<u>รายงานการประเมินมูลค่าทรัพย์สิน</u>

ลูกค้าราย : ทรัสต์เพื่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์และสิทธิการเช่า แอ็กซ์ตร้า ฟิวเจอร์ ซิตี้ (AXTRART)

รายงานเลขที่ : 69AEV07-0767(GL)

ทรัพย์สิน : ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง "ไฮเปอร์มาร์เก็ต สูง 2 ชั้น และอาคารอื่นๆ"

โครงการ : โลตัส ไฮเปอร์มาร์เก็ต สาขาสิงห์บุรี

ที่ตั้ง : เลขที่ 189 หมู่ที่ 7 ถนนสายเอเชีย ทล.32 (บางปะอิน-นครสวรรค์) กม.85+000

ตำบลบางงา อำเภอท่าวุ้ง จังหวัดลพบุรี



เสนอ

ทรัสต์เพื่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์และสิทธิการเช่า แอ็กซ์ตร้า ฟิวเจอร์ ซิตี้ (AXTRART)

จัดทำโดย

บริษัท เอเชี่ยน เอ็นจิเนียริ่ง แวลูเอชั่น จำกัด

Asian Engineering Valuation Co., Ltd.

รายงานการประเมินมูลค่าทรัพย์สินของบริษัท เอเชี่ยน เอ็นจิเนียริ่ง แวลูเอชั่น จำกัด จัดทำขึ้นตามแบบฟอร์มมาตรฐานของสมาคมผู้ประเมินค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทย

ASIAN ENGINEERING VALUATION CO.,LTD.
42 Rattanathibet Rd. T.Bangkraso A.Muang Nonthaburi
Tel. 66(0) 2045-5010-1 Fax. 66(0) 2045-6896 WWW.AEV.CO.TH,Email : AEV.THAILAND@Gmail.com

ที่ R1153/11/69/AP

รายงานเลขที่ 69AEV07-0767(GL) วันที่ 16 พฤศจิกายน 2569

เรื่อง นำส่งรายงานประเมินมูลค่าทรัพย์สิน

เรียน ทรัสต์เพื่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์และสิทธิการเช่า แอ็กซ์ตร้า ฟิวเจอร์ ซิตี้ (AXTRART)

ตามที่ บริษัท เอเชี่ยน เอ็นจิเนียริ่ง แวลูเอชั่น จำกัด ได้รับมอบหมายให้ทำการประเมินมูลค่าทรัพย์สินบัดนี้ บริษัทฯ ได้ดำเนินการตามวัตถุประสงค์แล้วเสร็จเรียบร้อยแล้วโดยได้แสดงรายละเอียดหลักเกณฑ์ สมมติฐาน และเงื่อนไขข้อจำกัดในการประเมินมูลค่าในครั้งนี้ไว้ในรายงาน และขอแจ้งผลสรุปการประเมินมูลค่าทรัพย์สินนี้ ดังต่อไปนี้

ชื่อลูกค้า	ทรัสต์เพื่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์และสิทธิการเช่า แอ็กซ์ตร้า ฟิวเจอร์ ซิตี้ (AXTRART)
ประเภททรัพย์สิน	ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง "ไฮเปอร์มาร์เก็ต สูง 2 ชั้น และอาคารอื่นๆ"
โครงการ	โลตัส ไฮเปอร์มาร์เก็ต สาขาสิงห์บุรี
ที่ตั้งทรัพย์สิน	เลขที่ 189 หมู่ที่ 7 ถนนสายเอเชีย ทล.32 (บางปะอิน-นครสวรรค์) กม.85+000 ตำบลบางงา อำเภอท่าวุ้ง จังหวัดลพบุรี
รายละเอียดเอกสารสิทธิ์	โฉนดเลขที่ 3694, 3695, 5893, 5985 และ 9794 รวมจำนวน 5 แปลง เนื้อที่ดิน 24-2-9.0 ไร่ หรือ 9,809.0 ตารางวา
ผู้ถือกรรมสิทธิ์ที่ดิน	บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน กรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในฐานะทรัสตีของทรัสต์เพื่อ การลงทุนในอสังหาริมทรัพย์และสิทธิการเช่า แอ็กซ์ตร้า ฟิวเจอร์ ซิตี้
อาคารสิ่งปลูกสร้าง	อาคารโลตัส ไฮเปอร์มาร์เก็ต สูง 2 ชั้น จำนวน 1 หลัง และอาคารอื่นๆ รวมทั้งหมดจำนวน 5 รายการ พร้อมส่วนพัฒนาควบ
ผู้ถือกรรมสิทธิ์สิ่งปลูกสร้าง	บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน กรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในฐานะทรัสตีของทรัสต์เพื่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์และสิทธิการเช่า แอ็กซ์ตร้า ฟิวเจอร์ ซิตี้
ภาระจำนอง	ไม่มีภาระผูกพันกับสถาบันการเงินใดๆ
วัตถุประสงค์การประเมิน	เพื่อวัตถุประสงค์สาธารณะและเพื่อเป็นเอกสารอ้างอิงประกอบการบันทึกบัญชี
สิทธิการใช้ทางเข้า-ออก	ทางสาธารณประโยชน์
หลักเกณฑ์การประเมินมูลค่า	ตามหลักเกณฑ์การกำหนดมูลค่าตลาด
วิธีการประเมินมูลค่า	วิธีวิเคราะห์ต้นทุน (Cost Approach) และวิธีวิเคราะห์รายได้ (Income Approach)
วันที่สำรวจทรัพย์สิน	วันที่ 30 กรกฎาคม 2569
วันที่ประเมินมูลค่า	วันที่ 1 ตุลาคม 2569

ASIAN ENGINEERING VALUATION CO.,LTD.
42 Rattanathibet Rd. T.Bangkraso A.Muang Nonthaburi
Tel. 66(0) 2045-5010-1 Fax. 66(0) 2045-6896 WWW.AEV.CO.TH,Email : AEV.THAILAND@Gmail.com

มูลค่าตลาด	***มูลค่าทรัพย์สินโดยวิธีต้นทุน*** *(Cost Approach)* **เป็นเงิน 575,180,000.- บาท (ห้าร้อยเจ็ดสิบห้าล้านหนึ่งแสนแปดหมื่นบาทถ้วน)** ***มูลค่าทรัพย์สินโดยวิธีวิเคราะห์รายได้*** *(Income Approach)* **เป็นเงิน 576,400,000.- บาท (ห้าร้อยเจ็ดสิบหกล้านสี่แสนบาทถ้วน)**
หมายเหตุ	หน้าถัดไป

บริษัท เอเชี่ยน เอ็นจิเนียริ่ง แวลูเอชั่น จำกัด และผู้ประเมินขอรับรองว่าไม่มีผลประโยชน์ใดๆ เกี่ยวข้องกับทรัพย์สินนี้ และได้ปฏิบัติหน้าที่ในฐานะผู้ประเมินมูลค่าทรัพย์สินด้วยความระมัดระวังตามมาตรฐานและจรรยาบรรณวิชาชีพอย่างเต็มที่

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

บริษัท เอเชี่ยน เอ็นจิเนียริ่ง แวลูเอชั่น จำกัด
Asian Engineering Valuation co.,Ltd

.....

(นายอาคเอกเกษม เภกะนันทน์)

กรรมการผู้จัดการ

บริษัท เอเชี่ยน เอ็นจิเนียริ่ง แวลูเอชั่น จำกัด

.....	.....
(นายวิชญะ สุวรรณวงศ์)	(นายคณาพจน์ จำเนียร)
ผู้สำรวจและประเมินมูลค่าทรัพย์สิน	ผู้ประเมินหลักชั้นวุฒิ เลขที่ วฒ.195

หมายเหตุ

1. ในการประเมินมูลค่าครั้งนี้ โดยอ้างอิงพื้นที่อาคาร ตามเอกสารและรายละเอียดทรัพย์สินที่ทำการประเมินมูลค่าที่ได้รับจากทางผู้ว่าจ้าง เป็นเกณฑ์ในการพิจารณามูลค่าเท่านั้น (รายละเอียดการประเมินตามภาคผนวก ก.)

2. ในการประเมินมูลค่าทรัพย์สินครั้งนี้ ทางบริษัท ฯ พิจารณามูลค่าทรัพย์สินโดยวิธีวิเคราะห์รายได้ (Income Approach) เป็นเกณฑ์ในการกำหนดมูลค่าตลาด เนื่องจากเป็นวิธีที่เหมาะสม และสะท้อนมูลค่าของทรัพย์สินมากที่สุด และเป็นการประเมินภายใต้สมมติฐานตามรายงานฉบับนี้เท่านั้น ดังนั้นหากมีการเปลี่ยนแปลงสมมติฐานจะทำให้มูลค่าทรัพย์สินนั้นเปลี่ยนแปลงไป

สารบัญ	หน้าที่

บทที่ 1. วัตถุประสงค์การประเมินมูลค่าทรัพย์สิน 1

1.1 การมอบหมาย 1

1.2 วัตถุประสงค์ในการประเมินมูลค่าทรัพย์สิน 1

1.3 วันที่สำรวจและประเมินมูลค่าทรัพย์สิน 1

1.4 ลักษณะทรัพย์สินที่ประเมินมูลค่า 1

บทที่ 2. ทำเลที่ตั้งทรัพย์สินและสภาพแวดล้อม 2

2.1 ที่ตั้งทรัพย์สิน 2

2.2 การคมนาคมไปยังทรัพย์สิน 2

2.3 การเข้าออกตามกฎหมาย 2

2.4 ลักษณะพื้นที่ใกล้เคียงและสภาพแวดล้อม 3

บทที่ 3. รายละเอียดเกี่ยวกับที่ดิน 4

3.1 เอกสารสิทธิ์ที่ดิน 4

3.2 ราคาที่ดินตามบัญชีราคาประเมินทุนทรัพย์ทางราชการ 5

3.3 การสำรวจที่ดิน 5

3.4 ลักษณะเฉพาะของที่ดิน 6

3.5 ระบบสาธารณูปโภค 6

บทที่ 4. รายละเอียดสิ่งปลูกสร้าง 7

4.1 รายการอาคารและสิ่งปลูกสร้าง 7

4.2 การสำรวจอาคารและสิ่งปลูกสร้าง 7

4.3 รายละเอียดอาคารและสิ่งปลูกสร้าง 10

บทที่ 5. ข้อกฎหมายที่มีผลกระทบ และการใช้ประโยชน์สูงสุด 16

5.1 ข้อกำหนดผังเมือง 16

5.2 กฎหมายการควบคุมอาคาร 17

5.3 การเวนคืน 17

5.4 การถูกรอนสิทธิ์ต่างๆ 17

5.5 กฎหมายอื่นๆ 17

5.6 โครงการพัฒนาของภาครัฐ 17

บทที่ 6. การวิเคราะห์ทรัพย์สิน 20

6.1 ข้อดีและข้อด้อยของทรัพย์สิน 20

6.2 การใช้ประโยชน์สูงสุด 21

6.3 ความเห็นและข้อสังเกตพิเศษ 21

บทที่ 7. การประเมินมูลค่าทรัพย์สิน 37

7.1 หลักเกณฑ์ในการประเมินมูลค่าทรัพย์สิน 37

7.2 เงื่อนไขและข้อจำกัดในการประเมินมูลค่าทรัพย์สิน 37

7.3 สมมติฐานเพิ่มเติม/พิเศษ ในการประเมินมูลค่าทรัพย์สินนี้ 37

7.4 วิธีการประเมินมูลค่าที่เลือกใช้ 38

บทที่ 8. สรุปผลการประเมินมูลค่าทรัพย์สิน 39

ภาคผนวก

บทที่ 1. วัตถุประสงค์การประเมินมูลค่าทรัพย์สิน

1.1 การมอบหมาย

บริษัท เอเซี่ยน เอ็นจิเนียริ่ง แวลูเอชั่น จำกัด ได้รับการว่าจ้างให้ทำการประเมินมูลค่าทรัพย์สินจาก ทรัสต์เพื่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์และสิทธิการเช่า แอ็กซ์ตร้า ฟิวเจอร์ ซิตี้ (AXTRART) เมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม 2569

1.2 วัตถุประสงค์ในการประเมินมูลค่าทรัพย์สิน

บริษัท เอเซี่ยน เอ็นจิเนียริ่ง แวลูเอชั่น จำกัด ได้รับการว่าจ้างให้ทำการประเมินมูลค่าทรัพย์สินโดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อวัตถุประสงค์สาธารณะและเพื่อเป็นเอกสารอ้างอิงประกอบการบันทึกบัญชี

1.3 วันที่สำรวจและประเมินมูลค่าทรัพย์สิน

บริษัท เอเซี่ยน เอ็นจิเนียริ่ง แวลูเอชั่น จำกัด ได้ทำการสำรวจทรัพย์สินนี้เมื่อ วันที่ 30 กรกฎาคม 2569 และวันที่ประเมินมูลค่าทรัพย์สิน เมื่อวันที่ 1 ตุลาคม 2569

1.4 ลักษณะทรัพย์สินที่ประเมินมูลค่า

ทรัพย์สินที่ประเมินมูลค่า คือ ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง "ไฮเปอร์มาร์เก็ต สูง 2 ชั้น และอาคารอื่นๆ"

ที่ดินโฉนดเลขที่ 3694, 3695, 5893, 5985 และ 9794 รวมจำนวน 5 แปลง เนื้อที่ดิน 24-2-9.0 ไร่ หรือ 9,809.0 ตารางวา พร้อมสิ่งปลูกสร้าง ได้แก่ อาคารโลตัส ไฮเปอร์มาร์เก็ต 2 ชั้น จำนวน 1 หลัง และอาคารอื่นๆ รวมทั้งหมดจำนวน 5 รายการ และส่วนพัฒนาควบต่างๆ

บทที่ 2. ทำเลที่ตั้งทรัพย์สินและสภาพแวดล้อม

2.1 ที่ตั้งทรัพย์สิน

ทรัพย์สินที่ประเมินมูลค่าโครงการ “โลตัส ไฮเปอร์มาร์เก็ต สาขาสิงห์บุรี” ตั้งอยู่ เลขที่ 189 หมู่ที่ 7 ถนนสายเอเชีย ทล.32 (บางปะอิน-นครสวรรค์) กม.85+000 ตำบลบางงา อำเภอท่าวุ้ง จังหวัดลพบุรี

โดยมีระยะทางห่างสถานที่สำคัญ ๆ ในบริเวณใกล้เคียงดังต่อไปนี้

1.	แม็คโคร สิงห์บุรี	ประมาณ	0.60	กิโลเมตร
2.	ศาลากลางจังหวัดสิงห์บุรี	ประมาณ	3.60	กิโลเมตร
3.	วิทยาลัยเทคนิคสิงห์บุรี	ประมาณ	5.10	กิโลเมตร
4.	โรงพยาบาลสิงห์บุรี	ประมาณ	5.40	กิโลเมตร
5.	โรงพยาบาลสิงห์บุรีเวชการ	ประมาณ	6.60	กิโลเมตร

2.2 การคมนาคมไปยังทรัพย์สิน

เดินทางไปตามถนนสายเอเชีย ทล.32 (บางปะอิน-นครสวรรค์) มุ่งหน้าไปนครสวรรค์ ถึงหลักกิโลเมตรที่ 85+000 พบทรัพย์สินที่ประเมินมูลค่าตั้งอยู่ด้านซ้ายมือ (ดูแผนที่ตั้งทรัพย์สิน และผังบริเวณประกอบ)

2.3 ทางเข้าออกตามกฎหมาย

ถนนสายหลักและถนนผ่านหน้า ถนนสายเอเชีย ทล.32 (บางปะอิน-นครสวรรค์)

ผิวจราจร ลาดยาง กว้าง 18.00 เมตร เขตทางกว้าง 120.00 เมตร

จำนวน 6 ช่องจราจร พร้อม ไฟฟ้าถนน ทางระบายน้ำ

- **รถยนต์เข้า-ออก** สามารถเข้า - ออกได้
- **สิทธิในการใช้ทาง** ทางสาธารณประโยชน์

2.4 ลักษณะพื้นที่ใกล้เคียงและสภาพแวดล้อม

- **การใช้ประโยชน์ที่ดินบริเวณโดยรอบทรัพย์สิน**

มีการใช้ประโยชน์ที่ดินหลากหลาย ทั้งพาณิชยกรรม ที่อยู่อาศัย และเกษตรกรรม โดยพื้นที่รอบศูนย์การค้าเป็นศูนย์กลางการค้าปลีกและบริการของเมืองสิงห์บุรี ขณะที่พื้นที่ชั้นนอกยังคงเป็นที่นาและสวนเกษตรกรรมตามผังเมืองรวมจังหวัดสิงห์บุรี พ.ศ. 2558

- **แนวโน้มความเจริญ**

ตัวเมืองสิงห์บุรีกำลังพัฒนาไปในทิศทาง “เมืองน่าอยู่และศูนย์กลางเศรษฐกิจสร้างสรรค์” โดยมีการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน การค้าปลีก การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการยกระดับคุณภาพชีวิตประชาชนตามแผนพัฒนาจังหวัด พ.ศ. 2566-2570

- **การคมนาคม**

มีลักษณะเป็นเมืองขนาดกลางที่เชื่อมโยงกับจังหวัดใกล้เคียง โดยมีทั้งถนนสายหลักและระบบขนส่งท้องถิ่นที่รองรับการเดินทางของประชาชน

บทที่ 3. รายละเอียดเกี่ยวกับที่ดิน

3.1 เอกสารสิทธิ์ที่ดิน

เอกสารสิทธิ์ในการประเมินนี้ได้รับสำเนาจากผู้ว่าจ้าง และได้ตรวจสอบเทียบกับเอกสารสิทธิ์ฉบับสำนักงานที่ดิน โดยตรวจสอบ ณ สำนักงานที่ดินจังหวัดสิงห์บุรี และจังหวัดลพบุรี เมื่อวันที่ 30 กรกฎาคม 2569 ปรากฏตามรายละเอียดดังต่อไปนี้

ประเภทเอกสารสิทธิ์ :			โฉนดที่ดิน							
ตำแหน่งที่ดิน			ตำบล ม่วงหมู่			อำเภอ บางพุดทรา			จังหวัด สิงห์บุรี	
ลำดับ	โฉนดเลขที่	เล่ม	หน้า	ระวาง	เลขที่ดิน	หน้าสำรวจ	เนื้อที่ดิน ไร่	งาน	ตร.ว.	ผู้ถือกรรมสิทธิ์
1	3694	37	94	5038 I 5444	1	393	4	3	48.0	บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน กรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในฐานะทรัสตีของทรัสต์เพื่อ การลงทุนในอสังหาริมทรัพย์และสิทธิการเช่า แอ็กซ์ตร้า ฟิวเจอร์ ซิตี้
2	3695	37	95	5038 I 5444	2	394	5	0	54.0	
รวมคิดเป็นเนื้อที่							10	0	2.0	ไร่
หรือคิดเป็นเนื้อที่ (ตร.ว.)							4,002.0 ตารางวา			ตารางวา

ประเภทเอกสารสิทธิ์ :			โฉนดที่ดิน							
ตำแหน่งที่ดิน			ตำบล บางงา			อำเภอ ท่าวุ้ง (โพหวี)			จังหวัด ลพบุรี	
ลำดับ	โฉนดเลขที่	เล่ม	หน้า	ระวาง	เลขที่ดิน	หน้าสำรวจ	เนื้อที่ดิน ไร่	งาน	ตร.ว.	ผู้ถือกรรมสิทธิ์
1	5893	59	93	5038 I 5444	16	445	2	0	74.0	บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน กรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในฐานะทรัสตีของทรัสต์เพื่อ การลงทุนในอสังหาริมทรัพย์และสิทธิการเช่า แอ็กซ์ตร้า ฟิวเจอร์ ซิตี้
2	5985	60	85	5038 I 5444	13	446	10	3	51.0	
3	9794	98 ข.	94	5038 I 5444	15	1297	1	1	82.0	
รวมคิดเป็นเนื้อที่							14	2	7.0	ไร่
หรือคิดเป็นเนื้อที่ (ตร.ว.)							5,807.0 ตารางวา			ตารางวา
รวมคิดเป็นเนื้อที่ทั้งหมด							24	2	9.0	ไร่
หรือคิดเป็นเนื้อที่ (ตร.ว.)							9,809.0 ตารางวา			ตารางวา

สิทธิตามกฎหมาย : กรรมสิทธิ์สมบูรณ์ (Freehold)

ผู้ถือกรรมสิทธิ์ที่ดิน : ตามรายละเอียดในตารางข้างต้น

ภาระผูกพันที่มีการจดทะเบียน : ไม่มีภาระผูกพันกับสถาบันการเงินใดๆ

หมายเหตุ : การตรวจสอบสิทธิตามกฎหมาย

ผู้ประเมินทำการประเมินมูลค่าทรัพย์สินโดยเชื่อว่าสิทธิและข้อจำกัดทางกฎหมายของทรัพย์สินมีความถูกต้อง โดยได้มีการตรวจสอบเอกสารสิทธิ์ปรากฏตามรายละเอียดข้างต้น และพบว่ามีข้อความในสาระสำคัญตรงกันเว้นแต่จะมีการระบุไว้เป็นอย่างอื่นในรายงาน โดยไม่มีการตรวจสอบว่าเอกสารปลอมแปลงหรือไม่

ผู้ประเมินเชื่อว่าผู้เป็นเจ้าของทรัพย์สินมีกรรมสิทธิ์หรือสิทธิตามกฎหมายโดยถูกต้องสามารถซื้อขายเปลี่ยนมือได้โดยไม่มีภาระผูกพัน ทางกฎหมายอื่นใดที่จะส่งผลกระทบต่อมูลค่าทรัพย์สิน นอกเหนือจากที่ได้ระบุไว้ข้างต้น

3.2 ราคาที่ดินตามบัญชีราคาประเมินทุนทรัพย์ทางราชการ

ราคาประเมินตามบัญชีกำหนดราคาประเมินทุนทรัพย์ รอบบัญชี 2566 – 2569 เพื่อการจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรมซึ่งกำหนดไว้เป็นรายแปลงดังนี้

ลำดับ	โฉนดเลขที่	เลขที่ดิน	เนื้อที่ดิน			ราคาประเมินราชการ		
			ไร่	งาน	ตร.ว.	(บาท/ตร.ว.)	(บาท)	หมายเหตุ
1	3694	1	4	3	48.0	750.00	1,461,000.00	
2	3695	2	5	0	54.0	750.00	1,540,500.00	
1	5893	16	2	0	74.0	5,250.00	4,588,500.00	
2	5985	13	10	3	51.0	200.00	870,200.00	
3	9794	15	1	1	82.0	6,000.00	3,492,000.00	
รวม							8,950,700.00	

3.3 การสำรวจที่ดิน

ในการสำรวจสถานที่ตั้งของที่ดินครั้งนี้ สามารถตรวจสอบตำแหน่งที่ดินได้ โดยตรวจสอบจาก

- ☑ ระวางแผนที่ 5038 I 5444
- ☑ ได้สำรวจที่ดินแล้ว ไม่พบหมุดหลักเขตที่ดิน
- ☑ ได้สำรวจที่ดินโดยมีเจ้าหน้าที่ของโครงการ โลตัส สาขาสิงห์บุรี เป็นผู้นำชี้ใช้แผนที่ตั้งที่ได้รับจากผู้ว่าจ้างเป็นแนวอ้างอิงเพื่อหาตำแหน่งที่ดิน
- ☑ พิกัดทางภูมิศาสตร์ GPS : Lat 14.882093 Long 100.430683

การตรวจสอบตำแหน่งที่ดินข้างต้นไม่ว่าจะเป็นการอ้างอิงจากหมุดหลักเขตที่ตรวจพบ ระวางที่ดิน เอกสารแปลงคงเหลือแปลงข้างเคียง การสอบถามผู้อาศัยข้างเคียง การนำชี้ หรือใช้แผนที่แสดงที่ตั้งของที่ดินที่ได้รับจากผู้ว่าจ้าง เป็นการอ้างอิงตามเอกสารราชการ หรือเอกสารที่ได้รับ และการจัดทำแผนที่แสดงที่ตั้งของที่ดิน พร้อมระยะทางโดยประมาณเท่านั้น

ผู้ประเมินมิได้ทำการสำรวจรังวัดตรวจสอบแนวเขตที่ดินเพื่อยืนยันลักษณะรูปแปลง เนื้อที่ดิน ระดับของดิน และแนวเขตที่ดิน และมิได้สำรวจสภาพที่ดินถึงความเหมาะสมสำหรับการพัฒนาโครงการ ทั้งไม่มีการทดสอบคุณสมบัติของดิน การทรุดตัว ตลอดจนวัตถุมีพิษที่อาจมี

3.4 ลักษณะเฉพาะของที่ดิน

เนื้อที่ดินและรูปร่าง

ที่ดินที่ประเมินประกอบที่ดินจำนวน : 5 แปลง

เนื้อที่ดินตามเอกสารสิทธิ์ที่ดินรวมทั้งสิ้น : 24-2-9.0 ไร่ หรือ 9,809.0 ตารางวา

ลักษณะรูปแปลงของที่ดินโดยรวมเป็นรูป : หลายเหลี่ยม

ที่ดินมีด้านที่ติดถนน (ด้านที่ใช้ประโยชน์) : 1 ด้าน

ด้านหน้าที่ติดถนนเข้า-ออกหลัก : ด้านทิศเหนือ ติดถนนสายเอเชีย (ทล.32) กว้างประมาณ 114.20 เมตร ลึกสุดประมาณ 286.80 เมตร

ภาพทางภูมิศาสตร์ ระดับผิวพื้นดิน และการใช้ประโยชน์

สภาพทางภูมิศาสตร์ : ที่ราบ

ระดับพื้นผิวดิน : ระดับดินสูงกว่าถนนประมาณ 0.20 เมตร

การใช้ประโยชน์บนที่ดินปัจจุบัน : โครงการ โลตัส สาขาสิงห์บุรี

อาณาเขตติดต่อ

ทิศ	มีอาณาเขตติดต่อกับ	ยาวประมาณ
ทิศเหนือ	ที่ดินบุคคลอื่น	348.00 เมตร
ทิศใต้	ที่ดินบุคคลอื่น	286.80 เมตร
ทิศตะวันออก	ถนนสายเอเชีย ทล.32 (บางปะอิน-นครสวรรค์)	114.20 เมตร
ทิศตะวันตก	ที่ดินบุคคลอื่น	171.30 เมตร

สภาพแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อที่ดิน

จากการตรวจสอบปัญหาสภาพแวดล้อมบริเวณใกล้เคียงที่ดินเท่าที่สามารถตรวจสอบได้ ณ วันสำรวจ พบดังนี้

ปัญหาเรื่องน้ำท่วมขัง : ไม่มีปัญหาเรื่องน้ำท่วมขัง

ปัญหามลพิษ : ไม่มีปัญหามลพิษ

การตรวจสอบอื่น ๆ : ไม่มีปัญหาเรื่องอื่นๆ

3.5 ระบบสาธารณูปโภค

วันสำรวจ มีสาธารณูปโภคผ่านหน้าทรัพย์สิน ได้แก่ ระบบไฟฟ้า, ระบบน้ำประปา, ระบบโทรศัพท์, ระบบทางระบายน้ำ

บทที่ 4. รายละเอียดอาคารและสิ่งปลูกสร้าง

4.1 รายการอาคารและสิ่งปลูกสร้าง

อาคารและสิ่งปลูกสร้าง รวมทั้งส่วนปรับปรุงพัฒนาบนที่ดินที่สำรวจได้ ประกอบด้วยรายการดังต่อไปนี้

ลำดับ	รายละเอียด	พื้นที่ (ตร.ม.)	ตั้งอยู่บนโฉนดเลขที่
1	อาคารโลตัส ไฮเปอร์มาร์เก็ต 2 ชั้น	26,420.00	5893, 5985 และ 9794
2	อาคารห้องเครื่องสูบน้ำชั้นเดียว	140.00	3694
3	บ่อคอนกรีตเก็บน้ำดี / น้ำเสีย	543.00	3694
4	ที่จอดรถยนต์ (หลังคาคลุม)	4,606.85	3694, 3695, 5893 และ 9794
5	อาคารล้างรถชั้นเดียว	126.00	3695
ส่วนพัฒนาควบ			
	ถนน/ลานคอนกรีตภายในโครงการและทางเดินรอบอาคาร	14,914.00	3694, 3695, 5893, 5985 และ 9794
	รั้วคอนกรีต สูง 2.00 เมตร	336.71	3694, 3695, และ5985
	รั้วลวดถัก สูง 2.00 เมตร	311.19	3694, 3695, 5893 และ5985
	ป้ายโครงการ และป้ายโฆษณา	1 ชุด	9794

4.2 การสำรวจอาคารและสิ่งปลูกสร้าง

ใบอนุญาตปลูกสร้างอาคาร

<u>สิ่งปลูกสร้างพื้นที่จังหวัดลพบุรี</u>

- ใบอนุญาตก่อสร้าง ดัดแปลง หรือรื้อถอนอาคาร (แบบ อ.1) เลขที่ 1/2550 (องค์การบริหารส่วนตำบลบางงา) อนุญาตให้ บริษัท เอก-ชัย ดีสทริบิวชั่น ซิสเทม จำกัด (เจ้าของอาคาร) ขออนุญาตก่อสร้างฯ บนที่ดินโฉนดเลขที่ 5985, 9794 และ 5893 เป็นอาคาร

1) คอนกรีตเสริมเหล็กสองชั้น จำนวน 1 หลัง เพื่อใช้เป็น สรรพสินค้า (ค้าปลีก-ค้าส่ง ประเภทอุปโภคบริโภค), พาณิชย์, ภัตตาคาร, สำนักงาน, ห้องเย็น, ที่จอดรถ พื้นที่ 22,290.00 ตารางเมตร ที่จอดรถ ที่กลับรถ และทางเข้าออกของรถ จำนวน 304 คัน พื้นที่ 7,748.00 ตารางเมตร

2) ป้ายโครงเหล็ก จำนวน 1 ป้าย เพื่อใช้เป็น ป้ายโฆษณาถาวร พื้นที่ 617.00 ตารางเมตร

3) ป้ายโครงเหล็กทางเข้า-ออก จำนวน 2 ป้าย เพื่อใช้เป็น ป้ายบอกทางเข้า-ออก พื้นที่ 72.00 ตารางเมตร

4) โครงเหล็ก 1 ชั้น จำนวน 3 หลัง เพื่อใช้เป็น หลังคาคลุมที่จอดรถจักรยานยนต์ พื้นที่ 438.00 ตารางเมตร

ใบรับรองการก่อสร้างอาคาร ดัดแปลงอาคาร หรือเคลื่อนย้ายอาคาร (แบบ อ.6) เลขที่ 1/2551 (องค์การบริหารส่วนตำบลบางงา) อนุญาตให้ บริษัท เอก-ชัย ดีสทริบิวชั่น ซิสเทม จำกัด (เจ้าของอาคาร) ได้ก่อสร้างอาคารเป็นไปตามใบอนุญาตก่อสร้างฯ ใบอนุญาตที่ 1/2550

1) คอนกรีตเสริมเหล็กสองชั้น จำนวน 1 หลัง เพื่อใช้เป็น สรรพสินค้า (ค้าปลีก-ค้าส่ง ประเภทอุปโภคบริโภค), พาณิชย์, ภัตตาคาร, สำนักงาน, ห้องเย็น, ที่จอดรถ พื้นที่ 22,290.00 ตารางเมตร ที่จอดรถ ที่กลับรถ และทางเข้าออกของรถ จำนวน 304 คัน

2) ป้ายโครงเหล็ก จำนวน 1 ป้าย เพื่อใช้เป็น ป้ายโฆษณาถาวร พื้นที่ 617.00 ตารางเมตร

3) ป้ายโครงเหล็กทางเข้า-ออก จำนวน 1 ป้าย เพื่อใช้เป็น ป้ายบอกทางเข้า-ออก พื้นที่ 36.00 ตารางเมตร

4) โครงเหล็ก 1 ชั้น จำนวน 3 หลัง เพื่อใช้เป็น หลังคาคลุมที่จอดรถจักรยานยนต์ พื้นที่ 438.00 ตารางเมตร

<u>สิ่งปลูกสร้างพื้นที่จังหวัดสิงห์บุรี</u>

- ใบอนุญาตก่อสร้าง ดัดแปลง หรือรื้อถอนอาคาร (แบบ อ.1) เลขที่ 18/2550 (องค์การบริหารส่วนตำบลม่วงหมู่) อนุญาตให้ บริษัท เอก-ชัย ดีสทริบิวชั่น ซิสเทม จำกัด (เจ้าของอาคาร) ขออนุญาตก่อสร้างฯ บนที่ดินโฉนดเลขที่ 3694 และ 3695 เป็นอาคาร

1) โครงสร้างเหล็ก จำนวน 13 หลัง เพื่อใช้เป็น อาคารโรงจอดรถ จำนวน 507 คัน พื้นที่ 16,447.77 ตารางเมตร

ใบรับรองการก่อสร้างอาคาร ดัดแปลงอาคาร หรือเคลื่อนย้ายอาคาร (แบบ อ.6) เลขที่ 1/2551 (องค์การบริหารส่วนตำบลม่วงหมู่) อนุญาตให้ บริษัท เอก-ชัย ดีสทริบิวชั่น ซิสเทม จำกัด (เจ้าของอาคาร) ได้ก่อสร้างอาคารเป็นไปตามใบอนุญาตก่อสร้างฯ ใบอนุญาตที่ 18/2550

1) โครงสร้างเหล็ก จำนวน 13 หลัง เพื่อใช้เป็น อาคารโรงจอดรถ จำนวน 507 คัน

- ใบอนุญาตก่อสร้าง ดัดแปลง หรือรื้อถอนอาคาร (แบบ อ.1) เลขที่ 13/2551 (องค์การบริหารส่วนตำบลม่วงหมู่) อนุญาตให้ บริษัท เอก-ชัย ดีสทริบิวชั่น ซิสเทม จำกัด (เจ้าของอาคาร) ขออนุญาตก่อสร้างฯ บนที่ดินโฉนดเลขที่ 3694 และ 3695 เป็นอาคาร

1) คอนกรีตเสริมเหล็ก 1 ชั้น จำนวน 1 หลัง เพื่อใช้เป็น ถังบำบัดน้ำเสีย พื้นที่ 297.00 ตารางเมตร

2) คอนกรีตเสริมเหล็ก 1 ชั้น จำนวน 1 หลัง เพื่อใช้เป็น ห้องเครื่องและถังเก็บน้ำ พื้นที่ 432.00 ตารางเมตร

ใบรับรองการก่อสร้างอาคาร ดัดแปลงอาคาร หรือเคลื่อนย้ายอาคาร (แบบ อ.6) เลขที่ 2/2551 (องค์การบริหารส่วนตำบลม่วงหมู่) อนุญาตให้ บริษัท เอก-ชัย ดีสทริบิวชั่น ซิสเทม จำกัด (เจ้าของอาคาร) ได้ก่อสร้างอาคารเป็นไปตามใบอนุญาตก่อสร้างฯ ใบอนุญาตที่ 13/2551

1) คอนกรีตเสริมเหล็ก 1 ชั้น จำนวน 1 หลัง เพื่อใช้เป็น ถังบำบัดน้ำเสีย

2) คอนกรีตเสริมเหล็ก 1 ชั้น จำนวน 1 หลัง เพื่อใช้เป็น ห้องเครื่องและถังเก็บน้ำ

หนังสือสัญญาที่ดินพร้อมขายสิ่งปลูกสร้าง (กรณีแปลงสภาพ) ทำเมื่อวันที่ 26 พฤศจิกายน 2567 ตามทะเบียนสิทธิและนิติกรรมขายที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง (กรณีแปลงสภาพ) สิ่งปลูกสร้าง ได้แก่
<u>พื้นที่จังหวัดลพบุรี (ใบอนุญาตก่อสร้างฯ เลขที่ 1/2550 ลว.7 มิถุนายน 2550)</u>

1) ***อาคารคอนกรีตเสริมเหล็ก 2 ชั้น จำนวน 1 หลัง พื้นที่ 22,290.00 ตารางเมตร***
2) ***ที่จอดรถ ที่กลับรถ และทางเข้าออกของรถ จำนวน 304 คัน พื้นที่ 7,748.00 ตารางเมตร***
3) ***ป้ายโครงเหล็ก เพื่อใช้เป็นป้ายโฆษณาถาวร จำนวน 1 ป้าย พื้นที่ 617.00 ตารางเมตร***
4) ***ป้ายโครงเหล็กทางเข้า-ออก เพื่อใช้เป็นป้ายบอกทางเข้า-ออกของรถ จำนวน 2 ป้าย พื้นที่ 72.00 ตารางเมตร***
5) ***โครงเหล็ก 1 ชั้น เพื่อใช้เป็นหลังคาคลุมที่จอดรถจักรยานยนต์ จำนวน 3 หลัง พื้นที่ 438.00 ตารางเมตร***

<u>พื้นที่จังหวัดสิงห์บุรี (ใบอนุญาตก่อสร้างฯ เลขที่ 18/2550 ลว.26 มิถุนายน 2550 และ 13/2551 ลว.16 พฤษภาคม 2551)</u>

6) โครงสร้างเหล็ก 1 ชั้น เพื่อใช้เป็นโรงจอดรถ จำนวน 507 คัน จำนวน 13 หลัง พื้นที่ 16,447.77 ตารางเมตร

7) คอนกรีตเสริมเหล็ก 1 ชั้น เพื่อใช้เป็นถังบำบัดน้ำเสีย จำนวน 1 หลัง พื้นที่ 297.00 ตารางเมตร

8) คอนกรีตเสริมเหล็ก 1 ชั้น เพื่อใช้เป็นห้องเครื่องและถังเก็บน้ำ จำนวน 1 หลัง พื้นที่ 432.00 ตารางเมตร

โดยอาคารดังกล่าวตั้งอยู่บนโฉนดเลขที่ 5893, 5985 และ 9794 (ตำบลบางงา อำเภอท่าวุ้ง จังหวัดลพบุรี), 3694 และ 3695 (ตำบลม่วงหมู่ อำเภอบางพุดทรา จังหวัดสิงห์บุรี) กรรมสิทธิ์ของ กองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์และสิทธิการเช่า โลตัสส์ รีเทล โกรท (เดิม) ปัจจุบันที่ดินและสิ่งปลูกสร้างเป็นกรรมสิทธิ์ของ บริษัท หลักทรัพย์จัดการกองทุนกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในฐานะทรัสตีของทรัสต์เพื่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์และสิทธิการเช่า แอ็กซ์ตร้า ฟิวเจอร์ ซิตี้

แบบแปลนที่ใช้ประกอบการประเมิน

- เป็นไปตามแบบแปลนตามที่ผู้ว่าจ้าง, เจ้าของอาคาร หรือผู้ครอบครองอาคารจัดให้

ความสมบูรณ์ในการก่อสร้าง

- เป็นอาคารที่ก่อสร้างเสร็จสมบูรณ์ สามารถใช้งานหรือได้ใช้งานแล้ว

การเข้าสำรวจและตรวจสอบอาคาร

- ณ วันสำรวจผู้ประเมินสามารถเข้าสำรวจภายในอาคารและภายนอกอาคาร
- ผู้ประเมินได้ตรวจสอบการปลูกสร้างอาคารพบว่า อาคารได้ปลูกสร้างในแนวเขตของที่ดินที่ประเมิน

เงื่อนไขและข้อจำกัดในการตรวจสอบอาคาร

บริษัท เอเซี่ยน เอ็นจิเนียริ่ง แวลูเอชั่น จำกัด ได้ทำการสำรวจและประเมินมูลค่าโดยมีเงื่อนไข และข้อจำกัดในการสำรวจและตรวจสอบอาคารสิ่งก่อสร้าง และส่วนปรับปรุงพัฒนาอื่นๆ บนที่ดิน กล่าวคือ

ผู้ประเมินได้ทำการสำรวจตรวจสอบเบื้องต้นเฉพาะตัวอาคารและส่วนปรับปรุงอื่น ตลอดจนระบบน้ำประปา ระบบไฟฟ้า และระบบอื่นๆ ตามลักษณะของการใช้งานทั่วไปเท่านั้น โดยไม่มีการสำรวจหรือทดสอบทางวิศวกรรมของอาคารและส่วนปรับปรุงอื่นเกี่ยวกับความแข็งแรง ความปลอดภัย การทรุดตัวของโครงสร้าง การใช้วัสดุที่อาจเป็นพิษในอาคาร หรือการทดสอบประสิทธิภาพการใช้งานของระบบสาธารณูปโภคภายในอาคาร อย่างไรก็ตาม ผู้ประเมินค่าทรัพย์สินได้ทำการตรวจสอบสภาพโดยทั่วไปของอาคารอย่างถี่ถ้วนแล้ว

ผู้ประเมินไม่สามารถยืนยันได้ว่าอาคาร และส่วนปรับปรุงพัฒนาอื่น มีการก่อสร้างตรงตามแบบที่ได้รับอนุญาตก่อสร้างหรือไม่ และไม่สามารถยืนยันได้ว่าเนื้อที่อาคารที่แท้จริงมีขนาดเนื้อที่ตรงตามแบบคำนวณที่ได้รับหรือที่ได้ประมาณการหรือไม่

ผู้ประเมินเชื่อว่าอาคาร และส่วนปรับปรุงพัฒนาอื่น ได้รับการปลูกสร้างโดยถูกต้องสอดคล้องกับข้อกำหนดผังเมืองกฎหมายควบคุมอาคาร และกฎหมายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเว้นแต่จะระบุเป็นอย่างอื่นในรายงาน

(ผังที่ตั้งอาคารแต่ละหลัง และภาพถ่ายอาคาร ได้แสดงไว้ในภาคผนวก)

4.3 รายละเอียดอาคารและสิ่งปลูกสร้าง

รายละเอียดของอาคารสิ่งก่อสร้าง และส่วนปรับปรุง แต่ละรายการแสดงดังต่อไปนี้

สิ่งปลูกสร้างรายการที่ 1	:	**อาคารโลตัส ไฮเปอร์มาร์เก็ต สูง 2 ชั้น**

รายละเอียดทั่วไป

ลักษณะอาคาร	:	อาคารคอนกรีตเสริมเหล็ก สูง 2 ชั้น
พื้นที่รวมประมาณ	:	26,420.00 ตารางเมตร
การแบ่งพื้นที่ใช้ประโยชน์	:	ชั้นที่ 1 ได้แก่ พื้นที่ร้านค้า ศูนย์อาหาร สำนักงาน ห้องน้ำ โถงทางเดิน บันไดขึ้น-ลง ห้องเครื่อง
	:	ชั้นที่ 2 ได้แก่ พื้นที่ค้าปลีกโลตัส พื้นที่ร้านค้า สำนักงาน ห้องน้ำ โถงทางเดิน บันไดขึ้น-ลง สโตร์สินค้า
รูปแบบอาคาร	:	มาตรฐาน
คุณภาพของวัสดุก่อสร้าง	:	ดี
อายุอาคารประมาณ	:	19 ปี
สภาพอาคาร	:	ดี
การดูแล บำรุงรักษา	:	มีการดูแลรักษาดี

โครงสร้างและวัสดุอาคาร

โครงสร้างอาคาร	:	คอนกรีตเสริมเหล็ก
โครงหลังคาและวัสดุมุงหลังคา	:	โครงหลังคา-เหล็ก, วัสดุมุงหลังคา-แผ่นเหล็กรีดลอน (Metal Sheet)
ฝ้าเพดาน	:	ยิปซั่มบอร์ดฉาบเรียบ ทาสี (ส่วนพื้นที่ร้านค้า)
ผนังและวัสดุผิว	:	ก่ออิฐฉาบปูนเรียบทาสี กระจกกรอบอลูมิเนียม
พื้นและวัสดุปูผิวพื้น	:	คอนกรีตเสริมเหล็กปูกระเบื้องยาง ไม้ลามิเนต กระเบื้องเคลือบ และผิวขัดมัน
ประตู	:	บานกระจกกรอบอลูมิเนียมระบบอัตโนมัติ บานกระจกกรอบอลูมิเนียมบานสวิง เหล็กยืด เหล็กม้วน และ PVC บานเปิด
หน้าต่าง	:	บานกระจกกรอบอลูมิเนียม
ห้องน้ำ	:	พื้น/ผนัง กระเบื้องเคลือบ
สุขภัณฑ์ประกอบด้วย	:	อ่างล้างหน้าแบบเคาร์เตอร์, โถสุขภัณฑ์ชักโครกชนิดนั่งราบ อ่างล้างหน้า
การใช้ประโยชน์โดยรวมปัจจุบัน	:	พื้นที่ไฮเปอร์มาร์เก็ต

ระบบภายในอาคาร ประกอบด้วย

ระบบไฟฟ้า	:	รับกระแสไฟฟ้าจากการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ประกอบด้วย ■ หม้อแปลงไฟฟ้า ขนาด 2,000 KVA จำนวน 2 ชุด ■ ตู้ควบคุมไฟฟ้า (Main Distributor Board) ■ เสาไฟฟ้า **ระบบไฟฟ้าสำรอง** เครื่องกำเนิดไฟฟ้าสำรอง ขนาด 600 KVA จำนวน 1 ชุด
ระบบประปา	:	น้ำประปาจากการประปาส่วนภูมิภาค
ระบบสื่อสาร	:	ระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (Computer Network System) ระบบโทรศัพท์ (Telephone System)
ระบบปรับอากาศ	:	เป็นระบบปรับอากาศแบบ Chiller Water System พร้อมเครื่องระบายความร้อน Cooling Tower, ปั๊มน้ำ Chiller, Condencer Pump, ระบบทำความเย็น AHU (Air Handing Unit)
ระบบป้องกันอัคคีภัย	:	ประกอบด้วย เครื่องสูบน้ำดับเพลิงอัตโนมัติ เครื่องสูบน้ำรักษาแรงดันน้ำ ตู้ดับเพลิง (Fire Host Cabinet) ถังดับเพลิงเคมี จุดรับน้ำดับเพลิงภายนอก ระบบไฟฟ้าฉุกเฉิน ระบบสัญญาณเตือนภัย (Smoke and Heat Detector)
ระบบสุขาภิบาล	:	บ่อบำบัดน้ำเสีย (Waste Water Treatment System) / บ่อเก็บน้ำดี
ระบบรักษาความปลอดภัย	:	ร.ป.ภ. 24 ชั่วโมง, กล้องวงจรปิด (CCTV), เครื่องบันทึกภาพ (DVR), จอแสดงผล (Monitor)

สิ่งปลูกสร้างรายการที่ 2	:	**อาคารห้องเครื่องสูบน้ำชั้นเดียว**

รายละเอียดทั่วไป

ลักษณะอาคาร	:	อาคารคอนกรีตเสริมเหล็ก
พื้นที่รวมประมาณ	:	140.00 ตารางเมตร
การแบ่งพื้นที่ใช้ประโยชน์	:	ห้องควบคุม
รูปแบบอาคาร	:	มาตรฐาน
คุณภาพของวัสดุก่อสร้าง	:	ปานกลาง
อายุอาคารประมาณ	:	19 ปี
สภาพอาคาร	:	ปานกลาง
การดูแล บำรุงรักษา	:	มีการดูแลรักษาปานกลาง

โครงสร้างและวัสดุอาคาร

โครงสร้างอาคาร	:	คอนกรีตเสริมเหล็ก
โครงหลังคาและวัสดุมุงหลังคา	:	โครงหลังคา-คอนกรีตเสริมเหล็ก, วัสดุมุงหลังคา-คอนกรีตเสริมเหล็ก
ฝ้าเพดาน	:	ไม่มี
ผนังและวัสดุผิว	:	ก่ออิฐฉาบปูนเรียบ
พื้นและวัสดุปูผิวพื้น	:	คอนกรีตเสริมเหล็กผิวขัดเรียบ
ประตู	:	เหล็ก
หน้าต่าง	:	ไม่มี
ห้องน้ำ	:	ไม่มี
สุขภัณฑ์ประกอบด้วย	:	ไม่มี
การใช้ประโยชน์โดยรวมปัจจุบัน	:	ห้องควบคุมระบบน้ำ

สิ่งปลูกสร้างรายการที่ 3	:	**บ่อคอนกรีตเก็บน้ำดี / น้ำเสีย**

รายละเอียดทั่วไป

ลักษณะอาคาร	:	อาคารคอนกรีตเสริมเหล็ก
พื้นที่รวมประมาณ	:	543.00 ตารางเมตร
การแบ่งพื้นที่ใช้ประโยชน์	:	บ่อเก็บน้ำ และบำบัดน้ำเสีย
รูปแบบอาคาร	:	มาตรฐาน
คุณภาพของวัสดุก่อสร้าง	:	ปานกลาง
อายุอาคารประมาณ	:	19 ปี
สภาพอาคาร	:	ปานกลาง
การดูแล บำรุงรักษา	:	มีการดูแลรักษาปานกลาง

โครงสร้างและวัสดุอาคาร

โครงสร้างอาคาร	:	คอนกรีตเสริมเหล็ก
โครงหลังคาและวัสดุมุงหลังคา	:	โครงหลังคา-คอนกรีตเสริมเหล็ก, วัสดุมุงหลังคา-คอนกรีตเสริมเหล็ก
ฝ้าเพดาน	:	ไม่มี
ผนังและวัสดุผิว	:	ก่ออิฐฉาบปูนเรียบ
พื้นและวัสดุปูผิวพื้น	:	คอนกรีตเสริมเหล็กผิวขัดเรียบ
ประตู	:	ไม่มี
หน้าต่าง	:	ไม่มี
ห้องน้ำ	:	ไม่มี
สุขภัณฑ์ประกอบด้วย	:	ไม่มี
การใช้ประโยชน์โดยรวมปัจจุบัน	:	บ่อเก็บน้ำ และบำบัดน้ำเสีย

สิ่งปลูกสร้างรายการที่ 4	:	**ที่จอดรถยนต์ (หลังคาคลุม) - จำนวน 12 หลัง**

รายละเอียดทั่วไป

ลักษณะอาคาร	:	อาคารส่วนโล่งโครงสร้างเหล็ก
พื้นที่รวมประมาณ	:	4,606.85 ตารางเมตร (รวม 12 หลัง)
การแบ่งพื้นที่ใช้ประโยชน์	:	ที่จอดรถยนต์
รูปแบบอาคาร	:	มาตรฐาน
คุณภาพของวัสดุก่อสร้าง	:	ปานกลาง
อายุอาคารประมาณ	:	19 ปี
สภาพอาคาร	:	ปานกลาง
การดูแล บำรุงรักษา	:	มีการดูแลรักษาปานกลาง

โครงสร้างและวัสดุอาคาร

โครงสร้างอาคาร	:	เหล็ก
โครงหลังคาและวัสดุมุงหลังคา	:	โครงหลังคา-เหล็ก, วัสดุมุงหลังคา-แผ่นเหล็กรีดลอน (Metal Sheet)
ฝ้าเพดาน	:	ไม่มี
ผนังและวัสดุผิว	:	ผนังเปิดโล่ง
พื้นและวัสดุปูผิวพื้น	:	คอนกรีตเสริมเหล็กผิวขัดเรียบ
ประตู	:	ไม่มี
หน้าต่าง	:	ไม่มี
ห้องน้ำ	:	ไม่มี
สุขภัณฑ์ประกอบด้วย	:	ไม่มี
การใช้ประโยชน์โดยรวมปัจจุบัน	:	ที่จอดรถยนต์

สิ่งปลูกสร้างรายการที่ 5	:	**อาคารล้างรถชั้นเดียว**

รายละเอียดทั่วไป

ลักษณะอาคาร	:	อาคารส่วนโล่งโครงสร้างเหล็ก
พื้นที่รวมประมาณ	:	126.00 ตารางเมตร
การแบ่งพื้นที่ใช้ประโยชน์	:	ทางเดินเข้าอาคาร
รูปแบบอาคาร	:	มาตรฐาน
คุณภาพของวัสดุก่อสร้าง	:	ปานกลาง
อายุอาคารประมาณ	:	19 ปี
สภาพอาคาร	:	ปานกลาง
การดูแล บำรุงรักษา	:	มีการดูแลรักษาปานกลาง

โครงสร้างและวัสดุอาคาร

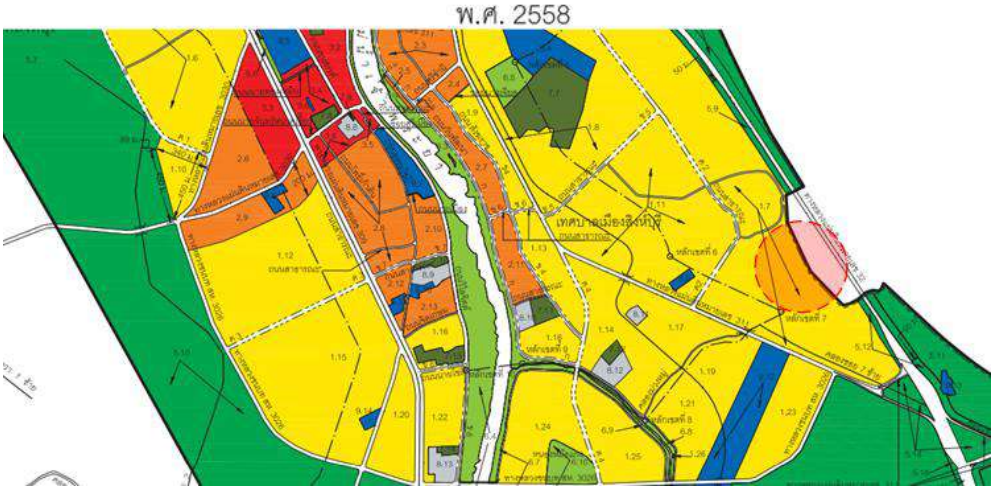
โครงสร้างอาคาร	:	เหล็ก
โครงหลังคาและวัสดุมุงหลังคา	:	โครงหลังคา-เหล็ก, วัสดุมุงหลังคา-แผ่นเหล็กรีดลอน (Metal Sheet)
ฝ้าเพดาน	:	ไม่มี
ผนังและวัสดุผิว	:	ผนังเปิดโล่ง
พื้นและวัสดุปูผิวพื้น	:	คอนกรีตเสริมเหล็กผิวขัดเรียบ
ประตู	:	ไม่มี
หน้าต่าง	:	ไม่มี
ห้องน้ำ	:	ไม่มี
สุขภัณฑ์ประกอบด้วย	:	ไม่มี
การใช้ประโยชน์โดยรวมปัจจุบัน	:	จุดให้บริการล้างรถ

บทที่ 5. ข้อกฎหมายที่มีผลกระทบ และการใช้ประโยชน์สูงสุด

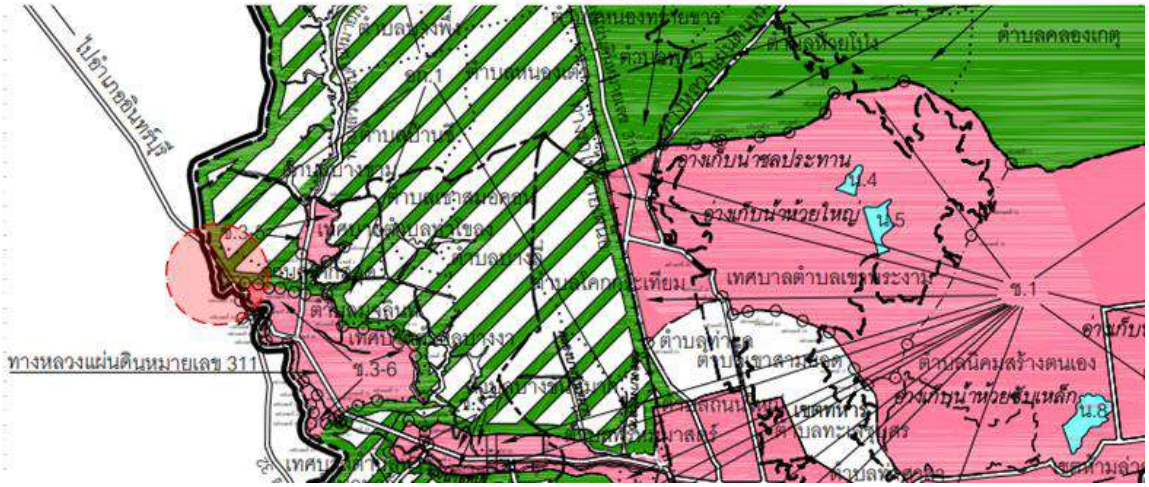
5.1 ข้อกำหนดผังเมือง

ตามประกาศผังเมืองรวมเมืองสิงห์บุรี (พ.ศ.2558) พบว่าทรัพย์สินที่ประเมินมูลค่าบางส่วนตั้งอยู่ในเขตผังเมืองประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นน้อย (พื้นที่โซนสีเหลือง) และผังเมืองรวมจังหวัดลพบุรี (พ.ศ.2560) พบว่าทรัพย์สินที่ประเมินมูลค่าบางส่วนตั้งอยู่ในเขตผังเมืองประเภทอนุรักษ์ชนบทและเกษตรกรรม (พื้นที่โซนสีขาวมีกรอบและเส้นทแยงสีเขียว)

แผนผังกำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดินตามที่ได้จำแนกประเภทท้ายกฎกระทรวง
ให้ใช้บังคับผังเมืองรวมเมืองสิงห์บุรี
พ.ศ. 2558



แผนผังกำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดินตามที่ได้จำแนกประเภทท้ายกฎกระทรวง
ให้ใช้บังคับผังเมืองรวมจังหวัดลพบุรี
พ.ศ. 2560



5.2 กฎหมายควบคุมอาคาร

ทรัพย์สินตั้งอยู่ในเขตการปกครองท้องถิ่นของเทศบาลตำบลบางงา จังหวัดลพบุรี และองค์การบริหารส่วนตำบลม่วงหมู่ จังหวัดสิงห์บุรี การขออนุญาตปลูกสร้าง/ดัดแปลง/รื้อถอนอาคาร จะต้องยื่นขอใบอนุญาตจากหน่วยงานท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง

พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522

5.3 การเวนคืน

จากการตรวจสอบจากเทศบาลตำบลบางงา จังหวัดลพบุรี และองค์การบริหารส่วนตำบลม่วงหมู่ จังหวัดสิงห์บุรี ปรากฏว่าทรัพย์สิน "**ไม่อยู่**" ในแนวเวนคืนเพื่อการก่อสร้างสาธารณประโยชน์ใดๆ

5.4 การถูกรอนสิทธิต่าง ๆ

แนวสายไฟฟ้าแรงสูง : ไม่มี

การตกเป็นทางเข้าออกให้ที่ดินแปลงอื่นโดยการจดภาระจำยอม : ไม่มี

การตกเป็นทางเข้าออกให้ที่ดินแปลงอื่นตามสภาพ : ไม่มี

การรอนสิทธิอื่นๆ : ไม่มี

5.5 กฎหมายอื่น ๆ

- ไม่มี

5.6 โครงการพัฒนาของภาครัฐ

โครงการพัฒนาด้านคมนาคมสำคัญ โดยเฉพาะการสร้างสะพาน "Network Tied Arch" ข้ามแม่น้ำเจ้าพระยาแห่งแรกในไทย มูลค่า 1,100 ล้านบาท ซึ่งจะเชื่อมทางหลวงหมายเลข 311 กับทางหลวงหมายเลข 32 เพื่อบรรเทารถติดและยกระดับเศรษฐกิจ พร้อมทั้งมีโครงการขยายถนนจาก 2 ช่องจราจรเป็น 4 ช่องจราจรในเส้นทางหลักเพื่อรองรับการเดินทางและการท่องเที่ยว

ปัจจุบันเส้นทางนี้ มีปริมาณการจราจรหนาแน่น ทำให้ประชาชนไม่ได้รับความสะดวกในการเดินทางและเกิดอุบัติเหตุบ่อยครั้ง การดำเนินโครงการนี้จะช่วยบรรเทาปัญหาการจราจร เพิ่มประสิทธิภาพและความปลอดภัย ลดระยะเวลาและค่าใช้จ่ายในการขนส่ง ส่งเสริมการท่องเที่ยวและพัฒนาเศรษฐกิจลักษณะการก่อสร้างสะพานแห่งนี้ประกอบด้วยส่วนสำคัญ 2 ส่วนหลักๆ ได้แก่ ตัวสะพานหลักที่ทอดข้ามแม่น้ำ (Arch Bridge) และสะพานเชื่อมทางขึ้นลง หรือที่เรียกว่า (Approach Bridge)

- ก่อสร้างสะพานหลัก เป็นสะพานโค้งแบบเครือข่ายที่มีระบบค้ำยันภายใน (Network Tied Arch Bridge) แห่งแรกในประเทศไทย ซึ่งมีความโดดเด่นทางวิศวกรรมด้วยช่วงยาว 150 เมตร ข้ามแม่น้ำเจ้าพระยาโดยไม่มีเสาตอม่อในน้ำ ทำให้ดูสวยงามและไม่กีดขวางการไหลของน้ำ โดยสะพานนี้ใช้เทคโนโลยี "Network Tied Arch" ที่ทันสมัย ด้วยการใช้สายเคเบิลลายเส้นขึงไขว้กันเป็นรูปแบบเครือข่าย (network cable pattern) ทำให้สะพานสามารถรับน้ำหนักได้มาก เพิ่มความแข็งแรง ลดการโก่งตัวของโครงสร้าง แตกต่างจากสะพานโค้งทั่วไปที่ใช้สายเคเบิลขึงตรง อีกทั้ง ส่วนโค้งและสายเคเบิลยังทำงานร่วมกันเพื่อช่วยถ่ายแรงไปยังพื้นสะพาน ทำให้สะพานมีความมั่นคงและปลอดภัยมากยิ่งขึ้น ผิวจราจรแบบแอสฟัลต์คอนกรีต ขนาด 3 ช่อง

จราจร (ขาเข้าตัวเมือง) ขนาดความกว้าง 3.50 เมตร ไหล่ทาง 2.50 เมตร พร้อมทางเท้าข้างละ 4.95 เมตร มีความสูงประมาณ 30 เมตร พร้อมงานประดับตกแต่งไฟบนสะพานเพื่อความสวยงามในยามค่ำคืน



- ก่อสร้างสะพานเชื่อมทางขึ้นลง (Approach Bridge) เป็นสะพานที่เชื่อมต่อถนนหรือทางลาดเข้ากับตัวสะพานหลัก ทำหน้าที่รองรับการจราจรที่เข้าและออกจากสะพานหลัก ช่วยกระจายแรงและลดผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงความสูงระหว่างถนนกับสะพาน สร้างด้วยคอนกรีตอัดแรงแบบ (I - Girder) มีเสาเข็มเจาะเป็นฐานราก มีทั้งหมด 6 ช่วง แบ่งเป็นช่วงยาว 20 เมตร จำนวน 3 ช่วง และช่วงยาว 25 เมตร จำนวน 3 ช่วง รวมความยาว 135 เมตร ขนาด 3 ช่องจราจร (ขาเข้าตัวเมือง) ขนาดความกว้าง 3.50 เมตร ไหล่ทาง 2.50 เมตร ผิวทางแบบแอสฟัลต์คอนกรีต นอกจากนี้ ยังมีการก่อสร้างเชิงลาดคอสะพาน กำแพงกันดิน เพื่อให้การเชื่อมต่อระหว่างสะพานกับถนนเป็นไปอย่างราบรื่น ปลอดภัย และลดการทรุดตัวบริเวณรอยต่อ" เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจราจรและลดปัญหาการจราจรติดขัด





เมื่อโครงการแล้วเสร็จ ประชาชนในจังหวัดสิงห์บุรีและพื้นที่ใกล้เคียงจะได้รับประโยชน์มากมาย อาทิ การเดินทางที่สะดวกและรวดเร็วขึ้น ช่วยลดระยะเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ความปลอดภัยที่เพิ่มขึ้นจากการลดความเสี่ยงในการเกิดอุบัติเหตุบนท้องถนน การจราจรที่คล่องตัว บรรเทาปัญหาการจราจรติดขัดในพื้นที่ ส่งเสริมการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวทำให้เศรษฐกิจเติบโต คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ประชาชนสามารถเข้าถึงบริการสาธารณะและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ได้อย่างสะดวกยิ่งขึ้น และการพัฒนาพื้นที่ ปรับปรุงภูมิทัศน์และสร้างพื้นที่สาธารณะสำหรับประชาชน ยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนและส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยให้เติบโตอย่างยั่งยืน



บทที่ 6. การวิเคราะห์ทรัพย์สิน

6.1 ข้อดีและข้อด้อยของทรัพย์สิน

จากการสำรวจลักษณะต่างๆ และปัจจัยแวดล้อมทั่วไปของทรัพย์สิน ผู้ประเมินมีความเห็นว่าทรัพย์สินมีลักษณะเฉพาะที่เป็นจุดแข็ง และจุดอ่อนดังต่อไปนี้

จุดแข็ง (Strengths)

- แบรนด์ระดับประเทศ: Lotus's/โลตัส เป็นเครือค้าปลีกขนาดใหญ่ มีความน่าเชื่อถือและความคุ้นเคยของผู้บริโภคไทย ซึ่งช่วยดึงลูกค้าและพันธมิตรธุรกิจ
- สินค้าครบวงจรและบริการ: รวมทั้งอาหารสด สินค้าอุปโภคบริโภค และบริการเสริม (ธนาคาร, ร้านค้า) ทำให้ลูกค้ามาใช้บริการครั้งเดียวจบ
- กลยุทธ์เชิงประสบการณ์ลูกค้า: แนวทางเปลี่ยนจากราคาถูกเป็นการสร้าง Emotional Engagement เพิ่มมูลค่าแบรนด์

จุดอ่อน (Weaknesses)

- ขนาดสาขาและข้อจำกัดพื้นที่: สาขาจังหวัดมักมีพื้นที่และสต็อกจำกัดเมื่อเทียบกับสาขาในเมืองใหญ่ ทำให้ความหลากหลายสินค้าและโปรโมชั่นบางอย่างจำกัด.
- การจราจรและที่จอดรถ: หากตั้งในเขตเมือง การเข้าถึงในชั่วโมงเร่งด่วนอาจเป็นอุปสรรคต่อการมาใช้บริการของลูกค้าจำนวนมาก
- ความใกล้ชิดกับร้านค้าท้องถิ่น: ร้านค้าท้องถิ่นมีความยืดหยุ่นด้านราคาและความสัมพันธ์กับลูกค้าซึ่งสาขาใหญ่ต้องพยายามสร้างความสัมพันธ์เชิงชุมชน

โอกาส (Opportunities)

- ขยายฐานลูกค้าในชานเมืองและชุมชนใหม่: การเติบโตของที่อยู่อาศัยรอบเมืองสิงห์บุรีเปิดโอกาสเพิ่มลูกค้าประจำ
- ใช้ Omnichannel และกิจกรรมเชิงไลฟ์สไตล์: นำไลฟ์สด สาธิตทำอาหาร และโปรโมชันออนไลน์-ออฟไลน์มาดึงกลุ่มคนรุ่นใหม่และแม่บ้าน
- ความร่วมมือกับผู้ผลิตท้องถิ่น: เพิ่มสินค้าพื้นเมือง/เกษตรอินทรีย์ สร้างความต่างและสนับสนุนเศรษฐกิจท้องถิ่น

อุปสรรค (Threats)

- การแข่งขันจากห้าง/ร้านค้ารายอื่นในภูมิภาค: ห้างในจังหวัดใกล้เคียงหรือร้านค้าสะดวกซื้อขยายสาขาอาจแย่งส่วนแบ่งการตลาด
- ความผันผวนกำลังซื้อ: เศรษฐกิจท้องถิ่นหรือราคาสินค้าเกษตรผันผวนกระทบการจับจ่าย
- แรงต้านจากชุมชน: หากการพัฒนาไม่สอดคล้องกับวิถีชุมชน อาจเกิดปัญหาภาพลักษณ์และการต่อต้าน

6.2 การใช้ประโยชน์สูงสุด

จากการพิจารณาถึงลักษณะทางกายภาพของตำแหน่งที่ตั้งทรัพย์สินที่ประเมินมูลค่า เช่น ทำเลที่ตั้ง ลักษณะทางกายภาพ ศักยภาพการพัฒนาที่ดิน สภาพการใช้ที่ดินในบริเวณข้างเคียง เงื่อนไขและข้อจำกัดทางกฎหมาย ผู้ประเมินมีความเห็นว่าการใช้ประโยชน์ในที่ดินที่มีความเหมาะสม และให้ประโยชน์สูงสุด และดีที่สุดของทรัพย์สินคือ อุตสาหกรรมหรือพิจารณาใช้ประโยชน์ตามสภาพปัจจุบันบริษัท เห็นว่าทรัพย์สินปัจจุบันได้มีการ ใช้ประโยชน์สูงสุด และดีที่สุดแล้ว

6.3 ความเห็นหรือข้อสังเกตพิเศษ

แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรมปี 2569-2571: ธุรกิจร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (ที่มา : วิจัยกรุงศรี 30 เมษายน 2569)

EXECUTIVE SUMMARY

ปี 2569 ร้านค้าปลีกสมัยใหม่เผชิญแรงกดดันจากแนวโน้มเศรษฐกิจไทยชะลอตัวกดดันกำลังซื้อ ท่ามกลางความไม่แน่นอนของสถานการณ์โลก ส่งผลให้ผู้บริโภครายได้ระดับกลาง–ล่างเน้นซื้อสินค้าจำเป็นมากขึ้น อย่างไรก็ตาม กำลังซื้อของผู้บริโภครายได้กลาง–บน และนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจที่คาดว่าจะมีต่อเนื่องจะช่วยพยุงยอดขายร้านค้าปลีกทรงตัว โดยเฉพาะร้านสะดวกซื้อ ปี 2570 และ 2571 ยอดขายมีแนวโน้มกระเตื้องขึ้นตามทิศทางเศรษฐกิจไทยที่ฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป ขณะที่การลงทุนโครงสร้างพื้นฐานทำให้ชุมชนขยายตัวออกไปในพื้นที่ชานเมืองและจังหวัดภูมิภาค ผู้ประกอบการมีแนวโน้มกระตุ้นยอดขายผ่านการพัฒนาโมเดลร้านค้าใหม่ เน้นสินค้า Private label และใช้เทคโนโลยี AI และ Big data ยกระดับการเข้าถึงลูกค้าเฉพาะกลุ่ม รวมถึงพัฒนาช่องทางออนไลน์ต่อเนื่องรองรับการเติบโตในระยะยาว

ประเด็นท้าทายมาจากกำลังซื้อฟื้นตัวช้า ท่ามกลางความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจไทยและโลก ส่งผลให้ภาคท่องเที่ยวมีทิศทางเติบโตช้าลง ท่ามกลางการแข่งขันในตลาดค้าปลีกที่รุนแรงขึ้น ขณะที่การลงทุนด้านเทคโนโลยีและมาตรฐานความยั่งยืน (ESG) กลายเป็นต้นทุนสำคัญที่หลีกเลี่ยงไม่ได้

การเติบโตของร้านค้าปลีกแต่ละประเภทในปี 2569-2571 มีดังนี้

- ห้างสรรพสินค้า: คาดรายได้เติบโตเฉลี่ย 2.0–3.0% ต่อปี จากฐานลูกค้ามีรายได้มั่นคง ทำให้กำลังซื้อไม่ผันผวนตามเศรษฐกิจมากนัก ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ใน CBD หรือ Mass transit hub จึงได้ประโยชน์จากการเติบโตของเมืองและระบบขนส่งที่ขยายตัว ทว่าคู่แข่งจากศูนย์การค้า Luxury เปิดใหม่หลายแห่งอาจกระทบยอดขาย ขณะที่มี Fixed cost สูง (เช่น ค่าเสื่อมอาคารและค่าสาธารณูปโภค) อาจกดดัน Margin ในช่วงทราฟฟิกชะลอตัว
- ดิสเคาท์สโตร์/ไฮเปอร์มาร์เก็ต: คาดรายได้เติบโตเฉลี่ย 1.2-2.2% ต่อปี ธุรกิจได้ประโยชน์จาก Economies of Scale และมีอำนาจต่อรองกับซัพพลายเออร์ จึงควบคุมต้นทุนได้ดีกว่าร้านค้าขนาดเล็ก อย่างไรก็ตาม การเน้นกลยุทธ์ด้านราคา ทำให้การส่งผ่านต้นทุนไปยังราคาขายทำได้จำกัด อาจกดดัน Margin ต่ำลงในช่วงเศรษฐกิจซบเซา

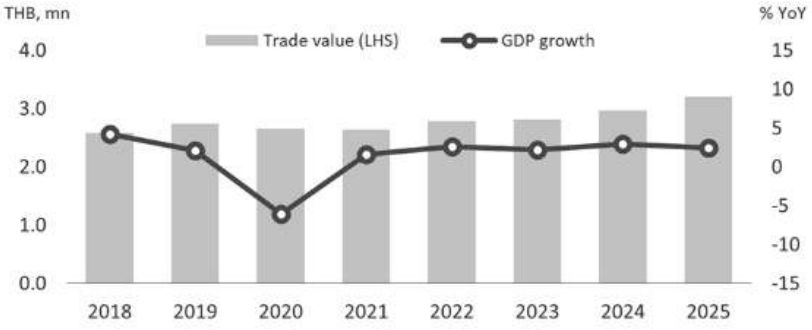
- ซูเปอร์มาร์เก็ต: คาดรายได้เติบโตเฉลี่ย 3.0-4.0% ต่อปี จากความได้เปรียบของสินค้าที่แตกต่าง จึงไม่เน้นแข่งขันด้านราคามากนัก สามารถปรับสินค้าให้ตรงกับกลุ่มลูกค้าในแต่ละทำเลได้เร็ว ทำให้มี Margin ค่อนข้างดี อย่างไรก็ตาม ความท้าทายมาจากการบริหารจัดการอาหารสดซึ่งมีอายุสั้นและมีความผันผวนด้านคุณภาพและราคา ขณะที่สินค้านำเข้ามีความเสี่ยงด้านค่าเงินและค่าขนส่ง ผลประกอบการจึงอาจผันผวนในบางระยะ
- ร้านสะดวกซื้อ/มินิมาร์ท: คาดรายได้เติบโตเฉลี่ย 4.5-5.2% ต่อปี โดยธุรกิจได้ประโยชน์จาก Economies of scale จึงควบคุมต้นทุนต่อหน่วยได้ดี และมีความสามารถบริหารจัดการสินค้าอายุสั้นได้มีประสิทธิภาพ แต่การแข่งขันด้านราคาและโปรโมชันที่รุนแรง อาจกดดัน Margin ให้เติบโตไม่มาก

ข้อมูลพื้นฐาน

ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern trade) เป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมค้าส่งค้าปลีกซึ่งมีมูลค่ารวม 3.2 ล้านล้านบาทในปี 2568 (ภาพที่ 1) คิดเป็นสัดส่วน 16.4% ของ GDP สูงเป็นอันดับสองรองจากภาคอุตสาหกรรมการผลิตที่มีสัดส่วน 28.6% ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นนายทุนรายใหญ่ที่มีเครือข่ายสาขาจำนวนมากและเป็นผู้ซื้อรายใหญ่ จึงมีอำนาจต่อรองเหนือผู้ผลิตหรือตัวแทนจำหน่ายสินค้า1/ มีการบริหารจัดการร้านค้าอย่างเป็นระบบซึ่งรวมถึงระบบขนส่งและกระจายสินค้าที่ทันสมัย ตลอดจนการเพิ่มช่องทางการค้าออนไลน์และการนำเทคโนโลยีด้านต่างๆ มาใช้เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการตลาด

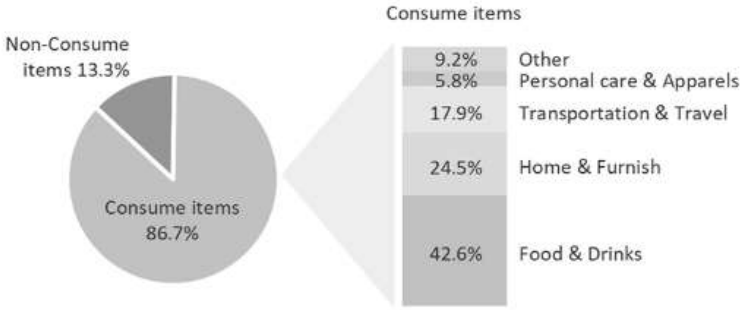
ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในไทยเติบโตอย่างรวดเร็วโดยเฉพาะในพื้นที่กรุงเทพฯ และเมืองหลักที่มีความเป็นสังคมเมืองสูง รวมถึงเมืองท่องเที่ยว โดยมีปัจจัยหนุนจาก (1) นโยบายรัฐเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการต่างชาติซึ่งมีเทคโนโลยีบริหารจัดการสมัยใหม่เข้ามาลงทุนธุรกิจค้าปลีกได้ 2/ (2) ลักษณะร้านค้าตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคที่ต้องการความสะดวกสบาย และมีค่าใช้จ่ายเพื่อซื้ออาหารและเครื่องดื่มประมาณ 40% ของค่าใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคทั้งหมด (ภาพที่ 2) โดยผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้าหลายประเภทในที่แห่งเดียวตั้งแต่อาหาร ของใช้ส่วนบุคคล และของใช้ในครัวเรือน อีกทั้งราคาสินค้ามักต่ำกว่าร้านค้าปลีกดั้งเดิม (Traditional trade) และ (3) การลงทุนขยายสาขาต่อเนื่องเพื่อขยายฐานลูกค้า

Figure 1: Wholesale & Retail Trade Value vs GDP Growth



Source: The National Economic and Social Development Council (NESDC)
Note: GDP & wholesale & retail trade value at current market prices

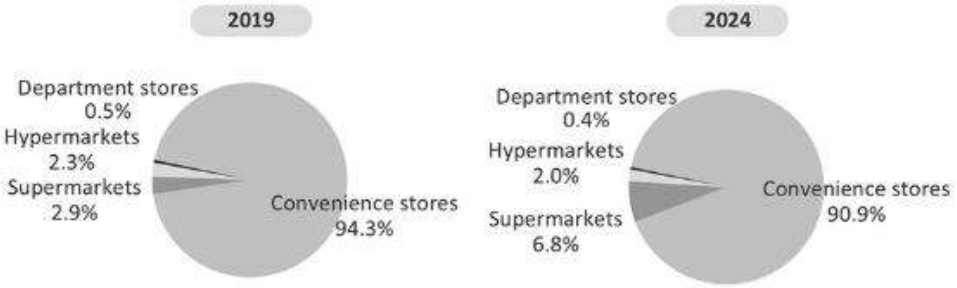
Figure 2: Distribution of Household Expenditure by Type (1H2025)



Source: National Statistical Office (NSO)
Note: Non-consume items include taxes, contributions, interest payment, etc.

ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกสมัยใหม่ขยายสาขาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งรวมถึงใน Community mall และสถานีบริการน้ำมัน หรือในทำเลที่มีหมู่บ้านจำนวนมาก มีการจราจรคับคั่ง ตลอดจนมีการปรับรูปแบบและขนาดของร้านค้าให้เหมาะสมกับพื้นที่และกลุ่มลูกค้า ส่งผลให้ปี 2568 จำนวนสาขาของร้านค้าปลีกสมัยใหม่มีมากกว่า 20,000 สาขา ซึ่ง 90% เป็นสาขาของร้านสะดวกซื้อ (ภาพที่ 3) นอกจากนี้ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังใช้กลยุทธ์การลดราคาสินค้าเพื่อดึงดูดลูกค้าและทำธุรกิจแบบ O2O3/ (Online to Offline) โดยนำสาขามาเป็นฐานการจัดส่งสินค้าออนไลน์แก่ผู้บริโภคในทำเลใกล้เคียง ทำให้สินค้าถึงมือผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็วซึ่งช่วยกระตุ้นยอดขายได้เพิ่มขึ้น

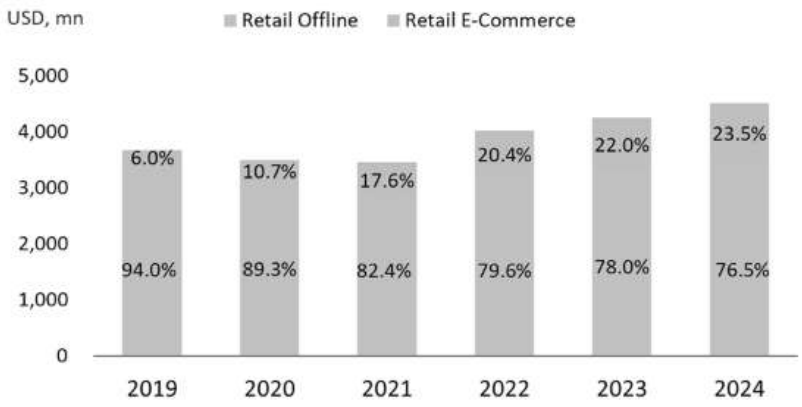
Figure 3: Outlets by Retailer (% share)



Source: Euromonitor, Krungsri Research
Note: As of Marh 2025

การแข่งขันของธุรกิจร้านค้าปลีกสมัยใหม่ค่อนข้างรุนแรง ผลจากสินค้ามีความคล้ายคลึงกัน จำนวนสาขาที่มีมากและต้องแข่งขันกับธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ (Retail E-Commerce) ที่เติบโตอย่างรวดเร็วจากการเข้าถึงสมาร์ทโฟนและอินเทอร์เน็ตได้สะดวก สะท้อนจากปี 2567 สัดส่วนยอดขายสินค้าออนไลน์คิดเป็น 23.5% ของมูลค่าค้าปลีกทั้งหมด เทียบกับ 6.0% ปี 2562 หรือเติบโตเฉลี่ย 36.8% ต่อปี (CAGR ปี 2562-2567) โดยยอดขายสินค้าออนไลน์ที่มีอัตราการเติบโตสูงสุด คือ อาหาร (สัดส่วน 5.3% ของยอดขายปลีกออนไลน์ทั้งหมดในปี 2567) เติบโตเฉลี่ย 38.0% ต่อปี รองลงมา ได้แก่ สินค้าสุขภาพและเครื่องสำอาง (สัดส่วน 4.9%) +35.5% ต่อปี เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ (สัดส่วน 13.1%) +24.0% ต่อปี และกลุ่มแฟชั่น (สัดส่วน 7.6%) +21.0% ต่อปี (ที่มา: Euromonitor) ขณะที่ยอดขายสินค้าบนแพลตฟอร์ม Marketplace4/ E-Commerce (สัดส่วน 59.0% ของยอดขายออนไลน์ทั้งหมด) เติบโตเฉลี่ย 36.6% ต่อปี ทำให้การซื้อขายสินค้าผ่านแพลตฟอร์ม Omnichannel8/ นับเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับผู้ประกอบการที่ต้องการเพิ่มยอดขายให้มากขึ้น

Figure 4: Sales of Retail* by Category (% Share)



Source: Euromonitor, March 2025
Note: * = Retail Value RSP (retail selling price) excl Sales Tax

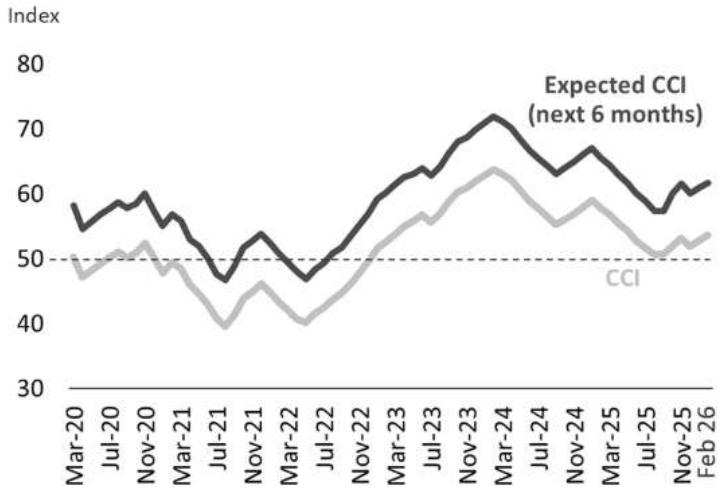
<u>สถานการณ์ที่ผ่านมา</u>

ปี 2567 ยอดค้าปลีกสมัยใหม่มีมูลค่า 4.5 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้น 6.0% จากปี 2566 (ที่มา: Euromonitor) โดย 76.5% มาจากช่องทางออฟไลน์ และ 23.4% จากช่องทางออนไลน์ โดยพบว่ายอดค้าปลีกออนไลน์เติบโตอย่างรวดเร็วถึง +379% เมื่อเทียบกับปี 2562 สะท้อนพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับช่องทางดิจิทัลในการซื้อสินค้ามากขึ้นตามการขยายตัวของแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย

ปี 2568 ภาคค้าปลีกเผชิญความท้าทายจากหลายปัจจัย ได้แก่ (1) ภาวะเศรษฐกิจไทยฟื้นตัวเปราะบางที่ระดับ 2.4% ชะลอลงเมื่อเทียบกับ 2.9% ในปี 2567 ขณะที่การบริโภคภาคเอกชนเติบโต 2.2% เทียบกับ 4.3% ปี 2567 ผลจากกำลังซื้อถูกบั่นทอนจากภาระหนี้ครัวเรือน (86.8% ของ GDP ณ ไตรมาส 3 ปี 2568) และค่าครองชีพสูง ทำให้ผู้บริโภคใช้จ่ายอย่างระมัดระวังและมีความอ่อนไหวต่อราคามากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มรายได้ต่ำถึงปานกลางจะเลือกซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคที่อาจไม่ต้องมีแบรนด์ ราคาถูกกว่าเดิมและเน้นสินค้าจำเป็นพื้นฐาน สอดคล้องกับดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคที่ปรับลดสู่ระดับต่ำกว่า 50 ต่อเนื่องตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2568 (ภาพที่ 5) (2) ภาคท่องเที่ยวซึ่งเป็นแรงหนุนสำคัญของเศรษฐกิจไทยเติบโตช้าลง สะท้อนจากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติมาไทยหดตัว -7.2% จากปี 2567 (หรืออยู่ที่ 33 ล้านคน) โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจีน (มีการใช้จ่ายช้อปปิ้งสูงสุดเมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด) หดตัวถึง -33.3% จากปี

2567 ขณะที่นักท่องเที่ยวมาเลเซียได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์น้ำท่วมภาคใต้ช่วงปลายปี กดดันยอดขายของร้านค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภคที่พึ่งพาภาคท่องเที่ยวโดยเฉพาะร้านสะดวกซื้อ (3) การแข่งขันที่เข้มข้นขึ้นจากธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ ซึ่งรวมถึง Cross-border E-commerce ซึ่งมักกระตุ้นยอดขายผ่านการค้นหาที่ง่ายและการจัดโปรโมชั่น ทำให้ผู้บริโภคมีสินค้าให้เลือกมากขึ้นด้วยระดับราคาที่หลากหลาย (4) การหลั่งไหลของสินค้านำเข้าราคาถูกจากจีนผ่านร้านค้ารายย่อย ซึ่งรวมถึงซุปเปอร์มาร์เก็ตจีน โดยสินค้ามีตั้งแต่อาหารและเครื่องดื่ม อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้าราคาถูก อุปกรณ์เสริมมือถือ ของแต่งบ้านและสินค้าแฟชั่น เข้ามาแย่งส่วนแบ่งตลาดของธุรกิจร้านค้าปลีกสมัยใหม่ของไทยในยามที่ผู้บริโภคมีกำลังซื้อจำกัด และ (5) การปิดสาขาชั่วคราวของร้านค้าปลีกบริเวณใกล้ชายแดนไทย-กัมพูชา (เช่น สุรินทร์ บุรีรัมย์ และสระแก้ว) ส่งผลต่อยอดขายของร้านค้าปลีกในพื้นที่ดังกล่าว

Figure 5: Consumer Confidence Index (CCI)



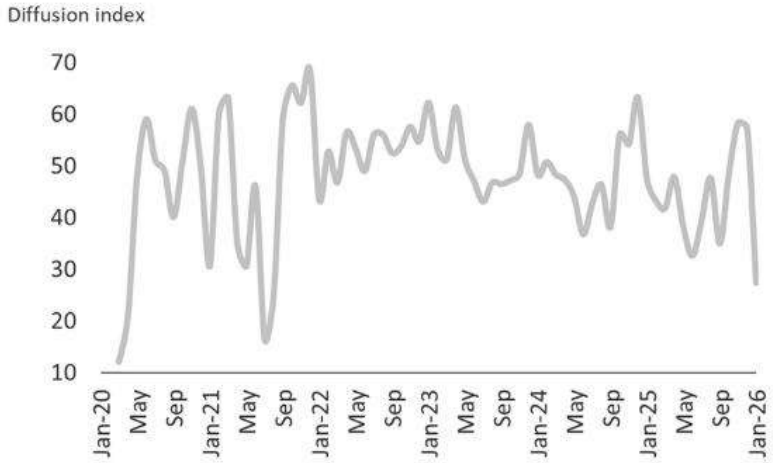
Source: Krungsri Research calculated from Bank of Thailand's data and The University of the Thai Chamber of Commerce (UTCC)

อย่างไรก็ดี ธุรกิจร้านค้าปลีกยังมีปัจจัยช่วยประคับประคองให้เติบโตได้ต่อเนื่อง ได้แก่ (1) มาตรการกระตุ้นการใช้จ่ายจากภาครัฐ อาทิ โครงการ Easy E-Receipt (16 มกราคม-28 กุมภาพันธ์) โครงการเติมเงินผ่านกระเป๋าเงินดิจิทัลเฟส 2 (27 มกราคม-28 เมษายน) โครงการเที่ยวไทยคนละครึ่ง (1 กรกฎาคม-31 ตุลาคม) โดยเฉพาะมาตรการกระตุ้นการบริโภคช่วงปลายปีทั้งโครงการคนละครึ่งพลัส (29 ตุลาคม- 31 ธันวาคม) และมาตรการเที่ยวดีมีคืน (29 ตุลาคม-15 ธันวาคม) ช่วยกระตุ้นยอดขายและพยุงการใช้จ่ายในประเทศ (2) กำลังซื้อของกลุ่มผู้บริโภครายได้ปานกลางค่อนสูงยังมีการใช้จ่ายต่อเนื่องในสินค้าอุปโภคบริโภค แต่อาจชะลอการใช้จ่ายสินค้าเกี่ยวกับความงามและสินค้าฟุ่มเฟือยลงบ้าง รวมถึงมีการปรับพฤติกรรมไปซื้อสินค้าที่เน้นความคุ้มค่าแทนสินค้าราคาสูง นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวต่างชาติ (33 ล้านคนในปี 2568) มีส่วนช่วยพยุงยอดค้าปลีกบางหมวด อาทิ อาหาร เครื่องดื่มและสินค้าไลฟ์สไตล์ โดยเฉพาะในเมืองท่องเที่ยวหลัก (3) ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกขยายความสามารถในการแข่งขันผ่านการพัฒนาแพลตฟอร์ม E-commerce/ Quick Commerce 5/ และบริการจัดส่งแบบเร่งด่วนในพื้นที่ควบคู่กับการขายหน้าร้าน ทำให้สามารถรักษาฐานลูกค้าได้ระดับหนึ่งสอดคล้องกับดัชนีการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ (การซื้อขายผ่านไปรษณีย์ โทรทัศน์ โทรศัพท์ และอินเทอร์เน็ต) เฉลี่ยเดือนมกราคม-พฤศจิกายน 2568 ขยายตัว 93.1% YoY ขณะที่บริษัท ไพรซ์ซ่า (ผู้บริหารแพลตฟอร์ม Priceza.com) ประเมินมูลค่าตลาดอีคอมเมิร์ซของไทยในปี 2568 เติบโต 7.6% จากปี 2567 และ (4) การขยายสาขาในพื้นที่ศักยภาพโดยเฉพาะ

แหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนพื้นที่ชานเมืองและรอบแนวรถไฟฟ้าตามการขยายตัวของเมือง (อาทิ กรุงเทพฯ รอบนอกและปริมณฑล บางนา–ศรีนครินทร์ รามอินทรา–วัชรพล รังสิต–คลองหลวง และแนวรถไฟฟ้าสายสีชมพูและสีเหลือง) และเมืองรองในภูมิภาค (เช่น ขอนแก่น อุดรธานี หัวหิน และเชียงใหม่ตอนใต้หางดง–สันกำแพง) ซึ่งมีการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์บนพื้นที่ ทำให้ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกสมัยใหม่ทยอยเปิดสาขาเพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าที่นิยมใช้จ่ายใกล้ที่อยู่อาศัยมากขึ้น ปัจจัยข้างต้นส่งผลให้ยอดขายรวมของร้านค้าปลีกสมัยใหม่เติบโตที่ระดับ 2.5-3.5% จากปี 2567 โดยเฉพาะสินค้าอุปโภคบริโภคในร้านสะดวกซื้อและซูเปอร์มาร์เก็ต

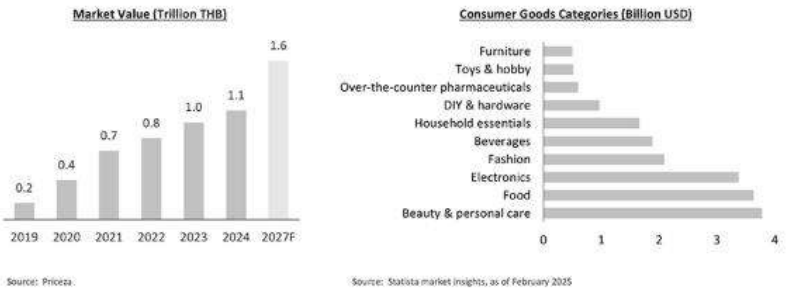
ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกมีความกังวลต่อความเปราะบางของกำลังซื้อ ภายใต้ความตึงเครียดทางภูมิรัฐศาสตร์และสงครามการค้าที่เป็นแรงฉุดต่อบรรยากาศการใช้จ่าย โดยดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการค้าปลีก (RSI) อยู่ต่ำกว่าระดับ 50 ต่อเนื่องมาตั้งแต่เดือนมกราคม 2568 อย่างไรก็ดี การออกโครงการกระตุ้นเศรษฐกิจจากภาครัฐและความต้องการใช้จ่ายช่วงเทศกาลปลายปีช่วยพยุงยอดขายของร้านค้ากระเตื้องขึ้นบ้าง มีผลให้ดัชนีฯ เดือนพฤศจิกายนพลิกมาอยู่เหนือระดับ 50 เป็นครั้งแรกของปี 2568 (ภาพที่ 6) ทั้งนี้ การแข่งขันที่รุนแรงของตลาดค้าปลีกและกำลังซื้อผู้บริโภคที่แผ่วลง ทำให้ผู้ประกอบการร้านค้าเร่งปรับกลยุทธ์การตลาดเพื่อรักษาฐานรายได้ อาทิ การจัดโปรโมชันถี่ขึ้น การปรับลดราคาสินค้า การควบคุมต้นทุน และการขยายสาขาเพื่อพยุงยอดขาย ตลอดจนการปรับโมเดลธุรกิจเพื่อรองรับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป อาทิ การเพิ่มพื้นที่เช่ามากขึ้นในไฮเปอร์มาร์เก็ตเพื่อจูงใจให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ และการเพิ่มสินค้าอาหารสดและขนาดของร้านสะดวกซื้อให้ใหญ่ขึ้น ทำให้มีรูปแบบใกล้เคียงกับซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดย่อม

Figure 6: Retailer Sentiment Index (RSI)



Source: Bank of Thailand (BOT), Krungsri Research

Figure 7: E-commerce in Thailand

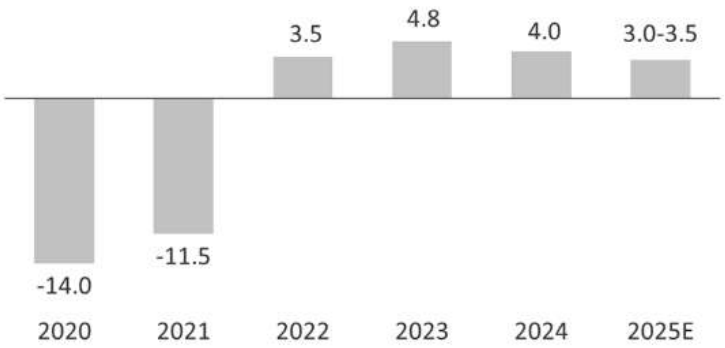


สถานการณ์ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในปี 2568 สรุปได้ดังนี้

ห้างสรรพสินค้า (Department store): นักท่องเที่ยวต่างชาติชะลอตัว กระทบยอดขายกลุ่มสินค้าพรีเมี่ยม

- ยอดขายเติบโตที่ระดับ 3.0-3.5% จากปี 2567 (ภาพที่ 8) โดยธุรกิจยังได้แรงหนุนจากลูกค้ากลุ่มรายได้ระดับกลาง-บนที่มีกำลังซื้อสูง และการปรับกลยุทธ์การตลาด เช่น เพิ่มพื้นที่ Luxury zone เพื่อดึงดูดผู้บริโภคเป้าหมาย จัดหาสินค้า Authentic ที่มีความแตกต่าง และปรับพื้นที่เช่าให้สอดคล้องกับเทรนด์ใหม่ (เช่น พื้นที่ “Luxury Pop-up” และ “Health & Wellness Zone”) อย่างไรก็ดี ภาวะเศรษฐกิจที่ไม่แน่นอน ทำให้ผู้บริโภคใช้จ่ายอย่างระมัดระวังมากขึ้น ขณะที่กำลังซื้อจากนักท่องเที่ยวต่างชาติยังฟื้นตัวไม่เต็มที่ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจีนซึ่งมีศักยภาพการใช้จ่ายค่อนข้างสูงโดยเฉพาะสินค้าหมวดหลักของห้างสรรพสินค้า (สินค้าแบรนด์เนม เครื่องสำอาง และสินค้าเพื่อสุขภาพ) ทั้งยังเผชิญการแข่งขันรุนแรงจากช่องทางออนไลน์ ร้านค้าแบรนด์ดังระดับโลกที่เข้ามาเปิดสาขาในไทยโดยตรงโดยเฉพาะในภูเก็ตเพื่อรองรับลูกค้า High-spending travelers จากทั่วโลก และร้านค้าไลฟ์สไตล์จากต่างประเทศ (อาทิ OH!SOME แบรนด์ค้าปลีกครบวงจรที่ได้รับความนิยมในสิงคโปร์และมาเลเซีย) เป็นปัจจัยจำกัดการเติบโตของยอดขาย
- ผู้ประกอบการปรับกลยุทธ์การตลาดออนไลน์เพื่อดึงดูดผู้บริโภค อาทิ การใช้ Super App และ Mobile Platform การโปรโมทแบรนด์ผ่าน Social media เพื่อสร้างประสบการณ์เฉพาะกลุ่ม (Personalized shopping) การพัฒนา Virtual shopping (การซื้อสินค้าผ่านประสบการณ์เสมือนจริง AR/VR) และการสร้าง Personalized shopping journey ที่ตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าระดับพรีเมียม
- ผู้ประกอบการรายใหญ่ขยายสาขาต่อเนื่องโดยเฉพาะจังหวัดท่องเที่ยว (เช่น เซ็นทรัล กระบี่ เปิดให้บริการเดือนตุลาคม 2568) รวมถึงการปรับรูปแบบสู่ศูนย์การค้าเพื่อเพิ่มรายได้จากการให้เช่าพื้นที่ และเป็นพันธมิตรกับธุรกิจอื่น เช่น ธุรกิจท่องเที่ยว (ตาราง 1)

Figure 8: Sales Growth of Department Store (%)



Source: TRA, Krungsri Research
Note: E = estimated

Table 1: Major Department Store Outlets in Thailand

Retailers	2021	2022	2023	2024	2025E
Central	24	24	26	29	29
The Mall	6	6	6	6	6
Robinson	51	51	51	47	47
Total	**81**	**81**	**83**	**82**	**82**

Source: Euromonitor, company data, and compiled by Krungsri Research
Note: Estimated (June 2025)

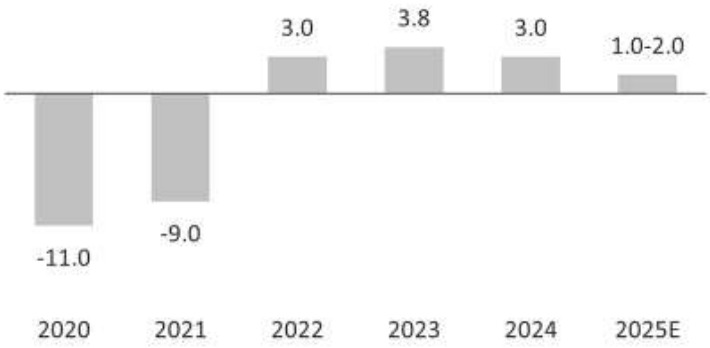
ดิสเคาท์สโตร์ (Discount store) /ไฮเปอร์มาร์เก็ต (Hypermarket): ยอดขายถูกกดดันจากกำลังซื้อผู้บริโภคซบเซา

ปี 2568 ยอดขายมีทิศทางเติบโตเล็กน้อย 1.0-2.0% จากปี 2567 (ภาพที่ 9) จากความต้องการบริโภคสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน ที่มีอยู่ต่อเนื่อง และอานิสงส์ทางอ้อมจากมาตรการกระตุ้นการใช้จ่ายภาครัฐ อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคระดับกลาง–ล่างซึ่งเป็นฐานลูกค้าหลักมีกำลังซื้อจำกัดจึงระมัดระวังการใช้จ่ายมากขึ้น และซื้อสินค้าในปริมาณน้อยจากร้านสะดวกซื้อใกล้บ้านแทนการซื้อปริมาณมาก รวมถึงการซื้อสินค้าออนไลน์ซึ่งเข้าถึงง่ายและมีบริการส่งรวดเร็ว (อาทิ ส่งภายใน 1 ชั่วโมงหรือภายใน 1 วัน) ทั้งยังสามารถเปรียบเทียบราคาสินค้าทำให้ตัดสินใจได้ง่ายขึ้น ส่งผลให้ผู้ประกอบการกลุ่มนี้เร่งปรับโมเดลการดำเนินธุรกิจเพื่อดึงดูดลูกค้า อาทิ Big C ปรับรูปแบบเป็น “Mini Hypermarket” ลดพื้นที่ขายจากสาขารูปแบบเดิม ทำให้เข้าถึงได้สะดวกขึ้น ขณะที่ Lotus’s พัฒนาโมเดลใกล้เคียงรูปแบบ Supermarket (Lotus’s go fresh supermarket) โดยเพิ่มจุดเด่นด้านสินค้าคุณภาพและอาหารสดนำเข้า เพื่อตอบสนองกลุ่มลูกค้ากำลังซื้อสูง นอกจากนี้ การควบรวมกิจการระหว่างแม็คโครและโลตัสยังช่วยให้การบริหารจัดการต้นทุนมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ผู้ประกอบการขับเคลื่อนการเติบโตโดยพัฒนาช่องทาง Omnichannel ที่แข็งแกร่ง เพื่อรองรับผู้บริโภคที่นิยมซื้อสินค้าออนไลน์มากขึ้น ทั้งยังร่วมมือกับพันธมิตร (เช่น GrabMart และ LINE MAN) พัฒนาบริการ Quick commerce แบบครบวงจร ขณะที่บางรายร่วมกับแพลตฟอร์ม (เช่น Lazada, Shopee และ Facebook live commerce) เพื่อกระตุ้นยอดขาย นอกจากนี้ ยังให้ความสำคัญกับการนำข้อมูลมาวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเชิงลึก และระบบสมาชิกเพื่อกระตุ้นการกลับมาซื้อซ้ำ

ผู้ประกอบการขยายสาขาต่อเนื่องทั้งในและต่างประเทศเพื่อรักษาฐานรายได้ อาทิ กัมพูชา สปป.ลาว และเวียดนาม โดยในประเทศ ผู้ประกอบการมีแผนปรับโมเดลธุรกิจเป็นสาขาขนาดเล็กลง (4,000 ตารางเมตร) เพื่อเจาะทำเลในเมือง และพัฒนารูปแบบเป็นศูนย์การค้า (4-5 หมื่นตารางเมตร เทียบกับไฮเปอร์มาร์เก็ต 2.5-3.0 หมื่นตารางเมตร) ในบางพื้นที่ (อาทิ ย่านใจกลางธุรกิจ และใจกลางเมือง) เพื่อดึงดูดผู้บริโภคกลุ่มกำลังซื้อสูง และเพิ่มพื้นที่สำหรับร้านค้าเช่าเพื่อให้ลูกค้าใช้เวลาในร้านนานขึ้น (ตาราง 2)

Figure 9: Sales Growth of Hypermarket (%)



Source: TRA, Krungsri Research
Note: E = estimated

Table 2: Major Hypermarket Outlets in Thailand

Retailers	2021	2022	2023	2024	2025E
Lotus's (H-stores)	222	223	226	225	227
Big C	146	153	155	170	156
Tops	11	10	6	5	5
Total	**379**	**386**	**387**	**400**	**387**

Source: Euromonitor, company data, and compiled by Krungsri Research
Note: Estimated (June 2025)

<u>ซูเปอร์มาร์เก็ต (Supermarket): ยอดขายเติบโตต่อเนื่องจากกลุ่มลูกค้ามีกำลังซื้อสูง</u>

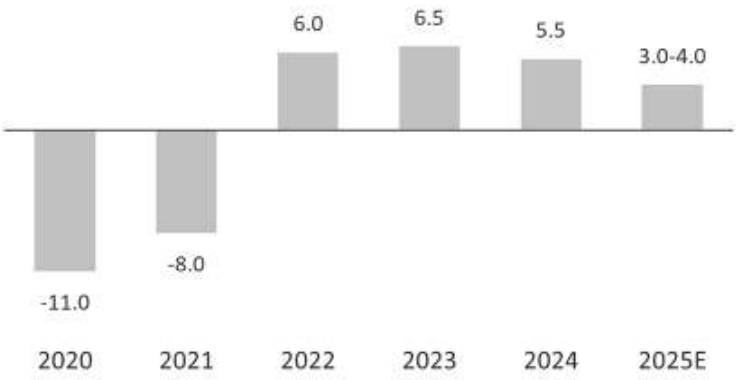
ปี 2568 ประเมินยอดขายเติบโตในระดับ 3.0-4.0% จากปี 2567 สูงสุดเมื่อเทียบกับ Segment อื่น (ภาพที่ 10) แรงหนุนมาจากกำลังซื้อของผู้บริโภคกลุ่มรายได้กลาง–สูงและลูกค้าต่างชาติ ซึ่งเป็นฐานลูกค้าที่มั่นคงและได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวน้อยกว่า Segment อื่น ทั้งยังมีจุดแข็งด้านความเชื่อมั่นของคุณภาพสินค้าโดยเฉพาะหมวดอาหารสด (Fresh food) สินค้าพรีเมียมจากต่างประเทศ สินค้าออร์แกนิก และอาหารเพื่อสุขภาพ ด้านผู้ประกอบการมีจุดเน้นที่แตกต่างกัน อาทิ Tops Market (Central Retail Group) เพิ่มสัดส่วนสินค้าออร์แกนิกและสินค้าท้องถิ่นคุณภาพสูง เพื่อรองรับเทรนด์สุขภาพของผู้บริโภคในเมือง Gourmet Market (The Mall Group) เปิดโซน “Eat Well – Live Well” เน้นอาหารทางเลือก (Plant-based) และสินค้านำเข้าพรีเมียม Foodland ปรับบางสาขาเป็น “Foodland Grocerant” เพื่อเพิ่มรายได้จากบริการอาหารปรุงสด

อย่างไรก็ตาม ธุรกิจนี้เผชิญการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นจากร้านค้าปลีก Segment อื่นที่พัฒนาโมเดลใกล้เคียงซูเปอร์มาร์เก็ต (อาทิ Lotus's go fresh เน้นสินค้าคุณภาพสูงและอาหารสดพรีเมียม) รวมถึงคู่แข่งจาก Segment เดียวกันทั้งไทยและต่างประเทศ (อาทิ Dear Tummy ซูเปอร์มาร์เก็ตสัญชาติไทยในไอคอนสยาม และ LOPIA Japan ซูเปอร์มาร์เก็ตจากญี่ปุ่นซึ่งมีแผนเปิด 4 สาขาในปี 2569) และซูเปอร์มาร์เก็ตออนไลน์ (อาทิ LazMart รวบรวมสินค้าอุปโภคบริโภคหลายประเภทไว้ในที่เดียว และมีการจัดส่งที่รวดเร็ว)

ผู้ประกอบการยกระดับบริการผ่านเทคโนโลยี เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภค อาทิ รถเข็นช็อบปิ้งอัจฉริยะ พร้อมจอทัชสกรีนเพื่อแจ้งโปรโมชั่นและคำนวนราคาสินค้า และการใช้เครื่อง Self-check out ทำให้การชำระเงินรวดเร็วขึ้น รวมถึงการเป็นพันธมิตรกับผู้ประกอบการใน Supply chain ในประเทศต่างๆ เพื่อเพิ่มสัดส่วนและความหลากหลายของสินค้านำเข้า (Imported goods) โดยเฉพาะสินค้ากลุ่มสุขภาพ และสินค้า Functional food ซึ่งช่วยสร้างความแตกต่างกับร้านค้าปลีกประเภทอื่น

ผู้ประกอบการขยายสาขาในย่านที่อยู่อาศัยใหม่และจังหวัดท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อสูง อาทิ แนวรถไฟฟ้าชานเมือง (เช่น รามอินทรา มีนบุรี และราชพฤกษ์) และพื้นที่ใกล้เคียงชุมชนที่อยู่อาศัย รวมถึงจังหวัดท่องเที่ยวสำคัญ (อาทิ ภูเก็ต เนื่องจากมีการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ระดับลักชัวรี่ และสุราษฎร์ธานี (เกาะสมุย)) ทำให้ยอดขายเติบโตได้ต่อเนื่อง จากฐานลูกค้าที่กระจายทั้งคนไทยและชาวต่างชาติ โดยผู้ประกอบการรายใหญ่ เช่น Gourmet Market มีแผนเปิดสาขาใหม่ 1-2 แห่งในปี 2569 โดยเน้นโมเดล Stand alone มากขึ้น (ตาราง 3)

Figure 10: Sales Growth of Supermarket (%)



Source: TRA, Krungsri Research
Note: E = estimated

Table 3: Major Supermarket Outlets in Thailand

Retailers	2021	2022	2023	2024	2025E
Lotus's	199	202	178	177	177
Tops	136	146	164	162	179
Big C Market	50	36	35	35	35
MaxValu	29	29	29	30	31
Villa Market	35	35	35	35	35
Foodland	27	29	29	24	16
Gourmet Market & Home Fresh Mart	20	18	18	18	18
Total	**496**	**498**	**488**	**481**	**491**

Source: Euromonitor, company data, and compiled by Krungsri Research
Note: Estimated (June 2025)

ร้านสะดวกซื้อ (Convenience store): เติบโตต่อเนื่องจากการขยายสาขาครอบคลุมกลุ่มลูกค้า

ปี 2568 ประเมินว่ายอดขายเติบโต 4.5-5.5% จากปี 2567 (ภาพที่ 11) เนื่องจากสามารถตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคที่เร่งรีบ นิยมซื้อสินค้าในชีวิตประจำวันที่ร้านค้าใกล้ละแวกที่อยู่อาศัยโดยเฉพาะอาหารและเครื่องดื่มซึ่งผู้บริโภคมีความต้องการสูงขึ้น และมีพฤติกรรมการใช้จ่ายแบบ “Small basket, quick trip” มากขึ้น ผู้ประกอบการบางรายขยายโซนสินค้าอุปโภคบริโภคที่ใช้ในครัวเรือน (อาทิ วัตถุดิบทำอาหารและขนม ไม้ถูพื้น จาน ชามและผ้าเช็ดตัว) รวมถึงเพิ่มขนาดร้านบางสาขาให้ใหญ่ขึ้นในลักษณะ “Compact Supermarket” มีที่จอดรถและมีสินค้าหลากหลายมากขึ้น ส่งผลทางอ้อมให้ผู้บริโภคเลือกใช้จ่ายที่ร้านค้าใกล้บ้านมากขึ้นเพื่อลดการเดินทาง นอกจากนี้ ธุรกิจยังได้อานิสงส์จากการเติบโตของภาคท่องเที่ยวช่วยเพิ่มทราฟฟิกของร้านในพื้นที่ท่องเที่ยวและเมืองใหญ่ อย่างไรก็ตาม ยอดขายต่อสาขามีทิศทางปรับลดตามกำลังซื้อที่แผ่วลง

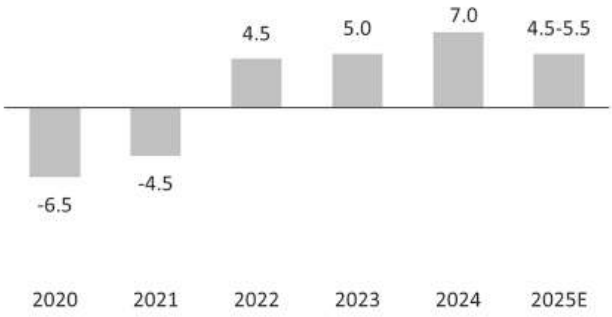
ผู้ประกอบการรายใหญ่พัฒนาระบบ Omnichannel Ecosystem แบบครบวงจร โดยเพิ่มบริการเสริมในร้านค้าเพื่อเพิ่มความถี่ในการใช้บริการ (Traffic & frequency driver) อาทิ บริการ Delivery แบบเรียลไทม์ และบริการสั่งล่วงหน้า (Pre-order / Pick-up) พร้อมใช้ Data analytics ออกแบบโปรโมชั่นเฉพาะบุคคล รวมถึงเชื่อมต่อบริการ Quick commerce กับแพลตฟอร์มจัดส่งภายนอก ส่งผลให้ยอดขายออนไลน์มีสัดส่วนเพิ่มขึ้น อาทิ 7-Eleven มีสัดส่วนยอดขายออนไลน์เฉลี่ย 11% ของยอดขายทั้งหมด เพิ่มขึ้นจาก 3% และ 8% ในปี 2563 และ 2564 ตามลำดับ ส่วน Lotus’s Go Fresh พัฒนา Lotus’s Smart App และเพิ่มบริการส่งสินค้าร่วมกับ Grab และ LINE MAN (ช่วงครึ่งแรกปี 2568 ยอดขายผ่านออนไลน์เพิ่มขึ้น 33.5% YoY ที่มา: CPAXTRA Report 2025) และ Tops Daily ยอดขายผ่าน Tops Online เติบโตเฉลี่ย 25–28% ต่อปี (ที่มา: Central Retail 2025 Strategy Update)

ผู้ประกอบการเพิ่มความถี่ของสาขาเพื่อเข้าถึงลูกค้า โดยการขยายสาขาครอบคลุมทำเลศักยภาพ อาทิ สนามบิน ระบบขนส่งมวลชนรถไฟฟ้า (BTS/MRT) โรงพยาบาล และอาคารสำนักงาน ทั้งนี้ “7-Eleven” ยังคงเป้าหมายเปิดสาขาใหม่ปีละ 700 สาขา ส่วน “Big C Mini” มีแผนเปิดสาขาขนาด 300 ตารางเมตรเป็นครั้งแรกในเดือนเมษายน 2569 (จากเดิม 200 ตารางเมตร) และเปิดสาขารวม 200 สาขาในปี 2569 และ 300 สาขาปี 2570 ด้าน Lotus’s มีแผนเปิด “Go Fresh” ในลักษณะ Mini-supermarket เพื่อเข้าถึงชุมชนมากขึ้น ส่วน “Tops Daily” มีแผนเปิดปีละ 8-10 สาขา และซีเจ เอ็กซ์เพรสมีแผนเปิด 600 สาขาในปี 2569 จาก 1,900 สาขาปี 2568 สำหรับ Mini Big C ทยอยปิดสาขาที่ยอดขายไม่เป็นไปตามเป้า (ประมาณ 170 สาขาในปี 2568) (ตาราง 4)

การแข่งขันของธุรกิจมีความรุนแรงขึ้น จากร้านค้าปลีก Segment อื่นที่พัฒนาสาขาขนาดเล็กลงเพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าได้ง่ายขึ้น อาทิ Lotus’s SAVE+ เป็นโมเดลร้านค้าขนาดเล็ก (เปิดปี 2568) เน้นสินค้าราคาถูกที่จำเป็นต่อชีวิตประจำวัน (ไม่มีอาหารสด) และหมุนเวียนเร็ว รวมถึงสินค้า House brand ผู้ประกอบการบางรายยังสร้างเครือข่ายร้านค้าชุมชนและร้านโชห่วยสมัยใหม่ (Low cost convenience store) ซึ่งเข้าถึงผู้บริโภคระดับตำบลและหมู่บ้าน (อาทิ ร้านถูกดีมีมาตรฐาน (กลุ่ม TD ตะวันแดง) มีสาขาประมาณ 8,000 แห่ง ร้านค้าโดนใจ (Big C) 19,844 แห่ง ร้าน Buddy mart (Makro) ประมาณ 2,000 แห่ง และร้านนี้ขายดี (Lotus’s) ตั้งเป้าสาขา 30,000 แห่งปี 2570 ทำให้ผู้ประกอบการร้านสะดวกซื้อร่วมเป็นพันธมิตรกับธุรกิจอื่นเพื่อสร้างความแตกต่างแก่ผู้บริโภค อาทิ ซีพีกรุ๊ป-อิเกีย-ดีแคทลอน (Decathlon) เปิดตัว “ฟิวเจอร์ คอนวีเนียน สโตร์” ร้านสะดวกซื้อรูปแบบใหม่ (สาขาแรกที่เชียงใหม่) และมีแผนขยายรูปแบบธุรกิจไป

พื้นที่อื่นทั่วประเทศ โดยจะปรับเปลี่ยนแบรนด์สินค้าและบริการในแต่ละสาขาให้มีความต่างกันไป เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าแต่ละพื้นที่

Figure 11: Sales Growth of Convenience Store (%)



Source: TRA, Krungsri Research
Note: E = estimated

Table 4: Major Convenience Store Outlets in Thailand

Retailers	2021	2022	2023	2024	2025E
7-Eleven	13,134	13,838	14,545	15,245	15,595
Lotus' go fresh	2,197	2,153	2,050	2,027	2,097
Big C Mini	1,343	1,433	1,580	1,605	1,602
CJ Supermarket /CJ More	746	983	1,086	1,205	1,500
Tops Daily+ FamilyMart	1,120	660	823	511	523
Shell Select	172	170	171	180	180
Lawson 108	150	161	164	180	230
Jiffy	154	155	149	148	148
MaxValu Tanjai	20	19	19	9	9
Total	**19,036**	**19,572**	**20,587**	**21,110**	**21,884**

Source: Euromonitor, company data, and compiled by Krungsri Research
Note: FamilyMart stores which are gradually rebranded as 'Tops Daily'
Estimated (June 2025)

<u>แนวโน้มอุตสาหกรรม</u>

ปี 2569 ร้านค้าปลีกสมัยใหม่เผชิญความท้าทายจากความผันผวนของเศรษฐกิจโลกและภาวะเศรษฐกิจไทยที่เปราะบางลง (คาดจะขยายตัวต่ำกว่า 2.0% เทียบกับ 2.4% ปี 2568) ท่ามกลางราคาพลังงานที่ปรับสูงขึ้นจากเหตุการณ์ตึงเครียดในตะวันออกกลาง ทำให้ค่าครองชีพมีทิศทางปรับสูงขึ้นตามมา ส่งผลให้ผู้บริโภคมีแนวโน้มระมัดระวังการใช้จ่ายมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มรายได้ปานกลางลงมาที่ถูกกดดันจากปัญหาหนี้สินจะเน้นการซื้อสินค้าจำเป็นและมีความคุ้มค่าเป็นหลัก ผลักดันให้ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการค้าปลีก (RSI) เดือนมกราคมปรับลดสู่ระดับต่ำสุดในรอบ 4 ปี สะท้อนความกังวลด้านยอดขายที่รุนแรงมากขึ้น อย่างไรก็ตาม คาดว่าผู้บริโภครายได้ระดับกลางถึงบนจะเป็นกลุ่มที่ช่วยประคองให้ยอดขายไม่ปรับลดรุนแรง ขณะที่ภาครัฐมีแนวโน้มออกนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจต่อเนื่องหลังการจัดตั้งรัฐบาล ซึ่งรวมถึงการเร่งรัดเบิกจ่ายเงินงบประมาณเพื่อดูแลเศรษฐกิจ ปัจจัยข้างต้นจะช่วยพยุงยอดขายสินค้าโดยเฉพาะหมวดอาหารและเครื่องดื่ม โดยสินค้าที่มีทิศทางเติบโตได้ดี อาทิ อาหารพร้อมทาน กลุ่มของใช้ในชีวิตประจำวัน และสินค้าสุขภาพและความ

งาม (Health & Beauty) โดยวิจัยกรุงศรีคาดว่ายอดขายโดยรวมของร้านค้าปลีกสมัยใหม่จะเติบโต 1.5-2.5% ชะลอลงเล็กน้อยจากปี 2568 ขณะที่ปี 2570-2571 คาดว่ายอดขายจะกระเตื้องขึ้นที่ระดับเฉลี่ย 3.0-3.5% ต่อปี (ภาพที่ 12) จากปัจจัยหนุน ดังนี้

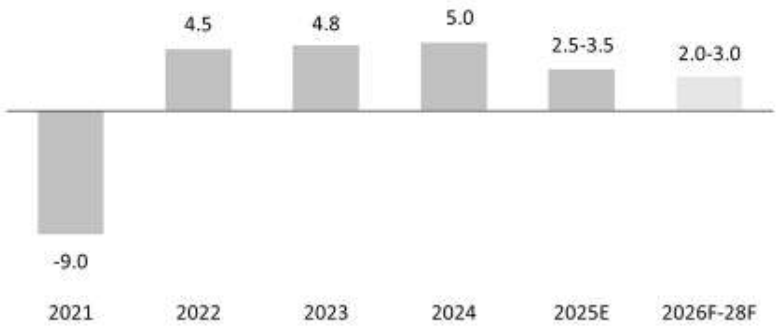
1) กำลังซื้อในประเทศมีแนวโน้มฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป ตามทิศทางเศรษฐกิจไทยที่คาดว่าจะเติบโตเฉลี่ย 2.0-2.5% ต่อปี (ภาพที่ 11) โดยภาคท่องเที่ยวจะได้อานิสงส์จากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่จะเพิ่มขึ้นสู่ระดับ 35.5 ล้านคนภายในปี 2571 ขณะที่การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่อย่างต่อเนื่องตามแผนงาน จะกระตุ้นให้มีเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจ เพิ่มรายได้และอำนาจซื้อ หนุนยอดขายของร้านค้าปลีกสมัยใหม่เติบโตได้ต่อเนื่อง

2) การขยายตัวของชุมชนตามการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานภาครัฐ เพิ่มโอกาสทางการตลาดแก่ร้านค้าปลีกในการขยายสาขาออกนอกเมืองและต่างจังหวัด อาทิ รถไฟฟ้าสายสีส้ม (ศูนย์วัฒนธรรม–มีนบุรี) หนุนให้มีการเปิดร้านค้าแนวตะวันออกบริเวณรามคำแหง–ร่มเกล้า และรถไฟฟ้าสายสีม่วงใต้ (เตาปูน–ราษฎร์บูรณะ) กระตุ้นการขยายสาขาร้านค้าย่านฝั่งธนบุรี สำหรับรถไฟทางคู่ระยะที่ 2 (ลพบุรี–ปากน้ำโพ นครปฐม–ชุมพร ชุมทางถนนจิระ–อุบลราชธานี) รวมถึงโครงการเขตเศรษฐกิจพิเศษในจังหวัดชายแดน (อาทิ ตาก หนองคาย และสะเดา) จะช่วยหนุนการเปิดร้านค้าปลีกในจังหวัดภูมิภาค

3) (ร่าง) ผังเมืองรวมกรุงเทพมหานครฉบับใหม่ (ปรับปรุงครั้งที่ 4) ซึ่งอยู่ระหว่างจัดทำ และคาดว่าจะประกาศใช้ในปี 2570 จะมีการขยายพื้นที่การใช้ประโยชน์ที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยและพาณิชยกรรมบางบริเวณ อาทิ รัชโยธิน และลาดพร้าว-รามอินทราจะปรับการใช้ประโยชน์ที่ดินจากประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นปานกลางเป็นหนาแน่นมาก ส่วนบริเวณวงเวียนใหญ่-สุขสวัสดิ์จะปรับจากหนาแน่นน้อยเป็นหนาแน่นปานกลางและหนาแน่นมาก จะช่วยเพิ่มโอกาสการขยายสาขาและยอดขายของร้านค้าปลีกตามชุมชนชานเมือง

4) การเติบโตของเศรษฐกิจประเทศเพื่อนบ้าน (IMF คาดเศรษฐกิจประเทศ CLMV จะเติบโตในช่วง 2.0-4.8% ต่อปี) จะหนุนการเติบโตของยอดขายร้านค้าปลีกในจังหวัดภูมิภาคตามแนวชายแดนและจังหวัดศูนย์กลางภูมิภาค จากกำลังซื้อของผู้บริโภคในพื้นที่ จังหวัดใกล้เคียงและประเทศเพื่อนบ้าน รวมถึงเพิ่มโอกาสให้ผู้ประกอบการขยายสาขาในประเทศเพื่อนบ้านมากขึ้น

Figure 12: Modern Trade Retail Business Growth (%)



Source: TRA, Krungsri Research
Note: E, F = estimated and forecast by Krungsri Research

Table 5: Modern Trade Retail Business Growth (%)

	2021	2022	2023	2024	2025E	2026F-2028F
Department stores	-11.5	3.5	4.8	4.0	3.0-3.5	2.0-3.0
Discount stores/ Hypermarkets/Supercenters	-9.0	3.0	3.8	3.0	1.0-2.0	1.2-2.2
Supermarkets	-8.0	6.0	6.5	5.5	3.0-4.0	3.0-3.5
Convenience stores	-4.5	4.5	5.0	7.0	4.5-5.5	4.5-5.2
Modern retail sales growth	-9.0	**4.5**	**4.8**	**5.0**	**2.5-3.5**	**2.0-3.0**

Source: Thai Retailers Association (TRA), Euromonitor, Krungsri Research
Note: 2020-2028 estimated and forecast by Krungsri Research

ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกสมัยใหม่มีแนวโน้มขยายเครือข่ายสาขา รีโนเวท และพัฒนาโมเดลธุรกิจใหม่ต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มรายได้ต่อพื้นที่ โดยแนวทางการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ทางธุรกิจที่สำคัญ ได้แก่

1) การพัฒนาช่องทางการค้าเชื่อมโยงทั้งออนไลน์และออฟไลน์ “Omnichannel” ซึ่งกลายเป็นโครงสร้างพื้นฐานที่ช่วยเพิ่มยอดขายได้ต่อเนื่อง ผ่านการใช้เทคโนโลยี (เช่น AI, Machine learning และ Big data) ช่วยวิเคราะห์ข้อมูลขั้นสูงเกี่ยวกับพฤติกรรมและอุปสงค์ของผู้บริโภค ทำให้เข้าถึงลูกค้าได้อย่างแม่นยำ รวมถึงทำการตลาดแบบเฉพาะบุคคลเพื่อเพิ่มความสัมพันธ์กับลูกค้า ทั้งยังมีแนวโน้มร่วมมือกับพันธมิตร (อาทิ การเปิดให้บริการจุดรับฝากพัสดุ โดยผลสำรวจของบริษัทเคอีเอ็กซ์ เอ็กซ์เพรส: KEX พบว่าคนรุ่นใหม่มีความต้องการส่งพัสดุระหว่างการซื้อของตามร้านสะดวกซื้อ หรือระหว่างช้อปปิ้งของใช้ในบ้าน) ทั้งนี้ หลายสถาบันคาดว่ามูลค่าการค้า E-commerce ของไทยจะเติบโตเฉลี่ย 7-9% ต่อปี (อาทิ Priceza ประเมินตลาด E-commerce ปี 2569 จะอยู่ที่ 1.2 ล้านล้านบาท เติบโต 7% จากปี 2568 ขณะที่ Euromonitor คาดว่า Retail E-commerce จะเติบโตเฉลี่ย 9% ต่อปีในช่วงปี 2567-2572 และมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นจาก 27% ปี 2568 เป็น 32% ปี 2572) ผลจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่จะให้ความสำคัญกับความสะดวก รวดเร็ว และประสบการณ์การซื้อผ่านรูปแบบ Omnichannel อย่างไร้รอยต่อมากขึ้น ซึ่งผลสำรวจปี 2568 (โดย DoubleVerify แพลตฟอร์มด้านการตรวจสอบคุณภาพสื่อ) พบว่าผู้บริโภค 38% ในไทยใช้แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียค้นหาข้อมูลก่อนตัดสินใจซื้อ และ 50% ซื้อสินค้าโดยตรงผ่านแพลตฟอร์ม ขณะที่ 40% ของผู้บริโภคคาดว่าจะใช้เวลาบนโซเชียลมีเดียมากขึ้นในอีก 12 เดือนข้างหน้า สะท้อนว่าผู้ประกอบการร้านค้าปลีกควรให้ความสำคัญในการทำตลาดออนไลน์ควบคู่กับออฟไลน์ โดยเทรนด์ที่น่าสนใจในระยะต่อไป คือ 'Instant Commerce' หรือการจัดส่งสินค้าด่วนภายในระยะเวลาสั้นๆ (เช่น 30 นาที) อาจเป็นมาตรฐานใหม่ที่ทำให้ธุรกิจค้าปลีกออนไลน์มีสัดส่วนยอดขายสูงขึ้นเมื่อเทียบกับยอดขายรวม

2) การเน้นพัฒนารูปแบบสินค้าและบริการใหม่ๆ สนองตอบการเติบโตของชุมชนในแต่ละทำเล และโครงสร้างผู้บริโภคที่เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุซึ่งมีรูปแบบการใช้จ่ายและความต้องการสินค้าและบริการที่ต่างออกไป อาทิ สินค้า “Senior-friendly” (เช่น บรรจุภัณฑ์เปิดง่าย ตัวหนังสือใหญ่ อาหารย่อยง่ายและสินค้า Ergonomic) การออกแบบสาขา “Age-friendly store” (เช่น พื้นเรียบ และมีที่นั่งพัก) หรือการบริการดูแลลูกค้าเฉพาะกลุ่ม (Senior care commerce) ตลอดจนการตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับความคุ้มค่ามากขึ้น (อาทิ การนำเสนอสินค้าคุณภาพในราคาที่เข้าถึงง่าย และเพิ่มสัดส่วนสินค้า Private label)

3) การขยายการลงทุนในตลาดต่างประเทศเพื่อขยายฐานรายได้ (โดยเฉพาะเวียดนามซึ่งมีศักยภาพการเติบโตสูง) อาทิ TCC Group ตั้งเป้าเพิ่มยอดขายในต่างประเทศ 20–40% ภายในปี 2570 ขณะที่ Big C และ Lotus's Go Fresh มีแผนขยายสาขาในลาวและกัมพูชา และ 7-Eleven มีแผนขยายสาขาใน CLMV เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง

ประเด็นท้าทายของธุรกิจในระยะต่อไป ได้แก่ (1) เศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มเติบโตช้า ท่ามกลางภาระหนี้ครัวเรือนสูงฉุดกำลังซื้อผู้บริโภค ผนวกกับความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจโลกและภาวะความไม่สงบในหลายพื้นที่ของโลก จะกระทบความต้องการใช้จ่ายของผู้บริโภคไทยและต่างชาติซบเซาลง ขณะที่ภาคท่องเที่ยวซึ่งเป็นเครื่องยนต์ขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยอาจฟื้นตัวช้าลง (2) การแข่งขันของธุรกิจมีแนวโน้มรุนแรงขึ้น จากผู้ประกอบการเดิมและรายใหม่ที่ทยอยเข้าสู่ตลาด (อาทิ LOPIA JAPAN ซูเปอร์มาร์เก็ตจากญี่ปุ่น มีแผนเปิด 20 สาขาภายในปี 2571) และผู้ประกอบการออนไลน์ โดยเฉพาะแพลตฟอร์มจีน เช่น Temu, Shein และ AliExpress ที่ขยายคลังสินค้าใน EEC และผู้ประกอบการแบบ C2C Market ที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง ทำให้ส่วนแบ่งตลาดของร้านค้าปลีกสมัยใหม่มีแนวโน้มลดลงระดับหนึ่ง (3) สินค้าราคาถูกจากจีนที่หลั่งไหลเข้ามาแข่งขันในตลาดค้าปลีกไทยทั้งทางตรงและทางอ้อม และ (4) ภาระการลงทุนด้านเทคโนโลยีและการเปลี่ยนผ่านสู่ ESR (Economic-Social Responsibility Retail) อาทิ CPALL (7-Eleven) มีโครงการ "7 Go Green" ติดตั้งระบบโซลาร์รูฟกว่า 3,000 สาขา และลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว Lotus's ติดตั้ง Solar Rooftop และระบบทำความเย็นประหยัดพลังงานกว่า 400 สาขา พร้อมเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์เป็นวัสดุย่อยสลายได้ Central Retail พัฒนา "Green & Circular Mall" พร้อมระบบจัดการขยะและน้ำเสียตามมาตรฐานสากล และเตรียมใช้มาตรการ Extended Producer Responsibility (EPR) ในปี 2570

<u>วิจัยกรุงศรีประเมินโอกาสการลงทุนของธุรกิจร้านค้าปลีกสมัยใหม่ จำแนกตาม</u>

กลุ่มลูกค้าที่สร้างรายได้ให้กับธุรกิจ ได้แก่

- กลุ่มผู้บริโภคในประเทศระดับกลาง-บน เน้นเลือกซื้อสินค้ามีคุณภาพและปลอดภัย รวมถึงสินค้าพรีเมียม (เช่น สินค้าออร์แกนิค สินค้านำเข้า และสินค้า Craft goods ส่งผลดีต่อร้านค้าปลีกประเภทซูเปอร์มาร์เก็ตและห้างสรรพสินค้า ทั้งนี้ ผลสำรวจ PwC 6/ ปี 2567 พบว่าผู้บริโภคไทย 58% ยอมจ่ายเพิ่มเฉลี่ย 11.7% สำหรับสินค้า "Green / Eco-friendly" ทั้งยังมีแนวโน้มใช้จ่ายสินค้าสุขภาพ-ความงาม (60%) และสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ (52%)

- กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีศักยภาพสูง อาทิ จีน (มีสัดส่วนการใช้จ่ายช้อปปิ้งสูงสุดเมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวทั้งหมด) และตะวันกลาง (มีสัดส่วนการใช้จ่ายต่อคนค่อนข้างสูง) จะเพิ่มโอกาสของสินค้า Luxury ในห้างสรรพสินค้า สินค้า Health & beauty รวมถึงสินค้า Premium grocery และสินค้าแบรนด์ท้องถิ่นของไทย ในเมืองท่องเที่ยวใหญ่

- กลุ่มผู้บริโภค Gen Z และ Millennials มีพฤติกรรมการบริโภคที่เน้นความสะดวกและเชื่อมโยงกับเทคโนโลยี โดยเฉพาะการซื้อสินค้าผ่าน Social commerce เช่น TikTok shop และ LINE shopping ให้ความสำคัญกับสินค้าที่สะท้อนตัวตนและค่านิยม เช่น สินค้า Eco-friendly สินค้า Local brand และ

สินค้าเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ขณะที่กลุ่ม Silver age หรือผู้บริโภควัยเกษียณที่มีกำลังซื้อสูง จะเน้นบริโภคสินค้าสุขภาพ (Health & wellness) อาหารปลอดภัย และบริการใกล้บ้าน

- กลุ่ม Expat และ Long-stay Foreigners ที่พำนักในจังหวัดท่องเที่ยวหลัก (เช่น ภูเก็ต พัทยา และเชียงใหม่) เป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง นิยมสินค้าคุณภาพดี เช่น อาหารนำเข้า เครื่องดื่มพรีเมียม และสินค้ากลุ่ม Gourmet & Organic รวมถึงบริการ Luxury retail และ Fine Dining หนุนผู้ประกอบการร้านค้าปลีกขยายการลงทุนในโครงการ Lifestyle mall และ Premium retail cluster มากขึ้น เพื่อรองรับความต้องการดังกล่าว

<u>พื้นที่ที่มีศักยภาพการเติบโตสูง ได้แก่</u>

- ย่านศูนย์กลางธุรกิจ (Central Business District) และพื้นที่แนวรถไฟฟ้า อาทิ สุขุมวิท 22 ราชพฤกษ์ รัชดาภิเษก พระราม 4 และ บางนา-ตราด ที่มีโครงการ Mixed-use ขนาดใหญ่ทยอยเปิดให้บริการ เช่น One Bangkok, Dusit Central Park และ Bangkok Mall (คาดเปิด 2569–2570) ซึ่งจัดเป็นจุดศูนย์กลางค้าปลีกใหม่ของกรุงเทพ
- จังหวัดจุดหมายปลายทางนักท่องเที่ยว (Tourist destinations) โดยเฉพาะในจังหวัดภูเก็ต พัทยา และเชียงใหม่ ซึ่งเป็นทำเลที่มีชุมชนต่างชาติจำนวนมาก มีการพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัยและอสังหาริมทรัพย์เชิงพาณิชย์หลายโครงการ
- พื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ได้แก่ ชลบุรี ระยอง ฉะเชิงเทรา) ซึ่งมีการก่อสร้างโรงงานอุตสาหกรรม อาคารสำนักงาน และอาคารที่พักอาศัย และมีศักยภาพการเติบโตทางเศรษฐกิจค่อนข้างสูง
- Regional centers ในจังหวัดภูมิภาค โดยเฉพาะจังหวัดที่ได้รับประโยชน์จากแผนการลงทุนโครงการก่อสร้างภาครัฐ (อาทิ โครงการรถไฟทางคู่ และโครงการ Motorways) และจังหวัดเมืองรองที่มีแหล่งท่องเที่ยว (เช่น นครสวรรค์ นครราชสีมา และแพร่ เป็นต้น)

บทที่ 7. การประเมินมูลค่าทรัพย์สิน

7.1 หลักเกณฑ์ในการประเมินมูลค่าทรัพย์สินนี้

ผู้ประเมินได้พิจารณาใช้หลักเกณฑ์การประเมินมูลค่าทรัพย์สินตาม มาตรฐานวิชาชีพของสมาคมผู้ประเมินค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทย โดยการประเมินมูลค่าทรัพย์สินนี้ตามวัตถุประสงค์ที่อ้างถึงในครั้งนี้ ได้พิจารณาใช้หลักเกณฑ์การประเมิน "เพื่อการกำหนดมูลค่าตลาด" เพื่อประมาณการมูลค่าของทรัพย์สินในสภาพที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ภายใต้เงื่อนไข และข้อจำกัด ที่แสดงไว้ในรายงานฉบับนี้ โดย มูลค่าตลาด หมายถึง "มูลค่าเป็นตัวเงินซึ่งประมาณว่าเป็นราคาของทรัพย์สินที่สามารถใช้ตกลง ซื้อขายกันได้ระหว่างผู้เต็มใจขายกับผู้เต็มใจซื้อ ณ วันที่ประเมินมูลค่าภายใต้เงื่อนไขการซื้อขายปกติที่ผู้ซื้อและผู้ขายไม่มีผลประโยชน์เกี่ยวเนื่องกัน โดยได้มีการเสนอขายทรัพย์สินในระยะเวลาพอสมควร และโดยที่ทั้งสองฝ่ายได้ตกลงซื้อขายด้วยความรอบรู้อย่างรอบคอบและปราศจากภาวะกดดัน ทั้งนี้ให้ถือด้วยว่าสามารถโอนสิทธิครอบครองตามกฎหมายโดยสมบูรณ์ในทรัพย์สินได้" มูลค่าตลาดโดยทั่วไปจะไม่คำนึงถึงต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายในการซื้อหรือค่าธรรมเนียมหรือภาษีใดๆ (รายละเอียดหลักเกณฑ์การประเมินมูลค่าทรัพย์สินข้างต้นแสดงในภาคผนวก ข.)

7.2 เงื่อนไขและข้อจำกัดในการประเมินมูลค่าทรัพย์สินนี้

1. ในการประเมินมูลค่าครั้งนี้ โดยอ้างอิงพื้นที่อาคาร ตามเอกสารและรายละเอียดทรัพย์สินที่ทำการประเมินมูลค่าที่ได้รับจากทางผู้ว่าจ้าง เป็นเกณฑ์ในการพิจารณามูลค่าเท่านั้น (รายละเอียดการประเมินตามภาคผนวก ก.)

2. ในการประเมินมูลค่าทรัพย์สินครั้งนี้ ทางบริษัท ฯ พิจารณามูลค่าทรัพย์สินโดยวิธีวิเคราะห์รายได้ (Income Approach) เป็นเกณฑ์ในการกำหนดมูลค่าตลาด เนื่องจากเป็นวิธีที่เหมาะสม และสะท้อนมูลค่าของทรัพย์สินมากที่สุด และเป็นการประเมินภายใต้สมมติฐานตามรายงานฉบับนี้เท่านั้น ดังนั้นหากมีการเปลี่ยนแปลงสมมติฐานจะทำให้มูลค่าทรัพย์สินนั้นเปลี่ยนแปลงไป

7.3 สมมติฐานเพิ่มเติม/พิเศษ ในการประเมินมูลค่าทรัพย์สินนี้

ในการประเมินครั้งนี้ บริษัท เอเชี่ยน เอ็นจิเนียริ่ง แวลูเอชั่น จำกัด ไม่มีสมมติฐานเพิ่มเติม/พิเศษ อื่นๆ หรือได้รับคำสั่งเงื่อนไขพิเศษอื่นๆ เกี่ยวกับการประเมินจากผู้ว่าจ้าง

7.4 วิธีการประเมินมูลค่าที่เลือกใช้กับทรัพย์สิน

ในการเลือกวิธีการประเมินมูลค่าทรัพย์สินนี้ บริษัท เอเชี่ยน เอ็นจิเนียริ่ง แวลูเอชั่น จำกัด ได้ตรวจสอบ และพิจารณาปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับทรัพย์สินที่ประเมินมูลค่าเช่น ลักษณะสิทธิตามกฎหมาย ลักษณะเฉพาะของทรัพย์สินความเหมาะสมในการใช้ประโยชน์ หรือนำไปพัฒนาใช้ประโยชน์ สภาพการตลาดทั่วๆไป พร้อมเงื่อนไขข้อจำกัดต่างๆ และสมมติฐานเพิ่มเติม/พิเศษ หรือเงื่อนไขพิเศษเฉพาะการประเมิน เพื่อเลือกใช้วิธีการประเมินมูลค่าที่เหมาะสม และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ได้รับการว่าจ้างอันเป็นเงื่อนไขสำคัญที่จะนำไปสู่การให้ความเห็นอย่างเป็นระบบ และสรุปมูลค่าทรัพย์สินในขั้นสุดท้ายของการประเมินเพื่อกำหนดมูลค่าตลาด

โดยในการประเมินครั้งนี้ บริษัท เอเชี่ยน เอ็นจิเนียริ่ง แวลูเอชั่น จำกัด เลือกใช้วิธีการประเมินมูลค่าที่เหมาะสมกับลักษณะของทรัพย์สิน คือ วิธีวิเคราะห์รายได้ (Income Approach) และใช้วิธีต้นทุน (Cost Approach) เป็นวิธีในการตรวจสอบเท่านั้น รายละเอียดในวิธีการประเมินมูลค่าตามวิธีการข้างต้น แสดงในภาคผนวก

บทที่ 8. สรุปผลการประเมินมูลค่าทรัพย์สิน

บริษัท เอเซี่ยน เอ็นจิเนียริ่ง แวลูเอชั่น จำกัด ได้พิจารณารายละเอียดต่างๆ ของทรัพย์สิน ภายใต้หลักเกณฑ์ ข้อจำกัด และสมมติฐานข้างต้นตามที่ได้ระบุไว้ในรายงานฉบับนี้หากไม่มีข้อจำกัดพิเศษอื่นใดซึ่งผู้ประเมินค่าทรัพย์สิน ไม่อาจทราบได้แล้วผู้ประเมินมีความเห็นต่อมูลค่าของทรัพย์สินที่ประเมิน ณ วันที่ 1 ตุลาคม 2569 ดังต่อไปนี้ :

มูลค่าทรัพย์สินโดยวิธีวิเคราะห์ต้นทุน *(Cost Approach)*

สรุปมูลค่าทรัพย์สินที่ประเมินได้ **เป็นเงินทั้งสิ้น** 575,180,000.- **บาท**

(ห้าร้อยเจ็ดสิบห้าล้านหนึ่งแสนแปดหมื่นบาทถ้วน)

มูลค่าทรัพย์สินที่ประเมิน โดยวิธีวิเคราะห์รายได้ *(Income Approach)*

สรุปมูลค่าทรัพย์สินที่ประเมินได้ **เป็นเงินทั้งสิ้น** 576,400,000.- **บาท**

(ห้าร้อยเจ็ดสิบหกล้านสี่แสนบาทถ้วน)

บริษัท เอเซี่ยน เอ็นจิเนียริ่ง แวลูเอชั่น จำกัด ขอรับรองว่าไม่มีผลประโยชน์ใดๆ เกี่ยวข้องกับทรัพย์สินที่ประเมินมูลค่าไม่ว่าโดยทางตรง หรือโดยทางอ้อมโดยได้ปฏิบัติหน้าที่ในฐานะผู้ประเมินมูลค่าทรัพย์สิน ด้วยความระมัดระวังและรักษาจรรยาบรรณวิชาชีพ

กระทำการแทนในนาม

บริษัท เอเซี่ยน เอ็นจิเนียริ่ง แวลูเอชั่น จำกัด

.....	.....
(นายวิชญะ สุวรรณวงศ์)	(นายคณาพจน์ จำเนียร)
ผู้สำรวจและประเมินมูลค่าทรัพย์สิน	ผู้ตรวจสอบรายงาน
	ผู้ประเมินหลักชั้นวุฒิเลขที่ วฒ.195

ภาคผนวก ก

รายละเอียดวิธีการประเมินมูลค่าทรัพย์สิน

ข้อมูลตลาดเปรียบเทียบในการประเมินมูลค่าทรัพย์สิน

รายละเอียด	ข้อมูลที่ 1	ข้อมูลที่ 2	ข้อมูลที่ 3
ลักษณะทรัพย์สินเปรียบเทียบ	ที่ดินว่างเปล่า	ที่ดินว่างเปล่า	ที่ดินว่างเปล่า
ที่ตั้ง	ถนนสายเอเชีย ทล.32 (บางปะอิน-นครสวรรค์) ตำบลบางมัญ อำเภอเมืองสิงห์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี	ถนนสายเอเชีย ทล.32 (บางปะอิน-นครสวรรค์) ตำบลม่วงหมู่ อำเภอเมืองสิงห์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี	ถนนสายเอเชีย ทล.32 (บางปะอิน-นครสวรรค์) ตำบลม่วงหมู่ อำเภอเมืองสิงห์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี
ค่าพิกัด GPS : Lat, long	14.910869,100.407834	14.880773,100.433321	14.889322,100.427998
เนื้อที่ดิน (ไร่-งาน-ตารางวา)	8-0-12.0 ไร่ หรือ 3,212.0 ตารางวา	9-0-35.5 ไร่ หรือ 3,635.5 ตารางวา	8-0-55.0 ไร่ หรือ 3,255.0 ตารางวา
รูปแปลงที่ดิน	คล้ายสี่เหลี่ยมผืนผ้า	คล้ายสี่เหลี่ยมผืนผ้า	สี่เหลี่ยมผืนผ้า
หน้ากว้าง x ยาว (เมตร)	หน้ากว้างติดถนนประมาณ 42.00 เมตร ลึกประมาณ 268.00 เมตร	หน้ากว้างติดถนนประมาณ 46.00 เมตร ลึกประมาณ 266.00 เมตร	หน้ากว้างติดถนนประมาณ 120.00 เมตร ลึกประมาณ 108.00 เมตร
จำนวนด้านติดถนน	1 ด้าน	1 ด้าน	1 ด้าน
ระดับดิน	ร้อยละ 25 ปรับปรุงถมดินแล้วเสมอถนน ส่วนที่เหลือ ต่ำกว่าระดับถนนประมาณ 1.5 เมตร เฉลี่ยทั้งแปลง ต่ำกว่าระดับถนนประมาณ 1 เมตร	ปรับปรุงถมดินแล้ว สูงเสมอถนน	ปรับปรุงถมดินแล้ว สูงเสมอถนน
รายละเอียดทรัพย์สิน	-	-	-
ผิวจราจร/ความกว้างและเขตทาง	ลาดยาง กว้าง 18.00 เมตร เขตทาง กว้าง 120.00 เมตร สภาพปานกลาง	ลาดยาง กว้าง 18.00 เมตร เขตทาง กว้าง 120.00 เมตร สภาพปานกลาง	ลาดยาง กว้าง 18.00 เมตร เขตทาง กว้าง 120.00 เมตร สภาพปานกลาง
สาธารณูปโภคที่มี	ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ ทางระบายน้ำ	ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ ทางระบายน้ำ	ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ ทางระบายน้ำ
ผังเมือง	สีเขียว ที่ดินประเภทชนบทและเกษตรกรรม	สีเขียว ที่ดินประเภทชนบทและเกษตรกรรม สีขาวมีกรอบและเส้นทแยงสีเขียว ที่ดินประเภทอนุรักษ์ชนบทและเกษตรกรรม	สีเขียว ที่ดินประเภทชนบทและเกษตรกรรม
ข้อกฎหมายอื่นๆ	-	-	-
ทำเลและสภาพแวดล้อม	ที่อยู่อาศัย พาณิชยกรรม และเกษตรกรรม	ที่อยู่อาศัย พาณิชยกรรม และเกษตรกรรม	ที่อยู่อาศัย พาณิชยกรรม และเกษตรกรรม
การเปรียบเทียบทำเล	-	-	-
ศักยภาพในการพัฒนาและใช้ประโยชน์สูงสุด	เพื่อการพาณิชยกรรม และอุตสาหกรรม (บางประเภท)	เพื่อการพาณิชยกรรม และอุตสาหกรรม (บางประเภท)	เพื่อการพาณิชยกรรม และอุตสาหกรรม (บางประเภท)
เงื่อนไข	เสนอขาย	เสนอขาย	เสนอขาย
วัน/เดือน/ปี	กรกฎาคม 2569	กรกฎาคม 2569	กรกฎาคม 2569
ผู้ขาย/ผู้ให้ข้อมูล	(เจ้าของ)	คุณสรกิจ (เจ้าของ)	คุณช้อเฮียง (เจ้าของ)
สถานที่ติดต่อ/โทรศัพท์	081-994-2561	088-298-9942	081-392-5651
ราคาเสนอขาย	ขายไร่ละ 5,000,000.- บาท หรือ ตารางวาละ 12,500.- บาท	ขายไร่ละ 6,500,000.- บาท หรือ ตารางวาละ 16,250.- บาท	ขายไร่ละ 10,000,000.- บาท หรือ ตารางวาละ 25,000.- บาท
หมายเหตุ :	-	-	-

ภาคผนวก ก

รายละเอียดวิธีการประเมินมูลค่าทรัพย์สิน (ต่อ)

ข้อมูลตลาดเปรียบเทียบในการประเมินมูลค่าทรัพย์สิน

รายละเอียด	ข้อมูลที่ 4	ข้อมูลที่ 5
ลักษณะทรัพย์สินเปรียบเทียบ	ที่ดินว่างเปล่า	ที่ดินว่างเปล่า
ที่ตั้ง	ถนนสายเอเชีย ทล.32 (บางปะอิน-นครสวรรค์) ตำบลชีน้ำร้าย อำเภออินทร์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี	ถนนสายเอเชีย ทล.32 (บางปะอิน-นครสวรรค์) ตำบลชีน้ำร้าย อำเภออินทร์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี
ค่าพิกัด GPS : Lat, long	15.083858,100.304160	15.064885,100.323119
เนื้อที่ดิน (ไร่-งาน-ตารางวา)	12-3-62.0 ไร่ หรือ 5,162.0 ตารางวา	15-3-46.0 ไร่ หรือ 6,346.0 ตารางวา
รูปแปลงที่ดิน	คล้ายสี่เหลี่ยมผืนผ้า	คล้ายสี่เหลี่ยมผืนผ้า
หน้ากว้าง x ยาว (เมตร)	หน้ากว้างติดถนนประมาณ 140.00 เมตร ลึกประมาณ 207.00 เมตร	หน้ากว้างติดถนนประมาณ 86.00 เมตร ลึกประมาณ 303.00 เมตร
จำนวนด้านติดถนน	1 ด้าน	1 ด้าน
ระดับดิน	ปรับปรุงถมดินแล้ว สูงเสมอถนน	ปรับปรุงถมดินแล้ว สูงเสมอถนน
รายละเอียดทรัพย์สิน	-	-
ผิวจราจร/ความกว้าง และเขตทาง	ลาดยาง กว้าง 18.00 เมตร เขตทาง กว้าง 120.00 เมตร สภาพปานกลาง	ลาดยาง กว้าง 18.00 เมตร เขตทาง กว้าง 120.00 เมตร สภาพปานกลาง
สาธารณูปโภคที่มี	ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ ทางระบายน้ำ	ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ ทางระบายน้ำ
ผังเมือง	นอกเขตผังเมือง	นอกเขตผังเมือง
ข้อกฎหมายอื่นๆ	-	-
ทำเลและสภาพแวดล้อม	ที่อยู่อาศัย พาณิชยกรรม และเกษตรกรรม	ที่อยู่อาศัย พาณิชยกรรม และเกษตรกรรม
การเปรียบเทียบทำเล	-	-
ศักยภาพในการพัฒนา และใช้ประโยชน์สูงสุด	เพื่อการพาณิชยกรรม และอุตสาหกรรม (บางประเภท)	เพื่อการพาณิชยกรรม และอุตสาหกรรม (บางประเภท)
เงื่อนไข	เสนอขาย	เสนอขาย
วัน/เดือน/ปี	กรกฎาคม 2569	กรกฎาคม 2569
ผู้ขาย/ผู้ให้ข้อมูล	คุณวีรเมศวร์ (ตัวแทนเจ้าของ)	คุณตุ๊ก (เจ้าของ)
สถานที่ติดต่อ/โทรศัพท์	082-850-7119	082-874-2665
ราคาเสนอขาย	ขายไร่ละ 3,022,084.- บาท หรือ ตารางวาละ 7,555.- บาท	ขายไร่ละ 4,500,000.- บาท หรือ ตารางวาละ 11,250.- บาท
หมายเหตุ :	ขายรวม 39,000,000.-บาท	-

ภาคผนวก ก

รายละเอียดวิธีการประเมินมูลค่าทรัพย์สิน (ต่อ)

ข้อมูลตลาดเปรียบเทียบในการประเมินมูลค่าทรัพย์สิน

รายละเอียด	ข้อมูลที่ 6	ข้อมูลที่ 7
ลักษณะทรัพย์สินเปรียบเทียบ	ที่ดินว่างเปล่า	ที่ดินว่างเปล่า
ที่ตั้ง	ถนนสายเอเชีย ทล.32 (บางปะอิน-นครสวรรค์) ตำบลน้ำตาล อำเภออินทร์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี	ถนนสายเอเชีย ทล.32 (บางปะอิน-นครสวรรค์) ตำบลชีปะขาว อำเภอพรหมบุรี จังหวัดสิงห์บุรี
ค่าพิกัด GPS : Lat, long	14.980540,100.360328	14.740417,100.453033
เนื้อที่ดิน (ไร่-งาน-ตารางวา)	42-3-62.0 ไร่ หรือ 17,162.0 ตารางวา	8-0-07.7 ไร่ หรือ 3,207.7 ตารางวา
รูปแปลงที่ดิน	คล้ายสี่เหลี่ยมผืนผ้า	คล้ายสี่เหลี่ยมผืนผ้า
หน้ากว้าง x ยาว (เมตร)	หน้ากว้างติดถนนประมาณ 220.00 เมตร ลึกประมาณ 290.00 เมตร	หน้ากว้างติดถนนประมาณ 106.00 เมตร ลึกประมาณ 140.00 เมตร
จำนวนด้านติดถนน	1 ด้าน	1 ด้าน
ระดับดิน	ยังไม่ปรับปรุงดิน ต่ำกว่าระดับถนนประมาณ 2.0 เมตร	ปรับปรุงดินแล้ว เฉลี่ยต่ำกว่าระดับถนนประมาณ 1.50 เมตร
รายละเอียดทรัพย์สิน	-	-
ผิวจราจร/ความกว้าง และเขตทาง	ลาดยาง กว้าง 18.00 เมตร เขตทาง กว้าง 120.00 เมตร สภาพปานกลาง	ลาดยาง กว้าง 18.00 เมตร เขตทาง กว้าง 120.00 เมตร สภาพปานกลาง
สาธารณูปโภคที่มี	ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ ทางระบายน้ำ	ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ ทางระบายน้ำ
ผังเมือง	นอกเขตผังเมือง	นอกเขตผังเมือง
ข้อกฎหมายอื่นๆ	-	-
ทำเลและสภาพแวดล้อม	ที่อยู่อาศัย พาณิชยกรรม และเกษตรกรรม	ที่อยู่อาศัย พาณิชยกรรม และเกษตรกรรม
การเปรียบเทียบทำเล	-	-
ศักยภาพในการพัฒนา และใช้ประโยชน์สูงสุด	เพื่อการพาณิชยกรรม และอุตสาหกรรม (บางประเภท)	เพื่อการพาณิชยกรรม และอุตสาหกรรม (บางประเภท)
เงื่อนไข	เสนอขาย	เสนอขาย
วัน/เดือน/ปี	กรกฎาคม 2569	กรกฎาคม 2569
ผู้ขาย/ผู้ให้ข้อมูล	คุณนนท์ (ตัวแทนเจ้าของ)	คุณณรงค์ศักดิ์ (ตัวแทนเจ้าของ)
สถานที่ติดต่อ/โทรศัพท์	065-557-5669	086-323-0993
ราคาเสนอขาย	ขายไร่ละ 2,000,000.- บาท หรือ ตารางวาละ 5,000.- บาท	ขายไร่ละ 2,431,649.- บาท หรือ ตารางวาละ 6,079.- บาท
หมายเหตุ :	-	ขายรวม 19,500,000.-บาท

ภาคผนวก ก

รายละเอียดวิธีการประเมินมูลค่าทรัพย์สิน (ต่อ)

ข้อมูลตลาดเปรียบเทียบในการประเมินมูลค่าทรัพย์สิน

รายละเอียด	ข้อมูลที่ 8
รูปถ่ายโครงการ	
ชื่อโครงการ	ศูนย์การค้าอยุธยาซิตี้พาร์ค
ที่ตั้ง	เลขที่ 126 หมู่ที่ 3 ถนนสายเอเชีย ตำบลคลองสวนพลู อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
รูปแบบ	อาคารตึก 2 ชั้น พื้นที่ 150,000 ตารางเมตร
สิ่งอำนวยความสะดวก	ระบบรักษาความปลอดภัย ที่จอดรถ 3,000 คัน
ขนาดพื้นที่	20.00 - 50.00 ตารางเมตร
(อัตราค่าเช่า / บาท / เดือน)	ค่าเช่าตารางเมตรละ 1,500-บาท / เดือน (พื้นที่ Shop)
สถานที่ติดต่อ	โทรศัพท์ 081-851-2944 คุณโสภา
วันที่สอบถาม	กรกฎาคม 2569
หมายเหตุ	-สัญญาเช่าขั้นต่ำ 1 ปี เงินประกัน 2 เดือน ค่าเช่าล่วงหน้า 1 เดือน

ภาคผนวก ก

รายละเอียดวิธีการประเมินมูลค่าทรัพย์สิน (ต่อ)

ข้อมูลตลาดเปรียบเทียบในการประเมินมูลค่าทรัพย์สิน

รายละเอียด	ข้อมูลที่ 9
รูปถ่ายโครงการ	 
ชื่อโครงการ	โลตัส อยุธยา
ที่ตั้ง	ศูนย์การค้าอยุธยาซิตี้พาร์ค ถนนสายเอเชีย ตำบลคลองสวนพลู อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
รูปแบบ	อาคารไฮเปอร์มาร์เก็ต 3 ชั้น
สิ่งอำนวยความสะดวก	ระบบรักษาความปลอดภัย ที่จอดรถ
ขนาดพื้นที่	33.00 ตารางเมตร
(อัตราค่าเช่า / บาท / เดือน)	ค่าเช่า 600 บาทต่อวัน (ตร.ม.ละ 550 บาทต่อเดือน)
สถานที่ติดต่อ	โทรศัพท์ 099-259-6664 คุณแสงดาว
วันที่สอบถาม	กรกฎาคม 2569
หมายเหตุ	สัญญาเช่าลักษณะวันต่อวัน

ภาคผนวก ก

รายละเอียดวิธีการประเมินมูลค่าทรัพย์สิน (ต่อ)

ข้อมูลตลาดเปรียบเทียบในการประเมินมูลค่าทรัพย์สิน

รายละเอียด	ข้อมูลที่ 10
รูปถ่ายโครงการ	
ชื่อโครงการ	บิ๊กซี อ่างทอง
ที่ตั้ง	เลขที่ 24 ถนนเลี่ยงเมือง ตำบลโพสะ อำเภอเมืองอ่างทอง จังหวัดอ่างทอง
รูปแบบ	อาคารไฮเปอร์มาร์เก็ต สูง 1 ชั้น
สิ่งอำนวยความสะดวก	ระบบรักษาความปลอดภัย ที่จอดรถ
ขนาดพื้นที่	10.00 ตารางเมตร (พื้นที่บูธ)
(อัตราค่าเช่า / บาท / เดือน)	ค่าเช่าตารางเมตรละ 2,500.00 บาท / เดือน (พื้นที่ Shop ประมาณ 125.00 ตารางเมตร ค่าเช่าตารางเมตรละประมาณ 1,200 บาท / เดือน) บูธร้านมือถือเช่าตารางเมตรละ 2,000 บาท / ต่อเดือน
สถานที่ติดต่อ	โทรศัพท์ 099-043-6998 (M10)
วันที่สอบถาม	กรกฎาคม 2569
หมายเหตุ	-สัญญาเช่าเดือนต่อเดือน

ภาคผนวก ก

รายละเอียดวิธีการประเมินมูลค่าทรัพย์สิน (ต่อ)

ข้อมูลตลาดเปรียบเทียบในการประเมินมูลค่าทรัพย์สิน

รายละเอียด	ข้อมูลที่ 11
รูปถ่ายโครงการ	
ชื่อโครงการ	ไชยแสง ซุปเปอร์สโตร์ (CS)
ที่ตั้ง	เลขที่ 89 ถนนเลี่ยงเมืองสิงห์บุรี (ทล.369) ตำบลต้นโพธิ์ อำเภอเมืองสิงห์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี
รูปแบบ	อาคารซุปเปอร์สโตร์
สิ่งอำนวยความสะดวก	ระบบรักษาความปลอดภัย ที่จอดรถ
ขนาดพื้นที่	12.25 ตารางเมตร
(อัตราค่าเช่า / บาท / เดือน)	ค่าเช่าตารางเมตรละ 367.35 -บาท / เดือน (ค่าเช่าเดือนละ 4,500 บาท
สถานที่ติดต่อ	โทรศัพท์ 082-917-4969 สำนักงาน
วันที่สอบถาม	กรกฎาคม 2569
หมายเหตุ	-สัญญารายเดือน

ภาคผนวก ก

รายละเอียดวิธีการประเมินมูลค่าทรัพย์สิน (ต่อ)

ข้อมูลตลาดเปรียบเทียบในการประเมินมูลค่าทรัพย์สิน

รายละเอียด	**ข้อมูลที่ 12**
รูปถ่ายโครงการ	 
ชื่อโครงการ	โลตัส อ่างทอง
ที่ตั้ง	เลขที่ 73 ถนนเลี่ยงเมือง (ทล.334) ตำบลโพสะ อำเภอเมืองอ่างทอง จังหวัดอ่างทอง
รูปแบบ	อาคารไฮเปอร์มาร์เก็ต สูง 2 ชั้น
สิ่งอำนวยความสะดวก	ระบบปรับอากาศ Central Chilled Water, ระบบรักษาความปลอดภัย, ที่จอดรถ
	บันไดเลื่อน ลิฟท์
ขนาดพื้นที่	27.00 ตารางเมตร ขึ้นไป
(อัตราค่าเช่า / บาท / เดือน)	ค่าเช่า 25,000.00 - 30,000.00 บาทต่อเดือน หรือตารางเมตรละ 925.93 - 1,111.00 บาท / เดือน
สถานที่ติดต่อ	โทรศัพท์ 098-114-0889 (คุณพัชรี)
วันที่สอบถาม	กรกฎาคม 2569
หมายเหตุ	สัญญาชั่วคราว (รายเดือน)

ภาคผนวก ก

รายละเอียดวิธีการประเมินมูลค่าทรัพย์สิน (ต่อ)

2. **แสดงวิธีการประเมินมูลค่าในรายละเอียด**

2.1 **การวิเคราะห์มูลค่า โดยวิธีวิเคราะห์ต้นทุน** (Cost Approach)

ตามรายละเอียด เอกสารแสดง

การวิเคราะห์มูลค่า โดยวิธีวิเคราะห์ต้นทุน (Cost Approach)

ตารางการวิเคราะห์ค่าเช่าตลาดที่ดิน

วิธีถ่วงน้ำหนัก(Weighted Quality Score) โดยเปรียบเทียบกับข้อมูลตลาด

ตารางแสดงการวิเคราะห์คุณภาพเฉพาะแปลง

ปัจจัย	ถ่วงน้ำหนัก ปัจจัย (%)	ข้อมูลเปรียบเทียบ				ทรัพย์สิน ที่ประเมิน
		1	2	3	4	
เนื้อที่ดิน (ตารางวา)		3,212.0	3,635.5	3,255.0	5,162.0	9,809.0
1. ปัจจัยทำเล / ที่ตั้ง						
ทำเล / ที่ตั้งที่ดิน	15	8	8	8	7	8
การคมนาคม (ถนนผ่านหน้า)	0	9	9	9	9	9
2. ปัจจัยทางกายภาพ						
ขนาดเนื้อที่ดิน	15	8	8	8	7	7
รูปร่างที่ดิน	15	6	6	8	7	6
สภาพระดับที่ดิน	15	6	8	8	8	8
3.ปัจจัยสภาพแวดล้อม						
สาธารณูปโภค	0	8	8	8	8	8
ความเจริญโดยรอบ	10	7	7	7	6	7
สภาพคล่อง	10	7	7	7	5	5
4. ข้อจำกัดทางกฎหมาย						
ผังเมือง / กฎหมายที่เกี่ยวข้อง	10	6	6	6	7	7
ศักยภาพการใช้ประโยชน์	10	6	6	7	5	7
รวม	**100**	**680**	**710**	**750**	**665**	**695**

ตารางแสดงการเปรียบเทียบราคาตลาด

รายละเอียด		ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์				ทรัพย์สินที่ทำการประเมิน
		1	2	3	4	
ราคาขาย	(บาท / ตร.ว.)	12,500	16,250	25,000	7,555	
ปรับเวลา / ราคาที่สามารถต่อรองได้	(บาท / ตร.ว.)	2,500	3,250	3,750	1,889	
ราคาหลังการปรับแก้	(บาท / ตร.ว.)	10,000	13,000	21,250	5,666	
ผลการวิเคราะห์ตามข้างต้น	(คะแนน)	680	710	750	665	695
สัมประสิทธิ์ในการตัดสินใจ (R-Square)	97.82%	**มูลค่าค่าที่ดิน**		11,394.98		**บาท/ตร.วา**
ค่าผิดพลาดมาตรฐาน (STDV)	1,188.46	**สรุปมูลค่าที่ดิน**		11,400.00		**บาท/ตร.วา**

เกณฑ์คะแนน	ต่ำมาก	พอใช้	ปานกลาง	ดี	ดีมาก
	0-2	3-4	5-6	7-8	9-10

การประเมินมูลค่าสิ่งปลูกสร้าง

การประเมินส่วนของสิ่งปลูกสร้างได้เลือกโดยวิธีการคิดจากต้นทุนทดแทน (Replacement Cost Approach) แล้วหักด้วยค่าเสื่อมราคา ตามสภาพการใช้งานของสิ่งปลูกสร้างตามรายละเอียดการประเมินมูลค่าโดยวิธีดังกล่าวตามสภาพปัจจุบันของทรัพย์สินมีดังนี้

ลำดับที่	รายละเอียด	เนื้อที่รวม (ตรม.)	ค่าก่อสร้าง (บาท/ตร.ม.)	รวมมูลค่าทดแทนใหม่ (บาท)	อายุอาคาร (ปี)	หักค่าเสื่อมตามมาตรฐาน (%)	ค่าดูแลรักษา (+),(-)	สรุปค่าเสื่อมราคา (%)	มูลค่าสิ่งปลูกสร้างตามสภาพปัจจุบัน (บาท)
1	**อาคารโลตัส ไฮเปอร์มาร์เก็ต 2 ชั้น**								
	- พื้นที่ใช้สอยรวม	16,807.00	29,000.00	487,403,000.00	19	28%	0%	-28%	350,930,160.00
	- พื้นที่จอดรถใต้อาคาร	9,613.00	12,000.00	115,356,000.00	19	28%	0%	-28%	83,056,320.00
	รวม	**26,420.00**		**602,759,000.00**					**433,986,480.00**
2	**อาคารห้องเครื่องสูบน้ำชั้นเดียว**								
	- พื้นที่ใช้สอยรวม	140.00	8,000.00	1,120,000.00	19	38%	0%	-38%	694,400.00
	รวม	**140.00**		**1,120,000.00**					**694,400.00**
3	**บ่อคอนกรีตเก็บน้ำดี / น้ำเสีย**								
	- พื้นที่ใช้สอย	543.00	6,500.00	3,529,500.00	19	38%	0%	-38%	2,188,290.00
	รวม	**543.00**		**3,529,500.00**					**2,188,290.00**
4	**ที่จอดรถยนต์ (หลังคาคลุม)**								
	- พื้นที่จอดรถ รวมจำนวน 12 รายการ	4,606.85	3,200.00	14,741,920.00	19	38%	0%	-38%	9,139,990.40
	รวม	**4,606.85**		**14,741,920.00**					**9,139,990.40**
5	**อาคารล้างรถชั้นเดียว**								
	- พื้นที่ใช้สอยรวม	126.00	3,200.00	403,200.00	19	38%	0%	-38%	249,984.00
	รวม	**126.00**		**403,200.00**					**249,984.00**
	ส่วนพัฒนาควบ								
	ถนน/ลานคอนกรีตภายในโครงการและทางเดินรอบอาคาร								
	- พื้นที่ใช้สอย	14,914.00	1,500.00	22,371,000.00	19	38%	0%	-38%	13,870,020.00
	รวม	**14,914.00**		**22,371,000.00**					**13,870,020.00**
	รั้วคอนกรีต สูง 2.00 เมตร								
	- ยาว	336.71	3,000.00	1,010,130.00	19	38%	0%	-38%	626,280.60
	รวม	**336.71**		**1,010,130.00**					**626,280.60**
	รั้วลวดถัก สูง 2.00 เมตร								
	- ยาว	311.19	2,250.00	700,177.50	19	38%	0%	-38%	434,110.05
	รวม	**311.19**		**700,177.50**					**434,110.05**
	ป้ายโครงการ และป้ายโฆษณา								
	- ป้ายสูง 20 เมตร	1 ชุด	4,200,000.00	4,200,000.00	19	38%	0%	-38%	2,604,000.00
	รวม	-		**4,200,000.00**					**2,604,000.00**
รวมทั้งหมด		**47,086.56**		**650,134,750.00**					**463,359,445.00**
								มูลค่าสิ่งปลูกสร้าง(ปัดเศษ)	**463,360,000.00**
								มูลค่าประกันภัย	**585,121,000.00**

<u>หมายเหตุ</u>

1. ราคาประเมินต่อหน่วยข้างต้น บริษัทฯได้ใช้ประมาณการราคาค่าก่อสร้าง พ.ศ. 2568-2569 ของสมาคมผู้ประเมินค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทยเป็นหลักเกณฑ์มาตรฐานอ้างอิงในการพิจารณาราคาต่อหน่วยแล้วนำมาปรับแก้ให้เหมาะสมตามความเป็นจริง

2. ราคาประเมินต่อหน่วยสูงกว่า ประมาณการราคาค่าก่อสร้าง พ.ศ. 2568-2569 ของสมาคมผู้ประเมินค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทย เนื่องจากอาคารทรัพย์สินที่ประเมินมูลค่าเป็นอาคารที่มีการตกแต่งทันสมัยโดยใช้วัสดุที่มีคุณภาพสูง

3. การพิจารณามูลค่าประกันอัคคีภัย ทางบริษัทฯ พิจารณามูลค่าประมาณ 90% ของมูลค่าต้นทุนทดแทนใหม่ (Replacement Cost New) ของอาคาร โดยไม่พิจารณามูลค่าฐานรากของอาคารประมาณ 10% ของมูลค่าต้นทุนทดแทนใหม่ เนื่องจากหากเกิดความเสียหายจะกระทบเฉพาะโครงสร้าง และตัวอาคาร เฉพาะส่วนบนเหนือพื้นดินเท่านั้น โดยไม่ได้กระทบต่อส่วนโครงสร้างของฐานรากอาคาร

ภาคผนวก ก

รายละเอียดวิธีการประเมินมูลค่าทรัพย์สิน (ต่อ)

2. **แสดงวิธีการประเมินมูลค่าในรายละเอียด**

2.2 การวิเคราะห์มูลค่า โดยวิธีวิเคราะห์รายได้ (Income Approach)

ตามรายละเอียด เอกสารแสดง

การวิเคราะห์มูลค่า โดยวิธีวิเคราะห์รายได้ (Income Approach)

สมมติฐานในการประเมินมูลค่าทรัพย์สิน โครงการโลตัส สิงห์บุรี

1. **<u>สมมติฐานเกี่ยวกับรายได้</u>**

ทรัพย์สินดำเนินธุรกิจประเภท ค้าปลีก ศูนย์อาหาร และร้านค้าให้เช่า ดังนั้นรายได้หลักจึงเป็นรายได้จากการให้เช่าพื้นที่ ซึ่งมีพื้นที่เช่ารวมประมาณ 11,425.75 ตารางเมตร แยกเป็นการเช่าแบบ Fixed และ การเช่าแบบ Gross Profit โดยแยกเป็นพื้นที่เช่าแต่ละประเภทมีรายละเอียดดังนี้

<u>ตารางแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับพื้นที่เช่า</u>

ประเภทพื้นที่เช่า	ขนาดพื้นที่ (ตร.ม.)
Hypermarket & Food Court	8,698.00
Anchor, Shop (Fixed และ Gross Profit)	2,727.75
รวม	**11,425.75**

จากข้อมูลที่ได้รับจากทางผู้ว่าจ้างฯ ของโครงการโลตัส สิงห์บุรี พบว่าทรัพย์สินที่ประเมินมีอัตราค่าเช่าและบริการเฉลี่ยรวม ปี 2569 (ม.ค. - ก.ค.) เฉลี่ยประมาณเดือนละ 332.66 บาท/ตารางเมตร และอัตราการเช่าเฉลี่ย ปี 2569 เฉลี่ยประมาณ 95.91% เมื่อพิจารณาแล้วบริษัทฯจึงประมาณการเกี่ยวกับรายได้ของปี 2569 ดังนี้

1.1 **รายได้จากการเช่าและบริการพื้นที่** (Rental Revenue)

<u>พื้นที่พาณิชยกรรม (Retail Area)</u>

อัตราค่าเช่า (Average Rental rate)

กำหนดให้อัตราค่าเช่าและบริการเฉลี่ย ปี 2569	ประมาณการ	330.00	บาท / ตร.ม. / เดือน

อัตราการเติบโตของรายได้ (Growth rate)

กำหนดให้อัตราเติบโตค่าเช่าและบริการพื้นที่ ปี 2570 - ตลอดประมาณการ	ประมาณการ	3.00%	ต่อปี

อัตราการเช่า (Occupancy rate)

กำหนดให้อัตราการเช่า ปี 2569 - ตลอดประมาณการ	ประมาณการ	97.00%	ต่อปี

1.2 **รายได้อื่น ๆ** (Other Revenue)

กำหนดให้รายได้อื่นๆ (Other revenue)	ประมาณการ	13.00%	ของรายได้ค่าเช่าและบริการพื้นที่

2. **<u>สมมติฐานเกี่ยวกับรายจ่าย</u>**

อ้างอิงจากข้อมูลที่ได้รับจากผู้ว่าจ้าง เมื่อพิจารณาแล้วบริษัทฯจึงประมาณการเกี่ยวกับรายจ่ายของปี 2569 ดังนี้

2.1 **ค่าใช้จ่ายด้านการทำความสะอาดและรักษาความปลอดภัย** (Cleaning & Security expense)

กำหนดให้มีค่าใช้จ่ายด้านการทำความสะอาด และรักษาความปลอดภัย (ในปี 2569)	ประมาณการ	2,295,500.00	บาท
กำหนดให้มีการปรับเพิ่มขึ้นเฉลี่ยในทุกปี จากปี 2569	ประมาณการ	3.00%	จากปีก่อน (เริ่มปรับปี 2570)

2.2 **ค่าใช้จ่ายด้านสาธารณูปโภค** (Utilities expense)

กำหนดให้ค่าใช้จ่ายด้านสาธารณูปโภค	ประมาณการ	7.50%	ของรายได้รวม

2.3 **ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด** (Sale Promotion expense)

กำหนดให้มีค่าใช้จ่ายด้านการตลาด	ประมาณการ	1.00%	ของรายได้ค่าเช่าและบริการพื้นที่

2.4 **ค่าซ่อมบำรุงรักษาอาคาร** (Maintenance)

กำหนดให้มีค่าซ่อมบำรุงอาคาร	ประมาณการ	1.50%	ของรายได้รวม

2.5 **ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการประกันภัยทรัพย์สิน** (Property Insurance)

กำหนดให้มีค่าเกี่ยวกับการประกันภัยทรัพย์สิน ปี 2569	ประมาณการ	423,500.00	บาท
กำหนดให้มีการปรับเพิ่มขึ้นเฉลี่ยในทุกปี จากปี 2569	ประมาณการ	3.00%	จากปีก่อน (เริ่มปรับปี 2570)

2.6 **ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง** (Property tax)

กำหนดให้มีค่าเกี่ยวกับภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ปี 2569	ประมาณการ	462,001.53	บาท
กำหนดให้มีการปรับเพิ่มขึ้นเฉลี่ยในทุกปี จากปี 2569	ประมาณการ	3.00%	จากปีก่อน (เริ่มปรับปี 2570)

2.7 **ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ** (Other Expenses)

กำหนดให้มีค่าใช้จ่ายอื่นๆ ปี 2568 - ตลอดประมาณการ	ประมาณการ	1.00%	ของรายได้รวม

2.8 **ค่าธรรมเนียมในการเก็บค่าเช่า** (Rental Collection Fee)

กำหนดให้มีค่าธรรมเนียมในการเก็บค่าเช่า	ประมาณการ	2.40%	ของรายได้รวม

2.9 **ค่าใช้จ่ายค่าคอมมิชชั่น** (Commission)

กำหนดให้มีค่าใช้จ่ายค่าคอมมิชชั่น	ประมาณการ	2.30%	ของรายได้ค่าเช่าและบริการพื้นที่

2.10 **ค่าบริหารจัดการทรัพย์สิน** (Incentive Fee)

กำหนดให้มีค่าบริหารจัดการทรัพย์สิน	ประมาณการ	1.80%	ของกำไรขั้นต้น

2.11 **เงินสำรองไว้สำหรับปรับปรุงในอนาคต** (CAPEX Reserve)

กำหนดให้มีเงินสำรองไว้สำหรับปรับปรุงในอนาคต	ประมาณการ	3.00%	ของรายได้รวม

3. **<u>สมมติฐานเกี่ยวกับอัตราผลตอบแทนและอัตราคิดลด</u>** (Capitalization Rate & Discount Rate)

3.1 **อัตราผลตอบแทน** (Capitalization Rate)

การเลือกใช้ Capitalization Rate ได้พิจารณาจากอัตราผลตอบแทนในการลงทุนของกองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์ และบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ที่มีการดำเนินธุรกิจลักษณะใกล้เคียงกัน โดยคำนึงถึงลักษณะของทรัพย์สิน การบริหารจัดการและเงินลงทุน แนวโน้มความเจริญเติบโตของธุรกิจ ข้อบังคับทางกฎหมาย สภาวะเศรษฐกิจและการลงทุนภายใน - นอกประเทศ สถานการณ์ทางการเมืองและปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ เมื่อพิจารณาทรัพย์สินแล้วเห็นควรกำหนด

Capitalization rate	=	6.50%

3.2 **อัตราคิดลด** (Discount Rate)

เนื่องจากทรัพย์สินที่ประเมินดำเนินธุรกิจเป็นศูนย์การค้า ซึ่งเป็นทรัพย์สินประเภทที่ก่อให้เกิดรายได้จากการถือครอง ดังนั้นการเลือกใช้ Discount Rate จะต้องเป็นอัตราที่เหมาะสมเพียงพอที่จะจูงใจให้เกิดการลงทุน โดยปกตินักลงทุนจะพิจารณาผลตอบแทนที่มากกว่าการลงทุนที่ไม่มีความเสี่ยง ดังนั้นการพิจารณาอัตราคิดลดจะวิเคราะห์ข้อมูลจาก 2 ส่วนคือ Discount Rate = Risk free + Risk Premium โดยพิจารณาดังนี้

Risk free พิจารณาจากอัตราผลตอบแทนการลงทุนในพันธบัตรรัฐบาลในระยะเวลาตามประมาณการคือ ระยะเวลา 10 ปี เฉลี่ยย้อนหลัง 1 ปี ณ วันที่ 7 กรกฎาคม 2569 ได้กำหนดอัตราผลตอบแทนการลงทุนประมาณ 1.80%

Risk Premium พิจารณาจากความเสี่ยงเกี่ยวกับประเภทของธุรกิจนั้นๆ โดยคำนึงถึงลักษณะของทรัพย์สิน การบริหารจัดการและเงินลงทุน แนวโน้มความเจริญเติบโตของธุรกิจ ข้อบังคับทางกฎหมาย สภาวะเศรษฐกิจและการลงทุนภายใน - นอกประเทศ สถานการณ์ทางการเมืองและปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ เมื่อพิจารณาทรัพย์สินแล้วเห็นควรกำหนด Risk Premium ประมาณ 7.50%

Discount Rate	=	Risk free + Risk premium
Risk free	=	1.80%
Risk premium	=	7.60%
Discount Rate	=	9.40%
อัตราคิดลดที่ใช้ในการประเมิน		**9.50%**

3.3 **ระยะเวลาการประมาณการ**

การประเมินมูลค่านี้พิจารณาประมาณการ 10 ปี (พิจารณาตามรอบปี มกราคม - ธันวาคม) มูลค่า ณ วันที่ 1 ตุลาคม 2569

การประเมินมูลค่าทรัพย์สินโดยวิธีรายได้ (Income Approach) มูลค่า ณ วันที่ 1 ตุลาคม 2569

ทรัพย์สิน : โครงการโลตัส สิงห์บุรี

รายละเอียด					ปี พ.ศ.	2569	2570	2571	2572	2573	2574	2575	2576	2577	2578	2579
					ปีที่	0.25	1.25	2.25	3.25	4.25	5.25	6.25	7.25	8.25	9.25	10.25
					เริ่ม	1 ต.ค. 69	1 ม.ค. 70	1 ม.ค. 71	1 ม.ค. 72	1 ม.ค. 73	1 ม.ค. 74	1 ม.ค. 75	1 ม.ค. 76	1 ม.ค. 77	1 ม.ค. 78	1 ม.ค. 79
					สิ้นสุด	31 ธ.ค. 69	31 ธ.ค. 70	31 ธ.ค. 71	31 ธ.ค. 72	31 ธ.ค. 73	31 ธ.ค. 74	31 ธ.ค. 75	31 ธ.ค. 76	31 ธ.ค. 77	31 ธ.ค. 78	31 ธ.ค. 79
1 **สมมติฐานเกี่ยวกับรายได้** (Revenues)				จำนวนเดือน		3	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12
รายได้จากการเช่าและบริการพื้นที่ (Rental Revenue)																
พื้นที่พาณิชยกรรม (Retail Area)	11,425.75	**ตารางเตร**				**34,277.25**	**137,109.00**	**137,109.00**	**137,109.00**	**137,109.00**	**137,109.00**	**137,109.00**	**137,109.00**	**137,109.00**	**137,109.00**	**137,109.00**
- กำหนดให้อัตราค่าเช่าและบริการเฉลี่ย (Average Rental rate) ปี 2569	330.00	บาท/ตร.ม./เดือน				330.00	339.90	350.10	360.60	371.42	382.56	394.04	405.86	418.03	430.58	443.49
- กำหนดให้ปรับเพิ่มอัตราค่าเช่าและบริการ (Growth Rate)	3.00%	ต่อปี				0	3.00%	3.00%	3.00%	3.00%	3.00%	3.00%	3.00%	3.00%	3.00%	3.00%
- กำหนดให้อัตราการเช่าเฉลี่ย (Occupancy Rate)	97.00%	ต่อปี				97.00%	97.00%	97.00%	97.00%	97.00%	97.00%	97.00%	97.00%	97.00%	97.00%	97.00%
รวมรายได้ค่าเช่าและบริการพื้นที่						10,972,147.73	45,205,248.63	46,561,406.09	47,958,248.27	49,396,995.72	50,878,905.59	52,405,272.76	53,977,430.94	55,596,753.87	57,264,656.48	58,982,596.18
รายได้อื่น ๆ (Other Revenue)																
- รายได้อื่นๆ (Other revenue)	13.00%	ของรายได้ค่าเช่าและบริการพื้นที่				1,426,379.20	5,876,682.32	6,052,982.79	6,234,572.27	6,421,609.44	6,614,257.73	6,812,685.46	7,017,066.02	7,227,578.00	7,444,405.34	7,667,737.50
รวมรายได้อื่นๆ (Total Other Revenue)						1,426,379.20	5,876,682.32	6,052,982.79	6,234,572.27	6,421,609.44	6,614,257.73	6,812,685.46	7,017,066.02	7,227,578.00	7,444,405.34	7,667,737.50
รายได้รวม Total Revenue						**12,398,526.93**	**51,081,930.95**	**52,614,388.88**	**54,192,820.54**	**55,818,605.16**	**57,493,163.31**	**59,217,958.21**	**60,994,496.96**	**62,824,331.87**	**64,709,061.83**	**66,650,333.68**
2 **สมมติฐานเกี่ยวกับรายจ่าย** (Costs & Expenses)																
ต้นทุนขาย และค่าใช้จ่ายการดำเนินการ (Costs & Expenses)																
- ค่าใช้จ่ายด้านการทำความสะอาดและรักษาความปลอดภัย (Cleaning & Security expense)	2,295,500.00	บาท	ปรับเพิ่มปีละ	3.00%		573,875.00	2,364,365.00	2,435,295.95	2,508,354.83	2,583,605.47	2,661,113.64	2,740,947.05	2,823,175.46	2,907,870.72	2,995,106.84	3,084,960.05
- ค่าใช้จ่ายด้านสาธารณูปโภค (Utilities expense)	7.50%	ของรายได้รวม				929,889.52	3,831,144.82	3,946,079.17	4,064,461.54	4,186,395.39	4,311,987.25	4,441,346.87	4,574,587.27	4,711,824.89	4,853,179.64	4,998,775.03
- ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด (Sale Promotion expense)	1.00%	ของรายได้ค่าเช่าและบริการพื้นที่				109,721.48	452,052.49	465,614.06	479,582.48	493,969.96	508,789.06	524,052.73	539,774.31	555,967.54	572,646.56	589,825.96
- ค่าซ่อมบำรุงรักษาอาคาร (Maintenance)	1.50%	ของรายได้รวม				185,977.90	766,228.96	789,215.83	812,892.31	837,279.08	862,397.45	888,269.37	914,917.45	942,364.98	970,635.93	999,755.01
- ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการประกันภัยทรัพย์สิน (Property Insurance)	423,500.00	บาท	ปรับเพิ่มปีละ	3.00%		105,875.00	436,205.00	449,291.15	462,769.88	476,652.98	490,952.57	505,681.15	520,851.58	536,477.13	552,571.44	569,148.59
- ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง (Property tax)	462,001.53	บาท	ปรับเพิ่มปีละ	3.00%		115,500.38	475,861.58	490,137.42	504,841.55	519,986.79	535,586.40	551,653.99	568,203.61	585,249.72	602,807.21	620,891.42
- ค่าใช้จ่ายอื่นๆ (Other Expenses)	1.00%	ของรายได้รวม				123,985.27	510,819.31	526,143.89	541,928.21	558,186.05	574,931.63	592,179.58	609,944.97	628,243.32	647,090.62	666,503.34
รายจ่ายรวม (Costs & Expenses)						2,144,824.55	8,836,677.16	9,101,777.47	9,374,830.80	9,656,075.72	9,945,757.99	10,244,130.73	10,551,454.65	10,867,998.29	11,194,038.24	11,529,859.39
กำไรขั้นต้น Gross profit (GOP)						10,253,702.38	42,245,253.79	43,512,611.41	44,817,989.75	46,162,529.44	47,547,405.32	48,973,827.48	50,443,042.31	51,956,333.58	53,515,023.58	55,120,474.29
- ค่าธรรมเนียมในการเก็บค่าเช่า (Rental Collection Fee)	2.40%	ของรายได้รวม				297,564.65	1,225,966.34	1,262,745.33	1,300,627.69	1,339,646.52	1,379,835.92	1,421,231.00	1,463,867.93	1,507,783.96	1,553,017.48	1,599,608.01
- ค่าใช้จ่ายค่าคอมมิชชั่น (Commission)	2.30%	ของรายได้ค่าเช่าและบริการพื้นที่				252,359.40	1,039,720.72	1,070,912.34	1,103,039.71	1,136,130.90	1,170,214.83	1,205,321.27	1,241,480.91	1,278,725.34	1,317,087.10	1,356,599.71
- ค่าบริหารจัดการทรัพย์สิน (Incentive Fee)	1.80%	ของกำไรขั้นต้น				174,668.01	719,632.20	741,221.17	763,457.80	786,361.54	809,952.38	834,250.95	859,278.48	885,056.84	911,608.54	938,956.80
- เงินสำรองไว้สำหรับปรับปรุงในอนาคต (CAPEX Reserve)	3.00%	ของรายได้รวม				371,955.81	1,532,457.93	1,578,431.67	1,625,784.62	1,674,558.15	1,724,794.90	1,776,538.75	1,829,834.91	1,884,729.96	1,941,271.85	1,999,510.01
Net cashflow						**9,157,154.51**	**37,727,476.60**	**38,859,300.90**	**40,025,079.93**	**41,225,832.32**	**42,462,607.29**	**43,736,485.51**	**45,048,580.08**	**46,400,037.48**	**47,792,038.60**	**49,225,799.76**
- Capitalization rate สำหรับขายทรัพย์สินปีที่ 10	6.5%														757,319,996.34	
- Discount Rate	9.5%					0.9776	0.8928	0.8153	0.7446	0.6800	0.6210	0.5671	0.5179	0.4730	0.4319	
- **มูลค่าปัจจุบัน** (Present Value)			576,353,743.46	**บาท**		8,951,730.78	33,681,398.01	31,682,045.62	29,801,376.24	28,032,344.78	26,368,324.31	24,803,081.32	23,330,752.29	21,945,821.79	347,756,868.32	
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ Net Present Value (NPV) **(ปัดเศษ)**			576,400,000.00	**บาท**												

สรุปมูลค่าทรัพย์สินที่ประเมินมูลค่า

การประเมินมูลค่าทรัพย์สินด้วยวิธีการต้นทุน (Cost Approach)				
มูลค่าที่ดิน ส่วนกรรมสิทธิ์สมบูรณ์				
เนื้อที่ดิน	24-2-9.0 ไร่	**หรือ**	9,809.0	**ตารางวา**
ประเมินราคาให้ ตารางวาละ			11,400.00	**บาท**
		สรุปมูลค่าที่ดินเป็นเงิน (ปัดเศษ)	111,820,000.00	**บาท**
มูลค่าสิ่งปลูกสร้าง และส่วนพัฒนาควบ		**เป็นเงิน**	463,360,000.00	**บาท**
สรุปมูลค่าทรัพย์สิน		**เป็นเงิน**	575,180,000.00	**บาท**
		(ห้าร้อยเจ็ดสิบห้าล้านหนึ่งแสนแปดหมื่นบาทถ้วน)		
การประเมินมูลค่าทรัพย์สินด้วยวิธีรายได้ (Income Approach)				
มูลค่าด้วยวิธีรายได้		**เป็นเงิน**	576,400,000.00	**บาท**
		(ห้าร้อยเจ็ดสิบหกล้านสี่แสนบาทถ้วน)		

ภาคผนวก ข
หลักเกณฑ์การประเมินมูลค่าทรัพย์สิน

ในการวิเคราะห์มูลค่าของทรัพย์สิน บริษัทฯ ได้ถือตามแนวปฏิบัติในทางสากลของการประเมินมูลค่าทรัพย์สิน และอยู่ภายใต้ข้อบังคับของสมาคมผู้ประเมินค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทย (The Valuers Association of Thailand) โดยมีหลักเกณฑ์ในการประเมินมูลค่าทรัพย์สิน 2 หลักเกณฑ์ คือ “หลักเกณฑ์การประเมินเพื่อการกำหนดมูลค่าตลาด” และ “หลักเกณฑ์การประเมินที่มิใช่การกำหนดมูลค่าตลาด” แสดงความหมายโดยสังเขป ดังต่อไปนี้

หลักเกณฑ์การประเมินเพื่อการกำหนด “มูลค่าตลาด”

หมายถึง การประเมินมูลค่าทรัพย์สินที่สามารถอ้างอิงข้อมูลธุรกรรมการซื้อขายซึ่งเกิดขึ้นในตลาด ซึ่งจะต้องมีในจำนวนที่เพียงพอ ที่จะใช้เปรียบเทียบเพื่อกำหนดมูลค่าตลาดของทรัพย์สินนั้น

โดย **มูลค่าตลาด** (Market Value) หมายถึง “มูลค่าเป็นตัวเงินซึ่งประมาณว่าเป็นราคาของทรัพย์สินที่สามารถใช้ตกลง ซื้อขายกันได้ระหว่างผู้เต็มใจขายกับ ผู้เต็มใจซื้อ ณ วันที่ประเมินมูลค่า ภายใต้เงื่อนไขการซื้อขายปกติที่ผู้ซื้อและผู้ขายไม่มีผลประโยชน์เกี่ยวเนื่องกัน โดยได้มีการเสนอขายทรัพย์สินในระยะเวลาพอสมควร และโดยที่ทั้งสองฝ่ายได้ตกลงซื้อขายด้วยความรอบรู้อย่างรอบคอบและปราศจากภาวะกดดัน ทั้งนี้ให้ถือด้วยว่าสามารถโอนสิทธิครอบครองตามกฎหมายโดยสมบูรณ์ในทรัพย์สินได้” มูลค่าตลาดโดยทั่วไปจะไม่คำนึงถึงต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายในการซื้อหรือค่าธรรมเนียมหรือ ภาษีใดๆ

หลักเกณฑ์การประเมิน “ที่มิใช่การกำหนดมูลค่าตลาด”

หมายถึง การประเมินมูลค่าทรัพย์สินบางประเภท ที่มีลักษณะเฉพาะที่มีการซื้อขายน้อย หรือไม่มีการซื้อขายเลย หรือมีข้อมูลตลาดไม่เพียงพอ ที่จะใช้การเปรียบเทียบเพื่อให้ได้มาซึ่งมูลค่าตลาดของทรัพย์สิน

การประเมินเพื่อการกำหนดมูลค่าดังต่อไปนี้ ถือว่าเป็นการประเมินตามหลักเกณฑ์การประเมินที่มิใช่การกำหนดมูลค่าตลาด คือ มูลค่าการลงทุน (Investment Value), มูลค่าจากการใช้ประโยชน์ (Value in Use), มูลค่ากิจการ (Going Concern Value), มูลค่าประกันภัย (Insurable Value), มูลค่าทางภาษี (Assessed or Taxable Value), มูลค่าพิเศษ (Special Value), มูลค่าบังคับขาย (Forced Sale Value), มูลค่าซาก (Salvage Value) และมูลค่าต้นทุนทดแทนสุทธิ (Depreciated Replacement Cost) เป็นต้น

สำหรับวิธีการประเมินมูลค่าทรัพย์สินที่มีการใช้เป็นสากลมี 3 วิธีการ ซึ่งในที่นี้จะกล่าวโดยสังเขปเช่นกัน ดังนี้

วิธีวิเคราะห์มูลค่าจากต้นทุน (Cost Approach)

หลักสำคัญ คือ “มูลค่าของสิ่งหนึ่ง = ต้นทุนในการหาสิ่งอื่นที่เทียบเคียงได้มาทดแทน” วิธีการก็คือ การประมาณการต้นทุนในการสร้างอาคารทดแทนใหม่ตามราคา ณ ปัจจุบัน แล้วหักลบด้วยค่าเสื่อมตามอายุการใช้งาน และบวกด้วยมูลค่าตลาดของที่ดิน ก็จะได้มูลค่าของทรัพย์สินนั้น วิธีนี้ส่วนมากใช้สำหรับทรัพย์สินที่อาคารที่สร้างขึ้นเฉพาะ เช่น โรงงาน กรณีบ้านจัดสรรใช้วิธีการเปรียบเทียบตลาดจะเหมาะสมกว่า และในภาวะที่ราคาทรัพย์สินตกต่ำ แต่ต้นทุนวัสดุก่อสร้างสูงขึ้น บางครั้งต้นทุนที่คำนวณได้อาจจะแพงกว่ามูลค่าตลาด ทำให้การประเมินด้วยวิธีนี้อาจผิดเพี้ยนจากความเป็นจริงได้

วิธีการเปรียบเทียบตลาด (Market Approach)

วิธีการนี้เป็นวิธีที่ดีที่สุด ชัดเจนที่สุด เนื่องจากเป็นการวิเคราะห์มูลค่าจากการซื้อขายในตลาดเป็นสำคัญ กล่าวคือ ถ้าตลาดมีการซื้อขายที่เพียงพอสามารถนำมาเทียบเคียงหรือเปรียบเทียบกับทรัพย์สินที่ประเมินได้โดยตรง โดยหลักก็คือ “มูลค่าของทรัพย์สินของเรา = ราคาของทรัพย์สินเทียบเคียงที่คนอื่นขายได้” แนวทาง คือ การสืบหาทรัพย์สินเทียบเคียงที่ใกล้เคียงกันที่มีการซื้อขาย หรือที่เรียกว่าข้อมูลตลาด มาพิจารณาว่ามีลักษณะคล้ายหรือแตกต่างต่างจากทรัพย์สินที่ประเมินอย่างไรบ้างโดยต้องมีจำนวนที่เพียงพอ การวิเคราะห์ต้องพิจารณาถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อมูลค่า ในการเปรียบเทียบของทั้งทรัพย์สินที่ประเมินกับข้อมูลตลาดที่จะเปรียบเทียบ เช่น ทำเลที่ตั้ง ผังเมือง ขนาดแปลงที่ดิน ขนาดเนื้อที่ใช้สอยอาคาร คุณภาพอาคาร เป็นต้น และจึงทำการวิเคราะห์มูลค่าทรัพย์สินที่จะประเมินโดยใช้เทคนิคต่าง ๆ ที่เหมาะสม เช่น Sale Adjustment-Grid Method, Weighted Quality Score (WQS) เป็นต้น

วิธีวิเคราะห์จากรายได้ (Income Approach)

วิธีการนี้เป็นการวิเคราะห์มูลค่าจากรายได้ของทรัพย์สิน เหมาะสำหรับทรัพย์สินที่ก่อให้เกิดรายได้จากตัวทรัพย์สินเอง (Income Producing Property) โดยมีหลัก คือ “มูลค่าวันนี้ = ผลรวมของรายได้สุทธิที่จะได้ในอนาคตจนสิ้นอายุขัย” ทรัพย์สินมีค่าเพราะสามารถสร้างรายได้ ทรัพย์ที่สร้างรายได้สูงกว่ามักมีมูลค่าสูงกว่า (ทำเล-คุณภาพดีกว่า เป็นต้น) โดยมีขั้นตอนโดยสังเขปเป็นดังนี้:

1) ประมาณรายได้ของทรัพย์สินจากทุกแหล่ง โดยพิจารณาจากการเปรียบเทียบตลาด และรายได้จริงของทรัพย์ที่ประเมิน

2) ลบด้วยการไม่ได้ใช้ประโยชน์ หรือหนี้สูญจากข้อเท็จจริง และจากการเปรียบเทียบกับแนวโน้มในตลาด ก็จะได้รายได้ที่เป็นจริง

3) จากนั้นก็หักด้วยค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เช่น ค่าดำเนินการ ภาษี ประกัน จัดการ ค่าบำรุงรักษา เป็นต้น ก็จะได้รายได้สุทธิ

4) นำรายได้สุทธิมาเข้าสูตร V = I / R โดยที่ V คือ มูลค่าทรัพย์สิน, I คือ รายได้สุทธิ และ R คือ อัตราผลตอบแทน โดยอัตราผลตอบแทนในการลงทุนของทรัพย์สินนั้น

โดยการประเมินมูลค่าด้วยวิธีการวิเคราะห์จากรายได้นี้ มีวิธีการย่อย 2 วิธี คือ วิธีคิดจากผลตอบแทนทางตรง (Direct Capitalization) และวิธีวิเคราะห์กระแสเงินสด (Discounted Cash Flow) โดยการใช้ขึ้นอยู่กับสมมติฐานของรายได้ในอนาคต ถ้าทรัพย์สินมีการเปลี่ยนแปลงน้อยหรือแทบไม่เปลี่ยนแปลงเลยจะใช้วิธีคิดจากผลตอบแทนทางตรง แต่ถ้าคาดว่าในอนาคตรายได้ของทรัพย์สินมีการเปลี่ยนแปลงขึ้นๆ ลงๆ ตามภาวะตลาด ก็จะใช้วิธีการวิเคราะห์กระแสเงินสด

การใช้วิธีคิดจากผลตอบแทนทางตรง เนื่องจากเป็นการใช้รายได้สุทธิเพียงปีเดียว ดังนั้นการใช้วิธีการนี้ควรจะเป็นช่วงที่ตลาดอยู่ในภาวะปกติ หรือตลาดที่ไม่ค่อยมีการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์ อุปทาน หรือรายได้อย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากการประเมินวิธีนี้จะถือว่าปีนั้นเป็นตัวแทนของรายได้ทั้งหมดในปีอนาคต โดยทั่วไปจะเหมาะสมกับทรัพย์สินขนาดเล็กที่สร้างรายได้ เช่น ห้องชุดอยู่อาศัย ห้องชุดสำนักงาน อาคารพาณิชย์ เป็นต้น

ส่วนวิธีวิเคราะห์กระแสเงินสด จะเป็นการประมาณการรายได้จากทรัพย์สินในอนาคตตามอายุขัยของทรัพย์สิน และคิดลดเป็นมูลค่าปัจจุบัน โดยมีหัวใจสำคัญก็คือ รายได้ในอนาคตที่เราประมาณการนั้นจะขึ้น ๆ ลง ๆ ไม่หยุดนิ่งตามภาวะตลาด เงินเฟ้อ ดอกเบี้ย ฯลฯ ดังนั้นผู้ประเมินจะต้องมีความเข้าใจถึงธรรมชาติของทรัพย์สินโดยต้องประมาณการรายได้ในอนาคตให้ใกล้เคียงความเป็นจริงที่สุด รวมทั้งมีความรู้ทางด้านการเงินที่เกี่ยวข้องพอสมควร เช่น Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), อัตราคิดลด (Discount Rate) และอื่นๆ

นอกจากวิธีการประเมินหลักทั้ง 3 วิธีข้างต้นแล้ว ในปัจจุบันยังมีวิธีการที่อิงหลักการของวิธีทั้ง 3 ข้างต้นมาปรับใช้เพิ่มเติม ดังนี้:

วิธีการตั้งสมมติฐานในการพัฒนา (Hypothetical Development Method) **หรือวิธีการคิดจากมูลค่าคงเหลือ** (Residual Method)

วิธีการนี้เป็นแนวทางประเมินที่ดินเปล่าหรือโครงการที่ยังก่อสร้างไม่แล้วเสร็จ โดยพิจารณาถึงศักยภาพที่ดินหรือโครงการ โดยสมมติให้มีการพัฒนาที่ได้ประโยชน์สูงสุดและดีที่สุด (Highest and Best Use) ตามภาวะตลาดขณะนั้น โดยสมมติฐานที่ตั้งขึ้นต้องสอดคล้องกับกฎหมาย การเงิน ตลาด และสภาพกายภาพของที่ดิน และลดทอนค่าพัฒนาทั้งหลายรวมทั้งค่าอาคารออกให้เหลือแต่ค่าที่ดิน หรือมูลค่าโครงการตามที่ได้ก่อสร้างไปแล้ว เขียนเป็นสูตร คือ “มูลค่าโครงการ - ต้นทุนค่าก่อสร้าง - ต้นทุนอื่น ๆ = มูลค่าที่ดิน (ต้นทุนที่ดินที่สามารถนำมาพัฒนาได้)”

วิธีประเมินโดยการสร้างแบบจำลองทางสถิติ (Computer-Assisted Mass Appraisal)

CAMA เป็นแขนงหนึ่งของการประเมินโดยวิธีเปรียบเทียบตลาด โดยใช้การสร้างแบบจำลองทางสถิติแบบ MRA (Multiple Regression Analysis) มาช่วย ทั้งนี้ใช้มากในการประเมินที่ดินจำนวนมากๆ นับร้อย นับพันแปลงในคราวเดียวกัน เช่น เพื่อการเวนคืน การจัดรูปที่ดิน เป็นต้น

การวิเคราะห์สรุปความเห็นต่อมูลค่าของทรัพย์สิน

ในกรณีทรัพย์สินธรรมดา อาจใช้วิธีการเปรียบเทียบตลาด หรือวิธีการต้นทุน แต่ในกรณีทรัพย์สินที่มีมูลค่าสูงหรือซับซ้อนมาก อาจต้องใช้ทั้ง 3 วิธี หรืออาจใช้วิธีอื่นที่เป็นวิธีขั้นสูงขึ้นไปมาพิจารณา และหลังจากใช้แต่ละวิธีแล้ว ผู้ประเมินจะได้มาสรุปความเห็นต่อมูลค่าที่สมควร การวิเคราะห์สรุป เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบแต่ละกระบวนการหรือขั้นตอนในแต่ละวิธี ซึ่งเมื่อทบทวนแล้วอาจมีการปรับเปลี่ยนตามความเหมาะสม จากนั้นก็อาจชั่งน้ำหนักความน่าเชื่อถือในแต่ละวิธี ผสานกับประสบการณ์และความเห็นของผู้ประเมิน ก็จะสามารถสรุปมูลค่าที่สามารถอธิบายได้

ภาคผนวก ค

เงื่อนไขและข้อจำกัดทั่วไปในการประเมินมูลค่าทรัพย์สิน

รายงานการประเมินมูลค่าทรัพย์สินและมูลค่าที่ประเมินได้ จำกัดอยู่ในเงื่อนไขและความรับผิดชอบดังต่อไปนี้ :

1. รายงานหรือสำเนารายงานการประเมินมูลค่าทรัพย์สินนี้ ถือเป็นลิขสิทธิ์ของ บริษัท เอเซี่ยน เอ็นจิเนียริ่ง แวลูเอชั่น จำกัด (ต่อไปนี้เรียกว่าบริษัท) ผู้ครอบครองไม่มีสิทธินำไปตีพิมพ์ในสิ่งพิมพ์หรือเผยแพร่ในรูปแบบใดๆ หรือไม่อาจใช้เพื่อการอื่นใด โดยไม่ได้รับการยินยอมเป็นลายลักษณ์อักษรจากบริษัท และรายงานการประเมินมูลค่าทรัพย์สินที่ถูกต้องสมบูรณ์ของบริษัทต้องมีตราประทับรอยนูนตามแบบของบริษัทในหน้าที่มีการลงนามผูกพันบริษัท และหน้าที่มีการลงนามในฐานะผู้ประเมินค่าทรัพย์สิน

2. รายงานการประเมินมูลค่าทรัพย์สินนี้จะนำไปใช้นอกเหนือจากวัตถุประสงค์ที่ระบุไว้ในรายงานมิได้ เว้นแต่ได้รับความยินยอมเป็นลายลักษณ์อักษรจากบริษัท และความรับผิดชอบของบริษัท จำกัดไว้กับลูกค้าซึ่งได้ระบุไว้ในรายงานการประเมินมูลค่าทรัพย์สินนี้เท่านั้น ไม่ครอบคลุมถึงบุคคลอื่นที่นำรายงานฉบับนี้ไปใช้

3. มูลค่าทรัพย์สินที่วิเคราะห์ไว้และปรากฏในรายงานการประเมินมูลค่าทรัพย์สินนี้ ได้มาจากการวิเคราะห์ตามสถานการณ์และสภาพแวดล้อมในปัจจุบัน และตามฝังและแบบที่ได้รับมา แนวทางการวิเคราะห์นี้ไม่พึงนำไปใช้กับการประเมินมูลค่าทรัพย์สินอื่นใด นอกเหนือจากในรายงานฉบับนี้

4. บริษัทให้คำมั่นต่อลูกค้าว่ารายงานการประเมินมูลค่าทรัพย์สินนี้ถือเป็นความลับ บริษัทจะไม่เผยแพร่ เว้นแต่ได้รับความยินยอมเป็นลายลักษณ์อักษรจากลูกค้าหรือการประเมินมูลค่าทรัพย์สินนั้นเป็นการประเมินมูลค่าเพื่อวัตถุประสงค์สาธารณะ

5. บริษัทและผู้ประเมินค่าทรัพย์สินยืนยันว่าไม่มีส่วนได้ส่วนเสียใดๆ ต่อทรัพย์สินที่ประเมินค่านี้ทั้งสิ้น ในการรับจ้างทำการประเมินมูลค่าทรัพย์สินนี้ และค่าจ้างที่ได้รับ ไม่ได้เป็นเงื่อนไขที่ส่งผลกระทบต่อมูลค่าและการประเมินมูลค่าทรัพย์สินในที่นี้ทั้งสิ้น

6. กรณีที่ผู้ว่าจ้างจำเป็นต้องอ้างบริษัทไปให้การต่อศาล หรือให้ปากคำต่อเจ้าหน้าที่ราชการต่างๆ ในเรื่องเกี่ยวกับการประเมินมูลค่าทรัพย์สินนี้ บริษัทยินดีให้ความร่วมมือก็ต่อเมื่อมีการแจ้งให้ทราบล่วงหน้าเป็นลายลักษณ์อักษรก่อนว่าจ้างทำการประเมินมูลค่าทรัพย์สิน และต้องชำระค่าบริการเพิ่มจากค่าบริการประเมินมูลค่าทรัพย์สินปกติขั้นต่ำครั้งละ 10,000 บาท ในเขตนนทบุรีและปริมณฑล และครั้งละ 20,000 บาทในพื้นที่จังหวัดอื่น

7. ข้อมูลข่าวสารและความเห็นที่ใช้ในการประเมินมูลค่าทรัพย์สินนี้ได้มาจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือได้ และเชื่อว่าถูกต้อง ณ วันประเมิน สำหรับข้อมูลใดที่มิได้ระบุชื่อบุคคล หรือหมายเลขโทรศัพท์ หมายถึงข้อมูลนั้นได้มาจากฐานข้อมูล หรือการค้นคว้าตรวจสอบ หรือสอบถามจากหน่วยงาน แหล่งข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งทางภาครัฐและเอกชน ความคิดเห็นที่ได้จากข้อมูล ถือเป็นความคิดเห็นอิสระเฉพาะของผู้ประเมินค่าทรัพย์สิน

8. บริษัทและผู้ประเมินค่าทรัพย์สิน ถือว่าทรัพย์สินมีกรรมสิทธิ์ หรือสิทธิครอบครองตามกฎหมายโดยถูกต้องสามารถซื้อขายเปลี่ยนมือได้ ไม่มีภาระผูกพันทางกฎหมายอื่นใด ที่จะส่งผลกระทบต่อมูลค่าทรัพย์สินนอกเหนือจากที่ระบุไว้ในรายงานและบริษัทไม่อาจตรวจสอบภาระผูกพันของทรัพย์สิน ซึ่งมิได้จดทะเบียนไว้ ณ สำนักงานที่ดิน

9. ผู้ประเมินทำการประเมินมูลค่าทรัพย์สินโดยเชื่อว่าสิทธิและข้อจำกัดทางกฎหมายของทรัพย์สินมีความถูกต้อง โดยได้มีการตรวจสอบเอกสารสิทธิ์ปรากฏตามรายละเอียดในรายงาน และพบว่ามีข้อความในสาระสำคัญตรงกันเว้นแต่จะมีการระบุไว้เป็นอย่างอื่นในรายงาน โดยไม่มีการตรวจสอบว่าเอกสารปลอมแปลงหรือไม่

10. ผู้ประเมินเชื่อว่าผู้เป็นเจ้าของทรัพย์สินมีกรรมสิทธิ์หรือสิทธิตามกฎหมายโดยถูกต้อง สามารถซื้อขายเปลี่ยนมือได้ โดยไม่มีภาระผูกพันทางกฎหมายอื่นใดที่จะส่งผลกระทบต่อมูลค่าทรัพย์สิน นอกเหนือจากที่ได้ระบุไว้ในรายงาน

11. กรณีสิทธิการเช่า ผู้ประเมินเชื่อว่าข้อมูลที่เกี่ยวกับสัญญาเช่าที่ได้รับบางส่วน หรือทั้งหมด มีความสมบูรณ์ถูกต้องตามกฎหมาย ปราศจากเงื่อนไขหรือภาระผูกพันที่ได้เปรียบหรือเสียเปรียบนอกเหนือจากที่ระบุไว้ในรายงาน อันอาจส่งผลต่อมูลค่าของทรัพย์สินที่ประเมิน และผู้ประเมินมิได้ตรวจสอบฐานะทางการเงินของผู้เช่า หรือผู้กำลังจะเช่า และมีสมมติฐานว่า ผู้เช่าสามารถจะปฏิบัติตามภาระผูกพันตามสัญญาเช่าได้ โดยไม่มีการค้างชำระค่าเช่าหรือการกระทำที่เป็นการละเมิดสัญญาเช่ามาก่อน

12. การตรวจสอบตำแหน่งที่ดิน ไม่ว่าจะเป็นการอ้างอิงจากหมุดหลักเขตที่ตรวจพบ ระวางที่ดิน เอกสารแปลงคงเหลือ แปลงข้างเคียง การสอบถามผู้อาศัยข้างเคียง การนำชี้ หรือใช้แผนที่แสดงที่ตั้งของที่ดินที่ได้รับจากผู้ว่าจ้าง เป็นการอ้างอิงตามเอกสารราชการ หรือเอกสารที่ได้รับและการจัดทำแผนที่แสดงที่ตั้งของที่ดิน พร้อมระยะทางโดยประมาณเท่านั้น

13. ผู้ประเมินมิได้ทำการสำรวจรังวัดตรวจสอบแนวเขตที่ดินเพื่อยืนยันลักษณะรูปแปลง เนื้อที่ดิน ระดับของดิน และแนวเขตที่ดิน และมิได้สำรวจสภาพที่ดินถึงความเหมาะสมสำหรับการพัฒนาโครงการ ทั้งไม่มีการทดสอบคุณสมบัติของดิน การทรุดตัว ตลอดจนวัตถุมีพิษที่อาจมี

14. กรณีที่เอกสารสิทธิ์เป็น น.ส.3, ส.ค.1, ภบท.11, น.ส.2 และเอกสารสิทธิ์ประเภทอื่นที่ไม่อาจตรวจสอบตำแหน่งที่ดินด้วยเอกสารราชการได้ รวมทั้งอาจมีความคลาดเคลื่อนในเรื่องเนื้อที่ดิน แนวเขตที่ดิน และอื่น ๆ ดังนั้นเพื่อประโยชน์ของผู้เกี่ยวข้องที่ใช้รายงานก่อนการทำนิติกรรมที่สำคัญเกี่ยวกับที่ดินนี้ควรให้ช่างรังวัดที่ดินทำการรังวัดสอบเขตเพื่อยืนยันความถูกต้องของตำแหน่งที่ตั้ง เนื้อที่ดิน แนวเขตที่ดิน ระดับดิน และอื่นๆ ก่อน

15. ผู้ประเมินได้ทำการสำรวจตรวจสอบเบื้องต้นเฉพาะตัวอาคารและส่วนปรับปรุงอื่น ตลอดจนระบบน้ำประปา ระบบไฟฟ้า และระบบอื่นๆตามลักษณะของการใช้งานทั่วไปเท่านั้น โดยไม่มีการสำรวจหรือทดสอบทางวิศวกรรมของอาคารและส่วนปรับปรุงอื่น เกี่ยวกับความแข็งแรง ความปลอดภัย การทรุดตัวของโครงสร้าง การใช้วัสดุที่อาจเป็นพิษในอาคาร หรือการทดสอบประสิทธิภาพการใช้งานของระบบสาธารณูปโภคภายในอาคาร อย่างไรก็ตาม ผู้ประเมินค่าทรัพย์สินได้ทำการตรวจสอบสภาพโดยทั่วไปของอาคารอย่างถี่ถ้วนแล้ว

16. ผู้ประเมินไม่สามารถยืนยันได้ว่าอาคารและส่วนปรับปรุงพัฒนาอื่น มีการก่อสร้างตรงตามแบบที่ได้รับอนุญาตก่อสร้างหรือไม่ และไม่สามารถยืนยันได้ว่าเนื้อที่อาคารที่แท้จริงมีขนาดเนื้อที่ตรงตามแบบคำนวณที่ได้รับหรือที่ได้ประมาณการหรือไม่

17. ผู้ประเมินเชื่อว่าอาคารและส่วนปรับปรุงพัฒนาอื่น ได้รับการปลูกสร้างโดยถูกต้องสอดคล้องกับข้อกำหนดผังเมือง กฎหมายควบคุมอาคาร และกฎหมายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เว้นแต่จะระบุเป็นอย่างอื่นในรายงาน