

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษางานเขียน ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องผู้วิจัยศึกษาในรายละเอียดของหัวข้อที่สำคัญต่อการวิจัยเรื่อง แผนธุรกิจการพัฒนาส่งหาหิรัญทรัพย์บนที่ดินขนาดเล็กในเขตกรุงเทพ ฯ ชั้นในและชั้นกลาง ดังนี้

1. แนวคิดและหลักการการเขียนแผนธุรกิจ องค์ประกอบส่วนต่าง ๆ ของแผนธุรกิจที่ดี
2. แนวคิดของการพัฒนาส่งหาหิรัญทรัพย์จากฐานความรู้ทุกมิติ ในรูปแบบ ขนาดพื้นที่ใช้สอย และรูปแบบทางกายภาพของอสังหาริมทรัพย์ประเภท บ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์เฮาส์
3. กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้างอาคาร โดยไม่เข้าข่ายโครงการจัดสรร
4. แนวคิดด้านปัจจัยแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการอยู่อาศัย
5. แนวคิดด้านปัจจัยเพิ่มเติมในตัวอสังหาริมทรัพย์

แนวคิดและหลักการการเขียนแผนธุรกิจ องค์ประกอบส่วนต่าง ๆ ของแผนธุรกิจที่ดี

จากการศึกษาแนวคิดและหลักการในการเขียนแผนธุรกิจที่ดี จากบทความของ สุภาพนา บุญหล้า (2550) รัชกฤต คล่องพยาบาล (2550) และ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2550) ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

1. องค์ประกอบของแผนธุรกิจ

แผนธุรกิจ (business plan) เป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญยิ่ง สำหรับผู้ประกอบการที่จะริเริ่มก่อตั้งกิจการ แผนนี้เป็นผลสรุปหรือผลรวมแห่งกระบวนการพิจารณา และการตัดสินใจที่จะเปลี่ยนความคิดของผู้ประกอบการออกมาเป็นโอกาสทางธุรกิจ ซึ่งแน่วแน่ขั้นตอนต่าง ๆ ที่ละขั้นตอนในกระบวนการก่อตั้งกิจการ แผนจะให้รายละเอียดต่าง ๆ ที่ละขั้นตอนในกระบวนการก่อตั้งกิจการ รายละเอียดของการตลาด การแข่งขันกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ การคาดคะเนทางการเงินที่จะชี้้นำผู้ประกอบการไปสู่ความสำเร็จ หรือชี้ให้เห็นถึงจุดอ่อนและข้อควรระวัง

จากบทความเอกสารข้างต้น มีองค์ประกอบที่สำคัญค่อนข้างใกล้เคียงกันดังนี้

1.1 บทสรุปผู้บริหาร

เป็นการสรุปรายละเอียดทั้งหมดในแผนธุรกิจ โดยเลือกแสดงรายละเอียดหรือหัวข้อเฉพาะส่วนที่สำคัญ ในแผนการบริหารจัดการ แผนการตลาด แผนการผลิต แผนการเงิน ให้มีความกระชับและรัดกุม สามารถทำความเข้าใจได้ง่าย โดยเป็นการเรียบเรียงข้อมูลขั้นสุดท้ายหลังจากจัดทำแผนธุรกิจเรียบร้อยแล้ว

1.2 วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ

เป็นการแสดงวัตถุประสงค์ของแผนธุรกิจต่อผู้อ่านหรือผู้พิจารณาแผน เช่น เพื่อขอรับการสนับสนุนวงเงินสินเชื่อ เพื่อขอรับการสนับสนุนการร่วมลงทุน รวมถึงการเขียนแผนธุรกิจเพื่อการศึกษาหรืออบรม

1.3 ความเป็นมาของธุรกิจ

1.3.1 ประวัติความเป็นมาและแนวคิดในการจัดตั้งธุรกิจ เช่น ชื่อกิจการที่ก่อตั้ง แนวความคิดหรือเหตุผลในการก่อตั้งกิจการ

1.3.2 สรุปผลการดำเนินการที่ผ่านมาของธุรกิจ เป็นการแสดงผลงานที่ผ่านมา แสดงการเติบโตและผลการดำเนินการ จะเป็นการแสดงในส่วนของรายได้ กำไรสุทธิ มูลค่าสินทรัพย์ หนี้สินของธุรกิจ สัดส่วนของผู้ถือหุ้น ในกรณีของธุรกิจที่มีการดำเนินการมาก่อนหน้า

1.3.3 ขั้นตอนการเริ่มดำเนินการ ในกรณีที่ เป็นโครงการใหม่ ให้ระบุชัดเจนว่าจะเริ่มดำเนินการเมื่อใด เป็นตารางหรือสื่อรูปแบบอื่นๆแสดงขั้นตอนและระยะเวลาในการจัดตั้ง จนถึงวันเริ่มดำเนินการ

1.4 ผลิตภัณฑ์

1.4.1 รายละเอียดของผลิตภัณฑ์ เป็นการแสดงรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ ให้ครบถ้วน รูปแบบ ประเภทและลักษณะผลิตภัณฑ์ ราคาขายในแต่ละแบบ ตราสินค้า การให้บริการ ก่อนการขายและหลังการขาย เงื่อนไขทางการค้าต่าง ๆ

ภาพถ่ายหรือตัวอย่างสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ แผ่นพับหรือคู่มืออาจจะแยกไว้ในภาคผนวก

1.5 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการวิเคราะห์ตลาด

1.5.1 สภาวะอุตสาหกรรมและภาวะตลาด เป็นการแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับการวิเคราะห์สภาวะเศรษฐกิจ อุตสาหกรรมหรือสภาวะโดยรวมของธุรกิจที่ดำเนินการอยู่ว่าเป็นเช่นใด ซึ่งเป็นปัจจัยมหภาคที่ส่งผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อม ที่ทำให้เจริญเติบโตหรือเกิดภาวะถดถอย จะช่วยเป็นข้อมูลรองรับสมมติฐานต่าง ๆ เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลง หรือขยายตัวของธุรกิจที่

กำหนดไว้ในแผน ว่ามีความเป็นไปได้และน่าเชื่อถือเพียงใด เช่นยอดขายที่เพิ่มขึ้นที่มีความสัมพันธ์กับลักษณะการเติบโตของตลาด เป็นต้น ซึ่งควรแสดงแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือจากหน่วยงานหรือสถาบันที่น่าเชื่อถือ

1.5.2 การแบ่งส่วนการตลาดและส่วนแบ่งการตลาด เป็นการแสดงรายละเอียดของการแบ่งส่วนตลาดของสินค้าที่มีอยู่ในปัจจุบัน แสดงเป็นเชิงพรรณนาข้อมูล เปอร์เซ็นต์ หรือข้อมูลทางตัวเลขประกอบกัน และส่วนแบ่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ภายใต้ส่วนตลาดที่มีอยู่

1.5.3 แนวโน้มทางการตลาด เป็นการแสดงรายละเอียดเชิงตัวเลข เปอร์เซ็นต์ที่เปลี่ยนแปลงหรือประมาณการตามยอดขายสินค้ารวมในตลาด รวมถึงแนวโน้มในการเพิ่มขึ้นหรือลดลง

1.5.4 ตลาดเป้าหมาย เป็นการแสดงถึงรายละเอียดที่เป็นสภาพตลาดเป้าหมายในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ หรือผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะใกล้เคียงกับธุรกิจ เพื่อสามารถเทียบเคียงได้ในกรณีที่เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่

1.5.5 ลักษณะลูกค้า เป็นการแสดงรายละเอียดของลูกค้าที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ ที่มีอยู่ในตลาดเป้าหมายตามที่ระบุไว้ โดยอาจแสดงรายละเอียดแบ่งตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค

1.5.6 สภาพการแข่งขัน เป็นการแสดงข้อมูลการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ในตลาด อยู่ในการแข่งขันระดับใด รวมถึงการแนวโน้มแข่งขันว่าจะไปในระดับใด

1.5.7 คู่แข่งขัน เป็นการแสดงรายละเอียดของคู่แข่งขันของผลิตภัณฑ์ แบ่งเป็น 2 ระดับ คือ 1) คู่แข่งขันหลัก อาจะกำหนดจากลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเดียวกันขนาดธุรกิจที่ใกล้เคียงกัน 2) คู่แข่งขันรอง อาจะกำหนดจากลักษณะผลิตภัณฑ์ที่ใกล้เคียงกัน เป็นสินค้าทดแทน หรือขนาดธุรกิจที่ต่ำกว่า ระบุรายละเอียดเกี่ยวกับคู่แข่งให้ชัดเจน เช่น ลักษณะผลิตภัณฑ์ ราคาต่อหน่วย กลยุทธ์ หรือกลุ่มลูกค้าของผู้แข่งขัน เป็นต้น

1.5.8 รายละเอียดการเปรียบเทียบคู่แข่งขันทางธุรกิจ เป็นการนำข้อมูลที่ได้ของคู่แข่งมาเปรียบเทียบ ตามเกณฑ์หรือหัวข้อที่มีความสำคัญกับธุรกิจ เช่น อาจะเปรียบเทียบตามลักษณะของ ส่วนประสมการตลาด(4Ps) คือเปรียบเทียบด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย เพื่อนำข้อมูลที่ได้เป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดต่อไป

1.5.9 การวิเคราะห์ปัจจัยของธุรกิจ (SWOT analysis) เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายในตัวธุรกิจเอง และปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของธุรกิจ การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน เป็นการวิเคราะห์หา จุดแข็ง(strengths) และ จุดอ่อน (weaknesses) ที่จะทำให้องค์กรมี

ความได้เปรียบ เสียเปรียบในการแข่งขัน การวิเคราะห์จะแบ่งเป็น 4 ส่วน 1) ด้านการบริหารจัดการ 2)ด้านการตลาด 3) ด้านการผลิต 4) ด้านการเงิน ภายหลังจากการวิเคราะห์สามารถนำไปใช้ปรับปรุงหรือส่งเสริมใน จุดแข็งหรือจุดอ่อนของธุรกิจ การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก เป็นวิเคราะห์หาโอกาส (opportunities) และ อุปสรรค (Threats) ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ไม่องค์กรสามารถควบคุมได้ โดยพิจารณาปัจจัยดังนี้

- 1) ตลาดหรือกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (market)
- 2) สถานการณ์การแข่งขัน (competition)
- 3) ค่านิยมทางวัฒนธรรมของสังคม (social)
- 4) ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี (technology)
- 5) สภาพเศรษฐกิจ (economic)
- 6) กฎหมาย, ระเบียบข้อบังคับ (political & legal)
- 7) กลุ่มผู้จำหน่ายและผู้ผลิตวัตถุดิบ/เครือข่าย (suppliers)

ซึ่งทำให้ทราบสถานะที่เป็นจริงที่ธุรกิจต้องถูกกระทบในช่วงเวลานั้น

1.6 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมาย

1.6.1 วิสัยทัศน์ (vision) เป็นการแสดงภาพของกิจการที่ต้องการที่จะเป็นในอนาคต บนพื้นฐานของความเป็นจริง

1.6.2 พันธกิจ (mission) เป็นการแสดงหน้าที่ที่จะดำเนินการตามวิสัยทัศน์ที่กำหนด แสดงเป็นวิธีการ ที่สามารถทำได้จริง

1.6.3 เป้าหมาย (goal) เป็นการแสดงเป้าหมายที่ตั้งใจจะบรรลุถึง โดยสามารถแบ่งเป็น

- 1) เป้าหมายระยะสั้น คือ เป้าหมายที่จะทำให้บรรลุภายใน 1 ปีข้างหน้า
 - 2) เป้าหมายระยะกลาง คือ เป้าหมายที่จะทำให้บรรลุภายใน 3-5 ปีข้างหน้า
 - 3) เป้าหมายระยะยาว คือ เป้าหมายที่จะทำให้บรรลุภายใน 5 ปีข้างหน้าต่อไป
- ควรแสดงรายละเอียดเป็นหน่วยที่วัดค่าได้ (measurable) เช่น มูลค่ายอดขาย

รายได้ จำนวนลูกค้า ความพึงพอใจของลูกค้า

1.6.4 ปัจจัยแห่งความสำเร็จ เป็นการแสดงถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่ทำให้สำเร็จตามเป้าหมาย ซึ่งมาจากความได้เปรียบทางการแข่งขัน เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งรายอื่นในธุรกิจ โดยวิเคราะห์จากข้อมูลปัจจัยของธุรกิจ (SWOT analysis)

1.7 แผนการบริหารจัดการ

1.7.1 ข้อมูลธุรกิจ เป็นแสดงรายละเอียดของกิจการ ที่อยู่และที่ตั้งของกิจการ รายละเอียดของการใช้สอย ทุนจดทะเบียน ระยะเวลาเปิดดำเนินการ หมายเลขทะเบียนการค้า โดยควรมีรายละเอียดตรงกับข้อมูลที่จดทะเบียน

1.7.2 รายงานคณะกรรมการบริษัท เป็นการแสดงรายชื่อคณะกรรมการตามที่ปรากฏรับรองในเอกสารของบริษัทที่ดำเนินธุรกิจ

1.7.3 อำนาจการลงนามของบริษัท เป็นการแสดงรายละเอียดอำนาจของกรรมการที่มีผลกับบริษัท

1.7.4 รายชื่อผู้ถือหุ้น หุ้นส่วน และสัดส่วนการถือครอง ข้อมูลจะต้องตรงกับข้อมูลในหนังสือทะเบียนผู้ถือหุ้น

1.7.5 ประวัติของกรรมการหรือผู้บริหาร เป็นการแสดงรายละเอียดของ การศึกษา ประวัติการทำงาน ตำแหน่ง

1.7.6 ผังองค์กร เป็นการแสดงถึงแผนผังการบริหารจัดการ (organization chart) แสดงโครงสร้างการสั่งการและรับผิดชอบส่วนงานต่าง ๆ แสดงจำนวนพนักงานหรือบุคลากรในแต่ละส่วนงาน ข้อมูลจะนำไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดแผนงานและค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับบุคลากรในทุกส่วนงาน มีข้อมูลลักษณะของงาน (job description) ของบุคลากรแต่ละตำแหน่งประกอบเพื่อความชัดเจน

1.7.7 หน้าทีความรับผิดชอบและคุณสมบัติของบุคลากรหลัก เป็นการแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับหน้าที่รับผิดชอบ และคุณสมบัติ เช่น การศึกษา อายุ เพศ ระดับเงินเดือน รายได้ เงื่อนไขต่าง ๆ ที่บุคลากรต้องมี

1.7.8 แผนงานด้านบุคลากรและค่าใช้จ่ายบุคลากรของธุรกิจ เป็นการแสดงจำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายของบุคลากรในธุรกิจ โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ 1) ฝ่ายงานที่เกี่ยวข้องกับการผลิต และ 2) ฝ่ายงานที่เกี่ยวข้องกับการบริหารและจัดการ โดยระบุรายละเอียด ในเรื่อง ฝ่ายงาน ตำแหน่งงาน จำนวน อัตราเงินเดือน แสดงค่าใช้จ่ายทั้งหมดเป็นรายเดือนหรือรายปี

1.7.9 นโยบายการแบ่งจ่ายเงินปันผลหรือการแบ่งผลประโยชน์ เป็นการแสดงนโยบายการจ่ายเงินปันผลในกรณีที่มีกำไร รวมถึงการตั้งสำรองตามกฎหมาย

1.8 แผนการตลาด

1.8.1 เป้าหมายทางการตลาด เป็นการแสดงเป้าหมาย อาจจะระบุเป็น การจัดผลิตภัณฑ์และส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกัน เพื่อสนองความต้องการของตลาดที่มีลักษณะและความต้องการที่แตกต่างกัน ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วนด้วยกัน คือ

- 1) การแบ่งส่วนตลาด (market segmentation)
- 2) การเลือกตลาดเป้าหมาย (market targeting)
- 3) การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (market positioning)

โดยเทียบกับข้อมูลที่ได้จากข้อมูลภาพรวมของตลาด

1.8.2 การกำหนดลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย เป็นการระบุเฉพาะเจาะจงกลุ่มลูกค้าที่สนใจต่อผลิตภัณฑ์ โดยใช้ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค จำนวนของผู้บริโภคที่สามารถซื้อสินค้า ซึ่งจะส่งผลต่อการวางแผนกำลังในการผลิต

1.8.3 กลยุทธ์ทางการตลาด แสดงวิธีการหรือกระบวนการทางการตลาดเพื่อให้ถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยใช้ส่วนประสมทางการตลาด(4Ps) ดังนี้

- 1) กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (product)
- 2) กลยุทธ์ด้านราคา (price)
- 3) กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (place)
- 4) กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาด (promotion)

1.8.4 กิจกรรมและงบประมาณการตลาด เป็นการแสดงรายละเอียดของกิจกรรมงบประมาณ ระยะเวลาในการดำเนินการ

1.9 แผนการผลิต

1.9.1 สถานประกอบการในการผลิต เป็นการแสดงรายละเอียดของสถานที่ในการผลิตสินค้า ที่อยู่สำหรับติดต่อ อีเมล แผนที่และภาพถ่ายประกอบ

1.9.2 เครื่องจักร อุปกรณ์ และเครื่องมือการผลิต เป็นการแสดงรายการจดทะเบียนอุปกรณ์ในการผลิต

1.9.3 ข้อมูลการผลิต เป็นการแสดงความสามารถในการผลิตสินค้า กำลังการผลิตที่ธุรกิจสามารถทำได้สูงสุด รวมถึงเป้าหมายการผลิตที่วางแผนไว้ ประกอบด้วย จำนวนหน่วยที่ทำการผลิต ระยะเวลาการผลิต รอบระยะเวลาที่ใช้ในการผลิต จำนวนบุคลากรในการผลิตแต่ละรอบ นโยบาย เงื่อนไขหรือวิธีการในการผลิตในแง่ต้นทุน และค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น

1.9.4 รายละเอียดวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต เป็นการแสดงชนิดของวัตถุดิบ การใช้วัตถุดิบ ปริมาณที่ใช้ และรายละเอียดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง แหล่งที่มาของวัตถุดิบ นโยบายการจัดซื้อ และการสำรองวัตถุดิบ เงื่อนไขในการซื้อวัตถุดิบ

1.9.5 ขั้นตอนการผลิต เป็นการแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับขั้นตอนการผลิต ตั้งแต่เริ่มต้นกระบวนการ จนแปรรูปออกมาเป็นสินค้าสำเร็จรูปเพื่อขาย แสดงการอธิบายขั้นตอนในรูปแบบแผนผัง

1.9.6 แผนผังกระบวนการผลิต เป็นการแสดงแผนผังการผลิต และแยกเป็นส่วนตามสายงาน แสดงความสัมพันธ์และอธิบายขั้นตอนการทำงาน สามารถมี้อออกมาให้เข้าใจได้ง่าย

1.10 แผนการเงิน

1.10.1 ประมาณการในการลงทุน เป็นการแสดงรายละเอียดรายการในการลงทุน แสดงการลงทุนก่อนหน้านี้ และการลงทุนที่จะลงทุนใหม่ เป็นลำดับรายการ โดยส่วนใหญ่จะยกมูลค่าการลงทุนออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) เงินลงทุนส่วนเจ้าของ 2) ส่วนที่เป็นเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน แสดงสัดส่วนโครงสร้างทางการเงินของธุรกิจ

1.10.2 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน เป็นการแสดงทรัพย์สินที่มีอยู่เดิมในกิจการ ซึ่งประกอบด้วย ที่ดิน อาคาร เครื่องจักรอุปกรณ์ ยานพาหนะ เป็นต้น ควรลงรายละเอียดเกี่ยวกับทรัพย์สิน มูลค่าทรัพย์สิน วิธีการประเมิน และภาระผูกพันที่อยู่กับทรัพย์สินนั้น

1.10.3 สมมติฐานทางการเงิน เป็นการแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับการสมมติฐานต่าง ๆ ที่กำหนดขึ้น เช่นการเพิ่มขึ้นของต้นทุนการผลิต การเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ เป็นต้น โดยเป็นปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจ อาจแสดงการเพิ่มขึ้นหรือลดลงเป็นเปอร์เซ็นต์

1.10.4 นโยบายทางการเงิน เป็นการแสดงรายละเอียดของนโยบายการเงินจากทีมผู้บริหาร ซึ่งมาจากการพิจารณาแผนต่าง ๆ ในแต่ละส่วน โดยเป็นการประมาณการตัวเลข เช่นมูลค่าการซื้อ-ขาย มัดจำ เครดิต การตั้งสำรองเงินสด

1.10.5 ประมาณการในการขาย เป็นการแสดงรายการขาย ประมาณยอดขายต่อเดือน ราคาที่เปลี่ยนแปลงไปในช่วงเวลา แสดงเป็นรายเดือน รายปี ตามความเหมาะสม ซึ่งข้อมูลจะสอดคล้องกับการวิเคราะห์สภาวะตลาด และการคาดการณ์

1.10.6 ประมาณการรายได้ เป็นการแสดงรายได้ที่มาจากการขาย จากการประมาณการในการขาย แสดงเป็นรายเดือน รายปี ตามความเหมาะสม ซึ่งข้อมูลจะสอดคล้องกับการวิเคราะห์สภาวะตลาด และการคาดการณ์

1.10.7 ประมาณการต้นทุนวัตถุดิบและต้นทุนการผลิต เป็นการแสดงรายละเอียดของต้นทุนในการดำเนินธุรกิจ

1.10.8 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย เป็นการแสดงรายละเอียดของค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการทั้งหมด ค่าใช้จ่ายในการขาย โดยมีความสัมพันธ์กับจำนวนบุคลากร และประมาณการในการขาย กิจกรรมการตลาด

1.10.9 ประมาณการงบกำไร-ขาดทุน งบดุล งบกระแสเงินสด เป็นการแสดงรายรับ-จ่ายของโครงการในช่วงเวลาที่ดำเนินไปของธุรกิจ ซึ่งงบแต่ละประเภทสามารถสะท้อนสภาพทางการเงินของธุรกิจได้ เช่น งบกระแสเงินสด แสดงผลรวมของต้นทุน รายจ่าย และรายได้จากการขาย ในช่วงเวลาของการทำโครงการ เพื่อคาดการณ์การใช้จ่ายเงินและสภาพคล่องทางการเงินของโครงการ

1.10.10 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน เป็นการวิเคราะห์ตัวเลขสำคัญในงบการเงิน ซึ่งจะแสดงความสามารถทางการเงินของโครงการที่ต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมในการเลือกใช้และนำมาวิเคราะห์โครงการ การวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนในการลงทุน มีตัวเลขทางการเงินที่สำคัญดังนี้

- 1) ระยะเวลาในการคืนทุน (pay-back period)
- 2) จุดคุ้มทุน (break-even point)
- 3) มูลค่าปัจจุบันสุทธิของการลงทุน (net present value : NPV)
- 4) อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการ (internal rate of return : IRR)

1.11 แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง

1.11.1 เป็นการแสดงแผนการป้องกันความเสี่ยงของธุรกิจ โดยประเมินจากแผนบริหารจัดการ แผนการตลาด แผนการผลิต แผนการเงิน โดยพิจารณาส่วนที่เป็นจุดอ่อนของธุรกิจ โดยแสดงให้เห็นถึง ลักษณะของปัญหา ผลกระทบที่จะเกิดขึ้น แนวทางการป้องกันและแก้ไขในกรณีที่เกิดขึ้น ซึ่งควรระบุให้ครบทุกด้าน เช่น ต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น การลดราคาสินค้าของคู่แข่ง เป็นต้น

1.11.2 การประเมินสถานการณ์จำลอง (sensitivity analysis)

- 1) กรณีที่ดีกว่าปกติ (best case) เช่น ยอดขายเพิ่ม 10%
- 2) กรณีปกติ (base case) ยอดประมาณการปัจจุบัน
- 3) กรณีที่ต่ำกว่าปกติ (worst case) เช่น ยอดขายลด 10%

1.12 ภาคผนวก

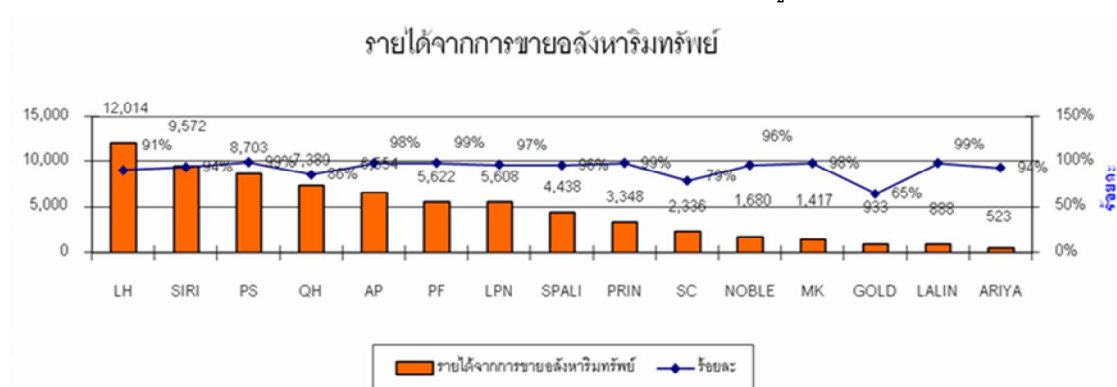
เป็นเอกสารประกอบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจและเป็นเอกสารที่สนับสนุนข้อมูลด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ ที่มีในแผนการบริหารจัดการ แผนการตลาด แผนการผลิต แผนการเงิน

แนวคิดของการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์จากฐานความรู้ภูมิ ในรูปแบบ ขนาดพื้นที่ใช้สอยและรูปแบบทางกายภาพของอสังหาริมทรัพย์ประเภท บ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์เฮาส์

1. ข้อมูลขนาดของอาคาร พื้นที่ใช้สอย

ข้อมูลขนาดของอาคาร พื้นที่ใช้สอย ที่ใช้ก่อสร้างจากผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์รายใหญ่ที่มีส่วนแบ่งการตลาด 10 อันดับแรก ดังภาพที่ 2.1 โดยยกตัวอย่าง 3 บริษัท ที่มีข้อมูลที่เปิดเผยออกมาในสื่อการตลาดในรูปแบบแปลน ที่แสดงการใช้งานของพื้นที่ และขนาดพื้นที่ใช้สอยของอาคาร

ภาพที่ 2.1 แสดงส่วนแบ่งการตลาดจากรายได้ของผู้ประกอบการ



เนื่องจากบริษัทเหล่านี้มีการศึกษาข้อมูลความต้องการของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องและพัฒนาสู่แบบบ้านแบบต่าง ๆ และพื้นที่ใช้สอยต่าง ๆ

บริษัทที่ผู้วิจัย เลื่อนำแบบบ้านต่าง ๆ มาศึกษาเปรียบเทียบคือ

- 1) บริษัท แลนด์แอนด์เฮาส์ จำกัด (มหาชน)
- 2) บริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน)
- 3) บริษัท เอเชียน พร็อพเพอร์ตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน)

โดยเป็นแบบบ้านเดี่ยวและทาวน์เฮาส์ เนื่องจาก 3 บริษัทดังกล่าวไม่มีโครงการที่เป็นบ้านแฝด ผู้วิจัยจึงเสนอแบบของบ้านแฝดโดยอ้างอิงจากแบบบ้านเดี่ยวและทาวน์เฮาส์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

โดยผู้วิจัยสนใจแบบบ้านที่มีขนาดเล็ก 2 อันดับแรกในแบบบ้านประเภทต่าง ๆ ของทั้ง 3 บริษัท โดยศึกษาข้อมูลจากแบบบ้านของโครงการต่าง ๆ ดังนี้

1. บริษัท บริษัทแลนด์แอนด์เฮาส์ จำกัด (มหาชน)

โครงการบ้านเดี่ยว โครงการบ้านพักชิลดา 7 ทำเล ได้แก่ 1) บางนา 2) ปิ่นเกล้า-สาย 5 3) ดิوانนท์-ราชพฤกษ์ 4) วงแหวน-รัตนวิเบศร์ 5) รังสิตคลอง 4 6) ท่าข้าม-พระราม 2 7) ประชาอุทิศ และโครงการบ้านชัชพฤกษ์ 5 ทำเล ได้แก่ 1) วัชรพล 2) รามอินทรา-วงแหวน 3) แจ้งวัฒนะ-ราชพฤกษ์ 4) บางใหญ่ 5) บางนา 2

โครงการทาวน์เฮาส์ โครงการบ้านใหม่ 5 ทำเล ได้แก่ 1) พระราม 9-วงแหวน 2) เทพารักษ์-วงแหวน 3) พระราม 2 4) รามอินทรา-คูบอน 5) พระราม 2-พุทธบูชา

2. บริษัท แอสสิริ จำกัด (มหาชน)

โครงการบ้านเดี่ยว โครงการสราญสิริ 3 ทำเล ได้แก่ 1) ประชาอุทิศ-สุขสวัสดิ์ 2) รามอินทรา 3) ราชพฤกษ์-แจ้งวัฒนะ โครงการเศรษฐสิริ 2 ทำเล ได้แก่ 1) วงแหวน-รามอินทรา 2) บางนา-วงแหวน

โครงการทาวน์เฮาส์ โครงการทาวน์พลัส 9 ทำเล ได้แก่ 1) สุวรรณภูมิ 2) เทพารักษ์ 3) อ่อนนุช 4) เพชรเกษม-บางแค 5) หัวหมาก 6) ประชาชื่น 7) เกษตร-นวมินทร์ 8) ลาดพร้าว 9) ราชพฤกษ์-จรัญ

3. บริษัท เอเชียน พร็อพเพอร์ตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน)

โครงการบ้านเดี่ยว โครงการเดอะเซนโทร (the centro) สุขุมวิท 113 โครงการเดอะซิตี (the city) 4 ทำเล ได้แก่ 1) ปิ่นเกล้า-พระราม 5 2) ปิ่นเกล้า 3) รัตนวิเบศร์-แคราย 4) พระราม 5-ราชพฤกษ์

โครงการทาวน์เฮาส์ โครงการบ้านกลางเมือง 11 ทำเล ได้แก่ 1) ศรีนครินทร์ 2) สุขุมวิท 3) รัชวิภา 4) ศรีนครินทร์-พัฒนาการ 5) พระราม 9-รามคำแหง 6) เกษตร-นวมินทร์ 7) พระราม 9-วงแหวน 8) ลาดพร้าว-โชคชัย 4 9) สาทร-ตากสิน 10) สุขุมวิท 113 11) ลาดพร้าว 71

ผู้วิจัยสรุปแบบบ้านที่มีขนาดเล็ก 2 อันดับในแต่ละประเภทได้ดังนี้

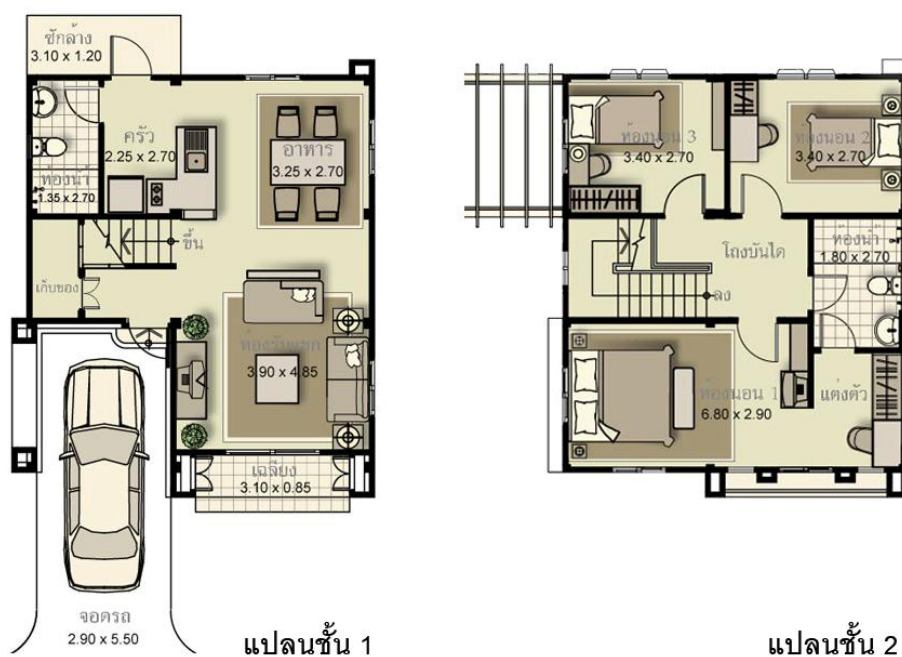
1. บ้านเดี่ยว

1.1 บ้านเดี่ยวหน้ากว้างของอาคาร 6.5 เมตร ความลึกของอาคาร 9 เมตร ความสูง 2 ชั้น พื้นที่ใช้สอย 115 ตารางเมตร ประกอบด้วย 3 ห้องนอน 2 ห้องน้ำ ที่จอดรถ

1.2 บ้านเดี่ยวหน้ากว้างของอาคาร 9 เมตร ความลึกของอาคาร 8.5 เมตร ความสูง 2 ชั้น พื้นที่ใช้สอย 150 ตารางเมตร ประกอบด้วย 3 ห้องนอน 3 ห้องน้ำ ที่จอดรถ

ภาพที่ 2.2

แสดงตัวอย่างบ้านเดี่ยว หน้ากว้างของอาคาร 6.5 เมตร



ภาพที่ 2.3
แสดงตัวอย่างบ้านเดี่ยว หน้ากว้างของอาคาร 9 เมตร



แปลนชั้น 1



แปลนชั้น 2

2. บ้านแฝด

2.1 บ้านแฝดหน้ากว้างของอาคาร 5 เมตร ความลึกของอาคาร 8.5 เมตร ความสูง 3 ชั้น พื้นที่ใช้สอย 150 ตารางเมตร ประกอบด้วย 3 ห้องนอน 3 ห้องน้ำ 2 ที่จอดรถ

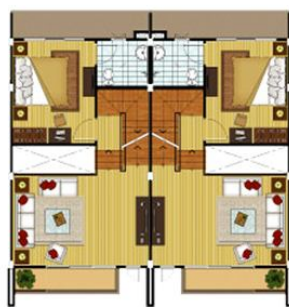
2.2 บ้านแฝดหน้ากว้างของอาคาร 6.5 เมตร ความลึกของอาคาร 9 เมตร ความสูง 2 ชั้น พื้นที่ใช้สอย 115 ตารางเมตร ประกอบด้วย 3 ห้องนอน 2 ห้องน้ำ 1 ที่จอดรถ

ภาพที่ 2.4

แสดงตัวอย่างบ้านแฝด หน้ากว้างของอาคาร 5 เมตร



แปลนชั้น 1



แปลนชั้น 2



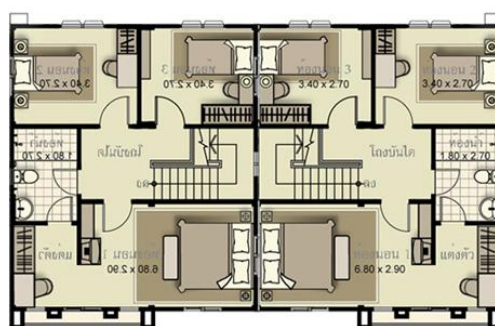
แปลนชั้น 3

ภาพที่ 2.5

แสดงตัวอย่างบ้านแฝด หน้ากว้างของอาคาร 6.5 เมตร



แปลนชั้น 1



แปลนชั้น 2

3. ทาวน์เฮาส์

3.1 ทาวน์เฮาส์หน้ากว้างของอาคาร 4 เมตร ความลึกของอาคาร 9 เมตร ความสูง 3 ชั้น พื้นที่ใช้สอย 115 ตารางเมตร ประกอบด้วย 3 ห้องนอน 3 ห้องน้ำ 1 ที่จอดรถ

3.2 ทาวน์เฮาส์หน้ากว้างของอาคาร 5 เมตร ความลึกของอาคาร 8.5 เมตร ความสูง 3 ชั้น พื้นที่ใช้สอย 150 ตารางเมตร ประกอบด้วย 3 ห้องนอน 3 ห้องน้ำ 2 ที่จอดรถ

ภาพที่ 2.6

แสดงตัวอย่างทาวน์เฮาส์ หน้ากว้างของอาคาร 4 เมตร



ภาพที่ 2.7

แสดงตัวอย่างทาวน์เฮาส์ หน้ากว้างของอาคาร 5 เมตร



แปลนชั้น 1

แปลนชั้น 2

แปลนชั้น 3

2. ข้อมูลรูปแบบของอาคาร

ข้อมูลรูปแบบของอาคาร จากผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์รายใหญ่ที่มีส่วนแบ่งการตลาด 10 อันดับแรก ที่มีข้อมูลที่เปิดเผยออกมาในสื่อการตลาดในรูปแบบของภาพจำลองบรรยากาศภายนอกและรูปลักษณะของอาคาร

รูปแบบของอาคารในเชิงสถาปัตยกรรมภายนอกที่สามารถสื่อให้เข้าใจตรงกัน ที่มีการสร้างและซื้อขายอยู่ในตลาดอสังหาริมทรัพย์ ผู้วิจัยสรุปได้ 6 รูปแบบ ได้แก่

- 1) รูปแบบไทยประยุกต์
- 2) รูปแบบรีสอร์ท
- 3) รูปแบบร่วมสมัย
- 4) รูปแบบเขตร้อนสมัยใหม่
- 5) รูปแบบสมัยใหม่
- 6) รูปแบบตะวันตก

ภาพที่ 2.8
แสดงตัวอย่างอาคารรูปแบบไทยประยุกต์



ที่มา : บริษัท โนเบิล ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด มหาชน, 2549.

ภาพที่ 2.9
แสดงตัวอย่างอาคารรูปแบบรีสอร์ท



ที่มา : บริษัท แสนสิริ จำกัด มหาชน, 2552.

ภาพที่ 2.10
แสดงตัวอย่างอาคารรูปแบบร่วมสมัย



ที่มา : บริษัท บริษัทแลนด์แอนด์เฮาส์ จำกัด มหาชน, 2552.

ภาพที่ 2.11
แสดงตัวอย่างอาคารรูปแบบเขตร้อนสมัยใหม่



ที่มา : บริษัท แสนสิริ จำกัด มหาชน, 2552.

ภาพที่ 2.12
แสดงตัวอย่างรูปแบบอาคารรูปแบบสมัยใหม่



ที่มา : บริษัท โนเบิล ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด มหาชน, 2550.

ภาพที่ 2.13
แสดงตัวอย่างรูปแบบอาคารรูปแบบตะวันตก



ที่มา : บริษัท พฤกษา เรียลเอสเตท จำกัด มหาชน, 2551.

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้างอาคาร โดยไม่เข้าข่ายโครงการจัดสรร

เนื่องจากต้องการทราบข้อจำกัดทางกฎหมายของการก่อสร้าง บ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์เฮาส์ บนที่ดิน เพื่อจะนำไปสู่ข้อมูลของการก่อสร้างบนที่ดินที่มีขนาดเล็กที่สุดตามกฎหมายที่สามารถทำได้ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้างอาคาร โดยไม่เข้าข่ายโครงการจัดสรร ผู้วิจัยศึกษาในประเด็นที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. ระยะร่นของอาคารตามกฎหมาย
2. ความสูงของอาคารที่กำหนดไว้ตามกฎหมาย
3. คำจำกัดความหรือข้อบังคับของอาคารประเภท บ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์เฮาส์
4. การแบ่งแปลงที่ดินโดยไม่เข้าข่ายโครงการจัดสรร

โดยอ้างอิงจากข้อบังคับต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. กฎกระทรวงฉบับที่ 55 (พ.ศ.2543) หมวดที่ 1 – หมวดที่ 4 เกี่ยวข้องกับลักษณะของอาคาร ส่วนต่าง ๆ ของอาคาร ที่ว่างภายนอกอาคาร แนวอาคารและระยะต่าง ๆ ของอาคาร
2. ข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร เรื่องควบคุมอาคาร พ.ศ. 2544 หมวดที่ 3 เรื่องลักษณะต่าง ๆ ของอาคาร และหมวดที่ 5 แนวอาคารและระยะต่าง ๆ
3. พระราชบัญญัติการจัดสรรที่ดิน พ.ศ. 2543 มาตราที่ 4 ที่ให้ความหมายของการจัดสรรที่ดิน
4. ข้อกำหนดเกี่ยวกับการจัดสรรที่ดินกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2544 หมวดที่ 2 ขนาดและเนื้อที่ของที่ดินที่ทำการจัดสรร

ซึ่งผู้วิจัยสรุปข้อบังคับและข้อจำกัดทางกฎหมายที่ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้างอาคาร โดยไม่เข้าข่ายโครงการจัดสรร ดังนี้

1. กฎหมายอาคารที่ส่งผลต่อขนาดที่ดินและที่ตั้งของที่ดินทั่วไป ในขอบเขตของ บ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์เฮาส์
 - 1.1 “อาคารอยู่อาศัย” หมายความว่า อาคารซึ่งโดยปกติบุคคลใช้อยู่อาศัยทั้งกลางวันและกลางคืน ไม่ว่าจะเป็นการอยู่อาศัยอย่างถาวรหรือชั่วคราว
 - 1.2 “ที่ว่าง” หมายความว่า พื้นที่อันปราศจากหลังคาหรือสิ่งก่อสร้างปกคลุม ซึ่งพื้นดังกล่าวอาจจะจัดให้เป็นบ่อน้ำ สระว่ายน้ำ บ่อพักน้ำเสีย ที่พักมูลฝอย ที่พักรวมมูลฝอย หรือ

ที่จอดรถ ที่อยู่ภายนอกอาคารก็ได้ และให้หมายความรวมถึงพื้นที่ของสิ่งก่อสร้าง หรืออาคารที่สูงจากระดับพื้นดินไม่เกิน 1.20 เมตร และไม่มีหลังคาหรือสิ่งปกคลุมเหนือระดับนั้น

1.3 “ถนนสาธารณะ” หมายความว่า ถนนที่เปิดหรือยินยอมให้ประชาชนเข้าไปหรือใช้เป็นทางสัญจรได้ ทั้งนี้ไม่ว่าจะมีการเก็บค่าตอบแทนหรือไม่

1.4 อาคารอยู่อาศัย ต้องมีที่ว่างไม่น้อยกว่า 30 ใน 100 ส่วนของพื้นที่ชั้นใดชั้นหนึ่งที่มากที่สุดของอาคาร

1.5 อาคารที่ก่อสร้างหรือดัดแปลงใกล้ถนนสาธารณะที่มีความกว้างน้อยกว่า 6 เมตร ให้ร่นแนวอาคารห่างจากกึ่งกลางถนนสาธารณะอย่างน้อย 3 เมตร

อาคารที่สูงเกิน 2 ชั้นหรือเกิน 8 เมตร ที่ก่อสร้างหรือดัดแปลงใกล้ถนนสาธารณะ

1) ถ้าถนนสาธารณะนั้นมีความกว้างน้อยกว่า 10 เมตร ให้ร่นแนวอาคารห่างจากกึ่งกลางถนนสาธารณะอย่างน้อย 6 เมตร

2) ถ้าถนนสาธารณะนั้นมีความกว้างตั้งแต่ 10 เมตรขึ้นไป แต่ไม่เกิน 20 เมตร ให้ร่นแนวอาคารห่างจากเขตถนนสาธารณะอย่างน้อย 1 ใน 10 ของความกว้างถนนสาธารณะ

3) ถ้าถนนสาธารณะนั้นมีความกว้างเกิน 20 เมตรขึ้นไป ให้ร่นแนวอาคารห่างจากเขตถนนสาธารณะอย่างน้อย 2 เมตร

1.6 อาคารที่ก่อสร้างหรือดัดแปลงใกล้แหล่งน้ำสาธารณะ เช่น แม่น้ำ คู คลอง ลำราง หรือลำกระโดง ถ้าแหล่งน้ำสาธารณะนั้นมีความกว้างน้อยกว่า 10 เมตร ต้องร่นแนวอาคารให้ห่างจากแหล่งน้ำสาธารณะนั้นไม่น้อยกว่า 3 เมตร แต่ถ้าแหล่งน้ำสาธารณะนั้นมีความกว้างตั้งแต่ 10 เมตรขึ้นไป ต้องร่นแนวอาคารให้ห่างจากเขตแหล่งน้ำสาธารณะนั้นไม่น้อยกว่า 6 เมตร

อาคารที่ก่อสร้างหรือดัดแปลงใกล้แหล่งน้ำสาธารณะขนาดใหญ่ เช่น บึง ทะเลสาบ หรือทะเล ต้องร่นแนวอาคารให้ห่างจากแหล่งน้ำสาธารณะนั้นไม่น้อยกว่า 12 เมตร

1.7 ผนังของอาคารที่มีหน้าต่าง ประตู ช่องระบายอากาศ หรือช่องแสง หรือระเบียงของอาคารต้องมีระยะห่างจากแนวเขตที่ดินดังนี้

1) อาคารที่มีความสูงไม่เกิน 9 เมตร ผนังหรือระเบียงต้องอยู่ห่างเขตที่ดินไม่น้อยกว่า 2 เมตร

2) อาคารที่มีความสูงเกิน 9 เมตร แต่ไม่ถึง 23 เมตร ผนังหรือระเบียงต้องอยู่ห่างเขตที่ดินไม่น้อยกว่า 3 เมตร

1.8 บ้านแถวที่ไม่อยู่ริมทางสาธารณะต้องมีถนนด้านหน้าใช้ร่วมกันกว้างไม่น้อยกว่า 6 เมตร

1.9 ที่ดินที่อยู่ริมถนนสาธารณะที่กว้างตั้งแต่ 3 เมตรขึ้นไปแต่ไม่เกิน 8 เมตร และมีมุมหักน้อยกว่า 135 องศา รั้วหรือกำแพงกันเขตต้องปาดมุมมีระยะไม่น้อยกว่า 4 เมตร และทำมุมกับแนวถนนสาธารณะเป็นมุมเท่า ๆ กัน ห้ามมิให้รั้ว กำแพง หรือส่วนของอาคารยื่นล้ำเข้ามาในที่ดินส่วนปาดมุม

1.10 เนื้อหาของพระราชบัญญัติการจัดสรรที่ดิน พ.ศ. 2543 ในส่วนของ “การจัดสรรที่ดิน” หมายความว่า การจัดจำหน่ายที่ดินที่ได้แบ่งเป็นแปลงย่อยตั้งแต่ 10 แปลงขึ้นไปไม่จะเป็นการแบ่งจากที่ดินแปลงเดียวหรือแบ่งจากที่ดินหลายแปลงที่มีพื้นที่ติดต่อกัน โดยได้รับทรัพย์สินหรือประโยชน์เป็นการตอบแทน และให้หมายความรวมถึงการดำเนินการดังกล่าวที่ได้มีการดำเนินการแบ่งที่ดินเป็นแปลงย่อยไว้ไม่ถึง 10 แปลงและต่อมาได้แบ่งที่ดินแปลงเดิมเพิ่มเติมภายใน 3 ปี เมื่อรวมกันแล้วมีจำนวนตั้งแต่ 10 แปลงขึ้นไปด้วย หากทำโครงการที่ไม่เข้าข่ายการจัดสรรที่ดิน ต้องทำการแบ่งที่ดิน สูงสุดที่ 9 แปลง รวมการแบ่งที่ดินเพื่อเป็นถนนภายใน

1.11 เนื้อหาของข้อกำหนดเกี่ยวกับการจัดสรรที่ดินกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2544 ในส่วนของ “ขนาดและเนื้อที่ของที่ดินที่ทำการจัดสรร” กำหนดว่า ที่ดินพร้อมอาคารประเภทบ้านเดี่ยวที่ดินแปลงย่อยต้องมีขนาดความกว้างและความยาวไม่ต่ำกว่า 10 เมตร และมีเนื้อที่ไม่น้อยกว่า 50 ตารางวา หากความกว้างและความยาวไม่ได้ขนาดดังกล่าว ต้องมีเนื้อที่ไม่น้อยกว่า 60 ตารางวา ที่ดินพร้อมอาคารประเภทบ้านแฝด ที่ดินแต่ละแปลงต้องมีความกว้างไม่ต่ำกว่า 8 เมตร และมีเนื้อที่ไม่น้อยกว่า 35 ตารางวา ที่ดินพร้อมอาคารประเภทบ้านแถวหรืออาคารพาณิชย์ ที่ดินแต่ละแปลงต้องมีความกว้างไม่ต่ำกว่า 4 เมตร และมีเนื้อที่ไม่น้อยกว่า 16 ตารางวา

ซึ่งในการวิจัยนี้เป็นการทำโครงการที่ไม่เข้าข่ายจัดสรร จึงไม่เข้ากฎเกณฑ์ดังกล่าว เพียงแต่ต้องปฏิบัติตามกฎหมายอาคาร

2. บ้านเดี่ยว มีข้อบังคับและข้อจำกัดทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องดังนี้คือ

ใช้ข้อบังคับและข้อจำกัดทางกฎหมายเดียวกับข้อ 1

3. บ้านแฝด มีข้อบังคับและข้อจำกัดทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องดังนี้คือ

3.1 “บ้านแฝด” หมายความว่า อาคารที่ใช้เป็นที่อยู่อาศัยก่อสร้างติดกันสองบ้าน มีผนังแบ่งอาคาร มีที่ว่างระหว่างรั้วหรือแนวเขตที่ดินกับตัวอาคารด้านหน้าด้าน ด้านหลัง ด้านข้างของแต่ละบ้าน และมีทางเข้าออกของแต่ละบ้านแยกกันเป็นสัดส่วน

3.2 บ้านแฝดต้องมีที่ว่างด้านหน้าและด้านหลังระหว่างรั้วหรือแนวเขตที่ดินกับแนวผนังอาคารกว้างไม่น้อยกว่า 3 เมตร และ 2 เมตรตามลำดับและมีที่ว่างด้านข้างไม่น้อยกว่า 2 เมตร

4. ทาวน์เฮาส์ มีข้อบังคับและข้อจำกัดทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องดังนี้คือ

4.1 “บ้านแถว” หมายความว่า ห้องแถวหรือตึกแถวที่ใช้เป็นที่อยู่อาศัยซึ่งมีที่ว่างด้านหน้าและด้านหลังระหว่างรั้วหรือแนวเขตที่ดินกับตัวอาคารแต่ละคูหา และมีความสูงไม่เกิน 3 ชั้น

4.2 บ้านแถวแต่ละคูหาต้องมีความกว้างโดยวัดระยะตั้งฉากจากแนวศูนย์กลางด้านหนึ่งไปยังศูนย์กลางของเสาอีกด้านหนึ่งไม่น้อยกว่า 4 เมตร มีความลึกของอาคารโดยวัดจากระยะตั้งฉากกับแนวผนังด้านหน้าชั้นล่างไม่น้อยกว่า 4 เมตร และไม่เกิน 24 เมตร และมีพื้นที่ชั้นล่างแต่ละคูหาไม่น้อยกว่า 24 ตารางเมตร

ในกรณีที่มีความลึกของอาคารเกิน 16 เมตร ต้องจัดให้มีที่ว่างอันปราศจากสิ่งปกคลุมชั้นบริเวณหนึ่งที่ระยะระหว่าง 12 เมตร ถึง 16 เมตร โดยให้มีเนื้อที่ไม่น้อยกว่า 20 ใน 100 ของพื้นที่ชั้นล่าง

4.3 บ้านแถวต้องมีที่ว่างด้านหน้าระหว่างรั้วหรือแนวเขตที่ดินกับแนวผนังอาคารไม่น้อยกว่า 3 เมตร และต้องมีที่ว่างด้านหลังอาคารระหว่างรั้วหรือแนวเขตที่ดินกับแนวผนังอาคารไม่น้อยกว่า 2 เมตร

ระหว่างแถวด้านข้างของบ้านแถวที่สร้างถึงสิบคูหา หรือมีความยาวรวมกันถึง 40 เมตรต้องมีที่ว่างระหว่างแถวด้านข้างของบ้านแถวนั้นกว้างไม่น้อยกว่า 4 เมตร เป็นช่องตลอดความลึกของบ้านแถว

บ้านแถวที่สร้างติดต่อกันไม่ถึงสิบคูหา หรือมีความยาวรวมกันไม่ถึง 40 เมตร แต่มีที่ว่างระหว่างแถวด้านข้างของบ้านแถวนั้นน้อยกว่า 4 เมตร ไม่ให้ถือว่าเป็นที่ว่างระหว่างแถวด้านข้างของบ้านแถว แต่ให้ถือว่าบ้านแถวนั้นสร้างต่อเนื่องเป็นแถวเดียวกัน

แนวคิดด้านปัจจัยแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการอยู่อาศัย

1. แนวคิดปัจจัยแวดล้อมที่มีผลต่อการเลือกที่อยู่อาศัย

1. การพิจารณาทำเลที่ตั้งของที่อยู่อาศัยโดยการคำนึงถึงบริการสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ จากบทความของ Goodall Brian (1972) Barrie Needham (1977) ผู้วิจัยสรุปได้ว่า ความไม่เท่าเทียมกันในการบริการสาธารณูปโภคและสาธารณูปการที่จัดให้ มีอิทธิพลต่อการเลือกที่ตั้งที่อยู่อาศัย การรวมกลุ่มในการอยู่อาศัยมีสาเหตุในการรวมกลุ่มได้ 2 กรณี คือ

1) ความสะดวกในการเข้าถึง ผู้อยู่อาศัยต้องการเดินทางไปทำงาน ศึกษา จับจ่ายใช้สอยและติดต่อธุรกิจ ผู้อยู่อาศัยจึงพอใจที่จะจับกลุ่มอยู่ 2 บริเวณ คือข้างเส้นทางคมนาคม และกระจายอยู่รอบ ๆ ศูนย์ธุรกิจ ร้านค้า สถานที่ทำงาน และสถานศึกษานั้น ๆ

2) การรวมกลุ่มอาคารที่พักอาศัยจะทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายในเรื่องการให้บริการสาธารณูปโภคของเมือง

2. แนวทางเลือกทำเลที่ตั้งสำหรับที่อยู่อาศัย ศึกษาข้อมูลจากบทความของ
ฐิตานนท์ พิบูลนครินทร์ (2545) เสวรักษ์ อินทร์หา (2546) ผู้วิจัยสรุปได้ว่า

การเลือกทำเลที่ตั้งของที่อยู่อาศัย ควรสามารถใช้องค์ประกอบ ของกิจกรรมต่าง ๆ ในเมืองได้อย่างมีประสิทธิภาพสามารถเข้าถึงระบบขนส่งมวลชนแบบสมัยใหม่และโครงข่ายระบบการคมนาคม แม้จะอยู่ไกลจากศูนย์กลางเมือง แต่สามารถเดินทางเข้าสู่เมืองได้โดยสะดวกและรวดเร็ว

ทำเลที่ตั้งที่อยู่อาศัยต้องมีความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมของเมืองเป็นลำดับแรก ซึ่งหมายถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านกายภาพ เศรษฐกิจ และสังคมของเมือง เช่นการใช้ที่ดินประเภทต่าง ๆ กับระบบคมนาคมขนส่ง สาธารณูปโภค สาธารณูปการของเมือง

กระจายตัวของประชากรตามแหล่งการเลือกที่ตั้งของที่อยู่อาศัยและพื้นที่ส่วนที่บริการอื่น ๆ ของเมือง มีความเชื่อมโยงซึ่งกันและกันระหว่างการเลือกที่ตั้งของกิจกรรมการจ้างงาน พื้นฐาน จะเป็นตัวกำหนดลักษณะของพื้นที่ และนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงจำนวนครัวเรือนในที่สุด ดังนั้นการกระจายตัวของแหล่งงาน และที่ตั้งของธุรกิจค้าปลีก และบริการอื่น ๆ จึงเป็นปัจจัยสำคัญ โดยต้องพิจารณาการเดินทางไปทำงานได้สะดวก และการเดินทางไปซื้อของจากบ้าน ได้สะดวก การค้าปลีกในละแวกบ้าน เช่น ร้านค้าย่อย โชห่วย ร้านค้าปลีกระดับท้องถิ่น เช่น ซูเปอร์มาร์เก็ต และแหล่งการค้าระดับมหานคร

ทำเลที่ผู้บริโภคต้องการคือ ใกล้ห้างสรรพสินค้า ใกล้สถานีตำรวจ ใกล้สถานศึกษา ใกล้โรงพยาบาล ใกล้ตลาด โดยทำเลที่ต้องการมากที่สุดคือ ใกล้ห้างสรรพสินค้า รองลงมาคือ ใกล้ตลาด

2. ข้อมูลปัจจัยแวดล้อม

ข้อมูลปัจจัยแวดล้อมที่นำเสนอต่อผู้บริโภค จากผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์รายใหญ่ที่มีส่วนแบ่งการตลาด 10 อันดับแรก ที่มีข้อมูลที่เปิดเผยออกมาในสื่อการตลาด ในขอบเขต

ของบ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์เฮาส์ โดยยกตัวอย่าง 3 บริษัท บริษัทที่ผู้วิจัย เลือกนำ มาศึกษาเปรียบเทียบคือ

- 1) บริษัท บริษัทแลนด์แอนด์เฮาส์ จำกัด (มหาชน)
- 2) บริษัท แอสสิริ จำกัด (มหาชน)
- 3) บริษัท เอเชียน พร็อพเพอร์ตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด(มหาชน)

มีรายละเอียดดังนี้

1. บริษัท บริษัทแลนด์แอนด์เฮาส์ จำกัด (มหาชน) นำเสนอสถานที่สำคัญแวดล้อมโครงการ คือ มหาวิทยาลัย โรงเรียน สนามกอล์ฟ ห้างสรรพสินค้า โรงพยาบาล ถนนที่สำคัญ สะพานที่สำคัญ จุดขึ้นลงทางด่วน โครงการรถไฟฟ้าในอนาคต ตลาด สวนสนุก สวนสัตว์ โดยระบุชื่อสถานที่ และบอกระยะทางจากโครงการถึงสถานที่นั้นเป็นหน่วยกิโลเมตร

2. บริษัท แอสสิริ จำกัด (มหาชน) นำเสนอสถานที่สำคัญแวดล้อมโครงการ คือ สถานศึกษา ห้างสรรพสินค้า สำนักงานเขต โรงพยาบาล สนามกีฬา สถานีตำรวจ สวนสาธารณะ ถนนที่สำคัญ จุดขึ้นลงทางด่วน ถนนในอนาคต โครงการรถไฟฟ้าในอนาคต โดยระบุชื่อสถานที่ แต่ไม่ได้บอกระยะทางจากโครงการ

3. บริษัท เอเชียน พร็อพเพอร์ตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด(มหาชน) นำเสนอสถานที่สำคัญแวดล้อมโครงการ คือ ห้างสรรพสินค้า สถานศึกษา โรงพยาบาล มหาวิทยาลัย ถนนที่สำคัญ จุดขึ้นลงทางด่วน สถานีรถไฟฟ้า โดยระบุชื่อสถานที่ แต่ไม่ได้บอกระยะทางจากโครงการ

ผู้วิจัยสรุปปัจจัยแวดล้อมที่มีผลต่อการอยู่อาศัยตามลักษณะ ดังนี้

1. ปัจจัยแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่ สาธารณูปโภคของรัฐ คุณภาพถนน การระบายน้ำ ไฟส่องสว่าง

2. ปัจจัยแวดล้อมทางเศรษฐกิจ ได้แก่ ห้างสรรพสินค้า ตลาด

3. ปัจจัยแวดล้อมทางสังคม ได้แก่ สถานศึกษา โรงพยาบาล สถานที่ราชการ สนามกีฬา สวนสาธารณะ สถานนันทนาการ

4. ปัจจัยแวดล้อมทางการคมนาคม ได้แก่ ถนนที่สำคัญ จุดขึ้นลงทางด่วน สถานีรถไฟฟ้า ถนนในอนาคต โครงการรถไฟฟ้าในอนาคต

แนวคิดด้านปัจจัยเพิ่มเติมในตัวอสังหาริมทรัพย์

1. แนวคิดด้านการส่งเสริมการตลาดที่เร่งการตัดสินใจของลูกค้า

แนวคิดด้านการส่งเสริมการตลาดที่เร่งการตัดสินใจของลูกค้าในโครงการอสังหาริมทรัพย์ ศึกษาข้อมูลจากบทความของ บัณฑิตชัย ไชยอนงค์ศักดิ์ (2544) ผู้วิจัยสรุปได้ว่า

การสำรวจและวิจัยรวบรวมรูปแบบการส่งเสริมทางการตลาดที่ไม่อยู่ในเงื่อนไขของปัจจัยภายนอกและภายในโครงการ มีดังนี้

1. การลดโฆษณาทางสื่อต่าง ๆ	2. การรับส่วนลด แจก แคม
3. การชิงรางวัล จับสลาก	4. การดาวน์น้อยผ่อนนาน
5. การไม่ต้องมีเงินจอง	6. การวางเงินจองจำนวนน้อย
7. การสร้างห้องหรือบ้านตัวอย่าง	8. การเลือกวัสดุตกแต่งภายใน
9. การแถมโทรศัพท์สายตรง	10. การให้สิทธิใช้สโมสร สระว่ายน้ำ
11. การออกจดหมายแก่ลูกค้า	12. การปลอดดอกเบี้ยช่วงผ่อนดาวน์
13. การมอบบัตรเครดิตเพื่อซื้อของบนห้างสรรพสินค้า	14. การมีรูปแบบบ้านให้เลือกหลากหลาย
15. การทำป้ายทางเข้าโครงการ	16. การบริการอาคารจอดรถฟรี
17. การบริการดูแลชุมชนฟรีในระยะเวลาที่กำหนด	18. การให้แรงจูงใจลูกค้าเก่าที่ขายบ้านได้
19. การจ่ายดอกเบี้ยเงินดาวน์ให้แก่ผู้ซื้อ	20. การประกันภัยในเวลากำหนด
21. การทดลองอยู่ก่อนแล้วจึงจอง	22. การเข้าไปอยู่ก่อนแล้วจึงจอง
23. การเข้าไปอยู่ก่อนโอนที่หลัง	24. การตั้งสำนักงานขายในห้างสรรพสินค้า
25. การจัดกิจกรรมภายในโครงการ	26. การประกันสินเชื่อตลอดชีพ
26. การประกันสินเชื่อตลอดชีพ	
27. การออกวารสารแก่ลูกค้า	28. การผ่อนชำระถึง 25%
29. การสร้างภาพพจน์ที่ดีของบริษัท	30. การสร้างกิจกรรมการกุศล
31. การบริการปรับและถมที่ดินฟรี	32. การบริการบ่มบับัดน้ำเสียฟรี
33. การลดราคาขาย	34. การแถมเฟอร์นิเจอร์
35. แคมทอง	36. แคมเครื่องซักผ้า

37. ปูพื้นหินอ่อน แกรนิต ปาร์เก้ฟรี	38. ทำสัญญาจองฟรี
39. แต่งห้องฟรี	40. ลู่วางวัลรถยนต์
41. ลู่วางวัลมอเตอร์ไซค์	42. เทพื้นลานจอดรถฟรี
43. แจกธนบัตรหลวงพ่อกุณฟรี	44. ชุดเครื่องเสียง
47. แคมโทรทัศน์สายตรง	48. ทำสัญญา จอง ฟรี
49. มีสระว่ายน้ำ สโมสร	50. ปูหินอ่อนฟรี
51. รับกรมธรรม์จาก AIA	52. ถมที่ให้
53. ทำมุ้งลวดเหล็กดัดฟรี	54. ค่าธรรมเนียมมิเตอร์น้ำ ไฟ ฟรี
55. แคมเฟอร์นิเจอร์ เครื่องครัว	56. ลู่วางวัลคอนโดมิเนียม
57. คั่มครองเครดิตเงินกู้	58. ปูพรมฟรี
59. ทำวอลเปเปอร์ให้ฟรี	60. ปลุกผลไม้และดูแลให้ฟรี
61. ลู่วางวัลคอนโดมิเนียม	62. คั่มครองเครดิตเงินกู้
63. แคมเครื่องใช้ไฟฟ้า	64. แคมตัวเครื่องบิน ท่องเที่ยว
65. แคมบานเลื่อนกระจก	66. แคมถังบำบัดน้ำเสีย
67. ดูแลต้นไม้ให้ฟรี	68. รับเหรียญหรือวัตถุมงคลฟรี
69. ตกแต่งอาคารให้ฟรี	70. แคมปัมน้ำฟรี

2. ข้อมูลปัจจัยเพิ่มเติมที่นำเสนอต่อผู้บริโภค

ข้อมูลปัจจัยเพิ่มเติมที่นำเสนอต่อผู้บริโภค จากผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์รายใหญ่ที่มีส่วนแบ่งการตลาด 10 อันดับแรก ที่มีข้อมูลที่เปิดเผยออกมาในสื่อการตลาด ในขอบเขตของบ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์เฮาส์ โดยยกตัวอย่าง 3 บริษัท บริษัทที่ผู้วิจัย เลือกนำ มาศึกษาเปรียบเทียบคือ

1. บริษัท บริษัทแลนด์แอนด์เฮาส์ จำกัด (มหาชน)
2. บริษัท แسنสิริ จำกัด (มหาชน)
3. บริษัท เอเชียน พร็อพเพอร์ตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด(มหาชน)

มีรายละเอียดดังนี้

1. บริษัท บริษัทแลนด์แอนด์เฮาส์ จำกัด (มหาชน) เสนอปัจจัยที่เพิ่มเติมในตัวบ้านแก่ลูกค้า คือ ตกแต่งสวนภายนอกบ้าน ตกแต่งห้องน้ำพร้อมสุขภัณฑ์ ติดตั้งเครื่องปรับอากาศ แทงค์

น้ำ ป้อนน้ำ ครวไทย ตกแต่งพื้นภายใน ตกแต่งเฟอร์นิเจอร์ ผนังวอลเปเปอร์ ระบบกำจัดปลวก ตามการพิจารณาของแต่ละโครงการเฉพาะแปลงที่กำหนด

2. บริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) เสนอปัจจัยที่เพิ่มเติมในตัวบ้านแก่ลูกค้า คือ จัดสวนฟรี แคมเครื่องใช้ไฟฟ้า แคมทีวีจอแบน (LCD TV) แคมการตกแต่งพร้อมอยู่ แคมบัตรกำนัลร้านขายของตกแต่งบ้าน ตามการพิจารณาของแต่ละโครงการเฉพาะแปลงที่กำหนด

3. บริษัท เอเชียน พร็อพเพอร์ตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) เสนอปัจจัยที่เพิ่มเติมในตัวบ้านแก่ลูกค้า คือ แคมเครื่องปรับอากาศทุกห้องนอน แคมเครื่องใช้ไฟฟ้า แคมทีวีจอแบน (LCD TV) และ ชุดโคมเอนกเตอร์ ตามการพิจารณาของแต่ละโครงการเฉพาะแปลงที่กำหนด

3. แนวความคิดด้านสิ่งที่ต้องการในที่อยู่อาศัย

แนวความคิดด้านสิ่งที่ต้องการในที่อยู่อาศัย ศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากบทความของ บัณฑิต จุลลาสัย และ ยุวดี ศิริ (2548) ผู้วิจัยสรุปได้ว่า ความต้องการที่อยู่อาศัยของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ปี 2548 พบว่าสิ่งที่กลุ่มประชากรมีความต้องการในที่อยู่อาศัย คือ

1. ต้องการสภาพแวดล้อมที่ดี
2. ขนาดและพื้นที่ใช้สอย
3. มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน
4. มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบ

ผู้วิจัยสรุปปัจจัยเพิ่มเติมในตัวบ้านที่มีผลต่อการอยู่อาศัยตามลักษณะ ดังนี้

1. สิ่งอำนวยความสะดวกในตัวบ้าน ได้แก่ เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องปรับอากาศ แทงค์น้ำ
ป้อนน้ำ
2. สิ่งป้องกันเพื่อความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ได้แก่ ระบบสัญญาณกันขโมย กล้องวงจรปิด มุ้งลวดและเหล็กดัด ระบบกำจัดปลวก
3. ของแถมที่เพิ่มเติมเพื่อการตกแต่งบ้าน ได้แก่ แคมชุดเฟอร์นิเจอร์ แคมการตกแต่งสวนภายนอกบ้าน แคมตกแต่งห้องน้ำพร้อมสุขภัณฑ์ แคมชุดครัว

สรุป

ในบทนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแผนธุรกิจการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์บนที่ดินขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานครชั้นในและชั้นกลาง สรุปได้ดังนี้

1. แผนธุรกิจที่ดีในธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประกอบด้วย องค์ประกอบหลักคือ ข้อมูลสถานะตลาด แผนการบริหาร แผนการตลาด แผนการก่อสร้าง แผนการเงิน

2. การพัฒนาอสังหาริมทรัพย์จากฐานความรู้ทฤษฎี ในรูปแบบขนาดพื้นที่ใช้สอย และรูปแบบทางกายภาพของอสังหาริมทรัพย์ประเภท บ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์เฮาส์ ผู้วิจัยสรุปแบบบ้านที่มีขนาดเล็ก 2 อันดับในแต่ละประเภทได้ดังนี้

2.1. บ้านเดี่ยว

1) บ้านเดี่ยวหน้ากว้างของอาคาร 6.5 เมตร ความลึกของอาคาร 9 เมตร ความสูง 2 ชั้น พื้นที่ใช้สอย 115 ตารางเมตร ประกอบด้วย 3 ห้องนอน 2 ห้องน้ำ 1 ที่จอดรถ

2) บ้านเดี่ยวหน้ากว้างของอาคาร 9 เมตร ความลึกของอาคาร 8.5 เมตร ความสูง 2 ชั้น พื้นที่ใช้สอย 150 ตารางเมตร ประกอบด้วย 3 ห้องนอน 3 ห้องน้ำ 2 ที่จอดรถ

2.2 บ้านแฝด

1) บ้านแฝดหน้ากว้างของอาคาร 5 เมตร ความลึกของอาคาร 8.5 เมตร ความสูง 3 ชั้น พื้นที่ใช้สอย 150 ตารางเมตร ประกอบด้วย 3 ห้องนอน 3 ห้องน้ำ 2 ที่จอดรถ

2) บ้านแฝดหน้ากว้างของอาคาร 6.5 เมตร ความลึกของอาคาร 9 เมตร ความสูง 2 ชั้น พื้นที่ใช้สอย 115 ตารางเมตร ประกอบด้วย 3 ห้องนอน 2 ห้องน้ำ 1 ที่จอดรถ

2.3 ทาวน์เฮาส์

1) ทาวน์เฮาส์หน้ากว้างของอาคาร 4 เมตร ความลึกของอาคาร 9 เมตร ความสูง 3 ชั้น พื้นที่ใช้สอย 115 ตารางเมตร ประกอบด้วย 3 ห้องนอน 3 ห้องน้ำ 1 ที่จอดรถ

2) ทาวน์เฮาส์หน้ากว้างของอาคาร 5 เมตร ความลึกของอาคาร 8.5 เมตร ความสูง 3 ชั้น พื้นที่ใช้สอย 150 ตารางเมตร ประกอบด้วย 3 ห้องนอน 3 ห้องน้ำ 2 ที่จอดรถ

รูปแบบของอาคารในเชิงสถาปัตยกรรมภายนอกที่สามารถสื่อให้เข้าใจตรงกัน ที่มีการสร้างและซื้อขายอยู่ในตลาดอสังหาริมทรัพย์ ผู้วิจัยสรุปได้ 6 รูปแบบ ได้แก่

- 1) รูปแบบไทยประยุกต์
- 2) รูปแบบรีสอร์ท
- 3) รูปแบบร่วมสมัย

4) รูปแบบเขตร้อนสมัยใหม่

5) รูปแบบสมัยใหม่

6) รูปแบบตะวันตก

3. กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้างอาคาร โดยไม่เข้าข่ายโครงการจัดสรร สรุปข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับขนาดที่ดินในการวิจัย คือ รัศมีรั่นของอาคารจากแนวเขตที่ดิน และรัศมีรั่นจากแนวถนน และการแบ่งที่ดินไม่เกิน 9 แปลง

4. แนวคิดด้านปัจจัยแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการอยู่อาศัย สรุปปัจจัยแวดล้อมที่มีผลต่อการอยู่อาศัยตามลักษณะ ดังนี้

1) ปัจจัยแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่ สาธารณูปโภคของรัฐ คุณภาพถนน การระบายน้ำ ไฟส่องสว่าง

2) ปัจจัยแวดล้อมทางเศรษฐกิจ ได้แก่ ห้างสรรพสินค้า ตลาด

3) ปัจจัยแวดล้อมทางสังคม ได้แก่ สถานศึกษา โรงพยาบาล สถานที่ราชการ สนามกีฬา สวนสาธารณะ สถานนันทนาการ

4) ปัจจัยแวดล้อมทางการคมนาคม ได้แก่ ถนนที่สำคัญ จุดขึ้นลงทางด่วน สถานีรถไฟฟ้า ถนนในอนาคต โครงการรถไฟฟ้าในอนาคต

5. แนวคิดด้านปัจจัยเพิ่มเติมในตัวอย่างกรณีศึกษา สรุปปัจจัยเพิ่มเติมในตัวอย่างกรณีศึกษาที่มีผลต่อการอยู่อาศัยตามลักษณะ ดังนี้

1) สิ่งอำนวยความสะดวกในบ้าน ได้แก่ เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องปรับอากาศ แสง น้ำ ปูน

2) สิ่งป้องกันเพื่อความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ได้แก่ ระบบสัญญาณกันขโมย กล้องวงจรปิด มุ้งลวดและเหล็กดัด ระบบกำจัดปลวก

3) ของแถมที่เพิ่มเติมเพื่อการตกแต่งบ้าน ได้แก่ แคมชุดเฟอร์นิเจอร์ แคมการตกแต่งสวนภายนอกบ้าน แคมตกแต่งห้องน้ำพร้อมสุขภัณฑ์ แคมชุดครัว

ปัจจัยที่สรุปได้ จะนำไปสู่การกำหนดตัวแปรในการวิจัย เพื่อดำเนินการตามระเบียบวิธีวิจัย และใช้เครื่องมือที่เหมาะสมในการวิจัยที่จะกล่าวในบทต่อไป