



การศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เชิงพาณิชย์  
ย่านปิ่นเกล้า-บรมราชชนนี

โดย

นายเอกพงศ์ จงมีรัก

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์)  
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
ปีการศึกษา 2558  
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

การศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เชิงพาณิชย์  
ย่านปิ่นเกล้า-บรมราชชนนี

โดย

นายเอกพงศ์ จงมีรัก



การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์)  
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
ปีการศึกษา 2558  
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



The Feasibility Study to Develop Commercial Real Estate  
on Pinklao-Baromrajchonnee Area

BY

MR. EAKKAPONG JONGMEERAK



AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE  
REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF  
MASTER OF SCIENCE (REAL ESTATE BUSINESS)  
FACULTY OF COMMERCE AND ACCOUNTANCY  
THAMMASAT UNIVERSITY  
ACADEMIC YEAR 2015  
COPYRIGHT OF THAMMASAT UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี

การค้นคว้าอิสระ

ของ

นายเอกพงศ์ จงมีรัก

เรื่อง

การศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เชิงพาณิชย์ ย่านปิ่นเกล้า-บรมราชชนนี

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์)

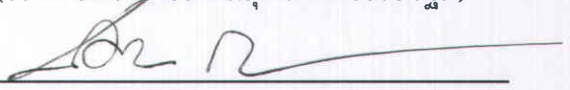
เมื่อ วันที่ 22 เมษายน พ.ศ. 2559

ประธานกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ



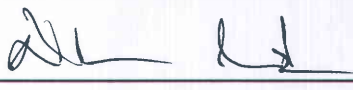
(รองศาสตราจารย์ ดร.สุพืชา พาณิชย์ปฐม)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิตี รัตนปริชาเวช)

คณบดี



(ศาสตราจารย์ ดร.ศิริลักษณ์ โจนกิจอำนวย)

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	การศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนา อสังหาริมทรัพย์ เชิงพาณิชย์ ย่านปิ่นเกล้า-บรมราชชนนี
ชื่อผู้เขียน	นายเอกพงศ์ จงมีรัก
ชื่อปริญญา	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์)
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิติ รัตนปริชาเวช
ปีการศึกษา	2558

### บทสรุปผู้บริหาร

ที่ดินที่ทำการศึกษานี้มีที่ตั้งอยู่บนถนนพระปิ่นเกล้า-บรมราชชนนี อยู่ระหว่างเทสโก้ โลตัส สาขาปิ่นเกล้า และ ศูนย์การค้าเซ็นทรัล สาขาปิ่นเกล้า โดย ลักษณะทางกายภาพของที่ดินนั้นมีลักษณะเป็น รูปตัวแอล (L) หน้ากว้าง 22 เมตร และลึก 50.32 เมตร ที่ดินถมแล้วระดับสูงกว่าพื้นถนนพระปิ่นเกล้าเล็กน้อย ขนาดที่ดินรวม 383 ตารางวา อยู่ใกล้เทสโก้โลตัส สาขาปิ่นเกล้า และ ศูนย์การค้าเซ็นทรัล สาขาปิ่นเกล้า และท่ารถตู้ โดยมีความหนาแน่นของนักเรียน นักศึกษา และกลุ่มคนทำงานสูง รวมทั้งในอนาคตจะมีส่วนต่อขยายรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงินมาบนถนนจรัญสนิทวงศ์ ซึ่งอยู่ไม่ห่างจากที่ดินที่นำมาศึกษา

ผู้จัดทำได้ทำการศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาโครงการบนที่ดินแปลงนี้โดยใช้การวิเคราะห์ด้านการเงิน กฎหมาย ตลาด และกายภาพ จะเห็นได้ว่ามีความเป็นไปได้ในการพัฒนาเป็นอาคารพาณิชย์ในรูปแบบ ตลาดในร่มขนาด 3 ชั้น ทั้งนี้ทางผู้จัดทำได้ทำทดสอบสมมุติฐานในสถานการณ์ปกติ (Base Case), ดีที่สุด (Best Case) และ แย่ที่สุด (Worst Case) ซึ่งได้ NPV เป็นบวกและ IRR เป็นที่พอใจทั้งสิ้น โดยที่สถานการณ์ปกติ NPV มีค่าเท่ากับ 34,237,223 บาท IRR 24.94% เท่ากับ และคืนทุนใน 5 ปี 6 เดือน

สรุปผลการวิเคราะห์พบว่ามีความเป็นไปได้ที่จะพัฒนาโครงการนี้เนื่องจากผลตอบแทนที่ได้รับ คำนวณค่าแก่การลงทุน ที่สำคัญที่สุดคือสามารถตอบสนองให้ตรงต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่อยู่อาศัยในย่านนี้ได้เต็มที่

**คำสำคัญ:** ตลาด, ปิ่นเกล้า, บรมราชชนนี, การศึกษาความเป็นไปได้

Independent Study Title	THE FEASIBILITY STUDY TO DEVELOP COMMERCIAL REAL ESTATE ON PINKLAO – BAROMRAJCHONNEE AREA
Author	Mr.Eakkaong Jongmeerak
Degree	Master of Science (Real Estate Business)
Department/Faculty/University	Faculty of Commerce and Accountancy Thammasat University
Independent Study Advisor	Asst. Prof. Dr.Niti Rattanaprichavej
Academic Years	2015

## EXECUTIVE SUMMARY

The site is on Pinklao-Baromrajchonnee between Tesco Lotus Pinklao and Central Pinklao Shopping Center. This site is L shape, 22 meter width and 50.32 meter length. Total land size is 383 Square Wa. The height is higher than Pinklao-Baromrajchonnee Road. The area is in high density commercial which has Tesco Lotus, Central shopping Center and transportation hub, etc. which comprise with many group of people such as students and working people. Also in the near future, Metro blue line train will be opened on Charansanitwong Road which is not far from the site.

Indoor Market would be developed by studying the possibility of developing a project on land used by analyzing through financial, legal, marketing and physical aspect. Three sensitivity situations has put into the studied and found that this project still in positive NPV and acceptable IRR. In base case, NPV is 34,237,223 B. , IRR is 24.94% and 5 years and 6 months for payback period.

In conclude, there is a possibility to develop this project the results have been worth investment.

**Keywords:** Market, Pinklao, Baromrajchonnee, Feasibility Study

## กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระเรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาสังหาริมทรัพย์เชิงพาณิชย์ ย่านปิ่นเกล้า-บรมราชชนนี จะไม่สำเร็จล่วงไม่ได้ถ้าไม่ได้รับการช่วยเหลือ ให้คำปรึกษาจาก ผศ.ดร.นิติ รัตนปรีชาเวช ที่ได้สละเวลาแนะนำ ปรีक्षा และชี้แนะแนวทางต่างๆอย่างใกล้ชิด

อีกท่านหนึ่งที่เป็นบุคคลเบื้องหลังที่สำคัญ คือ นายภควัต ธนบุญไพศาล ซึ่งได้สละเวลาให้ชี้แนะต่างๆอย่างเต็มที่ในทุกด้านครับ ซึ่งทำให้รายงานครั้งนี้สมบูรณ์สำเร็จไปได้ด้วยดี

นายเอกพงศ์ จงมีรัก



## สารบัญ

	หน้า
บทสรุปผู้บริหารภาษาไทย	(1)
บทสรุปผู้บริหารภาษาอังกฤษ	(2)
กิตติกรรมประกาศ	(3)
สารบัญ	(4)
สารบัญตาราง	(9)
สารบัญภาพ	(11)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาของแนวคิด	1
1.2 วัตถุประสงค์การศึกษา	1
1.3 ขอบเขตการศึกษา	2
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
บทที่ 2 การวิเคราะห์ด้านกฎหมายและกายภาพ	3
2.1 การวิเคราะห์แปลงที่ดิน	3
2.2 การวิเคราะห์ด้านกายภาพที่ดินและทำเลที่ตั้ง	6
2.2.1 รูปร่างและขนาดที่ดิน	6
2.2.2 ทำเลที่ตั้ง	8
2.2.3 สภาพที่ดินปัจจุบัน	9
2.2.4 สภาพเข้าออก	10
2.2.5 อาณาเขตของเขตบางกอกน้อย	11
2.3 การเข้าถึงโครงการ	12



2.4 การวิเคราะห์ทางเลือกในการพัฒนาโครงการด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้อง	13
2.4.1 กฎหมายผังเมือง	13
2.4.2 กฎหมายระยะร่น	15
2.4.3 กฎหมายควบคุมอาคาร	16
2.4.4 กฎหมายเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม	17
2.5 การวิเคราะห์ทางเลือกในการพัฒนาโครงการ	18
2.5.1 ศูนย์การค้า	19
2.5.2 อาคารสำนักงานให้เช่า	22
2.5.3 โรงแรม	23
2.5.4 อพาร์ทเมนต์	23
2.5.5 ตลาด	23
บทที่ 3 การวิเคราะห์ทางเลือกในการพัฒนาโครงการด้านการตลาด	24
3.1 ภาพรวมเศรษฐกิจในปี 2558	24
3.2 ภาพรวมธุรกิจด้านอสังหาริมทรัพย์และพาณิชย์กรรม	25
3.2.1 ที่ดินและที่อยู่อาศัย	25
3.2.2 โรงแรมและภัตตาคาร	25
3.3 ภาพรวมธุรกิจด้านการท่องเที่ยว	26
3.4 คู่แข่งในพื้นที่โดยรอบบริเวณโครงการแบ่งตามประเภทอสังหาริมทรัพย์	27
3.4.1 แนวโน้มตลาดอาคารสำนักงานให้เช่า	27
3.4.2 โรงแรม	29
3.4.3 ธุรกิจอพาร์ทเมนต์	35
3.4.4 ตลาด	45
บทที่ 4 การวิเคราะห์ด้านการเงินเบื้องต้น	50
4.1 สมมติฐานทางในการคิด Front Door ในแต่ละทรัพย์สิน	50
4.2 อาคารสำนักงาน	52
4.2.1 กรณีที่ 1 อาคารสำนักงาน ต่ำกว่า 23 เมตร	52
4.2.2 กรณีที่ 2 อาคารสำนักงาน สูงกว่า 23 เมตร	54
4.2.3 สรุปล	54
4.3 โรงแรม	55

4.3.1	กรณีที 1 โรงแรมต่ำก่า 23 เมตร	55
4.3.2	กรณีที 2 โรงแรมสูงก่า 23 เมตร	56
4.3.3	สรุป	56
4.4	อพาร์ทเมนท์	57
4.4.1	กรณีที 1 อพาร์ทเมนท์ อาคารสูงน่อยก่า 23 เมตร	57
4.4.2	กรณีที 2 อพาร์ทเมนท์ อาคารสูงมากกว่า 23 เมตร	58
4.4.3	สรุป	58
4.5	ตลาด	59
4.5.1	กรณีสร้างตลาด 3 ชั้น	59
4.5.2	สรุป	59
4.6	สรุปทางเลือกการลงทุน	60
บทที่ 5	ทบทวนวรรณกรรม	61
5.1	ความหมายของ ‘ตลาด’	61
5.2	ทฤษฎีและบทความที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจค้าปลีก	61
5.3	ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์พื้นที่การค้า	62
5.4	ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการศูนย์การค้า	64
บทที่ 6	การศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด	66
6.1	การกำหนดกลุ่มลูกค้าหลัก	66
6.2	การศึกษาพฤติกรรมเชิงลึกของผู้อาศัยในบริเวณที่ศึกษา	69
6.2.1	การเก็บข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อขายของ ของคนบริเวณโครงการ	69
6.2.2	บริเวณที่ทำการแจกแบบสอบถาม	70
6.2.3	เวลาที่แจกแบบสอบถาม และจำนวนชุด	70
6.2.4	ผลแบบสอบถาม	70
6.2.4.1	ผลแบบสอบถามของผู้เลือกตลาดในร่ม (Indoor Market)	71
6.3	การศึกษาคู่แข่งในพื้นที่	72
6.3.1	Direct Competitor	74
6.3.2	Indirect Competitor	76

6.4 การวิเคราะห์ SWOT Analysis	76
6.4.1 จุดแข็ง (Strengths)	76
6.4.2 จุดอ่อน (Weakness)	76
6.4.3 โอกาส (Opportunities)	76
6.4.4 อุปสรรค (Threats)	76
6.5 การแบ่งส่วนการตลาด (Segmentation)	77
6.6 กลุ่มเป้าหมาย (Target Customer)	77
6.6.1 กลุ่มเป้าหมายหลัก (Primary Target)	78
6.6.2 กลุ่มเป้าหมายรอง (Secondary Target)	78
6.7 การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (Positioning)	78
6.8 การกำหนดส่วนผสมทางการตลาด	79
6.8.1 ผลิตภัณฑ์ (Product)	79
6.8.2 ราคา (Price)	80
6.8.3 สถานที่ (Place)	82
6.8.4 โปรโมชั่น (Promotion)	88
บทที่ 7 การศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านสถาปัตยกรรมและการก่อสร้าง	89
7.1 รายละเอียดงานด้านวิศวกรรม	89
7.1.1 งานโครงสร้างอาคาร	89
7.1.2 งานระบบระบายอากาศและปรับอากาศ	90
7.1.3 ระบบสุขาภิบาล	90
7.1.4 งานระบบรักษาความปลอดภัย	91
7.2 รายละเอียดงานด้านสถาปัตยกรรม	92
7.2.1 งานภายนอกอาคาร	92
7.2.2 งานภายในอาคาร	93
7.3 การวางแผนการก่อสร้าง	95
7.3.1 ต้นทุนการพัฒนาโครงการและการก่อสร้าง	95
7.3.2 Timeline	95
บทที่ 8 การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน	97
8.1 สมมติฐานทางการเงิน (Financial Assumption)	97
8.1.1 สมมติฐานด้านเงินลงทุน	97

8.1.2	สมมติฐานด้านค่าใช้จ่าย	98
8.1.3	สมมติฐานด้านรายได้	99
8.2	การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน	100
8.3	การวิเคราะห์ความอ่อนไหว (Sensitivity Analysis)	100
8.3.1	การเปลี่ยนแปลงของค่าก่อสร้าง	101
8.3.2	การเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ย	101
8.3.3	การเปลี่ยนแปลงของราคาเช่า/ตร.ม.	102
8.4	การวิเคราะห์สมมติภาพ (Scenario Analysis)	103
	รายการอ้างอิง	105
	ภาคผนวก	106
	ประวัติผู้เขียน	107

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 ระยะทางจากที่ตั้งโครงการถึงสถานที่ สำคัญโดยรอบโครงการ	5
2.2 ทิศและสิ่งปลูกสร้างโดยรอบ	9
2.3 อาณาเขตติดต่อกับเขตบางกอกน้อย	11
2.4 การใช้ประโยชน์ในแต่ละฝั่งสี่	14
2.5 สรุปรายละเอียดการอนุญาตก่อสร้าง	18
2.6 ขนาดพื้นที่ก่อสร้างของศูนย์การค้าประเภทต่างๆ	19
3.1 รายละเอียดอาคารสำนักงานให้เช่า	28
3.2 สรุปรายละเอียดคู่แข่งอสังหาริมทรัพย์ประเภทโรงแรม	34
3.3 รายละเอียดคู่แข่ง อพาร์ทเมนต์ ในย่านปิ่นเกล้า	39
3.4 รายละเอียดคู่แข่งอพาร์ทเมนต์ในย่านปิ่นเกล้าบริเวณพื้นที่สีแดง พ.๓	45
3.5 รายรับ มารวยฟู้ดคอร์ท	48
4.1 อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของธนาคารชั้นนำ	50
4.2 ประเมินราคาที่ดินโดยใช้วิธี Residual	51
4.4 สรุปทางเลือกการลงทุน	60
6.1 อุปสงค์ในเขตพื้นที่การค้า	66
6.2 คู่แข่งในพื้นที่บริเวณใกล้เคียงทั้งหมด	73
6.3 Tenant Mix ตลาดปิ่นเงิน-ปิ่นทอง	75
6.4 รายได้เฉลี่ยต่อตารางเมตรของตลาดมารวย	81
6.5 ความสามารถในการจ่ายค่าเช่า	82
6.6 Tenant Mix ของ ศูนย์การค้า เซ็นทรัล พระราม9	83
7.1 ข้อบังคับจำนวนห้องน้ำ	90
7.2 สมมติฐานค่าก่อสร้าง	96
7.3 ไทม์ไลน์แผนงานโครงการตลาดมารวย	96
8.1 ค่าก่อสร้างและค่าใช้จ่าย	98
8.2 รายได้ตลาดมารวย	99
8.3 การเปลี่ยนแปลงค่าก่อสร้าง	101
8.4 การเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ย	102
8.5 การตอบสนองต่อราคาค่าเช่า	102

8.6 การตอบสนองต่อสมมติภาพ



## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 สถานที่สำคัญโดยรอบ	3
2.2 โชนต่างๆบริเวณโดยรอบในรัศมี 2 กม.	6
2.3 สัดส่วนที่ดิน	7
2.4 รั้ววงที่ดิน	7
2.5 ที่ตั้งที่ดิน	8
2.6 สิ่งปลูกสร้างรอบที่ดิน	8
2.7 สภาพด้านหน้าที่ดินปัจจุบัน	9
2.8 ความกว้างถนนโดยรอบโครงการ	10
2.9 อาณาเขตบางกอกน้อย	11
2.10 การเข้าถึงโครงการ	12
2.11 ตำแหน่งของแปลงที่ดินและเขตการใช้ประโยชน์	13
2.12 ประเภทของสิทธิที่กฎหมายอนุญาต	15
2.13 ตำแหน่งที่กฎหมายกำหนดให้ถอยร่น 15 เมตร	16
2.14 รูปอาคารเกิน 23 เมตร	18
2.15 รูปอาคารไม่เกิน 23 เมตร	19
2.16 Market Place Thonglor	20
2.17 Lavilla Aree	21
2.18 Amorini	22
2.19 ประเภทของสิทธิที่หลังจากวิเคราะห์ทางกายภาพ	23
3.1 เศรษฐกิจไทย ไตรมาสที่สองของปี 2558	24
3.2 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาประเทศไทย	26
3.3 อันดับประเทศที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบในปี 2015	27
3.4 ตำแหน่งคู่แข่ง อาคารสำนักงานให้เช่า	28
3.5 ตำแหน่งคู่แข่ง โรงแรม	29
3.6 โรงแรม เดอะ รอยัล ริเวอร์ (The Royal River Hotel)	30
3.7 S.D. Avenue Hotel	31
3.8 The Royal City Hotel	32

3.9 Riverside Bangkok	33
3.10 แผนที่โครงข่ายรถไฟฟ้า	35
3.11 เปรียบเทียบจำนวนผู้มีงานทำจำแนกตามอุตสาหกรรม ปี 2557-2558	36
3.12 อุปทานของศูนย์การค้า ระหว่างปี 2006-2017	37
3.13 อุปทานของออฟฟิศ ระหว่างปี 2006-2017	38
3.14 คู่แข่งอพาร์ทเมนท์ย่านปิ่นเกล้า	38
3.15 คู่แข่งอพาร์ทเมนท์ย่านปิ่นเกล้า ในพื้นที่ฝั่งสี พ.๓	40
3.16 ตำแหน่งสถานที่สำคัญในระยะเดิน 5 นาที	46
3.17 ตลาดโดยรอบบริเวณถนนปิ่นเกล้า	47
3.18 ตลาดนัดเจ้าพระยา	48
3.19 ตลาดวังหลัง	49
4.1 ราคาที่ดินบริเวณใกล้เคียง	52
4.2 การคำนวณ Front Door อาคารสำนักงานให้เข้าอาคารสูงน้อยกว่า 23 เมตร	53
4.3 การคำนวณ Front Door อาคารสำนักงานให้เข้าอาคารสูงมากกว่า 23 เมตร	54
4.4 การคำนวณ Front Door โรงแรมสูงน้อยกว่า 23 เมตร	55
4.5 การคำนวณ Front Door โรงแรมสูงมากกว่า 23 เมตร	56
4.6 การคำนวณ Front Door อพาร์ทเมนท์ อาคารสูงน้อยกว่า 23 เมตร	57
4.7 การคำนวณ Front Door อพาร์ทเมนท์ อาคารสูงมากกว่า 23 เมตร	58
4.8 การคำนวณ Front Door ตลาด 3 ชั้น	59
6.1 ศูนย์การค้า 3 รูปแบบ	70
6.2 อัตราส่วนแสดงอัตราส่วนที่ขึ้นชอบประเภทศูนย์การค้า	71
6.3 แผนที่แสดงคู่แข่ง	72
6.4 ตลาดปิ่นเงิน-ปิ่นทอง	74
6.5 ตำแหน่งบริเวณตลาดปิ่นเงิน-ปิ่นทอง	75
6.6 กลุ่มเป้าหมายตามอาชีพ	77
6.7 ตำแหน่งทางการตลาดของตลาดมารวย	78
6.8 ความต้องการ Tenant Mix ของผู้ตอบแบบสอบถาม	79
6.9 ฝั่งชั้น 1	84
6.10 ตัวอย่างรูปแบบร้านค้า ชั้น 1	84
6.11 ฝั่งชั้น 2	86



6.12 ตัวอย่างรูปแบบร้านค้า ชั้น 2	86
6.13 ผังชั้น 3	87
6.14 ตัวอย่างรูปแบบร้านค้า ชั้น 3	87
7.1 ระบบระบายอากาศและปรับอากาศ	90
7.2 ผลแบบสอบถามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเข้าสู่ศูนย์การค้า	92
7.3 ตัวอย่างงานออกแบบภายนอก	93
7.4 งานภายในอาคารชั้น 1	93
7.5 งานภายในอาคารชั้น 2 – ศูนย์อาหาร	94
7.6 งานภายในอาคารชั้น 2 – โซน อาหารทานเล่น-ขนม	95
7.7 งานภายในอาคารชั้น 3	95



## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ที่มาของแนวคิด

บริเวณที่ดินที่นำมาศึกษาอยู่บริเวณริมถนนพระปิ่นเกล้า-บรมราชชนนี ซึ่งที่ตั้งอยู่ระหว่างเซ็นทรัลปิ่นเกล้า และ เทสโก้โลตัสสาขาปิ่นเกล้า บริเวณนี้เป็นย่านชุมชนที่มีรถสัญจรไปมา คนทำงาน นักเรียน พลุกพล่านมาก อีกทั้งบริเวณด้านหน้าที่ดินเป็นท่ารถตู้เข้า-ออกเมือง จึงทำให้ที่ดินศักยภาพในการพัฒนาโครงการได้หลายแบบ

การลงทุนส่วนต่อขยายรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงินมีผลเป็นอย่างมากให้ราคาที่ดินบริเวณนี้มีแนวโน้มที่สูงขึ้น โดยสถานที่ที่ใกล้ที่สุดอยู่ห่างจากที่ดินน้อยกว่า 1 กม. ซึ่งการมาของ รถไฟฟ้าทำให้เกิดคอนโด(ไอวีปิ่นเกล้า, คอนโดในเครือธนา, คอนโดในเครือลุมพินี), อพาร์ทเมนท์ รวมทั้ง ศูนย์การค้าใหม่ๆ (เดอะซีน และ เซ็นทรัลปิ่นเกล้าโฉมใหม่) มากมายบริเวณนี้ ส่งผลให้ประชาชนโดยเฉพาะกลุ่มคนทำงานอาศัยในย่านนี้มากขึ้น เพราะเพียบพร้อมไปด้วย สิ่งอำนวยความสะดวกทุกด้านในราคาที่ถูกลงเมื่อเทียบกับในย่านเขตธุรกิจใจกลางเมืองด้วย

วัตถุประสงค์ของเจ้าของที่ดินซึ่งเป็นบิดาของผู้จัดทำไม่มีความประสงค์ที่จะขายเนื้อที่ด้วยความผูกพันกับที่ดินแห่งนี้ ดังนั้นการศึกษาครั้งนี้จะใช้ข้อมูลทางด้านกายภาพ, กฎหมาย และ ตลาดมาประกอบการศึกษาเพื่อหาความเป็นไปได้ในเชิงพาณิชย์กรรม เพื่อให้ได้ศักยภาพและผลกำไรมากที่สุด (Highest and Best Use) เพื่อตอบสนองความต้องการของคนในย่านนี้

#### 1.2 วัตถุประสงค์การศึกษา

- (1) เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในเชิงพาณิชย์
- (2) ศึกษาสภาพเศรษฐกิจ เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลถึงความเป็นไปได้ทางการตลาด และใช้ในการตัดสินใจลงทุนในการพัฒนาโครงการ
- (3) ศึกษาความเป็นไปได้ทางกฎหมายที่มีผลต่อการพัฒนาโครงการ
- (4) ศึกษาและวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน เพื่อวิเคราะห์ถึงผลกำไร, อัตราผลตอบแทน และระยะเวลาการคืนทุน เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจ และความเหมาะสมในการพัฒนาโครงการ

### 1.3 ขอบเขตการศึกษา

- (1) ศึกษาด้าน กายภาพที่ดิน และกฎหมาย ในที่ดินขนาด 383 ตารางวา ตั้งอยู่เขต บางกอกน้อย จังหวัด กรุงเทพมหานคร
- (2) ศึกษาด้านการตลาด โดยศึกษาตลาดในภาพรวมบริเวณนั้น ในด้านอุปสงค์-อุปทาน (Demand & Supply) และเปรียบเทียบกับคู่แข่งในบริเวณ 5 กม.
- (3) ศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน รวมถึงอัตราผลตอบแทน, ระยะเวลาคืนทุน และ วิเคราะห์มูลค่าปัจจุบันของโครงการ เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการลงทุน อสังหาริมทรัพย์นั้นๆ

### 1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- (1) เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจในการเลือกลงทุนโครงการในอสังหาริมทรัพย์แบบต่างๆ ซึ่งจะทำให้เจ้าของโครงการรู้ถึงรายละเอียดในด้านต่างๆของที่ดินแปลงนี้มากขึ้น
- (2) เพื่อหาอสังหาริมทรัพย์ที่เหมาะสมกับที่ดินแปลงนี้ โดยมองหลายมิติพร้อมๆกัน คือ กายภาพ, กฎหมาย และการตลาด เพื่อให้ได้ศักยภาพสูงสุดในการลงทุนและ ผลตอบแทน
- (3) เพื่อเป็นกรณีศึกษาให้กับผู้ที่สนใจการลงทุนที่ดินในย่านนี้ หรือ พัฒนาโครงการลักษณะ เดียวกัน

## บทที่ 2

### การวิเคราะห์ด้านกฎหมายและกายภาพ

#### 2.1 การวิเคราะห์แปลงที่ดิน

พื้นที่ศึกษาตั้งอยู่ข้างถนนบรมราชชนนี ในละแวกย่านปิ่นเกล้า อยู่ระหว่างซอย บรมราชชนนี 11 กับ บรมราชชนนี 13 ถนนหน้าโครงการเป็นถนน 5 เลน การใช้ประโยชน์ที่ดิน ตามผังเมือง กรุงเทพมหานคร กำหนดเป็นเขตพื้นที่สีแดง (พ. ๓) พาณิชยกรรม



ภาพที่ 2.1 สถานที่สำคัญโดยรอบ

### สถานที่สำคัญโดยรอบ

- เซ็นทรัล ปิ่นเกล้า
- เทสโก้ โลตัส สาขาปิ่นเกล้า
- เมเจอร์ซีนีเพล็กซ์ สาขาปิ่นเกล้า
- เดอะเซ็นส์
- อาคารนาถนาค (กระทรวงวัฒนธรรม)
- ห้างสรรพสินค้า พาด้าปิ่นเกล้า
- ร.พ.เจ้าพระยา
- ร.พ. ศิริราช
- ร.พ. ธนบุรี
- ร.ร. วัดนายโรง
- มหาวิทยาลัยศิลปากร
- มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- สถานีรถไฟ บางยี่ขัน
- สถานีรถไฟ จรัญ 13
- สะพานสมเด็จพระปิ่นเกล้า
- สะพานพระราม8

### ลักษณะพื้นที่ข้างเคียงและสภาพแวดล้อม

ที่ตั้งโครงการอยู่ในย่านพักอาศัยโดยบริเวณจะมีอาคารพาณิชย์เป็นส่วนใหญ่ รวมทั้งคอนโดมิเนียมหลายโครงการ, ศูนย์การค้า คอมมูนิตี้มอลล์, ตลาด และโรงแรมระดับ 3 ดาว ตั้งอยู่บนถนนบรมราชชนนี

ตารางที่ 2.1 ระยะทางจากที่ตั้งโครงการถึงสถานที่ สำคัญโดยรอบโครงการ

		ทิศ	ระยะห่าง
สถานีรถไฟ	สถานีบางยี่ขัน	ตะวันออก	0.83 กม.
	สถานีจรัญ13	ตะวันออก	0.72 กม.
สวนสาธารณะ	ใต้สะพานพระราม 8	ตะวันออก	3 กม.
สถานศึกษา	ร.ร. วัดนายโรง	ใต้	0.66 กม.
	มหาวิทยาลัยศิลปากร วังท่าพระ	ตะวันออก	3.5 กม.
	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	ตะวันออก	3.6 กม.
ศูนย์การค้า	เซ็นทรัล ปิ่นเกล้า	ตะวันตก	0.3 กม.
	เทสโก้ โลตัส สาขาปิ่นเกล้า	ตะวันตก	0.1 กม.
	เมเจอร์ซีนีเพล็กซ์ สาขาปิ่นเกล้า	ตะวันตก	0.4 กม.
	เดอะเซ็นส์	ตะวันตก	0.6 กม.
	ห้างสรรพสินค้า พาต้าปิ่นเกล้า	ตะวันออก	0.8 กม.
อาคารสำนักงาน	อาคารธนาลงกรณ์ (กระทรวงวัฒนธรรม)	ตะวันตก	1.1 กม.
โรงพยาบาล	ร.พ.เจ้าพระยา	ตะวันตก	1.75 กม.
	ร.พ. ศิริราช	ตะวันออก	2.5 กม.
	ร.พ. ธนบุรี	ตะวันออก	3.5 กม.



ภาพที่ 2.2 โซนต่างๆบริเวณโดยรอบในรัศมี 2 กม.

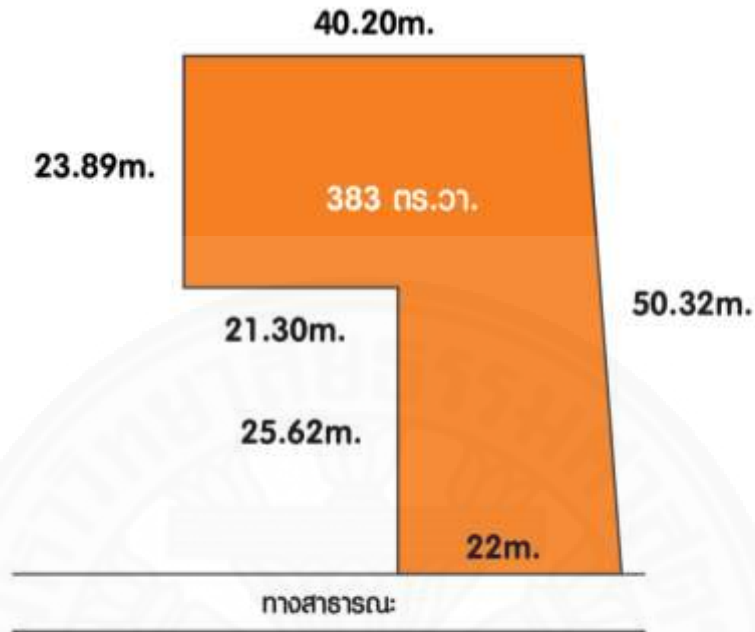
- (1) โซนธุรกิจและคมนาคม - ศูนย์การค้า, อาคารสำนักงาน, สถานบันเทิง รวมถึง อุ้งรถตู้ เข้าออกนอกเมือง
- (2) โซนการแพทย์ - มีโรงพยาบาลชั้นนำ เช่น โรงพยาบาลศิริราช , โรงพยาบาลศิริราช ปิยมหาราชการุณย์ และ โรงพยาบาลธนบุรี รวมถึงแหล่งรวมร้านค้าทางการแพทย์ที่มีราคาถูกลงและมีคุณภาพ
- (3) โซนพักผ่อนและกิจกรรม - สวนสาธารณะริมน้ำบริเวณใต้สะพานพระราม 8 ใช้ในการทำกิจกรรมทางกีฬา และ สันทนาการ อีกทั้งยังเป็นท่าเรือสัญจรไปมา

## 2.2 การวิเคราะห์ด้านกายภาพที่ดินและทำเลที่ตั้ง

### 2.2.1 รูปร่างและขนาดที่ดิน

ที่ดินจำนวน 1 แปลง เนื้อที่ดินรวม 383 ตารางวา ที่ดินเป็นรูปตัวแอล (L)

จากการตรวจสอบที่ดินแปลงนี้พบว่า มีราคาประเมินจากกรมธนารักษ์อยู่ที่ 130,000 บาท ต่อตารางวา ซึ่งเป็นราคาที่ใช้ระหว่างรอบบัญชีประเมิน ปี พ.ศ 2555-2558



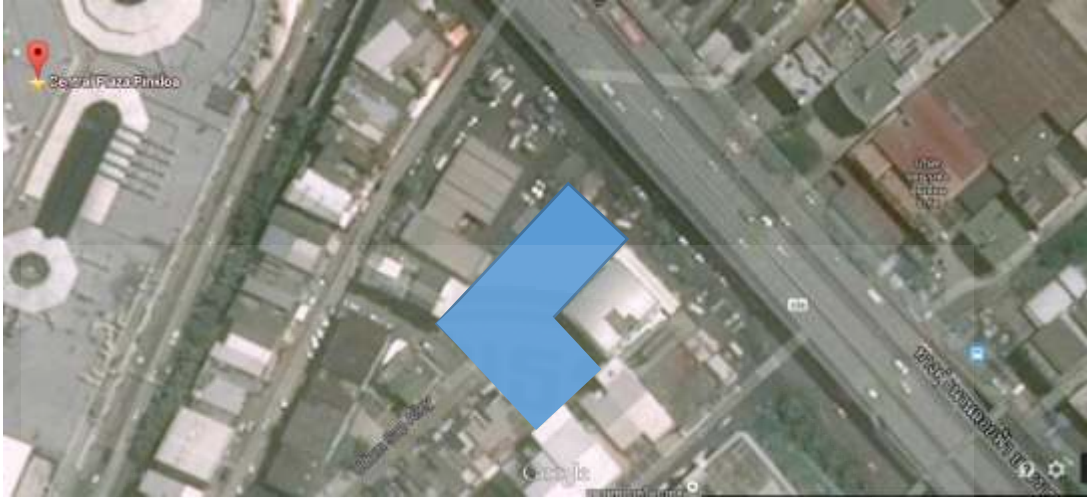
ภาพที่ 2.3 สัดส่วนที่ดิน



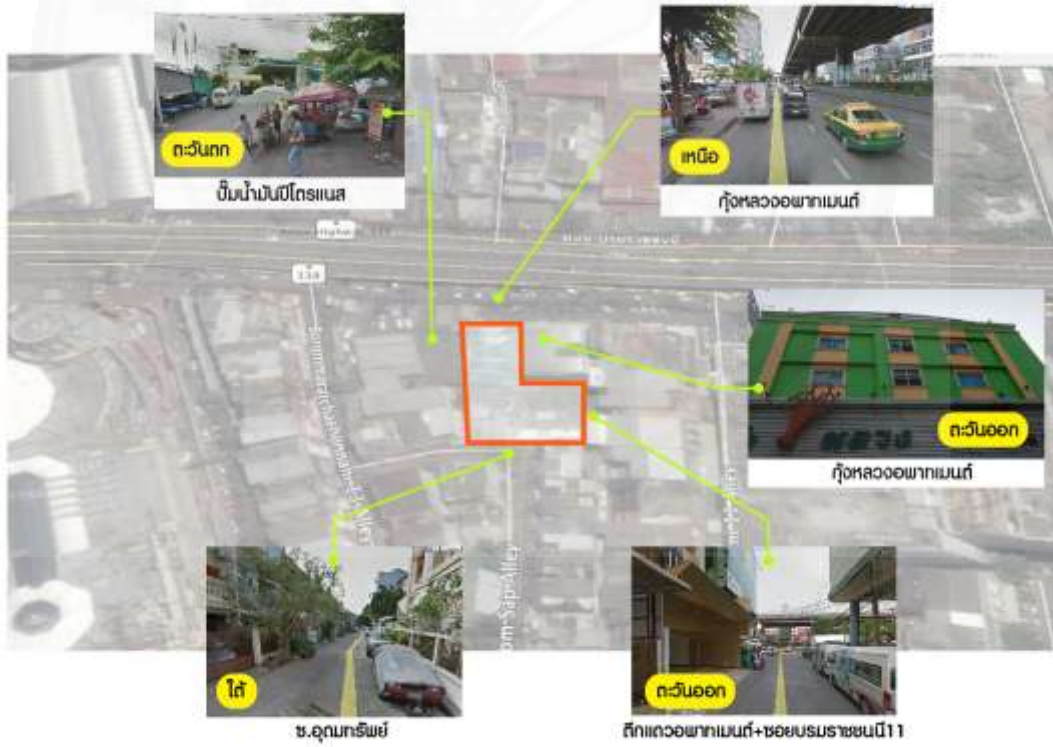
ภาพที่ 2.4 ระวังที่ดิน



### 2.2.2 ทำเลที่ตั้ง



ภาพที่ 2.5 ที่ตั้งที่ดิน



ภาพที่ 2.6 สิ่งปลูกสร้างรอบที่ดิน

### ตารางที่ 2.2 ทิศและสิ่งปลูกสร้างโดยรอบ

ทิศ	อาณาเขตติดต่อ
ทิศเหนือ	ติดถนนบรมราชชนนี (ถนนหลัก) 40 เมตร 10 ช่องจราจร พร้อมเกาะกลาง และทางเท้า
ทิศใต้	ซอยอุดมทรัพย์
ทิศตะวันออก	ติดกึ่งหลวงอพาร์ทเมนต์ และ ซอยบรมราชชนนี 11
ทิศตะวันตก	ปั้มน้ำมันบีโตรแนส

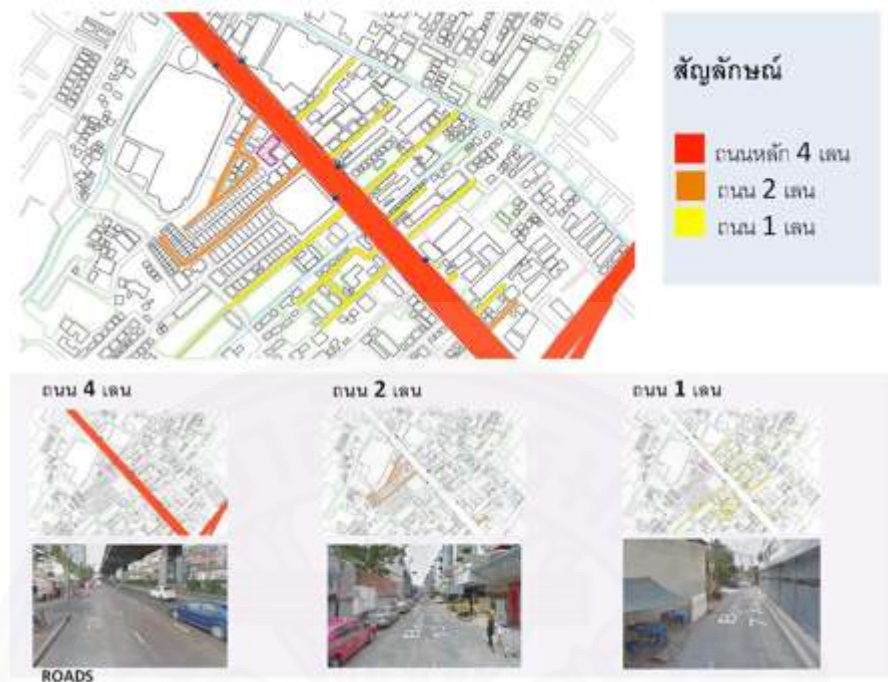
#### 2.2.3 สภาพที่ดินปัจจุบัน

ปัจจุบันที่ดินเป็นที่ดินที่มีระดับสูงกว่าพื้นถนนเล็กน้อย ที่ดินข้างหน้าทิศเหนือ เป็น ตลาด อาหารชั่วคราว ประมาณ 200 ตร.ว. และ ติดกับ ถนนบรมราชชนนี ซึ่งเป็นถนนหลัก 5 ช่องทางจราจร และ ที่ดินที่เหลืออีกประมาณ 183 ตร.ว.ด้านหลังไม่ได้ใช้ประโยชน์ใดๆ ฝั่งทิศ ตะวันออกติดกับ อพาร์ทเมนต์กึ่งหลวงซึ่งเป็นอพาร์ทเมนต์ให้เช่ารายเดือน ที่ดินทั้งหมดเป็นเป็นสิทธิ์ ของเจ้าของคนเดียว โดยปราศจากภาระผูกพัน หรือ สิทธิการเช่า



ภาพที่ 2.7 สภาพด้านหน้าที่ดินปัจจุบัน

## 2.2.4 สภาพเข้าออก



ภาพที่ 2.8 ความกว้างถนนโดยรอบโครงการ

การเข้าถึงของโครงการสามารถ เข้าได้ 3 ทางคือ ทางถนนบรมราชชนนี (ถนน 4 เลน สองฝั่ง ) ซึ่งติดกับด้านหน้าของโครงการ และ ทางด้านหลังของโครงการ สามารถเข้าได้ที่ ซอยบรมราชชนนี 11 (ถนน 1 เลน) และ ซอยบรมราชชนนี 13 (ถนน 1 เลน) ถึงแม้ทางถนนบรมราชชนนี จะมีปัญหาการจราจรติดขัดมาก แต่สามารถใช้เข้าทางถนนจรัญสนิทวงศ์ ที่ซอยจรัญสนิทวงศ์ 45 และเชื่อมกับ ซอยบรมราชชนนี11 สามารถลดปัญหาการจราจรติดขัด

### 2.2.5 อาณาเขตของเขตบางกอกน้อย



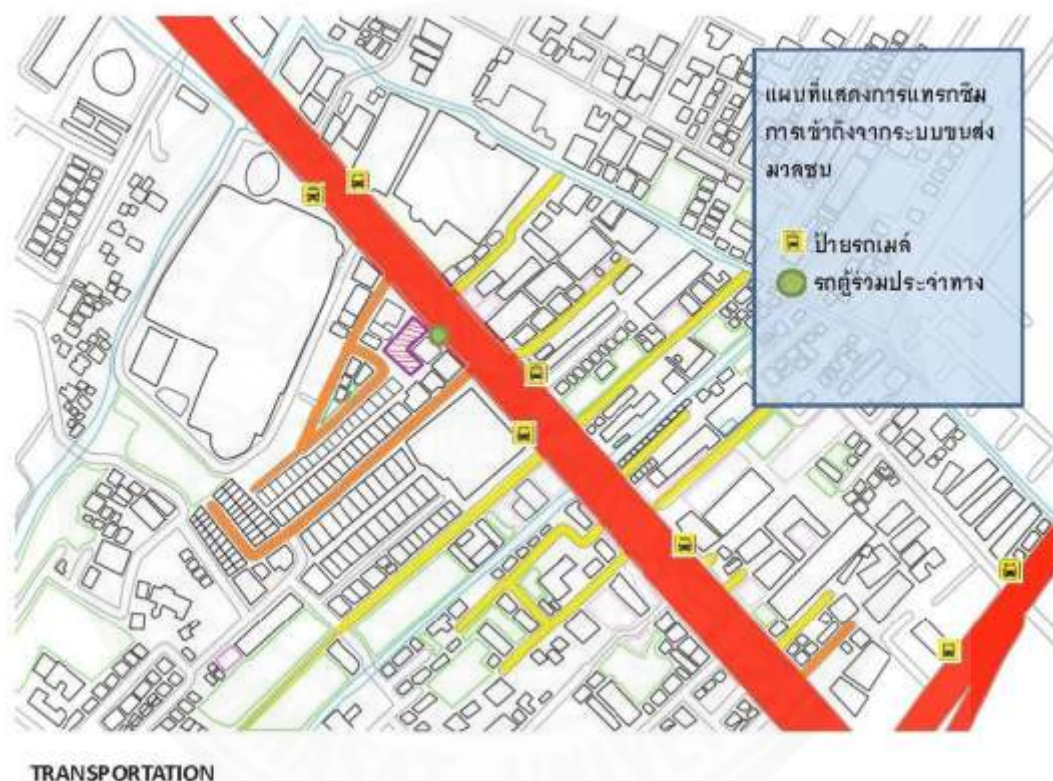
ภาพที่ 2.9 อาณาเขตบางกอกน้อย

### ตารางที่ 2.3 อาณาเขตติดต่อกับเขตบางกอกน้อย

ทิศ	อาณาเขตติดต่อ
ทิศเหนือ	เขตบางพลัด มีถนนบรมราชชนนีและถนนสมเด็จพระปิ่นเกล้าเป็นเส้นแบ่งเขต
ทิศใต้	เขตบางกอกใหญ่ มีคลองมอญเป็นเส้นแบ่งเขต
ทิศตะวันออก	เขตพระนคร มีแนวกึ่งกลางแม่น้ำเจ้าพระยาเป็นเส้นแบ่งเขต
ทิศตะวันตก	เขตตลิ่งชัน มีคลองชักพระและคลองบางกอกน้อยเป็นเส้นแบ่งเขต

### 2.3 การเข้าถึงโครงการ

การเข้าของโครงการสามารถ เข้าได้ 3 ทางคือ ทางถนนบรมราชชนนี (ถนน 5 เลน สองฝั่ง) ซึ่งติดกับด้านหน้าของโครงการ และ ทางด้านหลังของโครงการ สามารถเข้าได้ที่ซอยบรมราชชนนี 11 (ถนน 1 เลน) และซอยบรมราชชนนี 13 (ถนน 1 เลน) ถึงแม้ทางถนนบรมราชชนนี จะมีปัญหาการจราจรติดขัดมาก แต่สามารถใช้เข้าทางถนนจรัญสนิทวงศ์ ที่ซอยจรัญสนิทวงศ์ 45 และ เชื่อมกับซอย บรมราชชนนี 11 สามารถลดปัญหาการจราจรติดขัด

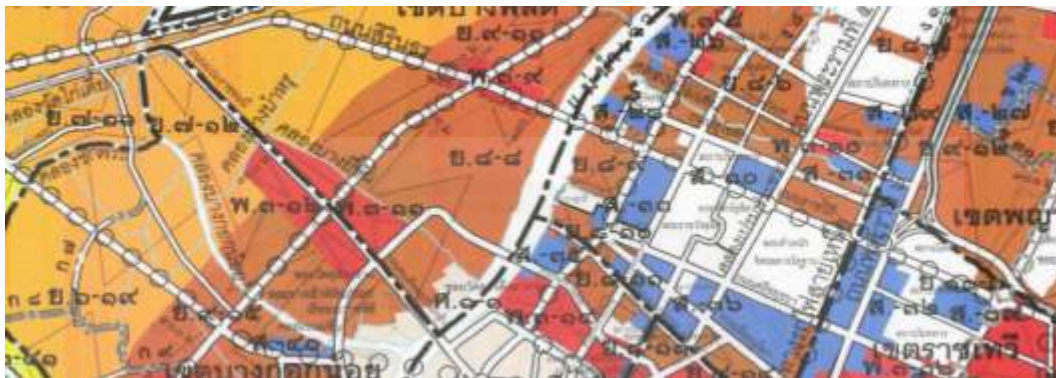


ภาพที่ 2.10 การเข้าถึงโครงการ

ปีนเกล้าเป็นพื้นที่ที่มีการเชื่อมโยงกับ พื้นที่ต่างๆ เช่น เขตพระนคร วังหลัง จรัญสนิทวงศ์ ณ ปัจจุบันมีถนนตัดใหม่ คือ บริเวณถนนจรัญสนิทวงศ์ตัดเข้าเส้นถนนราชพฤกษ์ และมีการทำรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงิน ซึ่งเชื่อมระหว่าง หัวลำโพง ถึงบางแค และ บางซื่อ ถึง ท่าพระ สำหรับการเดินทางสาธารณะ ซอยบรมราชชนนี 11 เป็นศูนย์รวมของ ศูนย์รถตู้สาธารณะ และ รถมอเตอร์ไซด์รับจ้าง นอกจากนี้ ยังมีป้ายรถประจำทาง

## 2.4 การวิเคราะห์ทางเลือกในการพัฒนาโครงการด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

### 2.4.1 กฎหมายผังเมือง



ภาพที่ 2.11 ตำแหน่งของแปลงที่ดินและเขตการใช้ประโยชน์

สำหรับพื้นที่แปลงที่ดิน ตามผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร นั้นอยู่ในเขต พ. 3 เขตสีแดง ซึ่งจะเป็นการใช้ประโยชน์ ที่ดินจัดอยู่ในประเภทพาณิชยกรรม

"ที่ดินประเภท พ. ๓ มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ใช้ประโยชน์เป็นศูนย์พาณิชยกรรมของเมือง เพื่อรองรับการประกอบกิจกรรมทางธุรกิจการค้า, การบริการและนันทนาการที่ให้บริการแก่ประชาชนโดยทั่วไป  
จำแนกเป็นบริเวณ พ.๓-๑ ถึง พ.๓-๔๓"

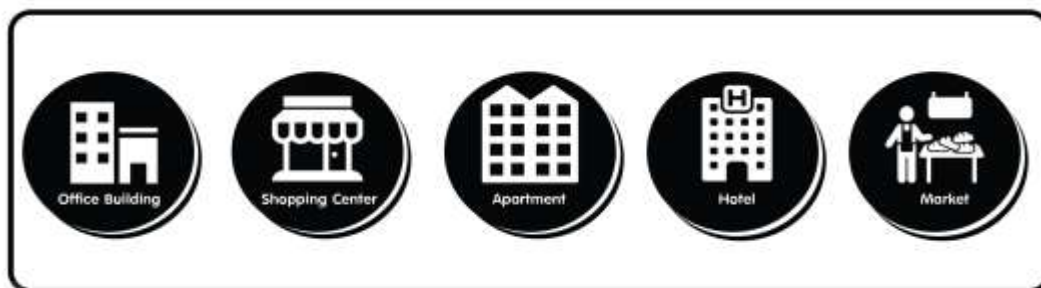
ตารางที่ 2.4 การใช้ประโยชน์ในแต่ละผังสี  
ผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร พ.ศ. ๒๕๕๖

การใช้ประโยชน์ที่ดินประเภท	ข1	ข2	ข3	ข4	ข5	ข6	ข7	ข8	ข9	ข10	ข11	ข12	ข13
ที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยว													
ที่อยู่อาศัยประเภทบ้านแฝด	x												
ที่อยู่อาศัยประเภทบ้านแถว	x	1											
ที่อยู่อาศัยประเภทอพาร์ทเมนท์	x	2											
ที่อยู่อาศัยประเภทอาคารอยู่อาศัยรวม พื้นที่ไม่เกิน 1,000 ตารางเมตร	x	2											
ที่อยู่อาศัยประเภทอาคารอยู่อาศัยรวม พื้นที่ไม่เกิน 2,000 ตารางเมตร	x	x	3										
ที่อยู่อาศัยประเภทอาคารอยู่อาศัยรวม พื้นที่ไม่เกิน 5,000 ตารางเมตร	x	x	3	1*									
ที่อยู่อาศัยประเภทอาคารอยู่อาศัยรวม พื้นที่ไม่เกิน 10,000 ตารางเมตร	x	x	3	1*							x	2	2
ที่อยู่อาศัยประเภทอาคารอยู่อาศัยรวม พื้นที่เกิน 10,000 ตารางเมตร	x	x	x	x	3	3	3				x	3	3
พาณิชย์กรรมประเภทห้องแถว ตึกแถว	x	2	1										
พาณิชย์กรรมพื้นที่ไม่เกิน 100 ตารางเมตร													
พาณิชย์กรรมพื้นที่ไม่เกิน 300 ตารางเมตร	x	2											
พาณิชย์กรรมพื้นที่ไม่เกิน 500 ตารางเมตร	x	3	2										
พาณิชย์กรรมพื้นที่ไม่เกิน 1,000 ตารางเมตร	x	x	3										
พาณิชย์กรรมพื้นที่ไม่เกิน 2,000 ตารางเมตร	x	x	x	2									
พาณิชย์กรรมพื้นที่ไม่เกิน 5,000 ตารางเมตร	x	x	x	x	2								
พาณิชย์กรรมพื้นที่ไม่เกิน 10,000 ตารางเมตร	x	x	x	x	3	3	2	2	1	1	2	2	1
พาณิชย์กรรมพื้นที่เกิน 10,000 ตารางเมตร	x	x	x	x	x	x	3	3	2	2	x	3	3
สำนักงานประเภทห้องแถว ตึกแถว	x	2	1										
สำนักงานพื้นที่ไม่เกิน 100 ตารางเมตร													
สำนักงานพื้นที่ไม่เกิน 300 ตารางเมตร	x	2											
สำนักงานพื้นที่ไม่เกิน 500 ตารางเมตร	x	x	2	1	1								
สำนักงานพื้นที่ไม่เกิน 1,000 ตารางเมตร	x	x	x	2	1								
สำนักงานพื้นที่ไม่เกิน 2,000 ตารางเมตร	x	x	x	x	x	2	2	1					
สำนักงานพื้นที่ไม่เกิน 5,000 ตารางเมตร	x	x	x	x	x	3	2	2					
สำนักงานพื้นที่ไม่เกิน 10,000 ตารางเมตร	x	x	x	x	x	x	2	3			2	2	2
สำนักงานพื้นที่เกิน 10,000 ตารางเมตร	x	x	x	x	x	x	x	2	1		x	3	3
โรงแรมไม่เกิน 50 ห้อง	x	2	2	2									
โรงแรมไม่เกิน 80 ห้อง	x	3	3	3	2	2	2	2					
โรงแรมเกิน 80 ห้อง	x	x	x	x	3	3	2	2	1	1	2	2	2
สถานบันเทิงไม่เกิน 1,000 ตารางเมตร	1	1	1	1	1	1	1	1					
สถานบันเทิงไม่เกิน 2,500 ตารางเมตร	x	x	2	2	2	2	2	1	1		2	2	1
สถานบันเทิงไม่เกิน 5,000 ตารางเมตร	x	x	3	3	3	3	3	x	x	x	3	3	3
สถานบันเทิงเกิน 5,000 ตารางเมตร	x	x	3	3	x	x	x	x	x	x	x	x	x

- เงื่อนไข**
- X = ไม่นอนุญาต
  - 1\* = เจ็อนไขดั่งอูรมกนบทมีเขตทงนั้มนั้กนั้ว 10 ม./หรือนั้กนั้วในระบะ 500 ม. จกสถนั้รทไฟ้ทชนส่งมวลงน
  - 1 = เจ็อนไขดั่งอูรมกนบทมีเขตทงนั้มนั้กนั้ว 12 ม./หรือนั้กนั้วในระบะ 500 ม. จกสถนั้รทไฟ้ทชนส่งมวลงน
  - 2 = เจ็อนไขดั่งอูรมกนบทมีเขตทงนั้มนั้กนั้ว 16 ม./หรือนั้กนั้วในระบะ 500 ม. จกสถนั้รทไฟ้ทชนส่งมวลงน
  - 3 = เจ็อนไขดั่งอูรมกนบทมีเขตทงนั้มนั้กนั้ว 30 ม./หรือนั้กนั้วในระบะ 500 ม. จกสถนั้รทไฟ้ทชนส่งมวลงน

จากผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2556 ตำแหน่งที่ตั้งโครงการอยู่บนพื้นที่สีแดง พ.3 หมายถึงเป็นที่ดินที่มีความหนาแน่นสูง มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ประโยชน์เป็นศูนย์พาณิชยกรรมของเมือง รองรับบริการประกอบกิจกรรมทางธุรกิจการค้า โดยอยู่ภายใต้เงื่อนไขตามที่กำหนด ทั้งนี้เมื่อพิจารณาจากเงื่อนไข1-3 จึงได้ข้อสรุปว่าสามารถผ่านเงื่อนไขได้ทั้งหมด เพราะเขตทางข้างหน้าที่ดินเป็นถนนด้านละ 5 เลนรวมเกาะกลางมีความกว้าง 40 เมตร สามารถก่อสร้างตึกสูง (มีขนาดความสูง 23 เมตรขึ้นไป) และ อาคารใหญ่พิเศษ (มีพื้นที่รวมตั้งแต่ 10,000 ตร.ม.)

จากตาราง ที่ดินแปลงนี้มีความเป็นไปได้ที่จะสร้างอาคารลักษณะต่างๆ ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 2.12 ประเภทสังหาริมทรัพย์ที่กฎหมายอนุญาต

จากการคำนวณค่า FAR ที่กำหนดพื้นที่ก่อสร้างอาคารได้ สูงสุดที่อัตราส่วนพื้นที่อาคารรวมต่อพื้นที่ดิน 7:1 เมื่อพิจารณาจากพื้นที่ตั้งโครงการที่ 383 ตารางวา คิดเป็น 1,532 ตารางเมตร ทำให้สามารถก่อสร้างอาคารได้พื้นที่สูงสุด 10,724 ตารางเมตร

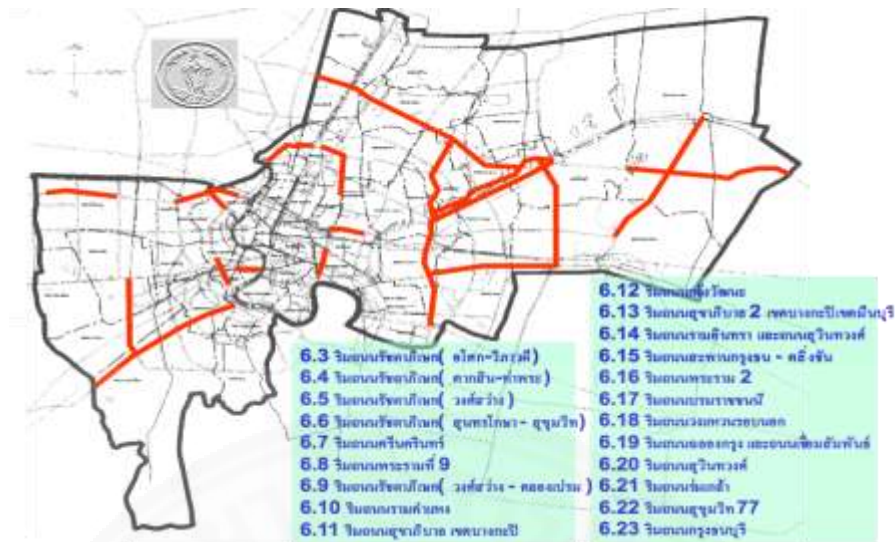
คำนวณค่า OSR ที่ 4.5% ที่กำหนดว่าทุกพื้นที่ก่อสร้าง 100 ตารางเมตรต้องมีพื้นที่ว่าง 4.5 ตารางเมตร ซึ่งถ้าเราจะ สร้างให้เต็มศักยภาพของ FAR จะต้องมีพื้นที่ว่างบนแปลงที่ดิน ทั้งหมด 482.58 ตารางเมตร

ซึ่งทำให้ได้ข้อสรุปว่า ที่ดินแปลงนี้สามารถสร้างตึกสูงเกิน 23 เมตร แต่ไม่เกิน 110 เมตร (2h) และจากอัตราส่วนพื้นที่อาคารรวมต่อพื้นที่ดิน (FAR) ซึ่งที่ดินแปลงนี้มีค่าเท่ากับ 7:1 จะสร้างอาคารได้ไม่เกิน 10,724 ตารางเมตร และอัตราส่วนพื้นที่ว่างต่ออาคารรวม (OSR) เท่ากับ 4.5%

#### 2.4.2 กฎหมายระยะร่น

ตามที่ผู้ว่าราชการจังหวัดกรุงเทพมหานครมีนโยบาย กทม. เป็นเมืองน่าอยู่ ซึ่งจะคุมเข้มอาคารบางชนิดหรือบางประเภททั้ง 2 ฟาก ระยะถอยร่น 15 เมตร โดยอาศัยอำนาจตามความในมาตรา 9 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 เพื่อควบคุมการก่อสร้างอาคาร 14 ประเภท ที่อยู่ระหว่างก่อสร้างและจะมีแผนจะก่อสร้างในอนาคต ซึ่งหมายรวมทั้งที่ดินริมถนน บรมราชชนนีด้วย





ภาพที่ 2.13 ตำแหน่งที่กฎหมายกำหนดให้ถอยร่น 15 เมตร

### 2.4.3 กฎหมายควบคุมอาคาร

ตามกฎหมายกระทรวงฉบับที่ 55 พ.ศ. 2543 ข้อ 1 ได้กำหนดนิยามไว้ดังนี้

"อาคารขนาดใหญ่" หมายความว่า อาคารที่มีพื้นที่รวมกันทุกชั้นหรือชั้นหนึ่งชั้นใดในหลัง เดียวกันเกิน 2,000 ตารางเมตร หรืออาคารที่มีความสูงตั้งแต่ 15.00 เมตรขึ้นไป และมีพื้นที่รวมกัน ทุกชั้นหรือชั้นหนึ่งชั้นใดในหลังเดียวกันเกิน 1,000 ตารางเมตร แต่ไม่เกิน 2,000 ตารางเมตร การวัดความสูงของอาคาร ให้วัดจากระดับพื้นดินที่ก่อสร้างถึงพื้นดาดฟ้า สำหรับอาคารทรงจั่วหรือปั้นหยาให้วัดจากระดับพื้นดินที่ก่อสร้างถึงยอดผนังของชั้นสูงสุด

"อาคารสูง" หมายความว่า อาคารที่มีความสูงตั้งแต่ 23 เมตรขึ้นไป

"อาคารอยู่อาศัยรวม" หมายความว่า อาคารที่มีผู้อยู่อาศัยรวมกันหลายครอบครัว โดยมีหน่วยแยกออกจากกันแต่ล้อมรอบครัวรวมถึงห้องน้ำ ทางเดิน ทางเข้า และลิฟท์ แยกจากกันหรือใช้ร่วมกัน

"อาคารที่จอดรถ" หมายความว่า อาคารหรือส่วนของอาคารที่มีพื้นที่ในการจอดรถ 10 คันขึ้นไป หรือมีพื้นที่จอดรถ รวมถึงที่กักเก็บรถในอาคารตั้งแต่ 300 ตารางเมตร เป็นต้นไป

ข้อ 49. ความสูงของอาคารต้องไม่เกิน 2 เท่าของระยะวัดจากจุดนับไปตั้งฉากกับแนวถนนด้านตรงข้ามของถนนสาธารณะที่อยู่ใกล้อาคารนั้นที่สุด

ข้อ 50. ช่องระบายอากาศที่มีหน้าต่าง ประตูอาคารที่ระบายอากาศ หรือมีหน้าต่างที่มีช่องแสง หรือระเบียงของอาคารต้องมีระยะห่างจากแนวเขตที่ดิน ดังนี้

1) อาคารที่มีความสูงไม่เกิน 9 เมตร ผนังหรือระเบียงต้องอยู่ห่างเขตที่ดิน ไม่น้อยกว่า 2 เมตร

(2) อาคารที่มีความสูงเกิน 9 เมตร แต่ไม่เกิน 23 เมตร ผนังหรือระเบียงต้องอยู่ห่างเขตที่ดินไม่น้อยกว่า 3 เมตร ผนังของอาคารที่อยู่ห่างเขตที่ดินน้อยกว่าตามที่กำหนด ไว้ใน 1) หรือ 2) ต้องอยู่ห่างจากเขตที่ดินไม่น้อยกว่า 50 เซนติเมตร เว้นแต่จะก่อสร้างชิดเขตที่ดินและอาคารดังกล่าวจะก่อสร้างได้สูงไม่เกิน 15 เมตร ผนังของอาคารที่อยู่ชิดเขตที่ดินหรือห่างจากเขตที่ดินน้อยกว่าที่ระบุไว้ใน 1) หรือ 2) ต้องก่อสร้างเป็นผนังทึบและคาดฟ้าของอาคารด้านนั้นให้ทำผนังทึบสูงจากคาดฟ้าไม่น้อยกว่า 1.80 เมตรในกรณีก่อสร้างชิดเขตที่ดินต้องได้รับความยินยอมเป็นหนังสือจากเจ้าของที่ดินข้างเคียงด้านนั้นด้วย "

ข้อ 54 อาคารด้านที่ชิดที่ดินเอกชนช่องเปิดต่างๆ ชั้น 2 ลงมา หรือ สูงไม่เกิน 9 เมตร ต้องอยู่ห่างจากที่ดินไม่น้อยกว่า 2 เมตร และ 3 เมตร สำหรับ ชั้น 3 เป็นต้นไป หรือ สูงเกิน 9 เมตร

#### 2.4.4 กฎหมายเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม

พระราชบัญญัติส่งเสริม และรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ.2535 เพื่อตรวจสอบว่าอาคารที่จะทำการก่อสร้างเข้าข่ายต้องทำรายงานวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อมหรือไม่ เนื่องจากอาคารที่มีจำนวนห้องพักอาศัยตั้งแต่ 80 ห้องขึ้นไปจะต้องทำรายงานวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม และได้รับความเห็นชอบจากกระทรวงวิทยาศาสตร์ก่อนจึงจะยื่นขออนุญาตก่อสร้างต่อกรุงเทพมหานครได้

กฎกระทรวงฉบับที่ 33 พ.ศ.2535 (แก้ไขเพิ่มเติมด้วย ฉบับที่ 42 พ.ศ.2537 และ ฉบับที่ 50 พ.ศ.2540) ใช้กรณีที่เป็นอาคารสูงตั้งแต่ 23 เมตรขึ้นไป หรือ เป็นอาคารขนาดใหญ่พิเศษ ขนาดตั้งแต่ 10,000 ตารางเมตรขึ้นไป

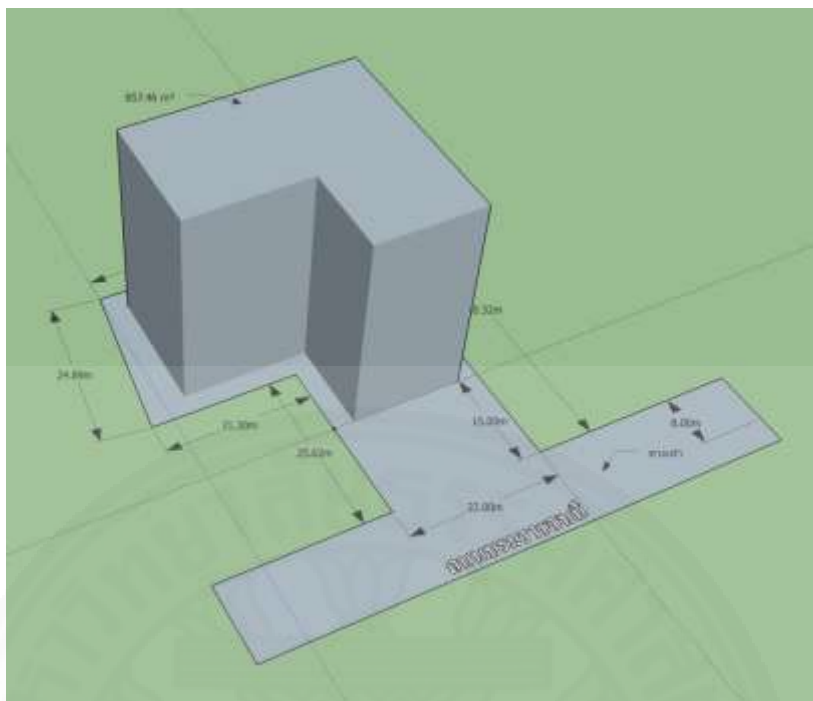
## 2.5 การวิเคราะห์ทางเลือกในการพัฒนาโครงการ

ตารางที่ 2.5 สรุปรายละเอียดการอนุญาตก่อสร้าง

อาคารสูงไม่เกิน 23 ม.	อาคารสูงเกิน 23 ม.
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ระยะร่น หน้าอาคาร 15 ม.</li> <li>- ระยะร่น รอบอาคาร 3 ม.</li> <li>- พื้นที่ก่อสร้างสูงสุดต่อชั้น 857 ตร.ม.</li> <li>- พื้นที่สร้างได้ 857.45 ม./ชั้น</li> <li>- สร้างได้ไม่เกิน 10,724 ม.</li> <li>- สร้างได้ 8 ชั้น</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ระยะร่น หน้าอาคาร 15 ม.</li> <li>- ระยะร่น รอบอาคาร 6 ม.</li> <li>- พื้นที่ก่อสร้างสูงสุดต่อชั้น 523 ตร.ม.</li> <li>- ความสูงอาคาร 23 ม. ขึ้นไป</li> <li>- พื้นที่สร้างได้ 523.25 ม./ชั้น</li> <li>- สร้างได้ไม่เกิน 10,724 ม.</li> <li>- สร้างได้ 20 ชั้น</li> </ul>



ภาพที่ 2.14 รูปอาคารเกิน 23 เมตร



ภาพที่ 2.15 รูปอาคารไม่เกิน 23 เมตร

### 2.5.1 ศูนย์การค้า

ตามกฎหมายผังเมือง พื้นที่นี้สามารถทำพาณิชย์กรรมได้เกิน 10,000 ตารางเมตร โดยสร้างเป็นอาคารสูงได้ จากการศึกษาขนาดศูนย์การค้าพบว่า Urban land Institute (Vernor & Rabianski, 2009) ได้แบ่งออกเป็นหลายระดับขนาดดังนี้

ตารางที่ 2.6 ขนาดพื้นที่ก่อสร้างของศูนย์การค้าประเภทต่างๆ

ชนิด	พื้นที่ก่อสร้าง	พื้นที่ร้านค้า	Anchor Tenants
Neighborhood Mall	3,000 – 10,000	5,000	Supermarket
Community Mall	10,000 – 30,000	15,000	Supermarket
Regional Center	30,000 – 90,000	40,000	1 Department Store
Super Regional	50,000 - >150,000	80,000	3 Department Stores

จากตารางที่ 2.6 ชนิดของศูนย์การค้าแตกต่างกันตามขนาดพื้นที่ โดยจะมีร้านค้าหลัก (Anchor Tenants) หลักๆ ตามชนิดของศูนย์การค้าเพื่อดึงดูดคนเข้ามาในศูนย์การค้า ซึ่งเมื่อเทียบกับขนาดที่ดินนี้แล้วจะตรงตามประเภทศูนย์การค้าคือ ศูนย์การค้าขนาดเล็ก หรือ Neighborhood Mall โดยที่ตัวอย่างของศูนย์การค้าขนาดเล็ก คือ

Market Place Thonglor



ภาพที่ 2.16 Market Place Thonglor

บริษัท : สยามฟิวเจอร์ เดเวลอปเมนต์

สถานที่ : ทองหล่อ

ผู้เช่าหลัก : ท็อปซูเปอร์มาร์เก็ต

ผู้เช่าดึงดูด : Starbucks, Burger King

พื้นที่ใช้สอย : 3,644 sq.m.

ขนาดที่ดิน : 7,280 sq.m. (4.55 ไร่)

## LaVilla Aree



ภาพที่ 2.17 Lavilla Aree

บริษัท : สยามฟิวเจอร์ เดเวลอปเมนต์

สถานที่ : อารีย์

ผู้เช่าหลัก : วิลล่ามาร์เก็ต

พื้นที่ใช้สอย : 3,554 sq.m.

ขนาดที่ดิน : 5,440 ตร.ม. (3.4 ไร่)

## Amorini





ภาพที่ 2.18 Amorini

บริษัท : สยามฟิวเจอร์ เดเวลอปเมนต์

สถานที่ : อารีย์

ผู้เช่าหลัก : วิลล่ามาร์เก็ต

พื้นที่ใช้สอย : 3,554 sq.m.

ขนาดที่ดิน : 9,600 ตร.ม. (6ไร่)

ซึ่งเมื่อดูตามลักษณะที่ดินแล้ว จะเห็นได้ว่าขนาดที่ดินมีขนาดเล็กเกินกว่าที่จะสร้างได้ จึงได้ตัดศูนย์การค้าออกไป

### 2.5.2 อาคารสำนักงานให้เช่า

ตามกฎหมายผังเมือง และกฎหมายควบคุมอาคาร ที่ดินตรงนี้สามารถสร้างสำนักงานได้พื้นที่ เกิน 10,000 ตารางเมตร และสามารถสร้างอาคารสูงได้เกิน 23 ม. แต่ไม่เกิน 110 ม. หรือ ไม่เกิน 27 ชั้น โดยพื้นที่รวมไม่เกิน 10,724 ตารางเมตร

ทั้งนี้หากดูจากรูปร่างที่ดินที่เป็นรูปตัว L แล้ว จึงไม่สามารถสร้างอาคารสำนักงานเกรด A ได้เนื่องจาก CBRE ได้กำหนดว่าอาคารสำนักงานเกรด A ต้องมีพื้นที่เช่าเป็นรูปสี่เหลี่ยม เพื่อให้สามารถ ตกแต่งได้ง่าย ดังนั้นอาคารสำนักงานที่จะสร้างบนที่ดินแปลงนี้ จึงสามารถทำได้เพียงเกรด B ซึ่งจะนำไปวิเคราะห์เชิงการตลาดต่อไป

### 2.5.3 โรงแรม

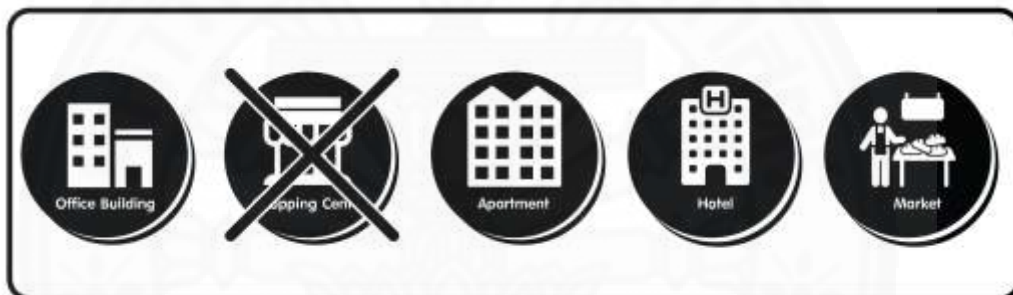
โรงแรมสามารถสร้างได้เกิน 80 ห้อง สามารถสร้างอาคารสูงได้ เกิน 23 ม. แต่ไม่เกิน 110ม. หรือ ไม่เกิน 27 ชั้น โดยพื้นที่รวมไม่เกิน 10,724 ตารางเมตร (Hotel)

### 2.5.4 อพาร์ทเมนท์

ตามกฎหมายผังเมือง และกฎหมายควบคุมอาคาร อาคารอยู่อาศัยรวม พื้นที่เกิน 10,000 ตารางเมตร (Apartment)

### 2.5.5 ตลาด

พื้นที่ไม่เกิน 5,000 ตารางเมตร เนื่องด้วยถนนบรมราชชนนีมีความกว้างของเขตทาง 44 เมตร ตามตารางผังเมืองได้อนุญาตให้สร้างตลาดพื้นที่ไม่เกิน 5,000 ตารางเมตร



ภาพที่ 2.19 แสดงประเภทอสังหาริมทรัพย์หลังจากวิเคราะห์ทางกายภาพ

จากภาพที่ 2.19 แสดงประเภทอสังหาริมทรัพย์ที่มีความเป็นไปได้ในการก่อสร้างเมื่อพิจารณาทางกายภาพและกฎหมาย โดยมีประเภทของอสังหาริมทรัพย์ คือ อาคารสำนักงาน, อพาร์ทเมนท์, โรงแรม และตลาด โดยจะพิจารณาทางด้านอื่นในบทถัดไป



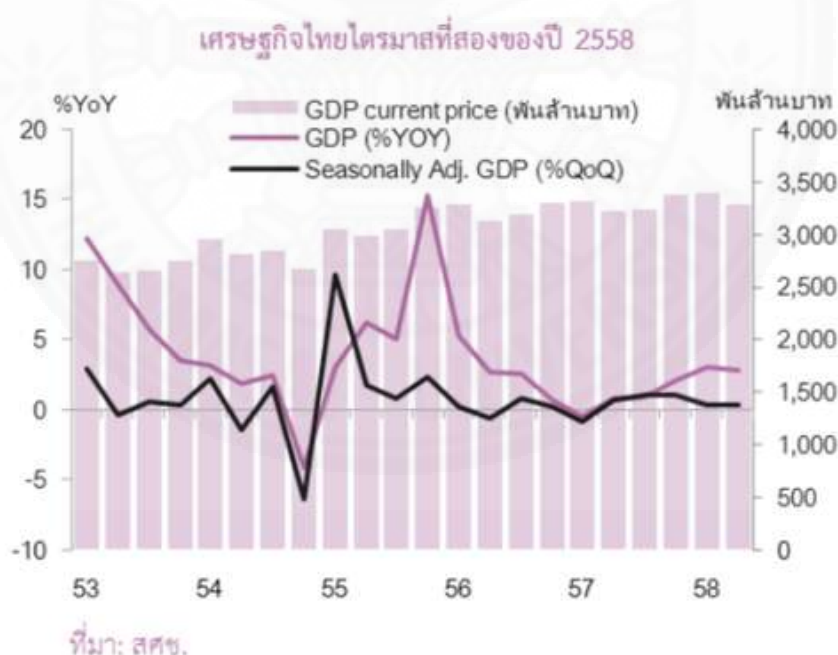
### บทที่ 3

#### การวิเคราะห์ทางเลือกในการพัฒนาโครงการด้านการตลาด

##### 3.1 ภาพรวมเศรษฐกิจในปี 2558

เศรษฐกิจไทยปี 2558 มีการขยายตัวร้อยละ 2.7-3.2 โดยได้รับแรงสนับสนุนจากด้านต่างๆดังนี้

- 1) การลงทุนของภาครัฐรวมถึงการใช้จ่ายมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง
- 2) นักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น
- 3) มูลค่าการส่งออกในครึ่งปีหลังมีแนวโน้มสูงขึ้น อันมีผลมาจากการอ่อนค่าของค่าเงินบาท
- 4)ราคาน้ำมันรวมทั้งอัตราเงินเฟ้ออยู่ในเกณฑ์ที่ต่ำ



ภาพที่ 3.1 เศรษฐกิจไทย ไตรมาสที่สองของปี 2558

(สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (.สศช))

### ด้านการใช้จ่าย

มีปัจจัยมากมายเข้ามาสนับสนุนจากการขยายตัวของการลงทุนภาครัฐ ส่งออก และการบริการ รวมทั้งการขยายตัวต่อเนื่องของการบริโภคในภาคครัวเรือนและภาครัฐ แต่การส่งออกได้ชะลอตัวจากผลกระทบของเศรษฐกิจโลก

สรุปรวมครึ่งแรกของปี 2558 เศรษฐกิจไทยมีการขยายตัวร้อยละ 2.9 ปรับตัวดีขึ้นกว่า ครึ่งปีแรก 2557 อยู่ที่ 0.2 และ ครึ่งปีหลัง 2557 อยู่ที่ 1.6

## 3.2 ภาพรวมธุรกิจด้านอสังหาริมทรัพย์และพาณิชย์กรรม

### 3.2.1 ที่ดินและที่อยู่อาศัย

ภาพรวมตลาดอสังหาริมทรัพย์มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องทั้งในด้านอุปสงค์และอุปทาน โดยได้มีการขยายตัวร้อยละ 2.5 ซึ่งใกล้เคียงกับครึ่งปี 2558 ซึ่งมีการขยายตัวร้อยละ 2.7 ในด้านราคา ที่ดินมีการปรับตัวขึ้นร้อยละ 10.1, ทาวน์เฮาส์พร้อมที่ดิน ร้อยละ 7.5 และ อาคารชุด ร้อยละ 7.4 รวมครึ่งปีแรกมีการขยายตัวของภาคที่ดินและที่อยู่อาศัยร้อยละ 2.6 เมื่อเทียบกับปีที่แล้วที่ลดลง 0.8

### 3.2.2 โรงแรมและภัตตาคาร

จากการที่จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้น เป็น 7 ล้าน ในไตรมาสที่ 2 ของปี 2558 เพิ่มขึ้น ร้อยละ 37.6 ซึ่งเป็นการเพิ่มขึ้นเกือบทุกภูมิภาคยกเว้นยุโรปและแอฟริกา โดยธุรกิจโรงแรมและภัตตาคารจะได้รับอานิสงส์นี้อย่างมาก โดยรวมครึ่งแรกของปี 2558 มีอัตราการขยายตัวอยู่ที่ร้อยละ 16 ซึ่งเติบโตเป็นอย่างมากเมื่อเทียบกับปีก่อนที่ลดลงร้อยละ 4.6 ในช่วงเวลาเดียวกัน ซึ่งจะมีผลทำให้ การจ้างงานในสาขาโรงแรมและภัตตาคารเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.6

จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาประเทศไทยในไตรมาสที่สอง  
ของปี 2558 มีจำนวน 7.0 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 37.6



ที่มา: กรมการท่องเที่ยว

ภาพที่ 3.2 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาประเทศไทย  
(กรมการท่องเที่ยว, 2558)

### 3.3 ภาพรวมธุรกิจด้านการท่องเที่ยว

ภาพรวมตลาดการท่องเที่ยวในไตรมาสที่ 2 ปี 2558 อยู่ในเกณฑ์ที่ดีปรับตัวเพิ่มขึ้นจากไตรมาสที่ 1 โดยนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนมีส่วนสำคัญมากในธุรกิจด้านการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวยุโรปถึงแม้ว่าเศรษฐกิจโดยรวมจะประสบปัญหาแต่ก็ยังเข้ามาในประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าจะมีการลดค่าใช้จ่ายลง โดยสิ้นปีมีการคาดการณ์ว่าจะมีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจากปีก่อนโดยดูได้จากสัญญาณการจองโรงแรมล่วงหน้า



ภาพที่ 3.3 อันดับประเทศที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบในปี 2015

ซึ่งจากผลสำรวจดัชนีเมืองที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั่วโลกจากการสำรวจของมาสเตอร์การ์ดปีล่าสุด กรุงเทพฯได้รับการโหวตเป็นอันดับสอง รองจากเมืองลอนดอน เท่านั้น

### 3.4 คู่แข่งในพื้นที่โดยรอบบริเวณโครงการแบ่งตามประเภทอสังหาริมทรัพย์

#### 3.4.1 แนวโน้มตลาดอาคารสำนักงานให้เช่า

เนื่องด้วยบริเวณ ปิ่นเกล้า-บรมราชชนนี เป็น non-cbd หรือ เป็นย่านที่ไม่ใช่ย่านใจกลางธุรกิจ จึงทำให้ปริมาณสำนักงานให้เช่าน้อยเมื่อเทียบกับบริเวณ CBD เช่น สาทร สีลม

## คู่แข่ง



ภาพที่ 3.4 ตำแหน่งคู่แข่ง อาคารสำนักงานให้เช่า

ตารางที่ 3.1 รายละเอียดอาคารสำนักงานให้เช่า

	Central Pinklao	ธนาคาร ทาวเวอร์	ตอมงเกียรติ
อัตราการเช่า	97%	75%	50%
	High Rise	High Rise	Low Rise
พื้นที่เช่า (ตร.ม.)	33,760	30,000	2,500
Grade	B	B	B
ค่าเช่า (บาท/ตร.ม./เดือน)	390	350	280
ประเภทผู้เช่าหลัก	โรงเรียนกวดวิชา	หน่วยงานราชการ	เจ้าของอยู่เอง

ที่มา : จากการสอบถามนายหน้า

จากตารางจะเห็นได้ว่าหากเป็นอาคารสำนักงาน High Rise จะมีราคาเช่าประมาณ 350-390 บาท/ตร.ม./เดือน และอัตราการเช่าเฉลี่ยอยู่ประมาณ 86% ส่วน Low Rise จะอยู่ที่ 40% และราคาเช่าประมาณ 280 บาท/ตร.ม./เดือน โดยกลุ่มลูกค้าที่จะเช่าในบริเวณนี้ได้แก่ โรงเรียนกวดวิชา และ หน่วยงานราชการ ซึ่งให้ราคาเช่าที่ไม่สูงมากนัก อย่างไรก็ตามจะนำอัตราการเช่าและราคาเช่าไปคำนวณความเป็นไปได้ทางการเงินต่อไป

### 3.4.2 โรงแรม



ภาพที่ 3.5 ตำแหน่งคู่แข่ง โรงแรม

#### คู่แข่ง

มีโรงแรมที่นำมาเปรียบเทียบกับบริเวณอาณาเขตไม่เกิน 5 กม. ดังนี้

1. The Royal River
2. SD Avenue
3. Royal City
4. Royal River

## 1) โรงแรม เดอะ รอยัล ริเวอร์ (The Royal River Hotel)



ภาพที่ 3.6 โรงแรม เดอะ รอยัล ริเวอร์ (The Royal River Hotel)

ที่ตั้ง 219 ซอยจรัญสนิทวงศ์ 66/1 ถนนจรัญสนิทวงศ์ เขตบางพลัด , ริมแม่น้ำกรุงเทพ,  
กรุงเทพ, ประเทศไทย 10700

จำนวนห้อง 425 ห้อง

ประเภทห้อง	ขนาด	ราคา
City view	28	1500
Riverside view	40	2300
River front	52	2500

## 2) โรงแรม เอส ดี อเวนิว (S.D. Avenue Hotel)



ภาพที่ 3.7 S.D. Avenue Hotel

ที่ตั้ง 94 ถนนบรมราชชนนี บางบำหรุ บางพลัด กรุงเทพฯ  
จำนวนห้อง 315 ห้อง

ประเภทห้อง	ราคา
Superior	1400
Premier	1500
Deluxe	2200
Grand Deluxe Room	4000
Grand Junior Suite	7000
Executive Suite	8000
Executive Suite	9000



### 3) โรงแรมรอยัล ซิตี้ กรุงเทพฯ (The Royal City Hotel)



ภาพที่ 3.8 The Royal City Hotel

ที่ตั้ง 800 ถ.บรมราชชนนี เขตบางกอกน้อย กรุงเทพฯ, 10700 กรุงเทพมหานคร

จำนวนห้องพัก 401

ประเภทห้อง	ขนาด	ราคา
Superior	32	1900
Deluxe	32	2200
Executive Suit	64	3000
royal city suit	96	3500

## 4) โรงแรมรีเวอร์ไซด์ กรุงเทพฯ (Riverside Bangkok)



ภาพที่ 3.9 Riverside Bangkok

ที่ตั้งโครงการ 195 ถ.ราชวิถี เขตบางพลัด กรุงเทพฯ, 10700

ห้องพักทั้งหมด 262 ห้อง

Type room	ขนาด	ราคา
Standard	86	900
Deluxe	152	1,400
Deluxe river	24	1,600

ซึ่งจากการได้ทำการสำรวจราคาในขนาดห้องต่างๆ จากการเข้าไปสอบถามในโรงแรม และจองผ่าน เอเจนซี่ออนไลน์ (Agoda.com และ Booking.com) ทางผู้จัดทำได้สรุปตามตารางนี้

ตารางที่ 3.2 สรุปรายละเอียดคู่แข่งอสังหาริมทรัพย์ประเภทโรงแรม

ชื่อโรงแรม	จำนวนดาว	ประเภทห้อง	ราคาจริง	ขนาด	จำนวนห้องทั้งหมด	Share%	Occupancy Rate
Royal City	3	Superior	1900	32	288	72%	95%
		Deluxe	2200	32	108	27%	
		Executive Suit	3,000	64	3	1%	
		royal city suit	3500	96	2	1%	
SD Avenue	3	Superior	1400	28	200	63%	95%
		Premier	1500	30	80	25%	
		Deluxe	2200	35	20	6%	
Royal River	3	superior	1500	30	210	48%	90%
		deluxe	1700	40	223	51%	
		Suit	3100	52	4	1%	
Riverside Bangkok	3	Superior	900	40	86	33%	90%
<b>Average</b>			<b>2082</b>	<b>44</b>			<b>93%</b>

อัตราการเข้าพักจากการสำเร็จจะเห็นได้ว่าอยู่ในเกณฑ์ดีถึงดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 90-95% ต่อปี ซึ่งถึงแม้ว่าจะมีปัญหาด้านการเมือง เศรษฐกิจ แต่จำนวนนักท่องเที่ยวก็ไม่ลดลง โดยเฉพาะ โรงแรมบริเวณฝั่งปิ่นเกล้านี้

ทางผู้จัดทำเห็นว่าพื้นที่เขตนี้มีศักยภาพพอที่จะลงทุนอสังหาริมทรัพย์ประเภทโรงแรม ในมุมมองการตลาดด้านอุปสงค์

### 3.4.3 ธุรกิจพาร์ทเมนท์

แนวโน้มของธุรกิจพาร์ทเมนท์มีแนวโน้มโตขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยมีปัจจัยสนับสนุน ต่างๆ ดังนี้

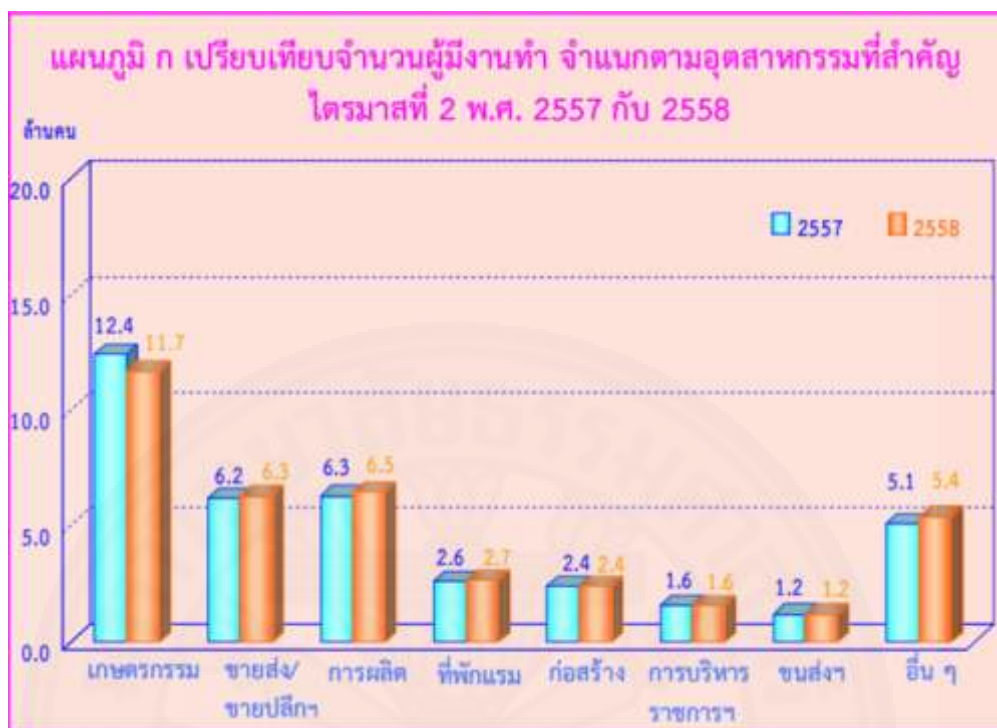
#### ○ โครงการใยแมงมุมรถไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร



ภาพที่ 3.10 แผนที่โครงข่ายรถไฟฟ้า

โครงการรถไฟฟ้าที่กำลังดำเนินการขยายอย่างต่อเนื่องเริ่มจากเขตเมืองออกไปสู่เขตชุมชนโดยรอบมีผลให้ ประชาชนมีความสะดวกสบายในการเดินทางมากขึ้น ซึ่งเป็นข้อดีสำหรับ อสังหาริมทรัพย์ประเภทเช่าเพื่ออาศัย และการพาณิชย์

○ จำนวนแรงงานนอกการเกษตรเพิ่มขึ้น



ภาพที่ 3.11 เปรียบเทียบจำนวนผู้มีงานทำจำแนกตามอุตสาหกรรม ปี 2557-2558  
(สำนักงานสถิติแห่งชาติ)

จากข้อมูลจากสำนักสถิติพบว่า ผู้มีงานทำภาคการเกษตรลดลง 7 แสนคน ในขณะที่ผู้มีงานทำนอกภาคการเกษตรพบว่า มีเพิ่มขึ้น ประมาณ 7 แสนคนเทียบกับปี 2557 โดยแยกเป็นภาคการเกษตร 2 แสนคน สาขาโรงแรม การบริการ ค้าส่ง-ปลีก จำนวน 1 แสนคน ทั้งนี้การเปลี่ยนแปลงเช่นนี้ ส่งผลต่อความต้องการอสังหาริมทรัพย์ให้เข้า

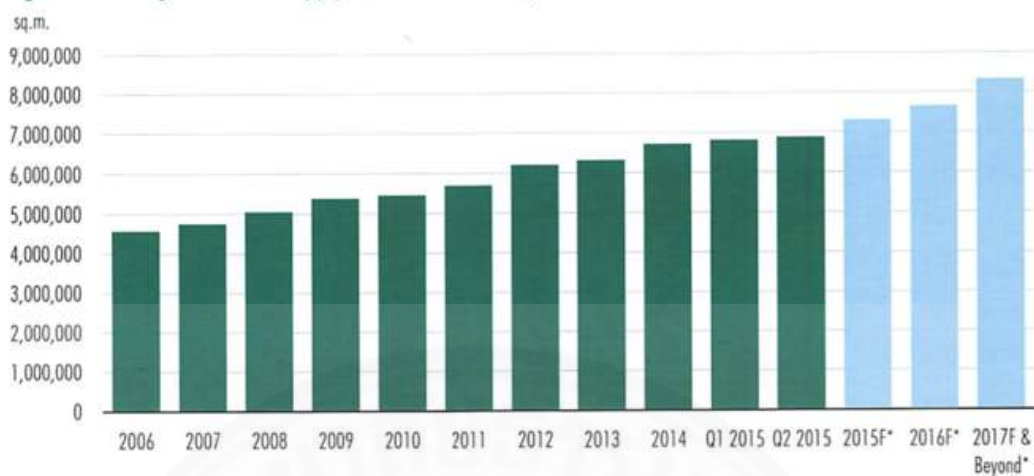
### วิเคราะห์อุปสงค์และอุปทาน

○ อุปทานตลาด

○ การเกิดใหม่ของโครงการศูนย์การค้าเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร

พื้นที่ของศูนย์การค้าแปรผันตรงกับความต้องการของแรงงานโดยตรงซึ่งเป็นการดึงแรงงาน จากต่างจังหวัดเข้ามาในกรุงเทพอย่างต่อเนื่อง จะเห็นได้ว่ามีโปรเจค ใหม่ๆเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง (Bangkok Property Research Report, 2016)

Figure 4: Existing and Future Supply, 2006 – 2017F &amp; Beyond



Note: \*Existing projects include Shopping Mall, Department Store and Hypermarket

Future projects include only Shopping Mall and Department Store based on projects already announced

Source: CBRE Research

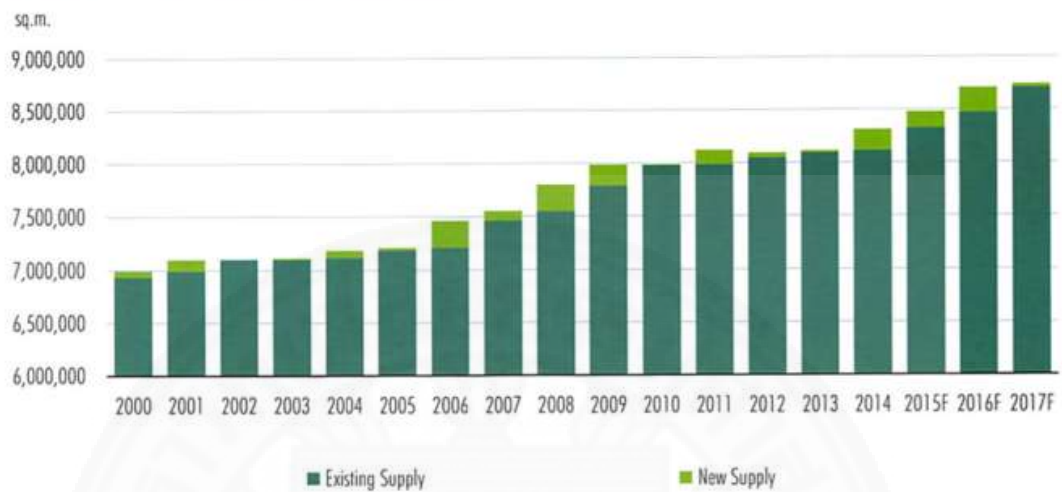
### ภาพที่ 3.12 อุปทานของศูนย์การค้า ระหว่างปี 2006-2017

จากกราฟเปรียบเทียบพื้นที่ศูนย์การค้าพบว่า พื้นที่ศูนย์การค้าจะมีเพิ่มขึ้นอีกไม่ต่ำกว่า 1 ล้าน ตารางเมตร ภายใน 2 ปีนี้ซึ่งจะช่วยให้ความต้องการในตลาดที่พักอาศัยให้เช่าเติบโตตามไปด้วย

#### ○ พื้นที่อาคารสำนักงานเติบโตอย่างต่อเนื่อง

เนื่องจากที่ดินบริเวณนี้มีคมนาคมที่ดีทั้งเข้าเมือง(สะพานพระราม8, สะพานสมเด็จพระปิ่นเกล้า, รถไฟฟ้าสายสีน้ำเงินในปี 2560) และออกนอกเมือง (สายใต้ นครปฐม โดยมีทั้ง รถตู้ รถประจำทางบริการ) จึงพิจารณาเอาพื้นที่สำนักงานมาเทียบเคียงโดยดูจากกลุ่มพนักงานบริษัท ซึ่งพบว่า พื้นที่อาคารสำนักงานมีอัตราเติบโตเพิ่มขึ้นอีกประมาณ 2แสนตารางเมตรในอีก 2 ปี (2017)

Figure 1: Existing and New Supply, 2000-2017F



ภาพที่ 3.13 อุปทานของออฟฟิศ ระหว่างปี 2006-2017

○ อุปทานตลาดพาร์ทเมนท์ย่านปิ่นเกล้า



ภาพที่ 3.14 คู่แข่งอพาร์ทเมนท์ย่านปิ่นเกล้า

จากการลงสำรวจตลาดอพาร์ทเมนท์ในย่านปิ่นเกล้าโดยตีวงรัศมี 2 กม. และอยู่ริม ถนน หรือเข้าซอยไม่เกิน 100 เมตร พบว่ามีโครงการอพาร์ทเมนท์ทั้งสิ้นจำนวน 15 โครงการ โดยมีระดับอัตราเช่าอยู่ระหว่าง 3,000 บาทต่อเดือน ไปจนถึง 10,000 บาทต่อเดือน และมีขนาดห้องตั้งแต่ 20 ตารางเมตร - 45 ตารางเมตร โดยมีห้องแบบพัคลม และ เครื่องปรับอากาศ มีเครื่องอำนวยความสะดวกต่างๆกันคือ เฟอร์นิเจอร์, อินเทอร์เน็ต, ทีวีดิจิตอล และ เครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ เป็นต้น

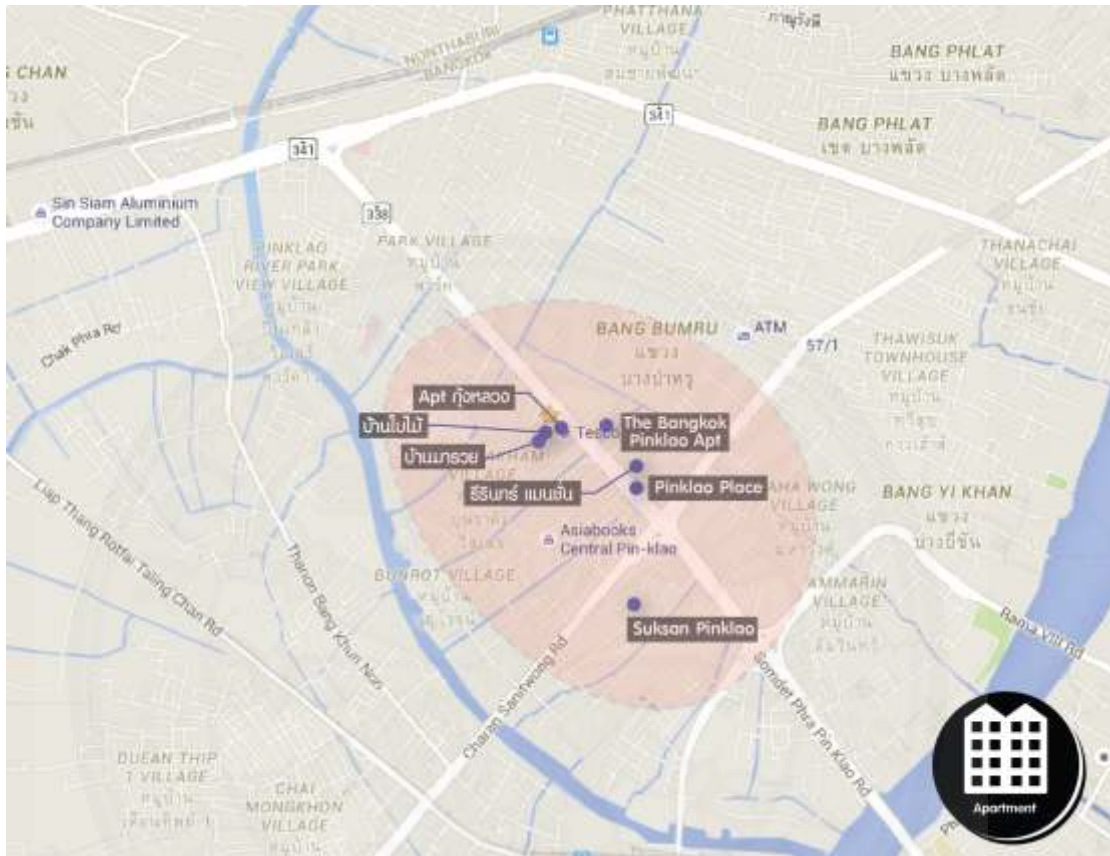
ตารางที่ 3.3 รายละเอียดคู่แข่งอพาร์ทเมนท์ในย่านปิ่นเกล้า

	Price		Room Size	
	Minimum	Maximum	Minimum	Maximum
<b>Your Place Apartment</b>	3900	5000	20	28
<b>กังหลวง Apartment</b>	5500	5500	25	25
<b>บ้านใบไม้</b>	4500	5000	20	20
<b>บ้านมารวย</b>	3800	4400	20	20
<b>The Bangkok Pinklao Apartment</b>	7000	10000	25	45
<b>Pinklao Place</b>	5000	6000	28	30
<b>Suksan Pinklao</b>	3100	4000	25	25
<b>ธนาเพลส</b>	2800	9000	25	25
<b>Tee Pinklao Mansion</b>	3000	4000	20	20
<b>S.P. Apartment</b>	3000	4500	20	20
<b>ธีรินทร์ แมนชั่น</b>	7000	7500	32	32
<b>Rachakarun Park Residence</b>	4000	4000	22	22
<b>KB Residence</b>	4500	4500	21	21
<b>Udom Mansion</b>	3100	4500	22	26
<b>เอ็นที โฮมเพลส</b>	5000	7500	26	42



## คู่แข่ง

ทางผู้จัดทำได้กรองอพาร์ทเมนท์ที่อยู่ในฝั่งสีเดียวกันกับที่ดินที่นำมาศึกษาคือ สีแดง พ. ๓ เพื่อจะได้เปรียบเทียบในลักษณะเดียวกัน ซึ่งเหลือที่ทำการศึกษาคือ 7 อพาร์ทเมนท์ ดังนี้



ภาพที่ 3.15 แสดงคู่แข่งอพาร์ทเมนท์ย่านปิ่นเกล้า ในพื้นที่ฝั่งสี พ.๓

1.) กู้ยืม Apartment



2.) บ้านไปไม้



\

3.) บ้านมารวย



4.) The Bangkok Pinklao Apartment



## 5.) Pinklao Place



## 6.) Suksan Pinklao



## 7.) อีรินท์ แมนชั่น



## 8.) Rachakarun Park Residence



โดยราคาเช่าเฉลี่ยจากตารางที่ 3.4 อยู่ที่ 5,560 บาท และขนาดห้อง 26 ตารางเมตร ซึ่งจะนำไปพิจารณาในบทถัดไป เพื่อพิจารณาในโครงการของผู้จัดทำ

ตาราง 3.4 รายละเอียดคู่แข่งอพาร์ทเมนต์ในย่านปิ่นเกล้าบริเวณพื้นที่สีแดง พ.๓

	Price		Room Size	
	Minimum	Maximum	Minimum	Maximum
Your Place Apartment	3900	5000	20	28
กึ่งหลวง Apartment	5500	5500	25	25
บ้านใบไม้	4500	5000	20	20
บ้านมารวย	3800	4400	20	20
The Bangkok Pinklao Apartment	7000	10000	25	45
Pinklao Place	5000	6000	28	30
Suksan Pinklao	3100	4000	25	25
ธนาเพลส	2800	9000	25	25
Tee Pinklao Mansion	3000	4000	20	20
S.P. Apartment	3000	4500	20	20
ธีรินทร์ แมนชั่น	7000	7500	32	32
Rachakarun Park Residence	4000	4000	22	22
KB Residence	4500	4500	21	21
Udom Mansion	3100	4500	22	26
เอ็นที โฮมเพลส	5000	7500	26	42

#### 3.4.4 ธุรกิจประเภทตลาด

ในบริเวณโครงการซึ่งเป็นแหล่งชุมชนย่านปิ่นเกล้ามีธุรกิจประเภทตลาดหลายรูปแบบซึ่งทางผู้จัดทำได้สำรวจโดยมีรายละเอียดดังนี้

- วิเคราะห์อุปสงค์-อุปทาน
  - วิเคราะห์อุปสงค์ในบริเวณรอบที่ดิน

ทางผู้จัดทำได้ตี Trade Area พื้นที่รอบๆโดยใช้เกณฑ์ระยะเดินไม่เกิน 5 นาที พบว่า มีประชากรอาศัยและทำงานอยู่หนาแน่นสูง ซึ่งประกอบไปด้วย



ภาพที่ 3.16 ภาพแสดงตำแหน่งสถานที่สำคัญในระยะเดิน 5 นาที

- ศูนย์การค้า - เซ็นทรัลพลาซ่า, เทสโก้โลตัสพลาซ่า, เดอะเซ็นท์ คอมมูนิตี้มอลล์ และ เมเจอร์พลาซ่า
- การคมนาคม - ท่ารถตู้บริเวณ หน้าที่ดินที่ทำการศึกษและ หน้าเซ็นทรัลพลาซ่า
- สถานศึกษา - ศูนย์สอนพิเศษจำนวนมากอยู่โดยรอบโดยเฉพาะในซอยบรมราชชนนี13
- ที่พักอาศัย - หอพัก อพาร์ทเมนท์, ทาวน์เฮาส์ และ คอนโด
- สำนักงาน - สำนักงานเซ็นทรัลพลาซ่า
- กีฬา - คอร์ทแบดมินตัน

**ประชากรแฝง** ประกอบด้วย คนทำงานในศูนย์การค้า, นักเรียน นักศึกษา, ประชาชนเดินทางเข้า-ออกเมืองโดยใช้ท่ารถตู้บริเวณนี้

**ประชากรหลัก** จากข้อมูลสำนักงานสถิติแห่งชาติ เขตบางกอกน้อย มีความหนาแน่นของประชากร 9,838 คน/ตร.กม. ซึ่งเมื่อรัศมี 2 กม. โดยรอบจะได้ Expected Catchment เท่ากับ 19,676 คน (ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ) ซึ่งประกอบด้วย ประชากรที่อาศัยอยู่บริเวณนี้ - ทาวน์เฮาส์, อพาร์ทเมนท์ และคอนโด เป็นต้น

▪ วิเคราะห์อุปทานในบริเวณรอบที่ดิน และ ราคาเช่า



ภาพที่ 3.17 ภาพแสดง ตลาดโดยรอบบริเวณถนนปิ่นเกล้า

● มารวยฟู้ดคอร์ท

จากการที่ครอบครัวผู้จัดทำได้ทำศูนย์อาหารประมาณ 3 ปี (2555-2558) บริเวณที่ดินดังกล่าวขนาด 200 ตร.ว. โดยมีรายละเอียดดังนี้



ตารางที่ 3.5 รายรับ มารวยฟู้ดคอร์ท

มารวยฟู้ดคอร์ท	ขนาด (ตร.ม.)	ราคา/ตร.ม./เดือน	ค่าเช่า/เดือน
ลือคอาหาร	9	1,333	12,000
จำนวน			35
			420,000
	Occupancy rate	98%	411,600

อัตราการเช่าจากประสบการณ์ที่ดำเนินกิจการมาเต็มตลอดทั้งปี ถึงแม้ว่าจะปรับ ราคา ค่าเช่าขึ้นทุกปี ปีละ 1,000 บาท

- ตลาดนัดเจ้าพระยา



ภาพที่ 3.18 ตลาดนัดเจ้าพระยา

ตลาดนัดนี้อยู่บริเวณ ป.กุ่มเผา ซึ่งขายอาหาร ผัก ผลไม้เป็นหลัก โดยเก็บค่าเช่าเป็น รายวัน วันละ 200 บาท(4ตร.ม.) หรือ 1,500บาท/ตร.ม./เดือน) มีจำนวนแผงไม่แน่นอน โดยเฉลี่ย ประมาณ 40 แผง

- ตลาดวังหลัง



ภาพที่ 3.19 ตลาดวังหลัง

ตั้งอยู่ติดกับ โรงพยาบาลศิริราช และท่าน้ำวังหลัง โดยร้านค้าในตลาดแห่งนี้ กระจายอยู่เต็มพื้นที่บริเวณท่าน้ำ, ริมนน และในซอยใกล้เคียง โดยขายอาหาร ของทานเล่น และ เสื้อผ้า เครื่องสำอาง เป็นหลัก

ราคาเช่า 4,000บาท ต่อล๊อค 2 ตร.ม. (2,000บาท/ตร.ม./เดือน)

จากการวิเคราะห์ราคาเฉลี่ยที่ปล่อยเช่าจะอยู่ประมาณ 1,600 บาทต่อตารางเมตร ซึ่งทางผู้จัดทำจะนำไปวิเคราะห์ในบทถัดไป

## บทที่ 4

### การวิเคราะห์ด้านการเงินเบื้องต้น

#### 4.1 สมมติฐานทางในการคิด Front Door ในแต่ละทรัพย์สิน

ดอกเบี้ยเงินกู้ใช้ MLR + 1 โดยดอกเบี้ย MLR มาจากค่าเฉลี่ยดอกเบี้ย 6 ธนาคาร มาจากธนาคารแห่งประเทศไทย ณ วันที่ 24 พฤศจิกายน 2558 ดังรายละเอียดด้านล่าง

ตารางที่ 4.1 อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของธนาคารชั้นนำ

ธนาคาร	อัตราดอกเบี้ย
กรุงเทพ	6.500
กรุงไทย	6.525
กสิกรไทย	6.500
ไทยพาณิชย์	6.525
กรุงศรีอยุธยา	6.850
ทหารไทย	7.025
เฉลี่ย	6.654167

ดังนั้นผู้จัดทำจะใช้ดอกเบี้ย MLR + 1 ที่ 7.65%

- ระยะเวลาการกู้ยืม 10 ปี
- Annualized Mortgage Constant =  $(\text{interest}/m)/(1-(1/(1+(i/m))^n))$

i = Interest

n = Total Number of Months that the loan is repaid

m = Number of months the loan is paid in a year

ตามสูตรด้านบนจะได้

$$\begin{aligned} \text{Annualized Mortgage Constant} &= ((7.65\% / 12)/(1-(1/(1+(7.65\%/12))^{10*12}))*12 \\ &= 0.143383 \end{aligned}$$

- Debt Coverage Ratio = 1.2

- สัดส่วนการลงทุน จะเป็นกู้เงิน 50% และลงทุนเอง 50%
- ต้นทุนค่าก่อสร้าง (ราคาประเมินการก่อสร้าง, 2558)
- ราคาที่ดิน

ทางผู้จัดทำได้มีการคำนวณมูลค่าที่ดินโดยใช้วิธี Residual Method ซึ่งใช้วิธีคิดย้อนกลับ โดยคิดว่าถ้าสร้างคอนโดในที่ดินแปลงนี้ซึ่งเป็น Highest and Best Use แล้วจะมีมูลค่าที่เหมาะสมเป็นราคาเท่าไร ซึ่งมีรายละเอียดในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.2 ประเมินราคาที่ดินโดยใช้วิธี Residual

Residual Method

ขนาดที่ดิน (ตารางวา)	383	ตารางวา
ขนาดที่ดิน (ตารางเมตร)	1,532	ตร.ม.
สร้างอาคารได้ (กฎหมายการก่อสร้าง ตารางที่ 2.5)	10,465	ตร.ม.
พื้นที่ขาย	50%	
พื้นที่ขาย	5,233	ตร.ม.
ราคาขาย	110,000	บาท .ม.ตร /
มูลค่าโครงการ	575,575,000	บาท
ก่อสร้างพร้อมโอน	2	ปี
Time Value of Money		
@Discount Rate 7%	502,729,496	บาท
หักค่าดำเนินการ ภาษี 20%	100,545,899	บาท
คงเหลือ	402,183,597	บาท
หักค่าก่อสร้าง @ 27,000 บาท ต่อ ตร.ม. (ตารางสมาคม พ.ศ.2558)	282,555,000	บาท
คงเหลือ	119,628,597	บาท
ราคาที่ดิน	312,346	บาท ต่อ ตร.ว.

จากการวิเคราะห์จะได้ราคาที่เหมาะสม 312,000บาท/ตร.วา ซึ่งทางผู้จัดทำทำการค้นคว้าหาข้อมูลจริงอีกทางเพื่อประกอบการวิเคราะห์ ตามรูปภาพที่ 4.1



ภาพที่ 4.1 ราคาที่ดินบริเวณใกล้เคียง

จะเห็นได้ว่าแปลงที่ 1 ซึ่งอยู่ริมถนนบรมราชชนนีเช่นเดียวกับแปลงโครงการ มีราคาขายที่ใกล้เคียงกันคือ 290,000บาท/ตร.วา ซึ่งทำให้สามารถใช้ราคาที่ทางผู้จัดทำคิดจากวิธี Residual Method ได้

## 4.2 อาคารสำนักงาน

### 4.2.1 กรณีที่ 1 อาคารสำนักงาน ต่ำกว่า 23 เมตร

รูปแบบอาคาร 8 ชั้น ที่ดินขนาด 0-3-83 ไร่ พื้นที่ก่อสร้าง 6,856 ตร.ม. โดยเป็นพื้นที่เช่าประมาณ 50% คิดเป็นพื้นที่ปล่อยเช่า 3,428 ตร.ม. โดยอัตราการเช่าอาคาร สำนักงาน บริเวณดังกล่าวสำหรับ Low Rise = 50% จากการสอบถามผู้จัดการอาคารสำนักงานเกรด B ทำเล Non-CBD จะมีค่าใช้จ่ายประมาณ 35%

**Case 1 อาคารสูงน้อยกว่า 23 เมตร**

<b>SITE:</b>	
<b>Assumption</b>	อาคารสำนักงาน สูง 8 ชั้น พื้นที่ดินขนาด 0-3-83 ไร่ พื้นที่ก่อสร้าง 6,856 ตร.ม. พื้นที่ปล่อยเช่า 3,770ตร.ม.
ใส่ r,n เพื่อค่า	Annualized Mortgage Constant
	r = 7.65%
	n = 10
	อัตราดอกเบี้ย/ปี
	จำนวนปี
	ผ่อนชำระ:
	(MLR=1.00)
	ธนาคารแห่งประเทศไทย

Front Door Analysis						
ต้นทุนที่ดิน	114,900,000.00	บาท	300,000	บาท / ตร.จ.	383	ตร.จ.
สิ่งปลูกสร้าง	117,237,600.00	บาท	17,100	บาท/ตร.ม.	6,856	ตร.ม.
ต้นทุนรวมที่ดิน	232,137,600.00	บาท				
Loan to Value Ratio	50%		ผู้ธนาคาร 50%	ออกกอง 50%		
จำนวนเงินที่จะขอกู้	116,068,800.00	บาท				
Annualized Mortgage Constant	0.143383					
เงินผ่อนธนาคารทั้งปี	16,642,331.61	บาท				
Debt Service Coverage Ratio	120%					
NOI ที่ต้องการ	19,970,797.93	บาท/ปี				
Operating Cost	35%		อาคารสอนแบบผู้จัดการอาคารสำนักงานเกรด B Non CBD			
EGI ที่ต้องการ	30,724,304.51	บาท/ปี				
อัตราเช่าพื้นที่	50%					
PGI ที่ต้องการ	61,448,609.03	บาท/ปี				
พื้นที่ปล่อยเช่า	3,770.00	ตร.ม.				
ค่าเช่าที่ต้องการ	16,299.37	บาท/ตร.ม./ปี				
หรือ	1,358.28	บาท/ตร.ม./เดือน				

ภาพที่ 4.2 แสดงการคำนวณ Front Door อาคารสำนักงานให้เช่าอาคารสูงน้อยกว่า 23 เมตร

จะเห็นได้ว่าหลังจากคำนวณแล้วค่าเช่าที่จะทำให้โครงการเป็นไปได้คือ 1,358.28 บาท/ตร.ม./เดือน ซึ่งสูงกว่าค่าเช่าตลาดที่ 280 บาท/ตร.ม./เดือน

#### 4.2.2 กรณีที่ 2 อาคารสำนักงาน สูงกว่า 23 เมตร

รูปแบบอาคาร 20 ชั้น ที่ดินที่ดินขนาด 0-3-83 ไร่ พื้นที่ก่อสร้าง 10,460 ตร.ม. โดยเป็นพื้นที่เช่าประมาณ 50% คิดเป็นพื้นที่ปล่อยเช่า 5,230 ตร.ม. โดยอัตราเช่าอาคารสำนักงานบริเวณดังกล่าวสำหรับ High Rise = 86%

##### Case 2 อาคารสูงมากกว่า 23 ม.

Assumption	อาคารสำนักงาน สูง 20 ชั้น				
	ที่ดินขนาด 0-3-83 ไร่ พื้นที่ก่อสร้าง 10,460 ตร.ม. พื้นที่ปล่อยเช่า 5,753 ตร.ม.				
	Annualized				
ใส่ r, n เพื่อค่า	Mortgage Constant	r =	7.65%	อัตราดอกเบี้ย/ (MLR+1.00)	ธนาคารแห่งประเทศไทย
		n =	10	จำนวนปีผ่อนชำระ	

Front Door Analysis						
ต้นทุนที่ดิน	114,900,000.00	บาท	300,000	บาท / ตร.จ.	383	ตร.จ.
สิ่งปลูกสร้าง	203,970,000.00	บาท	19,500	บาท/ตร.ม.	10,460	ตร.ม.
ต้นทุนรวมขั้นต้น	318,870,000.00	บาท				
Loan to Value Ratio	50%			กู้อาคาร 50%	ออกเอง 50%	
จำนวนเงินที่ขอขยืม	159,435,000.00	บาท				
Annualized Mortgage Constant	0.143383					
เงินผ่อนธนาคารทั้งปี	22,860,321.99	บาท				
Debt Service Coverage Ratio	120%					
NOI ที่ต้องการ	27,432,386.38	บาท/ปี				
Operating Cost	35%					จากกรมควบคุมอาคารสำนักงานเขต B Non CBD
EGI ที่ต้องการ	42,203,671.36	บาท/ปี				
อัตราเช่าพื้นที่	86%					
PGI ที่ต้องการ	49,074,036.46	บาท/ปี				
พื้นที่ปล่อยเช่า	5,753.00	ตร.ม.				
ค่าเช่าที่ต้อกร	8,530.16	บาท/ตร.ม./ปี				
หรือ	710.85	บาท/ตร.ม./เดือน				

ภาพที่ 4.3 แสดงการคำนวณ Front Door อาคารสำนักงานให้เช่าอาคารสูงมากกว่า 23 เมตร

จะเห็นว่าหลังจากคำนวณแล้ว ค่าเช่าที่จะทำให้โครงการเป็นไปได้คือ 710.85 บาท/ตร.ม./เดือน ซึ่งสูงกว่าค่าเช่าตลาดที่ 280 บาท/ตร.ม./เดือน

#### 4.2.3 สรุป

จะเห็นว่าหลังจากคำนวณแล้ว ค่าเช่าที่จะทำให้โครงการเป็นไปได้ของการสร้างอาคาร สำนักงานต่ำกว่า 23 เมตร และสูงกว่า 23 เมตร คือ 1,358.28 บาท/ตร.ม./เดือน และ 710.85 บาท/ตร.ม./เดือน ตามลำดับ ซึ่งสูงกว่าค่าเช่าตลาดที่ 350-390 บาท/ตร.ม./เดือน จึงไม่สามารถสร้างได้

### 4.3 โรงแรม

ในกรณีที่ทำการสร้างโรงแรม ทางผู้จัดทำได้ทำการวิเคราะห์ 2 กรณี คือโรงแรมที่มีความสูงน้อยกว่า 23 เมตร และ สูงกว่า 23 เมตร โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### 4.3.1 กรณีที่ 1 โรงแรมต่ำกว่า 23 เมตร

Case 1 อาคารสูงน้อยกว่า 23 เมตร						
SITE:						
Assumption	โรงแรม สูง 8 ชั้น ที่ดินที่ถนนขนาด 0-3-83 ไร่ พื้นที่ก่อสร้าง 6,856 ตร.ม. พื้นดินที่ขาย 55% พื้นที่พักอาศัย 3,770 ตร.ม.					
ใส่ r, n เพื่อค่า	Annualized Mortgage Constant	r =	7.65%	อัตราดอกเบี้ยปี	(MLR=1.00)	ธนาคารแห่งประเทศไทย
		n =	10	จำนวนปีผ่อนชำระ		
Front Door Analysis						
ต้นทุนที่ดิน	114,900,000.00	บาท	300,000	บาท / ตร.ว.	383	ตร.ว.
สิ่งปลูกสร้าง	159,676,240.00	บาท	23,290	บาท/ตร.ม.	6,856	ตร.ม.
ต้นทุนรวมที่ดิน	274,576,240.00	บาท				
Loan to Value Ratio	50%			กู้ธนาคาร 50%	ออกเอง 50%	
จำนวนเงินที่จะอยู่	137,288,120.00	บาท				
Annualized Mortgage Constant	0.143383					
เงินผ่อนธนาคารทั้งปี	19,684,828.48	บาท				
Debt Service Coverage Ratio	120%					
NOI ที่ต้องการ	23,621,794.17	บาท/ปี				
Operating Cost	50%					
EGI ที่ต้องการ	47,243,588.34	บาท/ปี				
อัตราค่าเช่าขั้นต่ำ	93%					
PGI ที่ต้องการ	50,799,557.36	บาท/ปี				
พื้นที่พักอาศัย	3,770.00	ตร.ม.				
ค่าเช่าที่ที่ต้องการ	13,474.68	บาท/ตร.ม./ปี				
หรือ	1,122.89	บาท/ตร.ม./เดือน				
หรือ	37.43	บาท/ตร.ม./วัน				
1 ห้อง = 30 ตร.ม. จะได้ค่าเช่า	1,122.89	บาท/วัน				

ภาพที่ 4.4 การคำนวณ Front Door โรงแรมสูงน้อยกว่า 23 เมตร



### 4.3.2 กรณีที่ 2 โรงแรมสูงกว่า 23 เมตร

#### Case 2 อาคารสูงมากกว่า 23 ม.

Assumption	โรงแรม สูง 20 ชั้น ที่ดินขนาด 0-3-83 ไร่ ชั้นที่ก่อสร้าง 10,460 ตร.ม. ชั้นที่ปล่อยเช่า 5,753 ตร.ม.					
ใช้ r, n เพื่อค่า	Constant	r= 7.65%	อัตราดอกเบี้ย (MLR+1.00)	ธนาคารแห่งประเทศไทย		
		n= 10	จำนวนปีผ่อนชำระ			
Annualized Mortgage						
Front Door Analysis						
ที่ดินทุนที่ดิน	114,900,000.00	บาท	300,000	บาท / ตร.ม.	383	ตร.ม.
สิ่งปลูกสร้าง	300,934,200.00	บาท	28,770	บาท/ตร.ม.	10,460	ตร.ม.
ที่ดินรวมที่ดิน	415,834,200.00	บาท				
Loan to Value Ratio	50%			กู้ธนาคาร 50%	ออกเอง 50%	
จำนวนเงินที่ขอกู้	207,917,100.00	บาท				
Annualized Mortgage						
Constant	0.143383					
เงินผ่อนธนาคารต่อปี	29,811,847.16	บาท				
Debt Service Coverage Ratio	120%					
NOI ที่ต้องการ	35,774,216.59	บาท/ปี				
Operating Cost	50%					
EGI ที่ต้องการ	71,548,433.19	บาท/ปี				
อัตราค่าเช่าขั้นต่ำ	93%					
PGI ที่ต้องการ	76,933,799.13	บาท/ปี				
ชั้นที่ปล่อยเช่า	5,753.00	ตร.ม.				
ค่าเช่าที่ต้องการ	13,372.81	บาท/ตร.ม./ปี				
หรือ	1,114.40	บาท/ตร.ม./เดือน				
หรือ	37.15	บาท/ตร.ม./วัน				
1 ห้อง = 30 ตร.ม. จะใช้ค่าเช่า	1,114.40	บาท/วัน				

ภาพที่ 4.5 แสดงการคำนวณ Front Door โรงแรมสูงมากกว่า 23 เมตร

### 4.3.3 สรุป

จากการทำการเงิน Front door ในการสร้างโรงแรม ทั้งขนาดต่ำกว่า 23ม. และ สูงกว่า 23 ม. จะต้องกำหนดราคาห้องพัก 1,112.89 บาท และ 1,114.40 บาท ตามลำดับ ซึ่งเมื่อเทียบกับราคาตลาดซึ่งอยู่ที่ 2,083 บาท จึงมีความเป็นไปได้ที่จะทำสร้างในบริเวณนี้

## 4.4 อพาร์ทเมนต์

### 4.4.1 กรณีที่ 1 อพาร์ทเมนต์ อาคารสูงน้อยกว่า 23 เมตร

#### Case 1 อาคารสูงน้อยกว่า 23 เมตร

SITE:	
<b>Assumption</b>	อาคารบันทึ สูง 8 ชั้น ที่ดินที่ดินขนาด 0-3-83 ไร่ พื้นที่ก่อสร้าง 6,856 ตร.ม. เป็นพื้นที่ขาย 55% พื้นที่ปล่อยเช่า 3,770 ตร.ม.
ใส่ r, n เพื่อค่า	Annualized Mortgage Constant r = 7.65% อัตราดอกเบี้ย/ปี n = 10 จำนวนปีผ่อนชำระ
	(MLR+1.00) ธนาคารแห่งประเทศไทย

Front Door Analysis					
ต้นทุนที่ดิน	114,900,000.00 บาท	300,000	บาท / ตร.จ.	383	ตร.จ.
สิ่งปลูกสร้าง	116,552,000.00 บาท	17,000	บาท/ตร.ม.	6,856	ตร.ม.
ต้นทุนรวมที่ดิน	231,452,000.00 บาท				
Loan to Value Ratio	50%				ผู้ธนาคาร 50% ออกเอง 50%
จำนวนเงินที่ขอขย	115,726,000.00 บาท				
Annualized Mortgage Constant	0.143383				
เงินผ่อนธนาคารทั้งปี	16,593,179.80 บาท				
Debt Service Coverage Ratio	120%				
NOI ที่ต้องการ	19,911,815.77 บาท/ปี				
Operating Cost	35%				
EGI ที่ต้องการ	30,633,562.72 บาท/ปี				
อัตราค่าเช่าพื้นที่	93%				
PGI ที่ต้องการ	32,939,314.75 บาท/ปี				
พื้นที่ปล่อยเช่า	3,770.00 ตร.ม.				
ค่าเช่าที่ต้องการ	8,737.22 บาท/ตร.ม./ปี				
หรือ	728.10 บาท/ตร.ม./เดือน				
1 ห้อง = 30 ตร.ม. จะได้ค่าเช่า	21,843.05 บาท/เดือน				

ภาพที่ 4.6 แสดงการคำนวณ Front Door อพาร์ทเมนต์ อาคารสูงน้อยกว่า 23 เมตร

#### 4.4.2 กรณีที่ 2 อพาร์ทเมนต์ อาคารสูงมากกว่า 23 เมตร

##### Case 2 อาคารสูงมากกว่า 23 ม.

Assumption	อพาร์ทเมนต์ สูง 20 ชั้น			
	ที่ดินขนาด 0-3-83 ไร่ พื้นที่ก่อสร้าง 10,460 ตร.ม. พื้นที่ปล่อยเช่า 5,753 ตร.ม.			
	Annualized			
ใส่ r,n เมื่อค่า	Mortgage Constant	r= 7.65%	อัตราดอกเบี้ย (MLR+1.00)	ธนาคารแห่งประเทศไทย
		n= 10	จำนวนปีปล่อยเช่า	

Front Door Analysis						
ที่ดินที่ติดกัน	114,900,000.00	บาท	300,000	บาท / ตร.จ.	383	ตร.จ.
สิ่งปลูกสร้าง	219,660,000.00	บาท	21,000	บาท/ตร.ม.	10,460	ตร.ม.
ที่ดินรวมขึ้นเงิน	334,560,000.00	บาท				
Loan to Value Ratio	50%				ผู้ธนาคาร 50%	ออกเอง 50%
จำนวนเงินที่จะขอกู้	167,280,000.00	บาท				
Annualized Mortgage Constant	0.143383					
เงินผ่อนธนาคารทั้งปี	23,985,164.25	บาท				
Debt Service Coverage Ratio	120%					
NOI ที่ต้องการ	28,782,197.10	บาท/ปี				
Operating Cost	35%					
EGI ที่ต้องการ	44,280,303.23	บาท/ปี				
อัตราเช่าขั้นต่ำ	93%					
PGI ที่ต้องการ	47,613,229.28	บาท/ปี				
พื้นที่ปล่อยเช่า	5,753.00	ตร.ม.				
ค่าเช่าที่ต้องการ	8,276.24	บาท/ตร.ม./ปี				
หรือ	689.69	บาท/ตร.ม./เดือน				
1 ไร่ = 30 ตร.ม. จะได้ค่าเช่า	20,690.61	บาท/เดือน				

ภาพที่ 4.7 แสดงการคำนวณ Front Door อพาร์ทเมนต์ อาคารสูงมากกว่า 23 เมตร

#### 4.4.3 สรุป

จากการทำการเงิน Front door ในการสร้างอพาร์ทเมนต์ ทั้งขนาดต่ำกว่า 23ม. และ สูงกว่า 23 ม. จะต้องให้เช่าอย่างต่ำ 728.1 และ 689.69 บาท/ตร.ม./เดือนตามลำดับ ซึ่งเมื่อเทียบกับราคา ตลาดซึ่งอยู่ที่ 250 บาท/ตร.ม. จึง ไม่มีความเป็นไปได้ที่จะทำสร้างในบริเวณนี้

## 4.5 ธุรกิจประเภทตลาด

จากกฎหมายผังเมือง สาธารณสร้างตลาดได้ไม่เกิน 5,000 ตร.ม. ซึ่งจะสามารถสร้างตลาดได้ 5 ชั้น(ชั้นละ 857 ตร.ม.) แต่จากการสำรวจ โลตัสปิ่นเกล้าซึ่งอยู่ใกล้เคียง และพื้นที่ต่อตารางเมตรใกล้เคียงกับทางโครงการ มีอัตราว่างชั้น4 เป็นต้นไป ถึงกว่า 70% ทางผู้จัดทำและเจ้าของโครงการจึงวางแผนทำโครงการเพียง 3 ชั้น เท่านั้น

### 4.5.1 กรณีสร้างตลาด 3 ชั้น

Case 1						
SITE:	ตลาดสูง 3 ชั้น					
Assumption	ที่ดินทั้งหมด 0-3-83 ไร่ พื้นที่ก่อสร้าง 1,714 ตร.ม. เป็นพื้นที่ขาย 55% พื้นที่ปล่อยเช่า 943ตร.ม.					
ใส่ r,n เมื่อค่า	Annualized Mortgage Constant	r =	7.65%	อัตราดอกเบี้ย/จำนวนปี	(MLR+1.00)	ธนาคารแห่งประเทศไทย
		n =	10	ผ่อนชำระ		
Front Door Analysis						
ต้นทุนที่ดิน	114,900,000.00	บาท	300,000	บาท / ตร.จ.	383	ตร.จ.
สิ่งปลูกสร้าง	42,164,400.00	บาท	16,400	บาท/ตร.ม.	2,571	ตร.ม.
ต้นทุนรวมที่ดิน	157,064,400.00	บาท				
Loan to Value Ratio	50%			กู้ธนาคาร 50% ปล่อย 50%		
จำนวนเงินที่จะอยู่	78,532,200.00	บาท				
Annualized Mortgage Constant	0.143383					
เงินผ่อนธนาคารต่อปี	11,260,208.73	บาท				
Debt Service Coverage Ratio	120%					
NOI ที่ถือกรม	13,512,250.47	บาท/ปี				
Operating Cost	25%					
EGI ที่ถือกรม	18,016,333.96	บาท/ปี				
อัตราเช่าพื้นที่	100%					
PGI ที่ถือกรม	18,016,333.96	บาท/ปี				
พื้นที่ปล่อยเช่า	1,169.70	ตร.ม.				
ค่าเช่าที่ถือกรม	15,402.53	บาท/ตร.ม./ปี				
หรือ	1,283.54	บาท/ตร.ม./ถือ				

ภาพที่ 4.8 แสดงการคำนวณ Front Door ตลาด 3 ชั้น

### 4.5.2 สรุป

จากการทำการเงิน Front door ในการสร้างตลาด 3 ชั้น ได้ค่าเช่าที่ต้องการ 1,283.54บาท / ตร.ม. ซึ่งเมื่อเทียบกับราคา ตลาดซึ่งอยู่ที่ 1,600 บาท / ตร.ม. จึงมีความเป็นไปได้ที่จะทำสร้างในบริเวณนี้

#### 4.6 สรุปทางเลือกการลงทุน

จากการวิเคราะห์ทางด้านกายภาพ, กฎหมาย, การตลาด และการเงิน สรุปได้ว่า มี 2 ประเภททรัพย์สินที่ลงทุนและคุ้มค่า คือ โรงแรมและตลาด ซึ่งมีข้อดีข้อเสียแตกต่างกันไป ซึ่งเมื่อพิจารณาทั้งสองทรัพย์สินแล้ว ทางเจ้าของที่ดินตัดสินใจที่จะเลือกลงทุนทำตลาด ด้วยเหตุผลดังนี้

- กู้เงินจากธนาคารน้อยกว่า โรงแรม ซึ่งจะเป็นการลดความเสี่ยงจากเหตุการณ์ทางการเมือง และเศรษฐกิจที่ไม่แน่นอน
- มีความชำนาญในการบริหารกว่าโรงแรม เนื่องจากมีประสบการณ์การทำตลาดอยู่แล้ว
- รื้อถอนง่ายกว่า ซึ่งในอนาคตถ้าเทรนเปลี่ยน จะเป็นการง่ายในการรื้อถอนกว่าโรงแรม

ตารางที่ 4.4 สรุปทางเลือกการลงทุน

ประเภท	อพาร์ทเมนต์	ออฟฟิศ	โรงแรม	ศูนย์การค้า	ตลาด
ด้านกฎหมาย	✓	✓	✓	✓	✓
ด้านกายภาพ	✓	✓	✓	✗	✓
ด้านการตลาด	✓	✓	✓	-	✓
ด้านการเงิน	✗	✗	✓	-	✓
ด้านนโยบาย	-	-	✗	-	✓

จากตารางที่ 4.5 ธุรกิจด้านตลาดและโรงแรมเป็นตัวเลือกที่ดีที่สุดเมื่อนำด้านนโยบายมาพิจารณา ซึ่งเจ้าของโครงการมีความประสงค์ที่จะไม่ลงทุนสูง ประกอบกับไม่มีประสบการณ์ด้านบริหารโรงแรม จึงได้ตัดด้านโรงแรมออก เหลือธุรกิจด้านตลาดซึ่งมีความเป็นไปได้ที่สุด

## บทที่ 5

### ทบทวนวรรณกรรม

#### 5.1 ความหมายของ ‘ตลาด’

ตลาด หมายความว่า สถานที่ซึ่งปกติจัดไว้ให้ผู้ค้า ใช้เป็นที่ชุมนุมเพื่อจำหน่ายสินค้า ประเภทสัตว์ เนื้อสัตว์ ผัก ผลไม้ หรืออาหาร อันมีสภาพเป็นของสด ประกอบ หรือปรุงแล้ว หรือของ เสียง่าย ทั้งนี้ ไม่ว่าจะมีการจำหน่ายสินค้าประเภทอื่นด้วย หรือไม่ก็ตาม และหมายความรวมถึง บริเวณซึ่งจัดไว้ สำหรับให้ผู้ค้าใช้เป็นที่ชุมนุม เพื่อจำหน่ายสินค้าประเภทดังกล่าว เป็นประจำ หรือ เป็นครั้งคราว หรือตามวันกำหนดตลาดในความหมายตามพระราชบัญญัติฯ นี้ จึงครอบคลุมตลาดที่ จัดขึ้นเป็นประจำ หรือเป็นครั้งคราว หรือตามวันนัด ไม่ว่าจะเป็นการจัดในสถานที่ของเอกชน หรือใน ที่ หรือทางสาธารณะ และไม่ว่าจะมีโครงสร้างอาคาร หรือจะเป็นบริเวณที่ไม่มีอาคารก็ตาม ที่สำคัญ จะต้องมืองค์ประกอบ ดังนี้คือ 1) เป็นการชุมนุมผู้ค้า ผู้ขายสินค้าร่วมกัน 2) สินค้านั้นต้องเป็นสินค้า ประเภทอาหารสด ได้แก่ ผักสด ผลไม้ สัตว์เป็น หรือเนื้อสัตว์ที่ชำแหละแล้วเป็นสำคัญ ส่วนจะมี สินค้าอื่นด้วยหรือไม่ก็ตาม (กรมอนามัย, 2535)

ดังนั้น ตลาดนัด หรือ ตลาดในร่ม ที่จัดให้มีการจำหน่ายสินค้า ประเภทเครื่องไฟฟ้า เฟอร์นิเจอร์ รองเท้า เสื้อผ้า อุปกรณ์ของใช้อื่นๆ เป็นสำคัญ โดยอาจจะมีร้านค้าอาหารขาย ให้ ผู้บริโภคอยู่บ้าง ลักษณะการประกอบกิจการนี้ จึงมิใช่การประกอบกิจการตลาด ตามความหมายใน พระราชบัญญัตินี้ หากแต่เป็นการจำหน่ายสินค้า ในที่ หรือทางสาธารณะ ตามบทบัญญัติในหมวด 9 (กรมอนามัย, 2535)

#### 5.2 ทฤษฎีและบทความที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจค้าปลีก

สำหรับรายงานสถานการณ์อสังหาริมทรัพย์ CB Richard Ellis นั้นได้จำแนกประเภท ของธุรกิจค้าปลีกได้ 3 ประเภท ได้แก่

(1) ศูนย์การค้า (Shopping Mall) ประกอบด้วยพื้นที่ขายสินค้าที่แบ่งเป็นห้องสำหรับ ผู้เช่าหลายราย รายได้หลักมาจากการให้เช่าพื้นที่ขายซึ่งอาจเป็นค่าเช่าที่คงที่หรือคิดตามสัดส่วนของ รายได้ของผู้เช่า ในระยะหลังนี้ ศูนย์การค้าขนาดเล็กในเขตชานเมืองประเภท คอมมูนิตี้อิมอลล์ (Community Mall) หรือ ศูนย์การค้าใกล้บ้าน (Neighborhood Mall) เริ่มเป็นที่นิยมมากขึ้น

Urban Land Institute-ULI ได้แบ่งศูนย์การค้าออกเป็น 4 ประเภท คือ Neighborhood, Community, Regional และ Super Regional โดยการแบ่งประเภทดังกล่าวคำนึงถึงปัจจัยในด้าน รูปแบบการใช้สอยพื้นที่ ระยะห่างจากย่านการค้า และส่วนผสมของผู้เช่าทั้งหมด

ขนาดศูนย์การค้า	พื้นที่ก่อสร้าง	พื้นที่ขาย	ผู้เช่าหลัก
Neighborhood Mall	3,000 – 10,000	5,000	Supermarket
Community Mall	10,000 – 30,000	15,000	Supermarket
Regional Center	30,000 – 90,000	40,000	1 Department Store
Super Regional	50,000 - >150,000	80,000	3 Department Store

ที่มา: Urban Land Institute

(2) ห้างสรรพสินค้า (Department Store) ทำหน้าที่ เป็นทั้งผู้ค้าปลีก และเจ้าของที่ดิน เพื่อให้ผู้อยู่ในเช่าโดยค่าเช่าจะคิดจากรายได้ของผู้เช่า

(3) ห้างขายปลีกขนาดใหญ่ (Super Store) หรืออีกชื่อหนึ่งคือ Hypermarket ซึ่งทำหน้าที่เป็นผู้ค้าปลีกที่มีรายได้หลักจากการขายสินค้าแล้ว ยังมีการแบ่งพื้นที่ให้เช่าสำหรับขายผลิตภัณฑ์และบริการพื้นฐาน เช่น อาหาร เครื่องดื่ม หรือสาขาย่อยของธนาคารต่างๆ

ซึ่งตีความได้ว่าถ้าตลาดนั้นไม่ได้ขายสินค้าประเภทอาหารเป็นหลักก็ไม่จัดว่าเป็นตลาดสดได้ โดยที่เทียบเคียงได้ใกล้เคียงที่สุด เมื่อพิจารณาจากประเภทของศูนย์การค้าตามหลักการของ ULI คือ Neighborhood Mall เมื่อดูจาก พื้นที่ก่อสร้าง และ พื้นที่ขาย ซึ่งเป็นประเภทศูนย์การค้าที่เล็กที่สุด

### 5.3 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์พื้นที่การค้า

การวิเคราะห์ตลาดและการจำแนกพื้นที่การค้า (Trade Area) คือ การวิเคราะห์ตลาดสำหรับธุรกิจค้าปลีกซึ่งต่างจากธุรกิจอุตสาหกรรมหรือสำนักงานให้เช่า โดยตลาดค้าปลีกจะถูกจำแนกโดยพื้นที่การค้าของทำเลนั้นๆ ซึ่งขึ้นกับลักษณะของประชากร การเข้าถึงพื้นที่การค้า และการแข่งขันในพื้นที่ใกล้เคียง ในการวิเคราะห์ตลาดค้าปลีกจะประกอบด้วย 2 ขั้นตอนโดยในขั้นแรกจะเป็นการประเมินลักษณะทั่วไปของตลาดในภาพกว้างเพื่อหาโครงสร้างประชากรสภาพเศรษฐกิจโดยรวม พื้นที่

ค้าปลีกที่มีอยู่ ความไม่สมดุลระหว่างอุปสงค์และอุปทานของการค้าปลีก และศักยภาพของทำเลที่จะก่อสร้าง สำหรับขั้นที่สองจะเกี่ยวกับการกำหนดพื้นที่การค้าปฐมภูมิและทุติยภูมิ มีการวิเคราะห์ถึงกำลังซื้อและการประเมินคู่แข่งในพื้นที่นั้นๆ

พื้นที่การค้า (Trade Area) สามารถกระจายได้เป็น 3 โซนได้แก่

- (1) **พื้นที่การค้าปฐมภูมิ (Primary Trade Area)** ซึ่งครอบคลุมลูกค้า 70-80% จากศูนย์กลางพื้นที่ ในกรณีของคอมมูนิตีมอลล์ หรือ ศูนย์การค้าใกล้บ้าน พื้นที่การค้าปฐมภูมิจะครอบคลุมพื้นที่รัศมีที่ต้องใช้เดินทาง 5-20 นาที หากเป็นศูนย์การค้าขนาดใหญ่ พื้นที่การค้าปฐมภูมิสามารถขยายรัศมีออกไปได้อีก
- (2) **พื้นที่การค้าทุติยภูมิ (Secondary Trade Area)** พื้นที่ในส่วนนี้สามารถขยายฐานลูกค้าได้เพิ่มขึ้น 15-20% ขึ้นอยู่กับพื้นที่การค้าใกล้เคียงที่มีอยู่ในเขตพื้นที่เมืองที่มีระบบการคมนาคมที่ดีจะสามารถขยายพื้นที่การค้าทุติยภูมิได้อย่างมาก
- (3) **พื้นที่การค้าตติยภูมิ (Tertiary Trade Area)** พื้นที่ในส่วนนี้เป็นพื้นที่ไกลที่สุดที่จะสามารถดึงดูดลูกค้าได้ ซึ่งอาจเป็นพื้นที่ที่ไม่ใหญ่มากแต่มีลักษณะเฉพาะ เช่น Factory Outlet Center และ Entertainment Center เป็นต้น ซึ่งสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวและผู้ที่ไม่ได้อาศัยอยู่ในบริเวณใกล้เคียงมาเยี่ยมชมได้ (Peiser & Hamilton, 2003)

**ขั้นตอนของการวิเคราะห์ตลาดซึ่งประกอบด้วยพื้นฐาน 4 ขั้นตอน ได้แก่**

- (1) กำหนดพื้นที่การค้าสำหรับทำเลที่ต้องการพัฒนาศูนย์การค้า
- (2) วิเคราะห์คู่แข่งที่จะมีผลต่อศูนย์การค้า
- (3) กำหนดส่วนของผู้บริโภคที่จะมาใช้บริการภายในศูนย์การค้า
- (4) วิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงเพื่อคาดการณ์สภาพเศรษฐกิจและประชากรในอนาคตเพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการพัฒนาโครงการ



## 5.4 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการศูนย์การค้า

### TIMES MODEL

การบริหารศูนย์การค้าให้ประสบความสำเร็จนั้น นอกจากจะให้ความสำคัญแก่ทำเลที่ตั้งของศูนย์การค้าและ Tenant Mix แล้ว การบริหารจัดการศูนย์การค้าเพื่อให้เกิดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการให้มากที่สุดนับเป็นสิ่งสำคัญมากอีกประการหนึ่ง

ทั้งนี้ได้เสนอแนวทางในการนำ TIMES MODEL มาประยุกต์ใช้ในการบริหารศูนย์การค้า โดยคำนึงถึงปัจจัยดังต่อไปนี้

#### (1) เวลา (Time)

ศูนย์การค้าควรตอบสนองความต้องการของผู้มาใช้บริการของศูนย์การค้าให้ครบถ้วนในเงื่อนไขของเวลา เช่น เวลาเปิดปิดของศูนย์การค้า ซึ่งควรสอดคล้องกับการดำเนินชีวิตของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เช่น หากลูกค้าส่วนใหญ่มาใช้บริการในช่วงเวลากลางคืน อาจยืดระยะเวลาในการเปิดบริการออกไปมากขึ้น เพื่อให้ลูกค้าสามารถใช้เวลาเลือกซื้อสินค้าได้ตามความต้องการโดยไม่เร่งรีบนัก ในเวลาที่ผู้มาใช้บริการมีอยู่อย่างจำกัด

#### (2) ข้อมูลข่าวสาร (Information)

ข้อมูลข่าวสารของศูนย์การค้าเช่น ข้อมูลเกี่ยวกับร้านค้าต่างๆภายในศูนย์การค้าว่าอยู่ตรงไหน มีสินค้าอะไร รวมถึงรายการส่งเสริมการขายต่างๆ เป็นข้อมูลที่ลูกค้าต้องการทราบ ศูนย์การค้าจึงควรมีการจัดช่องทางในการแจ้งข้อมูลเหล่านี้ให้ลูกค้าอย่างเป็นระบบระเบียบและสะดวกรวดเร็ว และเข้าใจได้ง่าย ซึ่งเป็นอีกมาตรการหนึ่งในการบริหารเวลาให้ลูกค้าอีกด้วย

#### (3) งบประมาณการซื้อก่อนการเข้าศูนย์การค้า (Money)

ปัจจัยนี้เกิดจากแหล่งเงินได้รวมของผู้เดินศูนย์การค้าและครอบครัว หักด้วยค่าใช้จ่ายจำเป็นต่างๆประจำเดือน เช่น ค่าผ่อนบ้าน ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายสำหรับปัจจัย 4 ของการดำรงชีวิตค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภคต่างๆ เช่น ค่าน้ำ, ค่าไฟ, ค่าโทรศัพท์ และ อื่นๆ ส่วนที่เหลือจึงจะเป็นงบประมาณที่ผู้มาใช้บริการของศูนย์การค้า ที่จะสามารถใช้จ่ายซื้อของได้ ดังนั้นศูนย์การค้าควรจัด ส่วนผสมผู้เช่า (Tenant Mixed) ที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าและตั้งกลยุทธ์ราคาที่สุดอดคล้องกับลักษณะของกลุ่มลูกค้านั้นๆ

#### (4) พลังงาน (Energy)

ปัจจัยทางด้านร่างกายและจิตใจของผู้เดินในศูนย์การค้าใช้สำหรับการซื้อของในแต่ละครั้งว่าจะต้องใช้พลังงานในการเดินหาร้านค้าหรือเปรียบเทียบเลือกซื้อสินค้าเท่าใดจนกว่าจะได้สินค้าที่ต้องการ ดังนั้นการบริหารพลังงานของลูกค้าจึงควรจัดกลุ่มของร้านค้าประเภทเดียวกันให้อยู่ใกล้กัน เช่น เสื้อผ้า เครื่องประดับ เครื่องกีฬา ซึ่งจะช่วยให้ความสะดวกและลดการใช้พลังงานของลูกค้าในการซื้อของแต่ละครั้ง ทั้งนี้อาจรวมถึงการเพิ่มพื้นที่นั่งพักหรือร้านค้ากาแฟตามจุดต่างๆ ให้ลูกค้าได้พักผ่อน ซึ่งจะช่วยให้ลูกค้าสามารถใช้เวลาในศูนย์การค้าได้นานขึ้น จึงช่วยเพิ่มโอกาสการขายต่อไป

#### (5) พื้นที่และระยะทาง (Space)

การคำนึงถึงระยะทางระหว่างร้านค้าหรือกลุ่มร้านค้าต่างๆ รวมถึงการจัดทางเดินหรือในศูนย์การค้าให้กว้างขวางเพียงพอ ไม่แออัดจนเกินไป เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกสะดวกสบายในการเดินเลือกสินค้ามากขึ้น (Kaufman, 1984, pp. 5-24)

จากการทบทวนวรรณกรรมนี้ ทางผู้จัดทำ ได้นำเอาการตีความพื้นที่การค้ามาเป็นตัววิเคราะห์กลุ่มลูกค้า รวมถึงขั้นตอนการวิเคราะห์ห้อย่างเป็นขั้นตอน อีกทั้งยังนำเอาทฤษฎี TIMES MODEL ในการทำแบบสอบถามเพื่อจะารู้ถึงความต้องการและพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้า เพื่อนำมาวิเคราะห์และทำโครงการนี้ให้ตรงกับความต้องการมากที่สุด

## บทที่ 6

### การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด

#### 6.1 การกำหนดกลุ่มลูกค้าหลัก

การกำหนดกลุ่มลูกค้าหลักก่อนการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์มีความจำเป็นอย่างมาก เพราะหากเราไม่เข้าใจว่าลูกค้าหลักคือใคร มีพฤติกรรมการใช้งานอย่างไร และมีความชอบ ไม่ชอบสิ่งใด เราจะไม่สามารถออกแบบโครงการที่ตอบโจทย์ตลาดได้อย่างชัดเจน ส่งผลมาถึงปัญหาในการขายและบริหารจัดการโครงการสืบต่อไปด้วย ซึ่งจากการที่ทางผู้จัดทำได้วิเคราะห์ผลแบบสอบถาม ซึ่งจากผลแบบสอบถามเราได้ทำการตีกรอบ ระยะห่างถึงตัวโครงการระยะเดินทาง 5 นาที โดยได้ แบ่งเป็น 2 ช่วงเวลา คือ

1. Day time : นักเรียน นักศึกษา, คนทำงาน และ คนลงรถตรงนั้น
2. Night time : คนอาศัยอยู่รอบบริเวณรัศมีการเดินทางระยะ 5 นาที

โดยผลจากการสำรวจได้จำนวนอุปสงค์ตามตารางด้านล่าง

ตาราง 6.1 อุปสงค์ในเขตพื้นที่การค้า

ประเภทกลุ่มลูกค้า	กลุ่มลูกค้า	จำนวน (คน)	หมายเหตุ
บ้านพัก	บ้านพักอาศัย เขตบางกอกน้อย	34,504 คน	คิดจาก 30% ของคนในเขตทั้งหมด (115,012 คน)
คอนโด	ปิ่นเกล้า พาววิลเลียน เอ, บี	421 คน	234 ยูนิต อัตราการเข้าพัก 90%
	มายคอนโด ปิ่นเกล้า	504 คน	420 ยูนิต อัตราการเข้าพัก 60%
	ลุมพินี พาร์ค ปิ่นเกล้า	4,320 คน	2,700 ยูนิต อัตราการเข้าพัก 80%
	ลุมพินี เพลส ปิ่นเกล้า	696 คน	580 ยูนิต อัตราการเข้าพัก 60%

ประเภทกลุ่มลูกค้า	กลุ่มลูกค้า	จำนวน (คน)	หมายเหตุ
	ลุมพินี เพลส ปิ่นเกล้า 2	781 คน	651 ยูนิต อัตราการเข้าพัก 60%
	ลุมพินี เพลส พระราม8	1,357 คน	1,131 ยูนิต อัตราการเข้าพัก 60%
	เดอะ ทรัสต์ เรสซิเดนซ์ ปิ่นเกล้า	1,126 คน	1,408 ยูนิต อัตราการเข้าพัก 40%
	ธนา อคาเดีย	342 คน	244 ยูนิต อัตราการเข้าพัก 70%
	คอมมอนเวลธ์ ปิ่นเกล้า	1,156 คน	591 ยูนิต อัตราการเข้าพัก 98%
	ปิ่นเกล้าคอนโดมิเนียม	130 คน	72 ยูนิต อัตราการเข้าพัก 90%
	ลุมพินี สวีท ปิ่นเกล้า	433 คน	541 ยูนิต อัตราการเข้าพัก 40%
	ลุมพินี สวีท พระราม 8	146 คน	183 ยูนิต อัตราการเข้าพัก 40%
	ไอวี เรสซิเดนซ์ ปิ่น เกล้า	358 คน	199 ยูนิต อัตราการเข้าพัก 60%
อพาร์ทเมนท์	ARUN Haus39	214 คน	107 ยูนิต อัตราการเข้าพัก 90%
	JR Park	126 คน	63 ยูนิต อัตราการเข้าพัก 90%
	บ้านมารวย	86 คน	43 ยูนิต อัตราการเข้าพัก 95%
	บ้านใบไม้	130 คน	65 ยูนิต อัตราการเข้าพัก 95%
	อพาร์ทเมนท์กึ่งหลวง	100 คน	50 ยูนิต อัตราการเข้าพัก 95%

ประเภทกลุ่มลูกค้า	กลุ่มลูกค้า	จำนวน (คน)	หมายเหตุ
	อพาร์ทเมนท์ KKP&N	108 คน	54 ยูนิต อัตราการเข้าพัก 90%
	อพาร์ทเมนท์ PSK Resident	200 คน	100 ยูนิต อัตราการเข้าพัก 95%
	SP Apartment	108 คน	54 ยูนิต อัตราการเข้าพัก 90%
	T.S. Apartment ถนน พระราม 8	56 คน	28 ยูนิต อัตราการเข้าพัก 100%
	อพาร์ทเมนท์ โกมลเรส ซิเดนซ์	389 คน	194 ยูนิต อัตราการเข้าพัก 90%
	ปิ่นเกล้าอพาร์ทเมนท์	126 คน	63 ยูนิต อัตราการเข้าพัก 90%
	รวีพลแมนชั่น จรัญ 57	72 คน	36 ยูนิต อัตราการเข้าพัก 90%
	วงศิโชติปิ่นเกล้า 2	108 คน	54 ยูนิต อัตราการเข้าพัก 90%
	วงศิโชติปิ่นทองอพาร์ท เมนท์	126 คน	63 ยูนิต อัตราการเข้าพัก 90%
	อพาร์ทเมนท์ วิสุทธิ์ อพาร์ทเมนท์	86 คน	43 ยูนิต อัตราการเข้าพัก 90%
	สาธิตาอพาร์ทเมนท์ ซอยบรม 2	740 คน	370 ยูนิต อัตราการเข้าพัก 97%
กลุ่มนิสิต นักศึกษา	นักศึกษา แพทยศาสตร์ ศิริราชพยาบาล	1,000 คน	
กลุ่มคนที่ทำงานใน เขตพื้นที่การค้า	เขตบางกอกน้อย	12,047 คน	สถานประกอบการ 670 แห่ง

ประเภทกลุ่มลูกค้า	กลุ่มลูกค้า	จำนวน (คน)	หมายเหตุ
กลุ่มผู้สัญจร ทั่วไปบริเวณ พื้นที่การค้า	ผู้สัญจรทั่วไป	47,521 คน/วัน	สำนักการจราจรและ ขนส่ง กรุงเทพมหานคร
สถานศึกษาพิเศษ	เด็กนักเรียน	1,500คน/วัน	จากการสังเกตการณ์

ที่มาของข้อมูล : 1. สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย : รายงานสถิติ  
จำนวนประชากร และบ้าน รายจังหวัด รายอำเภอและรายตำบล ณ เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2556

2. สำนักงานปกครองและทะเบียน สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร : พื้นที่เขตการ  
ปกครอง [กม.2] 24

3. ข้อมูลสำนักทะเบียนปี 2556 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร  
และประมาณปริมาณจากการเข้าเรียนรวมคณะแพทยศาสตร์ ศิริราชพยาบาล  
(รวมทุกสาขาวิชา) ประมาณ 300 คนต่อปี

4. สำนักการจราจรและขนส่ง กรุงเทพมหานคร

ซึ่งจากผลสำรวจพบว่ามีอุปสงค์ทั้งจากผู้อาศัยบริเวณโดยรอบ และ ผู้ที่สัญจรผ่าน  
บริเวณนั้นเป็นจำนวนมาก สอดคล้องกับที่สำรวจมาว่าบริเวณโครงการเป็นศูนย์การธุรกิจในย่านปิ่น  
เกล้า-บรมราชชนนี

## 6.2 การศึกษาพฤติกรรมเชิงลึกของผู้อาศัยในบริเวณที่ศึกษา

### 6.2.1 การเก็บข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ของของคนบริเวณโครงการ

ทางผู้จัดทำได้ทำแบบสอบถามเพื่อศึกษาลักษณะของคนที่อยู่อาศัย รวมทั้ง คนที่  
ทำงานในบริเวณนี้ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้ศูนย์การค้า โดยผู้จัดทำได้ทำการแจกแบบสอบถาม  
โดยใช้วิธีสุ่ม ไม่ระบุเพศ, อายุ และอาชีพ

### 6.2.2 บริเวณที่ทำการแจกแบบสอบถาม

- หน้าบริเวณไซต์ที่ดินในการศึกษา (ในศูนย์อาหารมารวยฟู้ดคอร์ท)
- หน้าเทสโก้โลตัส และบริเวณใกล้เคียง
- หน้าเซ็นทรัลพลาซ่า และบริเวณใกล้เคียง
- หน้าเมเจอร์พลาซ่า และตลาดปิ่นเงิน-ปิ่นทอง
- ผู้อาศัยในอพาร์ทเมนท์บ้านมารวย, บ้านใบไม้ และ อพาร์ทเมนท์กึ่งหลวง
- พนักงาน และผู้ใช้บริการ ร้านเสริมสวย Hair Club
- ผู้ใช้บริการ อู่รถตู้ สายสุพรรณ-บางบัวทอง (หน้าซอย บรมราชชนนี11)

### 6.2.3 เวลาที่แจกแบบสอบถาม และจำนวนชุด

ทางผู้จัดทำได้ทำการแจกแบบสอบถามทั้งสิ้น 400ชุด แบ่งเป็น 4 ช่วงเวลา คือ

- (1) วันธรรมดา 9.00-13.00
- (2) วันธรรมดา 17.00-20.00
- (3) วันเสาร์-อาทิตย์ 10.00-14.00
- (4) วันเสาร์-อาทิตย์ 18.00-21.00

### 6.2.4 ผลแบบสอบถาม

รูปแบบศูนย์การค้าที่ชื่นชอบ โดยให้เลือกรายการ 3 รูปแบบ



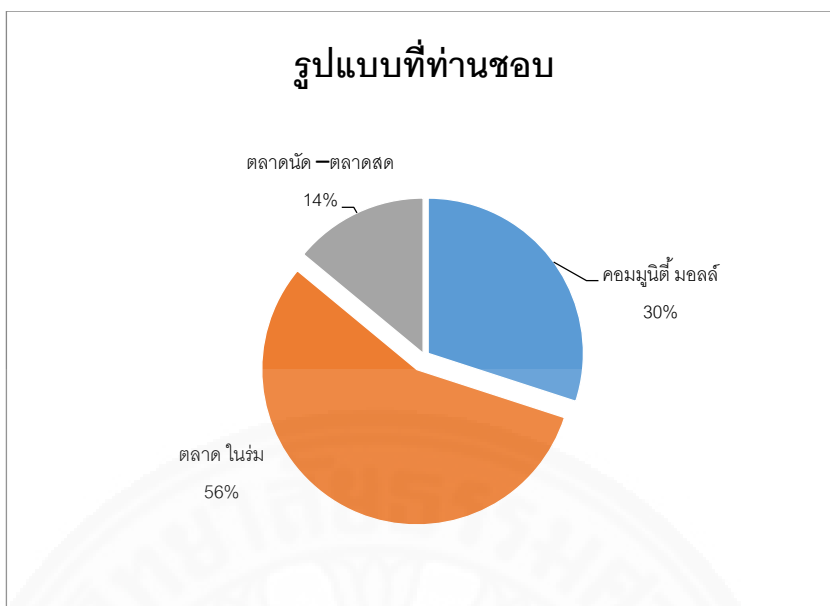
คอมมูนิตี้ มอลล์

ตลาด ในร่ม

ตลาดนัด -ตลาดสด

ภาพที่ 6.1 ศูนย์การค้า 3 รูปแบบ

- (1) คอมมูนิตี้ มอลล์ (รูปแบบคล้ายกับ เดอะเซ็นส์ ปิ่นเกล้า)
- (2) ตลาด ในร่ม (Indoor Market) เช่น ตลาดวังหลัง และ ตลาดปิ่นเงิน - ปิ่นทอง
- (3) ตลาดนัด -ตลาดสด เช่น ตลาด อดก. , ตลาดนัดหน้า โรงพยาบาลเจ้าพระยา



ภาพที่ 6.2 อัตราส่วนแสดงอัตราส่วนที่ชื่นชอบประเภทศูนย์การค้า

จากการสอบถามโดยให้เลือกลักษณะของศูนย์การค้าที่ชอบที่สุด ผลลัพธ์ที่ได้คือ ศูนย์การค้า ประเภท Indoor market รูปแบบเหมือน ตลาดนัดป็นเงิน-ป็นทอง และ ตลาดวังหลัง โดยเป็น 56% ของผู้ทำแบบสอบถามทั้งหมด ทางผู้จัดทำจึงได้วิเคราะห์ผลลัพธ์อื่นๆเพื่อที่จะทราบ พฤติกรรมต่างๆ เพื่อออกแบบและทำการตลาดเพื่อตอบสนองคนกลุ่มนี้ให้มากที่สุด

#### 6.2.4.1 ผลแบบสอบถามของผู้เลือกตลาดในร่ม (Indoor Market)

- เพศ หญิง 64%, ชาย 36
- อาชีพ พนักงาน, ค้าขาย, ฟรีแลนซ์, นักเรียน, แพทย์พยาบาล และอื่นๆ (เรียงตามลำดับมากไปน้อย)
- อายุ 16-35
- สถานะ โสด (36%)
- เงินเดือน 10,000-30,000 บาท
- กิจกรรมที่ทำในศูนย์การค้า: ใช้บริการ, ซื้อของ และ ทานอาหาร (เรียงตามลำดับมากไปน้อย)
- พาหนะ: รถประจำทาง, มอเตอร์ไซด์, รถยนต์ และ เดินเท้า (เรียงตามลำดับมากไปน้อย)
- ช่วงเวลาที่ใช้บริการ: วันธรรมดา 17.00-21.00 และ วันเสาร์-อาทิตย์ 17.00-21.00
- ระยะเวลาเฉลี่ย 1-2ชม.



- งบประมาณใช้จ่ายต่อครั้ง : ทานอาหาร (287.5บาท) , อุปกรณ์-บริโภค (471บาท) และ อื่นๆ (550บาท)
- ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมา (3อันดับแรก): สินค้าที่หลากหลาย, ทำเลเข้าถึงง่าย และ ราคาสินค้าที่คุ้มค่า
- ประเภทสินค้าที่สนใจที่สุด : แฟชั่น, เทคโนโลยี และ อาหารทานเล่น

จากการที่เราได้ลักษณะรูปแบบที่คนส่วนใหญ่ชื่นชอบ และพฤติกรรมเชิงลึก ทางผู้จัดทำได้นำผลการวิเคราะห์มาศึกษาคู่แข่งในหัวข้อถัดไป

### 6.3 การศึกษาคู่แข่งในพื้นที่

จากการวิเคราะห์คู่แข่งในพื้นที่ ทางผู้จัดทำได้วิเคราะห์โดยใช้ Trade area ในการตี 5 นาที ซึ่งจะได้ดังนี้



ภาพที่ 6.3 แผนที่แสดงคู่แข่ง

โดยได้ใช้ เกณฑ์การวิเคราะห์คู่แข่ง คือ

- (1) ระยะทาง : บริเวณโดยรอบของศูนย์การค้าที่มีระยะ Trade Area ซ้อนทับกัน
- (2) รูปแบบและขนาดของศูนย์การค้า : รูปแบบการค้าและผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอต่อลูกค้าเป็นสินค้าประเภทเดียวกัน หรือใช้ทดแทนกันได้

ตาราง 6.2 คู่แข่งในพื้นที่บริเวณใกล้เคียงทั้งหมด

	รูปแบบ	ข้อดี - ข้อเสีย	ระยะห่าง โครงการ ( เมตร)	ขนาด (ตารางเมตร)
<b>Direct Competitor</b>				
ตลาด ปิ่นเงิน- ปิ่นทอง	Indoor Market	ศูนย์รวมสินค้าหลากหลาย ชนิด ราคาไม่แพง	200	4,066
<b>Indirect Competitor</b>				
Central Pinklao	Mall	ศูนย์การค้าชั้นนำแหล่งรวม ความบันเทิง มีสินค้าให้ เลือกหลากหลายที่รวมทุก ไลฟ์สไตล์เข้าด้วยกัน	150	104,500
Tesco Lotus	Hyper Market	ศูนย์รวมของใช้อุปโภค บริโภค ราคาถูก	120	40,012
Major Cineplex	Lifestyle Center	ศูนย์รวมภาพยนตร์และ ร้านค้า ร้านอาหาร	185	14,640
PATA Pinklao	Department store	ห้างสรรพสินค้ามีสินค้า หลากหลาย ดีไซน์	1,150	30,000
The Sense	Community Mall	คอมมูนิตีมอลล์ สินค้า หลากหลาย และ ร้านอาหาร	200	8,000

### 6.3.1 Direct Competitor



ภาพ 6.4 ตลาดปิ่นเงิน-ปิ่นทอง

**ตลาดปิ่นเงิน-ปิ่นทอง** ถือได้ว่าเป็นคู่แข่งทางตรงกับทางโครงการเพราะเป็น ศูนย์การค้าลักษณะเดียวกัน คือประเภท outdoor market ซึ่งผลจากการทำแบบสอบถาม กลุ่มเป้าหมายได้ชื่นชอบศูนย์การค้ารูปแบบนี้มากที่สุด ซึ่งที่ตั้งอยู่ฝั่งตรงข้ามซึ่งห่างจากบริเวณที่ ศึกษาเป็นระยะเดินเท้าเพียง 5 นาที (ข้ามสะพานลอย) เป็นการให้เช่าร้านค้าในแบบสัญญาระยะสั้น (6 เดือน) มีสินค้าที่หลากหลายสามารถต่อรองราคาได้ และมีร้านอาหารอยู่ด้านหลัง



ภาพ 6.5 ตำแหน่ง ตลาดปิ่นเงิน-ปิ่นทอง

ตลาดปิ่นเงินปิ่นทองจะเปิดทำการ ระหว่างเวลา 11.00-21.00 โดยแบ่งออกเป็น 2 อาคารหลัก คือ ตลาดปิ่นเงิน 1 หลัง และ ตลาดปิ่นทอง 1 หลัง โดยเป็นอาคาร 1 ชั้น ยกหลังคาสูง พื้นที่รวม 4,066 ตร.ม. และกันพื้นที่ให้เช่า ได้พื้นที่รวมประมาณ 2,800 ตร.ม. โดยแบ่งเป็น

ตาราง 6.3 Tenant Mix ตลาดปิ่นเงิน-ปิ่นทอง

Categories	Area (Sq.m.)	%
Restaurant	400	13%
Food-Snack	200	7%
Fashion	1,220	41%
Health & Beauty	800	27%
Technology	300	10%
Pharmacy	30	1%
Education	60	2%
<b>Total Net Mall</b>	<b>3,010</b>	<b>100%</b>
<b>Total Gross Mall</b>	<b>4,300</b>	

จากการสำรวจจะพบว่าสัดส่วนร้านค้าประเภทแฟชั่นมีอัตราส่วนที่เยอะที่สุด รองลงมาคือ สินค้าประเภทเครื่องสำอางต่างๆ โดยจะกระจายในตลาดโดยไม่มีการจัดโซน ด้านหลังสี่คของตลาดปิ่นเงินปิ่นทองจะมีร้านอาหาร 5 ร้าน มีที่นั่งอยู่ด้านหน้าร้าน

### 6.3.2 Indirect Competitors

ศูนย์การค้าที่ไม่ใช่ Indoor Market ทั้งหมดในย่านปิ่นเกล้า รัศมีระยะ 5 นาทีจากโครงการ ซึ่งคือ เซ็นทรัล ปิ่นเกล้า, เมเจอร์ ปิ่นเกล้า, เทสโก้โลตัส ปิ่นเกล้า, พาต้าปิ่นเกล้า และ ตลาดนคร.พ. เจ้าพระยา ซึ่งมีร้านค้าที่หลากหลาย ที่สามารถดึงกลุ่มลูกค้าเดียวกันไปได้

## 6.4 การวิเคราะห์ SWOT Analysis

การวิเคราะห์ SWOT Analysis เป็นการวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน ทั้งภายในที่สามารถควบคุมได้ และภายนอกที่กระทบโครงการ ซึ่งการวิเคราะห์ มี 4 องค์ประกอบคือ จุดแข็ง (Strengths), จุดอ่อน (Weakness), โอกาส (Opportunities) และ อุปสรรค (Threats) ซึ่งจะช่วยให้มองในมุมต่างๆอย่างเข้าใจ เพื่อนำมาวิเคราะห์และพัฒนาโครงการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด

### 6.4.1 จุดแข็ง (Strengths)

Location - ที่ดินตรงนี้คือทางด้านท่าเลที่ตั้ง ซึ่งอยู่ใจกลางย่านพาณิชย์กรรมที่มีความหนาแน่นในด้านที่อยู่อาศัย ศูนย์การค้า การสัญจร

Visibility - ที่ตั้งโครงการอยู่ริมถนนบรมราชชนนี ซึ่งทำให้มองเห็นได้ง่าย

Accessibility - การเข้าถึงโครงการโดยมีระบบขนส่งมวลชนมากมาย เช่นรถประจำทาง, รถตู้, รถสองแถว ซึ่งด้านหน้าเป็นอยู่ รถตู้ ขาเข้า-ออก ชานเมือง และ จังหวัดต่างๆ

### 6.4.2 จุดอ่อน (Weakness)

ที่ดิน - ขนาดที่ดินที่เล็ก (383 ตารางวา) ประกอบกับ รูปที่ดินที่เป็นรูป L Shape ซึ่งทำให้ใช้ที่ดินได้ไม่เต็มประสิทธิภาพ

คู่แข่ง - มีศูนย์การค้ามากมายบนถนนบรมราชชนนี-ปิ่นเกล้า

### 6.4.3 โอกาส (Opportunities)

MRT สายสีน้ำเงิน : กลายเป็น hub

### 6.4.4 อุปสรรค (Threats)

เศรษฐกิจ ไม่ดี ส่งผลกระทบต่อการใช้จ่าย

## 6.5 การแบ่งส่วนการตลาด (Segmentation)

จากผลการทำแบบสอบถามของคนบริเวณโครงการและโดยรอบที่ใช้บริการศูนย์การค้า ในปัจจุบันย่านปิ่นเกล้า ทำให้เราทราบถึงกลุ่มเป้าหมายที่สนใจ โดยใช้การแบ่งเกณฑ์ของกลุ่มลูกค้าในตลาดอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งใช้ปัจจัยการแบ่งเกณฑ์ คือ ทำเลที่ตั้ง, ด้านประชากร, พฤติกรรม และ รายได้

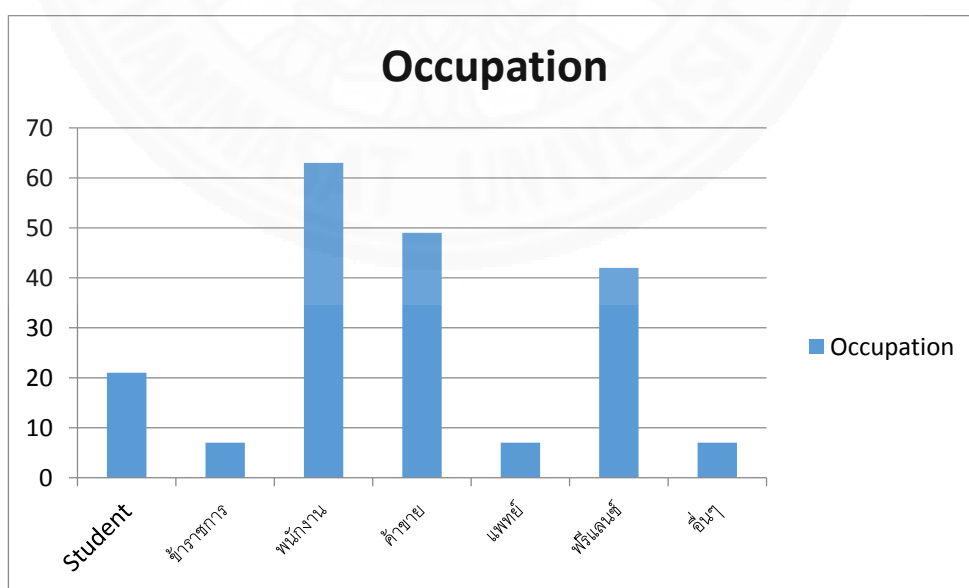
เกณฑ์ด้านทำเลที่ตั้ง (Location) – สถานที่บริเวณโดยรอบโครงการ บนถนนบรมราชชนนี บริเวณย่านปิ่นเกล้า โดยทิศเขตบริเวณในระยะเดินทาง 5 นาที ซึ่งประกอบด้วย ถนนบรมราชชนนี, บางส่วนของถนนจรัญสนิทวงศ์, ถนนอรุณอมรินทร์, ต้นสะพานพระราม8 ฯลฯ

เกณฑ์ด้านประชากร (Demographic) – คนทำงานและนักศึกษา มีเกณฑ์รายได้ระหว่าง 10,000-30,000 และ อายุอยู่ในช่วงระหว่าง 16-35 ปี เป็น กลุ่มหลัก

เกณฑ์ด้านพฤติกรรม (Behavior) – เป็นบุคคลที่ชอบจับจ่ายใช้สอย ชื้อของอุปโภคบริโภค, ของใช้อื่นๆ และทานอาหาร เป็นหลัก หลังเลิกงาน ช่วงเวลาตั้งแต่ 17.00-21.00 โดยชอบมาเดินเล่น หรือ มานั่งพักผ่อน พบปะสังสรรค์ ในพื้นที่ส่วนกลาง โดยเฉพาะกับเพื่อน

## 6.6 กลุ่มเป้าหมาย (Target Customer)

จากผลสำรวจแบบสอบถาม พบว่า :



ภาพ 6.6 กลุ่มเป้าหมายตามอาชีพ

### 6.6.1 กลุ่มเป้าหมายหลัก (Primary Target)

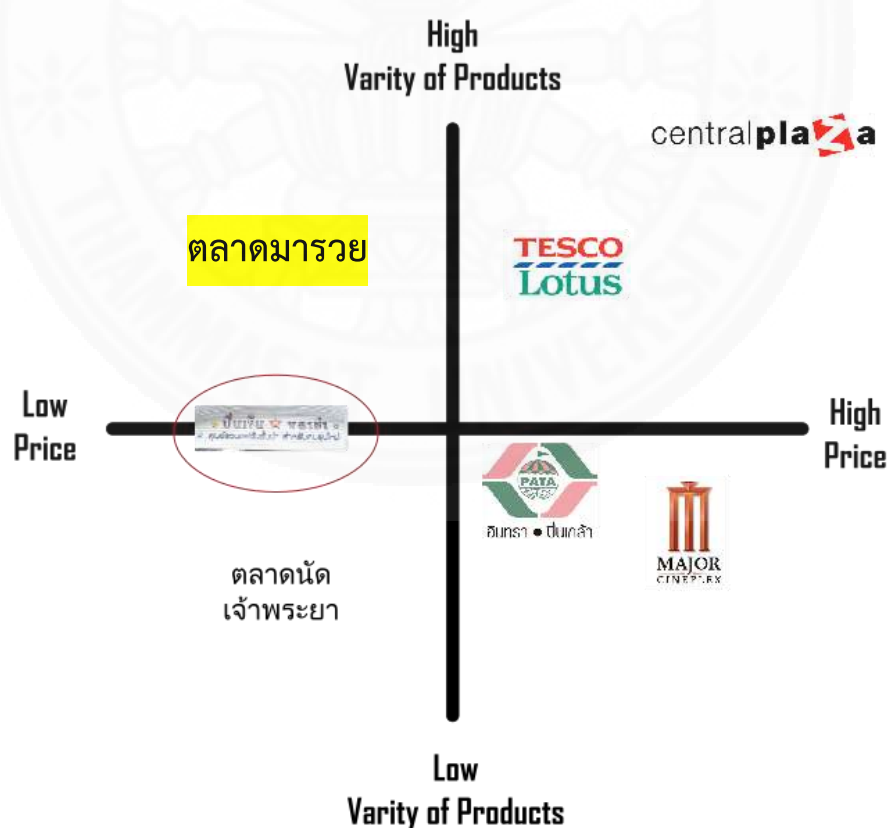
- (1) พนักงานเอกชน
- (2) คนค้าขาย
- (3) ฟรีแลนซ์

### 6.6.2 กลุ่มเป้าหมายรอง (Secondary Target)

- เด็กนักเรียนในบริเวณนั้น

### 6.7 การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (Positioning)

ทางผู้จัดทำได้ทำการศึกษาดำเนินการตำแหน่งทางการตลาด โดยเทียบเกณฑ์จาก ราคาสินค้าโดยเฉลี่ย (แกน X) กับ ประเภทความหลากหลายของสินค้า (Category of Tenant Mixed) (แกน Y) โดยวัดจากคู่แข่ง โดยรอบบริเวณตลาดมารวย



ภาพ 6.7 ตำแหน่งทางการตลาดของตลาดมารวย

ผลที่ได้จะเห็นได้ว่าตลาดปิ่นเงิน-ปิ่นทองซึ่งเป็นคู่แข่งทางตรงของตลาดมารวย มีราคาสินค้าค่อนข้างไปทางต่ำ แต่มีความหลากหลายของประเภทสินค้าน้อย ซึ่งจากรูปตำแหน่งทางการตลาดนี้ทำให้ตลาดมารวยมีช่องว่างในการทำธุรกิจในย่านนี้ โดยที่จะวางราสินค้าให้เทียบเท่าตลาดปิ่นเงินขปิ่นทอง แต่จะมีประเภทของสินค้าที่หลากหลายมากขึ้น รวมทั้งมี Magnet Anchor ซึ่งก็คือ ศูนย์อาหาร

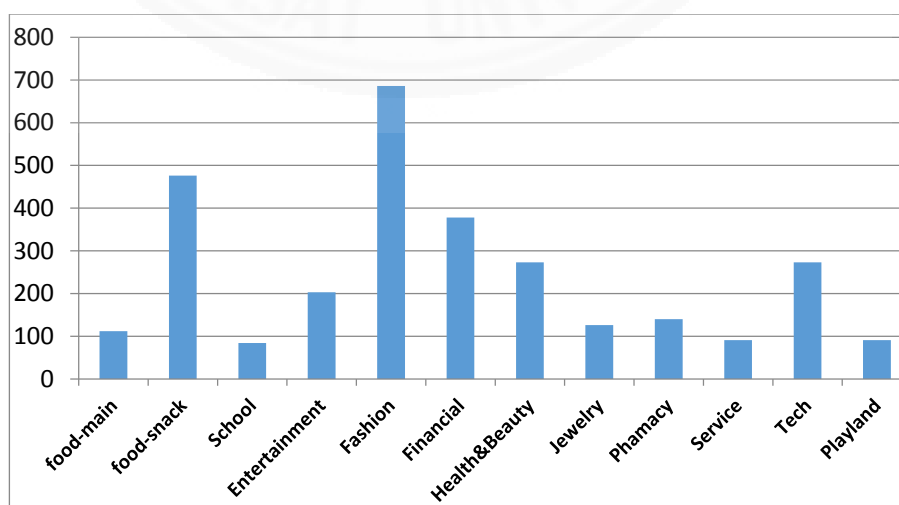
จากรูป positioning ใหม่ ที่ทางตลาดมารวยได้วางไว้ ทำให้มีความเป็นไปได้สูงในการดึงกลุ่มลูกค้ามายังตลาดมารวย ซึ่งเดิมได้มีอยู่แล้วจากการที่ทำเป็นศูนย์อาหาร โดยมีกลุ่มลูกค้า คือ คนทำงานในย่านปิ่นเกล้า, นักเรียน-นักศึกษา และ ผู้คนสัญจรไปมา ทั้งทางเท้า และรถตู้-รถเมล์หน้าบริเวณโครงการ

## 6.8 การกำหนดส่วนผสมทางการตลาด

ส่วนผสมทางการตลาดที่ทางตลาดมารวยได้วางไว้ จะเป็นไปตามหลักเกณฑ์ 4P : ผลิตภัณฑ์ (Product), ราคา(Price), สถานที่ (Place), โปรโมชัน(Promotion) ซึ่งได้มีการวางแผนใช้ให้เหมาะสมและลงตัวมากที่สุดเพื่อให้โครงการตลาดมารวยประสบความสำเร็จ

### 6.8.1 : ผลิตภัณฑ์ (Product)

สินค้าที่ของโครงการนี้ คือ ประเภทของสินค้าที่ทางตลาดมารวยนำเสนอให้กับกลุ่มลูกค้าให้ถูกกลุ่ม เพื่อให้ตรงความต้องการมากที่สุด โดยจากผลแบบสอบถาม ประเภทของสินค้าที่สนใจตามกราฟด้านล่าง



ภาพ 6.8 ความต้องการTenant Mix ของผู้ตอบแบบสอบถาม



ซึ่งจะเห็นได้ว่า 5 อันดับแรกคือ :

- (1) แฟชั่น (Fashion) : เสื้อผ้าแฟชั่นต่างๆ ทั้งผู้หญิง และผู้ชายโดยเน้นที่ กลุ่มวัยรุ่น จนถึงคนทำงาน
- (2) อาหารทานเล่น – ร้านกาแฟ (Food-snack) : ร้านขนม, น้ำผลไม้-ชานม และอื่นๆ โดยเป็นบูท หรือเป็นร้านเล็กๆ เน้นซื้อกลับบ้าน หรือเนทานได้เลย
- (3) ธนาคาร – ตู้ ATM (Financial) : ตู้ ATM 1ธนาคารต่างๆ โดยติดตั้งอยู่ด้านหน้า และด้านในตามจุดต่างๆ
- (4) ร้านเกี่ยวกับด้านความงาม (Health & Beauty) : แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ
  - ร้านเครื่องสำอางและประเภทที่เกี่ยวข้อง
  - สถานเสริมความงาม
- (5) ร้านเทคโนโลยี (Technology) : ร้านขายโทรศัพท์มือถือ และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี

#### 6.8.2 ราคา (Price)

จากการสำรวจราคาเช่า (ราคาตลาด)

ร้านค้าประเภทแฟชั่น, โทรศัพท์มือถือ : ตลาดปิ่นเงิน-ปิ่นทอง มีการปล่อยเช่าขนาด 4 ตร.ม. 8,600 บาท/เดือน โดยได้รวมค่าไฟไปในค่าเช่าเรียบร้อยแล้ว หรือ 2,300 บาท/ ตร.ม. (<http://www.novabizz.com/p23494/ปล่อยล็อค-ตลาด-ปิ่นทอง-ข้างเมเจอร์ปิ่นเกล้า-ด่วน.html>)

ศูนย์สอนพิเศษ : เทสโก้โลตัสปิ่นเกล้า ราคาพื้นที่ต่อตร.ม. = 350บาท/ตร.ม. (ข้อมูลจาก บ.เทสโก้โลตัส)

ศูนย์อาหาร : มารวยฟู้ดคอร์ท ปล่อยเช่า พื้นที่ 1 ฟู้ดบูท ขนาด 4 ตร.ม. 12,000 บาท/เดือน หรือ 3,000 บาท/ ตร.ม.

โดยนำข้อมูลเหล่านี้มาคิดหา รายรับเฉลี่ยต่อตารางเมตร โดยแยกเป็นโซนและแยกชั้น โดยอยู่ที่ 1,335 บาทต่อตารางเมตร

ตาราง 6.4 รายได้เฉลี่ยต่อตารางเมตรของตลาดมารวย

ชั้น	ประเภทร้านค้า	Gross Area	Net Area (70%)	ราคา (บ./ตร.ม.)	ราคารวม
ชั้นที่ 1	Fashion & Beauty	250	175	2150	376,250
	Grab & Go	76	53	3000	159,600
	Technology	190	133	2150	285,950
ชั้นที่ 2	Food Court/Restaurant	326	228	1330	303,506
	Food Snack	190	133	1330	176,890
ชั้นที่ 3	Education Center	326	228	400	91,280
	Beauty Center	190	133	400	53,200
		1,548	1,084	1,335	1,446,676

ลำดับถัดไปทางผู้จัดทำได้วิเคราะห์ถึงศักยภาพในการจ่ายค่าเช่าต่อตารางเมตร ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 6.5 ความสามารถในการจ่ายค่าเช่า

ปัจจุบัน	มารวยฟู้ดคอร์ท	ปัจจุบันมีผู้เช่า	35	ล็อต
		ค่าเช่า/ล็อต	11,000	บาท/เดือน
		รวมค่าเช่า (10%ของรายได้)	385,000	บาท/เดือน
		รายได้ที่ทางร้านอาหารขาย	3,850,000	บาท/เดือน
			128,333	บาท/เดือน
		1 คน ทาน 70บาท โดยเฉลี่ย	1,833	คน/วัน

โครงการ	ตลาดมารวย	คนเดินเข้าใช้บริการ	1,833	คน ต่อ วัน
		ใช้จ่าย	436	บาท/ครึ่ง
		รวมค่าใช้จ่าย	799,188	บาท/วัน
			23,975,640	บาท/เดือน
		10% เป็นค่าเช่า	2,397,564	บาท/เดือน
		พื้นที่เช่า	1,084	ตร.ม.
		ค่าเช่าที่ผู้เช่าสามารถจ่ายได้	<b>2,212</b>	บาท/ตร.ม./เดือน

จะเห็นได้ว่า ความสามารถในการจ่ายของผู้เช่า (2,212 บาท/ตร.ม.) มากกว่า รายรับต่อตารางเมตรที่ทางโครงการประเมินไว้ (1,335 บาท/ตร.ม.) ซึ่งมีความเป็นไปได้ในการดึงผู้เช่าเข้ามาเช่าในตลาดมารวยแห่งนี้

### 6.8.3 สถานที่ (Place)

การวางผังบริเวณแยกประเภทสินค้า ทางผู้จัดทำได้ค้นคว้าจากตัวอย่างที่ต่างๆ ดังตัวอย่างที่ได้ยกมา คือ เซ็นทรัล พระราม 9

ตาราง 6.6 Tenant Mix ของ ศูนย์การค้า เซ็นทรัล พระราม9

central plaza GRAND RAMA 9	
FLr 11-12	Education Center
Flr 8-10	Beauty zone
Flr 6-7	Dining, Cinema, Fitness
Flr 4-5	Electronic, Book & Bank
Flr 1-3	Fashion, Health& Beauty
Basement	Dining , Supermarket

โดยทางผู้จัดทำเห็นสิ่งที่เหมือนกันคือ

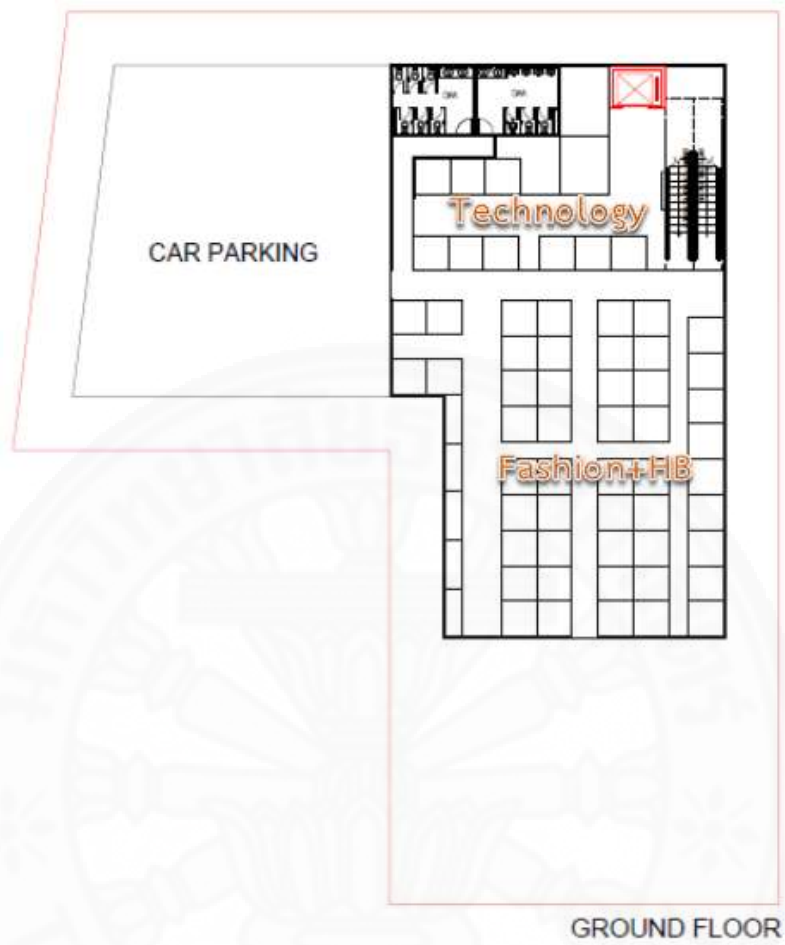
- ชั้นระดับล่าง (Lower level) : สินค้าประเภท เสื้อผ้าแฟชั่น, เครื่องสำอาง
- ชั้นระดับกลาง (Middle level) : สินค้าไอที, การเงิน, ของเล่น, อาหาร
- ชั้นระดับบน (Upper level) : อาหาร, โรงหนัง, ฟิตเนส, ศูนย์ความรู้และสถานความงาม

อีกทั้งบทความ “Space allocation and tenant placement at high-rise shopping malls” ได้ค้นพบว่าร้านค้าประเภทที่มีความตั้งใจที่จะมาใช้บริการ (Non-impulsed shops) จะตั้งอยู่ชั้นบนๆ ซึ่งร้านค้าประเภทนี้ คือพวกที่คนตั้งใจที่จะไป เช่น ร้านอาหาร, เทคโนโลยี, โรงหนัง, ศูนย์ศึกษา

ร้านประเภท Impulse จะเป็นร้านที่อยู่ชั้นต่ำๆ คือร้านประเภทที่เดินผ่าน ถึงจะเลิกซื้อ เช่น ร้านแฟชั่น และ ร้านเครื่องสำอาง เป็นต้น (Yiu, Sherry YS, & Cheong Ng, 2008)

ซึ่งทางผู้จัดทำได้นำองค์ความรู้ต่างมาประยุกต์ใช้ในตลาดมารวยนี้ในชั้นต่างๆ ผังบริเวณของตึกโครงการตลาดมารวย ทางผู้จัดทำได้ทำผังแบบแปลนชั้น 1-3 ดังนี้

## ชั้นที่ 1



ภาพ 6.9 ผังชั้น 1



โซน แฟชั่น, เครื่องสำอาง



โซน เทคโนโลยี

ภาพ 6.15 ตัวอย่างรูปแบบร้านค้า ชั้น 1

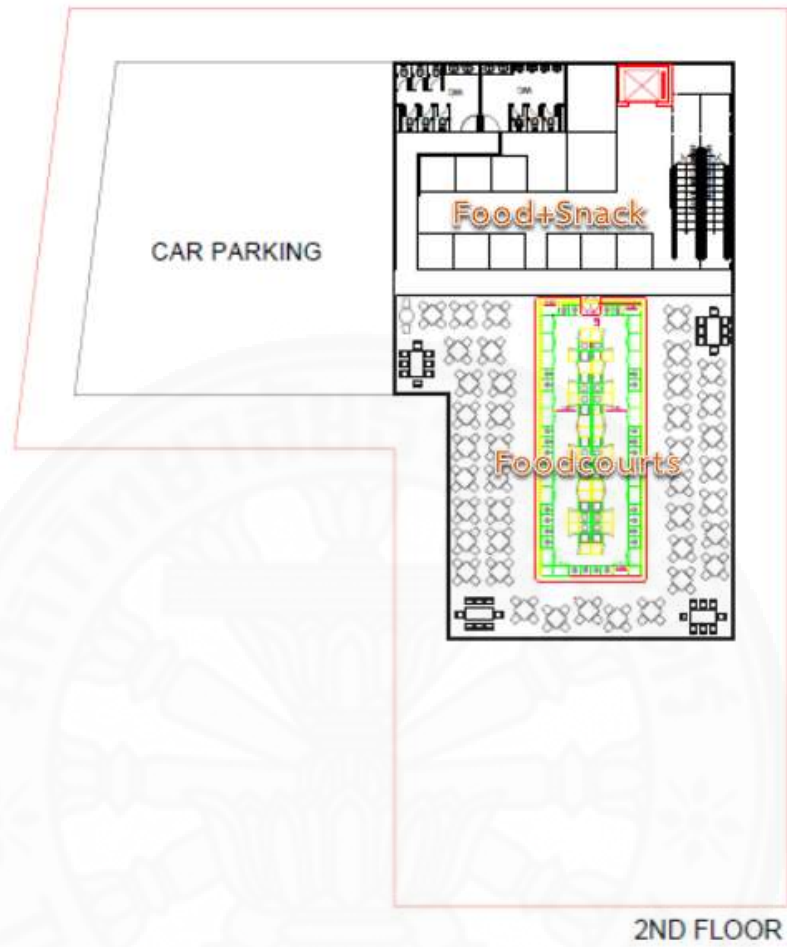
**โซนด้านหน้า :** สินค้าแฟชั่น เนื่องด้วย โซนนี้อาศัยกราฟฟิกคนเดินผ่านเป็นสำคัญ และสามารถเก็บค่าเช่าต่อ ตร.ม. ได้สูง

สินค้า ซื้อมากกลับบ้าน,ขนม (Grab&Go) – จัดให้มีโซนเล็กๆอยู่ด้านหน้า เนื่องด้วย ด้านหน้าโครงการเป็นศูนย์รถตู้ ซึ่งเป็นสถานที่รอรถออกต่างจังหวัด มีคนขึ้นรถจำนวนมากตลอดทั้งวัน

**โซนด้านหลัง :** สินค้า ไอที เนื่องด้วย เป็นสินค้าประเภท non-impulse คนต้องมีความตั้งใจเดินเข้าไป ซึ่งโซนด้านหน้าจะได้ผลประโยชน์จากการมีผู้คนสัญจรผ่านด้วย



ชั้นที่ 2



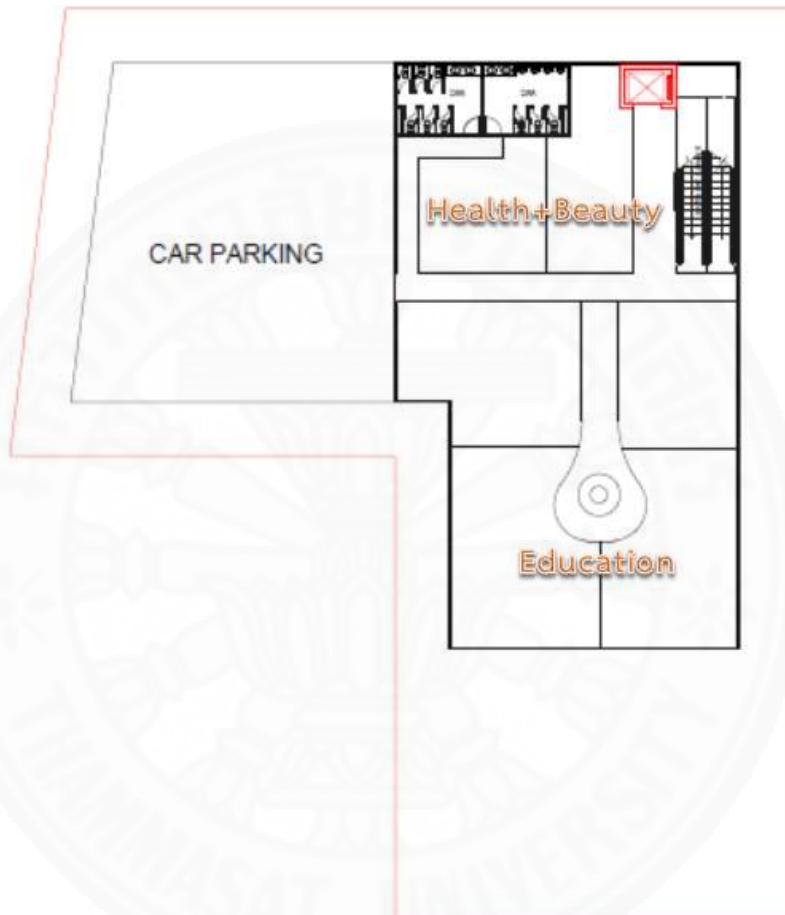
ภาพ 6.11 ผังชั้น 2



ภาพ 6.12 ตัวอย่างรูปแบบร้านค้า ชั้น 2

ชั้นนี้จะเป็นชั้นที่เป็นศูนย์อาหาร เนื่องจากเจ้าของโครงการ มีศูนย์อาหารที่  
ตำแหน่งนี้อยู่แล้ว ทำให้มีกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการเป็นประจำ

### ชั้นที่ 3



ภาพ 6.13 ผังชั้น 3



ภาพ 6.14 ตัวอย่างรูปแบบร้านค้า ชั้น 3



ศูนย์การศึกษา และ ศูนย์ความงาม จะอยู่ชั้น3 นี้ เนื่องด้วยไม่ต้องมีทราฟฟิกคน  
เดินผ่านเยอะ

#### 6.8.4 Promotion

ทางตลาดจะมีการแจกใบปลิว, โฆษณาโดยใช้รถแห่, ขึ้นป้ายบิลบอร์ด และ  
จัด อีเว้นท์ตอนเปิดตัวตลาดมารวย เพื่อให้คนบริเวณโครงการรับรู้



## บทที่ 7

### การศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านสถาปัตยกรรมและการก่อสร้าง

#### 7.1 รายละเอียดงานด้านวิศวกรรม

##### 7.1.1 งานโครงสร้างอาคาร

งานโครงสร้างอาคารมารวย ซึ่งเป็นอาคารขนาดใหญ่ โดยมีรายละเอียดดังนี้

(1) โครงสร้างอาคารเป็นคอนกรีตเสริมเหล็กสามชั้น โครงสร้างหลังคาเป็นเหล็กทึบสลัปโปร่ง มีความมั่นคงแข็งแรง หลังคาสร้างด้วยวัสดุทนไฟ และฝ้าผนังตลาดทำด้วยวัสดุถาวรแข็งแรง เรียบและทำความสะอาดง่าย ทั้งนี้โครงสร้างต้องรับแรงสั่นสะเทือนจากแผ่นดินไหวได้

(2) เป็นอาคารโปร่ง ภายในตัวอาคารมีแสงสว่าง การระบายอากาศอย่างเพียงพอ

(3) ทางเดินภายในอาคารมีความกว้างไม่น้อยกว่า 1.5 เมตร ถนนรอบอาคารกว้างไม่น้อยกว่า 4 เมตร (อย่างน้อยหนึ่งทาง)

(4) แผงขายสินค้าเป็นแบบปิดทึบ ทำด้วยวัสดุถาวร เรียบ และทำความสะอาดง่าย สูงจากพื้นทางเดินไม่น้อยกว่า 60 เซนติเมตร มีที่ติดป้ายชื่อแผง

(5) มีที่ดักขยะมูลฝอยและบ่อดักไขมัน ก่อนระบายน้ำเข้าสู่ถังบำบัดน้ำเสียรวม

(6) มีสาธารณูปโภค จุดเชื่อมต่อ และจุดให้บริการที่เพียงพอต่อการใช้งาน และการบริการของตลาด ได้แก่

- ไฟฟ้า สำหรับอาคาร และภายนอก

- น้ำประปา สำหรับการใช้งานตลาดทั้งหมด และดับเพลิง กรณีเกิดไฟไหม้

(7) มีบริเวณรวบรวมและแยกขยะมูลฝอย และถังรับขยะสด ขยะแห้ง และขยะรีไซเคิล เช่น (แก้ว โลหะ)

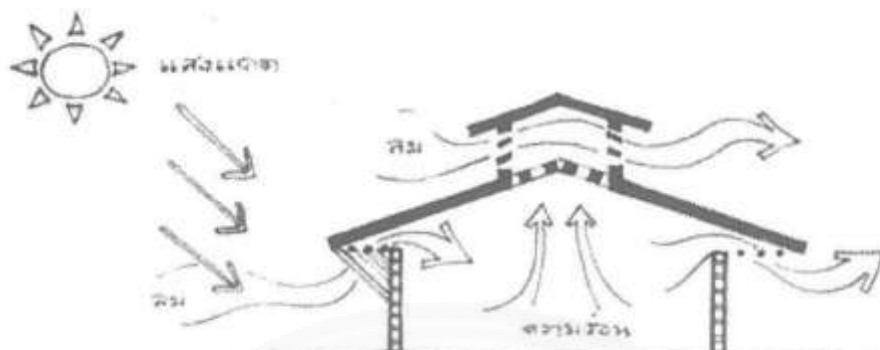
(8) มีห้องส้วมหญิง และห้องส้วมชาย แยกกันภายในอาคารเดียวกัน หรือ เป็นอาคารแยกอาคารห้องน้ำ/ห้องส้วมแยกจากตัวอาคารตลาดและอยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสมตามหลักสถาปัตยกรรมที่ดี มีแสงสว่าง และมีการระบายอากาศภายในห้องส้วมและภายในอาคารที่ดี ภายในห้องน้ำ/ห้องส้วม มีอุปกรณ์สุขาภิบาลอย่างเพียงพอ และใช้งานได้ดีถูกต้องสุขลักษณะอนามัย

(9) ใช้ระบบบ่อเกรอะ บ่อซึม สำหรับอาคารห้องน้ำ-ห้องส้วม หรือถังสำเร็จตามมาตรฐานของผู้ผลิตที่รับรองคุณภาพตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

(10) มีหัวรับน้ำดับเพลิง (Fire Hydrant) มาตรฐานบนถนนในบริเวณ

ที่มา : คู่มือการออกแบบตลาดสด – สำนักงานกองทุนพัฒนาเมืองในภูมิภาค ธนาคารออมสิน

### 7.1.2 งานระบบระบายอากาศและปรับอากาศ



ภาพ 7.1 ระบบระบายอากาศและปรับอากาศ

จากภาพ 7.1 แสดงโครงสร้างเป็นหลังคาแบบทรงสูงอาคารสี่เหลี่ยมผืนผ้าจะช่วยให้ระบายอากาศได้ดี และมีชายคาวรรอบอาคารจะช่วยไม่ให้แดดกระทบผนัง ซึ่งรูปแบบลักษณะนี้จะทำให้ความร้อนเข้าสู่อาคารได้น้อยลง

ที่มา : คู่มือการออกแบบตลาดสด – สำนักงานกองทุนพัฒนาเมืองในภูมิภาค ธนาคารออมสิน

### 7.1.3 ระบบสุขาภิบาล

จากกฎกระทรวง ฉบับที่ 63 พ.ศ. หมวด 2 ว่าด้วยเรื่องจำนวนห้องน้ำ ในอาคารพาณิชย์ ตามตารางนี้ด้านล่างนี้

ตาราง 7.1 ข้อบังคับจำนวนห้องน้ำ

ชนิดหรือประเภทของอาคาร	เกณฑ์การกำหนด	ห้องน้ำ		ห้องน้ำ	อ่างล้างมือ
		ที่ชาย อาคาร	ที่ชาย อาคาร		
(11) อาคารพาณิชย์	(1) ส่วนพื้นที่อาคาร 200 ตารางเมตร ด้านหน้า โดย พื้นที่อาคารส่วนที่เหลือ 2,000 ตารางเมตร ขึ้นไป ให้เพิ่มห้องน้ำชายอาคาร 1 ที่ ชาย อาคาร 2 ที่ และอ่างล้างมือ 1 ที่ ส่วนพื้นที่ อาคาร 600 ตารางเมตร	1	2	-	1
	(2) ส่วนพื้นที่อาคาร 200 ตารางเมตร ด้านหน้า โดย พื้นที่อาคารส่วนที่เหลือ 2,000 ตารางเมตร ขึ้นไป ให้เพิ่มห้องน้ำชายอาคาร 2 ที่ และ อ่างล้างมือ 1 ที่ ส่วนพื้นที่อาคาร 600 ตารางเมตร	3	-	-	1

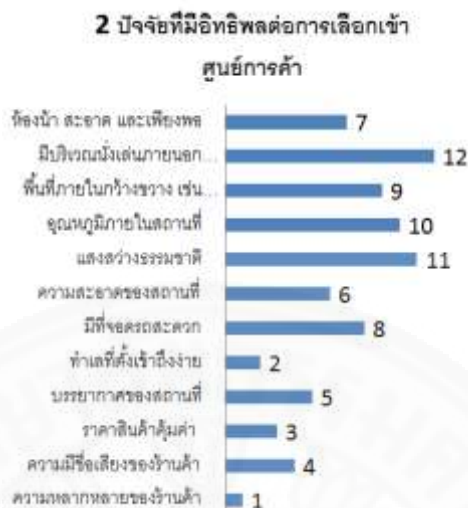
ซึ่งจากการที่ตลาดมารวย มีพื้นที่ 1,548 ตร.ม. ในตัวอาคาร เพราะฉะนั้นตามกฎหมายจะต้องสร้างอย่างน้อย

- (1) ห้องน้ำผู้ชาย : ที่ถ่ายอุจจาระ 8ห้อง  
ที่ถ่ายปัสสาวะ 16ห้อง  
อ่างล้างมือ 8ห้อง
- (2) ห้องน้ำหญิง : ที่ถ่ายอุจจาระ 24ห้อง  
ที่ถ่ายปัสสาวะ 16ห้อง  
อ่างล้างมือ 8ห้อง

#### 7.1.4 งานระบบรักษาความปลอดภัย

- (1) CCTV – ติดตั้งกล้องวงจรปิดตามระยะที่เหมาะสมโดยหาทีมบริษัทผู้เชี่ยวชาญในการวางระบบ โดยมีห้องควบคุม CCTV ไว้ในห้องผู้จัดการอาคาร
  - (2) พนักงานรักษาความปลอดภัย – มีประจำทั้งตอนตลาดเปิดทำการ และ ตอนตลาดปิดทำการ โดยมีการเดินตรวจตราทั้งความเรียบร้อยโดยรวมทั้งอาคาร เป็นระยะ
  - (3) ป้อม(Booth) สำหรับกันด้านหน้าทางขึ้นที่จอดรถโดยเป็นแบบยกเคลื่อนที่ได้ ขนาดไม่เล็กกว่า 2x2 เมตร
  - (4) หัวรับน้ำดับเพลิง (Fire Hydrant) ซึ่งเป็นขนาดมาตรฐานบนถนนในบริเวณตั้ง สลับถึงกันไม่มากกว่า 30 เมตร
- ที่มา : คู่มือการออกแบบตลาดสด – สำนักงานกองทุนพัฒนาเมืองในภูมิภาค ธนาคารออมสิน

## 7.2 รายละเอียดงานด้านสถาปัตยกรรม



ภาพ 7.2 ผลแบบสอบถามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเข้าสู่ศูนย์การค้า

จากผลแบบสอบถามที่ว่าอะไรมีอิทธิพลต่อการเลือกเข้าสู่ศูนย์การค้าในย่านย่านปิ่นเกล้า ณ บริเวณโครงการ ซึ่งจะเห็นได้ว่า สิ่งสำคัญที่สุดคือ ความหลากหลายของสินค้า, เข้าถึงโครงการได้ง่าย และราคาที่คุ้มค่า ซึ่งผลนี้ทำให้วิเคราะห์ได้ว่ารูปลักษณะของศูนย์การค้ามีความสำคัญน้อยกว่าราคาสินค้า และความหลากหลายของสินค้า โดยรูปลักษณะภายนอก และใน โครงการตลาดมารวยจะอิงผลและความต้องการของผู้ทำแบบสอบถามเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป้าหมายเป็นสำคัญ

### 7.2.1 งานภายนอกอาคาร

งานออกแบบตัวตึกภายนอก จะเน้นที่ความเรียบง่าย แต่ดูโปร่งไม่ทึบ



ภาพ 7.3 ตัวอย่างงานออกแบบภายนอก

โดยที่หลังคาจะทำโค้ง เพื่อดูแลร่มเงา สบายตา และด้านหน้า อาคารชั้น 2-3 เป็นกระจก เพื่อให้ตึกดูโปร่งเมื่อมองจากทั้งภายนอกและภายใน

### 7.2.2 งานภายในอาคาร

ตัวตลาดมารวยจะแบ่งเป็น 3 ชั้น

ชั้น 1 - เป็นโซนขายของแฟชั่น เครื่องสำอาง และ โซนมือถือ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ต่างๆ โดยแบ่งเป็นล๊อค ล๊อคละประมาณ 4-8 ตร.ม. โดยมีความกว้างทางเดิน ประมาณ 1 เมตร



โซน แฟชั่น, เครื่องสำอาง



โซน เทคโนโลยี

ภาพ 7.4 งานภายในอาคารชั้น 1

## ชั้น 2 - โซนอาหาร

เนื่องด้วยปัจจุบันเจ้าของที่ดินได้มีศูนย์อาหาร มีเด่นที่ชั่วคราวเพื่อให้เช่า ประมาณ 40 ล็อค ซึ่งสังเกตเห็นว่ามีกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการอยู่แล้ว จึงได้ทำการทำศูนย์อาหาร ไร่ชั้น 2 เพื่อดึงดูดคนมาเดินในตลาดมารวย โดยจัดให้มีบันไดเลื่อนขึ้นอยู่โซนด้านหลังของตลาดมารวย

ศูนย์อาหารจะเน้นความโปร่งสบาย โดยรูปแบบของร้านอาหารมีมาตรฐานเหมือนกัน โต๊ะสำหรับบริการลูกค้า จะเป็นลักษณะเป็นโต๊ะยาว



ภาพ 7.5 งานภายในอาคารชั้น 2 – ศูนย์อาหาร

## โซน อาหารทานเล่น-ขนม



ภาพ 7.6 งานภายในอาคารชั้น 2 – โซน อาหารทานเล่น-ขนม

### ชั้น 3 – โซน การศึกษา และ เสริมความงาม



ภาพ 7.7 งานภายในอาคารชั้น 3

## 7.3 การวางแผนการก่อสร้าง

### 7.3.1 ต้นทุนการพัฒนาโครงการและก่อสร้าง

งบประมาณการก่อสร้างที่ประมาณการไว้สำหรับโครงการตลาดมารวยได้ตั้งไว้ที่ 23,467,180 บาท ทั้งนี้ที่มาของราคาได้มาจากราคาตลาดของผู้รับเหมาก่อสร้าง กับ ราคากลางสมาคมปี 2558



ตาราง 7.2 สมมุติฐานค่าก่อสร้าง

ค่าก่อสร้าง				
ปรับที่ดิน เทพื้นปูน	800	บาท/ตร.ม.	1,280,000	บาท
ค่าก่อสร้าง	7,800	ต่อ ตร.ม.	20,053,800	บาท
Contingency	10%		2,133,380	บาท
รวมค่าก่อสร้างทั้งหมด			23,467,180	บาท
* ป้ายร้านค้า เก็บตอนจะเช่าร้าน				

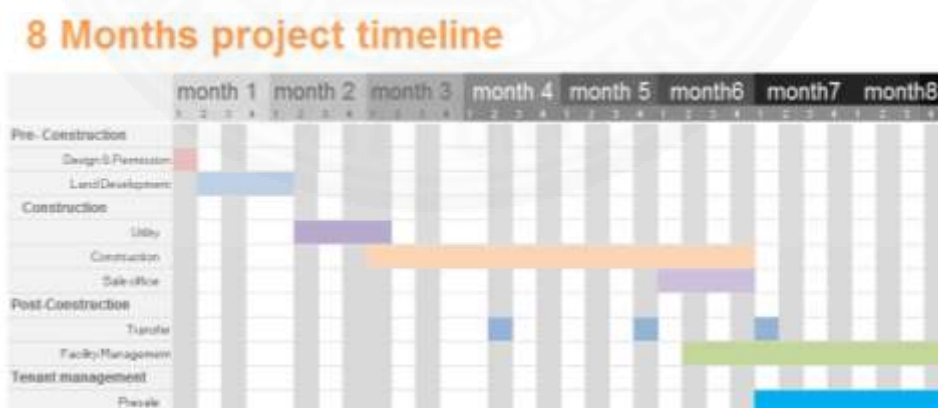
และเพื่อให้งานก่อสร้างเป็นไปอย่างเรียบร้อย ตรงตามแผนงาน จึงได้จ้างผู้เชี่ยวชาญเข้ามาดูแลงานก่อสร้าง และควบคุมขั้นตอนการทำงานทั้งหมด ซึ่งคือ

Construction Management: เพื่อมาควบคุมการก่อสร้างให้ตรงตามที่ตกลงไว้ตาม BOQ และแผนงานที่วางไว้ อีกทั้งยังช่วยแก้ปัญหาในสถานการณ์จริงโดยใช้ความรู้และความเชี่ยวชาญในสายงาน เจ้าหน้าที่นี้จะเข้ามาดูแลตั้งแต่การหาผู้ก่อสร้าง จนสร้างเสร็จ

ทั้งนี้โครงการตลาดมารวยได้ตั้งระยะโครงการไว้ที่ 8 เดือน นับตั้งแต่วันที่เริ่มออกแบบจนถึงสิ้นสุดงานบริหารโครงการและเริ่มเปิดโครงการให้คนภายนอกเข้ามาใช้บริการ

### 7.3.2 Timeline

ตาราง 7.3 ไทม์ไลน์แผนงานโครงการตลาดมารวย



## บทที่ 8

### การศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการเงิน

ความเป็นไปได้ทางการเงินเป็นสิ่งสำคัญมากในการทำโครงการที่ใช้เงินลงทุนสูง เพื่อให้ทราบถึงความเป็นไปได้ในการลงทุนเพื่อลดความเสี่ยงภายใต้สมมุติฐานที่จำลองขึ้น ตัววัดผลที่นิยมใช้คือ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV) และอัตราผลตอบแทนการลงทุน (Internal Rate of Return :IRR) โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### 8.1 สมมติฐานทางการเงิน (Financial Assumption)

##### 8.1.1 สมมติฐานด้านเงินลงทุน

###### ■ โครงสร้างเงินลงทุน

โครงการตลาดมารวย ได้มีสมมติฐานสัดส่วนการลงทุน เงินทุนส่วนตัว ต่อเงินที่กู้จากสถาบันการเงิน เป็นสัดส่วน 50:50 เนื่องจากเป็นความประสงค์ของทางเจ้าของโครงการที่ไม่อยากกู้ 70% เหมือนโครงการทั่วไป

###### ■ ต้นทุนของเงินทุน (Discount Rate)

ในส่วนสมมติฐานต้นทุนของเงินลงทุน ต้องมีการถ่วงน้ำหนักกันระหว่างเงินทุนของเงินทั้ง 2 ด้าน ตามสัดส่วนของเงินลงทุนทั้งหมด ซึ่งมีสูตรการคำนวณดังนี้

$$WACC = KdWd(1-Tax) + KeWe$$

โดยที่ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้พัฒนาโครงการ (Kd) จะเท่ากับ ดอกเบี้ยเงินกู้ ที่ MLR+1 ตามอัตราดอกเบี้ยของ ธนาคารธนาชาติ ที่  $6.375+1 = 7.375\%$

จากการสัมภาษณ์ผู้พัฒนาโครงการย่านปิ่นเกล้า ค้นพบว่าทางโครงการมีอัตราผลตอบแทนจากเงินลงทุนที่แท้จริง อยู่ในช่วงที่ 10-12% และ อัตราภาษี (T) ที่ใช้ในโครงการก็เท่ากับอัตราภาษีนิติบุคคลของบริษัท หรือเท่ากับ 20% ของกำไรจากการดำเนินงาน ตามระเบียบกรมสรรพากร ประเทศไทย

ดังนั้นเมื่อพิจารณาอัตราผลตอบแทนที่คาดหวังจากการลงทุน (WACC) โดยถ่วงน้ำหนักตามสัดส่วนของเงินลงทุนแล้ว จะได้เท่ากับ 12.82%

$$WACC = W_e K_e + W_d K_d (1-T)$$

$$WACC = (0.5 \times 0.12) + (0.5 \times 0.07375)(1-0.2)$$

$$WACC = 8.95\%$$

### 8.1.2 สมมติฐานด้านค่าใช้จ่าย

การประมาณการค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น ทางผู้จัดทำได้ประมาณการทั้งหมดตั้งแต่ก่อนก่อสร้างไปจนถึงหลังการก่อสร้าง โดยแบ่งเป็นหมวด ดังนี้

- ต้นทุนค่าที่ดิน
- ต้นทุนการพัฒนาโครงการ
- ต้นทุนการก่อสร้างอาคาร
- ต้นทุนการออกแบบและที่ปรึกษา
- ต้นทุนการบริหารและงานขาย
- ต้นทุนการตลาด
- ต้นทุนทางภาษี

ตาราง 8.1 ค่าก่อสร้างและค่าใช้จ่าย

ค่าก่อสร้าง				
ปรับที่ดิน เทพื้นปูน	800	บาท/ตร.ม.	1,280,000	บาท
ค่าก่อสร้าง	7,800	ต่อ ตร.ม.	20,053,800	บาท
Contingency	10%		2,133,380	บาท
รวมค่าก่อสร้างทั้งหมด			23,467,180	บาท
* ป้ายร้านค้า เก็บตอนจะเข้าร้าน				
ค่าใช้จ่าย				
ค่าพนักงาน	15,000	บาท/คน/เดือน	9	คน
ค่าแม่บ้าน	10,000	บาท/คน/เดือน	6	คน
ค่า รปภ	10,000	บาท/คน/เดือน	6	คน
* ค่าเช่าที่ดิน	250,000	บาท / เดือน		

ภาษีโรงเรือน	12.5%	ของสัญญาเช่า	
ค่าประกัน	1%	ของรายได้ทั้งหมด	
ค่าบำรุงรักษา	5%	ของรายได้ทั้งหมด	
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	5%	ของรายได้ทั้งหมด	
ค่าสำรองเพื่อการซ่อมแซม	5%	ของรายได้ทั้งหมด	
ปรับปรุงใหญ่ทุก 5 ปี	30%	ของค่าก่อสร้าง	
* ค่าเช่าที่ดินคิดจาก (Ref: <a href="http://www.thaihometown.com/land/268759">http://www.thaihometown.com/land/268759</a> )			
ที่ดิน	1	ไร่	
เท่ากับ	400	ตร.ว.	
ราคาที่ดินบริเวณปิ่นเกล้า	300,000	บาท/ตร.ว.	
เท่ากับ	120,000,000	บาท	
เช่า 1 ปี เท่ากับ	2.5%		
คิดเป็น	3,000,000	บาท/ปี	
คิดเป็น	250,000	บาท/เดือน	

### 8.1.3 สมมติฐานด้านรายได้

ในส่วนของสมมติฐานด้านรายได้ ทางโครงการได้มาจากการเช่าพื้นที่เป็นหลัก โดยพื้นที่แต่ละส่วนคิดค่าเช่าไม่เท่ากัน ขึ้นอยู่กับทำเลนั้นๆ อีกส่วนจะมาจาก ค่าใช้จ่ายอื่นๆ คือ ส่วนเกินค่าไฟ, ค่าน้ำปะปา, กำไรจากเครื่องหยอดตู้เงิน และ ค่าบริการลานจอดรถ

พื้นที่ต่อชั้น สร้างได้ 857 ตร.ม. รัน 3ม. และหักที่จอดรถ (341ตร.ม./ชั้น) เหลือพื้นที่เช่า ชั้นละ 516 ตร.ม. โดยคิดเป็นทั้งหมด (1,548 ตร.ม.)

ตาราง 8.2 รายได้ตลาดมารวย

รายได้		
ที่ดิน	1	ไร่
เท่ากับ	1,600	ตร.ม.
สร้าง 3 ชั้น ชั้นละ 516 ตร.ม.	1,548	ตร.ม.

สามารถแบ่งเป็นพื้นที่	65%	
เท่ากับ	1,006	ตร.ม.
ราคาต่อ ตร.ม.	1,323	บาท ต่อ ตร.ม. ต่อ เดือน
รายได้อื่นๆ	5%	เช่น ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำประปา, ตู้หยอดน้ำ และค่าจอดรถ
Growth	3%	ต่อ ปี
Occupancy	80%	(ปีแรก และเป็น 90%,95%)
การแบ่งสัญญา		
- เช่า	50%	
- การบริการ	50%	

## 8.2 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการตลาดมารวยนี้ ทางผู้จัดทำได้วิเคราะห์ จาก การพิจารณากระแสเงินสดในโครงการ เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ความเสี่ยง และผลตอบแทนในการลงทุน โดยใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ 2 อย่างคือ NPV และ IRR โดยมีผลลัพธ์ดังนี้

- มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) จากการวิเคราะห์ ได้ผลลัพธ์ของโครงการ ที่ NPV = 34,237,223 บาท ซึ่งเป็นมีค่าเป็นบวก มากกว่า 0 หรือคือ การลงทุนที่ตั้งสมมุติฐานไว้ให้ผลตอบแทนที่มากกว่าที่คาดหวัง จึง สมควรแก่การลงทุน
- อัตราผลตอบแทนในการลงทุน (IRR) จากการวิเคราะห์ได้ผลลัพธ์ของโครงการที่ 24.94% ซึ่งหมายถึงการลงทุนให้ผลตอบแทนที่ 24.94% ซึ่งเป็นสัดส่วนผลตอบแทนที่สูงมากเมื่อเทียบ อัตราคิดลดที่มีค่า 8.95% จึง สมควรแก่การลงทุน

## 8.3 การวิเคราะห์ความอ่อนไหว (Sensitivity Analysis)

การวิเคราะห์ความอ่อนไหว เป็นการวิเคราะห์ผลลัพธ์ จากการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้หรืออาจเกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นลงได้ง่าย ซึ่งทางผู้จัดทำได้พิจารณาเทียบ 2 ด้าน ทั้งในส่วนของการที่ส่งผลให้ดีขึ้น (Best Case) และ ผลลัพธ์แย่ลง (Worst Case) เพื่อเข้าใจ

ถึงความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในกรณีที่แตกต่างกันออกไป ทั้งนี้ปัจจัยที่ถูกนำมาพิจารณาความเสี่ยงในโครงการนี้ได้แก่

### 8.3.1 การเปลี่ยนแปลงของค่าก่อสร้าง

โดยปกติแล้วในระยะเวลาโครงการไม่เกิน 2 ปี การเปลี่ยนแปลงของค่าก่อสร้างอันเนื่องมาจากค่าแรงหรือค่าวัสดุในการก่อสร้างนั้น ในอดีตมีการปรับเปลี่ยนไม่เกิน 5% ดังนั้นการพิจารณาปัจจัยนี้ จะทดสอบการเปลี่ยนแปลงภายใต้ค่าก่อสร้างที่เพิ่มขึ้น 2.5%, 5% และปรับลดลง 2.5% และ 5% เปรียบเทียบกับค่าก่อสร้างตามมาตรฐานปัจจุบัน ได้ผลลัพธ์ดังนี้

ตาราง 8.3 การเปลี่ยนแปลงค่าก่อสร้าง

ค่าก่อสร้าง	NPV	IRR
เพิ่ม 5%	32,669,743.5	24%
เพิ่ม 2.5%	33,450,223.6	24%
Base Case	34,230,703.7	25%
ลด 2.5%	35,011,183.7	26%
ลด 5%	35,791,663.8	26%

จะเห็นว่าถึงแม้ค่าก่อสร้างจะมีการปรับตัวขึ้นถึง 5% จากอัตราเดิม โครงการก็ยังคงสามารถมีอัตราผลตอบแทนที่ 24% และมีมูลค่าปัจจุบันโครงการเป็นบวกอยู่ดี ในทางกลับกันหากค่าก่อสร้างต่ำลงมา 5% ก็จะทำให้โครงการมีอัตราผลตอบแทนโครงการเพิ่มขึ้นเพียง 1% นั้นหมายความว่าโครงการมีความอ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงของค่าก่อสร้างค่อนข้างต่ำ

### 8.3.2 การเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ย

การเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยนั้นขึ้นอยู่กับสภาพเศรษฐกิจที่ส่งผลต่ออัตราดอกเบี้ยนโยบายเป็นหลัก ทั้งนี้โครงการได้พิจารณาอัตราดอกเบี้ยการกู้ไว้ที่ MLR+1 หรือเท่ากับ 7.375% และทำให้ได้อัตราคิดลดที่ 8.95% ตามที่แสดงไว้ในส่วนข้างต้น แต่หากสถานการณ์ทางเศรษฐกิจในประเทศมีการเปลี่ยนแปลงและส่งผลต่อการปรับเปลี่ยนอัตราดอกเบี้ยการกู้สูงขึ้น 0.5%, สูงขึ้น 1%, ลดลง 0.5% และลดลง 1% จะส่งผลต่อโครงการดังนี้

ตาราง 8.4 การเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ย

อัตราดอกเบี้ย	Discount Rate	NPV	IRR
เพิ่ม 1%	9.35%	31,486,341	25%
เพิ่ม 0.5%	9.15%	32,826,956	25%
Base Case	8.95%	34,230,704	25%
ลด 0.5%	8.75%	35,701,995	25%
ลด 1%	8.55%	37,245,654	25%

จะเห็นว่าถึงแม้อัตราดอกเบี้ยจะมีการปรับตัวขึ้นอีก 1% จากอัตราเดิม คิดเป็น MLR+1 ที่ 8.375% โครงการก็ยังคงสามารถมีมูลค่าปัจจุบันโครงการเป็นบวกอยู่ดี ในทางกลับกันหากอัตราดอกเบี้ยปรับลดลงมาอีก 1% ก็จะทำให้โครงการมีมูลค่าปัจจุบันโครงการที่ดีขึ้นอีกเช่นกัน นั่นหมายความว่าโครงการมีความอ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยค่อนข้างต่ำ

### 8.3.3 การเปลี่ยนแปลงของราคาเช่า/ตร.ม.

การเปลี่ยนแปลงราคาเช่าต่อตารางเมตร ขึ้นอยู่กับหลายส่วน เช่น สภาพเศรษฐกิจ การเมือง คู่แข่งต่างๆ หรือการเกิดใหม่ของพื้นที่พาณิชย์กรรม ส่งผลให้ปริมาณคนแถวนั้นลดลง โดยอาจจำเป็นต้องปรับลดค่าเช่าลง 10-20% หรือ ถ้ามีความต้องการเพิ่มขึ้น ก็ปรับค่าเช่าขึ้นได้ ซึ่งจะส่งผลต่อโครงการ ดังนี้

ตาราง 8.5 การตอบสนองต่อราคาเช่า

ค่าเช่า (บาท/ตร.ม.)	NPV	IRR	Payback Period
เพิ่ม 20%	60,907,727	34%	3 ปี 5 เดือน
เพิ่ม 10%	47,565,419	30%	3 ปี 10 เดือน
Base Case	34,230,704	25%	5 ปี 6 เดือน
ลด 10%	20,901,971	20%	6 ปี 10 เดือน
ลด 20%	7,566,718	13%	9 ปี
ลด 20.6%	0	9%	9 ปี 3 เดือน

จะเห็นว่าโครงการมีความอ่อนไหวต่อการปรับเปลี่ยนราคาเช่าค่าน้ำมันสูง โดยหากมีการปรับลดราคาเช่าเพียง 10% จะส่งผลต่ออัตรากำไรภายในโครงการลดลงถึง 5% และส่งผลต่ออัตรากำไรที่ลดลง 12% เมื่อขายที่ราคาลดลง 20% เช่นกัน แต่อย่างไรก็ตามก็ยังไม่ส่งผลให้โครงการมีมูลค่าปัจจุบันที่ติดลบหรือไม่สมควรลงทุน ในทางกลับกันหากการตอบสนองต่อตลาดดีและทำให้โครงการสามารถปรับราคาขายขึ้นได้ 10% หรือ 20% ก็จะส่งผลต่ออัตรากำไรภายในโครงการที่มากขึ้น 5% และ 4% ตามลำดับ เมื่อทดสอบว่าถ้า  $NPV = 0$  ราคาเช่าต่อตารางเมตร ต้อง ลดต่ำกว่า 30.4% ซึ่งเมื่อนั้น โครงการก็จะเสี่ยงที่จะไม่ลงทุนได้

#### 8.4 การวิเคราะห์สมมติภาพ (Scenario Analysis)

จากการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการตลาดมารวยเบื้องต้น จะเห็นว่าโครงการมีความอ่อนไหวต่อราคาเช่าค่าน้ำมันสูง ในระหว่างที่มีความอ่อนไหวต่อราคาเช่าก่อสร้างและอัตราดอกเบี้ยต่ำกว่า การวิเคราะห์สมมติภาพเป็นการจำลองสถานการณ์ของการลงทุนที่ดีที่สุดและที่แย่ที่สุดจากการศึกษาความอ่อนไหว เพื่อเปรียบเทียบกับสถานการณ์ปกติ เพื่อให้เห็นว่าการลงทุนในครั้งนี้มีแนวโน้มในทางบวกและลบมากเพียงใด และมีความเสี่ยงมากแค่ไหน

ตาราง 8.6 การตอบสนองต่อสมมติภาพต่างๆ

Scenario	NPV	IRR
Best Case	66,864,085	36%
Base Case	34,237,223	25%
Worst Case	4,520,868	12%

จากตารางข้างต้น Best Case Scenario หรือสถานการณ์ที่ดีที่สุดในการลงทุน อันได้แก่ มีค่าก่อสร้างที่ลดลง 5% อัตราดอกเบี้ยปรับลดลง 1% และสามารถให้เช่าได้ในราคาต่อตารางเมตรเฉลี่ยที่สูงขึ้น 20% จะส่งผลให้โครงการมีอัตราผลตอบแทนภายในโครงการที่เพิ่มขึ้นถึง 11% เป็น 36% และมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิที่ 66,864,085 ล้านบาท แต่ในทางกลับกันหากสถานการณ์ต่างๆ แย่ที่สุด โดยมีค่าก่อสร้างที่ปรับตัวสูงขึ้น 5% อัตราดอกเบี้ยการกู้ขึ้นอีก 1% และจำเป็นต้องมีการลดราคาต่อตารางเมตรเฉลี่ยลงถึง 20% เพื่อให้ขาดได้ตามแผนงาน โครงการจะได้อัตราผลตอบแทน



ภายในโครงการเพียงแค่ 12% หรือคือปรับลดลงถึง 13% และมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิที่ 4,520,868 บาท ทั้งนี้ก็ยังถือว่าได้รับผลตอบแทนตามความคาดหวัง

ดังนั้นเมื่อพิจารณาการลงทุนในโครงการทั้ง 3 สถานการณ์ เห็นว่าการลงทุนในโครงการนี้มีความเสี่ยงค่อนข้างต่ำมาก และมีแนวโน้มจะประสบความสำเร็จในการลงทุนสูง สมควรแก่การลงทุน



## รายการอ้างอิง

(2559). Retrieved from กรมการท่องเที่ยว:

[www.tourism.go.th](http://www.tourism.go.th)

*Bangkok Property Research Report*. (2016). Retrieved from CB Richard Ellis:

[www.cbre.co.th/en/SubServices/Research-Bangkok-Property-Report](http://www.cbre.co.th/en/SubServices/Research-Bangkok-Property-Report)

*Central Plaza Rama9*. (2559). Retrieved from Directory floor:

<http://www.centralplaza.co.th/grandrama9/directory.php>

Kaufman, C. F. (1984). *A New Look at One-stop Shopping: A TIMES Model Approach to Matching Store Hours and Shopper Schedules* (Vol. 13). MCP UB Ltd.

Peiser, R., & Hamilton, D. (2003). *Professional real estate development: The ULI guide to the business* (3 ed.). The Urban Land Institute.

Vernor, J. D., & Rabianski, J. (2009). *Shopping Center Appraisal and Analysis*. (2, Ed.) Appraisal Institute.

Yiu, C.-Y., Sherry YS, X., & Cheong Ng, H. (2008). *Space allocation and tenant placement at high-rise shopping malls*. Retrieved from Palgrave Macmillan:

<http://www.palgrave->

[journals.com/rlp/journal/v7/n4/full/rlp200822a.html#LITERATURE-REVIEW](http://www.palgrave-journals.com/rlp/journal/v7/n4/full/rlp200822a.html#LITERATURE-REVIEW)

*ราคาประเมินการก่อสร้าง*. (2558). Retrieved from มูลนิธิประเมินค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทย:

<http://www.thaiappraisal.org/thai/value/value.php>

**ภาคผนวก**  
**ตารางทางการเงิน**

**A. รายได้ของโครงการ**

รายได้		
ที่ดิน	1	ไร่
เท่ากับ	1,600	ตร.ม.
สร้าง 3 ชั้น ชั้นละ 516 ตร.ม.	1,548	ตร.ม.
สามารถแบ่งเป็นพื้นที่	65%	
เท่ากับ	1,006	ตร.ม.
ราคาต่อ ตร.ม.	1,323	บาท ต่อ ตร.ม. ต่อ เดือน
รายได้อื่นๆ	5%	เช่น ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำประปา, ตู้หยอดน้ำ และค่าจอดรถ
Growth	3%	ต่อ ปี
Occupancy	80%	(ปีแรก และเป็น 90%, 95%)
การแบ่งสัญญา		
- เช่า	50%	
- การบริการ	50%	

**B. รายจ่ายของโครงการ**

ค่าใช้จ่าย				
ค่าพนักงาน	15,000	บาท/คน/เดือน	9	คน
ค่าแม่บ้าน	10,000	บาท/คน/เดือน	6	คน
ค่า รปภ	10,000	บาท/คน/เดือน	6	คน
* ค่าเช่าที่ดิน	250,000	บาท / เดือน		

ภาษีโรงเรือน	12.5%	ของสัญญาเช่า		
ค่าประกัน	1%	ของรายได้ทั้งหมด		
ค่าบำรุงรักษา	5%	ของรายได้ทั้งหมด		
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	5%	ของรายได้ทั้งหมด		
ค่าสำรองเพื่อการซ่อมแซม	5%	ของรายได้ทั้งหมด		
ปรับปรุงใหญ่ทุก 5 ปี	30%	ของค่าก่อสร้าง		
* ค่าเช่าที่ดินคิดจาก (Ref: <a href="http://www.thaihometown.com/land/268759">http://www.thaihometown.com/land/268759</a> )				
ที่ดิน	1	ไร่		
เท่ากับ	400	ตร.ว.		
ราคาที่ดินบริเวณปิ่นเกล้า	300,000	บาท/ตร.ว.		
เท่ากับ	120,000,000	บาท		
เช่า 1 ปี เท่ากับ	2.5%			
คิดเป็น	3,000,000	บาท/ปี		
คิดเป็น	250,000	บาท/เดือน		

### C. ค่าก่อสร้าง

ค่าก่อสร้าง				
ปรับที่ดิน เทพื้นปูน	800	บาท/ตร.ม.	1,280,000	บาท
ค่าก่อสร้าง	7,800	ต่อ ตร.ม.	20,053,800	บาท
Contingency	10%		2,133,380	บาท
รวมค่าก่อสร้างทั้งหมด			23,467,180	บาท
* ป้ายร้านค้า เก็บตอนจะเช่าร้าน				

### C. ตาราง Cash Flow

Growth รายได้ / ค่าใช้จ่าย			3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%
รายได้	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
รายได้ ต่อ ตร.ม.		1,335	1,375	1,416	1,459	1,503	1,548	1,594	1,642	1,691	1,742	1,794
จำนวน ตร.ม.		1,084	1,084	1,084	1,084	1,084	1,084	1,084	1,084	1,084	1,084	1,084
Occupancy		80%	90%	95%	95%	95%	95%	95%	95%	95%	95%	95%
รายได้ (บาท/ปี)		13,887,418	16,092,045	17,495,629	18,020,498	18,561,113	19,117,946	19,691,485	20,282,229	20,890,696	21,517,417	22,162,939
- ค่าเช่า	50%	6,943,709	8,046,023	8,747,815	9,010,249	9,280,556	9,558,973	9,845,742	10,141,115	10,445,348	10,758,708	11,081,470
- ค่าบริการ	50%	6,943,709	8,046,023	8,747,815	9,010,249	9,280,556	9,558,973	9,845,742	10,141,115	10,445,348	10,758,708	11,081,470
รายได้อื่นๆ	5%	694,371	804,602	874,781	901,025	928,056	955,897	984,574	1,014,111	1,044,535	1,075,871	1,108,147
รายได้ทั้งหมด (บาท/ปี)		<b>14,581,788</b>	<b>16,896,647</b>	<b>18,370,411</b>	<b>18,921,523</b>	<b>19,489,169</b>	<b>20,073,844</b>	<b>20,676,059</b>	<b>21,296,341</b>	<b>21,935,231</b>	<b>22,593,288</b>	<b>23,271,086</b>

ค่าใช้จ่าย	บาท / ปี											
ค่าพนักงาน	-1,620,000	-1,620,000	-1,668,600	-1,718,658	-1,770,218	-1,823,324	-1,878,024	-1,934,365	-1,992,396	-2,052,168	-2,113,733	-2,177,145

ค่าแม่บ้าน	-720,000	-720,000	-741,600	-763,848	-786,763	-810,366	-834,677	-859,718	-885,509	-912,074	-939,437	-967,620
ค่า ปลูก	-720,000	-720,000	-741,600	-763,848	-786,763	-810,366	-834,677	-859,718	-885,509	-912,074	-939,437	-967,620
ค่าเช่าที่ดิน	-3,000,000	-3,000,000	-3,090,000	-3,182,700	-3,278,181	-3,376,526	-3,477,822	-3,582,157	-3,689,622	-3,800,310	-3,914,320	-4,031,749
ค่าภาษี โรงเรือน	12.5%	-867,964	-1,005,753	-1,093,477	-1,126,281	-1,160,070	-1,194,872	-1,230,718	-1,267,639	-1,305,669	-1,344,839	-1,385,184
ค่าดอกเบี้ย	7.0%	-821,351	-821,351	-821,351	-821,351	-821,351	-821,351	-821,351	-821,351	-821,351	-821,351	-821,351
ค่าประกัน	1%	-145,818	-168,966	-183,704	-189,215	-194,892	-200,738	-206,761	-212,963	-219,352	-225,933	-232,711
ค่าบำรุงรักษา	5%	-729,089	-844,832	-918,521	-946,076	-974,458	-1,003,692	-1,033,803	-1,064,817	-1,096,762	-1,129,664	-1,163,554
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	5%	-729,089	-844,832	-918,521	-946,076	-974,458	-1,003,692	-1,033,803	-1,064,817	-1,096,762	-1,129,664	-1,163,554
ค่าสำรองเพื่อ การซ่อมแซม	5%	-729,089	-844,832	-918,521	-946,076	-974,458	-1,003,692	-1,033,803	-1,064,817	-1,096,762	-1,129,664	-1,163,554
ปรับปรุงใหญ่ ทุก 5 ปี	30%					-7,040,154					-7,040,154	
ค่าใช้จ่ายทั้งหมด (บาท/ปี)		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-20,728,195	-
		10,082,401	10,772,368	11,283,148	11,597,002	18,960,425	12,253,239	12,596,195	12,949,441	13,313,283		14,074,042
ค่าก่อสร้าง	-23,467,180											
Depreciation	5 Years	-4,693,436	-4,693,436	-4,693,436	-4,693,436	-4,693,436						
<b>Profit Before Tax</b>		<b>-194,049</b>	<b>1,430,844</b>	<b>2,393,827</b>	<b>2,631,085</b>	<b>-4,164,693</b>	<b>7,820,605</b>	<b>8,079,863</b>	<b>8,346,900</b>	<b>8,621,947</b>	<b>1,865,092</b>	<b>9,197,044</b>
Tax	0	38,810	-286,169	-478,765	-526,217	832,939	-1,564,121	-1,615,973	-1,669,380	-1,724,389	-373,018	-1,839,409



NPV	71,945,524	
IRR	31%	
Pay Back Period	3	ปี
	11.4	เดือน





## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ นาย เอกพงศ์ จงมีรัก  
วันเดือนปีเกิด 1 เมษายน 2525  
ตำแหน่ง Mall Manager : Planning and Strategy  
เทสโก้ โลตัส

ประสบการณ์ 2558 Mall Manager : Planning and Strategy  
ทำงาน เทสโก้ โลตัส

