



การศึกษาความเป็นไปได้บนที่ดิน  
ถนนเลียบคลองทวีวัฒนา กรุงเทพฯ

โดย

นาย วิเศษพล เกษะโกมล

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์)  
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
ปีการศึกษา 2558  
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

การศึกษาความเป็นไปได้บนที่ดิน  
ถนนเลียบคลองทวีวัฒนา กรุงเทพฯ

โดย

นาย วิเศษพล เกษะโกมล



การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์)  
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
ปีการศึกษา 2558  
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



THE FEASIBILITY STUDY  
ON KHLONG THAWIWATTHANA ROAD IN BANGKOK

BY

VISADEPON GASAGOMON



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

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
คณะพาณิชย์ศาสตร์และการบัญชี

การค้นคว้าอิสระ

ของ

นายวิเศษพล เกษะโกมล

เรื่อง

การศึกษาความเป็นไปได้บนที่ดิน ถนนเลียบบคลองทวีวัฒนา กรุงเทพฯ

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์)

เมื่อ วันที่ 22 เมษายน พ.ศ. 2559

ประธานกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดิชพงศ์ พงศ์ภัทรชัย)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ



(รองศาสตราจารย์พัชรา พัชรานิช)

คณบดี



(ศาสตราจารย์ ดร.ศิริลักษณ์ ไรจนกิจอำนวย)

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	การศึกษาความเป็นไปได้บนที่ดิน ถนนเลียบบคลองทวีวัฒนา กรุงเทพฯ
ชื่อผู้เขียน	นาย วิเศษพล เกษะโกมล
ชื่อปริญญา	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์)
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	รองศาสตราจารย์พัชรา พัชรวานิช
ปีการศึกษา	2558

### บทสรุปผู้บริหาร

โครงการ THE PLUS @คลองทวีวัฒนา เป็นโครงการประเภททาวน์โฮม 2 ชั้น ตั้งอยู่บริเวณถนนเลียบบคลองทวีวัฒนา พื้นที่โครงการทั้งสิ้น 24-2-8 ไร่ โดยมีอาณาเขตโดยรอบดังนี้

ทิศเหนือ	:	ติดพื้นที่แปลงสวนผัก
ทิศใต้	:	ติดบ้านเรือน
ทิศตะวันออก	:	ติดโครงการทาวน์โฮม MONO
ทิศตะวันตก	:	ติดพื้นที่แปลงสวนผัก

การศึกษาด้านผังเมืองและกฎหมายที่เกี่ยวข้องพบว่าที่ดินตั้งอยู่ในบริเวณพื้นที่สีเหลือง ย.3 อัตราส่วนพื้นที่อาคารต่อพื้นที่ดิน (FAR) 2.5 : 1 อัตราส่วนที่ว่างต่อพื้นที่ก่อสร้าง (OSR) ไม่น้อยกว่า 12% ด้านกฎหมายที่ดินมีความเหมาะสมในการพัฒนาเป็นอสังหาริมทรัพย์ ได้แก่ บ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์โฮม อพาร์ทเมนท์ อาคารพาณิชย์ การวิเคราะห์ด้านทำเลที่ตั้งมีความเหมาะสมเป็น บ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์โฮม จากการวิเคราะห์การตลาดทางด้านอุปสงค์ อุปทาน และการสำรวจคู่แข่งในบริเวณพื้นที่โดยรอบพบว่า โครงการทาวน์โฮม มีความน่าสนใจในการลงทุนมากที่สุด เนื่องจากเป็นประเภทอสังหาริมทรัพย์ที่มีความต้องการในตลาด อีกทั้งยังสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้

การวิเคราะห์ความต้องการและพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าโดยการออกแบบสอบถาม และ สัมภาษณ์ผู้ที่มีความต้องการซื้อทาวน์โฮมในย่านบางแค เพื่อวิเคราะห์ความต้องการของกลุ่มลูกค้า เป้าหมาย เพื่อที่จะนำข้อมูลมาพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ จนได้แนวคิดและภาพรวมโครงการโดยมี รายละเอียดดังนี้

รูปแบบโครงการ	:	โครงการ THE PLUS เป็นโครงการประเภททาวน์โฮม
แนวคิดและรูปแบบโครงการ	:	PLUS เพื่อชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ใช้พื้นที่ทุกตารางเมตร อย่างคุ้มค่าเพิ่มทุกฟังก์ชันที่ตอบสนองความต้องการของทุกคนในบ้าน
พื้นที่โครงการ	:	24-2-8 ไร่
จำนวน	:	289 ยูนิต
รายได้ต่อครัวเรือน	:	รายได้ต่อครัวเรือน 40,000-60,000 บาท
พื้นที่แปลงมาตรฐาน	:	20 ตารางวา
ลักษณะทาวน์โฮม	:	พื้นที่ใช้สอย 140 ตารางเมตร
	:	หน้าบ้านกว้าง 5.7 เมตร
	:	ตัวบ้านลึก 14 เมตร
	:	จำนวนห้องนอน 3 ห้อง
	:	จำนวนห้องน้ำ 3 ห้อง
	:	จำนวนที่จอดรถ 2 คัน
ระดับราคาขาย	:	2,640,000 -3,100,000 บาท
สิ่งอำนวยความสะดวก	:	ระบบรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง กล้องซีซีทีวี รอบโครงการ ตู้ยามแลกบัตร์เข้าสำหรับผู้ที่มาเยี่ยม ลูกบ้านภายในโครงการตลอด 24 ชั่วโมง สวนสาธารณะที่ เน้นความ ร่มรื่น ร้านค้าสะดวกซื้อหน้าโครงการ

**การลงทุน**

ค่าที่ดินและปรับปรุงที่ดิน	259,200,000	บาท
ค่าก่อสร้าง	284,720,000	บาท
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	116,965,739	บาท
รวมเป็นเงินทั้งสิ้น	<u>660,885,739</u>	บาท

**แหล่งเงินทุน**

มาจาก 2 แหล่ง ได้แก่ ส่วนของเจ้าของ และการกู้ธนาคาร โดยเป็นเงินลงทุนเจ้าของโครงการเป็น 109,499,976 บาท (22.34%) ส่วนที่เป็นเงินกู้ธนาคารอีก 380,744,000 บาท (77.66%)

**ผลการวิเคราะห์ทางการเงิน**

จากการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินจากกระแสเงินสดของโครงการได้ผลสรุป ดังนี้ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) 86,141,650 บาท อัตราผลตอบแทนในการลงทุน (IRR) 26.23 %

จากผลข้างต้นจะเห็นว่า THE PLUS มีความเป็นไปได้ทางการเงิน ดังนั้นจึงเป็นโครงการที่มีความน่าสนใจในการลงทุน

**คำสำคัญ:** ทาวน์โฮม, ทวีวัฒนา, บางแค

Independent Study Title	The Feasibility Study on Khlong Thawiwatthana Road in Bangkok
Author	Mr. Visadepong Gasagomon
Degree	Master of Science (Real Estate Business)
Department/Faculty/University	Faculty of Commerce and Accountancy Thammasat University
Independent Study Advisor	Associate Professor Pachara Pacharavanich
Academic Years	2015

### Executive summary

THE PLUS PROJECT @KHLONG THAWIWATTHANA is two storey town home project, located on TANON-LIAPKHLONGTHAWIWATTHANA road. This project has total area 24-2-8 RAIS, The borders are as follow

North	:	vegetable garden
South	:	houses
East	:	townhome project MONO.
West	:	vegetable garden

According to city planning law,the land is in residential area, yellow area (Yor.3),with floor area ratio to land area is 2.5 : 1 and Open Space Ratio(OSR) no less than 12 %. After considering the legal feasibility, land could be developed as detached houses, semi-detached houses,townhomes, apartments and shop houses. From analysis in marketing view according to demand and supply, townhome has potential to invest because townhome has a lot of demand and competitive price.



Customer behavior was conducted by questionnaire and in-depth interview specific to customers who want to buy townhome in Bang-karr district so that products can be developed to meet the right customers. The overview of this project is follow :

Type of product	:	Townhome
Concept and design	:	Plus for well-being functional area for every square meter, full feel the need of customers
Area	:	24-2-8 Rais
Number of units	:	289 unit
Household income	:	40,000-60,000 Baht/month
Land area	:	20 square wa
Building and Funtions	:	building area 140 square meter
	:	Frontage 5.7 meters
	:	Depth 14 meters
	:	3 bedrooms
	:	3 bathrooms
	:	2 car-parks
Price range	:	2,640,000 -3,100,000 Baht
Facilities	:	Safety system 24 hours , CCTV , Park, Minimart

**Project Investment**

Land cost	259,200,000	Baht
Construction cost	284,720,000	Baht
Other development cost	<u>116,965,739</u>	Baht
Total investment	<u><u>660,885,739</u></u>	Baht

**Sources of Fund**

Two sources of Fund come from owners 109,499,976 Baht (22.34%) and creditor 380,744,000 Baht (77.66%)

**Financial Feasibility Study**

From financial feasibility study, Net Present Values (NPV) of project is 86,141,650 baht and Internal Rate of Return (IRR) is 26.23%, this project is suitable to invest.

**Keywords:** Townhome

## กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำการศึกษาอิสระฉบับนี้ทำให้ข้าพเจ้าได้นำเอาความรู้ที่ได้จากการเรียนในห้องในวิชาอสังหาริมทรัพย์นำมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจในหลักวิชาอสังหาริมทรัพย์ และสามารถนำเอาความรู้มาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ ผู้จัดทำต้องขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ พัทธา พัทธราวิช อาจารย์ที่ปรึกษาอิสระฉบับนี้ที่กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่าในการให้คำปรึกษาและเสนอความคิดเห็นเป็นแนวทางในการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งเป็นความรู้ที่ข้าพเจ้าสามารถนำมาใช้ได้จริง อีกทั้งยังขอขอบคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดิขพงศ์ พงศ์ภัทรชัย ในฐานะกรรมการศึกษาระยะที่ได้ให้ข้อเสนอข้อคิดเห็นในการนำไปใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์ในด้านต่างๆ

ข้าพเจ้าขอขอบคุณ นาย ณัฐภัทร ว่องเจริญพร ที่ได้คอยให้คำแนะนำและให้ความรู้กับข้าพเจ้า ในการทำให้รายงานเล่มนี้ให้เสร็จสมบูรณ์ไปได้ด้วยดี

สุดท้ายนี้ผู้จัดทำขอขอบพระคุณครอบครัวและมิตรสหายที่ได้ให้คำแนะนำรวมถึงเป็นกำลังใจการทำรายงานฉบับนี้ หากรายงานนี้มีความผิดพลาดประการใดข้าพเจ้าขออภัยไว้ ณ ที่นี้

นาย วิเศษพล เกษะโกมล

## สารบัญ

	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร	(1)
Executive summary	(4)
กิตติกรรมประกาศ	(7)
สารบัญตาราง	(14)
สารบัญภาพ	(16)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาแนวคิด	1
1.2 วัตถุประสงค์การศึกษา	2
1.3 ขอบเขตการศึกษา	2
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
บทที่ 2 วิเคราะห์ที่ตั้งโครงการ (Site Analysis)	3
2.1 การวิเคราะห์ทำเลที่ตั้งโครงการ ( Location Analysis )	3
2.1.1 ที่ตั้งโครงการ	3
2.1.2 สถานที่สำคัญที่อยู่ใกล้เคียง	4
2.1.3 การเข้าถึงโครงการ ( Accessibility )	6

	(9)
2.1.4 โครงการอนาคต	8
2.2 การวิเคราะห์ด้านกายภาพ ( Physical Attribute )	9
2.2.1 ขนาดและรูปร่างที่ดิน	9
2.2.2 สภาพที่ดินปัจจุบัน	10
2.2.3 อาณาเขตที่ดิน	12
2.2.4 เอกสารสิทธิ์และการประเมินราคา	12
2.3สรุปผลการวิเคราะห์ความเหมาะสมของทำเลที่ดินกับโครงการที่จะพัฒนา	14
บทที่ 3 การวิเคราะห์ด้านกฎหมาย( Legal Attribute )	14
3.1 พระราชบัญญัติผังเมือง	15
3.2 พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร	17
3.2.1 คำนิยาม	17
3.2.2 ลักษณะต่างๆ ของอาคาร	17
3.2.3 แนวอาคารและระยะต่างๆ	17
3.2.4 ห้องน้ำ	18
3.2.5 สะพาน	18
3.2.6 อาคารจอดรถ ที่จอดรถ ที่กัลับริดและทางเข้าออกของรถ	18
3.3 พระราชบัญญัติการจัดสรรที่ดิน	19
3.3.1 การจัดสรรที่ดินเพื่อการจำหน่ายเฉพาะที่ดิน หรือที่ดินพร้อมอาคารประเภท	19
3.3.2 ข้อกำหนดเพื่อประโยชน์เกี่ยวกับการคมนาคม การจราจร และความปลอดภัย	19
3.3.3 สะพาน สะพานท่อ และท่อลอด	20
3.3.4 สวน สนามเด็กเล่น สนามกีฬา	20
3.4 สรุปแนวทางกฎหมายที่นำมาใช้กับโครงการ	21
3.4.1 พระราชบัญญัติผังเมือง	21

	(10)
3.4.2พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร	21
3.4.3 พระราชบัญญัติการจัดสรรที่ดิน	22
3.5 ตารางสรุปวิเคราะห์ด้านกฎหมาย	23
บทที่ 4 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาด (Market Analsis)	24
4.1 ภาพรวมจังหวัดกรุงเทพ	24
4.2 อัตราดอกเบี้ยเงินให้กู้ยืม	27
4.3คำนวณหาวงเงินกู้ที่สามารถกู้ได้ ในปี2558	28
4.4การวิเคราะห์อุปสงค์	29
4.5 การวิเคราะห์อุปทาน	33
4.6 สรุปการวิเคราะห์อุปสงค์ อุปทาน	34
4.7 การวิเคราะห์คู่แข่ง	35
4.8การวิเคราะห์การตลาดเบื้องต้น	38
4.9สรุปผลการวิเคราะห์โครงการที่เหมาะสมสำหรับที่ดินแปลงที่จะพัฒนา	43
4.10 สรุปการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการในเบื้องต้น	44
บทที่ 5 กลยุทธ์ทางการตลาด (Market Strategy)	45
5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลคู่แข่งทางตรง	45
5.2การวิเคราะห์ความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภค	48
5.2.1ด้านทำเลที่ตั้ง	48
5.2.2ด้านผลิตภัณฑ์	48
5.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยจากการทบทวนวรรณกรรมประกอบด้วย	49
5.3.1ทำเลที่ตั้ง	49

5.3.2รูปแบบบ้านและวัสดุ	49
5.3.3ราคา	49
5.3.4สังคมและวัฒนธรรม	49
5.4 กลยุทธ์ทางการตลาดและวิเคราะห์คู่แข่ง (STP Analysis)	50
5.4.1 การกำหนดส่วนแบ่งตลาด (Market Segmentation)	50
5.4.2 การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Target Group)	50
5.4.3 การศึกษาตำแหน่งทางการตลาด (Positioing)	52
5.5 การวิเคราะห์ศักยภาพทางการตลาด (SWOT Analysis)	53
5.5.1จุดแข็ง (Strengths)	53
5.5.2จุดอ่อน (Weaknesses)	53
5.5.3โอกาส (Opportunities)	53
5.5.4อุปสรรค (Threats)	53
5.6การกำหนดกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด	54
5.6.1 ผลิตภัณฑ์ (Product)	54
5.6.2การตั้งราคา (Price)	60
5.6.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	61
5.6.4กิจกรรมส่งเสริมการตลาด (Promotion)	62
5.7สรุปค่าใช้จ่ายกิจกรรมส่งเสริมการตลาด (Promotion)	66
บทที่ 6 การวิเคราะห์ด้านการก่อสร้างและต้นทุน	67
6.1ลักษณะโครงการและแนวคิด	67
6.2รูปแบบโครงการ	67
6.3การบริหารงานก่อสร้าง (Construction Management)	69
6.3.1 งานศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาโครงการ(Feasibility Study)	69

	(12)
6.3.2 ช่วงดำเนินการก่อสร้าง (Pre-construction period)	69
6.3.3 ช่วงงานก่อสร้าง (construction period)	69
6.3.4 ช่วงหลังการก่อสร้างหลัง (Post-construction period)	69
6.4 สรุปรวมระยะเวลาโครงการ	70
 บทที่ 7 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน	 71
7.1 ต้นทุนโครงการ	71
7.2 โครงสร้างต้นทุนเงินทุน	73
7.3 อัตราคิดลด	73
7.4 รายรับของโครงการ	74
7.4 รายจ่ายบริหารและขายโครงการ	75
7.5 ผลการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ	75
7.5.1 ปัจจุบันสุทธิของโครงการ NET PRESENT VALUE (NPV)	75
7.5.2 อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ INTERNAL RATE OF RETURN (IRR)	76
7.5.3 สรุปความเป็นไปได้ทางการเงินและอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน	77
7.6 การศึกษาความอ่อนไหวของโครงการ (Sensitivity Analysis)	77
7.7 การวิเคราะห์สมมุติภาพของโครงการ (Scenario Analysis)	78
7.8 สรุปผลความเป็นไปได้ของโครงการ	78
 รายการอ้างอิง	 79
 ภาคผนวก	 80
ภาคผนวก ก แบบสอบถามความต้องการเลือกซื้อทาวนโฮม	80
ภาคผนวก ข ตารางข้อมูลแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง	85



(13)

ภาคผนวก ค ตารางแสดงกระแสเงินสดของโครงการ

95

ประวัติผู้เขียน

103



## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า	
2. 1	เปรียบเทียบราคาที่ดินข้างเคียง	13
2. 2	สรุปผลการวิเคราะห์ความเหมาะสมของทำเลที่ดินกับโครงการที่จะพัฒนา	14
3. 1	ตารางสรุปวิเคราะห์ด้านกฎหมาย	23
4. 1	จำนวนประชากรในเขตต่างๆโดยรอบ	30
4. 2	จำนวนการโอนกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัย	32
4. 3	ข้อมูลการโอนกรรมสิทธิ์ (นิติบุคคล)	32
4. 4	ข้อมูลที่อยู่อาศัยที่จดทะเบียนใหม่รายปี	33
4. 5	รายละเอียดคู่แข่งทาวน์โฮม	35
4. 6	รายละเอียดคู่แข่งบ้านแฝด	36
4. 7	รายละเอียดคู่แข่งบ้านเดี่ยว	37
4. 8	สมมุติฐานการพัฒนา	38
4. 9	สมมุติฐานการพัฒนา บ้านแฝด	39
4. 10	การวิเคราะห์การเงินเบื้องต้นของบ้านแฝด	40
4. 11	สมมุติฐานการพัฒนา	41
4. 12	การวิเคราะห์การเงินเบื้องต้นของทาวน์โฮม	42
4. 13	สรุปผลการวิเคราะห์โครงการที่เหมาะสมสำหรับที่ดินแปลงที่จะพัฒนา	43
5. 1	ตารางคู่แข่งทางตรงเทียบรายละเอียด	47
5. 2	รายละเอียดโครงการ THE PLUS	56
5. 3	เปรียบเทียบคู่แข่ง	60
5. 4	สรุปค่าใช้จ่ายกิจกรรมส่งเสริมการตลาด	66
6. 1	ระยะเวลาโครงการ	70
7. 1	ต้นทุนโครงการ	71
7. 2	ค่าสาธารณูปโภค	71
7. 3	โครงสร้างต้นทุนเงินทุน	73
7. 4	อัตราคิดลด	73
7. 5	รายรับของโครงการ	74
7. 6	เงื่อนไขในการซื้อของโครงการ	75

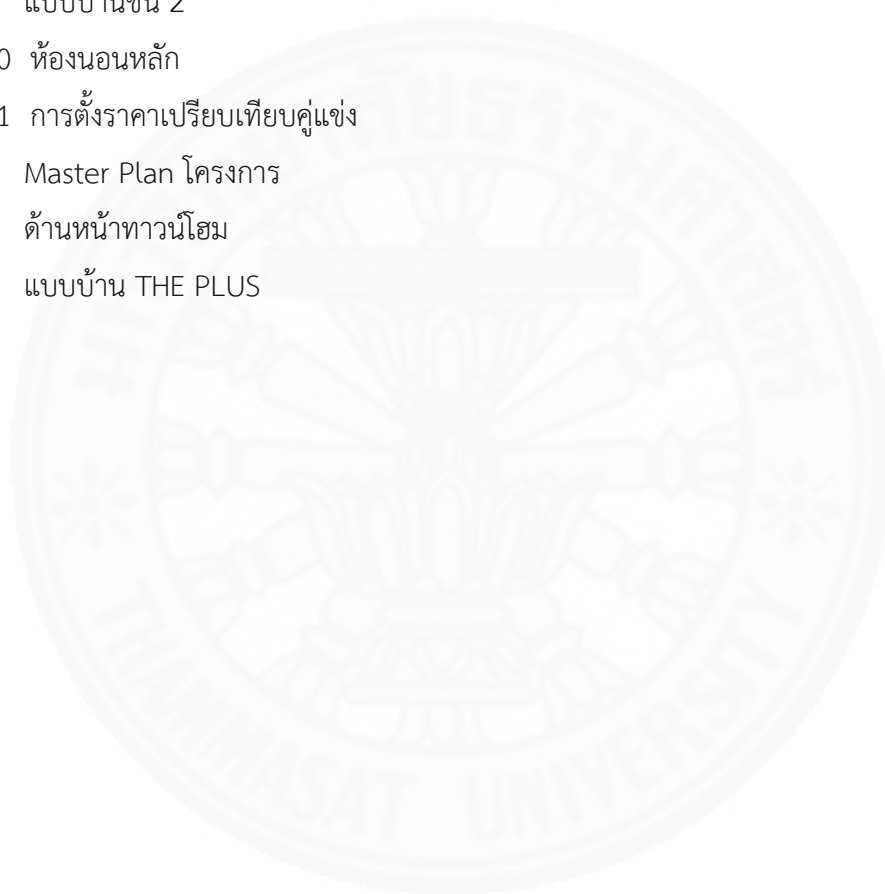
7.7 การศึกษาความอ่อนไหวของโครงการ



## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า	
2. 1	ที่ตั้งโครงการ	3
2. 2	สถานที่สำคัญใกล้เคียง	4
2. 3	เส้นทางการเข้าสู่โครงการ	6
2. 4	สถานีรถไฟฟ้ามหานคร	8
2. 5	รูปร่างของแปลงที่ดิน ตามระวางแผนที่กรมที่ดิน	9
2. 6	ภาพที่ดินปัจจุบัน	10
2. 7	ภาพที่ดินปัจจุบันทำสะพานเข้าสู่โครงการกว้าง 12 เมตร	10
2. 8	ภาพที่ดินปัจจุบันจากมุมบน	11
2. 9	ภาพที่ดินปัจจุบันสะพานของโครงการมณฑล 7	11
2. 10	อาณาเขตที่ดินติดกับ	12
2. 11	ที่ดินข้างเคียงที่ตั้งราคาขาย	13
3. 1	ผังที่ตั้งโครงการ	15
4. 1	จำนวนประชากร จังหวัดกรุงเทพฯ	24
4. 2	ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (GPP)	24
4. 3	ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด ต่อคน (GPP PER CAPITA)	25
4. 4	รายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือน	25
4. 5	รายได้/ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครัวเรือน	26
4. 6	หนี้สินเฉลี่ยต่อครัวเรือน	26
4. 7	อัตราดอกเบี้ยสำหรับลูกค้ารายใหญ่ (MLR)	27
4. 8	อัตราดอกเบี้ยสำหรับลูกค้ารายย่อย(MRR)	27
4. 9	ค่านวนหางเงินกู้ที่สามารถกู้ได้ ในปี2558	28
4. 10	แขวงที่อยู่ในระยะโครงการ รัศมี 5 กิโลเมตร	29
4. 11	ขนาดครัวเรือน	31
4. 12	จำนวนครัวเรือน เขตบางแค และ เขตทวีวัฒนา	31
5. 1	ทาวน์โฮมคู่แข่งทางตรง	45
5. 2	การวางตำแหน่งทางราคา	52

5. 3	Master plan	54
5. 4	แบบบ้านTHE PLUS	55
5. 5	ด้านหน้าทาวนิโฮม	57
5. 6	ด้านหน้าทางเข้าบ้าน	57
5. 7	ภายในห้องโถง	58
5. 8	ครัวต่อเติมด้านนอก	58
5. 9	แบบบ้านชั้น 2	59
5. 10	ห้องนอนหลัก	59
5. 11	การตั้งราคาเปรียบเทียบคู่แข่ง	60
6. 1	Master Plan โครงการ	67
6. 2	ด้านหน้าทาวนิโฮม	68
6. 3	แบบบ้าน THE PLUS	68



## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ที่มาแนวคิด

เนื่องจากที่อยู่อาศัยเป็น หนึ่งในปัจจัย 4 ที่มนุษย์มีความต้องการต่อการดำรงชีวิต ดังนั้นมนุษย์ทุกคนล้วนแล้วแต่เก็บเงินทั้งชีวิตเพื่อซื้อบ้าน ซึ่งเป็นสถานที่ที่ได้ใช้เวลาส่วนมากของคนในครอบครัว โดยพื้นฐานเบื้องต้นของการเลือกที่อยู่อาศัยคือที่อยู่อาศัยอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดี สามารถเดินทางได้โดยสะดวกใกล้ที่ทำงานหรือใกล้ครอบครัวเดิม ดังนั้นการสร้างที่อยู่อาศัย จึงต้องไตร่ตรองให้ดีเพื่อที่จะสนองตอบความต้องการของผู้อยู่อาศัย

ปัจจุบันมีการพัฒนาโครงข่ายระบบขนส่งมวลชนของภาครัฐที่มีประสิทธิภาพ อาทิเช่น รถไฟฟ้า ประกอบกับในตัวเมืองบ้านมีราคาสูงทำให้ผู้ที่กำลังมองหาที่อยู่อาศัยเลือกที่จะซื้อบ้านที่อยู่ในบริเวณชุกชุมรอบเมือง เพื่อรอการเข้าถึงของรถไฟฟ้าในอนาคต

ถนนเลียบบคลองทวีวัฒนา นับว่าเป็นพื้นที่ที่มีความเหมาะสมแก่การอยู่อาศัย เนื่องจากเป็นถนนที่ขนานไปกับคลองทวีวัฒนาทำให้มีบรรยากาศร่มรื่นเหมาะกับการเป็นที่อยู่อาศัย และเป็นถนนที่อยู่ระหว่างถนนบรมราชชนนี ซึ่งเป็นถนนขนาดใหญ่กว่า 12 เลนและถนนเพชรเกษม เป็นถนนที่มีการสัญจรไปมาอย่างหนาแน่น ทั้งนี้ก็เนื่องมาจากเป็นถนนที่เชื่อมต่อ ระหว่างพื้นที่อยู่อาศัยเข้าสู่ตัวเมือง อีกทั้งยังครบครันไปด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มากมายไม่ว่าจะเป็นห้างสรรพสินค้า โรงพยาบาล โรงเรียน รถไฟฟ้าสถานีบางหว้า

นอกจากนี้ทางกรุงเทพมหานครได้มีการอนุมัติงบประมาณในการสร้างโครงการรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงินส่วนต่อขยายซึ่งคาดว่าจะแล้วเสร็จในปี 2564 โดยสถานีทวีวัฒนาจะอยู่บริเวณถนนเพชรเกษมตัดกับถนนทวีวัฒนา ซึ่งห่างจากโครงการ 2.2 กิโลเมตร

จากข้อมูลเบื้องต้นถนนเลียบบคลองทวีวัฒนา จึงเป็นพื้นที่ที่มีความน่าสนใจอย่างยิ่งในการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค แต่ทั้งนี้เนื่องจากในปัจจุบันมีการแข่งขันในตลาดอสังหาริมทรัพย์อย่างรุนแรงจากทั้งผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์รายใหญ่และผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์รายย่อย การศึกษาความเป็นไปได้ในการทำโครงการอย่างละเอียดถี่ถ้วนไม่ว่าจะเป็น ด้านทำเลที่ตั้ง กฎหมาย รูปแบบผลิตภัณฑ์และราคาขายที่ตรงต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้า จึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งเพื่อลดความเสี่ยงของการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์และช่วยให้โครงการประสบความสำเร็จในการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์บนที่ดินย่านคลองทวีวัฒนา เขต บางแค กรุงเทพฯ

## 1.2 วัตถุประสงค์การศึกษา

- เพื่อศึกษาหาประเภทอสังหาริมทรัพย์ที่มีความเหมาะสมที่สุดที่จะพัฒนาบนที่ดินแปลงนี้ โดยศึกษาด้านกายภาพของที่ดิน กฎหมาย การตลาดและการเงิน
- เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ ในการลงทุนพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ให้ประสบผลสำเร็จและสามารถใช้ที่ดินได้อย่างเกิดประโยชน์สูงสุด

## 1.3 ขอบเขตการศึกษา

- ศึกษาศักยภาพของที่ดินที่จะทำการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ บนเนื้อที่ 24-2-8 ไร่ ตั้งอยู่ติดถนนเลียบบคลองทวีวัฒนาตำบล หลักสอง อำเภอบางแค
- ศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านกายภาพของที่ดิน ทำเลที่ตั้งและขนาด ในการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์
- ศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านกฎหมาย โดยพิจารณากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ เช่น กฎหมายผังเมือง กฎหมายควบคุมอาคาร
- ศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด โดยวิเคราะห์อุปสงค์ อุปทาน และวิเคราะห์คู่แข่ง ทั้งทางตรงและทางอ้อมในบริเวณโดยรอบ

## 1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

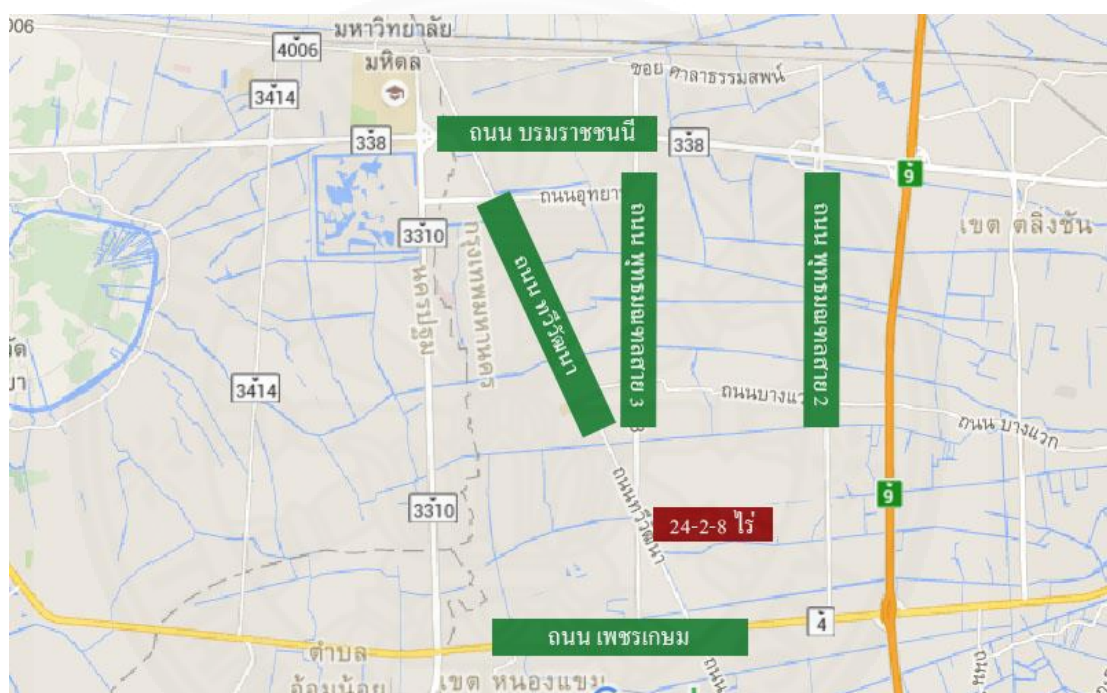
- เพื่อที่จะสามารถนำเอาที่ดินแปลงนี้ไปพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด
- เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นจากการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ท่ามกลางเศรษฐกิจที่ซบเซา
- เพื่อเป็นแนวทางและกรณีศึกษาให้กับผู้ที่มีความต้องการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในบริเวณข้างเคียง

## บทที่ 2

### วิเคราะห์ที่ตั้งโครงการ (Site Analysis)

#### 2.1 การวิเคราะห์ทำเลที่ตั้งโครงการ ( Location Analysis )

##### 2.1.1 ที่ตั้งโครงการ

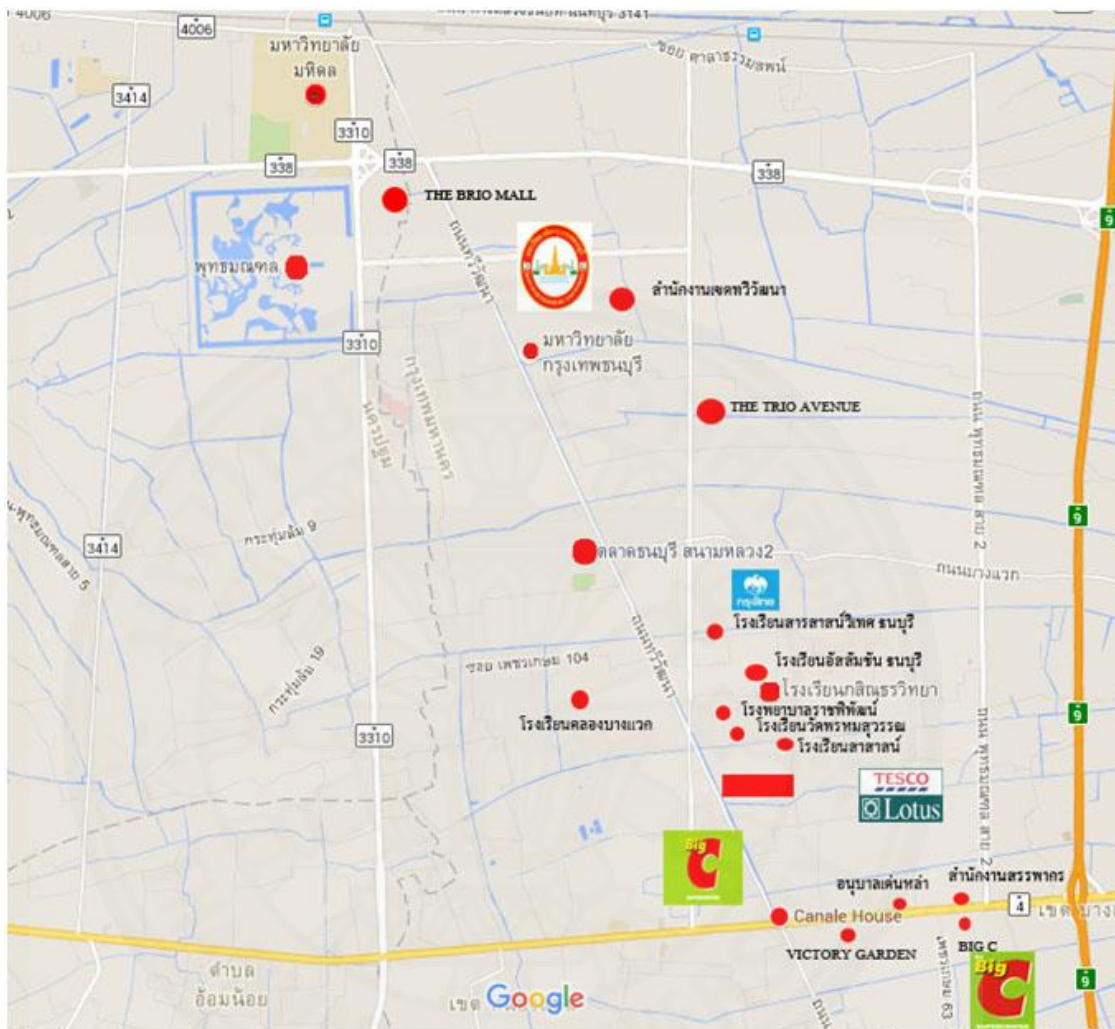


ภาพที่ 2. 1 ที่ตั้งโครงการ

ที่ตั้งโครงการ ตั้งอยู่ติดถนนเลียบบคลองทวีวัฒนา อำเภอ บางแค ตำบล หลักสอง โดยมีคลองทวีวัฒนา (คลองกว้าง 30 เมตร) และที่ดินอีก 1 แปลงคั่นกลางระหว่างที่ดินและถนนเลียบบคลองทวีวัฒนา ทำให้ต้องทำสะพานข้ามคลองเพื่อเข้าสู่โครงการ โดยที่ดินอยู่ห่างจากถนนเลียบบคลองทวีวัฒนา 230 เมตร โดยมีทางเข้าสู่โครงการ 12 เมตร อยู่กึ่งกลางของที่ดิน ที่ดินโครงการเป็นลักษณะสี่เหลี่ยมผืนผ้า ต่อกันจำนวน 2 แปลง โดยมีโฉนด 2 โฉนด มีเนื้อที่รวม 24 ไร่ 2 งาน 8 ตารางวา หน้ากว้าง 100 เมตร ยาว 400 เมตร บริเวณด้านหน้าของที่ตั้งที่ดินมีขนาดของเขตทางกว้าง 20 เมตร



## 2.1.2 สถานที่สำคัญที่อยู่ใกล้เคียง

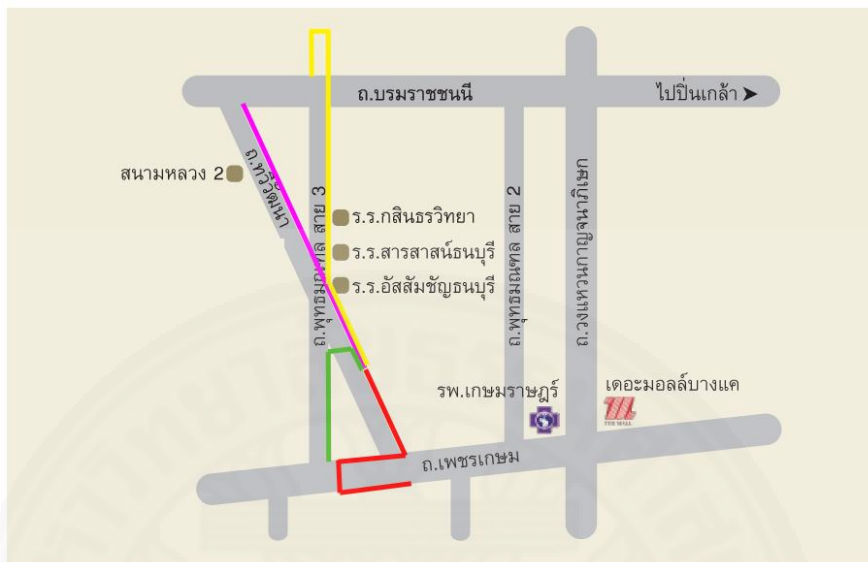


ภาพที่ 2. 2 สถานที่สำคัญใกล้เคียง

1	TESCO LOTUS	ระยะห่างจากโครงการ	1.1	กิโลเมตร
2	Canale House	ระยะห่างจากโครงการ	1.8	กิโลเมตร
3	โรงพยาบาลราชพิพัฒน์	ระยะห่างจากโครงการ	2.0	กิโลเมตร
4	โรงพยาบาลวิชัยเวช	ระยะห่างจากโครงการ	2.0	กิโลเมตร
5	โรงเรียนวัดพรหมสุวรรณ	ระยะห่างจากโครงการ	2.2	กิโลเมตร
6	โรงเรียนสาธิตสนธิ์ธนบุรี	ระยะห่างจากโครงการ	2.2	กิโลเมตร
7	โรงพยาบาลราชพิพัฒน์	ระยะห่างจากโครงการ	2.2	กิโลเมตร
8	โรงเรียนกสิณธรวิทยา	ระยะห่างจากโครงการ	2.3	กิโลเมตร

9	VICTORY GARDEN COMMALL	ระยะห่างจากโครงการ	2.3	กิโลเมตร
10	โรงเรียนอัสสัมชัญธนบุรี	ระยะห่างจากโครงการ	2.4	กิโลเมตร
11	อนุบาลเด่นหล้า	ระยะห่างจากโครงการ	2.4	กิโลเมตร
12	โรงเรียนคลองบางแกว	ระยะห่างจากโครงการ	2.5	กิโลเมตร
13	สำนักงานสรรพากร บางแค	ระยะห่างจากโครงการ	2.5	กิโลเมตร
14	มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์	ระยะห่างจากโครงการ	4.0	กิโลเมตร
15	โรงเรียนอำนวยการศิลป์	ระยะห่างจากโครงการ	4.2	กิโลเมตร
16	ตลาดนัดธนบุรีสนามหลวง 2	ระยะห่างจากโครงการ	4.5	กิโลเมตร
17	โรงพยาบาลเกษมราษฎร์	ระยะห่างจากโครงการ	4.6	กิโลเมตร
18	โรงเรียนเทคโนโลยี กรุงเทพมหานคร	ระยะห่างจากโครงการ	5.0	กิโลเมตร
19	THE TRIO AVENUE	ระยะห่างจากโครงการ	5.3	กิโลเมตร
20	BIG C เพชรเกษม	ระยะห่างจากโครงการ	5.3	กิโลเมตร
21	Home Pro	ระยะห่างจากโครงการ	5.3	กิโลเมตร
22	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ธนบุรี	ระยะห่างจากโครงการ	6.5	กิโลเมตร
23	สำนักงานเขตทวีวัฒนา	ระยะห่างจากโครงการ	7.4	กิโลเมตร
24	THE BRIO MALL	ระยะห่างจากโครงการ	9.0	กิโลเมตร
25	พุทธมณฑล	ระยะห่างจากโครงการ	9.0	กิโลเมตร
26	มหาวิทยาลัยมหิดล	ระยะห่างจากโครงการ	10.0	กิโลเมตร

### 2.1.3 การเข้าถึงโครงการ ( Accessibility )



ภาพที่ 2. 3 เส้นทาง การเข้าสู่โครงการ

1.เส้นสีม่วง เลี้ยวซ้ายเข้าทาง ถนนเลียบบคลองทวีวัฒนา จาก ถนนบรมราชชนนี ตรงไป เป็นระยะทางประมาณ 8.5 กม ใช้เวลาเดินทางประมาณ 12 นาที หากมาทางบรมราชชนนีเข้า จะต้องเลี้ยวซ้ายไปกลับบริเวณถนนพหลโยธินสาย 3จากนั้นตรงไประยะทางประมาณ 15 กม ใช้เวลาเดินทางประมาณ 20 นาที

2. เส้นสีเขียว เลี้ยวขวาเข้าทาง ถนนพหลโยธินสาย 3 จาก ถนนเพชรเกษมขาออก หากมาจากถนนเพชรเกษมขาเข้าให้เลี้ยวซ้ายเข้าทาง ถนนพหลโยธินสาย 3 ตรงไปเป็น ระยะทาง ประมาณ 1.8 กม กลับรถบริเวณจุดตัดถนนเลียบบคลองทวีวัฒนา กับถนนพหลโยธิน สาย 3 ใช้เวลาเดินทางประมาณ 3 นาที

3.เส้นสีเหลือง เลี้ยวซ้ายเข้าทาง ถนนพหลโยธิน สาย 3 จาก ถนนบรมราชชนนี ตรงไป เป็นระยะทางประมาณ 7.8 กม ใช้เวลาเดินทางประมาณ 11 นาที หากมาทางบรมราชชนนีเข้า จะต้องเลี้ยวซ้ายไปกลับบริเวณถนนพหลโยธินสาย 3ระยะทางประมาณ 8.6 กม ใช้เวลาเดินทาง ประมาณ 15 นาที

4.เส้นสีส้ม เลี้ยวขวาเข้าทาง ถนนเลียบบคลองทวีวัฒนา จากถนน เพชรเกษม ระยะทาง ประมาณ 2.3 กม ใช้เวลาเดินทางประมาณ 4 นาที หากมาทางเพชรเกษมขาออกจะต้องไปกลับรถ ระยะทาง 450 เมตร ก่อนเลี้ยวซ้ายเข้าสู่ถนนเลียบบคลองทวีวัฒนา

เส้นทางที่สะดวกในการเข้าออกที่สุดคือเส้นทาง 2 เข้าทาง ถนนพุทธมณฑล สาย 3 จาก ถนน เพชรเกษม ทะลุซอย พุทธมณฑล สาย 3 ซอย 4 เข้าสู่ถนนเลียบบคลองทวีวัฒนา

เนื่องจากทางเข้าถนนเพชรเกษมไม่ต้องไปกลับรถไกลสามารถเลี้ยวเข้าได้เลย อีกทั้งถนน เพชรเกษมยังเป็นแหล่งชุมชนขนาดใหญ่ และเป็นพื้นที่ศูนย์รวมทางเศรษฐกิจ อีกทั้งยังเป็นเส้นทาง เชื่อมต่อเข้าสู่ CBD (สาทร) ทำให้มีผู้คนสัญจรไปมาจำนวนมาก ประกอบกับถนนที่มีขนาด 10 เลน ทำให้การจราจรสะดวก

อีกเส้นทางคือเส้นทางที่ 4 หากเดินทางมาทางเพชรเกษมฝั่งขาออกต้องไปกลับรถเป็น ระยะทาง 450 เมตร การจราจรค่อนข้างติดขัดในช่วงเวลาเช้าและเย็น หากมาจากถนนเพชรเกษม ขาเข้าสามารถเลี้ยวซ้ายเข้าสู่โครงการ เข้าทางถนนเลียบบคลองทวีวัฒนา การเข้าออกทางถนนเลียบบ- คลองทวีวัฒนาสะดวกกว่าเนื่องจากสามารถตรงเข้าสู่โครงการโดยใช้ถนนขนาดใหญ่ (4เลน) ไม่ต้อง เข้าซอย

## 2.1.4 โครงการอนาคต



ภาพที่ 2. 4 สถานีรถไฟฟ้าอนาคต

ปัจจุบัน : รถไฟฟ้าสายสีน้ำเงินสิ้นสุดสายที่สถานี บางหว้า ระยะห่างจากโครงการ 12 กิโลเมตร

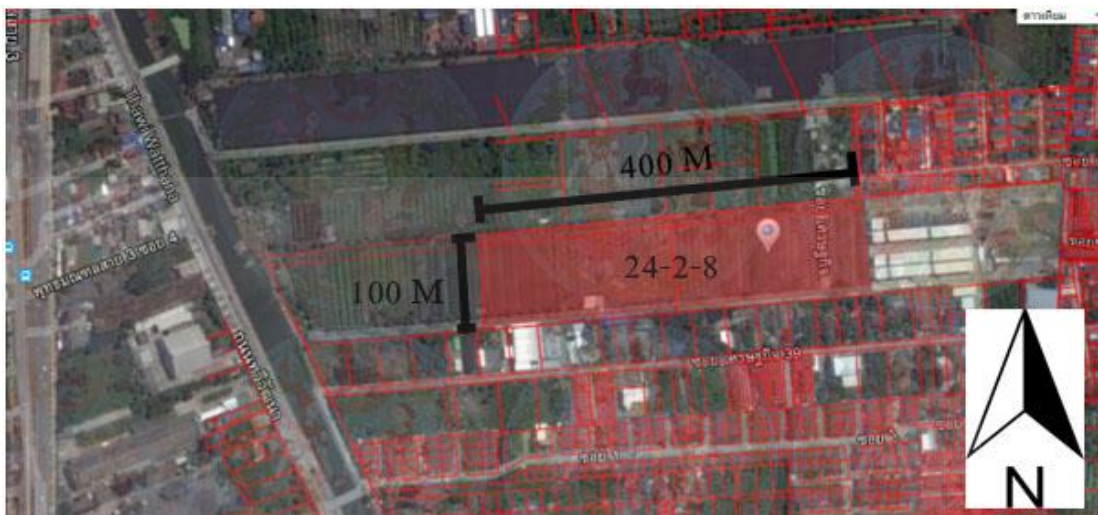
2563 : คาดว่าจะแล้วเสร็จในโครงการส่วนต่อขยายมายังสถานีหลักสอง หน้า THE MALL บางแค ระยะห่างจากโครงการ 6 กิโลเมตร

2564 : คาดว่าจะแล้วเสร็จในโครงการส่วนต่อจากสถานีหลักสอง วังตรงไปบนเกาะกลาง ถนนเพชรเกษม ผ่านแยกทวีวัฒนา ไปสิ้นสุดที่สถานีพุทธมณฑลสาย 4 ระยะห่างจากโครงการ 2.2 กิโลเมตร โดยจากสถานีรถไฟฟ้าทวีวัฒนา หากเดินทางเข้าสู่โครงการสามารถเข้าโครงการได้ทั้งทางถนนเลียบคลองทวีวัฒนา (หากมาทางขาเข้า สามารถเลี้ยวซ้ายเข้าสู่ถนนทวีวัฒนา ระยะทาง 2.2 กม หากมาทางขาออกสามารถถลันรถและเลี้ยวซ้ายเข้าสู่โครงการ) และ ถนนพุทธมณฑลสาย 3 (สามารถเลี้ยวขวาเข้าถนนพุทธมณฑลสาย 3 เพื่อเข้าสู่โครงการได้เลย )



## 2.2 การวิเคราะห์ด้านกายภาพ ( Physical Attribute )

### 2.2.1 ขนาดและรูปร่างที่ดิน



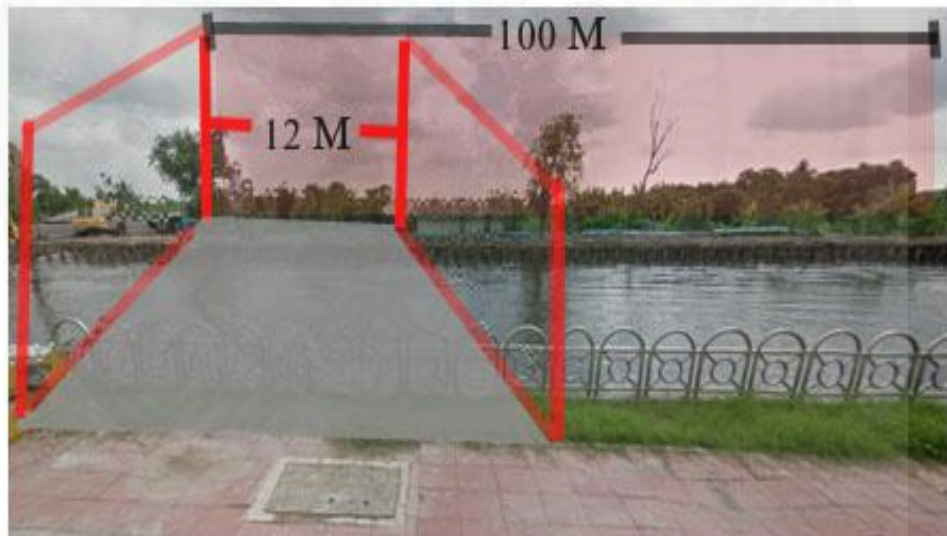
ภาพที่ 2. 5 รูปร่างของแปลงที่ดิน ตามระวางแผนที่กรมที่ดิน

ที่ดินโครงการเป็นรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า มีความกว้าง 100 เมตร ติดกับถนนยาว 400 เมตร โดยมีการแบ่งถนน 12 เมตรตามความยาว 400 เมตร ตลอดทั้งแนว โดยมีถนนทางเข้า กว้าง 12 เมตร ยาว 200 เมตร

### 2.2.2 สภาพที่ดินปัจจุบัน



ภาพที่ 2. 6 ภาพที่ดินปัจจุบัน



ภาพที่ 2. 7 ภาพที่ดินปัจจุบันทำสะพานเข้าสู่โครงการกว้าง 12 เมตร



ภาพที่ 2. 8 ภาพที่ดินปัจจุบันจากมุมบน



ภาพที่ 2. 9 ภาพที่ดินปัจจุบันสะพานของโครงการมณฑล 7

ปัจจุบันที่ดินแปลงนี้เป็นสวนผัก โดยเจ้าของได้ปล่อยให้ชาวสวนทำสวน ปลูกพืชผัก ล้มลุก โดยจะทำการเป็นคันสวน มีสัญญาเช่าเป็นระยะเวลา 1 ปี ต้องถมต้องถมดินสูง 2 เมตรจาก แนวระดับเดิม ทางเข้าสู่โครงการหากจะเข้าโครงการ ณ ปัจจุบันจะต้องเข้าทางสะพานหมู่บ้าน เพชรมณฑล 7 ซึ่งเป็นสะพานกว้าง 6 เมตร และเลี้ยวซ้ายเป็นระยะทาง 100 เมตร ก่อนเข้าสู่ โครงการ หรือเข้าทางซอยหมู่บ้านเศรษฐกิจ ซึ่งเป็น ถนน 2 เลน กว้าง 12 เมตร โดยจะต้องผ่านที่ดิน ข้างเคียงเพื่อเข้าสู่พื้นที่โครงการ



### 2.2.3 อาณาเขตที่ดิน



ภาพที่ 2. 10 อาณาเขตที่ดินติดกับ

ทิศเหนือ	:	พื้นที่สวนผัก
ทิศใต้	:	บ้านเรือน
ทิศตะวันออก	:	โครงการโมโนทาวน์โฮม
ทิศตะวันตก	:	พื้นที่สวนผัก

### 2.2.4 เอกสารสิทธิ์และการประเมินราคา

ที่ดินโครงการประกอบด้วยเอกสารโฉนดที่ดิน (น.ส. 4 จ.) จำนวน 2 แปลง ปราศจากภาระผูกพัน


โฉนดที่ 1 เนื้อที่ 12 ไร่ 1 งาน 4 ตารางวา ราคาประเมิน 5,500 บาท รวมเป็นเงิน 27,000,000 บาท

โฉนดที่ 2 เนื้อที่ 12 ไร่ 1 งาน 4 ตารางวา ราคาประเมิน 6,500 บาท รวมเป็นเงิน 32,000,000 บาท



ภาพที่ 2. 11 ที่ดินข้างเคียงที่ตั้งราคาขาย

ตารางที่ 2. 1เปรียบเทียบราคาที่ดินข้างเคียง

	ที่ดินที่จะพัฒนา	A	B	C
เนื้อที่ดิน (ไร่)	24	10	100 ตร.ว.	28
ระยะห่างจากถนน	ห่างจากถนน 230 ม.	ติดถนนใหญ่	ติดถนนใหญ่	ติดถนนใหญ่
หน้ากว้าง (เมตร)	100	80	10	55
การถมดิน	ต่ำกว่าถนน 2 เมตร	ต่ำกว่าถนน 1 เมตร	ต่ำกว่าถนน 1 เมตร	ต่ำกว่าถนน 1 เมตร
ผังสี	เหลือง	เขียว	ขาวคาดเขียว	เขียว
ความกว้างเขตทาง	20	20	20	20
ความเจริญ	ปานกลาง	มาก	ปานกลาง	มาก
รูปทรงที่ดิน				
ความสะดวกในการคมนาคม	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
ราคา(ล้าน/ไร่)	10	12	16	9

สรุป เมื่อเปรียบเทียบกับราคาที่ดินข้างเคียงราคาที่ดินโครงการควรอยู่ที่ไร่ละ 10 ล้านบาท มีราคาต่ำกว่าที่ดิน A เพราะแปลงที่ดินโครงการห่างจากถนนหลัก 200 เมตร อีกทั้งมีคลองคั่นกลางระหว่างถนนกับที่ดินโครงการ แต่แปลงที่ดินโครงการมีความได้เปรียบคืออยู่ในพื้นที่สีเหลือง

## 2.3สรุปผลการวิเคราะห์ความเหมาะสมของทำเลที่ดินกับโครงการที่จะพัฒนา

ตารางที่ 2.2 สรุปผลการวิเคราะห์ความเหมาะสมของทำเลที่ดินกับโครงการที่จะพัฒนา

	ทำเลและกายภาพ	หมายเหตุ
บ้านเดี่ยว	/	ขนาดที่ดินเหมาะสม ทำเลเหมาะแก่การเป็นที่พักอาศัย
บ้านแฝด	/	ขนาดที่ดินเหมาะสม ทำเลเหมาะแก่การเป็นที่พักอาศัย
ทาวน์โฮม	/	ขนาดที่ดินเหมาะสม ทำเลเหมาะแก่การเป็นที่พักอาศัย
อาคารพาณิชย์	x	ทำเลไม่ติดหน้าถนนใหม่ และไม่ได้อยู่ในย่านธุรกิจ
อาคารชุดพักอาศัย	x	ที่ดินมีขนาดใหญ่ ราคาไม่ได้สูงมาก ไม่เหมาะกับการทำอาคารสูง
อพาร์ทเมนต์	x	ที่ดินมีขนาดใหญ่ ราคาไม่ได้สูงมาก ไม่เหมาะกับการทำอาคารสูง
โรงแรม/รีสอร์ท	x	ทำเลไม่เหมาะสมเนื่องจากไม่ได้อยู่ในย่านธุรกิจหรือแหล่งท่องเที่ยว
ศูนย์การค้า	x	ทำเลไม่เหมาะสมเนื่องจากไม่ได้อยู่ในย่านธุรกิจหรือแหล่งท่องเที่ยว

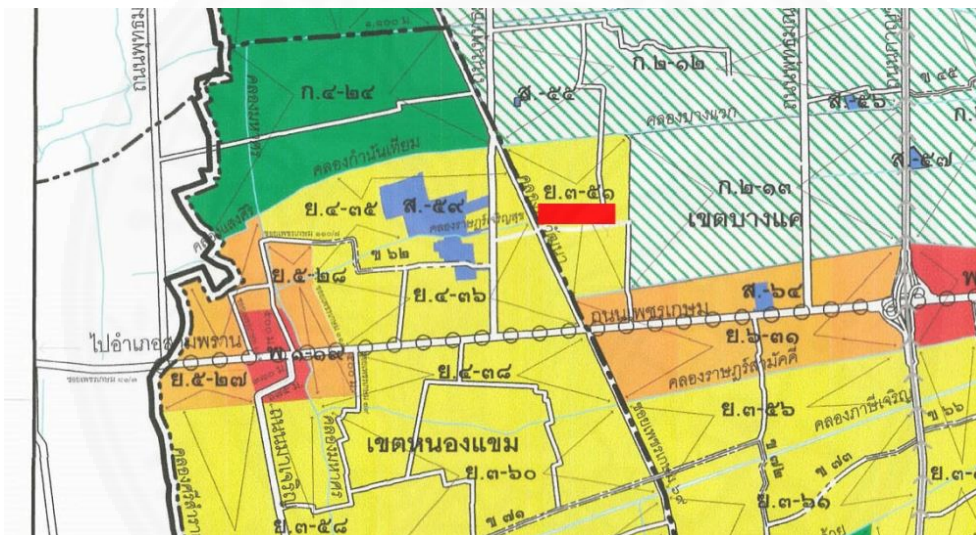
### บทที่ 3

#### การวิเคราะห์ด้านกฎหมาย( Legal Attribute )

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับโครงการที่ต้องศึกษา ได้แก่

- พระราชบัญญัติผังเมือง
- พระราชบัญญัติการจัดสรรที่ดิน
- พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร

#### 3.1 พระราชบัญญัติผังเมือง



ภาพที่ 3. 1 ผังสีที่ตั้งโครงการ

ที่ดินโครงการอยู่ในพื้นที่สีเหลือง ที่ดินประเภท ย. 3 มีวัตถุประสงค์เพื่อดำรงรักษาการอยู่อาศัยที่มีสภาพแวดล้อมดีในบริเวณชานเมือง

ที่ดินขนาด 9600 ตร.วา ตั้งอยู่ในพื้นที่สีเหลือง ย.3 ( FAR สร้างได้ 2.5 : 1 , OSR ร้อยละ 12.5) การใช้ประโยชน์ที่ดินสามารถสร้างอาคารได้ 96,000 ตร.ม.โดยจะต้องมีพื้นที่ว่าง 12,000ตร.ม.

ที่ดินประเภทนี้ ห้ามใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อกิจการตามที่กำหนด ดังต่อไปนี้

1.โรงแรมตามกฎหมายว่าด้วยโรงแรม เว้นแต่

- โรงแรมที่มีจำนวนห้องพักไม่เกิน 50 ห้อง ที่ตั้งอยู่ริมถนนสาธารณะที่มีขนาดเขตทางไม่น้อยกว่า 16 เมตร หรือตั้งอยู่ภายในระยะ 500 เมตร จากบริเวณโดยรอบสถานีรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน

- โรงแรมที่มีจำนวนห้องพักเกิน 50ห้อง แต่ไม่เกิน 80ห้อง ที่ตั้งอยู่ริมถนนสาธารณะที่มีขนาดเขตทางไม่น้อยกว่า 30เมตร หรือตั้งอยู่ภายในระยะ 500 เมตร จากบริเวณโดยรอบสถานีรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน

2.การอยู่อาศัยประเภทอาคารอยู่อาศัยรวมที่มีพื้นที่อาคารรวมเกิน 1,000 ตารางเมตร เว้นแต่การอยู่อาศัยที่มีพื้นที่อาคารรวมเกิน 1,000 ตารางเมตร แต่ไม่เกิน 10,000 ตารางเมตรที่ตั้งอยู่ริมถนนสาธารณะที่มีขนาดเขตทางไม่น้อยกว่า30 เมตร หรือตั้งอยู่ภายในระยะ 500 เมตรจากบริเวณโดยรอบสถานีรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน

3.การประกอบพาณิชย์กรรมที่มีพื้นที่ประกอบการเกิน 300 ตารางเมตร เว้นแต่

-การประกอบพาณิชย์กรรมประเภทห้องแถวหรือตึกแถว ที่ตั้งอยู่ริมถนนสาธารณะที่มีขนาดเขตทางไม่น้อยกว่า 12 เมตร หรือตั้งอยู่ภายในระยะ 500 เมตร จากบริเวณโดยรอบสถานีรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน

-การประกอบพาณิชย์กรรมที่มีพื้นที่ประกอบการเกิน 300 ตารางเมตร แต่ไม่เกิน 500 ตารางเมตร ที่ตั้งอยู่ริมถนนสาธารณะที่มีขนาดเขตทางไม่น้อยกว่า 16 เมตร หรือตั้งอยู่ภายในระยะ 500 เมตร จากบริเวณโดยรอบสถานีรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน

-การประกอบพาณิชย์กรรมที่มีพื้นที่ประกอบการเกิน 500 ตารางเมตร แต่ไม่เกิน 1,000 ตารางเมตร ที่ตั้งอยู่ริมถนนสาธารณะที่มีขนาดเขตทางไม่น้อยกว่า 30 เมตร หรือตั้งอยู่ภายในระยะ 500 เมตร จากบริเวณโดยรอบสถานีรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน



## 3.2 พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร

### 3.2.1 คำนิยาม

“แนวถนน” หมายความว่า เขตถนนและทางเดินที่กำหนดไว้ให้เป็นทางสาธารณะ

“บ้านแฝด” หมายความว่า อาคารที่ใช้เป็นที่อยู่อาศัยก่อสร้างติดต่อกันสองบ้าน มีผนังร่วมแบ่งอาคารเป็นบ้าน มีที่ว่างระหว่างรั้วหรือแนวเขตที่ดินกับอาคารด้านหน้าด้านหลัง และด้านข้างของแต่ละบ้าน และมีทางเข้าออกของแต่ละบ้านแยกจากกันเป็นสัดส่วน

“ปากทางเข้าออกของรถ” หมายความว่า ส่วนของทางสำหรับรถเข้าออกที่เชื่อมกับเขตทางสาธารณะ

### 3.2.2 ลักษณะต่างๆ ของอาคาร

-อาคารที่มีได้ก่อสร้างด้วยวัสดุถาวรหรือวัสดุทนไฟเป็นส่วนใหญ่ ให้ก่อสร้างได้ไม่เกิน 2 ชั้น

-บ้านแฝดต้องมีบันได ผนังและโครงสร้างหลัก ประกอบด้วยวัสดุถาวรหรือ วัสดุทนไฟเป็นส่วนใหญ่

-วัสดุผนังหลังคาให้ทำด้วยวัสดุทนไฟ เว้นแต่อาคารซึ่งตั้งอยู่ห่างอาคารอื่นหรือทางสาธารณะเกิน 20 เมตร จะใช้วัสดุไม่ทนไฟก็ได้

-บันไดต้องมีความกว้างไม่น้อยกว่า 90 เซนติเมตร ช่วงหนึ่งสูงไม่เกิน 3 เมตร ลูกตั้งสูงไม่เกิน 20 เซนติเมตร ลูกนอนไม่น้อยกว่า 22 เซนติเมตร และต้องมีพื้นหน้าบันไดมีความกว้างและยาวไม่น้อยกว่าความกว้างของบันได บันไดที่สูงเกิน 3 เมตร ต้องมีชานพักบันไดทุกช่วง 3 เมตร หรือน้อยกว่านั้น และชานพักบันไดต้อง มีความกว้างและยาวไม่น้อยกว่าความกว้างของบันได ระยะตั้งจากชั้นบันไดหรือชานพักบันไดถึงส่วนต่ำสุดของอาคารที่อยู่เหนือขึ้นไปต้องสูงไม่น้อยกว่า 1.90 เมตร

### 3.2.3 แนวอาคารและระยะต่างๆ

อาคารแต่ละหลังหรือหน่วยต้องมีที่ว่างตามที่กำหนด ดังต่อไปนี้ อาคารอยู่อาศัยต้องมีที่ว่างไม่น้อยกว่า 30 ใน 100 ส่วนของพื้นที่ที่ดิน

บ้านพักอาศัยที่มีพื้นที่ไม่เกิน 300 ตารางเมตร ให้ผนังด้านที่ไม่มีช่องเปิดสามารถสร้างห่างเขตที่ดินได้น้อยกว่า 1 เมตร ถ้าห่างเขตที่ดินน้อยกว่า 50 เซนติเมตร ต้องได้รับความยินยอมเป็นหนังสือจากเจ้าของที่ดินด้านนั้นด้วย

### 3.2.4. ห้องน้ำ

ห้องส้วมและห้องอาบน้ำที่แยกกัน ต้องมีขนาดของพื้นที่ห้องแต่ละห้องไม่น้อยกว่า 0.9 ตารางเมตร และมีความกว้างไม่น้อยกว่า 0.9 เมตร ถ้าห้องส้วมและห้องอาบน้ำรวมอยู่ในห้องเดียวกัน ต้องมีพื้นที่ภายในไม่น้อยกว่า 1.50 ตารางเมตร

ห้องส้วมและห้องอาบน้ำ ต้องมีช่องระบายอากาศไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ของพื้นที่ห้อง หรือมีพัดลมระบายอากาศได้เพียงพอ ระยะตั้งระหว่างพื้นห้องถึงเพดานยอดฝา หรือผนังตอนต่ำสุดไม่น้อยกว่า 2 เมตร

### 3.2.5 สะพาน

สะพานสำหรับรถยนต์ ต้องมีทางวิ่งกว้างไม่น้อยกว่า 3.50 เมตร และทางเท้าสองข้างกว้างข้างละไม่น้อยกว่า 0.5 เมตร โดยมีส่วนลาดชันไม่เกิน 10 ใน 100 และมีราวสะพานที่มั่นคง แข็งแรงยาวตลอดตัวสะพานสองข้างด้วย

### 3.2.6 อาคารจอดรถ ที่จอดรถ ที่กัลับริดและทางเข้าออกของรถ

ทางเข้าออกของรถ ต้องมีความกว้างไม่น้อยกว่า 6 เมตร เว้นแต่เป็นการเดินทางเดียว ต้องกว้างไม่น้อยกว่า 3.50 เมตรแนวศูนย์กลางปากทางเข้าออกของรถ ต้องไม่อยู่ในที่ที่เป็นทางร่วมทางแยกและจะต้องอยู่ห่างจากจุดเริ่มต้นโค้งหรือหักมุมของขอบทางแยกสาธารณะมีระยะไม่น้อยกว่า 20 เมตร

แนวศูนย์กลางปากทางเข้าออกของรถ ต้องไม่อยู่บนเชิงลาดสะพานและต้องอยู่ห่างจากจุดสุดเชิงลาดสะพานมีระยะไม่น้อยกว่า 50 เมตร

### 3.3 พระราชบัญญัติการจัดสรรที่ดิน

“การจัดสรรที่ดิน” หมายความว่า การจำหน่ายที่ดินที่ได้แบ่งเป็นแปลงย่อยรวมกันตั้งแต่สิบแปลงขึ้นไป ไม่ว่าจะเป็นการแบ่งจากที่ดินแปลงเดียวหรือแบ่งจากที่ดินหลายแปลงที่มีพื้นที่ติดต่อกัน โดยได้รับทรัพย์สินหรือประโยชน์เป็นค่าตอบแทน และให้หมายความรวมถึงการดำเนินการดังกล่าวที่ได้มีการแบ่งที่ดินเป็นแปลงย่อยไว้ไม่ถึงสิบแปลงและต่อมาได้แบ่งที่ดินแปลงเดิมเพิ่มเติมภายในสามปีเมื่อรวมกันแล้วมีจำนวนตั้งแต่สิบแปลงขึ้นไปด้วย

#### 3.3.1 การจัดสรรที่ดินเพื่อการจำหน่ายเฉพาะที่ดิน หรือที่ดินพร้อมอาคารประเภท

บ้านเดี่ยว ที่ดินแปลงย่อยต้องมีขนาดความกว้าง หรือ ความยาวไม่ต่ำกว่า 12 เมตร และมีเนื้อที่ไม่ต่ำกว่า 50 ตารางวา หากความกว้างหรือความยาวไม่ได้ขนาดดังกล่าว ต้องมีเนื้อที่ไม่ต่ำกว่า 60 ตารางวา

บ้านแฝด ที่ดินแต่ละแปลงต้องมีความกว้างไม่ต่ำกว่า 9 เมตร และมีเนื้อที่ไม่ต่ำกว่า 35 ตารางวา

#### 3.3.2 ข้อกำหนดเพื่อประโยชน์เกี่ยวกับการคมนาคม การจราจร และความปลอดภัย

ที่ดินแปลงย่อยในโครงการทุกแปลงต้องติดถนนที่ใช้เป็นสาธารณูปโภคสำหรับเป็นทางเข้าออกของรถยนต์ โดยมีความกว้างของหน้าแปลงต้องไม่ต่ำกว่า 4 เมตร

ขนาดของถนนที่ต้องจัดให้มีการจัดสรรที่ดินแต่ละโครงการมีข้อกำหนดดังนี้

1. ถนนที่ใช้เป็นทางเข้าออกสู่ที่ดินแปลงย่อยไม่เกิน 99 แปลง หรือเนื้อที่ต่ำกว่า 19 ไร่ ต้องมีความกว้างของเขตทางไม่ต่ำกว่า 9 เมตร โดยมีความกว้างของผิวจราจร ไม่ต่ำกว่า 6 เมตร

2. ถนนที่ใช้เป็นทางเข้าออกสู่ที่ดินแปลงย่อยตั้งแต่ 100-299 แปลงหรือเนื้อที่ 19-50 ไร่ ต้องมีความกว้างของเขตทางไม่ต่ำกว่า 12 เมตร โดยมีความกว้างของผิวจราจรไม่ต่ำกว่า 8 เมตร

3. ถนนที่ใช้เป็นทางเข้าออกสู่ที่ดินแปลงย่อยตั้งแต่ 300-499 แปลง หรือเนื้อที่เกินกว่า 50 ไร่ แต่ไม่เกิน 100 ไร่ ต้องมีความกว้างของเขตทางไม่ต่ำกว่า 12 เมตร โดยมีความกว้างของผิวจราจรไม่ต่ำกว่า 12 เมตร

4. ถนนที่ใช้เป็นทางเข้าออกสู่ที่ดินแปลงย่อยตั้งแต่ 500 แปลงขึ้นไป หรือมากกว่า 100 ไร่ขึ้นไป ต้องมีความกว้างของเขตทางไม่ต่ำกว่า 18 เมตร โดยมีความกว้างของผิวจราจรไม่ต่ำกว่า 13 เมตร มีเกาะกลางถนนกว้างไม่น้อยกว่า 1 เมตร และมีทางเท้ากว้างข้างละ 2 เมตร

โครงการจัดสรรที่ดินถนนหน้าโครงการต้องมีความกว้างของผิวจราจรไม่ต่ำกว่า 5 เมตร หรือเขตทางไม่ต่ำกว่า 6 เมตร และผิวจราจรต้องไม่ต่ำกว่า 5 เมตร



### 3.3.3 สะพาน สะพานท่อ และท่อลอด

ถนนที่ตัดผ่านคลองสาธารณะประโยชน์ที่มีความกว้างเกิน 10 เมตรขึ้นไป จะต้องทำเป็น สะพานตามแบบการก่อสร้างที่ได้รับอนุญาตจากกรุงเทพมหานครทั้งนี้ ให้มีขนาดผิวจราจรของ สะพาน สะพานท่อ และท่อลอดไม่น้อยกว่าผิวจราจรของถนนที่ต่อเชื่อมกับสะพาน สะพานท่อ และ ท่อลอด

### 3.3.4.สวน สนามเด็กเล่น สนามกีฬา

ให้กันพื้นที่ไว้เพื่อจัดทำสวน สนามเด็กเล่น และหรือสนามกีฬา โดยคำนวณจากพื้นที่จัด จำหน่ายไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 และมีระยะแต่ละด้านไม่ต่ำกว่า 10 เมตร และไม่ให้เป็นแบ่งแยกออกเป็น แปลงย่อยหลายแห่ง เว้นแต่เป็นการกันพื้นที่แต่ละแห่งไว้ไม่ต่ำกว่า 1 ไร่



### 3.4 สรุปแนวทางกฎหมายที่นำมาใช้กับโครงการ

#### 3.4.1 พระราชบัญญัติผังเมือง

จากการวิเคราะห์ พระราชบัญญัติผังเมือง สรุปได้ว่า โครงการตั้งอยู่ในพื้นที่สีเหลือง ย 3 มีวัตถุประสงค์เพื่อดำรงรักษาการอยู่อาศัย สามารถสร้างที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยว บ้านแฝด บ้านแถว

1. อัตราส่วนพื้นที่อาคารรวมต่อพื้นที่ดินไม่เกิน 2.5: 1

2. อัตราส่วนที่ว่างต่อพื้นที่อาคารไม่น้อยกว่า 12.5%

ค่า FAR 2.5 โครงการมีพื้นที่ 38,400 ตารางเมตร( 24 ไร่) สามารถสร้างสิ่งปลูกสร้างได้ สูงสุด 96,000 ตารางเมตร

OSR 12.5 ปลูกสร้างได้สูงสุด 96,000 ตารางเมตร จะต้องมีพื้นที่ว่าง 12,127 ตาราง เมตร

#### 3.4.2 พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร

อาคารอยู่อาศัย

-ต้องมีที่ว่างไม่น้อยกว่า 30 ใน 100 ส่วนของพื้นที่ที่ดิน

-ห้องนอนต้องมีพื้นที่ไม่ต่ำกว่า 8 ตร.ม. กว้างไม่ต่ำกว่า 2.5 เมตร

- ต้องมีห้องน้ำ ห้องอาบน้ำอย่างต่ำ 1 ห้อง เนื้อที่ไม่ต่ำกว่า 0.9 ตารางเมตร

-มีช่องระบายอากาศไม่ต่ำกว่าร้อยละ 10 ของพื้นที่ห้อง

-ห้องน้ำต้องกว้างไม่ต่ำกว่า 1.5 ตารางเมตร

-ระเบียงกว้างอย่างน้อย 1 เมตร

-ระยะตั้งจากพื้นถึงฝ้าไม่ต่ำกว่า 2.20 เมตร

-ครัวต้องสร้างนอกตัวอาคารถ้าไม่ได้สร้างจากวัสดุไวไฟ

-บันไดต้องกว้างไม่น้อย กว่า 90 เซนติเมตร โดยลูกตั้งขนาด 20 เซนติเมตร

ลูกนอน 22 เซนติเมตร

-ทางเข้าออกโครงการสามารถทำได้เนื่องจากไม่ได้ติดสะพาน หรือทางแยก

### 3.4.3 พระราชบัญญัติการจัดสรรที่ดิน

พื้นที่โครงการเป็นขนาดกลาง จำนวนแปลงย่อยเพื่อจัดจำหน่ายตั้งแต่ 100 -499 แปลง หรือ เนื้อที่ทั้งโครงการ 19-100 ไร่

#### บ้านเดี่ยว

แปลงย่อยต้องมีขนาดความกว้าง หรือ ความยาวไม่ต่ำกว่า 12 เมตร และมีเนื้อที่ไม่ต่ำกว่า 50 ตารางวา

#### บ้านแฝด

แปลงต้องมีความกว้างไม่ต่ำกว่า 9 เมตร และมีเนื้อที่ไม่ต่ำกว่า 35 ตารางวา บ้านแฝดต้องมีที่ว่างด้านหน้าและด้านหลังระหว่างรั้วหรือแนวเขตที่ดินกับแนวผนังอาคารกว้างไม่น้อยกว่า 3 เมตรและ 2 เมตรตามลำดับ และมีที่ว่างด้านข้างกว้างไม่น้อยกว่า 2 เมตร

#### ทาวน์โฮม

แปลงต้องมีความกว้างไม่ต่ำกว่า 4 เมตร และมีเนื้อที่ไม่ต่ำกว่า 16 ตารางวา ทาวน์โฮมต้องมีที่ว่างด้านหน้าและด้านหลังไม่น้อยกว่า 3 เมตรและ 2 เมตรตามลำดับ

#### ถนน

จำนวนแปลงย่อยของโครงการอยู่ระหว่าง 100-299 แปลง ดังนั้นที่ดินแปลงย่อยในโครงการทุกแปลงต้องติดถนน โดยมีความกว้างของหน้าแปลงต้องไม่ต่ำกว่า 4 เมตร ถนนภายในโครงการ ต้องมีความกว้างของเขตทางไม่ต่ำกว่า 12 เมตร โดยมีความกว้างของผิวจราจรไม่ต่ำกว่า 8 เมตร ต้องจัดให้มีทางเดินและทางเท้ามีความกว้างทางเดินและทางเท้าสุทธิไม่ต่ำกว่า 60 เซนติเมตร ตลอดความยาวของถนนโดยไม่มีสิ่งกีดขวาง ทางเท้าต้องเป็นคันทันสูงระหว่าง 12 ถึง 15 เซนติเมตร

#### สะพาน

เนื่องจากคลองระหว่างถนนสาธารณะมีความกว้าง 30 เมตร และต้องทำถนนเชื่อมต่อเข้าสู่โครงการ ขอบเขตทางไม่ต่ำกว่า 12 เมตร ดังนั้นจึงต้องสร้างสะพานที่มีความกว้าง 12 เมตร โดยมีขอบทางเท้า 60 เซนติเมตร

### 3.5 ตารางสรุปวิเคราะห์ด้านกฎหมาย

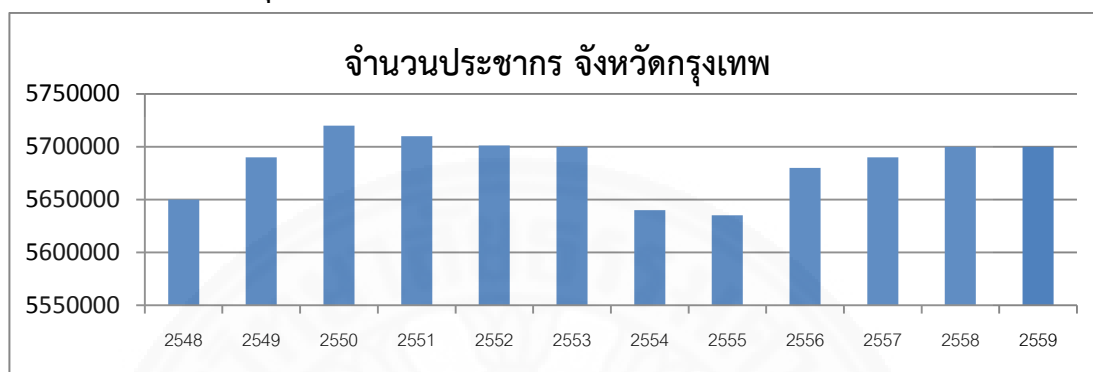
ตารางที่ 3. 1 ตารางสรุปวิเคราะห์ด้านกฎหมาย

	กฎหมาย	หมายเหตุ
บ้านเดี่ยว	/	ที่ดินบ้านแปลงย่อยต้องมีขนาดความกว้าง หรือ ความยาวไม่ต่ำกว่า 12 เมตร และมีเนื้อที่ไม่ต่ำกว่า 50 ตารางวาต้องมีพื้นที่ว่าง 30 %
บ้านแฝด	/	ที่ดินบ้านแฝดแปลงต้องมีความกว้างไม่ต่ำกว่า 9 เมตร และมีเนื้อที่ไม่ต่ำกว่า 35 ตารางวา เว้นด้านหน้า 3 เมตร หลัง 2 เมตร ซ้าง 1 เมตร ต้องมีพื้นที่ว่าง 30 %
ทาวน์โฮม	/	ที่ดินทาวน์โฮมแปลงต้องมีความกว้างไม่ต่ำกว่า 4 เมตร และมีเนื้อที่ไม่ต่ำกว่า 16 ตารางวา เว้นด้านหน้า 3 เมตร หลัง 2 เมตร
อาคารพาณิชย์	x	กำหนดพื้นที่พาณิชย์กรรมไม่เกิน 1000 ตารางเมตร ไม่เหมาะสมกับพื้นที่โครงการเนื่องจากพื้นที่โครงการมีขนาดใหญ่
อาคารชุดพักอาศัย	x	กำหนดพื้นที่อยู่อาศัยประเภทอาคารที่อยู่อาศัยรวมไม่เกิน 2000 ตารางเมตร ไม่เหมาะสมกับพื้นที่โครงการเนื่องจากพื้นที่โครงการมีขนาดใหญ่
อพาร์ทเมนต์	x	กำหนดพื้นที่อยู่อาศัยประเภทอาคารที่อยู่อาศัยรวมไม่เกิน 2000 ตารางเมตร ไม่เหมาะสมกับพื้นที่โครงการเนื่องจากพื้นที่โครงการมีขนาดใหญ่
โรงแรม/รีสอร์ท	x	กำหนดโรงแรมไม่เกิน 50 ห้อง ไม่เหมาะสมกับพื้นที่โครงการเนื่องจากพื้นที่โครงการมีขนาดใหญ่
ศูนย์การค้า	x	พื้นที่ไม่เกิน 1000 ตารางเมตร ไม่เหมาะสมกับพื้นที่โครงการเนื่องจากพื้นที่โครงการมีขนาดใหญ่

## บทที่ 4

### การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาด (Market Analysis)

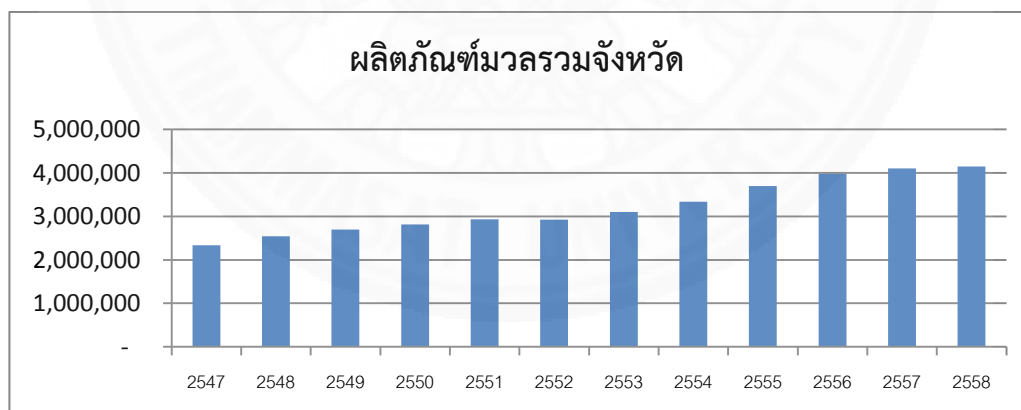
#### 4.1 ภาพรวมจังหวัดกรุงเทพ



ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ

ภาพที่ 4. 1 จำนวนประชากร จังหวัดกรุงเทพ

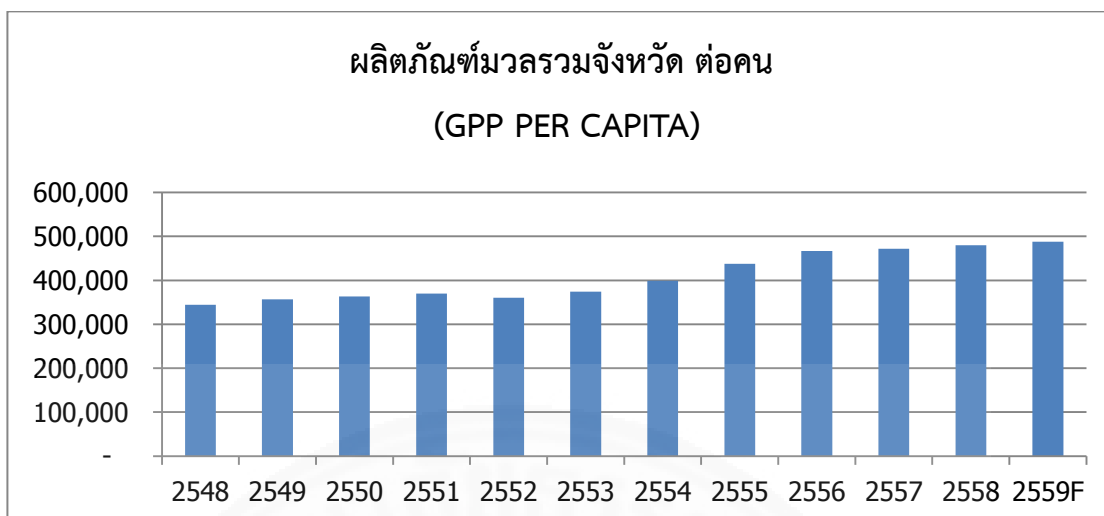
จากสำนักงานสถิติแห่งชาติ จำนวนประชากรของจังหวัด กรุงเทพ มีจำนวนประชากรขึ้นลงแตกต่างกันไปในแต่ละปี มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 5,690,000 คน โดยในช่วง ปี 2555-2559 มีจำนวนประชากรเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 0.2 %



ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ

ภาพที่ 4. 2ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (GPP)

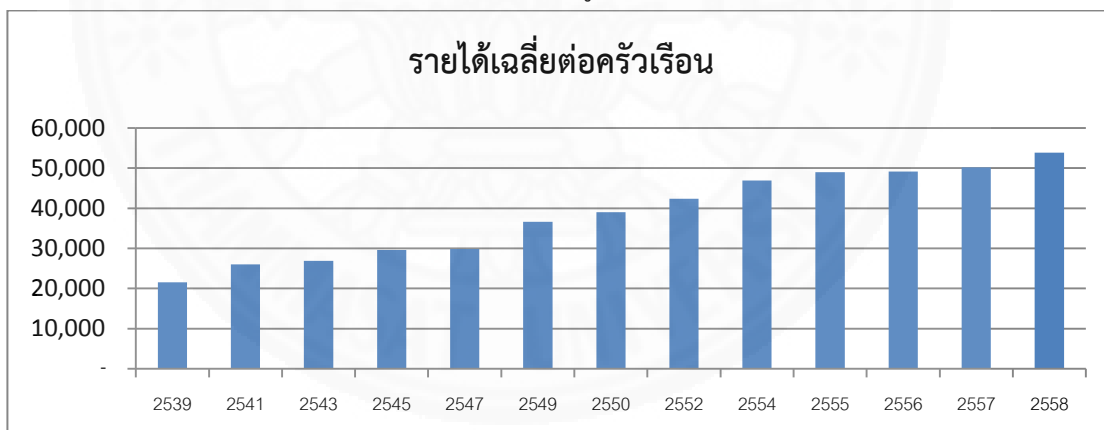
จากสำนักงานสถิติแห่งชาติ ระหว่างปี 2547-2558 ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (GPP) มีอัตราการเพิ่มสูงขึ้นในทุกๆ ปี มีแนวโน้มสูงขึ้นเฉลี่ยเพิ่มขึ้น 6.11 % โดยในปี 2558 มีผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด อยู่ที่ 4,175,275 ล้านบาท



ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ

ภาพที่ 4. 3 ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด ต่อคน (GPP PER CAPITA)

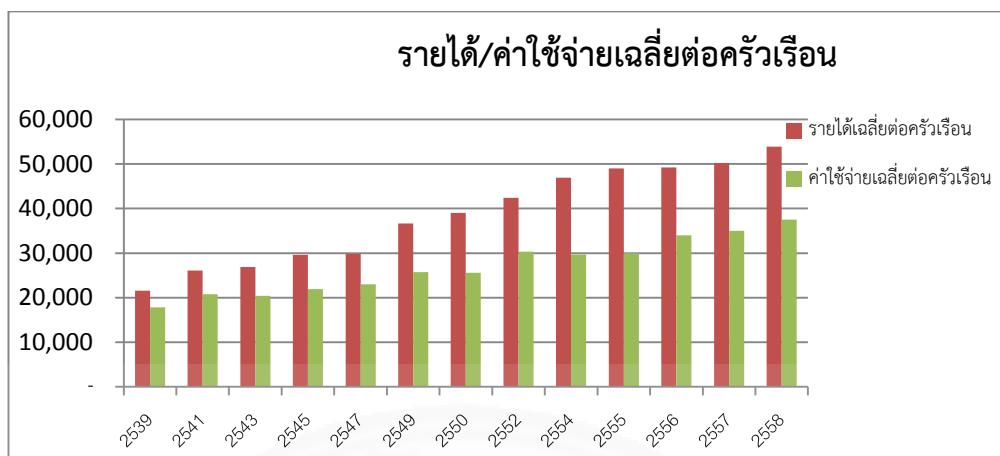
จากสำนักงานสถิติแห่งชาติ ระหว่างปี 2547-2559 ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด ต่อคน (GPP per capita) ของคนกรุงเทพฯมีอัตราการเพิ่มสูงขึ้นในทุกๆ ปี มีแนวโน้มสูงขึ้นเฉลี่ยเพิ่มขึ้น 3.89 % โดยในปี 2558 มีผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดต่อคน อยู่ที่ 479,687 บาท



ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ

ภาพที่ 4. 4 รายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือน

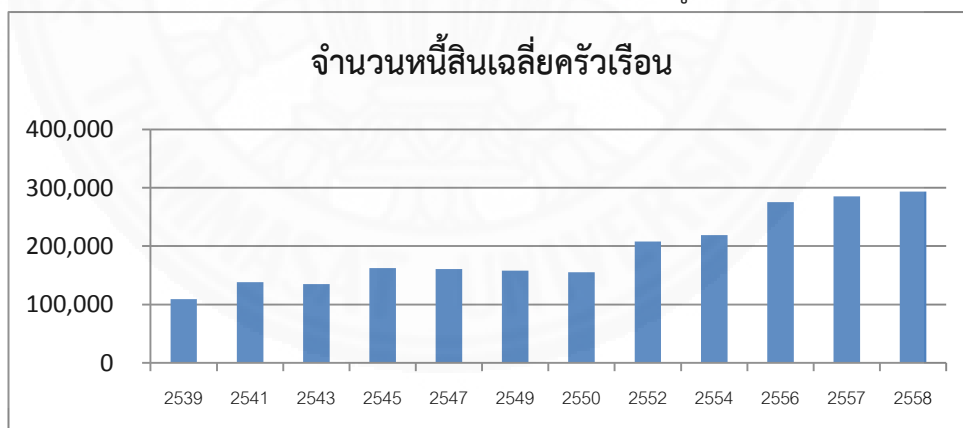
จากสำนักงานสถิติแห่งชาติ ระหว่างปี 2539-2558 สะท้อนให้เห็นว่า รายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือนมีอัตราการเพิ่มสูงขึ้นในทุกๆ ปี มีแนวโน้มสูงขึ้นเฉลี่ยเพิ่มขึ้น 5.58 % โดยในปี 2558 มีรายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือนอยู่ที่ 52,191 บาท



ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ

ภาพที่ 4. 5 รายได้/ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครัวเรือน

จากสำนักงานสถิติแห่งชาติ ปี 2539-2558 สะท้อนให้เห็นว่า รายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือนมีอัตราการเพิ่มสูงขึ้นในทุกๆ ปี มีแนวโน้มสูงขึ้นเฉลี่ยเพิ่มขึ้น 9 % โดยในปี 2558 มีรายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือนอยู่ที่ 52,191 บาท เช่นเดียวกับกับ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครัวเรือนมีอัตราการเพิ่มสูงขึ้นในทุกๆ ปี มีแนวโน้มสูงขึ้นเฉลี่ยเพิ่มขึ้น 8.6 % โดยในปี 2556 มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครัวเรือนอยู่ที่ 38,024 บาท หากเปรียบเทียบสัดส่วนจะพบว่า ค่าใช้จ่าย/รายได้ อยู่ที่ 72 %

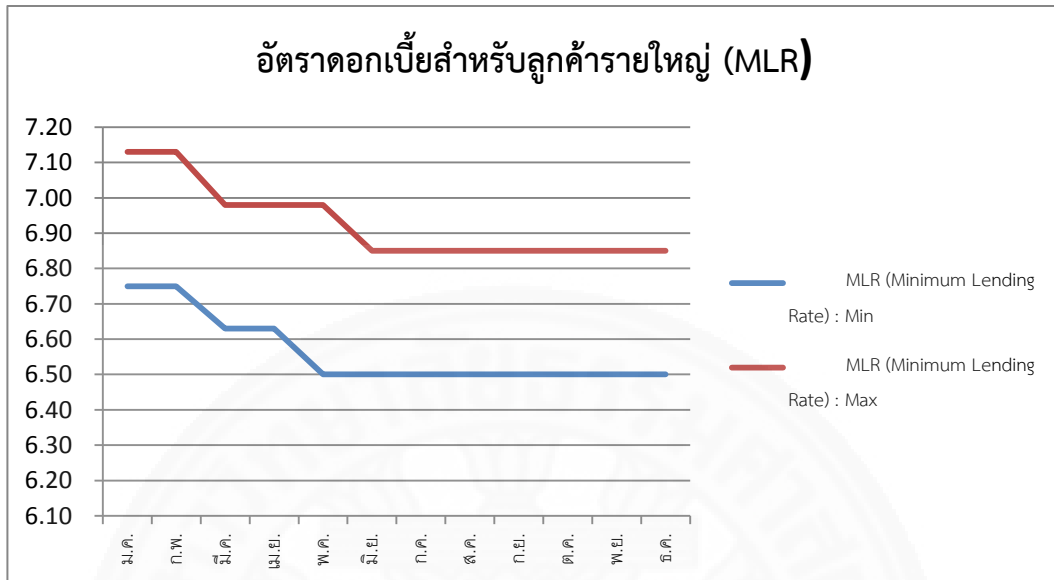


ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ

ภาพที่ 4. 6 หนี้สินเฉลี่ยต่อครัวเรือน

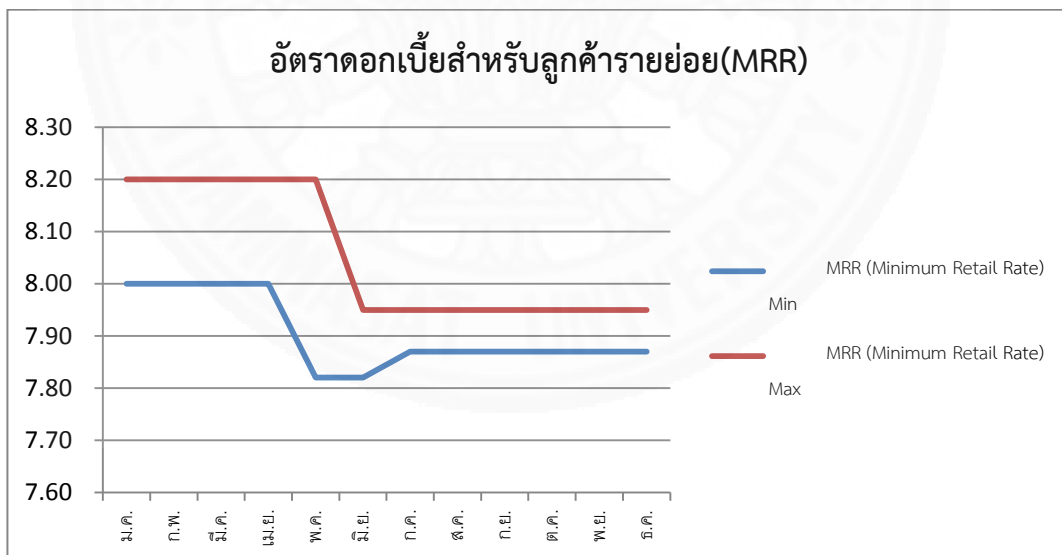
จากสำนักงานสถิติแห่งชาติ ปี 2539-25588 สะท้อนให้เห็นว่า จำนวนหนี้สินต่อครัวเรือนมีอัตราการเพิ่มสูงขึ้นในทุกๆ ปี มีแนวโน้มสูงขึ้นเฉลี่ยเพิ่มขึ้น 9 % โดยในปี 2558 มีหนี้สินเฉลี่ยต่อครัวเรือนอยู่ที่ 293,456 บาท และยังพบว่าในปี 2558 มีสัดส่วนหนี้สินเฉลี่ยต่อครัวเรือน เป็น 5.6 เท่าของรายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือน

#### 4.2 อัตราดอกเบี้ยเงินให้กู้ยืม



ที่มา ธนาคารแห่งประเทศไทย พ.ศ.2558

ภาพที่ 4. 7 อัตราดอกเบี้ยสำหรับลูกค้ารายใหญ่ (MLR)



ที่มา ธนาคารแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2558

ภาพที่ 4. 8 อัตราดอกเบี้ยสำหรับลูกค้ารายย่อย(MRR)

MLR (ดอกเบี้ยเงินกู้ลูกค้ารายใหญ่ชั้นดี ) Max 6.8% Min 6.5%

MRR(ดอกเบี้ยเงินกู้ลูกค้าชั้นดี) Max 7.9% Min 7.8 %



#### 4.3 คำนวณหาวงเงินกู้ที่สามารถกู้ได้ ในปี2558

คำนวณหาวงเงินกู้ที่สามารถกู้ได้

ระบุรายได้ขั้นต่ำ: 52,191 \*

ระบุอัตราดอกเบี้ย: 6.5 \*

ระบุระยะเวลากู้ (ปี): 30 \*

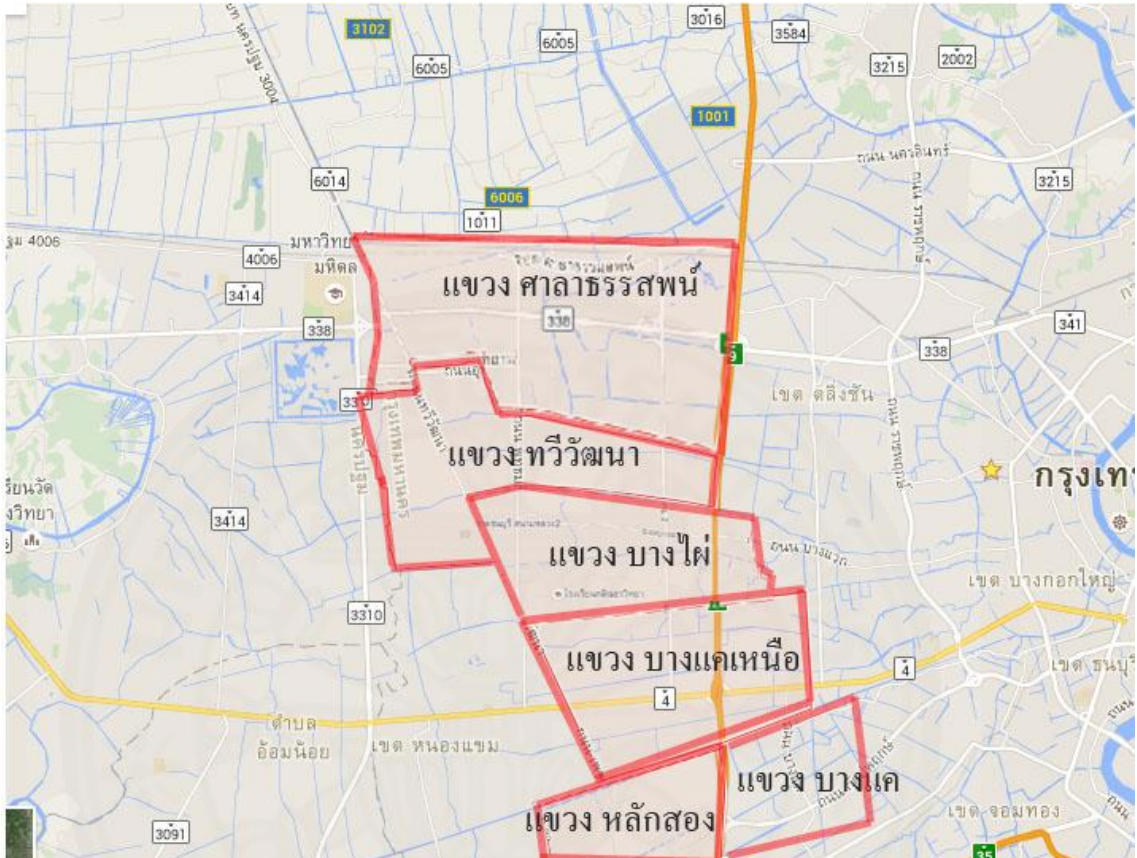
คำนวณ \*กรอกข้อมูล

วงเงินกู้ที่สามารถกู้ได้: 3,302,873.00

ภาพที่ 4. 9 คำนวณหาวงเงินกู้ที่สามารถกู้ได้ ในปี2558

จากการคำนวณหาวงเงินกู้ที่สามารถกู้ได้ โดยคำนวณรายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือนพบว่าในประชากรมีรายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือนอยู่ที่ 52,191 บาท เมื่อนำมาคำนวณโดยใช้ดอกเบี้ย 9 % ระยะเวลาการกู้ 30 ปี จะได้วงเงินในการกู้ยู่ที่ 3,302,873 บาท หากวงเงินดาวน์ 10 % คิดเป็นเงิน 330,287 บาท ดังนั้นเราควรที่จะสร้างที่อยู่อาศัยให้อยู่ในระดับราคา 3,633,160 บาท

#### 4.4 การวิเคราะห์อุปสงค์



ภาพที่ 4. 10 แขวงที่อยู่ในระยะโครงการ รัศมี 5 กิโลเมตร

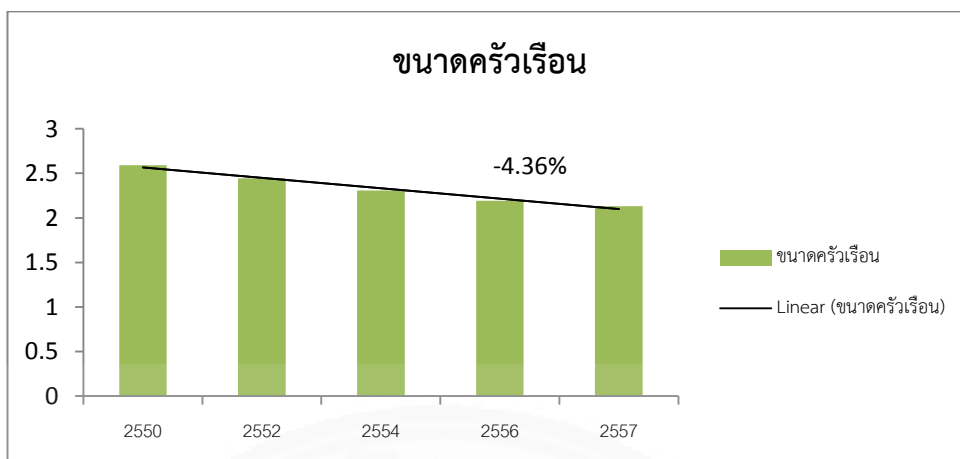
กลุ่มลูกค้าที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียง ในระยะไม่เกิน 10 กิโลเมตร ประกอบไปด้วย ผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตบางแค และเขต ทวีวัฒนา โดยแบ่งย่อยได้ 6 แขวง คือ แขวงศาลาธรรมสพน์ แขวงทวีวัฒนา แขวง บางไผ่ แขวง บางแคเหนือ แขวง หลักสอง แขวง บางแค

ตารางที่ 4. 1 จำนวนประชากรในเขตต่างๆโดยรอบ

จังหวัด/อำเภอ/ ตำบล	ประชากร	สัดส่วน ประชากร	จำนวน ครัวเรือน	สัดส่วนจำนวน ครัวเรือน	จำนวนประชากร ต่อครัวเรือน
จังหวัดกรุงเทพ	5,692,284	100%	2,672,423	100%	2.1
ท้องถิ่นเขตทวีวัฒนา	77,121	1%	31,337	1%	2.5
แขวงทวีวัฒนา	22,407	29%	8,077	26%	2.8
แขวงศาลาธรรมสพน์	54,714	71%	23,260	74%	2.4
ท้องถิ่นเขตบางแค	191,966	3%	79,524	3%	2.4
แขวงบางแค	39,242	20%	21,436	27%	1.8
แขวงบางแคเหนือ	60,932	32%	22,908	29%	2.7
แขวงบางไผ่	40,392	21%	13,590	17%	3.0
แขวงหลักสอง	51,400	27%	21,590	27%	2.4

ที่มา กรมการปกครอง สำนักการทะเบียนปี2558

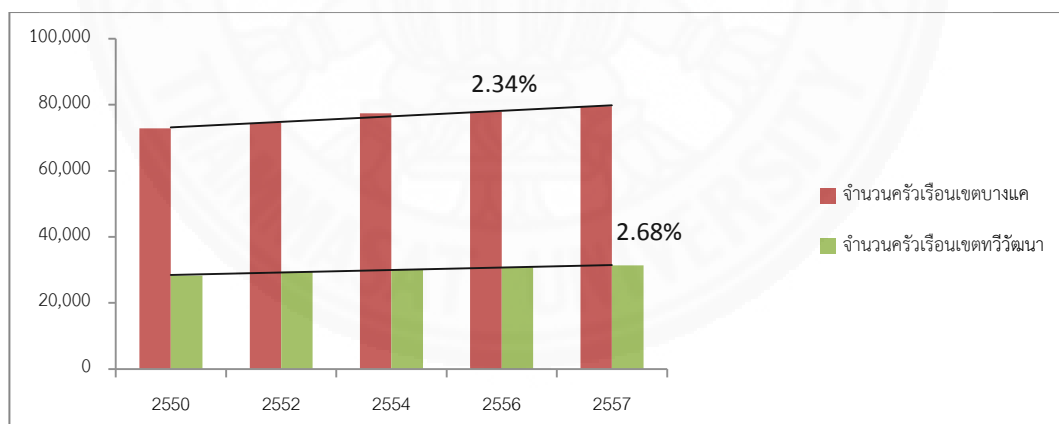
จากข้อมูลในตารางพบว่า จำนวนประชากรในเขตทวีวัฒนามีทั้งหมด 77,121 คน คิดเป็น 1 % ของจำนวนประชากรทั่วทั้งกรุงเทพ มีจำนวนครัวเรือน 31,337 ครัวเรือน จำนวนประชากรในเขตบางแคมีทั้งหมด 191,966 คน คิดเป็น 3 % ของจำนวนประชากรทั่วทั้งกรุงเทพ มีจำนวนครัวเรือน 79,524 ครัวเรือน



ที่มา กรมการปกครอง สำนักงานการทะเบียน

ภาพที่ 4. 11 ขนาดครัวเรือน

จากข้อมูลพบว่าขนาดครัวเรือนของคนกรุงเทพฯ มีแนวโน้มลดลง 4.36 % ซึ่งในปี 2557 มีขนาดครัวเรือนอยู่ที่ 2.4 คน จากข้อมูลนี้ทำให้เห็นว่าการที่เราจะสร้างที่พักอาศัยควรที่จะทำให้มีขนาดเล็กลงเนื่องจากขนาดครัวเรือนที่ปรับลดลง อีกทั้งยังมีค่าใช้จ่ายที่สูงเพิ่มขึ้นทุกปี ถึงแม้จะมีรายได้เพิ่มมากขึ้นก็ตาม



ที่มา กรมการปกครอง สำนักงานการทะเบียน

ภาพที่ 4. 12 จำนวนครัวเรือน เขตบางแค และ เขตทวีวัฒนา

จากข้อมูลพบว่า จำนวนประชากรในเขตกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมีอัตราการจำนวนครัวเรือนเพิ่มสูงขึ้น โดยจำนวนครัวเรือนเขต บางแค มีอัตราการเพิ่มขึ้น 2.4 % และ จำนวนครัวเรือนเขต ทวีวัฒนา มีอัตราการเพิ่มขึ้น 2.68 %

ตารางที่ 4. 2 จำนวนการโอนกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัย

จำนวนการโอนกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัย	2557	นิติบุคคล	บุคคลธรรมดา	สัดส่วนนิติ/ทั้งหมด
กรุงเทพ	103,032	69,922	33,110	68%
อาคารชุด/Condominiums	53,144	42,099	11,045	79%
บ้านเดี่ยว	17,057	9,173	7,884	54%
ทาวน์เฮ้าส์	22,525	14,554	7,971	65%
บ้านแฝด	2,076	1,560	516	75%
อาคารพาณิชย์	8,230	2,536	5,694	31%

ที่มา ศูนย์วิจัยอสังหาริมทรัพย์ REIC

จากข้อมูลพบว่า การโอนกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัยในปี 2557 จังหวัดกรุงเทพ มีการโอนทั้งหมด 103,032 โดยแบ่งเป็นโอนจากนิติบุคคล 69,922 โอนโดยบุคคลธรรมดา 33,110 ในที่นี้จะกำหนดให้การโอนนิติบุคคล แสดงถึงการโอนกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัยใหม่ที่ซื้อจากโครงการบ้านจัดสรร

ตารางที่ 4. 3 ข้อมูลการโอนกรรมสิทธิ์ (นิติบุคคล)

ข้อมูลการโอนกรรมสิทธิ์ (นิติบุคคล)	2553	2554	2555	2556	2557
กรุงเทพมหานคร	76,284	60,943	63,790	70,459	69,922
อาคารชุด/Condominiums	46,919	37,289	38,397	44,118	42,099
บ้านเดี่ยว/Detached Houses	9,334	7,496	7,928	8,450	9,173
ทาวน์โฮม/Townhouses	14,624	12,161	13,326	14,314	14,554
บ้านแฝด/Duplexes	1,957	1,370	1,280	1,184	1,560
อาคารพาณิชย์/Shophouses	3,261	2,510	2,606	2,677	2,536

ที่มา ศูนย์วิจัยอสังหาริมทรัพย์ REIC

จากข้อมูลข้างต้นพบว่า การโอนกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัย(นิติบุคคล) ตั้งแต่ปี 2553-2557 มีการเพิ่มขึ้นและลดลงแตกต่างกันในแต่ละปี โดยอาคารชุดมีการโอนกรรมสิทธิ์มากที่สุดค่าเฉลี่ย 68279.683 โดยเป็นอาคารชุดมากที่สุด อยู่ที่ 41765 และบ้านแฝदन้อยที่สุดอยู่ที่ 1470 แต่จะเห็นได้ว่า จากปี 2556-2557 บ้านแฝดมีการโอนกรรมสิทธิ์มากขึ้นถึง 32% บ้านแฝดจึงเป็นอีกตัวเลือกหนึ่งที่มีความน่าสนใจ

#### 4.5 การวิเคราะห์อุปทาน

ข้อมูลที่อยู่อาศัยที่จดทะเบียนใหม่รายปี

ตารางที่ 4. 4 ข้อมูลที่อยู่อาศัยที่จดทะเบียนใหม่รายปี

ข้อมูลที่อยู่อาศัยจดทะเบียนใหม่	2553	2554	2555	2556	2557
กรุงเทพมหานคร	67,272	50,955	64,289	79,128	70,404
อาคารชุด	45,738	26,080	39,448	50,852	41,296
บ้านเดี่ยว	14,433	14,862	14,486	13,667	13,583
ทาวน์โฮม	5,052	7,362	6,733	8,704	9,359
บ้านแฝด	812	885	668	968	1,518
อาคารพาณิชย์	1,237	1,766	2,954	4,937	4,648

ที่มา ศูนย์วิจัยอสังหาริมทรัพย์ REIC

จากข้อมูลข้างต้นพบว่า ข้อมูลที่อยู่อาศัยจดทะเบียนใหม่ ตั้งแต่ปี 2554-2557 เพิ่มขึ้น 15 % โดยเป็นอาคารชุดมากที่สุด อยู่ที่ 40,682.80 และบ้านแฝดน้อยที่สุดอยู่ที่ 970.20 แต่จะเห็นว่า จากปี 2556-2557 บ้านแฝดมีการโอนกรรมสิทธิ์มากขึ้นถึง 57% บ้านแฝดจึงเป็นอีกตัวเลือกหนึ่งที่มีความน่าสนใจ

#### 4.6 สรุปการวิเคราะห์อุปสงค์ อุปทาน

จากข้อมูลข้างต้นพบว่าข้อมูลจำนวนการโอนกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัยและข้อมูลที่อยู่อาศัยจดทะเบียนใหม่ แสดงให้เห็นถึงอสังหาริมทรัพย์ที่ได้รับความสนใจ3ลำดับดังนี้

1. ทาวน์โฮม/Townhouses
2. อาคารชุด/Condominiums
3. บ้านแฝด/Duplexes

ส่วนอสังหาริมทรัพย์ที่ได้รับความนิยมน้อยที่สุดคือ บ้านเดี่ยว



#### 4.7 การวิเคราะห์คู่แข่ง

ตลาดทาวนโฮม

ตารางที่ 4. 5 รายละเอียดคู่แข่งทาวนโฮม

ชื่อโครงการ	MONO	หน่วย
ที่ตั้งโครงการ	ถนนเลียบคลองทวีวัฒนา	
พื้นที่โครงการ	13	ไร่
จำนวนแปลงขาย	151	Unit
จำนวนขายได้	42	Unit
จำนวนขายได้/ปี	14	Unit
ค่าส่วนกลาง	20	(บาท/ตร.วา/เดือน)
ราคาที่ดินเพิ่ม/ลด	40,000	(บาท/ตร.วา)
ขนาดที่ดินมาตรฐาน	19.8	ตร.วา
พื้นที่ใช้สอย	130	ตร.ม.
จำนวนชั้น	2	ชั้น
จำนวนห้องนอน	3	ห้อง
จำนวนห้องน้ำ	2	ห้อง
หน้ากว้าง	5.7	เมตร
จำนวนที่จอดรถ	2	คัน
คลับเฮ้าส์	ไม่มี	
สระว่ายน้ำ	ไม่มี	
ฟิตเนส	ไม่มี	
ราคาขาย	2,490,000	บาท



## ตลาดบ้านแฝด

ตารางที่ 4. 6 รายละเอียดคู่แข่งบ้านแฝด

ชื่อโครงการ	มณฑล 8	หน่วย
ที่ตั้งโครงการ	ถนนเลียบคลองทวีวัฒนา	
พื้นที่โครงการ	51 ไร่	ไร่
จำนวนแปลงขาย	352	Unit
จำนวนขายได้รวม	332	Unit
จำนวนขายได้รวม/ปี	83	Unit
ค่าส่วนกลาง	15	(บาท/ตร.วา/เดือน)
ราคาที่ดินเพิ่ม/ลด	40,000	(บาท/ตร.วา)
ขนาดที่ดินมาตรฐาน	35	ตร.วา
พื้นที่ใช้สอย	165	ตร.ม.
จำนวนชั้น	2	ชั้น
จำนวนห้องนอน	3	ห้อง
จำนวนห้องน้ำ	2	ห้อง
จำนวนที่จอดรถ	2	เมตร
คลับเฮ้าส์	ไม่มี	คัน
สระว่ายน้ำ	ไม่มี	
ฟิตเนส	ไม่มี	
ราคาขาย	3,400,000	บาท

## ตลาดบ้านเดี่ยว

ตารางที่ 4. 7 รายละเอียดคู่แข่งบ้านเดี่ยว

ชื่อโครงการ	THE IDOL	บริติช พาร์ค	Zerene	หน่วย
ที่ตั้งโครงการ	ถนนเลียบบคลอง ทวีวัฒนา	ถนนเลียบบคลอง ทวีวัฒนา	ถนนเลียบบคลอง ทวีวัฒนา	
พื้นที่โครงการ	36	28	34	ไร่
จำนวนแปลงขาย	218	66	147	Unit
จำนวนขายได้รวม	116	48	32	Unit
จำนวนขายได้รวม/ปี	29	12	8	Unit
ค่าส่วนกลาง (บาท/ตร.วา/เดือน)	15	12	25	(บาท/ตร.วา/เดือน)
ราคาที่ดินเพิ่ม/ลด (บาท/ตร.วา)	50,000	40,000	50,000	(บาท/ตร.วา)
ขนาดที่ดินมาตรฐาน	50	100	60	ตร.วา
พื้นที่ใช้สอย	190	261-329	189-226	ตร.ม.
จำนวนชั้น	2	2	2	ชั้น
จำนวนห้องนอน	4	4	4	ห้อง
จำนวนห้องน้ำ	3	3	3	ห้อง
จำนวนที่จอดรถ	2	3	2	คัน
คลับเฮ้าส์	ไม่มี	มี	มี	
สระว่ายน้ำ	ไม่มี	ไม่มี	มี	
ฟิตเนส	ไม่มี	มี	มี	
ราคาขาย	5.9	8.29-9.2	8.5	บาท

จากข้อมูลข้างต้นพบว่าประเภทอสังหาริมทรัพย์ที่ขายดีที่สุดคือ บ้านแฝด สัดส่วนขายต่อปี อยู่ที่ 23 % จากสมมุติฐานเบื้องต้นคาดว่า อสังหาริมทรัพย์ทาวน์โฮมควรจะขายดี แต่เนื่องจากโครงการโมโนมีทางเข้าที่ลำบากไม่อยู่ติดถนนใหญ่ทำให้ยอดขายไม่ออกมาได้ดีมากนัก อยู่ที่ 9.27 %

#### 4.8 การวิเคราะห์การตลาดเบื้องต้น

จากการวิเคราะห์ทำเลที่ตั้งของที่ดิน กฎหมาย และการตลาด ประเภทอสังหาริมทรัพย์ที่น่าสนใจในการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการได้แก่ บ้านแฝด และทาวน์โฮม

ตารางที่ 4. 8 สมมุติฐานการพัฒนา

สมมุติฐานการพัฒนา		
เนื้อที่ดิน	24	ไร่
ราคาที่ดิน	12	ล้านบาท/ไร่
ค่าถมดิน	400,000	บาทต่อไร่ต่อเมตร
Markup	35%	
ค่าสาธารณูปโภคภายในโครงการ	1,500	บาท/ตร.ม.
ค่าก่อสร้างคลับเฮ้าส์	15,000	บาท/ตร.ม.
ค่าก่อสร้างรั้วรอบโครงการ	3,000	บาท/ม.
ค่าใช้จ่ายอื่นในการพัฒนาโครงการ	3%	ของต้นทุนในการพัฒนา

## โครงการบ้านแฝด

ตารางที่ 4. 9 สมมุติฐานการพัฒนา บ้านแฝด

	จำนวน	หน่วย
พื้นที่โครงการ	24	ไร่
	9,600	ตร.วา
พื้นที่ขาย(Efficiency) 60%	5,760	ตร.วา
ขนาดที่ดินมาตรฐาน	35	ตร.วา
จำนวนแปลงขาย	164	หน่วย
พื้นที่ใช้สอย	150	ตร.ม.
จำนวนชั้น	2	ชั้น
จำนวนห้องนอน	3	
จำนวนห้องน้ำ	3	
จำนวนที่จอดรถ	2	

ตารางที่ 4. 10 การวิเคราะห์การเงินเบื้องต้นของบ้านแฝด

	สมมุติฐาน				อาคารพาณิชย์	สัดส่วนของ	
					บาท	ราคาขาย	
1	ต้นทุนที่ดิน						
1.1	ต้นทุนค่าที่ดิน	25,000	บาทต่อตารางวา	9,600	ตารางวา	240,000,000.00	
	<b>รวมต้นทุนที่ดิน</b>					240,000,000.00	
	<b>รวมต้นทุนที่ดิน ต่อแปลงขาย</b>					1,463,414.63	31.88%
	<b>ราคาค้นทุนที่ดิน/ตารางวา</b>					45,156.79	
2	ต้นทุนในการพัฒนา						
2.1	ค่าถมดิน	1,000	บาทต่อตารางวาต่อเมตร	2	เมตร	19,200,000.00	
2.2	ค่าเตรียมพื้นที่ก่อสร้าง/สาธารณูปโภคพื้นฐาน	1,500	บาทต่อตารางเมตรส่วนกลาง	15,360	ตารางเมตร	23,040,000.00	
2.3	ค่าพัฒนาพื้นที่ส่วนกลาง						
	- รั้วรอบโครงการ	3,000	บาทต่อเมตร	1,000	เมตร	3,000,000.00	
2.4	ค่าก่อสร้างแปลงขาย						
	- ค่าก่อสร้างแต่ละแปลง	8,000	บาทต่อตารางเมตร	150	ตารางเมตร		
	- จำนวนแปลง	164	หลัง			196,800,000.00	
	<b>รวมต้นทุนในการพัฒนา</b>					242,040,000.00	
	<b>รวมต้นทุนในการพัฒนาต่อแปลง</b>					1,475,853.66	32.15%
3	ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาอื่นๆ						
3.1	ค่าออกแบบ,ยื่นขออนุญาต,เงินกันสำรอง	3%	ของต้นทุนในการพัฒนา			7,261,200.00	
	<b>รวมค่าใช้จ่ายในการพัฒนาอื่นๆ</b>					7,261,200.00	
	<b>รวมค่าใช้จ่ายในการพัฒนาอื่น ๆต่อแปลง</b>					44,275.61	0.96%
	<b>รวมต้นทุนทั้งหมดต่อแปลงขาย</b>					2,983,543.90	65.00%
	% Mark up					35%	
	K-Factor					1.54	
	<b>ราคาขายต่อแปลง</b>					4,590,067.54	100.00%
	<b>ราคาขายของโครงการในบริเวณใกล้เคียง</b>					3,400,000.00	

สรุป โครงการสามารถสร้างบ้านแฝดได้ในราคาหลังละ 4,590,067 บาท ซึ่งราคาสูงกว่าคู่แข่ง 1,190,067 บาท

## โครงการทวนโฮม

ตารางที่ 4. 11 สมมุติฐานการพัฒนา

	จำนวน	หน่วย
พื้นที่โครงการ	24	ไร่
	9,600	ตร.วา
พื้นที่ขาย(Efficiency) 60%	5,760	ตร.วา
ขนาดที่ดินมาตรฐาน	20	ตร.วา
จำนวนแปลงขาย	289	หน่วย
พื้นที่ใช้สอย	130	ตร.ม.
ค่าก่อสร้าง	8,000	บาท/ตร.ม.
จำนวนชั้น	2	ชั้น
จำนวนห้องนอน	3	
จำนวนห้องน้ำ	3	
จำนวนที่จอดรถ	2	

ตารางที่ 4. 12 การวิเคราะห์การเงินเบื้องต้นของทาวน์โฮม

	สมมุติฐาน				อาคารพาณิชย์	สัดส่วนของ	
					บาท	ราคาขาย	
1	ต้นทุนที่ดิน						
1.1	ต้นทุนค่าที่ดิน	25,000	บาทต่อตารางวา	9,600	ตารางวา	240,000,000.00	
	<b>รวมต้นทุนที่ดิน</b>					240,000,000.00	
	<b>รวมต้นทุนที่ดิน ต่อแปลงขาย</b>					830,449.83	29.07%
	<b>ราคาค้นทุนที่ดิน/ตารางวา</b>					45,156.79	
2	ต้นทุนในการพัฒนา						
2.1	ค่าถมดิน	1,000	บาทต่อตารางวาต่อเมตร	2	เมตร	19,200,000.00	
2.2	ค่าเตรียมพื้นที่ก่อสร้าง/สาธารณูปโภคพื้นฐาน	1,500	บาทต่อตารางเมตรส่วนกลาง	15,360	ตารางเมตร	23,040,000.00	
2.3	ค่าพัฒนาพื้นที่ส่วนกลาง						
	- รั้วรอบโครงการ	3,000	บาทต่อเมตร	1,000	เมตร	3,000,000.00	
2.4	ค่าก่อสร้างแปลงขาย						
	- ค่าก่อสร้างแต่ละแปลง	8,000	บาทต่อตารางเมตร	105	ตารางเมตร		
	- จำนวนแปลง	289	หลัง			242,760,000.00	
	<b>รวมต้นทุนในการพัฒนา</b>					288,000,000.00	
	<b>รวมต้นทุนในการพัฒนาต่อแปลง</b>					996,539.79	34.88%
3	ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาอื่นๆ						
3.1	ค่าออกแบบ,ยื่นขออนุญาต,เงินกันสำรอง	3%	ของต้นทุนในการพัฒนา			8,640,000.00	
	<b>รวมค่าใช้จ่ายในการพัฒนาอื่นๆ</b>					8,640,000.00	
	<b>รวมค่าใช้จ่ายในการพัฒนาอื่น ๆต่อแปลง</b>					29,896.19	1.05%
	<b>รวมต้นทุนทั้งหมดต่อแปลงขาย</b>					1,856,885.81	65.00%
	% Mark up					35%	
	K-Factor					1.54	
	<b>ราคาขายต่อแปลง</b>					2,856,747.40	100.00%
	<b>ราคาขายของโครงการในบริเวณใกล้เคียง</b>					2,490,000.00	

สรุป โครงการสามารถสร้างบ้านแฝดได้ในราคาหลังละ 2,856,953 บาท ซึ่งราคาสูงกว่าคู่แข่ง 366,953 บาท

#### 4.9สรุปผลการวิเคราะห์โครงการที่เหมาะสมสำหรับที่ดินแปลงที่จะพัฒนา

ตารางที่ 4. 13 สรุปผลการวิเคราะห์โครงการที่เหมาะสมสำหรับที่ดินแปลงที่จะพัฒนา

	ทำเลและกายภาพ	กฎหมาย	การตลาด	การเงิน
บ้านเดี่ยว	○	○	X	X
บ้านแฝด	○	○	X	X
ทาวน์เฮ้าส์	○	○	○	○
อาคารพาณิชย์	X	X	X	X
อาคารชุดพักอาศัย	X	X	X	X
อพาร์ทเมนต์	X	X	X	X
โรงแรม/รีสอร์ท	X	X	X	X
ศูนย์การค้า	X	X	X	X

จากตารางการวิเคราะห์การตลาดเบื้องต้นของอสังหาริมทรัพย์ประเภท บ้านแฝดและทาวน์โฮม พบว่าจากการคำนวณต้นทุนของบ้านแฝดรวมแล้วควรมีราคาขายอยู่ที่ 4.6 ล้านบาท ซึ่งหากเปรียบเทียบกับคู่แข่งที่ตั้งราคาขายอยู่ที่ 3.4 ล้าน ทำให้เราแข่งขันได้ยาก ทั้งนี้จากการสมมุติฐานเบื้องต้น เนื่องจากโครงการนี้เป็นโครงการที่สร้างมาแล้วเป็นเวลา 4 ปี ราคาที่ดินในตอนนั้นราคายังไม่สูงมากทำให้สามารถขายได้ในราคา 3.4 ล้านบาท ซึ่งถ้าเราขายบ้านแฝดในราคา 4.6 ล้านบาท ก็จะไปแข่งขันกับตลาดบ้านเดี่ยว ซึ่งมีคู่แข่งในตลาดมากมาย อีกทั้งยังมีโครงการ THE IDOL บ้านเดี่ยวขนาด 50 ตร.วา ราคา 5 ล้านบาททำให้แข่งขันได้ยากเช่นกัน จากการคำนวณต้นทุนของทาวน์โฮมควรมีราคาขายอยู่ที่ 2.8 ล้านบาท ซึ่งเทียบกับคู่แข่งที่มีอยู่ในตลาด คือ MONO ที่มีราคา 2.49 ล้านบาท ทำให้สามารถที่จะแข่งขันได้ ทั้งนี้เนื่องจากทำเลทางเข้าของโครงการที่จะพัฒนานั้นมีความสะดวกสบายเข้าถึงได้ง่าย มีหน้าโครงการที่สามารถส่งเสริมการขายได้ดีกว่า อีกทั้งจากข้อมูลที่ศึกษาความสามารถในการซื้ออสังหาริมทรัพย์จากรายได้ส่วนใหญ่อยู่ที่ 3.6 ล้านบาท และข้อมูล Demand supply ของทาวน์โฮมที่สนับสนุนว่า ทาวน์โฮมมีความต้องการของตลาดมากจากการศึกษาข้อมูลมาทั้งหมดนั้นจึงทำให้ทราบว่าโครงการที่เหมาะสมที่สุดสำหรับพัฒนาที่ดินแปลงนี้คืออสังหาริมทรัพย์ ประเภท ทาวน์โฮม



#### 4.10 สรุปการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการในเบื้องต้น

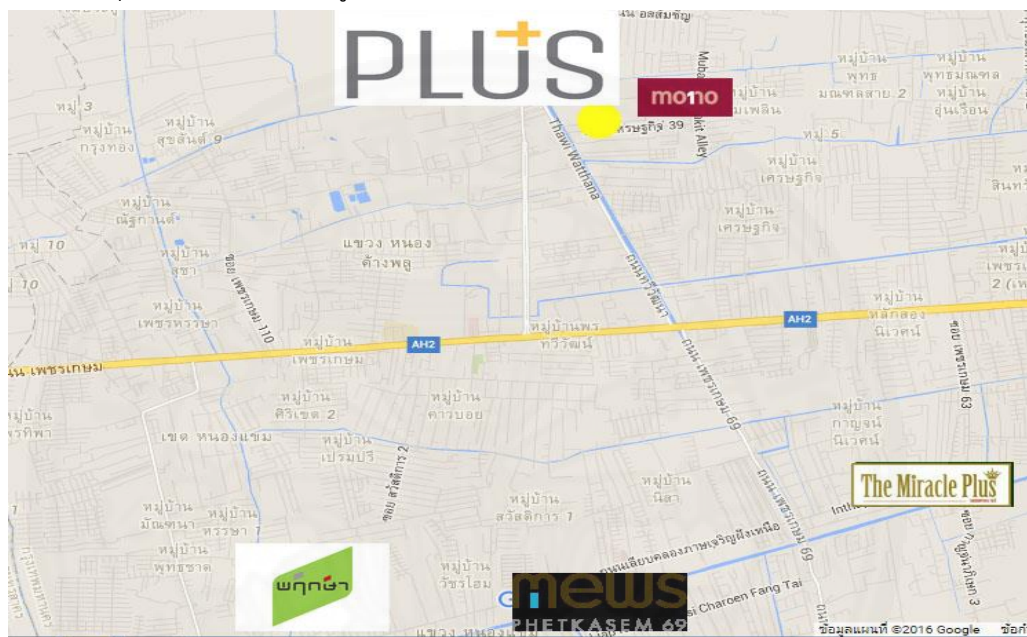
โครงการทาวน์โฮม 289 ยูนิต เนื้อที่ 20 ตร.วา พื้นที่อาคาร 130 ตร.ม. ราคาขายเริ่มอยู่ที่ 2.6 ล้านบาทจนถึง 2.9 ล้านบาท โดยห้วมเพิ่ม 50000 บาท พื้นที่เพิ่มตร.วา ละ 50000 บาท กลุ่มลูกค้า พนักงานเงินเดือนหรือข้าราชการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือนประมาณ 49,000 บาท ขนาดครัวเรือน 2.5 คน กลุ่มลูกค้าประเภทที่กำลังสร้างตัวเองต้องการมีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง ครอบครัวที่พึ่งแยกออกมาอยู่อาศัยโดยลำพัง และกลุ่มคนที่ย้ายหลักมาทำงานในกรุงเทพมหานคร จุดเด่นของโครงการ จุดเด่นหลักคือราคาลูกค้ามีความสามารถในการซื้อ ซึ่งโครงการอยู่ในทำเลที่ตั้งที่ดีสามารถเข้าออกได้โดยสะดวก แวดล้อมไปด้วยสิ่งอำนวยความสะดวก เนื่องจากโครงการอยู่ในผังเมืองสีเหลือง ชนกับผังเมือง ขวาลายเขียว ทำให้โครงการส่วนใหญ่เป็นโครงการบ้านเดี่ยว ซึ่งการที่โครงการเราเลือกทาวน์โฮม เป็นการหลีกเลี่ยงในการแข่งขันบ้านเดี่ยวที่มีอยู่หลายโครงการ ส่วนการแข่งขันกับโครงการทาวน์โฮมเองนั้น ด้วยทำเลที่ดีกว่าทางเข้าออกสะดวกกว่า ทำให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้

จากข้อมูลดังกล่าวมานั้นทำให้ทราบว่าโครงการทาวน์โฮมเป็นโครงการที่มีความเหมาะสมที่สุดในการพัฒนาที่ดินแปลงนี้

## บทที่ 5 กลยุทธ์ทางการตลาด (Market Strategy)

### 5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลคู่แข่งทางตรง

จุดแข็งและจุดอ่อนของโครงการคู่แข่งทาวนโฮม



ภาพที่ 5.1 ทาวนโฮมคู่แข่งทางตรง

#### โครงการ MONO (ถนนหมู่บ้านเศรษฐกิจ)

จุดแข็งของโครงการ : มีความคุ้มค่าของราคาเทียบกับผลิตภัณฑ์และมีฟังก์ชันการใช้งานที่เหมาะสม

จุดอ่อนของโครงการ : ทางเข้าออกลำบากเนื่องจากอยู่ห่างจากถนนเพชรเกษมเข้าไปในซอยหมู่บ้านเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นซอย 2 เลนทำให้มีการจราจรติดขัด

#### โครงการ MEWS (เพชรเกษม 69)

จุดแข็งของโครงการ : ที่มีความคุ้มค่าของราคาเทียบกับผลิตภัณฑ์ เป็นทาวนโฮม 3 ชั้น โครงการจำนวนยูนิตน้อย หน้ากว้าง 8 เมตร

จุดอ่อนของโครงการ : ฟังก์ชันการใช้งานไม่เหมาะสม ใช้พื้นที่อย่างไม่คุ้มค่า ทางเข้าออกลำบากเนื่องจากอยู่ห่างจากถนนเพชรเกษมเข้าไปในซอยเพชรเกษม 69 ซึ่งเป็นซอย 2 เลน การจราจรติดขัด

โครงการ THE Miracle ( เพชรเกษม 63 )

จุดแข็งของโครงการ : มีความคุ้มค่าของราคาเทียบกับผลิตภัณฑ์และมีฟังก์ชันการใช้งานที่เหมาะสมอาคาร สร้างด้วยวัสดุคุณภาพดี

จุดอ่อนของโครงการ : ทางเข้าออกลำบากเนื่องจากอยู่ห่างจากถนนเพชรเกษมเข้าไปในซอยเพชรเกษม 63 ซึ่งเป็นซอย 2 เลนทำให้มีการจราจรติดขัด

โครงการตอมอริโต้ (ซอยเพชรเกษม 63)

จุดแข็งของโครงการ : โครงการสร้างเสร็จสามารถเข้าอยู่ได้เลย มีฟังก์ชันการใช้งานที่เหมาะสม

จุดอ่อนของโครงการ : ดีไซน์ไม่น่าสนใจเป็นโครงการเก่า ทาวน์โฮมมีการชำรุดทางเข้าออกโครงการลำบากเนื่องจากอยู่ห่างจากถนนเพชรเกษมเข้าไปในซอยเพชรเกษม 63 ซึ่งเป็นซอย 2 เลนทำให้มีการจราจรติดขัด

โครงการพฤษา (ซอยเพชรเกษม 63)

จุดแข็งของโครงการ : มีความคุ้มค่าของราคาเทียบกับผลิตภัณฑ์และมีฟังก์ชันการใช้งานที่เหมาะสม ผู้พัฒนาโครงการมีความน่าเชื่อถือ

จุดอ่อนของโครงการ : สามารถจอดรถได้ 1 คันใช้วัสดุที่มีคุณภาพต่ำทางเข้าออกลำบากเนื่องจากอยู่ห่างจากถนนเพชรเกษมเข้าไปในซอยเพชรเกษม 63 ซึ่งเป็นซอย 2 เลนทำให้มีการจราจรติดขัด

ตารางที่ 5. 1 ตารางคู่แข่งทางตรงเทียบรายละเอียด

ชื่อโครงการ	MONO	MEWS	THE Mircla	พฤษา
ที่ตั้งโครงการ	ทวีวัฒนา	เพชรเกษม 69	เพชรเกษม 69	เพชรเกษม 69
เนื้อที่(ไร่)	13	5	21	24
ราคาขาย(ล้านบาท)	2.29-2.69	3.1-4.6	2.49-5	2.4-3.4
ราคา/ตร.วา	114,500	183,333	118,571	109,000
จำนวน UNIT	151	51	218	234
โครงการสร้างเสร็จ(ปี)	2555	2556	2557	2556
ยอดขาย	30%	30%	90%	90%
จำนวนเหลือขาย	106	36	22	23
ระยะห่างจากเพชรเกษม(กม.)	2.4	4.3	2.2	4.5
หน้ากว้าง(เมตร)	5.7	5,8	5.7	5.7
ขนาดแปลงที่ดิน(ตร.วา)	20	19-25	21	20
พื้นที่ใช้สอย(ตร.ม.)	130	170,200	140	140
จำนวนห้องนอน	3	3	3	3
จำนวนห้องน้ำ	2	3	3	2
จำนวนที่จอดรถ	2	2	2	1
ส่วนกลาง				
สวนส่วนกลาง(ตร.วา)	260	100	550	500
Fitness(เครื่อง)	x	X	X	X
สนามเด็กเล่น(ตร.วา)	x	X	50	50

## 5.2 การวิเคราะห์ความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภค

จากการทำแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่ผู้ที่มีความต้องการซื้อทาวน์โฮมในบริเวณโดยรอบพื้นที่โครงการรัศมี 5 กิโลเมตร พบว่ากลุ่มตัวอย่าง(เลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อครัวเรือนตั้งแต่ 40,000 บาทขึ้นไป เนื่องจากการวิเคราะห์ความสามารถในการกู้ซื้อทาวน์โฮมโครงการ THE PLUS ซึ่งมีราคาเฉลี่ย 2,847,024 บาท เงินกู้ดอกเบี้ย 6.5 % ระยะเวลา 30 ปี ผู้ซื้อจะต้องมีรายได้ต่อครัวเรือน 40,000 บาท ขึ้นไป ผู้ที่มีความต้องการซื้อทาวน์โฮมมีความต้องการและทัศนคติดังต่อไปนี้

### 5.2.1 ด้านทำเลที่ตั้ง

ลูกค้าส่วนใหญ่ต้องการทาวน์โฮมที่สามารถเดินทางเข้าออกสะดวก มีระบบคมนาคมที่ดีอยู่ใกล้ที่ทำงาน เนื่องจากกลุ่มลูกค้าอยู่ในวัยทำงานจึงต้องการทาวน์โฮมที่อยู่ใกล้ที่ทำงานเพื่อความสะดวกในการเดินทางและประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง รองลงมาต้องการทาวน์โฮมที่อยู่ใกล้ครอบครัวเดิม จากการสอบถามความคิดเห็นพบว่า ลูกค้ากลุ่มนี้ต้องการขยายออกจากที่พักอาศัยเดิม และต้องการที่จะเดินทางไปพบปะกับครอบครัวในวันหยุด อีกทั้งยังมีความเคยชินกับพื้นที่ทำให้ตัดสินใจเลือกซื้อทาวน์โฮมที่อยู่ใกล้ที่อยู่ครอบครัวเดิม

### 5.2.2 ด้านผลิตภัณฑ์

ลูกค้าส่วนใหญ่ต้องการทาวน์โฮมหน้ากว้าง เนื่องการต้องการพื้นที่เพื่อจอดรถ 2 คัน และมีพื้นที่เหลือสำหรับทำกิจกรรมนอกบ้าน อีกทั้งยังทำให้บ้านกว้างน่าอยู่อาศัย ต้องการทาวน์โฮมขนาดเนื้อที่ 20 ตร.วา พื้นที่ใช้สอย 130 ตร.ม. เนื่องจากมีขนาดเหมาะสมกับการใช้งานและราคาไม่สูงจนเกินไป มีห้องนอน 3 ห้องนอน 2 ห้องน้ำ เนื่องจากโดยส่วนใหญ่อยู่อาศัย 2-3 คน จึงต้องการห้องนอนที่มีความเพียงพอต่อการอยู่อาศัยและรองรับการขยายครอบครัวในอนาคต ส่วนห้องน้ำกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่าต้องการ 2 ห้อง ชั้นบนและชั้นล่างอย่างละ 1 ห้อง เนื่องจากห้องน้ำชั้นบนสามารถใช้ร่วมกันได้ โดยต้องการนำพื้นที่ไปใช้ประโยชน์ด้านอื่นมากกว่า ต้องการทาวน์โฮมที่อยู่ในระดับราคา 2,000,001-3,000,000 บาท ลักษณะดีไซน์สไตล์โมเดิร์นได้รับความสนใจมากที่สุด รองลงมาคือ ดีไซน์สไตล์ไทย ส่วนใหญ่จะเน้นฟังก์ชันการใช้งาน ใช้พื้นที่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการ ต้องการระบบรักษาความปลอดภัยที่ดีสวนสาธารณะ ร้านสะดวกซื้อ การจากสอบถามพบว่าลูกค้าไม่ต้องการสระว่ายน้ำเนื่องจากไม่ค่อยได้ใช้บริการ อีกทั้งยังทำให้ค่าส่วนกลางสูงขึ้น

### 5.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยจากการทบทวนวรรณกรรมประกอบด้วย

#### 5.3.1 ทำเลที่ตั้ง

ทำเลที่ตั้ง โดย คำนิง สวัสดิ์ (2550) ระบุว่า คนเลือกที่พักอาศัยที่อยู่ใกล้กับสถานที่ทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับ ฉวีวรรณ เตณ์ไพบูลย์(2536) ระบุว่า ทำเลที่ตั้งมีความสำคัญ พิจารณาจากความสะดวกในการคมนาคม ใกล้ที่ทำงาน ใกล้ที่พักอาศัยเดิม มีระบบสาธารณูปโภค อยู่ในเขตที่มีความปลอดภัย บรรยากาศเงียบสงบและมีลมถ่ายเทสะดวก ซึ่งเลือกมักทำเลที่อยู่ย่านชานเมือง การเลือกทำเลนั้นจะต้องพิจารณา ด้านความสะดวกในการคมนาคมและสาธารณูปโภค โดยการเลือกทำเลของผู้บริโภคจะขึ้นอยู่กับความเหมาะสม ในการดำเนินชีวิตเช่นใกล้สถานที่ทำงานใกล้ที่พักอาศัยเดิม ใกล้สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆที่เช่นห้างสรรพสินค้าโรงเรียนโรงพยาบาลและ ใกล้แหล่งคมนาคมอาทิเช่นรถไฟฟ้า

#### 5.3.2 รูปแบบบ้านและวัสดุ

รูปแบบบ้านและวัสดุ โดย คำนิง สวัสดิ์ (2550) ระบุว่า คนเลือกที่พักอาศัยที่มีรูปแบบและวัสดุที่มีความเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับ ฉวีวรรณ เตณ์ไพบูลย์(2536) ระบุว่า ดีไซน์ของบ้านมีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักอาศัย อีกทั้งความต้องการเฉพาะของแต่ละบุคคล เช่น ไลฟ์สไตล์ ทำให้การเลือกซื้อบ้านแตกต่างกันออกไป และสอดคล้องกับ นิฐยา (2553) ระบุว่าความพึงพอใจของผู้เลือกซื้อบ้านขึ้นอยู่กับ ขนาดของบ้านที่มีความเหมาะสมกับครอบครัว จำนวนห้องและประโยชน์การใช้สอย โดยรูปแบบบ้านที่ได้รับความนิยมเรียงตามลำดับดังนี้ 1.สโตนโมเดิล 2.สโตนทอปิคอล 3.สโตนญี่ปุ่น 4.สโตนไทย 5.สโตนยุโรป

#### 5.3.3 ราคา

ราคา โดย คำนิง สวัสดิ์ (2550) ระบุว่า คนเลือกที่พักอาศัยที่มีราคาเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับ ฉวีวรรณ เตณ์ไพบูลย์(2536) ระบุว่า ราคาบ้านมีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักอาศัย และสอดคล้องกับ นิฐยา (2553) ระบุว่าความพึงพอใจของผู้เลือกซื้อบ้านขึ้นอยู่กับราคา

#### 5.3.4 สังคมและวัฒนธรรม

สังคมและวัฒนธรรม โดย ฉวีวรรณ เตณ์ไพบูลย์(2536) ระบุว่า วัฒนธรรมมีผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัย ซึ่งแต่ละท้องถิ่นจะมีวัฒนธรรมที่แตกต่างกันออกไป และยังระบุว่าสังคมและกลุ่มคนรอบข้างมีผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัย ซึ่งสังคมและกลุ่มคนรอบข้างจะขึ้นอยู่กับ อาชีพ รายได้ และการศึกษา

## 5.4 กลยุทธ์ทางการตลาดและวิเคราะห์คู่แข่ง (STP Marketing Strategy and competitors Analysis)

### 5.4.1 การกำหนดส่วนแบ่งตลาด (Market Segmentation)

ผู้จัดทำได้ทำแบบสอบถามเพื่อให้ทราบถึงความต้องการในการเลือกซื้อทาวนโฮมย่านบางแค สามารถแบ่งกลุ่มลูกค้าตามเกณฑ์ได้ดังนี้

กลุ่มอายุ	:	อยู่ในช่วงวัยทำงานอายุ 25 ถึง 40 ปี
รายได้ส่วนบุคคล	:	20,001 - 40,0000 บาท/เดือน
รายได้ต่อครัวเรือน	:	40,001 - 60,0000 บาท/เดือน
กลุ่มอาชีพ	:	พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานเอกชน ข้าราชการ
วัตถุประสงค์ของการเลือกซื้อทาวนโฮม:	:	ซื้อเพื่อความสะดวกในการเดินทาง เพื่อย้ายที่อยู่อาศัย ซื้อเพื่อเป็นบ้านหลังที่สอง

### 5.4.2 การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Target Group)

เป็นการตัดสินใจคัดเลือกกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เหมาะสมจากการแบ่งsegmentationซึ่งจากข้อมูลข้างต้นสามารถแบ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายตามรายได้และวัตถุประสงค์การศึกษาได้ดังนี้

#### 1.กลุ่มวัยทำงานที่ต้องการความสะดวกสบายในการเดินทาง

จากข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามผู้ที่มีความต้องการอยากซื้อทาวนโฮมพบว่า มีวัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อทาวนโฮมจากทำเลที่อยู่ใกล้ที่ทำงาน ประมาณ 22% และส่วนใหญ่เป็นกลุ่ม วัยทำงาน เงินเดือนประมาณ 30,001 - 40,000 บาทประมาณ 50% รายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือน 40,001 - 50,000 บาท/เดือน อยู่ในช่วงอายุ 30 - 34 ปี

#### 2.กลุ่มวัยทำงานที่ต้องการย้ายที่อยู่อาศัย

จากข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามผู้ที่มีความต้องการอยากซื้อทาวนโฮมพบว่า มีวัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อทาวนโฮมเพื่อย้ายที่อยู่ประมาณ 34% และส่วนใหญ่เป็นกลุ่ม วัยทำงาน มีแผนที่จะแต่งงาน เงินเดือนประมาณ 30,001 - 40,000 บาทประมาณ 50% อยู่ในช่วงอายุ 30 - 35 ปี





คุณมิว อายุ 30 ปี อาชีพ สถาปนิก รายได้ประมาณ 40,000 ต่อเดือนปัจจุบันเช่าอพาร์ทเมนท์ ซึ่งต้องจ่ายค่าเช่าเดือนละ 5,500 บาท จึงตัดสินใจหาซื้อทาวน์โฮมที่อยู่ใกล้ที่ทำงานสามารถเดินทางได้อย่างสะดวกและอยู่ใกล้แหล่งคมนาคม และอยากมีบ้านที่กรุงเทพฯ อยากได้ทาวน์โฮมหน้ากว้างเพื่อมีที่ว่างสำหรับทำกิจกรรมร่วมกับเพื่อนๆ โดยตั้งใจจะซื้อทาวน์โฮมในระดับราคา 2,000,000 – 3,000,000 ต้องการ 3 ห้องนอน 2 ห้องน้ำ เพื่อการขยายครอบครัวในอนาคต และเพื่อให้มีห้องเพียงพอสำหรับพ่อแม่ที่มาจากต่างจังหวัด

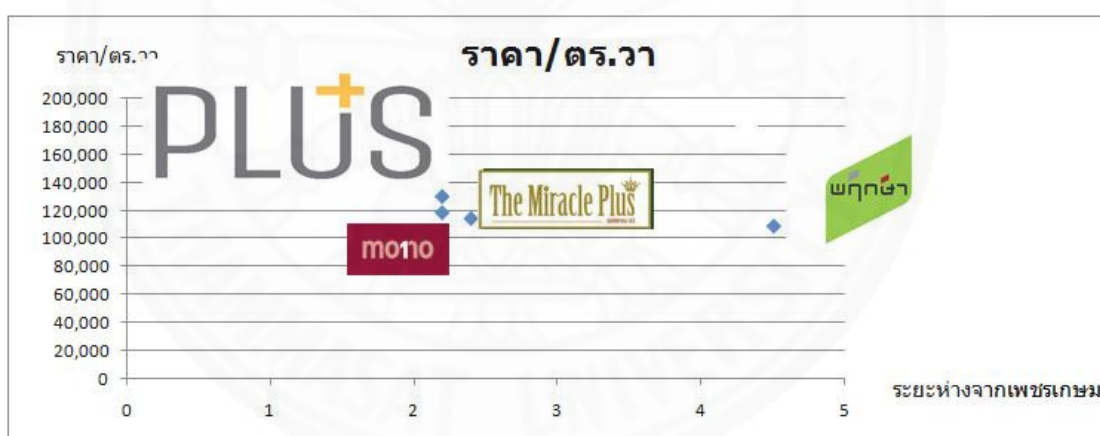
คุณณี อายุ 30 ปี ปัจจุบันเป็นผู้จัดการคลินิก เดอะมอลล์ บางแค รายได้ประมาณ 30,000 บาทต่อเดือนปัจจุบันแต่งงานและอาศัยอยู่กับสามี รายได้ครัวเรือน ประมาณ 50,000 บาทต่อเดือน ลักษณะที่อยู่อาศัยเดิมเป็นบ้านเดี่ยว เนื่องจากอยู่กันหลายคนและเป็นบ้านของพ่อแม่สามี จึงมองหาที่พักอาศัยใหม่ที่อยู่ใกล้ที่ทำงานเพื่อสามารถเดินทางไปทำงานได้สะดวก ตั้งใจจะซื้อทาวน์โฮมในระดับราคา 2,000,000 ถึง 3,000,000 บาท ต้องการทาวน์โฮมหน้ากว้างเพราะต้องการที่จอดรถ 2 คัน ของตนเองและสามีและมีพื้นที่ว่างสำหรับทำสวน ต้องการ 3 ห้องนอน 2 ห้องน้ำ เพื่อรองรับการขยายของครอบครัว มีสวนสาธารณะ สนามเด็กเล่น เพื่อให้ลูกไปเล่น มีร้านสะดวกซื้อ ร้านซักรีด และระบบรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง



### 5.4.3 การศึกษาตำแหน่งทางการตลาด (Positioning)

ผู้ศึกษาได้ทำการสำรวจข้อมูลทาวน์โฮมคู่แข่งในระยะรัศมี 5 กิโลเมตร โดยเป็นทาวน์โฮมที่ใช้ถนนเพชรเกษมเป็นถนนหลักในการเดินทาง และเปรียบเทียบคู่แข่งซึ่งเป็นทาวน์โฮม 2 ชั้น เพื่อสามารถที่จะนำข้อมูลคู่แข่งมาศึกษาวิเคราะห์และวางตำแหน่งทางการตลาดของโครงการให้สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ดีที่สุด

การวางตำแหน่งทางการตลาดโดยเปรียบเทียบราคาเฉลี่ยต่อตารางวากับระยะห่างจากโครงการถึงถนนเพชรเกษม จากการสำรวจข้อมูลคู่แข่งการตลาดและวิเคราะห์ความต้องการของผู้บริโภคในการซื้อทาวน์โฮมพบว่าถนนเพชรเกษมเป็นถนนสายหลักซึ่งใช้สัญจรไปมาในย่านบางแคซึ่งเป็น ศูนย์รวมของความเจริญที่เพียบพร้อมไปด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มากมาย อาทิเช่น ห้างสรรพสินค้า THE MALL บางแค คอมมูนิตีมอลล์ โรงพยาบาล โรงเรียน และรถไฟฟ้า ปัจจุบันคือสถานีบางหว้า ที่เปิดใช้แล้วระยะห่างจากโครงการ 10 กิโลเมตรและมีโครงการในอนาคตคือสถานีทวีวัฒนาการะยะห่างจากโครงการ 2 กิโลเมตร ด้วยเหตุนี้ผู้ศึกษาจึงนำข้อมูล ระยะห่างจากโครงการคู่แข่งถึงถนนเพชรเกษมเทียบกับราคาต่อตารางวา



ภาพที่ 5. 2 การวางตำแหน่งทางราคา

เนื่องจากโครงการ THE PLUS มีระยะห่างจากถนนเพชรเกษมใกล้เคียงกับโครงการ THE Miracle, MONO และ ทั้งสองโครงการมีความใกล้เคียงกันในเรื่องของการใช้วัสดุในการก่อสร้าง แต่โครงการ THE PLUS มีทำเลที่ได้เปรียบกว่าคือติดถนนเลียบบคลองทวีวัฒนาซึ่งเป็นถนนขนาด 4 เลน สามารถเข้าออกได้อย่างสะดวกทำให้ผู้จัดทำเพิ่มราคาขึ้นจากโครงการ The Miracle ราคา 120,000 บาทต่อตารางวาเพิ่มขึ้น 10,000 บาทเป็น 130,000 บาทต่อตารางวา

## 5.5 การวิเคราะห์ศักยภาพทางการตลาด (SWOT Analysis)

### 5.5.1 จุดแข็ง (Strengths)

โครงการตั้งอยู่บนถนนเลียบบคลองทวิวัฒนาซึ่งเป็นถนน ขนาด 4 เลนสามารถเข้าออกได้อย่างสะดวกสบายจากทางถนนเพชรเกษมและถนนบรมราชชนนี บริเวณโดยรอบเป็นแหล่งชุมชนที่อยู่อาศัย บรรยากาศร่มรื่นล้อมรอบโครงไปด้วยสวนและคลองทวิวัฒนา พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มากมาย อาทิเช่น ห้างสรรพสินค้า โรงเรียน โรงพยาบาล

### 5.5.2 จุดอ่อน (Weaknesses)

โครงการอยู่ติดกับโครงการ MONO ซึ่งเป็นโครงการทาวนโฮมที่ทำราคาได้ถูกแต่ เดินทางเข้าสู่โครงการได้ลำบากเนื่องจากต้องเข้าซอยหมู่บ้านเศรษฐกิจซึ่งเป็นถนน 2 เลน ในบริเวณใกล้เคียงมีคู่แข่งเป็นจำนวนมากทั้งจากผู้พัฒนาสังหาริมทรัพย์รายย่อยและผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์รายใหญ่ที่มีชื่อเสียง

### 5.5.3 โอกาส (Opportunities)

สถานการณ์ทางการเมืองสงบสุข อีกทั้งรัฐบาลยังมีการสนับสนุนธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ อาทิเช่นการลดค่าธรรมเนียมนิโอม มีโครงการรถไฟฟ้ามหานครซึ่งเป็นโครงการในอนาคตส่วนต่อขยายมายังถนนเลียบบคลองทวิวัฒนา ได้รับการอนุมัติเงินทุนก่อสร้างคาดว่าจะแล้วเสร็จในปี 2564 ที่ดินอยู่ใกล้ศูนย์การค้าและสิ่งอำนวยความสะดวกมากมาย อาทิเช่นห้างสรรพสินค้า THE MALL บางแค ห้างสรรพสินค้าซีคอนบางแค โรงพยาบาล โรงเรียน คอมมูนิตี้มอลล์ สถานที่ราชการ

### 5.5.4 อุปสรรค (Threats)

หนี้ครัวเรือนเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆทำให้ธนาคารมีความระมัดระวังในการปล่อยสินเชื่อในการซื้อบ้านให้กับรายย่อย

## 5.6 การกำหนดกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด

### 5.6.1 ผลิตภัณฑ์ (Product)

ชื่อโครงการ : THE PLUS ทวีวัฒนา

แนวความคิดของโครงการ : The plus พลัสเพื่อคุณภาพชีวิตครอบครัวที่พัฒนาอย่างไม่หยุดยั้ง โดยจุดขายของโครงการจะเน้นความคุ้มค่าของราคาเทียบกับคุณภาพผลิตภัณฑ์และฟังก์ชันการใช้งานที่ออกแบบมาเพื่อให้สามารถใช้พื้นที่ทุกตารางเมตร ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ ภายใต้บรรยากาศที่ร่มรื่น ล้อมรอบไปด้วยพื้นที่สวน และคลองทวีวัฒนา เหมาะกับการเป็นที่พักผ่อนของครอบครัวหลังจากการเหน็ดเหนื่อยจากการทำงาน เพิ่มความเป็นส่วนตัวด้วยการออกแบบทาวน์โฮมให้มีมิติ พร้อมกับพื้นที่สวนส่วนการขนาดใหญ่ มาเติมเต็มกิจกรรมครอบครัวของทุกคนในบ้าน ปลอดภัยด้วยระบบรักษาความปลอดภัยและกล้อง CCTV

### รูปแบบการพัฒนาโครงการ (Master plan)



ภาพที่ 5. 3 Master plan

สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการ

จากการทำแบบสอบถามวิเคราะห์ความต้องการซื้อทาวน์โฮมพบว่า ผู้ซื้อต้องการสิ่งอำนวยความสะดวก 3 อันดับแรกดังต่อไปนี้ 1.ระบบรักษาความปลอดภัยคิดเป็น 33% 2.สวนสาธารณะคิดเป็น 20% 3.ร้านค้าสะดวกซื้อคิดเป็น 16%

ทางโครงการจึงมีสิ่งอำนวยความสะดวกดังต่อไปนี้

- 1.ระบบรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง
- 2.กล้องซีซีทีวีรอบโครงการ
- 3.ตู้ยามแลกบัตรเข้าสำหรับผู้ที่มาเยี่ยมลูกบ้านภายในโครงการตลอด 24 ชั่วโมง
- 4.สวนสาธารณะที่เน้นความ ร่มรื่น
- 5.ร้านค้าสะดวกซื้อหน้าโครงการ

## แบบบ้าน



ภาพที่ 5. 4 แบบบ้านTHE PLUS

## ทาวน์โฮม 2 ชั้น

ตารางที่ 5. 2 รายละเอียดโครงการ THE PLUS

ขนาดพื้นที่	20	ตร.วา
หน้าบ้านกว้าง	5.7	เมตร
ตัวบ้านลึก	14	เมตร
พื้นที่ใช้สอย	140	ตร.ม.
จำนวนห้องนอน	3	ห้อง
ขนาดห้องนอน 1	4.3*5.7	เมตร
ขนาดห้องนอน 2	2.8*5	เมตร
ขนาดห้องนอน 3	2.8*3.5	เมตร
ขนาดห้องโถง	3.0*5.7	เมตร
ขนาดห้องทานอาหาร	3.0*3.5	เมตร
จำนวนห้องน้ำ	3	ห้อง
จำนวนที่จอดรถ	2	คัน

จากการทำแบบสอบถามวิเคราะห์ความต้องการซื้อทาวน์โฮมพบว่า ผู้ซื้อโฮมต้องการทาวน์โฮมที่มี 3 ห้องนอน 2 ห้องน้ำสามารถจอดรถได้ 2 คันโดยต้องการพื้นที่แต่ละแปลง 20 ตารางวา พื้นที่ใช้สอย 130 ตารางเมตร ราคาประมาณ 2,000,000 – 3,000,000 บาท เป็นทาวน์โฮมสไตล์โมเดิร์นเน้นฟังก์ชันการใช้งาน



ภาพที่ 5. 5 ด้านหน้าทาวน์โฮม

จากการวิเคราะห์ความต้องการเลือกซื้อทาวน์โฮมของกลุ่มตัวอย่างพบว่าหน้ากว้างของทาวน์โฮมมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ ดังนั้นโครงการได้ออกแบบหน้าบ้านกว้าง 5.7 เมตร เนื่องจากเป็นขนาดที่พอดีกับการจอดรถ 2 คันและมีพื้นที่ว่างสำหรับการเปิดประตูรถที่จอดรถลึก 6.6 เมตร



ภาพที่ 5. 6 ด้านหน้าทางเข้าบ้าน

ด้านหน้าทางเข้าได้ออกแบบให้มี step เพื่อที่จะทำให้ทาวน์โฮมดูมีมิติ ไม่ดูเหมือนเป็นอาคารตึกที่ยาวติดต่อกัน ให้ความสำคัญกับผู้อยู่อาศัยอีกทั้งด้านนอกยังสามารถทำเป็นที่วางรองเท้า หรือว่าอุปกรณ์ทำสวนส่วนด้านในสามารถกันเป็นห้องนั่งเล่นหรือทำเป็นห้องพระ





ภาพที่ 5. 7 ภายในห้องโถง



ภาพที่ 5. 8 ครีวต่อเติมด้านนอก

ห้องโถงกว้างประกอบด้วยห้องนั่งเล่นถัดไปเป็นห้องทานอาหารโดยโครงการไม่ได้ทำห้องครัวภายใน ทั้งนี้เนื่องจากการทำแบบสอบถามพบว่าชาวต่างชาติไม่สามารถใช้ได้จริงบ้านทุกหลังต้องมีการต่อเติมครัวออกไปด้านนอกหากเราหันขวัดด้านไหนจะเป็นการสิ้นเปลืองพื้นที่และทำให้ภายในคับแคบ



ชั้นบน

ภาพที่ 5. 9 แบบบ้านชั้น 2



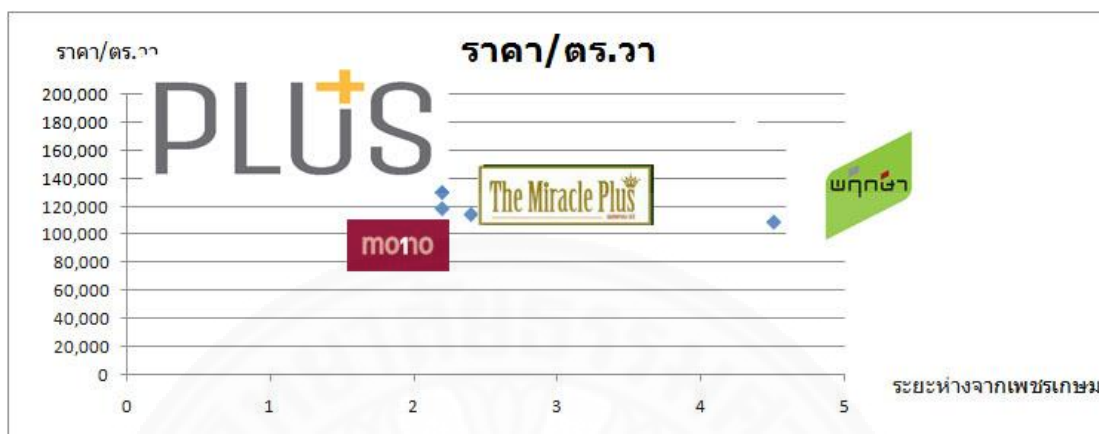
ภาพที่ 5. 10ห้องนอนหลัก

บริเวณชั้น 2 ประกอบด้วย 3 ห้องนอนห้องนอนละมีห้องน้ำในตัวส่วนอีก 2 ห้องย่อย มีห้องน้ำรวม 1 ห้องทางนี้จากการทำแบบสอบถามพบว่าผู้มีความต้องการซื้อทาวน์โฮม ส่วนใหญ่ ต้องการ 2 ห้องน้ำและบางส่วนต้องการ 3 ห้องน้ำเราจึงวางแผนให้สามารถเลือกใช้น้ำด้านบน เพียง 1 ห้องและอีกห้อง 1 สามารถเปลี่ยนแปลงเป็นห้องพระหรือห้องเก็บของได้



### 5.6.2 การตั้งราคา (Price)

นโยบายราคาการตั้งราคาเปรียบเทียบกับคู่แข่งทาวน์โฮม 2 ชั้นโดยเปรียบเทียบระหว่างราคาขายตารางวาและแบบอย่างห่างจากโครงการถึงถนนเพชรเกษม



ภาพที่ 5. 11 การตั้งราคาเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

ชื่อโครงการ	THE PLUS	MONO	MEWS	THE Mircla	พุกกะยา
ราคา(บาท)	2,590,000	2,290,000	3,900,000	2,800,000	2,600,000
ราคา/ตร.วา(บาท)	129,500	114,500	183,333	118,571	109,000
ระยะห่างจากเพชรเกษม(กม.)	2.2	2.4	4.3	2.2	4.5
จอง(บาท)	20,000	ฟรี	5,000	9,000	3,000
ทำสัญญา(บาท)	120,000	20,000	200,000	90,000	x
ดาว์น(บาท)	120,000	x	x	260,000	x
โอน(บาท)	2,330,000	2,270,000	3,695,000	2,441,000	2,597,000
ห้องมุมเพิ่ม ตร.วาละ(บาท)	60,000	50,000	60,000	60,000	50,000
จำนวน UNIT	289	151	51	218	234
ยอดขาย	x	30%	30%	90%	90%
จำนวนขาย	x	45	15	196	211
จำนวนเหลือขาย	x	106	36	22	23

ตารางที่ 5. 3 เปรียบเทียบคู่แข่ง

THE PLUS จะตั้งราคาสูงกว่าคู่แข่งเล็กน้อย ทั้งนี้เนื่องจากโครงการ THE PLUS เป็นโครงการที่ติดถนนเรียบคลองทวีวัฒนาซึ่งเป็นถนน 4 เลนสามารถเดินทางเข้าออกได้อย่างสะดวกสบายโดยอยู่ห่างจากถนนเพชรเกษม 2.2 กิโลเมตร ประกอบกับโครงการขายไปแล้วกว่า 90 % ซึ่งโครงการอื่นราคาเริ่มต้น 109,000 บาทต่อตารางวา และโครงการที่มีคุณภาพใกล้เคียงราคา 120,000 บาทต่อตารางวา โครงการ THE PLUS ตั้งราคาไว้ที่ 130,000บาทต่อตารางวา

โดยกลยุทธ์แนวระดับราคาการกำหนดราคาตามทำเลของแต่ละแปลงเพื่อเป็นประโยชน์ในการตัดสินใจเลือกซื้อทาวน์โฮมของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้ามีตัวเลือกตามงบประมาณ โดยโครงการจะกำหนดราคา ดังนี้

ราคาเริ่มต้นจะอยู่ที่ 2,640,000 บาทโดยจะเป็นรอบที่อยู่ด้านหลังสุดของโครงการ ล็อคที่อยู่ใกล้ด้านหน้าโครงการ จะมีราคาเพิ่มขึ้นหลับละ 50,000 จากราคาตลาดปกติจะเพิ่มล็อคละ 100,000 บาท แต่ทั้งนี้โครงการ THE PLUS เป็นโครงการที่วางตัวในแนวยาวหากเพิ่ม 100,000 บาท จะทำให้มีราคาสูงจนเกินไป ส่วนราคาที่ดินเพิ่มคิดตารางวาละ 60,000 บาท ทาวน์โฮมที่อยู่มุมเพิ่ม 100,000บาท พื้นที่ที่อยู่ติดสวนเพิ่ม 100,000 บาท

### 5.6.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

#### 5.6.3.1 สำนักงานขายหน้าโครงการ

เนื่องจากโครงการ THE PLUS ตั้งอยู่ริมถนนเรียบคลองทวีวัฒนาซึ่งเป็นถนนที่มีคนสัญจรไปมาเป็นจำนวนมาก ทำให้สามารถตั้งสำนักงานขายหน้าโครงการ โดยสำนักงานขายตอนเปิดโครงการจะใช้ตู้คอนเทนเนอร์ตั้งอยู่หน้าโครงการหลังจากนั้น 8 เดือนเมื่อก่อสร้างทาวน์โฮมเสร็จยูนิตแรกจะย้ายสำนักงานขายไปตั้งอยู่ในทาวน์โฮม 1 หลังและจัดทำบ้านตัวอย่าง 1 หลัง

#### 5.6.3.2 บุรุษขนาดเล็กนอกสถานที่

เป็นช่องทางหนึ่ง ซึ่งทำให้ลูกค้าสามารถรู้จักโครงการได้มากยิ่งขึ้นจึงจัดให้มีการออกบูชขายโครงการนอกสถานที่ ตามที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายสามารถเห็นได้

The Mall บางแค	:	ค่าออกบูธ 7วัน 100,000 บาท
Secon บางแค	:	ค่าออกบูธ 7วัน 100,000 บาท

#### 5.6.4 กิจกรรมส่งเสริมการตลาด (Promotion)

โครงการได้วางแผนการส่งเสริมการขายให้มีประสิทธิภาพสูงสุดเพื่อให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าและเพิ่มประสิทธิภาพในการตลาดและการขายของโครงการ

##### 5.6.4.1 ส่วนลดเงินสด

ส่วนลดเงินสด 50,000 บาทต่อห้อง จำนวน 30 ห้อง สำหรับลูกค้าที่ตัดสินใจซื้อทาว์นโฮม ในวัน pre-sell 10 ห้อง, วัน grand open 10 ห้อง และ ปิดการขาย 10 ห้อง

##### 5.6.4.2 ฟรีค่าส่วนกลาง

ฟรีค่าส่วนต่างในปีแรกจำนวน 60 ห้อง ในวัน pre-sell 20 ห้อง, วัน grand open 20 ห้อง และ ปิดการขาย 20 ห้อง สำหรับลูกค้าที่พร้อมโอนกรรมสิทธิ์ภายใน 2 เดือนที่โครงการสร้างเสร็จ เพื่อเป็นการเร่งการโอนกรรมสิทธิ์ทำให้โครงการได้เงินมาใช้หนี้ธนาคาร ได้เร็วยิ่งขึ้น

##### 5.6.4.3 ฟรีค่าใช้จ่ายวันโอน

ฟรีค่าใช้จ่ายวันโอนกรรมสิทธิ์จำนวน 60 ห้อง ในวัน pre-sell 20 ห้อง, วัน grand open 20 ห้อง และ ปิดการขาย 20 ห้อง สำหรับลูกค้าที่พร้อมโอนกรรมสิทธิ์ภายใน 2 เดือนที่โครงการสร้างเสร็จ เพื่อเป็นการเร่งการโอนกรรมสิทธิ์ทำให้โครงการได้เงินมาใช้หนี้ธนาคาร ได้เร็วยิ่งขึ้น โดยค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการโอนกรรมสิทธิ์ที่โครงการรับผิดชอบให้ได้แก่ค่าธรรมเนียมการโอนกรรมสิทธิ์ 2% ค่าอากรแสตมป์

##### 5.6.4.4 ของแถม

แถมเครื่องปรับอากาศ 1 เครื่องต่อทาว์นโฮม 1 หลัง จำนวน 287 เครื่อง

##### 5.6.4.5 การสื่อสารการตลาดแบบเชิงบูรณาการ

เป็นการสื่อสารเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้และเกิดการกระตุ้นให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเข้ามาเยี่ยมชมโครงการโครงการได้วางแผนการขาย เป็นระยะเวลา 36 เดือน โดยจะแบ่งเป็น 3 คือ PRE-SELL, Grand Opening และช่วงปิดการขาย

#### การโฆษณา และประชาสัมพันธ์ประกอบด้วย

##### (1).ป้าย Billboard ขนาดใหญ่

###### วัตถุประสงค์

เพื่อให้ผู้ที่มีความต้องการซื้อทาว์นโฮมที่ใช้เส้นทางเพชรเกษมได้รู้จักกับโครงการและแวะเข้าชมโครงการ

###### การดำเนินการ

เช่าพื้นที่ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ 3 จุด 1.ใกล้แยกทวิวัฒนา 2. ใกล้บริเวณแยกกาญจนาภิเษกตัดกับเพชรเกษม 3.ใกล้แยกพุทธมณฑลสาย 2 ตัดกับถนนเพชรเกษม

งบประมาณ  
ค่าใช้จ่ายในการเช่าป้ายโฆษณาป้ายละ 50,000 บาท/เดือน จำนวน 3  
ป้ายระยะเวลา 3 ปี

## (2).แผ่นพับ

วัตถุประสงค์  
เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการกับลูกค้าที่เข้าเยี่ยมชมโครงการและแจกกรณี  
ออกบูท

การดำเนินการ  
จัดพิมพ์แผ่นพับ ขนาด A5 ด้าน แสดงรายละเอียดและรูปภาพของ  
โครงการ

งบประมาณ  
โครงการจะมีการจัดทำแผ่นพับแจกทุกตอนปีจำนวนปีละ 25,000 ใบ  
ราคาฉบับละ 5บาท รวมเป็นเงิน 75,000 บาทต่อปี

## (3).ป้ายนำทางข้างถนน

การนำป้ายโครงการไปปักริมถนนทำให้ลูกค้าที่กำลังมองหาทาวน์โฮมใน  
ย่านบางแครู้จักโครงการและมีโอกาสที่จะเข้าเยี่ยมชมโครงการ

วัตถุประสงค์  
เพื่อให้ลูกค้ารู้จักโครงการและทราบถึงข้อมูลของโครงการเบื้องต้น  
การดำเนินการ  
จัดพิมพ์ป้ายไว้นิลแสดงรายละเอียดเบื้องต้นที่สำคัญของโครงการจำนวน  
200 แผ่นนำไปปักโดยรอบโครงการรวมถึงแนวถนนทางเข้าโครงการ

งบประมาณ  
ทำป้ายไว้นี้จำนวน 200 แผ่น แผ่นละ 300 บาท รวมเป็นเงิน 60,000  
บาททำทุกๆ 3 เดือน

**(4).ป้ายธงญี่ปุ่น**วัตถุประสงค์

เพื่อให้ลูกค้าสามารถสังเกตเห็นโครงการได้อย่างชัดเจน

การดำเนินการ

จัดพิมพ์ป้ายไวเนลแสดงรายละเอียดเบื้องต้นที่สำคัญของโครงการ จำนวน 40 แผ่นปักบริเวณโดยรอบโครงการ

งบประมาณ

ทำป้ายไวเนลพร้อมเสาธงญี่ปุ่นจำนวน 40 ชุดราคาชุดละ 1200 บาท รวมเป็นเงิน 48,000 บาท

**(5).นิตยสารเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย**วัตถุประสงค์

เพื่อให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรู้จักโครงการและทราบข้อมูลเบื้องต้น

การดำเนินการ

ลงโฆษณาผ่านนิตยสารเกี่ยวกับบ้านโดยลงระยะเวลาเดือนเว้นเดือน

งบประมาณ

ลงโฆษณาผ่านนิตยสารเกี่ยวกับบ้าน ชื่อ package 1 ปีราคา 120,000 บาทโดยสามารถลงนิตยสารได้ระยะเวลาเดือนเว้นเดือน

**(6).รถแห่**วัตถุประสงค์

เพื่อให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่อยู่อาศัยย่านบางแครู้จักโครงการและทราบข้อมูลโปรโมชั่นของโครงการ

การดำเนินการ

ลงสื่อโฆษณาเสียงเพื่อแจ้งข้อมูลของโครงการและข้อมูลโปรโมชั่น ทำป้ายไวเนลติดกับรถแห่ทำการ promote โดยขับรถในบริเวณถนนเพชรเกษมช่วงทวิวัฒนาพุทธมณฑล สาย 2 ถนนกาญจนาภิเษก จะจัดขบวนรถแต่ในช่วงPre-Sell,Grand Opening และปิดโครงการ

งบประมาณ

จ้างรถแห่ทุกวัน ศุกร์ เสาร์ อาทิตย์ จำนวน 2 คัน ระยะเวลา 3 เดือน ในช่วง Pre-Sell , Grand Opening และปิดโครงการ

**(7).ลงรีวิวโครงการThing of Living**วัตถุประสงค์

เพื่อให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรู้จักโครงการและทราบข้อมูลเบื้องต้น

การดำเนินการ

ลงโฆษณารีวิว think of living

งบประมาณ

ลงรีวิวโครงการThing of Living ชื่อ package 1 ปีราคา 200,000 บาท

**(8).การส่งข้อความสั้นและจดหมายอิเล็กทรอนิกส์**วัตถุประสงค์

เพื่อสื่อสารข้อมูลของการทานตะวันกับลูกค้าที่สนใจโครงการ ที่ได้

ลงทะเบียนไว้กับโครงการ

การดำเนินการ

จัดส่งข้อมูลส่วนลดและความคืบหน้าของโครงการไปยังลูกค้าที่ได้

ลงทะเบียนไว้

งบประมาณ

ค่าส่ง SMS 1 บาท/ ครั้ง รวม 50,000 บาท

5.7สรุปค่าใช้จ่ายกิจกรรมส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ตารางที่ 5. 4 สรุปค่าใช้จ่ายกิจกรรมส่งเสริมการตลาด

รายการ	รวม	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36
การโฆษณาและประชาสัมพันธ์	7,346,000	626,000	198,000	218,000	210,000	170,000	150,000	230,000	150,000	218,000	258,000	218,000	150,000	305,000	150,000	170,000	210,000	170,000	150,000	270,000	190,000	170,000	285,000	170,000	150,000	230,000	150,000	170,000	210,000	170,000	150,000	230,000				150,000	
ใบรื้อวีดิโอ	150,000													75,000									75,000														
ป้ายขนาดใหญ่ Billboard (มีไฟตอนกลางคืน)	5,400,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	
ป้ายนำทาง Signage	720,000	60,000			60,000			60,000			60,000			60,000		60,000				60,000			60,000			60,000				60,000				60,000			
ป้ายจู่โจม J-Flag	48,000	48,000																																			
นิเทศสารเกี่ยวกับตู้แช่	360,000	20,000		20,000		20,000		20,000		20,000		20,000		20,000		20,000		20,000		20,000		20,000		20,000		20,000		20,000		20,000		20,000		20,000		20,000	
รถแห่	368,000	48,000	48,000	48,000						48,000	48,000	48,000								40,000	40,000																
คำขวัญโครงการ (thing of living)	200,000	200,000																																			
เว็บไซต์ของโครงการ	50,000	50,000																																			
Social Media	50,000	50,000																																			
การตลาดทางตรง (Direct Marketing)	50,000	-	-	-	50,000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Direct Mail / sms	50,000				50,000																																
การจัดกิจกรรม (Event Marketing)	1,480,000	-	-	-	-	-	-	-	-	810,000	10,000	10,000	210,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	210,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
งานเปิดตัวโครงการ (Grand Opening)	600,000									600,000																											
ออกบูธกิจกรรม	600,000									200,000		200,000														200,000											
กิจกรรมการตลาดบนสื่อออนไลน์	280,000									10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
กลยุทธ์การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion)	8,108,000	660,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	660,000	160,000	994,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	994,000	160,000	660,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	
ส่วนลดเงินสด	1,500,000	500,000								500,000																	500,000										
ของแถม (Premium)	5,760,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000
ส่วนลดค่าส่วนกลาง	432,000											144,000																								144,000	
ส่วนลดค่าธรรมเนียมอื่น	1,800,000											600,000													600,000											600,000	
รวม	16,984,000	1,286,000	358,000	378,000	420,000	330,000	310,000	390,000	310,000	1,688,000	428,000	1,132,000	520,000	475,000	320,000	340,000	380,000	340,000	320,000	440,000	360,000	340,000	455,000	1,084,000	320,000	1,100,000	320,000	340,000	380,000	340,000	320,000	400,000	10,000	10,000	10,000	10,000	320,000

## บทที่ 6

### การวิเคราะห์ด้านการก่อสร้างและต้นทุน

#### 6.1 ลักษณะโครงการและแนวคิด

ขนาดโครงการ	:	เนื้อที่ 24 ไร่คิดเป็น 9600 ตารางวา
ลักษณะโครงการ	:	พัฒนาเป็นทาวน์โฮม 2 ชั้น 289 ยูนิต
ลักษณะทาวน์โฮมทาวน์โฮม:	:	ทาวน์โฮม 2 ชั้นหน้ากว้าง 5.7 เมตรลึก 14 เมตร จอดรถได้ 2 คัน บนเนื้อที่แปลงมาตรฐาน 20 ตารางวา พื้นที่ใช้สอย 140 ตาราง เมตร 3 ห้องนอน 3 ห้องน้ำ
ระบบโครงสร้าง	:	เสาเข็มรูปตัวไอยาว 22 เมตรวาง แผ่นพื้นสำเร็จรูป 10 เซนติเมตร
หลังคา	:	โครงหลังคาสำเร็จรูป smarttruss แผ่นหลังคาเมทัลชีท พร้อม กรุฉนวน 2.5 เซนติเมตร
ผนังบ้าน	:	ก่อด้วยอิฐมวลเบาและฉาบเรียบ
พื้นบ้าน	:	ปูพื้นแกรนิตโต้ทั้งชั้นบนและชั้นล่าง
ฝ้าเพดาน	:	ฝ้าเพดานภายในยิปซัมฉาบเรียบทำสีฝ้าภายนอกยิปซั่ม กันชื้นฉาบเรียบพร้อมทำสี ภายในประตูเอสตีเอส
แนวคิดของโครงการ	:	ใช้พื้นที่ทุกตารางเมตรอย่างคุ้มค่าเพื่อตอบสนองความต้องการของ การใช้ชีวิตประจำวันของคนในครอบครัว

#### 6.2 รูปแบบโครงการ

รูปแบบโครงการพัฒนาเป็นทาวน์โฮมก่อสร้างได้ 32 ล็อกโดยใน 1 ล็อกสร้างได้ไม่เกิน 7 ยูนิต (40 เมตร) ถนนกลางโครงการกว้าง 12 เมตรสุดโครงการเป็นสวนส่วนกลาง



ภาพที่ 6. 1 Master Plan โครงการ





ภาพที่ 6. 2 ด้านหน้าทาวน์โฮม



ภาพที่ 6. 3 แบบบ้าน THE PLUS

### 6.3 การบริหารงานก่อสร้าง (Construction Management)

การบริหารงานก่อสร้างเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้โครงการประสบความสำเร็จอย่างที่มีมุงหวังไว้โดยจะต้องวางแผนการจัด การประมาณการและการควบคุม เพื่อให้โครงการแล้วเสร็จภายในระยะเวลาที่กำหนดและอยู่ในงบประมาณ การก่อสร้างที่วางแผนไว้สามารถแบ่งออกเป็นส่วนต่างๆได้ดังต่อไปนี้

#### 6.3.1 งานศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาโครงการ(Feasibility Study)

ทำการศึกษาความเป็นไปได้ของการพัฒนาโครงการโดยพิจารณาด้านทำเลและกายภาพ ด้านกฎหมาย ด้านการตลาดและการงาน รวมระยะเวลาประมาณ 3 เดือน

#### 6.3.2 ช่วงดำเนินการก่อสร้าง (Pre-construction period)

หลังจากศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการผู้พัฒนาโครงการจะติดต่อซื้อที่ดิน จัดจ้างทีมบริหารโครงการ, Construction Management, ซึ่งทีมวานบริหารจะเป็นผู้ดำเนินการจัดหาผู้ออกแบบโครงการ ผู้รับเหมาและ Construction Management มีหน้าที่ควบคุมงานระหว่างการก่อสร้าง

จากนั้นผู้ออกแบบโครงการจะต้องทำมาสเตอร์แพลน ของโครงการเพื่อนำไปขออนุญาตก่อสร้างจะทานหน่วยงาน รัฐบาลโดยใช้ระยะเวลาประมาณ 60 วัน ในระหว่างนี้สามารถเตรียมการก่อสร้างเบื้องต้นเช่นถมดิน ในขณะที่ทีมบริหารจะต้องทำการขออนุมัติสินเชื่อจากธนาคารโดยใช้ระยะเวลาประมาณ 60 วัน

#### 6.3.3 ช่วงงานก่อสร้าง (construction period)

หลังจากที่ได้รับใบอนุญาตก่อสร้างเรียบร้อยแล้ว ผู้รับเหมาเริ่มก่อสร้างภายในโครงการ โดยเริ่มจากการสร้างสะพานและถนนภายในโครงการ วางงานระบบท่อระบายน้ำ งานระบบไฟ งานประปา โดยใช้ระยะเวลาประมาณ 60 วัน ในระหว่างนี้ทีมก่อสร้างอีกทีมสามารถก่อสร้างอาคารที่พักอาศัยโดย โดยก่อสร้างทีละ 2 ล็อก (14 ยูนิต) ใช้เวลา 8 เดือน ใช้เวลาเรียนรวมระยะเวลาในการก่อสร้าง 28 เดือน

#### 6.3.4 ช่วงหลังการก่อสร้างหลัง (Post-construction period)

จากก่อสร้างเสร็จแล้วโครงการจะต้องเตรียมการโอนกรรมสิทธิ์เพื่อรับรู้รายได้โครงการ จะต้องยื่นตรวจสอบ อาคารควบคุมไปกับการยื่นขออนุญาตทะเบียนอาคารชุดเพื่อให้สามารถโอนกรรมสิทธิ์ให้กับลูกค้าได้ในช่วงหลังการก่อสร้างโครงการจะต้องใช้เวลาล่วงหน้าประมาณ 1 เดือนในการแจ้งหนี้สื้อให้ลูกค้าทราบเพื่อเตรียมตัวรับห้อง และการโอนกรรมสิทธิ์

#### 6.4สรุปรวมระยะเวลาโครงการ

ระยะเวลาโครงการตั้งแต่เริ่มต้นศึกษาความเป็นไปได้จนถึงการโอนกรรมสิทธิ์เป็นระยะเวลา เขียนรายละเอียดดังนี้

- ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุน (Feasibility study) 3เดือน
- ช่วงดำเนินการก่อสร้าง (Pre-construction period) 3 เดือน
- ช่วงงานก่อสร้าง (Construction period) 28 เดือน
- ช่วงหลังก่อสร้าง (Post-construction period) 3เดือน

ตารางที่ 6. 1 ระยะเวลาโครงการ

ระยะเวลา				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32				
รายการ	จำนวน	หน่วย	ต่อหน่วย	รวม																																			
ต้นทุนโครงการ				ราคา/บาท																																			
ค่าที่ดินโครงการ				259,200,000																																			
ค่าที่ดิน	9600	ตร.วา	25,000.00	240,000,000	240,000,000																																		
ค่าผดดิน	24	ไร่	800,000.00	19,200,000		6,400,000	6,400,000	6,400,000																															
ค่าก่อสร้างโครงการ				283,520,000																																			
ค่าก่อสร้าง	289	หลัง	840,000.00	242,760,000					8,670,000	8,670,000	8,670,000	8,670,000	8,670,000	8,670,000	8,670,000	8,670,000	8,670,000	8,670,000	8,670,000	8,670,000	8,670,000	8,670,000	8,670,000	8,670,000	8,670,000	8,670,000	8,670,000	8,670,000	8,670,000	8,670,000	8,670,000	8,670,000	8,670,000	8,670,000	8,670,000	8,670,000	8,670,000		
ค่าสาธารณูปโภค	1	LS	40,760,000.00	40,760,000																																			
งานสร้างสะพาน				10,000,000		4,000,000	4,000,000	2,000,000																															
งานระบบระบายน้ำ				1,560,000		624,000	624,000	312,000																															
งานก่อสร้างถนน				10,000,000		2,500,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000																													
งานก่อสร้างทางเท้า				2,400,000					960,000	960,000	480,000																												
งานระบบไฟฟ้า				6,000,000						2,400,000	2,400,000	1,200,000																											
งานระบบประปา				8,000,000						3,200,000	3,200,000	1,600,000																											
งานก่อสร้างรั้ว				3,000,000						1,200,000	1,200,000	600,000																											
งานจัดสวน				1,000,000							500,000	500,000																											
ค่าออกแบบ	3%	ค่าก่อสร้าง		7,200,000	3,600,000	3,600,000																																	
ค่าที่ปรึกษาควบคุมงาน	2.5%	ค่าก่อสร้าง		6,000,000																																			

## บทที่ 7

### การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน คือ การประเมินศักยภาพของโครงการว่าสามารถให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่าหรือไม่ เพื่อเป็นตัวช่วยในการตัดสินใจในการลงทุนของผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ในที่นี้จะใช้เครื่องมือทางการเงินทางการเงินต่างๆเช่น มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ (Net Present Value; NPV), อัตราผลตอบแทนในการลงทุนภายใน (Internal Rate of Return; IRR), การวิเคราะห์สมมุติภาพ (Scenario Analysis) และการวิเคราะห์ความอ่อนไหว (Sensitivity Analysis)

#### 7.1 ต้นทุนโครงการ

ตารางที่ 7. 1 ต้นทุนโครงการ

ต้นทุนโครงการ				ราคา/บาท
<b>ค่าที่ดินโครงการ</b>				259,200,000
ค่าที่ดิน	9600	ตร.วา	25,000.00	240,000,000
ค่าถมดิน	24	ไร่	800,000.00	19,200,000
<b>ค่าก่อสร้างโครงการ</b>				284,720,000
ค่าก่อสร้าง	289	หลัง	840,000.00	242,760,000
ค่าสาธารณูปโภค	1	LS.	40,760,000.00	41,960,000
<b>รวมค่าใช้จ่ายการผลิต</b>				<b>543,920,000</b>
<b>ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน</b>				
ค่าออกแบบ	3%		ค่าก่อสร้าง	8,541,600
ค่าที่ปรึกษาควบคุมงาน	2.5%		ค่าก่อสร้าง	7,118,000
ค่าภาษีธุรกิจเฉพาะ	3.3%		รายได้ ณ วันโอน	27,152,070
ค่าธรรมเนียมโอน	1%		รายได้ ณ วันโอน	8,227,900
เงินเดือนพนักงาน	36	เดือน	300,000.00	13,200,000
ค่าการตลาด	1	LS.	16,984,000	16,984,000
ค่า Commission	1%		รายได้ ณ วันโอน	8,227,900
ค่าใช้จ่ายในการขออนุญาต	289	หลัง	5,000	1,445,000
ค่าธรรมเนียมการกู้เงิน	0.25%		เงินกู้	918,260
ดอกเบี้ยธนาคาร	7.500%		เงินกู้	25,151,009
<b>รวมค่าดำเนินการ</b>				<b>116,965,739</b>
<b>รวมเงินสดจ่าย</b>				<b>660,885,739</b>

ตารางที่ 7. 2 ค่าสาธารณูปโภค

ค่าสาธารณูปโภค	รวม
งานก่อสร้างถนน	10,000,000
งานสร้างสะพาน	10,000,000
งานระบบระบายน้ำ	1,560,000
งานก่อสร้างทางเท้า	2,400,000
งานระบบไฟฟ้า	6,000,000
งานระบบประปา	8,000,000
งานก่อสร้างรั้ว	1,800,000
งานจัดสวน	1,000,000
รวม	40,760,000

ต้นทุนในการพัฒนาโครงการประกอบด้วย 3 ส่วนดังนี้

1. ต้นทุนที่ดินโครงการมีที่ดินขนาด 24 ไร่ ราคาไร่ละ 10,000,000 บาทรวมเป็นเงิน 240,000,000 ค่าถมดิน 24 ไร่ ไร่ละ 800,000 บาท รวมเป็นเงิน 19,200,000 บาท รวมทั้งสิ้น 259,200,000 บาท

2. ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาโครงการ ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาโครงการประกอบด้วย ค่าก่อสร้าง 287 หลัง หลังละ 840,000 บาท ค่าสาธารณูปโภค ประกอบด้วย งานก่อสร้างถนน 10,000,000 บาท งานสร้างสะพาน 10,000,000 บาท งานระบบระบายน้ำ 1,560,000 บาท งานก่อสร้างทางเท้า 2,400,000 บาท งานระบบไฟฟ้า 6,000,000 บาท งานระบบประปา 8,000,000 บาท งานก่อสร้างรั้ว 1,800,000 บาท งานจัดสวน 1,000,000 บาท รวมทั้งสิ้น 281,840,000 บาท

## 7.2 โครงสร้างต้นทุนเงินทุน

การพัฒนาโครงการแบ่งเงินทุนออกเป็น 2 แหล่งคือมาจากผู้ถือหุ้นและเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน

ตารางที่ 7. 3 โครงสร้างต้นทุนเงินทุน

รายการ	ราคา	เงินกู้%	เงินกู้ (บาท)	เงินทุน%	เงินทุน(บาท)
ค่าที่ดินโครงการ	259,200,000	70%	181,440,000	30%	77,760,000
ค่าก่อสร้างโครงการ	284,720,000	70%	199,304,000	11.15%	31,739,977
รวม	543,920,000	77.66%	380,744,000	22.34%	109,499,977

สถาบันการเงินได้ปล่อยเงินกู้โดยปล่อยเงินกู้ค่าที่ดิน 70% คิดเป็น 181,440,000 บาท และปล่อยเงินกู้สินเชื่อค่าก่อสร้าง 70% คิดเป็น 199,304,000 บาท รวมเงินกู้ 380,744,000 บาท

## 7.3 อัตราคิดลด

ตารางที่ 7. 4 อัตราคิดลด

อัตราดอกเบี้ย MLR	7.50%
อัตราผลตอบแทนที่คาดหวัง	20%
ภาษีนิติบุคคล	20%

โดยในกาคำนวณอัตราคิดลดใช้อัตราดอกเบี้ยโครงการที่ 7.5% (ข้อมูลจากธนาคารแห่งประเทศไทย 2559 MLR = 6.5 บวก 1% เนื่องจากเป็นผู้ประกอบการรายใหม่) และอัตราผลตอบแทนที่ผู้ลงทุนคาดหวังที่ 20% ในส่วนของการเสียภาษีเป็นการเสียภาษีรายได้นิติบุคคลที่อัตรา 20% ของกำไร เนื่องจากเป็นการจัดตั้งในรูปแบบบริษัทจำกัด  
อัตราคิดลดพิจารณาจากวิธี WACC โดยมีสูตรคำนวณดังนี้

$$WACC = [Kd(1-T)*Wd]+[Ke*We]$$

กำหนดให้ WACC = อัตราคิดลดของโครงการ

Kd = อัตราดอกเบี้ยเงินกู้โครงการ

Ke = อัตราผลตอบแทนที่คาดหวัง

Wd = สัดส่วนเงินกู้โครงการ

We = สัดส่วนเงินลงทุนของเจ้าของ

T = อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคล

แทนค่า

$$WACC = [7.5\% \times 0.8 \times 0.7766] + [20\% \times 0.2234]$$

$$WACC = 9.13\%$$

ดังนั้นอัตราคิดลดของโครงการ (WACC) จึงเท่ากับ 9.13%

#### 7.4 รายรับของโครงการ

ตารางที่ 7. 5 รายรับของโครงการ

รายรับของโครงการ		
จำนวน Unit	289	หลัง
ราคาขายเริ่มต้น	2,640,000	บาท/หลัง
หลังมุมเพิ่ม	100,000	บาท
ที่ดินสวนเพิ่ม	100,000	บาท
ค่าทำเลเพิ่ม	50,000	บาท/แถว
ราคาขายเฉลี่ย	2,847,024	บาท
ระยะเวลาขายโครงการ	36	เดือน
ยอดขายโครงการรวม	822,790,000	บาท

โครงการ THE PLUS ประกอบด้วยมีทาวน์โฮมทั้งหมด 289 หลัง ราคาขายเริ่มต้นอยู่ที่ 2,640,000 บาทต่อหลังซึ่งเป็นทาวน์โฮมที่อยู่ด้านในสุดของโครงการ ทาวน์โฮมที่อยู่ลิ้นคหน้ากว่าจะบวกค่าทำเลเพิ่มขึ้นอีก 50,000 บาท ส่วนลิ้นคหัวมุมจะเพิ่มขึ้น 100,000 บาท ลิ้นคที่ดินสวนจะเพิ่มขึ้น 100,000 บาท รวมแล้วราคาเฉลี่ยของโครงการอยู่ที่ 2,847,024 บาท

ตารางที่ 7. 6 เงื่อนไขในการซื้อของโครงการ

รายการ	ราคา(บาท)
เงินจอง	5,740,000
เงินทำสัญญา	40,960,500
เงินดาวน์	40,960,500
เงินโอน	731,549,000

เงื่อนไขในการซื้อของโครงการคือ จอง 20,000 บาท วันทำสัญญาจ่าย 5 % ของราคา ทาวน์โฮม และเงินดาวน์ 5 % โดยผ่อนจ่ายระยะเวลา 6 งวด

#### 7.4 รายจ่ายบริหารและขายโครงการ

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการประกอบด้วยค่าใช้จ่ายในการ ออกแบบพัฒนา ค่าที่ปรึกษาโครงการ ค่าภาษีธุรกิจเฉพาะ 3.3 % ค่าธรรมเนียมโอน 1 % (ออกคนละ ครั้ง) ค่าเงินเดือนพนักงาน ค่าการตลาดค่าคอมมิชชั่น ค่าใช้จ่ายในการขออนุญาต ค่าธรรมเนียมการ กู้ ดอกเบี้ยธนาคาร รวมเป็นเงิน 116,367,851 บาท

#### 7.5 ผลการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ

ผลการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการวิเคราะห์ได้โดยใช้เครื่องมือดังต่อไปนี้ คือ มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ (NPV) อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR)

##### 7.5.1 ปัจจุบันสุทธิของโครงการ NET PRESENT VALUE(NPV)

Net Present Value (มูลค่าปัจจุบันสุทธิ) คือ ผลต่างของ Present Value (มูลค่า ปัจจุบัน) ของผลรวมกระแสเงินสดจ่ายสุทธิ ( $B_t$ ) และกระแสเงินสดรับสุทธิของโครงการ ( $C_t$ )

มูลค่าปัจจุบันคำนวณได้จากการใช้ค่าของทุน หรืออัตราดอกเบี้ยที่เหมาะสมนำมาปรับ ลดค่าจากอนาคตให้เป็นค่าปัจจุบัน ซึ่งค่าของทุนหรืออัตราดอกเบี้ย ( $r$ )



สูตรคำนวณหา NPV

$$\begin{aligned}
 \text{NPV} &= \text{PVB} - \text{PVC} \\
 &= \sum_{t=1}^n \frac{B_t}{(1+r)^t} - \sum_{t=1}^n \frac{C_t}{(1+r)^t} \\
 &= \sum_{t=1}^n \frac{(B_t - C_t)}{(1+r)^t} \quad \text{หรือ} \\
 &= \sum_{t=1}^n (B_t - C_t)(1+r)^{-t}
 \end{aligned}$$

เราใช้ Net Present Value (NPV) เพื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการ ถ้า Present Value (PV) ของกระแสเงินสดรับสุทธิมากกว่า PV ของกระแสเงินสดจ่ายสุทธิ NPV จะมามีค่ามากกว่า 0 และในทางตรงข้ามกัน NPV จะมีค่าติดลบ ในทางทฤษฎีแล้วนักลงทุนควรเลือกลงทุนในโครงการที่มีค่า NPV เป็นบวกและสูงที่สุดในบรรดาตัวเลือกที่มีอยู่

สำหรับโครงการนี้ ค่า NPV หาโดยใช้อัตราคิดลดที่คำนวณมาจาก WACC ที่มีค่า 9.13%

จากการคำนวณมูลค่าปัจจุบันของโครงการ (NPV) ให้มูลค่าสุทธิของโครงการเท่ากับ 86,141,650.25 บาท ซึ่งมีค่าเป็นบวกแสดงให้เห็นว่าโครงการนี้สามารถให้กระแสเงินสดสุทธิมากกว่าต้นทุนของเงินทุนและค่าของเงินตามเวลาโครงการนี้จึงมีความน่าสนใจในการลงทุน

### 7.5.2 อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ INTERNAL RATE OF RETURN (IRR)

อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ คือ ผลตอบแทนที่คิดเป็นร้อยละของโครงการ ซึ่งอัตราดอกเบี้ยในการคิดลดจะเป็นอัตราดอกเบี้ยที่โครงการต้องการจะได้รับ ดังนั้นหากค่าของ IRR มีค่ามากกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำ หรือค่าต้นทุนทางการเงิน(WACC) ก็แสดงว่าโครงการมีความน่าสนใจลงทุน

สูตรในการคำนวณ IRR

$$\sum_{t=1}^n \frac{(B_t - C_t)}{(1+r)^t} = 0$$

จากการคำนวณอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ(IRR) มีค่าเท่ากับ 26.23 % โครงการนี้จึงมีความน่าสนใจในการลงทุน

### 7.5.3สรุปความเป็นไปได้ทางการเงินและอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน

โครงการให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) 86,141,650.25 ซึ่งมีค่าที่มากกว่าศูนย์ อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (IRR) มีค่าเท่ากับ 26.23 % ซึ่งพบว่า IRR นั้นให้ผลตอบแทนมากกว่าค่าเสียโอกาสของการลงทุน (WACC) เป็น 9.13 % ฉะนั้น โครงการ THE PLUS จึงมีความเป็นไปได้ทางการเงิน และสมควรลงทุนโครงการ

### 7.6 การศึกษาความอ่อนไหวของโครงการ (Sensitivity Analysis)

เป็นการทดสอบการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยแต่ละตัวที่มีผลต่อผลตอบแทนทางการลงทุนของโครงการ ในที่นี้เราจะเปลี่ยนแปลงของราคาก่อสร้างต่อตารางเมตร

ค่าก่อสร้าง	NPV	ค่าก่อสร้าง	IRR	ราคาขาย	NPV	ราคาขาย	IRR	ดอกเบี้ย	NPV	ดอกเบี้ย	IRR
	96,687,246		26.23%		96,687,246		26.23%		96,687,246.41		26%
100%	96,687,246	100%	26%	100%	96,687,246	100%	26.23%	100%	96,687,246	100%	26%
105%	86,234,947	105%	24%	95%	63,941,772	95%	20.37%	105%	94,827,335	105%	26%
110%	75,768,165	110%	22%	90%	31,217,768	90%	14.60%	110%	92,986,820	110%	26%
115%	65,287,665	115%	20%	85%	- 1,484,863	85%	8.91%	115%	91,165,469	115%	26%
120%	54,794,157	120%	18%	80%	- 29,161,223	80%	4.19%	120%	89,363,057	120%	26%
125%	44,288,302	125%	16%	75%	- 52,720,485	75%	0.24%	125%	87,579,358	125%	26%
130%	33,770,721	130%	14%	70%	- 77,721,058	70%	-4.09%	130%	85,814,150	130%	26%

ตารางที่ 7. 7 การศึกษาความอ่อนไหวของโครงการ

พบว่า การเปลี่ยนแปลงของราคาขายมีผลกระทบต่อ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) และอัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (IRR) ของโครงการมากที่สุด รองลงมาคือ ค่าก่อสร้าง และที่มีผลกระทบต่อโครงการน้อยที่สุดคือดอกเบี้ย

## 7.7 การวิเคราะห์สมมุติภาพของโครงการ (Scenario Analysis)

การวิเคราะห์ Scenario Analysis จะเป็นการจำลองสถานการณ์ที่น่าจะมีความเป็นไปได้ในกรณีต่างๆ ซึ่งในการศึกษาความเป็นไปได้นี้จะใช้กรณีเลวร้าย (Worst Case) ในการศึกษา โดยจำลองให้สถานการณ์เป็นดังต่อไปนี้

1. ยอดขายช้าลง 12 เดือน จากเดิมใช้เวลาในการขาย 36 เดือน เพิ่มเป็น 48 เดือน
2. ค่าก่อสร้างเพิ่มขึ้น 5% เนื่องจากในอนาคตอาจมีการเพิ่มขึ้นของค่าแรงและราคาวัสดุก่อสร้างที่เพิ่มขึ้น
3. ราคาขายลดลงไปถึง 5% จากราคาทาวน์โฮมราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 2.84 ล้านบาท หากต้องการกระตุ้นยอดขายสามารถลดราคาลงมาประมาณ 150,000 บาท

จากการวิเคราะห์สมมุติภาพ (Scenario Analysis) พบว่า ในกรณีเลวร้ายเมื่อยอดขายช้าลง 12 เดือน ค่าก่อสร้างเพิ่มขึ้น 5% และราคาขายลดลง 5% จะทำให้มูลค่าปัจจุบัน (NPV) จาก 92,285,872.71 บาทลดลงเป็น 7,900,274 บาท และอัตราผลตอบแทนของโครงการ (IRR) จาก 26.24 % ลดลงเหลือ 10.44% ซึ่งพบว่าหากเกิดกรณีเลวร้ายขึ้นจากข้างต้น มูลค่าปัจจุบัน (NPV) ยังคงมากกว่า 0 และอัตราผลตอบแทนของโครงการ (IRR) ยังคงมากกว่าค่าเสียโอกาสของการลงทุน (WACC) เป็น 9.13 % ฉะนั้น โครงการ THE PLUS จึงมีความเป็นไปได้ทางการเงิน และสมควรลงทุนโครงการ

## 7.8 สรุปผลความเป็นไปได้ของโครงการ

จากการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน การวิเคราะห์ความอ่อนไหว (Sensitivity Analysis) และการวิเคราะห์สมมุติภาพ (Scenario Analysis) พบว่าในกรณีเลวร้าย มูลค่าปัจจุบัน (NPV) และอัตราผลตอบแทน (IRR) ของโครงการยังอยู่ในเกณฑ์น่าลงทุน จึงทำให้โครงการ THE PLUS มีความเป็นไปได้ในการลงทุน

## รายการอ้างอิง

### หนังสือและบทความในหนังสือ

- ฉวีวรรณ เฒ่าไพบูลย์ (2536) การเลือกทำเลที่ตั้งโครงการบ้านจัดสรร.(วิทยานิพนธ์ปริญญา  
มหาบัณฑิต),จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
- สำนักงานสถิติแห่งชาติข้อมูล สภาวะการทำงานของประชากรที่ราชอาณาจักรไทยปี 2553-2558
- สำนักงานสถิติแห่งชาติข้อมูล รายได้ ค่าใช้จ่ายและการออมเฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือนไทย  
เปรียบเทียบตั้งแต่ปี 2543-2558
- ศูนย์ข้อมูลสังหาริมทรัพย์,ธนาคารอาคารสงเคราะห์รายงานภาพรวมสถานการณ์ขอสังหาริมทรัพย์  
เพื่อที่อยู่อาศัยประเภททาวน์เฮาส์ในเขตกรุงเทพมหานครตั้งแต่ช่วง 2554-2557
- ศูนย์ข้อมูลสังหาริมทรัพย์ธนาคารอาคารสงเคราะห์ REIC Research Report ข้อมูลมูลค่ารวมของ  
สินเชื่อประเภทที่อยู่อาศัยบุคคลทั่วไปที่ธนาคารได้มีการปล่อยใหม่ทั่วประเทศในช่วงปี  
2554-2557
- ศูนย์ข้อมูลสังหาริมทรัพย์ธนาคารอาคารสงเคราะห์ REIC Research Report ข้อมูลเฉลี่ยค่าอัตรา  
ดอกเบี้ยที่อยู่อาศัยต่อเดือนของครัวเรือนไทยเปรียบเทียบปี 2554-2557
- ศูนย์ข้อมูลสังหาริมทรัพย์ธนาคารอาคารสงเคราะห์ REIC Research Report ข้อมูลการโอน  
กรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัยในเขตบางแค ปี 2557
- ศูนย์ข้อมูลสังหาริมทรัพย์ธนาคารอาคารสงเคราะห์ REIC Research Report ข้อมูลการจดทะเบียน  
ที่อยู่อาศัยที่อยู่อาศัยในเขตบางแค ปี 2557
- ศูนย์ข้อมูลสังหาริมทรัพย์ธนาคารอาคารสงเคราะห์ REIC Research Report ข้อมูลรายงานอุปทาน  
ที่อยู่อาศัยที่ในเขตบางแค ปี 2557
- ศูนย์ข้อมูลสังหาริมทรัพย์ธนาคารอาคารสงเคราะห์ REIC Research Report ข้อมูลรายงานอุปสงค์  
ที่อยู่อาศัยที่ในเขตบางแค ปี 2557

ภาคผนวก



ภาคผนวก ก  
แบบสอบถามความต้องการเลือกซื้อทาวนโฮม

แบบสอบถาม

ความต้องการเลือกซื้อทาวนโฮม ในแขวง ศาลาธรรมสพน์ ทวีวัฒนา บางไผ่ บางแค  
เหนือ หลักสอง และบางแค

กรุณาเลือกคำตอบที่ตรงกับความเห็นของท่านที่สุด

ข้อมูลส่วนตัว

1. อายุของท่าน
  - ต่ำกว่า 25 ปี
  - 25 - 29 ปี
  - 30 - 34 ปี
  - 35 - 40 ปี
  - 41 - 45 ปี
  - 45 ปีขึ้นไป
2. สถานะภาพ
  - โสด
  - สมรส/อยู่ด้วยกัน
  - หย่า/หม้าย/แยกกันอยู่
3. ระดับการศึกษาสูงสุด
  - ต่ำกว่า ปริญญาตรี
  - ปริญญาตรี
  - ปริญญาโท
  - ปริญญาเอก
4. ท่านประกอบอาชีพใด
  - ข้าราชการ
  - พนักงานรัฐวิสาหกิจ
  - พนักงานบริษัทเอกชน
  - บุคลากรทางการสาธารณสุข
  - ประกอบธุรกิจส่วนตัว

- ว่างงาน
- อื่นๆ:
5. รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน
- :
6. รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน ของทั้งครอบครัว
- :
7. จำนวนผู้พักอาศัยรวม
- คนเดียว
- 2 คน
- 3 คน
- 4 คน
- มากกว่า 4 คน
8. ปัจจุบันท่านอาศัยอยู่กับใคร
- คนเดียว
- บิดา - มารดา
- ญาติพี่น้อง
- สามเณร/ภรรยา
- เพื่อน
- อื่นๆ:
9. ลักษณะที่อยู่อาศัยปัจจุบันของท่าน
- บ้านเดี่ยว
- บ้านแฝด
- ทาวน์เฮาส์/ทาวน์โฮม
- คอนโดมิเนียม
- อาคารพาณิชย์/ตึกแถว
- อพาร์ทเมนต์
- อื่นๆ:
10. สถานภาพที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน
- เป็นเจ้าของที่พักอาศัย
- อยู่กับบิดามารดา

- ที่พักสวัสดิการของหน่วยงาน
- เช่าพักอาศัย
- อื่นๆ:

ลักษณะทาวน์โฮมที่ท่านต้องการ

11. จำนวนห้องนอนที่ท่านต้องการ

- 2 ห้อง
- 3 ห้อง
- มากกว่า 3 ห้อง

12. จำนวนห้องน้ำที่ท่านต้องการ

- 2 ห้อง
- 3 ห้อง
- มากกว่า 3 ห้อง

13. เนื้อที่ที่ท่านต้องการ

- 16 ตร.วา.
- 18 ตร.วา.
- 20 ตร.วา.
- 24 ตร.วา.
- มากกว่า 24

14. พื้นที่ใช้สอยที่ท่านต้องการ

- 100 ตร.ม.
- 120 ตร.ม.
- 130 ตร.ม.
- 150 ตร.ม.
- มากกว่า 150 ตร.ม.

15. จำนวนที่จอดรถที่ท่านต้องการ

- 1 คัน
- 2 คัน

16. งบประมาณของทาวน์โฮมที่ท่านต้องการหรือสนใจซื้อ

- ต่ำกว่า 1,000,000 บาท
- 1,000,000 - 2,000,000 บาท
- 2,000,001 - 3,000,000 บาท



- 3,000,001 - 4,000,000 บาท
- 4,000,001 - 5,000,000 บาท
- 5,000,000 บาทขึ้นไป

17. ลักษณะดีไซน์ทาวนิโฮมที่ท่านต้องการหรือสนใจซื้อ

- สไตล์โมเดิล
- สไตล์ทอปคอลล
- สไตล์ญี่ปุ่น
- สไตล์ไทย
- สไตล์ยุโรป

18. วัตถุประสงค์ของการเลือกซื้อ

- ซื้อเพื่อความสะดวกสบายในการเดินทาง
- ซื้อเพื่อเป็นบ้านหลังที่สอง
- ซื้อเพื่อการลงทุน
- ย้ายที่อยู่อาศัย

19. เหตุผลหลักในการเลือกซื้อทาวนิโฮมของท่าน

- อยู่ใกล้ครอบครัว
- อยู่ใกล้ที่ทำงาน
- เดินทางสะดวก
- ราคากับความคุ้มค่า
- ฟังก์ชันการใช้งาน
- ความสวยงามของโครงการ

20. สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการที่ท่านต้องการ

- สระว่ายน้ำ
- ฟิตเนส
- ร้านอาหาร/ร้านสะดวกซื้อ
- ร้านซักรีด
- สวนสาธารณะ
- สนามเด็กเล่น
- ห้องสมุด
- ระบบรักษาความปลอดภัย

## ภาคผนวก ข

## ตารางข้อมูลแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง

จากการทำแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่ผู้ที่มีความต้องการซื้อทาวนโฮมในบริเวณโดยรอบพื้นที่โครงการรัศมี 5 กิโลเมตร พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ที่มีความต้องการซื้อทาวนโฮมมีความต้องการและทัศนคติดังต่อไปนี้

ช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างที่ทำแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 25 ปี	0	0%
25 - 29 ปี	8	21%
30 - 34 ปี	20	53%
35 - 40 ปี	10	26%
41 - 45 ปี	0	0%
45 ปีขึ้นไป	0	0%
รวม	38	

## ช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่มีความต้องการซื้อทาวนโฮมส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 30 - 34 ปี ประมาณ 53% รองลงมา คือช่วงอายุระหว่าง 35 - 40 ปี ประมาณ 26 %

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	4	11%
สมรส/อยู่ด้วยกัน	29	76%
หย่า/หม้าย/แยกกันอยู่	5	13%
รวม	38	

## สถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่มีความต้องการซื้อทาวนโฮมส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสประมาณ 76 % รองลงมา คือมีสถานภาพโสดประมาณ 11%

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า ปริญญาตรี	1	3%
ปริญญาตรี	36	95%
ปริญญาโท	1	3%
ปริญญาเอก	0	0%
รวม	38	

#### ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่มีความต้องการซื้อทาวนโฮมส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี  
ประมาณ 95%

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ	16	42%
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	17	45%
พนักงานบริษัทเอกชน	3	8%
บุคลากรทางการสาธารณสุข	2	5%
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	0	0%
ว่างงาน	0	0%
อื่นๆ:	0	0%
รวม	38	

#### อาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่มีความต้องการซื้อทาวนโฮมส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ  
ประมาณ 45% รองลงมาคือข้าราชการประมาณ 42%

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า20,0000	0	0%
20,001-30,0000	17	45%
30,001-40,000	19	50%
40,001-50,000	2	5%
50,001-60,000	0	0%
60,0000 บาทขึ้นไป	0	0%
รวม	38	

#### รายได้ของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่มีความต้องการซื้อทาวนโฮมส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ระหว่าง 20,001-30,0000บาท ประมาณ 56 % รองลงมาคือมีรายได้อยู่ระหว่าง 30,001-40,000 ประมาณ 38%

รายได้ครัวเรือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า20,0000	0	0%
200,001-30,0000	0	0%
30,001-40,000	10	26%
40,001-50,000	28	74%
50,001-60,000	0	0%
60,0000 บาทขึ้นไป	0	0%
รวม	38	

#### รายได้ครัวเรือนของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่มีความต้องการซื้อทาวนโฮมส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือนอยู่ระหว่าง 40,001 - 50,000 บาทประมาณ 74% รองลงมาคือมีรายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือนอยู่ระหว่าง 30,001 - 40,000 บาท ประมาณ 26%

จำนวนผู้พักอาศัยร่วม	จำนวน	ร้อยละ
คนเดียว	3	8%
2 คน	14	37%
3 คน	13	34%
4 คน	4	11%
มากกว่า 4 คน	4	11%
รวม	38	

#### จำนวนผู้พักอาศัยร่วมของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่มีความต้องการซื้อทาวน์โฮมส่วนใหญ่มีจำนวนผู้พักอาศัยร่วม 2 คน ประมาณ 37% รองลงมา มีจำนวนผู้พักอาศัยรวม 3 คน ประมาณ 34%

ปัจจุบันท่านอาศัยอยู่กับใคร	จำนวน	ร้อยละ
คนเดียว	3	8%
บิดา - มารดา	16	42%
ญาติพี่น้อง	10	26%
สามี/ภรรยา	9	24%
เพื่อน	0	0%
อื่นๆ:	0	0%
รวม	38	

#### ปัจจุบันท่านอาศัยอยู่กับใครของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่มีความต้องการซื้อทาวน์โฮมส่วนใหญ่อาศัยอยู่กับบิดา-มารดา ประมาณ 42% รองลงมาอาศัยอยู่กับญาติพี่น้อง ประมาณ 26%

ลักษณะที่อยู่อาศัยปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
บ้านเดี่ยว	8	21%
บ้านแฝด	0	0%
ทาวน์เฮาส์/ทาวน์โฮม	13	34%
คอนโดมิเนียม	3	8%
อาคารพาณิชย์/ตึกแถว	8	21%
อพาร์ทเมนต์	6	16%
รวม	38	

#### ลักษณะที่อยู่อาศัยปัจจุบันของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่มีความต้องการซื้อทาวน์โฮมส่วนใหญ่มีลักษณะที่พักอาศัยในปัจจุบันคือทาวน์โฮมประมาณ 34% รองลงมาคือบ้านเดี่ยวและอาคารพาณิชย์/ตึกแถว ประมาณ 21 %

สถานภาพที่อยู่อาศัยปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
เป็นเจ้าของที่พักอาศัย	19	50%
อยู่กับบิดามารดา	9	24%
ที่พักสวัสดิการของหน่วยงาน	2	5%
เช่าพักอาศัย	8	21%
อื่นๆ:	0	0%
รวม	38	

#### สถานภาพที่อยู่อาศัยในปัจจุบันของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่มีความต้องการซื้อทาวน์โฮมส่วนใหญ่มีสถานภาพที่อยู่อาศัยในปัจจุบันเป็นเจ้าของที่พักอาศัยประมาณ 50 รองลงมาคืออยู่กับบิดามารดาประมาณ 24%

จำนวนห้องนอนที่ท่านต้องการ	จำนวน	ร้อยละ
2 ห้อง	10	26%
3 ห้อง	25	66%
มากกว่า 3 ห้อง	3	8%
รวม	38	

**จำนวนห้องนอนที่กลุ่มตัวอย่างต้องการเลือกซื้อทาวน์โฮม**

กลุ่มตัวอย่างที่มีความต้องการซื้อทาวน์โฮมส่วนใหญ่มีความต้องการห้องนอน 3 ห้อง  
ประมาณ 66% รองลงมาคือห้องนอน 2 ห้อง ประมาณ 26%

จำนวนห้องน้ำที่ท่านต้องการ	จำนวน	ร้อยละ
2 ห้อง	28	74%
3 ห้อง	10	26%
มากกว่า 3 ห้อง	0	0%
รวม	38	

**จำนวนห้องน้ำที่กลุ่มตัวอย่างต้องการเลือกซื้อทาวน์โฮม**

กลุ่มตัวอย่างที่มีความต้องการซื้อทาวน์โฮมส่วนใหญ่มีความต้องการห้องน้ำ 2 ห้อง  
ประมาณ 74% รองลงมาคือ 2 ห้องประมาณ 26%

เนื้อที่ที่ท่านต้องการ	จำนวน	ร้อยละ
16 ตร.วา.	0	0%
18 ตร.วา.	5	13%
20 ตร.วา.	20	53%
24 ตร.วา.	10	26%
มากกว่า 24	3	8%
รวม	38	

#### เนื้อที่ที่กลุ่มตัวอย่างต้องการเลือกซื้อทาวนโฮม

กลุ่มตัวอย่างที่มีความต้องการซื้อทาวนโฮมส่วนใหญ่มีความต้องการเนื้อที่ 20 ตารางวา ประมาณ 53% รองลงมา 24 ตารางวา ประมาณ 26%

พื้นที่ใช้สอยที่ท่านต้องการ	จำนวน	ร้อยละ
100 ตร.ม.	1	3%
120 ตร.ม.	10	26%
130 ตร.ม.	15	39%
150 ตร.ม.	7	18%
มากกว่า 150 ตร.ม.	5	13%
รวม	38	

#### พื้นที่ใช้สอยที่กลุ่มตัวอย่างต้องการเลือกซื้อทาวนโฮม

กลุ่มตัวอย่างที่มีความต้องการซื้อทาวนโฮมส่วนใหญ่มีความต้องการพื้นที่ใช้สอย 130 ตารางเมตรประมาณ 39% รองลงมา 120 ตารางเมตรประมาณ 26%



จำนวนที่จอดรถที่ท่านต้องการ	จำนวน	ร้อยละ
1 คัน	10	26%
2 คัน	28	74%
รวม	38	

จำนวนที่จอดรถที่กลุ่มตัวอย่างต้องการเลือกซื้อทาว์นโฮม

กลุ่มตัวอย่างที่มีความต้องการซื้อทาว์นโฮมส่วนใหญ่มีความต้องการที่จอดรถ 2 คัน  
ประมาณ 74% ลงมาต้องการที่จอดรถ 1 คันประมาณ 26%

ระดับราคาของทาว์นโฮมที่ท่านต้องการหรือสนใจซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1,000,000 บาท	1	3%
1,000,000 - 2,000,000 บาท	10	26%
2,000,001 - 3,000,000 บาท	20	53%
3,000,001 - 4,000,000 บาท	5	13%
4,000,001 - 5,000,000 บาท	2	5%
5,000,000 บาทขึ้นไป	0	0%
รวม	38	

ระดับราคาของทาว์นโฮมที่กลุ่มตัวอย่างต้องการเลือกซื้อทาว์นโฮม

กลุ่มตัวอย่างที่มีความต้องการซื้อทาว์นโฮมส่วนใหญ่ต้องการทาว์นโฮมระดับ ราคา  
2,000,001 ถึง 3,000,000 ประมาณ 53% รองลงมาต้องการทาว์นโฮมระดับราคา 1,000,001 ถึง  
2,000,000 ประมาณ 26%

ลักษณะดีไซน์ทาวนโฮมที่ท่านต้องการหรือสนใจซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
สไตล์โมเดิร์น	25	66%
สไตล์ทอปิคอล	2	5%
สไตล์ญี่ปุ่น	1	3%
สไตล์ไทย	8	21%
สไตล์ยุโรป	2	5%
รวม	38	

#### ลักษณะดีไซน์ทาวนโฮมที่กลุ่มตัวอย่างต้องการเลือกซื้อทาวนโฮม

กลุ่มตัวอย่างที่มีความต้องการซื้อทาวนโฮมส่วนใหญ่ชอบทาวนโฮม สไตล์โมเดิร์น 66% รองลงมาสไตล์ไทย 21%

วัตถุประสงค์ของการเลือกซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อเพื่อความสะดวกสบายในการเดินทาง	13	34%
ซื้อเพื่อเป็นบ้านหลังที่สอง	11	29%
ซื้อเพื่อการลงทุน	1	3%
ย้ายที่อยู่อาศัย	13	34%
รวม	38	

#### วัตถุประสงค์ของการเลือกซื้อทาวนโฮมของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่มีความต้องการซื้อทาวนโฮมส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อเพื่อความสะดวกในการเดินทาง และซื้อเพื่อต้องการย้ายที่อยู่อาศัย ประมาณ 34%

เหตุผลหลักในการเลือกซื้อทาวนโฮมของท่าน	จำนวน	ร้อยละ
อยู่ใกล้ครอบครัว	19	15%
อยู่ใกล้ที่ทำงาน	28	22%
เดินทางสะดวก	25	20%
ราคากับความคุ้มค่า	22	17%
ฟังก์ชันการใช้งาน	21	17%
ความสวยงามของโครงการ	11	9%
รวม	126	

#### เหตุผลหลักในการเลือกซื้อทาวนโฮมของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่มีความต้องการซื้อทาวนโฮมส่วนใหญ่มีเหตุผลในการเลือกซื้อทาวนโฮมจากอยู่ใกล้ที่ทำงาน ประมาณ 22% รองลงมาเลือกซื้อทาวนโฮมจากเดินทางสะดวกสบาย ประมาณ 18%

สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการที่ท่านต้องการ	จำนวน	ร้อยละ
สระว่ายน้ำ	5	4%
ฟิตเนส	12	10%
ร้านอาหาร/ร้านสะดวกซื้อ	22	18%
ร้านซักรีด	11	9%
สวนสาธารณะ	25	20%
สนามเด็กเล่น	12	10%
ห้องสมุด	2	2%
ระบบรักษาความปลอดภัย	36	29%
รวม	125	

#### สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการที่ท่านต้องการเลือกซื้อทาวนโฮมของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่มีความต้องการซื้อทาวนโฮมส่วนใหญ่ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกในโครงการคือระบบรักษาความปลอดภัยประมาณ 29% รองลงมาคือสวนสาธารณะประมาณ 20%



ตารางแสดงรายละเอียดด้านการตลาดโครงการ THE PLUS

รายการ	รวม	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	
<b>การโฆษณา และประชาสัมพันธ์</b>	<b>7,346,000</b>	<b>626,000</b>	<b>198,000</b>	<b>218,000</b>	<b>210,000</b>	<b>170,000</b>	<b>150,000</b>	<b>230,000</b>	<b>150,000</b>	<b>218,000</b>	<b>258,000</b>	<b>218,000</b>	<b>150,000</b>	<b>305,000</b>	<b>150,000</b>	<b>170,000</b>	<b>210,000</b>	<b>170,000</b>	<b>150,000</b>	<b>270,000</b>	<b>190,000</b>	<b>170,000</b>	<b>285,000</b>	<b>170,000</b>	<b>150,000</b>	<b>230,000</b>	<b>150,000</b>	<b>170,000</b>	<b>210,000</b>	<b>170,000</b>	<b>150,000</b>	<b>230,000</b>				<b>150,000</b>		
ใบชี้วีโครงการ	150,000													75,000									75,000															
ป้ายขนาดใหญ่ Billboard (มีพจนกลางคืน)	5,400,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	
ป้ายนำทาง Signage	720,000	60,000			60,000			60,000			60,000			60,000			60,000			60,000			60,000			60,000			60,000			60,000			60,000			
ป้ายธงญี่ปุ่น J-Flag	48,000	48,000																																				
นิทรรศการเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย	360,000	20,000		20,000		20,000		20,000		20,000		20,000		20,000		20,000		20,000		20,000		20,000		20,000		20,000		20,000		20,000		20,000		20,000		20,000		
รถแห่	368,000	48,000	48,000	48,000					48,000	48,000	48,000									40,000	40,000																	
คำขวัญโครงการ(thing of living)	200,000	200,000																																				
เว็บไซต์ของโครงการ	50,000	50,000																																				
Social Media	50,000	50,000																																				
<b>การตลาดทางตรง (Direct Marketing)</b>	<b>50,000</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>50,000</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	
Direct Mail / sms	50,000				50,000																																	
<b>การจัดกิจกรรม (Event Marketing)</b>	<b>1,480,000</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>810,000</b>	<b>10,000</b>	<b>10,000</b>	<b>210,000</b>	<b>10,000</b>	<b>10,000</b>	<b>10,000</b>	<b>10,000</b>	<b>10,000</b>	<b>10,000</b>	<b>10,000</b>	<b>10,000</b>	<b>10,000</b>	<b>10,000</b>	<b>10,000</b>	<b>10,000</b>	<b>10,000</b>	<b>210,000</b>	<b>10,000</b>	<b>10,000</b>	<b>10,000</b>	<b>10,000</b>	<b>10,000</b>	<b>10,000</b>	<b>10,000</b>	<b>10,000</b>	<b>10,000</b>	<b>10,000</b>	
งานเปิดตัวโครงการ (Grand Opening)	600,000									600,000																												
ออกบูธกิจกรรม	600,000									200,000		200,000															200,000											
กิจกรรมการตลาดบนสื่อออนไลน์	280,000									10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
<b>กลยุทธ์การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion)</b>	<b>8,108,000</b>	<b>660,000</b>	<b>160,000</b>	<b>160,000</b>	<b>160,000</b>	<b>160,000</b>	<b>160,000</b>	<b>160,000</b>	<b>160,000</b>	<b>660,000</b>	<b>160,000</b>	<b>904,000</b>	<b>160,000</b>	<b>160,000</b>	<b>160,000</b>	<b>160,000</b>	<b>160,000</b>	<b>160,000</b>	<b>160,000</b>	<b>160,000</b>	<b>160,000</b>	<b>160,000</b>	<b>160,000</b>	<b>160,000</b>	<b>160,000</b>	<b>160,000</b>	<b>904,000</b>	<b>160,000</b>	<b>660,000</b>	<b>160,000</b>	<b>160,000</b>	<b>160,000</b>	<b>160,000</b>	<b>160,000</b>	<b>160,000</b>	<b>160,000</b>	<b>160,000</b>	
ส่วนลดเงินสด	1,500,000	500,000								500,000																												
ของแถม (Premium)	5,760,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000	
ส่วนลดค่าส่วนกลาง	432,000											144,000																								144,000		
ส่วนลดค่าธรรมเนียมโอน	1,800,000											600,000																							600,000			
<b>รวม</b>	<b>16,984,000</b>	<b>1,286,000</b>	<b>358,000</b>	<b>378,000</b>	<b>420,000</b>	<b>330,000</b>	<b>310,000</b>	<b>390,000</b>	<b>310,000</b>	<b>1,688,000</b>	<b>428,000</b>	<b>1,132,000</b>	<b>520,000</b>	<b>475,000</b>	<b>320,000</b>	<b>340,000</b>	<b>380,000</b>	<b>340,000</b>	<b>320,000</b>	<b>440,000</b>	<b>360,000</b>	<b>340,000</b>	<b>455,000</b>	<b>1,084,000</b>	<b>320,000</b>	<b>1,100,000</b>	<b>320,000</b>	<b>340,000</b>	<b>380,000</b>	<b>340,000</b>	<b>320,000</b>	<b>400,000</b>	<b>10,000</b>	<b>10,000</b>	<b>10,000</b>	<b>10,000</b>	<b>320,000</b>	





ปี	เดือน	จำนวนเงิน	ประเภท	รายละเอียด
2561	1			
2561	2			
2561	3			
2561	4			
2561	5			
2561	6			
2561	7			
2561	8			
2561	9			
2561	10			
2561	11			
2561	12			
2561	13			
2561	14			
2561	15			
2561	16			
2561	17			
2561	18			
2561	19			
2561	20			
2561	21			
2561	22			
2561	23			
2561	24			
2561	25			
2561	26			
2561	27			
2561	28			
2561	29			
2561	30			
2561	31			
2561	32			
2561	33			
2561	34			
2561	35			
2561	36			
2561	37			
2561	38			
2561	39			
2561	40			
2561	41			
2561	42			
2561	43			
2561	44			
2561	45			
2561	46			
2561	47			
2561	48			
2561	49			
2561	50			
2561	51			
2561	52			
2561	53			
2561	54			
2561	55			
2561	56			
2561	57			
2561	58			
2561	59			
2561	60			
2561	61			
2561	62			
2561	63			
2561	64			
2561	65			
2561	66			
2561	67			
2561	68			
2561	69			
2561	70			
2561	71			
2561	72			
2561	73			
2561	74			
2561	75			
2561	76			
2561	77			
2561	78			
2561	79			
2561	80			
2561	81			
2561	82			
2561	83			
2561	84			
2561	85			
2561	86			
2561	87			
2561	88			
2561	89			
2561	90			
2561	91			
2561	92			
2561	93			
2561	94			
2561	95			
2561	96			
2561	97			
2561	98			
2561	99			
2561	100			











## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ  
วันเดือนปีเกิด

นายวิเศษพล เกษะโกมล  
9 ตุลาคม พ.ศ.2533

