



การศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนธุรกิจคอนโดมิเนียมในจังหวัดนนทบุรี

โดย

นางสาวศจีรัตน์ กลิ่นพันธุ์

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการโครงการก่อสร้าง

ภาควิชาเทคนิคสถาปัตยกรรม

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2552

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

การศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนธุรกิจคอนโดมิเนียมในจังหวัดนนทบุรี

โดย

นางสาวศจีรัตน์ กลิ่นพันธุ์

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการโครงการก่อสร้าง

ภาควิชาเทคนิคสถาปัตยกรรม

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2552

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

**THE FEASIBILITY STUDY OF THE INVESTMENT ON A CONDOMINIUM PROJECT,
NONTHABURI**

**By
Sajeerat Klinphan**

An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree

MASTER OF SCIENCE

Department of Architectural Technology

Graduate School

SILPAKORN UNIVERSITY

2009

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเรื่อง “ การศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนธุรกิจคอนโดมิเนียมในจังหวัดนนทบุรี ” เสนอโดย นางสาวศศิรัตน์ กลิ่นพันธุ์ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโครงการก่อสร้าง

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริชัย ชินะตั้งกูร)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
วันที่.....เดือน..... พ.ศ.....

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ
อาจารย์ ดร.ขวัญชัย โรจนกนันท์

..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิเศษณ์ สุวิสิทธิ์)
...../...../.....

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีชญา มหัทธนนทวิ)
...../...../.....

..... กรรมการ
(อาจารย์ ดร.ขวัญชัย โรจนกนันท์)
...../...../.....

48055314 : สาขาวิชาการจัดการโครงการก่อสร้าง

คำสำคัญ : การศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุน คอนโดมิเนียม นนทบุรี

ศิริรัตน์ กลิ่นพันธุ์ : การศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนธุรกิจคอนโดมิเนียมใน
จังหวัดนนทบุรี. อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ : อาจารย์ ดร.ขวัญชัย โรจนกานนท์. 190 หน้า.

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาและวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของการการลงทุนทำ
ธุรกิจคอนโดมิเนียม ในจังหวัดนนทบุรี โดยศึกษาครอบคลุมทั้งในด้านกฎหมาย ด้านการตลาด และด้าน
การเงินเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจถึงความคุ้มค่าและความเหมาะสมในการลงทุน ตลอดจนศึกษาถึง
วิธีการบริหารจัดการ โครงการ เพื่อเข้าใจถึงปัญหาและอุปสรรค และแนวทางการปรับปรุงให้มี
ประสิทธิภาพในการประกอบธุรกิจได้อย่างเหมาะสม

วิธีการศึกษา ประกอบด้วย การเก็บรวบรวมข้อมูลจากหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน
การสำรวจบริเวณที่ตั้งโครงการ และการเก็บข้อมูลโดยการใช้แบบสอบถาม นำข้อมูลมาวิเคราะห์ผลใน
ด้านต่างๆ ประกอบด้วย ความต้องการของผู้บริโภค วิเคราะห์ธุรกิจทั้งปัจจัยภายในและภายนอก วิเคราะห์
อุปสงค์ อุปทาน และกลยุทธ์ทางการตลาด วิเคราะห์แผนการเงิน ผลตอบแทน วิเคราะห์สถานการณ์ที่คาด
ว่าจะเกิดขึ้น (Scenario Analysis) และวิเคราะห์ความเสี่ยง (Sensitivity Analysis)

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสมกับโครงการควรเป็นกลุ่มคนโสด หรือ
ครอบครัวขนาดเล็ก ที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี มีรายได้ต่อครอบครัวประมาณ 20,000-50,000 บาทต่อเดือน
และเป็นกลุ่มผู้ที่ต้องการที่พักอาศัยอยู่ในจังหวัดนนทบุรี โครงการที่ทำการศึกษากำหนดให้เป็น
คอนโดมิเนียมที่มีทำเลติดถนนรัตนวิบูลย์ เนื่องจากมีความสะดวกในการเดินทาง ด้วยระบบขนส่งมวลชน
รถไฟฟ้าสายสีม่วงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต โดยมีแนวคิดในการออกแบบอาคารให้สามารถตอบสนองชีวิต
ความเป็นอยู่และกำลังซื้อของคนระดับกลาง ลักษณะอาคารที่ออกแบบเป็นอาคารคอนโดมิเนียม สูง 20-24
ชั้น มีห้องชุดจำนวน 939 ยูนิต มีขนาดห้อง 30-60 ตร.ม. ราคาเฉลี่ยต่อยูนิตอยู่ที่ 1,577,061 บาท หรือ
38,000 บาทต่อตารางเมตร หากการขายเป็นไปตามเป้าหมายคาดว่าโครงการจะแล้วเสร็จภายในระยะเวลา
2 ปี ผลของการวิเคราะห์ด้านการเงินพบว่าผลตอบแทนของโครงการมีกระแสเงินสดสุทธิ (NPV) เท่ากับ 166,
869,356 บาท และค่า IRR เท่ากับ 19.99% ซึ่งมากกว่าอัตราผลตอบแทนในส่วนที่เจ้าของต้องการ และมี
จุดคุ้มทุนอยู่ที่ 62.43 % ซึ่งทำให้โครงการนี้มีความเป็นไปได้ในการลงทุน

ภาควิชาเทคนิคสถาปัตยกรรม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ปีการศึกษา 2552

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ.....

48055314 : MAJOR : CONSTRUCTION PROJECT MANAGEMENT

KEY WORD : INVESTMENT FEASIBILITY STUDY / CONDOMINIUM / NONTHABURI

SAJEERAT KLINPHAN : THE FEASIBILITY STUDY OF THE INVESTMENT ON A CONDOMINIUM PROJECT, NONTHABURI. INDEPENDENT STUDY ADVISOR : KWANCHAI ROACHANAKANAN , Ph.D. . 190 pp.

The aim of this research is to study and analyze the feasibility of investment in condominium in Nonthaburi Province in aspect of law, marketing and finance to provide data for decision making. The worthiness, suitability and project management methodology were considered to identify problems and threats as well as the solutions for improving business management.

The study methods included collecting data from government agencies and private sectors, site survey, and questionnaire survey. Several aspects were analyzed from the collected data including consumers' needs, business analysis, internal and external factors, demand, supply, marketing strategies, financial plan, rate of return as well as scenario and sensitivity analysis.

The result indicated that the target groups of the project should be singles or small families, whose ages are between 21-40 years old, earning monthly income approximately 20,000-50,000 baht per month, and prefer to have residences in Nonthaburi Province. The proposed project is located on Rattanathibet Road which is convenient to access by MRT purple line extension in the near future. The proposed project was designed in response to lifestyle and purchasing power of middle class people in Nonthaburi. The condominium building in this project has 20-24 floors and 939 units. The room sizes are 30-60 sq.m., and the average price is 1,577,061 baht per unit or 38,000 baht per square metre. If the sale reached the target, the project is expected to finish within 2 years. However, the result of the financial analysis indicated that the net present value (NPV) of the return of the project was 166,869,356 baht and the internal rate of return (IRR) was 19.99% which was higher than the needed return. Moreover, the break even point was 62.43%. Therefore, this project is feasible for the investment

Student's signature

Independent Study Advisor's signature

กิตติกรรมประกาศ

ในการจัดทำโครงการศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนธุรกิจคอนโดมิเนียมในจังหวัดนนทบุรี ได้จัดทำขึ้นตามหลักวิชาการที่ได้ค้นคว้าจากหนังสือและตำราที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่างๆ โดยในการค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีอันเนื่องจากความกรุณาของ อาจารย์ ดร.ขวัญชัย โรจนกนันท์ ที่ได้กรุณาเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิเชษฐ์ สุวิสิทธิ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีชญา มัทชนทวิ อาจารย์กรรมการตรวจการค้นคว้าอิสระที่ได้ให้ความกรุณาเป็นอย่างสูงในการให้ข้อมูลคำแนะนำและข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ รวมทั้งการเอาใจใส่ติดตามงานอย่างใกล้ชิด ตลอดจนคณาจารย์ท่านอื่นๆ เจ้าหน้าที่ประจำภาควิชาเทคนิคสถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และผู้เกี่ยวข้องทุกท่านที่สละเวลาให้คำแนะนำที่มีประโยชน์ยิ่ง ต่อการค้นคว้าอิสระในครั้งนี้

ขอบคุณเพื่อนๆ พี่ๆ ทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือและให้กำลังใจ ให้ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นที่มีประโยชน์ต่อการค้นคว้าอิสระครั้งนี้ อีกทั้งผู้ที่ให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลและตอบแบบสอบถาม จนสารนิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลงได้

ท้ายที่สุดนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณบุคคลที่มีความสำคัญยิ่งต่อผู้วิจัยคือ ครอบครัวกลิ่นพันธุ์ และครอบครัวรัตนแสงสว่าง ที่ได้สนับสนุนและเป็นกำลังใจให้การค้นคว้าอิสระครั้งนี้สำเร็จลุล่วง หากมีข้อบกพร่องหรือข้อผิดพลาดประการใดในการค้นคว้าอิสระนี้ ทางผู้จัดทำขอน้อมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาของโครงการ.....	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	3
ขอบเขตของการศึกษา.....	3
ขั้นตอนของการศึกษา.....	4
วิธีการศึกษา.....	5
2 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
ทฤษฎี : การศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุน.....	8
ทฤษฎี : คอนโดมิเนียม.....	15
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	19
3 การศึกษาความเป็นไปได้ด้านทำเลที่ตั้งโครงการ.....	22
สภาพทั่วไปและข้อมูลพื้นฐานจังหวัดนนทบุรี.....	22
กรอบการวิเคราะห์ที่ตั้งโครงการ.....	25
กระบวนการทำงานในขั้นตอนต่างๆ.....	31
4 การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด.....	46
ภาวะเศรษฐกิจไทยปี 2552.....	46
แนวโน้มเศรษฐกิจไทยปี 2553.....	49
ภาวะตลาดคอนโดมิเนียม.....	53
แนวโน้มตลาดคอนโดมิเนียมในปี 2553.....	56
การวิเคราะห์อุปสงค์.....	61
การวิเคราะห์อุปทาน.....	66

บทที่	หน้า
การวิเคราะห์ศักยภาพโครงการ(SWOT).....	73
การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด(STP)	75
ส่วนผสมทางการตลาด 4'Ps.....	80
5 การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงิน.....	98
งบประมาณด้านการลงทุน.....	98
สมมุติอัตราคิดลด	100
สมมติฐานรายรับของโครงการ.....	100
โครงสร้างการเงิน สัดส่วนการลงทุน และการกู้ยืม	103
แผนการขายห้องชุดและคืนเงินกู้ธนาคาร.....	103
การวิเคราะห์ Scenario Analysis	104
การวิเคราะห์ Sensitivity Analysis	106
6 การบริหารงานก่อสร้างและการบริหารจัดการ โครงการ	108
การบริหารงานก่อสร้าง	108
การบริหารจัดการ	121
7 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ	130
สรุปการศึกษาความเป็นไปได้ด้านทำเลที่ตั้งโครงการ	130
สรุปการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด.....	132
สรุปการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงิน	135
สรุปการบริหารงานก่อสร้างและการบริหารจัดการ โครงการ	136
ข้อเสนอแนะ.....	138
บรรณานุกรม.....	140
ภาคผนวก	142
ภาคผนวก ก.....	143
ภาคผนวก ข.....	148
ภาคผนวก ค.....	167
ภาคผนวก ง.	171
ภาคผนวก จ.	175

บทที่	หน้า
ภาคผนวก จ.....	179
ภาคผนวก ช.....	182
ภาคผนวก ซ.....	186
ประวัติผู้วิจัย.....	190

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงประมาณการอัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจไทย ปี 2552.....	48
2	แสดงที่อยู่อาศัยสร้างเสร็จจดทะเบียนในเขตกทม.และปริมณฑล ปี 2547-2550 ...	69
3	แสดงระดับรายได้ต่อเดือนต่อครอบครัวที่มีความสัมพันธ์โดยตรงกับราคาขาย ต่อยูนิต	78
4	แสดงการเปรียบเทียบแนวโน้มจากงานวิจัยกับสถานการณ์ปัจจุบัน.....	85
5	แสดงสมมุติฐานรายรับโครงการ (อาคาร A - 24 ชั้น).....	101
6	แสดงสมมุติฐานรายรับโครงการ (อาคาร B - 24 ชั้น).....	101
7	แสดงสมมุติฐานรายรับโครงการ (อาคาร C และ อาคาร D - 20 ชั้น).....	102
8	แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ Scenario Analysis.....	105
9	แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ Sensitivity Analysis	106

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	แสดงการวางผังคอนโดมิเนียมแบบ Point Royal Bracknel England	16
2	แสดงการวางผังคอนโดมิเนียมแบบ Y Block.....	17
3	แสดงการวางผังคอนโดมิเนียมแบบ American Apartments.....	17
4	แสดงการวางผังคอนโดมิเนียมแบบ Point Block	18
5	แสดงการวางผังคอนโดมิเนียมแบบ Low Point Block.....	18
6	แสดงแผนที่ตั้งโครงการ	32
7	แสดงลักษณะที่ดิน.....	33
8	แสดงเส้นทางโครงการรถไฟฟ้าสายสีม่วง	35
9	แสดงผังพื้นที่ที่สามารถสร้างอาคารได้.....	42
10	แสดงความสูงที่สามารถสร้างอาคารได้.....	44
11	แสดงคอนโดมิเนียมที่จดทะเบียนเพิ่มขึ้นในเขตกทม.และปริมณฑล ปี 2530-2550	67
12	แสดงการเปรียบเทียบสัดส่วนประเภทที่อยู่อาศัยสร้างเสร็จ ในกทม.และปริมณฑล ปี2539-2550	68
13	แสดงโครงการและแผนที่ตั้งโครงการลุมพินี คอนโดทาวน์ รัตนาธิเบศร์	69
14	แสดงโครงการและแผนที่ตั้งโครงการรัชดีโฮม รัตนาธิเบศร์.....	72
15	แสดงโครงการและแผนที่ตั้งโครงการเดอะฟิฟท์ อเวนิว.....	74
16	แสดงกรอบแนวความคิดในกระบวนการออกแบบอาคาร	81
17	แสดงรูปแบบอาคาร	86
18	แสดงลักษณะการวางผังโครงการ.....	87
19	แสดงบรรยากาศภายในโครงการ.....	88
20	แสดงลักษณะห้องชุดแบบ S-type(30 ตรม.).....	88
21	แสดงลักษณะห้องชุดแบบ M-type(45 ตรม.)	89
22	แสดงลักษณะห้องชุดแบบ L-type(60 ตรม.)	89
23	แสดงลักษณะพื้นที่ใช้สอยภายใน.....	90
24	แสดงตำแหน่งการกระจายตัวของคอนโดมิเนียมที่อยู่ใกล้กับโครงการ.....	130
25	แสดงระยะในการเข้าถึงรถไฟฟ้ากับที่ตั้งโครงการและโครงการใกล้เคียง	131
26	แสดงตำแหน่งพื้นที่ที่ทำการสำรวจแบบสอบถาม.....	147

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาของโครงการ

ที่อยู่อาศัย ถือเป็นหนึ่งในปัจจัยที่สำคัญในการดำรงชีวิต มนุษย์มีการแสวงหาที่อยู่อาศัย เพื่อเอื้ออำนวยประโยชน์ต่อการดำรงชีวิตให้ได้มากที่สุด ซึ่งที่อยู่อาศัยแต่ละประเภทจะมีความแตกต่างกันออกไปตามสภาพสังคมเศรษฐกิจ และสภาพความเป็นอยู่ ตลอดจนความเจริญทางด้านเทคโนโลยีต่างๆ ปัจจุบันสภาพสังคมและเศรษฐกิจของประเทศ มีการเปลี่ยนแปลง คนใช้เวลาในการประกอบอาชีพมากขึ้น การสร้างบ้านด้วยตนเองจึงเป็นเรื่องที่ทำได้ยาก เนื่องด้วยข้อจำกัดต่างๆ เช่น เวลา ความไม่สะดวกในการจัดหาที่อยู่อาศัยด้วยตนเอง การหาที่ดินในการสร้างที่อยู่อาศัย ตลอดจนราคาที่ดินที่เพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ เมื่อมีข้อจำกัดมากขึ้นธุรกิจที่อยู่อาศัยประเภทหนึ่งที่เรียกว่า “คอนโดมิเนียม” จึงเกิดขึ้น ซึ่งเป็นรูปแบบที่พักอาศัยที่ตอบสนองความต้องการของคนที่อาศัยอยู่ในเมือง ซึ่งมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ความต้องการที่ดินเพื่อรองรับการขยายตัวมีเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ตามการพัฒนาความเจริญของประเทศ ดังนั้นเมื่อจำนวนที่ดินมีจำกัด ทำให้ระดับราคาที่ดินเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว และมีผลต่อราคาที่พักอาศัยอย่างบ้านจัดสรรเพิ่มสูงขึ้นด้วย อีกทั้งปัญหาการจราจรที่ทำให้การเดินทางในแต่ละวันต้องสิ้นเปลืองเวลา เสียค่าใช้จ่ายมากขึ้นเป็นสิ่งที่ทำให้คนหันมาเปลี่ยนแปลงวิธีการดำรงชีวิต ให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง โดยหาที่พักที่ไม่ไกลจากตัวเมืองและราคาไม่สูงมาก แต่ยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกเหมือนบ้านอยู่ ดังนั้นธุรกิจคอนโดมิเนียมจึงเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลง

การขยายตัวทางเศรษฐกิจและการเติบโตอย่างรวดเร็วของกรุงเทพฯ ในช่วงที่ผ่านมาได้ส่งผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงและการกระจายตัวของที่อยู่อาศัยออกสู่ชานเมืองหรือจังหวัดปริมณฑล จังหวัดนนทบุรีก็เป็นหนึ่งในจังหวัดปริมณฑลที่มีปริมาณการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งนอกจากจะอยู่ใกล้กับกรุงเทพฯ แล้ว ยังคงมีความเป็นสังคมเมืองกึ่งชนบท ผู้คนจากหลายๆที่จึงย้ายมาพักอาศัยอยู่ที่จังหวัดนนทบุรี เพื่อความสะดวกในการเดินทางเข้าไปทำงานในกรุงเทพฯ ดังนั้นความพลุกพล่าน ความหนาแน่นทั้งของประชากรและการจราจรภายในจังหวัดนนทบุรีจึงไม่ต่างจาก กรุงเทพฯ มากนัก การเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นทางด้านเศรษฐกิจและด้านสังคม ทำให้จังหวัดนนทบุรีประสบกับปัญหาและข้อจำกัดต่างๆ ที่มีลักษณะที่คล้ายคลึงกับกรุงเทพฯ โดยเฉพาะในเขตอำเภอเมือง เนื่องจากมีหน่วยงานราชการ ธุรกิจเอกชน ห้างสรรพสินค้า และสถาบันการศึกษา ตั้งอยู่มากมายหลายแห่ง ทำให้ความต้องการใช้ที่ดินมีมากขึ้น ทำให้ราคาที่ดิน

เพิ่มสูงขึ้น การจราจรที่เพิ่มมากขึ้น และในแง่ของประชากรความเติบโตใหญ่ของคนรุ่นใหม่ที่จะกระจายออกไปตั้งอยู่บริเวณชานเมืองมากขึ้น ซึ่งวิถีชีวิตของคนกลุ่มนี้มุ่งไปที่ความสะดวกสบาย มีความเป็นอยู่อย่างง่ายๆ เป็นหลัก จากเหตุผลที่กล่าวมา ธุรกิจคอนโดมิเนียมจึงเข้ามามีบทบาทในการตอบสนองความต้องการทางด้านที่อยู่อาศัยของประชาชนในจังหวัดนนทบุรีมากขึ้น ทั้งผู้ที่อยู่เดิมและผู้ที่ต้องการที่อยู่อาศัยอยู่ใกล้เมืองและมีราคาไม่สูงนัก ในปัจจุบันตลาดคอนโดมิเนียมยังคงมีความต้องการอยู่ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นที่นิยมสำหรับหนุ่มสาวในวัยเริ่มต้นทำงาน หรือผู้ที่ต้องการสร้างครอบครัวใหม่ กลุ่มคนเหล่านี้ต้องการที่อยู่อาศัยที่ตั้งในเมืองหรือใกล้เมือง และมีความสะดวกสบายต่อการเดินทางเข้าไปทำงานในเมือง จึงง่ายต่อการลงทุนซื้อคอนโดมิเนียมไว้เป็นที่อยู่อาศัยแทนการเช่าหอพัก เพราะอัตราค่าเช่าของหอพักกับอัตราค่าธรรมเนียมชำระคอนโดมิเนียมมีราคาไม่แตกต่างกันมากนัก อีกทั้งเมื่อผ่อนชำระหมดก็ยังสามารถสิทธิเป็นของตนเองด้วย

การค้นคว้าอิสระนี้จึงเป็นการศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนธุรกิจคอนโดมิเนียมในจังหวัดนนทบุรี ทั้งนี้จังหวัดนนทบุรีมีความเหมาะสมที่จะเป็นที่ตั้งโครงการ ทั้งในด้านความสะดวกในการคมนาคมไปยังจุดอื่นๆ นอกจากนี้ยังมีศูนย์การค้าและสถาบันการศึกษาอีกหลายแห่งประกอบกับเป็นบริเวณที่มีสภาพแวดล้อมที่ดี และอยู่ใกล้กรุงเทพฯ มีความเหมาะสมที่จะทำเป็นที่อยู่อาศัยของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งได้แก่ กลุ่มบุคคลที่ทำงานอยู่ในกรุงเทพฯ หรือพื้นที่ใกล้เคียง ที่ต้องการที่พักอาศัยที่มีราคาไม่สูงเมื่อเทียบกับที่พักอาศัยในกรุงเทพฯ อีกทั้งต้องการลดค่าใช้จ่ายและระยะเวลาในการเดินทางอีกด้วย คอนโดมิเนียมจึงเป็นรูปแบบหนึ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ที่อยู่อาศัยในราคาที่สมเหตุสมผลซื้อเป็นกรรมสิทธิ์ได้ ประกอบกับโครงการรถไฟฟ้าสายสีม่วงส่วนต่อขยาย (บางซื่อ-พระนั่งเกล้า-บางใหญ่) เป็นโครงการที่รัฐบาลมีแผนที่จะเริ่มดำเนินการก่อสร้างในปี พ.ศ. 2552 จึงมองเห็นโอกาสในการลงทุนทำธุรกิจคอนโดมิเนียม ที่พร้อมไปด้วยสาธารณูปโภคต่างๆ การเดินทางที่สะดวกสบาย ใกล้สถานที่สำคัญๆ และสามารถรองรับวิถีชีวิตรูปแบบใหม่ได้เป็นอย่างดี จึงได้ทำการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนทำธุรกิจคอนโดมิเนียมในจังหวัดนนทบุรี โดยมีระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนสายสีม่วงส่วนต่อขยายดังกล่าวเข้าร่วมพิจารณาด้วย เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจและดำเนินการ อีกทั้งการศึกษาความเป็นไปได้มีความสำคัญต่อกระบวนการพัฒนาโครงการอย่างยิ่ง เพราะมีปัจจัยที่ส่งผลกระทบในการพัฒนาโครงการมากมาย ทั้งก่อนการก่อสร้าง ระหว่างการก่อสร้างและหลังการก่อสร้าง การได้ศึกษารวบรวม วิเคราะห์ข้อมูลที่อาจส่งผลกระทบต่อการพัฒนาจึงมีความจำเป็นต้องทำอย่างละเอียดและรอบคอบ อีกทั้งต้องมีการปรับปรุงปัจจัยต่างๆ ตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป การคาดการณ์ที่แม่นยำและครบถ้วนซึ่งเป็นหลักการบริหารความเสี่ยงที่สำคัญ

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. ศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนทำธุรกิจคอนโดมิเนียม บนพื้นที่ดินที่นำมาเป็นกรณีศึกษา ที่ประกอบด้วยการศึกษาความเป็นไปได้ด้านกฎหมาย ด้านการตลาด ด้านการเงิน เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดรูปแบบของโครงการที่เหมาะสมต่อการลงทุนทำธุรกิจ และใช้ในการตัดสินใจในการลงทุนทำธุรกิจในอนาคต
2. ศึกษาวิธีการบริหารจัดการโครงการที่เหมาะสมกับโครงการ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ข้อมูลของความเป็นไปได้ในการตัดสินใจลงทุนในธุรกิจคอนโดมิเนียม เป็นประโยชน์ต่อการวางแผนพัฒนา และการเตรียมโครงการที่จะเกิดขึ้นในอนาคต การวางแผนเป้าหมายการดำเนินธุรกิจที่สามารถวัดประสิทธิผลในเชิงคุณภาพและปริมาณ การสร้างกลยุทธ์และแนวทางการสนับสนุนการปรับปรุงคุณภาพด้านการบริหารและการบริการ
2. เป็นประโยชน์ต่อการลงทุนทำธุรกิจ ให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการได้อย่างถูกต้อง สนับสนุนให้เกิดแนวทางปฏิบัติจริงทางด้านการตลาด
3. เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับนักลงทุนสามารถนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม เพื่อประกอบการตัดสินใจในการประกอบธุรกิจ
4. เป็นกรณีศึกษาหรือข้อพึงระวังในการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทคอนโดมิเนียมต่อไป

ขอบเขตของการศึกษา

1. ศึกษาที่ดินพื้นที่ 7 ไร่ ที่ตั้งอยู่บนถนนรัตนธิเบศร์ ใกล้กับห้างเซ็นทรัลรัตนธิเบศร์ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี โดยเจ้าของที่ดินประกาศขายให้แก่นักลงทุนทั่วไป
2. ศึกษาเปรียบเทียบทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพของธุรกิจ เพื่อศึกษาภาพรวมในธุรกิจ โดยจะนำการวิเคราะห์ทางด้านการตลาด มาเป็นส่วนประกอบในการวิเคราะห์ธุรกิจภายใต้ตลาดและลูกค้า ความเป็นไปได้ของการบริหารงานก่อสร้าง การวิเคราะห์การเงินและผลตอบแทนของการลงทุน โดยข้อมูลมาจากการศึกษา และเก็บรวบรวมข้อมูลจากการทำแบบสอบถามและสัมภาษณ์ รวมไปถึงการรวบรวมจากเอกสาร ที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลทางสถิติจากหน่วยงานต่างๆ
3. กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย กลุ่มผู้ทำงานแล้วและมีรายได้ประจำ โดยแบ่งเป็น
 - 3.1. กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
 - กลุ่มที่ต้องการที่พักอาศัย บริเวณถนนรัตนธิเบศร์

- กลุ่มที่เดินทางไป-กลับ ระหว่างกรุงเทพมหานครกับจังหวัดนนทบุรี
- 3.2. ระบายรายได้ครอบครัว 20,000 – 50,000 บาทต่อเดือน
 - 3.3. ขนาดครอบครัว คน โสด คู่รัก และครอบครัวขนาดเล็ก 2-3 คน
 - 3.4. อายุ ผู้ที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี
 - 3.5. ตำแหน่งงาน พนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ หรือ รัฐวิสาหกิจ

ขั้นตอนของการศึกษา

1. ศึกษาแนวคิดเบื้องต้น
 - 1.1. ศึกษาตลาดอสังหาริมทรัพย์ประเภทคอนโดมิเนียม หรือ โครงการประเภทคอนโดมิเนียมที่ประสบความสำเร็จในจังหวัดนนทบุรี ในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา
2. ศึกษาความเป็นไปได้
 - 2.1. ด้านทำเลที่ตั้งโครงการ
 - 2.2. ด้านการตลาด
 - 2.2.1. ศึกษาแนวโน้มเศรษฐกิจและตลาดอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีผลกระทบต่อข้อกำหนดอุปสงค์และอุปทานของคอนโดมิเนียม
 - 2.2.2. ศึกษาอุปสงค์และอุปทานที่มีต่อคอนโดมิเนียมในจังหวัดนนทบุรี จาก การสร้างแบบสอบถาม เพื่อศึกษาถึงความต้องการทางการตลาดที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม
 - 2.2.3. ศึกษาข้อมูลจากหนังสือ วารสาร บทความ รายงานวิจัย ตลอดจนสถิติ ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง
 - 2.3. ด้านการเงิน
 - 2.3.1. ศึกษาภายใต้ทฤษฎีทางการเงินและหลักการบัญชีสำหรับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทคอนโดมิเนียม โดยการนำโปรแกรม Excel มาประยุกต์ใช้ และนำมาวิเคราะห์การเงินเพื่อหา บกระแสเงินสด, มูลค่าปัจจุบันสุทธิของการลงทุน(NPV), ผลการตอบแทนในการลงทุน (IRR), การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน
 - 2.3.2. ศึกษาข้อมูลจากหนังสือ วารสาร บทความ รายงานวิจัย ตลอดจนสถิติ ต่างๆที่เกี่ยวข้อง
 - 2.4. ด้านการบริหารโครงการ
 - 2.4.1. ศึกษารูปแบบการบริหารโครงการ ตั้งแต่ช่วงก่อนการก่อสร้าง, ช่วงการก่อสร้าง(การวางแผนและกำหนดเวลางานก่อสร้าง การควบคุมงานก่อสร้าง)จนถึงช่วงสิ้นสุดการก่อสร้าง

วิธีการศึกษา

1. การรวบรวมข้อมูลพื้นฐาน แบ่งเป็น
 - 1.1. ข้อมูลปฐมภูมิ เพื่อให้ทราบถึงความต้องการด้านที่อยู่อาศัย ของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย
 - 1.1.1. โดยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการสำรวจ โดยสร้างแบบสอบถาม จำนวน 200 ชุด ตามกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
 - 1.1.2. สถานที่เก็บรวบรวมข้อมูล โดยทำการแจกแบบสอบถามบริเวณหลักๆ คือ ห้างเซ็นทรัลรัตนนิเบสส์, ห้างคาร์ฟู สาขารัตนนิเบสส์, ห้างโลตัส สาขาติวานนท์ เป็นต้น
 - 1.2. ข้อมูลทุติยภูมิ เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทางการตลาด เพื่อให้ได้ข้อมูลทางด้านสภาพเศรษฐกิจ กฎหมาย ฯลฯ โดยวิธีการหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต
 - 1.2.1. ข้อมูลจากหน่วยงานภาครัฐ เช่น กรมที่ดิน สำนักงานสถิติ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ธนาคารแห่งประเทศไทย ฯลฯ
 - 1.2.2. ข้อมูลจากหน่วยงานเอกชน เช่น วารสาร หนังสือพิมพ์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ฯลฯ
- ประกอบด้วยข้อมูลด้านต่างๆ ดังนี้
1. ข้อมูลด้านทำเลที่ตั้งโครงการ
 - 1.1. สภาพทั่วไปและข้อมูลพื้นฐานของจังหวัดนนทบุรี
 - 1.2. กรอบการวิเคราะห์ที่ตั้งโครงการ
 - 1.3. ข้อมูลทำเลที่ตั้งโครงการ
 - 1.4. ข้อกำหนดเบื้องต้นในการออกแบบโครงการ
 2. ข้อมูลด้านกฎหมายและข้อกำหนด โดยพิจารณาจาก
 - 2.1. กฎหมายควบคุมอาคาร- พระราชบัญญัติ
 - 2.1.1. พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522
 - 2.1.2. พระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ.2522
 - 2.1.3. พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2539
 - 2.2. กฎหมายควบคุมอาคาร – กฎกระทรวงที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ
 - 2.2.1. กฎกระทรวง ฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2517) - ประเภทของอาคารที่ต้องมีที่จอดรถ จำนวนที่จอดรถ

2.2.2. กฎกระทรวง ฉบับที่ 33 (พ.ศ. 2535) - อาคารสูง อาคารขนาดใหญ่ พิเศษ

2.2.3. กฎกระทรวง ฉบับที่ 41(พ.ศ. 2537) - ที่จอดรถ, อาคารจอดรถ, ระบบยกรถขึ้นลงด้วยลิฟต์, ระบบเคลื่อนย้ายรถด้วยเครื่องจักรกล

2.2.4. กฎกระทรวง ฉบับที่ 55 (พ.ศ. 2543) - ลักษณะอาคารส่วนต่างๆของอาคาร ที่ว่างภายนอก แนวอาคารและระยะต่างๆ ของอาคาร

2.3. กฎหมายการผังเมือง- กฎกระทรวงให้ใช้บังคับผังเมืองรวมจังหวัดนนทบุรี พ.ศ. 2548

2.4. กฎกระทรวง กำหนดบริเวณห้ามก่อสร้างฯ ในพื้นที่บางส่วนในท้องที่ตำบลท่าทราย ตำบลบางกระสอ ตำบลตลาดขวัญ และตำบลสวนใหญ่ อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี พ.ศ. 2549

3. ข้อมูลด้านการตลาด

- 3.1. ภาวะธุรกิจอสังหาริมทรัพย์
- 3.2. ภาวะตลาดคอนโดมิเนียม
- 3.3. ข้อมูลอุปสงค์
- 3.4. ข้อมูลอุปทาน
- 3.5. การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด
- 3.6. ส่วนผสมทางการตลาด 4'Ps

4. ด้านการเงิน

- 4.1. งบประมาณด้านการลงทุน
- 4.2. สมมติฐานรายรับของโครงการ
- 4.3. โครงสร้างทางการเงิน สัดส่วนการลงทุน และการกู้ยืม
- 4.4. การประมาณกระแสเงินสด
- 4.5. ผลตอบแทนโครงการ

5. ด้านการบริหารงานก่อสร้าง

- 5.1. รูปแบบการบริหารโครงการ
- 5.2. ขั้นตอนการบริหารโครงการ
- 5.3. การขอจดทะเบียนอาคารชุดและนิติบุคคลอาคารชุด

2. วิเคราะห์ข้อมูล

2.1. การวิเคราะห์ผลสำรวจความคิดเห็นผู้บริโภค แบ่งการนำเสนอเป็น 2 ส่วน
ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม

2.1.1. เพศ

2.1.2. อายุ

2.1.3. การศึกษา

2.1.4. อาชีพ

2.1.5. รายได้

2.1.6. ที่พักในปัจจุบัน

2.1.7. ประเภทของการเช่าที่พักอาศัย

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการคอน โดมิเนียม

2.1.8. ความต้องการซื้อ

2.1.9. ปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจซื้อ

2.1.10.ทำเลที่ตั้งที่ต้องการในจังหวัดนนทบุรี

2.1.11. งบประมาณในการซื้อ

2.1.12. ขนาดของห้องที่ต้องการ

2.1.13. จำนวนห้องนอนในห้องชุดที่สนใจ

2.1.14. ความสามารถในการชำระเงินค่างวด

2.1.15. สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการ

2.1.16. แหล่งข้อมูลที่พบมากที่สุดเกี่ยวกับคอนโดมิเนียม

2.2. การวิเคราะห์ธุรกิจ ทั้งปัจจัยภายในและภายนอก การวิเคราะห์อุปสงค์
อุปทาน และกลยุทธ์ทางการตลาด

2.3. การวิเคราะห์แผนการเงินและผลตอบแทน, การวิเคราะห์ Scenario Analysis
และการวิเคราะห์ความเสี่ยง Sensitivity Analysis

2.4. การศึกษาการบริหารโครงการ

บทที่ 2

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎี : การศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุน ¹

1. ความหมายและความสำคัญ

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ (Feasibility Study) มีต้นตอมาจากคำว่า feasible ซึ่งหมายถึง สามารถทำได้ สามารถปฏิบัติได้ เป็นไปได้ สำหรับคำว่า “การศึกษาความเป็นไปได้โครงการ” นั้นมีผู้ให้ความหมายไว้หลายความหมาย ดังนี้

หมายถึง ผลมาจากการวิจัย หรือการศึกษาข้อมูลอย่างเป็นระบบโดยผู้เชี่ยวชาญสาขาต่างๆ

หมายถึง กระบวนการตัดสินใจว่าโครงการที่คิดขึ้นมาสามารถปฏิบัติได้หรือไม่

หมายถึง การศึกษาและจัดทำเอกสารที่ประกอบไปด้วยข้อมูลต่างๆ ที่จำเป็น เพื่อแสดงถึงความมีเหตุผล (Justification) หรือความดี มีเหตุผล (Soundness) ของโครงการ โดยโครงการที่ดีจะ ได้แก่โครงการที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง และเมื่อปฏิบัติแล้วจะให้ผลประโยชน์ตอบแทนการลงทุนที่คุ้มค่า

อาจกล่าวได้ว่าการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการเป็นการศึกษาหาข้อมูลเพื่อประเมินความคุ้มค่าของโครงการซึ่งพิจารณาได้จากการเปรียบเทียบของค่าใช้จ่ายและผลตอบแทน โดยพิจารณาผลตอบแทนที่คุ้มค่า ต่อการลงทุนและสามารถนำไปปฏิบัติได้จริง

2. กระบวนการศึกษาความเป็นไปได้โครงการ

หากจะศึกษาจากวงจรของการศึกษาความเป็นไปได้โครงการแล้ว จะพบว่า การศึกษาความเป็นไปได้โครงการเป็นกระบวนการทำงานอย่างหนึ่ง กล่าวคือ หากมองในแง่ของข้อมูลการวิเคราะห์จะมีลำดับของกระบวนการดังนี้

- 2.1. การกำหนดวัตถุประสงค์ขอบเขตของการวิเคราะห์
- 2.2. การหาข้อมูล : ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
- 2.3. การวิเคราะห์ข้อมูล
- 2.4. การสรุปผล

¹ ไตรรัตน์ จารุทัศน์, “การศึกษาความเป็นไปได้โครงการกับกระบวนการพัฒนาที่อยู่อาศัย,” ธนาคารอาคารสงเคราะห์ 13, 18 (มกราคม-มีนาคม 2550) : 20-27

หากจะมองในเชิงบริการ โครงการ ก็นับว่าเป็นกระบวนการในเชิงบริการเช่นกัน คือ

- 2.5. การวางแผน กำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์
- 2.6. การปฏิบัติการดำเนินโครงการ
- 2.7. การสรุปประเมินผลโครงการ

3. วัตถุประสงค์ของการศึกษาความเป็นไปได้โครงการ

การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการมีวัตถุประสงค์ในการจัดหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องต่อการตัดสินใจในการลงทุนหรือดำเนินงานและเพื่อช่วยให้ตัดสินใจได้ในสถานการณ์ที่มีข้อมูลเพียงพอ การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการจึงเป็นวิธีหนึ่งซึ่งช่วยแสดงถึงการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดไปอย่างมีประสิทธิภาพ

โดยวัตถุประสงค์ของโครงการขึ้นอยู่กับลักษณะโครงการ แบ่งได้ 2 ประเภทคือ²

3.1. โครงการภาคเอกชน

3.1.1. โครงการที่ไม่มีผลตอบแทนเป็นเงิน ได้แก่ โครงการส่วนบุคคล สมาคมต่างๆ มักเป็นโครงการขนาดเล็กเกิดจากความจำเป็น บังคับให้มีโครงการ เช่น การสร้างบ้านพักอาศัยของตนเอง ฉะนั้นวัตถุประสงค์ของการศึกษาความเป็นไปได้ เน้นไปที่ลักษณะโครงการที่สอดคล้องกับความต้องการ เงินทุนที่มีอยู่ จึงอาจจำเป็นต้องทำการศึกษาในด้านประสิทธิภาพต้นทุน (Cost Efficiency) คือ การวิเคราะห์รูปแบบที่เหมาะสมกับความต้องการงบประมาณวัสดุก่อสร้าง เป็นต้น

3.1.2. โครงการที่มีผลตอบแทนเป็นเงิน ได้แก่ โครงการลงทุนทั่ว ๆ ไป โดยทั่วไปต้องการให้มีการลงทุนน้อยที่สุด ได้ผลตอบแทนมากที่สุดในระยะสั้นหรือระยะยาว สามารถคืนทุนภายในระยะเวลาอันสั้น และการวิเคราะห์ความเสี่ยงโครงการ

3.2. โครงการภาครัฐบาล

3.2.1. โครงการที่ไม่มีผลตอบแทนเป็นเงิน ซึ่งมักจะเน้นผลตอบแทนด้านสังคม เช่น โครงการโรงพยาบาล สนามกีฬา โครงการเหล่านี้ได้ดำเนินการ โดยรัฐ และอาจมีรายได้จากการดำเนินการเพียงเล็กน้อย จนไม่อาจนำมาพิจารณาเป็นผลตอบแทนได้ การตัดสินใจเกิดจากความจำเป็นของสังคม ฉะนั้นไม่จำเป็นต้องศึกษาความเป็นไปได้อ้างอิงการเงิน แต่การตัดสินใจอยู่ที่งบประมาณที่มีอยู่และการเลือกทางเลือกในการดำเนินการที่เหมาะสมที่สุด

3.2.2. โครงการที่มีผลตอบแทนเป็นเงิน ได้แก่ โครงการของรัฐวิสาหกิจ มักจะเป็นโครงการขนาดใหญ่ที่ต้องใช้เงินทุนมหาศาล การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินจึงเป็น

² วิมลสิทธิ์ หรยางกูร, การจัดทำรายละเอียดโครงการเพื่อการออกแบบงานสถาปัตยกรรม (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์, 2528),79

สิ่งสำคัญยังมีประโยชน์ทั้งต่อรัฐวิสาหกิจเอง และสถาบันการเงินที่สนับสนุน โครงการศึกษาวิเคราะห์จะเน้นไปที่การเลือกทำเลที่ตั้ง ผลตอบแทนในระยะยาว ซึ่งอาจวัดด้วยผลตอบแทนทางอ้อมในเชิงเศรษฐศาสตร์ (Economic Return) ได้โดยคิดเป็นราคาเทียบเท่า (Shadow price)

4. ขั้นตอนของกระบวนการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์³

แผนภาพของกิจกรรมที่แสดงการนำเสนอแต่ละขั้นที่เป็นลำดับในการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ แม้ว่าการจัดลำดับเฉพาะขั้นตอนอาจไม่เป็นไปตามขั้นตอนทั้งหมด มีการจัดเตรียมเป็นโครงสร้างที่ดี สำหรับวิเคราะห์กระบวนการและสร้างโครงสร้างสภาพแวดล้อมภายในที่โครงการสามารถประเมินได้ถูกต้องการพัฒนาเป็นลำดับขั้นที่จำเป็นจะต้องยืดหยุ่นและไม่มีการนำเสนอการตัดสินใจด้านวัฒนธรรมเข้ามาเกี่ยวข้อง ผู้ประสานงานจะสามารถพิจารณา แต่ละขั้นตอนของโครงการที่สมบูรณ์แบบ และผลของโครงการภายในข้างหน้าจะสำเร็จหรือไม่

ขั้นที่ 1 Idea inception เป็นขั้นการกำหนดชนิดของโครงการ และพิจารณาว่าขนาดของโครงการ เหมาะกับพื้นที่ในเมืองโดยเฉพาะ ทั้งด้านการตลาดและด้านการเงิน

ขั้นที่ 2 Idea refinement ผู้พัฒนาจะต้องหาสถานที่ที่มีพื้นที่เพียงพอ มีขอบเขตที่เหมาะสม เส้นทางหลักของการขนส่ง มีการบริการสาธารณูปโภค เตรียมการออกแบบก่อสร้างทำการทดสอบพื้นดินว่าจะสามารถรับน้ำหนักได้เท่าใด ตรวจสอบ และรูปร่างของที่ดิน และพิจารณาลักษณะเฉพาะทางกายภาพนั้น ๆ

ขั้นที่ 3 Feasibility เป็นการศึกษาความเป็นไปได้เริ่มแรก จากตัวบ่งชี้ และระดับของการตลาด การหาตลาดที่เป็นไปได้ โดยใช้ข้อมูลทางเศรษฐศาสตร์เป็นภาพรวมที่มองความเป็นไปได้ทางการตลาดสำหรับการเลือกพื้นที่ก่อสร้างการประเมินราคาก่อสร้าง

ขั้นที่ 4 Contract Negotiation เป็นขั้นที่ลงความเห็นเข้าร่วมกับผู้มีส่วนร่วมในโครงการ ทางด้านการเงินมีการทำสัญญาให้เงินกู้ระยะยาวได้ ผู้ให้เงินกู้จะเข้าใจต้องศึกษาความเป็นไปได้ของผู้ประสานงานว่ามีภาระหนี้และประเมินราคาที่ดิน ผู้พัฒนา ต้องตัดสินใจว่าจะทำสัญญาอย่างไรกับผู้รับเหมาทั่วไป

ขั้นที่ 5 Commitment point เป็นกระบวนการทำสัญญา การทำงบประมาณด้วยการเจรจาตกลง การควบคุมเงินสด เพื่อการบริหารการก่อสร้าง และชำระค่าวัสดุก่อสร้าง

ขั้นที่ 6 Construction เป็นระยะเวลาการก่อสร้าง จะเห็นความก้าวหน้าทางโครงสร้างทางกายภาพ ผู้จัดการการก่อสร้างจะต้องแน่ใจว่าโครงการได้เริ่มสร้างตามที่วางแผนและระบุไว้ และสร้างได้ตรงเวลา ตัวแทนทางด้านการตลาดจะเป็นผู้จัดการ ผู้เช่ารายใหญ่และพื้นที่ที่ว่างเหลือ

³ Charles H. Wurtzebach and Mike E.Miles , Modern real estate (New York : John Wiley,1994), 610-611

และเจ้าหน้าที่ทางด้านแหล่งเงินเป็นผู้ร่วมมือระหว่างกระบวนการก่อสร้างและการตลาดอีกด้านหนึ่ง

ขั้นที่ 7 Initiation of operation ในขั้นสุดท้ายของกระบวนการพัฒนาเป็นการก่อสร้างให้สมบูรณ์ และผู้ปฏิบัติงานเป็นผู้อยู่เบื้องหลังก่อนการเปิดตัวโฆษณาและส่งเสริมการขายในด้านสถานที่ ด้านสาธารณูปโภคและด้านการย้ายของผู้เช่าทางด้านการเงิน ผู้ให้กู้ระยะยาวได้ตกลงเป็นที่เรียบร้อย

5. การวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาความเป็นไปได้โครงการ

ขอบเขตของกระบวนการ โดยทั่วไปการศึกษาความเป็นไปได้โครงการจะครอบคลุมในหลายด้าน เช่น

- 5.1. การวิเคราะห์ด้านการเงิน (Financial Analysis)
- 5.2. การวิเคราะห์ด้านการจัดการ(Management Analysis)
- 5.3. การวิเคราะห์ด้านเทคนิค (Technical Analysis)
- 5.4. การวิเคราะห์ด้านการตลาด (Market Analysis)
- 5.5. การวิเคราะห์ด้านเศรษฐศาสตร์ (Economic Analysis)
- 5.6. การวิเคราะห์ด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม (Environmental and Social Assessment)

อย่างไรก็ตามการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ อาจทำการศึกษานั้นเฉพาะด้านเท่านั้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับชนิดและวัตถุประสงค์ของโครงการ เช่น โครงการของรัฐบาลจะสนใจผลตอบแทนต่อสังคม ซึ่งมักจะเน้นการศึกษาความเป็นไปได้ด้านเศรษฐศาสตร์ ในขณะที่ด้านเอกชนจะเน้นผลตอบแทน ฉะนั้นจะเน้นการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด การเงิน

ซึ่งหากมองขอบเขตของการวิเคราะห์ศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการแล้ว สามารถแบ่งเป็น 2 กลุ่มใหญ่ ๆ ด้วยกันคือ

1. การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน ได้แก่

1.1. การวิเคราะห์ด้านการเงิน (Financial Analysis) เป็นการวิเคราะห์ค่าใช้จ่าย/เงินลงทุนโครงการกับผลตอบแทน ผลกำไรที่จะได้ การจัดทำแผนการเงินโครงการ ออกมาในรูปแบบของงบกำไรขาดทุน งบกระแสเงินสดและงบดุล ทั้งนี้ต้องพิจารณาถึงแหล่งเงินทุน ความสามารถในการชำระหนี้อีกด้วย

การวิเคราะห์ด้านการเงินนี้ยังสามารถแบ่งเป็นอีก 2 ประเภท คือ

1.1.1. วิเคราะห์โครงการที่ไม่ใช้มูลค่าปัจจุบัน ตัวแปรที่จะพิจารณาคือ ระยะเวลาคืนทุนอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Return On Investment ; ROI) จุดคุ้มทุน (Break Event Point)

1.1.2. วิเคราะห์โครงการที่ใช้มูลค่าปัจจุบัน ตัวแปรพิจารณาจากมูลค่าปัจจุบันของโครงการ (Net Present Value ; NPV) อัตราผลตอบแทนเฉลี่ยโครงการ (Internal Rate Of Return ; IRR) อัตราผลประโยชน์ตอบแทนต่อค่าใช้จ่าย

1.2. การวิเคราะห์ด้านการจัดการ (Management Analysis) เป็นการวิเคราะห์การ จัดรูปองค์การและการบริหารงานของโครงการ และการบริหารงานของโครงการ เพื่อให้การ ดำเนินงานของโครงการเป็นไปอย่างเรียบร้อย และมีประสิทธิภาพมากที่สุด แบ่งออกเป็น

1.2.1. การจัดองค์การ ลักษณะ โครงสร้างองค์กรที่เหมาะสมกับบุคลากร มี สายการบังคับบัญชาชัดเจนมีประสิทธิภาพ

1.2.2. ระบบบริหารและควบคุม เป็นการกำหนดระบบงาน การติดตาม ควบคุม ตรวจสอบภายใน

1.2.3. ผู้ร่วมงาน นับตั้งแต่การกำหนดคุณสมบัติของบุคลากร การคัดเลือก อบรม และประเมินผล

1.2.4. นโยบายและกลยุทธ์ในการทำงาน เป็นปัจจัยในเชิงคุณภาพที่จะวัด มาตรฐานการทำงาน การจัดการของผู้บริหารในองค์กร

1.3. การวิเคราะห์ด้านเทคนิค (Technical Analysis)นับเป็นรากฐานของการ วิเคราะห์ความเป็นไปได้ ซึ่งแบ่งเป็น 2 ประเด็น คือ

1.3.1. ความเป็นไปได้ในการผลิต ได้แก่

1.3.1.1. วัตถุดิบ ในที่นี้หมายถึง ที่ดิน

1.3.1.2. กระบวนการพัฒนาโครงการ

1.3.1.3. แรงงาน และอุปกรณ์ เครื่องจักร ในการผลิต

1.3.2. ความเป็นไปได้ในการก่อสร้าง ได้แก่

1.3.2.1. ข้อจำกัดทางกฎหมาย

1.3.2.2. ความพร้อมของสาธารณูปโภค สาธารณูปการ

1.3.2.3. การเข้าถึง

1.3.2.4. ขนาดรูปร่างที่ดิน

2. การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

2.1. การวิเคราะห์ด้านการตลาด (Market Analysis) เป็นอันดับแรกของการวิเคราะห์ แบ่งออกเป็น

การวิเคราะห์อุปสงค์ในผลผลิตของโครงการ (Demand)

2.1.1. การวิเคราะห์อุปทานของตลาด (Supply)

2.1.2. ราคา (Price)

2.1.3. ส่วนแบ่งทางการตลาด (Market Share ; Segmentation)

2.1.4. แนวโน้ม การเจริญเติบโตของตลาด (Market Potential)

2.1.5. คู่แข่ง (Competitor)

2.1.6. กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Target Group)

2.1.7. การจัดจำหน่าย (Distribution Channel)

2.1.8. การส่งเสริมการจำหน่าย (Promotion)

2.2. การวิเคราะห์ด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม (Environmental and Social Assessment) โดยแบ่งเป็นผลกระทบ 2 ด้าน คือ

2.2.1. การที่สิ่งแวดล้อมมีผลกระทบต่อโครงการ (เช่น การระบายน้ำ สภาพภูมิอากาศที่เหมาะสมกับการผลิต)

2.2.2. การที่โครงการมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (เช่น การพังทลายของดิน น้ำเสีย) ทั้งนี้การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมของโครงการมีขอบเขตดังนี้ คือ

2.2.2.1. สิ่งแวดล้อมที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติ ได้แก่ ดิน น้ำ อากาศ ป่าไม้ แร่ธาตุ สัตว์น้ำ สัตว์ป่า ฯลฯ

2.2.2.2. สิ่งแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้น ได้แก่ สะพาน ท่าเรือ สนามบิน ไฟฟ้า ประปา ฯลฯ

2.2.2.3. นิเวศวิทยา ได้แก่ อิทธิพลของสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อมนุษย์และสัตว์

ส่วนการวิเคราะห์ด้านสภาพแวดล้อมทางสังคมมีขอบเขต ดังนี้คือ

1. ลักษณะและโครงสร้างของชุมชน เช่น แหล่งที่ตั้ง ลักษณะชุมชน ที่อยู่อาศัย ครุภัณฑ์ ฯลฯ

2. การศึกษาเกี่ยวกับประชากร เช่น โครงสร้างประชากร การกระจายตัว การศึกษา วัฒนธรรม ค่านิยม ฯลฯ

3. ทักษะคิดและความคิดเห็นต่อโครงการ

2.3. การวิเคราะห์ด้านเศรษฐศาสตร์ (Economic Analysis) แบ่งออกเป็น 2 ด้าน

2.3.1. การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจที่มีผลกระทบต่อโครงการ เช่น สภาพการเงินเพื่อ การจ้างงาน การลงทุน อัตราดอกเบี้ย ราคาน้ำมัน ฯลฯ

2.3.2. โครงการที่มีผลกระทบต่อเศรษฐกิจโดยรวม เช่น การตอบสนองความต้องการทางเศรษฐกิจและสังคม ผลตอบแทนที่คืนกลับสู่สังคม

สำหรับ โครงการของรัฐบาลมักจะวิเคราะห์ค่าใช้จ่าย และผลตอบแทนทางสังคม (Social Cost – Benefit Analysis) กล่าวคือ การศึกษาวิเคราะห์ผลกำไรทางสังคมที่โครงการมีส่วนช่วยเหลือเศรษฐกิจของประเทศ และโครงการสามารถตอบสนองต่อเป้าหมายทางเศรษฐกิจของประเทศ และโครงการสามารถตอบสนองต่อเป้าหมายทางเศรษฐกิจของประเทศ

แนวความคิดการศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนธุรกิจคอนโดมิเนียมในจังหวัดนนทบุรีนี้ จะเน้นการศึกษาด้านการเงินเป็นเป้าหมายสำคัญ ผลที่ได้จากการศึกษาด้านการตลาดด้านการบริหารงานโครงการ จะสะท้อนหรือแสดงออกมาในรูปของเงินลงทุนเริ่มแรก งบกระแสเงินสดสุทธิ งบการเงินล่วงหน้า สำหรับแนวความคิดที่ใช้ในการประเมินค่าโครงการ มีดังนี้ คือ

1. การศึกษาด้านการตลาด

เป็นการศึกษาสถานะตลาดคอนโดมิเนียม อันเกี่ยวกับ ความต้องการหรืออุปสงค์ของตลาดและปริมาณสนองความต้องการหรืออุปทานของตลาด ซึ่งประกอบไปด้วยการวิเคราะห์ความต้องการของตลาด โครงสร้างและลักษณะของตลาด กลุ่มเป้าหมาย ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการจำหน่ายและราคา ตลอดจนปัจจัยอื่นที่อาจจะมีผลกระทบต่อภาวะตลาด เพื่อช่วยให้ทราบถึงแนวทางการเจาะตลาดและกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อการวางแผนการตลาดของโครงการ ตลอดจนการคาดคะเนรายรับจากยอดขาย ซึ่งผลการคาดคะเนที่ได้จะเป็นส่วนหนึ่งที่น่ามาจัดทำเป็นงบกระแสเงินสดสุทธิและงบการเงินล่วงหน้า เพื่อใช้ในการประเมินผลการตัดสินใจลงทุน

2. การศึกษาด้านการเงิน

การศึกษาด้านการเงินเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงิน เป็นการประเมินทางด้านต้นทุน รายได้ และค่าใช้จ่ายของโครงการ การวิเคราะห์ฐานะทางการเงินของโครงการและการคำนวณผลตอบแทนจากการดำเนินโครงการ ได้แก่ โครงสร้างของเงินลงทุน การจัดสรรเงินลงทุน งบดุลล่วงหน้า งบกำไรขาดทุนล่วงหน้า เงินลงทุนเริ่มแรก งบกระแสเงินสดสุทธิ และการประเมินค่าของโครงการ เพื่อนำมาประกอบการตัดสินใจลงทุนในโครงการ ซึ่งจะต้องนำเอาข้อมูลจากการศึกษาด้านการตลาด ด้านการบริหารโครงการก่อสร้าง มาประกอบเพื่อให้การประเมินโครงการเป็นไปอย่างถูกต้อง

3. การศึกษาด้านการบริหารงานโครงการ

การศึกษาด้านการบริหารโครงการ เป็นการพิจารณาถึงระบบการบริหารงานที่เหมาะสมสำหรับคอนโดมิเนียม โดยเริ่มตั้งแต่การดำเนินธุรกิจ การวางรูปแบบการบริหารโครงการ ตลอดจนการกำหนดนโยบายทางด้านต่างๆที่เกี่ยวกับโครงการ การคาดคะเนค่าใช้จ่ายในการบริหารและดำเนินโครงการ โดยพิจารณาถึงระบบการก่อสร้างที่เหมาะสมที่สุดสำหรับโครงการ กำหนดรูปแบบของคอนโดมิเนียม ตลอดจนคาดคะเนต้นทุนและเงินลงทุนต่างๆ เช่น ค่าพัฒนาที่ดิน ค่าออกแบบและค่าก่อสร้าง ซึ่งผลการคาดคะเนที่ได้จะเป็นส่วนหนึ่งที่น่ามาจัดทำเป็นเงินลงทุนเริ่มแรก งบกระแสเงินสดสุทธิ เพื่อใช้ประโยชน์ในการประเมินผลการตัดสินใจลงทุน

ทฤษฎี: คอนโดมิเนียม

1. ประเภทของคอนโดมิเนียม⁴

คอนโดมิเนียม ที่รู้จักกันนั้นมีชื่อตามกฎหมายว่า “อาคารชุด” ซึ่งพระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ. 2522 ได้ให้คำจำกัดความว่า “อาคารที่บุคคลสามารถแยกการถือกรรมสิทธิ์ออกได้เป็นส่วนๆ โดยแต่ละส่วนประกอบด้วยกรรมสิทธิ์ในทรัพย์ส่วนบุคคล และกรรมสิทธิ์ร่วมในทรัพย์ส่วนกลาง” คอนโดมิเนียมทั่วไปสามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ๆ ด้วยกัน คือ

1.1. คอนโดมิเนียมเพื่อการอุตสาหกรรม คอนโดมิเนียมประเภทนี้ยังไม่ปรากฏในประเทศไทย แต่มีปรากฏในฮ่องกงและสิงคโปร์ บางแห่งมีที่ดินจำกัด โรงงานอุตสาหกรรมขนาดย่อมที่ต้องอยู่ในเมืองและไม่ก่อให้เกิดมลพิษมากนัก จะซ้อนกันในทางสูง เพื่อลดต้นทุนการผลิต การกำจัดของเสีย การดูแลรักษา และลดต้นทุนการจัดหาพลังงาน

1.2. คอนโดมิเนียมเพื่อธุรกิจการค้า คอนโดมิเนียมประเภทนี้ได้แก่ สำนักงาน และธุรกิจการค้าอื่นๆ โดยแนวโน้มของคอนโดมิเนียมประเภทนี้มีการขยายตัวสูงขึ้น เนื่องจากลักษณะการเช่าอาคารของธุรกิจต่างๆ ไม่ได้เป็นการเพิ่มทุนของสินทรัพย์ ไม่สามารถจะนำไปหักค่าเสื่อมราคา ไม่สามารถนำไปเสริมสร้างโครงสร้างของบริษัทให้ดีขึ้น

1.3. คอนโดมิเนียมเพื่อการอยู่อาศัย เป็นคอนโดมิเนียมที่แพร่หลายที่สุด ทั้งในต่างประเทศและในประเทศไทยปัจจุบัน เพราะสามารถเปลี่ยนการถือกรรมสิทธิ์จากผู้เช่ามาเป็นเจ้าของที่พักอาศัยในเมืองได้ และยังมีชนิดที่พักเป็นจำนวนมาก ในเมืองซึ่งที่ดินมีจำกัดและราคาแพง คอนโดมิเนียมประเภทนี้ได้แก่ คอนโดมิเนียมแบบพักอาศัยในเมือง และคอนโดมิเนียมแบบตากอากาศ โดยคอนโดมิเนียมทั้งสองประเภทมีลักษณะคล้ายคลึงกัน แตกต่างกันตรงที่

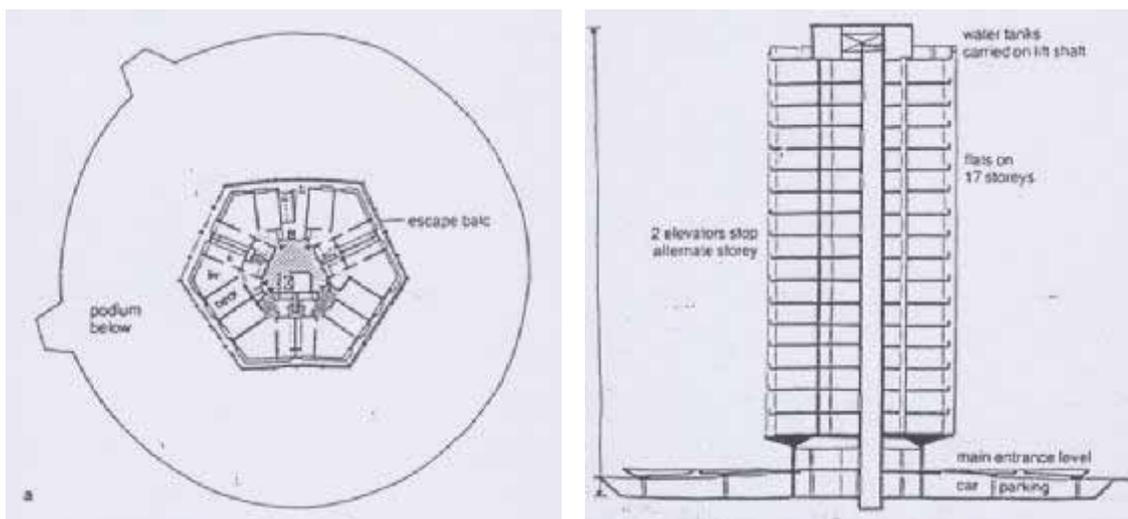
⁴ ประทีป ตั้งมติธรรม, “เรื่อง...นำรู้อาคารชุด,” ปทุมวันเพลส, (กุมภาพันธ์ 2523):15

คอนโดมิเนียมตากอากาศจะอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมกับการตากอากาศเพิ่มขึ้น เช่น อุปรกรณ์กีฬาทางน้ำให้เช่า และมองเห็นทิวทัศน์ที่สวยงาม

คอนโดมิเนียมเพื่อการอยู่อาศัยในระยะแรกของประเทศไทย ตลาดเป็นของคนมีรายได้สูงและชาวต่างประเทศเสียเป็นส่วนใหญ่ แต่จนถึงเวลานี้การยอมรับที่อยู่อาศัยแบบนี้มีแนวโน้มสูงขึ้นมาก ซึ่งสังเกตได้จากการที่นักลงทุนสร้างคอนโดมิเนียมสำหรับผู้มีรายได้ปานกลางมากขึ้น

2. ลักษณะการวางอาคาร⁵

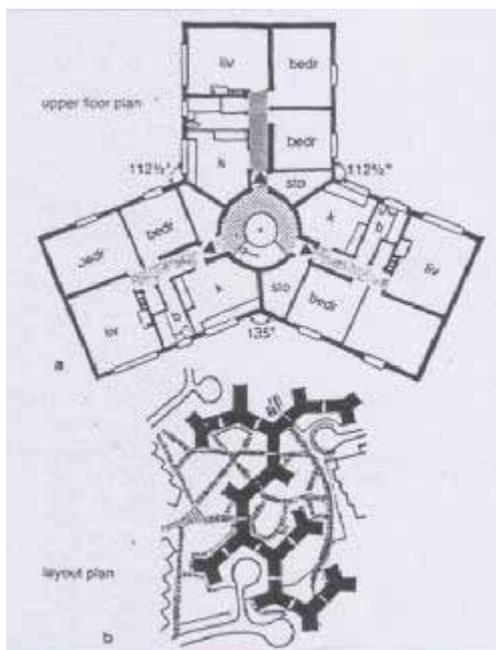
2.1. Point Royal Bracknel English รูปแบบการจัดวางห้องชุดเป็นลักษณะหกเหลี่ยมล้อมรอบพื้นที่ส่วนกลางที่เป็นทางเดิน มี ห้องชุด 6 ยูนิต ต่อ 1 ชั้น เป็นรูปแบบการวางผังที่ประหยัดพื้นที่ส่วนกลางได้อย่างมาก ทำให้มีสัดส่วนพื้นที่ขายต่อพื้นที่ส่วนกลางต่ำที่สุด แต่ห้องชุดแต่ละห้องจะมีสวนผนังบางส่วนที่ไม่ตั้งฉากกันทำให้ใช้ประโยชน์พื้นที่ภายในห้องได้ไม่เต็มที่



ภาพที่ 1 แสดงการวางผังคอนโดมิเนียมแบบ Point Royal Bracknel England

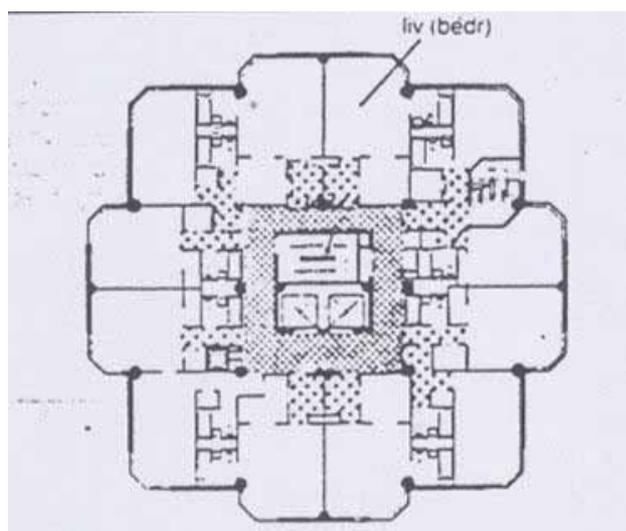
⁵ มงคล ทวิชัยทศพล, วีรพงษ์ วงศ์เสงี่ยม และอนวัช ลดาวรรษย์, “ การศึกษาความเป็นไปได้อาคารชุดพักอาศัยริมแม่น้ำเจ้าพระยา River Park” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2549), 5.

2.2. Y block การวางผังรูปแบบนี้ทำให้ห้องชุดแต่ละห้องมีพื้นที่ผนังที่เปิดออกสู่ภายนอกได้มาก ช่วยให้ทุกห้องมีทัศนวิสัยที่ดีมาก แต่ห้องชุดแต่ละห้องจะมีพื้นที่บางส่วนที่ไม่ลงตัว และยังเป็นรูปแบบที่มีค่าก่อสร้างต่อตารางเมตรสูง และสิ้นเปลืองพื้นที่ดิน



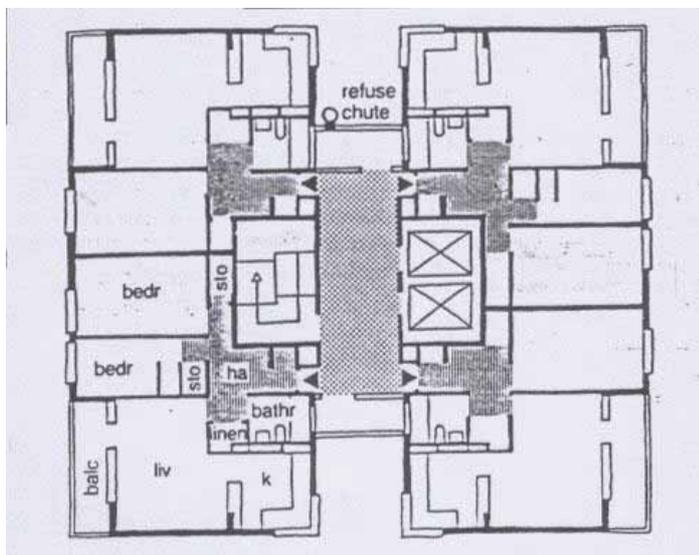
ภาพที่ 2 แสดงการวางผังคอนโดมิเนียมแบบ Y Block

2.3. American apartment เป็นรูปแบบที่ใช้พื้นที่ส่วนกลางไม่มากนัก แต่ละห้องมีพื้นที่ผนังที่เปิดออกสู่ภายนอกได้มากพอสมควร และพื้นที่ในห้องมีความลงตัว



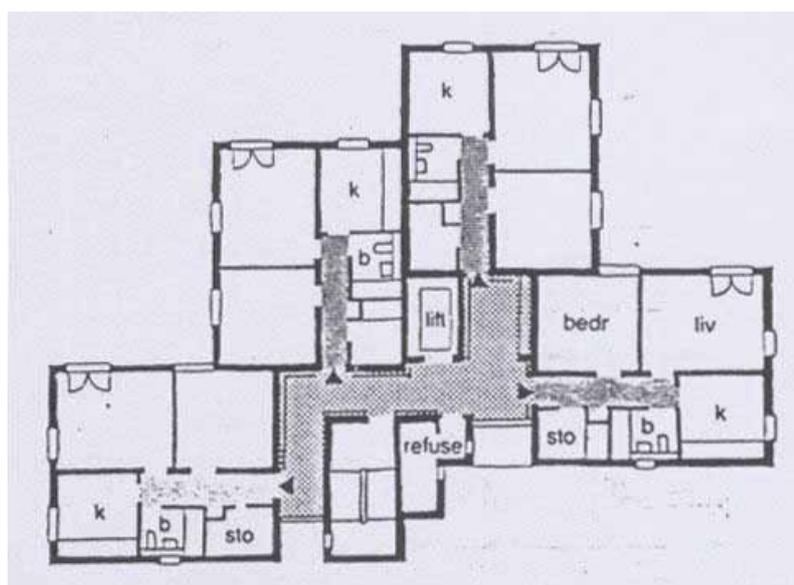
ภาพที่ 3 แสดงการวางผังคอนโดมิเนียมแบบ American Apartments

2.4. Point block at Thames mead English การจัดวางห้องพักและทางเดินตามผังรูปแบบนี้ สามารถประหยัดพื้นที่ส่วนกลางที่เป็นทางเดินได้ แต่จะมีห้องเพียงชั้นละ 4 หน่วยเท่านั้น



ภาพที่ 4 แสดงการวางผังคอนโดมิเนียมแบบ Point Block

2.5. Low point block รูปแบบนี้ทำให้ห้องชุดแต่ละห้องมีพื้นที่ผนังที่เปิดออกสู่ภายนอกได้มาก และพื้นที่ใช้สอยในแต่ละห้องมีความลงตัวและ ใช้ประโยชน์ได้เต็มที่ แต่ก็ยังเป็นรูปแบบที่สิ้นเปลืองพื้นที่ส่วนกลางที่เป็นทางเดินมาก



ภาพที่ 5 แสดงการวางผังคอนโดมิเนียมแบบ Low Point Block

จากข้อมูลแสดงให้เห็นถึงรูปแบบการวางผังห้องชุดแบบต่างๆ ซึ่งการจะเลือกใช้แบบใดแบบหนึ่งหรือผสมผสานรูปแบบใดเข้าด้วยกันนั้น จะต้องดูความสอดคล้องกับรูปร่างและขนาดที่ดิน ขนาดห้องชุด จำนวนห้องชุด และปัจจัยอื่นประกอบกัน ซึ่งผู้ศึกษาจะทำการเลือกรูปแบบและวางผังโครงการนี้ในหัวข้อการออกแบบอาคารต่อไป

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ปัจจัยลักษณะทางกายภาพของโครงการอาคารชุดที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการจัดการและดูแลรักษาอาคารและทรัพย์สินส่วนกลาง

จากการศึกษาของนายสุธี สุเมธานนทศักดิ์⁶ เรื่อง “การศึกษาลักษณะทางกายภาพของอาคารชุดพักอาศัยระดับราคาสูงในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการจัดการและดูแลรักษาอาคารและทรัพย์สินส่วนกลาง” ซึ่งได้ทำการศึกษาลักษณะทางกายภาพของอาคารสูงที่มีราคาสูงมากในเขตกรุงเทพมหานครที่มีผลต่อการดูแลรักษาอาคาร โดยใช้กลุ่มตัวอย่างอาคารสูงบนถนนสุขุมวิท เพลินจิต และสาทร ได้ชี้ให้เห็นว่าการออกแบบอาคารที่รอบคอบ จะทำให้การดูแลรักษาไม่ยุ่งยากและใช้ได้ทนทาน โดยแนะนำลักษณะที่ควรจะเป็นซึ่งประกอบด้วย 3 ปัจจัยด้วยกัน คือ ปัจจัยภายนอกอาคาร ปัจจัยด้านระบบของอาคาร และสิ่งอำนวยความสะดวก นอกจากนี้ยังได้พบว่าอาคารสูงราคาแพงมักเน้นความสวยงามของอาคาร แต่บางครั้งความสวยงามและการบำรุงรักษาไม่ไปด้วยกัน และอีกประการหนึ่งคือ วัฒนธรรมและพฤติกรรมการอยู่อาศัย ที่คนต่างเชื้อชาติมีความต้องการแตกต่างกัน เช่น บางชาติไม่นิยมเล่นเทนนิส บางชาติไม่ชอบว่ายน้ำ หรือการแยกขยะก่อนทิ้ง ดังนั้นหากทราบกลุ่มเป้าหมายของอาคารได้ จะทำให้การออกแบบอาคารมีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น

ในบทความเดียวกัน ได้อ้างถึงผลการศึกษาของ Reynolds & Nicholson 1969 ซึ่งได้ทำการสำรวจจากผู้พักอาศัยในอาคารพักอาศัยทางสูงในประเทศอังกฤษ พบว่า ภาพพจน์ที่ดีในการอยู่อาศัยในอาคารสูง คือ ไม่ค่อยมีเสียงรบกวน ทักษะสภาพสวยงาม บรรยากาศดี มีความเป็นส่วนตัว แต่ในด้านลบ พบว่า การอยู่อาศัยในอาคารสูง ครอบครัวที่มีเด็กจะไม่ชอบเนื่องจากเกรงกลัวอันตรายที่จะเกิดขึ้น โดยเฉพาะในครอบครัวที่มีเด็กอายุน้อยกว่า 5 ขวบ

⁶ สุธี สุเมธานนทศักดิ์, “การศึกษาลักษณะทางกายภาพของอาคารชุดพักอาศัยระดับราคาสูงในเขตกรุงเทพมหานครที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการจัดการและดูแลรักษาอาคารและทรัพย์สินส่วนกลาง” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ,2539)

ส่วน Abernethy, James J. 1970 ได้ศึกษาพื้นฐานความต้องการทางด้านจิตวิทยาทางสังคมของมนุษย์ แล้วนำเอาความคิดและทฤษฎีต่างๆ มาใช้ในงานออกแบบ โดยเน้น 4 ด้านด้วยกัน คือ ด้านความเป็นสังคม ด้านความเป็นส่วนตัว ด้านความปลอดภัย และด้านการควบคุมเสียง

นอกจากนี้ ข้อมูลจาก ดี.เอส.ดีเวลลอปเมนต์ ซึ่งได้ทำการสำรวจข้อมูลในปี 2532 ทำการสำรวจโครงการ 75 โครงการ และผู้ซื้อจำนวน 750 คน พบว่าสิ่งที่ผู้ที่จะซื้ออาคารชุดพักอาศัยนั้น พิจารณาจากความสะดวกของทำเลที่ตั้ง 34.04%, ลักษณะเด่นของห้องพักอาศัย 28.72%, สิ่งอำนวยความสะดวก 9.57%, ราคา 8.51% และด้านอื่นๆ ประกอบการตัดสินใจ 16.10%

2. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล⁷

จากการศึกษาของ สิริมาศ วิทยาพันธ์ประชา, กิตติโชค อยู่ได้รัมย์บุญ และชนชัย นราภิรักษ์ ในงานวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยแต่ละประเภทของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” ซึ่งได้ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่ส่วนมากเป็นลักษณะของครอบครัวหรือกำลังจะสร้างครอบครัวใหม่จำนวน 363 ข้อมูล โดยร้อยละ 70 ทำงานบริษัทเอกชน และมีวุฒิการศึกษาในระดับปริญญาตรี พบว่า ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ต้องการเลือกซื้อบ้านเดี่ยว 68.1% ทาวน์เฮาส์ 18.7% คอนโดมิเนียม 10.4% และบ้านแฝด 2.7%

ในส่วนที่ทำเลที่ตั้ง จะเลือกซื้อที่อยู่อาศัยโซนกรุงเทพฯ ตอนบน 46.2% โซนกรุงเทพฯ ศูนย์กลางธุรกิจ 15.4% โซนกรุงเทพฯ ตะวันออกเฉียงเหนือ 13.2% โซนกรุงเทพฯ ตะวันตก 11% โซนกรุงเทพฯ ตอนใต้ 9.9% และโซนกรุงเทพฯ ตะวันออก 4.4%

ในประเด็นของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้ออาคารชุด ดังนี้ ปัจจัยที่มีผลมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านคุณภาพและมาตรฐานที่อยู่อาศัยและส่วนกลาง และปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ ปัจจัยที่มีผลมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านขนาดที่ดินและพื้นที่ใช้สอย, ปัจจัยด้านการเงินของผู้บริโภคในการซื้อที่อยู่อาศัย, ปัจจัยด้านการตลาดและความน่าเชื่อถือของเจ้าของโครงการ และปัจจัยด้านอื่นๆ ปัจจัยที่มีผลปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านจำนวนห้อง ขนาดห้อง และรูปแบบของที่อยู่อาศัย และปัจจัยด้านสถานที่ในการออกกำลังกายและให้ความบันเทิง

⁷ สิริมาศ วิทยาพันธ์ประชา, กิตติโชค อยู่ได้รัมย์บุญ และชนชัย นราภิรักษ์, “การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยแต่ละประเภทของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2548)

3. ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัยแบบอาคารชุดพักอาศัยของผู้มีรายได้สูงในเขตชั้นกลางถึงชั้นในของกรุงเทพมหานคร⁸

จากการศึกษาของ ธนอม อังคณะวัฒนา เรื่อง “ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัยแบบอาคารชุดพักอาศัยของผู้มีรายได้สูงในเขตชั้นกลางถึงชั้นในของกรุงเทพมหานคร” ซึ่งได้ศึกษาปัจจัยที่ผลกระทบต่อแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้สูง ทักษะคติที่มีต่ออาคารชุดพักอาศัย ตลอดจนปัจจัยและเหตุผลของผู้มีรายได้สูงในการเลือกอาคารชุดพักอาศัยในเขตชั้นกลางถึงชั้นในของกรุงเทพมหานคร จากการสำรวจผู้มีรายได้สูงที่ไม่ได้พักอาศัยในอาคารชุดพักอาศัยจำนวน 991 ตัวอย่าง และผู้มีรายได้สูงที่กำลังพักอาศัยในอาคารชุดพักอาศัยราคาสูงจำนวน 1,158 ตัวอย่าง ซึ่งผลการวิจัยมีสาระสำคัญที่น่าสนใจมีดังนี้

3.1. ผู้มีรายได้สูงในกรุงเทพมหานคร ต้องการจะย้ายที่พักอาศัยไปอยู่บ้านเดี่ยว ทาวน์เฮาส์หรือบ้านแฝด และในอาคารชุด 68.2%, 14.3% และ 17.6% ตามลำดับ

3.2. ปัจจัยที่ผู้มีรายได้สูงใช้ในการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัยแบบอาคารชุดพักอาศัยเรียงลำดับความสำคัญคือ

3.2.1. ทำเลที่ตั้ง

3.2.2. ราคาของห้องชุด

3.2.3. แหล่งอุปโภคบริโภคที่จำเป็น

3.2.4. ระยะเวลาในการเดินทางและระยะทางไปยังที่ทำงาน

ผู้มีรายได้สูงไม่เห็นว่าทางเลือกที่อยู่อาศัยในบริเวณศูนย์กลางธุรกิจหรือการอยู่ใจกลางเมืองเป็นสิ่งจำเป็น

⁸ ธนอม อังคณะวัฒนา, “ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัยแบบอาคารชุดพักอาศัยของผู้มีรายได้สูงในเขตชั้นกลางถึงชั้นในของกรุงเทพมหานคร” (วิทยานิพนธ์ปริญญาบัณฑิต ภาค วิชาการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534)

บทที่ 3

การศึกษาความเป็นไปได้ด้านทำเลที่ตั้งโครงการ

สภาพทั่วไปและข้อมูลพื้นฐานของจังหวัดนนทบุรี¹

จังหวัดนนทบุรีเป็นเมืองเก่ามาตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานี ตำบลที่ตั้งเมืองนนทบุรีครั้งแรกมีชื่อว่า บ้านตลาดขวัญ ต่อมาได้ยกฐานะเป็นเมืองนนทบุรี เมื่อ พ.ศ.2092 ในรัชกาลสมเด็จพระมหาจักรพรรดิ ตลาดขวัญเป็นดินแดนแห่งความอุดมสมบูรณ์ และเป็นสวนผลไม้ที่ขึ้นชื่อแห่งหนึ่งของกรุงศรีอยุธยา

1. ด้านกายภาพ

จังหวัดนนทบุรีตั้งอยู่ภาคกลางของประเทศไทย เป็นหนึ่งในจังหวัดปริมณฑลของกรุงเทพฯ คือ นนทบุรี นครปฐม สมุทรปราการ สมุทรสาคร ปทุมธานี ฉะเชิงเทรา ระยะทางจากอำเภอเมืองนนทบุรีถึงกรุงเทพฯ 20 กิโลเมตร มีพื้นที่ประมาณ 622.303 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 388,939 ไร่ ลักษณะภูมิประเทศเป็นที่ราบลุ่มบริเวณลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียง ดังนี้

ทิศเหนือ	ติดต่อกับ	จังหวัดปทุมธานีและจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ทิศใต้	ติดต่อกับ	กรุงเทพมหานคร
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับ	กรุงเทพมหานคร ตั้งแต่เขตคูสิต ไปจนจรดจังหวัดปทุมธานี
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับ	จังหวัดนครปฐม

การคมนาคม : ทางบก

1. ถนนพหลุองสงคราม ระหว่างเชิงสะพานพระรามหก - สีแยกโรงพยาบาลนครศรีพรสวรรค์
2. ถนนประชาราษฎร์สาย1 ระหว่างศาลากลางจังหวัด(หลังเดิม) - สีแยกโรงพยาบาลนครศรีพรสวรรค์
3. ถนนติวานนท์ ระหว่างสามแยกวัดลานนาบุญ - ท่าหน้าปทุมธานี

¹ สำนักงานจังหวัดนนทบุรี, รายงานข้อมูล 45 กลุ่มเรื่อง [ออนไลน์], เข้าถึงเมื่อ 3 มีนาคม 2552. เข้าถึงได้จาก www.nonthaburi.go.th

4. ถนนงามวงศ์วาน ระหว่างสี่แยกแคราย - สี่แยกเกษตร
5. ถนนนนทบุรี 1 ระหว่างศาลากลาง (หลังเดิม) - ถนนติวานนท์
6. ถนนแจ้งวัฒนะ ระหว่างสี่แยกปากเกร็ด - สี่แยกหลักสี่
7. ถนนบางกรวย - ไทรน้อย ระหว่างพระรามหก - อำเภอไทรน้อย
8. ถนนบางบัวทอง - คลิ่งชัน ระหว่างแยกบางบัวทอง - คลิ่งชัน
9. ถนนบางบัวทอง - สุพรรณบุรี ระหว่างแยกบางบัวทอง - สุพรรณบุรี
10. ถนนกรุงเทพฯ - นนทบุรี ระหว่างสามแยกเตาปูน - สามแยกวัดลานนาบุญ
11. ถนนรัตนาธิเบศร์ ระหว่างสี่แยกแคราย - ถนนบางบัวทอง - คลิ่งชัน

การคมนาคม : ทางน้ำ

เป็นเส้นทางคมนาคมขนส่งที่สำคัญมากทางหนึ่งในอดีต แต่ปัจจุบันลดความสำคัญลงบ้าง เนื่องจากความสะดวกและคล่องตัวในการคมนาคมขนส่งทางบกมีมากขึ้น แต่อย่างไรก็ตามในปัจจุบันยังมีการขนส่งทางน้ำติดต่อกายในจังหวัด และระหว่างจังหวัดโดยใช้เส้นทางแม่น้ำเจ้าพระยา และคลองต่างๆ เช่น คลองบางขุนศรี คลองพระพิมล คลองบางใหญ่ และคลองมหาสวัสดิ์

2. ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

นนทบุรีเป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่บนฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา ซึ่งแบ่งพื้นที่ออกเป็น 2 ส่วน คือ ฝั่งตะวันออกและฝั่งตะวันตก พื้นที่ส่วนใหญ่จึงเป็นที่ราบลุ่ม มีคูคลองธรรมชาติและที่ขุดขึ้นใหม่ เป็นจำนวนมากเชื่อมต่อกันใช้เป็นเส้นทางในการสัญจร และอำนวยความสะดวกการเกษตรในพื้นที่ต่างๆ มีพื้นที่ชลประทาน 311,350 ไร่ ทรัพยากรที่ดินจังหวัดนนทบุรีส่วนใหญ่เป็นดินที่มีความอุดมสมบูรณ์ ปัญหาที่สำคัญคือ การใช้ประโยชน์ที่ดินไม่เหมาะสมเนื่องจากได้รับผลกระทบจากการขยายตัวด้านที่อยู่อาศัยจากกรุงเทพฯ ซึ่งได้ผลตอบแทนสูงกว่าการทำเกษตรกรรม

3. ด้านเศรษฐกิจ

มูลค่าทางเศรษฐกิจจังหวัดนนทบุรี ส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับสาขาการอุตสาหกรรมมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ สาขาบริการ, สาขาการค้าส่งและค้าปลีก การผลิตภาคอุตสาหกรรมมีความสำคัญต่อโครงสร้างเศรษฐกิจจังหวัดนนทบุรีมากที่สุด เมื่อเทียบกับสาขาการผลิตอื่นๆ การขยายตัวของอุตสาหกรรมจังหวัดนนทบุรีมีปัจจัยสนับสนุนหลายประการ ได้แก่ ความพร้อมของโครงสร้างทางเศรษฐกิจขั้นพื้นฐาน เช่น การคมนาคมขนส่ง การสื่อสาร การไฟฟ้า ประปา แรงงาน ตลาด วัตถุดิบ และอื่นๆ การพาณิชย์กรรมและการบริการในจังหวัดนนทบุรี มีผู้ประกอบการซึ่งจดทะเบียนนิติบุคคลประเภทต่าง ๆ ธุรกิจที่มีผู้จดทะเบียนใหม่ในปี 2550 ได้แก่ การก่อสร้างอาคารทั่วไป, กิจการนำเข้า-ส่งออกสินค้าอุปโภคบริโภค และงานด้านธุรกิจนำเที่ยว เป็นต้น ส่วนสถานที่ให้บริการที่สำคัญของจังหวัดนนทบุรี ได้แก่ โรงแรม (บริการด้านที่พักเป็นส่วนใหญ่)

การกสิกรรมเป็นสาขาการผลิตหนึ่งที่มีความสำคัญต่อโครงสร้างทางเศรษฐกิจของจังหวัดนนทบุรี มีพื้นที่ถือครองเพื่อการเกษตรทั้งหมด 189,458 ไร่ ปัจจุบันพื้นที่ดินที่ใช้เพื่อการเกษตรของจังหวัดนนทบุรี มีแนวโน้มลดลงเรื่อยๆเนื่องจากความเจริญของกรุงเทพฯกระจายไปสู่จังหวัดนนทบุรี ทำให้พื้นที่ของจังหวัดมีความเป็นชุมชนเมืองมากขึ้น มีการเปลี่ยนแปลงจากพื้นที่ทำการเกษตรกรรมมาเป็นพื้นที่เพื่อการอยู่อาศัย เพื่อรองรับการขยายตัวในอนาคต

4. ด้านการเงินและการคลัง

การเงินในจังหวัดนนทบุรีมีธนาคาร 146 แห่ง ปริมาณเงินฝากและเงินให้สินเชื่อประเภทต่างๆ (ณ วันที่ 13 กันยายน 2550) รวมประมาณ 1,266,678 ล้านบาท และ 492,635 ล้านบาท ตามลำดับ (ที่มาของข้อมูล: สำนักงานคลังจังหวัด)

5. ด้านสังคม

5.1. จังหวัดนนทบุรี มีจำนวนประชากร ปี 2550 ประมาณ 1,017,241 คน(ข้อมูลประชากร ณ กันยายน 2550) โครงสร้างประชากรและการจ้างงาน ในปี 2550 ผู้อยู่ในกำลังแรงงานเป็นประชากรที่มีงานทำ 738,661 คน และมีประชากรที่ไม่มีงานทำ จำนวน 6,232 คน (ณ วันที่ 24 ตุลาคม 2550) โดยลักษณะการจ้างงานส่วนใหญ่เป็นกิจกรรมในภาคอุตสาหกรรมและบริการต่างๆ เช่น กิจการขนส่ง คลังสินค้าและคมนาคม ขยายส่ง-ขายปลีก ภัตตาคาร อสังหาริมทรัพย์ ก่อสร้าง บริการชุมชน บริการสังคม และส่วนบุคคล กิจการประเภทไฟฟ้า ก๊าซ และประปา เป็นต้น(ที่มาของข้อมูล: สำนักงานสถิติจังหวัด)

5.2. การศึกษา จังหวัดนนทบุรีมีสถานศึกษา รวม 275 แห่ง เป็นของเอกชน 165 แห่ง ของรัฐบาล 107 แห่ง และอื่นๆอีก 3 แห่ง (ที่มาของข้อมูล: สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานนทบุรี เขต 1 และเขต 2)

5.3. การศาสนา จังหวัดนนทบุรีประชาชนส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ จำนวน 364,912 คน ศาสนาคริสต์ จำนวน 12,529 คน และศาสนาอิสลาม จำนวน 15,235 คน (ณ วันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2551) มีศาสนสถานแยกเป็นวัด จำนวน 188 แห่ง โบสถ์คริสต์ จำนวน 18 แห่ง มัสยิด 19 แห่ง (ที่มาของข้อมูล: สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด)

6. ด้านการคมนาคมขนส่ง

เนื่องจากสภาพทางภูมิศาสตร์ของจังหวัดนนทบุรีมีอาณาเขตติดต่อกับกรุงเทพมหานคร 2 ด้าน คือ ด้านทิศตะวันออกและทิศใต้ รวมทั้งเป็นจังหวัดในเขตปริมณฑล ระบบโครงข่ายการคมนาคมขนส่งทางบกของนนทบุรีค่อนข้างสมบูรณ์ ทั้งระบบทางหลวงแผ่นดินจังหวัดและชนบทที่ใช้ติดต่อภายในจังหวัด เชื่อมโยงกับกรุงเทพมหานคร และจังหวัดใกล้เคียง จึงทำให้การเดินทางสู่กรุงเทพมหานครและจังหวัดใกล้เคียงอื่น ๆ เป็นไปโดยสะดวก มีโครงข่ายคมนาคมขนส่งทางบกซึ่ง

สามารถติดต่อกันภายในจังหวัด และมีเส้นทางเชื่อมต่อถึงแทบทุกตำบลในเขตจังหวัดนนทบุรี เส้นทางคมนาคมขนส่งถนนของจังหวัดนนทบุรีประกอบด้วย ทางหลวงแผ่นดิน เชื่อมโยงระหว่างภูมิภาคและจังหวัด ทางหลวงจังหวัด เชื่อมโยงระหว่างจังหวัดกับอำเภอต่าง ๆ

7. สักยภาพการพัฒนาจังหวัดนนทบุรี

7.1. ที่ตั้งทางภูมิศาสตร์จังหวัดนนทบุรีอยู่ติดกับกรุงเทพมหานคร ทำให้มีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนเชื่อมโยงเศรษฐกิจหลักจากกรุงเทพและปริมณฑล กับพื้นที่ภาคกลางตอนบน

7.2. เป็นทางเลือกด้านที่อยู่อาศัยรองจากกรุงเทพฯ เนื่องจากจังหวัดนนทบุรีอยู่ใกล้กรุงเทพฯ และตามกฎหมายผังเมืองกำหนดให้จังหวัดนนทบุรีเป็นพื้นที่สีเขียวซึ่งเหมาะแก่การเป็นที่อยู่อาศัยมากกว่าจังหวัดปริมณฑลอื่น ซึ่งส่วนใหญ่จะถูกกำหนดให้เป็นเมืองอุตสาหกรรม

7.3. มีโครงข่ายบริการพื้นฐาน เชื่อมโยงเส้นทางคมนาคมทั้งทางบกและทางน้ำ ในอนาคตจะมีระบบขนส่งมวลชนขนาดใหญ่(รถไฟฟ้า) ระหว่างกรุงเทพฯกับจังหวัดนนทบุรี มีแม่น้ำเจ้าพระยาซึ่งเป็นแม่น้ำที่สำคัญ และเชื่อมโยงเส้นทางคมนาคมทางน้ำระหว่างกรุงเทพฯกับจังหวัดต่าง ๆ ในภาคกลางของประเทศ

7.4. ความได้เปรียบที่อยู่ใกล้สถาบันการศึกษา ทำให้จังหวัดนนทบุรีได้เปรียบทางด้านจัดหาแรงงาน หรือคัดเลือกแรงงานที่มีความรู้ความสามารถเข้าทำงานได้ง่าย

7.5. มีแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นที่รู้จักโดยทั่วไป ได้แก่ วัดเก่า และเกาะเกร็ด ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวที่แสดงถึงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชาวมอญ

จากศักยภาพดังกล่าวถือเป็นปัจจัยสำคัญในการสนับสนุนให้จังหวัดนนทบุรีเหมาะที่จะเป็นเมืองที่อยู่อาศัย

กรอบการวิเคราะห์ที่ตั้งโครงการ

จากแนวความคิดของการศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนธุรกิจคอนโดมิเนียมในจังหวัดนนทบุรี ซึ่งเป็นโครงการที่ตอบสนองการใช้ชีวิตของคนชนเมืองตามลักษณะการขยายตัวของเมือง ดังนั้นการพิจารณาเพื่อเลือกพื้นที่ตั้งของโครงการจึงมีความจำเป็นที่จะต้องวิเคราะห์ด้านการใช้พื้นที่ร่วมกับปัจจัยประกอบในด้านต่างๆ เพื่อให้โครงการมีความเป็นไปได้ในการจัดตั้งและดำเนินการทางธุรกิจ สภาพแวดล้อมโดยทั่วไปของที่ตั้งโครงการนั้นจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ ต่อการพัฒนาโครงการโดย กรอบการกำหนดพื้นที่ตั้งโครงการจะต้องมีความสัมพันธ์กัน ดังนั้นพื้นที่ที่จะกำหนดเพื่อวางโครงการคอนโดมิเนียม พื้นที่นั้นจะต้องได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐ การใช้พื้นที่ที่ดินที่ตรงตามวัตถุประสงค์โครงการ และมีปริมาณความต้องการที่เพียงพอต่อการจัดตั้งพื้นที่นั้นๆ

เน้นการให้บริการต่อประชาชนในพื้นที่ และพร้อมที่จะตอบสนองความต้องการพื้นฐานของกลุ่มเป้าหมาย โครงการคอนโดมิเนียม มีวัตถุประสงค์ที่จะเป็นที่พักอาศัย ที่ให้บริการครบวงจรในส่วนปัจจัยพื้นฐานของสังคม และผู้ใช้ชีวิตในสังคมชนเมือง ดังนั้น กรอบการวิเคราะห์สภาพที่ตั้ง อาจสามารถกล่าวได้โดยสังเขป ดังนี้

1. ปัจจัยและข้อบังคับทางการตลาด

การใช้พื้นที่ที่ดินในปัจจุบันได้มีการพัฒนามาจนเกิดเป็นทำเลในแต่ละที่ที่แตกต่างกัน ลักษณะของผู้คนและปริมาณความหนาแน่นมีความแตกต่างกันไปตามสภาพพื้นที่ ปริมาณความต้องการ ต้องอยู่ในอาณาบริเวณที่มีศักยภาพต่อการเข้าใช้โครงการ ซึ่งจัดตำแหน่งโครงการอยู่ในระดับปานกลางและระดับล่าง ปัจจัยทางการตลาดจึงจะต้องกำหนดทำเลที่ตั้งโครงการใช้ประโยชน์บนพื้นที่ ทำเลนั้นได้มีประสิทธิภาพสูงสุดและคุ้มค่าต่อการลงทุน ข้อบังคับทางการตลาดจึงเป็นข้อพิจารณาที่จัดได้ว่ามีความสำคัญมากที่สุด ที่ตั้งโครงการจะต้องเป็นที่ตั้งที่อยู่ในทำเลที่ยังมีอุปสงค์ต่อโครงการอาคารประเภทนั้นๆ ความจำเป็นของโครงการต่อชีวิตความเป็นอยู่ของประชากรในระดับต่างๆ เป็นตัวกำหนดความเป็นไปได้ของโครงการในด้านการตลาดในที่แตกต่างกัน กล่าวคือ ที่ตั้งของโครงการประเภทต่างๆ ขึ้นอยู่กับอุปสงค์เปลี่ยนไปตามความจำเป็นของโครงการ บางโครงการต้องมีในทุกชุมชนท้องถิ่น บางโครงการมีขึ้นเพื่อสนองความต้องการในระดับเมือง เช่น โรงแรมตามตัวเมืองของจังหวัดต่างๆ และบางโครงการมีขึ้นเพื่อสนองความต้องการในระดับหลายๆจังหวัดรวมกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งโครงการของภาครัฐบาล เช่น สถาบันการศึกษามักตั้งอยู่ที่เมืองหลักของภาค อุปสงค์ของโครงการในระดับต่างๆ เป็นตัวกำหนดทำเลที่ตั้ง

นอกจากจะตั้งขึ้นในทำเลต่างๆ ตามอุปสงค์ในระดับต่างๆ ดังกล่าวแล้ว จะต้องพิจารณารวมถึงข้อเท็จจริงที่ว่า อยู่ในทำเลที่มีผู้ใช้หรือผู้ซื้อที่เหมาะสมที่สามารถสนับสนุนโครงการได้ กล่าวคือ มีคนที่มีฐานะทางเศรษฐกิจหรือกำลังซื้อที่เหมาะสมกับโครงการที่จะจัดทำขึ้น เช่น การเลือกทำเลที่ตั้งสำหรับโครงการที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้สูงแห่งหนึ่ง ย่อมต้องพิจารณาถึงความเป็นไปได้ในด้านความต้องการ โดยพิจารณาจากจำนวนผู้ที่มีกำลังซื้อในระดับของโครงการ และต้องเป็นผู้ที่มีความประสงค์ที่จะมีที่อยู่อาศัยแห่งใหม่ในย่านนั้น ในกรณีเช่นนี้ การเลือกที่ตั้งสำหรับโครงการสำหรับผู้มีรายได้ปานกลางในย่านถนนรัตนวิบูลย์ ตามแนวรถไฟฟ้าขนส่งสายสีม่วง ย่อมมีความเป็นไปได้ในด้านการตลาดมากกว่าในย่านที่ไม่มีโครงการส่งเสริมตามที่กล่าวมา ทำนองเดียวกัน การเลือกที่ตั้งจำต้องพิจารณาถึงกลุ่มผู้ใช้ที่อยู่รอบๆ ภายในขอบเขตรัศมี ในการศึกษาความเหมาะสมในด้านการตลาดของที่ตั้งจะต้องตรวจสอบดูว่าในปัจจุบันกลุ่มผู้ใช้ในขอบเขตรัศมีได้ใช้จ่ายเงินเป็นจำนวนเท่าใด เพื่อที่จะสามารถวิเคราะห์ได้ว่า หากตั้งคอนโดมิเนียมใหม่ในทำเลที่ตั้งที่อยู่ภายในขอบเขตรัศมีดังกล่าว จะมีคู่แข่งมากน้อยเพียงใด และจะสามารถมีส่วนแบ่งทางการตลาด

เท่าใด ความเหมาะสมในด้านการตลาดของที่ตั้งอาจอยู่ที่การอยู่ใกล้กับแหล่งกิจกรรมอื่นๆ ที่สนับสนุนโครงการอาคารประเภทนั้นๆ กล่าวคือ อยู่ในย่านที่มีความสัมพันธ์ทางธุรกิจร่วมกัน เช่น โรงแรมสำหรับนักธุรกิจชาวต่างประเทศ มักอยู่ในย่านศูนย์กลางทางธุรกิจที่อำนวยความสะดวกต่อการติดต่อทางธุรกิจเอกชน หรือมักอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวในเมือง เช่น เดียวกันอาคารประเภทศูนย์การค้าหรือห้างสรรพสินค้ามักตั้งอยู่ใกล้ชุมทาง และหากตั้งอยู่บนเส้นทางหลักฝั่งขากลับบ้าน (ออกจากศูนย์กลางเมือง) ย่อมมีความได้เปรียบในการดึงดูดลูกค้ามากกว่า

2. ปัจจัยทางกายภาพ

เป็นส่วนของการวิเคราะห์พื้นที่ โดยเป็นลักษณะทางกายภาพที่เกิดขึ้นในพื้นที่ที่ได้พิจารณาจากปัจจัยทางการตลาดแล้ว ซึ่งลักษณะทางกายภาพนั้นจะเป็นการวิเคราะห์ที่ลงลึกถึงสภาพของทำเลที่ตั้งว่าเหมาะสมต่อโครงการเพียงใด โดยมีเกณฑ์ในการวิเคราะห์เบื้องต้นดังนี้

2.1. การใช้ที่ดิน และ ศักยภาพของที่ดิน

2.1.1. ขนาดของที่ดิน เป็นข้อพิจารณาที่มีความสำคัญมาก เพราะนอกจากจะเกี่ยวข้องกับความสะดวกของประเภทอาคารและขนาดของโครงการแล้ว ยังเกี่ยวข้องกับการลงทุนเงินจำนวนมากในระยะเวลาอันสั้น ในขณะที่ยังไม่มีรายได้จากโครงการ ขนาดของที่ดินมีความสัมพันธ์โดยตรงกับราคาที่ดินที่จะต้องลงทุน หากที่ดินมีขนาดใหญ่เกินความจำเป็น ย่อมทำให้ต้องลงทุนค่าที่ดินเพิ่มมากขึ้น และหากที่ดินมีขนาดเล็กจนเกินไป ย่อมไม่เหมาะสมสำหรับโครงการที่จะจัดทำขึ้น

2.1.2. รูปร่างของที่ดิน เป็นอีกประการหนึ่งที่จะต้องนำมาพิจารณาที่ดินรูปร่างเป็นแฉ่งเป็นมุมมาก เป็นดิ่งหรือมีลักษณะเบี้ยวหรือเอียง ย่อมทำให้ไม่สามารถใช้ประโยชน์จากที่ดินได้ง่ายและได้อย่างเต็มที่ รูปร่างของที่ดินที่พบทั่วไปมักมีลักษณะเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าที่แคบและลึก ทั้งนี้ไม่ว่าจะเป็นที่ดินในชนบทหรือที่ดินในเมือง มักมีด้านแคบติดเส้นทางคมนาคม ซึ่งอาจเป็นคลอง แม่น้ำ หรือถนน ในกรณีที่เป็นที่ดินขนาดเล็กหรือค่อนข้างเล็กสำหรับโครงการที่จะจัดทำขึ้น หากที่ดินมีความแคบมากจะทำให้มีปัญหาในการจัดผังบริเวณและวางตัวอาคารให้เหมาะสมกับทิศทางลมและแสงแดด อาจทำให้จำต้องวางตัวอาคารหลักในลักษณะขวางตะวัน อันจะมีผลกระทบต่อความสบายของผู้ใช้อาคาร หรือทำให้ต้องลงทุนกับตัวอาคารมากขึ้นในการจัดให้มีการป้องกันแดดและความร้อน หรือทำให้ต้องสิ้นเปลืองการใช้พลังงานมากขึ้นสำหรับที่ใช้ระบบปรับอากาศ ในการเลือกที่ตั้งควรจะได้คำนึงถึงปัญหาเหล่านี้ล่วงหน้า ซึ่งมีเหตุมาจากขนาดและรูปร่างของที่ดิน

2.1.3. สภาพทั่วไปของที่ดิน เป็นการพิจารณาสภาพต่างๆ ของที่ดินที่จะมีผลกระทบต่อการลงทุนได้แก่ ข้อพิจารณาเกี่ยวกับระดับดินและปัญหาการป้องกันน้ำท่วม

สิ่งก่อสร้างและต้นไม้ยืนต้นที่มีอยู่แล้ว ฯลฯ ที่ดินต่างๆ มีสภาพของการที่จะต้องปรับปรุงเล็กน้อยแตกต่างกัน ที่ดินที่ยังไม่ได้รับการพัฒนา มักมีระดับดินต่ำกว่าระดับถนนภายนอกของถนนสายหลักหรือต่ำกว่าที่ดินของบริเวณข้างเคียงที่พัฒนาแล้ว ที่ดินบางแห่งอาจมีสภาพการรับน้ำหนักที่ไม่ดี ที่ดินที่มีสภาพเช่นนี้จะทำให้การลงทุนในส่วนฐานรากสูงกว่าปกติ โดยทั่วไปไม่อาจทราบสภาพการรับน้ำหนักของดินที่แท้จริงได้ จนกว่าจะได้ข้อมูลการเจาะดินในบริเวณที่ตั้ง แต่อาจศึกษาได้อย่างคร่าว ๆ จากบริเวณข้างเคียงที่ได้มีการก่อสร้างอาคารแล้ว เพื่อใช้เป็นเพียงแนวทางในการคาดคะเนสภาพการรับน้ำหนักของดินในเบื้องต้น ในการพิจารณาความเหมาะสมของตัวที่ตั้ง ยังอาจจำเป็นที่จะต้องคำนึงถึงสิ่งก่อสร้างต่างๆ ที่มีอยู่แล้ว เช่น ถนน ทางระบายน้ำ อาคาร ฯลฯ ซึ่งอาจนำมาใช้ประโยชน์ได้หากยังมีสภาพดีอยู่ อาจมีส่วนช่วยลดการลงทุนในระยะเริ่มต้นลงได้บ้าง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สำหรับโครงการที่ต้องใช้ที่ดินขนาดใหญ่ เช่น โครงการสวนสาธารณะ ฯลฯ ที่ตั้งที่มีต้นไม้ยืนต้นอยู่แล้วจำนวนมาก ย่อมเป็นที่ตั้งที่น่าสนใจกว่า

2.1. การเข้าถึงโครงการ ที่ตั้งแต่ละแห่งมีความสะดวกของการเข้าถึงแตกต่างกัน อาจพิจารณาความสะดวกของการเข้าถึงได้จากตำแหน่งของที่ตั้ง ระบบถนน ระบบการขนส่ง และระบบการจราจร กล่าวคือ ที่ตั้งซึ่งมีตำแหน่งอยู่ห่างไกล ย่อมขาดความสะดวกสบายในการเข้าถึง นอกจากจะเสียเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางเพิ่มขึ้นแล้ว ยังมีผลกระทบต่อสุขภาพจิตอีกด้วย ที่ตั้งที่มีตำแหน่งติดถนนใหญ่หรืออยู่ลึกเข้าไปในถนนซอย ย่อมมีความสะดวกของการเข้าถึงแตกต่างกัน ส่วนระบบถนนที่มีอยู่ซึ่งเกี่ยวกับเส้นทางของถนนสู่ที่ตั้ง ขนาดความกว้างของถนน และคุณภาพของผิวถนนสาธารณะ และเกี่ยวข้องกับเส้นทางของถนนสาธารณะอยู่ติดที่ตั้งจำนวนกี่ด้าน เหล่านี้ย่อมเอื้ออำนวยต่อความสะดวกของการเข้าถึงที่ตั้งแตกต่างกัน

2.2. การคมนาคมขนส่ง ระบบการขนส่งนับเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับความสะดวกของการเข้าถึงที่ตั้ง ในการเลือกที่ตั้งต้องพิจารณาว่า ในถนนที่ซึ่งที่ตั้งตั้งอยู่ มีรถประจำทางวิ่งผ่านจำนวนกี่สายและมีจำนวนรถประจำทางอย่างน้อยเพียงใด หรือมีระบบการคมนาคมอื่นๆ อยู่ใกล้พอที่จะสนับสนุนการเข้าถึงที่ตั้งได้สะดวกยิ่งขึ้น เช่น อยู่ใกล้ทางด่วน อยู่ใกล้เส้นทางของระบบขนส่งมวลชนเร่งด่วน มีสถานีรถไฟหรือท่าเรืออยู่ใกล้บริเวณที่ตั้ง ฯลฯ ระบบการขนส่งเหล่านี้ย่อมช่วยเพิ่มอุปสงค์ให้แก่โครงการ เพราะสามารถเพิ่มผู้ใช้จากนอกเขตรัศมีอิทธิพลเดิม นอกจากนี้ความสะดวกของการเข้าถึงยังถูกจำกัดด้วยสภาพการจราจรที่เป็นอยู่ และที่เกิดขึ้นในอนาคต สำหรับโครงการขนาดใหญ่อย่างเช่นศูนย์การค้า หากตั้งอยู่ใกล้สี่แยกที่มีการจราจรคับคั่งและติดขัดอยู่แล้ว ย่อมขาดความสะดวกในการเข้าถึงที่ตั้ง สำหรับข้อพิจารณาในด้านการจราจรนั้น ยังต้องพิจารณาไปถึงข้อจำกัดต่างๆ ทางกฎหมายที่เกี่ยวกับระบบการจราจรเองอย่างเช่น เป็นเส้นทางที่จัดให้รถวิ่งทางเดียว และที่เกี่ยวกับการจัดทางเข้าออกของบริเวณที่ตั้งซึ่งมีผลต่อความสะดวกของการเข้าถึงที่ตั้ง

2.3. สิ่งอำนวยความสะดวก สาธารณูปโภคและสาธารณูปการเป็นโครงการสร้างพื้นฐานที่จำเป็นในฐานะที่เป็นบริการชุมชนที่รัฐจัดให้มีขึ้น ความพร้อมของบริการชุมชนดังกล่าวหมายถึงการมีปัจจัยต่าง ๆ อย่างเหมาะสมในขนาดและสภาพขององค์ประกอบชุมชน เช่น ถนนสาธารณะ ไฟฟ้า ประปา ท่อระบายน้ำ คู่สายโทรศัพท์ ฯลฯ รวมทั้งการมีองค์ประกอบในด้านบริการสาธารณะ เช่น ตลาดสด สถานีตำรวจ สถานีดับเพลิง โรงพยาบาลหรือสถานีอนามัย โรงเรียนระดับต่าง ๆ สวนสาธารณะ สวนหย่อม ฯลฯ ทำเลที่ตั้งแต่ละแห่งมีความพร้อมของสาธารณูปโภคและสาธารณูปการแตกต่างกันไป ทำให้ต้องนำมาพิจารณาในการเลือกที่ตั้งของโครงการ เพราะความพร้อมของปัจจัยเหล่านี้ย่อมมีผลกระทบอย่างมากต่อการที่ต้องลงทุนเพิ่มขึ้นและต่อความสำเร็จของโครงการ หรือมิฉะนั้นก็จะก่อให้เกิดปัญหาต่างๆ ซึ่งไม่เป็นผลดีต่อโครงการ ซึ่งการวิเคราะห์ถึงปัจจัยและข้อบังคับทางลักษณะกายภาพจะช่วยให้เกิดความชัดเจนในการเลือกที่ดินได้โดยละเอียดในลำดับการคัดเลือกทำเลที่ตั้งโครงการในลำดับต่อไป

3. ปัจจัยทางด้านภาครัฐและกฎหมายข้อบังคับ

ภาครัฐมีส่วนสำคัญต่อทิศทางการพัฒนาประเทศ การกำหนดพื้นที่ จึงมีความจำเป็นที่จะต้องพิจารณาในส่วนของการส่งเสริมจากภาครัฐ ไม่ว่าจะเป็นแผนพัฒนาเศรษฐกิจของชาติหรือการกำหนดเขตการใช้ที่ดินในปัจจุบันหรือแผนการในอนาคต ในเขตบางเขตของเมือง มีข้อกำหนดทางกฎหมายในการจำกัดเขตการใช้ที่ดิน หรือในการจำกัดความสูงของอาคาร ฯลฯ ข้อกำหนดเหล่านี้ได้ออกเป็นกฎกระทรวงตามความในพระราชบัญญัติต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งพระราชบัญญัติควบคุมการก่อสร้างอาคารและพระราชบัญญัติผังเมือง การจำกัดเขตการใช้ที่ดินนั้นเป็นการจำกัดให้ปลูกสร้างอาคารได้เพียงบางประเภทเท่านั้น เช่น ในเขตหนึ่งอาจอนุญาตให้ปลูกสร้างได้เฉพาะอาคารประเภทพักอาศัย ส่วนการจำกัดความสูงของอาคารนั้นเป็นการจำกัดความสูงของอาคารที่จะต้องสัมพันธ์กับระยะร่นจากแนวเขตที่ดิน ฯลฯ นอกจากนี้ ในบางเขตอาจมีกฎหมายเวนคืนบังคับใช้ หรือมีแนวโน้มของการออกกฎหมายเวนคืน ดังนั้น ในการพิจารณาเลือกที่ตั้ง จำเป็นอย่างยิ่งต้องตรวจสอบข้อจำกัดต่างๆ ที่อาจใช้ควบคุมเขตที่ดินซึ่งจะเป็นที่ตั้งของโครงการ มิฉะนั้นที่ตั้งที่ได้เลือกไว้อาจไม่ได้รับการอนุญาตให้ปลูกสร้าง หรืออาจมีผลกระทบต่อความเป็นไปได้ทางการเงินหรือความสำเร็จของโครงการ เพราะไม่อาจก่อสร้างพื้นที่ใช้สอยตามที่ต้องการด้วยข้อจำกัดด้านความสูงในการเลือกที่ตั้งย่อมไม่พิจารณาแต่เพียงความเป็นไปได้ทางกฎหมายเท่านั้น แต่จะต้องพิจารณาถึงความเหมาะสมตามหลักวิชาการทางด้านผังเมืองด้วย โดยพยายามวิเคราะห์ถึงปัญหาต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการมีโครงการในที่ตั้ง ทั้งประเภทและขนาดของโครงการมีผลกระทบต่อปัญหาทางด้านผังเมืองแตกต่างกันไป ปัญหาที่สำคัญที่จำเป็นต้องคำนึงถึง ได้แก่ ปัญหาทางการคมนาคมขนส่งและการจราจร ทั้งตามสภาพที่เป็นอยู่และตามสภาพที่จะเกิดขึ้นในอนาคตเมื่อมี

โครงการเกิดขึ้น ปัญหาดังกล่าวมีความรุนแรงมากขึ้นสำหรับโครงการขนาดใหญ่ นอกจากนี้ ยังอาจจำเป็นต้องพิจารณาปัญหาอื่นๆ เช่น ปัญหาในด้านสภาพที่โล่งของชุมชนในบริเวณข้างเคียงด้วยว่าสมควรจะสร้างอาคารอย่างหนาแน่นขึ้นอีกเพียงใดหรือไม่ โครงการของภาครัฐมีส่วนที่จะส่งผลกระทบต่อพื้นที่และลักษณะสังคม อาทิเช่น โครงการระบบคมนาคมขนส่ง โครงการสนามบินหรือรถไฟฟ้ามวลชน เป็นต้น การพิจารณาทำเลที่ตั้งนี้จึงจะต้องพิจารณาตามภาพรวมของนโยบายจากภาครัฐประกอบกันนอกเหนือไปจากภาพกว้างแล้ว ภาครัฐยังมีส่วนในการกำหนดระเบียบการใช้ที่ดินโดยที่กระทรวงมหาดไทย จะเป็นฝ่ายที่กำหนดข้อบังคับ และกฎหมายตั้งแต่การใช้พื้นที่ลงไปถึงการก่อสร้างอาคารและโครงการบนพื้นที่ต่างๆ รวมทั้งการควบคุมสภาพแวดล้อมและมลพิษ ดังนั้นเกณฑ์การวิเคราะห์จึงอาจสรุปโดยสังเขปได้ 4 ขั้นตอน คือ

- 3.1. นโยบาย และ แผนพิจารณาเศรษฐกิจแห่งชาติ
- 3.2. การกำหนดการใช้ที่ดิน
- 3.3. ข้อกำหนดการสร้างอาคาร
- 3.4. นโยบายทางด้านสิ่งแวดล้อมและการควบคุมมลพิษ

4. ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ

สภาพทางเศรษฐกิจสะท้อนต่อลักษณะการขยายตัว และทิศทางการลงทุนในด้านต่าง ๆ ดังนั้น สภาพเศรษฐกิจในที่นี้จะอิงตามลักษณะที่สะท้อนด้านการใช้ที่ดิน การขยายตัวของกรุงเทพฯ โดยพิจารณาการขยายตัวของเมืองจากศูนย์กลางเมือง การลงทุนใหม่-โครงการใหม่ บนพื้นที่ต่างๆ ในการเลือกที่ตั้งของโครงการ จึงจำเป็นต้องศึกษาและคาดคะเนถึงแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในชุมชนในอนาคต ซึ่งนอกจากจะมีประโยชน์โดยรวมต่อการตัดสินใจในการเลือกที่ตั้งที่เหมาะสมแล้ว ยังเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการวางแผนสำหรับโครงการในอนาคต เพื่อตอบรับกับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น เช่น การเลือกที่ตั้งที่มีขนาดใหญ่เพียงพอสำหรับการขยายตัวของโครงการ หรือเป็นที่ตั้งที่มีโอกาสขยายตัวได้ง่าย การกำหนดรูปแบบที่เหมาะสมยิ่งขึ้นสำหรับโครงการที่อยู่อาศัยชานเมือง หากคาดคะเนได้ว่าจะมีทางด่วนผ่านย่านที่อยู่อาศัยซึ่งเป็นที่ตั้งของโครงการ ฯลฯ

5. ปัจจัยทางด้านสังคมและจิตวิทยา

สังคมในแต่ละพื้นที่จะมีเอกลักษณ์และลักษณะของในแต่ละพื้นที่ที่แตกต่างกัน ซึ่งภาพของแต่ละทำเลนั้น ได้มีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงมาเป็นระยะเวลาอันยาวนานกว่าที่จะเกิดเป็นภาพของทำเล ดังนั้น การเลือกพื้นที่โครงการจึงต้องพิจารณาทางด้านสังคมและจิตวิทยาเพื่อให้ถูกต้องตรงกับวัตถุประสงค์ของโครงการ วิธีของคนในสังคมนั้นมีความเหมาะสมเพียงใดต่อโครงการ หรืออาจ

พิจารณาความเหมาะสมของที่ตั้งในด้านสังคมและวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับลักษณะประชากรและเอกลักษณ์ของท้องถิ่น

5.1. ความเหมาะสมทางด้านลักษณะประชากร โครงการต่างๆย่อมต้องมีผู้ใช้ที่เป็นผู้สนับสนุนการดำเนินงานของโครงการ ในการกำหนดที่ตั้งของโครงการ จึงจำเป็นต้องพิจารณาถึงความเหมาะสมสอดคล้องกัน ระหว่างสภาพทางสังคมและวัฒนธรรมของผู้ที่อยู่ในย่านรอบๆที่ตั้งโครงการกับของผู้ที่คาดว่าจะเป็นผู้ใช้อาคาร โดยใช้พิจารณาลักษณะมูลฐานทางสังคม วัฒนธรรมของกลุ่มประชากรที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ อายุ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สภาพการสังคม วิถีชีวิตประจำวัน ศาสนา ตลอดจนค่านิยมต่าง ๆ อาจกล่าวได้ว่า การพิจารณาความเหมาะสมทางด้านสังคมและวัฒนธรรมดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาความเป็นไปได้ในด้านการตลาด การกำหนดที่ตั้งสำหรับโครงการที่กลุ่มเป้าหมายเป็นผู้มีรายได้สูงอยู่ติดกับที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้ต่ำหรือที่เป็นชุมชนแออัด ย่อมมีปัญหาทางการตลาด

5.2. ความเหมาะสมทางด้านเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ท้องถิ่นบางแห่งมีเอกลักษณ์เฉพาะทางสังคมและวัฒนธรรม ที่ตั้งอาจอยู่ในย่านที่ซึ่งจัดได้ว่าเป็นที่เชิดหน้าชูตาทางสังคม เช่น ในย่านถนนสุขุมวิท ถนนวิฑู ถนนสาทรฯลฯ เป็นที่แน่นอนว่า ราคาที่ดินในย่านดังกล่าวสูงมากและเป็นตัวกำหนดประเภทโครงการที่สามารถจะอยู่ในย่านดังกล่าวได้ การที่สามารถเลือกที่ตั้งได้ในย่านที่มีเอกลักษณ์ในทางเชิดหน้าชูตาย่อมเป็นการส่งเสริมความสำเร็จของโครงการ โครงการที่ได้เลือกที่ตั้งในทำเลดังกล่าว นอกจากจะต้องสอดคล้องเหมาะสมกับประเภทอาคารในย่านนั้นตามที่ควรจะเป็นแล้ว ยังต้องคำนึงถึงการออกแบบทางสถาปัตยกรรมที่สอดคล้องกับอาคารเดิม ไม่ว่าจะเกี่ยวกับความสูงของอาคารหรือเกี่ยวกับแบบอย่างเฉพาะของอาคารจะเห็นได้ว่า การพิจารณาความเหมาะสมของที่ตั้งในด้านสังคมและวัฒนธรรมที่เกี่ยวกับเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ยังมีผลกระทบต่อความเป็นไปได้ของโครงการด้วย เพราะอาจทำให้ต้องลงทุนมากน้อยแตกต่างกันไป ทั้งนี้ เป็นการพิจารณาความเหมาะสมของที่ตั้งตามหลักวิชาการของการอนุรักษ์ ไม่ว่าจะมียุทธศาสตร์ทางกฎหมายควบคุมอยู่หรือไม่ก็ตาม

กระบวนการทำงานในขั้นตอนต่างๆ

การวิเคราะห์พื้นที่เพื่อออกแบบคอนโดมิเนียม โดยมีเงื่อนไขอยู่ภายใต้กฎหมายควบคุมอาคารนั้น สามารถสรุปขั้นตอนและกระบวนการการทำงานในการวิเคราะห์เพื่อหาความเป็นไปได้ของโครงการที่มาจากพื้นที่ใช้สอยโดยรวมตามขั้นตอนของการออกแบบได้ดังต่อไปนี้

1. ขั้นตอนการศึกษาพื้นที่โครงการและสภาพแวดล้อมของพื้นที่
2. ขั้นตอนการศึกษากฎหมายผังเมืองรวมและกฎหมายควบคุมอาคาร

- 2.1. ตรวจสอบเขตผังเมือง
- 2.2. ตรวจสอบด้านที่ติดถนนและความกว้างของถนน
- 2.3. ตรวจสอบพื้นที่รวมของอาคารที่สามารถสร้างได้มากที่สุดจากกฎหมายผังเมืองตรวจสอบพื้นที่เว้นว่างตามกฎหมายผังเมือง
- 2.4. ตรวจสอบระยะถอยร่นของอาคารตามกฎหมายกระทรวงฉบับที่ 55
3. ขั้นตอนการสร้างข้อจำกัดของการออกแบบจากกฎหมาย
 - 3.1. ข้อจำกัดเรื่องพื้นที่จากถนน
 - 3.2. ข้อจำกัดเรื่องความสูงจากระยะถอยร่น
 - 3.3. ข้อจำกัดเรื่องพื้นที่อาคารรวม
 - 3.4. ข้อจำกัดเรื่องพื้นที่เว้นว่าง
4. ขั้นตอนการสรุปเพื่อประเมินศักยภาพของพื้นที่โครงการเพื่อดำเนินการออกแบบ

ขั้นตอน 1 การศึกษาพื้นที่โครงการและสภาพแวดล้อมของพื้นที่

1. ที่ตั้ง

ที่ดินตั้งอยู่บนถนนรัตนวิเศษ ใกล้กับห้างเซ็นทรัลทาวน์ รัตนวิเศษ อ.เมือง จ.นนทบุรี



ภาพที่ 6 แสดงแผนที่ตั้งโครงการ

2. ลักษณะที่ดิน

2.1. ขนาดและรูปร่างที่ดิน ที่ดินเป็นลักษณะสี่เหลี่ยมผืนผ้า อยู่ติดถนนรัตนาริเบศร์ กว้างประมาณ 80 เมตร ลึกประมาณ 140 เมตร มีพื้นที่โดยรวม 7 ไร่ หรือ 2,800 ตารางวา



ภาพที่ 7 แสดงลักษณะที่ดิน

2.2. อาณาเขต

ทิศเหนือ	ติดกับที่ดินอื่น
ทิศใต้	ติดกับถนนรัตนาริเบศร์
ทิศตะวันออก	ติดกับอาคารพาณิชย์
ทิศตะวันตก	ติดกับโรงพยาบาลนนทเวชประมาณ 140 เมตร

3. สภาพที่ดิน ระดับดิน

ที่ดินส่วนใหญ่เป็นพื้นดินว่างเปล่า ระดับดินต่ำกว่าระดับถนนประมาณ 1 เมตร ที่ดินอยู่ห่างจากตำแหน่งทางขึ้นลงรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน (ในอนาคต) ประมาณ 100 เมตร

4. สถานที่สำคัญต่างๆ ในพื้นที่ใกล้เคียง

การจะศึกษาถึงศักยภาพของที่ตั้งในการพัฒนาเป็นคอนโดมิเนียม จะต้องพิจารณาว่าที่ตั้งดังกล่าว มีอาคารสถานที่ สำคัญต่างๆ ที่จำเป็นต่อการใช้ชีวิตหรืออำนวยความสะดวกอยู่ใกล้เคียง หรือไม่ ซึ่งในพื้นที่ใกล้เคียงที่ตั้งโครงการนี้ มีสถานที่ที่จำเป็นต่อการใช้ชีวิต และอำนวยความสะดวกให้กับผู้พักอาศัยในพื้นที่ รวมทั้งสถานที่ซึ่งเป็นแหล่งรวมของคนจำนวนมากอันจะเป็นปัจจัยในการสร้างศักยภาพให้ที่ตั้งโครงการเหมาะที่จะพัฒนาเป็นพัฒนาคอนโดมิเนียม มีดังนี้

4.1. สถานศึกษา เช่น วิทยาลัยพยาบาล โรคทรวงอกนนทบุรี, โรงเรียนศรีบุญยานนท์, โรงเรียนรุ่งโรจน์ศึกษา, นนทบุรีพิทยาคม, ธรรมสิริศึกษา, อนุบาลสันติวัน เป็นต้น

4.2. สถาบันสาธารณสุข เช่น กระทรวงสาธารณสุข, โรงพยาบาลพระนั่งเกล้า, โรงพยาบาลนนทเวช, โรงพยาบาลศูนย์การแพทย์รัตนาริเบศร์, สถาบันโรคทรวงอก เป็นต้น

4.3. สถานที่ราชการ เช่น กระทรวงพาณิชย์,ศาลากลางจังหวัดนนทบุรี,กรมราชทัณฑ์, สำนักงานที่ดินจังหวัดนนทบุรี, สถานีตำรวจภูธรนนทบุรี เป็นต้น

4.4. ห้างสรรพสินค้า เช่น เซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์, โลตัส สาขาติวานนท์(แยกแคทราย), บิ๊กซี สาขาติวานนท์, คาร์ฟูสาขารัตนาธิเบศร์ เป็นต้น

4.5. อื่นๆ เช่น สนามไคร้ฟกอล์ฟสุวงศ์ชัย, สถานีดาวเทียมไทยคม

5. ระบบการคมนาคม เส้นทางสัญจรที่ ถึงพื้นที่ตั้งโครงการ แบ่งออกเป็น

5.1. การคมนาคมทางรถยนต์และรถโดยสาร ที่ดินที่ตั้งโครงการอยู่บนถนนรัตนาธิเบศร์ ช่วงใกล้สะพานพระนั่งเกล้า มีเส้นทางสัญจรสำคัญ ที่เชื่อมต่อสู่พื้นที่อื่นๆ ดังนี้ คือ

5.1.1. ถนนรัตนาธิเบศร์ เป็นถนนที่เชื่อมต่อเข้าสู่ ศูนย์กลางเมือง โดยเชื่อมกับถนนวิภาวดีรังสิต และทางด่วน โทลเวย์

5.1.2. ทางด่วนเฉลิมมหานคร (ทางด่วนขั้นที่ 2) เชื่อมต่อกับระบบทางด่วนของกรุงเทพฯ และเป็นเส้นทางการเดินทางที่ผู้พักอาศัยย่านรัตนาธิเบศร์ใช้เพื่อลดเวลาการเดินทาง โดยที่ระยะทางห่างจากโครงการประมาณ 2 กิโลเมตร

5.1.3. ถนนเลี้ยวเมืองนนทบุรี, ถนนสนามบินน้ำ และโครงการถนนเชื่อมต่องวงแหวนรอบนอก จะเป็นถนนสายที่เชื่อมต่อการเดินทางกับกลุ่มที่ต้องการพักอาศัยบริเวณรัศมี 1-3 กิโลเมตรรอบโครงการ

5.1.4. ถนนราชพฤกษ์ เป็นถนนที่ตัดกับถนนรัตนาธิเบศร์ บริเวณระหว่างสะพานพระนั่งเกล้ากับแยกบางบัวทองปิ่นเกล้า มีขนาด 12 ช่องจราจร สามารถเข้าสู่ถนนบรมราชชนนี และเชื่อมต่อกับโครงการวงแหวนรอบนอก (ตะวันตก) ซึ่งสามารถเดินทางไปยัง ศูนย์กลางธุรกิจบริเวณสาทรได้ ใช้เวลาประมาณ 30 นาที จากที่ตั้งโครงการ (กรณีเดินทางโดยรถยนต์ในช่วงเวลาที่การจราจรคล่องตัว)

5.1.5. ถนนพิบูลสงคราม เชื่อมต่อกับถนนรัตนาธิเบศร์ โดยผ่านถนนเลี้ยวเมืองนนทบุรี และยังเชื่อมตัวกับถนนราชพฤกษ์ ผ่านสะพานพระราม 5 (ข้ามแม่น้ำเจ้าพระยา) เข้าสู่วงแหวนตะวันตกได้อย่างรวดเร็ว

5.1.6. ระบบขนส่งสาธารณะ

รถประจำทาง : รัตนาธิเบศร์ (ผ่านหน้าโครงการ) คือ สาย 18, 69,134,191

รถตู้โดยสาร : รามอินทรา, แจ้งวัฒนะ, ม.รามคำแหง, ปากเกร็ดฯ

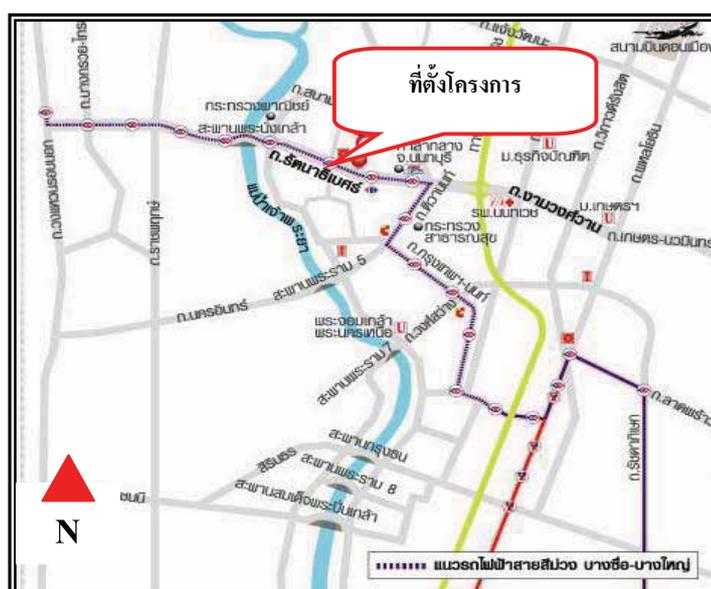
รถสองแถว : วิ่งจากท่าบ้านนันทและตลาด ผ่านมาตามถนนรัตนาธิเบศร์ไปยังถนนงามวงศ์วาน

5.2. การคมนาคมขนส่งมวลชนทางเรือ

จากที่ตั้งโครงการสามารถเดินทางไปยังท่าเรือสะพานพระนั่งเกล้า (ประมาณ 1 กม. เพื่อ นั่งเรือต่อไปยังท่าเรือท่าน้ำนนท์ เพื่อขึ้นเรือด่วนเจ้าพระยา ซึ่งสามารถเดินทางเข้าสู่ใจกลางเมือง ไปยังสะพานพุทธ สี่พระยา เจริญกรุง หรือท่าเรืออื่นๆ โดยจะไปสิ้นสุดที่ท่าหน้าวัดสิงขร ส่วนเส้นทาง ออกนอกเมืองจะไปสิ้นสุดที่ท่าหน้าวัดเตย อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

6. ระบบการคมนาคมในอนาคต²

6.1. โครงการส่วนต่อขยายรถไฟฟ้าสายสีม่วง โครงการส่วนต่อขยายรถไฟฟ้าสายสีม่วง (บางใหญ่-ราษฎร์บูรณะ) เป็นการพัฒนาระบบเพิ่มเติมจากแนวเส้นทางรถไฟฟ้าของการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.) ระยะทางรวมทั้งสิ้น 43 กิโลเมตร แบ่งเป็น 2 ช่วง โดยช่วงที่ผ่านตั้งโครงการจะเป็นช่วงจากบางซื่อ-พระนั่งเกล้า-บางใหญ่ มีระยะทางประมาณ 23 กิโลเมตร เป็นทางยกระดับทั้งหมด มี 16 สถานี เริ่มจากการเชื่อมต่อกับรถไฟฟ้าสายเฉลิมรัชมงคลที่ สถานีรถไฟฟ้าใต้ดินบางซื่อ วิ่งยกระดับบริเวณสะพานสูงบางซื่อ วิ่งข้ามคลองเปรมประชากรไปตามแนวถนนประชาราษฎร์ถึงสามแยกเตาปูน จากนั้นวิ่งไปตามถนนกรุงเทพ-นนทบุรี แล้วเลี้ยวขวาไปตามถนนติวานนท์ เลี้ยวซ้ายเข้าสู่ถนนรัตนวิบูลย์ ข้ามแม่น้ำเจ้าพระยาไปตามถนนวงแหวนรอบนอก (ตะวันตก) สิ้นสุดเส้นทางที่บริเวณคลองบางไผ่ (ภาพที่ 8)



ภาพที่ 8 แสดงเส้นทางโครงการรถไฟฟ้าสายสีม่วง

² การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย, โครงการรถไฟฟ้ามหานคร ส่วนต่อขยาย [ออนไลน์], เข้าถึงเมื่อ 16 ธันวาคม 2552. เข้าถึงได้จาก www.mrta.co.th

6.2. ความคืบหน้าโครงการส่วนต่อขยายรถไฟฟ้าสายสีม่วง³ มีการลงนามสัญญาที่ 1 งานก่อสร้างโครงสร้างยกระดับ (ส่วนตะวันออก) โครงการรถไฟฟ้าสายสีม่วง ช่วงบางใหญ่-บางซื่อ ระหว่าง รฟม. กับ CKTC Joint Venture โดยปลายปี 2552 จะเริ่มทำการก่อสร้าง โดยสัญญาที่ 1 เป็นการก่อสร้างโครงสร้างยกระดับส่วนตะวันออก ระยะทาง 12 กิโลเมตร จำนวน 8 สถานี เริ่มจากสถานีเตาปูนถึงสถานีสะพานพระนั่งเกล้าและงานก่อสร้างทางวิ่งช่วงบางซื่อ-เตาปูน บริษัท ช.การช่าง จำกัด (มหาชน) และบริษัท โตคิว คอนสตรัคชั่น จำกัด เป็นผู้ชนะการประกวดราคาสัญญาที่ 1 ส่วนสัญญาที่ 2 เป็นโครงสร้างยกระดับส่วนตะวันตก ระยะทางประมาณ 11 กิโลเมตร จำนวน 8 สถานี เริ่มจากสถานีสะพานพระนั่งเกล้าถึงสถานีคลองบางไผ่ และงานก่อสร้างสะพานข้ามแม่น้ำเจ้าพระยา ด้านทิศใต้ของสะพานพระนั่งเกล้า บริษัท ชิโน-ไทย เอ็นจิเนียริ่ง แอนด์ คอนสตรัคชั่น เป็นผู้ชนะการประกวดราคา และสัญญาที่ 3 ศูนย์ซ่อมบำรุงที่บางใหญ่และอาคารจอดรถ จำนวน 4 แห่ง บริษัท PAR Joint Venture เป็นผู้ชนะการประกวดราคา ขณะนี้อยู่ระหว่างการก่อสร้างเส้นทางช่วงบางซื่อ-เตาปูน-สะพานพระนั่งเกล้า (สัญญาที่ 1), เส้นทางช่วงสะพานพระนั่งเกล้า-บางใหญ่-คลองบางไผ่ (สัญญาที่ 2) และอาคารที่จอดรถและศูนย์ซ่อมบำรุง (สัญญาที่ 3) และอยู่ระหว่างการลงนามสัญญาในส่วนที่เหลือ ได้แก่ สัญญาที่ 4 สัญญาที่ 5 และสัญญาที่ 6 (ระบบราง) คาดว่าจะแล้วเสร็จภายในปี พ.ศ. 2557

7. ราคาประเมินที่ดิน⁴

จากการขยายตัวของเมืองและสาธารณูปโภคที่เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในกรุงเทพฯและปริมณฑล ราคาประเมินยังตามราคาซื้อขายจริงไม่ทัน ดังนั้นกรมธนารักษ์จึงได้ปรับให้ใกล้เคียงกับราคาซื้อขายจริงที่สุด ล่าสุดประกาศใช้บัญชีราคาประเมินที่ดินรอบใหม่ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2551 -31 ธันวาคม 2554 โดยสำนักประเมินราคาทรัพย์สิน กรมธนารักษ์ เปิดเผยว่าท้องที่ที่มีการเปลี่ยนแปลงของราคาประเมินมากที่สุดทั่วประเทศจะเป็นจังหวัดนนทบุรี เนื่องจากมีโครงการขายจางจรที่เป็นสาธารณูปโภคสายสำคัญเกิดขึ้นมาก เช่น ถนนราชพฤกษ์ ถนนนครอินทร์ฯลฯ มีการขยายตัวด้านที่อยู่อาศัย และตัวแปรสำคัญที่ใช้เป็นองค์ประกอบการปรับราคาครั้งนี้คือ ผังเมืองรวมจังหวัดนนทบุรี พ.ศ. 2548 ที่ยังมีความยืดหยุ่นต่อการใช้ประโยชน์ที่ดินอยู่มาก เมื่อเปรียบเทียบกับผังเมืองรวมกรุงเทพฯ ที่มีความเข้มงวดต่อการใช้ประโยชน์ที่ดิน จากราคาประเมินที่ดินเพื่อใช้ใน

³ กรุงเทพธุรกิจ, อสังหาริมทรัพย์ [ออนไลน์], เข้าถึงเมื่อ 21 เมษายน 2552. เข้าถึงได้จาก www.bangkokbiznews.com

⁴ กรมธนารักษ์, การประเมินราคาทรัพย์สิน [ออนไลน์], เข้าถึงเมื่อ 15 มกราคม 2552. เข้าถึงได้จาก www.treasury.go.th/statistics/provice_70/nonthaburi.pdf

การจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรม ปี 2547-2550 ของจังหวัดนนทบุรี ที่ดินมีราคาต่ำสุดถึงสูงสุดอยู่ที่ 20,000-80,000 บาทต่อตารางวา เนื่องจากโครงการนี้มีพื้นที่ติดถนนใหญ่และอยู่ใกล้กับห้างเซ็นทรัล พลาซ่า รัตนาธิเบศร์ จึงมีราคาสูง โดยราคาที่ดินอยู่ที่ 80,000 บาทต่อตารางวา

ขั้นตอน 2 การตรวจสอบกฎหมายผังเมืองรวมและกฎหมายควบคุมอาคาร

ในการลงทุนธุรกิจคอนโดมิเนียมจำเป็นต้องพิจารณาสาระสำคัญของกฎหมาย เพื่อนำมาใช้ในการพิจารณาข้อกำหนด เพื่อใช้ในการออกแบบพื้นที่ที่สามารถก่อสร้างได้ตามกฎหมาย การจัดทำรายงานวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมฯ โดยในการศึกษานี้พิจารณาจาก พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ.2522, พระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ.2522, พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ.2539, กฎหมายควบคุมอาคาร (กฎกระทรวงที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ), กฎหมายการผังเมือง (กฎกระทรวงให้ใช้บังคับผังเมืองรวมจังหวัดนนทบุรี พ.ศ.2548), กฎกระทรวงกำหนดบริเวณห้ามก่อสร้างฯ ในพื้นที่บางส่วนของ จังหวัดนนทบุรี พ.ศ. 2549

1. นियมอาคารประเภทต่างๆที่สำคัญ

1.1. พระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ. 2522

“อาคารชุด” หมายความว่า อาคารที่บุคคลสามารถแยกการถือกรรมสิทธิ์ออกได้เป็นส่วนๆ โดยแต่ละส่วนประกอบด้วยกรรมสิทธิ์ในทรัพย์ส่วนบุคคลและกรรมสิทธิ์ร่วมในทรัพย์กรส่วนกลาง

“ห้องชุด” หมายความว่า ส่วนของอาคารชุดที่แยกการถือกรรมสิทธิ์ออกได้เป็นส่วนเฉพาะของแต่ละบุคคล

“ทรัพย์ส่วนบุคคล” หมายความว่า ห้องชุด และหมายความรวมถึงสิ่งปลูกสร้างหรือที่ดินที่จัดไว้ให้เป็นของเจ้าของห้องชุดแต่ละราย

“ทรัพย์ส่วนกลาง” หมายความว่า ส่วนของอาคารชุดที่มีใช้ห้องชุด ที่ดินที่ตั้งอาคารชุด และที่ดินหรือทรัพย์สินอื่นที่มีไว้เพื่อใช้หรือเพื่อประโยชน์ร่วมกันสำหรับเจ้าของร่วม

1.2. กฎกระทรวงฉบับที่ 33 พ.ศ.2535

“อาคารสูง” หมายความว่า อาคารที่บุคคลอาจเข้าอยู่หรือเข้าใช้สอยได้ที่มีความสูงตั้งแต่ 23 เมตรขึ้นไป การวัดความสูงของอาคารให้วัดจากระดับพื้นดินที่ก่อสร้างถึงพื้นคาบฟ้าสำหรับอาคารทรงจั่วหรือปั้นหยา ให้วัดจากระดับพื้นดินที่ก่อสร้างถึงยอดผนังของชั้นสูง

“พื้นที่อาคาร” หมายความว่า พื้นที่ของพื้นของอาคารแต่ละชั้นที่บุคคลเข้าอยู่หรือเข้าใช้สอยได้ภายในขอบเขตด้านนอกของคานหรือภายในพื้นนั้น หรือภายในขอบเขตด้านนอกของ

ผนังของอาคารและหมายความรวมถึงเฉลียงหรือระเบียงด้วย แต่ไม่รวมพื้นคาถฟ้าและบันไดนอกหลังคา

“ที่ว่าง” หมายความว่า พื้นที่อันปราศจากหลังคาหรือสิ่งก่อสร้างปกคลุม ซึ่งพื้นที่ดังกล่าวอาจจะจัดให้เป็นบ่อน้ำ สระว่ายน้ำ บ่อพักน้ำเสีย ที่พักมูลฝอย ที่พักรวมมูลฝอย หรือที่จอดรถ ที่อยู่ภายนอกอาคารก็ได้ และให้หมายความถึงพื้นที่ของสิ่งก่อสร้าง หรืออาคารที่สูงจากระดับพื้นดินไม่เกิน 1.20 เมตร และไม่มีหลังคาหรือสิ่งก่อสร้างปกคลุมเหนือระดับนั้น

“ถนนสาธารณะ” หมายความว่า ถนนที่เปิดหรือยินยอมให้ประชาชนเข้าไปหรือใช้เป็นทางสัญจรได้ ทั้งนี้ ไม่ว่าจะมีการเรียกเก็บค่าตอบแทนหรือไม่

1.3. กฎกระทรวงฉบับที่ 55 พ.ศ.2543

“อาคารที่อยู่อาศัย” หมายความว่า อาคารซึ่งโดยปกติบุคคลใ้อยู่อาศัยได้ทั้งกลางวันและกลางคืนไม่ว่าจะเป็นการอยู่อาศัยอย่างถาวรหรือชั่วคราว

“อาคารที่อยู่อาศัยรวม” หมายความว่า อาคารหรือส่วนใดส่วนหนึ่งของอาคารที่ใช้เป็นที่อยู่อาศัยสำหรับครอบครัว โดยแบ่งออกเป็นหน่วยแยกจากกันสำหรับแต่ละครอบครัว

“อาคารพิเศษ” หมายความว่า อาคารที่ต้องการมาตรฐานความมั่นคงแข็งแรงและความปลอดภัยเป็นพิเศษ เช่น อาคารหรือสิ่งก่อสร้างสูงเกิน 15 เมตร เป็นต้น

“อาคารขนาดใหญ่” หมายความว่า อาคารที่มีพื้นที่รวมกันทุกชั้น หรือชั้นหนึ่งชั้นใดในหลังเดียวกัน 2,000 ตารางเมตร หรืออาคารที่มีความสูงตั้งแต่ 15.00 เมตรขึ้นไป และมีพื้นที่รวมกันทุกชั้น หรือชั้นหนึ่งชั้นใดในหลังเดียวกันเกิน 1,000 ตารางเมตร แต่ไม่เกิน 2,000 ตารางเมตร การวัดความสูงของอาคารให้วัดจากระดับพื้นดินที่ก่อสร้างถึงพื้นคาถฟ้า สำหรับอาคารทรงจั่วหรือปั้นหยาให้วัดจากระดับพื้นดินที่ก่อสร้างถึงยอดผนังของชั้นสูงสุด

2. ข้อจำกัดการใช้ประโยชน์ที่ดินของพื้นที่โครงการ

2.1. กฎหมายการผังเมือง (กฎกระทรวงให้ใช้บังคับผังเมืองรวมจังหวัดนนทบุรี พ.ศ.2548) กฎหมายที่ได้ออกมาเพื่อควบคุมทิศทางการพัฒนาเมืองและจัดระเบียบข้อกำหนดของอาคารหรือกลุ่มอาคาร โดยภาพรวมเพื่อให้มีทิศทางที่สอดคล้องต่อนโยบายและทิศทางการพัฒนาและการใช้ที่ดิน (Land use) ที่เหมาะสมถูกต้องกับชุมชน ซึ่งตามข้อกำหนดการใช้พื้นที่ดินตามกฎหมายกระทรวงให้ใช้บังคับผังเมืองรวมจังหวัดนนทบุรี พ.ศ.2548 นั้น ที่ดินโครงการอยู่ภายในเขตพื้นที่สีส้ม เป็นพื้นที่อยู่อาศัยหนาแน่นปานกลาง ซึ่งกำหนดให้ใช้ประโยชน์ต่อการอยู่อาศัย สถาบันราชการ การสาธารณูปโภค และการสาธารณูปการเป็นส่วนใหญ่ และไม่มีข้อห้ามการใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อการอยู่อาศัยประเภทอาคารชุด

"อัตราส่วนพื้นที่อาคารรวมต่อพื้นที่ดิน" (Floor Area Ratio-FAR) หมายความว่า อัตราส่วนพื้นที่อาคารรวมทุกชั้นของอาคารทุกหลัง ต่อพื้นที่ที่ดินที่ใช้เป็นที่ตั้งอาคาร

"อัตราส่วนของที่ว่างต่อพื้นที่อาคารรวม" (Open Space Ratio-OSR) หมายความว่า อัตราส่วนของที่ว่างอันปราศจากสิ่งปกคลุมต่อพื้นที่อาคารรวมทุกชั้นของอาคารทุกหลังที่ก่อสร้าง ในที่ดินแปลงเดียวกัน

3. พื้นที่ว่างของภายนอกอาคารและระยะร่นของอาคาร

3.1. กฎกระทรวงฉบับที่ 33 พ.ศ. 2535

3.1.1. อาคารสูงหรืออาคารขนาดใหญ่พิเศษต้องจัดให้มีถนนที่มีผิวถนนจราจรกว้างไม่น้อยกว่า 6.00 เมตร ที่ปราศจากสิ่งปกคลุมโดยรอบอาคาร เพื่อให้รถดับเพลิงสามารถเข้าออกได้สะดวก

3.1.2. ที่ดินที่ใช้เป็นที่ตั้งของอาคารสูงหรืออาคารขนาดใหญ่พิเศษที่มีพื้นที่อาคารรวมกันทุกชั้นไม่เกิน 30,000 ตารางเมตร ต้องมีด้านหนึ่งด้านใดของที่ดินนั้นยาวไม่น้อยกว่า 12.00 เมตร ดินถนนสาธารณะที่มีเขตกว้างไม่น้อยกว่า 10.00 เมตร ยาวต่อเนื่องกันโดยตลอดจนไปเชื่อมต่อกับถนนสาธารณะอื่นที่มีเขตทางกว้างไม่น้อยกว่า 10.00 เมตร และที่ดินที่ดินถนนสาธารณะต้องมีความกว้างไม่น้อยกว่า 12.00 เมตร ยาวต่อเนื่องกันโดยตลอดจนถึงบริเวณที่ตั้งของอาคาร และที่ดินนั้นต้องว่างเพื่อสามารถใช้เป็นทางเข้าออกของรถดับเพลิงได้โดยสะดวกด้วย

3.1.3. ส่วนที่เป็นขอบเขตนอกสุดของอาคารสูงหรืออาคารขนาดใหญ่พิเศษไม่ว่าจะอยู่ในระดับเหนือพื้นดินหรือต่ำกว่าระดับพื้นดินต้องห่างจากเขตที่ดินของผู้อื่นหรือถนนสาธารณะไม่น้อยกว่า 6.00 เมตร ทั้งนี้ไม่รวมถึงส่วนที่เป็นฐานรากของอาคาร

3.1.4. อาคารสูงหรืออาคารขนาดใหญ่พิเศษที่ก่อสร้างขึ้นในพื้นที่ดินที่ใช้เป็นที่ตั้งอาคารต้องมีค่าสูงสุดของอัตราส่วนพื้นที่อาคารรวมกันทุกชั้นของอาคารทุกหลังต่อพื้นที่ที่ดินที่ใช้เป็นที่ตั้งอาคารไม่เกิน 10 ต่อ 1

3.2. กฎกระทรวง ฉบับที่ 55 พ.ศ. 2543

3.2.1. อาคารอยู่อาศัย และอาคารอยู่อาศัยรวม ต้องมีที่ว่างไม่น้อยกว่า 30 ใน 100 ส่วนของพื้นที่ชั้นใดชั้นหนึ่งที่มากที่สุดของอาคาร

3.2.2. อาคารอยู่อาศัยรวมต้องมีพื้นที่ภายในแต่ละหน่วยที่ใช้เพื่อการอยู่อาศัยไม่น้อยกว่า 20 ตารางเมตร

3.2.3. อาคารที่ก่อสร้างหรือดัดแปลง ใกล้ถนนสาธารณะที่มีความกว้างน้อยกว่า 6 เมตร ให้ร่นแนวอาคารห่างจากกึ่งกลางถนนสาธารณะอย่างน้อย 3 เมตร

3.2.3.1. ถ้าถนนสาธารณะนั้นมีความกว้างน้อยกว่า 10 เมตร ให้รั้วแนวอาคารห่างจากกึ่งกลางถนนสาธารณะอย่างน้อย 6 เมตร

3.2.3.2. ถ้าถนนสาธารณะนั้นมีความกว้างตั้งแต่ 10 เมตรขึ้นไป แต่ไม่เกิน 20 เมตร ให้รั้วแนวอาคารห่างจากเขตถนนสาธารณะอย่างน้อย 1 ใน 10 ของความกว้างของถนนสาธารณะ

3.2.4. ต้องมีส่วนต่ำสุดของกันสาดหรือส่วนยื่นสถาปัตยกรรมสูงจากระดับทางเท้าไม่น้อยกว่า 3.25 เมตร ทั้งนี้ ไม่นับส่วนตบแต่งที่ยื่นจากผนังไม่เกิน 50 เซนติเมตร และต้องมีท่อรับน้ำจากกันสาดหรือหลังคาต่อแนบหรือฝังในผนังหรือเสาอาคารลงสู่ท่อสาธารณะหรือบ่อพัก

3.2.5. ความสูงของอาคารไม่ว่าจากจุดใดจุดหนึ่ง ต้องไม่เกินสองเท่าของระยะราบ วัดจากจุดนั้นไปตั้งฉาก กับแนวเขตด้านตรงข้ามของถนนสาธารณะที่อยู่ใกล้อาคารนั้นที่สุด

3.2.6. ความสูงของอาคารให้วัดแนวตั้งจากระดับถนนหรือระดับพื้นดินที่ก่อสร้างขึ้นไปถึงส่วนของอาคารที่สูงที่สุด สำหรับอาคารทรงจั่วหรือปั้นหยาให้วัดถึงยอดผนังของชั้นสูงสุด

3.2.7. อาคารขนาดใหญ่ ต้องมีถนนทางเข้ากว้างไม่น้อยกว่า 6 เมตร

3.2.8. อาคารสูงหรืออาคารขนาดใหญ่พิเศษ ต้องมีถนนทางเข้ากว้างไม่น้อยกว่า 10 เมตร

3.2.9. ห้องนอนในอาคารให้มีความกว้างด้านแคบที่สุดไม่น้อยกว่า 2.50 เมตร และมีพื้นที่ไม่น้อยกว่า 8 ตารางเมตร

3.2.10. ช่องทางเดินในอาคารต้องมีความกว้างไม่น้อยกว่า 1.50 เมตร

3.2.11. รั้วหรือกำแพงที่สร้างขึ้นติดต่อกับหรือห่างจากถนนสาธารณะน้อยกว่าความสูงของรั้วให้ก่อสร้างได้สูงไม่เกิน 3 เมตร เหนือระดับทางเท้าหรือถนนสาธารณะ

3.2.12. ผนังของอาคารที่มีหน้าต่าง ประตู ช่องระบายอากาศหรือช่องแสงหรือระเบียงของอาคารต้องมีระยะห่างจากแนวเขตที่ดินดังนี้

3.2.13. อาคารที่มีความสูงเกิน 9 เมตร แต่ไม่ถึง 23 เมตร ผนังหรือระเบียงต้องอยู่ห่างจากเขตที่ดินไม่น้อยกว่า 3 เมตร

4. ที่จอดรถ

4.1. กฎกระทรวงฉบับที่ 7 พ.ศ. 2517 และฉบับที่ 41 พ.ศ. 2537

ในเขตเทศบาลทุกแห่งหรือในเขตท้องที่ที่ได้มีพระราชกฤษฎีกาให้ใช้ พระราชบัญญัติควบคุมการก่อสร้างอาคาร พุทธศักราช ๒๔๘๕ ใช้บังคับ

4.1.1. อาคารชุด ให้มีที่จอดรถยนต์ ไม่น้อยกว่า 1 คันต่อ 2 ครอบครัวยุโรป 2 ครอบครัวยุโรปให้คิดเป็น 2 ครอบครัวยุโรป

4.1.2. อาคารขนาดใหญ่ ให้มีที่จอดรถยนต์ตามจำนวนที่กำหนดของแต่ละประเภทของอาคารที่ใช้เป็นที่ประกอบกิจการในอาคารขนาดใหญ่ นั้นรวมกันหรือให้มีที่จอดรถยนต์ ไม่น้อยกว่า 1 คันต่อพื้นที่อาคาร 240 ตารางเมตร เศษของ 240 ตารางเมตรให้คิดเป็น 240 ตาราง เมตร ทั้งนี้ให้ถือว่าที่จอดรถยนต์จำนวนที่มากกว่าเป็นเกณฑ์

4.1.3. ที่จอดรถยนต์ต้องจัดให้อยู่ภายในบริเวณของอาคารนั้นถ้าอยู่ภายนอก อาคารต้องมีทางไปสู่อาคารนั้นไม่เกิน 200 เมตร

4.1.4. ทางเข้าออกของรถยนต์ต้องกว้างไม่น้อยกว่า 6 เมตร ในกรณีจัดให้ รถยนต์วิ่งได้ทางเดียว ทางเข้าและทางออกต้องกว้างไม่น้อยกว่า 3.50 เมตร โดยต้องทำเครื่องหมาย แสดงทางเข้าและทางออกไว้ให้ปรากฏ

4.1.5. ที่จอดรถ 1 คัน ต้องเป็นพื้นที่สี่เหลี่ยมผืนผ้า มีลักษณะและขนาดดังนี้

4.1.5.1. ในกรณีที่จอดรถขนานกับแนวทางเดินรถหรือทำมุมแนวทาง เดินรถน้อยกว่าสามสิบองศา ให้มีความกว้างไม่น้อยกว่า 2.40 เมตร และความยาวไม่น้อยกว่า 6.00 เมตร

4.1.5.2. ในกรณีที่จอดรถตั้งฉากกับแนวทางเดินรถ ให้มีความกว้างไม่ น้อยกว่า 2.40 เมตร และความยาวไม่น้อยกว่า 5.00 เมตร แต่ทั้งนี้ จะต้องไม่จัดให้มีทางเข้าออกของ รถเป็นทางเดินรถทางเดียว

4.1.5.3. ในกรณีที่จอดรถทำมุมกับแนวทางเดินรถมากกว่าสามสิบ องศา ให้มีความกว้างไม่น้อยกว่า 2.40 เมตร และความยาวไม่น้อยกว่า 5.50 เมตร

4.1.6. ระยะความสูงสุทธิระหว่างพื้นที่ที่ใช้จอดรถ ทางเดินรถ และทางลาด ขึ้นลงของรถกับส่วนที่ต่ำสุดของชั้นที่ถัดไปของอาคารต้องไม่น้อยกว่า 2.10 เมตร

5. กำหนดประเภทและขนาดของโครงการหรือกิจการของส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือเอกชนที่ต้องจัดทำรายงานการวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม

5.1. พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2539

อาคารอยู่อาศัยรวมตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมอาคาร ที่มีจำนวนห้องพักตั้งแต่ 80 ห้องขึ้นไปต้องจัดทำรายงานการวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม สภาพสิ่งแวดล้อมที่กำหนดไว้ใน การศึกษาผลกระทบสิ่งแวดล้อมกำหนดไว้ 4 กลุ่มคือ

5.1.1. ทรัพยากรกายภาพ

5.1.2. ทรัพยากรนิเวศน์

5.1.3. คุณค่าการใช้ประโยชน์ของมนุษย์

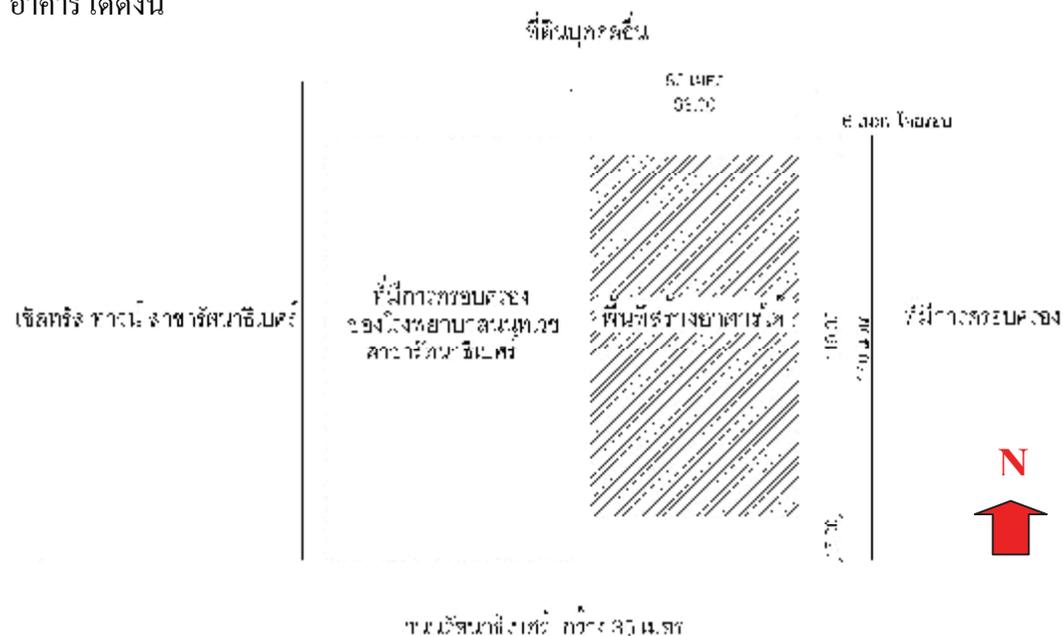
5.1.4. คุณค่าต่อคุณภาพชีวิต

การวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อมจากการพัฒนาโครงการต้องดำเนินการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นต่อทรัพยากรและคุณค่าสิ่งแวดล้อมต่างๆ และการเปลี่ยนแปลงหรืออุปสรรคของการพัฒนาตามโครงการ โดยพิจารณาประเด็นต่างๆ ดังนี้

1. ผลกระทบของการพัฒนาโครงการต่อทรัพยากรและคุณค่าสิ่งแวดล้อมในระหว่างการก่อสร้างตามโครงการ
2. ผลกระทบของการพัฒนาโครงการต่อทรัพยากรและคุณค่าสิ่งแวดล้อมภายหลังการก่อสร้างแล้วเสร็จและดำเนินการตามโครงการ
3. ผลกระทบของทรัพยากรและคุณค่าสิ่งแวดล้อมต่อการพัฒนาโครงการในระหว่างการก่อสร้างตามโครงการ
4. ผลกระทบของทรัพยากรและคุณค่าสิ่งแวดล้อมต่อการพัฒนาโครงการภายหลังการก่อสร้างแล้วเสร็จและดำเนินการตามโครงการ

ขั้นตอน 3 การสร้างข้อจำกัดของการออกแบบจากกฎหมาย

จากข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องสามารถวิเคราะห์เพื่อนำเอาข้อมูลมาใช้ในการออกแบบอาคาร ได้ดังนี้



ภาพที่ 9 แสดงผังพื้นที่ที่สามารถสร้างอาคารได้

1. กฎหมายที่เกี่ยวกับการควบคุมลักษณะสร้างอาคาร กำหนดขอบเขตและความสูงที่สามารถสร้างได้เป็น ดังนี้

1.1. การใช้ประโยชน์ที่ดินตามแนวทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 340 (บางใหญ่) (ตอนถนนรัตนธิเบศร์) ให้มีที่ว่างตามแนวนานเขตทางไม่น้อยกว่า 15 เมตร

1.2. อาคารสูงหรืออาคารขนาดใหญ่พิเศษต้องจัดให้มีถนนที่มีผิวถนนจราจรกว้างไม่น้อยกว่า 6.00 เมตร ที่ปราศจากสิ่งปกคลุมโดยรอบอาคาร เพื่อให้รถดับเพลิงสามารถเข้าออกได้สะดวก

1.3. ความสูงของอาคารไม่ว่าจากจุดหนึ่งจุดใด ต้องไม่เกิน 2 เท่าของระยะราบวัดจากจุดนั้น ไปตั้งฉากกับแนวถนนด้านตรงข้ามของถนนสาธารณะที่อยู่ใกล้อาคารนั้นที่สุด จากแนวเขตด้านตรงข้ามของถนนสาธารณะจนถึงแนวเขตที่ดินวัดได้ 43 เมตร สามารถก่อสร้างอาคารสูงได้ 86 เมตร (ประมาณ 28 ชั้น)

2. กฎหมายที่เกี่ยวกับการควบคุมการใช้ประโยชน์ของที่ดิน

ที่ดินของโครงการตั้งอยู่ในเขตพื้นที่สีส้ม เป็นที่ดินประเภท ย.7 ซึ่งเป็นที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นปานกลาง โดยให้ใช้ประโยชน์เพื่อการอยู่อาศัยและไม่มีข้อห้ามการใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อการอยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมหรืออาคารขนาดใหญ่พิเศษ สามารถสร้างอาคารที่มีพื้นที่เกิน 10,000 ตารางเมตรได้

2.1. มีอัตราส่วนพื้นที่อาคารรวมต่อพื้นที่ดิน (FAR) ไม่เกิน 5 ต่อ 1 ตามกฎหมายที่ดินมีเนื้อที่ 2,800 ตร.ว.หรือ 11,200 ตร.ม. ดังนั้นสามารถสร้างอาคารมีพื้นที่ได้สูงสุดเท่ากับ 56,000 ตร.ม.

2.2. มีอัตราส่วนของที่ว่างต่อพื้นที่อาคารรวม (OSR) ไม่น้อยกว่า 6% ของพื้นที่อาคาร โครงการนี้สามารถสร้างอาคารได้สูงสุด 56,000 ตร.ม. จึงต้องมีที่ว่างไม่น้อยกว่า 3,360 ตร.ม.

ขั้นตอน 4 การสรุปเพื่อประเมินศักยภาพของพื้นที่โครงการเพื่อดำเนินการออกแบบ

1. ข้อจำกัดในการใช้ประโยชน์ที่ดิน

1.1. ที่ดินตั้งอยู่ในเขตพื้นที่สีส้ม เป็นที่ดินประเภท ย.7 ซึ่งเป็นที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นปานกลาง ไม่มีข้อห้ามการใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อการอยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมหรืออาคารขนาดใหญ่พิเศษ สามารถสร้างอาคารที่มีพื้นที่เกิน 10,000 ตร.ม. ได้

1.2. มีอัตราส่วนพื้นที่อาคารรวมต่อพื้นที่ดิน (FAR) ไม่เกิน 5 ต่อ 1 โครงการมีเนื้อที่ 11,200 ตารางเมตร จึงมีพื้นที่สร้างอาคารได้สูงสุดไม่เกิน 56,000 ตารางเมตร

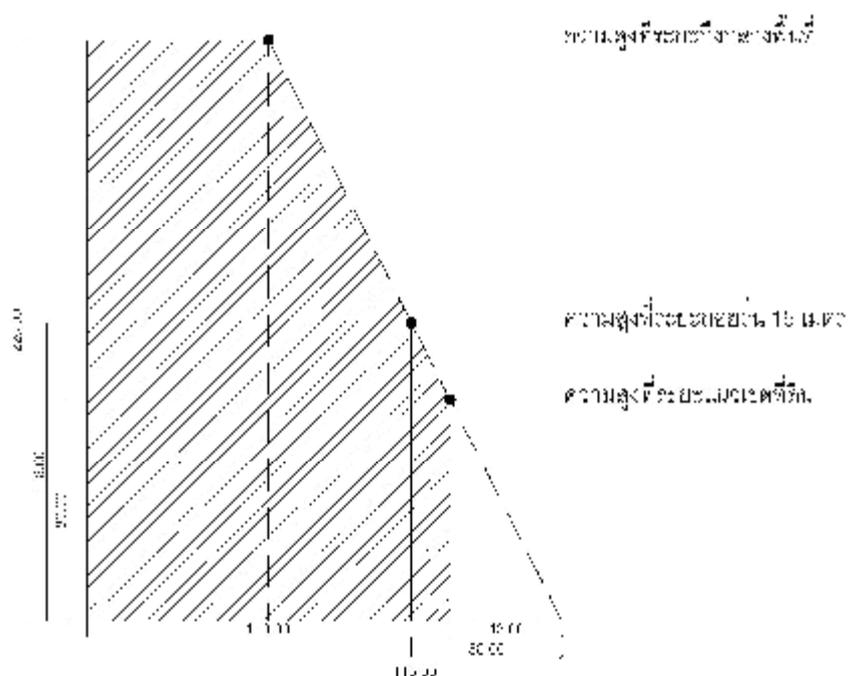
2. ความสูงของอาคาร

2.1. ความสูงของอาคารที่สามารถสร้างได้ มีความแตกต่างกันตามตำแหน่งของอาคารในที่ดิน (ภาพที่ 10)

2.1.1. จากแนวเขตด้านตรงข้ามของถนนสาธารณะจนถึงแนวเขตที่ดิน วัดได้ 43 เมตร สามารถก่อสร้างอาคารสูงได้ 86 เมตร (ประมาณ 28 ชั้น)

2.1.2. จากแนวเขตด้านตรงข้ามของถนนสาธารณะจนถึงแนวเขตระยะถอยร่น 15 เมตร วัดได้ 58 เมตร สามารถก่อสร้างอาคารสูงได้ 116 เมตร (ประมาณ 38 ชั้น)

2.1.3. จากแนวเขตด้านตรงข้ามของถนนสาธารณะจนถึงแนวกึ่งกลางที่ดิน วัดได้ 113 เมตร สามารถก่อสร้างอาคารสูงได้ 226 เมตร (ประมาณ 75 ชั้น)



ภาพที่ 10 แสดงความสูงที่สามารถสร้างอาคารได้

3. ที่ว่างภายนอกอาคารและระยะร่นของอาคาร

3.1. มีสัดส่วนพื้นที่ว่างต่อพื้นที่อาคารรวมไม่น้อยกว่า 6% ของพื้นที่อาคาร โครงการนี้สามารถสร้างอาคารได้สูงสุดเท่ากับ 56,000 ตร.ม. ซึ่งต้องมีที่ว่างไม่น้อยกว่า 3,360 ตร.ม.

3.2. ตัวอาคารที่ทำการก่อสร้างจะต้องมีระยะถอยร่นโดยรอบ 6 เมตร จากเขตที่ดินตามโฉนดและระยะถอยร่นด้านหน้าตามแนวขนานเขตทางไม่น้อยกว่า 15 เมตร จากการใช้ประโยชน์ที่ดินตามแนวทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 340 (บางใหญ่) (ตอนถนนรัตนาริเบร์)

3.3. อาคารสูง ต้องมีถนนทางเข้ากว้างไม่น้อยกว่า 10 เมตร

4. จำนวนที่จอดรถยนต์

4.1. อาคารชุดที่มีพื้นที่แต่ละครอบครัวตั้งแต่ 60 ตารางเมตรขึ้นไปต้องมีที่จอดรถยนต์ ไม่น้อยกว่า 1 คันต่อ 2 ครอบครัว หรือให้มีที่จอดรถยนต์ไม่น้อยกว่า 1 คันต่อพื้นที่อาคาร 240 ตารางเมตร เศษของ 240 ตารางเมตรให้คิดเป็น 240 ตารางเมตร ทั้งนี้ให้ถือว่าที่จอดรถยนต์จำนวนที่มากกว่าเป็นเกณฑ์

5. ขนาดห้องพัก

5.1. อาคารอยู่อาศัยรวมต้องมีพื้นที่ภายในแต่ละหน่วยที่ใช้เพื่อการอยู่อาศัยไม่น้อยกว่า 20 ตารางเมตร

5.2. ห้องนอนในอาคารให้มีความกว้างด้านแคบที่สุดไม่น้อยกว่า 2.50 เมตร และมีพื้นที่ไม่น้อยกว่า 8 ตารางเมตร

5.3. ช่องทางเดินในอาคารต้องมีความกว้างไม่น้อยกว่า 1.50 เมตร

6. ระบบบำบัดน้ำเสีย

6.1. ต้องมีคุณภาพน้ำทิ้งตามมาตรฐานคุณภาพน้ำทิ้งของกฎกระทรวงฉบับที่ 33 พ.ศ. 2535, ฉบับที่ 44 พ.ศ. 2538 และฉบับที่ 51 พ.ศ. 2541

7. ระบบป้องกันอัคคีภัย

7.1. เนื่องจากโครงการเป็นอาคารใหญ่พิเศษ ต้องติดตั้งบันไดหนีไฟและอุปกรณ์เกี่ยวกับการป้องกันอัคคีภัยตามกฎกระทรวง

8. การวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม

8.1. อาคารอยู่อาศัยรวมตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมอาคาร ที่มีจำนวนห้องพักตั้งแต่ 80 ห้องขึ้นไปต้องจัดทำรายงานการวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม

บทที่ 4

การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด

ภาวะเศรษฐกิจไทยปี 2552¹

จากข้อมูลของศูนย์วิจัยกสิกรไทย และสำนักยุทธศาสตร์และการวางแผนเศรษฐกิจมหภาคสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ(สศช.) โดยรวมพบว่าเศรษฐกิจไทยในปี 2552 หดตัวร้อยละ 2.8 จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว ซึ่งเป็นการหดตัวน้อยที่สุดในรอบปี 2552 ทั้งการใช้จ่ายครัวเรือน การลงทุนเอกชน และการส่งออก โดยเป็นผลจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกที่ได้รับผลจากมาตรการเศรษฐกิจของประเทศต่างๆ รวมทั้งปัญหาการเมืองภายในประเทศที่มีสัญญาณที่คลี่คลายลง ทำให้ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยปรับตัวดีขึ้น ซึ่งแสดงถึงสัญญาณการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยที่ชัดเจนมากขึ้นรวมทั้งมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของไทยที่ช่วยสนับสนุนการฟื้นตัวของการบริโภคและการลงทุนภาคเอกชนในประเทศ การก่อสร้างภาคเอกชนน่าจะปรับตัวดีขึ้น การก่อสร้างของภาครัฐน่าจะมีความคืบหน้าของโครงการลงทุนที่สำคัญๆ ปริมาณงานก่อสร้างภายในประเทศที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นน่าจะเป็นผลดีต่อผู้ประกอบการธุรกิจก่อสร้างของไทย

ผลจากข้อมูลของศูนย์วิจัยกสิกรไทย และสำนักยุทธศาสตร์และการวางแผนเศรษฐกิจมหภาคสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ(สศช.) แสดงให้เห็นว่าเศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มขยายตัว เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว จากแนวโน้มการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับฐานเศรษฐกิจที่ต่ำในช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา จะส่งผลทำให้เศรษฐกิจไทยปี 2552 มีการขยายตัวเป็นบวกเป็นครั้งแรกในรอบปี

ทั้งนี้ปัจจัยสนับสนุนและเงื่อนไขที่สำคัญสำหรับการฟื้นตัว มีดังนี้

1. การฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกได้ส่งผลให้การส่งออกของไทยปรับตัวดีขึ้นอย่างชัดเจน โดยสังเกตได้จากการเพิ่มขึ้นของการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ ยานยนต์และชิ้นส่วน

¹ สำนักยุทธศาสตร์และการวางแผนเศรษฐกิจมหภาคสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, “ภาวะเศรษฐกิจไทยไตรมาสที่สาม และแนวโน้มปี 2552-2553,” 23 พฤศจิกายน 2552; และ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, “ประมาณการเศรษฐกิจไทยปี 2552,” 23 พฤศจิกายน 2552

กลับเข้ามา โดยที่การส่งออกไปยังตลาดใหม่เริ่มมีสัญญาณบวก เช่น จีน ออสเตรเลีย และฮ่องกง

2. การปรับตัวดีขึ้นของค่าใช้จ่ายครัวเรือน ตามการเพิ่มขึ้นของรายได้ที่มีการจ้างงานที่เพิ่มขึ้นในภาคการผลิตต่างๆ ประกอบกับแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของราคาสินค้าเกษตร และความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่ปรับตัวสูงขึ้นคาดว่าจะส่งผลให้การบริโภคภาคเอกชน และเมื่อเทียบกับฐานการใช้จ่ายที่ต่ำในไตรมาสสุดท้ายของปีที่แล้วคาดว่าจะเป็นแรงส่งให้การใช้จ่ายภาคครัวเรือนในไตรมาสสุดท้ายขยายตัวได้เป็นครั้งแรกหลังจากหดตัวต่อเนื่อง

3. การผลิตภาคอุตสาหกรรมมีการปรับตัวในทิศทางที่ดีขึ้น เป็นผลมาจากภาวะเศรษฐกิจโลกเริ่มมีสัญญาณฟื้นตัวที่ชัดเจนส่งผลให้อุตสาหกรรมการผลิตเพื่อการส่งออกในเดือนสุดท้ายของไตรมาสขยายตัว กลุ่มอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวอย่างชัดเจน คือ สินค้าอิเล็กทรอนิกส์

4. การฟื้นตัวของการส่งออกและการท่องเที่ยว จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศปรับตัวในทิศทางที่ดีขึ้น เป็นผลมาจากการฟื้นตัวของภาวะเศรษฐกิจโลก ความกังวลต่อการระบาดของไข้หวัดใหญ่สายพันธุ์ใหม่ ชนิด A (H1N1) ได้ผ่อนคลายลงและสถานการณ์การเมืองภายในประเทศคลี่คลายลงมาก ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่จะเดินทางมาประเทศไทยเพิ่มขึ้น เศรษฐกิจโลกที่มีแนวโน้มที่จะขยายตัวต่อเนื่องแม้ว่าอัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจ ในประเทศอุตสาหกรรมสำคัญๆ จะมีแนวโน้มชะลอลงตามการลดลงของแรงส่งจากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจที่สำคัญๆ ก็ตาม แต่ฐานการฟื้นตัวที่เป็นวงกว้างมากขึ้นและยังคงเป็นปัจจัยสนับสนุนการฟื้นตัวของภาคการส่งออกของไทย การฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกรวมทั้งภาพลักษณ์ทางการเมืองที่ปรับตัวดีขึ้นจะเป็นปัจจัยสนับสนุนให้การท่องเที่ยวขยายตัวต่อเนื่องในไตรมาสสุดท้ายของปี

5. การปรับตัวดีขึ้นของอุปสงค์ภาคเอกชน ตามฐานรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากการปรับตัวของตลาดแรงงานและราคาสินค้าเกษตรที่สูงขึ้นจากต้นปี 2552 ในขณะที่ผลผลิตทางการเกษตรเริ่มออกสู่ตลาดมากขึ้น รวมทั้งผลจากมาตรการประกันรายได้เกษตรกรและความเชื่อมั่นผู้บริโภคที่ปรับตัวดีขึ้นตามลำดับ

6. มาตรการเร่งรัดการดำเนินการตามแผนปฏิบัติการไทยเข้มแข็ง 2555 การใช้จ่ายภาครัฐมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่องใน ซึ่งจะทำให้การใช้จ่ายภาครัฐมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง จากการเบิกจ่ายงบประมาณภายใต้แผนปฏิบัติการไทยเข้มแข็ง 2555

7. สภาพคล่องในระบบเศรษฐกิจคาดว่าจะยังอยู่ในเกณฑ์สูงเนื่องจากการขยายการใช้จ่ายภาครัฐ การดำเนินนโยบายการเงินแบบผ่อนคลายอย่างต่อเนื่อง การเพิ่มทุนให้กับสถาบัน

การเงินเฉพาะกิจ รวมทั้งการบริหารสภาพคล่องและการขยายสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำให้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมซึ่งจะช่วยสนับสนุนการฟื้นตัวของภาคธุรกิจและรายจ่ายภาครัฐเร็วขึ้น

ตารางที่ 1 แสดงประมาณการอัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจไทย ปี 2552

หน่วย : % YoY ยกเว้นระบุ	2551	2552	2553
อัตราการขยายตัวของจีดีพี	2.5	-3.1	2.5-3.5
ราคาน้ำมันดิบเบรนท์ (ดอลลาร์/บาร์เรล)	97.1	62.0	75.0-85.0
การบริโภคของภาคเอกชน	2.7	-1.3	1.2-2.3
การลงทุน	1.2	-7.7	3.2-6.0
การขาดดุลงบประมาณ (% ของจีดีพี)	-1.0	-5.8	-4.5 to -3.5
การส่งออก	15.9	-13.9	9.0-12.0
การนำเข้า	26.5	-26.5	19.0-23.0
ดุลการค้า (พันล้านดอลลาร์)	0.1	22.2	9.0-12.3
ดุลบัญชีเดินสะพัด (พันล้านดอลลาร์)	1.6	21.6	10.0-13.1
อัตราเงินเฟ้อทั่วไป	5.5	-0.9	3.0-5.0
อัตราเงินเฟ้อพื้นฐาน	2.4	0.3	1.5-2.5
จำนวนผู้ว่างงาน (พันคน)	514	603	530-590
อัตราการว่างงาน	1.4	1.6	1.4-1.5

แต่ก็ยังมีปัจจัยเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจและความเชื่อมั่นของผู้บริโภคและภาคธุรกิจเอกชน และทำให้การผลิตยังคงหดตัวในหลายสาขา ได้แก่

1. การใช้กำลังการผลิตในภาคอุตสาหกรรมยังอยู่ในระดับต่ำ เนื่องจากความต้องการสินค้าและบริการทั้งภายในประเทศและต่างประเทศยังฟื้นตัวช้า ประกอบกับการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมในเขตนิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุดมีความล่าช้า ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นและบรรยากาศการลงทุน ทำให้ภาคเอกชนบางส่วนชะลอการลงทุนและเลื่อนการลงทุนออกไปก่อน

2. ระดับราคาและปริมาณผลผลิตสินค้าเกษตรสำคัญลดลงทำให้รายได้เกษตรกรลดลง ส่งผลให้การใช้จ่ายครัวเรือนฟื้นตัวช้า

3. สถานการณ์ทางการเมืองในประเทศที่อาจส่งผลกระทบต่อเนื่องต่อการฟื้นตัวในภาคท่องเที่ยว ความเชื่อมั่นในระบบเศรษฐกิจ และการดำเนินมาตรการภาครัฐ ทั้งนี้เสถียรภาพทางการเมืองที่ปรับตัวดีขึ้นในช่วงหลังเหตุการณ์ความไม่สงบเดือนเมษายนเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การท่องเที่ยวฟื้นตัว ความเชื่อมั่นในระบบเศรษฐกิจปรับตัวดีขึ้นและการดำเนินมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลมีความคืบหน้าซึ่งส่งผลให้เศรษฐกิจปรับตัวดีขึ้นทั้งในด้านการผลิตและการใช้จ่ายภาคเอกชน อย่างไรก็ตามการประชุมทางการเมืองของกลุ่มต่างๆ ที่มีความถี่มากขึ้นและเริ่มเชื่อมโยงกับปัญหาความขัดแย้งกับประเทศเพื่อนบ้าน สถานการณ์ดังกล่าวอาจส่งผลกระทบต่อ

ความเชื่อมั่นที่ยังปรับตัวดีขึ้นอย่างช้าๆ และอาจพัฒนาไปสู่ระดับที่เป็นปัญหาต่อการฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยว รวมทั้งความต่อเนื่องและประสิทธิผลของการดำเนินมาตรการของภาครัฐ

4. ความผันผวนของราคาน้ำมันซึ่งเกิดจากการอ่อนตัวของค่าเงินดอลลาร์ สรอ. และความต้องการเก็งกำไรในช่วงเศรษฐกิจฟื้นตัวอาจส่งผลให้ราคาน้ำมันมีความผันผวนและเพิ่มขึ้นเร็วกว่าการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ โดยที่หากพิจารณาจากปัจจัยพื้นฐานแล้วคาดว่าราคาน้ำมันเฉลี่ยในไตรมาสสุดท้ายของปีจะอยู่ในช่วงประมาณ 75-80 ดอลลาร์ สรอ.ต่อบาร์เรล เนื่องจากเศรษฐกิจโลกยังคงอ่อนตัว

5. สถานการณ์การระบาดของไข้หวัดใหญ่สายพันธุ์ใหม่ ที่อาจจะมีความรุนแรงมากขึ้นในช่วงฤดูหนาว จากข้อมูลล่าสุดพบว่าจำนวนผู้ติดเชื้อในประเทศต่างๆ มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นดังนั้นหากการระบาดทวีความรุนแรงขึ้นอาจส่งผลกระทบต่อภาคการท่องเที่ยวเศรษฐกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยวและการใช้จ่ายของภาคครัวเรือนในประเทศ

6. ค่าเงินบาทที่มีแนวโน้มแข็งค่าตามการอ่อนค่าของค่าเงินดอลลาร์ เมื่อเทียบกับค่าเงินสกุลหลักรวมทั้งค่าเงินในภูมิภาคเอเชีย อัตราแลกเปลี่ยนแบบคงที่ของจีนทำให้ค่าเงินหยวนอ่อนตัวลงตามค่าเงินดอลลาร์ ในขณะที่ค่าเงินบาทและเงินสกุลเอเชียอื่นมีแนวโน้มแข็งค่า

แนวโน้มเศรษฐกิจไทยปี 2553

จากข้อมูลของศูนย์วิจัยกสิกรไทย และสำนักยุทธศาสตร์และการวางแผนเศรษฐกิจมหภาคสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ(สศช.) ได้คาดว่าเศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มที่จะขยายตัวอย่างต่อเนื่องจากไตรมาสสุดท้ายปี 2552 โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก การกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐอย่างต่อเนื่องและการปรับตัวดีขึ้นของความเชื่อมั่นในระบบเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกต่อการขยายตัวของการส่งออกยังมีข้อจำกัดจากความต้องการในประเทศอุตสาหกรรมที่ยังอ่อนตัว ในขณะที่แรงกดดันด้านเงินเฟ้อมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในขณะที่ค่าเงินบาทมีแนวโน้มแข็งค่าและอัตราดอกเบี้ยอยู่ในช่วงขาขึ้น การดำเนินโครงการลงทุนภาครัฐส่งผลต่อเศรษฐกิจมากขึ้น

สำนักยุทธศาสตร์และการวางแผนเศรษฐกิจมหภาคสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ(สศช.) ยังแนะว่าในปี 2553 การบริหารเศรษฐกิจยังต้องให้ความสำคัญกับการดูแลรวมถึงกระตุ้นการใช้จ่ายและการลงทุนในประเทศอย่างต่อเนื่องเพื่อสนับสนุนการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ ที่ยังมีข้อจำกัดด้านการขยายตัวของการส่งออก โดยเฉพาะการดำเนินการตามแผนปฏิบัติการไทยเข้มแข็ง 2555 อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อกระตุ้นอุปสงค์และการลงทุนในประเทศ

ควบคู่ไปกับการเพิ่มศักยภาพการขยายตัวของเศรษฐกิจในระยะยาว การดูแลรักษาเสถียรภาพด้านต่างๆ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในระบบเศรษฐกิจซึ่งเป็นเงื่อนไขที่สำคัญต่อการขยายตัวของอุปสงค์ในประเทศ การเร่งรัดแก้ไขปัญหาคอขวดด้านการลงทุน รวมทั้งการดำเนินนโยบายการเงิน การบริหารสภาพคล่องและการรักษาเสถียรภาพอัตราแลกเปลี่ยนในระดับที่เหมาะสมต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจภายใต้สภาพแวดล้อมของแรงกดดันด้านเงินเฟ้อที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามราคาสินค้าขึ้นป้อนในตลาดโลกรวมทั้งแรงกดดันด้านอัตราดอกเบี้ยที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น จะมีแหล่งที่มาของการขยายตัวจากอุปสงค์ภายในประเทศมากขึ้น การลงทุนภาครัฐที่มีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นจากการขยายการลงทุนภายใต้แผนปฏิบัติการไทยเข้มแข็ง 2555 และการสะสมสินค้าคงคลังหลังจากการปรับตัวลดลงอย่างรุนแรงในปี 2552 อย่างไรก็ตามแรงสนับสนุนจากการส่งออกสุทธิจะลดลงในช่วงของการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ แต่จะเป็นการปรับเปลี่ยนจากแรงสนับสนุนของการส่งออกสุทธิที่เกิดจากการหดตัวของการนำเข้าสูงกว่าการหดตัวของการส่งออกในปี 2552 มาเป็นแรงสนับสนุนของการส่งออกสุทธิที่น้อยลง เนื่องมาจากการนำเข้าขยายตัวสูงกว่าการส่งออกในปี 2553

จากข้อมูลของศูนย์วิจัยกสิกรไทย และสำนักยุทธศาสตร์และการวางแผนเศรษฐกิจมหภาคสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ(สศช.) คาดว่าแนวโน้มเศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มขยายตัว จากแนวโน้มการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ปัจจัยสนับสนุนและเงื่อนไขที่สำคัญสำหรับการฟื้นตัว มีดังนี้

1. การปรับตัวดีขึ้นของเศรษฐกิจโลกจะเป็นปัจจัยสนับสนุนการขยายตัวของการผลิต การส่งออกสินค้าและการท่องเที่ยวทั้งนี้การฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกที่เป็นวงกว้างและถูกขับเคลื่อนโดยอุปสงค์ภาคเอกชนมากขึ้นจะเป็นปัจจัยสนับสนุนให้การส่งออกและภาคการผลิตของไทยปรับตัวดีขึ้น แม้ว่าแรงส่งจากการขยายตัวของเศรษฐกิจและการค้าโลกจะมีข้อจำกัดก็ตาม การปรับตัวดีขึ้นของภาคการผลิตการส่งออกและราคาสินค้าเกษตรในตลาดโลกที่ปรับตัวดีขึ้นรวมทั้งมาตรการประกันรายได้เกษตรกรจะทำให้ฐานรายได้ของภาครัฐเร็วปรับตัวดีขึ้นเป็นวงกว้างและสนับสนุนการขยายตัวของการบริโภคภาคเอกชน

2. การดำเนินการขยายการลงทุนของภาครัฐภายใต้แผนปฏิบัติการไทยเข้มแข็ง 2555 ที่จะสนับสนุนการฟื้นตัวของเศรษฐกิจในขณะที่การขยายตัวของภาคการส่งออกยังมีข้อจำกัดจากการขยายตัวของเศรษฐกิจและปริมาณการค้าโลก

3. การปรับตัวดีขึ้นของเศรษฐกิจในประเทศ ทั้งในด้านการจ้างงาน ความเชื่อมั่นในระบบเศรษฐกิจ การใช้กำลังการผลิตภาคอุตสาหกรรมที่เพิ่มสูงขึ้น และการปรับตัวดีขึ้นของภาค

การท่องเที่ยวซึ่งคาดว่าจะมีความต่อเนื่องในไตรมาสสุดท้ายของปี 2552 และเป็นปัจจัยสนับสนุนการฟื้นตัวของเศรษฐกิจในปี 2553

แต่ก็ยังมีปัจจัยเสี่ยงและข้อจำกัดที่ส่งผลกระทบต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจและความเชื่อมั่นของผู้บริโภคและภาคธุรกิจเอกชน ได้แก่

1. การฟื้นตัวของเศรษฐกิจของประเทศอุตสาหกรรมสำคัญ ยังมีข้อจำกัดจากการว่างงานที่ยังอยู่ในระดับสูงและภาระหนี้สินที่เกิดขึ้นในช่วงวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้การฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกยังขึ้นอยู่กับมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจเป็นสำคัญ ดังนั้นการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกในปี 2553 จะยังคงขึ้นอยู่กับความต่อเนื่องของมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจและการปรับเปลี่ยนทิศทางมาตรการทางการเงินในประเทศสำคัญๆ

2. ความต่อเนื่องของการดำเนินมาตรการภาครัฐและพลวัตรการฟื้นตัวของเศรษฐกิจในประเทศ การฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยยังอยู่ภายใต้เงื่อนไขของการขับเคลื่อนมาตรการการลงทุนภาครัฐและการฟื้นตัวของความเชื่อมั่นในระบบเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตามการดำเนินมาตรการภาครัฐเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจและการฟื้นตัวของความเชื่อมั่นในระบบเศรษฐกิจอาจได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ทางการเมือง โดยเฉพาะความขัดแย้งทางความคิดที่อาจพัฒนาไปสู่การชุมนุมทางการเมืองของกลุ่มต่างๆ และมีความเข้มข้นมากขึ้นจนพัฒนาไปสู่ระดับที่เป็นอุปสรรคต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ

3. การปรับตัวเพิ่มขึ้นของราคาน้ำมัน เนื่องจากการอ่อนตัวของค่าเงินดอลลาร์ และความต้องการแก๊สธรรมชาติและอุปสงค์ที่เพิ่มขึ้นตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก สถานการณ์ดังกล่าวอาจทำให้แรงกดดันด้านเงินเพื่อเพิ่มขึ้นซึ่งส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตและค่าครองชีพของประชาชน

4. อัตราดอกเบี้ยมีแนวโน้มปรับตัวเพิ่มขึ้น เนื่องจากการปรับตัวเพิ่มขึ้นของอัตราดอกเบี้ยในตลาดโลก ปริมาณพันธบัตรรัฐบาลที่คาดว่าจะออกสู่ตลาดมากขึ้นในปี 2553 รวมทั้งความต้องการเงินทุนภาคเอกชนที่จะเพิ่มขึ้นในช่วงเศรษฐกิจฟื้นตัว การปรับตัวเพิ่มขึ้นของอัตราดอกเบี้ยอาจจะเป็นอุปสรรคต่อการฟื้นตัวของการลงทุนภาคเอกชนที่ยังมีความล่าช้าเนื่องจากกำลังการผลิตส่วนเกินในระบบเศรษฐกิจยังอยู่ในระดับสูง รวมทั้งปัญหาสิ่งแวดล้อมและข้อกฎหมายเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมในนิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด

5. ค่าเงินบาทที่มีแนวโน้มแข็งค่าต่อเนื่องตามแนวโน้มการอ่อนตัวของเป็นวงกว้างของค่าเงินดอลลาร์ เมื่อเทียบกับค่าเงินสกุลหลักรวมทั้งค่าเงินในภูมิภาคเอเชีย ในขณะที่การใช้อัตราแลกเปลี่ยนแบบคงที่ของจีนทำให้ค่าเงินหยวนมีแนวโน้มอ่อนตัวพร้อมๆ กับค่าเงินดอลลาร์

ในขณะที่ค่าเงินบาทและเงินเอเชียอื่นๆ ซึ่งอาจกระทบต่อขีดความสามารถในการแข่งขันและเป็นข้อจำกัดต่อการฟื้นตัวของภาคส่งออก

6. รายได้ของรัฐบาลในปีงบประมาณ 2553 ยังมีข้อจำกัดจากภาษีรายได้ซึ่งขึ้นอยู่กับฐานรายได้ปี 2552 การลดภาษีภายใต้กรอบอาฟต้าเพิ่มขึ้น การชะลอตัวของราคาน้ำมันเทียบกับราคาในปัจจุบันซึ่งมีผลของการเก็งกำไรในช่วงแรกของการฟื้นตัวของเศรษฐกิจอยู่มาก

อย่างไรก็ตามสำนักยุทธศาสตร์และการวางแผนเศรษฐกิจมหภาคสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ(สศช.) ยังเล็งเห็นว่าท่ามกลางภาวะชบเซาในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โครงการลงทุนของภาครัฐนับว่าเป็นแรงขับเคลื่อนที่เข้ามาชดเชยการชะลอตัวของกิจกรรมก่อสร้างในภาคเอกชนได้พอสมควร ซึ่งแม้ว่าโครงการลงทุนขนาดใหญ่หลายโครงการมีความล่าช้า โดยเฉพาะโครงการลงทุนของรัฐวิสาหกิจ แต่การใช้จ่ายงบประมาณในส่วนจากรัฐบาลกลางและองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นที่เร่งตัวขึ้นในไตรมาสที่ 2 ทำให้การลงทุนในด้านก่อสร้างของรัฐโดยรวมมีทิศทางที่ดีขึ้น จึงช่วยให้การลงทุนในด้านการก่อสร้างโดยรวมยังมีอัตราการขยายตัวได้เล็กน้อย สาเหตุที่ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประสบภาวะชะลอตัวนั้น มีผลกระทบจากปัจจัยหลายประการได้แก่ การชะลอตัวของเศรษฐกิจ ปัจจัยความเชื่อมั่น ซึ่งผู้บริโภคก็ไม่มั่นใจต่อแนวโน้มเศรษฐกิจและความมั่นคงทางรายได้ แม้ว่าจะมีปัจจัยบวกจากอัตราเงินเฟ้อที่อยู่ในระดับต่ำและอัตราดอกเบี้ยปรับลดลง แต่ผู้บริโภคยังมีความกังวลต่อความไม่แน่นอนในระยะข้างหน้า เช่น ปัญหาการปิดตัวลงของธุรกิจ ซึ่งอาจจะส่งผลต่อภาวะการจ้างงาน ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ได้ส่งผลกระทบต่อความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยในภาพรวม

การก่อสร้างของภาครัฐ

ตามกรอบวงเงินงบประมาณรายจ่ายของรัฐบาลประจำปีงบประมาณ 2551 ในส่วนของงบลงทุนมีมูลค่า 404,677 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 8 เทียบกับวงเงิน 374,721 ล้านบาทในปีงบประมาณปี 2551 จากกรอบงบประมาณลงทุนของรัฐดังกล่าว ถ้ารัฐบาลสามารถเร่งรัดโครงการลงทุนต่างๆ ให้มีความคืบหน้าได้ตามแผน น่าจะมีส่วนช่วยให้มีเม็ดเงินหมุนเวียนเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจ กระตุ้นภาคการผลิตและการจ้างงานในธุรกิจเกี่ยวเนื่องได้ ประกอบกับความชัดเจนของโครงการระบบขนส่งมวลชนรูปแบบรางในพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล จะเปิดทำเลใหม่ๆ ที่มีศักยภาพ และจะมีส่วนช่วยสนับสนุนการเติบโตของอสังหาริมทรัพย์หลายประเภท

โครงการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานของรัฐ โครงการสำคัญที่คาดว่าจะเริ่มต้นภายในปี 2551

1. โครงการรถไฟฟ้าทางคู่ ช่วงละเซ็งเทรา-ศรีราชา-แหลมฉบัง ระยะทาง 78 กิโลเมตร มูลค่างานก่อสร้างประมาณ 7,000 ล้านบาท (ราคากลางในการประมูล) คาดว่าจะเริ่มต้นก่อสร้าง หลังลงนามสัญญาจ้างได้ในเดือนธันวาคม 2550
2. โครงการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนสายสีแดง ช่วงบางซื่อ-ตลิ่งชัน ระยะทาง 15.3 กิโลเมตร มูลค่างานก่อสร้าง 8,748.4 ล้านบาท (ราคาเริ่มต้นในการประมูล) คาดว่าจะเริ่มต้นก่อสร้าง หลังลงนามสัญญาจ้างได้ในเดือนเมษายน 2551
3. โครงการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนสายสีม่วง ช่วงบางซื่อ-บางใหญ่ ระยะทาง 23 กิโลเมตร มูลค่างานก่อสร้างระบบราง 31,217 ล้านบาท 8,748.4 ล้านบาท (จากวงเงินลงทุนทั้งหมด 55,997 ล้านบาท) คาดว่าจะเริ่มต้นก่อสร้างหลังคัดเลือกเอกชนเข้าดำเนินการได้ประมาณ ไตรมาสที่ 2 ปี 2551
4. โครงการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนสายสีแดง ช่วงบางซื่อ-รังสิต ระยะทาง 26 กิโลเมตร มูลค่าเงินลงทุนรวม 52,220 ล้านบาท คาดว่าจะเริ่มต้นก่อสร้างหลังลงนามสัญญาจ้างได้ ประมาณครึ่งหลังของปี 2551
5. โครงการที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อย บ้านเอื้ออาทร ระยะที่ 2-5 จำนวน 38,364 ล้านบาท

โครงการต่อเนื่อง

1. แผนการลงทุนของบมจ. ปตท. มูลค่าเงินลงทุน 209,151 ล้านบาท ระหว่างปี 2550-2554 โดยร้อยละ 84 ของวงเงินเป็นการลงทุนในกลุ่มธุรกิจกิจการก๊าซธรรมชาติในการก่อสร้างท่อส่ง ก๊าซ และโรงแยกก๊าซ
2. โรงไฟฟ้าและสายส่ง ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย มูลค่าเงินลงทุน 289,733 ล้านบาทระหว่างปี 2550-2554

ภาวะตลาดคอนโดมิเนียม

ถึงแม้ว่าภาพรวมธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ยังคงประสบภาวะการชะลอตัวต่อเนื่อง อันเป็นผลมาจากเศรษฐกิจไทยที่ยังคงเผชิญกับปัจจัยลบ ความไม่แน่นอนทางการเมือง ส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย แต่ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทคอนโดมิเนียมกลับยังคงเติบโตสวนกระแสตลาด โดยในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์ได้หันมาพัฒนา

โครงการคอนโดมิเนียมมากขึ้น โดยเฉพาะทำเลในย่านธุรกิจใจกลางเมือง และตามเส้นทางรถไฟฟ้า และรถไฟฟ้าใต้ดินพาดผ่าน และจากการที่ภาวะเศรษฐกิจไทยที่ชะลอตัวลง ประกอบกับผู้บริโภคได้รับผลกระทบจากการปรับขึ้นราคาน้ำมัน ทำให้ผู้ประกอบการบางกลุ่มได้ปรับวิกฤตให้เป็นโอกาสทางธุรกิจ โดยได้หันมาเน้นพัฒนาโครงการคอนโดมิเนียมระดับราคาปานกลาง ราคาประมาณ 1-3 ล้านบาท และยังคงพัฒนาโครงการตามเส้นทางรถไฟฟ้าทั้ง 2 ระบบพาดผ่าน เนื่องจากผู้ประกอบการมองว่าลูกค้าระดับที่มีรายได้ปานกลางเป็นฐานตลาดลูกค้ากลุ่มที่มีขนาดใหญ่ และลูกค้าส่วนใหญ่ที่ทำงานในย่านธุรกิจ ยังคงต้องการที่จะหาซื้อที่อยู่อาศัยใกล้ที่ทำงานตนเอง สะดวกสบายในการเดินทาง ประหยัดเวลา เป็นต้น และโครงการคอนโดมิเนียมที่ถูกเปิดตัวออกมานั้น ได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้บริโภค ทำให้เกิดกระแสการเปิดโครงการคอนโดมิเนียมระดับราคาประมาณ 1-3 ล้านบาท ทำเลใกล้รถไฟฟ้า 2 ระบบ เกิดขึ้นมากมายซึ่งจะเห็นได้ว่ามีทั้งผู้ประกอบการรายเก่าที่มีความชำนาญในการพัฒนาโครงการคอนโดมิเนียมที่ยังคงเปิดโครงการใหม่อย่างต่อเนื่องผู้ประกอบการที่เคยเน้นการพัฒนาโครงการแนวราบได้หันมาพัฒนาโครงการคอนโดมิเนียม และผู้ประกอบการรายใหม่ หรือผู้ประกอบการจากวงการธุรกิจอื่นที่มีที่ดินที่เป็นของตนเองในทำเลดังกล่าวได้หันมาลงทุนพัฒนาโครงการคอนโดมิเนียมเช่นกัน ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าการเปิดตัวโครงการใหม่ๆ ในทำเลดังกล่าวยังคงมีออกมาสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง

อย่างไรก็ตามการเร่งลงทุนโครงการคอนโดมิเนียมของผู้ประกอบการในช่วงที่ผ่านมาทำให้ในปัจจุบันการแข่งขันในตลาดคอนโดมิเนียมในทำเลดังกล่าวมีความรุนแรงมากขึ้น จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการจะใช้กลยุทธ์การตลาด โดยชูจุดเด่นในด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ ราคา และการจัดรายการส่งเสริมการขายเพื่อจูงใจลูกค้า แต่การปิดโครงการการขายเริ่มชะลอลงในบางพื้นที่ ทำให้เกิดคำถามถึงความสมดุลระหว่างอุปสงค์และอุปทานที่แท้จริงในตลาดคอนโดมิเนียม ทั้งนี้ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ได้ทำการวิเคราะห์ถึงแนวโน้ม ปัจจัยสนับสนุน และความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจคอนโดมิเนียมในปี 2552 อาทิ สถานการณ์ทางการเมือง ราคาน้ำมันที่ยังคงปรับเพิ่มสูงขึ้น แนวโน้มภาวะเงินเฟ้อที่ปรับเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นแรงกดดันต่อการปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ย เป็นต้น

จากการที่ภาวะเศรษฐกิจไทยที่ชะลอตัวลง ทำให้ผู้ประกอบการบางกลุ่มได้แสวงหาโอกาสทางธุรกิจ ในการสร้างยอดขายจากตลาดที่อยู่อาศัยที่ยังมีศักยภาพเติบโต โดยได้หันมาเน้นพัฒนาโครงการคอนโดมิเนียมระดับราคาปานกลาง ราคาประมาณ 1-3 ล้านบาท และเน้นพัฒนาโครงการตามเส้นทางรถไฟฟ้าทั้ง 2 ระบบพาดผ่าน เนื่องจากผู้ประกอบการมองว่าลูกค้าระดับที่มีรายได้ปานกลางเป็นฐานตลาดลูกค้ากลุ่มที่มีขนาดใหญ่ และลูกค้าส่วนใหญ่ที่ทำงานในย่านธุรกิจ ยังคงต้องการที่จะหาซื้อที่อยู่อาศัยใกล้ที่ทำงานตนเอง สะดวกสบายในการเดินทาง ประหยัดเวลา

เป็นต้น ซึ่งจากข้อมูลอสังหาริมทรัพย์พบว่า โครงการคอนโดมิเนียมที่ตั้งอยู่ตามแนวรถไฟฟ้าทั้ง 2 ระบบ ในปัจจุบันที่กำลังอยู่ในระหว่างการก่อสร้าง โดยตัวเลขในเดือนสิงหาคม ปี 2550 มีจำนวน 97 โครงการ ซึ่งมีประมาณ 34,816 หน่วยนั้น² โดยจำนวนที่ขายแล้วมีประมาณ 21,656 หน่วย และที่ยังรอขายอยู่อีกประมาณ 13,303 หน่วย นอกจากนี้ผู้ประกอบการบางรายหันมาพัฒนาโครงการคอนโดมิเนียมสำหรับกลุ่มลูกค้าระดับล่าง โดยระดับราคาที่ต่ำกว่า 1 ล้านบาทต่อหน่วย โดยเน้นการเปิดโครงการทำเลตามเขตพื้นที่ชุมชนเป็นส่วนใหญ่ซึ่งปกติแล้วลูกค้ากลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มที่เช่าอยู่อาศัยเป็นส่วนใหญ่ ทั้งนี้การที่ผู้ประกอบการหันมาพัฒนาโครงการคอนโดมิเนียมในระดับล่างนี้ โดยมุ่งที่จะเปลี่ยนจากการเช่าอยู่มาเป็นการซื้อแทน

สำหรับผลการสำรวจตัวเลขการเปิดโครงการคอนโดมิเนียม ของบริษัท เอเจนซี ฟอร์ เรียลเอสเตท แอฟแฟร์ส จำกัด พบว่า การเปิดโครงการคอนโดมิเนียมยังคงมีความร้อนแรงต่อเนื่อง จะเห็นได้ว่ามีจำนวนโครงการคอนโดมิเนียมเปิดใหม่ประมาณ 34,810 หน่วย³ โดยระดับราคา ระหว่าง 1-2 ล้านบาท มีจำนวนประมาณ 16,286 หน่วย สาเหตุน่าจะมาจาก ผู้ประกอบการบางราย เริ่มหันมาเน้นการเปิดโครงการในทำเลพื้นที่ชั้นกลาง และพื้นที่ชั้นนอกกรุงเทพฯ โดยเน้นการเปิดโครงการในเขตชุมชน ทั้งนี้ราคาที่ดินในพื้นที่แถบนี้ยังไม่สูงเท่ากับเขตพื้นที่ชั้นในกรุงเทพฯ และตามเส้นทางรถไฟฟ้าซึ่งทำให้ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาโครงการในราคาที่ต่ำกว่าได้ ทั้งนี้ปัจจัยที่ทำให้โครงการคอนโดมิเนียมเป็นที่ต้องการของตลาด ได้แก่

1. ราคาน้ำมันที่ปรับสูงขึ้น ส่งผลกระทบต่อภาระรายจ่ายผู้บริโภคปรับตัวสูงขึ้น โดยเฉพาะการเดินทางส่งผลให้ผู้บริโภคมีกำลังซื้อที่อยู่อาศัยลดลง และเลือกที่จะซื้อที่อยู่อาศัยใกล้เมืองมากขึ้น ดังนั้นคอนโดมิเนียมระดับราคาไม่สูงในทำเลที่เดินทางสะดวกจึงเป็นสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของตลาดได้ดี

2. ราคาที่ดินในเมืองปรับเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งทำให้ราคาที่อยู่อาศัยโดยเฉพาะบ้านเดี่ยวที่อยู่ใกล้ใจกลางเมืองมีราคาแพงขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการที่มีที่ดินในเขตพื้นที่ชั้นในและชั้นกลางจึงนำที่ดินมาพัฒนาโครงการคอนโดมิเนียม โดยหันมาเน้นการทำโครงการระดับราคาเริ่มต้นที่ประมาณ 1-3 ล้านบาท ซึ่งเป็นฐานใหญ่ของตลาด และสอดคล้องกับกำลังซื้อ

² ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธอส., บริษัท โสม บายเออร์ไกด์ จำกัด, “รายงานผลการสำรวจโครงการคอนโดมิเนียมที่มีการเปิดตัวไปในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา หรือก่อนหน้านั้น และกำลังอยู่ในระหว่างการก่อสร้าง,” 2550

³ บริษัทเอเจนซีฟอร์ เรียลเอสเตท แอฟแฟร์ส, “รายงานผลการสำรวจจำนวนคอนโดมิเนียมที่เปิดตัวใหม่ตั้งแต่เดือนมกราคม ถึง ตุลาคม 2550,” 2550

3. พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง เนื่องด้วยพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามค่านิยม และยุคสมัย วิวัฒนาการ วิธีชีวิตเปลี่ยนไปตามกาลเวลา การต้องการความเป็นอิสระส่วนตัวมากขึ้น ขนาดครอบครัวที่มีจำนวนสมาชิกน้อยลง คนที่อยู่เป็นโสดมากขึ้น นอกจากนี้วิถีชีวิตของคนกรุงเทพฯ ที่มีแหล่งงานอยู่ในเมือง และการอพยพของแรงงานจากต่างจังหวัดเข้ามาสู่ในเมืองมากขึ้น ความต้องการที่อยู่อาศัยที่อยู่ในย่านธุรกิจ หรือใจกลางที่อยู่ใกล้ระบบคมนาคมที่สะดวก โดยเฉพาะใกล้ระบบรถไฟฟ้า ซึ่งหลังจากราคาน้ำมันปรับตัวสูงขึ้นอย่างรวดเร็วก็ทำให้ผู้บริโภคหันมาหาที่อยู่อาศัยในทำเลใกล้รถไฟฟ้ามากขึ้น เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

4. รูปแบบของโครงการคอนโดมิเนียม เนื่องจากการแข่งขันที่รุนแรงในตลาดคอนโดมิเนียมทำให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีการพัฒนารูปแบบของโครงการ เพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้า อาทิ การเน้นการออกแบบที่เป็นแบบสมัยใหม่ (Modern Style) สำหรับลูกค้าที่ขอความเป็นอิสระ ก้าวตามแฟชั่น เป็นต้น สวนสาธารณะ สถานที่ออกกำลังกาย เป็นต้น

แนวโน้มตลาดคอนโดมิเนียมในปี 2553⁴

ตลาดคอนโดมิเนียมระดับกลางในเมืองของกรุงเทพฯที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นผลมาจากกระแสความต้องการที่อยู่อาศัยที่อยู่ในย่านธุรกิจหรือใจกลางเมือง และการคมนาคมสะดวกอยู่ใกล้กับเส้นทางที่มีรถไฟฟ้าตัดผ่าน โดย ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า จะมีจำนวนที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมสร้างเสร็จในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.3 เนื่องจากการเร่งเปิดโครงการคอนโดมิเนียมเป็นจำนวนมากในช่วงก่อนหน้าได้ทยอยสร้างเสร็จ

ทั้งนี้ปัจจัยที่มีส่วนในการสนับสนุนการขยายตัวตลาดคอนโดมิเนียม ได้แก่ การอนุมัติการก่อสร้างโครงการรถไฟฟ้า จากการที่รัฐบาลมีการอนุมัติการก่อสร้างรถไฟฟ้า 3 สาย ได้แก่ โครงการรถไฟฟ้าสายสีแดงช่วงบางซื่อถึงตลิ่งชัน บางซื่อถึงรังสิต โครงการรถไฟฟ้าสายสีม่วงช่วงบางใหญ่ถึงบางซื่อ และโครงการรถไฟฟ้าช่วงต่อขยายสายสีเขียว หมอชิตถึงสะพานใหม่ ซึ่งน่าจะช่วยกระตุ้นให้เกิดความต้องการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยในแถบนั้น

⁴ สำนักยุทธศาสตร์และการวางแผนเศรษฐกิจมหภาคสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, “ภาวะเศรษฐกิจไทยไตรมาสที่สาม และแนวโน้มปี 2552-2553,” 23 พฤศจิกายน 2552; และ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, “ประมาณการเศรษฐกิจไทยปี 2552,” 23 พฤศจิกายน 2552

1. ความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อการขายตัวตลาดคอนโดมิเนียม

1.1. การปรับขึ้นราคาน้ำมันแรงกดดันต่อต้นทุนการผลิตและอำนาจการซื้อที่อยู่อาศัย ทั้งนี้การปรับขึ้นราคาน้ำมันที่สูงขึ้นเป็นประวัติการณ์ได้ส่งผลกระทบต่อทั้งผู้ประกอบการและผู้บริโภค ซึ่งผลกระทบที่ผลกระทบต่อผู้ประกอบการ ได้รับ คือ การเพิ่มขึ้นของต้นทุนการผลิต จะเห็นได้ว่าดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง รายงานโดยกระทรวงพาณิชย์ ในเดือนพฤศจิกายนเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.5 จากเดือนก่อนหน้า และปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.3 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน ซึ่งหากราคาน้ำมันยังคงปรับเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ราคาก่อสร้างในช่วงปี 2552 มีโอกาสที่จะปรับราคาขึ้น ทั้งนี้การเพิ่มขึ้นของต้นทุนการก่อสร้าง ย่อมส่งผลกระทบต่อระดับราคาที่อยู่อาศัยในอนาคต

สำหรับผลกระทบจากการปรับขึ้นราคาน้ำมันต่อผู้บริโภคที่กำลังตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย ถึงแม้ว่าในช่วงที่ผ่านมาการปรับขึ้นของราคาน้ำมันจะมีส่วนช่วยให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ในทำเลที่ใกล้กับโครงการรถไฟฟ้าทั้ง 2 ระบบ หรือทำเลใจกลางเมือง เนื่องจากสามารถช่วยผู้บริโภคประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทางมากขึ้น อย่างไรก็ตามราคาน้ำมันที่สูงขึ้นในขณะนี้ ได้ส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตสินค้า การขนส่งที่เพิ่มขึ้น ซึ่งจะเห็นได้ว่าค่ารถโดยสารประจำทางได้ทำการปรับขึ้นแล้ว และการเริ่มทยอยปรับขึ้นราคาสินค้าอุปโภคและบริโภคของผู้ผลิตบางราย นอกจากนี้ราคาแก๊สหุงต้มได้เริ่มมีการปรับราคาเพิ่มขึ้นเช่นกัน แน่แน่นอนว่าการปรับขึ้นราคาสินค้าแต่ละระดับรายได้คงที่ย่อมมีผลกระทบโดยตรงต่อผู้บริโภค ซึ่งภาระรายจ่ายในชีวิตประจำวันเพิ่มขึ้น ส่งผลกระทบต่ออำนาจการซื้อที่อยู่อาศัย

1.2. ทิศทางการเพิ่มขึ้นของอัตราเงินเฟ้อแรงกดดันต่อการปรับขึ้นอัตรดอกเบี้ย ทิศทางการเพิ่มขึ้นของอัตราเงินเฟ้อนั้น เป็นผลมาจากการที่ราคาน้ำมันได้ปรับสูงขึ้น โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย ได้ประเมินว่า ในกรณีขั้นพื้นฐาน คาดว่า ราคาน้ำมันดิบเบรนท์โดยเฉลี่ยในปี 2552 อยู่ที่ประมาณ 78.9 ดอลลาร์สหรัฐต่อบาร์เรล อัตราเงินเฟ้อจะอยู่ที่ประมาณ 2.8-3.2 สำหรับกรณีน้ำมันราคาแพง ทั้งนี้การเพิ่มขึ้นของอัตราเงินเฟ้อยังเป็นตัวแปรที่มีส่วนในการกดดันอัตรดอกเบี้ยในปีหน้าปรับสูงขึ้น ซึ่งแน่นอนว่าการปรับเพิ่มขึ้นของอัตรดอกเบี้ยเงินกู้ย่อมส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย ซึ่งผู้ที่ซื้อที่อยู่อาศัยในขณะนี้จำเป็นต้องเพิ่มความระมัดระวังและรอบคอบ ในการวางแผนการซื้อที่อยู่อาศัยมากขึ้น ทั้งนี้การปรับตัวขึ้นของอัตรดอกเบี้ยทุกๆ 1% ส่งผลให้วงเงินที่ขอกู้ได้หายไปประมาณ 8% เช่นเดียวกับการผ่อนชำระค่างวดที่เพิ่มขึ้น 8% เช่นกัน

นอกจากปัจจัยด้านเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจคอนโดมิเนียม ความเสี่ยงที่สำคัญที่อาจส่งผลกระทบต่อตลาดคอนโดมิเนียม คือ ความสมดุลระหว่างอุปสงค์และอุปทานที่แท้จริงในตลาดคอนโดมิเนียม จากการที่โครงการคอนโดมิเนียมที่ถูกเปิดตัวออกมานั้น ได้รับการตอบรับ

ที่ดีจากผู้บริโภค ทำให้ทั้งผู้ประกอบการรายเก่าที่มีความชำนาญในการพัฒนาโครงการคอนโดมิเนียมที่ยังคงเปิดโครงการใหม่อย่างต่อเนื่อง ผู้ประกอบการที่เคยเน้นการพัฒนาโครงการแนวราบได้หันมาพัฒนาโครงการคอนโดมิเนียมเช่นกัน และผู้ประกอบการรายใหม่ที่มีที่ดินเป็นของตนเองในทำเลดังกล่าวได้หันมาลงทุนพัฒนาโครงการคอนโดมิเนียมเช่นกัน ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าเปิดตัวโครงการใหม่ๆในทำเลดังกล่าวยังคงมีออกมาสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง โดยผลสำรวจของบริษัท เอเจนซี ฟอร์ เรียลเอสเตท แอฟเฟร์ส พบว่า โครงการคอนโดมิเนียมมีการเปิดตัวปี 2552 มีปริมาณค่อนข้างสูง ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการเร่งลงทุนโครงการคอนโดมิเนียมของผู้ประกอบการในช่วงที่ผ่านมา ทำให้ในปัจจุบันการแข่งขันในตลาดคอนโดมิเนียมในทำเลดังกล่าวมีความรุนแรงมากขึ้น จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการจะใช้กลยุทธ์การตลาด โดยชูจุดเด่นในด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ ราคา และการจัดการขายส่งเสริมการขายเพื่อจูงใจลูกค้า อย่างไรก็ตามการปิดโครงการการขายเริ่มมีสัญญาณชะลอลงในบางพื้นที่

ถึงแม้ว่าในขณะนี้ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทคอนโดมิเนียมจะมีกระแสการตอบรับในตลาดเป็นอย่างดี ซึ่งอาจจะนับได้ว่าเป็นธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่มียอดขายเติบโตอย่างต่อเนื่องมากกว่าโครงการแนวราบ อย่างบ้านเดี่ยวหรือทาวน์เฮาส์ในขณะนี้ แต่จากการที่รัฐบาลได้มีการอนุมัติการก่อสร้างรถไฟฟ้า 3 เส้นทาง คือ โครงการรถไฟฟ้าสายสีแดง ช่วงบางซื่อถึงตลิ่งชัน บางซื่อถึงรังสิต โครงการรถไฟฟ้าสายสีม่วงช่วงบางใหญ่ถึงบางซื่อ และโครงการรถไฟฟ้าช่วงต่อขยายสายสีเขียว หมอชิตถึงสะพานใหม่ และจากความชัดเจนของรัฐบาลในการอนุมัติการก่อสร้างโครงการรถไฟฟ้า 2 เส้นทาง (โครงการรถไฟฟ้าสายสีแดง ช่วงบางซื่อถึงตลิ่งชัน บางซื่อถึงรังสิต โครงการรถไฟฟ้าสายสีม่วงช่วงบางใหญ่ถึงบางซื่อ) โครงการแนวราบน่าจะกลับมาเป็นที่สนใจของตลาดอีกครั้ง เนื่องจากความต้องการที่อยู่อาศัยรูปแบบบ้านเดี่ยว หรือ ทาวน์เฮาส์ยังคงเป็นที่นิยมของผู้บริโภค สำหรับผู้ที่ต้องการที่อยู่อาศัยที่มีความเป็นส่วนตัวมากกว่าคอนโดมิเนียม ทั้งนี้จากการที่กำลังซื้อที่ลดลงทำให้ผู้บริโภคบางกลุ่มหันมาหาสินค้าทดแทนให้เหมาะสมต่อกำลังซื้อ โดยที่อยู่อาศัยประเภททาวน์เฮาส์จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่ง ทั้งนี้ที่อยู่อาศัยประเภททาวน์เฮาส์ที่ตั้งอยู่ทำเลชานเมืองในปัจจุบันระดับราคาอยู่ที่ประมาณ 1-3 ล้านบาท ในเส้นทางที่จะมีโครงการรถไฟฟ้าพาดผ่าน น่าจะเป็นอีกทางเลือกหนึ่ง นอกจากนี้เมื่อภาวะเศรษฐกิจปรับตัวในทิศทางที่ดีขึ้น ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคกลับมาอีกครั้ง ทั้งนี้ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่าโครงการบ้านเดี่ยวน่าจะกลับมาเป็นที่สนใจอีกครั้ง

บทสรุปและข้อคิดเห็น

จากข้อมูลของศูนย์วิจัยกสิกรไทย ทำให้เห็นว่าการแข่งขันในตลาดคอนโดมิเนียมในปี 2552-2553 น่าจะทวีความรุนแรงมากขึ้น โดยเฉพาะโครงการคอนโดมิเนียมระดับกลางราคา ระหว่าง 1- 3 ล้านบาท ที่ผู้ประกอบการหลายรายหันมาเน้นการเปิดตัวโครงการตามแนวระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนและย่านใจกลางเมือง เพื่อจับกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้ปานกลาง ที่ต้องการความสะดวกในการเดินทาง โดยเฉพาะคอนโดมิเนียมที่อยู่ใกล้ย่านธุรกิจยังคงมีความต้องการสูง ปัจจุบันภาระรายจ่ายผู้บริโภคปรับตัวสูงขึ้นส่งผลให้ผู้บริโภคมีกำลังซื้อที่อยู่อาศัยลดลง กลยุทธ์ดังกล่าวจึงเป็นการมุ่งตอบสนองภาวะตลาดที่เปลี่ยนแปลง ทั้งนี้การแข่งขันในตลาดคอนโดมิเนียมในปีหน้าผู้ประกอบการคงจะมีการเร่งทำแคมเปญการตลาดเพื่อเร่งระบายสินค้าที่มีอยู่ในมือให้เร็วขึ้น และการกระตุ้นให้ลูกค้าโครงการมาทำการโอนสินค้าให้เร็วขึ้น ทั้งนี้ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า จะมีจำนวนที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมสร้างเสร็จในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลในปี 2552 มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.3 เนื่องจากการเร่งเปิดโครงการคอนโดมิเนียมเป็นจำนวนมากในช่วงก่อนหน้าได้ทยอยสร้างเสร็จ สำหรับแนวโน้มที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมในปี 2553 คาดว่า ตัวแปรสำคัญที่กำหนดทิศทางการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ และความเชื่อมั่นของผู้บริโภค คือ สถานการณ์ทางการเมือง การฟื้นตัวของเศรษฐกิจภายในประเทศขึ้นอยู่กับเสถียรภาพของรัฐบาลใหม่และประสิทธิภาพในการดำเนินนโยบายทางเศรษฐกิจ และสามารถเร่งรัดโครงการลงทุนต่างๆ เช่น โครงการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนทั้ง 3 สาย เป็นต้นน่าจะช่วยให้เศรษฐกิจฟื้นตัว ส่งผลให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจที่จะใช้จ่ายมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มีความเห็นว่า ภาวะเศรษฐกิจไทยในปี 2553 ยังคงมีความเสี่ยง ที่ส่งผลต่ออำนาจการซื้อที่อยู่อาศัย ทำให้ผู้ที่ซื้อที่อยู่อาศัยในขณะนี้จำเป็นต้องเพิ่มความระมัดระวังและรอบคอบในการวางแผนการซื้อที่อยู่อาศัยมากขึ้น เพื่อรอดูทิศทางที่เศรษฐกิจจะปรับตัวดีขึ้น จึงส่งผลต่อการตัดสินใจในการซื้อที่อยู่อาศัยให้ชะลอออกไป อาทิ

1. การปรับขึ้นราคาน้ำมันที่สูงขึ้นในช่วงครึ่งปีแรก หากราคาน้ำมันมีการเพิ่มสูงขึ้นอีกในปีหน้า น่าจะส่งผลกระทบต่อค่าฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทย ทั้งนี้การที่ราคาน้ำมันที่เพิ่มสูงขึ้นได้ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการ คือ การเพิ่มขึ้นของต้นทุนการผลิต ส่งผลกระทบต่อแนวโน้มการปรับขึ้นราคาที่อยู่อาศัยที่อาจมีโอกาสปรับสูงขึ้นในปีหน้า เนื่องจากในช่วงที่ผ่านมาราคาวัสดุก่อสร้างได้มีการปรับราคาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้แนวโน้มราคาวัสดุก่อสร้างในปีหน้าอาจมีการปรับเพิ่มขึ้นหากต้นทุนการผลิตยังคงเพิ่มสูงขึ้น นอกจากนี้ราคาน้ำมันที่สูงขึ้นยังส่งผลกระทบต่ออำนาจการซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคและการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยให้ชะลอลงด้วย

2. ภาวะเงินเฟ้อ ทั้งนี้การเพิ่มขึ้นของอัตราเงินเฟ้อยังเป็นตัวแปรที่มีส่วนในการกำหนดอัตราดอกเบี้ยในปีหน้าปรับสูงขึ้น ซึ่งสิ่งสำคัญที่จะกำหนดปริมาณการซื้อที่อยู่อาศัย นอกจากปัจจัยทางเศรษฐกิจแล้ว อัตราดอกเบี้ยและราคาที่อยู่อาศัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการซื้อที่อยู่อาศัยด้วย ซึ่งหากราคาที่อยู่อาศัยเพิ่มขึ้นสูงกว่าอัตราการเพิ่มขึ้นของรายได้ ก็อาจเป็นปัจจัยลบต่อการซื้อที่อยู่อาศัยได้เนื่องจากกำลังซื้อลดต่ำลงเมื่อเปรียบเทียบกับฐานราคาบ้านที่ต้องการ

3. ความสมดุลระหว่างอุปสงค์และอุปทานที่แท้จริงในตลาดคอนโดมิเนียม การเร่งเปิดโครงการคอนโดมิเนียมในช่วงที่ผ่านมา ทำให้ต้องมีการเฝ้าระวังหากมีการพัฒนาสินค้าออกมาสู่ตลาดมากกว่าความต้องการที่มีอยู่จริง ถึงแม้ว่าผู้ประกอบการพัฒนาโครงการคอนโดมิเนียมจะมีการปรับสินค้าให้สอดคล้องกับสถานะตลาดและสภาพเศรษฐกิจ อาทิ การลดขนาดห้องชุด เพื่อคงระดับราคาขายในระดับที่เหมาะสมกับกำลังซื้อของผู้บริโภค แต่นั่นอาจจะไม่ใช่การตอบโจทย์ของความต้องการของผู้บริโภคที่แท้จริงในการลดขนาดห้องชุดเพื่อคงระดับราคาขายไว้ อีกทั้งรัฐบาลได้มีการอนุมัติการก่อสร้างรถไฟฟ้า 2 เส้นทาง คือ โครงการรถไฟฟ้าสายสีแดง ช่วงบางซื่อถึงตลิ่งชัน และโครงการรถไฟฟ้าสายสีม่วงช่วงบางใหญ่ถึงบางซื่อ ซึ่งความชัดเจนของรัฐบาลในการอนุมัติการก่อสร้างโครงการรถไฟฟ้า 2 เส้นทาง โครงการแนวราบอาจจะกลับมาเป็นที่สนใจของตลาดอีกครั้ง เนื่องจากความต้องการที่อยู่อาศัยรูปแบบบ้านเดี่ยวยังคงเป็นที่นิยมของผู้บริโภค และเมื่อภาวะเศรษฐกิจปรับตัวในทิศทางที่ดีขึ้นความเชื่อมั่นของผู้บริโภคกลับมาอีกครั้ง คาดว่าโครงการบ้านเดี่ยวน่าจะกลับมาเป็นที่สนใจเพิ่มขึ้น

ทั้งนี้ประเด็นที่เป็นที่จับตามองในตลาดคอนโดมิเนียม คือ ที่ผ่านมารถคอนโดมิเนียมในแถบย่านธุรกิจ ย่านใจกลางเมือง และตามเขตแนวเส้นทางรถไฟฟ้า BTS หรือ MRTA เป็นที่ต้องการของตลาดทั้งจากผู้ที่ต้องการซื้อเพื่ออยู่อาศัยเอง ซื้อเพื่อปล่อยให้เช่าและผู้ซื้อเพื่อการเก็งกำไรทำให้ผู้ประกอบการพัฒนาธุรกิจอสังหาริมทรัพย์หันมาพัฒนาโครงการคอนโดมิเนียมกันเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะระดับราคากระหว่าง 1-3 ล้านบาท เนื่องจากเห็นว่าความต้องการในกลุ่มนี้มีอยู่จำนวนมาก อย่างไรก็ตามการที่ผู้ประกอบการจำนวนมากต่างหันมาพัฒนาโครงการคอนโดมิเนียมโดยเน้นกลุ่มลูกค้าระดับเดียวกันพร้อมกันนั้น อาจมีความเสี่ยงเกิดขึ้น โดยเฉพาะผู้ประกอบการรายใหม่ที่ไม่ม่มีประสบการณ์ในการแข่งขันในตลาดนี้มาก่อนซึ่งอาจเสียเปรียบผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจพัฒนา คอนโดมิเนียมมาเป็นเวลายาวนาน ซึ่งมีความได้เปรียบมากกว่าทั้งในด้านการหาทำเลซื้อเสียง รวมถึงความเชี่ยวชาญในการบริหารการผลิตและการตลาดสำหรับสินค้าประเภทนี้ และในภาวะที่สินค้าผลิตอาจจะออกมาเกินกว่าปริมาณความต้องการ และโครงการคอนโดมิเนียมออกสู่ตลาดเป็นจำนวนมาก ลักษณะรูปแบบของโครงการ และทำเลที่ตั้งที่ไม่แตกต่างกันมากนัก ซึ่ง

ผู้บริโภคสามารถที่จะใช้เวลาในการเลือก และเปรียบเทียบสินค้า ก่อนทำการตัดสินใจ อาทิ ราคาต่อตารางเมตรในทำเลที่ใกล้เคียงกัน ขนาดของห้องชุด รูปแบบของโครงการ วัสดุที่ใช้ในการตกแต่ง เป็นต้น ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกและใช้เวลาในการพิจารณาก่อนการตัดสินใจซื้อนานขึ้น สำหรับผู้บริโภคที่ต้องการซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมเพื่อการลงทุนระยะยาว โดยเฉพาะการลงทุนเพื่อการปล่อยเช่าอาจประสบกับภาวะการแข่งขันที่สูงในอนาคต ที่อาจจะส่งผลกระทบต่อราคาเช่าที่ลดลงและระยะเวลาของจุดคุ้มทุนอาจจะมีระยะเวลายาวนานกว่าเดิม เนื่องจากจำนวนคอนโดมิเนียมที่มีกำหนดการที่จะสร้างเสร็จในระยะเวลา 1-2 ปี เริ่มเข้าสู่ตลาดมากขึ้นทำให้ผู้ใช้มีทางเลือกมากขึ้น

การวิเคราะห์อุปสงค์

1. ผลสำรวจความคิดเห็นผู้บริโภค⁵

จากไตรมาสสุดท้าย ปี 2552 เศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มที่จะขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก การกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐอย่างต่อเนื่อง และการปรับตัวดีขึ้นของความเชื่อมั่นในระบบเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตามจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกต่อการขยายตัวของการส่งออกยังมีข้อจำกัดจากอุปสงค์ในประเทศอุตสาหกรรมที่ยังอ่อนตัว ในขณะที่แรงกดดันด้านเงินเฟ้อมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นใน ค่าเงินบาทมีแนวโน้มแข็งค่า และอัตราดอกเบี้ยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์อาจได้รับผลกระทบบ้าง โดยเฉพาะที่อยู่อาศัยระดับราคาสูง แต่ก็คาดว่าจะยังขยายตัวได้ในระยะต่อไป เนื่องจากความต้องการที่อยู่อาศัยที่แท้จริงยังเพิ่มขึ้นในเกณฑ์ดี แต่อุปสงค์จะเปลี่ยนประเภทจากที่อยู่อาศัยระดับราคาสูงไปสู่ระดับราคาปานกลางถึงต่ำหรือเปลี่ยนเป็นขนาดที่อยู่อาศัยเล็กลง รวมทั้งการเปลี่ยนจากบ้านเดี่ยวเป็นคอนโดมิเนียม โดยมีปัจจัยส่งเสริมดังต่อไปนี้

1.1. รูปแบบการใช้ชีวิตของผู้คนเปลี่ยนไป ซึ่งมีการเดินทางโดยรถไฟฟ้า BTS และรถไฟฟ้าใต้ดินมากขึ้น

1.2. คอนโดมิเนียมราคาถูกมีการเปิดตัวออกมามาก โดยเฉพาะบริเวณที่ใกล้แนวรถไฟฟ้าและรถไฟฟ้าใต้ดิน ทำให้เป็นที่ดึงดูดกลุ่มผู้มีรายได้น้อย

⁵ ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธอส., บริษัท โสม บายเออร์ จำกัด, “รายงานการสำรวจความต้องการของผู้เช่าชมงานมหกรรมบ้านและคอนโด,” 2550

1.3. คอนโดมิเนียมเป็นที่พักอาศัยที่ตอบสนองความต้องการของผู้ที่พักอาศัยคนเดียว หรือครอบครัวที่ยังไม่มีบุตร และยังอำนวยความสะดวกในการเดินทางและช่วยหลีกเลี่ยงปัญหาจราจร เนื่องจากโครงการส่วนใหญ่อยู่ในบริเวณที่รถไฟฟ้าและรถไฟฟ้าใต้ดินผ่าน

1.4. การซื้อคอนโดมิเนียมเพื่อเก็งกำไร โดยซื้อไว้ขายต่อให้ผลตอบแทนมากกว่าดอกเบี้ยที่ได้จากธนาคาร

จากข้อมูลการสำรวจความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยของศูนย์ข้อมูลสังหาริมทรัพย์ ร่วมกับบริษัท โฮมบายเออร์ ใกล้เคียง จำกัด พบว่าระดับราคาที่อยู่อาศัยที่ผู้บริโภคต้องการซื้อมากที่สุดอยู่ในช่วงระดับราคา 1-1.5 ล้านบาท มีจำนวนถึง 20.2% และโดยรวมความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยในช่วงราคา 500,001-3,000,000 บาท มีความต้องการสูงถึง 72.6%⁶ และจากข้อมูลพบว่า ผู้ซื้อบ้านมีพฤติกรรมการประเมินความสามารถในการซื้อบ้านของตนเองได้ถูกต้องเหมาะสมมากขึ้น โดยสังเกตจากข้อมูลรายได้ และงบประมาณที่ต้องการซื้อบ้านสอดคล้องกัน เช่น ผู้มีรายได้ครอบครัวต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่ต้องการซื้อบ้านในระดับราคาไม่เกิน 500,000 บาท ในขณะที่ผู้มีรายได้ครอบครัวต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่ต้องการซื้อบ้านในระดับราคาไม่เกิน 1,000,000 บาท ส่วนผู้มีรายได้ครอบครัวต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ส่วนใหญ่ต้องการซื้อบ้านในระดับราคาไม่เกิน 1.5 ล้านบาท ในขณะที่ผู้มีรายได้ครอบครัวต่อเดือน 30,001 – 50,000 บาท ส่วนใหญ่ต้องการซื้อบ้านในระดับราคาไม่เกิน 3 ล้านบาท

กล่าวโดยสรุป คือ ผู้ที่มีรายได้ครอบครัวต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท สนใจที่อยู่อาศัยที่ราคาไม่เกิน 500,000 บาท ส่วนกลุ่มผู้มีรายได้อยู่ในช่วง 10,000 – 30,000 บาท สนใจที่อยู่อาศัยในช่วง 500,000 – 1,500,000 บาท และสุดท้ายกลุ่มผู้มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท สนใจที่อยู่อาศัยราคา 2 – 3 ล้านบาท กลุ่มคนที่ให้ความสนใจที่อยู่อาศัยแบบคอนโดมิเนียมนี้ ส่วนใหญ่เป็นคนวัยทำงานอายุ 25 ปีขึ้นไป โดยห้องชุดขนาด 40 ตารางเมตร เป็นที่ต้องการมากที่สุด 43.92 % ห้องขนาด 30 ตารางเมตร เป็นที่นิยม 18.93 % และขนาด 60 ตารางเมตร มีสัดส่วน 17.52 %⁷

ทั้งนี้ เหตุผลที่เลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม คือ

- 1) ราคาไม่แพง
- 2) อยู่ใกล้ที่ทำงาน
- 3) สภาพแวดล้อมโครงการดี

⁶ ศูนย์ข้อมูลสังหาริมทรัพย์ ซอส.,บริษัทโฮม บายเออร์ใกล้เคียง จำกัด, “รายงานการสำรวจความต้องการของผู้เข้าชมงานมหกรรมบ้านและคอนโด,” 2550

⁷ เรื่องเดียวกัน.

4) มีระบบป้องกันความปลอดภัยดี

ในขณะที่เหตุผลของผู้ที่ไม่เลือกซื้อคอน โคมิเนียมเพราะ

- 1) ไม่ชอบสภาพความแออัด
- 2) สภาพแวดล้อมโครงการ ไม่มีสีเขียว

นอกจากนี้ ยังมีผลการสำรวจความต้องการที่อยู่อาศัยจัดทำโดยบริษัท L.P.N. Development จำกัด (มหาชน) ทำการสำรวจทางเว็บไซต์ของบริษัทเอง ถึงความต้องการที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค พบว่า ประเภทของที่อยู่อาศัยที่เป็นที่ต้องการมากที่สุด คือ คอน โคมิเนียม (64%) รองลงมาคือ บ้านเดี่ยว (20%) ทาวน์เฮ้าส์ (14%) และ อาคารพาณิชย์ (3%) ตามลำดับ

สำหรับงบประมาณในการซื้อที่พักอาศัย พบว่า ที่อยู่อาศัยที่มีระดับราคา 0.5 - 1.0 ล้านบาท มีความต้องการมากที่สุด (30%) รองลงมาคือ ระดับราคา 1.0 - 1.5 ล้านบาท (22%) ตามด้วยระดับราคา ห้าแสนบาท (19%) และระดับราคา 1.5 - 2.0 ล้านบาท (12%)

เมื่อถามถึงเหตุผลสำคัญในการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย ปรากฏว่า ปัจจัยด้านราคาเป็นเหตุผลที่สำคัญที่สุดที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย (55%) ปัจจัยรองลงมาคือ ทำเลที่ตั้ง (29%) ปัจจัยด้านตัวผลิตภัณฑ์ (8%) และความน่าเชื่อถือของเจ้าของโครงการหรือผู้ประกอบการ (8%)

สำหรับวัตถุประสงค์หลักในการซื้อที่พักอาศัย กว่า 66% ของผู้ตอบแบบสำรวจตอบว่า เพื่ออยู่อาศัยเอง ตามมาด้วย เพื่อปล่อยเช่า (22%) เพื่อขายต่อ (6%) และเพื่อเป็นทรัพย์สิน (6%) ซึ่งจากผลการสำรวจนี้ทำให้ทราบว่า ยังมีอุปสงค์ที่แท้จริงอยู่ในตลาด แม้ว่าภาวะทางเศรษฐกิจจะมีปัจจัยเสี่ยงค่อนข้างมากก็ตาม

สำหรับสิ่งอำนวยความสะดวกที่ผู้บริโภคต้องการให้มีมากที่สุด ในโครงการ ได้แก่ ที่จอดรถ (55%) สระว่ายน้ำ (20%) ฟิตเนส (16%) และชานันน้ำ (8%)

2. ผลสำรวจความคิดเห็นผู้บริโภคโดยผู้ศึกษาโครงการ

จากข้อมูลที่กล่าวมา จะเห็นว่าธุรกิจที่อยู่อาศัยประเภทคอน โคมิเนียม ยังมีตลาดรองรับ และมีปัจจัยสนับสนุน ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจและจำนวนประชากร ดังนั้นเพื่อให้ทราบถึงความต้องการของตลาดที่ชัดเจนในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาโครงการได้ทำการสำรวจความคิดเห็นผู้บริโภค ถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอน โคมิเนียมในจังหวัดนนทบุรี โดยการสร้างแบบสอบถาม เพื่อสำรวจความต้องการที่อยู่อาศัยประเภทคอน โคมิเนียมของประชาชนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดนนทบุรี จำนวน 200 ชุด โดยแบบสอบถามประกอบด้วย ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม และข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการคอน โคมิเนียม โดยมีรายละเอียดดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลได้แบ่งการนำเสนอเป็น 2 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม 200 คน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่

1) เพศ	เป็นเพศชาย จำนวน 80 คน	คิดเป็นร้อยละ 40
	เป็นเพศหญิง จำนวน 120 คน	คิดเป็นร้อยละ 60
2) อายุ	อายุระหว่าง 21-30 ปี	คิดเป็นร้อยละ 54
	อายุระหว่าง 31-40 ปี	คิดเป็นร้อยละ 37
	อายุระหว่าง 41-50 ปี	คิดเป็นร้อยละ 9
3) การศึกษา	ระดับปริญญาตรี	คิดเป็นร้อยละ 57
	มัธยมศึกษา	คิดเป็นร้อยละ 37
	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	คิดเป็นร้อยละ 3
	สูงกว่าปริญญาตรี	คิดเป็นร้อยละ 3
4) อาชีพ	พนักงานบริษัทเอกชน	คิดเป็นร้อยละ 42
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	คิดเป็นร้อยละ 29
	ธุรกิจส่วนตัว	คิดเป็นร้อยละ 18
	ข้าราชการ	คิดเป็นร้อยละ 11
5) ระดับรายได้ครอบครัวต่อเดือน		
	มากกว่า 30,000 บาท	คิดเป็นร้อยละ 45
	รายได้ระหว่าง 20,001 - 30,000 บาท	คิดเป็นร้อยละ 35
	รายได้ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท	คิดเป็นร้อยละ 15
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	คิดเป็นร้อยละ 5
6) ที่พักอาศัยในปัจจุบัน		
	เป็นการเช่าที่พักอาศัย	คิดเป็นร้อยละ 62
	อาศัยอยู่กับญาติ, เพื่อน	คิดเป็นร้อยละ 23
	มีที่พักเป็นของตนเอง	คิดเป็นร้อยละ 15
7) ประเภทของการเช่าที่พักอาศัย		
	เช่าหอพัก , อพาร์ทเมนต์	คิดเป็นร้อยละ 65
	คอนโดมิเนียม	คิดเป็นร้อยละ 28
	เช่าบ้านพัก	คิดเป็นร้อยละ 5

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการคอนโดมิเนียม

- 1) ความต้องการซื้อคอนโดมิเนียม พบว่ายังมีความต้องการซื้อคอนโดมิเนียม (73%)
- 2) ปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม พบว่า
 - 2.1) ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง เป็นเหตุผลสำคัญที่สุดที่ผู้บริโภครู้จักตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม (42%) ปัจจัยรองลงมาคือ ราคา (35%) สิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภค (9%) การบริหารจัดการโครงการหลังการขาย (8%) และสภาพแวดล้อมในโครงการ (6%)
 - 2.2) สำหรับปัจจัยด้านทำเลที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมนั้น เมื่อถามถึงลงไปอีก พบว่า เป็นเพราะใกล้กับที่ทำงาน (52%) ใกล้ระบบขนส่งมวลชน (32%) และใกล้กับที่อยู่อาศัยเดิม (16%)
 - 2.3) ที่ตั้งของคอนโดมิเนียมในจังหวัดนนทบุรี โดยรวมพบว่าต้องการที่ตั้งอยู่ใกล้ศูนย์การค้า (40%) รองลงมาคือ อยู่ใกล้สถานีรถไฟฟ้า (35%) และอื่นๆ คือ ใกล้ที่ทำงาน (15%) ตามลำดับ
 - 2.4) สำหรับงบประมาณในการซื้อคอนโดมิเนียม พบว่า คอนโดมิเนียมที่มีระดับราคาต่ำกว่า 2.0 ล้านบาท มีความต้องการมากที่สุด (68%) รองลงมาคือ ระดับราคา 2.0-3.0 ล้านบาท (27%) ราคา 3.0-4.0 ล้านบาท (3%) ตามด้วยระดับราคา มากกว่า 4.0 ล้านบาท (2%)
 - 2.5) ความต้องการขนาดของห้องชุด โดยรวมพบว่า ต้องการห้องชุดขนาด 40-50 ตารางเมตร (43%) รองลงมาต้องการห้องชุดขนาด 30-40 ตารางเมตร (23%) ต่ำกว่า 30 ตารางเมตร (21%) มากกว่า 50 ตารางเมตร
 - 2.6) จำนวนห้องนอนในห้องชุดที่สนใจ พบว่า แบบ 1 ห้องนอน (65%) รองลงมาได้แก่ แบบ 2 ห้องนอน (31%) แบบ 3 ห้องนอน (4%)
 - 2.7) จำนวนเงินค่างวดที่ต้องการชำระต่องวด โดยรวมพบว่า ต้องการชำระเงินค่างวด 3,500-5,000 บาทต่องวด (42%) รองลงมา คือ 5,001-6,500 บาทต่องวด (31%) และมากกว่า 6,500 บาทต่องวด (14.8%)
 - 2.8) สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการ โดยรวมพบว่าต้องการที่จอดรถ (36%) รองลงมาคือ ยามรักษาความปลอดภัย (29%) ร้านซักอบรีด (16%)
 - 2.9) แหล่งข้อมูลที่พบมากที่สุดเกี่ยวกับคอนโดมิเนียม โดยรวมพบว่าผ่านพับและไปปิว (51%) รองลงมาคือหนังสือพิมพ์ และแหล่งข้อมูลอื่นๆ เช่น การเปิดบูธในศูนย์การค้าของโครงการคอนโดมิเนียม (20%)

กล่าวโดยสรุป จากการที่ผู้จัดทำได้ทำการสำรวจความคิดเห็นผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี ถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในจังหวัดนนทบุรี พบว่าผลการสำรวจไม่แตกต่างจากผลการสำรวจที่ได้รวบรวมมามากนัก กล่าวคือ แนวโน้มห้องชุดขนาดเล็ก พื้นที่ 30-50 ตารางเมตร ราคาไม่เกิน 2.0 ล้านบาท ยังคงมีความต้องการสูง อันเนื่องมาจากภาวะแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่มีแนวโน้มปรับตัวลดลง อัตราดอกเบี้ยมีแนวโน้มสูงขึ้น ซึ่งส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อโดยตรง ประกอบกับราคาน้ำมันที่ปรับตัวสูงขึ้นสูง ทำให้ค่าใช้จ่ายในการเดินทางสูงขึ้นมาก ดังนั้นคอนโดมิเนียมที่อยู่ใกล้กับระบบขนส่งมวลชนจึงได้รับความสนใจค่อนข้างมาก

การวิเคราะห์อุปทาน

ภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทยในปี 2552 นี้ จะต้องเผชิญกับความเสียหายหลายประการ ทั้งจากความไม่แน่นอนของฐานะด้านการคลังของประเทศ ปัจจัยเสี่ยงทางด้านการเมือง ความเสี่ยงทางด้านราคาน้ำมัน ภาวะดอกเบี้ยขาขึ้นภายในประเทศ ฯลฯ ปัจจัยเสี่ยงต่างๆเหล่านี้ ส่งผลกระทบต่อทั้งต้นทุนการประกอบการของผู้ประกอบการ รวมถึงส่งผลกระทบต่อค่าครองชีพ และความสามารถในการกู้ การชำระหนี้ของผู้บริโภค ทำให้แนวโน้มผู้บริโภคจะหันมาสนใจที่อยู่อาศัยที่มีราคาปานกลางถึงล่างเพิ่มมากขึ้น ทั้งคอนโดมิเนียมและทาวน์เฮาส์ในเมือง ผลที่ตามมา คือ ผู้ประกอบการหันมาพัฒนาโครงการระดับกลางถึงล่าง เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นโครงการลุมพินีของบริษัท แอล.พี.เอ็น. โครงการซีดีโฮม ของบริษัท สุภาลัย โครงการเมโทร พาร์คของพรีอเพอร์ตี เพอร์เฟค ย่านสาทร หรือผู้ประกอบการบ้านเดี่ยวอย่างปรีญสิริ ที่เข้ามาในตลาดคอนโดมิเนียมเป็นครั้งแรก โดยเป็นโครงการคอนโดมิเนียมราคาปานกลางถึงล่าง ย่านลาดพร้าว ใกล้สถานีรถไฟฟ้าใต้ดิน แสดงให้เห็นถึงความต้องการที่ยังคงมีอยู่อย่างต่อเนื่องของคอนโดมิเนียมราคาปานกลางถึงล่าง ในทำเลที่มีการคมนาคมสะดวกสบาย

ทั้งนี้ จากข้อมูลการวิเคราะห์การเพิ่มขึ้นของคอนโดมิเนียมในรอบ 20 ปี(2530-2549) ของฝ่ายวิชาการ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ พบว่าที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมได้รับความนิยมจากประชาชนอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะคอนโดมิเนียมใจกลางเมือง หรือที่เรียกกันว่า “ซีดี คอนโด” ที่อยู่ใกล้แนวรถไฟฟ้าทั้งบนดินและใต้ดิน รวมถึงส่วนต่อขยายที่กำลังจะเกิดขึ้นในอนาคต ทั้งนี้เนื่องจากเหตุผลในการเดินทางที่ต้องการความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น อีกทั้งต้องการลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางลง จากการเพิ่มขึ้นของราคาน้ำมันที่ส่งผลกระทบกับการค่าใช้จ่ายโดยรวมของประชาชนอีกด้วย

1. การเพิ่มขึ้นของคอนโดมิเนียมในเขต กทม. และ 5 จังหวัดปริมณฑล ในปี 2530 – 2549

ในปี 2530- 2549 มีการเพิ่มขึ้นของคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานครและ 5 จังหวัดปริมณฑล จำนวนทั้งสิ้น 361, 269 หน่วย หรือคิดเป็นร้อยละ 67 ส่วนใน 5 จังหวัดปริมณฑล มีจำนวน 157,844 หน่วย คิดเป็นร้อยละ 33 การเพิ่มขึ้นของคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลในช่วง 20 ปีที่ผ่านมาจะมีลักษณะขึ้นลงตามตลาดของที่อยู่อาศัย และภาวะเศรษฐกิจของประเทศ โดยในปี 2530 – 2532 จำนวนคอนโดมิเนียมที่จดทะเบียนมีไม่มาก กระทั่งในปี 2533 จำนวนคอนโดมิเนียมเริ่มขยายตัวมากขึ้น จาก 20,327 หน่วย เป็น 67,941 หน่วย(ปี 2537) และปี 2539 ได้เพิ่มสูงสุดถึง 70,575 หน่วย หลังจากนั้นเกิดภาวะวิกฤติเศรษฐกิจและอสังหาริมทรัพย์ ทำให้จำนวนคอนโดมิเนียมที่จดทะเบียนลดลงจาก 30,978 หน่วย(ปี 2541) เหลือ 9,063 หน่วย(ปี 2542) และในปี 2544 ได้ลดลงเหลือเพียง 4,650 หน่วย (ภาพที่ 11)

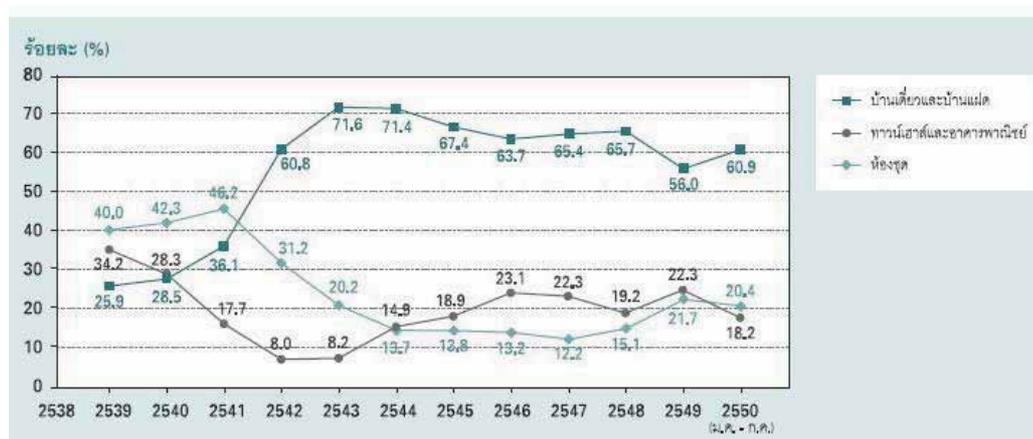


ภาพที่ 11 แสดงคอนโดมิเนียมที่จดทะเบียนเพิ่มขึ้นในเขต กทม.และปริมณฑล ปี 2530-2550

อย่างไรก็ตามตั้งแต่ปี 2545 เป็นต้นมา จำนวนคอนโดมิเนียมก็เริ่มขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 7, 399 หน่วย (ปี 2546) เพิ่มเป็น 16,966 หน่วย (ปี 2549) สำหรับในปี 2550 (ข้อมูลถึงเดือนกรกฎาคม) มีคอนโดมิเนียมจดทะเบียนจำนวน 7,981 หน่วย ในจำนวนนี้เป็นห้องชุดในกรุงเทพมหานครจำนวน 7,509 หน่วย และในเขตปริมณฑล 472 หน่วย

2. การเพิ่มขึ้นของคอน โคมิเนียมเปรียบเทียบกับที่อยู่อาศัยประเภทอื่นๆ

เมื่อเปรียบเทียบตามประเภทที่อยู่อาศัยพบว่า ในช่วงปี 2539- 2541 คอน โคมิเนียมมีสัดส่วนค่อนข้างสูงคือประมาณร้อยละ 40 แต่หลังจากปี 2542 เป็นต้นมา สัดส่วนของคอน โคมิเนียมลดลงเหลือประมาณร้อยละ 20 (ภาพที่ 12)



ภาพที่ 12 แสดงการเปรียบเทียบสัดส่วนประเภทที่อยู่อาศัยสร้างเสร็จใน กทม.และปริมณฑล ปี 2539-2550

3. สถานการณ์การเพิ่มขึ้นของคอน โคมิเนียม

จำนวนที่อยู่อาศัยสร้างเสร็จจดทะเบียนในเขตกรุงเทพมหานคร และ 5 จังหวัด ปริมณฑล ในปี 2550 (มกราคม – กรกฎาคม) มีจำนวน 38,417 หน่วย ในจำนวนนี้เป็นที่อยู่อาศัยประเภทคอน โคมิเนียม 7,981 หน่วย ซึ่งเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2549 ที่มีจำนวน 7,449 หน่วย เพิ่มขึ้นร้อยละ 7

จากข้อมูลของฝ่ายวิชาการ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ถึงการวิเคราะห์การเพิ่มขึ้นของ คอน โคมิเนียมในช่วงปี 2530-2549 และสถานการณ์ในปี 2550 สรุปได้ว่าในช่วงปี 2530 – 2549 การเพิ่มขึ้นของคอน โคมิเนียม มีลักษณะขึ้นลงตามตลาดของที่อยู่อาศัย และภาวะเศรษฐกิจของประเทศ โดยมีคอน โคมิเนียมที่สร้างเสร็จและจดทะเบียนเพิ่มขึ้นจำนวนทั้งสิ้น 519,113 หน่วย หรือเฉลี่ยปีละกว่า 25,000 หน่วย สำหรับในปี 2551 คาดว่าจะมีการเพิ่มขึ้นของคอน โคมิเนียมในพื้นที่ จากปี 2550 เนื่องจากในระหว่างปี 2547 – 2549 ที่ผ่านมามีคอน โคมิเนียมที่ยื่นขออนุญาตก่อสร้างเป็นจำนวนมากและจะเริ่มทยอยสร้างเสร็จในปี 2550 – 2551 อย่างไรก็ตาม การขยายตัวของ คอน โคมิเนียม ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ หลายประการ เช่น ราคาน้ำมัน สถานการณ์ทางการเมือง ภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ อัตราดอกเบี้ย เป็นต้น (ตารางที่ 2)

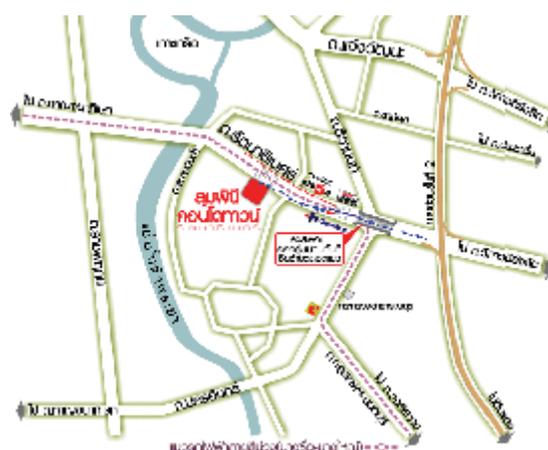
ตารางที่ 2 แสดงที่อยู่อาศัยสร้างเสร็จจดทะเบียนในเขต กทม. และปริมณฑล ปี 2547-2550

ประเภทที่อยู่อาศัยสร้างเสร็จจดทะเบียน	ปี			ม.ค. - ก.ค.		YTD
	2547	2548	2549	2549	2550	
ที่อยู่อาศัยสร้างเสร็จจดทะเบียนประเภทอาคารสูง (หน่วย)	8,439	10,893	16,966	7,449	7,981	เพิ่ม 7%
สัดส่วนอาคารสูง / ที่อยู่อาศัยทั้งหมด	12%	16%	22%	18%	21%	
ที่อยู่อาศัยสร้างเสร็จจดทะเบียนประเภทแนวราบ (หน่วย)	60,611	61,179	61,150	33,900	30,436	ลดลง 10%
• บ้านเดี่ยว	44,248	46,643	42,764	25,671	22,154	ลดลง 14%
สัดส่วนบ้านเดี่ยว / ที่อยู่อาศัยทั้งหมด	64%	65%	55%	62%	59%	
• ทาวน์เฮ้าส์และอาคารพาณิชย์	15,418	13,858	17,421	7,821	7,504	ลดลง 2%
สัดส่วนทาวน์เฮ้าส์และอาคารพาณิชย์ / ที่อยู่อาศัยทั้งหมด	22%	19%	22%	18%	20%	
• บ้านแฝด	945	678	965	608	778	เพิ่ม 28%
สัดส่วนบ้านแฝด / ที่อยู่อาศัยทั้งหมด	1%	1%	1%	1%	2%	
จำนวนหน่วยทั้งหมด	69,050	72,072	78,116	41,349	38,417	ลดลง 7%

เมื่อวิเคราะห์ถึงอุปทานคอนโดมิเนียมในบริเวณใกล้เคียงกับพื้นที่ของโครงการ พบว่ามีโครงการที่ดำเนินการขายอยู่ ประกอบด้วย

1. โครงการลุมพินี คอนโดทาวน์ รัตนาธิเบศร์ ของบริษัท แอล. พี. เอ็น. ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด บริเวณถนนรัตนาธิเบศร์
2. โครงการซีดีโฮม รัตนาธิเบศร์ ของบริษัทศุภกมลย์ จำกัด บริเวณถนนรัตนาธิเบศร์
3. โครงการเดอะ ฟิฟท์ อเวนิว ของกลุ่มอบลชาติ บริเวณถนนกรุงเทพ-นนท์

โครงการลุมพินี คอนโดทาวน์ รัตนาธิเบศร์



ภาพที่ 13 แสดงโครงการและแผนที่ตั้งโครงการลุมพินี คอนโดทาวน์ รัตนาธิเบศร์

ดำเนินการโดย ที่ตั้ง	บริษัท แอล. พี. เอ็น. ดีเวลลอปเมนท์ จำกัด ตั้งอยู่บริเวณ ถ.รัตนธิเบศร์ (เชียงใหม่ทริล รัตนธิเบศร์) อ.เมือง จ. นนทบุรี			
ลูกค้าเป้าหมายหลัก	คนโสด คู่รักวัยทำงานตอนต้น หรือคู่สมรสใหม่ที่เพิ่งเริ่มต้นครอบครัว ระดับรายได้ปานกลาง			
ลักษณะอาคาร	คอนโดมิเนียม สูง 8 ชั้น จำนวน 8 อาคาร รวม 1,949 ยูนิต และอาคาร สำนักงาน สูง 3 ชั้น จำนวน 1 อาคาร			
	อาคารA-D	ห้องชุดพักอาศัย		
	ชั้น G	ห้องชุดพักอาศัย ห้องเครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ		
	ชั้น2-8	ห้องชุดพักอาศัย		
	อาคารE	ที่จอดรถ และอาคารสำนักงาน		
	ชั้น G	ที่จอดรถ ร้านค้า และสำนักงานนิติบุคคลคอนโดมิเนียม		
	ชั้น 2	ร้านอาหาร และห้องอเนกประสงค์		
	ชั้น 3	ห้องออกกำลังกายและสระว่ายน้ำ		
	บริเวณชั้นล่าง	สวนพักผ่อน สนามเด็กเล่น และที่จอดรถ		
สาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวก	ร้านค้า, ร้านอาหาร และห้องอเนกประสงค์ อาคารที่จอดรถ ห้องออกกำลังกายและสระว่ายน้ำ สวนพักผ่อน สนามเด็กเล่น			
ลักษณะห้อง	ห้องแบบ Standard ขนาด 25.0 ตารางเมตร	จำนวน 382	ยูนิต	
	ห้องแบบ Superior ขนาด 28.0-41.5 ตารางเมตร	จำนวน 1,562	ยูนิต	
ราคาต่อตารางเมตรเฉลี่ย	36,000 บาท			
เริ่มเปิดจอง	15 ธันวาคม 2550 เป็นต้นไป			
ระยะเวลาก่อสร้าง	มกราคม 2551 - มิถุนายน 2552			

โครงการซีดีโฮม รัตนาธิเบศร์



ภาพที่ 14 แสดงโครงการและแผนที่ตั้งโครงการซีดีโฮม รัตนาธิเบศร์

ดำเนินการโดย	บริษัท สุภาลัย จำกัด (มหาชน)
ที่ตั้ง	ตั้งอยู่บริเวณ ถ.รัตนาธิเบศร์ (ใกล้เซ็นทรัล รัตนาธิเบศร์) อ.เมือง จ.นนทบุรี
ลูกค้าเป้าหมายหลัก	คนโสด คู่รักวัยทำงานตอนต้น หรือคู่สมรสใหม่ที่เพิ่งเริ่มต้นครอบครัว ระดับรายได้ปานกลาง
ลักษณะอาคาร	คอนโดมิเนียม สูง 24 ชั้น จำนวน 2 อาคาร แบ่งเป็น Tower 1, 2 สูง 24 ชั้น เริ่มที่พักอาศัยที่ ชั้น 3-24 ห้องพัก 1,232 ยูนิต ร้านค้า 4 ร้านค้า
สาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวก	Swimming Pool Child Pool Fitness Roof Garden ชั้น 24 (ชั้นดาดฟ้า) Lobby Corridor
ราคาต่อตารางเมตรเฉลี่ย	40,000 บาท
เริ่มเปิดจอง	14 พฤษภาคม 2551 เป็นต้นไป
ระยะเวลาก่อสร้าง	ปลายปี 2551 – 2553

โครงการ เดอะฟิฟท์ อเวนิว



ภาพที่ 15 แสดงโครงการและแผนที่ตั้งโครงการเดอะฟิฟท์ อเวนิว

ดำเนินการโดย	บริษัท ภาวภัทร จำกัด ในเครือ อุลลชาติ กรุ๊ป
ที่ตั้ง	ถนนกรุงเทพ-นนท์ จังหวัดนนทบุรี (ระหว่างซอยกรุงเทพนนท์ 9-11)
เนื้อที่โครงการ	1 ไร่ 3 งาน 67 ตารางวา
ลูกค้าเป้าหมายหลัก	คนวัยทำงานตอนต้น กลุ่มสมรสนิยมที่เพิ่งเริ่มต้นครอบครัว ระดับรายได้ปานกลาง
ลักษณะอาคาร	คอนโดมิเนียม Low Rise ความสูง 9 ชั้น แบ่งออกเป็น 2 อาคาร
	อาคาร A มี 148 ยูนิต
	อาคาร B มี 117 ยูนิต
สาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวก	<ul style="list-style-type: none"> สระว่ายน้ำ สวนพักผ่อนขนาดเล็ก ร้านค้า ที่จอดรถ จำนวน 120 คัน
ลักษณะห้อง	จำนวน 148 ยูนิต มี 3 แบบ ได้แก่
	Studio พื้นที่ 33 - 38 ตารางเมตร 2 ห้องนอน 1 ห้องน้ำ
	ราคาเฉลี่ย 1.3 - 1.6 ล้านบาท/ยูนิต
	1-2 ห้องนอน พื้นที่ 40-47 ตารางเมตร 2 ห้องนอน 1 ห้องน้ำ
	ราคาเฉลี่ย 1.6 - 2.2 ล้านบาท/ยูนิต

Duplex Penthouse	พื้นที่ 47- 75 ตารางเมตร 2 ห้องนอน 1 ห้องน้ำ
ราคาเฉลี่ย	2.0- 2.2 ล้านบาท/ยูนิต
ราคาต่อตารางเมตรเฉลี่ย	45,000 บาท
เริ่มเปิดขาย	กรกฎาคม 2548
สร้างเสร็จพร้อมโอน	มิถุนายน 2550
อัตราการขายเฉลี่ย	12 ยูนิต/เดือน คิดเป็นเดือนละ 8%

การวิเคราะห์ด้านศักยภาพโครงการ (SWOT Analysis)

1. จุดแข็ง (Strength)

- 1.1. ทำเลที่ตั้งของโครงการตั้งอยู่บนถนนรัตนธิเบศร์ ซึ่งเป็นถนนสายหลักสายหนึ่งของจังหวัดนนทบุรี มีการคมนาคมที่สะดวก กลุ่มลูกค้าเป้าหมายจะใช้ถนนเส้นนี้เป็นเส้นทางหลักในการเดินทาง ไป-กลับ ระหว่าง กรุงเทพฯ กับ จังหวัดนนทบุรี
- 1.2. ทำเลบริเวณนี้มีห้างสรรพสินค้า ชัยนาถคือ เซ็นทรัลรัตนธิเบศร์ เป็นตัวดึงดูดลูกค้าให้กับทางโครงการ
- 1.3. ที่ดินที่ตั้งโครงการอยู่ติดสถานีรถไฟฟ้า(ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต) ทำให้ที่ตั้งโครงการมีศักยภาพสูง
- 1.4. ขนาดของห้องชุดของโครงการจะใหญ่กว่าโครงการคอนโดมิเนียมในระดับราคาใกล้เคียงกัน ซึ่งขนาดห้องชุดของโครงการที่มีระดับราคาใกล้เคียงกันเฉลี่ยอยู่ที่ ขนาด 40 ตารางเมตร เล็กกว่าของโครงการ 5 ตารางเมตร

2. จุดอ่อน (Weakness)

- 2.1. โครงการคอนโดมิเนียมเป็นของบริษัทที่จัดตั้งขึ้นมาใหม่ ยังไม่มีชื่อเสียงในวงการธุรกิจที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม จึงไม่เป็นที่รู้จักของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจะเสียเปรียบโครงการคู่แข่ง (ทางแก้ไข : ต้องมีการทำการประชาสัมพันธ์ตั้งแต่ก่อนการเปิดโครงการเพื่อให้เป็นที่รู้จักของลูกค้า โดยเน้นไปที่กิจกรรมเพื่อเพิ่มความน่าสนใจเหมาะกับกลุ่มลูกค้าที่กำหนดไว้)
- 2.2. ความน่าเชื่อถือและความเชี่ยวชาญของบริษัท เนื่องจากเป็นบริษัทขนาดเล็กที่ไม่มีชื่อเสียงในการทำคอนโดมิเนียมมาก่อน จึงอาจไม่ได้รับความเชื่อถือจากลูกค้ามากนัก

3. โอกาส (Opportunity)

- 3.1. ราคาน้ำมันสูงขึ้นมากทำให้คนมีต้นทุนในการเดินทางสูง ที่อยู่อาศัยที่ตั้งอยู่ในเขตเมืองจึงมีแนวโน้มที่จะได้รับความนิยมสูงขึ้น

3.2. อัตราดอกเบี้ยสูงขึ้น ทำให้ผู้ซื้อที่อยู่อาศัยที่ต้องอาศัยเงินกู้ในการซื้อ มีความสามารถในการกู้ได้น้อยลง คนมีกำลังซื้อลดลง จึงทำให้ที่อยู่อาศัยระดับราคาต่ำ-ปานกลาง มีความต้องการมากขึ้น

3.3. การย้ายถิ่นฐานเข้ามาทำงานในเมืองหลวง เกิดความหนาแน่นของประชากร ในเขตเมืองที่สูงขึ้น ส่งผลให้การพัฒนาที่อยู่อาศัยแนวสูงประเภทคอนโดมิเนียมมีความเหมาะสมมากขึ้น คนแต่งงานช้าลง คนโสดมีจำนวนมากขึ้น อีกทั้งขนาดของครอบครัวที่เล็กลง ส่งผลให้ที่อยู่อาศัยประเภทอาศัยคอนโดมิเนียมที่มีพื้นที่น้อย มีจำนวนห้องน้อยสามารถตอบสนองชีวิตความเป็นอยู่ของคน โสด และครอบครัวขนาดเล็ก จึงเป็นที่ต้องการมากขึ้น

3.4. ค่านิยมและวิถีชีวิตของคนเมืองที่เปลี่ยนไป มีรูปแบบที่ทันสมัยมากขึ้น ทำให้คนทั่วไปยอมรับและคุ้นเคยในการพักอาศัยในคอนโดมิเนียมมากขึ้น

3.5. รัฐบาลมีนโยบายให้ความสำคัญในการลงทุนพัฒนาขนส่งมวลชนประเภท รถไฟฟ้าส่งผลให้ทำเลที่ตั้งบริเวณที่อยู่ในแนวรถไฟฟ้ามีศักยภาพในการพัฒนาสูงขึ้น

3.6. เทคโนโลยีการก่อสร้างพัฒนาก้าวหน้ามากขึ้น มีระบบสำเร็จรูปและเทคโนโลยีการก่อสร้างใหม่ๆมาช่วยทำให้ให้การก่อสร้างใช้เวลารวดเร็วขึ้น และมีต้นทุนลดลง

3.7. เทคโนโลยีข้อมูลข่าวสารโดยเฉพาะอินเทอร์เน็ตช่วยให้ลูกค้าที่ต้องการที่อยู่อาศัย สามารถค้นหาสินค้าที่ตรงความต้องการของตนเองได้ง่ายและสะดวกขึ้น ผู้ประกอบการรายเล็กที่ไม่สามารถที่จะโฆษณาในสื่อหลักที่มีราคาแพง ก็สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ง่ายและสะดวกขึ้น

4. อุปสรรค (Threat)

4.1. ราคาสินค้าและวัสดุก่อสร้างมีการปรับราคาสูงขึ้นตามสภาวะดอกเบี้ยและราคาน้ำมัน รวมถึงค่าแรงงานสูงขึ้นเนื่องจากการเพิ่มขึ้นของปริมาณการก่อสร้างในปัจจุบัน ส่งผลให้ต้นทุนในการก่อสร้างเพิ่มสูงขึ้น การพัฒนาโครงการซึ่งต้องลงทุนในค่าก่อสร้างในสัดส่วนที่สูง มีความเสี่ยงจากราคาวัสดุก่อสร้างที่ปรับตัวสูงขึ้น

4.2. อัตราดอกเบี้ยที่สูงขึ้นและความเข้มงวดของการให้สินเชื่อของสถาบันการเงิน เป็นอุปสรรคทั้งต่อผู้ประกอบการที่จะมีต้นทุนเงินทุนที่สูงขึ้น และต่อลูกค้าที่จะทำให้มีกำลังซื้อลดลง

4.3. ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังไม่มีความนิยม ตลอดจนไม่มีความรู้และความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับคอนโดมิเนียม

4.4. คู่แข่งขันในธุรกิจที่อยู่อาศัยมีมาก ไม่ว่าจะเป็นโครงการคอนโดมิเนียมบ้านจัดสรรและทาวน์เฮาส์

4.5. ร่างผังเมือง กทม. ฉบับใหม่ มีข้อจำกัดด้านพื้นที่ใช้สอยอาคารต่อพื้นที่ดิน (FAR) ส่งผลให้ใช้ความสามารถในการใช้ประโยชน์ในที่ดินลดลง และการลงทุนพัฒนาที่พักอาศัยแนวสูงมีความคุ้มค่าลดลง

4.6. การทำรายงานผลกระทบสิ่งแวดล้อม (EIA) ตาม พรบ. สิ่งแวดล้อม สำหรับผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ซึ่งกระบวนการพิจารณาไม่มีข้อกำหนดหรือเกณฑ์ที่ชัดเจน แต่ขึ้นกับดุลพินิจของกรรมการแต่ละบุคคล ส่งผลให้เป็นอุปสรรคสำหรับผู้พัฒนาในการประมาณต้นทุนและระยะเวลาที่แน่ชัดสำหรับการได้รับอนุมัติ EIA

การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

1. การแบ่งส่วนตลาด

ในขั้นตอนนี้จะทำการแบ่งตลาดออกเป็นส่วนๆ โดยใช้เกณฑ์ต่างๆ กันออกไป โดยจะนำเสนอการแบ่งส่วนตลาด และส่วนตลาดที่จะเลือกเป็นกลุ่มเป้าหมาย พร้อมทั้งเหตุผลในการเลือก

1.1. เกณฑ์ทางประชากรศาสตร์

1.1.1. ระดับรายได้ แบ่งตลาดออกตามระดับรายได้ต่อเดือนต่อครอบครัวของลูก้า ซึ่งจะมีความสัมพันธ์โดยตรงกับราคาขายต่อยูนิต ที่ลูก้ากลุ่มนั้นๆ สามารถซื้อได้ ดังนี้

ตารางที่ 3 แสดงระดับรายได้ต่อเดือนต่อครอบครัวที่มีความสัมพันธ์โดยตรงกับราคาขายต่อยูนิต

ระดับรายได้/เดือน	น้อยกว่า 20,000	20,000-50,000	50,000-80,000	80,000 ขึ้นไป
ราคาขาย/ยูนิต	ต่ำกว่า 1 ล้าน	1- 3 ล้าน	3- 5 ล้าน	5 ล้านขึ้นไป

ที่มา : รายงานการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน

ส่วนตลาดที่เลือก คือระดับรายได้ครอบครัว 20,000 – 50,000 บาทต่อเดือน โดยมีราคาขายประมาณ 1 – 3 ล้านบาทต่อยูนิต

เหตุผล เนื่องจากกลุ่มตลาดที่พักอาศัยระดับราคา ไม่เกิน 3 ล้านบาทเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในปัจจุบัน มีความต้องการสูง และมีแนวโน้ม และเจริญเติบโตมากขึ้น ขณะที่กลุ่มราคาสูงกว่า 3 ล้าน เป็นตลาดที่มีขนาดเล็กกว่าและเป็นความต้องการที่มีอยู่ในพื้นที่ใจกลางเมืองเป็นหลัก อีกทั้งยังมีแนวโน้มความต้องการที่ลดลง ส่วนตลาดราคาต่ำกว่า 1 ล้าน นั้นมีราคาต่ำเกินไป ไม่สอดคล้องกับศักยภาพของที่ตั้งโครงการ

1.1.2. ขนาดครอบครัว แบ่งตลาดตามขนาดและจำนวนสมาชิกในครอบครัวได้ดังนี้

- ก). คนโสด
- ข). คู่รัก
- ค). ครอบครัวขนาดเล็ก 2-3 คน
- ง). ครอบครัวขนาดกลาง 4-6 คน

ส่วนตลาดที่เลือก คือ คนโสด คู่รัก และครอบครัวขนาดเล็ก 2-3 คน

เหตุผล เนื่องจากมีระดับรายได้และความสามารถในการซื้อสอดคล้องกับ ระดับรายได้และราคาขายที่เลือกเป็นกลุ่มเป้าหมายข้างต้น อีกทั้งจากการวิเคราะห์ข้อมูลประชากรพบว่า ประชากรกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีขนาดใหญ่ที่สุด อีกทั้งยังเป็นกลุ่มที่มีรูปแบบวิถีชีวิตและความต้องการในการพักอาศัยสอดคล้องกับการพักอาศัยในคอนโดมิเนียม

1.1.3. อายุ แบ่งตลาดตามช่วงอายุ หรือช่วงชีวิตได้ดังนี้

- ก). อายุ 21 –30 ปี (วัยทำงานตอนต้น)
- ข). อายุ 31 –40 ปี (วัยทำงานตอนกลาง)
- ค). อายุ 41 –60 ปี (วันทำงานตอนปลาย)
- ง). อายุ 60 ปี ขึ้นไป วัยเกษียณอายุ

ส่วนตลาดที่เลือก คือ กลุ่มอายุ 21-30 ปี (วัยทำงานตอนต้น)และกลุ่มอายุ 31-40 ปี (วัยทำงานตอนกลาง)

เหตุผล เนื่องจากเป็นช่วงอายุที่มีความสอดคล้องกับขนาดครอบครัวและระดับรายได้ที่เลือกเป็นกลุ่มเป้าหมายข้างต้น อีกทั้งจากการวิเคราะห์ข้อมูลประชากรพบว่า ทั้ง 2 กลุ่มนี้เป็นประชากรกลุ่มที่มีขนาดใหญ่ที่สุด

1.1.4. ตำแหน่งงาน

- ก). พนักงานบริษัทเอกชน หรือ รัฐวิสาหกิจ
- ข). ผู้บริหารระดับสูง
- ค). เจ้าของกิจการ

ส่วนตลาดที่เลือก คือ พนักงานบริษัทเอกชน หรือ รัฐวิสาหกิจ

เหตุผล เนื่องจากเป็นตำแหน่งงานที่มีระดับรายได้ อายุ และช่วงชีวิต สอดคล้องกับที่เลือกเป็นกลุ่มเป้าหมายข้างต้น

1.2. เกณฑ์ทางภูมิศาสตร์ แบ่งตลาดตามพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ ได้ดังนี้

- 1.2.1. ผู้ที่พักอาศัยหรือทำงานอยู่ในจังหวัดนนทบุรีและเขตที่ติดต่อก

ใกล้เคียง

ก). ผู้ที่พักอาศัยหรือทำงานอยู่ในเขตอื่นๆ
 ส่วนตลาดที่เลือก คือ กลุ่มผู้ที่พักอาศัยหรือทำงานอยู่ในจังหวัดนนทบุรีและเขตที่ติดต่อกลี้เคียง

เหตุผล เนื่องจากที่ตั้งโครงการอยู่ในทำเลที่เป็นที่รู้จักโดยทั่วไป และเป็นย่านที่มีความสำคัญ ดังนั้นผู้ที่ซื้อที่พักอาศัยในย่านที่ตั้งโครงการนี้ ต้องเป็นผู้ที่พักอาศัยหรือทำงานที่มีการเดินทางระหว่างนนทบุรีและเขตติดต่อกลี้เคียง ซึ่งจากข้อมูลทางประชากรในพื้นที่พบว่าในเขตอำเภอเมือง มีความหนาแน่นของประชากรอยู่ในระดับสูง จึงเป็นพื้นที่ที่มีความเหมาะสมกับการพักอาศัยในรูปแบบคอนโดมิเนียม

1.3. เกณฑ์ทางจิตวิทยา

1.3.1. สถานภาพทางสังคม แบ่งตลาดตามสถานภาพทางสังคมได้ดังนี้

- ก). ระดับบน (A)
- ข). ระดับกลาง (B)
- ค). ระดับล่าง (C)

ส่วนตลาดที่เลือก คือ กลุ่มที่มีสถานภาพทางสังคมอยู่ในระดับกลาง (B)

เหตุผล เนื่องจากกลุ่มดังกล่าวมีระดับรายได้ และความสามารถในการซื้อสอดคล้องกับระดับรายได้ และราคาขายที่เลือกเป็นกลุ่มเป้าหมายข้างต้น

1.3.2. วิถีชีวิต แบ่งตลาดตามค่านิยมและรูปแบบการใช้ชีวิตได้ดังนี้

- ก). ทันสมัย
- ข). อนุรักษ์นิยม

ส่วนตลาดที่เลือก คือ กลุ่มคนที่มีวิถีชีวิตทันสมัย

เหตุผล เนื่องจากกลุ่มที่มีวิถีการใช้ชีวิตที่ทันสมัย มีค่านิยมและรูปแบบการใช้ชีวิตที่สอดคล้องกับการพักอาศัยในคอนโดมิเนียม อีกทั้งกลุ่มดังกล่าวส่วนใหญ่จะเป็นคนรุ่นใหม่ ซึ่งมีช่วงอายุสอดคล้องกับช่วงอายุที่เลือกเป็นกลุ่มเป้าหมายข้างต้น

1.3.3. ทัศนคติที่มีต่อตรายี่ห้อ แบ่งตลาดตามกลุ่มคนที่มีทัศนคติในการยึดติดกับตรายี่ห้อ หรือชื่อเสียงของเจ้าของโครงการในการเลือกซื้อสินค้า ได้ดังนี้

ก). กลุ่มคน que เลือกซื้อสินค้าโดยยึดติดกับตรายี่ห้อหรือเจ้าของโครงการที่มีชื่อเสียงเป็นหลัก

ข). กลุ่มคนที่เลือกซื้อสินค้าโดยเน้นที่ตัวสินค้าที่มีความคุ้มค่า ตรง รสนิยมและความต้องการของตนเองเป็นหลักโดยไม่ยึดติดกับตราหือหรือเจ้าของโครงการที่มีชื่อเสียง

ส่วนตลาดที่เลือก คือ กลุ่มคนที่เลือกซื้อสินค้าโดยไม่ยึดติดกับตราหือ

เหตุผล เนื่องจากเจ้าของโครงการนี้ เป็นผู้ประกอบการใหม่ในตลาด คอนโดมิเนียม

1.4. เกณฑ์ทางพฤติกรรม

1.4.1. แบ่งตามวัตถุประสงค์ในการซื้อ แบ่งตลาดตามกลุ่มคนซื้อที่อยู่อาศัย เพื่อวัตถุประสงค์ที่ต่างกัน ดังนี้

ก). ซื้อเพื่ออยู่อาศัยจริง

ข). ซื้อเพื่อปล่อยเช่าหรือเก็งกำไร

กลุ่มตลาดที่เลือก คือ กลุ่มคนที่ซื้อเพื่ออยู่อาศัยจริง

เหตุผล เนื่องจากต้องการคัดเลือกผู้ซื้อที่มีความต้องการในการอยู่อาศัยอย่างแท้จริง เพราะที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมนี้ แม้จะทำสัญญาซื้อขายแล้ว แต่ยังคงใช้เวลาก่อสร้างเป็นระยะเวลา 1.5-2 ปี จึงจะโอน ซึ่งหากสถานการณ์ทางเศรษฐกิจผันผวน หรือเปลี่ยนแปลงไปในแง่ลบ กลุ่มที่ซื้อเพื่อเก็งกำไรเห็นว่าจะขาดทุนจากการเก็งกำไร ก็อาจจะยอมทิ้งเงินดาวน์โดยไม่โอนกรรมสิทธิ์ แต่กลุ่มที่ซื้อเพื่อการอยู่อาศัยจริง จะยังคงมีความแน่นอนในการโอนกรรมสิทธิ์สูงกว่ากลุ่มที่ซื้อเพื่อปล่อยเช่าหรือเก็งกำไร

1.4.2. แบ่งตามลักษณะการอยู่อาศัย แบ่งตลาดตามพฤติกรรม และความต้องการในการอยู่อาศัยของผู้ซื้อ ได้ดังนี้

ก). อยู่อาศัยเป็นบ้านหลังแรก

ข). อยู่อาศัยเป็นบ้านหลังที่ 2

กลุ่มตลาดที่เลือก คือ กลุ่มคนที่ซื้อห้องชุดในโครงการนี้ เพื่อใช้อยู่อาศัยเป็นบ้านหลังแรก

เหตุผล เนื่องจากกลุ่มที่ซื้อเพื่อใช้อยู่อาศัยเป็นบ้านหลังแรก จะมีระดับรายได้ ช่วงอายุ ขนาดครอบครัว สอดคล้องกับระดับรายได้ อายุ และขนาดครอบครัวตามทีเลือกเป็นกลุ่มเป้าหมายข้างต้น

2. การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย

จากการแบ่งส่วนตลาดก่อนหน้านี้ ได้ทำการเลือกส่วนแบ่งตลาดตามเกณฑ์ต่างๆ เพื่อกำหนดเป็นกลุ่มเป้าหมายของโครงการพร้อมทั้งเหตุผลในการเลือกแล้ว ในหัวข้อนี้จึงจะทำการกำหนดกลุ่มเป้าหมายตามส่วนแบ่งตลาดที่เลือกไว้ ได้ดังนี้

2.1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์

เป็นชายหรือหญิงที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี อยู่ในวัยทำงานตอนต้น – ตอนกลาง เป็นโสดหรือเพิ่งแต่งงาน หรือเพิ่งเริ่มต้นครอบครัวขนาดเล็ก ที่มีสมาชิกในครอบครัวไม่เกิน 3 คน ทำงานเป็นพนักงานบริษัทเอกชนหรือรัฐวิสาหกิจ มีรายได้ต่อครอบครัวประมาณ 20,000 – 50,000 บาทต่อเดือน ซึ่งมีความสามารถในการซื้อที่พักอาศัยได้ที่ระดับราคาประมาณ 0.8 – 2 ล้านบาท

2.2. ลักษณะทางภูมิศาสตร์

กลุ่มลูกค้าที่มีที่อยู่อาศัยหรือทำงานที่ต้องมีการเดินทางระหว่างนนทบุรีและเขตติดต่อกใกล้เคียง เนื่องจากลูกค้าจะมีความคุ้นเคยกับเส้นทางและสถานที่ตั้งโครงการ หรือมีเส้นทางระหว่างบ้านกับที่ทำงานที่ต้องผ่านถนนรัตนาธิเบศร์เป็นประจำ

กลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการ โครงการที่มีสภาพแวดล้อมที่ดีขึ้น หรือมีความพอใจในรูปแบบของโครงการและสามารถเดินทางได้สะดวก

2.3. ลักษณะทางจิตวิทยา

มีสถานภาพทางสังคมอยู่ในระดับกลาง หรือเกรด B ชอบใช้ชีวิตในรูปแบบที่มีความทันสมัย เป็นอิสระ มีความเชื่อมั่นในตนเองสูง เลือกซื้อสินค้าโดยไม่ยึดติดกับตราหือหรือชื่อเสียงของเจ้าของโครงการมากนัก แต่เน้นที่ตัวสินค้าที่มีความคุ้มค่า ตรงกับรสนิยมและความต้องการของตนเอง

2.4. ลักษณะทางพฤติกรรม

เป็นผู้ที่ยังไม่เคยมีบ้านเป็นของตนเอง และ กำลังหาห้องชุดขนาดเล็ก-กลาง เป็นบ้านหลังแรกของตน เพื่อใช้ในการอยู่อาศัยจริง และจะพักอาศัยอยู่นานจนกว่าจะมีครอบครัวที่มีสมาชิกมากกว่า 3 หรือมากกว่า 4 คน จึงจะย้ายออกไปหาที่พักใหม่ที่เป็นทาวน์เฮาส์ บ้านเดี่ยว ที่มีขนาดใหญ่เพียงพอกับขนาดของครอบครัวที่ขยายใหญ่ขึ้น

3. การวางตำแหน่งทางการตลาด

เนื่องจากจุดแข็งของโครงการ คือที่ดินที่ตั้งโครงการที่อยู่ติดถนนรัตนาธิเบศร์ อยู่ใกล้ห้าง เซ็นทรัลรัตนาธิเบศร์และแนวรถไฟฟ้าสายสีม่วง ซึ่งทำให้โครงการมีภาพลักษณ์และสภาพแวดล้อมที่ดีเทียบเท่าคอนโดมิเนียมระดับบน สร้างโครงการให้มีประโยชน์ใช้สอยและระดับราคาที่สอดคล้องกับ

กลุ่มผู้มีรายได้ปานกลาง เพราะเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มความต้องการสูง ดังนั้นโครงการจึงกำหนดตำแหน่งทางการตลาดเป็น “คอนโดมิเนียม ที่ตอบสนองชีวิตความเป็นอยู่และกำลังซื้อของคนระดับกลาง”

จุดขาย

จุดขายหลักที่จะนำเสนอให้กับลูกค้าคือ เป็นคอนโดมิเนียม ที่มีทำเลติดถนนใหญ่ รัศนาธิเบสร์ สะดวกรวดเร็วด้วยระบบขนส่งมวลชนรถไฟฟ้าสายสีม่วง ใกล้ทางด่วน อีกทั้งสามารถเชื่อมต่อถนนสายหลักได้หลายสายเพื่อเข้าสู่ใจกลางเมือง

ส่วนจุดขายรองที่เป็นตัวสนับสนุนก็คือ อยู่ใกล้แหล่งค้าขายที่หลากหลาย มีอาณาเขตต่อเนื่องกับพื้นที่ธุรกิจการค้า โรงแรม โรงพยาบาล มหาวิทยาลัย และศูนย์กลางหน่วยงานราชการ อีกมากมาย

สโลแกน “กับไลฟ์สไตล์ใจกลางเมือง ที่มนุษย์เงินเดือนอย่างเราสามารถเป็นเจ้าของได้”

เป็นคำจำกัดความที่ง่าย เข้าถึง และดึงดูดใจกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสื่อสารให้กลุ่มเป้าหมายได้ทราบถึงผลประโยชน์ซึ่งแตกต่างจากโครงการอื่น ที่โครงการนี้ได้นำเสนอให้กับลูกค้า

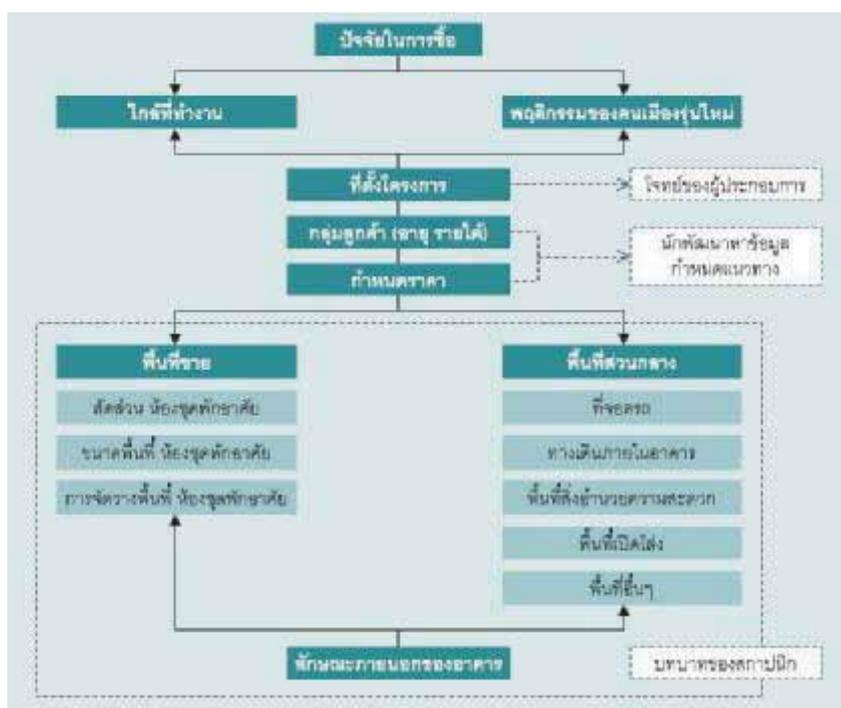
ส่วนผสมทางการตลาด (4 P's)

1. กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์

1.1. กรอบแนวคิดในการออกแบบโครงการอาคารชุดพักอาศัยบริเวณสถานีรถไฟฟ้า⁸

จากปัญหาการจราจรที่ถึงขั้นวิกฤตรัฐบาลได้มีโครงการที่จะพัฒนาระบบขนส่งมวลชนให้มีความสะดวกเร็ว เช่น การจัดตั้งโครงการรถไฟฟ้าบีทีเอสขึ้น โครงการนี้ได้มีผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงรูปแบบและวิถีชีวิตของคนเมืองอย่างมาก เนื่องจาก โครงการรถไฟฟ้าบีทีเอสมีเส้นทางผ่านย่านธุรกิจสำคัญของกรุงเทพมหานคร ทั้งยังเป็นสิ่งจูงใจให้นักลงทุนในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ลงทุนสร้างอาคารประเภทต่างๆ เพื่อรองรับความต้องการความสะดวกสบาย และผลกำไรอย่างงามที่นักลงทุนคาดว่าจะเกิดขึ้นเมื่อ โครงการรถไฟฟ้าบีทีเอสได้เปิดให้บริการ ซึ่งสิ่งนี้เป็นสิ่งที่สถาปนิกต้องตระหนักเป็นสำคัญในการออกแบบอาคาร เนื่องจากอาคารเป็นสิ่งแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อเมืองในทุกๆด้าน

⁸ รุ่งรัตน์ เต็งเก๊าประเสริฐ, “กรอบแนวคิดในการออกแบบโครงการอาคารชุดพักอาศัยบริเวณสถานีรถไฟฟ้า,” ธนาคารอาคารสงเคราะห์ 13,51 (ตุลาคม-ธันวาคม 2550) : 62-66



ภาพที่ 16 แสดงกรอบแนวความคิดในกระบวนการออกแบบอาคาร

ในการออกแบบโครงการอาคารชุดพักอาศัยบริเวณสถานีรถไฟฟ้า อันดับแรกที่จะต้องคำนึงคือกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งมักพบว่านักลงทุนมุ่งเน้นที่คนรุ่นใหม่ที่มีวิถีชีวิตแบบคนเมือง โดยต้องสื่อออกมาที่ตัวสินค้า และภาพลักษณ์ ซึ่งจุดนี้เป็นสิ่งที่นักการตลาดและสถาปนิก จะต้องทำงานร่วมกันจากแผนภูมิด้านบน แสดงถึงปัจจัยในการกำหนดรายละเอียดโครงการอาคารชุดพักอาศัยที่มีผลมาจากพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งจากผลงานวิจัยพบว่าสาเหตุอันดับหนึ่งของผู้บริโภคตัดสินใจซื้อห้องชุด เนื่องจากใกล้ที่ทำงาน นอกจากนั้นพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มาซื้อห้องชุดยังมีอายุน้อยลง จึงเป็นผลให้ผู้ประกอบการหันมาให้ความสนใจในพฤติกรรมของผู้บริโภคมากขึ้น เพื่อนำไปเป็นจุดขายของโครงการ รวมไปถึงระดับราคาที่จะกำหนดให้ตรงกลุ่มเป้าหมายต้องไม่สูงจนเกินไป เพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการต้องทำการเก็บข้อมูลหาช่องว่างทางการตลาด และที่สำคัญยิ่งถ้าผู้ประกอบการหาที่ดินที่ใกล้เส้นทางรถไฟฟ้ามากเท่าไร โครงการเหล่านั้นยังมีโอกาสประสบความสำเร็จมากขึ้นตามไปด้วย

สิ่งที่สำคัญที่เป็นองค์ประกอบในการจัดทำโครงการ คือ การกำหนดรายละเอียดต่างๆ ภายในโครงการ ได้แก่ พื้นที่ภายในโครงการต่างๆ ซึ่งในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ พื้นที่ที่เป็นสินค้าอย่างหนึ่ง ผู้ประกอบการจึงต้องกำหนดพื้นที่และรูปแบบของพื้นที่ เพื่อให้ผู้บริโภคได้สินค้าที่มีคุณภาพและราคาเหมาะสม จุดนี้เองที่สถาปนิกเข้ามามีบทบาทในการร่วมกำหนดพื้นที่ การจัดวาง

และรูปลักษณ์ของอาคาร ซึ่งนอกจากสถาปนิกจะต้องแก้ไขทางด้านผลกำไรของผู้ประกอบการแล้ว สถาปนิกยังต้องคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญ เนื่องจากอาคารที่สร้างขึ้นมาได้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมหลายด้านด้วยกัน

1.2. ปัจจัยสำคัญในกระบวนการออกแบบโครงการอาคารชุดพักอาศัยที่มีพื้นที่ใกล้เคียงสถานีระบบขนส่งมวลชนระบบราง ได้แก่

1.2.1. ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อห้องชุดพักอาศัยจากผลการวิจัยเรื่องแนวโน้มรูปแบบอาคารชุดพักอาศัยที่สัมพันธ์กับเส้นทางระบบขนส่งมวลชนระบบราง ได้สำรวจถึงปัจจัยในการตัดสินใจซื้อห้องชุดพักอาศัย ซึ่งปัจจัยที่เป็นอันดับหนึ่งได้แก่ การตัดสินใจซื้อเพราะใกล้ที่ทำงาน ซึ่งปัจจุบันด้วยผลกระทบจากการพัฒนาการของเมืองทำให้ความเจริญกระจุกตัว คนวิ่งเข้าหาแหล่งงาน แหล่งความเจริญ นอกจากนั้นคนรุ่นใหม่เริ่มมีวิถีชีวิตเปลี่ยนแปลงไปจากอดีตตื่นนอน มาทำงาน กลับบ้าน นอน กลายเป็นมาทำงาน ไปนอนคลาย กลับบ้าน นอน เห็นได้ว่าคนรุ่นใหม่กิจกรรมนอกบ้านที่เพิ่มมากขึ้น โดยการผ่อนคลายที่กล่าวไว้ เป็นกิจกรรมคนเมืองที่หลากหลายกันออกไป เช่น ดูหนัง ไปเที่ยวตามสถานบันเทิง จักรยานใช้สอย รับประทานอาหาร เป็นต้น กิจกรรมเหล่านี้เองเป็นผลให้คนเมืองใช้เวลาอยู่บ้านน้อยลง

1.2.2. ปัจจัยในการกำหนดตำแหน่งทางการตลาด ปัจจัยในการกำหนดตำแหน่งทางการตลาด ได้แก่ การกำหนดราคาของตัวสินค้า กลุ่มลูกค้าเป้าหมายและรายละเอียดของสินค้า ซึ่งปัจจัยสามสิ่งนี้มักส่งผลกระทบต่อถึงกันเสมอ

การวิจัยเรื่อง แนวโน้มรูปแบบอาคารชุดพักอาศัยที่สัมพันธ์กับเส้นทางระบบขนส่งมวลชนระบบราง พบว่าโครงการที่ติดรถไฟฟ้าส่วนใหญ่เป็นโครงการที่มีระดับราคาสูง 60,000-90,000 บาทต่อตารางเมตร แต่ปัจจุบันพบว่าโครงการอาคารชุดพักอาศัยจะมีราคาไม่สูงเท่าปี 2547-2548 โดยราคาขายของห้องชุดจะเริ่มตั้งแต่ประมาณ 40,000 บาทต่อตารางเมตร ซึ่งเห็นว่ากลุ่มลูกค้าในปีหลังนี้เป็นวัยเริ่มทำงาน ซึ่งมีวิถีชีวิตแบบคนเมืองมากขึ้น ต้องการพักอาศัยอยู่ใกล้แหล่งอำนวยความสะดวก ที่ทำงานและแหล่งบันเทิง ดังนั้นการกำหนดราคาขายจึงต่างไปจากเดิม

จากราคาต่อตารางเมตรและกลุ่มลูกค้าที่เปลี่ยนไปทำให้วิเคราะห์ต่อไปได้ว่า รูปแบบและการจัดวางประโยชน์ใช้สอยของโครงการย่อมเปลี่ยนไปด้วย โดยขนาดของห้องจะมีขนาดเล็ก มีพื้นที่ใช้สอยที่ตอบสนองกับการใช้งานให้ได้มากที่สุด เพื่อความคุ้มค่ากับผู้ประกอบการและความสามารถในการซื้อของผู้บริโภค ทั้งยังสามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการอื่นได้

ซึ่งสามารถวิเคราะห์ได้ว่า ในปี 2548 ส่วนมากพบโครงการในระดับราคาตั้งแต่ 60,000 บาทต่อตารางเมตร เป็นไปได้ว่าหลังจากนั้นผู้ประกอบการได้ลงมาจับตลาดล่าง เนื่องจากยังมี

ช่องว่างทางการตลาดอยู่เป็นจำนวนมาก และทำให้ขายสินค้าได้เร็วกว่า อย่างไรก็ตามในสินค้าระดับสูง ยังมีแนวโน้มว่าราคาต่อตารางเมตรจะสูงไปเรื่อยๆถึงกว่า 100,000 บาทต่อตารางเมตร เพียงแต่สถานการณ์ผู้ประกอบการเน้นตลาดที่ต่ำลง และเนื่องจากทำเลของสถานีรถไฟฟ้าขยายออกนอกเขตศูนย์กลางเศรษฐกิจ

ปัจจัยในการกำหนดตำแหน่งทางการตลาดของผู้ประกอบการ นอกจากจะกำหนดราคาและกลุ่มลูกค้าได้ตรงกับปริมาณความต้องการที่มีอยู่ในท้องตลาดแล้วตัวสินค้าที่จะนำออกสู่ตลาดเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจลงมา สิ่งนี้เป็นงานของสถาปนิกที่เข้ามามีบทบาทในการออกแบบทั้งตัวห้องชุดและรูปลักษณ์ของอาคาร

1.3. การออกแบบอาคารชุดพักอาศัย

โครงการชุดพักอาศัยประกอบไปด้วยพื้นที่ 2 กลุ่มหลัก ได้แก่ พื้นที่ขายและพื้นที่ส่วนกลาง ซึ่งสถาปนิกต้องกำหนดรายละเอียดโครงการ โดยต้องคำนึงถึงต้นทุนกำไรที่จะได้มาจากการขายพื้นที่ โดยทั่วไปแล้วการออกแบบจะต้องมีส่วนของพื้นที่ขายต่อพื้นที่อาคารทั้งหมดไม่ต่ำกว่าร้อยละ 65 อย่างไรก็ตามการกำหนดสัดส่วนดังกล่าวนี้มีปัจจัยอื่นๆเข้ามากระทบด้วย เช่น ต้นทุนในการก่อสร้าง ราคาที่ดิน สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการ ซึ่งถ้าปัจจัยเหล่านี้มีมูลค่าสูงพื้นที่ขายควรมีปริมาณสูง หรือพื้นที่ขายน้อยแต่มูลค่าสูงขึ้นอยู่กับข้อกำหนดภาพลักษณ์และจุดขายของแต่ละโครงการ

การออกแบบอาคารประกอบไปด้วยกระบวนการวางแผนโครงการ(Master plan) การวางแผนอาคาร การแบ่งพื้นที่อาคาร จากนั้นจึงจะลงไปสู่การจัดวางส่วนใช้สอยของแต่ละส่วนอาคารและห้องชุดที่เป็นสินค้าหลักของโครงการ

1.3.1. การวางแผนอาคาร การวางแผนอาคารมีความสำคัญในการกำหนดลักษณะของงานระบบต่างๆ ที่จะมารองรับ และมีผลต่อรูปแบบของโครงสร้างที่จะเข้ามารองรับอีกเช่นกัน การวางแผนอาคารขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ เช่น รูปร่างของที่ดิน ต้นทุนของโครงการ รูปแบบการกำหนดลักษณะพิเศษต่างๆ เป็นต้น เพราะในการออกแบบแล้วไม่มีอะไรตายตัว เนื่องจากในการวางแผนอาคารขึ้นอยู่กับปัจจัยแวดล้อมหลายๆด้าน

1.3.2. การแบ่งพื้นที่อาคาร ในเรื่องการแบ่งพื้นที่อาคาร การแบ่งพื้นที่อาคารมีส่วนหลักๆได้แก่ พื้นที่พักอาศัย พื้นที่จอดรถ และพื้นที่สิ่งอำนวยความสะดวก แต่เดิมทุกอาคารจะจัดพื้นที่พักอาศัยไว้ส่วนบนของอาคาร และพื้นที่จอดรถไว้ส่วนล่าง อาจมีพื้นที่จอดรถใต้ดินหรือบนดินก็ตาม แต่ที่ต่างออกไปคือการจัดพื้นที่สิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งจากการวิจัยเรื่องแนวโน้มรูปแบบอาคารชุดพักอาศัยที่สัมพันธ์กับเส้นทางระบบขนส่งมวลชนระบบราง พบว่า

โครงการในเส้นทางรถไฟฟ้ามีการจัดพื้นที่สิ่งอำนวยความสะดวกไว้ช่วงกลาง และชั้นบนสุดของอาคาร ส่วนในปี 2550 มีโครงการที่เพิ่มมูลค่าของสินค้าจากปกติห้องชุดชั้นล่างจะเป็นห้องชุดที่ราคาต่ำที่สุด แต่เมื่อนะระวายน้ำมาอยู่ที่ชั้นล่างโดยสามารถเปิดออกไปจากห้องชุดได้เลย จึงเป็นการเพิ่มมูลค่าให้สินค้าจากที่เคยมีราคาต่ำ

1.3.3. สัดส่วนของห้องชุด ในโครงการชุดพักอาศัยจะมีห้องชุดหลายประเภท ได้แก่ สตูดิโอ แบบหนึ่งถึงสี่ห้องนอน และห้องแบบสองชั้น ซึ่งการกำหนดสัดส่วนของประเภทห้องในแบบต่างๆ มีความสำคัญต่อภาพลักษณ์และแนวทางของโครงการ นอกจากนั้นยังส่งผลถึงรายได้ของผู้ประกอบการที่จะได้จากการขายห้อง ดังนั้นจึงต้องมีการกำหนดประเภทของห้องพัก และแบ่งสัดส่วนให้เหมาะสมต่อความต้องการของตลาด ในบริเวณรถไฟฟ้าห้องชุดประเภทหนึ่งห้องนอนมีสัดส่วนที่สูงกว่า เมื่อเทียบกับปัจจุบันในบริเวณรถไฟฟ้าห้องชุดแบบสตูดิโอ กลับมีสัดส่วนที่สูงกว่า การวิจัยวิเคราะห์ได้ว่าโครงการอาคารชุดพักอาศัยในปัจจุบันมักเน้นขายที่ราคาเริ่มต้นไม่สูงมากเพื่อดึงดูดลูกค้าชั้นกลาง ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความต้องการให้ได้มากที่สุด และรองจากห้องสตูดิโอเป็นแบบห้องชุดหนึ่งห้องนอนและสองห้องนอนตามลำดับ จะพบน้อยมากที่โครงการอาคารชุดพักอาศัยบริเวณรถไฟฟ้าในปัจจุบันที่เป็นโครงการระดับกลางจะมีห้องชุดแบบสามห้องนอน หรือสี่ห้องนอน

1.3.4. ขนาดของห้องพักชุดอาศัย ขนาดของห้องพักชุดอาศัยส่งผลต่อราคาขาย และการจัดวางพื้นที่ใช้สอยซึ่งแนวโน้มในปัจจุบันผู้ประกอบการเน้นนำเสนอสินค้าที่มีพื้นที่ห้องชุดที่เล็ก แต่จัดพื้นที่ใช้สอยที่สามารถอยู่อาศัยได้ ซึ่งขนาดห้องชุดจากปี 2548เปรียบเทียบกับปี 2551 นั้น พบว่าห้องชุดประเภทเดียวกันนั้นมีขนาดเล็กลง และปัจจุบันอยู่ที่ช่วงราคา 40,000-60,000 บาทต่อตารางเมตร ไม่พบห้องชุดแบบ 3ห้องนอนในโครงการอาคารชุดพักอาศัยที่ใกล้สถานีรถไฟฟ้า

1.3.5. ความหนาแน่นของหน่วยพักอาศัยในโครงการ ความหนาแน่นของหน่วยพักอาศัยในโครงการ คือปริมาณห้องพักอาศัยรวมต่อขนาดที่ดิน ซึ่งใช้ชี้วัดความหนาแน่นของปริมาณครอบครัวที่พักอาศัยในโครงการสามารถบอกถึงระดับความเป็นส่วนตัวของโครงการระยะเวลาของการเสื่อมโทรมชำรุดของอาคาร ความต้องการในพื้นที่ส่วนกลางเป็นต้น ซึ่งจากการเก็บข้อมูลพบว่าโครงการอาคารชุดพักอาศัยส่วนใหญ่ในปี 2550 มีความหนาแน่นเพิ่มมากขึ้น ซึ่งแสดงให้เห็นว่านอกจากจะออกแบบอาคารให้รองรับจำนวนห้องชุดที่เพิ่มมากขึ้นเพื่อผลกำไรแล้วยังชี้ให้เห็นว่ามีคนอาศัยในเมืองเพิ่มมากขึ้นอีกด้วย

ตารางที่ 4 แสดงการเปรียบเทียบแนวโน้มจากงานวิจัยกับสถานการณ์ปัจจุบัน

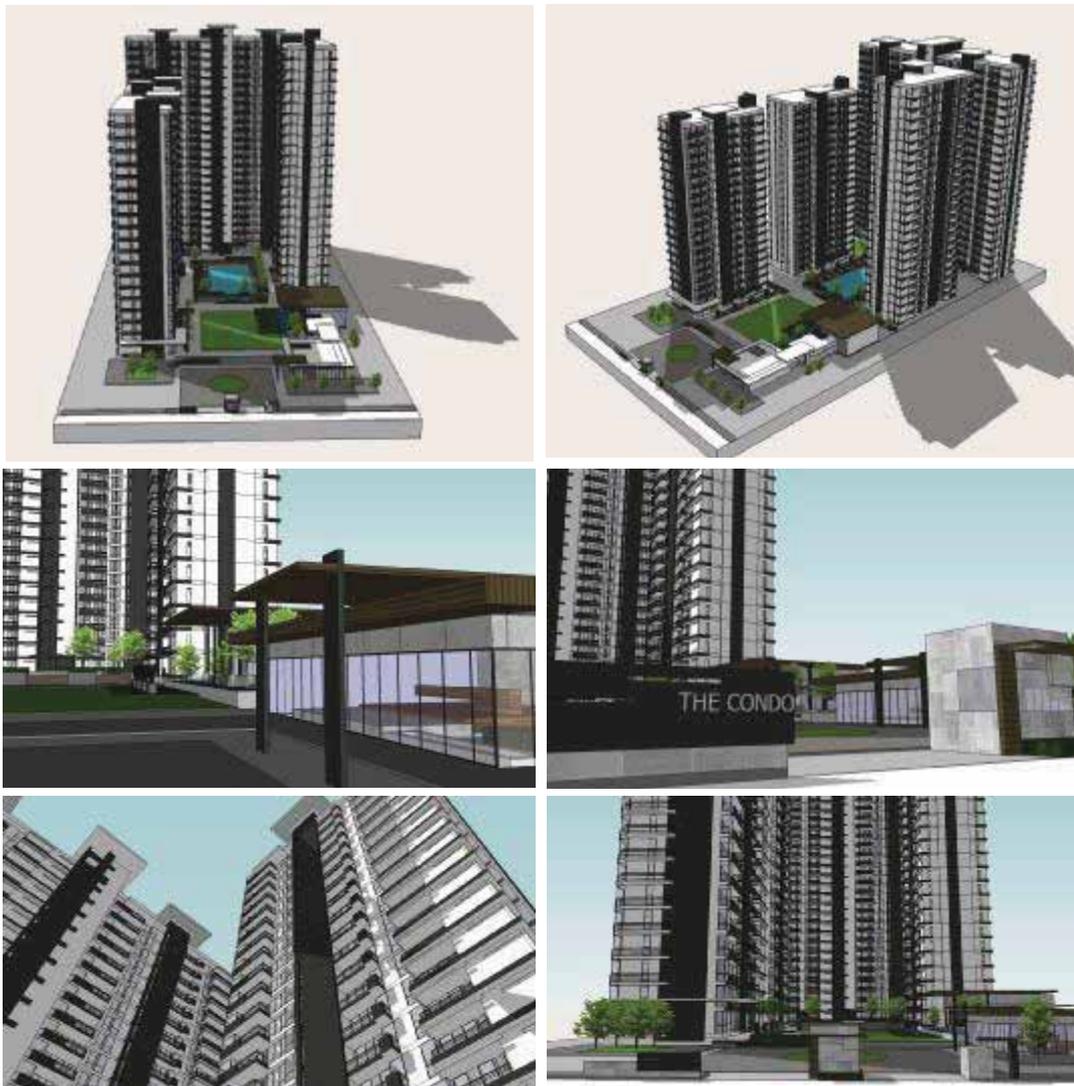
ปัจจัย	แนวโน้มที่คาดการณ์จากปี 2548	ปรากฏการณ์ ปี 2551														
1. ราคาขาย	80,000 บาท/ตารางเมตร ขึ้นไป	40,000-60,000 บาท/ตารางเมตร มากที่สุด														
2. การวางผังอาคาร	การวางผังแบบหอคอย เนื่องจากที่ดินบริเวณใกล้รถไฟฟ้ามีเหลือน้อย และมีขนาดเล็ก ซึ่งการวางผังที่ประหยัดค่าใช้จ่ายด้านโครงสร้างอีกด้วย	ส่วนมากเป็นการวางแผนแบบหอคอยขยาย เนื่องจากรูปที่ดินมีจำกัด และยังพบแบบทางเดินที่ตรงกลาง ในโครงการขนาดใหญ่ที่มีหลายอาคารอยู่ในพื้นที่เดียวกัน														
3. การแบ่งพื้นที่อาคาร	การจัดโซนเน้นการจัดวางสิ่งอำนวยความสะดวกไว้ด้านบนของอาคาร เนื่องจากสิ่งอำนวยความสะดวกส่วนใหญ่จะเป็นสระว่ายน้ำ จึงต้องการพื้นที่ที่เป็นส่วนตัว	ปัจจุบันพบว่าผู้ประกอบการนำสระว่ายน้ำมาไว้ด้านล่างมากขึ้น เนื่องจากเป็นการเพิ่มราคาให้ห้องที่อยู่ชั้นล่าง ซึ่งส่วนใหญ่มักเป็นตำแหน่งห้องที่ราคาต่ำสุด														
4. สัดส่วนห้องชุด	เน้นปริมาณห้องที่มีห้องนอนตั้งแต่ 1 ห้องขึ้นไปในสัดส่วนที่มากกว่าสตูดิโอ	เน้นปริมาณห้องสตูดิโอในสัดส่วนที่สูงกว่า 70%														
5. ขนาดห้องชุด	<table border="1"> <tr> <td>สตูดิโอ</td> <td>27-45 ตารางเมตร</td> </tr> <tr> <td>หนึ่งห้องนอน</td> <td>45-54 ตารางเมตร</td> </tr> <tr> <td>สองห้องนอน</td> <td>58-59 ตารางเมตร</td> </tr> <tr> <td>สามห้องนอน</td> <td>72-108 ตารางเมตร</td> </tr> </table>	สตูดิโอ	27-45 ตารางเมตร	หนึ่งห้องนอน	45-54 ตารางเมตร	สองห้องนอน	58-59 ตารางเมตร	สามห้องนอน	72-108 ตารางเมตร	<table border="1"> <tr> <td>สตูดิโอ</td> <td>24-35 ตารางเมตร</td> </tr> <tr> <td>34-56</td> <td>45-54 ตารางเมตร</td> </tr> <tr> <td>สองห้องนอน</td> <td>47-66 ตารางเมตร</td> </tr> </table>	สตูดิโอ	24-35 ตารางเมตร	34-56	45-54 ตารางเมตร	สองห้องนอน	47-66 ตารางเมตร
สตูดิโอ	27-45 ตารางเมตร															
หนึ่งห้องนอน	45-54 ตารางเมตร															
สองห้องนอน	58-59 ตารางเมตร															
สามห้องนอน	72-108 ตารางเมตร															
สตูดิโอ	24-35 ตารางเมตร															
34-56	45-54 ตารางเมตร															
สองห้องนอน	47-66 ตารางเมตร															
6. ความหนาแน่นในโครงการ	โครงการในเส้นทางรถไฟฟ้าที่มีความหนาแน่นสูงที่สุดในกลุ่มตัวอย่าง มีค่าความหนาแน่นอยู่ที่ 117 หน่วย/ไร่	โครงการที่พบมีความหนาแน่นเพิ่มมากขึ้น โดยกลุ่มตัวอย่างที่เก็บข้อมูลมีค่าความหนาแน่นสูงสุดอยู่ที่ 260 หน่วย/ไร่														

1.2. สรุปภาพรวมของอาคารจากการออกแบบ

1.2.1. รูปแบบอาคาร

ลักษณะรูปลักษณะของอาคารจะเป็นไปตามแนวความคิด “Form Follow Function” โดยจะเน้นการออกแบบจากภายในสู่ภายนอก โดยใช้รูปทรงเรขาคณิตที่เรียบง่ายมาสร้างจังหวะของเส้นตั้งและเส้นนอน เพื่อสร้างจุดเด่นให้กับตัวอาคารและให้สีอาคารเป็นโทนอ่อน เพื่อให้เกิดความรู้สึกผ่อนคลายและเป็นกันเอง พร้อมทั้งเลือกใช้วัสดุที่มีคุณภาพใช้งานได้จริงและคงทนนานที่สุด ออกแบบโดยให้สัดส่วนของพื้นที่ขายเกิดความคุ้มค่ามากที่สุด กำหนดขนาดของห้องแต่ละ

แบบตามความต้องการ และการใช้สอยของกลุ่มเป้าหมาย โดยให้มีขนาดห้อง 30, 45 ตร.ม. สำหรับกลุ่มคนโสดและคู่รัก และห้องขนาด 60 ตร.ม. สำหรับครอบครัวขนาดเล็กที่มีสมาชิกไม่เกิน 4 คน



ภาพที่ 17 แสดงรูปแบบอาคาร

การจัดวางห้องเป็น Double Corridor เพื่อให้สามารถใช้พื้นที่ทางเดินส่วนกลางได้อย่างคุ้มค่าและออกแบบภายในห้องให้มีประสิทธิภาพที่สุด คำนึงถึงฟังก์ชันการใช้งานรองรับการใช้ชีวิตที่ใช้ได้จริง ห้องมีขนาดใหญ่ให้ความรู้สึกอยู่สบายโปร่งและโล่งด้วยเฟอร์นิเจอร์แบบพับเก็บซ่อนเพื่อให้มีมุมมองกว้างขึ้น ใช้สอยพื้นที่ได้เต็มที่โดยไม่ต้องปรับเปลี่ยน เคลื่อนย้ายใดๆ ออกแบบพื้นที่ใช้สอยภายในควบคู่ไปกับการออกแบบพื้นที่และงานทางสถาปัตยกรรมให้เกิดความผสมผสานลงตัว การเลือกใช้สีเน้นโทนสีอ่อนเพื่อความโปร่งและให้ความรู้สึกกว้าง พร้อมช่องหน้าต่างโล่งสูงจรดพื้นห้อง ให้ความรู้สึกพื้นที่เปิดโล่งต่อเนื่องกับธรรมชาติภายนอก

1.2.1. ลักษณะการวางผัง



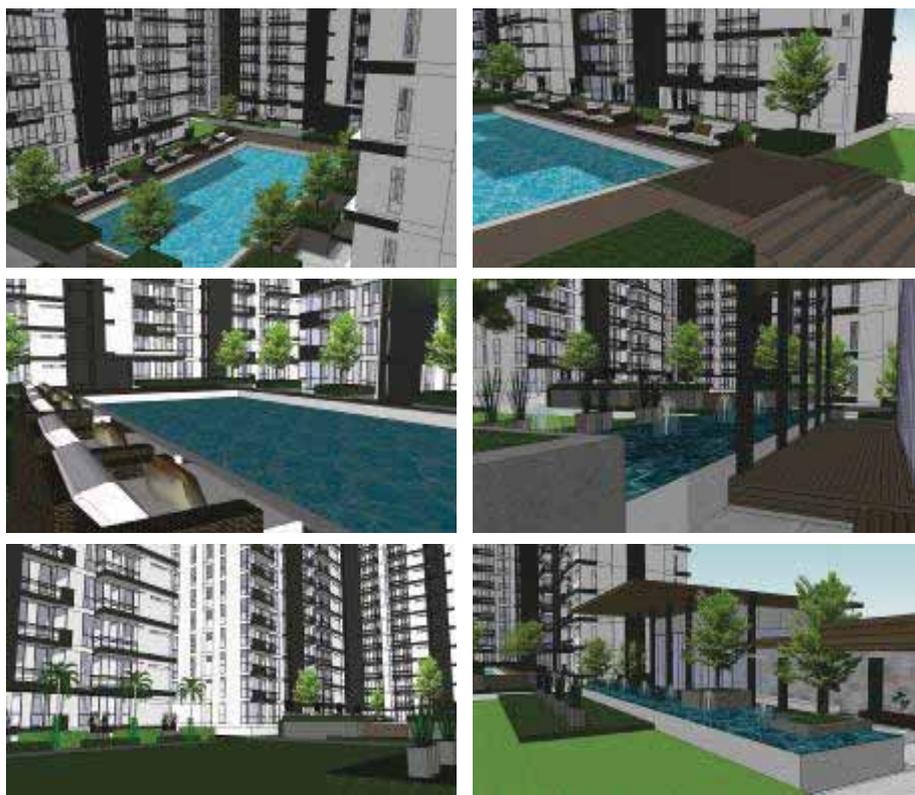
ภาพที่ 18 แสดงลักษณะการวางผังโครงการ

การวางตำแหน่งตัวอาคารจะถอยร่นจากถนนให้มากที่สุดเพื่อความเป็นส่วนตัวและลดมลภาวะต่างๆที่เกิดจากรถยนต์และรถไฟฟ้า เพื่อให้สัมผัสกับพื้นที่ธรรมชาติอย่างใกล้ชิด โดยมีพื้นที่โล่งตรงกลางเป็นสระว่ายน้ำขนาดใหญ่ ช่วยเปิดมุมมองกว้าง แบ่งพื้นที่โซนอยู่อาศัยอยู่ด้านหลังแยกออกจากส่วนบริการไว้โซนด้านหน้า และสร้างสภาพแวดล้อมด้วยสวนเพิ่มบรรยากาศให้ผ่อนคลาย ส่วนพื้นที่ระหว่างอาคารและพื้นที่ด้านหลังจัดให้เป็นพื้นที่สีเขียวในสไตล์ต่างๆ เน้นรูปแบบการจัดสวนในเมืองแบบ Urban Park โดยเชื่อมโยงภายในและภายนอกเข้าด้วยกัน พื้นที่ระหว่างอาคารแบ่งพื้นที่ใช้สอยด้วยสระว่ายน้ำและสวน พื้นที่อื่นๆตกแต่งสลับกับต้นไม้ใหญ่และลานหญ้าเพื่อลดความกระด้างของพื้นที่ว่างระหว่างอาคารลง ส่วนพักผ่อนมีการออกแบบให้โดดเด่นภายใต้แนวคิด Resort Condo ห้องพักผ่อนใหญ่สามารถมองเห็นสระว่ายน้ำและสวนสวยได้จากในห้องนอน

1.3. รายละเอียดเกี่ยวกับโครงการ

1.3.1. ลักษณะอาคาร เป็นคอนโดมิเนียม ตึกถนนรัตนานิเบศร์ สูง 20-24 ชั้น มีห้องชุดจำนวน 939 ยูนิต

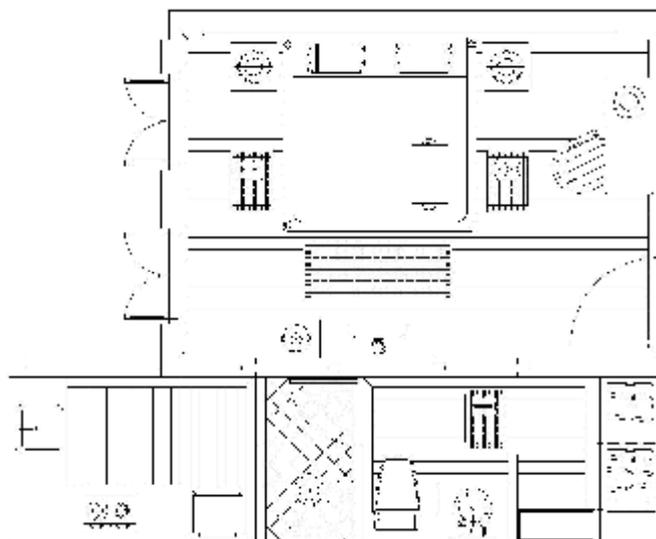
1.3.1.1. เนื้อที่ดิน	7 ไร่
1.3.1.2. พื้นที่อาคารทั้งหมด	53,798 ตารางเมตร
แบ่งออกเป็นพื้นที่ขาย	38,970 ตารางเมตร
พื้นที่ส่วนกลาง	14,828 ตารางเมตร



ภาพที่ 19 แสดงบรรยากาศภายในโครงการ

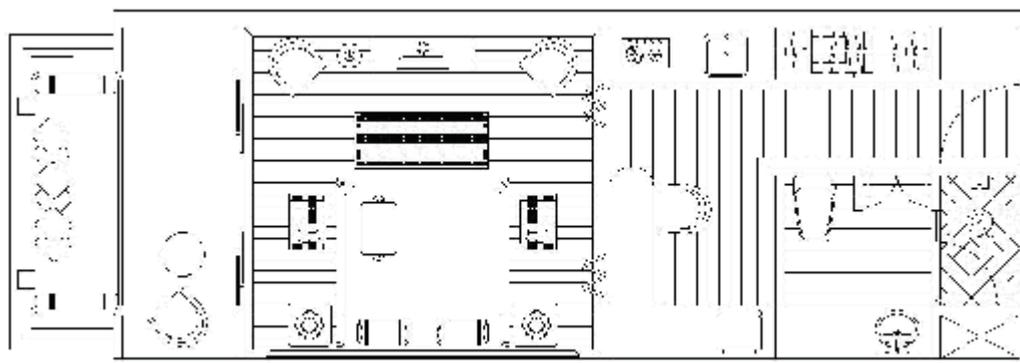
1.3.2. รูปแบบห้องชุด มี 3 แบบ ได้แก่

1.3.2.1. S Type พื้นที่ 30 ตารางเมตร 1 ห้องนอน 1 ห้องน้ำ ประกอบด้วย ส่วนห้องนอน ส่วนนั่งเล่น ห้องน้ำ และระเบียงอเนกประสงค์ ส่วนนั่งเล่นกับส่วนนอนไม่ได้กั้นผนัง แต่แยกพื้นที่ได้ด้วยการจัดวางเฟอร์นิเจอร์ แต่ส่วนครัวมีผนังกั้นแยกต่างหาก



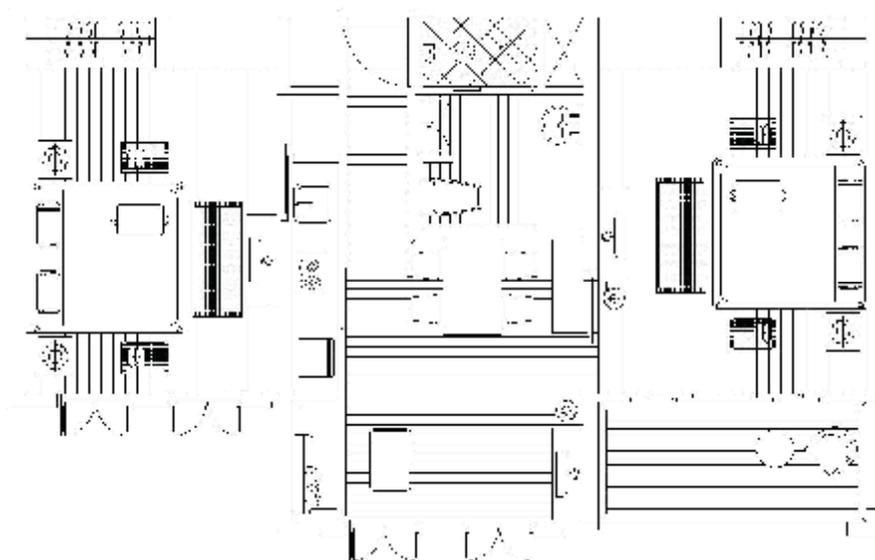
ภาพที่ 20 แสดงลักษณะห้องชุดแบบ S-type (30 ตรม.)

1.3.2.2. M Type พื้นที่ 45 ตารางเมตร 1 ห้องนอน 1 ห้องน้ำ ประกอบด้วย ห้องนอน ห้องนั่งเล่น ห้องครัว ห้องน้ำและระเบียงเช่นกัน แต่ห้องนอนมีผนังกั้นแยกต่างหากจากห้องนั่งเล่น และส่วนครัวมีผนังกั้นแยกต่างหาก



ภาพที่ 21 แสดงลักษณะห้องชุดแบบ M-type (45 ตรม.)

1.3.2.3. L Type พื้นที่ 60 ตารางเมตร 2 ห้องนอน 1 ห้องน้ำ ประกอบด้วย ห้องนอนใหญ่ 1 ห้อง พร้อมระเบียงส่วนตัว ห้องนอนเล็ก 1 ห้อง ส่วนนั่งเล่น ส่วนทานอาหาร และห้องครัว โดยส่วนนั่งเล่นและส่วนทานอาหารไม่ได้กั้นผนังแยก แต่แยกพื้นที่ ได้ด้วยการจัดวางเฟอร์นิเจอร์ จำนวน



ภาพที่ 22 แสดงลักษณะห้องชุดแบบ L-type (60 ตรม.)



ภาพที่ 23 แสดงลักษณะพื้นที่ใช้สอยภายใน

1.3.2. สาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ประกอบด้วย

- 1.3.2.1. พื้นที่เปิดโล่ง เป็นสวนสวย เนื้อที่ 4,750 ตร.ม.
- 1.3.2.2. สระว่ายน้ำขนาดใหญ่ กว้าง 15x 30 ม.
- 1.3.2.3. สำนักงาน พื้นที่ 80 ตร.ม.
- 1.3.2.4. ห้องอาหาร พื้นที่ 200 ตร.ม.
- 1.3.2.5. ส่วนออกกำลังกาย พื้นที่ 200 ตร.ม.
- 1.3.2.6. ร้านขายของ(2ร้าน) พื้นที่ 120ตร.ม.
- 1.3.2.7. โถงทางเข้า
- 1.3.2.8. ลิฟต์ 2 ตัว/ตึก
- 1.3.2.9. บันไดหนีไฟ 2 จุด/ตึก
- 1.3.2.10. ระบบรักษาความปลอดภัย ที่วิวงจรปิด และคีย์การ์ด
- 1.3.2.11. ที่จอดรถ

ภายในอาคาร จำนวน 273 คัน

ภายนอกอาคาร จำนวน 82 คัน

รวมทั้งจอดรถ จำนวน 355 คัน

(ไม่รวมในกรณีจอดซ้อนคัน)

2. กลยุทธ์ราคา

โครงการมีนโยบายการตั้งราคาตามความเหมาะสมกับสถานะตลาดและการแข่งขัน โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านต้นทุน ทำเลที่ตั้ง ขนาดพื้นที่ใช้สอย เงื่อนไขทางการตลาดเปรียบเทียบกับคู่แข่ง เช่น ตั้งราคาขายต่ำกว่าคู่แข่งในทำเลเดียวกัน หรือมีพื้นที่ใช้สอยมากกว่าในราคาเดียวกัน หรือ การตั้งราคาในราคาใกล้เคียงกันสำหรับทำเลที่ใกล้กว่าคู่แข่ง ซึ่งเป็นการเพิ่มคุณค่าที่มากกว่าเพื่อการตัดสินใจเลือกของลูกค้า

โครงการใช้กลยุทธ์การตั้งราคาโดยเปรียบเทียบกับคู่แข่งที่มีขนาดห้องและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายใกล้เคียงกัน คือ ลุมพินี คอนโด ทาวน์(รัตนธิเบศร์) , ซิตี้โฮม รัตนธิเบศร์ และ The Fifth ซึ่งมีราคาเฉลี่ยต่อตารางเมตร 36,000 บาท 40,000 บาท และ 45,000 บาท ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบโดยภาพรวมทั้งหมดของแต่ละโครงการ พบว่าโครงการที่กำลังศึกษานี้มีศักยภาพโดยรวมใกล้เคียงกับโครงการ ซิตี้โฮม รัตนธิเบศร์ จึงกำหนดราคาให้ต่ำกว่า ซิตี้โฮม รัตนธิเบศร์ เล็กน้อย คือ กำหนดราคาเฉลี่ย 38,000 บาทต่อตารางเมตร เมื่อเปรียบเทียบภาพรวมโครงการกับ ลุมพินี คอนโด ทาวน์(รัตนธิเบศร์) พบว่าโครงการนี้มีศักยภาพโดยรวมสูงกว่า ดังนั้นราคา 38,000 บาทต่อตารางเมตร ซึ่งสูงกว่า ลุมพินี คอนโด ทาวน์(รัตนธิเบศร์) ไม่มากนัก จึงเป็นราคาที่มีความเหมาะสมและสามารถแข่งขันได้

จากการศึกษาโครงการที่ประสบความสำเร็จ อย่างเช่น โครงการ ลุมพินี เฟลส(LP)N) ซึ่ง จะกำหนดราคาขายต่อตารางเมตรของห้องชุดแต่ละชั้นไม่เท่ากัน โดยชั้นที่สูงกว่าจะมีราคาต่อตารางเมตรสูงขึ้นไปตามลำดับเป็นราคา 500 บาทต่อชั้น ดังนั้นสำหรับโครงการที่กำลังศึกษานี้ จึง กำหนดให้ราคาของห้องพักแต่ละชั้น มีราคาไม่เท่ากัน โดยชั้นที่อยู่สูงขึ้น ไปจะมีราคาสูงขึ้น ชั้นละ 500 บาท ต่อตารางเมตร

เมื่อกำหนดราคาเฉลี่ยต่อตารางเมตร เท่ากับ 38,000 บาท เป็นราคากลาง จึงได้ราคาเฉลี่ยของห้องแต่ละแบบ ดังนี้

1. ห้อง S Type	พื้นที่ 30 ตรม. 1 ห้องนอน 1 ห้องน้ำ
ราคาเฉลี่ย	1,140,000 บาท / ยูนิต
2. ห้อง M Type	พื้นที่ 45 ตรม. 1 ห้องนอน 1 ห้องน้ำ
ราคาเฉลี่ย	1,710,000 บาท / ยูนิต
3. ห้อง L Type	พื้นที่ 60 ตรม. 2 ห้องนอน 1 ห้องน้ำ
ราคาเฉลี่ย	2,280,000 บาท / ยูนิต

เนื่องจากราคาข้างต้นเป็นราคาเฉลี่ย จึงเป็นราคาของห้องที่อยู่บนชั้นที่เป็นกึ่งกลางของอาคาร(นับเฉพาะชั้นที่เป็นห้องชุด ไม่รวมชั้นจอดรถ)

ดังนั้นห้องพักที่มีราคาต่ำสุดจะอยู่บนชั้น 3 (ราคา 32,500 บาท/ตรม.) มีราคาของห้องแต่ละแบบดังนี้

- | | | |
|----------------|-----------------|----------------------------|
| 1. ห้อง S Type | พื้นที่ 30 ตรม. | ราคา 975,000 บาท / ยูนิต |
| 2. ห้อง M Type | พื้นที่ 45 ตรม. | ราคา 1,462,500 บาท / ยูนิต |
| 3. ห้อง L Type | พื้นที่ 60 ตรม. | ราคา 1,950,000 บาท / ยูนิต |

ส่วนห้องพักที่มีราคาสูงสุดจะอยู่บนชั้น 24 (ราคา 43,500 บาท / ตรม.) มีราคาของห้องแต่ละแบบดังนี้

- | | | |
|----------------|-----------------|----------------------------|
| 1. ห้อง S Type | พื้นที่ 30 ตรม. | ราคา 1,305,000 บาท / ยูนิต |
| 2. ห้อง M Type | พื้นที่ 45 ตรม. | ราคา 1,957,500 บาท / ยูนิต |
| 3. ห้อง L Type | พื้นที่ 60 ตรม. | ราคา 2,610,000 บาท / ยูนิต |

3. กลยุทธ์การจัดจำหน่าย

โครงการมีกลยุทธ์ในการเลือกทำเลที่มีศักยภาพสูงในการขยายตัวจากตัวเมือง รองรับการกระจายตัวจากศูนย์กลางธุรกิจ และเป็นทำเลที่พร้อมด้วยสาธารณูปโภครองรับการขยายตัวของประชากร เนื่องจากโครงการมีเพียงแห่งเดียว และเป็นโครงการที่มีขนาดไม่ใหญ่นัก อีกทั้งกลุ่มเป้าหมายก็เป็นผู้ที่อยู่ในพื้นที่บริเวณพื้นที่ใกล้เคียง บริษัทจะเลือกใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมเพื่อกระตุ้นการซื้อของผู้บริโภค อาทิ การทำ Co-Promotion ร่วมกับคู่ค้า กล่าวคือสถาบันการเงินจัดเงื่อนไขทางการเงินในรูปแบบเฉพาะ เช่น ข้อเสนอพิเศษสำหรับลูกค้าสินเชื่อที่อยู่อาศัยด้วยอัตราดอกเบี้ยต่ำคงที่ระยะสั้นระหว่าง 1-3 ปีแรก และการขยายระยะเวลากู้ยืม

ดังนั้นโครงการใช้มาตรการทางการตลาด โดยเน้นการโฆษณาในมุมกว้าง และใช้ฝ่ายขายตั้งรับในลักษณะ Counter Sales และมีการใช้มาตรการทางการตลาดแบบ Direct Marketing มาผสมผสาน โดยที่ฝ่ายขายมีการเสนอขายในเชิงรุกด้วยการวิเคราะห์หากกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ใช้การโฆษณาประกอบกับกิจกรรมทางการตลาด เช่น E-Marketing เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายทางอินเทอร์เน็ต เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างคุ้มค่า และไม่สูญเปล่าโดยจะมีช่องทางการจัดจำหน่ายดังนี้

3.1. สำนักงานขาย สำนักงานขายจะตั้งอยู่ริมถนนรัตนธิเบศร์ โดยจะใช้วิธีการสร้างสำนักงานขายบริเวณด้านหน้าของพื้นที่โครงการ เพื่อให้ผู้ที่ผ่านบนถนนรัตนธิเบศร์ สามารถเห็นได้อย่างเด่นชัด อีกทั้งยังสามารถเข้าไปยังพื้นที่ตั้งอาคารได้โดยง่าย ภายในสำนักงานขายจะมี

การตกแต่งห้องตัวอย่างทั้ง 3 แบบ และมีพนักงานขาย ประจำสำนักงานขาย เริ่มเปิดขายในสำนักงานขายตั้งแต่ ก.ค.2553

งบประมาณที่จะต้องใช้สำหรับสำนักงานขาย มีดังนี้

ค่าตกแต่งสำนักงาน พร้อมห้องตัวอย่าง ใช้งบประมาณ 2,000,000 บาท

รวมเป็นงบประมาณสำหรับสำนักงานขาย 2,000,000 บาท

3.2. ออกบูธนอกสถานที่ เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่เข้าไปอยู่ในแหล่งที่มีผู้บริโภคที่เป็นลูกค้าเป้าหมายอยู่จำนวนมาก โดยการออกบูธนอกสถานที่ ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ

3.2.1. การออกบูธ ในพื้นที่ใกล้เคียงที่ตั้งโครงการ โดยขอเช่าพื้นที่ชั่วคราว เพื่อดึงบุรณำเสนอและขายโครงการในศูนย์การค้าที่อยู่ในพื้นที่เป้าหมาย ได้แก่ เซ็นทรัลรัตนธิเบศร์ โลตัสสวนนนท์ คาร์ฟูร์ตนาธิเบศร์ เป็นต้น หรือในสำนักงานองค์กรขนาดใหญ่ที่อยู่ในพื้นที่เป้าหมาย ได้แก่ ศาลากลางจังหวัดนนทบุรี กระทรวงสาธารณสุข เป็นต้น มีความถี่เดือนละ 1 ครั้ง ซึ่งจะเปลี่ยนสถานที่ไปทุกๆเดือนและวนกลับมาออกบูธซ้ำในสถานที่ที่ได้รับความนิยมสูง ค่าใช้จ่ายครั้งละ 40,000 บาท จำนวน 12 ครั้ง รวมเป็นงบประมาณ 480,000 บาท

3.2.2. การออกบูธในงานที่เกี่ยวข้องกับที่อยู่อาศัยเฉพาะในงานสำคัญประจำปี ซึ่งจะมีผู้บริโภคที่มีความต้องการที่พักอาศัยเข้าร่วมงานเป็นจำนวนมาก ได้แก่ งานมหกรรม บ้านและคอนโด ที่ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิตต์ เป็นต้น ร่วมงาน 1 ครั้ง ใช้งบประมาณ 200,000 บาท

รวมเป็นงบประมาณสำหรับการออกบูธ 680,000 บาท

4. กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด

เนื่องจากโครงการที่กำลังศึกษานี้ เป็นโครงการขนาดเล็กมีเป้าหมายครอบคลุมพื้นที่ภายในอาณาเขตใกล้เคียงที่ตั้งโครงการและเขตติดต่อใกล้เคียงเป็นหลัก ดังนั้นการสื่อสารการตลาด เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้งบประมาณไม่สูงแต่ให้เกิดประสิทธิภาพและความคุ้มค่า จึงจะใช้สื่อ ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่ โดยเลือกสื่อหลายๆ ประเภทนำมาใช้ร่วมกัน ให้มีความสอดคล้องกัน

เครื่องมือสื่อสารทางการตลาดที่นำมาใช้แบ่งเป็นประเภทได้ดังนี้

4.1. การโฆษณา สื่อที่จะใช้ในการโฆษณา ได้แก่

4.1.1. ป้ายบิลบอร์ดขนาดใหญ่ จะติดตั้งป้ายโฆษณาครอบคลุมพื้นที่ริมถนนที่เป็นเส้นทางหลัก รวม 4 จุด

ระยะเวลาการขึ้นป้าย ตั้ง ก.ค.53 – มิ.ย.54 เป็นระยะเวลา 1 ปี

ขนาด 12x 25 เมตร ค่าผลิต 50,000 บาทต่อหน่วย รวม 200,000 บาท
 ค่าเช่าเดือนละ 50,000 บาท ต่อจุด รวมเป็นค่าเช่า 2,400,000 บาท
 รวมค่าใช้จ่ายป้ายบิลบอร์ด 2,600,000 บาท

4.1.2. ป้ายผ้าใบรายทางขนาดเล็ก เป็นผ้าใบไวไนล ขนาด 2x3 เมตร พิมพ์
 อิงค์เจ็ท ทำการเช่าพื้นที่เพื่อติดตั้งป้ายที่ผนังอาคารที่ตั้งอยู่ริมถนน รวม 20 จุด

ระยะเวลาติดป้าย ตั้งแต่ ก.ค.53 – มิ.ย.54 เป็นระยะเวลา 1 ปี
 ขนาด 2x 3 ค่าผลิต 2,000 บาท ต่อหน่วย รวม 40,000 บาท
 ค่าเช่าเดือนละ 2,000 บาทต่อจุด รวมเป็นค่าเช่า 480,000 บาท
 รวมค่าใช้จ่ายป้ายรายทางขนาดเล็ก 520,000 บาท

4.1.3. แผ่นพับโบรชัวร์ เป็นแผ่นพับพิมพ์ 4 สี ที่แสดงคำโฆษณา รูป
 โครงการและรายละเอียดต่างๆของโครงการ แบนใบราคา โดยจะใช้แจกที่สำนักงานขาย และแจก
 ในสถานที่ที่เป็นแหล่งรวมของกลุ่มเป้าหมาย อีกทั้งยังแจกตามสำนักงานเอกชน และรัฐวิสาหกิจ
 ในพื้นที่ใกล้เคียง เป็นต้น

ระยะเวลา ตั้งแต่ ก.ค.53 – มิ.ย.54 เป็นระยะเวลา 1 ปี
 จำนวน 1,200 แผ่น/ เดือน ราคาแผ่นละ 15 บาท
 รวมค่าใช้จ่ายแผ่นพับโบรชัวร์ 306,000 บาท

รวมเป็นค่าใช้จ่ายในการโฆษณา 3,426,000 บาท

4.2. การประชาสัมพันธ์ วิธีการที่จะใช้ในการประชาสัมพันธ์ ได้แก่

4.2.1. เชื้อเชิญนักข่าวให้มาทำข่าวในทุกครั้งที่มีการจัดกิจกรรม เช่น งาน
 เปิดตัวโครงการ ณ ที่ตั้งโครงการและจัดงานเลี้ยงขอบคุณสื่อมวลชน เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับ
 สื่อมวลชนตามวาระโอกาสต่างๆ ที่มีกิจกรรมที่จะเชิญสื่อให้มาทำข่าว เดือนสลับเดือน รวม 9 ครั้ง
 เดือน ตั้งแต่ ก.ค.53 ถึง พ.ย.54 ครั้งละ 5,000บาท เป็นค่าใช้จ่าย 45,000 บาท

4.2.2. ฝากข่าวสารความเคลื่อนไหวของโครงการ เพื่อลงประชาสัมพันธ์ใน
 สื่อหนังสือพิมพ์ หรือนิตยสารในส่วนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และที่อยู่อาศัยอย่าง
 สม่าเสมอ ให้ผู้บริหารโครงการมีการให้สัมภาษณ์ลงในสื่อ และลงโฆษณาแฝงในรูปแบบ
 Advertorial ในนิตยสารที่เกี่ยวกับการซื้อขายที่อยู่อาศัย ความถี่ 1 เดือน/ ครั้ง สลับกันไป เป็น
 ระยะเวลา 18 เดือน ตั้งแต่ ก.ค.53 ถึงธ.ค.54 ครั้งละ 5,000 บาท เป็นค่าใช้จ่าย 90,000 บาท

รวมเป็นค่าใช้จ่ายในการประชาสัมพันธ์ 135,000 บาท

4.3. การส่งเสริมการขาย

กลยุทธ์ในการส่งเสริมการขายที่จะใช้มี 2 รูปแบบ คือการให้ส่วนลดและการให้ของแถม โดยจะใช้กลยุทธ์แต่ละแบบให้เหมาะสมกับช่วงเวลาคือ ในช่วงแรกต้องการกระตุ้นให้เกิดยอดขายโดยเร็ว เพื่อสร้างฐานลูกค้าเป็นต้นฉบับสนุนโครงการ จึงใช้การให้ส่วนลด เฉพาะในช่วงแรก เพราะหากลดราคาเป็นระยะเวลานาน จะทำให้เสียภาพลักษณ์ของโครงการ หลังจากนั้นจึงปรับราคาเข้าสู่ระดับราคาขายปกติ แต่เปลี่ยนมาใช้กลยุทธ์การส่งเสริมการขายโดยการให้ของแถม เพื่อยังคงกระตุ้นให้เกิดยอดขายอย่างสม่ำเสมอ และยังช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า

4.3.1. การให้ส่วนลด เน้นการกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมาย ตัดสินใจซื้อได้ง่ายและเร็วขึ้น เพื่อสร้างยอดขาย โดยเฉพาะในช่วงยอดขาย 300 หน่วยแรก เพื่อสร้างฐานลูกค้า และมูลค่าให้กับโครงการ ส่งผลให้เกิดความเชื่อมั่น แก่ลูกค้าส่วนที่เหลือ โดยจะให้ส่วนลดกับลูกค้าดังนี้

150 หน่วยแรก ให้ส่วนลด 5%

150 หน่วยต่อมาให้ส่วนลด 2.5%

คำนวณงบประมาณโดยตั้งสมมติฐานว่าห้องที่ขายได้ใน 150 หน่วยแรกและ 150 หน่วยต่อมา มีห้องแต่ละประเภทเป็นสัดส่วนเท่ากับสัดส่วนรวม ดังนั้นใน 150 หน่วยที่ขายได้จึงประกอบด้วยห้องแต่ละประเภทดังนี้

1.	ห้อง S Type	ขายได้ 53 หน่วย	เป็นเงิน	57,240,000	บาท
2.	ห้อง M Type	ขายได้ 81 หน่วย	เป็นเงิน	131,220,000	บาท
3.	ห้อง L Type	ขายได้ 16 หน่วย	เป็นเงิน	34,560,000	บาท

ดังนั้นหากขายห้องได้ 150 หน่วย จะมีรายได้ 223,020,000 บาท

ส่วนลด 5% และ 2.5% คิดเป็นเงิน 11,151,000 บาท และ 5,575,500 บาท ตามลำดับ รวมเป็นงบประมาณการให้ส่วนลด 16,726,500 บาท

4.3.2. การให้ของแถม เพื่อกระตุ้นให้เกิดยอดขายต่อเนื่องรักษาภาพลักษณ์ และสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้า ดังนั้นในช่วงหลังจาก 300 หน่วยแรก คือตั้งแต่ หน่วยที่ 301 จนถึงหน่วยสุดท้าย จะมีของแถมสำหรับลูกค้าทุกห้อง โดยมีกำหนดระยะเวลา 12 เดือนหลังจากเริ่มเปิดการขาย เพื่อเร่งให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อเร็วขึ้น มีรายละเอียดในการให้ของแถมดังนี้

1.	ห้อง S Type	แถมเครื่องใช้ไฟฟ้า 3 รายการ	มูลค่า 18,000 บาท
2.	ห้อง M Type	แถมเครื่องใช้ไฟฟ้า 5 รายการ	มูลค่า 30,000 บาท
3.	ห้อง L Type	แถมเครื่องปรับอากาศ 1 เครื่อง และเครื่องใช้ไฟฟ้า 5 รายการ	มูลค่า 45,000 บาท

ในกรณีที่ขายห้องที่เหลือได้ตามกำหนดระยะเวลา ทำให้ต้องให้ของแถมกับทุกห้องที่เหลือทั้งหมด จะมีค่าใช้จ่ายดังนี้

1. ห้อง S Type จำนวน 218 ห้อง รวมเป็นเงิน 3,924,000 บาท
2. ห้อง M Type จำนวน 348 ห้อง รวมเป็นเงิน 6,540,000 บาท
3. ห้อง L Type จำนวน 73 ห้อง รวมเป็นเงิน 9,810,000 บาท

รวมเป็นงบประมาณในการให้ของแถม 20,274,000 บาท

รวมเป็นงบประมาณในการส่งเสริมการขาย 37,000,500 บาท

4.4. พนักงานขาย

เป็นการสื่อสารการตลาดโดยใช้พนักงานขายที่อยู่ในสำนักงานขาย โดยนอกเหนือจากค่าตอบแทนเป็นเงินเดือนแล้ว จะใช้เครื่องมือทางการตลาดเพื่อผลักดันยอดขาย ทำการกระตุ้นให้พนักงานขายมีแรงจูงใจที่จะผลักดันยอดขายให้เร็วและสูงขึ้น โดยการให้ส่วนแบ่งแก่พนักงานขายตามยอดขาย นอกเหนือจากเงินเดือนตามปกติ ซึ่งมีรายละเอียดเกี่ยวกับพนักงานขายดังนี้

4.4.1. พนักงานขายประจำสำนักงาน ประกอบด้วย หัวหน้าพนักงานขาย 1 คน เงินเดือน 12,000 บาท และพนักงานขาย 4 คน เงินเดือนคนละ 8,000 บาท รวม 5 คน เงินเดือน 44,000 บาท

4.4.2. ให้ผลตอบแทนพนักงานขาย 0.20 % ของยอดขายรวมเป็นเงิน 2,448,540 บาท

4.4.3. ระยะเวลาตลอดอายุโครงการ 24 เดือน (ก.ค.52 – มิ.ย.54)

รวมเป็นงบประมาณในการใช้พนักงานขาย 3,861,840 บาท

4.5. การตลาดทางตรง

เป็นการสื่อสารโดยใช้ Direct Mail โดยใช้แผ่นพับโบรชัวร์ ส่งไปรษณีย์ถึงลูกค้าเป้าหมาย โดยการหารายชื่อและที่อยู่ลูกค้าจากการซื้อข้อมูลรายชื่อบัตรเครดิต และคัดเลือกรายชื่อผู้ที่มีรายได้ อายุ สถานที่พักอาศัยหรือที่ทำงาน เข้าข่ายตามลักษณะของกลุ่มเป้าหมายของโครงการ

จำนวนรายชื่อลูกค้า 5,000 ราย

ค่าใช้จ่ายในการซื้อข้อมูลรายละ 5 บาท

ค่าโบรชัวร์ 4 สี แผ่นละ 15 บาท

ค่าส่งแผ่นละ 2 บาท

รวมเป็นงบประมาณการตลาดทางตรง 110,000 บาท

4.6. กิจกรรมพิเศษทางการตลาด เป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นทั้งในและนอกสถานที่ตั้งโครงการ แบ่งออกเป็น

4.6.1. Grand Opening จัดกิจกรรมการเปิดตัวโครงการในวันที่เริ่มเปิดขายโครงการในเดือนที่ตั้งโครงการ โดยมีการเชิญนักข่าว และส่งจดหมายเชิญกลุ่มเป้าหมายตามรายชื่อที่ใช้ใน Direct Marketing ส่วนหนึ่ง รวมทั้งพันธมิตร ทางธุรกิจต่างๆ ใช้งบประมาณ 400,000 บาท

4.6.2. แคมเปญ “กับไลฟ์สไตล์ใจกลางเมือง ที่มนุษย์เงินเดือนอย่างเราสามารถเป็นเจ้าของได้” จัดกิจกรรมเปิดตัวโครงการอีกครั้งหนึ่งในเวลา 1 อาทิตย์ต่อมา ที่เซ็นทรัลรัตนวิเบศร์ โดยใช้พื้นที่จัดกิจกรรมตรงโถงทางเข้า เพื่อแนะนำโครงการให้คนในพื้นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น ในชื่อแคมเปญ “มนุษย์เงินเดือน สัมผัสชีวิตหรูหรา” ใช้งบประมาณ 400,000 บาท

รวมเป็นงบประมาณในการกิจกรรมพิเศษทางการตลาด 800,000 บาท

4.7. สื่ออินเทอร์เน็ต

เปิดเว็บไซต์ของโครงการ โดยมีรายละเอียดที่สำคัญเกี่ยวกับสินค้าของโครงการ และทำการ link เข้ากับเว็บไซต์ ที่เกี่ยวกับการซื้อขายที่อยู่อาศัยต่างๆ รวมทั้งนำเอาสินค้าโครงการไปโพสต์ใน website ที่เป็นตัวแทนซื้อขายสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัย เช่น

www.mlsthai.com , www.homedd.com เป็นต้น

เริ่มตั้งแต่ กค. 53 – มค.55 เป็นเวลา 19 เดือน

งบประมาณเดือนละ 5,000 บาท

รวมเป็นงบประมาณในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต 95,000 บาท

บทที่ 5

การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงิน

การวิเคราะห์ทางการเงินมีความสำคัญในการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ เพื่อวิเคราะห์โครงการว่าเหมาะสมในการลงทุนหรือไม่ โดยการนำเครื่องมือทางการเงินมาช่วยในการวางแผน และวิเคราะห์อัตราผลตอบแทน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการทำโครงการอสังหาริมทรัพย์ ประเภทคอนโดมิเนียม ที่ใช้เงินลงทุนค่อนข้างสูงประกอบกับการโอนห้องชุดจะกระทำต่อเมื่อโครงการได้ดำเนินการก่อสร้างเสร็จเรียบร้อยแล้ว ดังนั้นจำเป็นต้องทำการวิเคราะห์การเงินอย่างละเอียดรอบคอบ พร้อมทั้งรับกับสถานการณ์ต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต โดยในการศึกษาครั้งนี้ ประกอบด้วย 6 ส่วน ดังนี้

1. งบประมาณด้านการลงทุน
2. สมมุติอัตราคิดลด
3. สมมติฐานรายรับของโครงการ
4. โครงสร้างทางการเงิน สัดส่วนการลงทุนและการกู้ยืม
5. แผนการขายห้องชุดและคืนเงินกู้ธนาคาร
6. การวิเคราะห์ Scenario Analysis
7. การวิเคราะห์ความเสี่ยง Sensitivity Analysis

งบประมาณด้านการลงทุน (กรณี Base Case)

ทางผู้จัดทำได้จัดทำแผนการดำเนินงานของโครงการ เพื่อให้ทราบถึงวัตถุประสงค์ว่าจะบรรลุตามเป้าหมายและนโยบายของการศึกษานี้หรือไม่ โดยได้จัดทำงบประมาณแยกให้เห็น เพื่อให้ทราบถึงต้นทุนค่าใช้จ่ายต่างๆ ได้โดยง่าย โดยแบ่งออกได้ ดังนี้

1. การจัดหาเงินลงทุนทางการเงิน แบ่งเป็น 2 ส่วน ส่วนที่หนึ่ง แหล่งเงินกู้ภายนอกจากสถาบันการเงิน ส่วนที่สอง แหล่งเงินกู้ภายในจากการจัดตั้งบริษัทและดำเนินขายหุ้นให้แก่บุคคลทั่วไป
2. ต้นทุนของที่ดิน ลักษณะของที่ดิน ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญที่จะดำเนินโครงการได้แก่ ค่าที่ดิน ค่าพัฒนาที่ดิน ค่าภาษีและธรรมเนียมในการโอนที่ดิน

3. ต้นทุนค่าก่อสร้าง ลักษณะของต้นทุนนั้นต้องศึกษาลักษณะของงานก่อสร้างที่มีลักษณะที่แตกต่างกันและการเลือกผู้รับเหมา การออกแบบและการก่อสร้างเพื่อให้เสร็จตามแผนงานที่วางไว้ ได้แก่ ค่าวัสดุก่อสร้าง ค่ารับเหมาก่อสร้าง ค่าระบบไฟฟ้า ประปา ปรับอากาศ ระบบสุขาภิบาล และดับเพลิง เป็นต้น

4. ค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มโครงการ ในการเริ่มโครงการจะต้องตรวจสอบที่ดินว่ามีสิ่งที่จะต้องทำก่อนการก่อสร้างหรือไม่ เช่นการรื้อถอนสิ่งก่อสร้างเดิม การถมดินหรือการปรับสภาพ

5. ต้นทุนการกู้ยืม ซึ่งไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ ซึ่งสัดส่วนการกู้ยืมอาจจะต้องมีอยู่ประมาณ 60% ของแหล่งเงินทุนทั้งหมด ซึ่งจะแปรเปลี่ยนต้นทุนการกู้ยืมเป็นดอกเบี้ยจ่ายที่อยู่ความสามารถจ่ายชำระคืนเงินกู้ได้มากน้อยเพียงใด และบริหารทำให้เกิดประโยชน์สูงสุดอย่างไร

6. ค่าใช้จ่ายในการบริหารและขาย เป็นค่าใช้จ่ายที่ช่วยอำนวยความสะดวกหรือสนับสนุนการขาย หรือบริหารให้สามารถดำเนินการได้เร็วยิ่งขึ้น ได้แก่ เงินเดือน ค่าโฆษณาและส่งเสริมการขาย ค่าบริหารงานขายโครงการ ค่าใช้จ่ายดำเนินการงาน ค่าภาษีต่างๆ ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับอาคาร

โดยสรุปต้นทุนการพัฒนาโครงการ ประกอบด้วย

โครงการคอนโดมิเนียมตั้งอยู่บนที่ดินทั้งหมด 7 ไร่ หรือ 2,800 ตารางวา ซึ่งมีค่าต้นทุนในการพัฒนาโครงการนี้ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ต้นทุนของที่ดิน ตารางวาละ 80,000 บาท คิดเป็นเงิน	คิดเป็นเงิน	<u>224,000,000</u>	บาท
2. ต้นทุนก่อสร้างอาคาร			
2.1. ค่าถมที่ดินและปรับสภาพพื้นที่	คิดเป็นเงิน	4,480,000	บาท
2.2. ตัวอาคาร	คิดเป็นเงิน	513,612,000	บาท
2.3. สระว่ายน้ำ	คิดเป็นเงิน	3,150,000	บาท
2.4. ค่างานภูมิทัศน์	คิดเป็นเงิน	4,620,000	บาท
		<u>525,862,000</u>	บาท
3. ต้นทุนค่าออกแบบและควบคุมอาคาร	คิดเป็นเงิน	<u>31,551,720</u>	บาท
4. ค่าบริหารโครงการคิด1.5%ของยอดขาย	คิดเป็นเงิน	<u>21,101,076</u>	บาท
5. ค่าโฆษณาและการตลาด	คิดเป็นเงิน	<u>47,561,040</u>	บาท
6. ค่าภาษีต่างๆ	คิดเป็นเงิน	<u>75,557,136</u>	บาท
	รวมเป็นเงินทั้งหมด	<u>924,632,972</u>	บาท

สมมติอัตราคิดลด

จากข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนดอัตราดอกเบี้ย MLR (Minimum Loan Rate) เมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2552 ไว้ที่ 6.45% โดยโครงการนี้จะทำก่อสร้างในปีหน้า ซึ่งอัตราดอกเบี้ย MLR มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นค่อนข้างแน่นอนประมาณ และโครงการเป็นผู้ลงทุนรายใหม่และไม่เคยมีประวัติการกู้มาก่อน อัตราดอกเบี้ย MLR ดังกล่าวจะต้องบวกเพิ่มขึ้นประมาณ 0.5-1% ดังนั้นในการศึกษานี้จึงใช้ค่าอัตราดอกเบี้ย MLR ที่ 7.45%

ในการคำนวณหาต้นทุนเฉลี่ยของเงินทุน (WACC) นี้ใช้อัตราดอกเบี้ย 7.45% สัดส่วนการกู้เงิน 60% สัดส่วนเจ้าของ 40% และอัตราผลตอบแทนของเจ้าของ 15%

ดังนั้น ผู้จัดทำจะทำการศึกษาในกรณี Base Case

$$\begin{aligned} \text{สูตร WACC} &= K_d \times W_d \times (1 - t) + K_e \times W_e \\ \text{โดยที่ } W_d &= \text{สัดส่วนเงินกู้} \\ K_d &= \text{ต้นทุนของเงินกู้} \\ W_e &= \text{สัดส่วนเงินของเจ้าของหรือผู้ถือหุ้น} \\ K_e &= \text{อัตราผลตอบแทนของเจ้าของหรือผู้ถือหุ้น} \\ t &= \text{อัตราภาษี (30\%)} \\ \text{WACC} &= 60\% (7.45\%) (1-30\%) + 40\% (15\%) \\ &= 8.63\% \end{aligned}$$

ดังนั้นจะใช้ WACC = 9% เพื่อนำมาคำนวณหาอัตราผลตอบแทนของโครงการต่อไป

สมมติฐานรายรับของโครงการ

ในส่วนของการตั้งราคาขายห้องชุด การปรับเพิ่มราคาขายต่อตารางเมตรของห้องชุดและเงื่อนไขของการชำระเงิน อ้างอิงข้อมูลจากโครงการคอนโดมิเนียมพักอาศัยของบริษัท แอล พี เอ็น จำกัด (มหาชน) ที่ได้ประสบความสำเร็จอย่างสูง โดยข้อมูลต่างๆ นั้นจะมาทำการปรับให้เหมาะสมกับโครงการฯ โดยตั้งกำหนดราคาขายและเงื่อนไขการชำระเงิน ดังนี้

1. จำนวนยูนิตที่ขาย	939	ยูนิต
2. พื้นที่ขายรวม	38,970	ตร.ม.
3. ราคาขายต่อตร.ม. เริ่มที่ราคา	32,500	บาท/ตร.ม.

โดยมีรายละเอียดราคาขายดังนี้

1. ห้อง S Type พื้นที่ 30 ตรม. ราคา 975,000 บาท / ยูนิต
2. ห้อง M Type พื้นที่ 45 ตรม. ราคา 1,462,500 บาท / ยูนิต
3. ห้อง L Type พื้นที่ 60 ตรม. ราคา 1,950,000 บาท / ยูนิต

ตารางที่ 5 แสดงสมมุติฐานรายรับโครงการ (อาคาร A - 24 ชั้น)

ชั้นที่	ราคาขาย/ตรม.	พื้นที่	รายรับ
3	32,750	690	22,597,500
4	33,250	690	22,942,500
5	33,750	690	23,287,500
6	34,250	690	23,632,500
7	34,750	690	23,977,500
8	35,250	690	24,322,500
9	35,750	690	24,667,500
10	36,250	690	25,012,500
11	36,750	690	25,357,500
12	37,250	690	25,702,500
13	37,750	690	26,047,500
14	38,250	690	26,392,500
15	38,750	690	26,737,500
16	39,250	690	27,082,500
17	39,750	690	27,427,500
18	40,250	690	27,772,500
19	40,750	690	28,117,500
20	41,250	690	28,462,500
21	41,750	690	28,807,500
22	42,250	690	29,152,500
23	42,750	690	29,497,500
24	43,250	690	29,842,500
		15,180	576,840,000

ตารางที่ 6 แสดงสมมุติฐานรายรับโครงการ (อาคาร B - 24 ชั้น)

ชั้นที่	ราคาขาย/ตรม.	พื้นที่	รายรับ
		ที่จอดรถ	
2	32,500	390	12,675,000
3	33,000	390	12,870,000
4	33,500	390	13,065,000
5	34,000	390	13,260,000
6	34,500	390	13,455,000
7	35,000	390	13,650,000
8	35,500	390	13,845,000
9	36,000	390	14,040,000
10	36,500	390	14,235,000
11	37,000	390	14,430,000
12	37,500	390	14,625,000
13	38,000	390	14,820,000
14	38,500	390	15,015,000
15	39,000	390	15,210,000
16	39,500	390	15,405,000
17	40,000	390	15,600,000
18	40,500	390	15,795,000
19	41,000	390	15,990,000
20	41,500	390	16,185,000
21	42,000	390	16,380,000
22	42,500	390	16,575,000
23	43,000	390	16,770,000
24	43,500	390	16,965,000
		8,970	340,860,000

ตารางที่ 7 แสดงสมมุติฐานรายรับโครงการ (อาคาร C และ อาคาร D - 20 ชั้น)

ชั้นที่	ราคาขาย/ตรม.	พื้นที่	รายรับ
ที่จอดรถ			
2	33,500	780	26,130,000
3	34,000	780	26,520,000
4	34,500	780	26,910,000
5	35,000	780	27,300,000
6	35,500	780	27,690,000
7	36,000	780	28,080,000
8	36,500	780	28,470,000
9	37,000	780	28,860,000
10	37,500	780	29,250,000
11	38,000	780	29,640,000
12	38,500	780	30,030,000
13	39,000	780	30,420,000
14	39,500	780	30,810,000
15	40,000	780	31,200,000
16	40,500	780	31,590,000
17	41,000	780	31,980,000
18	41,500	780	32,370,000
19	42,000	780	32,760,000
20	42,500	780	33,150,000
		14,820	563,160,000

จากการพื้นที่ขายทั้งหมด 38,970 ตารางเมตร เป็นรายรับทั้งหมด 1,480,860,000 บาท จาก 939 ยูนิต คิดเฉลี่ยยูนิตละ 1,577,061 บาท หรือประมาณ 38,000 บาทต่อตารางเมตร

เงื่อนไขการชำระเงิน

1. เงินจอง 10,000 บาท/ยูนิต และวันทำสัญญาอีก 40,000 บาท ภายใน 15 วัน หลังจากวันจอง
2. เงินดาวน์ 15% (หักเงินจองและทำสัญญา) แบ่งชำระ 12 เดือน และส่วนที่เหลือ 85% ชำระในวันโอนกรรมสิทธิ์
3. ผู้ที่จองหลังจากโครงการสร้างเสร็จแล้วให้วางเงินจอง 10,000 บาท และวันทำสัญญา 40,000 ภายใน 7 วันหลังจากวันจอง ส่วนที่เหลือ ให้ชำระในวันโอนกรรมสิทธิ์ ภายใน 30 วันจากวันทำสัญญา
4. ค่าธรรมเนียมการโอนกรรมสิทธิ์ ร้อยละ 2 ของการประเมิน ผู้ขายและผู้ซื้อชำระฝ่ายละครึ่ง
5. ค่าบำรุงรักษาส่วนกลาง 20 บาท/ตารางเมตร/เดือน ชำระล่วงหน้า 1 ปี ณ วันโอนกรรมสิทธิ์
6. เงินกองทุนส่วนกลาง 200 บาท/ตารางเมตร (ชำระครั้งเดียว ณ วันโอนกรรมสิทธิ์)

โครงสร้างทางการเงิน สัดส่วนการลงทุนและการกู้ยืม

โครงการนี้มีมูลค่า ประมาณ 1,481 ล้านบาท คาดว่าต้องใช้เงินลงทุนประมาณ 925 ล้านบาท โดยเงินลงทุนดังกล่าวมาจากการลงทุนโดยผู้ถือหุ้น และจากการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงิน โดยกำหนดในสัดส่วนการกู้ 60:40 ของเงินลงทุน จากการวิเคราะห์พบว่าโครงการดังกล่าวต้องการวงเงินกู้ในสัดส่วนสูงต่อเงินลงทุนรวม แต่ผู้ลงทุนเป็นรายใหม่ในกลุ่มธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ จึงกำหนดสัดส่วนที่คาดว่าจะได้รับวงเงินกู้จากสถาบันการเงินตามสัดส่วนในอัตรา 60% หรือประมาณ 555 ล้านบาท การได้มาซึ่งแหล่งเงินทุนอีกส่วนได้มาจากการให้บุคคลภายนอกเข้ามาร่วมลงทุนหรือเป็นส่วนของผู้ถือหุ้นในอัตรา 40% หรือประมาณ 370 ล้านบาท โดยเงินทุนที่ได้รับจะทำการซื้อที่ดิน 224 ล้านบาท และค่าก่อสร้าง 526 ล้านบาท

การดำเนินการขอกู้

1. วงเงินกู้สถาบันการเงินเป็นผู้พิจารณาอัตราดอกเบี้ยที่เหมาะสม อัตราร้อยละ 6.45 (เฉลี่ยของธนาคารพาณิชย์จดทะเบียนในประเทศ)¹ หรือ MLR (MINIMUM LOAN RATE) อัตราดอกเบี้ยที่เรียกเก็บจากลูกค้าชั้นดีประเภทเงินกู้แบบมีระยะเวลา
2. ค่าธรรมเนียมเรียกเก็บ ดังนี้
 - 2.1. ค่าธรรมเนียมการกู้ คิดค่าธรรมเนียม 2,500 บาท
 - 2.2. ค่าธรรมเนียมในการทำนิติกรรมสัญญาและจดทะเบียนสิทธิหลักประกันร้อยละ 0.05 ของวงเงิน บวกด้วยภาษีมูลค่าเพิ่มร้อยละ 7.00 โดยเรียกเก็บไม่เกินรวม 3,210 บาท
 - 2.3. ค่าธรรมเนียมประเมินราคาหลักประกันร้อยละ 0.25 ของวงเงิน บวกด้วยภาษีมูลค่าเพิ่มร้อยละ 7.00 โดยเรียกเก็บไม่เกินรวม 10,700 บาท
 - 2.4. อัตราดอกเบี้ยที่คิดกับลูกค้าที่ปฏิบัติผิดเงื่อนไขให้คิดตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ซึ่งปัจจุบันอยู่ประมาณ 21 % ต่อปี² (เฉลี่ยของธนาคารพาณิชย์จดทะเบียนในประเทศ)

แผนการขายห้องชุดและคืนเงินกู้ธนาคาร

จากการสำรวจโครงการคอนโดมิเนียมสำคัญๆ ซึ่งอยู่ในบริเวณใกล้เคียง เพื่อค้นหาข้อมูลของอัตราการขายห้องชุดต่อเดือน โดยโครงการแอล พี เอ็น รัตนาธิเบศร์ เสนอขายห้องชุดใน

¹ ธนาคารแห่งประเทศไทย, อัตราดอกเบี้ยประจำวันของธนาคารพาณิชย์ [ออนไลน์], เข้าถึงเมื่อ 1 ธันวาคม 2552. เข้าถึงได้จาก www.bot.or.th/Thai/Pages/BOTDefault.aspx

² เรื่องเดียวกัน.

ระดับราคา 1-1.5 ล้านบาท มียอดขายห้องชุดเฉลี่ยประมาณ 10% ต่อเดือน โครงการ The Fifth Avenue ขายได้ประมาณเดือนละ 6% ต่อเดือน ในระดับ 1.5-3.3 ล้านบาท ขณะที่โครงการซีทีโฮม รัตนาธิเบศร์ เสนอยอดขายห้องชุดในระดับราคา 1.5-2.5 ล้านบาท มียอดขายประมาณเดือนละ 8% ต่อเดือน โดยในโครงการนี้มีทำเลและมีผลิตภัณฑ์ใกล้เคียงกับโครงการซีทีโฮม รัตนาธิเบศร์ และโครงการ The Fifth Avenue มีระดับราคา 1-2.5 ล้านบาท ซึ่งอยู่ในระดับเดียวกันกับโครงการ แอลพี เอ็น รัตนาธิเบศร์ และโครงการซีทีโฮม รัตนาธิเบศร์ โดยเฉลี่ยมีอัตราการขายขั้นต่ำต่อเดือนที่อยู่ในช่วง 6-10% แต่เนื่องจากผู้พัฒนาเป็นผู้ลงทุนใหม่ จึงใช้อัตราการขายห้องชุดที่ 6% ต่อเดือน(กรณี Base Case)

ในส่วนของการเปิดให้ลูกค้าจองห้องได้หลังจากที่ได้ทำการตลาดซึ่งจะมีการประชาสัมพันธ์ในช่วงแรกก่อนที่จะเริ่มการก่อสร้างโครงการ โดยคาดการณ์ว่าจะสามารถขายห้องชุดโดยเฉลี่ยเดือนละ 54 ห้องหรือคิดเป็น 6% ของห้องพักทั้งหมด และขายหมดภายในระยะเวลา 17 เดือน นับตั้งแต่เริ่มจอง (ตามสถานะ Base Case)

ในส่วนของการชำระเงินกู้ให้กับสถาบันการเงินนั้น เมื่อโครงการฯ ได้รับเงินจอง เงินทำสัญญา และเงินดาวน์จากลูกค้า จะนำรายได้จำนวนหนึ่งมาชำระดอกเบี้ยให้กับสถาบันการเงิน นับตั้งแต่ได้เริ่มการเบิกรุ่นจนกระทั่งคืนเงินต้นจนหมด และเมื่ออาคารก่อสร้างแล้วเสร็จซึ่งใช้เวลาประมาณ 1.5 ปี จะสามารถโอนห้องชุดให้กับลูกค้าได้ตั้งแต่เดือนที่ 25

การวิเคราะห์ Scenario Analysis

นอกจากจะวิเคราะห์ความเสี่ยงโดยใช้วิธี Sensitivity Analysis ซึ่งเป็นการศึกษาผลกระทบต่อโครงการ เมื่อปัจจัยหนึ่งๆ มีการเปลี่ยนแปลงไปขณะที่ตัวแปรอื่นๆคงที่ ยังจำเป็นที่จะต้องวิเคราะห์ Scenario Analysis เพื่อวิเคราะห์ความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้น เมื่อตัวแปรหลายตัวเกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นในเวลาเดียวกัน ซึ่งการวิเคราะห์แบ่งออกเป็น 3 กรณีด้วยกัน คือ Base Case, Best Case และ Worst Case ซึ่งในการศึกษานี้ได้สมมติฐานแต่ละกรณีดังต่อไปนี้

1. Base Case

ตั้งสมมติฐานว่า ตลาดคอนโดมิเนียมระดับกลางยังคงได้รับความนิยมเหมือนกับภาวะตลาดปัจจุบัน โดยสมมติให้ขายห้องชุดไว้ที่ระดับ 95% คิดเป็นห้องชุด 892 ห้อง โดยขายได้ประมาณ 54ห้องต่อเดือน ใช้ระยะเวลาทั้งหมด 17 เดือน

2. Best Case

ตั้งสมมติฐานว่า มีความต้องการสูงในคอนโดมิเนียมระดับกลาง รวมทั้งไม่คู่แข่งชั้นมากนักในตลาด รวมทั้งภาวะเศรษฐกิจที่ดีขึ้น ทำให้ยอดขายห้องชุดขายได้ทั้งหมด 100% ขายได้ประมาณ 94 ห้องต่อเดือน ใช้ระยะเวลาทั้งหมด 10 เดือน และอัตราดอกเบี้ยเงินกู้จากสถาบันการเงินสามารถต่อรองบวกจาก MLR เพียง 1% ทำให้อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ลดลงเหลือ 6.45%

3. Worst Case

ตั้งสมมติฐานว่า มีการแข่งขันสูงในตลาดคอนโดมิเนียมระดับกลาง รวมทั้งภาวะเศรษฐกิจที่ส่งผลให้อัตราดอกเบี้ยและค่าวัสดุก่อสร้างสูงขึ้น รวมทั้งยอดขายไม่สามารถขายได้ทั้งหมด โดยสมมติว่าขายห้องชุดไว้ที่ระดับ 90% คิดเป็นห้องชุด 845 ห้อง โดยขายได้ประมาณ 42 ห้องต่อเดือน ใช้ระยะเวลาทั้งหมด 20 เดือน โดยอัตราดอกเบี้ยเงินกู้จากสถาบันการเงินเพิ่มขึ้นเป็น 8.95% (จาก MLR =7.45% และค่าวัสดุก่อสร้างเพิ่มขึ้นอีก 10%)

ตารางที่ 8 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ Scenario Analysis

	Best Case	Base Case	Worst Case
จำนวนหน่วยที่ขายได้	100%	95%	90%
ต้นทุนค่าก่อสร้าง	-	-	+10%
อัตราดอกเบี้ย	6.45%	7.45%	8.95%
NPV	207,756,743	166,869,356	120,906,001
IRR	22.78%	19.99%	16.86%

ผลการวิเคราะห์ Scenario Analysis

จากผลการวิเคราะห์จะเห็นได้ว่าการพัฒนาโครงการ ถ้าสถานการณ์เป็นไปตาม Best Case และ Base Case ที่มีต้นทุนค่าก่อสร้างเท่ากัน แตกต่างกันตรงที่จำนวนห้องชุดที่ขายได้ในโครงการและอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ โดยอัตราผลตอบแทนของ Best Case ได้ค่า NPV เท่ากับ 207,756,743 บาท และ IRR เท่ากับ 22.78% และในกรณี Base Case ได้ค่า NPV เท่ากับ 166,869,356 บาท และค่า IRR เท่ากับ 19.99% ซึ่งทั้งสองกรณีได้ IRR มากกว่าอัตราผลตอบแทนในส่วนของเจ้าของโครงการ (15%) และ NPV เป็นบวก ดังนั้นถ้าสถานการณ์เป็นตามนี้ โครงการนี้สมควรลงทุนเป็นอย่างยิ่ง

ในขณะที่กรณี Worst Case นั้น มีปัจจัยลบหลายตัวด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นอัตราดอกเบี้ยที่เพิ่มขึ้นอีก 1.5% ต้นทุนค่าก่อสร้างเพิ่มขึ้น 10% และจำนวนห้องชุดที่ขายได้เพียง 845 ห้อง หรือคิดเป็น 90% แต่อัตราผลตอบแทนของโครงการถือว่าเป็นที่น่าพอใจ ซึ่งได้ค่า NPV เท่ากับ 120,906,001 บาท และ NPV เป็นบวก โดยค่า IRR เท่ากับ 16.86% ซึ่งมากกว่าอัตราผลตอบแทนในส่วนของเจ้าของที่ต้องการ (15%) เล็กน้อย ซึ่งถ้าสถานการณ์เป็นตามนี้ โครงการนี้สมควรลงทุน แต่จะต้องพิจารณาสถานการณ์ต่างๆ ณ เวลาที่จะเริ่มลงทุนในปี 2553 มาทบทวนอีกครั้งเพื่อพิจารณาแนวโน้มปัจจัยต่างๆ อีกครั้งว่าจะมีแนวโน้มเป็นไปตามสถานการณ์ใด

การวิเคราะห์ Sensitivity Analysis

Sensitivity Analysis เป็นการวิเคราะห์ทางการเงิน เพื่อวิเคราะห์ความเสี่ยง โดยการสังเกตการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เมื่อปัจจัยหนึ่งๆ เปลี่ยนแปลงทีละขั้นอย่าง เป็นระบบ ขณะที่ปัจจัยตัวอื่นๆ คงที่ โดยในการศึกษานี้จะปรับเปลี่ยนปัจจัยทางด้านราคาขายต่อ ตารางเมตร ต้นทุนการก่อสร้าง และอัตราดอกเบี้ย ซึ่งได้ผลสรุปการวิเคราะห์ดังตารางข้างล่างนี้

ตารางที่ 9 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ Sensitivity Analysis

ตัวแปร	NPV (บาท)	IRR
ราคาขายต่อตร.ม. (ราคาเฉลี่ย 38,000 บาท/ตร.ม.)		
-10% ราคาขาย 34,200 บาท/ตร.ม.	88,794,483	14.90%
-15% ราคาขาย 32,300 บาท/ตร.ม.	49,648,667	12.32%
ต้นทุนค่าก่อสร้าง (เมื่อปรับ Base Case)		
+5%	146,541,994	18.38%
+10%	126,214,633	16.85%
+15%	105,887,271	15.41%
อัตราดอกเบี้ย		
8.45%	168,681,594	20.13%
9.45%	170,493,831	20.26%
10.45%	172,306,068	20.40%

ผลการวิเคราะห์ Sensitivity Analysis

เมื่อปรับเปลี่ยนตัวแปรราคาขายต่อตารางเมตรลดลง 10% และ 15% ส่งผลให้ค่า NPV จากเดิม (Base Case) 166,869,356 บาท ลดลงเหลือเพียง 88,794,483 บาท และ 49,648,667 บาท ตามลำดับ ถ้าในอนาคตมีคู่แข่งมากขึ้นหรือกำลังซื้อของผู้บริโภคลดลง โครงการนี้สามารถที่จะลดราคาขายลงได้ประมาณ 10% มีค่า IRR 14.90% ถึงแม้ว่าจะต่ำกว่าอัตราผลตอบแทนในส่วนของผู้ถือหุ้น (15%) แต่ถือว่ายังอยู่ในเกณฑ์ที่สามารถยอมรับได้

1. ในส่วนของตัวแปรต้นทุนค่าก่อสร้างที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จากปัจจัยน้ำมันที่ปรับตัวสูงขึ้น ภาวะเงินเฟ้อ โดยเมื่อตัวแปรเหล่านี้ปรับตัวเพิ่มขึ้นอีก 5-15% อัตราผลตอบแทนของโครงการในส่วนของ NPV มากกว่า 0 และ IRR ก็ยังมากกว่า 15% ดังนั้นแม้ว่าในอนาคตค่าก่อสร้างจะปรับเพิ่มขึ้นอีก 15% โครงการนี้ยังสามารถให้ผลตอบแทนตามที่ต้องการได้

2. ในส่วนของอัตราดอกเบี้ยที่ได้ปรับเพิ่มขึ้นเป็น 8.45%, 9.45% และ 10.45% เมื่อมีการปรับเพิ่มทุก 1% จะทำให้ค่า NPV ลดลงประมาณ 2 ล้านบาท ดังนั้นถึงแม้ว่าอัตราดอกเบี้ยจะมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น ก็ไม่ส่งผลกระทบต่อผลตอบแทนของโครงการจากภาวะปัจจุบันเท่าใดนัก

บทที่ 6

การบริหารงานก่อสร้างและการบริหารจัดการโครงการ

การบริหารงานก่อสร้าง

การบริหารโครงการ คือ วิธีการหรือเทคนิคที่จะทำให้โครงการประสบความสำเร็จตามที่มุ่งหมายไว้ โดยจะต้องมีการวางแผน การจัดองค์กร การประมาณการ และการควบคุม ทั้งนี้เพื่อให้โครงการเสร็จทันเวลาภายในวงเงินที่ได้รับ และได้ผลตามลักษณะโครงการนั้นๆ

แผนงานก่อสร้างจะต้องวางแผนงานไว้เพื่อให้งานก่อสร้างทั้งหมดสำเร็จภายในเวลาที่กำหนด โดยจะใช้หลักการวิถีวิฤต (CPM-Critical Path Method) ซึ่งเป็นการจัดลำดับของกิจกรรมของโครงการว่าสิ่งใดควรทำก่อน หรือหลัง โดยกระทำอย่างเป็นระบบ ซึ่งผลที่ได้จะทำให้ทราบถึงระยะเวลาที่ต้องใช้ ซึ่งจะต้องมีการควบคุมระยะเวลาการก่อสร้างในขั้นตอนย่อยๆ ให้เป็นไปตามระยะเวลาในแผนงานมากที่สุด และแผนงานก่อสร้างนี้ยังช่วยให้การควบคุมงานก่อสร้างเป็นไปได้โดยง่ายไม่เกิดความสับสน และไม่เกิดการซ้อนทับกันของงานย่อยในแต่ละอย่างซึ่งจะทำให้งานก่อสร้างติดขัดขาดประสิทธิภาพ ซึ่งมีผลให้งานล่าช้า และมีผลเสียโดยรวมต่อโครงการ

1. ขั้นตอนการบริหารงานก่อสร้าง

เป็นขั้นตอนในการพัฒนาโครงการ หลังจากพบว่ามีความเป็นไปได้ก็จะทำโครงการสามารถแบ่งออกเป็น 3 ช่วงคือ

ช่วงที่ 1 : ช่วงก่อนการก่อสร้าง (Pre-Construction Stage) ประกอบด้วย

1. การกำหนดรูปแบบและลักษณะองค์กรในการบริหารจัดการ (Organization Structure)
2. การกำหนดรูปแบบและลักษณะสัญญาในการบริหารจัดการ (Contract Structure)
3. การดำเนินการออกแบบรายละเอียด (Design Development)
4. การดำเนินการจัดจ้างผู้รับเหมา (Contract Procurement)
5. การดำเนินการด้านภาษีอากร (Tax Planning)

ช่วงที่ 2 : ช่วงการก่อสร้าง (Construction Stage) ประกอบด้วย

1. การวางแผนและกำหนดเวลางานก่อสร้าง (Construction Planning & Scheduling)
2. การควบคุมงานก่อสร้าง (Construction Management)

ช่วงที่ 3 : ช่วงสิ้นสุดการก่อสร้าง (Construction Close-Out Stage) ประกอบด้วย

1. การขอใบรับรองการก่อสร้างอาคาร (Building Permit)
2. การขอเลขที่ประจำบ้าน (Building Registration)
3. การขอเชื่อมต่อกับสาธารณูปโภค (Utility Connection)
4. การจัดเตรียมและฝึกอบรมพนักงานประจำอาคาร (Operation Staff Recruitment & Training)
5. การรับมอบงานก่อสร้าง (Construction Handover)
6. การเปิดตัวโครงการ (Grand Opening)
7. การขอจดทะเบียนอาคารชุด (Condominium Registration)
8. การขอจดทะเบียนนิติบุคคลอาคารชุด (Condominium Juristic Person Registration)

ช่วงที่ 1 : ช่วงก่อนการก่อสร้าง (Pre-Construction Stage) ประกอบด้วย

1. การกำหนดรูปแบบและลักษณะองค์กรในการบริหารจัดการโครงการ

โครงการมีนโยบายในการบริหารจัดการโครงการในลักษณะ Outsourcing คือว่าจ้างผู้จัดการแผนกต่างๆ ที่มีประสบการณ์และทีมงานบริหารโครงการจำนวนเล็กน้อย เป็นพนักงานประจำของบริษัท เพื่อทำหน้าที่กำกับดูแลบริษัทผู้ชำนาญการด้านต่างๆ ประสานงานกับหน่วยงานด้านการตลาด ด้านการขาย เพื่อพัฒนาโครงการให้เป็นที่ไปตามผลการศึกษาคือความเป็นไปได้ โดยแต่ละองค์กรจะมีรายละเอียดและบทบาทหน้าที่ในการบริหารจัดการโครงการ ดังนี้

ทีมตัวแทนเจ้าของโครงการ (Employer's Representative, ER)

1. กำหนดความต้องการของบริษัทและโครงการ
2. ติดต่อเพื่อการขออนุญาตและขออนุมัติจากหน่วยงานราชการ
3. กำหนดแผนงานหลัก และงบประมาณของโครงการ
4. กำหนดระดับการเกี่ยวข้องในการบริหารจัดการโครงการ
5. คัดเลือกบริษัทที่ปรึกษาบริหารโครงการ บริษัทที่ปรึกษาภายนอกแบบ บริษัทควบคุมงานก่อสร้าง และบริษัทผู้รับเหมา
6. อนุมัติจ่ายเงินผลงานของบริษัทที่ปรึกษาบริหารโครงการ บริษัทที่ปรึกษาภายนอกแบบ บริษัทควบคุมงานก่อสร้าง และบริษัทผู้รับเหมา
7. จัดเตรียมเอกสารเพื่อการขอเบิกเงินกู้เพื่อการก่อสร้าง จากสถาบันการเงินที่ปล่อยกู้

บริษัทที่ปรึกษาบริหารโครงการ (Project Management Consultant, PMC)

1. จัดให้มีกระบวนการคัดเลือกบริษัทที่ปรึกษางานออกแบบ และบริษัทควบคุมงานก่อสร้าง
2. ให้คำปรึกษาแนะนำเจ้าของโครงการในการคัดเลือกบริษัทที่ปรึกษางานออกแบบ และบริษัทควบคุมงานก่อสร้าง
3. กำกับการทำงานของบริษัทที่ปรึกษางานออกแบบ และบริษัทควบคุมงานก่อสร้าง
4. ให้คำปรึกษาแก่บริษัทที่ปรึกษางานออกแบบ และบริษัทควบคุมงานก่อสร้างฐานะที่ปรึกษาของเจ้าของโครงการ
5. ทำการประมาณราคางานก่อสร้างอย่างละเอียด โดยวิธีการสำรวจปริมาณ เพื่อให้เป็นราคากลางในการประเมินการประมูลของบริษัทผู้รับเหมา
6. ให้คำปรึกษาในเพื่อการขออนุญาตและขออนุมัติจากหน่วยงานราชการ
7. จัดเตรียมและรวบรวมเอกสารประกวดราคาและเอกสารประกอบสัญญาก่อสร้าง
8. ทำการคัดเลือกบริษัทผู้รับเหมาขั้นแรก
9. จัดให้มีกระบวนการประกวดราคา ต่อรอราคา และเซ็นสัญญาก่อสร้าง
10. ตรวจสอบการเบิกเงินผลงานของบริษัทผู้รับเหมา
11. ให้คำปรึกษาแก่เจ้าของโครงการในการอนุมัติจ่ายเงินผลงานของบริษัทผู้รับเหมา
12. เป็นผู้ประสานงานของทุกฝ่าย

บริษัทที่ปรึกษางานออกแบบ (Design Consultant, DC) (ประกอบด้วย สถาปนิก ภูมิสถาปนิก วิศวกรด้านต่าง ๆ)

1. รับผิดชอบในการคำนวณออกแบบ จัดทำแบบและข้อกำหนดประกอบแบบ ให้ตรงตามความต้องการของเจ้าของโครงการ และข้อกำหนดของทางราชการ
2. ทำการประมาณราคางานก่อสร้างเบื้องต้น โดยวิธีการเปรียบเทียบค่าก่อสร้างกับตลาด ตรวจสอบงานก่อสร้างเป็นครั้งคราว ตามแต่ตกลง
3. ตรวจสอบพิจารณาอนุมัติวัสดุอุปกรณ์หลักที่เสนอจากบริษัทผู้รับเหมา ผ่านทาง PMC
4. ให้คำปรึกษาแก่ PMC เมื่อมีปัญหาเกี่ยวกับงานออกแบบ

บริษัทควบคุมการก่อสร้าง (Construction Supervision Consultant, CSC)

1. ควบคุมบริษัทผู้รับเหมาให้ก่อสร้างและติดตั้งงาน ให้เป็นไปตามแบบ , ข้อกำหนดประกอบแบบ, มาตรฐานตามหลักวิชาชีพและเงื่อนไขอื่น ๆ ตามสัญญา ภายในระยะเวลาและมูลค่างานที่ได้ทำสัญญาไว้

2. ป้องกันความวิบัติทางการเงิน ชีวิต และทรัพย์สิน อันอาจเกิดจากความผิดพลาดในการก่อสร้าง

3. ให้คำปรึกษาแก่บริษัทผู้รับเหมา ในฐานะ CSC ของเจ้าของโครงการ
4. ตรวจสอบอนุมัติเบื้องต้นเกี่ยวกับการเบิกเงินผลงานของบริษัทผู้รับเหมา
5. ให้คำปรึกษาแก่ PMC ในการตรวจทานการเบิกเงินผลงานของบริษัทผู้รับเหมา
บริษัทผู้รับเหมา (Contractor)

1. รับผิดชอบก่อสร้างและติดตั้งงานให้เป็นไปตามแบบ, ข้อกำหนดประกอบแบบ, มาตรฐานตามหลักวิชาชีพและเงื่อนไขอื่น ๆ ตามสัญญา ภายในระยะเวลาและมูลค่างานที่ได้ทำสัญญาไว้

2. รับผิดชอบในการติดต่อขออนุญาตกับหน่วยงานราชการต่างๆ ในการที่จะทำให้สามารถเปิดใช้อาคารได้ตามความประสงค์ของเจ้าของโครงการ

2. การกำหนดรูปแบบและลักษณะสัญญาในการบริหารจัดการโครงการ

โครงการใช้สัญญาแบบการบริหารจัดการโครงการ ในลักษณะออกแบบประมูลก่อสร้าง (Design-Bid-Build, D-B-B) สัญญาลักษณะนี้แบ่งการทำงานออกเป็น 3 ขั้นตอน ตามชื่อ และมีลักษณะย่อยของสัญญาที่บริษัทเจ้าของโครงการทำกับคู่สัญญาอื่นๆ ดังนี้

2.1. สัญญาที่บริษัททำกับบริษัทที่ปรึกษาบริหารโครงการ บริษัทที่ปรึกษางานออกแบบ และบริษัทควบคุมงานก่อสร้างจะใช้สัญญาประเภทต่อราคาบนพื้นฐานการคิดค่าธรรมเนียมในตลาด หรือของสมาคมวิชาชีพต่างๆ

2.2. สัญญาที่บริษัททำกับผู้รับเหมาก่อสร้าง จะใช้สัญญาประเภทเหมาจ่าย ราคาก่อสร้างจะถูกกำหนดตายตัว รายละเอียดที่ปรากฏใบแสดงรายละเอียดปริมาณงานและราคาค่าวัสดุและค่าจ้างแรงงาน (Bill of Quantity) มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพิจารณาตรวจสอบปริมาณวัสดุและราคาที่เสนอเท่านั้นงานที่ผู้รับเหมาต้องจัดหาและติดตั้ง จะยึดถือตามแบบและรายการประกอบแบบเป็นสำคัญ

3. การดำเนินการออกแบบรายละเอียด

แบ่งงานออกแบบออกเป็น 5 สัญญา เรียงลำดับความสำคัญในการทำสัญญาจากก่อนไปหลัง ดังนี้

สัญญาที่ 1 : งานสถาปัตยกรรม

สัญญาที่ 2 : งานโครงสร้าง ถนนและงานโยธาภายนอกอาคาร

สัญญาที่ 3 : งานระบบประกอบอาคาร (งานระบบไฟฟ้าและสื่อสาร ระบบสุขาภิบาล และป้องกันอัคคีภัย งานระบบปรับอากาศและระบายอากาศ)

สัญญาที่ 4 : งานสถาปัตยกรรมตกแต่ง

สัญญาที่ 5 : งานภูมิสถาปัตยกรรม

ซึ่งการออกแบบรายละเอียดนี้จะต้องทำการจัดการคัดเลือกบริษัทผู้ออกแบบ ซึ่งในการคัดเลือกนี้มีขั้นตอนการดำเนินการคัดเลือกบริษัทผู้ออกแบบดังต่อไปนี้

ขั้นที่ 1 ตรวจสอบคุณสมบัติของบริษัทที่ปรึกษางานออกแบบ (Pre-Qualification of Design Consultants) เพื่อคัดเลือกบริษัทที่ปรึกษางานออกแบบที่มีศักยภาพในการออกแบบโครงการ มีหัวข้อพิจารณา ดังนี้

1. ชื่อเสียง โดยพิจารณาจากผลงานในอดีต ว่าทำงานมีคุณภาพอย่างไร เคยเกิดปัญหาข้อขัดแย้งกับเจ้าของโครงการหรือไม่ มีการเรียกร้องค่าใช้จ่ายหรือเพิ่มระยะเวลาในการทำงานหรือไม่ เคยทิ้งงานหรือไม่
2. ประสบการณ์ โดยพิจารณาว่าเคยทำงานที่มีลักษณะเดียวกับโครงการหรือไม่
3. บุคลากรหลัก โดยพิจารณาประสบการณ์และความรู้ความสามารถของบุคลากรหลักว่ามีประสบการณ์การทำงานมากน้อยเพียงใด โดยเฉพาะงานที่มีลักษณะเดียวกับโครงการ ระยะเวลาที่ร่วมงานในบริษัทที่ปรึกษางานออกแบบ
4. ปริมาณงาน โดยพิจารณาจากปริมาณที่อยู่ในมือบริษัทที่ปรึกษางานออกแบบ ในปัจจุบัน เพราะจะมีผลต่อความสนใจและคุณภาพของงานออกแบบ

ขั้นที่ 2 คัดเลือกผู้มีสิทธิเข้าร่วมประกวดแบบ (Selection of Design Consultants) พิจารณาคุณสมบัติต่างๆ ที่ระบุให้ผู้สนใจเข้าร่วมประกวดแบบ ทำการกรอกเอกสารตามแบบฟอร์ม และหัวข้อที่กำหนดให้

ขั้นที่ 3 เชิญเข้าร่วมประกวดแบบ (Invitation for Design) เป็นการแจ้งบริษัทที่ปรึกษางานออกแบบ ที่ผ่านการพิจารณาคุณสมบัติขั้นต้นเข้าร่วมการประกวดแบบ ภายใต้เงื่อนไขที่ระบุไว้ในผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการตลาดของโครงการ

ขั้นที่ 4 การยื่นเอกสารประกวดราคา (Design Submittal) ผู้เข้าประกวดแบบจะต้องจัดส่งเอกสารประกวดแบบ พร้อมนำเสนอแนวคิดในการออกแบบ ณ สำนักงานเจ้าของโครงการ ในวันเวลานัดหมาย

ขั้นที่ 5 ตรวจสอบและประเมินการประกวดราคา (Design Evaluation) เป็นการตรวจสอบเอกสารการประกวดแบบของผู้เข้าประกวดแบบทั้งหมดว่าถูกต้องตามเงื่อนไขที่ระบุไว้หรือไม่

ขั้นที่ 6 ลงนามมอบหมายสัญญา (Award of Contract) ในการทำโครงการจะต้องมีการอนุญาตและขออนุมัติจากหน่วยงานราชการ (Permit & Application) ซึ่งในการขออนุญาตสามารถแบ่งเป็น 2 ส่วนหลักๆ คือ

ส่วนที่ 1 การขอรับใบอนุญาตก่อสร้างอาคาร (ตามพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522, 2535 และ 2543 ซึ่งโครงการเป็นอาคารที่มีความสูงเกิน 5 ชั้น หรือสูงเกิน 20 เมตร การยื่นเอกสารขออนุญาตปลูกสร้างไม่สามารถทำที่สำนักงานเขตบางกะปิ ต้องยื่นที่กองควบคุมอาคาร สำนักการโยธา กทม.2 (ดินแดง) โดยเอกสารี่ต้องยื่นขออนุญาตปลูกสร้าง

ส่วนที่ 2 การจัดทำรายงานการวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม (ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535) โครงการเป็นอาคารชุด ที่มีจำนวนห้องชุด 504 ห้อง จึงเข้าข่ายตามประกาศกระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม เรื่องกำหนดประเภทและขนาดโครงการ หรือกิจกรรมของส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจหรือเอกชนที่ต้องจัดทำรายงานการวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2535) ที่กำหนดให้อาคารชุดพักอาศัย ที่มีจำนวนห้องตั้งแต่ 80 ห้องชุดขึ้นไป ต้องจัดทำรายงานวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม

4. การดำเนินการจัดจ้างผู้รับเหมา

4.1. การแบ่งขอบเขตสัญญาก่อสร้าง

แบ่งงานก่อสร้างออกเป็น 5 สัญญา เรียงลำดับความสำคัญในการทำสัญญา จากก่อนไปหลังดังต่อไปนี้

สัญญาที่ 1 : งานสถาปัตยกรรม งานโครงสร้าง งานถนนและงานโยธาภายนอกอาคาร

สัญญาที่ 2 : งานระบบประกอบอาคาร (งานระบบไฟฟ้าและสื่อสาร งานระบบสุขาภิบาลและป้องกันอัคคีภัย งานระบบปรับอากาศและระบายอากาศ)

สัญญาที่ 3 : งานระบบลิฟต์โดยสารและลิฟต์ดับเพลิง

สัญญาที่ 4 : งานสถาปัตยกรรมตกแต่ง

สัญญาที่ 5 : งานภูมิสถาปัตยกรรม

โดยบริษัทผู้รับเหมาที่เข้าประกวดราคาตามสัญญาที่ 1 จะต้องเป็นผู้ประสานงานหลักในการทำงานของทุกสัญญา ทั้งนี้เพื่อความเรียบร้อยของงานก่อสร้างทั้งหมด

4.2. ขั้นตอนการดำเนินคัดเลือกบริษัทผู้รับเหมา

ใช้วิธีการประกวดราคา โดยจำกัดผู้เข้าร่วมประมูล ให้ได้ผู้รับเหมาที่มีศักยภาพเหมาะสมกับโครงการ มีขั้นตอนในการคัดเลือกบริษัทผู้รับเหมาแต่ละสัญญาเหมือนกัน ดังนี้

4.2.1. ประกาศประกวดราคา เป็นการแจ้งให้ผู้ที่สนใจที่จะทำการก่อสร้างทราบว่ามีการประกวดแข่งขัน

4.2.2. ตรวจสอบคุณสมบัติของผู้เข้าร่วมประมูล เพื่อคัดเลือกบริษัทผู้รับเหมาที่มีศักยภาพในการทำงานก่อสร้างโครงการ มีหัวข้อในพิจารณา ดังนี้

4.2.2.1. ชื่อเสียง โดยพิจารณาจากผลงานในอดีต ว่าทำงานมีคุณภาพอย่างไร เคยเกิดปัญหาข้อขัดแย้งกับเจ้าของโครงการหรือไม่มีการเรียกร้องค่าใช้จ่ายหรือเพิ่มระยะเวลาในการทำงานหรือไม่เคยทิ้งงานหรือไม่

4.2.2.2. ขนาดของบริษัท โดยพิจารณาจากทุนจดทะเบียน

4.2.2.3. ประสบการณ์ โดยพิจารณาว่าเคยทำงานที่มีลักษณะเดียวกับโครงการที่จะเข้าประมูลหรือไม่

4.2.2.4. บุคลากรหลัก โดยพิจารณาประสบการณ์และความรู้ความสามารถของบุคลากรหลักว่ามีประสบการณ์การทำงานมากน้อยเพียงใด โดยเฉพาะงานที่มีลักษณะเดียวกับโครงการที่จะเข้าประมูล ระยะเวลาที่ร่วมงานในบริษัทผู้รับเหมา

4.2.2.5. ฐานะทางการเงิน โดยพิจารณาจากงบดุล งบกำไรขาดทุน งบกระแสเงินสด อัตราส่วนทางการเงิน

4.2.2.6. ปริมาณงาน โดยพิจารณาจากปริมาณที่อยู่ในมือบริษัทผู้รับเหมาในปัจจุบัน เพราะจะมีผลต่อความสนใจในการเข้าร่วมประมูล หรือการตัดราคาเพื่อแย่งรับงาน

4.2.3. คัดเลือกผู้มีสิทธิเข้าร่วมประมูล พิจารณาคุณสมบัติต่างๆ ที่ระบุให้ผู้สนใจเข้าร่วมประมูล ทำการกรอกเอกสารตามแบบฟอร์มและหัวข้อที่กำหนดให้

4.2.4. เชิญเข้าร่วมประมูล เป็นการแจ้งให้บริษัทผู้รับเหมาที่ผ่านการพิจารณาคุณสมบัติขั้นต้นเข้าร่วมการประมูล โดย PMC จะส่งหนังสือเชิญการเข้าร่วมประมูลถึงบริษัทผู้รับเหมาที่ผ่าน PQ ให้มาทำการซื้อเอกสารแจ้งความประกวดราคา ณ สำนักงานเจ้าของโครงการในวันเวลาที่กำหนดไว้ โดยบริษัทผู้รับเหมาที่มาซื้อเอกสารจะต้องนำเช็คของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย สั่งจ่ายเงินในนามเจ้าของโครงการ ตามจำนวนเงินและวันที่ที่ระบุในเอกสารแจ้งความประกวดราคาของงานแต่ละสัญญา มามอบเป็นมัดจำแก่เจ้าของโครงการซึ่งเช็คมัดจำนี้จะได้รับคืนเมื่อบริษัทผู้รับเหมาที่เข้าร่วมประกวดราคา นำเอกสารแจ้งความประกวดราคาทั้งหมดที่อยู่ในสภาพครบถ้วนและสมบูรณ์มาคืนแก่เจ้าของโครงการ หลังสิ้นสุดกระบวนการคัดเลือกบริษัทผู้รับเหมา

5. การดำเนินการด้านภาษีอากร

ในส่วนของภาษีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับโครงการ จะมีทั้งหมด 9 ประเภท ดังนี้

- 5.1. อากรแสดมปี
- 5.2. ค่าธรรมเนียม
- 5.3. ภาษีเงินได้นิติบุคคล ตามแบบ ภ.ง.ด. 50,51
- 5.4. ภาษีเงินได้หักภาษี ณ ที่จ่าย
- 5.5. ภาษีมูลค่าเพิ่ม (มี/ไม่มีแล้วแต่จะมีของแถมหรือไม่)
- 5.6. ภาษีธุรกิจเฉพาะ (รวมภาษีบำรุงท้องที่)
- 5.7. ภาษีโรงเรือนและที่ดิน
- 5.8. ภาษีบำรุงท้องที่
- 5.9. ภาษีป้าย

ทางด้านการวางแผนการเสียภาษีอากรของโครงการ บริษัทจะดำเนินการจัดจ้างที่ปรึกษาทางด้านภาษีอากร และจะต้องให้ที่ปรึกษารวมถึงบริษัทที่รับดำเนินการทางด้านภาษีอากรของโครงการ เสนอแผนงานการดำเนินงานทางด้านภาษีอย่างละเอียด เพื่อที่จะหาทางที่จะได้รับการยกเว้นภาษีหรือ เสียภาษีให้น้อยที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ โดยไม่ขัดกับกฎหมายภาษีอากร

ช่วงที่ 2 : ช่วงการก่อสร้าง (Construction Stage)

1. การวางแผนและกำหนดเวลางานก่อสร้าง

การวางแผนโครงการเป็นขั้นตอนที่เป็นหัวใจของการจัดการโครงการที่ดี เพราะเป็นศูนย์กลางของการสื่อสาร ช่วยในการประสานงานของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง และเป็นการสร้างจุดอ้างอิง (Benchmark) สำหรับควบคุมและติดตามความก้าวหน้าของปริมาณงาน ต้นทุนค่าใช้จ่าย และกำหนดเวลาของงานที่ต้องการ เพื่อให้โครงการแล้วเสร็จตามความต้องการ โดยการวางแผนโครงการมีขั้นตอนย่อยๆ ดังนี้

1.1. รวบรวมเอกสารสัญญาที่เกี่ยวข้องทุกสัญญา ทำการตรวจทานอย่างละเอียด เพื่อให้แน่ใจว่าขอบเขตรายละเอียดของงานตามสัญญาต่างๆ มีความครบถ้วนชัดเจน กำหนดเวลาสำคัญต่างๆ และสิ้นสุดของงานแต่ละสัญญามีความสอดคล้องกับความต้องการของโครงการ

1.2. กำหนดกรอบงานของโครงการ ได้แก่

1.2.1. โครงสร้างการแตกงาน (Work Breakdown Structure, WBS) โดยแตกงานให้เป็นส่วนย่อยๆ หลายระดับ เพื่อให้สามารถจะควบคุมดูแลได้ง่าย เช่น งานสนาม งาน

สาธารณูปโภค และงานอาคาร โดย WBS จะต้องแสดงรายละเอียดที่เพียงพอที่จะสามารถวัดปริมาณงาน งบประมาณ กำหนดเวลาและควบคุมได้ ส่วนจำนวนของระดับในการแบ่งขึ้นอยู่กับขนาดและความซับซ้อนของงาน

1.2.2. โครงสร้างการแตกองค์กร (Organizational Breakdown Structure, OBS) โดยใช้ WBS เป็นพื้นฐานในการจัดการบุคลากร

1.2.3. โครงสร้างการแตกต้นทุน (Cost Breakdown Structure, CBS) โดยใช้ WBS เป็นพื้นฐานในการเชื่อมงานเข้ากับต้นทุน

1.2.3.1. แบ่ง WBS จนได้เป็นหน่วยที่เล็กที่สุด คือ ชุดงาน (Work Package)

1.2.3.2. จัดลำดับเวลาและความสัมพันธ์ระหว่างชุดงาน

1.2.3.3. เชื่อมโยงชุดงานเข้ากับกำหนดเวลา ต้นทุนและทรัพยากรต่างๆ

1.2.3.4. นำแผนงานที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการควบคุมโครงการทั้งหมด

1.2.3.5. จัดประชุมระหว่างบริษัทที่เกี่ยวข้องต่างๆ เพื่อแนะนำทีมงานซึ่งกันและกัน รวมทั้งชี้แจงขั้นตอนในการทำงานและมาตรฐานของงานที่ต้องการ

2. การควบคุมงานก่อสร้าง

องค์ประกอบหลักของงานก่อสร้างที่ต้องควบคุม เพื่อให้งานก่อสร้างของโครงการบรรลุตามความต้องการมี 3 องค์ประกอบ คือ

2.1. การควบคุมกำหนดเวลา (Schedule Control) มีเครื่องมือหลักที่ใช้ในการควบคุม 3 ตัว คือ

2.1.1. ด้านแผนงาน ควบคุมการก่อสร้าง หรือติดตั้งงาน ให้เป็นไปตามที่ระบุไว้ในแผนงานหลัก เป็นแผนแนบสัญญาที่ได้รับการตรวจทานและเห็นชอบจาก PMC แล้วว่ามีความเป็นไปได้ และสอดคล้องกับงานอื่นๆของโครงการ การขอแก้ไขแผนงานจะต้องได้รับการอนุมัติจาก CSC, PMC และเจ้าของโครงการ ตามลำดับ

บริษัทผู้รับเหมาแต่ละสัญญาจะต้องแตกแผนงานหลักเป็นแผนงานย่อยแสดงรายละเอียดของงานแต่ละขั้นตอน ที่สอดคล้องกับสถานการณ์จริงขณะนั้น เช่น แผนงานประจำเดือน และแผนงานประจำสัปดาห์ เพื่อใช้ในการติดตามและเร่งให้เป็นไปตามแผนงานหลักของตน แผนงานหลักของแต่ละสัญญา จะต้องกำหนดให้มี Milestone เพื่อใช้เป็นจุดตรวจวัดก้าวหน้าของงานเป็นระยะ นอกจากแผนงานการก่อสร้างแล้ว จะกำหนดให้มีการจัดทำแผนงาน

ส่วนอื่นที่อาจส่งผลกระทบต่องานก่อสร้างได้ เช่น แผนงานการจัดทำแบบใช้งาน แผนงานการจัดหาวัสดุอุปกรณ์

2.1.2. ด้านรายงานความก้าวหน้าและการเบิกจ่ายเงินงวด ต้องมีการวัดปริมาณที่ทำให้จริงตลอดระยะเวลาการก่อสร้าง โดยวิธีนับจำนวนหน่วยที่เสร็จเปรียบเทียบกับแผนงานประจำสัปดาห์ แผนงานประจำเดือน และแผนงานหลัก. เพื่อจะได้ทราบความก้าวหน้าจริงขณะนั้น ซึ่งจะทำให้สามารถแก้ไขปัญหาได้ทันทั่วทั้งที่ เช่น การเพิ่มเวลาทำงาน การเพิ่มแรงงาน การปรับเปลี่ยนวิธีการก่อสร้าง การลำดับขั้นตอนการทำงานใหม่ นอกจากนี้ประโยชน์ในการเร่งรัดงานแล้ว ในกรณีที่งานก่อสร้างแล้วเสร็จเร็วกว่าสัญญา การจัดทำรายงานความก้าวหน้าจะทำให้เจ้าของโครงการ สามารถเตรียมการเรื่องการเงินงวดของบริษัทผู้รับเหมางานได้ด้วย

การจัดทำรายงานความก้าวหน้าประจำเดือน จะใช้ประกอบการพิจารณาอนุมัติการขอเบิกเงินงวดของบริษัทผู้รับเหมาด้วย นอกจากนี้เจ้าของโครงการยังใช้ประโยชน์เป็นส่วนประกอบในการขอเบิกเงินงวดตามสัญญาเงินกู้เพื่อการก่อสร้างด้วยเช่นกัน

ให้มีการจัดทำรายงานปริมาณแรงงาน รายงานความก้าวหน้าของการจัดทำแบบใช้งาน รายงานความก้าวหน้าของการจัดหาวัสดุอุปกรณ์ เพื่อช่วยในการวิเคราะห์ความก้าวหน้าของงานด้วย

2.1.3. ด้านบทลงโทษ ให้มีการลงโทษบริษัทผู้รับเหมาที่ไม่สามารถดำเนินงานทันกับ Milestone ที่ระบุไว้ เช่น การกำหนดบทปรับเป็นรายวัน การขยายระยะเวลาการจ่ายเงินงวด

2.2. การควบคุมคุณภาพ (Quality Control) มีเครื่องมือหลักที่ใช้ในการควบคุม 2 ตัว คือ

2.2.1. การกำหนดมาตรฐานของวัสดุและผลของการก่อสร้าง บริษัทผู้รับเหมาแต่ละสัญญาจะต้องดำเนินจัดหาอุปกรณ์ แรงงาน วิธีการก่อสร้าง หรือติดตั้งงาน วิธีการทดสอบ ตามที่ระบุไว้ในแบบและข้อกำหนดประกอบแบบ อย่างเคร่งครัด การขอเทียบเท่าวัสดุอุปกรณ์ และขอเทียบเท่าวิธีการก่อสร้างหรือติดตั้งงานใด จะต้องได้รับการอนุมัติจาก CSC (หรือ PMC หรือเจ้าของโครงการ ตามแต่หน้าที่และความรับผิดชอบของแต่ละองค์กร

เครื่องมือเครื่องใช้ อุปกรณ์สำหรับการทดสอบ จะต้องได้รับการตรวจสอบและบำรุงรักษาอย่างสม่ำเสมอ เช่น กล้องสำรวจ มาตรฐานความดัน สถานที่เก็บวัสดุ จะต้องได้รับการตรวจสอบและบำรุงรักษาอย่างสม่ำเสมอ เช่น การป้องกันความชื้น การป้องกันแสงแดด การป้องกันแมลง

2.2.2. การตรวจสอบและทดสอบเพื่อเทียบกับมาตรฐาน ให้มีการตรวจสอบและทดสอบในแต่ละขั้นตอนของงาน ตามความเหมาะสมของงานแต่ละประเภท เช่น

2.2.2.1. การตรวจสอบสถานที่ผลิต

2.2.2.2. การตรวจรับ ณ สถานที่ผลิต

2.2.2.3. การตรวจรับ ณ หน่วยงาน

2.2.2.4. การตรวจสอบวัสดุที่นำเข้าหน่วยงาน

2.2.2.5. การตรวจสอบและทดสอบผลการก่อสร้างหรือติดตั้งงาน

2.2.2.6. การตรวจสอบและทดสอบผลการก่อสร้างหรือติดตั้งงานขั้น

สุดท้าย ก่อนทดลองเดินระบบ

2.2.2.7. การปรับแต่งระบบให้เป็นไปตามที่ออกแบบ

2.2.2.8. การทดสอบการทำงานของระบบ

2.2.2.9. การทดสอบประสิทธิภาพของระบบ

2.2.2.10. ให้มีการตรวจสอบและทดสอบงานที่ต้องแล้วเสร็จ

สมบูรณ์ ก่อนที่จะเริ่มงานต่อเนื่อง เพื่อลดความเสียหายของงานต่อเนื่อง

2.3. การควบคุมค่าใช้จ่าย (Cost Control) มีเครื่องมือหลักที่ใช้ในการควบคุม 2 ตัว คือ

2.3.1. การควบคุมงบประมาณ จัดแบ่งงบประมาณของงานออกเป็นหมวดหมู่ เช่น ค่าใช้จ่ายทางตรง (งานตามสัญญาต่าง) ค่าใช้จ่ายทางอ้อม (ค่าใช้จ่ายสำนักงานสนามและสำนักงานใหญ่) เพื่อให้งานแก่การควบคุมและการจัดทำ Capital Expenditure Report เพื่อใช้ในการควบคุมติดตามการใช้จ่ายเงิน ให้อยู่ในงบประมาณการก่อสร้าง

2.3.2. การควบคุมกระแสเงินสด ให้มีการจัดทำ Project Cash Flow Report เพื่อควบคุมการไหลเข้าออกของเงิน ให้สอดคล้องกับการกู้เงินเพื่อการก่อสร้าง

ช่วงที่ 3 : ช่วงสิ้นสุดการก่อสร้าง (Construction Close-Out Stage) ประกอบด้วย

1. การขอใบรับรองอาคาร

เนื่องจากคอนโดมิเนียมจัดเป็นอาคารควบคุมการใช้ ดังนั้นเมื่อดำเนินการก่อสร้างแล้วเสร็จ ให้แจ้งเป็นหนังสือที่กองควบคุมอาคาร สำนักงานโยธา เพื่อตรวจสอบการก่อสร้างภายใน 30 วัน นับจากวันที่ได้รับแจ้ง ถ้าผลการตรวจสอบพบว่าการก่อสร้างถูกต้องตามที่ได้รับใบอนุญาต

เจ้าหน้าที่จะออกไปรับรองการใช้อาคารให้ ทั้งนี้หากเจ้าหน้าที่ไม่ทำการตรวจสอบภายใน 30 วัน นับจากวันที่ได้รับแจ้ง ถือว่าเจ้าของอาคารสามารถใช้อาคารเพื่อกิจการตามที่ระบุไว้ในใบอนุญาต

2. การขอเลขประจำบ้าน

มีขั้นตอนในการขอเลขประจำบ้าน จากหน่วยงานราชการ ดังนี้ ยื่นขอเลขประจำบ้าน ที่สำนักงานเขตบางกะปิ ภายใน 15 วัน นับตั้งแต่วันสร้างอาคารเสร็จ

3. การขอเชื่อมต่อบริบบนสาธารณูปโภค ต้องดำเนินการขอเชื่อมต่อ 5 ส่วนหลัก คือ

ส่วน 1 การขอใช้ไฟฟ้า มีขั้นตอนในการขอเชื่อมต่อ จากหน่วยงานราชการ ดังนี้ ขอติดตั้งเครื่องวัดหน่วยไฟฟ้ารวมของคอนโดมิเนียม และเครื่องวัดหน่วยไฟฟ้ารองของห้องชุดแต่ละห้อง

ส่วน 2 การขอใช้น้ำประปา มีขั้นตอนในการขอเชื่อมต่อ จากหน่วยงานราชการ ดังนี้ ขอใช้น้ำประปาของคอนโดมิเนียมทั้งหลังยื่นเอกสาร และชำระค่าบริการยื่นหลักประกันการใช้น้ำประปา ที่สำนักงานประปา

ส่วน 3 การขอติดตั้งเลขหมายโทรศัพท์ มีขั้นตอนในการขอเชื่อมต่อ จากหน่วยงานราชการ ดังนี้ ขอติดตั้งเลขหมายโทรศัพท์ของคอนโดมิเนียม และห้องชุดแต่ละห้อง โดยยื่นเอกสารแก่พนักงานสำนักบริการ บริษัท ท.ศ.ท. คอร์ปอเรชั่น จำกัด(มหาชน)

ส่วน 4 การขออนุญาตเชื่อมต่อระบายน้ำ มีขั้นตอนในการขออนุญาต จากหน่วยงานราชการ ดังนี้ ยื่นคำขออนุญาตเชื่อมต่อระบายน้ำสำนักงานเขต

ส่วน 5 การขออนุญาตตัดคันหินทางเท้า(ตามระเบียบกรุงเทพมหานครว่าด้วยการขออนุญาตตัดคันหินทางเท้า ลดระดับคันหินทางเท้าและทำทางเชื่อมในที่สาธารณะ พ.ศ. 2531)

มีขั้นตอนในการขออนุญาต จากหน่วยงานราชการ ดังนี้ ยื่นคำขออนุญาตตัดคันหินทางเท้า ที่สำนักงานเขต

4. การจัดเตรียมและฝึกอบรมพนักงานประจำอาคาร

ใช้นโยบายในการบริหารจัดการในลักษณะ Outsourcing โดยว่าจ้างบริษัทบริหารทรัพย์สินที่มีชื่อเสียงในตลาดมาทำการบริหารทรัพย์สินให้ พนักงานประจำอาคารต่างๆ จะให้อยู่ในส่วนความรับผิดชอบของการจ้างบริษัทบริหารทรัพย์สิน

ดังนั้นบริษัทจึงมีหน้าที่เพียงแต่คัดเลือกบริษัทบริหารทรัพย์สินให้แล้วเสร็จ ก่อนถึงขั้นตอนการรับมอบงานก่อสร้างจากบริษัทผู้รับเหมาแต่ละราย ในระยะเวลาหนึ่ง เพื่อให้บริษัทบริหารทรัพย์สินจัดพนักงานประจำอาคารของตนเข้ามามีส่วนร่วมในการรับมอบงานก่อสร้าง การฝึกอบรมการทำงานและบำรุงรักษางานและอุปกรณ์ต่างๆ กับบริษัทผู้รับเหมาโดยตรง ทั้งนี้รูปแบบการจัดการข้างต้น มีข้อดีและข้อเสียพอจะสรุปได้ ดังนี้

ข้อดี

1. บริษัทไม่ต้องรับภาระในงานที่ไม่ใช่ธุรกิจหลักของบริษัท
2. ได้รับความเชื่อมั่นจากลูกค้าว่าจะได้รับการบริการและดูแลทรัพย์สินส่วนกลางอย่างมีคุณภาพและประสิทธิภาพ อันจะส่งผลดีต่อชีวิตและความเป็นอยู่ในคอนโดมิเนียม
3. การบริการและดูแลทรัพย์สินส่วนกลางที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพ จะส่งผลดีต่อมูลค่าห้องชุด ซึ่งเป็นผลประโยชน์ต่อเจ้าของห้องชุดในที่สุด

ข้อเสีย

1. บริษัทจะเสียโอกาสในการบริหารคอนโดมิเนียมโดยตรง ซึ่งอาจใช้เป็นประโยชน์ในการพัฒนาโครงการใหม่ในอนาคต

5. การรับมอบงานก่อสร้าง

ก่อนการส่งมอบงานงวดสุดท้าย ผู้รับเหมาในงานแต่ละสัญญาจะต้องทำการทดสอบ ปรับแต่งการทำงานของวัสดุอุปกรณ์และระบบต่างๆให้เป็นไปตามสัญญา จากนั้นจัดเตรียมอะไหล่ต่างๆตามที่ระบุในสัญญา และรายการเอกสารตามรายการด้านล่าง ให้แก่เจ้าของโครงการเพื่อรับมอบงานงวดสุดท้าย รายงานผลการทดสอบ ปรับแต่งการทำงานของวัสดุอุปกรณ์ และระบบต่างๆ

5.1. เอกสารการรับประกันวัสดุอุปกรณ์ และระบบต่างๆ

5.2. คู่มือการใช้งาน

5.3. คู่มือการบำรุงรักษาและซ่อมแซม

5.4. คู่มือรายการอะไหล่

5.5. แบบสร้างจริง

5.6. หนังสือคำประกันผลงานตามสัญญาจ้างเหมา

6. การขอจดทะเบียนอาคารชุด มีขั้นตอนในการขอจดทะเบียนกับหน่วยงานราชการ ดังนี้

6.1. ยื่นคำขอจดทะเบียนอาคารชุด ตามพระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ.2522 กฎกระทรวงพ.ศ.2523 และระเบียบอาคารชุด พ.ศ.2523 โดยยื่นเอกสารต่อพนักงานเจ้าหน้าที่ ณ สำนักงานที่ดิน

6.2. พนักงานเจ้าหน้าที่จะไปตรวจสภาพที่ดินและอาคารที่ขอจดทะเบียนอาคารชุด ถ้าเห็นว่าสมควรรับจดทะเบียนอาคารชุดได้ จะแจ้งให้ผู้ยื่นคำขอมำชำระเงินค่าธรรมเนียมจดทะเบียนอาคารชุด จากนั้นพนักงานเจ้าหน้าที่จะรับจดทะเบียนอาคารชุดและออกหนังสือสำคัญการจดทะเบียนอาคารชุด(อ.ข.10) ให้ภายใน 22 วัน นับแต่วันที่ยื่นคำขอ(กรณีที่ดินมีการจดทะเบียนจำนองหรือบริมสิทธิ์ จะต้องขยายเวลาออกไปอีก 15วัน)

6.3. เมื่อพนักงานเจ้าหน้าที่รับจดทะเบียนอาคารชุดแล้ว จะออกหนังสือกรรมสิทธิ์ห้องชุด(อ.ช.2)ให้ภายใน 23 วัน นับแต่วันที่รับจดทะเบียนอาคารชุด

7. การขอจดทะเบียนนิติบุคคลอาคารชุด

การยื่นคำขอจดทะเบียนนิติบุคคลอาคารชุด ตามพระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ.2522 กฎกระทรวง พ.ศ.2523 และระเบียบอาคารชุด พ.ศ.2523 โดยยื่นเอกสารต่อพนักงานเจ้าหน้าที่ ณ สำนักงานที่ดิน

การโอนกรรมสิทธิ์ ในห้องชุดให้แก่บุคคลหนึ่งบุคคลใดโดยไม่เป็นการโอนกรรมสิทธิ์ในห้องชุดทั้งหมดในอาคารชุด ให้แก่บุคคลคนเดียวหรือหลายคน โดยถือกรรมสิทธิ์รวมจะกระทำได้อีกเมื่อผู้ขอโอนและผู้รับโอนกรรมสิทธิ์ในห้องชุดดังกล่าวยื่นคำขอโอนกรรมสิทธิ์ในห้องชุดพร้อมกับคำขอจดทะเบียนนิติบุคคลอาคารชุด โดยมีสำเนาข้อบังคับและหลักฐานในการจดทะเบียนอาคารชุดต่อพนักงานเจ้าหน้าที่

เมื่อพนักงานเจ้าหน้าที่พิจารณาเห็นว่าเป็นการถูกต้องให้พนักงานเจ้าหน้าที่จดทะเบียนโอนกรรมสิทธิ์ในห้องชุดให้แก่ผู้รับโอนกรรมสิทธิ์ในห้องชุดและจดทะเบียนนิติบุคคลอาคารชุดตามวรรคพร้อมกัน ไปและให้ประกาศการจดทะเบียนนิติบุคคลอาคารชุดในราชกิจจานุเบกษา

การบริหารจัดการ

โครงการใช้นโยบายในการบริหารจัดการในลักษณะ Outsourcing โดยว่าจ้างบริษัทบริหารทรัพย์สินที่มีชื่อเสียงในตลาดมาทำการบริหารทรัพย์สินให้ พนักงานประจำอาคารต่างๆ ให้อยู่ในส่วนของความรับผิดชอบของผู้รับจ้างที่เป็นบริษัทบริหารทรัพย์สิน

ดังนั้นโครงการจึงมีหน้าที่เพียงแต่คัดเลือกบริษัทบริหารทรัพย์สินให้แล้วเสร็จ ก่อนถึงขั้นตอนการรับมอบงานก่อสร้างจากบริษัทผู้รับเหมาแต่ละราย เพื่อให้บริษัทบริหารทรัพย์สินจัดพนักงานประจำอาคารของตนเข้ามามีส่วนร่วมในการรับมอบงานก่อสร้าง การฝึกอบรมการทำงานและบำรุงรักษางานและอุปกรณ์ต่างๆ กับบริษัทผู้รับเหมาโดยตรง โดยบริษัทบริหารทรัพย์สินจะต้องเสนอรายละเอียดบุคลากรที่ทำหน้าที่รับผิดชอบในฝ่ายต่างๆ ให้พิจารณาดังรายละเอียดในขอบเขตการบริหารอาคารในข้อต่อไป

1. ขอบเขตของการบริหารคอนโดมิเนียม

1.1. การดูแลอาคาร เป็นการดูแลและบำรุงรักษาอุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้ความพร้อมในการใช้งานตลอดเวลา ซึ่งประกอบด้วย

1.1.1. ระบบไฟฟ้า

- 1.1.1.1. ระบบปรับอากาศ และระบายอากาศ
- 1.1.1.2. ระบบเครื่องสูบน้ำ
- 1.1.1.3. ระบบป้องกันเพลิงไหม้ และสัญญาณเตือนอัคคีภัย
- 1.1.1.4. ระบบน้ำใช้และท่อภายในอาคาร
- 1.1.1.5. ระบบบำบัดน้ำเสีย
- 1.1.1.6. ระบบโทรศัพท์ในส่วน MDF
- 1.1.1.7. ระบบลิฟต์
- 1.1.1.8. ควบคุมและจัดระเบียบมาตรการความปลอดภัย เพื่อรักษาความปลอดภัยของผู้ใช้อาคารและจัดระเบียบข้อบังคับในการใช้อาคาร
- 1.1.1.9. จัดทำทะเบียนหมวดหมู่ทรัพย์สิน และบันทึกการนำเข้า-ออก รวมทั้งการชำรุดเสียหายพร้อมทั้งจัดทำสต็อกวัสดุและอะไหล่
- 1.1.1.10. ควบคุมดูแลความสะอาดภายในและภายนอกอาคาร รวมทั้งกระจก
- 1.1.1.11. ควบคุมดูแลการตกแต่งต้นไม้และสวน
- 1.1.1.12. ควบคุมดูแลการจำกัดแมลง

หมายเหตุ : ลิฟต์โดยสาร, บันไดเลื่อน, ประตูเปิด-ปิดอัตโนมัติ, PABX, BAS System อยู่นอกเหนือการบำรุงรักษา แต่รับผิดชอบการควบคุมและประสานงานกับบริษัทผู้รับผิดชอบ

2. ขอบข่ายการดำเนินการควบคุมการทำงาน และซ่อมบำรุง รวมทั้งสัญญาการบริการควบคุมการทำงานและซ่อมบำรุง มีรายละเอียดดังนี้

2.1. การตรวจสอบสภาพเครื่องจักรก่อนรับงาน ทำหน้าที่ร่วมกับตัวแทนโครงการทำการตรวจสอบสภาพเครื่องจักรและอุปกรณ์ทั้งหมดในระหว่างเดือนแรกที่เข้ารับส่งมอบงาน การตรวจสอบดังกล่าวเพื่อให้โครงการรับทราบสภาพอุปกรณ์เครื่องจักร เพื่อประโยชน์ในการปรับปรุงหรือติดตามปัญหาต่อจากผู้ติดตั้งและโครงการ การรับมอบหมายงาน บริษัทบริหารทรัพย์สินจะรับมอบหมายงานตามสภาพความเป็นจริงโดยอาศัยรายงานการตรวจเป็นหลักฐาน บริษัทบริหารทรัพย์สินจะรับประกันการบำรุงรักษาอุปกรณ์เครื่องจักรทุกเครื่องหลักจากเครื่องจักรที่มีปัญหาชำรุดได้รับการแก้ไขเป็นที่เรียบร้อยแล้ว การแก้ไขซ่อมแซมเครื่องจักรที่เสียหายอยู่เดิมสามารถให้บริษัทบริหารทรัพย์สินเสนองานซ่อมแยกต่างหากจากสัญญาบริการ

2.2. การส่งมอบงาน โครงการจะจัดแผนงานการส่งมอบงานระหว่างบริษัทที่ดำเนินการอยู่กับบริษัทบริหารทรัพย์สินด้วยเอกสารคู่มือการบำรุงรักษาแผนงานการเปิด-ปิดระบบต่าง ๆ ในอาคาร, ประวัติและข้อมูลการซ่อมแซมเครื่องจักรและค่าพลังงานไฟฟ้า ในแต่ละเดือน

2.3. การควบคุมการทำงาน บริษัทบริหารทรัพย์สินจะทำการเปิด-ปิดเครื่องจักรและอุปกรณ์ทุกระบบตามรายการเครื่องจักรที่ระบุในเอกสารแนบท้ายโดยเฉพาะอย่างยิ่งระบบปรับอากาศจะให้มีการควบคุมอุณหภูมิและความชื้นให้อยู่ในสภาวะที่เหมาะสมต่อประมาณผู้ใช้พื้นที่ในแต่ละช่วงเวลาเช่นเดียวกับระบบแสงสว่าง ตลอดจนควบคุมและปรับแต่งการทำงานของเครื่องจักรและอุปกรณ์เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ตามต้องการ รวมทั้งการประหยัดพลังงานไฟฟ้าให้มากที่สุด สำหรับอุปกรณ์เกี่ยวกับการป้องกันอัคคีภัยทั้งหมด เช่น Hose reel, Sprinkler, Wet riser, Extinguisher ขอบเขตการให้บริการและรับผิดชอบ คือ การบำรุงรักษา, การทดลอง หรือทดสอบตามที่คู่มือระบุไว้เท่านั้น

2.4. การซ่อมบำรุงรักษาและซ่อมแซม

2.4.1. บริษัทบริหารทรัพย์สิน เป็นผู้ดำเนินการวางแผนการซ่อมบำรุงเครื่องจักรและอุปกรณ์เครื่องกลและไฟฟ้า ตามสัญญาในรายการเครื่องจักร (Equipment list) โดยจัดวางแผนงานซ่อมบำรุงให้ครบถ้วน ซึ่งจะแบ่งการบำรุงรักษาเป็นแผนงานประจำวัน, ประจำสัปดาห์, ประจำเดือน, ประจำครึ่งปี, ประจำปี ต่อเครื่องจักรแต่ละเครื่อง ยกเว้น อะไหล่และวัสดุสิ้นเปลืองที่ต้องใช้ตามการใช้งาน ซึ่งอยู่ในส่วนของโครงการ

2.4.2. การซ่อมแซม บริษัทรับผิดชอบในการซ่อมแซมโดยทั่วไป ให้อยู่ในสภาพของการใช้งานตามสภาพปกติ โดยไม่รวมถึงการซ่อมใหญ่ การชำรุดตามวาระการใช้งานหรือดัดแปลงระบบให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น บริษัทบริหารทรัพย์สิน จำเป็นต้องคิดราคาเสนอต่างหาก การวิเคราะห์ปัญหาและสาเหตุการชำรุดต่างๆ ของงานระบบจะอยู่ในการวิเคราะห์ และนำเสนอโครงการพร้อมแนวทางแก้ไขและป้องกันการซ่อมแซมอุปกรณ์เครื่องจักรจะไม่รวมถึงอุปกรณ์ซอฟต์แวร์และอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งมีความจำเป็นต้องใช้ช่างเฉพาะของแต่ละยี่ห้อเข้าดำเนินการแก้ไข โดยโครงการต้องรับผิดชอบทั้งค่าแรงและอุปกรณ์ในการซ่อมดังกล่าว

2.4.3. บริษัทบริหารทรัพย์สินจะให้บริการตรวจสอบอุปกรณ์เครื่องจักรและระบบทั่วไปในอาคาร พร้อมทั้งสภาพอาคาร โดยนำเสนอข้อแก้ไขปรับปรุงในด้านวิศวกรรมและด้านความปลอดภัยโดยวิศวกร อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

2.4.4. บริษัทบริหารทรัพย์สิน จะดำเนินการจัดเก็บประวัติการซ่อมแซมอุปกรณ์เครื่องจักรและไฟฟ้า โดยแยกอุปกรณ์ต่างๆ โดยชัดเจน เพื่อสะดวกในการตรวจสอบสภาพเครื่องจักรและเป็นข้อมูลวิเคราะห์ปัญหาและเครื่องจักรที่ผ่านมาได้โดยตลอด

2.5. การประสานงานและควบคุมดูแล

2.5.1. ทีมงานของบริษัทบริหารทรัพย์สิน จะทำหน้าที่ควบคุมการทำงานของผู้รับเหมาย่อยที่เข้ามาทำงานในอาคาร เพื่อให้มีการทำงานที่ถูกต้องและปลอดภัยต่ออาคาร

2.5.2. ทีมงานของบริษัทบริหารทรัพย์สินจะทำหน้าที่ติดตามควบคุมดูแลการทำงานของพนักงานบริการตามสัญญาโดยตรงกับโครงการ และตรวจสอบการทำงาน เพื่อให้เป็นประโยชน์ต่อโครงการในการควบคุมงานระบบของอาคาร

2.6. การควบคุมบริหารวัสดุคงคลัง บริษัทบริหารทรัพย์สินจะให้คำแนะนำและควบคุมการใช้อะไหล่ หรือวัสดุสิ้นเปลืองที่ใช้ในเครื่องจักรระบบต่าง ๆ ของอาคาร ให้มีจำนวนและการใช้อย่างเป็นระบบและแจ้งยอดการใช้ให้โครงการทราบเป็นประจำทุกเดือน

2.7. การจัดทำรายงานประจำเดือน บริษัทบริหารทรัพย์สินจะจัดทำรายงานผลการปฏิบัติงานและการบริหารงานระบบเครื่องจักรกลและไฟฟ้า ตลอดจนข้อแนะนำและข้อมูลอันเป็นประโยชน์ส่งให้โครงการเป็นประจำทุกเดือน

2.8. ความปลอดภัยด้านอัคคีภัย

2.8.1. บริษัทบริหารทรัพย์สิน จะจัดการฝึกอบรมพนักงานอย่างต่อเนื่องให้มีความสามารถในการควบคุมเพลิงเบื้องต้น โดยมีทักษะในการใช้อุปกรณ์ดับเพลิง และขั้นตอนการดับเพลิงในอาคาร นอกเหนือจากการตรวจสอบและควบคุมระบบสัญญาณและอุปกรณ์ในการดับเพลิง

2.8.2. จัดการประสานงานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องการจัดการจัดซ่อมอพยพหนีไฟ และให้มีการอบรมพนักงานในอาคารร่วมกับผู้เช่าตามพระราชบัญญัติที่กำหนดโดยค่าใช้จ่ายโครงการเป็นผู้รับภาระทั้งสิ้น

2.9. การจัดการบริหารพลังงาน

2.9.1. บริษัทบริหารทรัพย์สินจะดำเนินการอย่างเต็มความสามารถในการวิเคราะห์การใช้พลังงานในอาคาร จากข้อมูลการใช้ที่ผ่านมาของแต่ละเดือนและแต่ละปี โดยโครงการต้องเป็นผู้จัดมอบข้อมูลให้ได้มากที่สุดหลังจากนั้น จะเสนอแผนงานร่วมกับโครงการเพื่อการประหยัดพลังงานให้ได้มากที่สุด

2.9.2. ประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐ ในการปฏิบัติตามขั้นตอนของพระราชบัญญัติอาคารควบคุม โดยการประสานงานกับบริษัทที่ปรึกษา ตามที่โครงการเห็นชอบให้ดำเนินการ

2.10. งานซ่อมบำรุงรักษาอาคารและสถานที่ บริษัทบริหารทรัพย์สินจะทำการดูแลแก้ไขปัญหาทั่วไปเบื้องต้นเกี่ยวกับความปลอดภัยและความไม่เรียบร้อย เช่น การซ่อมแซม

ประตูดินเหนียว ประตูหน้าต่างที่ชำรุด และอื่น ๆ ให้อยู่ในดุลพินิจของหัวหน้างาน ซึ่งพิจารณาตามความเหมาะสม โดยงานดังกล่าวไม่รวมการทำชิ้นใหม่ในส่วนต่าง ๆ ของอาคาร

2.11. การจัดหาผู้รับจ้างเพื่อให้โครงการเป็นผู้พิจารณาอนุมัติ ดังนี้

- 2.11.1. จัดหาผู้รับจ้างด้านการทำความสะอาด
- 2.11.2. จัดหาผู้รับจ้างด้านรักษาความปลอดภัย
- 2.11.3. จัดหาบุคคลภายนอกสำหรับในการซ่อมแซมและบำรุงรักษา

อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

- 2.11.4. จัดหาบุคคลภายนอกในเรื่องอื่นที่เกี่ยวข้องกับการบำรุงดูแล

อาคาร

- 2.11.5. จัดหาบริษัทประกันภัย
- 2.11.6. จัดหาผู้รับจ้างกำจัดแมลง
- 2.11.7. จัดหาผู้รับจ้างตกแต่งต้นไม้และสวน
- 2.11.8. จัดหาบริษัทที่ปรึกษาด้านอนุรักษ์พลังงาน

2.12. การให้บริการด้านบัญชี การเงินและคอมพิวเตอร์

- 2.12.1. คิดตั้งอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และ Software Application และการ

อบรมวิธีการใช้

- 2.12.2. ให้อำนาจปรึกษาและดูแลระบบคอมพิวเตอร์ ตลอดจนการ

บำรุงรักษาอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และ Software

- 2.12.3. จัดทำใบแจ้งหนี้ และเก็บเงินลูกค้า ตลอดจนการนำเงินเข้าบัญชี

ธนาคาร

- 2.12.4. จัดเตรียมเอกสารรับ-จ่าย ทำบัญชี จัดทำงบการเงินประจำปี งบ

กระแสเงินสดและจัดหาผู้สอบบัญชี

- 2.12.5. จัดทำงบประมาณประจำปี และรายงานบริหารต่าง ๆ เช่น

รายงานรายละเอียดลูกค้า, รายงานเงินค้างชำระ เป็นต้น

3. หน้าที่ความรับผิดชอบของทีมงานบริหาร

3.1. ตำแหน่งผู้จัดการอาคาร

- 3.1.1. วางแผนการบริหารอาคารและแผนการบำรุงรักษา
- 3.1.2. ดูแลควบคุมการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานทุกคน
- 3.1.3. ตรวจสอบงานการปฏิบัติงานของพนักงานทุกคน
- 3.1.4. ตรวจสอบความเรียบร้อยทั่วไปทั้งภายในและภายนอกอาคาร

เกี่ยวข้อง

- 3.1.5. ให้บริการและอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า
- 3.1.6. ติดต่อประสานงานระหว่างลูกค้าทั้งหน่วยงานภายในและภายนอกที่
- 3.1.7. ควบคุมการจัดระบบเอกสารและวัสดุอุปกรณ์
- 3.1.8. จัดประชุมพนักงานในหน่วยงานทุก 2 สัปดาห์
- 3.1.9. ทำหน้าที่ประสานงานแก่ผู้ว่าจ้าง
- 3.1.10. ควบคุมผู้รับเหมาที่ทำการตกแต่งพื้นที่เช่า

3.2. ตำแหน่งผู้ช่วยผู้จัดการอาคาร

- 3.2.1. เป็นผู้ช่วยวางแผนการบริหารอาคารและแผนการบำรุงรักษา
- 3.2.2. เป็นผู้ช่วยดูแลควบคุมการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานทุกคน
- 3.2.3. เป็นผู้ช่วยตรวจรายงานการปฏิบัติงานของพนักงานทุกคน
- 3.2.4. เป็นผู้ช่วยตรวจตราความเรียบร้อยทั่วไปทั้งภายในและภายนอก

อาคาร

- 3.2.5. เป็นผู้ช่วยให้บริการและอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า
- 3.2.6. เป็นผู้ช่วยติดต่อประสานงานระหว่างลูกค้าทั้งหน่วยงานภายในและ

ภายนอกที่เกี่ยวข้อง

- 3.2.7. เป็นผู้ช่วยควบคุมการจัดระบบเอกสารและวัสดุอุปกรณ์
- 3.2.8. เป็นผู้ช่วยจัดประชุมพนักงานในหน่วยงานทุก 2 สัปดาห์
- 3.2.9. เป็นผู้ช่วยทำหน้าที่ประสานงานแก่ผู้ว่าจ้าง
- 3.2.10. เป็นผู้ช่วยควบคุมผู้รับเหมาที่ทำการตกแต่งพื้นที่เช่า

3.3. ตำแหน่งหัวหน้าช่างเทคนิค

- 3.3.1. บริการให้ความสะดวกกับลูกค้า
- 3.3.2. ตรวจสอบอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักรทุกอย่างภายในอาคารให้อยู่

ในสภาพเรียบร้อยพร้อมใช้งานได้ตลอดเวลา

- 3.3.3. ตรวจสอบรายงานการทำงาน of ช่างแต่ละผลัด
- 3.3.4. ตรวจสอบการทำงานของช่างผู้รับเหมาให้อยู่ในระเบียบข้อบังคับ
- 3.3.5. จัดประสงค์ทีมช่างประจำอาคารทุก 2 สัปดาห์
- 3.3.6. ทำการทดสอบการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ในการดับเพลิงของทีม

ช่างและพนักงานรักษาความปลอดภัย

- 3.3.7. รายงานการปฏิบัติงานให้ผู้จัดการอาคารทราบ

3.4. ตำแหน่งช่างเทคนิค

3.4.1. จดบันทึกประจำวันของมิเตอร์ไฟฟ้าและน้ำประปาของส่วนกลางทุก
วัน

3.4.2. ตรวจสอบอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักรทุกอย่างภายในอาคารให้อยู่
ในสภาพเรียบร้อยพร้อมใช้งานได้ตลอดเวลา

3.4.3. ตรวจสอบระบบการทำงานของไฟฟ้าและน้ำอย่างละเอียด หากพบ
สิ่งผิดปกติให้รายงานต่อหัวหน้าช่างและผู้จัดการอาคารทันที

3.4.4. ตรวจสอบระบบต่างๆ ทั้งหมดภายในอาคาร ทำการซ่อมแซมและ
บำรุงรักษา เมื่อเครื่องมือ อุปกรณ์เกิดการชำรุดเสียหาย

3.5. ตำแหน่งพนักงานบัญชีและการเงิน

3.5.1. การทำเอกสารด้านรับ

3.5.2. จัดพิมพ์เอกสารใบแจ้งหนี้ส่งผู้เช่า

3.5.3. ติดตามหนี้เมื่อครบกำหนดชำระและพิมพ์ใบเสร็จรับเงินเมื่อผู้เช่า

ชำระเงิน

3.5.4. นำเงินสด/เช็ค เข้าธนาคาร

3.6. ตำแหน่งแม่บ้าน

3.6.1. ควบคุมและตรวจสอบการทำความสะอาดทั้งหมดของพื้นที่ส่วนกลาง

3.6.2. ดูแลควบคุมให้พนักงานรักษาความสะอาดและพนักงานรักษาความ
ปลอดภัยปฏิบัติตามกฎระเบียบและข้อบังคับของอาคาร

3.6.3. ตรวจสอบรายงานประจำวันในการรักษาความสะอาด

3.6.4. ควบคุมและตรวจสอบการทำงานของคนสวน

3.6.5. ประสานงานกับบริษัทกำจัดแมลงในการเข้ามากำจัดแมลงพร้อมทั้ง
ติดตามผลงาน

3.6.6. ดูแลควบคุมพนักงานรักษาความปลอดภัยให้ปฏิบัติตามระเบียบวินัย
และระเบียบข้อบังคับของอาคาร

3.6.7. ตรวจสอบรายงานประจำวันของพนักงานรักษาความปลอดภัย

3.6.8. ตรวจสอบวัสดุอุปกรณ์ภายในอาคาร

3.6.9. ดูแลควบคุมการปฏิบัติงานของผู้รับเหมาให้เป็นไปตามระเบียบของ
อาคาร

3.6.10. ดูแลควบคุมการนำทรัพย์สินผ่านเข้า-ออก บริเวณอาคาร

4. งานนอกบริการสัญญา

บริษัทฯ จะรับผิดชอบงานบริการต่อ “เครื่องจักรและอุปกรณ์” ตามเอกสารแนบท้ายสัญญาเท่านั้น ยกเว้นความรับผิดชอบ “เครื่องจักรและอุปกรณ์” นอกสัญญา ดังนี้

4.1. ลิฟต์โดยสาร, บันไดเลื่อน , ประตูเปิด-ปิดอัตโนมัติ, PABX และอื่น ๆ ที่อยู่นอกเหนือสัญญาบำรุงรักษาและการแก้ไขข้อขัดข้องทั้งสิ้น ยกเว้นได้รับการมอบหมายเป็นลายลักษณ์อักษรจากโครงการ ซึ่งจะรับผิดชอบความเสียหายที่เกิดขึ้นทุกกรณีที่บริษัท ฯ กระทำโดยบริษัท ฯ จะทำหน้าที่ติดตามและประสานงานกับรับเหมาในแต่ละเครื่องจักรที่ทำสัญญาโดยตรงกับโครงการ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อโครงการในการควบคุมงานระบบของอาคาร

4.2. งานติดตั้งเครื่องกลและไฟฟ้า บริษัทบริหารทรัพย์สิน จะให้บริการงานติดตั้งที่เป็นงานที่เหมาะสม เช่น การเดินสายโทรศัพท์, สายไฟฟ้า, สายพ่วงปลั๊กไฟฟ้า ซึ่งขอบข่ายที่ไม่ใหญ่เกินไป และอยู่ในดุลพินิจของหัวหน้างานของบริษัทบริหารทรัพย์สิน ซึ่งจะไม่กระทบต่อเวลาทำงานปกติและตารางการทำงานบำรุงรักษาเครื่องจักร

4.3. ผจญเพลิง จะอยู่นอกเหนือความรับผิดชอบของบริษัทบริหารทรัพย์สินแต่จะเข้าช่วยเหลือเมื่อเกิดเหตุการณ์เพลิงไหม้ในอาคาร

4.4. ทาสีบริษัทบริหารทรัพย์สิน จะรับผิดชอบการซ่อมสีที่ชำรุด หลุดออกหรือเกิดจากการเสื่อมสภาพหรือเกิดจากการกัดกร่อนของสนิม การซ่อมสีไม่รวมถึงการทาสีใหม่ทั้งสิ้น

4.5. งานบริการอื่น ๆ ที่โครงการต้องการให้กระทำ ต้องแจ้งให้ผู้รับจ้างทราบเป็นลายลักษณ์อักษรและอยู่ในดุลพินิจของบริษัทบริหารทรัพย์สินจะสามารถปฏิเสธหรือจัดทำให้ได้ตามความเหมาะสม

5. เงื่อนไขอื่น ๆ

5.1. บริษัทบริหารทรัพย์สิน จะทำการประมาณค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เกี่ยวกับการบริหารอาคารเสนอต่อโครงการ โดยโครงการจะต้องเป็นผู้รับภาระค่าใช้จ่าย

5.2. ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับวัสดุอุปกรณ์หรือวัสดุสิ้นเปลืองต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากการบำรุงรักษาทรัพย์สิน เป็นภาระหน้าที่ของโครงการ

5.3. บริษัทบริหารทรัพย์สิน ได้จัดทำแผนค่าใช้จ่ายฉุกเฉินโครงการจะต้องจัดเตรียมอุปกรณ์เครื่องมือช่างครบถ้วนและอะไหล่ต่าง ๆ ให้แก่บริษัทบริหารทรัพย์สิน โดยบริษัท ฯ จะทำรายการเครื่องมือช่างและอะไหล่เสนอต่อโครงการ

5.4. บริษัทบริหารทรัพย์สิน ได้ประมาณการค่าใช้จ่ายซ่อมบำรุงงานระบบที่ยังไม่สมบูรณ์ ให้ใช้งานได้ตามปกติ

5.5. โครงการต้องมอบข้อมูลการออกแบบอาคาร, แบบพิมพ์เขียวชุดก่อสร้างจริง, แบบพิมพ์เขียวงานระบบทั้งหมด, คู่มือการใช้งานระบบต่าง ๆ, สัญญาผูกพันเดิมและอนาคตที่เกี่ยวข้องอาคาร, สำเนาใบอนุญาตต่างๆ จากทางราชการ รวมทั้งการมอบอำนาจตามความจำเป็นที่เกิดขึ้น

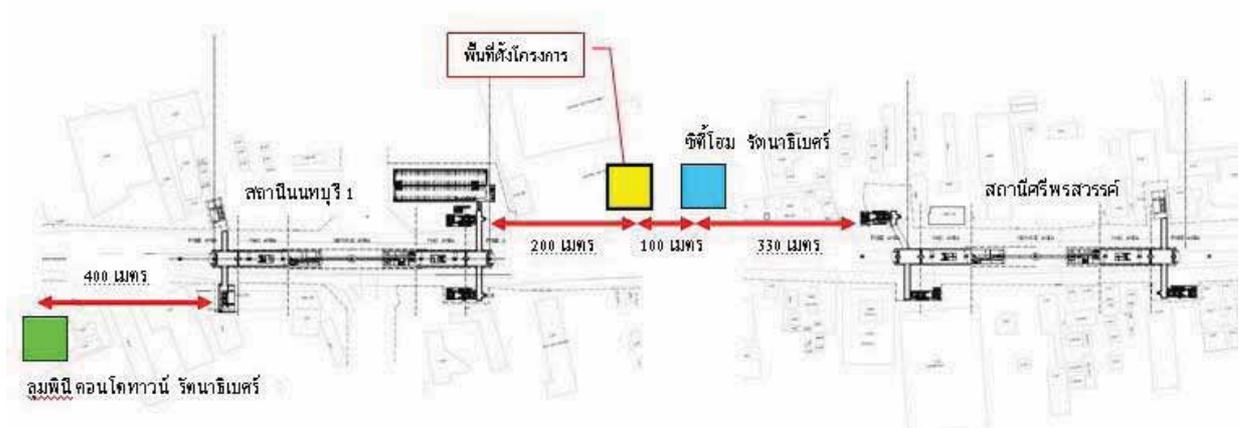
5.6. โครงการต้องยินยอมให้บริษัทบริหารทรัพย์สิน ใช้สถานที่ภายในอาคารเพื่อใช้เป็น สำนักงานบริหารอาคาร ห้องทำงานช่าง, ห้องเก็บพัสดุและห้องเก็บเครื่องมือ, ห้องปฏิบัติการต่างๆ โดยโครงการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่บริษัทบริหารทรัพย์สิน

5.7. อย่างไรก็ตาม แม้บริษัท ฯ จะได้ทำงบประมาณการค่าใช้จ่ายซ่อมบำรุงงานระบบต่าง ๆ เท่าที่สามารถตรวจสอบได้ให้แก่โครงการก็ตาม ทางโครงการอาจจะต้องมีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมขึ้นอีกภายหลังก็ได้

ในอนาคตจะมีโครงการรถไฟฟ้าผ่านใกล้บริเวณโครงการ มีห้างสรรพสินค้าหลากหลาย เช่น เซ็นทรัล รัตนาธิเบศร์, คาร์ฟู สาขารัตนาธิเบศร์, โลตัส สาขาติวานนท์ ฯลฯ เป็นตัวดึงดูดลูกค้าให้กับทางโครงการ ทำให้ที่ดินที่ตั้งโครงการมีศักยภาพสูง

2. ปัจจัยทางลักษณะทางกายภาพ

โครงการตั้งอยู่ติดกับถนนรัตนาธิเบศร์ ซึ่งเป็นถนนสายหลักสายหนึ่งของจังหวัดนนทบุรี มีโครงการทางยกระดับและถนนเชื่อมวงแหวนรอบนอก และในอนาคตจะมีโครงการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน สายสีม่วง ผ่านใกล้บริเวณโครงการ ซึ่งคาดว่าจะเริ่มดำเนินการภายในปี 2553 ทำให้โครงการมีความสามารถในการเข้าถึงสูง ความคล่องตัวของการจราจรสามารถเดินทางผ่านที่ตั้งโครงการ โดยผ่านถนนรัตนาธิเบศร์ ซึ่งมีความกว้างของถนน 10 ช่องจราจรไปกลับ และปัจจุบันมีสะพานกลับรถซึ่งอยู่ห่างจากที่ตั้งโครงการประมาณ 300 เมตร ทำให้ไม่มีผลกระทบด้านลบต่อโครงการและไม่บังหน้าโครงการ ซึ่งจะเป็จุดเด่นของโครงการ เนื่องจากการเดินทางกลับ และที่ตั้งโครงการอยู่ใกล้ถนนเลียบเมืองนนทบุรี ซึ่งเป็นถนนเชื่อมต่อระหว่างถนนติวานนท์และถนนสนามบินน้ำ ทำให้ผู้อยู่อาศัยในละแวกดังกล่าวสามารถเข้าถึงโครงการได้ง่ายขึ้น ที่ดินเป็นพื้นดินว่างเปล่า ระดับดินต่ำกว่าระดับถนนประมาณ 1 เมตร ที่ดินอยู่ห่างจากตำแหน่งทางขึ้นลงรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนประมาณ 200 เมตร (ภาพที่ 25) มีหน้ากว้างที่ดินมีขนาดกว่า 80 เมตร ซึ่งมีด้านหน้าโครงการที่เหมาะสม หากแต่ติดเรื่องมุมมองที่ถูกบดบังโดยอาคารห้องแถวเก่าเล็กน้อย และด้านข้างอยู่ติดกับโรงพยาบาลนนทเวช (โครงการในอนาคต) ที่ตั้งโครงการสามารถมองเห็นโครงการได้ชัดเจน สำหรับผู้ที่สัญจรผ่านไปมา รวมทั้งรูปแบบการก่อสร้างอาคารที่ทันสมัย เป็นจุดดึงดูดสายตาผู้ที่ผ่านหน้าโครงการ



ภาพที่ 25 แสดงระยะในการเข้าถึงรถไฟฟ้ากับที่ตั้งโครงการและโครงการใกล้เคียง

3. ปัจจัยทางด้านภาครัฐและกฎหมายข้อบังคับ

3.1. ข้อจำกัดในการใช้ประโยชน์ที่ดิน ที่ดินตั้งอยู่ในเขตพื้นที่สีส้ม ซึ่งเป็นที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นปานกลาง เป็นที่ดินประเภท ย.7 มีวัตถุประสงค์เพื่อรองรับการอยู่อาศัยในบริเวณพื้นที่ต่อเนื่องกับเขตเมืองชั้นในซึ่งอยู่ในเขตการให้บริการของระบบขนส่งมวลชน ไม่มีข้อห้ามการใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อการอยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมหรืออาคารขนาดใหญ่พิเศษ สามารถสร้างอาคารที่มีพื้นที่เกิน 10,000 ตร.ม. ได้ มีอัตราส่วนพื้นที่อาคารรวมต่อพื้นที่ดิน (FAR) ไม่เกิน 5 ต่อ 1 โครงการมีพื้นที่ที่ดิน 11,200 ตารางเมตร สามารถสร้างอาคารที่มีพื้นที่ใช้สอยได้สูงสุดไม่เกิน 56,000 ตารางเมตร ซึ่งโครงการนี้มีพื้นที่อาคารทั้งหมด 53,798 ตารางเมตร

3.2. ความสูงของอาคาร ที่สามารถสร้างได้ มีความแตกต่างกันตามตำแหน่งของอาคารในที่ดิน โดยสามารถก่อสร้างอาคารสูงได้ตั้งแต่ 86 เมตร (ประมาณ 28 ชั้น) และไม่เกิน 226 เมตร (ประมาณ 75 ชั้น) ซึ่งโครงการนี้มีอาคารสูงสุดที่ 72 เมตร (ประมาณ 24 ชั้น)

3.3. ที่ว่างภายนอกอาคาร สัดส่วนพื้นที่ว่างต่อพื้นที่อาคารรวม (Open Space Ratio) ไม่น้อยกว่า 6% ของพื้นที่อาคารรวม ซึ่งต้องมีพื้นที่ว่างไม่น้อยกว่า 3,360 ตารางเมตร ซึ่งโครงการมีพื้นที่ว่าง (สวนและทางเท้า) 4,750 ตารางเมตร คิดเป็น 8.5% ของพื้นที่อาคารรวม

3.4. จำนวนที่จอดรถยนต์ คอนโดมิเนียมที่มีพื้นที่แต่ละครอปรัดตั้งแต่ 60 ตารางเมตรขึ้นไปต้องมีที่จอดรถยนต์ ไม่น้อยกว่า 1 คันต่อ 2 ครอปรัด หรือให้มีที่จอดรถยนต์ไม่น้อยกว่า 1 คันต่อพื้นที่อาคาร 240 ตารางเมตร เศษของ 240 ตารางเมตรให้คิดเป็น 240 ตารางเมตร ทั้งนี้ให้ถือว่าที่จอดรถยนต์จำนวนที่มากกว่าเป็นเกณฑ์ ซึ่งในโครงการจัดให้มีที่จอดรถจำนวน (ภายในอาคาร) 213 คัน และ 82 คัน (ภายนอกอาคาร) รวมที่จอดรถ 295 คัน (ไม่รวมในกรณีจอดซ้อนคัน)

สรุปการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด

จากการศึกษาความต้องการตลาดของ โครงการคอนโดมิเนียมที่ทำการศึกษาศึกษาโดยการออกแบบสอบถามจำนวน 200 ตัวอย่าง จากกลุ่มอาชีพ ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจและพนักงานบริษัทเอกชน แบ่งการสรุปผลออกเป็นดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไป

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 200 คน เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 40 และเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 60 มีอายุอยู่ระหว่าง 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 54 ระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็น

ร้อยละ 57 รายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 45 ที่พักอาศัยเป็นอาศัยอยู่กับญาติเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 23 และเช่าหอพักหรือ อพาร์ทเมนต์ คิดเป็นร้อยละ 65

2. ความต้องการซื้อคอนโดมิเนียม

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ยังมีความต้องการซื้อคอนโดมิเนียมร้อยละ 73 ปัจจัยที่ทำให้สำคัญในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมร้อยละ 42 พบว่าปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง เป็นเหตุผลสำคัญที่สุดที่ผู้บริโภครู้สึกตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม สำหรับปัจจัยด้านทำเลที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อ ร้อยละ 52% พบว่าเป็นเพราะใกล้กับที่ทำงาน ที่ตั้งของคอนโดมิเนียมในจังหวัดนนทบุรี ร้อยละ 40 พบว่าความต้องการที่ตั้งอยู่ใกล้ศูนย์การค้า สำหรับงบประมาณในการซื้อคอนโดมิเนียมร้อยละ 68 พบว่าคอนโดมิเนียมที่มีระดับราคาต่ำกว่า 2.0 ล้านบาท มีความต้องการมากที่สุด ความต้องการขนาดของห้องชุด ร้อยละ 43 พบว่าต้องการห้องชุดขนาด 40-50 ตารางเมตร จำนวนห้องนอนที่สนใจ ร้อยละ 65 พบว่าแบบ 1 ห้องนอน จำนวนเงินค่างวดที่ต้องการชำระต่องวด ร้อยละ 42 พบว่าต้องการชำระเงินค่างวด 3,500-5,000 บาทต่องวด สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการนอกเหนือจากลิฟต์และโทรศัพท์ ร้อยละ 36 พบว่าต้องการที่จอดรถ แหล่งข้อมูลที่พบมากที่สุดเกี่ยวกับคอนโดมิเนียม ร้อยละ 51 พบว่าผ่านป้ายและใบปลิว

3. การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย

เป็นชายหรือหญิงที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี อยู่ในวัยทำงานตอนต้น-ตอนกลาง เป็นโสด เพิ่งแต่งงาน หรือเพิ่งเริ่มต้นครอบครัวขนาดเล็ก ที่มีสมาชิกในครอบครัวไม่เกิน 3 คน ทำงานเป็นพนักงานบริษัทเอกชนหรือรัฐวิสาหกิจ มีรายได้ต่อครอบครัวประมาณ 20,000 – 50,000 บาทต่อเดือน ซึ่งมีความสามารถในการซื้อที่พักอาศัยได้ที่ระดับราคาประมาณ 1 – 2 ล้านบาท มีที่อยู่อาศัยหรือทำงานที่ต้องมีการเดินทางระหว่างนนทบุรีและเขตติดต่อกใกล้เคียง เนื่องจากลูกค้าจะมีความคุ้นเคยกับเส้นทางและสถานที่ตั้งโครงการ หรือมีเส้นทางระหว่างบ้านกับที่ทำงานที่ต้องผ่านถนนรัตนาธิเบศร์เป็นประจำ มีความพอใจในรูปแบบของโครงการและสามารถเดินทางได้สะดวก มีสถานภาพทางสังคมอยู่ในระดับกลาง ชอบใช้ชีวิตในรูปแบบที่มีความทันสมัย เป็นอิสระ มีความเชื่อมั่นในตนเองสูง เลือกซื้อสินค้าโดยไม่ยึดติดกับตราหือหรือชื่อเสียงของเจ้าของโครงการมากนัก แต่เน้นที่ตัวสินค้าที่มีความคุ้มค่า ตรงกับรสนิยมและความต้องการของตนเอง เป็นผู้ที่ยังไม่เคยมีบ้านเป็นของตนเอง และกำลังหาห้องชุดขนาดเล็ก-กลาง เป็นบ้านหลังแรกของตนใช้ในการอยู่อาศัยจริงและจะพักอาศัยอยู่นานจนกว่าจะมีครอบครัวที่มีสมาชิกมากกว่า 3 คน จึงจะย้ายออกไปหาที่พักใหม่ที่ เป็น บ้านเดี่ยวที่มีขนาดใหญ่เพียงพอกับขนาดของครอบครัวที่ขยายใหญ่ขึ้น

4. จุดขาย

จุดขายหลักที่จะนำเสนอให้กับลูกค้าคือ เป็นคอนโดมิเนียมที่มีทำเลติดถนนใหญ่รัตนธิเบศร์ สะดวกรวดเร็วด้วยระบบขนส่งมวลชนรถไฟฟ้าสายสีม่วง ใกล้ทางด่วน อีกทั้งสามารถเชื่อมต่อถนนสายหลักได้หลายสายเพื่อเข้าสู่ใจกลางเมือง ส่วนจุดขายรองที่เป็นตัวสนับสนุนก็คือ อยู่ใกล้แหล่งค้าขายที่หลากหลาย มีอาณาเขตต่อเนื่องกับพื้นที่ธุรกิจการค้า โรงแรม โรงพยาบาล มหาวิทยาลัย และศูนย์กลางหน่วยงานราชการอีกมากมาย

5. การออกแบบผลิตภัณฑ์

ลักษณะของอาคารจะเป็นไปตามแนวความคิด Form Follow Function โดยใช้รูปทรงเรขาคณิตที่เรียบง่าย เพื่อสร้างจุดเด่นให้กับตัวอาคารและใช้สีอาคารเป็นโทนอ่อน เพื่อให้เกิดความรู้สึกผ่อนคลาย และรู้สึกเป็นกันเอง พร้อมทั้งเลือกใช้วัสดุที่มีคุณภาพให้เกิดการใช้งานได้จริง และคงทนยาวนานที่สุด การจัดวางห้องเป็น Double Corridor เพื่อให้สามารถใช้พื้นที่ทางเดินส่วนกลางได้อย่างคุ้มค่าและมีที่ว่างภายในห้องให้มีประสิทธิภาพที่สุด รองรับการใช้ชีวิตที่ใช้ได้จริง การจัดภูมิทัศน์เน้นรูปแบบการจัดสวนในเมืองแบบ Urban Park โดยเชื่อมโยงภายในและภายนอกเข้าด้วยกัน เพื่อให้ชีวิตคนเมืองอยู่เพียงภายในกล่อง พื้นที่ระหว่างอาคารแบ่งพื้นที่ใช้สอยด้วยสระว่ายน้ำและสวน พื้นที่อื่นๆตกแต่งสลับกับต้นไม้ใหญ่และด้านล่างเป็นลานหญ้าโล่งเพื่อความโปร่งโล่ง ไม่อึดอัด ลดความกระด้างของพื้นที่ว่างระหว่างอาคารลง ส่วนพักผ่อนมีการออกแบบให้โดดเด่น ภายใต้แนวคิด Resort Condo ผสานสวนสวยที่จัดให้ต้นไม้ใหญ่อวดรูปทรงสูงสง่า พื้นที่บริเวณโดยรอบโอบล้อมด้วยความเขียวขจีของสวน ทำให้สภาพแวดล้อมของอาคารมีบรรยากาศที่ดี ห้องพักผ่อนใหญ่สามารถมองเห็นสระว่ายน้ำและสวนสวยได้จากในห้องนอน

6. รายละเอียดโครงการ

6.1. เป็นคอนโดมิเนียมพักอาศัย ติดถนนรัตนธิเบศร์ สูง 20 ชั้น 2 อาคาร และสูง 24 ชั้น 2 อาคารมีห้องชุดจำนวน 939 ยูนิต

6.2. ประเภทห้องชุด

S Type	พื้นที่ 30 ตรม.	จำนวน 324 ห้อง
M Type	พื้นที่ 40 ตรม.	จำนวน 510 ห้อง
L Type	พื้นที่ 60 ตรม.	จำนวน 105 ห้อง

6.3. พื้นที่อาคารทั้งหมด 53,798 ตารางเมตร

แบ่งออกเป็น	พื้นที่ขาย	38,970 ตารางเมตร
	พื้นที่ส่วนกลาง	14,828 ตารางเมตร

7. การส่งเสริมการตลาด

โครงการมีกลยุทธ์ในการเลือกทำเลที่มีศักยภาพสูงในการขยายตัวจากตัวเมืองรองรับการกระจายตัวจากศูนย์กลางธุรกิจ และเป็นทำเลที่พร้อมด้วยสาธารณูปโภค เนื่องจากโครงการมีขนาดใหญ่ นัก อีกทั้งกลุ่มเป้าหมายก็เป็นผู้ที่อยู่ในพื้นที่บริเวณพื้นที่ใกล้เคียง โครงการเลือกใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมเพื่อกระตุ้นการซื้อของผู้บริโภค เช่น การทำ Co-Promotion ร่วมกับสถาบันการเงินจัดเงื่อนไขทางการเงินในรูปแบบเฉพาะ และเน้นการโฆษณาในมุมกว้างใช้ฝ่ายขายตั้งรับในลักษณะ Counter Sales และมีการใช้มาตรการทางการตลาดแบบ Direct Marketing มาผสมผสาน โดยที่ฝ่ายขายมีการเสนอขายในเชิงรุกด้วยการวิเคราะห์หากกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ใช้การโฆษณาประกอบกับกิจกรรมทางการตลาด เช่น E-Marketing เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายทางอินเทอร์เน็ต เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างคุ้มค่า และไม่สูญเปล่า

สรุปการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงิน

การศึกษาค้างนี้ ได้จัดทำเงินลงทุนเริ่มแรก งบกระแสเงินสดสุทธิ และการประเมินค่าของโครงการ ซึ่งการประเมินค่าของโครงการได้ประมาณการทางการเงินกรณี Base Case จากพื้นที่ขายทั้งหมด 38,970 ตารางเมตร เป็นรายรับทั้งหมด 1,480,860,000 บาท จาก 939 ยูนิต คิดเฉลี่ยยูนิตละ 1,577,061 บาท หรือประมาณ 38,000 บาทต่อตารางเมตร

ในส่วนของการเปิดให้ลูกค้าจองห้องได้หลังจากที่ได้ทำการตลาดซึ่งจะมีการประชาสัมพันธ์ในช่วงแรกก่อนที่จะเริ่มการก่อสร้างโครงการ โดยคาดว่าจะสามารถขายห้องชุดโดยเฉลี่ยเดือนละ 54 ห้องหรือคิดเป็น 6% ของห้องพักทั้งหมด และขายหมดภายในระยะเวลา 17 เดือนนับตั้งแต่เริ่มจอง (ตามสถานะ Base Case) โดยเริ่มขายในเดือนกรกฎาคม 2553 และจะขายได้หมดในเดือน ธันวาคม 2554 และโอนได้หมดภายในเดือนมกราคม 2555 ผลการวิเคราะห์สรุปได้ ดังนี้

NPV	=	166,869,356	บาท
IRR	=	19.99 %	
Break – even Point	=	62.43 % หรือ 586.30 ห้อง	จาก 939 ห้อง

ในส่วนของการชำระเงินกู้ให้กับสถาบันการเงินนั้น เมื่อโครงการฯ ได้รับเงินจอง เงินทำสัญญา และเงินดาวน์จากลูกค้า จะนำรายได้จำนวนหนึ่งมาชำระดอกเบี้ยให้กับสถาบันการเงิน นับตั้งแต่ได้เริ่มการเบิกรุ่นจนกระทั่งคืนเงินต้นจนหมด และเมื่ออาคารก่อสร้างแล้วเสร็จซึ่งใช้เวลาประมาณ 1.5 ปี จะสามารถโอนห้องชุดให้กับลูกค้าได้ตั้งแต่เดือนที่ 25

การวิเคราะห์ความเสี่ยงเมื่อปรับเปลี่ยนตัวแปรราคาขายต่อตารางเมตรลดลง 10% และ 15% ส่งผลให้ค่า NPV จากเดิม (Base Case) 166,869,356 บาท ลดลงเหลือเพียง 88,794,483 บาท และ 49,648,667 บาท ตามลำดับ ถ้าในอนาคตมีคู่แข่งมากขึ้นหรือกำลังซื้อของผู้บริโภคลดลง โครงการนี้สามารถที่จะลดราคาขายลงได้ประมาณ 10% มีค่า IRR 14.90% ถึงแม้ว่าจะต่ำกว่าอัตราผลตอบแทนในส่วนของผู้ถือหุ้น (15%) แต่ถือว่ายังอยู่ในเกณฑ์ที่สามารถยอมรับได้ ในส่วนของตัวแปรต้นทุนค่าก่อสร้างที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จากปัจจัยน้ำมันที่ปรับตัวสูงขึ้น ภาวะเงินเฟ้อ โดยเมื่อตัวแปรเหล่านี้ปรับตัวเพิ่มขึ้นอีก 5-15% อัตราผลตอบแทนของโครงการในส่วนของผู้ถือหุ้น NPV เป็นบวก และ IRR ก็ยังมากกว่า 15% ดังนั้นแม้ว่าในอนาคตค่าก่อสร้างจะปรับตัวเพิ่มขึ้นอีก 15% โครงการนี้ยังสามารถให้ผลตอบแทนตามที่ต้องการได้ และในส่วนของผู้ถือหุ้นดอกเบี้ยที่ได้ปรับตัวเพิ่มขึ้นเป็น 8.45%, 9.45% และ 10.45% เมื่อมีการปรับเพิ่มทุก 1% จะทำให้ค่า NPV ลดลงประมาณ 2 ล้านบาท ดังนั้นถึงแม้ว่าอัตราดอกเบี้ยจะมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น ก็ไม่ส่งผลกระทบต่อผลตอบแทนของโครงการจากภาวะปัจจุบันเท่าใดนัก

สรุปการบริหารงานก่อสร้างและการบริหารจัดการโครงการ

การบริหารโครงการเป็นขั้นตอนในการพัฒนาโครงการ หลังจากพบว่ามีความเป็นไปได้ก็จะทำโครงการ สามารถแบ่งออกเป็น 3 ช่วงคือ

ช่วงที่ 1 : ช่วงก่อนการก่อสร้าง (Pre-Construction Stage) ประกอบด้วย

1. การกำหนดรูปแบบและลักษณะองค์กรในการบริหารจัดการ โดยมีนโยบายในการบริหารจัดการโครงการในลักษณะ Outsourcing คือว่าจ้างผู้จัดการแผนกต่างๆ ที่มีประสบการณ์และทีมงานบริหารโครงการ เป็นพนักงานประจำของบริษัท เพื่อทำหน้าที่กำกับดูแลบริษัท ผู้ชำนาญการด้านต่างๆ ประสานงานกับหน่วยงานด้านการตลาด ด้านการขายของบริษัท เพื่อพัฒนาโครงการให้เป็นไปได้ตามผลการศึกษาความเป็นไปได้

2. การกำหนดรูปแบบและลักษณะสัญญาในการบริหารจัดการ ใช้สัญญาแบบการบริหารจัดการโครงการ ในลักษณะออกแบบประมูลก่อสร้าง (Design-Bid-Build, D-B-B) และแบ่งงานออกแบบออกเป็น 5 สัญญา

3. การดำเนินการจัดจ้างผู้รับเหมา โดยบริษัทผู้รับเหมาที่เข้าประกวดราคาตามสัญญาที่ 1 จะต้องเป็นผู้ประสานงานหลักในการทำงานของทุกสัญญา ทั้งนี้เพื่อความเรียบร้อยของงานก่อสร้างทั้งหมด โดยใช้วิธีการประกวดราคา โดยจำกัดผู้เข้าร่วมประมูล ให้ได้ผู้รับเหมาที่มีศักยภาพเหมาะสมกับโครงการ

4. การดำเนินการด้านภาษีอากร ในส่วนของภาษีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับโครงการ

ช่วงที่ 2 : ช่วงการก่อสร้าง (Construction Stage) ประกอบด้วย

1. การวางแผนและกำหนดเวลางานก่อสร้าง โดยการวางแผนโครงการมีขั้นตอนย่อยๆ ดังนี้

รวบรวมเอกสารสัญญาที่เกี่ยวข้องทุกสัญญา ทำการตรวจทานอย่างละเอียด เพื่อให้แน่ใจว่ารายละเอียดของงานตามสัญญาต่างๆ มีความครบถ้วนชัดเจน กำหนดเวลาสำคัญต่างๆ และสิ้นสุดของงานแต่ละสัญญา มีความสอดคล้องกับความต้องการของโครงการ กำหนดกรอบงานของโครงการ ได้แก่ โครงสร้างการแตกงาน (Work Breakdown Structure, WBS) โดยแตกงานให้เป็นส่วนย่อยๆ หลายระดับ เพื่อให้สามารถจะควบคุมดูแลได้ง่าย เช่น งานสนาม งานสาธารณูปโภค และงานอาคาร, โครงสร้างการแตกองค์กร โดยใช้ WBS เป็นพื้นฐานในการจัดการบุคลากร และโครงสร้างการแตกต้นทุน โดยใช้ WBS เป็นพื้นฐานในการเชื่อมงานเข้ากับต้นทุน

2. การควบคุมงานก่อสร้าง องค์ประกอบหลักของงานก่อสร้างที่ต้องควบคุม เพื่อให้งานก่อสร้างของโครงการบรรลุความต้องการมี 3 องค์ประกอบ คือ การควบคุมกำหนดเวลา (Schedule Control) การควบคุมคุณภาพ (Quality Control) การควบคุมค่าใช้จ่าย (Cost Control)

ช่วงที่ 3 : ช่วงสิ้นสุดการก่อสร้าง (Construction Close-Out Stage) ประกอบด้วย

เรื่องเกี่ยวกับการขอใบรับรองการก่อสร้างอาคาร ขอเลขที่ประจำบ้าน การขอเชื่อมต่องานสาธารณูปโภค การจัดเตรียมและฝึกอบรมพนักงานประจำอาคาร การรับมอบงานก่อสร้าง การเปิดตัวโครงการ การขอจดทะเบียนอาคารชุด และการขอจดทะเบียนนิติบุคคลอาคารชุด

ส่วนการบริหารจัดการโครงการใช้นโยบายในการบริหารจัดการในลักษณะ Outsourcing โดยว่าจ้างบริษัทบริหารทรัพย์สินที่มีชื่อเสียงในตลาดมาทำการบริหารทรัพย์สินให้พนักงานประจำอาคารต่างๆ ให้อยู่ในส่วนของความรับผิดชอบของผู้รับจ้างที่เป็นบริษัทบริหารทรัพย์สิน โครงการจึงมีหน้าที่เพียงแค่คัดเลือกบริษัทบริหารทรัพย์สินให้แล้วเสร็จ ก่อนถึงขั้นตอนการรับมอบงานก่อสร้าง จากบริษัทผู้รับเหมาแต่ละราย เพื่อให้บริษัทบริหารทรัพย์สินจัดพนักงานประจำอาคารของตนเข้ามามีส่วนร่วมในการรับมอบงานก่อสร้าง การฝึกอบรมการทำงานและบำรุงรักษางานและอุปกรณ์ต่างๆ กับบริษัทผู้รับเหมาโดยตรง โดยบริษัทบริหารทรัพย์สินจะต้องเสนอรายละเอียดบุคลากรที่ทำหน้าที่รับผิดชอบในฝ่ายต่างๆ ให้พิจารณารายละเอียดในขอบเขตการบริหารอาคาร

ข้อเสนอแนะ

ภาพรวมของจังหวัดนนทบุรีเป็นจังหวัดที่มีการเปลี่ยนแปลงของเมืองอย่างรวดเร็ว อันเป็นผลมาจากการขยายตัวของกรุงเทพฯ มีอัตราการเพิ่มขึ้นของประชากรสูงประกอบกับความหนาแน่นและความแออัดของกรุงเทพฯ จึงมีการย้ายที่ทำการของส่วนราชการระดับกระทรวงมาอยู่ เช่น กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงยุติธรรม เป็นต้น ทำให้มีผู้เลือกจังหวัดนนทบุรีเป็นที่พักอาศัยจำนวนมาก นอกจากนี้จังหวัดนนทบุรียังเป็นที่ตั้งของศูนย์แสดงสินค้าระดับชาติ คือ อิมแพค เมืองทองธานี และยังมีความพร้อมด้านโครงข่ายบริการขั้นพื้นฐาน และมีโครงข่ายการคมนาคมครบวงจรที่สามารถเชื่อมโยงปริมณฑล และภูมิภาคทำให้นนทบุรีเป็นแหล่งที่อยู่อาศัยเพื่อรองรับการขยายตัวของกรุงเทพฯ แต่ปัญหาของผู้ประกอบการใหม่ในจังหวัดนนทบุรี คือ ผังเมืองรวมจังหวัดนนทบุรีฉบับปัจจุบันที่ประกาศใช้เมื่อปี 2548 ที่ยังคงใช้อยู่ ส่งผลให้ผู้ประกอบการไม่สามารถขยายการลงทุนได้เต็มที่ เนื่องจากผังเมืองเดิมมีข้อจำกัดด้านกฎหมายต่างๆ มากมาย ส่งผลให้การขยายตัวของธุรกิจเหล่านี้เป็นไปได้ยาก สำหรับความคืบหน้าการจัดทำผังเมืองใหม่ของจังหวัดนนทบุรีขณะนี้ใกล้เสร็จสมบูรณ์แล้ว โดยผังเมืองใหม่ที่จัดทำขึ้นจะรองรับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและธุรกิจต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต โดยเฉพาะด้านคมนาคมขนส่งที่ระบบรถไฟฟ้าสายสีม่วงที่จะขยายไปสู่จังหวัดนนทบุรี ทำให้การพัฒนาที่ดินในจังหวัดนนทบุรีจะมีศักยภาพสูงมากในอนาคต ซึ่งผังเมืองใหม่ได้มีการแก้ไขกฎหมายให้เอื้อกับผู้ประกอบธุรกิจและเจ้าของที่ดินมากขึ้น เพื่อส่งเสริมให้ธุรกิจดังกล่าวมีส่วนผลักดันให้จังหวัดนนทบุรีเติบโตต่อไป แต่สิ่งที่ต้องพิจารณา คือ หากอนาคตไม่นำค่า FAR และ OSR มาใช้ อาจทำให้ราคาที่ดินขยับขึ้นไม่ต่ำกว่า 10-20% ส่วนบริเวณใกล้รถไฟฟ้าสายสีม่วงส่วนใหญ่เป็นพื้นที่สีเขียวพัฒนาได้เฉพาะบ้านเดี่ยว หากปรับเป็นพื้นที่สีเหลืองสามารถสร้างคอนโดมิเนียมได้ราคาก็จะขยับขึ้น 20-30% แต่ถ้ามีค่า FAR และ OSR มาใช้ จากเดิมสูงสุด 10 เท่าจะเหลือแค่ 3-5 เท่าของแปลงที่ดิน ส่งผลให้ราคาที่ดินย่านนั้นจากที่ปรับขึ้นอย่างต่อเนื่อง อาจอยู่ในภาวะทรงตัวขายไม่ออก พัฒนาที่ดินได้น้อยเพราะที่ดินแต่ละแปลงถูกจำกัดการพัฒนาได้น้อยลงกว่าเดิม แม้ผังเมืองฉบับใหม่จะปรับการใช้ประโยชน์เพิ่มขึ้นก็ตามเมื่อเป็นเช่นนี้ จะส่งผลให้ที่ดินดังกล่าวมีมูลค่าที่ลดลงในที่สุด โดยเฉพาะบริเวณรัศมีโดยรอบศูนย์ราชการแจ้งวัฒนะ เมืองทอง ห้าแยกปากเกร็ด ข้ามแม่น้ำเจ้าพระยาไปยังฝั่งตรงข้าม องค์กรศึกษา ยังคงคิดว่าจังหวัดนนทบุรีกับกรุงเทพฯ มีความแตกต่างกัน คือ จังหวัดนนทบุรียังมีที่ดินเหลือรอการพัฒนาอยู่มาก และการแข่งขันแย่งชิงทำเลคงไม่มากเท่ากรุงเทพฯ ส่งผลให้ราคาที่ดินในอนาคตไม่น่าจะขึ้นสูงมากนัก หากไม่ปรับการใช้ประโยชน์ที่ดินเลียนแบบการควบคุมทางผังเมืองของกรุงเทพฯ มาใช้ และหากมองอีกมุมหนึ่งอาจมีเจตนาที่ดีที่จะใช้มาตรการทางผังเมืองในการ

ควบคุมการขยายตัวของเมืองไม่ให้โตแบบไร้ทิศทาง ตาม โครงสร้างพื้นฐานที่เกิดขึ้น ก่อนที่จะควบคุมไม่ได้เหมือนกรุงเทพฯ

ในการศึกษาความเป็นไปได้โครงการเป็นการคาดการณ์สิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ในสถานการณ์ที่แตกต่างกัน ผลของการศึกษาย่อมแตกต่างกัน ซึ่งข้อเท็จจริงของข้อมูลในการวิเคราะห์เป็นสิ่งสำคัญ การได้ศึกษารวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลที่อาจส่งผลกระทบต่อการพัฒนาจึงมีความจำเป็นต้องทำอย่างละเอียดและรอบคอบ อีกทั้งต้องมีการปรับปรุงจัดต่างๆ เหล่านั้น ตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนไปในแต่ละช่วง การคาดการณ์ที่แม่นยำ และครบถ้วนเป็นหลักการบริหารความเสี่ยงที่สำคัญ และด้วยสมมุติฐานที่ว่าพัฒนาการอสังหาริมทรัพย์มีการปรับตัวที่เพิ่มขึ้นและลดลง ผู้ลงทุนควรจะทำการศึกษาความเป็นไปได้โดยใช้ข้อมูลที่ถูกต้อง และทันต่อเหตุการณ์ นอกจากนี้ในการวิเคราะห์ทางด้านการตลาด ผู้ลงทุนจะต้องกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ชัดเจน โดยดูจากผลของการศึกษาความต้องการของตลาดเบื้องต้น และจะต้องกำหนดแผนการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ด้านการจัดการจะต้องมีการวางรูปแบบและสรรหาบุคลากรที่เหมาะสมและควรจะต้องศึกษาเปรียบเทียบต่างๆ ที่เกี่ยวกับการขออนุญาตก่อสร้าง ด้านการก่อสร้างผู้ลงทุนต้องมีการควบคุมการก่อสร้างอย่างใกล้ชิด เพราะถ้าการก่อสร้างไม่ตรงตามแบบแล้ว การแก้ไขทำได้ยากและเสียเวลา สำหรับการเงินจะต้องมีการวางแผนว่าเงินที่นำมาใช้ในการลงทุนจะนำมาจากแหล่งใดบ้าง ซึ่งจะต้องสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสถาบันการเงินต่างๆ เพื่อให้ได้รับการสนับสนุนทางการเงินตลอดระยะเวลาของโครงการ และโดยเฉพาะควรจะศึกษาอัตราผลการตอบแทนจากการลงทุนว่าคุ้มกับการลงทุนหรือไม่

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กรมธนารักษ์. การประเมินราคาทรัพย์สิน [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 15 มกราคม 2552. เข้าถึงได้จาก www.treasury.go.th/statistics/provice_70/nonthaburi.pdf

การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย. โครงการรถไฟฟ้ามหานคร ส่วนต่อขยาย [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 16 ธันวาคม 2552. เข้าถึงได้จาก www.mrta.co.th

กรุงเทพธุรกิจ. อสังหาริมทรัพย์ [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 21 เมษายน 2552. เข้าถึงได้จาก www.bangkokbiznews.com. ชัยยศ สันติวงศ์. การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช, 2533.

ชูชีพ พิพัฒน์ศิริ. คู่มือประกอบธุรกิจอสังหาริมทรัพย์. กรุงเทพมหานคร : เอฟ พี เอ็ม คอนซัลแทนท์, 2539.

ไทรรัตน์ จารุทัศน์. “การศึกษาความเป็นไปได้โครงการกับกระบวนการพัฒนาที่อยู่อาศัย”

ธนาคารอาคารสงเคราะห์ 13, 18 (มกราคม-มีนาคม 2550) : 20-27.

ถนอม อังคะวัฒนา. “ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัยแบบอาคารชุดพักอาศัยของผู้มีรายได้สูงในเขตชั้นกลางถึงชั้นในของกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์ปริญญาบัณฑิต ภาควิชาเคหการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. อัตราดอกเบี้ยประจำวันของธนาคารพาณิชย์ [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 1 ธันวาคม 2552. เข้าถึงได้จาก www.bot.or.th/Thai/Pages/BOTDefault.aspx

ประทีป ตั้งมดิธรรม. “เรื่อง...นำรู้อาคารชุด.” ปทุมวันเพลส, (กุมภาพันธ์ 2523) : 15

ประสิทธิ์ ดงยั้งศิริ. การศึกษาความเป็นไปได้และการวิเคราะห์โครงการ. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2534.

มงคล ทวีชัยทศพล, วีรพงษ์ วงศ์เสงี่ยม และอนวัช ลดาวัลย์. “การศึกษาความเป็นไปได้อาคารชุดพักอาศัยริมแม่น้ำเจ้าพระยา River Park.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2549.

มานพ พงศทัต. ทิศทางการขยายตัวและแนวโน้มของเมือง. กรุงเทพมหานคร : ม.ป.ท., 2518.

_____. กลยุทธ์อสังหาริมทรัพย์. กรุงเทพมหานคร : บริษัท ฐานเศรษฐกิจ จำกัด, 2538.

รุ่งรัตน์ เต็งเก๊าประเสริฐ. “กรอบแนวคิดในการออกแบบโครงการอาคารชุดพักอาศัยบริเวณสถานีรถไฟฟ้.” ธนาคารอาคารสงเคราะห์ 13,51 (ตุลาคม-ธันวาคม 2550) : 62-66

วารสารธนาคารอาคารสงเคราะห์ . การลงทุนที่อยู่อาศัย [Online] . ปีที่3 ฉบับที่48 ประจำเดือน
มค.-มีค.50 . เข้าถึงเมื่อ 23 เมษายน2551. เข้าถึงได้จาก www.ghb.co.th

วิมลสิทธิ์ หรยางกูร. การจัดทำรายละเอียดโครงการเพื่อการออกแบบงานสถาปัตยกรรม
กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์, 2528.

วิสูตร จิระคำเกิง. การบริหารโครงการ . กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ วรณกวี, 2548.

สมบัติ ชำรงชัยวงศ์ . การบริหารโครงการ . กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์สมาธรรม, 2547.

สมาคมสถาปนิกสยาม. Law & Regulation News [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 18 เมษายน 2551.เข้าถึงได้
จาก www.asa.or.th/index.php?q=Law_lst

สิริมาศ วิทยาพันธ์ประชา, กิตติโชค อยู่ไต้รัมย์บุญ และชนชัย นราภักษ์. “การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผล
ต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยแต่ละประเภทของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและ
ปริมณฑล.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ บัณฑิต
วิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2548

สุธี สุเมธานนทศักดิ์. “การศึกษาลักษณะทางกายภาพของอาคารชุดพักอาศัยระดับราคาสูงในเขต
กรุงเทพมหานครที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการจัดการและดูแลรักษาอาคารและ
ทรัพย์สินส่วนกลาง.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

สุรศักดิ์ นานานุกูล . การวางแผนโครงการและแนวทางการศึกษาความเป็นได้ . กรุงเทพมหานคร :
ไทยวัฒนาพานิช, 2522.

สำนักงานจังหวัดนนทบุรี, รายงานข้อมูล 45 กลุ่มเรื่อง [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 3 มีนาคม 2552. เข้าถึง
ได้จาก www.nonthaburi.go.th

ภาษาต่างประเทศ

Wurtzebach, Charles H., and Mike E.Miles. Modern real estate New York : John Wiley,1994.

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

ตำแหน่งพื้นที่ทำการสำรวจแบบสอบถาม

แบบสอบถาม การศึกษาความเป็นไปได้ของการลงทุนธุรกิจคอนโดมิเนียมในจังหวัดนนทบุรี

แบบสำรวจนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำสารนิพนธ์ ของนักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโครงการก่อสร้าง ภาควิชาเทคนิคสถาปัตยกรรม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความร่วมมือจากท่าน เพื่อสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการคอนโดมิเนียมในจังหวัดนนทบุรี

ทั้งนี้ผู้จัดทำขอขอบคุณล่วงหน้าที่ทำให้ความร่วมมือมา ณ โอกาสนี้และข้อมูลทั้งหมดนี้ใช้ประโยชน์เพื่อการศึกษาเท่านั้น

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

ชาย หญิง

2. อายุ

21 – 30 ปี 31 – 40 ปี
 41 – 50 ปี มากกว่า 50 ปี

3. การศึกษา

ต่ำกว่ามัธยมศึกษา มัธยมศึกษา
 ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 พนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว

5. รายได้ / เดือน

ต่ำกว่า 10,000 บาท 10,001 - 20,000 บาท
 20,001 – 30,000 บาท มากกว่า 30,000 บาท

6. ที่พักอาศัยในปัจจุบัน

มีที่พักเป็นของตนเอง อาศัยอยู่กับญาติ
 เช่า อื่นๆ(ระบุ)

7. ประเภทของการเช่าที่พักอาศัย

- () หอพัก, อพาร์ทเมนต์ () คอนโดมิเนียม
() บ้านพัก () อื่นๆ(ระบุ)

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการคอนโดมิเนียม

8. ในช่วง 1-2 ปี ท่านคิดว่าต้องการซื้อคอนโดมิเนียมหรือไม่

- () ต้องการ
() ไม่ต้องการ
() ไม่แน่ใจ

ถ้าตอบว่า ไม่ต้องการ หรือ ไม่แน่ใจ ให้ข้ามไปข้อ 15

9. ปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม

- () ทำเลที่ตั้ง
() ราคา
() สิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภค
() การบริหารจัดการโครงการหลังการขาย
() สภาพแวดล้อมในโครงการ

10. ปัจจัยด้านทำเลของคอนโดมิเนียมที่ต้องการมากที่สุด

- () ใกล้กับที่ทำงาน
() ใกล้สถานีรถไฟฟ้า
() ใกล้กับที่อยู่อาศัยเดิม
() ใกล้ศูนย์การค้า

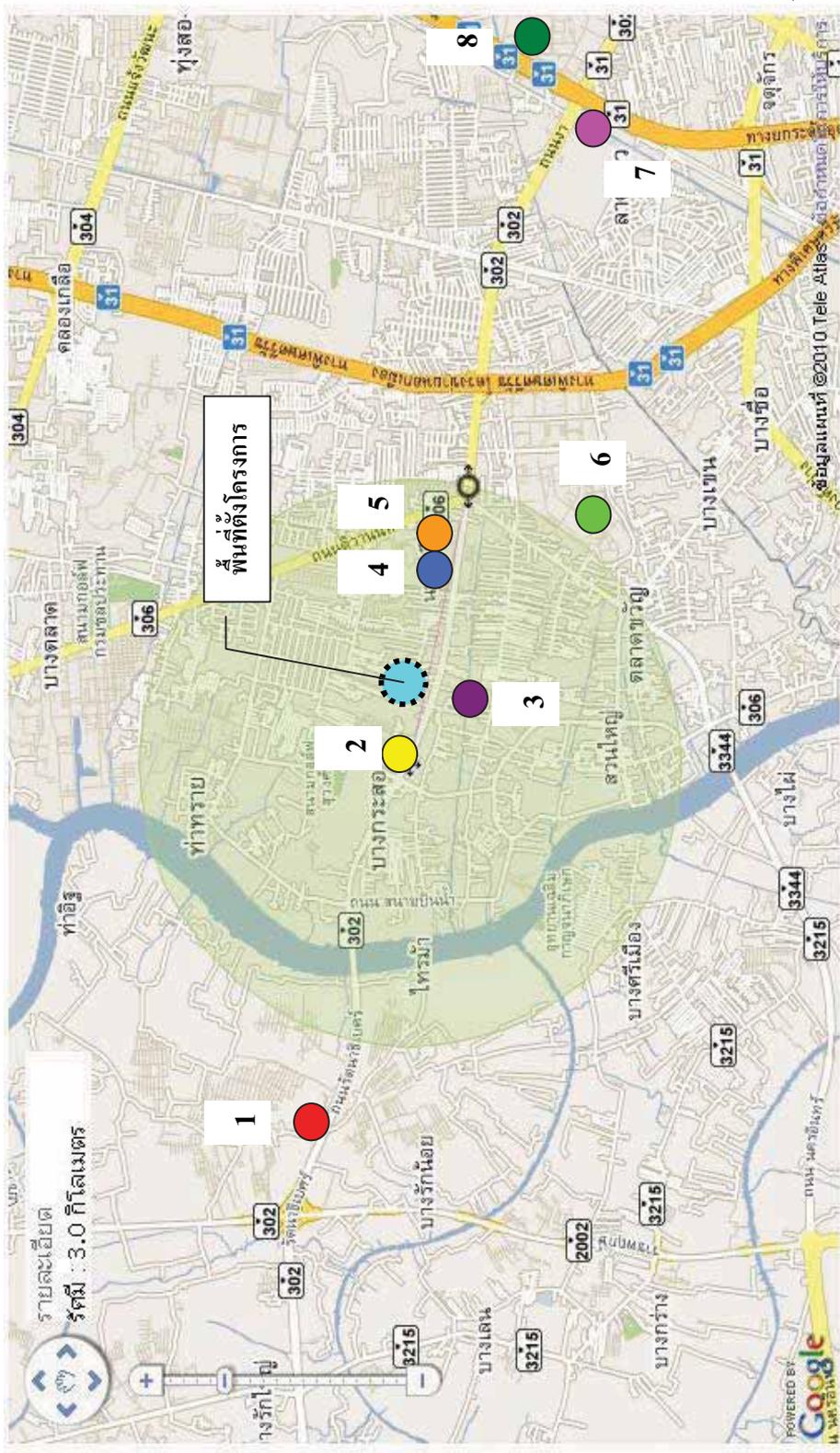
11. ระดับราคาคอนโดมิเนียมที่ท่านต้องการซื้อ

- () ต่ำกว่า 2.0 ล้านบาท () 2.0-3.0 ล้านบาท
() 3.0-4.0 ล้านบาท () มากกว่า 4.0 ล้านบาท

12. ในกรณีที่ท่านต้องการซื้อคอนโดมิเนียม ท่านต้องการพื้นที่ห้องขนาดใด

- () ต่ำกว่า 30 ตารางเมตร () 30 - 40 ตารางเมตร
() 40 - 50 ตารางเมตร () มากกว่า 50 ตารางเมตร

13. จำนวนห้องนอนในห้องชุดที่สนใจ พบว่า
- () แบบ 1 ห้องนอน
 - () แบบ 2 ห้องนอน
 - () แบบ 3 ห้องนอน
14. ความสามารถในการชำระเงินค่างวด
- () ต่ำกว่า 3,000 บาท
 - () 3,500-5,000 บาทต่องวด
 - () 5,001-6,500 บาทต่องวด
 - () มากกว่า 6,500 บาทต่องวด
15. สิ่งอำนวยความสะดวกที่คิดว่าจำเป็นที่สุดในคอนโดมิเนียม (ตอบเพียง 1)
- () ยามรักษาความปลอดภัย
 - () ที่จอดรถ
 - () ร้านค้า
 - () ร้านซักอบรีด
 - () ร้านอาหาร
 - () อื่นๆ (ระบุ)
16. แหล่งข้อมูลที่พบเกี่ยวกับคอนโดมิเนียมมากที่สุดคือ
- () วิทยุ
 - () หนังสือพิมพ์
 - () ป้ายโฆษณา
 - () แผ่นพับ
 - () ใบปลิว
 - () อื่นๆ (ระบุ)
17. หากมีคอนโดมิเนียมตามรายละเอียดดังนี้ คิดว่าต้องการซื้อหรือไม่
- ขนาด : 30 – 60 ตารางเมตร
- ระดับราคา : 1 ล้านบาท
- การผ่อนชำระ : ผ่อนค่างวด 20 % จำนวน 12 งวดๆละไม่เกิน 6,000 บาท
และผ่อนชำระรายเดือนๆละไม่เกิน 4,000 บาท
- ทำเลที่ตั้ง : ถนนรัตนวิบูลย์ จ.นนทบุรี
- () ต้องการ
 - () ไม่ต้องการ
 - () ไม่แน่ใจ



ภาพที่ 26 แสดงตำแหน่งพื้นที่ทำการสำรวจแบบสอบถาม

- | | |
|--------------------------------|---------------------------|
| ● 1. ซอยท่าอิฐ จังหวัดนนทบุรี | ● 5. โลดส์ รัตนธิเบศร์ |
| ● 2. เซ็ลทรัลทาวน์ รัตนธิเบศร์ | ● 6. กระทรวงสาธารณสุข |
| ● 3. คาร์ฟู รัตนธิเบศร์ | ● 7. เดอะมอลล์ งามวงศ์วาน |
| ● 4. ศาลากลาง จังหวัดนนทบุรี | ● 8. ม.ธุรกิจบึงเจ็ด |

ภาคผนวก ข

กฎกระทรวงให้ใช้บังคับผังเมืองรวมจังหวัดนนทบุรี พ.ศ. 2548

ข้อกำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดิน ตามผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร 2549



กฎกระทรวง

ให้ใช้บังคับผังเมืองรวมจังหวัดนนทบุรี

พ.ศ. ๒๕๔๘

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๕ แห่งพระราชบัญญัติการผังเมือง พ.ศ. ๒๕๑๘ และมาตรา ๒๖
วรรคหนึ่ง แห่งพระราชบัญญัติการผังเมือง พ.ศ. ๒๕๑๘ ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติการ
ผังเมือง (ฉบับที่ ๓) พ.ศ. ๒๕๓๕ อันเป็นพระราชบัญญัติที่มีบทบัญญัติบางประการเกี่ยวกับการจำกัด
สิทธิและเสรีภาพของบุคคล ซึ่งมาตรา ๒๕ ประกอบกับมาตรา ๓๕ มาตรา ๓๖ มาตรา ๔๘ มาตรา ๔๙
และมาตรา ๕๐ ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย บัญญัติให้กระทำได้โดยอาศัยอำนาจตาม
บทบัญญัติแห่งกฎหมาย รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทยออกกฎกระทรวงไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ ๑ กฎกระทรวงนี้ให้ใช้บังคับได้มีกำหนดห้าปี

ข้อ ๒ ให้ใช้บังคับผังเมืองรวม ในท้องที่จังหวัดนนทบุรี ภายในแนวเขตตามแผนที่ท้าย
กฎกระทรวงนี้

ข้อ ๓ การวางและจัดทำผังเมืองรวมตามกฎกระทรวงนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นแนวทางใน
การพัฒนา และการดำรงรักษาเมืองและบริเวณที่เกี่ยวข้องหรือชนบท ในด้านการใช้ประโยชน์ใน
ทรัพย์สิน การคมนาคมและการขนส่ง การสาธารณสุขปโภค บริการสาธารณะ และสภาพแวดล้อมในบริเวณ
แนวเขตตามข้อ ๒ ให้สอดคล้องกับการพัฒนาระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศตามแผนพัฒนา
เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ข้อ ๔ ผังเมืองรวมตามกฎหมายว่าด้วยผังเมือง มีนโยบายและมาตรการเพื่อจัดระบบการใช้ประโยชน์ที่ดินให้มีประสิทธิภาพ สามารถรองรับและสอดคล้องกับการขยายตัวของชุมชนในอนาคต ส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจและโครงสร้างบริการสาธารณะ โดยมีสาระสำคัญดังต่อไปนี้

(๑) ส่งเสริมและพัฒนาชุมชนเมืองให้เป็นศูนย์กลางการบริหาร การปกครอง และการประกอบพาณิชยกรรมของจังหวัดนนทบุรี

(๒) ส่งเสริมและพัฒนาด้านที่อยู่อาศัย พาณิชยกรรม และอุตสาหกรรม ให้สอดคล้องกับการขยายตัวของชุมชนและระบบเศรษฐกิจ โดยดำรงรักษาที่ดินเพื่อเกษตรกรรมไว้ด้วย

(๓) พัฒนาระบบโครงข่ายการคมนาคมขนส่ง ให้สอดคล้องกับการใช้ประโยชน์ที่ดินและระบบโครงข่ายคมนาคมขนส่งของกรุงเทพมหานครและปริมณฑลในอนาคต

(๔) พัฒนาการบริการทางสังคม การสาธารณสุขปโภคและสาธารณสุขการให้เพียงพอและได้มาตรฐาน

(๕) อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

ข้อ ๕ การใช้ประโยชน์ที่ดินภายในเขตผังเมืองรวม ให้เป็นไปตามแผนผังกำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดินตามที่ได้จำแนกประเภทและแสดงโครงการคมนาคมและขนส่ง และรายการประกอบแผนผังทำกฎกระทรวงนี้

ข้อ ๖ การใช้ประโยชน์ที่ดินตามแผนผังกำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดินตามที่ได้จำแนกประเภทและแสดงโครงการคมนาคมและขนส่งทำกฎกระทรวงนี้ ให้เป็นไปดังต่อไปนี้

(๑) ที่ดินในบริเวณหมายเลข ๑.๑ ถึงหมายเลข ๑.๓ ที่กำหนดไว้เป็นสีเหลืองและเส้นทแยงสีขาว ให้เป็นที่ดินประเภทอนุรักษ์เพื่อการอยู่อาศัย

(๒) ที่ดินในบริเวณหมายเลข ๒.๑ ถึงหมายเลข ๒.๘๕ ที่กำหนดไว้เป็นสีเหลือง ให้เป็นที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นน้อย

(๓) ที่ดินในบริเวณหมายเลข ๓.๑ ถึงหมายเลข ๓.๕๕ ที่กำหนดไว้เป็นสีส้ม ให้เป็นที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นปานกลาง

(๔) ที่ดินในบริเวณหมายเลข ๔.๑ ถึงหมายเลข ๔.๔๕ ที่กำหนดไว้เป็นสีแดง ให้เป็นที่ดินประเภทพาณิชยกรรมและที่อยู่อาศัยหนาแน่นมาก

(๕) ที่ดินในบริเวณหมายเลข ๕.๑ ถึงหมายเลข ๕.๓ ที่กำหนดไว้เป็นสีม่วง ให้เป็นที่ดินประเภทอุตสาหกรรมและคลังสินค้า

(๖) ที่ดินในบริเวณหมายเลข ๖.๑ ถึงหมายเลข ๖.๒๔ ที่กำหนดไว้เป็นสีเขียว ให้เป็นที่ดินประเภทชนบทและเกษตรกรรม

(๗) ที่ดินในบริเวณหมายเลข ๗ ที่กำหนดไว้เป็นสีชาวมีกรอบและเส้นทแยงสีเขียว ให้เป็นที่ดินประเภทอนุรักษ์ชนบทและเกษตรกรรม

(๘) ที่ดินในบริเวณหมายเลข ๘.๑ ถึงหมายเลข ๘.๒๗ ที่กำหนดไว้เป็นสีเขียวอ่อน ให้เป็นที่ดินประเภทที่โล่งเพื่อนันทนาการและการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม

(๙) ที่ดินในบริเวณหมายเลข ๙.๑ ถึงหมายเลข ๙.๙๗ ที่กำหนดไว้เป็นสีเขียวมะกอก ให้เป็นที่ดินประเภทสถาบันการศึกษา

(๑๐) ที่ดินในบริเวณหมายเลข ๑๐ ที่กำหนดไว้เป็นสีน้ำตาลอ่อน ให้เป็นที่ดินประเภทอนุรักษ์เพื่อส่งเสริมเอกลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมไทย

(๑๑) ที่ดินในบริเวณหมายเลข ๑๑.๑ ถึงหมายเลข ๑๑.๑๔๔ ที่กำหนดไว้เป็นสีเทาอ่อน ให้เป็นที่ดินประเภทสถาบันศาสนา

(๑๒) ที่ดินในบริเวณหมายเลข ๑๒.๑ ถึงหมายเลข ๑๒.๓๓ ที่กำหนดไว้เป็นสีน้ำเงิน ให้เป็นที่ดินประเภทสถาบันราชการ การสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ

(๑๓) ที่ดินในบริเวณหมายเลข ๑๓ ที่กำหนดไว้เป็นสีชมพู ให้เป็นที่ดินประเภทโครงการคมนาคมและขนส่ง

ข้อ ๗ ที่ดินประเภทอนุรักษ์เพื่อการอยู่อาศัย ให้ใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อการอยู่อาศัย สถาบันราชการ การสาธารณูปโภคและสาธารณูปการเป็นส่วนใหญ่ สำหรับการใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อกิจการอื่น ให้ใช้ได้ไม่เกินร้อยละห้าของที่ดินประเภทนี้ในแต่ละบริเวณ

ที่ดินประเภทนี้ ห้ามใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อกิจการตามที่กำหนด ดังต่อไปนี้

(๑) โรงงานทุกจำพวกตามกฎหมายว่าด้วยโรงงาน

(๒) สถานที่บรรจุก๊าซ สถานที่เก็บก๊าซ และห้องบรรจุก๊าซ ตามกฎหมายว่าด้วยการบรรจุก๊าซปิโตรเลียมเหลว

(๓) สถานที่ที่ใช้ในการเก็บน้ำมันเชื้อเพลิงเพื่อจำหน่ายที่ต้องขออนุญาตตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมน้ำมันเชื้อเพลิง

(๔) เลียงม่า โคน กระบือ สุกร แพะ แกะ ห่าน เป็ด ไก่ ฝูง จระเข้ หรือสัตว์ป่าตามกฎหมายว่าด้วยการสงวนและคุ้มครองสัตว์ป่า เพื่อการค้า

(๕) สุสานและฌาปนสถานตามกฎหมายว่าด้วยสุสานและฌาปนสถาน

(๖) สิ่งปลูกสร้าง และหรืออาคารที่มีความสูงเกิน ๑๒ เมตร

(๗) คลังสินค้า

(๘) ไซโลเก็บผลิตผลทางการเกษตร

(๙) กำจัดมูลฝอย

(๑๐) ซั๊อขายหรือเก็บเศษวัสดุ

ข้อ ๘ ที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นน้อย ให้ใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อการอยู่อาศัย สถาบันราชการ การสาธารณูปโภคและสาธารณูปการเป็นส่วนใหญ่ สำหรับการี่ใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อกิจการอื่นให้ใช้ได้ไม่เกินร้อยละสิบห้าของที่ดินประเภทนี้ในแต่ละบริเวณ

ที่ดินประเภทนี้ ห้ามใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อกิจการตามที่กำหนด ดังต่อไปนี้

(๑) โรงงานทุกจำพวกตามกฎหมายว่าด้วยโรงงาน เว้นแต่โรงงานตามประเภท ชนิด และจำพวกที่กำหนดให้ดำเนินการได้ตามบัญชีท้ายกฎกระทรวงนี้ และโรงงานบำบัดน้ำเสียรวมของชุมชนสำหรับที่ดินบริเวณหมายเลข ๒.๑๑, ๒.๑๒, ๒.๑๕ และ ๒.๑๖ ที่อยู่ในบริเวณที่ ๓ และบริเวณที่ ๔ ของกฎกระทรวง ฉบับที่ ๔๖ (พ.ศ. ๒๕๔๐) ออกตามความในพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. ๒๕๒๒ ให้เป็นไปตามกฎกระทรวงดังกล่าว

(๒) สถานที่บรรจุก๊าซ สถานที่เก็บก๊าซ และห้องบรรจุก๊าซ ตามกฎหมายว่าด้วยการบรรจุก๊าซปิโตรเลียมเหลว แต่ไม่หมายความรวมถึงสถานีบริการ ร้านจำหน่ายก๊าซ สถานที่ใช้ก๊าซ และสถานที่จำหน่ายอาหารที่ใช้ก๊าซ

(๓) สถานที่ที่ใช้ในการเก็บน้ำมันเชื้อเพลิงเพื่อจำหน่ายที่ต้องขออนุญาตตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมน้ำมันเชื้อเพลิง เว้นแต่เป็นสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง

(๔) เลียงม้า โค กระบือ สุกร แพะ แกะ ห่าน เป็ด ไก่ ฝูง จระเข้ หรือสัตว์ป่าตามกฎหมายว่าด้วยการสงวนและคุ้มครองสัตว์ป่า เพื่อการค้า

(๕) คลังสินค้า

(๖) ไซโลเก็บผลิตผลทางการเกษตร

(๗) กำจัดมูลฝอย

(๘) ซื่อขายเศษวัสดุ

สำหรับที่ดินบริเวณหมายเลข ๒.๔๐ และ ๒.๔๖ ห้ามใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อกิจการตามที่กำหนด ดังต่อไปนี้

(๑) โรงงานทุกจำพวกตามกฎหมายว่าด้วยโรงงาน

(๒) สถานที่บรรจุก๊าซ สถานที่เก็บก๊าซ และห้องบรรจุก๊าซ ตามกฎหมายว่าด้วยการบรรจุก๊าซปิโตรเลียมเหลว

(๓) สถานที่ที่ใช้ในการเก็บน้ำมันเชื้อเพลิงเพื่อจำหน่ายที่ต้องขออนุญาตตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมน้ำมันเชื้อเพลิง

(๔) เลียงม้า โค กระบือ สุกร แพะ แกะ ห่าน เป็ด ไก่ ฝูง จระเข้ หรือสัตว์ป่าตามกฎหมายว่าด้วยการสงวนและคุ้มครองสัตว์ป่า เพื่อการค้า

(๕) ไซโลเก็บผลิตผลทางการเกษตร

(๖) คลังสินค้า

(๗) สุสานและฌาปนสถานตามกฎหมายว่าด้วยสุสานและฌาปนสถาน

(๘) กำจัดมูลฝอย

(๕) ซ้ำขายเศษวัสดุ

การใช้ประโยชน์ที่ดินตามแนวทางหลวงแผ่นดินหมายเลข ๓๐๒ สามแยกมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์-บรรจบทางหลวงแผ่นดินหมายเลข ๓๔๐ (บางใหญ่) (ตอนถนนรัตนวิบูลย์) ให้มีที่ว่างตามแนวนานเขตทางไม่น้อยกว่า ๑๕ เมตร และตามแนวทางหลวงพิเศษหมายเลข ๕ ถนนวงแหวนรอบนอกกรุงเทพมหานคร (ตอนตลิ่งชัน - บางบัวทอง) และถนนโครงการบังคับสาย ก ให้มีที่ว่างตามแนวนานเขตทางไม่น้อยกว่า ๖ เมตร

ข้อ ๕ ที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นปานกลาง ให้ใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อการอยู่อาศัย สถาบันราชการ การสาธารณูปโภคและสาธารณูปการเป็นส่วนใหญ่ สำหรับการ ใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อกิจการอื่น ให้ใช้ได้ไม่เกินร้อยละสามสิบของที่ดินประเภทนี้ในแต่ละบริเวณ

ที่ดินประเภทนี้ ห้ามใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อกิจการตามที่กำหนด ดังต่อไปนี้

(๑) โรงงานทุกจำพวกตามกฎหมายว่าด้วยโรงงาน เว้นแต่โรงงานตามประเภท ชนิด และจำพวกที่กำหนดให้ดำเนินการได้ตามบัญชีท้ายกฎกระทรวงนี้ โรงงานห้องเย็นซึ่งเป็นกิจการที่เป็นส่วนหนึ่งของการประกอบพาณิชย์กรรมประเภทอาคารขนาดใหญ่ และโรงงานบำบัดน้ำเสียรวมของชุมชน สำหรับที่ดินบริเวณหมายเลข ๓.๕, ๓.๖, ๓.๘, ๓.๑๒ และ ๓.๑๕ ที่อยู่ในบริเวณที่ ๓ และบริเวณที่ ๔ ของกฎกระทรวง ฉบับที่ ๔๖ (พ.ศ. ๒๕๔๐) ออกตามความในพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. ๒๕๒๒ ให้เป็นไปตามกฎกระทรวงดังกล่าว

(๒) สถานที่บรรจุก๊าซ สถานที่เก็บก๊าซ และห้องบรรจุก๊าซ ตามกฎหมายว่าด้วยการบรรจุก๊าซปิโตรเลียมเหลว แต่ไม่หมายความรวมถึงสถานีบริการ ร้านจำหน่ายก๊าซ สถานที่ใช้ก๊าซ และสถานที่จำหน่ายอาหารที่ใช้ก๊าซ

(๓) สถานที่ที่ใช้ในการเก็บน้ำมันเชื้อเพลิงเพื่อจำหน่ายที่ต้องขออนุญาตตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมน้ำมันเชื้อเพลิง เว้นแต่เป็นสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง

(๔) เลี้ยงม้า โค กระบือ สุกร เปะ แกะ ห่าน เป็ด ไก่ ภู จระเข้ หรือสัตว์ป่าตามกฎหมายว่าด้วยการสงวนและคุ้มครองสัตว์ป่า เพื่อการค้า

(๕) สุสานและฌาปนสถานตามกฎหมายว่าด้วยสุสานและฌาปนสถาน

(๖) ไซโลเก็บผลิตผลทางการเกษตร

(๗) คลังสินค้า

(๘) กำจัดมูลฝอย

(๙) ซั้วขายเศษวัสดุ

สำหรับที่ดินบริเวณหมายเลข ๓.๓๐ และ ๓.๓๔ ห้ามใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อกิจการตามที่กำหนด ดังต่อไปนี้

(๑) โรงงานทุกจำพวกตามกฎหมายว่าด้วยโรงงาน

(๒) สถานที่บรรจุก๊าซ สถานที่เก็บก๊าซ และห้องบรรจุก๊าซ ตามกฎหมายว่าด้วยการบรรจุก๊าซปิโตรเลียมเหลว

(๓) สถานที่ที่ใช้ในการเก็บน้ำมันเชื้อเพลิงเพื่อจำหน่ายที่ต้องขออนุญาตตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมน้ำมันเชื้อเพลิง

(๔) เลี้ยงม้า โค กระบือ สุกร แพะ แกะ ห่าน เป็ด ไก่ ฐู จระเข้ หรือสัตว์ป่าตามกฎหมายว่าด้วยการสงวนและคุ้มครองสัตว์ป่า เพื่อการค้า

(๕) สุสานและฌาปนสถานตามกฎหมายว่าด้วยสุสานและฌาปนสถาน

(๖) คลังสินค้า

(๗) ไซโลเก็บผลิตผลทางการเกษตร

(๘) กำจัดมูลฝอย

(๙) ซั้วขายเศษวัสดุ

การใช้ประโยชน์ที่ดินตามแนวทางหลวงแผ่นดินหมายเลข ๓๐๒ สามแยกมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์-บรรจบทางหลวงแผ่นดินหมายเลข ๓๔๐ (บางใหญ่) (ตอนถนนรัตนาศิเบศร์) ให้มีที่ว่างตามแนวนานเขตทางไม่น้อยกว่า ๑๕ เมตร และตามแนวทางหลวงพิเศษหมายเลข ๕ ถนนวงแหวนรอบนอกกรุงเทพมหานคร (ตอนคลังชัน - บางบัวทอง) ให้มีที่ว่างตามแนวนานเขตทางไม่น้อยกว่า ๖ เมตร

ข้อ ๑๐ ที่ดินประเภทพาณิชยกรรมและที่อยู่อาศัยหนาแน่นมาก ให้ใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อพาณิชยกรรม การอยู่อาศัย สถาบันราชการ การสาธารณูปโภคและสาธารณูปการเป็นส่วนใหญ่ สำหรับการให้ประโยชน์ที่ดินเพื่อกิจการอื่น ให้ใช้ได้ไม่เกินร้อยละสิบห้าของที่ดินประเภทนี้ในแต่ละบริเวณ

ที่ดินประเภทนี้ ห้ามใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อกิจการตามที่กำหนด ดังต่อไปนี้

(๑) โรงงานทุกจำพวกตามกฎหมายว่าด้วยโรงงาน เว้นแต่โรงงานตามประเภท ชนิด และจำพวกที่กำหนดให้ดำเนินการได้ตามบัญชีท้ายกฎกระทรวงนี้ โรงงานห้องเย็นซึ่งเป็นกิจการที่เป็นส่วนหนึ่งของการประกอบพาณิชยกรรมประเภทอาคารขนาดใหญ่ และโรงงานบำบัดน้ำเสียรวมของชุมชน สำหรับที่ดินบริเวณหมายเลข ๔.๒ ที่อยู่ในบริเวณที่ ๔ ของกฎกระทรวง ฉบับที่ ๔๖ (พ.ศ. ๒๕๔๐) ออกตามความในพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. ๒๕๒๒ ให้เป็นไปตามกฎกระทรวงดังกล่าว

(๒) สถานที่บรรจุก๊าซ สถานที่เก็บก๊าซ และห้องบรรจุก๊าซ ตามกฎหมายว่าด้วยการบรรจุก๊าซปิโตรเลียมเหลว แต่ไม่หมายความรวมถึงร้านจำหน่ายก๊าซ สถานที่ใช้ก๊าซ และสถานที่จำหน่ายอาหารที่ใช้ก๊าซ

(๓) สถานที่ที่ใช้ในการเก็บน้ำมันเชื้อเพลิงเพื่อจำหน่ายที่ต้องขออนุญาตตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมน้ำมันเชื้อเพลิง

(๔) เลี้ยงม้า โค กระบือ สุกร แพะ แกะ ห่าน เป็ด ไก่ ภูเขา หรือสัตว์ป่า ตามกฎหมายว่าด้วยการสงวนและคุ้มครองสัตว์ป่า เพื่อการค้า

(๕) สุสานและฌาปนสถานตามกฎหมายว่าด้วยสุสานและฌาปนสถาน

(๖) จัดสรรที่ดินเพื่อประกอบอุตสาหกรรม

(๗) คลังสินค้า

(๘) สถานีขนส่งสินค้า ที่มีลักษณะเป็นที่ขนถ่ายสินค้าหรือศูนย์กระจายสินค้า

(๙) สถานีขนส่งผู้โดยสาร

(๑๐) ไซโลเก็บผลิตผลทางการเกษตร

(๑๑) กำจัดมูลฝอย

(๑๒) ชื่อขายเศษวัสดุ

การใช้ประโยชน์ที่ดินตามแนวทางหลวงแผ่นดินหมายเลข ๓๐๒ สามแยกมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์-บรรจบทางหลวงแผ่นดินหมายเลข ๓๔๐ (บางใหญ่) (ตอนถนนรัตนาศิเบสร์) ให้มีที่ว่างตามแนวนานเขตทางไม่น้อยกว่า ๑๕ เมตร และตามแนวทางหลวงพิเศษหมายเลข ๕ ถนนวงแหวนรอบนอกกรุงเทพมหานคร (ดอนดิ่งชั้น - บางบัวทอง) ให้มีที่ว่างตามแนวนานเขตทางไม่น้อยกว่า ๖ เมตร

ข้อ ๑๑ ที่ดินประเภทอุตสาหกรรมและคลังสินค้า ให้ใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่ออุตสาหกรรมคลังสินค้า การสาธารณูปโภคและสาธารณูปการเป็นส่วนใหญ่ กรณีใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่ออุตสาหกรรมและคลังสินค้า ให้มีอัตราส่วนของที่ว่างไม่น้อยกว่าร้อยละสามสิบของแปลงที่ดินที่ยื่นขออนุญาต สำหรับการใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อกิจการอื่น ให้ใช้ได้ไม่เกินร้อยละยี่สิบของที่ดินประเภทนี้ในแต่ละบริเวณ

ที่ดินประเภทนี้ ห้ามใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อกิจการตามที่กำหนด ดังต่อไปนี้

- (๑) สุสานและฌาปนสถานตามกฎหมายว่าด้วยสุสานและฌาปนสถาน
- (๒) โรงแรมตามกฎหมายว่าด้วยโรงแรม
- (๓) โรงมหรสพตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมอาคาร
- (๔) จัดสรรที่ดินเพื่อการอยู่อาศัย หรือประกอบพาณิชย์กรรม
- (๕) ประกอบพาณิชย์กรรมประเภทอาคารขนาดใหญ่ตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมอาคาร
- (๖) การอยู่อาศัยประเภทห้องชุด อาคารชุด หรือหอพัก เว้นแต่เป็นกิจการที่เป็นส่วนหนึ่งของโรงงาน
- (๗) สถานสงเคราะห์หรือรับเลี้ยงเด็ก
- (๘) สถานสงเคราะห์หรือรับเลี้ยงคนชรา
- (๙) สถาบันการศึกษาหรือโรงเรียน
- (๑๐) โรงพยาบาล

สำหรับที่ดินในบริเวณหมายเลข ๕.๓ ห้ามใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อกิจการโรงงานที่ประกอบกิจการเกี่ยวกับการผลิต หรือใช้วัตถุอันตราย หรือโรงงานที่ประกอบกิจการโดยมีน้ำทิ้งจากขบวนการผลิตเกินวันละ ๕ ลูกบาศก์เมตรด้วย

ข้อ ๑๒ ที่ดินประเภทชนบทและเกษตรกรรม ให้ใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อเกษตรกรรม หรือเกี่ยวข้องกับเกษตรกรรม หรือการอยู่อาศัย สถาบันราชการ การสาธารณูปโภคและสาธารณูปการเป็นส่วนใหญ่ สำหรับการให้ประโยชน์ที่ดินเพื่อกิจการอื่น ให้ใช้ได้ไม่เกินร้อยละสิบห้าของที่ดินประเภทนี้ในแต่ละบริเวณ

ที่ดินประเภทนี้ ห้ามใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อกิจการตามที่กำหนด ดังต่อไปนี้

(๑) โรงงานทุกจำพวกตามกฎหมายว่าด้วยโรงงาน เว้นแต่โรงงานตามประเภท ชนิด และจำพวกที่กำหนดให้ดำเนินการได้ตามบัญชีท้ายกฎกระทรวงนี้ และโรงงานบำบัดน้ำเสียรวมของชุมชน สำหรับที่ดินบริเวณหมายเลข ๖.๑๓ และ ๖.๑๕ ที่อยู่ในบริเวณที่ ๒ บริเวณที่ ๓ และบริเวณที่ ๔ ของกฎกระทรวง ฉบับที่ ๔๖ (พ.ศ. ๒๕๔๐) ออกตามความในพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. ๒๕๒๒ ให้เป็นไปตามกฎกระทรวงดังกล่าว

(๒) สถานที่บรรจุก๊าซและสถานที่เก็บก๊าซตามกฎหมายว่าด้วยการบรรจุก๊าซปิโตรเลียมเหลว แต่ไม่หมายความรวมถึงสถานีบริการ ร้านจำหน่ายก๊าซ สถานที่ใช้ก๊าซ และสถานที่จำหน่ายอาหารที่ใช้ก๊าซ สำหรับที่ดินบริเวณหมายเลข ๖.๑๓ และ ๖.๑๕ ที่อยู่ในบริเวณที่ ๒ ของกฎกระทรวง ฉบับที่ ๔๖ (พ.ศ. ๒๕๔๐) ออกตามความในพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. ๒๕๒๒ ห้ามใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อสถานที่บรรจุก๊าซ และสถานที่เก็บก๊าซ ตามกฎหมายว่าด้วยการบรรจุก๊าซปิโตรเลียมเหลว

(๓) สถานที่ที่ใช้ในการเก็บน้ำมันเชื้อเพลิงเพื่อจำหน่ายที่ต้องขออนุญาตตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมน้ำมันเชื้อเพลิง เว้นแต่เป็นสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง สำหรับที่ดินบริเวณหมายเลข ๖.๑๓ และ ๖.๑๕ ที่อยู่ในบริเวณที่ ๒ ของกฎกระทรวง ฉบับที่ ๔๖ (พ.ศ. ๒๕๔๐) ออกตามความในพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. ๒๕๒๒ ห้ามใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อสถานที่ที่ใช้ในการเก็บ

น้ำมันเชื้อเพลิงเพื่อจำหน่ายและสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมน้ำมันเชื้อเพลิง

(๔) โรงแรมตามกฎหมายว่าด้วยโรงแรม

(๕) จัดสรรที่ดินเพื่อประกอบอุตสาหกรรม

(๖) จัดสรรที่ดินเพื่อประกอบพาณิชยกรรม เว้นแต่เป็นการจัดสรรที่เป็นส่วนหนึ่งของการจัดสรรที่ดินเพื่อการอยู่อาศัย และมีพื้นที่ไม่เกินร้อยละสิบของพื้นที่โครงการทั้งหมด

(๗) การอยู่อาศัยหรือประกอบพาณิชยกรรมประเภทอาคารขนาดใหญ่ตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมอาคาร

(๘) การอยู่อาศัยหรือประกอบพาณิชยกรรมประเภทห้องแถวหรือตึกแถว เว้นแต่เป็นการดำเนินการในโครงการจัดสรรที่ดินเพื่อการอยู่อาศัย และมีพื้นที่ไม่เกินร้อยละสิบของพื้นที่โครงการทั้งหมด สำหรับที่ดินบริเวณหมายเลข ๖.๑๓ และ ๖.๑๕ ที่อยู่ในบริเวณที่ ๒ ของกฎกระทรวง ฉบับที่ ๔๖ (พ.ศ. ๒๕๔๐) ออกตามความในพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. ๒๕๒๒ ห้ามใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อการก่อสร้างห้องแถวหรือตึกแถว

(๙) การอยู่อาศัยประเภทบ้านแถว เว้นแต่เป็นการดำเนินการในโครงการจัดสรรที่ดินเพื่อการอยู่อาศัยและมีพื้นที่ไม่เกินร้อยละสิบของพื้นที่โครงการทั้งหมด

(๑๐) การอยู่อาศัยประเภทห้องชุด อาคารชุด หรือหอพัก

ถ้ามีการใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อการจัดสรรที่ดินเพื่อประกอบพาณิชยกรรมตาม (๖) และเพื่อการอยู่อาศัยหรือประกอบพาณิชยกรรมประเภทห้องแถวหรือตึกแถวตาม (๘) ดำเนินการอยู่ในการจัดสรรที่ดินเพื่อการอยู่อาศัยโครงการเดียวกัน ให้ใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อกิจการดังกล่าวรวมกันไม่เกินร้อยละสิบของพื้นที่โครงการทั้งหมด สำหรับที่ดินบริเวณหมายเลข ๖.๕ ให้ใช้ประโยชน์ที่ดินและห้ามใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อกิจการตามที่กำหนดเช่นเดียวกับข้อ ๘ ที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นน้อย

การใช้ประโยชน์ที่ดินตามแนวทางหลวงพิเศษหมายเลข ๕ ถนนวงแหวนรอบนอกกรุงเทพมหานคร (ตอนบางบัวทอง - ลาดหลุมแก้ว) ให้มีที่ว่างตามแนวนานเขตทางไม่น้อยกว่า ๑๕ เมตร สำหรับการก่อสร้างอาคารตามแนวทางหลวงพิเศษหมายเลข ๕ ถนนวงแหวนรอบนอก

กรุงเทพมหานคร (ตอนตลิ่งชัน - บางบัวทอง) และทางหลวงแผ่นดินหมายเลข ๓๔๐ แยกทางหลวงพิเศษหมายเลข ๕ (บางบัวทอง)-บรรจบทางหลวงแผ่นดินหมายเลข ๑ (ชัยนาท) (ตอนบางบัวทอง - ต่อเขตแขวงทางหลวงสุพรรณบุรีที่ ๒) ให้มีที่ว่างตามแนวนานเขตทางไม่น้อยกว่า ๖ เมตร

ข้อ ๑๓ ที่ดินประเภทอนุรักษ์ชนบทและเกษตรกรรม ให้ใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อเกษตรกรรม หรือเกี่ยวข้องกับเกษตรกรรม อุตสาหกรรมเครื่องปั้นดินเผา การอยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยว สถาบันราชการ การสาธารณูปโภคและสาธารณูปการเป็นส่วนใหญ่ สำหรับการให้ประโยชน์ที่ดินเพื่อกิจการอื่น ให้ใช้ได้ไม่เกินร้อยละสิบของที่ดินประเภทนี้ในแต่ละบริเวณ

ที่ดินประเภทนี้ ห้ามใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อกิจการตามที่กำหนด ดังต่อไปนี้

(๑) โรงงานทุกจำพวกตามกฎหมายว่าด้วยโรงงาน เว้นแต่โรงงานบำบัดน้ำเสียรวมของชุมชน

(๒) สถานที่บรรจุก๊าซ สถานที่เก็บก๊าซ และห้องบรรจุก๊าซ ตามกฎหมายว่าด้วยการบรรจุก๊าซปิโตรเลียมเหลว แต่ไม่หมายความรวมถึงร้านจำหน่ายก๊าซ สถานที่ใช้ก๊าซ และสถานที่จำหน่ายอาหารที่ใช้ก๊าซ

(๓) สถานที่ที่ใช้ในการเก็บน้ำมันเชื้อเพลิงเพื่อจำหน่ายที่ต้องขออนุญาตตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมน้ำมันเชื้อเพลิง

(๔) สุสานและฌาปนสถานตามกฎหมายว่าด้วยสุสานและฌาปนสถาน

(๕) โรงแรมตามกฎหมายว่าด้วยโรงแรม

(๖) จัดสรรที่ดินเพื่อการอยู่อาศัย ประกอบพาณิชย์กรรม หรือประกอบอุตสาหกรรม

(๗) การอยู่อาศัยหรือประกอบพาณิชย์กรรมประเภทอาคารขนาดใหญ่ตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมอาคาร

(๘) การอยู่อาศัยหรือประกอบพาณิชย์กรรมประเภทห้องแถว ตึกแถว หรือบ้านแถว

(๙) การอยู่อาศัยประเภทห้องชุด อาคารชุด หรือหอพัก

(๑๐) กำจัดมูลฝอย เว้นแต่เป็นการดำเนินการของหน่วยงานของรัฐ

ข้อ ๑๔ ที่ดินประเภทที่โล่งเพื่อนันทนาการและการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม เฉพาะที่เป็นของรัฐ ให้ใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อนันทนาการหรือเกี่ยวข้องกับนันทนาการ การรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม หรือสาธารณประโยชน์เท่านั้น

ที่ดินประเภทนี้ซึ่งเอกชนเป็นเจ้าของหรือผู้ครอบครองโดยชอบด้วยกฎหมาย ให้ใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อนันทนาการหรือเกี่ยวข้องกับนันทนาการ การรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม การอยู่อาศัย เกษตรกรรมหรือเกี่ยวกับเกษตรกรรม การสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ หรือสาธารณประโยชน์เท่านั้น และห้ามใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อกิจการตามที่กำหนด ดังต่อไปนี้

- (๑) เลี้ยงสัตว์ทุกชนิด หรือสัตว์ป่าตามกฎหมายว่าด้วยการสงวนและคุ้มครองสัตว์ป่าเพื่อการค้า
- (๒) สุสานและฌาปนสถานตามกฎหมายว่าด้วยสุสานหรือฌาปนสถาน
- (๓) จัดสรรที่ดินเพื่อการอยู่อาศัย
- (๔) การอยู่อาศัยประเภทอาคารขนาดใหญ่ตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมอาคาร
- (๕) การอยู่อาศัยประเภทห้องแถว ตึกแถว หรือบ้านแถว
- (๖) การอยู่อาศัยประเภทห้องชุด อาคารชุด หรือหอพัก
- (๗) กำจัดมูลฝอย

การใช้ประโยชน์ที่ดินริมฝั่งตามสภาพธรรมชาติของแม่น้ำเจ้าพระยาและลำคลอง ให้มีที่ว่างตามแนวนานริมฝั่งตามสภาพธรรมชาติของแม่น้ำเจ้าพระยาและลำคลองไม่น้อยกว่า ๖ เมตร เว้นแต่เป็นการก่อสร้างเพื่อการคมนาคมทางน้ำ หรือการสาธารณูปโภค

ข้อ ๑๕ ที่ดินประเภทสถาบันการศึกษา ให้ใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อการศึกษาหรือเกี่ยวข้องกับการศึกษา สถาบันราชการ หรือสาธารณประโยชน์เท่านั้น

ข้อ ๑๖ ที่ดินประเภทอนุรักษณ์เพื่อส่งเสริมเอกลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมไทย ให้ใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อการอนุรักษณ์โบราณสถาน โบราณคดี และเพื่อส่งเสริมเอกลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมการท่องเที่ยว การศาสนา สถาบันราชการ การสาธารณูปโภคและสาธารณูปการเท่านั้น

ที่ดินประเภทนี้ ห้ามใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อกิจการตามที่กำหนด ดังต่อไปนี้

- (๑) โรงงานทุกจำพวกตามกฎหมายว่าด้วยโรงงาน
- (๒) สถานที่บรรจุก๊าซ สถานที่เก็บก๊าซ และห้องบรรจุก๊าซ ตามกฎหมายว่าด้วยการบรรจุก๊าซปิโตรเลียมเหลว
 - (๓) สถานที่ที่ใช้ในการเก็บน้ำมันเชื้อเพลิงเพื่อจำหน่ายที่ต้องขออนุญาตตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมน้ำมันเชื้อเพลิง
 - (๔) เลียงม่า โคน กระบือ สุกร แพะ แกะ ห่าน เป็ด ไก่ ฝูง จระเข้ หรือสัตว์ป่า ตามกฎหมายว่าด้วยการสงวนและคุ้มครองสัตว์ป่า เพื่อการค้า
 - (๕) สุสานและฌาปนสถานตามกฎหมายว่าด้วยสุสานและฌาปนสถาน
 - (๖) สถานบริการตามกฎหมายว่าด้วยสถานบริการ
 - (๗) การอยู่อาศัยหรือประกอบพาณิชยกรรมประเภทอาคารขนาดใหญ่ตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมอาคาร
 - (๘) สถานีขนส่งสินค้าที่มีลักษณะเป็นที่ขนถ่ายสินค้าหรือศูนย์กระจายสินค้า
 - (๙) ไซโลเก็บผลิตผลทางการเกษตร
 - (๑๐) สถานีขนส่งผู้โดยสาร
 - (๑๑) กำจัดมูลฝอย
 - (๑๒) ซ่อมแซมเศษวัสดุ

ห้ามซ่อมแซม แก้ไข เปลี่ยนแปลง รื้อถอน ต่อเติม ทำลาย เคลื่อนย้าย โบราณสถาน ตามกฎหมายว่าด้วยโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ หรือกระทำการใด ๆ อันเป็นการบดบังทัศนียภาพของโบราณสถานในระยะ ๕๐ เมตร โดยรอบปริมณฑลของโบราณสถานที่ขึ้นทะเบียนตามกฎหมายว่าด้วยโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ

การใช้ประโยชน์ที่ดินประเภทนี้ ให้ควบคุมแบบสถาปัตยกรรมอาคารให้สอดคล้องกับเอกลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมไทยหรือท้องถิ่นในระยะ ๕๐ เมตร โดยรอบปริมณฑลของโบราณสถานที่ขึ้นทะเบียนตามกฎหมายว่าด้วยโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ

โดยให้ใช้บังคับเมื่อองค์ประกอบส่วนท้องถิ่นได้ออกข้อบัญญัติท้องถิ่นตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมอาคาร โดยความเห็นชอบของกรมศิลปากรแล้วเท่านั้น

การใช้ประโยชน์ที่ดินริมฝั่งตามสภาพธรรมชาติของแม่น้ำเจ้าพระยา ให้มีที่ว่างตามแนวนานริมฝั่งตามสภาพธรรมชาติของแม่น้ำเจ้าพระยาไม่น้อยกว่า ๖ เมตร เว้นแต่เป็นการก่อสร้างเพื่อการคมนาคมทางน้ำ หรือการสาธารณูปโภค

ข้อ ๑๗ ที่ดินประเภทสถาบันศาสนา ให้ใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อการศาสนาหรือเกี่ยวข้องกับศาสนา การศึกษา สถาบันราชการ หรือสาธารณประโยชน์เท่านั้น

ข้อ ๑๘ ที่ดินประเภทสถาบันราชการ การสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ ให้ใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อกิจการของรัฐ กิจการเกี่ยวกับการสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ หรือสาธารณประโยชน์เท่านั้น

ข้อ ๑๙ ที่ดินประเภทโครงการคมนาคมและขนส่ง ให้ใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อก่อสร้างถนน การสาธารณูปโภคและสาธารณูปการที่เกี่ยวข้อง หรือเกษตรกรรมเท่านั้น

ข้อ ๒๐ โรงงานที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการอยู่ก่อนผังเมืองรวมนี้มีผลใช้บังคับอนุญาตให้ขยายพื้นที่โรงงานเฉพาะที่ใช้ในการผลิตได้อีกไม่เกินหนึ่งเท่าของพื้นที่โรงงานที่ใช้ในการผลิตเดิม พื้นที่โรงงานที่ขยายต้องเป็นพื้นที่ในที่ดินแปลงเดียวกันหรือติดต่อกันเป็นแปลงเดียวกันกับแปลงที่ดินที่เป็นที่ตั้งของโรงงานเดิม

ความในวรรคหนึ่ง มิให้ใช้บังคับในที่ดินประเภทอนุรักษ์เพื่อการอยู่อาศัยบริเวณหมายเลข ๑.๑, ๑.๒, ๑.๓ ที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นน้อย บริเวณหมายเลข ๒.๔๐, ๒.๔๖ และที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นปานกลาง บริเวณหมายเลข ๓.๓๐ และ ๓.๓๔

ข้อ ๒๑ ให้ผู้มีอำนาจหน้าที่ในการควบคุมการก่อสร้างอาคารหรือการประกอบกิจการในเขตผังเมืองรวมปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎกระทรวงนี้

ให้ไว้ ณ วันที่ ๔ มกราคม พ.ศ. ๒๕๔๘

สุธรรม แสงประทุม

รัฐมนตรีช่วยว่าการฯ ปฏิบัติราชการแทน

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทย

หมายเหตุ :- เหตุผลในการประกาศใช้กฎกระทรวงฉบับนี้ คือ โดยที่สมควรกำหนดให้ใช้บังคับผังเมืองรวมในท้องที่จังหวัดนนทบุรี เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและการดำรงรักษาเมืองและบริเวณที่เกี่ยวข้องหรือชนบท ในด้านการใช้ประโยชน์ในทรัพย์สิน การคมนาคมและการขนส่ง การสาธารณสุขปโภค บริการสาธารณะ และสภาพแวดล้อม ทั้งนี้ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการผังเมือง และโดยที่ตามมาตรา ๒๖ วรรคหนึ่ง แห่งพระราชบัญญัติการผังเมือง พ.ศ. ๒๕๑๘ ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติการผังเมือง (ฉบับที่ ๓) พ.ศ. ๒๕๓๕ บัญญัติว่า การใช้บังคับผังเมืองรวมให้กระทำโดยกฎกระทรวง จึงจำเป็นต้องออกกฎกระทรวงนี้

ภาคผนวก ค

งบกระแสเงินสด การรับเงินห้องชุด และแผนการตลาด (กรณี Base Case)

Condominium Project Cash Flow-Base Case

Item	Amc	
	Total	Year1
เงินลงทุนโครงการ		
ค่าที่ดิน	224,000,000	224,000,000
ค่าก่อสร้างโครงการ	525,862,000	157,758,600
ค่าออกแบบอาคาร	3% 15,775,860	14,987,067
ค่าควบคุมอาคาร	3% 15,775,860	5,258,620
ค่าธรรมเนียมในการขออนุญาต	1% 14,067,384	14,067,384
เงินกู้	60% 554,779,783	102,543,090
ชำระเงินกู้	-554,779,783	0
รวมเงินลงทุนโครงการ	795,481,104	518,614,761
รายได้		
ยอดขายห้องชุด (ยูนิต/เดือน)	95% 892	324
ราคาเฉลี่ยของห้องชุด (บาท/ยูนิต)	1,577,061	
เงินจองและทำสัญญา	50,000 44,600,000	16,200,000
เงินดาวน์ (หักเงินจอง)	15% 166,410,762	9,710,494
เงินโอน	85% 1,195,727,650	0
รวมรายได้	1,406,738,412	25,910,494
ค่าใช้จ่าย		
ค่าบริหารงาน	1.50% 21,101,076	10,128,517
ค่าโฆษณาและการตลาด	47,561,040	5,896,150
ภาษีการโอน (จ่ายคนละครั้ง)	1% 14,067,384	0
ภาษีธุรกิจสงฆ์ฮาริมทรัพย์	3.3% 46,422,368	0
รวมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทั้งหมด	129,151,868	16,024,667
รายได้สุทธิจากการดำเนินงานทั้งหมด	482,105,440	-509,229,163
หัก ดอกเบี้ยจ่าย (Interest)	7.45% -19,996,422	-2,482,825
รายได้ก่อนหักภาษี (Project)	462,109,018	-511,711,988
ภาษีเงินได้นิติบุคคล (Tax)	30% 138,632,706	0
กระแสเงินสดของโครงการ (Total Cash Flow)	323,476,313	-511,711,988
Discount Rate	9.00%	
NPV (Project)	139,867,020	
IRR (Project)	18.03%	
รายได้ก่อนหักภาษี (Equity)	502,101,862	-506,746,339
ภาษีเงินได้นิติบุคคล (Tax)	30% 150,630,558	0
กระแสเงินสดของโครงการ (Total Cash Flow)	351,471,303	-506,746,339
Discount Rate	9.00%	
NPV (Equity)	166,869,356	฿153,091,153
IRR (Equity)	19.99%	
Break even point	924,632,972	586.30 unit

Amount		Year1		
Year2	Year3	Month1	Month2	Month3
0	-	224,000,000		
368,103,400	-			
788,793	-	2,497,845	2,497,845	2,497,845
10,517,240	-			
0	-	2,344,564	2,344,564	2,344,564
452,236,693	-			
0	-554,779,783			
831,646,126	-554,779,783	228,842,409	4,842,409	4,842,409
568	0			
28,400,000	0			
156,700,268	0			
0	1,195,727,650			
185,100,268	1,195,727,650			
10,128,517	844,043	844,043	844,043	844,043
4,561,390	37,103,500			
0	14,067,384			
0	46,422,368			
14,689,907	98,437,295	844,043	844,043	844,043
-660,789,535	1,652,124,139	-229,686,452	-5,686,452	-5,686,452
-17,513,597	-			
-678,303,132	1,652,124,139			
0	138,632,706			
-678,303,132	1,513,491,433			
-643,275,938	1,652,124,139	-229,686,452	-5,686,452	-5,686,452
0	150,630,558			
-643,275,938	1,501,493,580			

Month4	Month5	Month6	Month7	Month8	Month9
			6	6	6
2,497,845	2,497,845	2,497,845	31,551,720	31,551,720	31,551,720
2,344,564	2,344,564	2,344,564	876,437	876,437	876,437
			20,508,618	20,508,618	20,508,618
4,842,409	4,842,409	4,842,409	52,936,775	52,936,775	52,936,775
			54	54	54
			2,700,000	2,700,000	2,700,000
				592,600	1,222,237
			2,700,000	3,292,600	3,922,237
844,043	844,043	844,043	844,043	844,043	844,043
		2,240,000	1,445,230	500,230	505,230
844,043	844,043	3,084,043	2,289,273	1,344,273	1,349,273
-5,686,452	-5,686,452	-7,926,452	-52,526,048	-50,988,448	-50,363,811
			-127,324	-254,649	-381,973

-5,686,452	-5,686,452	-7,926,452	-52,398,723	-50,733,799	-49,981,838
------------	------------	------------	-------------	-------------	-------------

			Year2		
Month10	Month11	Month12	Month13	Month14	Month15
6	3	3	3	3	6
31,551,720	15,775,860	15,775,860	15,775,860	15,775,860	31,551,720
876,437	876,437	876,437	876,437	876,437	876,437
20,508,618	10,254,309	10,254,309	10,254,309	10,254,309	20,508,618
52,936,775	26,906,606	26,906,606	26,906,606	26,906,606	52,936,775
54	54	54	54	54	54
2,700,000	2,700,000	2,700,000	2,700,000	2,700,000	2,700,000
1,893,850	2,613,435	3,388,373	4,227,889	5,143,725	6,151,144
4,593,850	5,313,435	6,088,373	6,927,889	7,843,725	8,851,144
844,043	844,043	844,043	844,043	844,043	844,043
500,230	705,230	500,230	505,230	500,230	505,230
1,344,273	1,549,273	1,344,273	1,349,273	1,344,273	1,349,273
-49,687,198	-23,142,444	-22,162,506	-21,327,990	-20,407,154	-45,434,903
-509,297	-572,960	-636,622	-700,284	-763,946	-891,270

-49,177,901	-22,569,484	-21,525,884	-20,627,706	-19,643,208	-44,543,633
-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

Month16	Month17	Month18	Month19	Month20	Month21
6	6	6	6	6	6
31,551,720	31,551,720	31,551,720	31,551,720	31,551,720	31,551,720
876,437	876,437	876,437	876,437	876,437	876,437
20,508,618	20,508,618	20,508,618	20,508,618	20,508,618	20,508,618
52,936,775	52,936,775	52,936,775	52,936,775	52,936,775	52,936,775
54	54	54	54	54	54
2,700,000	2,700,000	2,700,000	2,700,000	2,700,000	2,700,000
7,270,499	8,529,774	9,968,944	11,647,977	13,662,815	16,181,364
9,970,499	11,229,774	12,668,944	14,347,977	16,362,815	18,881,364
844,043	844,043	844,043	844,043	844,043	844,043
500,230	505,230	500,230	225,230	220,230	225,230
1,344,273	1,349,273	1,344,273	1,069,273	1,064,273	1,069,273
-44,310,548	-43,056,274	-41,612,104	-39,658,071	-37,638,232	-35,124,684
-1,018,595	-1,145,919	-1,273,243	-1,400,568	-1,527,892	-1,655,216

-43,291,954	-41,910,355	-40,338,860	-38,257,503	-36,110,340	-33,469,467
-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

			Year3	
Month22	Month23	Month24	Month25	Month26
6	6	10		
31,551,720	31,551,720	52,586,200		
876,437	876,437	788,793		
20,508,618	20,508,618	876,437		
		247,150,513		
			-554,779,783	
52,936,775	52,936,775	301,401,943	-554,779,783	
41	41			
2,050,000	2,050,000	-		
19,539,429	23,363,891	31,012,816	-	
			1,195,727,650	
21,589,429	25,413,891	31,012,816	1,195,727,650	
844,043	844,043	844,043	844,043	
184,545	189,545	54,000	37,049,500	
			14,067,384	
			46,422,368	
1,028,588	1,033,588	898,043	98,383,295	
-32,375,934	-28,556,472	-271,287,170	1,652,124,139	
-1,782,541	-1,909,865	-3,444,258	0	

-30,593,393	-26,646,607	-267,842,912	1,652,124,139	
-------------	-------------	--------------	---------------	--

แผนการตลาด (Base Case)

รายการ	ราคา	จำนวนเงิน	รวม
ประมาณยอดขาย 95% = 892 Unit			1,402,920,000
ประมาณยอดขาย คิดเป็น %			
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด			
แบ่งออกเป็น			
A. ช่องทางการจัดจำหน่าย			
1. สำนักงานขาย			2,000,000
- ค่าตกแต่งสำนักงานขายและห้องตัวอย่าง		2,000,000	
2. การออกบูธ		-	680,000
- ออกบูธในพื้นที่ใกล้เคียง		480,000	
- ออกบูธงานมหกรรมบ้านและคอนโด		200,000	
B. ค่าสื่อสารทางการตลาด		-	
1. การโฆษณา			3,426,000
- ป้าย		-	
ป้ายบิลบอร์ด ขนาดใหญ่ 12x25 ม.		-	
- ค่าผลิต	50,000 บาท/หน่วย	200,000	
- ค่าเช่า	50,000 บาท/เดือน/จุด	2,400,000	
ป้ายผ้าใบ รายทาง ขนาดเล็ก 2x3 ม.		-	
- ค่าผลิต	2,000 บาท/หน่วย	40,000	
- ค่าเช่า	2,000 บาท/เดือน/จุด	480,000	
- แผ่นพับ โบรชัวร์	15บาท/แผ่น	306,000	
2. การประชาสัมพันธ์		-	135,000
- เชิญสื่อมวลชน, ฝากข่าว, ให้สัมภาษณ์		45,000	
- ลง Advertorial ในนิตยสาร	5,000 บาท/ครั้ง	90,000	
3. การส่งเสริมการขาย		-	37,000,500
- ให้ส่วนลด		-	
- 150 หน่วยแรก ลด 5%		11,151,000	
- 150 หน่วยต่อมา ลด 2.5%		5,575,500	
- การให้ของแถม (ขายได้ 95%)		20,274,000	
4. พนักงานขาย		-	3,284,540
- เงินเดือน	45,000 บาท/เดือน	836,000	
- คอมมิสชั่น	0.20% ของยอดขาย	2,448,540	
5. การตลาดทางตรง ใช้ Direct Mail	28 บาท/หน่วย	140,000	140,000
6. Event Marketing		-	800,000
- Grand Opening ที่โครงการ		400,000	
- แนะนำโครงการ ที่เซ็นทรัล รัตนาธิเบศร์		400,000	
7. สื่ออินเทอร์เน็ต	5,000 บาท/เดือน	95,000	95,000
รวม			47,561,040

ปี 2553					
เดือน 6	เดือน 7	เดือน 8	เดือน 9	เดือน 10	เดือน 11
	54	54	54	54	54
	6%	6%	6%	6%	6%
	74,115,000	74,115,000	74,115,000	74,115,000	74,115,000
2,000,000					
	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000
					200,000
200,000					
	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000
40,000					
	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000
	18,000	18,000	18,000	18,000	18,000
	5,000		5,000		5,000
	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
	44,000	44,000	44,000	44,000	44,000
	148,230	148,230	148,230	148,230	148,230
	140,000				
	400,000				
	400,000				
	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
2,240,000	1,445,230	500,230	505,230	500,230	705,230

เดือน12	เดือน 1	เดือน 2	เดือน 3	เดือน 4	เดือน 5
54	54	54	54	54	54
6%	6%	6%	6%	6%	6%
74,115,000	74,115,000	74,115,000	74,115,000	74,115,000	74,115,000
40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000
200,000	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000
40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000
18,000	18,000	18,000	18,000	18,000	18,000
	5,000		5,000		5,000
5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
44,000	44,000	44,000	44,000	44,000	44,000
148,230	148,230	148,230	148,230	148,230	148,230
5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
500,230	505,230	500,230	505,230	500,230	505,230

ปี 2554

เดือน 6	เดือน 7	เดือน 8	เดือน 9	เดือน 10	เดือน 11
54	54	54	54	41	41
6%	6%	6%	6%	5%	5%
74,115,000	74,115,000	74,115,000	74,115,000	56,272,500	56,272,500
40,000					
200,000					
40,000					
18,000	18,000	18,000	18,000	18,000	18,000
	5,000		5,000		5,000
5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
44,000	44,000	44,000	44,000	44,000	44,000
148,230	148,230	148,230	148,230	112,545	112,545
5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
500,230	225,230	220,230	225,230	184,545	189,545

	ปี 25	
เดือน12	เดือน 1	เดือน 2
0		
0%		
5,000		
	11,151,000	
	5,575,500	
	20,274,000	
44,000	44,000	
5,000	5,000	
54,000	37,049,500	-

ภาคผนวก ง

งบกระแสเงินสด การรับเงินห้องชุด และแผนการตลาด (กรณี Best Case)

Condominium Project Cash Flow-Best Case		
Item	Amou	
	Total	Year1
เงินลงทุนโครงการ		
ค่าที่ดิน	224,000,000	224,000,000
ค่าก่อสร้างโครงการ	525,862,000	157,758,600
ค่าออกแบบอาคาร	3% 15,775,860	14,987,067
ค่าควบคุมอาคาร	3% 15,775,860	5,258,620
ค่าธรรมเนียมในการขออนุญาต	1% 14,808,603	14,808,603
เงินกู้	60% 557,730,764	102,543,090
ชำระเงินกู้	-557,730,764	0
รวมเงินลงทุนโครงการ	796,222,323	519,355,980
รายได้		
ยอดขายห้องชุด (ยูนิต/เดือน)	100% 939	564
ราคาเฉลี่ยของห้องชุด (บาท/ยูนิต)	1,577,061	
เงินจองและทำสัญญา	50,000 46,950,000	28,200,000
เงินดาวน์ (หักเงินจอง)	15% 175,179,042	16,903,453
เงินโอน	85% 1,258,731,237	0
รวมรายได้	1,480,860,279	45,103,453
ค่าใช้จ่าย		
ค่าบริหารงาน	1.50% 22,212,904	10,662,194
ค่าโฆษณาและการตลาด	47,439,055	6,445,150
ภาษีการโอน (จ่ายคนละครั้ง)	1% 14,808,603	0
ภาษีธุรกิจสงฆ์ฮาริมทรัพย์	3.3% 48,868,389	0
รวมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทั้งหมด	133,328,951	17,107,344
รายได้สุทธิจากการดำเนินงานทั้งหมด	551,309,005	-491,969,901
หัก ดอกเบี้ยจ่าย (Interest)	6.45% -17,328,200	-2,149,560
รายได้ก่อนหักภาษี (Project)	533,980,805	-494,119,460
ภาษีเงินได้นิติบุคคล (Tax)	30% 160,194,242	0
กระแสเงินสดของโครงการ (Total Cash Flow)	373,786,564	-494,119,460
Discount Rate	9.00%	
NPV (Project)	184,357,788	
IRR (Project)	21.01%	
รายได้ก่อนหักภาษี (Equity)	568,637,205	-489,820,341
ภาษีเงินได้นิติบุคคล (Tax)	30% 170,591,161	0
กระแสเงินสดของโครงการ (Total Cash Flow)	398,046,043	-489,820,341
Discount Rate	9.00%	
NPV (Equity)	207,756,743	฿190,602,517
IRR (Equity)	22.78%	
	929,551,274	
Break even point	589.42 unit	

nt		Year1			
Year2	Year3	Month1	Month2	Month3	Month4
0	-	224,000,000			
368,103,400	-				
788,793	-	2,497,845	2,497,845	2,497,845	2,497,845
10,517,240	-				
0	-	2,468,100	2,468,100	2,468,100	2,468,100
455,187,674	-				
0	-557,730,764				
834,597,107	-557,730,764	228,965,945	4,965,945	4,965,945	4,965,945
375	0				
18,750,000	0				
158,275,589	0				
0	1,258,731,237				
177,025,589	1,258,731,237				
10,662,194	888,516	888,516	888,516	888,516	888,516
3,895,405	37,098,500				
0	14,808,603				
0	48,868,389				
14,557,599	101,664,008	888,516	888,516	888,516	888,516
-671,568,087	1,714,846,993	-229,854,461	-5,854,461	-5,854,461	-5,854,461
-15,178,640	-				
-686,746,728	1,714,846,993				
0	160,194,242				
-686,746,728	1,554,652,752				

-656,389,447	1,714,846,993	-229,854,461	-5,854,461	-5,854,461	-5,854,461
0	170,591,161				
-656,389,447	1,544,255,832				

Month5	Month6	Month7	Month8	Month9	Month10
		6	6	6	6
2,497,845	2,497,845	31,551,720	31,551,720	31,551,720	31,551,720
2,468,100	2,468,100	876,437	876,437	876,437	876,437
		20,508,618	20,508,618	20,508,618	20,508,618
4,965,945	4,965,945	52,936,775	52,936,775	52,936,775	52,936,775
		94	94	94	94
		4,700,000	4,700,000	4,700,000	4,700,000
			1,031,562	2,127,597	3,296,701
		4,700,000	5,731,562	6,827,597	7,996,701
888,516	888,516	888,516	888,516	888,516	888,516
	2,240,000	1,555,030	610,030	615,030	610,030
888,516	3,128,516	2,443,546	1,498,546	1,503,546	1,498,546
-5,854,461	-8,094,461	-50,680,321	-48,703,758	-47,612,723	-46,438,619
		-110,234	-220,468	-330,701	-440,935

-5,854,461	-8,094,461	-50,570,087	-48,483,291	-47,282,022	-45,997,684
------------	------------	-------------	-------------	-------------	-------------

		Year2				
Month11	Month12	Month13	Month14	Month15		
3	3	3	3	6		
15,775,860	15,775,860	15,775,860	15,775,860	31,551,720		
876,437	876,437	876,437	876,437	876,437		
10,254,309	10,254,309	10,254,309	10,254,309	20,508,618		
26,906,606	26,906,606	26,906,606	26,906,606	52,936,775		
94	94	94	94	94		
4,700,000	4,700,000	4,700,000	4,700,000	4,700,000		
4,549,313	5,898,279	7,359,659	8,953,892	10,707,548		
9,249,313	10,598,279	12,059,659	13,653,892	15,407,548		
888,516	888,516	888,516	888,516	888,516		
815,030	610,030	615,030	610,030	615,030		
1,703,546	1,498,546	1,503,546	1,498,546	1,503,546		
-19,360,839	-17,806,873	-16,350,493	-14,751,260	-39,032,773		
-496,052	-551,169	-606,286	-661,403	-771,637		
-18,864,787	-17,255,704	-15,744,207	-14,089,857	-38,261,136		

Month16	Month17	Month18	Month19	Month20
6	6	6	6	6
31,551,720	31,551,720	31,551,720	31,551,720	31,551,720
876,437	876,437	876,437	876,437	876,437
20,508,618	20,508,618	20,508,618	20,508,618	20,508,618
52,936,775	52,936,775	52,936,775	52,936,775	52,936,775
93				
4,650,000	-	-	-	-
12,656,054	14,824,805	14,824,805	14,824,805	14,824,805
17,306,054	14,824,805	14,824,805	14,824,805	14,824,805
888,516	888,516	888,516	888,516	888,516
607,285	299,000	294,000	49,000	49,000
1,495,801	1,187,516	1,182,516	937,516	937,516
-37,126,521	-39,299,486	-39,294,486	-39,049,486	-39,049,486
-881,871	-992,104	-1,102,338	-1,212,572	-1,322,806

-36,244,651	-38,307,382	-38,192,148	-37,836,914	-37,726,680
-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

				Year3
Month21	Month22	Month23	Month24	Month25
6	6	6	10	
31,551,720	31,551,720	31,551,720	52,586,200	
876,437	876,437	876,437	788,793	
20,508,618	20,508,618	20,508,618	876,437	
			250,101,494	
52,936,775	52,936,775	52,936,775	304,352,924	-557,730,764
-	-	-	-	-
14,824,805	14,824,805	14,824,805	14,824,805	-
				1,258,731,237
14,824,805	14,824,805	14,824,805	14,824,805	1,258,731,237
888,516	888,516	888,516	888,516	888,516
49,000	49,000	49,000	49,000	37,049,500
				14,808,603
				48,868,389
937,516	937,516	937,516	937,516	101,615,008
-39,049,486	-39,049,486	-39,049,486	-290,465,636	1,714,846,993
-1,433,040	-1,543,274	-1,653,507	-2,997,803	0

-37,616,447	-37,506,213	-37,395,979	-287,467,833	1,714,846,993
-------------	-------------	-------------	--------------	---------------

แผนการตลาด (Best Case)

รายการ	ราคา	จำนวนเงิน	รวม
ประมาณยอดขาย 100% = 939 Unit			1,402,920,000
ประมาณยอดขาย คิดเป็น %			
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด			
แบ่งออกเป็น			
A. ช่องทางการจัดจำหน่าย			
1. สำนักงานขาย			2,000,000
- ค่าตกแต่งสำนักงานขายและห้องตัวอย่าง		2,000,000	
2. การออกบูธ		-	600,000
- ออกบูธในพื้นที่ใกล้เคียง		400,000	
- ออกบูธงานมหกรรมบ้านและคอนโด		200,000	
B. ค่าสื่อสารทางการตลาด		-	
1. การโฆษณา			3,300,000
- ป้าย		-	
ป้ายบิลบอร์ด ขนาดใหญ่ 12x25 ม.		-	
- ค่าผลิต	50,000 บาท/หน่วย	200,000	
- ค่าเช่า	50,000 บาท/เดือน/จุด	2,400,000	
ป้ายผ้าใบ รายทาง ขนาดเล็ก 2x3 ม.		-	
- ค่าผลิต	2,000 บาท/หน่วย	40,000	
- ค่าเช่า	2,000 บาท/เดือน/จุด	480,000	
- แผ่นพับ โบรชัวร์	15บาท/แผ่น	180,000	
2. การประชาสัมพันธ์		-	90,000
- เชิญสื่อมวลชน, ฝากข่าว, ให้สัมภาษณ์		30,000	
- ลง Advertorial ในนิตยสาร	5,000 บาท/ครั้ง	60,000	
3. การส่งเสริมการขาย		-	37,000,500
- ให้ส่วนลด		-	
- 150 ยูนิตรแรก ลด 5%		11,151,000	
- 150 ยูนิตรต่อมา ลด 2.5%		5,575,500	
- การให้ของแถม (ขายได้ 100%)		20,274,000	
4. พนักงานขาย		-	3,413,555
- เงินเดือน	45,000 บาท/เดือน	836,000	
- คอมมิสชั่น	0.20% ของยอดขาย	2,577,555	
5. การตลาดทางตรง ใช้ Direct Mail	28 บาท/หน่วย	140,000	140,000
6. Event Marketing		-	800,000
- Grand Opening ที่โครงการ		400,000	
- แนะนำโครงการ ที่เซ็นทรัล รัตนาธิเบศร์		400,000	
7. สื่ออินเทอร์เน็ต	5,000 บาท/เดือน	95,000	95,000
รวม			47,439,055

ปี 2553					
เดือน 6	เดือน 7	เดือน 8	เดือน 9	เดือน 10	เดือน 11
	94	94	94	94	94
	10%	10%	10%	10%	10%
	129,015,000	129,015,000	129,015,000	129,015,000	129,015,000
2,000,000					
	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000
					200,000
200,000					
	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000
40,000					
	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000
	18,000	18,000	18,000	18,000	18,000
	5,000		5,000		5,000
	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
	44,000	44,000	44,000	44,000	44,000
	258,030	258,030	258,030	258,030	258,030
	140,000				
	400,000				
	400,000				
	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
2,240,000	1,555,030	610,030	615,030	610,030	815,030

เดือน12	เดือน 1	เดือน 2	เดือน 3	เดือน 4	เดือน 5
94	94	94	94	93	0
10%	10%	10%	10%	10%	0%
129,015,000	129,015,000	129,015,000	129,015,000	127,642,500	-
40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	
200,000	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000
40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000
18,000	18,000	18,000	18,000	18,000	
	5,000		5,000		5,000
5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
44,000	44,000	44,000	44,000	44,000	44,000
258,030	258,030	258,030	258,030	255,285	-
5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
610,030	615,030	610,030	615,030	607,285	299,000

ปี 2554

เดือน 6	เดือน 7	เดือน 8	เดือน 9	เดือน 10	เดือน 11
200,000					
40,000					
5,000					
44,000	44,000	44,000	44,000	44,000	44,000
-	-	-			
5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
294,000	49,000	49,000	49,000	49,000	49,000

ภาคผนวก จ

งบกระแสเงินสด การรับเงินห้องชุด และแผนการตลาด (กรณี Worst Case)

Condominium Project Cash Flow-Worst Case		
Item	Amot	
	Total	Year1
เงินลงทุนโครงการ		
ค่าที่ดิน	224,000,000	224,000,000
ค่าก่อสร้างโครงการ	531,120,620	159,336,186
ค่าออกแบบอาคาร	3% 15,933,619	15,136,938
ค่าควบคุมอาคาร	3% 15,933,619	5,311,206
ค่าธรรมเนียมในการขออนุญาต	1% 13,326,165	13,326,165
เงินกู้	60% 555,686,884	103,568,521
ชำระเงินกู้	-555,686,884	0
รวมเงินลงทุนโครงการ	800,314,023	520,679,016
รายได้		
ยอดขายห้องชุด (ยูนิต/เดือน)	90% 845	257
ราคาเฉลี่ยของห้องชุด (บาท/ยูนิต)	1,577,061	
เงินจองและทำสัญญา	50,000 42,250,000	12,850,000
เงินดาวน์ (หักเงินจอง)	15% 157,642,482	7,826,958
เงินโอน	85% 1,132,724,063	0
รวมรายได้	1,332,616,545	20,676,958
ค่าใช้จ่าย		
ค่าบริหารงาน	1.50% 19,989,248	9,594,839
ค่าโฆษณาและการตลาด	48,539,025	6,572,465
ภาษีการโอน (จ่ายคนละครั้ง)	1% 13,326,165	0
ภาษีธุรกิจสงฆ์ฮาริมทรัพย์	3.3% 43,976,346	0
รวมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทั้งหมด	125,830,785	16,167,304
รายได้สุทธิจากการดำเนินงานทั้งหมด	406,471,738	-516,169,362
หัก ดอกเบี้ยจ่าย (Interest)	8.95% -24,228,160	-3,012,549
รายได้ก่อนหักภาษี (Project)	382,243,577	-519,181,911
ภาษีเงินได้นิติบุคคล (Tax)	30% 114,673,073	0
กระแสเงินสดของโครงการ (Total Cash Flow)	267,570,504	-519,181,911
Discount Rate	9.00%	
NPV (Project)	88,188,591	
IRR (Project)	14.60%	
รายได้ก่อนหักภาษี (Equity)	429,100,758	-513,156,813
ภาษีเงินได้นิติบุคคล (Tax)	30% 128,730,227	0
กระแสเงินสดของโครงการ (Total Cash Flow)	300,370,531	-513,156,813
Discount Rate	9.00%	
NPV (Equity)	120,906,001	฿110,922,937
IRR (Equity)	16.86%	
	926,144,807	
Break even point	587.26 unit	

unt		Year1			
Year2	Year3	Month1	Month2	Month3	Month4
0	-	224,000,000			
371,784,434	-				
796,681	-	2,522,823	2,522,823	2,522,823	2,522,823
10,622,412	-				
0	-	2,221,028	2,221,028	2,221,028	2,221,028
452,118,363	-				
0	-555,686,884				
835,321,891	-555,686,884	228,743,851	4,743,851	4,743,851	4,743,851
504	84				
25,200,000	4,200,000				
134,144,555	15,670,969				
0	1,132,724,063				
159,344,555	1,152,595,032				
9,594,839	2,398,710	799,570	799,570	799,570	799,570
4,502,480	37,464,080				
0	13,326,165				
0	43,976,346				
14,097,319	97,165,301	799,570	799,570	799,570	799,570
-690,074,655	1,611,116,615	-229,543,420	-5,543,420	-5,543,420	-5,543,420
-21,215,611	-				
-711,290,266	1,611,116,615				
0	114,193,331				
-711,290,266	1,496,923,284				

-668,859,044	1,611,116,615	-229,543,420	-5,543,420	-5,543,420	-5,543,420
0	128,730,227				
-668,859,044	1,482,386,388				

Month5	Month6	Month7	Month8	Month9	Month10
		6	6	6	6
2,522,823	2,522,823	31,867,237	31,867,237	31,867,237	31,867,237
2,221,028	2,221,028	885,201	885,201	885,201	885,201
		20,713,704	20,713,704	20,713,704	20,713,704
4,743,851	4,743,851	53,466,142	53,466,142	53,466,142	53,466,142
		47	42	42	42
		2,350,000	2,100,000	2,100,000	2,100,000
			515,781	1,005,499	1,527,865
		2,350,000	2,615,781	3,105,499	3,627,865
799,570	799,570	799,570	799,570	799,570	799,570
	2,240,000	1,786,015	467,290	472,290	467,290
799,570	3,039,570	2,585,585	1,266,860	1,271,860	1,266,860
-5,543,420	-7,783,420	-53,701,727	-52,117,221	-51,632,503	-51,105,138
		-154,490	-308,979	-463,469	-617,959

-5,543,420	-7,783,420	-53,547,238	-51,808,242	-51,169,034	-50,487,179
------------	------------	-------------	-------------	-------------	-------------

		Year2			
Month11	Month12	Month13	Month14	Month15	
3	3	3	3	6	
15,933,619	15,933,619	15,933,619	15,933,619	31,867,237	
885,201	885,201	885,201	885,201	885,201	
10,356,852	10,356,852	10,356,852	10,356,852	20,713,704	
27,175,672	27,175,672	27,175,672	27,175,672	53,466,142	
42	42	42	42	42	
2,100,000	2,100,000	2,100,000	2,100,000	2,100,000	
2,087,542	2,690,272	3,343,229	4,055,545	4,839,094	
4,187,542	4,790,272	5,443,229	6,155,545	6,939,094	
799,570	799,570	799,570	799,570	799,570	
672,290	467,290	472,290	467,290	472,290	
1,471,860	1,266,860	1,271,860	1,266,860	1,271,860	
-24,459,990	-23,652,260	-23,004,303	-22,286,986	-47,798,909	
-695,204	-772,449	-849,693	-926,938	-1,081,428	

-23,764,786	-22,879,812	-22,154,610	-21,360,048	-46,717,481
-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

Month16	Month17	Month18	Month19	Month20
6	6	6	6	6
31,867,237	31,867,237	31,867,237	31,867,237	31,867,237
885,201	885,201	885,201	885,201	885,201
20,713,704	20,713,704	20,713,704	20,713,704	20,713,704
53,466,142	53,466,142	53,466,142	53,466,142	53,466,142
42	42	42	42	42
2,100,000	2,100,000	2,100,000	2,100,000	2,100,000
5,709,703	6,689,139	7,808,494	9,114,408	10,681,505
7,809,703	8,789,139	9,908,494	11,214,408	12,781,505
799,570	799,570	799,570	799,570	799,570
467,290	472,290	467,290	267,290	227,290
1,266,860	1,271,860	1,266,860	1,066,860	1,026,860
-46,923,299	-45,948,864	-44,824,509	-43,318,595	-41,711,498
-1,235,918	-1,390,407	-1,544,897	-1,699,387	-1,853,877

-45,687,382	-44,558,456	-43,279,612	-41,619,208	-39,857,621
-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

				Year3
Month21	Month22	Month23	Month24	Month25
6	6	6	10	
31,867,237	31,867,237	31,867,237	53,112,062	
885,201	885,201	885,201	796,681	
20,713,704	20,713,704	20,713,704	885,201	
			244,981,322	
53,466,142	53,466,142	53,466,142	299,775,266	-555,686,884
				-555,686,884
42	42	42	42	42
2,100,000	2,100,000	2,100,000	2,100,000	2,100,000
12,640,376	15,252,204	19,169,946	34,840,914	7,835,484
				1,020,121,908
14,740,376	17,352,204	21,269,946	36,940,914	1,030,057,392
799,570	799,570	799,570	799,570	799,570
267,290	227,290	467,290	227,290	33,172,990
				12,001,434
				39,604,733
1,066,860	1,026,860	1,266,860	1,026,860	85,578,727
-39,792,627	-37,140,799	-33,463,057	-263,861,211	1,500,165,549
-2,008,366	-2,162,856	-2,317,346	-4,144,498	0

-37,784,261	-34,977,943	-31,145,711	-259,716,713	1,500,165,549
-------------	-------------	-------------	--------------	---------------

Month26	Month27	Month28
42		
2,100,000	-	-
7,835,484	-	-
56,301,078	56,301,078	-
66,236,562	56,301,078	
799,570	799,570	
4,242,090	49,000	
662,366	662,366	
2,185,807	2,185,807	
7,889,832	3,696,742	
58,346,730	52,604,336	
0	0	

58,346,730	52,604,336	0
------------	------------	---

			Year3			
Month22	Month23	Month24	Month25	Month26	Month27	
15	16	17	18	19	20	
515,781	515,781	515,781	63,003,587			
489,718	489,718	489,718	56,301,078			
522,366	522,366	522,366	56,301,078			
559,677	559,677	559,677	56,301,078			
602,730	602,730	602,730	56,301,078			
652,957	652,957	652,957	56,301,078			
712,317	712,317	712,317	56,301,078			
783,548	783,548	783,548	56,301,078			
870,609	870,609	870,609	56,301,078			
979,436	979,436	979,436	56,301,078			
1,119,355	1,119,355	1,119,355	56,301,078			
1,305,914	1,305,914	1,305,914	56,301,078			
1,567,097	1,567,097	1,567,097	56,301,078			
1,958,871	1,958,871	1,958,871	56,301,078			
2,611,828	2,611,828	2,611,828	56,301,078			
2,100,000	3,917,742	3,917,742	56,301,078			
	2,100,000	7,835,484	56,301,078			
		9,935,484	56,301,078			
			9,935,484	56,301,078		
				9,935,484	56,301,078	
					-	
						1,332,616,545
2,100,000	2,100,000	2,100,000	2,100,000	2,100,000	-	42,250,000
15,252,204	19,169,946	34,840,914	7,835,484	7,835,484	-	157,642,482
			1,020,121,908	56,301,078	56,301,078	1,132,724,063
17,352,204	21,269,946	36,940,914	1,030,057,392	66,236,562	56,301,078	1,332,616,545
			12,001,434	662,366	662,366	13,326,165
			39,604,733	2,185,807	2,185,807	43,976,346
			1	2	3	

แผนการตลาด (Worst Case)			
รายการ	ราคา	จำนวนเงิน	รวม
ประมาณยอดขาย 90% = 845 Unit			1,402,920,000
ประมาณยอดขาย คิดเป็น %			
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด			
แบ่งออกเป็น			
A. ช่องทางการจัดจำหน่าย			
1. สำนักงานขาย			2,000,000
- ค่าตกแต่งสำนักงานขายและห้องตัวอย่าง		2,000,000	
2. การออกบูธ		-	1,400,000
- ออกบูธในพื้นที่ใกล้เคียง		1,000,000	
- ออกบูธงานมหกรรมบ้านและคอนโด		400,000	
B. ค่าสื่อสารทางการตลาด		-	
1. การโฆษณา			3,720,000
- ป้าย		-	
ป้ายบิลบอร์ด ขนาดใหญ่ 12x25 ม.		-	
- ค่าผลิต	50,000 บาท/หน่วย	200,000	
- ค่าเช่า	50,000 บาท/เดือน/จุด	2,400,000	
ป้ายผ้าใบ รายทาง ขนาดเล็ก 2x3 ม.		-	
- ค่าผลิต	2,000 บาท/หน่วย	40,000	
- ค่าเช่า	2,000 บาท/เดือน/จุด	720,000	
- แผ่นพับ โบรชัวร์	15บาท/แผ่น	360,000	
2. การประชาสัมพันธ์		-	130,000
- เชิญสื่อมวลชน, ฝากข่าว, ให้สัมภาษณ์		50,000	
- ลง Advertorial ในนิตยสาร	5,000 บาท/ครั้ง	80,000	
3. การส่งเสริมการขาย		-	37,000,500
- ให้ส่วนลด		-	
- 150 ยูนิตรแรก ลด 5%		11,151,000	
- 150 ยูนิตรต่อมา ลด 2.5%		5,575,500	
- การให้ของแถม (ขายได้ 90%)		20,274,000	
4. พนักงานขาย		-	3,243,525
- เงินเดือน	45,000 บาท/เดือน	924,000	
- คอมมิสชั่น	0.20% ของยอดขาย	2,319,525	
5. การตลาดทางตรง ใช้ Direct Mail	28 บาท/หน่วย	140,000	140,000
6. Event Marketing		-	800,000
- Grand Opening ที่โครงการ		400,000	
- แนะนำโครงการ ที่เซ็นทรัล รัตนาธิเบศร์		400,000	
7. สื่ออินเทอร์เน็ต	5,000 บาท/เดือน	105,000	105,000
รวม			48,539,025

ปี 2553					
เดือน 6	เดือน 7	เดือน 8	เดือน 9	เดือน 10	เดือน 11
	47	42	42	42	42
	4%	4%	4%	4%	4%
	64,507,500	57,645,000	57,645,000	57,645,000	57,645,000
2,000,000					
	400,000	40,000	40,000	40,000	40,000
					200,000
200,000					
	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000
40,000					
	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000
	18,000	18,000	18,000	18,000	18,000
	5,000		5,000		5,000
	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
	44,000	44,000	44,000	44,000	44,000
	129,015	115,290	115,290	115,290	115,290
	140,000				
	400,000				
	400,000				
	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
2,240,000	1,786,015	467,290	472,290	467,290	672,290

เดือน12	เดือน 1	เดือน 2	เดือน 3	เดือน 4	เดือน 5
42	42	42	42	42	42
4%	4%	4%	4%	4%	4%
57,645,000	57,645,000	57,645,000	57,645,000	57,645,000	57,645,000
40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000
200,000	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000
40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000
18,000	18,000	18,000	18,000	18,000	18,000
	5,000		5,000		5,000
5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
44,000	44,000	44,000	44,000	44,000	44,000
115,290	115,290	115,290	115,290	115,290	115,290
5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
467,290	472,290	467,290	472,290	467,290	472,290

ปี 2554

เดือน 6	เดือน 7	เดือน 8	เดือน 9	เดือน 10	เดือน 11
42	42	42	42	42	42
4%	4%	4%	4%	4%	4%
57,645,000	57,645,000	57,645,000	57,645,000	57,645,000	57,645,000
40,000	40,000		40,000		40,000
					200,000
200,000					
40,000	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000
18,000	18,000	18,000	18,000	18,000	18,000
	5,000		5,000		5,000
5,000		5,000		5,000	
44,000	44,000	44,000	44,000	44,000	44,000
115,290	115,290	115,290	115,290	115,290	115,290
5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
467,290	267,290	227,290	267,290	227,290	467,290

	ปี 2			
เดือน12	เดือน 1	เดือน 2	เดือน 3	เดือน 4
42	42	42	0	
4%	4%	4%	0%	
57,645,000	57,645,000	57,645,000	-	-
	40,000			
40,000				
18,000	18,000	18,000		
	5,000			
5,000		5,000		
	11,151,000			
	5,575,500			
	16,219,200	4,054,800	-	-
44,000	44,000	44,000	44,000	
115,290	115,290	115,290	-	-
5,000	5,000	5,000	5,000	
227,290	33,172,990	4,242,090	49,000	-

ภาคผนวก จ

งบกระแสเงินสด กรณี ลดราคาขายลง 10% และ 15% ตามลำดับ

Condominium Project Cash Flow-Base Case

(กรณีราคาขายลดลง10%)

Item	Amc	
	Total	Year1
เงินลงทุนโครงการ		
ค่าที่ดิน	224,000,000	224,000,000
ค่าก่อสร้างโครงการ	525,862,000	157,758,600
ค่าออกแบบอาคาร	3% 15,775,860	14,987,067
ค่าควบคุมอาคาร	3% 15,775,860	5,258,620
ค่าธรรมเนียมในการขออนุญาต	1% 12,660,647	12,660,647
เงินกู้	60% 549,040,294	102,543,090
ชำระเงินกู้	-549,040,294	0
รวมเงินลงทุนโครงการ	794,074,367	517,208,024
รายได้		
ยอดขายห้องชุด (ยูนิต/เดือน)	95% 892	324
ราคาเฉลี่ยของห้องชุด (บาท/ยูนิต)	-10% 1,419,355	
เงินจองและทำสัญญา	50,000 44,600,000	16,200,000
เงินดาวน์ (หักเงินจอง)	15% 145,309,699	8,479,193
เงินโอน	85% 1,076,154,961	0
รวมรายได้	1,266,064,660	24,679,193
ค่าใช้จ่าย		
ค่าบริหารงาน	1.50% 18,990,970	9,115,666
ค่าโฆษณาและการตลาด	47,561,040	5,896,150
ภาษีการโอน (จ่ายคนละครั้ง)	1% 12,660,647	0
ภาษีธุรกิจสงฆ์หาริมทรัพย์	3.3% 41,780,134	0
รวมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทั้งหมด	120,992,790	15,011,816
รายได้สุทธิจากการดำเนินงานทั้งหมด	350,997,503	-508,040,876
หัก ดอกเบี้ยจ่าย (Interest)	7.45% -19,960,789	-2,482,825
รายได้ก่อนหักภาษี (Project)	331,036,714	-510,523,701
ภาษีเงินได้นิติบุคคล (Tax)	30% 99,311,014	0
กระแสเงินสดของโครงการ (Total Cash Flow)	231,725,700	-510,523,701
Discount Rate	9.00%	
NPV (Project)	61,839,533	
IRR (Project)	13.03%	
รายได้ก่อนหักภาษี (Equity)	370,958,292	-505,558,051
ภาษีเงินได้นิติบุคคล (Tax)	30% 111,287,488	0
กระแสเงินสดของโครงการ (Total Cash Flow)	259,670,804	-505,558,051
Discount Rate	9.00%	
NPV (Equity)	88,794,483	฿81,462,829
IRR (Equity)	14.90%	
	915,067,157	
Break even point	644.71 unit	

ount		Year1		
Year2	Year3	Month1	Month2	Month3
0	-	224,000,000		
368,103,400	-			
788,793	-	2,497,845	2,497,845	2,497,845
10,517,240	-			
0	-	2,110,108	2,110,108	2,110,108
446,497,204	-			
0	-549,040,294			
825,906,637	-549,040,294	228,607,952	4,607,952	4,607,952
568	0			
28,400,000	0			
136,830,506	0			
0	1,076,154,961			
165,230,506	1,076,154,961			
9,115,666	759,639	759,639	759,639	759,639
4,561,390	37,103,500			
0	12,660,647			
0	41,780,134			
13,677,056	92,303,919	759,639	759,639	759,639
-673,906,957	1,532,945,336	-229,367,591	-5,367,591	-5,367,591
-17,477,964	-			
-691,384,921	1,532,945,336			
0	99,311,014			
-691,384,921	1,433,634,322			
-656,428,992	1,532,945,336	-229,367,591	-5,367,591	-5,367,591
0	111,287,488			
-656,428,992	1,421,657,848			

Month4	Month5	Month6	Month7	Month8
			6	6
2,497,845	2,497,845	2,497,845	31,551,720	31,551,720
2,110,108	2,110,108	2,110,108	876,437	876,437
			20,508,618	20,508,618
4,607,952	4,607,952	4,607,952	52,936,775	52,936,775
			54	54
			2,700,000	2,700,000
				517,457
			2,700,000	3,217,457
759,639	759,639	759,639	759,639	759,639
		2,240,000	1,445,230	500,230
759,639	759,639	2,999,639	2,204,869	1,259,869
-5,367,591	-5,367,591	-7,607,591	-52,441,643	-50,979,186
			-127,324	-254,649

-5,367,591	-5,367,591	-7,607,591	-52,314,319	-50,724,537
------------	------------	------------	-------------	-------------

				Year2
Month9	Month10	Month11	Month12	Month13
6	6	3	3	3
31,551,720	31,551,720	15,775,860	15,775,860	15,775,860
876,437	876,437	876,437	876,437	876,437
20,508,618	20,508,618	10,254,309	10,254,309	10,254,309
52,936,775	52,936,775	26,906,606	26,906,606	26,906,606
54	54	54	54	54
2,700,000	2,700,000	2,700,000	2,700,000	2,700,000
1,067,256	1,653,708	2,282,049	2,958,724	3,691,788
3,767,256	4,353,708	4,982,049	5,658,724	6,391,788
759,639	759,639	759,639	759,639	759,639
505,230	500,230	705,230	500,230	505,230
1,264,869	1,259,869	1,464,869	1,259,869	1,264,869
-50,434,388	-49,842,936	-23,389,426	-22,507,751	-21,779,686
-381,973	-509,297	-572,960	-636,622	-700,284

-50,052,415	-49,333,639	-22,816,466	-21,871,129	-21,079,402
-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

Month14	Month15	Month16	Month17	Month18
3	6	6	6	6
15,775,860	31,551,720	31,551,720	31,551,720	31,551,720
876,437	876,437	876,437	876,437	876,437
10,254,309	20,508,618	20,508,618	20,508,618	20,508,618
26,906,606	52,936,775	52,936,775	52,936,775	52,936,775
54	54	54	54	54
2,700,000	2,700,000	2,700,000	2,700,000	2,700,000
4,491,495	5,371,173	6,348,592	7,448,189	8,704,871
7,191,495	8,071,173	9,048,592	10,148,189	11,404,871
759,639	759,639	759,639	759,639	759,639
500,230	505,230	500,230	505,230	500,230
1,259,869	1,264,869	1,259,869	1,264,869	1,259,869
-20,974,979	-46,130,471	-45,148,051	-44,053,454	-42,791,772
-763,946	-891,270	-1,018,595	-1,145,919	-1,273,243
-20,211,033	-45,239,200	-44,129,457	-42,907,535	-41,518,529

Month19	Month20	Month21	Month22	Month23
6	6	6	6	6
31,551,720	31,551,720	31,551,720	31,551,720	31,551,720
876,437	876,437	876,437	876,437	876,437
20,508,618	20,508,618	20,508,618	20,508,618	20,508,618
52,936,775	52,936,775	52,936,775	52,936,775	52,936,775
54	54	54	41	41
2,700,000	2,700,000	2,700,000	2,050,000	2,050,000
10,171,001	11,930,356	14,129,550	17,061,808	20,401,325
12,871,001	14,630,356	16,829,550	19,111,808	22,451,325
759,639	759,639	759,639	759,639	759,639
225,230	220,230	225,230	184,545	189,545
984,869	979,869	984,869	944,184	949,184
-41,050,643	-39,286,288	-37,092,094	-34,769,150	-31,434,634
-1,400,568	-1,527,892	-1,655,216	-1,782,541	-1,909,865

-39,650,075	-37,758,396	-35,436,877	-32,986,610	-29,524,769
-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

	Year3	
Month24	Month25	Month26
10		
52,586,200		
788,793		
876,437		
241,411,024		
	-549,040,294	
295,662,454	-549,040,294	
-		
27,080,358	-	
	1,076,154,961	
27,080,358	1,076,154,961	
759,639	759,639	
54,000	37,049,500	
	12,660,647	
	41,780,134	
813,639	92,249,919	
-269,395,735	1,532,945,336	
-3,408,625	0	

-265,987,109	1,532,945,336	
--------------	---------------	--

Condominium Project Cash Flow-Base Case

(กรณีราคาขายลดลง15%)

Item	Amc	
	Total	Year1
เงินลงทุนโครงการ		
ค่าที่ดิน	224,000,000	224,000,000
ค่าก่อสร้างโครงการ	525,862,000	157,758,600
ค่าออกแบบอาคาร	3% 15,775,860	14,987,067
ค่าควบคุมอาคาร	3% 15,775,860	5,258,620
ค่าธรรมเนียมในการขออนุญาต	1% 11,957,278	11,957,278
เงินกู้	60% 546,170,550	102,543,090
ชำระเงินกู้	-546,170,550	0
รวมเงินลงทุนโครงการ	793,370,998	516,504,655
รายได้		
ยอดขายห้องชุด (ยูนิต/เดือน)	95% 892	324
ราคาเฉลี่ยของห้องชุด (บาท/ยูนิต)	-15% 1,340,502	
เงินจองและทำสัญญา	50,000 44,600,000	16,200,000
เงินดาวน์ (หักเงินจอง)	15% 134,759,168	7,863,543
เงินโอน	85% 1,016,368,616	0
รวมรายได้	1,195,727,784	24,063,543
ค่าใช้จ่าย		
ค่าบริหารงาน	1.50% 17,935,917	8,609,240
ค่าโฆษณาและการตลาด	47,561,040	5,896,150
ภาษีการโอน (จ่ายคนละครั้ง)	1% 11,957,278	0
ภาษีธุรกิจสงฆ์หาริมทรัพย์	3.3% 39,459,017	0
รวมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทั้งหมด	116,913,251	14,505,390
รายได้สุทธิจากการดำเนินงานทั้งหมด	285,443,535	-507,446,732
หัก ดอกเบี้ยจ่าย (Interest)	7.45% -19,942,973	-2,482,825
รายได้ก่อนหักภาษี (Project)	265,500,562	-509,929,557
ภาษีเงินได้นิติบุคคล (Tax)	30% 79,650,169	0
กระแสเงินสดของโครงการ (Total Cash Flow)	185,850,393	-509,929,557
Discount Rate	9.00%	
NPV (Project)	22,825,789	
IRR (Project)	10.49%	
รายได้ก่อนหักภาษี (Equity)	305,386,507	-504,963,908
ภาษีเงินได้นิติบุคคล (Tax)	30% 91,615,952	0
กระแสเงินสดของโครงการ (Total Cash Flow)	213,770,555	-504,963,908
Discount Rate	9.00%	
NPV (Equity)	49,757,047	฿45,648,667
IRR (Equity)	12.32%	
	910,284,249	
Break even point	679.06 unit	

ount		Year1		
Year2	Year3	Month1	Month2	Month3
0	-	224,000,000		
368,103,400	-			
788,793	-	2,497,845	2,497,845	2,497,845
10,517,240	-			
0	-	1,992,880	1,992,880	1,992,880
443,627,460	-			
0	-546,170,550			
823,036,893	-546,170,550	228,490,724	4,490,724	4,490,724
568	0			
28,400,000	0			
126,895,625	0			
0	1,016,368,616			
155,295,625	1,016,368,616			
8,609,240	717,437	717,437	717,437	717,437
4,561,390	37,103,500			
0	11,957,278			
0	39,459,017			
13,170,630	89,237,231	717,437	717,437	717,437
-680,465,668	1,473,355,935	-229,208,161	-5,208,161	-5,208,161
-17,460,148	-			
-697,925,816	1,473,355,935			
0	79,650,169			
-697,925,816	1,393,705,766			
-663,005,520	1,473,355,935	-229,208,161	-5,208,161	-5,208,161
0	91,615,952			
-663,005,520	1,381,739,982			

Month4	Month5	Month6	Month7	Month8
			6	6
2,497,845	2,497,845	2,497,845	31,551,720	31,551,720
1,992,880	1,992,880	1,992,880	876,437	876,437
			20,508,618	20,508,618
4,490,724	4,490,724	4,490,724	52,936,775	52,936,775
			54	54
			2,700,000	2,700,000
				479,886
			2,700,000	3,179,886
717,437	717,437	717,437	717,437	717,437
		2,240,000	1,445,230	500,230
717,437	717,437	2,957,437	2,162,667	1,217,667
-5,208,161	-5,208,161	-7,448,161	-52,399,441	-50,974,555
			-127,324	-254,649

-5,208,161	-5,208,161	-7,448,161	-52,272,117	-50,719,906
------------	------------	------------	-------------	-------------

				Year2
Month9	Month10	Month11	Month12	Month13
6	6	3	3	3
31,551,720	31,551,720	15,775,860	15,775,860	15,775,860
876,437	876,437	876,437	876,437	876,437
20,508,618	20,508,618	10,254,309	10,254,309	10,254,309
52,936,775	52,936,775	26,906,606	26,906,606	26,906,606
54	54	54	54	54
2,700,000	2,700,000	2,700,000	2,700,000	2,700,000
989,765	1,533,636	2,116,355	2,743,899	3,423,738
3,689,765	4,233,636	4,816,355	5,443,899	6,123,738
717,437	717,437	717,437	717,437	717,437
505,230	500,230	705,230	500,230	505,230
1,222,667	1,217,667	1,422,667	1,217,667	1,222,667
-50,469,676	-49,920,805	-23,512,917	-22,680,373	-22,005,534
-381,973	-509,297	-572,960	-636,622	-700,284

-50,087,703	-49,411,508	-22,939,957	-22,043,752	-21,305,251
-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

Month14	Month15	Month16	Month17	Month18
3	6	6	6	6
15,775,860	31,551,720	31,551,720	31,551,720	31,551,720
876,437	876,437	876,437	876,437	876,437
10,254,309	20,508,618	20,508,618	20,508,618	20,508,618
26,906,606	52,936,775	52,936,775	52,936,775	52,936,775
54	54	54	54	54
2,700,000	2,700,000	2,700,000	2,700,000	2,700,000
4,165,380	4,981,187	5,887,639	6,907,397	8,072,835
6,865,380	7,681,187	8,587,639	9,607,397	10,772,835
717,437	717,437	717,437	717,437	717,437
500,230	505,230	500,230	505,230	500,230
1,217,667	1,222,667	1,217,667	1,222,667	1,217,667
-21,258,892	-46,478,254	-45,566,803	-44,552,044	-43,381,606
-763,946	-891,270	-1,018,595	-1,145,919	-1,273,243
-20,494,946	-45,586,984	-44,548,208	-43,406,125	-42,108,363

Month19	Month20	Month21	Month22	Month23
6	6	6	6	6
31,551,720	31,551,720	31,551,720	31,551,720	31,551,720
876,437	876,437	876,437	876,437	876,437
20,508,618	20,508,618	20,508,618	20,508,618	20,508,618
52,936,775	52,936,775	52,936,775	52,936,775	52,936,775
54	54	54	41	41
2,700,000	2,700,000	2,700,000	2,050,000	2,050,000
9,432,513	11,064,126	13,103,642	15,822,998	18,920,042
12,132,513	13,764,126	15,803,642	17,872,998	20,970,042
717,437	717,437	717,437	717,437	717,437
225,230	220,230	225,230	184,545	189,545
942,667	937,667	942,667	901,982	906,982
-41,746,929	-40,110,315	-38,075,799	-35,965,758	-32,873,715
-1,400,568	-1,527,892	-1,655,216	-1,782,541	-1,909,865

-40,346,361	-38,582,423	-36,420,582	-34,183,218	-30,963,850
-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

	Year3	
Month24	Month25	Month26
10		
52,586,200		
788,793		
876,437		
238,541,280		
	-546,170,550	
292,792,709	-546,170,550	
-		
25,114,129	-	
	1,016,368,616	
25,114,129	1,016,368,616	
717,437	717,437	
54,000	37,049,500	
	11,957,278	
	39,459,017	
771,437	89,183,231	
-268,450,017	1,473,355,935	
-3,390,809	0	

-265,059,208	1,473,355,935	
--------------	---------------	--

ภาคผนวก ข

งบกระแสเงินสด กรณี เพิ่มค่าก่อสร้างขึ้นเป็น 5%, 10% และ 15% ตามลำดับ

Condominium Project Cash Flow-Base Case

(ค่าก่อสร้างเพิ่มขึ้น5%)

Item	Amc	
	Total	Year1
เงินลงทุนโครงการ		
ค่าที่ดิน	224,000,000	224,000,000
ค่าก่อสร้างโครงการ 5%	552,155,100	165,646,530
ค่าออกแบบอาคาร 3%	16,564,653	15,736,420
ค่าควบคุมอาคาร 3%	16,564,653	5,521,551
ค่าธรรมเนียมในการขออนุญาต 1%	14,067,384	14,067,384
เงินกู้ 60%	571,502,195	107,670,245
ชำระเงินกู้	-571,502,195	0
รวมเงินลงทุนโครงการ	823,351,790	532,642,130
รายได้		
ยอดขายห้องชุด (ยูนิต/เดือน) 95%	892	324
ราคาเฉลี่ยของห้องชุด (บาท/ยูนิต)	1,577,061	
เงินจองและทำสัญญา 50,000	44,600,000	16,200,000
เงินดาวน์ (หักเงินจอง) 15%	166,410,762	9,710,494
เงินโอน 85%	1,195,727,650	0
รวมรายได้	1,406,738,412	25,910,494
ค่าใช้จ่าย		
ค่าบริหารงาน 1.50%	21,101,076	10,128,517
ค่าโฆษณาและการตลาด	47,561,040	5,896,150
ภาษีการโอน (จ่ายคนละครั้ง) 1%	14,067,384	0
ภาษีธุรกิจสงฆ์ฮาริมทรัพย์ 3.3%	46,422,368	0
รวมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทั้งหมด	129,151,868	16,024,667
รายได้สุทธิจากการดำเนินงานทั้งหมด	454,234,754	-523,256,532
หัก ดอกเบี้ยจ่าย (Interest) 7.45%	-20,927,848	-2,606,966
รายได้ก่อนหักภาษี (Project)	433,306,906	-525,863,498
ภาษีเงินได้นิติบุคคล (Tax) 30%	129,992,072	0
กระแสเงินสดของโครงการ (Total Cash Flow)	303,314,834	-525,863,498
Discount Rate	9.00%	
NPV (Project)	118,280,496	
IRR (Project)	16.42%	
รายได้ก่อนหักภาษี (Equity)	475,162,602	-520,649,567
ภาษีเงินได้นิติบุคคล (Tax) 30%	142,548,781	0
กระแสเงินสดของโครงการ (Total Cash Flow)	332,613,821	-520,649,567
Discount Rate	9.00%	
NPV (Equity)	146,541,994	฿134,442,197
IRR (Equity)	18.38%	
	952,503,658	
Break even point	603.97 unit	

ount		Year1		
Year2	Year3	Month1	Month2	Month3
0	-	224,000,000		
386,508,570	-			
828,233	-	2,622,737	2,622,737	2,622,737
11,043,102	-			
0	-	2,344,564	2,344,564	2,344,564
463,831,950	-			
0	-571,502,195			
862,211,855	-571,502,195	228,967,301	4,967,301	4,967,301
568	0			
28,400,000	0			
156,700,268	0			
0	1,195,727,650			
185,100,268	1,195,727,650			
10,128,517	844,043	844,043	844,043	844,043
4,561,390	37,103,500			
0	14,067,384			
0	46,422,368			
14,689,907	98,437,295	844,043	844,043	844,043
-691,355,264	1,668,846,550	-229,811,344	-5,811,344	-5,811,344
-18,320,882	-			
-709,676,146	1,668,846,550			
0	129,992,072			
-709,676,146	1,538,854,478			
-673,034,382	1,668,846,550	-229,811,344	-5,811,344	-5,811,344
0	142,548,781			
-673,034,382	1,526,297,770			

Month4	Month5	Month6	Month7	Month8
			6	6
2,622,737	2,622,737	2,622,737	33,129,306	33,129,306
2,344,564	2,344,564	2,344,564	920,259	920,259
			21,534,049	21,534,049
4,967,301	4,967,301	4,967,301	55,583,613	55,583,613
			54	54
			2,700,000	2,700,000
				592,600
			2,700,000	3,292,600
844,043	844,043	844,043	844,043	844,043
		2,240,000	1,445,230	500,230
844,043	844,043	3,084,043	2,289,273	1,344,273
-5,811,344	-5,811,344	-8,051,344	-55,172,886	-53,635,287
			-133,691	-267,381

-5,811,344	-5,811,344	-8,051,344	-55,039,196	-53,367,906
------------	------------	------------	-------------	-------------

				Year2
Month9	Month10	Month11	Month12	Month13
6	6	3	3	3
33,129,306	33,129,306	16,564,653	16,564,653	16,564,653
920,259	920,259	920,259	920,259	920,259
21,534,049	21,534,049	10,767,024	10,767,024	10,767,024
55,583,613	55,583,613	28,251,936	28,251,936	28,251,936
54	54	54	54	54
2,700,000	2,700,000	2,700,000	2,700,000	2,700,000
1,222,237	1,893,850	2,613,435	3,388,373	4,227,889
3,922,237	4,593,850	5,313,435	6,088,373	6,927,889
844,043	844,043	844,043	844,043	844,043
505,230	500,230	705,230	500,230	505,230
1,349,273	1,344,273	1,549,273	1,344,273	1,349,273
-53,010,650	-52,334,037	-24,487,774	-23,507,836	-22,673,320
-401,072	-534,762	-601,607	-668,453	-735,298

-52,609,578	-51,799,275	-23,886,166	-22,839,383	-21,938,022
-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

Month14	Month15	Month16	Month17	Month18
3	6	6	6	6
16,564,653	33,129,306	33,129,306	33,129,306	33,129,306
920,259	920,259	920,259	920,259	920,259
10,767,024	21,534,049	21,534,049	21,534,049	21,534,049
28,251,936	55,583,613	55,583,613	55,583,613	55,583,613
54	54	54	54	54
2,700,000	2,700,000	2,700,000	2,700,000	2,700,000
5,143,725	6,151,144	7,270,499	8,529,774	9,968,944
7,843,725	8,851,144	9,970,499	11,229,774	12,668,944
844,043	844,043	844,043	844,043	844,043
500,230	505,230	500,230	505,230	500,230
1,344,273	1,349,273	1,344,273	1,349,273	1,344,273
-21,752,484	-48,081,742	-46,957,387	-45,703,113	-44,258,942
-802,143	-935,834	-1,069,524	-1,203,215	-1,336,906
-20,950,341	-47,145,908	-45,887,863	-44,499,898	-42,922,037

Month19	Month20	Month21	Month22	Month23
6	6	6	6	6
33,129,306	33,129,306	33,129,306	33,129,306	33,129,306
920,259	920,259	920,259	920,259	920,259
21,534,049	21,534,049	21,534,049	21,534,049	21,534,049
55,583,613	55,583,613	55,583,613	55,583,613	55,583,613
54	54	54	41	41
2,700,000	2,700,000	2,700,000	2,050,000	2,050,000
11,647,977	13,662,815	16,181,364	19,539,429	23,363,891
14,347,977	16,362,815	18,881,364	21,589,429	25,413,891
844,043	844,043	844,043	844,043	844,043
225,230	220,230	225,230	184,545	189,545
1,069,273	1,064,273	1,069,273	1,028,588	1,033,588
-42,304,910	-40,285,071	-37,771,523	-35,022,773	-31,203,310
-1,470,596	-1,604,287	-1,737,977	-1,871,668	-2,005,358

-40,834,314	-38,680,784	-36,033,545	-33,151,105	-29,197,952
-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

	Year3	
Month24	Month25	Month26
10		
55,215,510		
828,233		
920,259		
248,491,461		
	-571,502,195	
305,455,462	-571,502,195	
-		
31,012,816	-	
	1,195,727,650	
31,012,816	1,195,727,650	
844,043	844,043	
54,000	37,049,500	
	14,067,384	
	46,422,368	
898,043	98,383,295	
-275,340,689	1,668,846,550	
-3,548,076	0	

-271,792,613	1,668,846,550	
--------------	---------------	--

Condominium Project Cash Flow-Base Case

(ค่าก่อสร้างเพิ่มขึ้น10%)

Item	Amc	
	Total	Year1
เงินลงทุนโครงการ		
ค่าที่ดิน	224,000,000	224,000,000
ค่าก่อสร้างโครงการ 10%	578,448,200	173,534,460
ค่าออกแบบอาคาร 3%	17,353,446	16,485,774
ค่าควบคุมอาคาร 3%	17,353,446	5,784,482
ค่าธรรมเนียมในการขออนุญาต 1%	14,067,384	14,067,384
เงินกู้ 60%	588,224,606	112,797,399
ชำระเงินกู้	-588,224,606	0
รวมเงินลงทุนโครงการ	851,222,476	546,669,499
รายได้		
ยอดขายห้องชุด (ยูนิต/เดือน) 95%	892	324
ราคาเฉลี่ยของห้องชุด (บาท/ยูนิต)	1,577,061	
เงินจองและทำสัญญา 50,000	44,600,000	16,200,000
เงินดาวน์ (หักเงินจอง) 15%	166,410,762	9,710,494
เงินโอน 85%	1,195,727,650	0
รวมรายได้	1,406,738,412	25,910,494
ค่าใช้จ่าย		
ค่าบริหารงาน 1.50%	21,101,076	10,128,517
ค่าโฆษณาและการตลาด	47,561,040	5,896,150
ภาษีการโอน (จ่ายคนละครั้ง) 1%	14,067,384	0
ภาษีธุรกิจสงฆ์สังหาริมทรัพย์ 3.3%	46,422,368	0
รวมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทั้งหมด	129,151,868	16,024,667
รายได้สุทธิจากการดำเนินงานทั้งหมด	426,364,068	-537,283,901
หัก ดอกเบี้ยจ่าย (Interest) 7.45%	-21,859,275	-2,731,107
รายได้ก่อนหักภาษี (Project)	404,504,793	-540,015,008
ภาษีเงินได้นิติบุคคล (Tax) 30%	121,351,438	0
กระแสเงินสดของโครงการ (Total Cash Flow)	283,153,355	-540,015,008
Discount Rate	9.00%	
NPV (Project)	96,693,972	
IRR (Project)	14.89%	
รายได้ก่อนหักภาษี (Equity)	448,223,343	-534,552,794
ภาษีเงินได้นิติบุคคล (Tax) 30%	134,467,003	0
กระแสเงินสดของโครงการ (Total Cash Flow)	313,756,340	-534,552,794
Discount Rate	9.00%	
NPV (Equity)	126,214,633	฿115,793,241
IRR (Equity)	16.85%	
	980,374,344	
Break even point	621.65 unit	

Amount		Year1		
Year2	Year3	Month1	Month2	Month3
0	-	224,000,000		
404,913,740	-			
867,672	-	2,747,629	2,747,629	2,747,629
11,568,964	-			
0	-	2,344,564	2,344,564	2,344,564
475,427,207	-			
0	-588,224,606			
892,777,584	-588,224,606	229,092,193	5,092,193	5,092,193
568	0			
28,400,000	0			
156,700,268	0			
0	1,195,727,650			
185,100,268	1,195,727,650			
10,128,517	844,043	844,043	844,043	844,043
4,561,390	37,103,500			
0	14,067,384			
0	46,422,368			
14,689,907	98,437,295	844,043	844,043	844,043
-721,920,993	1,685,568,962	-229,936,236	-5,936,236	-5,936,236
-19,128,168	-			
-741,049,160	1,685,568,962			
0	121,351,438			
-741,049,160	1,564,217,524			
-702,792,825	1,685,568,962	-229,936,236	-5,936,236	-5,936,236
0	134,467,003			
-702,792,825	1,551,101,959			

Month4	Month5	Month6	Month7	Month8
			6	6
2,747,629	2,747,629	2,747,629	34,706,892	34,706,892
2,344,564	2,344,564	2,344,564	964,080	964,080
			22,559,480	22,559,480
5,092,193	5,092,193	5,092,193	58,230,452	58,230,452
			54	54
			2,700,000	2,700,000
				592,600
			2,700,000	3,292,600
844,043	844,043	844,043	844,043	844,043
		2,240,000	1,445,230	500,230
844,043	844,043	3,084,043	2,289,273	1,344,273
-5,936,236	-5,936,236	-8,176,236	-57,819,725	-56,282,126
			-140,057	-280,114

-5,936,236	-5,936,236	-8,176,236	-57,679,668	-56,002,012
------------	------------	------------	-------------	-------------

				Year2
Month9	Month10	Month11	Month12	Month13
6	6	3	3	3
34,706,892	34,706,892	17,353,446	17,353,446	17,353,446
964,080	964,080	964,080	964,080	964,080
22,559,480	22,559,480	11,279,740	11,279,740	11,279,740
58,230,452	58,230,452	29,597,266	29,597,266	29,597,266
54	54	54	54	54
2,700,000	2,700,000	2,700,000	2,700,000	2,700,000
1,222,237	1,893,850	2,613,435	3,388,373	4,227,889
3,922,237	4,593,850	5,313,435	6,088,373	6,927,889
844,043	844,043	844,043	844,043	844,043
505,230	500,230	705,230	500,230	505,230
1,349,273	1,344,273	1,549,273	1,344,273	1,349,273
-55,657,488	-54,980,875	-25,833,104	-24,853,166	-24,018,650
-420,170	-560,227	-630,255	-700,284	-770,312

-55,237,318	-54,420,648	-25,202,849	-24,152,882	-23,248,338
-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

Month14	Month15	Month16	Month17	Month18
3	6	6	6	6
17,353,446	34,706,892	34,706,892	34,706,892	34,706,892
964,080	964,080	964,080	964,080	964,080
11,279,740	22,559,480	22,559,480	22,559,480	22,559,480
29,597,266	58,230,452	58,230,452	58,230,452	58,230,452
54	54	54	54	54
2,700,000	2,700,000	2,700,000	2,700,000	2,700,000
5,143,725	6,151,144	7,270,499	8,529,774	9,968,944
7,843,725	8,851,144	9,970,499	11,229,774	12,668,944
844,043	844,043	844,043	844,043	844,043
500,230	505,230	500,230	505,230	500,230
1,344,273	1,349,273	1,344,273	1,349,273	1,344,273
-23,097,814	-50,728,581	-49,604,226	-48,349,952	-46,905,781
-840,341	-980,397	-1,120,454	-1,260,511	-1,400,568
-22,257,474	-49,748,183	-48,483,772	-47,089,441	-45,505,213

Month19	Month20	Month21	Month22	Month23
6	6	6	6	6
34,706,892	34,706,892	34,706,892	34,706,892	34,706,892
964,080	964,080	964,080	964,080	964,080
22,559,480	22,559,480	22,559,480	22,559,480	22,559,480
58,230,452	58,230,452	58,230,452	58,230,452	58,230,452
54	54	54	41	41
2,700,000	2,700,000	2,700,000	2,050,000	2,050,000
11,647,977	13,662,815	16,181,364	19,539,429	23,363,891
14,347,977	16,362,815	18,881,364	21,589,429	25,413,891
844,043	844,043	844,043	844,043	844,043
225,230	220,230	225,230	184,545	189,545
1,069,273	1,064,273	1,069,273	1,028,588	1,033,588
-44,951,749	-42,931,910	-40,418,361	-37,669,612	-33,850,149
-1,540,624	-1,680,681	-1,820,738	-1,960,795	-2,100,852

-43,411,124	-41,251,229	-38,597,623	-35,708,817	-31,749,297
-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

	Year3	
Month24	Month25	Month26
10		
57,844,820		
867,672		
964,080		
249,832,409		
	-588,224,606	
309,508,982	-588,224,606	
-		
31,012,816	-	
	1,195,727,650	
31,012,816	1,195,727,650	
844,043	844,043	
54,000	37,049,500	
	14,067,384	
	46,422,368	
898,043	98,383,295	
-279,394,209	1,685,568,962	
-3,651,894	0	

-275,742,314	1,685,568,962	
--------------	---------------	--

Condominium Project Cash Flow-Base Case

(ค่าก่อสร้างเพิ่มขึ้น15%)

Item	Amc	
	Total	Year1
เงินลงทุนโครงการ		
ค่าที่ดิน	224,000,000	224,000,000
ค่าก่อสร้างโครงการ 15%	604,741,300	181,422,390
ค่าออกแบบอาคาร 3%	18,142,239	17,235,127
ค่าควบคุมอาคาร 3%	18,142,239	6,047,413
ค่าธรรมเนียมในการขออนุญาต 1%	14,067,384	14,067,384
เงินกู้ 60%	604,947,018	117,924,554
ชำระเงินกู้	-604,947,018	0
รวมเงินลงทุนโครงการ	879,093,162	560,696,868
รายได้		
ยอดขายห้องชุด (ยูนิต/เดือน) 95%	892	324
ราคาเฉลี่ยของห้องชุด (บาท/ยูนิต)	1,577,061	
เงินจองและทำสัญญา 50,000	44,600,000	16,200,000
เงินดาวน์ (หักเงินจอง) 15%	166,410,762	9,710,494
เงินโอน 85%	1,195,727,650	0
รวมรายได้	1,406,738,412	25,910,494
ค่าใช้จ่าย		
ค่าบริหารงาน 1.50%	21,101,076	10,128,517
ค่าโฆษณาและการตลาด	47,561,040	5,896,150
ภาษีการโอน (จ่ายคนละครั้ง) 1%	14,067,384	0
ภาษีธุรกิจสงฆ์ 3.3%	46,422,368	0
รวมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทั้งหมด	129,151,868	16,024,667
รายได้สุทธิจากการดำเนินงานทั้งหมด	398,493,382	-551,311,270
หัก ดอกเบี้ยจ่าย (Interest) 7.45%	-22,790,701	-2,855,248
รายได้ก่อนหักภาษี (Project)	375,702,681	-554,166,518
ภาษีเงินได้นิติบุคคล (Tax) 30%	112,710,804	0
กระแสเงินสดของโครงการ (Total Cash Flow)	262,991,877	-554,166,518
Discount Rate	9.00%	
NPV (Project)	75,107,448	
IRR (Project)	13.45%	
รายได้ก่อนหักภาษี (Equity)	421,284,083	-548,456,022
ภาษีเงินได้นิติบุคคล (Tax) 30%	126,385,225	0
กระแสเงินสดของโครงการ (Total Cash Flow)	294,898,858	-548,456,022
Discount Rate	9.00%	
NPV (Equity)	105,887,271	฿97,144,285
IRR (Equity)	15.41%	
	1,008,245,030	
Break even point	639.32	unit

ount		Year1		
Year2	Year3	Month1	Month2	Month3
0	-	224,000,000		
423,318,910	-			
907,112	-	2,872,521	2,872,521	2,872,521
12,094,826	-			
0	-	2,344,564	2,344,564	2,344,564
487,022,465	-			
0	-604,947,018			
923,343,312	-604,947,018	229,217,085	5,217,085	5,217,085
568	0			
28,400,000	0			
156,700,268	0			
0	1,195,727,650			
185,100,268	1,195,727,650			
10,128,517	844,043	844,043	844,043	844,043
4,561,390	37,103,500			
0	14,067,384			
0	46,422,368			
14,689,907	98,437,295	844,043	844,043	844,043
-752,486,721	1,702,291,373	-230,061,128	-6,061,128	-6,061,128
-19,935,453	-			
-772,422,174	1,702,291,373			
0	112,710,804			
-772,422,174	1,589,580,569			
-732,551,269	1,702,291,373	-230,061,128	-6,061,128	-6,061,128
0	126,385,225			
-732,551,269	1,575,906,149			

Month4	Month5	Month6	Month7	Month8
			6	6
2,872,521	2,872,521	2,872,521	36,284,478	36,284,478
2,344,564	2,344,564	2,344,564	1,007,902	1,007,902
			23,584,911	23,584,911
5,217,085	5,217,085	5,217,085	60,877,291	60,877,291
			54	54
			2,700,000	2,700,000
				592,600
			2,700,000	3,292,600
844,043	844,043	844,043	844,043	844,043
		2,240,000	1,445,230	500,230
844,043	844,043	3,084,043	2,289,273	1,344,273
-6,061,128	-6,061,128	-8,301,128	-60,466,564	-58,928,964
			-146,423	-292,846

-6,061,128	-6,061,128	-8,301,128	-60,320,141	-58,636,118
------------	------------	------------	-------------	-------------

				Year2
Month9	Month10	Month11	Month12	Month13
6	6	3	3	3
36,284,478	36,284,478	18,142,239	18,142,239	18,142,239
1,007,902	1,007,902	1,007,902	1,007,902	1,007,902
23,584,911	23,584,911	11,792,455	11,792,455	11,792,455
60,877,291	60,877,291	30,942,597	30,942,597	30,942,597
54	54	54	54	54
2,700,000	2,700,000	2,700,000	2,700,000	2,700,000
1,222,237	1,893,850	2,613,435	3,388,373	4,227,889
3,922,237	4,593,850	5,313,435	6,088,373	6,927,889
844,043	844,043	844,043	844,043	844,043
505,230	500,230	705,230	500,230	505,230
1,349,273	1,344,273	1,549,273	1,344,273	1,349,273
-58,304,327	-57,627,714	-27,178,435	-26,198,497	-25,363,980
-439,269	-585,692	-658,903	-732,115	-805,326

-57,865,058	-57,042,022	-26,519,531	-25,466,382	-24,558,654
-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

Month14	Month15	Month16	Month17	Month18
3	6	6	6	6
18,142,239	36,284,478	36,284,478	36,284,478	36,284,478
1,007,902	1,007,902	1,007,902	1,007,902	1,007,902
11,792,455	23,584,911	23,584,911	23,584,911	23,584,911
30,942,597	60,877,291	60,877,291	60,877,291	60,877,291
54	54	54	54	54
2,700,000	2,700,000	2,700,000	2,700,000	2,700,000
5,143,725	6,151,144	7,270,499	8,529,774	9,968,944
7,843,725	8,851,144	9,970,499	11,229,774	12,668,944
844,043	844,043	844,043	844,043	844,043
500,230	505,230	500,230	505,230	500,230
1,344,273	1,349,273	1,344,273	1,349,273	1,344,273
-24,443,145	-53,375,419	-52,251,065	-50,996,790	-49,552,620
-878,538	-1,024,961	-1,171,384	-1,317,807	-1,464,230
-23,564,607	-52,350,459	-51,079,681	-49,678,983	-48,088,390

Month19	Month20	Month21	Month22	Month23
6	6	6	6	6
36,284,478	36,284,478	36,284,478	36,284,478	36,284,478
1,007,902	1,007,902	1,007,902	1,007,902	1,007,902
23,584,911	23,584,911	23,584,911	23,584,911	23,584,911
60,877,291	60,877,291	60,877,291	60,877,291	60,877,291
54	54	54	41	41
2,700,000	2,700,000	2,700,000	2,050,000	2,050,000
11,647,977	13,662,815	16,181,364	19,539,429	23,363,891
14,347,977	16,362,815	18,881,364	21,589,429	25,413,891
844,043	844,043	844,043	844,043	844,043
225,230	220,230	225,230	184,545	189,545
1,069,273	1,064,273	1,069,273	1,028,588	1,033,588
-47,598,587	-45,578,749	-43,065,200	-40,316,450	-36,496,988
-1,610,653	-1,757,076	-1,903,499	-2,049,922	-2,196,345

-45,987,935	-43,821,673	-41,161,701	-38,266,529	-34,300,643
-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

	Year3	
Month24	Month25	Month26
10		
60,474,130		
907,112		
1,007,902		
251,173,358		
	-604,947,018	
313,562,502	-604,947,018	
-		
31,012,816	-	
	1,195,727,650	
31,012,816	1,195,727,650	
844,043	844,043	
54,000	37,049,500	
	14,067,384	
	46,422,368	
898,043	98,383,295	
-283,447,728	1,702,291,373	
-3,755,713	0	

-279,692,016	1,702,291,373	
--------------	---------------	--

ภาคผนวก ซ

งบกระแสเงินสด กรณี เพิ่มอัตราดอกเบี้ยเป็น 8.45% 9.45%
และ 10.45% ตามลำดับ

Condominium Project Cash Flow-Base Case

(ดอกเบี้ยเพิ่มเป็น8.45%)

Item	Amc	
	Total	Year1
เงินลงทุนโครงการ		
ค่าที่ดิน	224,000,000	224,000,000
ค่าก่อสร้างโครงการ	525,862,000	157,758,600
ค่าออกแบบอาคาร	3% 15,775,860	14,987,067
ค่าควบคุมอาคาร	3% 15,775,860	5,258,620
ค่าธรรมเนียมในการขออนุญาต	1% 14,067,384	14,067,384
เงินกู้	60% 554,779,783	102,543,090
ชำระเงินกู้	-554,779,783	0
รวมเงินลงทุนโครงการ	795,481,104	518,614,761
รายได้		
ยอดขายห้องชุด (ยูนิต/เดือน)	95% 892	324
ราคาเฉลี่ยของห้องชุด (บาท/ยูนิต)	1,577,061	
เงินจองและทำสัญญา	50,000 44,600,000	16,200,000
เงินดาวน์ (หักเงินจอง)	15% 166,410,762	9,710,494
เงินโอน	85% 1,195,727,650	0
รวมรายได้	1,406,738,412	25,910,494
ค่าใช้จ่าย		
ค่าบริหารงาน	1.50% 21,101,076	10,128,517
ค่าโฆษณาและการตลาด	47,561,040	5,896,150
ภาษีการโอน (จ่ายคนละครั้ง)	1% 14,067,384	0
ภาษีธุรกิจสงฆ์ฮาริมทรัพย์	3.3% 46,422,368	0
รวมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทั้งหมด	129,151,868	16,024,667
รายได้สุทธิจากการดำเนินงานทั้งหมด	482,105,440	-509,229,163
หัก ดอกเบี้ยจ่าย (Interest)	8.45% -22,680,505	-2,816,090
รายได้ก่อนหักภาษี (Project)	459,424,935	-512,045,253
ภาษีเงินได้นิติบุคคล (Tax)	30% 137,827,480	0
กระแสเงินสดของโครงการ (Total Cash Flow)	321,597,454	-512,045,253
Discount Rate	9.00%	
NPV (Project)	138,054,782	
IRR (Project)	17.90%	
รายได้ก่อนหักภาษี (Equity)	504,785,945	-506,413,074
ภาษีเงินได้นิติบุคคล (Tax)	30% 151,435,784	0
กระแสเงินสดของโครงการ (Total Cash Flow)	353,350,162	-506,413,074
Discount Rate	9.00%	
NPV (Equity)	168,681,594	฿154,753,756
IRR (Equity)	20.13%	
	924,632,972	
Break even point	586.30 unit	

Amount		Year1		
Year2	Year3	Month1	Month2	Month3
0	-	224,000,000		
368,103,400	-			
788,793	-	2,497,845	2,497,845	2,497,845
10,517,240	-			
0	-	2,344,564	2,344,564	2,344,564
452,236,693	-			
0	-554,779,783			
831,646,126	-554,779,783	228,842,409	4,842,409	4,842,409
568	0			
28,400,000	0			
156,700,268	0			
0	1,195,727,650			
185,100,268	1,195,727,650			
10,128,517	844,043	844,043	844,043	844,043
4,561,390	37,103,500			
0	14,067,384			
0	46,422,368			
14,689,907	98,437,295	844,043	844,043	844,043
-660,789,535	1,652,124,139	-229,686,452	-5,686,452	-5,686,452
-19,864,415	-			
-680,653,951	1,652,124,139			
0	137,827,480			
-680,653,951	1,514,296,658			
-640,925,120	1,652,124,139	-229,686,452	-5,686,452	-5,686,452
0	151,435,784			
-640,925,120	1,500,688,355			

Month4	Month5	Month6	Month7	Month8
			6	6
2,497,845	2,497,845	2,497,845	31,551,720	31,551,720
2,344,564	2,344,564	2,344,564	876,437	876,437
			20,508,618	20,508,618
4,842,409	4,842,409	4,842,409	52,936,775	52,936,775
			54	54
			2,700,000	2,700,000
				592,600
			2,700,000	3,292,600
844,043	844,043	844,043	844,043	844,043
		2,240,000	1,445,230	500,230
844,043	844,043	3,084,043	2,289,273	1,344,273
-5,686,452	-5,686,452	-7,926,452	-52,526,048	-50,988,448
			-144,415	-288,830

-5,686,452	-5,686,452	-7,926,452	-52,381,633	-50,699,618
------------	------------	------------	-------------	-------------

				Year2
Month9	Month10	Month11	Month12	Month13
6	6	3	3	3
31,551,720	31,551,720	15,775,860	15,775,860	15,775,860
876,437	876,437	876,437	876,437	876,437
20,508,618	20,508,618	10,254,309	10,254,309	10,254,309
52,936,775	52,936,775	26,906,606	26,906,606	26,906,606
54	54	54	54	54
2,700,000	2,700,000	2,700,000	2,700,000	2,700,000
1,222,237	1,893,850	2,613,435	3,388,373	4,227,889
3,922,237	4,593,850	5,313,435	6,088,373	6,927,889
844,043	844,043	844,043	844,043	844,043
505,230	500,230	705,230	500,230	505,230
1,349,273	1,344,273	1,549,273	1,344,273	1,349,273
-50,363,811	-49,687,198	-23,142,444	-22,162,506	-21,327,990
-433,245	-577,659	-649,867	-722,074	-794,282

-49,930,566	-49,109,539	-22,492,577	-21,440,431	-20,533,708
-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

Month14	Month15	Month16	Month17	Month18
3	6	6	6	6
15,775,860	31,551,720	31,551,720	31,551,720	31,551,720
876,437	876,437	876,437	876,437	876,437
10,254,309	20,508,618	20,508,618	20,508,618	20,508,618
26,906,606	52,936,775	52,936,775	52,936,775	52,936,775
54	54	54	54	54
2,700,000	2,700,000	2,700,000	2,700,000	2,700,000
5,143,725	6,151,144	7,270,499	8,529,774	9,968,944
7,843,725	8,851,144	9,970,499	11,229,774	12,668,944
844,043	844,043	844,043	844,043	844,043
500,230	505,230	500,230	505,230	500,230
1,344,273	1,349,273	1,344,273	1,349,273	1,344,273
-20,407,154	-45,434,903	-44,310,548	-43,056,274	-41,612,104
-866,489	-1,010,904	-1,155,319	-1,299,734	-1,444,149
-19,540,665	-44,423,999	-43,155,230	-41,756,540	-40,167,955

Month19	Month20	Month21	Month22	Month23
6	6	6	6	6
31,551,720	31,551,720	31,551,720	31,551,720	31,551,720
876,437	876,437	876,437	876,437	876,437
20,508,618	20,508,618	20,508,618	20,508,618	20,508,618
52,936,775	52,936,775	52,936,775	52,936,775	52,936,775
54	54	54	41	41
2,700,000	2,700,000	2,700,000	2,050,000	2,050,000
11,647,977	13,662,815	16,181,364	19,539,429	23,363,891
14,347,977	16,362,815	18,881,364	21,589,429	25,413,891
844,043	844,043	844,043	844,043	844,043
225,230	220,230	225,230	184,545	189,545
1,069,273	1,064,273	1,069,273	1,028,588	1,033,588
-39,658,071	-37,638,232	-35,124,684	-32,375,934	-28,556,472
-1,588,563	-1,732,978	-1,877,393	-2,021,808	-2,166,223

-38,069,508	-35,905,254	-33,247,291	-30,354,126	-26,390,249
-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

	Year3	
Month24	Month25	Month26
10		
52,586,200		
788,793		
876,437		
247,150,513		
	-554,779,783	
301,401,943	-554,779,783	
-		
31,012,816	-	
	1,195,727,650	
31,012,816	1,195,727,650	
844,043	844,043	
54,000	37,049,500	
	14,067,384	
	46,422,368	
898,043	98,383,295	
-271,287,170	1,652,124,139	
-3,906,574	0	

-267,380,595	1,652,124,139
--------------	---------------

Condominium Project Cash Flow-Base Case

(ดอกเบี้ยเพิ่มเป็น9.45%)

Item	Amc	
	Total	Year1
เงินลงทุนโครงการ		
ค่าที่ดิน	224,000,000	224,000,000
ค่าก่อสร้างโครงการ	525,862,000	157,758,600
ค่าออกแบบอาคาร	3% 15,775,860	14,987,067
ค่าควบคุมอาคาร	3% 15,775,860	5,258,620
ค่าธรรมเนียมในการขออนุญาต	1% 14,067,384	14,067,384
เงินกู้	60% 554,779,783	102,543,090
ชำระเงินกู้	-554,779,783	0
รวมเงินลงทุนโครงการ	795,481,104	518,614,761
รายได้		
ยอดขายห้องชุด (ยูนิต/เดือน)	95% 892	324
ราคาเฉลี่ยของห้องชุด (บาท/ยูนิต)	1,577,061	
เงินจองและทำสัญญา	50,000 44,600,000	16,200,000
เงินดาวน์ (หักเงินจอง)	15% 166,410,762	9,710,494
เงินโอน	85% 1,195,727,650	0
รวมรายได้	1,406,738,412	25,910,494
ค่าใช้จ่าย		
ค่าบริหารงาน	1.50% 21,101,076	10,128,517
ค่าโฆษณาและการตลาด	47,561,040	5,896,150
ภาษีการโอน (จ่ายคนละครั้ง)	1% 14,067,384	0
ภาษีธุรกิจสงฆ์ฮาริมทรัพย์	3.3% 46,422,368	0
รวมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทั้งหมด	129,151,868	16,024,667
รายได้สุทธิจากการดำเนินงานทั้งหมด	482,105,440	-509,229,163
หัก ดอกเบี้ยจ่าย (Interest)	9.45% -25,364,588	-3,149,355
รายได้ก่อนหักภาษี (Project)	456,740,852	-512,378,518
ภาษีเงินได้นิติบุคคล (Tax)	30% 137,022,255	0
กระแสเงินสดของโครงการ (Total Cash Flow)	319,718,596	-512,378,518
Discount Rate	9.00%	
NPV (Project)	136,242,545	
IRR (Project)	17.77%	
รายได้ก่อนหักภาษี (Equity)	507,470,028	-506,079,809
ภาษีเงินได้นิติบุคคล (Tax)	30% 152,241,009	0
กระแสเงินสดของโครงการ (Total Cash Flow)	355,229,020	-506,079,809
Discount Rate	9.00%	
NPV (Equity)	170,493,831	฿156,416,359
IRR (Equity)	20.26%	
	924,632,972	
Break even point	586.30 unit	

ount		Year1		
Year2	Year3	Month1	Month2	Month3
0	-	224,000,000		
368,103,400	-			
788,793	-	2,497,845	2,497,845	2,497,845
10,517,240	-			
0	-	2,344,564	2,344,564	2,344,564
452,236,693	-			
0	-554,779,783			
831,646,126	-554,779,783	228,842,409	4,842,409	4,842,409
568	0			
28,400,000	0			
156,700,268	0			
0	1,195,727,650			
185,100,268	1,195,727,650			
10,128,517	844,043	844,043	844,043	844,043
4,561,390	37,103,500			
0	14,067,384			
0	46,422,368			
14,689,907	98,437,295	844,043	844,043	844,043
-660,789,535	1,652,124,139	-229,686,452	-5,686,452	-5,686,452
-22,215,234	-			
-683,004,769	1,652,124,139			
0	137,022,255			
-683,004,769	1,515,101,883			
-638,574,301	1,652,124,139	-229,686,452	-5,686,452	-5,686,452
0	152,241,009			
-638,574,301	1,499,883,130			

Month4	Month5	Month6	Month7	Month8
			6	6
2,497,845	2,497,845	2,497,845	31,551,720	31,551,720
2,344,564	2,344,564	2,344,564	876,437	876,437
			20,508,618	20,508,618
4,842,409	4,842,409	4,842,409	52,936,775	52,936,775
			54	54
			2,700,000	2,700,000
				592,600
			2,700,000	3,292,600
844,043	844,043	844,043	844,043	844,043
		2,240,000	1,445,230	500,230
844,043	844,043	3,084,043	2,289,273	1,344,273
-5,686,452	-5,686,452	-7,926,452	-52,526,048	-50,988,448
			-161,505	-323,011

-5,686,452	-5,686,452	-7,926,452	-52,364,542	-50,665,437
------------	------------	------------	-------------	-------------

				Year2
Month9	Month10	Month11	Month12	Month13
6	6	3	3	3
31,551,720	31,551,720	15,775,860	15,775,860	15,775,860
876,437	876,437	876,437	876,437	876,437
20,508,618	20,508,618	10,254,309	10,254,309	10,254,309
52,936,775	52,936,775	26,906,606	26,906,606	26,906,606
54	54	54	54	54
2,700,000	2,700,000	2,700,000	2,700,000	2,700,000
1,222,237	1,893,850	2,613,435	3,388,373	4,227,889
3,922,237	4,593,850	5,313,435	6,088,373	6,927,889
844,043	844,043	844,043	844,043	844,043
505,230	500,230	705,230	500,230	505,230
1,349,273	1,344,273	1,549,273	1,344,273	1,349,273
-50,363,811	-49,687,198	-23,142,444	-22,162,506	-21,327,990
-484,516	-646,021	-726,774	-807,527	-888,280

-49,879,295	-49,041,177	-22,415,670	-21,354,979	-20,439,710
-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

Month14	Month15	Month16	Month17	Month18
3	6	6	6	6
15,775,860	31,551,720	31,551,720	31,551,720	31,551,720
876,437	876,437	876,437	876,437	876,437
10,254,309	20,508,618	20,508,618	20,508,618	20,508,618
26,906,606	52,936,775	52,936,775	52,936,775	52,936,775
54	54	54	54	54
2,700,000	2,700,000	2,700,000	2,700,000	2,700,000
5,143,725	6,151,144	7,270,499	8,529,774	9,968,944
7,843,725	8,851,144	9,970,499	11,229,774	12,668,944
844,043	844,043	844,043	844,043	844,043
500,230	505,230	500,230	505,230	500,230
1,344,273	1,349,273	1,344,273	1,349,273	1,344,273
-20,407,154	-45,434,903	-44,310,548	-43,056,274	-41,612,104
-969,032	-1,130,538	-1,292,043	-1,453,548	-1,615,054
-19,438,121	-44,304,366	-43,018,505	-41,602,726	-39,997,050

Month19	Month20	Month21	Month22	Month23
6	6	6	6	6
31,551,720	31,551,720	31,551,720	31,551,720	31,551,720
876,437	876,437	876,437	876,437	876,437
20,508,618	20,508,618	20,508,618	20,508,618	20,508,618
52,936,775	52,936,775	52,936,775	52,936,775	52,936,775
54	54	54	41	41
2,700,000	2,700,000	2,700,000	2,050,000	2,050,000
11,647,977	13,662,815	16,181,364	19,539,429	23,363,891
14,347,977	16,362,815	18,881,364	21,589,429	25,413,891
844,043	844,043	844,043	844,043	844,043
225,230	220,230	225,230	184,545	189,545
1,069,273	1,064,273	1,069,273	1,028,588	1,033,588
-39,658,071	-37,638,232	-35,124,684	-32,375,934	-28,556,472
-1,776,559	-1,938,064	-2,099,570	-2,261,075	-2,422,581

-37,881,512	-35,700,168	-33,025,114	-30,114,859	-26,133,891
-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

	Year3	
Month24	Month25	Month26
10		
52,586,200		
788,793		
876,437		
247,150,513		
	-554,779,783	
301,401,943	-554,779,783	
-		
31,012,816	-	
	1,195,727,650	
31,012,816	1,195,727,650	
844,043	844,043	
54,000	37,049,500	
	14,067,384	
	46,422,368	
898,043	98,383,295	
-271,287,170	1,652,124,139	
-4,368,891	0	

-266,918,279	1,652,124,139
--------------	---------------

Condominium Project Cash Flow-Base Case

(ดอกเบี้ยเพิ่มเป็น10.45%)

Item	Amc	
	Total	Year1
เงินลงทุนโครงการ		
ค่าที่ดิน	224,000,000	224,000,000
ค่าก่อสร้างโครงการ	525,862,000	157,758,600
ค่าออกแบบอาคาร	3% 15,775,860	14,987,067
ค่าควบคุมอาคาร	3% 15,775,860	5,258,620
ค่าธรรมเนียมในการขออนุญาต	1% 14,067,384	14,067,384
เงินกู้	60% 554,779,783	102,543,090
ชำระเงินกู้	-554,779,783	0
รวมเงินลงทุนโครงการ	795,481,104	518,614,761
รายได้		
ยอดขายห้องชุด (ยูนิต/เดือน)	95% 892	324
ราคาเฉลี่ยของห้องชุด (บาท/ยูนิต)	1,577,061	
เงินจองและทำสัญญา	50,000 44,600,000	16,200,000
เงินดาวน์ (หักเงินจอง)	15% 166,410,762	9,710,494
เงินโอน	85% 1,195,727,650	0
รวมรายได้	1,406,738,412	25,910,494
ค่าใช้จ่าย		
ค่าบริหารงาน	1.50% 21,101,076	10,128,517
ค่าโฆษณาและการตลาด	47,561,040	5,896,150
ภาษีการโอน (จ่ายคนละครั้ง)	1% 14,067,384	0
ภาษีธุรกิจสงฆ์ฮาริมทรัพย์	3.3% 46,422,368	0
รวมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทั้งหมด	129,151,868	16,024,667
รายได้สุทธิจากการดำเนินงานทั้งหมด	482,105,440	-509,229,163
หัก ดอกเบี้ยจ่าย (Interest)	10.45% -28,048,672	-3,482,620
รายได้ก่อนหักภาษี (Project)	454,056,768	-512,711,783
ภาษีเงินได้นิติบุคคล (Tax)	30% 136,217,030	0
กระแสเงินสดของโครงการ (Total Cash Flow)	317,839,738	-512,711,783
Discount Rate	9.00%	
NPV (Project)	134,430,308	
IRR (Project)	17.65%	
รายได้ก่อนหักภาษี (Equity)	510,154,112	-505,746,544
ภาษีเงินได้นิติบุคคล (Tax)	30% 153,046,234	0
กระแสเงินสดของโครงการ (Total Cash Flow)	357,107,878	-505,746,544
Discount Rate	9.00%	
NPV (Equity)	172,306,068	฿158,078,962
IRR (Equity)	20.40%	
	924,632,972	
Break even point	586.30 unit	

ount		Year1		
Year2	Year3	Month1	Month2	Month3
0	-	224,000,000		
368,103,400	-			
788,793	-	2,497,845	2,497,845	2,497,845
10,517,240	-			
0	-	2,344,564	2,344,564	2,344,564
452,236,693	-			
0	-554,779,783			
831,646,126	-554,779,783	228,842,409	4,842,409	4,842,409
568	0			
28,400,000	0			
156,700,268	0			
0	1,195,727,650			
185,100,268	1,195,727,650			
10,128,517	844,043	844,043	844,043	844,043
4,561,390	37,103,500			
0	14,067,384			
0	46,422,368			
14,689,907	98,437,295	844,043	844,043	844,043
-660,789,535	1,652,124,139	-229,686,452	-5,686,452	-5,686,452
-24,566,052	-			
-685,355,587	1,652,124,139			
0	136,217,030			
-685,355,587	1,515,907,108			
-636,223,483	1,652,124,139	-229,686,452	-5,686,452	-5,686,452
0	153,046,234			
-636,223,483	1,499,077,905			

Month4	Month5	Month6	Month7	Month8
			6	6
2,497,845	2,497,845	2,497,845	31,551,720	31,551,720
2,344,564	2,344,564	2,344,564	876,437	876,437
			20,508,618	20,508,618
4,842,409	4,842,409	4,842,409	52,936,775	52,936,775
			54	54
			2,700,000	2,700,000
				592,600
			2,700,000	3,292,600
844,043	844,043	844,043	844,043	844,043
		2,240,000	1,445,230	500,230
844,043	844,043	3,084,043	2,289,273	1,344,273
-5,686,452	-5,686,452	-7,926,452	-52,526,048	-50,988,448
			-178,596	-357,192

-5,686,452	-5,686,452	-7,926,452	-52,347,452	-50,631,256
------------	------------	------------	-------------	-------------

				Year2
Month9	Month10	Month11	Month12	Month13
6	6	3	3	3
31,551,720	31,551,720	15,775,860	15,775,860	15,775,860
876,437	876,437	876,437	876,437	876,437
20,508,618	20,508,618	10,254,309	10,254,309	10,254,309
52,936,775	52,936,775	26,906,606	26,906,606	26,906,606
54	54	54	54	54
2,700,000	2,700,000	2,700,000	2,700,000	2,700,000
1,222,237	1,893,850	2,613,435	3,388,373	4,227,889
3,922,237	4,593,850	5,313,435	6,088,373	6,927,889
844,043	844,043	844,043	844,043	844,043
505,230	500,230	705,230	500,230	505,230
1,349,273	1,344,273	1,549,273	1,344,273	1,349,273
-50,363,811	-49,687,198	-23,142,444	-22,162,506	-21,327,990
-535,788	-714,384	-803,681	-892,979	-982,277

-49,828,023	-48,972,814	-22,338,762	-21,269,526	-20,345,712
-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

Month14	Month15	Month16	Month17	Month18
3	6	6	6	6
15,775,860	31,551,720	31,551,720	31,551,720	31,551,720
876,437	876,437	876,437	876,437	876,437
10,254,309	20,508,618	20,508,618	20,508,618	20,508,618
26,906,606	52,936,775	52,936,775	52,936,775	52,936,775
54	54	54	54	54
2,700,000	2,700,000	2,700,000	2,700,000	2,700,000
5,143,725	6,151,144	7,270,499	8,529,774	9,968,944
7,843,725	8,851,144	9,970,499	11,229,774	12,668,944
844,043	844,043	844,043	844,043	844,043
500,230	505,230	500,230	505,230	500,230
1,344,273	1,349,273	1,344,273	1,349,273	1,344,273
-20,407,154	-45,434,903	-44,310,548	-43,056,274	-41,612,104
-1,071,575	-1,250,171	-1,428,767	-1,607,363	-1,785,959
-19,335,578	-44,184,732	-42,881,781	-41,448,911	-39,826,145

Month19	Month20	Month21	Month22	Month23
6	6	6	6	6
31,551,720	31,551,720	31,551,720	31,551,720	31,551,720
876,437	876,437	876,437	876,437	876,437
20,508,618	20,508,618	20,508,618	20,508,618	20,508,618
52,936,775	52,936,775	52,936,775	52,936,775	52,936,775
54	54	54	41	41
2,700,000	2,700,000	2,700,000	2,050,000	2,050,000
11,647,977	13,662,815	16,181,364	19,539,429	23,363,891
14,347,977	16,362,815	18,881,364	21,589,429	25,413,891
844,043	844,043	844,043	844,043	844,043
225,230	220,230	225,230	184,545	189,545
1,069,273	1,064,273	1,069,273	1,028,588	1,033,588
-39,658,071	-37,638,232	-35,124,684	-32,375,934	-28,556,472
-1,964,555	-2,143,151	-2,321,746	-2,500,342	-2,678,938

-37,693,516	-35,495,082	-32,802,937	-29,875,592	-25,877,533
-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

	Year3	
Month24	Month25	Month26
10		
52,586,200		
788,793		
876,437		
247,150,513		
301,401,943	-554,779,783	
	-554,779,783	
-		
31,012,816	-	
	1,195,727,650	
31,012,816	1,195,727,650	
844,043	844,043	
54,000	37,049,500	
	14,067,384	
	46,422,368	
898,043	98,383,295	
-271,287,170	1,652,124,139	
-4,831,207	0	

-266,455,962	1,652,124,139
--------------	---------------

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	นางสาวศจีรัตน์ กลิ่นพันธุ์
ที่อยู่	95/36 หมู่บ้านรลิกา วิลล่าการ์เด้น 1 หมู่ 9 ตำบลบางเลน อำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี 11140
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2529	สำเร็จการศึกษาระดับประถมศึกษา จากโรงเรียนสาธิตจุฬาฯ (ฝ่ายประถม)
พ.ศ. 2536	สำเร็จการศึกษาระดับมัธยม จากโรงเรียนสาธิตจุฬาฯ (ฝ่ายมัธยม)
พ.ศ. 2542	สำเร็จการศึกษาปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาสถาปัตยกรรม มหาวิทยาลัยรังสิต
พ.ศ. 2548	ศึกษาต่อระดับปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการ โครงการก่อสร้าง บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ประวัติการทำงาน	
พ.ศ. 2543-2545	Card Retention Unit (Marketing) ; American Express(Thailand) co;Ltd
พ.ศ. 2545-2546	สถาปนิก; Plam House co;Ltd
พ.ศ. 2546-2547	สถาปนิก ; Akara Design and Development Co;Ltd
พ.ศ. 2547-2548	Site Architect ; Archiate consultant
พ.ศ. 2548-2550	สถาปนิก ; Sthan Architect
พ.ศ. 2550-2551	สถาปนิก ; p2 @ designS ที่ปรึกษาฝ่ายสถาปัตย์ ; Consultant of Utility Co;Ltd
พ.ศ. 2551-2552	สถาปนิก ; Energy Concept Development Co;Ltd
พ.ศ. 2552-ปัจจุบัน	สถาปนิก ; p2 @ designS ที่ปรึกษาฝ่ายสถาปัตย์ ; Consultant of Utility Co;Ltd ที่ปรึกษาโครงการ ; บริษัทแมริมพลาซ่า จังหวัดเชียงใหม่