

ความเป็นไปได้ทางการเงินในการลงทุนพัฒนาที่ดินเป็นศูนย์การค้าบนถนนสุขุมวิทวงศ์

โดย

สิริชัย ฤทธิปัญญาวงศ์

งานวิจัยเฉพาะเรื่องนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ)

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

พ.ศ. 2551

ความเป็นไปได้ทางการเงินในการลงทุนพัฒนาที่ดินเป็นศูนย์การค้าบนถนนสุขุมวิทวงศ์

โดย

สิริชัย ฤทธิปัญญาวงศ์

งานวิจัยเฉพาะเรื่องนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต(เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ)

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

พ.ศ. 2551

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

คณะเศรษฐศาสตร์

งานวิจัยเฉพาะเรื่อง

ของ

นายสิริชัย ฤทธิปัญญาวงศ์

เรื่อง

ความเป็นไปได้ทางการเงินในการลงทุนพัฒนาที่ดินเป็นศูนย์การค้าบนถนนสุขุมวิทวงศ์

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ)

เมื่อ วันที่ 22 พฤษภาคม พ.ศ. 2551

อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัยเฉพาะเรื่อง

(ศาสตราจารย์ ดร.พรายพล คุ่มทรัพย์)

กรรมการงานวิจัยเฉพาะเรื่อง

(รองศาสตราจารย์ ดร.เยาวเรศ ทับพันธุ์)

คณบดี

(รองศาสตราจารย์ ดร.นิพนธ์ พัวพงศกร)

บทคัดย่อ

โครงการลงทุนพัฒนาที่ดินเป็นศูนย์การค้าที่ตั้งอยู่บนถนนสุขุมวิท ซึ่งเป็นถนนที่อยู่บริเวณรอบนอกฝั่งตะวันออกของกรุงเทพมหานคร มีแนวโน้มที่จะขยายตัวทางพาณิชย์กรรมมากขึ้นในอนาคตด้วยหลายปัจจัย แต่เนื่องจากข้อจำกัดทางกฎหมายในการสร้างพื้นที่ประกอบการพาณิชย์กรรม คือ เป็นพื้นที่สีขาวมีกรอบและเส้นทแยงสีเขียวตามกฎหมายผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร จึงทำให้ถนนสุขุมวิทมีพื้นที่พาณิชย์กรรมไม่เพียงพอต่อการขยายตัวของเมืองโดยรอบ ดังนั้นโครงการลงทุนพัฒนาที่ดินเป็นศูนย์การค้าบนถนนสุขุมวิทจะเป็นโครงการที่ตอบสนองความต้องการพื้นที่ประกอบการพาณิชย์กรรมของทั้งผู้ประกอบการ และผู้ใช้บริการในพื้นที่ และเพื่อเป็นการสร้างแม่เหล็กดึงดูดผู้เข้าร่วม และผู้ใช้บริการศูนย์การค้า (Anchor) ศูนย์การค้าสุขุมวิทได้นำพื้นที่บางส่วนของที่ดินซึ่งจำเป็นต้องเป็นที่ว่างตามกฎหมายมาพัฒนาเป็นสวนสาธารณะ ทะเลสาบ และสนามกีฬา และกำหนดให้ศูนย์การค้าเป็นศูนย์การค้าแบบเปิดที่มีซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดเล็ก ร้านขายสินค้าเฉพาะทาง และร้านอาหารริมทะเลสาบ เป็นแม่เหล็กดึงดูดผู้เข้าร่วม และผู้ใช้บริการให้มาเช่า และใช้บริการของศูนย์การค้าเป็นประจำ

งานวิจัยเรื่อง “ความเป็นไปได้ทางการเงินในการลงทุนพัฒนาที่ดินเป็นศูนย์การค้าบนถนนสุขุมวิท” มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนโครงการพัฒนาที่ดินเป็นศูนย์การค้าบนถนนสุขุมวิทว่าเป็นไปได้หรือไม่ และอย่างไร โดยใช้ทฤษฎีการสร้างศูนย์การค้า ปัจจัยทางด้านกฎหมาย ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง และปัจจัยด้านการตลาดในการกำหนดองค์ประกอบพื้นที่โครงการลงทุน ใช้ทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ในการกำหนดต้นทุนและรายรับของโครงการลงทุน และใช้ทฤษฎีทางการเงินในการพิจารณาความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการลงทุน โดยมีวิธีการรวบรวมข้อมูลโดยใช้ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ และแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ซึ่งข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลปฐมภูมินั้น ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง และการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามจำนวน 297 ชุด แบ่งเป็นแบบสอบถามผู้ใช้บริการจำนวน 177 ชุด แบบสอบถามผู้ประกอบการขนาดร้านไม่เกิน 30 ตารางเมตร จำนวน 50 ชุด แบบสอบถามผู้ประกอบการขนาดร้าน 40-120 ตารางเมตรจำนวน จำนวน 50 ชุด และ แบบสอบถามผู้ประกอบการขนาดร้าน 120 ตารางเมตรขึ้นไป หรือ ร้านค้าดึงดูดจำนวน 20 ชุด

ผู้ใช้บริการกลุ่มเป้าหมายที่ให้สัมภาษณ์เห็นว่า แม่เหล็กดึงดูดศูนย์การค้าสุขุมวิทที่มีลักษณะเป็น ศูนย์การค้าแบบเปิด สวนสาธารณะ ทะเลสาบ และสนามกีฬามีความน่าสนใจค่อนข้างมาก และความเป็นไปได้ที่จะใช้บริการศูนย์การค้าสุขุมวิท และสวนสาธารณะของ

ศูนย์การค้าสุวินทวงศ์ค่อนข้างมาก ผู้ประกอบการทั้งผู้ประกอบการขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ เห็นว่าแม่เหล็กดึงดูดมีความน่าสนใจค่อนข้างมาก และมีความสนใจการเช่าพื้นที่ประกอบกิจการค่อนข้างมากอีกด้วย องค์ประกอบพื้นที่โครงการลงทุน พบว่า สำหรับผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางควรจะสร้างอาคาร 2 ชั้น เพื่อเป็นพื้นที่ให้เช่า จำนวน 29 อาคาร (พื้นที่พาณิชย์กรรมอาคารละ 300 ตารางเมตร) ใช้พื้นที่ 8,526 ตารางเมตร สำหรับผู้ประกอบการขนาดใหญ่ควรจะสร้างอาคารชั้นเดียว จำนวน 4 อาคาร และจัดสรรพื้นที่สำหรับสร้างร้านอาหารริมทะเลสาป จำนวน 5 ยูนิต ใช้พื้นที่ 2,700 ตารางเมตร สำหรับสวนสาธารณะทะเลสาป สนามกีฬาและถนน ควรจะใช้พื้นที่ 12,334 ตารางเมตร และควรจะมีที่จอดรถ 570 คัน ใช้พื้นที่ 6,840 ตารางเมตร สัดส่วนพื้นที่เช่าและค่าเช่าของผู้เช่าขนาดเล็กและขนาดกลางซึ่งกำหนดโดยทฤษฎีการแบ่งแยกราคาขายชั้นที่ 3 (Third-degree price discrimination) คือ 3,200, 5,500 ตารางเมตร และค่าเช่าต่อตารางเมตรต่อเดือน คือ 430 และ 388 บาท ในขณะที่จำนวนพื้นที่เช่าและค่าเช่าของผู้เช่าขนาดใหญ่ กำหนดจากลักษณะพื้นที่ของโครงการลงทุน ทฤษฎีการสร้างศูนย์การค้า และแบบสอบถามผู้ประกอบการขนาดใหญ่ สัดส่วนและค่าเช่าต่อตารางเมตรต่อเดือนของผู้เช่าขนาดใหญ่ คือ 2,700 ตารางเมตร และ 255 บาท ตามลำดับ

ในด้านความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการลงทุน พบว่า ในกรณีปกติ ซึ่งสามารถขึ้นค่าเช่าได้ร้อยละ 5 ต่อปี มีผู้เช่าพื้นที่ร้อยละ 95 ของพื้นที่ทั้งหมด และต้นทุนค่าก่อสร้างเท่ากับที่คาดการณ์ พบว่าโครงการลงทุนมีผลตอบแทนที่คุ้มค่าต่อการลงทุน โดยโครงการลงทุนมีระยะเวลาคืนทุนคือ 4.76 ปี มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ (NPV) เท่ากับ 92,358,521 บาท และอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) เท่ากับร้อยละ 22.11 อีกทั้งเมื่อทดสอบความคุ้มค่าในการลงทุนในกรณีที่สามารขึ้นค่าเช่าได้เพียงร้อยละ 5 ทุก 3 ปี หรือ มีผู้เช่าเช่าเพียงร้อยละ 80 ของพื้นที่ทั้งหมด หรือ ต้นทุนการก่อสร้างสูงกว่าที่คาดการณ์ร้อยละ 20 ไม่ว่ากรณีใดกรณีหนึ่งเกิดขึ้นโครงการลงทุนศูนย์การค้าสุวินทวงศ์ก็ยังคงมีความคุ้มค่าในการลงทุน ปัจจัยซึ่งส่งผลในทิศทางลบต่อมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการลงทุนมากที่สุดคือ ปัจจัยการปรับระดับค่าเช่า รองลงมาคือปัจจัยจำนวนยูนิตที่มีการเช่า และปัจจัยต้นทุนการก่อสร้าง ในทางตรงกันข้ามปัจจัยที่ส่งผลในทิศทางบวกต่อมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการลงทุนมากที่สุด คือ ปัจจัยการปรับระดับค่าเช่า รองลงมาคือปัจจัยต้นทุนการก่อสร้าง และปัจจัยจำนวนยูนิตที่มีการเช่าตามลำดับ โครงการลงทุนศูนย์การค้าสุวินทวงศ์ หากค่าเช่าพื้นที่ลดลงจากที่ตั้งไว้มากกว่าร้อยละ 29 โดยที่ไม่สามารถเพิ่มค่าเช่าได้ในปีต่อ ๆ ไป หรือ โครงการลงทุนมีผู้เช่าต่ำกว่าร้อยละ 52 หรือ ต้นทุนการก่อสร้างเพิ่มขึ้นมากกว่าร้อยละ 76 จะทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการลงทุนเป็นลบ

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้ได้รับความอนุเคราะห์เป็นอย่างดีจากบุคคลหลายฝ่าย ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ศาสตราจารย์ ดร.พรายพล คุ้มทรัพย์ อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัยเฉพาะเรื่องฉบับนี้ ซึ่งให้คำปรึกษาที่เป็นประโยชน์อย่างสูงในทุก ๆ ด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการกำหนดแนวทางการศึกษาครั้งนี้

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.เยาวเรศ ทับพันธุ อาจารย์กรรมการงานวิจัยเฉพาะเรื่องฉบับนี้ ซึ่งให้คำปรึกษาที่เป็นประโยชน์ และ ทำให้งานวิจัยฉบับนี้มีความสมบูรณ์มากขึ้นเป็นอย่างมาก

ขอขอบพระคุณ คุณแม่กนกธร และคุณพ่ออโณทัย บุพการีของผู้วิจัย ผู้ซึ่งมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการกำหนดหัวข้องานวิจัยฉบับนี้ เป็นกำลังใจที่สำคัญ และเป็นผู้ให้ทุก ๆ สิ่งทุก ๆ อย่างกับผู้วิจัยตลอดมา

ขอขอบคุณ คุณสันติชัย คุณพนิดา คุณกันหา คุณวณิษฐา และคุณปรัชญา ที่มีส่วนช่วยในการรวบรวมข้อมูลแบบสอบถาม

ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่โครงการเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ ที่มีส่วนช่วยในการอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ และตรวจสอบความสมบูรณ์ของงานวิจัย

ขอขอบพระคุณ คุณพ่อยวง และคุณแม่สายทอง คุณพ่อคุณแม่ของคุณแสงสุรีย์ที่ให้การต้อนรับและดูแลเป็นอย่างดี ในด้านสถานที่ทำงานวิจัย

สุดท้ายนี้ งานวิจัยฉบับนี้งานวิจัยจะไม่สำเร็จล่วงได้เป็นอย่างดี หากขาดความช่วยเหลือ และ กำลังใจจาก คุณ แสงสุรีย์ ผู้วิจัยขอขอบคุณเป็นอย่างสูง

หากมีข้อบกพร่องหรือผิดพลาดในส่วนใดเกิดขึ้นในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยต้องขออภัยมา ณ ที่นี้ และขอน้อมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว

สิริชัย ฤทธิปัญญาวงศ์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

พ.ศ. 2551

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
กิตติกรรมประกาศ.....	(3)
สารบัญตาราง	(7)
สารบัญภาพประกอบ.....	(9)
 บทที่	
1. บทนำ.....	1
ความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	8
ขอบเขตของการศึกษา	8
แหล่งข้อมูล.....	9
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	9
รูปแบบโครงการลงทุน	10
2. ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และวิธีการศึกษา	13
ทฤษฎี.....	13
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	28
วิธีการศึกษา	34

3. ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อโครงการลงทุน และองค์ประกอบพื้นที่โครงการลงทุน.....	40
ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม.....	40
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อโครงการลงทุน	59
องค์ประกอบพื้นที่โครงการลงทุน	66
4. ต้นทุน รายรับ และความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการลงทุน.....	69
ต้นทุนของโครงการลงทุน	69
รายรับของโครงการลงทุน.....	73
ความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการลงทุน.....	79
5. สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ.....	86
สรุปผลการศึกษา	86
ข้อเสนอแนะ	87
ภาคผนวก	
ก. แบบสอบถาม	90
ข. การสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง	110
ค. วิธีการคำนวณระดับค่าเช่า และ สัดส่วนพื้นที่เช่าขนาดเล็กและขนาดกลาง.....	112
ง. รายละเอียดรายรับ และต้นทุนของโครงการลงทุนในแต่ละปี	115
จ. กระแสเงินสด ในการคำนวณความเป็นไปได้ทางการเงินของแต่ละกรณี (เมื่อระยะเวลาลงทุน คือ 10 ปี)	118

จ. กระแสเงินสดของโครงการลงทุนในกรณีที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันเปลี่ยนจาก ค่าบวกเป็นค่าลบ	125
บรรณานุกรม	139

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1.1	พื้นที่ที่มีการเพิ่มขึ้นของที่อยู่อาศัยในแนวราบ แยกตามเขตในปี 2539 – 2548 (10 อันดับแรก).....	2
1.2	จำนวนประชากรในเขตเป้าหมายและประชากรในกรุงเทพมหานคร ปี 2549 .	7
1.3	ประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไป ที่ออกกำลังกายในเขตเทศบาลทั่วประเทศ ปี 2547	7
2.1	รูปแบบของศูนย์การค้าแบบเปิด	25
3.1	ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	42
3.2	ช่วงเวลาและความถี่ในการใช้บริการศูนย์การค้า.....	43
3.3	ศูนย์การค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามไปใช้บริการมากที่สุดเรียงตามลำดับคะแนน	44
3.4	กิจกรรมที่ใช้บริการมากที่สุดเมื่อไปศูนย์การค้าเรียงตามลำดับคะแนน.....	44
3.5	ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามผู้ประกอบการ.....	46
3.6	ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามต่อสวนสาธารณะ	47
3.7	ทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามต่อแม่เหล็กดึงดูดศูนย์การค้าสุวินทวงศ์.....	50
3.8	รายละเอียดการเช่าสถานที่ประกอบการในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม..	52
3.9	ทัศนคติเกี่ยวกับสัญญาเช่าด้านค่าใช้จ่ายที่ต้องจ่ายในการทำสัญญา	55
3.10	ทัศนคติของผู้ประกอบการต่อการจัดเก็บค่าส่วนกลาง.....	55
3.11	ทัศนคติเกี่ยวกับสัญญาเช่าด้านระยะเวลาของสัญญา.....	56
3.12	ความพึงพอใจต่อรูปแบบสัญญาเช่าจำลอง.....	57
3.13	ข้อมูลด้านความต้องการระบบสาธารณูปโภค	58
3.14	ปริมาณความต้องการเช่าพื้นที่รวมของศูนย์การค้า ณ ระดับค่าเช่าต่าง ๆ	59
3.15	ความต้องการพื้นที่เช่าศูนย์การค้าสุวินทวงศ์ของผู้ประกอบการแบบร้านค้าดึงดูด	67
3.16	สัดส่วนอาคารและพื้นที่ของโครงการพัฒนาที่ดินเป็นศูนย์การค้าสุวินทวงศ์...	69
4.1	งบประมาณในการลงทุน.....	71
4.2	ต้นทุนคงที่ในแต่ละเดือน.....	72
4.3	ต้นทุนแปรผันประมาณการในแต่ละเดือนของโครงการลงทุน	73

4.4	ค่าเช่าของศูนย์การค้าสุวินทวงศ์สำหรับผู้ประกอบการประเภทร้านค้า ดึงดูดขนาด 300 ตารางเมตร.....	75
4.5	รายรับของโครงการลงทุน.....	78
4.6	ผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการลงทุนในแต่ละกรณี	82
4.7	ผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการลงทุนในแต่ละกรณี เมื่อระยะเวลาการลงทุน 15 ปี.....	85

สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่		หน้า
1.1	ภาพแสดงพื้นที่โครงการลงทุนเดิม และโครงการที่ทำการศึกษา	10
2.1	การแบ่งแยกราคาขายขั้นที่ 3.....	17
3.1	ปริมาณความต้องการเช่าพื้นที่ของศูนย์การค้า ณ ระดับค่าเช่าต่าง ๆ ของผู้เช่าขนาดกลาง และผู้เช่าขนาดเล็ก	60
3.2	ภาพแสดงผังเมืองกรุงเทพมหานครบริเวณพื้นที่โครงการลงทุน ศูนย์การค้าสุวินทวงศ์	61
4.1	ปริมาณความต้องการเช่าพื้นที่ศูนย์การค้าสุวินทวงศ์ของผู้เช่าขนาดกลางรวม กับปริมาณความต้องการเช่าพื้นที่ศูนย์การค้าสุวินทวงศ์ของผู้เช่าขนาดเล็ก ..	76
4.2	ระดับค่าเช่าพื้นที่ศูนย์การค้าสุวินทวงศ์ของผู้เช่าขนาดเล็ก โดยวิธีการ แบ่งแยกราคาขายขั้นที่ 3.....	77
4.3	ระดับค่าเช่าพื้นที่ศูนย์การค้าสุวินทวงศ์ของผู้เช่าขนาดกลางโดยวิธีการ แบ่งแยกราคาขายขั้นที่ 3.....	77

ตารางที่ 1.1

พื้นที่ที่มีการเพิ่มขึ้นของที่อยู่อาศัยในแนวราบ แยกตามเขตในปี 2539 – 2548 (10 อันดับแรก)

ลำดับ	เขต	จำนวนหน่วย (หลังคาเรือน)
1	หนองจอก	20,662
2	มีนบุรี	18,518
3	บางขุนเทียน	14,784
4	บางเขน	12,391
5	คลองสามวา	10,737
6	ประเวศ	10,440
7	บึงกุ่ม	9,882
8	หนองแขม	9,789
9	ลาดกระบัง	9,538
10	ภาษีเจริญ	8,604
กรุงเทพมหานคร		241,825

ที่มา: สำนักงานเขตในกรุงเทพมหานคร กรมการปกครอง (รวบรวมข้อมูลโดย ศูนย์ข้อมูล
อสังหาริมทรัพย์ ธอส)¹

แม้ว่าถนนสุวินทวงศ์จะมีปัจจัยที่ส่งเสริมความต้องการพื้นที่ประกอบการพาณิชย์ แต่พื้นที่ริมถนนสุวินทวงศ์ส่วนมากยังเป็นพื้นที่เพื่อการเกษตรกรรม และพื้นที่ว่างจำนวนมาก ริมถนนไม่ค่อยมีตึกหรืออาคารพาณิชย์ดังเช่นถนนอื่น ๆ ในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากถนนสุวินทวงศ์โดยเฉพาะในส่วนของโครงการลงทุนพัฒนาที่ดินเป็นศูนย์การค้าบนถนนสุวินทวงศ์ เป็นพื้นที่สีขาว มีกรอบและเส้นทแยงสีเขียวตามกฎหมายผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นที่ดินที่มีข้อจำกัดในข้อกำหนดค่อนข้างมากในการก่อสร้างอาคาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งอาคารเพื่อการพาณิชย์กรรมจะมีข้อจำกัดทางกฎหมายค่อนข้างมาก² ประกอบกับที่ดินริมถนนสุวินทวงศ์ที่นั่นเป็นของ

¹ วารสารอาคารสภาวะ ปีที่ 12 ฉบับที่ 46 กค.-ก.ย 2549

² สำนักผังเมือง ,ผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร,2549

เจ้าของที่ดินเพียงไม่กี่ราย ซึ่งไม่มีนโยบายในการแบ่งขายที่ดินเป็นแปลงเล็ก ๆ ทำให้การลงทุนประกอบกิจการพาณิชย์จะต้องเช่าที่ดินเปล่ามาและทำการก่อสร้างอาคาร หรือ ซื้อที่ดินครั้งละมากกว่า 10 ไร่ ซึ่งจะเป็นที่ดินแปลงใหญ่ที่ไม่ได้พื้นที่เฉพาะส่วนที่ติดถนนเท่านั้น จะต้องซื้อที่ดินทั้งแปลงรวมพื้นที่ด้านหลังด้วย จึงทำให้แทบจะไม่มีอาคารพาณิชย์บนถนนสุวินทวงศ์เลย

ดังนั้นการลงทุนพัฒนาที่ดินเป็นศูนย์การค้าบนถนนสุวินทวงศ์น่าจะเป็นโครงการที่ตอบสนองต่อความต้องการพื้นที่ประกอบการพาณิชย์กรรมประเภทต่าง ๆ บนถนนสุวินทวงศ์ที่เพิ่มสูงขึ้นได้เป็นอย่างดี เนื่องจากโครงการพัฒนาที่ดินเป็นศูนย์การค้านั้นจะประกอบไปด้วยร้านค้า ที่จำหน่ายทั้งสินค้าและบริการต่าง ๆ หลากหลายประเภทเพื่อตอบสนองต่อความต้องการในการบริโภคสินค้าและบริการของประชากรในพื้นที่ที่เพิ่มขึ้นจำนวนมากได้

โดยในการลงทุนพัฒนาที่ดินเป็นศูนย์การค้าบนถนนสุวินทวงศ์นั้น จะใช้ทรัพยากร (Resources) ทางเศรษฐศาสตร์ ทั้ง 4 ประเภท คือ ที่ดิน แรงงาน ทุน และผู้ประกอบการ ซึ่งทรัพยากรหรือปัจจัยการผลิตต่าง ๆ ที่ได้กล่าวมาข้างต้นนี้ล้วนมีอยู่ในปริมาณที่จำกัด (Scarcity) หรือหามาได้ยากทั้งสิ้น ดังนั้นเพื่อการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดดังกล่าวให้เกิดประโยชน์สูงสุด ควรเลือกศึกษาถึงวิธีการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้มีประสิทธิภาพ

โครงการลงทุนพัฒนาที่ดินเป็นศูนย์การค้าบนถนนสุวินทวงศ์นั้นเป็นการเพิ่มมูลค่าในการใช้ประโยชน์จากที่ดินให้มีมากขึ้น อันจะนำมาซึ่งผลตอบแทนของที่ดิน คือ “ค่าเช่าที่ดิน” ที่มากขึ้นตามไปด้วย นอกจากนี้โครงการลงทุนนี้ยังเป็นโครงการที่ใช้ทรัพยากรทุนที่เข้มข้น (Capital intensive) หรือเงินทุนจำนวนมากโดยเฉพาะการลงทุนเริ่มแรกในการปลูกสร้างอาคารและสาธารณูปโภค ซึ่งหากโครงการลงทุนตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มาก ก็จะทำให้ผลตอบแทนที่ควรจะได้จากเงินทุน ซึ่งในทางเศรษฐศาสตร์หมายถึง ดอกเบี้ย และในทางทฤษฎีทางการเงิน หมายถึง ผลตอบแทนจากการลงทุน หรือ อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return : IRR) ของโครงการลงทุนนี้จะเพิ่มสูงขึ้นด้วย ในส่วนของแรงงาน และผู้ประกอบการนั้นจะได้รับผลตอบแทนในรูปของ ค่าจ้าง และกำไร ซึ่งการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินในการลงทุนพัฒนาที่ดินเป็นศูนย์การค้าบนถนนสุวินทวงศ์ถือได้ว่าเป็นการวางแผน และพิจารณาการใช้ทรัพยากรทั้ง 2 ชนิดให้เกิดประโยชน์หรือผลตอบแทนมากที่สุดอีกด้วย

ในการลงทุนพัฒนาที่ดินเป็นศูนย์การค้านี้มีข้อดีสำหรับผู้เช่า คือ ประการแรก ศูนย์การค้าจะเป็นการรวมสถานประกอบการพาณิชย์ประเภทต่าง ๆ ไว้ด้วยกัน ซึ่งจะเป็นสิ่งที่จะช่วยสนับสนุนให้ลูกค้าที่เจาะจงมาซื้อสินค้าในร้านค้าที่อยู่ในศูนย์การค้า นั้น ๆ ได้มีโอกาสรับรู้ถึงสินค้าที่อยู่ในศูนย์การค้าเดียวกันนั้นอีกด้วย ประการที่สองเหตุผลเรื่องการประหยัดต่อขนาด

(Economy of Scale) ในการลงทุนในด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน ทำให้ผู้เช่าร้านค้าในศูนย์การค้าไม่จำเป็นต้องลงทุนในด้านสิ่งแวดล้อม และสร้างสาธารณูปโภคพื้นฐานต่าง ๆ และการดูแลรักษาพื้นที่แต่เพียงผู้เดียว ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ จะถูกเฉลี่ยแบ่งจ่ายกับร้านค้าอื่น ๆ ซึ่งการดำเนินการโดยศูนย์การค้าทำให้ต้นทุนในการก่อสร้างสิ่งต่าง ๆ เช่น ต้นไม้ ภูมิทัศน์ ที่จอดรถ ฯลฯ ได้รับประโยชน์จากการลงทุนเพื่อให้เกิดผลผลิตจำนวนมาก หรือเกิดการประหยัดต่อขนาดในการลงทุนก่อสร้างดังกล่าว ทำให้ต้นทุนในการลงทุนของผู้เช่าในสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้อาจถูกกว่าการลงทุนแยกต่างหากเองได้ และประการสุดท้ายในด้านของการลงทุนของผู้ประกอบการพาณิชย์ การเลือกลงทุนของผู้ประกอบกิจการพาณิชย์นั้น หากผู้ลงทุนเลือกลงทุนโดยการซื้ออาคารจะเป็นการลงทุนที่ใช้เงินทุนของบริษัทเป็นจำนวนมาก อันเป็นผลทำให้ผู้ประกอบการมีเงินลงทุนไปใช้ในการลงทุนอื่น ๆ น้อยลง อีกทั้งในการซื้ออาคารยังเป็นการลงทุนระยะยาวที่มีความเสี่ยงสูง ในการได้ผลตอบแทนจากประโยชน์ของอาคารหรือพื้นที่ที่ผู้ประกอบการพาณิชย์นั้น ๆ มากกว่าการเช่า ซึ่งเหตุผลต่าง ๆ เหล่านี้ทำให้การเช่าร้านค้าเพื่อประกอบการพาณิชย์ในศูนย์การค้านั้นมีข้อดีแตกต่างจากการลงทุนเช่าหรือซื้ออาคารพาณิชย์ในทำเลที่แยกต่างหาก

ในด้านของผู้ให้เช่าการลงทุนพัฒนาที่ดินเป็นศูนย์การค้ามีข้อดีสำหรับผู้ให้เช่าด้านความประหยัดต่อขนาดและการประหยัดต่อขนาดในการลงทุนก่อสร้าง และการทำการตลาดการลงทุนก่อสร้างอาคารพาณิชย์เพียงแห่งเดียวจะมีต้นทุนในการก่อสร้างอาคาร และการทำการตลาดที่สูงกว่าการลงทุนก่อสร้างในจำนวนมาก เนื่องจากมีต้นทุนบางอย่างในการก่อสร้างและการดำเนินการกิจการพาณิชย์ที่สามารถใช้ร่วมกัน อีกทั้งการพัฒนาที่ดินเป็นศูนย์การค้ายังสามารถกำหนดตำแหน่งทางการตลาดและสร้างเอกลักษณ์ของศูนย์การค้าซึ่งเป็นจุดสำคัญในการดึงดูดผู้ใช้บริการและร้านค้าได้ นอกจากนี้การพัฒนาที่ดินเป็นศูนย์การค้ายังทำให้ผู้ให้เช่าสามารถแบ่งประเภทสินค้าออกเป็นหลายประเภท เพื่อการตอบสนองความต้องการของผู้เช่าที่มีศักยภาพทางการเงินในการเช่าที่แตกต่างกันได้อีกด้วย

ในด้านแนวคิดของศูนย์การค้าประเภทต่าง ๆ นั้น แนวคิด Hypermarket ของห้างสรรพสินค้าประเภท Discount Store ซึ่งประสบความสำเร็จมากในประเทศไทย มีใจความสำคัญส่วนหนึ่งของแนวคิด คือ "NO PARKING NO BUSINESS" ไม่มีที่จอดรถก็ไม่มีธุรกิจ เมื่อความเจริญของเมืองมากขึ้นและจำนวนผู้มีรถยนต์ส่วนตัวเพิ่มขึ้น ผู้คนจึงนิยมที่จะออกไปอยู่แถบชานเมืองกัน ดังนั้นหากมีร้านค้าอยู่แถบชานเมืองก็จะสามารถอำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี โดยร้านค้าจะต้องมีสถานที่จอดรถที่กว้างใหญ่และเหมาะสมด้วย และความคิด "ONE-STOP SHOPPING" ซื้อครบทุกสิ่งในสถานที่เดียว ราคาที่ดินบริเวณชานเมืองมัก

มีราคาต่ำ จึงสามารถสร้างร้านค้าใหญ่บนพื้นที่กว้างขวางได้³ ซึ่งโครงการลงทุนพัฒนาที่ดินเป็นศูนย์การค้าสุวินทวงศ์นั้นก็ตอบโจทย์ได้ใกล้เคียงกับแนวความคิดของห้างสรรพสินค้าประเภท Discount Store ซึ่งประสบความสำเร็จมากในประเทศไทยอีกด้วย

การพัฒนาที่ดินเป็นศูนย์การค้าสุวินทวงศ์เป็นศูนย์การค้าสร้างใหม่ การที่ศูนย์การค้าจะประสบความสำเร็จได้ ปัจจัยที่สำคัญมากปัจจัยหนึ่งคือศูนย์การค้าจะต้องมีตำแหน่งทางการตลาดที่ชัดเจน มีจุดยืนของศูนย์การค้า ซึ่งตามแนวความคิด Niche Market Mall ที่เป็นแนวโน้มใหม่ของศูนย์การค้ารูปแบบใหม่ของเมืองไทย บิสิเนสไทย (2549) ได้สรุปถึง พฤติกรรมผู้ซื้อ “หลังยุคสมัยใหม่” (Postmodern Buyers) ว่าผู้ซื้อมีความอ่อนไหวต่อสิ่งเร้าสูง ไม่เห็นความสำคัญของตราสินค้า พวกเขาเพียงต้องการซื้อสินค้า ที่ตอบสนองตามวัตถุประสงค์ในการซื้อของตนเองได้เท่านั้น ที่สำคัญเป้าหมายของผู้บริโภคยุคนี้ไม่มีรอบสิ้นสุดของเวลา และต้องตอบสนองความต้องการหลายอย่างไปพร้อมๆ กัน ซึ่งสิ่งที่เกิดขึ้นไม่จำกัดอยู่แค่สินค้าเท่านั้น แต่คนกลางที่ทำหน้าที่สื่อสารระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคอย่างธุรกิจศูนย์การค้า ก็ไม่อาจหลุดพ้นจากปรากฏการณ์ดังกล่าว ซึ่งในปัจจุบันเจ้าของกิจการศูนย์การค้าเองก็พยายาม ที่จะหาช่องทางเข้าไปถึงตัวผู้บริโภคมากขึ้น มีส่วนแบ่งทางการตลาดใหม่ ๆ ขึ้นอย่างมากมายทั้งไฮเปอร์มาร์เก็ต, สเปเชียลตี้สโตร์ เป็นต้น เพื่อที่จะหา Niche Market ของตัวเอง ศูนย์การค้าสยามพารากอน เป็นตัวอย่างที่ชัดเจนของความพยายามที่จะแบ่งแยกส่วนแบ่งทางการตลาดผู้ใช้บริการศูนย์การค้าของกลุ่มเดอะมอลล์ จากเดิมที่มีเพียงคอนเซ็ปต์เดอะมอลล์ ที่เจาะตลาดทั่วไป และ ดีเอ็มโพเรียม สำหรับตลาดบน หรือ กรณี การแบ่งแยกส่วนแบ่งทางการตลาดของศูนย์การค้าเซ็นทรัล ให้มีความชัดเจน 5 รูปแบบด้วยกัน คือ 1.เซ็นทรัล เวิลด์ 2.เซ็นทรัล พลาซ่า 3.เซ็นทรัล เฟสติวัล 4.เซ็นทรัล ทาว์น 5.เซ็นทรัล ซิตี้ เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทุกระดับและสะท้อนให้เห็นบุคลิกที่ชัดเจนของตัวศูนย์การค้า ทั้งการตกแต่ง รูปแบบสินค้า และทำเลที่ตั้ง ซึ่งก่อนหน้านี้ศูนย์การค้าที่พยายามจะสร้าง Niche Market ของตัวเองขึ้นมา อาทิ ศูนย์การค้าแบบเปิด เช่น สวนลมไนท์บาร์ซ่า ดิอเวนิวแจ่งวัฒนะ และคริสตัลปาร์ค, ศูนย์การค้าไอที เช่น พันทิพย์พลาซ่า ตะวันนา, ศูนย์การค้าอัญมณี เช่น เจมโพลิศ, ศูนย์การค้าวัสดุตกแต่งบ้าน เช่น โฮมโปร, โฮมเวิร์ค, ศูนย์ค้าส่ง อาทิแม็คโคร หรือ ประตูน้าเซ็นเตอร์ เป็นต้น

โดยในปัจจุบัน Niche Market Mall ในรูปแบบของศูนย์การค้าแบบเปิดมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง จากสถิติของสภาศูนย์การค้าระหว่างประเทศ (ICSC) พบว่าจาก ศูนย์การค้า

³ โพลีซันนิง “Carrefour” 11 พย. 2550

ทั้งหมด 45,721 แห่งในอเมริกา 95% เป็นศูนย์การค้าแบบเปิด และ ศูนย์การค้าชุมชน หรือ บางครั้งนิยมเรียกว่า คอมมูนิตี้มอลล์ ในเมืองไทยศูนย์การค้าแบบเปิดนั้นก็มีผู้ประกอบการหลายรายเคยทำ ได้แก่ กลุ่มสยามพรีเมียร์ กลุ่มเฟิสต์แปซิฟิค และโดยเฉพาะอย่างยิ่ง บริษัท สยามฟิวเจอร์ ดีเวลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) ที่ประสบความสำเร็จอย่างมากในการทำศูนย์การค้าแบบเปิดเนื่องจากบริษัทฯ นำทฤษฎีในการสร้างศูนย์การค้าของต่างประเทศ คือ ทฤษฎีแม่เหล็กดึงดูดผู้เช่าร่วม และผู้ให้บริการศูนย์การค้า (Anchor) โดยบริษัทฯ ใช้ “ซูเปอร์มาร์เก็ต” มาเป็นแม่เหล็กดึงดูดผู้เช่าร่วมซึ่งใช้ได้อย่างมากกับศูนย์การค้าขนาดกลางและเล็ก อีกทั้งบริษัทฯ ยังพัฒนาศูนย์การค้าแบบเปิดให้เป็น คอมมูนิตี้ มอลล์ หรือเป็นศูนย์การค้าที่สามารถตอบสนองชีวิตประจำวันของผู้บริโภคได้ หมายถึงจะต้องมีบริการต่างๆ แบบครบวงจร คือมีทั้งซูเปอร์มาร์เก็ต บริการธนาคาร ไปรษณีย์ คลินิก ร้านทำผม ร้านขายยา รวมถึงโรงเรียนสอนดนตรี ซึ่งทำให้มีความถี่ในการใช้บริการศูนย์การค้าของผู้ใช้บริการสูงกว่าห้างสรรพสินค้า โดยสำหรับเมืองไทยผู้นำทฤษฎีแม่เหล็กดึงดูดนี้มาใช้เป็นรายแรก คือ ศูนย์การค้ามาบุญครองโดยชูศูนย์อาหาร ศูนย์เฟอริเนอร์ และ เอ็มบีเคฮอลล์เป็นสิ่งดึงดูดใจผู้เช่าพื้นที่ร่วมและผู้ให้บริการ ทำให้ศูนย์การค้าประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี

เมื่อพิจารณาถึงทฤษฎีแม่เหล็กดึงดูดผู้เช่าร่วม และผู้ให้บริการศูนย์การค้า (Anchor) ของศูนย์การค้าบนถนนสุขุมวิทนั้น จากการที่ถนนสุขุมวิทมีข้อจำกัดทางกฎหมายในการพัฒนาที่ดิน ตามกฎหมายผังเมืองที่สำคัญข้อหนึ่ง คือ ต้องมีอัตราส่วนของที่ว่างต่อพื้นที่อาคารรวมไม่น้อยกว่าร้อยละ 40 ทำให้การพัฒนาที่ดินเป็นศูนย์การค้าบนถนนสุขุมวิทจะต้องมีพื้นที่ว่างที่ไม่ใช่ส่วนของอาคารจำนวนหนึ่ง หากศูนย์การค้าสุขุมวิทจะนำพื้นที่ส่วนหนึ่งของที่ดินทั้งหมดซึ่งจะต้องทำให้เป็นที่ว่างตามข้อกำหนดของกฎหมายมาทำให้เป็นสวนสาธารณะทะเลสาบและสนามกีฬากลางแจ้งเป็นจุดนัดพบของชุมชน ทำให้มีความเป็นไปได้ว่าแนวคิดดังกล่าวจะสามารถเป็นอีกหนึ่งแม่เหล็กดึงดูดสำคัญที่เหมาะสมกับถนนสุขุมวิทซึ่งเป็นจุดศูนย์กลางของเขตต่างๆ ที่มีที่อยู่อาศัยในแนวราบหรือหมู่บ้านจัดสรรจำนวนมากได้ เนื่องจากเมื่อนำจำนวนประชากรในเขตเป้าหมายทั้ง 6 เขตที่อยู่ไม่ห่างจากถนนสุขุมวิท คือ เขตมีนบุรี เขตหนองจอก เขตลาดกระบัง เขตบึงกุ่ม เขตสะพานสูง และเขตคลองสามวาจำนวนทั้งหมด 640,351 คน (ตารางที่ 1.2) และสัดส่วนจำนวนประชากรที่ออกกำลังกายในสวนสาธารณะ และ ประชากรที่ออกกำลังกายเป็นประจำในเขตเทศบาลทั่วประเทศ (ตารางที่ 1.3) ซึ่งเท่ากับร้อยละ 5.29 และ 17.63 ของประชากรทั้งหมดตามลำดับ มาพิจารณามาทำการประมาณการจำนวนผู้ออกกำลังกายในเขตเป้าหมาย จะได้ว่าในเขตเป้าหมายมีกลุ่มผู้ออกกำลังกายในสวนสาธารณะประมาณ 33,874 คน

และมีผู้ที่ออกกำลังกายเป็นประจำถึงประมาณ 112,893 คน ซึ่งถือเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายสำคัญ
ที่มีโอกาสที่จะใช้บริการแม่เหล็กดึงดูดของศูนย์การค้าซึ่งมีลักษณะเป็นส่วนสาธารณะได้

ตารางที่ 1.2

จำนวนประชากรในเขตเป้าหมายและประชากรในกรุงเทพมหานคร ปี 2549

จังหวัด/เขต	ชาย	หญิง	รวม
เขตมีนบุรี	58,691	64,134	122,825
เขตหนองจอก	65,380	68,035	133,415
เขตลาดกระบัง	68,631	73,829	142,460
เขตบึงกุ่ม	65,300	75,280	140,580
เขตสะพานสูง	39,447	45,487	84,934
เขตคลองสามวา	66,568	72,394	138,962
รวมประชากรในเขตเป้าหมาย	305,326	335,025	640,351
เขตอื่นๆ	2,357,256	2,575,524	4,932,780
กรุงเทพมหานคร	2,721,273	2,974,683	5,695,956

ที่มา: กรมการปกครอง

ตารางที่ 1.3

ประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไปออกกำลังกายในเขตเทศบาลทั่วประเทศปี 2547

ประชากรที่มีอายุ ตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไป	ประชากรรวม		ชาย		หญิง	
	จำนวน	สัดส่วน	จำนวน	สัดส่วน	จำนวน	สัดส่วน
	(คน)	(ร้อยละ)	(คน)	(ร้อยละ)	(คน)	(ร้อยละ)
อาศัยในเขตเทศบาล ทั่วประเทศ	17,956,279	100	8,664,316	48.25	9,219,963	51.35
ออกกำลังกาย	5,995,667	33.39	3,251,033	54.22	2,744,644	45.78
ออกกำลังกายใน สวนสาธารณะ	949,442	5.29	456,641	5.27	492,801	5.34
ออกกำลังกายสัปดาห์ ละ 3 ครั้งขึ้นไป และ ครั้งละมากกว่า20นาที	3,166,167	17.63	1,869,810	21.58	1,296,356	14.06

ที่มา สำนักงานสถิติแห่งชาติ , คำนวณโดยผู้วิจัย

ในการพัฒนาที่ดินเป็นศูนย์การค้านั้น การกำหนดรูปแบบโครงการลงทุนจะต้องตอบสนองความต้องการของผู้เช่าที่มีความหลากหลาย ซึ่งจำเป็นต้องคำนึงถึงสิ่งต่าง ๆ ที่ผู้เช่าต้องการ เช่น ค่าเช่าที่ผู้เช่ายินดีจะจ่าย ลักษณะและอายุของสัญญาเช่า รวมถึงสาธารณูปโภคที่ผู้เช่าต้องการ ดังนั้นจึงมีความจำเป็นต้องศึกษาพฤติกรรมเช่าและทัศนคติของผู้ประกอบการที่มีต่อรูปแบบของสัญญา ค่าเช่า และแนวคิดแม่เหล็กดึงดูดของโครงการลงทุน อีกทั้งเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากรในการลงทุนให้คุ้มค่ากับต้นทุนค่าเสียโอกาสของทรัพยากรนั้น ๆ จึงควรทำการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการลงทุน โดยทำการประมาณการต้นทุนและรายรับที่จะเกิดขึ้น เพื่อนำมาวิเคราะห์ว่าโครงการลงทุนพัฒนาที่ดินเป็นศูนย์การค้าสุวินทวงศ์มีความเป็นไปได้หรือไม่ อย่างไร

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนโครงการพัฒนาที่ดินเป็นศูนย์การค้าบนถนนสุวินทวงศ์ว่าความเป็นไปได้หรือไม่ และอย่างไร

1.3 ขอบเขตของการศึกษา

1. ศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการศูนย์การค้า และผู้เช่าสถานประกอบการพาณิชย์

ข้อมูลผู้ให้บริการศูนย์การค้าจะทำการศึกษาลักษณะโดยทั่วไปของผู้ให้บริการศูนย์การค้า, พฤติกรรมการใช้บริการศูนย์การค้า, ทัศนคติต่อแม่เหล็กสวนสาธารณะ, และทัศนคติต่อศูนย์การค้าสุวินทวงศ์ ซึ่งแหล่งที่มาของข้อมูลของทั้งผู้เช่าและผู้ให้บริการนั้น จะให้ความสำคัญกับผู้เช่าและผู้ให้บริการในเขตพื้นที่เป้าหมายเป็นหลัก

ข้อมูลผู้เช่าศูนย์การค้า จะทำการศึกษาจากผู้ประกอบการ 5 ด้าน คือ ลักษณะโดยทั่วไปของผู้เช่าและกิจการ, ค่าเช่าและค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่ผู้เช่าจ่าย, ทัศนคติด้านสัญญาเช่า, ความต้องการด้านสาธารณูปโภค, และทัศนคติต่อแนวความคิดแม่เหล็กดึงดูดศูนย์การค้าสุวินทวงศ์ในรูปแบบของสวนสาธารณะและทะเลสาบ โดยทำการศึกษาจากผู้ประกอบการพาณิชย์ 3 ประเภท ซึ่งกำหนดตามขนาดพื้นที่ของกิจการ ได้แก่

- ผู้เช่าสถานประกอบการพาณิชย์ขนาดเล็ก (ขนาดร้านไม่เกิน 30 ตารางเมตร)
- ผู้เช่าสถานประกอบการพาณิชย์ขนาดกลาง (ขนาดร้าน 40-120 ตารางเมตร)

- ผู้เช่าสถานประกอบกิจการพาณิชย์ขนาดใหญ่ และร้านค้าดังดูด (ขนาดร้าน 120 ตารางเมตรขึ้นไป หรือ ร้านค้าดังดูด)

2. ศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อโครงการลงทุน

โดยทำการศึกษปัจจัยต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับการลงทุนโครงการพัฒนาที่ดินเป็นศูนย์การค้าสุวินทวงศ์ ได้แก่ ปัจจัยทางด้านกฎหมาย ปัจจัยทางด้านทำเลที่ตั้ง และปัจจัยทางด้านการตลาด

3. ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนของโครงการ

ศึกษาโครงการลงทุนพัฒนาที่ดินศูนย์การค้าสุวินทวงศ์สำหรับพื้นที่ส่วนต่อขยายของโครงการลงทุนเดิม โดยกำหนดให้ระยะเวลาในการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนคือ 10 ปี

1.4 แหล่งข้อมูล

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ทำการสัมภาษณ์เจ้าของที่ดิน ผู้รับเหมาก่อสร้าง และผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโครงการลงทุน และทำการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้เช่าสถานประกอบกิจการพาณิชย์ในประเภทต่าง ๆ และผู้ให้บริการศูนย์การค้าทั่วไปเพื่อเก็บข้อมูลและใช้ในการประมวลผล

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ได้จากการเก็บข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ได้แก่ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ หนังสือ วารสาร นิตยสาร เอกสารงานวิจัย กฎหมาย รายงานทางสถิติต่างๆ บทความวิเคราะห์ของหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งทางรัฐบาลและเอกชน

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.ทราบถึงพฤติกรรมการใช้บริการศูนย์การค้าของผู้ใช้บริการ และพฤติกรรมการเช่าของผู้เช่าสถานประกอบกิจการพาณิชย์ ในแต่ละประเภท เพื่อเป็นข้อมูลในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้า

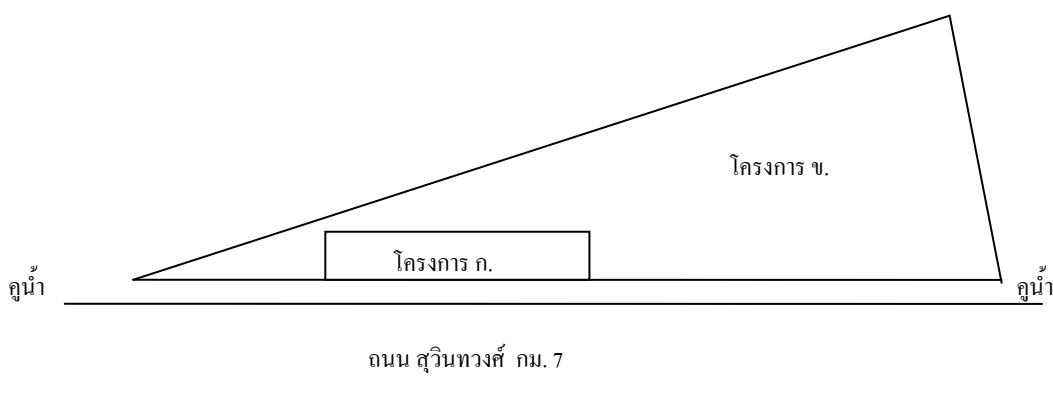
2. ทราบถึงความเป็นไปได้ในการลงทุนเพื่อเป็นประโยชน์ประกอบการตัดสินใจลงทุน

1.6. รูปแบบโครงการลงทุน

ลักษณะของโครงการลงทุนพัฒนาที่ดินเป็นศูนย์การค้าบนถนนสุวินทวงศ์ที่ศึกษานั้น เป็นโครงการส่วนต่อขยายจากโครงการเดิม โดยหากสมมติให้โครงการลงทุนที่จะศึกษาเป็นโครงการ ข. และโครงการลงทุนเดิมเป็นโครงการ ก.โครงการทั้ง 2 อยู่ในโฉนดที่ดินแปลงเดียวกัน ซึ่งพื้นที่ของโฉนดที่ดินทั้งหมดเป็นรูปสามเหลี่ยมมีพื้นที่รวม 22 ไร่ หน้ากว้างติดถนนใหญ่กว้าง 520 เมตร ส่วนที่ลึกที่สุดลึก 160 เมตร โดยโครงการ ก. หรือโครงการลงทุนเดิมมีพื้นที่ 3 ไร่ มีหน้ากว้างของโครงการติดถนนสุวินทวงศ์ 160 เมตร ลึก 30 เมตร และโครงการ ข.เป็นพื้นที่โดยรอบใน ส่วนที่เหลือของที่ดินมีพื้นที่จำนวน 19 ไร่ (30,400 ตารางเมตร) โดยในปัจจุบันพื้นที่ที่จะ ทำการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินในการลงทุนพัฒนาที่ดินเป็นศูนย์การค้าสุวินทวงศ์หรือโครงการ ข.นั้น เจ้าของที่ดินได้ให้ผู้เช่าเข้าเพื่อทำนา

ภาพที่ 1.1

ภาพแสดงพื้นที่โครงการลงทุนเดิม และโครงการที่ทำการศึกษา



ที่มา :ผู้วิจัย

เดิมทีโครงการ ก. ก็มีลักษณะเป็นทุ่งนาเช่นเดียวกับพื้นที่ที่จะทำการศึกษาในปัจจุบัน ต่อมาในปี 2548 ได้มีการเริ่มทำการพัฒนาที่ดิน จนเป็นโครงการศูนย์การค้าขนาดเล็กให้เช่าเพื่อการพาณิชย์กรรม มีพื้นที่เช่ารวม 2,000 ตารางเมตร ประกอบด้วยอาคารพาณิชย์ชั้นเดียวพื้นที่ห้องละประมาณ 50 ตารางเมตร จำนวน 24 ห้อง และพื้นที่ว่าง 2 แปลงเพื่อลงทุนปลูกสร้างอาคาร

พาณิชย์ขนาด 300 ตารางเมตร นอกจากนี้โครงการ ก.ยังมีพื้นที่ลานจอดรถเป็นถนนลาดยาง เนื้อที่ 2,340 ตารางเมตรสำหรับจอดรถยนต์ และให้เช่าทำประโยชน์อื่น ๆ อีกด้วย (ซึ่งในเวลาต่อมาโครงการ ก.ได้สร้างอาคารพาณิชย์ชั้นเดียวขนาดประมาณ 10 ตารางเมตร เพิ่มเติมสำหรับเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เช่าที่ต้องการพื้นที่ขนาดเล็ก)

สัญญาเช่าพื้นที่เพื่อพัฒนาที่ดินของโครงการ ก.นั้น เป็นสัญญาเช่ามีกำหนดระยะเวลา 10 ปี โดยโครงการ ก. เริ่มทำสัญญาและดำเนินการก่อสร้างเดือนมิถุนายน 2548 ก่อสร้างแล้วเสร็จกันยายน 2548 ในขณะที่ทำการก่อสร้าง โครงการ ก.เริ่มทำการเปิดจองอาคารพาณิชย์และพื้นที่ว่างสำหรับปลูกสร้างอาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ปรากฏว่า ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีโดยสามารถทำสัญญาเช่าอาคารพาณิชย์และพื้นที่ว่างทั้งหมดด้วยสัญญาที่มีอายุเท่ากับระยะเวลาที่โครงการ ก.เช่าที่ดินกับเจ้าของที่ดิน คือ สัญญาเช่าอาคารพาณิชย์และสัญญาเช่าพื้นที่ทั้งหมดที่ผู้เช่าทำสัญญาเช่ามีอายุสัญญาที่สามารถต่ออายุได้จนถึงเดือนพฤษภาคม 2558 โดยโครงการ ก.ทำสัญญาเช่าดังกล่าวทั้งหมดเสร็จในเดือน สิงหาคม 2548 ซึ่งใช้ระยะเวลาเพียง 3 เดือนนับจากวันที่เริ่มก่อสร้างและเปิดให้จองพื้นที่

สาเหตุที่โครงการ ก.ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีเนื่องจากสาเหตุสำคัญอย่างน้อย 3 ประการ คือ ประการแรก ค่าทำสัญญาของโครงการ ก.ถูกกว่าการที่ผู้เช่าเลือกลงทุนก่อสร้างอาคารเองบนถนนสุวินทวงศ์ ประการที่สอง ถนนสุวินทวงศ์มีหมู่บ้านจัดสรรราคาประมาณ 2-5 ล้านบาทอยู่มากกว่า 10,000 หลังคาเรือนและมีแนวโน้มจะมีการขยายตัวเนื่องจากอยู่ใกล้สนามบินสุวรรณภูมิ และประการที่สาม ที่ดินริมถนนสุวินทวงศ์ไม่ค่อยมีอาคารพาณิชย์ให้เช่า หรือให้ซื้อนั่นเอง

ในส่วนของการลงทุนพัฒนาที่ดินเป็นศูนย์การค้าบนถนนสุวินทวงศ์ที่ศึกษา หรือโครงการ ข.นั้น เป็นการเช่าที่ดินเปล่ามาเพื่อพัฒนาก่อสร้างสาธารณูปโภค อาคาร ปรับปรุงภูมิสถาปัตย์ และสิ่งแวดล้อม เพื่อนำพื้นที่และอาคารมาให้ผู้ต้องการประกอบการพาณิชย์กรรม ประกอบกิจการ การศึกษา และหน่วยงานราชการเช่าพื้นที่และอาคาร เช่นเดียวกันกับโครงการ ก. แต่เนื่องจากโครงการ ข.มีขนาดใหญ่กว่าโครงการ ก.มาก และเมื่อนำทฤษฎีการสร้างศูนย์การค้าและแนวความคิดทางการตลาดมาเป็นองค์ประกอบสำคัญในการก่อสร้าง ทำให้โครงการ ข.จะมีสวนสาธารณะและทะเลสาบเป็นองค์ประกอบสำคัญของศูนย์การค้า เพื่อเป็นแม่เหล็กดึงดูดร้านค้าและผู้ใช้บริการ

ในด้านของสินค้าหรือพื้นที่เช่าของโครงการ ข.นั้น มี 4 ประเภท คือ พื้นที่เช่าในอาคารขนาด 10 ตารางเมตร, พื้นที่เช่าในอาคารขนาด 50 ตารางเมตร, พื้นที่เช่าในอาคารขนาด 300

ตารางเมตร และ พื้นที่ว่างริมทะเลสาบสำหรับสร้างอาคารขนาด 300 ตารางเมตร ซึ่งพื้นที่เช่าทั้ง 4 ประเภทของโครงการ ข. นั้น มีลักษณะคล้ายกันกับพื้นที่เช่าของโครงการ ก. แต่มีความแตกต่างกัน ใน 2 ส่วนคือ โครงการ ข. สร้างอาคารเช่าขนาด 300 ตารางเมตร และจัดสรรพื้นที่ริมทะเลสาบของโครงการเพื่อบริการรับร้านค้าดังดู

บทที่ 2

ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และวิธีการศึกษา

2.1. ทฤษฎี

ทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ประกอบด้วย ทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ ทฤษฎีการประเมินความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการ และทฤษฎีการสร้างศูนย์การค้า

2.1.1 ทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์

2.1.1.1 ทฤษฎีปัจจัยกำหนดอุปสงค์

ปริมาณซื้อสินค้าหรือบริการชนิดหนึ่งชนิดใดที่มีอยู่ทั้งหมดในช่วงเวลาหนึ่ง ๆ จะมากหรือน้อย เพียงใดขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดปริมาณความต้องการซื้อในตลาด ได้แก่

1. ราคาของสินค้าหรือบริการชนิดนั้น ราคาสินค้าเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่กำหนดว่าจะซื้อหรือไม่ ถ้าตัดสินใจซื้อจะซื้อเป็นจำนวนเท่าใด
2. รายได้ของผู้บริโภค ปริมาณการซื้อสินค้าจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับการเงินและความสามารถในการจ่ายได้ ถ้ารายได้เพิ่มขึ้นย่อมสามารถซื้อสินค้าหรือบริการได้มากกว่าเดิม
3. ราคาสินค้าหรือบริการอื่นที่เกี่ยวข้อง เป็นปัจจัยที่กำหนดปริมาณการซื้อสินค้า เมื่อราคาสินค้าชนิดหนึ่งเปลี่ยนแปลงไป จะส่งผลกระทบต่อสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น เนยและมาร์การีน ถ้าเป็นสินค้าที่ใช้ทดแทนกันได้
4. รสนิยมของผู้บริโภค รสนิยมเป็นปัจจัยสำคัญอีกปัจจัยหนึ่งในการกำหนดปริมาณการซื้อ ในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เช่น แฟชั่นการแต่งกาย รถยนต์ เป็นต้น
5. จำนวนผู้บริโภค เมื่อจำนวนของประชากรเพิ่มมากขึ้น ความต้องการบริโภคสินค้าหรือบริการย่อมเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย
6. การคาดคะเนเกี่ยวกับราคาในอนาคต ถ้าคาดคะเนว่าราคาสินค้าจะเพิ่มสูงขึ้น ผู้บริโภคย่อมจะซื้อสินค้าไปตุนไว้ ส่งผลให้ปริมาณการเสนอซื้อสินค้านั้นเพิ่มสูงขึ้น (ภราดร ปริดา คักดี, 2547, น.41)

ตามทฤษฎีปัจจัยกำหนดอุปสงค์เมื่อนำมาใช้ในงานวิจัยนี้ ปัจจัยกำหนดอุปสงค์ในการเช่าอาคารพาณิชย์ ได้แก่

1.ค่าเช่า

2.รายได้ของกิจการพาณิชย์

3.ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ นอกเหนือจากค่าใช้จ่ายในการดำเนินกิจการ ที่ผู้เช่าต้องจ่ายเมื่อประกอบการพาณิชย์ในโครงการศูนย์การค้าสุวินทวงศ์ (สินค้าที่ใช้ประกอบกัน) และ ค่าใช้จ่ายในการเช่าอาคารพาณิชย์หรือลงทุนประกอบการพาณิชย์ด้วยวิธีอื่น ๆ (สินค้าทดแทนกัน)

4.รสนิยมของผู้เช่า

5.จำนวนผู้เช่ากลุ่มเป้าหมาย

6.การคาดคะเนเกี่ยวกับค่าเช่าในอนาคต

2.1.1.2 ทฤษฎีต้นทุน รายรับ และกำไรสูงสุด

กำไร (Profit) หมายถึง ผลต่างระหว่างต้นทุนการผลิตทั้งหมด (Total Cost) กับรายรับจากการขายผลผลิตทั้งหมด (Total Revenue) เขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$p = TR - TC$$

เมื่อ p = กำไร

TR = รายรับจากการขายผลผลิตทั้งหมด (Total Revenue)

TC = ต้นทุนจากการผลิตทั้งหมด (Total Cost)

ต้นทุนในทางเศรษฐศาสตร์จะรวมต้นทุนค่าเสียโอกาส (Opportunity Cost) ไว้ด้วย จึงสูงกว่าต้นทุนทางบัญชี ซึ่งในทางเศรษฐศาสตร์ได้รวมกำไรปกติ (Normal Profit) ไว้ในต้นทุนการผลิตด้วย ดังนั้น สามารถสรุปความสัมพันธ์ของรายรับรวม (TR) และต้นทุนรวม (TC) ได้ดังนี้

ถ้ารายรับรวม (TR) มีค่าเท่ากับต้นทุนรวม (TC) ผู้ผลิตจะได้รับกำไรปกติ (Normal Profit)

ถ้ารายรับรวม (TR) มีค่ามากกว่าต้นทุนรวม (TC) ผู้ผลิตจะได้รับกำไรเกินปกติหรือกำไรส่วนเกิน (Excess Profit)

ในการผลิตทั่วไปผู้ผลิตย่อมต้องการได้รับกำไรสูงสุด (Maximized Profit) จากการผลิต ซึ่งการที่จะได้รับกำไรสูงสุดจากการผลิตมีวิธีพิจารณา 2 วิธี คือ

1. รายรับรวม (TR) และต้นทุนรวม (TC) ทั้งหมดที่เกิดขึ้นจากการผลิต ปริมาณการผลิตที่จะให้กำไรสูงสุดคือ ปริมาณการผลิตที่ทำให้รายรับรวมมากกว่าต้นทุนรวมมากที่สุด

2. รายรับส่วนเพิ่ม (MR) และต้นทุนส่วนเพิ่ม (MC) การผลิตที่จะให้กำไรสูงสุดคือ ปริมาณการผลิตที่ทำให้รายรับส่วนเพิ่ม เท่ากับต้นทุนส่วนเพิ่ม เนื่องจากตราใบที่รายรับเพิ่ม มากกว่าต้นทุนเพิ่ม ผู้ผลิตจะสามารถขยายการผลิตออกไปได้อีกเพราะจะได้รับกำไรเพิ่มขึ้นจากการขยายการผลิตนั้น จนกระทั่งถึงจุดที่รายรับส่วนเพิ่มและต้นทุนส่วนเพิ่มมีค่าเท่ากันหากขยาย กำลังการผลิตจะทำให้กำไรลดลง

โดยที่รายรับรวม (TR) หมายถึง รายได้จากการขายสินค้าในธุรกิจ โดยนำปริมาณ ผลผลิตที่ขายได้คูณกับราคาขายซึ่งเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$TR = P \times Q$$

$$P = \text{ราคาขายสินค้า (บาท : หน่วย)}$$

$$Q = \text{จำนวนหน่วยที่ผลิตหรือปริมาณขาย (หน่วย)}$$

และต้นทุนรวม (TC) หมายถึง ต้นทุนของการผลิตสินค้าหรือบริการ ประกอบด้วย ต้นทุนคงที่รวม (Total Fix Cost : TFC) และต้นทุนแปรผันรวม (Total Variable Cost : TVC) เขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$TC = TFC + TVC$$

$$TFC = \text{ต้นทุนคงที่รวม (บาท)}$$

$$TVC = \text{ต้นทุนแปรผันรวม (บาท)}$$

โดยในการศึกษานี้ต้นทุนรายรับ และกำไรสูงสุดสามารถนำมาใช้ได้ดังนี้คือ ต้นทุนของโครงการลงทุนจะประกอบด้วยต้นทุน 2 ส่วนสำคัญ คือ

1. ต้นทุนคงที่รวม (TFC) หมายถึง เงินลงทุนเริ่มแรก ต้นทุนค่าเช่าที่ดิน เงินเดือน พนักงานในส่วนที่จำเป็น

2. ต้นทุนแปรผัน (TVC) หมายถึง ค่าดูแลรักษาความสะอาด ค่าดูแลรักษาความปลอดภัย

หากเขียนเป็นสมการต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์จะสามารถเขียนได้ดังนี้

$$TC = TFC + TVC$$

รายรับของโครงการลงทุนประกอบด้วยรายรับ 3 ส่วน คือ

1. รายรับจากพื้นที่เช่าเพื่อประกอบการพาณิชย์ ขนาด 10 ตารางเมตร (TR_x) ประกอบด้วย

- ค่าเช่ารายเดือน(P_x)
- ค่าธรรมเนียมแรกเข้า (F_x)

2. รายรับจากพื้นที่เช่าเพื่อประกอบการพาณิชย์ ขนาด 50 ตารางเมตร (TR_Y)

ประกอบด้วย

- ค่าธรรมเนียมแรกเช่า (P_Y)
- ค่าเช่ารายเดือน (F_Y)

3. รายรับจากพื้นที่เช่าเพื่อประกอบการพาณิชย์ ขนาด 300 ตารางเมตร (TR_Z)

ประกอบด้วย

- ค่าธรรมเนียมแรกเช่า (P_Z)
- ค่าเช่ารายเดือน (F_Z)

จากรายรับทั้ง 3 ประเภทของร้านค้าหากกำหนดให้

$$TR = TR_X + TR_Y + TR_Z$$

หรือ

$$TR = (P_X Q_X + F_X) + (P_Y Q_Y + F_Y) + (P_Z Q_Z + F_Z)$$

จะเห็นได้ว่าปัจจัยที่จะมีผลกระทบต่อรายรับของโครงการลงทุน คือ สัดส่วนร้านค้าขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ ($Q_X: Q_Y: Q_Z$) ค่าเช่ารายเดือน (P) และ ค่าธรรมเนียมแรกเช่า (F) นั่นเอง

2.1.1.3 ทฤษฎีการแบ่งแยกราคาขายชั้นที่ 3

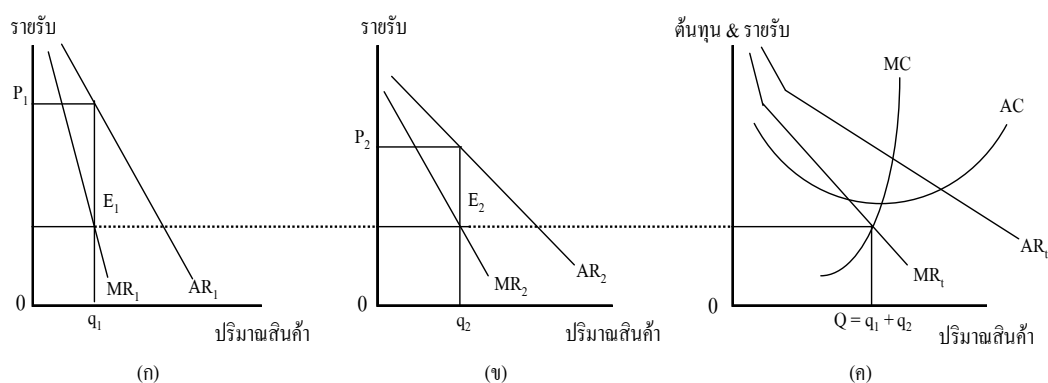
การแบ่งแยกราคาขายชั้นที่ 3 (third-degree price discrimination) เป็นการขายสินค้าในตลาดที่แยกออกจากกันในตลาดที่ต่างกัน แต่ภายในตลาดเดียวกันราคาสินค้าจะมีราคาเดียวกันหมดสำหรับผู้ซื้อทุก ๆ คน และสำหรับสินค้าทุก ๆ หน่วย ตัวอย่างเช่น การขายตั๋วภาพยนตร์ให้กับนักเรียนนักศึกษาในราคาหนึ่งและขายตั๋วดังกล่าวให้กับบุคคลทั่วไปในอีกราคาหนึ่งที่สูงกว่า เป็นต้น การแบ่งแยกราคาขายในลักษณะนี้จะประสบผลสำเร็จได้นั้น นอกจากผู้ขายจะต้องมีอำนาจผูกขาดในการขายสินค้านั้นแล้ว ยังจะต้องประกอบด้วยเงื่อนไขต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ด้วย

1. ผู้ผูกขาดจะต้องสามารถแบ่งแยกผู้ซื้อออกได้มากกว่า 1 กลุ่ม โดยผู้ซื้อแต่ละกลุ่มจะต้องมีค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาสินค้าของผู้ผูกขาดที่แตกต่างกัน ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ผูกขาดสามารถกำหนดราคาสินค้าสำหรับผู้ซื้อแต่ละกลุ่มให้แตกต่างกัน และทำกำไรสูงสุดได้

2. ตลาดที่ผู้ผูกขาดทำการขายสินค้าจะต้องสามารถแยกออกจากกันได้โดยเด็ดขาด กล่าวคือ จะต้องไม่มีผู้ใดสามารถซื้อสินค้าจากตลาดที่มีราคาต่ำไปขายต่อในตลาดที่มีราคาสูงกว่าได้ ปัจจัยที่จะช่วยให้เป็นไปตามเงื่อนไขดังกล่าวนี้ได้ อาจได้แก่ ระยะเวลา เพราะตลาดที่อยู่ห่างไกลกัน ราคาสินค้าที่ต่ำเมื่อบวกค่าขนส่งเข้าไปแล้วก็ไม่เป็นการคุ้มที่จะซื้อสินค้าไปขายต่อ

ตัวอย่างของการแยกตลาดออกจากกันได้ด้วยเหตุผลนี้ ก็เช่นตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ นอกจากระยะทางแล้ว ลักษณะของตัวสินค้าก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สามารถทำให้การขายต่อเกิดขึ้นไม่ได้ เพราะสินค้าบางอย่างเป็นสินค้าที่จะต้องมีการใช้เฉพาะตัวส่งต่อไม่ได้ เช่น บริการจากแพทย์ เป็นต้น

ภาพที่ 2.1
การแบ่งแยกราคาขายขั้นที่ 3



ที่มา : นราทิพย์ ชุตินวงศ์, 2545 น.232

จากภาพที่ 2.1 สมมติว่าผู้ผูกขาดผลิตสินค้าออกขายในตลาดสองตลาดที่แยกออกจากกันตามเงื่อนไขข้างต้น โดยความยืดหยุ่นของอุปสงค์ของผู้ซื้อในตลาดที่ 1 มีค่าต่ำกว่าค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ในตลาดที่ 2 และตลาดทั้งสองก็อยู่ห่างไกลกันจนเกินกว่าที่จะเป็นการคุ้มถ้าจะทำการซื้อสินค้าในตลาดที่มีราคาต่ำกว่าไปขายในตลาดที่มีราคาสูงกว่า ปัญหาที่มีอยู่ว่า ผู้ผูกขาดควรจะผลิตสินค้าทั้งหมดจำนวนเท่าใดและแบ่งขายในแต่ละตลาดอย่างไร ซึ่งคำตอบก็ยังคงเป็นไปตามหลักการเดิม กล่าวคือ ผู้ผูกขาดจะต้องผลิตสินค้าในจำนวนที่ทำให้ $MC = MR$ นี้หามาได้โดยการรวม MR ของตลาดที่ 1 และ 2 เข้าด้วยกัน จำนวนการผลิตดังกล่าวจะเท่ากับ OQ ในรูป (ค) สินค้าจำนวน OQ นี้จะต้องแบ่งไปขายในแต่ละตลาดในจำนวนที่ทำให้ MR ของแต่ละตลาดเท่ากัน และเท่ากับค่า MC และ MR_1 นั่นคือผู้ผูกขาดจะต้องแบ่งสินค้าไปขายในตลาดที่ 1 จำนวน oq_1 และขายในตลาดที่ 2 จำนวน oq_2 และเนื่องจาก $MR_1 = MR_1 + MR_2$ ดังนั้นจำนวนสินค้า $oq_1 + oq_2$ ก็จะเท่ากับ OQ พอดี ราคาขายสินค้าในตลาดที่ 1 จะเท่ากับราคาที่ปรากฏบนเส้นอุปสงค์ ณ จำนวน oq_1 นั้น ซึ่งจากรูปจะเท่ากับ OP_1 และราคาขายในตลาดที่ 2 ก็จะเท่ากับ

OP₂ การกำหนดปริมาณการผลิตและการจัดสรรการจำหน่ายในแต่ละตลาดในลักษณะดังกล่าว จะทำให้ผู้ผูกขาดได้รับกำไรสูงสุด เพราะเมื่อ MR ของทั้ง 2 ตลาดเท่ากันการย้ายสินค้าหนึ่งหน่วย จากตลาดใดตลาดหนึ่งไปยังอีกตลาดหนึ่งจะทำให้รายรับรวมของผู้ผูกขาดลดลงเท่ากับค่า MR ในขณะนั้นถ้าสมมติ $MR_1 = MR_2 = 10$ TR ก็ลดลงเท่ากับ 10 บาท และเมื่อนำสินค้าหน่วย ดังกล่าวไปขายอีกตลาดหนึ่ง TR ก็เพิ่มขึ้นในจำนวนที่น้อยกว่า 10 เนื่องจาก MR ของหน่วย ถัดไปย่อมมีค่าต่ำกว่า MR ของหน่วยที่เป็นอยู่ขณะนั้น การโยกย้ายสินค้า เช่นที่กล่าวจึงมีผลทำให้ TR ลดลง ดังนั้น TR จะมีค่าสูงสุดได้ ก็ต่อเมื่อมีการแบ่งสินค้าจำนวนที่ผลิต ณ จุดที่ $MR_i = MC$ ไปขายในแต่ละตลาด ในจำนวนที่ทำให้

$$MR_1 = MR_2 = MC = MR_i$$

โดยในการศึกษานี้สามารถนำทฤษฎีการแบ่งแยกราคาขายขั้นที่ 3 ได้ถูกนำมา ประยุกต์ใช้ในการหา สัดส่วนพื้นที่เช่าขนาดต่าง ๆ เนื่องจากโครงการลงทุนศูนย์การค้าสุวินทวงศ์ นอกจากจะเป็นผู้ผูกขาดรายเดียวในการให้พื้นที่ภายในศูนย์การค้าแล้ว โครงการลงทุน ศูนย์การค้าสุวินทวงศ์ยังสามารถแบ่งแยกผู้เช่าออกได้เป็นกลุ่ม ๆ ได้ โดยที่ผู้เช่าแต่ละกลุ่มมีความ ยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อค่าเช่าของผู้ผูกขาดที่แตกต่างกัน

การแบ่งกลุ่มผู้เช่าออกเป็นแต่ละกลุ่มทั้งหมด 3 กลุ่มเนื่องจากผู้เช่าพื้นที่สถาน ประกอบกิจการพาณิชย์แต่ละขนาดมีพฤติกรรมในการตัดสินใจเช่าไม่เหมือนกัน รวมทั้งมีความ ยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อค่าเช่าที่แตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้เช่าสถานประกอบกิจการพาณิชย์ขนาดเล็ก มักมีความยินดีในการจ่ายค่าเช่าต่อตารางเมตร สูงกว่าผู้เช่าสถานประกอบกิจการพาณิชย์ขนาด กลาง ซึ่งอาจเพราะหลายสาเหตุเช่น อัตราการทำการค้าต่อพื้นที่ของประเภทธุรกิจสูงกว่า ค่าเช่าต่อ เดือนที่จ่ายมีค่าน้อยกว่า เป็นต้น

ในการศึกษาสัดส่วนพื้นที่เช่าขนาดพื้นที่ต่าง ๆ ของโครงการลงทุนซึ่งทำการแบ่งแยก ผู้เช่าออกเป็น 3 กลุ่ม คือผู้เช่าสถานประกอบกิจการพาณิชย์ขนาดเล็ก ขนาดกลาง และ ขนาด ใหญ่นั้น พื้นที่เช่าขนาดใหญ่จะถูกกำหนดโดยทฤษฎีการสร้างศูนย์การค้า และปัจจัยทางการ ตลาดของศูนย์การค้า¹ ในส่วนของผู้เช่าขนาดเล็ก และขนาดกลาง จะกำหนดพื้นที่ที่ทำการเช่าโดย

¹ โดยปกติพื้นที่เช่าขนาดใหญ่มักจะมีราคาเช่าต่อตารางเมตรที่สูงกว่าพื้นที่เช่าขนาดเล็ก ประกอบกับพื้นที่เช่าขนาดใหญ่ยังถือได้ว่าเป็นพื้นที่ที่มีความสำคัญกับศูนย์การค้าซึ่งโดยมากจะถูกกำหนดให้เป็น พื้นที่ร้านค้าดึงดูดของศูนย์การค้าเพื่อดึงดูดผู้ใช้บริการและผู้เช่าร่วมอื่น ๆ จึงทำให้พื้นที่ขนาดใหญ่ควรถูกแบ่งด้วย จำนวนที่จำกัด ทำให้จะต้องใช้ทฤษฎีการสร้างศูนย์การค้า และปัจจัยทางการตลาดของศูนย์การค้าในการ กำหนดพื้นที่เช่า

วิธีการนำทฤษฎีการแบ่งแยกราคาขายขั้นที่ 3 ที่นำมาใช้ในการกำหนดสัดส่วนพื้นที่โดยมีวิธีการคือ

1. เก็บข้อมูลปริมาณความต้องการเช่าพื้นที่ของศูนย์การค้า ณ ระดับค่าเช่าต่าง ๆ ของผู้เช่าขนาดเล็ก และขนาดกลาง (อุปสงค์ต่อพื้นที่เช่าขนาดเล็ก และพื้นที่เช่าขนาดกลางของศูนย์การค้าสุวินทวงศ์) จากแบบสอบถาม

2. ทำการคำนวณค่ารายรับส่วนเพิ่มในส่วนของผู้เช่าขนาดเล็ก และ รายรับส่วนเพิ่มของผู้เช่าขนาดกลาง (MR_x MR_y)

3. รวมข้อมูลปริมาณอุปสงค์ และ รายรับส่วนเพิ่ม ณ ระดับราคาต่าง ๆ เพื่อหาค่าอุปสงค์ของพื้นที่เช่ารวม และ รายรับส่วนเพิ่มรวม (MR_t)

4. ศึกษาข้อมูลต้นทุนของโครงการลงทุน โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อมูลต้นทุนแปรผันของโครงการลงทุน เพื่อคำนวณหาค่าต้นทุนส่วนเพิ่ม (MC) ด้วยการ Differentiate²

5. คำนวณหาปริมาณที่โครงการลงทุนได้กำไรสูงสุด หรือปริมาณที่

$$MR_x = MR_y = MC = MR_t$$

6. นำปริมาณที่ทำให้โครงการลงทุนได้กำไรสูงสุดสำหรับผู้เช่าขนาดเล็ก และสำหรับผู้เช่าขนาดกลางมาแทนค่าหาค่าเช่าบนเส้นอุปสงค์ต่อพื้นที่เช่าขนาดเล็ก และพื้นที่เช่าขนาดกลางของศูนย์การค้าสุวินทวงศ์ จะทำให้ได้ค่าเช่าต่อตารางเมตร ของพื้นที่เช่าขนาดเล็ก และพื้นที่เช่าขนาดกลาง ที่ทำให้โครงการลงทุนได้กำไรสูงสุด

7. นำปริมาณ oq_x oq_y และ oq_t มาหาค่าสัดส่วนร้อยละของปริมาณการเช่าสถานประกอบการพาณิชย์ขนาดกลาง และขนาดเล็ก ต่อปริมาณการเช่ารวม ทำให้ได้ค่า oq_x/oq_t และ oq_y/oq_t

² จาก

$$MC = \frac{dTC}{dq}$$

ดังนั้น

$$MC = \frac{dTC}{dq} = \frac{dTFC}{dq} + \frac{dTVC}{dq}$$

เมื่อ TFC เท่ากับค่าคงที่ เพราะฉะนั้น

$$MC = \frac{dTVC}{dq}$$

8. นำค่า oq_x/oq_t และ oq_y/oq_t มาคูณกับ พื้นที่เช่าขนาดกลางและขนาดเล็กของโครงการลงทุนเพื่อคำนวณจำนวนตารางเมตรของพื้นที่เช่าขนาดกลาง (Q_x) และ จำนวนตารางเมตรของพื้นที่เช่าขนาดเล็ก (Q_y)

เนื่องจากเมื่อสมมติให้ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามผู้เช่าขนาดกลาง และผู้เช่าขนาดเล็กสามารถสะท้อนความต้องการพื้นที่เช่าของสังคมได้ ในสังคมซึ่งมีจำนวนผู้เช่าสถานประกอบการพาณิชย์มีจำนวนมาก ดังนั้นสัดส่วน oq_x/oq_t และ oq_y/oq_t ที่ได้จากแบบสอบถามจะเป็นค่าสัดส่วนผู้เช่าขนาดเล็กและขนาดกลางของโครงการลงทุน ด้วยนั่นเอง

2.1.2. ทฤษฎีการประเมินเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการ

2.1.2.1. ต้นทุนทางการเงิน (Weighted Average Cost of Capital หรือ WACC)

ต้นทุนทางการเงิน หมายถึง ต้นทุนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุน (Weighted Average Cost of Capital หรือ WACC) โดยสูตรของการคำนวณ WACC คือ

$$WACC = (Wd \times Rd) + (We \times Re)$$

โดย Wd = สัดส่วนของเงินลงทุนในส่วนเงินกู้

Rd = อัตราผลตอบแทนในส่วนเงินกู้ (ซึ่งเท่ากับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้)

We = สัดส่วนของเงินลงทุนในส่วนเจ้าของ

Re = อัตราผลตอบแทนในส่วนเจ้าของ หรือ อัตราผลตอบแทนของหุ้นสามัญ

แต่เนื่องจากดอกเบี้ยเงินกู้สามารถหักเป็นค่าใช้จ่ายในการคำนวณภาษีนิติบุคคลได้ จึงทำให้สูตรการคำนวณค่า WACC หลังหักภาษี มีสูตรคือ

$$WACC = (We \times Re) + Wd \times Rd (1 - T)$$

โดย T = อัตราภาษีเงินได้

โดยในการบริหารนั้นผู้บริหารจะพยายามทำให้ต้นทุนทางการเงินหรือค่า WACC ต่ำที่สุด เพื่อให้บริษัทได้กำไรสูงสุด

โดยจากทฤษฎีต้นทุนทางการเงินสามารถปรับให้เข้ากับการศึกษาได้ดังต่อไปนี้

แหล่งที่มาของเงินทุน ในการลงทุนเมื่อแหล่งที่มาของเงินทุนมาจากเงินกู้จำนวนมากจะทำให้ต้นทุนทางการเงินต่ำ แต่จะมีความเสี่ยงสูง ดังนั้นเมื่อพิจารณาถึงทั้งต้นทุนทางการเงินที่มีประสิทธิภาพ และ ความเสี่ยงที่ไม่มากเกินไป จึงกำหนดให้สัดส่วนแหล่งที่มาของเงินทุน (สัดส่วนหนี้สิน ต่อสัดส่วนทุน) ของโครงการลงทุนนี้เท่ากับ 1 : 1

ต้นทุนทางการเงินของโครงการลงทุน กำหนดให้อัตราผลตอบแทนในส่วนของผู้ลงทุนเท่ากับต้นทุนค่าเสียโอกาสในการลงทุนระยะยาวในตลาดหลักทรัพย์ ซึ่งหมายถึงหากผู้ลงทุนไม่นำเงินจำนวนนี้มาลงทุนพัฒนาที่ดินเป็นศูนย์การค้าบนถนนสุขุมวิท ระยะยาวในตลาดหลักทรัพย์จะได้ผลตอบแทนเท่าไร หากกำหนดให้อัตราผลตอบแทนดังกล่าวเท่ากับอัตราผลตอบแทนของการลงทุนระยะยาวในตลาดหลักทรัพย์เฉลี่ย 30 ปีย้อนหลัง จะทำให้ผลตอบแทนในส่วนของผู้ลงทุนเท่ากับ ร้อยละ 12.71³ (Re)

เมื่อพิจารณาต้นทุนในการกู้ยืมเงิน โดยกำหนดให้ต้นทุนในการกู้ยืมเงินของโครงการลงทุนนี้ เท่ากับ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของผู้ประกอบการรายใหม่เฉลี่ยจากอัตราดอกเบี้ยของธนาคาร 5 แห่ง คือ ธนาคารกรุงเทพ ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารกรุงไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ และธนาคารกรุงศรีอยุธยา ต้นทุนในการกู้ยืมเงินจะมีค่าเท่ากับร้อยละ 11.545 (Rd) หรือ $MRR + 4.125^4$

ดังนั้นเมื่อนำสัดส่วนแหล่งที่มาของเงินทุนซึ่งเท่ากับ 1 : 1 ($W_d = 0.5, W_e = 0.5$) ผลตอบแทนในส่วนของผู้ลงทุนร้อยละ 12.71 (Re) และต้นทุนในการกู้ยืมเงินร้อยละ 11.545 (Rd) และอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลร้อยละ 30 มาคำนวณหาค่าต้นทุนทางการเงินของโครงการลงทุน จะทำให้ต้นทุนทางการเงินของโครงการลงทุนศูนย์การค้าสุขุมวิทเท่ากับร้อยละ 10.40

2.1.2.2. ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)

ระยะเวลาคืนทุน หมายถึง ระยะเวลานับตั้งแต่เริ่มโครงการจนถึงขณะที่โครงการสามารถสร้างผลตอบแทนให้โดยรวมกันแล้วเท่ากับเงินลงทุนเริ่มต้นพอดี หรือ ระยะเวลาคืนทุน หมายถึง ระยะเวลาที่กระแสเงินสดสะสมของโครงการลงทุนมีค่าเท่ากับศูนย์

ซึ่งระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) เป็นการประมาณเบื้องต้นถึงความ สามารถในการสร้างผลตอบแทนและความเสี่ยงของโครงการลงทุนเพราะถ้าระยะเวลาคืนทุนเร็ว แสดงว่ามีความเสี่ยงต่ำ หมายถึงโครงการลงทุนนั้นสร้างผลตอบแทนที่ดีจึงสามารถคืนทุนได้เร็ว ผู้ลงทุนจึงสามารถนำผลตอบแทนนั้นไปลงทุนใหม่ได้เร็วเช่นกัน

2.1.2.3. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net present value : NPV)

มูลค่าปัจจุบันสุทธิ หมายถึง การคำนวณมูลค่าปัจจุบันของผลประโยชน์สุทธิของโครงการ อาจหาได้จากสูตรต่อไปนี้

$$NPV = (B_0 - C_0) + \frac{(B_1 - C_1)}{(1 + r)} + \frac{(B_2 - C_2)}{(1 + r)^2} + \dots + \frac{(B_n - C_n)}{(1 + r)^n}$$

³ ใช้ข้อมูลในการคำนวณข้อมูลจากเว็บไซต์ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย <www.set.or.th>

⁴ อัตราดอกเบี้ยวันที่ 17 เมษายน 2551

B_t = คือ มูลค่าของผลประโยชน์หรือผลตอบแทนจากโครงการที่เกิดขึ้นในปีที่ t

C_t = คือ มูลค่าของต้นทุนจากโครงการที่เกิดขึ้นในปีที่ t

r = คือ อัตราคิดลด (Discount rate)

n = คือ อายุของโครงการหรือจำนวนปีทั้งสิ้นของโครงการ

ค่า NPV จะใช้เพื่อช่วยพิจารณาในการตัดสินใจว่าโครงการนี้มีผลทางเศรษฐกิจอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้หรือไม่ ดังนี้ คือ

ถ้า NPV มีค่ามากกว่า ศูนย์ หรือ เป็นบวก ย่อมหมายความว่าผลประโยชน์จากโครงการมีค่ามากกว่าต้นทุนของโครงการ การใช้ทรัพยากรในโครงการนั้น ๆ ก็ให้ผลคุ้มค่า หรือโครงการมีกำไร ถือว่าโครงการนั้นผ่านการประเมินในขั้นต้น

ถ้า NPV เท่ากับศูนย์ แสดงว่าจะลงทุนในโครงการดังกล่าวหรือไม่ก็ได้ และ

ถ้าค่า NPV น้อยกว่าศูนย์ โครงการนั้นก็อยู่ในเกณฑ์ที่ไม่สามารถยอมรับได้

2.1.2.4. อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal rate of return : IRR)

อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal rate of return : IRR) คือ อัตราผลตอบแทน หรือ อัตราคิดลดที่สูงที่สุดที่โครงการจะสามารถจ่ายให้กับทรัพยากรต่างๆ ซึ่งเมื่อจ่ายแล้วโครงการนั้นจะยังคงมีผลประโยชน์เท่ากับต้นทุนทั้งหมดพอดี เราสามารถหาอัตราผลตอบแทนภายในได้โดยการหาอัตราคิดลดที่จะมีผลให้มูลค่าปัจจุบันของต้นทุนเท่ากับมูลค่าปัจจุบันของผลประโยชน์ หรืออาจนิยามได้ว่าอัตราผลตอบแทนภายในคือ อัตราส่วนลดที่ทำให้ NPV มีค่าเท่ากับศูนย์ เขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$NPV = \sum_{t=0}^n \frac{B_t - C_t}{(1+r)^t}$$

B_t คือ มูลค่าของผลประโยชน์หรือผลตอบแทนจากโครงการที่เกิดขึ้นในปีที่ t

C_t คือ มูลค่าของต้นทุนจากโครงการที่เกิดขึ้นในปีที่ t

r คือ อัตราคิดลด (Discount rate)

n คือ อายุของโครงการหรือจำนวนปีทั้งสิ้นของโครงการ

ค่า IRR คือ อัตราผลตอบแทนของโครงการ ใช้ในการพิจารณาเพื่อตัดสินใจในการลงทุน โดยควรลงทุนหาก IRR มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับค่าเสียโอกาสของทุน แต่หากค่า IRR ของโครงการต่ำกว่าค่าเสียโอกาสของทุนหรือต่ำกว่าอัตราเป้าหมายที่ต้องการแล้ว ก็ไม่ควรลงทุน

2.1.2.5. หลักการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการลงทุน (Sensitivity Analysis)

การวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ (Sensitivity Analysis) คือ คือการศึกษาถึงความเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ ที่อาจเกิดจากความเสี่ยงและความไม่แน่นอน และทำให้ส่งผลกระทบต่อต้นทุนและผลตอบแทนของโครงการ โดยปกติจะทำการศึกษาในกรณีต่าง ๆ ต่อไปนี้

- 1) กรณีรายรับลดลง
- 2) กรณีต้นทุนเพิ่มขึ้น

การวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการเพื่อดูว่าเมื่อสถานการณ์ทางด้านค่าใช้จ่ายและรายรับเปลี่ยนแปลงไปในหลากหลายกรณี โครงการนี้จะยังคุ้มค่าที่จะลงทุนหรือไม่

โดยในการประมาณการผลตอบแทนจากโครงการลงทุนศูนย์การค้าสุวินทวงศ์นั้น ปัจจัยที่อาจส่งผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงของผลตอบแทนซึ่งนำมาพิจารณา ได้แก่ การปรับขึ้นของระดับค่าเช่า การเปลี่ยนแปลงปริมาณผู้เช่า และความผันผวนของต้นทุนการก่อสร้างเป็นตัวแปรที่ใช้ทดสอบความอ่อนไหวของโครงการที่จะนำมาใช้คำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) ของโครงการลงทุนในกรณีต่าง ๆ คือ กรณีดีกว่าที่คาดการณ์ (Best Case) กรณีฐาน (Base Case) และกรณีแย่กว่าที่คาดการณ์ (Worst Case) ซึ่งกรณีต่าง ๆ หมายถึง

1.กรณีดีกว่าที่คาดการณ์ (Best case) หมายถึง กรณีที่สามารถปรับขึ้นของระดับค่าเช่าได้มาก หรือ ปริมาณผู้เช่ามากกว่าที่คาดการณ์ หรือ สามารถควบคุมการก่อสร้างได้ดีและประหยัดต้นทุนการก่อสร้างทำให้ต้นทุนต่ำกว่าที่คาดการณ์

2.กรณีฐาน (Base Case) การปรับขึ้นของระดับค่าเช่า การเปลี่ยนแปลงปริมาณผู้เช่า และความผันผวนของต้นทุนการก่อสร้างอยู่ในระดับเดียวกับที่คาดการณ์

3.กรณีแย่กว่าที่คาดการณ์ (Worst case) หมายถึง กรณีที่สามารถปรับขึ้นของระดับค่าเช่าได้น้อยหรือไม่ได้เลย หรือ ปริมาณผู้เช่าน้อยกว่าที่คาดการณ์ หรือ ความผันผวนของต้นทุนวัสดุก่อสร้างทำให้ต้นทุนสูงกว่าที่คาดการณ์

2.1.3 แนวความคิดเกี่ยวกับศูนย์การค้า

2.1.3.1 ศูนย์การค้าชุมชน (Community mall)

นพพร วิฑูรชาติ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร สยามฟิวเจอร์ ดีเวลอปเม้นท์ ได้ให้คำนิยามของศูนย์การค้าชุมชน (Community mall) ว่า “ศูนย์การค้าชุมชน คือ รูปแบบการค้าแบบเดิมๆ ในชีวิตประจำวันที่เราไม่ได้สังเกตเห็น เช่นสมัยก่อนมีตึกแถว มีตลาดสด มีชุมชน เพียงแต่ไม่ได้มีการจัดรูปแบบให้ทันสมัย สะดวกสบาย สะอาด ปลอดภัยเหมือนกับทุกวันนี้ ซึ่งหากจะสรุปก็อาจจะพูดได้ว่าศูนย์การค้าชุมชนก็คือตลาดสดกลายพันธุ์นั่นเอง”⁵

โดยศูนย์การค้าชุมชนเป็นศูนย์การค้าแบบเปิด (open shopping center) รูปแบบหนึ่ง โดยศูนย์การค้าแบบเปิดนั้น หมายถึง ศูนย์การค้าที่มีด้านหน้าเปิดโล่ง โดยทั่วไปเป็นอาคารสูง 1 – 3 ชั้น และไม่มีทางเดินเชื่อมการปรับอากาศระหว่างร้านค้า ได้แก่ ศูนย์การค้าสยามสแควร์ ศูนย์การค้าดิโอเนอวิ แฉงวัฒนะ ศูนย์การค้าคริสตัลปาร์ค ถนนเอกมัย-รามอินทรา ศูนย์การค้าสวนลุมไนท์บาร์ซาร์ เป็นต้น

โดยทั่วไปศูนย์การค้าแบบเปิดจะแบ่งออกเป็น 6 รูปแบบหลัก ๆ คือ ศูนย์การค้าชุมชน ศูนย์สะดวกซื้อ ศูนย์บริการรถยนต์ ศูนย์การค้าแบบไลฟ์สไตล์เซ็นเตอร์ ศูนย์รวมสินค้าเฉพาะอย่าง และ ศูนย์รวมด้านบันเทิง โดยรูปแบบของศูนย์การค้าแบบเปิดแต่ละรูปแบบนั้นจะมีลักษณะที่แตกต่างกันออกไปตัวอย่างเช่น ศูนย์การค้าชุมชนจะประกอบด้วยร้านอาหาร และบริการที่เน้นตอบสนองรูปแบบการใช้ชีวิตประจำวัน ได้แก่ ร้านอาหาร ร้านให้เช่าวิดีโอ ร้านหนังสือ ร้านเสริมสวย บริการไปรษณีย์ โรงเรียนกวดวิชา และธนาคาร โดยมีแม่เหล็กสำคัญคือ ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านขายสินค้าเฉพาะอย่าง (Category killer⁶) ศูนย์การค้าแบบไลฟ์สไตล์เซ็นเตอร์ จะมีร้านอาหารที่หรูหรา มีร้านขายสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และเมเจอร์โบวลิให้บริการด้านเอ็นเตอร์เทนเม้นท์เพื่อเพิ่มความครบครันในเรื่องไลฟ์สไตล์ เป็นต้น⁷

⁵ บิสิเนสไทย “ผ่าธุรกิจ” สยามฟิวเจอร์ ยุคขาขึ้น ปักธงผู้นำศูนย์การค้าแบบเปิด” วันที่ 23 กค.2250 < http://www.business-thai.co.th/content.php?data=411671_Business>

⁶ ตัวอย่างเช่น ร้านหนังสือบีทูเอส ร้านบุท ร้านวัตสัน เป็นต้น

⁷ ทันหูน “บริษัท สยามฟิวเจอร์ ดีเวลอปเม้นท์ จำกัด(มหาชน)”
<<http://www.thunhoon.com/highlight/23809/23809.html>>

ตารางที่ 2.1
รูปแบบของศูนย์การค้าแบบเปิด

รูปแบบของศูนย์การค้า	รูปแบบ	ขนาด (ตารางเมตร)	ทำเล
ศูนย์การค้าชุมชน	ประกอบด้วยร้านค้าทั่วไปมีซูเปอร์มาร์เก็ตเป็นผู้เช่าหลัก	5,000-10,000	นอกเมือง
ศูนย์สะดวกซื้อ	ศูนย์กลางของร้านค้าขนาดเล็กมีร้านสะดวกซื้อเป็นผู้เช่าหลัก	500-1,000	ในเมืองแต่ไม่ใช่บริเวณศูนย์กลางธุรกิจ
ศูนย์บริการรถยนต์	ศูนย์บริการสำหรับรถยนต์	200-500	บริเวณศูนย์กลางธุรกิจ
ไลฟ์สไตล์เซ็นเตอร์	มีร้านหลากหลายและร้านอาหารเน้นความทันสมัย	5,000-25,000	ในเมืองแต่ไม่ใช่บริเวณศูนย์กลางธุรกิจ
ศูนย์รวมสินค้าเฉพาะอย่าง	ประกอบด้วยร้านค้าย่อยโดยมีดีสเคาน์สโตร์หรือศูนย์การค้าเฉพาะอย่างเป็นผู้เช่าหลัก	25,000 ขึ้นไป	นอกเมือง
ศูนย์รวมด้านบันเทิง	ศูนย์รวมของกิจกรรมบันเทิง เช่น โรงหนัง โบว์ลิง ฟิตเนส และร้านค้าปลีก	25,000 ขึ้นไป	ในศูนย์กลางธุรกิจ

ที่มา: บริษัท สยามฟิวเจอร์ ดีเวลอปเม้นท์ จำกัด(มหาชน)

ปัจจัยที่จะทำให้ศูนย์การค้าแบบเปิดประสบความสำเร็จนั้น นพพร วิฑูรชาติ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร สยามฟิวเจอร์ ดีเวลอปเม้นท์ได้ให้ความเห็นว่า การที่จะพัฒนาและบริหารศูนย์การค้าชุมชนให้ประสบความสำเร็จจะต้องมีความชัดเจนในการดำเนินการ โดยคำนึงถึงปัจจัยต่างๆประกอบไปด้วย ปัจจัยแรกคือ ทำเลต้องพิจารณาว่าผู้บริโภคในรัศมีที่ศูนย์ต้องการนั้น มีศักยภาพมากน้อยแค่ไหน มีกำลังซื้ออยู่ในระดับใด รวมทั้งต้องวิเคราะห์เจาะลึกว่าทำเลที่ตั้งอยู่ขาเข้าหรือขาออก หรือมีอุปสรรคการจราจรติดขัดมากน้อยแค่ไหน มีจำนวนรถยนต์ รถประจำทาง รถจักรยานยนต์มากน้อยแค่ไหน และในอนาคตศูนย์จะสามารถรองรับกำลังซื้อในอีก 10-20 ปีได้หรือไม่ ปัจจัยที่ 2 คือ การศึกษาถึงรูปแบบสถาปัตยกรรม ว่าผู้บริโภคต้องการหรือ นิยมศูนย์การค้า

แบบใด ทึบ โปร่ง ทรงเหลี่ยม ฯลฯ และผสมผสานออกมาให้เป็นรูปแบบที่ต้องการ ปัจจัยที่ 3 คือ ผู้บริหารต้องรู้จักใช้กลยุทธ์การบริหารให้เกิดความลงตัวของศูนย์กับผู้เช่า ปัจจัยต่อมาคือ ด้านการตลาด ในฐานะที่ศูนย์ได้รับความไว้วางใจให้บริหารจัดการจากผู้เช่า ศูนย์จึงต้องคิดเพื่อ และคิดแทนถึงเรื่องของการโฆษณา ส่งเสริมการขาย กลยุทธ์การตลาดต่างๆ รวมไปถึงร้านค้าแม่เหล็ก ดึงดูดผู้เช่าร่วม ที่จะมาสร้างความแข็งแกร่งให้กับศูนย์ ส่วนปัจจัยสุดท้าย เป็นเรื่องของเงื่อนไขที่ต้อง สมเหตุสมผลกับทุกฝ่าย

ในด้านโอกาสของศูนย์การค้าแบบเปิด "กวีพันธ์ เอี่ยมสกุลรัตน์" กรรมการผู้จัดการ บริษัท เค.อี.แลนด์ ผู้ริเริ่มขอปิง มอลล์เล็กแต่หรู "เดอะ คริสตัล" ย่านถนนประดิษฐ์มนูธรรม บอกว่า พฤติกรรมของการเข้าห้างฯ ของคนไทยเริ่มเดินทางไปทิศทางเดียวกับต่างประเทศ คนเหล่านี้มองหาไลฟ์สไตล์ ขอปิง มอลล์ มากขึ้น ต้องการห้างฯ ที่เป็นทางเลือก ตอบสนองความสะดวก ปลอดภัย ไม่ได้ต้องการเดินทางขนาดใหญ่อย่างแต่ก่อน เป็นพฤติกรรมของการขอปิงที่เกิดขึ้นแบบเดียวกับประเทศแถบยุโรปและสหรัฐอเมริกา โดยเฉพาะคนกลุ่มระดับบนที่ไม่ต้องการเบียดเสียด ยัดเยียดในศูนย์การค้า แต่ต้องการห้างฯ ขนาดเล็กที่มีสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของตัวเอง จึงเป็นโอกาสของมอลล์ขนาดเล็กที่จะเกิดขึ้นตามชุมชนต่างๆ⁸

การศึกษาของบริษัท เพียวสั่มมาร ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด พบว่าในอนาคตรูปแบบ ศูนย์การค้าชุมชนน่าจะได้รับการตอบรับที่ดี และเป็นที่ยอมรับ ซึ่งจะมีโอกาสที่จะขยายตัวได้ดียิ่งขึ้น โดยเฉพาะในทำเลที่มีข้อจำกัดในด้านกฎหมายไม่ยุ่งยาก เนื่องจากการลงทุนแต่ละโครงการใช้งบในการทุนไม่มากและสามารถที่จะสนองตอบพฤติกรรมของชุมชนบางกลุ่มได้อย่างดี

เมื่อพิจารณาจากปัจจัยต่าง ๆ ที่จะทำให้อายุการใช้งานแบบเปิดประสบความสำเร็จ และ โอกาสของศูนย์การค้าแบบเปิดแล้ว จะเห็นว่าศูนย์การค้าชุมชนมีความเป็นไปได้ที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคบนถนนสุขุมวิทได้เป็นอย่างดี เนื่องจากโครงการ ศูนย์การค้าบนถนนสุขุมวิท อยู่ฝั่งขาออกไปนอกเมือง บริเวณโดยรอบประกอบด้วยหมู่บ้านจัดสรรจำนวนมาก พื้นที่มีระยะทางจากห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ ทำให้เป็นการสะดวกกับ

⁸ กรุงเทพธุรกิจ"เกมเปลี่ยนทิศ ธุรกิจ 'โต' นอกห้างฯ ขอปิงมอลล์ 'พันธุ์ใหม่' 20 กค.

50 “ <http://www.bangkokbizweek.com/20070703/cover/index.php?news=column_23754513.html>

⁹ไทยพีอาร์ เนต “เฟี้ยวเฟลส คอมมูนิตีมอลล์” 11 มิย. 50

<<http://www.ryt9.com/news/2007-06-11/iq46a8d160cfb58c1899cdcdfd54f27bef/>>

ผู้บริโภคที่อยู่บริเวณใกล้เคียงที่จะแวะซื้อสินค้าก่อนที่จะกลับบ้านโดยไม่ต้องแวะห้างสรรพสินค้าหรือตลาดขนาดใหญ่ที่ต้องใช้เวลาในการเดินทางนานและไม่สะดวกในการจับจ่ายซื้อของ

2.1.3.2 ทฤษฎีแม่เหล็กดึงดูดผู้เข้าร่วม และผู้ใช้บริการศูนย์การค้า (Anchor)

ในการประกอบธุรกิจศูนย์การค้าจำเป็นต้องมีสิ่งดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการ ศูนย์การค้าเป็นประจำ และดึงดูดผู้เข้าร่วมให้มาเข้าสู่ศูนย์การค้า ในทฤษฎีการสร้างศูนย์การค้าเรียกสิ่งดึงดูดนี้ว่า แม่เหล็กศูนย์การค้า (Anchor) โดยมีผู้กล่าวถึงความสำคัญของแม่เหล็กดึงดูดศูนย์การค้าดังนี้

นพพร วิฑูรชาติ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร สยามพิวเจอร์ ดีเวลอปเม้นท์ ยกตัวอย่างว่า โรงละครรัชดาลัย อินเด็กซ์ ลิฟวิ้ง มอลล์ โฮมเวิร์ค และเมเจอร์ซินีเพล็กซ์ จะคอยดึงดูดผู้เข้าพื้นที่ร่วมได้ค่อนข้างดี เพียงแต่ไม่ใช่ปัจจัยเดียว เพราะที่ผ่านมาพิสูจน์แล้วว่า ผู้เข้าพื้นที่หลักอย่าง “ซูเปอร์มาร์เก็ต” เป็นสิ่งที่ทำให้ศูนย์การค้าคึกคักมากที่สุด ศูนย์การค้าทุกแห่งต้องมี “แม่เหล็ก” สำหรับสยามพิวเจอร์เลือกให้ “ซูเปอร์มาร์เก็ต” เป็นแม่เหล็กหลักในการดึงกำลังซื้อจากผู้บริโภค

“กวีพันธ์ เอี่ยมสกุลรัตน์” กรรมการผู้จัดการ บริษัท เค.อี.แลนด์ก็มีความเห็นที่สอดคล้องกันว่าการจะเปิดมอลล์ขนาดเล็กให้ประสบความสำเร็จได้นั้น ส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับ “แม่เหล็ก” ดึงดูดลูกค้า ซึ่งตัวดูดสำคัญๆ เห็นจะหนีไม่พ้นซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านกาแฟชื่อดังอย่างสตาร์บัคส์ หรือโรงหนัง

ในขณะที่ วิลเลียม เทาห์แมน หัวหน้าคณะผู้บริหารฝ่ายปฏิบัติการ (ซีโอโอ) ของบริษัทเทาห์แมน เซ็นเตอร์ ซึ่งเป็นเจ้าของโครงการศูนย์การค้าอินเตอร์เนชั่นแนล พลาซ่า (International Plaza) เป็นศูนย์การค้าใหม่ตั้งอยู่ใกล้สนามบินนานาชาติแทมปาในรัฐฟลอริดา กล่าวว่า ปัจจุบันนี้ “อาหาร” คือปัจจัยใหญ่ที่ดึงดูดคนเข้าสู่ศูนย์ เปรียบเป็นแม่เหล็กสำคัญ ที่ทำยอดขายให้กับทางศูนย์การค้าอินเตอร์เนชั่นแนล พลาซ่า ถึงปีละ 70 ล้านดอลลาร์ หรือกว่า 2,660 ล้านบาท¹⁰

อีกด้านหนึ่ง สุเวทย์ ธีรวิฑูรกุล กรรมการผู้อำนวยการ บริษัท เอ็ม บี เค จำกัด (มหาชน) ชี้ให้เห็นว่า แม่เหล็กของ MBK Center ในยุคปัจจุบัน ได้แก่ โรงภาพยนตร์, Money Park, ศูนย์มือถือ และศูนย์อาหาร¹¹

¹⁰ฐานเศรษฐกิจ ฉบับที่ 2137-543 “ยั่วกันด้วยอาหาร”

<<http://www.thannews.th.com/detialNews.php?id=M2821372&issue=2265>>

¹¹ แบรินด์เอจ “MBK Center กับ 4 แม่เหล็กยักษ์”

<http://www.brandage.com/issue/cs_print.asp?id=2171>

พิมผกา หวังหลี่ กรรมการ ผู้จัดการ บริษัทวังสิต พลาซ่า ผู้บริหารศูนย์การค้า เซียร์ วังสิตให้ความเห็นว่า สำหรับธุรกิจศูนย์การค้าในปัจจุบันนี้การสร้างแม่เหล็กเพื่อดึงดูดลูกค้าเป็นเรื่องจำเป็นและต้องปรับปรุงให้สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ของคนที่กำลังเปลี่ยนไป ในปัจจุบันคนรุ่นใหม่นอกจากให้ความสำคัญในเรื่องความทันสมัยของแฟชั่นแล้ว ยังสนใจในเรื่องความรู้ใหม่ โดยเฉพาะไอที¹²

ทศ จิราธิวัฒน์ กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท เซ็นทรัล รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (CRC) กล่าวว่า การขยายธุรกิจในมุมมองแบบ Integrate ที่รวมเอาจุดแข็งทั้งหมดในรูปแบบของ Category, Retail, Shopping Mall, Department Store, Office Center และโรงแรมเข้าไว้ด้วยกัน บนพื้นที่กว่า 800,000 ตร.ม. ของศูนย์การค้า Central World Plaza ถือเป็นกลยุทธ์ไม่ได้ที่ “เซ็นทรัลพัฒนา” นำมารับมือกับการเกิดของ “Siam Paragon” และภาวะการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงมากขึ้นทุกขณะ รวมถึงการเติมเต็มเป้าหมายการเป็น Shopping Street บนย่าน 4 เหลี่ยมทองคำ ให้สมบูรณ์แบบยิ่งขึ้น เมื่อทุกอย่างตอบโจทย์ได้อย่างครบถ้วน ย่อมส่งผลให้ Megaplex แห่งนี้กลายเป็นแม่เหล็กทรงพลังที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และต่างประเทศให้เข้าสู่ธุรกิจย่านนี้ได้อย่างมหาศาล¹³

จะเห็นว่าแม่เหล็กดึงดูดของศูนย์การค้าสามารถเป็นได้ 2 รูปแบบ ได้แก่ แม่เหล็กดึงดูดในรูปแบบของ **ร้านค้าดึงดูด** (Anchor Stores) เช่น ห้างสรรพสินค้า ดีสเคาน์สโตร์ ซูเปอร์มาร์เก็ต โรงหนัง โรงละคร สถาบันการศึกษา ปั๊มน้ำมัน ศูนย์ราชการ ศูนย์อาหาร และแม่เหล็กดึงดูดในรูปแบบของ**ศูนย์การค้าดึงดูด** (Pattern of mall) เช่น ศูนย์รวมเฟอร์นิเจอร์ (ตัวอย่างเช่นอินเด็กซ์ ลิฟวิง มอลล์ หรือโฮมโปร) ศูนย์รวมสินค้าเฉพาะทางเช่น ศูนย์ไอที ศูนย์ Megaplex ศูนย์ไลฟ์สไตล์

ในแผนการลงทุนโครงการพัฒนาที่ดินศูนย์การค้าสุวินทวงศ์นั้นกำหนดให้ แม่เหล็กศูนย์การค้าสำหรับดึงดูดผู้ให้บริการ และผู้เข้าร่วมในส่วนที่เป็นร้านค้าดึงดูด (Anchor Stores) คือ ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านอาหาร และร้านขายสินค้าเฉพาะอย่าง เนื่องจากร้านค้าดึงดูดประเภทนี้เป็นสิ่งที่ตอบสนองความต้องการการใช้ชีวิตประจำวันของผู้บริโภค มีความถี่ในการจับจ่ายซื้อสูง ซึ่งเป็นการสะดวกกว่าในการเลือกใช้บริการศูนย์การค้าใกล้บ้าน และประหยัดเวลาในการเดินทางไป

¹² ไอทีฟิวเจอร์พลาซาร์ “ศูนย์ไอทีแม่เหล็กดูดคน โมเดิร์นเทรดจ่อคิวเปิดเพียบ”

<<http://www.bangkokspace.com/content.aspx?bs=ITFuture&cid=11&id=1285>>

¹³ แบรินด์เอจ “Central World Plaza แม่เหล็กยักษ์แห่ง Shopping Street”

<http://www.brandage.com/issue/edn_print.asp?id=1529>

ศูนย์การค้าขนาดใหญ่ที่อยู่ไกลออกไป ทำให้ร้านค้าดังดูประเภทนี้เหมาะสมกับลักษณะของทำเลที่ตั้งของศูนย์การค้าที่อยู่บนถนนสุวินทวงศ์ ในด้านแม่เหล็กดึงดูดในรูปแบบของศูนย์การค้า นั้น ศูนย์การค้าสุวินทวงศ์กำหนดให้ ศูนย์การค้ามีแม่เหล็กในรูปแบบของศูนย์ไลฟ์สไตล์ โดยมีลักษณะเป็นศูนย์การค้าริมทะเลสาป ที่มีสนามกีฬาและสวนสาธารณะเป็นเป็นองค์ประกอบสำคัญ เพื่อให้ศูนย์การค้าสุวินทวงศ์เป็นสถานที่พักผ่อน ที่ออกกำลังกาย และสถานที่นัดพบของชุมชนในบริเวณใกล้เคียง ทำให้แม่เหล็กดึงดูดสามารถตอบสนองความต้องการผู้ออกกำลังกายในสวนสาธารณะ ผู้ที่ออกกำลังกายเป็นประจำ ผู้ที่ต้องการออกกำลังกาย และผู้ที่ต้องการสัมผัสบรรยากาศความผ่อนคลายจากสวนสาธารณะและทะเลสาปของศูนย์การค้ารูปแบบใหม่ที่มีจำนวนมากได้

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 ด้านการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการลงทุน

งานวิจัยเฉพาะเรื่องของนายพรชัย บรรลุทางธรรม(2548)

ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนของโครงการอพาร์ทเมนต์ให้เช่าสำหรับ นักศึกษากรณีศึกษา มหาวิทยาลัยรังสิต จังหวัดปทุมธานี โดยมีวัตถุประสงค์ 2 ประการคือ (1) เพื่อศึกษาภาพรวมของตลาดอพาร์ทเมนต์ให้เช่าสำหรับนักศึกษาในพื้นที่บริเวณภายในหมู่บ้านเมืองเอก จังหวัดปทุมธานี ว่ามีอพาร์ทเมนต์ให้เช่าปริมาณเท่าใด ยังมีความต้องการและความขาดแคลนที่อยู่อาศัยประเภทอพาร์ทเมนต์หรือไม่ และ (2) เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนของโครงการอพาร์ทเมนต์ให้เช่าสำหรับนักศึกษา ซึ่งเป็นอาคาร 5 ชั้น 78 ห้อง ขนาด 4 x 5.5 เมตร บนพื้นที่ดินที่ใช้เป็นแบบในการศึกษาจำนวน 225 ตารางวา ว่ามีความเหมาะสมในการลงทุนหรือไม่

ผลการศึกษาในภาพรวมของตลาดอพาร์ทเมนต์ให้เช่าพบว่าไม่น่าที่จะขาดแคลนห้องเช่า และผลการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนโดยใช้เครื่องมือทางการเงิน NPV และ IRR พบว่าโครงการมีความเป็นไปได้ในการลงทุนที่อัตราค่าเช่าเริ่มต้นที่ 4,200 บาทต่อเดือน โดยมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เป็นบวกที่ 799,176 บาท มีอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) เท่ากับ 7.13% ต่อปี ซึ่งมากกว่าค่าเสียโอกาสของทุน (6.75%ต่อปี) และมีระยะเวลาคืนทุนที่ 11 ปี โดยโครงการมีความเป็นไปได้ในการลงทุน

ในการลงทุนพัฒนาที่ดินเป็นศูนย์การค้าบนถนนสุวินทวงศ์ได้นำงานวิจัยเฉพาะเรื่อง
ของนายพรชัย บรรลุทางธรรมมาใช้ในส่วนของกาประเมินราคาค่าก่อสร้างอาคาร และ การ
คำนวณความเป็นไปได้ทางการเงินในการลงทุน

บทความวิชาการ ของทัศนีย์ สถิตยศรีวงศ์ (2538)

ศึกษาเรื่องการขยายตัวของห้างสรรพสินค้า โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิเคราะห์
แนวโน้มการขยายตัวของห้างสรรพสินค้า ส่วนแบ่งการตลาด กลยุทธ์ทางธุรกิจ และ รูปแบบของ
การประกอบกิจการห้างสรรพสินค้า โดยการศึกษาได้รวบรวมข้อมูลสถิติจากแหล่งข้อมูลที่น่า
เชื่อถือ และ ทำการวิเคราะห์เป็นบทความวิชาการ โดยได้ผลการศึกษา คือ ในด้านส่วนแบ่ง
การตลาด ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล คิดเป็นร้อยละ 27 ของมูลค่าการตลาดทั้งหมด ซึ่งมีส่วนแบ่ง
ทางการตลาดมากที่สุดรองมาคือ ห้างสรรพสินค้าโรบินสันมีส่วนแบ่งการตลาด คิดเป็นร้อยละ 12
และห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ มีส่วนแบ่งการตลาดคิดเป็นร้อยละ 10 ตามลำดับ ในด้านกลยุทธ์
ห้างสรรพสินค้ามีการใช้การตลาดในการทำกลยุทธ์ โดยกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์จะเน้นหลักใน 2
ลักษณะคือ ความสะดวกในการเดินทาง และการสร้างจุดเด่นของห้างสรรพสินค้าแต่ละแห่งเช่น
การสร้างสวนสนุก และสวนน้ำเป็นต้น กลยุทธ์ราคาจะมีกลยุทธ์ในการลด และการเป็นสมาชิก กล
ยุทธ์ส่งเสริมการขายจะทำการโฆษณา และประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ ในด้านรูปแบบของการ
ประกอบกิจการห้างสรรพสินค้า มี 2 รูปแบบคือ 1) การรวมตัวกันระหว่างศูนย์การค้าและ
ห้างสรรพสินค้า เช่น ศูนย์การค้าแฟชั่นไอส์แลนด์ รวมตัวกับห้างโรบินสัน ศูนย์การค้าเวสต์เทรด
เซ็นเตอร์รวมตัวกับ (เซ็นทรัล) ห้างสรรพสินค้า เซ็น ในด้านแนวโน้มของห้างสรรพสินค้าและ
การค้าปลีกมีแนวโน้มจะเกิดศูนย์การค้ามากขึ้นในอนาคต เนื่องจากพฤติกรรมกาใช้จ่ายใช้สอย
ของคนเปลี่ยนแปลงไป โดยห้างสรรพสินค้าจะเริ่มขยายตัวมากขึ้นในเขตเมือง ชานเมือง และ
จังหวัดในต่างจังหวัด

งานของ ทัศนีย์ สถิตยศรีวงศ์ สนับสนุนแนวทางการลงทุนพัฒนาที่ดินเป็นศูนย์การค้า
บนถนนสุวินทวงศ์ ในส่วนที่ว่า แนวโน้มของห้างสรรพสินค้าและ การค้าปลีกมีแนวโน้มจะเกิด
ศูนย์การค้ามากขึ้นในอนาคต เนื่องจากพฤติกรรมกาใช้จ่ายใช้สอยของคนเปลี่ยนแปลงไป โดย
ห้างสรรพสินค้าจะเริ่มขยายตัวมากขึ้นในเขตเมือง ชานเมือง และ จังหวัดในต่างจังหวัด

พนมพล อูระพันธมาศ (2548)

ศึกษาเรื่องแนวทางการออกแบบพื้นที่สาธารณะของศูนย์การค้า:รูปแบบที่ก่อให้เกิด
รายได้ โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษา รูปของพื้นที่สาธารณะ ของศูนย์การค้า กิจกรรมต่างๆที่
เกิดขึ้น รายได้ที่ศูนย์การค้าได้รับจากการใช้ประโยชน์พื้นที่ ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบกับ

กิจกรรม และรายได้ และเพื่อทดสอบสมมติฐานและเสนอแนวทางการออกแบบปรับปรุงพื้นที่สาธารณะที่ก่อให้เกิดรายได้แก่ศูนย์การค้า ซึ่งการศึกษาครั้งนี้ได้ทำการศึกษา พื้นที่สวนสาธารณะของศูนย์การค้า 3 แห่ง ได้แก่ ศูนย์การค้าสยามดิสคัฟเวอรี่ เซ็นเตอร์ ศูนย์การค้ามาบุญครองเซ็นเตอร์ และศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์พลาซ่าโดยทำการศึกษาตัวแปรเกี่ยวกับรูปแบบของพื้นที่สาธารณะ กิจกรรมที่เกิดขึ้น และรายได้ที่ศูนย์การค้าได้รับ จากแบบสอบถามประชาชนที่มีใช้งานพื้นที่สาธารณะของศูนย์การค้า สัมภาษณ์จากผู้บริหารศูนย์การค้า และผู้ประกอบการจัดงานของศูนย์การค้าทั้ง 3 แห่ง ได้ผลการศึกษาพบว่า ประชาชน ที่มาใช้งานพื้นที่สาธารณะ ทั้ง 3 แห่งส่วนใหญ่มีความต้องการ ให้พื้นที่สาธารณะสามารถตอบสนองกิจกรรมการชมการแสดงกิจกรรม การพักผ่อน และการนัดพบรอคอย อีกทั้งความพึงพอใจต่อรูปแบบพื้นที่สาธารณะของศูนย์การค้า รูปแบบที่ผู้มาใช้งานมีความพึงพอใจมาก คือรูปแบบเรื่องตำแหน่งที่ตั้งของพื้นที่สาธารณะ การเข้าถึงพื้นที่สาธารณะ ความสว่าง ขนาดรูปร่างพื้นที่สาธารณะ และบรรยากาศตามลำดับ ในส่วนของรายได้ที่ศูนย์การค้าจะได้รับจากการใช้ประโยชน์พื้นที่สาธารณะ ในการจัดงานกิจกรรมต่างๆ ศูนย์การค้าจะได้รับรายได้ที่ถือเป็นรายได้หลักอันดับที่ 2 ประมาณร้อยละ 5 ถึงร้อยละ 10 ของรายได้ทั้งหมดที่ศูนย์การค้าได้รับ รองจากการให้เช่าพื้นที่ร้านค้าต่างๆ ดังนั้นการออกแบบพื้นที่สาธารณะของศูนย์การค้าควรคำนึงเรื่อง ตำแหน่งที่ตั้ง การเข้าถึง ความสว่าง ขนาดรูปร่างพื้นที่ ซึ่งส่งผลต่อการใช้งานของประชาชนโดยทั่วไป และส่งผลต่อรายได้ที่ศูนย์การค้าได้รับ โดยประชาชนเข้ามาใช้บริการพื้นที่สาธารณะของศูนย์การค้า ย่อมเข้าไปใช้งานในศูนย์การค้าต่อถือเป็นรายได้ทางอ้อม ส่วนผู้ประกอบการที่ทำการเช่าพื้นที่ลานกิจกรรมถือเป็นรายได้ทางตรงที่ศูนย์การค้าได้รับ

งานของ พนมพล อูระพันธมาศ มีส่วนช่วยกำหนดรูปแบบแม่เหล็กดึงดูดศูนย์การค้า สุวินทวงศ์ซึ่งเป็นสวนสาธารณะ และเป็นพื้นที่สาธารณะของศูนย์การค้า เพื่อให้เกิดความพึงพอใจต่อรูปแบบพื้นที่สาธารณะของศูนย์การค้า ทั้งด้านตำแหน่งที่ตั้งของพื้นที่สาธารณะ การเข้าถึงพื้นที่สาธารณะ ความสว่าง ขนาดรูปร่างพื้นที่สาธารณะ รวมถึงรายได้ที่ศูนย์การค้าจะได้รับจากการใช้ประโยชน์พื้นที่สาธารณะ

ศากุล ติมวงศ์ (2548)

ศึกษาเรื่องแนวทางการบริหารจัดการพื้นที่สวนลุมไนท์บาซาร์ เป็นการศึกษาเพื่อกำหนดและเสนอแนวทางการบริหารจัดการพื้นที่สวนลุมไนท์บาซาร์ให้เกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิภาพสูงขึ้น โดยมุ่งเน้นที่การสร้างสภาพแวดล้อมกับผู้ใช้พื้นที่ และสร้างความคุ้มค่าในการลงทุนให้กับเจ้าของโครงการ ตัวแปรสำคัญที่เกี่ยวข้องในการวิจัยนี้ได้แก่ ลักษณะทางกายภาพ

และกิจกรรมในพื้นที่ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับผู้ใช้พื้นที่ รวมถึงปัจจัยภายนอกโครงการที่ได้ทำการศึกษาวิเคราะห์ร่วมด้วย เพื่อพิจารณาถึงความเป็นไปได้ในการลงทุนปรับปรุงโครงการ จากปัจจัยเหล่านี้ผู้วิจัยได้สร้างแบบจำลองทางสถาปัตยกรรมของพื้นที่สวนลุมไนท์บาซาร์ รวมถึงได้ทำการประมาณการทางการเงินของโครงการขั้นต้น เพื่อใช้ประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในการลงทุนปรับปรุงโครงการ การเก็บข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ประกอบด้วย การเก็บข้อมูลลักษณะทางกายภาพเน้นการสังเกต การบันทึกกิจกรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่ และการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือสำรวจความคิดเห็นของผู้ใช้พื้นที่ด้วยการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มหลัก คือ กลุ่มผู้ใช้ประจำ ได้แก่ เจ้าหน้าที่และผู้ประกอบการในโครงการสวนลุมไนท์บาซาร์ และกลุ่มผู้ใช้ชั่วคราว ได้แก่ ลูกค้าที่เข้ามาใช้พื้นที่สวนลุมไนท์บาซาร์ ผลการวิจัยพบว่าปัญหาที่เกิดขึ้นมาจากปัจจัยภายในโครงการ 5 ประเด็นหลักตามลำดับความสำคัญและค่าน้ำหนักในการวิเคราะห์ ดังนี้ การจัดลักษณะทางกายภาพโดยรวมของพื้นที่ การบริหารจัดการโครงการ ระบบการสัญจร รูปแบบการใช้งานในพื้นที่ และความต้องการเพิ่มเติมในด้านกิจกรรม อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกโครงการเกี่ยวกับแนวโน้มวิถีการดำเนินชีวิตของตลาดกลุ่มเป้าหมายพบว่ามีความสำคัญต่อการปรับปรุงโครงการ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การกำหนดแนวคิดหลักของการปรับปรุงโครงการ ข้อเสนอแนะหลักที่ได้จากผลการวิจัย คือ โครงการสวนลุมไนท์บาซาร์ควรจะมีการกำหนดภาพลักษณ์ที่เด่นชัดที่สามารถสะท้อนให้เห็นรูปแบบกิจกรรมในพื้นที่ได้อย่างชัดเจน การดำเนินการปรับปรุงโครงการตามแนวคิดนี้ ผู้ศึกษาได้เสนอการปรับผังพื้นที่ตามลักษณะความสำคัญของกิจกรรม กล่าวคือ กำหนดให้ตลาดนัดขายสินค้าตอนกลางคืนให้เป็นสาระหลักของโครงการ ซึ่งเป็นบทบาทเดิมของโครงการสวนลุมไนท์บาซาร์ที่คนทั่วไปรับรู้ และเป็นจุดขายสำคัญที่เป็นประโยชน์ต่อโครงการอยู่แล้ว นอกจากนี้ได้เสนอให้มีการปรับพื้นที่เพิ่มเติม เพื่อเน้นภาพลักษณ์ของโครงการที่เป็น “สถานบันเทิงเพื่อการศึกษา (edutainment) และมีการสร้างจุดเชื่อมแต่ละกิจกรรมให้พื้นที่มีความต่อเนื่องและเป็นไปในทิศทางเดียวกันทั้งโครงการ โดยการปรับรูปแบบโครงการสวนลุมไนท์บาซาร์ตามที่เสนอใหม่นี้ จะสะท้อนภาพความเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะเป็นตลาดนัดขนาดใหญ่เน้นกิจกรรมที่หลากหลาย และสร้างประสบการณ์ตอบสนองรูปแบบการใช้ชีวิตคนเมืองได้ตลอดทั้งวัน (urban activities bazaar)

งานของ ศากุล ติมวงศ์ เป็นประโยชน์ในการพัฒนาแนวคิดแม่เหล็กดึงดูดศูนย์การค้า สุวินทวงศ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้าน โลฟสไตล์ มอลล์ ซึ่งสวนลุมไนท์บาซาร์มีการกำหนดภาพลักษณ์ที่เด่นชัดที่สามารถสะท้อนให้เห็นรูปแบบกิจกรรมในพื้นที่ได้อย่างชัดเจน การประเมิน

ปัญหาที่เกิดขึ้นมาจากปัจจัยภายในและภายนอกของโครงการ และการสร้างแบบจำลองทางสถาปัตยกรรมเพื่อทำการประมาณการทางการเงินของโครงการ

ชนิตา ช่วยศิริ (2549)

ศึกษาเรื่องแนวทางการกำหนดรูปแบบโครงการและการออกแบบศูนย์การค้าไอทีประเภทผู้นำตลาด มีวัตถุประสงค์ 4 ประการ ได้แก่ การสำรวจสภาพปัจจุบัน การศึกษาตัวแปรที่เกี่ยวข้องในการกำหนดรูปแบบ การเสนอแนวความคิดรูปแบบโครงการใหม่พร้อมทั้งรูปแบบสถาปัตยกรรม และการสรุปแนวทางในการกำหนดรูปแบบและข้อเสนอแนะในการพัฒนาโครงการที่นำเสนอให้สามารถนำไปพัฒนาต่อได้ วิธีการวิจัยประกอบด้วย 1) การศึกษาบทความที่เกี่ยวข้องกรณีศึกษาและการเก็บข้อมูลจากพื้นที่จริง 2) การจัดทำโครงการและการออกแบบสถาปัตยกรรม 3) การจัดทำการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ 4) การสรุปแนวทางในการกำหนดรูปแบบและข้อเสนอแนะในการพัฒนาโครงการที่ได้ทำการนำเสนอ ผลการศึกษาแบ่งเป็น 2 ส่วน โดยส่วนที่ 1 มาจากการวิเคราะห์ตัวแปร ซึ่งได้ผลสรุปจากการสำรวจสภาพปัญหา รูปแบบการสัญจรและจำนวนที่จอดรถควรได้รับการปรับปรุง กลุ่มผู้ใช้และกลุ่มผู้เช่าคิดว่าปัจจัยที่ดึงดูดให้มาลงทุนหรือมาใช้บริการมากที่สุดได้แก่ ประเด็นในเรื่องลักษณะของความเป็นศูนย์รวม ดังนั้นจึงควรจัดการบริหารให้เกิดความเป็นศูนย์กลางซึ่งควรมีจำนวนร้านค้าไม่ต่ำกว่า 90 ร้านค้าและไม่ควรมากกว่า 500 ร้านค้า ในการกำหนดรูปแบบศูนย์การค้าไอทีควรมีการค้าหนึ่งถึงตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันได้แก่ สภาพทางการตลาด ประเภทร้านค้าและการบริหารพื้นที่ โดยที่สภาพทางการตลาดในสินค้าต่างประเภทมีความเกี่ยวข้องกับค่านิยมในการซื้อจากประเภทร้านค้าที่ต่างกัน ประเภทร้านค้าส่งผลต่อความคาดหวังในการมาของลูกค้าในแต่ละกลุ่ม ดังนั้นการกำหนดสัดส่วนประเภทร้านค้าจะส่งผลต่อการกำหนดกลุ่มผู้ใช้หลักของโครงการ การกำหนดสัดส่วนร้านค้าแต่ละประเภทต่างกันส่งผลต่อการกำหนดพื้นที่โดยรวมและกลุ่มผู้ใช้ที่ต่างกัน สำหรับการออกแบบ การจัดวางผังแบบ Introverted Center มีความเหมาะสมมากที่สุด ลักษณะการสัญจรควรมีการแยกเส้นทางบริการและเส้นทางสำหรับลูกค้าออกจากกัน การกำหนดประเภทสัญญาแบบระยะสั้นมีความเหมาะสมเนื่องจากลักษณะความไม่แน่นอนของสินค้า 3 ประการได้แก่ เป็นตลาดที่มีความไม่แน่นอนสูง เทคโนโลยีมีความไม่แน่นอนสูง การแข่งขันที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ผลการศึกษาในส่วนที่ 2 แนวคิดโครงการศูนย์การค้า IT with Exclusivity ตั้งอยู่ริมถนนรัชดาภิเษก ห่างจากสถานีรถไฟฟ้าใต้ดินห้วยขวาง ขนาดพื้นที่ดิน 5.2 ไร่ มีพื้นที่ขายทั้งหมด 11,490 ตารางเมตร ประกอบด้วยร้านค้าทั้งหมด 78 ร้านค้า สามารถจอดรถได้จำนวน 255 คัน เน้นกลุ่มลูกค้าในระดับบนและประเภทสินค้าจำพวกโน้ตบุ๊กหรือสินค้าที่มีราคาค่อนข้างสูง และใช้ปัจจัยทางด้าน

อารมณ์รวมทั้งการให้บริการในการตัดสินใจเป็นส่วนใหญ่ มีร้านค้าคอนเซปต์สโตร์ซึ่งใช้เป็นร้านดึงดูดในการมา รวมทั้งมีการพัฒนารูปแบบสถาปัตยกรรมที่สามารถสร้างการรับรู้ สร้างประสบการณ์และความคาดหวังในการมาที่แตกต่างจากศูนย์การค้าไอทีทั่วไป ผลการประเมินจากกลุ่มนักพัฒนาโครงการ และผู้ประกอบการมีข้อเสนอแนะดังนี้ ด้านการออกแบบควรมีการออกแบบระบบสัญญาณภายใน ให้แตกต่างออกไปเพื่อเป็นการสร้างประสบการณ์ใหม่ ด้านการบริหารพื้นที่หากชั้นบนมีการขายพื้นที่ในลักษณะของรูปแบบหน้าร้านขายสินค้าและสำนักงานไอทีขนาดเล็กจะทำให้พื้นที่ที่มีความน่าสนใจมากขึ้น ควรมีการแสดงนิทรรศการทางด้านเทคโนโลยีและศิลปะและการจัดพื้นที่ที่ก่อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ปะกัณระหว่างผู้ที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกัน

งานของ ชนิตา ช่วยศิริ สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการพัฒนาแนวคิดแม่เหล็กดึงดูดศูนย์การค้าสุวินทวงศ์ในส่วนของร้านค้าดึงดูดและรูปแบบศูนย์การค้าดึงดูด และในส่วนของ การกำหนดสัดส่วนประเภทร้านค้าที่จะส่งผลต่อการกำหนดกลุ่มผู้ใช้บริการศูนย์การค้าของ ศูนย์การค้าสุวินทวงศ์

2.3 วิธีการศึกษา

วิธีการศึกษาแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

2.3.1 การรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโครงการลงทุน

2.3.1.1 การรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนโครงการพัฒนาที่ดินเป็นศูนย์การค้าสุวินทวงศ์จากแบบสอบถาม ได้แก่

- ข้อมูลด้านทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อแม่เหล็กดึงดูดศูนย์การค้าสุวินทวงศ์
- ข้อมูลด้านทัศนคติของผู้เช่าที่มีต่อแม่เหล็กดึงดูดศูนย์การค้าสุวินทวงศ์
- ข้อมูลด้านลักษณะสัญญาเช่าที่ผู้เช่าต้องการ
- ข้อมูลด้านปริมาณความต้องการเช่าพื้นที่ของศูนย์การค้า ณ ระดับค่าเช่าต่าง ๆ

แบบสอบถาม¹⁴ที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้แบ่งเป็น แบบสอบถามเพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการศูนย์การค้าจำนวน 177 ชุด และแบบสอบถามเพื่อศึกษาพฤติกรรมการเช่าจำนวน

¹⁴ ภาคผนวก ก.

120 ชุด ซึ่งแบบสอบถามเพื่อศึกษาพฤติกรรมการเข้าประกอบด้วย แบบสอบถามสำหรับผู้เช่าสถานประกอบการพาณิชย์ขนาดเล็ก (ขนาดไม่เกิน 30 ตารางเมตร) จำนวน 50 ชุด แบบสอบถามสำหรับผู้เช่าสถานประกอบการพาณิชย์ขนาดกลาง (ขนาด 40-120 ตารางเมตร) จำนวน 50 ชุด และแบบสอบถามสำหรับผู้เช่าสถานประกอบการพาณิชย์ขนาดใหญ่ (ขนาด 120 ตารางเมตรขึ้นไป) จำนวน 20 ชุด

แบบสอบถามสำหรับผู้ให้บริการ

การเลือกตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามผู้ให้บริการ ทำการเลือกโดยวิธีการสุ่มโดยกำหนดเป้าหมาย (Purposive Random) โดยเป้าหมายแรกที่สำคัญ คือ พื้นที่ทำการเก็บแบบสอบถาม จะทำการเก็บแบบสอบถามส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 80 ของจำนวนแบบสอบถามทั้งหมด จากกลุ่มตัวอย่างในเขตพื้นที่ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของศูนย์การค้าสุวินทวงศ์¹⁵ และเป้าหมายต่อมาที่สำคัญ คือ การกระจายของอายุของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้อายุของกลุ่มตัวอย่างไม่กระจุกตัวในช่วงอายุใดอายุหนึ่งมากเกินไป

โดยเนื้อหาของแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 การเข้าถึงและการใช้บริการ

ส่วนที่ 3 ทศนคติด้านการใช้บริการศูนย์การค้า

ส่วนที่ 4 ทศนคติเกี่ยวกับแนวคิดสวนสาธารณะ และศูนย์การค้า

ข้อมูลในส่วนที่ 1- 3 นั้นจะเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการ วางตำแหน่งของศูนย์การค้าและเพื่อตอบสนองความต้องการผู้ให้บริการหรือกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ทำให้ทราบถึงคู่แข่ง และ ศูนย์การค้าต้นแบบ อีกทั้งยังทำให้สามารถกำหนดสัดส่วนของร้านค้าประเภทต่าง ๆ ที่ประชากรในพื้นที่ต้องการได้

ข้อมูลในส่วนที่ 4 นั้น จะเป็นการทดสอบระดับความสนใจในสวนสาธารณะของผู้ใช้บริการศูนย์การค้า ซึ่งเป็นแนวคิดศูนย์การค้าสุวินทวงศ์ ว่าแนวคิดดังกล่าวมีความน่าสนใจเพียงใด อีกทั้งยังเป็นการประเมินจำนวนผู้ให้บริการสวนสาธารณะ สนามกีฬา และศูนย์การค้าอีกด้วย

¹⁵ เขตพื้นที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของศูนย์การค้าสุวินทวงศ์ หมายถึง เขตมีนบุรี เขตหนองจอก เขตลาดกระบัง เขตปทุมธานี เขตคลองสามวา และเขตสะพานสูง

แบบสอบถามสำหรับผู้ประกอบการ

แบบสอบถามสำหรับผู้ประกอบการจะทำการเก็บกลุ่มตัวอย่าง สำหรับกิจการที่สามารถตั้งอยู่ในศูนย์การค้าได้เท่านั้น โดยมีวิธีการเลือกตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามผู้ประกอบการด้วยวิธีการสุ่มโดยกำหนดเป้าหมาย (Purposive Random) และให้ความสำคัญกับพื้นที่ที่ทำการเก็บแบบสอบถามเป็นอันดับแรกเช่นเดียวกับแบบสอบถามผู้ใช้บริการ แต่แบบสอบถามผู้ประกอบการจะให้ความสำคัญกับผู้ประกอบการที่มีกิจการตั้งอยู่ในพื้นที่เป้าหมายเพียงร้อยละ 60 และจะกำหนดเป้าหมายในการกระจายประเภทของกิจการเป็นอันดับต่อมา อีกทั้งในกรณีที่เลือกผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มเป้าหมายหลายราย จะทำเลือกผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของกิจการก่อน

โดยเนื้อหาของแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 5 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ลักษณะโดยทั่วไปของของผู้เช่าและกิจการ

ส่วนที่ 2 ค่าเช่าและค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่ผู้เช่าจ่าย

ข้อมูลส่วนที่ 2 นี้จะทำให้ทราบค่าเช่าต่อตารางเมตรของผู้เช่าที่จ่ายอยู่ในปัจจุบัน ประกอบกับทราบถึงรายจ่ายอื่นจากการเช่าที่ไม่ใช่ค่าเช่า เช่น ค่าทำสัญญา ค่าเงินกินเปล่า ค่าส่วนกลาง ฯ

ส่วนที่ 3 ทศคติด้านสัญญาเช่า

ข้อมูลส่วนที่ 3 จะทำให้ทราบว่าลักษณะสัญญาที่ผู้เช่าต้องการเป็นอย่างไร และผู้เช่ามีความคิดเห็นอย่างไรกับเงื่อนไขสัญญาเช่าแบบต่าง ๆ และ เป็นการทดสอบสัญญาเช่าจำลอง¹⁶ เพื่อเลือกสัญญาที่ผู้ประกอบการในแต่ละประเภทส่วนใหญ่เลือกเป็นรูปแบบสัญญาเช่าของโครงการลงทุนของศูนย์การค้าสุวินทวงศ์

ส่วนที่ 4 ความต้องการด้านสาธารณูปโภค

ข้อมูลส่วนที่ 4 จะทำให้ทราบได้ว่าสาธารณูปโภคใดบ้างที่ผู้เช่าต้องการ และทำให้นำมาใช้ในการกำหนดค่าส่วนกลางของศูนย์การค้าสุวินทวงศ์ได้

¹⁶ ทำการทดสอบรูปแบบสัญญาเช่าจำลองของโครงการลงทุน โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกสัญญา 2 รูปแบบ คือ สัญญาแบบ ก. และ สัญญาแบบ ข. หรือไม่เลือกทั้ง 2 แบบ

สัญญาแบบ ก. เป็นสัญญาเช่าแบบปีต่อปี มีเงินประกันอยู่ครบ 1 ปีแรกเท่ากับ 3 เดือน จ่ายคืนเมื่อออกหลังจากเช่าเกิน 1 ปี โดยค่าเช่าขึ้นได้ทุกปีตามภาวะการขยายตัวของศูนย์การค้าแต่ไม่เกินร้อยละ 20

สัญญาแบบ ข. เป็นสัญญาเช่าแบบ 3 ปี ต่อได้ถึง 10 ปี การทำสัญญาต้องจ่ายค่าแรกเช่า เป็นเงินเท่ากับค่าเช่า 10 เดือนค่าเช่า โดยค่าเช่าคงที่ 3 ปีหลังจากนั้นปีที่ 4 -10 ค่าเช่าขึ้นร้อยละ 5 ต่อปี

ส่วนที่ 5 ทักษะคิดต่อแนวความคิดแม่เหล็กดึงดูดศูนย์การคำสุวินทวงศ์ในรูปแบบของสวนสาธารณะและทะเลสาบ

ข้อมูลส่วนที่ 5 นั้น จะเป็นการทดสอบระดับความสนใจในรูปแบบศูนย์การคำแนวใหม่ที่มีสวนสาธารณะ ทะเลสาบ และสนามกีฬาเป็นแม่เหล็กดึงดูด ว่าผู้ประกอบการให้ความสนใจมากน้อยเพียงใด อีกทั้งในข้อสุดท้ายจะเป็นการสำรวจปริมาณความต้องการเช่าพื้นที่ของศูนย์การคำ ณ ระดับค่าเช่าต่างๆ ของผู้เช่าในแต่ละขนาดหรือกล่าวได้ว่าเป็น อุปสงค์ ต่อ ค่าเช่าของศูนย์การคำสุวินทวงศ์อีกด้วย

โดยการวัดค่าทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถาม ทำได้โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงทัศนคติในด้านต่าง ๆ ว่าเห็นด้วยกับข้อความดังกล่าวหรือไม่มากน้อยเพียงใด ซึ่งแบ่งระดับคะแนนออกเป็น 5 ระดับ คือ เห็นด้วยมากที่สุด = 5, ค่อนข้างเห็นด้วย = 4, ปานกลาง = 3, ค่อนข้างไม่เห็นด้วย = 2, ไม่เห็นด้วยมากที่สุด = 1

ต่อจากนั้น นำคะแนนรวมมาปรับคะแนน โดยการคำนวณจาก

$$\text{คะแนนเฉลี่ย} = \frac{(\text{ผลรวมของคะแนนในแต่ละด้าน}) - (\text{จำนวนข้อ} \times 1)^{17}}{(\text{จำนวนข้อ} \times 5) - (\text{จำนวนข้อ} \times 1)}$$

ซึ่งผลคะแนนเฉลี่ยที่ได้จากการคำนวณจะมีค่าอยู่ในช่วง 0 – 1 โดยที่

ถ้าคะแนนเฉลี่ยการเห็นด้วยอยู่ในช่วง 1 – 0.81 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับข้อความดังกล่าวมาก

ถ้าคะแนนเฉลี่ยการเห็นด้วยอยู่ในช่วง 0.80 – 0.61 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับข้อความดังกล่าวค่อนข้างมาก

ถ้าคะแนนเฉลี่ยการเห็นด้วยอยู่ในช่วง 0.60 – 0.41 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับข้อความดังกล่าวปานกลาง

ถ้าคะแนนเฉลี่ยการเห็นด้วยอยู่ในช่วง 0.40 – 0.21 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับข้อความดังกล่าวค่อนข้างน้อย

¹⁷ เนื่องจากระดับคะแนนน้อยที่สุด = 1 ซึ่งถ้าสมมติให้ในทัศนคติด้านนี้มีข้อคำถามทั้งหมด 3 ข้อ โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนน = 1 ทุกข้อ คำนวณคะแนนเฉลี่ย = $[(1+1+1) - (3 \times 1)] / [(3 \times 5) - (3 \times 1)]$ ได้ผลลัพธ์ = 0 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อคุณลักษณะนี้น้อยที่สุด แต่ถ้าคำนวณโดยไม่หักออกด้วย $(\text{จำนวนข้อ} \times 1) / (\text{จำนวนข้อ} \times 1)$ จะทำให้ผลลัพธ์ที่ได้ = 3/15 ซึ่งหมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ได้ให้ความสำคัญกับหมวดนี้น้อยที่สุด แสดงถึงการแปลความหมายที่ผิดไป

ถ้าคะแนนเฉลี่ยการเห็นด้วยอยู่ในช่วง 0.20 – 0 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับข้อความดังกล่าวน้อย

2.3.1.2. การศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับโครงการลงทุนพัฒนาที่ดินเป็นศูนย์การค้าสุวินทวงศ์ จากข้อมูลทฤษฎีได้แก่

- ปัจจัยทางด้านกฎหมาย
- ปัจจัยทางด้านทำเลที่ตั้ง
- ปัจจัยทางการตลาด

ศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อโครงการลงทุนทั้ง 3 ปัจจัย โดยการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งที่น่าเชื่อถือและข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม นำมาวิเคราะห์ และนำเสนอโดยใช้ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ ทฤษฎีการตลาด และหลักเหตุผลเพื่อเป็นข้อมูลในการกำหนดเป็นรูปแบบโครงการการลงทุนพัฒนาที่ดินเป็นศูนย์การค้าสุวินทวงศ์

2.3.2 การกำหนดองค์ประกอบพื้นที่โครงการลงทุน รายรับ และต้นทุนของโครงการลงทุนศูนย์การค้าสุวินทวงศ์

2.3.2.1. องค์ประกอบพื้นที่โครงการลงทุน

การกำหนดองค์ประกอบโครงการลงทุนศูนย์การค้าสุวินทวงศ์ ทำได้โดยการนำทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ และทฤษฎีการสร้างศูนย์การค้ามาพิจารณาร่วมกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนทั้ง 3 ด้านได้แก่ ได้แก่ ปัจจัยทางด้านกฎหมาย ปัจจัยทางด้านทำเลที่ตั้ง และปัจจัยทางการตลาด เพื่อนำไปสู่รูปแบบของโครงการลงทุนว่า ประกอบด้วยพื้นที่ส่วนใดบ้าง แต่ละส่วนมีพื้นที่เท่าไรและอย่างไร

2.3.2.2 ต้นทุนของโครงการลงทุน

ในด้านต้นทุนของโครงการลงทุนศูนย์การค้าสุวินทวงศ์ซึ่งประกอบด้วยต้นทุนคงที่ คือ เงินลงทุนเริ่มแรก ค่าใช้คงที่ที่ต้องจ่ายทุกเดือน และ ต้นทุนแปรผันซึ่งเพิ่มขึ้นในทิศทางเดียวกับจำนวนตารางเมตรที่มีการเช่าของศูนย์การค้า โดยต้นทุนของโครงการลงทุนสามารถคำนวณได้หลังจากการกำหนดองค์ประกอบของโครงการลงทุนศูนย์การค้าสุวินทวงศ์ และการวางแผนการตลาดและประชาสัมพันธ์โครงการลงทุนว่าต้องทำอะไรบ้าง และแต่ละรายการมีค่าใช้จ่ายอย่างไร

2.3.2.3 รายรับของโครงการลงทุน

ในทางเศรษฐศาสตร์รายรับของโครงการลงทุนศูนย์การค้าสุวินทวงศ์สามารถเขียนเป็นสมการรายรับได้ คือ

$$TR = TR_x + TR_y + TR_z$$

$$\text{หรือ} \quad TR = (P_x Q_x + F_x) + (P_y Q_y + F_y) + (P_z Q_z + F_z)$$

จะเห็นได้ว่าปัจจัยที่จะมีผลกระทบต่อรายรับของโครงการลงทุน คือ สัดส่วนร้านค้าขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ (Q_x : Q_y : Q_z) ค่าเช่ารายเดือน และ ค่าธรรมเนียมแรกเข้า

โดยการกำหนดปริมาณสัดส่วนร้านค้าและค่าเช่าร้านเพื่อให้ได้รับกำไรสูงสุดสำหรับผู้เช่าขนาดเล็ก และขนาดกลางทำโดยวิธีการแบ่งแยกราคาขายขั้นที่สาม (3rd Degree Price Discrimination) โดยการนำผลการสำรวจปริมาณความต้องการเช่าพื้นที่ของศูนย์การค้า ณ ระดับค่าเช่าต่าง ๆ ของผู้เช่าในขนาดเล็กและขนาดกลางมา คำนวณหาสัดส่วนร้านค้าและค่าเช่ารายเดือนที่เหมาะสม ที่ทำให้โครงการลงทุนได้รับผลตอบแทนสูงสุด¹⁸

ในส่วนของร้านค้าขนาดใหญ่ ซึ่งจะเป็นร้านค้าดึงดูด (Anchor store) ของโครงการลงทุนจำนวนพื้นที่ร้านค้าขนาดใหญ่จะกำหนดได้จากการกำหนดองค์ประกอบพื้นที่ของการลงทุน และค่าเช่าได้จากผลของการสัมภาษณ์ และ ค่าเฉลี่ยจากแบบสอบถาม

2.3.3 การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการลงทุน

ทำการศึกษาวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของการลงทุนด้วยหลักการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ (Sensitivity Analysis) โดยใช้ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net present value : NPV) และ อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal rate of return : IRR) ในการวัดความเป็นไปได้ของโครงการลงทุนในกรณีต่าง ๆ ที่ทำการทดสอบความอ่อนไหวของโครงการลงทุน

โดยมีวิธีการ คือ คาดการณ์ตัวแปรรายรับ รายจ่ายต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อโครงการลงทุนด้วยค่าที่เหมาะสม และ เรียงระดับของรายรับรายจ่ายที่เหมาะสมนั้นว่ากรณีฐาน (Base Case) จากนั้นสมมติให้ปัจจัยสำคัญเปลี่ยนแปลงไปในทางบวก และเปลี่ยนแปลงไปในทางลบที่

¹⁸วิธีการโดยละเอียดในหัวข้อ2.1.1.3

ส่วนตัว สุดท้ายทำการเปรียบเทียบความเป็นไปได้ในการลงทุนระหว่างปัจจัยว่ากรณีที่ปัจจัยว่า
ระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ และอัตราผลตอบแทนภายในเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร

บทที่ 3

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อโครงการลงทุน และองค์ประกอบพื้นที่โครงการลงทุน

3.1. ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม

จากการเก็บข้อมูลแบบสอบถามผู้ให้บริการ และแบบสอบถามผู้ประกอบการ ทั้ง 3 ประเภท ทำให้ได้ข้อมูลที่สำคัญ 5 ด้าน คือ

- ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ทักษะของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อแม่เหล็กดึงดูดศูนย์การค้าสุวินทวงศ์
- ลักษณะสัญญาเช่าที่ผู้เช่าต้องการ
- ความต้องการระบบสาธารณูปโภค
- ปริมาณความต้องการเช่าพื้นที่ของศูนย์การค้าสุวินทวงศ์ ณ ระดับค่าเช่าต่าง ๆ

(อุปสงค์ของผู้เช่า)

3.1.1 ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

เมื่อวิเคราะห์ลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง จากข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามผู้ให้บริการ ทำให้สามารถสรุปภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างได้ดังนี้

3.1.1.1 ผู้ให้บริการ

ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามผู้ให้บริการ พบว่ากลุ่ม ตัวอย่างเป็นชายและหญิงใกล้เคียงกัน คือ 88 และ 89 คน (ร้อยละ 49.72 และ 50.28) ตามลำดับ อายุอยู่ในช่วง 20 - 29 ปีมากที่สุด จำนวน 71 คน (ร้อยละ 40.11) ส่วนใหญ่จำนวน 99 คน(ร้อยละ 55.93)มีอาชีพลูกจ้าง และข้าราชการ รายได้ต่อเดือน 10,000 – 25,000 บาท จำนวน 67 คน (ร้อยละ 37.85) กลุ่มตัวอย่างอาศัยอยู่ในพื้นที่เป้าหมาย 154 คน (ร้อยละ 87.01) ทำงานอยู่ในพื้นที่เป้าหมาย 103 คน (ร้อยละ 58.19) และ 107 คน (ร้อยละ 60.45)เดินทางโดยรถส่วนตัว

ตารางที่ 3.1
ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะทั่วไป		จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	88	49.72
	หญิง	89	50.28
อายุ	ต่ำกว่า 20	21	11.86
	20 – 29	71	40.11
	30 – 39	52	29.38
	40 ขึ้นไป	33	18.64
อาชีพ	นักเรียนนักศึกษา	29	16.38
	ลูกจ้าง,ข้าราชการ	99	55.93
	ธุรกิจส่วนตัว	47	26.55
	อื่น ๆ	2	1.13
รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 10,000 บาท	59	33.33
	10,001 -25,000 บาท	67	37.85
	25,001 – 50,000 บาท	33	18.64
	50,0001 -90,000 บาท	12	6.78
	90,000 บาทขึ้นไป	6	3.39
ที่อยู่อาศัย	พื้นที่เป้าหมาย	154	87.01
	อื่น ๆ	23	12.99
ที่ทำงาน	พื้นที่เป้าหมาย	103	58.19
	อื่น ๆ	74	41.81
การเดินทาง	รถส่วนตัว	107	60.45
	อื่น ๆ	70	39.55

ที่มา: ผลการสัมภาษณ์โดยแบบสอบถาม

ช่วงเวลาและความถี่ในการใช้บริการศูนย์การค้า (ตารางที่ 3.2) พบว่า กลุ่มตัวอย่าง สะดวกในการใช้บริการศูนย์การค้าในช่วงค่ำ มากที่สุด จำนวน 91 คน (ร้อยละ 45.73) และ

รองลงมาคือ ช่วงเย็น และช่วงกลางวัน จำนวน 49 และ 30 คน (ร้อยละ 24.62 และ 15.08) ตามลำดับ และ ส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการศูนย์การค้าสัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง จำนวน 82 คน (ร้อยละ 46.33)

ตารางที่ 3.2

ช่วงเวลาและความถี่ในการใช้บริการศูนย์การค้า

เวลาและความถี่ในการใช้บริการศูนย์การค้า		จำนวน	ร้อยละ
เวลาที่สะดวกในการใช้บริการ	ช่วงเช้า (6:00 – 9:00 น.)	3	1.51
	ช่วงสาย (9.01- 12.00 น.)	17	8.54
	ช่วงกลางวัน (12.00 – 15.00 น.)	30	15.08
	ช่วงเย็น (15:01 – 18:00 น.)	49	24.62
	ช่วงค่ำ (18.01-21.00 น.)	91	45.73
	ช่วงดึก (21:01 – 24:00 น.)	9	4.52
ความถี่ในการใช้บริการ	น้อยกว่า 1 ครั้ง / สัปดาห์	67	37.85
	1-2 ครั้ง / สัปดาห์	82	46.33
	3-5 ครั้ง/สัปดาห์	21	11.86
	ทุกวัน	7	3.95

ที่มา: ผลการสัมภาษณ์โดยแบบสอบถาม

ศูนย์การค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามไปใช้บริการมากที่สุด (ตารางที่ 3.3) คือ ศูนย์การค้าเดอะมอลล์ รองลงมาคือ โลตัส คาร์ฟูร์ แฟชั่นไอส์แลนด์ และตลาดมีนบุรี ตามลำดับ โดยกิจกรรมที่ใช้บริการมากที่สุดเมื่อไปศูนย์การค้า (ตารางที่ 3.4) คือ ซื้อของใช้ รองลงมาคือ เดินเล่น ศูนย์รวมความบันเทิง รับประทานอาหาร ซื้ออาหาร ตามลำดับ

ตารางที่ 3.3

ศูนย์การค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามไปใช้บริการมากที่สุดเรียงตามลำดับคะแนน

อันดับ	ศูนย์การค้า	อันดับที่ 1 (3 คะแนน)	อันดับที่ 2 (2 คะแนน)	อันดับที่ 3 (1คะแนน)	คะแนน รวม
1	เดอะมอลล์	37	36	19	202
2	โลตัส	25	31	25	162
2	คาร์ฟูร์	28	28	22	162
4	แฟชั่นไอส์แลนด์	27	27	15	150
5	ตลาดมีนบุรี	24	12	21	117
6	บิ๊กซี	13	12	10	73
7	ศูนย์การค้าอื่นๆ	5	10	19	54
8	เซ็นทรัล	11	4	4	45
9	เมเจอร์ซีเนีเพล็กซ์	3	4	3	20
10	ท็อปส์	3	2	1	14

ที่มา: ผลการสัมภาษณ์โดยแบบสอบถาม

ตารางที่ 3.4

กิจกรรมที่ใช้บริการมากที่สุดเมื่อไปศูนย์การค้าเรียงตามลำดับคะแนน

อันดับ	ศูนย์การค้า	อันดับที่ 1 (3 คะแนน)	อันดับที่ 2 (2 คะแนน)	อันดับที่ 3 (1คะแนน)	คะแนน รวม
1	ซื้อของใช้	86	20	0	298
2	เดินเล่น	13	40	34	153
3	ศูนย์รวมความบันเทิง	7	29	22	101
4	รับประทานอาหาร	7	23	22	89
5	ซื้ออาหาร	22	10	3	89
6	ซื้อสินค้าอื่นๆ	16	7	10	72
7	ซื้อเสื้อผ้า	11	12	12	69
8	ธนาคารและชำระเงิน	9	13	14	67
9	ทำธุระอื่นๆ	1	3	13	22

ที่มา: ผลการสัมภาษณ์โดยแบบสอบถาม

3.1.1.2 ผู้ประกอบการ¹

เมื่อวิเคราะห์ลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง จากข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามผู้ประกอบการ ทำให้สามารถสรุปภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างได้ดังนี้

ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามผู้ประกอบการขนาดเล็ก กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 33 ราย (ร้อยละ 66) อายุอยู่ในช่วง 30 - 39 ปีมากที่สุด จำนวน 25 ราย (ร้อยละ 50) ส่วนใหญ่เป็นเจ้าของกิจการ จำนวน 32 ราย (ร้อยละ 64) ที่ตั้งของกิจการส่วนใหญ่อยู่ในพื้นที่เป้าหมายจำนวน 34 ราย (ร้อยละ 68) กิจการส่วนใหญ่มียอดขายต่อเดือนต่ำกว่า 100,000 บาท จำนวน 36 ราย (ร้อยละ 72) และส่วนใหญ่เช่าสถานที่เพื่อประกอบการ จำนวน 41 ราย (ร้อยละ 82)

ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามผู้ประกอบการขนาดกลาง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 28 ราย (ร้อยละ 56) อายุ 40 ปีขึ้นไป มากที่สุด จำนวน 26 ราย (ร้อยละ 52) ส่วนใหญ่เป็นเจ้าของกิจการ จำนวน 36 ราย (ร้อยละ 72) ที่ตั้งของกิจการส่วนใหญ่อยู่ในพื้นที่เป้าหมายจำนวน 30 ราย (ร้อยละ 60) กิจการส่วนใหญ่มียอดขายต่อเดือนต่ำกว่า 100,000 บาท จำนวน 29 ราย (ร้อยละ 58) และส่วนใหญ่เช่าสถานที่เพื่อประกอบการ จำนวน 34 ราย (ร้อยละ 68)

ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามผู้ประกอบการขนาดใหญ่ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 12 ราย (ร้อยละ 60) อายุอยู่ในช่วง 30 - 39 ปีมากที่สุด จำนวน 9 ราย (ร้อยละ 45) ส่วนใหญ่ไม่ใช่เจ้าของกิจการ จำนวน 13 ราย (ร้อยละ 65) ที่ตั้งของกิจการส่วนใหญ่อยู่ในพื้นที่เป้าหมายจำนวน 12 ราย (ร้อยละ 60) ส่วนใหญ่มียอดขายต่อเดือนมากกว่า 500,000 บาท จำนวน 9 ราย (ร้อยละ 45) และส่วนใหญ่เช่าสถานที่เพื่อประกอบการ จำนวน 14 ราย (ร้อยละ 70)

¹กำหนดให้ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามสำหรับผู้ประกอบการขนาดเล็ก (ขนาดร้านไม่เกิน 30 ตารางเมตร) เรียกว่า แบบ ก. แบบสอบถาม แบบสอบถามสำหรับผู้ประกอบการขนาดกลาง (ขนาดร้าน 40 – 100 ตารางเมตร) เรียกว่าแบบ ข. และแบบสอบถามสำหรับผู้ประกอบการขนาดใหญ่ (ขนาดร้าน 120 ตารางเมตรขึ้นไป หรือร้านค้าดังดูด) เรียกว่าแบบ ค.

ตารางที่ 3.5
ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามผู้ประกอบการ

		แบบ ก.		แบบ ข.		แบบ ค.	
ลักษณะทั่วไป		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	17	34	22	44	12	60
	หญิง	33	66	28	56	8	40
อายุ	ต่ำกว่า 20	0	0	1	2	1	5
	20 – 29	12	24	10	20	4	20
	30 – 39	25	50	13	26	9	45
	40 ขึ้นไป	13	26	26	52	6	30
ตำแหน่งที่ตั้ง	เจ้าของกิจการ	32	64	36	72	7	35
	อื่นๆ	18	36	14	28	13	65
กิจการ	พื้นที่เป้าหมาย	34	68	30	60	12	60
	อื่นๆ	16	32	20	40	8	40
ยอดขายต่อเดือน							
เดือน	ต่ำกว่า 100,000 บาท	36	72	29	58	3	15
	100,001 – 300,000 บาท	11	22	8	16	7	35
	300,001 – 500,000 บาท	3	6	7	14	1	5
	500,001 บาทขึ้นไป	0	0	6	12	9	45
กรรมสิทธิ์ในสถานที่							
เช่า	เช่า	41	82	34	68	14	70
	เป็นเจ้าของเอง	9	18	16	32	6	30

ที่มา: ผลการสัมภาษณ์โดยแบบสอบถาม

3.1.2 ทศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ แม่เหล็กดึงดูดของศูนย์การค้าสุวินทวงศ์

3.1.2.1 ทศนคติของผู้ใช้บริการ

ในด้านของทศนคติและพฤติกรรมต่อสวนสาธารณะของผู้ตอบแบบสอบถาม เมื่อวัดจากการให้คะแนนทศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามนั้นจะเห็นว่า (ตารางที่ 3.6)

คะแนนความชอบสวนสาธารณะเท่ากับ 0.74 หมายถึง ประชากรมีความชอบสวนสาธารณะค่อนข้างมาก

คะแนนการให้บริการสวนสาธารณะเท่ากับ 0.42 หมายถึง โดยปกติประชากรมีการใช้บริการสวนสาธารณะปานกลาง

คะแนนความสนใจในการออกกำลังกายในสวนสาธารณะเท่ากับ 0.55 หมายถึง ประชากรมีความสนใจในการออกกำลังกายในสวนสาธารณะปานกลาง

คะแนนการออกกำลังกายเป็นประจำเท่ากับ 0.43 หมายถึง โดยปกติประชากรมีความถี่ในการออกกำลังกายปานกลาง

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นจะเห็นว่าประชากรที่มีโอกาสในการใช้บริการศูนย์การค้าสุวินทวงศ์นั้น ชอบสวนสาธารณะค่อนข้างมาก ใช้บริการสวนสาธารณะปานกลาง มีความสนใจในการออกกำลังกายในสวนสาธารณะปานกลาง และออกกำลังกายปานกลาง

ตารางที่ 3.6

ข้อมูลเกี่ยวกับทศนคติและพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามต่อสวนสาธารณะ

ทศนคติและพฤติกรรมต่อสวนสาธารณะ	มากที่สุด (5คะแนน)	มาก (4คะแนน)	ปานกลาง (3คะแนน)	น้อย (2คะแนน)	น้อยที่สุด (1คะแนน)	คะแนนเฉลี่ย
- ความชอบสวนสาธารณะ	53	68	53	3	0	0.74
- การใช้บริการสวนสาธารณะ	6	20	80	55	16	0.42
- ความสนใจในการออกกำลังกายในสวนสาธารณะ	11	61	70	24	11	0.55
- การออกกำลังกายเป็นประจำ	11	28	66	46	26	0.43

ที่มา: ผลการสัมภาษณ์โดยแบบสอบถาม

ในด้านทัศนคติของประชากรกลุ่มผู้ใช้บริการต่อแม่เหล็กดึงดูดศูนย์การค้าสุวินทวงศ์ (ตารางที่ 3.7)

คะแนนความน่าสนใจของแนวคิดแม่เหล็กดึงดูดศูนย์การค้าแบบเปิด สวนสาธารณะ ทะเลสาป และสนามกีฬา เท่ากับ 0.64 หมายถึง สำหรับผู้ใช้บริการแม่เหล็กดึงดูดศูนย์การค้าแบบเปิด สวนสาธารณะ และสนามกีฬาเป็นแนวคิดที่น่าสนใจค่อนข้างมาก

คะแนนการใช้บริการแม่เหล็กดึงดูดสวนสาธารณะ และสนามกีฬา เท่ากับ 0.63 หมายถึง ประชากรให้ความสนใจในการใช้บริการแม่เหล็กดึงดูดสวนสาธารณะ และสนามกีฬา ค่อนข้างมาก

คะแนนการใช้บริการศูนย์การค้าสุวินทวงศ์เป็นประจำ เท่ากับ 0.66 หมายถึง ประชากรให้ความสนใจในการใช้บริการศูนย์การค้าสุวินทวงศ์เป็นประจำค่อนข้างมาก

จะเห็นว่าจากทัศนคติของประชากรนั้น ให้ความสนใจในแนวคิดแม่เหล็กดึงดูดศูนย์การค้าสุวินทวงศ์ที่มีลักษณะเป็น ศูนย์การค้าแบบเปิด สวนสาธารณะ ทะเลสาป และสนามกีฬา ค่อนข้างมาก โดยประชากรยังให้ความสนใจในการใช้บริการศูนย์การค้าสุวินทวงศ์ และ ใช้บริการสวนสาธารณะค่อนข้างมากอีกด้วย

3.1.2.2 ทัศนคติของผู้ประกอบการขนาดเล็ก

ในด้านทัศนคติของประชากรผู้ประกอบการขนาดเล็ก ต่อแม่เหล็กดึงดูดศูนย์การค้าสุวินทวงศ์ (ตารางที่ 3.7)

คะแนนความน่าสนใจของแนวคิด แม่เหล็กดึงดูดศูนย์การค้าแบบเปิด สวนสาธารณะ ทะเลสาปและสนามกีฬา เท่ากับ 0.73 หมายถึง ผู้ประกอบการขนาดเล็กเห็นว่าแม่เหล็กดึงดูดมีความน่าสนใจค่อนข้างมาก

คะแนนความสนใจการเข้าพื้นที่เมื่อศูนย์การค้าสุวินทวงศ์มีแม่เหล็กดึงดูด ในรูปแบบของศูนย์การค้าแบบเปิด ที่มีสวนสาธารณะ ทะเลสาป และสนามกีฬา มีชุปเปอร์มาร์เกต ร้านขายสินค้าเฉพาะทาง และร้านอาหารริมทะเลสาปเป็นองค์ประกอบ เท่ากับ 0.63 หมายถึง แม่เหล็กดึงดูดของศูนย์การค้าสุวินทวงศ์ ทำให้ผู้ประกอบการขนาดเล็กมีความสนใจเข้าพื้นที่ค่อนข้างมาก

3.1.2.3 ทัศนคติของผู้ประกอบการขนาดกลาง

ในด้านทัศนคติของประชากรผู้ประกอบการขนาดกลางต่อแม่เหล็กดึงดูดศูนย์การค้าสุวินทวงศ์ (ตารางที่ 3.7)

คะแนนความน่าสนใจของแนวคิด แม่เหล็กดึงดูดศูนย์การค้าแบบเปิด สวนสาธารณะ ทะเลสาปและสนามกีฬา เท่ากับ 0.78 หมายถึง ผู้ประกอบการขนาดกลางเห็นว่าแม่เหล็กดึงดูดมีความน่าสนใจค่อนข้างมาก

คะแนนความสนใจการเข้าพื้นที่เมื่อมีแม่เหล็กดึงดูดของศูนย์การค้าสุวินทวงศ์ เท่ากับ 0.69 หมายถึง แม่เหล็กดึงดูดของศูนย์การค้าสุวินทวงศ์ ทำให้ผู้ประกอบการขนาดกลางมีความสนใจเข้าพื้นที่ค่อนข้างมาก

3.1.2.4 ทศนคติของผู้ประกอบการขนาดใหญ่

ในด้านทัศนคติของประชากรผู้ประกอบการขนาดใหญ่ ต่อแม่เหล็กดึงดูดศูนย์การค้าสุวินทวงศ์ (ตารางที่ 3.7)

คะแนนความน่าสนใจของแนวคิด แม่เหล็กดึงดูดศูนย์การค้าแบบเปิด สวนสาธารณะ ทะเลสาบและสนามกีฬา เท่ากับ 0.69 หมายถึง ผู้ประกอบการขนาดใหญ่เห็นว่าแม่เหล็กดึงดูดมีความน่าสนใจค่อนข้างมาก

คะแนนความสนใจการเข้าพื้นที่เมื่อมีแม่เหล็กดึงดูดของศูนย์การค้าสุวินทวงศ์ เท่ากับ 0.69 หมายถึง แม่เหล็กดึงดูดของศูนย์การค้าสุวินทวงศ์ ทำให้ผู้ประกอบการขนาดกลางมีความสนใจเข้าพื้นที่ค่อนข้างมาก

ตารางที่ 3.7

ทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามต่อแม่เหล็กดึงดูดศูนย์การค้าสุวินทวงศ์²

ระดับความสนใจของผู้ตอบ แบบสอบถาม	มากที่สุด (5 คะแนน)	มาก (4 คะแนน)	ปานกลาง (3 คะแนน)	น้อย (2 คะแนน)	น้อยที่สุด (1 คะแนน)	คะแนน รวม
ผู้ใช้บริการ						
- ความน่าสนใจของแนวคิด แม่เหล็กดึงดูด	30	58	71	17	1	0.64
- การใช้บริการแม่เหล็กดึงดูด สวนสาธารณะ และสนามกีฬา	22	69	70	10	6	0.63
- การใช้บริการศูนย์การค้า	24	51	86	14	2	0.66
ผู้ประกอบการขนาดเล็ก						
- ความน่าสนใจของแนวคิด แม่เหล็กดึงดูด	16	20	9	4	1	0.73
- ความสนใจการเข้าพื้นที่	7	22	14	3	4	0.63
ผู้เช่าประกอบการกลาง						
- ความน่าสนใจของแนวคิด แม่เหล็กดึงดูด	17	23	9	0	1	0.78
- ความสนใจการเข้าพื้นที่	14	19	10	4	3	0.69
ผู้ประกอบการขนาดใหญ่						
- ความน่าสนใจของแนวคิด แม่เหล็กดึงดูด	5	8	4	3	0	0.69
- ความสนใจการเข้าพื้นที่	3	9	8	0	0	0.69

ที่มา: ผลการสัมภาษณ์โดยแบบสอบถาม

²แม่เหล็กดึงดูดศูนย์การค้าสุวินทวงศ์ หมายถึง รูปแบบศูนย์การค้าแบบเปิดที่มีองค์ประกอบเป็นสวนสาธารณะ ทะเลสาบ และสนามกีฬา มีร้านค้าดึงดูด เช่น ซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดเล็ก ร้านขายสินค้าเฉพาะทาง และร้านอาหารริมทะเลสาบ

3.1.3 ลักษณะสัญญาเช่าที่ผู้เช่าต้องการ

จากแบบสอบถามนั้นสามารถสรุปข้อมูลด้านลักษณะสัญญาเช่า และการเช่าพื้นที่ของผู้ประกอบการได้ดังนี้ (ตารางที่ 3.8) ขนาดพื้นที่ใช้ประโยชน์ทางธุรกิจของผู้ประกอบการขนาดเล็ก ขนาดกลาง และ ขนาดใหญ่ มีค่าเฉลี่ย คือ 14.49 ตารางเมตร, 65.63 ตารางเมตรและ 295.83 ตารางเมตร ตามลำดับ ในส่วนของค่าเช่าต่อเดือนของผู้ประกอบการขนาดเล็ก ขนาดกลาง และ ขนาดใหญ่ มีค่าเช่าเฉลี่ยคือ 8,553 บาท 19,067 บาทและ 47,618 บาท ตามลำดับ ซึ่งเมื่อคิดเป็นค่าเช่าต่อตารางเมตรต่อเดือนแล้วผู้เช่าขนาดเล็ก มีค่าเช่าเฉลี่ยต่อตารางเมตรสูงที่สุด คือ 768 บาท ค่าใช้จ่ายรายเดือนนอกจากค่าเช่าแล้วผู้ประกอบการบางส่วนต้องเสียค่าส่วนกลางโดยค่าส่วนกลางเฉลี่ยต่อเดือน สำหรับผู้ประกอบการขนาดเล็ก ขนาดกลาง และ ขนาดใหญ่ คือ 1,152 5,650 และ 14,053 บาทตามลำดับ โดยในการเช่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะต้องจ่ายค่าเช่าล่วงหน้า โดยผู้ประกอบการขนาดใหญ่ ต้องจ่ายค่าเช่าล่วงหน้ามากที่สุดเฉลี่ยประมาณ 3 เดือน ในด้านการจ่ายเงินกินเปล่า ผู้ประกอบการส่วนมากไม่ต้องจ่ายเงินกินเปล่า แต่เมื่อพิจารณาประเภทของผู้ประกอบการที่ต้องจ่ายเงินกินเปล่าแล้วพบว่า ผู้ประกอบการขนาดกลางมีสัดส่วนของผู้ที่จะต้องจ่ายเงินกินเปลามากที่สุด (ร้อยละ 38) รองมาคือผู้ประกอบการขนาดใหญ่ (ร้อยละ 30) และ ผู้ประกอบการขนาดเล็ก (ร้อยละ 18) โดยเงินกินเปล่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการขนาดเล็ก คือ 52,000 บาทและได้อายุสัญญาเฉลี่ย 2 ปี ผู้ประกอบการขนาดกลาง 58,588 บาท อายุสัญญาเฉลี่ย 4.82 ปี และ ผู้ประกอบการขนาดใหญ่ 284,000 บาท อายุสัญญาเฉลี่ย 9.17 ปี และ มีค่าใช้จ่ายในการทำสัญญา คือ ค่าประกันความเสียหาย จำนวน 2,300* บาท 6,176 บาท 37,800* บาท สำหรับผู้ประกอบการขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ตามลำดับ

ตารางที่ 3.8

รายละเอียดการเช่าสถานที่ประกอบการในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายละเอียดการเช่าสถานที่ประกอบการในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม			
ค่าเฉลี่ย	แบบ ก.	แบบ ข.	แบบ ค.
ขนาดพื้นที่ (ตารางเมตร)	14.49	65.63	295.83*
ค่าเช่า (บาทต่อเดือน)	8,553*	19,067*	47,618*
ค่าเช่า(บาทต่อตารางเมตรต่อเดือน)	768	328	248
ค่าส่วนกลาง			
ไม่มีค่าส่วนกลาง	34	44	3
มีค่าส่วนกลาง	16	6	17
- ค่าส่วนกลางเฉลี่ยต่อเดือน (สำหรับรายที่มีค่าประกันความเสียหาย)	1,152*	5,650	14,053
ค่าเช่าล่วงหน้า (เดือน)	1.95	1.92	2.97
เงินกินเปล่า*			
ไม่มีเงินกินเปล่า	41	31	14
มีเงินกินเปล่า	9	19	6
- เงินกินเปล่าเฉลี่ย (สำหรับรายที่มีการจ่ายเงินกินเปล่า)	52,000	58,588*	284,000*
อายุสัญญาเมื่อจ่ายเงินกินเปล่า (ปี)	2.00	4.82	9.17
ค่าประกันความเสียหาย			
ไม่มีค่าประกันความเสียหาย	43	43	44
มีค่าประกันความเสียหาย	7	7	6
- ค่าประกันความเสียหายเฉลี่ย (สำหรับรายที่มีค่าประกันความเสียหาย)	2300*	6,176	37,800*

ที่มา: ผลการสัมภาษณ์โดยแบบสอบถาม

* คำนวณโดยตัดค่าที่สูงและต่ำกว่า 3 เท่าของค่าเฉลี่ยออก

ในการสำรวจทัศนคติเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายที่ต้องจ่ายในการทำสัญญา 3 ประเภท คือ การจ่ายเงินกินเปล่า เงินประกันอยู่ครบตามสัญญา และค่าเช่าล่วงหน้า 3 เดือน ของผู้ประกอบการ ว่าการมีค่าใช้จ่ายดังกล่าวทำให้ความสนใจในพื้นที่เช่าลดลงหรือไม่ ผลของการสำรวจ (ตารางที่ 3.9) พบว่า

การจ่ายเงินกินเปล่าทำให้ ผู้ประกอบการขนาดเล็กมีความสนใจในการเช่าลดลงบ้าง มากที่สุดจำนวน 21 ราย (ร้อยละ 42) รองลงมาคือ ไม่เปลี่ยนแปลงจำนวน 16 ราย (ร้อยละ 32) ผู้ประกอบการขนาดกลางมีความสนใจในการเช่าลดลงบ้าง มากที่สุดจำนวน 27 ราย (ร้อยละ 54) รองลงมาคือ ลดลงมากจำนวน 15 ราย (ร้อยละ 30) และผู้ประกอบการขนาดใหญ่มีความสนใจในการเช่าลดลงบ้างมากที่สุดจำนวน 10 ราย (ร้อยละ 50) รองลงมาคือ ไม่เปลี่ยนแปลงจำนวน 7 ราย (ร้อยละ 35)

เงินประกันอยู่ครบตามสัญญาทำให้ ผู้ประกอบการขนาดเล็กมีความสนใจในการเช่าลดลงบ้าง มากที่สุดจำนวน 25 ราย (ร้อยละ 50) รองลงมาคือ ไม่เปลี่ยนแปลงจำนวน 20 ราย (ร้อยละ 40) ผู้ประกอบการขนาดกลาง มีความสนใจในการเช่าลดลงบ้าง และไม่เปลี่ยนแปลงมากที่สุดเท่ากันจำนวน 20 ราย (ร้อยละ 40) และผู้ประกอบการขนาดใหญ่ มีความสนใจในการเช่าไม่เปลี่ยนแปลง มากที่สุดจำนวน 10 ราย (ร้อยละ 50) รองลงมาคือ ลดลงบ้าง จำนวน 9 ราย (ร้อยละ 45)

ค่าเช่าล่วงหน้า 3 เดือนทำให้ ผู้ประกอบการขนาดเล็กมีความสนใจในการเช่าลดลงบ้าง มากที่สุดจำนวน 21 ราย (ร้อยละ 42) รองลงมาคือ ไม่เปลี่ยนแปลงจำนวน 15 ราย (ร้อยละ 30) ผู้ประกอบการขนาดกลางไม่เปลี่ยนแปลงมากที่สุดจำนวน 25 ราย (ร้อยละ 50) รองลงมาคือ ลดลงบ้าง จำนวน 21 ราย (ร้อยละ 42) และผู้ประกอบการขนาดใหญ่ มีความสนใจในการเช่าไม่เปลี่ยนแปลงมากที่สุดจำนวน 11 ราย (ร้อยละ 55) รองลงมาคือ ลดลงบ้างจำนวน 9 ราย (ร้อยละ 45)

ตารางที่ 3.9

ทัศนคติเกี่ยวกับสัญญาเช่าด้านค่าใช้จ่ายที่ต้องจ่ายในการทำสัญญา

ที่มา: ผลการสัมภาษณ์โดยแบบสอบถาม

ค่าใช้จ่ายที่ต้องจ่าย ในการทำสัญญา	ทัศนคติด้าน ความพึงพอใจ ในการเช่า	แบบ ก.		แบบ ข.		แบบ ค.	
		จำนวน	(ร้อยละ)	จำนวน	(ร้อยละ)	จำนวน	(ร้อยละ)
เงินกินเปล่า	ไม่เปลี่ยนแปลง	16	32	8	16	7	35
	ลดลงบ้าง	21	42	27	54	10	50
	ลดลงมาก	13	26	15	30	3	15
เงินประกันอยู่ครบ ตามสัญญา	ไม่เปลี่ยนแปลง	20	40	20	40	10	50
	ลดลงบ้าง	25	50	20	40	9	45
	ลดลงมาก	5	10	10	20	1	5
ค่าเช่าล่วงหน้า 3เดือน	ไม่เปลี่ยนแปลง	14	28	25	50	11	55
	ลดลงบ้าง	21	42	21	42	9	45
	ลดลงมาก	15	30	4	8	0	0

ที่มา: ผลการสัมภาษณ์โดยแบบสอบถาม

ในส่วนของทัศนคติของผู้ประกอบการต่อการจัดเก็บค่าส่วนกลางนั้น ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลาง ส่วนมากเห็นว่าค่าส่วนกลางควรคิดแยกจากค่าเช่า (ร้อยละ 60) และ ผู้ประกอบการขนาดใหญ่เห็นว่าค่าส่วนกลางควรคิดแยกจากค่าเช่า และ ค่าส่วนกลางควรคิดรวมกับค่าเช่าจำนวนเท่ากัน (ร้อยละ 50) โดยอัตราค่าส่วนกลางเฉลี่ยมากที่สุดที่รับได้ของผู้ประกอบการขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่เท่ากับร้อยละ 8.81 6.00 และ 6.44 ตามลำดับ (ตารางที่ 3.10) ซึ่งเมื่อพิจารณาจะเห็นว่า ค่าส่วนกลางเฉลี่ยที่ผู้ประกอบการรับได้น้อยกว่าค่าส่วนกลางที่ผู้ประกอบการจ่ายอยู่ในปัจจุบันเนื่องจาก ค่าส่วนกลางเฉลี่ยที่ผู้ประกอบการรับได้นั้นได้มาจากทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดซึ่งมีหลายรายที่ในปัจจุบันไม่ได้จ่ายค่าส่วนกลาง หรือค่าส่วนกลางถูกคิดรวมในค่าเช่าแล้วนั่นเอง

ตารางที่ 3.10
ทัศนคติของผู้ประกอบการต่อการจัดเก็บค่าส่วนกลาง

การจ่ายค่าส่วนกลาง	แบบ ก.		แบบ ข.		แบบ ค.	
	จำนวน	(ร้อยละ)	จำนวน	(ร้อยละ)	จำนวน	(ร้อยละ)
ทัศนคติต่อการคิดค่าส่วนกลาง						
1. ควรคิดรวมกับค่าเช่า	20	40	20	40	10	50
2. ควรคิดแยกกับค่าเช่า	30	60	30	60	10	50
อัตราค่าส่วนกลาง						
(ร้อยละของค่าเช่า)						
อัตราค่าส่วนกลางต่อเดือนที่มาก						
ที่สุดที่รับได้ *	8.81		6.00		6.44	
อัตราค่าส่วนกลางต่อเดือนเฉลี่ย						
ที่จ่ายอยู่ในปัจจุบัน **	18.91		0.19		0.16	
ที่มา: ผลการสัมภาษณ์โดยแบบสอบถาม						
* ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด			** เฉพาะรายที่มีค่าส่วนกลาง			

ในด้านระยะเวลาสัญญาเช่า ผู้ประกอบการขนาดเล็กมีความต้องการอายุสัญญาเช่าโดยเฉลี่ยสั้นที่สุด โดยจะเห็นว่าอายุสัญญาเช่าที่เหมาะสม คือ 2.12 ปี และ อายุสัญญาขั้นต่ำ คือ 1.39 ปี รองลงมา คือผู้ประกอบการขนาดกลาง ซึ่งอายุสัญญาเช่าที่เหมาะสม คือ 3.25 ปี และ อายุสัญญาขั้นต่ำ คือ 1.99 ปี และผู้ประกอบการขนาดใหญ่มีความต้องการอายุสัญญาเช่าโดยเฉลี่ยยาวที่สุดโดยอายุสัญญาเช่าที่เหมาะสม คือ 7.2 ปี และ อายุสัญญาขั้นต่ำ คือ 3.63 ปี (ตารางที่ 3.11) ทั้งนี้เนื่องจากการลงทุนในกิจการขนาดใหญ่จะลงทุนสูงกว่าขนาดเล็ก จึงมีระยะเวลาในการคืนทุนนานกว่า ทำให้ต้องการระยะเวลาสัญญาเช่าที่ยาวกว่านั่นเอง

ตารางที่ 3.11
ทัศนคติเกี่ยวกับสัญญาเช่าด้านระยะเวลาของสัญญา

ทัศนคติต่อระยะเวลาสัญญา	ค่าเฉลี่ย (ปี)		
	แบบ ก.	แบบ ข.	แบบ ค.
ระยะเวลาสัญญาที่เหมาะสม	2.12	3.25	7.20
ระยะเวลาสัญญาขั้นต่ำที่เป็นไปได้	1.39	1.99	3.63

ที่มา: ผลการสัมภาษณ์โดยแบบสอบถาม

* คำนวณโดยตัดค่าที่สูงและต่ำกว่า 3 เท่าของค่าเฉลี่ยออก

เมื่อพิจารณาความพึงพอใจต่อรูปแบบสัญญาเช่าจำลอง (ตารางที่ 3.12) ระหว่างสัญญาเช่าแบบ ก. (สัญญาแบบปีต่อปี) และสัญญาเช่าแบบ ข. (สัญญาแบบมีเงินกินเปล่า)³ พบว่า ผู้ประกอบการขนาดเล็ก และผู้ประกอบการขนาดกลางเลือกสัญญาเช่าแบบ ก. มากที่สุด (ร้อยละ 46) ในขณะที่ผู้ประกอบการขนาดใหญ่เลือกสัญญาแบบ ข. มากที่สุด (ร้อยละ 65)

³ ในแบบสอบถามกำหนดให้ สัญญาเช่าแบบ ก. เป็นสัญญาแบบปีต่อปี มีเงินประกันอยู่ครบตามสัญญาเท่ากับค่าเช่า 3 เดือน และสามารถขึ้นค่าเช่าได้ตามภาวะการขยายตัวของศูนย์การค้าแต่ไม่เกินร้อยละ 20 ต่อปี และ สัญญาเช่าแบบ ข. เป็นสัญญาแบบมีเงินกินเปล่าโดยมีระยะเวลาสัญญาคือ 10 ปีโดยค่าเช่า 3 ปีแรกคงที่และมีอัตราการขึ้นค่าเช่าร้อยละ 5

ตารางที่ 3.12
ความพึงพอใจต่อรูปแบบสัญญาเช่าจำลอง

ทัศนคติต่อรูปแบบสัญญาเช่าจำลอง	แบบ ก.		แบบ ข.		แบบ ค.	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ความสนใจต่อการเลือกทำสัญญา						
สัญญาแบบ ปีต่อปี.	23	46	23	46	5	25
สัญญาแบบ มีเงินกินเปล่า	20	40	18	36	13	65
ไม่ต้องการทั้ง 2 รูปแบบ	7	14	9	18	2	10

ที่มา: ผลการสัมภาษณ์โดยแบบสอบถาม

เมื่อพิจารณาข้อมูลความต้องการด้านสัญญาเช่าของผู้ประกอบการแล้ว กำหนดให้

1.สัญญาเช่าของผู้เช่าขนาดเล็กและขนาดกลางของศูนย์การค้าสุวินทวงศ์ เป็นสัญญาแบบปีต่อปี มีเงินประกันอยู่ครบตามสัญญาเท่ากับค่าเช่า 3 เดือน และสามารถขึ้นค่าเช่าได้ตามภาวะการขยายตัวของศูนย์การค้าแต่ไม่เกินร้อยละ 20 ต่อปี และสัญญาเช่าของผู้เช่าขนาดใหญ่ของศูนย์การค้าสุวินทวงศ์เป็นสัญญาแบบมีเงินกินเปล่าโดยมีระยะเวลาสัญญาคือ 10 ปีโดยค่าเช่า 3 ปีแรกคงที่และมีอัตราการขึ้นค่าเช่าร้อยละ 5 ต่อปีในปีต่อไป (ตารางที่ 3.12)

2.ค่าส่วนกลางของศูนย์การค้าสุวินทวงศ์ คิดแยกจากค่าเช่า โดยคิดเป็นร้อยละ 6 ของค่าเช่ารายเดือน ซึ่งเป็นอัตราค่าส่วนกลางที่ผู้เช่าขนาดเล็กขนาดกลาง และขนาดใหญ่ ยอมรับได้(ตารางที่ 3.10)

3.1.4 ข้อมูลด้านความต้องการสาธารณูปโภค

ด้านความต้องการสาธารณูปโภคของผู้ประกอบการ (ตารางที่ 3.13) ผู้ประกอบการทั้ง 3 ประเภทส่วนมากมีความต้องการเลขหมายโทรศัพท์ โดยจำนวนหมายเลขโทรศัพท์เฉลี่ยที่ผู้ประกอบการขนาดเล็ก ขนาดกลาง และ ขนาดใหญ่ต้องการ คือ 0.82, 1.42 และ 1.95 เลขหมายตามลำดับ ในขณะที่ความต้องการการใช้อินเทอร์เน็ตนั้น ผู้ประกอบการขนาดใหญ่เท่านั้น ที่ส่วนมากจำเป็นต้องมีอินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 80) ผู้ประกอบการขนาดกลาง และ ผู้ประกอบการขนาดเล็กเพียงส่วนน้อยที่มีความต้องการอินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 48 และ ร้อยละ 24 ตามลำดับ) ใน

ส่วนของสาธารณูปโภคด้านเครื่องปรับอากาศนั้น ผู้ประกอบการขนาดใหญ่และขนาดกลาง ส่วนมากมีความต้องการเครื่องปรับอากาศ (ร้อยละ 65 และ ร้อยละ 64) แต่ผู้ประกอบการขนาดเล็กมีความต้องการเครื่องปรับอากาศเพียงร้อยละ 46 เท่านั้น โดยในการติดตั้งเครื่องปรับอากาศนั้น หากเลือกได้ผู้ประกอบการทั้ง 3 ประเภทเลือกที่จะติดตั้งเครื่องปรับอากาศเองเป็นส่วนใหญ่ และ ส่วนความต้องการเช่าพื้นที่ในอาคาร ผู้ประกอบการทุกประเภทนิยมที่จะเช่าพื้นที่ที่อยู่ภายในอาคาร โดยผู้ประกอบการขนาดเล็ก สามารถเช่าพื้นที่กลางแจ้งได้มากที่สุด (ร้อยละ 44) รองลงมาคือ ผู้ประกอบการขนาดใหญ่ (ร้อยละ 30)

ตารางที่ 3.13

ข้อมูลด้านความต้องการระบบสาธารณูปโภค

สาธารณูปโภค		แบบ ก.		แบบ ข.		แบบ ค.	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
โทรศัพท์	ต้องการ	30	60	45	90	17	85
	(จำนวนเลขหมาย)	(0.82)		(1.42)		(1.95)	
	ไม่ต้องการ	20	40	5	10	3	5
อินเทอร์เน็ต	ต้องการ	12	24	24	48	16	80
	ไม่ต้องการ	38	76	26	52	4	20
เครื่องปรับอากาศ	ต้องการ	23	46	32	64	13	65
	ไม่ต้องการ	27	54	18	36	7	35
เครื่องปรับอากาศ	ติดตั้งเอง	31	62	29	58	11	55
	ต้องการให้ศูนย์มี						
	บริการ	19	38	21	42	9	45
อยู่ในอาคาร	จำเป็น	28	56	42	84	14	70
	ไม่จำเป็น	22	44	8	16	6	30

ที่มา: ผลการสัมภาษณ์โดยแบบสอบถาม

3.1.5 ข้อมูลปริมาณความต้องการเช่าพื้นที่ของศูนย์การค้า ณ ระดับค่าเช่าต่างๆ

ในการสำรวจข้อมูลปริมาณความต้องการเช่าพื้นที่ของศูนย์การค้าสุวินทวงศ์ของผู้เช่าขนาดเล็กจำนวน 50 ราย และเช่าขนาดกลางจำนวน 50 ราย พบว่า ปริมาณความต้องการเช่าพื้นที่แปรผกผันกับค่าเช่า ดังแสดงในตารางที่ 3.14

ตารางที่ 3.14

ปริมาณความต้องการเช่าพื้นที่รวมของศูนย์การค้า ณ ระดับค่าเช่าต่าง ๆ

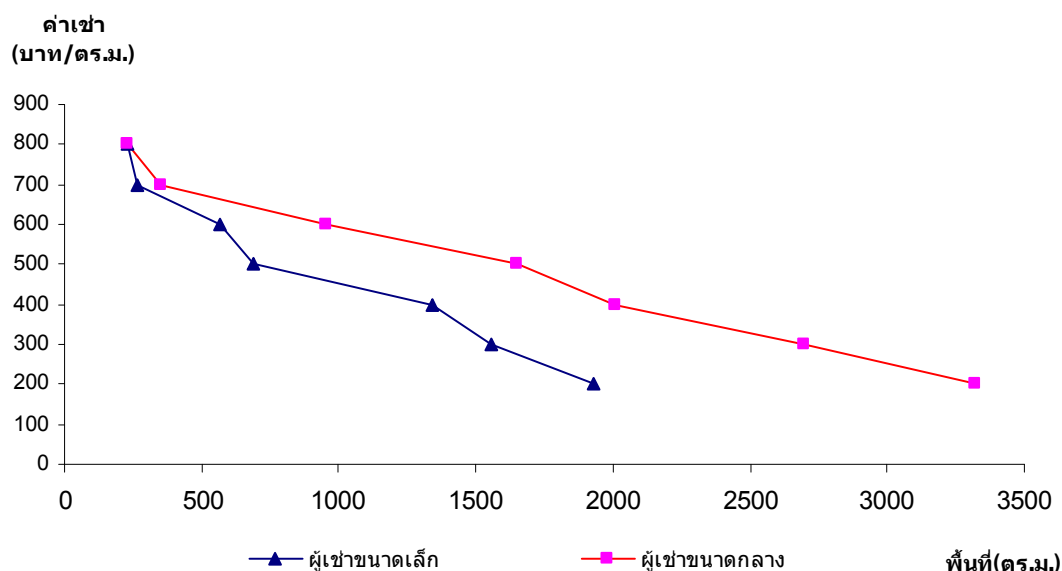
ระดับค่าเช่า (บาทต่อตารางเมตร)	ปริมาณความต้องการเช่ารวม (N = 50)	
	ผู้เช่าขนาดเล็ก (ตารางเมตร)	ผู้เช่าขนาดกลาง (ตารางเมตร)
200	1,926	3,319
300	1,554	2,694
400	1,341	2,009
500	690	1,653
600	564	953
700	267	349
800	232	229

ที่มา: ผลการสัมภาษณ์โดยแบบสอบถาม

จากข้อมูลดังกล่าว ในตารางที่ 3.14 ทำให้สามารถ วาดเส้นอุปสงค์ของผู้ประกอบการขนาดเล็ก และขนาดกลางได้ดัง ภาพที่ 3.1

ภาพที่ 3.1

ปริมาณความต้องการเช่าพื้นที่ของศูนย์การค้า ณ ระดับค่าเช่าต่าง ๆ
ของผู้เช่าขนาดกลาง และผู้เช่าขนาดเล็ก



ที่มา: ผลการสัมภาษณ์โดยแบบสอบถาม

3.2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อโครงการลงทุน

ในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อโครงการลงทุนจะศึกษาปัจจัย 3 ด้าน คือ ปัจจัยทางด้านกฎหมาย ปัจจัยทางด้านทำเลที่ตั้ง และปัจจัยทางการตลาด

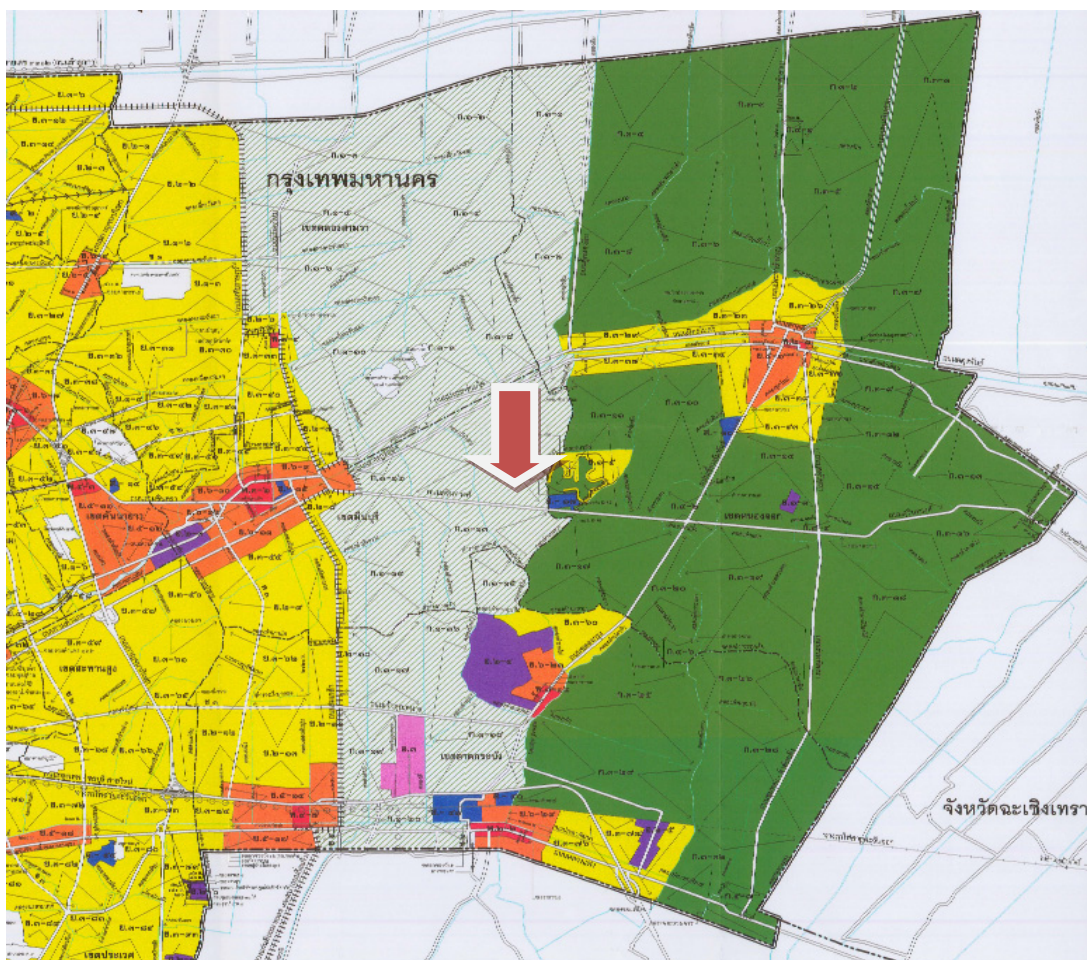
3.2.1 ทางด้านกฎหมาย

การพิจารณาความเป็นไปได้ทางการเงินในการลงทุนโครงการพัฒนาที่ดินศูนย์การค้า สุวินทวงศ์นั้นมีกฎหมายอยู่ 2 ฉบับที่จำเป็นต้องพิจารณา คือ กฎกระทรวงผังเมืองรวม กรุงเทพมหานคร และข้อบัญญัติกรุงเทพมหานครเรื่องควบคุมอาคาร โดยกฎหมายฉบับต่าง ๆ มีสาระสำคัญ ดังต่อไปนี้ คือ

1. กฎกระทรวงผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร 16 พฤษภาคม พ.ศ. 2549

ภาพที่ 3.2

แสดงผังเมืองกรุงเทพมหานครบริเวณพื้นที่โครงการลงทุนศูนย์การค้าสุวินทวงศ์



ที่มา สำนักผังเมือง กรุงเทพมหานคร

กฎกระทรวงผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร ประกาศ ณ วันที่ 16 พฤษภาคม พ.ศ. 2549 เริ่มมีผลบังคับใช้ถึง 16 พฤษภาคม พ.ศ. 2554 โดยเมื่อพิจารณาตามภาพจะเห็นว่าพื้นที่โครงการลงทุนศูนย์การค้าสุวินทวงศ์นั้นปัจจุบันอยู่บนเขตสีชาวมี่กรอบและเส้นทะแยงสีเขียวหรือเรียกได้ว่าเป็นพื้นที่สีเขียวลาย ซึ่งเป็นที่ดินประเภทอนุรักษ์ชนบทและเกษตรกรรมประเภท ก.1

บทที่ 1

บทนำ

1.1. ความสำคัญของปัญหา

ถนนสุวินทวงศ์เป็นถนนทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 304 เริ่มต้นตั้งแต่ สี่แยกมีนบุรี กรุงเทพมหานคร ถึง อ.เมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยในกรุงเทพมหานครนั้นเขตที่มีพื้นที่เชื่อมต่อหรือพื้นที่ที่ใกล้เคียงกับถนนสุวินทวงศ์ประกอบด้วย เขตมีนบุรี เขตคลองสามวา เขตบึงกุ่ม เขตลาดกระบัง และเขตหนองจอก ซึ่งเป็นเขตที่อยู่บริเวณรอบนอกฝั่งตะวันออกของกรุงเทพมหานคร โดยถนนสุวินทวงศ์มีแนวโน้มที่จะมีการขยายตัวทางพาณิชยกรรมมากขึ้นในอนาคตด้วยหลายปัจจัย โดยปัจจัยสำคัญหนึ่งคือ จำนวนที่อยู่อาศัยที่เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากตั้งแต่ปี 2539 ถึง 2548 ซึ่งจำนวนที่อยู่อาศัยในเขตต่าง ๆ ที่มีพื้นที่เชื่อมต่อหรือใกล้เคียงกับถนนสุวินทวงศ์เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากนับเป็นลำดับต้น ๆ ของกรุงเทพมหานคร (แสดงในตารางที่ 1.1) โดยในเขตหนองจอก จำนวนที่อยู่อาศัยในแนวราบเพิ่มขึ้นเป็นอันดับหนึ่งของทุกเขตในกรุงเทพมหานคร เพิ่มขึ้นจำนวน 20,662 หน่วย ในขณะที่เขตมีนบุรี เขตคลองสามวา เขตบึงกุ่ม และเขตลาดกระบัง จำนวนที่อยู่อาศัยในแนวราบเพิ่มขึ้น 18,518 10,737 9,882 และ 9,538 หน่วย เพิ่มขึ้นเป็นลำดับที่ 2 5 7 และ 9 ตามลำดับ ถือเป็นการขยายตัวอย่างมากของจำนวนที่อยู่อาศัย ทำให้ประชากรในพื้นที่เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก ส่งผลให้ความต้องการพื้นที่ประกอบการพาณิชยกรรมประเภทต่าง ๆ ในถนนสุวินทวงศ์เพิ่มสูงขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการสินค้าและบริการของประชากรในพื้นที่ที่เพิ่มขึ้นตามไปด้วย

นอกจากปัจจัยการเพิ่มขึ้นของที่อยู่อาศัยในแนวราบแล้ว ถนนสุวินทวงศ์ยังมีปัจจัยด้านอื่นๆที่ส่งผลต่อความต้องการพื้นที่ประกอบการพาณิชยกรรมที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นในอนาคต ได้แก่ ปัจจัยการขยายตัวของชุมชนเมืองโดยรอบทั้งในเขตมีนบุรี หนองจอก ลาดกระบัง บึงกุ่ม สะพานสูง และคลองสามวา ที่มีการขยายตัวของประชากรอย่างมากในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ปัจจัยทางด้านระยะทาง ถนนสุวินทวงศ์มีระยะทางจากสนามบินสุวรรณภูมิเพียงสิบกว่ากิโลเมตร และปัจจัยทางด้านสาธารณูปโภค ถนนสุวินทวงศ์อยู่ในแผนการสร้างรถไฟฟ้าในอนาคต 2 สายคือ โครงการรถไฟฟ้าสายสีน้ำตาล บางกะปิ-มีนบุรี และ โครงการก่อสร้างรถไฟฟ้าสายสีชมพู สายปากเกร็ด-มีนบุรี ซึ่งทั้ง 2 โครงการมีจุดสิ้นสุดเส้นทางที่สามแยกสุวินทวงศ์ตัดถนนรามคำแหงอีกด้วย

บริเวณที่สงวนรักษาสภาพธรรมชาติของพื้นที่ชนบทและเกษตรกรรมในบริเวณที่มีข้อจำกัดด้านการระบายน้ำและมีความเสี่ยงต่อการเกิดอุทกภัย⁴

โดยจากกฎกระทรวงผังเมืองรวมกรุงเทพมหานครนั้นพื้นที่สีเขียวมีกรอบและเส้นทะแยงสีเขียวซึ่งเป็นที่ตั้งของโครงการลงทุนสามารถ ใช้ประโยชน์ที่ดินตามกฎหมายกระทรวงในส่วนที่เกี่ยวข้องกับโครงการลงทุนได้ดังนี้คือ

อนุญาตให้ใช้ประโยชน์โดยไม่มีเงื่อนไขใด ๆ สำหรับพาณิชยกรรมพื้นที่ไม่เกิน 100 ตารางเมตร สำนักงานพื้นที่ไม่เกิน 100 ตารางเมตร สถานศึกษา สถานพยาบาล สถานสงเคราะห์หรือรับเลี้ยงคนชรา สถานสงเคราะห์หรือรับเลี้ยงคนเด็ก

อนุญาตให้ใช้ประโยชน์โดยมีเงื่อนไข เรื่องต้องเว้นระยะจากเขตทางไม่น้อยกว่า 10 เมตร สำหรับพาณิชยกรรมพื้นที่ไม่เกิน 200 ตารางเมตร และ อนุญาตให้ใช้ประโยชน์โดยมีเงื่อนไขเรื่องต้องเว้นระยะจากเขตทางไม่น้อยกว่า 16 เมตร คือพาณิชยกรรมพื้นที่ไม่เกิน 300 ตารางเมตร ตลาดพื้นที่เกิน 300 ตารางเมตร ตลาดพื้นที่ไม่เกิน 400 ตารางเมตร

มีเงื่อนไขของการก่อสร้างที่เป็นสาระสำคัญ คือ ห้ามก่อสร้างอาคารขนาดใหญ่ที่มีพื้นที่อาคารรวมเกิน 1,000 ตร.ม. ห้ามก่อสร้างอาคารสูงเกิน 12 เมตร (วัดจากระดับถนนถึง ยอดผนังชั้นสูงสุด) มีอัตราส่วนพื้นที่อาคารรวม (หมายถึงรวมพื้นที่ใช้สอยทุกชั้นของอาคาร) ต่อ พื้นที่ดิน ไม่เกิน 1 ต่อ 1 เงื่อนไขของการก่อสร้างที่สำคัญอีกข้อคือ ต้องมีอัตราส่วนของที่ว่างต่อพื้นที่อาคารรวมไม่น้อยกว่าร้อยละ 40 ซึ่งหมายความว่าหากจะก่อสร้างเป็นอาคารชั้นเดียวทั้งหมด จะก่อสร้างได้พื้นที่ขนาดของอาคารไม่เกินร้อยละ 60 ของขนาดที่ดิน และหากจะก่อสร้างเป็นอาคาร 2 ชั้นทั้งหมด จะสามารถก่อสร้างอาคารไม่เกินร้อยละ 30 ของขนาดที่ดิน

2. ข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร เรื่องควบคุมอาคาร พ.ศ 2544

เนื้อความตามข้อบัญญัติเรื่องควบคุมอาคาร พ.ศ. 2544 มีข้อความที่เกี่ยวข้องกับโครงการลงทุนพัฒนาที่ดินศูนย์การค้าสุวินทวงศ์ ดังมีรายละเอียดในข้อต่างๆและ มีเนื้อหาที่สำคัญคือ 2 ส่วน

เนื้อหาส่วนที่หนึ่งเป็นการจำกัดความของคำศัพท์ต่างๆ โดยมีเนื้อหาสำคัญที่เกี่ยวข้องในส่วนนี้ ได้แก่ อาคารต่อเนื่องไม่เกิน 2 คูหาไม่ถูกเรียกว่าเป็นห้องแถวหรือตึกแถวซึ่งถูกห้ามก่อสร้างตามกฎหมายกระทรวงผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร , อาคารขนาดใหญ่ที่ห้ามก่อสร้างตามกฎหมายกระทรวงผังเมืองรวมกรุงเทพมหานครนั้น หมายถึง อาคารที่มีพื้นที่รวมเกิน 1,000 ตารางเมตร,

⁴ สำนักผังเมือง , ผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร , 2549

ที่ว่างจะต้องไม่มีหลังคาปกคลุม อาจจะเป็นบ่อน้ำ สระว่ายน้ำบ่อพักน้ำเสีย หรือสิ่งก่อสร้างที่สูงไม่เกิน 1.20 เมตรก็ได้ ซึ่งพื้นที่สวนสาธารณะ สามารถถือเป็นพื้นที่ว่างได้ ตามข้อบัญญัติควบคุมอาคาร

เนื้อหาในส่วนที่สองนั้นจะเป็นข้อกำหนดเพื่อความปลอดภัย การขออนุญาต และความถูกต้องของตัวอาคารและสิ่งปลูกสร้างโดยมีเนื้อหาสำคัญที่เกี่ยวข้องในส่วนนี้ ได้แก่ อาคารขนาดใหญ่ต้องมีระยะยื่นไม่ต่ำกว่า 2 เมตร จะต้องมียาระบบบำบัดน้ำเสียที่มีประสิทธิภาพเพียงพอ ก่อนที่จะระบายน้ำเสียออกสู่แหล่งรองรับน้ำ ต้องมีระยะระหว่างอาคารไม่ต่ำกว่า 2 เมตร (โดยรอบ) ต้องมีพื้นที่จอดรถ มีที่กักเก็บรถ มีทางเข้าออกของรถ เป็นต้น

โดยจากข้อกำหนด ขอบัญญัติกรุงเทพมหานคร เรื่องควบคุมอาคารทั้งหมดในส่วนที่เกี่ยวข้องกับวิธีการก่อสร้างอาคารซึ่งจะมีผลสำคัญกับการวิเคราะห์โครงการในส่วนของการขนาดพื้นที่และจำนวนแปลงที่จะให้เช่า และโดยส่วนมากข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร เรื่องควบคุมอาคารนี้จะสะท้อนต้นทุนในการก่อสร้าง และสาธารณูปโภคต่างๆ เนื่องจากการก่อสร้างอาคารและสาธารณูปโภคต่างๆต้องเป็นไปตามข้อกำหนดซึ่งจะเป็นกรอบ และข้อบังคับให้ก่อสร้างตามมาตรฐานขั้นต่ำที่กำหนด

โดยในการพิจารณาข้อกำหนดต่าง ๆ นั้น มีความจำเป็นจะต้องพิจารณาร่วมกันทุกฉบับ โดยยึดถือเกณฑ์ที่เข้มงวดกว่า ซึ่งในความเป็นจริงยังมีกฎหมายอื่น ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับการลงทุนในโครงการอีกเช่น กฎหมายการจัดสรรที่ดิน กฎหมายพื้นที่โดยรอบสนามบิน ข้อกำหนดเรื่องป้ายของกรุงเทพมหานคร ข้อกำหนดเรื่องพื้นที่ทิ้งขยะ ข้อกำหนดสาธารณสุขเรื่องการสร้างตลาด เป็นต้น แต่เนื่องจากรูปแบบของโครงการลงทุนในเบื้องต้นนั้น ผู้ลงทุนไม่ได้มีความต้องการก่อสร้างเป็นห้างสรรพสินค้า และ อาคารสูง กฎหมายต่างๆจึงจะกระทบในรายละเอียดปลีกย่อยของโครงการซึ่งจะกระทบในส่วนของการดำเนินการบ้าง แต่กฎหมายหลักที่กระทบต่อรายรับและรายจ่ายของโครงการอย่างเป็นสาระสำคัญ คือ กฎหมาย ทั้ง 2 ข้อที่ได้กล่าวมาข้างต้นนี้ ซึ่งจะต้องนำไปใช้ในการประกอบปัจจัยทางด้านการตลาด และทฤษฎีการแม่เหล็กดึงดูดศูนย์การค้า เพื่อที่จะนำไปสรุปเป็นองค์ประกอบของโครงการลงทุนศูนย์การค้าสุวินทวงศ์ในข้อ 3.3 และนำไปใช้ประมาณการรายรับ และต้นทุนของโครงการลงทุน

3.2.2 ปัจจัยทางด้านทำเลที่ตั้ง

ที่ตั้งของโครงการลงทุนตั้งอยู่บนถนนสุวินทวงศ์ขาออก เป็นทางผ่านเพื่อเดินทางไปยังเขตมีนบุรี หนองจอก และลาดกระบัง และเป็นทางที่สามารถเข้าถึงได้จากเขตคลองสามวา

สะพานสูง และบึงกุ่มไม่มากนัก เนื่องจากอยู่ไม่ไกลจากโครงการลงทุน ดังนั้นประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตดังกล่าวถือเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของโครงการลงทุน

ในปัจจุบันพื้นที่ตั้งของโครงการลงทุนถือเป็นพื้นที่ชานเมืองที่มีการพัฒนา และเปลี่ยนแปลงประโยชน์ใช้สอยค่อนข้างน้อย แต่เนื่องจากการเปิดให้บริการของสนามบินสุวรรณภูมิ ทำให้มีโครงข่ายการเดินทางใหม่ ๆ เช่น ถนนมอเตอร์เวย์ และ ถนนกาญจนาภิเษก (ถนนวงแหวนรอบนอก) ด้านเหนือของพื้นที่มีถนนสุขุมวิท-รามอินทรา และสุขาภิบาล 3 รามคำแหง ทางตะวันตกมีถนนวงแหวนรอบนอก (ตะวันออก) ที่เป็นทางเชื่อมสำคัญในการไปถึงพื้นที่ปริมณฑลอื่น ๆ รวมถึงการขยายถนนสายหลัก ๆ ในพื้นที่ไว้ล่วงหน้า ด้านการอยู่อาศัยของคนในพื้นที่ค่อนข้างสงบและมีความเป็นธรรมชาติสูง แต่ก็มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่จะรองรับชุมชนได้ในระดับหนึ่ง โดยพื้นที่พาณิชยกรรมแหล่งจับจ่ายใช้สอยจะอยู่ในย่านชุมชนเดิม อาทิ ในซอยเคหะชุมชนร่มเกล้า หรือ ย่านตลาดมีนบุรี ที่มีทั้งตลาดสด ตลาดนัดสวนจตุจักร 2 ไร่ให้บริการ ที่สำคัญเป็นศูนย์รวมต้นทางของรถตู้มวลชน รถเมล์ สำหรับการ เดินทางออกไปยังพื้นที่อื่นๆ อีกด้วย ขณะที่ในพื้นที่ลาดกระบังก็มีบริเวณตลาดหัวตะเข้เป็นศูนย์กลางสิ่งอำนวยความสะดวก

พื้นที่โดยรอบของโครงการลงทุนมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง เพราะบริเวณใกล้เคียงมีแหล่งงานขนาดใหญ่ที่อยู่ใกล้ อีกทั้งอยู่ไม่ไกลจากสนามบินสุวรรณภูมิ และนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังที่จะดึงดูดให้เกิดการย้ายถิ่น เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง ประกอบกับกรุงเทพมหานครเองก็วางแผนการพัฒนาพื้นที่ไว้ในผังเมืองฉบับใหม่ กำหนดให้ลาดกระบังเป็นหนึ่งในพื้นที่ศูนย์ชุมชนชานเมือง ที่จะกระจายการให้บริการพื้นฐานต่าง ๆ ให้เข้าถึงอย่างครบถ้วน เพื่อกระตุ้นให้เกิดความ สนใจย้ายถิ่นฐานและบรรเทาความแออัดในเขตเมืองชั้นในให้เบาบางลง ซึ่งจะส่งผลให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของโครงการลงทุนมีจำนวนมากขึ้นในอนาคตอีกด้วย

3.2.3 ปัจจัยทางการตลาด

ในการบริการการตลาดที่จะให้ทำให้การดำเนินกิจการประสบความสำเร็จได้ดี ขึ้นอยู่กับปัจจัยสำคัญ คือ ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) ซึ่งประกอบด้วย องค์ประกอบสำคัญ 4 ด้าน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และ ส่วนส่งเสริมการขาย⁵

⁵ หลักการตลาด, วิเชียร วิวงศ์นิชชากุล, 2545 น.11

3.2.3.1 ผลิตภัณฑ์ (Product)

ศูนย์การค้าสุวินทวงศ์นั้นเป็นศูนย์การค้าใหม่ ไม่มีฐานลูกค้าเดิม แต่มีจุดแข็งสำคัญ คือ มีคอนเซ็ปต์ในรูปแบบศูนย์การค้าที่ไม่เหมือนใคร เป็นศูนย์การค้านำเสนอความรู้สึกรักธรรมชาติ และสุขภาพดีให้กับสินค้าที่มาเช่าพื้นที่ เนื่องจากเป็นศูนย์การค้าที่มีสวนสาธารณะ ทะเลสาบ และสนามกีฬาเป็นองค์ประกอบสำคัญ ดังนั้นภายในศูนย์เชื่อว่าจะประกอบไปด้วย ร้านค้าแบรนด์เนม และร้านค้าทั่วไป ในสัดส่วนไม่ต่ำกว่า 20 %

โดยในที่นี้ผลิตภัณฑ์ คือ พื้นที่ และอาคารสำหรับเช่าเพื่อการพาณิชย์หรืออื่น ๆ ภายในศูนย์การค้าชุมชนที่เป็นศูนย์การค้าแบบเปิดที่มีสวนสาธารณะ ทะเลสาบ และสนามกีฬาเป็นองค์ประกอบ ซึ่งจะแบ่งผลิตภัณฑ์ออกเป็น 4 ชนิดเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เช่าที่มีความต้องการที่แตกต่างกัน คือ

1. พื้นที่ว่างจัดสรรริมทะเลสาบสำหรับการปลูกสร้างอาคารพาณิชย์ริมทะเลสาบ พื้นที่ขนาด 300 ตารางเมตรสำหรับร้านอาหารดึงดูด จำนวน 5 แปลง⁶
2. อาคารสำหรับเช่าประกอบการพาณิชย์ขนาดประมาณ 300 ตารางเมตร สำหรับร้านค้าดึงดูด จำนวน 4 ร้าน ได้แก่ ซูเปอร์มาร์เก็ต 2 ร้าน และ ร้านขายสินค้าเฉพาะทาง 2 ร้าน⁷
3. อาคารสำหรับเช่าประกอบการพาณิชย์ หรืออื่นๆ (เช่น หน่วยงานราชการ หรือ ศูนย์บริการลูกค้า) ขนาดประมาณ 50 ตารางเมตร
4. พื้นที่จัดสรรเพื่อประกอบการพาณิชย์ ในอาคารรวมขนาดแปลงละประมาณ 10 ตารางเมตร

3.2.3.2 ราคา (Price)

การกำหนดราคาของศูนย์การค้าสุวินทวงศ์ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนแรกการหนดราคาสำหรับผู้เช่าขนาดเล็กและผู้เช่าขนาดกลาง ในส่วนนี้มีวัตถุประสงค์ในการกำหนดราคา

⁶รูปแบบที่ดินซึ่งสามารถสร้างทะเลสาบได้นั้นสามารถจัดสรรที่ว่างริมทะเลสาบสำหรับสร้างร้านอาหารดึงดูดได้ประมาณ 5 แปลง

⁷ชนิดา ช่วยศิริ 2549 น.10 “ตามทฤษฎีการสร้างศูนย์การค้า ร้านค้าที่เป็นร้านค้าดึงดูดจะถูกจัดไว้คนละด้านของศูนย์การค้า เพื่อดึงดูดให้เกิดการเดินทางไปมาระหว่างลูกค้าทั้ง 2 ร้าน” ซึ่งเมื่อพิจารณาประกอบกับรูปแบบที่ดินซึ่งเป็นรูปสามเหลี่ยม หากแนวร้านค้าตั้งขนาดกั้นแนวขอบหลังของที่ดินจะทำให้มีพื้นที่ซึ่งเหมาะสมกับการวางตำแหน่งร้านค้าดึงดูด จำนวน 4 แปลง คือ พื้นที่ทั้ง 2 ด้านของศูนย์การค้าจำนวน ด้านละ 1 ร้าน และพื้นที่ตรงกลางศูนย์การค้า 2 ร้าน

เพื่อให้โครงการลงทุนได้รับกำไรสูงสุด และ ส่วนที่สองการกำหนดราคาของผู้เช่าขนาดใหญ่ หรือร้านค้าดังดูต ซึ่งจะเป็นผู้ดึงดูดผู้เช่ารายอื่น ๆ และจะเป็นผู้ดึงดูดลูกค้าที่สำคัญของโครงการลงทุน ซึ่งวัตถุประสงค์ในการกำหนดค่าเช่าสำหรับร้านค้าดังดูตนั้น คือ การกำหนดค่าเช่าให้ตอบสนองความต้องการของผู้เช่า

การกำหนดราคาเช่าของผู้ประกอบการขนาดกลาง และขนาดเล็กเพื่อให้ได้กำไรมากที่สุดนั้น สามารถทำได้โดยการนำปริมาณความต้องการเช่าศูนย์การค้าสุวินทวงศ์ ณ ระดับค่าเช่าต่าง ๆ ที่ได้จากการสำรวจผู้ประกอบการ และต้นทุนของโครงการลงทุน มาทำการคำนวณหาระดับค่าเช่าที่ทำให้โครงการลงทุนได้กำไรมากที่สุด ด้วยวิธีการแบ่งแยกราคาขายชั้นที่ 3 (3rd Degree price discrimination) ซึ่งจะทำให้ค่าเช่าและสัดส่วนปริมาณผู้เช่าขนาดกลางและขนาดเล็ก อยู่ในระดับที่ผู้ประกอบการกลุ่มเป้าหมายสามารถยอมรับราคาเช่านั้นๆได้ และทำให้โครงการลงทุนได้กำไรสูงสุด เนื่องจากค่าเช่าและปริมาณพื้นที่ดังกล่าวเป็นระดับค่าเช่าที่อยู่บนเส้นปริมาณความต้องการ ของผู้ประกอบการ ณ ระดับค่าเช่าที่ทำให้รายรับส่วนเพิ่มของโครงการลงทุนเท่ากับต้นทุนส่วนเพิ่มโครงการลงทุนในตลาดผู้เช่าขนาดเล็กและผู้เช่าขนาดกลางพอดี

ในส่วนของการกำหนดค่าเช่าของผู้ประกอบการขนาดใหญ่ ซึ่งเป็นร้านค้าดังดูตของโครงการลงทุนนั้น จากผลสำรวจที่ได้จากแบบสอบถามผู้ประกอบการขนาดใหญ่นั้น ผู้ตอบแบบสอบถามที่สนใจพื้นที่ว่างจัดสรรสำหรับการปลูกสร้างร้านอาหารริมทะเลสาบ ขนาด 300 ตารางเมตร มีความยินดีจ่ายค่าเช่าสำหรับพื้นที่ดังกล่าวเฉลี่ยเท่ากับ 73,333 บาท และมีความยินดีจ่ายเงินกินเปล่าเฉลี่ยสำหรับสัญญา 10 ปี 335,714 บาท ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามสำหรับผู้ประกอบการขนาดใหญ่ที่สนใจพื้นที่อาคารสำหรับเช่าประกอบการพาณิชย์ขนาดประมาณ 300 ตารางเมตร มีความยินดีจ่ายค่าเช่าสำหรับพื้นที่ดังกล่าวเฉลี่ยเท่ากับ 87,608 บาท และยินดีจ่ายเงินกินเปล่าสำหรับสัญญา 10 ปี 308,500 บาท ซึ่งการตั้งราคาเช่าและเงินกินเปล่า จะตั้งราคาให้ใกล้เคียงกับค่าเฉลี่ยเพื่อตอบสนองความต้องการของร้านค้าดังดูต

ตารางที่ 3.15

ความต้องการพื้นที่เช่าศูนย์การค้าสุวินทวงศ์ของผู้ประกอบการแบบร้านค้าดึงดูด

ลักษณะพื้นที่	ค่าเช่าเฉลี่ย (บาท/เดือน)	เงินกินเปล่าสำหรับ สัญญา 10 ปีเฉลี่ย (บาท)
พื้นที่ว่างจัดสรรสำหรับการปลูกสร้าง	73,333	375,000
ร้านอาหารริมทะเลสาป ขนาด 300 ตร.ม.	(N = 6)	(N = 6)
อาคารสำหรับเช่าประกอบการพาณิชย์	87,608	308,500
ขนาดประมาณ 300 ตร.ม.	(N = 14)	(N = 14)

ที่มา: ผลการสัมภาษณ์โดยแบบสอบถาม

3.2.3.3 การจัดจำหน่าย (Place)

การจัดจำหน่ายพื้นที่โครงการลงทุนทำโดย การนำเสนอขายพื้นที่ให้กับร้านค้าดึงดูด เช่น ซูเปอร์มาร์เกต ร้านค้าเฉพาะทาง ธนาคาร ร้านอาหารและร้านขายสินค้าที่มีชื่อเสียงก่อน โดยเริ่มจากการหาพันธมิตรโครงการลงทุน จัดงานเปิดตัวโครงการลงทุน และทำการตลาดในการนำเสนอพื้นที่ของโครงการลงทุนให้กับร้านค้าแบรนด์เนม จากนั้นจึงประกาศให้เช่าพื้นที่ส่วนที่เหลือและทำการนำเสนอทางตรงกับร้านค้าทั่วไป⁸

3.2.3.4 ส่งเสริมการตลาด (Promotion)

การส่งเสริมการตลาดของโครงการในลักษณะของศูนย์การค้านั้น จะต้องมีการวางแผนจัดกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในช่วงเปิดตัว ในการสร้างความรับรู้ และสร้างความต้องการซื้อสินค้าในศูนย์การค้า

การส่งเสริมการตลาดของศูนย์การค้าสุวินทวงศ์จะต้องทำการโฆษณา โดยสื่อโฆษณาสำคัญที่จะใช้คือป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ในพื้นที่โครงการลงทุน และป้ายโฆษณาทั่วไป การโฆษณาในอินเทอร์เน็ต และใบปลิว ต้องมีการประชาสัมพันธ์ ซึ่งโครงการลงทุนพื้นที่โครงการลงทุนมีสนามกีฬาและสวนสาธารณะ ทำให้สามารถจัดการแข่งขันกีฬาประเภทต่าง ๆ หรือ ให้ใช้พื้นที่ในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เช่น คอนเสิร์ต การจัดงานแสดงได้ และต้องมีการส่งเสริมการขาย

⁸ ช่องทางการจัดจำหน่าย สรุปใจความจากหนังสือ อีซูก้อนหนึ่งสู่คอนสแควร์, กอบ

เช่น การจัดลดราคา จัดโปรโมชั่นสินค้าโปรโมชัน การแจกคูปอง การชิงโชค เป็นต้น เพื่อให้ศูนย์การค้า
สุวินทวงศ์มีความน่าสนใจอยู่ตลอดเวลา

3.3 องค์ประกอบพื้นที่โครงการลงทุน

เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดทางเศรษฐศาสตร์ จึงควรก่อสร้างอาคารให้มากที่สุด
ภายใต้ข้อกำหนดกฎหมาย จากพื้นที่ทั้งหมดของโครงการ คือ 19 ไร่ หรือ 30,400 ตารางเมตร

จากข้อกำหนดสำคัญที่ว่าพื้นที่ที่สามารถก่อสร้างอาคารได้ภายใต้ข้อกำหนด
กฎหมาย คือ มีอัตราส่วนพื้นที่อาคารรวม (หมายถึงรวมพื้นที่ใช้สอยทุกชั้นของอาคาร) ต่อ พื้นที่
ที่ดินไม่เกิน 1 ต่อ 1 ดังนั้น พื้นที่อาคารสูงสุดจะไม่เกิน 30,400 ตร.ม.

โดยพื้นที่ก่อสร้างอาคารจะแบ่งออกเป็น 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 คือ อาคาร 2 ชั้นขนาดกว้าง 21 เมตรลึก 14 เมตร (294 ตารางเมตร)
สำหรับพื้นที่ประกอบการพาณิชย์กรรมขนาด 300 ตารางเมตร ส่วนนี้โครงการลงทุนเป็นผู้ก่อสร้าง
อาคารเอง ในแต่ละอาคารจะประกอบด้วย พื้นที่ประกอบพาณิชย์กรรมกว้าง 15 เมตร ลึก 10
เมตร 2 ชั้น ทางเดินรอบอาคาร บันไดทางขึ้นชั้น 2 และห้องน้ำ 4 ห้อง โดยสาเหตุที่สร้างอาคาร 2
ชั้น เนื่องจากการสร้างอาคารในลักษณะศูนย์การค้าควรที่จะสร้างอาคารแต่ละชั้นสูงประมาณ 4.5
เมตร และกฎหมายกำหนดไม่ให้อาคารสูงเกิน 12 เมตร

ส่วนที่ 2 คือ อาคารชั้นเดียวสำหรับพื้นที่ประกอบการพาณิชย์ขนาด 300 ตารางเมตร
ที่เป็นร้านค้าดึงดูด เช่น ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านขายสินค้าเฉพาะทาง จำนวน 4 แปลง

ส่วนที่ 3 คือ พื้นที่ให้เช่าเพื่อสร้างเป็นอาคารประกอบการพาณิชย์ขนาด 300 ตาราง
เมตรชั้นเดียว สำหรับร้านอาหารริมทะเลสาบของโครงการ จำนวน 5 แปลง

ในส่วนของที่จอดรถนั้น พื้นที่จอดรถตามข้อบัญญัติควบคุมอาคารของอาคาร
สรรพสินค้า ซึ่งให้มีที่จอดรถ 1 คันต่อพื้นที่อาคาร 20 ตารางเมตรนั้น โดยที่ที่จอดรถ 1 คันใช้พื้นที่
กว้าง 2.4 เมตร ยาว 5 เมตร หรือ 12 ตารางเมตร

จากการคำนวณหาพื้นที่อาคารที่มากที่สุดที่สามารถก่อสร้างอาคารได้ภายใต้
ข้อกำหนดกฎหมาย โดยการสร้างเป็นอาคาร 2 ชั้นและชั้นเดียวตามที่กล่าวข้างต้น จะสร้างอาคาร
2 ชั้น (พื้นที่เช่าอาคารละ 300 ตร.ม.) จำนวน 29 อาคารโดยใช้ที่ดินขนาด 8,526 ตารางเมตร และ
อาคารชั้นเดียวที่ใช้ที่ดิน 2,700 ตารางเมตร ที่จอดรถจำนวน 570 คัน โดยมีอัตราส่วนพื้นที่อาคาร
รวม (หมายถึงรวมพื้นที่ใช้สอยทุกชั้นของอาคาร) ต่อ พื้นที่ดินร้อยละ 64.97 และมีอัตราส่วนของ
ที่ว่างต่อพื้นที่อาคารรวมร้อยละ 40.57 ตามลำดับ (ตารางที่ 3.16) ซึ่งจะทำให้โครงการมีพื้นที่ให้

เข้าทั้งหมด 11,400 ตารางเมตร โดยแบ่งเป็นพื้นที่ขนาดใหญ่ 2,700 ตารางเมตร และพื้นที่ขนาดกลางและขนาดเล็กรวมกัน 8,700 ตารางเมตร

ตารางที่ 3.16

สัดส่วนอาคารและพื้นที่ของโครงการพัฒนาที่ดินเป็นศูนย์การค้าสุวินทวงศ์

รายการ	พื้นที่ดินที่ใช้ (ตร.ม.)	สัดส่วน (ร้อยละ)
อาคาร 2 ชั้น	8,526	28.05
อาคาร 1 ชั้น	1,200	3.95
พื้นที่สำหรับสร้างอาคารริมทะเลสาบ	1,500	4.93
ที่จอดรถ	6,840	22.50
ที่ว่างสำหรับพัฒนาเป็นสวนสาธารณะ ทะเลสาบขนาดเล็ก สนามกีฬา และ ถนน	12,334	40.57
รวม	30,400	100

ที่มา : ผู้วิจัย

บทที่ 4

ต้นทุน รายรับ และ ความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการลงทุน

4.1 ต้นทุนของโครงการลงทุน

ต้นทุนของโครงการลงทุนประกอบด้วยต้นทุนที่สำคัญ 2 ต้นทุนคือ ต้นทุนคงที่ และ ต้นทุนแปรผัน โดยต้นทุนคงที่นั้นจะเป็นต้นทุนหลักที่จะเกิดขึ้นกับการลงทุนศูนย์การค้าสุวินทวงศ์ เนื่องจากการลงทุนพัฒนาที่ดินเป็นศูนย์การค้า ต้นทุนจำนวนมากจะเกิดขึ้นในตอนแรกของการลงทุนทั้งในด้านการพัฒนาที่ดิน การทำสัญญาเช่า¹ การก่อสร้าง และการทำประชาสัมพันธ์ นอกจากนี้ต้นทุนคงที่ยังประกอบด้วยต้นทุนคงที่ที่ต้องจ่ายทุกเดือน ค่าเช่า เงินเดือนพนักงาน ส่วนที่จำเป็น และดอกเบี้ยจ่าย ทำให้ต้นทุนแปรผันที่จะแปรผันตามปริมาณการผลิตสินค้าและบริการของโครงการลงทุนที่ประกอบด้วย ต้นทุนเงินเดือนพนักงานส่วนเพิ่ม ค่าดูแลสาธารณูปโภค และต้นทุนการประชาสัมพันธ์ตลอดระยะเวลาโครงการ เป็นต้นทุนส่วนน้อยของโครงการลงทุน

เมื่อพิจารณาเฉพาะต้นทุนคงที่ จะเห็นว่าต้นทุนคงที่ประกอบด้วยต้นทุนสำคัญ 2 ด้าน คือ ต้นทุนในส่วนของเงินลงทุนเริ่มแรก และต้นทุนคงที่ที่ต้องจ่ายทุกเดือน

ต้นทุนคงที่ในส่วนของเงินลงทุนเริ่มแรกนั้น (ตารางที่4.1) ประกอบด้วยเงินกินเปล่า สำหรับสัญญาเช่าที่ดิน 10 ปีจำนวน 10,000,000 บาท ต้นทุนค่าก่อสร้าง จำนวน 119,942,850 บาท และ ต้นทุนการประชาสัมพันธ์สำหรับการประชาสัมพันธ์ในช่วงแรกจำนวน 2,230,000 บาท รวมทั้งสิ้นเป็นเงิน 130,172,850 บาท โดยเมื่อรวมกับค่าเผื่อเหลือเผื่อขาด จำนวน 7,827,150 บาทจะทำให้งบประมาณในการลงทุนพัฒนาที่ดินเป็นศูนย์การค้าสุวินทวงศ์เท่ากับ 140,000,000 บาทพอดี

ในส่วนของต้นทุนคงที่ที่ต้องจ่ายทุกเดือน (ตารางที่4.2) ประกอบด้วย ค่าเช่า จำนวน 400,000 บาทต่อเดือน ต้นทุนการดำเนินงานซึ่งเป็นเงินเดือนผู้บริหารและพนักงานในส่วนที่จำเป็น จำนวน 215,000 บาทต่อเดือน รวมเป็นต้นทุนคงที่ที่ต้องจ่ายทุกเดือนทั้งหมด 615,000 บาท

¹สัญญาเช่าที่ดิน เป็นสัญญาที่มีการจ่ายเงินกินเปล่า จำนวน 10,000,000 บาท สำหรับระยะเวลาสัญญา 11 ปี โดยในช่วง 1 ปีแรกที่ทำกรก่อสร้างไม่คิดค่าเช่า หลังจากนั้น ปีที่ 2 – ปีที่ 6 คิดค่าเช่าเป็นรายเดือน เดือนละ 400,000 บาท และปีที่ 7-ปีที่ 11 คิดค่าเช่าเป็นรายเดือน เดือนละ 440,000 บาท

ตารางที่ 4.1
งบประมาณในการลงทุน

ต้นทุนคงที่	จำนวน	หน่วย	ราคา/หน่วย	จำนวนเงิน
เงินลงทุนเริ่มแรก				
1.เงินกินเปล่าสำหรับสัญญา 10 ปี				10,000,000*
2.ต้นทุนการก่อสร้าง				
อาคาร 2 ชั้น	17,052	ตร.ม.	5,800**	98,901,600
อาคาร 1 ชั้น	1,200	ตร.ม.	5,100**	6,120,000
สวนสาธารณะ สนามกีฬา ทะเลสาบ ลานจอดรถ ถนน และปรับพื้นที่	20,674	ตร.ม.	625*	12,921,250
ค่าออกแบบและควบคุมการก่อสร้าง	1	เหมา	2,000,000*	2,000,000
รวมค่าก่อสร้าง				119,942,850
3. ต้นทุนการประชาสัมพันธ์ สำหรับการประชาสัมพันธ์ในช่วงแรก				
ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่	1	หน่วย	500,000*	500,000
ป้ายโฆษณาทั่วไป	1	หน่วย	100,000*	100,000
เว็บไซต์	1	หน่วย	30,000*	30,000
สื่อใบปลิว	1	หน่วย	100,000*	100,000
งานเปิดตัวโครงการ (สำหรับผู้เช่า)	1	หน่วย	1,000,000*	1,000,000
งานเปิดตัวโครงการ (สำหรับผู้ให้บริการ)	1	หน่วย	500,000*	500,000
รวมต้นทุนการประชาสัมพันธ์				2,230,000
รวมค่าใช้จ่ายลงทุนเริ่มแรก				132,172,850
ค่าเผื่อเหลือเผื่อขาด				7,827,150
งบประมาณในการลงทุน				140,000,000
ที่มา: ผู้วิจัย				
*การสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง ² ** ราคากลางอาคารพาณิชย์ 1 ชั้นและอาคารพาณิชย์ 2-3 ชั้น ³				

² รายละเอียดการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องในภาคผนวก ค.

ตารางที่ 4.2
ต้นทุนคงที่ในแต่ละเดือน

ต้นทุนคงที่	จำนวน	หน่วย	ราคา/หน่วย	จำนวนเงิน
ค่าใช้จ่ายรายเดือน				
1.ค่าเช่า		บ./ด.		400,000*
2.ต้นทุนการดำเนินงาน				
ผู้บริหาร	1	คน	50,000	50,000
ผู้จัดการ	1	คน	30,000	30,000
รองผู้จัดการ	2	คน	20,000	40,000
พนักงานทั่วไป	3	คน	10,000	30,000
ลูกจ้าง	10*	คน	6,500	65,000
รวมต้นทุนการบริหารงาน				215,000
รวมต้นทุนคงที่				
ในส่วนของการใช้จ่ายรายเดือน				615,000

ที่มา: ผู้วิจัย

*สัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง¹

การคำนวณต้นทุนแปรผันของโครงการลงทุนโดยประมาณ ทำได้โดยการประมาณการต้นทุนแปรผันที่จะเกิดขึ้นเมื่อโครงการลงทุนมีผู้เช่าเต็มพื้นที่ นำต้นทุนแปรผันนั้นมาหารด้วยจำนวนพื้นที่ให้เช่าของโครงการลงทุนซึ่งเท่ากับ 11,400 ตารางเมตร โดยต้นทุนแปรผันของโครงการลงทุนได้แก่ ต้นทุนการบริหารงานส่วนเพิ่มจำนวน 10.96 บาท ต่อพื้นที่เช่า 1 ตารางเมตร ต้นทุนค่าดูแลสาธารณูปโภคจำนวน 50 บาท ต่อพื้นที่เช่า 1 ตารางเมตร และต้นทุนการ

³มูลนิธิประเมินค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทย

ประชาสัมพันธ์สำหรับการประชาสัมพันธ์ตลอดระยะเวลาโครงการลงทุนจำนวน 20 บาท ต่อพื้นที่
เช่า 1 ตารางเมตร รวมเป็นต้นทุนแปรผันต่อพื้นที่เช่า 1 ตารางเมตรเป็นเงิน 80.96 บาท

ตารางที่ 4.3

ต้นทุนแปรผันในแต่ละเดือนประมาณการของโครงการลงทุน

ประมาณการต้นทุนแปรผันต่อตารางเมตร	ค่าใช้จ่าย ประมาณการ บาท	ค่าใช้จ่าย ต่อพื้นที่เช่า บาท/ตร.ม./เดือน
1. ต้นทุนการบริหารงานส่วนเพิ่ม		
รองผู้จัดการ	60,000	5.26
ลูกจ้าง	65,000*	5.70
รวมต้นทุนการบริหารงานส่วนเพิ่ม		10.96
2. ค่าดูแลสาธารณูปโภค		
ค่าดูแลความปลอดภัย	342,000*	30.00
ค่าดูแลทำความสะอาด	171,000*	15.00
ต้นทุนในการดูแล และซ่อมบำรุง	57,000*	5.00
รวมค่าดูแลสาธารณูปโภค		50.00
3. ต้นทุนการประชาสัมพันธ์ สำหรับการประชาสัมพันธ์ตลอด ระยะเวลาโครงการ	228,000	20
รวมต้นทุนแปรผันต่อตารางเมตร		80.96

ที่มา : ผู้วิจัย

*สัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง²

โดยสรุปแล้วต้นทุนของโครงการลงทุนศูนย์การค้าสวนทองคั้นนั้นประกอบด้วย ต้นทุน
คงที่ที่ต้องจ่ายในการลงทุนเริ่มแรกจำนวน 140,000,000 บาท ต้นทุนคงที่ที่ต้องจ่ายทุกเดือน
จำนวน 615,000 บาท และ ต้นทุนแปรผันที่ต้องจ่ายต่อตารางเมตรที่มีผู้เช่าประมาณ 80.96 บาท

(ซึ่งหากสมมติให้ โครงการลงทุนมีผู้เช่าเต็มพื้นที่ 11,400 ตารางเมตรจะมีรายจ่ายต่อเดือนในส่วน
ของต้นทุนแปรผันเท่ากับ 923,000 บาท)^{4,5}

เมื่อนำต้นทุนแปรผันของโครงการลงทุน มาคำนวณหาต้นทุนส่วนเพิ่มของโครงการ
ลงทุน โดยวิธีการคำนวณในหัวข้อ 2.1.1.3⁶ จะทำให้ได้ค่าต้นทุนส่วนเพิ่มของ โครงการลงทุน
เท่ากับ 80.96 บาท

4.2 รายรับของโครงการลงทุน

การประมาณการรายรับของโครงการลงทุนด้วยวิธีทางเศรษฐศาสตร์เพื่อให้ได้กำไร
สูงสุดภายใต้ความต้องการของผู้ประกอบการพาณิชย์นั้น หมายถึง การกำหนดระดับราคา และ
สัดส่วนปริมาณพื้นที่เช่าของผู้เช่าให้ตอบสนองความต้องการการเช่าของผู้เช่า ที่ทำให้โครงการ
ลงทุนได้กำไรสูงสุด ทำโดย 2 วิธี คือ การกำหนดราคาค่าเช่า และเงินกินเปล่าของผู้เช่าขนาดใหญ่
และร้านค้าดังดูจากค่าเช่าที่ผู้เช่ายินดีจ่าย (Willingness to pay) และการกำหนดค่าเช่าของผู้เช่า
ขนาดกลางและขนาดเล็กด้วยวิธีการแบ่งแยกราคาขายขั้นที่ 3 (Third-degree price
discrimination)

จากข้อมูลสัญญาเช่าที่ผู้เช่าต้องการ (ตารางที่ 3.15) นั้นสรุปได้ว่า สัญญาเช่าที่ผู้เช่า
ขนาดใหญ่ของศูนย์การค้าสุวินทวงศ์ต้องการสำหรับระยะเวลาเช่า 10 ปี คือ สัญญาแบบมีเงินกิน
เปล่า ซึ่งการตั้งราคาค่าเช่าและเงินกินเปล่า จะตั้งราคาให้ใกล้เคียงกับค่าเฉลี่ยเพื่อตอบสนอง
ความต้องการของร้านค้าดังดู ดังนั้นค่าเช่าของผู้เช่าขนาดขนาดใหญ่ที่เป็นพื้นที่ปลูกสร้าง
ร้านอาหารริมทะเลสาปในรูปแบบของตนเอง จำนวน 5 แปลง คือ 70,000 บาทต่อเดือน และ เงิน

⁴ ต้นทุนค่าไฟฟ้าและน้ำประปาที่ใช้จ่ายโดยส่วนกลางสามารถนับเป็นต้นทุนของโครงการลงทุนได้
แต่เนื่องจากโดยปกติการเก็บค่าน้ำและค่าไฟฟ้าผู้เก็บมักจะมีกำไรอยู่บางส่วนซึ่งถือเป็นรายรับของโครงการ
ลงทุนด้วยเช่นกัน ดังนั้นเพื่อความไม่ซับซ้อนในการคำนวณจึงขอสมมติให้รายรับค่าไฟฟ้าและน้ำประปาที่เก็บได้
จากผู้เช่าทั้งหมดเท่ากับค่าใช้จ่ายไฟฟ้าและน้ำประปาของโครงการลงทุน

⁵ ต้นทุนภาษีโรงเรือนนั้นแม้ว่ากฎหมายจะกำหนดให้ผู้ให้เช่าเป็นผู้เสียภาษี แต่ในการเช่าทั่ว ๆ ไป
ในสัญญา มักจะระบุให้ผู้เช่าเป็นผู้เสียภาษีต่าง ๆ เช่น ภาษีป้าย ภาษีโรงเรือน ดังนั้นโครงการศูนย์การค้าสุวินท
วงศ์จะกำหนดให้ผู้เช่าเป็นผู้เสียภาษีโรงเรือน

⁶ ในหัวข้อ 2.1.1.3 $MC = \frac{dTVC}{dq}$

dq

กินเปล่า คือ 350,000 บาท และ ค่าเช่าของผู้เช่าขนาดใหญ่ที่เป็นซูเปอร์มาร์เก็ตและร้านค้าเฉพาะทาง จำนวน 4 อาคาร คือ 85,000 บาทต่อเดือนและ เงินกินเปล่า คือ 300,000 บาท (ตารางที่ 4.4)

ตารางที่ 4.4

ค่าเช่าของศูนย์การค้าสุวินทวงศ์สำหรับผู้ประกอบการประเภทร้านค้าดังดูขนาด 300 ตารางเมตร

ลักษณะพื้นที่	ค่าเช่า(บาท/เดือน)		เงินกินเปล่า (บาท)	
	ค่าเช่า ศูนย์การค้า สุวินทวงศ์	ค่าเฉลี่ยจาก แบบสอบถาม	ค่าเช่า ศูนย์การค้า สุวินทวงศ์	ค่าเฉลี่ยจาก แบบสอบถาม
พื้นที่ว่างสำหรับการปลูกสร้าง				
ร้านอาหารริมทะเลสาป ขนาด300ตร.ม.	70,000	73,333	350,000	375,000
อาคารสำหรับเช่าประกอบการ พาณิชย์ขนาด 300 ตร.ม.	85,000	87,608	300,000	308,500

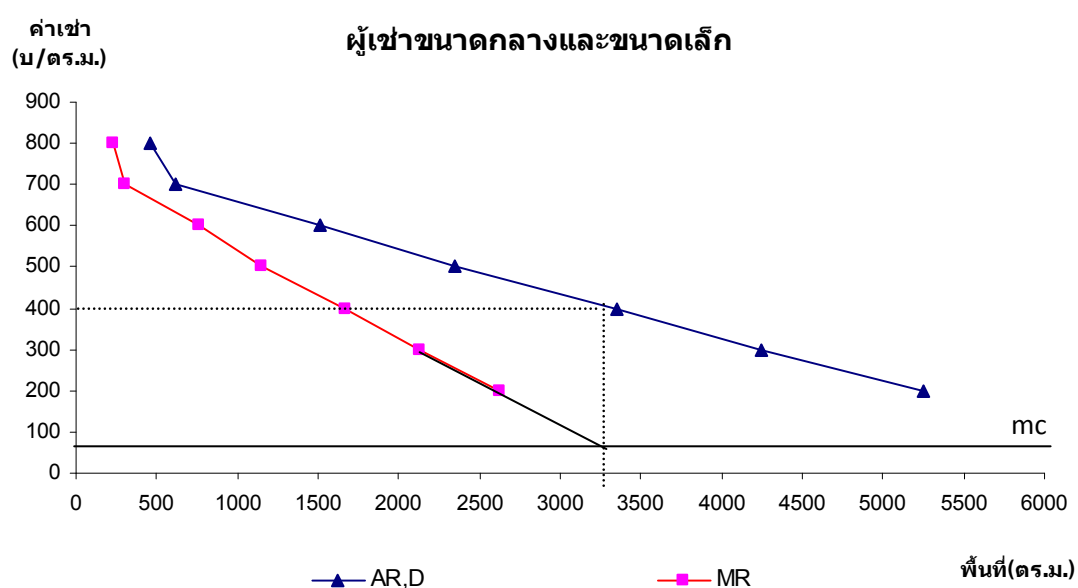
ที่มา : ผู้วิจัย

ในส่วนของการกำหนดค่าเช่าของผู้เช่าขนาดกลางและขนาดเล็กด้วยการใช้วิธีการแบ่งแยกราคาขายชั้นที่ 3 (third-degree price discrimination) ของโครงการลงทุนจากแบบสอบถามของผู้ประกอบการขนาดเล็ก และขนาดกลางประเภทละ 50 ตัวอย่างนั้น พบว่าเส้นปริมาณความต้องการรวมของผู้เช่าทั้งขนาดเล็กและขนาดกลางมีลักษณะดังรูปที่ 4.1 เมื่อพิจารณาปริมาณพื้นที่สำหรับผู้เช่ารวมที่ทำให้โครงการลงทุนได้กำไรสูงสุด คือ ปริมาณพื้นที่สำหรับผู้เช่ารวมที่ทำให้ต้นทุนส่วนเพิ่มของโครงการลงทุนเท่ากับรายรับส่วนเพิ่มของโครงการลงทุนพอดี ($MC = MR$) ซึ่งเท่ากับ 3,210.71 ตารางเมตร โดยแบ่งออกเป็นจำนวนพื้นที่สำหรับผู้เช่าขนาดเล็ก และจำนวนพื้นที่สำหรับผู้เช่าขนาดกลางจำนวน 1,179.19 และ 2,031.52 ตารางเมตรตามลำดับ โดย ณ ปริมาณพื้นที่เช่านี้ ระดับค่าเช่าของโครงการลงทุนที่ผู้เช่ายินดีจ่ายหรือ

ระดับราคาที่ได้ปรากฏบนเส้นอุปสงค์ คือ 429.11 และ 388.52 บาทต่อตารางเมตรสำหรับผู้เช่าขนาดเล็กและขนาดกลางตามลำดับ⁷ (รูปที่ 4.2 และรูปที่ 4.3)

ภาพที่ 4.1

ปริมาณความต้องการเช่าพื้นที่ศูนย์การค้าสุวินทวงศ์ของผู้เช่าขนาดกลางรวมกับปริมาณความต้องการเช่าพื้นที่ศูนย์การค้าสุวินทวงศ์ของผู้เช่าขนาดเล็ก

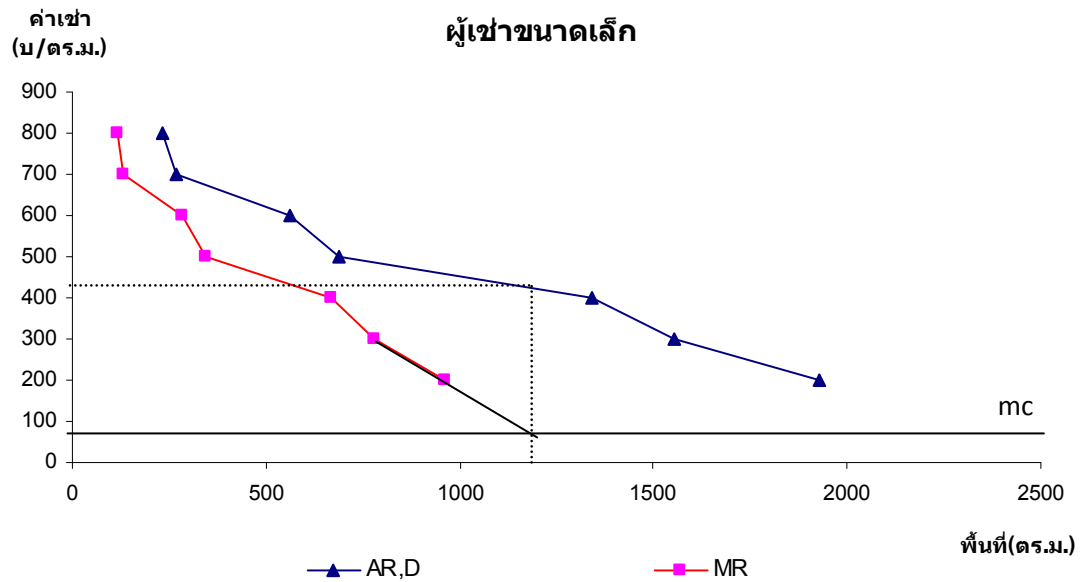


ที่มา : แบบสอบถาม และการคำนวณของผู้วิจัย

⁷ แสดงวิธีคำนวณใน ภาคผนวก ง.

ภาพที่ 4.2

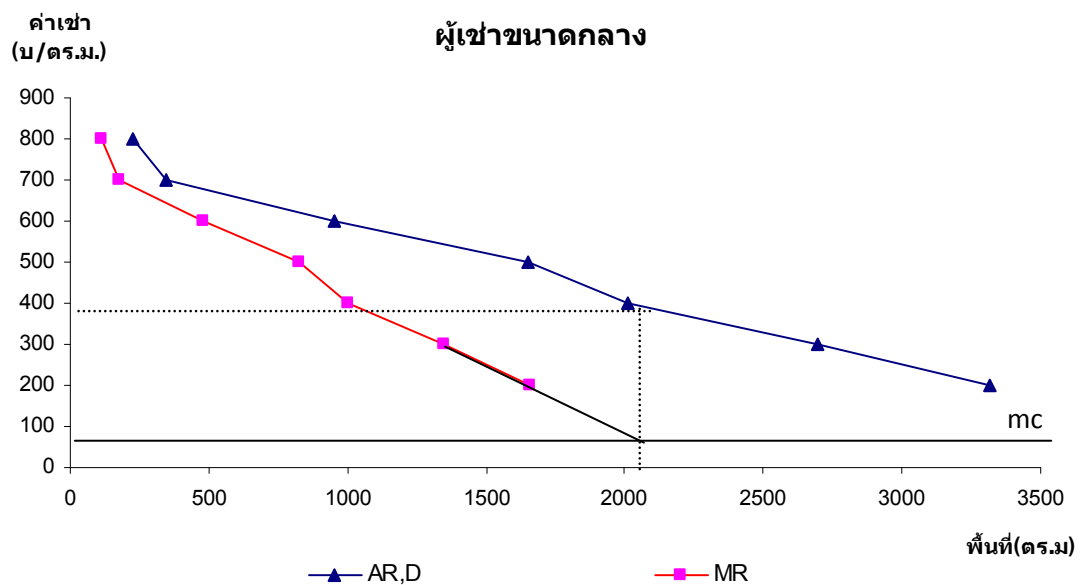
ระดับค่าเช่าพื้นที่ศูนย์การค้าสุวินทวงศ์ของผู้เช่าขนาดเล็ก โดยวิธีการ
แบ่งแยกราคาขายขั้นที่3



ที่มา : แบบสอบถาม และการคำนวณของผู้วิจัย

ภาพที่ 4.3

ระดับค่าเช่าพื้นที่ศูนย์การค้าสุวินทวงศ์ของผู้เช่าขนาดกลางโดยวิธีการ
แบ่งแยกราคาขายขั้นที่3



ที่มา : แบบสอบถาม และการคำนวณของผู้วิจัย

อย่างไรก็ตามเนื่องจากปริมาณความต้องการเช่าพื้นที่ศูนย์การค้าสุวินทวงศ์ ณ ระดับราคาต่าง ๆ (เส้นอุปสงค์) เป็นการรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการขนาดกลาง และขนาดเล็กประเภทละ 50 ชุดเท่านั้น ในขณะที่ในความเป็นจริงผู้ประกอบการแต่ละประเภทมีจำนวนมากโดยเป็นไปได้ว่าปริมาณความต้องการพื้นที่เช่าในความเป็นจริงจะมากกว่าปริมาณความต้องการพื้นที่เช่าที่ได้จากการเก็บข้อมูลตัวอย่าง ดังนั้นข้อมูลจำนวนพื้นที่เช่าที่ได้จากแบบสอบถามสำหรับผู้เช่าขนาดเล็กและขนาดกลางจึงไม่สามารถสรุปได้ว่า ปริมาณความต้องการเช่าพื้นที่ของผู้เช่าขนาดเล็กและผู้เช่าขนาดกลางทั้งหมดมีจำนวน 1,179.19 และ 2,031.5 ตารางเมตร ตามลำดับ ทั้งนี้ข้อมูลดังกล่าวจะสามารถนำมาใช้คำนวณสัดส่วนผู้เช่าขนาดเล็ก และสัดส่วนผู้เช่าขนาดกลางต่อพื้นที่เช่าทั้งขนาดเล็กและขนาดกลางของโครงการลงทุน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.3673 และ 0.6327 ที่ทำให้ได้กำไรสูงสุดได้

เมื่อนำสัดส่วนของผู้เช่าขนาดเล็ก และสัดส่วนของผู้เช่าขนาดกลางต่อพื้นที่เช่ารวมของทั้งสองพื้นที่ มาคำนวณร่วมกับพื้นที่พาณิชย์กรรมของอาคาร 2 ชั้นที่โครงการลงทุนเตรียมไว้สำหรับผู้เช่าขนาดเล็กและขนาดกลางซึ่งมีจำนวน 8,700 ตารางเมตร จะทำให้ได้พื้นที่เช่าขนาดเล็กจำนวน 3,200 ตารางเมตร (320 ยูนิต) และพื้นที่เช่าขนาดกลางจำนวน 5,500⁸ ตารางเมตร (110 ยูนิต) ตามลำดับ

นอกจากค่าเช่าของผู้เช่าขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่แล้ว ศูนย์การค้าสุวินทวงศ์ ยังมีรายรับอื่น ๆ ซึ่งประกอบด้วย ค่าส่วนกลางจำนวน ร้อยละ 6 ของค่าเช่าต่อเดือน และค่าเช่าพื้นที่อื่น ๆ ของศูนย์การค้า เช่น ค่าเช่าสวนสาธารณะ ค่าเช่าสนามกีฬา และ ค่าเช่าพื้นที่โฆษณา จำนวนร้อยละ 5 ของค่าเช่าหลัก⁹

ดังนั้นโดยสรุปแล้วรายรับของโครงการศูนย์การค้าสุวินทวงศ์ประกอบด้วย รายรับจากค่าเช่าพื้นที่ในอาคารขนาด 10 ตารางเมตร จำนวน 320 ยูนิต ค่าเช่ายูนิตละ 4,300 บาทเป็นเงิน 1,376,000 บาท ค่าเช่าพื้นที่ในอาคารขนาด 50 ตารางเมตร จำนวน 110 ยูนิต ค่าเช่ายูนิตละ 19,400 บาทเป็นเงิน 2,134,000 บาท ค่าเช่าพื้นที่ในอาคารขนาด 300 ตารางเมตร จำนวน 4 ยูนิต ค่าเช่ายูนิตละ 85,000 บาทเป็นเงิน 340,000 บาท และค่าเช่าพื้นที่ริมทะเลสาบขนาด 300 ตารางเมตร จำนวน 5 ยูนิต ค่าเช่ายูนิตละ 70,000 บาทเป็นเงิน 350,000 บาท รวมเป็นเงินค่าเช่าต่อเดือนทั้งหมดจำนวน 4,200,000 บาท ค่าส่วนกลางจำนวน 252,000 บาท และค่าเช่าพื้นที่อื่น ๆ

⁸ เป็นพื้นที่ที่ทำการปิดเศษแล้ว โดยพื้นที่ก่อนปิดเศษเท่ากับ 3,195.51 และ 5,504.49 ตารางเมตรตามลำดับ

⁹ ค่าเช่าพื้นที่อื่น ๆ ของศูนย์การค้า อ้างอิงจาก งานศึกษาของ พนมพล อูระพันธมาศ (2548)

จำนวน 210,000 บาทประกอบและโครงการศูนย์การค้าสุวินทวงศ์ยังมีรายรับเป็นเงินกินเปล่าของพื้นที่ในอาคารและพื้นที่ริมทะเลสาบขนาด 300 ตารางเมตรอีกจำนวน 2,950,000 บาท(ตารางที่ 4.5)

ตารางที่ 4.5
รายรับของโครงการลงทุน

รายละเอียด	พื้นที่ในอาคาร			พื้นที่ริมทะเลสาบ (ขนาด 300 ตร.ม.)
	ขนาดเล็ก (10 ตร.ม.)	ขนาดกลาง (50 ตร.ม.)	ขนาดใหญ่ (300 ตร.ม.)	
ค่าเช่า/ตร.ม.(บาท)	430*	388*	283	233
ค่าเช่าต่อยูนิต(บาท)	4,300	19,400	85,000	70,000
จำนวนยูนิต(ยูนิต)	320	110	4	5
พื้นที่ทั้งหมด(ตร.ม.)	3,200	5,500	1,200	1,500
รวมค่าเช่า(บาท)	1,376,000	2,134,000	340,000	350,000
เงินกินเปล่าต่อยูนิต(บาท)	-	-	300,000	350,000
รวมเงินกินเปล่า(บาท)	-	-	1,200,000	1,750,000
ค่าเช่าพื้นที่อื่น ๆ			210,000 บาท/เดือน	
ค่าส่วนกลาง			252,000 บาท/เดือน	
รวมจำนวนยูนิตเช่า			439 ยูนิต	
รวมรายได้ต่อเดือน			4,662,000 บาท/เดือน	
รวมรายได้เงินกินเปล่า			2,950,000 บาท	

ที่มา : ผู้วิจัย

*ปรับเศษสตางค์เพื่อความเหมาะสม

4.3ความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการลงทุน

ในการพิจารณาความเป็นไปได้ของโครงการลงทุนพัฒนาที่ดินเป็นศูนย์การค้าสุวินทวงศ์นั้น ปัจจัยที่จะนำมาพิจารณาก็คือ ปัจจัยที่จะส่งผลกระทบต่อรายรับ และต้นทุนของโครงการ ซึ่งจากโครงสร้างต้นทุนและรายรับของโครงการฯ สามารถสรุปปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อความเป็นไปได้ของโครงการลงทุน 3 ปัจจัย คือ ปัจจัยการปรับระดับค่าเช่า ปัจจัยจำนวนยูนิตที่มีการเช่า และ ปัจจัยต้นทุนการก่อสร้าง ดังนั้นเพื่อทราบถึงความอ่อนไหวของโครงการลงทุน ในด้านการเปลี่ยนแปลงระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) การเปลี่ยนแปลงมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net present value: NPV) และการเปลี่ยนแปลงอัตราผลตอบแทนภายใน (Internal rate of return: IRR) ต่อการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยทั้ง 3 จึงทำการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการลงทุน โดยหลักการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ (Sensitivity Analysis) ซึ่งกำหนดให้

สมมติฐานของโครงการลงทุนสำหรับทุกกรณี คือ ใช้อัตราคิดลดเพื่อคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับต้นทุนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของเงินทุนคือร้อยละ 10.40 ระยะเวลาการก่อสร้างอาคาร 1 ปี¹⁰ ระยะเวลาโครงการลงทุน 10 ปีนับจากศูนย์การค้าเริ่มเปิดให้บริการ ต้นทุนคงที่และต้นทุนแปรผันของโครงการลงทุนมีอัตราการเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.5 ต่อปี การตัดค่าเสื่อมมูลค่าศูนย์การค้ามีระยะเวลา 20 ปี และ ใช้มูลค่าตามบัญชี ณ วันสิ้นสุดโครงการลงทุนเป็นมูลค่าซากในกระแสเงินสดปีสุดท้ายของโครงการลงทุน

4.3.1 ความเป็นไปได้ของโครงการลงทุนในกรณีฐาน

ในกรณีฐานศูนย์การค้าสามารถขึ้นค่าเช่าได้ร้อยละ 5 ต่อปี มีผู้เช่าพื้นที่ร้อยละ 95 ของพื้นที่ทั้งหมด และต้นทุนค่าก่อสร้างเท่ากับที่คาดการณ์ ซึ่งผลการศึกษาพบว่าโครงการลงทุนมีระยะเวลาคืนทุนคือ 4.76 ปี มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ (NPV) เท่ากับ 92,358,521 บาท มีค่า

¹⁰ โดยต้นทุนการก่อสร้างจ่ายเมื่อเริ่มต้นก่อสร้างร้อยละ 70 และจ่ายเมื่อก่อสร้างเสร็จร้อยละ 30 เงินเดือนพนักงานในช่วง 1 ปีแรกไม่มีเงินเดือนลูกจ้างจำนวน 65,000 บาทต่อเดือน ต้นทุนการประชาสัมพันธ์สำหรับการประชาสัมพันธ์ในช่วงแรกเกิดขึ้นในระหว่างการก่อสร้าง 1,530,000 บาท และ อีก 700,000 บาท ในปีแรกของการเปิดให้บริการ

เป็นบวก และอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) เท่ากับร้อยละ 22.11 ซึ่งมากกว่าต้นทุนทางการเงินของโครงการลงทุน แสดงว่าในกรณีปกติโครงการนี้มีผลตอบแทนที่คุ้มค่าในการลงทุน

4.3.2 ความเป็นไปได้ของโครงการลงทุนเมื่อปัจจัยการปรับระดับค่าเช่าเปลี่ยนแปลง

ในกรณีที่การปรับระดับค่าเช่ามีการเปลี่ยนแปลงในทางบวก กำหนดให้ศูนย์การค้าสามารถขึ้นค่าเช่าได้ร้อยละ 10 ต่อปี มีผู้เช่าพื้นที่ร้อยละ 95 ของพื้นที่ทั้งหมด และต้นทุนค่าก่อสร้างเท่ากับที่คาดการณ์ ซึ่งผลการศึกษพบว่าโครงการลงทุนมีระยะเวลาคืนทุนคือ 4.44 ปี มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ (NPV) เท่ากับ 148,223,011 บาทมีค่าเป็นบวก และอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) เท่ากับร้อยละ 26.67 ซึ่งมากกว่าต้นทุนทางการเงินของโครงการลงทุน แสดงว่าในกรณีนี้โครงการลงทุนมีผลตอบแทนที่คุ้มค่าในการลงทุน

ในกรณีที่การปรับระดับค่าเช่ามีการเปลี่ยนแปลงในทางลบ กำหนดให้ศูนย์การค้าสามารถปรับขึ้นค่าเช่าได้เพียงร้อยละ 5 ทุก 3 ปีมีผู้เช่าพื้นที่ร้อยละ 95 ของพื้นที่ทั้งหมด และต้นทุนค่าก่อสร้างเท่ากับที่คาดการณ์ ซึ่งผลการศึกษพบว่าโครงการลงทุนมีระยะเวลาคืนทุนคือ 5.99 ปี มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ (NPV) เท่ากับ 61,242,964 บาทมีค่าเป็นบวก และอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) เท่ากับร้อยละ 19.06 ซึ่งมากกว่าต้นทุนทางการเงินของโครงการลงทุน แสดงว่าในกรณีนี้โครงการลงทุนมีผลตอบแทนที่คุ้มค่าในการลงทุน

4.3.3 ความเป็นไปได้ของโครงการลงทุนเมื่อปัจจัยจำนวนยูนิตที่มีการเช่าเปลี่ยนแปลง

ในกรณีจำนวนยูนิตที่มีการเช่ามีการเปลี่ยนแปลงในทางบวก กำหนดให้ศูนย์การค้าสามารถขึ้นค่าเช่าได้ร้อยละ 5 ต่อปี มีผู้เช่าพื้นที่เต็มพื้นที่ศูนย์การค้า และต้นทุนค่าก่อสร้างเท่ากับที่คาดการณ์ ซึ่งผลการศึกษพบว่าโครงการลงทุนมีระยะเวลาคืนทุนคือ 4.52 ปี มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ (NPV) เท่ากับ 104,697,875 บาทมีค่าเป็นบวก และอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) เท่ากับร้อยละ 18.78 ซึ่งมากกว่าต้นทุนทางการเงินของโครงการลงทุน แสดงว่าในกรณีนี้โครงการลงทุนมีผลตอบแทนที่คุ้มค่าในการลงทุน

ในกรณีจำนวนยูนิตที่มีการเช่ามีการเปลี่ยนแปลงในทางลบ กำหนดให้ศูนย์การค้าสามารถขึ้นค่าเช่าได้ร้อยละ 5 ต่อปี มีผู้เช่าพื้นที่ร้อยละ 80 ของพื้นที่ศูนย์การค้า และต้นทุนค่าก่อสร้างเท่ากับที่คาดการณ์ ซึ่งผลการศึกษพบว่าโครงการลงทุนมีระยะเวลาคืนทุนคือ 5.32 ปี มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ (NPV) เท่ากับ 62,938,372 บาทมีค่าเป็นบวก และอัตรา

ผลตอบแทนภายใน (IRR) เท่ากับร้อยละ 18.78 ซึ่งมากกว่าต้นทุนทางการเงินของโครงการลงทุน แสดงว่าในกรณีนี้โครงการลงทุนมีผลตอบแทนที่คุ้มค่าการลงทุน

4.3.4 ความเป็นไปได้ของโครงการลงทุนเมื่อปัจจัยต้นทุนการก่อสร้างเปลี่ยนแปลง

ในกรณีต้นทุนการก่อสร้างมีการเปลี่ยนแปลงในทางบวก กำหนดให้ศูนย์การค้าสามารถขึ้นค่าเช่าได้ร้อยละ 5 ต่อปี มีผู้เช่าพื้นที่ร้อยละ 95 ของพื้นที่ทั้งหมด และต้นทุนการก่อสร้างต่ำกว่าที่คาดการณ์ร้อยละ 20 ซึ่งผลการศึกษาพบว่าโครงการลงทุนมีระยะเวลาคืนทุนคือ 4.17 ปี มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ (NPV) เท่ากับ 111,232,259 บาทมีค่าเป็นบวก และอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) เท่ากับร้อยละ 26.63 ซึ่งมากกว่าต้นทุนทางการเงินของโครงการลงทุน แสดงว่าในกรณีนี้โครงการลงทุนมีผลตอบแทนที่คุ้มค่าการลงทุน

ในกรณีต้นทุนการก่อสร้างมีการเปลี่ยนแปลงในทางลบ กำหนดให้ศูนย์การค้าสามารถขึ้นค่าเช่าได้ร้อยละ 5 ต่อปี มีผู้เช่าพื้นที่ร้อยละ 95 ของพื้นที่ทั้งหมด และต้นทุนการก่อสร้างสูงกว่าที่คาดการณ์ร้อยละ 20 ซึ่งทำให้โครงการลงทุนต้องกู้เงินเพิ่มอีกร้อยละ 20 ของวงเงินกู้คิดเป็นเงิน 14 ล้านบาท (ซึ่งจะทำให้ดอกเบี้ยจ่ายในปีที่ 2 เป็นต้นไปเพิ่มขึ้นด้วย) ผลการศึกษาพบว่าโครงการลงทุนมีระยะเวลาคืนทุนคือ 5.29 ปี มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ (NPV) เท่ากับ 74,517,344 บาทมีค่าเป็นบวก และการเปลี่ยนแปลงอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) เท่ากับร้อยละ 18.78 ซึ่งมากกว่าต้นทุนทางการเงินของโครงการลงทุน แสดงว่าในกรณีนี้โครงการลงทุนมีผลตอบแทนที่คุ้มค่าการลงทุน

จากผลการศึกษาระดับความอ่อนไหวของปัจจัยทั้ง 3 ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการลงทุน พบว่าปัจจัยที่ส่งผลในทิศทางลบต่อมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการลงทุนมากที่สุด คือ ปัจจัยการปรับระดับค่าเช่า รองลงมาคือ ปัจจัยจำนวนยูนิตที่มีการเช่า และปัจจัยต้นทุนการก่อสร้าง ในทางตรงกันข้ามปัจจัยที่ส่งผลในทิศทางบวกต่อมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการลงทุนมากที่สุด คือ ปัจจัยการปรับระดับค่าเช่า รองลงมาคือปัจจัยต้นทุนการก่อสร้าง และปัจจัยจำนวนยูนิตที่มีการเช่า ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6

ผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการลงทุนในแต่ละกรณี¹¹

กรณี	ระยะเวลา คืนทุน	NPV*	IRR
1 ฐาน*	4.76 ปี	92,358,521	22.11
2 ปัจจัยการปรับระดับค่าเช่ามีการเปลี่ยนแปลง			
- สามารถขึ้นค่าเช่าได้ร้อยละ 10 ต่อปี	4.44 ปี	148,223,011	26.67
- สามารถขึ้นค่าเช่าได้ร้อยละ 5 ทุก 3 ปี	5.99 ปี	61,242,964	19.06
3 ปัจจัยจำนวนยูนิตที่มีการเช่ามีการเปลี่ยนแปลง			
- มีผู้เช่าเต็มพื้นที่ให้เช่าทั้งหมด	4.52 ปี	104,697,875	23.58
- มีผู้เช่าเช่าเพียงร้อยละ 80 ของพื้นที่ทั้งหมด	5.32 ปี	62,938,372	18.78
4 ปัจจัยต้นทุนการก่อสร้างมีการเปลี่ยนแปลง			
- ต่ำกว่าที่คาดการณ์ร้อยละ 20	4.17 ปี	111,232,259	26.63
- สูงกว่าที่คาดการณ์ร้อยละ 20	5.29 ปี	74,517,344	18.78

ที่มา: ผู้วิจัย

*ระยะเวลาคืนทุนเริ่มนับตั้งแต่เริ่มต้นลงทุน ซึ่งเท่ากับระยะเวลาก่อสร้าง 1 ปีรวมกับระยะเวลาที่ศูนย์การค้าเปิด 10 ปี รวม 11 ปี

จากผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการลงทุน พบว่าโครงการลงทุนมีความคุ้มค่าทางการเงินในการลงทุนในทุกกรณี แม้ว่าปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการลงทุนปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งใน 3 ปัจจัยมีการเปลี่ยนแปลงในทิศทางที่ต่ำกว่าที่คาดการณ์ มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการลงทุนก็ยังคงมีค่าเป็นบวก และอัตราผลตอบแทนภายในก็ยิ่งสูงกว่าต้นทุนของโครงการลงทุน

¹¹ รายละเอียดใน ภาคผนวก จ.

โดยเมื่อทำการทดสอบหาระดับค่าปัจจัยที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการลงทุน เปลี่ยนจากค่าบวกเป็นค่าลบ หรือ ระดับค่าปัจจัยที่ทำให้โครงการลงทุนมีผลตอบแทนที่ไม่คุ้มค่า การลงทุน พบว่าหากค่าเช่าพื้นที่ลดลงจากที่ตั้งไว้มากกว่าร้อยละ 29 โดยที่ไม่สามารถเพิ่มค่าเช่า ได้ในปีต่อไป หรือ โครงการลงทุนมีผู้เช่าต่ำกว่าร้อยละ 52 หรือ ต้นทุนการก่อสร้างเพิ่มขึ้น มากกว่าร้อยละ 76 จะทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการลงทุนเป็นลบ¹²

¹²ปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งเปลี่ยนแปลงไป โดยที่สิ่งอื่นๆคงที่ แสดงรายละเอียดในภาคผนวก จ.

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา และ ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินในการพัฒนาที่ดินเป็นศูนย์การค้าบนถนน สุวินทวงศ์ ซึ่งเป็นศูนย์การค้าแบบเปิด โดยนำพื้นที่บางส่วนที่จำเป็นต้องเป็นที่ว่างตามกฎหมาย มาพัฒนาเป็นสวนสาธารณะ ทะเลสาป และสนามกีฬาเพื่อเป็นอีกหนึ่งแม่เหล็กดึงดูดผู้เช่า และ ผู้ใช้บริการ ประกอบกับแม่เหล็กดึงดูดอื่น ๆ เช่น ซูเปอร์มาร์เกตขนาดเล็ก ร้านขายสินค้าเฉพาะ ทาง และร้านอาหารริมทะเลสาปนั้น สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

ในด้านทัศนคติต่อแนวความคิดแม่เหล็กดึงดูด พบว่า ผู้ใช้บริการกลุ่มเป้าหมายเห็น ว่า แม่เหล็กดึงดูดศูนย์การค้าสุวินทวงศ์มีลักษณะเป็น ศูนย์การค้าแบบเปิด สวนสาธารณะ ทะเลสาป และสนามกีฬามีความน่าสนใจค่อนข้างมาก และความเป็นไปได้ที่จะใช้บริการ ศูนย์การค้าสุวินทวงศ์ และสวนสาธารณะของศูนย์การค้าสุวินทวงศ์ค่อนข้างมาก ในส่วนของ ผู้ประกอบการทั้งผู้ประกอบการขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ เห็นว่าแม่เหล็กดึงดูดมี ความน่าสนใจค่อนข้างมาก และมีความสนใจการเช่าพื้นที่ประกอบกิจการค่อนข้างมากอีกด้วย

ในด้านองค์ประกอบพื้นที่โครงการลงทุน พบว่า สำหรับผู้ประกอบการขนาดเล็กและ ขนาดกลางควรที่จะสร้างอาคาร 2 ชั้น เพื่อเป็นพื้นที่ให้เช่า จำนวน 29 อาคาร (อาคารละ 300 ตารางเมตร) ใช้พื้นที่ 8,526 ตารางเมตร สำหรับผู้ประกอบการขนาดใหญ่ควรที่จะสร้างอาคารชั้น เดียว จำนวน 4 อาคาร และจัดสรรพื้นที่สำหรับสร้างร้านอาหารริมทะเลสาป จำนวน 5 ยูนิต ใช้ พื้นที่ 2,700 ตารางเมตร สำหรับสวนสาธารณะ ทะเลสาป สนามกีฬาและถนน ควรจะใช้พื้นที่ 12,334 ตารางเมตร และควรมีที่จอดรถ 570 คัน ใช้พื้นที่ 6,840 ตารางเมตร

ในด้านสัดส่วนพื้นที่เช่า และค่าเช่าของผู้เช่าขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ ซึ่ง สัดส่วนพื้นที่เช่าและค่าเช่าของผู้เช่าขนาดเล็กและขนาดกลาง กำหนดโดยทฤษฎีการแบ่งแยก ราคาขายชั้นที่ 3 (Third-degree price discrimination) ในขณะที่จำนวนพื้นที่เช่าและค่าเช่าของผู้ เช่าขนาดใหญ่ กำหนดจากลักษณะพื้นที่ของโครงการลงทุน ทฤษฎีการสร้างศูนย์การค้า และ แบบสอบถามผู้ประกอบการขนาดใหญ่ จากผลการศึกษาจะได้สัดส่วนของผู้เช่าขนาดเล็ก ขนาด

กลาง และขนาดใหญ่ คือ 3,200, 5,500 และ 2,700 ตารางเมตร และค่าเช่าต่อตารางเมตรต่อเดือน คือ 430, 388 และ 255¹ บาท ตามลำดับ

ในด้านความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการลงทุน พบว่า

1. ในกรณีปกติ ซึ่งสามารถขึ้นค่าเช่าได้ร้อยละ 5 ต่อปี มีผู้เช่าพื้นที่ร้อยละ 95 ของพื้นที่ทั้งหมด และต้นทุนค่าก่อสร้างเท่ากับที่คาดการณ์ พบว่าโครงการลงทุนมีผลตอบแทนที่คุ้มค่าต่อการลงทุน โดยโครงการลงทุนมีระยะเวลาคืนทุนคือ 4.76 ปี มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ (NPV) เท่ากับ 92,358,521 บาท และอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) เท่ากับร้อยละ 22.11

2. จากทดสอบความอ่อนไหวทางการเงินของโครงการลงทุน พบว่าโครงการลงทุนมีความคุ้มค่าในการลงทุนในกรณีที่สามารถขึ้นค่าเช่าได้เพียงร้อยละ 5 ทุก 3 ปี หรือ มีผู้เช่าเช่าเพียงร้อยละ 80 ของพื้นที่ทั้งหมด หรือ ต้นทุนการก่อสร้างสูงกว่าที่คาดการณ์ร้อยละ 20 ไม่ว่ากรณีใดกรณีหนึ่งเกิดขึ้นมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการลงทุนก็ยังคงมีค่าเป็นบวก และอัตราผลตอบแทนภายในก็ยังสูงกว่าต้นทุนของโครงการลงทุน

3. ปัจจัยซึ่งส่งผลในทิศทางลบต่อมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการลงทุนมากที่สุด คือ ปัจจัยการปรับระดับค่าเช่า รองลงมาคือ ปัจจัยจำนวนยูนิตที่มีการเช่า และปัจจัยต้นทุนการก่อสร้าง ในทางตรงกันข้ามปัจจัยที่ส่งผลในทิศทางบวกต่อมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการลงทุนมากที่สุด คือ ปัจจัยการปรับระดับค่าเช่า รองลงมาคือปัจจัยต้นทุนการก่อสร้าง และปัจจัยจำนวนยูนิตที่มีการเช่าตามลำดับ

4. โครงการลงทุนศูนย์การค้าสุวินทวงศ์ ค่าเช่าพื้นที่ลดลงจากที่ตั้งไว้มากกว่าร้อยละ 29 โดยที่ไม่สามารถเพิ่มค่าเช่าได้ในปีต่อ ๆ ไป หรือ โครงการลงทุนมีผู้เช่าต่ำกว่าร้อยละ 52 หรือ ต้นทุนการก่อสร้างเพิ่มขึ้นมากกว่าร้อยละ 76 จะทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการลงทุนเป็นลบ

5.2 ข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาครั้งนี้ทำการศึกษาโดยการกำหนดรูปแบบของโครงการลงทุนศูนย์การค้าเพียงรูปแบบเดียว คือ ศูนย์การค้าแบบเปิด ที่มีพื้นที่บางส่วนเป็นสวนสาธารณะ ทะเลสาบ และ

¹ ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักจาก พื้นที่ในอาคาร 4 ยูนิต ค่าเช่า 283 บาทต่อตารางเมตร และพื้นที่ร้านอาหารริมทะเลสาบ 5 ยูนิตค่าเช่า 233 บาทต่อตารางเมตร

สนามกีฬา เพื่อสอบถามกลุ่มตัวอย่าง และนำผลที่ได้มากำหนดลักษณะของโครงการลงทุนที่มีความเหมาะสม เพื่อทำการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินนั้น การศึกษาครั้งนี้จะสามารถตอบได้ว่า โครงการลงทุนในลักษณะดังกล่าว มีความเป็นไปได้ในการลงทุนหรือไม่ ควรมีองค์ประกอบและการดำเนินการในด้านต่าง ๆ อย่างไร แต่ในการลงทุนพัฒนาที่ดินเป็นศูนย์การค้าสุวินทวงศ์ นั้น อาจมีรูปแบบการลงทุนศูนย์การค้าในรูปแบบอื่น ๆ อีก ที่อาจมีความเป็นไปได้ในการลงทุนเช่นเดียวกัน ดังนั้นหากมีการศึกษาในครั้งต่อไป การกำหนดรูปแบบของศูนย์การค้าอาจจะทำการกำหนดรูปแบบศูนย์การค้าหลายรูปแบบ เพื่อทำการเปรียบเทียบระดับความสนใจของผู้ใช้บริการและผู้ประกอบการต่อโครงการลงทุนในรูปแบบต่าง ๆ แล้วจึงทำการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการลงทุนต่อไป

อีกทั้งในการศึกษาครั้งนี้ ทำการศึกษาโดยการกำหนดพื้นที่ตั้งของโครงการลงทุนสำหรับส่วนต่อขยายของโครงการลงทุนเดิม ซึ่งพื้นที่ดังกล่าวเป็นพื้นที่สีขาวมีกรอบและเส้นทะแยงสีเขียวตามกฎกระทรวงผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีข้อจำกัดในการใช้ประโยชน์ที่ดินมาก หากกำหนดให้พื้นที่ตั้งของโครงการลงทุนอยู่ในพื้นที่อื่น ๆ ที่มีข้อจำกัดทางกฎหมายน้อยกว่า อาจทำให้การลงทุนพัฒนาที่ดินเป็นศูนย์การค้า มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ และ อัตราผลตอบแทนภายในของโครงการลงทุนที่สูงกว่าได้ ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไป หากมีการเปรียบเทียบสถานที่ที่ตั้งของโครงการลงทุน จะส่งผลให้เป็นการใช้ทรัพยากรทางเศรษฐศาสตร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

“การใช้บริการศูนย์การค้า และทัศนคติต่อแนวความคิดศูนย์การค้า”

คำชี้แจง: กรณียา X ในช่อง ☐ ที่เป็นคำตอบของท่านหรือเติมข้อความลงในช่องว่าง (โปรดทำทุกข้อ)

☐ 50,001-90,000 ☐ 90,000 ขึ้นไป

ส่วนที่ 2 การเข้าถึงและการใช้บริการ

ข้อ 5. กรุณาทำเครื่องหมาย / ในช่องที่ท่านมีกิจกรรมใดอยู่ในพื้นที่เขตนั้น ๆ

กิจกรรมในเขต พื้นที่	พื้นที่เขต					
	มีนบุรี	คลองสามวา	หนองจอก	ลาดกระบัง	สะพานสูง	บึงกุ่ม
พักอาศัยในพื้นที่เขต						
ทำงานในพื้นที่เขต						

ข้อ 6. ปกติท่านเดินทางในบริเวณเขตดังกล่าวนี้อย่างไร

- ☐ รถยนต์ ☐ จักรยานยนต์ ☐ รถแท็กซี่
☐ รถประจำทาง ☐ อื่นๆ.....

ข้อ 7. หากมีศูนย์การค้า หรือศูนย์รวมร้านค้าอยู่ในเขตดังกล่าวเวลาใดที่ท่านคาดว่าจะสามารถใช้บริการศูนย์การค้านั้นได้ ในช่วงเวลาใด

- ☐ ช่วงเช้า (6:00 – 9:00 น.) ☐ ช่วงสาย (9.01- 12.00 น.)
☐ ช่วงกลางวัน (12.00 – 15.00 น.) ☐ ช่วงเย็น (15:01 – 18:00 น.)
☐ ช่วงค่ำ (18.01-21.00 น.) ☐ ช่วงดึก (21:01 – 24:00 น.)

ส่วนที่ 3 ทศนคติด้านการให้บริการศูนย์การค้าและสวนสาธารณะ

ข้อ 8. ท่านไปศูนย์การค้าบ่อยเพียงใด

- ☐ น้อยกว่า 4 ครั้ง/เดือน ☐ 1-2 ครั้ง / สัปดาห์
☐ 3-5 ครั้ง/สัปดาห์ ☐ ทุกวัน

ข้อ 9. ศูนย์การค้าใด ที่ท่านไปบ่อยที่สุด (3 อันดับแรก)

(คำอธิบาย ศูนย์การค้า หมายถึง ศูนย์รวมร้านค้าจำนวนมาก เช่น แฟชั่นไอส์แลนด์ เดอะมอลล์ การ์ฟูร์ เมเจอร์ซีนีเพล็กซ์ ตลาดมีนบุรี ตลาดนัดจตุจักร เป็นต้น)

1.....สาขา.....

2.....สาขา.....

3.....สาขา.....

ข้อ 10 . ท่านไปศูนย์การค้าเพื่อทำกิจกรรมใด มากที่สุด 3 อันดับแรก

1.....

2.....

3.....

ข้อ 11. กรุณาเรียงลำดับร้านค้า 5 อันดับแรกที่ท่านอยากให้มีมากที่สุด ในศูนย์การค้าที่อยู่ใกล้บ้าน

(ใส่เลข 1-5ตามลำดับ)

.....ซูเปอร์มาเก็ต

.....ร้านอาหารประเภทนั่งรับประทานที่ร้าน และ ศูนย์อาหาร

.....ร้านอาหารซื้อกลับบ้าน ร้านขนม ร้านไอศกรีม

.....ร้านเสื้อผ้า ร้านรองเท้า ร้านเครื่องประดับ ร้านจิวเวลรี่

.....ร้านขายยา อาหารเสริม เครื่องสำอาง ร้านนวด ร้านตัดผม คลินิกเสริมความงาม

.....ร้านขายสินค้า อุปกรณ์ และซ่อม คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ กล้องถ่ายรูป

.....ร้านเฟอร์นิเจอร์ ของตกแต่งบ้าน เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องครัว

.....ร้านล้างรถ อุปกรณ์ตกแต่งรถ ซ่อมรถ อะไหล่รถยนต์

.....ศูนย์รวมความบันเทิงเช่นสวนสนุก เกมส์ อินเทอร์เน็ต คาราโอเกะ

.....ศูนย์บริการชำระเงิน และธนาคาร

.....โรงเรียนกวดวิชา สถาบันพัฒนาเด็ก โรงเรียนสอนพิเศษ

.....ร้านหนังสือ อุปกรณ์การเรียน เครื่องเขียน ของเบ็ดเตล็ด กีฬาสีบ เทป วีซีดี และดีวีดี

.....อื่น(โปรดระบุ)

ข้อ 12. โดยปกติท่านเล่นกีฬาหรือออกกำลังกายหรือไม่

☐ เล่นกีฬาประเภท.....☐ ออกกำลังกายประเภท.....

☐ ไม่เล่นกีฬาและออกกำลังกาย

ส่วนที่ 4 ทศนคติเกี่ยวกับแนวคิดสวนสาธารณะและศูนย์การค้า

ท่านเห็นด้วยเพียงใดกับข้อความต่อไปนี้ (กรุณาทำเครื่องหมาย / ในช่องที่กำหนดให้)

ข้อความ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ข้อ 13. ท่านชอบสวนสาธารณะ					
ข้อ 14. ท่านไปสวนสาธารณะเป็นประจำ					
ข้อ 15. ท่านมีความสนใจออกกำลังกายในสวนสาธารณะ					
ข้อ 16. ท่านออกกำลังกายเป็นประจำ					
ข้อ 17. ศูนย์การค้าแบบเปิด (ไม่ติดแอร์ทางเดิน) พื้นที่บางส่วนเป็นสวนสาธารณะ มีทะเลสาบขนาดเล็ก มีสนามกีฬา และสนามเด็กเล่น มีการตกแต่งที่เป็นธรรมชาติ น่าเดินมากกว่าศูนย์การค้าแบบปิดดังเช่นศูนย์การค้าทั่วไป					
ข้อ 18. หากศูนย์การค้าในข้อ 17. มีร้านอาหารริมทะเลสาบ มีร้านค้าเช่น ซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดเล็ก เช่น ฟู้ดปส์เดลี หรือ โลตัสเอ็กเพรส และร้านบุทหรือวัดสัน และร้านค้าทั่วไปห่างจากที่พักอาศัยหรือที่ทำงาน ของท่านประมาณ 20-30 นาทีที่ท่านมีโอกาสที่จะไปใช้บริการศูนย์การค้านั้นเป็นประจำ					
ข้อ 19. ถ้าสวนสาธารณะในศูนย์การค้าดังข้อ 17. อยู่ห่างจากบ้านด้วยการขับรถประมาณ 20 นาที ท่านมีโอกาสจะไปใช้บริการสวนนั้นเป็นประจำ					

ขอบคุณครับสำหรับการตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามเรื่อง

“การเช่าพื้นที่ประกอบธุรกิจ และแนวคิดศูนย์การค้า”
(สำหรับผู้ประกอบการที่มีพื้นที่ประกอบธุรกิจขนาดไม่เกิน 30 ตารางเมตร)

โดยแบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำสารนิพนธ์ โครงการปริญญาโท
เศรษฐศาสตรัฏฐกิจคณะเศรษฐศาสตร์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์
ต่อการศึกษามากที่สุด ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามนี้ให้ตรงกับ
ความคิดเห็นและความเป็นจริงมากที่สุด โดยข้อมูลที่ได้อาจจะไม่มีการเปิดเผยรายละเอียดของผู้ถูก
สอบถามแต่อย่างใด

คำชี้แจง: กรณียา X ในช่อง ☐ ที่เป็นคำตอบของท่านหรือเติมข้อความลงในช่องว่าง (โปรดทำทุกข้อ)

ส่วนที่ 1 ลักษณะโดยทั่วไปของของผู้เช่าและกิจการ

ข้อ 1. เพศ

☐ ชาย ☐ หญิง

ข้อ 2. อายุ ปี

ข้อ 3. ตำแหน่ง

☐ เจ้าของกิจการ ☐ ผู้จัดการ

☐ พนักงาน ☐ อื่นๆ

ข้อ 4. ท่านมีร้านค้า หรือมีสาขาตั้งอยู่ในพื้นที่เขต

☐ มีนบุรี ☐ คลองสามวา ☐ หนองจอก

☐ ลาดกระบัง ☐ บึงกุ่ม ☐ อื่นๆ.....(โปรดระบุ)

ข้อ 5. ท่านประกอบธุรกิจประเภทใด

.....(โปรดระบุ)

ข้อ 6. รายได้ของกิจการเฉลี่ยต่อเดือน (ต่อสาขา) โดยประมาณ

☐ ต่ำกว่า 30,000 บาท ☐ 30,000-50,000 บาท ☐ 50,000-100,000 บาท

☐ 100,000-200,000 บาท ☐ 200,000-300,000 บาท ☐ 300,000 บาทขึ้นไป

ข้อ 7. ขนาดพื้นที่ใช้ประโยชน์ทางธุรกิจของร้านค้าท่านในปัจจุบัน

ความกว้างของร้าน.....เมตร ความลึกของร้าน.....เมตร

ข้อ 8. ท่านคิดว่าขนาดร้านของท่านในปัจจุบันเหมาะสมหรือไม่

☐ เหมาะสม (ข้ามคำถามข้อ 9.) ☐ ไม่เหมาะสม

ข้อ 9. ขนาดพื้นที่ใช้ประโยชน์ทางธุรกิจที่เหมาะสมกับกิจการของท่าน

ความกว้างของร้าน..... เมตร ความลึกของร้าน.....เมตร

ส่วนที่ 2 ค่าเช่าและค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่ผู้เช่าจ่าย

ข้อ 10. ร้านของท่านเช่า หรือ เป็นเจ้าของเอง

☐ เช่า (ข้ามคำถามข้อ 11.) ☐ เป็นเจ้าของเอง

ข้อ 11. ในกรณีที่ท่านเป็นเจ้าของเอง สมมติว่า ท่านจะให้คนอื่นเช่าพื้นที่ร้าน (ทำกิจการอื่นๆ)

ท่านจะคิดค่าเช่าเท่าไร..... บาท/เดือน

และท่านจะคิดค่าเช่าล่วงหน้า.....บาท (ข้ามคำถามข้อ 12 - 15)

ข้อ 12. ค่าเช่าของร้านท่านในปัจจุบัน.....บาท/เดือน

ข้อ 13. ค่าเช่าล่วงหน้าที่ท่านจ่ายจำนวน.....บาท

ข้อ 14. มีเงินกินเปล่า หรือ ค่าเช่า หรือค่าแรกเข้าหรือไม่

☐ มี ☐ ไม่มี (ข้ามคำถามข้อ 15.)

ข้อ 15. ค่าแรกเข้าจำนวน บาท สำหรับสัญญา..... ปี

ข้อ 16. มีค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ในการเช่า เช่น ค่าประกันความเสียหาย ค่าส่วนกลาง หรือค่าใช้จ่ายอื่น ๆ หรือไม่

☐ มีเป็นค่าประกันความเสียหาย จำนวน.....บาท

☐ มีเป็นค่าส่วนกลาง จำนวน.....บาท ☐ จ่ายทุกเดือน ☐ จ่ายทุกปี ☐ จ่ายครั้งเดียว

☐ มีค่าใช้จ่าย.....จำนวน.....บาท ☐ จ่ายทุกเดือน ☐ จ่ายทุกปี ☐ จ่ายครั้งเดียว

☐ ไม่มี

ส่วนที่ 3 ทศนคติด้านสัญญาการเช่า

ข้อ 17. ท่านคิดว่าการจ่ายค่าแรกเข้า (ค่ากินเปล่า หรือค่าเช่า) ทำให้ความสนใจในพื้นที่เช่าลดลงหรือไม่

☐ ลดลงมาก ☐ ลดลงบ้าง ☐ เท่าเดิม

ข้อ 18. ท่านคิดว่าเงินประกันอยู่ครบตามสัญญาเพื่อให้อยู่อย่างน้อย 6 เดือน หรือ 1 ปี ทำให้ความสนใจพื้นที่เช่าลดลงหรือไม่

☐ ลดลงมาก ☐ ลดลงบ้าง ☐ ไม่ลดลง

ข้อ 19. ท่านคิดว่าค่าเช่าล่วงหน้า 3 เดือนทำให้ความสนใจพื้นที่เช่าลดลงหรือไม่

☐ ลดลงมาก ☐ ลดลงบ้าง ☐ ไม่ลดลง

ข้อ 20. ท่านคิดว่าระยะเวลาสัญญาเช่าที่เหมาะสมกับธุรกิจของท่านคือปี.....เดือน

ข้อ 21. ท่านคิดว่าระยะเวลาสัญญาเช่าอย่างน้อยที่สุดที่เป็นไปได้สำหรับธุรกิจของท่าน
คือ.....ปี.....เดือน

ข้อ 22. สมมติว่าท่านมีความสนใจที่จะเช่าพื้นที่ศูนย์การค้าเปิดใหม่แห่งหนึ่งมาก

พอสมควร เมื่อมีสัญญาให้เลือก 2 แบบ (ตามรายละเอียดในตาราง) ท่านจะตัดสินใจอย่างไร

ลักษณะของสัญญา	สัญญาแบบที่ 1	สัญญาแบบที่ 2
อายุสัญญา	ปี ต่อ ปี	3 ปี ต่อได้ถึง 10 ปี
เงินกินเปล่า	ไม่มี	เป็นเงินเท่ากับค่าเช่า 10 เดือน
เงินประกันอยู่ครบ 1 ปีแรก (จ่ายคืนเมื่อออกหลังจาก เช่าเกิน 1 ปี)	เป็นเงินเท่ากับค่าเช่า 3 เดือน	ไม่มี
ค่าเช่ารายเดือน	ค่าเช่ารายเดือน สูงกว่าแบบที่ 2	ค่าเช่ารายเดือนน้อยกว่าแบบ ที่ 1 โดยเงินกินเปล่า และค่า เช่าทั้งหมดที่จ่ายตลอด 3 ปี รวมกันลดลง 15 - 25 % จาก สัญญาเช่าแบบที่ 1
การขึ้นค่าเช่า	ค่าเช่าขึ้นได้ทุกปี ตามภาวะการขยายตัวของ ศูนย์การค้าแต่ไม่เกิน 20 %	ค่าเช่า คงที่ 3 ปี ปีที่ 4 -10 ค่าเช่าขึ้น ปีละ 5 %

☐ เลือกทำสัญญาแบบที่ 1 ☐ เลือกทำสัญญาแบบที่ 2

☐ ตัดสินใจไม่เช่า เนื่องจากไม่สามารถรับเงื่อนไขในสัญญาทั้ง 2 แบบได้

ข้อ 23. ท่านรู้สึกอย่างไรกับการคิดค่าส่วนกลางเช่น ค่ารักษาความปลอดภัย ค่าพนักงานทำความสะอาด ค่าดูแลรักษาพื้นที่

☐ ควรคิดแยกกับค่าเช่า ☐ ควรคิดรวมกับค่าเช่า

ข้อ 24. ในความเห็นของท่านค่าส่วนกลางไม่ควรเกิน.....เปอร์เซ็นต์ของค่าเช่า

ส่วนที่ 4 ความต้องการด้านสาธารณูปโภค

ในส่วนนี้ “ สมมติว่า ท่านกำลังจะไปเข้าศูนย์การค้า หรือศูนย์รวมร้านค้าแห่งหนึ่ง ”

ข้อ 25. ธุรกิจของท่านจำเป็นต้องอยู่ในตัวอาคาร หรือไม่

☐ จำเป็น ☐ ไม่จำเป็น

ข้อ 26. ธุรกิจของท่านมีความจำเป็นต้องใช้คู่สายโทรศัพท์หรือไม่

☐ ต้องการจำนวน.....เลขหมาย ☐ ไม่ต้องการ

ข้อ 27. ธุรกิจของท่านมีความจำเป็นต้องใช้อินเทอร์เน็ตหรือไม่

☐ จำเป็น ☐ ไม่จำเป็น

ข้อ 28. ธุรกิจของท่านต้องใช้เครื่องปรับอากาศหรือไม่

☐ จำเป็นต้องใช้ ☐ ไม่จำเป็นต้องใช้ (ข้ามคำถามข้อ 27.)

ข้อ 29. ท่านต้องการให้ศูนย์การค้าที่ท่านไปเช่ามีบริการเครื่องปรับอากาศภายในร้านของท่านหรือไม่ ซึ่งหากการมีเครื่องปรับอากาศจะทำให้ค่าเช่าและค่าส่วนกลางมากขึ้น

☐ ต้องการให้ศูนย์มีบริการมี ☐ ต้องการเลือกติดตั้งเอง

ส่วนที่ 5 ทักษะเกี่ยวกับแนวคิดศูนย์การค้าแนวใหม่

ข้อ 30- 31 ทำเครื่องหมาย X ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ระดับความสนใจ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ข้อ 30. ท่านคิดว่าศูนย์การค้าที่มีสวนสาธารณะ มีทะเลสาบขนาดเล็ก มีสนามกีฬา และสนามเด็กเล่น มีการตกแต่งที่เป็นธรรมชาติ ศูนย์การค้าที่นั่นตั้งอยู่ริมถนนไม่ไกลจากร้านของท่าน เป็นแนวคิดที่น่าสนใจหรือไม่					
ข้อ 31. หากในศูนย์การค้าในข้อที่ผ่านมา มีร้านอาหารริมทะเลสาบ มีโซนร้านค้าตั้งอยู่ติดกับสวนและทะเลสาบ ประกอบด้วยร้านค้า เช่น ท็อปส์เดลี หรือโลตัสเอ็กเพรส และ ร้านบุฟเฟ่ต์ หรือวัดสัน และร้านค้าทั่วไป ท่านมีความสนใจที่จะเช่าทำการค้าหรือไม่					

ข้อ 32. สมมติว่า “ท่านสนใจเช่าพื้นที่ศูนย์การค้าแห่งนี้ซึ่งเปิดใหม่” ท่านจะเช่าพื้นที่ใน
ศูนย์การค้านี้จำนวนเท่าใด

เมื่อค่าเช่าต่อตารางเมตร(ต่อเดือน) เท่ากับ 200 บาท ท่านจะเช่าพื้นที่.....ตารางเมตร
(ตัวอย่างเช่น ตอบ 30 ตารางเมตร ค่าเช่าต่อเดือนเท่ากับ 6,000 บาท)

เมื่อค่าเช่าต่อตารางเมตร(ต่อเดือน) เท่ากับ 400 บาท ท่านจะเช่าพื้นที่ตารางเมตร
(ตัวอย่างเช่น ตอบ 20 ตารางเมตร ค่าเช่าต่อเดือนเท่ากับ 8,000 บาท)

เมื่อค่าเช่าต่อตารางเมตร(ต่อเดือน) เท่ากับ 600 บาท ท่านจะเช่าพื้นที่ตารางเมตร
(ตัวอย่างเช่น ตอบ 20 ตารางเมตร ค่าเช่าต่อเดือนเท่ากับ 12,000 บาท)

เมื่อค่าเช่าต่อตารางเมตร(ต่อเดือน) เท่ากับ 800 บาท ท่านจะเช่าพื้นที่.....ตารางเมตร
(ตัวอย่างเช่น ตอบ - (ขีด) เนื่องจากค่าเช่าเท่านี้อาจจะสูงเกินกว่าที่ท่านจะยินดีจ่าย)

ขอบคุณครับสำหรับการตอบแบบสอบถาม

ข้อ 8. ท่านคิดว่าขนาดร้านของท่านในปัจจุบันเหมาะสมหรือไม่

☐ เหมาะสม (ข้ามคำถามข้อ 9.) ☐ ไม่เหมาะสม

ข้อ 9. ขนาดพื้นที่ใช้ประโยชน์ทางธุรกิจที่เหมาะสมกับกิจการของท่าน

ความกว้างของร้าน..... เมตร ความลึกของร้าน.....เมตร

ส่วนที่ 2 ค่าเช่าและค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่ผู้เช่าจ่าย

ข้อ 10. ร้านของท่านเช่า หรือ เป็นเจ้าของเอง

☐ เช่า (ข้ามคำถามข้อ 11.) ☐ เป็นเจ้าของเอง

ข้อ 11. ในกรณีที่ท่านเป็นเจ้าของเอง สมมติว่า ท่านจะให้คนอื่นเช่าพื้นที่ร้าน (ทำกิจการอื่นๆ)

ท่านจะคิดค่าเช่าเท่าไร..... บาท/เดือน

และท่านจะคิดค่าเช่าล่วงหน้า.....บาท (ข้ามคำถามข้อ 12 - 15)

ข้อ 12. ค่าเช่าของร้านท่านในปัจจุบัน.....บาท/เดือน

ข้อ 13. ค่าเช่าล่วงหน้าที่ท่านจ่ายจำนวน.....บาท

ข้อ 14. มีเงินกินเปล่า หรือ ค่าเช่า หรือค่าแรกเข้าหรือไม่

☐ มี ☐ ไม่มี (ข้ามคำถามข้อ 15.)

ข้อ 15. ค่าแรกเข้าจำนวน บาท สำหรับสัญญา..... ปี

ข้อ 16. มีค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ในการเช่า เช่น ค่าประกันความเสียหาย ค่าส่วนกลาง หรือค่าใช้จ่ายอื่น ๆ หรือไม่

☐ มีเป็นค่าประกันความเสียหาย จำนวน.....บาท

☐ มีเป็นค่าส่วนกลาง จำนวน.....บาท ☐ จ่ายทุกเดือน ☐ จ่ายทุกปี ☐ จ่ายครั้งเดียว

☐ มีค่าใช้จ่าย.....จำนวน.....บาท ☐ จ่ายทุกเดือน ☐ จ่ายทุกปี ☐ จ่ายครั้งเดียว

☐ ไม่มี

ส่วนที่ 3 ทศนคติด้านสัญญาการเช่า

ข้อ 17. ท่านคิดว่าการจ่ายค่าแรกเข้า (ค่ากินเปล่า หรือค่าเช่า) ทำให้ความสนใจในพื้นที่เช่าลดลงหรือไม่

☐ ลดลงมาก ☐ ลดลงบ้าง ☐ เท่าเดิม

ข้อ 18. ท่านคิดว่าเงินประกันอยู่ครบตามสัญญาเพื่อให้อยู่อย่างน้อย 6 เดือน หรือ 1 ปี ทำให้ความสนใจพื้นที่เช่าลดลงหรือไม่

☐ ลดลงมาก ☐ ลดลงบ้าง ☐ ไม่ลดลง

ข้อ 19. ท่านคิดว่าค่าเช่าล่วงหน้า 3 เดือนทำให้ความสนใจพื้นที่เช่าลดลงหรือไม่

☐ ลดลงมาก ☐ ลดลงบ้าง ☐ ไม่ลดลง

ข้อ 20. ท่านคิดว่าระยะเวลาสัญญาเช่าที่เหมาะสมกับธุรกิจของท่านคือปี.....เดือน

ข้อ 21. ท่านคิดว่าระยะเวลาสัญญาเช่าอย่างน้อยที่สุดที่เป็นไปได้สำหรับธุรกิจของท่าน
คือ.....ปี.....เดือน

ข้อ 22. สมมติว่าท่านมีความสนใจที่จะเช่าพื้นที่ศูนย์การค้าเปิดใหม่แห่งหนึ่งมาก

พอสมควร เมื่อมีสัญญาให้เลือก 2 แบบ (ตามรายละเอียดในตาราง) ท่านจะตัดสินใจอย่างไร

ลักษณะของสัญญา	สัญญาแบบที่ 1	สัญญาแบบที่ 2
อายุสัญญา	ปี ต่อ ปี	3 ปี ต่อได้ถึง 10 ปี
เงินกินเปล่า	ไม่มี	เป็นเงินเท่ากับค่าเช่า 10 เดือน
เงินประกันอยู่ครบ 1 ปีแรก (จ่ายคืนเมื่อออกหลังจาก เช่าเกิน 1 ปี)	เป็นเงินเท่ากับค่าเช่า 3 เดือน	ไม่มี
ค่าเช่ารายเดือน	ค่าเช่ารายเดือน สูงกว่าแบบที่ 2	ค่าเช่ารายเดือนน้อยกว่าแบบ ที่ 1 โดยเงินกินเปล่า และค่า เช่าทั้งหมดที่จ่ายตลอด 3 ปี รวมกันลดลง 15 - 25 % จาก สัญญาเช่าแบบที่ 1
การขึ้นค่าเช่า	ค่าเช่าขึ้นได้ทุกปี ตามภาวะการขยายตัวของ ศูนย์การค้าแต่ไม่เกิน 20 %	ค่าเช่า คงที่ 3 ปี ปีที่ 4 -10 ค่าเช่าขึ้น ปีละ 5 %

☐ เลือกทำสัญญาแบบที่ 1 ☐ เลือกทำสัญญาแบบที่ 2

☐ ตัดสินใจไม่เช่า เนื่องจากไม่สามารถรับเงื่อนไขในสัญญาทั้ง 2 แบบได้

ข้อ 23. ท่านรู้สึกอย่างไรกับการคิดค่าส่วนกลางเช่น ค่ารักษาความปลอดภัย ค่าพนักงานทำความสะอาด ค่าดูแลรักษาพื้นที่

☐ ควรคิดแยกกับค่าเช่า ☐ ควรคิดรวมกับค่าเช่า

ข้อ 24. ในความเห็นของท่านค่าส่วนกลางไม่ควรเกิน.....เปอร์เซ็นต์ของค่าเช่า

ส่วนที่ 4 ความต้องการด้านสาธารณูปโภค

ในส่วนนี้ “ สมมติว่า ท่านกำลังจะไปเข้าศูนย์การค้า หรือศูนย์รวมร้านค้าแห่งหนึ่ง ”

ข้อ 25. ธุรกิจของท่านจำเป็นต้องอยู่ในตัวอาคาร หรือไม่

☐ จำเป็น ☐ ไม่จำเป็น

ข้อ 26. ธุรกิจของท่านมีความจำเป็นต้องใช้คู่สายโทรศัพท์หรือไม่

☐ ต้องการจำนวน.....เลขหมาย ☐ ไม่ต้องการ

ข้อ 27. ธุรกิจของท่านมีความจำเป็นต้องใช้อินเทอร์เน็ตหรือไม่

☐ จำเป็น ☐ ไม่จำเป็น

ข้อ 28. ธุรกิจของท่านต้องใช้เครื่องปรับอากาศหรือไม่

☐ จำเป็นต้องใช้ ☐ ไม่จำเป็นต้องใช้ (ข้ามคำถามข้อ 27.)

ข้อ 29. ท่านต้องการให้ศูนย์การค้าที่ท่านไปเช่ามีบริการเครื่องปรับอากาศภายในร้านของท่านหรือไม่ ซึ่งหากการมีเครื่องปรับอากาศจะทำให้ค่าเช่าและค่าส่วนกลางมากขึ้น

☐ ต้องการให้ศูนย์มีบริการมี ☐ ต้องการเลือกติดตั้งเอง

ส่วนที่ 5 ทักษะเกี่ยวกับแนวคิดศูนย์การค้าแนวใหม่

ข้อ 30- 31 ทำเครื่องหมาย X ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ระดับความสนใจ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ข้อ 30. ท่านคิดว่าศูนย์การค้าที่มีสวนสาธารณะ มีทะเลสาบขนาดเล็ก มีสนามกีฬา และสนามเด็กเล่น มีการตกแต่งที่เป็นธรรมชาติ ศูนย์การค้าที่นั่นตั้งอยู่ริมถนนไม่ไกลจากร้านของท่าน เป็นแนวคิดที่น่าสนใจหรือไม่					
ข้อ 31. หากในศูนย์การค้าในข้อที่ผ่านมา มีร้านอาหารริมทะเลสาบ มีโซนร้านค้าตั้งอยู่ติดกับสวนและทะเลสาบ ประกอบด้วยร้านค้า เช่น ท็อปส์เดลี หรือโลตัสเอ็กเพรส และ ร้านบุฟเฟ่ต์ หรือวัดสัน และร้านค้าทั่วไป ท่านมีความสนใจที่จะเช่าทำการค้าหรือไม่					

ข้อ 32. สมมติว่า “ท่านสนใจเช่าพื้นที่ศูนย์การค้าแห่งนี้ซึ่งเปิดใหม่” ท่านจะเช่าพื้นที่ใน
ศูนย์การค้านี้จำนวนเท่าใด

เมื่อค่าเช่าต่อตารางเมตร(ต่อเดือน) เท่ากับ 200 บาท ท่านจะเช่าพื้นที่.....ตารางเมตร
(ตัวอย่างเช่น ตอบ 30 ตารางเมตร ค่าเช่าต่อเดือนเท่ากับ 6,000 บาท)

เมื่อค่าเช่าต่อตารางเมตร(ต่อเดือน) เท่ากับ 400 บาท ท่านจะเช่าพื้นที่ตารางเมตร
(ตัวอย่างเช่น ตอบ 20 ตารางเมตร ค่าเช่าต่อเดือนเท่ากับ 8,000 บาท)

เมื่อค่าเช่าต่อตารางเมตร(ต่อเดือน) เท่ากับ 600 บาท ท่านจะเช่าพื้นที่ตารางเมตร
(ตัวอย่างเช่น ตอบ 20 ตารางเมตร ค่าเช่าต่อเดือนเท่ากับ 12,000 บาท)

เมื่อค่าเช่าต่อตารางเมตร(ต่อเดือน) เท่ากับ 800 บาท ท่านจะเช่าพื้นที่.....ตารางเมตร
(ตัวอย่างเช่น ตอบ - (ขีด) เนื่องจากค่าเช่าเท่านี้อาจจะสูงเกินกว่าที่ท่านจะยินดีจ่าย)

ขอบคุณครับสำหรับการตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามเรื่อง

“การเช่าพื้นที่ประกอบธุรกิจ และแนวคิดศูนย์การค้า”
(สำหรับผู้ประกอบการที่มีพื้นที่ประกอบธุรกิจขนาด 120 ตารางเมตรขึ้นไป)

โดยแบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำสารนิพนธ์ โครงการปริญญาโท
เศรษฐศาสตร์ธุรกิจคณะเศรษฐศาสตร์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์
ต่อการศึกษามากที่สุด ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามนี้ให้ตรงกับ
ความคิดเห็นและความเป็นจริงมากที่สุด โดยข้อมูลที่ได้อาจจะไม่มีการเปิดเผยรายละเอียดของผู้ถูก
สอบถามแต่อย่างใด

คำชี้แจง: กรณีน^oในช่อง□ที่เป็นคำตอบของท่านหรือเติมข้อความลงในช่องว่าง(โปรดทำทุกข้อ)

ส่วนที่ 1 ลักษณะโดยทั่วไปของของผู้เช่าและกิจการ

ข้อ 1. เพศ

☐ ชาย ☐ หญิง

ข้อ 2. อายุ ปี

ข้อ 3. ตำแหน่ง

☐ เจ้าของกิจการ ☐ ผู้จัดการ

☐ พนักงาน ☐ อื่นๆ

ข้อ 4. ท่านมีร้านค้า หรือมีสาขาตั้งอยู่ในพื้นที่เขต

☐ มีนบุรี ☐ คลองสามวา ☐ หนองจอก

☐ ลาดกระบัง ☐ บึงกุ่ม ☐ อื่นๆ.....(โปรดระบุ)

ข้อ 5. ท่านประกอบธุรกิจประเภทใด

.....(โปรดระบุ)

ข้อ 6. รายได้ของกิจการเฉลี่ยต่อเดือน(ต่อสาขา)โดยประมาณ

☐ ต่ำกว่า 100,000 บาท ☐ 100,000-300,000 บาท ☐ 300,00-500,000 บาท

☐ 500,000-1,000,000 บาท ☐ 1,000,000 บาทขึ้นไป

ข้อ 7. ขนาดพื้นที่ใช้ประโยชน์ทางธุรกิจของร้านท่านในปัจจุบัน

ความกว้างของร้าน..... เมตร ความลึกของร้าน..... เมตร

ข้อ 8. ท่านคิดว่าขนาดร้านของท่านในปัจจุบันเหมาะสมหรือไม่

☐ เหมาะสม (ข้ามคำถามข้อ 9.) ☐ ไม่เหมาะสม

ข้อ 9. ขนาดพื้นที่ใช้ประโยชน์ทางธุรกิจที่เหมาะสมกับกิจการของท่าน

ความกว้างของร้าน..... เมตร ความลึกของร้าน.....เมตร

ส่วนที่ 2 ค่าเช่าและค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่ผู้เช่าจ่าย

ข้อ 10. ร้านของท่านเช่า หรือ เป็นเจ้าของเอง

☐ เช่า (ข้ามคำถามข้อ 11.) ☐ เป็นเจ้าของเอง

ข้อ 11. ในกรณีที่ท่านเป็นเจ้าของเอง สมมติว่า ท่านจะให้คนอื่นเช่าพื้นที่ร้าน (ทำกิจการอื่นๆ)

ท่านจะคิดค่าเช่าเท่าไร..... บาท/เดือน

และท่านจะคิดค่าเช่าล่วงหน้า.....บาท (ข้ามคำถามข้อ 12 - 15)

ข้อ 12. ค่าเช่าของร้านท่านในปัจจุบัน.....บาท/เดือน

ข้อ 13. ค่าเช่าล่วงหน้าที่ท่านจ่ายจำนวน.....บาท

ข้อ 14. มีเงินกินเปล่า หรือ ค่าเช่า หรือค่าแรกเข้าหรือไม่

☐ มี ☐ ไม่มี (ข้ามคำถามข้อ 15.)

ข้อ 15. ค่าแรกเข้าจำนวน บาท สำหรับสัญญา..... ปี

ข้อ 16. มีค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ในการเช่า เช่น ค่าประกันความเสียหาย ค่าส่วนกลาง หรือค่าใช้จ่ายอื่น ๆ หรือไม่

☐ มีเป็นค่าประกันความเสียหาย จำนวน.....บาท

☐ มีเป็นค่าส่วนกลาง จำนวน.....บาท ☐ จ่ายทุกเดือน ☐ จ่ายทุกปี ☐ จ่ายครั้งเดียว

☐ มีค่าใช้จ่าย.....จำนวน.....บาท ☐ จ่ายทุกเดือน ☐ จ่ายทุกปี ☐ จ่ายครั้งเดียว

☐ ไม่มี

ส่วนที่ 3 ทศนคติด้านสัญญาการเช่า

ข้อ 17. ท่านคิดว่าการจ่ายค่าแรกเข้า (ค่ากินเปล่า หรือค่าเช่า) ทำให้ความสนใจในพื้นที่เช่าลดลงหรือไม่

☐ ลดลงมาก ☐ ลดลงบ้าง ☐ เท่าเดิม

ข้อ 18. ท่านคิดว่าเงินประกันอยู่ครบตามสัญญาเพื่อให้อยู่อย่างน้อย 6 เดือน หรือ 1 ปี ทำให้ความสนใจพื้นที่เช่าลดลงหรือไม่

☐ ลดลงมาก ☐ ลดลงบ้าง ☐ ไม่ลดลง

ข้อ 19. ท่านคิดว่าค่าเช่าล่วงหน้า 3 เดือนทำให้ความสนใจพื้นที่เช่าลดลงหรือไม่

☐ ลดลงมาก ☐ ลดลงบ้าง ☐ ไม่ลดลง

ข้อ 20. ท่านคิดว่าระยะเวลาสัญญาเช่าที่เหมาะสมกับธุรกิจของท่านคือปี.....เดือน

ข้อ 21. ท่านคิดว่าระยะเวลาสัญญาเช่าอย่างน้อยที่สุดที่เป็นไปได้สำหรับธุรกิจของท่าน
คือ.....ปี.....เดือน

ข้อ 22. สมมติว่าท่านมีความสนใจที่จะเช่าพื้นที่ศูนย์การค้าเปิดใหม่แห่งหนึ่งมาก

พอสมควร เมื่อมีสัญญาให้เลือก 2 แบบ (ตามรายละเอียดในตาราง) ท่านจะตัดสินใจอย่างไร

ลักษณะของสัญญา	สัญญาแบบที่ 1	สัญญาแบบที่ 2
อายุสัญญา	ปี ต่อ ปี	3 ปี ต่อได้ถึง 10 ปี
เงินกินเปล่า	ไม่มี	เป็นเงินเท่ากับค่าเช่า 10 เดือน
เงินประกันอยู่ครบ 1 ปีแรก (จ่ายคืนเมื่อออกหลังจาก เช่าเกิน 1 ปี)	เป็นเงินเท่ากับค่าเช่า 3 เดือน	ไม่มี
ค่าเช่ารายเดือน	ค่าเช่ารายเดือน สูงกว่าแบบที่ 2	ค่าเช่ารายเดือนน้อยกว่าแบบ ที่ 1 โดยเงินกินเปล่า และค่า เช่าทั้งหมดที่จ่ายตลอด 3 ปี รวมกันลดลง 15 - 25 % จาก สัญญาเช่าแบบที่ 1
การขึ้นค่าเช่า	ค่าเช่าขึ้นได้ทุกปี ตามภาวะการขยายตัวของ ศูนย์การค้าแต่ไม่เกิน 20 %	ค่าเช่า คงที่ 3 ปี ปีที่ 4 -10 ค่าเช่าขึ้น ปีละ 5 %

☐ เลือกทำสัญญาแบบที่ 1 ☐ เลือกทำสัญญาแบบที่ 2

☐ ตัดสินใจไม่เช่า เนื่องจากไม่สามารถรับเงื่อนไขในสัญญาทั้ง 2 แบบได้

ข้อ 23. ท่านรู้สึกอย่างไรกับการคิดค่าส่วนกลางเช่น ค่ารักษาความปลอดภัย ค่าพนักงานทำความสะอาด ค่าดูแลรักษาพื้นที่

☐ ควรคิดแยกกับค่าเช่า ☐ ควรคิดรวมกับค่าเช่า

ข้อ 24. ในความเห็นของท่านค่าส่วนกลางไม่ควรเกิน.....เปอร์เซ็นต์ของค่าเช่า

ส่วนที่ 4 ความต้องการด้านสาธารณูปโภค

ในส่วนนี้ “ สมมติว่า ท่านกำลังจะไปเข้าศูนย์การค้า หรือศูนย์รวมร้านค้าแห่งหนึ่ง ”

ส่วนที่4 การเข้าศูนย์การค้า

ในส่วนนี้ “ สมมติว่า ท่านกำลังจะไปเข้าศูนย์การค้า หรือศูนย์รวมร้านค้าแห่งหนึ่ง ”

ข้อ 25. ธุรกิจของท่านจำเป็นต้องอยู่ในตัวอาคาร หรือไม่

☐ จำเป็น ☐ ไม่จำเป็น

ข้อ 26. ธุรกิจของท่านมีความเป็นไปได้หรือไม่ที่จะลงทุนก่อสร้างอาคารเอง

☐ มีความเป็นไปได้ ☐ ไม่มีความเป็นไปได้

ข้อ 27. ถ้าเลือกได้ธุรกิจของท่านเลือกที่จะ

☐ เข้าพื้นที่ในอาคาร ☐ ลงทุนก่อสร้างอาคารในรูปแบบของตนเอง

ข้อ 28. ธุรกิจของท่านมีความจำเป็นต้องใช้คู่สายโทรศัพท์หรือไม่

☐ ต้องการจำนวน.....เลขหมาย ☐ ไม่ต้องการ

ข้อ 29. ธุรกิจของท่านมีความจำเป็นต้องใช้อินเทอร์เน็ตหรือไม่

☐ จำเป็น ☐ ไม่จำเป็น

ข้อ 30. ธุรกิจของท่านต้องใช้เครื่องปรับอากาศหรือไม่

☐ จำเป็นต้องใช้ ☐ ไม่จำเป็นต้องใช้ (ข้ามคำถามข้อ 31.)

ข้อ 31. ท่านต้องการให้ศูนย์การค้าที่ท่านไปเช่ามีบริการเครื่องปรับอากาศภายในร้านของท่านหรือไม่ ซึ่งหากการมีเครื่องปรับอากาศจะทำให้ค่าเช่าและค่าส่วนกลางมากขึ้น

☐ ต้องการให้ศูนย์มีบริการมี ☐ ต้องการเลือกติดตั้งเอง

ส่วนที่ 5 ทักษะคิดเกี่ยวกับแนวคิดศูนย์การค้าแนวใหม่

ข้อ 32- 33 ทำเครื่องหมาย X ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ระดับความสนใจ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ข้อ 32. ท่านคิดว่าศูนย์การค้าที่มีสวนสาธารณะ มีทะเลสาบขนาดเล็ก มีสนามกีฬา และสนามเด็กเล่น มีการตกแต่งที่เป็นธรรมชาติ ศูนย์การค้าที่ตั้งอยู่ริมถนนไม่ไกลจากร้านของท่าน เป็นแนวคิดที่น่าสนใจหรือไม่					
ข้อ 33. หากในศูนย์การค้าในข้อที่ผ่านมา มีร้านอาหารริมทะเลสาบ มีโซนร้านค้าตั้งอยู่ติดกับสวนและทะเลสาบ ประกอบด้วยร้านค้า เช่น ท็อปส์เดลี หรือโลตัสเอ็กเพรส และ ร้านบุฟเฟ่ต์ หรือวัดสัน และร้านค้าทั่วไป ท่านมีความสนใจที่จะเข้าทำการค้าหรือไม่					

ข้อ 34. สมมติว่า “ท่านสนใจเช่าพื้นที่ศูนย์การค้าแนวใหม่แห่งนี้” ท่านจะเลือกเช่าพื้นที่แบบใด

- ☐ ที่ดินจัดสรรสำหรับ **สร้างอาคารเองริมทะเลสาบ** ขนาด 300 ตร.ม.
- ☐ ที่ดินจัดสรรสำหรับ**สร้างอาคารเองริมถนนหลักของโครงการ** ขนาด 300 ตร.ม.
- ☐ พื้นที่ในอาคาร ขนาดพื้นที่ ที่ต้องการคือ ตารางเมตร

ข้อ 35. สำหรับพื้นที่เช่าในข้อ 34.

ท่านยินดีจ่ายค่าเช่าไม่เกิน.....บาท/เดือน

และท่านยินดีจ่ายเงินกินเปล่าสำหรับสัญญา 10 ปี จำนวนไม่เกิน.....บาท

ขอขอบคุณสำหรับการตอบแบบสอบถาม

ผนวก ข.

การสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง

เพื่อรวบรวมข้อมูลต้นทุนของโครงการลงทุนพัฒนาที่ดินเป็นศูนย์การค้าสุวินทวงศ์นั้น ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องในด้านต่าง ๆ เพื่อนำข้อมูลที่ได้ มาใช้ในการวิจัย โดยมีรายละเอียดดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ ข.1

รายละเอียดการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง

ลำดับ	ชื่อ/ตำแหน่ง/หน่วยงาน	เรื่อง	รายละเอียดการสัมภาษณ์
1	เจ้าของที่ดิน	เงินกินเปล่า	เงินกินเปล่าสำหรับสัญญาเช่าที่ดิน 19 ไร่ เพื่อพัฒนาเป็นศูนย์การค้า อยู่ประมาณ 1,000,000 บาทต่อสัญญา 1 ปี
2	เจ้าของที่ดิน	ค่าเช่า	ค่าเช่าที่ดิน 19 ไร่ ประมาณ 400,000 บาทต่อเดือน
3	คุณ สมชัย ถนอมวาจามั่น นายช่างเขียนแบบ กองสวนสาธารณะ กรุงเทพมหานคร	ค่าก่อสร้าง สวนสาธารณะ	ค่าก่อสร้างสวนสาธารณะที่มีสนามกีฬา ทะเลสาป ลานจอดรถ ถนน และปรับพื้นที่ใน รูปแบบที่ค่อนข้างดีงบประมาณ จะอยู่ที่ร้อยละ ประมาณ 1,000,000 บาท
4	ไม่ประสงค์ออกนาม ภูมิสถาปนิก	ค่าออกแบบและ ควบคุมการ ก่อสร้าง	ประเมินราคาค่าออกแบบและควบคุมการ ก่อสร้างทั้งในส่วนของอาคารและสวนสาธารณะ ในลักษณะของศูนย์การค้าแบบเปิดลักษณะนี้ไว้ 2,000,000 บาท
5	บจก. เทคนิคศิลป์	ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่	งบประมาณในการสร้างป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ ประมาณ 300,000 บาท ถึง 800,000 บาท
6	บจก. เทคนิคศิลป์	ป้ายโฆษณาทั่วไป	ป้ายโฆษณาไม้ัดขนาด 122 x 244 ซม. ราคา 1,000 บาท ต่อ ป้าย

ลำดับ	ชื่อ/ตำแหน่ง/หน่วยงาน	เรื่อง	รายละเอียดการสัมภาษณ์
7	บก.ก. พายซอฟท์	เว็บไซต์	งบประมาณในการทำเว็บไซต์ศูนย์การค้า ประมาณ 20,000 – 50,000 บาท
8	บก.ก. วิพลัส กรุ๊ป (ไทยแลนด์)	ใบปลิว	ใบปลิวกระดาษอาร์ตมัน 130 gms 4 สี 1,000 ใบ 3,900 บาท หรือ 10,000 ใบ ราคา 8,000 บาท
9	ไม่ประสงค์ออกนาม ผู้จัดการฝ่ายการตลาด บริษัทที่มีการเปิดตัว สินค้า บ่อยแห่งหนึ่ง	งานเปิดตัว โครงการ สำหรับผู้ เช่า	ค่าใช้จ่ายหลักในงานเปิดตัวสินค้า คือ ค่าโฆษณา ค่าสถานที่ซึ่งมักจะเป็นโรงแรม ค่าใช้จ่ายในการ จัดงาน และจัดการแสดงเพื่อสร้างความประทับใจ ให้กับผู้ที่มาร่วมงาน ซึ่งถ้าเป็นงานเปิดตัว ศูนย์การค้าดังกล่าว น่าจะต้องตั้งงบประมาณไว้ ไม่น้อยกว่า 800,000 บาท
10	ไม่ประสงค์ออกนาม ผู้จัดการฝ่ายการตลาด บริษัทที่มีการเปิดตัว สินค้า บ่อยแห่งหนึ่ง	งานเปิดตัว โครงการสำหรับ ผู้ใช้บริการ	การประชาสัมพันธ์การเปิดตัวศูนย์การค้าดังกล่าว น่าจะเป็นการจัดอี-เวนท์ โดยอาจจัดเป็นงาน แสดงสินค้าโปรโมชั่น จัดคอนเสิร์ต และจัดการ แข่งขันกีฬาซึ่งใช้งบประมาณ ประมาณ 400,000–500,000 บาท
11	ไม่ประสงค์ออกนาม เจ้าหน้าที่สวนสาธารณะ บึงกุ่ม กทม.	ลูกจ้าง, ต้นทุนใน การดูแล และซ่อม บำรุง	ค่าดูแลพื้นที่ประกอบด้วยค่าปุ๋ย ค่าน้ำมัน ค่าวัสดุ สิ้นเปลือง และค่าซ่อมสถานที่โดยปกติค่าใช้จ่าย ดังกล่าวเฉลี่ยต่อไร่ ประมาณ 36,000 บาท ต่อปี
12	บก.ก. เดลต้า ซีเคียวริตี้	พนักงานดูแล รักษาความ ปลอดภัย	พนักงานดูแลรักษาความปลอดภัยพื้นที่ ศูนย์การค้าขนาด 19 ไร่ ควรใช้พนักงานรักษา ความสะอาด พื้นที่จำนวน 38 คนต่อวันโดย มี อัตราค่าจ้างต่อเดือน คนละ 9,000 บาท
13	บก.ก. เดลต้า ซีเคียวริตี้	พนักงานดูแลทำ ความสะอาด	พนักงานทำความสะอาดพื้นที่ ศูนย์การค้าขนาด 19 ไร่ ควรใช้พนักงานรักษาความสะอาด พื้นที่ จำนวน 19 คนต่อวัน โดยมีอัตราค่าจ้างต่อเดือน คนละ 9,000 บาท

ที่มา: การสัมภาษณ์ สรุปรubyผู้วิจัย

ผนวก ค.

วิธีการคำนวณระดับค่าเช่า และ สัดส่วนพื้นที่เช่าขนาดเล็กและขนาดกลาง

สูตรสมการเส้นตรงเส้นตรงที่ผ่านจุด 2 จุด* คือ (x_1, y_1) และ (x_2, y_2)

$$\frac{y - y_1}{x - x_1} = \frac{y_2 - y_1}{x_2 - x_1}$$

สามารถเขียนได้ดังนี้

ผู้ประกอบการขนาดเล็ก

ปริมาณพื้นที่เช่า ณ ระดับรายรับส่วนเพิ่มต่าง ๆ จากแบบสอบถามของผู้เช่าขนาดเล็กที่ใกล้เคียงกับจุดที่ $MR = MC$ นั้น

	MR (Y)	Q(X)
จุดที่ 1	200	963
จุดที่ 2	300	777

เมื่อแทนค่า	$Y_1 = 200$	$Y_2 = 300$
	$X_1 = 963$	$X_2 = 777$

ลงในสมการเส้นตรงจะได้สมการเส้นตรง ณ ปลายของเส้นรายรับส่วนเพิ่ม เป็นสมการ

$$MR = 717.72 - 0.54 Q$$

เพื่อให้โครงการลงทุนได้กำไรสูงสุดแทนค่า $MC = MR = 80.96$ ลงในสมการ จะได้

$$Q = 1179.19$$

และจะกำหนดราคาค่าเช่าตามเส้น อุปสงค์ ณ ปริมาณพื้นที่เช่า 1,179.19

โดยที่อุปสงค์ของผู้เช่าขนาดเล็ก ณ ปริมาณพื้นที่เช่านี้ เฉลี่ยนั้น

	AR,D (Y)	Q(X)
จุดที่ 1	400	1,341
จุดที่ 2	500	690

เมื่อแทนค่า	$Y_1 = 300$	$Y_2 = 400$
	$X_1 = 1,341$	$X_2 = 690$

ลงในสมการเส้นตรงจะได้สมการเส้นตรงของเส้นอุปสงค์ ณ จุดที่ MC = MR เป็นสมการ

$$AR = 605.99 - 0.15 Q$$

แทนค่า $Q = 1,179.19$ ลงในสมการ

จะได้

$$AR = 429.11$$

ผู้เช่าขนาดกลาง

จากปริมาณพื้นที่เช่า ณ ระดับรายรับส่วนเพิ่มต่าง ๆ จากแบบสอบถามที่ ใกล้เคียงกับ จุดที่ $MR = MC$ นั้น

	MR (Y)	Q(X)
จุดที่ 1	200	1659.5
จุดที่ 2	300	1347

เมื่อแทนค่า	$Y_1 = 200$	$Y_2 = 300$
	$X_1 = 1,659.5$	$X_2 = 1,347$

ลงในสมการเส้นตรงจะได้สมการเส้นตรง ณ ปลายของเส้นรายรับส่วนเพิ่ม เป็นสมการ

$$MR = 731.04 - 0.32 Q$$

เพื่อให้โครงการลงทุนได้กำไรสูงสุดที่จุดแทนค่า $MC = MR = 80.96$ ลงในสมการ จะได้

$$Q = 2,031.5$$

และจะกำหนดราคาเช่าตามเส้น อุปสงค์ ณ ปริมาณพื้นที่เช่า 2,031.5
โดยที่อุปสงค์ของผู้เช่าขนาดกลาง ณ ปริมาณ นี้ เฉติญ นั้น

	AR,D (Y)	Q(X)
จุดที่ 1	300	2,694
จุดที่ 2	400	2,009

เมื่อแทนค่า	$Y_1 = 300$	$Y_2 = 400$
	$X_1 = 2,694$	$X_2 = 2,009$

ลงในสมการเส้นตรงจะได้สมการเส้นตรงของเส้นอุปสงค์ ณ จุดที่ MC =MR เป็นสมการ

$$AR = 693.26 - 0.15 Q$$

แทนค่า $Q = 2,031.5$ ลงในสมการ

จะได้

$$AR = 388.5$$

คำนวณสัดส่วนพื้นที่

$$\text{ปริมาณพื้นที่รวมเท่ากับ } 2,031.5 + 1,179.19 = 3210.69$$

ดังนั้น สัดส่วนพื้นที่เช่าขนาดเล็ก ต่อพื้นที่เช่าขนาดกลางและขนาดเล็กเท่ากับ

$$1,179.19/3210.69 = 0.3673$$

และ สัดส่วนพื้นที่เช่าขนาดกลาง ต่อพื้นที่เช่าขนาดกลางและขนาดเล็กเท่ากับ

$$2,031.5/3210.69 = 0.6327$$

ผนวก ง.

รายละเอียดรายรับ และต้นทุนของโครงการลงทุนในแต่ละปี

ในการคำนวณความเป็นไปได้ทางการเงินของศูนย์การค้าสุวินทวงศ์ในกรณีปกติ สามารถแสดงรายละเอียดของรายรับ และต้นทุนได้ใน ตารางที่ ง.1

ตารางที่ ง.1

ตารางแสดงรายละเอียดรายรับ และต้นทุนในแต่ละปีในการศึกษา

ความเป็นไปได้ทางการเงินกรณีปกติ

ปีที่	รายรับ	รายละเอียด	จำนวนเงิน (บาท)
เริ่มลงทุน	รายรับ	ยังไม่มีรายรับ	0
	ต้นทุน	เงินกินเปล่าในการเช่าที่ดิน ระยะเวลา 10 ปี (1,000,000 x 10)	10,000,000
		ต้นทุนการก่อสร้างร้อยละ 70 (119,942,850 x 0.7)	83,959,995
ก่อสร้างแล้วเสร็จ	รายรับ	เงินกินเปล่าสำหรับผู้เช่าขนาด 300 ตร.ม. ((300,000 x 4)+ (350,000 x 5))	2,950,000
		ค่าเช่าล่วงหน้า 3 เดือนสำหรับผู้เช่าขนาดเล็ก และขนาดกลาง (3,510,000 x 3)	10,530,000
	ต้นทุน	ต้นทุนการก่อสร้างร้อยละ 30 (119,942,850 x 0.3)	35,982,855
		ต้นทุนคงที่ ไม่รวมเงินเดือนลูกจ้าง และค่าเช่าที่ดิน ((1,600,971.1 - 65,000 - 400,000)*12)	13,631,653.2
		ต้นทุนการประชาสัมพันธ์ สำหรับการประชาสัมพันธ์ในช่วงแรก ไม่รวม งานเปิดตัวโครงการสำหรับผู้ให้บริการ, สื่อโฆษณา และป้ายโฆษณาทั่วไป (2,230,000 – 500,000 -100,000 - 100,000)	1,530,000

ปีที่	รายรับ	รายละเอียด	จำนวนเงิน (บาท)
1	รายรับ	ค่าเช่า หักด้วย อัตราการว่างและการสูญเสีย $(4,662,000 \times (1-0.05) \times 12)$	53,146,800
	ต้นทุน	ต้นทุนการประชาสัมพันธ์ สำหรับการประชาสัมพันธ์ในช่วงแรก ของงานเปิดตัวโครงการสำหรับผู้ให้บริการ, สื่อโซเชียล และป้ายโฆษณาทั่วไป $(500,000 + 100,000 + 100,000)$ ต้นทุนคงที่ $(1,600,971.1 \times 12)$	700,000 19,211,653.2
		ต้นทุนแปรผัน หักด้วยอัตราการว่างและการสูญเสีย $((80.96 \times 11400 \times (1-0.05)) \times 12)$	10,521,562
2	รายรับ	รายรับในปีที่แล้ว บวก อัตราการเติบโตของรายรับ $(53,146,800 \times (1+0.05))$	55,804,140
	ต้นทุน	ต้นทุนคงที่ในปีที่แล้ว บวก อัตราการเติบโตของต้นทุน $(19,211,653.2 \times (1+0.025))$	19,691,944.53
		ต้นทุนแปรผันในปีที่แล้ว บวก อัตราการเติบโตของต้นทุน $(10,521,562 \times (1+0.025))$	10,784,601.05
3 – 9		รายรับ และ ต้นทุนของโครงการลงทุนมีวิธีการคำนวณเหมือนปีที่ 2	
10	รายรับ	รายรับในปีที่แล้ว บวก อัตราการเติบโตของรายรับ $(78,522,029 \times (1+0.05))$	82,448,130
	ต้นทุน	ต้นทุนคงที่ในปีที่แล้ว บวก อัตราการเติบโตของต้นทุน และ จ่ายคืนค่าเช่าล่วงหน้า หัก ดอกเบี้ยธนาคารเนื่องจากผ่อนครบ 10 ปี ในปีที่แล้ว $(22,554,652 \times (1+0.025) + 10,530,000 - 11831653.2)$	21,816,865
		ต้นทุนแปรผันในปีที่แล้ว บวก อัตราการเติบโตของต้นทุน $(12,819,501 \times (1+0.025))$	13,139,989

ที่มา: ผู้วิจัย

โดยในการคำนวณความเป็นไปได้ทางการเงินของศูนย์การค้าสุวินทวงศ์ในกรณีอื่น ๆ นั้นก็มีระยะเียดของรายรับ และต้นทุนในรูปแบบเดียวกับกรณีปกติ เพียงแต่มีการปรับเปลี่ยนตัวเลขบางตัว เพื่อให้สอดคล้องกับสมมติฐานของกรณีนั้น ๆ

ความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการฯ

กรณีพิจารณาการรับ : สามารถรับค่าเช่าได้ร้อยละ 10 ต่อปี

รายละเอียดโครงการฯ	เดือนแรก	ส่วนที่รับเงิน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
ปี	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
ค่าใช้จ่าย												
รายรับของโครงการฯ	0	13,480,000	55,944,000	61,538,400	67,692,240	74,461,464	81,907,610	90,098,371	99,108,209	109,019,029	119,920,932	131,913,026
อัตราส่วนเงินของรายรับ			10.00%	10.00%	10.00%	10.00%	10.00%	10.00%	10.00%	10.00%	10.00%	10.00%
อัตราส่วนเงินของรายจ่าย	0%	0%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%
รายรับสุทธิ	0	13,480,000	55,944,000	61,538,400	67,692,240	74,461,464	81,907,610	90,098,371	99,108,209	109,019,029	119,920,932	131,913,026
ค่าใช้จ่าย												
ต้นทุนค่าใช้จ่าย	93,959,995	39,312,855	8,080,000	6,847,000	7,018,175	7,193,629	7,373,470	7,797,807	7,992,752	8,192,571	8,397,385	19,137,320
ต้นทุนค่าใช้จ่าย	0	0	10,521,562	10,784,601	11,054,216	11,330,571	11,613,835	11,904,181	12,201,786	12,506,830	12,819,501	13,139,989
อัตราส่วนเงินของต้นทุน	0.00%	0.00%	0.00%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%
ส่วนที่รับเงินสุทธิ			-	9,262,350	10,196,787	12,194,402	14,406,381	16,782,956	19,490,852	22,426,854	25,800,905	29,271,877
คิดเป็นต้นทุนรวม	93,959,995	39,312,855	18,601,562	26,833,951	28,269,178	30,718,602	33,393,687	36,484,944	39,685,390	43,186,285	47,017,791	61,549,185
ส่วนที่รับเงินสุทธิ	-	93,959,995	34,545,238	31,567,529	36,038,450	40,019,789	44,418,543	49,108,509	54,467,408	60,381,792	66,907,095	123,739,614

ผลตอบแทนสุทธิ	-	7,876,559	7,394,989	6,854,785	6,248,805	5,569,042	4,806,511	3,951,136	2,991,610	1,915,253	707,840	-
ส่วนที่รับเงินสุทธิของโครงการฯ	-	10,000,000	-	8,256,559	2,896,548	30,874,500	33,889,290	40,648,006	48,021,271	55,943,187	64,969,508	86,003,017
ส่วนที่รับเงินสุทธิ	-	93,959,995	-	119,792,850	-	85,247,612	-	53,680,082	-	17,641,632	22,378,157	66,796,700

ผลตอบแทนสุทธิ	4.44%
NPV	฿148,223,010.85
IRR	26.67%

ความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการลงทุน
สรุปตัวเลขที่คาดการณ์: ไม่สามารถขึ้นค่าเช่าได้ตลอด 10 ปี

รายละเอียดโครงการลงทุน	ปีแรกลงทุน	ส่วนที่เพิ่มหลังปีแรก	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
ปี	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
จ่ายคืน												
รายได้รวมโครงการลงทุน	0	13,480,000	55,944,000	55,944,000	55,944,000	55,944,000	55,944,000	55,944,000	55,944,000	55,944,000	55,944,000	55,944,000
อัตราผลตอบแทนโครงการรวม				0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
อัตราส่วนการเพิ่มของมูลค่าสุทธิ	0%	0%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%
จ่ายคืนเมื่อหักค่าใช้จ่ายจากต้นทุนเฉลี่ยแล้ว	0	13,480,000	53,146,800	53,146,800	53,146,800	53,146,800	53,146,800	53,146,800	53,146,800	53,146,800	53,146,800	53,146,800
ค่าใช้จาย												
ต้นทุนคงที่	93,959,995	39,312,855	8,080,000	6,847,000	7,018,175	7,193,629	7,373,470	7,557,807	7,742,752	8,192,571	8,397,385	19,137,320
ต้นทุนแปรผัน	0	0	10,521,562	10,784,601	11,054,216	11,330,571	11,613,835	11,904,181	12,201,786	12,506,830	12,819,501	13,139,989
อัตราส่วนต้นทุนต่อต้นทุน	0.00%	0.00%	0.00%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%
กำไรขั้นต้นโดยเฉลี่ย			-	7,667,946	6,848,539	6,916,925	7,006,752	7,048,960	7,189,053	7,360,501	7,567,479	7,620,705
ต้นทุนค่าเสื่อมราคา	93,959,995	39,312,855	18,601,562	25,293,547	24,320,329	25,441,125	25,994,058	26,750,948	27,383,591	28,053,902	28,784,365	33,898,013
ต้นทุนรวม	- 93,959,995	- 25,832,855	34,545,238	27,847,253	28,225,871	27,705,675	27,152,742	26,395,952	25,763,209	25,086,888	24,362,435	73,220,212

ผลประโยชน์สุทธิ	-	7,876,559	7,394,989	6,854,785	6,248,805	5,569,042	4,806,511	3,951,136	2,991,610	1,915,253	707,840	-
ส่วนที่เพิ่มของมูลค่าสุทธิ	- 10,000,000	- 8,256,559	2,896,548	25,559,820	22,828,462	23,056,415	23,355,841	23,496,534	23,963,510	24,535,003	25,224,931	25,402,349
ส่วนที่เพิ่มของมูลค่าสุทธิ	- 93,959,995	- 119,792,850	- 85,247,612	- 57,400,358	- 29,174,488	- 1,468,812	25,683,930	52,079,782	77,842,991	102,929,889	127,292,323	200,512,535

รายละเอียดต้นทุน	5.99 ปี
NPV	\$51,464,366.26
IRR	17.99%

ความเป็นไปได้ทางการเงินโครงการลงทุน
สมมติฐานที่ค่าลดอากรม : มีอยู่เช่นเดียวกัน

รายละเอียดโครงการลงทุน	ปี 0	ปี 1	ปี 2	ปี 3	ปี 4	ปี 5	ปี 6	ปี 7	ปี 8	ปี 9	ปี 10	ปี 11
จ่ายค่า												
รายรับรวมโครงการลงทุน	0	13,480,000	55,944,000	58,741,200	61,678,260	64,762,173	68,000,282	71,400,296	74,970,311	78,718,826	82,654,767	86,787,506
อัตราผลตอบแทนรายรับ				5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%
อัตราส่วนการเพิ่มมูลค่าสุทธิ	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
จ่ายค่าเมื่อถึงวันสุดท้ายของปี	0	13,480,000	55,944,000	58,741,200	61,678,260	64,762,173	68,000,282	71,400,296	74,970,311	78,718,826	82,654,767	86,787,506
ค่าใช้จ่าย												
ต้นทุนค่า	93,959,995	39,312,855	8,080,000	6,847,000	7,018,175	7,193,629	7,373,470	7,797,807	7,992,752	8,192,571	8,397,385	19,137,320
ต้นทุนแปรผัน	0	0	11,075,328	11,352,211	11,636,016	11,926,917	12,225,090	12,530,717	12,843,985	13,165,085	13,494,212	13,831,567
อัตราผลตอบแทนต้นทุน	0.00%	0.00%	0.00%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%
กำไรสุทธิ												
กำไรสุทธิ	93,959,995	39,312,855	19,155,328	28,048,224	27,887,628	29,343,179	30,877,980	32,665,572	34,380,183	36,192,288	38,109,053	50,474,330
กำไรสุทธิรวม	-	93,959,995	36,788,672	30,692,976	33,790,632	35,418,994	37,122,301	38,734,784	40,590,127	42,526,538	44,545,714	96,284,601

ค่าเฉลี่ย												
ค่าเฉลี่ย	-	7,876,559	7,394,989	6,854,785	6,248,805	5,569,042	4,806,511	3,951,136	2,991,610	1,915,253	707,840	-
ค่าเฉลี่ยรวมโครงการลงทุน	-	10,000,000	5,139,982	32,830,043	30,778,121	34,075,442	37,598,068	41,123,494	45,144,821	49,448,775	54,058,188	58,351,476
ค่าเฉลี่ยรวม (รวม)	-	93,959,995	119,792,850	52,311,202	18,520,570	16,898,424	54,020,725	92,755,449	133,345,516	175,872,115	220,417,829	316,702,430

รายละเอียดการลงทุน	4.52 ปี
NPV	฿104,697,875.49
IRR	23.58%

ความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการ
สรุปตัวเลขที่คาดการณ์: ปีที่ 1 ถึง 90 ของพื้นที่

รายละเอียดโครงการ	ปี 0	ปี 1	ปี 2	ปี 3	ปี 4	ปี 5	ปี 6	ปี 7	ปี 8	ปี 9	ปี 10	ปี 11
รายได้												
รายได้รวมโครงการ	0	13,480,000	55,944,000	58,741,200	61,678,260	64,762,173	68,000,282	71,400,296	74,970,311	78,718,826	82,654,767	86,787,506
อัตราส่วนกำไรสุทธิ	0.00%	0.00%	0.00%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%
อัตราส่วนกำไรสุทธิต่อปี	0%	0%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%
กำไรสุทธิรวม	0	13,480,000	44,755,200	46,992,960	49,342,608	51,809,738	54,400,225	57,120,237	59,976,248	62,975,061	66,123,814	69,430,005
ค่าใช้จ่าย												
ต้นทุนค่าใช้สอย	93,959,995	39,312,855	8,080,000	6,847,000	7,018,175	7,193,629	7,373,470	7,797,807	7,992,752	8,192,571	8,397,385	19,137,320
ต้นทุนค่าใช้สอยต่อปี	0	0	8,860,262	9,081,769	9,308,813	9,541,534	9,780,072	10,024,574	10,275,188	10,532,068	10,795,369	11,065,254
อัตราส่วนกำไรสุทธิต่อปี	0.00%	0.00%	0.00%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%
กำไรสุทธิรวม	93,959,995	39,312,855	15,790,137	20,242,322	22,557,890	23,787,680	25,086,451	26,627,254	28,083,807	29,626,046	31,260,577	43,330,660
กำไรสุทธิรวมต่อปี	- 93,959,995	- 25,832,855	- 28,965,063	- 26,750,638	- 26,784,718	- 28,022,058	- 29,313,774	- 30,492,983	- 31,882,442	- 33,349,014	- 34,863,236	- 86,070,770

กำไรสุทธิรวมต่อปี	-	7,876,559	7,394,989	6,854,785	6,248,805	5,569,042	4,806,511	3,951,136	2,991,610	1,915,253	707,840	-
กำไรสุทธิรวมต่อปีต่อโครงการ	- 10,000,000	- 8,256,559	- 3,833,753	14,378,511	20,769,672	23,508,391	26,443,030	29,349,578	32,719,556	36,338,026	40,226,076	43,760,289
กำไรสุทธิรวมต่อปีต่อพื้นที่	- 93,959,995	- 119,792,850	- 90,827,787	- 64,077,149	- 37,292,431	- 9,270,373	20,043,402	50,536,385	82,428,826	115,777,841	150,641,077	236,711,847

รายละเอียดโครงการ	5.32 ปี
NPV	882,938,371.86
IRR	18.78%

ความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการลงทุน

กรณีตัวอย่างที่คำนวณ : ต้นทุนค่าจ้างสร้างที่ค่าประมาณร้อยละ 20

รายละเอียดโครงการลงทุน	ต้นทุน	ส่วนที่จ้างสร้างที่	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
ปี	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
จ่ายคืน												
ทุนของโครงการลงทุน	0	13,480,000	55,944,000	58,741,200	61,678,260	64,762,173	68,000,282	71,400,296	74,970,311	78,718,326	82,654,767	86,787,506
อัตราดอกเบี้ยโครงการลงทุน			5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%
อัตราส่วนผลประโยชน์สุทธิ	0%	0%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%
จ่ายคืนแล้วหักด้วยค่าจ้างสร้างที่	0	13,480,000	53,146,800	55,804,140	58,594,347	61,524,064	64,600,268	67,830,281	71,221,735	74,782,885	78,522,029	82,448,130
ค่าใช้จ่าย												
ต้นทุนค่าจ้าง	77,167,996	32,116,284	8,080,000	6,847,000	7,018,175	7,193,629	7,373,470	7,557,807	7,747,752	7,942,571	8,142,385	8,347,320
ต้นทุนค่าจ้าง	0	0	10,521,562	10,784,601	11,054,216	11,330,571	11,613,835	11,904,181	12,201,786	12,506,830	12,819,501	13,139,989
อัตราดอกเบี้ยโครงการลงทุน	0.00%	0.00%	0.00%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%
ค่าใช้จ่ายสุทธิ	77,167,996	32,116,284	24,784,290	25,587,613	26,315,022	26,914,133	27,489,326	28,041,821	28,573,918	29,086,556	29,579,763	30,053,241
ค่าใช้จ่ายสุทธิ	-	77,167,996	28,362,510	30,216,827	31,679,325	33,209,332	34,810,341	36,314,460	37,805,877	39,272,329	40,715,266	42,137,315

ผลประโยชน์สุทธิ	-	7,876,559	7,394,989	6,854,785	6,248,805	5,569,042	4,806,511	3,951,136	2,991,610	1,915,253	707,840	-
ค่าใช้จ่ายสุทธิโครงการลงทุน	-	10,000,000	20,609,094	26,520,041	29,475,437	32,633,108	36,008,737	39,379,443	43,237,933	47,370,516	51,799,588	55,903,108
ค่าใช้จ่ายสุทธิรวม	-	77,167,996	95,804,280	107,441,770	119,225,243	131,545,917	144,474,355	157,888,815	171,804,692	186,171,021	201,001,237	216,253,602

รายละเอียดต้นทุน	4.17 ปี
NPV	฿111,232,258.52
IRR	26.63%

ความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการลงทุน
กรณีที่มีรางวัลค่าลดอากร: ต้นทุนค่าก่อสร้างรางวัลค่าลดอากรมีอัตรา 20

รายละเอียดโครงการลงทุน	ต้นลงทุน	ส่วนที่รับกำไร	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10	ปีที่ 11
ปี	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
รายละเอียด													
รายรับของโครงการลงทุน	0	13,480,000	55,944,000	58,741,200	61,678,260	64,762,173	68,000,282	71,400,296	74,970,311	78,718,826	82,654,767	86,787,506	
อัตราส่วนเงินปันผลของรายรับ			5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%
อัตราส่วนกำไรของรายรับสุทธิ	0%	0%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%
รายรับเมื่อหักต้นทุนรายรับแล้ว	0	13,480,000	53,146,800	55,804,140	58,594,347	61,524,064	64,600,268	67,830,281	71,221,795	74,782,885	78,522,029	82,448,130	
ค่าใช้จ่าย													
ต้นทุนค่าที่	110,751,994	46,509,426	8,080,000	6,847,000	7,018,175	7,193,629	7,373,470	7,797,807	7,992,752	8,192,571	8,397,385	8,597,320	
ต้นทุนที่ดิน	0	0	10,521,562	10,784,601	11,054,216	11,330,571	11,613,835	11,904,181	12,201,786	12,506,830	12,819,501	13,139,989	
อัตราส่วนเงินปันผลของต้นทุน	0.00%	0.00%	0.00%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%
ส่วนที่คืนให้สังคม			6,417,911	6,417,911	7,748,046	8,736,133	9,794,573	10,857,108	12,072,226	13,376,582	14,777,749	16,051,275	
ต้นทุนที่ลงทุนรวม	110,751,994	46,509,426	18,601,562	24,043,512	25,820,436	27,260,333	28,781,879	30,559,096	32,266,764	34,075,984	35,994,635	38,328,584	
ส่วนที่คืนสังคม	- 110,751,994	- 33,029,426	34,545,238	31,754,628	32,773,311	34,263,731	35,818,389	37,271,185	38,955,031	40,706,901	42,527,394	44,090,972	

ผลสุทธิต่อปี	-	9,451,870	8,873,987	8,225,742	7,498,566	6,682,850	5,767,814	4,741,363	3,589,932	2,298,304	849,409	-	
ส่วนที่คืนเงินปันผลของโครงการลงทุน	- 10,000,000	- 9,831,870	- 1,357,190	21,393,037	25,826,819	29,120,442	32,648,577	36,190,359	40,240,754	44,588,608	49,259,153	53,504,251	
ส่วนที่คืนเงินปันผลสุทธิ	- 110,751,994	- 143,781,420	- 109,236,182	- 77,481,553	- 44,707,643	- 10,443,911	25,374,477	62,645,663	101,600,694	142,307,595	184,834,989	278,925,961	

ผลตอบแทนการลงทุน	5.29 ปี
NPV	฿74,517,344.19
IRR	18.78%

สรุป: ต้นทุนค่าก่อสร้างโครงการที่ค่าก่อสร้างมีมูลค่า 76

รายละเอียดโครงการลงทุน	ปี 0	ปี 1	ปี 2	ปี 3	ปี 4	ปี 5	ปี 6	ปี 7	ปี 8	ปี 9	ปี 10	ปี 11
ค่าใช้จ่าย												
ต้นทุนค่าก่อสร้างโครงการลงทุน	0	13,480,000	55,944,000	58,741,200	61,678,260	64,762,173	68,000,282	71,400,296	74,970,311	78,718,826	82,654,767	86,787,506
อัตราผลตอบแทนโครงการลงทุน												
อัตราผลตอบแทนโครงการลงทุน	0%	0%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%
อัตราผลตอบแทนโครงการลงทุน	0	13,480,000	55,944,000	58,741,200	61,678,260	64,762,173	68,000,282	71,400,296	74,970,311	78,718,826	82,654,767	86,787,506
ค่าใช้จ่าย												
ต้นทุนค่าก่อสร้างโครงการลงทุน	157,769,591	66,659,825	8,020,000	6,847,000	7,018,175	7,193,629	7,373,470	7,557,807	7,746,752	7,940,421	8,138,931	8,342,405
อัตราผลตอบแทนโครงการลงทุน	0	0	10,521,562	10,784,601	11,054,216	11,330,571	11,613,235	11,904,181	12,201,786	12,506,230	12,819,501	13,139,989
อัตราผลตอบแทนโครงการลงทุน	0.00%	0.00%	0.00%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%	2.50%
อัตราผลตอบแทนโครงการลงทุน	157,769,591	66,659,825	22,684,642	29,999,951	27,062,486	28,257,668	29,504,703	30,805,985	32,164,024	33,581,450	35,061,020	36,601,623
อัตราผลตอบแทนโครงการลงทุน	- 157,769,591 -	53,179,825 -	30,462,158 -	25,804,183 -	31,531,861 -	33,266,336 -	35,095,565 -	37,024,296 -	39,057,771 -	41,201,435 -	43,461,003 -	45,833,932 -

อัตราผลตอบแทนโครงการลงทุน	-	7,876,559	7,394,989	6,854,785	6,248,805	5,569,042	4,806,511	3,951,136	2,991,610	1,915,253	707,840	-
อัตราผลตอบแทนโครงการลงทุน	- 10,000,000 -	380,000	13,610,268	41,227,836	29,966,986	32,444,893	35,057,991	37,813,322	40,718,286	43,780,663	47,008,626	50,410,766
อัตราผลตอบแทนโครงการลงทุน	- 157,769,591 -	210,949,416 -	180,487,258 -	154,683,069 -	123,151,209 -	89,884,813 -	54,789,248 -	17,764,952 -	21,292,820 -	62,494,254 -	105,955,263 -	201,239,195 -

อัตราผลตอบแทนโครงการลงทุน	7.55 %
NPV	\$506,747.28
IRR	10.44%

บรรณานุกรม

หนังสือ

กัลยา วาณิชยปัญญา,หลักสถิติ .พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.

ชัยยศ สันตติวงศ์. การศึกษาคือความเป็นไปได้ของโครงการ. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด, 2533.

ประสิทธิ์ ตงยั้งศิริ .การวางแผนและวิเคราะห์โครงการ.พิมพ์ครั้งที่ 1.กรุงเทพฯ: บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน) , 2542.

ภราดร ปรีดาศักดิ์.หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค.พิมพ์ครั้งที่ 1 กรุงเทพฯ :โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,2547.

วันรักษ์ มิ่งมณีนาคน.หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค.พิมพ์ครั้งที่ 17 กรุงเทพฯ:โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิชย์,2545.

วิเชียร วงศ์นิชชากุล,หลักการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : บริษัท เฟื่องฟ้า พรินติ้ง จำกัด ,2549.

สุดาพร ภูณทลบุตร ,หลักการตลาด(สมัยใหม่). พิมพ์ครั้งที่ 1 : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ,2549.

เอกสารอื่นๆ

ชนิตา ช้วยศิริ. "แนวทางการกำหนดรูปแบบโครงการและการออกแบบศูนย์การค้าไอทีประเภทผู้นำตลาด", วิทยานิพนธ์ สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2549.

พนมพล อูระพันธ์มาศ. "แนวทางการออกแบบพื้นที่สาธารณะของศูนย์การค้า: รูปแบบที่ก่อให้เกิดรายได้", วิทยานิพนธ์ สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2548.

พรชัย บรรลุทางธรรม. "ความเป็นไปได้ในการลงทุนของโครงการอพาร์ทเมนต์ให้เช่าสำหรับนักศึกษากรณีศึกษา มหาวิทยาลัยรังสิต จังหวัดปทุมธานี", งานวิจัยเฉพาะเรื่อง เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2548.

ศากุล ติมวงศ์. "แนวทางการบริหารจัดการพื้นที่สวนลุมไนท์บาซาร์", วิทยานิพนธ์สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2548.

บทความ

ทัศนีย์ สถิตยศรีวงศ์. ห้างสรรพสินค้า. กรุงเทพฯ: สำนักพัฒนาธุรกิจธนาคารกรุงไทย, 2538.

ส่วนวิทยบริการฝ่ายวิชาการ. วารสารอาคารสงเคราะห์ ปีที่ 12 ฉบับที่ 46 กค.-ก.ย 2549.

ข้อมูลจากเว็บไซต์

กรุงเทพธุรกิจ"เกมเปลี่ยนทิศ ธุรกิจ 'โต' นอกห้างฯ ซอปปิงมอลล์ 'พันธุ์ใหม่' 20 กค. 50 "
<http://www.bangkokbizweek.com/20070703/cover/index.php?news=column_23754513.html>

กรุงเทพมหานคร “ข้อมูลทั่วไปกทม.”

< www.local.moi.go.th/bkk47.xls>

กรุงเทพมหานคร . ข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร เรื่อง ควบคุมอาคาร

< www.thaiengineering.com/viewnew.php?id=334>

ฐานเศรษฐกิจ ฉบับที่ 2137-543 “ยั่วกันด้วยอาหาร”

<<http://www.thannews.th.com/detailNews.php?id=M2821372&issue=2265>>

ทันหุ้น “บริษัท สยามฟิวเจอร์ ดีเวลอปเมนต์ จำกัด(มหาชน)”

<<http://www.thunhoon.com/highlight/23809/23809.html>>

ทำเลถนนร่มเกล้า-ลาดกระบัง-คลองกรุง “ตลาดที่อยู่อาศัยออนไลน์”

<http://www.thaihomestore.co.th/w_home/location.asp?DataID=79>

ไทยพีอาร์ เนต เพียวเพลส คอมมูนิตีมอลล์ 11 มิ.ย. 50

<<http://www.ryt9.com/news/2007-06-11/iq46a8d160cfb58c1899cdcdfd54f27bef/>>

ธนาคารกรุงศรีอยุธยา “อัตราดอกเบี้ยเงินกู้”

< http://www.krungsri.com/pdf/th/loan_rate160350.pdf>

ธนาคารกรุงเทพ “อัตราดอกเบี้ยเงินกู้”

<<http://www.bangkokbank.com/Bangkok+Bank+Thai/Web+Services/Rates/Loan+Interest+Rates.htm>>

ธนาคารกรุงไทย “อัตราดอกเบี้ยเงินกู้”

<http://www.ktb.co.th/ktbweb/public/th/data/pro_services/personal/per_fi_rates/media/fpd_int/loan_07_03_50.pdf>

ธนาคารกสิกรไทย “อัตราดอกเบี้ยเงินกู้”

<http://www.kasikornbank.com/GlobalHome/TH/miscellaneous/rate/rate.html?content=rate_loan/rate_loan.jsp>

ธนาคารไทยพาณิชย์ “อัตราดอกเบี้ยเงินกู้”

<<http://www.scb.co.th/html/th/interest/loan/loan.pdf> >

บิสิเนสไทย “ผ่าธุรกิจ"สยามฟิวเจอร์"ยุคขาขึ้น ปักธงผู้นำศูนย์การค้าแบบเปิด"วันที่23 กค.2250

< http://www.businesssThai.co.th/content.php?data=411671_Business>

แบรนด์เจจ “Central World Plaza แม่เหล็กยักษ์แห่ง Shopping Street”

<http://www.brandage.com/issue/edn_print.asp?id=1529>

แบรนด์เจจ “MBK Center กับ 4 แม่เหล็กยักษ์”

<http://www.brandage.com/issue/cs_print.asp?id=2171>

มูลนิธิประเมินค่าสินทรัพย์แห่งประเทศไทย “ราคาประเมินค่าก่อสร้างปี 2550”

<<http://www.thaiappraisal.org/Thai/Value/Value2.htm>>

ไม่ปรากฏ. “ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์”

<<http://elearning.spu.ac.th/allcontent/ecn207/chapter01/chapter1.htm> >

สูตรสมการเส้นตรงเส้นตรง

<http://www.rmuti.ac.th/support/special/techno/cai_on/cai_online/math/index_files/b2_files/md5-2-2.htm?titleno=50&botno=2&headno=2>

สำนักผังเมือง. “ กฎกระทรวงใช้บังคับผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร ” ,2549

<http://www.bma-cpd.go.th/files/001/DOC_01.pdf>

ไอทีฟิวเจอร์พลาซาร์“ศูนย์ไอทีแม่เหล็กดูดคน โมเดิร์นเทรดจ่อคิวเปิดเพียบ”

<<http://www.bangkokspace.com/content.aspx?bs=ITFuture&cid=11&id=128>

5>

Website

Positioning new value magazine. “ Carrefour ”

<http://www.positioningmag.com/brand_details.aspx?id=20616>