค้าปลีกค้าส่ง จึงเห็นควรว่าไม่ควรพัฒนาโครงการเป็นอาคารพาณิชย์กรรมประเภทค้า ปลีกค้าส่ง

4.2.3 การใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อพัฒนาเป็นโรงแรม

การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC เป็นการกระตุ้นคนที่อยู่อาศัยใน ทำเลติดชายแดนประเทศไทย เช่น เชียงราย เชียงใหม่ หนองคาย มุกดาหาร ให้มีการตื่นตัวเพื่อ เตรียมพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง เช่นเดียวกันกับจังหวัดนครพนมจะเห็นได้ชัดจากการขยายตัว ของจำนวนธุรกิจโรงแรมหรือรีสอร์ทในอำเภอธาตุพนมที่มีจำนวนเพิ่มสูงขึ้นเป็นการเติบโตเพื่อตอบรับ มาตรการของรัฐ แต่หากเมื่อพิจารณาไปถึงอัตราค่าห้องพักและ Occupancy Rate ของโรงแรมและริ สอร์ทในอำเภอธาตุพนมแล้ว จะเห็นได้ว่า ยังได้อัตราค่าห้องพักในเกณฑ์ที่ไม่สูงมากนัก อีกทั้ง Occupancy Rate ต่ำ เนื่องจากอำเภอธาตุพนมเป็นอำเภอท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว ยังไม่มีแหล่ง งานหรือการขยายตัวของการลงทุนมากนัก ลูกค้าหลักของธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทจึงเป็นผู้ที่เดินทาง มาเพื่อนมัสการองค์พระธาตุพนม ที่วัดพระธาตุพนมมรุมหาวิหาร และมาสัมผัสบรรยากาศริมฝั่งโขง เท่านั้น ทำให้โรงแรมที่อยู่ในเขตเทศบาลตำบลธาตุพนมมีอัตราว่างที่สูงโดยเฉลี่ย แต่ก็ยังมีวันที่ห้องพัก เต็มในช่วงวันพระและงานเทศกาล เช่น วันวิสาขบูชา งานสวดมนต์ข้ามปีในช่วงเทศกาลปีใหม่ และ งานนมัสการพระธาตุพนมที่จะจัดขึ้นเป็นเวลา 9 วันในเดือนกุมภาพันธ์-มีนาคมของทุกปีเท่านั้น และ นักท่องเที่ยวบางส่วนยังนิยมที่จะเดินทางมานมัสการองค์พระธาตุพนมแล้วเดินทางต่อไปพักที่อำเภอ เมือง จังหวัดมุกดาหารเนื่องจากสามารถท่องเที่ยวตลาดอินโดจีนและสะพานมิตรภาพไทย-ลาวแห่งที่ 2 (มุกดาหาร-สะหวันนะเขต) หรืออำเภอเมือง จังหวัดนครพนมเนื่องจากมีสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 3 (นครพนม-คำม่วน) โดยใช้ระยะเวลาในการเดินทางเพียง 1 ชั่วโมงเท่านั้น

ตารางที่ 4.2 ตารางแสดงผลการสำรวจอุปทานโรงแรม

	ชื่อโรงแรม	จำนวนห้อง	ราคา	Occ. Rate
1	โรงแรมณ ชาติพนม เพลส	26	800	75%
2	ชาติพนม ริเวอร์ วิว โฮเต็ล	40	1050	70%
3	บ้านอิงอุ่น เกสต์เฮาส์	14	600	60%
4	กฤษฎา ริมโขง โฮเต็ล แอนด์ รีสอร์ท	12	600	50%
5	โรงแรมพรณมิตร	32	900	50%
6	สวนตา-ยาย รีสอร์ท	15	600	40%
7	โรงแรมแสงทองริมโขง	10	500	30%
8	โรงแรมภูพนมวิลล่า	12	700	30%
9	ริมโขงวิว รีสอร์ท ชาติพนม	10	500	30%
10	เรือนรจนา รีสอร์ท ริมโขงชาติพนม	15	600	30%
11	ทอแสง รีสอร์ท	10	500	20%
12	โรงแรมเอ็น.เจ.	10	450	20%
	เฉลี่ย	17.17	650	42%

จากการสอบถามข้อมูลอัตราค่าเช่าห้องพัก Occupancy Rate และการพูดคุยกับเจ้าของกิจการโรงแรม/รีสอร์ทบางแห่งในเขตอำเภอชาติพนม อีกทั้งพบว่าโรงแรมบางแห่งประกาศขายกิจการ จึงเห็นควรว่าไม่ควรพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทโรงแรม เนื่องจากต้องลงทุนสูง และระยะเวลาคืนทุนช้า

4.2.4 การใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อพัฒนาเป็นอพาร์ทเมนต์/หอพัก

การวิเคราะห์ด้านกฎหมายพบว่า เทศบัญญัติเทศบาลตำบลชาติพนมมีข้อกำหนดว่าพื้นที่บริเวณที่ตั้งโครงการห้ามก่อสร้างอาคารเป็นอาคารขนาดใหญ่ ซึ่งหมายถึงห้ามเป็นอาคารที่มีพื้นที่รวมกันเกิน 2,000 ตารางเมตรหรือมีความสูงตั้งแต่ 15 เมตรขึ้นไป และมีพื้นที่รวมกันตั้งแต่ 1,000 ตารางเมตร แต่ไม่เกิน 2,000 ตารางเมตร ซึ่งหากใช้ประโยชน์เป็นอพาร์ทเมนต์/หอพักจะทำให้ใช้พื้นที่ได้ไม่เต็มศักยภาพ อีกทั้งหากก่อสร้างเป็นหลายอาคารให้เต็มพื้นที่จะทำให้อุปทานล้นตลาดในด้านอุปสงค์ เนื่องจากพื้นที่ชุมชนชาติพนมยังไม่มีแหล่งงาน มีเพียงสถานศึกษาระดับอุดมศึกษา คือ วิทยาลัยชาติพนม มหาวิทยาลัยชาติพนม ซึ่งปัจจุบันในปี 2558 มีนักศึกษาทั้งหมดเพียง 903 คน (ไม่รวมนักศึกษาในปีการศึกษาใหม่) และร้อยละ 80 ของนักเรียนทั้งหมดเป็นนักเรียนในพื้นที่หรือเป็นนักเรียนที่เดินทางไป-กลับรายวัน จึงเห็นควรว่าไม่เหมาะจะพัฒนาเป็นอพาร์ทเมนต์หรือหอพัก

ตารางที่ 4.3 ตารางแสดงจำนวนนักศึกษาวิทยาลัยธาตุพนม มหาวิทยาลัยธาตุพนม

สาขาวิชา	ปีการศึกษา	ปีการศึกษา	ปีการศึกษา
	2556	2557	2558
สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ	181	142	162
สาขาการบัญชี	137	156	204
สาขาช่างไฟฟ้า	152	165	198
สาขาช่างยนต์	123	144	198
สาขาช่างอิเล็กทรอนิกส์	122	116	100
สาขาเทคโนโลยีพลังงาน	31	35	41
รวม (คน)	746	758	903

4.2.5 การใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อพัฒนาเป็นโครงการบ้านจัดสรร

ทางด้านกายภาพ ที่ดินที่ตั้งโครงการตั้งอยู่ในทำเลที่ดี อยู่ในแหล่งชุมชน ตั้งอยู่ในเขตเทศบาลตำบลธาตุพนม รายล้อมด้วยสถานที่ราชการ สวนสาธารณะและสนามกีฬาของเทศบาลตำบลธาตุพนม การคมนาคมสะดวกโดยห่างจากวัดพระธาตุพนมฯ เพียง 1.5 กิโลเมตรหรือเดินทางเพียง 5 นาที อีกทั้งยังห่างจากถนนเลี่ยงเมืองอำเภอธาตุพนมเพียง 400 เมตร สามารถเดินทางไปจังหวัดนครพนม และจังหวัดใกล้เคียงได้โดยสะดวก

ทางด้านกฎหมาย ที่ดินที่ตั้งโครงการตั้งอยู่ในเขตเทศบาลตำบลธาตุพนม จากข้อกำหนดผังเมืองรวมชุมชนธาตุพนมได้กำหนดไว้เป็นสีแดง ให้เป็นที่ดินประเภทพาณิชยกรรมและที่อยู่อาศัยหนาแน่นมาก ให้ใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อการอยู่อาศัยได้

จากการศึกษาข้อกำหนดการจัดสรรที่ดิน พ.ศ. 2535 สามารถสรุปรายละเอียดสำคัญที่เกี่ยวข้องได้เป็นประเด็น ดังนี้

1. ขนาดของที่ดินจัดสรร

ขนาดเล็ก ที่ดิน 10 - 99 แปลงหรือเนื้อที่ทั้งโครงการต่ำกว่า 19 ไร่

ขนาดกลาง ที่ดิน 100 - 499 แปลงหรือเนื้อที่ทั้งโครงการ 19 - 100 ไร่

ขนาดใหญ่ ที่ดิน 500 แปลงหรือเนื้อที่ทั้งโครงการเกินกว่า 100 ไร่

2. ขนาดที่ดินแปลงย่อยและเนื้อที่ของที่ดิน

การจัดสรรที่ดินเปล่าหรือที่ดินพร้อมบ้านเดี่ยว ต้องมีขนาดไม่ต่ำกว่า 10x10 เมตร และมีเนื้อที่ไม่ต่ำกว่า 50 ตารางวา หากไม่ได้ขนาดดังกล่าวต้องมีเนื้อที่ไม่ต่ำกว่า 60 ตารางวา

การจัดสรรที่ดินพร้อมบ้านแฝด ต้องมีความกว้างไม่ต่ำกว่า 8 เมตร และมีเนื้อที่ไม่ต่ำกว่า 35 ตารางวา

การจัดสรรที่ดินพร้อมบ้านแถว หรืออาคารพาณิชย์ ต้องมีขนาดกว้างไม่ต่ำกว่า 4 เมตร และมีเนื้อที่ไม่ต่ำกว่า 16 ตารางวา

3. ระยะห่างของตัวอาคารจากเขตที่ดินและการเว้นช่องว่างระหว่างแปลงให้เป็นไปตามกฎหมายความคุ้มครองอาคาร

4. ต้องวางระบบระบายน้ำให้เพียงพอกับปริมาณน้ำฝนและน้ำเสีย โดยปฏิบัติตามรายละเอียดดังในข้อกำหนดเกี่ยวกับการจัดสรรที่ดิน

5. ความกว้างของที่ดินแปลงย่อยที่ติดถนนในโครงการต้องไม่ต่ำกว่า 4 เมตร

6. ขนาดของถนน

ถนนที่ใช้เข้าออกโครงการจัดสรรที่ดินไม่เกิน 99 แปลงหรือเนื้อที่ต่ำกว่า 19 ไร่ ต้องมีความกว้างไม่ต่ำกว่า 8 เมตร โดยเป็นผิวจราจร 6 เมตร

ถนนที่ใช้เข้าออกโครงการจัดสรรที่ดินไม่เกิน 100 - 299 แปลงหรือเนื้อที่ 19 - 50 ไร่ ต้องมีความกว้างไม่ต่ำกว่า 12 เมตร โดยเป็นผิวจราจร 9 เมตร

ถนนที่ใช้เข้าออกโครงการจัดสรรที่ดินไม่เกิน 300 - 499 แปลงหรือเนื้อที่เกินกว่า 50 ไร่ ต้องมีความกว้างไม่ต่ำกว่า 16 เมตร โดยเป็นผิวจราจร 12 เมตร

7. ถนนแต่ละสายให้มีความยาวแต่ละแยกไม่เกิน 300 เมตร และต้องจัดให้มีที่กั้รถทุกระยะไม่เกิน 100 เมตร และมีรายละเอียดดังในข้อกำหนดเกี่ยวกับการจัดสรรที่ดิน

8. ต้องจัดให้มีการบำบัดน้ำเสียทุกโครงการ โดยจะใช้แยกอิสระแต่ละบ้านหรือระบบรวมก็ได้ และมีรายละเอียดดังในข้อกำหนดเกี่ยวกับการจัดสรรที่ดิน

9. ต้องจัดให้มีระบบไฟฟ้า ระบบประปา ระบบโทรศัพท์ (มีหรือไม่มีก็ได้)

10. สาธารณูปโภคในโครงการต้องจัดให้มีสวนสาธารณะ สนามเด็กเล่น และหรือสนามกีฬา ไม่น้อยกว่า 5% ของพื้นที่ขาย และหากแบ่งที่ดินเกินกว่า 500 แปลงต้องจัดให้มีโรงเรียนอนุบาลเนื้อที่ไม่น้อยกว่า 200 ตารางวา

จากการสำรวจอุปทานตลาดบ้านจัดสรรในอำเภอหาดุพนมพบว่า เนื่องจากชุมชนหาดุพนมเป็นชุมชนเก่า ย่านการค้าและที่อยู่อาศัยหนาแน่น แต่ยังไม่มีผู้ประกอบการทำโครงการบ้านจัดสรรในพื้นที่ ประกอบกับช่วง 1-3 ปีที่ผ่านมา ราคาที่ดินในจังหวัดนครพนมปรับตัวขึ้นสูงอย่างรวดเร็ว จากข้อมูลของศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ (REIC) บอกว่า ที่ดินบริเวณใกล้สะพานมิตรภาพไทย-ลาวแห่งที่ 3(นครพนม -คำม่วน) ทำให้ราคาที่ดินเพิ่มขึ้น 10 เท่า รวมไปถึงมาตรการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ทำให้ที่ดินในพื้นที่อำเภอหาดุพนมปรับตัวสูงขึ้นตาม อีกทั้ง

ที่ดินผืนใหญ่ในพื้นที่เริ่มหายาก ทำให้โอกาสที่จะมีคู่แข่งที่เป็นโครงการจัดสรรในทำเลเดียวกันเป็นไปได้ยาก จึงถือว่าเป็นข้อได้เปรียบในการทำโครงการบ้านจัดสรร

ในส่วนของอุปสงค์ เนื่องจากชุมชนธาตุพนมเป็นชุมชนเก่า มีประวัติความเป็นมายาวนาน ผู้คนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่โดยส่วนมากก็ยังคงอาศัยอยู่ในบ้านหรือที่อยู่อาศัยเดิมซึ่งมีความเสื่อมโทรมตามระยะเวลาและสภาพการใช้งาน ก่อนหน้านี้ผู้คนในชุมชนธาตุพนมมักอยู่กันเป็นครอบครัวใหญ่ทั้งชุมชนคนเวียดนาม และชาวธาตุพนมในพื้นที่ แต่ในปัจจุบันเริ่มมีการแยกครอบครัวจากครอบครัวใหญ่มากขึ้น ทั้งนี้ด้วยเหตุผลเรื่องการทำงานที่อาจจะมีการทำงานในอำเภอข้างเคียง หรือ การแต่งงานแยกครอบครัว จึงคาดว่ามีความต้องการที่อยู่อาศัยใหม่ทดแทนของเดิม

จากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามนำร่องในพื้นที่เบื้องต้นจำนวน 28 ชุดพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน รองลงมาคือข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ โดยมีรายได้ครัวเรือนอยู่ที่ 20,000 – 40,000 บาทต่อเดือน และมากกว่า 80,000 บาท คิดเป็นจำนวนร้อยละ 30 เท่ากัน โดยเมื่อทำการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามในเบื้องต้นพบว่าร้อยละ 80% มีแผนจะซื้อที่อยู่อาศัยภายใน 5 ปีด้วยเหตุผลแต่งงาน/แยกครอบครัวเป็นอันดับแรก รองลงมาคือเพื่อการลงทุน การพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อการอยู่อาศัยในพื้นที่นี้จึงเป็นตัวเลือกที่มีความน่าสนใจ

จากการวิเคราะห์ผลการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามนำร่องโดยนำข้อมูลด้านรายได้มาคำนวณหาความสามารถในการซื้อของกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ เพื่อให้ทราบถึงความสามารถในการผ่อนชำระ รูปแบบ และราคาของที่อยู่อาศัย ซึ่งคำนวณจากอัตราดอกเบี้ย MLR-1% เป็นอัตราดอกเบี้ยเพื่อสินเชื่อที่อยู่อาศัยเฉลี่ยจากธนาคารพาณิชย์ 4 แห่งและสัดส่วนการกู้สินเชื่อต่อมูลค่าหลักประกัน (Loan to value ratio) เท่ากับ 90% จะเป็นดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.4 ตารางแสดงดอกเบี้ยธนาคารพาณิชย์

	ธนาคาร	MLR	MOR	MRR	ตามประกาศธนาคารล่าสุด ณ วันที่
1	ธนาคารกสิกรไทย	6.500	7.370	7.870	21/5/2558
2	ธนาคารไทยพาณิชย์	6.525	7.370	7.870	18/7/2558
3	ธนาคารกรุงเทพ	6.500	7.375	7.875	2/9/2558
4	ธนาคารกรุงไทย	6.525	7.375	7.875	26/5/2558
	เฉลี่ย	6.513	7.373	7.873	

ตารางที่ 4.5 ตารางแสดงรายได้ของกลุ่มตัวอย่างนำร่อง

รายได้ครัวเรือน (ต่อเดือน)	จำนวน (ประมาณ)	ราคาที่อยู่อาศัย (ประมาณ)
20,000 – 40,000 บาท	37.5%	1.3 – 2.6 ล้านบาท
40,001 – 60,000 บาท	25%	2.6 – 3.9 ล้านบาท
60,001 – 80,000 บาท	12.5%	3.9 – 5.2 ล้านบาท
มากกว่า 80,000 บาท	25%	มากกว่า 5.2 ล้านบาท

จากผลการสำรวจความต้องการที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพฯ - ปริมณฑล และในต่างจังหวัด พบว่า ประชาชนในเขตต่างจังหวัดมีความต้องการที่อยู่อาศัยแบบบ้านเดี่ยวสูงถึง 89.80% มากกว่าที่อยู่อาศัยรูปแบบอื่น แต่เนื่องด้วยระดับรายได้ของกลุ่มตัวอย่างหลักในพื้นที่คือ 20,000 – 40,000 บาท ซึ่งอยู่ในระดับต่ำ-ปานกลาง และสามารถซื้อที่อยู่อาศัยได้ในราคาประมาณ 1.3 - 2.6 ล้านบาท จึงทำการวิเคราะห์ด้านการเงินเบื้องต้นในรูปแบบบ้านแฝด และบ้านเดี่ยวตามลำดับ โดยใช้สมมติฐาน ดังนี้

1. สัดส่วนพื้นที่ขายคิดเป็นประมาณ 60% ต่อพื้นที่ทั้งหมด ทั้งบ้านแฝดและบ้านเดี่ยว
2. สาธารณูปโภคในโครงการ เช่น สวนสาธารณะ สนามเด็กเล่น และหรือสนามกีฬา คิดเป็นขั้นต่ำ 5% ของพื้นที่ขาย ตามข้อกำหนดการจัดสรรที่ดิน พ.ศ. 2535 ทั้งบ้านแฝดและบ้านเดี่ยว
3. กำหนดให้พื้นที่ใช้สอยเป็น 100 ตารางเมตร ทั้งบ้านแฝดและบ้านเดี่ยว
4. Mark up = 30% ทั้งบ้านแฝดและบ้านเดี่ยว
5. พื้นที่ดินบ้านแฝดขั้นต่ำ 35 ตารางวา และพื้นที่ดินบ้านเดี่ยวขั้นต่ำ 50 ตารางวา

ตารางที่ 4.6 ตาราง Front Door Analysis ผลตอบแทนทางการเงินบ้านแฝด 2 ชั้น

การคำนวณผลตอบแทน	บ้านแฝด 2 ชั้น	35.00	ตารางวา
		140.00	ตารางเมตร
	พื้นที่ใช้สอย	100.00	ตารางเมตร
ขนาดที่ดิน		2,962.80	ตารางวา
		11,851.20	ตารางเมตร
พื้นที่ขาย	60.25%	7,140.00	ตารางเมตร
สวนสาธารณะและพื้นที่ส่วนกลาง	3.01%	357.00	ตารางเมตร

ตารางที่ 4.6 ตาราง Front Door Analysis ผลตอบแทนทางการเงินบ้านแฝด 2 ชั้น (ต่อ)

สาธารณูปโภค	36.74%	4,354.20	ตารางเมตร
พื้นที่รวม	100.00%	11,851.20	ตารางเมตร
จำนวนแปลงขาย		51.00	แปลง
ประมาณการต้นทุนโครงการ			
ต้นทุนด้านที่ดิน			
พื้นที่แปลงที่ดิน		2,962.80	ตารางวา
ราคาประกาศขายแปลงที่ดิน		฿ 5,000.00	บาทต่อตารางวา
ต้นทุนค่าที่ดิน	(1)	฿ 14,814,000.00	บาท
ต้นทุนค่าก่อสร้าง			
พื้นที่แปลงที่ดิน		11,851.20	ตารางเมตร
พื้นที่ขาย		60.25%	ของพื้นที่แปลงที่ดิน
พื้นที่ขายทั้งหมด		7,140.00	ตารางเมตร
จำนวนแปลงขาย		51.00	หน่วย
พื้นที่ก่อสร้างบ้าน		5,100.00	ตารางเมตร
ค่าก่อสร้างบ้าน		฿8,500.00	บาทต่อตารางเมตร
ต้นทุนค่าก่อสร้างบ้าน	(2)	฿43,350,000.00	บาท
พื้นที่สวนสาธารณะ		5.00%	ของพื้นที่ขาย
พื้นที่สวนสาธารณะ		357.00	ตารางเมตร
พื้นที่สวนสาธารณะ		3.01%	ของพื้นที่แปลงที่ดิน
ค่าพัฒนาสาธารณูปโภค (สวนสาธารณะ)		฿600.00	บาทต่อตารางเมตร
ต้นทุนค่าพัฒนาสาธารณูปโภค (สวนสาธารณะ) (3)		฿ 214,200.00	บาท
สร้างสำนักงานนิติบุคคล	(4)	฿ 500,000.00	บาท
พื้นที่ส่วนกลางและสาธารณูปโภค		36.74%	ของพื้นที่แปลงที่ดิน
พื้นที่ส่วนกลางและสาธารณูปโภค		4,354.20	ตารางเมตร
ค่าพัฒนาพื้นที่ส่วนกลางและสาธารณูปโภค		฿ 1,500.00	บาทต่อตารางเมตร
ต้นทุนค่าพัฒนาพื้นที่ส่วนกลางและสาธารณูปโภค(5)		฿ 6,531,300.00	บาท
รวมต้นทุนค่าก่อสร้าง (2)+(3)+(4)+(5)	(6)	฿50,595,500.00	บาท
รวมต้นทุนค่าที่ดินและค่าก่อสร้าง	(1)+(6)	฿65,409,500.00	บาท
Front Door Analysis			
Mark up		30.00%	
K Factor		1.43	
มูลค่าโครงการ		฿93,442,142.86	บาท
จำนวนแปลงขาย (แปลง)		51	หน่วย
ราคาขายต่อหน่วย		฿1,832,198.88	บาท/หน่วย

จากการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการบ้านจัดสรรพบว่า เมื่อลองคำนวณ Front Door Analysis ที่ดินที่ตั้งโครงการสามารถพัฒนาเป็นโครงการจัดสรรพร้อม

อาคารบ้านแฝด 2 ชั้นตามเงื่อนไขสมมติฐานได้จำนวน 51 หน่วย ในราคาขายหน่วยละ 1,832,199 บาท อยู่ในระดับราคาที่สามารถขายในพื้นที่ศึกษาได้ โดยได้ผลตอบแทนจากกำไรขั้นต้น 30% ซึ่งอยู่ในเกณฑ์น่าสนใจเป็นอย่างมาก

ตารางที่ 4.7 ตาราง Front Door Analysis ผลตอบแทนทางการเงินบ้านเดี่ยว 2 ชั้น

การคำนวณผลตอบแทน	บ้านเดี่ยว 2 ชั้น	50.00	ตารางวา
		200.00	ตารางเมตร
	พื้นที่ใช้สอย	100.00	ตารางเมตร
ขนาดที่ดิน		2,962.80	ตารางวา
		11,851.20	ตารางเมตร
พื้นที่ขาย	60.75%	7,200.00	ตารางเมตร
สวนสาธารณะและพื้นที่ส่วนกลาง	3.04%	360.00	ตารางเมตร
สาธารณูปโภค	36.21%	4,291.20	ตารางเมตร
พื้นที่รวม	100.00%	11,851.20	ตารางเมตร
จำนวนแปลงขาย		36.00	แปลง
ประมาณการต้นทุนโครงการ			
ต้นทุนด้านที่ดิน			
พื้นที่แปลงที่ดิน		2,962.80	ตารางวา
ราคาประกาศขายแปลงที่ดิน		฿ 5,000.00	บาทต่อตารางวา
ต้นทุนค่าที่ดิน	(1)	฿ 14,814,000.00	บาท
ต้นทุนค่าก่อสร้าง			
พื้นที่แปลงที่ดิน		11,851.20	ตารางเมตร
พื้นที่ขาย		60.75%	ของพื้นที่แปลงที่ดิน
พื้นที่ขายทั้งหมด		7,200.00	ตารางเมตร
จำนวนแปลงขาย		36.00	หน่วย
พื้นที่ก่อสร้างบ้าน		3,600.00	ตารางเมตร
ค่าก่อสร้างบ้าน		฿10,000.00	บาทต่อตารางเมตร
ต้นทุนค่าก่อสร้างบ้าน	(2)	฿36,000,000.00	บาท
พื้นที่สวนสาธารณะ		5.00%	ของพื้นที่ขาย
พื้นที่สวนสาธารณะ		360.00	ตารางเมตร
พื้นที่สวนสาธารณะ		3.04%	ของพื้นที่แปลงที่ดิน
ค่าพัฒนาสาธารณูปโภค (สวนสาธารณะ)		฿600.00	บาทต่อตารางเมตร
ต้นทุนค่าพัฒนาสาธารณูปโภค (สวนสาธารณะ) (3)		฿216,000.00	บาท
สร้างสำนักงานนิติบุคคล	(4)	฿ 500,000.00	บาท
พื้นที่ส่วนกลางและสาธารณูปโภค		36.21%	ของพื้นที่แปลงที่ดิน
พื้นที่ส่วนกลางและสาธารณูปโภค		4,291.20	ตารางเมตร
ค่าพัฒนาพื้นที่ส่วนกลางและสาธารณูปโภค		฿1,500.00	บาทต่อตารางเมตร
ต้นทุนค่าพัฒนาพื้นที่ส่วนกลางและสาธารณูปโภค(5)		฿6,436,800.00	บาท

ตารางที่ 4.7 ตาราง Front Door Analysis ผลตอบแทนทางการเงินบ้านเดี่ยว 2 ชั้น (ต่อ)

รวมต้นทุนค่าก่อสร้าง (2)+(3)+(4)+(5)	(6)	฿43,152,800.00	บาท
รวมต้นทุนค่าที่ดินและค่าก่อสร้าง	(1)+(6)	฿57,966,800.00	บาท
Front Door Analysis			
Mark up		30.00%	
K Factor		1.43	
มูลค่าโครงการ		฿82,809,714.29	บาท
จำนวนแปลงขาย (แปลง)		36	หน่วย
ราคาขายต่อหน่วย		฿2,300,269.84	บาท/หน่วย

และเมื่อลองคำนวณ Front Door Analysis ที่ดินที่ตั้งโครงการสามารถพัฒนาเป็นโครงการจัดสรรพร้อมอาคารบ้านเดี่ยว 2 ชั้นตามเงื่อนไขสมมติฐานได้จำนวน 36 หน่วย ในราคาขายหน่วยละ 2,300,270 บาท อยู่ในระดับราคาที่สามารถขายในพื้นที่ศึกษาได้ โดยได้ผลตอบแทนจากกำไรขั้นต้น 30% ซึ่งอยู่ในเกณฑ์น่าสนใจเป็นอย่างมากเช่นกัน

4.2.6 สรุปการกลั่นกรองและประเมินแนวความคิด

ตารางที่ 4.8 ตารางสรุปการกลั่นกรองและประเมินแนวความคิด

การใช้ประโยชน์	ด้านกายภาพ	ด้านกฎหมาย	ด้านการตลาด	ด้านการเงิน
จัดสรรเพื่ออุตสาหกรรม	ไม่เหมาะสม ย่านชุมชนที่อยู่อาศัยหนาแน่น	ไม่สามารถทำได้ ขัดต่อกฎหมาย	-	-
อาคารพาณิชย์กรรมประเภทค้าปลีกค้าส่ง	ทำเลดี ย่านชุมชนที่อยู่อาศัยหนาแน่น	ไม่เกิน 300 ตารางเมตร	ไม่ควรทำ การแข่งขันสูง มีความเสี่ยงสูง	-
ตลาดสด	ทำเลดี ย่านชุมชนที่อยู่อาศัยหนาแน่น	สามารถทำได้ ไม่ขัดต่อข้อกำหนด	ไม่ควรทำ การแข่งขันสูง มีความเสี่ยงสูง	-
โรงแรม	ทำเลดี อยู่ในเขตเทศบาล เดินทางสะดวก	สามารถทำได้ ไม่ขัดต่อข้อกำหนด	ไม่ควรทำ มีความเสี่ยงสูง ระยะเสลาคืนทุนช้า	-

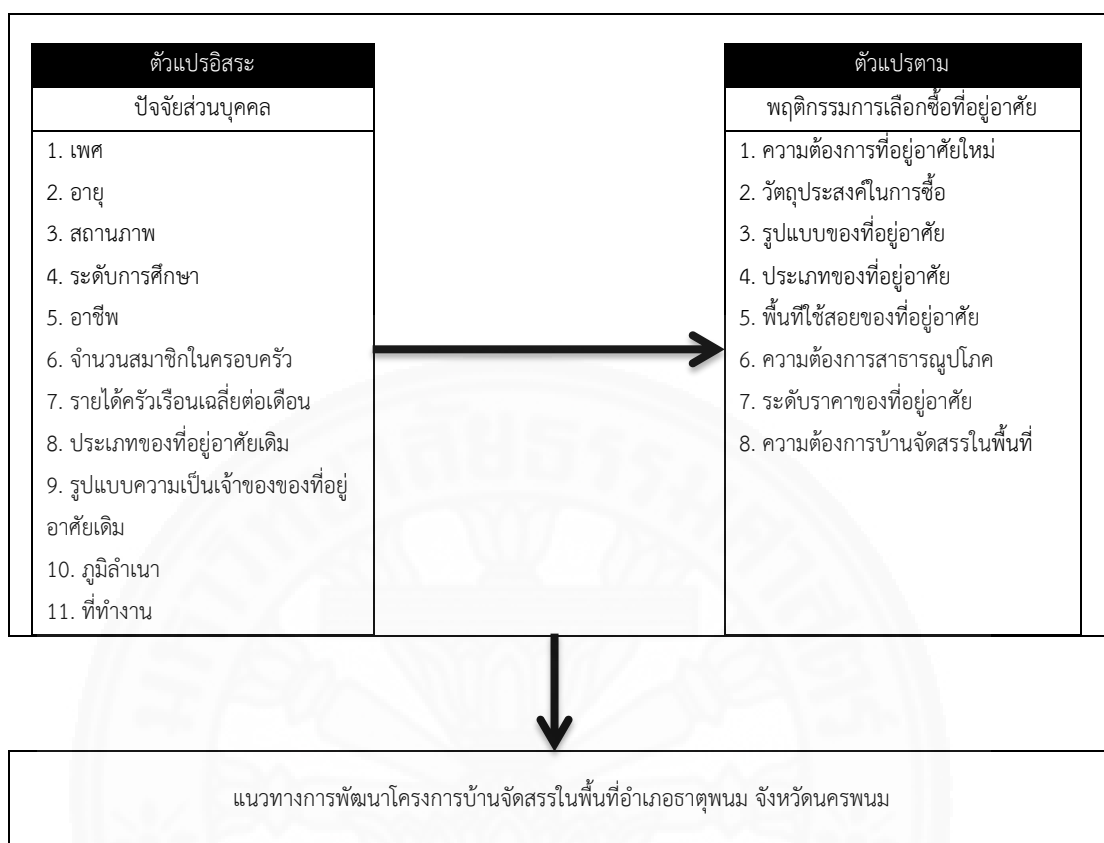
ตารางที่ 4.8 ตารางสรุปการกั้นกรองและประเมินแนวความคิด (ต่อ)

การใช้ประโยชน์	ด้านกายภาพ	ด้านกฎหมาย	ด้านการตลาด	ด้านการเงิน
อาคารพาณิชย์/ หอพัก	ทำเลดี ย่าน ชุมชน ใกล้ สถานศึกษา	ห้ามเป็นอาคารสูง และอาคารใหญ่ สร้างได้ไม่เต็ม ศักยภาพ	อุปสงค์ไม่ เพียงพอ ไม่มี แหล่งงาน	-
บ้านจัดสรร	ทำเลดี ย่าน ชุมชนที่อยู่อาศัย หนาแน่น	ทำได้ไม่ขัดต่อข้อ กฎหมาย	ไม่มีคู่แข่ง อุป สงค์มีความ ต้องการที่อยู่ อาศัย	ทำได้ ผลตอบแทนอยู่ ในเกณฑ์น่าพอใจ

4.3 การวิจัยตลาด

เนื่องจากในพื้นที่อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนมยังไม่มีโครงการบ้านจัดสรรเกิดขึ้นในพื้นที่ ผู้ศึกษาจึงทำการสำรวจตลาดเพื่อหาข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์และความต้องการรูปแบบที่อยู่อาศัยของกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทั้งในด้านรูปแบบบ้าน จำนวนชั้น จำนวนห้องนอน จำนวนห้องน้ำ จำนวนที่จอดรถ และความต้องการรูปแบบสาธารณูปโภคให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย เพื่อเป็นข้อมูลในการกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์ ให้ตรงกับความสามารถในการชำระซื้อ และความต้องการซื้อของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย และสามารถใช้ผลการศึกษาด้านประชากรศาสตร์ มาเป็นข้อมูลในการวางแผนการตลาด และการเงินในการทำโครงการเพื่อให้ตอบสนองกับความต้องการต้องการของคนในพื้นที่โดยแท้จริง

จากการศึกษาข้อมูลด้านปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย และพฤติกรรมของผู้บริโภค สามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดได้ ดังนี้



ภาพที่ 4.1 กรอบแนวคิดของการวิจัยตลาด

การศึกษาวิจัยตลาด เรื่อง ความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยในพื้นที่อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม มีระเบียบวิธีการศึกษาวิจัย ดังนี้

1. วิธีการศึกษาเป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview)

2. ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย คือ ประชากรในพื้นที่อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม

3. กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชากรในพื้นที่อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนมที่คาดว่าจะเป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย (ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ลูกจ้าง/พนักงานส่วนราชการ และลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน) โดยใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบ Simple random sampling

3. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 26 ข้อ ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทางประชากรศาสตร์ และคำถามเกี่ยวกับความต้องการที่อยู่อาศัย และรูปแบบของที่อยู่อาศัย จำนวน 250 ชุด และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ผู้ที่คาด

ว่าจะเป็ลลुकค้ำกัลุ่มเป้ำหมายและมึความต้องการซ้อที่อยู้อาศัยในพึนที่อำเภอธาดุพนม จังหวัดนครพนม 10 คน

4. การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS Evaluation 15.0 คำนวณค่าการแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และการแจกแจงความถี่แบบหลายทาง (Crosstab)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามและคาดว่าจะเป็ลลुकค้ำกัลุ่มเป้ำหมายจำนวน 250 คน คนส่วนใหญ่ในจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดเป็ลเพศหญิงคิดเป็ล 67.2% มีอายุระหว่าง 36 – 40 ปี และ 31 – 35 ปี โดยคิดเป็ล 22.4% และ 20% ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่มีสถานภาพโสดคิดเป็ล 49.6% และรองลงมาคือ สมรส คิดเป็ล 42.8% จบการศึกษาในระดับปริญญาตรีคิดเป็ล 56% ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจจำนวน 136 คน คิดเป็ล 54.4% และรองลงมาคือ อาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 93 คน คิดเป็ล 37.2% มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ด้วยกันในปัจจุบันเป็ล 4 คนเป็ลส่วนใหญ่ มีรายได้ครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 20,000 – 40,000 บาท จำนวน 113 คน คิดเป็ล 45.2% และมีรายได้ครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท คิดเป็ล 26.8% เป็ลลำดับถัดมา ปัจจุบันส่วนใหญ่อาศัยอยู่ที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยว คิดเป็ล 92.4% โดยเป็ลบ้านของบิดา-มารดา/บรรพบุรุษ คิดเป็ล 62.8% และรองลงมาเป็ลบ้านของตนเอง คิดเป็ล 28% ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมีภูมิลำเนาในอำเภอธาดุพนม จังหวัดนครพนมจำนวน 151 คน คิดเป็ล 60.4% และรองลงมาคือมีภูมิลำเนาในอำเภออื่นๆของจังหวัดนครพนม จำนวน 65 คนคิดเป็ล 26% อึกทั้งส่วนใหญ่ผู้นั้นยังทำงานในพึนที่อำเภอธาดุพนม จังหวัดนครพนม คิดเป็ล 82.4%

จากการวิเคราะห์ข้อมูลมีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความต้องการซ้อที่อยู้อาศัยในระยะเวลาอันใกล้ จำนวน 125 คน คิดเป็ล 50% โดยมีสาเหตุที่อาจซ้อที่อยู้อาศัยใหม่ในอนาคตของคนส่วนใหญ่ที่ตอบแบบสอบถามคือ เพื่อดึงดูดที่อยู้อาศัยที่เป็ลสัดส่วน/ขยายพึนที่อยู้อาศัย เพื่อดึงงาน/แยกครอบครัว เพื่อดึงเก็บไว้เพ็ลเป็ลบ้านพักหลังที่ 2 โดยคิดเป็ล 26% 25.2% และ 24.8% ตามลำดับ แต่ส่วนใหญ่มีที่ดินเดิมและต้องการปลูกสร้างที่อยู้อาศัยบนที่ดินของตนเอง คิดเป็ล 58.4% รองลงมาคือต้องการซ้อที่ดินใหม่และปลูกสร้างที่อยู้อาศัยเองบนที่ดินใหม่ คิดเป็ล 27.6% และมีเพียง 14% ที่ต้องการซ้อที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างที่สร้างสำเร็จจากโครงการจัดสรร และมึความต้องการที่อยู้อาศัยประเภทบ้านเดี่ยวมีจำนวนถึง 89.6% จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 250 คน ส่วนใหญ่ผู้นั้นต้องการพึนที่ใช้สอยมากกว่า 250 ตารางเมตรคิดเป็ล 30.4% มึความต้องการที่อยู้อาศัย 2 ชั้นคิดเป็ล 56.8% มีห้องนอนจำนวน 3 ห้องนอนคิดเป็ล 52.8% มีห้องน้ำจำนวน 2 ห้องคิดเป็ล 55.6% และมีที่จอดรถจำนวน 2 คันคิดเป็ล 63.6% โดยระดับราคาที่มีความต้องการมากที่สุดคือ 1 – 1.3 ล้านบาท คิดเป็ล 26% และมึความต้องการที่อยู้อาศัยในสไตล์ร่วมสมัยและสไตล์โมเดิร์นคิดเป็ล 28.8% เท่ากัน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างในด้านของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการซื้อที่อยู่อาศัยของกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยทำเล และราคา โดยให้ความสำคัญในระดับมีความสำคัญมากต่อการตัดสินใจซื้อ และรองลงมาอยู่ในระดับมีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อ คือ โปรโมชั่น/เงื่อนไขพิเศษ ระบบรักษาความปลอดภัย ขนาดพื้นที่ที่ดิน ขนาดพื้นที่ใช้สอย และสไตล์บ้านตามลำดับ อีกทั้งยังต้องการสวนหย่อม/พื้นที่สีเขียวเป็นอันดับ 1 รองลงมาคือ สถานที่ออกกำลังกาย สนามเด็กเล่น และสระว่ายน้ำตามลำดับ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามและคาดว่าจะจะเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจำนวน 250 คน ส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามตอบมีความน่าสนใจหากมีโครงการบ้านจัดสรรเกิดขึ้นในอำเภอหาดุพนมแต่ยังไม่มีความต้องการซื้อ จำนวน 127 คน คิดเป็น 50.8% แต่ยังมีกลุ่มตัวอย่างที่มีความน่าสนใจและมีความต้องการซื้อหากมีโครงการบ้านจัดสรรเกิดขึ้นในอำเภอหาดุพนม จำนวน 88 คน คิดเป็น 35.2% ซึ่งถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่น่าสนใจ และมีแนวโน้มที่ดีต่อการทำโครงการบ้านจัดสรรในพื้นที่

ผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ผลการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับความต้องการของผู้ที่มีความสนใจและมีความต้องการซื้อในโครงการบ้านจัดสรรจำนวน 88 คน ได้ข้อมูลเพิ่มเติมดังนี้

- มีจำนวนเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 26 – 40 ปี มีสถานภาพสมรสและสถานภาพโสดในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน

- ส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี และประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ รองลงมาคือประกอบอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชนในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน และมีรายได้ครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือน 20,000 – 40,000 บาท

- ส่วนใหญ่มีที่อยู่อาศัยเดิมเป็นประเภทบ้านเดี่ยวมากกว่า 80% และมีที่อยู่อาศัยส่วนใหญ่เป็นของบิดา-มารดา/บรรพบุรุษ ส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวจำนวน 4 คน

- มีภูมิลำเนาอยู่ในอำเภอหาดุพนม จังหวัดนครพนม คิดเป็น 62.5% และมีภูมิลำเนาในอำเภออื่น ในจังหวัดนครพนม คิดเป็น 21.6% และทำงานในอำเภอหาดุพนมมากกว่า 80% ส่วนที่เหลือมีที่ทำงานในอำเภออื่นๆ ในจังหวัดนครพนม

- ส่วนใหญ่มีความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยในระยะเวลาอันใกล้ คิดเป็น 77.3% โดยมีความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยด้วยเหตุผลแต่งงาน/แยกครอบครัว ต้องการที่อยู่อาศัยเป็นสัดส่วน/ขยายที่อยู่อาศัย และซื้อเก็บไว้เพื่อเป็นบ้านพักหลังที่ 2 ตามลำดับ ซึ่งส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างมีที่ดินเดิมและต้องการปลูกสร้างที่อยู่อาศัยบนที่ดินของตนเอง แต่ก็ยังมีความต้องการซื้อที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างที่สร้างสำเร็จจากโครงการจัดสรรถึงกว่า 20%

- ส่วนใหญ่มีความต้องการที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยว 2 ชั้น สไตล์ร่วมสมัย โดยมีความต้องการการใช้งานครบ 3 ห้องนอน 2 ห้องน้ำ สามารถจอดรถได้ 2 คัน มีพื้นที่ใช้สอยมากกว่า 250

ตารางเมตร และต้องการสวนหย่อม/พื้นที่สีเขียว โดยส่วนใหญ่แล้วยังต้องการที่อยู่อาศัยในระดับราคา 1 – 1.5 ล้านบาท ซึ่งต่ำกว่าความสามารถในการซื้อที่สามารถซื้อได้ในระดับราคาสูงถึง 2.6 ล้านบาท



ตารางที่ 4.9 ตารางแสดงผลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview)

	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5
1. เพศ / สถานภาพ	หญิง / โสด	หญิง / โสด	หญิง / สมรส	ชาย / โสด	ชาย / สมรส
2. อาชีพ	ครู (โรงเรียนในอ.เรณูนคร)	พนักงานจ้าง (อบต. ในอ.เรณูนคร)	พยาบาล (รพ. ในอ.ธาตุพนม)	ปลัดอบต. (อบต. ในอ.ธาตุพนม)	พนักงานกระทรวง สาธารณสุข
3. ภูมิลำเนา / ที่ทำงาน	เป็นคนอ.ธาตุพนม/ ทำงานที่อ.เรณูนคร	เป็นคนอ.ธาตุพนม/ ทำงานที่อ.เรณูนคร	เป็นคนอ.ธาตุพนม/ ทำงานในอ.ธาตุพนม	เป็นคนอ.เมือง/ ทำงาน ในอ.ธาตุพนม	เป็นคนอ.ธาตุพนม/ ทำงานในอ.ธาตุพนม
3. ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน	บ้านเดี่ยว/ บ้านพอ- แม่/ 4 คน	บ้านเดี่ยว/ บ้านพอ- แม่/ 5 คน	ห้องแถว/ เช่า/ 2 คน	อพาร์ทเมนท์/ เช่า/ 1 คน	บ้านเดี่ยว/ ของตนเอง/ 4 คน
4.ความต้องการที่อยู่ อาศัย (วัตถุประสงค์)	ต้องการแยกครอบครัว หลังแต่งงาน	บ้านเดิมเก่า/มีสภาพ ทรุดโทรม	กำลังตั้งครุฑ แยก ออกมาจากบ้านพอ-แม่	มีบ้านเดิมที่อ.เมือง เดิม ทางไกลจากที่ทำงาน	มีบ้านเดิมอยู่แล้ว อยาก ซื้อให้ลูก
5. รูปแบบที่อยู่อาศัยที่ ต้องการ	บ้านเดี่ยว 1 ชั้น/ 2 ห้องนอน/ 2 ห้องน้ำ/ ที่ จอดรถ 1 คัน	บ้านเดี่ยว 1 ชั้น/ 2 ห้องนอน/ 3 ห้องน้ำ/ ที่ จอดรถ 1 คัน	บ้านเดี่ยว 2 ชั้น/ 2 ห้องนอน/ 2 ห้องน้ำ/ ที่ จอดรถ 2 คัน	บ้านเดี่ยว 2 ชั้น/ 3 ห้องนอน/ 2 ห้องน้ำ/ ที่ จอดรถ 2 คัน	บ้านเดี่ยว 2 ชั้น/ 2 ห้องนอน/ 2 ห้องน้ำ/ ที่ จอดรถ 2 คัน
6. ความต้องการ สาธารณูปโภค	สวนหย่อม/พื้นที่สีเขียว, ที่ออกกำลังกาย	สวนหย่อม/พื้นที่สีเขียว	สวนหย่อม/พื้นที่สีเขียว, สนามเด็กเล่น	สวนหย่อม/พื้นที่สีเขียว, ที่ออกกำลังกาย	สวนหย่อม/พื้นที่สีเขียว, ที่ออกกำลังกาย

ตารางที่ 4.9 ตารางแสดงผลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) (ต่อ)

ปัจจัย	คนที่ 6	คนที่ 7	คนที่ 8	คนที่ 9	คนที่ 10
1. เพศ / สถานภาพ	ชาย / โสด	หญิง / สมรส	ชาย / สมรส	หญิง / สมรส	ชาย / สมรส
2. อาชีพ	ข้าราชการ (อบต. ในอ.ธาตุพนม)	พนักงาน/ลูกจ้าง (เทสโก้โลตัสอ.ธาตุ พนม)	พนักงานราชการ (อบต. ในอ.ธาตุพนม)	ข้าราชการ (อบต. ในอ.ธาตุพนม)	ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย (ค้าขายในอ.ธาตุพนม)
3. ภูมิลำเนา / ที่ทำงาน	เป็นคนอ.ธาตุพนม/ ทำงานในอ.ธาตุพนม	เป็นคนอ.ธาตุพนม/ ทำงานในอ.ธาตุพนม	เป็นคนจ.สกลนคร/ ทำงานในอ.ธาตุพนม	เป็นคนอ.ธาตุพนม/ ทำงานในอ.ธาตุพนม	เป็นคนอ.ธาตุพนม/ ทำงานในอ.ธาตุพนม
3. ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน	บ้านเดี่ยว/ บ้านพ่อ- แม่/ 3 คน	บ้านเดี่ยว/ บ้านพ่อ- แม่/ 6 คน	บ้านเช่า/ เช่า/ 3คน	บ้านเดี่ยว/ ของตนเอง/ 2 คน	บ้านเดี่ยว/ ของพ่อ-แม่/ 7 คน
4.ความต้องการที่อยู่ อาศัย (วัตถุประสงค์)	ได้เงินค่าเช่าบ้านของรัฐ อยากรนำมาผ่อนบ้าน	บ้านหลังเดิมไม่เป็น สัดส่วน สมาชิกเยอะ	อยากได้บ้านของตนเอง มีภรรยาที่อ.ธาตุพนม	ปล่อยเช่า หลัง เกษียณอายุราชการ	อยู่บ้านพ่อ-แม่ อยากมี บ้านใหม่ของตนเอง
5. รูปแบบที่อยู่อาศัยที่ ต้องการ	บ้านเดี่ยว 1 ชั้น/ 2 ห้องนอน/ 2 ห้องน้ำ/ ที่ จอดรถ 1 คัน	บ้านเดี่ยว 2 ชั้น/ 3 ห้องนอน/ 2 ห้องน้ำ/ ที่ จอดรถ 2 คัน	บ้านเดี่ยว 2 ชั้น/ 2 ห้องนอน/ 2 ห้องน้ำ/ ที่ จอดรถ 1 คัน	บ้านเดี่ยว 2 ชั้น/ 3 ห้องนอน/ 2 ห้องน้ำ/ ที่ จอดรถ 1 คัน	บ้านเดี่ยว 2 ชั้น/ 3 ห้องนอน/ 3 ห้องน้ำ/ ที่ จอดรถ 2 คัน
6. ความต้องการ สาธารณูปโภค	สวนหย่อม/พื้นที่สีเขียว	สวนหย่อม/พื้นที่สีเขียว, สนามเด็กเล่น	สวนหย่อม/พื้นที่สีเขียว, สนามเด็กเล่น	สวนหย่อม/พื้นที่สีเขียว	สวนหย่อม/พื้นที่สีเขียว, ที่ออกกำลังกาย

บทที่ 5

การวิเคราะห์ทางการตลาด (Marketing Analysis)

5.1 การวิเคราะห์ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (Economic Analysis)

5.1.1 ภาพรวมสถานะเศรษฐกิจและธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย

สถานะเศรษฐกิจไทยในปี 2558 เติบโตขึ้น 2.8% จากปีก่อน โดยจากรายงานเศรษฐกิจและการเงินของธนาคารแห่งประเทศไทยพบว่า สถานการณ์ทางเศรษฐกิจในปี 2558 ยังคงทยอยฟื้นตัวอย่างต่อเนื่องโดยได้รับปัจจัยบวกจากสถานการณ์ทางการเมืองในประเทศมีเสถียรภาพมากขึ้น และคณะรัฐมนตรีชุดใหม่มีมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจที่ชัดเจน อีกทั้งการฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยวยังมีแนวโน้มการขยายตัวอยู่ในเกณฑ์ที่ดี การใช้จ่ายในภาครัฐและการบริโภคภาคเอกชนก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจ โดยรัฐบาลมีการลงทุนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่ และการจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษตามแนวชายแดนซึ่งมีส่วนช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจได้เป็นอย่างดี พร้อมกันนั้นยังมีการลงทุนเพื่อปรับตัวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของภาครัฐและภาคเอกชนที่กระตุ้นให้เศรษฐกิจไทยเติบโตยิ่งขึ้น การใช้จ่ายในประเทศได้รับผลในทางบวกจากปัจจัยชั่วคราวจากการเร่งซื้อรถยนต์ก่อนปรับอัตราภาษีสรรพสามิต และมาตรการลดหย่อนภาษีในช่วงปลายปี โดยภาวะเงินเฟ้อยังคงอยู่ในระดับต่ำ ดุลบัญชีเดินสะพัดเกินดุลในไตรมาสแรกปี 2558 ส่วนของอัตราการว่างงานปรับลดลงตามการจ้างงานนอกภาคเกษตรที่ปรับเพิ่มขึ้นในไตรมาสสุดท้ายของปี

ในภาคธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในปี 2558 ฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป โดยได้รับผลจากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจภาคอสังหาริมทรัพย์ในวันที่ 13 ตุลาคม 2558 ซึ่งคณะรัฐมนตรีได้มีการอนุมัติมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจภาคอสังหาริมทรัพย์ เพื่อช่วยบรรเทาภาระรายจ่ายของผู้ซื้อที่อยู่อาศัยในกลุ่มผู้มีรายได้น้อยและช่วยบรรเทาผลกระทบในภาคธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ได้แก่ มาตรการทางการเงิน คือ มาตรการผ่อนปรนเรื่องการอนุมัติสินเชื่อที่อยู่อาศัย มาตรการลดค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมการซื้อขายที่อยู่อาศัย คือ การลดค่าธรรมเนียมการโอนกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัยจากเดิมร้อยละ 2 และค่าจดทะเบียนการจ้างอสังหาริมทรัพย์จากเดิมร้อยละ 1 ให้เหลือร้อยละ 0.01 แต่ไม่เกินจำนวน 200,000 บาทเป็นระยะเวลา 6 เดือนโดยมีผลตั้งแต่วันที่ 19 ตุลาคม 2558 และมาตรการทางภาษีสำหรับผู้ซื้อที่อยู่อาศัยครั้งแรก เพื่อเป็นการซื้อที่อยู่อาศัยจริงในราคาไม่เกิน 3 ล้านบาท สามารถนำวงเงินร้อยละ 20 ของมูลค่าที่อยู่อาศัย มาหักลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาเป็นระยะเวลา 5 ปี จึงเห็นได้ว่า แม้จะเป็นมาตรการกระตุ้นอสังหาริมทรัพย์ในระยะสั้นแต่รัฐบาลยังให้การสนับสนุนตลาดธุรกิจอสังหาริมทรัพย์สำหรับผู้มีรายได้น้อย เนื่องจากอยากให้ประชาชนได้มีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง

ทั้งในเขตกรุงเทพและภูมิภาค ซึ่งส่งผลให้สินเชื่อปล่อยใหม่ขยายตัวในไตรมาสสุดท้ายถึง 6.6% และจำนวนที่อยู่อาศัยเปิดขายใหม่เพิ่มขึ้น 5.2% และเป็นที่อยู่อาศัยแนวราบเป็นส่วนใหญ่

ศูนย์วิจัยธนาคารกสิกรไทยคาดการณ์สภาวะเศรษฐกิจในปี 2559 ว่าน่าจะมีการขยายตัว 2.5% – 3.5% เพิ่มขึ้นจากปี 2558 ที่ขยายตัวเพียง 2.8% ซึ่งสอดคล้องกับ TMB Analytic ซึ่งคาดการณ์ว่า สภาวะเศรษฐกิจในปี 2559 จะมีการขยายตัว 3.5% เช่นเดียวกับสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ หรือสภาพัฒน์ก็ได้คาดการณ์ว่าจะเติบโตถึง 3.0% - 4.0% โดยปัจจัยที่มีส่วนสำคัญในการกระตุ้นเศรษฐกิจในปี 2559 นี้คือการใช้จ่ายในประเทศ และการลงทุนภาครัฐที่มีอย่างต่อเนื่องจากปีที่แล้วซึ่งทางภาครัฐยังคงดำเนินการลงทุนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่ การจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษตามแนวชายแดน และการลงทุนเพื่อปรับตัวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของภาครัฐและภาคเอกชน เช่น โครงการก่อสร้างทางหลวงพิเศษระหว่างเมือง (Motorway) และโครงการรถไฟรางคู่ที่จะเริ่มการก่อสร้างในปี 2559

อีกทั้งศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยเชื่อว่าเศรษฐกิจไทยในปี 2559 จะ มีโอกาสที่จะขยายตัวอยู่ในระดับประมาณ 4.2% ซึ่งได้รับปัจจัยบวกจากมาตรการการกระตุ้นเศรษฐกิจที่ออกมาบรรเทาความเดือดร้อนของผู้มีรายได้น้อย เกษตรกร และผู้ประกอบการ SMEs อีกทั้งภาคการส่งออกสินค้าตลอดทั้งปี 2559 มีโอกาสที่จะขยายตัวอยู่ในระดับประมาณ 5.3% กับการฟื้นตัวของเศรษฐกิจประเทศพัฒนาแล้ว โดยเฉพาะประเทศสหรัฐอเมริกา และสหภาพยุโรป แต่ยังคงมีความไม่แน่นอน ในส่วนภาคการท่องเที่ยวมีการขยายตัวอย่างชัดเจนต่อเนื่องจากปีที่แล้ว และอัตราเงินเฟ้อทั่วไปตลอดทั้งปี 2559 คาดว่าจะอยู่ที่ระดับประมาณ 1.4% (โดยมีค่าความเชื่อมั่นอยู่ในช่วง 0.9% ถึง 1.9%)

ในส่วนของภาคอสังหาริมทรัพย์ บริษัท ซีบี ริชาร์ด เอลลิส (ประเทศไทย) จำกัด ได้กล่าวว่า แนวโน้มธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในปี 2559 นี้ยังเติบโตได้ไม่เต็มที่ แต่จะได้โอกาสจากการเติบโตของกลุ่มประเทศ CLMV (Cambodia Laos Myanmar and Vietnam) และประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC ซึ่งส่งผลให้การค้าชายแดนมีความคึกคักมากขึ้น ด้วยเหตุนี้จะทำให้ภาคอสังหาริมทรัพย์เป็นที่ต้องการทั้งโรงแรม คาเฟ่ โรงพยาบาล และพัฒนามาถึงที่อยู่อาศัย รวมถึงระบบโลจิสติกส์ในประเทศที่จะเติบโตขึ้นด้วย

การพัฒนาโครงการคอนโดมิเนียมแนวสูงยังคงมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง แต่ที่ดินในเมืองอาจปรับตัวสูงขึ้นจากการขาดแคลนที่ดิน จึงอาจส่งผลให้ราคาต่อหน่วยขายปรับตัวสูงขึ้น และในส่วนของที่อยู่อาศัยแนวราบจะกลับมาได้รับความนิยมและเติบโตอีกครั้งในปี นี้ เนื่องจากโครงการจะพัฒนาขยายตัวเพิ่มมากขึ้นจากส่วนต่อขยายและแนวรถไฟฟ้าที่ขยายเพิ่มขึ้น แต่ราคาจะปรับตัวสูงขึ้นจากเมื่อก่อน โดยราคาที่จะได้รับความนิยมจะอยู่ในช่วง 4 – 5 ล้านบาท

ฝ่ายวิจัย บริษัท คอลลิเออร์ส อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัดเชื่อว่า ภาคอสังหาริมทรัพย์ในปี 2559 จะไม่แตกต่างกับปี 2558 มากนัก ในส่วนของจำนวนหน่วยขายและโครงการที่เปิดตัวอาจไม่มากเท่าในปี 2558 แต่อัตราการขายจะดีกว่าปี 2558 ซึ่งเป็นผลมาจากอัตราความเชื่อมั่นของคนในประเทศที่ปรับครัวเพิ่มสูงขึ้นในไตรมาสสุดท้ายของปีที่ผ่านมา

5.1.2 ภาพรวมสถานะเศรษฐกิจและธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในจังหวัดนครพนม

จังหวัดนครพนมเป็นจังหวัดชายแดนภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย มีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมที่น่าสนใจและเป็นที่ยอดนิยมท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี เช่น หมู่บ้านมิตรภาพ ไทย-เวียดนาม วัดพระธาตุพนมวรมหาวิหาร เป็นต้น เป็นเมืองขนาดเล็ก มีความสงบและไม่วุ่นวาย เหมาะแก่การพักผ่อนและเป็นที่อยู่อาศัย

สถานะเศรษฐกิจจังหวัดนครพนมมีผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (Gross Potential Province, GPP) ในปี 2556 เท่ากับ 25,917 ล้านบาท โดยมีอัตราการเปลี่ยนแปลงมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดเพิ่มขึ้น 15.09% และมีรายได้ต่อหัวของประชากรของจังหวัดเท่ากับ 60,483 บาทต่อคนต่อปี โดยรายได้ส่วนใหญ่มาจากสาขาเกษตรกรรม การค้าสัตว์ และการป่าไม้ มีมูลค่า 7,514 ล้านบาท คิดเป็น 28.99% ของผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด รองลงมาคือสาขาการศึกษา และการผลิต มีมูลค่า 3,019 ล้านบาท และ 2,715 ล้านบาท คิดเป็น 11.65% และ 10.48% ของผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดตามลำดับ

ในปี 2554 จังหวัดนครพนมได้เปิดการใช้งานสะพานมิตรภาพ 3 (นครพนม – คำม่วน) มีศักยภาพด้านการคมนาคมทางบกจากประเทศไทยสู่ประเทศ สปป.ลาว เวียดนาม และจีนตอนใต้) ซึ่งเป็นสะพานเชื่อมเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวสู่ประชาคมอาเซียนและสากล และในปี 2558 จังหวัดนครพนมบางพื้นที่ได้ถูกประกาศเป็นเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษนครพนมตามประกาศคณะกรรมการนโยบายเขตเศรษฐกิจพิเศษที่ 2/2558 เรื่องการกำหนดพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษระยะที่ 2 เพื่อส่งเสริมให้เกิดการทำธุรกิจในจังหวัดชายแดน และเกิดการซื้อ-ขายระหว่างประเทศเพื่อนบ้าน อีกทั้งยังเพื่อให้เกิดความสะดวกในด้านอุตสาหกรรม การพาณิชย์กรรม การบริการ และอื่นๆ ด้วยเหตุนี้จังหวัดนครพนมยังได้รับการยกเว้นเป็นกรณีพิเศษในเรื่องผังเมือง โดยพื้นที่สีเขียวหรือที่ดินประเภทชนบทและเกษตรกรรมสามารถพัฒนาเป็นโรงงานอุตสาหกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้ และในปี 2559 จังหวัดนครพนมยังได้รับการอนุมัติจากคณะรัฐมนตรีให้ก่อสร้างศูนย์การขนส่งกระจายสินค้าชายแดนเพื่อเชื่อมระบบรางกระจายสินค้าสู่ภูมิภาคอาเซียน นอกเหนือจากนี้จังหวัดนครพนมยังมีโอกาสได้รับประโยชน์จากการเปิดเสรีทางการค้าจากการรวมตัวของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ที่จะช่วยส่งเสริมให้เกิดการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวของจังหวัดนครพนมให้มากขึ้นได้ ความร่วมมือในกลุ่มประเทศที่อยู่ในพื้นที่ Great Mekong Sub region (GMS) (ประเทศที่อยู่ลุ่มแม่น้ำโขง ไทย จีน เวียดนาม สปป.ลาว เวียดนาม และกัมพูชา) จึงเห็นได้ว่า มีการหลั่งไหลของ

เงินลงทุนจากภาครัฐบาลมาที่จังหวัดนครพนมอย่างต่อเนื่อง ซึ่งคาดว่าจะดึงดูดนักลงทุนเข้ามาในพื้นที่จังหวัดนครพนม และเป็นปัจจัยหลักในการกระตุ้นเศรษฐกิจในจังหวัดได้ดียิ่งขึ้น

ในภาคการลงทุน Think of Living.com ให้ข้อมูลว่า ศูนย์การค้าโรบินสันอยู่ในช่วงระหว่างการหาซื้อที่ดินเพื่อขยายกิจการในจังหวัดนครพนม แต่โดยรวมยังขาดปัจจัยหลายอย่างที่เกี่ยวข้องการพัฒนา เช่น ระบบสาธารณูปโภคขนาดใหญ่ โรงพยาบาล และมหาวิทยาลัย ที่จะดึงดูดให้เกิดกำลังซื้อในพื้นที่ ในด้านของอสังหาริมทรัพย์พบว่า จังหวัดนครพนมมีโครงการที่อยู่อาศัยขนาดเล็กในพื้นที่หลายโครงการ เช่น หมู่บ้านอัมพร หมู่บ้านชมโขง หมู่บ้านพิมพากร เป็นต้น และราคาที่ดินบริเวณถนนเลียงเมืองมีการปรับตัวขึ้นอย่างรวดเร็วในช่วงปี 2555 – 2556 จากราคา 2 ล้านบาทต่อไร่เป็น 10 ล้านบาทต่อไร่ แต่ปัจจุบันราคามอยู่ในระดับที่ทรงตัวแล้ว

5.2 การวิเคราะห์ตลาด (Market Analysis)

5.2.1 การวิเคราะห์อุปสงค์ (Demand Analysis)

ในปี 2558 สำนักงานสถิติจังหวัดได้ทำการสำรวจสภาพการณ์การทำงานของประชากรในจังหวัดนครพนมพบว่า จังหวัดนครพนมมีประชากรเฉลี่ยทั้งสิ้น 570,110 คน โดยเป็นประชากรที่อยู่ในวัยทำงานหรืออายุ 15 ปีขึ้นไปมีจำนวน 440,598 คน คิดเป็น 77.28% ของประชากรทั้งหมด โดยจำแนกเป็นผู้มีงานทำ 298,608 คน (96.97% ของผู้อยู่ในกำลังแรงงานทั้งหมด) และผู้ว่างงาน 2,186 คน (0.71 %) และกำลังแรงงานที่รอฤดูกาล 7,130 คน (2.32%) มีอัตราการจ้างงานในภาคเกษตรของจังหวัดนครพนมเท่ากับ 60.18% และนอกภาคเกษตร 39.82% พร้อมกับมีอัตราการว่างงานอยู่ที่ 0.71% ซึ่งลดลงเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา

ตารางที่ 5.1 ตารางแสดงจำนวนผู้มีงานทำจำแนกตามสภาพการทำงาน ปี 2558

สภาพการทำงาน	จำนวน	สัดส่วน
ทำงานส่วนตัว	138,091	46.24%
ช่วยธุรกิจครอบครัว	86,244	28.88%
ลูกจ้างเอกชน	45,197	15.14%
ลูกจ้างรัฐบาล	26,978	9.03%
นายจ้าง	1,962	0.66%
การรวมกลุ่ม	137	0.05%
รวม	298,608	100%

ตารางที่ 5.2 ตารางแสดงจำนวนผู้ที่มีงานทำที่อยู่ในแรงงานนอกระบบ จำแนกตามสภาพการทำงาน ปี 2558

สภาพการทำงาน	ชาย	หญิง	รวม
นายจ้าง	842	588	1430
ลูกจ้างรัฐบาล	1096	702	1798
ลูกจ้างเอกชน	10,002	2,187	12,189
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	82,522	54,350	136,872
ช่วยธุรกิจครอบครัว	33,534	57,958	91,492
การรวมกลุ่ม	463	-	463
รวม	128,459	115,785	244,244

จังหวัดนครพนมมีจำนวนผู้ประกันตนทั้งสิ้น 37,962 คน เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา 7.09% พร้อมกันนั้นจังหวัดนครพนมยังมีอัตราแรงงานที่เป็นผู้ประกันตนตามมาตรา 33, 39, 40 ปี 2558 คิดเป็น 12.71 ของจำนวนผู้มีงานทำ

ตารางที่ 5.3 ตารางแสดงจำนวนจำนวนสถานประกอบการและผู้ประกันตน ปี 2557

สถานประกอบการ/ผู้ประกันตน	ปี 2557	ปี 2558
สถานประกอบการ (แห่ง)	1,247	1,289
ผู้ประกันตน มาตรา 33 (คน)	14,437	18,253
ผู้ประกันตน มาตรา 39 (คน)	2,595	2,845
ผู้ประกันตน มาตรา 40 (คน)	18,416	16,864
รวมผู้ประกันตนตามมาตรา 33, 39, 40 (คน)	33,448	37,962

จากการวิจัยตลาดและวิเคราะห์ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของโครงการเป็นคนที่อาศัยอยู่ในอำเภอธาตุพนม และทำงานในอำเภอธาตุพนมเป็นหลัก โดยจะเน้นกลุ่มอาชีพนอกภาคการเกษตรที่มีศักยภาพในการซื้อและมีความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยในพื้นที่ เช่น ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท ค้าขาย ธุรกิจส่วนตัว และรับจ้างทั่วไป เป็นต้น

ในการเจาะตลาดจะมุ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายตามหน่วยงานที่ได้ทำการสำรวจตลาดในพื้นที่อำเภอธาตุพนม เช่น ข้าราชการท้องถิ่นและพนักงานในเทศบาลตำบลและองค์การ

บริหารส่วนตำบลในอำเภอหาดุพนมรวม 12 แห่ง บุคลากรครู-อาจารย์ของโรงเรียนและมหาวิทยาลัยในพื้นที่อำเภอหาดุพนม ข้าราชการของหน่วยงานในพื้นที่อำเภอหาดุพนม เทศบาลตำบลสาขาหาดุพนม เป็นต้น โดยกลุ่มที่คาดว่าจะเป็กลุ่มลูกค้าเป้าหมายจะมีรายได้ครัวเรือนตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไป ซึ่งจากการทำวิจัยตลาดพบว่ามีประมาณ 70% ของจำนวนบุคลากรในหน่วยงานดังกล่าวข้างต้น ดังนี้

ตารางที่ 5.4 ตารางแสดงจำนวนกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในพื้นที่

ลำดับ	หน่วยงาน	จำนวนบุคลากร
1	เทศบาลตำบลหาดุพนม	59
2	เทศบาลตำบลน้ำก่ำ	50
3	เทศบาลตำบลนาหนาด	50
4	เทศบาลตำบลฝั่งแดง	50
5	เทศบาลตำบลหาดุพนมใต้	50
6	องค์การบริหารส่วนตำบลโพนแพง	40
7	องค์การบริหารส่วนตำบลพระกลางทุ่ง	40
8	องค์การบริหารส่วนตำบลนาถ่อน	40
9	องค์การบริหารส่วนตำบลแสนพัน	40
10	องค์การบริหารส่วนตำบลดอนนางหงส์	40
11	องค์การบริหารส่วนตำบลอู่หม้า	40
12	องค์การบริหารส่วนตำบลกุดฉิม	40
13	สำนักงานเกษตรอำเภอหาดุพนม	12
14	หน่วยตำรวจน้ำหาดุพนม	30
15	สำนักงานสรรพสามิตพื้นที่นครพนม สาขาหาดุพนม	20
16	ที่ว่าการอำเภอหาดุพนม	50
17	สำนักงานที่ดินจังหวัดนครพนม สาขาหาดุพนม	24
18	สถานีตำรวจภูธรอำเภอหาดุพนม	38
19	สำนักงานขนส่งจังหวัดนครพนม สาขาหาดุพนม	10
20	สำนักงานสาธารณสุขอำเภอหาดุพนม	40
21	โรงพยาบาลสมเด็จพระยุพราชหาดุพนม	360
22	วิทยาลัยหาดุพนม มหาวิทยาลัยนครพนม	69
23	เทคโนโลยีหาดุพนม	34

ตารางที่ 5.4 ตารางแสดงจำนวนกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในพื้นที่ (ต่อ)

ลำดับ	หน่วยงาน	จำนวนบุคลากร
24	โรงเรียนธาตุพนม	5
25	โรงเรียนบ้านธาตุพนม (พิทักษ์วิทยา)	72
26	โรงเรียนวัดพระธาตุพนม (พนมพิทยาคาร)	43
27	โรงเรียนบ้านหัวดอน	10
28	โรงเรียนบ้านหัวบึงทุ่ง	37
29	โรงเรียนบ้านน้ำก่ำ (ลำประชาอุปถัมภ์)	19
30	โรงเรียนอนุบาลธาตุพนม	5
31	โรงเรียนอนุบาลเชษฐานงนุช	13
32	โรงเรียนอนุบาลธาตุพนมดรุณพัฒน	13
33	เทสโก้โลตัส สาขาธาตุพนม	154
	รวม	1,597

5.2.2 การวิเคราะห์อุปทาน (Supply Analysis)

5.2.2.1 ปริมาณที่อยู่อาศัยในตลาดในปัจจุบัน

จากการตรวจสอบอุปทานที่อยู่อาศัยในพื้นที่พบว่า ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครพนมมีโครงการที่อยู่อาศัยที่สร้างและปิดการขายไปแล้วหลายโครงการ ซึ่งบางโครงการเป็นโครงการเก่า เช่น บ้านอัมพร 1 - 5 (โครงการบ้านอัมพร 1 เป็นโครงการบ้านจัดสรรที่ก่อสร้างตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535) บ้านชมโขง เป็นต้น มีโครงการที่อยู่อาศัยระหว่างขาย จำนวน 2 โครงการ คือโครงการบ้านอัมพร 6 และโครงการบ้านพิมพากร



ภาพที่ 5.1 โครงการบ้านเปี่ยมสุข (อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม)



ภาพที่ 5.2 โครงการบ้านพิมพากร (อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม)

อาคารพาณิชย์นับเป็นอาคารที่อยู่อาศัยอีกประเภทหนึ่งที่เคยได้รับความนิยมในพื้นที่จังหวัดนครพนม เนื่องจากในจังหวัดนครพนมมีชาวไทยเชื้อสายเวียดนามอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งกลุ่มคนเหล่านี้ถือเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักและประกอบอาชีพค้าขาย โดยต้องการที่อยู่อาศัยอยู่ที่เดียวกันกับพื้นที่ทำมาหากิน อาคารพาณิชย์ส่วนใหญ่ในพื้นที่จึงมักถูกปรับเปลี่ยนไปเป็นที่อยู่อาศัยเชิงพาณิชย์ในคราวเดียวกัน

จากการสำรวจตลาดที่อยู่อาศัยในจังหวัดนครพนมพบว่า อาคารพาณิชย์ที่ขายอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดนครพนมในปัจจุบันจะเป็นโครงการขนาดเล็ก 10-20 หน่วย ซึ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายคือคนไทยเชื้อสายเวียดนามที่ประกอบอาชีพค้าขาย โดยต้องการซื้ออาคารพาณิชย์เพื่อใช้ชั้นล่างของอาคารเพื่อทำการค้า และอยู่อาศัยที่ชั้นบนของอาคาร โดยแต่เดิมมีอัตราการดูดซับสูงและมักซื้อด้วยเงินสดแต่ปัจจุบันกำลังซื้อชะลอตัว เช่นเดียวกับในพื้นที่อำเภอธาตุพนม มีโครงการอาคารที่พักอาศัยประเภทอาคารพาณิชย์เกิดขึ้นโดยรอบจำนวน 4 โครงการ เป็นโครงการขนาดเล็กมีจำนวนหน่วยขายประมาณ 10 – 20 หน่วย และทั้งหมดมีผู้ประกอบการเป็นคนในพื้นที่ซึ่งส่วนใหญ่เป็นคนไทยเชื้อสายเวียดนาม



ภาพที่ 5.3 อาคารพาณิชย์ ไม่มีชื่อ 1 (ถนนเลียงเมือง)



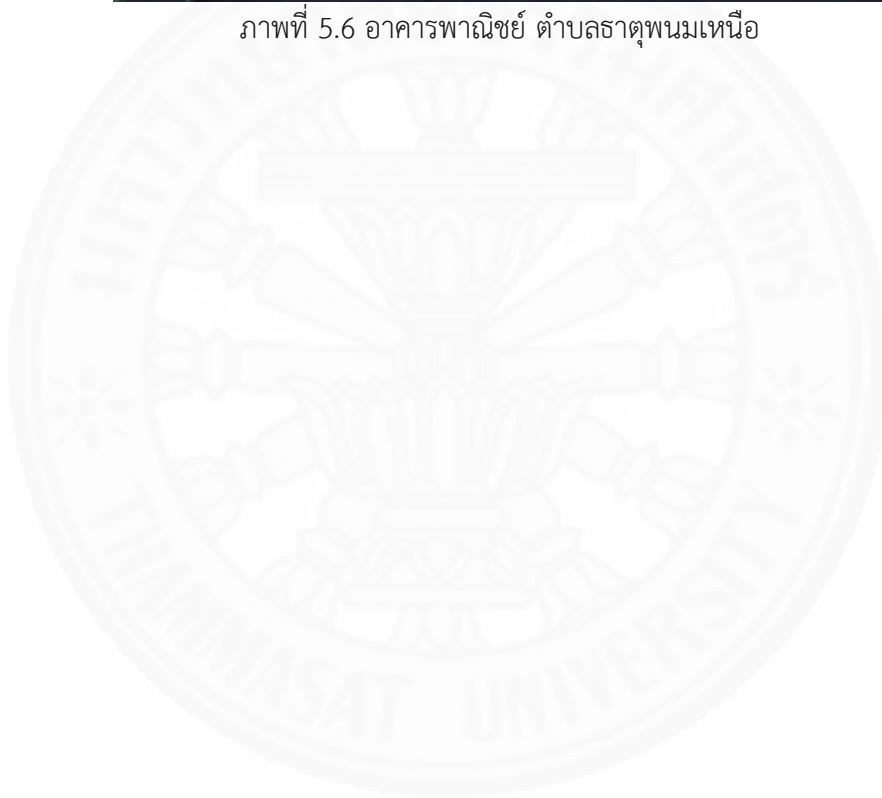
ภาพที่ 5.4 อาคารพาณิชย์ ไม่มีชื่อ 2 (ถนนเลียงเมือง)



ภาพที่ 5.5 อาคารพาณิชย์ ไม่มีชื่อ 3 (ถนนเลียงเมือง)



ภาพที่ 5.6 อาคารพาณิชย์ ตำบลธาตุพนมเหนือ



ตารางที่ 5.5 ตารางแสดงจำนวนอุปทานในพื้นที่

โครงการ	รูปแบบ	ขนาดที่ดิน (ตารางวา)	ขนาดพื้นที่ (ตาราง เมตร)	ราคา (ล้านบาท)	จำนวนหน่วย	ยอดขายต่อ เดือน	จำนวนหน่วย เหลือขาย
อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม							
บ้านอัมพร 1 – 5	บ้านเดี่ยว 1 - 2 ชั้น	55 – 75	-	-	152	-	ปิดการขายแล้ว
บ้านชมโขง	บ้านเดี่ยว 2 ชั้น	62	-	3.5	24	-	ปิดการขายแล้ว
บ้านอัมพร 6	บ้านเดี่ยว 1 ชั้น	55	110	2.5	32	4	12
บ้านพิมพากร	บ้านเดี่ยว 1 – 2 ชั้น	61	95 - 180	1.99 – 3.8	46	3	19
อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม							
อาคารพาณิชย์ ไม่มีชื่อ 1 ถนนเลียงเมือง	อาคารพาณิชย์ 3 ชั้น	22	144	2.9	9	-	ปิดการขายแล้ว ปี 2555
อาคารพาณิชย์ ไม่มีชื่อ 2 ถนนเลียงเมือง	อาคารพาณิชย์ 3 ชั้น	22	144	2.9	10	3	ปิดการขายแล้ว ปี 2557
อาคารพาณิชย์ ไม่มีชื่อ 2 ถนนเลียงเมือง	อาคารพาณิชย์ 3 ชั้น	22	144	2.8	14	2	ปิดการขายแล้ว ปี 2558
อาคารพาณิชย์ ตำบลธาตุพนมเหนือ	อาคารพาณิชย์ 2 ชั้น	25	120	2.6	8	3	ปิดการขายแล้ว ปี 2557

5.2.2.2 ปริมาณที่อยู่อาศัยในพื้นที่ในอนาคต

ในปี 2558 พื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครพนมมีโครงการทาวนโฮมเปิดตัวใหม่อีกจำนวน 1 โครงการ คือ โครงการบ้านเปี่ยมสุข มีจำนวนหน่วยขาย 6 หน่วย แต่เนื่องจากที่ตั้งโครงการมีระยะทางไกลจากอำเภอเมืองจึงคาดว่าจะไม่เป็นคู่แข่งกันแต่อย่างใด ในด้านตลาดที่อยู่อาศัยในอนาคตในพื้นที่อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนมพบว่า บริเวณใกล้พื้นที่ตั้งของโครงการมีโครงการที่อยู่อาศัยเปิดตัวใหม่จำนวน 2 โครงการ และยังอยู่ระหว่างการก่อสร้าง คือ โครงการทาวนโฮม ไม่มีชื่อ (ถ.พนมพนารักษ์ ซ.8) และโครงการอาคารพาณิชย์ข้างสวนศรีโคตรบูร ซึ่งมีจำนวนหน่วยขายอยู่ที่ 6 และ 10 หน่วยตามลำดับ ซึ่งคาดว่าจะแล้วเสร็จภายในปี 2559 แม้ว่าโครงการดังกล่าวตั้งอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับที่ตั้งโครงการ แต่คาดว่าจะไม่ใช่คู่แข่งทางตรงของโครงการ เนื่องจากเป็นที่อยู่อาศัยคนละประเภท และคาดว่าลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของ 2 โครงการดังกล่าวเป็นกลุ่มที่ต้องการซื้อที่อยู่อาศัยที่สามารถประกอบกิจการค้าขายภายในพื้นที่เดียวกัน



ภาพที่ 5.7 โครงการอาคารพาณิชย์ข้างสวนศรีโคตรบูร



ภาพที่ 5.8 โครงการทาวนโฮม ไม่มีชื่อ (ถ.พนมพนารักษ์ ซ.8)

ตารางที่ 5.6 ตารางแสดงจำนวนอุปทานในพื้นที่ในอนาคต

โครงการ	รูปแบบ	ขนาดที่ดิน (ตารางวา)	ขนาดพื้นที่ (ตาราง เมตร)	ราคา (ล้านบาท)	จำนวนหน่วย	ยอดขายต่อ เดือน	จำนวนหน่วย เหลือขาย
อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม							
บ้านเปี่ยมสุข	ทาวน์โฮม 2 ชั้น	38 – 54	120	1.9	6	อยู่ระหว่างการ ก่อสร้าง	ก่อสร้างแล้ว เสร็จ ปี 2559
Silver Land	อาคารพาณิชย์ 3 ชั้น	24	192	3.29	6	อยู่ระหว่างการ ก่อสร้าง	ก่อสร้างแล้ว เสร็จ ปี 2559
อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม							
ทาวน์โฮม ไม่มีชื่อ ถ.พนมพนารักษ์ ซ.8	ทาวน์โฮม 2 ชั้น	20	120	2.5	6	อยู่ระหว่างการ ก่อสร้าง	ก่อสร้างแล้ว เสร็จ ปี 2559
อาคารพาณิชย์ ข้างสวนศรีโคตรบูร	อาคารพาณิชย์ 2.5 ชั้น	18	120	3.0	10	อยู่ระหว่างการ ก่อสร้าง	ก่อสร้างแล้ว เสร็จ ปี 2559

5.2.2.3 ปริมาณบ้านเช่า และอพาร์ทเมนท์ให้เช่า

จากการสำรวจปริมาณบ้านเช่าในพื้นที่อำเภอธาตุพนมพบว่า มีบ้านให้เช่าราคา 2,500 – 4,500 บาท ขึ้นอยู่กับสภาพของตัวบ้าน แต่มีจำนวนไม่มากนัก และคนส่วนใหญ่เป็นคนในพื้นที่ความต้องการเช่าบ้านจึงมีอยู่ในระดับต่ำ ในส่วนของอพาร์ทเมนท์ให้เช่าในพื้นที่อำเภอธาตุพนมพบว่า มีอพาร์ทเมนท์ให้เช่าจำนวน 1 โครงการ มีห้องพัก 30 ห้อง โดยกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นนักศึกษา

5.2.3 การวิเคราะห์จุดเด่น จุดด้อย โอกาส และข้อจำกัด (SWOT Analysis)

5.2.3.1 จุดเด่น (Strengths)

- ทำเลใจกลางเมืองอำเภอธาตุพนม ที่ตั้งโครงการตั้งอยู่ในเขตเทศบาลตำบลธาตุพนม มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วน ทั้งสวนสาธารณะ สถานที่ออกกำลังกาย ตลาด โรงเรียน และอื่นๆ

- แบบบ้านสวยงาม ทันสมัยและรูปแบบการใช้งานพื้นที่ใช้สอย ตรงกับความต้องการของลูกค้า

- ให้พื้นที่สวนหย่อม/พื้นที่สีเขียวในโครงการถึงกว่า 10% ให้ความร่มรื่นในโครงการ

5.2.3.2 จุดด้อย (Weaknesses)

- ผู้ประกอบการไม่มีประสบการณ์ในการพัฒนาโครงการหมู่บ้านจัดสรรมาก่อน

- รูปร่างที่ดินมีส่วนให้การแบ่งผังโครงการมีพื้นที่ดินส่วนเกินในหลายแปลง

5.2.3.3 โอกาส (Opportunities)

- โครงการบ้านจัดสรรแห่งแรกในอำเภอธาตุพนม คู่แข่งในพื้นที่ยังมีน้อย และเป็นคนละประเภททำให้การแข่งขันทางการตลาดต่ำ

- คนในพื้นที่มีความต้องการที่อยู่อาศัยในระดับหนึ่ง อีกทั้งเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีศักยภาพและมีกำลังซื้อ

- ผู้ประกอบการเป็นคนในพื้นที่ เป็นครอบครัวเก่าแก่ในพื้นที่ และเป็นที่ยอมรับจากคนหมู่มากในพื้นที่

- กลุ่มลูกค้าเป้าหมายส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นข้าราชการ อาจทำให้มีโอกาสสูงในการการกู้สินเชื่อ และอาจได้ดอกเบี้ยและเงื่อนไขพิเศษกว่าบุคคลธรรมดาในบางธนาคาร

5.2.3.4 ข้อจำกัด (Threats)

- คนในพื้นที่มีรายได้ครัวเรือนในระดับต่ำ-ปานกลาง ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร ผู้ประกอบการจึงต้องเลือกกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเฉพาะกลุ่มที่เป็นผู้มีศักยภาพ และมีกำลังซื้อ
- พื้นที่โครงการอยู่ในต่างจังหวัดที่มีระยะทางไกล อาจส่งผลให้ต้นทุนสูงขึ้นจากการขนส่งวัสดุก่อสร้าง หรือวัสดุก่อสร้างในพื้นที่อาจมีราคาสูงกว่า

5.3 แผนการตลาด (Marketing Plan)

5.3.1 การกำหนดกลยุทธ์ STP (STP Strategy)

5.3.1.1 การแบ่งส่วนการตลาด (Market Segmentation)

จากกาสำรวจตลาดความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยในพื้นที่อำเภอหาดุพนม จังหวัดนครพนม สามารถนำมาพิจารณาเพื่อแบ่งส่วนการตลาดโดยใช้ปัจจัยหลักจากเกณฑ์รายได้ของกลุ่มตัวอย่างที่คาดว่าจะจะเป็นลูกค้าเป้าหมาย ดังนี้

ตารางที่ 5.7 ตารางแสดง Market Segmentation ตามเกณฑ์รายได้

รายได้ครัวเรือน (ต่อเดือน)	สัดส่วนจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด (250 คน)	สัดส่วนจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่มีความสนใจโครงการและมีความต้องการซื้อ (88 คน)
ไม่มีรายได้	2.4 %	1.1 %
ต่ำกว่า 20,000 บาท	26.8 %	19.3 %
20,000 – 40,000 บาท	45.2 %	52.3 %
40,001 – 60,000 บาท	15.6 %	15.9 %
60,001 – 80,000 บาท	2.0 %	1.1 %
80,000 – 100,000 บาท	5.6 %	9.1 %
มากกว่า 100,000 บาท	2.4 %	1.1 %
	100%	100%

โดยทางโครงการเลือก Segment รายได้ของกลุ่มลูกค้าที่มีระดับรายได้ 20,000 – 40,000 บาท เนื่องจากเป็นกลุ่มเป้าหมายขนาดใหญ่ที่สุด และมีรายได้ที่แน่นอน มีศักยภาพในการซื้อและผ่อนชำระในระดับราคาที่อยู่อาศัย 1.3 – 2.6 ล้านบาท อีกทั้งกลุ่มตัวอย่างมี

ความต้องการที่撲กาศัยจริง โดยอุปทานในพื้นที่ที่จะตอบสนองความต้องการของอุปสงค์นั้นเป็นคนละประเภท จึงถือว่ามีการแข่งขันในตลาดต่ำ

5.3.1.2 การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Market Targeting)

การพัฒนาโครงการจะใช้กลยุทธ์สังหาริมทรัพย์ประเภทเดียวสำหรับลูกค้ากลุ่มเดียว (Single segment – Single use) เนื่องจากพื้นที่โครงการไม่ใหญ่มากนัก และเพื่อให้่ง่ายต่อการบริหารและการตลาด โดยมีลักษณะของกลุ่มเป้าหมายของโครงการ สามารถอธิบายได้ตามปัจจัยต่างๆ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5.8 ตารางแสดง Market Targeting

ปัจจัย	ตัวแปร	การแบ่งส่วนการตลาดของลูกค้า
1. เกณฑ์ทางประชากรศาสตร์ (Demographic)	1. เพศ 2. อายุ 3. สถานภาพ 4. อาชีพ	- ชาย – หญิง - 26 – 60 ปี - โสด - สมรส - ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ - ลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน
2. เกณฑ์ด้านรายได้ (Income)	5. รายได้	- เป็นผู้ม้รายได้ 20,000 – 40,000 บาท
3. เกณฑ์ทางภูมิศาสตร์ (Geographic)	6. ภูมิลำเนา 7. ที่ทำงาน	- เป็นผู้ม้ภูมิลำเนาในพื้นที่อำเภอธาตุพนมหรือในจังหวัดนครพนม หรือย้ายมาอาศัยอยู่ในพื้นที่ - เป็นผู้ม้ทำงานในพื้นที่อำเภอธาตุพนม และพื้นที่อำเภออื่นๆ ของจังหวัดนครพนม

ตารางที่ 5.8 ตารางแสดง Market Targeting (ต่อ)

ปัจจัย	ตัวแปร	การแบ่งส่วนการตลาดของลูกค้า
4. เกณฑ์ด้านจิตวิทยา (Psychographic)	8. วิธีการดำเนินชีวิต 9. ทักษะคิดในการเลือกซื้อที่อยู่อาศัย	- อาศัยอยู่บ้านเดิมของบิดา-มารดา/บรรพบุรุษ เป็นครอบครัวใหญ่ จำนวนสมาชิกมาก ต้องการขยายที่อยู่อาศัย - มีความต้องการที่อยู่อาศัยเพื่อต้องการแต่งงาน/แยกครอบครัว - มีบ้านเดิมในอำเภอธาตุพนมอยู่แล้ว ต้องการซื้อบ้านหลังที่2 เก็บไว้ หรือมีบ้านเดิมในพื้นที่อื่น และต้องการซื้อบ้านที่อำเภอธาตุพนมด้วยเหตุผลของการทำงานในพื้นที่อำเภอธาตุพนม - มีความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยในระยะเวลานับปี - มีความต้องการที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยว - ชอบบ้านสไตล์ร่วมสมัย
5. เกณฑ์ด้านวัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objective to buy)	10. วัตถุประสงค์ในการซื้อที่อยู่อาศัย	- เพื่อแต่งงาน/แยกครอบครัว - ต้องการที่อยู่อาศัยเป็นสัดส่วน/ขยายที่อยู่อาศัย - ซื้อเก็บไว้เพื่อเป็นบ้านพักหลังที่ 2

5.3.1.3 การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (Market Positioning)

เนื่องจากในพื้นที่อำเภอธาตุพนมยังไม่มีโครงการบ้านจัดสรรในพื้นที่ มีเพียงคู่แข่งที่เป็นรูปแบบตึกแถว บ้านแถว หรืออาคารพาณิชย์เท่านั้น รูปแบบโครงการและผลิตภัณฑ์ของโครงการจึงถือว่ามีโดดเด่นกว่าคู่แข่งอื่นๆ ในพื้นที่ ผู้ศึกษาจึงจะมุ่งเน้นการกำหนดตำแหน่งทางการตลาดทางด้านผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างเป็นจุดขายของโครงการ ดังนี้

- โครงการบ้านจัดสรรแห่งแรกในอำเภอธาตุพนม
- ทำเลทองใจกลางเมืองในเขตเทศบาล ใกล้เคียงพระราชธาตุพนม แหล่ง

การค้า และแหล่งชุมชน

- บ้านเดี่ยวสไตล์ร่วมสมัย พื้นที่ใช้สอยเต็มสำหรับทุกการใช้งาน ตอบ
โจทย์ความต้องการของคนในพื้นที่อำเภอธาตุพนมในราคาที่เอื้อมถึงได้

5.3.2 การกำหนดส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mixes: 4P's)

5.3.2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

จากการวิเคราะห์ผลการวิจัยตลาดเรื่องความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยในพื้นที่อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนมในด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่คาดว่าจะเป็
ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายมีที่อยู่อาศัยเดิมในรูปแบบบ้านเดี่ยวกว่า 90% และยังคงมีความต้องการที่อยู่
อาศัยใหม่ในรูปแบบบ้านเดี่ยวเช่นเดิมถึง 90% และกลุ่มตัวอย่างที่คาดว่าจะเป็ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย
ยังมีความต้องการรูปแบบการใช้งานพื้นที่ใช้สอยในรูปแบบบ้านเดี่ยว 2 ชั้น ขนาด 3 ห้องนอน 2
ห้องน้ำ และที่จอดรถ 1 คัน

เพื่อให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของโครงการมีประสิทธิภาพและตอบสนอง
ความต้องการของผู้บริโภคในพื้นที่ให้มากที่สุด ทางผู้ประกอบการจึงนำข้อมูลจากการวิจัยตลาด
ดังกล่าว มาเป็นฐานข้อมูลในการออกแบบผลิตภัณฑ์ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ในรูปแบบดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5.9 ตารางแสดงรายละเอียดผลิตภัณฑ์

รายการ	รายละเอียด
1. ประเภท	บ้านเดี่ยว
2. รูปแบบสถาปัตยกรรม	สไตล์ร่วมสมัย (Contemporary Style)
3. เนื้อที่ดินมาตรฐาน	52 ตารางวา
4. ขนาดตัวบ้าน	8.6 x 10.3 เมตร
5. พื้นที่ใช้สอยในตัวบ้าน	107.5 ตารางเมตร
6. การใช้ประโยชน์	3 ห้องนอน 1 ห้องแต่งตัว 2 ห้องน้ำ 1 ห้องรับแขก/นั่งเล่น 1 ที่จอดรถ
7. สิ่งอำนวยความสะดวก	สวนหย่อม/พื้นที่สีเขียวในโครงการ



ภาพที่ 5.9 แบบบ้านของโครงการ



ภาพที่ 5.10 ผังโครงการ



ภาพที่ 5.11 Floor Plan ชั้น 1 และ ชั้น 2

5.3.2.2 ด้านราคา (Price)

การกำหนดราคาขายจะใช้กลยุทธ์แนวระดับราคา (Price Lining) ซึ่งจะตั้งราคามาตรฐานกับแปลงที่ดินมาตรฐาน และราคาจะแปรผันตามขนาดที่ดินที่ เพื่อให้ลูกค้ามีโอกาสเลือกขนาดที่ดินตามความต้องการของลูกค้าแต่ละราย โดยบ้านเดี่ยวพื้นที่ใช้สอย 107.5 ตารางเมตร บนพื้นที่ดินขนาดมาตรฐาน 52 ตารางวา อยู่ที่ราคา 2,475,000 บาท พื้นที่ดินส่วนเกินคิดเพิ่มตารางวาละ 17,000 บาท ซึ่งอยู่ในระดับราคาที่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของโครงการมีความสามารถในการซื้อได้ อีกทั้งยังมีการปรับใช้กลยุทธ์การให้ส่วนลด (Discount Pricing) เพื่อช่วยล่อใจลูกค้าและกระตุ้นยอดขายในช่วงที่มีกิจกรรมส่งเสริมการขายอีกด้วย

ตารางที่ 5.10 ตารางแสดงรายละเอียดด้านราคา

ขนาด ที่ดิน (ตร.วา)	พื้นที่ ก่อสร้าง	ราคาขายแปลง มาตรฐาน (บาท/แปลง)	ราคาขายที่ดิน ส่วนเกิน (บาท/ตารางวา)	ราคาขายเฉลี่ยทั้ง โครงการ (บาท/แปลง)
52.00	107.50	2,475,000.00	17,000.00	2,534,682.14

ตารางที่ 5.11 ตารางแสดงราคาขายรายแปลง

แปลงที่	ขนาดที่ดิน (ตร.ม.)	ขนาดที่ดิน (ตร.วา)	ที่ดินมาตรฐาน (ตร.วา)	ที่ดินส่วนเกิน (ตร.วา)	สัดส่วนที่ดิน (%)	พื้นที่ก่อสร้าง (ตร.ม.)	ราคาขายต่อหน่วย	ราคาประกาศขาย	ราคาขายที่ดิน ส่วนเกิน	ราคาขาย
1	208.00	52.00	52.00	-	1.76%	100.00	2,474,208.07	2,475,000.00	-	2,475,000.00
2	208.00	52.00	52.00	-	1.76%	100.00	2,474,208.07	2,475,000.00	-	2,475,000.00
3	260.00	65.00	52.00	13.00	2.19%	100.00	2,689,635.09	2,475,000.00	221,000.00	2,696,000.00
4	208.00	52.00	52.00	-	1.76%	100.00	2,474,208.07	2,475,000.00	-	2,475,000.00
5	208.00	52.00	52.00	-	1.76%	100.00	2,474,208.07	2,475,000.00	-	2,475,000.00
6	208.00	52.00	52.00	-	1.76%	100.00	2,474,208.07	2,475,000.00	-	2,475,000.00
7	208.00	52.00	52.00	-	1.76%	100.00	2,474,208.07	2,475,000.00	-	2,475,000.00
8	218.00	54.50	52.00	2.50	1.84%	100.00	2,515,636.35	2,475,000.00	42,500.00	2,517,500.00
9	208.00	52.00	52.00	-	1.76%	100.00	2,474,208.07	2,475,000.00	-	2,475,000.00
10	226.60	56.65	52.00	4.65	1.91%	100.00	2,551,264.66	2,475,000.00	79,050.00	2,554,050.00
11	208.00	52.00	52.00	-	1.76%	100.00	2,474,208.07	2,475,000.00	-	2,475,000.00
12	208.00	52.00	52.00	-	1.76%	100.00	2,474,208.07	2,475,000.00	-	2,475,000.00
13	208.00	52.00	52.00	-	1.76%	100.00	2,474,208.07	2,475,000.00	-	2,475,000.00
14	255.60	63.90	52.00	11.90	2.16%	100.00	2,671,406.65	2,475,000.00	202,300.00	2,677,300.00
15	308.80	77.20	52.00	25.20	2.61%	100.00	2,891,805.06	2,475,000.00	428,400.00	2,903,400.00
16	265.00	66.25	52.00	14.25	2.24%	100.00	2,710,349.23	2,475,000.00	242,250.00	2,717,250.00
17	204.00	51.00	52.00	- 1.00	1.72%	100.00	2,457,636.76	2,475,000.00	-17,000.00	2,458,000.00
18	207.80	51.95	52.00	- 0.05	1.75%	100.00	2,473,379.51	2,475,000.00	-850.00	2,474,150.00
19	208.40	52.10	52.00	0.10	1.76%	100.00	2,475,865.20	2,475,000.00	1,700.00	2,476,700.00
20	208.00	52.00	52.00	-	1.76%	100.00	2,474,208.07	2,475,000.00	-	2,475,000.00

ตารางที่ 5.11 ตารางแสดงราคาขายรายแปลง (ต่อ)

แปลงที่	ขนาดที่ดิน (ตร.ม.)	ขนาดที่ดิน (ตร.วา)	ที่ดินมาตรฐาน (ตร.วา)	ที่ดินส่วนเกิน (ตร.วา)	สัดส่วนที่ดิน (%)	พื้นที่ก่อสร้าง (ตร.ม.)	ราคาขายต่อหน่วย	ราคาประกาศขาย	ราคาขายที่ดิน ส่วนเกิน	ราคาขาย
21	208.00	52.00	52.00	-	1.76%	100.00	2,474,208.07	2,475,000.00	-	2,475,000.00
22	208.00	52.00	52.00	-	1.76%	100.00	2,474,208.07	2,475,000.00	-	2,475,000.00
23	220.80	55.20	52.00	3.20	1.86%	100.00	2,527,236.26	2,475,000.00	54,400.00	2,529,400.00
24	220.80	55.20	52.00	3.20	1.86%	100.00	2,527,236.26	2,475,000.00	54,400.00	2,529,400.00
25	220.80	55.20	52.00	3.20	1.86%	100.00	2,527,236.26	2,475,000.00	54,400.00	2,529,400.00
26	220.80	55.20	52.00	3.20	1.86%	100.00	2,527,236.26	2,475,000.00	54,400.00	2,529,400.00
27	244.00	61.00	52.00	9.00	2.06%	100.00	2,623,349.85	2,475,000.00	153,000.00	2,628,000.00
28	209.80	52.45	52.00	0.45	1.77%	100.00	2,481,665.16	2,475,000.00	7,650.00	2,482,650.00
29	213.00	53.25	52.00	1.25	1.80%	100.00	2,494,922.21	2,475,000.00	21,250.00	2,496,250.00
30	231.20	57.80	52.00	5.80	1.95%	100.00	2,570,321.67	2,475,000.00	98,600.00	2,573,600.00
31	265.70	66.43	52.00	14.43	2.24%	100.00	2,713,249.21	2,475,000.00	245,225.00	2,720,225.00
32	216.00	54.00	52.00	2.00	1.82%	100.00	2,507,350.69	2,475,000.00	34,000.00	2,509,000.00
33	224.00	56.00	52.00	4.00	1.89%	100.00	2,540,493.31	2,475,000.00	68,000.00	2,543,000.00
34	218.40	54.60	52.00	2.60	1.84%	100.00	2,517,293.48	2,475,000.00	44,200.00	2,519,200.00
35	208.00	52.00	52.00	-	1.76%	100.00	2,474,208.07	2,475,000.00	-	2,475,000.00
รวม	7,771.50	1,942.88	1,820.00	122.88	65.58%	3,500.00	88,633,482.14	86,625,000.00	2,088,875.00	88,713,875.00
เฉลี่ย	222.04	55.51	52.00	3.51	1.87%	100.00	2,532,385.20	2,475,000.00	59,682.14	2,534,682.14

5.3.2.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ช่องทางการจัดจำหน่ายจะประกอบด้วย 2 ส่วนหลักคือ

1. สำนักงานขาย โดยใช้พนักงานขายประจำโครงการจำนวน 3 คน โดยพนักงานขายจะต้องให้การต้อนรับ และให้ข้อมูลแก่ลูกค้าที่เข้าเยี่ยมชมโครงการ โดยต้องแนะนำผลิตภัณฑ์ และนำเสนอรายละเอียดต่างๆที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ พร้อมพาลูกค้าเยี่ยมชมโครงการ

2. ช่องทางทางอินเทอร์เน็ต โดยจะสร้าง Website และ Facebook page ของโครงการเพื่อเป็นช่องทางประชาสัมพันธ์โครงการ บอกรายละเอียดโครงการทั้งด้านผลิตภัณฑ์และราคา และเพิ่มช่องทางการติดต่อกับลูกค้า

5.3.2.4 ด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ในส่วนของกิจกรรมส่งเสริมการตลาด จะเน้นการตลาดกับลูกค้าในพื้นที่ มีจุดประสงค์หลักเพื่อให้โครงการเป็นที่รู้จักแก่ลูกค้าในพื้นที่ (Brand awareness) โดยจะใช้เครื่องมือส่งเสริมการตลาด 3 อย่าง ดังต่อไปนี้ คือ

1. การตลาดทางตรง (Direct marketing)
2. การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ (Advertising and public relation)
3. การส่งเสริมการขาย (Sale promotion)

1. การตลาดทางตรง (Direct marketing)

การตลาดทางตรง (Direct marketing) จะเป็นการใช้พนักงานขายโดยตรง และคาดว่าจะเป็เครื่องมือที่จะส่งผลต่อยอดขายสูงสุด โดยได้กำหนดแนวทางปฏิบัติไว้ ดังนี้

1. โครงการจะใช้พนักงานขาย ทั้งหมด 3 คน ประกอบด้วย หัวหน้าฝ่ายการตลาด 1 ตำแหน่ง และพนักงานขายหน้าโครงการอีก 2 ตำแหน่ง โดยจะใช้งบประมาณประมาณ 75,000 บาทต่อเดือน

2. พนักงานขายมีหน้าที่ให้บริการลูกค้า ให้การต้อนรับ และให้ข้อมูลแก่ลูกค้าที่เข้าเยี่ยมชมโครงการ โดยต้องแนะนำผลิตภัณฑ์ และนำเสนอรายละเอียดต่างๆที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ พร้อมพาลูกค้าเยี่ยมชมโครงการ อีกทั้งยังต้องดูแลรับผิดชอบเกี่ยวกับเอกสารและการรับเงินจากการจอง และการทำสัญญา พร้อมทั้งประสานงานกับลูกค้าในการแนะนำการขอสินเชื่อ การติดตามเรื่องเอกสาร สัญญา และการชำระค่ามัดจำลูกค้าเมื่อถึงกำหนดเวลา และต้องเป็นผู้ดูแลความเรียบร้อยและผู้ประสานงานกับฝ่ายต่างๆ ในโครงการ

2. การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ (Advertising and public relation)

การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ (Advertising and public relation) จะมุ่งเน้นไปที่การทำการตลาดเชิงรุกโดยใช้สื่อโฆษณานอกที่พักอาศัยเพื่อให้ลูกค้าในพื้นที่รับรู้ถึงตัวโครงการและเข้าถึงโครงการได้ง่ายยิ่งขึ้น โดยจะใช้เครื่องมือดังต่อไปนี้

1. ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ (Billboard)

- ป้ายโฆษณา ขนาด 5 x 20 เมตร และ 2 x 5 เมตร
- ติดตั้ง 1 จุด หน้าโครงการ และหน้าตลาดสดเทศบาลธูปพนม
- ราคา 30,000 บาท
- ตั้งแต่เริ่มการก่อสร้างโครงการ
- เพื่อให้ลูกค้ารู้จักตราสินค้า และรู้จักโครงการ โดยมุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์กับลูกค้าในพื้นที่ที่มีการสัญจรผ่านหน้าโครงการ และอาศัยอยู่บริเวณโดยรอบ

2. สื่อป้ายโฆษณา (Signboard)

- ป้ายโฆษณา ขนาด 1 x 2 เมตร
 - ติดตั้ง 50 จุด ในรัศมี 5 กิโลเมตรรอบโครงการบนถนนสายหลัก
- ราคา 25,000 บาท เปลี่ยนป้าย 6 เดือน/ครั้ง รวมประมาณ 5 ชุด เป็นเงิน 125,000 บาท
- ตั้งแต่เริ่มโครงการ
- ใช้เป็นป้ายโฆษณา และป้ายบอกทางมายังพื้นที่โครงการ เพื่อให้ลูกค้ารับรู้ถึงโครงการ และเข้าถึงโครงการได้อย่างถูกต้อง

3. แผ่นพับ/ใบปลิว (Brochure)

- ใบปลิว ขนาด A4 พิมพ์ 4 สี 2 ด้าน
- จำนวน 20,000 แผ่น สำหรับแจกตอนออกบูธประชาสัมพันธ์และผู้มาเยี่ยมชมโครงการ

- ราคา 14,000 บาท

- แจกตลอดระยะเวลาโครงการ

4. จุดประชาสัมพันธ์ (Mobile booth)

- บูธประชาสัมพันธ์โครงการทุกๆ 3 เดือนตลอดระยะเวลาโครงการ
- ใช้พนักงานขายเพื่อต้อนรับ แจกเอกสารประชาสัมพันธ์ และให้ข้อมูลลูกค้าจำนวน 2 คน

- ค่าเช่าพื้นที่ครั้งละ 10,000 บาท ประมาณ 10 ครั้งตลอดระยะเวลาโครงการ เป็นเงิน 100,000 บาท

5. รถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ (Mobile Ads)

- ป้ายอิงค์เจ็ท ขนาด 1.20 X 2.40 เมตร ติดข้างรถโฆษณา 2 ข้าง ข้างละ 1,000 บาท/ผืน ใช้ 2 ด้าน ซ้าย – ขวา ราคา 2,000 บาท/คัน/วัน (จ่ายครั้งเดียว)

- สปอร์ตโฆษณารวมเสียงและซาวด์ ราคาชุดละ 3,000 บาท (จ่ายครั้งเดียว)

- ค่าบริการรถประชาสัมพันธ์ ชั่วโมงละ 300 บาท วันละ 5 ชั่วโมง เป็นเงิน 1,500 บาทต่อวัน เดือนละ 7 วัน 2 เดือน/ครั้ง ตลอดระยะเวลาโครงการ รวมแล้วประมาณ 10 ครั้ง เป็นเงิน 105,000 บาท

- รวมค่าใช้จ่าย 110,000 บาท ตลอดระยะเวลาโครงการ

- เพื่อให้เข้าถึงลูกค้าที่อยู่ในหมู่บ้านต่างๆ ในพื้นที่อำเภอหาดุพนมได้รับรู้ถึงการเปิดตัวโครงการ

6. สร้าง Website และ Facebook page ของโครงการ

- สร้าง Website ของโครงการเพื่อประชาสัมพันธ์โครงการ บอกรายละเอียดโครงการทั้งด้านผลิตภัณฑ์และราคา

- สร้าง Facebook page ของโครงการ เพื่อเพิ่มช่องทางการติดต่อกับลูกค้า และเป็นช่องทางสำหรับการอัปเดตข้อมูลข่าวสารโครงการ

- ราคาจ้างทำ Website และ Facebook page ของโครงการ 20,000 บาท (ตลอดระยะเวลาโครงการ)

3. การส่งเสริมการขาย (Sale promotion)

การส่งเสริมการขาย ประกอบด้วยกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการกระตุ้นยอดขาย โดยจะจัดกิจกรรมใน Pre-Sale เริ่มตั้งแต่วันเปิดตัวโครงการ Grand Opening Day ระยะเวลากิจกรรม 1 เดือน มีกิจกรรมดังนี้

1. ส่วนลดเงินสด สำหรับผู้ที่จองในระยะเวลากิจกรรม จำนวน 20,000 บาท

2. ฟรีของสมนาคุณ สำหรับผู้ที่จองในระยะเวลากิจกรรม มูลค่า 50,000 บาท

3. ฟรีค่าธรรมเนียมการโอน สำหรับลูกค้าทั้งโครงการ

โดยวันเปิดตัวโครงการ (Grand Opening Day) จะจัดขึ้นในเดือนที่ 5 เมื่อเริ่มมีการก่อสร้าง กำหนดงบประมาณสำหรับการจัดงานเปิดตัวโครงการประมาณ 200,000 บาท ภายในงานจะมีพนักงานขายคอยให้ข้อมูลโครงการ มีเจ้าหน้าที่สินเชื่อจากธนาคารให้คำปรึกษาเรื่องการขอสินเชื่อ โดยในวันเปิดตัวโครงการต้องจัดเตรียมสถานที่รองรับลูกค้า เตรียมของชำร่วยสำหรับแจกผู้ที่มาร่วมงาน ติดตั้งระบบเสียงเพื่อการประชาสัมพันธ์และเปิดเพลง แจกใบปลิวเพื่อให้ข้อมูลโครงการ และจัดทำ Model บ้านจำลองไว้ที่สำนักงานขาย



บทที่ 6

การวิเคราะห์ทางการเงิน (Financial Analysis)

6.1 เกณฑ์ที่ใช้ในการวัดความสำเร็จของโครงการ

การวิเคราะห์ทางการเงินเพื่อพิจารณาผลตอบแทนการลงทุนของโครงการในการศึกษาครั้งนี้ จะใช้วิธีส่วนลดกระแสเงินสด หรือ Discounted Cash Flow โดยมีเกณฑ์ที่ใช้วัดความสำเร็จของโครงการ เพื่อนำมาใช้ประกอบการตัดสินใจลงทุน ดังนี้

1. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value, NPV)
2. อัตราผลตอบแทนในการลงทุน (Internal Rate of Return, IRR)
3. ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)

6.2 สมมติฐานประกอบการวิเคราะห์ทางการเงิน

6.2.1 สมมติฐานด้านการลงทุนและรายจ่ายของโครงการ

6.2.1.1 รูปแบบโครงการ

	พื้นที่ (ตารางวา)		สัดส่วนที่ดิน	
พื้นที่ทั้งหมด 7-1-62.8 ไร่ หรือ	2,962.80	ตารางวา	100.00%	
พื้นที่ขาย (แปลงมาตรฐาน)	1,820.00	ตารางวา	61.43%	ของพื้นที่ทั้งหมด
พื้นที่ขาย (ที่ดินส่วนเกิน)	122.88	ตารางวา	4.15%	ของพื้นที่ทั้งหมด
พื้นที่ขายทั้งหมด	1,942.88	ตารางวา	65.58%	ของพื้นที่ทั้งหมด
พื้นที่สวนสาธารณะ	292.40	ตารางวา	9.87%	ของพื้นที่ทั้งหมด
พื้นที่ก่อสร้างสาธารณูปโภคและ สาธารณูปการ	727.53	ตารางวา	24.56%	ของพื้นที่ทั้งหมด

โครงการหมู่บ้านจัดสรรบนที่ดิน 7-1-62.8 ไร่ (2,962.80 ตารางวา) ในรูปแบบบ้านเดี่ยว 2 ชั้น ในสไตล์ร่วมสมัย พื้นที่ใช้สอย 107.5 ตารางเมตร มีจำนวนหน่วยขาย 35 หน่วย การพัฒนาโครงการใช้เวลาประมาณ 16 เดือน โดยแบ่งเป็น 2 ช่วง ดังนี้

1. ช่วงก่อนการก่อสร้าง (Pre-construction stage) ใช้ระยะเวลาประมาณ 4 เดือน เนื่องจากที่ดินที่ทำการศึกษาคือที่ดินดั้งเดิมของครอบครัวผู้ศึกษาจึงสามารถยื่นระยะเวลาในขั้นตอนการซื้อที่ดินได้ อีกทั้งที่ดินดังกล่าวเป็นที่ดินที่ถมแล้วจึงต้องทำการปรับเตรียม

หน้าดินเพื่อรอกการก่อสร้างเท่านั้น ในขั้นตอนนี้จะทำควบคู่ไปกับการหาที่ปรึกษาโครงการ ศึกษาความเป็นไปได้ ออกแบบ และติดต่อขออนุญาตกับทางหน่วยงานราชการ

2. ช่วงระหว่างการก่อสร้าง (Construction stage) ใช้ระยะเวลาประมาณ 12 เดือน เนื่องจากเป็นโครงการขนาดเล็ก และมีจำนวนหน่วยขายเพียง 35 หน่วยเท่านั้น จึงจะทำการก่อสร้างระบบสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ พร้อมกันนั้นก็จะเริ่มต้นการก่อสร้างอาคารสิ่งปลูกสร้างประเภทบ้านเดี่ยว งดละ 4 หน่วย จำนวน 8 งด และงดสุดท้ายงดที่ 9 อีกจำนวน 3 หน่วยใช้เวลาทั้งสิ้น 12 เดือน

ตารางที่ 6.1 ตารางแสดงการใช้ที่ดินรายแปลง

	ขนาดที่ดิน (ตร.ม.)	ขนาดที่ดิน (ตร.วา)	สัดส่วนที่ดิน (%)	พื้นที่ก่อสร้างต่อ		
				หลัง (ตร.ม.)		
พื้นที่ทั้งหมด	11,851.20	2,962.80	100%	107.50		
แปลงที่	ขนาดที่ดิน (ตร.ม.)	ขนาดที่ดิน (ตร.วา)	ที่ดินมาตรฐาน (ตร.วา)	ที่ดินส่วนเกิน (ตร.วา)	สัดส่วนที่ดิน (%)	พื้นที่ก่อสร้าง (ตร.ม.)
1	208.00	52.00	52.00	-	1.76%	107.50
2	208.00	52.00	52.00	-	1.76%	107.50
3	260.00	65.00	52.00	13.00	2.19%	107.50
4	208.00	52.00	52.00	-	1.76%	107.50
5	208.00	52.00	52.00	-	1.76%	107.50
6	208.00	52.00	52.00	-	1.76%	107.50
7	208.00	52.00	52.00	-	1.76%	107.50
8	218.00	54.50	52.00	2.50	1.84%	107.50
9	208.00	52.00	52.00	-	1.76%	107.50
10	226.60	56.65	52.00	4.65	1.91%	107.50
11	208.00	52.00	52.00	-	1.76%	107.50
12	208.00	52.00	52.00	-	1.76%	107.50
13	208.00	52.00	52.00	-	1.76%	107.50
14	255.60	63.90	52.00	11.90	2.16%	107.50
15	308.80	77.20	52.00	25.20	2.61%	107.50
16	265.00	66.25	52.00	14.25	2.24%	107.50
17	204.00	51.00	52.00	- 1.00	1.72%	107.50
18	207.80	51.95	52.00	- 0.05	1.75%	107.50
19	208.40	52.10	52.00	0.10	1.76%	107.50
20	208.00	52.00	52.00	-	1.76%	107.50
21	208.00	52.00	52.00	-	1.76%	107.50
22	208.00	52.00	52.00	-	1.76%	107.50

ตารางที่ 6.1 ตารางแสดงการใช้ที่ดินรายแปลง (ต่อ)

แปลงที่	ขนาดที่ดิน (ตร.ม.)	ขนาดที่ดิน (ตร.วา)	ที่ดินมาตรฐาน (ตร.วา)	ที่ดินส่วนเกิน (ตร.วา)	สัดส่วนที่ดิน (%)	พื้นที่ก่อสร้าง (ตร.ม.)
23	220.80	55.20	52.00	3.20	1.86%	107.50
24	220.80	55.20	52.00	3.20	1.86%	107.50
25	220.80	55.20	52.00	3.20	1.86%	107.50
26	220.80	55.20	52.00	3.20	1.86%	107.50
27	244.00	61.00	52.00	9.00	2.06%	107.50
28	209.80	52.45	52.00	0.45	1.77%	107.50
29	213.00	53.25	52.00	1.25	1.80%	107.50
30	231.20	57.80	52.00	5.80	1.95%	107.50
31	265.70	66.43	52.00	14.43	2.24%	107.50
32	216.00	54.00	52.00	2.00	1.82%	107.50
33	224.00	56.00	52.00	4.00	1.89%	107.50
34	218.40	54.60	52.00	2.60	1.84%	107.50
35	208.00	52.00	52.00	-	1.76%	107.50
รวม	7,771.50	1,942.88	1,820.00	122.88	65.58%	3,762.50
เฉลี่ย	222.04	55.51	52.00	3.51	1.87%	107.50

6.2.1.2 ต้นทุนและรายจ่ายในการพัฒนาโครงการ

ต้นทุนการพัฒนาโครงการ แบ่งออกเป็น 4 ส่วนหลัก ดังนี้

1. ต้นทุนค่าที่ดิน

ที่ดิน 7-1-62.8 ไร่ หรือ 2,962.8 ตารางวา ราคาซื้อขายเทียบเคียงราคาตลาดในปัจจุบันซึ่งสูงกว่าราคาประเมินทางราชการ ราคาตารางวาละ 5,000 บาท หรือ 2,000,000 บาทต่อไร่ เป็นเงิน 14,814,000 บาท

2. ต้นทุนค่าก่อสร้างและพัฒนาโครงการ

ต้นทุนค่าก่อสร้างและพัฒนาโครงการ ประกอบด้วยต้นทุนค่าพัฒนาสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ ได้แก่ รั้วรอบโครงการ ถนนคอนกรีตและระบบบำบัดน้ำเสีย ระบบไฟฟ้าและโทรศัพท์พื้นฐาน ระบบน้ำประปา ค่าก่อสร้างประตูทางเข้าโครงการและป้อมรักษาความปลอดภัย และก่อสร้างสำนักงานขาย/สำนักงานนิติบุคคล อีกทั้งต้นทุนพัฒนาอื่นๆ เช่น ค่าที่ปรึกษา ค่าศึกษาความเป็นไปได้ก่อนการพัฒนาโครงการ ค่าบริหารงานก่อสร้าง ค่าใช้จ่ายดำเนินการขออนุญาต และค่าใช้จ่ายพิเศษ ในส่วนของค่าก่อสร้างสิ่งปลูกสร้างประเภทบ้านเดี่ยว 2 ชั้น ใช้ราคาประเมินของสมาคมผู้ประเมินมูลค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2558 สำหรับบ้านเดี่ยว 2-3 ชั้น

ระดับราคาต่ำ (เนื่องจากพื้นที่ศึกษาอยู่ในต่างจังหวัด คาดว่าสามารถใช้วัสดุระดับปานกลางในระดับราคาต่ำได้) คิดเป็นตารางเมตรละ 10,000 บาทของพื้นที่ก่อสร้างอาคาร

3. ต้นทุนทางการขายและการตลาด

ต้นทุนทางการขายและการตลาด จะเป็นต้นทุนประกอบช่องทางการจัดจำหน่ายและกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ทั้งในส่วนการตลาดทางตรง การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขาย คิดเป็น 3% ของมูลค่าโครงการ (มูลค่าโครงการเท่ากับ 88,713,875 บาท) เป็นเงิน 2,661,416.25 บาท

4. ต้นทุนทางการบริหาร

ต้นทุนทางการบริหารคือเงินทุนที่ใช้หมุนเวียนในโครงการ เช่น การบริหารงานโครงการ ค่าสาธารณูปโภคต่างๆระหว่างก่อสร้าง ค่าภาษีธุรกิจเฉพาะ ภาษีหัก ณ ที่จ่าย ค่าธรรมเนียมการโอนตลอดโครงการ และค่าใช้จ่ายในการประสานงานโครงการ คิดเป็น 10% ของมูลค่าโครงการ (มูลค่าโครงการเท่ากับ 88,713,875 บาท) เป็นเงิน 8,871,387.50 บาท

ตารางที่ 6.2 การประมาณการต้นทุนโครงการ

PROJECT COST ESTIMATE							
รายการ	ปริมาณ	หน่วย		ราคาต่อหน่วย		มูลค่ารวม	
1. ต้นทุนค่าที่ดิน							
ต้นทุนค่าที่ดิน	2,962.80	ตารางวา	@	5,000.00	บาท	14,814,000.00	บาท
รวมต้นทุนค่าที่ดิน						14,814,000.00	บาท
2. ต้นทุนค่าก่อสร้างและพัฒนาโครงการ							
ค่าพัฒนาสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ							
ค่ารั้วรอบโครงการ	1.00	เหมา	@	1,000,000.00	บาท	1,000,000.00	บาท
ค่าถนนคอนกรีต+ระบบบำบัดน้ำเสีย	2,910.10	ตารางเมตร	@	1,200.00	บาท	3,492,120.00	บาท
ค่าระบบไฟฟ้า+โทรศัพท์	35.00	หน่วย	@	20,000.00	บาท	700,000.00	บาท
ค่าระบบประปา	35.00	หน่วย	@	12,000.00	บาท	420,000.00	บาท
ค่าประตูทางเข้า+ป้อมยาม	1.00	เหมา	@	100,000.00	บาท	100,000.00	บาท
ค่าก่อสร้างสำนักงานขาย/สำนักงานนิติบุคคล	1.00	เหมา	@	300,000.00	บาท	300,000.00	บาท
ค่าปลูกต้นไม้และจัดสวน	1,169.60	ตารางเมตร	@	300.00	บาท	350,880.00	บาท
รวมต้นทุนค่าพัฒนาสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ						6,363,000.00	บาท
ต้นทุนค่าก่อสร้างอาคาร							
บ้านเดี่ยว	3,762.50	ตารางเมตร	@	10,000.00	บาท	37,625,000.00	บาท
ค่าเผื่อต้นทุนเกินงบประมาณ	5%	ของค่าก่อสร้างอาคาร	@	37,625,000.00		1,881,250.00	บาท
รวมต้นทุนค่าก่อสร้างอาคาร						39,506,250.00	บาท
ค่าต้นทุนพัฒนาอื่นๆ							
ค่าที่ปรึกษา+ศึกษาความเป็นไปได้	1%	ของค่าก่อสร้างอาคาร	@	39,506,250.00		395,062.50	บาท
ค่าออกแบบ	1%	ของค่าก่อสร้างอาคาร	@	39,506,250.00		395,062.50	บาท

ตารางที่ 6.2 การประมาณการต้นทุนโครงการ (ต่อ)

ค่าบริหารงานก่อสร้าง	1%	ของค่าก่อสร้างอาคาร	@	39,506,250.00		395,062.50	บาท
ค่าใช้จ่ายขออนุญาต	35.0	หน่วย	@	2,000.00		70,000.00	บาท
ค่าใช้จ่ายพิเศษ	35.0	หน่วย	@	3,000.00		105,000.00	บาท
รวมต้นทุนพัฒนาอื่นๆ						1,360,187.50	บาท
รวมต้นทุนโครงการ						62,043,437.50	บาท
ต้นทุนเฉลี่ยต่อหน่วย						1,772,669.64	บาท
ต้นทุนค่าที่ดินและค่าพัฒนาโครงการ						11,599.92	บาทต่อตารางวา
Mark up						30%	
K Factor						1.43	
มูลค่าโครงการ						88,633,482.14	บาท
ราคาขายต่อหน่วย (โดยประมาณ)						2,532,385.20	บาท
ราคาขายที่ดิน (โดยประมาณ)						16,571.31	บาท

CONSTRUCTION PLANNING			
สมมติฐานการก่อสร้าง			
ต้นทุนค่าที่ดิน (ทั้งโครงการ)		14,814,000.00	บาท
ต้นทุนค่าที่ดิน (ต่อหน่วย)		423,257.14	บาทต่อหน่วย
ต้นทุนค่าก่อสร้างและพัฒนาโครงการ (ทั้งโครงการ)		47,229,437.50	บาท
ต้นทุนค่าก่อสร้างและพัฒนาโครงการ (ต่อหน่วย)		1,349,412.50	บาทต่อหน่วย
ต้นทุน (ทั้งโครงการ)		62,043,437.50	บาท
ต้นทุนเฉลี่ย (ต่อหน่วย)		1,772,669.64	บาทต่อหน่วย
อัตราารก่อสร้าง	เริ่มต้นเดือนที่ 5	4	หน่วยต่อยูนิต
ระยะเวลาการก่อสร้าง		4	เดือนต่อยูนิต
ค่าก่อสร้างบ้านเดี่ยว		10,000.00	บาทต่อตารางเมตร
ต้นทุนค่าก่อสร้างบ้านเดี่ยว (ต่อหน่วย)		1,075,000.00	บาท
เดือนที่ 1 ของการก่อสร้าง	30%	322,500.00	บาท
เดือนที่ 2 ของการก่อสร้าง	30%	322,500.00	บาท
เดือนที่ 4 ของการก่อสร้าง	40%	430,000.00	บาท

CONSTRUCTION PLAN											
รายการ						เดือนที่ 1	เดือนที่ 2	เดือนที่ 3	เดือนที่ 4	เดือนที่ 5	เดือนที่ 6
ยอดก่อสร้างบ้าน						0	0	0	0	4	4
ยอดก่อสร้างบ้านสะสม						0	0	0	0	4	8
ยอดก่อสร้างบ้านแล้วเสร็จ						0	0	0	0	0	0
ยอดก่อสร้างบ้านแล้วเสร็จสะสม						0	0	0	0	0	0
CASH OUTFLOW											
รายการ	จำนวน	ราคาต่อหน่วย	รวม	เดือนที่เริ่มก่อสร้าง	ระยะเวลา	เดือนที่ 1	เดือนที่ 2	เดือนที่ 3	เดือนที่ 4	เดือนที่ 5	เดือนที่ 6
1. ต้นทุนค่าที่ดิน			14,814,000								
ต้นทุนค่าที่ดิน	2,963	5,000.00	14,814,000	1	1	(14,814,000)	-	-	-	-	-
2. ต้นทุนค่าก่อสร้างและพัฒนาโครงการ											
ค่าพัฒนาสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ			6,363,000								
ค่ารั้วรอบโครงการ	1	1,000,000.00	1,000,000	3	2	-	-	(500,000)	(500,000)	-	-
ค่าถนนคอนกรีต+ระบบบำบัดน้ำเสีย	2,910	1,200.00	3,492,120	4	3	-	-	-	(1,164,040)	(1,164,040)	(1,164,040)
ค่าระบบไฟฟ้า+โทรศัพท์	35	20,000.00	700,000	4	2	-	-	-	(350,000)	(350,000)	-
ค่าระบบประปา	35	12,000.00	420,000	4	2	-	-	-	(210,000)	(210,000)	-
ค่าประตู่ทางเข้า+ป้อมยาม	1	100,000.00	100,000	5	1	-	-	-	-	(100,000)	-
ค่าก่อสร้างสำนักงานขาย/สำนักงานนิติบุคคล	1	300,000.00	300,000	5	1	-	-	-	-	(300,000)	-
ค่าปลูกต้นไม้และจัดสวน	1,170	300.00	350,880	6	3	-	-	-	-	-	(116,960)
ค่าก่อสร้างอาคาร	35	1,075,000.00	39,506,250								
บ้านเดี่ยว งวดที่ 1 : 30%	30%	1,075,000.00	322,500	5	9	-	-	-	-	(1,290,000)	(1,290,000)
บ้านเดี่ยว งวดที่ 2 : 30%	30%	1,075,000.00	322,500	6	9	-	-	-	-	-	(1,290,000)
บ้านเดี่ยว งวดที่ 3 : 40%	40%	1,075,000.00	430,000	8	9	-	-	-	-	-	-
ค่าเผื่อต้นทุนเงินงบประมาณ	5%	37,625,000.00	1,881,250	5	12	-	-	-	-	(156,771)	(156,771)
ค่าพัฒนาอื่นๆ			1,360,188								
ค่าที่ปรึกษา+ศึกษาความเป็นไปได้	1%	39,506,250.00	395,063	1	2	(197,531)	(197,531)	-	-	-	-
ค่าออกแบบ	1%	39,506,250.00	395,063	3	2	-	-	(197,531)	(197,531)	-	-
ค่าบริการงานก่อสร้าง	1%	39,506,250.00	395,063	5	12	-	-	-	-	(32,922)	(32,922)

ค่าใช้จ่ายขออนุญาต	35	2,000.00	70,000	4	1	-	-	-	(70,000)	-	-
ค่าใช้จ่ายพิเศษ	35	3,000.00	105,000	4	1	-	-	-	(105,000)	-	-
3. ต้นทุนทางการขายและการตลาด	3%	88,713,875.00	2,661,416								
การตลาดทางตรง											
ค่าจ้างพนักงานขาย	3	20,000.00	1,680,000	3	28	-	-	(60,000)	(60,000)	(60,000)	(60,000)
การโฆษณาและประชาสัมพันธ์											
ค่าป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ (Billboard)	1	30,000.00	30,000	3	26	-	-	(1,154)	(1,154)	(1,154)	(1,154)
ค่าสื่อป้ายโฆษณา (Signboard)	5	25,000.00	125,000	3	26	-	-	(4,808)	(4,808)	(4,808)	(4,808)
ค่าแผ่นพับ/ใบปลิว (Brochure)	1	14,000.00	14,000	3	26	-	-	(538)	(538)	(538)	(538)
ค่าจุดประชาสัมพันธ์ (Mobile booth)	10	10,000.00	100,000	3	26	-	-	(3,846)	(3,846)	(3,846)	(3,846)
ค่ารถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ (Mobile Ads)	1	5,000.00	5,000	3	26	-	-	(192)	(192)	(192)	(192)
ค่ารถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ (Mobile Ads)	10	10,500.00	105,000	3	26	-	-	(4,038)	(4,038)	(4,038)	(4,038)
ค่าทำ Website และ Facebook page ของโครงการ	1	20,000.00	20,000	3	26	-	-	(769)	(769)	(769)	(769)
การส่งเสริมการขาย											
ส่วนลดเงินสดช่วง Pre-Sale	5	20,000.00	100,000	5	1	-	-	-	-	(100,000)	-
ฟรีของสนามคูดช่วง Pre-Sale	5	50,000.00	250,000	5	1	-	-	-	-	(250,000)	-
Grand Opening Day	1	200,000.00	200,000	5	1	-	-	-	-	(200,000)	-
สำรองต้นทุนทางการขายและการตลาด	1	32,416.25	32,416	3	28	-	-	(1,158)	(1,158)	(1,158)	(1,158)
4. ต้นทุนทางการบริหาร	10.00%	88,713,875.00	8,871,388								
ค่าธรรมเนียมการโอน	2.00%	2,534,682.14	50,694	16	11	-	-	-	-	-	-
ภาษีธุรกิจเฉพาะ	3.30%	2,534,682.14	83,645	16	11	-	-	-	-	-	-
ภาษีหัก ณ ที่จ่าย	1.00%	2,534,682.14	25,347	16	11	-	-	-	-	-	-
เงินเดือนรปภ.	2	12,000.00	672,000	1	28	(24,000)	(24,000)	(24,000)	(24,000)	(24,000)	(24,000)
เงินเดือนแม่บ้าน	2	10,000.00	560,000	1	28	(20,000)	(20,000)	(20,000)	(20,000)	(20,000)	(20,000)
ค่าสาธารณูปโภคในโครงการ	1	10,000.00	280,000	1	28	(10,000)	(10,000)	(10,000)	(10,000)	(10,000)	(10,000)
สำรองต้นทุนทางการขายและการตลาด	1	1,986,413.38	1,986,413	3	28	-	-	(70,943)	(70,943)	(70,943)	(70,943)
รวมรายจ่ายโครงการ			(73,576,241)			(15,065,531)	(251,531)	(898,978)	(2,798,018)	(4,355,180)	(4,252,140)

CONSTRUCTION PLAN												
รายการ	เดือนที่ 7	เดือนที่ 8	เดือนที่ 9	เดือนที่ 10	เดือนที่ 11	เดือนที่ 12	เดือนที่ 13	เดือนที่ 14	เดือนที่ 15	เดือนที่ 16	เดือนที่ 17	เดือนที่ 18
ยอดก่อสร้างบ้าน	4	4	4	4	4	4	3	0	0	0	0	0
ยอดก่อสร้างบ้านสะสม	12	16	20	24	28	32	35	35	35	35	35	35
ยอดก่อสร้างบ้านแล้วเสร็จ	0	4	4	4	4	4	4	4	4	3	0	0
ยอดก่อสร้างบ้านแล้วเสร็จสะสม	0	4	8	12	16	20	24	28	32	35	35	35
CASH OUTFLOW												
รายการ	เดือนที่ 7	เดือนที่ 8	เดือนที่ 9	เดือนที่ 10	เดือนที่ 11	เดือนที่ 12	เดือนที่ 13	เดือนที่ 14	เดือนที่ 15	เดือนที่ 16	เดือนที่ 17	เดือนที่ 18
1. ต้นทุนค่าที่ดิน												
ต้นทุนค่าที่ดิน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2. ต้นทุนค่าก่อสร้างและพัฒนาโครงการ												
ค่าพัฒนาสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ												
ค่ารั้วรอบโครงการ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ค่าถนนคอนกรีต+ระบบบำบัดน้ำเสีย	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ค่าระบบไฟฟ้า+โทรศัพท์	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ค่าระบบประปา	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ค่าประตูทางเข้า+ป้อมยาม	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ค่าก่อสร้างสำนักงานขาย/สำนักงานนิติบุคคล	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ค่าปลูกต้นไม้และจัดสวน	(116,960)	(116,960)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ค่าก่อสร้างอาคาร												
บ้านเดี่ยว งวดที่ 1 : 30%	(1,290,000)	(1,290,000)	(1,290,000)	(1,290,000)	(1,290,000)	(1,290,000)	(967,500)	-	-	-	-	-
บ้านเดี่ยว งวดที่ 2 : 30%	(1,290,000)	(1,290,000)	(1,290,000)	(1,290,000)	(1,290,000)	(1,290,000)	(1,290,000)	(967,500)	-	-	-	-
บ้านเดี่ยว งวดที่ 3 : 40%	-	(1,720,000)	(1,720,000)	(1,720,000)	(1,720,000)	(1,720,000)	(1,720,000)	(1,720,000)	(1,720,000)	(1,290,000)	-	-
ค่าเผื่อดันทุ่นเงินงบประมาณ	(156,771)	(156,771)	(156,771)	(156,771)	(156,771)	(156,771)	(156,771)	(156,771)	(156,771)	(156,771)	-	-
ค่าพัฒนาอื่นๆ												
ค่าที่ปรึกษา+ศึกษาค่าความเป็นไปได้	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ค่าออกแบบ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ค่าบริหารงานก่อสร้าง	(32,922)	(32,922)	(32,922)	(32,922)	(32,922)	(32,922)	(32,922)	(32,922)	(32,922)	(32,922)	-	-

ค่าใช้จ่ายขออนุญาต	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ค่าใช้จ่ายพิเศษ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3. ต้นทุนทางการขายและการตลาด												
การตลาดทางตรง												
ค่าจ้างพนักงานขาย	(60,000)	(60,000)	(60,000)	(60,000)	(60,000)	(60,000)	(60,000)	(60,000)	(60,000)	(60,000)	(60,000)	(60,000)
การโฆษณาและประชาสัมพันธ์												
ค่าป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ (Billboard)	(1,154)	(1,154)	(1,154)	(1,154)	(1,154)	(1,154)	(1,154)	(1,154)	(1,154)	(1,154)	(1,154)	(1,154)
ค่าสื่อป้ายโฆษณา (Signboard)	(4,808)	(4,808)	(4,808)	(4,808)	(4,808)	(4,808)	(4,808)	(4,808)	(4,808)	(4,808)	(4,808)	(4,808)
ค่าแผ่นพับ/ใบปลิว (Brochure)	(538)	(538)	(538)	(538)	(538)	(538)	(538)	(538)	(538)	(538)	(538)	(538)
ค่าจุดประชาสัมพันธ์ (Mobile booth)	(3,846)	(3,846)	(3,846)	(3,846)	(3,846)	(3,846)	(3,846)	(3,846)	(3,846)	(3,846)	(3,846)	(3,846)
ค่ารถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ (Mobile Ads)	(192)	(192)	(192)	(192)	(192)	(192)	(192)	(192)	(192)	(192)	(192)	(192)
ค่ารถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ (Mobile Ads)	(4,038)	(4,038)	(4,038)	(4,038)	(4,038)	(4,038)	(4,038)	(4,038)	(4,038)	(4,038)	(4,038)	(4,038)
ค่าทำ Website และ Facebook page ของโครงการ	(769)	(769)	(769)	(769)	(769)	(769)	(769)	(769)	(769)	(769)	(769)	(769)
การส่งเสริมการขาย	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ส่วนลดเงินสดช่วง Pre-Sale	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ฟรีของสมนาคุณช่วง Pre-Sale	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Grand Opening Day	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
สำรองต้นทุนทางการขายและการตลาด	(1,158)	(1,158)	(1,158)	(1,158)	(1,158)	(1,158)	(1,158)	(1,158)	(1,158)	(1,158)	(1,158)	(1,158)
4. ต้นทุนทางการบริหาร	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ค่าธรรมเนียมการโอน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(253,468)	(152,081)	(152,081)
ภาษีธุรกิจเฉพาะ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(418,223)	(250,934)	(250,934)
ภาษีหัก ณ ที่จ่าย	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(126,734)	(76,040)	(76,040)
เงินเดือนรปภ.	(24,000)	(24,000)	(24,000)	(24,000)	(24,000)	(24,000)	(24,000)	(24,000)	(24,000)	(24,000)	(24,000)	(24,000)
เงินเดือนแม่บ้าน	(20,000)	(20,000)	(20,000)	(20,000)	(20,000)	(20,000)	(20,000)	(20,000)	(20,000)	(20,000)	(20,000)	(20,000)
ค่าสาธารณูปโภคในโครงการ	(10,000)	(10,000)	(10,000)	(10,000)	(10,000)	(10,000)	(10,000)	(10,000)	(10,000)	(10,000)	(10,000)	(10,000)
สำรองต้นทุนทางการขายและการตลาด	(70,943)	(70,943)	(70,943)	(70,943)	(70,943)	(70,943)	(70,943)	(70,943)	(70,943)	(70,943)	(70,943)	(70,943)
รวมรายจ่ายโครงการ	(3,088,100)	(4,808,100)	(4,691,140)	(4,691,140)	(4,691,140)	(4,691,140)	(4,368,640)	(3,078,640)	(2,111,140)	(2,479,565)	(680,502)	(680,502)

CONSTRUCTION PLAN												
รายการ	เดือนที่ 19	เดือนที่ 20	เดือนที่ 21	เดือนที่ 22	เดือนที่ 23	เดือนที่ 24	เดือนที่ 25	เดือนที่ 26	เดือนที่ 27	เดือนที่ 28	เดือนที่ 29	เดือนที่ 30
ยอดก่อสร้างบ้าน	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ยอดก่อสร้างบ้านสะสม	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
ยอดก่อสร้างบ้านแล้วเสร็จ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ยอดก่อสร้างบ้านแล้วเสร็จสะสม	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
CASH OUTFLOW												
รายการ	เดือนที่ 19	เดือนที่ 20	เดือนที่ 21	เดือนที่ 22	เดือนที่ 23	เดือนที่ 24	เดือนที่ 25	เดือนที่ 26	เดือนที่ 27	เดือนที่ 28	เดือนที่ 29	เดือนที่ 30
1. ต้นทุนค่าที่ดิน												
ต้นทุนค่าที่ดิน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2. ต้นทุนค่าก่อสร้างและพัฒนาโครงการ												
ค่าพัฒนาสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ												
ค่ารั้วรอบโครงการ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ค่าถนนคอนกรีต+ระบบบำบัดน้ำเสีย	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ค่าระบบไฟฟ้าโทรศัพท์	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ค่าระบบประปา	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ค่าประตูทางเข้า+ป้อมยาม	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ค่าก่อสร้างสำนักงานขาย/สำนักงานนิติบุคคล	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ค่าปลูกต้นไม้และจัดสวน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ค่าก่อสร้างอาคาร												
บ้านเดี่ยว งวดที่ 1 : 30%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
บ้านเดี่ยว งวดที่ 2 : 30%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
บ้านเดี่ยว งวดที่ 3 : 40%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ค่าเผื่อดำเนินทุนเงินงบประมาณ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ค่าพัฒนาอื่นๆ												
ค่าที่ปรึกษา+ศึกษาความเป็นไปได้	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ค่าออกแบบ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ค่าบริการงานก่อสร้าง	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

ค่าใช้จ่ายขออนุญาต	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ค่าใช้จ่ายพิเศษ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3. ต้นทุนทางการขายและการตลาด												
การตลาดทางตรง												
ค่าจ้างพนักงานขาย	(60,000)	(60,000)	(60,000)	(60,000)	(60,000)	(60,000)	(60,000)	(60,000)	(60,000)	(60,000)	(60,000)	(60,000)
การโฆษณาและประชาสัมพันธ์												
ค่าป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ (Billboard)	(1,154)	(1,154)	(1,154)	(1,154)	(1,154)	(1,154)	(1,154)	(1,154)	(1,154)	(1,154)	-	-
ค่าสื่อป้ายโฆษณา (Signboard)	(4,808)	(4,808)	(4,808)	(4,808)	(4,808)	(4,808)	(4,808)	(4,808)	(4,808)	(4,808)	-	-
ค่าแผ่นพับ/ใบปลิว (Brochure)	(538)	(538)	(538)	(538)	(538)	(538)	(538)	(538)	(538)	(538)	-	-
ค่าจุดประชาสัมพันธ์ (Mobile booth)	(3,846)	(3,846)	(3,846)	(3,846)	(3,846)	(3,846)	(3,846)	(3,846)	(3,846)	(3,846)	-	-
ค่ารถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ (Mobile Ads)	(192)	(192)	(192)	(192)	(192)	(192)	(192)	(192)	(192)	(192)	-	-
ค่ารถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ (Mobile Ads)	(4,038)	(4,038)	(4,038)	(4,038)	(4,038)	(4,038)	(4,038)	(4,038)	(4,038)	(4,038)	-	-
ค่าทำ Website และ Facebook page ของโครงการ	(769)	(769)	(769)	(769)	(769)	(769)	(769)	(769)	(769)	(769)	-	-
การส่งเสริมการขาย	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ส่วนลดเงินสดช่วง Pre-Sale	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
พิธีของสนนาคุ่มช่วง Pre-Sale	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Grand Opening Day	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
สำรองต้นทุนทางการขายและการตลาด	(1,158)	(1,158)	(1,158)	(1,158)	(1,158)	(1,158)	(1,158)	(1,158)	(1,158)	(1,158)	(1,158)	(1,158)
4. ต้นทุนทางการบริหาร	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ค่าธรรมเนียมการโอน	(152,081)	(152,081)	(152,081)	(152,081)	(152,081)	(152,081)	(152,081)	(152,081)	-	-	-	-
ภาษีธุรกิจเฉพาะ	(250,934)	(250,934)	(250,934)	(250,934)	(250,934)	(250,934)	(250,934)	(250,934)	-	-	-	-
ภาษีหัก ณ ที่จ่าย	(76,040)	(76,040)	(76,040)	(76,040)	(76,040)	(76,040)	(76,040)	(76,040)	-	-	-	-
เงินเดือนรปภ.	(24,000)	(24,000)	(24,000)	(24,000)	(24,000)	(24,000)	(24,000)	(24,000)	-	-	-	-
เงินเดือนแม่บ้าน	(20,000)	(20,000)	(20,000)	(20,000)	(20,000)	(20,000)	(20,000)	(20,000)	-	-	-	-
ค่าสาธารณูปโภคในโครงการ	(10,000)	(10,000)	(10,000)	(10,000)	(10,000)	(10,000)	(10,000)	(10,000)	-	-	-	-
สำรองต้นทุนทางการขายและการตลาด	(70,943)	(70,943)	(70,943)	(70,943)	(70,943)	(70,943)	(70,943)	(70,943)	(70,943)	(70,943)	(70,943)	(70,943)
รวมรายจ่ายโครงการ	(680,502)	(680,502)	(680,502)	(680,502)	(680,502)	(680,502)	(626,502)	(626,502)	(147,447)	(147,447)	(132,101)	(132,101)

CONSTRUCTION PLAN					
รายการ	เดือนที่ 31	เดือนที่ 32	เดือนที่ 33	เดือนที่ 34	เดือนที่ 35
ยอดก่อสร้างบ้าน	0	0	0	0	0
ยอดก่อสร้างบ้านสะสม	35	35	35	35	35
ยอดก่อสร้างบ้านแล้วเสร็จ	0	0	0	0	0
ยอดก่อสร้างบ้านแล้วเสร็จสะสม	35	35	35	35	35
CASH OUTFLOW					
รายการ	เดือนที่ 31	เดือนที่ 32	เดือนที่ 33	เดือนที่ 34	เดือนที่ 35
1. ต้นทุนค่าที่ดิน					
ต้นทุนค่าที่ดิน	-	-	-	-	-
2. ต้นทุนค่าก่อสร้างและพัฒนาโครงการ					
ค่าพัฒนาสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ					
ค่ารั้วรอบโครงการ	-	-	-	-	-
ค่าถนนคอนกรีต+ระบบบำบัดน้ำเสีย	-	-	-	-	-
ค่าระบบไฟฟ้า+โทรศัพท์	-	-	-	-	-
ค่าระบบประปา	-	-	-	-	-
ค่าประตูทางเข้า+ป้อมยาม	-	-	-	-	-
ค่าก่อสร้างสำนักงานขาย/สำนักงานนิติบุคคล	-	-	-	-	-
ค่าปลูกต้นไม้และจัดสวน	-	-	-	-	-
ค่าก่อสร้างอาคาร					
บ้านเดี่ยว งวดที่ 1 : 30%	-	-	-	-	-
บ้านเดี่ยว งวดที่ 2 : 30%	-	-	-	-	-
บ้านเดี่ยว งวดที่ 3 : 40%	-	-	-	-	-
ค่าเผื่อต้นทุนเงินงบประมาณ					
ค่าพัฒนาอื่นๆ					
ค่าที่ปรึกษา+ศึกษาค่าความเป็นไปได้	-	-	-	-	-
ค่าออกแบบ	-	-	-	-	-
ค่าบริการงานก่อสร้าง	-	-	-	-	-



ค่าใช้จ่ายขออนุญาต	-	-	-	-	-
ค่าใช้จ่ายพิเศษ	-	-	-	-	-
3. ต้นทุนทางการขายและการตลาด					
การตลาดทางตรง					
ค่าจ้างพนักงานขาย	-	-	-	-	-
การโฆษณาและประชาสัมพันธ์					
ค่าป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ (Billboard)	-	-	-	-	-
ค่าสื่อป้ายโฆษณา (Signboard)	-	-	-	-	-
ค่าแผ่นพับ/ใบปลิว (Brochure)	-	-	-	-	-
ค่าจุดประชาสัมพันธ์ (Mobile booth)	-	-	-	-	-
ค่ารถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ (Mobile Ads)	-	-	-	-	-
ค่ารถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ (Mobile Ads)	-	-	-	-	-
ค่าทำ Website และ Facebook page ของโครงการ	-	-	-	-	-
การส่งเสริมการขาย	-	-	-	-	-
ส่วนลดเงินสดช่วง Pre-Sale	-	-	-	-	-
พิธีของสมนาคุณช่วง Pre-Sale	-	-	-	-	-
Grand Opening Day	-	-	-	-	-
สำรองต้นทุนทางการขายและการตลาด	-	-	-	-	-
4. ต้นทุนทางการบริหาร					
ค่าธรรมเนียมการโอน	-	-	-	-	-
ภาษีธุรกิจเฉพาะ	-	-	-	-	-
ภาษีหัก ณ ที่จ่าย	-	-	-	-	-
เงินเดือนรปภ.					
เงินเดือนแม่บ้าน					
ค่าสาธารณูปโภคในโครงการ					
สำรองต้นทุนทางการขายและการตลาด	-	-	-	-	-
รวมรายจ่ายโครงการ	-	-	-	-	-



6.2.1.3 โครงสร้างแหล่งเงินทุน

แหล่งเงินทุนสำหรับการพัฒนาโครงการมาจาก 2 ส่วน ได้แก่

1. เงินทุนของเจ้าของ จะชำระในส่วนของค่าที่ดิน และส่วนต่างจากการขอสินเชื่อเพื่อการก่อสร้างจากสถาบันการเงิน

2. เงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน จะทำการขอสินเชื่อเพื่อสำหรับที่ดิน โดยจะเบิกเงินกู้ค่าที่ดิน 40% ของราคาที่ดินในเดือนแรก และในส่วนการก่อสร้างจะสามารถกู้ได้ไม่เกิน 70% ของมูลค่าการพัฒนาโครงการ โดยจะเบิกเงินกู้ทุกเดือนที่มีการก่อสร้าง และจะสามารถเบิกได้ 70% ของแต่ละงวด ซึ่งคาดว่าจะกู้เงินลงทุนเพียง 38,986,206.25 บาท คิดเป็น 52.99% ซึ่งต่ำกว่าเพดานเงินกู้ที่สามารถกู้ได้

การขอสินเชื่อเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน จะใช้อัตราดอกเบี้ยเท่ากับ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ลูกค้ารายใหญ่ชั้นดีที่สูงที่สุดในปัจจุบันจากธนาคารพาณิชย์ 4 ธนาคาร (Minimum Loan Rate, MLR) +1% เท่ากับ $6.525\% + 1\% = 7.525\%$ ดังแสดงในตารางที่ 4.4

ตารางที่ 6.3 ตารางสรุปโครงสร้างแหล่งเงินทุนของโครงการ

สรุปยอดเงินรับ-จ่าย และการเบิกเงินกู้	จำนวนเงิน	สัดส่วน
มูลค่าโครงการรวม	88,713,875.00	100.00%
ต้นทุนโครงการทั้งหมด	73,576,241.25	82.94%
เงินทุนของเจ้าของ	34,590,035.00	47.01%
เงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน	38,986,206.25	52.99%

6.2.1.4 เงื่อนไขการชำระหนี้ธนาคาร

เงื่อนไขในการชำระหนี้ธนาคารของโครงการมีรายละเอียด ดังนี้

1. ในช่วงที่ยังไม่มีการโอนกรรมสิทธิ์ โครงการจะชำระคืนเฉพาะดอกเบี้ยในทุกๆเดือน

2. เมื่อเริ่มมีการโอนกรรมสิทธิ์แก่ผู้ซื้อ ทางโครงการจะชำระคืนเงินต้นให้กับธนาคารในสัดส่วน 70% ของราคาขายในแต่ละหน่วย

LOAN PROJECTION												
รายการ							เดือนที่ 1	เดือนที่ 2	เดือนที่ 3	เดือนที่ 4	เดือนที่ 5	เดือนที่ 6
Front End Fee	0.75%	292,396.55										
Interest Rate : MLR+1	7.53%											
การเบิกใช้วงเงิน												
1. ต้นทุนค่าที่ดิน	40.00%						(5,925,600)	-	-	-	-	-
2. ต้นทุนค่าก่อสร้างและพัฒนาโครงการ	70.00%						(138,272)	(138,272)	(488,272)	(1,817,600)	(2,522,613)	(2,835,485)
เงินกู้ต้นงวด							(6,063,872)	(138,272)	(488,272)	(1,817,600)	(2,522,613)	(2,835,485)
ดอกเบี้ยเงินกู้สำหรับงวด (ชำระทุกสิ้นเดือน แยกจากเงินต้น)							38,026	867	3,062	11,398	15,819	17,781
ส่วนรับชำระคืนจากการโอนขาย	70.00%						-	-	-	-	-	-
เงินกู้ปลายงวด							(6,063,872)	(138,272)	(488,272)	(1,817,600)	(2,522,613)	(2,835,485)
รวมเงินกู้ธนาคาร	(38,986,206)											
รวมค่าดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม	536,873											

LOAN PROJECTION												
รายการ	เดือนที่ 7	เดือนที่ 8	เดือนที่ 9	เดือนที่ 10	เดือนที่ 11	เดือนที่ 12	เดือนที่ 13	เดือนที่ 14	เดือนที่ 15	เดือนที่ 16	เดือนที่ 17	เดือนที่ 18
Front End Fee												
Interest Rate : MLR+1												
การเบิกใช้วงเงิน												
1. ต้นทุนค่าที่ดิน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2. ต้นทุนค่าก่อสร้างและพัฒนาโครงการ	(2,020,657)	(3,224,657)	(3,142,785)	(3,142,785)	(3,142,785)	(3,142,785)	(2,917,035)	(2,014,035)	(1,336,785)	(1,035,785)	-	-
เงินกู้ต้นงวด	(2,020,657)	(3,224,657)	(3,142,785)	(3,142,785)	(3,142,785)	(3,142,785)	(2,917,035)	(2,014,035)	(1,336,785)	(1,035,785)	-	-
ดอกเบี้ยเงินกู้สำหรับงวด (ชำระทุกสิ้นเดือน แยกจากเงินต้น)	12,671	20,221	19,708	19,708	19,708	19,708	18,292	12,630	8,383	6,495	-	-
ส่วนรับชำระคืนจากการโอนขาย	-	-	-	-	-	-	-	-	-	8,871,388	5,322,833	5,322,833
เงินกู้ปลายงวด	(2,020,657)	(3,224,657)	(3,142,785)	(3,142,785)	(3,142,785)	(3,142,785)	(2,917,035)	(2,014,035)	(1,336,785)	7,835,603	5,322,833	5,322,833
รวมเงินกู้ธนาคาร												
รวมค่าดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม												

LOAN PROJECTION												
รายการ	เดือนที่ 19	เดือนที่ 20	เดือนที่ 21	เดือนที่ 22	เดือนที่ 23	เดือนที่ 24	เดือนที่ 25	เดือนที่ 26	เดือนที่ 27	เดือนที่ 28	เดือนที่ 29	เดือนที่ 30
Front End Fee												
Interest Rate : MLR+ 1												
การเบิกใช้วงเงิน												
1. ต้นทุนค่าที่ดิน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2. ต้นทุนค่าก่อสร้างและพัฒนาโครงการ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
เงินกู้ต้นงวด	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ดอกเบี้ยเงินกู้สำหรับงวด (ชำระทุกสิ้นเดือน แยกจากเงินต้น)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ส่วนรับชำระคืนจากการโอนขาย	5,322,833	5,322,833	5,322,833	5,322,833	5,322,833	5,322,833	5,322,833	5,322,833	-	-	-	-
เงินกู้ปลายงวด	5,322,833	5,322,833	5,322,833	5,322,833	5,322,833	5,322,833	5,322,833	5,322,833	-	-	-	-
รวมเงินกู้ธนาคาร												
รวมค่าดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม												

LOAN PROJECTION					
รายการ	เดือนที่ 31	เดือนที่ 32	เดือนที่ 33	เดือนที่ 34	เดือนที่ 35
Front End Fee					
Interest Rate : MLR+ 1					
การเบิกใช้วงเงิน					
1. ต้นทุนค่าที่ดิน	-	-	-	-	-
2. ต้นทุนค่าก่อสร้างและพัฒนาโครงการ	-	-	-	-	-
เงินกู้ต้นงวด	-	-	-	-	-
ดอกเบี้ยเงินกู้สำหรับงวด (ชำระทุกสิ้นเดือน แยกจากเงินต้น)	-	-	-	-	-
ส่วนรับชำระคืนจากการโอนขาย	-	-	-	-	-
เงินกู้ปลายงวด	-	-	-	-	-
รวมเงินกู้ธนาคาร					
รวมค่าดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม					

6.2.1.5 อัตราคิดลด และอัตราผลตอบแทนที่นักลงทุนต้องการ

การคำนวณหาอัตราคิดลดที่ใช้ในการวิเคราะห์ทางการเงิน โดยใช้วิธี Weighted Average Cost of capital (WACC) ซึ่งสามารถคำนวณได้ ดังนี้

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

โดย W_d คือ สัดส่วนของเงินกู้ยืมต่อเงินทุน
 K_d คือ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืม
 W_e คือ สัดส่วนเงินทุน
 K_e คือ อัตราผลตอบแทนที่นักลงทุนต้องการ
 Tax Rate คือ อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคล

ตารางที่ 6.4 ตารางแสดงการคำนวณอัตราคิดลด (Discounted Rate :WACC)

W_d	52.99%
K_d	22.00%
W_e	47.01%
K_e	7.525%
Tax Rate	20.00%
Discounted Rate : WACC	12.86%

6.2.2 สมมติฐานด้านการขายและรายรับของโครงการ

โครงการประกอบด้วยพื้นที่ขาย คิดเป็นสัดส่วน 65.58% ของพื้นที่โครงการทั้งหมด มีพื้นที่สวนสาธารณะ คิดเป็น 9.87% ของพื้นที่โครงการทั้งหมด และมีพื้นที่ก่อสร้างสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ คิดเป็น 24.56% ของพื้นที่โครงการทั้งหมด

ตารางที่ 6.5 ตารางแสดงรายละเอียดโครงการ

โครงการ	บ้านเดี่ยว 2 ชั้น	
จำนวนหน่วยขาย	35	หน่วย
พื้นที่ใช้สอยต่อหน่วย	107.50	ตารางเมตร
พื้นที่ดิน (เฉลี่ย)	55.51	ตารางวา
ราคาขายต่อหน่วย (เฉลี่ย)	2,534,682.14	บาท
มูลค่าโครงการ	88,713,875.00	บาท

ประมาณการณียอดขายที่สามารถขายได้หมดภายใน 11 เดือน โดยเริ่มต้นจากช่วง Pre-Sale โดยเริ่มต้นจากเดือนที่มีการเปิดตัวโครงการ (Grand Opening Day) เป็นระยะเวลากิจกรรม 1 เดือน และเดือนปกติต่อไป ซึ่งในช่วง Pre-Sale คาดว่าจะมีอัตราการขาย 5 หลังต่อเดือน และในช่วงปกติ 3 หลังต่อเดือนโดยอ้างอิงจากอัตราการขายที่อยู่อาศัยโครงการใกล้เคียงในพื้นที่อำเภอหาดุพนม

เงื่อนไขในการชำระเงินคือ ลูกค้าต้องชำระเงินในวันที่ทำการจอง จำนวน 10,000 บาท และทำสัญญาภายใน 1 เดือนหลังจากทำการจองโดยต้องชำระเงินเพิ่มในวันทำสัญญาอีกจำนวน 40,000 บาท และเริ่มผ่อนดาวน์ในเดือนถัดไปจำนวน 9 งวด คิดเป็นเงิน 10% ของราคาขาย (หลังหักเงินจองและทำสัญญา) และเมื่อผ่อนดาวน์ครบและก่อสร้างแล้วเสร็จจะมีการโอนกรรมสิทธิ์และชำระเงินส่วนที่เหลือ 90% ของราคาขาย (หลังหักเงินจองและทำสัญญา) ในวันโอนกรรมสิทธิ์

ตารางที่ 6.6 ตารางแสดงเงื่อนไขการชำระเงิน

ราคาบ้านและที่ดิน	เงินจอง	เงินทำสัญญา	เงินดาวน์ 10% (ผ่อน 9 งวด)	เงินกู้ธนาคาร
2,534,682.14	10,000	40,000	27,607.58	2,236,213.93

SALE FORECASTING			
สมมติฐานการขาย			
เงินจอง	ถือเป็นงวดที่ 1	10,000.00	บาท
เงินทำสัญญา	ถือเป็นงวดที่ 2	40,000.00	บาท
เงินค่างาน (ทั้งหมด)	10%	248,468.21	บาท
เงินค่างาน (ต่องวด : 9 งวด)	9 งวด	27,607.58	บาทต่อเดือน
คงเหลือชำระ / ยอดกู้	ถือเป็นงวดที่ 12	2,236,213.93	บาท
อัตราการขาย : ช่วง Pre-Sale	เริ่มต้นเดือนที่ 5	5	หน่วยต่อเดือน
อัตราการขาย : ช่วง ปกติ	เริ่มต้นเดือนที่ 6	3	หน่วยต่อเดือน

SALE FORECASTING											
รายการ	จำนวน	ราคาต่อหน่วย	รวม	เดือนที่เริ่ม	ระยะเวลา	เดือนที่ 1	เดือนที่ 2	เดือนที่ 3	เดือนที่ 4	เดือนที่ 5	เดือนที่ 6
ประมาณการณ์ยอดขาย						0	0	0	0	5	3
ประมาณการณ์ยอดขายสะสม						0	0	0	0	5	8
ประมาณการณ์ยอดโอน						0	0	0	0	0	0
ประมาณการณ์ยอดโอนสะสม						0	0	0	0	0	0
CASH INFLOW											
รายการ	จำนวน	ราคาต่อหน่วย	รวม	เดือนที่เริ่ม	ระยะเวลา	เดือนที่ 1	เดือนที่ 2	เดือนที่ 3	เดือนที่ 4	เดือนที่ 5	เดือนที่ 6
รายรับจากเงินจอง	35	10,000.00	350,000.00	5	11	-	-	-	-	50,000	30,000
รายรับจากเงินทำสัญญา	35	40,000.00	1,400,000.00	6	11	-	-	-	-	-	200,000
รายรับเงินดาวน์ งวดที่ 1	35	27,607.58	966,265.28	7	11	-	-	-	-	-	-
รายรับเงินดาวน์ งวดที่ 2	35	27,607.58	966,265.28	8	11	-	-	-	-	-	-
รายรับเงินดาวน์ งวดที่ 3	35	27,607.58	966,265.28	9	11	-	-	-	-	-	-
รายรับเงินดาวน์ งวดที่ 4	35	27,607.58	966,265.28	10	11	-	-	-	-	-	-
รายรับเงินดาวน์ งวดที่ 5	35	27,607.58	966,265.28	11	11	-	-	-	-	-	-
รายรับเงินดาวน์ งวดที่ 6	35	27,607.58	966,265.28	12	11	-	-	-	-	-	-
รายรับเงินดาวน์ งวดที่ 7	35	27,607.58	966,265.28	13	11	-	-	-	-	-	-
รายรับเงินดาวน์ งวดที่ 8	35	27,607.58	966,265.28	14	11	-	-	-	-	-	-
รายรับเงินดาวน์ งวดที่ 9	35	27,607.58	966,265.28	15	11	-	-	-	-	-	-
รายรับเงินโอน	35	2,236,213.93	78,267,487.50	16	11	-	-	-	-	-	-
รวมรายรับโครงการ			88,713,875.00			-	-	-	-	50,000	230,000

SALE FORECASTING												
รายการ	เดือนที่ 7	เดือนที่ 8	เดือนที่ 9	เดือนที่ 10	เดือนที่ 11	เดือนที่ 12	เดือนที่ 13	เดือนที่ 14	เดือนที่ 15	เดือนที่ 16	เดือนที่ 17	เดือนที่ 18
ประมาณการณ์ยอดขาย	3	3	3	3	3	3	3	3	3	0	0	0
ประมาณการณ์ยอดขายสะสม	11	14	17	20	23	26	29	32	35	35	35	35
ประมาณการณ์ยอดโอน	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	3	3
ประมาณการณ์ยอดโอนสะสม	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	8	11
CASH INFLOW												
รายการ	เดือนที่ 7	เดือนที่ 8	เดือนที่ 9	เดือนที่ 10	เดือนที่ 11	เดือนที่ 12	เดือนที่ 13	เดือนที่ 14	เดือนที่ 15	เดือนที่ 16	เดือนที่ 17	เดือนที่ 18
รายรับจากเงินจอง	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	-	-	-
รายรับจากเงินทำสัญญา	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000	-	-
รายรับเงินดาวน์ งวดที่ 1	138,038	82,823	82,823	82,823	82,823	82,823	82,823	82,823	82,823	82,823	82,823	-
รายรับเงินดาวน์ งวดที่ 2	-	138,038	82,823	82,823	82,823	82,823	82,823	82,823	82,823	82,823	82,823	82,823
รายรับเงินดาวน์ งวดที่ 3	-	-	138,038	82,823	82,823	82,823	82,823	82,823	82,823	82,823	82,823	82,823
รายรับเงินดาวน์ งวดที่ 4	-	-	-	138,038	82,823	82,823	82,823	82,823	82,823	82,823	82,823	82,823
รายรับเงินดาวน์ งวดที่ 5	-	-	-	-	138,038	82,823	82,823	82,823	82,823	82,823	82,823	82,823
รายรับเงินดาวน์ งวดที่ 6	-	-	-	-	-	138,038	82,823	82,823	82,823	82,823	82,823	82,823
รายรับเงินดาวน์ งวดที่ 7	-	-	-	-	-	-	138,038	82,823	82,823	82,823	82,823	82,823
รายรับเงินดาวน์ งวดที่ 8	-	-	-	-	-	-	-	138,038	82,823	82,823	82,823	82,823
รายรับเงินดาวน์ งวดที่ 9	-	-	-	-	-	-	-	-	138,038	82,823	82,823	82,823
รายรับเงินโอน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	11,181,070	6,708,642	6,708,642
รวมรายรับโครงการ	288,038	370,861	453,683	536,506	619,329	702,152	784,974	867,797	950,620	12,046,474	7,454,046	7,371,224

SALE FORECASTING												
รายการ	เดือนที่ 19	เดือนที่ 20	เดือนที่ 21	เดือนที่ 22	เดือนที่ 23	เดือนที่ 24	เดือนที่ 25	เดือนที่ 26	เดือนที่ 27	เดือนที่ 28	เดือนที่ 29	เดือนที่ 30
ประมาณการณ์ยอดขาย	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ประมาณการณ์ยอดขายสะสม	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
ประมาณการณ์ยอดโอน	3	3	3	3	3	3	3	3	0	0	0	0
ประมาณการณ์ยอดโอนสะสม	14	17	20	23	26	29	32	35	35	35	35	35
CASH INFLOW												
รายการ	เดือนที่ 19	เดือนที่ 20	เดือนที่ 21	เดือนที่ 22	เดือนที่ 23	เดือนที่ 24	เดือนที่ 25	เดือนที่ 26	เดือนที่ 27	เดือนที่ 28	เดือนที่ 29	เดือนที่ 30
รายรับจากเงินจอง	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รายรับจากเงินทำสัญญา	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รายรับเงินดาวน์ งวดที่ 1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รายรับเงินดาวน์ งวดที่ 2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รายรับเงินดาวน์ งวดที่ 3	82,823	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รายรับเงินดาวน์ งวดที่ 4	82,823	82,823	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รายรับเงินดาวน์ งวดที่ 5	82,823	82,823	82,823	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รายรับเงินดาวน์ งวดที่ 6	82,823	82,823	82,823	82,823	-	-	-	-	-	-	-	-
รายรับเงินดาวน์ งวดที่ 7	82,823	82,823	82,823	82,823	82,823	-	-	-	-	-	-	-
รายรับเงินดาวน์ งวดที่ 8	82,823	82,823	82,823	82,823	82,823	82,823	-	-	-	-	-	-
รายรับเงินดาวน์ งวดที่ 9	82,823	82,823	82,823	82,823	82,823	82,823	82,823	-	-	-	-	-
รายรับเงินโอน	6,708,642	6,708,642	6,708,642	6,708,642	6,708,642	6,708,642	6,708,642	6,708,642	-	-	-	-
รวมรายรับโครงการ	7,288,401	7,205,578	7,122,755	7,039,933	6,957,110	6,874,287	6,791,465	6,708,642	-	-	-	-

SALE FORECASTING					
รายการ	เดือนที่ 31	เดือนที่ 32	เดือนที่ 33	เดือนที่ 34	เดือนที่ 35
ประมาณการณ์ยอดขาย	0	0	0	0	0
ประมาณการณ์ยอดขายสะสม	35	35	35	35	35
ประมาณการณ์ยอดโอน	0	0	0	0	0
ประมาณการณ์ยอดโอนสะสม	35	35	35	35	35
CASH INFLOW					
รายการ	เดือนที่ 31	เดือนที่ 32	เดือนที่ 33	เดือนที่ 34	เดือนที่ 35
รายรับจากเงินจอง	-	-	-	-	-
รายรับจากเงินทำสัญญา	-	-	-	-	-
รายรับเงินดาวน์ งวดที่ 1	-	-	-	-	-
รายรับเงินดาวน์ งวดที่ 2	-	-	-	-	-
รายรับเงินดาวน์ งวดที่ 3	-	-	-	-	-
รายรับเงินดาวน์ งวดที่ 4	-	-	-	-	-
รายรับเงินดาวน์ งวดที่ 5	-	-	-	-	-
รายรับเงินดาวน์ งวดที่ 6	-	-	-	-	-
รายรับเงินดาวน์ งวดที่ 7	-	-	-	-	-
รายรับเงินดาวน์ งวดที่ 8	-	-	-	-	-
รายรับเงินดาวน์ งวดที่ 9	-	-	-	-	-
รายรับเงินโอน	-	-	-	-	-
รวมรายรับโครงการ	-	-	-	-	-

6.3 การประมาณการกระแสเงินสด (Cash Flow Projection)

จากการวิเคราะห์ทางการเงินเพื่อพิจารณาหาผลตอบแทนการลงทุนของโครงการในการศึกษาครั้งนี้ มีเกณฑ์ที่ใช้วัดความสำเร็จของโครงการเพื่อนำมาใช้ประกอบการตัดสินใจลงทุนดังกล่าวไปแล้ว และสามารถลงทุนได้ก็ต่อเมื่อ

1. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value, NPV) ≥ 0
2. อัตราผลตอบแทนในการลงทุน (Internal Rate of Return, IRR) > อัตราคิดลด

(Discounted Rate) ของโครงการ

3. ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)

จากผลของเกณฑ์วัดความสำเร็จ จะเห็นได้ว่า โครงการนี้สามารถลงทุนได้ และให้ผลตอบแทนมากกว่า Discounted Rate ในอัตรา 22.41%

ตารางที่ 6.7 ตารางแสดงสรุปผลตอบแทนโครงการ

PROJECT SUMMARY	
Net Present Value, NPV	4,933,869.62
Internal Rate of Return, IRR	22.41%
Payback Period	24 เดือน

ตารางที่ 6.8 ตารางแสดงสรุปกำไร-ขาดทุน

สรุปการลงทุน	จำนวนเงิน (บาท)	สัดส่วน
มูลค่าโครงการ	88,713,875.00	100.00%
ต้นทุนค่าก่อสร้าง	62,043,437.50	69.94%
ต้นทุนบริหารและการตลาด	9,852,803.75	11.11%
กำไรขั้นต้น	16,817,633.75	18.96%
ดอกเบี้ยจ่าย+Bank Fee	244,476.00	0.28%
ภาษีเงินได้	2,739,716.60	3.09%
กำไรหลังภาษีและดอกเบี้ย	13,833,441.15	15.59%

CASH FLOW SUMMATION						
รายการ	เดือนที่ 1	เดือนที่ 2	เดือนที่ 3	เดือนที่ 4	เดือนที่ 5	เดือนที่ 6
กระแสเงินสดรับ	-	-	-	-	50,000	230,000
กระแสเงินสดจ่ายต้นทุนค่าที่ดินและค่าก่อสร้าง	(15,011,531)	(197,531)	(697,531)	(2,596,571)	(3,603,733)	(4,050,693)
กระแสเงินสดจ่ายต้นทุนค่าใช้จ่ายบริหารและการตลาด	(54,000)	(54,000)	(141,447)	(141,447)	(691,447)	(141,447)
กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน (EBIT)	(15,065,531)	(251,531)	(838,978)	(2,738,018)	(4,245,180)	(3,962,140)
กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน (EBIT) x (1-Tax) = FCFF	(12,052,425)	(201,225)	(671,183)	(2,190,415)	(3,396,144)	(3,169,712)
PV Factor	12.86%	0.98939	0.97890	0.96852	0.95825	0.94808
มูลค่าปัจจุบัน (PV)	(11,924,598)	(196,979)	(650,053)	(2,098,958)	(3,219,828)	(2,973,279)
มูลค่าปัจจุบันสะสม (Cumulative PV)	(11,924,598)	(12,121,578)	(12,771,631)	(14,870,588)	(18,090,416)	(21,063,696)
กระแสเงินสดจากการดำเนินงานสะสม	(15,065,531)	(15,317,063)	(16,156,041)	(18,894,059)	(23,139,239)	(27,101,379)
ภาระดอกเบี้ยจ่ายและค่าธรรมเนียมธนาคาร	-	(38,026)	(867)	(3,062)	(11,398)	(15,819)
ภาษีเงินได้	-	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดหลังภาษีเงินได้และดอกเบี้ยจ่าย	(15,065,531)	(289,557)	(839,846)	(2,741,080)	(4,256,578)	(3,977,959)
เงินทุนเจ้าของ	34,590,035					
เงินทุนจากเจ้าหนี้ (+ เบิกเงินกู้ / - คืนเงินกู้)	(5,925,600)	350,000	1,329,328	705,013	312,872	(814,828)
เงินสดปลายงวด	13,598,904	60,443	489,482	(2,036,067)	(3,943,706)	(4,792,787)

CASH FLOW SUMMATION												
รายการ	เดือนที่ 7	เดือนที่ 8	เดือนที่ 9	เดือนที่ 10	เดือนที่ 11	เดือนที่ 12	เดือนที่ 13	เดือนที่ 14	เดือนที่ 15	เดือนที่ 16	เดือนที่ 17	เดือนที่ 18
กระแสเงินสดรับ	288,038	370,861	453,683	536,506	619,329	702,152	784,974	867,797	950,620	12,046,474	7,454,046	7,371,224
กระแสเงินสดจ่ายต้นทุนค่าที่ดินและค่าก่อสร้าง	(2,886,653)	(4,606,653)	(4,489,693)	(4,489,693)	(4,489,693)	(4,489,693)	(4,167,193)	(2,877,193)	(1,909,693)	(1,479,693)	-	-
กระแสเงินสดจ่ายต้นทุนค่าใช้จ่ายบริหารและ การตลาด	(141,447)	(141,447)	(141,447)	(141,447)	(141,447)	(141,447)	(141,447)	(141,447)	(141,447)	(939,872)	(620,502)	(620,502)
กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน (EBIT)	(2,740,062)	(4,377,239)	(4,177,457)	(4,094,634)	(4,011,811)	(3,928,988)	(3,523,666)	(2,150,843)	(1,100,520)	9,626,909	6,833,544	6,750,722
กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน (EBIT) x (1-Tax) = FCFF	(2,192,050)	(3,501,791)	(3,341,965)	(3,275,707)	(3,209,449)	(3,143,191)	(2,818,932)	(1,720,674)	(880,416)	7,701,528	5,466,835	5,400,577
PV Factor	0.92808	0.91824	0.90850	0.89886	0.88933	0.87990	0.87056	0.86133	0.85220	0.84316	0.83422	0.82537
มูลค่าปัจจุบัน (PV)	(2,034,397)	(3,215,473)	(3,036,168)	(2,944,410)	(2,854,257)	(2,765,684)	(2,454,064)	(1,482,072)	(750,288)	6,493,608	4,560,521	4,457,466
มูลค่าปัจจุบันสะสม (Cumulative PV)	(23,098,093)	(26,313,566)	(29,349,734)	(32,294,144)	(35,148,400)	(37,914,085)	(40,368,149)	(41,850,220)	(42,600,508)	(36,106,900)	(31,546,379)	(27,088,913)
กระแสเงินสดจากการดำเนินงานสะสม	(29,841,441)	(34,218,681)	(38,396,137)	(42,490,771)	(46,502,582)	(50,431,570)	(53,955,236)	(56,106,079)	(57,206,599)	(47,579,689)	(40,746,145)	(33,995,424)
ภาระดอกเบี้ยจ่ายและค่าธรรมเนียมธนาคาร	(17,781)	(12,671)	(20,221)	(19,708)	(19,708)	(19,708)	(19,708)	(18,292)	(12,630)	(8,383)	(6,495)	-
ภาษีเงินได้	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดหลังภาษีเงินได้และดอกเบี้ยจ่าย	(2,757,843)	(4,389,910)	(4,197,678)	(4,114,342)	(4,031,519)	(3,948,696)	(3,543,373)	(2,169,135)	(1,113,150)	9,618,527	6,827,049	6,750,722
เงินทุนเจ้าของ												
เงินทุนจากเจ้าหนี้ (+ เบิกเงินกู้ / - คืนเงินกู้)	1,204,000	(81,872)	-	-	-	(225,750)	(903,000)	(677,250)	-	-	-	-
เงินสดปลายงวด	(1,553,843)	(4,471,782)	(4,197,678)	(4,114,342)	(4,031,519)	(4,174,446)	(4,446,373)	(2,846,385)	(1,113,150)	9,618,527	6,827,049	6,750,722

CASH FLOW SUMMATION												
รายการ	เดือนที่ 19	เดือนที่ 20	เดือนที่ 21	เดือนที่ 22	เดือนที่ 23	เดือนที่ 24	เดือนที่ 25	เดือนที่ 26	เดือนที่ 27	เดือนที่ 28	เดือนที่ 29	เดือนที่ 30
กระแสเงินสดรับ	7,288,401	7,205,578	7,122,755	7,039,933	6,957,110	6,874,287	6,791,465	6,708,642	-	-	-	-
กระแสเงินสดจ่ายต้นทุนค่าที่ดินและค่าก่อสร้าง	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดจ่ายต้นทุนค่าใช้จ่ายบริหารและ การตลาด	(620,502)	(620,502)	(620,502)	(620,502)	(620,502)	(620,502)	(566,502)	(566,502)	(87,447)	(87,447)	(72,101)	(72,101)
กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน (EBIT)	6,667,899	6,585,076	6,502,253	6,419,431	6,336,608	6,253,785	6,224,962	6,142,140	(87,447)	(87,447)	(72,101)	(72,101)
กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน (EBIT) x (1-Tax) = FCFF	5,334,319	5,268,061	5,201,803	5,135,544	5,069,286	5,003,028	4,979,970	4,913,712	(69,958)	(69,958)	(57,681)	(57,681)
PV Factor	0.81661	0.80795	0.79938	0.79091	0.78252	0.77422	0.76601	0.75788	0.74985	0.74189	0.73402	0.72624
มูลค่าปัจจุบัน (PV)	4,356,083	4,256,349	4,158,241	4,061,735	3,966,809	3,873,439	3,814,695	3,724,021	(52,458)	(51,901)	(42,339)	(41,890)
มูลค่าปัจจุบันสะสม (Cumulative PV)	(22,732,831)	(18,476,481)	(14,318,240)	(10,256,505)	(6,289,697)	(2,416,258)	1,398,437	5,122,458	5,070,000	5,018,099	4,975,760	4,933,870
กระแสเงินสดจากการดำเนินงานสะสม	(27,327,525)	(20,742,449)	(14,240,195)	(7,820,765)	(1,484,157)	4,769,628	10,994,591	17,136,730	17,049,283	16,961,836	16,889,735	16,817,634
ภาระดอกเบี้ยจ่ายและค่าธรรมเนียมธนาคาร	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ภาษีเงินได้	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2,739,717
กระแสเงินสดหลังภาษีเงินได้และดอกเบี้ยจ่าย	6,667,899	6,585,076	6,502,253	6,419,431	6,336,608	6,253,785	6,224,962	6,142,140	(87,447)	(87,447)	(72,101)	2,667,616
เงินทุนเจ้าของ												
เงินทุนจากเจ้าหนี้ (+ เบิกเงินกู้ / - คืนเงินกู้)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
เงินสดปลายงวด	6,667,899	6,585,076	6,502,253	6,419,431	6,336,608	6,253,785	6,224,962	6,142,140	(87,447)	(87,447)	(72,101)	2,667,616

CASH FLOW SUMMATION					
รายการ	เดือนที่ 31	เดือนที่ 32	เดือนที่ 33	เดือนที่ 34	เดือนที่ 35
กระแสเงินสดรับ	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดจ่ายต้นทุนค่าที่ดินและค่าก่อสร้าง	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดจ่ายต้นทุนค่าใช้จ่ายบริหารและการตลาด	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน (EBIT)	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน (EBIT) x (1-Tax) = FCFF	-	-	-	-	-
PV Factor	-	-	-	-	-
มูลค่าปัจจุบัน (PV)	-	-	-	-	-
มูลค่าปัจจุบันสะสม (Cumulative PV)	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการดำเนินงานสะสม	-	-	-	-	-
ภาระดอกเบี้ยจ่ายและค่าธรรมเนียมธนาคาร	-	-	-	-	-
ภาษีเงินได้	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดหลังภาษีเงินได้และดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
เงินทุนเจ้าของ					
เงินทุนจากเจ้าหนี้ (+เบิกเงินกู้/- คืนเงินกู้)	-	-	-	-	-
เงินสดปลายงวด	-	-	-	-	-

6.4 การวิเคราะห์ความเสี่ยง (Sensitivity Analysis)

การวิเคราะห์ความอ่อนไหว (Sensitivity Analysis) ทำเพื่อทดสอบการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยบางอย่างว่า จะส่งผลให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) และอัตราผลตอบแทนในการลงทุน (RR) จะเปลี่ยนไปอย่างไร โดยได้ทำการศึกษาปัจจัยราคาขายที่เปลี่ยนไปในทางที่ลดลง และราคาค่าก่อสร้างที่เปลี่ยนไปในทางที่สูงขึ้น

ตารางที่ 6.9 ตารางแสดงการวิเคราะห์ความอ่อนไหวจากการเปลี่ยนแปลงราคาขาย

สัดส่วนต่อราคาเป้าหมาย	NPV (บาท)	IRR (%)
	4,933,869.62	22.41%
100%	4,933,869.62	22.41%
95%	2,428,200.87	17.73%
90%	-74,259.90	12.80%
85%	-2,573,439.15	7.59%
80%	-5,069,261.05	2.06%
75%	-7,561,647.41	-3.82%
70%	-10,050,517.63	-10.09%

หากราคาขายลดลงครั้งละ 5% จากราคาขายปัจจุบัน (ราคาขายปัจจุบันเท่ากับ 2,534,682.14 บาท) จะส่งผลให้ NPV และ IRR เป็นไปตามตาราง จะเห็นได้ว่า หากราคาขายลดลงถึง 10% จะทำให้ NPV เริ่มเปลี่ยนเป็นลบและ IRR เริ่มน้อยกว่า Discounted Rate หมายความว่า ณ จุดดังกล่าวไม่ควรลงทุนในโครงการ จึงจำเป็นต้องระมัดระวังกรณีดังกล่าวเป็นพิเศษ

ตารางที่ 6.10 ตารางแสดงการวิเคราะห์ความอ่อนไหวจากการเปลี่ยนแปลงต้นทุนค่าก่อสร้าง

สัดส่วนต่อต้นทุนก่อสร้าง	NPV (บาท)	IRR (%)
	4,933,869.62	22.41%
100%	4,933,869.62	22.41%
105%	3,562,016.65	19.75%
110%	2,192,306.61	17.13%
115%	824,584.82	14.55%

ตารางที่ 6.10 ตารางแสดงการวิเคราะห์ความอ่อนไหวจากการเปลี่ยนแปลงต้นทุนค่าก่อสร้าง (ต่อ)

สัดส่วนต่อต้นทุนก่อสร้าง	NPV (บาท)	IRR (%)
120%	-541,288.88	12.00%
125%	-1,905,441.78	9.50%
130%	-3,267,989.74	7.03%

หากต้นทุนค่าก่อสร้างเพิ่มขึ้นครั้งละ 5% จากราคาค่าก่อสร้างในปัจจุบัน (ราคาค่าก่อสร้างปัจจุบันเท่ากับ 1,075,000.00 บาท) จะส่งผลให้ NPV และ IRR เป็นไปตามตาราง จะเห็นได้ว่า หากต้นทุนค่าก่อสร้างเพิ่มขึ้นถึง 20% จะทำให้ NPV เริ่มเป็นลบและ IRR เริ่มน้อยกว่า Discounted Rate หมายความว่า ณ จุดดังกล่าวไม่ควรลงทุนในโครงการ จึงจำเป็นต้องระมัดระวังกรณีดังกล่าวเป็นพิเศษ

ตารางที่ 6.11 ตารางแสดงการวิเคราะห์ความอ่อนไหวจากการเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ยเงินกู้*

อัตราดอกเบี้ย	NPV (บาท)	IRR (%)
	4,933,869.62	22.41%
7.1250%	5,041,918.99	22.41%
7.3250%	4,987,838.39	22.41%
7.5250%	4,933,869.62	22.41%
7.7250%	4,880,012.45	22.41%
7.9250%	4,826,266.66	22.41%
8.1250%	4,772,632.05	22.41%
8.3250%	4,719,108.39	22.41%
8.5250%	4,665,695.47	22.41%
8.7250%	4,612,393.06	22.41%

*จากข้อมูลอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ลูกค้ารายใหญ่ชั้นดี (MLR) จากธนาคารแห่งประเทศไทยย้อนหลัง 5 ปี พบว่า อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ลูกค้ารายใหญ่ชั้นดี (MLR) ต่ำสุดเท่ากับ 6.35% และสูงสุดเท่ากับ 7.65%

หากอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ปรับตัวลดลงและเพิ่มขึ้นครั้งละ 0.2 % คิดในอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ลูกค้ารายใหญ่ชั้นดี (MLR) +1% ย้อนหลัง 5 ปี (เมื่อคิดในอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ลูกค้ารายใหญ่ชั้นดี (MLR) +1% จะได้อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ต่ำสุดประมาณ 7.35% และสูงสุดประมาณ 8.65%) จะส่งผล

ให้ NPV และ IRR เป็นไปดังตาราง จะเห็นได้ว่า อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ปรับตัวลดลงและเพิ่มขึ้นครั้งละ 0.2 % จะทำให้ NPV เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นและลดลงครั้งละประมาณ 54,000 บาท และ IRR ยังคงเดิม



NPV		สัดส่วนต้นทุนการก่อสร้างและสาธารณูปโภคที่เพิ่มขึ้น													
	4,933,869.62	100.00%	105.00%	110.00%	115.00%	120.00%	125.00%	130.00%	135.00%	1.4	1.45	1.5	1.55	1.6	1.65
สัดส่วนราคาขายที่ลดลง	100.00%	4,933,869.615	3,562,016.646	2,192,306.613	824,584.824	-941,288.879	-1,905,441.779	-3,267,989.737	-4,629,038.439	-5,988,684.493	-7,347,016.381	-8,704,115.295	-10,060,055.876	-11,414,906.859	-12,768,731.646
	95.00%	2,428,200.873	1,059,012.650	308,149.663	1,673,433.335	3,036,971.696	4,398,885.753	5,759,285.580	7,118,271.525	8,475,935.261	9,832,360.704	11,187,624.816	12,541,798.310	13,894,946.275	15,247,128.718
	90.00%	74,259.902	1,440,826.299	-2,805,483.355	-4,168,370.838	-5,529,615.201	-6,889,331.128	-8,247,622.875	-9,604,585.427	-10,960,305.504	-12,314,862.447	-13,668,328.979	-15,020,771.886	-16,372,252.610	-17,722,827.771
	85.00%	2,573,439.150	3,937,429.504	5,299,626.470	6,660,162.257	8,019,156.392	9,376,717.204	10,732,943.105	12,087,923.698	13,441,740.744	14,794,469.000	16,146,176.954	17,496,927.466	18,846,778.339	20,195,782.812
	80.00%	5,069,261.046	6,430,724.145	7,790,509.030	9,148,740.299	10,505,530.518	11,860,981.634	13,215,186.199	14,568,228.429	15,920,185.120	17,271,126.451	18,621,116.677	19,970,214.744	21,318,474.828	22,665,946.803
	75.00%	7,561,647.414	8,920,635.206	10,278,058.996	11,634,035.739	12,988,671.012	14,342,060.365	15,694,290.485	17,045,440.199	18,395,581.348	19,744,779.538	21,093,094.810	22,440,582.210	23,787,292.304	25,133,271.621
	70.00%	10,050,517.631	11,407,085.383	12,762,202.196	14,115,977.352	15,468,509.430	16,819,887.580	18,170,192.630	19,519,498.028	20,867,870.670	22,215,371.616	23,562,056.706	24,907,977.114	26,253,179.820	27,597,708.034
	65.00%	12,535,788.536	13,889,995.005	15,242,862.237	16,594,491.837	17,944,975.384	19,294,395.641	20,642,827.589	21,990,339.320	23,336,992.813	24,682,844.603	26,027,946.365	27,372,345.428	28,716,085.221	30,059,205.665
	60.00%	15,017,374.326	16,369,281.936	17,719,960.432	19,069,503.745	20,417,996.476	21,765,515.020	23,112,128.544	24,457,899.816	25,802,885.932	27,147,138.942	28,490,706.393	29,833,631.810	31,175,955.107	32,517,712.959
	55.00%	17,495,186.448	18,844,861.482	20,193,415.702	21,540,935.396	22,887,498.217	24,233,174.236	25,578,026.844	26,922,113.534	28,265,486.566	29,608,193.551	30,950,277.960	32,291,779.559	33,632,734.798	34,973,177.152

ภาพที่ 6.1 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงราคาขายและต้นทุนค่าก่อสร้าง

IRR		สัดส่วนต้นทุนการก่อสร้างและสาธารณูปโภคที่เพิ่มขึ้น													
	22.41%	100.00%	105.00%	110.00%	115.00%	120.00%	125.00%	130.00%	135.00%	140.00%	145.00%	150.00%	155.00%	160.00%	165.00%
สัดส่วนราคาขายที่ลดลง	100.00%	22.41%	19.75%	17.13%	14.55%	12.00%	9.50%	7.03%	4.61%	2.21%	-0.14%	-2.46%	-4.75%	-7.00%	-9.21%
	95.00%	17.73%	15.04%	12.38%	9.77%	7.20%	4.67%	2.18%	-0.27%	-2.69%	-5.06%	-7.40%	-9.71%	-11.98%	-14.21%
	90.00%	12.80%	10.07%	7.39%	4.74%	2.14%	-0.41%	-2.93%	-5.41%	-7.85%	-10.25%	-12.61%	-14.94%	-17.22%	-19.47%
	85.00%	7.59%	4.82%	2.10%	-0.57%	-3.20%	-5.79%	-8.33%	-10.84%	-13.30%	-15.72%	-18.11%	-20.45%	-22.76%	-25.03%
	80.00%	2.06%	-0.74%	-3.49%	-6.20%	-8.86%	-11.48%	-14.06%	-16.59%	-19.08%	-21.52%	-23.93%	-26.30%	-28.62%	-30.91%
	75.00%	-3.82%	-6.66%	-9.45%	-12.19%	-14.89%	-17.54%	-20.14%	-22.70%	-25.22%	-27.69%	-30.12%	-32.50%	-34.85%	-37.16%
	70.00%	-10.09%	-12.98%	-15.81%	-18.59%	-21.32%	-24.00%	-26.64%	-29.23%	-31.77%	-34.26%	-36.72%	-39.13%	-41.49%	-43.82%
	65.00%	-16.83%	-19.76%	-22.63%	-25.45%	-28.22%	-30.93%	-33.60%	-36.22%	-38.79%	-41.31%	-43.79%	-46.22%	-48.61%	-50.95%
	60.00%	-24.09%	-27.07%	-29.98%	-32.84%	-35.65%	-38.40%	-41.10%	-43.75%	-46.35%	-48.90%	-51.40%	-53.86%	-56.27%	-58.63%
	55.00%	-31.97%	-35.00%	-37.96%	-40.86%	-43.71%	-46.50%	-49.23%	-51.91%	-54.54%	-57.12%	-59.64%	-62.12%	-64.55%	-66.94%

ภาพที่ 6.2 อัตราผลตอบแทนในการลงทุน (IRR) เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงราคาขายและต้นทุนค่าก่อสร้าง

6.5 การวิเคราะห์สถานการณ์ (Scenario Analysis)

ผู้ศึกษาจะทำการวิเคราะห์สถานการณ์ (Scenario Analysis) โดยเปลี่ยนแปลง 4 ปัจจัยดังต่อไปนี้ คือ

1. รายได้จากการขาย
2. ต้นทุนค่าก่อสร้าง
3. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้
4. ระยะเวลาในการขายของโครงการ

โดยจะสมมติให้ปัจจัยเหล่านี้เปลี่ยนแปลงไปพร้อมกันตามสมมติฐาน 3 สถานการณ์

Best case, Base case และ Worst case ตามสมมติฐานดังนี้

- Best case :
- รายได้จากการขายเพิ่มขึ้น 10 %
 - ต้นทุนค่าก่อสร้างลดลง 10%
 - อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ลดลงต่ำสุด MLR+1% เท่ากับ 7.35%
- และ
- ระยะเวลาในการขายเท่ากับ 6 เดือน (ช่วงปกติ 5 หลังต่อเดือน)
- Base case :
- รายได้จากการขายเท่าเดิมไม่เปลี่ยนแปลง (2,534,682.14 บาท)
 - ต้นทุนค่าก่อสร้างเท่าเดิมไม่เปลี่ยนแปลง (1,075,000.00 บาท)
 - อัตราดอกเบี้ยเงินกู้เท่าเดิมไม่เปลี่ยนแปลง (7.513%)
- และ
- ระยะเวลาในการขายเท่าเดิมไม่เปลี่ยนแปลง (11 เดือน)
- Worst case :
- รายได้จากการขายลดลง 10 %
 - ต้นทุนค่าก่อสร้างเพิ่มขึ้น 10%
 - อัตราดอกเบี้ยเงินกู้เพิ่มขึ้นสูงสุด MLR+1% เท่ากับ 8.65%
- และ
- ระยะเวลาในการขายเท่ากับ 16 เดือน (ช่วงปกติ 1 หลัง/เดือน)

ตารางที่ 6.12 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์สถานการณ์

Scenario	NPV (บาท)	IRR (%)	Payback Period
Best case	13,619,957.32	41.23%	20 เดือน
Base case	4,933,869.62	22.41%	24 เดือน
Worst case	-3,914,023.86	6.66%	มากกว่า 30 เดือน

จากผลการวิเคราะห์สถานการณ์ตามสมมติฐานข้างต้น 3 สถานการณ์พบว่า Best case และ Base case ยังคงให้ $NPV \geq 0$ และ $IRR > \text{Discounted rate}$ หมายความว่า โครงการยังมีความเป็นไปได้ภายใต้สมมติฐานดังกล่าว แต่ในกรณี Worst case ผลของ NPV เป็นลบและ IRR ต่ำกว่า Discounted rate ซึ่งหมายความว่าโครงการไม่มีความเป็นไปได้ในการลงทุนหากเกิดสถานการณ์ดังกล่าว จึงต้องระมัดระวังกรณีดังกล่าวเป็นพิเศษอย่างยิ่ง



รายการอ้างอิง

หนังสือและบทความในหนังสือ

วิทวัส รุ่งเรืองผล. (2557). การบริหารการตลาดธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ Real Estate Marketing Management (1 ed.).

บทความวารสาร

ธรรศ กติกาวงศ์ขจร, & สุชาติ เอื้อไตรรัตน์. (2557). ผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยว
กรณีศึกษา : บริษัท เอ็น.ซี.เอส.ซี. จำกัด (มหาชน). การประชุมสัมมนาทางวิชาการ มทร.ตะวันออก มรภ.กลุ่มศรีอยุธยา และราชชนครินทร์วิชาการและวิจัย, 274-277.

บุญชัย สกกุลโชติกโรจน์, & สุขชนนี เมธิโยธิน. พฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของ
ผู้บริโภคในอำเภอบ้านโป่ง จังหวัดชลบุรี: กรณีศึกษา บริษัทแกรนด์ เซ็นทรัลพาร์ค จำกัด.

ศิริลักษณ์ เพชรภา, & ผศ. (พิเศษ) ดร.อิทธิกร ขำเดช. (2557). การตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยประเภท
บ้านเดี่ยวบริเวณชานเมืองของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารการเงิน การลงทุน
การตลาด และบริหารธุรกิจ, 4(2), 465-478.

สมชาย วันดี. พฤติกรรมและส่วนประสมการตลาดในการเลือกซื้อบ้านจัดสรรโครงการขนาดเล็กใน
อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม. วารสารวิทยาการจัดการ, 45 - 55.

วิทยานิพนธ์

ปิยะณัฐ อัครศิริสุข, สุวรรณณา ตันติสถิระพงษ์, & ปิยลักษณ์ กิจแก้ว. (2545). การศึกษาความเป็นไปได้
ในการลงทุนใหม่ของโครงการเพชรพหล. (โครงการประกาศนียบัตรบัณฑิตทางการ
ประเมินราคาทรัพย์สิน), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เรืองราช กรุงทองพัฒนา, ประวิตร อุดมปัญญาวิทย์, & อาทิตย์ ตันติธรรมโสภณ. การศึกษาความเป็นไปได้
โครงการที่อยู่อาศัยเย็นอากาศวิลล์. (โครงการปริญญาโทสาขาธุรกิจ
อสังหาริมทรัพย์), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อริคม นราภิรมย์สุข, & เอกสิทธิ์ ตาระยันต์. การศึกษาความเป็นไปได้โครงการทาวน์เฮาส์ชั้นเดียว
จังหวัดปราจีนบุรี. (โครงการปริญญาโทสาขาธุรกิจอสังหาริมทรัพย์),
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อรุต ธนาสุวรรณดี. การศึกษาความเป็นไปได้ ทาวน์เฮาส์แนวใหม่ bou'SKY ซอยอ่อนนุช 17 : ด้าน
การเงิน. (โครงการปริญญาโทสาขาธุรกิจอสังหาริมทรัพย์), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

การพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ในเขตเศรษฐกิจพิเศษ ระยะที่ 2 ปี 2559. (2559, 21 มกราคม 2559).

Retrieved from

<http://thinkofliving.com/2016/01/21/%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%9E%E0%B8%B1%E0%B8%92%E0%B8%99%E0%B8%B2%E0%B8%AD%E0%B8%AA%E0%B8%B1%E0%B8%87%E0%B8%AB%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%B4%E0%B8%A1%E0%B8%97%E0%B8%A3%E0%B8%B1%E0%B8%9E%E0%B8%A2-2/>

ฐานเศรษฐกิจ. (23 ธันวาคม 2558). เปิดผังพื้นที่เฉพาะเขตพัฒนาเศรษฐกิจ‘นครพนม’อุตสาหกรรมสีเขียว-ศูนย์กลางการแพทย์อินโดจีน. Retrieved from

<http://www.thansettakij.com/2015/12/23/22340>

สำนักโฆษก, ก. (2559). ครม. ไฟเขียว 1,111 ล้านบาท ก่อสร้างศูนย์การขนส่งชายแดน จ. นครพนม
กว่า 600 ไร่ รับเขตเศรษฐกิจพิเศษ เชื่อมคมนาคมระบบราง กระจายสินค้าสู่ภูมิภาค
อาเซียน. Retrieved from

http://www.thaigov.go.th/index.php?option=com_k2&view=item&id=92321:id92321&Itemid=339&lang=th

ภาคผนวก



แบบสอบถามและผลการวิเคราะห์ข้อมูล



แบบสอบถาม

เรื่อง ความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยในพื้นที่อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม

วัตถุประสงค์

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาอิสระ ตามหลักสูตรโครงการธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ การตอบคำถามในแบบสอบถามของท่านจะถูกนำมาใช้ประโยชน์ในการศึกษาวิจัยเชิงวิชาการ โดยผู้ศึกษาจะไม่เปิดเผยข้อมูลใดๆ แก่บุคคลภายนอก ยกเว้นกรณีศึกษาเท่านั้น ผู้ศึกษาจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการแสดงความคิดเห็นและตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง ความคิดเห็นของท่านมีความสำคัญยิ่งต่อการศึกษาวิจัยครั้งนี้ และขอขอบพระคุณในความร่วมมือมา ณ โอกาสนี้

นางสาวสิริกานต์ อังคะรา

นักศึกษาปริญญาโท สาขาธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องสี่เหลี่ยมที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

1. เพศ *

- ชาย หญิง

2. อายุ *

- ต่ำกว่า 20 ปี 21 - 25 ปี 26 - 30 ปี 31 - 35 ปี
 36 - 40 ปี 41 - 45 ปี 46 - 50 ปี 51 - 55 ปี
 55 - 60 ปี มากกว่า 60 ปี

3. สถานภาพ *

- โสด สมรส หม้าย/หย่าร้าง อื่นๆ : _____

4. ระดับการศึกษาสูงสุด *

- ประถมศึกษา มัธยมศึกษา ประกาศนียบัตรวิชาชีพ/อนุปริญญา
 ปริญญาตรี ปริญญาโท ปริญญาเอก

5. อาชีพ *

- ไม่ประกอบอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 ลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน เจ้าของกิจการ/ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว
 นักเรียน/นักศึกษา เกษตรกร อื่นๆ : _____

6. จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ด้วยกันในปัจจุบัน *

- 1 คน 2 คน 3 คน 4 คน 5 คน
 6 คน 7 คน 8 คน มากกว่า 8 คน

7. รายได้ครัวเรือนโดยเฉลี่ย ต่อเดือน *

- ไม่มีรายได้ ต่ำกว่า 20,000 บาท
 20,001 - 40,000 บาท 40,001 - 60,000 บาท
 60,001 - 80,000 บาท 80,001 - 100,000 บาท
 มากกว่า 100,000 บาท

8. ปัจจุบันท่านอยู่บ้านพักอาศัยรูปแบบใด *

- บ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์เฮ้าส์
 อาคารพาณิชย์ คอนโดมิเนียม/อาคารชุด อื่นๆ : _____

9. บ้านพักอาศัยที่ท่านอาศัยอยู่ในปัจจุบันเป็นกรรมสิทธิ์รูปแบบใด *

- เป็นของตนเอง เป็นของบิดา-มารดา/ครอบครัว/บรรพบุรุษ
 อาศัยอยู่กับผู้อื่น บ้านพักฟรี/ของหน่วยงาน

เซ่า อื่นๆ : _____

10. ท่านมีภูมิลาเนาเดิมที่อำเภอธาตุนม หรือจังหวัดนครพนมหรือไม่ *

- ใช่ มีภูมิลาเนาเดิมที่อำเภอธาตุนม
 ใช่ มีภูมิลาเนาเดิมที่จังหวัดนครพนม (ไม่ใช่อำเภอธาตุนม)
 ไม่ใช่ มีภูมิลาเนาเดิมที่จังหวัด _____

11. ปัจจุบันท่านทำงานในพื้นที่อำเภอธาตุนม หรือจังหวัดนครพนมหรือไม่ *

- ใช่ ทำงานในอำเภอธาตุนม
 ใช่ ทำงานในจังหวัดนครพนม
 ใช่ ทำงานในจังหวัดใกล้เคียงกับจังหวัดนครพนม
 ไม่ใช่ ทำงานในจังหวัด _____

12. ท่านมีความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยในระยะเวลาอันใกล้นี้หรือไม่

- ต้องการ ไม่ต้องการ

13. เหตุผลที่ท่านอาจซื้อที่อยู่อาศัยใหม่ในอนาคต *

- แต่งงาน/แยกครอบครัว ซื้อเก็บไว้เพื่อเป็นบ้านพักหลังที่ 2
 ที่อยู่อาศัยเดิมมีความชำรุดทรุดโทรม ซื้อไว้เพื่อการลงทุน/เพื่อค้าขาย
 ต้องการที่อยู่อาศัยที่เป็นสัดส่วน/ขยายพื้นที่ที่อยู่อาศัย
 ต้องการระบบสาธารณูปโภค/สิ่งอำนวยความสะดวก/ระบบรักษาความปลอดภัย
 อื่นๆ : _____

14. ท่านต้องการที่อยู่อาศัยรูปแบบใด *

- มีที่ดินเดิมและปลูกสร้างที่อยู่อาศัยบนที่ดินของตนเอง
 ซื้อที่ดินใหม่และปลูกสร้างที่อยู่อาศัยเองบนที่ดินใหม่
 ซื้อที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างที่สร้างสำเร็จจากโครงการจัดสรร

15. ท่านต้องการที่อยู่อาศัยประเภทใด *

- บ้านเดี่ยว (พื้นที่ 50 ตารางวาขึ้นไป) บ้านแฝด (พื้นที่ 35 ตารางวาขึ้นไป)
 ทาวน์เฮ้าส์ (พื้นที่ 16 ตารางวาขึ้นไป) อาคารพาณิชย์ (พื้นที่ 16 ตารางวาขึ้นไป)
 คอนโดมิเนียม/อาคารชุด

16. พื้นที่ใช้สอยที่ท่านต้องการ

- ไม่ทราบ ไม่เกิน 100 ตารางเมตร 101 – 150 ตารางเมตร
 151 – 200 ตารางเมตร 201 – 250 ตารางเมตร มากกว่า 250 ตารางเมตร

17. จำนวนชั้นที่ท่านต้องการ

1 ชั้น 2 ชั้น 3 ชั้น 4 ชั้น อื่นๆ : _____ ชั้น

18. จำนวนห้องนอนที่ท่านต้องการ *

1 ห้องนอน 2 ห้องนอน 3 ห้องนอน
 4 ห้องนอน อื่นๆ : _____ ห้องนอน

19. จำนวนห้องน้ำที่ท่านต้องการ *

1 ห้องน้ำ 2 ห้องน้ำ 3 ห้องน้ำ
 4 ห้องน้ำ อื่นๆ : _____ ห้องน้ำ

20. จำนวนที่จอดรถที่ท่านต้องการ *

1 คัน 2 คัน 3 คัน 4 คัน อื่นๆ : _____ คัน

21. กรุณาเรียงลำดับสิ่งอำนวยความสะดวกที่ท่านต้องการต่อไปนี้ (1 = ต้องการมากที่สุด จนถึง 4 = ต้องการน้อยที่สุด)

_____ สวนหย่อม/พื้นที่สีเขียว _____ สระว่ายน้ำ
_____ สนามเด็กเล่น _____ สนามกีฬา/สถานที่ออกกำลังกาย

22. ระดับราคาที่อยู่อาศัยที่ท่านต้องการ *

ต่ำกว่า 1 ล้านบาท 1 ล้านบาท - 1.3 ล้านบาท
 1.3 ล้านบาท - 1.5 ล้านบาท 1.5 ล้านบาท - 2 ล้านบาท
 2 ล้านบาท - 2.5 ล้านบาท 2.5 ล้านบาท - 3 ล้านบาท
 3 ล้านบาท - 3.5 ล้านบาท มากกว่า 3.5 ล้านบาท

23. ในการจองซื้อที่อยู่อาศัยจากโครงการจัดสรร ท่านต้องการเงื่อนไขพิเศษอะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ดาวน์ต่ำ ส่วนลดเงินสด ฟรีค่าธรรมเนียมการโอน/จำนอง
 ของแถม เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า ตกแต่งภายใน/จัดสวน อื่นๆ : _____

24. กรุณาเลือกแบบบ้านที่ท่านชอบมากที่สุด

แบบไทยประยุกต์



แบบร่วมสมัย



แบบโมเดิร์น



แบบอังกฤษ



25. ปัจจัยเหล่านี้มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของท่านในระดับใด *

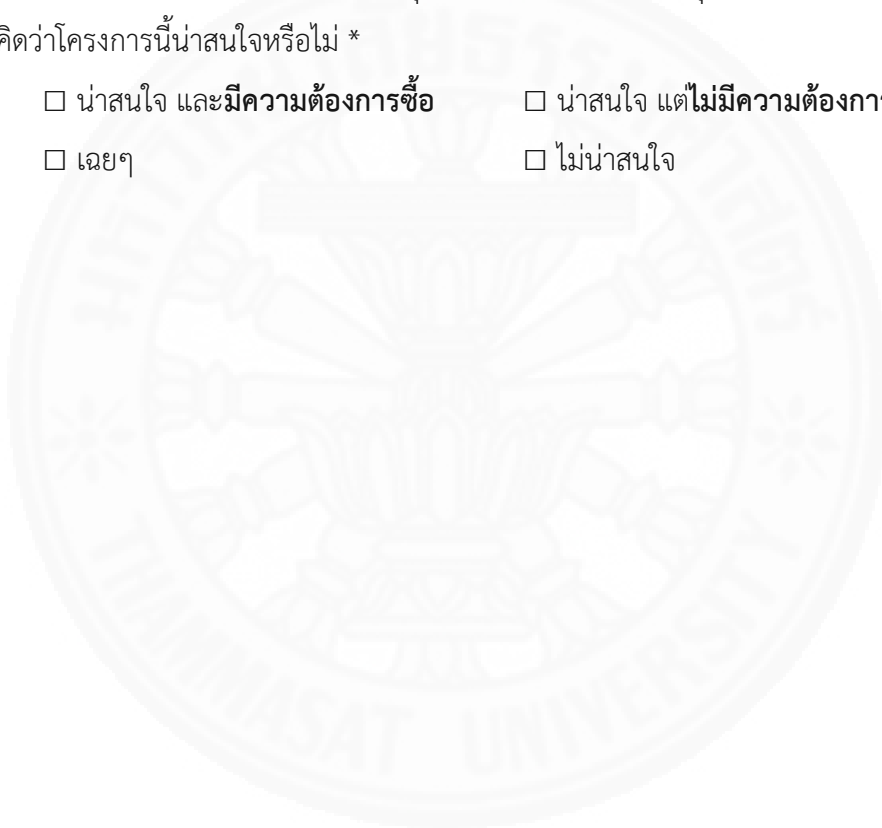
(0 หมายถึง ไม่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อ และ 5 หมายถึง มีความสำคัญมากที่สุดในการตัดสินใจซื้อ)

ปัจจัย	0:ไม่มี ความสำคัญ	1:น้อย ที่สุด	2:น้อย	3:ปาน กลาง	4:มาก	5:มาก ที่สุด
ทำเลที่ตั้งโครงการ						
ราคา						
รูปแบบบ้าน						
ขนาดพื้นที่ที่ดิน						
ขนาดพื้นที่ใช้สอย						
จำนวนห้องน้ำ/ห้องนอน/ที่จอดรถ						
ขนาดของห้องน้ำ/ห้องนอน/ห้องครัว						

ปัจจัย	0:ไม่มี ความสำคัญ	1:น้อย ที่สุด	2:น้อย	3:ปาน กลาง	4:มาก	5:มาก ที่สุด
สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น สวนหย่อม ฯลฯ						
ระบบรักษาความปลอดภัย เช่น พนักงาน รปภ.						
เงื่อนไขพิเศษ/โปรโมชั่น						

26. หากมีโครงการบ้านจัดสรรในอำเภอธาตุพนม (ห่างจากวัดพระธาตุพนมฯ ในรัศมี 2 กิโลเมตร)
ท่านคิดว่าโครงการนี้น่าสนใจหรือไม่ *

- น่าสนใจ และมีความต้องการซื้อ น่าสนใจ แต่ไม่มีความต้องการซื้อ
 เฉยๆ ไม่น่าสนใจ



การสร้างรหัสและกำหนดชื่อตัวแปร

ข้อ	ตัวแปร	รายการ	ค่าที่เป็นไปได้	Possible output	
1	GENDER	เพศ	1	1. ชาย	1. Male
				2. หญิง	2. Female
2	AGE	อายุ	2	1. ต่ำกว่า 20 ปี	1. Younger 20 years old
				2. 20 - 25 ปี	2. 20 - 25 years old
				3. 26 - 30 ปี	3. 26 - 30 years old
				4. 31 - 35 ปี	4. 31 - 35 years old
				5. 36 - 40 ปี	5. 36 - 40 years old
				6. 41 - 45 ปี	6. 41 - 45 years old
				7. 46 - 50 ปี	7. 46 - 50 years old
				8. 51 - 55 ปี	8. 51 - 55 years old
				9. 56 - 60 ปี	9. 56 - 60 years old
				10. มากกว่า 60 ปี	10. Older 60 years old
3	STATUS	สถานภาพ	1	1. โสด	1. Single
				2. สมรส	2. Married
				3. หม้าย/หย่าร้าง	3. Divorced
4	EDUCATION	ระดับการศึกษา	1	1. ประถมศึกษา	1. Primary School
				2. มัธยมศึกษา	2. Secondary School
				3. ประกาศนียบัตร วิชาชีพ/อนุปริญญา	3. Diploma
				4. ปริญญาตรี	4. Bachelor Degree
				5. ปริญญาโท	5. Master Degree
				6. ปริญญาเอก	6. Ph.D.
5	OCCUPATION	อาชีพ	1	1. ไม่ประกอบอาชีพ	1. Unemployed
				2. ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	2. Government officer/ State enterprise officer
				3. ลูกจ้าง/พนักงาน บริษัทเอกชน	3. Employee

ชื่อ	ตัวแปร	รายการ	ค่าที่เป็นไปได้	Possible output	
			4. เจ้าของกิจการ/ค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว	4. Private sector	
			5. นักเรียน/นักศึกษา	5. Student	
			6. เกษตรกร	6. Farmer/ Agriculturist	
			7. อื่นๆ	7. Others	
6	FAM_MEM	จำนวนสมาชิก	1	1. 1 คน	1. 1 People
				2. 2 คน	2. 2 People
				3. 3 คน	3. 3 People
				4. 4 คน	4. 4 People
				5. 5 คน	5. 5 People
				6. 6 คน	6. 6 People
				7. 7 คน	7. 7 People
				8. 8 คน	8. 8 People
				9. มากกว่า 8 คน	9. More than 8 People
7	FAM_INCOME	รายได้ครัวเรือน	1	1. ไม่มีรายได้	1. No income
				2. ต่ำกว่า 20,000 บาท	2. Less than 20,000 Baht
				3. 20,000 - 40,000 บาท	3. 20,000 - 40,000 Baht
				4. 40,001 - 60,000 บาท	4. 40,001 - 60,000 Baht
				5. 60,001 - 80,000 บาท	5. 60,001 - 80,000 Baht
				6. 80,001 - 100,000 บาท	6. 80,001 - 100,000 Baht
				7. มากกว่า 100,000 บาท	7. More 100,000 Baht
8	HOMETYPE	ประเภทที่อยู่อาศัยปัจจุบัน	1	1. บ้านเดี่ยว	1. Single detached house
				2. บ้านแฝด	2. Twin house
				3. ทาวน์เฮ้าส์	3. Townhouse
				4. อาคารพาณิชย์	4. Commercial building
				5. คอนโดมิเนียม	5. Condominium
9	BELONGING	รูปแบบที่อยู่อาศัย	1	1. เป็นของตนเอง	1. Owner
				2. เป็นของบิดามารดา	2. Belonging to parents
				3. อาศัยอยู่กับผู้อื่น	3. Living with others

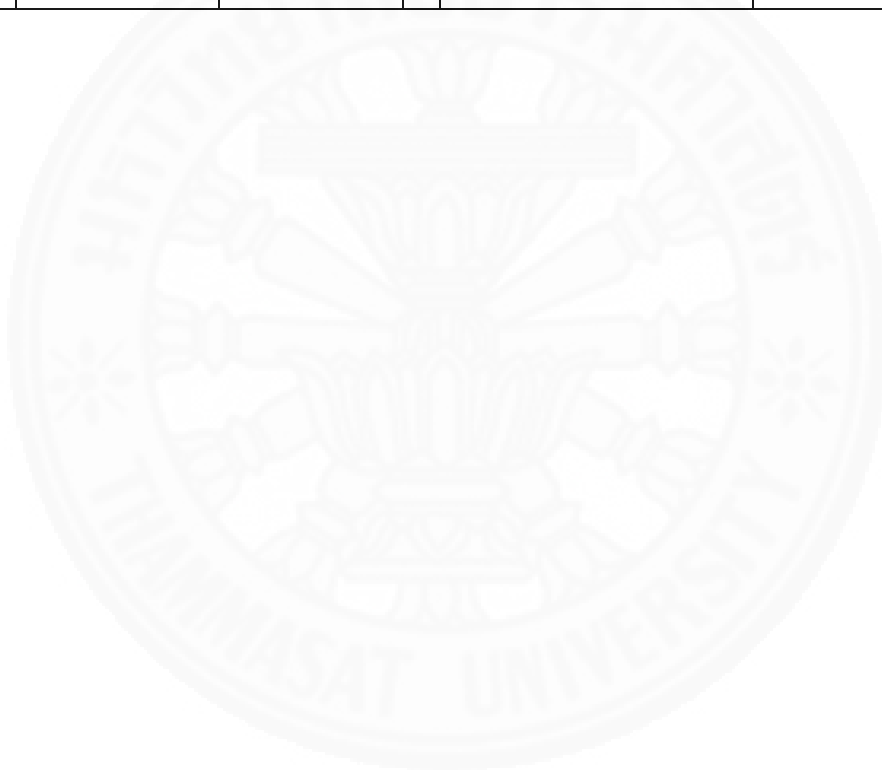
ข้อ	ตัวแปร	รายการ	ค่าที่เป็นไปได้	Possible output	
			4. บ้านพักฟรีของ หน่วยงาน	4. Free home for officer/employee	
			5. เช่า	5. Rental	
10	HOMETOWN	ภูมิลำเนา	1	1. มีภูมิลำเนาเดิมที่อำเภอ ธาตุพนม	1. Thatpanom district, Nakhonpanom Province
				2. มีภูมิลำเนาเดิมที่จังหวัด นครพนม (ไม่ใช่อำเภอธาตุ พนม)	2. Other district, Nakhonpanom Province
				3. มีภูมิลำเนาที่จังหวัดอื่น	3. Other province
11	WORKTOWN	ที่ทำงาน	1	1. ทำงานในอำเภอธาตุ พนม	1. Work in Thatpanom district, Nakhonpanom Province
				2. ทำงานในจังหวัด นครพนม	2. Work in other district, Nakhonpanom Province
				3. ทำงานในจังหวัดอื่น	3. Work in other province
12	WANTED	ความต้องการซื้อ ที่อยู่อาศัย	1	1. ต้องการ	1. Yes, want to buy a new home oncoming
				2. ไม่ต้องการ	2. No
13	BUYING_CAUSE	เหตุผลในการซื้อ ที่อยู่อาศัย	1	1. แต่งงาน/แยกครอบครัว	1. Marriage / Create a new family
				2. ซื้อเก็บไว้เพื่อเป็น บ้านพักหลังที่ 2	2. To be a second home
				3. ที่อยู่อาศัยเดิมมีความ ชำรุดทรุดโทรม	3. Old/Aging of current home
				4. ต้องการที่อยู่อาศัยที่ เป็นสัดส่วน/ขยายพื้นที่ที่ อยู่อาศัย	4. To enlarge home/family

ข้อ	ตัวแปร	รายการ	ค่าที่เป็นไปได้	Possible output
			5. ต้องการระบบสาธารณูปโภค/สิ่งอำนวยความสะดวก/ระบบรักษาความปลอดภัย	5. Looking for utility, facility, and safety
			6. ซื้อไว้เพื่อการลงทุน/เพื่อค้าขาย	6. For investment
14	EXP_HOME	รูปแบบการเลือกที่อยู่อาศัย	1. มีที่ดินเดิมและปลูกสร้างที่อยู่อาศัยบนที่ดินของตนเอง	1. Create a new house on existing land
			2. ซื้อที่ดินใหม่และปลูกสร้างที่อยู่อาศัยเองบนที่ดินใหม่	2. Create a new house on a new land
			3. ซื้อที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างที่สร้างสำเร็จจากโครงการจัดสรร	3. Buy from housing developer
15	EXP_HOMETYPE	ประเภทของที่อยู่อาศัยที่ต้องการ	1. บ้านเดี่ยว	1. Single detached house
			2. บ้านแฝด	2. Twin house
			3. ทาวน์เฮ้าส์	3. Townhouse
			4. อาคารพาณิชย์	4. Commercial building
			5. คอนโดมิเนียม	5. Condominium
16	EXP_AREA	พื้นที่ใช้สอยของที่อยู่อาศัยที่ต้องการ	1. ไม่ทราบ	1. Cannot identified
			2. ไม่เกิน 100 ตารางเมตร	2. No more than 100 sq.m.
			3. 101 – 150 ตารางเมตร	3. 101 – 150 sq.m.
			4. 151 – 200 ตารางเมตร	4. 151 – 200 sq.m.
			5. 201 – 250 ตารางเมตร	5. 201 – 250 sq.m.
			6. มากกว่า 250 ตารางเมตร	6. More than 250 sq.m.
17	EXP_FLOOR	จำนวนชั้นของที่อยู่อาศัยที่ต้องการ	1. 1 ชั้น	1. 1 Floor
			2. 2 ชั้น	2. 2 Floor
			3. 3 ชั้น	3. 3 Floor
			4. 4 ชั้น	4. 4 Floor

ข้อ	ตัวแปร	รายการ	ค่าที่เป็นไปได้	Possible output	
			5. มากกว่า 4 ชั้น	5. More than 4 Floor	
18	EXP_BEDR	จำนวนห้องนอนของ ที่อยู่อาศัยที่ต้องการ	1	1. 1 ห้องนอน	1. 1 Bedroom
				2. 2 ห้องนอน	2. 2 Bedroom
				3. 3 ห้องนอน	3. 3 Bedroom
				4. 4 ห้องนอน	4. 4 Bedroom
				5. มากกว่า 4 ห้องนอน	5. More than 4 Bedroom
19	EXP_BATH R	จำนวนห้องน้ำของที่ อยู่อาศัยที่ต้องการ	1	1. 1 ห้องน้ำ	1. 1 Bathroom
				2. 2 ห้องน้ำ	2. 2 Bathroom
				3. 3 ห้องน้ำ	3. 3 Bathroom
				4. 4 ห้องน้ำ	4. 4 Bathroom
				5. มากกว่า 4 ห้องน้ำ	5. More than 4 Bathroom
20	EXP_CAR	จำนวนที่จอดรถของที่ อยู่อาศัยที่ต้องการ	1	1. 1 คัน	1. 1 Car
				2. 2 คัน	2. 2 Car
				3. 3 คัน	3. 3 Car
				4. 4 คัน	4. 4 Car
				5. มากกว่า 4 คัน	5. More than 4 Car
21	EXP_GARD EN	ความต้องการสิ่ง อำนวยความสะดวก (สวนหย่อม/พื้นที่สีเขียว สระว่ายน้ำ สนามเด็กเล่น สถานที่ ออกกำลังกาย)	1	1. ต้องการเป็นลำดับที่ 1	1. 1st rank
	EXP_POO L			2. ต้องการเป็นลำดับที่ 2	2. 2nd rank
	EXP_PLAY			3. ต้องการเป็นลำดับที่ 3	3. 3rd rank
	EXP_GYM			4. ต้องการเป็นลำดับที่ 4	4. 4th rank
22	EXP_PRIC E	ระดับราคาที่อยู่อาศัย ที่ท่านต้องการ	1	1. ต่ำกว่า 1 ล้านบาท	1. Lower than 1 Million baht
				2. 1 ล้านบาท - 1.3 ล้านบาท	2. 1 - 1.3 Million baht
				3. 1.3 ล้านบาท - 1.5 ล้าน บาท	3. 1.3 - 1.5 Million baht

ข้อ	ตัวแปร	รายการ	ค่าที่เป็นไปได้	Possible output
			4. 1.5 ล้านบาท - 2 ล้านบาท	4. 1.5 - 2 Million baht
			5. 2 ล้านบาท - 2.5 ล้านบาท	5. 2 - 2.5 Million baht
			6. 2.5 ล้านบาท - 3 ล้านบาท	6. 2.5 - 3 Million baht
			7. 3 ล้านบาท - 3.5 ล้านบาท	7. 3 - 3.5 Million baht
			8. มากกว่า 3.5 ล้านบาท	8. Higher than 3.5 Million baht
23	EXP_PRO MO	เงื่อนไขพิเศษที่ ต้องการ		
24	EXP_HOM ESTYLE	แบบบ้านที่ชอบมาก ที่สุด	1 1. แบบไทยประยุกต์ 2. แบบร่วมสมัย 3. แบบโมเดิร์น 4. แบบอังกฤษ	1. Thai 2. Contemporary 3. Modern 4. English
25	LOCATION	ปัจจัยเหล่านี้มีผลต่อ การตัดสินใจซื้อที่อยู่ อาศัย	1	1 = ไม่มีความสำคัญต่อการ ตัดสินใจซื้อ
	PRICE			2 = มีความสำคัญน้อยในการ ตัดสินใจซื้อ
	STYLE			3 = มีความสำคัญปานกลางใน การตัดสินใจซื้อ
	LAND			4 = มีความสำคัญมากในการ ตัดสินใจซื้อ
	AREA			5 = มีความสำคัญมากที่สุดในการ ตัดสินใจซื้อ
	NO_ROOM			
	SIZE_ROOM			
	FACILITY			
	SAFETY			
	PROMOTION			

ข้อ	ตัวแปร	รายการ	ค่าที่เป็นไปได้	Possible output	
26	HOUSING_ACC EPTABLE	โครงการบ้าน จัดสรรในอำเภอ หาดูพนม (ห่าง จากวัดพระธาตุ พนมา ในรัศมี 2 กิโลเมตร)	1	1. น่าสนใจ และมีความ ต้องการซื้อ	1. Interesting, and want to buy
				2. น่าสนใจ แต่ไม่มีความ ต้องการซื้อ	2. Interesting, but don't want to buy
				3. เฉยๆ	3. So so
				4. ไม่น่าสนใจ	4. No interesting



ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามโดยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS

Evaluation 15.0 คำนวณค่าการแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และการแจกแจงความถี่แบบหลายทาง (Crosstab)

Statistics

	GENDE R	AG E	STATU S	EDUCATIO N	OCCUPATIO N	FAM_ME M	FAM_INCOM E
N Valid	250	250	250	250	250	250	250
Missing	0	0	0	0	0	0	0

GENDER

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Male	82	32.8	32.8	32.8
	Female	168	67.2	67.2	100.0
	Total	250	100.0	100.0	

จากการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามและคาดว่าจะจะเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจำนวน 250 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็น 67.2% และส่วนที่เหลือเป็นเพศชายอีก 32.8%

AGE

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Younger 20 years old	3	1.2	1.2	1.2
	20 - 25 years old	40	16.0	16.0	17.2
	26 - 30 years old	48	19.2	19.2	36.4
	31 - 35 years old	50	20.0	20.0	56.4
	36 - 40 years old	56	22.4	22.4	78.8
	41 - 45 years old	16	6.4	6.4	85.2
	46 - 50 years old	14	5.6	5.6	90.8
	51 - 55 years old	12	4.8	4.8	95.6
	56 - 60 years old	10	4.0	4.0	99.6
	Older 60 years old	1	.4	.4	100.0
	Total		250	100.0	100.0

จากการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามและคาดว่าจะจะเป็นกลุ่ม
ลูกค้าเป้าหมายจำนวน 250 คน ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 36 – 40 ปี และ 31 – 35 ปี โดยคิดเป็น
22.4% และ 20% ตามลำดับ รองลงมาคือมีอายุระหว่าง 26 – 30 ปี มีจำนวน 19.2%

STATUS

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Single	124	49.6	49.6	49.6
Married	107	42.8	42.8	92.4
Divorced	19	7.6	7.6	100.0
Total	250	100.0	100.0	

จากการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามและคาดว่าจะจะเป็นกลุ่ม
ลูกค้าเป้าหมายจำนวน 250 คน ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสดคิดเป็น 49.6% และรองลงมาคือ สมรส คิด
เป็น 42.8%

EDUCATION

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Secondary School	26	10.4	10.4	10.4
Diploma	43	17.2	17.2	27.6
Bachelor Degree	140	56.0	56.0	83.6
Master Degree	37	14.8	14.8	98.4
Ph.D.	4	1.6	1.6	100.0
Total	250	100.0	100.0	

จากการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามและคาดว่าจะจะเป็นกลุ่ม
ลูกค้าเป้าหมายจำนวน 250 คน ส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี โดยคิดเป็น 56% และ
รองลงมาคือ ประกาศนียบัตรวิชาชีพ/อนุปริญญา คิดเป็น 17.2%

OCCUPATION

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Unemployed	3	1.2	1.2	1.2
	Government officer/ State enterprise officer	136	54.4	54.4	55.6
	Employee	93	37.2	37.2	92.8
	Private sector	10	4.0	4.0	96.8
	Student	8	3.2	3.2	100.0
	Total	250	100.0	100.0	

จากการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามและคาดว่าจะเป็กลุ่มลูกค้าเป้าหมายจำนวน 250 คน ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจจำนวน 136 คน คิดเป็น 54.4% และรองลงมาคือ อาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 93 คน คิดเป็น 37.2%

FAM_MEM

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 People	3	1.2	1.2	1.2
	2 People	19	7.6	7.6	8.8
	3 People	45	18.0	18.0	26.8
	4 People	93	37.2	37.2	64.0
	5 People	49	19.6	19.6	83.6
	6 People	23	9.2	9.2	92.8
	7 People	5	2.0	2.0	94.8
	8 People	10	4.0	4.0	98.8
	More than 8 People	3	1.2	1.2	100.0
	Total	250	100.0	100.0	

จากการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามและคาดว่าจะเป็กลุ่มลูกค้าเป้าหมายจำนวน 250 คน ส่วนใหญ่มีสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ด้วยกันในปัจจุบันเป็น 4 คน และรองลงมาเป็น 5 คน คิดเป็น 37.2% และ 19.6% ตามลำดับ

FAM_INCOME

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid No income	6	2.4	2.4	2.4
Less than 20,000 Baht	67	26.8	26.8	29.2
20,000 - 40,000 Baht	113	45.2	45.2	74.4
40,001 - 60,000 Baht	39	15.6	15.6	90.0
60,001 - 80,000 Baht	5	2.0	2.0	92.0
80,001 - 100,000 Baht	14	5.6	5.6	97.6
More 100,000 Baht	6	2.4	2.4	100.0
Total	250	100.0	100.0	

จากการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามและคาดว่าจะจะเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจำนวน 250 คน ส่วนใหญ่มีรายได้ครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 20,000 – 40,000 บาท จำนวน 113 คน คิดเป็น 45.2% และมีรายได้ครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท คิดเป็น 26.8% เป็นลำดับถัดมา

Statistics

	HOMETYPE	BELONGING	HOMETOWN	WORKTOWN	WANTED	BUYING_CAUSE
N Valid	250	250	246	246	248	241
Missing	0	0	4	4	2	9

HOMETYPE

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Single detached house	231	92.4	92.4	92.4
Twinhouse	2	.8	.8	93.2
Townhouse	8	3.2	3.2	96.4
Commercial building	9	3.6	3.6	100.0
Total	250	100.0	100.0	

จากการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามและคาดว่าจะจะเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจำนวน 250 คน ส่วนใหญ่ปัจจุบันอาศัยอยู่ที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยว เป็นจำนวน 231 คน คิดเป็น 92.4%

BELONGING

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Owner	70	28.0	28.0	28.0
	Belonging to parents	157	62.8	62.8	90.8
	Living with others	9	3.6	3.6	94.4
	Free home for officer/employee	5	2.0	2.0	96.4
	Rental	9	3.6	3.6	100.0
	Total	250	100.0	100.0	

จากการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามและคาดว่าจะเป็กลุ่มลูกค้าเป้าหมายจำนวน 250 คน ส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 157 คนอาศัยอยู่บ้านของบิดา-มารดา/บรรพบุรุษ คิดเป็น 62.8% และรองลงมาเป็นบ้านของตนเอง จำนวน 70 คน คิดเป็น 28%

HOMETOWN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Thatpanom district, Nakhonpanom Province	151	60.4	61.4	61.4
	Other district, Nakhonpanom Province	65	26.0	26.4	87.8
	Other province	30	12.0	12.2	100.0
	Total	246	98.4	100.0	
Missing	99	4	1.6		
Total		250	100.0		

จากการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามและคาดว่าจะเป็กลุ่มลูกค้าเป้าหมายจำนวน 250 คน ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาในอำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนมจำนวน 151 คน คิดเป็น 60.4% และรองลงมาคือมีภูมิลำเนาในอำเภออื่นๆของจังหวัดนครพนม จำนวน 65 คน คิดเป็น 26%

WORKTOWN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Work in Thatpanom district, Nakhonpanom Province	206	82.4	83.7	83.7
	Work in other district, Nakhonpanom Province	36	14.4	14.6	98.4
	Work in other province	4	1.6	1.6	100.0
	Total	246	98.4	100.0	
Missing	System	4	1.6		
Total		250	100.0		

จากการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามและคาดว่าจะจะเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจำนวน 250 คน ส่วนใหญ่ทำงานในพื้นที่อำเภอหาดุพนม จังหวัดนครพนม คิดเป็น 82.4% และทำงานในอำเภออื่นในจังหวัดนครพนมคิดเป็น 14.4%

WANTED

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Yes, want to buy a new home oncoming	125	50.0	50.4	50.4
	No	123	49.2	49.6	100.0
	Total	248	99.2	100.0	
Missing	System	2	.8		
Total		250	100.0		

จากการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามและคาดว่าจะจะเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจำนวน 250 คน มีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยในระยะเวลาอันใกล้ จำนวน 125 คน คิดเป็น 50% ซึ่งใกล้เคียงกับผู้ที่ไม่มีความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยในระยะเวลาอันใกล้ จำนวน 123 คน ซึ่งคิดเป็น 49.2%

BUYING_CAUSE

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mariage / Create a new family	63	25.2	26.1	26.1
	To be a second home	62	24.8	25.7	51.9
	Old/Aging of current home	26	10.4	10.8	62.7
	To enlarge home/family	65	26.0	27.0	89.6
	Looking for utility, facility, and safety	5	2.0	2.1	91.7
	For investment	20	8.0	8.3	100.0
	Total	241	96.4	100.0	
Missing	99	9	3.6		
Total		250	100.0		

จากการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามและคาดว่าจะจะเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจำนวน 250 คน สาเหตุที่อาจซื้อที่อยู่อาศัยใหม่ในอนาคตของคนส่วนใหญ่ที่ตอบแบบสอบถามคือ เพื่อต้องการที่อยู่อาศัยที่เป็นสัดส่วน/ขยายพื้นที่ที่อยู่อาศัย เพื่อแต่งงาน/แยกครอบครัว เพื่อซื้อเก็บไว้เพื่อเป็นบ้านพักหลังที่ 2 โดยคิดเป็น 26% 25.2% และ 24.8% ตามลำดับ

Statistics

	EXP_HOME	EXP_HOMETYPE	EXP_AREA	EXP_FLOOR	EXP_BEDR	EXP_BATHR	EXP_CAR
N Valid	250	250	250	250	250	250	250
Missing	0	0	0	0	0	0	0

EXP_HOME

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Create a new house on existing land	146	58.4	58.4	58.4
	Create a new house on a new land	69	27.6	27.6	86.0
	Buy from housing developer	35	14.0	14.0	100.0
	Total	250	100.0	100.0	

จากการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามและคาดว่าจะจะเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจำนวน 250 คน ส่วนใหญ่มีที่ดินเดิมและต้องการปลูกสร้างที่อยู่อาศัยบนที่ดินของ

ตนเอง คิดเป็น 58.4% รองลงมาคือ ต้องการซื้อที่ดินใหม่และปลูกสร้างที่อยู่อาศัยเองบนที่ดินใหม่ คิดเป็น 27.6% และมีเพียง 14% ที่ต้องการซื้อที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างที่สร้างสำเร็จจากโครงการจัดสรร

EXP_HOMETYPE

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Single detached house	224	89.6	89.6	89.6
	Twinhouse	7	2.8	2.8	92.4
	Townhouse	10	4.0	4.0	96.4
	Commercial buiding	7	2.8	2.8	99.2
	Condominium	2	.8	.8	100.0
	Total	250	100.0	100.0	

จากการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามและคาดว่าจะจะเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจำนวน 250 คน ส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามต้องการที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยว รองลงมาคือ ทาวน์เฮ้าส์ คิดเป็น 89.6% และ 4% ตามลำดับ

EXP_AREA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Cannot identified	53	21.2	21.2	21.2
	No more than 100 sq.m.	15	6.0	6.0	27.2
	101 – 150 sq.m.	39	15.6	15.6	42.8
	151 – 200 sq.m.	40	16.0	16.0	58.8
	201 – 250 sq.m.	27	10.8	10.8	69.6
	More than 250 sq.m.	76	30.4	30.4	100.0
	Total	250	100.0	100.0	

จากการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามและคาดว่าจะจะเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจำนวน 250 คน ส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามต้องการพื้นที่ใช้สอยมากกว่า 250 ตารางเมตร และรองลงมาคือไม่สามารถระบุได้ว่า ต้องการพื้นที่ใช้สอยกี่ตารางเมตร คิดเป็น 30.4% และ 21.1% ตามลำดับ

EXP_FLOOR

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Floor	86	34.4	34.4	34.4
	2 Floor	142	56.8	56.8	91.2
	3 Floor	21	8.4	8.4	99.6
	4 Floor	1	.4	.4	100.0
	Total	250	100.0	100.0	

จากการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามและคาดว่าจะเป็กลุ่มลูกค้าเป้าหมายจำนวน 250 คน ส่วนใหญ่ต้องการที่อยู่อาศัย 2 ชั้น และรองลงมาคือ 1 ชั้น คิดเป็น 56.8% และ 34.4% ตามลำดับ

EXP_BEDR

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Bedroom	2	.8	.8	.8
	2 Bedroom	54	21.6	21.6	22.4
	3 Bedroom	132	52.8	52.8	75.2
	4 Bedroom	58	23.2	23.2	98.4
	More than 4 Bedroom	4	1.6	1.6	100.0
	Total	250	100.0	100.0	

จากการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามและคาดว่าจะเป็กลุ่มลูกค้าเป้าหมายจำนวน 250 คน ส่วนใหญ่ต้องการที่อยู่อาศัยที่มีห้องนอนจำนวน 3 ห้องนอน คิดเป็น 52.8% และรองลงมาคือ 4 ห้องนอน คิดเป็น 23.2%

EXP_BATHR

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Bathroom	5	2.0	2.0	2.0
	2 Bathroom	139	55.6	55.6	57.6
	3 Bathroom	67	26.8	26.8	84.4
	4 Bathroom	37	14.8	14.8	99.2
	More than 4 Bathroom	2	.8	.8	100.0
	Total	250	100.0	100.0	

จากการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามและคาดว่าจะเป็กลุ่มลูกค้าเป้าหมายจำนวน 250 คน ส่วนใหญ่ต้องการที่อยู่อาศัยที่มีห้องน้ำจำนวน 2 ห้อง และอันดับถัดไปคือ ต้องการที่อยู่อาศัยที่มีห้องน้ำจำนวน 3 ห้อง คิดเป็น 55.6% และ 26.8% ตามลำดับ

EXP_CAR

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Car	31	12.4	12.4	12.4
	2 Car	159	63.6	63.6	76.0
	3 Car	55	22.0	22.0	98.0
	4 Car	4	1.6	1.6	99.6
	More than 4 Car	1	.4	.4	100.0
	Total		250	100.0	100.0

จากการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามและคาดว่าจะป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจำนวน 250 คน ส่วนใหญ่ต้องการที่อยู่อาศัยที่มีที่จอดรถจำนวน 2 คัน และรองลงมาคือ 3 คัน คิดเป็น 63.6% และ 22% ตามลำดับ

Statistics

		EXP_GAR DEN	EXP_POOL	EXP_PLAY	EXP_GYM	EXP_PRICE	EXP_HOMEST YLE
N	Valid	250	250	250	250	250	250
	Missing	0	0	0	0	0	0

EXP_GARDEN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1st rank	188	75.2	75.2	75.2
	2nd rank	36	14.4	14.4	89.6
	3rd rank	19	7.6	7.6	97.2
	4th rank	7	2.8	2.8	100.0
	Total		250	100.0	100.0

EXP_POOL

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1st rank	13	5.2	5.2	5.2
	2nd rank	30	12.0	12.0	17.2
	3rd rank	53	21.2	21.2	38.4
	4th rank	154	61.6	61.6	100.0
	Total		250	100.0	100.0

EXP_PLAY

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1st rank	10	4.0	4.0	4.0
2nd rank	78	31.2	31.2	35.2
3rd rank	105	42.0	42.0	77.2
4th rank	57	22.8	22.8	100.0
Total	250	100.0	100.0	

EXP_GYM

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1st rank	39	15.6	15.6	15.6
2nd rank	106	42.4	42.4	58.0
3rd rank	73	29.2	29.2	87.2
4th rank	32	12.8	12.8	100.0
Total	250	100.0	100.0	

จากการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามและคาดว่าจะเป็กลุ่มลูกค้าเป้าหมายจำนวน 250 คน ส่วนใหญ่ต้องการสวนหย่อม/พื้นที่สีเขียวเป็นอันดับ1 รองลงมาคือสถานที่ออกกำลังกาย สนามเด็กเล่น และสระว่ายน้ำตามลำดับ

EXP_PRICE

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Lower than 1 Million baht	52	20.8	20.8	20.8
1 - 1.3 Million baht	65	26.0	26.0	46.8
1.3 - 1.5 Million baht	51	20.4	20.4	67.2
1.5 - 2 Million baht	34	13.6	13.6	80.8
2 - 2.5 Million baht	13	5.2	5.2	86.0
2.5 - 3 Million baht	16	6.4	6.4	92.4
3 - 3.5 Million baht	13	5.2	5.2	97.6
Higher than 3.5 Million baht	6	2.4	2.4	100.0
Total	250	100.0	100.0	

จากการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามและคาดว่าจะเป็กลุ่มลูกค้าเป้าหมายจำนวน 250 คน ส่วนใหญ่ต้องการที่อยู่อาศัยที่มีระดับราคา 1 – 1.3 ล้านบาท คิดเป็น 26% และรองลงมาคือ ต่ำกว่า 1 ล้านบาท และ 1.3 – 1.5 ล้านบาท คิดเป็น 20.8% และ 20.4% ตามลำดับ

EXP_HOMESTYLE

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Thai style	62	24.8	24.8	24.8
Contemporary style	72	28.8	28.8	53.6
Modern style	72	28.8	28.8	82.4
English style	44	17.6	17.6	100.0
Total	250	100.0	100.0	

จากการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามและคาดว่าจะเป็กลุ่มลูกค้าเป้าหมายจำนวน 250 คน ส่วนใหญ่ต้องการที่อยู่อาศัยสไตล์ร่วมสมัยและสไตล์โมเดิร์น คิดเป็น 28.8% เท่ากัน

Statistics

		LOCATION	PRICE	STYLE	LAND	AREA
N	Valid	250	250	250	250	250
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		4.03	4.01	3.84	3.92	3.87
Std. Deviation		1.023	1.090	.980	.924	.957

Statistics

		NO_ROOM	SIZE_ROOM	FACILITY	SAFETY	PROMOTION
N	Valid	250	250	250	250	250
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3.70	3.69	3.62	3.98	3.99
Std. Deviation		.910	.900	1.012	1.064	.969

จากการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามและคาดว่าจะเป็กลุ่มลูกค้าเป้าหมายจำนวน 250 คน ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการซื้อที่อยู่อาศัยของกลุ่มตัวอย่างคือทำเล และราคา โดยให้ความสำคัญในระดับมีความสำคัญมากต่อการตัดสินใจซื้อ และรองลงมาอยู่ในระดับมีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อ คือ โปรโมชัน/เงื่อนไขพิเศษ ระบบรักษาความปลอดภัย ขนาดพื้นที่ที่ดิน ขนาดพื้นที่ใช้สอย และสไตล์บ้านตามลำดับ

LOCATION

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Not important	9	3.6	3.6	3.6
	Less important	8	3.2	3.2	6.8
	Moderate important	49	19.6	19.6	26.4
	Very important	85	34.0	34.0	60.4
	Extremely important	99	39.6	39.6	100.0
	Total	250	100.0	100.0	

PRICE

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Not important	14	5.6	5.6	5.6
	Less important	4	1.6	1.6	7.2
	Moderate important	51	20.4	20.4	27.6
	Very important	78	31.2	31.2	58.8
	Extremely important	103	41.2	41.2	100.0
	Total	250	100.0	100.0	

STYLE

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Not important	11	4.4	4.4	4.4
	Less important	2	.8	.8	5.2
	Moderate important	70	28.0	28.0	33.2
	Very important	99	39.6	39.6	72.8
	Extremely important	68	27.2	27.2	100.0
	Total	250	100.0	100.0	

LAND

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Not important	7	2.8	2.8	2.8
	Less important	6	2.4	2.4	5.2
	Moderate important	57	22.8	22.8	28.0
	Very important	110	44.0	44.0	72.0
	Extremely important	70	28.0	28.0	100.0
	Total	250	100.0	100.0	

AREA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Not important	5	2.0	2.0	2.0
	Less important	11	4.4	4.4	6.4
	Moderate important	69	27.6	27.6	34.0
	Very important	91	36.4	36.4	70.4
	Extremely important	74	29.6	29.6	100.0
	Total	250	100.0	100.0	

NO_ROOM

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Not important	5	2.0	2.0	2.0
	Less important	14	5.6	5.6	7.6
	Moderate important	79	31.6	31.6	39.2
	Very important	104	41.6	41.6	80.8
	Extremely important	48	19.2	19.2	100.0
	Total	250	100.0	100.0	

SIZE_ROOM

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Not important	8	3.2	3.2	3.2
	Less important	5	2.0	2.0	5.2
	Moderate important	89	35.6	35.6	40.8
	Very important	103	41.2	41.2	82.0
	Extremely important	45	18.0	18.0	100.0
	Total	250	100.0	100.0	

FACILITY

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Not important	8	3.2	3.2	3.2
	Less important	22	8.8	8.8	12.0
	Moderate important	79	31.6	31.6	43.6
	Very important	89	35.6	35.6	79.2
	Extremely important	52	20.8	20.8	100.0
	Total	250	100.0	100.0	

SAFETY

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Not important	10	4.0	4.0	4.0
Less important	11	4.4	4.4	8.4
Moderate important	51	20.4	20.4	28.8
Very important	81	32.4	32.4	61.2
Extremely important	97	38.8	38.8	100.0
Total	250	100.0	100.0	

PROMOTION

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Not important	6	2.4	2.4	2.4
Less important	11	4.4	4.4	6.8
Moderate important	49	19.6	19.6	26.4
Very important	97	38.8	38.8	65.2
Extremely important	87	34.8	34.8	100.0
Total	250	100.0	100.0	

HOUSING_ACCEPTABLE

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Interesting, and want to buy	88	35.2	35.2	35.2
Interesting, but don't want to buy	127	50.8	50.8	86.0
So so	26	10.4	10.4	96.4
Not interesting	9	3.6	3.6	100.0
Total	250	100.0	100.0	

จากการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามและคาดว่าจะจะเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจำนวน 250 คน ส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามตอบมีความน่าสนใจหากมีโครงการจัดสรรเกิดขึ้นในอำเภอหาดุพนมแต่ยังไม่มีความต้องการซื้อ จำนวน 127 คน คิดเป็น 50.8% และรองลงมาคือมีความน่าสนใจและมีความต้องการซื้อ จำนวน 88 คน คิดเป็น 35.2%

การแจกแจงความถี่แบบหลายทาง (Crosstab)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามและคาดว่าจะจะเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจำนวน 250 คน มีผู้ที่มีความสนใจและมีความต้องการซื้อหากมีโครงการจัดสรรเกิดขึ้น

ในอำเภอหาดุพนม จำนวน 88 คน คิดเป็น 35.2% ซึ่งกลุ่มตัวอย่างนี้คาดว่าจะเป็ลลูกค้าของโครงการที่มีความต้องการซื้อ ผู้ศึกษาจึงทำการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างดังกล่าวเพิ่มเติม ดังนี้

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
GENDER * HOUSING_ACCEPTABLE	250	100.0%	0	.0%	250	100.0%
AGE * HOUSING_ACCEPTABLE	250	100.0%	0	.0%	250	100.0%
STATUS * HOUSING_ACCEPTABLE	250	100.0%	0	.0%	250	100.0%
EDUCATION * HOUSING_ACCEPTABLE	250	100.0%	0	.0%	250	100.0%
OCCUPATION * HOUSING_ACCEPTABLE	250	100.0%	0	.0%	250	100.0%
FAM_MEM * HOUSING_ACCEPTABLE	250	100.0%	0	.0%	250	100.0%
FAM_INCOME * HOUSING_ACCEPTABLE	250	100.0%	0	.0%	250	100.0%

GENDER * HOUSING_ACCEPTABLE Crosstabulation

			HOUSING_ACCEPTABLE				Total
			Interestin g, and want to buy	Interestin g, but don't want to buy	So so	Not interestin g	Interestin g, and want to buy
GENDE R	Male	Count	32	38	9	3	82
		% within GENDER	39.0%	46.3%	11.0%	3.7%	100.0%
	Female	Count	56	89	17	6	168
		% within GENDER	33.3%	53.0%	10.1%	3.6%	100.0%
Total	Male	% within HOUSING_ACCEPTABLE	36.4%	29.9%	34.6%	33.3%	32.8%
		Count	88	127	26	9	250
	Female	% within HOUSING_ACCEPTABLE	63.6%	70.1%	65.4%	66.7%	67.2%
		% within HOUSING_ACCEPTABLE	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

จากการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ที่มีความสนใจในโครงการบ้านจัดสรรและมีความต้องการซื้อทั้งหมด 88 คนพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็น 63.6% และเป็นเพศชายคิดเป็น 36.4%

AGE * HOUSING_ACCEPTABLE Crosstabulation

			HOUSING_ACCEPTABLE				Total
			Interestin g, and want to buy	Interestin g, but don't want to buy	So so	Not interest ing	Interestin g, and want to buy
AG E	Younger 20 years old	Count	0	2	1	0	3
		% within AGE	.0%	66.7%	33.3%	.0%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPTABLE	.0%	1.6%	3.8%	.0%	1.2%
	20 - 25 years old	Count	11	21	6	2	40
		% within AGE	27.5%	52.5%	15.0%	5.0%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPTABLE	12.5%	16.5%	23.1%	22.2%	16.0%
	26 - 30 years old	Count	15	29	2	2	48
		% within AGE	31.3%	60.4%	4.2%	4.2%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPTABLE	17.0%	22.8%	7.7%	22.2%	19.2%
	31 - 35 years old	Count	15	27	6	2	50
		% within AGE	30.0%	54.0%	12.0%	4.0%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPTABLE	17.0%	21.3%	23.1%	22.2%	20.0%
	36 - 40 years old	Count	24	24	5	3	56
		% within AGE	42.9%	42.9%	8.9%	5.4%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPTABLE	27.3%	18.9%	19.2%	33.3%	22.4%
	41 - 45 years old	Count	7	7	2	0	16
		% within AGE	43.8%	43.8%	12.5%	.0%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPTABLE	8.0%	5.5%	7.7%	.0%	6.4%
	46 - 50	Count	5	8	1	0	14

years old	% within AGE	35.7%	57.1%	7.1%	.0%	100.0%
	% within HOUSING_ACCEPTABLE	5.7%	6.3%	3.8%	.0%	5.6%
51-55 years old	Count	4	6	2	0	12
	% within AGE	33.3%	50.0%	16.7%	.0%	100.0%
	% within HOUSING_ACCEPTABLE	4.5%	4.7%	7.7%	.0%	4.8%
56 - 60 years old	Count	6	3	1	0	10
	% within AGE	60.0%	30.0%	10.0%	.0%	100.0%
	% within HOUSING_ACCEPTABLE	6.8%	2.4%	3.8%	.0%	4.0%
Older 60 years old	Count	1	0	0	0	1
	% within AGE	100.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
	% within HOUSING_ACCEPTABLE	1.1%	.0%	.0%	.0%	.4%
Total	Count	88	127	26	9	250
	% within AGE	35.2%	50.8%	10.4%	3.6%	100.0%
	% within HOUSING_ACCEPTABLE	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

จากการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ที่มีความสนใจในโครงการบ้านจัดสรรและมีความต้องการซื้อทั้งหมด 88 คนพบว่า ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 36 – 40 ปี คิดเป็น 27.3% และรองลงมาคืออายุ 26 – 30 ปีและ 31 - 35 ปีคิดเป็น 17% เท่ากัน

STATUS * HOUSING_ACCEPTABLE Crosstabulation

			HOUSING_ACCEPTABLE				Total
			Interestin g, and want to buy	Interestin g, but don't want to buy	So so	Not interestin g	Interestin g, and want to buy
STATU S	Single	Count	37	66	14	7	124
		% within STATUS	29.8%	53.2%	11.3%	5.6%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPTA BLE	42.0%	52.0%	53.8%	77.8%	49.6%
	Maried	Count	39	56	10	2	107
		% within STATUS	36.4%	52.3%	9.3%	1.9%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPTA BLE	44.3%	44.1%	38.5%	22.2%	42.8%
	Divorce d	Count	12	5	2	0	19
		% within STATUS	63.2%	26.3%	10.5%	.0%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPTA BLE	13.6%	3.9%	7.7%	.0%	7.6%
Total	Count	88	127	26	9	250	
	% within STATUS	35.2%	50.8%	10.4%	3.6%	100.0%	
	% within HOUSING_ACCEPTA BLE	100.0%	100.0%	100.0 %	100.0%	100.0%	

จากการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ที่มีความสนใจในโครงการบ้านจัดสรรและมีความต้องการซื้อทั้งหมด 88 คนพบว่า ส่วนใหญ่มีสถานะสมรส และรองลงมาคือสถานะโสด คิดเป็น 44.3% และ 42% ตามลำดับ

EDUCATION * HOUSING_ACCEPTABLE Crosstabulation

			HOUSING_ACCEPTABLE				Total
			Interesti ng, and want to buy	Interesti ng, but don't want to buy	So so	Not interesti ng	Interesti ng, and want to buy
EDUCATI ON	Seconda ry School	Count	10	12	4	0	26
		% within EDUCATION	38.5%	46.2%	15.4 %	.0%	100.0%
	Diploma	% within HOUSING_ACCEPT ABLE	11.4%	9.4%	15.4 %	.0%	10.4%
		Count	11	28	4	0	43
	Bachelor Degree	% within EDUCATION	25.6%	65.1%	9.3%	.0%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPT ABLE	12.5%	22.0%	15.4 %	.0%	17.2%
	Master Degree	Count	52	66	13	9	140
		% within EDUCATION	37.1%	47.1%	9.3%	6.4%	100.0%
	Ph.D.	% within HOUSING_ACCEPT ABLE	59.1%	52.0%	50.0 %	100.0%	56.0%
		Count	13	19	5	0	37
	Total	% within EDUCATION	35.1%	51.4%	13.5 %	.0%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPT ABLE	14.8%	15.0%	19.2 %	.0%	14.8%
Total	Count	2	2	0	0	4	
	% within EDUCATION	50.0%	50.0%	.0%	.0%	100.0%	
Total	% within HOUSING_ACCEPT ABLE	2.3%	1.6%	.0%	.0%	1.6%	
	Count	88	127	26	9	250	
Total	% within EDUCATION	35.2%	50.8%	10.4 %	3.6%	100.0%	
	% within HOUSING_ACCEPT ABLE	100.0%	100.0%	100.0 %	100.0%	100.0%	

จากการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ที่มีความสนใจในโครงการบ้านจัดสรรและมีความต้องการซื้อทั้งหมด 88 คนพบว่า ส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี และรองลงมา คือ ระดับปริญญาโท คิดเป็น 59.1% และ 14.8% ตามลำดับ

OCCUPATION * HOUSING_ACCEPTABLE Crosstabulation

			HOUSING_ACCEPTABLE				Total
			Interesti ng, and want to buy	Interesti ng, but don't want to buy	So so	Not interesti ng	Interesti ng, and want to buy
OCCUPATI ON	Unemploy ed	Count	1	2	0	0	3
		% within OCCUPATION	33.3%	66.7%	.0%	.0%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPT ABLE	1.1%	1.6%	.0%	.0%	1.2%
	Governm ent officer/ State enterprise officer	Count	45	72	16	3	136
		% within OCCUPATION	33.1%	52.9%	11.8 %	2.2%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPT ABLE	51.1%	56.7%	61.5 %	33.3%	54.4%
	Employee	Count	37	45	6	5	93
		% within OCCUPATION	39.8%	48.4%	6.5%	5.4%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPT ABLE	42.0%	35.4%	23.1 %	55.6%	37.2%
	Private sector	Count	4	5	1	0	10
		% within OCCUPATION	40.0%	50.0%	10.0 %	.0%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPT ABLE	4.5%	3.9%	3.8%	.0%	4.0%
	Student	Count	1	3	3	1	8
		% within OCCUPATION	12.5%	37.5%	37.5 %	12.5%	100.0%
	% within HOUSING_ACCEPT ABLE	1.1%	2.4%	11.5 %	11.1%	3.2%	
Total	Count	88	127	26	9	250	
	% within OCCUPATION	35.2%	50.8%	10.4 %	3.6%	100.0%	
	% within HOUSING_ACCEPT ABLE	100.0%	100.0%	100.0 %	100.0%	100.0%	

จากการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ที่มีความสนใจในโครงการบ้านจัดสรรและมีความต้องการซื้อทั้งหมด 88 คนพบว่า ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็น 51.1% และรองลงมาคือ ประกอบอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็น 42%

FAM_MEM * HOUSING_ACCEPTABLE Crosstabulation

			HOUSING_ACCEPTABLE				Total
			Interestin g, and want to buy	Interestin g, but don't want to buy	So so	Not interestin g	Interestin g, and want to buy
FAM_ME M	1 Peopl e	Count	2	1	0	0	3
		% within FAM_MEM	66.7%	33.3%	.0%	.0%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPTA BLE	2.3%	.8%	.0%	.0%	1.2%
	2 Peopl e	Count	10	9	0	0	19
		% within FAM_MEM	52.6%	47.4%	.0%	.0%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPTA BLE	11.4%	7.1%	.0%	.0%	7.6%
	3 Peopl e	Count	15	21	8	1	45
		% within FAM_MEM	33.3%	46.7%	17.8%	2.2%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPTA BLE	17.0%	16.5%	30.8%	11.1%	18.0%
	4 Peopl e	Count	33	51	8	1	93
		% within FAM_MEM	35.5%	54.8%	8.6%	1.1%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPTA BLE	37.5%	40.2%	30.8%	11.1%	37.2%
	5 Peopl e	Count	15	21	6	7	49
		% within FAM_MEM	30.6%	42.9%	12.2%	14.3%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPTA BLE	17.0%	16.5%	23.1%	77.8%	19.6%
	6 Peopl e	Count	8	12	3	0	23
		% within FAM_MEM	34.8%	52.2%	13.0%	.0%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPTA BLE	9.1%	9.4%	11.5%	.0%	9.2%
	7 Peopl e	Count	2	2	1	0	5
		% within FAM_MEM	40.0%	40.0%	20.0%	.0%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPTA BLE	2.3%	1.6%	3.8%	.0%	2.0%
	8 Peopl e	Count	0	10	0	0	10
		% within FAM_MEM	.0%	100.0%	.0%	.0%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPTA BLE	.0%	7.9%	.0%	.0%	4.0%
	More than 8 Peopl e	Count	3	0	0	0	3
		% within FAM_MEM	100.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPTA BLE	3.4%	.0%	.0%	.0%	1.2%
Total		Count	88	127	26	9	250
		% within FAM_MEM	35.2%	50.8%	10.4%	3.6%	100.0%

% within HOUSING_ACCEPTABLE	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
-----------------------------	--------	--------	--------	--------	--------

จากการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ที่มีความสนใจในโครงการบ้านจัดสรรและมีความต้องการซื้อทั้งหมด 88 คนพบว่า ส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 4 คน คิดเป็น 37.5% และรองลงมาคือ 3 คนและ 5 คนคิดเป็น 17% เท่ากัน

FAM_INCOME * HOUSING_ACCEPTABLE Crosstabulation

			HOUSING_ACCEPTABLE				Total
			Interestin g, and want to buy	Interestin g, but don't want to buy	So so	Not interesti ng	Interestin g, and want to buy
FAM_INCOME	No income	Count	1	5	0	0	6
		% within FAM_INCOME	16.7%	83.3%	.0%	.0%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPTABLE	1.1%	3.9%	.0%	.0%	2.4%
	Less than 20,000 Baht	Count	17	41	7	2	67
		% within FAM_INCOME	25.4%	61.2%	10.4%	3.0%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPTABLE	19.3%	32.3%	26.9%	22.2%	26.8%
	20,000 - 40,000 Baht	Count	46	51	10	6	113
		% within FAM_INCOME	40.7%	45.1%	8.8%	5.3%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPTABLE	52.3%	40.2%	38.5%	66.7%	45.2%
	40,000 - 60,000 Baht	Count	14	18	6	1	39
		% within FAM_INCOME	35.9%	46.2%	15.4%	2.6%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPTABLE	15.9%	14.2%	23.1%	11.1%	15.6%
	60,000 - 80,000 Baht	Count	1	2	2	0	5
		% within FAM_INCOME	20.0%	40.0%	40.0%	.0%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPTABLE	1.1%	1.6%	7.7%	.0%	2.0%
	80,000 - 100,000 Baht	Count	8	6	0	0	14
		% within FAM_INCOME	57.1%	42.9%	.0%	.0%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPTABLE	9.1%	4.7%	.0%	.0%	5.6%
More than 100,000 Baht	Count	1	4	1	0	6	
	% within FAM_INCOME	16.7%	66.7%	16.7%	.0%	100.0%	

	00 Baht	% within HOUSING_ACCEPTABLE	1.1%	3.1%	3.8%	.0%	2.4%
Total		Count	88	127	26	9	250
		% within FAM_INCOME	35.2%	50.8%	10.4%	3.6%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPTABLE	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

จากการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ที่มีความสนใจในโครงการบ้านจัดสรรและมีความต้องการซื้อทั้งหมด 88 คนพบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้ครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือน 20,000 – 40,000 บาท คิดเป็น 52.3% และรองลงมาคือ มีรายได้ครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท คิดเป็น 19.3%

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
HOMETYPE * HOUSING_ACCEPTABLE	250	100.0%	0	.0%	250	100.0%
BELONGING * HOUSING_ACCEPTABLE	250	100.0%	0	.0%	250	100.0%
HOMETOWN * HOUSING_ACCEPTABLE	246	98.4%	4	1.6%	250	100.0%
WORKTOWN * HOUSING_ACCEPTABLE	246	98.4%	4	1.6%	250	100.0%
WANTED * HOUSING_ACCEPTABLE	248	99.2%	2	.8%	250	100.0%
BUYING_CAUSE * HOUSING_ACCEPTABLE	241	96.4%	9	3.6%	250	100.0%

HOMETYPE * HOUSING_ACCEPTABLE Crosstabulation

			HOUSING_ACCEPTABLE				Total
			Interesti ng, and want to buy	Interesti ng, but don't want to buy	So so	Not interesti ng	Interesti ng, and want to buy
HOMETY PE	Single detached house	Count	78	120	24	9	231
		% within HOMETYPE	33.8%	51.9%	10.4 %	3.9%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPT ABLE	88.6%	94.5%	92.3 %	100.0%	92.4%
		Count	2	0	0	0	2
	Twinhous e	% within HOMETYPE	100.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPT ABLE	2.3%	.0%	.0%	.0%	.8%
	Townhou se	Count	5	1	2	0	8
		% within HOMETYPE	62.5%	12.5%	25.0 %	.0%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPT ABLE	5.7%	.8%	7.7%	.0%	3.2%
		Count	3	6	0	0	9
	Commerc ial building	% within HOMETYPE	33.3%	66.7%	.0%	.0%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPT ABLE	3.4%	4.7%	.0%	.0%	3.6%
Total	Count	88	127	26	9	250	
	% within HOMETYPE	35.2%	50.8%	10.4 %	3.6%	100.0%	
	% within HOUSING_ACCEPT ABLE	100.0%	100.0%	100.0 %	100.0%	100.0%	

จากการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ที่มีความสนใจในโครงการบ้านจัดสรรและมีความต้องการซื้อทั้งหมด 88 คนพบว่า ส่วนใหญ่มีที่อยู่อาศัยเดิมเป็นประเภทบ้านเดี่ยวคิดเป็น 88.6%

BELONGING * HOUSING_ACCEPTABLE Crosstabulation

			HOUSING_ACCEPTABLE				Total
			Interesti ng, and want to buy	Interesti ng, but don't want to buy	So so	Not interesti ng	Interesti ng, and want to buy
BELONGI NG	Owner	Count	26	31	10	3	70
		% within BELONGING	37.1%	44.3%	14.3 %	4.3%	100.0%
	Belonging to parents	% within HOUSING_ACCEPT ABLE	29.5%	24.4%	38.5 %	33.3%	28.0%
		Count	46	91	15	5	157
	Living with others	% within BELONGING	29.3%	58.0%	9.6%	3.2%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPT ABLE	52.3%	71.7%	57.7 %	55.6%	62.8%
	Free home for officer/emplo yee	Count	2	5	1	1	9
		% within BELONGING	22.2%	55.6%	11.1 %	11.1%	100.0%
	Rental	% within HOUSING_ACCEPT ABLE	2.3%	3.9%	3.8%	11.1%	3.6%
		Count	5	0	0	0	5
	Total	% within BELONGING	100.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPT ABLE	5.7%	.0%	.0%	.0%	2.0%
Total	Count	9	0	0	0	9	
	% within BELONGING	100.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	
Total	% within HOUSING_ACCEPT ABLE	10.2%	.0%	.0%	.0%	3.6%	
	Count	88	127	26	9	250	
Total	% within BELONGING	35.2%	50.8%	10.4 %	3.6%	100.0%	
	% within HOUSING_ACCEPT ABLE	100.0%	100.0%	100.0 %	100.0%	100.0%	

จากการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ที่มีความสนใจในโครงการบ้านจัดสรรและมีความต้องการซื้อทั้งหมด 88 คนพบว่า ส่วนใหญ่มีที่อยู่อาศัยปัจจุบันเป็นของบิดา-มารดา/บรรพบุรุษ คิดเป็น 52.3% รองลงมาคือเป็นบ้านของตนเองคิดเป็น 29.5%

HOMETOWN * HOUSING_ACCEPTABLE Crosstabulation

			HOUSING_ACCEPTABLE				Total
			Interesti ng, and want to buy	Interesti ng, but don't want to buy	So so	Not interesti ng	Interesti ng, and want to buy
HOMETO WN	Thatpanom district, Nakhonpan om Province	Count	55	74	17	5	151
		% within HOMETOWN	36.4%	49.0%	11.3 %	3.3%	100.0%
	Other district, Nakhonpan om Province	% within HOUSING_ACCEPT ABLE	62.5%	60.2%	65.4 %	55.6%	61.4%
		Count	19	38	8	0	65
Total	Other province	% within HOMETOWN	29.2%	58.5%	12.3 %	.0%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPT ABLE	21.6%	30.9%	30.8 %	.0%	26.4%
	Total	Count	14	11	1	4	30
		% within HOMETOWN	46.7%	36.7%	3.3%	13.3%	100.0%
Total	Total	% within HOUSING_ACCEPT ABLE	15.9%	8.9%	3.8%	44.4%	12.2%
		Count	88	123	26	9	246
	Total	% within HOMETOWN	35.8%	50.0%	10.6 %	3.7%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPT ABLE	100.0%	100.0%	100.0 %	100.0%	100.0%

จากการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ที่มีความสนใจในโครงการบ้านจัดสรรและมีความต้องการซื้อทั้งหมด 88 คนพบว่า ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในอำเภอหาดุพนม จังหวัดนครพนม คิดเป็น 62.5% และมีภูมิลำเนาในอำเภออื่น ในจังหวัดนครพนม คิดเป็น 21.6% และมีภูมิลำเนาจากจังหวัดอื่น 15.9%

WORKTOWN * HOUSING_ACCEPTABLE Crosstabulation

			HOUSING_ACCEPTABLE				Total
			Interesti ng, and want to buy	Interesti ng, but don't want to buy	So so	Not interesti ng	Interesti ng, and want to buy
WORKTO WN	Work in	Count	78	97	24	7	206
	Thatpanom	% within	37.9%	47.1%	11.7%	3.4%	100.0%
	district,	WORKTOWN					
	Nakhonpan	% within	88.6%	78.9%	92.3%	77.8%	83.7%
	om	HOUSING_ACCEPT					
	Province	ABLE					
	Work in	Count	9	23	2	2	36
	other	% within	25.0%	63.9%	5.6%	5.6%	100.0%
	district,	WORKTOWN					
	Nakhonpan	% within	10.2%	18.7%	7.7%	22.2%	14.6%
om	HOUSING_ACCEPT						
Province	ABLE						
Work in	Count	1	3	0	0	4	
other	% within	25.0%	75.0%	.0%	.0%	100.0%	
province	WORKTOWN						
	% within	1.1%	2.4%	.0%	.0%	1.6%	
	HOUSING_ACCEPT						
	ABLE						
Total	Count	88	123	26	9	246	
	% within	35.8%	50.0%	10.6%	3.7%	100.0%	
	WORKTOWN						
	% within	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	
	HOUSING_ACCEPT						
	ABLE						

จากการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ที่มีความสนใจในโครงการบ้านจัดสรรและมีความต้องการซื้อทั้งหมด 88 คนพบว่า ส่วนใหญ่ทำงานในอำเภอหาดุพนม และรองลงมาคืออำเภออื่นๆในจังหวัดนครพนม คิดเป็น 88.6% และ 10.2% ตามลำดับ

WANTED * HOUSING_ACCEPTABLE Crosstabulation

			HOUSING_ACCEPTABLE				Total
			Interestin g, and want to buy	Interestin g, but don't want to buy	So so	Not interesti ng	Interestin g, and want to buy
WANTED	Yes, want to buy a new home coming	Count	68	46	10	1	125
		% within WANTED	54.4%	36.8%	8.0%	.8%	100.0%
	No	% within HOUSING_ACCEPTABLE	77.3%	36.8%	38.5%	11.1%	50.4%
		Count	20	79	16	8	123
Total		% within WANTED	16.3%	64.2%	13.0%	6.5%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPTABLE	22.7%	63.2%	61.5%	88.9%	49.6%
		Count	88	125	26	9	248
		% within WANTED	35.5%	50.4%	10.5%	3.6%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPTABLE	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

จากการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ที่มีความสนใจในโครงการบ้านจัดสรรและมีความต้องการซื้อทั้งหมด 88 คนพบว่า ส่วนใหญ่มีความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยในระยะเวลายันใกล้ คิดเป็น 77.3%

BUYING_CAUSE * HOUSING_ACCEPTABLE Crosstabulation

			HOUSING_ACCEPTABLE				Total
			Interesti ng, and want to buy	Interesti ng, but don't want to buy	So so	Not interesti ng	Interesti ng, and want to buy
BUYING_CA USE	Mariage / Create a new family	Count	26	27	6	4	63
		% within BUYING_CAUSE	41.3%	42.9%	9.5%	6.3%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPT ABLE	29.5%	22.0%	28.6 %	44.4%	26.1%
	To be a second home	Count	16	36	7	3	62
		% within BUYING_CAUSE	25.8%	58.1%	11.3 %	4.8%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPT ABLE	18.2%	29.3%	33.3 %	33.3%	25.7%
	Old/Agin g of current home	Count	9	15	2	0	26
		% within BUYING_CAUSE	34.6%	57.7%	7.7%	.0%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPT ABLE	10.2%	12.2%	9.5%	.0%	10.8%
	To enlarge home/fa mily	Count	25	32	6	2	65
		% within BUYING_CAUSE	38.5%	49.2%	9.2%	3.1%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPT ABLE	28.4%	26.0%	28.6 %	22.2%	27.0%
	Looking for utility, facility, and safety	Count	3	2	0	0	5
		% within BUYING_CAUSE	60.0%	40.0%	.0%	.0%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPT ABLE	3.4%	1.6%	.0%	.0%	2.1%
	For investme nt	Count	9	11	0	0	20
		% within BUYING_CAUSE	45.0%	55.0%	.0%	.0%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPT ABLE	10.2%	8.9%	.0%	.0%	8.3%
Total		Count	88	123	21	9	241
		% within BUYING_CAUSE	36.5%	51.0%	8.7%	3.7%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPT ABLE	100.0%	100.0%	100.0 %	100.0%	100.0%

จากการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ที่มีความสนใจในโครงการบ้านจัดสรรและมีความต้องการซื้อทั้งหมด 88 คนพบว่า ส่วนใหญ่มีความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยด้วยเหตุผลแต่งงาน/แยกครอบครัว คิด

เป็น 29.5% รองลงมาคือต้องการที่อยู่อาศัยเป็นสัดส่วน/ขยายที่อยู่อาศัยและซื้อเก็บไว้เพื่อเป็น บ้านพักหลังที่ 2 คิดเป็น 28.4% และ 18.2% ตามลำดับ

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
EXP_HOME * HOUSING_ACCEPTABLE	250	100.0%	0	.0%	250	100.0%
EXP_HOMETYPE * HOUSING_ACCEPTABLE	250	100.0%	0	.0%	250	100.0%
EXP_AREA * HOUSING_ACCEPTABLE	250	100.0%	0	.0%	250	100.0%
EXP_FLOOR * HOUSING_ACCEPTABLE	250	100.0%	0	.0%	250	100.0%
EXP_BEDR * HOUSING_ACCEPTABLE	250	100.0%	0	.0%	250	100.0%

EXP_HOME * HOUSING_ACCEPTABLE Crosstabulation

			HOUSING_ACCEPTABLE				Total
			Interestin g, and want to buy	Interestin g, but don't want to buy	So so	Not interestin g	Interestin g, and want to buy
EXP_HO ME	Create a new house on existing land	Count	40	84	17	5	146
		% within EXP_HOME	27.4%	57.5%	11.6%	3.4%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPTA BLE	45.5%	66.1%	65.4%	55.6%	58.4%
	Create a new house on a new land	Count	28	32	7	2	69
	% within EXP_HOME	40.6%	46.4%	10.1%	2.9%	100.0%	
	% within HOUSING_ACCEPTA BLE	31.8%	25.2%	26.9%	22.2%	27.6%	
Buy from housing develop er	Count	20	11	2	2	35	
	% within EXP_HOME	57.1%	31.4%	5.7%	5.7%	100.0%	
	% within HOUSING_ACCEPTA BLE	22.7%	8.7%	7.7%	22.2%	14.0%	
Total	Count	88	127	26	9	250	
	% within EXP_HOME	35.2%	50.8%	10.4%	3.6%	100.0%	
	% within HOUSING_ACCEPTA BLE	100.0%	100.0%	100.0 %	100.0%	100.0%	

จากการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ที่มีความสนใจในโครงการบ้านจัดสรรและมีความต้องการซื้อทั้งหมด 88 คนพบว่า ส่วนใหญ่มีที่ดินเดิมและต้องการปลูกสร้างที่อยู่อาศัยบนที่ดินของตนเอง คิดเป็น 45.5% รองลงมาคือ ต้องการซื้อที่ดินใหม่และปลูกสร้างที่อยู่อาศัยเองบนที่ดินใหม่ คิดเป็น 31.8% และมีเพียง 22.7% ที่ต้องการซื้อที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างที่สร้างสำเร็จจากโครงการจัดสรร

EXP_HOMETYPE * HOUSING_ACCEPTABLE Crosstabulation

			HOUSING_ACCEPTABLE				Total
			Interesti ng, and want to buy	Interesti ng, but don't want to buy	So so	Not interesti ng	Interesti ng, and want to buy
EXP_HOMET YPE	Single detached house	Count	77	114	24	9	224
		% within EXP_HOMETYPE	34.4%	50.9%	10.7 %	4.0%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEP TABLE	87.5%	89.8%	92.3 %	100.0%	89.6%
	Twinhous e	Count	3	4	0	0	7
		% within EXP_HOMETYPE	42.9%	57.1%	.0%	.0%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEP TABLE	3.4%	3.1%	.0%	.0%	2.8%
	Townhous e	Count	5	4	1	0	10
		% within EXP_HOMETYPE	50.0%	40.0%	10.0 %	.0%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEP TABLE	5.7%	3.1%	3.8%	.0%	4.0%
	Commerci al buiding	Count	2	5	0	0	7
		% within EXP_HOMETYPE	28.6%	71.4%	.0%	.0%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEP TABLE	2.3%	3.9%	.0%	.0%	2.8%
Condomin ium	Count	1	0	1	0	2	
	% within EXP_HOMETYPE	50.0%	.0%	50.0 %	.0%	100.0%	
	% within HOUSING_ACCEP TABLE	1.1%	.0%	3.8%	.0%	.8%	
Total	Count	88	127	26	9	250	
	% within EXP_HOMETYPE	35.2%	50.8%	10.4 %	3.6%	100.0%	
	% within HOUSING_ACCEP TABLE	100.0%	100.0%	100.0 %	100.0%	100.0%	

จากการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ที่มีความสนใจในโครงการบ้านจัดสรรและมีความต้องการซื้อทั้งหมด 88 คนพบว่า ส่วนใหญ่มีความต้องการที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยว คิดเป็น 87.5%

EXP_AREA * HOUSING_ACCEPTABLE Crosstabulation

			HOUSING_ACCEPTABLE				Total
			Interestin g, and want to buy	Interestin g, but don't want to buy	So so	Not interesti ng	Interestin g, and want to buy
EXP_AR EA	Cannot identifi ed	Count	15	24	11	3	53
		% within EXP_AREA	28.3%	45.3%	20.8%	5.7%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPTA BLE	17.0%	18.9%	42.3%	33.3%	21.2%
	No more than 100 sq.m.	Count	4	10	1	0	15
		% within EXP_AREA	26.7%	66.7%	6.7%	.0%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPTA BLE	4.5%	7.9%	3.8%	.0%	6.0%
	101 – 150 sq.m.	Count	16	20	2	1	39
		% within EXP_AREA	41.0%	51.3%	5.1%	2.6%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPTA BLE	18.2%	15.7%	7.7%	11.1%	15.6%
	151 – 200 sq.m.	Count	18	22	0	0	40
		% within EXP_AREA	45.0%	55.0%	.0%	.0%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPTA BLE	20.5%	17.3%	.0%	.0%	16.0%
	201 – 250 sq.m.	Count	6	17	4	0	27
		% within EXP_AREA	22.2%	63.0%	14.8%	.0%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPTA BLE	6.8%	13.4%	15.4%	.0%	10.8%
	More than 250 sq.m.	Count	29	34	8	5	76
		% within EXP_AREA	38.2%	44.7%	10.5%	6.6%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPTA BLE	33.0%	26.8%	30.8%	55.6%	30.4%
Total		Count	88	127	26	9	250
		% within EXP_AREA	35.2%	50.8%	10.4%	3.6%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPTA BLE	100.0%	100.0%	100.0 %	100.0%	100.0%

จากการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ที่มีความสนใจในโครงการบ้านจัดสรรและมีความต้องการซื้อทั้งหมด 88 คนพบว่า ส่วนใหญ่มีความต้องการที่อยู่อาศัยมากกว่า 250 ตารางเมตร และรองลงมาคือ 151 – 200 ตารางเมตร คิดเป็น 33% และ 20.5% ตามลำดับ

EXP_FLOOR * HOUSING_ACCEPTABLE Crosstabulation

			HOUSING_ACCEPTABLE				Total	
			Interestin g, and want to buy	Interestin g, but don't want to buy	So so	Not interestin g	Interestin g, and want to buy	
EXP_FLOOR	1 Floor	Count	28	42	13	3	86	
		% within EXP_FLOOR	32.6%	48.8%	15.1%	3.5%	100.0%	
		% within HOUSING_ACCEPTABLE	Count	31.8%	33.1%	50.0%	33.3%	34.4%
			% within EXP_FLOOR	31.8%	33.1%	50.0%	33.3%	34.4%
	2 Floor	Count	51	74	11	6	142	
		% within EXP_FLOOR	35.9%	52.1%	7.7%	4.2%	100.0%	
		% within HOUSING_ACCEPTABLE	Count	58.0%	58.3%	42.3%	66.7%	56.8%
			% within EXP_FLOOR	58.0%	58.3%	42.3%	66.7%	56.8%
	3 Floor	Count	8	11	2	0	21	
		% within EXP_FLOOR	38.1%	52.4%	9.5%	.0%	100.0%	
		% within HOUSING_ACCEPTABLE	Count	9.1%	8.7%	7.7%	.0%	8.4%
			% within EXP_FLOOR	9.1%	8.7%	7.7%	.0%	8.4%
4 Floor	Count	1	0	0	0	1		
	% within EXP_FLOOR	100.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%		
	% within HOUSING_ACCEPTABLE	Count	1.1%	.0%	.0%	.0%	.4%	
		% within EXP_FLOOR	1.1%	.0%	.0%	.0%	.4%	
Total	Count	88	127	26	9	250		
	% within EXP_FLOOR	35.2%	50.8%	10.4%	3.6%	100.0%		
	% within HOUSING_ACCEPTABLE	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%		
	% within HOUSING_ACCEPTABLE	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%		

จากการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ที่มีความสนใจในโครงการบ้านจัดสรรและมีความต้องการซื้อทั้งหมด 88 คนพบว่า ส่วนใหญ่มีความต้องการที่อยู่อาศัย 2 ชั้นและ 1 ชั้น คิดเป็น 58% และ 31.8% ตามลำดับ

EXP_BEDR * HOUSING_ACCEPTABLE Crosstabulation

			HOUSING_ACCEPTABLE				Total
			Interestin g, and want to buy	Interestin g, but don't want to buy	So so	Not interesti ng	Interestin g, and want to buy
EXP_BE DR	1 Bedroo m	Count	1	1	0	0	2
		% within EXP_BEDR	50.0%	50.0%	.0%	.0%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPTA BLE	1.1%	.8%	.0%	.0%	.8%
	2 Bedroo m	Count	19	29	5	1	54
		% within EXP_BEDR	35.2%	53.7%	9.3%	1.9%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPTA BLE	21.6%	22.8%	19.2%	11.1%	21.6%
	3 Bedroo m	Count	49	63	15	5	132
		% within EXP_BEDR	37.1%	47.7%	11.4%	3.8%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPTA BLE	55.7%	49.6%	57.7%	55.6%	52.8%
	4 Bedroo m	Count	16	33	6	3	58
		% within EXP_BEDR	27.6%	56.9%	10.3%	5.2%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPTA BLE	18.2%	26.0%	23.1%	33.3%	23.2%
More than 4 Bedroo m	Count	3	1	0	0	4	
	% within EXP_BEDR	75.0%	25.0%	.0%	.0%	100.0%	
	% within HOUSING_ACCEPTA BLE	3.4%	.8%	.0%	.0%	1.6%	
Total	Count	88	127	26	9	250	
	% within EXP_BEDR	35.2%	50.8%	10.4%	3.6%	100.0%	
	% within HOUSING_ACCEPTA BLE	100.0%	100.0%	100.0 %	100.0%	100.0%	

จากการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ที่มีความสนใจในโครงการบ้านจัดสรรและมีความต้องการซื้อทั้งหมด 88 คนพบว่า ส่วนใหญ่มีความต้องการที่อยู่อาศัยที่มีจำนวนห้องนอน 3 ห้องนอนและ 2 ห้องนอน คิดเป็น 55.7% และ 21.6% ตามลำดับ

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
EXP_BATHR * HOUSING_ACCEPTABLE	250	100.0%	0	.0%	250	100.0%
EXP_CAR * HOUSING_ACCEPTABLE	250	100.0%	0	.0%	250	100.0%
EXP_GARDEN * HOUSING_ACCEPTABLE	250	100.0%	0	.0%	250	100.0%
EXP_POOL * HOUSING_ACCEPTABLE	250	100.0%	0	.0%	250	100.0%
EXP_PLAY * HOUSING_ACCEPTABLE	250	100.0%	0	.0%	250	100.0%
EXP_GYM * HOUSING_ACCEPTABLE	250	100.0%	0	.0%	250	100.0%
EXP_PRICE * HOUSING_ACCEPTABLE	250	100.0%	0	.0%	250	100.0%
EXP_HOMESTYLE * HOUSING_ACCEPTABLE	250	100.0%	0	.0%	250	100.0%

EXP_BATHR * HOUSING_ACCEPTABLE Crosstabulation

			HOUSING_ACCEPTABLE				Total
			Interestin g, and want to buy	Interestin g, but don't want to buy	So so	Not interestin g	Interestin g, and want to buy
EXP_BAT HR	1 Bathroo m	Count	2	2	1	0	5
		% within EXP_BATHR	40.0%	40.0%	20.0%	.0%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPT ABLE	2.3%	1.6%	3.8%	.0%	2.0%
	2 Bathroo m	Count	54	70	13	2	139
		% within EXP_BATHR	38.8%	50.4%	9.4%	1.4%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPT ABLE	61.4%	55.1%	50.0%	22.2%	55.6%
	3 Bathroo m	Count	15	37	9	6	67
		% within EXP_BATHR	22.4%	55.2%	13.4%	9.0%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPT ABLE	17.0%	29.1%	34.6%	66.7%	26.8%
	4 Bathroo m	Count	16	17	3	1	37
		% within EXP_BATHR	43.2%	45.9%	8.1%	2.7%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPT ABLE	18.2%	13.4%	11.5%	11.1%	14.8%
More than 4 Bathroo m	Count	1	1	0	0	2	
	% within EXP_BATHR	50.0%	50.0%	.0%	.0%	100.0%	
	% within HOUSING_ACCEPT ABLE	1.1%	.8%	.0%	.0%	.8%	
Total	Count	88	127	26	9	250	
	% within EXP_BATHR	35.2%	50.8%	10.4%	3.6%	100.0%	
	% within HOUSING_ACCEPT ABLE	100.0%	100.0%	100.0 %	100.0%	100.0%	

จากการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ที่มีความสนใจในโครงการบ้านจัดสรรและมีความต้องการซื้อทั้งหมด 88 คนพบว่า ส่วนใหญ่มีความต้องการที่อยู่อาศัยที่มีจำนวนห้องน้ำ 2 ห้องน้ำ คิดเป็น 61.4%

EXP_CAR * HOUSING_ACCEPTABLE Crosstabulation

			HOUSING_ACCEPTABLE				Total
			Interestin g, and want to buy	Interestin g, but don't want to buy	So so	Not interestin g	Interestin g, and want to buy
EXP_CAR	1 Car	Count	10	19	2	0	31
		% within EXP_CAR	32.3%	61.3%	6.5%	.0%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPTABLE	11.4%	15.0%	7.7%	.0%	12.4%
	2 Car	Count	58	83	13	5	159
		% within EXP_CAR	36.5%	52.2%	8.2%	3.1%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPTABLE	65.9%	65.4%	50.0%	55.6%	63.6%
	3 Car	Count	19	25	7	4	55
		% within EXP_CAR	34.5%	45.5%	12.7%	7.3%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPTABLE	21.6%	19.7%	26.9%	44.4%	22.0%
	4 Car	Count	0	0	4	0	4
		% within EXP_CAR	.0%	.0%	100.0%	.0%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPTABLE	.0%	.0%	15.4%	.0%	1.6%
More than 4 Car	Count	1	0	0	0	1	
	% within EXP_CAR	100.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	
	% within HOUSING_ACCEPTABLE	1.1%	.0%	.0%	.0%	.4%	
Total	Count	88	127	26	9	250	
	% within EXP_CAR	35.2%	50.8%	10.4%	3.6%	100.0%	
	% within HOUSING_ACCEPTABLE	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

จากการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ที่มีความสนใจในโครงการบ้านจัดสรรและมีความต้องการซื้อทั้งหมด 88 คนพบว่า ส่วนใหญ่มีความต้องการที่อยู่อาศัยที่มีที่จอดรถ 2 คัน และ 3 คันคิดเป็น 65.9% และ 21.6% ตามลำดับ

EXP_GARDEN * HOUSING_ACCEPTABLE Crosstabulation

			HOUSING_ACCEPTABLE				Total	
			Interestin g, and want to buy	Interestin g, but don't want to buy	So so	Not interesti ng	Interestin g, and want to buy	
EXP_GARD EN	1st ran k	Count	67	92	20	9	188	
		% within EXP_GARDEN	35.6%	48.9%	10.6%	4.8%	100.0%	
		% within HOUSING_ACCEPTA BLE	Count	76.1%	72.4%	76.9%	100.0%	75.2%
	2nd ran k	Count	13	21	2	0	36	
		% within EXP_GARDEN	36.1%	58.3%	5.6%	.0%	100.0%	
		% within HOUSING_ACCEPTA BLE	Count	14.8%	16.5%	7.7%	.0%	14.4%
	3rd ran k	Count	5	10	4	0	19	
		% within EXP_GARDEN	26.3%	52.6%	21.1%	.0%	100.0%	
		% within HOUSING_ACCEPTA BLE	Count	5.7%	7.9%	15.4%	.0%	7.6%
4th ran k	Count	3	4	0	0	7		
	% within EXP_GARDEN	42.9%	57.1%	.0%	.0%	100.0%		
	% within HOUSING_ACCEPTA BLE	Count	3.4%	3.1%	.0%	.0%	2.8%	
Total	Count	88	127	26	9	250		
	% within EXP_GARDEN	35.2%	50.8%	10.4%	3.6%	100.0%		
	% within HOUSING_ACCEPTA BLE	100.0%	100.0%	100.0 %	100.0%	100.0%		

EXP_POOL * HOUSING_ACCEPTABLE Crosstabulation

			HOUSING_ACCEPTABLE				Total
			Interestin g, and want to buy	Interestin g, but don't want to buy	So so	Not interestin g	Interestin g, and want to buy
EXP_POOL	1st rank	Count	4	8	1	0	13
		% within EXP_POOL	30.8%	61.5%	7.7%	.0%	100.0%
	2nd rank	% within HOUSING_ACCEPTABLE	4.5%	6.3%	3.8%	.0%	5.2%
		Count	17	13	0	0	30
	3rd rank	% within EXP_POOL	56.7%	43.3%	.0%	.0%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPTABLE	19.3%	10.2%	.0%	.0%	12.0%
	4th rank	Count	19	24	6	4	53
		% within EXP_POOL	35.8%	45.3%	11.3%	7.5%	100.0%
	Total	% within HOUSING_ACCEPTABLE	21.6%	18.9%	23.1%	44.4%	21.2%
		Count	48	82	19	5	154
	Total	% within EXP_POOL	31.2%	53.2%	12.3%	3.2%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPTABLE	54.5%	64.6%	73.1%	55.6%	61.6%
Count		88	127	26	9	250	
	% within EXP_POOL	35.2%	50.8%	10.4%	3.6%	100.0%	
	% within HOUSING_ACCEPTABLE	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

EXP_PLAY * HOUSING_ACCEPTABLE Crosstabulation

			HOUSING_ACCEPTABLE				Total	
			Interestin g, and want to buy	Interestin g, but don't want to buy	So so	Not interestin g	Interestin g, and want to buy	
EXP_PLAY	1st rank	Count	0	8	2	0	10	
		% within EXP_PLAY	.0%	80.0%	20.0%	.0%	100.0%	
		% within HOUSING_ACCEPTABLE	Count	.0%	6.3%	7.7%	.0%	4.0%
			% within EXP_PLAY	35.9%	46.2%	12.8%	5.1%	100.0%
	2nd rank	Count	28	36	10	4	78	
		% within EXP_PLAY	35.9%	46.2%	12.8%	5.1%	100.0%	
		% within HOUSING_ACCEPTABLE	Count	31.8%	28.3%	38.5%	44.4%	31.2%
			% within EXP_PLAY	35.2%	52.4%	9.5%	2.9%	100.0%
	3rd rank	Count	37	55	10	3	105	
		% within EXP_PLAY	35.2%	52.4%	9.5%	2.9%	100.0%	
		% within HOUSING_ACCEPTABLE	Count	42.0%	43.3%	38.5%	33.3%	42.0%
			% within EXP_PLAY	40.4%	49.1%	7.0%	3.5%	100.0%
4th rank	Count	23	28	4	2	57		
	% within EXP_PLAY	40.4%	49.1%	7.0%	3.5%	100.0%		
	% within HOUSING_ACCEPTABLE	Count	26.1%	22.0%	15.4%	22.2%	22.8%	
		% within EXP_PLAY	26.1%	22.0%	15.4%	22.2%	22.8%	
Total	Count	88	127	26	9	250		
	% within EXP_PLAY	35.2%	50.8%	10.4%	3.6%	100.0%		
	% within HOUSING_ACCEPTABLE	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%		

EXP_GYM * HOUSING_ACCEPTABLE Crosstabulation

			HOUSING_ACCEPTABLE				Total	
			Interestin g, and want to buy	Interestin g, but don't want to buy	So so	Not interestin g	Interestin g, and want to buy	
EXP_GY M	1st rank	Count	17	19	3	0	39	
		% within EXP_GYM	43.6%	48.7%	7.7%	.0%	100.0%	
		% within HOUSING_ACCEPTAB LE	Count	19.3%	15.0%	11.5%	.0%	15.6%
			% within EXP_GYM	28.3%	53.8%	13.2%	4.7%	100.0%
	2nd rank	Count	30	57	14	5	106	
		% within EXP_GYM	28.3%	53.8%	13.2%	4.7%	100.0%	
		% within HOUSING_ACCEPTAB LE	Count	34.1%	44.9%	53.8%	55.6%	42.4%
			% within EXP_GYM	37.0%	52.1%	8.2%	2.7%	100.0%
	3rd rank	Count	27	38	6	2	73	
		% within EXP_GYM	37.0%	52.1%	8.2%	2.7%	100.0%	
		% within HOUSING_ACCEPTAB LE	Count	30.7%	29.9%	23.1%	22.2%	29.2%
			% within EXP_GYM	43.8%	40.6%	9.4%	6.3%	100.0%
4th rank	Count	14	13	3	2	32		
	% within EXP_GYM	43.8%	40.6%	9.4%	6.3%	100.0%		
	% within HOUSING_ACCEPTAB LE	Count	15.9%	10.2%	11.5%	22.2%	12.8%	
		% within EXP_GYM	35.2%	50.8%	10.4%	3.6%	100.0%	
Total	Count	88	127	26	9	250		
	% within EXP_GYM	35.2%	50.8%	10.4%	3.6%	100.0%		
	% within HOUSING_ACCEPTAB LE	100.0%	100.0%	100.0 %	100.0%	100.0%		

จากการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ที่มีความสนใจในโครงการบ้านจัดสรรและมีความต้องการซื้อทั้งหมด 88 คนพบว่า ส่วนใหญ่ต้องการสวนหย่อม/พื้นที่สีเขียวเป็นอันดับ1 รองลงมาคือ สถานที่ออกกำลังกาย สนามเด็กเล่น และสระว่ายน้ำตามลำดับ

EXP_PRICE * HOUSING_ACCEPTABLE Crosstabulation

			HOUSING_ACCEPTABLE				Total
			Interestin g, and want to buy	Interestin g, but don't want to buy	So so	Not interestin g	Interestin g, and want to buy
EXP_PRICE	Lower than 1 Million baht	Count	15	30	5	2	52
		% within EXP_PRICE	28.8%	57.7%	9.6%	3.8%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPTABLE	17.0%	23.6%	19.2%	22.2%	20.8%
	1 - 1.3 Million baht	Count	20	41	4	0	65
		% within EXP_PRICE	30.8%	63.1%	6.2%	.0%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPTABLE	22.7%	32.3%	15.4%	.0%	26.0%
	1.3 - 1.5 Million baht	Count	25	19	6	1	51
		% within EXP_PRICE	49.0%	37.3%	11.8%	2.0%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPTABLE	28.4%	15.0%	23.1%	11.1%	20.4%
	1.5 - 2 Million baht	Count	10	17	6	1	34
		% within EXP_PRICE	29.4%	50.0%	17.6%	2.9%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPTABLE	11.4%	13.4%	23.1%	11.1%	13.6%
	2 - 2.5 Million baht	Count	7	3	2	1	13
		% within EXP_PRICE	53.8%	23.1%	15.4%	7.7%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEPTABLE	8.0%	2.4%	7.7%	11.1%	5.2%
	2.5 - 3 Million baht	Count	5	9	0	2	16
		% within EXP_PRICE	31.3%	56.3%	.0%	12.5%	100.0%
	% within HOUSING_ACCEPTABLE	5.7%	7.1%	.0%	22.2%	6.4%	
3 - 3.5 Million baht	Count	2	7	2	2	13	
	% within EXP_PRICE	15.4%	53.8%	15.4%	15.4%	100.0%	
	% within HOUSING_ACCEPTABLE	2.3%	5.5%	7.7%	22.2%	5.2%	
Higher than 3.5 Million baht	Count	4	1	1	0	6	
	% within EXP_PRICE	66.7%	16.7%	16.7%	.0%	100.0%	
	% within HOUSING_ACCEPTABLE	4.5%	.8%	3.8%	.0%	2.4%	
Total	Count	88	127	26	9	250	
	% within EXP_PRICE	35.2%	50.8%	10.4%	3.6%	100.0%	
	% within HOUSING_ACCEPTABLE	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

จากการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ที่มีความสนใจในโครงการบ้านจัดสรรและมีความต้องการซื้อทั้งหมด 88 คนพบว่า ส่วนใหญ่ต้องการที่อยู่อาศัยในระดับราคา 1.3 – 1.5 ล้านบาท และ 1 – 1.3 ล้านบาท คิดเป็น 28.4% และ 22.7% ตามลำดับ

EXP_HOMESTYLE * HOUSING_ACCEPTABLE Crosstabulation

			HOUSING_ACCEPTABLE				Total
			Intersti ng, and want to buy	Intersti ng, but don't want to buy	So so	Not interest ing	Intersti ng, and want to buy
EXP_HOMES TYLE	Thai style	Count	19	33	8	2	62
		% within EXP_HOMESTYLE	30.6%	53.2%	12.9 %	3.2%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEP TABLE	21.6%	26.0%	30.8 %	22.2%	24.8%
	Contempo rary style	Count	31	29	8	4	72
		% within EXP_HOMESTYLE	43.1%	40.3%	11.1 %	5.6%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEP TABLE	35.2%	22.8%	30.8 %	44.4%	28.8%
	Modern style	Count	19	44	8	1	72
		% within EXP_HOMESTYLE	26.4%	61.1%	11.1 %	1.4%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEP TABLE	21.6%	34.6%	30.8 %	11.1%	28.8%
	English style	Count	19	21	2	2	44
		% within EXP_HOMESTYLE	43.2%	47.7%	4.5%	4.5%	100.0%
		% within HOUSING_ACCEP TABLE	21.6%	16.5%	7.7%	22.2%	17.6%
Total	Count	88	127	26	9	250	
	% within EXP_HOMESTYLE	35.2%	50.8%	10.4 %	3.6%	100.0%	
	% within HOUSING_ACCEP TABLE	100.0%	100.0%	100.0 %	100.0%	100.0%	

จากการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ที่มีความสนใจในโครงการบ้านจัดสรรและมีความต้องการซื้อทั้งหมด 88 คนพบว่า ส่วนใหญ่มีความต้องการที่อยู่อาศัยในรูปแบบร่วมสมัย คิดเป็น 35.2%

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาว สิริกานต์ อังคะรา
วันเดือนปีเกิด	16 มีนาคม 2534
ตำแหน่ง	เตรียมเจ้าหน้าที่ธุรกิจสัมพันธ์ 7 / ชั้นตรี ธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน)
ประสบการณ์ทำงาน	ปีพ.ศ.2558: เจ้าหน้าที่ประสานงานฝ่ายขาย บริษัท เนเชอรัล คอสเมติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด ปีพ.ศ. 2556: เจ้าหน้าที่ประสานงานฝ่ายขาย บริษัท ภูมิสิริ แอสเสีท แมเนจเม้นท์ จำกัด ปีพ.ศ. 2553: Telemarketing Officer บริษัท ดับเบิล ดี เอเจ้นท์ จำกัด