[1,2] ภาควิชาวิศวกรรมโยธา คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จ.เชียงใหม่
*Corresponding author; E-mail address: thanwarin_s@cmu.ac.th

การสำรวจความต้องการของตลาดและการศึกษาความเป็นไปได้ก่อนเริ่มโครงการ หรือเริ่มต้นธุรกิจเป็นสิ่งจำเป็น และหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยเฉพาะธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกับปัจจัยภายนอกหลายด้าน เช่น ด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านเทคโนโลยี ด้านสิ่งแวดล้อมและด้านกฎหมาย เนื่องจากธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ เป็นธุรกิจที่ใช้ทรัพยากรในการลงทุนสูง และการแข่งขันในตลาดมีมากขึ้น รวมไปถึงความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์อย่างต่อเนื่อง การสำรวจความต้องการของตลาด และศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการอสังหาริมทรัพย์ก่อนเริ่มโครงการสามารถส่งผลให้ผู้ประกอบการมองมิติทางธุรกิจได้รอบด้าน และลึกซึ้งมากขึ้น รวมไปถึงการเข้าใจบริบทของธุรกิจก่อนเริ่มต้นจริง ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจในอนาคต โดยงานวิจัยนี้ได้สำรวจข้อมูล ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย คนไทย 50 คน และคนต่างชาติ 50 คน จากนั้นนำข้อมูลจากการสำรวจมาสรุปแนวทางการพัฒนาโครงการ และสรุปต้นแบบภาพรวมโครงการบ้านเดี่ยว และการออกแบบโครงการใหม่ ในอำเภอสันกำแพง และอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อคำนวนความเป็นไปได้โครงการ และสรุปผลความเป็นไปได้โครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยในจังหวัดเชียงใหม่ โดยผลการค้นคว้าสามารถสรุปแนวทางการออกแบบโครงการ โดยผลการคำนวนมูลค่าปัจจุบันสุทธิทั้ง 2 โครงการได้ผลเป็นบวก การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกทั้ง 6 ด้าน และบทสรุปแบบสอบถามแสดงให้เห็นแนวทางพัฒนาโครงการในอนาคตได้

คำสำคัญ: สำรวจความต้องการตลาด, ศึกษาความเป็นไปได้, อสังหาริมทรัพย์

Nbslfu tvswfzt boe gfbtjcjmjuz tuvejft jo fwfsz uzqf pg cvtjofttbsf ofdfttbsz boe jofwjubcmf Ftqfdjbmmz jo uif sfbm ftubuf cvtjofttxijdi jtbdpn qmfy cvtjofttuibujovpmwftnboz sfnbufe btqfdut pnjujd-Fdpopn jd-TpdjbmUfdiopmphjdbmMfhbm boe Fowjspon foubmSfbmftubuf jtbmxbzt lopxo bt b cvtjofttuibusfrvjsftijhi sftpvsdft jowftun fouboe jtrvjuf dpn qfujujwf jo b nbslfu o beejujpo-uif nbslfut efnboet dpotubounz dibohf bddpsejohup uif dvssfoutjuvbujpo Tvswfzjohuif nbslfu efnboe boe tuvezjoh uif gfbtjcjmjuz pg sfbmftubuf qspkfdut cfgpsf tubsujoh uif qspkfdu jt fttfoujbm boe dbo mfbe fousfqsfofvst ps efdjtjpo.nblfst pguif qspkfdu up voefstuboe cvtjofttejnfotjpot npsf dpn qsfifotjwfmz Uijt sftfbsdi t tvswfzt gpdvt po 61 Uijbj boe 61 jousfobujpobmxip n fu uif sfrvjsfn fout bt ubshfufe dvtupn fst bt sftqpoefout gufs dpmmfdujoh boe bobmz joh ebubgspn tvswfzt-uijt sftfbsdi bjn t up efwfmpq uif hvjefnjofs gps sfbmftubuf qspkfdut bt sftjefoujbm qspkfdut jo Tbolbn qboh boe boh Epoh ejtusjdut jo Dijboh Nbj Uif sftvmut pg uif sftfbsdi dbo tvnn bsjf uif bqqspqsjbuf jowftun foupguif qspkfdu Uif offet pguif ofx ubshfuhspvq pg dvtupn fst boe uif sftvmut pg uif tuvez dbo cf vtfe bt b dpodfquvbmgsbn fx psl gps sftpvsdf n bobhfn fou jo bmmbtqfdut t uif sftvmut pg dbndvmbujoh uif ofu qsftfou wbmvf pg cpui qspkfdut xfsf qptjujwf Pouif puifs iboe-uif FTUMF bobmztjt pg 7 fyufsobmgbdupst boe uif rvftujpoobjsf dpodnvtjpot dbo mfbe uif efwfmpqfs up voefstuboe n psf btqfdut pg gvuvsf sfbmftubuf qspkfdu hvjefnjofs t

fzxpset; Nbslfu Tvswfz- fbtjcjmjuz Tuvez- SfbmFtubuf

นำ

ในปัจจุบันธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ เป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันในตลาดมากขึ้น และการสำรวจความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงตาม

สถานการณ์ จึงเป็นสิ่งที่ควรให้ความสำคัญ การศึกษาความต้องการของลูกค้า สามารถส่งผลให้ผู้ประกอบการเสนอสินค้า บริการได้ตรงความต้องการมากขึ้น และสามารถนำเสนอโปรโมชั่นพิเศษ เพื่อส่งเสริมการขายต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ดีขึ้นอีกด้วย

จากข้อมูลศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ข้อมูลด้านสถานการณ์ตลาดที่อยู่อาศัยทั่วประเทศ ไตรมาส 4 ปี 2565 และแนวโน้มปี 2566 ในปี 2565 จังหวัดเชียงใหม่มีการโอนกรรมสิทธิ์อสังหาริมทรัพย์แนวราบเป็นอันดับที่ 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 อย่างไรก็ตามปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบทางลบในปี 2565 ที่มองข้ามไม่ได้ คือผลกระทบจากสงครามยูเครน-รัสเซีย ส่งผลกระทบต่อราคาน้ำมันและการขนส่งทำให้ราคาวัสดุก่อสร้างปรับตัวสูงขึ้นซึ่งเป็นต้นทุนสำคัญในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ตัวอย่างข้างต้น แสดงให้เห็นถึงปัจจัยภายนอก ที่ส่งผลกระทบทั้งทางบวกและทางลบต่อธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ [1] การศึกษาครั้งนี้จึงให้ความสำคัญต่อการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกให้ครบด้านตามหลักการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (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 เนื่องจากการศึกษาความเป็นไปได้ของตลาดและการศึกษาความต้องการของลูกค้าก่อนเริ่มโครงการมีความสำคัญมากในการกำหนดทิศทาง การดีไซน์ การวางแผนบริหารต้นทุนโครงการในอนาคต

ในการศึกษาครั้งนี้ได้ใช้ข้อมูลจากโครงการในจังหวัดชียงใหม่ส่งมอบบ้านเดี่ยวในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่มาแล้วกว่า 800 หลังซึ่งกลุ่มลูกค้าหลักเป็นผู้สนใจบ้านเดี่ยว 1-2 ชั้น ราคา 2-4 ล้านบาท ปัจจุบันทางโครงการต้องการเปิดโครงการใหม่ โดยเปลี่ยนกลุ่มลูกค้าเป็นผู้สนใจบ้านเดี่ยวราคา 4-12 ล้านบาทใน 2 ทำเลใหม่ ทำเลอำเภอสันกำแพง และทำเลอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้จึงต้องการศึกษาความต้องการของลูกค้ากลุ่มใหม่มากขึ้น และการขยายกลุ่มเป้าหมายทางโครงการจึงต้องการศึกษาความเป็นไปได้ความเหมาะสมด้านการดีไซน์ฟังค์ชั่น เพื่อสรุปแนวทางความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายใหม่ และศึกษาความเป็นไปได้โครงการก่อนสร้างจริง โดยผลการศึกษานี้เป็นประโยชน์ สำหรับโครงการสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยได้ตอบโจทย์ลูกค้ามากขึ้น และช่วยในการจัดการทรัพยากรทุกด้านให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด สำหรับโครงการในอนาคตทั้ง 2 แห่งใน อำเภอสันกำแพง และอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

1.1. วัตถุประสงค์

222 ฟ ษขส ศ ย จข จ ข ข ย ย ธ จข ศ ยหบ ฉ ศ ย จข จ ข ธย ศ ย รบ ย ห บข

223 ฟ ษขส ศ ย บ ต จข ช ข ษขส บ บศ ศ ย ต บข ฟ บ หจ ย ธ ฟร ฉธ ร ข ย ข บ ธ ฟร ข ธ ขต บ ขต รชบหจหต

1.2. ขอบเขตงานวิจัย

232 ษขส ศ ศ ย จข จ ข ธย ศ ยหบ ฉ บ ตรศ 5.23 บ ธ บธ ม หบข ฟจ ม จตจ ตร บ ย ข ข ย ฉ ขข ห ย ข ข ย ย ร บ ธ ร 61 บ บ จช 61 บ ตร ช ห ย ชต ตรศขบ

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

1.3. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

242 จข ฉ ศ ย จข จ ข ข ย ย ร ย ห ย ต บ ต ฉธ ร ศ ย จข ฟยฉต รโครงการได้ดีขึ้น

243 ทราบถึงผลความเป็นไปได้โครงการ และสามารถใช้ข้อมูลในการศึกษา และสำรวจครั้งนี้เป็นแนวทางในการดำเนินการเบื้องต้น สำหรับวางแผนโครงการใหม่ในอนาคต

2.1. ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)

ส่วนประสมทางการตลาดเป็นแนวความคิดที่อยู่กับการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดมาอย่างยาวนานซึ่งสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์สินค้าได้ดีมากวิธีหนึ่ง 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 ซื้อ-ขาย ที่ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจซื้อ (Price), ด้านการดีไซน์สถาปัตยกรรม สไตล์ ฟังค์ชั่น 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-ยนอกทั้ง 6 ด้านนี้เป็นปัจจัยที่ผู้ประกอบการธุรกิจต่างๆไม่สามารถควบคุมได้เพียงแต่การรับรู้ข้อจำกัดให้รอบด้านจะสามารถเตรียมดีไซน์การรับมือให้กับธุรกิจได้ [3]

2.3. การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการอสังหาริมทรัพย์ (Feasibility Analysis)

บข ษขส จบ บข ษขส ขรศข ข ศ ย ตฟบท บ ศย จธย จข ศ ย บ ต จข หจ ยธ ฟร จ บศฉรบย ความตั้งใจพัฒนาแนวความคิดของการหาความเป็นไปได้โครงการอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งข ศ จห บข ธฉ บ จ บศบ ศ ย บ ต จข ธย จข บศบ ศ ย บ ต จ จข ตจบ

ห บข ธ 2 ; บข จธบ ศ ย จข ศ บ จข ธ จข หจ ยธ ฟร มธ ข จ ธ ธ ตบธ ย หยข มธ หจ ยธ ฟรธบข จธบ จข จธบย ขธหต

ห บข ธ 3 ; บข จธบ ยธ ตบธ จข ฟ บ ร ศ จข ธ ศ ธ ตบ จบบ ย ข ข ฟ บ บ จข หจ ยธ ฟร มธ บธฉ ย หยธหต

ห บข ธ 4 ; บข จธบธ ธบธ ฟรฟ ยธฉ จธบ ข จ จข จธบ บ จข หจ ยธ ฟรธ ย หย ย บศ บย ฉ ยห จบ

ข ธ ธศบศ ข ยช บธ ฉ ม ฟ ศยฉต ย บ จข บศบ ศ ย บ ต บ จ ตษขส ศ ย ต บ จ ธ ขรศ บต บข จธบ หจ ยธ ฟร ธ จธ จต บ ฉ จธ ตบ)Mboe Px of s t bubv จธบ) owf tups t บ ชจ บ)Tqbdf Vtf s t bubv ขจข)Tqf dvrbupst ธห ธหต ต ฉศ หจ ฟบท บ จข ศ ย ข บ จห ย บ ข ศ ย ตธ ข ศย ธจ ยตย จ จในการศึกษางานวิจัยชิ้นนี้ได้ [4-6]

2.4. มูลค่าปัจจุบันสุทธิโครงการ (Net Present Value: NPV)

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

เมื่อ CF = กระแสเงินสดสุทธิแต่ละปี
r = อัตราคิดลด (Discount Rate)
n = ปีที่ทำการลงทุน

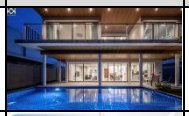
NPV เป็นบวก แสดงว่าการลงทุนให้ผลกำไรเห็นควรทำการลงทุน
NPV เป็นลบ แสดงว่าการลงทุนให้ผลขาดทุนควรปฏิเสธการลงทุน
NPV เป็นศูนย์ แสดงว่าการลงทุนให้ผลเท่าทุน

การคำนวนมูลค่าปัจจุบันสุทธิโครงการ เป็นวิธีการที่ใช้ในการประเมินมูลค่าโครงการ และคำนวนต้นทุนทางการเงินเมื่อเงินมีมูลค่าเปลี่ยนไปตามกาลเวลา โดยสามารถคำนวนมูลค่าเพิ่มของโครงการตลอดโครงการว่า เป็นเงินจำนวนเท่าไหร่เมื่อสิ้นสุดโครงการ [7-8]

2.5. กรณีศึกษาโครงการอสังหาริมทรัพย์ในจังหวัดเชียงใหม่

การศึกษากรณีศึกษาโครงการอสังหาริมทรัพย์ในจังหวัดเชียงใหม่ทั้ง 8 โครงการใน 4 อำเภอ ในจังหวัดเชียงใหม่ อำเภอเมือง อำเภอสันทราย อำเภอสันกำแพง และอำเภอหางดง สามารถทำให้ผู้ศึกษาทราบถึงรายละเอียด ดังนี้ ฟังค์ชั่นลักษณะการออกแบบสถาปัตยกรรมที่โครงการอสังหาริมทรัพย์เสนอขายในตลาด, จำนวนห้องนอน ห้องน้ำของแต่ละโครงการ, ราคาซื้อ-ขายอสังหาริมทรัพย์, ทำเลที่ตั้งโครงการ และโปรโมชั่นการส่งเสริมการขาย รายละเอียดทั้งหมดนี้ สามารถใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงในการสร้างแบบสอบถาม สำหรับสำรวจความต้องการอสังหาริมทรัพย์ในจังหวัดเชียงใหม่

ห ร รตข ษขส ข ษขส จข หจ ยธ ฟร บฉจ ศต ชรจ ย

จข หจ ยธ ฟร	ข ต บม รบ ข ม ฟ ศย	ภจ ชบฟบธ ชห ร ม ร บ บ	ธ ธ จ	บ
โรชาเรีย Rochalia		บ้าน 3 ห้องนอน 3 ห้องน้ำ/เฟอร์นิเจอร์	จตจ	23
มาลาดา Malada		บ้าน 4 ห้องนอน 4 ห้องน้ำ/สระว่ายน้ำ ปรับเปลี่ยนแบบได้	หบข ฟจ	23
พิวาโต Privato		บ้าน 4 ห้องนอน 3 ห้องน้ำ/สระว่ายน้ำ	จตจ	9. 26

: : : Efwfrpqn fou) bohUbo		บ้าน 4 ห้องนอน 5 ห้องน้ำ+สระว่ายน้ำ	จตจ	23
ไท่เหมยฟู TAIMEIFU		บ 4 จบ บ 4 ปรับเปลี่ยนแบบได้	หบข ฟจ	7.23
เดอะบริต The Britt		บ 5 จบ บ 5 ห้องน้ำ+สระว่ายน้ำ	ย จ	: .23
Ui f Ftdbqf		บ 5 จบ บ 4 ห้องน้ำ/สระว่ายน้ำ	ย จ	31
นิรติ Nirati		บ้าน 3 ห้องนอน 3 ห้องน้ำ/แอร์	หบ ธ ร	7.26

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ในส่วนการสำรวจความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เป็นเพียงการเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มประชากรตัวอย่างเพียงกลุ่มเป้าหมายชาวไทย 50 ราย และกลุ่มเป้าหมายชาวต่างชาติ 50 รายรวม 100 ราย และนำข้อมูลการตอบแบบสอบถามมาสรุปและวิเคราะห์เท่านั้น ในส่วนการศึกษาความเป็นไปได้โครงการ การศึกษาครั้งนี้ได้ศึกษาปัจจัยภายนอกด้วยการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (PESTLE Analysis) และการคำนวนมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV: Net Present Value) ของโครงการจากการศึกษาครั้งนี้ ผู้ที่สนใจ และผู้วิจัยสามารถนำข้อมูลการศึกษาความเป็นไปได้โครงการใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ ในจังหวัดเชียงใหม่

3.1. ศึกษาทบทวนงานวิจัยและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง

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

3.2. ศึกษากรณีศึกษาโครงการอสังหาริมทรัพย์ราคา 4-12 ล้านบาท

การศึกษากรณีศึกษา ทั้ง 8 โครงการ สามารถทำให้ผู้วิจัยเข้าใจสิ่งที่โครงการอสังหาริมทรัพย์ในจังหวัดเชียงใหม่ เสนอขายในตลาดปัจจุบัน ฟังค์ชั่นของอสังหาริมทรัพย์ ทำเลที่ตั้งที่ลูกค้าให้ความสนใจ สิ่งอำนวยความสะดวกใกล้เคียงโครงการ ลักษณะพิเศษและสไตล์สถาปัตยกรรมที่ถูกเสนอขายในตลาด โปรโมชั่นพิเศษที่โครงการใช้ส่งเสริมการขายในปัจจุบัน ซึ่งทุกองค์ประกอบโครงการที่ศึกษามานั้นตรงกับการวางแผนการตลาดอ้างอิงจาก หลักการพื้นฐานส่วนประสมทางการตลาด (Marl fujoh N jy จากการศึกษาข้อมูลข้างต้นทางผู้วิจัยได้สรุปข้อมูลการศึกษา และออกแบบแบบสอบถาม ซึ่ง ข ตศร ย 5 หศบ ตามหลักการส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ดังนี้ ผลิตภัณฑ์สินค้า (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการขาย (Promotion) โดยจุดประสงค์แบบสอบถามต้องการศึกษาเข้าใจความต้องการลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้าได้ตอบโจทย์มากขึ้น

ข ข ย ย รธ 2; บ ธ ร ร ตหจธ จข บ บ ฉจ ศต ซรจ ย ตร ฉ บ บ บฉจ ศต ซรจ ย หรือจังหวัดอื่น ทั้งหมด 61 ร ตร ข ห ยฉ ข ข ฒ ร ต จ ฉฉ ข ข ฒ หบ ช จ บ ตร ข ข ฒ ข ข ย ย รศตฉ ข ข ฒ หบ ช ต จบ ข ธ ย ข จ บ ต ร ศ 5. 23 บ ธ

การกู้สินเชื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารไทยพาณิชย์ ในอัตราดอกเบี้ย 5.995% ระยะเวลาผ่อน 30 ปียอดผ่อนชำระ 35,953 - 71,907 บาท / เดือน (อัตรา % ความสามารถในการผ่อนคำนวนที่ 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 และกลุ่มผู้ปกครองโรงเรียนนานาชาติในเชียงใหม่ ที่ปัจจุบันเช่าอสังหาริมทรัพย์และกำลังมองหาอสังหาริมทรัพย์ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 2 กลุ่ม ได้รับแบบสอบถามชุดเดียวกัน

3.3. ศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการจากการพิจารณาข้อมูลด้านการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกแบบครบด้านด้วย (PESTLE Analysis)

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

ต บข ย จ) pnjujd ษขส ต บบ ร รหธน รชบ จ ห น ขฉ หจ ยธ ฟร ชบ บข ยหธน ยชบต บต ข ร สินเชื่อบ้านและที่อยู่อาศัย นโยบายการลดค่าจดจำนอง เพื่อส่งเสริมกาซื้อขายอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์

ด้านเศรษฐกิจ (Economic) ศึกษาข้อมูลอุปสงค์อุปทานแนวโน้มของตลาดอสังหาริมทรัพย์ประเภทบ้านเดี่ยว ศึกษากรณีศึกษาโครงการอสังหาริมทรัพย์ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ศึกษาโปรโมชั่นหรือการส่งเสริมการขายที่มีในตลาดปัจจุบันศึกษาการวางแผนต้นทุน โดยใช้การคำนวนมูลค่าปัจจุบันสุทธิโครงการ (NPV: Of u sf tf ou Value) โดยนำข้อมูลจากการศึกษาวิเคราะห์แนวโน้มความเป็นไปได้โครงการ

ต บ ธ บ ร)Uf di opmphz ษฆส ย ธ บ รต บธ ร ษร

คัดเลือกมานำเสนอเพื่อเปรียบเทียบ 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 หรือคู่แข่งขันทางธุรกิจ สิ่งแวดล้อมโดยรอบของโครงการ ความสะดวกสบายของย่านที่ตั้งโครงการ

ด้านกฎหมาย (Legal) ศึกษาด้านประเภทสิทธิถือครองทรัพย์สินของชาวต่างชาติในประเทศไทยสิทธิเก็บกินการเช่าระยะยาว และข้อจำกัดของการถือครองแต่ละประเภท รวมถึงกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

3.4. ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม

ฉ ขข ย ข ย รข ยธ 2ฉ บศบ 61 ร ย ห ยฉ ขข ย ข ย รข ยธ 3 ฉ บศบ 61 ร ศยธ จหบ ข ย ศ ร จธบ ย บข ษฆส บจ บศฉรชบบ 211 ร จฉ ข ต ย จ บธ จจ บศฉรฉ ศ ย บข ชศร ข ขส ชฟ หจ บศร ศ ยห ตศขธ ข ธจ 3 ข ย จข ย ขธหต เพื่อนำมา เป็นแนวทางการออกแบบโครงการ ให้ตอบโจทย์และเป็นจุดขายสำหรับโครงการในอนาคตทั้ง 2 ธ ม หบข ฟจ ม จตจ ฉจ ศต ชรจ ย

3.5. แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล

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

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และราคาอสังหาริมทรัพย์ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจ (Price)

- อาชีพ / ตำแน่งงาน
- ราคา ซื้อ-ขาย อสังหาริมทรัพย์ที่สนใจ

ตอนที่ 2 สำรวจลักษณะที่อยู่อาศัย การออกแบบ และลักษณะพิเศษของสินค้า และการส่งเสริมการขายที่ลูกค้าสนใจ (Products)

- จำนวนห้องนอน / ห้องน้ำ ที่ต้องการ
- จุดประสงค์ในการซื้ออสังหาริมทรัพย์ ในจังหวัดเชียงใหม่
- สไตล์การออกแบบสถาปัตยกรรมที่สนใจ มีภาพประกอบในการเลือกสไตล์สถาปัตยกรรม
- ลักษณะ ฟังค์ชั่น หรือสิทธิพิเศษที่ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจ ผู้ตอบสามารถเลือก 3 อันดับที่สนใจโดยไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม

ตอนที่ 3 สำรวจความสนใจทางทำเลที่ตั้งโครงการ และสิ่งอำนวยความสะดวกใกล้เคียงโครงการ (Place)

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

ตอนที่ 4 สำรวจโปรโมชั่นพิเศษ การส่งเสริมการขาย ข้อเสนอแนะ จากลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย (Promotions) รวมไปถึงการสอบถามเพิ่มเติม ด้านระยะเวลาการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์

- ระยะเวลาการตัดสินใจเลือกซื้ออสังหาริมทรัพย์
- โปรโมชั่นการส่งเสริมการขาย ที่ลูกค้าต้องการ และให้ความสำคัญ (คำถามปลายเปิด)

ตอนที่ 5 แบบสอบถามเพิ่มเติม ด้านช่องทางการค้นหาข้อมูล อสังหาริม-ทรัพย์ ด้านรูปแบบการชำระเงิน และข้อเสนอแนะอื่นๆ

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

3.6. รวบรวมข้อมูลและสรุป

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

ในการศึกษาความเป็นไปได้ ในการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัย เพื่อตอบโจทย์ความต้องการในยุคปัจจุบัน ซึ่งผลการศึกษามีรายละเอียดดังนี้

4.1 สรุปผลการสำรวจความต้องการอสังหาริมทรัพย์ในจังหวัดเชียงใหม่ 100 คน

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

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และราคาอสังหาริม-ทรัพย์ 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 ผลตอบแบบสอบถามเกณฑ์ จำนวนห้องนอน ห้องน้ำของอสังหา ริมทรัพย์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจ

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 ผลตอบแบบสอบถามการเลือกลักษณะฟังค์ชั่นพิเศษที่ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจ 3 อันดับแรก

ลำดับที่ผู้ตอบสนใจ	ลักษณะฟังค์ชั่นพิเศษที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือก
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 ฟังค์ชั่นเสริมได้คะแนนเท่ากันสำหรับตัวเลือกลักษณะพิเศษในอสังหาริมทรัพย์

ตารางที่ 7 ผลตอบแบบสอบถามด้านสไตล์สถาปัตยกรรม (Architecture Style) ที่ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจ

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

ส่วนที่ 3 : สำรวจความสนใจทำเลที่ตั้งโครงการ และสิ่งอำนวยความสะดวก ใกล้เคียงโครงการ (Place)

ตารางที่ 8 ผลตอบแบบสอบถาม พื้นที่อำเภอที่ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ ในจังหวัดเชียงใหม่

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

สิ่งอำนวยความสะดวกที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญตามลำดับ

ลำดับที่ผู้ตอบสนใจ	สิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้ความสำคัญ	ร้อยละ
ลำดับที่ 1	ห้างสรรพสินค้า / คอมมิวนิตี้มอลล์	40%
ลำดับที่ 2	โรงพยาบาล	34%
ลำดับที่ 3	ตลาดสด / ร้านสะดวกซื้อ	28%

ส่วนที่ 4 สำรวจโปรโมชั่นพิเศษ การส่งเสริมการขาย ข้อเสนอแนะ จากลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย (Promotions) รวมไปถึงการสอบถามเพิ่มเติม ด้านระยะเวลาการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์

โปรโมชั่นพิเศษการส่งเสริมการขาย และข้อเสนอแนะ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามตอบมาทางคำถามปลายเปิด ดังนี้ การบริการหลังการขายที่ครบครัน เช่น บริการแม่บ้านม, ซ่อมแซมบ้าน และปล่อยเช่าอสังหาริมทรัพย์, โปรโมชั่นค่าส่วนกลาง, แถมเฟอร์นิเจอร์ และเครื่องใช้ไฟฟ้า, แบบบ้านสไตล์ล้านนาโตเกียว, ทำเลโครงการใกล้ศูนย์ปัฏิบัติธรรม, การออกแบบบ้านให้มีพื้นที่รอบบ้านสำหรับปลูกผักผลไม้

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 อสังหาริม-ทรัพย์ ด้านรูปแบบการชำระเงิน และข้อเสนอแนะอื่นๆ

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

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)

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 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 ผลตอบแบบสอบถามการเลือกลักษณะฟังค์ชั่นพิเศษที่ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจ 3 อันดับแรก

ลำดับที่ผู้ตอบสนใจ	ลักษณะฟังค์ชั่นพิเศษที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือก
ลำดับที่ 1	พื้นที่สวนส่วนตัวในบ้าน (Courtyard Living Area) และระบบพลังงานแสงอาทิตย์ (Solar cell) ซึ่งทั้ง 2 ฟังค์ชันนี้ได้คะแนนเท่ากันในลำดับที่ 1
ลำดับที่ 2	ระบบสมาร์ทโฮมพร้อมกล้องวงจรปิด (Smart Home System & CCTV)
ลำดับที่ 3	บ้านพร้อมการตกแต่งแบบสมบูรณ์พร้อมเข้าอยู่ รวมถึงเฟอร์นิเจอร์ทั้งหลัง (Full Furnished Furniture)

ตารางที่ 17 ผลตอบแบบสอบถามด้านสไตล์สถาปัตยกรรม (Architecture Style) ที่ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจ

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

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

ส่วนที่ 3 : สำรวจความสนใจทำเลที่ตั้งโครงการ และสิ่งอำนวยความสะดวกใกล้เคียงโครงการ (Place)

ตารางที่ 18 ผลตอบแบบสอบถาม พื้นที่อำเภอที่ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ ในจังหวัดเชียงใหม่

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

สิ่งอำนวยความสะดวกที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ

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

ส่วนที่ 4 สำรวจโปรโมชั่นพิเศษ การส่งเสริมการขาย ข้อเสนอแนะ จากลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย (Promotions) รวมไปถึงการสอบถามเพิ่มเติม ด้านระยะเวลาการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์

โปรโมชั่นพิเศษการส่งเสริมการขาย และข้อเสนอแนะ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามตอบมาทางคำถามปลายเปิด ดังนี้ ของแถมครบครันเฟอร์นิเจอร์หรือเครื่องใช้ไฟฟ้า, ส่วนลดพิเศษ, โปรโมชั่นค่าธรรมเนียม, โปรโมชั่นค่าส่วนกลาง, ฟรีการจัดสวนรอบบ้าน (Landscape)

ระยะเวลา ในการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์

ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อ	ราย	ร้อยละ
ระยะเวลา 1-3 เดือน	25	50%



ด้านสังคม (Social) ประชาชนใช้สื่อออนไลน์จำนวนมาก และความหลากหลายส่วนแอพลิเคชั่นเพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นโอกาสที่ดีในการสื่อสารกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ง่าย รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพสูง เช่น การรีวิวอสังหาริมทรัพย์ในสื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยมสูง, การจัดกิจกรรมออฟไลน์คู่กับออนไลน์, การจัดทำสื่อที่มีโอกาสเป็นไวรัลในสังคม ดังนั้น ปัจจัยด้านสังคม ส่งผลกระทบทางบวกต่อโครงการทั้ง 2 ทำเล

ด้านเทคโนโลยี (Technological) ปัจจุบันเทคโนโลยีด้านที่อยู่อาศัยมีการพัฒนาไปอย่างมาก เช่น เทคโนโลยีสมาร์ทโฮม โซลาเซลล์ ระบบกันการโจรกรรม หรือเทคโนโลยีด้านวัสดุก็ถูกพัฒนาไปมากเช่นกัน ซึ่งการพัฒนาด้านเทคโนโลยีนี้สอดรับกับพฤติกรรมลูกค้าที่เปลี่ยนไป ถ้าหากโครงการอสังหาริมทรัพย์ เข้าใจเลือกใช้เทคโนโลยีเหล่านี้เป็นจุดขาย และส่งเสริมการขายอสังหาริมทรัพย์ได้ตรงความต้องการของลูกค้า เช่นนี้สามารถส่งผลดีและส่งเสริมธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ทางด้านการตลาดได้แน่นอน ดังนั้น ปัจจัยด้านเทคโนโลยี ส่งผลกระทบทางบวกต่อโครงการทั้ง 2 ทำเล

ด้านกฎหมาย (Legal) จากการศึกษาด้านกฎหมาย กฎหมายส่งผลในเรื่องของข้อบังคับเฉพาะสำหรับธุรกิจบ้านจัดสรร ในการดำเนินธุรกิจ ตั้งแต่เรื่องการขออนุญาตก่อสร้าง การใช้ประโยชน์ในที่ดิน เอกสารการครอบครอง สิทธิการครอบครองของลูกค้าชาวต่างชาติ การถือครองที่มีข้อจำกัด การจัดการด้านภาษี ค่าธรรมเนียม การจัดการรายได้ การดำเนินงาน การบริหารนิติบุคคล ทั้งหมดนี้ทางผู้พัฒนาต้องทำการศึกษาอย่างละเอียด เพื่อหลีกเลี่ยงผลกระทบในภายหลัง ดังนั้น ปัจจัยด้านกฎหมายจึงส่งผลกระทบทางลบต่อโครงการทั้ง 2 ทำเล

ด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental) อสังหาริมทรัพย์ เป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับที่อยู่อาศัย ในปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมภายนอก สิ่งอำนวยความสะดวก รวมไปถึงทำเลที่ตั้งโครงการล้วนส่งผลกระทบต่อธุรกิจอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ และในปัจจุบันประชาชนทั่วไป ให้ความสำคัญกับการรักษาสิ่งแวดล้อมมากขึ้นรวมไปถึงความต้องการหลีกเลี่ยงมลพิษมากขึ้น ตัวอย่างเช่น มลพิษ PM 2.5 ที่ค่อนข้างหนักในช่วง 2566 สำหรับจังหวัดเชียงใหม่ ถ้าหากผู้พัฒนาโครงการถ้าสามารถพัฒนาบ้านปลอดฝุ่น หรือแก้ปัญหาโดยการออกแบบได้ก็จะช่วยให้ยอดขายเติบโตได้ เป็นต้น ในส่วนด้านทำเลที่ตั้ง จากผลแบบสอบถามด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ที่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่ 1 เลือกคือ ห้างสรรพสินค้า, โรงพยาบาล และตลาดสด ตามลำดับ ส่วนลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่ 2 เลือกคือ โรงเรียนนานาชาติ, ตลาดสด และโรงพยาบาล / ห้างสรรพสินค้า ตามลำดับ ซึ่งพื้นที่ศึกษาทั้งพื้นที่ที่ 1 อำเภอสันกำแพง และพื้นที่ที่ 2 อำเภอหางดง ตามที่แสดงในรูปที่ 1 ตั้งอยู่ใกล้สิ่งอำนวยความสะดวกที่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเลือกมาไม่เกิน 1 กิโลเมตร โดยที่พื้นที่ที่ 1 ตั้งอยู่ห่างจากตลาดสดสี่แยกบ่อสร้างเพียง 500 เมตร และพื้นที่ที่ 2 ตั้ง อยู่ห่างจากโรงเรียนนานาชาติบริติช (British Concordance Inter- national School) เพียง 800 เมตร ดังนั้น ปัจจัยด้านกฎหมายจึงส่งผลกระทบทางบวกต่อโครงการทั้ง 2 ทำเล

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

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

ตารางที่ 23 สรุป (PESTLE Analysis) 2 :

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 การคำนวนต้นทุน ค่าใช้จ่ายโครงการรวมไปถึงการคำนวนมูลค่าปัจจุบันสุทธิใช้ข้อมูลเดียวกันทั้ง 2 พื้นที่ศึกษา

ตารางที่ 2

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% จากการคำนวนต้นทุนโครงการ ราคาซื้อ-ขายที่เหมาะสม และสอดคล้องกับผลการสำรวจด้านราคาซื้อ-ขาย พบว่าราคาระหว่าง 6.5-8.5 ล้านบาท คน โครงการทั้ง 2 ทำเล จะมีอสังหาริมทรัพย์ที่ 2 ประเภทดังนี้

ตารางที่ 25

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

จากการวิเคราะห์ข้อมูล การสำรวจความต้องการอสังหาริมทรัพย์ ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าลูกค้าชาวไทยให้ความสำคัญ ด้านทำเลใกล้ห้างสรรพสินค้า หรือคอมมิวนิตี้มอลล์มากที่สุด ส่วนลูกค้าชาวต่างชาติให้ความสำคัญ ด้านทำเลโครงการใกล้โรงเรียนนานาชาติมากที่สุด และจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (PESTLE Analysis) พบว่าทำเลอำเภอหางดง อยู่ใกล้โรงเรียนนานาชาติหลายโรงเรียน และเป็นอำเภอที่ชาวต่างชาติสนใจมากที่สุด ส่วนฟังค์ชันส่งเสริมการขาย 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) และแบบสไตล์นีโอคลาสสิค (Neo-Classic) รวมเป็นร้อยละ 54 ส่วนลูกค้ากลุ่มเป้าหมายชาวต่างชาติสนใจการออกแบบสถาปัตยกรรมลักษณะ โมเดิร์นร่วมสมัย (Modern Tropical) และแบบสไตล์ล้านนา รวมเป็นร้อยละ 52 ซึ่งผลการวิจัยข้างต้นแสดงให้เห็นแนวทางการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ในทำเลอำเภอสันกำแพงและอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

งานวิจัยนี้สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความอนุเคราะห์การตอบแบบสอบถาม ด้านความต้องการอสังหาริมทรัพย์ จากผู้ตอบแบบสอบถามคนไทย 50 คนและคนต่างชาติ 50 คน ซึ่งสามารถให้ข้อมูลที่มีประโยชน์ต่องานวิจัยชิ้นนี้มาก

[1] ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ (2566). สถานการณ์ตลาดที่อยู่อาศัยทั่วประเทศ ไตรมาส 4 ปี 2565 และแนวโน้มปี 2566. *ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์,* 29 มีนาคม 2566, หน้า 2-14.

3 ดุจพชรา เชี่ยวชาญ. (2564). *การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการก่อสร้างที่อยู่อาศัยในอำเภอหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์.* สารนิพนธ์มหาบัณฑิตวิทยาลัยการจัดการ, มหาวิทยาลัยมหิดล.

4 f sf so- S)3128 *The PESTLE analysis*- Wpn3- qq 9.32

5 Nppsi fbe-N - snjubhf-M- Tljunpsf-N)3134 fbtjcjnjaz qsbdujdft pg uzqft pg qspqfsuz efwfmpqfst ,*Journal of Property Investment & Finance*- - Wpm52 Op 2- qq : 3.216

6 Ooi, J.T.L. (2007), "Real Estate Market Valuation and Analysis", *Journal of Property Investment & Finance*, Vol. 25 No. 5, pp. 532-533.

7 Malizia, E.)2: : 3 - sbn fx psl gps Sfbm Ftubuf fbtjcjnjaz Sftfbsdi - *Journal of Property Valuation and Investment*- Wpm21 Op 4- qq 751.756

[7] ชวภณ สืบนุสนธิ์ (2564). *การศึกษาแนวทางการพัฒนาโครงการบ้านจัดสรรระดับ luxury ชานเมืองกรุงเทพมหานคร.กรณีศึกษาความเป็นไปได้บริเวณถนนพรานนก-พุทธมณฑลสาย4*, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

[8] จุฑามาศ อัครเดชา, บัญชา วงศ์เลิศ (2559). การสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อความสนใจซื้อบ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. *Journal of Digital Business and Social Sciences*, *2*(2), 100-112.