

การศึกษาความเป็นไปได้เพื่อพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยเพื่อตอบโจทย์ ความต้องการในยุคปัจจุบันด้วยการวิเคราะห์ PESTLE Feasibility Study for Developing Residential Real Estate Projects to Satisfy Customer Present's Preferences by PESTLE analysis.

ธัญวริน สกกุลเจริญรัตน์^{1,*} มานพ แก้วโมราเจริญ²

^{1,2} ภาควิชาวิศวกรรมโยธา คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จ.เชียงใหม่

*Corresponding author; E-mail address: thanwarin_s@cmu.ac.th

บทคัดย่อ

การสำรวจความต้องการของตลาดและการศึกษาความเป็นไปได้ก่อนเริ่มโครงการ หรือเริ่มต้นธุรกิจเป็นสิ่งจำเป็น และหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยเฉพาะธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกับปัจจัยภายนอกหลายด้าน เช่น ด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านเทคโนโลยี ด้านสิ่งแวดล้อมและด้านกฎหมาย เนื่องจากธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ เป็นธุรกิจที่ใช้ทรัพยากรในการลงทุนสูง และการแข่งขันในตลาดมีมากขึ้น รวมไปถึงความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์อย่างต่อเนื่อง การสำรวจความต้องการของตลาด และการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการอสังหาริมทรัพย์ก่อนเริ่มโครงการสามารถส่งผลให้ผู้ประกอบการมองมิติทางธุรกิจได้รอบด้าน และลึกซึ้งมากขึ้น รวมไปถึงการเข้าใจบริบทของธุรกิจก่อนเริ่มต้นจริง ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจในอนาคต โดยงานวิจัยนี้ได้สำรวจข้อมูล ลูกค้ายุคใหม่เป้าหมาย คนไทย 50 คน และคนต่างชาติ 50 คน จากนั้นนำข้อมูลจากการสำรวจมาสรุปแนวทางการพัฒนาโครงการ และสรุปต้นแบบภาพรวมโครงการบ้านเดี่ยว และการออกแบบโครงการใหม่ ในอำเภอสันกำแพงและอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อกำหนดความเป็นไปได้โครงการ และสรุปผลความเป็นไปได้โครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยในจังหวัดเชียงใหม่ โดยผลการค้นคว้าสามารถสรุปแนวทางการออกแบบโครงการ โดยผลการคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิทั้ง 2 โครงการได้ผลเป็นบวก การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกทั้ง 6 ด้าน และบทสรุปแบบสอบถามแสดงให้เห็นแนวทางพัฒนาโครงการในอนาคตได้

คำสำคัญ: สำรวจความต้องการตลาด, ศึกษาความเป็นไปได้, อสังหาริมทรัพย์

Abstract

Market surveys and feasibility studies in every type of business are necessary and inevitable. Especially in the real

estate business which is a complex business that involves many related aspects; Politic, Economic, Social, Technological, Legal, and Environmental. Real estate is always known as a business that requires high resources investment and is quite competitive in a market. In addition, the market's demands constantly change according to the current situation. Surveying the market demand and studying the feasibility of real estate projects before starting the project is essential and can lead entrepreneurs or decision-makers of the project to understand business dimensions more comprehensively. This research's surveys focus on 50 Thai and 50 international who met the requirements as targeted customers as respondents. After collecting and analyzing data from surveys, this research aims to develop the guidelines for real estate projects as residential projects in Sankampang and Hang Dong districts in Chiang Mai. The results of the research can summarize the appropriate investment of the project. The needs of the new target group of customers and the results of the study can be used as a conceptual framework for resource management in all aspects. As the results of calculating the net present value of both projects were positive. On the other hand, the PESTLE analysis of 6 external factors and the questionnaire conclusions can lead the developer to understand more aspects of future real estate project guidelines.

Keywords: Market Survey, Feasibility Study, Real Estate

1. บทนำ

ในปัจจุบันธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ เป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันในตลาดมากขึ้น และการสำรวจความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงตาม

สถานการณ์ จึงเป็นสิ่งที่จะต้องให้ความสำคัญ การศึกษาความต้องการของลูกค้า สามารถส่งผลให้ผู้ประกอบการเสนอสินค้า บริการได้ตรงความต้องการมากขึ้น และสามารถนำเสนอโปรโมชั่นพิเศษ เพื่อส่งเสริมการขายต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ดีขึ้นอีกด้วย

จากข้อมูลศูนย์ข้อมูลสิ่งหามิตรทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ข้อมูลด้านสถานการณ์ตลาดที่อยู่อาศัยทั่วประเทศ ไตรมาส 4 ปี 2565 และแนวโน้มปี 2566 ในปี 2565 จังหวัดเชียงใหม่มีการโอนกรรมสิทธิ์สิ่งหามิตรทรัพย์แนวราบเป็นอันดับที่ 6 ในประเทศไทย โดยจังหวัดเชียงใหม่มีการโอนกรรมสิทธิ์จำนวน 14,122 หน่วย มูลค่า 32,944 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2564 ทั้งจำนวนและ มูลค่าร้อยละ 15.3 และร้อยละ 17.2 ตามลำดับ โดยมีที่อยู่อาศัยแนวราบโอนกรรมสิทธิ์มากใน อำเภอเมืองเชียงใหม่ อำเภอสันทราย และอำเภอหางดง จากข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นถึงแนวโน้มตลาดอสังหาริมทรัพย์ปรับตัวดีขึ้นเบื้องต้น ซึ่งมาจากปัจจัยภายนอกด้านการฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยว รวมทั้งการขยายแรงขับเคลื่อนจากการลงทุนของภาครัฐ สำหรับภาคธุรกิจอสังหาริมทรัพย์รัฐบาลได้มีมติปรับลดค่าธรรมเนียมร้อยละ 2 เป็นร้อยละ 1 เพื่อกระตุ้น ให้มีการซื้อ-ขายอสังหาริมทรัพย์มากขึ้น และสนับสนุนให้ประชาชน มีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเองสำหรับการโอนกรรมสิทธิ์อสังหาริมทรัพย์ราคาซื้อ-ขาย ต่ำกว่า 3 ล้านบาท ซึ่งปัจจัยที่กล่าวถึงนี้ล้วนแล้วแต่เป็นปัจจัยภายนอกที่ส่งผลทางบวกถึงธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ อย่างไรก็ตามปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อทางลบในปี 2565 ที่มองข้ามไม่ได้ คือผลกระทบจากสงครามยูเครน-รัสเซีย ส่งผลกระทบต่อราคาน้ำมันและการขนส่งทำให้ราคาวัสดุก่อสร้างปรับตัวสูงขึ้นซึ่งเป็นต้นทุนสำคัญในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ตัวอย่างข้างต้น แสดงให้เห็นถึงปัจจัยภายนอก ที่ส่งผลกระทบต่อทั้งทางบวกและทางลบต่อธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ [1] การศึกษาครั้งนี้จึงให้ความสำคัญต่อการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกให้ครบถ้วนตามหลักการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (PESTLE Analysis) ซึ่งประกอบไปด้วยปัจจัยภายนอกทั้ง 6 ด้าน ดังนี้ ด้านการเมือง (Politics) ด้านเศรษฐกิจ (Economics) ด้านสังคม (Social) ด้านเทคโนโลยี (Technological) ด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental) ด้านกฎหมาย (Legal) จากนั้นนำข้อมูลการวิเคราะห์ทั้ง 6 ด้าน นำมาวิเคราะห์การขึ้นโครงการใหม่ การขยายกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การลงทุนเพิ่ม จึงเป็นที่มาของการศึกษาความเป็นไปได้ก่อนสร้างจริง เนื่องจากการศึกษาความเป็นไปได้ของตลาดและการศึกษาความต้องการของลูกค้ายกก่อนเริ่มโครงการมีความสำคัญมากในการกำหนดทิศทาง การดีไซน์ การวางแผนบริหารต้นทุนโครงการในอนาคต

ในการศึกษานี้ได้ใช้ข้อมูลจากโครงการในจังหวัดเชียงใหม่ส่งมอบบ้านเดี่ยวในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่มาแล้วกว่า 800 หลังซึ่งกลุ่มลูกค้าหลักเป็นผู้สนใจบ้านเดี่ยว 1-2 ชั้น ราคา 2-4 ล้านบาท ปัจจุบันทางโครงการต้องการเปิดโครงการใหม่ โดยเปลี่ยนกลุ่มลูกค้าเป็นผู้สนใจบ้านเดี่ยวราคา 4-12 ล้านบาทใน 2 ทำเลใหม่ ทำเลอำเภอสันกำแพง และทำเลอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งในการศึกษานี้จึงต้องการศึกษาความต้องการของลูกค้ายกใหม่มากขึ้น และการขยาย

กลุ่มเป้าหมายทางโครงการจึงต้องการศึกษาความเป็นไปได้ความเหมาะสมด้านการดีไซน์ฟังก์ชัน เพื่อสรุปแนวทางการความต้องการของลูกค้ายกใหม่ และศึกษาความเป็นไปได้โครงการก่อนสร้างจริง โดยผลการศึกษาเป็นประโยชน์ สำหรับโครงการสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยได้ตอบโจทย์ลูกค้ายกมากขึ้น และช่วยในการจัดการทรัพยากรทุกด้านให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด สำหรับโครงการในอนาคตทั้ง 2 แห่งใน อำเภอสันกำแพง และอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

1.1. วัตถุประสงค์

1.1.1 เพื่อศึกษาความต้องการของลูกค้ายกใหม่ที่โครงการให้ความสนใจและความต้องการของลูกค้ายกที่มีความเปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์

1.1.2 เพื่อศึกษาความเป็นไปได้โครงการ และใช้ผลการศึกษาเป็นแนวความคิดในการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ให้ตอบโจทย์ลูกค้ายกมากขึ้น และบริหารทรัพยากรทุกด้านให้เกิดประโยชน์สูงสุด

1.2. ขอบเขตงานวิจัย

1.2.1 ศึกษาวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้ายกที่มีความสนใจซื้อบ้านเดี่ยวราคา 4-12 ล้านบาทในทำเลอำเภอสันกำแพง และอำเภอหางดง โดยนำข้อมูลการเก็บข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามลูกค้ายกเป้าหมายคนไทย 50 คนและคนต่างชาติ 50 คน โดยใช้แบบสอบถามชุดเดียวกัน

1.2.2 ศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการบ้านจัดสรรทาง ด้านการเมือง (Political) ด้านเศรษฐกิจ (Economic) ด้านสังคม (Social) ด้านเทคโนโลยี (Technology) ด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental) ด้านกฎหมาย (Legal) โดยใช้หลักการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกทั้ง 6 ด้าน (PESTLE Analysis) และมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) ในการคำนวณศึกษาและวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการ

1.3. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.3.1 โครงการเข้าใจความต้องการของลูกค้ายกเป้าหมายใหม่ และสามารถดีไซน์ได้ตอบโจทย์ความต้องการและเพิ่มจุดขายโครงการได้ดีขึ้น

1.3.2 ทราบถึงผลความเป็นไปได้โครงการ และสามารถนำข้อมูลในการศึกษา และสำรวจครั้งนี้เป็นแนวทางในการดำเนินการเบื้องต้น สำหรับวางแผนโครงการใหม่ในอนาคต

2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1. ทฤษฎีสวนผสมทางการตลาด (Marketing Mix)

ส่วนผสมทางการตลาดเป็นแนวความคิดที่อยู่กับการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดมาอย่างยาวนานซึ่งสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์สินค้าได้ตีความวิธีหนึ่ง โดยแนวความคิดนี้ประกอบไปด้วย 4 ปัจจัยหลัก ดังนี้ สินค้าและผลิตภัณฑ์ (Product) , ราคาสินค้า (Price), ช่องทางการจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการขาย (Promotions) [2] ซึ่งทั้ง 4 ปัจจัย

นี้เป็นสิ่งพื้นฐานที่ทุกประเภทธุรกิจต้องคำนึงถึง ส่วนในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์นั้น 4 ปัจจัยข้างต้นสามารถช่วยผู้ประกอบการเข้าใจลูกค้าได้ดีขึ้นผ่านการตั้งคำถามสำหรับการสำรวจความต้องการอสังหาริมทรัพย์ การศึกษาครั้งนี้จึงอ้างอิง พื้นฐานทั้ง 4 ปัจจัยข้างต้น โดยแบ่งแบบสอบถามด้านสินค้าตามหลักการ ดังนี้ ด้านราคา ชื่อ-ขาย ที่ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจซื้อ (Price), ด้านการดีไซน์สถาปัตยกรรม สไตล์ ฟังก์ชัน หรือลักษณะพิเศษ และจำนวนห้องนอน ห้องน้ำที่ต้องการ (Product), ด้านทำเลที่ตั้งโครงการ สิ่งอำนวยความสะดวกที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการให้โครงการตั้งอยู่ใกล้ (Place) และด้านโปรโมชั่นพิเศษ หรือสิทธิพิเศษเพื่อส่งเสริมการขายที่ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจ (Promotions)

2.2. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (PESTLE Analysis)

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกมีทั้งหมด 6 ปัจจัยซึ่งจะทำให้ผู้ใช้สามารถเห็นถึงข้อจำกัดของธุรกิจอย่างรอบด้านครอบคลุมดังนี้ ด้านการเมือง (Politics) ด้านเศรษฐกิจ (Economic) ด้านสังคม (Social) ด้านเทคโนโลยี (Technology) ด้านกฎหมาย (Legal) ด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) ซึ่งปัจจัย-นอกทั้ง 6 ด้านนี้เป็นปัจจัยที่ผู้ประกอบการธุรกิจต่างๆไม่สามารถควบคุมได้เพียงแต่การรับรู้ข้อจำกัดให้รอบด้านจะสามารถเตรียมตัวรับการรับมือให้กับธุรกิจได้ [3]

2.3. การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการอสังหาริมทรัพย์ (Feasibility Analysis)

ในการศึกษาค้นคว้านี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับกรอบความคิดพื้นฐานรวมไปถึงที่มาของการหาความเป็นไปได้โครงการอสังหาริมทรัพย์ งานวิจัยนี้มีความตั้งใจพัฒนาแนวความคิดของการหาความเป็นไปได้โครงการอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งกล่าวถึงสถานการณ์ที่จำเป็นต้องคำนวณความเป็นไปได้โครงการเหตุผลที่มาของการคำนวณความเป็นไปได้ของโครงการดังนี้

สถานการณ์ที่ 1 : นักลงทุนรู้ความต้องการว่าตนต้องการทำโครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภทอะไร และกำลังหาทำเลที่ดินที่เหมาะสมกับประเภทอสังหาริมทรัพย์ที่นักลงทุนต้องการลงทุนมากที่สุด

สถานการณ์ที่ 2 : นักลงทุนรู้มีที่ดินที่ต้องการพัฒนาอยู่แล้ว และต้องการทราบว่าที่ดินแปลงนั้นเหมาะกับการพัฒนาเป็นโครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภทไหนที่เหมาะสมที่สุด

สถานการณ์ที่ 3 : นักลงทุนที่ทุนทรัพย์พร้อมที่จะลงทุน และกำลังต้องการลงทุน ในโครงการอสังหาริมทรัพย์ที่เหมาะสม และมีแนวโน้มจะไม่สูญเสียเงิน

การทบทวนวรรณกรรมฉบับนี้ทำให้เข้าใจเหตุผลภาพรวมจุดเริ่มต้นของการคำนวณความเป็นไปได้ในรูปแบบต่างๆ และได้ศึกษาความคิดเห็นของผู้ที่เกี่ยวข้องในการลงทุนอสังหาริมทรัพย์ ทั้งทางด้านเจ้าของที่ดิน (Land Owner) ด้านนักลงทุน (Investor) ด้านผู้ใช้งาน (Space User) ด้านนักเก็งกำไร (Speculators) และที่สำคัญที่สุด ได้เข้าใจวัตถุประสงค์

พื้นฐานของการวิเคราะห์มากขึ้น ซึ่งสามารถนำกรอบความคิดที่กล่าวมาทั้งหมดมาอ้างอิงในการศึกษางานวิจัยขั้นนี้ได้ [4-6]

2.4. มูลค่าปัจจุบันสุทธิโครงการ (Net Present Value: NPV)

$$NPV = -CF_0 + \frac{CF_1}{(1+r)^1} + \frac{CF_2}{(1+r)^2} + \frac{CF_3}{(1+r)^3} + \frac{CF_n}{(1+r)^n} \quad (1)$$

เมื่อ CF = กระแสเงินสดสุทธิแต่ละปี

r = อัตราคิดลด (Discount Rate)

n = ปีที่ทำการลงทุน

NPV เป็นบวก แสดงว่าการลงทุนให้ผลกำไรเกินควรทำการลงทุน

NPV เป็นลบ แสดงว่าการลงทุนให้ผลขาดทุนควรปฏิเสธการลงทุน

NPV เป็นศูนย์ แสดงว่าการลงทุนให้ผลเท่าทุน

การคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิโครงการ เป็นวิธีการที่ใช้ในการประเมินมูลค่าโครงการ และคำนวณต้นทุนทางการเงินเมื่อเงินมีมูลค่าเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา โดยสามารถคำนวณมูลค่าเพิ่มของโครงการตลอดโครงการว่า เป็นเงินจำนวนเท่าไรเมื่อสิ้นสุดโครงการ [7-8]

2.5. กรณีศึกษาโครงการอสังหาริมทรัพย์ในจังหวัดเชียงใหม่

การศึกษากฎการศึกษาโครงการอสังหาริมทรัพย์ในจังหวัดเชียงใหม่ทั้ง 8 โครงการใน 4 อำเภอ ในจังหวัดเชียงใหม่ อำเภอเมือง อำเภอสันทราย อำเภอสันกำแพง และอำเภอหางดง สามารถทำให้ผู้ศึกษาทราบถึงรายละเอียด ดังนี้ ฟังก์ชันลักษณะการออกแบบสถาปัตยกรรมที่โครงการอสังหาริมทรัพย์เสนอขายในตลาด, จำนวนห้องนอน ห้องน้ำของแต่ละโครงการ, ราคาชื่อ-ขายอสังหาริมทรัพย์, ทำเลที่ตั้งโครงการ และโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย รายละเอียดทั้งหมดนี้ สามารถใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงในการสร้างแบบสอบถาม สำหรับสำรวจความต้องการอสังหาริมทรัพย์ในจังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 1 สรุปรายละเอียดการศึกษากฎการศึกษาโครงการอสังหาริมทรัพย์ในจังหวัดเชียงใหม่

โครงการอสังหาริมทรัพย์	การดีไซน์ภายนอกและภาพรวม	ฟังก์ชันพื้นที่ใช้สอยภายในบ้าน	ทำเลที่ตั้ง	ราคา
โรชาเรีย Rochalia		บ้าน 3 ห้องนอน 3 ห้องน้ำ/เฟอร์นิเจอร์	หางดง	>12
มาลาดา Malada		บ้าน 4 ห้องนอน 4 ห้องน้ำ/สระว่ายน้ำ ปรับเปลี่ยนแบบได้	สันกำแพง	>12
พิวาโต Privato		บ้าน 4 ห้องนอน 3 ห้องน้ำ/สระว่ายน้ำ	หางดง	8-15

999 Development (Wang Tan)		บ้าน 4 ห้องนอน 5 ห้องน้ำ+สระว่ายน้ำ	ทางดง	>12
ไท่เหมยฟู TAIMEIFU		บ้าน 3 ห้องนอน 3 ปรับเปลี่ยนแบบได้	สันกำแพง	6-12
เดอะบริต The Britt		บ้าน 4 ห้องนอน 4 ห้องน้ำ+สระว่ายน้ำ	เมือง	9-12
The Escape		บ้าน 4 ห้องนอน 3 ห้องน้ำ/สระว่ายน้ำ	เมือง	>20
นิรติ Nirati		บ้าน 3 ห้องนอน 3 ห้องน้ำ/แอร์	สันทราย	6-15

ระเบียบการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ในส่วนการสำรวจความต้องการของผู้บริโภค กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เป็นเพียงการเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มประชากรตัวอย่าง เพียงกลุ่มเป้าหมายชาวไทย 50 ราย และกลุ่มเป้าหมายชาวต่างชาติ 50 รายรวม 100 ราย และนำข้อมูลการตอบแบบสอบถามมาสรุปและวิเคราะห์เท่านั้น ในส่วนการศึกษาความเป็นไปได้โครงการ การศึกษารั้วนี้ได้ศึกษา ปัจจัยภายนอกด้วยการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (PESTLE Analysis) และการคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV: Net Present Value) ของโครงการ จากการศึกษาครั้งนี้ ผู้ที่สนใจ และผู้วิจัยสามารถนำข้อมูลการศึกษาความเป็นไปได้โครงการใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ ในจังหวัดเชียงใหม่

3.1. ศึกษาทบทวนงานวิจัยและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง

ทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านการวิเคราะห์ความเป็นไปได้โครงการอสังหาริมทรัพย์ เพื่อศึกษาวิธีการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ที่เหมาะสม จากการศึกษาแนวคิดที่เกี่ยวข้อง และทบทวนงานวิจัยพบว่า การคำนวณความเป็นไปได้ด้วยการหามูลค่าสุทธิโครงการ (NPV: Net Present Value) เป็นวิธีที่ใช้กันแพร่หลายและเข้าใจง่าย ส่วนการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายนอกที่เหมาะสมและงานวิจัยเลือกใช้ คือการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (PESTLE Analysis)

3.2. ศึกษากรณีศึกษาโครงการอสังหาริมทรัพย์ราคา 4-12 ล้านบาท

การศึกษารณีศึกษา ทั้ง 8 โครงการ สามารถทำให้ผู้วิจัยเข้าใจสิ่งทีโครงการอสังหาริมทรัพย์ในจังหวัดเชียงใหม่ เสนอขายในตลาดปัจจุบัน ฟังค์ชันของอสังหาริมทรัพย์ ทำเลที่ตั้งที่ลูกค้าให้ความสนใจ สิ่งอำนวยความสะดวกใกล้เคียงโครงการ ลักษณะพิเศษและสไตล์สถาปัตยกรรมที่ดูเสนอขายในตลาด โปรโมชันพิเศษที่โครงการใช้ส่งเสริมการขายในปัจจุบัน

ซึ่งทุกองค์ประกอบโครงการที่ศึกษามานั้นตรงกับกรวางแผนการตลาด อ้างอิงจาก หลักการพื้นฐานส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) จากการศึกษาข้อมูลข้างต้นทางผู้วิจัยได้สรุปข้อมูลการศึกษา และออกแบบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบไปด้วยคำถาม 4 ส่วน ตามหลักการส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ดังนี้ ผลิตภัณฑ์สินค้า (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการขาย (Promotion) โดยจุดประสงค์แบบสอบถามต้องการศึกษาเข้าใจความต้องการลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้าได้ตอบโจทย์มากขึ้น

ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่ 1 : คนไทยรายได้สูงที่ต้องการซื้อบ้านหรือในจังหวัดเชียงใหม่โดยอาจเป็นคนในจังหวัดเชียงใหม่ หรือจังหวัดอื่น ทั้งหมด 50 ราย โดยเลือกผู้ตอบแบบสอบถามจากเกณฑ์รายได้อ้างอิงจากเกณฑ์สินเชื่อบ้างต้นโดยหลักเกณฑ์ ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายวัดจากเกณฑ์สินเชื่อดังนี้ ลูกค้าที่มีกำลังซื้อบ้านเดี่ยว ราคา 4-12 ล้านบาท อัตราการกู้สินเชื่ที่อยู่อาศัยกับธนาคารไทยพาณิชย์ ในอัตราดอกเบี้ย 5.995% ระยะเวลาผ่อน 30 ปียอดผ่อนชำระ 35,953 - 71,907 บาท / เดือน (อัตรา % ความสามารถในการผ่อนค่านวนที่ 40% จากรายได้) ดังนั้นลูกค้ากลุ่มเป้าหมายมีรายได้ 89,882 - 179,767 บาท / เดือน (หรือประมาณ 45,000 - 90,000 บาท / คน / เดือนเกณฑ์รายได้เบื้องต้น)

ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่ 2 : กลุ่มลูกค้าต่างประเทศที่ต้องการซื้อบ้านเพื่อการเกษียณอายุจากต่างประเทศ กลุ่มชาวต่างชาติที่มีความมั่งคั่งสูง กลุ่มชาวต่างชาติที่ต้องการทำงานจากประเทศไทย เช่น การทำงานจากระยะไกล (Remote Working) กลุ่มชาวต่างชาติที่ส่งบุตรเรียนโรงเรียนนานาชาติในเชียงใหม่ทั้งหมด 50 ราย

โดยผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 2 กลุ่มเป็นผู้สนใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ที่ติดต่อตัวแทนอสังหาริมทรัพย์ในพื้นที่ไว้ ผู้สนใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ ในเชียงใหม่ ที่อยู่ในกลุ่มแพลตฟอร์ม สำหรับส่งข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ และกลุ่มผู้ประกอบการโรงเรียนนานาชาติในเชียงใหม่ ที่ปัจจุบันเช่าอสังหาริมทรัพย์ และกำลังมองหาอสังหาริมทรัพย์ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 2 กลุ่ม ได้รับแบบสอบถามชุดเดียวกัน

3.3. ศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการจากการพิจารณาข้อมูลด้าน การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกแบบครบถ้วนด้วย (PESTLE Analysis)

ด้านการเมือง (Politic) ด้านเศรษฐกิจ (Economic) ด้านสังคม (Social) ด้านเทคโนโลยี (Technological) ด้านกฎหมาย (Legal) และด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental)

ด้านการเมือง (Politic) ศึกษาด้านนโยบายสิทธิประโยชน์ต่างๆ สำหรับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ เช่น ค่าโอนกรรมสิทธิโปรโมชั่นด้านดอกเบี้ยสินเชื่อบ้านและที่อยู่อาศัย นโยบายการลดค่าจางานอง เพื่อส่งเสริมกาซื้อขายอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์

ด้านเศรษฐกิจ (Economic) ศึกษาข้อมูลอุปสงค์อุปทานแนวโน้มของตลาดอสังหาริมทรัพย์ประเภทบ้านเดี่ยว ศึกษากรณีศึกษาโครงการอสังหาริมทรัพย์ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ศึกษาโปรโมชั่นหรือการส่งเสริมการขายที่มีในตลาดปัจจุบันศึกษาการวางแผนต้นทุน โดยใช้การคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิโครงการ (NPV: Net Present Value) โดยนำข้อมูลจากการศึกษาวิเคราะห์แนวโน้มความเป็นไปได้โครงการ

ด้านเทคโนโลยี (Technology) ศึกษาข้อมูลเทคโนโลยีด้านที่อยู่อาศัยและคัดเลือกมานำเสนอเพื่อเปรียบเทียบ ความต้องการของผู้บริโภคผ่านการตอบแบบสอบถาม จัดลำดับลักษณะเฉพาะ สิ่งอำนวยความสะดวก (Features & Facility) สำหรับการออกแบบบ้าน เพื่อเพิ่มจุดขายโครงการได้ตอบโจทย์มากขึ้น

ด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental) ศึกษาทำเลที่ตั้งของโครงการ (Site Analysis) ทั้งสองโครงการในอำเภอสันกำแพง อำเภอหางดงจังหวัดเชียงใหม่ สถานที่ใกล้เคียงที่สามารถนำมาเป็นจุดดึงดูดสถานที่อำนวยความสะดวก เช่น ห้างสรรพสินค้า สนามกอล์ฟ โรงเรียนนานาชาติ สถานที่ท่องเที่ยว ตลาด ร้านค้า ร้านอาหาร โรงแรม รีสอร์ท การเดินทางเข้าถึงโครงการ (Accessibility) โครงการที่อยู่อาศัย หรือคู่แข่งชั้นทางธุรกิจสิ่งแวดล้อมโดยรอบของโครงการ ความสะดวกสบายของย่านที่ตั้งโครงการ

ด้านกฎหมาย (Legal) ศึกษาด้านประเภทสิทธิถือครองทรัพย์สินของชาวต่างชาติในประเทศไทยสิทธิเก็บกินการเช่าระยะยาว และข้อจำกัดของการถือครองแต่ละประเภท รวมถึงกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

3.4. ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม

จากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายกลุ่มที่ 1 จำนวน 50 ราย และข้อมูลแบบสอบถามจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายกลุ่มที่ 2 จำนวน 50 ราย รวมทั้งสิ้นกลุ่มตัวอย่างที่นำมาเป็นกรณีศึกษาในงานวิจัยชิ้นนี้ 100 ราย หลังจากได้ข้อมูลข้างต้นทางงานวิจัยจะวิเคราะห์ข้อมูลในการช่วยเลือกลักษณะเฉพาะและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ลูกค้าทั้ง 2 กลุ่ม ต้องการมากที่สุด เพื่อนำมา เป็นแนวทางการออกแบบโครงการ ให้ตอบโจทย์และเป็นจุดขายสำหรับโครงการในอนาคตทั้ง 2 ทำเล อำเภอสันกำแพงและอำเภอหางดงจังหวัดเชียงใหม่

3.5. แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ศึกษาโครงการอสังหาริมทรัพย์ ที่มีราคาขายระหว่าง 4-12 ล้านบาทโดยศึกษาฟังก์ชันพื้นที่ใช้สอยในบ้านการส่งเสริมการขายรูปแบบสไตล์การออกแบบบ้านที่มีในตลาดอสังหาริมทรัพย์ปัจจุบัน และสรุปเป็นแบบสอบถามภาษาไทย 1 ชุด และภาษาอังกฤษ-ภาษาจีน 1 ชุด เพื่อสอบถาม ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายทั้ง 2 กลุ่ม ลักษณะแบบสอบถามตามหลักทฤษฎีทางการตลาด ส่วนผสมทางการตลาด (4P : Marketing Mix) แบบสอบถามประกอบด้วย 5 ส่วน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และราคาอสังหาริมทรัพย์ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจ (Price)

- อาชีพ / ตำแหน่งงาน
- ราคา ซื้อ-ขาย อสังหาริมทรัพย์ที่สนใจ

ตอนที่ 2 สรรวจลักษณะที่อยู่อาศัย การออกแบบ และลักษณะพิเศษของสินค้า และการส่งเสริมการขายที่ลูกค้าสนใจ (Products)

- จำนวนห้องนอน / ห้องน้ำ ที่ต้องการ
- จุดประสงค์ในการซื้ออสังหาริมทรัพย์ ในจังหวัดเชียงใหม่
- สไตล์การออกแบบสถาปัตยกรรมที่สนใจ มีภาพประกอบในการเลือกสไตล์สถาปัตยกรรม
- ลักษณะ ฟังก์ชัน หรือสิทธิพิเศษที่ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจ ผู้ตอบสามารถเลือก 3 อันดับที่น่าสนใจโดยไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม

ตอนที่ 3 สรรวจความสนใจทางทำเลที่ตั้งโครงการ และสิ่งอำนวยความสะดวกใกล้เคียงโครงการ (Place)

- พื้นที่อำเภอ ที่สนใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ ในจังหวัดเชียงใหม่
- สถานที่อำนวยความสะดวก ที่ผู้ตอบต้องการให้อยู่ใกล้โครงการ อันดับที่ 1, 2 และ 3

ตอนที่ 4 สรรวจโปรโมชั่นพิเศษ การส่งเสริมการขาย ข้อเสนอแนะ จากลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย (Promotions) รวมไปถึงการสอบถามเพิ่มเติม ด้านระยะเวลาการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์

- ระยะเวลาการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์
- โปรโมชั่นการส่งเสริมการขาย ที่ลูกค้าต้องการ และให้ความสำคัญ (คำถามปลายเปิด)

ตอนที่ 5 แบบสอบถามเพิ่มเติม ด้านช่องทางการค้นหาข้อมูล อสังหาริมทรัพย์ ด้านรูปแบบการชำระเงิน และข้อเสนอแนะอื่นๆ

- ช่องทาง แพลตฟอร์ม ที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้หาข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ (คำถามปลายเปิด)
- รูปแบบการชำระเงินในการ ซื้อ-ขาย อสังหาริมทรัพย์
- ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแบบสอบถามเพิ่มเติม (คำถามปลายเปิด)

3.6. รวบรวมข้อมูลและสรุป

รวบรวมข้อมูล และสรุปการศึกษาทั้งสองด้านด้านการสำรวจความต้องการของผู้บริโภค ด้านการคำนวณความเป็นไปได้โครงการ นำข้อมูลสรุปผลจาก 2 ด้าน มาวิเคราะห์ สรุปผล ความเป็นไปได้ของโครงการ และนำข้อมูลที่สรุปประยุกต์ใช้ เป็นแนวทางการวางแผนบริหารโครงการทั้ง 2 ต่อไป

4. ผลการวิจัย

ในการศึกษาความเป็นไปได้ ในการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัย เพื่อตอบโจทย์ความต้องการในยุคปัจจุบัน ซึ่งผลการศึกษามีรายละเอียดดังนี้

4.1 สรุปผลการสำรวจความต้องการอสังหาริมทรัพย์ในจังหวัดเชียงใหม่ 100 คน

ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่ 1 : คนไทยรายได้สูงที่ต้องการซื้อบ้านหรูในจังหวัดเชียงใหม่โดยอาจเป็นคนใน จังหวัดเชียงใหม่หรือจังหวัดอื่นๆทั้งหมด 50 รายโดยเลือกผู้ตอบแบบสอบถามจากเกณฑ์รายได้สำหรับลูกค้าคนไทยที่มีกำลังซื้อบ้านเดี่ยวราคา 4-12 ล้านบาทจำนวน 50 คน

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และราคาอสังหาริมทรัพย์ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจ (Price)

ตารางที่ 2 ผลตอบแบบสอบถามเกณฑ์อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

เกณฑ์อายุผู้ตอบแบบสอบถาม	ราย	ร้อยละ
น้อยกว่า 35 ปี	18	36%
36-40 ปี	4	8%
41-45 ปี	7	14%
46-50 ปี	5	10%
51-60 ปี	7	14%
มากกว่า 60 ปี	9	18%

ตารางที่ 3 ผลตอบการสอบถามเกณฑ์ราคา ซื้อ-ขาย ที่ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจ

เกณฑ์ราคาซื้อ-ขายที่ผู้ตอบสนใจ	ราย	ร้อยละ
ต่ำกว่า 4,000,000	13	26%
4,000,000 - 6,000,000	8	16%
6,000,000 - 8,000,000	11	22%
8,000,000 - 10,000,000	12	24%
10,000,000 - 12,000,000	5	10%
สูงกว่า 12,000,000	1	2%

ส่วนที่ 2 : สำรวจลักษณะที่อยู่อาศัย การออกแบบ และลักษณะพิเศษของสินค้า และการส่งเสริมการขายที่ลูกค้าสนใจ (Products)

ตารางที่ 4 ผลตอบแบบสอบถามเกณฑ์ จำนวนห้องนอน ห้องน้ำของอสังหาริมทรัพย์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจ

จำนวนห้องนอน ห้องน้ำ ที่ผู้ตอบสนใจ	ราย	ร้อยละ
บ้าน 3 ห้องนอน 3 ห้องน้ำ	20	40%
บ้าน 4 ห้องนอน 4 ห้องน้ำ	14	28%
บ้าน 5 ห้องนอน 5 ห้องน้ำ	8	16%
บ้าน 6 ห้องนอน 6 ห้องน้ำ	5	10%
ตัวเลือกอื่นๆ : 3 ห้องนอน 4 ห้องน้ำ	1	2%
ตัวเลือกอื่นๆ : 4 ห้องนอนโดยที่ห้องนอนขนาดใหญ่พิเศษ	1	2%
ตัวเลือกอื่นๆ : บ้าน 6 ห้องนอน 8 ห้องน้ำ	1	2%

ตารางที่ 5 ผลตอบแบบสอบถาม จุดประสงค์ในการซื้ออสังหาริมทรัพย์

จุดประสงค์ในการซื้ออสังหาริมทรัพย์	ราย	ร้อยละ
ซื้อเพื่ออยู่อาศัย	35	70%
ซื้อเพื่อการลงทุน	11	22%
ซื้อเพื่อพักผ่อนตากอากาศ	4	8%

ตารางที่ 6 ผลตอบแบบสอบถามการเลือกลักษณะฟังก์ชันพิเศษที่ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจ 3 อันดับแรก

ลำดับที่ผู้ตอบสนใจ	ลักษณะฟังก์ชันพิเศษที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือก
1	สระว่ายน้ำ
2	ห้องออกกำลังกาย
3	พื้นที่สวน

ลำดับที่ 1	ระบบพลังงานแสงอาทิตย์ติดตั้งสำเร็จมากับตัวบ้าน (Solar Cell)
ลำดับที่ 2	พื้นที่สวนส่วนตัวในบ้าน (Courtyard Living Area)
ลำดับที่ 3	สระว่ายน้ำส่วนตัวขนาด 4*8 เมตร (Private Swimming Pool) และระบบสมาร์ทโฮมพร้อมกล้องวงจรปิด (Smart Home System & CCTV) ทั้ง 2 ฟังก์ชันเสริมได้คะแนนเท่ากันสำหรับตัวเลือกลักษณะพิเศษในอสังหาริมทรัพย์

ตารางที่ 7 ผลตอบแบบสอบถามด้านสไตล์สถาปัตยกรรม (Architecture Style) ที่ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจ

ภาพถ่ายอย่างสไตล์สำหรับตัวเลือก	ลักษณะภาพรวมสไตล์และการดีไซน์สถาปัตยกรรมทั้งหมด 5 สไตล์	ราย	ร้อยละ
	สถาปัตยกรรมสไตล์โมเดิร์น (Modern Luxury Style)	14	28%
	สถาปัตยกรรมสไตล์คลาสสิก (Neo Classic Style)	13	26%
	สถาปัตยกรรมสไตล์โมเดิร์นร่วมสมัยเขตร้อน (Modern Tropical Style)	10	20%
	สถาปัตยกรรมสไตล์ล้านนา (Lanna Style)	8	16%
	สถาปัตยกรรมสไตล์ยุโรป (European Style)	5	10%

ส่วนที่ 3 : สำรวจความสนใจทำเลที่ตั้งโครงการ และสิ่งอำนวยความสะดวกใกล้เคียงโครงการ (Place)

ตารางที่ 8 ผลตอบแบบสอบถาม พื้นที่อำเภอที่ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ ในจังหวัดเชียงใหม่

พื้นที่อำเภอ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจ	ราย	ร้อยละ
อำเภอเมืองเชียงใหม่	20	40%
อำเภอสันกำแพง	11	22%
อำเภอหางดง	6	12%
อำเภอแมริม	5	10%
อำเภอสันทราย	5	10%
อำเภอดอยสะเก็ด	1	2%
อำเภอสารภี	1	2%
อำเภออื่นๆ	1	2%

ตารางที่ 9 สิ่งอำนวยความสะดวกที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญตามลำดับ

ลำดับที่ผู้ตอบสนใจ	สิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้ความสำคัญ	ร้อยละ
ลำดับที่ 1	ห้างสรรพสินค้า / คอมมิวนิตีมอลล์	40%
ลำดับที่ 2	โรงพยาบาล	34%
ลำดับที่ 3	ตลาดสด / ร้านอาหาร	28%

ส่วนที่ 4 สำรวจโปรโมชั่นพิเศษ การส่งเสริมการขาย ข้อเสนอแนะ จากลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย (Promotions) รวมไปถึงการสอบถามเพิ่มเติม ด้านระยะเวลาการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์

โปรโมชั่นพิเศษการส่งเสริมการขาย และข้อเสนอแนะ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามตอบมาทางคำถามปลายเปิด ดังนี้ การบริการหลังการขายที่ครบครัน เช่น บริการแม่บ้าน, ซ่อมแซมบ้าน และปล่อยเช่าอสังหาริมทรัพย์, โปรโมชั่นค่าส่วนกลาง, แคมเฟอร์นิเจอร์ และเครื่องใช้ไฟฟ้า, แบบบ้านสไตล์ล้านนาโตเกียว, ทำเลโครงการใกล้ศูนย์ปฏิบัติการ, การออกแบบบ้านให้มีพื้นที่รอบบ้านสำหรับปลูกผักผลไม้

ตารางที่ 10 ระยะเวลา ในการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์

ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อ	ราย	ร้อยละ
ระยะเวลา 1-3 เดือน	16	32%
ระยะเวลา 3-6 เดือน	12	24%
ระยะเวลา 6-12 เดือน	9	18%
ระยะเวลา 12 เดือนขึ้นไป	13	26%

ตอนที่ 5 แบบสอบถามเพิ่มเติม ด้านช่องทางการค้นหาข้อมูล อสังหาริมทรัพย์ ด้านรูปแบบการชำระเงิน และข้อเสนอแนะอื่นๆ

ช่องทางการหาข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามใช้เมื่อต้องการหาซื้ออสังหาริมทรัพย์ ผู้ตอบแบบสอบถามตอบมาทางคำถามปลายเปิด ดังนี้ หาข้อมูลจากนายหน้าอสังหาริมทรัพย์, หาข้อมูลจากแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น Facebook, Google, Youtube, Tiktok, Line, การแนะนำจากคนรู้จัก, สำรวจพื้นที่ โดยการขับรถดูรอบเมือง, ป้ายโฆษณาตามพื้นที่ที่สนใจ

ตารางที่ 11 รูปแบบการชำระเงิน

รูปแบบการชำระเงิน	ราย	ร้อยละ
การกู้สินเชื่อธนาคาร	28	56%
การชำระเป็นเงินสด	20	40%
อื่นๆ	2	4%

ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่ 2 : กลุ่มลูกค้าต่างประเทศที่ต้องการซื้อบ้านเพื่อการเกษียณอายุจากต่างประเทศ กลุ่มชาวต่างชาติที่มีความมั่งคั่งสูง กลุ่มชาวต่างชาติที่ต้องการทำงานจากประเทศไทย เช่น การทำงานจากระยะไกล (Remote Working) กลุ่มชาวต่างชาติที่ส่งบุตรเรียนโรงเรียนนานาชาติในเชียงใหม่ทั้งหมด 50 ราย

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และราคาอสังหาริมทรัพย์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจ (Price)

ตารางที่ 12 ผลตอบแบบสอบถามเกณฑ์อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

เกณฑ์อายุผู้ตอบแบบสอบถาม	ราย	ร้อยละ
น้อยกว่า 35 ปี	3	6%
36-40 ปี	8	16%
41-45 ปี	18	36%
46-50 ปี	11	22%
51-60 ปี	10	20%
มากกว่า 60 ปี	-	-

ตารางที่ 13 ผลตอบการสอบถามเกณฑ์ราคา ซื้อ-ขาย ที่ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจ

เกณฑ์ราคาซื้อ-ขายที่ผู้ตอบสนใจ	ราย	ร้อยละ
ต่ำกว่า 4,000,000	15	30%
4,000,000 - 6,000,000	13	26%
6,000,000 - 8,000,000	8	16%
8,000,000 - 10,000,000	1	2%
10,000,000 - 12,000,000	6	12%
สูงกว่า 12,000,000	7	14%

ตารางที่ 14 ผลตอบแบบสอบถามเกณฑ์ จำนวนห้องนอน ห้องน้ำของอสังหาริมทรัพย์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจ

จำนวนห้องนอน ห้องน้ำ ที่ผู้ตอบสนใจ	ราย	ร้อยละ
บ้าน 3 ห้องนอน 3 ห้องน้ำ	26	52%
บ้าน 4 ห้องนอน 4 ห้องน้ำ	15	30%
บ้าน 5 ห้องนอน 5 ห้องน้ำ	5	10%
บ้าน 6 ห้องนอน 6 ห้องน้ำ	2	4%
ตัวเลือกอื่นๆ : 4 ห้องนอน 5 ห้องน้ำ	1	2%
ตัวเลือกอื่นๆ : 1 ห้องนอน 1 ห้องนั่งเล่น	1	2%

ตารางที่ 15 ผลตอบแบบสอบถาม จุดประสงค์ในการซื้ออสังหาริมทรัพย์

จุดประสงค์ในการซื้ออสังหาริมทรัพย์	ราย	ร้อยละ
ซื้อเพื่ออยู่อาศัย	37	74%
ซื้อเพื่อการลงทุน	9	18%
ซื้อเพื่อพักผ่อนตากอากาศ	4	8%

ตารางที่ 16 ผลตอบแบบสอบถามการเลือกลักษณะฟังก์ชันพิเศษที่ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจ 3 อันดับแรก

ลำดับที่ผู้ตอบสนใจ	ลักษณะฟังก์ชันพิเศษที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือก
ลำดับที่ 1	พื้นที่สวนส่วนตัวในบ้าน (Courtyard Living Area) และระบบพลังงานแสงอาทิตย์ (Solar cell) ซึ่งทั้ง 2 ฟังก์ชันนี้ได้คะแนนเท่ากันในลำดับที่ 1
ลำดับที่ 2	ระบบสมาร์ทโฮมพร้อมกล้องวงจรปิด (Smart Home System & CCTV)
ลำดับที่ 3	บ้านพร้อมการตกแต่งแบบสมบูรณ์พร้อมเฟอร์นิเจอร์ (Full Furnished Furniture)

ตารางที่ 17 ผลตอบแบบสอบถามด้านสไตล์สถาปัตยกรรม (Architecture Style) ที่ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจ

ภาพถ่ายอย่างสไตล์สำหรับตัวเลือก	ลักษณะภาพรวมสไตล์และการดีไซน์สถาปัตยกรรมทั้งหมด 5 สไตล์	ราย	ร้อยละ
	สถาปัตยกรรมสไตล์โมเดิร์น (Modern Luxury Style)	10	20%
	สถาปัตยกรรมสไตล์คลาสสิก (Neo Classic Style)	3	6%
	สถาปัตยกรรมสไตล์โมเดิร์นร่วมสมัยเขตร้อน (Modern Tropical Style)	14	28%

	สถาปัตยกรรมสไตล์ล้านนา (Lanna Style)	12	24%
	สถาปัตยกรรมสไตล์ยุโรป (European Style)	9	18%
	ตัวเลือกอื่นๆ ทางผู้ตอบเสนอการดีไซน์สำหรับทุก คนเพิ่มเติม (Universal Design)	2	4%

ส่วนที่ 3 : สสำรวจความสนใจทำเลที่ตั้งโครงการ และสิ่งอำนวยความสะดวกใกล้เคียงโครงการ (Place)

ตารางที่ 18 ผลตอบแบบสอบถาม พื้นที่อำเภอที่ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ ในจังหวัดเชียงใหม่

พื้นที่อำเภอ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจ	ราย	ร้อยละ
อำเภอหางดง	19	38%
อำเภอเมืองเชียงใหม่	13	26%
อำเภอสันกำแพง	6	12%
อำเภอสันทราย	5	10%
อำเภอแมริม	3	6%
อำเภอสารภี	2	4%
อำเภอดอยสะเก็ด	1	2%
อำเภออื่นๆ	1	2%

ตารางที่ 19 สิ่งอำนวยความสะดวกที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ

ลำดับที่ผู้ตอบสนใจ	สิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้ความสำคัญ	ร้อยละ
ลำดับที่ 1	โรงเรียนนานาชาติ ในจังหวัดเชียงใหม่	44%
ลำดับที่ 2	ตลาดสด / ร้านสะดวกซื้อ	40%
ลำดับที่ 3	โรงพยาบาล และห้างสรรพสินค้า / คอมมูนิตีมอลล์ ถูกเลือกในอันดับเดียวกัน	26%

ส่วนที่ 4 สสำรวจโปรโมชั่นพิเศษ การส่งเสริมการขาย ข้อเสนอแนะ จากลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย (Promotions) รวมไปถึงการสอบถามเพิ่มเติม ด้านระยะเวลาการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์

โปรโมชั่นพิเศษการส่งเสริมการขาย และข้อเสนอแนะ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามตอบมาทางคำถามปลายเปิด ดังนี้ ของแถมครบครันเฟอร์นิเจอร์หรือเครื่องใช้ไฟฟ้า, ส่วนลดพิเศษ, โปรโมชันค่าธรรมเนียม, โปรโมชันค่าส่วนกลาง, บริการจัดสวนรอบบ้าน (Landscape)

ตารางที่ 20 ระยะเวลา ในการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์

ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อ	ราย	ร้อยละ
ระยะเวลา 1-3 เดือน	25	50%
ระยะเวลา 3-6 เดือน	14	28%
ระยะเวลา 6-12 เดือน	4	8%
ระยะเวลา 12 เดือนขึ้นไป	7	14%

ตอนที่ 5 แบบสอบถามเพิ่มเติม ด้านช่องทางการค้นหาข้อมูล อสังหาริมทรัพย์ ด้านรูปแบบการชำระเงิน และข้อเสนอแนะอื่นๆ

ช่องทางการหาข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้เมื่อต้องการหาซื้ออสังหาริมทรัพย์ ผู้ตอบแบบสอบถามตอบมาทางคำถามปลายเปิด ดังนี้

หาข้อมูลจากบริษัทนายหน้าอสังหาริมทรัพย์, การแนะนำจากคนรู้จัก, หาข้อมูลจากแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น WeChat, Baidu, Weibo, Google, Facebook และสื่อออนไลน์ท้องถิ่น, การแนะนำจากคนรู้จัก, สสำรวจพื้นที่โดยการขับรถรอบพื้นที่ และติดต่อตัวแทนอสังหาริมทรัพย์ ข้อเสนอแนะด้านแบบสอบถามเพิ่มเติม ดังนี้ เพิ่มการวิจัยด้านทำเลที่ตั้งมากขึ้น, ส่วนที่ 5 ควรมีตัวเลือกคำตอบ ในการตอบคำถาม

ตารางที่ 21 รูปแบบการชำระเงิน

รูปแบบการชำระเงิน	ราย	ร้อยละ
การชำระเป็นเงินสด	48	96%
การกู้สินเชื่อธนาคาร	-	-
ตัวเลือกอื่นๆ : Alipay	1	2%
ตัวเลือกอื่นๆ : Online Banking	1	2%

4.2 สรุปผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (PESTLE Analysis) ที่มีต่อโครงการสร้างที่อยู่อาศัยในพื้นที่อำเภอสันกำแพงและอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่



รูปที่ 1 แผนที่ตำแหน่งโครงการตำแหน่งที่ 1 อำเภอสันกำแพงและตำแหน่งที่ 2 อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

พื้นที่ศึกษาการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกพื้นที่ที่ 1 ตามรูปที่ 1 พื้นที่ศึกษาอยู่ใน ตำบลต้นเปา อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ซึ่งพื้นที่โครงการตั้งอยู่ใกล้สี่แยกบ่อสร้างเพียง 300 เมตร ส่วนพื้นที่ศึกษาที่ 2 ตั้งอยู่บริเวณ ตำบลหนองควาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ซึ่งทั้ง 2 ทำเลตั้งอยู่ในต่างอำเภอและสภาพแวดล้อมภายนอกที่แตกต่างกันผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (PESTEL Analysis) มีผลสรุปดังนี้

ด้านการเมือง (Political) และด้านเศรษฐกิจ (Economic) มีความสัมพันธ์กันทั้งทางตรงและทางอ้อม จากสถานการณ์ปัจจุบันแนวโน้ม ด้านการเมืองภายในประเทศ ที่กระทบต่อเศรษฐกิจ ด้านปัญหารายได้ของประชาชนที่ลดลงทำให้กำลังซื้อน้อยลง ส่วนด้านการเมืองต่างประเทศ ปัญหาสงครามยูเครน-รัสเซีย ส่งผลกระทบต่อต้นทุนเชื้อเพลิง และวัสดุก่อสร้าง ที่มีราคาสูงขึ้น จึงทำให้ต้นทุนการก่อสร้างสูงขึ้น ดังนั้น ปัจจัยทั้ง 2 ด้านส่งผลกระทบต่อโครงการทั้ง 2 ทำเล

ด้านสังคม (Social) ประชาชนใช้สื่อออนไลน์จำนวนมาก และความหลากหลายส่วนแอปพลิเคชันเพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นโอกาสที่ดีในการสื่อสารกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ง่าย รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพสูง เช่น การรีวิวอสังหาริมทรัพย์ในสื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยมสูง, การจัดกิจกรรมออฟไลน์คู่กับออนไลน์, การจัดทำสื่อที่มีโอกาสเป็นไวรัลในสังคม ดังนั้น ปัจจัยด้านสังคม ส่งผลกระทบต่อโครงการทั้ง 2 ท่าเล

ด้านเทคโนโลยี (Technological) ปัจจุบันเทคโนโลยีด้านที่อยู่อาศัยมีการพัฒนาไปอย่างมาก เช่น เทคโนโลยีสมาร์ทโฮม โคลาเซลล์ ระบบกันการโจรกรรม หรือเทคโนโลยีด้านวัสดุที่ถูกพัฒนาไปมากเช่นกัน ซึ่งการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีนี้สอดคล้องกับพฤติกรรมลูกค้าที่เปลี่ยนไป ถ้าหากโครงการอสังหาริมทรัพย์ เข้าใจเลือกใช้เทคโนโลยีเหล่านี้เป็นจุดขาย และส่งเสริมการขายอสังหาริมทรัพย์ได้ตรงความต้องการของลูกค้า เช่นนี้สามารถส่งผลดีและส่งเสริมธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ทางการตลาดได้แน่นอน ดังนั้น ปัจจัยด้านเทคโนโลยี ส่งผลกระทบต่อโครงการทั้ง 2 ท่าเล

ด้านกฎหมาย (Legal) จากการศึกษาด้านกฎหมาย กฎหมายส่งผลในเรื่องของข้อบังคับเฉพาะสำหรับธุรกิจบ้านจัดสรร ในการดำเนินธุรกิจ ตั้งแต่เรื่องการขออนุญาตก่อสร้าง การใช้ประโยชน์ที่ดิน เอกสารการครอบครอง สิทธิการครอบครองของลูกค้าชาวต่างชาติ การถือครองที่มีข้อจำกัดการจัดการด้านภาษี ค่าธรรมเนียม การจัดการรายได้ การดำเนินงาน การบริหารนิติบุคคล ทั้งหมดนี้ทางผู้พัฒนาต้องทำการศึกษาอย่างละเอียด เพื่อหลีกเลี่ยงผลกระทบในภายหลัง ดังนั้น ปัจจัยด้านกฎหมายจึงส่งผลกระทบต่อโครงการทั้ง 2 ท่าเล

ด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental) อสังหาริมทรัพย์ เป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับที่อยู่อาศัย ในปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมภายนอก สิ่งอำนวยความสะดวก รวมไปถึงทำเลที่ตั้งโครงการล้วนส่งผลกระทบต่อธุรกิจอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ และในปัจจุบันประชาชนทั่วไปให้ความสำคัญกับการรักษาสิ่งแวดล้อมมากขึ้นรวมถึงถึงความต้องการหลีกเลี่ยงมลพิษมากขึ้น ตัวอย่างเช่น มลพิษ PM 2.5 ที่ค่อนข้างหนักในช่วง 2566 สำหรับจังหวัดเชียงใหม่ ถ้าหากผู้พัฒนาโครงการถ้าสามารถพัฒนาบ้านปลอดฝุ่น หรือแก้ปัญหาโดยการออกแบบได้ก็จะช่วยให้ยอดขายเติบโตได้ เป็นต้น ในส่วนด้านทำเลที่ตั้ง จากผลแบบสอบถามด้านสิ่งแวดล้อมความสะดวก ที่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่ 1 เลือกคือ ห้างสรรพสินค้า, โรงพยาบาล และตลาดสดตามลำดับ ส่วนลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่ 2 เลือกคือ โรงเรียนนานาชาติ, ตลาดสด และโรงพยาบาล / ห้างสรรพสินค้า ตามลำดับ ซึ่งพื้นที่ศึกษาทั้งพื้นที่ที่ 1 อำเภอสันกำแพง และพื้นที่ที่ 2 อำเภอหางดง ตามที่แสดงในรูปที่ 1 ตั้งอยู่ใกล้สิ่งแวดล้อมความสะดวกที่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเลือกมาไม่เกิน 1 กิโลเมตร โดยที่พื้นที่ที่ 1 ตั้งอยู่ห่างจากตลาดสดสี่แยกก่อสร้างเพียง 500 เมตร และพื้นที่ที่ 2 ตั้ง อยู่ห่างจากโรงเรียนนานาชาติบริติช (British Concordance International School) เพียง 800 เมตร ดังนั้น ปัจจัยด้านกฎหมายจึงส่งผลกระทบต่อโครงการทั้ง 2 ท่าเล

ตารางที่ 22 สรุปผลกระทบสภาพแวดล้อมภายนอก (PESTLE Analysis) ที่มีต่อโครงการการสร้างที่อยู่อาศัยพื้นที่ 1 : อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

สภาพแวดล้อมภายนอก พื้นที่ 1 : สันกำแพง	ผลกระทบทางบวก (+)	ผลกระทบทางลบ (-)
ปัจจัยด้านการเมือง		✓
ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ		✓
ปัจจัยด้านสังคม	✓	
ปัจจัยด้านเทคโนโลยี	✓	
ปัจจัยด้านกฎหมาย		✓
ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม	✓	

ตารางที่ 23 สรุปผลกระทบสภาพแวดล้อมภายนอก (PESTLE Analysis) ที่มีต่อโครงการการสร้างที่อยู่อาศัยพื้นที่ 2 : อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

สภาพแวดล้อมภายนอก พื้นที่ 2 : หางดง	ผลกระทบทางบวก (+)	ผลกระทบทางลบ (-)
ปัจจัยด้านการเมือง		✓
ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ	✓	
ปัจจัยด้านสังคม	✓	
ปัจจัยด้านเทคโนโลยี	✓	
ปัจจัยด้านกฎหมาย		✓
ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม	✓	

4.3 สรุปผลการประเมินความเป็นไปได้ของการลงทุน

เนื่องจากพื้นที่ศึกษา พื้นที่ที่ 1 อำเภอสันกำแพง และพื้นที่ที่ 2 อำเภอหางดงตามรูปภาพที่ 1 มีเนื้อที่โครงการเท่ากันที่ 10 ไร่รวมพื้นที่สาธารณูปโภค พื้นที่ส่วนกลาง โดยมีพื้นที่ขายอยู่ที่ 2,400 ตารางวา การคำนวณต้นทุน ค่าใช้จ่ายโครงการรวมถึงการคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิใช้ข้อมูลเดียวกันทั้ง 2 พื้นที่ศึกษา

ตารางที่ 24 การประเมินความเป็นไปได้ของการลงทุนสำหรับโครงการอสังหาริมทรัพย์อำเภอสันกำแพงและอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

กระแสเงินสด	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	รวม
กระแสเงินสดรับ	-	79 ลบ.	60 ลบ.	53.5 ลบ.	192.5 ลบ.
กระแสเงินสดจ่าย	49 ลบ.	26 ลบ.	27 ลบ.	19.55 ลบ.	121.55 ลบ.
กระแสเงินสดสุทธิ	-49 ลบ.	53 ลบ.	33 ลบ.	33.95 ลบ.	70.95 ลบ.
กระแสเงินสดสุทธิสะสม	-49 ลบ.	4 ลบ.	37 ลบ.	70.95 ลบ.	
				10%	Discount Rate
				NPV	38,520,661.16

จากผลสรุปราคาอสังหาริมทรัพย์ จากการตอบแบบสอบถามพบว่าในลูกค้ากลุ่มคนไทยมีผู้สนใจ ราคาซื้อ-ขาย ระหว่าง 4-8 ล้านบาท คิดเป็น 38% ส่วนในกลุ่มลูกค้าต่างชาติคิดเป็น 42% จากการคำนวณต้นทุนโครงการ ราคาซื้อ-ขายที่เหมาะสม และสอดคล้องกับผลการสำรวจด้านราคาซื้อ-ขาย พบว่าราคาระหว่าง 6.5-8.5 ล้านบาท คน โครงการทั้ง 2 ท่าเล จะมีอสังหาริมทรัพย์ที่ 2 ประเภทดังนี้

ตารางที่ 25 ประเภทอสังหาริมทรัพย์ในโครงการ พื้นที่ที่ศึกษา

ประเภทอสังหาริมทรัพย์	ตารางวา	จำนวน	ราคา
บ้านเดี่ยว Type A	60	10	6,500,000 บาท
บ้านเดี่ยว Type B	120	15	8,500,000 บาท

5. บทสรุป

จากการวิเคราะห์ข้อมูล การสำรวจความต้องการอสังหาริมทรัพย์ ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าลูกค้าชาวไทยให้ความสำคัญ ด้านทำเลใกล้ห้างสรรพสินค้า หรือคอมมูนิตี้มอลล์มากที่สุด ส่วนลูกค้าชาวต่างชาติให้ความสำคัญ ด้านทำเลโครงการใกล้โรงเรียนนานาชาติมากที่สุด และจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (PESTLE Analysis) พบว่าทำเลอำเภอดง อยู่ใกล้โรงเรียนนานาชาติหลายโรงเรียน และเป็นอำเภอที่ชาวต่างชาติสนใจมากที่สุด ส่วนฟังก์ชันส่งเสริมการขาย ทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติเลือกระบบพลังงานแสงอาทิตย์ (Solar Cell) เป็นอันดับ 1 ส่วนด้านราคาอสังหาริมทรัพย์นั้น ชาวไทยสนใจราคาอสังหาริมทรัพย์ระหว่าง 6-12 ล้านบาทที่ร้อยละ 56 ส่วนชาวต่างชาติสนใจราคาอสังหาริมทรัพย์ที่ต่ำกว่า 4-8 ล้านบาท ที่ร้อยละ 42 และมีกระจายความต้องการระหว่างราคา 10-12 ล้านบาท ที่ร้อยละ 26 ในด้านของการออกแบบสถาปัตยกรรม ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายชาวไทย สนใจการออกแบบลักษณะโมเดิร์นเรียบหรู (Modern Luxury) และแบบสไตล์นีโอคลาสสิก (Neo-Classic) รวมเป็นร้อยละ 54 ส่วนลูกค้ากลุ่มเป้าหมายชาวต่างชาติ สนใจการออกแบบสถาปัตยกรรมลักษณะ โมเดิร์นร่วมสมัย (Modern Tropical) และแบบสไตล์ล้านนา รวมเป็นร้อยละ 52 ซึ่งผลการวิจัยข้างต้นแสดงให้เห็นแนวทางการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ในทำเลอำเภอสันกำแพงและอำเภอดง จังหวัดเชียงใหม่

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความอนุเคราะห์การตอบแบบสอบถาม ด้านความต้องการอสังหาริมทรัพย์ จากผู้ตอบแบบสอบถามคนไทย 50 คนและคนต่างชาติ 50 คน ซึ่งสามารถให้ข้อมูลที่มีประโยชน์ต่องานวิจัยชิ้นนี้มาก

เอกสารอ้างอิง

- [1] ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ (2566). สถานการณ์ตลาดที่อยู่อาศัยทั่วประเทศ ไตรมาส 4 ปี 2565 และแนวโน้มปี 2566. *ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์*, 29 มีนาคม 2566, หน้า 2-14.
- [2] ดุจพชรา เขียวชาญ. (2564). *การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการก่อสร้างที่อยู่อาศัยในอำเภอดงจังหวัดประจวบคีรีขันธ์*. สารนิพนธ์มหาบัณฑิตวิทยาลัยการจัดการ, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- [3] Perera, R. (2017). *The PESTLE analysis*, Vol.2, pp.8-21.

- [4] Moorhead, M., Armitage, L., & Skitmore, M. (2023). Feasibility practices of types of property developers. *Journal of Property Investment & Finance*, Vol. 41 No. 1, pp. 92-105.
- [5] Ooi, J.T.L. (2007), "Real Estate Market Valuation and Analysis", *Journal of Property Investment & Finance*, Vol. 25 No. 5, pp. 532-533.
- [6] Malizia, E. (1992), "A Framework for Real Estate Feasibility Research", *Journal of Property Valuation and Investment*, Vol. 10 No. 3, pp. 640-645.
- [7] ขวณ สืบสุนธุ์ (2564). *การศึกษาแนวทางการพัฒนาโครงการบ้านจัดสรรระดับ Luxury ชานเมืองกรุงเทพมหานคร.กรณีศึกษาความเป็นไปได้บริเวณถนนพรวนนก-พุทธมณฑลสาย4*, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- [8] จุฑามาศ อัครเดชา, บัญชา วงศ์เลิศ (2559). การสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อความสนใจซื้อบ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. *Journal of Digital Business and Social Sciences*, 2(2), 100-112.