



การศึกษาความเป็นไปได้ของที่ดินบนถนนอโศกมนตรี (สุขุมวิท 21)

โดย

นายทูล นำพันธุ์วัฒน์

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์)  
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
ปีการศึกษา 2559  
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

การศึกษาความเป็นไปได้ของที่ดินบนถนนอโศกมนตรี (สุขุมวิท 21)

โดย

นายทูล นำพันธุ์วิวัฒน์



การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์)  
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
ปีการศึกษา 2559  
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



FEASIBILITY STUDY OF VACANT LAND ON ASOKEMONTRI ROAD  
(SUKHUMVIT 21)

BY

MR. TOOL NAMPANWIWAT



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 2016

COPYRIGHT OF THAMMASAT UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี

การค้นคว้าอิสระ

ของ

นายทูล นำพันธุ์วัฒน์

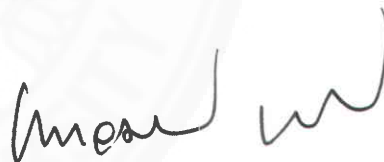
เรื่อง

การศึกษาความเป็นไปได้ของที่ดินบนถนนอโศกมนตรี (สุขุมวิท 21)

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์)

เมื่อ วันที่ 30 เมษายน พ.ศ. 2560

ประธานกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ



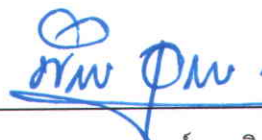
(รองศาสตราจารย์เยาวมัลย์ เมธาภิรักษ์)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นิติ รัตนปรีชาเวช)

คณบดี



(รองศาสตราจารย์ ดร.พิภพ อุดร)

|                                 |                                                            |
|---------------------------------|------------------------------------------------------------|
| หัวข้อการค้นคว้าอิสระ           | การศึกษาความเป็นไปได้ของที่ดินบนถนนอโศกมนตรี (สุขุมวิท 21) |
| ชื่อผู้เขียน                    | นายทูล นำพันธุ์วัฒน์                                       |
| ชื่อปริญญา                      | วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์)                |
| คณะ/มหาวิทยาลัย                 | คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี<br>มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์        |
| อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิติ รัตนปรีชาเวช                    |
| ปีการศึกษา                      | 2559                                                       |

### บทสรุปผู้บริหาร

โครงการ Bespoke Asoke คอนโดมิเนียมระดับ Super Luxury ตั้งอยู่บนพื้นที่ 4-1-23 ไร่ ริมนนสุขุมวิท 21 (อโศกมนตรี) เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร โดยมีอาณาเขตติดต่อโดยรอบดังนี้

|             |                            |
|-------------|----------------------------|
| ทิศเหนือ    | อาคาร K Tower              |
| ทิศใต้      | ศูนย์การค้า Midtown Asoke  |
| ทิศตะวันออก | ถนนสุขุมวิท 21 (อโศกมนตรี) |
| ทิศตะวันตก  | โรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย      |

การศึกษาความเป็นไปได้ในเบื้องต้นได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้านกฎหมาย ด้านกายภาพ ด้านการตลาดและด้านการเงินเบื้องต้น เพื่อสรุปรูปแบบโครงการที่เหมาะสมแก่การพัฒนามากที่สุด ณ เวลาที่ทำการศึกษา คือ โครงการที่อยู่อาศัยรวมประเภทคอนโดมิเนียม ในระดับ Luxury โดยเฉพาะในย่านศูนย์กลางธุรกิจ : ซึ่งมีอัตราดูดซับโครงการเฉลี่ยที่ 16 หน่วยต่อเดือน

ทำการศึกษาอุปสงค์ อุปทาน วิเคราะห์คู่แข่ง ตลอดจนกลุ่มลูกค้า โดยดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก กับ Sole Agent ที่มีประสบการณ์กับลูกค้าเป้าหมาย เพื่อกำหนดรูปแบบโครงการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

|               |                                                |
|---------------|------------------------------------------------|
| รูปแบบโครงการ | คอนโดมิเนียมระดับ Luxury สูง 57 ชั้น           |
| ประเภทห้องชุด | 1 ห้องนอน (79%) 2 ห้องนอน (18%) Penthouse (3%) |

|                     |                                                                                                                                                                                                                                         |
|---------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ระดับราคา           | 225,000 บาทต่อตารางเมตร ( เริ่มต้น 7,650,000 บาท)                                                                                                                                                                                       |
| สิ่งอำนวยความสะดวก  | Lobby, Sky Lounge, Sky Fitness and Deck with Infinity Pool, Concierge, Golfer's Club, Business Center, Shuttle Service, Semi-Outdoor Library                                                                                            |
| กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย | กลุ่มพนักงานระดับอาวุโสระดับรายได้ครัวเรือน 250,000 บาทต่อเดือน ซึ่งต้องการบ้านหลังที่สอง เพื่อตนเองหรือสมาชิกในครอบครัวที่ต้องทำงานหรือเรียน อยู่บริเวณอโศกมนตรี รวมถึงนักลงทุนชาวไทยและชาวต่างชาติซึ่งมาอาศัยอยู่หรือลงทุนในประเทศไทย |

สัดส่วนพื้นที่ขายต่อพื้นที่ก่อสร้าง คิดเป็น 53% ประกอบด้วยห้องชุด 642 ยูนิต ที่จอดรถ 100%

แหล่งที่มาของเงินทุน ประกอบด้วย ส่วนของผู้ประกอบการและเงินกู้จากสถาบันการเงิน โดยมีส่วนของหนี้สิน ต่อ ส่วนของเจ้าของ เท่ากับ 60:40 และ มีสมมติฐานต้นทุนทางการเงิน (WACC) ที่ 9.50%

ผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินโครงการ Bespoke Asoke พบว่า

มูลค่าปัจจุบันสุทธิโครงการ (NPV) 504,325,928 บาท

อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) 14.59%

โครงการลงทุนมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นบวก อัตราผลตอบแทนของโครงการลงทุนมากกว่าอัตราผลตอบแทนที่ผู้ลงทุนต้องการ การวิเคราะห์ความอ่อนไหว และการวิเคราะห์สมมติภาพ พบว่าเมื่อ 2 ใน 3 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านราคาขาย ต้นทุนการก่อสร้างรวมถึงอัตราการขายเปลี่ยนแปลงไป 10% สามารถส่งผลกระทบต่อมูลค่าโครงการปัจจุบันให้เข้าใกล้ศูนย์ได้ โดยมีความสำคัญตามลำดับ ทั้งนี้ เมื่อวิเคราะห์จากภาพรวมของการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน ผลตอบแทนโครงการยังอยู่ในเกณฑ์ที่สามารถยอมรับได้ ดังนั้นจึงกล่าวโดยสรุปได้ว่าโครงการ Bespoke Asoke มีความเป็นไปได้ในการพัฒนา

**คำสำคัญ:** คอนโดมิเนียม, ถนนสุขุมวิท 21, ถนนอโศกมนตรี, Super Luxury

|                           |                                                                        |
|---------------------------|------------------------------------------------------------------------|
| Independent Study Title   | FEASIBILITY STUDY OF VACANT LAND ON<br>ASOKEMONTRI ROAD (SUKHUMVIT 21) |
| Author                    | MR. TOOL NAMPANWIWAT                                                   |
| Degree                    | Master of Science (Real Estate Business)                               |
| Faculty/University        | Faculty of Commerce and Accountancy<br>Thammasat University            |
| Independent Study Advisor | Assistant Professor Dr. Niti Rattanaprechavej                          |
| Academic Years            | 2016                                                                   |

## EXECUTIVE SUMMARY

Bespoke Asoke, a super luxury condominium project, situating on Sukhumvit 21 (Asoke Montri) Wattana Bangkok.

The site is 4-1-23 rai in size. It is 700 meters from the Bangkok Transit System station and is adjacent to the surroundings as follow:

To the north, it faces K Tower Office Building.

To the south, it faces Midtown Asoke Shopping Center

To the east, it faces the main Asokemontri Road.

To the west, it face Wattana Wittaya Academy.

The initial phase of this feasibility study was done by examining the constraints from the four constructs including, law and regulations, the physical aspect of the site, the market analysis, and the financial feasibility. The conclusion from the study result in the development of condominium project in the mid of Bangkok CBD with the expected absorption rate of 16 units sold per month

The project is then being studied with the specific market analysis, including demand, supplies available, in defining the target customers with competitors in area together with the in-depth interview and analysis, the project developed has the following details:

|              |                                                                                                                                                                                                                                          |
|--------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Project type | 57 storeys                                                                                                                                                                                                                               |
| Unit price   | Start 7.65 million baht or 225,000 baht per sq.m.                                                                                                                                                                                        |
| Unit type    | 1 Bedroom (79%), 2 Bedrooms (18%), 3 Bedrooms and Penthouse (3%)                                                                                                                                                                         |
| Facilities   | Lobby, Sky Lounge, Sky Fitness and Deck with Infinity Pool, Concierge, Golfer's Club, Business Center, Shuttle Service, Semi-Outdoor Library                                                                                             |
| Target group | High income executives earning above looking for second home for self or family members who live/work in Asokemontri area. Other target customers include Thai and Chinese speaking investors as well as Expatriates working in Thailand |
| Efficiency   | 53% with 642 units and 100% parking.                                                                                                                                                                                                     |

The project return is calculated based on the assumption of Weighted Average Cost of Capital at 9.50% and Debt to Equity Ratio of 60:40

Net Present Value (NPV) is 504,325,928 baht

Internal Rate of Return (IRR) is 14.59%

Sensitivity Analysis and Scenario Analysis was conducted and imply that the project price is influential on the project value and should be carefully dealt with. However, the result in negative NPV would occur if the price and either the construction cost or the sales rate are changed.

The overall feasibility study reflect the true value, which could be generated by this land and has proven that the project is worth developing.

**Keywords:** Condominium, Sukhumvit 21 Road, Asokemontri Road, Super Luxury



## กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยการสนับสนุนจากหลากหลายฝ่าย ทั้งการสนับสนุนด้านวิชาการ การสนับสนุนด้านกำลังใจ และการสนับสนุนด้านอื่นๆ ทางผู้จัดทำขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นิติ รัตนปรีชาเวช อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าศึกษาอิสระฉบับนี้ ที่กรุณาสละเวลาอันมีค่าให้คำชี้แนะถึงหลักคิดและวิธีการจัดทำ ตลอดจนการตรวจสอบความเหมาะสมของเนื้อหาของการศึกษา เพื่อให้การศึกษาในฉบับนี้ออกมาสมบูรณ์ที่สุด นอกจากนี้ผู้จัดทำขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์เยาวมาลย์ เมธาภิรักษ์ ในฐานะกรรมการการศึกษาอิสระที่ให้คำแนะนำ และข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ในการทำการศึกษาอิสระฉบับนี้

นอกจากนี้ผู้จัดทำยังขอขอบพระคุณคณาจารย์คณะพาณิชยกรรมศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ภาควิชาอสังหาริมทรัพย์ทุกท่านซึ่งได้ให้ความรู้และแรงบันดาลใจในการศึกษาผ่านการเรียนการสอน รวมถึงบุคลากรของโครงการซึ่งได้อำนวยความสะดวกในการติดต่อประสานงานตลอดการศึกษา ตลอดจนเพื่อนนักศึกษารุ่นที่ 15 โครงการปริญญาโท สาขาธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ซึ่งได้ร่วมแบ่งปันความรู้ ข้อมูล แนวความคิด กำลังใจ และ ความสนุกสนานตลอดระยะเวลาที่ทำการศึกษา ทำให้การศึกษาอิสระในฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

สุดท้ายนี้ขอขอบพระคุณ ครอบครัวของผู้จัดทำที่ได้ให้การสนับสนุน และการให้คำปรึกษา รวมถึงบุคคลที่อยู่เบื้องหลังทุกท่านที่มีได้กล่าวนามที่ให้อำนาจ กำลังใจ คำแนะนำ และความช่วยเหลือด้านต่างๆ ซึ่งถือว่า เป็นบุคคลที่มีส่วนร่วมกับความสำเร็จในครั้งนี้ด้วย

นายทูล น้าพันธุ์วิวัฒน์

## สารบัญ

|                                                                                 | หน้า |
|---------------------------------------------------------------------------------|------|
| บทสรุปผู้บริหารภาษาไทย                                                          | (1)  |
| บทสรุปผู้บริหารภาษาอังกฤษ                                                       | (3)  |
| กิตติกรรมประกาศ                                                                 | (5)  |
| สารบัญตาราง                                                                     | (14) |
| สารบัญภาพ                                                                       | (18) |
| บทที่ 1 บทนำ                                                                    | 1    |
| 1.1 ที่มาและความสำคัญ                                                           | 1    |
| 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา                                                     | 2    |
| 1.3 ขอบเขตการศึกษา                                                              | 2    |
| 1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ                                                   | 3    |
| บทที่ 2 บรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง                                        | 4    |
| 2.1 การรับรู้คุณค่าและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค                               | 4    |
| 2.2 ปัจจัยที่มีส่งผลต่อการรับรู้คุณค่าและการตัดสินใจซื้อ-เช่าของอสังหาริมทรัพย์ | 5    |

|                                                                            |    |
|----------------------------------------------------------------------------|----|
| 2.2.1 ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อโครงการที่อยู่อาศัย            | 5  |
| 2.2.2 ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเข้าพักโครงการที่อยู่อาศัยให้เช่า  | 5  |
| 2.2.3 ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเช่าพื้นที่โครงการอาคารสำนักงาน    | 6  |
| 2.3 การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคและนักลงทุน                                 | 6  |
| 2.4 การทดแทนคุณค่าระหว่างองค์ประกอบเชิงกายภาพและทำเลที่ตั้ง                | 7  |
| 2.5 การทดแทนคุณค่าขององค์ประกอบด้านราคาของสินค้าฟุ่มเฟือย (Luxury Product) | 8  |
| 2.6 สรุปการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง                           | 9  |
| บทที่ 3 การวิเคราะห์ด้านทำเลที่ตั้ง                                        | 10 |
| 3.1 การวิเคราะห์ด้านแปลงที่ดิน                                             | 10 |
| 3.1.1 ขนาดเนื้อที่ดิน และลักษณะรูปร่างที่ดิน                               | 11 |
| 3.1.2 สภาพที่ดินปัจจุบัน                                                   | 11 |
| 3.1.3 อาณาเขตรอบแปลงที่ดิน                                                 | 11 |
| 3.1.4 ความกว้างของเขตทาง                                                   | 12 |
| 3.2 ข้อมูลเขตพัฒนา                                                         | 12 |
| 3.3 การวิเคราะห์ด้านทำเลที่ตั้ง                                            | 13 |
| 3.4 สภาพแวดล้อมรอบแปลงที่ดิน                                               | 13 |
| 3.5 การเข้าถึงพื้นที่โครงการ                                               | 15 |

|                                                                                                                   |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| บทที่ 4 การวิเคราะห์ด้านกฎหมาย                                                                                    | 16 |
| 4.1 พระราชบัญญัติการผังเมือง รวมกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2556                                                           | 16 |
| 4.2 กฎกระทรวงฉบับที่ 55 (พ.ศ. 2543) ออกตามความในพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522                                | 19 |
| 4.3 ข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร เรื่อง ควบคุมอาคาร พ.ศ. 2544                                                          | 21 |
| 4.3.1 บันไดและบันไดหนีไฟ                                                                                          | 21 |
| 4.3.2 แนวอาคารและระยะต่างๆ                                                                                        | 22 |
| 4.3.3 ที่จอดรถ                                                                                                    | 22 |
| 4.3.4 ทางลาดที่จอดรถ                                                                                              | 22 |
| 4.4 กฎกระทรวง ฉบับที่ 33 (พ.ศ. 2535) แก้ไขเพิ่มเติมโดย กฎกระทรวง ฉบับที่ 42 (พ.ศ. 2537) และฉบับที่ 50 (พ.ศ. 2540) | 22 |
| 4.5 กฎกระทรวง ฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2517)                                                                               | 23 |
| 4.6 กฎกระทรวง ฉบับที่ 51 (พ.ศ. 2541)                                                                              | 23 |
| 4.7 กฎกระทรวง ฉบับที่ 39 (พ.ศ. 2537) และกฎกระทรวง ฉบับที่ 47 (พ.ศ. 2540)                                          | 23 |
| 4.8 พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535                                              | 24 |
| บทที่ 5 วิเคราะห์ทางเลือกความเป็นไปได้ในการพัฒนาโครงการ                                                           | 25 |
| 5.1 ภาพรวมความเป็นไปได้ทางการตลาด                                                                                 | 25 |
| 5.2 การวิเคราะห์ตลาดของอาคารสำนักงาน                                                                              | 26 |
| 5.2.1 การแบ่งประเภทของอาคารสำนักงาน                                                                               | 26 |
| 5.2.2 ทำเลที่ตั้งของสำนักงานในกรุงเทพมหานคร                                                                       | 27 |
| 5.2.3 อุปทานในอาคารสำนักงานบนถนนอโศก                                                                              | 28 |

|                                                                                            |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 5.3 การวิเคราะห์ตลาดของโรงแรม                                                              | 33 |
| 5.3.1 อุปทานในโรงแรม                                                                       | 34 |
| 5.3.2 อุปสงค์ในโรงแรม                                                                      | 34 |
| 5.4 การวิเคราะห์ตลาดของคอนโดมิเนียม                                                        | 40 |
| 5.4.1 การแบ่งประเภทของคอนโดมิเนียม                                                         | 40 |
| 5.4.2 อุปทานในคอนโดมิเนียม                                                                 | 40 |
| 5.4.3 อุปสงค์ในคอนโดมิเนียม                                                                | 44 |
| 5.4.4 แนวโน้มตลาดคอนโดมิเนียมในอนาคต                                                       | 44 |
| 5.5 การวิเคราะห์ตลาดของที่อยู่อาศัยรวมพลอยเช่า (เซอร์วิส อพาร์ทเมนต์ และอพาร์ทเมนต์)       | 46 |
| 5.5.1 การแบ่งประเภทของเซอร์วิส อพาร์ทเมนต์                                                 | 46 |
| 5.5.2 อุปสงค์ อุปทานในตลาดของที่อยู่อาศัยรวมพลอยเช่า (เซอร์วิส อพาร์ทเมนต์ และอพาร์ทเมนต์) | 47 |
| 5.6 การวิเคราะห์ตลาดของศูนย์การค้า                                                         | 53 |
| 5.6.1 อุปสงค์ในศูนย์การค้า                                                                 | 53 |
| 5.6.2 อุปทานในศูนย์การค้า                                                                  | 53 |
| 5.7 การวิเคราะห์ทางการเงิน                                                                 | 56 |
| 5.7.1 วิเคราะห์การเงินอาคารสำนักงาน                                                        | 57 |
| 5.7.2 วิเคราะห์การเงินโรงแรม                                                               | 59 |
| 5.7.3 วิเคราะห์การเงินคอนโดมิเนียม                                                         | 61 |
| 5.7.4 วิเคราะห์การเงินเซอร์วิส อพาร์ทเมนต์                                                 | 63 |
| 5.7.5 วิเคราะห์การเงินศูนย์การค้า                                                          | 65 |

|                                                                             |    |
|-----------------------------------------------------------------------------|----|
| บทที่ 6 การวิเคราะห์ด้านการตลาด                                             | 68 |
| 6.1 ภาพรวมตลาดคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานคร                                   | 68 |
| 6.2 การแบ่งส่วนตลาด (Segmentation)                                          | 74 |
| 6.2.1 การแบ่งส่วนตลาดกลุ่มลูกค้า (Customer Segmentation)                    | 74 |
| 6.2.1.1 เกณฑ์รายได้ครัวเรือน                                                | 74 |
| 6.2.1.2 เกณฑ์อาชีพ และช่วงอายุประสบการณ์การทำงาน                            | 75 |
| 6.2.1.3 เกณฑ์วัย ช่วงอายุ และสัดส่วนความเสี่ยงในการลงทุน                    | 76 |
| 6.2.2 การแบ่งส่วนตลาดโครงการ (Project Segmentation)                         | 78 |
| 6.3 การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Targeting)                                       | 79 |
| 6.3.1 กลุ่มเป้าหมายหลักที่ 1 พนักงานระดับอาวุโสซึ่งทำงานอยู่บริเวณอโศกมนตรี | 79 |
| 6.3.2 กลุ่มเป้าหมายหลักที่ 2 ผู้ที่มีกำลังซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อการลงทุนระยะยาว | 80 |
| 6.3.3 กลุ่มเป้าหมายหลักที่ 3 ชาวต่างชาติที่มาทำงานในประเทศไทย               | 81 |
| 6.3.4 กลุ่มเป้าหมายหลักที่ 4 ชาวต่างชาติลงทุนในประเทศไทย                    | 83 |
| 6.4 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรคพื้นที่โครงการ (SWOT Analysis) | 84 |
| 6.4.1 การวิเคราะห์จุดแข็ง                                                   | 84 |
| 6.4.2 การวิเคราะห์จุดอ่อน                                                   | 85 |
| 6.4.3 การวิเคราะห์โอกาส                                                     | 85 |
| 6.4.4 การวิเคราะห์อุปสรรค                                                   | 85 |
| 6.5 การวิเคราะห์คู่แข่ง (Competitor)                                        | 86 |
| 6.5.1 การจำแนกคู่แข่งตามการแบ่งส่วนตลาด (Competitor Segmentation)           | 86 |
| 6.5.2 การจำแนกคู่แข่งทางตรงและคู่แข่งทางอ้อม (Direct/Indirect Competitor)   | 88 |
| 6.5.2.1 คู่แข่งทางตรง                                                       | 89 |
| 6.5.2.2 คู่แข่งทางอ้อม                                                      | 91 |

|                                                                                 |     |
|---------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 6.6 การศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อวางตำแหน่งทางการตลาด (Positioning Analysis) | 95  |
| 6.6.1 การวิเคราะห์ปัจจัยเปรียบเทียบ (Trade Off Analysis)                        | 95  |
| 6.6.2 การวางตำแหน่งทางการตลาด (Positioning)                                     | 99  |
| 6.7 การศึกษาส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix)                                   | 100 |
| 6.7.1 ผลิตภัณฑ์ (Product)                                                       | 100 |
| 6.7.1.1 แนวคิดในการออกแบบ                                                       | 101 |
| 6.7.1.2 รูปแบบและสัดส่วนห้องชุด                                                 | 101 |
| 6.7.1.3 การวิเคราะห์อัตราดูดซับ Absorption Rate และอุปทานคงเหลือ                | 102 |
| 6.7.1.4 พื้นที่ส่วนกลางและสิ่งอำนวยความสะดวก                                    | 105 |
| 6.7.2 กลยุทธ์การตั้งราคา (Price)                                                | 109 |
| 6.7.2.1 การปรับราคา                                                             | 110 |
| 6.7.2.2 เงื่อนไขการรับชำระเงิน (Term of Payment)                                | 110 |
| 6.7.3 ช่องทางในการจัดจำหน่าย (Place)                                            | 110 |
| 6.7.4 กลยุทธ์ด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด (Promotion)                             | 111 |
| 6.7.5 แผนส่งเสริมด้านการตลาดและงบประมาณ                                         | 112 |
| 6.7.5.1 แผนการตลาดช่วงก่อน Pre-sale                                             | 113 |
| 6.7.5.2 แผนการตลาดช่วงหลัง Pre-sale                                             | 113 |
| บทที่ 7 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการก่อสร้างและต้นทุน                       | 114 |
| 7.1 รูปแบบโครงการ                                                               | 114 |
| 7.2 ลักษณะโครงการและแนวความคิดในการวางผังอาคาร                                  | 114 |
| 7.3 ต้นทุนการพัฒนาโครงการ                                                       | 118 |
| 7.4 การบริการงานก่อสร้าง (Construction Management)                              | 120 |

|                                                                |     |
|----------------------------------------------------------------|-----|
| 7.4.1 ช่วงก่อนดำเนินการก่อสร้าง                                | 120 |
| 7.4.2 ช่วงงานก่อสร้าง                                          | 122 |
| 7.4.3 ช่วงหลังการก่อสร้าง                                      | 122 |
| บทที่ 8 การวิเคราะห์ด้านการเงิน                                | 123 |
| 8.1 สมมติฐานโครงการลงทุน                                       | 123 |
| 8.1.1 สมมติฐานด้านต้นทุนการพัฒนาโครงการ                        | 123 |
| 8.1.1.1 ต้นทุนค่าที่ดินและพัฒนาที่ดิน                          | 123 |
| 8.1.1.2 ต้นทุนค่าก่อสร้าง                                      | 124 |
| 8.1.1.3 ต้นทุนค่าธรรมเนียมที่ปรึกษาและออกแบบ                   | 124 |
| 8.1.2 สมมติฐานด้านรายได้                                       | 125 |
| 8.1.3 สมมติฐานด้านค่าใช้จ่ายโครงการ                            | 126 |
| 8.1.4 สมมติฐานด้านโครงสร้างเงินทุน และต้นทุนทางการเงิน         | 126 |
| 8.2 การวิเคราะห์มูลค่าโครงการตามแนวคิดทางการเงิน               | 130 |
| 8.2.1 มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ (Net Present Value: NPV)   | 130 |
| 8.2.2 อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (Internal Rate of Return: IRR) | 130 |
| 8.3 การวิเคราะห์ความอ่อนไหว (Sensitivity Analysis)             | 130 |
| 8.3.1 ปัจจัยด้านราคา                                           | 130 |
| 8.3.2 ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายทางการตลาด                           | 131 |
| 8.3.3 ปัจจัยด้านต้นทุนค่าก่อสร้าง                              | 131 |
| 8.3.4 ปัจจัยด้านต้นทุนเงินทุน                                  | 131 |
| 8.3.5 ปัจจัยด้านอัตราการขาย                                    | 131 |
| 8.4 การวิเคราะห์สมมติภาพ (Scenario Analysis)                   | 132 |



|                                                               |     |
|---------------------------------------------------------------|-----|
| 8.5 ผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการ BESPOKE Asoke | 133 |
| รายการอ้างอิง                                                 | 134 |
| ภาคผนวก                                                       | 136 |
| ภาคผนวก ก                                                     | 137 |
| ภาคผนวก ข                                                     | 152 |
| ประวัติผู้เขียน                                               | 154 |



## สารบัญตาราง

| ตารางที่                                                 | หน้า |
|----------------------------------------------------------|------|
| 3.1 อาณาเขตติดต่อของแปลงที่ดินกับแปลงข้างเคียง           | 11   |
| 3.2 อาณาเขตติดต่อของเขตพัฒนากับเขตข้างเคียง              | 12   |
| 5.1 อุปทานอาคารสำนักงานในย่าน อโศก                       | 30   |
| 5.2 อุปทานโรงแรมในย่าน อโศก                              | 35   |
| 5.3 ประเภทคอนโดมิเนียม                                   | 40   |
| 5.4 อุปทานคอนโดมิเนียมในย่าน อโศก                        | 41   |
| 5.5 Absorption Rate โครงการคอนโดมิเนียมย่านอโศก          | 46   |
| 5.6 อุปทานที่อยู่อาศัยรวมปล่อยเช่าในย่าน อโศก            | 48   |
| 5.7 อัตราการเช่าศูนย์การค้า Terminal 21                  | 54   |
| 5.8 สรุปภาพรวมตลาดอสังหาริมทรัพย์ย่าน อโศก               | 55   |
| 5.9 การวิเคราะห์การเงินเบื้องต้นของอาคารสำนักงาน         | 57   |
| 5.10 การวิเคราะห์การเงินเบื้องต้นของโรงแรม               | 59   |
| 5.11 การวิเคราะห์การเงินเบื้องต้นของคอนโดมิเนียม         | 61   |
| 5.12 การวิเคราะห์การเงินเบื้องต้นของเซอร์วิส อพาร์ทเมนต์ | 63   |
| 5.13 การวิเคราะห์การเงินเบื้องต้นของศูนย์การค้า          | 65   |
| 6.1 การแบ่งประเภทคอนโดมิเนียม                            | 69   |
| 6.2 การคำนวณระดับรายได้ของกลุ่มลูกค้าคอนโดมิเนียม        | 74   |
| 6.3 ความสามารถในการรับความเสี่ยง                         | 76   |

|                                                                          |    |
|--------------------------------------------------------------------------|----|
| 6.4 เกณฑ์ด้านประชากรศาสตร์ (Demographic Segmentation)                    | 77 |
| 6.5 เกณฑ์ด้านภูมิศาสตร์ (Geographic Segmentation)                        | 77 |
| 6.6 เกณฑ์ด้านพฤติกรรมศาสตร์ (Behavioral Segmentation)                    | 77 |
| 6.7 เกณฑ์ด้านจิตวิทยา (Psychographic Segmentation)                       | 77 |
| 6.8 การแบ่งส่วนตลาดโครงการคอนโดมิเนียม                                   | 78 |
| 6.9 การคำนวณราคาขายโครงการคอนโดมิเนียมเบื้องต้น                          | 78 |
| 6.10 กลุ่มพนักงานระดับอาวุโสซึ่งทำงานอยู่บริเวณโอโซนมนตรี                | 79 |
| 6.11 กลุ่มผู้ที่มีกำลังซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อการลงทุนระยะยาว                 | 80 |
| 6.12 ข้อมูลเงินฝากของธนาคารพาณิชย์                                       | 81 |
| 6.13 ชาวต่างชาติที่มาทำงานในประเทศไทย                                    | 81 |
| 6.14 ชาวต่างชาติลงทุนในประเทศไทย                                         | 83 |
| 6.15 สรุปกลุ่มเป้าหมายโครงการ                                            | 84 |
| 6.16 การจำแนกคู่แข่งในพื้นที่โดยการแบ่งส่วนตลาดโครงการคอนโดมิเนียม       | 86 |
| 6.17 สรุปคู่แข่งทางตรง                                                   | 93 |
| 6.18 สรุปคู่แข่งทางอ้อม                                                  | 94 |
| 6.19 การวิเคราะห์การทดแทนคุณค่าระหว่างองค์ประกอบต่างๆของ Ashton Asoke    | 96 |
| 6.20 การวิเคราะห์การทดแทนคุณค่าระหว่างองค์ประกอบต่างๆของ THE ESSE Asoke  | 96 |
| 6.21 การวิเคราะห์การทดแทนคุณค่าระหว่างองค์ประกอบต่างๆของ The Lofts Asoke | 97 |
| 6.22 การวิเคราะห์การทดแทนคุณค่าระหว่างองค์ประกอบต่างๆของ Noble BE 19     | 97 |
| 6.23 การวิเคราะห์การทดแทนคุณค่าระหว่างองค์ประกอบต่างๆของ Noble Recole    | 98 |
| 6.24 การวิเคราะห์การทดแทนคุณค่าระหว่างองค์ประกอบต่างๆของ Q Asoke         | 98 |

|                                                                        |     |
|------------------------------------------------------------------------|-----|
| 6.25 จำนวนห้องชุดที่เปิดขาย                                            | 102 |
| 6.26 จำนวนห้องชุดคงเหลือ                                               | 102 |
| 6.27 จำนวนเดือนที่เปิดขาย และการวิเคราะห์อัตราดูดซับ (Absorption Rate) | 102 |
| 6.28 การวิเคราะห์ห้องชุดประเภท 1 ห้องนอน                               | 103 |
| 6.29 การวิเคราะห์ห้องชุดประเภท 2 ห้องนอน                               | 103 |
| 6.30 การวิเคราะห์ห้องชุดประเภทอื่นๆ (Duplex/Penthouse)                 | 103 |
| 6.31 สัดส่วนจำนวนห้องนอนและอัตราขาย                                    | 104 |
| 6.32 การแบ่งประเภทห้องตามลักษณะการวางผัง                               | 105 |
| 6.33 เปรียบเทียบสิ่งอำนวยความสะดวกของกลุ่ม                             | 106 |
| 6.34 การตั้งราคาแต่ละ Unit Type                                        | 109 |
| 6.35 แผนการตลาด                                                        | 113 |
| 7.1 สรุปจำนวนห้องชุดในแต่ละรูปแบบ                                      | 118 |
| 7.2 สรุปต้นทุนการพัฒนาโครงการ                                          | 119 |
| 7.3 วัสดุมาตรฐานของโครงการ                                             | 121 |
| 8.1 สรุปต้นทุนพัฒนาโครงการ Bespoke Asoke                               | 123 |
| 8.2 สรุปต้นทุนก่อสร้างโครงการ Bespoke Asoke                            | 124 |
| 8.3 สรุปต้นทุนค่าธรรมเนียมที่ปรึกษาและออกแบบ                           | 124 |
| 8.4 แบบห้องชุดในโครงการ Bespoke Asoke                                  | 125 |
| 8.5 รายได้โครงการ BESPOKE Asoke                                        | 126 |
| 8.6 ค่าใช้จ่ายโครงการ BESPOKE Asoke                                    | 126 |
| 8.7 อัตราผลตอบแทนพันธบัตรรัฐบาลอายุ 5 ปี                               | 127 |

|                                                                                                                                                  |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 8.8 ค่าเบต้าของหลักทรัพย์                                                                                                                        | 128 |
| 8.9 อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ลูกค้ารายใหญ่ชั้นดี ประเภทเงินกู้แบบมีระยะเวลา )Minimum Loan Rate :MLR) ของ ธนาคารพาณิชย์ ประจำวันที่ 6 กุมภาพันธ์ 25 60 | 129 |
| 8.10 ผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการ BESPOKE Asoke                                                                                   | 130 |
| 8.11 การวิเคราะห์ความอ่อนไหวด้านราคา                                                                                                             | 130 |
| 8.12 การวิเคราะห์ความอ่อนไหวด้านค่าใช้จ่ายทางการตลาด                                                                                             | 131 |
| 8.13 การวิเคราะห์ความอ่อนไหวด้านต้นทุนค่าก่อสร้าง                                                                                                | 131 |
| 8.14 การวิเคราะห์ความอ่อนไหวด้านต้นทุนเงินทุน                                                                                                    | 131 |
| 8.15 การวิเคราะห์ความอ่อนไหวอัตราการขาย                                                                                                          | 131 |
| 8.16 การวิเคราะห์สมมติภาพ (Scenario Analysis)                                                                                                    | 133 |

## สารบัญภาพ

| ภาพที่                                                                                                                                                                  | หน้า |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 2.1 สรุปแนวทางการตั้งสมมติฐานเกี่ยวกับการทดแทนกันได้ระหว่างองค์ประกอบเชิงกายภาพของ<br>ที่อยู่อาศัยและทำเลที่ตั้งของที่อยู่อาศัย (Housing-location trade-off hypothesis) | 8    |
| 3.1 ที่ตั้งโครงการ                                                                                                                                                      | 10   |
| 3.2 สภาพแปลงที่ดินโครงการ                                                                                                                                               | 11   |
| 3.3 สถานที่รอบแปลงที่ดิน                                                                                                                                                | 13   |
| 4.1 แผนผังการใช้ประโยชน์ที่ดินของผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2556                                                                                                     | 16   |
| 4.2 ตำแหน่งที่ดิน บนแผนผังกำหนดการใช้ประโยชน์ของที่ดิน                                                                                                                  | 17   |
| 4.3 FAR และ SET Back (1)                                                                                                                                                | 18   |
| 4.4 FAR และ SET Back (2)                                                                                                                                                | 19   |
| 5.1 อาคารสำนักงานย่านอโศก                                                                                                                                               | 29   |
| 5.2 อาคารสำนักงานย่านอโศก                                                                                                                                               | 29   |
| 5.3 คอนโดมิเนียมย่าน อโศก                                                                                                                                               | 45   |
| 5.4 ราคาคอนโดมิเนียมย่าน อโศก                                                                                                                                           | 45   |
| 5.5 ศูนย์การค้าในย่านอโศก                                                                                                                                               | 54   |
| 6.1 สัดส่วนคอนโดมิเนียมใจกลางเมือง จาก CBRE                                                                                                                             | 69   |
| 6.2 จำนวนหน่วยที่พักอาศัยระดับหรรษา ปี 2554-2558                                                                                                                        | 70   |
| 6.3 สัดส่วนจำนวนที่พักอาศัยระดับหรรษา                                                                                                                                   | 71   |
| 6.4 รายละเอียดเกี่ยวกับที่พักอาศัยระดับหรรษา                                                                                                                            | 71   |

|                                                                   |     |
|-------------------------------------------------------------------|-----|
| 6.5 ยอดขายที่อยู่อาศัยระดับหรูหรา ปี 2554                         | 72  |
| 6.6 การปรับตัวราคาคอนโดมิเนียมระดับหรูหรา                         | 73  |
| 6.7 กลุ่มคู่แข่ง                                                  | 88  |
| 6.8 Positioning ของ BESPOKE                                       | 99  |
| 6.9 การนำเสนอคุณค่าของ BESPOKE เมื่อเทียบกับโครงการอื่นๆโดยเฉลี่ย | 101 |
| 6.10 กราฟแสดงสัดส่วนจำนวนห้องนอนและอัตราขาย                       | 104 |
| 7.1 ผังโครงการชั้น Ground                                         | 115 |
| 7.2 ตัวอย่างโครงการ BESPOKE Asoke                                 | 116 |
| 7.3 ผังพื้นที่ชั้น 11-33                                          | 116 |
| 7.4 ผังพื้นที่ชั้น 36-39                                          | 117 |
| 7.5 ผังพื้นที่ชั้น 42-53                                          | 117 |
| 8.1 อัตราผลตอบแทนดัชนีผลตอบแทนรวมตลาดหลักทรัพย์ (SET TRI)         | 128 |

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ที่มาและความสำคัญ

อโศก จัดเป็นศูนย์กลางธุรกิจที่สำคัญของกรุงเทพมหานคร ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน เป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพในหลายด้าน ทั้งด้านการคมนาคมที่โดดเด่นด้วยการมีสถานีที่เป็นจุดเชื่อมต่อระหว่างรถไฟฟ้า BTS และ MRT ซึ่งปัจจุบันอโศกเป็น Interchange ที่เชื่อมต่อการเดินทางในทุกรูปแบบทั้งการเดินทางในตัวเมืองหรือเชื่อมต่อไปยังแอร์พอร์ตลิงค์เพื่อเดินทางไปสนามบิน อีกทั้งยังเป็นศูนย์กลางการใช้ชีวิต ที่ตอบโจทย์ทั้ง Day time และ Night time population โดยเป็นแหล่ง ที่อยู่อาศัย และแหล่งงาน เพียบพร้อมด้วยอาคารสำนักงาน โรงแรม ศูนย์การค้า คอนโดมิเนียม และสถาบันการศึกษาชั้นนำ โดยอโศกมีความหนาแน่นของการอยู่อาศัยกว่า 80-90% เป็นย่านที่มีความต้องการที่อยู่อาศัยสูง ทั้งตลาดซื้ออยู่เองและตลาดเช่า จึงเป็นที่ดึงดูดของผู้อยู่อาศัยทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ อีกทั้งยังเป็นตลาดเช่าที่ใหญ่ที่สุดในกรุงเทพฯ โดยช่วงที่ผ่านมามีผู้ลงทุนโครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ระดับ High-end เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ปัจจุบันโครงการอสังหาริมทรัพย์ย่านอโศก แม้จะมีราคาที่สูงขึ้น แต่ก็ได้มีการตอบรับอย่างดี โดยส่วนใหญ่สามารถปิดการขายได้รวดเร็ว เนื่องจากเป็นที่นิยมของทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ อีกทั้งที่ดินย่านนี้มีจำนวนจำกัด และหายากขึ้น ทำให้มีโครงการใหม่หรือที่ดินรอการพัฒนาไม่มากนัก โดยเฉพาะอโศกฝั่งสุขุมวิท

สำหรับที่ดินที่ทำการศึกษาดังอยู่ติดถนนอโศกมนตรี (สุขุมวิท 21) อยู่กึ่งกลางระหว่างถนนสุขุมวิทและถนนเพชรบุรีตัดใหม่ ปัจจุบันเป็นที่ดินของ ตลาดรวมทรัพย์ ขนาด 4-1-23 ไร่ ซึ่งถือได้ว่าเป็นที่ดินที่มีศักยภาพอย่างมาก แต่ปัจจุบันที่ดินแปลงนี้กลับเป็นเพียงตลาดชั้นเดียว ที่ไว้สำหรับรองรับการซื้อสินค้า ของผู้ที่ทำงานในสำนักงานในย่านอโศกเท่านั้น แสดงให้เห็นว่าที่ดินแปลงนี้ยังพัฒนาโครงการได้ยังไม่เต็มศักยภาพ โดยที่ดินดังกล่าวสามารถคิดเป็นพื้นที่ศักยภาพในการพัฒนาได้มากถึง 68,920 ตารางเมตร สามารถทำโครงการขนาดใหญ่ High rise ได้ อีกทั้งสามารถใช้ประโยชน์ใช้งานได้หลากหลาย ทั้งอาคารสำนักงาน โรงแรม ศูนย์การค้า และคอนโดมิเนียม

จากข้อมูลข้างต้น ทางผู้จัดทำมีความสนใจที่จะศึกษาความเป็นไปได้โครงการให้เป็นไปตามศักยภาพของที่ดินและให้เกิดประโยชน์สูงสุด (Highest and Best Used) เพื่อเพิ่มศักยภาพที่ดินบริเวณรอบข้างอีกด้วย โดยผู้จัดทำจะทำการศึกษาความเป็นไปได้ ทางกายภาพ ทาง



กฎหมาย ทางการตลาด รวมถึงด้านการเงิน เพื่อความเหมาะสมในการลงทุน และลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.2.1 เพื่อศึกษาขั้นตอนและแนวทางการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ แบบ Site looking for use เพื่อให้ได้มาซึ่งความเหมาะสมและมูลค่าการลงทุนสูงสุดของการพัฒนาทรัพย์สินนั้น

1.2.2 ศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านกายภาพต่อการพัฒนาโครงการ

1.2.3 ศึกษาความเป็นไปได้ทางกฎหมายที่มีผลต่อการพัฒนาโครงการ

1.2.4 ศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด ทั้งในเรื่องของอุปสงค์และอุปทาน รวมถึงแนวทางการวางแผนการตลาดและการขายอย่างเหมาะสม

1.2.5 ศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน เพื่อวิเคราะห์ถึงผลกำไรและอัตราผลตอบแทนและนำมาใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจและความเหมาะสมในการลงทุนพัฒนาโครงการ

## 1.3 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการอสังหาริมทรัพย์บริเวณถนนอโศกมนตรี (สุขุมวิท 21) เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร โดยทำการศึกษาระยะเวลาในการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2559 ถึง เดือนมีนาคม 2560 โดยการศึกษาแบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ การวิเคราะห์ด้านกายภาพและกฎหมาย การวิเคราะห์ด้านการตลาด และการวิเคราะห์ทางการเงิน รายละเอียดต่อไปนี้

1.3.1 วิเคราะห์ด้านกายภาพและกฎหมาย โดยทางด้านกายภาพจะศึกษาถึงทำเลที่ตั้งพื้นที่โครงการ การเข้าถึงโครงการ ลักษณะรูปแบบที่ดิน และทางด้านกฎหมายจะศึกษาถึงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาโครงการ

1.3.2 วิเคราะห์ด้านการตลาด จะศึกษาถึงอุปสงค์และอุปทานของตลาดทั้งทางด้านจุลภาคและมหภาคและการตลาดเพื่อการบริหาร เช่น การวางกลยุทธ์ทางการตลาด ส่วนผสมทางการตลาด 4PS STP SWOT ANALYSIS เป็นต้น

1.3.3 วิเคราะห์ทางการเงิน โดยการทำงานกระแสเงินสด คำนวณการรับรายรับ รายจ่ายที่จะเกิดขึ้นในโครงการ คำนวณหามูลค่าปัจจุบันสุทธิของการลงทุน คำนวณหาอัตราผลตอบแทน

ภายในของการลงทุนในโครงการ คำนวณระยะเวลาคืนทุน พิจารณาความเสี่ยงของโครงการโดยการวิเคราะห์สมมติภาพ และการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ

#### 1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของการพัฒนาสังหาริมทรัพย์เพื่อให้มีมูลค่าเพิ่มและสามารถใช้ประโยชน์อย่างเหมาะสมที่สุด (Highest and Best Use)

1.4.2 เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจในกระบวนการพัฒนาสังหาริมทรัพย์

1.4.3 เพื่อทราบถึงข้อมูลที่จะนำมาประกอบในการตัดสินใจลงทุนเพื่อให้ได้อัตราผลตอบแทนในการลงทุนที่คาดว่าจะได้รับเหมาะสมที่สุด

1.4.4 เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาและพัฒนาสังหาริมทรัพย์สำหรับบุคคลทั่วไปที่มีความต้องการที่จะพัฒนาสังหาริมทรัพย์

## บทที่ 2

### วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์นั้น ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งนับว่ามีความสำคัญต่อการพัฒนาทั้งโครงการที่อยู่อาศัยและโครงการพาณิชยกรรม ทั้งนี้สำหรับพื้นที่โครงการที่ทำการศึกษาซึ่งมีระยะห่างจากสถานีรถไฟฟ้ามากกว่า 500 เมตร และมีความหนาแน่นของการจราจรบนถนนอโคกมนตรีที่ค่อนข้างมาก ส่งผลให้ความสะดวกสบายในการเดินทางเข้าถึงพื้นที่โครงการดังกล่าวนั้นอาจลดลง การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจึงได้มุ่งเน้นการศึกษาถึงปัจจัยอื่นๆ ซึ่งจะมีผลต่อการเลือกซื้อ-เช่าโครงการอสังหาริมทรัพย์ โดยมีจุดประสงค์เพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับโครงการและส่งผลให้เกิดความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ในที่สุด

#### 2.1 การรับรู้คุณค่าและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

สิ่งที่คุณค่าโครงการอสังหาริมทรัพย์ให้ความสำคัญอย่างมากคือ ผลตอบแทนจากมูลค่าของโครงการอสังหาริมทรัพย์นั้นๆ ซึ่งเป็นการตั้งราคาขายจากต้นทุนการพัฒนาโครงการและผลตอบแทนที่ผู้พัฒนาโครงการคาดหวัง สิ่งที่จะทำให้นำมาซึ่งผลตอบแทนดังกล่าวในรูปธรรม คือ การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ (1) ขั้นการตระหนักถึงความต้องการ (2) ขั้นตอนการค้นหาข้อมูลประกอบการตัดสินใจ (3) ขั้นตอนการเปรียบเทียบกับทางเลือกอื่น (4) ขั้นตอนการซื้อ และ (5) ขั้นตอนการประเมินความคุ้มค่าจากการซื้อ (Kotler & Armstrong, 2010) ซึ่งขั้นตอนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์โดยตรง คือ ขั้นตอนการเปรียบเทียบกับทางเลือกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อในที่สุด นอกจากนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์, ราคา, ช่องทางการจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ยังเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อด้วยเช่นกัน (ไพศาล ภูริลาพันธ์ และ เบญจมาภรณ์ อิศรเดช, 2558)

การรับรู้คุณค่า หมายถึง การเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์กับการสูญเสียของผู้บริโภคในขอบเขตของสินค้าที่มีจำหน่าย (Zeithaml, 1988) โดยผลประโยชน์ที่รับรู้ได้เป็นผลประโยชน์จากทั้งตัวสินค้าเอง รวมถึงผลประโยชน์จากการให้บริการและความช่วยเหลือด้านเทคนิคต่างๆ (Monroe, 1990) ทางด้านการสูญเสียนั้นมักเป็นการสูญเสียทางทรัพย์สินของผู้บริโภค (Anderson, et al., 1993)

การพัฒนาปัจจัยซึ่งส่งผลกระทบต่อการรับรู้คุณค่าของผู้บริโภคเป็นวิธีการตลาดในการกำหนดราคาสินค้าให้สูงขึ้นและส่งผลต่อการมูลค่าของโครงการที่สูงขึ้น

## 2.2 ปัจจัยที่มีส่งผลต่อการรับรู้คุณค่าและการตัดสินใจซื้อ-เช่าของอสังหาริมทรัพย์

ในเบื้องต้นผู้จัดทำได้รวบรวมปัจจัยซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ-เช่าโครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภทต่างๆ ดังนี้

### 2.2.1 ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อโครงการที่อยู่อาศัย

งานวิจัยของ Olayinka et al. (2013) ได้ทำการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อมูลค่าโครงการที่อยู่อาศัยในย่าน Magodo ประเทศไนจีเรีย พบว่าปัจจัยด้านระยะทางและต้นทุนในการเดินทางไม่ใช่ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อมูลค่าของโครงการอย่างมีนัยสำคัญ โดยผู้อยู่อาศัยนั้นให้ความสำคัญกับปัจจัยอื่นๆ มากกว่า เช่น ระยะทางสู่ทางหลวงที่จะเชื่อมต่อไปยังพื้นที่อื่นๆ, จำนวนและขนาดของห้องนอน, ความสะอาดสวยงาม, คุณภาพถนน, ระบบการระบายน้ำ และความปลอดภัยในพื้นที่ เป็นต้น

สามารถสรุปปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อมูลค่าโครงการที่อยู่อาศัยไว้ดังนี้

1. ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง หมายถึง ความใกล้และความสามารถในการเข้าถึงพื้นที่สาธารณูปการ หรือ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆจากพื้นที่อยู่อาศัย
2. ปัจจัยด้านโครงสร้างของที่อยู่อาศัย หมายถึง จำนวนและขนาดของพื้นที่ใช้สอยแต่ละประเภท เช่น จำนวนและขนาดของห้องนอน-ห้องน้ำ จำนวนที่จอดรถ เป็นต้น รวมถึงอายุของโครงการที่อยู่อาศัยด้วย
3. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม หมายถึง รูปลักษณ์ การออกแบบ ความปลอดภัยในพื้นที่บริเวณรอบโครงการ รวมถึงความหลากหลายของประชากรในบริเวณที่อยู่อาศัยด้วย

### 2.2.2 ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเช่าพักโครงการที่อยู่อาศัยให้เช่า

สำหรับโครงการที่อยู่อาศัยประเภทปล่อยเช่า พัชรินทร์ ผดุงญาติ (2551) ได้สรุปปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าพักห้องชุดพักอาศัยให้เช่า เซอร์วิส อพาร์ทเมนต์ ดังนี้ (1) ปัจจัยด้านราคา (2) ปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง (3) ปัจจัยด้านการบริการ (4) ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (5) ปัจจัยด้านตราสินค้า และ (6) ปัจจัยด้านการออกแบบและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัย

### 2.2.3 ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อตัดสินใจเช่าพื้นที่โครงการอาคารสำนักงาน

Colliers International (2007) ได้รวบรวมปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าโครงการอาคารสำนักงานไว้ โดยสรุปได้ตามลำดับการให้ความสำคัญ ดังนี้

1. ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งและการเข้าถึงระบบขนส่งมวลชน เช่น รถไฟฟ้า
2. ปัจจัยด้านอัตราค่าเช่าและค่าใช้จ่ายในการเคลื่อนย้ายจากสำนักงานเดิม
3. ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆในภายในโครงการ ได้แก่ จำนวนที่จอดรถระบบลิฟท์โดยสาร
4. ปัจจัยด้านพื้นที่ใช้สอยและความปลอดภัย
5. ปัจจัยด้านภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของโครงการ

โดยผู้เช่าได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยทางด้านทำเลที่ตั้งและการเข้าถึงมากที่สุด (80%) ตามด้วยปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆในภายในโครงการ (60-70%) ปัจจัยด้านพื้นที่ใช้สอยและความปลอดภัย (50%) และปัจจัยด้านภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของโครงการ (40%) ตามลำดับ

### 2.3 การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคและนักลงทุน

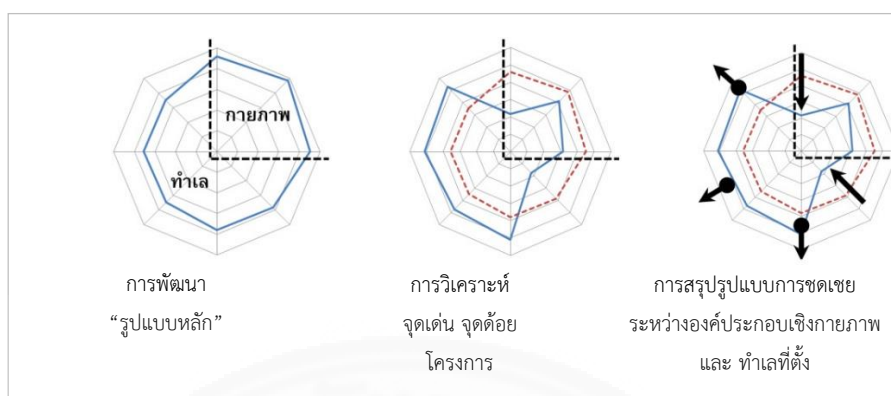
แม้จะอยู่ในยุคที่ข้อมูลข่าวสารสามารถหาได้ง่ายผ่านทางการค้นหาทางระบบเครือข่ายออนไลน์ แต่ผู้ที่มีจุดประสงค์หลักคือการลงทุนเท่านั้นซึ่งมีการศึกษาข้อมูลอย่างถี่ถ้วนและเป็นระบบ ส่วนผู้บริโภคเพื่อการอยู่อาศัยจริงนั้นมักจะไม่มีความรู้ความสามารถที่เพียงพอต่อการตัดสินใจ (Zróbek-Rózaska, 2016)

จากงานวิจัยของ ศรัณยพงศ์ เทียงธรรม (2555) เรื่อง การเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเมืองระหว่างผู้บริโภคกับนักลงทุนที่ไม่ใช่มืออาชีพ พบว่าการตัดสินใจซื้อระหว่างผู้บริโภคกับนักลงทุนมีเหตุผลที่แตกต่างกัน โดยผู้บริโภคไม่ได้ให้ความสำคัญกับประโยชน์ของการใช้งานเป็นเรื่องหลัก แต่จะพิจารณาถึงหลายๆองค์ประกอบ เช่น ค่าส่วนกลางที่ราคาสูงสามารถประหยัดเวลา พลังงานและลดข้อกังวลต่างๆได้ นอกจากนี้ยังให้น้ำหนักในเรื่องของภาพลักษณ์โดยเลือกโครงการที่สะท้อนถึงภาพลักษณ์ของพวกเขาได้ รวมถึงทำเลที่ตั้ง การออกแบบ รูปแบบของโครงการ (Lobby) เป็นต้น

## 2.4 การทดแทนคุณค่าระหว่างองค์ประกอบเชิงกายภาพและทำเลที่ตั้ง

งานวิจัยของ ชูชาติ เตชะโพธิ์วรคุณ (2558) เรื่อง ความเหลื่อมล้ำด้านที่อยู่อาศัยในบริเวณชานเมืองด้านทิศเหนือของกรุงเทพมหานคร ได้นำเสนอแนวทางการตั้งสมมติฐานเกี่ยวกับการทดแทนกันได้ระหว่างองค์ประกอบเชิงกายภาพของที่อยู่อาศัยและทำเลที่ตั้งของที่อยู่อาศัย (Housing-location trade-off hypothesis) โดยทำการศึกษาดังนี้

1. การวิเคราะห์องค์ประกอบและการรวบรวมข้อมูลที่อยู่อาศัย แบ่งองค์ประกอบออกเป็น (1) องค์ประกอบเชิงกายภาพของที่อยู่อาศัย ประกอบด้วย คุณภาพของที่อยู่อาศัย, ความเพียงพอของพื้นที่ใช้สอย และคุณภาพของสิ่งแวดล้อม และ (2) ทำเลที่ตั้งของที่อยู่อาศัย ประกอบด้วย ความสะดวกในการเข้าถึงถนนสายหลัก, ความสะดวกในการเข้าถึงบริการขนส่งสาธารณะ, ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งบริการของชุมชน, ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งงาน และความปลอดภัยและสุขอนามัยของชุมชน
2. การวิเคราะห์ข้อมูลภาพรวมจากลักษณะเด่นของโครงการที่ทำการศึกษา เพื่อกำหนด “รูปแบบหลัก” เป็นเกณฑ์ด้านการรับรู้คุณค่าของโครงการที่อยู่อาศัยโดยเฉลี่ย
3. การวิเคราะห์จุดเด่น จุดด้อยโครงการจากการให้คะแนนองค์ประกอบเปรียบเทียบกับ “รูปแบบหลัก”
4. การสรุปรูปแบบการชดเชยระหว่างองค์ประกอบเชิงกายภาพของที่อยู่อาศัยทำเลที่ตั้งของที่อยู่อาศัย



ภาพที่ 2.1 สรุปแนวทางการตั้งสมมติฐานเกี่ยวกับการทดแทนกันได้ระหว่างองค์ประกอบเชิงกายภาพของที่อยู่อาศัยและทำเลที่ตั้งของที่อยู่อาศัย (Housing-location trade-off hypothesis). จากความเหลื่อมล้ำด้านที่อยู่อาศัยในบริเวณชานเมืองด้านทิศเหนือของกรุงเทพมหานคร, ชูชาติ เตชะโพธิ์วิรุณ, 2558.

## 2.5 การทดแทนคุณค่าขององค์ประกอบด้านราคาของสินค้าฟุ่มเฟือย (Luxury Product)

James (2013) ได้เขียนถึง การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคซึ่งให้ความสำคัญกับปัจจัยอื่นๆ มากกว่าราคาของผลิตภัณฑ์ โดยประกอบด้วย ปัจจัยด้านความสะดวกสบายในการเลือกซื้อ ปัจจัยด้านการพร้อมในการใช้งาน ปัจจัยด้านการมีคุณสมบัติเฉพาะที่โดดเด่น ปัจจัยด้านการสนับสนุนภาพลักษณ์ของผู้ซื้อ ปัจจัยด้านภาระค่าใช้จ่ายหลังการซื้อขาย ปัจจัยด้านการให้บริการที่เป็นมิตร ปัจจัยด้านระดับราคาที่ทดแทนความยุ่งยากด้านต่างๆ ปัจจัยด้านการชื่นชอบของผู้บริโภค ปัจจัยด้านผลพลอยได้อื่นๆจากการซื้อผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านการให้ความสำคัญของผู้บริโภค

Forbes (2013) ได้กล่าวถึงแนวคิดเกี่ยวกับการพิจารณาซื้อโครงการคอนโดมิเนียมในระดับหรู (Luxury Condominium) ที่มีราคาสูง .โดยนำเสนอปัจจัยที่ผู้บริโภคควรให้ความสนใจนอกเหนือจากทำเลที่ตั้งของโครงการ ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดข้างต้นของ James (2013) สรุปได้ดังนี้

1. ปัจจัยด้านความสะดวกสบาย ได้แก่ ความใกล้และคุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการ
2. ปัจจัยด้านการออกแบบ ได้แก่ ระดับความสูงของฝ้าเพดาน การเลือกใช้วัสดุและอุปกรณ์ การจัดแบ่งพื้นที่บริเวณรับแขกและพื้นที่ที่ต้องการความเป็นส่วนตัว

3. ปัจจัยด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของโครงการและผู้พัฒนาโครงการ ภาพลักษณ์ที่สะท้อนจากระดับผู้ที่อยู่อาศัยในโครงการ ซึ่งนอกจากจะเป็นการอยู่อาศัยร่วมกับชุมชนที่ดี ยังเป็นการรักษาคุณค่าของโครงการในระยะยาวอีกด้วย

## 2.6 สรุปการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ คงไม่มีผู้ประกอบการใดซึ่งสามารถพัฒนาโครงการที่สมบูรณ์แบบได้ในทุกด้าน การศึกษาปัจจัยซึ่งส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อ-เช่ามีส่วนช่วยในการวางแผนทางการตลาดและการพัฒนาโครงการ โดยทดแทนจุดด้อยของโครงการด้วยเอกลักษณ์ในการวางตำแหน่งทางการตลาด

แม้พื้นที่โครงการที่ทำการศึกษาย่อยอยู่ในทำเลที่มีศักยภาพคือเป็นย่านศูนย์กลางธุรกิจและความสามารถในการเข้าถึงได้ด้วยรถไฟฟ้าหลายสาย แต่เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบกับคู่แข่งในพื้นที่อาจมีข้อเสียเปรียบด้านการเข้าถึง ทั้งนี้ ผู้จัดทำมีความสนใจในการประยุกต์ใช้ แนวคิดการทดแทนด้านทำเลที่ตั้งด้วยปัจจัยทางกายภาพ เช่น คุณภาพและการออกแบบพื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน เพื่อเติมเต็มช่องว่างดังกล่าวได้

ในส่วนของราคาโครงการสามารถกำหนดได้จากคุณค่าซึ่งผู้บริโภครับรู้ซึ่งสรุปไปในทางสอดคล้องกัน คือปัจจัยด้านความสะดวกสบาย การออกแบบ และภาพลักษณ์ที่ดี นอกจากนี้จะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อแล้ว ยังช่วยเพิ่มมูลค่าของโครงการอีกด้วย

ทำเลที่ตั้งอาจเป็นสิ่งที่สำคัญมาก แต่ก็ไม่ใช่สิ่งเดียวที่ผู้ประกอบการควรให้ความสนใจ ทั้งนี้ต้องมีการทำการศึกษาเพิ่มเติมเพื่อการนำเสนอคุณค่าที่เหมาะสมกับรสนิยมของกลุ่มเป้าหมายเช่นกัน



### บทที่ 3

#### การวิเคราะห์ด้านทำเลที่ตั้ง

##### 3.1 การวิเคราะห์ด้านแปลงที่ดิน

โครงการตั้งอยู่ริมถนนสุขุมวิท 21 (ถนนอโศกมนตรี) เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร โดยถนนหน้าโครงการเป็นถนน 4 เลน กว้าง 18 เมตร และด้านข้างโครงการ คืออาคารสำนักงาน K Tower และ Midtown Asoke ที่ตั้งโครงการห่างจากถนนสุขุมวิท 700 เมตร ซึ่งเป็นที่ตั้งของสถานีรถไฟฟ้า BTS สถานีอโศก MRT สุขุมวิท และห่างจากถนนเพชรบุรี 600 เมตร ซึ่งเป็นที่ตั้งของ MRT เพชรบุรี และ Airport Rail Link สถานีมักกะสัน ใช้ระยะเวลาในการเดินทางประมาณ 8 นาที ในการเข้าถึงพื้นที่ตั้งโครงการ



ภาพที่ 3.1 ที่ตั้งโครงการ

### 3.1.1 ขนาดเนื้อที่ดิน และลักษณะรูปร่างที่ดิน

ที่ดินโครงการติดถนนสุขุมวิท 21 (ถนนอโศกมนตรี) มีเนื้อที่ 4-1-23 ไร่ รูปร่างที่ดินเป็นลักษณะรูปหลายเหลี่ยมคล้ายตัว U

### 3.1.2 สภาพที่ดินปัจจุบัน

ที่ดินปัจจุบันส่วนหนึ่งประกอบการเป็นตลาด ชื่อตลาดรวมทรัพย์ พื้นคอนกรีต อยู่ระดับถนน โครงสร้างเหล็กปกคลุมด้วยหลังคาสังกะสี อีกส่วนเป็นอาคารพาณิชย์ 4 ชั้น ติดถนนอโศกมนตรี ตามภาพที่ 3.2



ภาพที่ 3.2 สภาพแปลงที่ดินโครงการ

### 3.1.3 อาณาเขตรอบแปลงที่ดิน

ตารางที่ 3.1 อาณาเขตติดต่อของแปลงที่ดินกับแปลงข้างเคียง

| ทิศ         | อาณาเขตติดต่อ              |
|-------------|----------------------------|
| ทิศเหนือ    | ถนนสุขุมวิท 21 (อโศกมนตรี) |
| ทิศใต้      | โรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย      |
| ทิศตะวันออก | อาคาร K Tower              |
| ทิศตะวันตก  | ศูนย์การค้า Midtown Asoke  |

### 3.1.4 ความกว้างของเขตทาง

บริเวณด้านหน้าติดถนนอโศกมนตรี (สุขุมวิท 21) เป็นถนนรวิง 2 ทาง มีทั้งหมดรวม 4 ช่องทาง ช่องละประมาณ 3 เมตร รวมทางเดินเท้ากว้าง 18 เมตร

### 3.2 ข้อมูลเขตพัฒนา

ที่ตั้งของโครงการที่จะนำมาศึกษานี้ ตั้งอยู่บนถนนอโศกมนตรี เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร โดยอยู่ในกลุ่มเขตกรุงเทพใต้ ซึ่งถือเป็นเขตศูนย์กลางธุรกิจ การค้า การบริการ และการทูต โดยเขตพัฒนามีพื้นที่ 12.565 ตร.กม. เขตพัฒนาดังอยู่บริเวณทางฝั่งตะวันออกของแม่น้ำเจ้าพระยาหรือฝั่งพระนคร มีอาณาเขตริมฟากถนนสุขุมวิทฝั่งเลขคี่ ตั้งแต่ซอยสุขุมวิท 1 ถึงซอยสุขุมวิท 81 โดยติดต่อกับเขตต่างๆ เรียงตามเข็มนาฬิกา ดังตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 อาณาเขตติดต่อของเขตพัฒนากับเขตข้างเคียง

| ทิศ         | อาณาเขตติดต่อ                                                                             |
|-------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
| ทิศเหนือ    | เขตราษฎร์เทพและเขตห้วยขวาง มีคลองแสนแสบเป็นเส้นแบ่งเขต                                    |
| ทิศใต้      | เขตพระโขนงและเขตคลองเตย มีซอยสุขุมวิท 81 (ศิริพจน์) และถนนสุขุมวิทฟากเหนือเป็นเส้นแบ่งเขต |
| ทิศตะวันออก | เขตสวนหลวง มีคลองตัน คลองพระโขนง และคลองบางนางจัน เป็นเส้นแบ่งเขต                         |
| ทิศตะวันตก  | เขตปทุมวัน มีแนวเขตทางรถไฟสายแม่น้ำเป็นเส้นแบ่งเขต                                        |

### 3.3 การวิเคราะห์ด้านทำเลที่ตั้ง

การเข้าถึงโครงการโดยรถยนต์สามารถเข้าถึงได้หลายเส้นทาง เช่น ทางเข้าจากถนน สุขุมวิท ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ และถนนรัชดาภิเษก ตามภาพที่ 3.3



ภาพที่ 3.3 สถานที่รอบแปลงที่ดิน ที่มา [www.terrabbk.com](http://www.terrabbk.com)

### 3.4 สภาพแวดล้อมรอบแปลงที่ดิน

“ย่านอโศก” หรือ “ถนนอโศกมนตรี” ย่านธุรกิจอาคารสำนักงานของกรุงเทพฯที่มีการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ระดับ High-end อย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่มีการพัฒนาโครงข่ายรถไฟฟ้าสายสีเขียวและสายสีน้ำเงินก็ทำให้ย่านอโศกกลายเป็น Interchange ที่สำคัญที่สุดและมีปริมาณการใช้บริการเป็นอันดับที่สองของกรุงเทพมหานคร รองจากสถานี “สยาม” นอกจากนั้นการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในทำเลนี้ก็มีความหลากหลาย ทั้งเพื่อการพาณิชย์และการอยู่อาศัย ไม่ว่าจะเป็นอาคารสำนักงาน โรงแรม ศูนย์การค้า และคอนโดมิเนียม High Rise ระดับ Luxury มากมาย



### สถานที่สำคัญโดยรอบโครงการ

#### ศูนย์การค้า

|                            |          |
|----------------------------|----------|
| Terminal 21                | 700 เมตร |
| The EM District            | 2 กม.    |
| Central Plaza Grand Rama 9 | 7.9 กม.  |

#### สถานศึกษา

|                            |          |
|----------------------------|----------|
| โรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย      | 30 เมตร  |
| มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ | 150 เมตร |

#### โรงพยาบาล และ ศูนย์สุขภาพ

|                       |          |
|-----------------------|----------|
| โรงพยาบาลจักษุ รัตนิน | 250 เมตร |
| โรงพยาบาลผิวหนังอโศก  | 850 เมตร |
| โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์  | 2 กม.    |

#### รถไฟฟ้า

|                            |          |
|----------------------------|----------|
| MRT สุขุมวิท               | 550 เมตร |
| MRT เพชรบุรี               | 650 เมตร |
| BTS อโศก                   | 700 เมตร |
| Airport Rail Link มักกะสัน | 800 เมตร |
| ทางด่วน                    | 1.2 กม.  |

นอกจากสถานที่สำคัญที่กล่าวมาข้างต้น อโศกยังมีความสำคัญในด้านการเป็น ศูนย์กลางธุรกิจ (Central Business District) รอบล้อมด้วยแหล่งงานเนื่องจากเป็นที่ตั้งของอาคาร สำนักงานชั้นนำมากมาย เช่น อาคาร Exchange Tower, Interchange Tower, GMM Grammy และสถาบันการเงินอื่นๆ ซึ่งส่วนใหญ่แล้วอาคารสำนักงานเหล่านี้เป็นที่ตั้งของบริษัทชั้นนำระดับ International แทบทั้งสิ้น นอกจากนี้ยังรวมไปถึงโรงแรม และเซอร์วิส อพาร์ทเมนต์ ที่มีทั้งอยู่ในซอย และอยู่ติดถนนอโศก ได้แก่ Grand Mercure Bangkok Asoke Residence, Pullman Bangkok Grande Sukhumvit และ Grande Centre Point Terminal 21 เป็นต้น

### 3.5 การเข้าถึงพื้นที่โครงการ

การเข้าถึงพื้นที่โครงการมีความสะดวก เนื่องจากพื้นที่โครงการอยู่ติดกับถนนอโศกมนตรี สามารถเข้าถึงพื้นที่ได้ด้วยหลายวิธี เช่น การเดินทางโดยรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตลิงค์ (การเดินทางไป-กลับ จากสถานีสุวรรณภูมิ ถึงสถานีมักกะสัน จากนั้นต่อรถยนต์หรือมาทางเชื่อมที่ต่อกับรถไฟฟ้าใต้ดิน (MRT) สถานีเพชรบุรี โดยออกทางประตูท่าเรือคลองแสนแสบ (ประตู 2) และเดินเท้ามาทางสุขุมวิท รวมระยะทางที่เดินจากสถานีมักกะสันถึงพื้นที่โครงการประมาณ 800 เมตร

สำหรับการเดินทางโดยใช้รถไฟฟ้า (BTS) เดินทางมาที่สถานีอโศก ซึ่งเชื่อมระหว่างรถไฟฟ้า (BTS) และรถไฟฟ้าใต้ดินสุขุมวิท (MRT) จากนั้นจึงเดินเท้ามาทางถนนเพชรบุรีตัดใหม่ รวมระยะทางที่เดินจากสถานีอโศก ถึงพื้นที่โครงการประมาณ 700 เมตร การเข้าถึงโครงการโดยรถยนต์สามารถเข้าถึงได้หลายเส้นทาง เช่น ทางเข้าจากถนนสุขุมวิท ถนนเพชรบุรีตัดใหม่และถนนรัชดาภิเษก

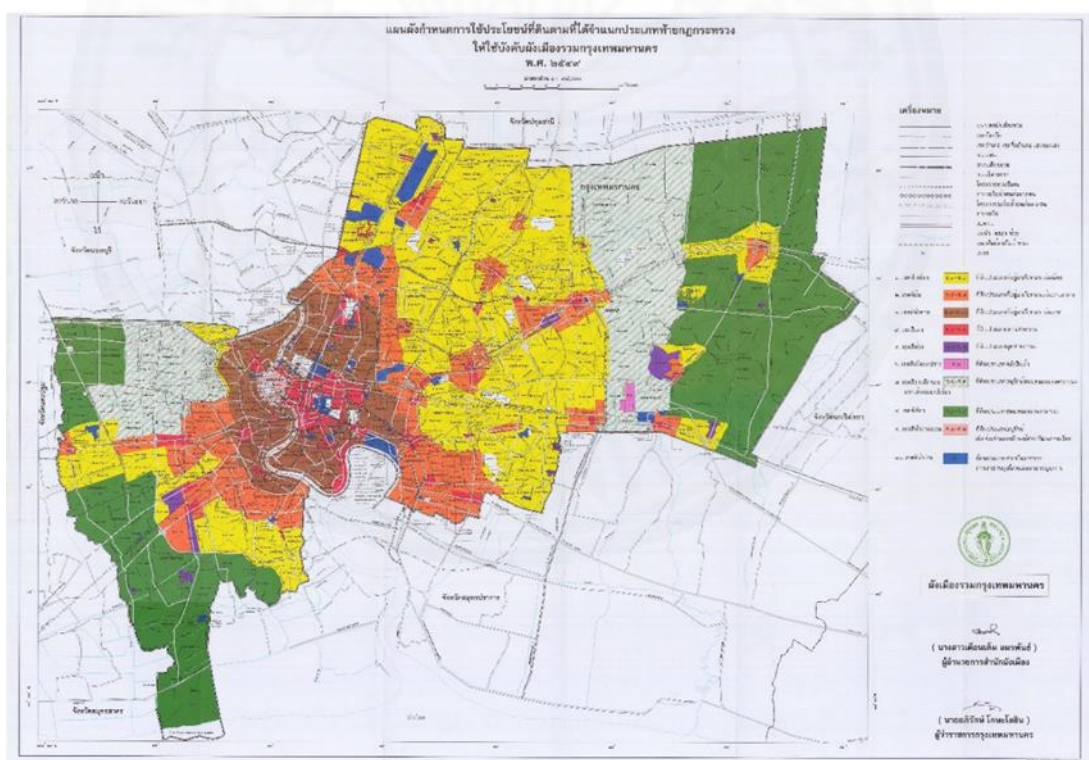
## บทที่ 4

### การวิเคราะห์ด้านกฎหมาย

การวิเคราะห์กฎหมายเป็นส่วนสำคัญอันดับต้นๆที่ใช้วิเคราะห์ที่ดินเพื่อบ่งบอกว่าใช้ประโยชน์ที่ดินในประเภทใดได้บ้าง ซึ่งต้องทำการศึกษาข้อกำหนดต่างๆที่เกี่ยวข้อง เช่น พระราชบัญญัติผังเมืองรวม พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร เป็นต้น

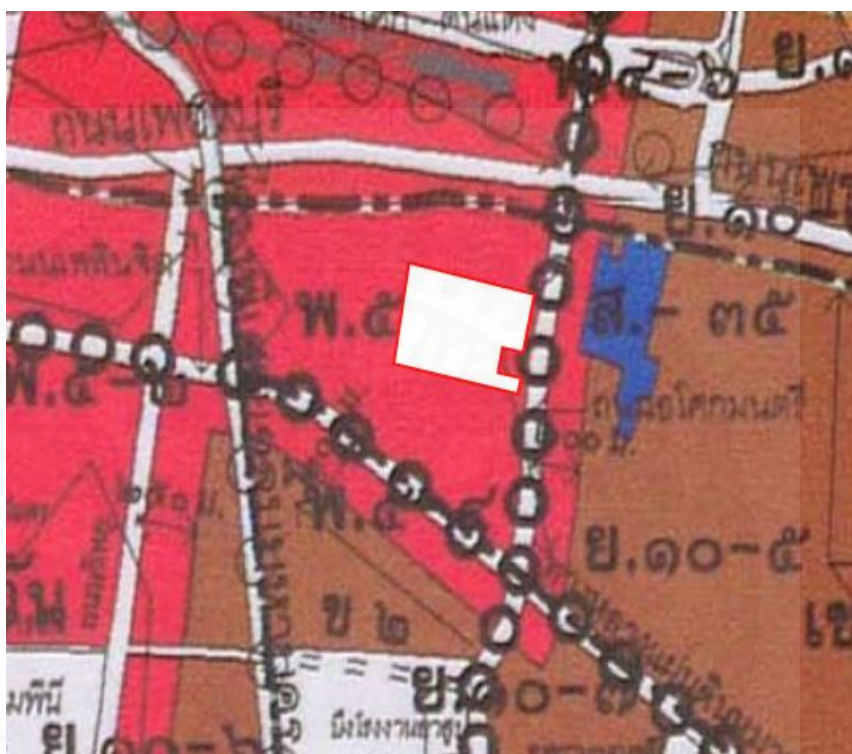
ที่ตั้งโครงการอยู่ในเขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร ซึ่งควรมีการศึกษาข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

#### 4.1 พระราชบัญญัติการผังเมือง รวมกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2556



ภาพที่ 4.1 แผนผังการใช้ประโยชน์ที่ดินของผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2556

ตามภาพที่ 4.2 โครงการตั้งอยู่ในพื้นที่ สีแดง พ. 5 - 3 ที่กำหนดไว้เป็นผังสีแดง โดยข้อกำหนดผังเมืองกำหนดให้พื้นที่ดินประเภท พ. 5 มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ใช้ประโยชน์เป็นศูนย์พาณิชยกรรมหลัก เพื่อส่งเสริมความเป็นศูนย์กลางทางธุรกิจ การค้า การบริการ นันทนาการ และการท่องเที่ยวในระดับภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จำแนกเป็นบริเวณ พ. 5 - 1 ถึง พ. 5 - 7



ภาพที่ 4.2 ตำแหน่งที่ดิน บนแผนผังกำหนดการใช้ประโยชน์ของที่ดิน

การใช้ประโยชน์ที่ดินประเภทนี้ ให้เป็นไป ดังต่อไปนี้

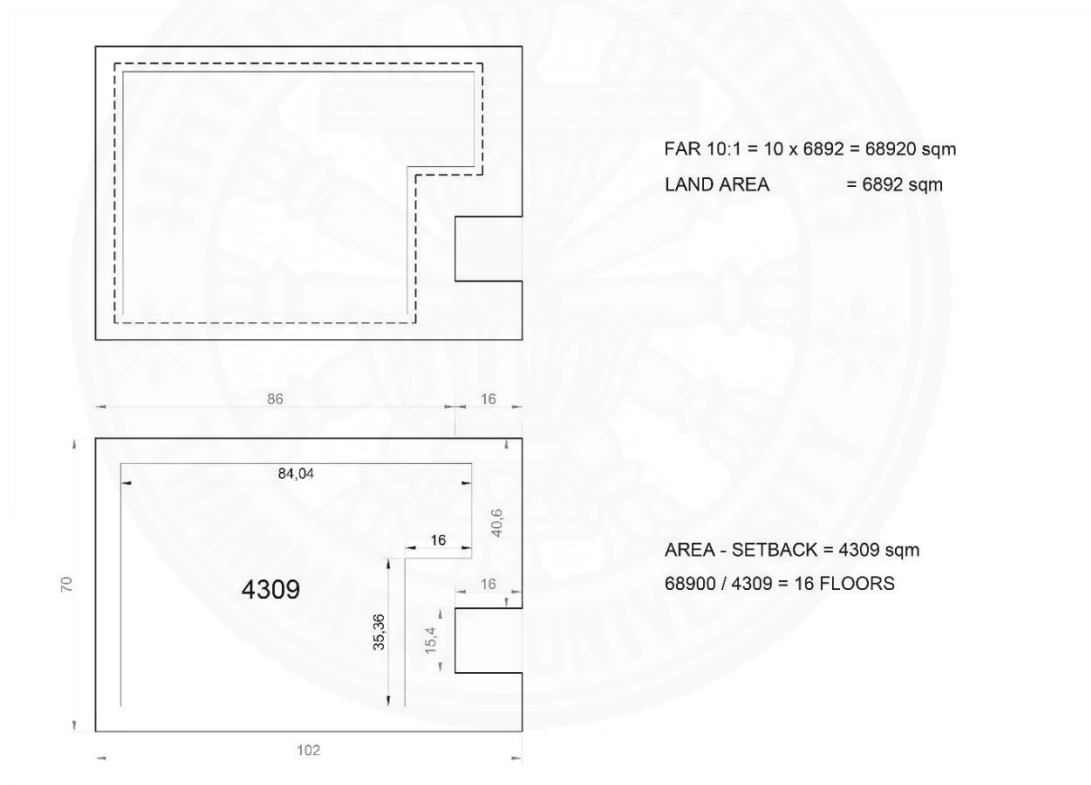
(1) มีอัตราส่วนพื้นที่อาคารรวมต่อพื้นที่ดินไม่เกิน 10:1 ทั้งนี้ ที่ดินแปลงใดที่ได้ใช้ประโยชน์แล้ว หากมีการแบ่งแยกหรือแบ่งโอนไม่ว่าจะกี่ครั้งก็ตาม อัตราส่วนพื้นที่อาคารรวมต่อพื้นที่ดินของที่ดินแปลงที่เกิดจากการแบ่งแยกหรือแบ่งโอนทั้งหมดรวมกันต้องไม่เกิน 10:1

(2) มีอัตราส่วนของที่ว่างต่อพื้นที่อาคารรวมไม่น้อยกว่าร้อยละ 3 แต่อัตราส่วนของที่ว่างต้องไม่ต่ำกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำของที่ว่างอันปราศจากสิ่งปกคลุมตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมอาคาร ทั้งนี้ ที่ดินแปลงใดที่ได้ใช้ประโยชน์แล้ว หากมีการแบ่งแยกหรือแบ่งโอนไม่ว่าจะกี่ครั้งก็ตาม

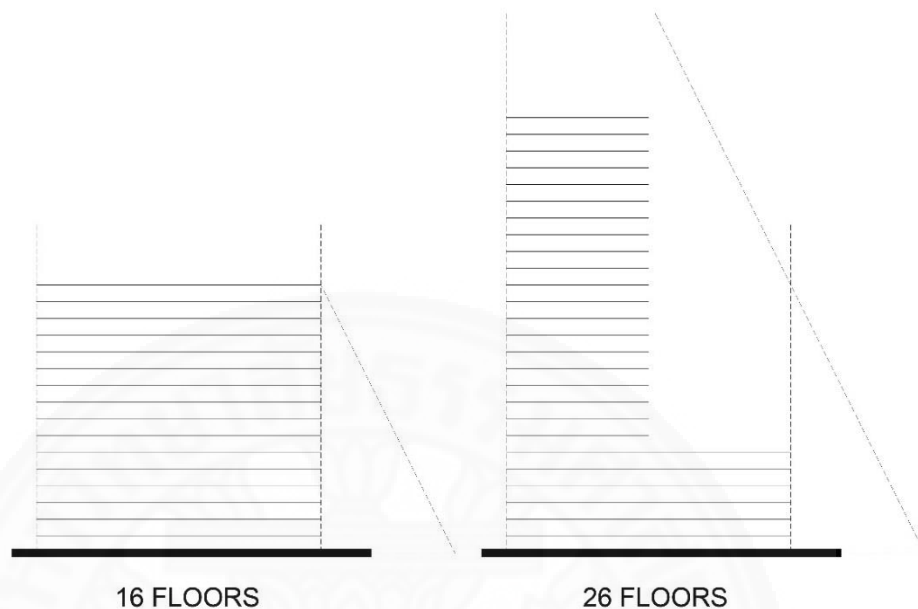
อัตราส่วนของที่ว่างต่อพื้นที่อาคารรวมของที่ดินแปลงที่เกิดจากการแบ่งแยกหรือแบ่งโอนทั้งหมดรวมกันต้องไม่น้อยกว่าร้อยละ 3 และให้มีพื้นที่น้ำซึมผ่านได้เพื่อปลูกต้นไม้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ของพื้นที่ว่าง



โดยสรุป ตามพระราชบัญญัติการผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2556 มีข้อกำหนด FAR ( Floor Area Ratio ) = 1 : 10 หมายความว่า สามารถสร้างอาคารได้ 10 เท่าของขนาดที่ดิน คือ ที่ดินมีขนาด 1,723 ตร.วา หรือเท่ากับ 6,892 ตร.ม. ที่ดินแปลงนี้สามารถสร้างอาคารที่มีพื้นที่ใช้สอยได้เท่ากับ 68,920 ตร.ม.ตามภาพที่ 4.3 และ 4.4 นอกจากนี้ข้อกำหนด OSR ( Open Space Ratio ) ร้อยละ 3 หมายความว่า อัตราส่วนของที่ว่างอันปราศจากสิ่งปกคลุมต่อพื้นที่อาคารรวมทุกชั้นของอาคารทุกหลังที่ก่อสร้างในที่ดินแปลงเดียวกันในอัตราส่วนร้อยละ 3 คือ ขนาดที่ดิน 6,892 ตร.ม. ต้องมีที่ว่างเท่ากับ 206.7 ตร.ม. แต่ข้อกำหนดนี้ต้องระวังคือ ต้องตรวจสอบกับกฎหมายอื่นๆที่เกี่ยวข้องอีก เช่น กฎกระทรวง พ.ศ. 2522 (2543) อีกเช่นกัน



ภาพที่ 4.3 FAR และ Set Back (1)



ภาพที่ 4.4 FAR และ Set Back (2)

#### 4.2 กฎกระทรวงฉบับที่ 55 (พ.ศ. 2543) ออกตามความในพระราชบัญญัติควบคุมอาคารพ.ศ. 2522

“อาคารสาธารณะ” หมายความว่า อาคารที่ใช้เพื่อประโยชน์ในการชุมนุมคนได้โดยทั่วไป เพื่อกิจกรรมทาง ราชการ การเมือง การศึกษา การศาสนา การสังคม การนันทนาการ หรือการพาณิชยกรรม เช่น โรงแรม หอประชุม โรงแรม โรงพยาบาล สถานศึกษา หอสมุด สนามกีฬา กลางแจ้ง สนามกีฬาในร่ม ตลาด ห้างสรรพสินค้า ศูนย์การค้า สถานบริการ ท่าอากาศยาน อุโมงค์ สะพาน อาคารจอดรถ สถานีรถ ท่าจอดเรือ โป๊ะจอดเรือ สุสาน ฌาปนสถาน ศาสนสถาน เป็นต้น

ในกฎหมายฉบับนี้มีข้อกำหนดที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาโครงการ ดังนี้

1. ความกว้างของช่องทางเดินในอาคาร ต้องมีความกว้างไม่น้อยกว่า 1.50 เมตร
2. ระยะดิ่งภายในอาคารโดยวัดจากพื้นถึงพื้น ห้องพักโรงแรมมีระยะดิ่งไม่น้อยกว่า 2.6 เมตร และห้องที่ใช้เป็นสำนักงาน ห้องโถงภัตตาคาร มีระยะดิ่งไม่น้อยกว่า 3.00 เมตร
3. บันไดของอาคารอยู่อาศัยถ้ามีต้องมีอย่างน้อยหนึ่งบันไดที่มีความกว้างสุทธิไม่น้อยกว่า 80 เซนติเมตร ช่วงหนึ่งสูงไม่เกิน 3 เมตร ลูกตั้งสูงไม่เกิน 20 เซนติเมตร ลูกนอนเมื่อหักส่วนที่ขึ้นบันไดเหลื่อมกันออกแล้วเหลือความกว้างไม่น้อยกว่า 22 เซนติเมตร และต้องมีพื้นหน้าบันไดมีความกว้างและยาวไม่น้อยกว่าความกว้างของบันได

บันไดที่สูงเกิน 3 เมตร ต้องมีชานพักบันไดทุกช่วง 3 เมตร หรือน้อยกว่านั้น และชานพักบันไดต้องมีความกว้างและยาวไม่น้อยกว่าความกว้างของบันได ระยะดิ่งจากชั้นบันไดหรือชานพักบันไดถึงส่วนต่ำสุดของอาคารที่อยู่เหนือขึ้นไปต้องสูงไม่น้อยกว่า 1.90 เมตร

บันไดของอาคารอยู่อาศัยรวม หอพักตามกฎหมายว่าด้วยหอพัก สำนักงาน อาคารสาธารณะ อาคารพาณิชย์ โรงงาน และอาคารพิเศษ สำหรับที่ใช้กับชั้นที่มีพื้นที่อาคารชั้นเหนือขึ้นไปรวมกันไม่เกิน 300 ตร.ม. ต้องมีความกว้างสุทธิไม่น้อยกว่า 1.20 เมตร แต่สำหรับบันไดของอาคารดังกล่าวที่ใช้กับชั้นที่มีพื้นที่อาคารชั้นเหนือขึ้นไปรวมกันเกิน 300 ตร.ม. ต้องมีความกว้างสุทธิไม่น้อยกว่า 1.50 เมตร ถ้าความกว้างสุทธิของบันไดน้อยกว่า 1.50 เมตร ต้องมีบันไดอย่างน้อยสองบันได และแต่ละบันไดต้องมีความกว้างสุทธิไม่น้อยกว่า 1.20 เมตร

#### 4. บันไดหนีไฟ

อาคารที่สูงตั้งแต่สี่ชั้นขึ้นไปและสูงไม่เกิน 23 เมตรหรืออาคารที่สูงสามชั้นและมีลาดฟ้าเหนือชั้นที่สามที่มีพื้นที่เกิน 16 ตร.ม. นอกจากมีบันไดของอาคารตามปกติแล้ว ต้องมีบันไดหนีไฟที่ทำด้วยวัสดุทนไฟอย่างน้อยหนึ่งแห่ง และต้องมีทางเดินไปยังบันไดหนีไฟนั้นได้โดยไม่มีสิ่งกีดขวาง

บันไดหนีไฟภายในอาคารต้องมีความกว้างสุทธิไม่น้อยกว่า 80 เซนติเมตร มีผนังที่บ่อสร้างด้วยวัสดุถาวร ที่เป็นวัสดุทนไฟกันโดยรอบ เว้นแต่ส่วนที่เป็นช่องระบายอากาศและช่องประตูหนีไฟ และต้องมีอากาศถ่ายเทจากภายนอกอาคารได้โดยแต่ละชั้นต้องมีช่องระบายอากาศที่เปิดสู่ภายนอกอาคารได้มีพื้นที่รวมกันไม่น้อยกว่า 1.40 ตร.ม. กับต้องมีแสงสว่างให้เพียงพอทั้งกลางวันและกลางคืน พื้นหน้าบันไดหนีไฟต้องกว้างไม่น้อยกว่าความกว้างของบันไดและอีกด้านหนึ่งกว้างไม่น้อยกว่า 1.50 เมตร

## 5. ที่ว่างภายนอกอาคาร

อาคารอยู่อาศัย และอาคารอยู่อาศัยรวม ต้องมีที่ว่างไม่น้อยกว่า 30 ใน 100 ส่วนของพื้นที่ชั้นใด ชั้นหนึ่งที่มีมากที่สุดของอาคาร

## 6. ระยะร่น

ถ้าถนนสาธารณะนั้นมีความกว้างตั้งแต่ 10 เมตรขึ้นไป แต่ไม่เกิน 20 เมตร ให้ร่นแนวอาคารห่างจากเขตถนนสาธารณะอย่างน้อย 1 ใน 10 ของความกว้างของถนนสาธารณะ

ความสูงของอาคารไม่ว่าจากจุดหนึ่งจุดใด ต้องไม่เกินสองเท่าของระยะราบ วัดจากจุดนั้นไปตั้งฉากกับแนวเขตด้านตรงข้ามของถนนสาธารณะที่อยู่ใกล้อาคารนั้นที่สุด

ความสูงของอาคารให้วัดแนวตั้งจากระดับถนนหรือระดับพื้นดินที่ก่อสร้างขึ้นไปถึงส่วนของอาคารที่สูงที่สุด สำหรับอาคารทางจั่วหรือปั้นหยาให้วัดถึงยอดผนังของชั้นสูงสุด

## 4.3 ข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร เรื่อง ควบคุมอาคาร พ.ศ. 2544

### 4.3.1 บันไดและบันไดหนีไฟ

(1) ต้องมีทางหนีไฟโดยเฉพาะอย่างน้อยอีกหนึ่งทาง และต้องมีทางเดินไปยังทางหนีไฟนั้นได้โดยไม่มีสิ่งกีดขวาง

(2) อาคารสาธารณะที่มีชั้นใต้ดินตั้งแต่ 1 ชั้นขึ้นไป นอกจากมีบันไดตามปกติแล้วจะต้องมีทางหนีไฟโดยเฉพาะอย่างน้อยอีกหนึ่งทางด้วย

(3) บันไดหนีไฟต้องทำด้วยวัสดุทนไฟและถาวร มีความกว้างไม่น้อยกว่า 90 เซนติเมตร และไม่เกิน 150 เซนติเมตร ลูกตั้งสูงไม่เกิน 20 เซนติเมตร และลูกนอนกว้างไม่น้อยกว่า 22 เซนติเมตร ชานพักกว้างไม่น้อยกว่าความกว้างของบันได มีราวบันไดสูง 90 เซนติเมตร ห้ามสร้างบันไดหนีไฟเป็นแบบบันไดเวียน

(4) ตำแหน่งที่ตั้งบันไดหนีไฟ ยกเว้นอาคารตามข้อ 43 ต้องมีระยะห่างระหว่างประตูห้องสุดท้ายด้านทางเดินที่เป็นทางตันไม่เกิน 10 เมตร

(5) ระยะห่างระหว่างบันไดหนีไฟตามทางเดินต้องไม่เกิน 60 เมตร

(6) ต้องมีบันไดหนีไฟจากชั้นสูงสุดหรือดาดฟ้าสู่พื้นดิน ถ้าเป็นบันไดหนีไฟภายในอาคาร และถึงพื้นชั้นสองถ้าเป็นบันไดหนีไฟภายนอกอาคาร

### 4.3.2 แนวอาคารและระยะต่างๆ

(1) ตำแหน่งที่ตั้งบันไดหนีไฟ ยกเว้น อาคารตามข้อ 43 ต้องมีระยะห่างระหว่างประตูห้องสุดท้ายด้านทางเดินที่เป็นทางตันไม่เกิน 10 เมตร ระยะห่างระหว่างบันไดหนีไฟตามทางเดินต้องไม่เกิน 60 เมตร ต้องมีบันไดหนีไฟจากชั้นสูงสุดหรือดาดฟ้าสู่พื้นดินถ้าเป็นบันไดหนีไฟภายในอาคาร และถึงพื้นชั้นสองถ้าเป็นบันไดหนีไฟภายนอกอาคาร

(2) ความสูงของอาคารไม่ว่าจากจุดหนึ่งจุดใด ต้องไม่เกิน 2 เท่า ของระยะราบวัดจากจุดนั้นไปตั้งฉากกับแนวถนนด้านตรงข้ามของถนนสาธารณะที่อยู่ใกล้อาคารนั้นที่สุด

(3) ถ้าถนนสาธารณะนั้นมีความกว้างตั้งแต่ 10 เมตรขึ้นไป แต่ไม่เกิน 20 เมตร ให้ร่นแนวอาคารห่างจากเขตถนนสาธารณะอย่างน้อย 1 ใน 10 ของความกว้างของถนนสาธารณะ

### 4.3.3 ที่จอดรถ

(1) โรงแรมที่มีห้องพักไม่เกิน 100 ห้อง ให้มีที่จอดรถไม่น้อยกว่า 10 คัน สำหรับห้องพัก 30 ห้องแรก ส่วนที่เกิน 30 ห้องให้มีที่จอดรถ 1 คันต่อจำนวนห้องพัก 5 ห้อง

(2) โรงแรมที่มีห้องพักเกิน 100 ห้องให้มีที่จอดรถตามอัตราที่กำหนดไว้ในวรรคหนึ่ง สำหรับห้องพัก 100 ห้องแรก ส่วนที่เกิน 100 ห้องให้มีที่จอดรถ 1 คันต่อจำนวนห้องพัก 10 ห้อง

(3) ภัตตาคาร ให้มีที่จอดรถ 10 คันสำหรับพื้นที่ที่ตั้งโต๊ะ 150 ตร.ม. แรก ส่วนที่เกินให้มีที่จอดรถ 1 คันต่อพื้นที่ 20 ตร.ม.

(4) สำนักงาน ให้มีที่จอดรถ 1 คันต่อพื้นที่อาคาร 60 ตร.ม.

### 4.3.4 ทางลาดที่จอดรถ

ทางลาดขึ้นลงสำหรับรถระหว่างชั้น ลาดชันได้ไม่เกินร้อยละ 15

## 4.4 กฎกระทรวง ฉบับที่ 33 (พ.ศ. 2535) แก้ไขเพิ่มเติมโดย กฎกระทรวง ฉบับที่ 42 (พ.ศ.2537) และฉบับที่ 50 (พ.ศ. 2540)

อาคารสูง อาคารขนาดใหญ่พิเศษ ส่วนที่เป็นขอบเขตนอกสุดของอาคารสูง หรืออาคารขนาดใหญ่พิเศษไม่ว่าจะอยู่ในระดับเหนือพื้นดินหรือต่ำกว่าระดับพื้นดินต้องห่างจากเขตที่ดินของผู้อื่นหรือถนนสาธารณะไม่น้อยกว่า 6.00 เมตร ทั้งนี้ไม่รวมถึงส่วนที่เป็นฐานรากของอาคาร

อาคารสูง หรืออาคารขนาดใหญ่พิเศษต้องจัดให้มีถนนที่มีผิวการจราจรกว้างไม่น้อยกว่า 6.00 เมตร ที่ปราศจากสิ่งปกคลุมโดยรอบอาคาร เพื่อให้รถดับเพลิงสามารถเข้าออกได้โดยสะดวก

ที่ว่างของอาคาร อาคารที่อยู่อาศัยต้องมีที่ว่างไม่น้อยกว่าร้อยละ 30 ของพื้นที่ดินที่ใช้เป็นที่ตั้งอาคาร

#### 4.5 กฎกระทรวง ฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2517)

อาคารขนาดใหญ่ให้มีที่จอดรถยนต์ตามจำนวนที่กำหนดของแต่ละประเภทของอาคารที่ใช้เป็นที่ประกอบกิจการในอาคารขนาดใหญ่นั้นรวมกัน หรือให้มีที่จอดรถยนต์ไม่น้อยกว่า 1 คันต่อพื้นที่อาคาร 120 ตร.ม. เศษของ 120 ตร.ม. ให้เป็น 120 ตร.ม. ทั้งนี้ให้ถือที่จอดรถยนต์จำนวนที่มากกว่าเป็นเกณฑ์

#### 4.6 กฎกระทรวง ฉบับที่ 51 (พ.ศ. 2541)

ออกตามความใน พรบ. ควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 กำหนดประเภทและลักษณะของอาคารที่ต้องจัดให้มีระบบการระบายน้ำและระบบบำบัดน้ำเสียที่มีประสิทธิภาพเพียงพอ ในการปรับปรุงน้ำเสียจากอาคารให้เป็นน้ำทิ้งที่มีคุณภาพตามมาตรฐานที่กำหนด ก่อนที่จะระบายลงสู่แหล่งรองรับน้ำทิ้ง

#### 4.7 กฎกระทรวง ฉบับที่ 39 (พ.ศ. 2537) และกฎกระทรวง ฉบับที่ 47 (พ.ศ. 2540)

ออกตามความใน พรบ. ควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 กำหนดประเภทของอาคาร ซึ่งต้องมีวิธีการเกี่ยวกับการป้องกันอัคคีภัย การใช้อาคารและระบบความปลอดภัยเกี่ยวกับอัคคีภัย

1. อาคารที่มีพื้นที่เกิน 2,000 ตร.ม. ในหลังเดียวกันกำหนดให้ต้องมีระบบสัญญาณเตือนภัยทุกชั้น
2. แต่ละชั้นต้องมีป้ายบอกทางหนีไฟ ตัวอักษรต้องสูงไม่น้อยกว่า 10 เซนติเมตร
3. อาคารที่พักรวม ต้องจัดให้มีระบบจ่ายพลังงานไฟฟ้าสำรองสำหรับในกรณีฉุกเฉิน แยกเป็นอิสระจากระบบที่ใช้อยู่ตามปกติ และสามารถทำงานได้เมื่อระบบจ่ายพลังงานไฟฟ้าปกติหยุดทำงาน

#### 4.8 พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535

มีสาระสำคัญในการควบคุมมาตรฐานคุณภาพสิ่งแวดล้อม โดยโครงการประเภท โรงแรม และอาคารพักอาศัยที่มีจำนวนห้องพักตั้งแต่ 80 ห้องขึ้นไป ต้องจัดทำรายงานการวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม เพื่อเสนอขอความเห็นชอบต่อคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ และต้องปฏิบัติตามมาตรการที่กำหนด

โดยสรุปตาม กฎหมายที่ได้ศึกษา สามารถพัฒนาโครงการต่างๆได้ ดังนี้

- อาคารสำนักงานสามารถมีพื้นที่ขายรวม 31,076 ตร.ม. หลังจากหักส่วนที่จอดรถตามกฎหมาย 650 คัน
- อาคารที่อยู่อาศัยรวมสามารถมีห้องชุดได้ 462 ห้อง หลังจากหักส่วนที่จอดรถตามกฎหมาย 232 คัน
- โรงแรมและเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์มีห้องพักได้ 441 ห้อง หลังจากหักส่วนที่จอดรถตามกฎหมาย 276 คัน
- ศูนย์การค้า ซึ่งมีพื้นที่เช่า 12,000 ตร.ม ต้องมีพื้นที่จอดรถ ส่วนที่จอดรถตามกฎหมาย 420 คัน

## บทที่ 5

### วิเคราะห์ทางเลือกความเป็นไปได้ในการพัฒนาโครงการ

#### 5.1 ภาพรวมความเป็นไปได้ทางการตลาด

ตำแหน่งที่ตั้งของโครงการที่อยู่ในเขตผังเมืองประเภทพาณิชยกรรม (พื้นที่สีแดง) บริเวณ พ.5-3 ซึ่งมีอัตราส่วนพื้นที่อาคารรวมต่อพื้นที่ดิน (Floor Area Ratio: FAR) เท่ากับ 10:1 เพราะฉะนั้น ในที่ดิน 1,723 ตารางวา หรือคิดเป็น 6,892 ตารางเมตร จะสามารถสร้างอาคารที่มีพื้นที่ใช้สอยได้ทั้งสิ้น 68,920 ตารางเมตร อย่างไรก็ตามพบว่าพื้นที่ใช้สอยรวมของทรัพย์สิน ตลาดรวมทรัพย์ ในปัจจุบันอยู่ที่ 6,892 ตารางเมตร หรือคิดเป็นเพียง 10% ของพื้นที่อาคารทั้งหมดที่สามารถสร้างได้เต็มศักยภาพเท่านั้น

การวิเคราะห์ถึงตัวเลือกของการใช้ประโยชน์ทรัพย์สินในหลากหลายประเภทจึงเป็นสิ่งจำเป็น โดยเริ่มจากการวิเคราะห์ถึงอุปสงค์และอุปทานของตลาดในบริเวณที่ตั้งของทรัพย์สินตามการใช้งานทรัพย์สินในประเภทนั้นๆ เพื่อนำไปวิเคราะห์ถึงการใช้ประโยชน์สูงสุดและดีที่สุดของทรัพย์สินต่อไป ทั้งนี้ตัวเลือกประเภทการใช้ประโยชน์ที่จะพิจารณา มีดังต่อไปนี้

1. อาคารสำนักงาน
2. โรงแรม
3. คอนโดมิเนียม
4. เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์
5. ศูนย์การค้า



## 5.2 การวิเคราะห์ตลาดของอาคารสำนักงาน

### 5.2.1 การแบ่งประเภทของอาคารสำนักงาน

อ้างอิงตาม CBRE (2016) ได้กำหนดคุณสมบัติของอาคารเกรด A โดยต้องมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

- 1) มีการออกแบบพื้นที่สำนักงาน (Floor Layout) ที่ไม่มีเสากลาง (Column Free) สามารถใช้พื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพและง่ายในการจัดแบ่งพื้นที่สำนักงาน
- 2) มีระบบปรับอากาศโดยมีระบบทำความเย็นจากส่วนกลาง (Central Chiller) และมีระบบที่สามารถปรับแรงลมได้โดยอัตโนมัติ (Variable Air Volume)
- 3) มีระบบลิฟต์ที่ใช้เวลาในการรอนานและไม่เกินมาตรฐานที่กำหนดไว้และมีลิฟต์แยกในแต่ละโซนรวมถึงมีการติดตั้งลิฟต์ขนของแยกต่างหาก
- 4) พื้นที่ส่วนกลางโดยเฉพาะโถงทางเข้าหลักและโถงในแต่ละชั้นควรได้รับการออกแบบและตกแต่งด้วยวัสดุคุณภาพดีอย่างสวยงาม
- 5) ความสูงจากพื้นจรดฝ้าภายในสำนักงานควรสูงอย่างน้อย 2.7 เมตร
- 6) มีการจัดการอาคารอย่างมืออาชีพ
- 7) ที่จอดรถควรออกแบบให้มีความสะดวกมีประสิทธิภาพทั้งการเข้าและออกจากพื้นที่

นอกเหนือจากที่กล่าวมาแล้วยังมีการจัดระดับอาคารสำนักงานในกรุงเทพมหานครที่เป็นที่นิยมและประสบความสำเร็จไว้อย่างกว้างๆ ซึ่งทาง CBRE ได้จัดระดับอาคารสำนักงานเหล่านั้นอยู่ในเกรด B

สำนักงานเหล่านี้อาจถูกมองว่า มีคุณภาพต่ำกว่า แต่มีความได้เปรียบเนื่องจากทำเลที่ตั้งของตัวอาคารซึ่งเป็นส่วนเสริมในส่วนที่ขาด นอกจากนั้นผู้เช่าที่เช่าพื้นที่ในอาคารที่คุณภาพต่ำกว่าจะได้ประโยชน์จากค่าเช่าที่ลดลง

### 5.2.2 ทำเลที่ตั้งของสำนักงานในกรุงเทพมหานคร

พื้นที่ตั้งสำนักงานกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่จะอยู่ในย่านธุรกิจกลางกรุงเทพมหานคร (Central Business District - CBD) หมายถึง พื้นที่บริเวณสีลม สาทร ถนนพระรามที่ 4 เพลินจิต ถนนวิฑูย์ โอโศก และสุขุมวิท (ช่วงต้นจนถึงซอย 24) สามารถแบ่งตามพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ออกเป็นสองส่วนหลักๆ ดังนี้

#### 1) พื้นที่ส่วนในย่านใจกลางธุรกิจกรุงเทพมหานคร

พื้นที่ส่วนในย่านใจกลางธุรกิจกรุงเทพมหานคร เริ่มตั้งแต่บริเวณสีลม สาทร ถนนวิฑูย์ และถนนราชดำริ ออกไปจนถึงถนนพระรามที่ 4 และถนนเพลินจิต ซึ่งในย่านนี้ส่วนใหญ่เป็นที่ตั้งของอาคารสำนักงานเกรด A ในกรุงเทพมหานคร และสำนักงานใหญ่ของบริษัทชั้นนำระดับโลก รวมไปถึงสถานทูต โรงแรมระดับ 5 ดาว ศูนย์การค้าชั้นนำต่างๆ และเป็นบริเวณที่พักอาศัยระดับสูงหลายแห่งที่ตั้งอยู่ในบริเวณนี้ นอกจากนี้ยังมีบริการขนส่งมวลชนของกรุงเทพมหานครทั้งสองแบบให้บริการในบริเวณนี้ด้วยเช่นกัน

#### 2) พื้นที่ส่วนนอกย่านใจกลางธุรกิจกรุงเทพมหานคร

พื้นที่ส่วนนอกย่านใจกลางธุรกิจกรุงเทพมหานคร ครอบคลุมไปกับพื้นที่อยู่อาศัยหลักของกรุงเทพมหานครตลอดเส้นทางรถไฟฟ้า BTS โดยเฉพาะบริเวณจุดเริ่มต้นของถนนสุขุมวิท และโอโศกจนถึงซอย 24 นอกเหนือจากที่กล่าวข้างต้นแล้ว พื้นที่ตั้งสำนักงานในกรุงเทพมหานคร ยังรวมไปถึงบริเวณย่านชานเมืองและพื้นที่โดยรอบ ซึ่งพื้นที่เหล่านี้เป็นที่นิยมสำหรับบริษัทที่ไม่ต้องการอยู่ในย่านใจกลางธุรกิจ แต่ต้องการความสะดวกในการไปถึงบริเวณย่านพื้นที่อุตสาหกรรมและสนามบินได้โดยสะดวก โดยอาคารสำนักงานที่มีที่ตั้งใกล้หรืออยู่ในแนวระบบขนส่งมวลชนมีแนวโน้มที่จะได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อยๆ

เมื่อพิจารณาการแบ่งประเภทของอาคารสำนักงาน โดยอ้างอิงจากการกำหนดคุณสมบัติของ CBRE แล้วพบว่า อาคารสำนักงานบนถนนอโศกมนตรีจัดเป็นอาคารเกรด B ที่ตั้งอยู่ในเขตศูนย์กลางธุรกิจรอบนอก (Outer-CBD) โดยถือว่ามีส่วนอยู่บน ถนนสุขุมวิทตอนต้น ซึ่งเป็น CBD และบางส่วนซึ่งอยู่ก่อนไปทางถนนเพชรบุรีเป็น NON-CBD

จากรายงานการวิจัยโดย CBRE (2016) ระบุว่าบริเวณ สุขุมวิทตอนต้นประกอบด้วยพื้นที่เช่าอาคารสำนักงานมากถึง 944,797 ตารางเมตร หรือ คิดเป็น 11.07% ของพื้นที่อาคารสำนักงานให้เช่าทั้งหมด โดยเพิ่มขึ้นจาก Q1 2016 ซึ่งมีอยู่ 896,726 ตารางเมตร 5.4% Q-o-Q หรือเพิ่มขึ้น 7.0% Y-o-Y

โดยใน Q2 2016 นี้ อัตราการดูดซับโดยรวมของตลาดอาคารสำนักงาน (Total net take-up) คือ 55,186 ตารางเมตร เพิ่มขึ้น 68.8% Q-o-Q หรือ 69.8% Y-o-Y แบ่งเป็น อาคาร

สำนักงานเกรด A ในพื้นที่ศูนย์กลางธุรกิจมี take-up rate สูงสุดที่ 29,442 ตารางเมตร อาคารสำนักงานเกรด B นอกพื้นที่ศูนย์กลางเศรษฐกิจที่ 26,481 ตารางเมตร อาคารสำนักงานเกรด A นอกพื้นที่ศูนย์กลางเศรษฐกิจ ที่ 1,413 ตารางเมตร และ อาคารสำนักงานเกรด B ในพื้นที่ศูนย์กลางธุรกิจ ที่ 2,149 ตารางเมตร

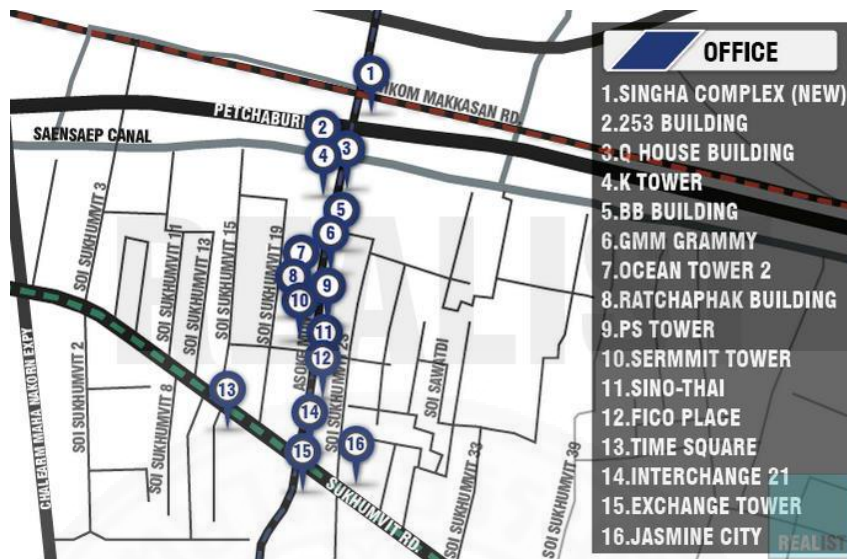
อัตราค่าเช่า (Rent) ของอาคารสำนักงานเกรด B ในพื้นที่ศูนย์กลางธุรกิจ เท่ากับ 672 บาท/ตารางเมตร/เดือน ซึ่งต่ำกว่าอาคารสำนักงานเกรด A ในพื้นที่ศูนย์กลางเศรษฐกิจ (931 บาท/ตารางเมตร/เดือน) และอาคารสำนักงานเกรด A นอกพื้นที่ศูนย์กลางเศรษฐกิจ (750 บาท/ตารางเมตร/เดือน) แม้จะมีการประมาณการอัตราดูดซับ ของตลาดอาคารสำนักงานถึง 200,000 ตารางเมตร ในปี 2016 และมีพื้นที่เพียง 430,000 ตารางเมตร ที่อยู่ระหว่างการก่อสร้าง ทั้งนี้อุปทานที่จำกัดกับอุปสงค์ที่คงตัว ทำให้อัตราว่างลดลงสู่ 8.5% และอัตราเช่าปรับตัวสูงขึ้น 4%-9% ปีต่อปี อุปทานในอนาคตอีกกว่า 1 ล้าน ตารางเมตรยังคงมีเพียงแผนโครงการ รอคอยการก่อสร้าง

### 5.2.3 อุปทานในอาคารสำนักงานบนถนนอโศก

อโศก ถือเป็นย่านใจกลางเมืองที่เป็นที่รู้จักกันในระดับต้นๆ ของกรุงเทพฯ เนื่องจากมีการเดินทางสะดวก ไม่ว่าจะเป็นด้วยระบบรถไฟฟ้าทั้ง BTS MRT และ AIRPORT LINK มีอาคารสำนักงานเรียงรายอยู่หลายสิบอาคาร ตามภาพที่ 5.1 ทำเลนี้จึงกลายเป็นทำเลยอดนิยมสำหรับการเลือกเป็นพื้นที่ตั้งของบริษัทชั้นนำ ส่งผลให้มีจำนวนพนักงานทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเป็นจำนวนมาก รวมทั้งในอนาคตจะมีโครงการขนาดใหญ่อย่าง Singha Complex ซึ่งในตัวโครงการนี้จะเป็น Mixed-use ประกอบด้วย อาคารสำนักงาน ศูนย์ประชุม และรีเทล โดยจะเปิดให้บริการในปี 2017 และโครงการนี้เองจะทำให้อโศกมีการใช้งานที่เต็มศักยภาพมากขึ้น นอกจากนั้นอโศกยังมีคอนโดมิเนียมแทรกตัวอยู่ และมีคอนโดมิเนียมที่กำลังจะเกิดขึ้นใหม่อีก 3 โครงการ ได้แก่ The Loft Asoke The Esse (คาดว่าจะสร้างเสร็จปี 2018) และโครงการใหม่ที่เพิ่งเปิดตัวไม่นาน คือ Noble BE19 ซึ่งมีกระแสตอบรับการเปิดตัวที่แรง ทำให้โครงการนี้เป็นอีกโครงการที่น่าจับตามองเป็นอย่างมาก

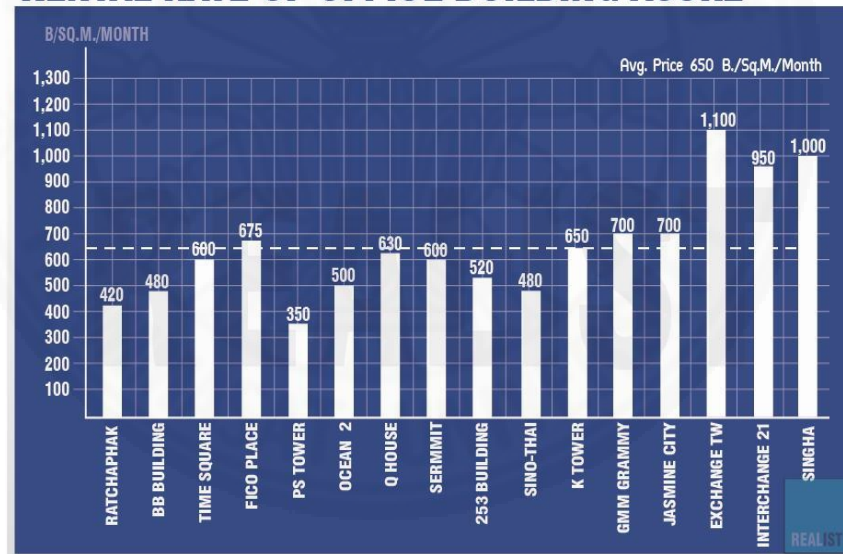
OFFICE AT ASOKE เป็นย่านแหล่งงานที่ชาวต่างชาติเข้ามาลงทุนอยู่มาก ส่วนใหญ่เป็นชาวญี่ปุ่น เกาหลี และตะวันออกกลาง ชาวต่างชาติเหล่านี้ประกอบอาชีพผู้บริหารระดับสูง ผู้จัดการมากที่สุด ซึ่งอาชีพเหล่านี้มีรายได้สูง มีกำลังทรัพย์ในการใช้จ่ายใช้สอยสูงเช่นกัน ดังนั้นอสังหาริมทรัพย์ในย่านนี้จะเป็นระดับ Premium

โดยส่วนใหญ่อาคารสำนักงานจะเรียงตัวอยู่บริเวณริมถนนเป็นหลัก มีทั้งระดับราคาเช่าตั้งแต่ 350-1,100 บาท/ตารางเมตร/เดือน ขึ้นอยู่กับความเก่าใหม่และความสะดวกในการเข้าถึงของอาคารเหล่านั้น โดยมีอัตราค่าเช่าตามภาพที่ 5.2



ภาพที่ 5.1 อาคารสำนักงานย่านอโศก ที่มา [www.realist.com](http://www.realist.com)

## RENTAL RATE OF OFFICE BUILDING ASOKE



ภาพที่ 5.2 อาคารสำนักงานย่านอโศก ที่มา [www.realist.com](http://www.realist.com)

ตารางที่ 5.1 อุปทานอาคารสำนักงานในย่าน อโศก

| Project Name                  | Launch   | Location       | CBD     | Areas   | Grade | Net Lettable Area | Available | Rent  | Occupancy |
|-------------------------------|----------|----------------|---------|---------|-------|-------------------|-----------|-------|-----------|
| Exchange Tower                | Bef 2011 | Sukhumvit      | CBD     | Lumpini | A     | 35,785            | 92        | 1,200 | 99.74%    |
| Interchange 21                | Bef 2011 | Sukhumvit      | CBD     | Lumpini | A     | 41,725            | 806       | 1,000 | 98.07%    |
| Bangkok Business Center       | Bef 2011 | Late Sukhumvit | Non-CBD | Fringe  | B     | 21,705            | 2,885     | 600   | 86.71%    |
| BB Building                   | Bef 2011 | Asoke          | Non-CBD | Lumpini | B     | 37,000            | 93        | 680   | 99.75%    |
| Bhiraj Tower at EmQuartier    | Q1 2015  | Late Sukhumvit | Non-CBD | Fringe  | A     | 47,500            | 4,750     | 975   | 90.00%    |
| BIO House                     | Bef 2011 | Late Sukhumvit | Non-CBD | Fringe  | B     | 3,763             | 176       | 480   | 95.31%    |
| Emporium Tower                | Bef 2011 | Late Sukhumvit | Non-CBD | Fringe  | A     | 38,000            | 0         | 975   | 100.00%   |
| GlasHaus Building (Sukhumvit) | Bef 2011 | Late Sukhumvit | Non-CBD | Fringe  | B     | 13,000            | 50        | 730   | 99.62%    |
| GMM Grammy Place              | Bef 2011 | Asoke          | Non-CBD | Lumpini | B     | 37,936            | 3,088     | 680   | 91.86%    |
| Home Place Office Building    | Bef 2011 | Late Sukhumvit | Non-CBD | Fringe  | B     | 13,000            | 1,339     | 500   | 89.70%    |

ตารางที่ 5.1 อุปทานอาคารสำนักงานในย่าน อโศก (ต่อ)

| Project Name                        | Launch   | Location       | CBD     | Areas   | Grade | Net Lettable Area | Available | Rent | Occupancy |
|-------------------------------------|----------|----------------|---------|---------|-------|-------------------|-----------|------|-----------|
| Jasmine City                        | Bef 2011 | Late Sukhumvit | Non-CBD | Fringe  | B     | 18,000            | 444       | 750  | 97.53%    |
| K Tower A (CMIC Tower I)            | Bef 2011 | Asoke          | Non-CBD | Lumpini | B     | 11,250            | 0         | 650  | 100.00%   |
| K Tower B (CMIC Tower II)           | Bef 2011 | Asoke          | Non-CBD | Lumpini | B     | 17,688            | 0         | 650  | 100.00%   |
| Two Pacific Place                   | Bef 2011 | Sukhumvit      | CBD     | Fringe  | A     | 22,000            | 0         | 780  | 100.00%   |
| Ploenchit Center                    | Bef 2011 | Sukhumvit      | CBD     | Lumpini | B     | 21,000            | 336       | 770  | 98.40%    |
| M Tower                             | Q2 2016  | Late Sukhumvit | Non-CBD | Fringe  | B     | 14,715            | 0         | 575  | 100.00%   |
| Major Tower                         | Q4 2015  | Late Sukhumvit | Non-CBD |         | B     | 10,405            | 2,830     | 675  | 72.80%    |
| Fico Place                          | Bef 2011 | Asoke          | CBD     | Lumpini | B     | 5,126             | 0         | 700  | 100.00%   |
| Oriflame Building (253 Asoke Tower) | Bef 2011 | Asoke          | Non-CBD | Lumpini | B     | 18,000            | 0         | 600  | 100.00%   |
| PB Tower                            | Bef 2011 | Late Sukhumvit | Non-CBD | Fringe  | B     | 9,810             | 1,235     | 430  | 87.41%    |
| Prime Building                      | Bef 2011 | Asoke          | Non-CBD | Lumpini | B     | 5,860             | 80        | 560  | 98.63%    |

ตารางที่ 5.1 อุปทานอาคารสำนักงานในย่าน อโศก (ต่อ)

| Project Name            | Launch   | Location       | CBD     | Areas   | Grade | Net Lettable Area | Available | Rent | Occupancy |
|-------------------------|----------|----------------|---------|---------|-------|-------------------|-----------|------|-----------|
| Q House Asoke           | Bef 2011 | Asoke          | Non-CBD | Lumpini | B     | 20,000            | 1,188     | 630  | 94.06%    |
| Column Tower            | Bef 2011 | Sukhumvit      | CBD     | Lumpini | B     | 33,736            | 0         | 650  | 100.00%   |
| Rajapark Building       | Bef 2011 | Asoke          | Non-CBD | Lumpini | B     | 10,000            | 1,110     | 500  | 88.90%    |
| One Pacific Place       | Bef 2011 | Sukhumvit      | CBD     | Fringe  | B     | 17,500            | 1,970     | 650  | 88.74%    |
| RSU Tower (Fenix Tower) | Bef 2011 | Late Sukhumvit | Non-CBD | Fringe  | B     | 18,519            | 239       | 750  | 98.71%    |
| Times Square            | Bef 2011 | Sukhumvit      | CBD     | Lumpini | B     | 19,000            | 0         | 650  | 100.00%   |
| The Metropolis          | Q2 2016  | Late Sukhumvit | Non-CBD | Fringe  | A     | 13,990            | 9,793     | 950  | 30.00%    |
| UBC II                  | Bef 2011 | Late Sukhumvit | Non-CBD | Fringe  | B     | 24,000            | 1,567     | 770  | 93.47%    |
| White Group Building    | Bef 2011 | Late Sukhumvit | Non-CBD | Fringe  | B     | 17,500            | 480       | 450  | 97.26%    |
| NaiLert Building        | Bef 2011 | Sukhumvit      | CBD     |         | B     | 6,800             |           |      |           |

ที่มา Knight Frank



จากตารางที่ 5.1 แสดงสถิติของจำนวนพื้นที่อาคารสำนักงานบนถนนอโศกมนตรี จะเห็นได้ว่า พื้นที่อาคารสำนักงานที่เกิดการเช่าในบริเวณอโศก ไม่ปรากฏการพัฒนาโครงการอาคารสำนักงานใหม่ๆ สำหรับการขยายตัวของตลาดพื้นที่เช่าอาคารสำนักงานในบริเวณอโศกหลังปี 2555 โดย อาคารสำนักงานส่วนมากเกิดขึ้นก่อนการก่อสร้างรถไฟฟ้าใต้ดินสายสีน้ำเงิน จึงเป็นข้อมูลสนับสนุนที่ทำให้เห็นถึงปริมาณของอุปทานในตลาดที่จำกัด

### 5.3 การวิเคราะห์ตลาดของโรงแรม

การแบ่งระดับโรงแรมของ CBRE (2016) สามารถแบ่งได้ดังนี้

**Luxury:** อัตราค่าห้องพักเฉลี่ย (Average Daily Room Rates: ADR) สูงกว่า 5,500 บาท/คืน, ส่วนมากตั้งอยู่ติดถนนสายหลักในเขตศูนย์กลางธุรกิจบริหารงานโดยกลุ่มธุรกิจโรงแรมต่างชาติภายใต้แบรนด์ที่หรูหรามีระดับ, กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงและนักท่องเที่ยวระดับผู้บริหารที่เดินทางมาเพื่อประกอบธุรกิจ

**First Class:** อัตราค่าห้องพักเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4,500-5,500 บาท/คืน ส่วนมากตั้งอยู่ติดถนนสายหลักในเขตศูนย์กลางธุรกิจ, บริหารงานโดยกลุ่มธุรกิจโรงแรมต่างชาติภายใต้แบรนด์หรูหรือกลุ่มธุรกิจบริหารโรงแรมในท้องถิ่น, กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นนักท่องเที่ยวระดับรายได้ปานกลาง-บนถึงระดับบนที่มาเพื่อท่องเที่ยวพักผ่อนหรือประกอบธุรกิจ

**Mid-range:** อัตราค่าห้องพักเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 2,500-4,500 บาท/คืน, ที่ตั้งอาจอยู่ติดถนนสายหลักหรือภายในซอยเขตศูนย์กลางธุรกิจหรือบริเวณที่ใกล้เคียง, บริหารงานโดยกลุ่มธุรกิจโรงแรมต่างชาติแบรนด์ระดับกลางหรือกลุ่มธุรกิจบริหารโรงแรมในท้องถิ่น, กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นนักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้ปานกลางที่มาเพื่อท่องเที่ยวพักผ่อนหรือประกอบธุรกิจ

**Economy:** อัตราค่าห้องพักเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1,000-2,500 บาท/คืน, ส่วนมากตั้งอยู่ภายในซอยเขตศูนย์กลางธุรกิจหรือบริเวณใกล้เคียง, อาจบริหารงานโดยกลุ่มธุรกิจโรงแรมต่างชาติที่เป็นแบรนด์ระดับราคาประหยัดหรือกลุ่มธุรกิจบริหารโรงแรมในท้องถิ่น, กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นนักท่องเที่ยวที่มาเพื่อท่องเที่ยวพักผ่อนหรือประกอบธุรกิจที่ต้องการที่พักแบบประหยัด

**Upscale:** เป็นโรงแรมระดับ Luxury และ First-class ประกอบกัน



### 5.3.1 อุปทานในโรงแรม

จากผลการวิจัย CBRE (2016) จำนวนห้องพักในโรงแรมบริเวณใจกลางเมืองมีทั้งหมด 42,061 ห้อง โดยโรงแรมในย่านสุขุมวิทมีจำนวนห้องพักทั้งหมด 18,498 ห้อง ถือเป็นตลาดที่ใหญ่ อันดับ 1 ของตลาดโรงแรมในบริเวณใจกลางเมือง โดยมีสัดส่วนแบ่งตามระดับของโรงแรม คือ Luxury: 2,540 ห้อง (13%) First-class: 2,317ห้อง (12.5%) Mid-Range: 10,618ห้อง (57.5%) และ Economy: 3,023ห้อง (16%)

ตลาดโรงแรมในย่านอโศกส่วนใหญ่เป็นโรงแรมระดับ Mid-Range และ Economy หรือเป็นโรงแรมระดับกลางและโรงแรมราคาประหยัด ซึ่งมีราคาห้องพักต่อคืนไม่สูงมากนัก โดยมีอัตราค่าห้องพักเฉลี่ย (Average Daily Room Rates: ADR) ไม่เกิน 4,500 บาท/คืน

ทั้งนี้พบว่า อุปทานยังคงเพิ่มขึ้นอีก 9,705 หน่วย และคาดว่าในอนาคตอุปทานจะเพิ่มขึ้นอีก 23% ในปี 2020 ประกอบกับการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันด้วยการสร้างความแตกต่างของรูปแบบโรงแรม เช่น การออกแบบห้องพัก การคัดสรรเมนูอาหารและเครื่องดื่ม การจัดห้องเหมาะสมสำหรับลูกค้าชาวอิสลาม มีบริการพื้นฐานที่จำเป็นในระดับมาตรฐานเทียบเท่า Big Brand เช่น ความสะอาดเครื่องนอน Free Wi-Fi และการสร้างความประทับใจเพื่อการบอกปากต่อปาก รวมถึง Review ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ

### 5.3.2 อุปสงค์ในโรงแรม

CBRE (2016) รายงานว่า ธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นเพียงไม่กี่อุตสาหกรรมที่มีอัตราเติบโต 10% ต่อปี โดยเป็นนักท่องเที่ยวจีน 30% อัตราการเข้าพักเฉลี่ยคือ 73.5% ค่าห้องพักเพิ่มขึ้น 2.93% เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า อัตราค่าห้องพักเฉลี่ย (Average Daily Room Rates: ADR) ของโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ณ ไตรมาสที่ 2 ปี 2559 อยู่ที่ 3,196 บาท ซึ่งมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเล็กน้อยตามสถานการณ์ที่นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น และมีการวิเคราะห์ว่าผู้ประกอบการเลือกการเพิ่มอัตราค่าห้องพักและยอมให้เกิดห้องว่างบ้างมากกว่าการยอมลดอัตราค่าห้องพักเพื่อให้ได้อัตราการเข้าพักที่มากขึ้น

ในส่วนของรายได้ต่อห้องพักที่มีให้บริการ (Revenue Per Available Room: RevPAR) ของโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ณ ไตรมาสที่ 2 ปี 2559 เท่ากับ 2,351 บาท โดยในช่วงไตรมาสที่ 3 ปี 2558 ที่ผ่านมา พบว่า มีนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาในประเทศไทยทั้งหมด 7.55 ล้านคน ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวจีนถึง 30% เมื่อเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยวจีนในปี 2553 ที่มีเพียง 7% จะเห็นได้ว่าเพิ่มมากขึ้นถึง 4 เท่าภายในเวลา 5 ปี ดังนั้น กิจกรรมโรงแรมพึ่งพานักท่องเที่ยวจากประเทศจีนมากขึ้น

ตารางที่ 5.2 อุปทานโรงแรมในย่าน อโศก

| ลำดับ | ชื่อโรงแรม                                                                                                       | ดาว | ระดับ<br>โรงแรม | ผู้พัฒนา                                                        | เปิดตัว      | ชั้น | จำนวน<br>ห้องพัก | พื้นที่<br>ใช้สอย<br>(ตร.ม.) | ราคา<br>ห้องพักโดย<br>เฉลี่ย<br>(บาท/คืน) | สิ่งอำนวยความสะดวก                                                                                                                    |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|-----------------|-----------------------------------------------------------------|--------------|------|------------------|------------------------------|-------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.    | Eastin Hotel Makkasan<br>Bangkok                                                                                 | 4   | Upscale         | Hwa Kay Thai (Thailand)<br>Co., Ltd.                            | Jan,<br>2008 | 31   | 278              | 28 - 30<br><br>70            | 2,700<br><br>5,600                        | Swimming pool & 24<br>hour fitness center<br><br>Banquet and<br>conference room<br><br>Restaurants and<br>Lounges<br><br>Family Floor |
| 2.    | Fx Hotel<br>MetrolinkMakkasan<br>(Formerly known as<br>Unico Premier<br>Metrolink Hotel by<br>Unico Hospitality) | 3   | Boutique        | Takeover by FHI<br>Furama Hotels<br>International<br>Management | Dec,<br>2014 | 8    | 90               | 22 - 26                      | 1,275 -<br>1,575                          | Shuttle service<br><br>fitness center<br><br>Restaurants<br><br>Meeting room                                                          |

ตารางที่ 5.2 อุปทานโรงแรมในย่าน อโศก (ต่อ)

| ลำดับ | ชื่อโรงแรม                                   | ดาว | ระดับ<br>โรงแรม | ผู้พัฒนา                                            | เปิดตัว | ชั้น | จำนวน<br>ห้องพัก | พื้นที่<br>ใช้สอย<br>(ตร.ม.) | ราคา<br>ห้องพักโดย<br>เฉลี่ย<br>(บาท/คืน) | สิ่งอำนวยความสะดวก                                                                                        |
|-------|----------------------------------------------|-----|-----------------|-----------------------------------------------------|---------|------|------------------|------------------------------|-------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 3.    | Hotel Pullman<br>Bangkok Grande<br>Sukhumvit | 5   | Upscale         | Fena Estate Co., Ltd<br>(managed by Accor)          | 2007    | 28   | 325              | 38 - 60                      | 3700 -<br>7,200                           | Swimming pool /<br>Fitness                                                                                |
|       |                                              |     |                 |                                                     |         |      |                  | 200                          | ?                                         | Health club / Spa<br>5 restaurants / coffee<br>shop<br>Meeting / Conference<br>room<br>Banquet facilities |
| 4.    | FuramaXclusiveAsoke,<br>Bangkok              | 4   | Upscale         | FHI<br>Furama Hotels<br>International<br>Management | 2007    | 11   | 102              | 32 - 48                      | 8,000 -<br>15,000                         | Hydro pool / Fitness<br>Conference room                                                                   |
|       |                                              |     |                 |                                                     |         |      |                  |                              | 3,600 -<br>6,500<br>(จองล่วงหน้า)         | Restaurants                                                                                               |

ตารางที่ 5.2 อุปทานโรงแรมในย่าน อโศก (ต่อ)

| ลำดับ | ชื่อโรงแรม                                  | ดาว | ระดับ<br>โรงแรม | ผู้พัฒนา                        | เปิดตัว       | ชั้น | จำนวน<br>ห้องพัก | พื้นที่<br>ใช้สอย<br>(ตร.ม.) | ราคา<br>ห้องพักโดย<br>เฉลี่ย<br>(บาท/คืน) | สิ่งอำนวยความสะดวก                                                            |
|-------|---------------------------------------------|-----|-----------------|---------------------------------|---------------|------|------------------|------------------------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|
| 5.    | Grand Mercure<br>Bangkok<br>Asoke Residence | 5   | Upscale         |                                 | July,<br>2006 | 29   | 76               | 71 - 96                      | 10,000 -<br>15,000                        | Swimming pool /<br>Fitness                                                    |
|       |                                             |     |                 |                                 |               |      |                  |                              | 3,300 -<br>5,600<br>(จongsongwan)         | Shuttle service                                                               |
| 6.    | AVANI Atrium Bangkok                        | 4   | Upscale         | Managed by Minor<br>Hotel Group | After<br>2011 | 23   | 568              | 30 - 40                      | 3,300 -<br>12,000                         | Golf yard                                                                     |
|       |                                             |     |                 |                                 |               |      |                  | 84                           | 1,800 -<br>4,000<br>(จongsongwan)         | Swimming pool /<br>Fitness<br>Restaurants / coffee<br>shop<br>Shuttle service |

ตารางที่ 5.2 อุปทานโรงแรมในย่าน อโศก (ต่อ)

| ลำดับ | ชื่อโรงแรม                                    | ดาว | ระดับ<br>โรงแรม   | ผู้พัฒนา                               | เปิดตัว      | ชั้น | จำนวน<br>ห้องพัก | พื้นที่<br>ใช้สอย<br>(ตร.ม.) | ราคา<br>ห้องพักโดย<br>เฉลี่ย<br>(บาท/คืน) | สิ่งอำนวยความสะดวก                                                            |
|-------|-----------------------------------------------|-----|-------------------|----------------------------------------|--------------|------|------------------|------------------------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|
| 7.    | Dream Hotel Bangkok                           | 5   | Upper-<br>upscale | Dream Hotel Group                      | Aug,<br>2006 | 11   | 194              | 27 - 45                      | 3,300 -<br>3,700                          | Restaurants and<br>Lounges                                                    |
|       |                                               |     | Boutique          |                                        |              |      |                  | 50 - 66<br>80                |                                           | Meeting room<br>Roof top Pool /<br>Fitness<br>Shuttle service                 |
| 8.    | Citadines Apart Hotel<br>Sukhumvit 23 Bangkok | 4   | Midscale          | Ascott Group &<br>Boutique Corporation | 2008         | 8    | 138              | 28 - 45                      | 2,200 -<br>4,600                          | Swimming pool /<br>Fitness<br>Restaurants / coffee<br>shop<br>Shuttle service |

ตารางที่ 5.2 อุปทานโรงแรมในย่าน อโศก (ต่อ)

| ลำดับ | ชื่อโรงแรม                                             | ดาว | ระดับ<br>โรงแรม          | ผู้พัฒนา  | เปิดตัว      | ชั้น | จำนวน<br>ห้องพัก | พื้นที่<br>ใช้สอย<br>(ตร.ม.) | ราคา<br>ห้องพักโดย<br>เฉลี่ย<br>(บาท/คืน) | สิ่งอำนวยความสะดวก                                                    |
|-------|--------------------------------------------------------|-----|--------------------------|-----------|--------------|------|------------------|------------------------------|-------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|
| 9.    | Best Comfort Bangkok<br>Hotel (exclusive<br>residence) | 3   | Midscale                 |           |              | 10   | 75               | 30 - 60                      | 1,300 -<br>2,700                          | Restaurants / coffee<br>shop<br>Swimming pool /<br>Fitness            |
| 10.   | 3Howw Hostel<br>Sukhumvit 21                           | 2   | Hostel                   |           | Nov,<br>2013 | 6    | 18               | 24 - 90<br>18                | 550<br>1,500 -<br>1,700                   | Public kitchen                                                        |
| 11.   | Sacha'S Hotel Uno                                      | 3   | Midscale<br><br>Boutique | Uno Group | 2008         | 5    | 56               | 25 - 30                      | 1,200 -<br>3,000                          | Restaurants / coffee<br>shop<br>Shuttle service<br>Exercise Gym / Spa |

จากตารางที่ 5.2 พบว่ามีโรงแรมอยู่ในบริเวณใกล้เคียงอยู่ค่อนข้างมาก และส่วนใหญ่เป็นระดับกลางถึงบน รวมถึงมีการเปิดตัวโรงแรมอยู่ปีนระยะ นั้นบ่งบอกถึงศักยภาพในบริเวณนี้ที่สามารถพัฒนาพื้นที่เป็นโรงแรมได้

#### 5.4 การวิเคราะห์ตลาดของคอนโดมิเนียม

##### 5.4.1 การแบ่งประเภทของคอนโดมิเนียม

อ้างอิงจาก CBRE (2016) ได้แบ่งคอนโดมิเนียมออกเป็น 6 ประเภท ตามกลุ่มระดับราคาต่อตารางเมตรของโครงการ ดังตารางที่ 5.3

ตารางที่ 5.3 ประเภทคอนโดมิเนียม

| ประเภท       | ราคา                                                                        |
|--------------|-----------------------------------------------------------------------------|
| Super Luxury | ราคาสูงกว่า 300,000 บาท/ตร.ม.(ราคาต่อยูนิต เริ่มต้น 20 ล้านบาท)             |
| Luxury       | ราคาอยู่ระหว่าง 200,000-299,999 บาท/ตร.ม.(ราคาต่อยูนิต เริ่มต้น 10 ล้านบาท) |
| High End     | ราคาอยู่ระหว่าง 120,000-199,999 บาท/ตร.ม.(ราคาต่อยูนิต เริ่มต้น 5 ล้านบาท)  |
| Upscale      | ราคาอยู่ระหว่าง 90,000-119,999 บาท/ตร.ม.                                    |
| Mid-Range    | ราคาอยู่ระหว่าง 70,000-89,999 บาท/ตร.ม.                                     |
| Entry Level  | ราคาต่ำกว่า 69,999 บาท/ตร.ม.                                                |

##### 5.4.2 อุปทานในคอนโดมิเนียม

อุปทานของคอนโดมิเนียมในย่านใจกลางเมืองนั้น CBRE (2016) ระบุว่า ในไตรมาสที่ 2 ปี 2559 คอนโดมิเนียมที่ตั้งอยู่ในบริเวณสุขุมวิท มีจำนวนคิดเป็น 31% หรือ 35,756 ยูนิต ของจำนวนคอนโดมิเนียมทั้งหมดในบริเวณใจกลางเมือง 114,765 หน่วย ซึ่งมากเป็นอันดับหนึ่ง จึงกล่าวได้ว่าในบริเวณที่ดินเป็นตลาดของคอนโดมิเนียมที่ค่อนข้างใหญ่พอสมควร แต่ราคาคอนโดมิเนียมไม่ลดลง และก็ไม่ได้มีการเพิ่มขึ้นเช่นกัน ส่วนอัตราการเปิดตัวโครงการ พบว่า โดยรวมมีการชะลอตัวลง แต่โครงการที่เปิดตัวในย่านใจกลางเมืองยังถือว่ามีความน่าสนใจและถือว่าประสบความสำเร็จ ซึ่งมีรายละเอียดตามตารางที่ 5.4

ตารางที่ 5.4 อุปทานคอนโดมิเนียมในย่าน อโศก

| ลำดับ | ชื่อโครงการ                         | ผู้พัฒนา                             | CLASS        | เปิดตัวโครงการ           | ขนาดที่ดินโครงการ | พื้นที่ใช้สอย | จำนวนยูนิต                                                    | ที่จอดรถ                                             | ราคาเริ่มต้น (ลบ.)               | ราคา/ตร.ม.                                           |
|-------|-------------------------------------|--------------------------------------|--------------|--------------------------|-------------------|---------------|---------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|----------------------------------|------------------------------------------------------|
| 1     | The Lofts Asoke<br>(เดอะลอฟท์ อโศก) | Raimon Land                          | LUXURY CLASS | มิถุนายน 2019            | 1.5 ไร่           | 45            | คอนโด High Rise 45 ชั้น 211 ยูนิต                             | ที่จอดรถ ประมาณ 216 คันคิดเป็น 100%                  | 8.3-30.1 ล้านบาท                 | ราคาเฉลี่ยต่อตารางเมตร ทั้งโครงการ 200,000 บาท/ตร.ม. |
| 2     | Life Asoke (ไลฟ์ อโศก )             | บริษัท เอพี (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) |              |                          | 6-2-85 ไร่        | 24-54         | คอนโด High Rise 35 ชั้น 1 อาคาร 1,642 ยูนิต และร้านค้า 3 ร้าน | ที่จอดรถ ประมาณ 675 คันคิดเป็น 41 % ไม่รวมจอดซ้อนคัน |                                  |                                                      |
| 3     | Rhythm อโศก                         | บริษัท AP Thai จำกัด (มหาชน)         | HIGH CLASS   | คาดว่าจะแล้วเสร็จปี 2559 | 1-2-86 ไร่        | 21.5-41.5     | คอนโด High Rise 37 ชั้น 1 อาคาร 385 ยูนิต                     | ที่จอดรถรวมจอดซ้อนคัน คิดเป็น 46%                    | ราคาเริ่มต้น ประมาณ 2.58 ล้านบาท | ราคาต่อตารางเมตร ประมาณ 120,000 - 140,000 บาท        |



ตารางที่ 5.4 อุปทานคอนโดมิเนียมในย่าน อโศก (ต่อ)

| ลำดับ | ชื่อโครงการ                     | ผู้พัฒนา                             | CLASS              | เปิดตัวโครงการ   | ขนาดที่ดินโครงการ | พื้นที่ใช้สอย | จำนวนยูนิต                                | ที่จอดรถ                                               | ราคาเริ่มต้น (ลบ.)                          | ราคา/ตร.ม.                                           |
|-------|---------------------------------|--------------------------------------|--------------------|------------------|-------------------|---------------|-------------------------------------------|--------------------------------------------------------|---------------------------------------------|------------------------------------------------------|
| 4     | THE ESSE Asoke<br>(ดิ เอส อโศก) | Singha Estate Public Company Limited | SUPER LUXURY CLASS | เดือนมีนาคม 2561 | 2-2-74.4 ไร่      | 37-195        | คอนโด High Rise 55 ชั้น 1 อาคาร 419 ยูนิต | ประมาณ 432 คันคิดเป็น 102% และที่จอดรถ Superbike 9 ที่ | ราคาห้องเริ่มต้น 7.69 ล้านบาทถึง 26 ล้านบาท | ราคาเฉลี่ยต่อตารางเมตร ทั้งโครงการ 220,000 บาท/ตร.ม. |
| 5     | The Address Asoke               | บริษัท AP Thai จำกัด (มหาชน)         | HIGH CLASS         | 2556             | 3-3-77 ไร่        | 45-75         | คอนโด High Rise 44 ชั้น 1 อาคาร 574 ยูนิต |                                                        | 4.00 ล้านบาท                                | 120,000 บาท                                          |
| 6     | Villa Asoke                     | TCC Capital Land                     | UPPER CLASS        |                  | 4-1-15 ไร่        | 40-307        | คอนโด High Rise 42 ชั้น 525 Units         | ที่จอดรถ ประมาณ 381 คัน คิดเป็น 73%                    | 4.00 ล้านบาท                                | 105,000-125,000 บาท                                  |

ตารางที่ 5.4 อุปทานคอนโดมิเนียมในย่าน อโศก (ต่อ)

| ลำดับ | ชื่อโครงการ                  | ผู้พัฒนา             | CLASS        | เปิดตัวโครงการ | ขนาดที่ดินโครงการ | พื้นที่ใช้สอย | จำนวนยูนิต                                | ที่จอดรถ                                                  | ราคาเริ่มต้น (ลบ.)           | ราคา/ตร.ม.                                                 |
|-------|------------------------------|----------------------|--------------|----------------|-------------------|---------------|-------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|------------------------------|------------------------------------------------------------|
| 7     | Supalai Premiere Place Asoke | Supalai              |              | 2549           |                   |               | คอนโด High Rise 30 ชั้น 285 Units         |                                                           |                              |                                                            |
| 8     | Q Asoke (คิว อโศก)           | Quality Houses., Plc | LUXURY CLASS | พฤศจิกายน 2558 | 3.35 ไร่          | 30-269        | คอนโด High Rise 41 ชั้น 1 อาคาร 482 ยูนิต | ที่จอดรถ ประมาณ 310 คัน รวมจอดซ้อนคัน 390 คัน คิดเป็น 80% | ราคาห้องเริ่มต้น 7.9 ล้านบาท | ราคาเฉลี่ยต่อตารางเมตร ทั้งโครงการ 180,000 บาทต่อตารางเมตร |

### 5.4.3 อุปสงค์ในคอนโดมิเนียม

ตามรายงาน CBRE (2016) อัตราการเช่าอยู่ (Occupancy Rate) ของคอนโดมิเนียมในบริเวณสุขุมวิทโดยเฉลี่ยในช่วงไตรมาสที่ 2 ปี 2559 อยู่ที่ประมาณ 80.4% ซึ่งมากกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวมของคอนโดมิเนียมในย่านใจกลางเมืองซึ่งอยู่ที่ 79.4% เล็กน้อย มีการขายอุปทานในอนาคตได้ถึง 68.4% หรือ 19,465 ยูนิต โดยอัตราการซื้อชะลอตัวลง เนื่องจากการขาดความเชื่อมั่นในภาคเศรษฐกิจของประชาชน

จากข้อมูลดังกล่าวสามารถสังเกตได้ว่าในบริเวณอโศกคอนโดมิเนียมระดับ Luxury และ Entry-Level นั้นเป็นที่นิยม ซึ่งทั้งสองกลุ่มนี้มีระดับราคาที่ค่อนข้างแตกต่างกันมาก ตลาดคอนโดมิเนียมในบริเวณที่ตั้งของโครงการมีทั้งกลุ่มลูกค้าระดับบนและระดับล่าง ด้วยตำแหน่งที่ตั้งของโครงการอยู่ไม่ไกลจากโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย (550 เมตร) และโรงเรียนนานาชาติ NIST (1 กิโลเมตร) รวมถึงมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (500 เมตร) จึงมีอุปสงค์บางกลุ่มที่ต้องการคอนโดมิเนียมเป็นห้องขนาดเล็กเพื่อให้บุตรสามารถอยู่อาศัยได้ในช่วงวันจันทร์-ศุกร์ เพื่อความสะดวกในการเดินทางไปสถานศึกษาและจะกลับไปที่บ้านบริเวณชานเมืองในช่วงสุดสัปดาห์

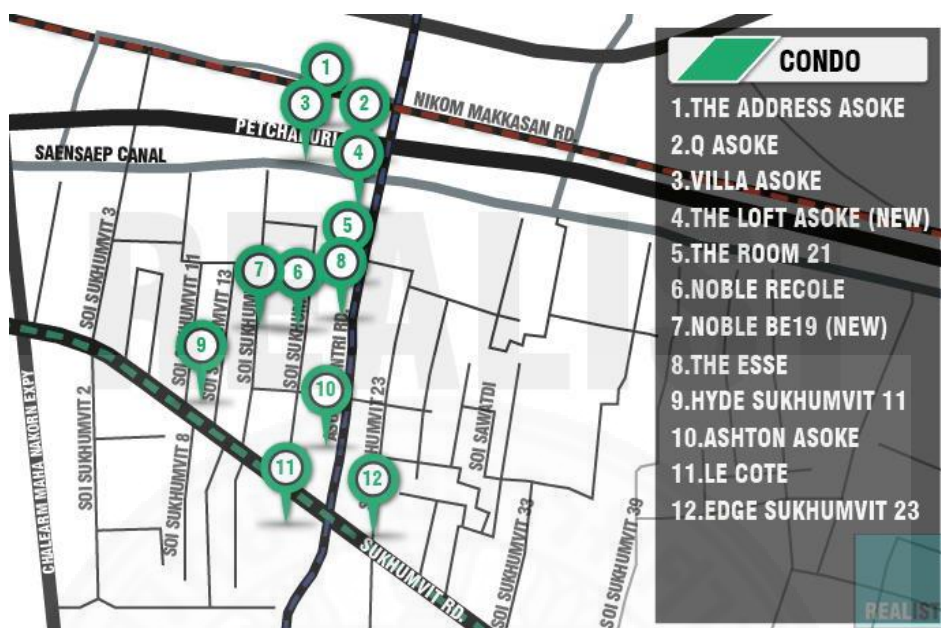
### 5.4.4 แนวโน้มตลาดคอนโดมิเนียมในอนาคต

จากการประมาณการโดย CBRE (2016) ระบุว่าภายในปี 2562 จะมีคอนโดมิเนียมสร้างเสร็จในบริเวณใจกลางเมืองเกิดขึ้น 28,044 ยูนิต โดย 23% หรือ 6,489 ยูนิต นั้นอยู่ในบริเวณสีลม/สาทรซึ่งมากเป็นอันดับที่สองรองจากคอนโดมิเนียมที่จะเกิดขึ้นในบริเวณสุขุมวิท (30% หรือ 8,439 ยูนิต) ทั้งนี้สามารถขายได้แล้ว 75% หรือ 4,869 ยูนิต

เมื่อพิจารณาตามระดับของโครงการคอนโดมิเนียมแล้วพบว่าคอนโดมิเนียมระดับ High-End สามารถขายได้มากถึง 80.3% รองลงมาคือระดับ Entry-Level 78.7%, Mid-Range 71.4%, Luxury 66.8%, Super Luxury 55.4% และ Upscale 52.8%

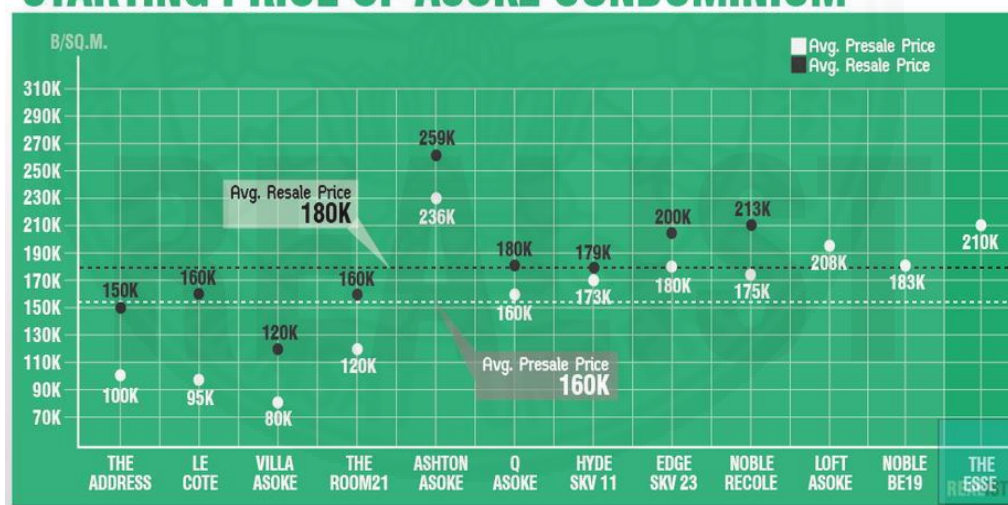
ส่วนใหญ่ (63%) จะเป็นรูปแบบขนาด 1 ห้องนอนรองลงมาคือขนาด 2 ห้องนอน (26%) และห้องสตูดิโอ (6%) ในขณะที่รูปแบบ 3 ห้องนอน, รูปแบบ duplex, 4 ห้องนอนและห้องขนาด pent-house รวมกันเป็นสัดส่วนเพียง 5% เท่านั้น

ในจำนวนคอนโดมิเนียมบริเวณใจกลางเมืองที่จะเกิดขึ้น 28,044 ยูนิต พบว่า ส่วนใหญ่ (48%) จะตั้งอยู่ในระยะ 800 เมตรจากสถานีรถไฟฟ้า BTS ที่มีอยู่ในปัจจุบันรองลงมา (35%) จะอยู่ในระยะที่มากกว่า 800 เมตรจากสถานีขนส่งสาธารณะและ 17% จะตั้งอยู่ภายในระยะ 800 เมตรจากสถานีรถไฟใต้ดิน MRT หากพิจารณาย่านอโศกมีคอนโดมิเนียมกระจายตัวอยู่ตามภาพที่ 5.3 และมีราคาต่อตารางเมตรตามภาพที่ 5.4



ภาพที่ 5.3 คอนโดมิเนียมย่าน อโศก ที่มา [www.realist.com](http://www.realist.com)

## STARTING PRICE OF ASOKE CONDOMINIUM



ภาพที่ 5.4 ราคาคอนโดมิเนียมย่าน อโศก ที่มา [www.realist.com](http://www.realist.com)

ตารางที่ 5.5 Absorption Rate โครงการคอนโดมิเนียมย่านอโศก

| ชื่อโครงการ    | ผู้พัฒนา | เปิดตัวโครงการ | โครงการสร้างเสร็จ | จำนวนห้อง | sold | unsold | ร้อยละ |
|----------------|----------|----------------|-------------------|-----------|------|--------|--------|
| Q Asoke        | QH       | Q1 2013        | Q4 2015           | 482       | 439  | 43     | 91%    |
| Ashton Asoke   | ANAN     | Q4 2014        | Q4 2017           | 783       | 767  | 16     | 98%    |
| The Loft Asoke | RML      | Q4 2015        | Q4 2018           | 211       | 151  | 60     | 72%    |
| The EsseAsoke  | SINGHA   | Q1 2014        | Q4 2017           | 419       | 335  | 84     | 80%    |

จากการสำรวจอัตราดูดซับของคอนโดมิเนียมย่านอโศก ตามตารางที่ 5.5 พบว่า มีคอนโดมิเนียมระดับ Luxury ซึ่งเกิดใหม่ 4 โครงการ ได้แก่ Q Asoke, Ashton Asoke, The Loft Asoke และ The EsseAsoke ซึ่งทั้งสี่โครงการสามารถขายห้องพัก (โดยเฉพาะ ห้องประเภท 1 ห้องนอน) ได้ถึง 72-98% จึงทำให้เห็นถึงศักยภาพและความสามารถซื้อของกลุ่มเป้าหมาย

## 5.5 การวิเคราะห์ตลาดของที่อยู่อาศัยรวมปล่อยเช่า (เซอร์วิส อพาร์ทเมนต์ และอพาร์ทเมนต์)

### 5.5.1 การแบ่งประเภทของเซอร์วิส อพาร์ทเมนต์

CBRE (2016) ได้แบ่งเซอร์วิส อพาร์ทเมนต์ ออกเป็น 2 ประเภทตามกลุ่มระดับราคาต่อตารางเมตรของโครงการ โดยส่วนใหญ่ในระดับราคานี้ๆ เป็นหลักดังต่อไปนี้

#### 1) Grade A

ส่วนมากตั้งอยู่ติดถนนสายหลักในเขตศูนย์กลางธุรกิจสามารถเดินทางเข้าถึงโดยง่าย รวมถึงมีสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยและมีความเป็นส่วนตัวสูง ได้รับการออกแบบ ทั้งการจัดวางห้องพัก และการตกแต่งภายใน อย่างดี บริหารงานโดยกลุ่มธุรกิจโรงแรมต่างชาติภายใต้แบรนด์ที่หรูหรามีระดับ โดยการให้บริการเทียบเท่ากับโรงแรม ในระดับ first class

#### 2) Grade B

ส่วนมากตั้งอยู่ในซอยใกล้ถนนสายหลักในเขตศูนย์กลางธุรกิจสามารถเดินทางเข้าถึงได้ไม่ยาก รวมถึงมีสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยและมีความเป็นส่วนตัวปานกลาง ได้รับการออกแบบ ทั้งการจัดวางห้องพัก และการตกแต่งภายในปานกลาง บริหารงานโดยกลุ่มธุรกิจโรงแรมต่างชาติระดับล่าง หรือบริหารโดยบริษัทไทย โดยการให้บริการที่เพียงพอต่อการใช้งาน

### 5.5.2 อุปสงค์ อุปทานในตลาดของที่อยู่อาศัยรวมปล่อยเช่า (เซอร์วิส อพาร์ทเมนต์ และอพาร์ทเมนต์)

อุปสงค์ในตลาดของที่อยู่อาศัยรวมปล่อยเช่า พบว่า อัตราการเข้าพักเซอร์วิส อพาร์ทเมนต์ สูงถึง 83.4% ซึ่งเน้นการแข่งขันกับโรงแรมที่ปล่อยให้เช่ารายวัน โดยมีค่าเช่าเฉลี่ยใน โซนสุขุมวิทอยู่ที่ 1,098 บาท ต่อตารางเมตรต่อเดือน เพิ่มขึ้น 1.2% จากปีก่อนหน้า

อัตราการเข้าพักของอพาร์ทเมนต์อยู่ที่ 95.7% แต่ไม่มีการปรับราคาห้องพักเพิ่มขึ้น เมื่อเทียบกับจำนวนชาวต่างชาติที่เข้ามาทำงานในประเทศไทยที่เพิ่มขึ้น โดยคิดเป็นชาวจีนที่เพิ่มขึ้นมา 53% นอกจากรูปแบบ 1 ห้องนอน ยังพบว่า มีอุปสงค์ในห้องพักรูปแบบ 2-3 ห้องนอน

จากการพิจารณาอุปทานในตารางที่ 5.6 ที่อยู่อาศัยรวมปล่อยเช่า พบว่า เป็นการ แข่งขันระหว่างกลุ่มโรงแรม กลุ่มคอนโดมิเนียม รวมถึงอพาร์ทเมนต์ และเซอร์วิส อพาร์ทเมนต์ เนื่องจากเป็นสินค้าทดแทน โดยสามารถปล่อยเช่าได้ 70-80%

ตารางที่ 5.6 อู่พทานที่อยู่อาศัยรวมปล่อยเช่าในย่าน โอโศก

| ลำดับ | ชื่อโครงการ                                | ผู้พัฒนา                            | ปีที่สร้าง | APARTMENT /SERVICED        | ชั้น | จำนวนห้อง | พื้นที่ (ตร.ม.) | ค่าเช่า (บาท/ตร.ม.) | ค่าไฟ (บาท)                             | ค่าน้ำ /ยูนิต | อัตราค่าเช่าต่อเดือน | สิ่งอำนวยความสะดวก                                                                                                                                 |
|-------|--------------------------------------------|-------------------------------------|------------|----------------------------|------|-----------|-----------------|---------------------|-----------------------------------------|---------------|----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1     | Citadines Apart Hotel Sukhumvit 23 Bangkok | Ascott Group & Boutique Corporation | 2008       | Serviced Apartment / Hotel | 8    | 138       | 28<br>45        |                     | Utilities rate add ฿6 per kilowatt hour |               | 38,000 - 51,000      | Swimming pool/<br>Fitness<br><br>Restaurants/<br>coffee shop<br>Shuttle service<br>Additional option for month rate<br>House Cleaning (added cost) |

ตารางที่ 5.6 อุปทานที่อยู่อาศัยรวมปล่อยเช่าในย่าน อโศก (ต่อ)

| ลำดับ | ชื่อโครงการ                                  | ผู้พัฒนา    | ปีที่สร้าง | APARTMENT /SERVICED                    | ชั้น | จำนวนห้อง                         | พื้นที่ (ตร.ม.)        | ค่าเช่า (บาท/ตร.ม.) | ค่าไฟ (บาท) | ค่าน้ำ /ยูนิต | อัตราค่าเช่าต่อเดือน | สิ่งอำนวยความสะดวก                                                         |
|-------|----------------------------------------------|-------------|------------|----------------------------------------|------|-----------------------------------|------------------------|---------------------|-------------|---------------|----------------------|----------------------------------------------------------------------------|
| 2     | Grand Mercure Bangkok<br><br>Asoke Residence |             | 2006       | Serviced Apartment / Hotel & Residence | 29   | 10<br><br>จาก<br><br>76           | 71<br><br>80<br><br>96 |                     |             |               | 24,000 - 100,000     | Swimming pool/ Fitness<br><br>Shuttle service<br>Parking lot<br>Restaurant |
| 3     | Asoke Place<br>อโศก เฟลส                     | Asoke Place | 1996       | Condominium                            | 40   | 344<br><br>เช่า (68)<br>ขาย (144) | 60<br><br>80           | 500                 | 8           | 18            | 20,000 - 53,000      | ค่าส่วนกลาง<br>35 บาท/ตร.ม.<br>Swimming pool/ Fitness<br>Parking lot       |



ตารางที่ 5.6 อุปทานที่อยู่อาศัยรวมปล่อยเช่าในย่าน อโศก (ต่อ)

| ลำดับ | ชื่อโครงการ                                                       | ผู้พัฒนา        | ปีที่สร้าง | APARTMENT /SERVICED        | ชั้น | จำนวนห้อง | พื้นที่ (ตร.ม.)         | ค่าเช่า (บาท/ตร.ม.) | ค่าไฟ (บาท)  | ค่าน้ำ /ยูนิต | อัตราค่าเช่าต่อเดือน | สิ่งอำนวยความสะดวก                                                                                       |
|-------|-------------------------------------------------------------------|-----------------|------------|----------------------------|------|-----------|-------------------------|---------------------|--------------|---------------|----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 4     | Asoke Residence Sukhumvit<br><br>(RS Residence AsokeSukhumvit 21) | Asoke Residence | 2005       | Serviced Apartment / Hotel | 5    | 52        | 38<br><br>85<br><br>123 |                     | ฿6 per unit. | ฿20 per unit. | 20,000 - 55,000      | Swimming pool/<br>Fitness<br>Restaurants/<br>coffee shop<br><br>Shuttle service<br>Breakfast not include |
| 5     | Wellness Residence<br><br>(SereneAsoke Suites)<br>Sukhumvit 9     |                 |            | Serviced Apartment / Hotel | 5    |           | 25<br><br>30            |                     |              |               |                      | เซเว่น<br>อีเลฟเว่น<br><br>Spa lounge/<br>Massage                                                        |

ตารางที่ 5.6 อู่พานที่อยู่อาศัยรวมปล่อยเช่าในย่าน อโศก (ต่อ)

| ลำดับ | ชื่อโครงการ                                                | ผู้พัฒนา           | ปีที่สร้าง | APARTMENT /SERVICED    | ชั้น | จำนวนห้อง                          | พื้นที่ (ตร.ม.)     | ค่าเช่า (บาท/ตร.ม.) | ค่าไฟ (บาท) | ค่าน้ำ /ยูนิต | อัตราค่าเช่าต่อเดือน | สิ่งอำนวยความสะดวก                                                           |
|-------|------------------------------------------------------------|--------------------|------------|------------------------|------|------------------------------------|---------------------|---------------------|-------------|---------------|----------------------|------------------------------------------------------------------------------|
| 6     | Jaspal's Resident 1 Sukhumvit 23<br>ยัสपाल เรสซิเดนเชียล 1 | Jaspal Group       | 1994       | Apartment              | 19   | 28                                 | 280<br><br>365      |                     | 5           |               | 95,000 - 160,000     | Swimming pool/Fitness Fully facilities for family activities Shuttle service |
| 7     | Ashton Asoke                                               | Ananda Development | 2014       | Condominium (high-end) | 50   | 783<br><br>เช่า (389)<br>ขาย (591) | 30 - 34<br>46<br>64 |                     |             |               | 22,000 - 78,000      | Swimming pool/Fitness Parking lot Sky Lounge Social Club Garden              |

ตารางที่ 5.6 อุทยานที่อยู่อาศัยรวมปล่อยเช่าในย่าน อโศก (ต่อ)

| ลำดับ | ชื่อโครงการ                                 | ผู้พัฒนา                | ปีที่สร้าง | APARTMENT /SERVICED             | ชั้น | จำนวนห้อง | พื้นที่ (ตร.ม.)    | ค่าเช่า (บาท/ตร.ม.) | ค่าไฟ (บาท) | ค่าน้ำ /ยูนิต | อัตราค่าเช่าต่อเดือน | สิ่งอำนวยความสะดวก                                                          |
|-------|---------------------------------------------|-------------------------|------------|---------------------------------|------|-----------|--------------------|---------------------|-------------|---------------|----------------------|-----------------------------------------------------------------------------|
| 8     | Tints of Blue Residence<br><br>Sukhumvit 27 | Tints of Blue Residence | 2015       | Hotel/<br>Serviced<br>Residence | 8    | 42        | 23<br><br>29<br>31 |                     |             |               |                      | Swimming pool/<br>Fitness<br>Parking lot<br>Restaurants<br>Shuttle serviced |

## 5.6 การวิเคราะห์ตลาดของศูนย์การค้า

ภาพรวมกลุ่มศูนย์การค้ากลับมาฟื้นตัว โดยมีอัตราการเติบโตเชิงบวก และ sales index ที่ 8.25% อย่างไรก็ตามยังไม่มี的增加ค่าเช่า การพัฒนาโครงการศูนย์การค้ายังต้องคำนึงถึงการแข่งขันกับ online shopping และ e-commerce

### 5.6.1 อุปสงค์ในศูนย์การค้า

อโศก นับเป็นแหล่งที่มีอาคารสำนักงานหนาแน่น ที่อยู่ในเขตวัฒนา และยังเป็นที่อยู่อาศัยหนาแน่นเป็นอันดับที่ 19 จาก 50 เขตปกครองในกรุงเทพมหานคร อีกทั้งเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อจึงปฏิเสธไม่ได้ว่า ย่านอโศกเป็นอีกหนึ่งทำเลที่มีศักยภาพในการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เชิงศูนย์การค้าได้

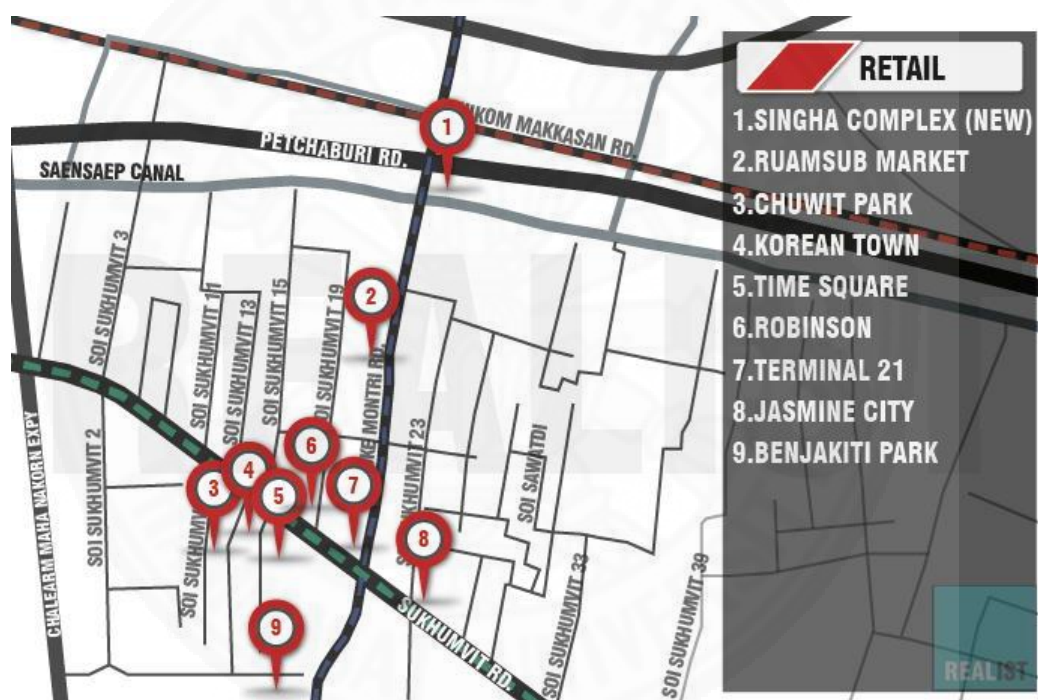
### 5.6.2 อุปทานในศูนย์การค้า

หากวิเคราะห์ในพื้นที่การค้า (Trade Area) จะสามารถพบว่า อุปทานศูนย์การค้าปัจจุบันที่มีอยู่ ได้แก่ Terminal 21 ที่ปากทางอโศก และเซ็นทรัลพระราม 9 และฟอร์จูน ทางฝั่งพระราม 9 ซึ่งมีอัตราการเช่าที่สูง ส่วนอุปทานตลาด/ตลาดนัดในพื้นที่ พบว่า ตลาดใต้ตึกเสริมมิตร ตลาดนัดใต้ตึกรัชภาคย์ ตลาดที่มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ รวมถึงตลาดสุขตา ใกล้อาคารสำนักงาน GMM นอกจากนี้ยังมีศูนย์การค้าอื่นๆในพื้นที่ตามภาพที่ 5.5 และหากพิจารณาอัตราการเช่า จะพิจารณาจากอัตราการเช่าของ Terminal 21 ตามตารางที่ 5.7 มีอัตราการเช่าเกือบเต็มพื้นที่แสดงถึงศักยภาพของพื้นที่

อุปทานในอนาคตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น ได้แก่ Singha Complex ซึ่งยังอยู่ในระหว่างการก่อสร้าง ทั้งนี้ที่ดินซึ่งปัจจุบันยังคงสภาพตลาดอยู่นั้น รวมถึง Mid Town Asoke (ซึ่งมีอัตราการเช่าต่ำกว่า 90%) สะท้อนให้เห็นว่าผู้มาใช้บริการจำนวนมาก แต่เกิดขึ้นเฉพาะช่วงเวลาพักกลางวัน คือ 11.00 น.-14.00 น. เท่านั้น จึงจำเป็นจะต้องมีการส่งเสริมด้านการตลาดเพื่อพัฒนาศูนย์การค้าต่อไป

ตารางที่ 5.7 อัตราการเข้าสู่ศูนย์การค้า Terminal 21

|                                            | 2556  | 2557  | 2558  |
|--------------------------------------------|-------|-------|-------|
| จำนวนผู้เข้า                               | 599   | 608   | 599   |
| พื้นที่เช่า (ตร.ม.)                        | 31646 | 31676 | 31846 |
| อัตราการเช่าพื้นที่                        | 98 %  | 99 %  | 98 %  |
| อัตราค่าเช่าโดยเฉลี่ย<br>(บาท/ตร.ม./เดือน) | 1694  | 1765  | 1958  |



ภาพที่ 5.5 ศูนย์การค้าในย่านอโศก

ตารางที่ 5.8 สรุปภาพรวมตลาดอสังหาริมทรัพย์ย่าน อโศก

|             | Pricing                                                                                                                                                                        | Take up rate                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Office      | อัตราค่าเช่า (rent) ของอาคารสำนักงานเกรด B ในพื้นที่ศูนย์กลางธุรกิจ เท่ากับ 672 บาท/ตารางเมตร ส่วนสำนักงานเกรด A อยู่ที่ 931 บาท/ตารางเมตร                                     | ข้อมูลอุปทานจาก Knight Frank พบว่า มีอัตราเช่าอยู่ที่ 87-100%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Hotel       | จะเห็นได้ว่าตลาดโรงแรมในย่านอโศกส่วนใหญ่เป็นโรงแรมระดับกลางซึ่งมีราคาห้องพักต่อคืนไม่สูงมากนักโดยมีอัตราค่าห้องพักเฉลี่ย (Average Daily Room Rates: ADR) ไม่เกิน 4,500 บาท/คืน | ข้อมูลจากการสำรวจพื้นที่ พบว่า อัตราเข้าพักของโรงแรมในย่านอโศก อยู่ที่ 60-70% โดยส่วนใหญ่เป็นนักธุรกิจซึ่งมางานสัมมนา                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Condominium | ราคาคอนโดมิเนียม Presale เฉลี่ย อยู่ที่ 160,000 ต่อตารางเมตร<br>ราคาคอนโดมิเนียม Resale เฉลี่ย อยู่ที่ 180,000 ต่อตารางเมตร                                                    | จากการสำรวจอัตราดูดซับของคอนโดมิเนียมย่านอโศก พบว่า มีคอนโดมิเนียมระดับ Luxury ซึ่งเกิดใหม่ 4 โครงการ ซึ่งสามารถขายห้องพัก (โดยเฉพาะ ห้องประเภท 1 ห้องนอน) ได้ถึง 72-98% จึงทำให้เห็นถึงศักยภาพและความสามารถซื้อของกลุ่มเป้าหมายเมื่อพิจารณาตามระดับของโครงการคอนโดมิเนียมแล้ว พบว่าคอนโดมิเนียมระดับ High-End สามารถขายเฉลี่ยได้มากถึง 80.3% ทั้งนี้ยังมีอุปสงค์ในการเช่าพื้นที่คอนโดมิเนียมเพื่อการอยู่อาศัยรายเดือน |

ตารางที่ 5.8 สรุปภาพรวมตลาดอสังหาริมทรัพย์ย่าน อโศก (ต่อ)

|                    | Pricing                                                                                                                                               | Take up rate                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|--------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Serviced Apartment | ค่าเช่าเฉลี่ยในโซนสุขุมวิทอยู่ที่ 1,098 บาทต่อ ตร.ม. ต่อ เดือน เพิ่มขึ้น 1.2% เทียบกับปีก่อนหน้า ผู้เช่าส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติซึ่งมาทำงานในประเทศไทย | อัตราเข้าพักเซอร์วิส อพาร์ทเมนต์ สูงถึง 84.3% โดยเน้นการแข่งขันกับโรงแรมซึ่งปล่อยเช่ารายวัน                                                                                                                                                                                              |
| Retail             | โดยภาพรวม กลุ่มศูนย์การค้า กลับมาฟื้นตัว โดยยังมีอัตราการเติบโตเชิงบวก และ sales index ที่ 25.8% อย่างไรก็ตามยังไม่มี การเพิ่มค่าเช่า                 | ข้อมูลจากการสำรวจพื้นที่ พบว่า แม้การเช่าพื้นที่ในศูนย์การค้า Terminal21 และ Central Grand Rama 9 มีอัตราการเช่าที่ 99-100% แต่ศูนย์การค้า อย่าง Midtown Asoke และตลาดต่างๆ ในละแวกมีอัตราการเช่าต่ำกว่า โดยมี traffic พนักงานออฟฟิศ รวมถึงนักเรียน นักศึกษา ในละแวก เฉพาะช่วงพักกลางวัน |

จากการสรุปความเป็นไปได้ทางด้านตลาดตามตารางที่ 5.8 พบว่าทั้งสำนักงาน โรงแรม คอนโดมิเนียม เซอร์วิส อพาร์ทเมนต์ ศูนย์การค้า ล้วนแล้วมีความเป็นไปได้ในการพัฒนาโครงการทั้งสิ้น

## 5.7 การวิเคราะห์ทางการเงิน

เมื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของการใช้ประโยชน์จากข้อมูลการตลาดเพื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน จึงพบข้อมูลดังนี้

### 5.7.1 วิเคราะห์การเงินอาคารสำนักงาน

การวิเคราะห์ทางการเงินเบื้องต้นด้วยวิธี Front door ของอาคารสำนักงานได้ตามตารางที่ 5.9

ตารางที่ 5.9 การวิเคราะห์การเงินเบื้องต้นของอาคารสำนักงาน

| อาคารสำนักงาน             |                  |                    |
|---------------------------|------------------|--------------------|
| ต้นทุนด้านที่ดิน          |                  |                    |
| ขนาดแปลงที่ดิน            | 1,723.00         | ตรว                |
| ราคาที่ดิน                | 900,000.00       | บาท/ตรว            |
| ค่าพัฒนาที่ดิน            | 500.00           | บาท/ตรว            |
| ต้นทุนค่าที่ดิน           | 1,551,561,500.00 | บาท                |
| FAR                       | 10               |                    |
| พื้นที่ขาย                | 45%              | ของพื้นที่ก่อสร้าง |
| พื้นที่ขาย                | 31,014.00        | ตารางเมตร          |
| สมมติฐานการดำเนินงาน      |                  |                    |
| Occupancy rate            | 95.00%           |                    |
| Operating expense         | 30.00%           | ของรายได้          |
| ธนาคารปล่อยกู้ค่าที่ดิน   | 70.00%           | ของค่าที่ดิน       |
| ธนาคารปล่อยกู้ค่าก่อสร้าง | 70.00%           | ของค่าก่อสร้าง     |



ตารางที่ 5.9 การวิเคราะห์การเงินเบื้องต้นของอาคารสำนักงาน (ต่อ)

| อาคารสำนักงาน (ต่อ)                                   |                  |           |
|-------------------------------------------------------|------------------|-----------|
| สมมติฐานการดำเนินงาน (ต่อ)                            |                  |           |
| Debt coverage                                         | 120.00%          | ของNOI    |
| จำนวนปีที่คาดว่าจะคืนทุน                              | 10               | ปี        |
| อัตราดอกเบี้ยกู้                                      | 8.81%            |           |
| ตัวคูณเพื่อหาจำนวนเงิน<br>ที่ต้องผ่อนจ่ายธนาคารทั้งปี | 15.08%           |           |
| สมมติฐานว่าจ่ายเงินกู้เดือนละครั้ง                    |                  |           |
| ต้นทุนด้านการก่อสร้าง (ต่อ)                           |                  |           |
| ค่าก่อสร้าง                                           | 28,000.00        | บาท/ตร.ม. |
| พื้นที่ก่อสร้าง                                       | 68,920.00        | ตร.ม.     |
| ค่าขออนุญาต EIA                                       | 1,000,000.00     | บาท       |
| รวมค่าก่อสร้าง                                        | 1,929,760,000.00 | บาท       |
| รวมค่าก่อสร้างและค่าขออนุญาต EIA                      | 1,930,760,000.00 | บาท       |
| Frontdoor analysis                                    |                  |           |
| เงินกู้ค่าที่ดิน                                      | 1,086,093,050.00 | บาท       |
| เงินกู้ค่าก่อสร้าง                                    | 1,351,532,000.00 | บาท       |
| เงินกู้ทั้งหมด                                        | 2,437,625,050.00 | บาท       |
| เงินกู้ที่ต้องชำระรายปี                               | 367,583,896.28   | บาท       |
| Required NOI                                          | 441,100,675.54   | บาท       |
| Required EGI                                          | 630,143,822.20   | บาท       |
| Required PGI                                          | 663,309,286.53   | บาท       |
| Rent per sqm. Per month                               | 1,782.28         | บาท       |

เนื่องจากอาคารสำนักงานในย่านอโศกได้รับการพัฒนามานาน อาคารส่วนใหญ่จึงมีสภาพเก่า และถึงแม้จะเป็นย่านในเขตศูนย์กลางธุรกิจ แต่ไม่ได้มีการกระจุกตัวของกลุ่มธุรกิจจึงไม่ได้มีอัตลักษณ์เฉพาะย่าน ราคาเช่าเฉลี่ยบนถนนอโศกมนตรีซึ่งอยู่ที่ 672 บาท จึงทำให้ศักยภาพทางการเงินเป็นไปได้ยาก หากเลือกพัฒนาโครงการอาคารสำนักงานอย่างเดียว และถึงแม้จะมีโครงการ Singha Complex มาช่วยดึงอัตราค่าเช่าตลาด ความเป็นไปได้ในการเรียกค่าเช่าในพื้นที่ดินนี้ยังมีไม่มาก โดยสรุป อัตราค่าเช่าเฉลี่ยต่อตารางเมตร ต่อเดือน ของการพัฒนาโครงการอาคารสำนักงานแพงเกินไป

### 5.7.2 วิเคราะห์การเงินโรงแรม

การวิเคราะห์ทางการเงินเบื้องต้นด้วยวิธี Front door ของโรงแรมได้ตามตารางที่

5.10

ตารางที่ 5.10 การวิเคราะห์การเงินเบื้องต้นของโรงแรม

| โรงแรม           |                  |                    |
|------------------|------------------|--------------------|
| ต้นทุนด้านที่ดิน |                  |                    |
| ขนาดแปลงที่ดิน   | 1,723.00         | ตรว                |
| ราคาที่ดิน       | 900,000.00       | บาท/ตรว            |
| ค่าพัฒนาที่ดิน   | 500.00           | บาท/ตรว            |
| ต้นทุนค่าที่ดิน  | 1,551,561,500.00 | บาท                |
| FAR              | 10               |                    |
| พื้นที่ขาย       | 60%              | ของพื้นที่ก่อสร้าง |
| พื้นที่ขาย       | 41,352.00        | ตารางเมตร          |

ตารางที่ 5.10 การวิเคราะห์การเงินเบื้องต้นของโรงแรม (ต่อ)

| โรงแรม (ต่อ)                                          |                  |                |
|-------------------------------------------------------|------------------|----------------|
| สมมติฐานการดำเนินงาน                                  |                  |                |
| Occupancy rate                                        | 70.00%           |                |
| Operating expense                                     | 30.00%           | ของรายได้      |
| ธนาคารปล่อยกู้ค่าที่ดิน                               | 70.00%           | ของค่าที่ดิน   |
| ธนาคารปล่อยกู้ค่าก่อสร้าง                             | 70.00%           | ของค่าก่อสร้าง |
| Debt coverage                                         | 120.00%          | ของNOI         |
| จำนวนปีที่คาดว่าจะคืนทุน                              | 8                | ปี             |
| อัตราดอกเบี้ยกู้                                      | 8.81%            |                |
| ตัวคูณเพื่อหาจำนวนเงิน<br>ที่ต้องผ่อนจ่ายธนาคารทั้งปี | 17.46%           |                |
| สมมติฐานว่าจ่ายเงินกู้เดือนละครั้ง                    |                  |                |
| ต้นทุนด้านการก่อสร้าง                                 |                  |                |
| ค่าก่อสร้าง                                           | 50,000.00        | บาท/ตร.ม.      |
| พื้นที่ก่อสร้าง                                       | 68,920.00        | ตร.ม.          |
| ค่าขออนุญาต EIA                                       | 1,000,000.00     | บาท            |
| รวมค่าก่อสร้าง                                        | 3,446,000,000.00 | บาท            |
| รวมค่าก่อสร้างและค่าขออนุญาต EIA                      | 3,447,000,000.00 | บาท            |
| Frontdoor analysis                                    |                  |                |
| เงินกู้ค่าที่ดิน                                      | 1,086,093,050.00 | บาท            |
| เงินกู้ค่าก่อสร้าง                                    | 2,412,900,000.00 | บาท            |
| เงินกู้ทั้งหมด                                        | 3,498,993,050.00 | บาท            |
| เงินกู้ที่ต้องชำระรายปี                               | 611,055,130.25   | บาท            |
| Required NOI                                          | 733,266,156.30   | บาท            |
| Required EGI                                          | 1,047,523,080.43 | บาท            |
| Required PGI                                          | 1,496,461,543.47 | บาท            |
| Rent per sqm. Per month                               | 3,015.70         | บาท            |
| Hotel room price (40 sq.m.)                           | 4,020.93         | บาท            |

ตลาดโรงแรมในตลาดย่านอโศกมีไม่มาก อัตราเข้าพักเฉลี่ย ประมาณ 70% ซึ่งถือว่า อยู่เกณฑ์ดี เมื่อเทียบกับอัตราเข้าพักเฉลี่ยของทั้งกรุงเทพฯ เมื่อพิจารณาร่วมกับอัตราค่าเข้าพักรายวันเฉลี่ยในพื้นที่ พบว่า มีความสามารถในการพัฒนาโครงการได้

### 5.7.3 วิเคราะห์การเงินคอนโดมิเนียม

การวิเคราะห์ทางการเงินเบื้องต้นด้วยวิธี Front door ของคอนโดมิเนียมได้ตามตารางที่ 5.11

ตารางที่ 5.11 การวิเคราะห์การเงินเบื้องต้นของคอนโดมิเนียม

| คอนโดมิเนียม                       |                  |         |
|------------------------------------|------------------|---------|
| ต้นทุนค่าที่ดิน                    |                  |         |
| พื้นที่แปลงที่ดิน                  | 1,723.00         | ตรว     |
| ราคาประกาศขายแปลงที่ดิน            | 900,000.00       | บาท/ตรว |
| ค่าปรับปรุงที่ดิน                  | 500.00           | บาท/ตรว |
| ต้นทุนค่าที่ดิน                    | 1,551,561,500.00 | บาท     |
| ต้นทุนค่าก่อสร้าง                  |                  |         |
| FAR                                | 10               | :1      |
| Building gross area at Maximum FAR | 68,920.00        | ตรม     |
| พื้นที่ขาย                         | 60%              |         |
| พื้นที่ขายทั้งหมด                  | 41,352.00        | ตรม     |
| ราคาค่าก่อสร้าง                    | 30,000.00        | บาท/ตรม |
| ค่าขออนุญาต EIA                    | 1,000,000.00     | บาท     |
| ต้นทุนก่อสร้างรวม                  | 2,068,600,000.00 | บาท     |
| ต้นทุนค่าพัฒนารวม                  | 3,620,161,500.00 | บาท     |

ตารางที่ 5.11 การวิเคราะห์การเงินเบื้องต้นของคอนโดมิเนียม (ต่อ)

| คอนโดมิเนียม (ต่อ)                     |                  |                |
|----------------------------------------|------------------|----------------|
| ต้นทุนทางการเงิน                       |                  |                |
| ของค่าที่ดิน                           | 60.00%           | ของค่าที่ดิน   |
| ธนาคารปล่อยกู้ค่าก่อสร้าง              | 60.00%           | ของค่าก่อสร้าง |
| Debt coverage                          | 120.00%          | ของNOI         |
| ระยะเวลาโครงการ                        | 3                |                |
| อัตราดอกเบี้ยกู้                       | 8.81%            |                |
| Frontdoor analysis                     |                  |                |
| เงินกู้ค่าที่ดิน                       | 930,936,900.00   | บาท            |
| เงินกู้ค่าก่อสร้าง                     | 1,288,512,000.00 | บาท            |
| เงินกู้ทั้งหมด                         | 2,219,448,900.00 | บาท            |
| ดอกเบี้ยที่ต้องชำระตลอดระยะเวลาโครงการ | 586,766,802.94   | บาท            |
| รวมต้นทุน                              | 5,767,681,500.00 | บาท            |
| ต้นทุนต่อ ตรม                          | 139,477.69       | บาท            |
| การหาราคาขาย                           |                  |                |
| Mark up                                | 30%              |                |
| K Factor                               | 1.43             |                |
| มูลค่าโครงการ                          | 8,239,545,000.00 | บาท            |
| ราคาขายเป้าหมาย                        | 199,254          | บาท/ตรม        |
| ราคาขายห้อง 30 ตารางเมตร               | 5,977,615.35     | บาท            |

ตลาดคอนโดมิเนียม Luxury ซึ่งมีจากอัตราราคาขายที่ค่อนข้างสูง และการตอบรับที่ดี ทั้งในแง่การขายและการปล่อยเช่า จึงมีศักยภาพในการพัฒนาที่สูง โดยเมื่อคิดความเป็นไปได้ทางการเงินพบว่า สามารถเป็นไปได้

#### 5.7.4 วิเคราะห์การเงินเซอร์วิส อพาร์ทเมนต์

การวิเคราะห์ทางการเงินเบื้องต้นด้วยวิธี Front door ของเซอร์วิส อพาร์ทเมนต์ได้ตามตารางที่ 5.12

ตารางที่ 5.12 การวิเคราะห์การเงินเบื้องต้นของเซอร์วิส อพาร์ทเมนต์

| เซอร์วิส อพาร์ทเมนต์                                   |                  |                    |
|--------------------------------------------------------|------------------|--------------------|
| ต้นทุนด้านที่ดิน                                       |                  |                    |
| ขนาดแปลงที่ดิน                                         | 1,723.00         | ตรว                |
| ราคาที่ดิน                                             | 900,000.00       | บาท/ตรว            |
| ค่าพัฒนาที่ดิน                                         | 500.00           | บาท/ตรว            |
| ต้นทุนค่าที่ดิน                                        | 1,551,561,500.00 | บาท                |
| FAR                                                    | 10               |                    |
| พื้นที่ขาย                                             | 60%              | ของพื้นที่ก่อสร้าง |
| พื้นที่ขาย                                             | 41,352.00        | ตารางเมตร          |
| สมมติฐานการดำเนินงาน                                   |                  |                    |
| Occupancy rate                                         | 85.00%           |                    |
| Operating expense                                      | 30.00%           | ของรายได้          |
| ธนาคารปล่อยกู้ค่าที่ดิน                                | 70.00%           | ของค่าที่ดิน       |
| ธนาคารปล่อยกู้ค่าก่อสร้าง                              | 70.00%           | ของค่าก่อสร้าง     |
| Debt coverage                                          | 120.00%          | ของNOI             |
| จำนวนปีที่คาดว่าจะคืนทุน                               | 10               | ปี                 |
| อัตราดอกเบี้ย                                          | 8.81%            |                    |
| ตัวคูณเพื่อหาจำนวนเงิน ที่ต้องผ่อนจ่าย<br>ธนาคารทั้งปี | 15.08%           |                    |
| สมมติฐานว่าจ่ายเงินกู้เดือนละครั้ง                     |                  |                    |

ตารางที่ 5.12 การวิเคราะห์การเงินเบื้องต้นของเซอร์วิส อพาร์ทเมนต์ (ต่อ)

| เซอร์วิส อพาร์ทเมนต์ (ต่อ)       |                  |           |
|----------------------------------|------------------|-----------|
| ต้นทุนด้านการก่อสร้าง            |                  |           |
| ค่าก่อสร้าง                      | 32,000.00        | บาท/ตร.ม. |
| พื้นที่ก่อสร้าง                  | 68,920.00        | ตร.ม.     |
| ค่าขออนุญาต EIA                  | 1,000,000.00     | บาท       |
| รวมค่าก่อสร้าง                   | 2,205,440,000.00 | บาท       |
| รวมค่าก่อสร้างและค่าขออนุญาต EIA | 2,206,440,000.00 | บาท       |
| ต้นทุนด้านการก่อสร้าง (ต่อ)      |                  |           |
| Frontdoor analysis               |                  |           |
| เงินกู้ค่าที่ดิน                 | 1,086,093,050.00 | บาท       |
| เงินกู้ค่าก่อสร้าง               | 1,544,508,000.00 | บาท       |
| เงินกู้ทั้งหมด                   | 2,630,601,050.00 | บาท       |
| เงินกู้ที่ต้องชำระรายปี          | 396,683,888.49   | บาท       |
| Required NOI                     | 476,020,666.19   | บาท       |
| Required EGI                     | 680,029,523.13   | บาท       |
| Required PGI                     | 800,034,733.10   | บาท       |
| Rent per sqm. Per month          | 1,612.25         | บาท       |
| Rent @ 32 sq.m.                  | 40,306.13        | บาท       |

เมื่อทำการวิเคราะห์ทางการเงินของโครงการเซอร์วิส อพาร์ทเมนต์พบว่า อัตราค่าเช่าต่อตร.ม.ต่อเดือนสูงกว่าราคาตลาดในย่านสุขุมวิท (1,098 บาท/ตร.ม.) แต่หากตั้งเป้าหมายในการแข่งขันในระดับสูง พบว่ายังมีอุปทานที่สามารถขายได้ เช่น Asoke Residence เป็นต้น

### 5.7.5 วิเคราะห์การเงินศูนย์การค้า

การวิเคราะห์ทางการเงินเบื้องต้นด้วยวิธี Front door ของศูนย์การค้าได้ตามตารางที่ 5.13

ตารางที่ 5.13 การวิเคราะห์การเงินเบื้องต้นของศูนย์การค้า

| ศูนย์การค้า                                       |                  |                    |
|---------------------------------------------------|------------------|--------------------|
| <b>ต้นทุนด้านที่ดิน</b>                           |                  |                    |
| ขนาดแปลงที่ดิน                                    | 1,723.00         | ตรว                |
| ราคาที่ดิน                                        | 900,000.00       | บาท/ตรว            |
| ค่าพัฒนาที่ดิน                                    | 500.00           | บาท/ตรว            |
| ต้นทุนค่าที่ดิน                                   | 1,551,561,500.00 | บาท                |
| FAR                                               | 10               |                    |
| พื้นที่ขาย                                        | 50%              | ของพื้นที่ก่อสร้าง |
| พื้นที่ขาย                                        | 13,500.00        | ตารางเมตร          |
| <b>สมมติฐานการดำเนินงาน</b>                       |                  |                    |
| Occupancy rate                                    | 90.00%           |                    |
| Operating expense                                 | 30.00%           | ของรายได้          |
| ธนาคารปล่อยกู้ค่าที่ดิน                           | 70.00%           | ของค่าที่ดิน       |
| ธนาคารปล่อยกู้ค่าก่อสร้าง                         | 70.00%           | ของค่าก่อสร้าง     |
| Debt coverage                                     | 120.00%          | ของNOI             |
| จำนวนปีที่คาดว่าจะคืนทุน                          | 1000.00%         |                    |
| อัตราดอกเบี้ยกู้                                  | 8.81%            |                    |
| ตัวคูณเพื่อหาจำนวนเงินที่ต้องผ่อนจ่ายธนาคารทั้งปี | 15.08%           |                    |
| สมมติฐานว่าจ่ายเงินกู้เดือนละครั้ง                |                  |                    |



ตารางที่ 5.13 การวิเคราะห์การเงินเบื้องต้นของศูนย์การค้า (ต่อ)

| ศูนย์การค้า (ต่อ)                                |                  |           |
|--------------------------------------------------|------------------|-----------|
| ต้นทุนด้านการก่อสร้าง                            |                  |           |
| ค่าก่อสร้าง รวมค่าตกแต่ง<br>ภายในพื้นที่ส่วนกลาง | 31,000.00        | บาท/ตร.ม. |
| พื้นที่ก่อสร้าง                                  | 27,000.00        | ตร.ม.     |
| ค่าขออนุญาต EIA                                  | 1,000,000.00     | บาท       |
| รวมค่าก่อสร้าง                                   | 837,000,000.00   | บาท       |
| รวมค่าก่อสร้างและค่าขอ<br>อนุญาต EIA             | 838,000,000.00   | บาท       |
| ต้นทุนด้านการก่อสร้าง (ต่อ)                      |                  |           |
| Frontdoor analysis                               |                  |           |
| เงินกู้ค่าที่ดิน                                 | 1,086,093,050.00 | บาท       |
| เงินกู้ค่าก่อสร้าง                               | 586,600,000.00   | บาท       |
| เงินกู้ทั้งหมด                                   | 1,672,693,050.00 | บาท       |
| เงินกู้ที่ต้องชำระรายปี                          | 252,235,276.55   | บาท       |
| Required NOI                                     | 302,682,331.86   | บาท       |
| Required EGI                                     | 432,403,331.22   | บาท       |
| Required PGI                                     | 480,448,145.80   | บาท       |
| Rent per sqm. Per month                          | 2,965.73         | บาท       |

ศูนย์การค้าซึ่งไม่สามารถก่อสร้างได้เต็ม FAR ทำให้ต้นทุนทางที่ดินเป็นสัดส่วนที่แพงเมื่อเทียบกับส่วนอื่นแม้จะตั้งสมมติฐานการเช่าพื้นที่ 100% ทั้งยังมีข้อกำหนดทางกฎหมายว่าด้วยเรื่องที่ดินรกร้าง ทำให้การพัฒนาศูนย์การค้าอย่างเดียวในบนที่ดินนี้มีอัตราค่าเช่าเฉลี่ยอยู่ในเกณฑ์สูงมาก

สรุป การใช้ประโยชน์ที่ดินที่เหมาะสมที่สุดจากการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านการเงิน คือ อาคารอยู่อาศัยรวม ประเภทคอนโดมิเนียม รองลงมา คือ โรงแรม ส่วนการพัฒนา เซอร์วิส อพาร์ทเมนต์ อาคารสำนักงาน และ ศูนย์การค้า มีอัตราค่าเช่าเกินเกณฑ์ตลาด จึงไม่เหมาะสมแก่การพัฒนาเป็นการใช้ประโยชน์หลักของโครงการ แต่อาจจะมีผลสำคัญในเชิงการใช้งานร่วมกัน หรือ ผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม ซึ่งจะได้รับการศึกษาต่อไป



## บทที่ 6

### การวิเคราะห์ด้านการตลาด

#### 6.1 ภาพรวมตลาดคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานคร

จากรายงานของ CBRE (2016) ไตรมาส 2 ปี พ.ศ. 2559 ระบุว่า จำนวนยูนิตคอนโดมิเนียมในปัจจุบันมีอยู่ 551,576 ยูนิต โดย 21% ของทั้งหมด หรือราว 114,765 ยูนิต อยู่ในเขตเมือง (Downtown) มีปริมาณเพิ่มขึ้นจากปีที่แล้ว 6.3% และอีก 436,811 ยูนิต อยู่บริเวณรอบนอกเมือง เพิ่มขึ้นจากปีที่แล้ว 17.1% ซึ่งในจำนวนนี้มีคอนโดมิเนียมที่สร้างเสร็จจำนวน 561 ยูนิต มีปริมาณลดลงเมื่อเทียบกับไตรมาสที่แล้วที่มีมากถึง 1,636 ยูนิต และ 14,765 ยูนิต สำหรับรอบนอกเมืองมีปริมาณลดลงจากไตรมาสที่แล้วที่มีปริมาณอยู่ราว 18,524 ยูนิต

จากสถานการณ์ตลาดคอนโดมิเนียมที่ซบเซา โดยอุปสงค์ของคอนโดมิเนียมในระดับล่าง (low-end) ยังคงไม่ฟื้นตัว เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจไม่เติบโตประกอบกับความเข้มงวดของธนาคารในการปล่อยสินเชื่อเพื่อการซื้ออสังหาริมทรัพย์ จึงส่งผลให้การเปิดตัวโครงการใหม่ได้รับผลกระทบด้วยเช่นกัน ดังนั้นสำหรับส่วนของในเมืองจึงมีการเปิดตัวเพียง 960 ยูนิต ซึ่งลดลงจากปีที่แล้วถึง 61% และส่วนรอบนอกเมืองมีการเปิดตัวอยู่ที่ 7,315 ยูนิต ซึ่งลดลงจากปีที่แล้วถึง 59%

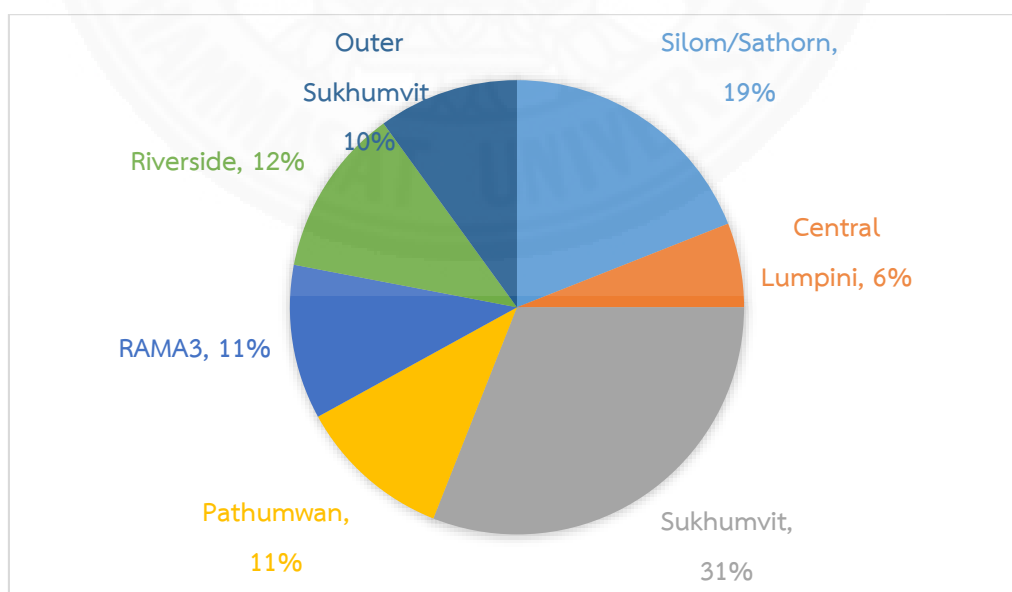
อนึ่ง สถานการณ์ของเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นไม่สามารถบ่งบอกว่าดัชนีใดที่จะทำให้เศรษฐกิจฟื้นตัวได้อย่างชัดเจน ดังนั้นจึงคาดว่า ปริมาณอุปสงค์คอนโดมิเนียมจะยังคงลดน้อยต่อไป ขณะที่อุปสงค์สำหรับคอนโดมิเนียมระดับหรู (Luxury) กลับมีจำนวนที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะพื้นที่ในเขตนอกเมืองที่ได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจซบเซา ผู้ประกอบการทั้งหลายจึงเร่งปรับตัวที่จะค้นหาทำเลใหม่ๆ ในเขตเมือง ที่เป็นทำเลหายากและดีเพื่อนำมาพัฒนาที่ดินขายต่อไป ทั้งนี้ตลาดคอนโดมิเนียมในระดับหรูหรือ Luxury ยังสามารถขายได้อย่างต่อเนื่อง รวมถึงมีการปรับราคาขึ้นอย่างต่อเนื่องเช่นกัน โดยเฉพาะคอนโดมิเนียมในเมืองบางแห่งที่มีการปรับตัวของราคาที่สูงมากกว่า 250,000 ต่อตารางเมตร โดยการแบ่งระดับคอนโดมิเนียมตาม CBRE (2016) แบ่งระดับไว้ดังนี้

ตารางที่ 6.1 การแบ่งประเภทคอนโดมิเนียม

| ประเภท       | ราคา                   |     |              |
|--------------|------------------------|-----|--------------|
| Super Luxury | ราคามากกว่า 300,000    | บาท | ต่อตารางเมตร |
| Luxury       | ราคา 200,000 – 299,999 | บาท | ต่อตารางเมตร |
| High End     | ราคา 120,000 – 199,999 | บาท | ต่อตารางเมตร |
| Upscale      | ราคา 90,000 – 119,999  | บาท | ต่อตารางเมตร |
| Mid-Range    | ราคา 70,000 – 89,999   | บาท | ต่อตารางเมตร |
| Entry Level  | ราคาต่ำกว่า 69,999     | บาท | ต่อตารางเมตร |

ที่มา CBRE, 2016.

ตัวเลขของจำนวนยูนิตคอนโดมิเนียมในเมืองไทรมาสที่ 1 มีอยู่ 114,204 ยูนิต และไทรมาสที่ 2 มีจำนวนที่สร้างเสร็จแล้วเพิ่มขึ้น 561 ยูนิต เป็น 114,765 ยูนิต เพิ่มขึ้นจากไทรมาสที่แล้ว 0.5% ทำให้เห็นการชะลอตัวของการสร้างคอนโดมิเนียม ซึ่งส่วนใหญ่คอนโดมิเนียมในเมืองจะตั้งอยู่ในโซนสุขุมวิท (CBRE กำหนดให้โซนสุขุมวิท คือ สุขุมวิทซอย 1-63 และ สุขุมวิทซอย 2-42) อยู่รวม 31% เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีระบบรถไฟฟ้ากรุงเทพมหานคร (BTS) ผ่าน และมีการพัฒนาอาคารสำนักงาน ศูนย์การค้าที่สำคัญอยู่ในบริเวณนี้ ดังนั้นจึงเป็นแหล่งอาศัยของทั้งคนไทยและชาวต่างชาติที่มาทำงานในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก



ภาพที่ 6.1 สัดส่วนคอนโดมิเนียมใจกลางเมือง จาก CBRE

### 6.1.1 ภาพรวมตลาดคอนโดมิเนียม Luxury

จากบทวิเคราะห์ของ Nexus พบว่า ตั้งแต่ปี 2554 เป็นต้นมา มีการเปิดตัวโครงการอสังหาริมทรัพย์ในระดับ Luxury อยู่ที่ 4,045 หน่วย โดยแบ่งเป็นบ้านเดี่ยวและทาวน์เฮ้าส์ 1,392 หน่วย คอนโดมิเนียม 2,653 ขณะที่ช่วงปี 2558 มีโครงการเกิดใหม่ถึง 21 โครงการ โดยส่วนใหญ่เป็นคอนโดมิเนียมถึง 9 โครงการ (<http://www.propertytoday.in.th>)



ภาพที่ 6.2 จำนวนหน่วยที่พักอาศัยระดับหรู ปี 2554-2558. ที่มา <http://www.propertytoday.in.th>

สำหรับขนาดของบ้านเดี่ยวทั้งในเมืองและนอกเมืองอยู่ที่ 350-780 ตารางเมตร ซึ่งแตกต่างกันในด้านขนาดที่ดินซึ่งบ้านนอกเมืองจะอยู่ระหว่าง 100-400 ตารางวา และ 24-120 ตารางวา สำหรับบ้านในเมือง และหากเปรียบเทียบกับคอนโดมิเนียม 2 ห้องนอนขึ้นไปในระดับราคาใกล้เคียงกัน พื้นที่ใช้สอยคอนโดมิเนียมจะอยู่ที่ประมาณ 70-120 ตารางเมตร และ 3 ห้องนอนอยู่ที่ประมาณ 130-220 ตารางเมตร สำหรับ 4 ห้องนอนขึ้นไปและเพนท์เฮาส์อยู่ที่ 270-700 ตารางเมตร ทั้งนี้ขนาดพื้นที่ใช้สอยที่ใหญ่ขึ้นบ้านจะมีฟังก์ชันที่แตกต่างขึ้นอีกหลายรูปแบบขึ้นอยู่กับ lifestyle และรสนิยมของผู้ซื้อ

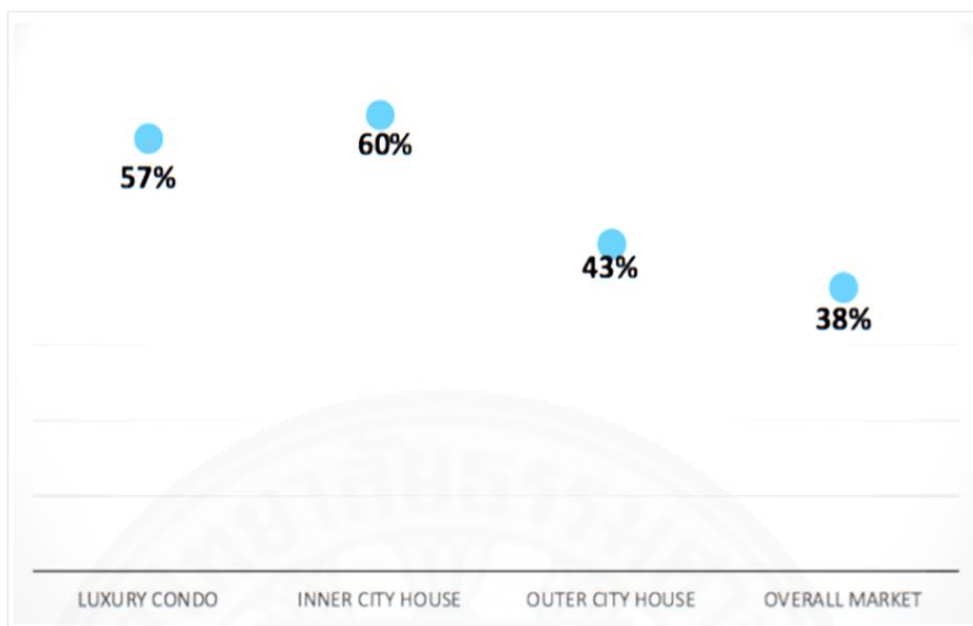


ภาพที่ 6.3 สัดส่วนจำนวนที่พักอาศัยระดับหรูหร. ที่มา <http://www.propertytoday.in.th>

|                   | Luxury Condominium                   | Inner City House                             | Outer City House                  |
|-------------------|--------------------------------------|----------------------------------------------|-----------------------------------|
| House Size (sqm.) | 70-700                               | 350-800                                      | 350-1,000                         |
| Advantage         | View<br>Facilities<br>City Lifestyle | Unit Size/Price<br>City Lifestyle<br>Privacy | Land<br>Facilities<br>Tranquility |
| Draw Back         | Size/Price                           | Facilities                                   | Location/Accessibility            |

ภาพที่ 6.4 รายละเอียดเกี่ยวกับที่พักอาศัยระดับหรูหร. ที่มา <http://www.propertytoday.in.th>

สำหรับโครงการที่เปิดขายมาตั้งแต่ปี 2554 ยอดขายรวมบ้าน และคอนโดในตลาดอยู่ที่ 53% โครงการบ้าน Luxury นอกเมืองยอดขายอยู่ที่ 43% บ้านในเมืองอยู่ที่ 60% และคอนโดมิเนียมอยู่ที่ 57% จะเห็นได้ว่าคอนโดมิเนียมมียอดขายรวมที่สูงมาก

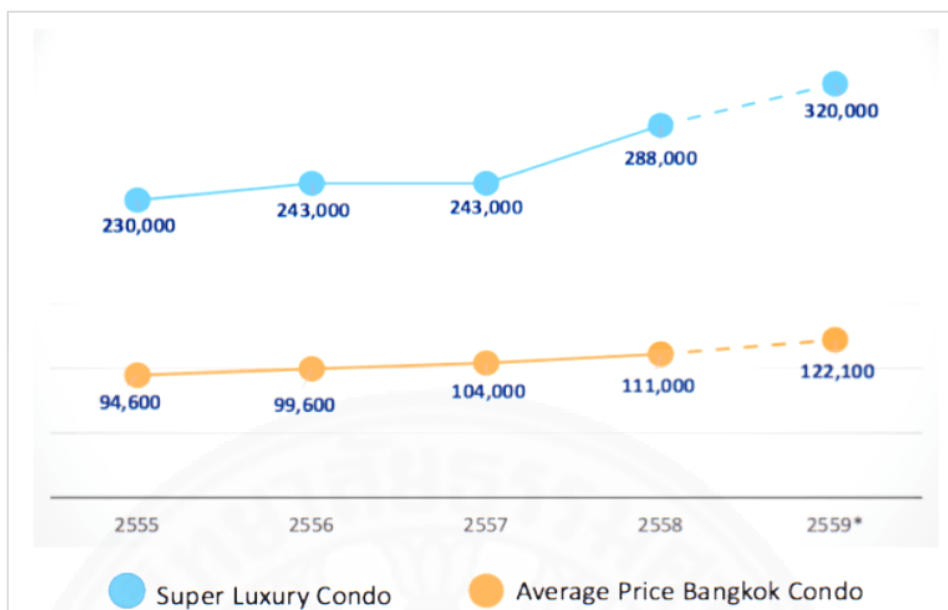


ภาพที่ 6.5 ยอดขายที่อยู่อาศัยระดับหรู ปี 2554. ที่มา

<http://www.propertytoday.in.th>

พฤติกรรมของการซื้อบ้านของลูกค้าในกลุ่มนี้ต้องการเห็นสินค้าจริง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง บ้านนอกเมือง ส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่สร้างเสร็จก่อนขาย ปัจจัยหลักที่ทำให้ตลาดนี้เติบโตคือ การขยายตัวของครอบครัวใหม่ในทำเลต่างๆ ของกรุงเทพฯ สำหรับบ้านในเมืองและคอนโดมิเนียม ปัจจัยหลักที่ทำให้ตลาดเติบโตยังคงเป็นราคาที่ปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องทำให้มีโอกาสในการลงทุน นอกจากนี้ตลาดต่างชาตก็ยังเป็นกลุ่มที่ให้ความสนใจสินค้าบ้านและคอนโดระดับ Luxury นี้ด้วย

ในส่วนของราคาคอนโดมิเนียม ระดับ Super Luxury มีการปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยปัจจัยที่มีผลต่อการปรับตัวสูงขึ้นมาจาก คอนโดมิเนียมมีความหรูหรามากขึ้น ต้นทุนที่ดินและต้นทุนค่าก่อสร้างสูงขึ้น ซึ่งการตั้งราคาก็ขึ้นอยู่กับความหรูหราของโครงการ รายละเอียดวัสดุอุปกรณ์ที่ให้ในโครงการด้วย สำหรับราคาเฉลี่ยในปี 2558 อยู่ที่ 288,000 บาทต่อตารางเมตร และมีแนวโน้มที่จะปรับตัวสูงขึ้นเรื่อยๆ



ภาพที่ 6.6 การปรับตัวราคาคอนโดมิเนียมระดับหรูหรรษา. ที่มา

<http://www.propertytoday.in.th>

การปรับตัวสูงขึ้นของราคาต่อตารางเมตร สะท้อนให้เห็นว่าภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซาในปัจจุบันไม่มีผลกระทบต่อลูกค้าในระดับบน รวมถึงชาวต่างชาติทั้งที่เข้ามาทำงานในประเทศไทย นักลงทุนต่างให้ความสนใจต่อการลงทุนอสังหาริมทรัพย์ในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากราคายังต่ำกว่าราคาอสังหาริมทรัพย์ในต่างประเทศ อย่างเช่น สิงคโปร์ ฮองกง ซึ่งสำหรับตลาดในกลุ่มนี้ สามารถกล่าวได้ว่า ราคาไม่ใช่ปัจจัยหลักในการตัดสินใจซื้อ ปัจจัยสำคัญ คือ เรื่องของศักยภาพในทำเลและความหรูหราของสินค้า



## 6.2 การแบ่งส่วนตลาด (Segmentation)

### 6.2.1 การแบ่งส่วนตลาดกลุ่มลูกค้า (Customer Segmentation)

การแบ่งส่วนตลาดเป็นการแบ่งกลุ่มของลูกค้าออกเป็นส่วนๆ ด้วยเกณฑ์ต่างๆ ดังนี้

#### 6.2.1.1 เกณฑ์รายได้ครัวเรือน

เป็นเกณฑ์ที่อ้างอิงจากระบบการพิจารณาการปล่อยกู้ร่วม โดยพิจารณา  
ร่วมกับรายได้นิตของห้องชุดแต่ละช่วง เพื่อคำนวณว่าลูกค้าควรมีรายได้เท่าไรจึงจะสามารถกู้ซื้อได้  
การคำนวณใช้วิธีคิดย้อนกลับจากรายได้นิตห้องชุดโครงการโดยตั้งสมมติฐาน ดังนี้

1. ผู้ซื้อกู้ซื้อบ้านหลังจากผ่อนดาวน์แล้ว
2. ผู้ซื้อกู้ซื้อบ้านด้วยอัตรา Loan to value = 85% โดยมีอัตราดอกเบี้ย

เงินกู้ MLR = 7%

3. ผู้ซื้อผ่อนดาวน์กับโครงการเป็นระยะเวลา 24 เดือน เท่าๆ กัน

4. ผู้ซื้อขอกู้ซื้อเป็นเวลา 30 ปี

5. แบงก์จะปล่อยกู้ให้กับผู้กู้เมื่อผู้กู้มีค่าผ่อนเงินงวดน้อยกว่าหรือเท่ากับ  
30% ของเงินผ่อน (เช่น ถ้าต้องจ่ายเงินผ่อนเดือนละ 30,000 บาท ก็ต้องมีรายได้ อย่างต่ำ  
100,000 บาท)

ตารางที่ 6.2 การคำนวณระดับรายได้ของกลุ่มลูกค้าคอนโดมิเนียม

| ราคาหน่วยคอนโดมิเนียม | เงินเดือนสำหรับผ่อน | เงินผ่อนต่อเดือน | เงินดาวน์ต่อเดือน |
|-----------------------|---------------------|------------------|-------------------|
| 2 ล้าน บาท            | 37,700              | 11310            | 12500             |
| 3 ล้าน บาท            | 56,551              | 16965            | 18750             |
| 4 ล้าน บาท            | 75,401              | 22620            | 25000             |
| 5 ล้าน บาท            | 94,251              | 28275            | 31250             |
| 6 ล้าน บาท            | 113,101             | 33930            | 37500             |
| 7 ล้าน บาท            | 131,952             | 39585            | 43750             |
| 8 ล้าน บาท            | 150,802             | 45241            | 50000             |
| 9 ล้าน บาท            | 169,652             | 50896            | 56250             |
| 10 ล้าน บาท           | 188,502             | 56511            | 62500             |

จากตารางที่ 6.2 จะสามารถแบ่งส่วนตลาดออกเป็นส่วนๆ โดยสมมติฐานว่าห้อง 1 unit คิดเป็นพื้นที่อย่างน้อย 30 ตารางเมตร ดังนี้

1. กลุ่มลูกค้าที่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 40,000 บาทต่อเดือน ซึ่งจะไม่สามารถผ่อนหน่วยในระดับราคา ตั้งแต่ 2 ล้านบาท ได้
2. กลุ่มลูกค้าที่มีระดับรายได้สูงกว่า 40,000 บาท จนถึงประมาณ 120,000 บาทต่อเดือน ซึ่งจะสามารถผ่อนหน่วยในระดับราคาประมาณ 2-6 ล้านบาท
3. กลุ่มลูกค้าที่มีระดับรายได้ตั้งแต่ 120,000 บาทต่อเดือนขึ้นไปซึ่งจะสามารถผ่อนหน่วยได้ตั้งแต่ระดับประมาณ 6 ล้านบาท ขึ้นไป

#### 6.2.1.2 เกณฑ์อาชีพ และช่วงอายุประสบการณ์การทำงาน

เกณฑ์อาชีพที่มีกำลังซื้ออ้างอิงจากสถิติฐานเงินเดือนของแต่ละสายอาชีพ โดย Adecco (Thailand) (2016) โดยแบ่งเป็นระดับ Junior (ประสบการณ์ทำงาน 0-5 ปี) และ Senior Positions (ประสบการณ์ทำงานมากกว่า 5 ปี) ซึ่งประกอบด้วยสายงานต่างๆ ดังนี้

1. Office Positions
2. Engineering/Technical Positions
3. Information Technology Positions
4. Industrial Positions
5. Japanese Speaking Positions
6. Japanese Nationality Positions

ข้อมูลฐานรายได้ของตำแหน่งงานระดับ Junior โดยเฉลี่ยเริ่มต้นที่ประมาณ 10,000-15,000 บาท ยกเว้น Japanese Nationality Positions ซึ่งมีฐานเงินเดือนขั้นต่ำระดับ Junior ที่ 35,000-50,000 บาท/เดือน

ข้อมูลฐานรายได้ของตำแหน่งงานระดับ Junior โดยเฉลี่ยจะไม่เกิน 60,000 บาท/เดือน ยกเว้น Engineering Positions และ Japanese Nationality Positions ซึ่งมีฐานเงินเดือนสูงสุดระดับ Junior ที่ 100,000 บาท/เดือน

ข้อมูลฐานรายได้ของตำแหน่งงานระดับ Senior โดยเฉลี่ย จะเริ่มต้นที่ประมาณ 20,000 บาท ยกเว้น Japanese Nationality Positions ซึ่งมีฐานเงินเดือนขั้นต่ำระดับ Junior ที่ 35,000 - 50,000 บาท/เดือน

ข้อมูลฐานรายได้ของตำแหน่งงานระดับ Senior โดยเฉลี่ย จะไม่เกิน 250,000 บาท/เดือน ยกเว้น Office Positions และ Engineering Positions ซึ่งมีฐานเงินเดือนสูงสุดระดับ Senior ที่ 290,000-300,000 บาท/เดือน ตามลำดับ โดยเป็น Top Management Level

### 6.2.1.3 เกณฑ์วัย ช่วงอายุ และสัดส่วนความเสี่ยงในการลงทุน

เกณฑ์วัย ช่วงอายุ และสัดส่วนความเสี่ยงในการลงทุนอ้างอิงจากคู่มือ วางแผนการลงทุน โดย ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2558) โดยแบ่งเป็นเกณฑ์ดังนี้

วัยเริ่มต้นทำงาน อายุ 21-30 ปี เป็นวัยซึ่งได้เปรียบในการออมและการลงทุนเนื่องจากยังไม่มีภาระหน้าที่ในการรับผิดชอบค่าใช้จ่ายมากนัก สัดส่วนการลงทุนในทรัพย์สินที่มีความเสี่ยงสูงต่อเงินฝากและทรัพย์สินที่มีความเสี่ยงต่ำอยู่ที่ 90:10

วัยสร้างครอบครัว อายุ 31-40 ปี เป็นช่วงซึ่งมีรายได้ที่เริ่มมั่นคง แต่มีความรับผิดชอบต่อค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง สัดส่วนการลงทุนในทรัพย์สินที่มีความเสี่ยงสูงต่อเงินฝากและทรัพย์สินที่มีความเสี่ยงต่ำอยู่ที่ 50:50

วัยปักแผ่นมั่นคง อายุ 41-55 ปี เป็นช่วงซึ่งมีรายได้ที่มั่นคง และมีฐานเงินเดือนที่สูงขึ้น สัดส่วนการลงทุนในทรัพย์สินที่มีความเสี่ยงสูงต่อเงินฝากและทรัพย์สินที่มีความเสี่ยงต่ำอยู่ที่ 30:70

วัยเกษียณ อายุมากกว่า 55 ปีขึ้นไป เป็นวัยซึ่งรายได้จากการทำงานชะลอหรือหยุดลง แต่ค่ารักษาพยาบาลและสุขภาพเพิ่มขึ้น สัดส่วนการลงทุนในทรัพย์สินที่มีความเสี่ยงสูงต่อเงินฝากและทรัพย์สินที่มีความเสี่ยงต่ำอยู่ที่ 10:90 ทั้งนี้ยังขึ้นกับทัศนคติในการลงทุนอีกด้วย

ตารางที่ 6.3 ความสามารถในการรับความเสี่ยง

| ความสามารถในการรับความเสี่ยง | ทัศนคติในการลงทุน | สัดส่วนการลงทุน (%) |            |      |
|------------------------------|-------------------|---------------------|------------|------|
|                              |                   | เงินฝาก             | ตราสารหนี้ | หุ้น |
| ต่ำ                          | อนุรักษ์นิยม      | 30%                 | 40%        | 30%  |
| ปานกลาง                      | ทางสายกลาง        | 20%                 | 30%        | 50%  |
| สูง                          | กล้าได้กล้าเสีย   | 20%                 | 20%        | 70%  |

ที่มา หนังสือจัดทัพลงทุน, 2011.

### สรุปเกณฑ์ในการกำหนดส่วนแบ่งทางตลาด (Segmentation)

ตารางที่ 6.4 เกณฑ์ด้านประชากรศาสตร์ (Demographic Segmentation)

|                 |                    |                                    |                                    |                     |
|-----------------|--------------------|------------------------------------|------------------------------------|---------------------|
| รายได้ครัวเรือน | ต่ำกว่า 50,000 บาท | 50,000-120,000 บาท                 | 120,000-250,00 บาท                 | สูงกว่า 250,000 บาท |
| อายุ            | 21-30 ปี           | 31-40 ปี                           | 41-55 ปี                           | มากกว่า 55 ปี       |
| อาชีพ           | นักเรียน นักศึกษา  | พนักงานบริษัทเอกชน<br>ระดับ Junior | พนักงานบริษัทเอกชน ระดับ<br>Senior | เจ้าของธุรกิจ       |
| ขนาดครอบครัว    | โสด                | DINK                               | พ่อ แม่ ลูก                        | ครอบครัวใหญ่        |

ตารางที่ 6.5 เกณฑ์ด้านภูมิศาสตร์ (Geographic Segmentation)

|                   |                                |                                            |                                    |                           |
|-------------------|--------------------------------|--------------------------------------------|------------------------------------|---------------------------|
| การเข้าใช้พื้นที่ | อาศัยอยู่ในบริเวณพื้นที่การค้า | ทำงาน / ศึกษาอยู่ใน<br>บริเวณพื้นที่การค้า | เดินทางผ่านบริเวณพื้นที่<br>การค้า | รู้จักบริเวณพื้นที่การค้า |
|-------------------|--------------------------------|--------------------------------------------|------------------------------------|---------------------------|

ตารางที่ 6.6 เกณฑ์ด้านพฤติกรรมศาสตร์ (Behavioral Segmentation)

|                         |                |                                              |  |  |
|-------------------------|----------------|----------------------------------------------|--|--|
| จุดประสงค์การซื้อ       | เพื่ออยู่อาศัย | เพื่อการลงทุนเก็งกำไร                        |  |  |
| พฤติกรรมการซื้อ-<br>ขาย | รวดเร็ว        | ใช้เวลาตัดสินใจหลังจาก<br>พิจารณาปัจจัยต่างๆ |  |  |

ตารางที่ 6.7 เกณฑ์ด้านจิตวิทยา (Psychographic Segmentation)

|                                    |                                     |            |                 |  |
|------------------------------------|-------------------------------------|------------|-----------------|--|
| ผู้มีส่วนร่วมในการ<br>ตัดสินใจซื้อ | ตนเอง                               | ครอบครัว   | เพื่อน          |  |
| ทัศนคติต่อการลงทุน                 | อนุรักษ์นิยม (ระมัดระวังในการลงทุน) | ทางสายกลาง | กล้าได้กล้าเสีย |  |

### 6.2.2 การแบ่งส่วนตลาดโครงการ (Project Segmentation)

การแบ่งส่วนตลาดเป็นการแบ่งกลุ่มของลูกค้าออกเป็นส่วนๆ ด้วยเกณฑ์ต่างๆ ThinkofLiving (2011) แบ่งคอนโดมิเนียมออกเป็น 8 ประเภท ตามกลุ่มระดับราคาต่อตารางเมตร ของโครงการส่วนใหญ่ในระดับราคานี้ๆ เป็นหลัก ได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 6.8 การแบ่งส่วนตลาดโครงการคอนโดมิเนียม

| Segmentation  | ราคาต่อตารางเมตร                          | ราคาต่อ<br>ยูนิต 30 ตร.ม. |
|---------------|-------------------------------------------|---------------------------|
| Ultimate      | ราคาสูงกว่า 250,000 บาท/ตร.ม.             | 7,500,000.00              |
| Super Luxury  | ราคาอยู่ระหว่าง 200,000-249,999 บาท/ตร.ม. | 6,000,000.00              |
| Luxury        | ราคาอยู่ระหว่าง 160,000-199,999 บาท/ตร.ม. | 4,800,000.00              |
| High Class    | ราคาอยู่ระหว่าง 120,000-159,999 บาท/ตร.ม. | 3,600,000.00              |
| Upper Class   | ราคาอยู่ระหว่าง 90,000-119,999 บาท/ตร.ม.  | 2,700,000.00              |
| Main Class    | ราคาอยู่ระหว่าง 70,000-89,999 บาท/ตร.ม.   | 2,100,000.00              |
| Economy       | ราคาอยู่ระหว่าง 50,000-69,999 บาท/ตร.ม.   | 1,500,000.00              |
| Super Economy | ราคาต่ำกว่า 49,999 บาท/ตร.ม.              |                           |

ที่มา: ThinkofLiving, 2011.

การกำหนดราคาขายโครงการจากต้นทุนโครงการ ที่ดินริมถนนอโศกมนตรีขนาด 4-1-23 ไร่ ปัจจุบันมีราคา 900,000 บาท ต่อตารางวา ตั้งสมมติฐานต้นทุนโครงการดังนี้

ตารางที่ 6.9 การคำนวณราคาขายโครงการคอนโดมิเนียมเบื้องต้น

| รายการ                                  | จำนวน    | หน่วย | ราคา                 | หน่วย     | รวม              |
|-----------------------------------------|----------|-------|----------------------|-----------|------------------|
| ค่าที่ดินและพัฒนาที่ดิน                 | 1,723.00 | ตร.วา | 900,500.00           | บาท/ตร.วา | 1,551,561,500.00 |
| ค่าก่อสร้าง                             |          |       | 55,000.00            | บาท/ตร.ม. | 3,747,561,000.00 |
| ต้นทุนทางการเงิน อัตราดอกเบี้ยกู้ (60%) |          |       | 8.33%                |           | 297,399,000.00   |
| รวมต้นทุนโครงการ                        |          |       | 88,000.00            | บาท/ตร.ม. | 6,006,521,000.00 |
| กำไรที่ต้องการ (Markup)                 |          |       | 1.43                 |           |                  |
| ราคาขายพื้นที่โครงการ                   | 68920    | ตร.ม. | 125,000.00           | บาท/ตร.ม. | 8,589,324,000.00 |
| สัดส่วนพื้นที่ขายต่อพื้นที่โครงการ      | 41352    | ตร.ม. |                      |           | 60%              |
| ราคาขายพื้นที่ขาย                       |          |       | 208,000.00 บาท/ตร.ม. |           |                  |

จากการคำนวณเบื้องต้นสามารถกล่าวได้ว่า โครงการอยู่ใน Segment Super Luxury โดยมีราคาขายต่อตารางเมตรที่ 208,000 บาท/ตร.ม.

### 6.3 การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Targeting)

#### 6.3.1 กลุ่มเป้าหมายหลักที่ 1 พนักงานระดับอาวุโสซึ่งทำงานอยู่บริเวณอโศกมนตรี

ตารางที่ 6.10 กลุ่มพนักงานระดับอาวุโสซึ่งทำงานอยู่บริเวณอโศกมนตรี

|                               |                                                               |                                    |                                                   |
|-------------------------------|---------------------------------------------------------------|------------------------------------|---------------------------------------------------|
| รายได้<br>ครัวเรือน/<br>เดือน | สูงกว่า 250,000 บาท                                           | การเข้าใช้พื้นที่                  | ครอบครัวทำงาน/ ศึกษา<br>อยู่ในบริเวณพื้นที่การค้า |
| อายุ                          | 41-55 ปี                                                      | จุดประสงค์การซื้อ                  | เพื่ออยู่อาศัย                                    |
| อาชีพ                         | พนักงานบริษัทเอกชน<br>ระดับ Senior หรือ<br>ผู้ประกอบการธุรกิจ | พฤติกรรมการณ์ซื้อ-ขาย              | ใช้เวลาตัดสินใจหลังจาก<br>พิจารณาปัจจัยต่างๆ      |
| สัญชาติ                       | ไทย                                                           | ผู้มีส่วนร่วมในการ<br>ตัดสินใจซื้อ | ครอบครัว                                          |

กลุ่มเป้าหมายนี้จะเป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก คือกลุ่มที่สามารถตัดสินใจซื้อได้ด้วยตนเอง ได้แก่กลุ่มพนักงานบริษัทเอกชนระดับอาวุโส (Senior) คือ มีรายได้มากกว่า 120,000 บาท/เดือน เพียงพอที่จะผ่อนหน่วยอาคารชุดได้ด้วยตนเอง โดยมีสถานที่ทำงาน อยู่บนถนนอโศกมนตรี หรือ มีครอบครัว ซึ่งประกอบด้วยพ่อ แม่ ลูก การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จึงคำนึงถึงความสะดวกในการเข้าถึงที่ทำงาน หรือสถานศึกษาของบุตรหลาน ด้วยเช่นกัน

ทางด้านพฤติกรรมการณ์พักอาศัย ส่วนใหญ่มักใช้เป็น บ้านพักหลังที่สอง คือใช้อยู่ช่วงวันทำงานซึ่งเดินทางสะดวกกว่าเดินทางจากที่พักอาศัยหลัก ซึ่งอยู่นอกบริเวณศูนย์กลางธุรกิจ โดยให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ หรือ ตัวห้องชุดเป็นหลัก เนื่องจากการใช้อยู่อาศัยจริง

### 6.3.2 กลุ่มเป้าหมายหลักที่ 2 ผู้ที่มีกำลังซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อการลงทุนระยะยาว

ตารางที่ 6.11 กลุ่มผู้ที่มีกำลังซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อการลงทุนระยะยาว

|                           |                                                               |                                    |                               |
|---------------------------|---------------------------------------------------------------|------------------------------------|-------------------------------|
| รายได้ครัวเรือน/<br>เดือน | สูงกว่า 120,000 บาท                                           | การเข้าใช้พื้นที่                  | รู้จักบริเวณ<br>พื้นที่การค้า |
| อายุ                      | 31-40 ปี                                                      | จุดประสงค์การซื้อ                  | เพื่อการลงทุนเก็ง<br>กำไร     |
| อาชีพ                     | พนักงานบริษัทเอกชน<br>ระดับ Senior หรือ<br>ผู้ประกอบการธุรกิจ | พฤติกรรมการซื้อขาย                 | รวดเร็ว                       |
| สัญชาติ                   | ไทย                                                           | ผู้มีส่วนร่วมในการ<br>ตัดสินใจซื้อ | ตนเอง / เพื่อน                |

เป็นกลุ่มซึ่งมีความสนใจในการลงทุนอสังหาริมทรัพย์ประเภทคอนโดมิเนียม และมีการจัดสรรเงินหลังหักค่าใช้จ่ายและเงินฝากไว้เพื่อการเพิ่มช่องทางการหารายได้ โดยผู้ที่ลงทุนในทรัพย์สินประเภทอสังหาริมทรัพย์ระดับ Luxury มักจะต้องมีฐานเงินเดือนที่สูง เนื่องจากเงินลงทุนมักคิดเป็นสัดส่วนของเงินฝาก และรายได้

ข้อมูลอ้างอิงจากธนาคารแห่งประเทศไทย เดือนมิถุนายน 2559 พบว่า จำนวนบัญชีเงินฝากของธนาคารพาณิชย์จดทะเบียนในประเทศ (รวมทุกประเภท) มีประมาณ 89 ล้านบัญชี ในที่นี้มีจำนวนบัญชีที่มีเงินฝากเกิน 50 ล้านบาทอยู่มากถึง 16,000 บัญชี แสดงให้เห็นว่ายังมีกลุ่มเป้าหมายที่มีกำลังซื้อบ้านระดับ Luxury ด้วยเงินสดอีกเป็นจำนวนมาก แต่การพิจารณาบัญชีรวมทุกประเภทอาจไม่สะท้อนกำลังซื้อที่แท้จริง ดังนั้น จึงพิจารณาเฉพาะแค่จำนวนบัญชีเงินฝากประเภทออมทรัพย์ที่มีจำนวนเงินฝากเกิน 50 ล้านบาท พบว่า มีประมาณ 7,000 บัญชี (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2559)

ตารางที่ 6.12 ข้อมูลเงินฝากของธนาคารพาณิชย์

| ประเภทเงินฝาก                                       | ออม<br>ทรัพย์<br>(จำนวน<br>บัญชี) | ออม<br>ทรัพย์<br>(จำนวน<br>เงิน) | รวมเงินรับ<br>ฝาก<br>(จำนวน<br>บัญชี) | รวมเงิน<br>รับฝาก<br>(จำนวน<br>เงิน) |
|-----------------------------------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|---------------------------------------|--------------------------------------|
| ไม่เกิน 50,000 บาท                                  | 69,902,895                        | 329,982                          | 78,427,574                            | 383,007                              |
| เกินกว่า 50,000 บาท แต่ไม่เกิน 100,000 บาท          | 3,184,678                         | 222,844                          | 3,811,072                             | 268,813                              |
| เกินกว่า 100,000 บาท แต่ไม่เกิน 200,000 บาท         | 2,431,957                         | 335,391                          | 3,015,964                             | 417,859                              |
| เกินกว่า 200,000 บาท แต่ไม่เกิน 500,000 บาท         | 2,014,045                         | 624,589                          | 2,688,055                             | 844,768                              |
| เกินกว่า 500,000 บาท แต่ไม่เกิน 1,000,000 บาท       | 850,126                           | 585,717                          | 1,249,147                             | 887,583                              |
| เกินกว่า 1,000,000 บาท แต่ไม่เกิน 10,000,000 บาท    | 787,225                           | 1,844,928                        | 1,274,748                             | 3,215,722                            |
| เกินกว่า 10,000,000 บาท แต่ไม่เกิน 25,000,000 บาท   | 35,852                            | 525,227                          | 74,636                                | 1,111,059                            |
| เกินกว่า 25,000,000 บาท แต่ไม่เกิน 50,000,000 บาท   | 9,295                             | 319,078                          | 21,078                                | 744,018                              |
| เกินกว่า 50,000,000 บาท แต่ไม่เกิน 100,000,000 บาท  | 4,216                             | 289,519                          | 9,715                                 | 686,979                              |
| เกินกว่า 100,000,000 บาท แต่ไม่เกิน 200,000,000 บาท | 1,990                             | 272,194                          | 4,463                                 | 617,836                              |
| เกินกว่า 200,000,000 บาท แต่ไม่เกิน 500,000,000 บาท | 1,040                             | 314,623                          | 2,264                                 | 697,625                              |
| ตั้งแต่ 500,000,000 บาทขึ้นไป                       | 495                               | 840,555                          | 1,110                                 | 1,649,882                            |
| รวม                                                 | 79,223,814                        | 6,504,648                        | 90,579,826                            | 11,525,152                           |

ที่มา ธนาคารแห่งประเทศไทย

### 6.3.3 กลุ่มเป้าหมายหลักที่ 3 ชาวต่างชาติที่มาทำงานในประเทศไทย

ตารางที่ 6.13 ชาวต่างชาติที่มาทำงานในประเทศไทย

|                           |                                                               |                                    |                                                      |
|---------------------------|---------------------------------------------------------------|------------------------------------|------------------------------------------------------|
| รายได้<br>ครัวเรือน/เดือน | สูงกว่า 250,000 บาท                                           | การเข้าใช้พื้นที่                  | ครอบครัวทำงาน/<br>ศึกษาอยู่ในบริเวณ<br>พื้นที่การค้า |
| อายุ                      | 31-40 ปี                                                      | จุดประสงค์การซื้อ                  | เพื่ออยู่อาศัย                                       |
| อาชีพ                     | พนักงานบริษัทเอกชน<br>ระดับ Senior หรือ<br>ผู้ประกอบการธุรกิจ | พฤติกรรมการซื้อขาย                 | ใช้เวลาตัดสินใจ<br>หลังจากพิจารณา<br>ปัจจัยต่างๆ     |
| สัญชาติ                   | ญี่ปุ่น เกาหลี ตะวันออก<br>กลาง ตะวันตก                       | ผู้มีส่วนร่วมในการ<br>ตัดสินใจซื้อ | Sole Agent                                           |



จากการแบ่งส่วนตลาดจากการวิเคราะห์เงินเดือนพบว่ากลุ่มผู้ซึ่งมีกำลังซื้อส่วนหนึ่งคือ Japanese Nationality ซึ่งมีฐานเงินเดือนค่อนข้างสูง สอดคล้องกับ ข้อมูลผู้ที่เข้ามาทำงานในเมืองไทย หรือ Expatriates โดยในรอบทศวรรษที่ผ่านมา ตัวเลขของจำนวน Expats หรือชาวต่างชาติที่เข้ามาทำงาน และพักอาศัยในกรุงเทพมหานครนั้น มีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ณ สิ้นเดือนธันวาคม 2558 ที่ผ่านมามีตัวเลขของ Expats ที่ได้รับอนุญาตให้ทำงานในกรุงเทพฯ 81,960 คน โดยเฉพาะในปี 2559 ที่ประเทศไทยกำลังจะเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างเป็นทางการ

จากสถิติของสำนักงานบริหารแรงงานต่างด้าว เมื่อดูตัวเลขในส่วนของกิจการที่ชาวต่างชาติเข้ามาทำงานในประเทศไทยนั้น อันดับ 1 เป็นงานด้านการศึกษา รองลงมา ก็คือ ส่วนของการขายส่งและการค้า โรงแรมภัตตาคาร ธุรกิจบริการ และค้าปลีก

เมื่อมาดูว่า Expat ประกอบอาชีพในระดับไหนมากที่สุด อันดับ 1 ก็คือ CEO ผู้จัดการ และผู้บริหารในระดับสูง ตามมาด้วยผู้จัดการแผนกต่างๆ ซึ่งเป็น Level ที่มีกำลังทรัพย์ในการใช้จ่ายสูง เป็นลูกค้าในระดับพรีเมียมที่ไม่อาจมองข้ามไปได้

เมื่อปลายปี 2558 คอลลิเออร์ อินเตอร์เนชั่นแนล ไทยแลนด์ ได้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการอยู่อาศัยของชาวต่างชาติพบข้อมูลที่น่าสนใจว่า จำนวน Expat ที่เข้ามาทำงานในกรุงเทพฯ นั้นเพิ่มขึ้นทุกไตรมาสโดย ชาวต่างชาติที่ทำงานในระยะสั้นนิยมเช่าอาศัยในอพาร์ทเมนต์ ส่วนชาวต่างชาติที่ทำงานระยะยาวตั้งแต่ 1 ปีขึ้นไป จะเลือกเช่าและซื้อคอนโดฯ หรืออพาร์ทเมนต์ในระดับ Luxury มากกว่า ทำให้ผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์ต้องปรับตัวให้เข้ากับความต้องการที่เปลี่ยนไปของลูกค้าในกลุ่มนี้

ทำเลที่พักอาศัยของชาว Expat นั้นมีอยู่หลายที่ในกรุงเทพฯ ทั้งรวมกลุ่มกันอยู่เป็นชุมชนและกระจายตัวตามเขตต่างๆ โดยเฉพาะโซนสุขุมวิท-อโศกนั้นกำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมากจากชาวตะวันออกกลาง เกาหลี และญี่ปุ่น เพราะสะดวกสบายและมีปัจจัยหลายอย่างที่เหมาะพร้อม

#### 6.3.4 กลุ่มเป้าหมายหลักที่ 4 ชาวต่างชาติลงทุนในประเทศไทย

ตารางที่ 6.14 ชาวต่างชาติลงทุนในประเทศไทย

|                       |                                                              |                                    |                                                  |
|-----------------------|--------------------------------------------------------------|------------------------------------|--------------------------------------------------|
| รายได้ครัวเรือน/เดือน | สูงกว่า 250,000 บาท                                          | การเข้าใช้พื้นที่                  | รู้จักบริเวณพื้นที่การค้า                        |
| อายุ                  | 31-40 ปี                                                     | จุดประสงค์การซื้อ                  | เพื่อการลงทุนเชิงกำไร                            |
| อาชีพ                 | พนักงานบริษัทเอกชน<br>ระดับSenior หรือ<br>ผู้ประกอบการธุรกิจ | พฤติกรรมการซื้อขาย                 | ใช้เวลาตัดสินใจ<br>หลังจากพิจารณา<br>ปัจจัยต่างๆ |
| สัญชาติ               | จีน ฮองกง ไต้หวัน<br>มาเลเซีย สิงคโปร์                       | ผู้มีส่วนร่วมในการ<br>ตัดสินใจซื้อ | Sole Agent                                       |

อย่างไรก็ตาม จากการสอบถาม Sole Agent จากโครงการในแนวข้างเคียงเช่น ESSE Asoke และ Noble BE19 พบว่า กลุ่ม Expat ดังกล่าวมีเพียงส่วนหนึ่งที่ซื้อคอนโดมิเนียมเพื่อการอยู่อาศัยเอง แต่อีกส่วนเป็นกลุ่มที่ซื้อเพื่อให้ผู้อื่นเช่าอาศัย ซึ่งเป็นกลุ่มประเทศที่ใช้ภาษาจีนเป็นหลัก ได้แก่ ชาวจีน ชาวไต้หวัน ชาวมาเลเซีย ชาวสิงคโปร์ และชาวฮ่องกง

กล่าวโดยสรุป กลุ่มเป้าหมายจะแบ่งเป็น กลุ่มที่มีฐานเงินเดือนสูง และมีความต้องการอยู่อาศัยเองทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติที่เข้ามาทำงานในประเทศไทย โดยเฉพาะกลุ่มเกาหลี ญี่ปุ่น ตะวันออกกลาง รวมถึง ฮ่องกง ไต้หวัน ซึ่งมีศักยภาพในการลงทุน โดยกำหนดสัดส่วนของกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

ตารางที่ 6.15 สรุปกลุ่มเป้าหมายโครงการ

| กลุ่มเป้าหมาย                                                                 | สัดส่วน<br>กลุ่มเป้าหมาย | รสนิยม                                | อุปสงค์ในพื้นที่                                                                    |
|-------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|---------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| ชาวไทยผู้มีกำลังซื้อเพื่ออยู่อาศัยเอง (Thai Residents)                        | 60%                      | ห้องพักขนาด<br>ประมาณ 40<br>ตารางเมตร | ESSE Asoke ซึ่งวางตำแหน่ง<br>การตลาดเพื่อผู้อยู่อาศัยเอง<br>สามารถขายห้องชุดได้ 80% |
| นักลงทุนชาวต่างชาติ<br>ชาวจีน ฮองกง ไต้หวัน<br>(Chinese Investors)            | 15%                      | ลงทุนกับห้องพัก<br>ชั้นบน ราคาสูง     | ปัจจุบัน the Loft Asoke<br>สามารถปล่อยขาย ชาวต่างชาติ<br>ได้ 35% จากโควต้า 49%      |
| ชาวต่างชาติที่เข้ามาทำงานใน<br>ประเทศไทย (Expatriates)                        | 15%                      | ห้องชุด 2-3<br>ห้องนอน                |                                                                                     |
| นักลงทุนคอนโดมิเนียมเพื่อการ<br>เก็งกำไรจากการปล่อยเช่า<br>(Thai Speculators) | 10%                      | ห้องขนาดเล็ก<br>30 ตารางเมตร          | Ashton Asoke และ Noble<br>Recole เกิดปรากฏการณ์<br>SOLD OUT (90%) ในวันเดียว        |

#### 6.4 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรคพื้นที่โครงการ (SWOT Analysis)

การวิเคราะห์ตำแหน่งทางการตลาด จะวิเคราะห์ภาพรวมของพื้นที่คู่แข่งซึ่งมีคอนโดมิเนียมขายอยู่ตลอดถนนจนถึงตัวโครงการ เพื่อให้เกิดความเข้าใจสภาพการแข่งขันในพื้นที่อโศกมนตรี

##### 6.4.1 การวิเคราะห์จุดแข็ง

1. ช่วงถนนสุขุมวิทบริเวณที่ตั้งโครงการเป็นบริเวณที่มีความครบครันสำหรับการลงทุนเพราะมีทั้งย่านธุรกิจ สำนักงาน โรงแรม แหล่งพักอาศัยของชาวต่างชาติ พร้อมทั้งมีแหล่งช้อปปิ้ง และร้านไลฟ์สไตล์ที่ถูกรสนิยมของทั้งคนไทย และชาวต่างประเทศ
2. อโศกเป็นจุดเชื่อมต่อการเดินทางโดยรถไฟฟ้าใจกลางเมืองที่ดีที่สุดระหว่าง BTS และ MRT และเป็นที่ยินยอมของนักลงทุนในการซื้อเพื่อปล่อยเช่า ทั้งยังเป็นจุดเชื่อมต่อระหว่าง ย่านศูนย์กลางธุรกิจปัจจุบัน และ ย่านศูนย์กลางธุรกิจใหม่อย่างโซนรัชดา-พระราม 9
3. พื้นที่โครงการถือว่าเป็นที่ดินผืนใหญ่มากบนถนนอโศกมนตรี การสามารถก่อสร้างด้วย FAR 10:1 จะทำให้ได้อาคารที่ใหญ่ หรือมีความสูงโดดเด่น

#### 6.4.2 การวิเคราะห์จุดอ่อน

1. ที่ดินสำหรับนักพัฒนาคอนโดเหลือน้อยลงทุกที ดังนั้นราคาที่ดินจึงเพิ่มสูงมากขึ้นเรื่อยๆ จนปัจจุบันราคาเสนอขายต่อตารางวาอยู่ที่ประมาณหลักแสนปลายๆถึงหลักล้าน ดังนั้นการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์บนที่ดินนี้จะทำให้มีต้นทุนที่สูง ซึ่งหมายถึงราคาต่อตารางเมตรที่สูงขึ้นตามไปด้วย
2. ปัจจุบันการกระจุกตัวของอาคารคอนโดมิเนียมในพื้นที่ที่มีความใกล้เคียงกันมากเกินไป ดังนั้น ในแง่การลงทุนขายต่อหรือปล่อยเช่าจะพบว่ามีความคู่แข่งเยอะ ทั้งยังเกิดมูมอับ ทศนวิสัยจากการบังวิวกันไปมาของอาคารในละแวก ทำให้ราคาขายลดลงได้
4. พื้นที่โครงการตั้งอยู่กลางซอยอโศกมนตรี ซึ่งเป็นถนนที่มีการจราจรหนาแน่นตลอดเวลา ทำให้การเดินทางเข้าถึงพื้นที่โครงการโดยรถยนต์ใช้เวลานาน

#### 6.4.3 การวิเคราะห์โอกาส

1. กลุ่มลูกค้าที่สนใจซื้อคอนโดทำเลนี้ หรือนักลงทุนคอนโดทำเลนี้โดยมากมักมีกำลังซื้อในระดับสูง การพัฒนาโครงการคอนโดมิเนียมซึ่งมีราคาสูงจึงไม่ได้มีผลกระทบต่อคนกลุ่มนี้มากนัก
2. พื้นที่สุขุมวิทในบริเวณนี้ยังเรียกได้ว่าเป็นโซนที่ได้รับความนิยมที่สุดบริเวณหนึ่งของกรุงเทพมหานครในสายตาของชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยว พักอาศัยเป็นบ้านที่สอง หรือลงทุนในอสังหาริมทรัพย์
3. การพัฒนาของโครงการ Singha Complex และโครงการมิกกะสัน คอมเพล็กซ์ และ สวนมิกกะสัน ซึ่งเป็นสวนขนาดใหญ่กลางเมืองกรุงเทพมหานครจะทำให้ภาพรวมของย่านนี้กลับมามีชีวิตชีวา มีความน่าอยู่อาศัย เป็นจุดหมายในการเดินทางและมีศักยภาพในการลงทุน
5. อโศกเป็นที่ยู่ออาศัยของกลุ่มชาวต่างชาติ ทำให้โอกาสในการปล่อยเช่าห้องชุดรายเดือนมีความเป็นไปได้สูง
6. ที่ดินขนาดใหญ่ของโครงการสามารถเป็นประโยชน์การใช้สอยเพื่อสุนทรียภาพของผู้อยู่อาศัย

#### 6.4.4 การวิเคราะห์อุปสรรค

1. ราคาคอนโดมิเนียมที่กำลังได้รับการพัฒนาใหม่ที่สูงขึ้นจะทำให้ตลาดหรือกลุ่มผู้ที่สามารถซื้อโครงการบริเวณนี้ได้ลดน้อยลง โดยมองหาทำเลอื่นที่มีความสะดวกในการเดินทางจาก

ระยะทางที่สามารถเดินเท้าถึงรถไฟฟ้า BTS แต่มีราคาที่ต่ำกว่า เช่น โครงการตามแนวรถไฟฟ้า สุขุมวิท บริเวณพระโขนง และอ่อนนุช ซึ่งอยู่ห่างไปเพียงไม่กี่สถานี เป็นต้น

2. ราคาคอนโดใหม่สูงขึ้นไม่เป็นสัดส่วนกับกำลังซื้อต่อ และความสามารถในการจ่ายค่าเช่าของประชากรโดยทั่วไป ประกอบกับจำนวนคอนโดใหม่ในโซนที่เพิ่มขึ้นอยู่เรื่อยๆ ดังนั้น หากห้องชุดที่ลงทุนมีข้อด้อย หรือ ไม่มีจุดเด่น อาจมีโอกาสดึงดูดไม่ทำกำไรได้

3. อาคารสำนักงานซึ่งมีอายุมากของถนนอโศกมนตรีทำให้สภาพโดยรวมของย่านดูเก่า ไม่ทันสมัย

## 6.5 การวิเคราะห์คู่แข่ง (Competitor)

### 6.5.1 การจำแนกคู่แข่งตามการแบ่งส่วนตลาด (Competitor Segmentation)

จากรายละเอียดโครงการข้างต้น สามารถแบ่งตลาดได้เป็น 4 กลุ่มโดยแบ่งตามประเภทของคอนโดมิเนียมตาม Segmentation ของ Think of Living (2011) ดังนี้

ตารางที่ 6.16 การจำแนกคู่แข่งในพื้นที่โดยการแบ่งส่วนตลาดโครงการคอนโดมิเนียม

| ลำดับ | ชื่อโครงการ                         | จำนวนยูนิต                                                        | ราคา/ตร.ม.  | 90-120 | 120-160 | 160-200 | 200+ |
|-------|-------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|-------------|--------|---------|---------|------|
| 1     | Ashton Asoke                        | คอนโด High Rise 50 ชั้น 1<br>อาคาร 783 ยูนิต                      | 230,000 บาท |        |         |         | 783  |
| 2     | THE ESSE Asoke<br>(ดิ เอส อโศก)     | คอนโด High Rise 55 ชั้น 1<br>อาคาร 419 ยูนิต                      | 220,000 บาท |        |         |         | 419  |
| 3     | The Lofts Asoke<br>(เดอะลอฟท์ อโศก) | คอนโด High Rise 45 ชั้น<br>211 ยูนิต                              | 208,000 บาท |        |         |         | 211  |
| 4     | Noble BE19                          | คอนโด High Rise 2 อาคาร<br>27 ชั้น และ 48 ชั้น จำนวน<br>586 ยูนิต | 187,878 บาท |        |         | 586     |      |

ตารางที่ 6.16 การจำแนกคู่แข่งในพื้นที่โดยการแบ่งส่วนตลาดโครงการคอนโดมิเนียม (ต่อ)

| ลำดับ | ชื่อโครงการ                  | จำนวนยูนิต                                                    | ราคา/ตร.ม.          | 90-120 | 120-160 | 160-200 | 200+ |
|-------|------------------------------|---------------------------------------------------------------|---------------------|--------|---------|---------|------|
| 5     | Hyde Sukhumvit 11            | ประมาณ 478 ยูนิต                                              | 185,185 บาท         |        |         | 478     |      |
| 6     | Noble Recole                 | คอนโด High Rise 28 ชั้น ที่จอดรถใต้ดิน 5 ชั้น จำนวน 288 ยูนิต | 180,000 บาท         |        |         | 288     |      |
| 7     | Q Asoke (คิว อโศก)           | คอนโด High Rise 41 ชั้น 1 อาคาร 482 ยูนิต                     | 180,000 บาท         |        |         | 482     |      |
| 8     | Rhythm อโศก                  | คอนโด High Rise 37 ชั้น 1 อาคาร 385 ยูนิต                     | 120,000-140,000 บาท |        | 385     |         |      |
| 9     | Villa Asoke                  | คอนโด High Rise 42 ชั้น 525 Units                             | 105,000-125,000 บาท | 525    |         |         |      |
| 10    | The Room21                   | คอนโด High Rise 29 ชั้น 213 ยูนิต                             | 111,800 บาท         | 213    |         |         |      |
| 11    | The Address Asoke            | คอนโด High Rise 44 ชั้น 1 อาคาร 574 ยูนิต                     | 120,000 บาท         | 547    |         |         |      |
| 12    | Life Asoke (ไลฟ์ อโศก )      | คอนโด High Rise 35 ชั้น 1 อาคาร 1,642 ยูนิต และร้านค้า 3 ร้าน | n/a                 |        |         |         |      |
| 13    | Supalai Premiere Place Asoke | คอนโด High Rise 30 ชั้น 285 Units                             | n/a                 |        |         |         |      |
|       | TOTAL                        |                                                               |                     | 1285   | 385     | 2277    | 1413 |

### 6.5.2 การจำแนกคู่แข่งทางตรงและคู่แข่งทางอ้อม (Direct/Indirect Competitor)

หลักเกณฑ์ในการกำหนดคู่แข่งทางตรงของโครงการประกอบด้วย 3 ปัจจัย ดังนี้  
 (1) ตำแหน่งของอาคารอยู่บนถนนอโศกมนตรี (2) ระดับราคาเฉลี่ยต่อตารางเมตร อยู่ในระดับ Segment เดียวกัน คือ Super Luxury และ (3) อายุโครงการไม่เกิน 4 ปี หรือ เปิดตัวโครงการหลังปี 2557 โดยโครงการซึ่งไม่ครบทั้ง 3 ปัจจัย ให้ถือว่าเป็นคู่แข่งทางอ้อม



ภาพที่ 6.7 แสดงกลุ่มคู่แข่ง

### 6.5.2.1 คู่แข่งทางตรง

คู่แข่งทางตรงคือ คอนโดมีเนียมที่เข้าขายตรงกับหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการแบ่งคู่แข่งทั้ง 3 ปัจจัย โดยมีรายละเอียดแยกเป็นรายการโครงการดังนี้

| ชื่อโครงการ       |           | Ashton Asoke                       |                                                                                     |           |         |         |
|-------------------|-----------|------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------|---------|---------|
| ที่ตั้ง           |           | อโศกมนตรี                          |  |           |         |         |
| ขนาดโครงการ       |           | 2-3-47 ไร่                         |                                                                                     |           |         |         |
| ชั้น              |           | 50                                 |                                                                                     |           |         |         |
| อาคาร             |           | 1                                  |                                                                                     |           |         |         |
| ผู้พัฒนา          |           | บริษัท อนันดา ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด |                                                                                     |           |         |         |
| ราคาขาย           |           | 2230000 บาทต่อตารางเมตร            |                                                                                     |           |         |         |
| ยูนิต             |           | 783                                |                                                                                     |           |         |         |
| ประเภท            |           | ขนาด                               | ราคา(ล้านบาท)                                                                       | จำนวนห้อง | สัดส่วน | %ยอดขาย |
|                   | 1 ห้องนอน | 30-34                              | เริ่มต้น 6.9                                                                        | 708       | 90%     | n/a     |
|                   | 2 ห้องนอน | 46-64                              | เริ่มต้น 15                                                                         | 75        | 10%     | n/a     |
|                   | Penthouse |                                    |                                                                                     |           |         |         |
| แบบที่ขายดีที่สุด |           | 1 ห้องนอน                          |                                                                                     |           |         |         |
| ที่จอดรถ          |           | 367                                |                                                                                     |           |         |         |
| วันที่เปิดโครงการ |           | 1-พ.ค.-57                          |                                                                                     |           |         |         |
| ค่าส่วนกลาง       |           | n/a                                |                                                                                     |           |         |         |
|                   |           |                                    | บาท/ตารางเมตร/เดือน                                                                 |           |         |         |



| ชื่อโครงการ       |                                   | the ESSE Asoke                                                                      |           |         |         |     |
|-------------------|-----------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------|---------|---------|-----|
| ที่ตั้ง           | อโศกมนตรี                         |  |           |         |         |     |
| ขนาดโครงการ       | 2-2-74 ไร่                        |                                                                                     |           |         |         |     |
| ชั้น              | 55                                |                                                                                     |           |         |         |     |
| อาคาร             | 1                                 |                                                                                     |           |         |         |     |
| ผู้พัฒนา          | บริษัท สิงห์ เอสเตท จำกัด (มหาชน) |                                                                                     |           |         |         |     |
| ราคาขาย           | 214200 บาทต่อตารางเมตร            |                                                                                     |           |         |         |     |
| ยูนิต             | 335                               |                                                                                     |           |         |         |     |
| ประเภท            | ขนาด                              | ราคา(ล้านบาท)                                                                       | จำนวนห้อง | สัดส่วน | %ยอดขาย |     |
| 1 ห้องนอน         | 37-42                             | 7.69-11.79                                                                          | 324       | 77%     | 81%     |     |
|                   | 2 ห้องนอน                         | 75.5-84                                                                             | 15.39-17  | 86      | 21%     | 76% |
|                   | Penthouse                         | 104-195                                                                             | 33-48     | 9       | 2%      | 78% |
| แบบที่ขายดีที่สุด | 1 ห้องนอน                         |                                                                                     |           |         |         |     |
| ที่จอดรถ          | 427 คัน (102%)                    |                                                                                     |           |         |         |     |
| วันที่เปิดโครงการ | 15-ต.ค.-15                        |                                                                                     |           |         |         |     |
| ค่าส่วนกลาง       | 80 บาท/ตารางเมตร/เดือน            |                                                                                     |           |         |         |     |

| ชื่อโครงการ       |           | Loft Asoke                       |               |                                                                                       |         |         |
|-------------------|-----------|----------------------------------|---------------|---------------------------------------------------------------------------------------|---------|---------|
| ที่ตั้ง           |           | อโศกมนตรี                        |               |  |         |         |
| ขนาดโครงการ       |           | 1-2-65.8 ไร่                     |               |                                                                                       |         |         |
| ชั้น              |           | 45                               |               |                                                                                       |         |         |
| อาคาร             |           | 1                                |               |                                                                                       |         |         |
| ผู้พัฒนา          |           | บริษัท ไรมอน แลนด์ จำกัด (มหาชน) |               |                                                                                       |         |         |
| ราคาขาย           |           | 220300 บาทต่อตารางเมตร           |               |                                                                                       |         |         |
| ยูนิต             |           | 150                              |               |                                                                                       |         |         |
| ประเภท            |           | ขนาด                             | ราคา(ล้านบาท) | จำนวนห้อง                                                                             | สัดส่วน | %ยอดขาย |
|                   | 1 ห้องนอน | 35-49                            | 8-10.4        | 83                                                                                    | 39%     | 94%     |
|                   | 2 ห้องนอน | 74-120                           | 13.6-30.6     | 120                                                                                   | 57%     | 58%     |
|                   | Penthouse | 130-145                          | 30.1-33.6     | 8                                                                                     | 4%      | 38%     |
| แบบที่ขายดีที่สุด |           | 1 ห้องนอน                        |               |                                                                                       |         |         |
| ที่จอดรถ          |           | 60%                              |               |                                                                                       |         |         |
| วันที่เปิดโครงการ |           | 1-พ.ค.-58                        |               |                                                                                       |         |         |
| ค่าส่วนกลาง       |           | 85 บาท/ตารางเมตร/เดือน           |               |                                                                                       |         |         |

### 6.5.2.2 คู่แข่งทางอ้อม

คู่แข่งทางตรงคือคอนโดมิเนียมในย่านอโศกที่เข้าขายตรงกับหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการแบ่งคู่แข่ง 2 ใน 3 ปัจจุบัน NOBLE BE 19 มีระดับราคาในเกณฑ์ SUPER LUXURY แต่ไม่ได้อยู่บนถนนอโศกมนตรี โดยมีรายละเอียดดังนี้

| ชื่อโครงการ       | Noble BE19               |               |           |         |         |
|-------------------|--------------------------|---------------|-----------|---------|---------|
| ที่ตั้ง           | สุขุมวิท 19              |               |           |         |         |
| ขนาดโครงการ       | 3-2-95 ไร่               |               |           |         |         |
| ชั้น              | 27,48                    |               |           |         |         |
| อาคาร             | 2                        |               |           |         |         |
| ผู้พัฒนา          | Noble Development., Plc. |               |           |         |         |
| ราคาขาย           | 187,878 บาทต่อตารางเมตร  |               |           |         |         |
| ยูนิต             | 586                      |               |           |         |         |
| ประเภท            | ขนาด                     | ราคา(ล้านบาท) | จำนวนห้อง | สัดส่วน | %ยอดขาย |
| 1 ห้องนอน         | 33-50                    | เริ่มต้น 6.2  | n/a       | 78%     | n/a     |
|                   | 2 ห้องนอน                | 60-73         | n/a       | 20%     | n/a     |
|                   | Penthouse                | 86-146        | n/a       | 2%      | n/a     |
| ที่จอดรถ          | 67%                      |               |           |         |         |
| วันที่เปิดโครงการ | 1-พ.ค.-59                |               |           |         |         |
| ค่าส่วนกลาง       | n/a บาท/ตารางเมตร/เดือน  |               |           |         |         |



REVIEW | BE19

| ชื่อโครงการ       |                          | Noble Recole                                                                        |           |         |         |  |
|-------------------|--------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------|---------|---------|--|
| ที่ตั้ง           | สุขุมวิท 19              |  |           |         |         |  |
| ขนาดโครงการ       | 1-2-28ไร่                |                                                                                     |           |         |         |  |
| ชั้น              | 28                       |                                                                                     |           |         |         |  |
| อาคาร             | 1                        |                                                                                     |           |         |         |  |
| ผู้พัฒนา          | Noble Development., Plc. |                                                                                     |           |         |         |  |
| ราคาขาย           | 180,000 บาทต่อตารางเมตร  |                                                                                     |           |         |         |  |
| ยูนิต             | 288                      |                                                                                     |           |         |         |  |
| ประเภท            | ขนาด                     | ราคา(ล้านบาท)                                                                       | จำนวนห้อง | สัดส่วน | %ยอดขาย |  |
| 1 ห้องนอน         | 34-45                    | เริ่มต้น 5.1                                                                        | n/a       | n/a     | n/a     |  |
|                   | 62-69                    | n/a                                                                                 | n/a       | n/a     | n/a     |  |
|                   |                          |                                                                                     |           |         |         |  |
| ที่จอดรถ          | 60%                      |                                                                                     |           |         |         |  |
| วันที่เปิดโครงการ | 1-ก.ย.-57                |                                                                                     |           |         |         |  |
| ค่าส่วนกลาง       | n/a บาท/ตารางเมตร/เดือน  |                                                                                     |           |         |         |  |

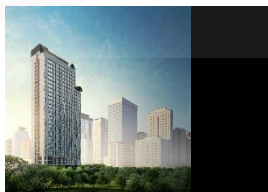
| ชื่อโครงการ       | Q Asoke                 |               |                                                                                      |         |         |     |
|-------------------|-------------------------|---------------|--------------------------------------------------------------------------------------|---------|---------|-----|
| ที่ตั้ง           | เพชรบุรี-ตัดใหม่        |               |  |         |         |     |
| ขนาดโครงการ       | 3.35 ไร่                |               |                                                                                      |         |         |     |
| ชั้น              | 41                      |               |                                                                                      |         |         |     |
| อาคาร             | 1                       |               |                                                                                      |         |         |     |
| ผู้พัฒนา          | Quality Houses., Plc.   |               |                                                                                      |         |         |     |
| ราคาขาย           | 180,000 บาทต่อตารางเมตร |               |                                                                                      |         |         |     |
| ยูนิต             | 428                     |               |                                                                                      |         |         |     |
| ประเภท            | ขนาด                    | ราคา(ล้านบาท) | จำนวนห้อง                                                                            | สัดส่วน | %ยอดขาย |     |
| Studio            | 30                      | เริ่มต้น 7.9  | n/a                                                                                  | 13%     | n/a     |     |
|                   | 1 ห้องนอน               | 37-48         | n/a                                                                                  | n/a     | 70%     | n/a |
|                   | 2 ห้องนอน               | 59-69         | n/a                                                                                  | n/a     | 15%     | n/a |
|                   | Penthouse               | 89-269        | n/a                                                                                  | n/a     | 2%      | n/a |
| ที่จอดรถ          | 80%                     |               |                                                                                      |         |         |     |
| วันที่เปิดโครงการ | 1-มี.ค.-56              |               |                                                                                      |         |         |     |
| ค่าส่วนกลาง       | n/a บาท/ตารางเมตร/เดือน |               |                                                                                      |         |         |     |

จากการการจำแนกคู่แข่งทางตรงและคู่แข่งทางอ้อม ตามหลักเกณฑ์  
ดังกล่าวข้างต้น จึงสามารถสรุปคู่แข่งได้ดังตารางที่ 6.17 และ 6.18

ตารางที่ 6.17 สรุปคู่แข่งทางตรง

| ชื่อโครงการ             | Ashton Asoke                                                                                                |              |         | THE ESSE Asoke                                                                                                         |            |         | The Lofts Asoke                                                                                                           |           |         |
|-------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|---------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|---------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|---------|
| CLASS                   | SUPER LUXURY                                                                                                |              |         | SUPER LUXURY                                                                                                           |            |         | LUXURY                                                                                                                    |           |         |
| เปิดตัวโครงการ          | Q4 2014                                                                                                     |              |         | Q1 2014                                                                                                                |            |         | Q4 2015                                                                                                                   |           |         |
| โครงการก่อสร้างเสร็จ    | Q4 2017                                                                                                     |              |         | Q4 2017                                                                                                                |            |         | Q4 2018                                                                                                                   |           |         |
| ขนาดที่ดินโครงการ       | 2-3-47.60 ไร่                                                                                               |              |         | 2-2-74.4 ไร่                                                                                                           |            |         | 1-2-65.8 ไร่                                                                                                              |           |         |
| จำนวนชั้น               | 50 ชั้น                                                                                                     |              |         | 55 ชั้น                                                                                                                |            |         | 45 ชั้น                                                                                                                   |           |         |
| จำนวนยูนิต              | 783 ยูนิต                                                                                                   |              |         | 419 ยูนิต                                                                                                              |            |         | 211 ยูนิต                                                                                                                 |           |         |
|                         | ขนาด                                                                                                        | ราคา         | สัดส่วน | ขนาด                                                                                                                   | ราคา       | สัดส่วน | ขนาด                                                                                                                      | ราคา      | สัดส่วน |
| 1 ห้องนอน               | 30-34                                                                                                       | เริ่มต้น 6.9 | 90%     | 37-42                                                                                                                  | 7.69-11.79 | 77%     | 35-49                                                                                                                     | 8-10.4    | 39%     |
| 2 ห้องนอน               | 46-64                                                                                                       | เริ่มต้น 15  | 10%     | 75.5-84                                                                                                                | 15.39-17   | 21%     | 74-120                                                                                                                    | 13.6-30.6 | 57%     |
| Penthouse               |                                                                                                             |              |         | 104-195                                                                                                                | 33-48      | 2%      | 130-145                                                                                                                   | 30.1-33.6 | 4%      |
| ที่จอดรถ                | จำนวนที่จอดรถ 367 คัน                                                                                       |              |         | 432 คันและ Superbike 9 ที่ (102%)                                                                                      |            |         | 216 คัน (100%)                                                                                                            |           |         |
| ราคา/ตร.ม.              | 230,000 บาท                                                                                                 |              |         | 220,000 บาท                                                                                                            |            |         | 200,000 บาท/ตร.ม.                                                                                                         |           |         |
| อัตราการดูดซับ          | 29.50                                                                                                       |              |         | 9.57                                                                                                                   |            |         | 10.79                                                                                                                     |           |         |
| ระยะทางถึง BTS อโศก     | 230                                                                                                         |              |         | 700                                                                                                                    |            |         | 950                                                                                                                       |           |         |
| ระยะทางถึง MRT เพชรบุรี | 1070                                                                                                        |              |         | 650                                                                                                                    |            |         | 200                                                                                                                       |           |         |
| สิ่งอำนวยความสะดวก      | Sky Pool Deck / Sky Glass Atrium                                                                            |              |         | Business Center / Golf Simulation                                                                                      |            |         | Indoor Pool / Salt Pool                                                                                                   |           |         |
|                         |                                                                                                             |              |         | Sky Pool Deck / Lap Pool /                                                                                             |            |         | Sky Infinity Edge Pool                                                                                                    |           |         |
|                         |                                                                                                             |              |         | Skyscraper Deck                                                                                                        |            |         | Automated Parking                                                                                                         |           |         |
| ข้อสังเกต               | เป็นโครงการ Super Luxury ใกล้เคียงรถไฟฟ้า<br>อโศก ซึ่งมีขนาด Package ห้องที่เล็ก และไม่<br>มีห้อง Penthouse |              |         | เป็นโครงการที่อยู่กลางถนนนอศกมนตรี โดย<br>มีระยะห่างจากรถไฟฟ้าอโศก และเพชรบุรี<br>เท่าๆกัน ราคาสูงแต่ยังสามารถขายได้ดี |            |         | เป็นโครงการที่เน้นการออกแบบเฉพาะกลุ่ม<br>บนพื้นที่ขนาดเล็กจึงมีกลยุทธ์ในการจัดการ<br>พื้นที่จอดรถโดยใช้ Automatic Parking |           |         |
|                         |                          |              |         |                                    |            |         |                                      |           |         |

ตารางที่ 6.18 สรุปคู่แข่งทางอ้อม

| ชื่อโครงการ            | Noble BE 19                                                                                                |                         |         | Noble Recole                                                                                               |                         |         | Q Asoke                                                                               |                         |         |
|------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|---------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|---------|---------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|---------|
| CLASS                  | SUPER LUXURY                                                                                               |                         |         | HIGH CLASS                                                                                                 |                         |         | LUXURY                                                                                |                         |         |
| เปิดตัวโครงการ         | Q1 2016                                                                                                    |                         |         | Q3 2014                                                                                                    |                         |         | Q1 2013                                                                               |                         |         |
| โครงการก่อสร้างเสร็จ   | Q3 2020                                                                                                    |                         |         | Q4 2018                                                                                                    |                         |         | Q4 2015                                                                               |                         |         |
| ขนาดที่ดินโครงการ      | 3-2-95 ไร่                                                                                                 |                         |         | 1-2-28ไร่                                                                                                  |                         |         | 3.35ไร่                                                                               |                         |         |
| จำนวนชั้น              | 27 และ 48 ชั้น (2 อาคาร)                                                                                   |                         |         | 28 ชั้น                                                                                                    |                         |         | 41 ชั้น                                                                               |                         |         |
| จำนวนยูนิต             | 586 ยูนิต                                                                                                  |                         |         | 288 ยูนิต                                                                                                  |                         |         | 482 ยูนิต                                                                             |                         |         |
| ประเภทห้องชุด          | ขนาด                                                                                                       | ราคา                    | สัดส่วน | ขนาด                                                                                                       | ราคา                    | สัดส่วน | ขนาด                                                                                  | ราคา                    | สัดส่วน |
| Studio                 |                                                                                                            | เริ่มต้น 6.2<br>ล้านบาท |         |                                                                                                            | เริ่มต้น 5.1<br>ล้านบาท |         | 30                                                                                    | เริ่มต้น 7.9<br>ล้านบาท | 13%     |
| 1 ห้องนอน              | 33-50                                                                                                      |                         | 78%     | 34-45                                                                                                      |                         | n/a     | 37-48                                                                                 |                         | 70%     |
| 2 ห้องนอน              | 60-73                                                                                                      |                         | 20%     | 62-69                                                                                                      |                         | n/a     | 59-69                                                                                 |                         | 15%     |
| Penthouse / Other      | 86                                                                                                         |                         | 3%      |                                                                                                            |                         |         | 89-269                                                                                |                         | 2%      |
| ที่จอดรถ               | 67%                                                                                                        |                         |         | 60%                                                                                                        |                         |         | 80%                                                                                   |                         |         |
| ราคา/ตร.ม.             | 187,878 บาท                                                                                                |                         |         | 180,000 บาท                                                                                                |                         |         | 180,000 บาท                                                                           |                         |         |
| อัตราการดูดซับ         | 24.79                                                                                                      |                         |         | 9.48                                                                                                       |                         |         | 9.34                                                                                  |                         |         |
| ระยะทางถึง BTS อโศก    | 980                                                                                                        |                         |         | 1080                                                                                                       |                         |         | 1300                                                                                  |                         |         |
| ระยะทางถึงMRT เพชรบุรี | 900                                                                                                        |                         |         | 1000                                                                                                       |                         |         | 0                                                                                     |                         |         |
| สิ่งอำนวยความสะดวก     | Semi-outdoor Lobby                                                                                         |                         |         | สิ่งอำนวยความสะดวกตามมาตรฐาน                                                                               |                         |         | Restaurant and Wifi                                                                   |                         |         |
|                        | Sky Lounge                                                                                                 |                         |         |                                                                                                            |                         |         | Sky Infinity Edge Pool / Salt Pool                                                    |                         |         |
|                        | Play Ground                                                                                                |                         |         |                                                                                                            |                         |         | Multipurpose Room                                                                     |                         |         |
| ข้อสังเกต              | เป็นโครงการซึ่งอยู่ในซอย สุขุมวิท 19 โดยมีระยะห่างจากรถไฟฟ้า แต่มีการเข้าออกที่ดีและความเงียบสงบเพื่อทดแทน |                         |         | เป็นโครงการซึ่งอยู่ในซอย สุขุมวิท 19 โดยมีระยะห่างจากรถไฟฟ้า แต่มีการเข้าออกที่ดีและความเงียบสงบเพื่อทดแทน |                         |         | เป็นโครงการที่มีขนาดใหญ่ แต่ติดรถไฟฟ้าเพชรบุรี                                        |                         |         |
| ภาพโครงการ             |                         |                         |         |                        |                         |         |  |                         |         |

## 6.6 การศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อวางตำแหน่งทางการตลาด (Positioning Analysis)

การวางตำแหน่งทางการตลาด เป็นการวิเคราะห์เปรียบเทียบกับจุดเด่น จุดด้อยของโครงการกับคู่แข่ง โดยนำปัจจัยที่สำคัญมาพิจารณาเพื่อนำเสนอคุณค่าที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้า

### 6.6.1 การวิเคราะห์ปัจจัยเปรียบเทียบ (Trade Off Analysis)

จากการศึกษางานวิจัยเรื่อง ความเหลื่อมล้ำด้านที่อยู่อาศัยในบริเวณชานเมืองด้านทิศเหนือของกรุงเทพมหานคร โดย ชูชาติ เตชะโพธิ์วรคุณ (2558) ผู้จัดทำได้ นำแนวคิด เกี่ยวกับการทดแทนกันได้ระหว่างองค์ประกอบเชิงกายภาพของที่อยู่อาศัยและทำเลที่ตั้งของที่อยู่อาศัย (Housing-location trade-off hypothesis) มาประยุกต์เป็นแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์สำหรับการกำหนดตำแหน่งทางการตลาด จากการวิเคราะห์เบื้องต้นว่า โครงการมีจุดด้อยทางด้านการเข้าถึงเมื่อเทียบกับโครงการอื่นๆในละแวกเดียวกัน โดยรวบรวมปัจจัยซึ่งมีผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อโครงการคอนโดมีเนียมบนย่านอโศกจากงานวิจัยต่างๆ (Olayinka et al, 2013; James, 2013; พชรินทร์ ผดุงญาติ, 2551) ดังนี้

1. Unit Price หรือ ราคาเฉลี่ยต่อตารางเมตรของแต่ละโครงการ
2. Brand ซึ่งสะท้อนถึงชื่อเสียงและความเชื่อมั่นในตัวโครงการ
3. Design Concept หรือ การแนวคิดในออกแบบซึ่งมีลักษณะเฉพาะเป็นเอกลักษณ์
4. CBD Proximity ความใกล้ หรือ ความเป็นย่านศูนย์กลางธุรกิจ
5. Facility หรือสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการ
6. Investment Opportunity คือ โอกาสในการสร้างกำไรจากการลงทุน เช่นอัตราดอกเบี้ยโตของราคา หรือความสามารถในการปล่อยเช่า
7. Unit Numbers จำนวน ยูนิตห้องชุดในโครงการ
8. Transit Accessibility หรือ การเข้าถึงรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน

จากการศึกษาคู่แข่งบนถนนอโศกมนตรีดังตาราง 6.20-6.25 พบว่า ทำเลที่ตั้งที่ด้อยกว่า อาจได้รับการทดแทนด้วย สิ่งอำนวยความสะดวกที่ดี รวมถึงโอกาสทางการลงทุน ซึ่งทำให้ผู้จัดทำเลือกให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการออกแบบและความครบครันของสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นสำคัญ รวมถึงการวางผังให้เหมาะสมกับการอยู่อาศัยเพื่อประโยชน์ทางการปล่อยเช่าเช่นกัน

ตารางที่ 6.19 การวิเคราะห์การทดแทนคุณค่าระหว่างองค์ประกอบต่างๆของ Ashton Asoke

| ชื่อโครงการ               | Ashton Asoke                         | บทวิเคราะห์                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Diagram |
|---------------------------|--------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| ราคา/ตร.ม.                | 230,000 บาท                          | <p>ความใกล้รถไฟฟ้าอโศกซึ่งเป็นจุดเชื่อมต่อรถไฟฟ้าในย่านศูนย์กลางธุรกิจที่ดีที่สุด ทำให้ Ashton Asoke สามารถชดเชยกับ จำนวน unit ที่มากมาย และสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับมาตรฐานทั่วไป ในส่วนของราคาต่อตารางเมตรทางโครงการได้จัดให้มีห้องชุดขนาดเล็กทำให้ราคาต่อหน่วยไม่แพงจนเกินไป จึงสรุปว่า Ashton Asoke เป็น คอนโดมิเนียมที่ได้เปรียบทางด้านทำเลที่ตั้งมากที่สุด</p> |         |
| ระยะทางถึงรถไฟฟ้าอโศก     | 230 เมตร                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |         |
| ระยะทางถึงMRTเพชรบุรี     | 1070 เมตร                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |         |
| สิ่งอำนวยความสะดวก/การ    | สิ่งอำนวยความสะดวกตามมาตรฐาน         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |         |
| จำนวนยูนิต                | 783 ยูนิต                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |         |
| การปรับขึ้นของราคา Resale | มีการปรับขึ้นของราคา Resale อย่างสูง |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |         |

ตารางที่ 6.20 การวิเคราะห์การทดแทนคุณค่าระหว่างองค์ประกอบต่างๆของ THE ESSE Asoke

| ชื่อโครงการ               | THE ESSE Asoke                     | บทวิเคราะห์                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Diagram |
|---------------------------|------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| ราคา/ตร.ม.                | 220,000 บาท                        | <p>The ESSE Asoke อาจจะไม่ได้อยู่ใกล้รถไฟฟ้า จึงไม่ได้รับความนิยมจากนักลงทุนเท่าไรเท่าโครงการอื่นในบริเวณ โครงการจึงวาง Positioning ให้เป็นที่อยู่อาศัยชั้นดีสำหรับผู้บริหารระดับบนอย่างแท้จริง ประกอบด้วย สิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน ประกอบด้วย Golf Simulation Area และ Business Center</p> |         |
| ระยะทางถึงรถไฟฟ้าอโศก     | 700 เมตร                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |         |
| ระยะทางถึงMRTเพชรบุรี     | 650 เมตร                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |         |
| สิ่งอำนวยความสะดวก/การ    | สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้บริหาร  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |         |
| จำนวนยูนิต                | 419 ยูนิต                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |         |
| การปรับขึ้นของราคา Resale | มีการปรับขึ้นของราคา Resale ไม่มาก |                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |         |

ตารางที่ 6.21 การวิเคราะห์การทดแทนคุณค่าระหว่างองค์ประกอบต่างๆของ The Lofts Asoke

| ชื่อโครงการ               | The Lofts Asoke                    | บทวิเคราะห์                                                                                                                                                                                                                                                                               | Diagram                                                                                                                                                                                                    |
|---------------------------|------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ราคา/ตร.ม.                | 200,000 บาท/ตร.ม.                  | แม้จะอยู่ในระยะที่ใกล้รถไฟฟ้า และมี unit ไม่มาก แต่ราคาของ the Lofts Asoke กลับไม่มีการปรับตัวสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ อาจมีสาเหตุเพราะรูปแบบการออกแบบที่มีความเฉพาะเจาะจงกับกลุ่มเป้าหมายมากกว่าตลาดส่วนใหญ่ ทำให้ positioning ของ the Loft Asoke เป็น Niche Market มากกว่าคู่แข่งในบริเวณ | <p>the Loft Asoke</p> <p>Legend: The Loft Asoke (blue line), Average (orange line)</p> <p>Factors: Transit Accessibility, Unit Pricing, Brand, Design Concept, CBD, Facility, Investment, Unit Number.</p> |
| ระยะทางถึงรถไฟฟ้าอโศก     | 950 เมตร                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                            |
| ระยะทางถึงMRTเพชรบุรี     | 200 เมตร                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                            |
| สิ่งอำนวยความสะดวก/การ    | การออกแบบที่มีเอกลักษณ์ ที่จอดรถ   |                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                            |
| จำนวนยูนิต                | 211 ยูนิต                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                            |
| การปรับขึ้นของราคา Resale | มีการปรับขึ้นของราคา Resale ไม่มาก |                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                            |

ตารางที่ 6.22 การวิเคราะห์การทดแทนคุณค่าระหว่างองค์ประกอบต่างๆของ Noble BE 19

| ชื่อโครงการ               | Noble BE 19                          | บทวิเคราะห์                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Diagram                                                                                                                                                                                             |
|---------------------------|--------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ราคา/ตร.ม.                | 187,878 บาท                          | เมื่อโครงการอยู่ในซอย มีระยะห่างจากรถไฟฟ้ากว่า 900 เมตร ทำให้ Noble BE 19 มีระดับราคาที่ต่ำกว่าโครงการอื่น ข้อดีของโครงการ คือ การมีทางเข้าออกที่หลากหลายทำให้ปัญหาเรื่องรถติดบนถนนอโศกมนตรีไม่ใช่ปัญหาของ Noble BE 19 จึงสามารถทำให้ราคา Resale ปรับตัวสูงขึ้นและอยู่ในความสนใจของนักลงทุนและผู้อยู่อาศัย ถือเป็นโครงการทางเลือกที่ดีในราคาที่สมเหตุสมผล | <p>Noble BE 19</p> <p>Legend: Noble BE19 (blue line), Average (orange line)</p> <p>Factors: Transit Accessibility, Unit Pricing, Brand, Design Concept, CBD, Facility, Investment, Unit Number.</p> |
| ระยะทางถึงรถไฟฟ้าอโศก     | 980 เมตร                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                     |
| ระยะทางถึงMRTเพชรบุรี     | 900เมตร                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                     |
| สิ่งอำนวยความสะดวก/การ    | สิ่งอำนวยความสะดวกตามมาตรฐาน         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                     |
| จำนวนยูนิต                | 586 ยูนิต                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                     |
| การปรับขึ้นของราคา Resale | มีการปรับขึ้นของราคา Resale อย่างสูง |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                     |



ตารางที่ 6.23 การวิเคราะห์การทดแทนคุณค่าระหว่างองค์ประกอบต่างๆของ Noble Recole

| ชื่อโครงการ               | Noble Recole                       | บทวิเคราะห์                                                                                                                                                                  | Diagram                                                                                                                                                                                                         |
|---------------------------|------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ราคา/ตร.ม.                | 180,000 บาท                        | Noble Recole เป็นโครงการที่คล้ายคลึงกับ Noble BE 19 ซึ่งอยู่ในซอยสุขุมวิท 19 เหมือนกัน แต่มีจำนวน unit น้อยกว่าทำให้ความสงบของโครงการในทำเลทางเลือกที่ดีเป็นจุดขายของโครงการ | <p><b>Noble Recole</b></p> <p>Legend: Noble Recole (Blue line), Average (Orange line)</p> <p>Categories: Transit Accessibility, Unit Pricing, Brand, Design Concept, CBD, Facility, Investment, Unit Number</p> |
| ระยะทางถึงรถไฟฟ้าอโศก     | 1080 เมตร                          |                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                 |
| ระยะทางถึงMRTเพชรบุรี     | 1000 เมตร                          |                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                 |
| สิ่งอำนวยความสะดวก/การ    | สิ่งอำนวยความสะดวกตามมาตรฐาน       |                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                 |
| จำนวนยูนิต                | 288 ยูนิต                          |                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                 |
| การปรับขึ้นของราคา Resale | มีการปรับขึ้นของราคา Resale ไม่มาก |                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                 |

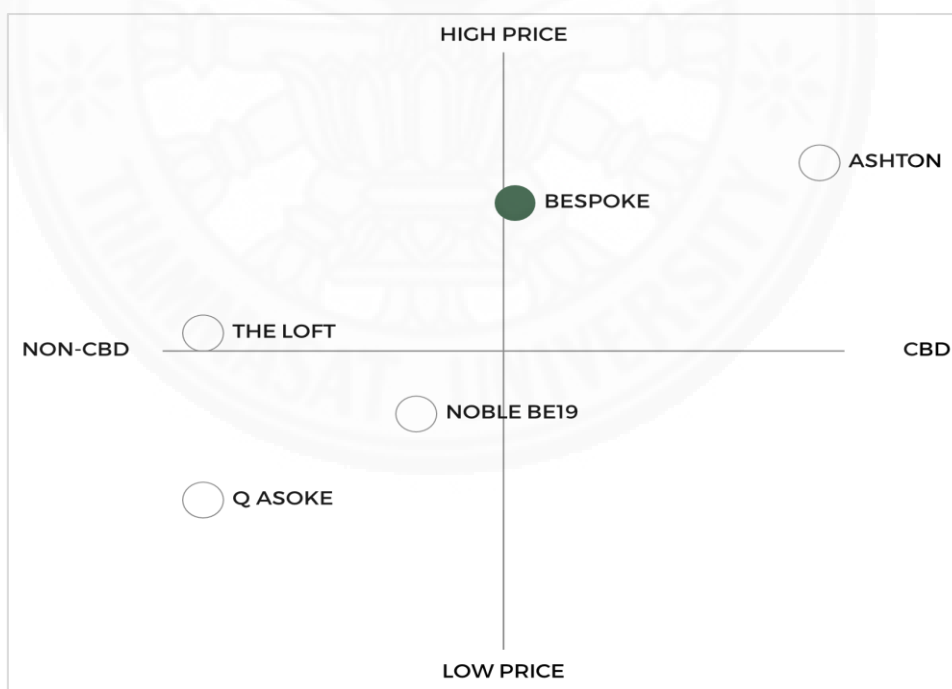
ตารางที่ 6.24 การวิเคราะห์การทดแทนคุณค่าระหว่างองค์ประกอบต่างๆของ Q Asoke

| ชื่อโครงการ               | Q Asoke                            | บทวิเคราะห์                                                                                                                                                                                                                                    | Diagram                                                                                                                                                                                               |
|---------------------------|------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ราคา/ตร.ม.                | 180,000 บาท                        | Q Asoke มีจำนวน unit เท่ากับค่าเฉลี่ยของตลาดในบริเวณ และ สิ่งอำนวยความสะดวกที่อาจจะไม่ครบครันเท่าที่อื่น แต่ตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าด้วยทำเลที่ตั้งติดกับรถไฟฟ้าใต้ดินเพชรบุรี ถือเป็นคอนโดมิเนียมระดับกลางที่มีความน่าสนใจสำหรับพนักงานบริษัทเอกชน | <p><b>Q Asoke</b></p> <p>Legend: Q Asoke (Blue line), Average (Orange line)</p> <p>Categories: Transit Accessibility, Unit Pricing, Brand, Design Concept, CBD, Facility, Investment, Unit Number</p> |
| ระยะทางถึงรถไฟฟ้าอโศก     | 1300 เมตร                          |                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                       |
| ระยะทางถึงMRTเพชรบุรี     | 0 เมตร                             |                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                       |
| สิ่งอำนวยความสะดวก/การ    | สิ่งอำนวยความสะดวกตามมาตรฐาน       |                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                       |
| จำนวนยูนิต                | 482 ยูนิต                          |                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                       |
| การปรับขึ้นของราคา Resale | มีการปรับขึ้นของราคา Resale ไม่มาก |                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                       |

### 6.6.2 การวางตำแหน่งการตลาด (Positioning)

การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของโครงการ BESPOKE Asoke จะใช้เกณฑ์เปรียบเทียบในด้านราคาและลักษณะทางกายภาพ เช่น ทำเลที่ตั้ง คุณภาพวัสดุ การออกแบบพื้นที่ การใช้สอย และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการ เป็นต้น โดยเปรียบเทียบกับคู่แข่งที่มีลักษณะใกล้เคียงกับโครงการ และเป็นผู้นำตลาดได้ดังแสดงในภาพที่ 6.8

การวางตำแหน่งทางการตลาดของโครงการ BESPOKE Asoke เมื่อเทียบกับคู่แข่งในตลาด นั้น ทางผู้จัดทำได้กำหนดและวางตำแหน่งไว้เทียบเท่ากับ ESSE Asoke เนื่องจากโครงการดังกล่าวเป็นโครงการคอนโดมิเนียมที่มีลักษณะใกล้เคียงกันในเชิงทำเลที่ตั้ง ซึ่งต้องจัดการความคุ้มค่าทั้งเรื่องคุณภาพและราคาที่สามารถตอบโจทย์ ความต้องการของลูกค้าได้ ประกอบกับโครงการของ ESSE Asoke นั้น มีจำนวนยูนิตเหลือขายเพียง 84 ยูนิตเท่านั้น ซึ่งทางโครงการ BESPOKE Asoke มีการคาดว่าจะเปิดโครงการภายในเดือนพฤศจิกายน 2561 ดังนั้นแล้วทางโครงการ BESPOKE Asoke จึงได้วางตำแหน่งทางการตลาดในตำแหน่งที่ทดแทนสินค้าของ ESSE Asoke ดังแสดงในภาพที่ 6.8



ภาพที่ 6.8 Positioning ของ BESPOKE

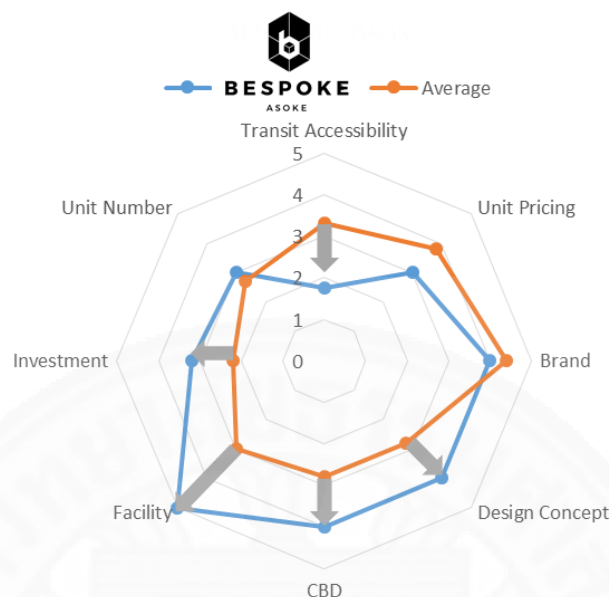
## 6.7 การศึกษาส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix)

### 6.7.1 ผลิตภัณฑ์ (Product)



โครงการ BESPOKE Asoke เป็นอาคารที่อยู่อาศัยรวม ตั้งอยู่บนแปลงที่ดิน 4-1-23 ไร่ เป็นอาคารเดี่ยว ประกอบด้วยส่วนของ Lobby, ที่จอดรถ, ห้องชุดสำหรับพักอาศัย รวมถึงพื้นที่ส่วนกลาง และ สิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน

| ชื่อโครงการ       | BESPOKE Asoke       |                         |               |         |                                                                                     |
|-------------------|---------------------|-------------------------|---------------|---------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| ที่ตั้ง           | อโศกมนตรี           |                         |               |         |                                                                                     |
| ขนาดโครงการ       | 4-1-23 ไร่          |                         |               |         |                                                                                     |
| ชั้น              | 55                  |                         |               |         |                                                                                     |
| อาคาร             | 1                   |                         |               |         |                                                                                     |
| ราคาขาย           | 225,000 บาทต่อตาราง |                         |               |         |                                                                                     |
| ยูนิต             | เมตร<br>616         |                         |               |         |                                                                                     |
|                   |                     |                         |               |         |  |
| ประเภท            | ขนาด                | ราคา<br>(ล้าน<br>บาท)   | จำนวน<br>ห้อง | สัดส่วน |                                                                                     |
| 1 ห้องนอน         | 34-55               | 7.1-11.4                | 516           | 74%     |                                                                                     |
| 2 ห้องนอน         | 58.5-80             | 12.1-<br>16.6           | 96            | 24%     |                                                                                     |
| 3 ห้องนอน         | 90                  | 18.7                    | 3             | 0.5%    |                                                                                     |
| Penthouse         | 215                 | 44.7                    | 2             | 1.5%    |                                                                                     |
| ที่จอดรถ          | 100%                |                         |               |         |                                                                                     |
| วันที่เปิดโครงการ |                     |                         |               |         |                                                                                     |
| ค่าส่วนกลาง       | 85                  | บาท/ตารางเมตร/<br>เดือน |               |         |                                                                                     |



ภาพที่ 6.9 การนำเสนอคุณค่าของ BESPOKE เมื่อเทียบกับโครงการอื่นๆโดยเฉลี่ย

#### 6.7.1.1 แนวคิดในการออกแบบ

จากการศึกษาแนวทางการนำเสนอคุณค่า ทั้งด้านความสะดวกสบาย และความคุ้มค่าจากการลงทุน โครงการ BESPOKE Asoke จะเป็นมากกว่าโครงการที่อยู่อาศัยซึ่งอยู่ใจกลางอโศก ย่านศูนย์กลางธุรกิจ โดยเน้นการออกแบบที่เรียบง่าย อยู่สบาย ตอบโจทย์ทั้งการพักอาศัยในวันทำงานหนัก หรือ นอนพักกลางวันในวันว่าง พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน โครงการหรูสูง 57 ชั้น ที่คงไว้ซึ่งความเป็นส่วนตัว และการวางผังที่ลงตัวทำให้วิวจากทุกห้องสวยเด่นเป็นสง่า

BESPOKE คือ การจONGL่องหน้า เปรียบเสมือนอโศกที่กำลังกลับมาเป็นศูนย์กลางการเชื่อมโยงระหว่างเมืองปัจจุบันอย่างสุขุมวิทและเมืองใหม่ BESPOKE คือ การออกแบบให้คุณ ไม่ใช่แค่อีกหนึ่งห้องชุดจากคลังสินค้า BESPOKE Asoke ชีวิตสบาย ในสไตล์ของคุณเอง

#### 6.7.1.2 รูปแบบและสัดส่วนห้องชุด

การศึกษาตลาดคอนโดมิเนียมระดับ Luxury พบว่า โครงการมักจะประกอบด้วย ยูนิตห้องชุด 1 ห้องนอน, ยูนิตห้องชุด 2 ห้องนอน, และยูนิตห้องชุดพิเศษ เช่น ห้องชุด 3 ห้องนอน ห้องชุด Duplex และ Penthouse ซึ่งมีขนาดใหญ่ ทั้งนี้การกำหนดขนาดและจำนวนของห้องชุดโครงการจะทำได้โดยการวิเคราะห์อัตราดูดซับของอุปทานในตลาด

### 6.7.1.3 การวิเคราะห์อัตราดูดซับ Absorption Rate และอุปทานคงเหลือ

จากการสำรวจอุปทานในบริเวณโครงการ ผู้จัดทำได้สรุปข้อมูลอุปทานจากจำนวนห้องชุดที่เปิดขาย อุปสงค์จากจำนวนห้องชุดที่ขายไป และจำนวนเดือนที่เปิดขาย เพื่อนำมาวิเคราะห์อัตราดูดซับ (Absorption Rate) ดังตารางที่ 6.27

ตารางที่ 6.25 จำนวนห้องชุดที่เปิดขาย

| ลำดับ | ชื่อโครงการ                      | จำนวนชั้น                     | จำนวนยูนิต | ราคา/ตร.ม.        | 160-200 | 200+ |
|-------|----------------------------------|-------------------------------|------------|-------------------|---------|------|
| 1     | Ashton Asoke                     | 50 ชั้น                       | 783 ยูนิต  | 230,000 บาท       |         | 783  |
| 2     | THE ESSE Asoke (ดี เอส อโศก)     | 55 ชั้น                       | 419 ยูนิต  | 220,000 บาท       |         | 419  |
| 3     | The Lofts Asoke (เดอะลอฟท์ อโศก) | 45 ชั้น                       | 211 ยูนิต  | 208,000 บาท/ตร.ม. |         | 211  |
| 4     | Noble BE19                       | 27 ชั้น และ 48 ชั้น (2 อาคาร) | 586 ยูนิต  | 187,878 บาท       | 586     |      |
| 5     | Noble Recole                     | 28 ชั้น                       | 288 ยูนิต  | 180,000 บาท       | 288     |      |
| 6     | Q Asoke (คิว อโศก)               | 41 ชั้น                       | 482 ยูนิต  | 180,000 บาท       | 482     |      |
|       | TOTAL                            |                               |            |                   | 1356    | 1413 |

ตารางที่ 6.26 จำนวนห้องชุดคงเหลือ

| ลำดับ | ชื่อโครงการ                      | จำนวนชั้น                     | จำนวนยูนิต | ราคา/ตร.ม.        | 160-200 | 200+ |
|-------|----------------------------------|-------------------------------|------------|-------------------|---------|------|
| 1     | Ashton Asoke                     | 50 ชั้น                       | 783 ยูนิต  | 230,000 บาท       |         | 16   |
| 2     | THE ESSE Asoke (ดี เอส อโศก)     | 55 ชั้น                       | 419 ยูนิต  | 220,000 บาท       |         | 84   |
| 3     | The Lofts Asoke (เดอะลอฟท์ อโศก) | 45 ชั้น                       | 211 ยูนิต  | 208,000 บาท/ตร.ม. |         | 59   |
| 4     | Noble BE19                       | 27 ชั้น และ 48 ชั้น (2 อาคาร) | 586 ยูนิต  | 187,878 บาท       | 264     |      |
| 5     | Noble Recole                     | 28 ชั้น                       | 288 ยูนิต  | 180,000 บาท       | 13      |      |
| 6     | Q Asoke (คิว อโศก)               | 41 ชั้น                       | 482 ยูนิต  | 180,000 บาท       | 43      |      |
|       | TOTAL                            |                               |            |                   | 320     | 159  |

ตารางที่ 6.27 จำนวนเดือนที่เปิดขาย และการวิเคราะห์อัตราดูดซับ (Absorption Rate)

| ลำดับ | ชื่อโครงการ    | ผู้พัฒนา | เปิดตัวโครงการ | โครงการสร้างเสร็จ | จำนวนห้อง | sold | unsold | ร้อยละ | จำนวนเดือน | Absorption |
|-------|----------------|----------|----------------|-------------------|-----------|------|--------|--------|------------|------------|
| 1     | Ashton Asoke   | ANAN     | Q4 2014        | Q4 2017           | 783       | 767  | 16     | 98%    | 26         | 29.50      |
| 2     | The Esse Asoke | SINGHA   | Q1 2014        | Q4 2017           | 419       | 335  | 84     | 80%    | 35         | 9.57       |
| 3     | The Loft Asoke | RML      | Q4 2015        | Q4 2018           | 211       | 151  | 60     | 72%    | 14         | 10.79      |
| 4     | Noble BE19     | NOBLE    | Q1 2016        | Q3 2020           | 586       | 322  | 264    | 55%    | 13         | 24.79      |
| 5     | Noble Recole   | NOBLE    | Q3 2014        | Q4 2018           | 288       | 275  | 13     | 95%    | 29         | 9.48       |
| 6     | Q Asoke        | QH       | Q1 2013        | Q4 2015           | 482       | 439  | 43     | 91%    | 47         | 9.34       |

จากการเก็บข้อมูลทั้งในส่วนอุปทานเสนอขาย และจำนวนห้องชุดที่ขายไป นำมาวิเคราะห์หาอัตราการดูดซับ พบว่าได้อัตราดูดซับเฉลี่ยที่ 15.58 หน่วยต่อเดือน

เมื่อพิจารณาปริมาณอุปทานคงเหลือ พบว่า อุปทานคงเหลือในช่วงระดับราคา 200,000 บาท/ตร.ม. ขึ้นไปมีน้อยกว่าอุปทานคงเหลือในช่วงราคา 160,000-200,000 บาท/ตร.ม. ถึงร้อยละ 50 แสดงถึงอุปสงค์ต่อตลาด Super Luxury Condominium ซึ่งมีอัตราดูดซับเฉลี่ยเฉพาะกลุ่มระดับราคาที่ 16.62 หน่วยต่อเดือน

ตารางที่ 6.28 การวิเคราะห์ห้องชุดประเภท 1 ห้องนอน

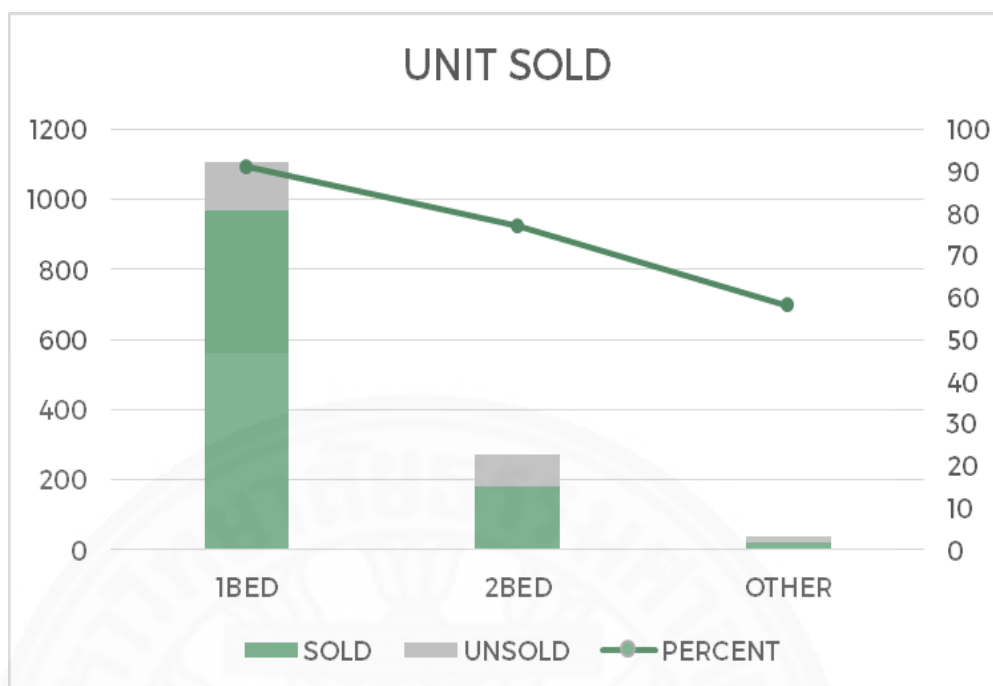
| ชื่อโครงการ    | 1 BED | PRICE |      | UNITS | สัดส่วน | SOLD |
|----------------|-------|-------|------|-------|---------|------|
| Ashton Asoke   | 30    | 34    | 6.9  | 708   | 90%     | n/a  |
| The Esse Asoke | 37    | 53    | 7.69 | 320   | 76%     | 81%  |
| The Loft Asoke | 35    | 49    | 8.3  | 77    | 36%     | 94%  |
| MKT AVG        | 34    | 45    | 7.63 | 368   | 68%     | 88%  |

ตารางที่ 6.29 การวิเคราะห์ห้องชุดประเภท 2 ห้องนอน

| ชื่อโครงการ    | 2 BED | PRICE |       | UNITS | สัดส่วน | SOLD |
|----------------|-------|-------|-------|-------|---------|------|
| Ashton Asoke   | 46    | 64    | 15    | 75    | 10%     | n/a  |
| The Esse Asoke | 75.5  | 84    | 15.39 | 89    | 21%     | 76%  |
| The Loft Asoke | 74    | 87    | 13.3  | 107   | 51%     | 58%  |
| MKT AVG        | 65    | 78    | 14.56 | 90    | 27%     | 67%  |

ตารางที่ 6.30 การวิเคราะห์ห้องชุดประเภทอื่นๆ (Duplex/Penthouse)

| ชื่อโครงการ    | OTHER | PRICE |       | UNITS | สัดส่วน | SOLD |
|----------------|-------|-------|-------|-------|---------|------|
| Ashton Asoke   |       |       |       |       |         |      |
| The Esse Asoke | 104.5 | 195.5 | 26    | 10    | 2%      | 78%  |
| The Loft Asoke | 76    | 145   | 30.1  | 27    | 13%     | 38%  |
| MKT AVG        | 90    | 170   | 28.05 | 18.50 | 8%      | 58%  |



ภาพที่ 6.10 กราฟแสดงสัดส่วนจำนวนห้องนอนและอัตราขาย

จากการเทียบเคียงขนาด ราคา และจำนวนอุปทานของคู่แข่งหลักของโครงการ Super Luxury Condominium ก่อนหน้านี้ พบว่า ห้องชุดประเภท 1 ห้องนอน ขนาด 30-53 ตารางเมตร ราคาเริ่มต้นเฉลี่ย 7.63 ล้านบาท สามารถขายได้ดีที่สุดที่ 91% คิดเป็นอัตราดูดซับ 13.29 หน่วย/เดือน ห้องชุดประเภท 2 ห้องนอนขนาด 46-87 ตารางเมตร ราคาเริ่มต้นเฉลี่ย 14.56 ล้านบาท สามารถขายได้ที่ 71% คิดเป็นอัตราดูดซับ 3.06 หน่วย/เดือนและ ห้องชุดขนาดใหญ่ประเภทอื่นๆ ราคาเริ่มต้นเฉลี่ย 28.05 ล้านบาท สามารถขายเฉลี่ยได้ที่ 58% คิดเป็นอัตราดูดซับ 0.48 หน่วย/เดือน ซึ่งถือว่าเป็นอัตราที่ดีสำหรับทุกประเภท

จากข้อมูลการศึกษาสัดส่วนการประมาณการขายเบื้องต้นพบว่า อัตราสัดส่วนห้องชุดในประเภทต่างๆควรเป็นไปตามตาราง 6.31 นี้

ตารางที่ 6.31 สัดส่วนจำนวนห้องนอนและอัตราขาย

| ประเภทห้องชุด | 1 ห้องนอน | 2 ห้องนอน | อื่นๆ |
|---------------|-----------|-----------|-------|
| ราคาเริ่มต้น  | 7.63      | 14.56     | 28.05 |
| ประมาณการขาย  | 13.09     | 3.06      | 0.48  |
| สัดส่วน       | 79%       | 18%       | 3%    |

จากพื้นที่ดิน 4-1-23 ไร่ หรือ ประมาณ 6,892 ตารางเมตร สามารถก่อสร้างอาคารอยู่อาศัยได้ 68,920 ตร.ม.ตาม FAR 10:1 ทำให้การพัฒนาโครงการซึ่งคิดสัดส่วนพื้นที่ขายประมาณ 60% มีพื้นที่สำหรับเป็นห้องพักถึง 41,352 ตร.ม. ประมาณการได้ราว 800 ห้องชุดซึ่งจำนวนนี้สูงเกินไปสำหรับโครงการระดับ Super Luxury ซึ่งต้องการความเป็นส่วนตัวและทัศนวิสัยที่ดี

ผู้ออกแบบจึงได้ปรับจำนวนห้องชุดลง ให้เหลือ 642 ห้อง แต่ยังคงสัดส่วนห้องชุดในแต่ละประเภทให้เท่าเดิม โดยสามารถแบ่งเป็นประเภทห้องตามลักษณะการวางผังได้ดังนี้

ตารางที่ 6.32 การแบ่งประเภทห้องตามลักษณะการวางผัง

| UNIT TYPE |   |    | 1A                                | 1B  | 1C | 1D | 2A   | 2B   | 2C   | 2D | 3A | PENT |
|-----------|---|----|-----------------------------------|-----|----|----|------|------|------|----|----|------|
| ขนาด      |   |    | 34                                | 37  | 55 | 47 | 61.5 | 75.5 | 58.5 | 80 | 90 | 215  |
| ชั้น      |   |    |                                   |     |    |    |      |      |      |    |    |      |
| 1         |   |    | LOBBY LOUNGE & PARKING            |     |    |    |      |      |      |    |    |      |
| 2         | - | 10 | PARKING                           |     |    |    |      |      |      |    |    |      |
| 11        | - | 24 | 8                                 | 8   |    | 1  |      |      | 1    |    |    |      |
| 25        | - | 27 | 2                                 | 5   | 1  | 1  | 4    | 1    |      |    |    |      |
| 28        | - | 31 | 2                                 | 6   | 1  | 1  | 4    |      | 1    |    |    |      |
| 32        | - | 33 | TOWER FACILITY & MECHANICAL FLOOR |     |    |    |      |      |      |    |    |      |
| 34        | - | 37 | 2                                 | 3   | 1  | 1  | 3    | 1    |      | 1  |    |      |
| 38        | - | 53 | 2                                 | 5   |    | 1  | 4    |      | 1    | 1  | 1  |      |
| 54        | - | 57 | SKY FACILITIES & PENTHOUSES       |     |    |    |      |      |      |    |    |      |
| รวม       |   |    | 166                               | 243 | 11 | 41 | 104  | 7    | 34   | 16 | 16 | 4    |

#### 6.7.1.4 พื้นที่ส่วนกลางและสิ่งอำนวยความสะดวก

จากการวิเคราะห์คู่แข่ง โครงการ BESPOKE Asoke จะมี พื้นที่ส่วนกลางและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน รวมถึง Special Design Feature เช่น Golfers' Lounge, Business Center และ Shuttle Service เพิ่มเติม



ตารางที่ 6.33 เปรียบเทียบสิ่งอำนวยความสะดวกของคู่แข่ง

| PROJECT                         | QAsoke | Noble<br>be 19 | Ashton | Esse | Loft | Bespoke |
|---------------------------------|--------|----------------|--------|------|------|---------|
| Facilities                      |        |                |        |      |      |         |
| Building                        | A      | A , B          | A      | A    | A    | A       |
| Floors                          | 41     | 48 , 27        | 50     | 55   | 45   | 57      |
| Rooms                           | 82     | 586            | 783    | 419  | 206  | 642     |
| Lobby                           | /      | /              | /      | /    | /    | /       |
| Semi-outdoor<br>Lobby           |        | /              | /      |      |      |         |
| Extra Lobby                     |        |                |        |      |      | /       |
| Concierge                       |        |                | /      |      |      | /       |
| Mail box room                   |        |                | /      | /    |      | /       |
| LIFT                            | 4      | 3 , 2          | 6      | 5    | 3    | 6       |
| Unit per 1 Lift                 | 120    | 128 ,<br>101   | 130    | 84   | 70   | 107     |
| Service Lift or<br>Fireman Lift | 1      | 1 , 2          | 1      | 1    | 1    | 1       |
| Sky Glass Atrium                |        |                | /      |      |      |         |
| Lounge                          |        | /              | /      | /    | /    | /       |
| Sky Lounge                      |        | /              |        |      |      | /       |
| Working Space                   |        |                | /      | /    | /    | /       |
| Library                         | /      |                | /      | /    |      |         |
| Outdoor library                 |        |                |        |      |      | /       |
| Business Centre                 |        |                |        | /    |      | /       |
| Board Room                      |        |                |        | /    |      |         |

ตารางที่ 6.33 เปรียบเทียบสิ่งอำนวยความสะดวกของคู่แข่ง (ต่อ)

| PROJECT                            | QAsoke | Noble<br>be 19 | Ashton    | Esse | Loft | Bespoke |
|------------------------------------|--------|----------------|-----------|------|------|---------|
| Facilities                         |        |                |           |      |      |         |
| Meeting Room                       |        | /              | /         |      |      | /       |
| Social Club                        |        |                | /         |      |      | /       |
| Game Room                          |        | /              |           |      |      |         |
| Playground                         |        | /              |           |      |      |         |
| Recreation Area                    | /      | /              |           |      |      |         |
| Muti-purpose room                  | /      |                |           |      |      |         |
| Laundry room                       |        | /              | /         | /    |      | /       |
| Fitness                            | /      | /              |           | /    | /    |         |
| Sky Fitness                        |        | /              | /         |      |      | /       |
| Serenity court                     |        |                |           | /    |      |         |
| Golf simulation                    |        |                |           | /    |      | /       |
| Golf equipment<br>Services         |        |                |           | /    |      | /       |
| Sky Yoga Club                      |        |                |           |      |      | /       |
| Sky Boxing                         |        |                |           |      |      | /       |
| Steam Room                         |        | /              | /         | /    | /    | /       |
| Sauna Room                         | /      | /              | /         |      |      | /       |
| Swimming pool                      | /      | /              | 1,300 sqm |      |      |         |
| Sky swimming pool                  |        | /              | /         | /    |      |         |
| Infinity Edge<br>Swimming Pool     | /      |                |           |      |      |         |
| Sky Infinity Edge<br>Swimming Pool |        |                |           |      | /    | /       |
| Kids pool                          | /      |                | /         | /    |      | /       |

ตารางที่ 6.33 เปรียบเทียบสิ่งอำนวยความสะดวกของคู่แข่ง (ต่อ)

| PROJECT                        | QAsoke | Noble<br>be 19 | Ashton | Esse         | Loft | Bespoke |
|--------------------------------|--------|----------------|--------|--------------|------|---------|
| Facilities                     |        |                |        |              |      |         |
| Lap pool                       |        |                |        | /            |      | /       |
| Plunge pool                    |        |                |        | /            |      |         |
| Dipping pool                   |        |                |        |              |      | /       |
| Indoor Swimming<br>pool        |        |                |        |              | /    |         |
| Penthouse<br>Private pool      |        |                |        |              |      | /       |
| Jacuzzi                        | /      | /              | /      | /            |      | /       |
| Salt pool                      | /      |                |        |              | /    |         |
| Garden                         | /      | /              | /      | 1,000<br>sqm | /    | /       |
| Roof Garden                    | /      |                | /      |              | /    | /       |
| Green area<br>(special zone)   |        |                |        |              | /    |         |
| Original Tree                  | /      |                | /      |              |      |         |
| Barbeque Area                  |        | /              |        |              |      |         |
| Skyscraper deck                |        |                |        | /            |      | /       |
| Parking                        | 310    | 392            | 371    | 428          | 5    | 642     |
| Automated Parking              |        |                |        |              | 206  |         |
| Parking for supercar<br>& bike |        |                |        | /            |      | /       |
| Driver waiting room            |        |                |        | /            |      |         |
| Shuttle Service                |        |                |        |              |      | /       |
| MRT Connected                  | /      |                |        |              |      |         |
| BTS Connected                  |        |                | /      |              |      |         |
| Security Serviced              | /      | /              | /      | /            | /    | /       |

ตารางที่ 6.33 เปรียบเทียบสิ่งอำนวยความสะดวกของคู่แข่ง (ต่อ)

| PROJECT                       | QAsoke | Noble<br>be 19 | Ashton | Esse | Loft | Bespoke |
|-------------------------------|--------|----------------|--------|------|------|---------|
| Facilities                    |        |                |        |      |      |         |
| 24 hr CCTV                    | /      | /              | /      | /    | /    | /       |
| Access Control<br>Keycard     | /      | /              |        |      |      | /       |
| Property<br>Management Office |        | /              | /      | /    | /    | /       |

### 6.7.2 กลยุทธ์การตั้งราคา (Price)

การตั้งราคาต่อการวางตำแหน่งทางการตลาด Positioning เช่นเดียวกับตัวผลิตภัณฑ์ (Product) โดยมักเริ่มกำหนดราคาขายเบื้องต้นจากต้นทุนโครงการ เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง แล้วจึงนำมาเสนอคุณค่าที่แตกต่าง

การตั้งราคาของ BESPOKE Asoke อ้างอิงราคาผลิตภัณฑ์ Luxury ในพื้นที่ ซึ่งเป็นสินค้าซึ่งสะท้อนความหรูหราและระดับของผู้ซื้อ มากกว่าตัวต้นทุนของโครงการ BESPOKE Asoke จึงจัดให้ราคาอยู่ในเกณฑ์ใกล้เคียงกับ the ESSE Asoke แต่จัดให้มียูนิตขนาดเล็กเพิ่มเติมเพื่อการลงทุน โดยมี ราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 225,000 บาทต่อตารางเมตร ทำให้ระดับราคา Package เป็นไปตามตารางที่ 6.34

ตารางที่ 6.34 การตั้งราคาแต่ละ Unit Type

| ประเภทห้องชุด   | ขนาดพื้นที่ | ราคาต่อยูนิต  |
|-----------------|-------------|---------------|
| - 1-Bedroom A   | 34 ตร.ม.    | 7,650,000.00  |
| - 1-Bedroom B   | 37 ตร.ม.    | 8,325,000.00  |
| - 1-Bedroom C   | 55 ตร.ม.    | 12,375,000.00 |
| - 1-Bedroom D   | 47 ตร.ม.    | 10,575,000.00 |
| - 2-Bedroom A   | 61.5 ตร.ม.  | 13,837,500.00 |
| - 2-Bedroom B   | 75.5 ตร.ม.  | 16,987,500.00 |
| - 2-Bedroom C   | 58.5 ตร.ม.  | 13,162,500.00 |
| - 2-Bedroom D   | 82 ตร.ม.    | 18,450,000.00 |
| - 3-Bedroom A   | 90 ตร.ม.    | 20,250,000.00 |
| - Bespoke Pent' | 215 ตร.ม.   | 48,375,000.00 |

### 6.7.2.1 การปรับราคา

#### 1. การปรับราคาตามความสูง

ราคาของห้องชุดคอนโดมิเนียมจะมีการปรับราคาตามระดับความสูงของอาคาร โดยเป็นการปรับขึ้น 1000 บาทต่อตารางเมตรสำหรับห้องตำแหน่งเดียวกันในชั้นที่สูงกว่า และ ปรับลด 1000 บาทต่อตารางเมตรในชั้นที่ต่ำกว่า โดยกำหนดราคาขายเฉลี่ยเป็นราคาในชั้นกลางอาคาร

#### 2. การปรับราคาขายต่อตารางเมตรในแต่ละชั้น

การกำหนดราคาขายในแต่ละตำแหน่ง ทางโครงการจะกำหนดตัวคูณขึ้นมาสำหรับแต่ละตำแหน่ง โดยคำนึงถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ ระยะห่างจากห้องเก็บขยะ ระยะห่างจากลิฟท์ ผลกระทบจากแดด ผลกระทบจากวิสัยทัศน์ เป็นต้น

#### 3. การปรับราคาเพื่อส่งเสริมการขาย

เช่น ราคาขายต่อตารางเมตรของห้องขนาดสองห้องนอนซึ่งขายยากกว่า อาจมีการปรับลดให้น้อยกว่าราคาเฉลี่ยของห้องรูปแบบ 1 ห้องนอน เป็นต้น

### 6.7.2.2 เงื่อนไขการรับชำระเงิน (Term of Payment)

1. เงินจอง เงินทำสัญญา คิดเป็น 5% ของราคาทั้งหมด
2. เงินดาวน์ 13 % แบ่งเป็น เงินดาวน์ 30 งวด และ เงินดาวน์พิเศษ 6 งวด
3. เงินงวดสุดท้าย 82% เมื่อโอนกรรมสิทธิ์

### 6.7.3 ช่องทางในการจัดจำหน่าย (Place)

1. Exclusive Invitation Letter การติดต่อกลุ่มลูกค้านักลงทุน และผู้มีกำลังซื้อจากฐานข้อมูลธนาคารพาณิชย์ และ Sole Agent เป็นการส่วนตัวเพื่อคัดกรองผู้ซึ่งมีสิทธิ์ในการเป็นลูกค้าของโครงการ

2. สำนักงานขายที่โครงการ โดยจะใช้พื้นที่ด้านหน้าโครงการประมาณ 100 ตารางเมตร ตกแต่งสไตล์ Modern Luxury ตามแบบห้องชุดของโครงการเพื่อให้ลูกค้าได้เห็นตัวอย่างห้องชุดที่ใกล้เคียงของจริง นอกจากนี้ ในสำนักงานขายมี Presentation แนะนำโครงการเพื่อให้ลูกค้าได้เห็นภาพรวมและได้รับข้อมูลเกี่ยวกับโครงการชัดเจน ครบถ้วนยิ่งขึ้น โดยคัดเลือกทีมงานขายจาก CBRE (Thailand) มีประสิทธิภาพเพื่อการเข้าถึงลูกค้าและให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ได้ละเอียด นอกจากนี้ ณ วันที่เปิดโครงการ (ช่วงเดือนพฤศจิกายน 2561) จะมีการจัดกิจกรรม Grand Opening ที่สำนักงานขายด้วย

3. กิจกรรม Pre-sale การจัดกิจกรรม Pre-sale เป็นการแนะนำผลิตภัณฑ์สู่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายและเริ่มต้นสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า ดังนั้น ทางโครงการจะจัดส่งจดหมายเชิญเชิญแบบ Brochure เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย รวมทั้งเชิญเชิญกลุ่มลูกค้า Exclusive จากฐานข้อมูลธนาคารพาณิชย์ และ CBRE (Thailand) มาเยี่ยมชมโครงการในวัน Grand Opening ซึ่งนอกจากจะเป็นการประชาสัมพันธ์แก่กลุ่มเป้าหมายแล้ว ยังให้ความรู้สึก Exclusive ว่าเป็นบุคคลที่ได้รับสิทธิพิเศษและความใส่ใจจากโครงการ อาจเป็นประโยชน์ต่อผู้พัฒนาโครงการหากมีโครงการอสังหาริมทรัพย์อื่นๆในอนาคตอีกด้วย

4. บุคลากร ก่อนเปิดโครงการ (Grand Opening) เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์โครงการให้เป็นที่รู้จัก ผู้พัฒนาโครงการจะจัดให้มีการออกบูธประชาสัมพันธ์ในศูนย์การค้าที่มีระดับ เช่น Siam Paragon, Central Chidlom และ Emquartier ในเดือนตุลาคม 2561 และเดือนกุมภาพันธ์ 2562

5. Website เพื่อเป็นการให้ข้อมูลและประชาสัมพันธ์โครงการได้รวดเร็ว รวมถึงการสร้างภาพลักษณ์ให้กับโครงการและเป็นช่องทางในการลงทะเบียนของลูกค้าเพื่อเข้ามาเยี่ยมชมโครงการ การจัดทำ Website ของโครงการก็มีความสำคัญ โดยข้อมูลหลักๆ ได้แก่ Project details, Floor plan, Master plan, ระดับราคา รวมถึงข้อมูลช่องทางการติดต่อกับทางโครงการ

6. การใช้ Sole Agent การขายมาร่วมขาย โดยการใช้ Sole Agent อย่าง CBRE, Knight Flank ในการช่วยขายในประเทศไทย และ Juwai สำหรับกลุ่มนักลงทุนชาวต่างชาติ เพราะนอกจากจะมีความเชี่ยวชาญแล้วยังมีฐานข้อมูลลูกค้าศักยภาพอีกด้วยซึ่งค่าคอมมิชชั่นมักจะอยู่ประมาณ 3-6% ของราคาขาย

#### 6.7.4 กลยุทธ์ด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด (Promotion)

เนื่องจากโครงการ BESPOKE Asoke เป็นโครงการคอนโดมิเนียม Super Luxury ย่านใจกลางเมืองโครงการแรกของผู้พัฒนาโครงการ ดังนั้น การสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้บริโภคจึงเป็นสิ่งสำคัญ ทางผู้พัฒนาโครงการจึงให้ความสำคัญกับงบประมาณด้านการส่งเสริมการตลาด โดยประมาณการจำนวนเงินไว้ที่ 4 ล้านบาท นอกจากนี้ทางผู้พัฒนาโครงการจะมีการนำเทคนิค Integrated Marketing Communication (IMC) มาทำการตลาดด้วย โดยสามารถแบ่งหัวข้อได้ดังนี้

##### 1. การโฆษณา (Advertising) และประชาสัมพันธ์ (Public Relation)

- การโฆษณาผ่านป้าย Billboard และ Digital Screen ในตำแหน่งใกล้เคียงบริเวณโครงการที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจนจากถนน ทางด่วน สถานีรถไฟฟ้าและจุดเชื่อมต่อต่างๆ เช่น บริเวณสี่แยกสีลม แยกอโศก

- การแจกแผ่นพับ (Leaflet) และแผ่นข้อมูลรายละเอียดโครงการ (Brochure) ตามศูนย์การค้าที่เข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย เช่น Siam Paragon, Central Chidlom, Emquartier
  - การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ เช่น Website ของโครงการ, Instagram, Facebook รวมถึงการทำ review ใน website ที่ได้รับความนิยมเพื่อประชาสัมพันธ์ เช่น Think of Living, DD property
2. การตลาดโดยตรง (Direct Marketing) แจกข่าวสารของโครงการไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายผ่านทาง Direct mail หรือ Messaging โดยนำข้อมูลกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมาจากบริษัทขายข้อมูล
  3. การจัดกิจกรรมพิเศษ (Event Marketing) กิจกรรม Pre – sale โดยออกบูธเปิดตัวโครงการที่ Siam Paragon, Central Chidlom, และ Emquartier และงาน Grand Opening จัดที่ Sale Gallery ของโครงการ
  4. การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) ในกิจกรรม Pre-sale และ Grand Opening มีการให้ส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าที่จองในงาน 1,000,000 บาทเพื่อเป็นแรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อ

#### 6.7.5 แผนส่งเสริมด้านการตลาดและงบประมาณ

โครงการวางแผนกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาดไว้ 2 ช่วงเป็นระยะเวลาทั้งหมด 1 ปี หรือประมาณ 12 เดือน ช่วงแรก คือ ช่วงก่อน Pre-sale ใช้ระยะเวลาประมาณ 2 เดือน วางเป้าหมายให้เกิดการจองในวัน Pre-Sale ประมาณ 60% ช่วงที่ 2 เป็นช่วงหลัง Pre-Sale เพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขาย ใช้ระยะเวลาประมาณ 10 เดือน โดยหวังยอดจอง 12 หน่วย/เดือน

ตารางที่ 6.35 แผนการตลาด

| Plan                            | Budget            | Sep-16           | Oct-16         | Nov-16           | Dec-16         | Jan-17           | Feb-17           | Mar-17         | Apr-17         | May-17         | May-17         | May-17         | May-17         |
|---------------------------------|-------------------|------------------|----------------|------------------|----------------|------------------|------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Google Adwords / Advertising    | 600,000           | 50,000           | 50,000         | 50,000           | 50,000         | 50,000           | 50,000           | 50,000         | 50,000         | 50,000         | 50,000         | 50,000         | 50,000         |
| Facebook Advertising            | 240,000           | 20,000           | 20,000         | 20,000           | 20,000         | 20,000           | 20,000           | 20,000         | 20,000         | 20,000         | 20,000         | 20,000         | 20,000         |
| Think of Living                 | 80,000            |                  | 80,000         |                  |                |                  |                  |                |                |                |                |                |                |
| Propaholic                      | 60,000            |                  | 60,000         |                  |                |                  |                  |                |                |                |                |                |                |
| Ddproperty                      | 60,000            |                  | 60,000         |                  |                |                  |                  |                |                |                |                |                |                |
| www.bespokeasoke.com            | 100,000           | 100,000          |                |                  |                |                  |                  |                |                |                |                |                |                |
| Direct mail/SMS                 | 800,000           | 400,000          |                |                  |                | 400,000          |                  |                |                |                |                |                |                |
| Booth / Event                   | 500,000           | 700,000          | 500,000        |                  |                |                  |                  |                |                |                |                |                |                |
| Grand opening /Press Conference | 600,000           |                  |                | 600,000          |                |                  |                  |                |                |                |                |                |                |
| Brochure                        | 800,000           | 400,000          |                |                  |                | 400,000          |                  |                |                |                |                |                |                |
| Leaflet                         | 280,000           | 140,000          |                |                  |                | 140,000          |                  |                |                |                |                |                |                |
| Billboard                       | 12,042,900        | 2,328,100        |                | 4,857,400        |                |                  | 4,857,400        |                |                |                |                |                |                |
| BTS Balustrade Walkway          | 4,177,500         | 2,283,750        |                | 1,893,750        |                |                  |                  |                |                |                |                |                |                |
| Others                          | 1,800,000         | 150,000          | 150,000        | 150,000          | 150,000        | 150,000          | 150,000          | 150,000        | 150,000        | 150,000        | 150,000        | 150,000        | 150,000        |
| <b>Total</b>                    | <b>22,140,400</b> | <b>6,571,850</b> | <b>920,000</b> | <b>7,571,150</b> | <b>220,000</b> | <b>1,160,000</b> | <b>5,077,400</b> | <b>220,000</b> | <b>220,000</b> | <b>220,000</b> | <b>220,000</b> | <b>220,000</b> | <b>220,000</b> |

#### 6.7.5.1 แผนการตลาดช่วงก่อน Pre-sale

แผนการตลาดช่วงก่อน Pre-sale ประกอบด้วยการทำโฆษณาในรูปแบบต่างๆ ได้แก่ สื่อออนไลน์ ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ และสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ รวมถึงการออกบูธ เพื่อสร้างการรับรู้และการจดจำโครงการ รวมทั้งการทำ Exclusive Direct Marketing ถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจากฐานข้อมูล โดยจะใช้ระยะเวลา 2 เดือน ก่อนวัน Pre-sale งบประมาณ 7,491,850 บาท ไม่รวมงบประมาณซึ่งตั้งไว้เพื่อเป็นส่วนลดพิเศษเมื่อทำการจองในวัน Pre-sale ตั้งเป้าไว้ที่ 60% คิดเป็นเงิน 38,520,000 บาท รวมเป็นงบประมาณทางการตลาดก่อน Pre-sale 46,011,850 บาท

#### 6.7.5.2 แผนการตลาดช่วงหลัง Pre-sale

แผนการตลาดช่วงหลัง Pre-sale ประกอบด้วยการจัดทำสื่อโฆษณาซึ่งได้รับการปรับปรุงเนื้อหา และโปรโมชั่นเป็นหลัก ซึ่งตั้งงบประมาณไว้ 15,348,550 บาท



## บทที่ 7

### การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านการก่อสร้างและต้นทุน

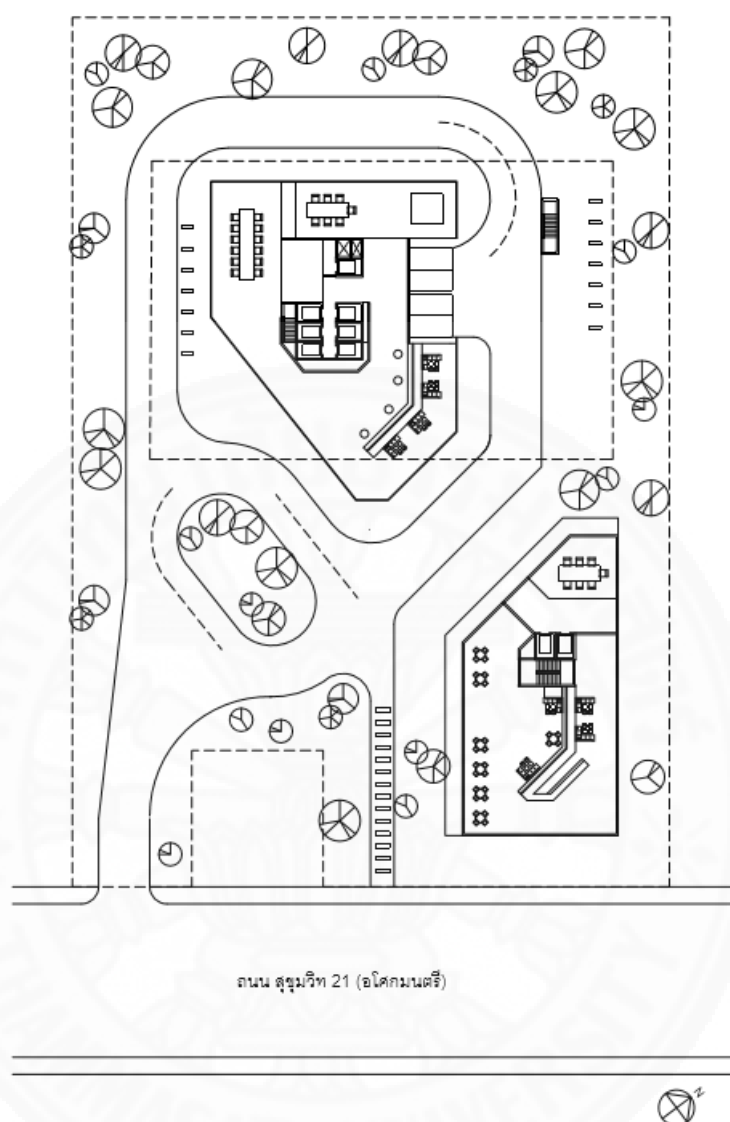
#### 7.1 รูปแบบโครงการ

อาคารของโครงการเป็นอาคาร 57 ชั้น 1 อาคาร พื้นที่ก่อสร้างรวม 68,920 ตารางเมตร คิดเป็นพื้นที่ขาย 28,350 ตารางเมตร

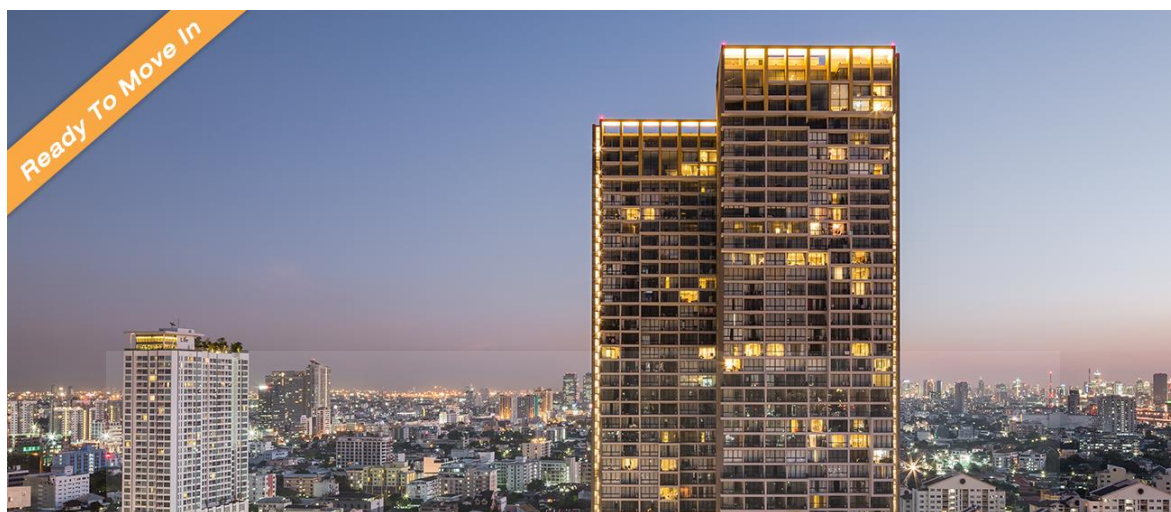
#### 7.2 ลักษณะโครงการและแนวความคิดในการวางผังอาคาร

การวางผังอาคารคำนึงถึงความเป็นส่วนตัวของผู้อยู่อาศัยเป็นสำคัญโดยจัดให้ตัวอาคารอยู่ไปชิดไปทางด้านในของผืนที่ดิน เพื่อระยะร่นตามกฎหมายกำหนดและพื้นที่สำหรับงาน Landscape รอบชั้นล่างของโครงการซึ่งประกอบด้วย โถงต้อนรับ (Lobby) ขนาดใหญ่ โดยกำหนดให้ทางขึ้นลงลานจอดรถ 10 ชั้นอยู่ข้างหลัง ตามภาพที่ 7.1

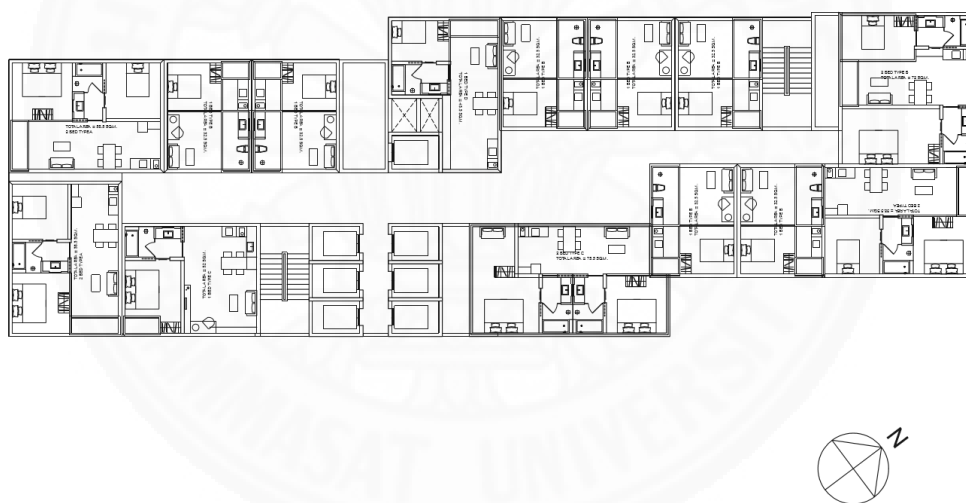
สำหรับตัวห้องพักมีการออกแบบแนวอาคารให้เป็นแนวระนาบสองแนว ตามภาพที่ 7.2 เพื่อมิให้ดูใหญ่ทะอะทะเกินไป แต่ละชั้นจะประกอบด้วยโถงลิฟต์ และห้องพักหลากหลายประเภท โดยกำหนดให้มีชั้น Mechanical รวมถึงชั้น Facility อย่างฟิตเนส สระว่ายน้ำ อยู่ชั้นบนสุดรองจากเพียงห้อง Penthouse เท่านั้น ตามภาพที่ 7.3-7.5



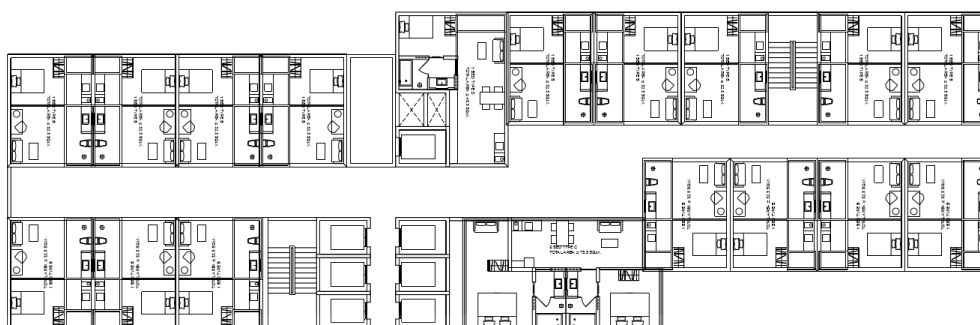
ภาพที่ 7.1 ผังโครงการชั้น Ground



ภาพที่ 7.2 ตัวอย่างโครงการ BESPOKE Asoke



ภาพที่ 7.3 ผังพื้นที่ 11-33



ภาพที่ 7.4 ผังพื้นที่ 36-39



ภาพที่ 7.5 ผังพื้นที่ 42-53

สามารถสรุปรูปแบบห้องชุดได้ตามตารางที่ 7.1

ตารางที่ 7.1 สรุปจำนวนห้องชุดในแต่ละรูปแบบ

| UNIT TYPE |   |    | 1A                                | 1B  | 1C | 1D | 2A   | 2B   | 2C   | 2D | 3A | PENT |
|-----------|---|----|-----------------------------------|-----|----|----|------|------|------|----|----|------|
| ขนาด      |   |    | 34                                | 37  | 55 | 47 | 61.5 | 75.5 | 58.5 | 80 | 90 | 215  |
| ชั้น      |   |    |                                   |     |    |    |      |      |      |    |    |      |
| 1         |   |    | LOBBY LOUNGE & PARKING            |     |    |    |      |      |      |    |    |      |
| 2         | - | 10 | PARKING                           |     |    |    |      |      |      |    |    |      |
| 11        | - | 24 | 8                                 | 8   |    | 1  |      |      | 1    |    |    |      |
| 25        | - | 27 | 2                                 | 5   | 1  | 1  | 4    | 1    |      |    |    |      |
| 28        | - | 31 | 2                                 | 6   | 1  | 1  | 4    |      | 1    |    |    |      |
| 32        | - | 33 | TOWER FACILITY & MECHANICAL FLOOR |     |    |    |      |      |      |    |    |      |
| 34        | - | 37 | 2                                 | 3   | 1  | 1  | 3    | 1    |      | 1  |    |      |
| 38        | - | 53 | 2                                 | 5   |    | 1  | 4    |      | 1    | 1  | 1  |      |
| 54        | - | 57 | SKY FACILITIES & PENTHOUSES       |     |    |    |      |      |      |    |    |      |
| รวม       |   |    | 166                               | 243 | 11 | 41 | 104  | 7    | 34   | 16 | 16 | 4    |

### 7.3 ต้นทุนการพัฒนาโครงการ

ต้นทุนในการพัฒนาโครงการได้สัมภาษณ์ผู้ที่มีประสบการณ์ในการก่อสร้างอาคารที่มีประสบการณ์มายาวนาน ซึ่งปัจจุบันดำรงตำแหน่งรองกรรมการผู้จัดการ บริษัท เจ.เอส.พี พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน) จึงได้ต้นทุนในการพัฒนาตามตารางที่ 7.2

ตารางที่ 7.2 สรุปต้นทุนการพัฒนาโครงการ

| รายการ                                       |                                        | จำนวน     | หน่วย                       | ราคา/หน่วย | หน่วย     | รวม                     |
|----------------------------------------------|----------------------------------------|-----------|-----------------------------|------------|-----------|-------------------------|
| <b>หมวดต้นทุนการลงทุน (Investment Cost)</b>  |                                        |           |                             | 120,640.05 |           | <b>4,047,715,020.00</b> |
| ค่าที่ดินและพัฒนาที่ดิน                      |                                        | 1,573.00  | ตร.วา                       | 900,500.00 | บาท/ตร.วา | 1,416,486,500.00        |
|                                              | ค่าที่ดิน                              |           |                             | 900,000.00 | บาท/ตร.วา | 1,415,700,000.00        |
|                                              | ค่าปรับหน้าดิน                         |           |                             | 500        |           | 786,500.00              |
| ค่าก่อสร้าง                                  |                                        |           |                             | 46,117.67  | บาท/ตร.ม. | 2,578,900,000.00        |
| BUILDING STRUCTURE, ARCHITECTURE, & MEP      |                                        |           |                             |            |           |                         |
|                                              | งานโครงสร้างอาคาร                      | 55,920.00 | ตร.ม.                       | 11,400.00  | บาท/ตร.ม. | 637,488,000.00          |
|                                              | งานระบบภายในอาคาร                      |           |                             | 5,400.00   | บาท/ตร.ม. | 301,968,000.00          |
|                                              | งานสถาปัตยกรรม                         |           |                             | 13,200.00  | บาท/ตร.ม. | 738,144,000.00          |
| INTERIOR DESIGN                              |                                        |           |                             |            |           |                         |
|                                              | งานสถาปัตยกรรมและตกแต่งภายใน           |           |                             | 15,000.00  | บาท/ตร.ม. | 838,800,000.00          |
| OTHER                                        |                                        |           |                             |            |           |                         |
|                                              | ลิฟท์โดยสาร/ลิฟท์ SERVICE              | 7         | ตัว                         | 3500000    | บาท/ตัว   | 24,500,000.00           |
|                                              | งานสาธารณูปโภคนอกอาคาร                 | 1500      | ตร.ม.                       | 3500       | บาท/ตร.ม. | 5,250,000.00            |
|                                              | ค่ารั้ว ชุม ประติมากรรม                | 900       | ตร.ม.                       | 2500       | บาท/ตร.ม. | 2,250,000.00            |
|                                              | งาน LANDSCAPE                          | 2000      | ตร.ม.                       | 3000       | บาท/ตร.ม. | 6,000,000.00            |
|                                              | ค่าก่อสร้างสำนักงานขายและห้องตัวอย่าง  |           |                             |            |           | 20,000,000.00           |
|                                              | CONTINGENCY                            |           |                             |            |           | 1,500,000.00            |
|                                              | UNFORESEEN                             |           |                             |            |           | 3,000,000.00            |
| ค่าที่ปรึกษา                                 |                                        |           |                             |            |           | 52,328,520.00           |
|                                              | ค่าออกแบบสถาปัตยกรรม และ วิศวกรรม      |           |                             | 2%         |           | 50,493,000.00           |
|                                              | ค่าวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม (EIA)   |           |                             |            |           | 1,500,000.00            |
|                                              | ใบอนุญาตก่อสร้าง                       |           |                             | 6          | บาท/ตร.ม. | 335,520.00              |
| <b>หมวดต้นทุนทางการเงิน (Financial Cost)</b> |                                        |           |                             | 1,757.93   |           | <b>121,156,722.00</b>   |
|                                              | ธนาคารปล่อยกู้                         | 60%       | ของเงินลงทุนเริ่มต้นโครงการ |            |           |                         |
|                                              | อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ MLR               | 8%        |                             |            |           |                         |
|                                              | ดอกเบี้ยที่ต้องชำระตลอดระยะเวลาโครงการ |           |                             |            |           | 121,156,722.00          |
| <b>รวมต้นทุนโครงการ</b>                      |                                        |           |                             | 74,550.64  |           | <b>4,168,871,742.00</b> |

## 7.4 การบริการงานก่อสร้าง (Construction Management)

การก่อสร้างให้มีประสิทธิภาพและคุณภาพ โครงการจำเป็นต้องมีการบริหารการก่อสร้าง เพื่อให้โครงการก่อสร้างได้ทันเวลาและภายในงบประมาณที่ได้ตั้งไว้ โดยใช้หลักการวางแผนแบบ CPM (Critical Path Method) เป็นการจัดลำดับงานสิ่งที่จะต้องดำเนินการก่อนหลัง เพื่อควบคุมการก่อสร้าง ลดความสับสนและความทับซ้อนของงาน ทำให้เกิดประสิทธิภาพ งานไม่ล่าช้าส่งผลเสียต่อโครงการ สามารถแบ่งออกได้ 3 ช่วงหลัก ดังนี้

### 7.4.1 ช่วงก่อนดำเนินการก่อสร้าง

ในช่วงก่อนการดำเนินการก่อสร้างมีขั้นตอนเบื้องต้นดังนี้

#### 1 งานออกแบบ

เริ่มต้นด้วยการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ จนไปถึงการว่าจ้างสถาปนิกเข้ามามีส่วนร่วมในการออกแบบ การพัฒนาแบบ การขออนุญาตจากทางราชการ การออกแบบก่อสร้าง การออกแบบงานสถาปัตยกรรม งานระบบ และท้ายที่สุดคือการประกวดราคาจากผู้รับเหมา

#### 2 การจัดทำงบประมาณโครงการ

การจัดทำงบประมาณของโครงการนั้นก็เพื่อให้ทราบถึง ค่าดำเนินการก่อสร้างทั้งโครงการ ซึ่งประมาณการไว้ที่ 40,000-60,000 บาท ต่อ ตร.ม. รวมค่าตกแต่งภายใน และภูมิทัศน์ภายนอกโครงการ (Landscape) โดยใช้วัสดุตามตารางที่ 7.3

ตารางที่ 7.3 แสดงวัสดุมาตรฐานของโครงการ

|               | ลักษณะงาน                     | รายการวัสดุที่ใช้                                                                                                                                                          |
|---------------|-------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| โครงสร้าง     | เสาเข็ม                       | เสาเข็มเจาะหล่อในที่                                                                                                                                                       |
|               | ฐานราก                        | คอนกรีตเสริมเหล็กหล่อในที่                                                                                                                                                 |
|               | พื้น                          | แผ่นพื้น Post Tension และพื้นคอนกรีตเสริมเหล็กหล่อในที่                                                                                                                    |
|               | หลังคา                        | โครงสร้างหลังคาคอนกรีตเสริมเหล็ก                                                                                                                                           |
|               | บันได                         | โครงสร้างคอนกรีตเสริมเหล็กหล่อในที่                                                                                                                                        |
| วัสดุปูพื้น   | พื้นที่ส่วนกลาง               | โถงต้อนรับลิ้นที่ส่วนกลาง<br>- พื้นปูหินธรรมชาติในต่างประเทศ และต่างประเทศ<br>- พื้นปูกระเบื้องแกรนิตโต้ 600x600                                                           |
|               | พื้นส่วนห้องพัก               | - พื้นปูหินธรรมชาติในประเทศ<br>- พื้นปูไม้ Engineering Wood<br>- พื้นปูกระเบื้องแกรนิตโต้ 600x600                                                                          |
|               | ห้องน้ำทั่วไป                 | - พื้นปูกระเบื้องแกรนิตโต้ 600x600                                                                                                                                         |
|               | พื้นที่ทางเดิน<br>ภายนอกอาคาร | - บล็อกปูพื้นคอนกรีตสำเร็จรูป                                                                                                                                              |
|               | พื้นไม้ระเบียง                | - พื้นไม้สักทำสีธรรมชาติ                                                                                                                                                   |
| วัสดุบุผนัง   | ผนังส่วนกลาง                  | - ผนังก่ออิฐฉาบปูน กรุผิวด้วยผนังหินธรรมชาติในประเทศ<br>- ผนังก่ออิฐฉาบปูน กรุผิวผนังด้วยไม้แดงทำสีธรรมชาติ<br>- ผนังก่ออิฐฉาบปูน กรุผิวด้วยหินธรรมชาตินำเข้าจากต่างประเทศ |
|               | ผนังส่วนห้องน้ำ               | - ผนังก่ออิฐฉาบปูน กรุผิวหินธรรมชาติในประเทศ<br>- ผนังก่ออิฐฉาบปูน กรุผิวกระเบื้องเซรามิคในประเทศ                                                                          |
| วัสดุฝ้าเพดาน | ฝ้าเพดานทั่วไป                | - ฝ้าเพดานยิปซัมบอร์ดฉาบเรียบ                                                                                                                                              |
|               | ฝ้าเพดานห้องพัก               | - ฝ้าเพดานยิปซัมบอร์ดฉาบเรียบ                                                                                                                                              |
|               | ฝ้าเพดานห้องน้ำ               | - ฝ้าเพดานยิปซัมบอร์ด ชนิดกันชื้น ฉาบเรียบ                                                                                                                                 |
|               | ฝ้าเพดานภายนอก                | - ฝ้าเพดานสมาร์ทบอร์ด ชนิดใช้ภายนอก                                                                                                                                        |
| สุขภัณฑ์      |                               | - สุขภัณฑ์ KOHLER หรือเทียบเท่า<br>- ก๊อกน้ำ GROHE หรือเทียบเท่า                                                                                                           |



### 3 การจัดหาผู้รับเหมา

การจัดหาผู้รับเหมา เป็นอีกหนึ่งในขั้นตอนที่สำคัญในช่วงก่อนดำเนินการก่อสร้าง เพื่อให้ได้ผู้รับเหมาที่มีความชำนาญ ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการประมาณราคาที่เหมาะสม ได้แก่ ผู้รับเหมาสำหรับงานโครงสร้างและงานสถาปัตยกรรม ผู้รับเหมางานระบบต่างๆ เช่น ระบบไฟฟ้า ระบบสุขาภิบาล และระบบลิฟต์ ผู้รับเหมาสำหรับงานเฉพาะเจาะจง เช่น ผู้รับเหมาด้าน Landscape สำหรับงานสถาปัตยกรรมภายใน ต้องจัดหาผู้รับเหมาที่มีความชำนาญเฉพาะด้านสถาปัตยกรรมภายในโดยเฉพาะ ดังนั้นจะเห็นได้ว่า การจัดหาผู้รับเหมาที่มีความชำนาญ จึงมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งต่อการดำเนินการก่อสร้าง

#### 7.4.2 ช่วงงานก่อสร้าง

ในช่วงงานก่อสร้างจะใช้ระยะเวลาประมาณ 3 ปีครึ่ง ประกอบด้วยงานหลัก 3 ส่วน ดังนี้

1 งานตัวอาคาร ประกอบด้วย งานเสาเข็มและรากฐาน งานโครงสร้าง งานสถาปัตยกรรม งานระบบประกอบอาคารทั้งหมด และงานตกแต่งภายในและภายนอก

2 งานภายนอกอาคาร ประกอบด้วย งานสาธารณูปโภค งานถนนและที่จอดรถ และงาน Landscape

3 งานตรวจสอบ และรับมอบงาน ประกอบด้วย ขออนุมัติเปิดใช้เอกสาร ทดสอบระบบทั้งหมด ตรวจสอบและแก้ไขงานบกพร่อง ส่งเอกสาร คู่มือ แบบที่ใช้ก่อสร้างจริงตรวจสอบขั้นสุดท้าย และการส่งมอบงานอาคาร

#### 7.4.3 ช่วงหลังการก่อสร้าง

ในช่วงหลังการก่อสร้างจะเป็นช่วงรับประกันผลงานก่อสร้างของผู้รับเหมา โดยปกติมีระยะเวลาทั้งสิ้น 1 ปี ถ้าหากมีปัญหาเกิดขึ้นกับงานก่อสร้างทางผู้รับเหมาจะต้องทำการรับผิดชอบแก้ไขงานให้กับทางอาคาร เมื่อครบกำหนดแล้วทางเจ้าของโครงการจะคืนเงินหลักประกันให้กับทางผู้รับเหมาตามสัญญาว่าจ้าง

## บทที่ 8

### การวิเคราะห์ด้านการเงิน

การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน เป็นการวิเคราะห์กระแสเงินสดรับ และกระแสเงินสดจ่ายออกของโครงการภายใต้สมมติฐานโครงการลงทุน ทั้งนี้ในการศึกษานี้มุ่งเน้นผลตอบแทนที่ผู้ลงทุนจะได้รับเป็นหลักสำคัญ ผ่านการวิเคราะห์มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการลงทุน (Net Present Value : NPV) และ อัตราผลตอบแทนโครงการลงทุน (Internal Rate of Return : IRR) เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการตัดสินใจลงทุน รวมถึงการวิเคราะห์ความอ่อนไหว (Sensitivity Analysis) ที่คำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้

#### 8.1 สมมติฐานโครงการลงทุน

##### 8.1.1 สมมติฐานด้านต้นทุนการพัฒนาโครงการ

ต้นทุนการพัฒนาโครงการคอนโดมิเนียม Bespoke Asoke มาจาก 3 ส่วน ประกอบด้วย ต้นทุนค่าที่ดินและพัฒนาที่ดิน ต้นทุนค่าก่อสร้าง และต้นทุนค่าธรรมเนียมที่ปรึกษาและออกแบบ ตามตารางที่ 8.1

ตารางที่ 8.1 สรุปต้นทุนพัฒนาโครงการ Bespoke Asoke

|                                         | ราคา/หน่วย | หน่วย     | รวมมูลค่า     |
|-----------------------------------------|------------|-----------|---------------|
| ค่าที่ดินและพัฒนาที่ดิน                 | 900,500    | บาท/ตร.วา | 1,551,561,500 |
| ค่าก่อสร้าง                             | 40,856.065 | บาท/ตร.ม. | 2,641,400,000 |
| ค่าที่ปรึกษา                            |            |           | 52,328,520    |
| ต้นทุนทางการเงิน อัตราดอกเบี้ยกู้ (60%) |            | 8.33%     | 121,156,722   |
| รวมต้นทุนค่าพัฒนาโครงการ                |            |           | 4,168,871,742 |

##### 8.1.1.1 ต้นทุนค่าที่ดินและพัฒนาที่ดิน

ราคาที่ดินต่อตารางวาเท่ากับ 990,550 บาท โดยอ้างอิงจากการสอบถามราคาซื้อขายที่ดินจากเจ้าของ จึงตั้งสมมติฐานได้ว่าอาจจะมีความสามารถในการต่อรองซื้อขายกันที่ราคา 900,000 บาท/ตารางวา โดยมีค่าพัฒนาที่ดินเบื้องต้น คือการปรับหน้าที่ดิน 500 บาท/ตารางวา รวมเป็น 900,500 บาท/ตารางวา ทำให้ต้นทุนค่าที่ดินรวม 1,551,561,500.00 บาท

### 8.1.1.2 ต้นทุนค่าก่อสร้าง

ในการประมาณการต้นทุนค่าก่อสร้าง ทางผู้จัดทำได้มีการสัมภาษณ์ผู้ที่มีประสบการณ์ในการก่อสร้างอาคารที่มีประสบการณ์มายาวนาน ซึ่งปัจจุบันดำรงตำแหน่งรองกรรมการผู้จัดการ บริษัท เจ.เอส.พี พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน) เพื่ออ้างอิงในส่วนขั้นตอนของการก่อสร้าง รวมถึงต้นทุนในส่วนต่าง ๆ ของการก่อสร้างอาคาร โดยสามารถสรุปต้นทุนค่าก่อสร้าง แบ่งออกเป็นหมวดงานโครงสร้าง หมวดงานระบบภายในอาคาร หมวดงานสถาปัตยกรรม หมวดงาน ตกแต่งภายใน และหมวดงานอื่นๆ ดังตารางที่ 8.2

ตารางที่ 8.2 สรุปต้นทุนก่อสร้างโครงการ Bespoke Asoke

| ค่าก่อสร้าง                           | จำนวน  | หน่วย | ราคา/หน่วย | หน่วย     | รวมมูลค่า            |
|---------------------------------------|--------|-------|------------|-----------|----------------------|
| หมวดงานโครงสร้างอาคาร                 | 55,920 | ตร.ม. | 11,400     | บาท/ตร.ม. | 637,488,000          |
| หมวดงานระบบภายในอาคาร                 | 55,920 | ตร.ม. | 5,400      | บาท/ตร.ม. | 301,968,000          |
| หมวดงานสถาปัตยกรรม                    | 55,920 | ตร.ม. | 13,200     | บาท/ตร.ม. | 738,144,000          |
| หมวดงานตกแต่งภายใน                    | 55,920 | ตร.ม. | 15,000     | บาท/ตร.ม. | 838,800,000          |
| หมวดงานอื่นๆ                          |        |       |            |           | 62,500,000           |
| ลิฟต์โดยสาร/ลิฟท์ SERVICE             | 7      | ตัว   | 3,500,000  | บาท/ตัว   | 24,500,000           |
| งานสาธารณูปโภคนอกอาคาร                | 1500   | ตร.ม. | 3,500      | บาท/ตร.ม. | 5,250,000            |
| ค่ารั้ว ชุม ประติมากรรม               | 900    | ตร.ม. | 2,500      | บาท/ตร.ม. | 2,250,000            |
| งาน LANDSCAPE                         | 2000   | ตร.ม. | 3,000      | บาท/ตร.ม. | 6,000,000            |
| ค่าก่อสร้างสำนักงานขายและห้องตัวอย่าง | 1      | อาคาร |            |           | 20,000,000           |
| CONTINGENCY                           |        |       |            |           | 1,500,000            |
| UNFORESEEN                            |        |       |            |           | 3,000,000            |
| <b>รวมต้นทุนค่าก่อสร้าง</b>           |        |       |            |           | <b>2,641,400,000</b> |

### 8.1.1.3 ต้นทุนค่าธรรมเนียมที่ปรึกษาและออกแบบ

ตารางที่ 8.3 สรุปต้นทุนค่าธรรมเนียมที่ปรึกษาและออกแบบ

| ค่าธรรมเนียมที่ปรึกษาและออกแบบ           | รวมมูลค่า         |
|------------------------------------------|-------------------|
| ค่าออกแบบสถาปัตยกรรม และ วิศวกรรม        | 50,493,000        |
| ค่าวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม (EIA)     | 1,500,000         |
| ใบอนุญาตก่อสร้าง                         | 335,520           |
| <b>รวมค่าธรรมเนียมที่ปรึกษาและออกแบบ</b> | <b>52,328,520</b> |

### 8.1.2 สมมติฐานด้านรายได้

รายได้จากการขายคอนโดมิเนียม Bespoke Asoke มาจาก 4 ส่วน ประกอบด้วย รายได้จากการจอง และการทำสัญญา ร้อยละ 5 ของราคาขาย รายได้จากเงินดาวน์ ร้อยละ 13 ของราคาขาย หลังหักเงินจองและเงินทำสัญญา และรายได้จากการโอน ร้อยละ 82 ของราคาขาย ได้รายได้รวมทั้งโครงการประมาณ 6,900 ล้านบาท ตามตารางที่ 8.5 โดยแบบห้องชุดในโครงการ Bespoke Asoke ประกอบด้วย 10 รูปแบบ ดังตารางที่ 8.4

ตารางที่ 8.4 แบบห้องชุดในโครงการ Bespoke Asoke

| ประเภทห้องชุด   | จำนวนห้อง | ขนาดพื้นที่ | ราคาต่อหน่วย  |
|-----------------|-----------|-------------|---------------|
| - 1-Bedroom A   | 166       | 34 ตร.ม.    | 7,650,000.00  |
| - 1-Bedroom B   | 243       | 37 ตร.ม.    | 8,325,000.00  |
| - 1-Bedroom C   | 11        | 55 ตร.ม.    | 12,375,000.00 |
| - 1-Bedroom D   | 41        | 47 ตร.ม.    | 10,575,000.00 |
| - 2-Bedroom A   | 104       | 61.5 ตร.ม.  | 13,837,500.00 |
| - 2-Bedroom B   | 7         | 75.5 ตร.ม.  | 16,987,500.00 |
| - 2-Bedroom C   | 34        | 58.5 ตร.ม.  | 13,162,500.00 |
| - 2-Bedroom D   | 16        | 82 ตร.ม.    | 18,450,000.00 |
| - 3-Bedroom A   | 16        | 90 ตร.ม.    | 20,250,000.00 |
| - Bespoke Pent' | 4         | 215 ตร.ม.   | 48,375,000.00 |

นอกจากนี้ยังมีที่ดินเปล่าที่สามารถนำมาพัฒนาเพิ่มเติมที่อยู่แปลงหัวมุมอีก 150 ตารางวา หรือ 600 ตารางเมตร โดยมีนโยบายให้ก่อสร้างได้ไม่เกิน 6 ชั้น (เต็ม FAR คงเหลือในพื้นที่) โดยปล่อยเช่าในอัตราราคาตารางเมตรละ 800-3500 หรือ เฉลี่ย 1900 บาท/เดือน/ตารางเมตร เทียบเท่าอัตราเช่าที่ดินพาณิชย์กรรม บนพื้นที่อโศกมนตรี

ตารางที่ 8.5 รายได้โครงการ BESPOKE Asoke

|                                                                                        |       |       |        |                     |                  |
|----------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------|--------|---------------------|------------------|
| ราคาขายห้องชุด                                                                         | 28350 | ตร.ม. | 215000 | บาท/ตร.ม.           | 6,095,250,000.00 |
| รายได้จากการให้เช่าที่ดิน<br>ส่วนเพิ่ม เมื่อคิด<br>Terminal Value จากค่า<br>เช่าที่ดิน | 3000  | ตร.ม. | 1900   | บาท/ตร.ม./<br>เดือน | 856,922,576.57   |
| รวมรายได้โครงการ                                                                       |       |       |        |                     | 6,952,172,576.57 |

### 8.1.3 สมมติฐานด้านค่าใช้จ่ายโครงการ

โครงการ BESPOKE Asoke มีรายละเอียดค่าใช้จ่าย ดังตารางที่ 8.6

ตารางที่ 8.6 ค่าใช้จ่ายโครงการ BESPOKE Asoke

|                                                                       |             |
|-----------------------------------------------------------------------|-------------|
| 1. ภาษีและค่าธรรมเนียม                                                |             |
| 1.1 ภาษีธุรกิจเฉพาะ ร้อยละ 3.3 ของรายได้จากการขาย<br>อสังหาริมทรัพย์  | 201,143,250 |
| 1.2 ค่าธรรมเนียมการโอน ร้อยละ 1 ของรายได้จากการขาย<br>อสังหาริมทรัพย์ | 60,952,500  |
| 2. ค่าใช้จ่ายในการบริหารและดำเนินงาน                                  | 12,190,500  |
| 2.1 เงินเดือนพนักงาน                                                  | 261,500     |
| 2.2 คอมมิชชั่น 5000 บาท/ห้อง                                          | 3,200,000   |
| 2.3 ค่าใช้จ่ายทางการตลาด และการส่งเสริมการขาย                         | 8,729,000   |
| รวมค่าใช้จ่าย                                                         | 102,198,121 |

### 8.1.4 สมมติฐานด้านโครงสร้างเงินทุน และต้นทุนทางการเงิน

ผู้จัดทำพิจารณาว่าโครงสร้างเงินทุนที่เหมาะสมของโครงการคือ ส่วนของหนี้สิน ต่อ ส่วนของเจ้าของ เท่ากับ 60:40 (Debt to Equity ratio = 60:40) เนื่องจากผู้ลงทุนเป็นผู้ลงทุนหน้าใหม่ซึ่งไม่มีประสบการณ์ในโครงการที่อยู่อาศัยรวมมาก่อน จึงใช้หลักการพิจารณาแบบระมัดระวัง (Conservative Approach) ถึงอัตราส่วนหนี้สินที่เป็นไปได้ที่สถาบันการจะปล่อยให้สินเชื่อ ซึ่งปกติ

ของธุรกิจสถาบันการเงินจะให้สินเชื่อประมาณร้อยละ 60 ถึง ร้อยละ 70 ของมูลค่าพัฒนาโครงการ  
ทั้งนี้ ต้นทุนทางการเงินประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1) ส่วนของเจ้าของ

กำหนดให้อัตราผลตอบแทนที่เจ้าของต้องการ ( $K_e$ ) เท่ากับ ร้อยละ 14.50 จาก  
วิธี Capital Asset Pricing Model (CAPM)

$$CAPM = \text{Risk Free Rate} + \{\text{Beta} \times (\text{Expected Market Return} - \text{Risk Free Rate})\}$$

โดยที่ Risk Free Rate คือ อัตราผลตอบแทนพันธบัตรรัฐบาลอายุ 5 ปี ซึ่ง  
ผู้จัดทำประมาณการว่า เป็นระยะเวลาที่ใกล้เคียงกับระยะเวลาโครงการลงทุน โดยอัตราผลตอบแทน  
พันธบัตรรัฐบาลอายุ 5 ปี เฉลี่ยของเดือนมกราคม ถึง กรกฎาคม พ.ศ. 2559 เท่ากับ ร้อยละ 1.75

ตารางที่ 8.7 อัตราผลตอบแทนพันธบัตรรัฐบาลอายุ 5 ปี

|                   | อัตราผลตอบแทนพันธบัตรรัฐบาลอายุ 5 ปี |
|-------------------|--------------------------------------|
| ม .ค.2559         | ร้อยละ 09.2                          |
| ก .พ.2559         | ร้อยละ 81.1                          |
| มี .ค.2559        | ร้อยละ 58.1                          |
| เม .ย.2559        | ร้อยละ 51.1                          |
| พ .ค.2559         | ร้อยละ 71.1                          |
| มิ .ย.2559        | ร้อยละ 83.1                          |
| ก .ค.2559         | ร้อยละ 70.1                          |
| ค่าเฉลี่ย 7 เดือน | ร้อยละ 75.1                          |

ที่มา : [www.bot.or.th](http://www.bot.or.th)

Beta เท่ากับ 1.57 คำนวณจากค่าเบต้าเฉลี่ยของหลักทรัพย์ที่พัฒนาโครงการที่  
อยู่อาศัยรวมบริเวณข้างเคียง และมีลักษณะใกล้เคียงกับโครงการลงทุน ได้แก่

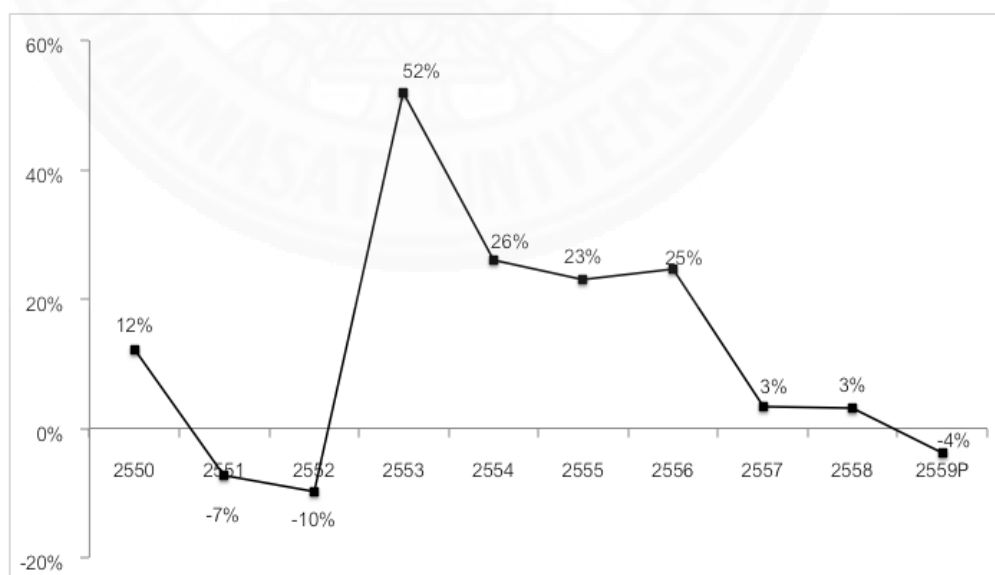
- 1) โครงการ Edge Sukhumvit 23 ของ บริษัท Sansiri PLC
- 2) โครงการ Noble BE19 ของบริษัท Noble Development
- 3) โครงการ Ashton Asoke ของบริษัท Ananda Development
- 4) โครงการ the ROOM21 ของบริษัท Land and House

ตารางที่ 8.8 ค่าเบต้าของหลักทรัพย์

|                        | Beta |
|------------------------|------|
| SIRI                   | 1.61 |
| NOBLE                  | 0.42 |
| ANAN                   | 2.69 |
| LH                     | 1.29 |
| ค่าเฉลี่ย 4 หลักทรัพย์ | 1.50 |

ที่มา : <http://www.reuters.com/>

Expected Market Return คือ ค่าเฉลี่ยของอัตราผลตอบแทนที่คำนวณจากดัชนีผลตอบแทนรวมตลาดหลักทรัพย์ หรือ SET TRI ซึ่งรวมผลตอบแทนจาก Capital Gain/ Loss, สิทธิในการจองซื้อหุ้น และเงินปันผล ทั้งนี้ในการคำนวณหา Expected Market Return ผู้จัดทำได้ใช้ค่าเฉลี่ยของอัตราผลตอบแทน SET TRI 10 ปีย้อนหลัง (พ.ศ. 2550 ถึง พ.ศ. 2559) โดยอัตราผลตอบแทน พ.ศ. 2559 เป็นการประมาณการ และได้ตัดค่าอัตราผลตอบแทนสูงสุด และต่ำสุดออกจากการคำนวณ เพื่อขจัดอัตราผลตอบแทนที่มากหรือน้อยกว่าปกติของตลาด ทำให้ได้ Expected Market Return เท่ากับ ร้อยละ 10.15



ภาพที่ 8.1 อัตราผลตอบแทนดัชนีผลตอบแทนรวมตลาดหลักทรัพย์ (SET TRI)

ที่มา : [www.set.or.th](http://www.set.or.th)

## 2) ส่วนของหนี้สิน

กำหนดให้ต้นทุนทางการเงินจากส่วนของหนี้สิน ( $K_d$ ) เท่ากับ ร้อยละ 7.83  
คำนวณจาก MLR เฉลี่ยของ 5 ธนาคารพาณิชย์ ซึ่งเท่ากับ ร้อยละ 6.33 บวกด้วยส่วนชดเชยความ  
เสี่ยงอีกร้อยละ 1.5

ตารางที่ 8.9 อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ลูกค้ารายใหญ่ชั้นดี ประเภทเงินกู้แบบมีระยะเวลา

Minimum Loan Rate (MLR) ของ 5 ธนาคารพาณิชย์ ประจำวันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2560

| ธนาคารพาณิชย์จดทะเบียนในประเทศไทย | MLR          |
|-----------------------------------|--------------|
| ธนาคารกรุงเทพ                     | ร้อยละ 6.250 |
| ธนาคารกรุงไทย                     | ร้อยละ 6.275 |
| ธนาคารกสิกรไทย                    | ร้อยละ 6.250 |
| ธนาคารไทยพาณิชย์                  | ร้อยละ 6.275 |
| ธนาคารกรุงศรีอยุธยา               | ร้อยละ 6.600 |
| MLR เฉลี่ย 5 ธนาคาร               | ร้อยละ 6.330 |

ที่มา : [www.bot.or.th](http://www.bot.or.th)

จากโครงสร้างเงินทุน อัตราผลตอบแทนที่เจ้าของต้องการ และอัตราดอกเบี้ย  
เงินกู้ของโครงการ สามารถคำนวณต้นทุนทางการเงินเฉลี่ย (Weighted Average Cost of Capital :  
WACC) ได้เท่ากับ 9.12%

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

ทั้งนี้อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคล เท่ากับ ร้อยละ 20



## 8.2 การวิเคราะห์มูลค่าโครงการตามแนวคิดทางการเงิน

ตารางที่ 8.10 ผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการ BESPOKE Asoke

|                     |               |
|---------------------|---------------|
| มูลค่าโครงการ       | 6,952 ล้านบาท |
| Gross Profit Margin | ร้อยละ 30     |
| Net Profit Margin   | ร้อยละ 15     |
| NPV                 | 504 ล้านบาท   |
| IRR                 | ร้อยละ 14.59  |

### 8.2.1 มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ (Net Present Value: NPV)

จากการคำนวณ โครงการนี้ให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการเท่ากับ 504,325,928 บาท ซึ่งมีค่าเป็นบวก แสดงให้เห็นว่าโครงการนี้สามารถให้กระแสเงินสดสุทธิมากกว่าต้นทุนของเงินทุนและค่าของเงินตามเวลา โครงการนี้จึงมีความน่าสนใจในการลงทุน

### 8.2.2 อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (Internal Rate of Return: IRR)

จากการคำนวณ อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (IRR) มีค่า 14.59% ซึ่งมีค่าสูงกว่าอัตราผลตอบแทนที่คาดหวัง 9.50% สำหรับผลตอบแทนโครงการ

## 8.3 การวิเคราะห์ความอ่อนไหว (Sensitivity Analysis)

การวิเคราะห์ความอ่อนไหว หรือ Sensitivity Analysis เป็นการทดสอบการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยแต่ละตัวที่มีผลต่อผลตอบแทนโครงการ โดยการกำหนดความเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อโครงการทีละตัว จากนั้นจึงคำนวณค่า NPV และ IRR ในแต่ละกรณี โดยแบ่งเป็นปัจจัยต่างๆดังนี้

### 8.3.1 ปัจจัยด้านราคา

ตารางที่ 8.11 การวิเคราะห์ความอ่อนไหวด้านราคา

| ปัจจัยด้านราคา | -10%       | -5%         | 0%          | 5%          | 10%         |
|----------------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| IRR            | 10.51%     | 12.58%      | 14.59%      | 16.53%      | 18.42%      |
| NPV            | 97,049,799 | 300,687,864 | 504,325,928 | 707,963,993 | 911,602,058 |

### 8.3.2 ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายทางการตลาด

ตารางที่ 8.12 การวิเคราะห์ความอ่อนไหวด้านค่าใช้จ่ายทางการตลาด

| ปัจจัยด้านค่าใช้จ่าย<br>ทางการตลาด | +10%        | +5%         | 0%          | -5%         | -10%        |
|------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| IRR                                | 14.40%      | 14.50%      | 14.59%      | 14.68%      | 14.78%      |
| NPV                                | 486,442,778 | 495,384,353 | 504,325,928 | 513,267,504 | 522,209,079 |

### 8.3.3 ปัจจัยด้านต้นทุนค่าก่อสร้าง

ตารางที่ 8.13 การวิเคราะห์ความอ่อนไหวด้านต้นทุนค่าก่อสร้าง

| ปัจจัยด้านต้นทุนค่า<br>ก่อสร้าง | +10%        | +5%         | 0%          | -5%         | -10%        |
|---------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| IRR                             | 11.07%      | 12.77%      | 14.59%      | 16.53%      | 18.62%      |
| NPV                             | 165,365,542 | 334,845,735 | 504,325,928 | 673,806,122 | 843,286,315 |

### 8.3.4 ปัจจัยด้านต้นทุนเงินทุน

ตารางที่ 8.14 การวิเคราะห์ความอ่อนไหวด้านต้นทุนเงินทุน

| ปัจจัยด้านต้นทุน<br>เงินทุน | +10%        | +5%         | 0%          | -5%         | -10%        |
|-----------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Ke                          | 15.79%      | 15.07%      | 14.35%      | 13.63%      | 12.92%      |
| WACC                        | 10.07%      | 9.79%       | 9.50%       | 9.21%       | 8.93%       |
| IRR                         | 14.59%      | 14.59%      | 14.59%      | 14.59%      | 14.59%      |
| NPV                         | 438,013,136 | 470,840,195 | 504,325,928 | 538,484,093 | 572,840,042 |

### 8.3.5 ปัจจัยด้านอัตราการขาย

ตารางที่ 8.15 การวิเคราะห์ความอ่อนไหวอัตราการขาย

| ปัจจัยด้าน<br>อัตราการขาย | -10%        | -5%         | 0%          | 5%          | 10%         |
|---------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| อัตราการดูดซับ            | 12.8        | 14.4        | 16          | 17.6        | 19.2        |
| IRR                       | 12.68%      | 13.85%      | 14.59%      | 16.64%      | 17.29%      |
| NPV                       | 319,943,274 | 436,222,243 | 504,325,928 | 642,954,611 | 700,202,098 |

จากผลการวิเคราะห์ความอ่อนไหวจากปัจจัยข้างต้นพบว่า ปัจจัยด้านราคานั้นมีความอ่อนไหวมากที่สุด คือ การปรับราคานั้นมีผลต่อผลตอบแทนค่อนข้างมาก โดยหากปรับราคาลงในอัตรา 12.5% จะทำให้ มูลค่าโครงการสุทธิ (NPV) เข้าใกล้ศูนย์ที่สุด ผู้ประกอบการจึงควรระมัดระวังในการตัดสินใจซึ่งส่งผลต่อราคาต่อตารางเมตรของโครงการ

โดยปัจจัยอื่น ๆ ที่มีความอ่อนไหวสูงรองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านต้นทุนค่าก่อสร้าง ปัจจัยด้านอัตรายขาย ปัจจัยด้านต้นทุนเงินทุน และปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายทางการตลาด ตามลำดับ

#### 8.4 การวิเคราะห์สมมติภาพ (Scenario Analysis)

การวิเคราะห์สมมติภาพ (Scenario Analysis) เป็นการกำหนดตัวแปรทั้งหมดที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อโครงการ ทั้งในกรณีเหตุการณ์ดีและเหตุการณ์ร้าย จากนั้นจึงคำนวณค่า NPV และ IRR ในแต่ละกรณี ซึ่งถ้ากรณีเหตุการณ์ดีจะให้ค่า NPV และ IRR สูง แต่กรณี เหตุการณ์ร้ายจะให้ผลตรงกันข้าม โดยการตั้งสมมติฐาน ในการทดสอบนี้จะตั้งด้วยปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อผลตอบแทนโครงการในระดับสูง ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านต้นทุนค่าก่อสร้าง และปัจจัยด้านอัตรายขาย โดยแบ่งเป็น 3 สถานการณ์ คือ สถานการณ์ปกติ สถานการณ์ดีที่สุด สถานการณ์ที่แย่ที่สุด ดังนี้

1. สถานการณ์ปกติ (Base Case) คือ สถานการณ์ที่การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินคาดว่าจะ

2. สถานการณ์ดีที่สุด (Best Case) คือ สถานการณ์ที่โครงการลงทุนเพิ่มในด้านการตกแต่งภายใน ส่งผลให้สามารถขายห้องชุดได้ในระดับราคาที่สูงขึ้นและขายได้ไวขึ้น โดยในสถานการณ์ดีที่สุดนี้ ปัจจัยด้านราคาปรับขึ้น 5% ปัจจัยด้านต้นทุนค่าก่อสร้างปรับขึ้น 5% และปัจจัยด้านอัตรายขายปรับขึ้น 5%

3. สถานการณ์ที่แย่ที่สุด (Worst Case) คือ สถานการณ์ที่โครงการได้รับผลกระทบจากการขายห้องชุดมีความล่าช้ากว่ากำหนด โดยไม่สามารถขายห้องชุดได้ในราคาที่กำหนดไว้ อัตราค่าก่อสร้างไม่มีการปรับตัว เนื่องจากโครงการได้เลือกใช้วัสดุที่มีคุณภาพอยู่แล้ว โดยในสถานการณ์แย่ที่สุดนี้ ปัจจัยด้านราคาปรับลด 10% ปัจจัยต้นทุนราคาก่อสร้างคงที่ และปัจจัยด้านอัตรายขายปรับลด 10%

จาก 3 สถานการณ์ข้างต้นสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 8.16

ตารางที่ 8.16 การวิเคราะห์สมมติภาพ (Scenario Analysis)

|                            | Worst Case    | Base Case   | Best Case   |
|----------------------------|---------------|-------------|-------------|
| ปัจจัยด้านราคา             | -10%          | 0%          | +5%         |
| ปัจจัยได้ต้นทุนค่าก่อสร้าง | 0%            | 0%          | +2.5%       |
| ปัจจัยด้านอัตราการขาย      | -10%          | 0%          | +5%         |
| ผลของการเปลี่ยนแปลง        |               |             |             |
| IRR                        | 9%            | 14.59%      | 18%         |
| NPV                        | (-68,894,590) | 504,325,928 | 768,784,014 |

#### 8.5 ผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการ BESPOKE Asoke

จากผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินโครงการ BESPOKE Asoke พบว่าโครงการลงทุนมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นบวก (+504 ล้านบาท) อัตราผลตอบแทนของโครงการลงทุนเท่ากับ ร้อยละ 14.59 ซึ่งมากกว่าอัตราผลตอบแทนที่ผู้ลงทุนต้องการ การวิเคราะห์ความอ่อนไหว และการวิเคราะห์สมมติภาพ พบว่าเมื่อ 2 ใน 3 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านราคาขาย ต้นทุนการก่อสร้าง รวมถึงอัตราการขาย เปลี่ยนไป 10% สามารถส่งผลกระทบต่อมูลค่าโครงการปัจจุบันให้เข้าใกล้ศูนย์ได้ โดยมีความสำคัญตามลำดับ ทั้งนี้ เมื่อวิเคราะห์จากภาพรวมของการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน ผลตอบแทนโครงการยังอยู่ในเกณฑ์ที่สามารถยอมรับได้ ดังนั้นจึงกล่าวโดยสรุปได้ว่าโครงการ Bespoke Asoke มีความเป็นไปได้ในการพัฒนา

## รายการอ้างอิง

### หนังสือ

*Q2 2016 Bangkok Property Report*. (2016): CBRE.

*The Knowledge Report*. (2007): Colliers International.

### บทความวารสาร

Anderson, J. C., Jain, D. C., & Chintagunta, P. K. (1992). Customer Value Assessment in Business Markets:. *Journal of Business-to-Business Marketing*,1(1), 3-29.

doi:10.1300/j033v01n01\_02

Eggert, A., & Ulaga, W. (2002). Customer perceived value: a substitute for satisfaction in business markets? *Journal of Business & Industrial Marketing*,17(2/3), 107-118. doi:10.1108/08858620210419754

Kotler, P., & Armstrong, G. (2009). Principles of Marketing 12th Edition: Pearson Prentice Hall. Upper saddle river New Jersey.

Monroe, K. B. (1979). *Pricing: Making profitable decisions* (pp. 37-46). New York: McGraw-Hill.

Oloke, C. O., Simon, F. R., & Adesulu, A. F. (2013). An examination of the factors affecting residential property values in Magodo neighbourhood, Lagos State. *International Journal of Economy, Management and Social Sciences*, 2(8), 639-643.

Pagourtzi, E., Assimakopoulos, V., Hatzichristos, T., & French, N. (2003). Real estate appraisal: a review of valuation methods. *Journal of Property Investment & Finance*, 21(4), 383-401. doi:10.1108/14635780310483656

Phadungyat, P. (2008). *FACTORS INFLUENCING THE SELECTION OF SERVICED APARTMENTS BY FEMALE BUSINESS TRAVELERS* (Unpublished master's thesis). Srinakharinwirot University.

- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2. doi:10.2307/1251446
- Zróbek-Rózanska, A. (2016). Compensation in Residential Real Estate Purchasers' Decisions. *Real Estate Management and Valuation*, 24(4). doi:10.1515/remav-2016-0031
- ชูชาติ เตชะโพธิ์วรรณ (2558). ความเหลื่อมล้ำด้านที่อยู่อาศัยในบริเวณชานเมืองด้านทิศเหนือของกรุงเทพมหานคร (Unpublished doctoral dissertation). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศรีณพงศ์ เทียงธรรม (2555). การเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเมืองระหว่างผู้บริโภคกับนักลงทุนที่ไม่ใช่มืออาชีพ . *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัย หอการค้าไทย*, 32(2).

### สื่ออิเล็กทรอนิกส์

- “ASOKE” One of The Best OFFICE HUBS. (2016, May 12). Retrieved April 26, 2017, from <http://www.realist.co.th/blog/asoke-hub/>
- Grout, V. (2013, October 24). 10 Things, Besides Location, Luxury Real Estate Buyers Should Obsess Over. Retrieved April 26, 2017, from <https://www.forbes.com/sites/vanessagrout/2013/10/23/10-things-besides-location-luxury-real-estate-buyers-should-obsess-over/#18308713111c>
- James, G. (2013, September 12). 10 Reasons Customers Will Pay More. Retrieved April 26, 2017, from <https://www.inc.com/geoffrey-james/the-10-reasons-customers-pay-more.html>
- ประเภท Segment ของคอนโดมิเนียมและบ้านแนวราบ กับการรีวิวจาะลึก). 2016, December 14). Retrieved from <http://thinkofliving.com/>
- ศักยภาพทำเล อโศก รัชดาภิเษก New CBD & New Central Park. (n.d.). Retrieved from <http://terrabbk.com/>

ภาคผนวก



## ภาคผนวก ก

## Cash Flow

ตาราง ราคาขายแต่ละยูนิต

| ราคาต่อตารางเมตร |      | 225000     | Units ขาย | 642           |
|------------------|------|------------|-----------|---------------|
|                  | size | unit count | percent   | unit price    |
| 1A               | 34   | 166        | 26%       | 7,650,000.00  |
| 1B               | 37   | 243        | 38%       | 8,325,000.00  |
| 1C               | 55   | 11         | 2%        | 12,375,000.00 |
| 1D               | 47   | 41         | 6%        | 10,575,000.00 |
| 2A               | 61.5 | 104        | 16%       | 13,837,500.00 |
| 2B               | 75.5 | 7          | 1%        | 16,987,500.00 |
| 2C               | 58.5 | 34         | 5%        | 13,162,500.00 |
| 2D               | 80   | 16         | 2%        | 18,000,000.00 |
| 3A               | 90   | 16         | 2%        | 20,250,000.00 |
| PNT              | 215  | 4          | 1%        | 48,375,000.00 |



[illegible]

ตาราง เงินงวดรายเดือนที่คาดว่าจะได้รับ (ต่อ)

[illegible]

[illegible][illegible]

ตาราง เงินงวดรายเดือนที่คาดว่าจะได้รับ (ต่อ)

|  |  |  |  |  | </ |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|----|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|



ตาราง Gantt Chart การก่อสร้างโครงการ (ต่อ)

| รายการ                         | ราคา             | Q2/2017    |            |            |            | Q3/2017    |            |               |               | Q4/2017       |               |               |               |
|--------------------------------|------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
|                                |                  | ม.ค.-17    | ก.พ.-17    | มี.ค.-17   | เม.ย.-17   | พ.ค.-17    | มิ.ย.-17   | ก.ค.-17       | ส.ค.-17       | ก.ย.-17       | ต.ค.-17       | พ.ย.-17       | ธ.ค.-17       |
| งานซื้อ-ขาย โฉนที่ดิน          | 1,415,700,000.00 |            |            |            |            |            |            |               |               |               |               |               |               |
| งานออกแบบโครงการ               | 50,493,000.00    |            |            |            |            |            |            |               |               |               |               |               |               |
| งานขออนุญาต                    |                  |            |            |            |            |            |            |               |               |               |               |               |               |
| ทำรายงาน EIA                   |                  |            |            |            |            |            |            |               |               |               |               |               |               |
| ขั้นตอนการขอ EIA               | 1,500,000.00     | 125,000.00 | 125,000.00 | 125,000.00 | 125,000.00 | 125,000.00 | 125,000.00 |               |               |               |               |               |               |
| ขออนุญาต 39 พว                 |                  |            |            |            |            |            |            |               |               |               |               |               |               |
| ขออนุญาตก่อสร้าง กรุงเทพมหานคร | 335,520.00       |            |            |            |            | 167,760.00 | 167,760.00 |               |               |               |               |               |               |
| งานก่อสร้างสำนักงานขาย         | 20,000,000.00    |            |            |            |            |            |            |               |               |               |               |               |               |
|                                |                  |            |            |            |            |            |            |               |               |               |               |               |               |
| Construction                   |                  |            |            |            |            |            |            |               |               |               |               |               |               |
| งานเตรียมการ                   |                  |            |            |            |            |            |            |               |               |               |               |               |               |
| ถมที่ดิน                       | 786,500.00       |            |            |            |            |            |            |               |               |               |               |               |               |
| อื่นๆ                          |                  |            |            |            |            |            |            |               |               |               |               |               |               |
| งานโครงสร้าง                   |                  |            |            |            |            |            |            |               |               |               |               |               |               |
| ชั้น 1-19                      | 212,496,000.00   |            |            |            |            |            |            | 26,562,000.00 | 26,562,000.00 | 26,562,000.00 | 26,562,000.00 | 26,562,000.00 | 26,562,000.00 |
| ชั้น 20-38                     | 212,496,000.00   |            |            |            |            |            |            |               |               |               |               |               |               |
| ชั้น 39-57                     | 212,496,000.00   |            |            |            |            |            |            |               |               |               |               |               |               |
| งานระบบ                        |                  |            |            |            |            |            |            |               |               |               |               |               |               |
| ชั้น 1-19                      | 100,656,000.00   |            |            |            |            |            |            |               |               |               | 10,065,600.00 | 10,065,600.00 | 10,065,600.00 |
| ชั้น 20-38                     | 100,656,000.00   |            |            |            |            |            |            |               |               |               |               |               |               |
| ชั้น 39-57                     | 100,656,000.00   |            |            |            |            |            |            |               |               |               |               |               |               |
| งานสถาปัตยกรรม                 |                  |            |            |            |            |            |            |               |               |               |               |               |               |
| ชั้น 1-19                      | 246,048,000.00   |            |            |            |            |            |            |               |               |               | 24,604,800.00 | 24,604,800.00 | 24,604,800.00 |
| ชั้น 20-38                     | 246,048,000.00   |            |            |            |            |            |            |               |               |               |               |               |               |
| ชั้น 39-57                     | 246,048,000.00   |            |            |            |            |            |            |               |               |               |               |               |               |
| งานตกแต่งภายใน                 |                  |            |            |            |            |            |            |               |               |               |               |               |               |
| ชั้น 1-19                      | 279,600,000.00   |            |            |            |            |            |            |               |               |               |               |               |               |
| ชั้น 20-38                     | 279,600,000.00   |            |            |            |            |            |            |               |               |               |               |               |               |
| ชั้น 39-57                     | 279,600,000.00   |            |            |            |            |            |            |               |               |               |               |               |               |
| งานอื่นๆ                       |                  |            |            |            |            |            |            |               |               |               |               |               |               |
| งานถนนรอบโครงการ และ Landscape | 13,500,000.00    |            |            |            |            |            |            |               |               |               |               |               |               |
| งานอื่นๆ                       | 29,000,000.00    |            |            |            |            |            |            | 743,589.74    | 743,589.74    | 743,589.74    | 743,589.74    | 743,589.74    | 743,589.74    |

ตาราง Gantt Chart การก่อสร้างโครงการ (ต่อ)

[illegible]

ตาราง Gantt Chart การก่อสร้างโครงการ (ต่อ)

[illegible]



ตาราง Gantt Chart การก่อสร้างโครงการ (ต่อ)

[illegible]

## ตาราง แผนการตลาด

| Plan                            | Budget     | Sep-16    | Oct-16  | Nov-16    | Dec-16  | Jan-17    | Feb-17    | Mar-17  | Apr-17  | May-17  | May-17  | May-17  | May-17  |
|---------------------------------|------------|-----------|---------|-----------|---------|-----------|-----------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Google Adwords / Advertising    | 600,000    | 50,000    | 50,000  | 50,000    | 50,000  | 50,000    | 50,000    | 50,000  | 50,000  | 50,000  | 50,000  | 50,000  | 50,000  |
| Facebook Advertising            | 240,000    | 20,000    | 20,000  | 20,000    | 20,000  | 20,000    | 20,000    | 20,000  | 20,000  | 20,000  | 20,000  | 20,000  | 20,000  |
| Think of Living                 | 80,000     |           | 80,000  |           |         |           |           |         |         |         |         |         |         |
| Propaholic                      | 60,000     |           | 60,000  |           |         |           |           |         |         |         |         |         |         |
| Ddproperty                      | 60,000     |           | 60,000  |           |         |           |           |         |         |         |         |         |         |
| www.bespokeasoke.com            | 100,000    | 100,000   |         |           |         |           |           |         |         |         |         |         |         |
| Direct mail/SMS                 | 800,000    | 400,000   |         |           |         | 400,000   |           |         |         |         |         |         |         |
| Booth / Event                   | 500,000    | 700,000   | 500,000 |           |         |           |           |         |         |         |         |         |         |
| Grand opening /Press Conference | 600,000    |           |         | 600,000   |         |           |           |         |         |         |         |         |         |
| Brochure                        | 800,000    | 400,000   |         |           |         | 400,000   |           |         |         |         |         |         |         |
| Leaflet                         | 280,000    | 140,000   |         |           |         | 140,000   |           |         |         |         |         |         |         |
| Billboard                       | 12,042,900 | 2,328,100 |         | 4,857,400 |         |           | 4,857,400 |         |         |         |         |         |         |
| BTS Balustrade Walkway          | 4,177,500  | 2,283,750 |         | 1,893,750 |         |           |           |         |         |         |         |         |         |
| Others                          | 1,800,000  | 150,000   | 150,000 | 150,000   | 150,000 | 150,000   | 150,000   | 150,000 | 150,000 | 150,000 | 150,000 | 150,000 | 150,000 |
| Total                           | 22,140,400 | 6,571,850 | 920,000 | 7,571,150 | 220,000 | 1,160,000 | 5,077,400 | 220,000 | 220,000 | 220,000 | 220,000 | 220,000 | 220,000 |

## ตาราง กระแสเงินสดโครงการรายไตรมาส

| สิ้นปีที่                                |          |             | 0              | 1              | 2             | 3            | 5             | 6             |
|------------------------------------------|----------|-------------|----------------|----------------|---------------|--------------|---------------|---------------|
| ค่าพัฒนาโครงการ                          |          |             | -1,619,086,008 | -1,214,314,506 | -809,543,004  | -404,771,502 |               |               |
| เงินจอง/ เงินทำสัญญา (5% ของยอดขาย)      |          |             |                | 233,111,250    | 82,051,875    | 16,419,375   |               |               |
|                                          | Q2/Year2 |             |                | 133,689,375    |               |              |               |               |
|                                          | Q3/Year2 |             |                | 66,628,125     |               |              |               |               |
|                                          | Q4/Year2 |             |                | 32,793,750     |               |              |               |               |
|                                          | Q1/Year3 |             |                |                | 32,793,750    |              |               |               |
|                                          | Q2/Year3 |             |                |                | 16,419,375    |              |               |               |
|                                          | Q3/Year3 |             |                |                | 16,419,375    |              |               |               |
|                                          | Q4/Year3 |             |                |                | 16,419,375.00 |              |               |               |
|                                          | Q1/Year4 |             |                |                |               | 16,419,375   |               |               |
| Down Payment (20% ของยอดขาย)             |          |             |                | 94,606,936     | 271,143,144   | 349,319,615  | 253,981,022   | 0             |
|                                          | Q2/Year2 |             |                | 10,026,703     |               |              |               |               |
|                                          | Q3/Year2 |             |                | 35,482,390     |               |              |               |               |
|                                          | Q4/Year2 |             |                | 49,097,843     |               |              |               |               |
|                                          | Q1/Year3 |             |                |                | 57,794,043    |              |               |               |
|                                          | Q2/Year3 |             |                |                | 65,641,427    |              |               |               |
|                                          | Q3/Year3 |             |                |                | 70,933,083    |              |               |               |
|                                          | Q4/Year3 |             |                |                | 76,774,591    |              |               |               |
|                                          | Q1/Year4 |             |                |                |               | 85,570,685   |               |               |
|                                          | Q2/Year4 |             |                |                |               | 87,916,310   |               |               |
|                                          | Q3/Year4 |             |                |                |               | 87,916,310   |               |               |
|                                          | Q4/Year4 |             |                |                |               | 87,916,310   |               |               |
|                                          | Q1/Year5 |             |                |                |               |              | 87,916,310    |               |
|                                          | Q2/Year5 |             |                |                |               |              | 87,916,310    |               |
|                                          | Q3/Year5 |             |                |                |               |              | 72,487,326    |               |
|                                          | Q4/Year5 |             |                |                |               |              | 5,661,076     |               |
| ยอดขายราย/ โอน                           |          |             |                |                |               |              | 3,205,080,000 | 2,100,240,000 |
|                                          | Q4/Year5 |             |                |                |               |              | 3,205,080,000 |               |
|                                          | Q1/Year6 |             |                |                |               |              |               | 2,100,240,000 |
| ค่าภาษีธุรกิจเฉพาะ (3.3% ของยอดขาย)      |          |             |                |                |               |              | -105,767,640  | -69,307,920   |
| ค่าธรรมเนียมการโอน (1% ของยอดขาย)        |          |             |                |                |               |              | -32,050,800   | -21,002,400   |
| ค่าใช้จ่ายดำเนินงาน (3.54% ของมูลค่าขาย) |          |             | -40,459,301    | -40,459,301    | -40,459,301   | -40,459,301  | -40,459,301   | -40,459,301   |
| NOI                                      |          |             | -1,659,545,309 | -927,055,620   | -496,807,285  | -79,491,813  | 3,280,783,281 | 1,969,470,379 |
| IRR                                      |          | 15%         |                |                |               |              |               |               |
| NPV                                      |          | 504,325,928 |                |                |               |              |               |               |
| Discount rate                            |          | 9.50%       |                |                |               |              |               |               |
| Ke                                       |          | 14.35%      | Kd             |                | 7.83%         |              |               |               |
| We                                       |          | 40%         | Wd             |                | 60%           |              |               |               |
|                                          |          |             | Tax            |                | 20%           |              |               |               |

## ตาราง ค่าใช้จ่ายทางการตลาด

| รายการ                                       | Production                  | Media                  | Duration                                     | รวม                   |
|----------------------------------------------|-----------------------------|------------------------|----------------------------------------------|-----------------------|
| <b>หมวดต้นทุนการตลาด</b>                     |                             |                        |                                              | <b>227,755,805.00</b> |
| Presale                                      |                             |                        |                                              | 46,011,850.00         |
| Online Marketing                             |                             |                        |                                              |                       |
| Google Adwords / Advertising                 |                             | 50,000.00              | 2 months                                     | 100,000.00            |
| Facebook Advertising                         |                             | 20,000.00              | 2 months                                     | 40,000.00             |
| Think of Living                              |                             | 80,000.00 per review   | 1 review                                     | 80,000.00             |
| Propaholic                                   |                             | 60,000.00 per review   | 1 review                                     | 60,000.00             |
| Ddproperty                                   |                             | 60,000.00 per review   | 1 review                                     | 60,000.00             |
| www.bespokeasoke.com                         |                             | 200,000                |                                              | 200,000.00            |
| Direct Marketing                             |                             |                        |                                              |                       |
| Direct mail/SMS                              |                             | 400,000                | 50,000 lists                                 | 400,000.00            |
| Booths and Events                            |                             |                        |                                              |                       |
| Booths and Events                            |                             | 500,000                | 1 times                                      | 500,000.00            |
| Activations                                  |                             |                        |                                              |                       |
| Brochure                                     | 20                          |                        | 20,000 sets                                  | 400,000.00            |
| Leaflets                                     | 2                           |                        | 70,000 sets                                  | 140,000.00            |
| Other                                        |                             |                        |                                              |                       |
| Onsite and Billboards                        |                             |                        |                                              |                       |
| Billboard Trivision แยกสื่อ                  | Production Cost: 120000     | Media Cost: 500000     | 2 months                                     | 1,120,000.00          |
| Billboard Trivision BTS พร้อมพงษ์            | Production Cost: 120000     | Media Cost: 30000      | 2 months                                     | 180,000.00            |
| Billboard ถนนพระราม 4                        | Production Cost: 72900      | Media Cost: 192600     | 2 months                                     | 458,100.00            |
| Billboard อาคารพาณิชย์ BTS ทองหล่อ พร้อมพงษ์ | Production Cost: 27000      | Media Cost: 85000      | 2 months                                     | 197,000.00            |
| Billboard สามแยกเกษมราษฎร์                   | Production Cost: 27000      | Media Cost: 160500     | 2 months                                     | 348,000.00            |
| ป้ายกองโจร                                   | Production Cost: 500        |                        | 50 singage                                   | 25,000.00             |
| BTS Balustrade Walkway                       |                             |                        |                                              |                       |
| BTS ทองหล่อ                                  | Production Cost: 3,750.00   | Media Cost: 37,500.00  | 2 months                                     | 78,750.00             |
| BTS อโศก                                     | Production Cost: 3,750.00   | Media Cost: 37,500.00  | 2 months                                     | 78,750.00             |
| BTS พร้อมพงษ์                                | Production Cost: 3,750.00   | Media Cost: 37,500.00  | 2 months                                     | 78,750.00             |
| BTS เอกมัย                                   | Production Cost: 3,750.00   | Media Cost: 37,500.00  | 2 months                                     | 78,750.00             |
| BTS ชองนนทบุรี                               | Production Cost: 3,750.00   | Media Cost: 37,500.00  | 2 months                                     | 78,750.00             |
| Train Body (350 ตรม. 4 Bogies)               | Production Cost: 690,000.00 | Media Cost: 600,000.00 | per train/month                              | 1,890,000.00          |
| Press Conference @ Sales Gallery             | 300,000                     | Influencers 300,000    |                                              | 600,000.00            |
| Registration Promotion                       |                             | Discount 100,000       | per room Target 60% of total units available | 38,520,000.00         |
| Sales Gallery Operating Cost                 |                             |                        |                                              | 300,000.00            |
|                                              |                             |                        |                                              |                       |

## ตาราง ค่าใช้จ่ายทางการตลาด (ต่อ)

| รายการ                                       | Production                              | Media                 | Duration     | รวม                   |
|----------------------------------------------|-----------------------------------------|-----------------------|--------------|-----------------------|
| <b>หมวดต้นทุนการตลาด</b>                     |                                         |                       |              | <b>227,755,805.00</b> |
| Grand Opening                                |                                         |                       |              | 15,348,550.00         |
| Online Marketing                             |                                         |                       |              |                       |
| Google Adwords / Advertising                 |                                         | 50,000.00             | 10 months    | 500,000.00            |
| Facebook Advertising                         |                                         | 20,000.00             | 10 months    | 200,000.00            |
| Direct Marketing                             |                                         |                       |              |                       |
| Direct mail/SMS                              |                                         | 400,000               | 50,000 lists | 400,000.00            |
| Booth and Events                             |                                         |                       |              |                       |
| Booth and Events                             |                                         | 700,000               | 2 times      | 1,400,000.00          |
| Activations                                  |                                         |                       |              |                       |
| Brochure                                     | 20                                      |                       | 20,000 sets  | 400,000.00            |
| Leaflets                                     | 2                                       |                       | 70,000 sets  | 140,000.00            |
| Other                                        |                                         |                       |              |                       |
| Onsite and Billboards                        |                                         |                       |              |                       |
| Billboard Trivision แยกสื่อโตเกียว           | Production Cost: 120000                 | Media Cost: 500000    | 10 months    | 5,240,000.00          |
| Billboard Trivision BTS พร้อมพงษ์            | Production Cost: 120000                 | Media Cost: 300000    | 10 months    | 540,000.00            |
| Billboard ถนนพระราม 4                        | Production Cost: 72900                  | Media Cost: 192600    | 10 months    | 2,071,800.00          |
| Billboard อาคารพาณิชย์ BTS ทองหล่อ พร้อมพงษ์ | Production Cost: 27000                  | Media Cost: 85000     | 10 months    | 904,000.00            |
| Billboard สามแยกเกษมราษฎร์                   | Production Cost: 27000                  | Media Cost: 160500    | 10 months    | 1,659,000.00          |
| BTS Balustrade Walkway                       |                                         |                       |              |                       |
| BTS ทองหล่อ                                  | Production Cost: 3,750.00               | Media Cost: 37,500.00 | 10 months    | 378,750.00            |
| BTS อโศก                                     | Production Cost: 3,750.00               | Media Cost: 37,500.00 | 10 months    | 378,750.00            |
| BTS พร้อมพงษ์                                | Production Cost: 3,750.00               | Media Cost: 37,500.00 | 10 months    | 378,750.00            |
| BTS เอกมัย                                   | Production Cost: 3,750.00               | Media Cost: 37,500.00 | 10 months    | 378,750.00            |
| BTS ชองถนนหรี                                | Production Cost: 3,750.00               | Media Cost: 37,500.00 | 10 months    | 378,750.00            |
| Sole Agent                                   |                                         |                       |              | 166,395,405.00        |
| CBRE                                         | 1.5% of target Thai market sales (70%)  |                       |              | 68,515,755.00         |
| Juwai                                        | 5% of target foreign market sales (30%) |                       |              | 97,879,650.00         |

## ตาราง ต้นทุนโครงการ

| รายการ                                       |                                        |  | จำนวน     | หน่วย                       | ราคา/หน่วย | หน่วย     | รวม                     |
|----------------------------------------------|----------------------------------------|--|-----------|-----------------------------|------------|-----------|-------------------------|
| <b>หมวดต้นทุนการลงทุน (Investment Cost)</b>  |                                        |  |           |                             | 120,640.05 |           | <b>4,047,715,020.00</b> |
| ค่าที่ดินและพัฒนาที่ดิน                      |                                        |  | 1,573.00  | ตร.วา                       | 900,500.00 | บาท/ตร.วา | 1,416,486,500.00        |
|                                              | ค่าที่ดิน                              |  |           |                             | 900,000.00 | บาท/ตร.วา | 1,415,700,000.00        |
|                                              | ค่าปรับหน้าดิน                         |  |           |                             | 500        |           | 786,500.00              |
|                                              |                                        |  |           |                             |            |           |                         |
|                                              |                                        |  |           |                             |            |           |                         |
| ค่าก่อสร้าง                                  |                                        |  |           |                             | 46,117.67  | บาท/ตร.ม. | 2,578,900,000.00        |
| BUILDING STRUCTURE, ARCHITECTURE, & MEP      |                                        |  |           |                             |            |           |                         |
|                                              | งานโครงสร้างอาคาร                      |  | 55,920.00 | ตร.ม.                       | 11,400.00  | บาท/ตร.ม. | 637,488,000.00          |
|                                              | งานระบบภายในอาคาร                      |  |           |                             | 5,400.00   | บาท/ตร.ม. | 301,968,000.00          |
|                                              | งานสถาปัตยกรรม                         |  |           |                             | 13,200.00  | บาท/ตร.ม. | 738,144,000.00          |
| INTERIOR DESIGN                              |                                        |  |           |                             |            |           |                         |
|                                              | งานสถาปัตยกรรมและตกแต่งภายใน           |  |           |                             | 15,000.00  | บาท/ตร.ม. | 838,800,000.00          |
| OTHER                                        |                                        |  |           |                             |            |           |                         |
|                                              | ลิฟท์โดยสารลิฟท์ SERVICE               |  | 7         | ตัว                         | 3500000    | บาท/ตัว   | 24,500,000.00           |
|                                              | งานสาธารณูปโภคอาคาร                    |  | 1500      | ตร.ม.                       | 3500       | บาท/ตร.ม. | 5,250,000.00            |
|                                              | ค่ารั้ว รั้ว ประตูโครงการ              |  | 900       | ตร.ม.                       | 2500       | บาท/ตร.ม. | 2,250,000.00            |
|                                              | งาน LANDSCAPE                          |  | 2000      | ตร.ม.                       | 3000       | บาท/ตร.ม. | 6,000,000.00            |
|                                              | ค่าก่อสร้างสำนักงานขายและห้องตัวอย่าง  |  |           |                             |            |           | 20,000,000.00           |
|                                              | CONTINGENCY                            |  |           |                             |            |           | 1,500,000.00            |
|                                              | UNFORESEEN                             |  |           |                             |            |           | 3,000,000.00            |
|                                              |                                        |  |           |                             |            |           |                         |
|                                              |                                        |  |           |                             |            |           |                         |
| ค่าที่ปรึกษา                                 |                                        |  |           |                             |            |           | 52,328,520.00           |
|                                              | ค่าออกแบบสถาปัตยกรรม และ วิศวกรรม      |  |           |                             | 2%         |           | 50,493,000.00           |
|                                              | ค่าวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม (EIA)   |  |           |                             |            |           | 1,500,000.00            |
|                                              | ใบอนุญาตก่อสร้าง                       |  |           |                             | 6          | บาท/ตร.ม. | 335,520.00              |
|                                              |                                        |  |           |                             |            |           |                         |
| <b>หมวดต้นทุนทางการเงิน (Financial Cost)</b> |                                        |  |           |                             | 1,757.93   |           | <b>121,156,722.00</b>   |
|                                              | ธนาคารปล่อยกู้                         |  | 60%       | ของเงินลงทุนเริ่มต้นโครงการ |            |           |                         |
|                                              | อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ MLR               |  | 8%        |                             |            |           |                         |
|                                              | ดอกเบี้ยที่ต้องชำระตลอดระยะเวลาโครงการ |  |           |                             |            |           | 121,156,722.00          |
|                                              |                                        |  |           |                             |            |           |                         |
| <b>รวมต้นทุนโครงการ</b>                      |                                        |  |           |                             | 74,550.64  |           | <b>4,168,871,742.00</b> |

## ภาคผนวก ข

### บทสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการขายอสังหาริมทรัพย์ (Sole Agent)

#### บทสรุปการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้จัดทำได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญเพื่อความเข้าใจต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยมีรายละเอียดการสัมภาษณ์ดังนี้

**ผู้ให้สัมภาษณ์** คุณภริญา ศรีอ่อน

**ตำแหน่ง** Sales Representative ของ บริษัท KPN Land จำกัด

**ประสบการณ์** ขายห้องชุดให้กับลูกค้าระดับ Luxury กว่า 6 ปี ประกอบด้วยโครงการต่างๆ ดังนี้

Le Nice เอกมัย, The Sense สะพานควาย, Live@7, The Bloom Sukhumvit 71, The Capital ราชปรารภ, The Capital เอกมัย, The Diplomat สาทร, The Diplomat 39, H Sukhumvit , Siamese 39, Muniq, Tela, Wyne ,Liv @49, The Beverly 33, The Lake Asoke, Noble เอกมัย, The Base พระรามเก้า, The Base Park East รวมถึง Ashton Asoke ซึ่งเป็นหนึ่งในคู่แข่งหลักของโครงการที่ทำการศึกษา

**ข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์** ด้านความเข้าใจเกี่ยวกับลูกค้าเป้าหมาย

ลูกค้าที่ต้องการอยู่ในพื้นที่ที่สะดวกแบ่งออกเป็นกลุ่มต่างๆได้ดังนี้

#### กลุ่มลูกค้าที่เป็นชาวต่างชาติ

กลุ่มนี้คือกลุ่มคนที่อยู่อาศัยจริงในทำเล โดยมักเช่าอยู่แบบรายเดือนมากกว่าการซื้อโครงการเนื่องจากการย้ายถิ่นฐานที่ไม่แน่นอนของหน้าที่การงาน อาจทำให้ไม่สามารถซื้อ Unit ได้ทุกคน แต่ยังถือว่าเป็นกลุ่มที่น่าสนใจเนื่องจากมีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง จากงบประมาณของบริษัท และบางคนสนใจที่จะย้ายถิ่นฐานมาอาศัยอยู่ในเมืองไทยต่อไป

#### กลุ่มนักลงทุนชาวจีน ได้หวัน มาเลเซีย สิงคโปร์ ฮองกง

กลุ่มที่มีศักยภาพการลงทุน โดยซื้อผ่าน Sole Agent ในต่างประเทศ ซึ่ง ทางโครงการไม่จำเป็นต้องออก Road Show เอง แต่จำเป็นต้องจ้าง Sole Agent ที่ทำงานกับคนกลุ่มนี้ ซึ่งมีค่าคอมมิชชั่นที่สูง ที่ 6% แต่จะเป็นราคาซึ่งรวมค่าใช้จ่ายทางการตลาดทั้งหมดที่ต่างประเทศ สิ่งที่คุณประกอบการต้องทำคือการให้ช่องทางการติดต่อกับโครงการที่เป็นภาษาจีน นอกเหนือจากภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และ ภาษาญี่ปุ่น

## นักลงทุนชาวไทย

เป็นกลุ่มที่มาไวไปไว กล่าวคือ สามารถลงทุนซื้อคอนโดให้หมดภายในวันแรกได้ เนื่องจากต้องการซื้อยูนิตในราคาที่ต่ำที่สุด แต่ก็มีโอกาสที่จะทิ้งโครงการจากการทิ้งใบจองได้เช่นกัน การให้ความสำคัญกับคนกลุ่มนี้จึงควรทำอย่างระมัดระวัง โดยจัดสัดส่วนลงทุนกับห้องเล็กไว้บางส่วน แต่ต้องอย่าลืมผู้ที่อยู่อาศัยจริงที่ต้องการห้องขนาดใหญ่ด้วย

## ผู้อยู่อาศัยจริงชาวไทย

กลุ่มนี้จะมีความหลากหลาย เนื่องจากมีทั้งกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชนที่มีรายได้ระดับปานกลางและต้องการอยู่ใกล้แหล่งทำงาน หรือนักเรียน นักศึกษาในละแวก เช่น โรงเรียนวัฒนาวิทยาลัยมีนักเรียน 1500 คน จะมีผู้ที่ซื้อคอนโดอยู่ในละแวกถึง 50% เพียงแต่จะไม่ใช้การซื้อคอนโดระดับ Luxury ทั้งหมด เนื่องจากนักเรียนเองก็มีความหลากหลายด้านพื้นเพ เป็นต้น ทั้งนี้ ผู้ที่ตัดสินใจซื้อโครงการคือ พ่อ แม่ โดยมีลูกๆเป็นผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ

กลุ่มดารานักแสดงก็เป็นอีกกลุ่มหนึ่งซึ่งนิยมอาศัยอยู่ในละแวกอโศกเนื่องจากต้องทำงานที่ GMM Grammy ซึ่งอยู่ไม่ไกลจากพื้นที่โครงการที่ทำการศึกษา

กลุ่ม High Net Wealth Individual ซึ่งมีเงินฝากอยู่ราว 30 ล้านบาท เป็นกลุ่มที่ Forbes ประเทศไทยอ้างว่ากำลังเติบโตขึ้นมากเมื่อเทียบกับการเติบโตจากทั่วโลก คือ 13% และ 7% ตามลำดับ กลุ่มนี้นิยมซื้อโครงการ โดยซื้อทุกโครงการ และซื้อโครงการหลายยูนิต แม้จะไม่สามารถระบุชื่อได้ แต่นามสกุลของลูกค้ายกลุ่มนี้ต้องเป็นที่รู้จักอย่างแน่นอน

คุณภริญา ศรีอ่อนได้จับบทสัมภาษณ์ด้วย ข้อคิดที่สามารถทำให้การขายสินค้ากับกลุ่มลูกค้าประสบความสำเร็จ ดังนี้

“ลูกค้ากลุ่มนี้มี power ในการบอกต่อค่อนข้างมาก การทำproduct ออกมาให้ตรงตามแบบสินค้า และให้ความใส่ใจในคุณภาพของสินค้า รวมถึงและบริการที่ดี จะทำให้มีชื่อเสียงที่ดีและได้รับการบอกต่อที่ดีค่ะ”



## ประวัติผู้เขียน

|                 |                                                                                                             |
|-----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ชื่อ            | นายทูล นำพันธุ์วิวัฒน์                                                                                      |
| วันเดือนปีเกิด  | 1 ตุลาคม พ.ศ.2530                                                                                           |
| วุฒิการศึกษา    | วิทยาศาสตรบัณฑิต<br>(การออกแบบสถาปัตยกรรม หลักสูตรนานาชาติ)<br>จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย                        |
| ประสบการณ์ทำงาน | พ.ศ. 2558-2559 : สถาปนิก<br>Buro Ole Scheeren Ltd. (Thailand)<br><br>พ.ศ.2557: สถาปนิก<br>Habita Architects |