

บทที่ 3

การวิเคราะห์ทำเลที่ตั้งและลักษณะทางกายภาพของที่ดิน

การดำเนินธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจศูนย์การค้า นั้น สิ่งสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จของโครงการคือ ทำเลที่ตั้งของโครงการ ดังนั้นจึงมีความสำคัญอย่างมากในการตัดสินใจเลือกสถานที่ก่อสร้างโครงการที่เหมาะสมกับรูปแบบธุรกิจที่ได้วางแผนไว้ หรือในอีกรูปแบบหนึ่งคือเลือกรูปแบบธุรกิจที่เหมาะสมกับสถานที่ที่มีอยู่แล้ว ซึ่งท้ายสุดก็คือการเลือกทำเลที่ตั้งของกิจการและรูปแบบของธุรกิจให้สอดคล้องกันนั่นเอง

แผนธุรกิจฉบับนี้จะเป็นการเลือกทำเลที่ตั้งให้เหมาะสมกับรูปแบบของธุรกิจที่จะดำเนินการนั้นคือไลฟ์สไตล์ช้อปปิ้งเซ็นเตอร์ โดยขั้นตอนและประเด็นที่ต้องพิจารณาในการเลือกทำเลที่ตั้งนั้น แบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอน (อนุชา กุลวิสุทธิ์, 2549, น.192-194) คือ ขั้นตอนวิเคราะห์เพื่อเลือกทำเลในภาพกว้าง ว่าทำเลควรอยู่ในพื้นที่ใด ไชนโด จากนั้นจึงทำการเลือกทำเลในลักษณะเฉพาะเจาะจงลงไป โดยการวิเคราะห์เลือกทำเลในภาพกว้างนิยมเรียกว่า การวิเคราะห์ทำเลที่ตั้งหรือ Location Analysis คือการเลือกพื้นที่ ขอบเขตปริมณฑล ภาค เขต หรือเมือง ในการใช้ประโยชน์ที่ดินนั้น สำหรับการวิเคราะห์ทำเลในลักษณะเฉพาะเจาะจงนั้นนิยมเรียกในเชิงวิชาการว่า การวิเคราะห์ตำแหน่งที่ตั้งหรือ Site Analysis หมายถึงการวิเคราะห์หาจุดหรือตำแหน่งที่ตั้งเฉพาะเจาะจงว่าควรอยู่ตรงไหน ภายในทำเลที่ตั้งที่เลือกไว้ โดยการเลือกทำเลที่ตั้งนั้น โดยวัตถุประสงค์ของการเลือกทำเลที่ตั้งคือเพื่อให้ได้มาซึ่งตำแหน่งที่ตั้งที่ดีที่สุดต่อการดำเนินงานนั่นเอง และเพื่อให้สะดวกต่อการดำเนินงานอาจใช้หลักการวิเคราะห์ตำแหน่งที่ตั้งให้เหมาะสมกับประเภทของธุรกิจในพิจารณาทั้งหมด เนื่องจากเป็นหลักที่ได้ผ่านการทดสอบและรวบรวมประเด็นสำคัญต่อการเลือกทำเลและตำแหน่งที่ตั้งสำหรับการดำเนินธุรกิจเรียบร้อยแล้ว เพื่อให้ง่ายต่อการนำไปพิจารณาต่อไป

3.1 การเลือกตำแหน่งที่ตั้งศูนย์การค้า

3.1.1 การวิเคราะห์ตำแหน่งที่ตั้งที่เหมาะสมกับธุรกิจ

หลักการพิจารณาตำแหน่งที่ตั้งที่เหมาะสมกับธุรกิจ เป็นการวิเคราะห์ที่ตั้งแบบเฉพาะเจาะจง (Specific Site Analysis) โดยใช้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ต้องการดำเนินการเป็น

บรรทัดฐานในการพิจารณาข้อมูลในแต่ละปัจจัย โดยการวิเคราะห์ดังกล่าวมีแนวทางที่ควรพิจารณาจากปัจจัยเฉพาะที่เกี่ยวกับตำแหน่งที่ตั้งดังนี้

1. ทางเข้าออกของตำแหน่งที่ตั้ง ไม่ว่าจะเส้นทางเข้าออกสำหรับรถยนต์หรือคนเดิน หากขาดความสะดวกในเรื่องนี้อาจเป็นปัญหาต่อการดำเนินธุรกิจได้ เช่น ตำแหน่งที่ตั้งอยู่ในที่บังคับเลี้ยวหรือเดินทางเดียว อาจส่งผลให้ธุรกิจซบเซาได้ เนื่องจากเกิดความไม่สะดวกในการเดินทางมาติดต่อของลูกค้าและผู้เกี่ยวข้อง
2. ที่จอดรถที่มากพอและสะดวกเป็นสิ่งสำคัญโดยเฉพาะธุรกิจห้างสรรพสินค้า เนื่องจาก การมีที่จอดรถอย่างเพียงพอจะช่วยชักจูงลูกค้าให้มาใช้บริการได้มากขึ้น
3. การวิเคราะห์เส้นทางจราจร ปัจจัยหนึ่งที่ใช้ในการพิจารณาเลือกที่ตั้งของธุรกิจ คือ จำนวนเส้นทางจราจรที่ผ่านที่ตั้งนั้น โดยนับรวมวิธีการเดินทางทั้งการเดินเท้าและ ยานพาหนะ ซึ่งการพิจารณาเลือกตำแหน่งที่ตั้งต้องทำการวิเคราะห์ว่ามีจำนวน เส้นทางเป็นอย่างไร ผู้เดินทางในแต่ละเส้นทางและสภาพการจราจรในเส้นทางนั้นๆ เป็นอย่างไร
4. จำนวนพาหนะในเส้นทางจราจร ข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนพาหนะในเส้นทางจราจรเป็น สิ่งสำคัญที่ต้องพิจารณาเลือกที่ตั้งของธุรกิจ เนื่องจากที่ตั้งที่ดีของธุรกิจต้องอยู่ในที่ที่ ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้สะดวก การจราจรไม่ติดขัด จำนวนพาหนะในเส้นทางจราจร ไม่มากเกินไป
5. แนวโน้มประชากรและกิจกรรมทางธุรกิจ การพิจารณาตำแหน่งที่ตั้งของธุรกิจต้องมีการตรวจสอบแนวโน้มของประชากร และกิจกรรมทางธุรกิจในบริเวณโดยรอบด้วยว่า มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นหรือลดลง ทั้งนี้เพื่อประกอบการพิจารณาถึงโอกาสในอนาคตของ ธุรกิจในการขยายตัวหรือหดตัว ซึ่งในปัจจุบันพบว่าแนวโน้มของประชากรและ กิจกรรมทางธุรกิจบริเวณชานเมืองมีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากเป็นบริเวณที่มีการขยายตัวของประชากรเข้าไปสร้างที่อยู่อาศัยมาก มีการจราจรสะดวกไม่ติดขัด มีที่ จอดรถอย่างพอเพียง
6. ค่าใช้จ่ายในการซื้อหรือเช่าพื้นที่ การเลือกตั้งธุรกิจในตำแหน่งที่เป็นย่านธุรกิจอาจมี ค่าใช้จ่ายในการเช่าหรือซื้อที่ดินสูง แต่ก็มิใช่ข้อดีตรงที่อยู่ใกล้ลูกค้า ผู้บริโภค การจราจร สะดวก ทำให้การติดต่อค้าขายทำได้ง่าย และการตั้งอยู่ในตำแหน่งที่เป็นย่านธุรกิจที่มี คนผ่านไปมาและเป็นเป้าสายตาจะช่วยลดค่าใช้จ่ายในการโฆษณาได้ แต่

ขณะเดียวกันบางพื้นที่ที่ค่าใช้จ่ายในการเช่าหรือซื้อต่ำกว่า อาจมีความหนาแน่นของ
ลูกค้าต่ำกว่าและมีค่าโฆษณาที่สูงกว่าด้วย

7. สถานที่ที่อยู่ใกล้ โดยทั่วไปแล้วพบว่าธุรกิจที่มีลักษณะคล้ายกันมักจะตั้งอยู่ในพื้นที่
ใกล้กัน เพราะลูกค้าที่มาซื้อสินค้าเป็นกลุ่มเดียวกัน ซึ่งอาจเป็นได้ทั้งผลดีและผลเสีย
คือมีการแย่งลูกค้ากัน (พรเพ็ญ บำรุงสิน, 2551) นอกจากนี้ยังควรพิจารณาสถานที่
ใกล้เคียงที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจด้วย เช่น การอยู่ใกล้มหาวิทยาลัย เนื่องจากลูกค้า
ที่เป็นนักศึกษา มีปริมาณมาก หรือกิจการบางอย่างอาจช่วยเรียกลูกค้าให้ผ่านมาใน
พื้นที่และใช้สินค้าและบริการของเรามากขึ้น ในทางตรงข้าม ควรตั้งให้อยู่ไกลจาก
สถานที่บางอย่างเช่น ร้านขายโรงศพ โรงงาน เป็นต้น
8. ประวัติความเป็นมาของสถานที่ ความเป็นมาเป็นปัจจัยหนึ่งที่ต้องพิจารณา
ประกอบการตัดสินใจขั้นสุดท้ายในการเลือกตำแหน่งที่ตั้ง หากตำแหน่งที่ตั้งนั้นมี
ประวัติซ้ำๆกัน ไม่ว่าจะธุรกิจใดมาตั้งก็ประสบปัญหา ต้องเลิกกิจการไป ก็เป็นสิ่งที่ธุรกิจ
ที่จะเข้าไปตั้งในพื้นที่นี้ต้องพิจารณาให้ดี เนื่องจากอาจมีปัญหบางอย่างที่ทำให้
ลูกค้าไม่ชื่นชอบในพื้นที่ดังกล่าวก็เป็นได้

3.1.2 ที่ตั้งที่เหมาะสมกับธุรกิจค้าปลีก

ธุรกิจค้าปลีกเป็นธุรกิจรวมการใช้ประโยชน์ที่ดินที่มีความเข้มข้นสูงประเภทหนึ่ง เพราะทำเล
ที่เหมาะสมในการทำธุรกิจค้าปลีกมักเป็นทำเลที่ดินที่มีราคาซื้อขายแพงหรือมีค่าเช่าสูง ดังนั้นหลัก
สำคัญในการเลือกที่ดินสำหรับตั้งธุรกิจค้าปลีก จึงขึ้นอยู่กับต้นทุนที่ดินกับผลประโยชน์ที่ได้จาก
การทำธุรกิจต้องคุ้มกันด้วย (อนุชา กุลวิสุทธ์, 2549, น.198-199) หลักการที่นิยมนำมาทำการ
คำนวณเพื่อเลือกทำเลค้าขาย คือค่าใช้จ่ายด้านค่าเช่าของอาคารและพื้นที่ควรอยู่ระหว่าง 10 ถึง
15 เท่าของรายรับ จึงจะถือว่าเหมาะสม ดังนั้นหากค่าเช่าประมาณ 100,000 บาทต่อเดือน พื้นที่
นั้นก็ควรสามารถสร้างรายได้ให้กับธุรกิจได้ในระดับ 1 ถึง 1.5 ล้านบาทต่อเดือนจึงจะเหมาะสม

ในขั้นต้นเพื่อให้ง่ายต่อการเลือกทำเลที่ตั้งในการประกอบธุรกิจค้าปลีกหรือศูนย์การค้า
ผู้ประกอบการหรือผู้พัฒนาโครงการอาจเลือกทำเลที่ตั้งโดยเริ่มจากการเลือกทำเลการค้า ซึ่ง
สามารถพิจารณาจากการเลือกย่านการค้า (Trading Area) ได้จากลักษณะดังต่อไปนี้
(จิตรภาพ สีสวัสดิ์, 2549)

1. ย่านธุรกิจการค้า (Business Area) เป็นทำเลที่มีค่าเช่าสูง การจราจรหนาแน่น เป็นสถานที่ประกอบธุรกิจชั้นสูง จึงเหมาะสำหรับ ร้านขายสินค้าเฉพาะอย่างที่มีราคาแพง สินค้าชั้นสูง เช่น สุขุมวิท สีลม สยามสแควร์
2. ย่านการค้าใจกลางเมือง (Down Town) มีลูกค้าและการสัญจรไปมาหนาแน่น เหมาะสำหรับเป็นที่ตั้งของห้างสรรพสินค้า ร้านขายสินค้าเฉพาะอย่าง เช่น บางลำพู ประตูน้ำ เยาวราช
3. ย่านที่มีคนหนาแน่นรองจากในตัวเมือง (Secondary Shopping Districts) เหมาะกับร้านค้าจะขายสินค้าให้กับลูกค้าบางส่วนของตัวเมือง เช่น บางเขน บางกอกน้อย
4. ย่านการค้าที่อยู่ใกล้ที่พักอาศัย (Neighborhood Shopping Districts) เหมาะกับร้านค้าขนาดเล็กที่มุ่งขายลูกค้าที่มีบ้านอาศัยในบริเวณนั้นๆ ร้านค้าตั้งอยู่ชอย ในหมู่บ้านจัดสรร
5. ย่านการค้าตามแนวถนน (String Streets) เป็นร้านค้าสองข้างถนนที่เราคุ้นเคยกันหรือเป็นตึกแถวริมถนนที่ทอดยาวไปสู่ตัวเมือง ต้องการขายสินค้าให้กับลูกค้าที่สัญจรผ่านไปมา เช่น ร้านขายผลไม้ย่านถนนรังสิต

ในขั้นตอนการตัดสินใจเพื่อเลือกทำเลหรือย่านการค้า ผู้ประกอบการต้องทำการพิจารณาปัจจัยที่สำคัญสำหรับทำเลที่ตั้งธุรกิจค้าปลีกหรือศูนย์การค้าประกอบการตัดสินใจด้วย ซึ่งทางปฏิบัติแล้ว การพิจารณาเพื่อเลือกที่ตั้งสำหรับธุรกิจค้าปลีก มักให้ความสำคัญกับการพิจารณาปัจจัยดังต่อไปนี้ (อนุชา กุลวิสุทธิ, 2549, น.200)

1. ข้อพิจารณาทางด้านเศรษฐกิจและอุตสาหกรรม เนื่องจากลักษณะของการค้าปลีกเป็นกิจกรรมในการจัดจำหน่ายสินค้าไปยังผู้บริโภคขั้นสุดท้าย ดังนั้นกำลังซื้อของผู้บริโภค จึงมีความสำคัญเป็นอย่างมาก รวมทั้งการศึกษาแนวโน้มในการจับจ่ายใช้สอยของผู้บริโภค ประเภทของอุตสาหกรรม การกระจายของอุตสาหกรรม ความถาวรและเสถียรภาพของอุตสาหกรรมและอนาคตของอุตสาหกรรม ล้วนแต่มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจด้วยกัน
2. ข้อพิจารณาด้านประชากร ก่อนเลือกทำเลจะต้องศึกษาถึงประชากรในทำเลที่ตั้งนั้น โดยศึกษาให้เข้าใจถึงการกระจายรายได้ของประชากรและการดำเนินชีวิตของประชากร การศึกษาถึงประชากรนี้จะทำให้ทราบถึงปริมาณความต้องการในผลิตภัณฑ์ เพื่อจะได้ตัดสินใจดำเนินการในการตอบสนองความต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

3. ข้อพิจารณาด้านคู่แข่ง จะต้องมีความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งอย่างถูกต้อง เพื่อที่จะได้ตัดสินใจเลือกทำเลที่ตั้งและดำเนินธุรกิจได้อย่างถูกต้อง โดยต้องศึกษาจำนวนคู่แข่งในทำเลที่ตั้งนั้น รูปแบบการบริหารของคู่แข่ง และรูปแบบของการแข่งขัน
4. ข้อพิจารณาด้านสาธารณูปโภค จะต้องศึกษาถึงสาธารณูปโภคในทำเลที่ตั้ง ว่ามีบริการสาธารณะต่างๆมากน้อยเพียงใด เหมาะสมและเพียงพอต่อการดำเนินธุรกิจหรือไม่ นอกจากนี้ยังรวมไปถึงข้อบังคับและบทบัญญัติทางกฎหมายที่ใช้ในพื้นที่นั้นด้วย
5. ปัจจัยรัฐบาลและกฎหมาย การศึกษาอัตราภาษี การควบคุมราคาขายสินค้า นโยบายสภาพที่ดิน ตัวอาคารก่อสร้าง กำหนดที่ตั้งสำหรับร้านค้าปลีกบางประเภท (สุมนา อยู่โพธิ์, 2544)

นอกจากปัจจัยข้างต้น จากการศึกษาของปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจคอมมูนิตี้มอลล์ของอำนาจ พีราวัชร (2551) พบว่าโดยทั่วไปแล้ว ทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมของธุรกิจค้าปลีกส่วนมากจะเน้นตั้งอยู่ใกล้ชุมชนและประชากรที่มีกำลังซื้อสูง ประชากรส่วนใหญ่มีฐานะทางเศรษฐกิจค่อนข้างดีและปานกลาง มีสาธารณูปโภคเพียงพอ และพยายามเลี่ยงคู่แข่งที่ประกอบกิจการลักษณะเดียวกัน เพื่อไม่ให้เกิดการแข่งขันที่รุนแรงจนเกินไป และนอกจากนี้เนื่องจากลูกค้าของกิจการศูนย์การค้ามีได้มีเพียงผู้บริโภครายย่อยเท่านั้น แต่ยังมีผู้ประกอบการเช่าพื้นที่เพื่อประกอบกิจการ ดังนั้นจึงต้องพิจารณาปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดอัตราค่าเช่าของร้านค้าด้วย เนื่องจากความสามารถในการกำหนดราคาเช่าพื้นที่นั้นมีผลโดยตรงกับรายได้จากการดำเนินงาน ซึ่งการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดย จตุพล วรทิพย์นรากร (2551) พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดราคาเช่าพื้นที่ที่สำคัญคือ ความสะดวกในการเดินทางของผู้ใช้บริการ โอกาสในการสร้างรายได้ (การขายสินค้าและบริการ) โดยพิจารณาจากจำนวนและรายได้เฉลี่ยของผู้บริโภคในพื้นที่ค้าขั้นต้น (Primary Trade Area) ซึ่งอยู่ในระยะทางประมาณ 5 กิโลเมตรจากที่ตั้งของศูนย์การค้าตามแนวถนน ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ล้วนแต่มีความสำคัญในขั้นตอนการพิจารณาทำเลที่ตั้งของศูนย์การค้าเป็นอย่างมาก

นอกจากลักษณะเฉพาะของธุรกิจแล้ว ลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ผลิตหรือจำหน่ายก็เป็นตัวบ่งชี้ให้เห็นถึงตำแหน่งที่ตั้งบางธุรกิจด้วย เช่น หากเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทเจาะจงซื้อ (Specific - Goods) ไม่ว่าจะตั้งอยู่ที่ใด ลูกค้าก็มีความพยายามในการค้นหาเพื่อซื้อหาสินค้านั้น แต่หากสินค้าเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทสะดวกซื้อ (Convenience Goods) ตำแหน่งที่ตั้งของธุรกิจที่ลูกค้าสามารถซื้อได้สะดวก เป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างมากต่อการจูงใจลูกค้าให้มาซื้อสินค้า

3.2 การวิเคราะห์และการเลือกตำแหน่งที่ตั้งศูนย์การค้า

สำหรับการเลือกตำแหน่งที่ตั้งที่เหมาะสมสำหรับการจัดสร้างโครงการนั้นจะแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ ส่วนของการพิจารณาทำเลที่ตั้งโครงการ (Location Analysis) คือการระบุโซนที่จะตั้งโครงการ และในขั้นตอนต่อมาคือการเลือกตำแหน่งที่ตั้งโครงการ (Site Analysis) โดยรายละเอียดการพิจารณาเลือกทำเลที่ตั้งของโครงการมีรายละเอียดดังนี้

3.2.1 การเลือกทำเลที่ตั้ง (Location Analysis)

สำหรับการเลือกทำเลเพื่อจัดสร้างโครงการนั้น ได้ใช้การพิจารณาปัจจัยที่เกี่ยวข้องในระดับมหภาคของพื้นที่ต่างๆในเขตกรุงเทพมหานคร โดยทำการแบ่งกลุ่มพื้นที่ออกเป็นกลุ่มย่อยเพื่อทำการพิจารณาโดยแบ่งเป็น 5 ส่วนคือ

- พื้นที่กรุงเทพมหานครชั้นในและย่านธุรกิจ คือพื้นที่บริเวณใจกลางกรุงเทพ ประกอบไปด้วยพื้นที่เช่น เขตพระนคร บ่อมปราบศัตรูพ่าย ดุสิต และย่านการค้าใจกลางเมืองคือ สีลม บางรัก สาทร สยามสแควร์ อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ เป็นต้น
- พื้นที่กรุงเทพฝั่งตะวันตก เป็นส่วนพื้นที่ฝั่งธนบุรีไปตามแนวถนนเพชรเกษม ซึ่งจะประกอบด้วยพื้นที่เขตภาษีเจริญ ดลิ่งชั้น ทวีวัฒนา บางแค และหนองแขม
- พื้นที่กรุงเทพด้านทิศเหนือ คือพื้นที่ตามแนวถนนพหลโยธินและวิภาวดีรังสิต ตั้งแต่บริเวณแยกลาดพร้าวไปจนกระทั่งถึงบริเวณเขตดอนเมือง สายไหม
- พื้นที่กรุงเทพฝั่งตะวันออก คือพื้นที่ตั้งแต่บริเวณถนนลาดพร้าวในพื้นที่เขตวังทองหลาง บางกะปิ สวนหลวง พระราม 9 ถนนศรีนครินทร์ พัฒนาการ และพระโขนง เป็นต้น
- พื้นที่กรุงเทพด้านทิศใต้คือพื้นที่ตามแนวถนนพระราม 2 และถนนเอกชัย ตั้งแต่บริเวณริมแม่น้ำเจ้าพระยาในพื้นที่เขตราษฎร์บูรณะ จอมทองไปจนสุดพื้นที่เขตบางบอน และชายทะเลบางขุนเทียน

ปัจจัยที่นำมาใช้ในการพิจารณาเพื่อเลือกทำเลหรือกลุ่มพื้นที่ที่เหมาะสมสำหรับการก่อสร้างโครงการ ได้จากการคัดเลือกปัจจัยเกี่ยวข้องกับธุรกิจค้าปลีกที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม ประกอบด้วย

- แหล่งผู้บริโภคหรือตลาด สำหรับธุรกิจศูนย์การค้าเป็นธุรกิจที่นำเสนอสินค้าและบริการที่อยู่กับที่ ซึ่งโดยทั่วไปจะมีพื้นที่ค้าหลัก (Primary Trade Area) ในบริเวณใกล้เคียงศูนย์การค้า โดยทั่วไปจะอยู่ที่ระยะประมาณ 4 กิโลเมตรจากศูนย์กลางหรือที่ตั้งศูนย์การค้า และเนื่องจากรูปแบบของศูนย์การค้าที่จัดสร้างขึ้นนั้นประกอบด้วยสินค้าและ

บริการของคน สัตว์เลี้ยงและคนรวมกับสัตว์เลี้ยง ดังนั้นข้อมูลที่จะนำมาใช้ในการพิจารณาแหล่งผู้บริโภคจะประกอบด้วยข้อมูล 2 อย่างคือ

1. จำนวนประชากรและความหนาแน่นของประชากรในกลุ่มพื้นที่ที่ได้ทำการแบ่งไว้ข้างต้น โดยพิจารณาจากรายงานจำนวนประชากรของสำนักงานปกครองและทะเบียน สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร เดือนมิถุนายน 2551
2. จำนวนครัวเรือนที่เลี้ยงสุนัขในแต่ละกลุ่มพื้นที่ เนื่องจากสินค้าและบริการที่สำคัญเกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยง ซึ่งส่วนมากคือสุนัข ดังนั้นปัจจัยเกี่ยวกับปริมาณสุนัขในพื้นที่จึงเป็นข้อมูลที่ต้องพิจารณาเพื่อเปรียบเทียบขนาดของตลาดอีกปัจจัยหนึ่ง โดยพิจารณาจากการสำรวจสุนัขที่มีเจ้าของในเขตกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2549 โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

- การเดินทางและการคมนาคม เนื่องจากรูปแบบการให้บริการที่สามารถนำสัตว์เลี้ยงมาเลือกซื้อสินค้าและบริการกับเจ้าของได้ ซึ่งเจ้าของสัตว์เลี้ยงจำเป็นต้องเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนบุคคลหรือรถรับจ้างสาธารณะเพื่อให้สามารถนำสัตว์เลี้ยงมาด้วยได้นอกจากนี้ยังมีผู้บริโภคบางส่วนซึ่งมีศักยภาพเช่นกันที่ต้องการหาซื้อสินค้าและบริการโดยไม่เกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยง ซึ่งผู้บริโภคส่วนนี้อาจใช้การเดินทางด้วยบริการขนส่งมวลชนและบริการขนส่งสาธารณะ ดังนั้นปัจจัยเกี่ยวกับการเดินทางและการคมนาคมที่ต้องทำการพิจารณามีดังนี้

1. ความสะดวกและความคล่องตัวในการเดินทางด้วยพาหนะส่วนบุคคลคือรถยนต์และรถรับจ้างสาธารณะหรือรถแท็กซี่ โดยการพิจารณาปัจจัยดังกล่าวจะเป็นการพิจารณาเชิงคุณภาพเกี่ยวกับความหนาแน่นของการจราจร ลักษณะการจัดเส้นทางเดินรถของกลุ่มพื้นที่นั้นๆ
2. ความสะดวกในการเดินทางด้วยบริการขนส่งมวลชนและบริการขนส่งสาธารณะพิจารณาจากบริการขนส่งมวลชนที่มีอยู่ในปัจจุบัน และแผนการขยายบริการตามนโยบายรัฐบาลในอนาคต โดยอาศัยข้อมูลแผนการขยายโครงการรถไฟฟ้า ซึ่งเป็นระบบการขนส่งมวลชนที่สำคัญในปัจจุบันและอนาคต ตามข้อมูลของ สำนักนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร (สนข.)

- คู่แข่ง เนื่องจากธุรกิจศูนย์การค้าส่วนมากจะมีสินค้าและบริการที่ไม่แตกต่างกันมากนักสามารถทดแทนกันได้ค่อนข้างสมบูรณ์ ดังนั้นจำนวนศูนย์การค้าในพื้นที่ก็เป็นปัจจัยหนึ่ง

ที่ต้องให้ความสำคัญเช่นกัน ซึ่งปัจจัยดังกล่าวจะบอกให้ทราบถึงความรุนแรงในการแข่งขันได้ในระดับหนึ่ง โดยข้อมูลในการพิจารณาได้มาจากรายงานจำนวนศูนย์การค้า จำแนกตามเขตในกรุงเทพมหานคร ประจำปี พ.ศ.2539-2548 จากศูนย์ข้อมูล กรุงเทพมหานคร

- สภาพแวดล้อม เนื่องจากรูปแบบของศูนย์การค้าซึ่งเป็นลักษณะคอมมูนิตีมอลล์ มีลักษณะเฉพาะตัวคือโปร่งโล่ง เน้นการใช้พื้นที่นอกอาคาร และเน้นบรรยากาศที่ผ่อนคลาย ดังนั้นสภาพแวดล้อมรอบข้างเช่นความหนาแน่นของสิ่งก่อสร้าง อาคาร การจราจร อาจมีผลต่อสภาพแวดล้อมทั่วไป ผลภาวะทางอากาศและผลภาวะทางเสียง อาจมีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ ดังนั้นในการเลือกพื้นที่เพื่อก่อสร้างศูนย์การค้า จึงต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมเหล่านี้ด้วย
- ราคาที่ดิน ราคาที่ดินเป็นปัจจัยลำดับต้นๆที่ต้องให้ความสำคัญในการพิจารณา เนื่องจากมีผลอย่างมากต่อความเป็นไปได้ในเชิงธุรกิจของแต่ละโครงการ ที่ดินย่านการค้าอาจมีราคาสูงมากเมื่อเทียบกับพื้นที่ที่ไม่ใช่ย่านการค้า แต่อาจไม่สามารถสร้างรายได้ในพื้นที่นั้นได้มากเป็นสัดส่วนสอดคล้องกับราคาที่ดินที่ต้องจ่ายเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งคอมมูนิตีมอลล์ ที่มีอัตราการใช้ที่ดินที่ไม่สูงมากนัก จึงได้รับผลกระทบอย่างมากหากราคาที่ดินเพิ่มสูงขึ้น สำหรับข้อมูลที่ใช้ในการพิจารณาปัจจัยดังกล่าวคือราคาประเมินที่ดินในเขตกรุงเทพมหานครจากข้อมูลราคาประเมินทุนทรัพย์ที่ดินกรมธนารักษ์ พ.ศ.2551 - 2554 ข้อมูล ณ 1 มกราคม พ.ศ.2551
- กฎหมายผังเมือง เนื่องจากในการก่อสร้างสิ่งปลูกสร้างในเขตกรุงเทพมหานครปัจจุบันนั้น อยู่ภายใต้การควบคุมของกฎกระทรวง ฉบับที่ 414 (พ.ศ.2542) ตามความในพระราชบัญญัติการผังเมือง พ.ศ.2518 ซึ่งกฎกระทรวงดังกล่าวได้ระบุประเภท และขอบเขตการใช้ประโยชน์ที่ดินในบริเวณกรุงเทพมหานครทั้งหมด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดความสวยงามและเป็นระเบียบเรียบร้อยของเมือง จากข้อกำหนดดังกล่าว มีผลให้ในบางพื้นที่จะไม่สามารถก่อสร้างสิ่งก่อสร้างบางประเภทได้ โดยรายละเอียดดังกล่าวจะพิจารณาตามกฎกระทรวง ฉบับที่ 414 (พ.ศ.2542)

สำหรับข้อมูลเพื่อทำการเปรียบเทียบข้อมูลของแต่ละพื้นที่ตามที่ได้ทำการแบ่งไว้แล้วในขั้นตอนก่อนหน้าสำหรับแต่ละปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะประกอบไปด้วยทั้งข้อมูลเชิงคุณภาพและข้อมูลเชิงปริมาณมีดังแสดงไว้ในตาราง

ตารางที่ 3-1
 ตารางปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการเลือกทำเลที่ตั้ง
 และข้อมูลที่ใช้ประกอบการพิจารณา

ปัจจัยที่ทำการพิจารณา	พื้นที่กรุงเทพมหานครชั้นในและย่านธุรกิจ	พื้นที่กรุงเทพมหานครฝั่งตะวันตก	พื้นที่กรุงเทพมหานครด้านทิศเหนือ	พื้นที่กรุงเทพมหานครฝั่งตะวันออก	พื้นที่กรุงเทพมหานครด้านทิศใต้
จำนวนประชากร	147,797	192,597	685,072	445,194	165,070
ความหนาแน่นของประชากร	12,802	4,332	4,375	4,227	6,285
จำนวนครัวเรือนที่เลี้ยงสุนัข	0	14,945	59,531	68,691	0
ความสะดวกและความคล่องตัวในการเดินทางด้วยพาหนะส่วนบุคคล	การจราจรหนาแน่นติดขัดโดยทั่วไป มีการบังคับเดินทางเดียวจำนวนมาก	การจราจรค่อนข้างหนาแน่น มีเส้นทางการเดินทางหลักเพียง 1-2 เส้นทาง	การจราจรค่อนข้างสะดวก แต่มีความหนาแน่นของการจราจรบริเวณชุมชนขนาดใหญ่	การจราจรค่อนข้างสะดวก การจราจรหนาแน่นบริเวณชุมชนที่สำคัญเท่านั้น	การจราจรค่อนข้างคล่องตัว แต่มีเส้นทางหลักเพียง 1-2 เส้นทาง
ความสะดวกในการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน	จำนวนรถไฟฟ้า 5 สาย	จำนวนรถไฟฟ้า 2 สาย	จำนวนรถไฟฟ้า 1 สาย	จำนวนรถไฟฟ้า 3 สาย	จำนวนรถไฟฟ้า 1 สาย
จำนวนศูนย์การค้าในพื้นที่	61	3	16	29	12
สภาพแวดล้อม	สิ่งก่อสร้างและอาคารสูงหนาแน่น มลภาวะทางอากาศและมลภาวะทางเสียงอยู่ในระดับสูง	สิ่งก่อสร้างค่อนข้างหนาแน่น เป็นพื้นที่เก่า ส่วนใหญ่เป็นอาคารที่ไม่สูงมากนัก มลภาวะปานกลาง	สิ่งก่อสร้างไม่หนาแน่น สภาพค่อนข้างโล่ง เมื่อเปรียบเทียบกับพื้นที่อื่น ระยะเวลาว่างจุดที่สำคัญค่อนข้างไกลจากกัน	สิ่งก่อสร้างหนาแน่นบริเวณชุมชนที่สำคัญและหนาแน่นน้อย บริเวณพื้นที่ด้านนอก มลภาวะค่อนข้างต่ำ	สิ่งก่อสร้างหนาแน่นเป็นบริเวณเล็กๆตามแนวถนน พื้นที่ที่เหลือมีที่ว่างจำนวนมาก

ตารางที่ 3-1 (ต่อ)

ปัจจัยที่ทำการพิจารณา	พื้นที่กรุงเทพมหานครชั้นในและย่านธุรกิจ	พื้นที่กรุงเทพมหานครฝั่งตะวันตก	พื้นที่กรุงเทพมหานครด้านทิศเหนือ	พื้นที่กรุงเทพมหานครฝั่งตะวันออก	พื้นที่กรุงเทพมหานครด้านทิศใต้
ราคาที่ดิน	ราคาที่ดินสูงมาก โดยเฉลี่ยมากกว่า 250,000 บาทต่อตารางวา	ราคาไม่สูงมาก โดยเฉลี่ยประมาณ 25,000 บาทต่อตารางวา	ขึ้นอยู่กับตำแหน่งพื้นที่ในเมืองเฉลี่ยประมาณ 50,000 บาทต่อตารางวา พื้นที่รอบนอกประมาณ 30,000 บาทต่อตารางวา	พื้นที่ส่วนใหญ่ในราคาปานกลาง ประมาณ 50,000 บาทต่อตารางวา แต่อาจมีราคาสูงตามแนวถนนสายหลักถึงประมาณ 100,000 บาทต่อตารางวา	ราคาต่ำ เฉลี่ยประมาณ 10,000 - 20,000 บาทต่อตารางวา
กฎหมายผังเมือง	พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่สีน้ำตาล และมีพื้นที่สีแดงบริเวณใจกลางเมืองที่เป็นย่านธุรกิจการค้า	พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่สีเขียว และสีขาวยกเว้นบางพื้นที่สีส้มและสีเหลือง	พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นสีเหลือง และส้ม มีพื้นที่สีน้ำเงินบางส่วนบริเวณหลักสี่และดอนเมือง	พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่สีเหลือง ส้ม และสีเขียวบริเวณพื้นที่ด้านนอก	พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่สีเหลือง ส้ม และสีเขียวในพื้นที่ด้านนอก

ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าว ทางผู้ทำการศึกษาได้มีการปรับปรุงข้อมูลเพื่อให้มีประสิทธิภาพในการวิเคราะห์มากขึ้น ดังนี้

- ข้อมูลเกี่ยวกับประชากรประกอบด้วย จำนวนประชากร ความหนาแน่นของประชากร ทางคณะผู้จัดทำได้ทำการสรุปข้อมูลจากเขตพื้นที่ที่มีจำนวนประชากรมากที่สุด 10 อันดับแรกของกรุงเทพมหานครเป็นตัวแทนของข้อมูลเพื่อพิจารณา ทั้งนี้เนื่องจากขนาดพื้นที่ในแต่ละเขตมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้นหากนำข้อมูลทั้งหมดของทุกเขตมาทำการพิจารณา จะทำให้มีข้อมูลที่ไม่มีประสิทธิภาพในการพิจารณา
 - ข้อมูลจำนวนสุนัขที่เลี้ยง ใช้หลักการเดียวกับข้อมูลด้านประชากร คือใช้ข้อมูลสรุปจากเขตที่มีจำนวนที่มีครัวเรือนที่เลี้ยงสุนัขมากที่สุด 10 อันดับแรกของกรุงเทพมหานคร
- การวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องพบว่าพื้นที่กรุงเทพมหานครฝั่งตะวันออกเป็นพื้นที่ที่มีความน่าสนใจสำหรับการพัฒนาโครงการศูนย์การค้า เนื่องจากมีจำนวนครัวเรือนที่เลี้ยงสุนัขมากที่สุด และมีประชากรในพื้นที่เป็นจำนวนมาก ถึงแม้ว่าจะไม่ได้เป็นจำนวนมากที่สุดแต่ก็มีปริมาณสูงเป็นอันดับที่สอง รองจากพื้นที่ทางทิศเหนือ ที่มีความหนาแน่นประชากรใกล้เคียงกัน ซึ่ง

แสดงให้เห็นพื้นที่ฝั่งตะวันออกมีการกระจุกตัวของประชากรมากกว่า แต่ถึงแม้ว่าพื้นที่ในเขตกรุงเทพมหานครและย่านธุรกิจที่มีความหนาแน่นของประชากรที่สูงแตกต่างจากพื้นที่อื่นอย่างเห็นได้ชัด ทางคณะผู้จัดทำพิจารณาแล้วว่าราคาที่ดินในพื้นที่นั้นสูงเกินไป มีสภาพการจราจรที่หนาแน่น มีลักษณะของเมืองที่แออัด ศูนย์การค้าที่เปิดให้บริการมีอยู่จำนวนมาก และมีจำนวนครัวเรือนที่เลี้ยงสุนัขน้อย จึงไม่ใช่พื้นที่ที่น่าสนใจสำหรับการพัฒนาโครงการนี้เมื่อเปรียบเทียบกับพื้นที่อื่นที่นำมาทำการวิเคราะห์ร่วมกัน และสำหรับพื้นที่ส่วนที่เหลือคือพื้นที่ฝั่งตะวันตกและพื้นที่ด้านทิศใต้นั้นมีความน่าสนใจน้อยที่สุด ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยใดก็ตาม ดังนั้น **คณะผู้จัดทำจึงเลือกพื้นที่ฝั่งตะวันออกของกรุงเทพมหานครสำหรับการพัฒนาโครงการต่อไป**

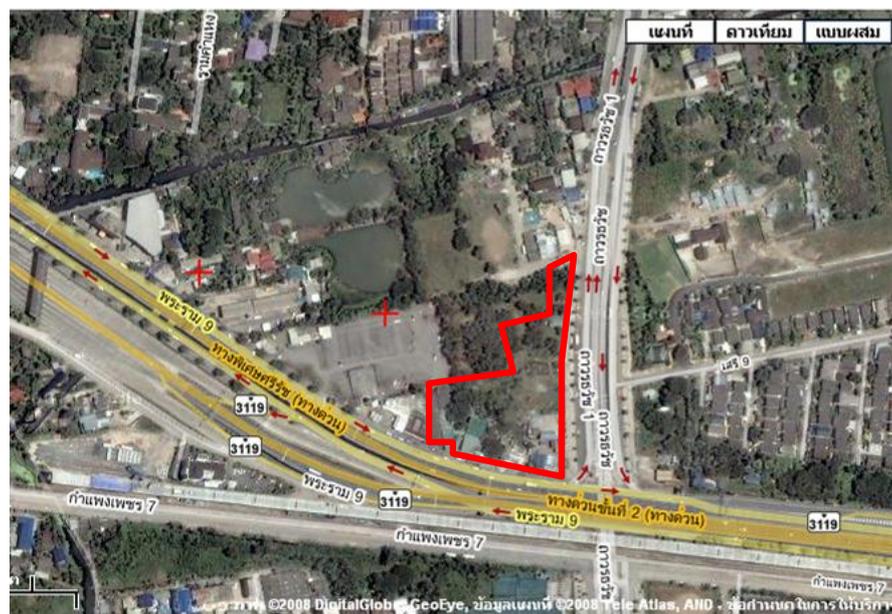
3.2.2 การเลือกตำแหน่งที่ตั้ง (Specific Site Analysis)

เมื่อได้ทำเลที่ตั้งมาแล้ว ในลำดับต่อไปคือการเลือกตำแหน่งที่ตั้งของโครงการ โดยอาศัยเงื่อนไขในการค้นหาตำแหน่งที่ตั้งที่เหมาะสมเบื้องต้นดังนี้

1. ข้อจำกัดด้านกฎหมาย ในการเลือกที่ดินเพื่อนำมาวิเคราะห์ตำแหน่งที่ตั้งนั้น จะต้องพิจารณาเลือกที่ดินให้สอดคล้องกับกฎหมายผังเมืองในเขตกรุงเทพมหานคร คือสามารถประกอบกิจการพาณิชยกรรมที่มีขนาดใหญ่ได้
2. ขนาดพื้นที่ คณะผู้จัดทำได้กำหนดเงื่อนไขเบื้องต้นเกี่ยวกับขนาดของที่ดินที่ใช้ในการก่อสร้างเพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะของโครงการคือ ต้องมีขนาดของที่ดินไม่ต่ำกว่า 5 ไร่ติดต่อกันเป็นผืนเดียว เนื่องจากโครงการศูนย์การค้าแบบไลฟ์สไตล์ช้อปปิ้งเซ็นเตอร์ส่วนใหญ่จะมีพื้นที่อยู่ที่ประมาณ 3-5 ไร่ ผนวกกับโครงการที่ทางคณะผู้จัดทำต้องการนั้น จะเน้นการนำสุนัขเข้ามาร่วมใช้บริการได้ ส่งผลให้ต้องมีพื้นที่ในส่วนของสวนที่จะเป็นพื้นที่ที่สามารถนำสุนัขไปเดินเล่นได้ อีกทั้งผู้บริโภคมักจะมาใช้บริการจึงต้องได้รับความสะดวกสบายในการจอดรถ พื้นที่จอดรถจึงเน้นการจอดบนพื้นที่เปิด ทำให้พื้นที่ที่ต้องการ จะใหญ่กว่าไลฟ์สไตล์ช้อปปิ้งเซ็นเตอร์แห่งอื่นเล็กน้อย
3. ตำแหน่งที่ตั้งของที่ดิน ตำแหน่งที่ตั้งของที่ดินต้องสะดวกต่อการเดินทางของผู้มาใช้บริการและผู้เช่าพื้นที่ สังเกตเห็นได้ง่าย และมีความหนาแน่นของผู้บริโภคพอประมาณ ดังนั้นที่ดินที่เหมาะสมควรตั้งอยู่ในเขตเมืองที่มีความหนาแน่นในระดับหนึ่งและอยู่ใกล้ถนนหรือซอยที่มีขนาดใหญ่ สะดวกต่อการเดินทาง และในกรณีของซอย ต้องไม่ห่างจากถนนใหญ่จนเกินไป เนื่องจากอาจทำให้ผู้บริโภคไม่ทราบว่า มีศูนย์การค้าอยู่ หรือไม่สามารรถสังเกตเห็นได้

การวิเคราะห์หาตำแหน่งที่ตั้งของโครงการนั้น คณะผู้จัดทำได้ทำการค้นหาที่ดินที่ได้มีการประกาศขายและให้เช่าเพื่อนำมาทำการเปรียบเทียบความเหมาะสมของปัจจัยที่สำคัญต่างๆ พบว่าที่ดินที่เหมาะสมที่สุดเป็นที่ดินเปล่าขนาด 6 ไร่ 6.6 ตารางวา ประกอบด้วยที่ดินทั้งหมด 29 แปลงติดต่อกันเป็นรูปหลายเหลี่ยม หน้ากว้างติดถนนพระราม 9 ยาว 68 เมตร และติดถนนเชื่อมรามคำแหง-พัฒนาการ (รามคำแหง 24) ยาว 155 เมตร ราคาประกาศขายตารางวาละ 69,000 บาท ดังแสดงภาพถ่ายทางดาวเทียมประกอบแผนที่ในภาพประกอบที่ 3-1 โดยที่แปลงดังกล่าวอยู่ในประกาศขายทอดตลาดของ บริษัทบริหารสินทรัพย์แห่งประเทศไทย จำกัด

ภาพประกอบที่ 3-1
ที่ดินที่เลือกสำหรับการพัฒนาโครงการ



ที่มา : <http://www.tamc.or.th> (เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 5 ธันวาคม 2551)

การพิจารณาเลือกตำแหน่งที่ตั้ง คณะผู้จัดทำได้ทำการเปรียบเทียบปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆตามปัจจัยที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม ซึ่งรายละเอียดในแต่ละปัจจัยของที่ดินแปลงที่เลือกสำหรับการพัฒนาโครงการมีดังแสดงในตารางที่ 3-2

ตารางที่ 3-2

ข้อมูลปัจจัยที่ใช้ในการเลือกตำแหน่งที่ตั้งของที่ดิน

ปัจจัยที่ทำการพิจารณา	ผลการพิจารณาปัจจัย
ลักษณะทางกายภาพของที่ดิน	รูปทรงของที่ดินเป็นรูปแบบหลายทำให้มีความซับซ้อนในการออกแบบ แต่มีแนวเขตที่ดินถนนค่อนข้างยาว ทำให้สามารถใช้ประโยชน์จากที่ดินได้อย่างเต็มที่
จำนวนผู้บริโภคนในพื้นที่ค้าขั้นต้น	เนื่องจากที่ตั้งอยู่ใกล้กับมหาวิทยาลัยรามคำแหง มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ หมู่บ้านจำนวนมาก และโครงการที่พักอาศัยที่กำลังก่อสร้าง ทำให้มีความหนาแน่นของผู้บริโภคในระดับที่สูง
จำนวนผู้บริโภคนอกพื้นที่ค้าขั้นต้น	ค่อนข้างหนาแน่น เนื่องจากบริเวณที่ตั้งโครงการอยู่บริเวณทางลัดถนนพระราม 9 ไปยังถนนเพชรบุรีและบริเวณถนนรามคำแหงมีความหนาแน่นสูง รวมถึงที่อยู่อาศัยในเขตวัฒนา ตามข้อมูลประกอบในภาคผนวก ก
ความสะดวกในการเดินทางด้วยรถโดยสารส่วนบุคคล	เดินทางได้สะดวก เนื่องจากอยู่ติดถนนพระราม 9 ใกล้จุดขึ้นลงทางด่วน สามารถเชื่อมต่อได้กับหลายพื้นที่ ประกอบด้วยทางด่วนเอกมัย-รามอินทรา และทางพิเศษฉลองรัช (พระราม 9 – มอเตอร์เวย์) นอกจากนี้ยังติดถนนเชื่อมระหว่างรามคำแหง – พัฒนาการ ซึ่งสามารถเชื่อมต่อกับถนนพัฒนาการและแยกคลองตันได้โดยสะดวก
ความสะดวกในการเดินทางด้วยบริการขนส่งมวลชนและขนส่งสาธารณะ	ติดถนนใหญ่มีรถประจำทางผ่าน อยู่ใกล้เส้นทางโครงการแอร์พอร์ตลิงค์ รวมถึงสามารถเดินทางได้ด้วยรถโดยสารขนาดเล็กจากถนนรามคำแหง
สภาพการจราจร	อยู่บนถนนพระราม 9 ในบริเวณที่มีการจราจรไม่หนาแน่น ที่ตั้งอยู่บริเวณหัวมุมถนนทำให้สามารถเข้าออกได้หลายทาง จึงไม่มีปัญหาจากการจราจรติดขัด
ที่ตั้งถนน และปัจจัยทางด้านการจราจรที่มีผลจากที่ตั้ง	อยู่บนถนนสายหลัก ใกล้กับทางแยก (แยกพระราม 9 – รามคำแหง) ซึ่งอาจได้รับผลกระทบจากการจราจรที่หนาแน่นในเวลาเร่งด่วนหากต้องมีการกลับรถ กรณีเดินทางมาจากรัชดาภิเษกจะสามารถใช้สะพานข้ามแยกรามคำแหง-พระราม 9 ได้ ทำให้มีความสะดวกในการเดินทาง
ความสะดวกในการเข้าถึงและสังเกตเห็นของผู้บริโภค	เข้าถึงได้ง่ายเพราะอยู่ติดถนน ทั้ง 2 ด้าน และสังเกตเห็นได้ง่ายเพราะอยู่ติดถนนเส้นหลักรวมถึงสังเกตเห็นได้จากบนทางด่วน
ธุรกิจใกล้เคียง	ส่วนมากเป็นสำนักงานและสถานบันเทิง ไม่มีคู่แข่งทางตรงอยู่ใกล้ มีเพียงคู่แข่งทางอ้อมซึ่งส่วนมากตั้งอยู่บนถนนรามคำแหง
ราคาที่ดิน	ราคาไม่สูงมากนัก เมื่อเปรียบเทียบกับที่แปลงอื่นบนถนนพระราม 9 โดยมีระดับราคาที่เหมาะสมขายอยู่ที่ตารางวาละ 69,000 บาท

3.3 ลักษณะทางกายภาพของที่ตั้งโครงการ

3.3.1 การวิเคราะห์ที่ตั้งโครงการ (Site Analysis)

3.3.1.1 ขอบเขตที่ดินที่ทำการศึกษา

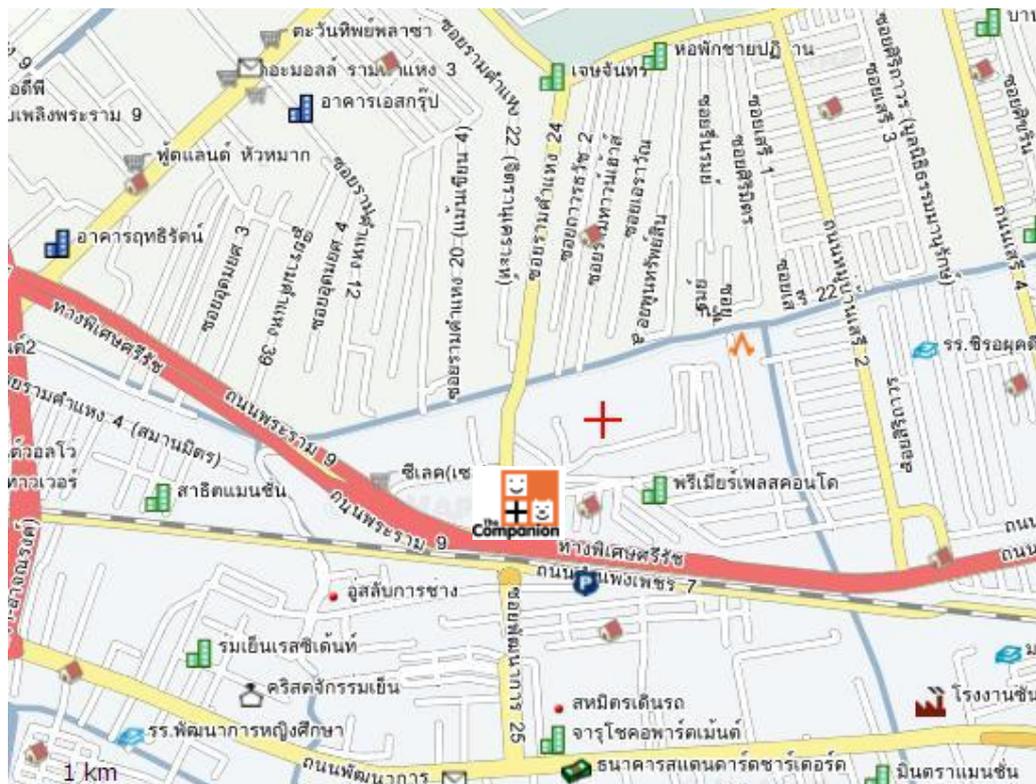
ทิศเหนือ ติดทางสาธารณะประโยชน์จากการเวนคืนและที่ดินว่างเปล่า

ทิศตะวันออก ติดถนนเชื่อมรามคำแหง-พัฒนาการ มุ่งหน้ารามคำแหง

ทิศตะวันตก ติดที่ดินว่างเปล่า

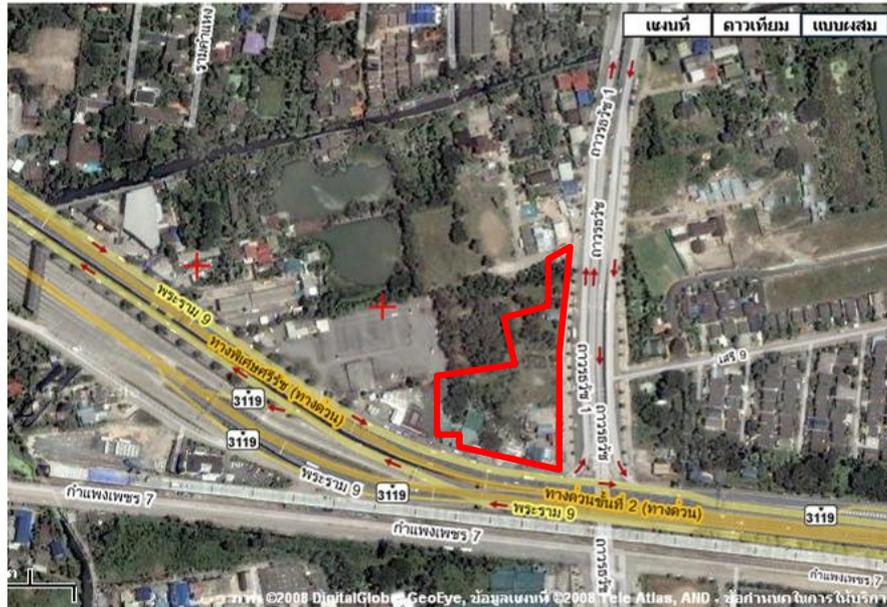
ทิศใต้ ติดถนนพระราม 9 ขาออก

ภาพประกอบที่ 3-2
แผนที่แสดงที่ตั้งโครงการ



ที่มา <http://www.map.longdo.com> (เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 5 ธันวาคม 2551)

ภาพประกอบที่ 3-3
ภาพถ่ายดาวเทียมที่ตั้งโครงการ



ที่มา <http://www.map.longdo.com> (เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 5 ธันวาคม 2551)

3.3.1.2 จุดเด่นของทำเลที่ตั้ง

ตั้งอยู่บนถนนใหญ่และถนนสัญจรในเขตชุมชนขนาดใหญ่ อาทิ หมู่บ้านเสรี โครงการบ้านกลางกรุง เดอะเรสซิเดนซ์ นอกจากนี้ยังอยู่ใกล้กับมหาวิทยาลัยและสถานศึกษาจำนวนมาก อาทิ มหาวิทยาลัยรามคำแหง มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต และมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ มีเขตที่ดินติดถนนทั้งสองด้านเป็นระยะทางยาว ใกล้จุดขึ้นลงทางด่วนและแนวการก่อสร้างโครงการขนส่งมวลชนขนาดใหญ่ อีกทั้งยังอยู่บริเวณพื้นที่ใจกลางการพัฒนาโครงข่ายการจราจรในเขตรามคำแหง ทำให้การเดินทางมีความคล่องตัวซึ่งจะทำให้ผู้สัญจรมีปริมาณเพิ่มสูงขึ้น และยังมีพื้นที่ว่างรองรับการขยายตัวของชุมชนในพื้นที่ใกล้เคียงอีกมาก

ตารางที่ 3-3
ระยะห่างจากสถานที่สำคัญในเขตพื้นที่ค้าหลักของโครงการ

สถานที่ราชการ	ระยะทาง (กม.)	เวลาเดินทาง (นาที)
สถานีตำรวจนครบาลหัวหมาก	2.5	15
สถานีดับเพลิงหัวหมาก	2.5	15
สถานีตำรวจนครบาลคลองตัน	0.5	10
สถานีดับเพลิงบางกะปิ	2.0	20
สำนักงานการไฟฟ้านครหลวงสถานีย่อย หัวหมาก	2.0	10
ที่ทำการไปรษณีย์หัวหมาก	2.0	10
การกีฬาแห่งประเทศไทย	2.5	10
สนามกีฬาราชมั่งคั่งกีฬาสถาน	1.5	10
สถาบันการศึกษา		
มหาวิทยาลัยรามคำแหง	1.0	10
มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ	2.0	15
มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต	3.0	20
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์	3.5	20
สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น	3.0	20
โรงเรียนนานาชาติเซนต์มาร์ค	1.0	15
โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษาพัฒนาการ	5.0	25
ที่พักอาศัย		
หมู่บ้านทาวน์พลัส หัวหมาก	2.0	15
หมู่บ้าน The Resident	0.2	5
หมู่บ้านเสรี 3	0.5	5
บ้านอิสระ พระราม 9	2.5	20
บ้านกลางเมืองพระราม 9 รามคำแหง	1.0	5
หมู่บ้านอนันตรา ทropicคอล หัวหมาก	5.0	25
The Star Estate พัฒนาการ	3.0	20
โนเบิลทารา พัฒนาการ	3.0	20
โนเบิล เรสซิเดนซ์	3.0	20
บ้านสวนแหลมทอง	3.0	20
ลุมพินีวิลล์ รามคำแหง 26	2.5	20

ตารางที่ 3-3 (ต่อ)

สถานที่ราชการ	ระยะทาง (กม.)	เวลาเดินทาง (นาที)
ภัทราเพลส พระราม9	0.5	5
The Wellington Condo	4.0	20
The Bangkok Resident	0.5	5
Bangkok Inter Place	1.5	10
Inspire Place ABAC-Rama9	2.0	15
สถานที่สำคัญอื่นๆ		
โครงการพรีเมียร์พระราม 9	1.0	5
บริษัท โอสภสกา จำกัด	3.0	20
บริษัท ไทยน้ำทิพย์ จำกัด	3.0	20
บริษัท ไทยเพรซิเดนท์ฟูด จำกัด	4.0	20
บริษัท เหวอน จำกัด	1.5	15
บริษัท ซีเซโด จำกัด	1.5	15
อาคาร UM Tower	2.0	10
Royal City Avenue	5.0	15

3.3.1.3 การเดินทางสู่ที่ตั้งโครงการ

การเดินทางไปยังที่ตั้งโครงการนั้นสามารถเลือกใช้วิธีการเดินทางได้หลายวิธีตามความสะดวกของผู้ใช้บริการซึ่งประกอบด้วย

- รถโดยสารประจำทาง ผู้ใช้บริการสามารถเดินทางมายังที่ตั้งโครงการได้ด้วยรถประจำทาง สาย ปอ. 551 พระราม 9 – สุวรรณภูมิ สาย 182 หมอชิต 2 - รามคำแหง - รามคำแหง 2 และสาย 40
- รถโดยสารสาธารณะ ผู้ใช้บริการสามารถเดินทางด้วยรถสองแถวและรถ 4 ล้อเล็ก จากบริเวณหลังมหาวิทยาลัยรามคำแหงหรือปากซอยรามคำแหง 24 มากับรถบริเวณทางแยกด้านหน้าโครงการและเข้าสู่โครงการได้จากทางด้านถนนเชื่อม รามคำแหง-พัฒนาการ
- รถส่วนบุคคล สำหรับการเดินทางด้วยรถส่วนบุคคลผู้ให้บริการสามารถเลือกเดินทางได้หลายเส้นทางดังนี้

- การเดินทางมาจากแยกรามคำแหง – พระราม 9 (ถนนพระราม 9 ขาออก) เมื่อเลยแยกมาประมาณ 1 กิโลเมตร ผู้ใช้บริการสามารถเลี้ยวรถเข้าสู่ที่ตั้งโครงการได้จากด้านถนนพระราม 9 หรือเลี้ยวซ้ายเข้าถนนเชื่อมรามคำแหง-พัฒนาการ แล้วเลี้ยวเข้าสู่ที่ตั้งโครงการทางด้านดังกล่าว ซึ่งการเดินทางในเส้นทางนี้รวมถึงผู้ที่เดินทางโดยใช้ทางพิเศษจากที่ต่างๆและลงบริเวณด่านเก็บเงินพระราม 9 อีกด้วย
- การเดินทางจากถนนศรีนครินทร์ ให้ตรงไปกลับรถที่จุดกลับรถก่อนถึงแยกรามคำแหง – พระราม 9 ซึ่งห่างจากที่ตั้งของศูนย์การค้าประมาณ 500 เมตร และใช้เส้นทางเดียวกับการเดินทางมาจากรามคำแหง – พระราม 9 ข้างต้น
- การเดินทางจากซอยรามคำแหง 24 รามคำแหง 26 มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ มหาวิทยาลัยรามคำแหง สามารถเดินทางได้โดยเดินทางเข้าสู่ถนนเชื่อมรามคำแหง-พัฒนาการและกลับรถบริเวณจุดตัดถนนพระราม 9 แล้วเลี้ยวเข้าสู่ที่ตั้งโครงการทางด้านถนนเชื่อมรามคำแหง-พัฒนาการ
- การเดินทางจากถนนพัฒนาการ สามารถเดินทางโดยผ่านแยกคลองตันแล้วเข้าสู่ถนนพระราม 9 จากนั้นใช้เส้นทางเดินทางเหมือนกับการเดินทางจากแยกรามคำแหง – พระราม 9 หรือเดินทางโดยใช้ถนนเชื่อมรามคำแหง - พัฒนาการ โดยลอดอุโมงค์ลอดใต้ถนนพระราม 9 ไปกลับรถบริเวณหลังมหาวิทยาลัยรามคำแหง และใช้เส้นทางเดียวกับการเดินทางมาจากหลังมหาวิทยาลัยรามคำแหง
- การเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนอื่นๆ ถึงแม้ว่าในเวลานี้ยังไม่มีระบบขนส่งมวลชนขนาดใหญ่ในบริเวณใกล้เคียงโครงการ แต่ปัจจุบันได้มีการดำเนินการก่อสร้างโครงการ Airport Link บนถนนพระราม 9 คาดว่าจะแล้วเสร็จในช่วงต้นปี พ.ศ.2552 ซึ่งเมื่อการก่อสร้างเสร็จสิ้น จะทำให้ผู้มาใช้บริการสามารถเดินทางเข้าสู่โครงการได้สะดวกยิ่งขึ้น โดยการเดินทางด้วย รถขบวน SA City ซึ่งวิ่งระหว่างสถานีพญาไท ถึงท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ เชื่อมต่อ BTS ที่สถานีพญาไท เชื่อมต่อ MRT ที่สถานี รวมผู้โดยสาร 745 คน (นั่ง 150 คน ยืน 595 คน) โดยรวมทั้งสิ้น 5 ขบวนและให้บริการตลอด 24 ชม. โดยโครงการจะอยู่ตั้งอยู่ระหว่างสถานีรามคำแหง และสถานีหัวหมาก ซึ่งใช้เวลาเดินทางประมาณ 10 นาทีจากแต่ละสถานีเข้าสู่พื้นที่โครงการ

ภาพประกอบที่ 3-5

แผนที่แนวการก่อสร้างถนนเชื่อมรามคำแหง 12 กับรามคำแหง 24



ที่มา : สมาคมอุตสาหกรรมก่อสร้างไทย (<http://www.tca.or.th>)

การพัฒนาโครงการดังกล่าวจะทำให้ผู้ใช้บริการมีความสะดวกในการเดินทางมากขึ้นรวมถึงจะทำให้ผู้สัญจรในบริเวณดังกล่าว เดินทางผ่านโครงการเพิ่มขึ้นด้วยในอนาคต ซึ่งโครงการทั้งหมดคาดว่าจะแล้วเสร็จในปี พ.ศ.2553

3.3.1.4 รายละเอียดทั่วไปของที่ดิน

ที่ตั้งของที่ดินที่ใช้ในการก่อสร้างโครงการเป็นที่ดินเปล่าจำนวน 29 แปลง ตั้งอยู่บริเวณมุมถนนพระราม 9 ตัดกับถนนเชื่อมรามคำแหง – พัฒนาการ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร ห่างจากแยกพระราม 9 – รามคำแหงประมาณ 1 กิโลเมตร มีขนาดที่ดินหลังการเวนคืนตามแผนผังแสดงโครงการคมนาคมและขนส่งทำายกฎกระทรวง ฉบับที่ 414 (พ.ศ. 2542) เป็นพื้นที่ประมาณ 6 ไร่ 6.6 ตารางวา ประกอบด้วยเอกสารสิทธิ์ประเภทโฉนดที่ดินจำนวน 29 แปลง ซึ่งทำการเสนอขายพร้อมกันทั้งหมด ประกอบด้วยโฉนดเลขที่ 454, 455, 2927, 2929, 2941, 2943, 9613, 9645-7, 41298, 71894, 82788, 83870-83873, 134810, 134812, 134817-134821,

134823-134826 และ 134721 โดยที่ดินดังกล่าวปัจจุบันเป็นกรรมสิทธิ์ของบริษัทบริหารสินทรัพย์ไทย และเนื่องจากมีการเวนคืนที่ดินบางส่วน ทำให้ที่ดินดังกล่าวถูกแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มดังแสดงในภาพประกอบที่ 3-6 ซึ่งมีรายละเอียดของที่ดินแต่ละกลุ่มดังนี้

ภาพประกอบที่ 3-6
รูปร่างของที่ดิน



ที่มา : บริษัทบริหารสินทรัพย์ไทย (<http://www.tamc.or.th>)

- กลุ่มที่ 1 เป็นพื้นที่ที่ใช้ในการก่อสร้างโครงการ ประกอบด้วยที่ดินจำนวน 26 แปลง ประกอบกันเป็นรูปหลายเหลี่ยมเนื้อที่ประมาณ 5 ไร่ 3 งาน 69.1 ตารางวา อยู่บริเวณมุมถนนพระราม 9 ขาออกตัดถนนเชื่อมรามคำแหง – พัฒนาการ โดยมีเขตที่ดินติดถนนพระราม 9 ความยาว 68 เมตร และติดถนนเชื่อมรามคำแหง – พัฒนาการความยาว 155 เมตร และมีระดับผิวดินต่ำกว่าถนนด้านหน้า 30 เซนติเมตร
- กลุ่มที่ 2 อยู่บนถนนเชื่อมรามคำแหง – พัฒนาการ บริเวณเหนือที่ดินกลุ่มที่ 1 คั่นด้วยทางสาธารณะประโยชน์ มีพื้นที่ประมาณ 6.5 ตารางวา

- กลุ่มที่ 3 ประกอบด้วยที่ดิน 2 แปลง เป็นรูปสามเหลี่ยมอยู่บนถนนพระราม 9 ขาเข้า มีพื้นที่ประมาณ 31 ตารางวา

ที่ดินแปลงดังกล่าวอยู่ในพื้นที่สีเหลือง หรือเขตที่อยู่อาศัยหนาแน่นน้อย เลขที่ ย3 – 35 ตามผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร ซึ่งจากการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องพบว่าที่ดินผืนดังกล่าวสามารถใช้ในการประกอบกิจการพาณิชย์กรรมได้ตามพระราชบัญญัติผังเมือง พศ.2522 และกฎกระทรวงที่เกี่ยวข้อง

3.3.1.5 เงื่อนไขการได้มาซึ่งกรรมสิทธิ์ที่ดิน

ที่ดินแปลงนี้ในปัจจุบันอยู่ในประกาศรายการสินทรัพย์เปิดประมูลของบรรษัทบริหารสินทรัพย์ไทย สินทรัพย์เลขที่ 41000S01G1P02261 ซึ่งทำการประกาศขายพร้อมกันทั้ง 29 แปลงโดยมีการกำหนดมูลค่าขั้นต่ำไว้ 161,099,000.00 บาท โดยหลักเกณฑ์การซื้อขายเป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขทั่วไปในการซื้อขายอสังหาริมทรัพย์ของ บสท. และ อสังหาริมทรัพย์ซึ่ง บสท. ถือกรรมสิทธิ์ร่วม

3.3.1.6 ภาพประกอบที่ดิน

การศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ผู้ทำการวิจัยได้เดินทางไปยังที่ตั้งโครงการเพื่อทำการถ่ายภาพสภาพปัจจุบันของที่ดินและบริเวณใกล้เคียง เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการพิจารณา ดังแสดงในภาพประกอบที่ 3-7 ถึง 3-13

ภาพประกอบที่ 3-7

ภาพถ่ายพื้นที่บริเวณถนนพระราม 9 ด้านหน้าโครงการ



ภาพประกอบที่ 3-8
ภาพถ่ายพื้นที่บริเวณถนนรามคำแหง – พัฒนาการ
บริเวณจุดตัดกับถนนพระราม 9



ภาพประกอบที่ 3-9
ภาพถ่ายบาวิถึหน้าโครงการตามแนว
ถนนรามคำแหง – พัฒนาการ



ภาพประกอบที่ 3-10
ภาพถ่ายที่ดินด้านหน้าถนนรามคำแหง – พัฒนาการ



ภาพประกอบที่ 3-11
ภาพถ่ายสภาพภายในที่ดิน



ภาพประกอบที่ 3-12
ภาพถ่ายปลายที่ติดด้านเหนือติดทางสาธารณสุขประโยชน์



ภาพประกอบที่ 3-13
ภาพถ่ายพื้นที่ด้านในตามแนวทางสาธารณสุขประโยชน์ด้านทิศเหนือ



3.3.1.7 การใช้ประโยชน์ในที่ดิน

สภาพปัจจุบันเป็นที่ดินเปล่าพร้อมทำประโยชน์ มีสิ่งก่อสร้างเพื่อการพาณิชย์ (ร้านอาหาร) เข้ามาตั้งอยู่ในที่ดินบริเวณถนนรามคำแหง - พัฒนาการ บางส่วน มีค่า FAR เท่ากับ 2.5 และ OSR ขั้นต่ำ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 12.5

3.3.1.8 สภาพระดับผิวดิน

ระดับผิวดินต่ำกว่าระดับถนนด้านหน้าประมาณ 30 เซนติเมตรและมีน้ำท่วมขังบางส่วน ดังนั้นในการพัฒนาโครงการ จำเป็นต้องทำการปรับระดับสภาพผิวดินให้ได้ระดับตามต้องการเป็นอันดับแรก

3.3.1.9 สาธารณูปโภค

เนื่องจากที่ดินอยู่ในเขตชุมชนขนาดใหญ่ ดังนั้นจึงมีความพร้อมของระบบสาธารณูปโภคที่จำเป็นคือ ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ ระบบอินเทอร์เน็ต และ สัญญาณโทรศัพท์เคลื่อนที่