



การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงวัย
(Generation B)

โดย

นางสาวสิริฉัตร ศิริสรรหิรัญ

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์)
สาขาวิชาธุรกิจอสังหาริมทรัพย์
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2560
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงวัย
(Generation B)

โดย

นางสาวสิริฉัตร ศิริสรรหิรัญ



การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์)
สาขาวิชาธุรกิจอสังหาริมทรัพย์
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2560
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

FEASIBILITY STUDY OF RESIDENTIAL DEVELOPMENT
FOR ACTIVE ADULT (GENERATION B)

BY

MISS SIRACHAT SIRISUNHIRUN



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 2017
COPYRIGHT OF THAMMASAT UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี

การค้นคว้าอิสระ

ของ

นางสาวสิริฉัตร ศิริสรธริรัญ

เรื่อง

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการที่อยู่อาศัยของผู้สูงวัย (Generation B)

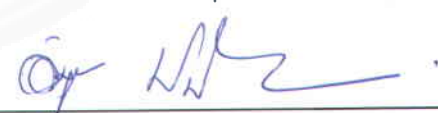
ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์)

เมื่อวันที่ 29 เมษายน พ.ศ. 2561

ประธานกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ


(รองศาสตราจารย์ ดร.สุพิดา พาณิชย์ปฐุม)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ


(รองศาสตราจารย์อัญชลี พิพัฒน์เสรีญ)

กรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ


(นายกรุง อังคนาพร)

คณบดี


(รองศาสตราจารย์ ดร.พิภพ อุดร)

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการที่อยู่อาศัย ของผู้สูงวัย (Generation B)
ชื่อผู้เขียน	นางสาวสิริฉัตร ศิริสรธริรัญ
ชื่อปริญญา	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์)
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	รองศาสตราจารย์อัญชลี พิพัฒน์เสริม
ปีการศึกษา	2560

บทสรุปผู้บริหาร

เนื่องจากประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงวัยอย่างสมบูรณ์ ซึ่งจำนวนของผู้สูงวัยเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว แต่ที่อยู่อาศัยที่มีความเหมาะสมที่จะรองรับการใช้ชีวิตในช่วงวัยหลังเกษียณของผู้สูงวัยในประเทศไทยมีจำนวนไม่เพียงพอและไม่ตรงกับความต้องการของผู้สูงวัย โดยเฉพาะผู้สูงวัยในกรุงเทพมหานคร โดยมองว่ากลุ่มเป้าหมายนี้ยังมีทั้งศักยภาพและกำลังซื้อ อีกทั้งตลาดยังมีช่องว่างและโอกาสในการพัฒนาโครงการอีกหลากหลายรูปแบบ

จากการวิเคราะห์เกี่ยวกับที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงวัย เพื่อกลั่นกรองหากลุ่มเป้าหมายแนวคิดและโปรแกรมในการพัฒนาโครงการ สรุปได้ว่า กลุ่มเป้าหมาย คือ ช่วงวัย 55-69 ปี (Generation B) ซึ่งเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครใกล้ๆพื้นที่จังหวัดนนทบุรี มีส่วนแบ่งทางการตลาดที่ 1-2% ประมาณ 70 -142 ยูนิต กลุ่มเป้าหมายมีกำลังซื้ออยู่ที่ 5 – 10 ล้านบาท มีแนวคิดในการพัฒนาโครงการ คือ ที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยวสำหรับผู้สูงวัยและทุกคนในครอบครัว จากการกลั่นกรองในทุกๆด้านเพื่อมองหาทำเลและแปลงที่ดินที่มีความเหมาะสม สรุปได้แปลงที่ดินในย่านบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรีซึ่งอยู่ใกล้กับรถไฟฟ้าสายสีม่วง โดยมีพื้นที่ 34-3-68 ไร่

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อวิเคราะห์ว่าผู้สูงวัยยอมรับแนวคิดในการออกแบบและทำเลที่ตั้ง ตามโปรแกรมนี้อหรือไม่ ผลที่ได้นั้นผู้สูงวัยส่วนใหญ่ยอมรับได้และมีความสนใจในโครงการ เมื่อทำการพัฒนาออกแบบและวางผังโครงการ เพลินวาน วิลล์ เป็นลักษณะบ้านเดี่ยว 2 ชั้น จำนวน 128 ยูนิต มี 2 รูปแบบ การออกแบบโครงการเื้อต่อผู้สูงวัยและทุกคนในครอบครัวรวมทั้งมีการกิจกรรมการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆที่เหมาะสมกับผู้สูงวัย โครงการมีพื้นที่ขาย 7,622 ตารางวา หรือ 19-0-22 ไร่ ราคาขายอยู่ที่ 5.2 – 7 ล้านบาท มูลค่าโครงการ 825,960,000 บาท ซึ่งเมื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินแล้ว พบว่าการพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยว

สำหรับผู้สูงวัย โครงการเพลินวาน วิลล์ เพื่อขายมีความเป็นไปได้ในทางการเงินและเหมาะสมต่อการลงทุน โดยในกรณีที่มีความเป็นไปได้มากที่สุดนั้น โครงการจะมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ เท่ากับ 80,680,664.64บาท และอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนเท่ากับ 24.36%

คำสำคัญ: Generation B, ที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงวัย, รถไฟฟ้าสายสีม่วง



Independent Study Title	FEASIBILITY STUDY OF RESIDENTIAL DEVELOPMENT FOR ACTIVE ADULT (GENERATION B)
Author	Miss Sirachat Sirisunhirun
Degree	Master of Science (Real Estate Business)
Major Field/Faculty/University	Faculty of Commerce and Accountancy Thammasat University
Independent Study Advisor	Associate Professor Anchalee Pipatanasern
Academic Years	2017

EXECUTIVE SUMMARY

Thailand is about to enter aged society. The number of elderly people increased rapidly. However, senior housing for retirement in Thailand is insufficient and does not meet the needs of the elderly. Especially the elderly in Bangkok. The target is both potential and purchasing power. This market also offers space and opportunity to develop a variety of projects.

Based on an analysis of the housing for the elderly. The concept and program for the development of the project are summarized as follows: Generation B (55-69 years old), who lives in Bangkok, near Nonthaburi about 70 to 142 units are marketed at 1-2%. The target group is purchasing at 5-10 million baht. The concept of the project is residential for the elderly and the whole family. The screening of all areas to look for a suitable location and land plot. The land plot in Bang Bua Thong district. It is close to the Purple Line with an area of 34-3-68 rai.

From in-depth interviews to analyzes how senior citizens accept conceptual design and location. Follow this program? As a result, the most of sample are acceptable and interested in this project. The development, design and layout of the Plearn Wan Ville Project is a two-storey and single-detached house of 128 units and 2 types. There are design, activities, Services and facilities suitable for the elderly. The project's sales area is 7,622 sq.wah or 19-0-22 rai. The sale price is 5.2 - 7 million baht, worth is 825,960,000 baht. When analyzing the financial feasibility. The development

of single-detach house project for the elderly , Plearn Wan Ville is financially feasible and suitable for investment. In the case of the most likely. The project will have net present value (NPV) of 80,680,664.64baht and internal rate of return (IRR before tax) of 24.36%

Keywords: Generation B, Senior Housing, MRT Purple Line



กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระเล่มนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านที่ได้ให้ความรู้เพื่อนำมาต่อยอดและใช้ประโยชน์ในการทำการค้นคว้าอิสระนี้ ทำให้การค้นคว้าอิสระนี้สำเร็จลุล่วง และขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์อัญชลี พิพัฒน์เสริญ ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ รองศาสตราจารย์ ดร. สุพิชา พาณิชย์ปฐุม และ อาจารย์กรุง อังคนาพรซึ่งเป็นอาจารย์สอบการค้นคว้าอิสระ ที่ให้คำชี้แนะและชี้ข้อบกพร่องให้สามารถนำไปพัฒนา ปรับปรุง ทำให้การค้นคว้าอิสระมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ทั้งนี้ขอขอบพระคุณ บริษัท เจริญกิจจงเสถียร จำกัด ที่คอยสนับสนุนด้านการศึกษา ให้เวลาและความเข้าใจตลอดการศึกษาตั้งแต่เริ่มต้นจนจบ

นอกจากนี้ขอขอบคุณครอบครัวและเพื่อนๆทุกคนไม่ว่าจะเป็นเพื่อนMRE16 เพื่อนปริญญาตรี เพื่อนมัธยม และพี่ๆเพื่อนๆที่ออฟฟิศทุกคน ที่เกื้อหนุน คอยช่วยเหลือและให้กำลังใจมาตลอดการศึกษา จนกระทั่งทำการค้นคว้าอิสระสำเร็จในวันนี้

นางสาวสิริฉัตร ศิริสรทริฎ

สารบัญ

	หน้า
บทสรุปผู้บริหารย่อภาษาไทย	(1)
บทสรุปผู้บริหารภาษาอังกฤษ	(3)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญตาราง	(11)
สารบัญภาพ	(13)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 แนวคิดที่มาและความสำคัญ	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 ขอบเขตการศึกษา	3
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
2.1 รูปแบบของสังคมผู้สูงอายุ	4
2.1.1 การแบ่งสังคมผู้สูงอายุ	4
2.2 รูปแบบของผู้สูงอายุ	5
2.2.1 การแบ่งผู้สูงอายุตามลักษณะความสามารถ	5
2.2.1.1 กลุ่มผู้สูงอายุที่ไม่สามารถช่วยเหลือตนเองได้	5
2.2.1.2 กลุ่มผู้สูงอายุที่ยังพอช่วยเหลือตนเองได้	5
2.2.1.3 กลุ่มผู้สูงอายุที่ช่วยเหลือตนเองได้ดี	5

2.3	ที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงวัยไทย	6
2.3.1	รูปแบบที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงวัยไทย	6
2.3.2	ความต้องการทางด้านที่อยู่อาศัยของผู้สูงวัยไทย	7
2.3.3	แนวคิดในการออกแบบเกี่ยวกับชุมชนผู้สูงวัย	7
2.3.3.1	หลักการการสร้างชุมชนน่าอยู่ผู้สูงวัย (age-friendly cities)	7
2.3.3.2	แนวคิดถนนเพื่อชีวิต (street for life)	9
2.3.3.3	การออกแบบสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อ มวลชน(niversal design)	11
2.3.4	ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกที่ตั้งที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงวัยไทย	17
2.3.4.1	ปัจจัยพื้นฐานในการเลือกที่ตั้งของที่อยู่อาศัย	17
2.3.4.2	ปัจจัยในการเลือกที่ตั้งของที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงวัย	19
2.3.4.3	สรุปปัจจัยสำหรับการเลือกทำเลที่ตั้งที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงวัย	21
บทที่3	การศึกษาความเป็นไปได้ของตลาดเบื้องต้น	22
3.1	ภาพรวมสถานการณ์ตลาดผู้สูงวัยโลก	22
3.2	ภาพรวมสถานการณ์ตลาดผู้สูงวัยไทย	24
3.2.1	ข้อมูลประชากรผู้สูงวัย	25
3.2.1.1	ข้อมูลทั่วไปของผู้สูงวัยไทย	25
3.2.1.2	การเตรียมพร้อมทางการเงินของผู้สูงวัยไทย	27
3.2.1.3	รูปแบบและลักษณะการอยู่อาศัยของผู้สูงวัย	28
3.3	อุปสงค์และอุปทานในตลาดผู้สูงวัยไทย	29
3.3.1	ประชากรผู้สูงวัยกรุงเทพมหานคร	29
3.3.1.1	จำนวนประชากรผู้สูงวัยในกรุงเทพมหานคร	29
3.3.2	ข้อมูลการสำรวจราคาและรูปแบบที่อยู่อาศัยในเขตที่ติดกับจังหวัด นนทบุรี	33
3.3.3	ข้อมูลการใช้จ่ายของผู้สูงวัยในวัยหลังเกษียณ	35
3.3.4	กลิ่นกรองกลุ่มเป้าหมายหลัก	37
3.4	การวิเคราะห์คู่แข่งในตลาดที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงวัยไทย	39
3.4.1	โครงการที่เปิดขายในปัจจุบัน	39

3.5	สรุปการวิเคราะห์ตลาดที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงวัยไทย	47
3.6	สรุปการวิเคราะห์ STP	47
3.6.1	ส่วนแบ่งการตลาด (segmentation)	47
3.6.2	การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (targeting)	47
3.6.3	การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (positioning)	49
3.7	สรุปแนวคิดและปัจจัยที่นำไปวิเคราะห์เพื่อคัดกรองแปลงที่ดิน	51
3.7.1	แนวคิดในการออกแบบ	51
3.7.2	ปัจจัยที่ใช้ในการคัดกรองที่ดิน	52
บทที่ 4	การคัดเลือกทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม	54
4.1	การวิเคราะห์ทำเลที่ตั้งของจังหวัดนนทบุรี	54
4.1.1	ภาพรวมของตลาดที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยว	54
4.1.2	ภาพรวมของตลาดที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยวของจังหวัดนนทบุรี	57
4.1.3	ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดนนทบุรี	59
4.1.3.1	โครงข่ายคมนาคม	59
4.1.3.2	พื้นที่พาณิชยกรรม	63
4.1.3.3	สถานพยาบาล	64
4.1.3.4	สวนสาธารณะ	65
4.1.3.5	การแบ่งย่านและราคาที่ดินในแต่ละย่าน	65
4.2	การคัดเลือกแปลงที่ดินที่เหมาะสม	66
4.2.1	การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการเพื่อกำหนดราคาที่ดินเบื้องต้น	66
4.2.2	การค้นหาแปลงที่ดินที่มีความเป็นไปได้และวิเคราะห์เปรียบเทียบ	68
4.2.2.1	ภาพรวมระดับย่านบริเวณที่ดินที่ถูกคัดเลือก	71
4.2.2.2	การวิเคราะห์ทางด้านกายภาพและความเป็นไปได้ทางการตลาดของแปลงที่ดินที่ถูกคัดเลือก	72
4.2.2.3	การวิเคราะห์ทางด้านกฎหมายของแปลงที่ดินที่ถูกคัดเลือกเบื้องต้น	76
4.2.2.4	การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินแปลงที่ดินที่ถูกคัดเลือกเบื้องต้น	78

4.2.2.5	สรุปการคัดเลือกแปลงที่ดินที่เหมาะสมโดยวิธีการให้คะแนน และถ่วงน้ำหนัก (WQS)	80
บทที่ 5	การวิเคราะห์กฎหมายเบื้องต้น	87
5.1	กฎกระทรวงใช้บังคับผังเมืองรวมจังหวัดนนทบุรี	87
5.2	ข้อบัญญัติองค์การบริหารส่วนตำบลบางคูรัด 2556	88
5.3	พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร 2552	89
5.4	ข้อกำหนดการจัดสรรที่ดิน จังหวัดนนทบุรี 2545	89
บทที่ 6	รูปแบบโครงการ	91
6.1	การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)	91
6.1.1	การสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับการยอมรับในแนวคิดโครงการ	91
6.1.1.1	ประเด็นแรก: เรื่องของแนวคิดและรูปแบบโครงการ	92
6.1.1.2	ประเด็นสอง: การให้ความสำคัญต่อเรื่องใดเป็นพิเศษหลังวัย เกษียณ	93
6.1.1.3	ประเด็นสาม: สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการจากโครงการ	93
6.1.1.4	ประเด็นสี่: ความคิดเห็นต่อที่ตั้งโครงการและสภาพแวดล้อม โดยรอบโครงการ	93
6.1.1.5	สรุปการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มตัวอย่าง	94
6.2	แนวคิดในการออกแบบและวางผังโครงการ	94
6.3	กลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Strategy-4P's)	97
6.3.1	ด้านสินค้า (Product)	97
6.3.1.1	รูปแบบผังโครงการ เพลินวาน วิลล์ (Plearn Wan Ville)	97
6.3.1.2	รูปแบบภายในโครงการ เพลินวาน วิลล์ (Plearn Wan Ville)	101
6.3.1.3	รูปแบบภายนอกอาคารโครงการ เพลินวาน วิลล์ (Plearn Wan Ville)	104
6.3.1.4	การวิเคราะห์จุดเด่นจุดด้อยของโครงการเพลินวาน วิลล์ (SWOT analysis)	105

6.3.2 การตั้งราคาขาย (Price)	106
6.3.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	110
6.3.4 การส่งเสริมการขาย (Promotion)	112
6.4 แผนการตลาด	112
บทที่ 7 การบริหารงานก่อสร้าง	116
7.1 รูปแบบโครงการ	116
7.2 รายละเอียดด้านการก่อสร้าง	116
7.2.1 งานโครงสร้างอาคาร	116
7.2.2 งานระบบประปาและไฟฟ้า	117
7.2.3 งานระบบปรับอากาศและระบบระบายอากาศ	117
7.2.4 งานสุขาภิบาล	117
7.2.5 ระบบรักษาความปลอดภัย	117
7.3 งานสถาปัตยกรรม	118
7.3.1 ภายนอกอาคาร	118
7.3.2 ภายในอาคาร	118
7.4 การบริหารการก่อสร้าง	119
7.5 การวางแผนงานก่อสร้าง	120
บทที่ 8 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน	122
8.1 สมมติฐานด้านการลงทุนของโครงการ	122
8.2 สมมติฐานด้านค่าใช้จ่ายของโครงการ	124
8.2.1 ค่าพัฒนาโครงการ	124
8.2.2 ค่าใช้จ่ายการบริหาร	126
8.2.3 ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	127
8.3 สมมติฐานด้านรายรับโครงการ	130
8.4 สรุปสัดส่วนต้นทุนค่าใช้จ่าย	132
8.5 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการ	132

8.6 ทดสอบความอ่อนไหว(Sensitivity analysis)	133
8.7 ทดสอบสมมติภาพ(Scenario analysis)	134
บทที่9 สรุปการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการ	136
9.1 สรุปผลความเป็นไปได้ของโครงการ	136
รายการอ้างอิง	138
ภาคผนวก	140
ภาคผนวก ก งบกระแสเงินสด	141
ประวัติผู้เขียน	153

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 แสดงปัจจัยหลักในการพิจารณาที่ตั้งของที่อยู่อาศัย	17
2.2 ปัจจัยในการเลือกทำเลที่ตั้งสำหรับที่อยู่อาศัยจากการรื้อข้อมูลของงานวิจัย	18
2.3 ปัจจัยในการเลือกทำเลที่ตั้งสำหรับที่อยู่อาศัยที่มีการให้ลำดับคะแนน	18
2.4 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงวัย	19
2.5 ตารางแสดงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกทำเลที่ตั้งสำหรับโครงการที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงวัย	20
2.6 สรุปปัจจัยที่ใช้ในการคัดเลือกแปลงที่ดินสำหรับทำโครงการที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงวัย	21
3.1 แสดงจำนวนประชากรผู้สูงวัยในกรุงเทพมหานครที่มีอันดับสูงสุด 10 เขต	30
3.2 บริเวณที่ 1 เขตการปกครองที่ติดกับจังหวัดนนทบุรี	32
3.3 บริเวณที่ 2 เขตการปกครองที่ติดกับจังหวัดปทุมธานี	32
3.4 บริเวณที่ 3 เขตการปกครองที่ติดกับจังหวัดสมุทรปราการ	32
3.5 แสดงค่าเฉลี่ยข้อมูลบ้านเดี่ยวมือสองของแต่ละเขต	34
3.6 แสดงค่าใช้จ่ายต่อเดือนของผู้สูงวัย	35
3.7 แสดงการกลั่นกรองจำนวนกลุ่มเป้าหมายเบื้องต้น	37
3.8 แสดงสรุปจำนวนกลุ่มเป้าหมายและขนาดโครงการ	38
3.9 แสดงข้อมูลเปรียบเทียบของโครงการที่อยู่อาศัยผู้สูงวัยในประเทศไทย	44
3.9 แสดงข้อมูลเปรียบเทียบของโครงการที่อยู่อาศัยผู้สูงวัยในประเทศไทย(ต่อ)	45
3.10 ปัจจัยที่ใช้ในการคัดเลือกแปลงที่ดิน	53
4.1 ตารางแสดงอัตราการขายเฉลี่ยต่อเดือนของโครงการบ้านเดี่ยวในย่านนนทบุรีแบ่งตามระดับราคา	58
4.2 ตัวอย่างวิธีการคิดเพื่อหาราคาที่ดินที่เหมาะสมโดยสมมติฐานที่ใช้ตามเงื่อนไขข้างต้น	67
4.3 แสดงราคาที่ดินที่เหมาะสมในการทำโครงการระดับราคาบ้านเดี่ยวที่ 5-10 ล้านบาท	68
4.4 แสดงรายละเอียดแปลงที่ดินที่ทำการเลือก	69
4.5 แสดงข้อมูลการใช้ประโยชน์ที่ดินที่สามารถสร้างได้	76

ตารางที่	หน้า
4.6 แสดง Frontdoor Analysis ของแปลงที่ 1	78
4.7 แสดง Frontdoor Analysis ของแปลงที่ 2	79
4.8 แสดงข้อมูลเปรียบเทียบของทั้ง 2 แปลง	81
4.9 แสดงการให้คะแนนของ 2 แปลงที่ดิน ด้วยวิธีการถ่วงน้ำหนัก	85
5.1 สรุปการใช้ประโยชน์ที่ดินที่สามารถทำได้	88
6.1 แสดงโปรแกรมการออกแบบของโครงการ	96
6.2 แสดงการกำหนดราคาขายรายแปลง เฟส A	107
6.3 แสดงการกำหนดราคาขายรายแปลง เฟส B	109
6.4 แสดงช่วงเวลาการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดของโครงการ	114
6.5 แสดงกิจกรรมส่งเสริมการตลาดของโครงการเพลินวาน วิลล์	115
7.1 แผนผังแสดงระยะเวลาก่อสร้าง โครงการเพลินวาน วิลล์	121
8.1 แสดงสมมติฐานด้านค่าใช้จ่ายในการก่อสร้าง	125
8.2 แสดงสมมติฐานด้านค่าใช้จ่ายในการบริหารของโครงการ	126
8.3 แสดงสมมติฐานด้านค่าใช้จ่ายในการตลาดและการขายของโครงการ	127
8.4 แสดงสมมติฐานด้านค่าใช้จ่ายในการตลาดและการขายของโครงการ (ส่วนที่ 1)	128
8.4 แสดงสมมติฐานด้านค่าใช้จ่ายในการตลาดและการขายของโครงการ (ส่วนที่ 2)	129
8.5 แสดงอัตราการขายเปรียบเทียบระหว่างโครงการทั่วไปและโครงการที่มีความ เป็นเฉพาะกับผู้สูงวัย	130
8.6 แสดงรายรับโครงการในเฟส A	131
8.7 แสดงรายรับโครงการในเฟส B	131
8.8 สรุปสัดส่วนต้นทุนทั้งหมด	132
8.9 แสดงความอ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงของต้นทุนการก่อสร้าง	133
8.10 ตารางสมมติภาพ	134

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 ประเด็นพิจารณาเมื่อนำอยู่ผู้สูงอายุ	9
2.2 ระยะการบริการของสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงวัย	10
2.3 แสดงสัดส่วนการใช้งานของผู้ใช้เก้าอี้รถเข็น	12
2.4 แสดงที่จอดรถสำหรับผู้สูงวัย	13
2.5 รูปแสดงลักษณะทางลาดแบบตรง	13
2.6 รูปลักษณะทางลาดแบบ 90 องศา	14
2.7 รูปลักษณะทางลาดแบบ 180 องศา	14
2.8 ลักษณะทางลาดบริเวณพื้นที่ต่างระดับ	14
2.9 รูปแสดงทางลาดขอบถนน	15
2.10 รูปแสดงลักษณะของบันไดที่เหมาะสมกับผู้สูงวัย	15
2.11 รูปแสดงลักษณะราวจับบนทางลาด	16
2.12 รูปแสดงลักษณะราวจับบนบันได	16
2.13 แสดงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกทำเลที่อยู่อาศัยของผู้สูงวัย	20
3.1 สัดส่วนของประชากรอายุมากกว่า 60 ปี พ.ศ. 2555	22
3.2 คาดการณ์สัดส่วนของประชากรอายุมากกว่า 60 ปี พ.ศ. 2593	23
3.3 คาดการณ์อายุที่เพิ่มมากขึ้นของผู้สูงวัยโลก	23
3.4 คาดการณ์อัตราการเกิดของเด็กต่อผู้หญิง 1 คน	24
3.5 สัดส่วนจำนวนประชากรแต่ละช่วงวัยของประเทศไทย	24
3.6 แสดงจำนวนประชากรผู้สูงวัยที่มีมากที่สุด 5 อันดับแรกของประเทศไทย	25
3.7 แสดงสัดส่วนของผู้สูงวัยแบ่งตามช่วงวัย	25
3.8 แสดงสัดส่วนของผู้สูงวัยแบ่งตามความแข็งแรงของสุขภาพ	26
3.9 แสดงสัดส่วนของผู้สูงวัยแบ่งตามสถานภาพการสมรส	26
3.10 แสดงสัดส่วนของผู้สูงวัยตามลักษณะการอยู่อาศัย	26
3.11 สัดส่วนของผู้สูงวัยไทยในเรื่องการออมเงิน	27
3.12 สัดส่วนของผู้สูงวัยไทยในเรื่องรายได้	27
3.13 แสดงสัดส่วนรูปแบบครอบครัวไทย	28
3.14 แสดงสัดส่วนรูปแบบครอบครัวไทยตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน	28

ภาพที่	หน้า
3.15 แสดงตำแหน่งเขตการปกครองของกรุงเทพมหานครที่มีประชากรสูงสุด 10 อันดับ	30
3.16 โครงข่ายคมนาคมและระบบขนส่งมวลชนทางรางในจังหวัดปริมณฑล	31
3.17 การแบ่งเขตการปกครองในกรุงเทพมหานครที่ติดกับจังหวัดนนทบุรี ปทุมธานี และสมุทรปราการที่ต้องทำการศึกษากำหนดประชากร	31
3.18 สัดส่วนเงินที่ผู้สูงวัยต้องเตรียมการเพื่อชีวิตหลังเกษียณ	36
3.19 แพลนห้องขนาด 43-46 ตร.ม.	40
3.20 แพลนห้องขนาด 63-66 ตร.ม.	40
3.21 บรรยายภาพโครงการจิณณ์ เวลบี๊อิง เคาท์ดี	40
3.22 บรรยายภาพภายในโครงการสรวงคณิเวศ	42
3.23 บรรยายภาพภายในโครงการปิยนิภา	43
3.24 แสดงภาพลักษณ์ของผู้สูงวัยกลุ่ม “Best”	48
3.25 ลักษณะการอยู่อาศัยของกลุ่มเป้าหมาย	49
3.26 ตำแหน่งทางการตลาดของโครงการ 1	50
3.27 ตำแหน่งทางการตลาดของโครงการ 2	50
3.28 แสดงแนวคิดในการออกแบบ	51
3.29 แนวคิดในการเสนอ New model	51
3.30 ความต้องการปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้ชีวิตประจำวันของแต่ละช่วงวัย	52
4.1 แสดงจำนวนยูนิตขายย้อนหลังของบ้านเดี่ยวโดยแบ่งตามระดับราคา	54
4.2 แสดงสัดส่วนของที่อยู่อาศัยแต่ละประเภท	55
4.3 แสดงสัดส่วนของบริษัทที่ขึ้นโครงการที่อยู่อาศัยใหม่	55
4.4 แสดงสัดส่วนของอุปทานบ้านเดี่ยวแบ่งตามทำเล	56
4.5 แผนที่แสดงจำนวนโครงการบ้านเดี่ยวในแต่ละทำเล	57
4.6 ภาพโครงการตัวอย่างในจังหวัดนนทบุรี	57
4.7 แสดงการกระจุกตัวของโครงการที่อยู่อาศัยแต่ละประเภทในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล	58
4.8 แผนที่แสดงขอบเขตจังหวัดนนทบุรี	59
4.9 แสดงเส้นทางโครงการในอนาคตมอเตอร์เวย์บางใหญ่-กาญจนบุรี	60
4.10 แสดงจำนวนเส้นทางเดินเรือด่วนเจ้าพระยา	61

ภาพที่	หน้า
4.11 แสดงเส้นทางเดินรถไฟฟ้าสายสีม่วง	62
4.12 แสดงเส้นทางเดินรถไฟฟ้าสายสีชมพู	63
4.13 แผนที่แสดงตำแหน่งของพื้นที่พาณิชย์กรรมในจังหวัดนนทบุรี	64
4.14 แผนที่แสดงตำแหน่งของสถานพยาบาลในจังหวัดนนทบุรี	64
4.15 แผนที่แสดงตำแหน่งของสวนสาธารณะในจังหวัดนนทบุรี	65
4.16 แผนที่แสดงย่านต่างๆในจังหวัดนนทบุรี แบ่งตามความเจริญของพื้นที่	66
4.17 แผนที่แสดงตำแหน่งแปลงที่ดิน	69
4.18 แผนที่แสดงสถานที่สำคัญต่างๆในย่านแปลงที่ดินทั้งสองแปลง	71
4.19 ภาพแสดงแปลงที่ดินที่ 1	72
4.20 แสดงตำแหน่งแปลงที่ดิน 1 และสภาพแวดล้อมโดยรอบแปลงที่ดิน	72
4.21 แสดงย่านบริเวณแปลงที่ดิน 1	73
4.22 ภาพแสดงแปลงที่ดินที่ 2	74
4.23 แสดงตำแหน่งแปลงที่ดิน 2 และสภาพแวดล้อมโดยรอบแปลงที่ดิน	74
4.24 แสดงย่านบริเวณแปลงที่ดิน 2	75
4.25 แสดงตำแหน่งแปลงที่ดินบนผังเมืองนนทบุรี	76
4.26 แสดงตำแหน่งแปลงที่ดินในข้อบัญญัติองค์การบริหารส่วนตำบลบางคูรัด	77
4.27 แสดงตำแหน่งแปลงที่ดินในข้อบัญญัติองค์การบริหารส่วนตำบลบางใหญ่	77
5.1 แสดงตำแหน่งโครงการในผังเมืองรวมนนทบุรี	87
5.2 แสดงตำแหน่งโครงการในข้อบัญญัติองค์การบริหารส่วนตำบลบางคูรัด 2556	88
5.3 แสดงระยะห่างระหว่างเขตที่ดินกับอาคารพักอาศัยไม่เกิน 2 ชั้น	89
6.1 แสดงสัดส่วนอาชีพก่อนวัยเกษียณของผู้ให้สัมภาษณ์	91
6.2 แสดงสัดส่วนเงินได้ของผู้ให้สัมภาษณ์	92
6.3 แนวคิดในการออกแบบผังโครงการ	94
6.4 แสดงโปรแกรมการวางผังโครงการ	95
6.5 แนวคิดของโครงการ	96
6.6 ผังโครงการเพลินวาน วิลล์	98
6.7 ตัวอย่างบรรยากาศทางเข้าโครงการและพื้นที่ส่วนกลางของโครงการ	98
6.8 ตัวอย่างบรรยากาศพื้นที่ส่วนกลางบริเวณสวนสาธารณะของโครงการ	99
6.9 ตัวอย่างบรรยากาศพื้นที่ส่วนกลาง การออกแบบที่สามารถเข้าถึงได้ทุกคน	99

ภาพที่	หน้า
6.10 ตัวอย่างบรรยากาศสวนปลูกผักของโครงการ	99
6.11 ตัวอย่างบรรยากาศห้องสัมมนาการ	100
6.12 ตัวอย่างบรรยากาศและกิจกรรมในโครงการ	100
6.13 ตัวอย่างบรรยากาศและกิจกรรมในโครงการ	100
6.14 ตัวอย่างแปลนอาคารที่มี 4 ห้องนอน มีห้องนอนและห้องน้ำชั้นล่าง	101
6.15 ตัวอย่างแปลนอาคารที่มี 3 ห้องนอน มีห้องนอนและห้องน้ำชั้นล่าง	102
6.16 Guideline การออกแบบภายในที่พักอาศัยที่เหมาะสมกับผู้สูงวัย	102
6.17 Guideline การออกแบบห้องนั่งเล่นภายในบ้าน	103
6.18 Guideline การออกแบบห้องนอนภายในบ้าน	103
6.19 Guideline การออกแบบห้องครัวภายในบ้าน	103
6.20 Guideline การออกแบบห้องน้ำภายในบ้าน	104
6.21 ตัวอย่างรูปแบบอาคาร สไตล์อเมริกัน คอทเทจ	104
6.22 Guideline การออกแบบรั้วภายนอกบ้าน	105
6.23 แสดงการใช้Social network ของแต่ละGen	111
6.24 แสดงการใช้อินเทอร์เน็ตของ Baby Boomer	111
6.25 ตัวอย่างกิจกรรมการร่วมงาน Grand Opening โครงการเพลินวาน วิลล์	113
7.1 ผังโครงการแสดงการแบ่งเฟสการก่อสร้าง	120
8.1 แสดงอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของธนาคารแห่งประเทศไทย	122
8.1 แสดงอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของธนาคารแห่งประเทศไทย(ต่อ)	123

บทที่ 1

บทนำ

1.1 แนวคิดที่มาและความสำคัญ

สถานการณ์ทั่วโลกตอนนี้มีหลายประเทศที่กำลังจะก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุและประเทศที่ได้ก้าวสู่สังคมผู้สูงอายุแล้วอีกหลายประเทศ อาทิเช่น ประเทศญี่ปุ่น และประเทศเพื่อนบ้านอย่าง สิงคโปร์ ที่เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุมาก่อนเรา โดยประเทศญี่ปุ่นและสิงคโปร์นั้นได้มีการเตรียมความพร้อม ในการเป็นสังคมผู้สูงอายุที่มีคุณภาพชีวิตที่ดีและเหมาะสม เมื่омองย้อนกลับมาที่ประเทศไทย พ.ศ.2547 ประเทศไทยได้เริ่มก้าวสู่สังคมผู้สูงอายุ (aged society) และกำลังจะก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่าง สมบูรณ์ (completed aged society) ในปี พ.ศ. 2568 ซึ่งหมายถึงการที่ประเทศไทยจะมีจำนวน ประชากรผู้สูงอายุมากกว่าจำนวนประชากรเด็ก ข้อมูลจากสำนักสถิติแห่งชาติ ปีพ.ศ.2559 ระบุว่า จำนวนประชากรผู้สูงอายุไทยที่มีอายุ 60 ปี ขึ้นไป มีจำนวนมากถึงร้อยละ 15.07 โดยจังหวัดที่มีจำนวน ประชากรผู้สูงอายุมากที่สุด คือ กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวน 936,865 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 16.47 ของประชากรในกรุงเทพมหานคร ประชากรกลุ่มนี้คือกลุ่มที่เกิดในยุค Baby boomer หรือที่เรียกกัน ว่า Generation B ซึ่งเกิดในปี พ.ศ.2489 -2507 เป็นยุคสมัยของการฟื้นฟูประเทศหลังจาก สงครามโลกครั้งที่ 2 ประชากรนิยมมีลูกหลายคนเพื่อผลิตออกมาเป็นแรงงานขับเคลื่อนประเทศ ต่อไป ประเทศของเรายังไม่ได้มีการเตรียมตัวสำหรับการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างจริงจัง

จากสถานการณ์ที่กล่าวมาข้างต้น ปัจจุบันประเทศไทยเริ่มมีการตื่นตัวสำหรับการ รองรับประชากรผู้สูงอายุทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชน เห็นได้จากการโครงการอสังหาริมทรัพย์ที่ ให้ความสนใจกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุที่มากขึ้น อาทิ โครงการเวลเนสซิตี้ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ,โครงการสวางคินิเวศ จังหวัดสมุทรปราการ และโครงการจินณ์ เวลบีอิง เคาน์ตี้ ปทุมธานี เป็นต้น ส่วนทางภาครัฐได้มีมาตรการรองรับสังคมผู้สูงอายุ ยุค 4.0 โดยวางแผนที่จะ พัฒนาที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุในพื้นที่จังหวัดต่างๆ ได้แก่ ชลบุรี นครราชสีมา พิษณุโลก เชียงใหม่ เชียงราย และสมุทรปราการ

ในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เอง เริ่มมีการจับตลาดกลุ่มผู้สูงอายุ ส่วนใหญ่จะเน้นไปทางการ จัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับกลุ่มผู้สูงอายุ อาทิ บริการรถเข็นในศูนย์การค้า ทางลาดสำหรับผู้สูง วัยที่ไ้รรถเข็น พื้นที่จอดรถเฉพาะสำหรับครอบครัวที่มีผู้สูงอายุ และแบรนด์อสังหาอย่างพฤษา แลนด์ แอนด์เฮ้าส์และเอสซีเอสเซท ก็มีการออกแบบบ้านที่เอื้อต่อการใช้งานของผู้สูงอายุโดยมีห้องนอนชั้น ล่าง เป็นต้น ซึ่งนั่นอาจยังไม่ตอบโจทย์เพียงพอต่อความต้องการในการรองรับตลาดกลุ่มนี้ที่กำลังจะ

เติบโตขึ้นอย่างก้าวกระโดด เป็นโอกาสดีที่จะจับตลาดกลุ่มผู้สูงวัยในวันที่คู่แข่งยังมีจำนวนไม่มากและยังมีช่องว่างของตลาดให้เล่นได้หลากหลายรูปแบบ

โครงการที่น่าสนใจโครงการหนึ่งซึ่งกำลังดำเนินการเป็นโครงการที่มีการร่วมทุนของเอกชนที่มีความชำนาญด้านเฮลท์แคร์ อย่างโครงการ “จินณ์ เวลปีอิง เคาน์ตี้ ปทุมธานี” ภายใต้แนวคิด “เมืองแนวคิดใหม่เพื่อวัยเกษียณ” ซึ่งประกอบด้วยอาคารชุดพักอาศัยพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกด้านไลฟ์สไตล์และการบริการด้านสุขภาพครบวงจรแห่งแรกของเมืองไทย ราคาอยู่ในระดับที่จับต้องได้ ด้วยราคา 3.6 – 6 ล้านบาท

โครงการที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงวัยนั้นมีความหลากหลาย ทั้งทางด้านรูปแบบ กลุ่มเป้าหมาย และลักษณะการถือครองสิทธิ์ แต่ในปัจจุบันเราได้ตอบโจทย์ตามความต้องการของผู้สูงวัยจริงๆ แล้วหรือไม่ ทำให้เกิดโครงการนี้ขึ้นมาเพื่อที่จะจัดทำโครงการอยู่อาศัยที่ตรงตามความต้องการของผู้สูงวัยในยุค 4.0 เป็นผู้สูงวัยที่อายุยืน สุขภาพดี และแข็งแรง เป็นกลุ่มที่มีอำนาจซื้อและอำนาจการตัดสินใจสูง และอาจจะไม่สามารถเรียกพวกเขาว่าผู้สูงวัยก็ได้

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.2.1 เพื่อศึกษาหาทำเลที่เหมาะสมสำหรับโครงการที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงวัย และสร้างให้ที่ดินตรงนั้นก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยศักยภาพของทำเลที่อยู่อาศัยของผู้สูงวัยไทยที่เหมาะสม

1.2.3 เพื่อศึกษาการออกแบบฟังก์ชันภายในของโครงการที่อยู่อาศัยของผู้สูงวัยไทย

1.2.4 เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัยของผู้สูงวัยไทย

1.3 ขอบเขตการศึกษา

1.3.1 ศึกษาภาพรวมตลาดที่อยู่อาศัยของผู้สูงวัยและผู้สูงวัยกลุ่มเป้าหมาย

1.3.2 ศึกษาทำเลศักยภาพที่เหมาะสมกับการทำโครงการที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงวัย ได้แก่ กายภาพ โครงสร้างพื้นฐาน โครงการในอนาคต กฎหมายข้อบังคับ การตลาด และการเงิน

1.3.3 ศึกษาความเป็นไปได้ในการทำโครงการที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงวัยในทำเลที่เลือก

1.3.4 ศึกษารูปแบบการก่อสร้างที่อยู่อาศัยที่เหมาะสมกับผู้สูงวัย

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 เพื่อเป็นแนวทางในการการพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงวัยในประเทศไทย

1.4.2 เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา ความต้องการและออกแบบฟังก์ชันภายในโครงการที่เหมาะสมกับผู้สูงวัย

บทที่ 2

วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อทำความเข้าใจลักษณะสังคม สิ่งแวดล้อม ความต้องการ แนวคิดต่างๆเกี่ยวกับผู้สูงอายุ และศึกษากำหนดปัจจัยต่างๆเกี่ยวกับการเลือกทำเลที่เหมาะสมในการทำโครงการที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุ ตามแนวคิดที่ได้กลั่นกรองมาในลำดับถัดไป

2.1 รูปแบบของสังคมผู้สูงอายุ

ปัจจุบันประเทศไทยเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุแล้ว และกำลังจะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ ในอีกไม่ช้า โดยองค์การอนามัยโลก หรือ WHO (World Health Organization) ได้มีการแบ่งสังคมผู้สูงอายุแต่ละระดับไว้ดังนี้

2.1.1 การแบ่งสังคมผู้สูงอายุ

องค์การอนามัยโลก หรือ WHO (World Health Organization) มองว่าผู้สูงอายุในแต่ละประเทศมีความแตกต่างกัน จึงได้จัดแบ่งระดับขั้นของการเป็นสังคมผู้สูงอายุไว้ 3 ระดับ ดังนี้

(1) สังคมผู้สูงอายุ (aging society)

หมายถึง สังคมหรือประเทศที่มีประชากรอายุมากกว่า 60 ปี ขึ้นไป มากกว่า ร้อยละ 10 ของประชากรทั้งหมด หรือมีประชากรอายุตั้งแต่ 65 ปี ขึ้นไปมากกว่าร้อยละ 7 ของประชากรทั้งหมด

(2) สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ (aged Society)

หมายถึง สังคมหรือประเทศที่มีประชากรอายุมากกว่า 60 ปี ขึ้นไป มากกว่า ร้อยละ 20 ของประชากรทั้งหมด หรือมีประชากรอายุตั้งแต่ 65 ปี ขึ้นไปมากกว่าร้อยละ 14 ของประชากรทั้งหมด

(3) สังคมผู้สูงอายุเต็มรูปแบบ (super-aged Society)

หมายถึงการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างเต็มที่ หมายถึง สังคมหรือประเทศ ที่มีประชากรอายุมากกว่า 65 ปี ขึ้นไปมากกว่า ร้อยละ 20 ของประชากรทั้งหมด

2.2 รูปแบบของผู้สูงอายุ

ผู้สูงอายุเมื่อมีอายุที่มากขึ้นลักษณะทางกาย รูปแบบการใช้ชีวิตและความต้องการก็เปลี่ยนแปลงไปด้วย ซึ่งสิ่งที่ผู้สูงอายุทั่วไปต้องเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพวัยร่วมกัน (“สุขตามวัย: สิ่งแวดล้อมสรรค์สร้างที่เป็นมิตรกับผู้สูงอายุ,” 2560) อาทิ ความเปลี่ยนแปลงของระบบประสาท ศักยภาพการเคลื่อนไหว และโอกาสการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมที่ลดลง อีกทั้งบทบาทหน้าที่ในสังคมก็เปลี่ยนแปลงไป

2.2.1 การแบ่งผู้สูงอายุตามลักษณะความสามารถ

องค์การอนามัยโลก หรือ WHO (World Health Organization) แบ่งกลุ่มผู้สูงอายุตามลักษณะความสามารถไว้ดังนี้

2.2.1.1 กลุ่มผู้สูงอายุที่ไม่สามารถช่วยเหลือตนเองได้

หรือ กลุ่มติดเตียง (bed bound elder) กลุ่มที่ไม่สามารถช่วยเหลือตนเองในชีวิตประจำวันได้ โอกาสในการเข้าสังคมค่อนข้างยากและต้องการการพึ่งพิงผู้อื่น

2.2.1.2 กลุ่มผู้สูงอายุที่ยังพอช่วยเหลือตนเองได้

หรือ กลุ่มติดบ้าน (home bound elder) เป็นกลุ่มที่สามารถช่วยเหลือตนเองได้บางส่วนหรือมีการถดถอยของสภาพร่างกายบางอย่าง ไม่สะดวกในการออกไปใช้ชีวิตภายนอกบ้าน และต้องการการดูแลจากผู้ดูแลบางส่วนในกิจกรรมประจำวันบางกิจกรรม

2.2.1.3 กลุ่มผู้สูงอายุที่ช่วยเหลือตัวเองได้ดี

หรือ กลุ่มติดสังคม (well elder) กลุ่มที่สามารถใช้ชีวิตประจำวันได้ปกติ หรือเรียกว่าสุขภาพดี เป็นกลุ่มที่ชอบเข้าสังคม แต่เพียงมีภาวะที่เสี่ยงต่อโรคต่างๆ ไม่ต้องการพึ่งพิง

2.2.2 การแบ่งผู้สูงอายุตามช่วงวัยและรูปแบบการใช้ชีวิต

สำนักสถิติแห่งชาติ แบ่งผู้สูงอายุออกเป็น 3 กลุ่ม ตามช่วงอายุ ได้แก่ ช่วงต้น อายุ 60 – 69 ปี ช่วงกลาง อายุ 70-79 ปี และช่วงปลายอายุ 80 ปีขึ้นไป ซึ่งนอกจากจะมีการแบ่งตามลักษณะ ยังมีการพูดถึงรูปแบบการใช้ชีวิตของผู้สูงอายุในยุค Baby boomer ซึ่งกล่าวว่ามีลักษณะรวม 7 อย่าง (โกวิท วงศ์สุรวัฒน์, 2552) ได้แก่ อนุรักษ์นิยมถึงสมัยใหม่ เชื่อมั่นในตัวเอง มีประสบการณ์สูง รักครอบครัว ต้องการให้ตัวเองดูดี ใช้ชีวิตเรียบง่าย และทรงอิทธิพลทางความคิด อีกหนึ่งรูปแบบการแบ่งผู้สูงอายุ (“วิจัยด้านการตลาดของนักศึกษาการตลาดวิทยาลัยการจัดการมหาวิทยาลัยมหิดล,” 2555) กล่าวว่าสามารถแบ่งผู้สูงอายุตามรูปแบบการใช้ชีวิตได้ดังนี้

- (1) กลุ่ม Best คือ กลุ่มที่ช่วงวัยต้นของผู้สูงอายุ หรือผู้สูงอายุยุค Baby boomer เป็นกลุ่มที่ยังก้าวหน้า เทคโนโลยีสมัยใหม่ รักสุขภาพ ชอบดูแลตัวเอง นิยมการท่องเที่ยวทั้งในและนอกประเทศ ใช้จ่ายโดยคำนึงถึงประโยชน์และคุณภาพของสินค้า สามารถใช้งานเว็บไซต์ได้ ใช้งานโปรแกรมเฟสบุค ไลน์ และโทรศัพท์ที่เป็นสมาร์ตโฟน
- (2) กลุ่ม Bright คือ กลุ่มที่ช่วงวัยตอนกลางของผู้สูงอายุ เป็นกลุ่มที่รักความสงบ และธรรมชาติ ยังชอบสังคมและรักสุขภาพ สามารถใช้งานสื่อออนไลน์ต่างๆ อาทิ เว็บไซต์ เฟสบุค ไลน์ ได้บ้าง ชอบการสื่อสารแบบโดยตรง (personal selling) ซื้อโดยต้องการคุยกับผู้ขายและต้องการของที่คุ้มค่าต่อการซื้อ
- (3) กลุ่ม Basic คือกลุ่มผู้สูงอายุตอนปลาย เป็นวัยที่เกษียณแล้ว กิจกรรมส่วนใหญ่มักอยู่ในบ้าน ชอบสินค้าที่ง่ายต่อการใช้งาน ตัวหนังสือขนาดใหญ่และค่อนข้างมีชัยล์

2.3 ที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุไทย

2.3.1 รูปแบบที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุ

อาจารย์วิฑูรย์ รุ่งเรืองผล มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ พูดถึง”รูปแบบที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุ” แบ่งออกเป็น 5 แบบ ได้แก่

- (1) การปรับปรุงที่อยู่อาศัยเดิม ด้วยการปรับเปลี่ยนบ้านให้เหมาะสมกับผู้สูงอายุ และใช้การบริการหรือให้คำปรึกษาของแพทย์พยาบาลเป็นครั้งคราว ซึ่งมีแนวโน้มจะได้รับความนิยมในประเทศไทย เนื่องจากทัศนคติของคนไทยที่ไม่ดีต่อการให้ผู้สูงอายุอยู่ในสถานดูแล
- (2) สถานดูแลผู้สูงอายุ เฉพาะเวลากลางวัน (day care) เป็นสถานที่ลูกหลานนำผู้สูงอายุที่มี ความเสื่อมถอยในบางเรื่อง ของร่างกายและไม่ต้องการให้ผู้สูงอายุอยู่ลำพังมาฝากไว้เพื่อมีกิจกรรม มีคนดูแล ในเวลาที่พวกเขาไปทำงานตอนกลางวัน และไปรับกลับเวลาเย็นโดยไม่ต้องค้างคืน
- (3) บ้านพักผู้สูงอายุ (residential home) เป็นสถานที่รองรับผู้สูงอายุที่สามารถช่วยเหลือตนเองได้ คล้ายการให้บริการแบบ Day care แต่มีที่พักประจำ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นแบบเช่าระยะยาว สามารถอยู่จนกว่าจะเสียชีวิต หรือไม่สามารถดูแลตนเองได้
- (4) สถานบริบาล (Nursing home) เป็นสถานดูแลผู้สูงอายุที่ไม่สามารถดูแลตนเองและไม่สามารถ ทำกิจกรรมในชีวิตประจำวันได้เอง จำเป็นต้องมีพยาบาลหรือ เจ้าหน้าที่ดูแล 24 ชั่วโมง
- (5) สถานดูแลผู้ป่วยสูงอายุระยะสุดท้าย (End of life Care) เป็นสถานดูแลผู้สูงอายุกลุ่มติดเตียง ที่ไม่สามารถสื่อสารได้ โดยเน้นลดความเจ็บปวดและดูแลท่านให้ดีที่สุดในช่วงชีวิตสุดท้าย

2.3.2 ความต้องการทางด้านที่อยู่อาศัยของผู้สูงอายุ

จากการศึกษางานวิจัยไทย หลายงานที่เกี่ยวข้องกับความต้องการที่อยู่อาศัยของผู้สูงอายุไทย ส่วนใหญ่กล่าวตรงกันว่า ผู้สูงอายุต้องการอยู่ใกล้ลูกหลาน อยู่ใกล้ที่พักอยู่อาศัยเดิมและมีความต้องการบ้านคล้ายลักษณะเดิมแต่มีความสะดวกสบายในเรื่องการดูแลสุขภาพและความปลอดภัยในบ้าน จากงานวิจัย “เรื่องการเตรียมการทางการเงินและลักษณะบ้านพักหลังเกษียณที่ต้องการ” ของ ดร.อัจฉราวรรณและดร.ณัฐวัชร พบว่า จากการสำรวจผู้สูงอายุชาวไทย อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร 910 ตัวอย่าง ที่อยู่ในช่วงอายุประมาณ 60-75 ปี ร้อยละ 85.6 ของผู้ตอบแบบสอบถาม ต้องการที่อยู่อาศัยที่คล้ายลักษณะเดิม ละแวกเดิม ปัจจุบันส่วนใหญ่อาศัยอยู่กับครอบครัวและลูกหลาน หรือ อยู่ในละแวกใกล้ๆ กับลูกหลาน ซึ่งจำนวนครัวเรือนเฉลี่ย 4.9 คน โดยร้อยละ 16.2 มีคาดว่าจะย้ายที่อยู่อาศัย ซึ่งกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มนี้ส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุที่เตรียมความพร้อมทางการเงินไว้ระดับหนึ่ง คล้ายกับงานวิจัยของรศ.ไตรรัตน์ จารุทัศน์ อาจารย์ประจำภาควิชาเคหะการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่ได้ทำการสำรวจแบบสอบถามกับผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครเช่นกัน พบว่าผู้สูงอายุต้องการที่พักอาศัยสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุเฉพาะ ที่อยู่ใกล้เมือง ในเขตปริมณฑลไม่จำเป็นต้องอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อสามารถอยู่ใกล้ลูกหลาน ต้องการการบริการทางด้านสุขภาพและบริการเพื่อความสะดวกสบายอื่นๆ และสามารถซื้อเป็นกรรมสิทธิ์ได้

2.3.3 แนวคิดในการออกแบบเกี่ยวกับชุมชนผู้สูงอายุ

ด้านการออกแบบเกี่ยวกับผู้สูงอายุ มีแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องอยู่หลายแนวคิด ตั้งแต่แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบอุปกรณ์หรือพื้นที่ภายในบ้านให้เหมาะสมกับการใช้งานของผู้สูงอายุ และทฤษฎีเกี่ยวกับชุมชนที่ดีที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ ไปจนถึงการออกแบบระดับย่าน โดยแนวคิดที่เราจะกล่าวถึง มีทั้งหมด 3 แนวคิดดังนี้

2.3.3.1 หลักการการสร้างชุมชนน่าอยู่สำหรับผู้สูงอายุ (Age-Friendly Cities)

หลักการนี้ถูกบัญญัติโดย องค์การอนามัยโลก หรือ WHO (World Health Organization) ซึ่งเห็นความสำคัญของการสร้างชุมชนที่มีความสะดวกและผู้สูงอายุสามารถเข้าถึงได้อย่างเท่าเทียม โดยได้มีการพูดถึงหลักการการสร้างเมืองน่าอยู่สำหรับผู้สูงอายุ (Age-Friendly Cities) ไว้ว่า ภาพรวมลักษณะสภาพแวดล้อมบริเวณภายนอกอาคารและตึกอาคารนั้น มีผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตรวมถึงความสามารถของประชากรในการเดินทาง ซึ่งลักษณะหลักๆ ของเมืองน่าอยู่และสภาพแวดล้อมที่มีลักษณะเป็นมิตรสำหรับผู้สูงอายุ ได้แก่ คุณภาพชีวิต ความง่ายต่อการใช้งาน การเข้าถึง และความปลอดภัย โดยมีลักษณะของเมืองน่าอยู่สำหรับผู้สูงอายุ ดังนี้

- (1) **สภาพแวดล้อมที่น่าพอใจและสะอาด** ลักษณะของเมืองที่น่าอยู่สำหรับผู้สูงวัยประการหนึ่งคือ สภาพแวดล้อมที่เงียบสงบ ปราศจากเสียงรบกวนและกลิ่นที่ไม่พึงประสงค์ ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้สูงวัยให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก
- (2) **ความสำคัญของพื้นที่สีเขียว** การที่มีพื้นที่สีเขียวหรือสวนนั้นเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้เมืองมีลักษณะที่เป็นเมืองที่น่าอยู่สำหรับผู้สูงวัย แต่อย่างไรก็ตามบริเวณที่เป็นพื้นที่สีเขียวหรือสวนนั้น ผู้สูงอายุต้องสามารถเข้าถึงและใช้งานบริเวณดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- (3) **บริเวณที่พักหรือม้านั่งที่เพียงพอ** มีที่นั่งพักภายนอกอาคารในบริเวณสวนจตุรัสสาธารณะ โดยควรติดตั้งในระยะที่เหมาะสม เนื่องจากผู้สูงวัยมีความสามารถในการเดินในระยะที่สั้นกว่าวัยหนุ่มสาว
- (4) **ทางเดินที่เป็นมิตรต่อผู้ใช้งานทุกวัย** สภาพของทางเดินมีผลกระทบต่อการใช้งาน ทางเดินที่แคบ ขรุขระ แตก มีขอบทางสูง แออัด และตั้งอยู่ในที่ที่ไม่เหมาะสม ซึ่งเป็นปัญหาต่อการใช้งานของผู้สูงวัยและผู้พิการ ควรมีการออกแบบและจัดการให้มีความเหมาะสมและสะดวกสบายต่อการใช้งาน
- (5) **ทางข้ามที่ปลอดภัย** เป็นข้อสำคัญของเมืองน่าอยู่ของผู้สูงวัย เพราะผู้สูงวัยเป็นวัยที่ใช้ชีวิตอย่างช้าๆ ซึ่งต้องการความปลอดภัยในการดำเนินชีวิตเป็นอย่างมาก
- (6) **การเข้าถึงและการใช้งาน** ทั้งประเทศที่พัฒนาแล้วหรือยังไม่ได้รับการพัฒนาก็ตาม ประชากรส่วนใหญ่มักคิดว่าเมืองของตนเองไม่ได้รับการพัฒนาเพื่อรองรับประชากรผู้สูงวัย ควรมีการออกแบบทางผังเมืองและสถาปัตยกรรม ให้มีระยะการเข้าถึง เส้นทางเพื่อเข้าสู่การใช้งานที่เหมาะสม
- (7) **สภาพแวดล้อมที่ปลอดภัย** ความรู้สึกที่ปลอดภัยและมั่นคงในสภาพแวดล้อมของเมืองนั้นๆ ซึ่งในทางอ้อมอาจมีผลกระทบต่อความสามารถของผู้นั้นในการพึ่งพาตัวเอง สุขภาพและสุขภาพจิตของผู้นั้น
- (8) **ทางเดินและทางจักรยาน** มีผลต่อการพัฒนาสุขภาพและสุขภาพจิตของผู้นั้นทุกๆ ได้มีข้อเสนอว่าควรมีการแยกเส้นทางสำหรับคนขี่จักรยาน ทางเดินควรมีพื้นผิวที่เหมาะสมและเข้าถึงได้ง่าย โดยบริเวณทางเดินนั้นควรรองรับความกว้างของรถเข็น
- (9) **ตึกอาคารที่มีลักษณะเป็นมิตรต่อผู้สูงวัย** ควรมีการออกแบบอาคารให้มีความสอดคล้องกับการใช้งานของผู้สูงวัยและไม่สร้างความแออัดให้กับผู้อยู่อาศัย
- (10) **ห้องสุขาสาธารณะ** การพัฒนาห้องสุขาให้มีความสะอาดและตั้งอยู่ในจุดที่เหมาะสม มีป้ายชี้แจงข้อมูลที่ชัดเจน เต็มชัด และรองรับผู้สูงวัยและคนพิการ เป็นปัจจัยหลักในการพัฒนาสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมกับผู้สูงวัย
- (11) **การให้บริการต่างๆกับผู้สูงวัย** พื้นที่พาณิชย์กรรมและการบริการต่างๆ ควรตั้งอยู่ใกล้ที่พักอาศัยของผู้สูงวัยและผู้สูงวัยสามารถเข้าถึงได้ง่ายในระยะที่เหมาะสม

(12) ระบบขนส่ง มีการถึงและใช้งานง่าย สถานีจัดรับส่งผู้โดยสารควรอยู่ใกล้ที่อยู่อาศัยหรือชุมชนของผู้สูงอายุ ควรมีที่นั่งศาลามีหลังคาคลุม หรือมีทางลาดบริเวณที่ต่างระดับ เพื่อให้ผู้สูงอายุสามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ



ภาพที่ 2.1 ประเด็นพิจารณาเมืองน่าอยู่ผู้สูงอายุ

เราสามารถนำแนวคิดมาประยุกต์กับการออกแบบโครงการที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ และเล็งเห็นปัจจัยที่สำคัญในการเลือกทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมและเอื้ออำนวยต่อการออกแบบให้เหมาะสมดังแนวคิดข้างต้น

2.3.3.2 แนวคิดถนนเพื่อชีวิต (Street for life)

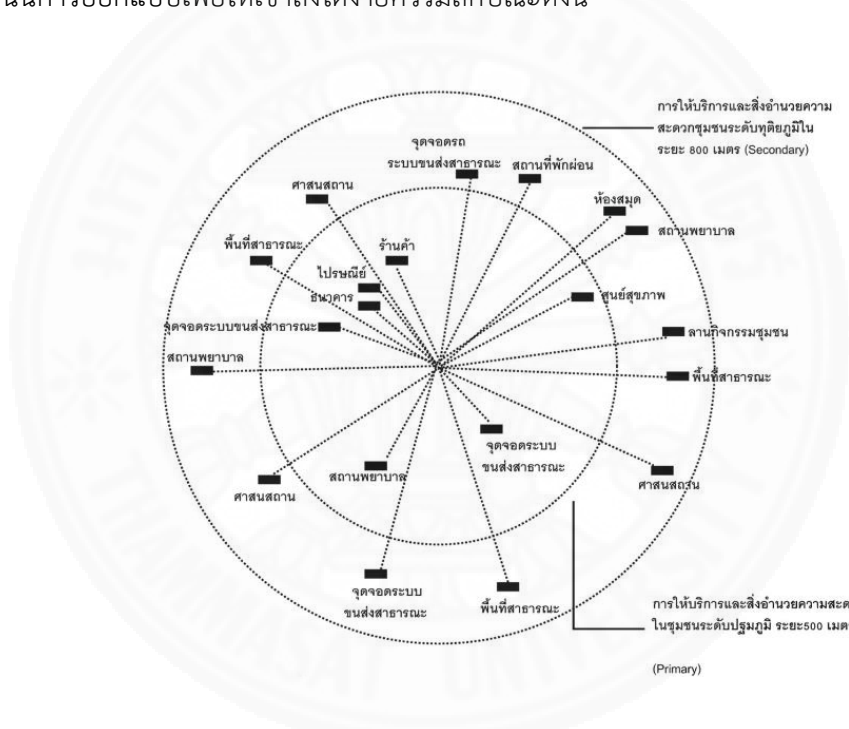
เป็นแนวคิดที่ถูกสร้างขึ้นจากงานวิจัยของมหาวิทยาลัยออกฟอร์ด ซึ่งมีการเก็บข้อมูลยาวนานต่อเนื่องกว่า 10 ปี ในเรื่องการออกแบบสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมกับคนทุกวัยโดยมีจุดเริ่มต้นจากแนวคิด “เมืองยั่งยืน” เพื่อที่จะออกแบบเมืองให้มีการใช้งานอย่างยั่งยืน จึงทำให้เกิดงานวิจัยขึ้นนี้เพื่อที่จะเป็นแนวทางในการออกแบบเมืองที่ทุกคนสามารถใช้งานได้อย่างเท่าเทียม ภายใต้แนวคิด “ถนนเพื่อชีวิต” หรือในอีกชื่อหนึ่ง Universal design ซึ่งแนวคิดนี้เป็นเหมือนส่วนหนึ่งในการออกแบบเพื่อทุกคน ซึ่งเป็นสิ่งที่ถูกวิเคราะห์มาแล้วว่ามีความเหมาะสมที่สุดกับทุกคนที่จะสามารถดำรงชีวิตอย่างมีคุณภาพในสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม ซึ่งมีการนำแนวคิดนี้มาใช้อย่างแพร่หลายในหลายประเทศแสดงถึงความน่าเชื่อถือและการนำมาใช้ได้จริง

แนวคิดเรื่องถนนเพื่อชีวิตนั้นเหมาะสมกับการออกแบบที่รวมสิ่งอำนวยความสะดวก บริการและสภาพแวดล้อมที่ทุกคนสามารถใช้งานได้ร่วมกัน ไม่ว่าจะเป็นอายุหรือ

ความสามารถอย่างไร ในบางครั้งก็เรียกการออกแบบนี้ว่า Universal Design หรือ Design for all ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ด้าน ดังนี้

- (1) การออกแบบสำหรับการเพิ่มของประชากรผู้สูงอายุ
- (2) การออกแบบเพื่อที่จะให้ผู้ที่มีความสามารถที่จะเข้ามามีชีวิตร่วมในสังคมได้

ผู้สูงอายุจะใช้สิ่งอำนวยความสะดวกที่ตั้งอยู่ระหว่างที่อยู่อาศัยหรือร้านค้า บ่อยๆ และจะไปยังสถานพยาบาลอย่างสม่ำเสมอ โดยหลักการออกแบบ คือ ร้านค้า ป้ายรถประจำทาง สถานพยาบาล และศาสนสถาน ควรอยู่ในระยะเข้าถึงใน 10 นาที ซึ่งผู้สูงวัยจะใช้เวลาเดิน 10 นาทีได้ประมาณ 400 -500 เมตร และผู้สูงวัยยังไม่สามารถเดินติดต่อกันนานเกิน 10 นาทีได้ โดยไม่พัก ดังนั้นการออกแบบเพื่อให้เข้าถึงได้ง่ายควรมีลักษณะดังนี้



ภาพที่ 2.2 ระยะการบริการของสิ่งอำนวยความสะดวก
สำหรับผู้สูงวัย (ที่มา: หนังสือ “ Street for life ”)

- (1) ที่อยู่อาศัยไม่ควรห่างจากบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ อาทิเช่น ร้านอาหาร ที่ทำการไปรษณีย์ ธนาคาร คลินิกสุขภาพ ห้องน้ำสาธารณะ ที่นั่งสาธารณะ และป้ายรถประจำทาง เกินกว่า 500 เมตร
- (2) ที่อยู่อาศัยไม่ควรห่างจากพื้นที่บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกรองมา เช่น พื้นที่สวน สถานที่พักผ่อนหย่อนใจ ห้องสมุด ศาสนสถาน สิ่งอำนวยความสะดวกที่ช่วยผ่อนคลาย ห้องน้ำสาธารณะ และที่นั่งสาธารณะ เกินกว่า 800 เมตร

- (3) การเข้าถึงอาคารหรือสถานที่ต่างๆต้องเห็นได้ชัดเจน แะะจดจำได้ง่าย
- (4) มีพื้นที่นั่งพักทุกกระยะ100-125 เมตร
- (5) ถนนแต่ละสายควรติดต่อกัน มองเห็นได้ชัดเจนและมีทางแยกที่ไม่สับสน

แนวคิดถนนเพื่อชีวิตถูกนำมาปรับใช้ในประเทศไทยให้เข้ากับสภาพแวดล้อมและสภาพอากาศที่ร้อนระยยะของการบริการบางอย่างควรกระชับขึ้น อาทิ ป้ายจราจรรถประจำทาง และที่นั่งพัก หรือควรออกแบบบริการที่รองรับการใช้งานของผู้สูงวัยภายในโครงการให้สามารถไปยังจุดต่างๆอย่างสะดวกสบาย

2.3.3.3 การออกแบบสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อมวลชน

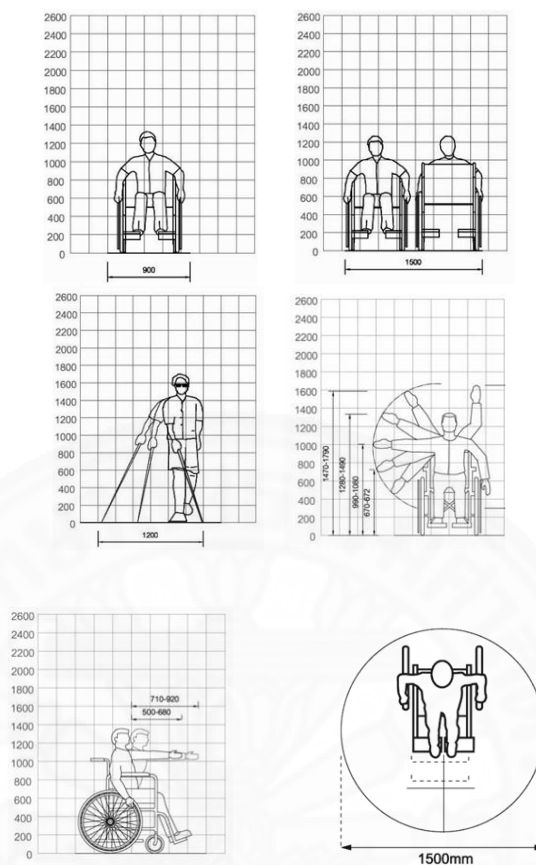
(Universal design)

หมายถึง การออกแบบด้านสิ่งแวดล้อม สถานที่ และสิ่งของเครื่องใช้ที่เป็นสากล และใช้ได้ทั่วไปอย่างเท่าเทียมกันสำหรับมวลมนุษยทุกคนในสังคม โดยไม่ต้องมีการออกแบบดัดแปลงพิเศษ หรือเฉพาะเจาะจงเพื่อบุคคลกลุ่มหนึ่งกลุ่มใดโดยเฉพาะ มีหลักการพื้นฐาน 7 ประการสำหรับใช้เป็นแนวคิดในการออกแบบดังนี้

- (1) **เสมอภาค** ใช้งานได้กับทุกคนในสังคมอย่างเท่าเทียมกันไม่มีการแบ่งแยกและเลือกปฏิบัติ
- (2) **ยืดหยุ่น** ใช้งานได้กับผู้ที่ถนัดซ้ายและขวา ปรับสภาพความสูงต่ำขึ้นลงได้ตามความสูง
- (3) **เรียบง่ายและเข้าใจได้ดี** สื่อสารให้เข้าใจได้ง่าย
- (4) **มีข้อมูลพอเพียง** มีข้อมูลง่ายสำหรับประกอบการใช้งานที่พอเพียง
- (5) **ทนทานต่อการใช้งานที่ผิดพลาด**
- (6) **พุน้ร่างกาย** สะดวกและไม่ต้องออกแรง
- (7) **ขนาด และสถานที่ที่เหมาะสม** และใช้งานในเชิงปฏิบัติได้ โดยคิดออกแบบเพื่อสำหรับทุกคน

จากคู่มือการออกแบบสภาพแวดล้อมเพื่อคนพิการและคนทุกวัยซึ่งนำแนวคิดในเรื่องของการออกแบบเพื่อมวลชน(Universal design) มาออกแบบโดยมีข้อควรรู้และข้อกำหนดที่สำคัญในการออกแบบ ดังนี้

- (1) ขนาดและสัดส่วนต่างๆ ของรถเก้าอี้เข็น

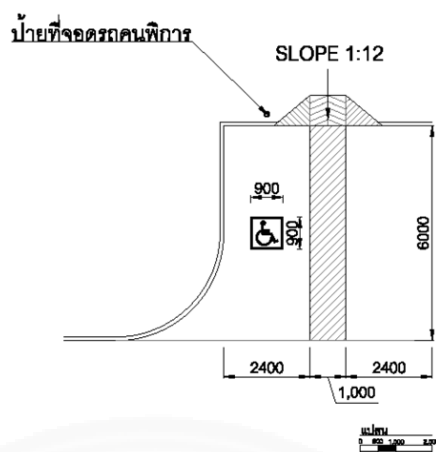


ภาพที่ 2.3 แสดงสัดส่วนการใช้งานของผู้ใช้เก้าอี้รถเข็น

(2) สิ่งอำนวยความสะดวกภายนอกอาคาร ประกอบด้วย ที่จอดรถ ทางลาด ทางเข้าอาคาร และทางเดินระหว่างอาคาร ทางเชื่อมระหว่างอาคาร ราวจับ บันได ป้าย ประตู และพื้นที่ผิวต่างสัมผัส

ที่จอดรถ

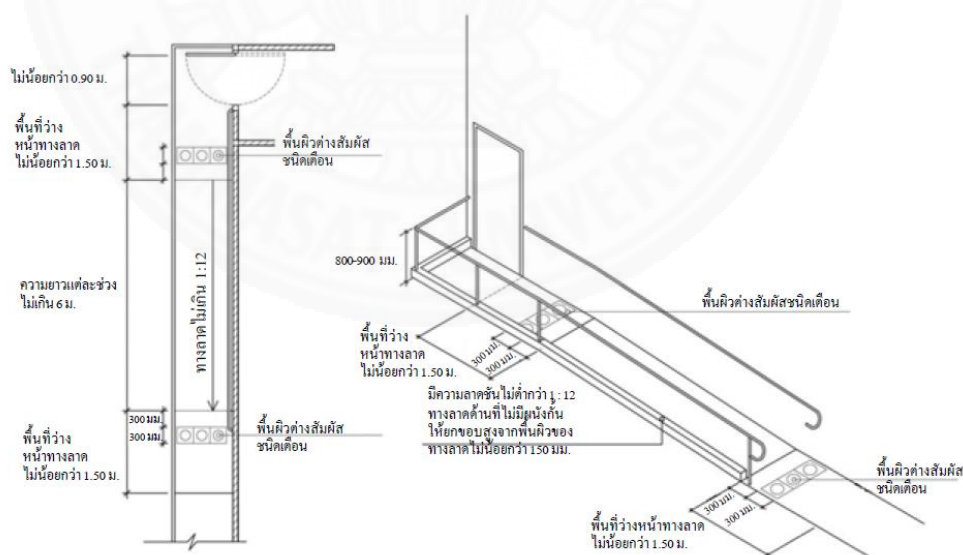
- ที่จอดรถสำหรับผู้พิการต้องเป็นสีเหลี่ยมผืนผ้า มีความกว้างไม่น้อยกว่า 2.40 เมตร และยาวไม่น้อยกว่า 6.00 เมตร
- ต้องจัดให้มีที่ว่างข้างที่จอดรถไม่น้อยกว่า 1.00 เมตร โดยที่ว่างต้องมีลักษณะผิวเรียบระดับเดียวกับที่จอดรถ
- ที่จอดรถคนพิการและคนชราต้องไม่ชนกับทางเดินรถ



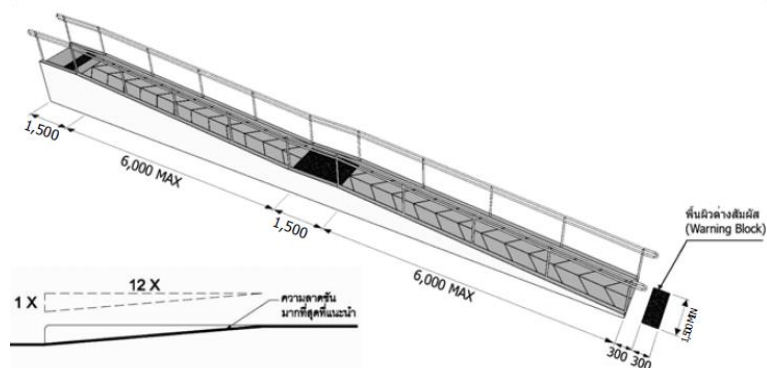
ภาพที่ 2.4 แสดงที่จอดรถสำหรับผู้สูงอายุ

ทางลาด

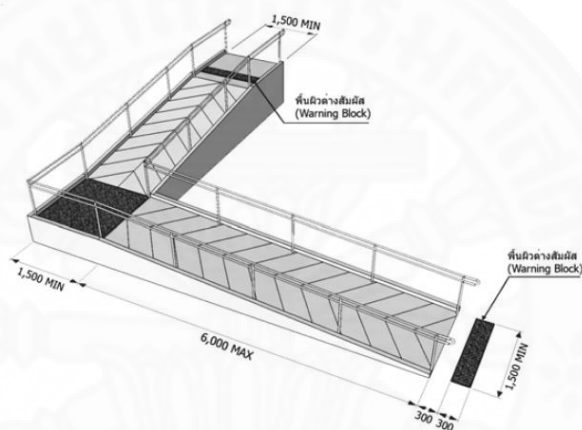
- ความยาวทางลาดน้อยกว่า 6.00 เมตร มีความกว้างมากกว่าหรือเท่ากับ 0.90 เมตร
- ความยาวทางลาดมากกว่าหรือเท่ากับ 6.00 เมตร มีความกว้างมากกว่า หรือเท่ากับ 1.50 เมตร ด้วยพื้นผิวที่ไม่ลื่น
- ความยาวช่วงละไม่เกิน 6.00 เมตร ต้องมีชานพักกว้าง 1.50 เมตร ถ้ายาวเกิน 2.50 เมตร ต้องมีราวจับทั้งสองข้าง
- ทางลาดที่ไม่มีผนังกันต้องยกขอบสูงขึ้นมาไม่น้อยกว่า 15 เซนติเมตรและมีราวกันตก



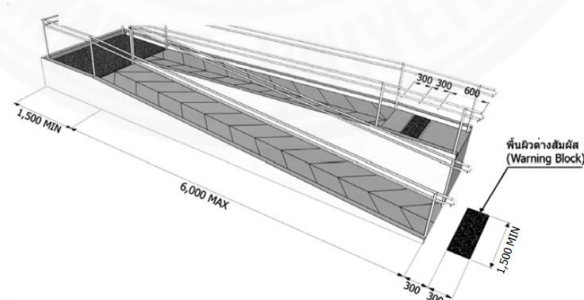
ภาพที่ 2.5 รูปแสดงลักษณะทางลาดแบบตรง



ภาพที่ 2.5 รูปแสดงลักษณะทางลาดแบบตรง (ต่อ)



ภาพที่ 2.6 รูปลักษณะทางลาดแบบ 90 องศา

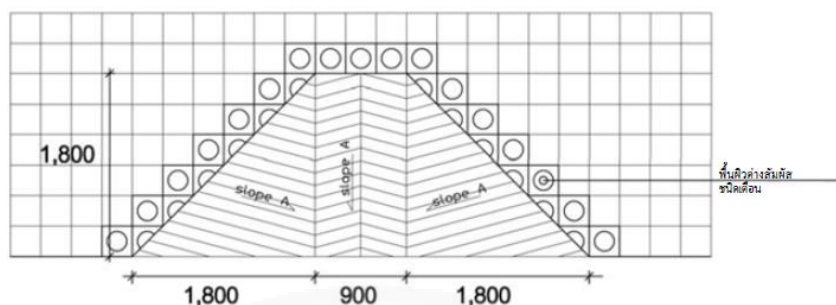


ภาพที่ 2.7 รูปลักษณะทางลาดแบบ 180 องศา



ภาพที่ 2.8 ลักษณะทางลาดบริเวณพื้นที่ต่างระดับ

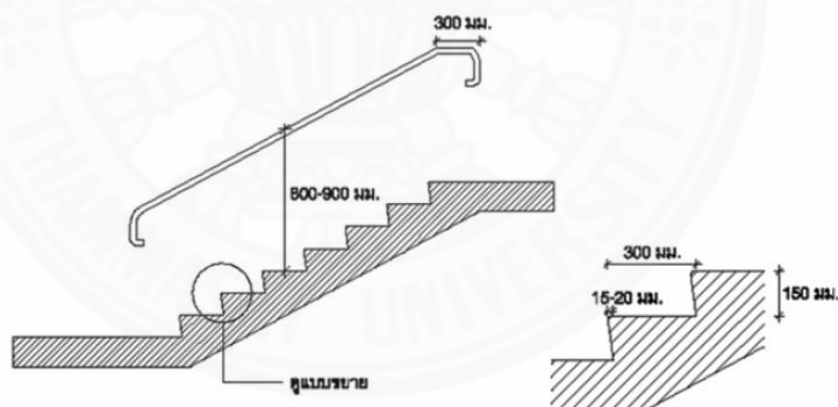
หากพื้นมีความต่างระดับไม่เกิน 20 มิลลิเมตร ควรมีทางลาดเชื่อมต่อกัน
เพื่อไม่ให้สะดุดโดยมีอัตราส่วนความลาดเอียง 1: 2



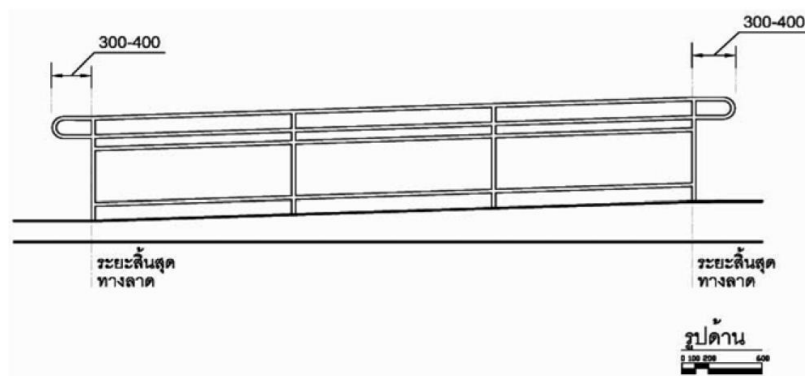
ภาพที่ 2.9 รูปแสดงทางลาดขอบถนน

บันได

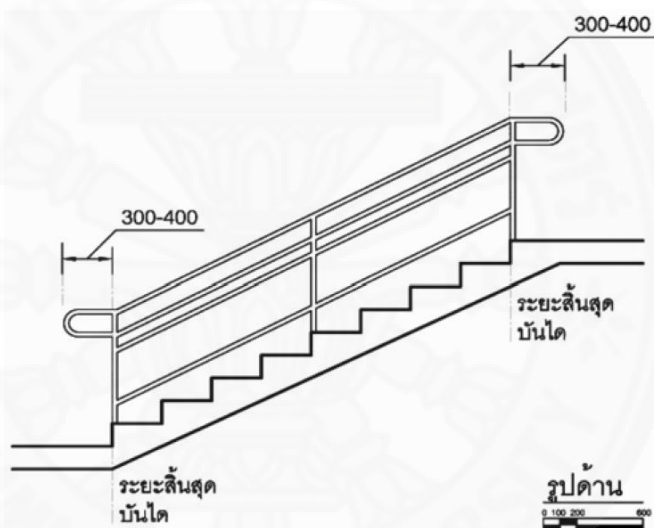
- มีความกว้างสุทธิไม่น้อยกว่า 1.50 เมตร
- มีชานพักในแนวตั้ง ไม่เกิน 2.0 เมตร
- มีลูกตั้งสูงไม่เกิน 15 เซนติเมตร ลูกนอนกว้างไม่น้อยกว่า 28 เซนติเมตร หรือควรจะกว้างประมาณ 60 เซนติเมตร



ภาพที่ 2.10 รูปแสดงลักษณะของบันไดที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ



ภาพที่ 2.11 รูปแสดงลักษณะราวจับบนทางลาด



ภาพที่ 2.12 รูปแสดงลักษณะราวจับบนบันได (ที่มา : คู่มือ-การออกแบบสภาพแวดล้อม สำหรับคนพิการและคนทุพพลภาพ)

2.3.4 ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกที่ตั้งของที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงวัยไทย

ปัจจัยการเลือกที่ตั้งที่อยู่อาศัยที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงวัยในแต่ละประเทศ มีความแตกต่างกันตามสภาพวัฒนธรรม เศรษฐกิจและสังคม ซึ่งงานวิจัยของประเทศไทยเองก็มีผลสรุปที่หลากหลาย แต่จริงแล้วนั้น ที่อยู่อาศัยของผู้สูงวัยก็มีปัจจัยคล้ายคลึงกับที่อยู่อาศัยของกลุ่มวัยอื่น จึงทำการศึกษาทั้งปัจจัยการเลือกที่อยู่อาศัยและปัจจัยที่เฉพาะของผู้สูงวัยว่ามีการให้ความสำคัญกับปัจจัยต่างๆอย่างไร

2.3.4.1 ปัจจัยพื้นฐานในการเลือกทำเลที่ตั้งของที่อยู่อาศัย

ปัจจัยในการเลือกที่ตั้งอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัย ปัจจัยที่ต้องพิจารณาหลักๆ ดังนี้

ตารางที่ 2.1

แสดงปัจจัยหลักในการพิจารณาที่ตั้งของที่อยู่อาศัย (Mohamed M.&Ahmad M. &Usama A.&Shaimaa M.,2014)

Type of uses	Variable affecting	X
Residential uses	Geographic Variables	X1
	Environmental Variables	X2
	Public interest Variables	X6
	Urban Variables	X5

จากการศึกษา งานวิจัยเรื่องปัจจัยการเลือกทำเลที่ตั้ง มีงานวิจัยที่ได้ทำการ
 รวบรวมทฤษฎีและงานวิจัยอื่นๆที่เกี่ยวข้องและทำการจัดลำดับปัจจัยที่เกี่ยวข้องออกมาโดยปัจจัยที่มี
 ความสำคัญที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ทำเลที่ตั้ง ลักษณะของละแวกบ้าน และ ความปลอดภัยของ
 ชุมชน (Abidoeye & Rotimi & Chan & Albert,2016)

ตารางที่ 2.2

ปัจจัยในการเลือกทำเลที่ตั้งสำหรับที่อยู่อาศัยจากการรื้อข้อมูลของงานวิจัย

Factors that influence real estate project investment: professionals' stand

	Mbachu and Lenono (2005)	Choy et al. (2007)	Ge and Du (2007)	Selim (2008)	Zietz et al. (2008)	Pozo (2009)	Anim- Odame et al. (2009)	Sanjari (2012)	Baltagi et al. (2015)	Oluyiwola et al. (2005)	Bello and Bello (2007)	Ajde and Kareem (2010)	Babawale and Johnson (2012)	Babawale et al. (2012)	Oloke et al. (2013)	Famuyiwale and Babawale (2014)
Location	X		X			X	X				X					
Accessibility to place of work										X	X	X				
Accessibility to CBD								X		X						
Accessibility to public transport facility	X	X								X		X				
Proximity to highway															X	
Accessibility to School													X			
Accessibility to shopping mall													X			
Neighbourhood characteristics										X					X	
Availability of neighbourhood security	X										X	X	X	X	X	X
Availability of electricity											X					X
Availability of pipe borne water supply				X								X		X		
Availability of waste disposal system	X											X				X
State of repair of the property											X					
Size of property		X	X	X	X	X	X	X					X			
Age of the property											X					
Numbers of bedrooms	X		X	X			X						X	X	X	
Number of bathrooms/toilets					X	X			X			X	X	X		
Building characteristics	X			X	X				X				X			
Availability of security fence	X													X		
Size of bedroom														X	X	

ตารางที่ 2.3

ปัจจัยในการเลือกทำเลที่ตั้งสำหรับที่อยู่อาศัยที่มีการให้ลำดับคะแนน

Attribute	Weight	Ranking
Location	4.92	1
Neighborhood characteristics	4.31	2
State of repair of the property	4.23	
Availability of neighborhood security	4.06	3
Size of property	4.06	
Age of the property	4.00	
Numbers of bedrooms	3.98	
Number of bathrooms/toilets	3.90	
Availability of electricity	3.81	4
Accessibility to place of work	3.79	5

ตารางที่ 2.3

ปัจจัยในการเลือกทำเลที่ตั้งสำหรับที่อยู่อาศัยที่มีการให้ลำดับคะแนน (ต่อ)

Attribute	Weight	Ranking
Accessibility to CBD	3.75	6
Building characteristics	3.75	
Availability of security fence	3.73	
Availability of pipe borne water supply	3.65	7
Accessibility to public transport facility	3.62	8
Size of bedroom	3.60	
Proximity to highway	3.56	9
Availability of waste disposal system	3.38	10
Accessibility to School	3.15	11
Accessibility to shopping mall	3.13	12

2.3.4.2 ปัจจัยในการเลือกที่ตั้งของที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงวัย

จากงานวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อผู้ตัดสินใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องพึ่งพาตนเองได้ทำการสำรวจกลุ่มผู้สูงอายุอายุ 50-70 ปี ที่ส่วนหนึ่งมีความพร้อมทางการเงิน และส่วนใหญ่อาศัยอยู่บ้านเดี่ยว สรุปว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้สูงวัย 3 อันดับแรก คือ ปัจจัยด้านที่ตั้งของโครงการ, ความเหมาะสมของราคา และ ส่วนกลางโครงการ(กรณีธิดา จงพิพิธพร,2558)ที่ตั้งของโครงการมีความสำคัญเป็นอันดับ 1 เช่นเดียวกับปัจจัยพื้นฐานในการคัดเลือกที่ตั้งของโครงการที่อยู่อาศัยและยังมีการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยการตัดสินใจซื้ออื่นๆ ซึ่งปัจจัยที่ยอมรับสมมติฐานได้แก่ ด้านที่ตั้งโครงการ ส่วนกลางโครงการ ความเหมาะสมราคา ชื่อเสียงและรูปแบบที่พักอาศัย และเว็บไซต์โครงการ ซึ่งบางปัจจัยไม่เกี่ยวข้องกับการเลือกทำเลที่ตั้งแต่สามารถประยุกต์ใช้ร่วมกันได้ ผลสรุปของงานวิจัยตามตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2.4

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงวัย

ปัจจัย	ยอมรับสมมติฐาน	ปฏิเสธสมมติฐาน
ปัจจัยด้านที่ตั้งโครงการ	/	
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด		/
ปัจจัยด้านส่วนกลางโครงการ	/	
ปัจจัยด้านการบริการทางการแพทย์ การรับประกันและระดับราคา		/
ปัจจัยด้านความเหมาะสมและราคาบ้านตัวอย่าง	/	
ปัจจัยด้านชื่อเสียงและรูปแบบที่พักอาศัย	/	
ปัจจัยด้านเว็บไซต์โครงการ	/	

จากการศึกษางานวิจัยอื่นๆร่วมกับศึกษาแนวคิดต่างๆที่เกี่ยวกับชุมชนผู้สูงวัยหรือการออกแบบที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงวัยปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้สูงวัย สามารถสรุปปัจจัยที่ใช้ในการเลือกทำเลที่ตั้งสำหรับโครงการที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงวัยได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2.5

ตารางแสดงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกทำเลที่ตั้งสำหรับโครงการที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงวัย

ปัจจัยในการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้สูงวัย	การเตรียมการทางด้านการเงินและลักษณะบ้านพักหลังเกษียณที่ต้องการ	แนวคิดชุมชนป๋ายอู่ (Age-friendly Cities)	แนวคิดในการจัดการที่พักของผู้สูงอายุ	แนวคิดเกี่ยวกับบ้านและชุมชนของผู้สูงอายุ	Wilson's Assisted living and Attributes	Cohen and Weisman' Therapeutic Goals for dementia Facilities	Regnier and Pynoon's Environment-Behavior Principles
สิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางและทางสุขภาพ	/	/	/	/		/	/
สภาพแวดล้อมภายในบ้านและความต้องการเหมือนอยู่บ้านเดิม	/		/	/	/	/	/
ความสะดวกในการเดินทาง/ใกล้ระบบขนส่งและสถานที่ที่จำเป็น	/	/	/	/			/
ลักษณะบ้านพักหลังเกษียณที่ต่างจากบ้านเดิม	/						
ต้องการมีสิทธิบางอย่างตามที่เคยอยู่บ้านเดิม	/						
ความช่วยเหลือในการทำการกิจประจำวัน	/	/					
สภาพแวดล้อมที่น่าปลอดภัยและพึงพอใจ		/		/		/	/
บริเวณพักผ่อนและพื้นที่ธรรมชาติหรือพื้นที่สีเขียว		/					
จัดที่อยู่อาศัยของผู้สูงอายุให้รวมกันกับคนในชุมชนเพื่อเกิดกิจกรรม			/	/			/
สามารถสร้างแรงกระตุ้น			/	/		/	/
ความเป็นส่วนตัว			/	/	/	/	/
ความภาคภูมิใจในตนเอง					/		
ความอิสระไม่ต้องพึ่งพิงใคร					/	/	/

สรุปปัจจัยที่มีการกล่าวถึงในหลายงานวิจัยและความต้องการของผู้สูงวัย มีดังนี้



ภาพที่ 2.13 แสดงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกทำเลที่ตั้งสำหรับที่อยู่อาศัยของผู้สูงวัย

2.3.4.3 สรุปปัจจัยสำหรับการเลือกทำเลที่ตั้งที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงวัย

สรุปจากการศึกษาของทั้ง 2 รูปแบบ ปัจจัยพื้นฐานและปัจจัยที่เป็นความต้องการที่อยู่อาศัยที่เป็นความต้องการพิเศษสำหรับผู้สูงวัย สามารถสรุปปัจจัยที่ใช้ในการคัดเลือกทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมได้ดังนี้ โดยในรายละเอียดมีความพิเศษของปัจจัย อาทิ ทำเลที่ตั้งเป็นทำเลที่ใกล้ลูกหลาน ทำเลที่สามารถออกไปใช้ชีวิตประจำวันได้ด้วยตนเอง โดยยังไม่สรุปค่าถ่วงน้ำหนักในบทนี้ เนื่องจากต้องทำการศึกษากลุ่มที่เป็นกลุ่มเป้าหมายและแนวคิดในการออกแบบก่อน จึงทำให้ใส่ค่าน้ำหนักในการให้คะแนน

ตารางที่ 2.6

สรุปปัจจัยที่ใช้ในการคัดเลือกแปลงที่ดินสำหรับทำโครงการที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงวัย

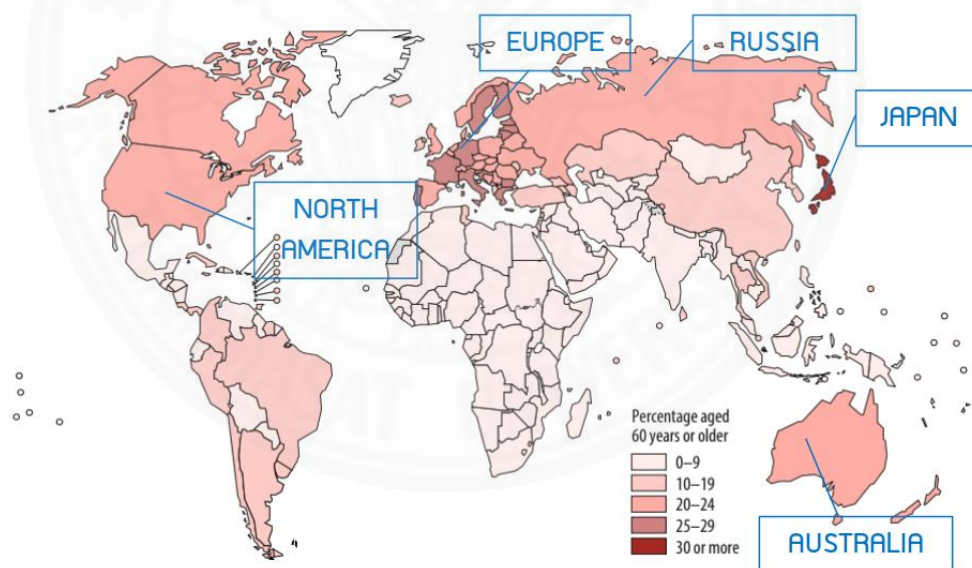
ตัวแปร	
Location	ระยะจากถนนหลัก
	ระยะห่างจากระบบขนส่งสาธารณะ
	ระยะห่างจากแหล่งงาน
	ระยะห่างจากแหล่งพาณิชยกรรม
	ระยะห่างจากสถานพยาบาล
	ระยะห่างจากพื้นที่สีเขียว
Geographic	พื้นที่ราบไม่เป็นทางน้ำ/ลักษณะดิน
	รูปร่างและสัดส่วนที่ดินที่เหมาะสม
	กฎหมายและข้อกำหนดต่างๆ
Environment	ความเงียบสงบ, ไม่มีสิ่งรบกวนจากละแวกข้างเคียง อาทิ มลพิษ
	ใกล้แหล่งชุมชน(ชุมชน คือ โรงเรียน หมู่บ้านอื่นๆ วัด ร้านค้า ที่บ่งบอกความเป็นชุมชน)
	ความปลอดภัย อาทิ แสงสว่างเพียงพอ มีผู้คน
Accessibility	จำนวนเส้นทางเข้าออก
	ระยะห่างจากทางด่วน
	ความกว้างเขตทางสาธารณะ
Financial/marketing	ความเป็นไปได้ของโครงการ

บทที่ 3

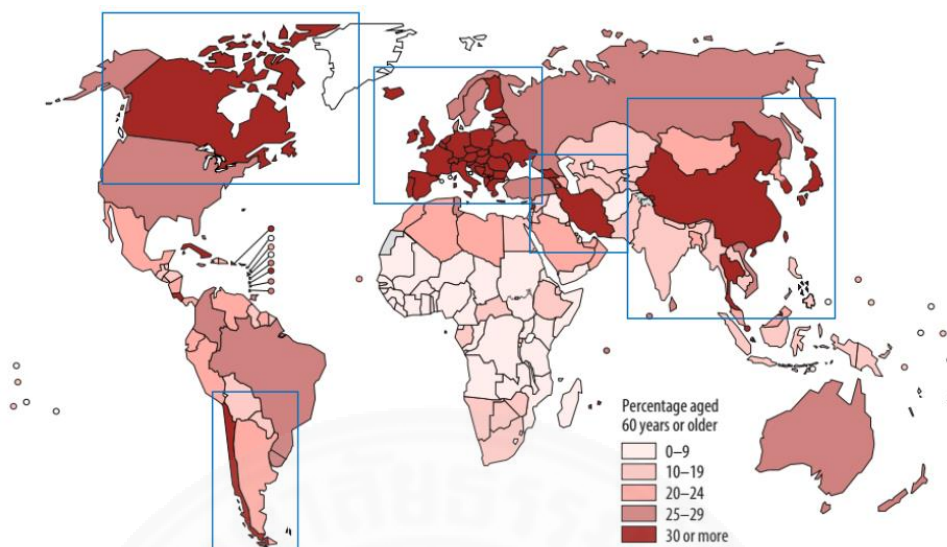
การศึกษาความเป็นไปได้ของตลาดเบื้องต้น

3.1 ภาพรวมสถานการณ์ตลาดผู้สูงอายุโลก

เมกะเทรนด์ที่กำลังมาและสร้างความเปลี่ยนแปลงอย่างมากให้กับโลก คือ “สังคมสูงอายุ” โดยรายงานเกี่ยวกับประชากรโลกปี 2560 จากองค์การสหประชาชาติ(UN) ระบุว่า โลกเรามีประชากรสูงอายุ 952 ล้านคน หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 13 ของประชากรโลกทั้งหมด โดยภูมิภาคที่มีสัดส่วนผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นเร็วที่สุดในโลกคือ เอเชียตะวันออก (“Live Longer and Prosper : Ageing in East Asian and Pacific,” 2016) ระบุว่า 38% ของผู้สูงอายุโลกอาศัยอยู่ที่เอเชียตะวันออก และมีการคาดการณ์ว่าอีก 15 ปี ข้างหน้า หลายประเทศจะต้องเข้าสู่ สังคมผู้สูงอายุระดับสุดยอด (super-aged society) ปัจจุบันประเทศญี่ปุ่นซึ่งเป็นประเทศเพื่อนบ้านของเราได้เข้าสู่สังคมสูงอายุระดับสุดยอด (super-aged society) เป็นที่เรียบร้อยแล้ว



ภาพที่ 3.1 สัดส่วนของประชากรอายุมากกว่า 60 ปี พ.ศ. 2555



ภาพที่ 3.2 คาดการณ์สัดส่วนของประชากรอายุมากกว่า 60 ปี พ.ศ. 2593
(ที่มา: *World Report on Aging and Health, WHO, 2015*)

จากการคาดการณ์ขององค์การอนามัยโลก ประเทศไทยและอีกหลายประเทศในปี 2593 จะมีประชากรผู้สูงอายุมากกว่า 30% ซึ่งเป็นสัดส่วนที่สูง ทุกประเทศเริ่มต้นตัวและให้ความสนใจกับเรื่องนี้มากขึ้น เนื่องจาก ผู้สูงวัยมีอายุยืนยาวมากขึ้นเรื่อยๆ วัยหนุ่มสาวมีลูกกันน้อยลง และกลายเป็นว่าประชากรเด็กมีจำนวนน้อยกว่าผู้สูงอายุ วัยหนุ่มสาวต้องทำหน้าที่ดูแลทั้งเด็กและผู้สูงอายุในอนาคต



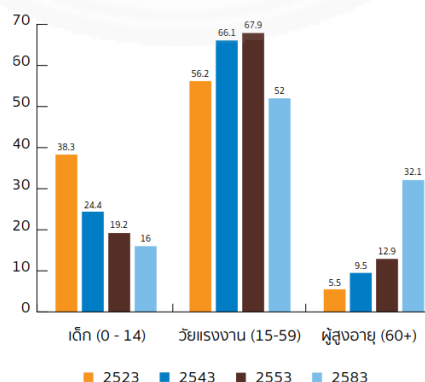
ภาพที่ 3.3 คาดการณ์อายุที่เพิ่มมากขึ้นของผู้สูงอายุโลก
(ที่มา : *Sustainable Development Goals, UN, 2017*)



ภาพที่ 3.4 คาดการณ์อัตราการเกิดของเด็กต่อผู้หญิง 1 คน
(ที่มา : Sustainable Development Goals, UN, 2017)

3.2 ภาพรวมสถานการณ์ตลาดผู้สูงอายุไทย

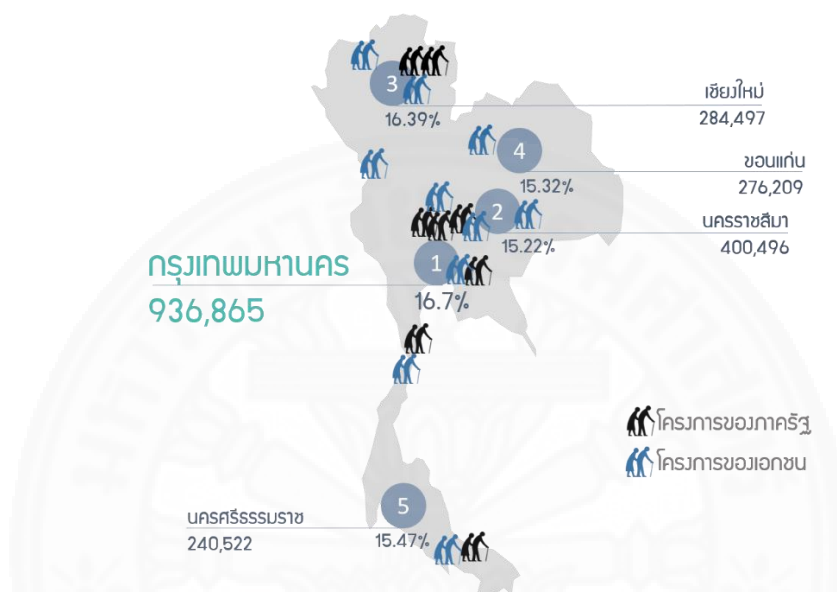
ประเทศไทยได้ก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุตั้งแต่ปี พ.ศ.2547 และในปัจจุบันประเทศไทยมีประชากรผู้สูงอายุ ที่อายุมากกว่า 60 ปี จำนวน 9,934,309 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 15.07 ของประชากรประเทศไทยทั้งหมด (กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2559) จากการคาดการณ์สถานการณ์ประเทศไทยประชากรวัยเด็กมีแนวโน้มลดลงและประชากรผู้สูงอายุมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นจนถึงจุดที่ผู้สูงอายุมีสัดส่วนมากกว่าประชากรเด็ก ปัจจุบันประเทศไทยมีโครงการที่รองรับการอยู่อาศัยที่เหมาะสมของผู้สูงอายุทั้งภาครัฐและเอกชนประมาณ รวมกันประมาณ 8,000 ยูนิต แต่เป็นโครงการในอนาคต ซึ่งยังไม่เพียงพอต่อประชากรผู้สูงอายุที่มีสัดส่วนเท่านี้และกำลังจะเพิ่มจำนวนมากขึ้นในอนาคต



ภาพที่ 3.5 สัดส่วนจำนวนประชากรแต่ละช่วงวัยของประเทศไทย (ที่มา: รายงานสถานการณ์ประเทศไทย, 2558)

3.2.1 ข้อมูลประชากรผู้สูงอายุ

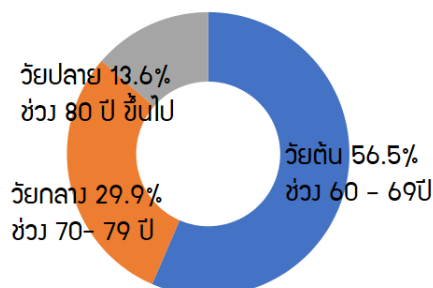
จังหวัดที่มีประชากรผู้สูงอายุสูงสุด 5 อันดับแรก อันดับ1 คือ กรุงเทพมหานคร มีจำนวนประชากรผู้สูงอายุสูงถึงร้อยละ 16.7 ของประชากรกรุงเทพมหานครทั้งหมด หรือคิดเป็น 936,865 คน รองลงมาได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดขอนแก่นและจังหวัด นครศรีธรรมราช



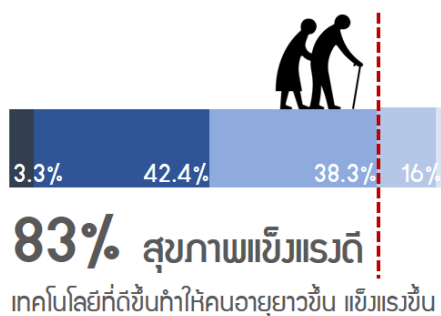
ภาพที่ 3.6 แสดงจำนวนประชากรผู้สูงอายุที่มีมากที่สุด 5 อันดับแรก ของประเทศไทย (ที่มา: กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2559)

3.2.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้สูงอายุไทย

สัดส่วนของประชากรผู้สูงอายุเมื่อแบ่งตามช่วงอายุ แบ่งเป็นวัยต้น 60-69 ปี วัยกลาง 70-79 ปี และวัยปลาย 80 ปี ขึ้นไป โดยวัยที่สัดส่วนมากที่สุดคือ วัยต้นที่มีกว่า 56.7% (รายงานการสำรวจประชากรสูงอายุไทย, 2557) และส่วนใหญ่มีสุขภาพดีกว่า 83% เนื่องจาก เทคโนโลยีการแพทย์ที่ทันสมัยและคนใส่ใจสุขภาพมากขึ้น

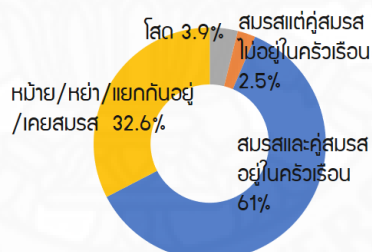


ภาพที่ 3.7 แสดงสัดส่วนของผู้สูงอายุแบ่งตามช่วงวัย

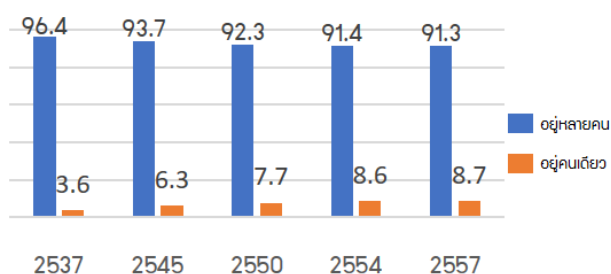


ภาพที่ 3.8 แสดงสัดส่วนของผู้สูงอายุแบ่งตามความแข็งแรงของสุขภาพ

จากรายงานการสำรวจประชากรสูงอายุไทย พ.ศ.2557 ระบุว่า ผู้สูงอายุไทยส่วนมากร้อยละ 61 สมรสและอยู่กับคู่สมรสในครัวเรือน ในปัจจุบันแม้ว่าจำนวนผู้สูงอายุที่อยู่คนเดียวจะเพิ่มมากขึ้นแต่สัดส่วนผู้สูงอายุที่อยู่อาศัยกับคนหลายคน อาทิ คู่สมรส ครอบครัว บุตรหลาน หรือญาติพี่น้อง มีสัดส่วนสูงถึง ร้อยละ 91 แสดงให้เห็นว่า แม้สังคมไทยจะเปลี่ยนแปลงไปแต่สังคมครอบครัวแบบครอบครัวขยายก็ยังมีอยู่เห็นและ ทัศนคติของคนไทยคือยังมีส่วนมากที่ไม่เห็นด้วยกับการที่ผู้สูงอายุไปอยู่ในสถานที่เฉพาะ เนื่องจากมีความเป็นกังวลและไกลจากลูกหลาน



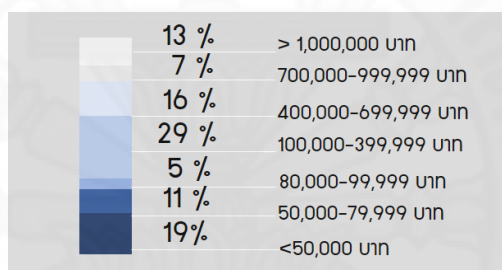
ภาพที่ 3.9 แสดงสัดส่วนของผู้สูงอายุแบ่งตามสถานภาพการสมรส



ภาพที่ 3.10 แสดงสัดส่วนของผู้สูงอายุตามลักษณะการอยู่อาศัย

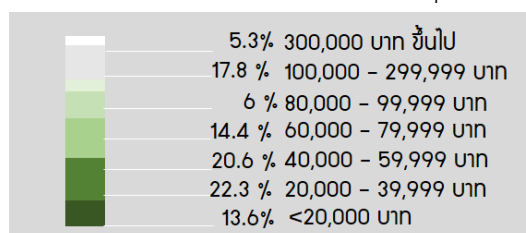
3.2.1.2 การเตรียมพร้อมทางการเงินของผู้สูงวัยไทย

ปัจจุบันผู้สูงวัยไทยในยุค Baby boomer เป็นกลุ่มที่ทรงอิทธิพลและทรงความคิด บทบาทของกลุ่มผู้สูงวัยกลุ่มนี้เป็นทั้งผู้บริหารประเทศ ข้าราชการและผู้บริหารบริษัทต่างๆ มาก่อนหรืออาจยังเป็นอยู่ในปัจจุบัน เมื่อผู้สูงวัยมีความรู้ความสามารถ การเตรียมพร้อมทางการเงินก็ยิ่งมากขึ้น จากสถิติการออมเงินของผู้สูงวัยช่วงการออมที่มากที่สุด อยู่ที่ร้อยละ 29 เงินออมที่ 100,000 – 399,000 บาท และ ผู้สูงวัยที่ออมเงินมากกว่า 1,000,000 บาท มีถึงร้อยละ 13 ซึ่งเป็นสัดส่วนที่สูงเนื่องจากผู้สูงวัยทั้งประเทศมีจำนวน 9,000,000 คน ร้อยละ 13 ของ 9 ล้านคน คือ 1.17 ล้านคน แสดงถึงความเตรียมพร้อมเข้าสู่วัยหลังเกษียณที่มีคุณภาพ ตรงกับงานวิจัยเรื่องการเตรียมความพร้อมทางการเงินของผู้สูงวัย ที่สำรวจผู้สูงวัยกรุงเทพมหานคร จำนวน 910 ตัวอย่าง ได้สรุปว่า ผู้สูงวัยมีเงินออมเฉลี่ย 1.4 ล้านบาทต่อคน มีทรัพย์สินเฉลี่ย 7.6 ล้านบาทต่อคน เงินสำหรับลงทุน 600,000 บาท ต่อคนและมีเงินจากกิจกรรมชีวิต 9.7 หมื่นบาท/คน



ภาพที่ 3.11 สัดส่วนของผู้สูงวัยไทยในเรื่องการออมเงิน

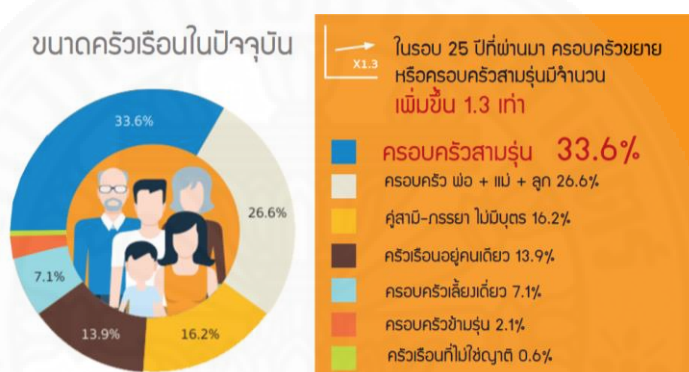
จากการเก็บข้อมูลสถิติรายได้ของผู้สูงวัยส่วนใหญ่มาจากบุตรและการทำงานเป็นหลักรองลงมาคือเงินบำนาญ (รายงานการสำรวจประชากรสูงอายุไทย, 2557) ซึ่งร้อยละ 5.3 ของผู้สูงวัยมีรายได้ มากกว่า 300,000 บาท/ปี หรือมากกว่าเดือนละ 25,000 บาท คาดว่าเพียงพอต่อการใช้จ่ายสำหรับชีวิตประจำวัน แต่ถ้ามมีหนี้สินหรือใช้จ่ายเกี่ยวกับเรื่องสุขภาพผู้สูงวัยที่ไม่มีทรัพย์สินหรือเงินเก็บจะไม่สามารถใช้ชีวิตหลังเกษียณได้อย่างมีคุณภาพยามที่ต้องเจ็บป่วย



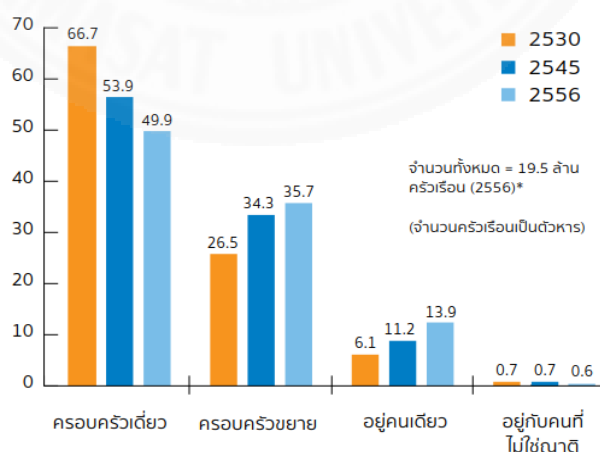
ภาพที่ 3.12 สัดส่วนของผู้สูงวัยไทยในเรื่องรายได้

3.2.1.3 รูปแบบและลักษณะการอยู่อาศัยของผู้สูงวัย

รูปแบบครัวเรือนไทยในปัจจุบันมีสัดส่วนของครอบครัวเดี่ยวที่เพิ่มสูงขึ้น แต่รูปแบบครอบครัวสามรุ่นหรือครอบครัวขยายก็มีสัดส่วนเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกันซึ่งในรอบ 25 ปีที่ผ่านมาเพิ่มขึ้นถึง 1.3 เท่า และครอบครัวสามรุ่นมีสัดส่วนร้อยละ 33.6 ซึ่งมีสัดส่วนมากที่สุดเมื่อแบ่งรูปแบบการอยู่อาศัยอย่างละเอียด สรุปได้ว่าแม้จำนวนครอบครัวเดี่ยวเพิ่มสูงขึ้นแต่ครอบครัวขยายก็ไม่ได้มีจำนวนลดลงแต่อย่างใด สะท้อนถึงลักษณะสังคมไทยที่เป็นครอบครัวขยายยังคงมีอยู่และผู้สูงวัยไม่ได้ย้ายออกไปอยู่ไกลบ้านคนเดียว ยากอยู่ใกล้ลูกหลานและอยู่กับคนหลากหลายวัย ทำให้เขาเป็นส่วนหนึ่งในสังคมเหมือนเดิม



ภาพที่ 3.13 แสดงสัดส่วนรูปแบบครอบครัวไทย
(ที่มา : รายงานสถานการณ์ประชากรไทย พ.ศ.2558)



ภาพที่ 3.14 แสดงสัดส่วนรูปแบบครอบครัวไทยตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน
(ที่มา : รายงานสถานการณ์ประชากรไทย พ.ศ.2558)

3.3 อุปสงค์และอุปทานในตลาดผู้สูงอายุไทย

ตลาดที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุ เกิดขึ้นมานานเนื่องจากไทยได้เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุแล้วแต่ยังมีไม่เพียงพอต่อประชากรสูงอายุและอาจไม่ตรงกับความต้องการจริงๆของสังคม ปัจจุบันธุรกิจที่เกิดขึ้นเยอะที่สุดที่เกี่ยวกับผู้สูงอายุคือกิจการDay Care และศูนย์บริการผู้สูงอายุ ในปัจจุบันภาครัฐและภาคเอกชนเริ่มให้ความสนใจเป็นอย่างมาก เริ่มทำการศึกษารูปแบบที่อยู่อาศัยและรูปแบบทางการเงินของต่างประเทศที่ใช้กับผู้สูงอายุ ภาครัฐเริ่มมีแผนพัฒนา Senior Complex ในหลายๆจังหวัดของประเทศ ปฏิเสธไม่ได้ว่าเมื่อประชากรอายุเริ่มมากขึ้น ปัจจัย 4 อย่างที่อยู่อาศัยควรเอื้ออำนวยกับผู้สูงอายุมากขึ้นด้วย เพราะเป็นพื้นที่ที่เขาต้องใช้งานมากที่สุด ตัวอย่าง โครงการจิมน์เวลบี เคาที้ส์ ที่มีจำนวนยูนิตกว่า 1,300 ยูนิต เปิดขายเพียงไม่กี่เดือน ก็สามารถขายได้ถึง 300 ยูนิต หรือ โครงการสวนคนิเวศน์ในอดีตเมื่อเปิดจองก็เต็มทันที แสดงถึงอุปสงค์ที่มีความต้องการอยู่ในตลาดนี้จำนวนมาก ยังมีโอกาสที่โครงการของเราจะเข้าสู่ตลาดและประสบความสำเร็จได้

3.3.1 ประชากรผู้สูงอายุกรุงเทพมหานคร

เนื่องจากประชากรผู้สูงอายุที่มีจำนวนมากที่สุดเป็นอันดับ 1 คือกรุงเทพมหานคร จึงมองว่าเป็นกลุ่มเป้าหมายของเรา ประชากรกรุงเทพมหานครนอกจากจะมีจำนวนที่มาก ยังมีกำลังซื้อและความเตรียมพร้อมทางการเงินในวัยหลังเกษียณมากกว่าจังหวัดอื่นๆ แต่ด้วยสภาพแวดล้อมในกรุงเทพมหานครเองไม่เอื้ออำนวยต่อความสะดวกในด้านต่างๆของผู้สูงอายุ และอากาศเป็นมลพิษสูง จากงานวิจัยต่างๆระบุว่า ผู้สูงอายุไม่ได้อยากย้ายไปอยู่ไกลจากถิ่นเดิม จึงมองว่าจังหวัดปริมณฑลยังมีบางพื้นที่ที่ยังมีลักษณะของธรรมชาติมีอากาศบริสุทธิ์และความหนาแน่นต่ำ อีกทั้งมีลักษณะกายภาพและโครงข่ายการคมนาคมที่สามารถเชื่อมต่อถึงกันได้อย่างสะดวกใกล้เคียงกรุงเทพมหานครก็สามารถรองรับและตอบสนองความต้องการนี้ได้

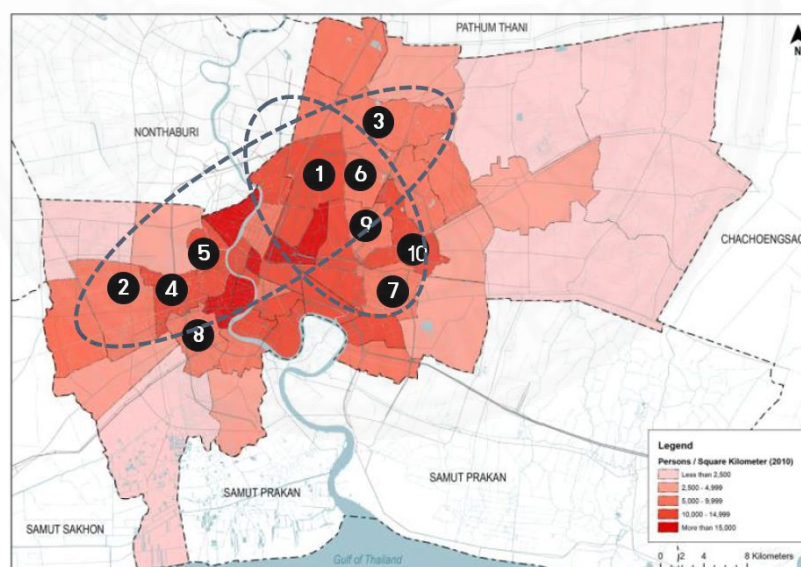
3.3.1.1 จำนวนประชากรผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร

เขตในกรุงเทพมหานครที่มีจำนวนประชากรผู้สูงอายุ ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป สูงสุดเป็น 10 อันดับแรก ได้แก่

ตารางที่ 3.1

แสดงจำนวนประชากรผู้สูงวัยในกรุงเทพมหานครที่มีอันดับสูงสุด 10 เขต

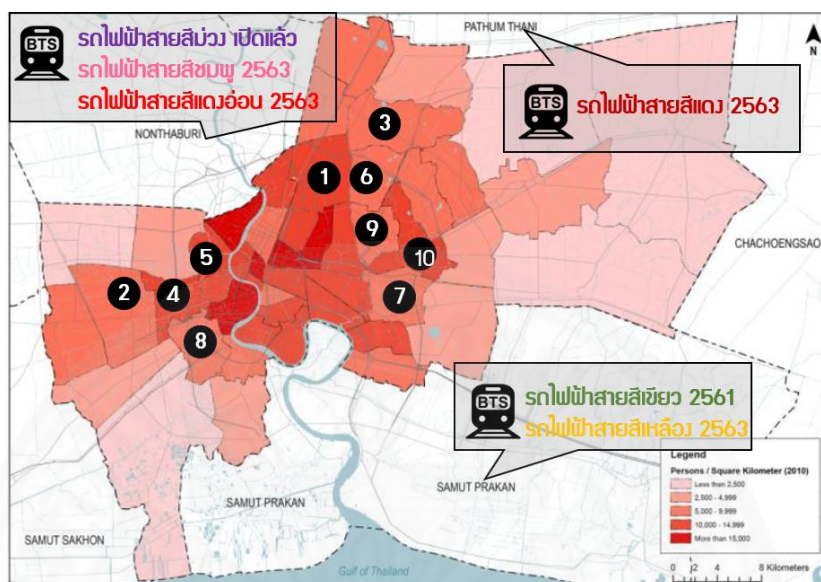
เขต	รวม	ชาย	หญิง
เขตจตุจักร	31,579	14,151	17,428
เขตบางแค	28,680	12,089	16,591
เขตบางเขน	23,842	10,522	13,321
เขตภาษีเจริญ	23,011	10,174	12,838
เขตบางกอกน้อย	22,908	11,601	11,307
เขตลาดพร้าว	22,542	9,987	12,555
เขตสวนหลวง	22,452	10,322	12,132
เขตจอมทอง	22,381	9,810	12,568
เขตวังทองหลาง	21,918	9,534	12,382
เขตบางกะปิ	20,748	9,091	11,659



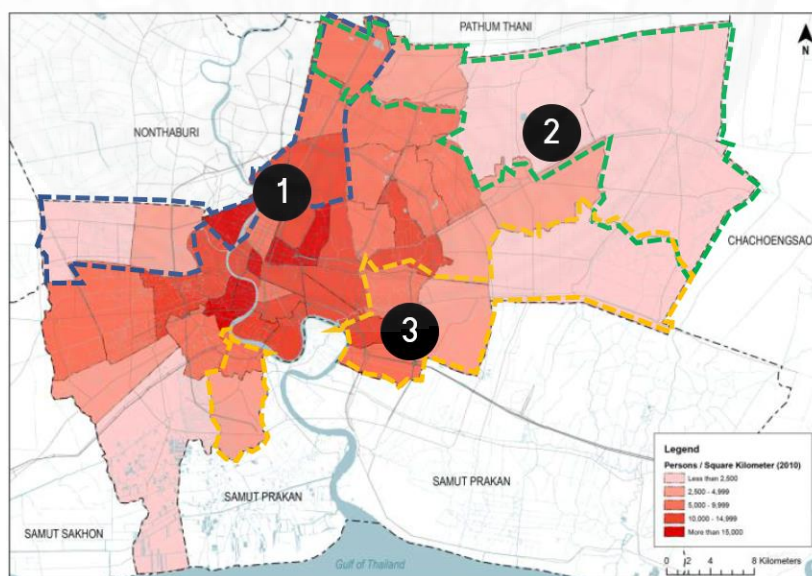
ภาพที่ 3.15 แสดงตำแหน่งเขตการปกครองของกรุงเทพมหานครที่มีประชากรสูงสุด 10 อันดับ

จากจำนวนประชากรดังกล่าวสรุปได้ว่า บริเวณที่มีประชากรสูงวัยมากที่สุด อยู่ทางเหนือและช่วงกลางๆของกรุงเทพมหานคร แนวโน้มจังหวัดปริมณฑลที่ใกล้เคียงสามารถรองรับการขยายตัวนี้ได้ คือ จังหวัดนนทบุรี ปทุมธานีและสมุทรปราการ ซึ่งจะทำการศึกษาข้อมูล

ประชากรในแต่ละเขตที่ติดต่อกับจังหวัดดังกล่าว โดยเน้นศึกษาที่ช่วงอายุ 55- 69 ปี ซึ่งมองว่าเป็นกลุ่มเป้าหมายของโครงการ ซึ่งเป็นกลุ่มผู้สูงวัยช่วงต้นและกลุ่มเตรียมพร้อมในการเป็นผู้สูงวัย



ภาพที่ 3.16 โครงข่ายคมนาคมและระบบขนส่งมวลชนทางรางในจังหวัดปริมณฑล



ภาพที่ 3.17 การแบ่งเขตการปกครองในกรุงเทพมหานครที่ติดกับจังหวัดนนทบุรี ปทุมธานี และสมุทรปราการ ที่ต้องทำการศึกษาจำนวนประชากร

ตารางที่ 3.2

บริเวณที่ 1 เขตการปกครองที่ติดกับจังหวัดนนทบุรี

เขต	ช่วงอายุ 55-69ปี	ช่วงอายุ 60ปีขึ้นไป
เขตจตุจักร	32,194	
เขตดอนเมือง	23,612	
เขตบางพลัด	18,762	
เขตตลิ่งชัน	18,090	
เขตหลักสี่	19,061	
เขตบางซื่อ	17,114	
เขตทวีวัฒนา	9,862	
รวม	138,695	134,556

ตารางที่ 3.3

บริเวณที่ 2 เขตการปกครองที่ติดกับจังหวัดปทุมธานี

เขต	ช่วงอายุ 55-69ปี	ช่วงอายุ 60ปีขึ้นไป
เขตดอนเมือง	23,612	
เขตสายไหม	20,983	
เขตคลองสามวา	15,930	
เขตหนองจอก	14,267	
รวม	74,792	66,966

ตารางที่ 3.4

บริเวณที่ 3 เขตการปกครองที่ติดกับจังหวัดสมุทรปราการ

เขต	ช่วงอายุ 55-69ปี	ช่วงอายุ 60ปีขึ้นไป
เขตสวนหลวง	23,367	
เขตประเวศ	18,275	
เขตลาดกระบัง	19,307	
เขตบางนา	16,140	

ตารางที่ 3.4

บริเวณที่ 3 เขตการปกครองที่ติดกับจังหวัดสมุทรปราการ (ต่อ)

เขต	ช่วงอายุ 55-69ปี	ช่วงอายุ 60ปีขึ้นไป
เขตพระโขนง	14,552	
เขตทุ่งครุ	14,568	
รวม	106,209	99,612

สรุปจำนวนผู้สูงอายุที่วิเคราะห์ออกมาทั้ง 3 บริเวณ โดยเน้นศึกษาจำนวนกลุ่มที่เป็นกลุ่มเป้าหมายคือ ช่วงวัย 55-69 ปี โดยบริเวณที่มีจำนวนผู้สูงอายุมากที่สุด คือ บริเวณที่ติดกับจังหวัดนนทบุรี ซึ่งมีจำนวนประชากรสูงวัยในช่วงอายุ 55-69ปี จำนวน 138,695 คน และช่วงอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 134,556 คน จึงเลือกจังหวัดนนทบุรีเป็นจังหวัดที่รองรับประชากรจากกรุงเทพมหานครโดยเน้นรองรับ ประชากรใน 7 เขตการปกครอง ได้แก่ จตุจักร ดอนเมือง บางพลัด คลิ่งชัน หลักสี่ บางซื่อ และทวีวัฒนา

3.3.2 ข้อมูลการสำรวจราคาและรูปแบบที่อยู่อาศัยในเขตที่ติดกับจังหวัดนนทบุรี

จากงานวิจัยและการสำรวจในบทที่ 2 ผู้สูงอายุส่วนใหญ่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยว นอกจากผู้สูงอายุมีความต้องการอยู่ใกล้ย่านเดิม ยังมีความต้องการที่อยู่อาศัยในลักษณะที่คล้ายเดิมด้วย จึงสรุปได้ว่าบ้านเดี่ยวคือที่อยู่อาศัยที่ผู้สูงอายุในปัจจุบันอยู่และถ้าต้องย้ายไปอยู่ในที่อยู่อาศัยใหม่ควรเป็นลักษณะบ้านเดี่ยวเช่นเดิมเพื่อให้ได้รับความรู้สึกเหมือนอยู่บ้านที่เคยอยู่ จึงได้ทำการศึกษาราคาและลักษณะของบ้านเดี่ยวมือสองในเขตการปกครองที่ติดกับนนทบุรี ได้แก่ จตุจักร ดอนเมือง บางพลัด คลิ่งชัน หลักสี่ บางซื่อ และทวีวัฒนา เพื่อศึกษารูปแบบการอยู่อาศัยเดิมและสำรวจราคาทรัพย์สินของผู้สูงอายุในเขตนั้นๆ เนื่องจากปัจจุบันมีการนำเรื่องของ“Reverse Mortgage”หรือ การเปลี่ยนบ้านเป็นเงินเข้ามาในประเทศไทย โดยหลักการของ“Reverse Mortgage”คือ ผู้สูงอายุที่มีบ้านสามารถนำบ้านมาจำนองและเปลี่ยนเป็นเงินเพื่อนำไปใช้ในชีวิตประจำวันหรือเป็นเงินเพื่อซื้อที่อยู่อาศัยที่เหมาะสมกับการใช้ชีวิตหลังเกษียณของแต่ละบุคคล โดยถ้าผู้สูงอายุนำเงินมาใช้ในชีวิตประจำวันยังสามารถอยู่ในบ้านหลังดังกล่าวได้จนเสียชีวิต ซึ่งนี้“Reverse Mortgage”เป็นโมเดลที่เพิ่งนำเข้ามาใช้ในประเทศไทยโดยเริ่มใช้ที่ธนาคารของภาครัฐ คือ ธนาคารอาคารสงเคราะห์และธนาคารออมสิน คาดว่าในอนาคตเมื่อกฎหมายลงตัว อาจมีธนาคารพาณิชย์อื่นๆเข้าร่วมด้วย

ตารางที่ 3.5

แสดงค่าเฉลี่ยข้อมูลบ้านเดี่ยวมือสองของแต่ละเขต

เขต	ค่าเฉลี่ย				
	ราคาบ้าน เดี่ยวมือสอง (บาท)	ขนาดที่ดิน (ตร.วา)	พื้นที่ ใช้สอย (ตร.ม.)	ราคา/ ตารางวา	จำนวน ห้องนอน
เขตจตุจักร	18,932,826	100.43	332.17	188,508	4.50
เขตดอนเมือง	9,673,818	92.19	247.64	104,934	3.67
เขตบางพลัด	11,839,333	105.70	272.86	112,014	3.36
เขตตลิ่งชัน	16,782,111	130.89	296.24	128,216	3.94
เขตหลักสี่	16,446,382	117.81	332.64	139,602	4.23
เขตบางซื่อ	14,116,666	93.33	287.63	151,250	4.03
เขตทวีวัฒนา	11,343,468	128.48	318.91	88,591	3.58

สรุปราคาและรูปแบบบ้านเดี่ยวมือสองในแต่ละเขตที่ติดกับจังหวัดนนทบุรี
ได้ค่าเฉลี่ยและรูปแบบ ดังนี้

ราคาบ้านเดี่ยวมือสอง : 9 – 18 ล้านบาท

ขนาดที่ดินเฉลี่ย : 92-130 ตารางวา

พื้นที่ใช้สอย : 247-332 ตารางเมตร

ราคา/ตารางวา : 88,591 – 188,508 บาท

จำนวนห้องนอน : 3.36 – 4.5 ห้อง

จากรูปแบบที่สรุปออกมานั้น ทำให้เห็นว่า รูปแบบบ้านเดี่ยวมือสองซึ่งคือชุมชนเก่าที่ไม่ใช่บ้านจัดสรรสมัยใหม่ มีขนาดที่ดินขนาดใหญ่เป็นบ้านที่มีบริเวณและเป็นลักษณะของครอบครัวใหญ่ สังเกตได้จากจำนวนห้องนอนที่มี 3-4 ห้องนอน แสดงถึงจำนวนคนในบ้านที่มีตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปหรืออาจมีอยู่หลายครอบครัวในบ้าน นำไปสู่การออกแบบที่อยู่อาศัยตามผลสรุปการวิจัยที่กล่าวข้างต้นเกี่ยวกับความต้องการบ้านลักษณะเดิม และลักษณะการอยู่อาศัยเดิมก็มีผลต่อการออกแบบโครงการที่ตรงกับความต้องการของผู้สูงวัยในย่านนี้

3.3.3 ข้อมูลการใช้จ่ายของผู้สูงวัยในวัยหลังเกษียณ

การอยู่ในช่วงวัยหลังเกษียณ ค่าใช้จ่ายที่จำเป็นในแต่ละเดือนก็ยังคงเกิดขึ้น แต่อาจลดเรื่องของค่าใช้จ่ายในการเดินทาง เนื่องจากผู้สูงวัยหลังเกษียณเดินทางน้อยลงและไม่ได้เดินทางไปทำงานทุกวันเช่นเคย จึงได้ทำการสรุปค่าใช้จ่ายในแต่ละเดือนของผู้สูงวัยโดยอ้างอิงจากการประเมินและสถิติต่างๆดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3.6

แสดงค่าใช้จ่ายต่อเดือนของผู้สูงวัย

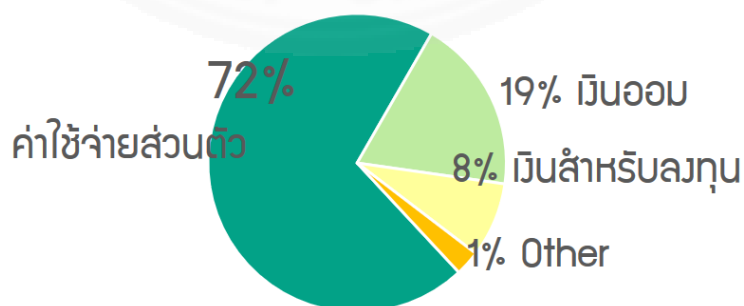
ประเภท	ที่มา	จำนวนเงิน(บาท)	หมายเหตุ
ค่าส่วนกลาง	จากการประมาณการจัดเก็บของโครงการ	1,750.00	
ค่าเดินทาง	การสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน พ.ศ. 2559 สำนักสถิติ	1,737.50	50%ของค่าเดินทางปกติ
ค่าอาหาร 3 มื้อ	การสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน พ.ศ. 2559 สำนักสถิติ	9,631.00	
ค่าน้ำค่าไฟ	การสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน พ.ศ. 2559 สำนักสถิติ	1,481.00	

ตารางที่ 3.6

แสดงค่าใช้จ่ายต่อเดือนของผู้สูงวัย (ต่อ)

ประเภท	ที่มา	จำนวนเงิน(บาท)	หมายเหตุ
ค่าสังสรรค์	วารสารศรีนครินทร์วิจัยและพัฒนาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการออมและการใช้จ่ายของผู้สูงอายุ 2554	2,162.00	
ค่ารักษาพยาบาล	การสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน พ.ศ. 2559 สำนักสถิติ	1,401.00	คิดเป็น 3 เท่าของค่าเฉลี่ย
ค่าโทรศัพท์	บริษัทวิจัยด้านโทรคมนาคม Yozzo	521	
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	โชติกา อำนวยวิบูลย์	3,000.00	
	การศึกษาความเป็นไปได้โครงการอาคารชุดพักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุยุคใหม่ 2560		
		21,683.50	

ค่าใช้จ่ายต่อเดือนของผู้สูงวัย อยู่ที่เดือนละ 21,683 บาท/เดือน ถ้าผู้สูงวัยสามารถมีชีวิตอยู่ได้ถึง 80 ปี ก็คือ อีก 20 ปี ผู้สูงวัยต้องมีเงินสำหรับใช้จ่ายถึง 5,204,040 บาท/คน และจากงานวิจัยผู้สูงวัยส่วนใหญ่มีเงินเก็บและเงินสำหรับลงทุนต่างๆ หากนำมาคิดรวม เพื่อหาเงินที่ผู้สูงวัยต้องใช้หลังเกษียณหากมีชีวิตอีก 20 ปี เท่ากับ 7,200,000 บาท



ภาพที่ 3.18 สัดส่วนเงินที่ผู้สูงวัยต้องเตรียมการเพื่อชีวิตหลังเกษียณ

3.3.4 กลั่นกรองกลุ่มเป้าหมายหลัก

จากข้อ 3.3.2 ที่ได้สรุปเรื่องของราคาและรูปแบบบ้านเดี่ยวมือสองในแต่ละเขตไว้ นั้น เมื่อนำมาถั่นกรองเพื่อหากลุ่มเป้าหมายหลักโดยนำราคาบ้านที่สามารถนำไป “Reverse mortgage” มาลบส่วนที่ต้องเก็บไว้ใช้จ่ายในชีวิตประจำวันและการลงทุน จะได้เงินส่วนที่เหลือสำหรับนำไปใช้ซื้อที่อยู่อาศัยที่มีสภาพแวดล้อมและบริการที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ

ตารางที่ 3.7

แสดงการถั่นกรองจำนวนกลุ่มเป้าหมายเบื้องต้น

เขต	ราคาบ้านเดี่ยวมือ สอง	เงินที่เหลือหลังจากหัก ค่าใช้จ่าย(7.2ล้านบาท)	จำนวนประชากรที่มี ความสามารถซื้อ
เขตจตุจักร	18,932,826	11,732,826	32,494.00
เขตดอนเมือง	9,673,818	2,473,818	
เขตบางพลัด	11,839,333	4,639,333	
เขตตลิ่งชัน	16,782,111	9,582,111	18,390.00
เขตหลักสี่	16,446,382	9,246,382	19,361.00
เขตบางซื่อ	14,116,666	6,916,666	17,414.00
เขตทวีวัฒนา	11,343,468	4,143,468	
		ระดับ 5-10 ล้าน	87,659.00

สรุปได้ว่า กลุ่มเป้าหมายหลักคือประชากรผู้สูงวัยในเขตจตุจักร ตลิ่งชัน หลักสี่ และบางซื่อ รวมแล้วเป็นจำนวน 87,659 คน มีกำลังซื้อบ้านในระดับราคาที่ 5-10 ล้านบาท จากงานวิจัยการเตรียมพร้อมทางด้านการเงิน มี 16.2% ที่คาดว่าจะย้ายที่อยู่อาศัย ซึ่งนำมาเป็น สมมติฐานในการถ่วงน้ำหนักกลุ่มเป้าหมาย

ตารางที่ 3.8

แสดงสรุปจำนวนกลุ่มเป้าหมายและขนาดโครงการ

	จำนวน		หมายเหตุ
กลุ่มเป้าหมาย	87,659		
คาดว่าจะย้ายที่อยู่อาศัย	14,200	16.20%	สมมติฐานจากงานวิจัย
Market share	142 - 284	1-2%	คาดการณ์จากขนาดโครงการอื่นๆ
มีผู้สูงวัย 1-2 คน/Unit	70-142	Units	
ระดับราคาบ้าน	5-10	MB	

3.4 การวิเคราะห์คู่แข่งในตลาดที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงวัยไทย

ตลาดที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงวัยแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะใหญ่ๆ คือ ช็อ และเช่า ซึ่งในแต่ละโครงการก็จะมีเงื่อนไขแตกต่างกันไป อาทิ โครงการสววงคินวาศน์ ที่ให้สิทธิ์อยู่จนเสียชีวิตแต่ไม่สามารถถ่ายทอดเป็นมรดกได้ การศึกษาคู่แข่งเน้นที่อยู่ในเขตปริมณฑลที่รองรับผู้สูงวัยจากกรุงเทพมหานคร

3.4.1 โครงการที่เปิดขายอยู่ในปัจจุบัน

โครงการจันณ เวลบีอิง เคาที้

ที่ตั้ง : คลองหลวง จ.ปทุมธานี

พื้นที่โครงการ : 140 ไร่

จำนวนยูนิต : คอนโด 1,300 ยูนิต

ระดับราคา : 3.6 – 6 ล้านบาท

แบบ : ประกอบด้วย 2 แบบ 1. ขนาด43-46 ตรม. : 1 Bedroom

2. ขนาด63-66 ตรม. : 1 Bedroom+ 1ห้องผู้ดูแล

รูปแบบกรรมสิทธิ์ : Freehold

รูปแบบการซื้อ : เจ้าของห้องต้องมีอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป

แนวคิด : เมืองแนวคิดใหม่เพื่อวัยเกษียณ

ปีที่เปิดขาย : ปลายเดือนพฤษภาคม 2560

ยอดขาย : 600 ยูนิต (ต้นเดือนมกราคม)

อัตราการขาย : 100 ยูนิต/เดือน

กลุ่มลูกค้า : ผู้สูงวัยชาวไทยและชาวต่างชาติที่สามารถช่วยเหลือตนเองได้

สิ่งอำนวยความสะดวก :

1.Active Facility : ห้องออกกำลังกาย ห้องเล่นเกมส์ ห้องสันทนาการและเอนกประสงค์ สระว่ายน้ำ ห้องชมภาพยนตร์และคาราโอเกะ

2.Passive Activity : พื้นที่ปลูกผัก ธรรมชาติบำบัด ทะเลสาบ ห้องสวดมนต์ ทางสำหรับรถเข็น ลานกิจกรรม ลานหินบำบัด ห้องนวดแผนไทย

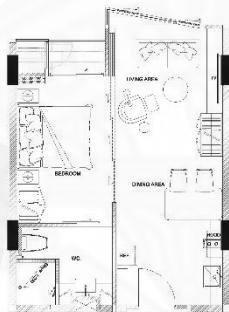
3.Medical Facility : บริการทางการแพทย์ คลินิกสูงวัยทั้งศูนย์บริการทั้งแบบรายวันและค้างคืน คลินิกรักษาโรคทั่วไป

จุดเด่นของโครงการ : เป็นโครงการแนวคิดใหม่ที่รวบรวมทั้งนวัตกรรมเกี่ยวกับสุขภาพ

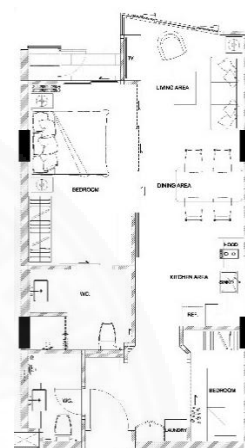
และนวัตกรรมการออกแบบทั้งภายในและภายนอกที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุทำให้โครงการนี้เป็นโครงการที่น่าสนใจ อีกทั้งยังอยู่ใกล้รถไฟฟ้า สายสีแดง สามารถเดินทางได้สะดวก

ข้อเสียของโครงการ : ขนาดโครงการที่ใหญ่และมีจำนวนยูนิตเยอะอาจสร้างความแออัดให้กับผู้อยู่อาศัยที่เป็นผู้สูงอายุ

จุดขายโครงการ : Full service, Day care ภายในโครงการ, เทคโนโลยีติดตามตัวเพื่อความปลอดภัยของผู้สูงอายุ



ภาพที่ 3.19 แปลนห้องขนาด 43-46 ตรม.



ภาพที่ 3.20 แปลนห้องขนาด 63-66 ตรม.



ภาพที่ 3.21 บรรยากาศโครงการจิณณ์ เวลบีอิง แคทส์

โครงการสวนคนิเวศ

ที่ตั้ง : บางปู สมุทรปราการ

พื้นที่โครงการ : 130 ไร่

จำนวนยูนิต : คอนโด 468 ยูนิต

ระดับราคา : ค่าแรกเข้า 8.5 แสน – 1.2 ล้านบาท ค่ารายเดือน 2,500 บาท ไม่รวมค่าน้ำ

ค่าไฟ และค่ารักษาพยาบาล

แบบ : ประกอบด้วย 2 แบบ 1. ขนาด30 ตรม. : 1 Bedroom

2. ขนาด42 ตรม. : 1 Bedroom

รูปแบบกรรมสิทธิ์ : Leasehold

รูปแบบการซื้อ : เจ้าของห้องต้องมีอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป

แนวคิด : ชีวิตอิสระมีคุณค่า พึ่งพาตนเอง

ปีที่เปิดขาย : 2539 และ 2554

ยอดขาย : เนื่องจากเป็นโครงการร่วมกับสภาอากาศ คนจึงให้ความสนใจแห่งจ้งเต็ม
ตั้งแต่วันแรกๆ

อัตราการขาย : -

กลุ่มลูกค้า : ผู้สูงวัยชาวไทยที่สามารถช่วยเหลือตนเองได้

สิ่งอำนวยความสะดวก :

1.Active Facility : ห้องเต้นรำ สระว่ายน้ำบำบัด ห้องออกกำลังกาย ลานสุขภาพ

2.Passive Facility : ห้องสมุด ห้องอินเทอร์เน็ต ห้องสวดมนต์

3.Medical Facility : ห้องพยาบาล (มีพยาบาลประจำ) ห้องกายภาพบำบัด คลินิกนอกเวลามีหมอ
ประจำ 1 คน

จุดเด่นของโครงการ : เป็นโครงการกึ่งภาครัฐ อยู่ใกล้กับแหล่งกิจกรรมของผู้สูงวัยอย่าง
บางปู และสามารถเข้าเมืองได้โดยสะดวกเนื่องจากติดกับถนนสุขุมวิท และมีบริการครบวงจรด้าน
สุขภาพ

ข้อเสียของโครงการ : ย่านบางปูเป็นย่านอุตสาหกรรม อาจเกิดมลพิษจากกลิ่นและ
รถบรรทุกบนถนนใหญ่อันตราย ซึ่งผู้สูงวัยมีความอ่อนไหวต่อมลพิษและการครอบครองสิทธิ์ไม่
สามารถถ่ายทอดเป็นมรดกให้ลูกหลาน

จุดขายโครงการ : มีสถานพยาบาลภายในโครงการ, Day care ภายในโครงการ



ภาพที่ 3.22 บรรยากาศภายในโครงการสวางคนิเวศ

โครงการปัยยิกา

ที่ตั้ง : คลองหลวง ปทุมธานี

พื้นที่โครงการ : 6 ไร่

จำนวนยูนิต : คอนโด 62 ยูนิต, ห้องพักพื้น 32 ยูนิต

ระดับราคา : เช่ารายเดือนดูแลตนเองได้ 25,000บาท/เดือน , ต้องการคนดูแล 30,000

บาท/เดือน

แบบ : ขนาด40 ตรม. : 1 Bedroom

รูปแบบกรรมสิทธิ์ : Leasehold

รูปแบบการซื้อ : ผู้สูงวัยเช่า

แนวคิด : ผู้สูงวัย ใจสงบ

ปีที่เปิดขาย : -

ยอดขาย : -

อัตราการขาย : -

กลุ่มลูกค้า : ผู้สูงวัยชาวไทยที่ต้องการคนดูแล หรือต้องการพักผ่อน

สิ่งอำนวยความสะดวก :

1.Active Facility : สระว่ายน้ำ ฟิตเนส สวนสาธารณะ สโมสร กิจกรรมประจำสัปดาห์

2.Medical Facility : ผู้ดูแล ห้องอาหาร อาหารสุขภาพ

จุดเด่นของโครงการ : มีการดูแลสามารถรองรับได้ทั้งกลุ่มดูแลตนเองได้และกลุ่มที่ต้องการการพึ่งพิง

ข้อเสียของโครงการ : ต้องเสียค่าเช่าเป็นรายเดือนและราคาแพง

จุดขายโครงการ : มีคนดูแลตลอด 24 ชั่วโมง และเหมาะกับผู้อยู่ที่ไม่มีคนดูแล มีการบริการครบครันและfacilityในโครงการที่เหมาะสมกับผู้อยู่



ภาพที่ 3.23 บรรยากาศภายในโครงการปัยยิกา

ตารางที่ 3.9

แสดงข้อมูลเปรียบเทียบของโครงการที่อยู่อาศัยผู้สูงอายุในประเทศไทย

โครงการ	City home			Rest home				
	สวรงค์เวส สภาอากาศไทย	ปัยยิกา	จิตต์ เวลบีอิง เคาร์ดี	เวลเนส ซิตี้	บุศยานิเวศน์	วิลล่า มีสุข เรสซิเดนซ์	Sunplay บางสะพาน	กมลลา ซิตี้ รีฟริ่ง
ที่ตั้ง	บางปู จ.สมุทรปราการ	คลองหลวง จ.ปทุมธานี	คลองหลวง จ.ปทุมธานี	บางโหร จ.อยุธยา	นครหลวง จ.อยุธยา	สันทราย จ.เชียงใหม่	บางสะพาน จ.ชลบุรี	หาดกมลา ภูเก็ต
เจ้าของโครงการ	สภาอากาศไทย		บริษัท ธนบุรี เซลท์แคร์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)	เวลเนส ซิตี้ กรุ๊ป	มูลนิธิ สมเด็จพระสังฆราช	บริษัท สิงหนธร แมเนจเม้นท์	บริษัท ชันเพลย์ เอเชียน จำกัด	บริษัท ชิวทอย จำกัด (มหาชน), บริษัท แอล.ที.เอ็น.ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) และบริษัท ช.การช่าง จำกัด (มหาชน)
พื้นที่ (ไร่)	130 ไร่	6 ไร่	140 ไร่	50 ไร่	23 ไร่			450 ไร่
ปีที่เปิดขาย-ปีที่ปิดการขาย	เฟส 1: 2539 เฟส 2: 2554	-	ปี 2560 คาดว่าแล้วเสร็จ ปี 2561-2562	เมื่อ 15 ปีก่อน เฟส 3 2556	-	-	2560 (เฟสแรกสำหรับ คอนโด และคลับเฮาส์ ปลายปี 2018 / เฟสที่ 2 ทูลวิลล่า กำหนดเสร็จปี 2020)	ปี 2561
รูปแบบโครงการ/ขนาดห้อง	คอนโดมิเนียม เฟส 2 : อาคารชุดพักอาศัย 8 อาคาร สูง 6 ชั้น ขนาด 30 - 42 Sqm.	อาคารสูง 4 ชั้น ห้องสตูดิโอ 40 ธรรมดา.	คอนโดมิเนียม 13 อาคาร 7 ชั้น ขนาด 1-2 ห้องนอน ขนาด 43-63 ตรม. อาคาร Age care center ประกอบด้วย Day Care และ Nursing home	บ้านเดี่ยวชั้นเดียว ขนาด 150 - 190 Sqm. (100 ตรวา/ยูนิต) คอนโดเทล ขนาด 33 Sqm. Nursing home Condo ขนาด 27-23.5 Sqm.	คอนโดมิเนียม อาคารชุดพักอาศัย สูง 2 ชั้น 2 ขนาด 1. ห้องเดี่ยว 36 ยูนิต เริ่มส่ง 36 ธรรมดา. 2. ห้องเตียงคู่ 12 ยูนิต 64 ธรรมดา.	คอนโดมิเนียม ขนาด 48 ธรรมดา., 36 ธรรมดา. บ้านเดี่ยวชั้นเดียว (2 ห้องนอน 2 ห้องน้ำ / พื้นที่ดิน 132 ตรวา / พื้นที่ใช้สอย 126 ธรรมดา.) Nursing home	คอนโดมิเนียม อาคาร 4 อาคาร สูง 6 ชั้น (ขนาด 90-380 ตรม. 1-3 ห้องนอน) Pool villa ขนาด 2-4 ห้องนอน	คอนโดมิเนียม 1-2 ห้องนอน ขนาด 60-70 ตรม. โรงแรม
จำนวนยูนิต	เฟส 1: 168 ยูนิต เฟส 2: 300 ยูนิต	ห้องพัก 62 ยูนิต ห้องพยาบาลและห้องพักพื้น 32 ยูนิต	1,300 ยูนิต	บ้านเดี่ยว เฟส 3 : 70 หลัง คอนโดเทล : 420 ยูนิต	48 ยูนิต	ห้องพัก 29 ยูนิต , บ้านเดี่ยว 6 แปลง	คอนโดมิเนียม 70 ยูนิต , Pool villa 50 ยูนิต	คอนโดมิเนียมจำนวน 200 ยูนิต และวิลล่า 30 ยูนิต
Concept / การออกแบบ	ชีวิตอิสระ มีคุณค่า พึ่งพาตนเอง	ผู้สูงวัย ใจสงบ	เมืองแนวคิดใหม่ เพื่อวัยเกษียณ	เมืองสุขภาวะดี	-	สูงวัย สุขใจ ในมีสุข	-	-
รูปแบบสัญญา/ระยะเวลาสัญญา	Leasehold (อนุญาตชีวิต ไม่สามารถสืบทอดสิทธิ์ในการพักอาศัย)	Leasehold เช่ารายเดือน	Freehold	Freehold , รายเดือน , กองทุน , โรงแรม	Leasehold (อนุญาตชีวิต ไม่สามารถสืบทอดสิทธิ์ในการพักอาศัย)	Freehold , ไร่เช่า (รายวัน, รายเดือน)	Leasehold	Freehold , ไร่เช่า

แสดงข้อมูลเปรียบเทียบของโครงการที่อยู่อาศัยผู้สูงอายุในประเทศไทย (ต่อ)

45

สรุปการวิเคราะห์ภาพรวมของคู่แข่งในตลาดที่อยู่อาศัยของผู้สูงวัยไทยได้ดังนี้

การวิเคราะห์จุดเด่นจุดด้อยของโครงการ (SWOT ANALYSIS)

จุดแข็งของโครงการคู่แข่ง (strength)

- (1) ภายในโครงการมีความปลอดภัยและมีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม
- (2) มีกิจกรรมสำหรับผู้สูงวัยที่เหมาะสมและความหลากหลาย
- (3) มีการบริการทางด้านสุขภาพ
- (4) มีการออกแบบที่รองรับการใช้งานของผู้สูงวัย
- (5) มี Full service เป็นผู้ช่วยให้ผู้สูงวัย
- (6) ได้อยู่กับกลุ่มเพื่อนวัยเดียวกัน

จุดอ่อนของโครงการคู่แข่ง (weakness)

- (1) โครงการ Leasehold ทำให้ผู้สูงอายุไม่มีสิทธิ์ส่งมอบทรัพย์สินต่อให้กับลูกหลาน
- (2) ไม่สามารถอยู่ร่วมกับลูกหลานหรือญาติ ได้
- (3) ที่ตั้งที่อยู่อาศัยอยู่ไกลจากที่อยู่ลูกหลาน หรือญาติ ห่างจากย่านเดิมๆที่เคยไปใช้งาน
- (4) โครงการที่เกิดขึ้นใหม่ Freehold มีราคาค่อนข้างสูงและเน้นจับตลาดระดับบน

โอกาสของโครงการคู่แข่ง (opportunity)

- (1) สามารถแก้ปัญหาจากโครงการเดิมๆที่เกิดขึ้น แล้วนำมาพัฒนาโครงการใหม่ๆเพื่อครอบคลุมทุกปัญหา ตอบโจทย์ที่มากกว่าที่ผ่านมา
- (2) ประชากรผู้สูงวัยมีจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ แต่ตลาดเฉพาะกลุ่มนี้ยังมีไม่มากและยังไม่ตอบโจทย์การใช้ชีวิตของผู้สูงวัย ยังมีช่องว่างทางการตลาดให้เข้าไปได้

อุปสรรคของโครงการคู่แข่ง (Treat)

- (1) การอยู่กับคนสูงวัยกลุ่มเดียวทำให้ผู้สูงวัยขาดชีวิตชีวา
- (2) ผู้สูงวัย บางส่วนไม่มีกำลังซื้อ/จ่ายค่าบริการ
- (3) สังคมไทยกำลังจะเข้าสู่สังคมผู้สูงวัย แต่ด้วยความที่
- (4) สังคมไทยอยู่แบบครอบครัวขยาย จึงมีคนบางกลุ่มไม่เห็นด้วยกับที่อยู่อาศัยที่เฉพาะกลุ่มผู้สูงวัย มองว่าลูกหลานไม่กตัญญู

3.5 สรุปการวิเคราะห์ตลาดที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงวัยไทย

ประชากรผู้สูงวัยกรุงเทพมหานครมีจำนวนมากที่สุดและพื้นที่ที่จะสามารถรองรับกลุ่มประชากรกลุ่มนี้ คือจังหวัดปริมณฑล ซึ่งจากการวิเคราะห์จังหวัดที่เหมาะสมกับการรองรับประชากรผู้สูงวัยจากกรุงเทพมหานคร สรุปได้เป็น จังหวัดนนทบุรี โดยที่กลุ่มเป้าหมายหลักอยู่ที่ผู้สูงวัยที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ใกล้ๆจังหวัดนนทบุรี ได้แก่ เขตจตุจักร ดลิ่งชัน หลักสี่และบางซื่อ โดยความต้องการที่อยู่อาศัยเป็นลักษณะของบ้านเดี่ยวซึ่งคล้ายคลึงกับที่อยู่อาศัยเดิม และเป็นบ้านที่มีครอบครัวขยายซึ่งมีพื้นที่ขนาดใหญ่ กำลังในการซื้อของผู้สูงวัยเมื่อคิดในหลักการที่สามารถนำบ้านมือสองไป Reverse mortgage ได้และเก็บส่วนที่ต้องใช้ในการดำเนินชีวิต สามารถซื้อได้ที่ระดับราคา 5 – 10 ล้านบาท เมื่อเราดึงส่วนแบ่งตลาดมา 1-2% โครงการจะมีจำนวนประมาณ 70-142 ยูนิต จากการกลั่นกรองตลาด พบว่า ผู้สูงวัยที่อยู่กับครอบครัวเป็นกลุ่มที่น่าสนใจ และเป็นกลุ่มใหญ่ในสังคมไทยที่มีโอกาสในการทำตลาดได้ค่อนข้างสูง

3.6 สรุปการวิเคราะห์ STP

3.6.1 ส่วนแบ่งการตลาด (Segmentation)

จากการวิเคราะห์ตลาด กลุ่มผู้สูงวัยที่มีกำลังซื้ออยู่ระดับ 5-10 ล้านบาท ตาม CBRE มีการแบ่งระดับของราคา Residential ไว้ดังนี้

Super luxury : มากกว่า 20 ล้านบาท อาทิ โครงการชันเพลย์และกมลลาชีเนียร์ คอมเพล็กซ์

Luxury : 10.01 – 20 ล้านบาท

High end : 5.01 – 10 ล้านบาท อาทิ โครงการเวลเนสซิตี้ และโครงการจินณ์ เวลบีอิง เคาท์ตี้

Mid - range : 3 – 5 ล้านบาท

Entry level : ต่ำกว่า 3 ล้านบาท

โครงการอยู่ในระดับ 5 – 10 ล้านบาท อยู่ในกลุ่มระดับ High end ซึ่งที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงวัยส่วนใหญ่จะอยู่ในระดับนี้หรือสูงกว่า เนื่องจากมีเรื่องของบริการ และการออกแบบตกแต่งที่ต้องใส่ใจในรายละเอียดเพื่อให้มีความเหมาะสมกับผู้สูงวัย ทำให้โครงการมีราคาเริ่มต้นตั้งแต่ระดับ High end ขึ้นไปจนถึงระดับ Super luxury

3.6.2 การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Targeting)

กลุ่มลูกค้าหลักคือ ประชากรผู้สูงวัยในกรุงเทพมหานคร อยู่ในช่วงวัยตั้งแต่ช่วงเตรียมตัวก่อนเป็นผู้สูงวัย ช่วงอายุ 55-69 ปี ซึ่งเป็นกลุ่ม ” Best ” ที่ถูกแบ่งด้วยไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิต

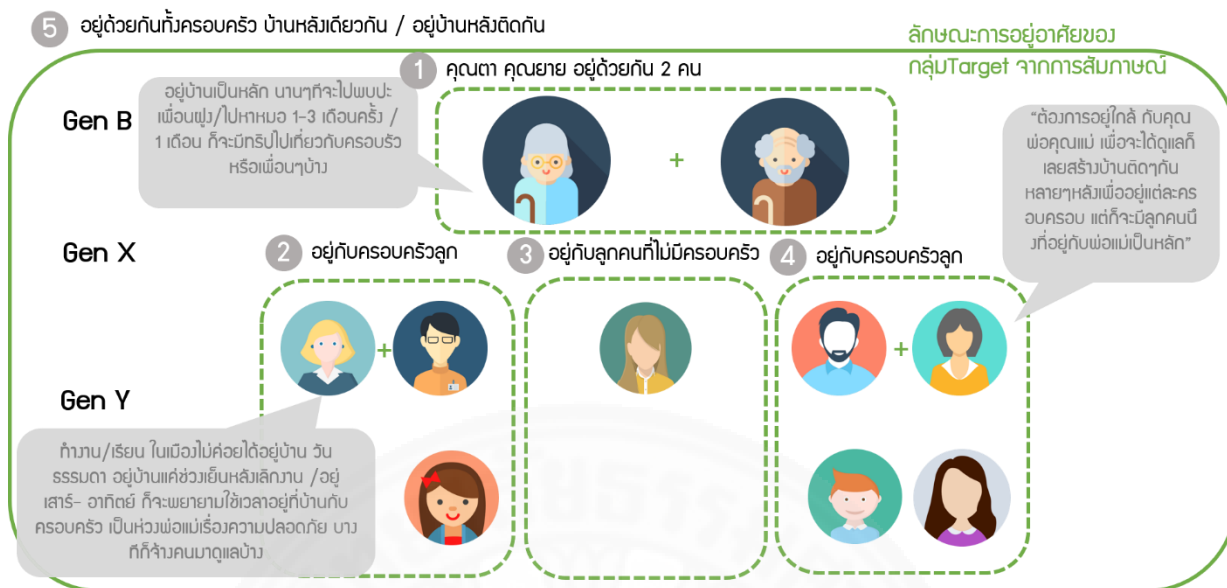
ของแต่ละช่วงวัย กลุ่มนี้มีจำนวนมากที่สุดและเป็นกลุ่มที่สามารถช่วยเหลือตนเองได้หรือสุขภาพแข็งแรง แต่มีความต้องการเตรียมพร้อมในเรื่องที่อยู่อาศัยที่เหมาะสมกับวัยตนเองในอนาคตและเตรียมพร้อมในเรื่องความปลอดภัยให้กับชีวิตและทรัพย์สิน รักการทำกิจกรรม และอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคมที่หลากหลายวัย จากการวิเคราะห์ทำให้โครงการเน้นจับกลุ่มที่อยู่กับครอบครัวเป็นหลักแต่ต้องการขยายหรือหาที่ที่สามารถอยู่กันได้หลายๆครอบครัว โดยผู้นำครอบครัวและเป็นคนตัดสินใจคือผู้สูงวัยซึ่งปัจจุบันกลุ่มนี้ยังเป็นเสาหลักหรือแกนกลางของครอบครัวทั้งคอยช่วยเหลือให้คำปรึกษากับคนในครอบครัว

กลุ่มลูกค้ำรองคือ ผู้สูงวัยที่ต้องการย้ายที่อยู่อาศัยใหม่เพื่อเตรียมตัวเข้าสู่วัยเกษียณอย่างมีคุณภาพ มีความต้องการบริการ กิจกรรม สภาพแวดล้อมและการออกแบบที่เหมาะสมกับตนเอง ทั้งมาเป็นคู่สามีภรรยา หรือ กลุ่มเพื่อน

กลุ่มลูกค้าอื่นๆ คือ กลุ่มที่ต้องการที่อยู่อาศัยทั่วไป ที่มีfacilityและการเข้าถึงที่สะดวกในราคาที่ไม่สูงจนเกินไป



ภาพที่ 3.24 แสดงภาพลักษณ์ของผู้สูงวัยกลุ่ม“Best”

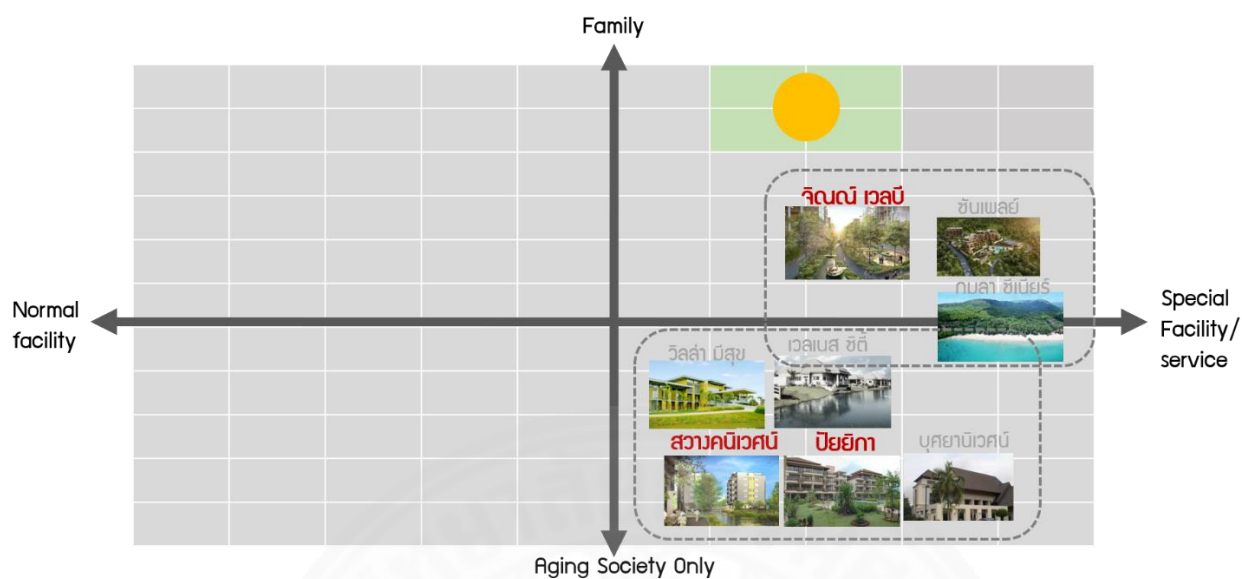


ภาพที่ 3.25 ลักษณะการอยู่อาศัยของกลุ่มเป้าหมาย

จากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายซึ่งมีลักษณะเป็นครอบครัวขยายหลายๆครอบครัว รูปแบบการอยู่อาศัยโดยมีผู้สูงวัยเป็นตัวเชื่อมหรือแกนกลางของครอบครัว ผู้สูงวัยมักจะอยู่ร่วมกับครอบครัวใดครอบครัวหนึ่งของบ้าน และลูกหลานในครอบครัวอื่นอยู่บ้านหลังใกล้ๆกันหรือต่อกัน ซึ่งมีผลกับการออกแบบสินค้า เมื่อศึกษาชีวิตประจำวันของทุกวัยในครอบครัว ผู้สูงวัยคือกลุ่มที่ใช้เวลาในบ้านมากที่สุด แม้ว่าเราจะใส่ใจกับผู้สูงวัยเป็นหลักแต่เมื่อสินค้าต้องรองรับกลุ่มผู้สูงวัยและคนทุกวัยในครอบครัว จึงเกิดความต้องการเพิ่มเติมเพื่อความสะดวกสบายของทุกคนในครอบครัว อาทิ วัยทำงานที่ต้องเดินทางสะดวก วัยเรียน ต้องการโรงเรียนดีๆ

3.6.3 การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (Positioning)

การกำหนดตำแหน่งทางการตลาดของสินค้า ที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงวัยส่วนใหญ่เน้นเรื่องบริการและการอยู่ร่วมกับเฉพาะกับกลุ่มวัยเดียวกัน สินค้าของเราเน้นเรื่องที่สามารถอยู่ร่วมกับครอบครัวพร้อมกับการบริการและกิจกรรมที่เหมาะสมกับผู้สูงวัยและทุกคนในครอบครัว ส่วนอีกตำแหน่งทางการตลาดของโครงการคือเรื่อง ของจำนวนยูนิตและความใกล้กับระบบขนส่งรถไฟฟ้า



ภาพที่ 3.26 ตำแหน่งทางการตลาดของโครงการ 1



ภาพที่ 3.27 ตำแหน่งทางการตลาดของโครงการ 2

3.7 สรุปแนวคิดและปัจจัยที่นำไปใช้วิเคราะห์เพื่อคัดกรองแปลงที่ดิน

3.7.1 แนวคิดในการออกแบบ

“Home for all” บ้านที่ไม่ได้อยู่ได้แค่ผู้สูงอายุ แต่เป็นบ้านที่ทุกคนอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขสบายใจและปลอดภัยสำหรับทุกคนในครอบครัว ที่ต้องเตรียมพร้อมที่จะก้าวสู่ทุกช่วงวัย เน้นการออกแบบที่เหมาะสมกับทุกคน แคมป์ปลอดภัยกับวัยที่ต้องได้รับการระวัง เพิ่มการบริการกิจกรรมและfacility ที่ทั้งผู้สูงอายุและทุกวัยในครอบครัวสามารถใช้ร่วมกัน

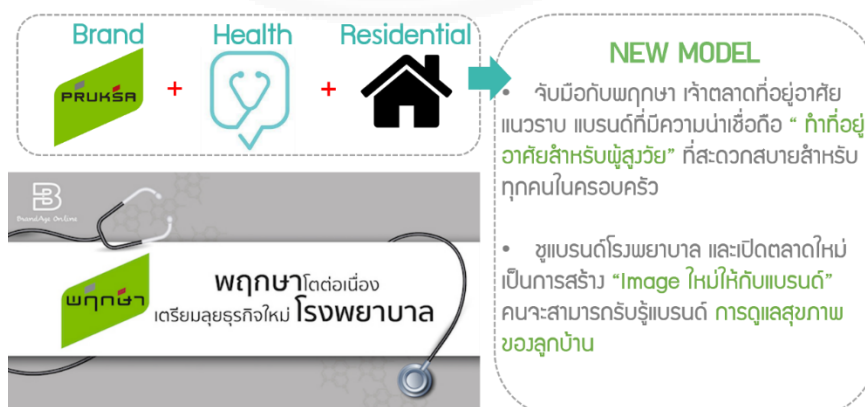
CONCEPT HOME FOR ALL

- + Special facility for aging
- + Universal Design
- + Healthy
- + Happy time



ภาพที่ 3.28 แสดงแนวคิดในการออกแบบ

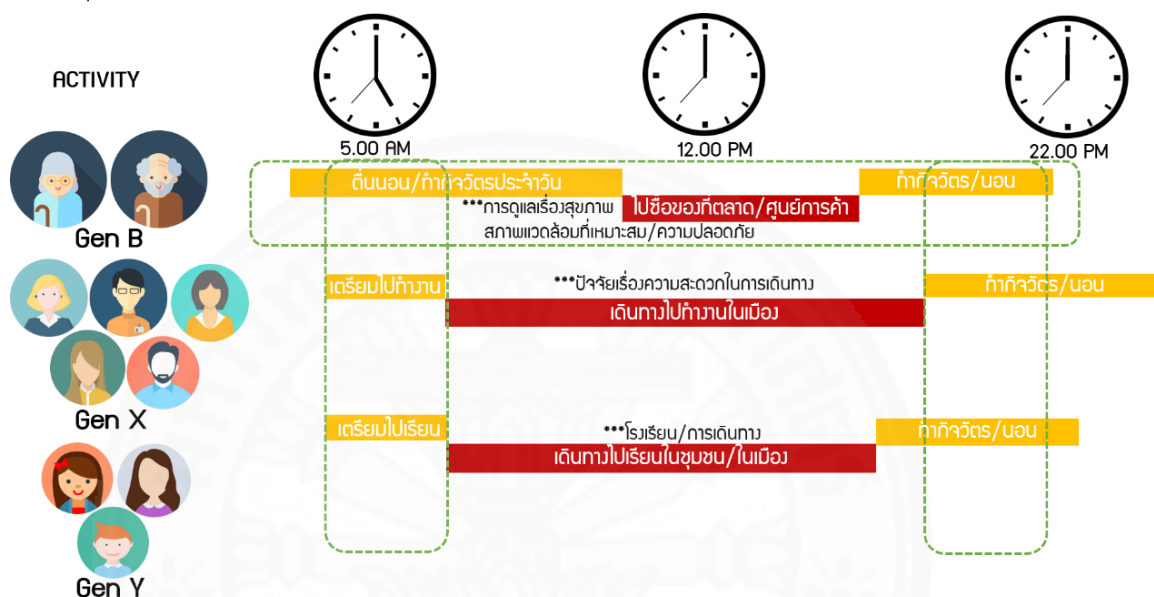
โดยเสนอให้จับมือกับแบรนด์ที่มีความน่าเชื่อถืออย่างพวกษาที่กำลังมีโครงการลงทุนด้านโรงพยาบาลเพื่อเป็นการสร้างการจดจำให้แบรนด์มากขึ้นและด้วยตัวบริษัทพวกษาเองก็ให้ความสนใจกับเรื่องของนวัตกรรมและที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุ ทำให้การทำโครงการนี้เหมือนเป็นการยกระดับแบรนด์ของพวกษาขึ้นอีกขั้นหนึ่ง



ภาพที่ 3.29 แนวคิดในการเสนอNew model

3.7.2 ปัจจัยที่ใช้ในการคัดกรองที่ดิน

จากบทที่ 2 ปัจจัยในการคัดกรองที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยและที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุ ซึ่งยังไม่ได้ทำการให้คะแนนถ่วงน้ำหนัก(WQS) เมื่อมีแนวคิดในการออกแบบและกลุ่มเป้าหมายหลักแล้ว จึงมาทำการให้คะแนนในบทนี้เพิ่มเติม โดยจากแนวคิดที่ต้องรองรับกลุ่มคนวัยอื่นๆในครอบครัวด้วย ทำให้มีปัจจัยที่ต้องให้น้ำหนักเพิ่มขึ้น



ภาพที่ 3.30 ความต้องการปัจจัยที่เกี่ยวกับการใช้ชีวิตประจำวันของแต่ละช่วงวัย

สรุปการให้คะแนนปัจจัยในการเลือกแปลงที่ดินเพื่อทำโครงการที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุภายใต้แนวคิด “Home for all” ดังนี้

ตารางที่3.10

ปัจจัยที่ใช้ในการคัดเลือกแปลงที่ดิน

ตัวแปร		W	น้ำหนัก ถ่วง
Location	ระยะห่างจากถนนหลัก	30%	5%
	ระยะห่างจากระบบขนส่งสาธารณะ		5%
	ระยะห่างจากCBD/แหล่งงาน		5%
	ระยะห่างจากแหล่งพาณิชยกรรม		5%
	ระยะห่างจากสถานพยาบาล		5%
	ระยะห่างจากพื้นที่สีเขียว		5%
Geographic	พื้นที่ราบไม่เป็นทางน้ำ/ลักษณะดิน	20%	5%
	รูปร่างและสัดส่วนที่ดินที่เหมาะสม		5%
	กฎหมายและข้อกำหนดต่างๆ		10%
ตัวแปร		W	น้ำหนัก ถ่วง
Environment	ความเงียบสงบ,ไม่มีสิ่งรบกวนจากละแวกข้างเคียง อาทิ มลพิษ	25%	5%
	ใกล้แหล่งชุมชน(ชุมชน คือ โรงเรียน หมู่บ้านอื่นๆ วัด ร้านค้า ที่บ่งบอกความเป็นชุมชน)		5%
	ความปลอดภัย อาทิ แสงสว่างเพียงพอ ไม่เปลี่ยว		10%
Accessibility	จำนวนเส้นทางเข้าออก	15%	5%
	ระยะห่างจากทางด่วน		5%
	ระยะห่างจากที่กัลับริด		5%
Financial/marketing	ความเป็นไปได้ของโครงการ	10%	10%

บทที่ 4

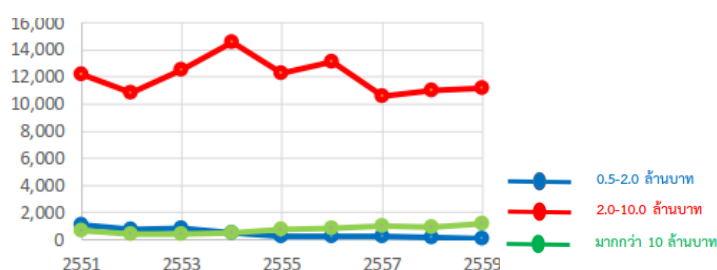
การคัดเลือกทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม

4.1 การวิเคราะห์ทำเลที่ตั้งของจังหวัดนนทบุรี

จากการถ่วงน้ำหนักทำเลที่ตั้งโดยการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้สูงวัย ในช่วงวัย 55-69 ปี ที่มีสุขภาพดี อาศัยอยู่ทางโซนเหนือของกรุงเทพมหานครจำนวนมากที่สุด ซึ่งติดกับจังหวัดนนทบุรี ด้วยความที่จังหวัดนนทบุรีมีศักยภาพในการพัฒนาเพื่อรองรับผู้สูงวัยกลุ่มนี้ ที่ถูกคัดกรองด้วยกำลังซื้อจากบทที่ 3 ได้แก่ ผู้สูงวัยที่อยู่อาศัยในเขต หลักสี่ จตุจักร ตลิ่งชัน และบางซื่อ ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จากงานวิจัยหลายงานผลสรุปออกมาใกล้เคียงกันคือ ผู้สูงวัยไม่ได้มีความต้องการจะย้ายถิ่นไปไกลจากถิ่นเดิมและยังอยากอยู่ใกล้กับลูกหลาน และหากต้องเปลี่ยนสถานที่อยู่อาศัยไม่จำเป็นต้องเป็นกรุงเทพมหานคร แต่ก็ยังอยากกลับมาใช้สถานที่เดิมๆที่เคยใช้งานอยู่บ้าง ดังนั้น จังหวัดปริมณฑลที่มีความพร้อมทางกายภาพและมีศักยภาพทางด้านต่างๆใกล้เคียงกับกรุงเทพมหานคร จึงเป็นจังหวัดที่มีความเหมาะสม ที่จะรองรับผู้สูงวัยกลุ่มเป้าหมายข้างต้น โดยได้ทำการศึกษาเพื่อคัดเลือกทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม ดังต่อไปนี้

4.1.1 ภาพรวมของตลาดที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยว

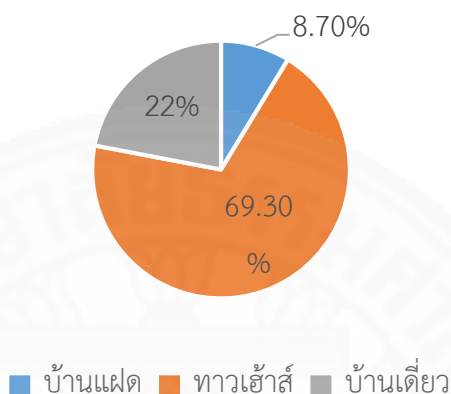
จากการศึกษาที่อยู่อาศัยของผู้สูงวัยกลุ่มเป้าหมาย สรุปว่า ผู้สูงวัยต้องการที่อยู่อาศัยเป็นลักษณะบ้านเดี่ยวซึ่งคล้ายคลึงกับที่อยู่อาศัยเดิมที่ยังสามารถอยู่อาศัยกับครอบครัวได้ โดยได้ทำการศึกษาที่อยู่อาศัยเฉพาะของผู้สูงวัยไปแล้วข้างต้น ในบทที่ 3 เมื่อทราบว่าทำเลโครงการจะตั้งอยู่ที่จังหวัดนนทบุรี จึงได้ทำการศึกษาตลาดภาพรวมของที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยวร่วมด้วย



ภาพที่ 4.1 แสดงจำนวนหน่วยขายย้อนหลังของบ้านเดี่ยว

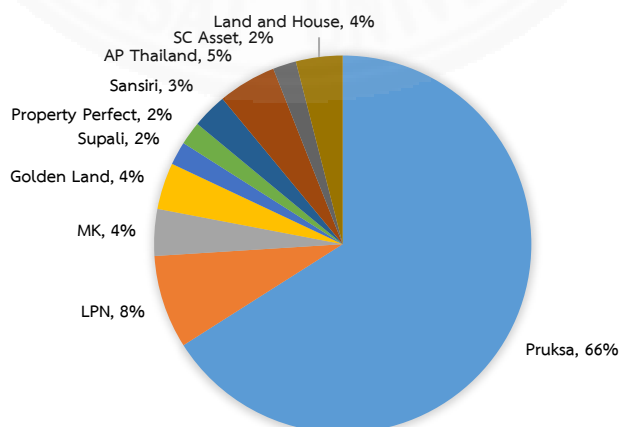
โดยแบ่งตามระดับราคา (ที่มา: Area 2016)

จากภาพสรุปได้ว่า บ้านเดี่ยวในระดับราคา 2-10 ล้านบาท เป็นกลุ่มที่มีจำนวนยูนิตขายมากที่สุดและมีแนวโน้มที่กำลังจะเพิ่มสูงขึ้น สังเกตจากการตั้งขึ้นของกราฟ ส่วนบ้านเดี่ยวในระดับราคา 0.5-2 ล้านบาท และ ระดับราคามากกว่า 10 ล้านบาท มีจำนวนยูนิตที่น้อย แสดงว่าตลาดบ้านเดี่ยวในระดับราคา 2-10 ล้านบาทยังมีมากพอสมควร ซึ่งเป็นคนกลุ่มชนชั้นกลางที่มีความสามารถในการผ่อนและมีความสามารถในการกู้



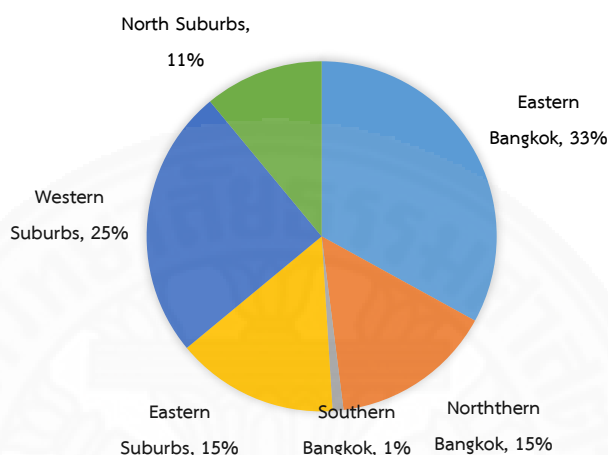
ภาพที่ 4.2 แสดงสัดส่วนของที่อยู่อาศัยแต่ละประเภท
(ที่มา: CBRE Research 2016 (Q2))

จากกราฟแสดงสัดส่วนของที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยวอยู่ที่ ร้อยละ 22 ของทั้งหมด ซึ่งรองลงมาจากทาวเฮ้าส์ ที่อยู่ที่ ร้อยละ 69.3 และสัดส่วนที่น้อยที่สุด คือ บ้านแฝด อยู่ที่ร้อยละ 8.7



ภาพที่ 4.3 แสดงสัดส่วนของบริษัทที่ขึ้นโครงการ-
ที่อยู่อาศัยใหม่ (ที่มา: CBRE Research 2016 (Q2))

จากกราฟแสดงสัดส่วนบริษัทที่มีโครงการที่อยู่อาศัยขึ้นใหม่ในปัจจุบัน บริษัท พกษา โฮลดิ้ง เป็นบริษัทที่ครองตลาดที่ใหญ่ที่สุด มีสัดส่วนอยู่ที่ ร้อยละ 66 ซึ่งแบรนด์พกษาเป็นแบรนด์ที่ครองตลาดล่างมานานและปัจจุบันกำลังเริ่มมีธุรกิจเกี่ยวกับโรงพยาบาล เป็นโมเดลที่น่าสนใจที่สามารถนำมาพัฒนาพร้อมกับโครงการของเรา ซึ่งมีทั้งเรื่องความน่าเชื่อถือในการสร้างบ้าน และได้สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับแบรนด์โรงพยาบาลของบริษัทพกษาด้วย



ภาพที่ 4.4 แสดงสัดส่วนของอุปทานบ้านเดี่ยวแบ่งตามทำเล (ที่มา: CBRE Research 2016 (Q2))

พื้นที่ชานเมืองฝั่งตะวันตก มีสัดส่วนอยู่ถึงร้อยละ 25 ของทั้งหมด ซึ่งหมายรวมถึงจังหวัดนนทบุรี จากข้อมูลแสดงถึงอุปสงค์และอุปทานในตลาดที่มีมากขึ้นตามความเจริญและการพัฒนาของโครงสร้างพื้นฐานเมือง

4.1.2 ภาพรวมของตลาดที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยว ของจังหวัดนนทบุรี

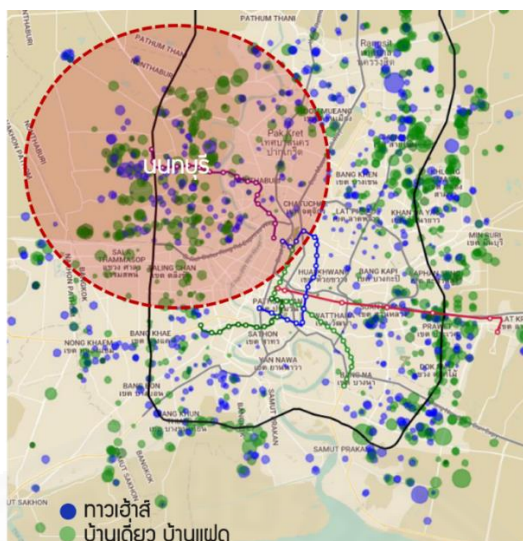
จังหวัดนนทบุรี เป็นจังหวัดหนึ่งที่มีการพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัยเป็นจำนวนมาก และมีความพร้อมในหลากหลายด้าน ทั้งโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งงาน สาธารณูปโภค และสาธารณูปการ ปัจจุบันมีอยู่ถึง 150 โครงการ ซึ่งมากกว่าโซนชานเมืองฝั่งตะวันออกอย่างจังหวัดสมุทรปราการ



ภาพที่ 4.5 แผนที่แสดงจำนวนโครงการบ้านเดี่ยวในแต่ละทำเล (ที่มา: QH Presentation, MRE16)



ภาพที่ 4.6 ภาพโครงการตัวอย่างในจังหวัดนนทบุรี (ที่มา: www.google.com)



ภาพที่ 4.7 แสดงการกระจุกตัวของโครงการที่อยู่อาศัยแต่ละประเภท
ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (ที่มา: QH Presentation, MRE16)

จังหวัดนนทบุรีเป็นจังหวัดหนึ่ง ที่รองรับการขยายตัวของกรุงเทพมหานครที่มีความหนาแน่นสูง เนื่องจากติดกับกรุงเทพมหานคร สังกัดได้จากกระกระจายตัวของโครงการที่อยู่อาศัย ที่กระจายตัวออกจากศูนย์กลางเมืองเกาะตามกลุ่มพื้นที่ชานเมืองและปริมณฑล เนื่องด้วยปัจจุบันความสะดวกสบายในการเดินทางมีมากขึ้น ผู้คนสามารถเข้าถึงระบบขนส่งมวลชนได้ง่ายขึ้น

ตารางที่ 4.1

ตารางแสดงอัตราการขายเฉลี่ยต่อเดือนของโครงการบ้านเดี่ยวในย่านนนทบุรีแบ่งตามระดับราคา
(ที่มา: Area 2016)

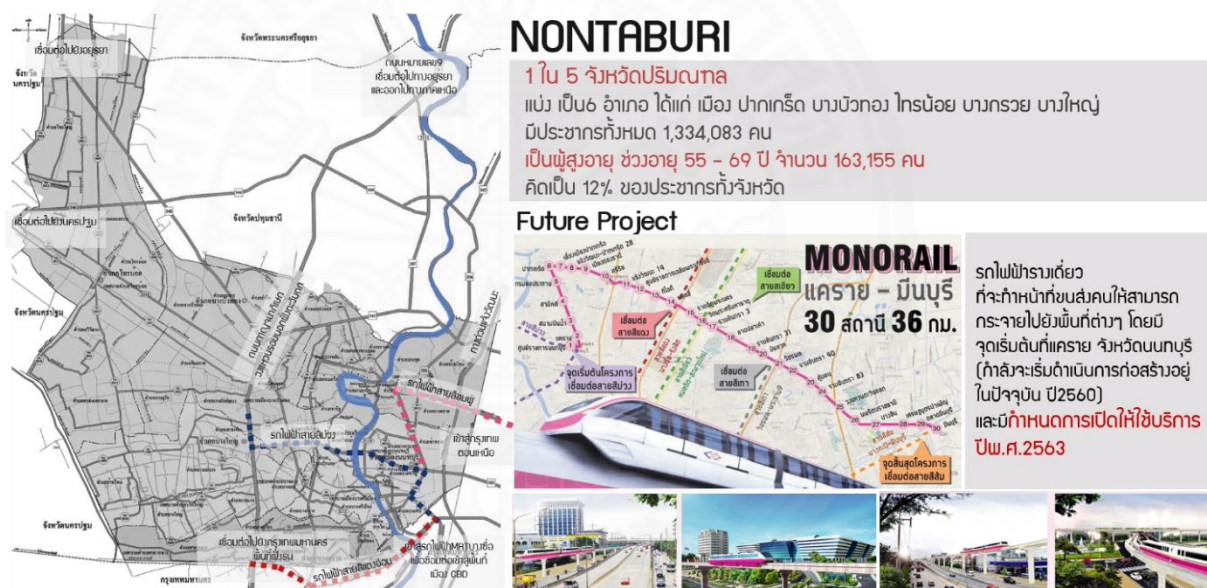
ระดับราคา (ล้านบาท)	AVG./เดือน(Units)	Time to leave (Month)
3.01 - 5.00	5.32%	18.79
5.01 - 7.00	3.33%	30.00
7.01 - 10.00	3.59%	27.83
10.01 - 20.00	2.68%	37.26
20.01 - 30.00	1.77%	56.52
> 30.00	1.96%	51.00

จากตารางพบว่า ในSegment บ้านเดี่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของโครงการ ที่ระดับราคา 5-10 ล้านบาท มีอัตราการขายเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 3.33%-3.59% ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง เป็นอัตราเฉลี่ยปกติของการขายบ้านเดี่ยว ส่วนSegment บ้านเดี่ยวที่ขายได้ดีที่สุดในย่านนนทบุรี คือ ที่ระดับราคา 3-5 ล้าน อยู่ที่ 5.32% เป็นSegment ที่มีจำนวนยูนิตมากที่สุดในปัจจุบัน

4.1.3 ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดนนทบุรี

จังหวัดนนทบุรีเป็น 1 ใน 5 จังหวัดปริมณฑล แบ่ง เป็น 6 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอปากเกร็ด อำเภอบางบัวทอง อำเภอไทรน้อย อำเภอบางกรวย และอำเภอบางใหญ่ ซึ่งมีจำนวนประชากรทั้งหมด 1,334,083 คน เป็นผู้สูงอายุช่วงอายุ 55 – 69 ปี จำนวน 163,155 คน หรือคิดเป็น 12% ของประชากรทั้งหมดของจังหวัดนนทบุรี

4.1.3.1 โครงข่ายคมนาคม



ภาพที่ 4.8 แผนที่แสดงขอบเขตจังหวัดนนทบุรี

(1) โครงข่ายการสัญจรทางบกที่สำคัญ ได้แก่

ทางพิเศษศรีรัช หรือทางด่วนชั้นที่ 2 เชื่อมต่อพื้นที่ในจังหวัดนนทบุรี บริเวณถนนแจ้งวัฒนะเพื่อเข้าสู่พื้นที่ใจกลางเมืองกรุงเทพมหานคร และจังหวัดสมุทรปราการ

ถนนกาญจนาภิเษก หรือ ทางหลวงพิเศษหมายเลข 9 หรือ วงแหวนรอบนอกตะวันตก ถนนขนาด 4-16 ช่องจราจร เป็นถนนสายสำคัญที่มีเส้นทางเชื่อมต่อกันเป็นวงแหวน ล้อมรอบตัวเมืองกรุงเทพมหานคร จังหวัดนนทบุรี ปทุมธานี และสมุทรปราการ รวมถึงผ่านจังหวัด

พระนครศรีอยุธยาด้วย มีระยะทางตลอดทั้งสายรวม 168 กิโลเมตร เข้าเขตจังหวัดนนทบุรีเริ่มต้นตั้งแต่ สะพานข้ามคลองมหาสวัสดิ์ สิ้นสุดที่สะพานข้ามคลองพระอุดม

ถนนกรุงเทพ-นนทบุรี หรือ ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 301 เชื่อมระหว่างเขตบางซื่อกับตัวอำเภอเมืองจังหวัดนนทบุรี ถนนขนาด 4 ช่องจราจร ความกว้างประมาณ 25 เมตร ระยะทางรวม 5.358 กิโลเมตร เข้าเขตจังหวัดนนทบุรี เริ่มต้นตั้งแต่สะพานข้ามคลองบางเขนและสิ้นสุดที่แยกติวานนท์

ถนนแจ้งวัฒนะ เป็นส่วนหนึ่งของทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 304 ถนนขนาด 6 ช่องจราจร เป็นถนนสายหนึ่งในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เขตหลักสี่ และเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร

ถนนรัตนาธิเบศร์ เป็นส่วนหนึ่งของทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 302 ซึ่งเป็นทางหลวงแผ่นดินในกรุงเทพมหานครและจังหวัดนนทบุรี

ถนนบางกรวยไทรน้อย หรือทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 3215 ถนนขนาด 4-6 ช่องจราจร เป็นเส้นทางผ่านไปยังพื้นที่ฝั่งตะวันตกของแม่น้ำเจ้าพระยาในจังหวัดนนทบุรี โดยตัดผ่านอำเภอดังต่อไปนี้ ได้แก่ อำเภอบางกรวย อำเภอเมืองนนทบุรี อำเภอบางใหญ่ อำเภอบางบัวทอง และอำเภอไทรน้อย ตามลำดับ ระยะทางประมาณ 35 กิโลเมตร

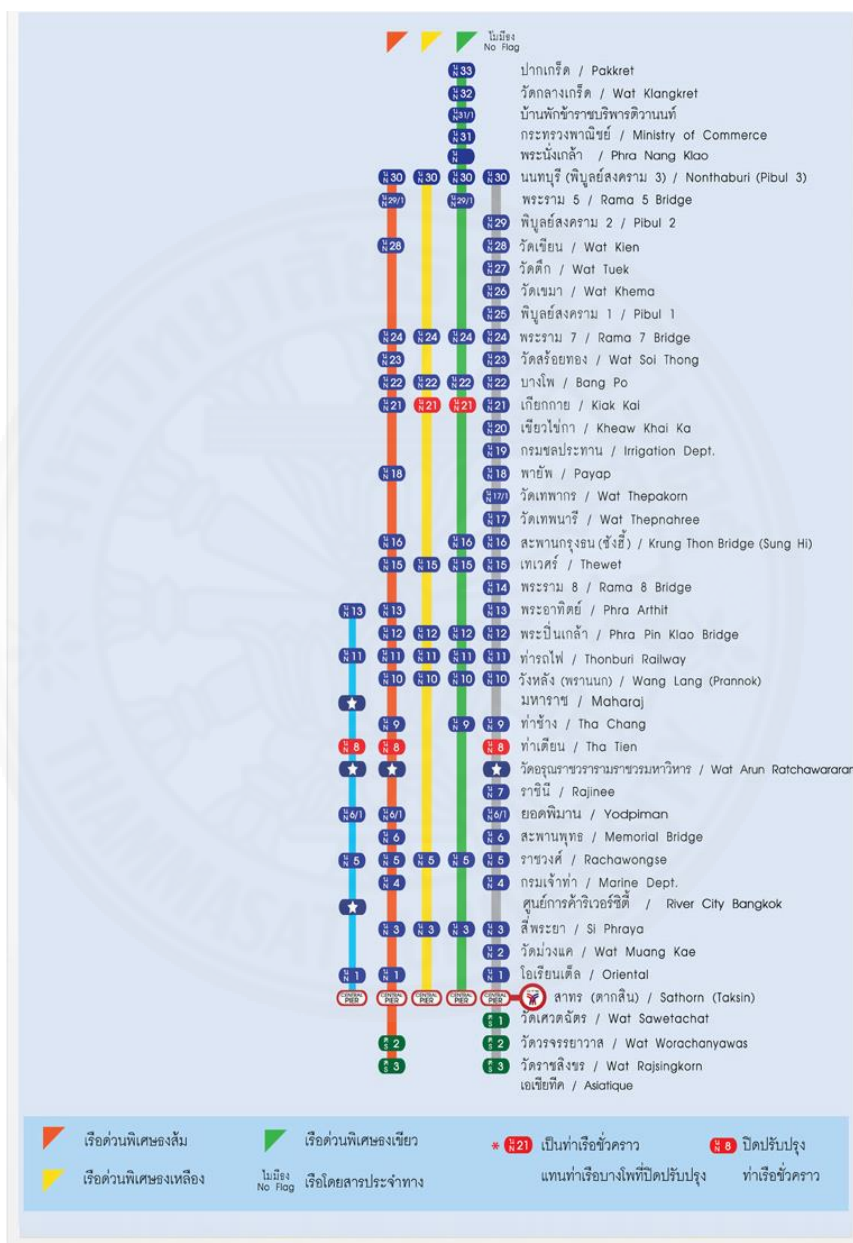
โครงการทางด่วนในอนาคต โครงการมอเตอร์เวย์ บางใหญ่-กาญจนบุรี หรือ ทางหลวงพิเศษหมายเลข 81 ระยะทาง 96 กิโลเมตร เป็นทางหลวงพิเศษ ที่จะทำให้การจราจรจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑลสามารถเดินทางไปภาคตะวันตกของประเทศได้โดยสะดวก มีขนาด 4-6 ช่องจราจร มีเขตทางกว้างตามแบบ 50 เมตร, 70 เมตร, 90 เมตร, 100 เมตร ทำให้สามารถใช้เป็นเส้นทางลัดในจังหวัดนนทบุรี ไปยังเขื่อนลเวสเกตและสถานีรถไฟสายสีม่วงได้สะดวกขึ้น



ภาพที่ 4.9 แสดงเส้นทางโครงการในอนาคตมอเตอร์เวย์บางใหญ่-กาญจนบุรี

(2) โครงการการสัญจรทางน้ำ ได้แก่

จังหวัดนนทบุรีมีท่าเรือด่วนเจ้าพระยา ซึ่งเริ่มต้นที่ท่าบ้านนนท์ หรือ ปากเกร็ด ซึ่งเป็นจุดต่อรถและเปลี่ยนถ่ายการสัญจรของนนทบุรี โดยมีเส้นทางเดินเรือไปยังพื้นที่เมืองเก่า และมีจุดที่สามารถเปลี่ยนถ่ายคนจากเรือเป็นรถ เป็นรถไฟฟ้า ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 4.10 แสดงจำนวนเส้นทางการเดินเรือด่วนเจ้าพระยา

(ที่มา : <http://www.chaophrayaexpressboat.com/th/services/>)

(3) ระบบขนส่งมวลชนที่สำคัญ ได้แก่

รถไฟฟ้าสายสีม่วง เชื่อมต่อสถานีรถไฟฟ้าบางซื่อเข้าสู่พื้นที่นนทบุรี ไปสิ้นสุดที่สถานีคลองบางไผ่ เป็นจำนวน 16 สถานี แต่ละจุดจะมีการเชื่อมต่อกับอาคารจอดรถขนาดใหญ่ โดยแต่ละสถานีสามารถเชื่อมต่อกับระบบขนส่งอื่นๆดังนี้

- สถานีเตาปูน เชื่อมต่อกับรถไฟฟ้าใต้ดินMRTที่สถานีบางซื่อ
- สถานีบางซื่อ เชื่อมกับรถไฟฟ้าชานเมืองสายสีแดงช่วงบางซื่อ-ตลิ่งชัน ของการรถไฟแห่งประเทศไทย (รฟท.)

- สถานีศูนย์ราชการนนทบุรี เชื่อมกับรถไฟฟ้าสายสีชมพูช่วงแคราย-มีนบุรี
- สถานีสะพานพระนั่งเกล้า จะเชื่อมต่อกับเรือด่วนเจ้าพระยา บริเวณท่าเรือพระนั่งเกล้า

- สถานีคลองบางไผ่ เชื่อมกับระบบขนส่งมวลชนอื่นๆ และเชื่อมต่อกับอาคาร

จอดรถ 1,900คัน



ภาพที่ 4.11 แสดงเส้นทางเดินรถไฟฟ้าสายสีม่วง

(ที่มา : <http://www.realist.co.th>)

โครงการในอนาคต รถไฟฟ้าสายสีชมพู เป็นระบบขนส่งมวลชนสายรอง ประเภทรถไฟฟ้ารางเดี่ยว (Straddle Monorail) เส้นทางแคราย – มีนบุรี รวมระยะทาง 34.5 กิโลเมตร จำนวน 30 สถานี สามารถขนส่งผู้โดยสารได้ 13,000 คน/ชม./ทิศทาง ด้วยความเร็ว 80 กม./ชั่วโมง สามารถช่วยนำคนเข้าสู่พื้นที่ต่างๆของนนทบุรีไปตลอดจนถึงจังหวัดมีนบุรี โดยเชื่อมต่อกับรถไฟฟ้าสายสีม่วงที่สถานีแคราย กำหนดการแล้วเสร็จปี พ.ศ. 2563



ภาพที่ 4.12 แสดงเส้นทางเดินรถไฟฟ้าสายสีชมพู
(ที่มา : <http://www.realist.co.th>)

4.1.3.2 พื้นที่พาณิชย์กรรม

พื้นที่พาณิชย์กรรมในจังหวัดนนทบุรีเป็นแบบผสมผสานทั้งชุมชนเก่าและชุมชนใหม่ ซึ่งพื้นที่พาณิชย์กรรมที่สำคัญได้แก่ เมืองทองธานี ที่มีทั้งห้องประชุม ศูนย์จัดแสดงสินค้า และฮอลล์สำหรับจัดงานต่างๆ และศูนย์การค้าขนาดใหญ่ อย่างเซ็นทรัลพลาซ่าแจ้งวัฒนะ เซ็นทรัลพลาซ่าเวสเกต และอิกียที่กำลังจะเปิดให้บริการเร็วๆนี้ นอกจากนี้ศูนย์การค้าขนาดใหญ่ ตลาดสำคัญๆ อาทิ ตลาดบางใหญ่ และตลาดทำนายนนท์ บ่งบอกถึงความเจริญของทั้งชุมชนเก่าและชุมชนใหม่ ของย่านนี้และการพัฒนาความพร้อมเพื่อรองรับที่อยู่อาศัยที่มีจำนวนมากขึ้น



ภาพที่ 4.13 แผนที่แสดงตำแหน่งของพื้นที่พาณิชยกรรมในจังหวัดนนทบุรี

4.1.3.3 สถานพยาบาล

จังหวัดนนทบุรีมีสถานพยาบาลของภาครัฐทั้งหมด 7 แห่ง ด้วยจำนวนเตียง 732 เตียง อาทิ โรงพยาบาลพระนั่งเกล้า และโรงพยาบาลบางใหญ่ เป็นต้น และมีโรงพยาบาลเอกชนอีกกว่า 20 แห่ง ตามเกณฑ์ขององค์การอนามัยโลก สัดส่วนของแพทย์ต่อจำนวนประชากรที่เหมาะสมคือ แพทย์ 1 คน ต่อ จำนวนประชากร 1,500 คน ซึ่งโรงพยาบาลในจังหวัดนนทบุรีเมื่อรวมแล้วทั้งภาครัฐและเอกชน อัตราส่วนเฉลี่ยประชากรต่อแพทย์ 1 คน อยู่ที่ประมาณ 1,500 คน พอดีซึ่งหมายความว่ามีส่วนที่เหมาะสม แสดงการมีศักยภาพที่ดีในด้านการดูแลสุขภาพ



ภาพที่ 4.14 แผนที่แสดงตำแหน่งของสถานพยาบาลในจังหวัดนนทบุรี

4.1.3.4 สวนสาธารณะ

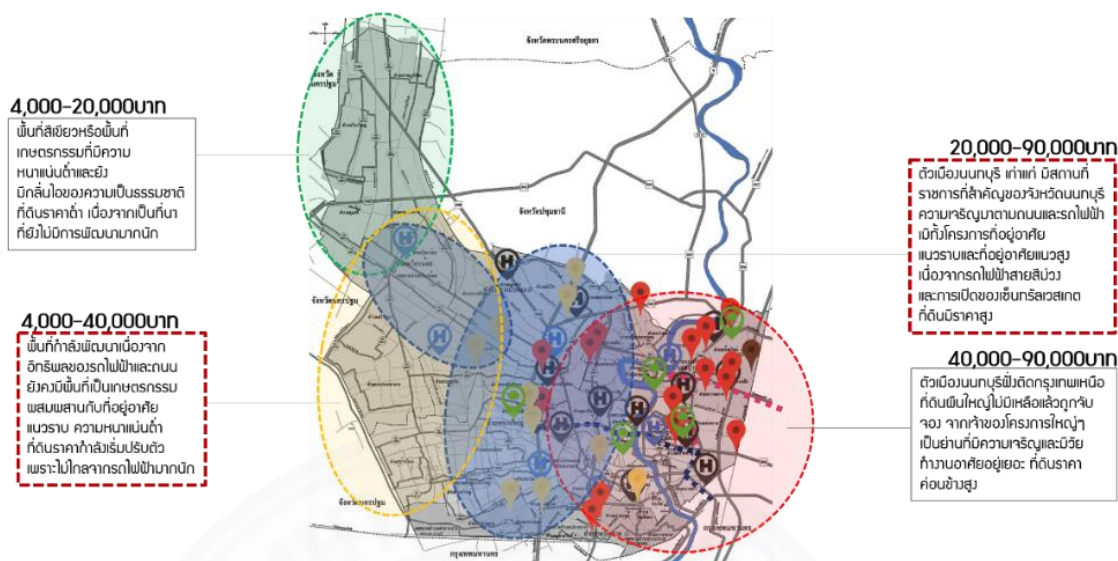
จังหวัดนนทบุรีมีสวนสาธารณะหรือพื้นที่สีเขียวขนาดใหญ่อยู่ 5 แห่ง ได้แก่ สวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ สวนสาธารณะกรมชลประทานปากเกร็ด อุทยานนกุนกุ่มยสรณ อุทยานเฉลิมกาญจนาภิเษก และสวนสาธารณะบางใหญ่ซิดี้ ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ทางย่านที่มีความเป็นเมืองหนาแน่น ส่วนพื้นที่อีกฝั่งของถนนกาญจนาภิเษก ยังมีความหนาแน่นที่น้อยและมีพื้นที่สีเขียวตามธรรมชาติอยู่จำนวนมาก



ภาพที่ 4.15 แผนที่แสดงตำแหน่งของสวนสาธารณะในจังหวัดนนทบุรี

4.1.3.5 การแบ่งย่านและราคาที่ดินในแต่ละย่าน

พื้นที่ในจังหวัดนนทบุรีเมื่อมองเป็นย่านๆ สามารถแบ่งออกได้ตามภาพที่ 4.14 โดยย่านที่มีความเหมาะสมในการทำที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงวัย คือย่านที่อยู่อาศัยหนาแน่นน้อย แต่ยังมีลักษณะของความเป็นชุมชน ซึ่งมีราคาที่ดินที่เหมาะสมในการพัฒนาที่อยู่อาศัยผู้สูงวัยในกลุ่ม Segment ที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ที่ระดับราคา 5-10 ล้านบาท และยังเป็นพื้นที่ที่สามารถเข้าถึงได้ด้วยระบบขนส่งมวลชนต่างๆ ซึ่งมีย่านที่น่าสนใจอยู่ 2 ย่าน ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 4.16 แผนที่แสดงย่านต่างๆในจังหวัดนนทบุรี แบ่งตามความเจริญของพื้นที่

4.2 การคัดเลือกแปลงที่ดินที่เหมาะสม

4.2.1 การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการเพื่อกำหนดราคาที่ดินเบื้องต้น

จากการกลั่นกรองกลุ่มเป้าหมายและกำหนดลักษณะของที่ดินที่ต้องการออกมาจากบทที่ 3 มีเงื่อนไขในการหาแปลงที่ดินมาเปรียบเทียบที่เหมาะสม เบื้องต้น ดังนี้

1. ต้องการจำนวนยูนิตประมาณ 70-142 ยูนิต หรือ ต้องการพื้นที่ขนาด 20 -40 ไร่ ในการทำโครงการที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงวัยซึ่งมีลักษณะเป็นบ้านเดี่ยว มีพื้นที่ดินบ้าน 50-70 ตารางวา และพื้นที่ใช้สอยสำหรับ 3-5 ห้องนอน หรือ 120 -200 ตารางเมตร
2. เป็นพื้นที่ชานเมืองที่ยังอยู่ใกล้ระบบขนส่งสาธารณะ
3. สามารถทำโครงการในระดับราคาอยู่ที่ 5-10 ล้านบาท
4. อยู่ในย่านที่ไม่แออัด มีลักษณะของความเป็นชุมชนและมลพิษต่ำ
5. มีการเข้าถึงของระบบสาธารณูปโภค และสาธารณูปการ

โดยได้ทำเงื่อนไขข้างต้น มาคิดหาราคาที่ดินที่เหมาะสม โดยตั้งเงื่อนไขเพิ่มเติมคือ

1. คิดพื้นที่ส่วนกลางที่ 50%ของพื้นที่ทั้งหมด และคิดกำไรที่ต้องการ 35%
2. คิดพื้นที่ส่วนกลางที่ 50%ของพื้นที่ทั้งหมด และคิดกำไรที่ต้องการ 30%
3. คิดพื้นที่ส่วนกลางที่ 40%ของพื้นที่ทั้งหมด และคิดกำไรที่ต้องการ 35%
4. คิดพื้นที่ส่วนกลางที่ 40%ของพื้นที่ทั้งหมด และคิดกำไรที่ต้องการ 35%

ตารางที่ 4.2

ตัวอย่างวิธีการคิดเพื่อหาราคาที่ดินที่เหมาะสมโดยสมมติฐานที่ใช้ตามเงื่อนไขข้างต้น

จำนวนยูนิตที่คาดว่าจะสร้าง	142.00	ยูนิต		
ประเภทบ้านเดี่ยว(ขนาดที่ดินเฉลี่ย)	60.00	ตารางวา		
พื้นที่ขายที่ต้องการ(ที่ดิน)	8,520.00	ตารางวา	60%	ของพื้นที่ทั้งหมด
พื้นที่ที่ต้องการสำหรับทำโครงการ	14,200.00	ตารางวา	100%	ของพื้นที่ทั้งหมด
ระดับราคาขาย	5,000,000.00	บาท		
รายได้	710,000,000.00	บาท		
ถ้าต้องการกำไร 35% ต้นทุนจะเหลือ	525,925,925.93	บาท	35%	กำไร
หัก ค่าพัฒนาที่ดิน	- 17,265,183.60	บาท		
หัก ค่าส่วนกลาง และสาธารณูปโภคต่างๆ	- 99,343,200.00	บาท		
หัก ค่าConstruction cost	- 365,082,000.00	บาท	200	ตรม/ยูนิต
หัก ค่าสำรอง	- 14,296,560.00	บาท		
หัก ค่าบ้านตัวอย่าง	- 9,942,000.00	บาท	2	Type (รวม ตกแต่ง)
เหลือ ต้นทุนสำหรับที่ดิน	19,996,982.33	บาท		
	<u>1,408.24</u>	บาท/ ตารางวา		

สรุปได้ราคาที่ดินที่เหมาะสมเพื่อไปค้นหาแปลงที่ดินที่เข้าเงื่อนไข อยู่ที่ราคา
ระหว่าง 1,194 บาท/ตารางวา – 41,294 บาท/ตารางวา ดังตารางต่อไปนี้

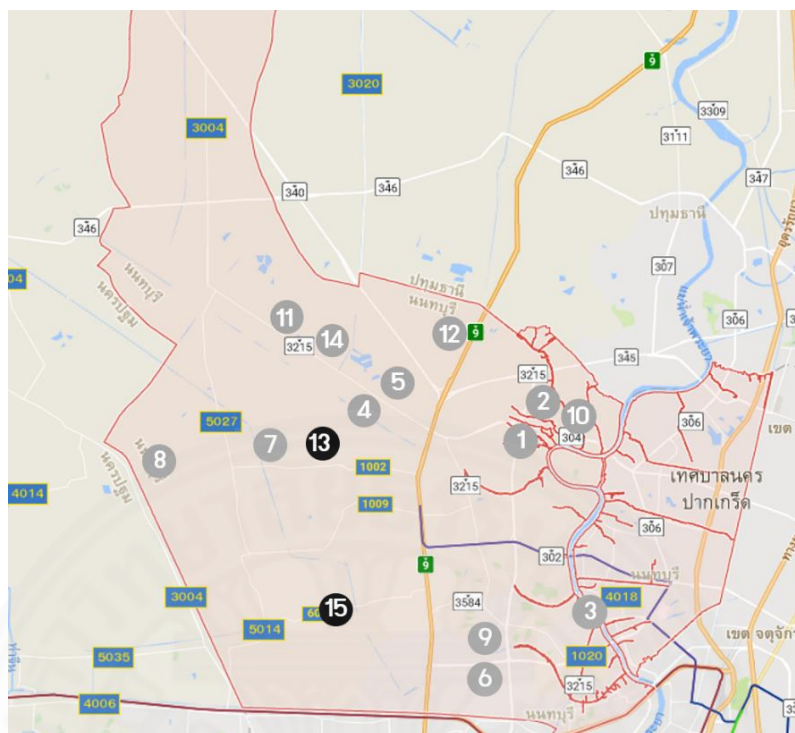
ตารางที่ 4.3

แสดงราคาที่ดินที่เหมาะสมในการทำโครงการระดับราคาบ้านเดี่ยวที่ 5-10 ล้าน

ราคา(ล้านบาท)			ระดับราคาบ้าน/ราคาที่ดิน					
พื้นที่ ขาย	กำไรที่ ต้องการ	พื้นที่ใช้ สอย(m2)	5MB	6MB	7MB	8MB	9MB	10MB
50%	35%	200		6,180	12,353	18,526	24,698	30,871
50%	30%	200	1,194	7,604	14,015	20,425	26,835	33,245
60%	35%	200	1,408	8,815	16,223	23,630	31,037	38,445
60%	30%	200	2,832	10,525	18,217	25,909	33,601	41,294

4.2.2 การคัดกรองแปลงที่ดินที่มีความเป็นไปได้และวิเคราะห์เปรียบเทียบ

การคัดกรองแปลงที่ดิน ได้ทำการคัดกรองเบื้องต้นก่อนเลือกที่ดินมาเปรียบเทียบ โดยทำการหาแปลงที่ดินที่เข้าเงื่อนไขข้างต้นทั้งเรื่องขนาด ทำเลและราคาที่เหมาะสม แล้วนำมาคัดกรองเบื้องต้นด้วยเรื่องของข้อมูลที่ดินที่เพียงพอ รูปร่างขนาดของแปลงที่ดินซึ่งแปลงที่มีลักษณะแคบยาวในอัตราส่วนที่ไม่เหมาะสมจะถูกคัดออก เนื่องจากการออกแบบบนแปลงที่ดินที่มีลักษณะแคบยาวมากๆถนนจะตรงยาว ทำให้รถภายในโครงการวิ่งเร็วและเป็นอันตรายต่อผู้สูงวัยที่ความสามารถในการเดินลดลง หรือข้าลงนั่นเอง



ภาพที่ 4.17 แผนที่แสดงตำแหน่งแปลงที่ดิน

ตารางที่ 4.4

แสดงรายละเอียดแปลงที่ดินที่ทำการคัดเลือก

ที่ดิน	ตำแหน่ง	ขนาด (ไร่)	ราคา	รวม
1	ข้างไลฟ์บางกอก บลูเลอวาร์ด ราชพฤกษ์ รัตนนิเบศร์	23.00	82,500.00	759,000,000.00
2	ราชพฤกษ์ เข้าไป 800ม. นนทบุรี	25.00	42,000.00	420,000,000.00
3	บางไผ่ ซอย24	22.00	60,000.00	528,000,000.00
4	ติดthe living2 นนทบุรี	29.00	17,500.00	203,000,000.00
5	ติดกับ อบต.บางบัวทอง	25.00	40,000.00	400,000,000.00
6	ติดโรงเรียนเด่นหล้า	21-3-70	85,000.00	745,450,000.00

ตารางที่ 4.4

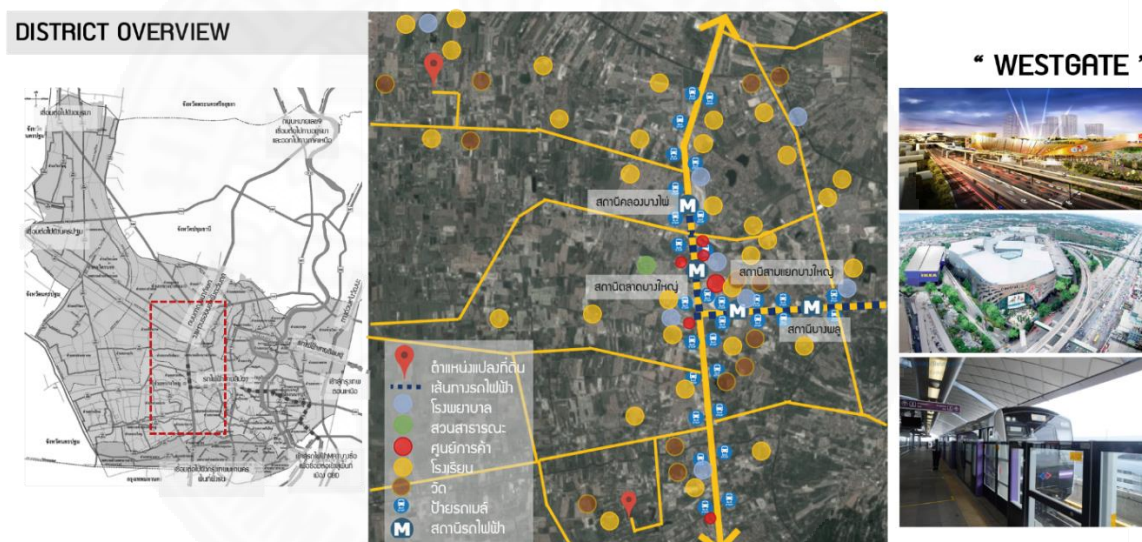
แสดงรายละเอียดแปลงที่ดินที่ทำการคัดเลือก (ต่อ)

ที่ดิน	ตำแหน่ง	ขนาด (ไร่)	ราคา	รวม
7	หมู่บ้านพฤษภา3	30-2-5	4,000.00	48,820,000.00
8	อบต.หนองเพรางาย	30.00	5,250.00	63,000,000.00
9	ซอยบางกร่าง 45	22.00	13,750.00	121,000,000.00
10	ปากทางเข้าวัดสะพานสูง ศูนย์โตโยต้า	22.00	65,000.00	572,000,000.00
11	ปากซอยวัดคลองตาค้าย	39-3-48	27,250.00	434,583,000.00
13	ใกล้โรงเรียนบางคูรัด	34-3-68	10,000.00	140,760,000.00
14	ถนนบางกรวย-ไทรน้อย	39-3-52	28,750.00	458,620,000.00
15	ซอยสันติธรรม 2	34-3-59	8,750.00	115,500,000.00

สรุปที่ดินที่เลือกนำมาเปรียบเทียบและเข้าเงื่อนไขที่กำหนด ได้แก่ที่ดินเบอร์13 กำหนดเป็นแปลงที่ดินหมายเลข 1 และที่ดินเบอร์ 15 กำหนดเป็นแปลงที่ดินหมายเลข 2 โดยได้ทำการศึกษาทั้ง 2แปลง ทางด้านกายภาพต่างๆ ดังนี้

4.2.2.1 ภาพรวมระดับย่านบริเวณที่ดินที่ถูกคัดเลือก

ที่ดินทั้ง 2 ทำเล มีถนนหลักเส้นเดียวกันคือถนนกาญจนาภิเษกหรือวงแหวนรอบนอกตะวันตกเป็นตัวเชื่อมเข้าสู่พื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวกสำคัญต่างๆ อาทิ ศูนย์การค้า โรงเรียน และระบบขนส่งสาธารณะจะอยู่บริเวณถนนเส้นนี้เป็นหลัก ปัจจุบันมีรถไฟฟ้าสายสีม่วงที่เปิดใช้งานแล้วทำให้ทั้ง 2 ทำเลสามารถเดินทางได้สะดวกสบายมากขึ้นและเชื่อมต่อเข้าสู่พื้นที่เมืองและย่านต่างๆ และในปี พ.ศ.2563 จะมีโครงการรถไฟฟ้าสายสีชมพูเพิ่มขึ้นอีกหนึ่งสาย จากการสังเกตเมืองมีการขยายตัวไปจากถนนหลักเข้าไปยังถนนซอยต่างๆ โดยแปลงที่ 1 อยู่ในซอยวัดลาดปลาตุก เหนือสถานีรถไฟฟ้าคลองบางไผ่ แปลงที่ 2 อยู่ในซอยกันตนา ด้านล่างสถานีรถไฟฟ้าตลาดบางใหญ่

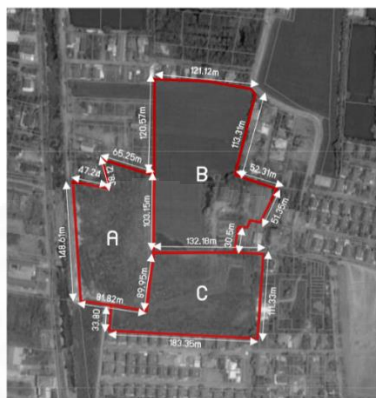


ภาพที่ 4.18 แผนที่แสดงสถานที่สำคัญต่างๆในย่าน แปลงที่ดินทั้งสองแปลง

4.2.2.2 การวิเคราะห์ทางด้านกายภาพและความเป็นได้ทางการตลาดของแปลงที่ดินที่ถูกคัดเลือกเบื้องต้น

(1) ข้อมูลของแปลงที่ดิน 1 : ต.บางคูรัด อ.บางบัวทอง จ.นนทบุรี

การวิเคราะห์ทางด้านกายภาพ



ภาพที่ 4.19 ภาพแสดงแปลงที่ดินที่ 1

ประกอบด้วยที่ดิน 3 แปลง ได้แก่

	แปลง A	แปลง B	แปลง C	รวม
ขนาดที่ดิน	9-2-56 ไร่	15-1-50 ไร่	9-3-52 ไร่	34-3-68 ไร่
ขนาดกว้างXยาว	82x193ม.	171x186ม.	111x183ม.	
รูปร่างที่ดิน	ที่ดินหลายเหลี่ยม	ที่ดินหลายเหลี่ยม	ที่ดินหลายเหลี่ยม	
ราคาที่ดิน	10,000 บาท/ตารางวา			



ภาพที่ 4.20 แสดงตำแหน่งแปลงที่ดิน 1 และสภาพแวดล้อมบริเวณโดยรอบแปลงที่ดิน

ปัจจุบันแปลงที่ดิน เป็นพื้นที่โล่งประกอบด้วยที่นา และพื้นที่รกร้างที่มี ต้นไม้ขึ้น ยังไม่ได้ทำการถม ซึ่งต้องถมประมาณ 1-2 เมตร โดยเขตที่ดินติดต่อกับ

ด้านทิศตะวันตก : ติดกับถนนองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรีเลียบบคลองโตะใหม่ซึ่งมีคลอง สาธารณะโตะใหม่ตรงกลาง ความกว้าง 15 เมตรและมีถนนทั้ง 2 ฝั่ง ข้างละ 2 เลน รวมเป็น 4 เลน ความกว้างถนนประมาณ 5-6 เมตรต่อฝั่ง

ด้านทิศตะวันออก : ติดกับหมู่บ้านซึ่งมีลักษณะเป็นชุมชนเดิม และมีพื้นที่ส่วนหนึ่งติดกับถนนโยธาธิการนนทบุรี 2011 ถนนขนาด 2 เลน ความกว้างประมาณ 7-8 เมตร

ด้านทิศเหนือ : ติดกับบ้านเดี่ยวในชุมชนเดิม

ด้านทิศใต้ : ติดกับหมู่บ้านจัดสรรโครงการทุ่งแสงตะวัน 1

สภาพแวดล้อมโดยรอบโครงการ รายล้อมด้วยแปลงนาที่ยังมีการทำนา จริงซึ่งทำให้บรรยากาศมีความเป็นพื้นที่สีเขียวที่ดูร่มรื่นและสบายตา ชุมชนบริเวณนั้นจะมีการ ผสมผสานกันระหว่างชุมชนเก่าและโครงการบ้านจัดสรรที่มีทั้งโครงการบ้านเดี่ยวและโครงการทาวน์ เฮาส์ เป็นที่อยู่อาศัยแนวราบทั้งหมด ไม่แออัด มีอากาศบริสุทธิ์ และมลพิษต่ำ

การวิเคราะห์ทางด้านตลาดและศักยภาพของย่านโดยรอบแปลงศึกษา

บริเวณย่านโดยรอบโครงการ ประกอบไปด้วยโครงการหมู่บ้านเก่า ถ้า เป็นประเภททาวเฮาส์ ราคาอยู่ที่ 1-3 ล้านบาท ส่วนโครงการที่เป็นบ้านเดี่ยว อยู่ที่ราคา 3-19 ล้านบาท โดยเป็นการค้นหาจากราคาบ้านมือสอง โครงการเก่าๆหากเป็นบ้านเดี่ยวจะเป็นโครงการที่มีพื้นที่ดินขนาดใหญ่ ประมาณ 50-100 ตารางวา ส่วนโครงการในปัจจุบัน ส่วนใหญ่เป็นโครงการบ้านเดี่ยว อยู่ในระดับราคา 3-8 ล้านบาท ซึ่งใกล้เคียงกับSegment ที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย และย่านนี้หากต้องการใช้ บริการรถสาธารณะสามารถออกมาที่ถนนหลักทางหลวงชนบทนนทบุรี 1002 หรือ ซอยวัดลาดปลา ดุก เป็นถนน 4 เลน ความกว้าง 12 เมตร และมีทางเท้าข้างละ 2 เมตร ซึ่งมีจุดจอดรถสาธารณะทั้งรถ ตู้และรถสองแถว และมีร้านค้าชุมชน ร้านสะดวกซื้อ ต่างๆตามแนวถนน



ภาพที่ 4.21 แสดงย่านบริเวณแปลงที่ดิน 1

(2) ข้อมูลของแปลงที่ดิน 2 : ต.บางใหญ่ อ.บางใหญ่ จ.นนทบุรี

การวิเคราะห์ทางด้านกายภาพ



ภาพที่ 4.22 ภาพแสดงแปลงที่ดินที่ 2

แปลงที่ดิน ประกอบด้วยที่ดิน 1 แปลง

ขนาดที่ดิน : 34-3-59 ไร่

รูปร่างที่ดิน : ที่ดินหลายเหลี่ยม

ราคาที่ดิน : 8,750 บาท/ตารางวา



ภาพที่ 4.23 แสดงตำแหน่งแปลงที่ดิน 2 และสภาพแวดล้อมบริเวณโดยรอบแปลงที่ดิน

ปัจจุบันแปลงที่ดิน เป็นพื้นที่โล่งประกอบด้วยพื้นที่รกร้างที่มีต้นไม้ขึ้น
พื้นที่บางส่วนถมดินแล้ว พื้นที่บางส่วน ยังไม่ได้ทำการถมเป็นคูน้ำแต่ไม่ใช่คลองสาธารณะภายใน
แปลงที่ดิน ที่ดินบางส่วนถมคอนกรีตและถูกใช้งานเป็นสวนกล้วยไม้และพื้นที่บ้านพักอาศัยของ
เจ้าของที่ดิน โดยเขตที่ดินติดต่อกับ

ด้านทิศตะวันตก : ติดกับแปลงนาที่ยังมีการทำนาอยู่ในปัจจุบัน

ด้านทิศตะวันออก : ติดกับแปลงนาและชุมชนที่ทำสวนดอกไม้ ขายต้นไม้ ซึ่งมีลักษณะเป็นชุมชนบ้านเดี่ยวคล้ายชนบททำอาชีพเป็นชาวสวนดอกไม้

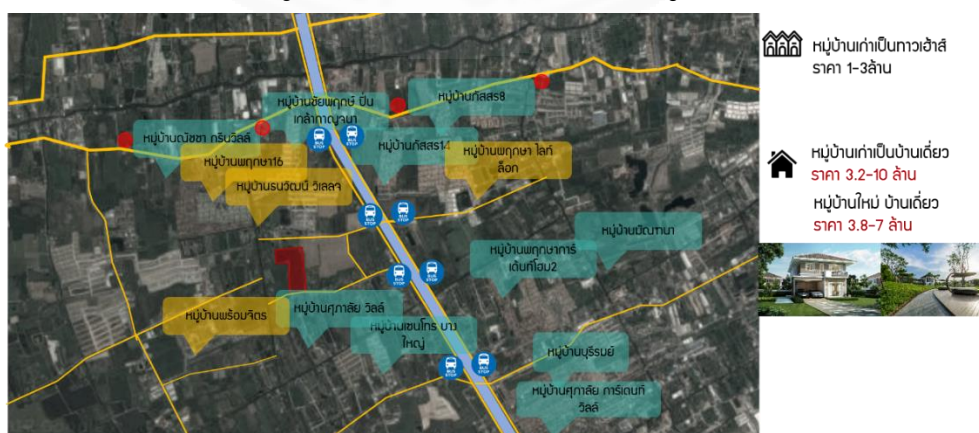
ด้านทิศเหนือ : ติดกับพื้นที่โล่ง แปลงนาและสวนดอกไม้

ด้านทิศใต้ : ติดกับถนนสันติธรรม 2 เป็นถนนคอนกรีตขนาด 2 เลน เป็นไหล่ทางดิน ข้างละ 1 เมตร ความกว้างถนน 5-6 เมตร

สภาพแวดล้อมโดยรอบโครงการ รายล้อมด้วยแปลงนาที่ยังมีการทำนาอยู่ในปัจจุบันและชุมชนที่ทำอาชีพสวนดอกไม้ ขายต้นไม้ บรรยากาศร่มรื่นและสบายตา ลักษณะคล้ายชนบทแต่ทำเลไม่ไกลเมืองมาก แต่ด้วยความที่มีหมู่บ้านอยู่ด้านในน้อย ทำให้อุปกรณ์ให้แสงสว่างอยู่น้อย แม้ว่าจะเงียบสงบเหมาะแก่การพักผ่อนมาก แต่ที่อยู่สำหรับผู้สูงวัยก็ต้องการความปลอดภัยสูง

การวิเคราะห์ทางด้านตลาดและศักยภาพของย่านโดยรอบแปลงศึกษา

บริเวณย่านโดยรอบโครงการ ประกอบไปด้วยโครงการหมู่บ้านเก่า ถ้าเป็นประเภททาวเฮ้าส์ ราคาอยู่ที่ 1-3 ล้านบาท ส่วนโครงการที่เป็นบ้านเดี่ยว อยู่ที่ราคา 3.2-10 ล้านบาท โดยเป็นการค้นหาจากราคาบ้านเดี่ยวมือสอง โครงการเก่าหากเป็นบ้านเดี่ยวจะเป็นโครงการที่มีพื้นที่ดินขนาดใหญ่ ประมาณ 50 -100 ตารางวา ส่วนโครงการในปัจจุบัน ส่วนใหญ่เป็นโครงการบ้านเดี่ยว อยู่ในระดับราคา 3.8 -7 ล้านบาท ซึ่งใกล้เคียงกับ Segment ที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย และส่วนบริการรถสาธารณะสามารถออกมาที่ถนนเลียบคลองประปามหาสวัสดิ์ เป็นถนน 4 เลน ความกว้าง 7-8 เมตร ต่อฝั่งและมีคลองประปาข้างกลาง ไหลทางเป็นไหล่ทางดินข้างละ 1 เมตร ซึ่งมีจุดจอดรถสองแถว ส่วนร้านค้าจะเป็นร้านค้าชุมชน เกษะตามถนนบางใหญ่บางคูวัด เป็นร้านค้าขนาดเล็ก ถ้าต้องการร้านสะดวกซื้อหรือร้านค้าขนาดใหญ่ต้องไปที่หน้าปากซอยใกล้ถนนกาญจนาภิเษก



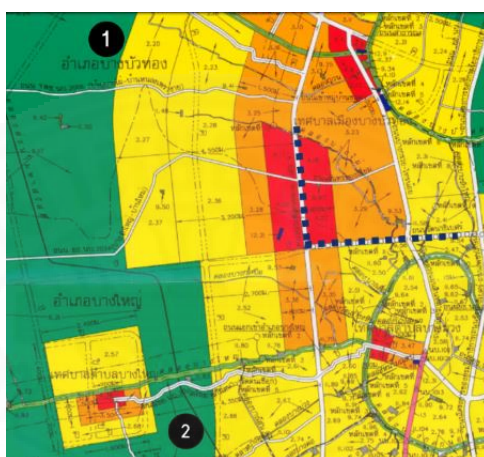
ภาพที่ 4.24 แสดงย่านบริเวณแปลงที่ดิน 2

4.2.2.3 การวิเคราะห์ทางด้านกฎหมายของแปลงที่ดินที่ถูกคัดเลือก

เบื้องต้น

(1) กฎหมายผังเมืองรวมจังหวัดนนทบุรี พ.ศ. 2548

แปลงที่ดินทั้ง 2 แปลง อยู่ในจังหวัดนนทบุรี และอยู่ในผังเมืองรวมบริเวณสีเขียวทั้ง 2 แปลง ตามตำแหน่งในภาพที่ 4.24



ภาพที่ 4.25 แสดงตำแหน่งแปลงที่ดินบนผังเมืองรวมนนทบุรี

ตารางที่ 4.5

แสดงข้อมูลการใช้ประโยชน์ที่ดินที่สามารถสร้างได้

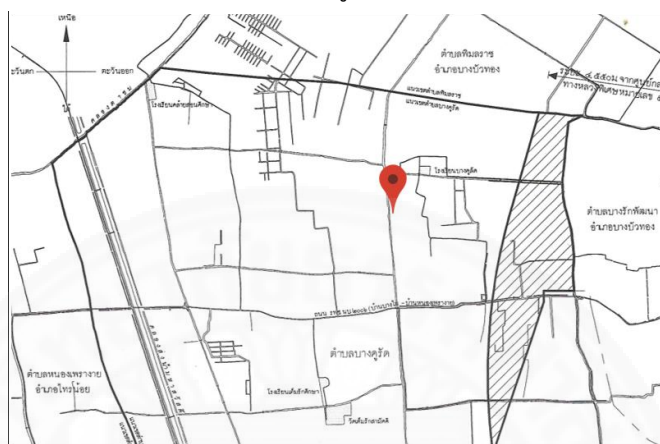
แปลง	ผังสี	การใช้ประโยชน์	การใช้ประโยชน์ที่สามารถทำได้	
1	สีเขียว 6.11	ที่ดินประเภท ชนบทและ เกษตรกรรม	เกษตรกรรม	
			ที่อยู่อาศัย	บ้านเดี่ยว
				บ้านแฝด
				บ้านแถว ทำได้ไม่เกินร้อยละ 20 ของโครงการ
			สถาบันราชการ	
			การสาธารณสุขโรคและสาธารณูปการ	
2	สีเขียว 6.22	ที่ดินประเภท ชนบทและ เกษตรกรรม	เกษตรกรรม	
			ที่อยู่อาศัย	บ้านเดี่ยว
				บ้านแฝด
				บ้านแถว ทำได้ไม่เกินร้อยละ 20 ของโครงการ
			สถาบันราชการ	
			การสาธารณสุขโรคและสาธารณูปการ	
			การใช้ประโยชน์อื่นๆใช้ได้ไม่เกินร้อยละ 15 ของที่ดิน	

(2) เทศบัญญัติท้องถิ่น

แปลงที่ 1 : ต.บางคูรัด อ.บางบัวทอง จ.นนทบุรี

ข้อบัญญัติองค์การบริหารส่วนตำบลบางคูรัด :

แปลงที่ดินอยู่ในพื้นที่บริเวณ 2 ซึ่งห้ามก่อสร้างที่อยู่อาศัยแนวราบประเภทบ้านแถว

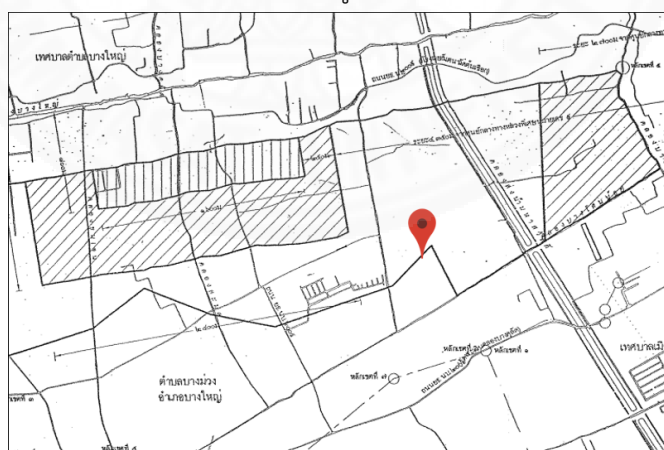


ภาพที่ 4.26 แสดงตำแหน่งแปลงที่ดินในข้อบัญญัติองค์การบริหารส่วนตำบลบางคูรัด

แปลงที่ 2 : ต.บางใหญ่ อ.บางใหญ่ จ.นนทบุรี

ข้อบัญญัติองค์การบริหารส่วนตำบลบางใหญ่ :

แปลงที่ดินอยู่ในพื้นที่บริเวณ 3 ซึ่งห้ามก่อสร้างที่อยู่อาศัยแนวราบประเภทบ้านแถว



ภาพที่ 4.27 แสดงตำแหน่งแปลงที่ดินในข้อบัญญัติองค์การบริหารส่วนตำบลบางใหญ่

4.2.2.4 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินแปลงที่ดินที่ถูกคัดเลือก

เบื้องต้น

โดยการทำ Frontdoor analysis เพื่อหาราคาขายบ้านเฉลี่ย โดยใช้สมมติฐานเดียวกัน ทั้ง 2 แปลงที่ดิน

(1) แปลงที่ 1 : ต.บางคูรัด อ.บางบัวทอง จ.นนทบุรี

ตารางที่ 4.6

แสดง Frontdoor Analysis ของแปลงที่ 1

แปลง 1 : Assumption				
Land area			13,968.00	sq.wa
Common area	45%		6,285.60	sq.wa
Salable area	55%		7,682.40	sq.wa
Land per Unit			60.02	sq.wa
Unit sale			128.00	
Usable area	200		25,600.00	
Land Cost				
Land cost	10,000.00	B/sq.wa	139,680,000.00	Baht
Land Improvement	2,026.43	B/sq.wa	15,567,845.83	Baht
Total land Cost			155,247,845.83	Baht
Land cost per unit			<u>1,212,873.80</u>	Baht
Construction cost	12,000.00	B/sq.m	307,200,000.00	Baht
Construction cost per unit			<u>2,400,000.00</u>	Baht
Public Utility	18,000.00	B/sq.wa	113,140,800.00	Baht
Public Utility cost per unit			<u>883,912.50</u>	Baht
Total cost per unit			<u>4,496,786.30</u>	Baht
Management fee				
Design fee	3%		134,903.59	Baht
CM fee	1%		44,967.86	Baht
Management fee per unit			<u>179,871.45</u>	Baht
Contingency	2%		<u>89,935.73</u>	Baht
Interior+Show Unit(2 Type)	12,000.00	B/sq.m	4,800,000.00	Baht
Interior+Show Unit per unit			<u>37,500.00</u>	Baht
Total cost per unit			<u>4,804,093.47</u>	
K Factor	1.429	30%	<u>6,862,990.68</u>	

(2) แปลงที่ 2 : ต.บางใหญ่ อ.บางใหญ่ จ.นนทบุรี

ตารางที่ 4.7

แสดงFrontdoor Analysis ของแปลงที่ 2

แปลง 2 : Assumption				
Land area			13,959.00	sq.wa
Common area	45%		6,281.55	sq.wa
Salable area	55%		7,677.45	sq.wa
Land per Unit			59.98	sq.wa
Unit sale			128.00	
Usable area	200		25,600.00	
Land Cost				
Land cost	8,750.00	B/sq.wa	122,141,250.00	Baht
Land Improvement	2,026.43	B/sq.wa	15,557,815.00	Baht
Total land Cost			137,699,065.00	Baht
Land cost per unit			<u>1,075,773.95</u>	Baht
Construction cost	12,000.00	B/sq.m	307,200,000.00	Baht
Land cost per unit			<u>2,400,000.00</u>	Baht
Public Utility	18,000.00	B/sq.wa	113,067,900.00	Baht
Public Utility cost per unit			<u>883,342.97</u>	Baht
Total cost per unit			<u>4,359,116.91</u>	
Management fee				
Design fee	3%		130,773.51	Baht
CM fee	1%		43,591.17	Baht
Management fee per unit			<u>174,364.68</u>	Baht
Contingency	2%		<u>87,182.34</u>	Baht
Interior+Show Unit(2 Type)	12,000.00	B/sq.m	4,800,000.00	Baht
Interior+Show Unit per unit			<u>37,500.00</u>	Baht
Total cost per unit			<u>4,658,163.93</u>	Baht
K Factor	1.429	30%	<u>6,654,519.90</u>	Baht

สรุปการวิเคราะห์ Frontdoor analysis ของทั้ง 2 แปลงที่ดิน โดยใช้สมมติฐานเดียวกัน ซึ่งยังไม่คิดรวมถึงรูปแบบการวางผังแต่ด้วยความที่แนวคิดของโครงการเป็นสำหรับผู้สูงวัยจึงต้องการพื้นที่ส่วนกลางที่มีขนาดใหญ่ จึงไม่นำเรื่องระยะถอยร่นมาคิด เนื่องจากพื้นที่ส่วนที่โดนระยะถอยร่นจากคลองหรือจากขอบแปลงที่ดิน จะสามารถนำมาปรับเป็นพื้นที่สีเขียวของโครงการได้และด้วยความที่ขนาดที่ดินเป็นขนาดใหญ่ โครงการทำที่อยู่อาศัยแนวราบ รูปแปลงที่ดินจึงไม่มีผลมากกับประสิทธิภาพของที่ดินเท่าไรนัก สิ่งที่จะมีผลมากที่สุดคือ ราคาที่ดิน ซึ่งแปลงที่ 2 ราคาที่ดินถูกกว่า ทำให้ได้ราคาขายออกมาต่ำกว่าแปลงที่ 1 อยู่ถึง 200,000 บาท โดยแปลงที่ 1 ราคาขายเฉลี่ยอยู่ที่ 6,862,990 บาท และแปลงที่ 2 ราคาขายเฉลี่ยอยู่ที่ 6,654,519 บาท ส่วนการแข่งขันกับตลาดของทั้ง 2 แปลง สามารถเข้าแข่งขันได้ เนื่องจากแนวคิดโครงการมีความเป็นตลาดเฉพาะผสมผสานกับตลาดที่อยู่อาศัยแนวราบ ซึ่งจุดเด่นของโครงการจะทำให้ลูกค้าต้องพิจารณาในปัจจัยอื่น ๆ ร่วมด้วย ไม่ได้ให้ความสำคัญที่เรื่องของราคาเป็นหลัก จากราคาที่ได้ โครงการสามารถอยู่ในระดับ Segment ที่เราตั้งไว้เป็นกลุ่มเป้าหมาย แสดงถึงความเหมาะสมของที่ดินที่จะสามารถนำไปพัฒนาต่อได้ทั้ง 2 แปลง ซึ่งต้องนำไปให้คะแนนต่อร่วมกับปัจจัยอื่น เพื่อคัดเลือกแปลงที่ดินที่มีความเหมาะสมที่สุด

4.2.2.5 สรุปการคัดเลือกแปลงที่ดินที่เหมาะสมโดยวิธีการให้คะแนนและถ่วงน้ำหนัก

จากข้อมูลที่ทำกรวิเคราะห์ทั้งหมดนำมาสรุปเป็นตารางที่ 4.7 เพื่อเปรียบเทียบข้อมูลทั้ง 2 แปลง

ตารางที่ 4.8

แสดงข้อมูลเปรียบเทียบของทั้ง 2 แปลง(ส่วนที่1)

ตัวแปรที่เกี่ยวข้อง		ทำเล1	ทำเล2
	ระยะห่างจากถนนหลัก	- ห่างจากถนนทางหลวงชนบทพหลโยธิน1002 : 750 ม.(2 นาที) - ห่างจากถนนกาญจนาภิเษก (วงแหวนรอบนอกตะวันตก) : 5.5กม. (10-15นาที)	- ห่างจากถนนเลียบบคลองประปา มหาสวัสดิ์ : 700 ม. (2 นาที) - ห่างจากถนนบางใหญ่-บางคูวัด : 2.2 กม. (5นาที)
			ห่างจากถนนกาญจนาภิเษก (วงแหวนรอบนอกตะวันตก) : 4.6กม. (9-15นาที)
		ห่างจากถนนทางหลวงชนบทพหลโยธิน1002 : 750 ม.(2นาที)	- ห่างจากถนนบางใหญ่-บางคูวัด : 2.2 กม. (5นาที) มีรถประจำทางขนาดเล็กวิ่งภายในซอย - ห่างจากถนนเลียบบคลองประปา มหาสวัสดิ์ : 700 ม.
	ระยะห่างจากระบบขนส่งสาธารณะ	มีรถตู้บางบัวทอง-ปิ่นเกล้า,บางบัวทอง-งามวงศ์วาน และ รถสองแถว ผ่านถนนทางหลวงชนบท - ห่างจากถนนกาญจนาภิเษก รถโดยสารสาธารณะผ่าน 127ร,134,177ร,516,รถตู้เข้าเมือง ปิ่นเกล้ามาบุญครอง,งามวงศ์วาน - ห่างจากสถานีรถไฟฟ้าคลองบางไผ่ : 7.6 กม. (10-14นาที)	- ห่างจากสถานีรถไฟฟ้าตลาดบางใหญ่ : 9.5 กม. (12-20 นาที) - ศูนย์ราชการแจ้งวัฒนะ : 32 กม. (35-50 นาที) - ศูนย์ราชการบางใหญ่ : 9.9 กม.(17 – 30 นาที) - CBD ของเมือง : 28.2 กม. (40 นาที) - เซ็นทรัลเวสต์เกต,Ikea : 9.9 กม. (15-20 นาที) - Fashion walk shopping mall Bangyai : 9 กม. (15-20 นาที) - Big C extra : 10.2 กม. (15-20 นาที) - ตลาดบางใหญ่ : 9.6 กม. (12-18นาที) - Lotus Plus mall : 7.7 กม. (15 กม.) - ตลาด7-11 : 4-5 กม. (10-15 นาที)
	ระยะห่างจากแหล่งงาน	- ศูนย์ราชการแจ้งวัฒนะ : 20.8กม. (25-40 นาที) - ศูนย์ราชการบางใหญ่ : 9.4 กม.(12 – 25 นาที) - CBD ของเมือง : 36 กม. (50 นาที) - เซ็นทรัลเวสต์เกต,Ikea : 9 กม. (12-17 นาที) - Fashion walk shopping mall Bangyai : 9 กม. (12-17 นาที) - Big C extra : 8.4 กม. (12-15 นาที) - ตลาดบางใหญ่ : 9.6 กม. (12-18นาที) - Max Value : 2.7 กม. (5-10 นาที) - Lotus express,7-11 : 1-2 กม. (2-5 นาที)	ร้านค้าในชุมชนมีต้องออกไปที่ถนนใหญ่จะมีร้านค้าร้านอาหารตามริมถนน
	ระยะห่างจากแหล่งพาณิชยกรรม		

ตารางที่ 4.8

แสดงข้อมูลเปรียบเทียบของทั้ง 2 แปลง(ส่วนที่2)

Location	ระยะห่างจากสถานพยาบาล	- ศูนย์สุขภาพชุมชนบางคูวัด : 110 ม. (1-2 นาที) - คลินิกในชุมชน : 3 กม. (5 นาที) - โรงพยาบาลบางบัวทอง 2 : 7 กม. (12-15 นาที) - โรงพยาบาลเกษมราษฎร์ : 9 กม. (12-18 นาที) - โรงพยาบาลบางบัวทอง : 10 กม. (15-20 นาที) - โรงพยาบาลบางใหญ่ : 14.4 กม. (22-25 นาที) - โรงพยาบาลพระนั่งเกล้า : 18.3 กม. (27-32 นาที) - สวนสาธารณะบางใหญ่ซีดี : 12 กม. (22-27 นาที)	- โรงพยาบาลเกษมราษฎร์ : 13 กม. (20-25 นาที) - โรงพยาบาลบางบัวทอง : 16.1 กม. (22-28 นาที) - โรงพยาบาลบางใหญ่ : 5.7 กม. (10-15 นาที) - โรงพยาบาลพระนั่งเกล้า : 17.9 กม. (21-28 นาที)
		พื้นที่ราบ อุดปี2554 เคยน้ำท่วม หลังจากรันไม่ท่วมอีก ปัจจุบันที่ดินเป็นแปลงนาและบางส่วนเป็นพื้นที่ร้างซึ่งมีต้นไม้ปกคลุมมีการเข้าถึงของระบบสาธารณูปโภคทั้งน้ำและไฟ	พื้นที่ราบ อุดปี2554 เคยน้ำท่วม หลังจากรันไม่ท่วมอีก ปัจจุบันที่ดินเป็นแปลงนาและล้อมรอบด้วยน้ำและบางส่วนเป็นพื้นที่สวนมีการเข้าถึงของระบบสาธารณูปโภคทั้งน้ำและไฟ
		ที่ดินเป็นรูปร่างประมาณสี่เหลี่ยมผืนผ้า 3 ซี่มต่อกัน รูปแปลงที่ดินแต่ละแปลงมีความเป็นหลายเหลี่ยม	ที่ดินเป็นรูปร่างเหมือนสี่เหลี่ยมสองมีมาต่อกันโดยมีแนวแคบและยาวจนเกินไป
		กฎหมายและข้อก้ำกั้นต่างๆ	ผังเมืองรวมจังหวัด นพท.ร 2548 , ข้อบัญญัติองค์การบริหารส่วนตำบลบางใหญ่
		พื้นที่ที่ราบ อุดปี2554 เคยน้ำท่วม หลังจากรันไม่ท่วมอีก ปัจจุบันที่ดินเป็นแปลงนาและบางส่วนเป็นพื้นที่ร้างซึ่งมีต้นไม้ปกคลุมมีการเข้าถึงของระบบสาธารณูปโภคทั้งน้ำและไฟ	พื้นที่ที่ราบ อุดปี2554 เคยน้ำท่วม หลังจากรันไม่ท่วมอีก ปัจจุบันที่ดินเป็นแปลงนาและล้อมรอบด้วยน้ำและบางส่วนเป็นพื้นที่สวนมีการเข้าถึงของระบบสาธารณูปโภคทั้งน้ำและไฟ
		พื้นที่ที่ราบ อุดปี2554 เคยน้ำท่วม หลังจากรันไม่ท่วมอีก ปัจจุบันที่ดินเป็นแปลงนาและบางส่วนเป็นพื้นที่ร้างซึ่งมีต้นไม้ปกคลุมมีการเข้าถึงของระบบสาธารณูปโภคทั้งน้ำและไฟ	พื้นที่ที่ราบ อุดปี2554 เคยน้ำท่วม หลังจากรันไม่ท่วมอีก ปัจจุบันที่ดินเป็นแปลงนาและล้อมรอบด้วยน้ำและบางส่วนเป็นพื้นที่สวนมีการเข้าถึงของระบบสาธารณูปโภคทั้งน้ำและไฟ
		พื้นที่ที่ราบ อุดปี2554 เคยน้ำท่วม หลังจากรันไม่ท่วมอีก ปัจจุบันที่ดินเป็นแปลงนาและบางส่วนเป็นพื้นที่ร้างซึ่งมีต้นไม้ปกคลุมมีการเข้าถึงของระบบสาธารณูปโภคทั้งน้ำและไฟ	พื้นที่ที่ราบ อุดปี2554 เคยน้ำท่วม หลังจากรันไม่ท่วมอีก ปัจจุบันที่ดินเป็นแปลงนาและล้อมรอบด้วยน้ำและบางส่วนเป็นพื้นที่สวนมีการเข้าถึงของระบบสาธารณูปโภคทั้งน้ำและไฟ

ตารางที่ 4.8

แสดงข้อมูลเปรียบเทียบของทั้ง 2 แปลง(ส่วนที่3)

Environment	ความเงียบสงบ,ไม่มีสิ่งรบกวนจาก ละอองข้างเคียง อาทิ มลพิษ	สภาพแวดล้อมโดยรอบเงียบสงบ , อากาศและมลพิษต่ำ , มีบรรยากาศของความ สงบ แต่ยังมีกลิ่นอายของความเป็นเมืองเมื่อใกล้ขึ้นใหญ่	ภายในโดยมีบรรยากาศที่สวยงามและบรรยากาศโดยรอบที่เหมาะสมแก่การพัฒนา รถยนต์ในหนาแน่น ให้ความรู้สึกอากาศดีแบบชนบทแต่อยู่ติดเมือง
	ใกล้แหล่งชุมชน(ชุมชน คือ โรงเรียน หมู่บ้านอื่นๆ วัด ร้านค้า ที่บ่งบอก ความเป็นชุมชน)	มีลักษณะความเป็นชุมชน มีหมู่บ้านจัดสรรโดยรอบหลายโครงการทั้งโครงการเก่า และใหม่ และมีชุมชนบ้านเดี่ยวเดิม แปลงที่ดิน ทางจากโรงเรียนและวัดระยะทาง ดังนี้ มหาวิทยาลัย มหิดล ศาลายา : โรงเรียนบางจุด : 260 ม. (1 นาที) โรงเรียนกลันธร เซนต์ปีเตอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล : 6 กม. (11 นาที) โรงเรียนบางบัวทอง : 8.7กม. (12-15 นาที) โรงเรียนเสตรีนนทบุรี : 27กม. (33-40 นาที) โรงเรียนสวนกุหลาบนนทบุรี : 25.8 กม. (30-35นาที) โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษาพัฒนาการบางใหญ่ : 16.8 กม. (26 นาที) โรงเรียนเทพศิรินทร์ นนทบุรี : 17 กม. (23 นาที) โรงเรียนวัดเขมาภิรตาราม : 27กม. (33-40 นาที) วัดเต็มรักสามัคคี : 2.5 กม. (6 นาที) สำนักวิปัสสนาพุทธภาวนา : 3.8 กม. (8 นาที) วัดเงาพราย : 4.9 กม. (9 นาที) วัดลาดปลาตก : 5.1กม. (8 นาที) วัดเล่งน่วยี่ 2 : 9.3 กม. (14 นาที)	มีลักษณะเป็นชุมชนเดิมบ้านเดี่ยวที่สวนดอกไม้ ซึ่งมีความหนาแน่นต่ำมาก แปลง ที่ดินห่างจากโรงเรียนและวัด ระยะทางดังนี้ มหาวิทยาลัย มหิดล ศาลายา : 9.8 กม. (17 -30 นาที) โรงเรียนเสตรีนนทบุรี : 18.6 กม. (23-28 นาที) โรงเรียนสวนกุหลาบนนทบุรี : 26.5 กม. (28-33นาที) โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษาพัฒนาการบางใหญ่ : 14.2 กม.(20-25 นาที) โรงเรียนเทพศิรินทร์ นนทบุรี : 8.5 กม. (15-20 นาที) โรงเรียนวัดเขมาภิรตาราม : 18.6 กม. (22-27 นาที) วัดเอนกดิษฐาราม : 2.2 กม. (6 นาที) วัดบางม่วง : 2.5 กม. (6 นาที) วัดป่าเมธิกาญจน์ : 3 กม. (5 นาที) วัดสามเกลี้ยง : 6.6กม. (14 นาที) วัดเล่งน่วยี่ 2 : 9.3 กม. (14 นาที)
	ความปลอดภัย อาทิ แสงสว่างเพียงพอ มีผู้คน	ถนนหน้าโครงการทางด้านถนนโยธินิจารามนนทบุรี2011 มีแสงสว่างจากไฟสาธารณะ และมีลักษณะของชุมชนไม่เบียด , ถนนไม่แออัดเป็นทางตรงยาว ภูมิทัศน์สามารถขับได้เร็ว ซึ่ง ไม่เป็นอันตรายต่อผู้เดินทางสัญจร	พื้นที่โดยรอบโครงการ มีแสงไฟตามถนนใหญ่ แต่ในซอยย่อยมีแสงไฟในระยะทางที่น้อย เนื่องจากเป็นชุมชนที่มีความหนาแน่นต่ำ และมีผู้คนไม่มาก

ตารางที่ 4.8

แสดงข้อมูลเปรียบเทียบของทั้ง 2 แปลง(ส่วนที่4)

Accessability	จำนวนเส้นทางเข้าออก	ติดถนนโยธาธิการ 2011 : 16 ม. ติดถนนเลียบริมคลองโต๊ะใหม่ : 148.6 ม.	ติดถนนสันติธรรม 2 : 124.69 ม.
	ระยะห่างจากทางด่วน	ทางพิเศษศรีรัช-วงแหวนรอบนอก : 22.4 กม. (26-40 นาที)	ทางพิเศษศรีรัช-วงแหวนรอบนอก : 13.9 กม. (26-40 นาที)
		ทางพิเศษศรีรัชด้านแจ้งวัฒนะ : 27.5 กม. (26-40 นาที)	ทางพิเศษศรีรัชด้านแจ้งวัฒนะ : 27.8 กม. (26-40 นาที)
	ความกว้างเขตทางสาธารณะ	ถนนองค์การบริหารส่วนตำบลเลียบคลองโต๊ะใหม่ : ถนนคอนกรีต 2 เลน ความกว้าง 5-6 ม., ไหล่ทางดินบดด้วยหินกรวด ข้างละ 1 ม. ถนนโยธาธิการถนนพปี2011 : ถนนคอนกรีต 2 เลน ความกว้าง 7-8 ม., ไหล่ทางดินบดด้วยหินกรวด ข้างละ 1 ม.	ถนนสันติธรรม 2 : ถนนคอนกรีต 2 เลน ไหล่ทางดินบดด้วยหินกรวด ข้างละ 1 ม.
Financial/marketing	ความเป็นไปได้ของโครงการ	โครงการโดยรอบมีลักษณะเป็นทาวเฮ้าส์และบ้านเดี่ยวคละกัน บ้านเดี่ยวราคาอยู่ประมาณ3-8 ล้านบาทอยู่กระจายตัวไปค่อนข้างมีความหนาแน่น และด้วยราคาที่ดินแปลง A ที่สูงกว่า ทำให้เมื่อมีอัตราค่าโครงการต้อขึ้นต้อออกมาสูงกว่า แปลงB ประมาณ 200,000บาท	โครงการโดยรอบมีลักษณะเป็นโครงการบ้านเดี่ยวอยู่เป็นส่วนใหญ่แต่ไม่หนาแน่นมาก ส่วนใหญ่จะเกาะอยู่ตามถนนสายหลัก โครงการบ้านเดี่ยวอยู่ในระดับราคา 3.8-7 ล้านบาท เมื่อคิดราคาตามเงื่อนไขเดียวกับแปลงA ที่ดินมีราคาขายสูงกว่า 200,000บาท

เมื่อนำข้อมูลของทั้ง 2 แปลง มาให้คะแนนด้วยวิธีการถ่วงน้ำหนัก
ได้ผลสรุปดังนี้

ตารางที่ 4.9

แสดงการให้คะแนนของ 2 แปลงที่ดิน ด้วยวิธีการถ่วงน้ำหนัก

ตัวแปร		W	น้ำหนัก ถ่วง	แปลง 1	คะแนน แปลง1	แปลง 2	คะแนน แปลง2
Location	ระยะจากถนนหลัก	30%	5%	3	0.15	3	0.15
	ระยะห่างจากระบบขนส่งสาธารณะ		5%	4	0.2	3	0.15
	ระยะห่างจากแหล่งงาน		5%	3	0.15	3	0.15
	ระยะห่างจากแหล่งพาณิชยกรรม		5%	4	0.2	2	0.1
	ระยะห่างจากสถานพยาบาล		5%	5	0.25	4	0.2
	ระยะห่างจากพื้นที่สีเขียว		5%	4	0.2	5	0.25
Location total		1.15				1	
Geographic	พื้นที่ราบไม่เป็นทางน้ำ/ลักษณะดิน	20%	5%	3	0.15	3	0.15
	รูปร่างและสัดส่วนที่ดินที่เหมาะสม		5%	3	0.15	4	0.2
	กฎหมายและข้อกำหนดต่างๆ		10%	5	0.5	5	0.5
Geographic total		0.8				0.85	
Environment	ความเงียบสงบ,ไม่มีสิ่งรบกวนจาก ละแวกข้างเคียง อาทิ มลพิษ	25%	5%	4	0.2	5	0.25
	ใกล้แหล่งชุมชน(ชุมชน คือ โรงเรียน หมู่บ้านอื่นๆ วัด ร้านค้า ที่บ่งบอก ความเป็นชุมชน)		5%	4	0.2	2	0.1
	ความปลอดภัย อาทิ แสงสว่าง เพียงพอ มีผู้คน		10%	4	0.4	2	0.2
Environment total		0.8				0.55	
Accessibility	จำนวนเส้นทางเข้าออก	15%	5%	4	0.2	3	0.15
	ระยะห่างจากทางด่วน		5%	2	0.1	3	0.15
	ความกว้างเขตทางสาธารณะ		5%	3	0.15	3	0.15
Accessibility total		0.45				0.45	
Financial/marketing	ความเป็นไปได้ของโครงการ	10%	10%	3	0.3	4	0.4
Financial/marketing total		0.3				0.4	
Grand total		3.50				3.25	

สรุปการคัดเลือกแปลงที่ดินที่มีความเหมาะสม คือ แปลงที่ 1 เนื่องจากคะแนนถ่วงน้ำหนักด้านทำเลและสภาพแวดล้อมมีคะแนนถ่วงน้ำหนักสูงและแปลงที่ 1 ก็ได้คะแนนของทั้ง 2 ปัจจัยที่สูงกว่าแปลงที่ 2 ส่วนเรื่องสภาพทางกายภาพและการวิเคราะห์ทางการเงินของที่ดินแปลงที่ 2 ได้คะแนนมากกว่า แต่ด้วยการถ่วงน้ำหนักส่วนนี้น้อย จึงทำให้ผลสรุปเป็นแปลงที่ 1 มีความเหมาะสมสำหรับโครงการที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงวัย



บทที่ 5

วิเคราะห์กฎหมายที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาลักษณะรูปแบบและทำเลที่ตั้งของโครงการในบทที่ 1-4 ข้างต้น ได้รูปแบบของโครงการเพื่อที่จะนำไปใช้ในออกแบบโครงการบ้านเดี่ยวสำหรับผู้สูงวัย โดยก่อนการออกแบบนั้น ต้องการศึกษาความเป็นไปได้ทางกฎหมายและกฎหมายสำหรับการออกแบบต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการจัดสรรโครงการบ้านเดี่ยว ซึ่งมีกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

5.1 กฎกระทรวงใช้บังคับผังเมืองรวมจังหวัดนนทบุรี 2548

พื้นที่โครงการอยู่ในอำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี ซึ่งอยู่ในข้อบังคับผังเมืองรวมนนทบุรีปัจจุบันเป็นปี 2548 พื้นที่โครงการอยู่ในบริเวณพื้นที่สีเขียว 6.11 เป็นที่ดินประเภทชนบทและเกษตรกรรม โครงการอยู่ติดริมคลองสาธารณะ ซึ่งมีกฎข้อบังคับเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ริมฝั่งตามสภาพธรรมชาติของแม่น้ำเจ้าพระยาและลำคลองให้มีความกว้างตามแนวนานลำคลองไม่น้อยกว่า 6 เมตร บริเวณพื้นที่ดังกล่าวสามารถใช้ประโยชน์ที่ดินได้ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 5.1 แสดงตำแหน่งของโครงการในผังเมืองรวมนนทบุรี 2548

ตารางที่ 5.1

สรุปการใช้ประโยชน์ที่ดินที่สามารถทำได้

ผังสี	การใช้ประโยชน์		การใช้ประโยชน์ที่สามารถทำได้
สีเขียว 6.11	ที่ดินประเภทชนบท และเกษตรกรรม	เกษตรกรรม	
		ที่อยู่อาศัย	บ้านเดี่ยว
			บ้านแฝด
			บ้านแถว ทำได้ไม่เกินร้อยละ 20 ของโครงการ
		สถาบันราชการ	
		การสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ	
		การใช้ประโยชน์อื่นๆใช้ได้ไม่เกินร้อยละ 15 ของที่ดิน	

5.2 ข้อบัญญัติองค์การบริหารส่วนตำบลบางคูรัด 2556

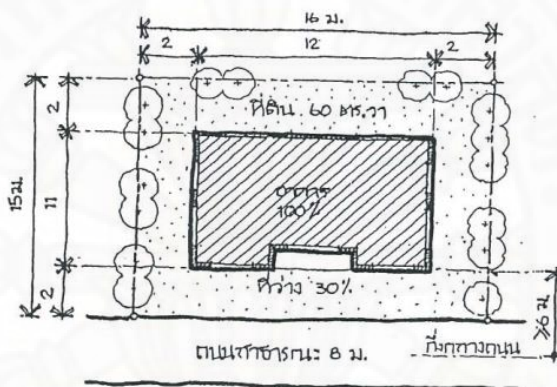
แผนที่ท้ายข้อบัญญัติองค์การบริหารส่วนตำบลบางคูรัด 2556 ได้แบ่งเป็น 2 บริเวณ บอกถึงกฎและข้อห้ามในการก่อสร้างหรือใช้ประโยชน์ที่ดินในบริเวณต่างๆของตำบลบางคูรัด พื้นที่โครงการอยู่ในบริเวณที่ 2 ในซึ่งมีข้อห้ามเพิ่มเติมจากผังเมืองรวมจังหวัดนนทบุรี คือ ห้ามก่อสร้างห้องแถว บ้านแถวและตึกแถว ซึ่งทำให้การใช้ประโยชน์ที่ดินเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย สามารถทำได้แค่บ้านเดี่ยว และบ้านแฝด



ภาพที่ 5.2 แสดงตำแหน่งโครงการในข้อบัญญัติองค์การบริหารส่วนตำบลบางคูรัด 2556

5.3 พระราชบัญญัติ ควบคุมอาคาร 2522

“อาคารอยู่อาศัย” หมายความว่า อาคารซึ่งโดยปกติบุคคลใช้อาศัยได้ทั้งกลางวันและกลางคืน ไม่ว่าจะเป็นการอยู่อาศัยอย่างถาวรหรือชั่วคราว อาคารอยู่อาศัยหรือบ้านทั่วไปที่ความสูงไม่เกิน 9 เมตร มีช่องแสง ช่องลม บล็อกแก้ว ประตู หน้าต่าง ระเบียง ระยะถอยร่นต้องห่างไม่น้อยกว่า 2 เมตร แต่หากไม่มีช่องแสง ช่องลม ตามกฎหมายได้กำหนดให้สามารถร่นได้ 50 เซนติเมตร และหากต้องการสร้างชิดติดขอบที่ดินก็สามารถทำได้เช่นกัน แต่อาคารดังกล่าวต้องมีความสูงไม่เกิน 15 เมตร และต้องให้เจ้าของที่ดินด้านดังกล่าว เช่นหนังสือยินยอม หากเพื่อนบ้านไม่ยินยอมก็จะปฏิบัติตามข้อกำหนดร่นได้ 50 เซนติเมตรและต้องปิดทึบทั้งผนังเท่านั้น สำหรับอาคารที่มีชั้นลาดฟ้าลาดฟ้าด้านดังกล่าวต้องทำผนังทึบสูงจากลาดฟ้าไม่น้อยกว่า 1.8 เมตร



ภาพที่ 5.3 แสดงระยะห่างระหว่างเขตที่ดินกับอาคารพักอาศัยไม่เกิน 2 ชั้น

5.4 ข้อกำหนดการจัดสรรที่ดิน จังหวัดนนทบุรี 2545

ขนาดของที่ดินจัดสรรแบ่งเป็น 3 ขนาด

- 1.ขนาดเล็ก จำนวนแปลงย่อยเพื่อจำหน่ายไม่เกิน 99 แปลง หรือเนื้อที่โครงการต่ำกว่า 19 ไร่
- 2.ขนาดกลาง จำนวนแปลงย่อยเพื่อจำหน่ายตั้งแต่ 100- 499 แปลง หรือเนื้อที่โครงการตั้งแต่ 19- 100 ไร่
- 3.ขนาดใหญ่ จำนวนแปลงย่อย เพื่อจำหน่ายตั้งแต่ 500 แปลง ขึ้นไป หรือเนื้อที่ทั้งโครงการเกินกว่า 100 ไร่

ซึ่งโครงการเป็นโครงการขนาดกลาง 100 แปลงขึ้นไปแต่ไม่เกิน 499 แปลง มีข้อบังคับที่ต้องพิจารณาเพิ่มเติม ดังต่อไปนี้

- ห้ามแบ่งที่ดินเป็นแนวตะเข็บ เศษเสี้ยว หรือรูปร่างที่ไม่สามารถใช้ประโยชน์ได้

- ขนาดของถนนที่ต้องจัดให้มีการจัดสรร ตามขนาดแปลงที่ดิน ถนนที่ใช้เข้าออกสู่แปลงย่อยไม่เกิน 99 แปลง หรือเนื้อที่ต่ำกว่า 19 ไร่ ต้องมีความกว้างของเขตทางไม่ต่ำกว่า 8 เมตร โดยมีความกว้างของผิวจราจร ไม่ต่ำกว่า 6 เมตร และถนนที่ใช้เข้าออกสู่แปลงย่อยตั้งแต่ 100 – 299 แปลง หรือเนื้อที่ 19 - 50 ไร่ ต้องมีความกว้างของเขตทางไม่ต่ำกว่า 12 เมตร โดยมีความกว้างของผิวจราจร ไม่ต่ำกว่า 8 เมตร

- ทางเดินและทางเท้า ต้องมีความกว้างอย่างต่ำ 60 เซนติเมตร ขอบทางเดินอยู่ระหว่าง 12 -15 เซนติเมตร

- สวน สนามเด็กเล่น สนามกีฬา ให้คิดเป็นพื้นที่ร้อยละ 5 ของพื้นที่ขาย และต้องไม่แบ่งออกเป็นหลายแปลงย่อย นอกจากแต่ละแปลงจะมีขนาดไม่ต่ำกว่า 1 ไร่ โดยต้องมีขนาดรูปร่างเหมาะสมและง่ายต่อการใช้สอย

โดยโครงการเป็นที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยว ซึ่งมีข้อกำหนดเกี่ยวกับขนาด คือ อาคารแปลงย่อยประเภทบ้านเดี่ยว ที่ดินต้องมีขนาดความกว้างหรือยาว ไม่น้อยกว่า 10 เมตร ต้องมีเนื้อที่อย่างต่ำ 50 ตารางวา แต่ถ้าไม่มีขนาดความกว้างหรือยาวตามกำหนด ต้องมีเนื้อที่ไม่น้อยกว่า 60 ตารางวา

บทที่ 6

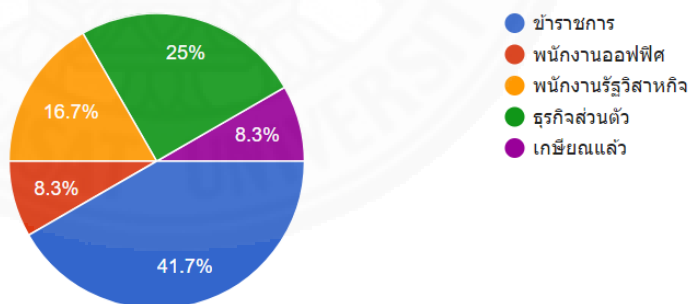
รูปแบบโครงการ

6.1 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

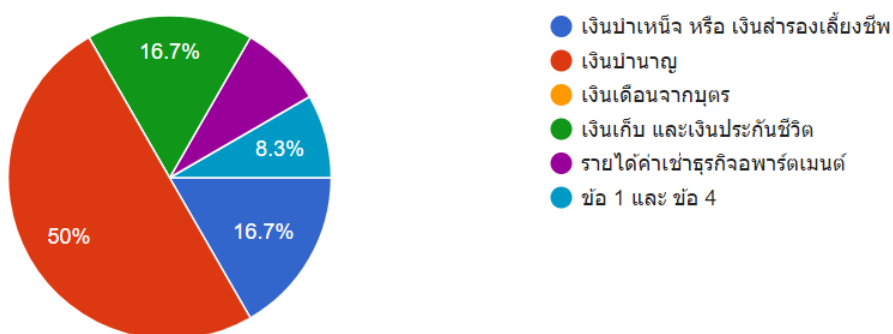
จากการวิเคราะห์เบื้องต้น จนได้รูปแบบของโครงการเบื้องต้น ซึ่งต้องการความคิดเห็นต่อโครงการจากกลุ่มเป้าหมายเพิ่มเติม ทั้งเรื่องการยอมรับในแนวคิดโครงการและความต้องการต่างๆ ในเรื่องของสิ่งอำนวยความสะดวก จึงได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับกลุ่มเป้าหมายโดยสรุปได้ดังต่อไปนี้

6.1.1 การสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับการยอมรับในแนวคิดโครงการ

กลุ่มเป้าหมาย คือช่วงอายุ 55 – 69 ปี ส่วนใหญ่ผู้ให้สัมภาษณ์อยู่ในช่วงอายุ 57 – 61 ปี เป็นเพศหญิง 5 คน เพศชาย 5คน อาชีพส่วนใหญ่ก่อนเกษียณหรืออาชีพที่กำลังประกอบอยู่ คืออาชีพข้าราชการและธุรกิจส่วนตัว รองลงมาคือพนักงานรัฐวิสาหกิจ และทุกคนมีจำนวนสมาชิกในครอบครัวตั้งแต่ 2คนขึ้นไป โดยอาศัยอยู่กับภรรยาและบุตรเป็นส่วนใหญ่ รองลงมาคือญาติพี่น้อง ปัจจุบันมีการเตรียมพร้อมทางการเงินหลังวัยเกษียณ ส่วนใหญ่เงินบำนาญ และรองลงมาคือเงินบำเหน็จและเงินเก็บ



ภาพที่ 6.1 แสดงสัดส่วนอาชีพก่อนวัยเกษียณของผู้ให้สัมภาษณ์



ภาพที่ 6.2 แสดงสัดส่วนเงินได้ของผู้ให้สัมภาษณ์

6.1.1.1 ประเด็นแรก: เรื่องของแนวคิดและรูปแบบของโครงการ

ตามที่ได้วิเคราะห์มาในเบื้องต้นที่ได้กล่าวไปในบทที่ 1- 4 ซึ่งข้อมูลที่ได้ให้ผู้ตอบการสัมภาษณ์เชิงลึกนั้น มีดังนี้ โครงการที่รองรับกลุ่มวัย อายุ 55ปีขึ้นไป สามารถซื้อบ้านอยู่ร่วมกับครอบครัวโดยมีการบริการที่ดูแลสุขภาพ ความปลอดภัยและมีการออกแบบการใช้สอยพื้นที่ต่างๆที่เหมาะสมกับช่วงวัยหลังเกษียณ อีกทั้งมีการสร้างกิจกรรมภายในโครงการให้ผู้ที่อยู่อาศัยมีความสุขและได้มีกิจกรรมร่วมกันกับคนกลุ่มวัยเดียวกันและครอบครัว ลักษณะโครงการเป็นหมู่บ้านจัดสรร ลักษณะบ้านเดี่ยว จำนวน2ชั้น พื้นที่ดินประมาณ 50-70 ตารางวา มีประมาณ 120 หลังคาเรือน ราคาขายประมาณ 5 -10ล้าน เป็นชุมชนเล็กๆที่เน้นดูแลกลุ่มช่วงวัย55 ปีขึ้นไป ที่ยังมีสุขภาพแข็งแรง โดยภายในโครงการนี้ท่านยังสามารถอยู่ร่วมกับคนในครอบครัว ไม่เหมือนโครงการสำหรับวัยหลังเกษียณอื่นๆที่เน้นว่าต้องเป็นผู้สูงวัยเท่านั้นที่มาอยู่อาศัยภายในโครงการ

จากการเล่าแนวคิดและรูปแบบโครงการเบื้องต้น ผู้ให้สัมภาษณ์ประมาณ 60% ให้ความคิดเห็นว่า มีความเหมาะสมและเป็นแนวคิดที่น่าสนใจเพราะสังคมไทยกำลังจะก้าวเข้าสู่สังคมสูงวัยและพวกเขาก็ไม่ได้อยากไปอยู่โดยลำพังในที่ไกลๆในวันที่ร่างกายใช้งานได้ดีน้อยลง แต่สิ่งอำนวยความสะดวกและกิจกรรมในโครงการต้องมีความน่าสนใจตามที่กล่าว แต่บางส่วนก็ยังไม่เห็นด้วยกับการเริ่มต้นซื้อสังหาริมทรัพย์ใหม่ในวัย 55 ปี เนื่องจากเห็นว่ากลุ่มคนสูงวัยน่าจะมีย่อยอาศัยเดิม อาจต้องมองกลุ่มเป้าหมายที่เป็นวัยก่อนที่จะเข้าสู่สูงวัยมากขึ้น และอาจเพิ่มโซนที่เป็นเช่ารายเดือน รายวันสำหรับผู้สูงวัยที่มีความต้องการในการดูแลมากขึ้น

6.1.1.2 ประเด็นสอง: การให้ความสำคัญต่อเรื่องใดเป็นพิเศษในวัยหลังเกษียณ

ส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นว่า บริการทางด้านสุขภาพ และความพร้อมในการเตรียมการ เมื่อเกิดเหตุฉุกเฉินกับผู้สูงวัยในเวลาที่ลูกหลานไม่อยู่ด้วยเป็นสิ่งสำคัญ โดยบริการทางด้านสุขภาพที่พูดถึงนั้นไม่จำเป็นต้องเป็นบริการทางการแพทย์อย่างเดียว แต่อาจรวมถึงบริการที่ดูแลเกี่ยวกับการชะลอวัย หรือกิจกรรมที่ทำให้รู้สึกกระฉับกระเฉงเหมือนได้ชะลอวัย ทำให้สุขภาพกายและใจดีไปพร้อมๆ กัน และอีกเรื่องที่สำคัญคือ การที่ทำให้ผู้สูงวัยที่ยังมีความแข็งแรง ได้รู้สึกว่าตนเองมีคุณค่าและสามารถอยู่ร่วมกับทุกคนได้ ซึ่งอาจผ่านทางกิจกรรมหรือชมรม เป็นสิ่งที่ได้ใช้ความสามารถของคนในชุมชน ทำให้ผู้สูงวัยได้พัฒนาสุขภาพกาย ใจและฝึกสมองเป็นประโยชน์ทั้งต่อตนเองและชุมชน ส่วนอื่นๆ ที่ได้มีการพูดถึงในการสัมภาษณ์ คือเรื่องของการช่วยเหลือในเรื่องชีวิตประจำวัน กิจกรรมและพื้นที่สำหรับการผ่อนคลาย จากการพูดคุย สิ่งที่สัมผัสได้จากความรู้สึกคือคนกลุ่มนี้ไม่ได้รู้สึกว่าตนเองเป็นคนแก่ เป็นผู้สูงวัยที่ต้องการการดูแลอะไรมากมาย แต่อยากได้ความรู้สึก สนุก กระฉับกระเฉง มีกิจกรรม มีเพื่อนพูดคุย และก็ยังอยากรู้สึกเป็นหนุ่มเป็นสาวตลอดไป

6.1.1.3 ประเด็นสาม: สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการจากโครงการ

เนื่องจากการถามแบบปลายเปิด ความคิดเห็นจึงมีความหลากหลายเป็นอย่างมาก ส่วนใหญ่ที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน คือเรื่องของกิจกรรมทั้งในและนอกโครงการ ซึ่งกิจกรรมภายในโครงการ ได้แก่ ห้องทำกิจกรรมทั้งแบบ Active และ Passive เช่น ห้องคาราโอเกะ ห้องสมุด และกิจกรรมที่ช่วยในการพักผ่อน ยังมีความต้องการกิจกรรมตามความถนัดของแต่ละบุคคล ส่วนความคิดเห็นในทิศทางอื่นก็ ความสะดวกสบาย เช่น บริการรถรับส่ง เป็นต้น

6.1.1.4 ประเด็นที่สี่: ความคิดเห็นต่อที่ตั้งโครงการและสภาพแวดล้อมโดยรอบโครงการ

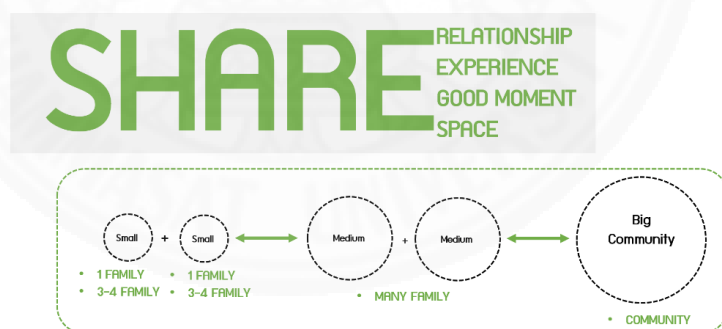
ผู้ตอบการสัมภาษณ์ทุกท่าน ไม่ได้คิดว่าทำเลดังกล่าวเป็นอุปสรรคในการเลือกซื้อเพื่ออยู่อาศัย เนื่องจากมองว่า โครงการเจาะกลุ่มเป้าหมายที่สามารถช่วยเหลือตนเองได้และคนส่วนใหญ่ก็ใช้รถยนต์ในการเดินทาง และหากมีระบบขนส่งสาธารณะก็ถือว่ารับได้ มิฉะนั้นทำเลดีๆ ราคาบ้านในโครงการก็จะยิ่งสูงไปอีก และผู้ตอบยังมองว่าเพียงเพิ่มบริการชัตเติลบัส เพื่ออำนวยความสะดวกเพิ่มขึ้น หรือส่งไปยังสถานที่สำคัญใกล้เคียงก็น่าจะทดแทนได้สำหรับคนที่ไม่มีรถยนต์ส่วนตัวหรือไม่ต้องการใช้รถยนต์ในบางวัน

6.1.1.5 สรุปการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มตัวอย่าง

รูปแบบโครงการที่นำเสนอไปนั้น มีความเป็นไปได้เนื่องจาก กลุ่มเป้าหมายที่ตอบสนองส่วนใหญ่เห็นด้วยกับรูปแบบโครงการ แนวคิด และยอมรับได้ในการทำเลดังกล่าว ส่วนความต้องการที่พิเศษ ก็เป็นเรื่องของการดูแลสุขภาพ และเรื่องของกิจกรรม สิ่งที่ทำให้พวกเขารู้สึกมีคุณค่า และไม่ได้แปลกแยกจากวัยอื่นๆ

6.2 แนวคิดในการออกแบบและวางผังโครงการ

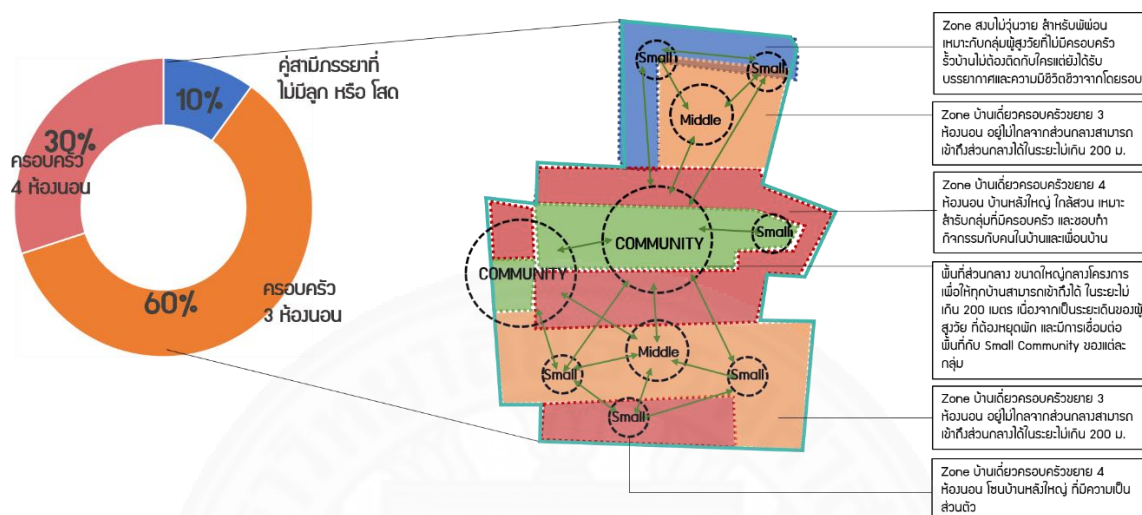
แนวคิด คือ การ “Share” หรือ “การแบ่งปัน” การแบ่งปันทั้งความสัมพันธ์ ประสบการณ์ ช่วงเวลาดีๆ โดยการแบ่งปันนี้ผ่านพื้นที่ต่างๆ ตั้งแต่ในบ้าน ที่เป็นการใช้พื้นที่ร่วมกันของครอบครัว คุณยายแบ่งปันประสบการณ์ให้ลูกหลาน เมื่อออกมาหน้าบ้านก็มีการแบ่งปันพื้นที่เล็กๆ เพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนบ้านข้างเคียง 2-4 ครอบครัว เมื่อออกจากตัวบ้านไปก็เกิดการแบ่งปันใช้พื้นที่ร่วมกันที่มีขนาดใหญ่ขึ้นจนถึงเป็นชุมชนที่สามารถสร้างกิจกรรมร่วมกัน โดยจะออกแบบพื้นที่ให้คนหลายๆกลุ่มออกมาใช้เพื่อแบ่งปันกัน ต้องเข้าถึงกันได้ง่าย เพื่อให้สามารถดูแลกันและกัน เสริมสร้างความแน่นแฟ้นของเพื่อนบ้าน ให้ผู้สูงวัยสามารถอยู่ร่วมกับคนทุกวัยอย่างเป็นธรรมชาติและรู้สึกมีคุณค่าที่ได้ร่วมแบ่งปันสิ่งต่างๆกับชุมชน



ภาพที่ 6.3 แนวคิดในการออกแบบผังโครงการ

เมื่อนำแนวคิดมาวางเป็นโปรแกรมการออกแบบในแปลงที่ดินของโครงการ จากภาพจะเห็นว่า มีการเชื่อมโยงพื้นที่สำหรับการ “Share” ตั้งแต่พื้นที่เล็ก ไปสู่พื้นที่ส่วนกลางของชุมชน ที่ทุกคนในโครงการสามารถเข้าถึงได้สะดวก และจะมีการสร้างเส้นทางที่มายังส่วนกลางของโครงการโดยเป็นทางระดับเดียวกันเพื่อให้ผู้สูงวัยสามารถเข้าถึงได้ง่าย และในอนาคตหากมีการใช้รถเข็นก็จะ

สามารถ เข้าถึงพื้นที่สาธารณะโดยสะดวก ดึงให้คนในโครงการอยากออกมามีปฏิสัมพันธ์ ออกมา “Share” เรื่องราวต่างๆของตัวเองให้มากขึ้น



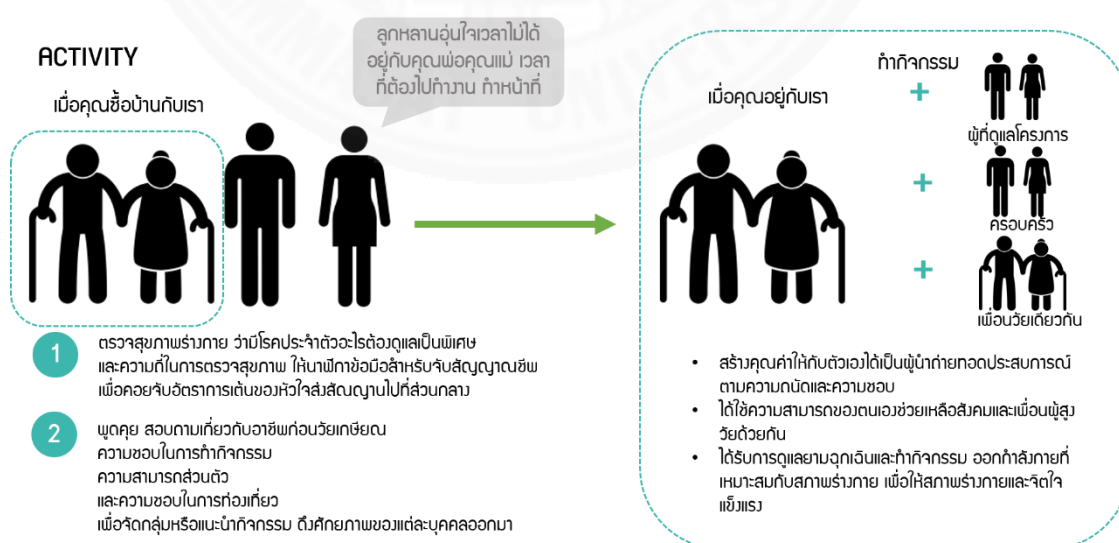
ภาพที่ 6.4 แสดงโปรแกรมการวางผังโครงการ

ตารางที่ 6.1

แสดงโปรแกรมการออกแบบของโครงการ

พื้นที่ทั้งหมด	100%	13,968.00	ตารางวา	จำนวนไร่-งาน-ตารางวา	
พื้นที่ขาย	54.57%	7,622.00	ตารางวา	19-0-22	ขอพื้นที่ดินทั้งหมด
แบ่งเป็น					
128.00	70%	85.00	Unit		142.00 ตารางเมตร
ขนาด 50 -70 ตารางวา	30%	43.00	Unit		185.00 ตารางเมตร
พื้นที่ส่วนกลาง	45.43%	6,346.00	ตารางวา	15-3-46	
แบ่งเป็น					
พื้นที่สวนตามกฎหมาย	5%	381.10	ตารางวา	0-3-81.1	
พื้นที่สวน+Facility	17.0%	2,370.81	ตารางวา	5-3-70.81	
สระว่ายน้ำ					
ห้องออกกำลังกายสำหรับคนทุกวัย					
ลู่วิ่ง					
เลนจักรยาน					
ห้องสันทนาการและห้องเอนกประสงค์					
ห้องเล่นเกมส์					
ห้องชมภาพยนตร์และคาราโอเกะ					
ห้องเล็กสำหรับเป็นห้องทำกิจกรรม					
ลานกิจกรรม					
สนามเด็กเล่น					
ถนน+ทางเท้า+อื่นๆ	28.5%	3,975.19	ตารางวา	9-3-75.19	

เมื่อคุณเข้าอยู่โครงการ สิ่งที่คุณจะได้จากโครงการมีดังต่อไปนี้



ภาพที่ 6.5 แนวคิดของโครงการ

6.3 กลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Strategy – 4P's)

6.3.1 ด้านสินค้า (Product)

ชื่อโครงการ : เพลีนวาน วิลล์ (Plearn Wan Ville)

รูปแบบโครงการ : โครงการ บ้านเดี่ยวสำหรับผู้สูงวัยและทุกคนในครอบครัว

ขนาดที่ดิน : 50 ตารางวา – 85 ตารางวา

ขนาดแปลงหลักๆแบ่งเป็น 2 แบบ

1.กว้าง 12 เมตร x ลึก 18 เมตร

2.กว้าง 13 เมตร x ลึก 20 เมตร

จำนวน : 128 ยูนิต แบบ A : 45 ยูนิต แบบ B : 85 ยูนิต

สัดส่วนพื้นที่ : พื้นที่ขาย 7,622 ตารางวา หรือ 19-0-22 ไร่ (54.57%)

พื้นที่สวนและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ : 2,370 ตารางวา หรือ 5-3-70 ไร่ (17%)

พื้นที่ส่วนกลางอื่นๆ อาทิ ถนน ทางเท้า และสาธารณูปโภค : 3,975 ตารางวา หรือ 9-3-75 ไร่ (28.5%)

ลักษณะอาคาร : แบ่งเป็น 2 ประเภท

แบบ A :

ขนาดพื้นที่ 185 ตารางเมตร จำนวน 4 ห้องนอน 4 ห้องน้ำ + ที่จอดรถ 2 คัน

แบบ B :

ขนาดพื้นที่ 142 ตารางเมตร จำนวน 3 ห้องนอน 3 ห้องน้ำ + ที่จอดรถ 2 คัน

รูปแบบอาคาร : สไตล์อเมริกัน คอทเทจ

โดยรายละเอียดโครงการ มีดังนี้

6.3.1.1 รูปแบบผังโครงการ เพลีนวาน วิลล์ (Plearn Wan Ville)

ชุมทางเข้าแยกฝั่งเข้า-ออก ถนนทางเข้าโครงการ เขตทางกว้าง 12 เมตร มีจุดกลับรถทุกๆ 100 เมตร ถนนรอง เขตทางกว้าง 8 เมตร มีทางเท้าข้างละประมาณ 1 เมตร รอบโครงการ มีสวนและพื้นที่ส่วนกลางขนาดใหญ่ มีพื้นที่รวมกันกว่า 17% ของพื้นที่โครงการ ประกอบไปด้วยพื้นที่กิจกรรมต่างๆ อาทิ สระว่ายน้ำ ห้องชมรม ห้องสันทนาการ พื้นที่ปลูกผัก เป็นต้น อยู่บริเวณตรงกลางของโครงการ เพื่อให้ผู้สูงวัยสามารถเข้าถึงได้ในระยะไม่เกิน 200 เมตร ซึ่งเป็นระยะที่ผู้สูงวัยเดินและต้องหยุดพัก ทุกๆ 200 เมตร มีการสร้างเส้นทางเชื่อมต่อ โดยหลังบ้านของทุกหลังที่ชนกันจะมีพื้นที่เว้นห่างของรั้วประมาณ 1.2 เมตร เพื่อเป็นทางเดินไปยังส่วนกลาง และเป็นพื้นที่สำหรับปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนบ้านใกล้เคียง ลดการเผชิญกับมลภาวะ และอันตรายจากรถยนต์ และสามารถเชื่อมต่อไปยังพื้นที่ส่วนกลางด้วยการเดินที่สะดวก



ภาพที่ 6.6ผังโครงการเพลินวาน วิลล์



ภาพที่ 6.7 ตัวอย่างบรรยากาศทางเข้าโครงการและพื้นที่ส่วนกลาง
ของโครงการ (ที่มา : โครงการชัยพฤกษ์ ของบริษัทแลนด์แอนด์เฮาส์)



ภาพที่ 6.8 ตัวอย่างบรรยากาศพื้นที่ส่วนกลางบริเวณสวนสาธารณะ
ของโครงการ (ที่มา : โครงการจิณณ์ เวลปิ้ง เคาน์ตี้)



ภาพที่ 6.9 ตัวอย่างบรรยากาศพื้นที่ส่วนกลาง การออกแบบที่สามารถเข้าถึงได้ทุกคน



ภาพที่ 6.10 ตัวอย่างบรรยากาศสวนปลูกผักของโครงการ
(ที่มา : Secret Space ราชบุรี)



ภาพที่ 6.11 ตัวอย่างบรรยากาศห้องสันทนาการ
(ที่มา : Secret Space ราชบุรี)



ภาพที่ 6.12 ตัวอย่างบรรยากาศและกิจกรรมในโครงการ



ภาพที่ 6.13 ตัวอย่างบรรยากาศและกิจกรรมในโครงการ

6.3.1.2 รูปแบบภายในอาคารโครงการ เพลินวาน วิลล์ (Plearn Wan Ville)

ลักษณะบ้านเป็นบ้านเดี่ยว 2 ชั้น ซึ่งบ้านมี 2 ขนาด เพื่อรองรับครอบครัวหลากหลายรูปแบบ ได้แก่ 3 ห้องนอน และ 4 ห้องนอน ซึ่งมีห้องนอนที่ชั้นล่าง ซึ่งถ้ายังไม่มีการใช้งานสำหรับการเป็นห้องนอน ก็สามารถปรับเปลี่ยนการใช้งานได้หลากหลาย โดยการมีห้องนอนชั้นล่างเป็นการเตรียมพร้อมในวันที่ผู้สูงวัยในบ้านอาจมีความสามารถในการเคลื่อนไหวได้น้อยลง ด้วยความเชื่อมต่อทางร่างกาย และมีห้องน้ำที่สามารถอาบน้ำได้ อยู่ชั้นล่าง อีกทั้งยังเน้นการออกแบบที่ใส่ใจและเหมาะสมกับการใช้งานของคนทุกวัยในบ้าน มีการเตรียมจุดสำหรับติดตั้งเครื่องมือช่วงเหลือ อาทิ ราวจับในห้องน้ำ ทางเดินในบ้านบางจุด

แบบที่ A : 4 ห้องนอน



ภาพที่ 6.14 ตัวอย่างแปลนอาคารที่มี 4 ห้องนอน มีห้องนอนและ
ห้องน้ำชั้นล่าง (ที่มา : แบบบ้าน PLENTINO ของบริษัทแลนด์แอนด์เฮาส์)

แบบที่ B : 3 ห้องนอน

พื้นที่ใช้สอย	142 ตร.ม	ที่จอดรถ	2 คัน
ห้องนอน	3 ห้อง	ห้องน้ำ	3 ห้อง
ห้องรับแขก	1 ห้อง		



ภาพที่ 6.15 ตัวอย่างแปลนอาคารที่มี 3 ห้องนอน มีห้องนอนและห้องน้ำชั้นล่าง
(ที่มา : แบบบ้าน GREATLY ของบริษัทแลนด์แอนด์เฮ้าส์)

การออกแบบภายในบ้านที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ



LIVING ROOM

- มองเห็นวิวภายนอกได้
- มีระบบระบายอากาศที่ดี
- พื้นห้องใช้สีสว่าง ปูพรมและน้ำปู
- รั้วภายใน
- พื้นที่ใช้สอยที่ต่างกัน
- ใช้สีหรือพื้นผิวที่แตกต่างกัน



BEDROOM

- มองเห็นวิวทิวทัศน์ภายนอก
- ห้องนอนควรอยู่ใกล้ห้องน้ำ
- มีระบบถ่ายเทอากาศที่ดี
- พื้นห้องใช้สีสว่าง ปูพรมน้ำปู
- รั้วภายใน



BATHROOM

- ควรกว้าง 1.50-2.00 ม.
- ประตูเปิดออก พื้นภายในภายนอกต่างกัน
- มีที่นั่งในห้องน้ำ
- ฝักบัวชนิดแรงดันต่ำ
- พื้นผิวไม่ลื่น
- ก๊อกเป็นก้านโยก



DINING ROOM

- ระดับโต๊ะ-เก้าอี้สูงจากพื้น 80 ซม.
- มีระบบระบายอากาศที่ดี
- มีแสงสว่างจากธรรมชาติและไฟสว่างเฉพาะจุด
- ปลั๊กไฟบริเวณเคาท์เตอร์สูง 90 ซม.

DETAIL DESIGN

ประตู

- กว้างอย่างน้อย 90 ซม.
- ควรเป็นแบบผลักเปิดออกได้ง่าย
- ห้ามเป็นประตูปิดได้เอง

สวิตช์

- สูงไม่เกิน 90 ซม.

ปลั๊กไฟ

- สูงจากพื้นอย่างน้อย 45 ซม. เพื่อหลีกเลี่ยงการก้ม
- มีสวิตช์ปิดเปิดปลั๊ก

ราวจับ

- วัสดุ เรียบ มั่นคง แข็งแรง
- ลักษณะกลม R= 4 ซม. H=80 ซม.

ทาสี

- ความกว้างสุกรี 90-150 ซม.
- ทาสี 1 : 12

ภาพที่ 6.16 Guideline การออกแบบภายในที่พักอาศัยที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ

พื้น : กั้นส้นตามมาตรฐาน
ไม่ฉาบฉวย ประดู ใช้เป็นลาดลงเล็กน้อย
แยกส่วนเปียกและแห้ง เพื่อป้องกันการลื่น



เครื่องมือช่วยเหลือ :

เตรียมวัสดุสำหรับติดตั้งในอาคารไว้ให้
(เนื่องจากยังเป็นผู้ช่วยที่แข็งแรง)
ผู้ที่มีสำหรับอาบน้ำ เพื่อสะดวกกับเด็ก
และผู้สูงอายุ

อุปกรณ์อื่นๆ : ติดตั้งให้ระดับเหมาะสม
จาก เคา์เตอร์สำหรับ 75 ซม. (สำหรับ
ผู้ที่มีข้อบกพร่อง)



ภาพที่ 6.20 Guideline การออกแบบห้องน้ำภายในบ้าน

(ที่มา : <http://www.scgbuildingmaterials.com/th/LivingIdea> ,

<http://www.seaconhome.co.th>)

6.3.1.3 รูปแบบภายนอกอาคารโครงการ เพลินวาน วิลล์ (Plearn Wan Ville)

ลักษณะบ้านเป็นแบบบ้านเดี่ยว 2 ชั้น สไตล์อเมริกัน คอทเทจ ซึ่งให้บรรยากาศเหมือนอยู่ในบ้านพักตากอากาศ รู้สึกเหมือนได้มาท่องเที่ยว พักผ่อน และลักษณะบ้านสามารถทำให้มีหลากหลายสีเพื่อการจดจำที่ง่ายของผู้สูงวัยและสร้างความรู้สึกสดใส กระปรี้กระเปร่าให้มีชีวิตชีวามากขึ้น ภายในโครงการมีการสร้างบรรยากาศและสีของต้นไม้ให้มีความหลากหลายและเกิดความจดจำโซนที่ง่าย ตัวบ้านเว้นระยะจากเขตแปลงที่ดินด้านหลังและด้านข้างฝั่งละ 2 เมตรตามกฎหมาย รั้วรอบเขตแปลงที่ดินเป็นรั้วโปร่ง เพื่อสามารถสร้างการปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนบ้านได้ง่ายขึ้นและไม่รู้สึกอึดอัด



ภาพที่ 6.21 ตัวอย่างรูปแบบอาคาร สไตล์อเมริกัน คอทเทจ

(ที่มา : ชวนชื่นไพรม์ ของบริษัทมั่นคง , เพอเพคเพลส ของบริษัท

พรีอเพคทีเพอเพค , ชัยพฤกษ์ ของบริษัทแลนด์แอนเฮ้าส์)

FENCE

รั้วบ้าน :
เป็นรั้วโปร่ง เพื่อให้สามารถช่วยกันสอดส่องดูแล
และสามารถนับปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนบ้าน



ภาพที่ 6.22 Guideline การออกแบบรั้วภายนอกบ้าน

(ที่มา : <https://women.kapook.com/view4068.html>)

6.3.1.4 การวิเคราะห์จุดเด่นจุดด้อยของโครงการเพลินวาน วิสส์(SWOT

Analysis)

จุดแข็งของโครงการ (Strength)

- (1) สามารถอยู่เป็นครอบครัวได้
- (2) โครงการมีกิจกรรมสำหรับผู้สูงวัยที่เหมาะสมและความหลากหลายไม่น่าเบื่อ ทำให้ผู้สูงวัยรู้สึกมีคุณค่าในตนเองและกระปรี้กระเปร่า
- (3) มีการบริการทางด้านสุขภาพ ที่สามารถดูแลได้แม้ยามฉุกเฉิน
- (4) มีการออกแบบทั้งภายในบ้านและพื้นที่ส่วนกลางที่รองรับการใช้งานของผู้สูงวัย ให้สามารถไปใช้งานยังที่ต่างๆในโครงการได้อย่างสะดวกและมีการออกแบบให้ใกล้ชิดกับเพื่อนบ้าน
- (5) มีบริการช่วยเหลือผู้สูงวัย ในการใช้ชีวิตประจำวัน
- (6) ได้อยู่กับกลุ่มเพื่อนวัยเดียวกัน
- (7) บ้านเป็นกรรมสิทธิ์ของผู้สูงวัยที่สามารถส่งต่อให้กับลูกหลาน
- (8) สภาพแวดล้อมโดยรอบโครงการยังมีความเป็นธรรมชาติและบรรยากาศไม่รู้สึกแออัด
- (9) โครงการอยู่ใกล้รถไฟฟ้าสายสีม่วง สามารถเดินทางได้สะดวก มีแหล่งพาณิชยกรรมและแหล่งชุมชนรายล้อม
- (10) โครงการอยู่ใกล้ถนนกาญจนาภิเษก หรือ วงแหวนรอบนอกตะวันตก ซึ่งสามารถเดินทางเข้าสู่พื้นที่เมืองและไปยังจังหวัดต่างๆที่เป็นสถานที่พักผ่อน

จุดอ่อนของโครงการ (Weakness)

- (1) เนื่องจากต้นทุนของโครงการสูงทำให้ราคาขายของบ้านมีราคาสูงกว่าโครงการบ้านเดี่ยวที่ไม่ได้มีความเฉพาะโดยรอบ และโครงการอยู่ลึก
- (2) โครงการเน้นเฉพาะกลุ่มผู้สูงวัยและมีข้อกำหนดว่าลูกค้าต้องเป็นผู้สูงวัย
- (3) โครงการเน้นให้สามารถอยู่กับครอบครัวได้ ถ้าไม่สามารถควบคุมคนอยู่ให้เป็นไปตามเป้าหมายอาจทำให้โครงการไม่ได้เป็นชุมชนเฉพาะที่เน้นผู้สูงวัยเป็นส่วนใหญ่

โอกาสของโครงการ (Opportunity)

- (1) การแข่งขันของตลาดยังมีไม่มาก และคู่แข่งก็มีความหลากหลายซึ่งกลุ่มเป้าหมายของเรามีความเฉพาะเจาะจงและเป็นแนวคิดใหม่ น่าจะสามารถเข้าไปแข่งในตลาดนี้ได้

อุปสรรคของโครงการ (Treat)

- (1) หากกลุ่มลูกค้าไม่สามารถรับรู้ถึงแนวคิดและสิ่งที่ตั้งใจจะสร้างขึ้นมาก็อาจทำให้โครงการขายไม่ดี

6.3.2 การตั้งราคาขาย (Price)

กลยุทธ์การตั้งราคาด้วยวิธีการคิด K Factor โดยการคิดต้นทุนการบริหาร ต้นทุนการพัฒนาและก่อสร้างบวกกับกำไรที่ต้องการ เนื่องจากโครงการของเราเป็นแนวคิดใหม่ที่ยังไม่มีใครทำ จึงคาดหวังผลกำไรที่ 30% ซึ่งปกติเจ้าอื่นๆหรือโครงการอื่นจะตั้งผลกำไรไว้ที่ 35% และจะใช้กลยุทธ์การตั้งราคาแบบMark up Price ในแปลงที่ทำเลดี ได้แก่ แปลงหัวมุม แปลงติดสวน แปลงติดถนนใหญ่ และลดราคาในแปลงที่มีตำหนิ ได้แก่ แปลงที่อยู่เยื้องกับทางแยก ส่วนแปลงที่อยู่ลึกด้านในจะมีราคาถูกกว่าแปลงด้านหน้า โดยการคิดราคาในแต่ละแปลง แยกเป็นราคาที่ดินและราคาค่าก่อสร้าง บวกรวมกันเนื่องจากขนาดรูปแปลงที่ดินไม่เหมือนกัน ผลมาจากรูปแปลงของโครงการ จึงทำให้แปลงมีหลากหลายขนาด โดยการMark up Price จากการศึกษาโครงการอื่นๆอยู่ที่ 1-2% ของราคาขายตั้งต้น ส่วนแปลงที่จะเปิดขายในปีถัดไป บวกราคาเพิ่มขึ้นตามอัตราเงินเฟ้อ ที่ประมาณ 3 - 5% ส่วนในเรื่องของโปรโมชั่น หรือ ส่วนลดเงินสดนั้น จากการศึกษาหลายๆโครงการที่มีระดับราคาใกล้เคียงกัน พบว่าจะให้อยู่ที่ 1-2% ของราคาขาย เพื่อไม่ให้กระทบต่อ Gross Profit Margin มากนัก ไม่ว่าจะเป็นของแถมอะไรก็ตาม ในที่นี้ระดับราคาบ้าน อยู่ที่ 5.2ล้านบาท – 8 ล้านบาท โปรโมชั่นหรือส่วนลดที่สามารถให้ได้อยู่ที่ 52,000 – 160,000 บาท ไม่ควรเกินจากนี้ ซึ่งเฉลี่ยของแถมต้องอยู่ในยอดที่ไม่เกิน 120,000 บาท โดยหากแปลงไหนที่ได้ของแถมเกิน ต้องนำไปหักลบกับแปลงอื่นให้ค่าเฉลี่ยไม่เกินที่กำหนด

ตารางที่ 6.2

แสดงการกำหนดราคาขายรายแปลง เฟส A

NO.	ขนาดที่ดิน(ตารางวา)	ทำแปลง	ค่าทำแปลง	จำนวนห้องนอน	ขนาดพื้นที่ใช้สอย(ตรม.)	ราคาที่ต้องการกำไร 30%	ราคาขาย
A1	64.83	แปลงมุม	50,000	3	142	6,355,264.57	6,405,000.00
A2	54.00	ปกติ	-	3	142	5,768,506.00	5,769,000.00
A3	54.00	ปกติ	-	3	142	5,768,506.00	5,769,000.00
A4	54.00	ปกติ	-	3	142	5,768,506.00	5,769,000.00
A5	54.00	ปกติ	-	3	142	5,768,506.00	5,769,000.00
A6	54.00	ปกติ	-	3	142	5,768,506.00	5,769,000.00
A7	54.00	ปกติ	-	3	142	5,768,506.00	5,769,000.00
A8	54.00	ปกติ	-	3	142	5,768,506.00	5,769,000.00
A9	54.00	ปกติ	-	3	142	5,768,506.00	5,769,000.00
A10	54.00	ปกติ	-	3	142	5,768,506.00	5,769,000.00
A11	70.97	แปลงมุม	50,000	3	142	6,687,652.74	6,738,000.00
A12	59.13	แปลงมุม	50,000	3	142	6,046,579.72	6,097,000.00
A13	54.00	ปกติ	-	3	142	5,768,506.00	5,769,000.00
A14	54.00	ปกติ	-	3	142	5,768,506.00	5,769,000.00
A15	54.00	ปกติ	-	3	142	5,768,506.00	5,769,000.00
A16	54.00	ปกติ	-	3	142	5,768,506.00	5,769,000.00
A17	54.00	ปกติ	-	3	142	5,768,506.00	5,769,000.00
A18	54.00	ปกติ	-	3	142	5,768,506.00	5,769,000.00
A19	54.00	ปกติ	-	3	142	5,768,506.00	5,769,000.00
A20	54.00	ปกติ	-	3	142	5,768,506.00	5,769,000.00
A21	54.00	ติดสวนเล็ก	50,000	3	142	5,768,506.00	5,819,000.00
A22	70.80	แปลงมุม	50,000	3	142	6,678,442.31	6,728,000.00
A23	52.31	แปลงมุม	50,000	4	185	6,537,938.94	6,588,000.00
A24	54.00	ปกติ	-	4	185	6,629,366.00	6,629,000.00
A25	54.34	แปลงมุม	50,000	4	185	6,647,922.31	6,698,000.00
A26	57.91	ปกติ	-	4	185	6,841,205.89	6,841,000.00
A27	63.00	แปลงมุม	50,000	4	185	7,116,977.00	7,167,000.00
A28	65.00	ปกติ	-	4	185	7,225,064.11	7,225,000.00
A29	63.00	แปลงมุม	50,000	4	185	7,116,977.00	7,167,000.00
A30	68.00	ปกติ	-	4	185	7,387,872.00	7,388,000.00
A31	65.25	แปลงมุม	50,000	4	185	7,238,879.75	7,289,000.00
A32	70.00	ปกติ	-	4	185	7,496,230.00	7,496,000.00
A33	65.25	แปลงมุม	50,000	4	185	7,238,879.75	7,289,000.00
A34	73.25	ปกติ	-	4	185	7,672,311.75	7,672,000.00
A35	54.00	แปลงมุม	50,000	3	142	5,768,506.00	5,819,000.00
A36	54.00	ปกติ	-	3	142	5,768,506.00	5,769,000.00
A37	54.00	ติดแยก/ดก	(50,000)	3	142	5,768,506.00	5,719,000.00
A38	54.00	ติดแยก/ดก	(50,000)	3	142	5,768,506.00	5,719,000.00
A39	54.00	ปกติ	-	3	142	5,768,506.00	5,769,000.00
A40	53.65	ปกติ	-	3	142	5,749,543.35	5,750,000.00
A41	54.00	แปลงมุม	50,000	3	142	5,768,506.00	5,819,000.00
A42	54.00	ปกติ	-	3	142	5,768,506.00	5,769,000.00
A43	54.00	ปกติ	-	3	142	5,768,506.00	5,769,000.00
A44	54.00	ปกติ	-	3	142	5,768,506.00	5,769,000.00
A45	54.00	ปกติ	-	3	142	5,768,506.00	5,769,000.00
A46	56.70	ปกติ	-	3	142	5,914,789.30	5,915,000.00
A47	52.98	แปลงหน้าโครงการ	50,000	3	142	5,712,972.53	5,763,000.00
A48	50.24	แปลงหน้าโครงการ	50,000	3	142	5,564,792.96	5,615,000.00
A49	54.04	แปลงหน้าโครงการ	50,000	3	142	5,770,673.16	5,821,000.00
A50	54.06	แปลงหน้าโครงการ	50,000	3	142	5,771,756.74	5,822,000.00

ตารางที่ 6.2

แสดงการกำหนดราคาขายรายแปลง เฟส A (ส่วนที่ 2)

NO.	ขนาดที่ดิน(ตารางวา)	ทำเลแปลง	ค่าทำเลแปลง	จำนวนห้องนอน	ขนาดพื้นที่ใช้สอย(ตรม.)	ราคาที่ต้องการกำไร 30%	ราคาขาย
A51	54.08	แปลงหน้าโครงการ	50,000	3	142	5,772,840.32	5,823,000.00
A52	54.10	แปลงหน้าโครงการ	50,000	3	142	5,773,788.45	5,824,000.00
A53	54.13	แปลงหน้าโครงการ	50,000	3	142	5,775,278.38	5,825,000.00
A54	70.42	ติดแยก/ตก	(50,000)	4	185	7,518,714.29	7,469,000.00
A55	62.65	ปกติ	-	4	185	7,098,014.35	7,098,000.00
A56	78.36	ติดแยก/ตก	(50,000)	4	185	7,948,895.55	7,899,000.00
A57	70.00	แปลงมุม+ติดสวนใหญ่	100,000	4	185	7,496,230.00	7,596,000.00
A58	70.00	ติดสวนใหญ่	80,000	4	185	7,496,230.00	7,576,000.00
A59	70.00	ติดสวนใหญ่	80,000	4	185	7,496,230.00	7,576,000.00
A60	70.00	ติดสวนใหญ่	80,000	4	185	7,496,230.00	7,576,000.00
A61	75.50	แปลงมุม+ติดสวนใหญ่	100,000	4	185	7,794,214.50	7,894,000.00
A62	70.00	แปลงมุม+ติดสวนใหญ่	100,000	4	185	7,496,230.00	7,596,000.00
A63	70.00	ติดสวนใหญ่	80,000	4	185	7,496,230.00	7,576,000.00
A64	70.00	ติดสวนใหญ่	80,000	4	185	7,496,230.00	7,576,000.00
A65	70.00	ติดสวนใหญ่	80,000	4	185	7,496,230.00	7,576,000.00
A66	70.00	แปลงมุม+ติดสวนใหญ่	100,000	4	185	7,496,230.00	7,596,000.00
A67	70.00	แปลงมุม+ติดสวนใหญ่	100,000	4	185	7,496,230.00	7,596,000.00
A68	70.00	ติดสวนใหญ่	80,000	4	185	7,496,230.00	7,576,000.00
A69	70.00	ติดสวนใหญ่	80,000	4	185	7,496,230.00	7,576,000.00
A70	69.85	แปลงมุม+ติดสวนใหญ่	100,000	4	185	7,488,103.15	7,588,000.00
A71	70.00	แปลงมุม+ติดสวนใหญ่	100,000	4	185	7,496,230.00	7,596,000.00
A72	70.00	ติดสวนใหญ่	80,000	4	185	7,496,230.00	7,576,000.00
A73	70.00	ติดสวนใหญ่	80,000	4	185	7,496,230.00	7,576,000.00
A74	69.33	แปลงมุม+ติดสวนใหญ่	100,000	4	185	7,459,659.18	7,560,000.00
A75	80.50	แปลงมุม+ติดสวนใหญ่	100,000	4	185	8,065,109.50	8,165,000.00
A76	71.98	ติดสวนใหญ่	80,000	4	185	7,603,233.53	7,683,000.00
A77	73.66	แปลงหน้าโครงการ+ติดสวนใหญ่	100,000	4	185	7,694,389.69	7,794,000.00
A78	85.20	แปลงหน้าโครงการ+ติดสวนใหญ่	100,000	4	185	8,319,615.35	8,420,000.00
A79	69.88	แปลงหน้าโครงการ+ติดสวนใหญ่	100,000	4	185	7,489,457.63	7,589,000.00
A80	70.00	แปลงหน้าโครงการ+ติดสวนใหญ่	100,000	4	185	7,496,230.00	7,596,000.00
A81	70.00	แปลงหน้าโครงการ+ติดสวนใหญ่	100,000	4	185	7,496,230.00	7,596,000.00
A82	70.00	แปลงหน้าโครงการ+ติดสวนใหญ่	100,000	4	185	7,496,230.00	7,596,000.00
A83	63.50	แปลงหน้าโครงการ+ติดสวนใหญ่	100,000	4	185	7,144,066.50	7,244,000.00
A84	64.04	แปลงหน้าโครงการ+ติดสวนใหญ่	100,000	4	185	7,173,323.16	7,273,000.00

ตารางที่ 6.3

แสดงการกำหนดราคาขายรายแปลง เฟส B

NO.	ขนาดที่ดิน(ตารางวา)	ทำเลแปลง	ค่าทำเลแปลง	จำนวนห้องนอน	ขนาดพื้นที่ใช้สอย (ตรม.)	ราคาที่ดินการกำไร 30%	ขายในปิดไป ราคาขึ้น ตามอัตราเงินเฟ้อ 3%	ราคาขาย
B1	53.98	ปกติ	-	3	142	5,767,151.53	5,940,166.07	5,940,000.00
B2	54.10	ปกติ	-	3	142	5,773,923.90	5,947,141.62	5,947,000.00
B3	54.18	ปกติ	-	3	142	5,778,393.67	5,951,745.48	5,952,000.00
B4	54.26	ปกติ	-	3	142	5,782,321.65	5,955,791.29	5,956,000.00
B5	54.37	ปกติ	-	3	142	5,788,281.34	5,961,929.78	5,962,000.00
B6	54.37	ปกติ	-	3	142	5,788,281.34	5,961,929.78	5,962,000.00
B7	54.37	ปกติ	-	3	142	5,788,281.34	5,961,929.78	5,962,000.00
B8	54.37	ติดแยก/ตก	(50,000)	3	142	5,788,281.34	5,961,929.78	5,912,000.00
B9	64.79	ปกติ	-	3	142	6,352,961.96	6,543,550.82	6,544,000.00
B10	60.94	แปลงมุม+ติดสวนเล็ก	80,000	3	142	6,144,643.71	6,328,983.02	6,409,000.00
B11	53.64	ติดสวนเล็ก	50,000	3	142	5,748,866.11	5,921,332.10	5,971,000.00
B12	53.53	ติดสวนเล็ก	50,000	3	142	5,743,177.32	5,915,472.64	5,965,000.00
B13	53.51	ติดแยก/ตก	(50,000)	3	142	5,741,687.40	5,913,938.02	5,864,000.00
B14	53.50	ปกติ	-	3	142	5,741,145.61	5,913,379.97	5,913,000.00
B15	53.49	ปกติ	-	3	142	5,740,739.26	5,912,961.44	5,913,000.00
B16	53.48	ปกติ	-	3	142	5,740,332.92	5,912,542.91	5,913,000.00
B17	56.74	ติดแยก/ตก	(50,000)	3	142	5,917,091.91	6,094,604.66	6,045,000.00
B18	53.27	แปลงมุม+ติดสวนใหญ่	100,000	3	142	5,729,090.78	5,900,963.50	6,001,000.00
B19	54.02	ติดสวนใหญ่	80,000	3	142	5,769,589.58	5,942,677.27	6,023,000.00
B20	54.02	ปกติ	-	3	142	5,769,589.58	5,942,677.27	5,943,000.00
B21	54.02	ปกติ	-	3	142	5,769,589.58	5,942,677.27	5,943,000.00
B22	54.02	ปกติ	-	3	142	5,769,589.58	5,942,677.27	5,943,000.00
B23	54.02	ปกติ	-	3	142	5,769,589.58	5,942,677.27	5,943,000.00
B24	54.02	ปกติ	-	3	142	5,769,589.58	5,942,677.27	5,943,000.00
B25	54.02	ติดสวนเล็ก	50,000	3	142	5,769,589.58	5,942,677.27	5,993,000.00
B26	54.02	ติดสวนเล็ก	50,000	3	142	5,769,589.58	5,942,677.27	5,993,000.00
B27	54.02	ปกติ	-	3	142	5,769,589.58	5,942,677.27	5,943,000.00
B28	54.02	ปกติ	-	3	142	5,769,589.58	5,942,677.27	5,943,000.00
B29	54.02	ปกติ	-	3	142	5,769,589.58	5,942,677.27	5,943,000.00
B30	54.02	ปกติ	-	3	142	5,769,589.58	5,942,677.27	5,943,000.00
B31	54.02	ปกติ	-	3	142	5,769,589.58	5,942,677.27	5,943,000.00
B32	54.02	ติดสวนใหญ่	80,000	3	142	5,769,589.58	5,942,677.27	6,023,000.00
B33	53.75	แปลงมุม+ติดสวนใหญ่	100,000	3	142	5,754,961.25	5,927,610.09	6,028,000.00
B34	63.59	แปลงมุม	50,000	3	142	6,287,811.72	6,476,446.07	6,526,000.00
B35	54.02	ปกติ	-	3	142	5,769,589.58	5,942,677.27	5,943,000.00
B36	54.02	ติดสวนเล็ก	50,000	3	142	5,769,589.58	5,942,677.27	5,993,000.00
B37	54.02	ติดสวนเล็ก	50,000	3	142	5,769,589.58	5,942,677.27	5,993,000.00
B38	54.02	ติดสวนเล็ก	50,000	3	142	5,769,589.58	5,942,677.27	5,993,000.00
B39	54.02	ติดสวนเล็ก	50,000	3	142	5,769,589.58	5,942,677.27	5,993,000.00
B40	54.02	ติดสวนใหญ่	80,000	3	142	5,769,589.58	5,942,677.27	6,023,000.00
B41	53.27	แปลงมุม+ติดสวนใหญ่	100,000	3	142	5,728,819.88	5,900,684.48	6,001,000.00
B42	66.36	แปลงมุม	50,000	3	142	6,437,887.55	6,631,024.17	6,681,000.00
B43	56.20	ปกติ	-	3	142	5,887,699.80	6,064,330.79	6,064,000.00
B44	50.00	ติดสวนเล็ก	50,000	3	142	5,551,790.00	5,718,343.70	5,768,000.00

6.3.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายเน้นไปที่กลุ่มผู้สูงวัย ซึ่งเป็นผู้สูงวัยยุคใหม่ ที่ใช้ Social Network ได้อย่างคล่องแคล่วจนขั้นถึงติดเลยก็ว่าได้ แต่จากการวิจัยต่างๆก็ยังคงกล่าวว่า คนวัยนี้ชอบการสื่อสารแบบโดยตรง และต้องการเลือกสินค้าหรือสิ่งที่ดีที่สุดให้กับตัวเอง โดยไม่ต้องการถูกปฏิบัติให้รู้สึกเหมือนเป็นผู้สูงวัย ช่องทางการสื่อสารกับผู้บริโภคจึงประกอบด้วย

- **สื่อสิ่งพิมพ์** ได้แก่ โบวัวร์และป้ายโฆษณา บิลบอร์ดขนาดใหญ่ บริเวณถนนวิภาวดีรังสิต และถนนกาญจนาภิเษกฝั่งตะวันตก เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายที่อยู่แถบกรุงเทพมหานครเขตที่ติดกับจังหวัดนนทบุรีได้เห็นป้ายโครงการ

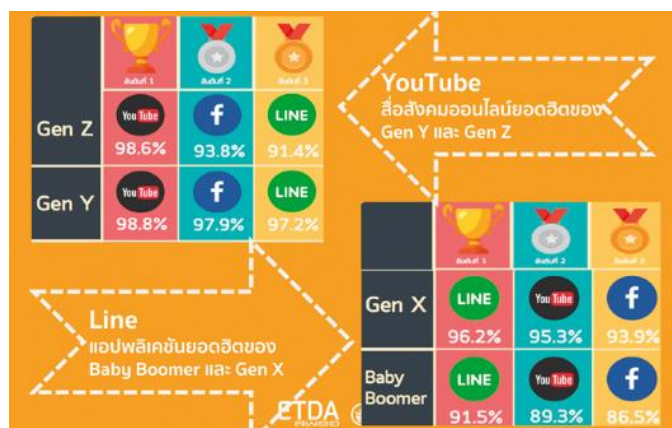
- **สื่อโทรทัศน์** ได้แก่ จัดทำโฆษณาสั้นๆในช่วงเวลาเช้า ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่กลุ่มเป้าหมาย นั่งจิบกาแฟ ดูข่าว และเช็กอีเมลงาน Grand Opening เพื่อเปิดตัวที่โครงการโดยให้กลุ่มเป้าหมายได้มาสัมผัสบรรยากาศโครงการจริง

- **Social Network** ได้แก่ ไลน์และเฟสบุ๊ค ซึ่งจากการสำรวจของ ETDA สรุปว่าเป็นสื่อทางอินเทอร์เน็ต ที่ผู้สูงวัยใช้มากที่สุด โดยทำการยิงโฆษณาและขึ้นโปรโมทผ่านเฟสบุ๊ค พร้อมทั้งให้ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องสุขภาพ การดูแลร่างกายและกิจกรรมต่างๆ และมีการสร้างแอดเคาท์ไลน์ขึ้นมาเพื่อใช้สำหรับคอยตอบคำถามให้กับผู้สูงวัย เนื่องจากเป็นโครงการใหม่ ต้องให้ข้อมูลกับผู้ที่สนใจให้มากที่สุด และใช้ไลน์แอดเคาท์นี้เป็นตัวเชิญชวนให้คนมางานเปิดตัว งานออกบูธต่างๆของโครงการ

- **บูธกิจกรรม** จากการสำรวจที่ได้กล่าวไปด้านบนว่าผู้สูงวัย ต้องการการเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย สะดวก เพราะต้องการทราบข้อมูลเพื่อจะได้เลือกสิ่งที่ดีที่สุดให้กับตัวเอง เพราะฉะนั้นการให้กลุ่มเป้าหมายได้เจอกับคนที่สามารถให้ข้อมูลได้ ถือว่าเป็นสิ่งที่ดี และด้วยเป็นโครงการแนวคิดใหม่ ความน่าเชื่อถือจากลูกหลานเองก็สำคัญ เราต้องพร้อมที่จะให้ข้อมูลทั้งเรื่องทางการเงิน การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก และเงื่อนไขต่างๆ การออกบูธตามศูนย์การค้าในเขตเป้าหมายจึงเป็นสิ่งสำคัญ ที่เซ็นทรัลเวสเกต เซ็นทรัลแจ้งวัฒนะ และศูนย์ราชการเป็นต้น

- **Website โครงการ** ต้องมีข้อมูลครบถ้วน ทั้งตำแหน่งที่ตั้ง ราคา รูปแบบโครงการ และแสดงความคืบหน้าของโครงการ ให้สามารถใช้งานง่าย เข้าถึงง่าย และตัวหนังสือที่มีขนาดใหญ่

- **เว็บไซต์รีวิวโครงการ** เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ และทำให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มเป้าหมาย ผ่านเว็บไซต์รีวิวที่อยู่อาศัย อย่าง Think of living, Yusabuy และ Homenayoo เป็นต้น พร้อมทั้งให้เว็บไซต์เข้ามาเยี่ยมชมโครงการแนวคิดใหม่เพื่อโปรโมทโครงการอีกทาง



ภาพที่ 6.23 แสดงการใช้ Social Network ของแต่ละ Gen (ที่มา : ETDA)



ภาพที่ 6.24 แสดงการใช้อินเทอร์เน็ตของ Baby boomer (ที่มา : ETDA)

6.3.4 การส่งเสริมการขาย (Promotion)

โครงการเพลินวาน วิลล์ เป็นโครงการที่มีความพิเศษมีความเฉพาะกลุ่ม ซึ่งการทำรายการส่งเสริมการขายนี้ จะเน้นเจาะกลุ่มผู้สูงวัยเป็นอันดับแรก และเนื่องจากความพิเศษเฉพาะตัวของโครงการ รายการของแถม หรือส่วนลด อาจไม่ใช่สิ่งที่กลุ่มลูกค้าต้องการ จึงต้องมีการทำโปรโมชั่น ให้เหมาะสมและมีเอกลักษณ์ สามารถให้ผู้สูงวัยสามารถนำไปใช้งานได้ โดยการทำโปรโมชั่นมีดังต่อไปนี้

ช่วงเปิดโครงการ :

1. โปรแกรมตรวจสุขภาพ สำหรับวัย 55 ปี ขึ้นไป
2. โปรแกรมทัวร์ต่างประเทศ สำหรับผู้ที่จองก่อนในช่วง Presale และ Grand Opening ให้กับผู้สูงวัยที่จะเข้ามาอยู่ในโครงการ เป็นการสร้างความสัมพันธ์ให้กับคนในโครงการด้วย
3. เครื่องปรับอากาศ 2-3 ห้อง ตามขนาดของบ้าน และ ติดผ้า màn พริ้งหลัง เพื่อพร้อมเข้าอยู่ได้
4. ส่วนลดเงินสด หรือของแถมตามเทศกาล

ช่วงงานขายทั่วไป :

1. ส่วนลดเงินสด หรือของแถมตามเทศกาล
2. เครื่องปรับอากาศ 2-3 ห้อง ตามขนาดของบ้าน และ ติดผ้า màn พริ้งหลัง
3. ส่วนลดบัตรนวดแผนไทย หรือ สปาผิว ให้ผู้ซื้อสามารถเลือกได้

ช่วงเร่งยอดขายเพื่อปิดโครงการ :

เพิ่มเติมโปรโมชั่นจากของเดิมเพื่อเร่งการปิดการขาย อาทิ ส่วนลดเพิ่ม และมีของแถมเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ ความงาม ที่เกี่ยวกับศาสตร์การชะลอวัย

6.4 แผนการตลาด

โครงการเป็นสถานที่สำหรับคนสูงวัย ต้องการให้ภาพลักษณ์ของโครงการสะท้อนถึงความอบอุ่นการได้อยู่ร่วมกันกับครอบครัวอย่างมีความสุขและได้ร่วมทำกิจกรรมกับเพื่อนๆ เดียวกันเหมือนได้มาสนุกด้วยกันด้วยกิจกรรมต่างๆ พร้อมทั้งความสะดวกสบายภายในโครงการที่มีบรรยากาศร่มรื่น โดยจุดเด่นของแผนการตลาดนี้คือการจัด Grand Opening ที่จะให้กลุ่มเป้าหมายและสื่อเล็กๆ ได้มาลองชมบรรยากาศจริงเมื่อบ้านตัวอย่างและส่วนกลางเสร็จเรียบร้อยแล้ว โดยแนวคิดของงานคือการย้อนวันวาน โดยให้ผู้มาร่วมงานแต่งตัววินเทจ เพื่อมาร่วมงานในสวนสไตล์ยุโรป ร่วมรับประทานอาหารและเต็นท์ โดยผู้ที่ถูกเชิญจะเป็นผู้ที่ได้ลงทะเบียนไว้ ทั้งชื่อ เบอร์โทรศัพท์ติดต่อ ซึ่งการประชาสัมพันธ์จะทำผ่านป้ายประชาสัมพันธ์บิลบอร์ด เฟสบุค และไลน์ ซึ่งเป็นช่องทางในการลงทะเบียน รวมถึงการลงทะเบียนในช่วงตั้งแต่ Presale

ช่วงแรกของการเปิดโครงการ :

ใช้สื่อโทรทัศน์ ป้ายบิลบอร์ด และช่องทางออนไลน์ในการสื่อสารกับลูกค้า ก่อนการเปิดโครงการจริง ช่วงเปิดโครงการ

ส่วนกลางและบ้านตัวอย่างเสร็จ :

จัดงานGrand Opening ที่โครงการเพลินวาน วิลล์ ให้ลูกค้าได้ลองมาสัมผัสบรรยากาศจริง ทำกิจกรรมในโครงการจริงๆ ระหว่างนั้นก็จะมีการจัดกิจกรรมเชิญชวนลูกค้าที่จองบ้านแล้วให้มาร่วมทำกิจกรรม ตั้งชมรม อาทิ เต้นรำ หรือทำกิจกรรมการกุศลร่วมกันกับเพื่อนๆในโครงการและคนที่สนใจโครงการ ฟรี ในช่วงนี้ เริ่มเชิญเว็บไซต์รีวิว มาร่วมชมบ้านตัวอย่างและลองทำกิจกรรมร่วมกับคนในโครงการ โดยโครงการจะเน้นการสร้างเสร็จก่อนขายเพื่อให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นเนื่องจากลูกค้าเป็นผู้สูงวัย ไม่มีเวลาที่จะต้องมาเสี่ยงกับสินค้าที่ไม่น่าเชื่อถือ



ภาพที่ 6.25 ตัวอย่างกิจกรรมการร่วมงาน Grand Opening โครงการเพลินวาน วิลล์

ช่วงก่อสร้างเสร็จแล้ว :

เร่งปิดการขาย โดยการโฆษณาทางโซเชียลเน็ตเวิร์ค และยื่นข้อเสนอโปรโมชั่นเพิ่มมากขึ้น ดึงดูดลูกค้าที่ทำการลงทะเบียนไว้ และเชิญชวนมาเยี่ยมชมโครงการบ้านพร้อมขาย

ตารางที่ 6.4

แสดงช่วงเวลาการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดของโครงการ

	Duration	Start	Finish	2018												2019												2020																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
การขาย		1-Feb-18	30-Aug-20																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																								

ตารางที่ 6.5

แสดงกิจกรรมส่งเสริมการตลาดของโครงการเพลินวาน วิลล์

Activity	
soft opening	เปิดตัวโครงการหลังเซลล์ออฟฟิศเสร็จให้เป็นที่รู้จักก่อน นำเสนอคอนเซป ราคารูปแบบโครงการ ให้คนให้ความสนใจ
Grand opening + Festival	เมื่อสร้างบ้านตัวอย่างและจัดสวนโดยรอบเสร็จ จัดงานย้อนยุคให้คนมาแต่งตัวย้อนวัย ที่โครงการ จัด 1 ครั้ง เชิญกลุ่มเป้าหมายส่งจดหมายเชิญสำหรับผู้ที่มาลงทะเบียนแสดงความสนใจโครงการ
ป้ายโฆษณากลางแจ้ง	ป้ายบิลบอร์ดขนาดใหญ่ พร้อมช่วงเปิดตัวโครงการตั้งแต่ Soft Opening
ป้ายบอกทาง	ป้ายตามทาง บนถนนกาญจนาภิเษกวงแหวนตะวันตก และ ในซอยวัดลาปลาตุก
โบรชัวร์และแผ่นพับ	ใช้สำหรับการออกบูธกิจกรรม และไปโปรโมทตามสถาบันที่เป็นของรัฐ ในย่านที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย
ออกบูธศูนย์การค้า	ออกบูธในศูนย์การค้า ที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ เซ็นทรัลเวสเกต เซ็นทรัลแจ้งวัฒนะ เป็นต้น หลังจากที่บ้านตัวอย่างเสร็จแล้ว
โฆษณา ทิวี หลังข่าวช่วงเปิดตัว (AD 10 วินาที)	ในช่วงเดือนแรกก่อนที่จะเปิดให้เข้าชมโครงการ เน้นเป็นในช่วงข่าวเช้า ช่วงจิบกาแฟยามเช้าของกลุ่มเป้าหมาย
LINE OFFICIAL ACCOUNT	ตั้งแต่เปิดตัว Grand Opening สร้างแอคเคาท์และจ้างผู้ดูแลโดยใช้คนเดียวกับคนที่ดูแลสื่อหรือฝ่ายการตลาด ให้สามารถตอบโต้กับกลุ่มเป้าหมายและสามารถนัดเยี่ยมชมโครงการได้
เว็บไซต์โครงการ (เปิดโครงการข้อมูลครบถ้วน)	เริ่มตั้งแต่เปิดตัวโครงการ โดยใช้คนควบคุมดูแลคนเดียวกันกับสื่อออนไลน์ โดยจะมีรายละเอียด รูปแบบโครงการ ความพิเศษของโครงการ สิ่งอำนวยความสะดวก แผนที่ กิจกรรมที่จะจัดในโครงการ และความคืบหน้าของโครงการ
โซเชียลเน็ตเวิร์ค+Google	ทำการโฆษณาไปเรื่อยๆ จนจบโครงการ
จ้างเขียนรีวิวเว็บไซต์	เมื่อโครงการมีบ้านตัวอย่าง เชิญเว็บรีวิว อย่าง Think of living , Home nayoo มาเยี่ยมชม เขียน รีวิว
รถออลพรมบ้าน 2 คัน	ซื้อตอมบ้านตัวอย่างและส่วนกลางเสร็จเพื่อพาเยี่ยมชมโครงการ
Open house	มาลองทำกิจกรรมในโครงการ ร่วมกับเพื่อนฟรี 1 ครั้ง คลาสสราบบำบัด / โยคะ กระชับวัย / เต้นรำ

บทที่ 7

การบริหารงานก่อสร้าง

จากการศึกษาด้านต่างๆข้างต้น สามารถสรุปรายละเอียดสำหรับงานก่อสร้างโดยแบ่งเป็นส่วงานได้ดังต่อไปนี้

7.1 รูปแบบโครงการ

โครงการบ้านเดี่ยวที่เหมาะสมกับผู้สูงวัยและทุกคนในครอบครัว มีขนาดที่ดินตั้งแต่ 50-85 ตารางวา โดยแบ่งเป็น 2 รูปแบบ

Type A : ขนาด 4 ห้องนอน 4 ห้องน้ำ รูปแปลงที่ดินหน้ากว้าง 13 เมตร ลึก 20 เมตร โดยประมาณ ขนาดพื้นที่ใช้สอย 185 ตารางเมตร จำนวน 43 ยูนิต พื้นที่ก่อสร้างรวม 7,955 ตารางเมตร

Type B : ขนาด 3 ห้องนอน 3 ห้องน้ำ รูปแปลงที่ดินหน้ากว้าง 12 เมตร ลึก 18 เมตร โดยประมาณ ขนาดพื้นที่ใช้สอย 142 ตารางเมตร จำนวน 85 ยูนิต พื้นที่ก่อสร้างรวม 12,070 ตารางเมตร แบ่งเป็น 2 เฟส ในเฟสแรก จำนวน 84 หลัง รวมพื้นที่ก่อสร้าง 13,777 ตารางเมตร แปลงที่ A1 – A84 เฟสที่สอง แปลงที่ B1 – B44 จำนวน 44 หลัง รวมพื้นที่ก่อสร้าง 6,248 ตารางเมตร

7.2 รายละเอียดด้านการก่อสร้าง

7.2.1 งานโครงสร้างอาคาร

ฐานรากใช้เสาเข็มแบบเจาะ ซึ่งมีขนาดเล็กและลดมลภาวะทางเสียง เป็นที่นิยมอย่างมากของวิศวกร สามารถรับน้ำหนักได้ถึง 120 ตัน เหมาะกับการก่อสร้างในชุมชน มากกว่าเสาเข็มแบบตอก อีกทั้งยังไม่ส่งผลกระทบต่อดินบริเวณชุมชนเคลื่อนตัวอีกด้วย ตัวอาคารเป็นแบบผนังสำเร็จรูป ซึ่งมีความแข็งแรงและต้นทุนไม่สูง ใช้เวลาน้อยกว่า ส่วนเสา คานและบันไดภายในบ้านเป็นคอนกรีตเสริมเหล็ก ผนังอาคาร ฉาบปูนเรียบ ทาสี หลังคาเป็นเมทัลชีทบุด้วยฉนวนกันความร้อน แผ่นพื้นสำเร็จ และส่วนชักร้างภายนอกบ้าน ใช้คอนกรีตเสริมเหล็กหล่อในที่

7.2.2 งานระบบประปาและไฟฟ้า

ระบบประปาใช้แบบระบบ Up Feed ป้อนน้ำขนาด 300 – 400 วัตต์ สูบขึ้นไปใช้ที่ชั้น 2 เนื่องจากมีห้องน้ำ อย่างต่ำ 3 ห้อง และมากที่สุดถึง 4 ห้อง ขนาดของมอเตอร์ประปา $\frac{3}{4}$ นิ้ว การขออนุญาตเพื่อดึงไฟฟ้าเข้าโครงการ ต้องขออนุญาตจากไฟฟ้านครหลวง โดยปักเสาและพาดสาย เชื่อมต่อเข้าแต่ละบ้านด้วยท่อลอดใต้ดิน เพื่อความเรียบร้อย

7.2.3 งานระบบปรับอากาศและระบายอากาศ

ตัวอาคารใช้แบบแยกส่วนหรือสปริตไทป์ (Split Type) คือ มีคอยล์ร้อน คอยล์เย็น ส่วนรุ่นแขวนผนังหรือวอลล์ไทป์ (Wall type) ขนาดที่เลือกใช้ขึ้นกับขนาดของห้องโดยคิดตามปริมาตร ปกติใช้ประมาณ 800 – 900 BTU / ตรม.

ระบบระบายอากาศในห้องน้ำ เป็นช่องโถงระบายอากาศ โดยจะมี 1 จุด ต่อ 1 ห้องน้ำ ซึ่งมีในทุกห้องน้ำ

7.2.4 งานสุขาภิบาล

ในส่วนของระบบงานสุขาภิบาล ประกอบด้วยระบบระบายน้ำทิ้งจากน้ำเสียที่ออกมาจากตัวอาคาร บ้านเรือน จะลงสู่ท่อดักไขมันและระบบบำบัดน้ำเสียก่อนปล่อยลงสู่ท่อระบายน้ำที่อยู่ตลอดแนวลนหลักของโครงการทั้ง 2 ฝั่ง ท่อขนาดเล็กสุดไม่ต่ำกว่า 0.60 ม. และทุกแปลงจะมีบ่อพักระบายน้ำ ส่วนบ่อพักจะมีทุกจุดที่มีการเปลี่ยนแปลงขนาดท่อและจุดบรรจบท่อ ห่างกันไม่เกิน 15 เมตร เป็นระบบรางแบบรางวีบนผิวถนนด้านหน้าตัวบ้านเชื่อมต่อท่อให้สามารถออกสู่ท่อสาธารณะภายนอกอาคาร

7.2.5 ระบบรักษาความปลอดภัย

การเข้า-ออก โดยระบบคีย์การ์ด (Key card access) บ้านละ 2 อัน ส่วนบุคคลภายนอกที่เข้ามาภายในโครงการใช้การแลกบัตรประชาชนกับ รปภ. ซึ่งประจำการตลอด 24 ชั่วโมงและให้เจ้าของบ้านเซ็นรับพร้อมประทับตรา

กล้องวงจรปิด (CCTV) ติดตั้งบริเวณป้อม รปภ.บริเวณทางเข้า-ออก เพื่อบันทึกการเข้า-ออก ของรถยนต์ที่มาติดต่อภายในโครงการ เพื่อที่บันทึกและสามารถตรวจสอบได้ในภายหลัง

ระบบตรวจจับควัน 1 จุด ในห้องครัว โดยใช้ไฟที่สามารถตรวจจับควันได้ ซึ่งเป็นเทคโนโลยีรุ่นใหม่ ที่สามารถส่งสัญญาณเตือน เมื่อเกิดควันไฟ เพื่อรักษาความปลอดภัยของผู้สูงวัยที่อยู่ในบ้าน

ระบบฉุกเฉิน ซึ่งเป็นข้อมือฉุกเฉินที่สามารถตรวจจับอัตราการเต้นของหัวใจมอบให้กับผู้สุงวัยตั้งแต่เริ่มเข้าโครงการ เพื่อจะได้ติดตามและรายงานผลไปที่ส่วนกลางหากเกิดเรื่องฉุกเฉินตลอด24ชั่วโมง

7.3 งานสถาปัตยกรรม

7.3.1 ภายนอกอาคาร

ผนัง	ผนังสำเร็จรูป ฉาบเรียบทาสี
หน้าต่าง	กรอบอลูมิเนียมอบสี กระจกเขียวตัดแสง
พื้น	พื้นคอนกรีตเสริมเหล็ก ผิวด้าน ชัดเรียบ

7.3.2 ภายในอาคาร

ห้องโถง

ผนัง	ทาสี สำหรับทาภายใน ติดบัวล่างเป็นบัวโพลี สำเร็จรูป
ฝ้าเพดาน	ฝ้าเพดานยิปซัมฉาบเรียบ ทาสี ติดไฟดาวไลท์ สี warm white
พื้น	กระเบื้องแกรนิตโต้ ขนาด 60 x 60 ซม. ชั้น 2 ปูพื้นลามิเนต หน้า 12 มม.
ประตู	ประตูทำจาก HDF ผิวสัมผัสเป็นไม้ ทำสีขาว พร้อมอุปกรณ์ล็อก
บันได	คอนกรีตเสริมเหล็ก ปูด้วยวัสดุไม้จริง เคลือบผิวมัน ทำสีธรรมชาติ ราวบันได โครมเหล็กทำสี

ห้องนอน

ผนัง	ทาสี สำหรับทาภายใน ติดบัวล่างเป็นบัวโพลี สำเร็จรูปติดตั้งอุปกรณ์ ราว
ฝ้าเพดาน	ฝ้าเพดานยิปซัมฉาบเรียบ ทาสี ติดไฟฟลูออเรสเซนต์ สีขาว
พื้น	พื้นห้องนอน กระเบื้องยางลายไม้
ประตู	ประตูทำจาก HDF ผิวสัมผัสเป็นไม้ ทำสีขาว พร้อมอุปกรณ์ล็อก

ห้องครัว

ผนัง	ทาสี สำหรับทาภายใน และกรุกระเบื้องบริเวณเคาน์เตอร์
เคาน์เตอร์	เคาน์เตอร์หล่อคอนกรีต ปูด้วยกระเบื้องแกรนิตโต้พร้อมติดตั้งซิงค์น้ำ พร้อมก๊อกน้ำ

พัดลมระบายอากาศและเตรียมปลั๊กไฟสำหรับพื้นที่ตู้เย็น และเครื่องซักผ้า

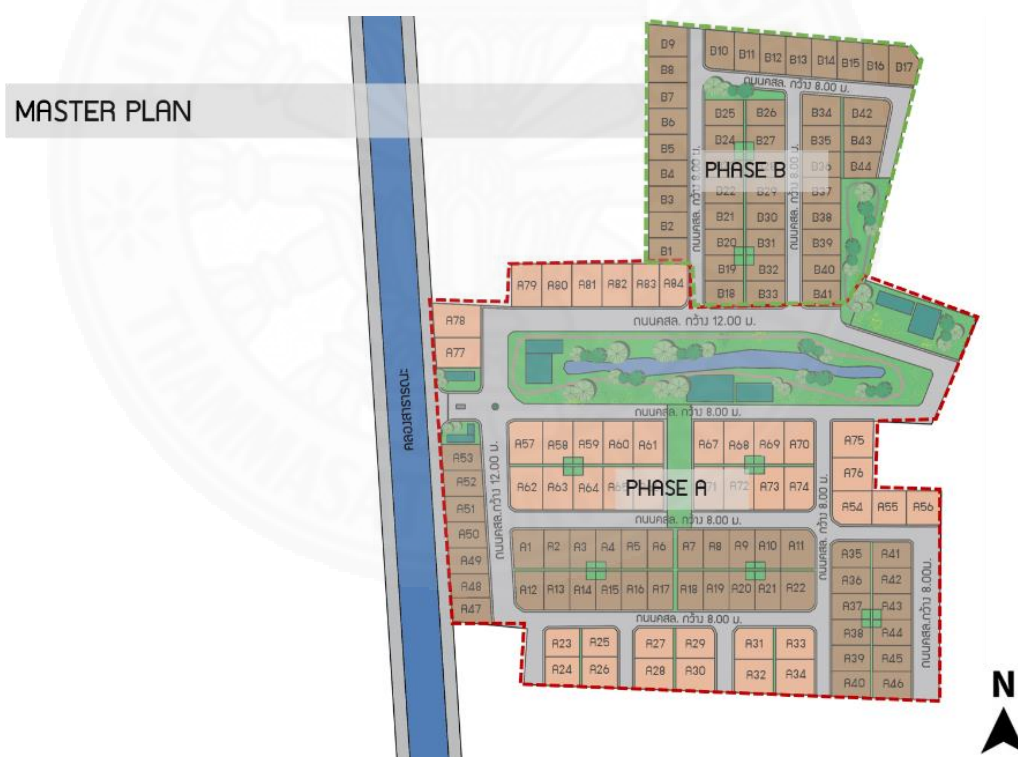
ฝ้าเพดาน	ฝ้าเพดานยิปซัมฉาบเรียบ ทาสี ดัดไฟดาวไลท์ ที่มีความสามารถจับ ควันและส่งสัญญาณเตือน
พื้น	กระเบื้องผิวหยาบ ไม่ลื่น ขนาด 30 x 30 ซม.
ประตู ห้องน้ำ	ประตูทำจาก HDF ผิวสัมผัสเป็นไม้ ทำสีขาว พร้อมอุปกรณ์ล็อค
ผนัง	ทาสี สำหรับทากายใน ด้านบนเหนือกระเบื้อง ทำกันซึม ติดตั้ง อุปกรณ์ราวจับและสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุ
ฝ้าเพดาน	ฝ้าเพดานยิปซัมฉาบเรียบกันชื้น ทาสี ดัดไฟฟลูออเรสเซนต์ สีขาว
พื้น	พื้นห้องน้ำ ปูกระเบื้อง ผิวหยาบ ที่มีความหยาบระดับ R9 ซึ่งเป็น ระดับที่มีความเหมาะสมกับการใช้งาน
ประตู	ประตูทำจาก HDF ผิวสัมผัสเป็นไม้ ทำสีขาว พร้อมอุปกรณ์ล็อค

7.4 การบริหารการก่อสร้าง

ทางโครงการจัดจ้าง ทีมบริหารงานก่อสร้าง ทีมออกแบบ ทีมวิศวกรและ ทีมผู้รับเหมา โดยประกอบไปด้วยฝ่ายสถาปนิก ได้แก่ ทีมออกแบบโครงสร้าง ออกแบบภายใน ภูมิสถาปัตย์ และทีมวิศวกรต่างๆได้แก่ วิศวกรงานระบบและวิศวกรโยธา เพื่อประสานงานกับผู้รับเหมา โดยเจ้าของโครงการจะเป็นผู้มีอำนาจตัดสินใจและควบคุมการทำงาน ร่วมกับผู้บริหารโครงการ (Project manager) เป็นเหมือนตัวแทนของเจ้าของโครงการ

7.5 การวางแผนงานก่อสร้าง

โครงการใช้เวลาก่อสร้างและบริหารงานจนจบสิ้นโครงการ จำนวน 942 วัน หรือ 2 ปี 6 เดือน โดยอาคาร 1 หลัง ใช้เวลาก่อสร้างประมาณ 6-8 เดือน แต่ด้วยทางโครงการใช้ระบบผนังสำเร็จรูปจะทำให้สามารถก่อสร้างบ้านสร้างได้รวดเร็วขึ้น โดยแบ่งการก่อสร้างออกเป็น 2 เฟส ในเฟสแรกคือด้านหน้าโครงการ เรียกว่าเฟส A จำนวน 84 หลัง และเฟส B จำนวน 43 หลัง โดยในช่วงแรกจะเริ่มจากการก่อสร้างสำนักงานขายชั่วคราวและพื้นที่ส่วนกลางก่อน จึงเริ่มก่อสร้างอาคารพักอาศัยบ้านเดี่ยว เมื่อเฟส A สร้างไปถึงครึ่งหนึ่ง จึงเริ่มทำการตกแต่งบ้านตัวอย่าง โดยเฟส B จะเริ่มก็ต่อเมื่อเฟส A สร้างเสร็จแล้ว โดยขณะก่อสร้าง สามารถใช้ทางเข้าออกได้สองทาง บริเวณทางเข้าหลักและแปลง B17 และเมื่อเฟส A ก่อสร้างเสร็จทั้งหมดจะใช้ทางเซอร์วิสด้านหลังโครงการบริเวณแปลง B17 ในการเข้าออกเท่านั้นสำหรับการก่อสร้างเฟส B



ภาพที่ 7.1 ผังโครงการแสดงการแบ่งเฟสการก่อสร้าง

ตารางที่ 7.1

แสดงระยะเวลาก่อสร้างโครงการ เพลินวาน วิลด์

Task		Duration	Start	Finish	2018												2019												2020																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																					
ช่วงก่อนการก่อสร้าง	ระยะเวลาโครงการ	942 days	1-Feb-18	30-Aug-20																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																									

บทที่ 8

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน

การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการ โดยศึกษาถึงปัจจัยต่างๆที่มีผลกระทบต่อกระแสเงินสด ของโครงการ อาทิ ต้นทุนการพัฒนาโครงการ และรายรับของโครงการ และศึกษาความเสี่ยงของการลงทุนโดยใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ ได้แก่ การวิเคราะห์หามูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value หรือ NPV) อัตราผลตอบแทนของการลงทุน (Internal Rate of Return หรือ IRR) และระยะเวลาในการคืนทุน (Payback Period) โดยมีรายละเอียดในการวิเคราะห์และข้อสมมติฐานทางการเงินต่างๆดังต่อไปนี้

8.1 สมมติฐานด้านการลงทุนของโครงการ

สัดส่วนเงินทุนของเจ้าของโครงการได้มาจาก 2 แหล่ง คือ กู้ธนาคาร 60 % ทุนของเจ้าของโครงการ 40% ดอกเบี้ย MLR จากสถาบันการเงินในประเทศไทยเฉลี่ยอยู่ที่ 6.9984% แต่เมื่อคิดด้วยวิธี Simple Average จากธนาคารที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักในประเทศไทย 10 ธนาคาร ได้ดอกเบี้ย MLR ที่ 6.6825% เมื่อรวมกับค่าความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น MLR+1 ดอกเบี้ยเงินกู้ยืมอยู่ที่ 7.6825% ณ วันที่ 26 มกราคม 2561 โดยต้องจ่ายดอกเบี้ยทุกสิ้นงวดชำระภายในต้นเดือนของเดือนถัดไป

อัตราดอกเบี้ยเงินให้สินเชื่อ ของธนาคารพาณิชย์ ประจำวันที่ 26 มกราคม 2561						
ธนาคาร	MOR	MLR	MRR	สูงสุด*	ขั้นต่ำ*	บัตรเครดิต
ธนาคารพาณิชย์จดทะเบียนในประเทศไทย						
กรุงเทพ	7.1250	6.2500	7.1250	18.0000	22.1250	18.0000
กรุงไทย	7.1200	6.2750	7.1200	19.1200	20.0000	-
กสิกรไทย	7.1200	6.2500	7.1200	23.1000	25.1000	18.0000
ไทยพาณิชย์	6.8700	6.0250	7.3700	19.3700	22.3700	18.0000
กรุงศรีอยุธยา	7.2000	6.6000	7.2000	21.0000	28.0000	-
ทหารไทย	7.6750	6.7750	7.2750	28.0000	28.0000	18.0000
ยูเอสบี	7.7000	7.1500	7.7500	28.0000	28.0000	18.0000
ซีไอเอ็มบี ไทย	7.5000	7.0000	7.7500	28.0000	28.0000	18.0000
ธนาคารชาร์เตอร์ด (ไทย)	8.1000	7.8500	-	15.0000	15.0000	-
อนชาด	7.4250	6.6500	7.7500	15.7500	18.0000	9.9000-18.0000
ทีเอ็มบี	8.1000	7.8500	12.7500	36.0000	36.0000	-
เมกะ สากลพาณิชย์	8.0000	7.2500	8.0000	12.0000	15.0000	-

ภาพที่ 8.1 แสดงอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของธนาคารแห่งประเทศไทย ณ วันที่ 26 มกราคม 2561

เบี้ยประกันภัย	7.7000	7.1500	7.9000	28.0000	28.0000	-
แนตต์ แอนท์ แฮม	7.6500	7.0250	7.7500	18.0000	18.0000	-
โยชิบิชิ (ไทย)	7.6750	7.1500	8.1250	21.0000	21.0000	18.0000
ไทยเครดิตเพื่อรายย่อย	8.6500	8.4700	9.0500	35.0000	35.0000	-
แห่งประเทศไทย (ไทย)	8.5000	6.5000	7.7500	12.7500	22.2500	18.0000
ธนาคารออมสิน (ไทย) จำกัด (มหาชน)	8.2500	8.2500	-	25.0000	25.0000	-
ซูมิโมะ มิทซึบิ ทรัสต์ (ไทย)	9.8750	6.5000	8.5000	15.0000	15.0000	-
เฉลี่ยของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย	7.8018	6.9984	8.0168	22.0047	23.6761	18.0000

ภาพที่ 8.1 แสดงอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของธนาคาร-
แห่งประเทศไทย (ต่อ) (ที่มา : <https://www.bot.or.th>)

MRR หมายถึง อัตราดอกเบี้ยลูกค้ารายย่อยชั้นดี

MOR หมายถึง อัตราดอกเบี้ยลูกค้ารายใหญ่ชั้นดี ประเภทเงินเบิกเกินบัญชี

MLR หมายถึง อัตราดอกเบี้ยลูกค้ารายใหญ่ชั้นดี ประเภทเงินกู้แบบมีระยะเวลา

ในการหาต้นทุนทางการเงินเฉลี่ยของกิจการ (Weighted Average Cost of Capital หรือ WACC) นั้น สามารถหาได้ด้วยวิธี $WACC = W_e K_e + W_d K_d$ โดย

W_e = สัดส่วนเงินลงทุนของเจ้าของ คือ 40%

K_e = อัตราผลตอบแทนที่คาดหวังของเจ้าของ หรือ สามารถหาด้วยวิธี $CapM = R_f + (R_m - R_f)\beta$

ใช้การศึกษาจากผู้ประกอบการรายย่อยที่มีประสบการณ์การทำโครงการบ้านเดี่ยวในลักษณะใกล้เคียงกัน จากการสอบถามผู้ประกอบการที่ทำโครงการหมู่บ้านที่เป็นบ้านเดี่ยว มีการคาดหวังผลตอบแทนการลงทุนอยู่ที่ 15-18% จึงขอใช้อัตราผลตอบแทนจากการศึกษานี้ 18% แทนการคิดด้วยวิธี CapM เนื่องจากบริษัทไม่ได้เป็นบริษัทมหาชน การใช้ R_m ของบริษัทมหาชนมาคิดอาจทำให้เกิดความคลาดเคลื่อนสูง

W_d = เงินลงทุนส่วนที่กู้ยืม 60%

K_d = อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ 7.6825%

T = อัตราภาษีเงินได้ของบริษัท 20%

$WACC = W_e K_e + W_d K_d$

$$= (0.4) (18) + (0.6) (7.6825) (1-0.2)$$

$$= 7.2 + 3.69$$

$$= 10.89$$

ทางโครงการมีนโยบาย กู้ยืมเงินจากธนาคารตามที่ลงทุนจริงในแต่ละเดือน จำนวน 60% ของเงินลงทุนในโครงการและจ่ายเงินกู้เมื่อมีการโอนในแต่ละเฟส 70% ของยอดโอน โดยจ่ายทุกสิ้นงวดหรือในต้นเดือนถัดไป

8.2 สมมติฐานด้านค่าใช้จ่ายโครงการ

8.2.1 ค่าพัฒนาโครงการ

ราคาที่ดินของโครงการมาจากราคาขายจริงของแปลงข้างเคียงที่เพิ่งขายในปี 2560 และใกล้เคียงกับราคาประกาศขาย คัดที่ตารางวาละ 10,000 บาท ส่วนค่าถมที่ดิน ได้ราคาจากการโทรสอบถามทางผู้รับเหมาที่รับถมดินในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ราคาอยู่ที่ไร่ละ 400,000 บาทต่อความลึก 1 เมตร และค่าก่อสร้างบ้านเดี่ยวซึ่งเป็นอาคารที่โครงสร้างและผนังแยกจากอาคารข้างเคียงอย่างชัดเจนใช้ประโยชน์เพื่อการอยู่อาศัย จากราคาค่าก่อสร้าง ธันวาคมปี 2560 จากมูลนิธิประเมินมูลค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทย สำหรับบ้านเดี่ยวตึก 2 – 3 ชั้น ค่าก่อสร้างอยู่ระหว่าง 10,400 – 15,000 บาท ซึ่งเพิ่มขึ้นจากธันวาคม ปี 2559 ประมาณ 2% (มูลนิธิประเมินมูลค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทย, 2560) และจากการศึกษาโครงการของบริษัทหนึ่งที่เป็นโครงการบ้านเดี่ยวระดับราคาใกล้เคียงกัน ราคาค่าก่อสร้างบ้านเดี่ยว 2 ชั้น อยู่ที่ประมาณ 13,000 บาท/ตรม. เนื่องจากโครงการมีความพิเศษในเรื่องการออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงวัย ดังนั้นจึงใช้ค่าก่อสร้างที่สูงกว่าการก่อสร้างบ้านเดี่ยวทั่วไปในการหาต้นทุนการพัฒนาในส่วนก่อสร้างบ้านเดี่ยวที่ 14,000 บาท/ตรม. และได้ใช้ราคาค่าก่อสร้างพื้นที่ส่วนกลางและอื่นๆจากการเปรียบเทียบ จากโครงการบ้านเดี่ยวของบริษัทแห่งนี้เช่นกัน อาทิ ถนน และพื้นที่สวน ตามตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 8.1

แสดงสมมติฐานด้านค่าใช้จ่ายในการก่อสร้าง

		จำนวน	หน่วย	ราคา(บาท)	มูลค่า(บาท)
ค่าที่ดิน (1)		13,959.00	ตารางวา	10,000.00	139,590,000.00
ค่าพัฒนาที่ดินและพื้นที่ส่วนกลาง					
ค่าถมที่ดิน สูง 1 เมตร พร้อมปรับแต่งหน้าดิน		13,959.00	ตารางวา	1,000.00	13,959,000.00
สาธารณูปโภคส่วนกลาง รวมถนนไฟฟ้าแสงสว่างและท่อระบายน้ำ	45.43%	6,346.00	ตารางวา	12,000.00	76,152,000.00
งานรั้วโครงการ		1,140.00	เมตร	2,500.00	2,850,000.00
ป้อมยามและประตูรั้วหน้าโครงการ		1.00	LS	1,000,000.00	1,000,000.00
จัดสวน		2,370.00	ตารางวา	7,200.00	17,064,000.00
รวมค่าพัฒนาที่ดินและส่วนกลาง (2)					111,025,000.00
สำนักงานขาย (ใช้เป็นคลังเช่าสัปดาห์)					
งานโครงสร้าง				50%	2,160,000.00
งานสถาปัตยกรรม				40%	1,046,400.00
งานระบบ				10%	261,600.00
ตกแต่งภายใน		240.00	ตารางเมตร	8,000.00	1,920,000.00
รวมค่าก่อสร้างสำนักงานขาย		240.00	ตารางเมตร	18,000.00	4,320,000.00
ค่าตกแต่งบ้านตัวอย่าง (2 Type)		327.00	ตารางเมตร	8,000.00	2,616,000.00
รวมค่าตกแต่งบ้านตัวอย่าง					2,616,000.00
บ้านเดี่ยว เฟส 1 @ 84 หลัง					
งานโครงสร้าง				44%	84,866,320.00
งานสถาปัตยกรรม				45%	86,795,100.00
งานระบบ				11%	21,216,580.00
รวมค่าก่อสร้างบ้านเดี่ยว 2 ชั้น เฟส1		13,777.00	ตารางเมตร	14,000.00	192,878,000.00
ค่าก่อสร้าง (เพิ่มขึ้น 2%)					
บ้านเดี่ยว เฟส 1 @ 44 หลัง					
งานโครงสร้าง				44%	39,257,433.60
งานสถาปัตยกรรม				45%	40,149,648.00
งานระบบ				11%	9,814,358.40
รวมค่าก่อสร้างบ้านเดี่ยว 2 ชั้น เฟส2		6,248.00	ตารางเมตร	14,280.00	89,221,440.00
รวมค่าก่อสร้างทั้งหมด (3)					289,035,440.00
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ					
ค่าบริหารก่อสร้างควบคุมงาน				1%	2,890,354.40
ค่าออกแบบ				3%	8,671,063.20
ค่าเผื่อสำรองจ่าย				5%	14,451,772.00
รวมค่าใช้จ่ายอื่นๆ (4)					26,013,189.60

8.2.2 ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารโครงการ ได้แก่

- 1.ค่าจ้างและเงินเดือนพนักงาน โดยอัตราเงินเดือนพนักงานจะขึ้น3-5% ตามอัตราเงินเฟ้อและการประเมินผลงานของแต่ละบุคคล

ตารางที่ 8.2

แสดงสมมติฐานด้านค่าใช้จ่ายในการบริหารของโครงการ

ค่าใช้จ่ายด้านการบริหารโครงการ	จำนวนคน	เงินเดือน/เดือน	รวม/เดือน
ด้านการตลาด			
ผู้จัดการฝ่ายขายและการตลาด	1	50,000.00	50,000.00
พนักงานฝ่ายขาย	3	20,000.00	60,000.00
รปภ.	4	18,000.00	72,000.00
แม่บ้าน	2	15,000.00	30,000.00
เงินเดือนคนทำสวน	2	10,000.00	20,000.00
ด้านการก่อสร้าง			
ผู้จัดการโครงการ	1	60,000.00	60,000.00
วิศวกรโครงการ	1	40,000.00	40,000.00
โพรแมนโครงการ	1	25,000.00	25,000.00
Admin	1	18,000.00	18,000.00
ค่าสาธารณูปโภค			
ค่าสาธารณูปโภคส่วนกลาง		50,000.00	50,000.00
รวมค่าจ้างและเงินเดือน(บาท/เดือน)			425,000.00
อัตราเงินเดือนมีนโยบายปรับเพิ่มต่อปีที่		3-5%	

โดยค่าใช้จ่ายของแต่ละเดือนจะแตกต่างกันไป ดังนี้

- ค่าใช้จ่ายด้านการบริหารก่อนสำนักงานขายเสร็จ (ไม่รวมเงินเดือนฝ่ายขาย Adminและค่าสาธารณูปโภค)

จำนวน 247,000 บาท /เดือน

- เมื่อสำนักงานขายเสร็จ จ้างพนักงานทุกอัตรา จำนวน 425,000 บาท/เดือน
- ในปีที่2 เงินเดือนพนักงานเพิ่มขึ้น ประมาณ 3% จำนวน 437,750 บาท/เดือน
- ในปีที่3 เงินเดือนพนักงานเพิ่มขึ้น ประมาณ 3% จำนวน 450,882.50 บาท/เดือน

2. ค่าธรรมเนียมการโอน ปัจจุบันอยู่ที่ 2% ของราคาซื้อขาย โดยทางโครงการจะเป็นผู้ออกคนละครึ่งกับผู้ซื้อ ทางโครงการออก 1% ของราคาซื้อขาย
3. ค่าภาษีธุรกิจเฉพาะ 3.3% ของยอดขาย

8.2.3 ค่าใช้จ่ายทางการตลาด

ค่าใช้จ่ายทางการตลาด หมายถึงค่าใช้จ่ายในการทำกิจกรรมต่างๆที่ช่วยส่งเสริมการขาย รวมถึงโปรโมชั่น ส่วนลด ของแถมและค่าคอมมิชชั่น จากการศึกษาและสอบถามหลายๆโครงการค่าคอมมิชชั่นอยู่ที่ 1-3% ของยอดขาย โดยจะเพิ่มขึ้นตามเป้าหมายการขาย ทางโครงการใช้ค่าคอมมิชชั่น 1% และแผนทางการตลาด มีช่วงการดำเนินการ ดังนี้

ตารางที่ 8.3

แสดงสมมติฐานด้านค่าใช้จ่ายในการตลาดและการขายของโครงการ

Activity		จำนวน	หน่วย	ราคา	รวม
soft opening	เปิดตัวโครงการหลังก่อสร้างเสร็จให้เป็นที่ยอมรับ นำเสนอคอนเซ็ปต์ ราคา รูปแบบโครงการ ให้คนให้ความสนใจ	1	งาน	100,000.00	100,000.00
Grand opening + Festival	เมื่อสร้างบ้านตัวอย่างและจัดสวนโดยรอบเสร็จ จัดงานย้อนยุคให้คนมาแต่งตัวย้อนวัย ที่โครงการ จัด 1 ครั้ง เชิญกลุ่มเป้าหมายส่งจดหมายเชิญสำหรับผู้ที่มาลงทะเบียนแสดงความสนใจโครงการ	1	งาน	5,000,000.00	5,000,000.00
ป้ายโฆษณากลางแจ้ง	ป้ายบิลบอร์ดขนาดใหญ่ พร้อมช่วงเปิดตัวโครงการตั้งแต่ Soft Opening	1	จุด/เดือน	100,000.00	100,000.00
ป้ายบอกทาง	ป้ายตามทาง บนถนนกาญจนาภิเษกวงแหวนตะวันตก และ ในซอยวัดลาดลูก	300	ป้าย	500.00	150,000.00
โบรชัวร์และแผ่นพับ	ใช้สำหรับการออกบูธกิจกรรม และไปโปรโมตตามสถานที่ที่เป็นของรัฐ ในย่านที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย	1	จุด	15,000.00	15,000.00
ออกบูธศูนย์การค้า	ออกบูธในศูนย์การค้า ที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ เซ็นทรัลเวสต์เกต เซ็นทรัลแจ้งวัฒนะ เป็นต้น หลังจากที่บ้านตัวอย่างเสร็จแล้ว	1	บูธ	30,000.00	30,000.00
โฆษณาทีวี หลังข่าวช่วงเปิดตัว (AD 10 วินาที)	ในช่วงเดือนแรกก่อนที่จะเปิดให้เข้าชมโครงการ เน้นเป็นในช่วงข่าวเช้า ช่วงจับจ่ายยามเช้าของกลุ่มเป้าหมาย	1	เดือน	50,000.00	50,000.00
LINE OFFICIAL ACCOUNT	ตั้งแต่เปิดตัว Grand Opening สร้างแอดเคาท์และจ้างผู้ดูแลโดยใช้คนเดียวกับคนที่ดูแลสื่อหรือฝ่ายการตลาด ให้สามารถตอบโต้กับกลุ่มเป้าหมายและสามารถนัดเยี่ยมชมโครงการได้	1	เดือน	15,000.00	15,000.00
เว็บไซต์โครงการ (เปิดโครงการข้อมูลครบถ้วน)	เริ่มตั้งแต่เปิดตัวโครงการ โดยใช้คนควบคุมดูแลคนเดียวกับสื่อออนไลน์ โดยจะมีรายละเอียด รูปแบบโครงการ ความพิเศษของโครงการ สิ่งอำนวยความสะดวก แผนที่ กิจกรรมที่จะจัดในโครงการ และความคืบหน้าของโครงการ	1	เว็บไซต์	25,000.00	25,000.00
โซเชียลเน็ตเวิร์ค+Google	ทำการโฆษณาไปเรื่อยๆ จนจบโครงการ	1	เดือน	3,000.00	3,000.00
จ้างเขียนรีวิวเว็บไซต์	เมื่อโครงการมีบ้านตัวอย่าง เชิญเว็บไซต์อย่าง Think of living , Home nayoo มาเยี่ยมชม เขียน รีวิว	1	ครั้ง/เว็บไซต์	5,000.00	5,000.00
รถก่อสร้างบ้าน 2 คัน	ซื้อรถก่อสร้างบ้านตัวอย่างและส่วนกลางเสร็จเพื่อพาเยี่ยมชมโครงการ	2	คัน	100,000.00	200,000.00
Open house	มาลองทำกิจกรรมในโครงการ ร่วมกับเพื่อนฟรี 1 ครั้ง คลาสสราบายาบัด / โยคะ กระชับวัย / เดินรำ	1	งาน	100,000.00	100,000.00

ตารางที่ 8.4

แสดงสมมติฐานด้านค่าใช้จ่ายในการตลาดและการขายของโครงการ (ส่วนที่1)

NO. of Month	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
Month	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Activity			เปิดจองเฟส1	เทศกาลคริสต์มาส/ปีใหม่		Grand Opening		ออกบูธ/เทศกาลสงกรานต์					ออกบูธ/ก่อนเปิดเฟส2
soft opening				100,000.00									
Grand opening + Festival						5,000,000.00							
ป้ายโฆษณากลางแจ้ง		300,000.00	100,000.00	100,000.00	100,000.00	100,000.00	100,000.00	100,000.00	100,000.00	100,000.00	100,000.00	100,000.00	100,000.00
ป้ายบอกทาง		150,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00	80,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00
โบรชัวร์และแผ่นพับ								15,000.00					15,000.00
ออกบูธศูนย์การค้า								30,000.00					30,000.00
โฆษณาทีวี หลังข่าวช่วงปิดตัว (AD 10 วินาที)			50,000.00	50,000.00	50,000.00	50,000.00							50,000.00
LINE OFFICIAL ACCOUNT		15,000.00											
เว็บไซต์โครงการ (เปิดโครงการข้อมูลครบถ้วน)		25,000.00											
โฆษณาเน็ตเวิร์ค+Google		3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00
จ้างเขียนรีวิวเว็บไซต์						25,000.00							
รถกอล์ฟชมบ้าน 2 คัน						200,000.00							
Open house						100,000.00						100,000.00	
Monthly Expense		493,000.00	173,000.00	273,000.00	173,000.00	5,558,000.00	113,000.00	158,000.00	113,000.00	113,000.00	113,000.00	213,000.00	208,000.00
Accumulative Expense		493,000.00	666,000.00	939,000.00	1,112,000.00	6,670,000.00	6,783,000.00	6,941,000.00	7,054,000.00	7,167,000.00	7,280,000.00	7,493,000.00	7,701,000.00

ตารางที่ 8.4

แสดงสมมติฐานด้านค่าใช้จ่ายในการตลาดและการขายของโครงการ (ส่วนที่2)

NO. of Month	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32
Month	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8
Activity		เปิดจองเฟส2		ออกบูธ/ช่วงปีใหม่			ออกบูธ/เทศกาล สงกรานต์				
soft opening											
Grand opening + Festival											
ป้ายโฆษณากลางแจ้ง	100,000.00	50,000.00	50,000.00	50,000.00	50,000.00	50,000.00	50,000.00	50,000.00	50,000.00	50,000.00	
ป้ายบอกทาง	10,000.00	80,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00
โบรชัวร์และแผ่นพับ				15,000.00			15,000.00				
ออกบูธศูนย์การค้า				30,000.00			30,000.00				
โฆษณาทีวี หลังข่าวช่วงเปิดตัว (AD 10 วินาที)	50,000.00										
LINE OFFICIAL ACCOUNT											
เว็บไซต์โครงการ (เปิดโครงการข้อมูลครบถ้วน)											
โซเชียลเน็ตเวิร์ค+Google	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00
จ้างเขียนรีวิวเว็บไซต์	25,000.00					25,000.00					
รถกอล์ฟชมบ้าน 2 คัน											
Open house											
Monthly Expense	188,000.00	133,000.00	63,000.00	108,000.00	63,000.00	88,000.00	108,000.00	63,000.00	63,000.00	63,000.00	13,000.00
Accumulative Expense	7,889,000.00	8,022,000.00	8,085,000.00	8,193,000.00	8,256,000.00	8,344,000.00	8,452,000.00	8,515,000.00	8,578,000.00	8,641,000.00	8,654,000.00

8.3 สมมติฐานด้านรายรับของโครงการ

โครงการกำหนดเงินจอง ที่ 200,000 บาท และไม่มีการผ่อนดาวน์ เน้นรูปแบบการขายที่สร้างเสร็จก่อนขายและลูกค้าสามารถเห็นของจริงก่อนซื้อเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าสูงวัย เงินโอนจะหักเงินจองออกจากราคาซื้อขาย โดยสมมติฐานในการขาย อ้างอิงอัตราการขายของโครงการ จิณณ์ เวลบี เคาท์ตี้ เนื่องจากลักษณะโครงการเพลินวาน วิลล์ และโครงการนี้มีความใกล้เคียงกัน และด้วยโครงการที่มีแนวคิดแบบโครงการเพลินวาน วิลล์นั้น ยังมีจำนวนที่น้อยมากและไม่มีข้อมูลเผยแพร่เป็นสาธารณะ จึงใช้การอ้างอิงโครงการที่มีความใกล้เคียงและเกิดขึ้นมาแล้ว โดยสรุปอัตราการขายอยู่ที่ 7.56 ยูนิตต่อเดือน แต่เมื่อวิเคราะห์อัตราการขายบ้านเดี่ยวในโครงการใกล้เคียง ความเป็นไปได้ที่จะสามารถขาย 7.56 ยูนิตต่อเดือนนั้นอาจมีความเสี่ยง จึงปรับอัตราการขายให้อยู่ในระดับกลางๆระหว่างโครงการปกติในย่านและโครงการที่มีลักษณะพิเศษเช่นนี้ อัตราการขายอยู่ที่ประมาณ 5 ยูนิตต่อเดือน ในภาพรวมจะสามารถปิดโครงการได้ ใช้เวลาประมาณ 18 เดือน เมื่อเทียบกับโครงการทั่วไปในย่านนั้น ถือว่าอัตราการขายทางโครงการค่อนข้างดีมาก

ตารางที่ 8.5

ตารางแสดงอัตราการขายเปรียบเทียบระหว่างโครงการทั่วไปและโครงการที่มีความเฉพาะกับผู้สูงวัย

Phase			A	B
จำนวนยูนิต			84 Units	44 Units
อัตราการขายบ้านเดี่ยวในย่าน	2.2-3	หลัง/เดือน	32.31 เดือน	16.92 เดือน
อัตราการขายของโครงการจิณณ์เวลบี เคาท์ตี้	9%	ต่อเฟส/เดือน		
เทียบกับโครงการเพลินวาน วิลล์	7.56	หลัง/เดือน	11.11 เดือน	5.82 เดือน
อัตราการขายโครงการเพลินวาน วิลล์	5	หลัง/เดือน	16.80 เดือน	8.80 เดือน
โดยเฉลี่ยระหว่างโครงการปกติและโครงการพิเศษ				

สรุปรายรับโครงการ ในเฟสA จำนวน 561,361,000 บาท และเฟส B จำนวน 264,599,000 บาท รวมรายได้โครงการทั้งหมด 825,960,000 บาท

ตารางที่ 8.6

แสดงรายรับโครงการในเฟส A

เฟส A		
Type A จำนวน	43	ยูนิต
Type B จำนวน	41	ยูนิต
รวมจำนวน	84	ยูนิต
ราคาขายต่ำสุด	5,615,000.00	บาท/ยูนิต
ราคาขายเฉลี่ย	6,682,869.05	บาท/ยูนิต
ราคาขายสูงสุด	8,420,000.00	บาท/ยูนิต
รายได้รวมเฟสA	561,361,000.00	บาท

ตารางที่ 8.7

แสดงรายรับโครงการในเฟส B

เฟส B		
Type A จำนวน	-	ยูนิต
Type B จำนวน	44	ยูนิต
รวมจำนวน	44	ยูนิต
ราคาขายต่ำสุด	5,768,000.00	บาท/ยูนิต
ราคาขายเฉลี่ย	6,013,613.64	บาท/ยูนิต
ราคาขายสูงสุด	6,681,000.00	บาท/ยูนิต
รายได้รวมเฟสB	264,599,000.00	บาท

8.4 สรุปสัดส่วนต้นทุนค่าใช้จ่าย

ตารางที่ 8.8

ตารางสรุปสัดส่วนต้นทุนทั้งหมด

รายได้	จำนวน	สัดส่วน/หมวด	สัดส่วน/ต้นทุน	สัดส่วน/รายได้
รายได้จากการขาย	825,960,000.00			
รายจ่าย	จำนวน	สัดส่วน/หมวด	สัดส่วน/ต้นทุน	สัดส่วน/รายได้
ค่าที่ดิน	139,590,000.00	24.68%	21.24%	16.90%
ค่าพัฒนาที่ดินและพื้นที่ส่วนกลาง	111,025,000.00	19.63%	16.89%	13.44%
ค่าก่อสร้างบ้าน	289,035,440.00	51.10%	43.97%	34.99%
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	26,013,189.60	4.60%	3.96%	3.15%
รวมเงินลงทุนในโครงการ	565,663,629.60	100.00%	86.06%	68.49%
การตลาด				
ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด	8,654,000.00	33.21%	1.32%	1.05%
ค่าCommission (เมื่อมีการโอน 1% ของยอดขาย)	8,003,600.00	30.72%	1.22%	0.97%
ค่าโปรโมชั่น	9,400,000.00	36.07%	1.43%	1.14%
รวมค่าใช้จ่ายด้านการตลาด	26,057,600.00	100.00%	3.96%	3.15%
การบริหารโครงการทั่วไป				
ค่าใช้จ่ายการบริหารโครงการ	11,933,060.00	25.15%	1.82%	1.44%
ค่าธรรมเนียมการโอน 1% จากราคาขาย	8,259,600.00	17.41%	1.26%	1.00%
ค่าภาษีธุรกิจเฉพาะ 3.3% จากราคาขาย	27,256,680.00	57.44%	4.15%	3.30%
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	47,449,340.00	100.00%	7.22%	5.74%
ดอกเบี้ยเงินกู้	18,105,076.77	100.00%	2.75%	2.19%
ดอกเบี้ยจ่าย	18,105,076.77	100.00%	2.75%	2.19%
รวมต้นทุนโครงการทั้งหมด	657,275,646.37			

8.5 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการ

โครงการนี้วิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้วยการประมาณการจากกระแสเงินสดของโครงการ
จากตารางแสดงงบกระแสเงินสด(Cash Flow) ในตารางแนบท้าย สรุปได้ดังนี้

เงินลงทุนทั้งหมดของโครงการ : 565,663,629 บาท

ต้นทุนทางการเงิน (WACC) : 10.89%

ดอกเบี้ยจ่ายรวม (Interest) : 18,105,076.77 บาท

กระแสเงินสดจ่ายรวม (Cash Out Flow) : 657,275,646.37 บาท

กระแสเงินสดสุทธิจากการดำเนินงาน (Net Operating Income) : 168,684,353 บาท

มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value) : 80,680,664.64 บาท

ผลตอบแทนจากการลงทุน (Internal Rate of Return) : 24.36%

จากผลการสรุปข้างต้น จะเห็นว่า โครงการนี้น่าลงทุน เนื่องจาก $NPV > 0$ และ IRR มากกว่า WACC

8.6 ทดสอบความอ่อนไหว (Sensitivity Analysis)

การทดสอบความอ่อนไหวของโครงการ เพื่อวิเคราะห์ถึงปัจจัยต่างๆ ที่อาจมีความคลาดเคลื่อนไปจากที่ทำการตั้งสมมติฐานทางการเงินในด้านต่างๆ ซึ่งอาจมีผลกระทบมาจากสภาพเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งจะส่งผลต่อตลาดและส่งผลต่อค่าก่อสร้าง จนไปถึงกำลังซื้อของกลุ่มเป้าหมาย เป็นต้น

ทางโครงการจึงต้องทำการทดสอบค่าความอ่อนไหว เพื่อเตรียมพร้อมและดูความเป็นไปได้ของโครงการเมื่อเกิดการกระทบกระเทือนจากปัจจัยภายนอกต่างๆ ทางโครงการจะยังสามารถรับค่าความเสี่ยงหรือผลตอบแทนที่สะท้อนกลับมาได้หรือไม่ โดยในการทดสอบดังกล่าวนี้ เป็นการทดสอบค่าความอ่อนไหวต่อราคาค่าก่อสร้าง ซึ่งปัจจุบันทั้งราคาวัสดุและค่าแรงมีการเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งในตลาดเพิ่มสูงขึ้นเฉลี่ยอยู่ที่ 5-10% จากการสถานการณ์ดังกล่าวจะทำให้โครงการมีความเป็นไปได้หรือไม่

ตารางที่ 8.9

ตารางแสดงความอ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงของต้นทุนค่าก่อสร้าง

สภาวะ	NPV	IRR	Payback(หลัง)	Payback(เดือน)
ปกติ	80,680,664.64	24.36%	101.86	20.37
เพิ่มขึ้น 5%	67,588,224.08	22.15%	104.18	20.84
เพิ่มขึ้น 10%	54,495,783.52	19.95%	106.50	21.30

จากตารางสรุปได้ว่าแม้ว่าต้นทุนค่าก่อสร้างจะเพิ่มสูงขึ้น 5-10% จริงตามสภาวะตลาดของวัสดุก่อสร้างและค่าแรง ณ ขณะนั้น ผลตอบแทนของโครงการก็ยังคงอยู่ในอัตราที่ดีและสามารถยอมรับได้ คือ IRR มากกว่า WACC และ $NPV > 0$ จึงมองว่าการเปลี่ยนแปลงราคาค่าก่อสร้างในระดับอัตรา 5-10% อยู่ในระดับที่รับได้ แต่เมื่อสูงกว่านี้ IRR อาจจะต่ำลงมากใกล้เคียงกับ WACC ซึ่งอาจทำให้เกิดความเสี่ยงในการลงทุนหรือไม่ได้รับผลตอบแทนตามที่ต้องการ

ดังนั้นสรุปภาพรวมจากการทดสอบความอ่อนไหวต่อปัจจัยด้านราคาค่าก่อสร้าง โครงการยังสามารถรับผลตอบแทนในระดับที่ดีและอยู่ในระดับที่คาดหวังแม้ว่าจะมีผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านต้นทุนของโครงการเข้ามาเกี่ยวข้องก็ตาม

8.7 วิเคราะห์สมมติภาพ (Scenario Analysis)

การวิเคราะห์สมมติฐานของสถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้นกับโครงการในอนาคต ซึ่งอาจกระทบกับต้นทุนของโครงการในด้านต่างๆและอาจกระทบกับรายรับของโครงการ รวมไปถึงอัตราการจ่ายดอกเบี้ยต่างๆด้วย จึงทำการกำหนดสถานการณ์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบให้เห็นภาพรวมว่าหากเกิดสถานการณ์ดังกล่าวนี้ ทางโครงการจะสามารถยอมรับอัตราผลตอบแทนที่เกิดขึ้นได้หรือไม่ ซึ่งกำหนดสถานการณ์ออกเป็น 3 สถานการณ์ ดังต่อไปนี้

1. กรณีที่จะมีความเป็นไปได้มากที่สุด (Base Case)
 - ค่าก่อสร้าง 14,000 บาท/ตรม.
 - ยอดขายปกติ (เฉลี่ย 5 ยูนิต/เดือน)
2. กรณีที่ดีที่สุด (Best Case)
 - ค่าก่อสร้าง 14,000 บาท/ตรม.
 - อัตราการขายมากกว่าเป้าที่ตั้งไว้ คือเท่ากับของโครงการจิณณ์ เวลบี เคาท์ตี้ คือ 9% หรือ 7.6 หลังขึ้นไป
3. กรณีที่แย่ที่สุด (Worst Case)
 - ค่าก่อสร้างเพิ่มขึ้น 10%
 - ยอดขายต่ำกว่า เดือนละ 5 หลัง เนื่องจากสถานการณ์ตลาดและกลุ่มเป้าหมายที่อาจไม่ตอบรับแนวคิดของโครงการที่เป็นรูปแบบใหม่ (เฉลี่ย 3 หลัง/เดือน เท่ากับอัตราการขายทั่วไปในย่านบางบัวทอง)

ตารางที่ 8.10

ตารางสมมติภาพ

สถานการณ์	NPV	IRR	Payback(หลัง)	Payback(เดือน)
Base Case	80,680,664.64	24.36%	101.86	20.37
Best Case	86,442,568.98	26.01%	101.52	20.30
Worst Case	27,847,154.53	14.63%	108.01	21.60

จากสมมติภาพ จะเห็นว่าในกรณีที่แย่ที่สุด (Worst case) ค่าก่อสร้างเพิ่มขึ้น 10% และอัตราการขายลดลง เหลืออยู่ที่ 3 หลังต่อเดือน NPV เท่ากับ 27,847,154.53 บาท ซึ่งมูลค่า NPV มีค่ามากกว่า 0 และอัตราผลตอบแทน หรือ IRR เท่ากับ 14.63% เห็นได้ว่าอัตราผลตอบแทนยังมากกว่า WACC หรือสรุปได้ว่า มากกว่าผลตอบแทนที่คาดหวัง ส่วนในกรณีที่ดีที่สุด (Best Case) อาจเกิดขึ้นได้ด้วยเวลาที่โครงการเป็นแนวคิดใหม่และตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ตลาดในช่วงนั้นๆ ซึ่งถ้าเกิดกรณีนี้ IRR ที่ได้นั้นมีค่าสูงมาก จากภาพรวมการวิเคราะห์ทุกสถานการณ์ที่อาจเป็นไปได้นั้น สรุปว่า โครงการนี้สามารถลงทุนได้



บทที่ 9

สรุปการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการ

9.1 สรุปผลความเป็นไปได้ของโครงการ

โครงการที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงวัยและทุกคนในครอบครัวที่สามารถอยู่รวมกันได้ โดยมีแนวคิดในการดึงให้คนออกมาใช้งานพื้นที่ส่วนกลางและออกมามีปฏิสัมพันธ์กัน ซึ่งเป็นโครงการแนวคิดใหม่ที่เจาะกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเฉพาะกลุ่มและเป็นเทรนด์ของโลกที่กำลังมาในปัจจุบัน โดยทำเลที่ตั้งได้มีการคัดกรองจากปัจจัยต่างๆและความต้องการของกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นผู้สูงวัยในกรุงเทพมหานคร ทำเลที่ตั้งอยู่ในย่านย่านรถไฟฟ้ามหานครสายสีม่วง ในจังหวัดนนทบุรี ซึ่งมีทั้งความสะดวกในด้านคมนาคม เป็นแหล่งการค้า มีสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ ที่เพียบพร้อม ซึ่งตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการอยู่ใกล้กรุงเทพมหานครและใกล้กับลูกหลาน ทั้งการคัดกรองกลุ่มเป้าหมาย แนวคิดและทำเลที่ตั้ง ได้มีการคัดกรองมาอย่างดี ว่าโครงการนี้สามารถสร้างในทำเลนี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากการศึกษาตลาดของกลุ่มผู้สูงวัย ที่มีจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆและจะกลายเป็นสังคมผู้สูงวัยขั้นสมบูรณ์แบบในไม่ช้า ซึ่งปัจจุบันมีความต้องการด้านที่อยู่อาศัยที่เหมาะสมกับพวกเขา แต่ในปัจจุบันตลาดนี้ยังมีไม่มากและยังไม่ตรงใจ ซึ่งแนวคิดของโครงการพยายามแก้ปัญหาเรื่องความต้องการและตอบโจทย์การมีที่อยู่อาศัยที่เหมาะสมกับคนทุกวัยแต่มีการใส่ใจผู้สูงวัยมากที่สุดเนื่องจากเป็นกลุ่มที่ต้องใช้เวลาอยู่ในโครงการมากที่สุด โดยกลุ่มลูกค้าหลักเป็นกลุ่มผู้สูงวัยที่อยู่กับครอบครัว ย่านของเขตที่ติดกับจังหวัดนนทบุรี อาทิ จตุจักร หลักสี่ เป็นต้น ต้องการเตรียมความพร้อมในวัยเกษียณที่จะสามารถใช้ชีวิตอย่างมีคุณภาพและมีความสุขในช่วงชีวิตหลังจากเหน็ดเหนื่อยจากการทำงานมาแล้ว โครงการเพลินวาน วิลล์ มีการสร้างบรรยากาศที่อบอุ่นและสวยงาม อีกทั้งยังมีการดูแลยามฉุกเฉินให้กับผู้สูงวัย มีกิจกรรมที่เหมาะสมกับลูกบ้าน โดยให้ลูกบ้านใช้ชีวิตอย่างมีอิสระและมีคุณค่า รูปแบบโครงการเป็นบ้านเดี่ยว 2 ชั้น จำนวน 128 ยูนิต ซึ่งถือว่าเป็นชุมชนขนาดเล็ก การออกแบบมีการเตรียมความพร้อมและเอื้ออำนวยกับการใช้งานของทุกคนในครอบครัว ปัจจุบันตลาดที่อยู่อาศัยของผู้สูงวัยมีอยู่บ้าง แต่มักจะเน้นการอยู่โดยลำพัง ซึ่งในตลาดแนวคิดโครงการที่ใกล้เคียงกับโครงการเพลินวาน วิลล์ มีอยู่จำนวนไม่มาก โครงการสามารถเข้าตลาดก่อนและสร้างเป็นต้นแบบให้กับโครงการอื่นๆในอนาคตต่อไป

เมื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านการเงิน โดยประเมินยอดขายและยอดการโอนจากโครงการที่มีอยู่ในปัจจุบันและกำลังเปิดขายอยู่ขณะนี้ อย่าง โครงการจิณณ์ เวิลด์ คาเนดี้ ซึ่งมีความ

ใกล้เคียงในเรื่องแนวคิดรูปแบบการพักอาศัยและกลุ่มเป้าหมาย วิเคราะห์ร่วมกับสถานการณ์การขายบ้านเดี่ยวในย่านบางบัวทอง สามารถประเมินยอดการขายและการโอนของโครงการเพื่อคำนวณหาผลตอบแทนของโครงการ โดยใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ทางการเงิน ได้แก่ การหามูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) มีมูลค่าเท่ากับ 80,680,664.64บาท อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (IRR) เท่ากับ 24.36% การวิเคราะห์ความอ่อนไหว (Sensitivity Analysis) วิเคราะห์จากต้นทุนค่าก่อสร้างซึ่งแม้ว่าจะเพิ่มสูงขึ้นถึง 10% แต่อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (IRR) ยังเท่ากับ 19.95% สูงกว่าต้นทุนทางการเงิน (WACC) และการวิเคราะห์สมมติภาพ (Scenario Analysis) แม้ว่าจะเป็นกรณีที่เลวร้ายที่สุด อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (IRR) ยังเท่ากับ 14.63% มีค่าสูงกว่าต้นทุนทางการเงิน (WACC) สรุปได้ว่า โครงการให้ผลตอบแทนเป็นบวกทุกกรณีและผลตอบแทนของโครงการอยู่ในเกณฑ์ที่ดี



รายการอ้างอิง

หนังสือและบทความในหนังสือ

ประเทศไทย

กลุ่มวิจัยสิ่งแวดล้อมสรรค์สร้างเพื่อสุขภาวะ.(2560).สุขตามวัยสิ่งแวดล้อมสรรค์สร้างที่เป็นมิตรกับ

ผู้สูงอายุ. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์.

กองทุนประชากรแห่งสหประชาชาติประจำประเทศไทย,สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและ

สังคมแห่งชาติ.(2558).รายงานสถานการณ์ประชากรไทย พ.ศ.2558 โฉมหน้าครอบครัวไทย

ยุคเกิदन้อย อายุยืน.กองทุนประชากรแห่งสหประชาชาติประจำประเทศไทย ร่วมกับ

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

ไทรรัตน์ จารุทัศน์ และคณะ.(2552). คู่มือออกแบบสภาพแวดล้อมสำหรับคนพิการและคนทุพวิ

ล.สำนักงานส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการแห่งชาติ,กระทรวงกระทรวงการพัฒนา

สังคมและความมั่นคงของมนุษย์.

ไทรรัตน์ จารุทัศน์.(2545).ที่อยู่อาศัยผู้สูงอายุ : คุณภาพชีวิตของสังคม. ภาควิชาเคหะการ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์.

ฝ่ายวิจัยและพัฒนา บริษัท ซีบีอาร์อี (ประเทศไทย). (2560).Bangkok Property Report Q2 2017.

บริษัท ซีบีอาร์อี (ประเทศไทย).

หน่วยปฏิบัติการ สภาพแวดล้อมที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ. ข้อเสนอแนะการออกแบบ สภาพแวดล้อมและ

ที่พักอาศัยของผู้สูงอายุ. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์.

อัจฉราวรรณ งามญาณ, ณัฐวัชร เผ่าภู .(2555). วารสารบริหารธุรกิจ ปีที่35 ฉบับที่ 136 ตุลาคม-

ธันวาคม 2555 . มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.

ต่างประเทศ

Abidoye, Rotimi Boluwatife; Chan,Albert P.C. , Oshodi, Olalekan Shamideen.

(2016).Factors that influence real estate project investment : Professional's

standpoint, Department of Building and Real Estate The Hong Kong

Polytechnic University & Department of Architecture and Civil Engineering City

University of Hong Kong.

Michael S. Crosbic.(2004).Design For Aging Review, Australia : The image Publishing Group Pty Ltd. .

Scott M. Ball.(2012). Livable communities for aging populations.Urban design foe longevity, New Jersey : Johns wiley & Sons,Inc.

World Health Organization.(2008).Global Age-Friendly Cities Project, British Columbia :Centre on Aging, University of Victoria.

วิทยานิพนธ์

กนกกุลธ โตชัยวัฒน์ , รณกร สี่ไพบูลย์.(2554).ความต้องการด้านรูปแบบของโครงการบ้านจัดสรรสำหรับผู้สูงอายุ.สาขาวิชานวัตกรรมการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,คณะสถาปัตยกรรมและการผังเมือง.

ภรณ์ธิดา จงพิพิธพร.(2558).ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อที่พักอาศัยของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเอง. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

โกวิท วงศ์สุรวัฒน์ . Baby Boomer Generation B: Gen B.สืบค้นจาก:

http://www.saradd.com/index.php?option=com_content&view=article&id=228:baby-boomer-generation-gen-b-&catid=25:the-project&Itemid=72

ตารางสถิติจากสำนักสถิติแห่งชาติ [ออนไลน์]. สืบค้นจาก:

http://popcensus.nso.go.th/table_stat.php?yr=2553

วิจัยด้านการตลาดของนักศึกษาการตลาดวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล. Senior

Population Market Analysis (Krungthep Turakij). สืบค้นจาก :

<http://www.cmmu.mahidol.ac.th/cmmu/index.php/about/cmmu-structure/board-of-director/9-college-news/401-senior-population-market-analysis-krungthep-turakij>

วิทวัส รุ่งเรืองผล .รูปแบบการกำหนดราคา สำหรับบริการที่พักผู้สูงอายุ.สืบค้นจาก:

<http://marketeer.co.th/archives/132130>

ภาคผนวก



The background of the slide features a large, faint, circular seal of Thammasat University. The seal contains the university's name in Thai and English, along with a central emblem.

ภาคผนวก ก
งบกระแสเงินสด (Cash flow)

Base case : ตารางแสดงงบกระแสเงินสดของโครงการ

แสดงเป็นรายเดือน เดือนที่ 1-12

รายรับ		1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	6.00	7.00	8.00	9.00	10.00	11.00	12.00
จำนวนผู้โดยสาร												10.00	10.00
เงินจอง												2,000,000.00	2,000,000.00
จำนวนบ้านที่โอน													
เงินโอน													
รวม	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2,000,000.00	2,000,000.00
รายจ่าย		1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	6.00	7.00	8.00	9.00	10.00	11.00	12.00
ค่าที่ดิน	(1)	139,590,000.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ค่าพัฒนาที่ดินและพื้นที่ส่วนกลาง	(2)	-	4,653,000.00	4,653,000.00	4,653,000.00				16,513,733.33	22,201,733.33	22,201,733.33	20,918,400.00	15,230,400.00
ค่าก่อสร้างบ้าน	(3)	-	-	-	-	-	-	-	1,440,000.00	25,549,750.00	25,549,750.00	24,109,750.00	25,417,750.00
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	(4)		839,135.15	839,135.15	839,135.15	839,135.15	839,135.15	839,135.15	839,135.15	839,135.15	839,135.15	839,135.15	839,135.15
รวมเงินลงทุนในโครงการ		139,590,000.00	5,492,135.15	5,492,135.15	5,492,135.15	839,135.15	839,135.15	839,135.15	18,792,868.48	48,590,618.48	48,590,618.48	45,867,285.15	41,487,285.15
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารโครงการ													
การตลาด													
ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด	(5)	-	-	-							493,000.00	173,000.00	273,000.00
ค่าCommission (เมื่อมีการโอน 1% ของยอดขาย)	(6)												
ค่าโปรโมชั่น	(7)												
การบริหารโครงการทั่วไป													
ค่าใช้จ่ายด้านการบริหารโครงการ	(8)	-	247,000.00	247,000.00	247,000.00	247,000.00	247,000.00	247,000.00	247,000.00	247,000.00	247,000.00	425,000.00	425,000.00
ค่าธรรมเนียมการโอน 1% จากราคาประเมินตัวบ้านและที่ดิน	(9)												
ค่าภาษีธุรกิจเฉพาะ	(10)												
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร		-	247,000.00	247,000.00	247,000.00	247,000.00	247,000.00	247,000.00	247,000.00	247,000.00	740,000.00	598,000.00	698,000.00
ดอกเบี้ยเงินกู้													
รวมดอกเบี้ยจ่าย	(10)	446,833.41	467,930.07	489,026.73	510,123.40	513,346.73	516,570.05	519,793.38	591,981.49	778,630.20	965,278.91	1,141,466.62	1,300,829.66
รวมกระแสเงินสดจ่าย		140,036,833.41	6,207,065.22	6,228,161.88	6,249,258.55	1,599,481.87	1,602,705.20	1,605,928.53	19,631,849.97	49,616,248.68	50,295,897.40	47,606,751.77	43,486,114.81
กระแสเงินสดสุทธิจากการดำเนินงาน		(140,036,833.41)	(6,207,065.22)	(6,228,161.88)	(6,249,258.55)	(1,599,481.87)	(1,602,705.20)	(1,605,928.53)	(19,631,849.97)	(49,616,248.68)	(50,295,897.40)	(45,606,751.77)	(41,486,114.81)

Base case : ตารางแสดงงบกระแสเงินสดของโครงการ

แสดงเป็นรายเดือน เดือนที่ 13-24

รายรับ		13.00	14.00	15.00	16.00	17.00	18.00	19.00	20.00	21.00	22.00	23.00	24.00
จำนวนผู้บริจาค		6.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	10.00	8.00
เงินจอง		1,200,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00	2,000,000.00	1,600,000.00
จำนวนบ้านที่โอน						15.00	15.00	10.00	10.00	10.00	6.00	5.00	10.00
เงินโอน						97,243,035.71	97,243,035.71	64,828,690.48	64,828,690.48	64,828,690.48	38,897,214.29	32,414,345.24	61,482,413.42
รวม	-	1,200,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00	98,243,035.71	98,243,035.71	65,828,690.48	65,828,690.48	65,828,690.48	39,897,214.29	34,414,345.24	63,082,413.42
รายจ่าย		13.00	14.00	15.00	16.00	17.00	18.00	19.00	20.00	21.00	22.00	23.00	24.00
ค่าที่ดิน	(1)												
ค่าพัฒนาที่ดินและพื้นที่ส่วนกลาง	(2)												
ค่าก่อสร้างบ้าน	(3)	25,417,750.00	24,109,750.00	24,109,750.00	24,109,750.00	12,745,920.00	12,745,920.00	12,745,920.00	12,745,920.00	12,745,920.00	12,745,920.00	12,745,920.00	
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	(4)	839,135.15	839,135.15	839,135.15	839,135.15	839,135.15	839,135.15	839,135.15	839,135.15	839,135.15	839,135.15	839,135.15	839,135.15
รวมเงินลงทุนในโครงการ		26,256,885.15	24,948,885.15	24,948,885.15	24,948,885.15	13,585,055.15	13,585,055.15	13,585,055.15	13,585,055.15	13,585,055.15	13,585,055.15	13,585,055.15	839,135.15
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารโครงการ													
การตลาด													
ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด	(5)	173,000.00	5,558,000.00	113,000.00	158,000.00	113,000.00	113,000.00	113,000.00	213,000.00	208,000.00	188,000.00	133,000.00	63,000.00
ค่าCommission (เมื่อมีการโอน 1% ของยอดขาย)	(6)					972,430.36	972,430.36	648,286.90	648,286.90	648,286.90	388,972.14	324,143.45	614,824.13
ค่าโปรโมชั่น	(7)					1,101,562.50	1,101,562.50	734,375.00	734,375.00	734,375.00	440,625.00	367,187.50	734,375.00
การบริหารโครงการทั่วไป													
ค่าใช้จ่ายด้านการบริหารโครงการ	(8)	437,750.00	437,750.00	437,750.00	437,750.00	437,750.00	437,750.00	437,750.00	437,750.00	437,750.00	437,750.00	437,750.00	437,750.00
ค่าธรรมเนียมการโอน 1% จากราคาประเมินตัวบ้านและที่ดิน	(9)					1,002,430.36	1,002,430.36	668,286.90	668,286.90	668,286.90	400,972.14	334,143.45	634,824.13
ค่าภาษีธุรกิจเฉพาะ	(10)					3,308,020.18	3,308,020.18	2,205,346.79	2,205,346.79	2,205,346.79	1,323,208.07	1,102,673.39	2,094,919.64
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร		610,750.00	5,995,750.00	550,750.00	595,750.00	6,935,193.39	6,935,193.39	4,807,045.60	4,907,045.60	4,902,045.60	3,179,527.36	2,698,897.80	4,579,692.91
ดอกเบี้ยเงินกู้													
รวมดอกเบี้ยจ่าย	(10)	1,401,688.92	1,497,523.82	1,593,358.73	1,689,193.63	1,305,586.61	921,979.59	683,636.11	445,292.63	206,949.15	84,816.50	33,240.42	-
รวมกระแสเงินสดจ่าย		28,269,324.07	32,442,158.97	27,092,993.88	27,233,828.78	21,825,835.15	21,442,228.14	19,075,736.86	18,937,393.37	18,694,049.89	16,849,399.00	16,317,193.37	5,418,828.06
กระแสเงินสดสุทธิจากการดำเนินงาน		(27,069,324.07)	(31,442,158.97)	(26,092,993.88)	(26,233,828.78)	76,417,200.56	76,800,807.58	46,752,953.62	46,891,297.10	47,134,640.58	23,047,815.28	18,097,151.87	57,663,585.36

Base case : ตารางแสดงงบกระแสเงินสดของโครงการ

แสดงเป็นรายเดือน เดือนที่ 25-32

รายรับ		25.00	26.00	27.00	28.00	29.00	30.00	31.00	32.00	33.00	
จำนวนผู้โดยสาร		7.00	7.00	6.00	5.00	5.00	5.00	4.00			
เงินจอง		1,400,000.00	1,400,000.00	1,200,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00	800,000.00			25,600,000.00
จำนวนบ้านที่โอน		8.00	7.00	7.00	6.00	5.00	5.00	5.00	4.00		
เงินโอน		48,516,675.32	42,033,806.28	42,033,806.28	35,550,937.23	29,068,068.18	29,068,068.18	29,068,068.18	23,254,454.55		800,360,000.00
รวม	-	49,916,675.32	43,433,806.28	43,233,806.28	36,550,937.23	30,068,068.18	30,068,068.18	29,868,068.18	23,254,454.55	-	825,960,000.00
รายจ่าย		25.00	26.00	27.00	28.00	29.00	30.00	31.00	32.00	33.00	
ค่าที่ดิน	(1)										139,590,000.00
ค่าพัฒนาที่ดินและพื้นที่ส่วนกลาง	(2)										111,025,000.00
ค่าก่อสร้างบ้าน	(3)										289,035,440.00
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	(4)	839,135.15	839,135.15	839,135.15	839,135.15	839,135.15	839,135.15	839,135.15	839,135.15		26,013,189.60
รวมเงินลงทุนในโครงการ		839,135.15	839,135.15	839,135.15	839,135.15	839,135.15	839,135.15	839,135.15	839,135.15	-	565,663,629.60
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารโครงการ											-
การตลาด											
ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด	(5)	108,000.00	63,000.00	88,000.00	108,000.00	63,000.00	63,000.00	63,000.00	13,000.00		8,654,000.00
ค่าCommission (เมื่อมีการโอน 1% ของยอดขาย)	(6)	485,166.75	420,338.06	420,338.06	355,509.37	290,680.68	290,680.68	290,680.68	232,544.55		8,003,600.00
ค่าโปรโมชั่น	(7)	587,500.00	514,062.50	514,062.50	440,625.00	367,187.50	367,187.50	367,187.50	293,750.00		9,400,000.00
การบริหารโครงการทั่วไป											
ค่าใช้จ่ายด้านการบริหารโครงการ	(8)	450,882.50	450,882.50	450,882.50	450,882.50	450,882.50	450,882.50	450,882.50	450,882.50		11,933,060.00
ค่าธรรมเนียมการโอน 1% จากราคาประเมินตัวบ้านและที่ดิน	(9)	501,166.75	434,338.06	434,338.06	367,509.37	300,680.68	300,680.68	300,680.68	240,544.55		8,259,600.00
ค่าภาษีธุรกิจเฉพาะ	(10)	1,653,850.29	1,433,315.61	1,433,315.61	1,212,780.93	992,246.25	992,246.25	992,246.25	793,797.00		27,256,680.00
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร		3,786,566.29	3,315,936.73	3,340,936.73	2,935,307.17	2,464,677.61	2,464,677.61	2,464,677.61	2,024,518.59	-	73,506,940.00
ดอกเบี้ยเงินกู้											-
รวมดอกเบี้ยจ่าย	(10)	-									18,105,076.77
รวมกระแสเงินสดจ่าย		4,625,701.44	4,155,071.88	4,180,071.88	3,774,442.32	3,303,812.76	3,303,812.76	3,303,812.76	2,863,653.74	-	657,275,646.37
กระแสเงินสดสุทธิจากการดำเนินงาน		45,290,973.88	39,278,734.40	39,053,734.40	32,776,494.91	26,764,255.42	26,764,255.42	26,564,255.42	20,390,800.81	-	168,684,353.63

Interest	7.6825%
WACC	10.89%
Monthly Discount rate	0.91%
NPV	80,680,664.64
IRR	24.36%
Payback Period (หลัง)	101.86

Base case :ตารางแสดงดอกเบี้ยเงินกู้ของโครงการ เดือนที่ 1-32

การจ่ายเงินกู้และดอกเบี้ย		1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	6.00	7.00	8.00	9.00	10.00
จำนวนเงินโอน											
ต้นทุนในการพัฒนาโครงการ		139,590,000.00	5,492,135.15	5,492,135.15	5,492,135.15	839,135.15	839,135.15	839,135.15	18,792,868.48	48,590,618.48	48,590,618.48
ดอกเบี้ยเงินกู้ 60% ของเงินลงทุน			-								
จำนวนเงินกู้จากธนาคาร (ต่อเดือน)	60%	69,795,000.00	3,295,281.09	3,295,281.09	3,295,281.09	503,481.09	503,481.09	503,481.09	11,275,721.09	29,154,371.09	29,154,371.09
จำนวนเงินกู้จากธนาคารสะสม		69,795,000.00	73,090,281.09	76,385,562.18	79,680,843.27	80,184,324.36	80,687,805.45	81,191,286.53	92,467,007.62	121,621,378.71	150,775,749.80
ชำระคืนเงินกู้ 70% ของยอดโอน	70%										
เงินกู้คงค้าง		69,795,000.00	73,090,281.09	76,385,562.18	79,680,843.27	80,184,324.36	80,687,805.45	81,191,286.53	92,467,007.62	121,621,378.71	150,775,749.80
รวมดอกเบี้ยจ่าย	7.6825%	446,833.41	467,930.07	489,026.73	510,123.40	513,346.73	516,570.05	519,793.38	591,981.49	778,630.20	965,278.91

* โดยกู้ซื้อที่ดิน 50%

การจ่ายเงินกู้และดอกเบี้ย		11.00	12.00	13.00	14.00	15.00	16.00	17.00	18.00	19.00	20.00
จำนวนเงินโอน								97,243,035.71	97,243,035.71	64,828,690.48	64,828,690.48
ต้นทุนในการพัฒนาโครงการ		45,867,285.15	41,487,285.15	26,256,885.15	24,948,885.15	24,948,885.15	24,948,885.15	13,585,055.15	13,585,055.15	13,585,055.15	13,585,055.15
ดอกเบี้ยเงินกู้ 60% ของเงินลงทุน											
จำนวนเงินกู้จากธนาคาร (ต่อเดือน)	60%	27,520,371.09	24,892,371.09	15,754,131.09	14,969,331.09	14,969,331.09	14,969,331.09	8,151,033.09	8,151,033.09	8,151,033.09	8,151,033.09
จำนวนเงินกู้จากธนาคารสะสม		178,296,120.89	203,188,491.98	218,942,623.07	233,911,954.16	248,881,285.25	263,850,616.34	272,001,649.42	212,082,557.51	152,163,465.60	114,934,415.36
ชำระคืนเงินกู้ 70% ของยอดโอน	70%							68,070,125.00	68,070,125.00	45,380,083.33	45,380,083.33
เงินกู้คงค้าง		178,296,120.89	203,188,491.98	218,942,623.07	233,911,954.16	248,881,285.25	263,850,616.34	203,931,524.42	144,012,432.51	106,783,382.27	69,554,332.02
รวมดอกเบี้ยจ่าย	7.6825%	1,141,466.62	1,300,829.66	1,401,688.92	1,497,523.82	1,593,358.73	1,689,193.63	1,305,586.61	921,979.59	683,636.11	445,292.63

* โดยกู้ซื้อที่ดิน 50%

การจ่ายเงินกู้และดอกเบี้ย		21.00	22.00	23.00	24.00	
จำนวนเงินโอน		64,828,690.48	38,897,214.29	32,414,345.24	61,482,413.42	748,037,477.27
ต้นทุนในการพัฒนาโครงการ		13,585,055.15	13,585,055.15	13,585,055.15	839,135.15	558,950,548.41
ดอกเบี้ยเงินกู้ 60% ของเงินลงทุน						-
จำนวนเงินกู้จากธนาคาร (ต่อเดือน)	60%	8,151,033.09	8,151,033.09	8,151,033.09	503,481.09	
จำนวนเงินกู้จากธนาคารสะสม		77,705,365.11	40,476,314.87	21,399,297.96	5,695,606.43	
ชำระคืนเงินกู้ 70% ของยอดโอน	70%	45,380,083.33	27,228,050.00	16,207,172.62	5,695,606.43	
เงินกู้คงค้าง		32,325,281.78	13,248,264.87	5,192,125.34	-	
รวมดอกเบี้ยจ่าย	7.6825%	206,949.15	84,816.50	33,240.42	-	18,105,076.77

* โดยกู้ซื้อที่ดิน 50%

Best case : ตารางแสดงงบกระแสเงินสดของโครงการ

แสดงเป็นรายเดือน เดือนที่ 1-12

รายรับ		1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	6.00	7.00	8.00	9.00	10.00	11.00	12.00
จำนวนผู้โดยสาร												8.00	8.00
เงินจอง												1,600,000.00	1,600,000.00
จำนวนบ้านที่โอน													
เงินโอน													
รวม	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,600,000.00	1,600,000.00
รายจ่าย		1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	6.00	7.00	8.00	9.00	10.00	11.00	12.00
ค่าที่ดิน	(1)	139,590,000.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ค่าพัฒนาที่ดินและพื้นที่ส่วนกลาง	(2)	-	4,653,000.00	4,653,000.00	4,653,000.00				16,513,733.33	22,201,733.33	22,201,733.33	20,918,400.00	15,230,400.00
ค่าก่อสร้างบ้าน	(3)	-	-	-	-	-	-	-	1,440,000.00	25,549,750.00	25,549,750.00	24,109,750.00	25,417,750.00
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	(4)		929,042.49	929,042.49	929,042.49	929,042.49	929,042.49	929,042.49	929,042.49	929,042.49	929,042.49	929,042.49	929,042.49
รวมเงินลงทุนในโครงการ		139,590,000.00	5,582,042.49	5,582,042.49	5,582,042.49	929,042.49	929,042.49	929,042.49	18,882,775.82	48,680,525.82	48,680,525.82	45,957,192.49	41,577,192.49
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารโครงการ													
การตลาด													
ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด	(5)	-	-	-							493,000.00	173,000.00	273,000.00
ค่าCommission (เมื่อมีการโอน 1% ของยอดขาย)	(6)												
ค่าโปรโมชั่น	(7)												
การบริหารโครงการทั่วไป													
ค่าใช้จ่ายด้านการบริหารโครงการ	(8)	-	247,000.00	247,000.00	247,000.00	247,000.00	247,000.00	247,000.00	247,000.00	247,000.00	247,000.00	425,000.00	425,000.00
ค่าธรรมเนียมการโอน 1% จากราคาประเมินตัวบ้านและที่ดิน	(9)												
ค่าภาษีธุรกิจเฉพาะ	(10)												
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร		-	247,000.00	247,000.00	247,000.00	247,000.00	247,000.00	247,000.00	247,000.00	247,000.00	740,000.00	598,000.00	698,000.00
ดอกเบี้ยเงินกู้													
รวมดอกเบี้ยจ่าย	(10)	446,833.41	468,275.43	489,717.45	511,159.47	514,728.15	518,296.84	521,865.52	594,398.98	781,393.05	968,387.12	1,144,920.19	1,304,628.58
รวมกระแสเงินสดจ่าย		140,036,833.41	6,297,317.91	6,318,759.93	6,340,201.95	1,690,770.64	1,694,339.32	1,697,908.01	19,724,174.80	49,708,918.87	50,388,912.94	47,700,112.68	43,579,821.07
กระแสเงินสดสุทธิจากการดำเนินงาน		(140,036,833.41)	(6,297,317.91)	(6,318,759.93)	(6,340,201.95)	(1,690,770.64)	(1,694,339.32)	(1,697,908.01)	(19,724,174.80)	(49,708,918.87)	(50,388,912.94)	(46,100,112.68)	(41,979,821.07)

Best case : ตารางแสดงงบกระแสเงินสดของโครงการ

แสดงเป็นรายเดือน เดือนที่ 13-24

รายรับ		13.00	14.00	15.00	16.00	17.00	18.00	19.00	20.00	21.00	22.00	23.00	24.00
จำนวนผู้ขาย		8.00	8.00	8.00	8.00	8.00	7.00	6.00	6.00	5.00	4.00	8.00	8.00
เงินจอง		1,600,000.00	1,600,000.00	1,600,000.00	1,600,000.00	1,600,000.00	1,400,000.00	1,200,000.00	1,200,000.00	1,000,000.00	800,000.00	1,600,000.00	1,600,000.00
จำนวนบ้านที่โอน						15.00	15.00	15.00	10.00	10.00	10.00	5.00	4.00
เงินโอน						97,243,035.71	97,243,035.71	97,243,035.71	64,828,690.48	64,828,690.48	64,828,690.48	32,414,345.24	25,931,476.19
รวม	-	1,600,000.00	1,600,000.00	1,600,000.00	1,600,000.00	98,843,035.71	98,643,035.71	98,443,035.71	66,028,690.48	65,828,690.48	65,628,690.48	34,014,345.24	27,531,476.19
รายจ่าย		13.00	14.00	15.00	16.00	17.00	18.00	19.00	20.00	21.00	22.00	23.00	24.00
ค่าที่ดิน	(1)												
ค่าพัฒนาที่ดินและพื้นที่ส่วนกลาง	(2)												
ค่าก่อสร้างบ้าน	(3)	25,417,750.00	24,109,750.00	24,109,750.00	24,109,750.00	12,745,920.00	12,745,920.00	12,745,920.00	12,745,920.00	12,745,920.00	12,745,920.00	12,745,920.00	
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	(4)	929,042.49	929,042.49	929,042.49	929,042.49	929,042.49	929,042.49	929,042.49	929,042.49	929,042.49	929,042.49	929,042.49	929,042.49
รวมเงินลงทุนในโครงการ		26,346,792.49	25,038,792.49	25,038,792.49	25,038,792.49	13,674,962.49	13,674,962.49	13,674,962.49	13,674,962.49	13,674,962.49	13,674,962.49	13,674,962.49	929,042.49
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารโครงการ													
การตลาด													
ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด	(5)	173,000.00	5,558,000.00	113,000.00	158,000.00	113,000.00	113,000.00	113,000.00	213,000.00	208,000.00	188,000.00	63,000.00	63,000.00
ค่าCommission (เมื่อมีการโอน 1% ของยอดขาย)	(6)					972,430.36	972,430.36	972,430.36	648,286.90	648,286.90	648,286.90	324,143.45	259,314.76
ค่าโปรโมชั่น	(7)					1,101,562.50	1,101,562.50	1,101,562.50	734,375.00	734,375.00	734,375.00	367,187.50	293,750.00
การบริหารโครงการทั่วไป													
ค่าใช้จ่ายด้านการบริหารโครงการ	(8)	437,750.00	437,750.00	437,750.00	437,750.00	437,750.00	437,750.00	437,750.00	437,750.00	437,750.00	437,750.00	437,750.00	437,750.00
ค่าธรรมเนียมการโอน 1% จากราคาประเมินตัวบ้านและที่ดิน	(9)					1,002,430.36	1,002,430.36	1,002,430.36	668,286.90	668,286.90	668,286.90	334,143.45	267,314.76
ค่าภาษีธุรกิจเฉพาะ	(10)					3,308,020.18	3,308,020.18	3,308,020.18	2,205,346.79	2,205,346.79	2,205,346.79	1,102,673.39	882,138.71
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร		610,750.00	5,995,750.00	550,750.00	595,750.00	6,935,193.39	6,935,193.39	6,935,193.39	4,907,045.60	4,902,045.60	4,882,045.60	2,628,897.80	2,203,268.24
ดอกเบี้ยเงินกู้													
รวมดอกเบี้ยจ่าย	(10)	1,405,833.20	1,502,013.46	1,598,193.72	1,694,373.98	1,311,112.32	927,850.66	544,588.99	306,590.87	68,592.74	-	-	-
รวมกระแสเงินสดจ่าย		28,363,375.68	32,536,555.94	27,187,736.21	27,328,916.47	21,921,268.20	21,538,006.53	21,154,744.87	18,888,598.95	18,645,600.82	18,557,008.08	16,303,860.28	13,132,310.72
กระแสเงินสดสุทธิจากการดำเนินงาน		(26,763,375.68)	(30,936,555.94)	(25,587,736.21)	(25,728,916.47)	76,921,767.52	77,105,029.18	77,288,290.84	47,140,091.53	47,183,089.65	47,071,682.40	17,710,484.95	24,399,165.47

Best case : ตารางแสดงงบกระแสเงินสดของโครงการ
แสดงเป็นรายเดือน เดือนที่ 25-29

รายรับ		25.00	26.00	27.00	28.00	29.00	30.00	
จำนวนผู้โดยสาร		8.00	7.00	7.00	6.00			
เงินจอง		1,600,000.00	1,400,000.00	1,400,000.00	1,200,000.00			25,600,000.00
จำนวนบ้านที่โอน		10.00	10.00	10.00	8.00	6.00		
เงินโอน		58,136,136.36	58,136,136.36	58,136,136.36	46,508,909.09	34,881,681.82		800,360,000.00
รวม	-	59,736,136.36	59,536,136.36	59,536,136.36	47,708,909.09	34,881,681.82	-	825,960,000.00
รายจ่าย		25.00	26.00	27.00	28.00	29.00	30.00	
ค่าที่ดิน	(1)							139,590,000.00
ค่าพัฒนาที่ดินและพื้นที่ส่วนกลาง	(2)							111,025,000.00
ค่าก่อสร้างบ้าน	(3)							289,035,440.00
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	(4)	929,042.49	929,042.49	929,042.49	929,042.49	929,042.49		26,013,189.60
รวมเงินลงทุนในโครงการ		929,042.49	929,042.49	929,042.49	929,042.49	929,042.49	-	565,663,629.60
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารโครงการ								-
การตลาด								
ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด	(5)	63,000.00	63,000.00	63,000.00	63,000.00	13,000.00		8,280,000.00
ค่าCommission (เมื่อมีการโอน 1% ของยอดขาย)	(6)	581,361.36	581,361.36	581,361.36	465,089.09	348,816.82	-	8,003,600.00
ค่าโปรโมชั่น	(7)	734,375.00	734,375.00	734,375.00	587,500.00	440,625.00	-	9,400,000.00
การบริหารโครงการทั่วไป								
ค่าใช้จ่ายด้านการบริหารโครงการ	(8)	450,882.50	450,882.50	450,882.50	450,882.50	450,882.50		10,580,412.50
ค่าธรรมเนียมการโอน 1% จากราคาประเมินตัวบ้านและที่ดิน	(9)	601,361.36	601,361.36	601,361.36	481,089.09	360,816.82	-	8,259,600.00
ค่าภาษีธุรกิจเฉพาะ	(10)	1,984,492.50	1,984,492.50	1,984,492.50	1,587,594.00	1,190,695.50	-	27,256,680.00
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร		4,415,472.73	4,415,472.73	4,415,472.73	3,635,154.68	2,804,836.64	-	71,780,292.50
ดอกเบี้ยเงินกู้								-
รวมดอกเบี้ยจ่าย	(10)	-						17,623,754.12
รวมกระแสเงินสดจ่าย		5,344,515.21	5,344,515.21	5,344,515.21	4,564,197.17	3,733,879.12	-	655,067,676.22
กระแสเงินสดสุทธิจากการดำเนินงาน		54,391,621.15	54,191,621.15	54,191,621.15	43,144,711.92	31,147,802.70	-	170,892,323.78
Interest	7.6825%							
WACC	10.89%							
Monthly Discount rate	0.91%							
NPV	86,442,568.98							
IRR	26.01%							
Payback Period (หลัง)	101.52							

Worst case : ตารางแสดงงบกระแสเงินสดของโครงการ

แสดงเป็นรายเดือน เดือนที่ 1-12

รายรับ		1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	6.00	7.00	8.00	9.00	10.00	11.00	12.00
จำนวนผู้ขาย												10.00	8.00
เงินจอง												2,000,000.00	1,600,000.00
จำนวนบ้านที่โอน													
เงินโอน													
รวม	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2,000,000.00	1,600,000.00
รายจ่าย		1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	6.00	7.00	8.00	9.00	10.00	11.00	12.00
ค่าที่ดิน	(1)	139,590,000.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ค่าพัฒนาที่ดินและพื้นที่ส่วนกลาง	(2)	-	4,653,000.00	4,653,000.00	4,653,000.00	-	-	-	16,513,733.33	22,201,733.33	22,201,733.33	20,918,400.00	15,230,400.00
ค่าก่อสร้างบ้าน	(3)	-	-	-	-	-	-	-	1,584,000.00	28,104,725.00	28,104,725.00	26,520,725.00	27,959,525.00
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	(4)	-	667,014.86	667,014.86	667,014.86	667,014.86	667,014.86	667,014.86	667,014.86	667,014.86	667,014.86	667,014.86	667,014.86
รวมเงินสดลงทุนในโครงการ		139,590,000.00	5,320,014.86	5,320,014.86	5,320,014.86	667,014.86	667,014.86	667,014.86	18,764,748.19	50,973,473.19	50,973,473.19	48,106,139.86	43,856,939.86
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารโครงการ													
การตลาด													
ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด	(5)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	493,000.00	173,000.00	273,000.00
ค่าCommission (เมื่อมีการโอน 1% ของยอดขาย)	(6)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ค่าโปรโมชั่น	(7)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
การบริหารโครงการทั่วไป													
ค่าใช้จ่ายด้านการบริหารโครงการ	(8)	-	247,000.00	247,000.00	247,000.00	247,000.00	247,000.00	247,000.00	247,000.00	247,000.00	247,000.00	425,000.00	425,000.00
ค่าธรรมเนียมการโอน 1% จากราคาประเมินตัวบ้านและที่ดิน	(9)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ค่าภาษีธุรกิจเฉพาะ	(10)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร		-	247,000.00	247,000.00	247,000.00	247,000.00	247,000.00	247,000.00	247,000.00	247,000.00	740,000.00	598,000.00	698,000.00
ดอกเบี้ยเงินกู้													
รวมดอกเบี้ยจ่าย	(10)	446,833.41	467,268.91	487,704.42	508,139.93	510,702.10	513,264.27	515,826.44	587,906.53	783,708.38	979,510.24	1,164,297.95	1,332,763.42
รวมกระแสเงินสดจ่าย		140,036,833.41	6,034,283.77	6,054,719.28	6,075,154.79	1,424,716.96	1,427,279.13	1,429,841.30	19,599,654.72	52,004,181.58	52,692,983.43	49,868,437.81	45,887,703.28
กระแสเงินสดสุทธิจากการดำเนินงาน		(140,036,833.41)	(6,034,283.77)	(6,054,719.28)	(6,075,154.79)	(1,424,716.96)	(1,427,279.13)	(1,429,841.30)	(19,599,654.72)	(52,004,181.58)	(52,692,983.43)	(47,868,437.81)	(44,287,703.28)

Worst case : ตารางแสดงงบกระแสเงินสดของโครงการ

แสดงเป็นรายเดือน เดือนที่ 13-24

รายรับ		13.00	14.00	15.00	16.00	17.00	18.00	19.00	20.00	21.00	22.00	23.00	24.00
จำนวนผู้โดยสาร		8.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	6.00
เงินจอง		1,600,000.00	600,000.00	600,000.00	600,000.00	600,000.00	600,000.00	600,000.00	600,000.00	600,000.00	600,000.00	600,000.00	1,200,000.00
จำนวนบ้านที่โอน						10.00	8.00	6.00	6.00	6.00	6.00	6.00	6.00
เงินโอน						64,828,690.48	51,862,952.38	38,897,214.29	38,897,214.29	38,897,214.29	38,897,214.29	38,897,214.29	38,897,214.29
รวม	-	1,600,000.00	600,000.00	600,000.00	600,000.00	65,428,690.48	52,462,952.38	39,497,214.29	39,497,214.29	39,497,214.29	39,497,214.29	39,497,214.29	40,097,214.29
รายจ่าย		13.00	14.00	15.00	16.00	17.00	18.00	19.00	20.00	21.00	22.00	23.00	24.00
ค่าที่ดิน	(1)												
ค่าพัฒนาที่ดินและพื้นที่ส่วนกลาง	(2)												
ค่าก่อสร้างบ้าน	(3)	27,959,525.00	26,520,725.00	26,520,725.00	26,520,725.00	14,020,512.00	14,020,512.00	14,020,512.00	14,020,512.00	14,020,512.00	14,020,512.00	14,020,512.00	
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	(4)	667,014.86	667,014.86	667,014.86	667,014.86	667,014.86	667,014.86	667,014.86	667,014.86	667,014.86	667,014.86	667,014.86	667,014.86
รวมเงินลงทุนในโครงการ		28,626,539.86	27,187,739.86	27,187,739.86	27,187,739.86	14,687,526.86	14,687,526.86	14,687,526.86	14,687,526.86	14,687,526.86	14,687,526.86	14,687,526.86	667,014.86
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารโครงการ													
การตลาด													
ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด	(5)	173,000.00	5,558,000.00	113,000.00	158,000.00	113,000.00	113,000.00	113,000.00	213,000.00	208,000.00	188,000.00	133,000.00	63,000.00
ค่าCommission (เมื่อมีการโอน 1% ของยอดขาย)	(6)					648,286.90	518,629.52	388,972.14	388,972.14	388,972.14	388,972.14	388,972.14	388,972.14
ค่าโปรโมชั่น	(7)					734,375.00	587,500.00	440,625.00	440,625.00	440,625.00	440,625.00	440,625.00	440,625.00
การบริหารโครงการทั่วไป													
ค่าใช้จ่ายด้านการบริหารโครงการ	(8)	437,750.00	437,750.00	437,750.00	437,750.00	437,750.00	437,750.00	437,750.00	437,750.00	437,750.00	437,750.00	437,750.00	437,750.00
ค่าธรรมเนียมการโอน 1% จากราคาประเมินตัวบ้านและที่ดิน	(9)					668,286.90	534,629.52	400,972.14	400,972.14	400,972.14	400,972.14	400,972.14	400,972.14
ค่าภาษีธุรกิจเฉพาะ	(10)					2,205,346.79	1,764,277.43	1,323,208.07	1,323,208.07	1,323,208.07	1,323,208.07	1,323,208.07	1,323,208.07
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร		610,750.00	5,995,750.00	550,750.00	595,750.00	4,807,045.60	3,955,786.48	3,104,527.36	3,204,527.36	3,199,527.36	3,179,527.36	3,124,527.36	3,054,527.36
ดอกเบี้ยเงินกู้													
รวมดอกเบี้ยจ่าย	(10)	1,442,725.11	1,547,160.02	1,651,594.92	1,756,029.83	1,521,921.22	1,345,918.02	1,228,020.24	1,110,122.45	992,224.67	874,326.89	806,233.75	684,284.32
รวมกระแสเงินสดจ่าย		30,680,014.97	34,730,649.88	29,390,084.78	29,539,519.69	21,016,493.67	19,989,231.35	19,020,074.45	19,002,176.67	18,879,278.89	18,741,381.11	18,618,287.97	4,405,826.53
กระแสเงินสดสุทธิจากการดำเนินงาน		(29,080,014.97)	(34,130,649.88)	(28,790,084.78)	(28,939,519.69)	44,412,196.80	32,473,721.02	20,477,139.83	20,495,037.61	20,617,935.40	20,755,833.18	20,878,926.32	35,691,387.75

Worst Case : ตารางแสดงงบกระแสเงินสดของโครงการ

แสดงเป็นรายเดือน เดือนที่ 25-36

รายรับ		25.00	26.00	27.00	28.00	29.00	30.00	31.00	32.00	33.00	34.00	35.00	36.00
จำนวนผู้ขาย		6.00	6.00	6.00	6.00	6.00	6.00	6.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00
เงินจอง		1,200,000.00	1,200,000.00	1,200,000.00	1,200,000.00	1,200,000.00	1,200,000.00	1,200,000.00	800,000.00	800,000.00	800,000.00	800,000.00	600,000.00
จำนวนบ้านที่โอน		6.00	6.00	6.00	6.00	6.00	6.00	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
เงินโอน		38,897,214.29	38,897,214.29	38,897,214.29	38,897,214.29	38,897,214.29	34,881,681.82	29,068,068.18	23,254,454.55	23,254,454.55	23,254,454.55	23,254,454.55	23,254,454.55
รวม	-	40,097,214.29	40,097,214.29	40,097,214.29	40,097,214.29	40,097,214.29	36,081,681.82	30,268,068.18	24,054,454.55	24,054,454.55	24,054,454.55	24,054,454.55	23,854,454.55
รายจ่าย		25.00	26.00	27.00	28.00	29.00	30.00	31.00	32.00	33.00	34.00	35.00	36.00
ค่าที่ดิน	(1)												
ค่าพัฒนาที่ดินและพื้นที่ส่วนกลาง	(2)												
ค่าก่อสร้างบ้าน	(3)												
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	(4)	667,014.86	667,014.86	667,014.86	667,014.86	667,014.86	667,014.86	667,014.86	667,014.86	667,014.86	667,014.86	667,014.86	667,014.86
รวมเงินลงทุนในโครงการ		667,014.86	667,014.86	667,014.86	667,014.86	667,014.86	667,014.86	667,014.86	667,014.86	667,014.86	667,014.86	667,014.86	667,014.86
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารโครงการ													
การตลาด													
ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด	(5)	108,000.00	63,000.00	88,000.00	108,000.00	63,000.00	63,000.00	63,000.00	63,000.00	63,000.00	63,000.00	63,000.00	63,000.00
ค่าCommission (เมื่อมีการโอน 1% ของยอดขาย)	(6)	388,972.14	388,972.14	388,972.14	388,972.14	388,972.14	348,816.82	290,680.68	232,544.55	232,544.55	232,544.55	232,544.55	232,544.55
ค่าโปรโมชั่น	(7)	440,625.00	440,625.00	440,625.00	440,625.00	440,625.00	440,625.00	367,187.50	293,750.00	293,750.00	293,750.00	293,750.00	293,750.00
การบริหารโครงการทั่วไป													
ค่าใช้จ่ายด้านการบริหารโครงการ	(8)	450,882.50	450,882.50	450,882.50	450,882.50	450,882.50	450,882.50	450,882.50	450,882.50	450,882.50	450,882.50	450,882.50	450,882.50
ค่าธรรมเนียมการโอน 1% จากราคาประเมินตัวบ้านและที่ดิน	(9)	400,972.14	400,972.14	400,972.14	400,972.14	400,972.14	360,816.82	300,680.68	240,544.55	240,544.55	240,544.55	240,544.55	240,544.55
ค่าภาษีธุรกิจเฉพาะ	(10)	1,323,208.07	1,323,208.07	1,323,208.07	1,323,208.07	1,323,208.07	1,190,695.50	992,246.25	793,797.00	793,797.00	793,797.00	793,797.00	793,797.00
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร		3,112,659.86	3,067,659.86	3,092,659.86	3,112,659.86	3,067,659.86	2,854,836.64	2,464,677.61	2,074,518.59	2,074,518.59	2,074,518.59	2,074,518.59	2,074,518.59
ดอกเบี้ยเงินกู้													
รวมดอกเบี้ยจ่าย	(10)	559,772.71	435,261.11	310,749.50	186,237.90	61,726.30	-	-	-	-	-	-	-
รวมกระแสเงินสดจ่าย		4,339,447.43	4,169,935.83	4,070,424.22	3,965,912.62	3,796,401.01	3,521,851.50	3,131,692.47	2,741,533.45	2,741,533.45	2,741,533.45	2,741,533.45	2,741,533.45
กระแสเงินสดสุทธิจากการดำเนินงาน		35,757,766.86	35,927,278.46	36,026,790.06	36,131,301.67	36,300,813.27	32,559,830.32	27,136,375.71	21,312,921.09	21,312,921.09	21,312,921.09	21,312,921.09	21,112,921.09

Worst Case : ตารางแสดงงบกระแสเงินสดของโครงการ
แสดงเป็นรายเดือน เดือนที่ 37-40

รายรับ		37.00	38.00	39.00	40.00	41.00	42.00	43.00	44.00	
จำนวนผู้โดยสาร		3.00	2.00							
เงินจอง		600,000.00	400,000.00	-	-			-	-	25,600,000.00
จำนวนบ้านที่โอน		4.00	4.00	3.00	2.00					
เงินโอน		23,254,454.55	23,254,454.55	17,440,840.91	11,627,227.27					800,360,000.00
รวม	-	23,854,454.55	23,654,454.55	17,440,840.91	11,627,227.27	-	-	-	-	825,960,000.00
รายจ่าย		33.00	34.00	35.00	36.00	33.00	34.00	35.00	36.00	
ค่าที่ดิน	(1)									139,590,000.00
ค่าพัฒนาที่ดินและพื้นที่ส่วนกลาง	(2)									111,025,000.00
ค่าก่อสร้างบ้าน	(3)									317,938,984.00
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	(4)	667,014.86	667,014.86	667,014.86	667,014.86					26,013,579.54
รวมเงินลงทุนในโครงการ		667,014.86	667,014.86	667,014.86	667,014.86	-	-	-	-	594,567,563.54
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารโครงการ										-
รวมผลขาด										
ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด	(5)	63,000.00	63,000.00	63,000.00	13,000.00		-	-		9,158,000.00
ค่าCommission (เมื่อมีการโอน 1% ของยอดขาย)	(6)	232,544.55	232,544.55	174,408.41	116,272.27					8,003,600.00
ค่าโปรโมชั่น	(7)	293,750.00	293,750.00	220,312.50	146,875.00					9,400,000.00
รวมบริหารโครงการทั่วไป										
ค่าใช้จ่ายด้านการบริหารโครงการ	(8)	450,882.50	450,882.50	450,882.50	450,882.50					15,540,120.00
ค่าธรรมเนียมการโอน 1% จากราคาประเมินตัวบ้านและที่ดิน	(9)	240,544.55	240,544.55	180,408.41	120,272.27					8,259,600.00
ค่าภาษีธุรกิจเฉพาะ	(10)	793,797.00	793,797.00	595,347.75	396,898.50					27,256,680.00
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร		2,074,518.59	2,074,518.59	1,684,359.57	1,244,200.55	-	-	-	-	77,618,000.00
ดอกเบี้ยเงินกู้										-
รวมดอกเบี้ยจ่าย	(10)	-	-	-	-					24,812,234.95
รวมกระแสเงินสดจ่าย		2,741,533.45	2,741,533.45	2,351,374.43	1,911,215.41	-	-	-	-	696,997,798.49
กระแสเงินสดสุทธิจากการดำเนินงาน		21,112,921.09	20,912,921.09	15,089,466.48	9,716,011.87	-	-	-	-	128,962,201.51

Interest	7.6825%
WACC	10.89%
Monthly Discount rate	0.91%
NPV	27,847,154.53
IRR	14.63%
Payback Period (หลัง)	108.015

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาวสิริฉัตร ศิริสรรหิรัญ
วันเดือนปีเกิด	5 พฤษภาคม พ.ศ.2533
วุฒิการศึกษา	ปีการศึกษา 2555 : การวางแผนเมืองบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ตำแหน่ง	Cost Control บริษัทเจริญกิจจางเสถียร จำกัด
ทุนการศึกษา (ถ้ามี)	-

ผลงานทางวิชาการ

-

ประสบการณ์ทำงาน

พ.ศ. 2556 - 2561 Cost Control
บริษัท เจริญกิจจางเสถียร จำกัด