

บทสรุปผู้บริหาร

โครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ The Companion: Lifestyle shopping center for the dog lover ซึ่งมีแผนกำหนดเปิดดำเนินการเดือนพฤศจิกายน 2553 มีรายละเอียดของโครงการดังต่อไปนี้

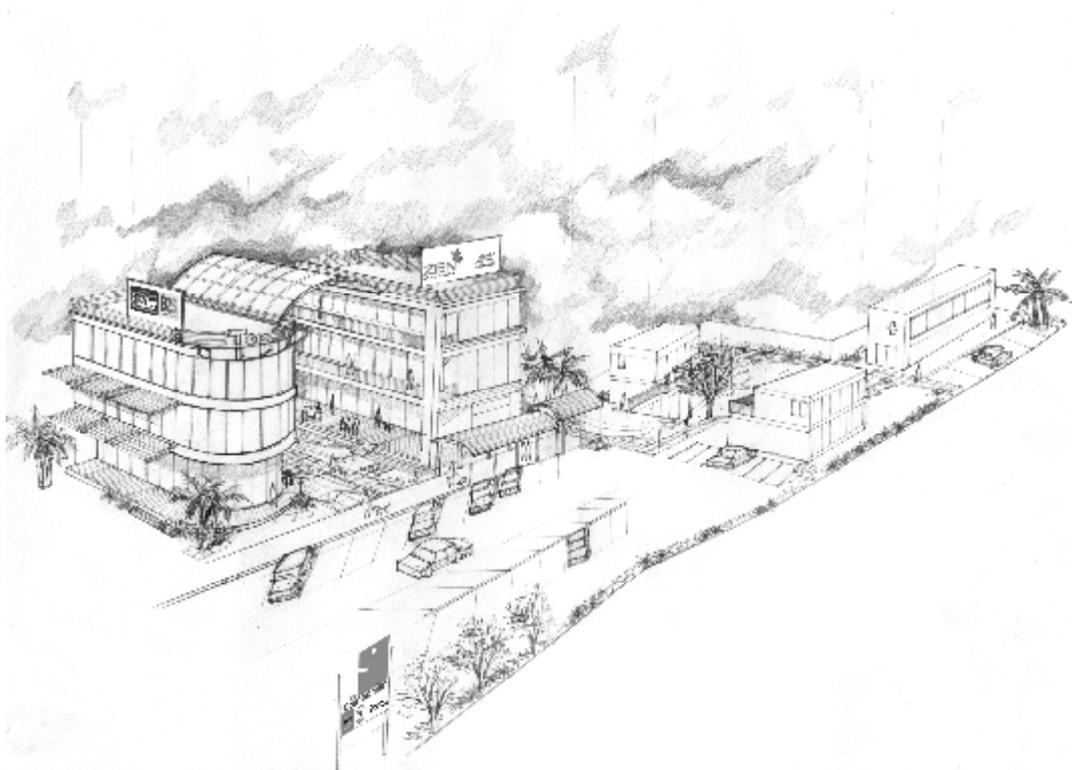
ขนาดที่ดินโครงการ	5-3-69.1 ไร่	
ลักษณะแปลงที่ดิน	รูปหลายเหลี่ยม	
ทิศเหนือ	ติดทางสาธารณประโยชน์	
ทิศตะวันออก	ถนนเชื่อมรามคำแหง-พัฒนาการ	
ทิศตะวันตก	ติดที่ดินว่างเปล่า	
ทิศใต้	ติดถนนพระราม 9 ซากออก	
ตำแหน่งที่ตั้งของโครงการ	ถนนพระราม 9 ซากออก ห่างจากแยกรามคำแหง – พระราม 9 ประมาณ 1 กิโลเมตร บริเวณหัวมุมทางแยกเข้า ถนนรามคำแหง – พัฒนาการ ใกล้กับ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญและมหาวิทยาลัยรามคำแหง	
การได้มาซึ่งกรรมสิทธิ์ของที่ดิน	ซื้อ	
จำนวนเงินลงทุน	280,000,000 บาท	
ผลตอบแทนการลงทุน	NPV = 39.59 ล้านบาท, IRR = 14.60% และระยะเวลา คืนทุน 7 ปี 7 เดือน	
สัดส่วนเงินลงทุน	ส่วนของผู้ขายร้อยละ 58 คิดเป็นเงิน 161 ล้านบาทและ เงินกู้ยืมระยะยาวจากธนาคารร้อยละ 42 คิดเป็นเงิน 119 ล้านบาท	
รูปแบบโครงการ	ไลฟ์สไตล์ช้อปปิ้งเซ็นเตอร์ ¹	
แนวความคิด	ศูนย์การค้าแบบเปิดที่เน้นความร่มรื่น ให้บรรยากาศของการพักผ่อน การนัดพบปะสังสรรค์ระหว่างเพื่อน หรือบุคคล	

1 ศูนย์การค้าไลฟ์สไตล์ (Lifestyle Center) คือ ศูนย์การค้าที่มีผู้เช่าหลักเป็นซูเปอร์มาร์เก็ต และมีร้านที่ตอบสนองต่อการใช้ชีวิตประจำวัน ได้แก่ โรงภาพยนตร์, โบว์ลิง, ร้านอาหาร, ร้านเบเกอรี่, ร้านขายผลิตภัณฑ์เสริมความงาม, โรงเรียนดนตรี และมีพื้นที่เปิดโล่ง (บริษัท สยามฟิวเจอร์ดีเวลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน), 2550)

	<p>ในครอบครัว อีกทั้งยังเป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยงซึ่งเป็นหนึ่งในสมาชิกของครอบครัว</p>
<p>ที่มาของแนวความคิด</p>	<ul style="list-style-type: none"> - กระแสความนิยมไลฟ์สไตล์ช้อปปิ้งเซ็นเตอร์ และ ศูนย์การค้าแบบเปิด - ครอบครัว - แนวโน้มการเลี้ยงสุนัขแบบเป็นหนึ่งในสมาชิกในครอบครัว - การห้ามสุนัขเข้าไปยังบริเวณศูนย์การค้าหรือพื้นที่สาธารณะ - พื้นที่สีเขียวในเมือง
<p>กลุ่มเป้าหมาย</p>	<ul style="list-style-type: none"> - กลุ่มเป้าหมายหลัก: ผู้บริโภคซึ่งเลี้ยงสุนัขที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่การค้าหลัก (Primary Trade area) โดยมีอายุตั้งแต่ 22-30 ปี ซึ่งเป็น กลุ่มวัยทำงานตอนต้นและวัยทำงาน มีรายได้อยู่ในช่วง 10,001-50,000 บาทต่อเดือน - กลุ่มเป้าหมายรอง: ผู้บริโภคซึ่งเลี้ยงสุนัขแต่ไม่ได้อาศัยอยู่ในพื้นที่การค้าหลัก และผู้บริโภคที่อาศัย ศึกษาหรือทำงานอยู่ในพื้นที่การค้าหลัก
<p>จุดมุ่งหมายของโครงการ</p>	<p>เป็นศูนย์การค้าที่ผู้บริโภคในพื้นที่การค้าหลักเลือกเป็นอันดับแรกในการเดินทางมาเลือกซื้อสินค้าและบริการสำหรับชีวิตประจำวัน รวมถึงเป็นเป้าหมายของกลุ่มผู้บริโภคที่เลี้ยงสัตว์สุนัขในเขตกรุงเทพมหานคร การนำสุนัขมาทำกิจกรรมหรือพักผ่อนในพื้นที่ของโครงการ</p>
<p>ราคาห้องเช่าเฉลี่ย</p>	<p>900 บาทต่อตารางเมตร</p>
<p>คู่แข่งหลัก</p>	<p>ศูนย์การค้าแบบเปิด อาทิ ไอซีไน้, เจ-อเวนิว, เดอะคริสตัล, ลาวิลล่า, เพนนีบัลโคนี เป็นต้น</p>
<p>องค์ประกอบโครงการ</p>	<p>โครงการประกอบด้วยอาคารศูนย์การค้าคอนกรีตเสริม</p>

เหล็ก ความสูง 3 ชั้น เพื่อรองรับสินค้าและบริการสำหรับ
ผู้บริโภคทั่วไปลานจอดรถ สวน และกลุ่มอาคารในสวน
สำหรับรองรับสินค้าและบริการของสุนัข รวมถึงอาคาร
สำหรับโรงพยาบาลสัตว์อีก 1 อาคาร

ภาพโครงการ



ภาพอาคารในโครงการ

อาคารศูนย์การค้า



สวนและกลุ่มอาคารในสวน

