

โครงการจัดตั้ง ฟุตบอล แอนด์ กอล์ฟ ไลฟ์สไตล์เซ็นเตอร์



โครงการจัดตั้ง ฟุตบอล แอนด์ กอล์ฟ ไลฟ์สไตล์เซ็นเตอร์



การศึกษาเฉพาะบุคคลเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
พ.ศ. 2552



© 2552

วีระเดช อรุณศิริรักษ์

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
อนุมัติให้การศึกษาเฉพาะบุคคลนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจบัณฑิตและการผลิต

เรื่อง โครงการจัดตั้ง ฟุตบอล แอนด์ กอล์ฟ लाईฟสไตล์เซ็นเตอร์  
“Football And Golf Life Style Center”

ผู้วิจัย นายวีระเดช อรุณศิริรักษ์

ได้พิจารณาเห็นชอบ โดย

อาจารย์ที่ปรึกษา



(อาจารย์ปีเตอร์ กัน)

ประธานที่ปรึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการบริหารธุรกิจบัณฑิตและการผลิต

กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ



(รองศาสตราจารย์ ดร.จุฑา เทียนไทย)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ



(ดร. สุชาติรัตน์ ดิษยวรรณะ จันทราวัดนากุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ผู้แทนบัณฑิตวิทยาลัย



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพล ปัญญาโสภณ)

วันที่ 23 เดือน กันยายน พ.ศ. 2552

## บทสรุปผู้บริหาร

ผู้ดำเนินโครงการ ได้ศึกษาทดลอง วางแผนการดำเนินการธุรกิจโครงการฟุตบอล แอนด์ กอล์ฟ โลฟส์ ไตรเซนต์เตอร์ ในระยะ 20 ปี นับจากปี 2552 ซึ่งเป็นปีที่เริ่มดำเนินการ โดยใช้ระยะเวลาในการดำเนินการประมาณ 1 ปี 2 เดือน โดยใช้เงินลงทุนทั้งสิ้น 268,700,000 บาท เริ่มเปิดโครงการอย่างไม่เป็นทางการ ในเดือนพฤศจิกายน 2553 และเปิดตัวอย่างเป็นทางการในปี 2554

ผู้ศึกษาได้จัดทำสมมติฐานทางการเงินไว้เป็น 3 กรณี ได้แก่ กรณีในสถานการณ์ที่ได้รับผลตอบแทนมากที่สุด (Best Case) กรณีในสถานการณ์ที่มีความเป็นไปได้มากที่สุด (Most Likely Case) และกรณีในสถานการณ์ที่ได้รับผลตอบแทนน้อยที่สุด (Worst Case) โดยมีเงื่อนไขของรายได้จากสนามฟุตบอล 7 คน รายได้จากศูนย์การค้า รายได้คลับ แอนด์ เรสเทอรองก์ รายได้จากสนามไครฟ์ กอล์ฟ รายได้จากสถานที่จอดรถ และรายได้จากการจัดกิจกรรม ซึ่งจากแผนการดำเนินงานทั้ง 3 กรณีนั้น ถูกกำหนดอัตราผลตอบแทน (Discount Rate) ไว้ที่ 5.85% เทียบเท่ากับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ MLR 5.85 % ต่อปี ของธนาคารกสิกรไทย ที่ประกาศ ณ วันที่ 14 กันยายน 2552 โดยสามารถสรุปผลทางการเงินได้ ดังนี้

	Best Case	Most Likely Case	Worst Case
Payback Period	3 ปี 2 เดือน 9 วัน	4 ปี 3 เดือน 29 วัน	6 ปี 9 เดือน 27 วัน
NPV	฿ 689,916,957.66	฿ 415,079,339.93	฿ 68,575,864.74
IRR	19%	12%	2%

ผลจากการศึกษาแผนธุรกิจของโครงการพบว่า กระแสและสภาพตลาดของธุรกิจ มีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายมีจำนวนมาก และโครงการมีความแตกต่างจากคู่แข่งอื่น ด้วยรูปแบบสินค้าและบริการที่หลากหลาย และครบวงจรตามความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายของโครงการ และตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกในการเดินทาง เหมาะสมต่อการเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ และนันทสันทนาการ ประกอบกิจกรรมของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายของโครงการ ที่ชื่นชอบกีฬาฟุตบอล และการออกกำลังกายด้วยการไครฟ์ กอล์ฟ

อย่างไรก็ตามการประกอบธุรกิจในลักษณะนี้ จะต้องอาศัยปัจจัยหลายอย่างในการดำเนินธุรกิจโดยเฉพาะความสามารถในการบริหารจัดการ ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจอยู่รอด และ

องค์กรจะต้องพร้อมรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงซึ่งอาจเกิดจากปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ ด้วยการวางแผนกลยุทธ์ที่เหมาะสม มีความยืดหยุ่นและพร้อมรับมือในทุกสถานการณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และทันต่อเหตุการณ์ ก็จะทำให้ธุรกิจอยู่รอด และเติบโตต่อไป



## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาแนวทางใน สำหรับจัดตั้ง โครงการ ฟุตบอล แอนด์ กอล์ฟ ไลฟ์สไตล์เซ็นเตอร์ “Football And Golf Lift Style Center” ในครั้งนี้จะเกิดขึ้นมิได้ หากปราศจากพ่อและแม่ ผู้ที่ให้ทั้งชีวิต ให้ทั้งความรัก ความเมตตา คอยอบรมสั่งสอน คอยให้กำลังใจ และให้ทุกสิ่งทุกอย่าง ข้าพเจ้า ขอกราบเท้าขอบพระคุณท่านทั้งสองมา ณ. โอกาสนี้

และการศึกษาแนวทางใน การจัดทำแผนธุรกิจฉบับนี้จะสำเร็จลุล่วงไปไม่ได้ถ้าขาดความกรุณาจาก อ.ปีเตอร์ กัน อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ ที่ได้กรุณาถ่ายทอดวิชาความรู้และประสบการณ์ ตลอดจนคอยให้คำแนะนำดี ๆ และเสนอข้อคิดเห็นต่าง ๆ พร้อมทั้งสละเวลาในการพิจารณา ตรวจสอบ แก้งานของข้าพเจ้า

กราบขอบพระคุณ คณาจารย์ทุกท่านตั้งแต่อนุบาลจนถึงปัจจุบัน ที่ได้ถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ พร้อมทั้งให้คำแนะนำดี ๆ กับข้าพเจ้า

ขอบพระคุณ ผู้ที่ให้ข้อมูลทุก ๆ ท่าน และแหล่งข้อมูลทุก ๆ แห่ง สำหรับข้อมูลที่เป็นประโยชน์

ขอบคุณทุกคนในครอบครัว ขอขอบคุณป้าสะใภ้ ที่คอยให้กำลังใจ และอบรมสั่งสอน ขอขอบคุณพี่ชายคนโตและคนรองที่เสียสละ เพื่อให้ข้าพเจ้าได้เรียนอย่างเต็มที่ ขอขอบคุณพี่ชายคนที่สามที่คอยกระตุ้นด้วยคำถามว่า “เมื่อไหร่จะจบ” ขอขอบคุณน้องสาว และหลานๆ ที่คอยเป็นกำลังใจและทำให้ยิ้มในเวลาที่ข้าพเจ้าเกิดความเครียด

ขอบคุณพี่ ๆ เพื่อน ๆ และน้อง ๆ ทุกคน ขอขอบคุณในน้ำใจ ที่คอยช่วยเหลือ คอยให้กำลังใจ และคอยเป็นแรงกระตุ้น ขอขอบคุณอีกหนึ่งกำลังใจในช่วงเวลาที่สำคัญจาก เพื่อนหญิงคนสนิท

ขอบพระคุณมหาวิทยาลัยกรุงเทพ คณะนิเทศศาสตร์มหาบัณฑิตสาขาบริหารธุรกิจบัณฑิต และการผลิต

ท้ายนี้ข้าพเจ้าหวังเป็นอย่างยิ่งว่า โครงการจัดตั้ง ฟุตบอล แอนด์ กอล์ฟ ไลฟ์สไตล์เซ็นเตอร์ “Football And Golf Lift Style Center” คงจะมีประโยชน์ต่อผู้ที่นำไปศึกษา

นายวิระเดช อรุณศิริรักษ์

23 ตุลาคม 2552

สารบัญ

	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร	ง
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญภาพ	ญ
สารบัญตาราง	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาของโครงการ	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ	4
1.3 ขอบเขตของโครงการ	4
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับกีฬาฟุตบอลและกีฬาข้างเคียง	5
2.2 ทฤษฎีการบริหารจัดการ	7
2.3 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	8
2.4 แนวคิดการสร้างแบรนด์	11
2.5 กฎหมายที่เกี่ยวข้อง	14
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	15
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	
3.1 วัตถุประสงค์ในการวิจัย	17
3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล	17
3.3 กลุ่มประชากรที่ศึกษาและการสุ่มตัวอย่าง	18



## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	19
3.5 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	19
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล	19
<b>บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล</b>	
4.1 ข้อมูลทางการตลาด	21
4.2 สถานการณ์ทางการตลาด	48
4.3 ประเมินความเสี่ยงของโครงการ	53
<b>บทที่ 5 การจัดตั้งองค์กร</b>	
5.1. ชื่อบริษัท	54
5.2. วิสัยทัศน์	54
5.3. พันธกิจ	54
5.4. เป้าหมาย	54
5.5. โครงสร้างองค์กร	55
5.6. ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ	60
5.7. กลยุทธ์องค์กร	67
5.8. แผนการตลาด	74
<b>บทที่ 6 แผนการเงิน</b>	
6.1. สมมติฐานในการจัดทำแผนการเงิน	78
6.2. สมมติฐานเงินลงทุนในโครงการ	78
6.3. สมมติฐานในการจัดทำรายรับ	82
6.4. สมมติฐานในการจัดทำรายจ่าย	88
6.5. สรุปผลงบการเงินของโครงการ	90

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 7 บทสรุปโครงการ	96
บรรณานุกรม	108
ภาคผนวก	110



## สารบัญรูปภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 : ผังโครงสร้างองค์กร เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์	56
ภาพที่ 2 : แสดงที่ตั้งโครงการฟุตบอลไลฟ์สไตล์เซ็นเตอร์	61
ภาพที่ 3 : แสดงแผนผังโครงการฟุตบอล แอนด์ กอล์ฟ ไลฟ์สไตล์เซ็นเตอร์ (แบบมีสนามไคร์ฟกอล์ฟ)	62
ภาพที่ 4 : แสดงแผนผังโครงการฟุตบอล แอนด์ กอล์ฟ ไลฟ์สไตล์เซ็นเตอร์ (แบบไม่มีสนามไคร์ฟกอล์ฟ)	62
ภาพที่ 5 : แสดงตำแหน่งทางการตลาดโครงการฟุตบอลไลฟ์สไตล์เซ็นเตอร์	67
ภาพที่ 6 : แสดงวงจรพันธกิจในการสร้างห่วงโซ่คุณค่า	71
ภาพที่ 7 : แสดงกลยุทธ์ในการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างคอมมูนิตี	73

## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง	21
ตารางที่ 2 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามอายุของกลุ่มตัวอย่างเพศชาย	22
ตารางที่ 3 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามอายุของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิง	22
ตารางที่ 4 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามวุฒิการศึกษาสูงสุด ของกลุ่มตัวอย่างเพศชาย	23
ตารางที่ 5 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามวุฒิการศึกษาสูงสุด ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิง	23
ตารางที่ 6 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่างเพศชาย	24
ตารางที่ 7 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิง	24
ตารางที่ 8 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของกลุ่มตัวอย่างเพศชาย	25
ตารางที่ 9 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิง	25
ตารางที่ 10 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามกิจกรรมเวลาว่างหลังเลิกงาน (วันธรรมดา) ของกลุ่มตัวอย่างเพศชาย	26
ตารางที่ 11 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนก ตามกิจกรรมเวลาว่างหลังเลิกงาน (วันธรรมดา) ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิง	27
ตารางที่ 12 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามกิจกรรมเวลาว่างหลังเลิกงาน (วันหยุด) ของกลุ่มตัวอย่างเพศชาย	28
ตารางที่ 13 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามกิจกรรมเวลาว่างหลังเลิกงาน (วันหยุด) ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิง	29

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 14 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามกิจกรรมที่เกี่ยวกับฟุตบอล ที่กลุ่มตัวอย่างเพศชายชื่นชอบ	30
ตารางที่ 15 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามกิจกรรมที่เกี่ยวกับฟุตบอล ที่กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงชื่นชอบ	30
ตารางที่ 16 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามบุคคลที่กลุ่มตัวอย่าง เพศชายชอบชมการถ่ายทอดสดฟุตบอลด้วย	31
ตารางที่ 17 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามบุคคลที่กลุ่มตัวอย่าง เพศหญิงชอบชมการถ่ายทอดสดฟุตบอลด้วย	31
ตารางที่ 18 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามสถานที่ที่กลุ่มตัวอย่าง เพศชายชอบชมการถ่ายทอดสดฟุตบอล	32
ตารางที่ 19 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามสถานที่ที่กลุ่มตัวอย่าง เพศหญิงชอบชมการถ่ายทอดสดฟุตบอล	32
ตารางที่ 20 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามกิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่าง เพศชายทำในขณะที่ชมการถ่ายทอดสดฟุตบอล	33
ตารางที่ 21 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามกิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่าง เพศหญิงทำในขณะที่ชมการถ่ายทอดสดฟุตบอล	33
ตารางที่ 22 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามช่องทางที่กลุ่มตัวอย่าง เพศชายติดตามข่าวสารวงการฟุตบอล	34
ตารางที่ 23 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามช่องทางที่กลุ่มตัวอย่าง เพศหญิงติดตามข่าวสารวงการฟุตบอล	34
ตารางที่ 24 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามสถานที่ ที่กลุ่มตัวอย่าง เพศชายเล่นกีฬาฟุตบอล	35

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 25 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามสถานที่ ที่กลุ่มตัวอย่าง เพศหญิงเล่นกีฬาฟุตบอล	35
ตารางที่ 26 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามค่าบริการที่กลุ่มตัวอย่าง เพศชายเสียค่าบริการเฉลี่ยในแต่ละครั้งที่เล่นกีฬาฟุตบอล	36
ตารางที่ 27 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามรายจ่ายที่กลุ่มตัวอย่าง เพศชายซื้ออุปกรณ์กีฬาฟุตบอลเฉลี่ยในแต่ละครั้ง	36
ตารางที่ 28 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามชนิดเครื่องเล่นที่กลุ่มตัวอย่าง เพศชาย ใช้ในการเล่นเกม	37
ตารางที่ 29 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามชนิดเครื่องเล่นที่กลุ่มตัวอย่าง เพศหญิง ใช้ในการเล่นเกม	38
ตารางที่ 30 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามการเล่นทายผลฟุตบอล ชิงรางวัลของกลุ่มตัวอย่างเพศชาย	38
ตารางที่ 31 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามการเล่นทายผลฟุตบอล ชิงรางวัลของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิง	39
ตารางที่ 32 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามการซื้อสินค้าที่ระลึก ทีมฟุตบอล/นักฟุตบอลของกลุ่มตัวอย่างเพศชาย	39
ตารางที่ 33 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามการซื้อสินค้าที่ระลึก ทีมฟุตบอล/นักฟุตบอลของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิง	39
ตารางที่ 34 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามความถี่ในการใช้ บริการผับ บาร์ ของกลุ่มตัวอย่างเพศชาย	40
ตารางที่ 35 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามความถี่ในการใช้ บริการผับ บาร์ ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิง	40

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 36 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามการใช้บริการ ฟิตเนสเซ็นเตอร์ ของกลุ่มตัวอย่างเพศชาย	41
ตารางที่ 37 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามการใช้บริการ ฟิตเนสเซ็นเตอร์ ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิง	41
ตารางที่ 38 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละจำแนก ตามความถี่ฟิตเนสเซ็นเตอร์ ที่กลุ่มตัวอย่างเพศชายใช้บริการ	42
ตารางที่ 39 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละจำแนก ตามความถี่ฟิตเนสเซ็นเตอร์ ที่กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงใช้บริการ	42
ตารางที่ 40 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามซูปเปอร์มาร์เก็ต/มินิมาร์ท ที่กลุ่มตัวอย่างเพศชายชอบที่สุด	43
ตารางที่ 41 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามซูปเปอร์มาร์เก็ต/มินิมาร์ท ที่กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงชอบที่สุดสารบัญตาราง(ต่อ)	43
ตารางที่ 42 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามความสนใจด้านอื่น ๆ ของกลุ่มตัวอย่างเพศชาย	44
ตารางที่ 43 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามความสนใจด้านอื่น ๆ ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิง	45
ตารางที่ 44 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามกีฬาประเภทอื่น ๆ ที่กลุ่มตัวอย่างเพศชายชอบ	45
ตารางที่ 45 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามกีฬาประเภทอื่น ๆ ที่กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงชอบ	46
ตารางที่ 46 : ตารางแสดงการวิเคราะห์โครงการเปรียบเทียบกับคู่แข่ง	51
ตารางที่ 47 : แสดงตำแหน่ง และอัตราเงินเดือนตามโครงสร้างองค์กร	56

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 48 : แสดงตำแหน่ง และอัตราเงินเดือนพนักงานอัตราจ้าง	58
ตารางที่ 49 : แสดงรายละเอียดในส่วนของผู้ถือหุ้น	78
ตารางที่ 50 : แสดงการชำระเงินเดือนและดอกเบี้ยเงินกู้	79
ตารางที่ 51 : แสดงเงินลงทุน โครงการ	79
ตารางที่ 52 : แสดงราคาค่าออกแบบสิ่งปลูกสร้างในโครงการ	80
ตารางที่ 53 : แสดงราคาค่าก่อสร้างสิ่งปลูกสร้างในโครงการ	80
ตารางที่ 54 : แสดงราคาค่าตกแต่งแต่ละส่วนในโครงการ	81
ตารางที่ 55 : แสดงราคาเครื่องใช้สำนักงาน และอุปกรณ์ต่าง ๆ ในโครงการ	81
ตารางที่ 56 : แสดงผลตอบแทนของโครงการ ในสถานการณ์ต่างๆ	90
ตารางที่ 57 : แสดงกระแสเงินสด โครงการปีที่ 1 (รายเดือน) ในสถานการณ์ปกติ Most Likely Case	91
ตารางที่ 57 (ต่อ) : แสดงกระแสเงินสดโครงการปีที่ 1 (รายเดือน) ในสถานการณ์ปกติ Most Likely Case	92
ตารางที่ 58 : แสดงกระแสเงินสดโครงการ ในสถานการณ์ปกติ Most Likely Case	93
ตารางที่ 58 (ต่อ): แสดงกระแสเงินสดโครงการ ในสถานการณ์ปกติ Most Likely Case	94
ตารางที่ 58 (ต่อ): แสดงกระแสเงินสดโครงการ ในสถานการณ์ปกติ Most Likely Case	95
ตารางที่ 59 : แสดงกระแสเงินสดโครงการ ในสถานการณ์ปกติ Most Likely Case	97
ตารางที่ 59 (ต่อ): แสดงกระแสเงินสดโครงการ ในสถานการณ์ปกติ Most Likely Case	98
ตารางที่ 59 (ต่อ): แสดงกระแสเงินสดโครงการ ในสถานการณ์ปกติ Most Likely Case	99

## สารบัญตาราง (ต่อ)



ตารางที่ 60 : แสดงกระแสเงินสดโครงการ ในสถานการณ์ดีเลิศ Best Case	101
ตารางที่ 60 (ต่อ): แสดงกระแสเงินสดโครงการ ในสถานการณ์ดีเลิศ Best Case	102
ตารางที่ 60 (ต่อ): แสดงกระแสเงินสดโครงการ ในสถานการณ์ดีเลิศ Best Case	103
ตารางที่ 61 : แสดงกระแสเงินสดโครงการ ในสถานการณ์เลวร้าย Worst Case	105
ตารางที่ 61 (ต่อ): แสดงกระแสเงินสดโครงการ ในสถานการณ์เลวร้าย Worst Case	106
ตารางที่ 61 (ต่อ): แสดงกระแสเงินสดโครงการ ในสถานการณ์เลวร้าย Worst Case	107
ตารางที่ 62 : แสดงงบประมาณขาย สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 0	118
ตารางที่ 63 : แสดงงบประมาณขาย สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 1	119
ตารางที่ 64 : แสดงงบประมาณขาย สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 2	120
ตารางที่ 65 : แสดงงบประมาณขาย สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 3	121
ตารางที่ 66 : แสดงงบประมาณขาย สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 4	122
ตารางที่ 67 : แสดงงบประมาณขาย สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 5	123
ตารางที่ 68 : แสดงงบประมาณขาย สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 6	124
ตารางที่ 69 : แสดงงบประมาณขาย สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 7	125
ตารางที่ 70 : แสดงงบประมาณขาย สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 8	126
ตารางที่ 71 : แสดงงบประมาณขาย สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 9	127
ตารางที่ 72 : แสดงงบประมาณขาย สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 10	128
ตารางที่ 73 : แสดงงบประมาณขาย สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 11	129
ตารางที่ 74 : แสดงงบประมาณขาย สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 12	130



## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 94 : แสดงงบประมาณการผลิต สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 11	142
ตารางที่ 95 : แสดงงบประมาณการผลิต สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 12	143
ตารางที่ 96 : แสดงงบประมาณการผลิต สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 13	143
ตารางที่ 97 : แสดงงบประมาณการผลิต สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 14	143
ตารางที่ 98 : แสดงงบประมาณการผลิต สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 15	144
ตารางที่ 99 : แสดงงบประมาณการผลิต สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 16	144
ตารางที่ 100 : แสดงงบประมาณการผลิต สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 17	144
ตารางที่ 101 : แสดงงบประมาณการผลิต สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 18	145
ตารางที่ 102 : แสดงงบประมาณการผลิต สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 19	145
ตารางที่ 103 : แสดงงบประมาณการผลิต สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 20	145
ตารางที่ 104 : แสดงงบประมาณการซื้อวัตถุดิบทางตรง สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 0	146
ตารางที่ 105 : แสดงงบประมาณการซื้อวัตถุดิบทางตรง สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 1	146
ตารางที่ 106 : แสดงงบประมาณการซื้อวัตถุดิบทางตรง สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 2	146
ตารางที่ 107 : แสดงงบประมาณการซื้อวัตถุดิบทางตรง สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 3	146
ตารางที่ 108 : แสดงงบประมาณการซื้อวัตถุดิบทางตรง สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 4	146









## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 170 : แสดงงบประมาณค่าใช้จ่ายการขายและบริหาร สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 3	160
ตารางที่ 171 : แสดงงบประมาณค่าใช้จ่ายการขายและบริหาร สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 4	160
ตารางที่ 172 : แสดงงบประมาณค่าใช้จ่ายการขายและบริหาร สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 5	161
ตารางที่ 173 : แสดงงบประมาณค่าใช้จ่ายการขายและบริหาร สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 6	161
ตารางที่ 174 : แสดงงบประมาณค่าใช้จ่ายการขายและบริหาร สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 7	162
ตารางที่ 175 : แสดงงบประมาณค่าใช้จ่ายการขายและบริหาร สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 8	162
ตารางที่ 176 : แสดงงบประมาณค่าใช้จ่ายการขายและบริหาร สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 9	163
ตารางที่ 177 : แสดงงบประมาณค่าใช้จ่ายการขายและบริหาร สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 10	163
ตารางที่ 178 : แสดงงบประมาณค่าใช้จ่ายการขายและบริหาร สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 11	164
ตารางที่ 179 : แสดงงบประมาณค่าใช้จ่ายการขายและบริหาร สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 12	164
ตารางที่ 180 : แสดงงบประมาณค่าใช้จ่ายการขายและบริหาร สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 13	165



## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 181 : แสดงงบประมาณค่าใช้จ่ายการขายและบริหาร สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 14	165
ตารางที่ 182 : แสดงงบประมาณค่าใช้จ่ายการขายและบริหาร สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 15	166
ตารางที่ 183 : แสดงงบประมาณค่าใช้จ่ายการขายและบริหาร สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 16	166
ตารางที่ 184 : แสดงงบประมาณค่าใช้จ่ายการขายและบริหาร สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 17	167
ตารางที่ 185 : แสดงงบประมาณค่าใช้จ่ายการขายและบริหาร สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 18	167
ตารางที่ 186 : แสดงงบประมาณค่าใช้จ่ายการขายและบริหาร สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 19	168
ตารางที่ 187 : แสดงงบประมาณค่าใช้จ่ายการขายและบริหาร สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 20	168

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1. ความเป็นมาของโครงการ

ฟุตบอลมีถิ่นกำเนิด และมีพัฒนาการอยู่ในทวีปยุโรป ในอดีตฟุตบอลเป็นกีฬาที่เล่นกันเพื่อความสนุกสนาน ไม่มีกฎ-กติกาที่เป็นแบบแผน ในเวลาต่อมาได้มีการกำหนดกฎ-กติกาในการเล่น และเผยแพร่การเล่นฟุตบอลจากสังคมหนึ่งสู่สังคมหนึ่ง เสมือนการถ่ายทอดวัฒนธรรมระหว่างสังคม เมื่อฟุตบอลแพร่หลายไปยังสังคมต่างๆ กีฬาฟุตบอลก็พัฒนาขึ้น (เนตรนภา ประกอบกิจ , 2545)

เมื่อฟุตบอลเป็นที่รู้จัก และได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย สโมสรฟุตบอลต่าง ๆ ก็ได้เกิดขึ้นมากมาย ทำให้มีฟุตบอลอาชีพเกิดขึ้น และมีการจัดการแข่งขันชิงแชมป์ รายการต่างๆ มากมาย ทั้งในระดับสโมสรและระดับนานาชาติ

จากความนิยมในกีฬาฟุตบอลที่เพิ่มมากขึ้น และขยายวงกว้างมากขึ้น ทำให้ระบบทุนนิยมเข้ามาเกี่ยวข้องกับกีฬานี้อย่างหลีกเลี่ยงมิได้ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับฟุตบอลจึงเกิดขึ้นมากมาย ส่งผลให้ฟุตบอลเป็นกีฬาที่มีมูลค่าทางธุรกิจมากที่สุด เหนือกว่ากีฬานิดอื่น ๆ

ฟุตบอลเข้าสู่สังคมไทยในรัชสมัย พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 โดยเจ้าพระยาธรรมศักดิ์มนตรี (สนั่น เทพหัสดิน ณ อยุธยา) ข้าราชการบริพารที่รัชกาลที่ 5 ทรงส่งไปศึกษาต่อที่ประเทศอังกฤษ เป็นผู้นำกีฬาฟุตบอลเข้ามา (ถนอมวงศ์ กฤษณ์เพชร, 2525)

การแข่งขันฟุตบอลอย่างเป็นทางการครั้งแรกเกิดขึ้น ในปี พ.ศ. 2443 โดยกระทรวงธรรมการ จัดขึ้น ณ.ท้อง ต่อมาในปี พ.ศ. 2444 กระทรวงธรรมการได้บรรจุกีฬาฟุตบอล เป็นหนึ่งในรายการแข่งขันกีฬาระหว่างนักเรียนโรงเรียนในสังกัดกระทรวงธรรมการ จากนั้นในปี พ.ศ. 2458 กระทรวงธรรมการได้จัดให้มีการแข่งขันฟุตบอลในระดับประชาชนขึ้น ถัดมาในปี 2459 พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 ทรงก่อตั้งสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์

จากนั้นเป็นต้นมาฟุตบอลก็กลายเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมในสังคมไทย เมื่อมีการเรียนการสอนฟุตบอลในโรงเรียน มีทีมที่จัดตั้งขึ้นจากหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน และทีมฟุตบอลทีมชาติไทย ที่เคยเข้าร่วมการแข่งขัน ในกีฬาโอลิมปิกรอบสุดท้ายมาแล้ว 2 ครั้ง

วัฒนธรรมการเล่นฟุตบอลของไทย ได้ขยายขอบเขตไปสู่วัฒนธรรมการรับชม ซึ่งในเวลาต่อมา วัฒนธรรมในการรับชมฟุตบอลของคนไทยนั้น มิได้จำกัดอยู่แค่เพียงฟุตบอลภายในประเทศเท่านั้น แต่ขยายไปถึงฟุตบอลต่างประเทศ (เนตรนภา ประกอบกิจ, 2545)

การรับข้อมูลข่าวสารฟุตบอลต่างประเทศในสังคมไทย เกิดขึ้นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2493 เป็นข่าวการแข่งขันฟุตบอลโลกครั้งที่ 4 ต่อมาความเจริญก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีระบบสื่อสารมวลชน ได้ก่อให้เกิดการเสนอข่าวสารฟุตบอลต่างประเทศทางโทรทัศน์ และในปี พ.ศ. 2509 สถานีโทรทัศน์ของไทย ได้ทำการถ่ายทอดการแข่งขัน ฟุตบอลต่างประเทศเป็นครั้งแรก ในการแข่งขันฟุตบอลโลกครั้งที่ 8 รอบชิงชนะเลิศ ระหว่างอังกฤษ กับ เยอรมันตะวันตก ซึ่งอังกฤษเป็นผู้ชนะ

ในการแข่งขันฟุตบอลโลกครั้งที่ 8 สื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ มีบทบาทในการเสนอข่าวอย่างมาก ส่งผลให้ทีมและนักฟุตบอลอังกฤษที่ชนะเลิศการแข่งขัน เป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมในสังคมไทยมากยิ่งขึ้น ทำให้มีการนำเสนอ การแข่งขันฟุตบอลดิวิชั่น 1 อังกฤษ ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 4 บางขุนพรหม ในปี พ.ศ. 2510 และก็เกิดรายการฟุตบอลขึ้นอีกมากมาย กระจายตามสถานีโทรทัศน์ต่างๆของไทย และยังขยายตัวมากขึ้น เมื่อเกิดธุรกิจเคเบิลทีวี ในปี พ.ศ. 2532 เป็นต้นมา

จากนั้นสื่อสิ่งพิมพ์กีฬาฟุตบอลต่างประเทศ นิตยสารสตาร์ช็อคเกอร์ ได้เกิดขึ้นในปี พ.ศ. 2518 และสื่อสิ่งพิมพ์กีฬาฟุตบอลต่างประเทศเล่มอื่นๆ ได้เกิดขึ้นมากมาย ประกอบกับการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร ของวงการฟุตบอลต่างประเทศทางสถานีวิทยุ สปอร์ตเรดิโอ เอฟเอ็ม 99 ในปี พ.ศ. 2539 ส่งผลให้วัฒนธรรมฟุตบอลต่างประเทศ ได้รับความนิยมนอย่างมากจนถึงปัจจุบัน

วัฒนธรรมการรับชมฟุตบอลต่างประเทศ ได้ก่อให้เกิดความคลั่งไคล้ในตัวนักฟุตบอล และสโมสรฟุตบอลต่างประเทศ โดยมีการรวมกลุ่มกันเป็นแฟนคลับของแต่ละทีม และนำมาซึ่ง การแข่งขันนัดพิเศษ ระหว่างสโมสรฟุตบอลอาร์เซนอล จากประเทศอังกฤษ พบกับทีมชาติไทย ในปี พ.ศ. 2542 การแข่งขันในนัดนี้มีผู้ชมให้ความสนใจ และเข้าชมอย่างมากมาย

กระแสความคลั่งไคล้ที่กลุ่มแฟนฟุตบอลแสดงออกมา อาทิเช่น ไปต้อนรับนักฟุตบอลถึง สนามบินและโรงแรมที่พัก มีบ้างส่วนจองโรงแรมที่พักเพียงเพื่อต้องการใกล้ชิด กับนักฟุตบอลของทีมที่มาทำการแข่งขัน ในวันแข่งขันกลุ่มแฟนบอลมากมาย ใส่เสื้อทีมสโมสรฟุตบอล บ้างก็แต่งหน้าด้วยสัญลักษณ์สโมสร บ้างก็ถือภาพของนักฟุตบอลหรือผ้าพันคอที่มีสัญลักษณ์ของ สโมสรฟุตบอลข้อความบนแผ่นป้ายแสดงความชื่นชม เป็นต้น

สิ่งต่างๆเหล่านี้แสดงให้เห็นว่าในปัจจุบัน วัฒนธรรมการเล่นฟุตบอลในสังคมไทย ได้เปลี่ยนแปลงไปสู่วัฒนธรรมการรับชมฟุตบอลต่างประเทศในฐานะสิ่งบันเทิงภายใต้ระบบทุนนิยม ซึ่งส่งผลต่อการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตบางอย่าง เพื่อให้เข้ากับวัฒนธรรมการรับชมฟุตบอลต่างประเทศ โดยรายการฟุตบอลเป็นจุดเริ่มต้นของการเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมประเภทหนึ่ง ที่ก่อให้เกิดธุรกิจมากมายอาทิเช่น

- รายการฟุตบอล (โทรทัศน์ - วิทยุ)
- อุปกรณ์กีฬา ชุดแข่งขัน
- นิตยสารฟุตบอล
- เกมฟุตบอล
- บันทึกการแข่งขัน ( VDO, VCD, DVD)
- สินค้าที่ระลึกทีมฟุตบอล และนักฟุตบอลต่างประเทศ
- Web Community แฟนคลับทีมฟุตบอลต่างประเทศ
- การจัดการแข่งขันฟุตบอล
- Event ฟุตบอล
- สนามฟุตบอลให้เช่า
- Mobile Content
- บริการ 1900
- ฟุตบอลลีกอาชีพ

ซึ่งธุรกิจต่างๆเหล่านี้ กระจายอยู่ในสังคมไทย ส่วนมากเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับลิขสิทธิ์ มีบริษัทที่เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในทุกธุรกิจ และบางส่วนที่ไม่เกี่ยวข้องกับลิขสิทธิ์ ก็เป็นธุรกิจที่ใช้เงินทุนสูง อีกทั้งยังมีผู้ประกอบการรายใหญ่อยู่ในตลาด

อีกทั้งในปัจจุบันกระแสความนิยมของกีฬาอีสปอร์ตมีอยู่มาก หลังจากไทเกอร์ ู้ด โปรกอล์ฟ เชื้อสายไทยมีชื่อเสียงโด่งดังขึ้นมา มูลค่าธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับกีฬาอีสปอร์ตในประเทศไทย จากทั้งธุรกิจจำหน่ายอุปกรณ์อีสปอร์ต ธุรกิจสนามอีสปอร์ตขนาดใหญ่ สนามไดร์ฟอีสปอร์ต และโรงเรียนสอนอีสปอร์ตก็เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากปีละ 300 – 400 บาทต่อปี เป็นปีละนับพันล้านบาท

สนามไดร์ฟอีสปอร์ตที่มีอยู่ในปัจจุบันนั้น ยังได้รับความนิยมค่อนข้างมาก อีกทั้งราคาของอุปกรณ์อีสปอร์ตถูกลง ทำให้ความนิยมจากกลุ่มผู้มีรายได้ระดับสูง กระจายมาสู่กลุ่มชนชั้นกลางมากขึ้นและมีผู้ใช้บริการรายใหม่เพิ่มขึ้น ทำให้มีผู้เล่นอีสปอร์ตรายใหม่เพิ่มมากขึ้น

จากที่กล่าวมาข้างต้นแสดงให้เห็นว่ากีฬาฟุตบอลเป็นกีฬาที่ได้รับความนิยมสูง มีรูปแบบทางธุรกิจที่หลากหลาย และมีแรงผลักดันจากสื่อต่างๆมากมาย ที่จะทำให้ฟุตบอลได้รับความนิยมมากขึ้นในอนาคต และกีฬาอีสปอร์ตก็เป็นอีกชนิดกีฬาหนึ่งที่ได้ความนิยม

ข้อมูลทั้งหมดนี้ ผู้วิจัยจะนำมาใช้เป็นแนวทางในการจัดตั้งโครงการ ฟุตบอล แอนด์ กอล์ฟ ไลฟ์สไตล์เซ็นเตอร์ เพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้บริโภค โดยจะทำการศึกษาเพิ่มเติมต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์โครงการ

- 1) เพื่อศึกษาองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการ และนำมาประยุกต์ใช้ ให้สอดคล้องกับการจัดทำแผนธุรกิจ ที่ใช้ในการจัดตั้ง ฟุตบอล แอนด์ กอล์ฟ ไลฟ์สไตล์เซ็นเตอร์
- 2) เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดทำแผนธุรกิจ สำหรับจัดตั้งฟุตบอลไลฟ์สไตล์เซ็นเตอร์
- 3) เพื่อตอบสนองความต้องการ ในการพบปะสังสรรค์ การออกกำลังกาย และการพักผ่อนหย่อนใจ สำหรับผู้ที่ชื่นชอบกีฬาฟุตบอล

## 1.3 ขอบเขตของโครงการ

เป็นการศึกษาแนวทาง และความเป็นไปได้ ในการจัดทำแผนธุรกิจ เพื่อตอบสนองความต้องการ ในการออกกำลังกาย และการพักผ่อนหย่อนใจ ของผู้ที่ชื่นชอบกีฬาฟุตบอล ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้เงินลงทุนไม่ต่ำกว่า 50 ล้านบาท ตามกระบวนการในการบริหารจัดการ ในธุรกิจไลฟ์สไตล์เซ็นเตอร์

## 1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1) แนวทางในการบูรณาการองค์ความรู้ ด้านการบริหารจัดการ ที่สอดคล้องกับแผนธุรกิจ ที่ใช้ในการจัดตั้ง ฟุตบอล แอนด์ กอล์ฟ ไลฟ์สไตล์เซ็นเตอร์ได้อย่างเหมาะสม
- 2) แนวโน้มความเป็นไปได้ในการจัดทำแผนธุรกิจ สำหรับจัดตั้งฟุตบอล แอนด์ กอล์ฟ ไลฟ์สไตล์เซ็นเตอร์
- 3) ตอบสนองความต้องการ ในการพบปะสังสรรค์ การออกกำลังกาย และการพักผ่อนหย่อนใจ สำหรับผู้ที่ชื่นชอบกีฬาฟุตบอล และกีฬาอีสปอร์ต

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการจัดทำแผนธุรกิจสำหรับจัดตั้งโครงการ ฟุตบอล แอนด์ กอล์ฟ ไลฟ์สไตล์เซ็นเตอร์ ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่จะเป็นประโยชน์ ต่อการศึกษาดังนี้

#### 2.1. ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับกีฬาฟุตบอลและกีฬาข้างเคียง

ผู้วิจัยจะทำการศึกษาดึกการ เล่นกีฬาฟุตบอล และกีฬาข้างเคียงในส่วนของรูปแบบ และขนาดของสนามที่ใช้เล่นกีฬาแต่ละชนิด เพื่อนำมาใช้ในการบริหารจัดการพื้นที่ของโครงการฟุตบอล แอนด์ กอล์ฟ ไลฟ์สไตล์เซ็นเตอร์ โดยจะทำการศึกษาลักษณะ และขนาดของสนามที่ใช้ในการเล่นกีฬานิตต่าง ๆ รวมทั้งระยะการตีของไม้กอล์ฟหัวต่าง ๆ ดังนี้

##### ฟุตบอล

สนามแข่งขันต้องเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า พื้นสนามเป็นหญ้าธรรมชาติหรือหญ้าเทียม ยาว 100 - 110 เมตร กว้าง 64 - 75 เมตร (กติกาฟุตบอล, 2550)

##### ฟุตบอล 7 คน

สนามแข่งขันต้องเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า ยาว 60 - 65 เมตร กว้าง 35 - 40 เมตร (ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับฟุตบอล 7 คน, 2551)

##### ฟุตบอลชายหาด

สนามแข่งขันต้องเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า พื้นผิวของสนามต้องเป็นพื้นทรายที่ไม่หยาบหรือละเอียดจนเกินไป ปราศจากก้อนหิน เปลือกหอย และสิ่งอื่นใดที่อาจเป็นอันตรายต่อผู้เล่น หนาอย่างน้อย 40 เซนติเมตร มีความเรียบเหมือนกันให้มากที่สุด ยาว 35 เมตร กว้าง 27 เมตร รอบสนามแข่งขันต้องเป็นพื้นที่ว่าง 1.5 - 3 เมตร (Beach Soccer Rules of the Game, 2551)

##### ฟุตซอล

สนามแข่งขันต้องเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า พื้นสนามต้องราบและเรียบ ต้องไม่เป็นพื้นปูนหรือยางมะตอย ยาว 38 - 42 เมตร กว้าง 18 - 25 เมตร (กติกาฟุตซอล, 2550)

### วอลเลย์บอล

สนามแข่งขันต้องเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า พื้นผิวของสนามต้องเรียบ เป็นพื้นราบ ไม่ลื่นไม่ขรุขระเหมือนกันตลอดทั้งสนาม ยาว 18 เมตร กว้าง 9 เมตร รอบสนามแข่งขันต้องเป็นพื้นที่ว่างจากเส้นข้าง 5 เมตร เส้นหลัง 8 เมตร เป็นอย่างน้อย และพื้นที่เหนือสนามแข่งขันแข่งขันต้องสูงจากพื้น โดยไม่มีสิ่งกีดขวาง 12.50 เมตร เป็นอย่างน้อย (กติกาวอลเลย์บอล, 2550)

### วอลเลย์บอลชายหาด

สนามแข่งขันต้องเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า พื้นผิวของสนามต้องเป็นพื้นทรายที่ไม่หยาบหรือละเอียดจนเกินไป ปราศจากก้อนหิน เปลือกหอย และสิ่งอื่นใดที่อาจเป็นอันตรายต่อผู้เล่น หนาอย่างน้อย 40 เซนติเมตร มีความเรียบเหมือนกันให้มากที่สุด ยาว 16 เมตร กว้าง 8 เมตร รอบสนามแข่งขันต้องเป็นพื้นที่ว่าง จากเส้นข้างและเส้นหลัง 5 - 6 เมตร พื้นที่เหนือสนามแข่งขันต้องสูงจากพื้น โดยไม่มีสิ่งกีดขวาง 12.50 เมตร เป็นอย่างน้อย (กติกาวอลเลย์บอลชายหาด, 2550)

### บาสเกตบอล

สนามแข่งขันต้องเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า พื้นผิวเรียบ แข็งปราศจากสิ่งกีดขวาง ยาว 28 เมตร กว้าง 15 เมตร ความสูงของเพดานหรือสิ่งกีดขวางเหนือพื้นสนามต้องไม่ต่ำกว่า 7 เมตร (คำจำกัดความ (Definitions) และลักษณะการเล่นบาสเกตบอล, 2550)

### แฮนด์บอล

สนามแข่งขันต้องเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า พื้นผิวเรียบ แข็งปราศจากสิ่งกีดขวาง ยาว 40 เมตร กว้าง 20 เมตร พื้นที่รอบสนามแข่งขันกว้างอย่างน้อย 1 เมตรจากด้านข้าง 2 เมตร ตลอดแนวจากด้านหลัง (กติกาแฮนด์บอล, 2550)

### เทนนิส

สนามแข่งขันต้องเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า ยาว 23.77 เมตร กว้าง 8.23 เมตรสำหรับการเล่นประเภทเดี่ยว และ 10.97 เมตรสำหรับการเล่นประเภทคู่ (กติกาเทนนิส, 2550)

### แบดมินตัน

สนามแข่งขันต้องเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าพื้นผิวเรียบ แข็ง ยาว 13.40 เมตร กว้าง 6.10 เมตร (กติกาแบดมินตัน, 2550)

## กอล์ฟ

ระยะการตีของไม้แต่ละขนาด ดังนี้ (กอล์ฟ, 2548)

- หัวไม้ 1 ตีได้ไกลที่สุด
- หัวไม้ 3 และ 5 ตีได้ลดหลั่นลงมา
- เหล็ก 3 ตีได้ระยะ 170 หลา
- เหล็ก 4 ตีได้ระยะ 160 หลา
- เหล็ก 5 ตีได้ระยะ 150 หลา
- เหล็ก 6 ตีได้ระยะ 140 หลา
- เหล็ก 7 ตีได้ระยะ 130 หลา
- เหล็ก 8 ตีได้ระยะ 120 หลา
- เหล็ก 9 ตีได้ระยะ 110 หลา
- เหล็ก 8 พิชซึ่งเวด ตีได้ระยะ 100 หลา
- เหล็ก S แชนเวดซ์ ใช้ตีจากบ่อทราย ระยะไม่เกิน 80 หลา

## 2.2. ทฤษฎีการบริหารจัดการ

ในการดำเนินธุรกิจนั้นการบริหารจัดการเป็นสิ่งสำคัญที่สามารถกำหนดความเป็นไปของธุรกิจ ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีการบริหารจัดการระดับพื้นฐาน เพื่อจะนำไปใช้ในการบริหารจัดการ โครงการ ฟุตบอล แอนด์ กอล์ฟ ไลฟ์สไตล์เซ็นเตอร์ ในส่วนต่างๆ ได้อย่างเหมาะสม

โดยการประยุกต์กระบวนการบริหารจัดการพื้นฐาน 4 ประการคือการวางแผน (Planning) การจัดองค์การ (Organizing) การบังคับบัญชาหรือการนำ (Leading) และการควบคุม (Controlling) มาใช้ดังนี้

### การวางแผน (Planning)

คือการกำหนดเป้าหมายและทิศทางโดยรวมขององค์กร รวมทั้งกำหนดกลยุทธ์ วิธีการและช่วงเวลาในการดำเนินกลยุทธ์ต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพ



### การจัดองค์การ (Organizing)

คือการจัดโครงสร้างองค์การ เพื่อแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบและสายการบังคับบัญชา รวมทั้งจัดสรรทรัพยากรทั้งเงินทุน และพื้นที่ในโครงการ อย่างมีประสิทธิภาพ

### การนำ (Leading)

คือการที่ผู้นำใช้วิธีการต่างๆ เพื่อให้ผู้ใต้บังคับบัญชาร่วมมือกันปฏิบัติตามหน้าที่ให้บรรลุเป้าหมาย ซึ่งผู้นำที่มีประสิทธิภาพมีความสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กร ดังนั้นในการจัดตั้งองค์กรใด ๆ ก็ตาม จำเป็นต้องมีผู้นำที่มีภาวะของความเป็นผู้นำ มีวิสัยทัศน์ และเหมาะสมกับองค์กร เพื่อนำพาองค์กรไปสู่เป้าหมายที่วางไว้

### การควบคุม (Controlling)

ควบคุมและประเมินผลทรัพยากรบุคคล การเงิน และเวลา ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญ ในการนำพาองค์กรให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ หากการประเมินผลงานไม่เป็นที่น่าพอใจ ผู้บริหาร จะต้องหาวิธีปรับปรุงแก้ไข

## 2.3. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ในการจัดทำแผนธุรกิจสำหรับจัดตั้งโครงการ ฟุตบอล แอนด์ กอล์ฟ ไลฟ์สไตล์เซ็นเตอร์ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ชื่นชอบกีฬาฟุตบอล ผู้วิจัยจำเป็นต้องศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการดำเนิน โครงการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยจะทำการศึกษาแนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ ดังนี้

### 2.3.1. กระบวนการซื้อของผู้บริโภค

การซื้อเป็นเพียงส่วนหนึ่งของกระบวนการซื้อ ซึ่งมีหลายขั้นตอนก่อนที่จะเกิดการซื้อขึ้นจริง ผู้บริโภคอาจยุติกระบวนการตัดสินใจซื้อในขั้นตอนใดก็ได้ ไม่จำเป็นต้องครบทั้ง 5 ขั้นตอนเสมอไป (พฤติกรรมผู้บริโภค, 2548)

#### ขั้นที่ 1 การตระหนักถึงความต้องการ (Need Recognition)

การซื้อจะเกิดขึ้นเมื่อผู้ซื้อทราบถึงปัญหาหรือความต้องการของตนเองซึ่งการกระตุ้นของนักการตลาด โดยใช้ส่วนประสมการตลาดมีผลทำให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการในสินค้าหรือบริการ

### **ขั้นที่ 2 การแสวงหาข้อมูล (Search for Information)**

ผู้บริโภคจะแสวงหาข้อมูลเพื่อตัดสินใจ จากความทรงจำหรือประสบการณ์ของตนเอง เพื่อนำมาใช้ในการประเมินทางเลือก หากยังได้ข้อมูลไม่เพียงพอก็จะหาข้อมูลเพิ่มเติมจากบุคคล หรือสิ่งต่างๆรอบตัว

### **ขั้นที่ 3 การประเมินทางเลือก (Alternative Evaluation)**

ผู้บริโภคจะนำข้อมูลที่ได้อามาวิเคราะห์ข้อดี ข้อเสีย ของสินค้าหรือบริการด้วยการเปรียบเทียบเพื่อตัดสินใจว่าต้องการหรือไม่ต้องการสินค้าหรือบริการ

### **ขั้นที่ 4 การซื้อ (Purchase)**

เมื่อผู้บริโภคทราบข้อดี ข้อเสีย ของสินค้าหรือบริการ ก็จะทำการซื้อสินค้าหรือบริการ แต่ในบางกรณีผู้บริโภคก็อาจตัดสินใจยกเลิกการซื้อได้เช่นกัน ขึ้นอยู่กับข้อเสนอจากผู้ขายและตัวผู้ขายเอง

### **ขั้นที่ 5 การประเมินหลังการซื้อ (Post-purchase Evaluation)**

เมื่อผู้บริโภคใช้สินค้าหรือบริการแล้ว ก็จะประเมินผลของสินค้าหรือบริการ ว่าพอใจหรือไม่อย่างไร ซึ่งการประเมินในขั้นนี้จะส่งผลต่อการตัดสินใจในครั้งหน้า หากผู้บริโภคพอใจหรือประทับใจก็จะกลับมาซื้อสินค้าหรือบริการอีก ในทางกลับกันถ้าผู้บริโภคไม่พอใจก็จะไม่ซื้อสินค้าหรือบริการ

#### **2.3.2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค**

แบ่งออกเป็น 3 ปัจจัยใหญ่ ๆ ดังนี้

##### **ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors)**

ผู้บริโภคมีความแตกต่างในเรื่อง เพศ อายุ รายได้ สถานภาพของครอบครัว อาชีพ รวมถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตและประสบการณ์ในอดีต ซึ่งความแตกต่างในปัจจุบัน เหล่านี้ทำให้เกิดพฤติกรรมการณ์การซื้อที่แตกต่างกันไป

##### **ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological Factors)**

เป็นลักษณะความต้องการที่เกิดจากสภาพจิตใจ เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมมนุษย์ ซึ่งความต้องการด้านจิตวิทยานั้นทำให้เกิดความต้องการที่มากกว่าลักษณะทางกายภาพ โดยปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมกระตุ้นใจของผู้บริโภคได้แก่

**ความต้องการ (Needs)** แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะดังนี้

1) ความต้องการขั้นปฐมภูมิหรือความต้องการทางชีวภาพ (Primary needs or physiological needs) คือความต้องการขั้นพื้นฐานที่เกิดจากความต้องการทางกาย ที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ ซึ่งเป็นความต้องการในปัจจัย 4 ได้แก่อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย และยารักษาโรค

2) ความต้องการขั้นทุติยภูมิหรือความต้องการทางสังคม (Secondary needs or social needs) คือความต้องการที่ไม่ได้เกิดขึ้นจากสภาพร่างกาย แต่เกิดจากการเรียนรู้จากผู้อื่นในสังคม

ความต้องการทางสังคมเป็นความต้องการที่ครอบคลุมความต้องการกาย และเป็นตัวกำหนดทางเลือกของการบริโภค

จากความต้องการทั้ง 2 ชั้น อับราฮัม มาสโลว์ ได้นำมาจัดลำดับความต้องการของมนุษย์ (Hierarchy of needs) โดยแบ่งเป็น 5 ชั้นดังนี้

- 1) ความต้องการทางร่างกาย (Physiological Needs)
- 2) ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs)
- 3) ความต้องการทางสังคม (Social Needs)
- 4) ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง (Esteem Needs)
- 5) ความต้องการเติมความสมบูรณ์ให้ชีวิต (Self-actualization Needs)

**แรงจูงใจ (Motive)** เป็นความต้องการที่เกิดขึ้นอย่างรุนแรง และส่งผลให้ผู้บริโภคค้นหาวิธีในการตอบสนองความพึงพอใจ โดยมีพื้นฐานมาจากความจำเป็นอย่างรุนแรงในใจ ดังนั้นนักการตลาดจึงมีหน้าที่กระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการสินค้าและบริการอย่างรุนแรง

**บุคลิกภาพ (Personality)** คือลักษณะนิสัยโดยรวมของผู้บริโภคที่พัฒนาขึ้นมาในระยะยาว ซึ่งมีผลกระทบต่อข้อกำหนดรูปแบบในการโต้ตอบ หรือตอบสนองที่ไม่เหมือนกัน

**ทัศนคติ (Attitude)** คือการประเมินความพอใจหรือไม่พอใจ ที่ผู้บริโภคมีต่อสินค้าหรือบริการ โดยมีปัจจัยในการกำหนดอันได้แก่ ความรู้ ความรู้สึก และแนวโน้มของนิสัยหรือความพร้อมที่จะกระทำ และเป็นสิ่งที่นำมาซึ่งการปฏิบัติของผู้บริโภค

**การรับรู้ (Perception)** เป็นกระบวนการที่เกิดจากการที่ผู้บริโภครับข้อมูล และตีความหมายของข้อมูล ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในแง่การตลาด ที่นักการตลาดใช้การสื่อสารทางการตลาด ทำให้ผู้บริโภครับรู้เกี่ยวกับสินค้าและบริการ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้กับสินค้าหรือบริการ

การเรียนรู้ (Learning) เป็นการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของผู้บริโภคซึ่งเกิดจากประสบการณ์ที่สะสม นักการตลาดจึงมีหน้าที่ใส่ประสบการณ์การเรียนรู้เกี่ยวกับตราสินค้าที่ถูกต้องให้กับผู้บริโภค

### ปัจจัยด้านสังคม

เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อความคิดและการตัดสินใจของผู้บริโภค ประกอบด้วยบทบาทและสถานะทางสังคม และวัฒนธรรมของผู้บริโภค ตลอดจนคนในครอบครัว เพื่อนสนิท หรือบุคคลที่ผู้บริโภคเชื่อถือ

## 2.4. แนวคิดการสร้างแบรนด์

ผู้วิจัยจำเป็นต้องศึกษาแนวคิดกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ เพื่อนำไปใช้ในส่วนของกลยุทธ์การตลาด เนื่องจากโครงการฟุตบอล แอนด์ กอล์ฟ ไลฟ์สไตล์เซ็นเตอร์ เป็นโครงการใหม่ การสร้างแบรนด์เพื่อให้ผู้บริโภคได้รู้จักจึงเป็นสิ่งเป็นสิ่งสำคัญ ที่จะทำให้โครงการมีความแตกต่างจากคู่แข่งในสายตาผู้บริโภค ซึ่งการสร้างแบรนด์มีวิธีการและเครื่องมือต่าง ๆ ดังนี้

### 2.4.1. โครงสร้างการสร้างแบรนด์ (Brand Building Model) (ศรีกัญญา มงคลศิริ, 2547)

#### การสร้างการรับรู้และยอมรับตราสินค้า (Brand awareness & Recognition)

คือการทำให้ผู้บริโภคที่ไม่เคยรู้จักตราสินค้ามาก่อน เกิดการรับรู้และยอมรับตราสินค้า ซึ่งเหมาะสมสำหรับโครงการฟุตบอล แอนด์ กอล์ฟ ไลฟ์สไตล์เซ็นเตอร์ เพราะเป็นโครงการใหม่ที่ไม่มีใครรู้จักมาก่อน การสร้างแบรนด์ในขั้นตอนนี้การเลือกใช้เครื่องมือในการสื่อสารทางการตลาดนั้นจะต้องใช้เครื่องมือต่าง ๆ อย่างเหมาะสม ตามกำลังงบประมาณและสภาพการแข่งขัน

#### การทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงแบรนด์ (Brand Accessibility)

คือการทำให้แบรนด์มีตัวตนอยู่ในทุก ๆ จุดที่ผู้บริโภคอยู่ ซึ่งในปัจจุบันการมีพันธมิตรทางธุรกิจที่ดี จะช่วยในการพัฒนาการสร้างแบรนด์ให้กับโครงการ และช่วยในการประหยัดงบประมาณให้กับโครงการของเราอีกด้วย

### การนำเสนอคุณค่าของแบรนด์ (Brand Value)

คือการนำคุณค่าต่างๆของแบรนด์ออกมานำเสนอต่อผู้บริโภค ให้ผู้บริโภครู้สึกว่าโครงการของเรามีคุณค่าและคุ้มค่ากับเงินที่จ่าย

### การทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่าได้เชื่อมต่อกับแบรนด์ (Brand Emotional Connection)

คือการทำให้โครงการของเราเป็นส่วนหนึ่งในประสบการณ์ที่ดีของผู้บริโภค อย่างต่อเนื่อง เป็นเวลานานจนผู้บริโภครู้สึกไว้วางใจ และเกิดความจงรักภักดีต่อโครงการในที่สุด ซึ่งความรู้สึกเช่นนี้จะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อ

- ผู้บริโภครับรู้ว่าคุณค่าของโครงการมีความหมาย และมีความสำคัญต่อผู้บริโภค
- ผู้บริโภครับรู้ว่าคุณค่าของโครงการมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว
- ผู้บริโภคชื่นชมแบรนด์ของเรา
- ผู้บริโภคเชื่อว่าโครงการของเราเป็นดี และพยายามที่จะให้ข้อมูลที่ผู้บริโภคร้องการ
- ผู้บริโภครู้สึกว่าโครงการของเราทำให้รู้สึกดีเสมอ

### ทำให้ผู้บริโภคเห็นถึงความแตกต่างของแบรนด์ (Brand Differentiation)

คือที่สุดของการสร้างแบรนด์ ในการทำให้โครงการของเรามีความแตกต่างอย่างโดดเด่นจากโครงการของกลุ่มคู่แข่ง โดยความแตกต่างของโครงการเรานั้นเกี่ยวข้องกับตัวตนของผู้บริโภค

### 2.4.2. เครื่องมือในการสร้างแบรนด์ (Brand Building Tools) (ศรีกัญญา มงคลศิริ, 2547)

#### การโฆษณา (Advertising)

คือเครื่องมือที่สำคัญในการนำเสนอรายละเอียดต่าง ๆ ของโครงการให้ผู้บริโภคได้รับรู้ ซึ่งสามารถเห็นผลได้ทันที

ในปัจจุบันสื่อที่ใช้ในการโฆษณามีหลายรูปแบบ การเลือกสื่อที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้ตรงกลุ่มอย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบกับการสื่อสารที่ชัดเจนจะทำให้ประหยัดงบประมาณในการโฆษณา และได้ผลรับที่ดี

### การประชาสัมพันธ์ (Public Relation)

เป็นอีกหนึ่งเครื่องมือที่สำคัญ ที่โครงการของเราจะนำมาใช้ เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือให้กับโครงการ แม้การประชาสัมพันธ์จะส่งผลช้า แต่ผลลัพธ์ที่ได้จะมั่นคง

### กิจกรรมส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)

เป็นหนึ่งกิจกรรมที่จะนำมาใช้ เพื่อกระตุ้นการขายและสร้างแบรนด์ของโครงการพร้อม ๆ กัน โดยกิจกรรมส่งเสริมการขายมี 2 ลักษณะคือ

- 1) การส่งเสริมการขายที่เน้นผู้บริโภคโดยตรง (Consumer Promotion)
- 2) การส่งเสริมการขายไปยังร้านค้าต่างๆ (Trade Promotion)

โดยผู้วิจัยจะนำการส่งเสริมการขายทั้ง 2 ลักษณะนี้มาประยุกต์ใช้ให้ ถูกวิธีและเหมาะสมกับสถานการณ์ต่อไป

### สินค้าหรือบริการทดลอง (Sampling)

การให้ผู้บริโภคได้ทดลองใช้สินค้าหรือบริการเป็น โดยผู้บริโภคไม่ต้องเสียเงิน เป็นวิธีที่ผู้ผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคนิยมใช้ เพราะถ้าหากผู้บริโภคพอใจ ก็จะทำให้ผู้บริโภคซื้อซ้ำ

### การจัดกิจกรรม (Event)

คือกิจกรรมที่แบรนด์ต่าง ๆ สามารถนำเสนอตัวตนของแบรนด์ได้อย่างชัดเจน และเป็นโอกาสที่ดีในการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายผ่านกิจกรรมต่าง ๆ

### การตกแต่งหน้าร้าน (Shop Decoration)

เป็นอีกรูปแบบที่ผู้วิจัยจะนำมาใช้ในการบอกตัวตนของโครงการ ให้ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้รับรู้ โดยจะนำมาใช้ให้สัมพันธ์กับตัวตนที่แท้จริงของโครงการเรา เพื่อย้ำภาพลักษณ์ของโครงการให้โดดเด่นกว่าคู่แข่งในสายตาผู้บริโภค

### 2.4.3. กลยุทธ์การสร้างแบรนด์ (Brand Building Strategies) (ศรีกัญญา มงคลศิริ, 2547)

กลยุทธ์การสร้างแบรนด์มีอยู่หลายกลยุทธ์ ผู้วิจัยจะใช้ 2 กลยุทธ์ต่อไปนี้เป็นหลัก

### การสื่อสารการตลาดรวม (IMC – Integrated Marketing Communication)

เป็นการผสมผสานเครื่องมือทางการสื่อสารมาใช้ร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อเผยแพร่ข่าวสารที่มีความถูกต้องชัดเจนเกี่ยวกับโครงการของเรา โดยการรวมเอาภาพลักษณ์และข่าวสารต่างๆ เข้าไว้ด้วยกันและนำเสนออย่างกลมกลืนเป็นแนวเดียวกันในทุก ๆ เครื่องมือ

เป้าหมายที่สำคัญของกลยุทธ์นี้ คือการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าให้เป็นไปได้ด้วยดี เพื่อสร้างและพัฒนาคุณค่าของแบรนด์

### การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (CRM – Customer Relation Management)

เป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าด้วยวิธีการต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าแต่ละราย โดยการรักษาลูกค้าเดิมและหาลูกค้าใหม่ ซึ่งความสัมพันธ์อันดีจะนำมาซึ่งยอดขายและการเติบโตของโครงการ

## 2.5. กฎหมายที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับกฎหมาย ที่เกี่ยวข้องและอาจจะเป็นปัญหาต่อการดำเนินโครงการฟุตบอล แอนด์ กอล์ฟ ไลฟ์สไตล์เซ็นเตอร์ เพื่อที่จะนำมาเป็นแนวทางในการหาวิธีที่จะดำเนินโครงการ โครงการได้ถูกต้องตามกฎหมาย

### พระราชบัญญัติสถานบริการ

สถานที่ที่มีอาหาร สุรา หรือเครื่องดื่มอย่างอื่นจำหน่าย โดยจัดให้มีการแสดงดนตรีหรือการแสดงอื่นใดเพื่อการบันเทิง ซึ่งปิดทำการหลังเวลา 24.00 นาฬิกา จะต้องขออนุญาตจากสถานีตำรวจและสำนักงานเขตในพื้นที่ก่อน และจะต้องปฏิบัติตามข้อบังคับต่อไปนี้ (พระราชบัญญัติสถานบริการฉบับที่ 4, 2546)

- 1) ห้ามผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปีบริบูรณ์เข้าทำงานในสถานบริการ
- 2) ห้ามให้ผู้ที่มีอาการมึนเมา หรือครองสติไม่ได้ เข้าไปหรืออยู่ในสถานบริการในเวลาทำการ
- 3) ห้ามจำหน่ายสุราให้แก่ผู้ที่มีอาการมึนเมา หรือครองสติไม่ได้
- 4) ห้ามมิให้ผู้ไม่มีหน้าที่เฝ้าดูแลสถานบริการ พักอาศัยหลับนอนในสถานบริการ
- 5) ห้ามมิให้มีการกระทำความผิดเกี่ยวกับยาเสพติดในสถานบริการ

- 6) ห้ามมิให้มีการนำอาวุธเข้าไปในสถานบริการ เว้นแต่เป็นกรณีที่เจ้าหน้าที่ซึ่งอยู่ในเครื่องแบบนำเข้าไปเพื่อปฏิบัติหน้าที่ตามกฎหมาย
- 7) ห้ามมิให้ผู้มีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ ซึ่งมีได้ทำงานในสถานบริการนั้น เข้าไปในสถานบริการในเวลาทำการ
- 8) การเปิดให้บริการ จะต้องเปิดและปิดทำการ ภายในวันและเวลาที่ทางราชการประกาศ

## 2.6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ศึกษาผลสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภค ที่เกี่ยวข้องกับ โครงการฟุตบอล แอนด์ กอล์ฟไลฟ์สไตล์เซ็นเตอร์ ซึ่งจะใช้เป็นแนวทางในการศึกษาในส่วนของพฤติกรรมผู้บริโภค

### การสำรวจพฤติกรรมที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมฟุตบอลโลก 2006

สำรวจโดยบริษัท นานาเน็กซ์ จำกัด โดย ภูษิต เพ็ญศิริ ทำการสำรวจจากกลุ่มตัวอย่าง 200 ตัวอย่าง เฉพาะเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล กระจายครอบคลุมทุกพื้นที่

จากผลการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง เป็นเพศชาย 71.5% และเป็นเพศหญิง 28.5% โดยมีอายุแบ่งออกเป็น 4 ช่วง คือ ช่วงอายุไม่เกิน 25 ปี คิดเป็น 26.5% ช่วงอายุ 26-35 ปี คิดเป็น 26.0% ช่วงอายุ 36-45 ปี คิดเป็น 24.0% และ ช่วงอายุ มากกว่า 45 ปี คิดเป็น 23.5% และรายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในช่วง 10,001 – 20,000 บาท คิดเป็น 52.0% รองลงมาคือ มากกว่า 20,000 บาท คิดเป็น 27.0% และรายได้ ไม่เกิน 10,000 บาท คิดเป็น 21.0% ระดับการศึกษาโดยส่วนใหญ่ คือ การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี 90.5% และประกอบอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน มากที่สุด ซึ่งโดยส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสแล้ว (พฤติกรรมคอบอลฟุตบอลโลก 2006 พักยกกระแสนการเมือง, 2549)

ผลการสำรวจความชื่นชอบกีฬาฟุตบอลของกลุ่มตัวอย่างมีผลดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี ชื่นชอบกีฬาฟุตบอล 71.7 % ไม่ชอบกีฬาฟุตบอล 28.3 %  
 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 26 - 35 ปี ชื่นชอบกีฬาฟุตบอล 59.6 % ไม่ชอบกีฬาฟุตบอล 40.4 %  
 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 36 - 45 ปี ชื่นชอบกีฬาฟุตบอล 58.3 % ไม่ชอบกีฬาฟุตบอล 41.7 %  
 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 45 ปี ชื่นชอบกีฬาฟุตบอล 61.7 % ไม่ชอบกีฬาฟุตบอล 38.3 %

สรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีความชื่นชอบกีฬาฟุตบอลมากกว่าช่วงอายุอื่นๆ อย่างชัดเจน



ผลการสำรวจถึงบุคคลที่กลุ่มตัวอย่างเลือกที่จะชมฟุตบอลโลกร่วมด้วยมีดังนี้

ดูกับเพื่อน 49 %

ดูกับคนในครอบครัว (พ่อ แม่ ลูก สามี ภรรยา) 26 %

ดูกับคู่รักหรือแฟน 13 %

ดูคนเดียว 12 %

สรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างชอบดูฟุตบอลโลกร่วมกับผู้อื่น โดยเลือกที่จะดูกับเพื่อนมากที่สุด

ผลการสำรวจถึงสถานที่ ที่กลุ่มตัวอย่างเลือกที่จะชมฟุตบอล โลกมีดังนี้

บ้านตนเอง 37 %

ลานเบียร์หรือลานที่มีการติดตั้งโทรทัศน์สำหรับถ่ายทอดสดฟุตบอล 32 %

ร้านอาหาร ผับ บาร์ 16 %

บ้านเพื่อน 15 %

สรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างชอบดูการถ่ายทอดสดฟุตบอลโลกในที่สาธารณะ พอ ๆ กับสถานที่ส่วนตัว แต่สถานที่ที่นิยมมากที่สุดก็ยังคงเป็นบ้านของกลุ่มตัวอย่างเอง

ผลการสำรวจกิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างเลือกที่จะทำในขณะที่ชมฟุตบอล โลกมีดังนี้

รับประทานอาหารขบเคี้ยว เครื่องดื่มและอื่น ๆ 45 %

ร่วมกิจกรรมทายผลทาง SMS หรือโทรศัพท์ 22 %

ดูฟุตบอลอย่างเดียว 20 %

บันทึกภาพไว้ชมอีกครั้ง 13 %

จากผลสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคดังกล่าว ผู้วิจัยจะนำมาใช้เป็นแนวทางในการให้บริการภายในโครงการฟุตบอล แอนด์ กอล์ฟ ไลฟ์สไตล์เซ็นเตอร์ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยจะทำการสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคอีกครั้งหนึ่ง เพราะผู้วิจัยเห็นว่าการสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคในข้างต้นนี้ ได้สำรวจมาเป็นเวลานานแล้ว พฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบันอาจจะเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีวิจัย

#### 3.1 วัตถุประสงค์ในการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาความเป็นไปได้ และแนวทางในการจัดตั้งโครงการฟุตบอล แอนด์ กอล์ฟ ไลฟ์สไตล์เซ็นเตอร์ ด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการสำรวจพฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้บริโภคที่ชื่นชอบกีฬาฟุตบอล ว่ามีความต้องการสินค้าหรือบริการลักษณะใด รวมทั้งแนวโน้มวงการฟุตบอลในอนาคตจะเป็นอย่างไร และจะนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัย ไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์และบริหารจัดการ โครงการต่อไป

#### 3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลเพื่อทำการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจาก 2 แหล่งดังนี้

##### 3.2.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data)

ผู้วิจัยได้แบ่งการเก็บข้อมูลออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

- 1) จากการสัมภาษณ์ ตัวแทนบริษัทผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้อง
- 2) จากแบบสอบถามที่ตอบโดยกลุ่มตัวอย่าง

โดยข้อมูลทั้ง 2 ส่วนจะใช้เป็นฐานข้อมูลสำหรับวางแผนแนวทางในการศึกษาวิจัย และวางแผนโครงการในขั้นต่อไป

##### 3.2.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data)

ผู้วิจัยจะทำการศึกษาวิจัยจากเอกสาร (Documentary Research) ผู้วิจัยได้ศึกษาโดยรวบรวมข้อมูลจากบทความ ข่าว ทั้งในตำรา หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งทฤษฎีแนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 3.3 กลุ่มประชากรที่ศึกษาและการสุ่มตัวอย่าง

#### 3.3.1 กลุ่มประชากรที่ศึกษา

คือประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพศชายและหญิง อายุระหว่าง 18 - 35 ปี ที่ชื่นชอบกีฬาฟุตบอล และกิจกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้องกับฟุตบอล มีรายได้เป็นของตนเองในระดับปานกลางถึงระดับสูง และมีอำนาจในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการต่างๆด้วยตนเอง

#### 3.3.2 การสุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้แบ่งการเก็บข้อมูลปฐมภูมิออกเป็น 3 ส่วน ผู้วิจัยจึงทำการสุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูลแต่ละส่วนดังนี้

##### 3.3.2.1 สุ่มเลือกบริษัทผู้ประกอบการในธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

โดยเลือกสัมภาษณ์ตัวแทนจากบริษัท สยามสปอร์ตซินดิเคท จำกัด (มหาชน)

##### 3.3.2.2 สุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการตอบแบบสอบถาม

โดยการสุ่มตัวอย่างแบบตามจุดประสงค์ (Purposive Sampling) จากผู้ที่ชื่นชอบกีฬาฟุตบอล ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อายุระหว่าง 18-35 ปี จำนวน 400 คน แบ่งออกเป็น 4 กลุ่มตัวอย่างดังนี้

- 1) สมาชิกแฟนคลับฟุตบอลต่างประเทศจำนวน 100 คน
- 2) ผู้ที่ชมการถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลต่างประเทศนอกบ้านจำนวน 100 คน
- 3) ผู้ที่ชมการแข่งขันฟุตบอลในสนามฟุตบอลจำนวน 100 คน
- 4) ผู้ที่เล่นฟุตบอลในสนามฟุตบอลต่างๆจำนวน 100 คน

โดยมีเงื่อนไขในการสุ่มตัวอย่างจากกลุ่มตัวอย่างดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่ 1 - 3 สุ่มตัวอย่างเพศชายกลุ่มละ 80 คน หญิงกลุ่มละ 20 คน เนื่องจากเพศชายมีความชื่นชอบกีฬาฟุตบอล และร่วมกิจกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้องกับกีฬาฟุตบอล มากกว่าเพศหญิง

กลุ่มตัวอย่างที่ 4 สุ่มตัวอย่างเพศชายทั้งหมด 100 คน เนื่องจากเพศหญิงที่เล่นกีฬาฟุตบอลอย่างจริงจังมีจำนวนน้อยมาก และจากการสังเกต ผู้วิจัยไม่เคยเห็นผู้หญิงเล่นกีฬาฟุตบอลในสนามที่เก็บค่าบริการในการใช้สนามเลย

### 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ประกอบด้วยชุดคำถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูลในส่วนต่างๆดังนี้

#### 3.4.1 แบบสัมภาษณ์ตัวแทนบริษัทผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยจะใช้แบบสัมภาษณ์ ในการเก็บข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งแบบสัมภาษณ์จะใช้คำถามปลายเปิด เพื่อให้ผู้ถูกสัมภาษณ์แสดงความคิดเห็น เกี่ยวกับธุรกิจที่บริษัทของผู้ให้สัมภาษณ์ดำเนินงานอยู่

#### 3.4.2 แบบสอบถาม

ผู้วิจัยจะใช้แบบสอบถาม ในการเก็บข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งแบบสอบถามจะใช้คำถามปลายเปิดและปลายปิด เพื่อสำรวจพฤติกรรมและความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง โดยโครงสร้างของคำถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2. พฤติกรรมการใช้เวลาว่าง

ส่วนที่ 3. พฤติกรรมการบริโภคที่เกี่ยวข้องกับกีฬาฟุตบอล

ส่วนที่ 4. พฤติกรรมการบริโภคด้านอื่น นอกเหนือจากกีฬาฟุตบอล

### 3.5 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทดสอบความถูกต้องของคำถามที่ใช้สัมภาษณ์ตัวแทนบริษัทผู้ประกอบการในธุรกิจที่เกี่ยวข้อง และแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการนำชุดคำถามทั้งหมด ให้คณาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิเป็นผู้ตรวจสอบ ความถูกต้องของคำถาม เพื่อให้มั่นใจว่าชุดคำถามที่ผู้วิจัยออกแบบมานั้น สามารถสื่อความหมายให้ผู้ถูกสัมภาษณ์หรือผู้ตอบแบบสอบถาม เข้าใจคำถามตรงกับผู้วิจัย

### 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิแล้ว ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้นำมาแปรผลและวิเคราะห์ผลด้วยวิธีต่างๆดังนี้

### 3.6.1 ข้อมูลทุติยภูมิ

ผู้วิจัยจะใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

### 3.6.2 ข้อมูลปฐมภูมิ

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ตัวแทนจากบริษัท ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจะใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) และข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด ผู้วิจัยจะใช้การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการใช้สถิติบรรยาย (Descriptive Statistics) เพื่อแจกแจงความถี่ ก่อนจะคำนวณหาค่าเฉลี่ยเป็นร้อยละ

จากนั้นผู้วิจัยจะนำผลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมด มาสรุปผล เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์การบริหารจัดการ โครงการที่เหมาะสมต่อไป



## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 4.1 ข้อมูลทางการตลาด

คือข้อมูลด้านการตลาดที่ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค และแนวโน้มธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับกีฬาฟุตบอล เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลในการจัดทำแผนธุรกิจ โครงการฟุตบอลไลฟ์สไตล์เซ็นเตอร์

##### 4.1.1. ข้อมูลจากแบบสอบถาม

เป็นข้อมูลจากการสุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ทางสถิติ โดยการแจกแจงความถี่ คำนวณหาค่าเฉลี่ยเป็นร้อยละ

ข้อมูลที่ทำการศึกษาแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2. พฤติกรรมการใช้เวลาว่าง

ส่วนที่ 3. พฤติกรรมการบริโภคที่เกี่ยวข้องกับกีฬาฟุตบอล

ส่วนที่ 4. พฤติกรรมการบริโภคด้านอื่น นอกเหนือจากกีฬาฟุตบอล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง

1. เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	340	85
หญิง	60	15

จากตารางที่ 1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง เป็นเพศชาย 340 คน คิดเป็นร้อยละ 85 และเพศหญิงจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15

ตารางที่ 2 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามอายุของกลุ่มตัวอย่างเพศชาย

2. อายุ (ชาย)	จำนวน	ร้อยละ
18-25 ปี	91	26.8
26-30 ปี	105	30.9
31-35 ปี	92	27.1
36-40 ปี	52	15.2

จากตารางที่ 2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชายจำนวน 340 ตัวอย่าง ส่วนมากมีอายุระหว่าง 26-30 ปี จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 30.9 รองลงมามีอายุระหว่าง 31-35 ปี จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 27.1 รองลงมามีอายุระหว่าง 18-25 ปี จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 26.8 และมีอายุระหว่าง 36-40 ปี จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 15.2

ตารางที่ 3 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามอายุของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิง

2. อายุ (หญิง)	จำนวน	ร้อยละ
18-25 ปี	12	20
26-30 ปี	34	56.7
31-35 ปี	13	21.6
36-40 ปี	1	1.7

จากตารางที่ 3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศหญิงจำนวน 60 ตัวอย่าง ส่วนมากมีอายุระหว่าง 26-30 ปี จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 56.7 รองลงมามีอายุระหว่าง 31-35 ปี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 21.7 รองลงมามีอายุระหว่าง 18-25 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 20 และอายุระหว่าง 36-40 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7

ตารางที่ 4 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามวุฒิการศึกษาสูงสุด  
ของกลุ่มตัวอย่างเพศชาย

3. วุฒิการศึกษา (ชาย)	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษาปีที่ 6 / ปวช.	41	12.1
อนุปริญญา / ปวส.	35	10.3
ปริญญาตรี	170	50
ปริญญาโท	94	27.6

จากตารางที่ 4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชายจำนวน 340 ตัวอย่าง ส่วนมากมีวุฒิการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรีจำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมามีวุฒิการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาโทจำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 27.6 รองลงมามีวุฒิการศึกษาสูงสุดในระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 / ปวช. จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 12.1 และมีวุฒิการศึกษาสูงสุดในระดับอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3

ตารางที่ 5 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามวุฒิการศึกษาสูงสุด  
ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิง

3. วุฒิการศึกษา (หญิง)	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษาปีที่ 6 / ปวช.	1	1.7
อนุปริญญา / ปวส.	2	3.3
ปริญญาตรี	50	83.3
ปริญญาโท	7	11.7

จากตารางที่ 5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศหญิงจำนวน 60 ตัวอย่าง ส่วนมากมีวุฒิการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรีจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 83.3 รองลงมามีวุฒิการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาโทจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 11.7 รองลงมามีวุฒิการศึกษาสูงสุดในระดับอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 และมีวุฒิการศึกษาสูงสุดในระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 / ปวช.จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7



ตารางที่ 6 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่างเพศชาย

4. อาชีพ (ชาย)	จำนวน	ร้อยละ
นักศึกษา	62	18.2
ธุรกิจส่วนตัว	78	22.9
ข้าราชการ	17	5
พนักงานบริษัทเอกชน	97	28.5
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	86	25.3

จากตารางที่ 6 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชายจำนวน 340 ตัวอย่าง ส่วนมากเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 รองลงมาเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3 รองลงมาประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 22.9 รองลงมาเป็นนักศึกษา จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 และมีเป็นข้าราชการ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 5

ตารางที่ 7 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิง

4. อาชีพ (หญิง)	จำนวน	ร้อยละ
นักศึกษา	6	10
ธุรกิจส่วนตัว	9	15
ข้าราชการ	2	3.3
พนักงานบริษัทเอกชน	25	41.7
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	18	30

จากตารางที่ 7 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศหญิงจำนวน 60 ตัวอย่าง ส่วนมากเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 41.7 รองลงมาเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 30 รองลงมาประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 15 รองลงมาเป็นนักศึกษา จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 10 และเป็นข้าราชการ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3

ตารางที่ 8 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน  
ของกลุ่มตัวอย่างเพศชาย

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ชาย)	จำนวน	ร้อยละ
10,000-15,000 บาท	75	22.1
15,001-20,000 บาท	51	15
20,001-25,000 บาท	71	20.9
25,001-30,000 บาท	72	21.1
30,001 บาทขึ้นไป	71	20.9

จากตารางที่ 8 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชายจำนวน 340 ตัวอย่าง ส่วนมากมีรายได้ต่อเดือน โดยประมาณ 10,001 - 15,000 บาท จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 22.1 รองลงมามีรายได้ต่อเดือน โดยประมาณ 25,001 - 30,000 บาท จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 21.2 รองลงมามีรายได้ต่อเดือน โดยประมาณ 21,001 - 25,000 บาท และ 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 20.9 เท่ากัน และมีรายได้ต่อเดือน โดยประมาณ 15,001 - 20,000 บาท จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 15

ตารางที่ 9 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน  
ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิง

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (หญิง)	จำนวน	ร้อยละ
10,000-15,000 บาท	15	25
15,001-20,000 บาท	16	26.7
20,001-25,000 บาท	14	23.3
25,001-30,000 บาท	8	13.3
30,001 บาทขึ้นไป	7	11.7

จากตารางที่ 9 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศหญิงจำนวน 60 ตัวอย่าง ส่วนมากมีรายได้ต่อเดือน โดยประมาณ 15,001 - 20,000 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 26.7 รองลงมามีรายได้ต่อเดือน โดยประมาณ 10,001 - 15,000 บาท จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 25 รองลงมามีรายได้ต่อเดือน โดยประมาณ 21,001 - 25,000 บาท จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 รองลงมามีรายได้ต่อเดือน โดยประมาณ 25,001 - 30,000 บาท จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 และมีรายได้ต่อเดือน โดยประมาณ 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 11.7

## ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้เวลาว่าง

ตารางที่ 10 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามกิจกรรมเวลาว่างหลังเลิกงาน (วันธรรมดา) ของกลุ่มตัวอย่างเพศชาย

6. กิจกรรมเวลาว่าง (ชาย ตอบมากกว่า 1)	จำนวน	ร้อยละ
เล่นกีฬา/ออกกำลังกาย	241	70.9
ดูโทรทัศน์	146	42.9
ชมภาพยนตร์	132	38.8
เล่นอินเทอร์เน็ต/เกม	181	53.2
สังสรรค์กับเพื่อน/คนรัก	201	59.1
ฟังวิทยุ/ฟังเพลง	118	34.7
ช้อปปิ้ง	74	21.8
อ่านหนังสือ	6	1.8
ท่องเที่ยว (กลางคืน)	67	19.7

จากตารางที่ 10 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชายจำนวน 340 ตัวอย่าง ส่วนมากใช้เวลาว่างหลังเลิกงานในวันธรรมดา เล่นกีฬา/ออกกำลังกาย จำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 70.9 รองลงมาสังสรรค์กับเพื่อน/คนรัก จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 59.1 รองลงมาเล่นอินเทอร์เน็ต/เกม จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 53.2 รองลงมาดูโทรทัศน์ จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 42.9 รองลงมาชมภาพยนตร์ จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8 รองลงมาฟังวิทยุ/ฟังเพลง จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 34.7 รองลงมาช้อปปิ้ง จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 21.8 รองลงมาท่องเที่ยวในเวลากลางคืน จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 19.7 และใช้เวลาว่างหลังเลิกงานในวันธรรมดาในการอ่านหนังสือ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8

ตารางที่ 11 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละจำแนก ตามกิจกรรมเวลาว่างหลังเลิกงาน  
(วันธรรมดา) ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิง

6. กิจกรรมเวลาว่าง (หญิง ตอบมากกว่า 1)	จำนวน	ร้อยละ
เล่นกีฬา/ออกกำลังกาย	33	55
ดูโทรทัศน์	58	96.7
ชมภาพยนตร์	33	55
เล่นอินเทอร์เน็ต/เกม	13	21.7
สังสรรค์กับเพื่อน/คนรัก	38	63.3
ฟังวิทยุ/ฟังเพลง	32	53.3
ช้อปปิ้ง	38	63.3
อ่านหนังสือ	3	5
ท่องเที่ยว (กลางคืน)	9	15

จากตารางที่ 11 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศหญิงจำนวน 60 ตัวอย่าง ส่วนมากใช้เวลาว่างหลังเลิกงานในวันธรรมดาในการดูโทรทัศน์ จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 96.7 รองลงมาสังสรรค์กับเพื่อน/คนรัก และช้อปปิ้ง จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 63.3 เท่ากัน รองลงมาเล่นกีฬา/ออกกำลังกาย และชมภาพยนตร์ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 55 เท่ากัน รองลงมาฟังวิทยุ/ฟังเพลง จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 53.3 รองลงมาเล่นอินเทอร์เน็ต/เกม จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 21.7 รองลงมาท่องเที่ยวในเวลากลางคืน จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 15 และใช้เวลาว่างหลังเลิกงานในวันธรรมดาในการอ่านหนังสือ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 5

ตารางที่ 12 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามกิจกรรมเวลาว่างหลังเลิกงาน(วันหยุด)  
ของกลุ่มตัวอย่างเพศชาย

7. กิจกรรมเวลาว่าง (ชาย ตอบมากกว่า 1)	จำนวน	ร้อยละ
เล่นกีฬา/ออกกำลังกาย	234	68.8
ดูโทรทัศน์	137	40.3
ชมภาพยนตร์	161	47.4
เล่นอินเทอร์เน็ต/เกม	195	57.4
สังสรรค์กับเพื่อน/คนรัก	219	64.4
ฟังวิทยุ/ฟังเพลง	91	26.8
ช้อปปิ้ง	141	41.5
อ่านหนังสือ	14	4.1
ท่องเที่ยว (กลางคืน)	260	76.5

จากตารางที่ 12 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชายจำนวน 340 ตัวอย่าง ส่วนมากใช้เวลาว่างในวันหยุดท่องเที่ยวเวลากลางคืน จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 76.5 รองลงมาเล่นกีฬา/ออกกำลังกาย จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 68.8 รองลงมาสังสรรค์กับเพื่อน/คนรัก จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 64.4 รองลงมาเล่นอินเทอร์เน็ต/เกม จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 57.4 รองลงมาชมภาพยนตร์ จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 47.4 รองลงมาช้อปปิ้ง จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 41.5 รองลงมาดูโทรทัศน์ จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 40.3 รองลงมาฟังวิทยุฟังเพลง จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 26.8 และใช้เวลาว่างในวันหยุดอ่านหนังสือ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 4.1

ตารางที่ 13 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามกิจกรรมเวลาว่างหลังเลิกงาน(วันหยุด)  
ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิง

7. กิจกรรมเวลาว่าง (หญิง ตอบมากกว่า 1)	จำนวน	ร้อยละ
เล่นกีฬา/ออกกำลังกาย	27	45
ดูโทรทัศน์	53	88.3
ชมภาพยนตร์	44	73.3
เล่นอินเทอร์เน็ต/เกม	19	31.7
สังสรรค์กับเพื่อน/คนรัก	44	73.3
ฟังวิทยุ/ฟังเพลง	33	55
ช้อปปิ้ง	44	73.3
อ่านหนังสือ	14	23.3
ท่องเที่ยว (กลางคืน)	34	56.7

จากตารางที่ 13 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศหญิงจำนวน 60 ตัวอย่าง ส่วนมากใช้เวลาว่างในวันหยุดในการดูโทรทัศน์ จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 88.3 รองลงมาสังสรรค์กับเพื่อน/คนรัก ชมภาพยนตร์ และช้อปปิ้ง จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 73.3 เท่ากัน รองลงมาท่องเที่ยวในเวลากลางคืน จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 56.7 รองลงมาฟังวิทยุ/ฟังเพลง จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 55 รองลงมาเล่นกีฬา/ออกกำลังกาย จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 45 รองลงมาเล่นอินเทอร์เน็ต/เกม จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 31.7 และใช้เวลาว่างในวันหยุดอ่านหนังสือ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 3. พฤติกรรมการบริโภคที่เกี่ยวข้องกับกีฬาฟุตบอล

ตารางที่ 14 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับฟุตบอล ที่กลุ่มตัวอย่างเพศชายชื่นชอบ

8. กิจกรรมฟุตบอลที่ชอบ (ชาย ตอบมากกว่า 1)	จำนวน	ร้อยละ
ชมการแข่งขันฟุตบอล	340	100
ติดตามข่าวสารวงการฟุตบอล	340	100
เล่นกีฬาฟุตบอล	264	77.6
เล่นเกมฟุตบอล	242	71.2
สะสมของที่ระลึก	254	74.7
รวมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับฟุตบอล	259	76.2

จากตารางที่ 14 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชายจำนวน 340 ตัวอย่าง ส่วนมากชอบชม และติดตามข่าวสารฟุตบอลเท่ากัน จำนวนทั้ง 340 คน คิดเป็นร้อยละ 100 รองลงมาชอบเล่นกีฬาฟุตบอล จำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 77.6 รองลงมาชอบร่วมกิจกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้องกับฟุตบอล จำนวน 259 คน คิดเป็นร้อยละ 76.2 รองลงมาชอบสะสมของที่ระลึก จำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 74.7 และชอบเล่นเกมฟุตบอล จำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 71.2

ตารางที่ 15 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับฟุตบอล ที่กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงชื่นชอบ

8. กิจกรรมฟุตบอลที่ชอบ (หญิง ตอบมากกว่า 1)	จำนวน	ร้อยละ
ชมการแข่งขันฟุตบอล	60	100
ติดตามข่าวสารวงการฟุตบอล	58	96.7
เล่นกีฬาฟุตบอล	1	1.7
เล่นเกมฟุตบอล	9	15
สะสมของที่ระลึก	44	73.3
รวมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับฟุตบอล	33	55

จากตารางที่ 15 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศหญิงจำนวน 60 ตัวอย่าง ส่วนมากชอบชมการแข่งขันฟุตบอล จำนวนทั้ง 60 คน คิดเป็นร้อยละ 100 รองลงมาชอบติดตามข่าวสารวงการฟุตบอล จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 96.7 รองลงมาชอบสะสมของที่ระลึก จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ

73.3 รองลงมาชอบร่วมกิจกรรมต่างๆที่เกี่ยวกับฟุตบอล จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 55 รองลงมาเล่นเกมฟุตบอล จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 15 และมีเพียง 1 คน ที่ชอบเล่นกีฬาฟุตบอล คิดเป็นร้อยละ 1.7

ตารางที่ 16 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามบุคคลในกลุ่มตัวอย่างเพศชายชอบชมการถ่ายทอดสดฟุตบอลด้วย

9. ชอบดูการถ่ายทอดสดฟุตบอลกับใคร (ชาย)	จำนวน	ร้อยละ
ดูคนเดียว	20	5.9
ดูกับเพื่อน/คนรัก	246	72.4
ดูกับครอบครัว	74	21.8

จากตารางที่ 16 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชายจำนวน 340 ตัวอย่าง ส่วนมากชอบชมการถ่ายทอดสดฟุตบอลกับเพื่อน/คนรัก จำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 72.4 รองลงมาชอบชมการถ่ายทอดสดฟุตบอลกับคนในครอบครัว จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 21.8 และชอบชมการถ่ายทอดสดฟุตบอลตามลำพัง จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.9

ตารางที่ 17 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามบุคคลในกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงชอบชมการถ่ายทอดสดฟุตบอลด้วย

9. ชอบดูการถ่ายทอดสดฟุตบอลกับใคร (หญิง)	จำนวน	ร้อยละ
ดูคนเดียว	3	5
ดูกับเพื่อน/คนรัก	34	56.7
ดูกับครอบครัว	23	38.3

จากตารางที่ 17 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศหญิงจำนวน 60 ตัวอย่าง ส่วนมากชอบชมการถ่ายทอดสดฟุตบอลกับเพื่อน/คนรัก จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 56.7 รองลงมาชอบชมการถ่ายทอดสดฟุตบอลกับคนในครอบครัว จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 38.3 และชอบชมการถ่ายทอดสดฟุตบอลตามลำพัง จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 5



ตารางที่ 18 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามสถานที่ที่กลุ่มตัวอย่างเพศชาย ชอบชมการถ่ายทอดสดฟุตบอล

10. ชอบดูการถ่ายทอดสดฟุตบอลที่ใด (ชาย)	จำนวน	ร้อยละ
บ้าน	50	14.7
บ้านเพื่อน	43	12.6
ร้านอาหาร ผับ บาร์	144	42.4
ลานเบียร์/สถานที่ที่มีจอขนาดใหญ่ถ่ายทอดสด	103	30.3

จากตารางที่ 18 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชายจำนวน 340 ตัวอย่าง ส่วนมากชอบชมการถ่ายทอดสดฟุตบอลในร้านอาหาร ผับ บาร์ จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 42.4 รองลงมาชอบชมการถ่ายทอดสดฟุตบอลที่ลานเบียร์/สถานที่ที่มีจอขนาดใหญ่ถ่ายทอดสด จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 30.3 รองลงมาชอบชมการถ่ายทอดสดฟุตบอลที่บ้านตนเอง จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 14.7 และชอบชมการถ่ายทอดสดฟุตบอลที่บ้านเพื่อน จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 12.6

ตารางที่ 19 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามสถานที่ที่กลุ่มตัวอย่างเพศหญิง ชอบชมการถ่ายทอดสดฟุตบอล

10. ชอบดูการถ่ายทอดสดฟุตบอลที่ใด (หญิง)	จำนวน	ร้อยละ
บ้าน	17	28.3
บ้านเพื่อน	2	3.3
ร้านอาหาร ผับ บาร์	24	40
ลานเบียร์/สถานที่ที่มีจอขนาดใหญ่ถ่ายทอดสด	17	28.4

จากตารางที่ 19 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศหญิงจำนวน 60 ตัวอย่าง ส่วนมากชอบชมการถ่ายทอดสดฟุตบอลในร้านอาหาร ผับ บาร์ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมาชอบชมการถ่ายทอดสดฟุตบอลที่บ้าน และลานเบียร์/สถานที่ที่มีจอขนาดใหญ่ถ่ายทอดสด จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 28.3 เท่ากัน และชอบชมการถ่ายทอดสดฟุตบอลที่บ้านเพื่อน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3

ตารางที่ 20 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามกิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างเพศชาย ทำใน  
ขณะที่ชมการถ่ายทอดสดฟุตบอล

11. กิจกรรมระหว่างชมฟุตบอล (ชาย ตอบมากกว่า 1)	จำนวน	ร้อยละ
ชมการแข่งขันเพียงอย่างเดียว	74	21.8
รับประทานอาหาร ขนมขบเคี้ยว เครื่องดื่ม	246	72.4
ร่วมทนายผล หรือส่งข้อความ แสดงความคิดเห็นผ่านSMS	142	41.8

จากตารางที่ 20 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชายจำนวน 340 ตัวอย่าง ส่วนมากชอบรับประทานอาหาร/ขนมขบเคี้ยว/เครื่องดื่ม ขณะชมการแข่งขันฟุตบอล จำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 72.4 รองลงมาร่วมทนายผล/ส่งข้อความ/แสดงความคิดเห็นผ่าน SMS ขณะชมการแข่งขันฟุตบอล จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 41.8 และชอบชมการแข่งขันฟุตบอลเพียงอย่างเดียว จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 21.8

ตารางที่ 21 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามกิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างเพศหญิง ทำใน  
ขณะที่ชมการถ่ายทอดสดฟุตบอล

11. กิจกรรมระหว่างชมฟุตบอล (หญิง ตอบมากกว่า 1)	จำนวน	ร้อยละ
ชมการแข่งขันเพียงอย่างเดียว	24	40
รับประทานอาหาร ขนมขบเคี้ยว เครื่องดื่ม	40	66.7
ร่วมทนายผล หรือส่งข้อความ แสดงความคิดเห็นผ่านSMS	21	35

จากตารางที่ 21 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศหญิงจำนวน 60 ตัวอย่าง ส่วนมากชอบรับประทานอาหาร/ขนมขบเคี้ยว/เครื่องดื่ม ขณะชมการแข่งขันฟุตบอล จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 66.7 รองลงมาชอบชมการแข่งขันฟุตบอลเพียงอย่างเดียว จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 40 และร่วมทนายผล/ส่งข้อความ/แสดงความคิดเห็นผ่าน SMS ขณะชมการแข่งขันฟุตบอล จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 35

ตารางที่ 22 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามช่องทางที่กลุ่มตัวอย่างเพศชาย ติดตามข่าวสารวงการฟุตบอล

12. ติดตามข่าวผ่านสื่อใด (ชาย ตอบมากกว่า 1)	จำนวน	ร้อยละ
หนังสือพิมพ์	309	90.9
นิตยสารฟุตบอล	192	56.5
เว็บไซต์	167	49.1
SMS	80	23.5
โทรศัพท์	339	99.7
วิทยุ	122	35.9

จากตารางที่ 22 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชายจำนวน 340 ตัวอย่าง ส่วนมากติดตามข่าวสารวงการฟุตบอลจากโทรศัพท์ จำนวน 339 คน คิดเป็นร้อยละ 99.7 รองลงมาติดตามจากหนังสือพิมพ์จำนวน 309 คน คิดเป็นร้อยละ 90.9 รองลงมาติดตามจากนิตยสารฟุตบอล จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 56.5 รองลงมาติดตามจากเว็บไซต์ จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 49.1 รองลงมาติดตามจากวิทยุ จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 35.9 และติดตามข่าวสารวงการฟุตบอลทาง SMS จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5

ตารางที่ 23 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามช่องทางที่กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงติดตามข่าวสารวงการฟุตบอล

12. ติดตามข่าวผ่านสื่อใด (หญิง ตอบมากกว่า 1)	จำนวน	ร้อยละ
หนังสือพิมพ์	24	40
นิตยสารฟุตบอล	14	23.3
เว็บไซต์	19	31.7
SMS	0	0
โทรศัพท์	59	98.3
วิทยุ	4	6.7

จากตารางที่ 23 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศหญิงจำนวน 60 ตัวอย่าง ส่วนมากติดตามข่าวสารวงการฟุตบอลจากโทรศัพท์ จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 98.3 รองลงมาติดตามจากหนังสือพิมพ์จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมาติดตามจากเว็บไซต์ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 31.7

รองลงมาติดตามจากนิตยสารฟุตบอล จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 และติดตามข่าวสารวงการฟุตบอลจากวิทยุ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7

ตารางที่ 24 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามสถานที่ ที่กลุ่มตัวอย่างเพศชาย เล่นกีฬาฟุตบอล

13. สถานที่เล่นฟุตบอล (ชาย ตอบมากกว่า 1)	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ได้เล่น (ข้ามไปตอบคำถามข้อที่ 16)	76	22.4
สนามที่เปิดให้เล่นฟรี	219	64.4
สนามที่เสียค่าบริการ	241	70.9

จากตารางที่ 24 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชายจำนวน 340 ตัวอย่าง ส่วนมากเล่นกีฬาฟุตบอลในสนามที่เก็บค่าบริการ จำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 70.9 รองลงมาเล่นกีฬาฟุตบอลในสนามที่ไม่เก็บค่าบริการ จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 64.4 และไม่เล่นกีฬาฟุตบอล จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 22.4

ตารางที่ 25 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามสถานที่ ที่กลุ่มตัวอย่างเพศหญิง เล่นกีฬาฟุตบอล

13. สถานที่เล่นฟุตบอล (หญิง ตอบมากกว่า 1)	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ได้เล่น (ข้ามไปตอบคำถามข้อที่ 16)	59	98.3
สนามที่เปิดให้เล่นฟรี	1	1.7
สนามที่เสียค่าบริการ	0	0

จากตารางที่ 25 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศหญิงจำนวน 60 ตัวอย่าง ส่วนมากไม่เล่นกีฬาฟุตบอล จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 98.3 และมีเพียง 1 คน ที่เล่นฟุตบอลในสนามที่ไม่เก็บค่าบริการ คิดเป็นร้อยละ 1.7

ตารางที่ 26 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามค่าบริการที่กลุ่มตัวอย่างเพศชายเสียค่าบริการเฉลี่ยในแต่ละครั้งที่เล่นกีฬาฟุตบอล

14. ค่าบริการที่เสียเฉลี่ยต่อครั้ง (ชาย)	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 50 บาท	0	0
51 - 100 บาท	39	16.2
101 - 150 บาท	91	37.8
มากกว่า 150 บาท	111	46

จากตารางที่ 26 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชายที่เล่นฟุตบอลในสนามที่เก็บค่าบริการ จำนวน 241 ตัวอย่าง ส่วนมากเสียค่าบริการเฉลี่ยต่อครั้งมากกว่า 150 บาท จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 46 รองลงมาเสียค่าบริการเฉลี่ยต่อครั้ง 101-150 บาท จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 และเสียค่าบริการเฉลี่ยต่อครั้ง 51-100 บาท จำนวน 39 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 16.2

ตารางที่ 27 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามรายจ่ายที่กลุ่มตัวอย่างเพศชาย ซื้ออุปกรณ์กีฬาฟุตบอลเฉลี่ยในแต่ละครั้ง

15. ค่าอุปกรณ์ฟุตบอลที่จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง (ชาย)	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 500 บาท	3	1.1
501 - 1,000 บาท	11	4.2
1,001 - 1,500 บาท	50	18.9
1,501 - 2,000 บาท	74	28
2,001 - 2,500 บาท	63	23.9
มากกว่า 2,500 บาท	63	23.9

จากตารางที่ 27 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชายที่เล่นกีฬาฟุตบอลจำนวน 264 ตัวอย่าง ส่วนมากจ่ายเงินซื้ออุปกรณ์กีฬาฟุตบอลเฉลี่ยต่อครั้ง 1,501 - 2,000 บาท จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 28 รองลงมาจ่ายเงินซื้ออุปกรณ์กีฬาฟุตบอลเฉลี่ยต่อครั้ง 2,001 - 2,500 บาท และมากกว่า 2,500 บาท จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 23.9 เท่ากัน รองลงมาจ่ายเงินซื้ออุปกรณ์กีฬาฟุตบอลเฉลี่ยต่อครั้ง 1,001 - 1,500 บาท จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 18.9 รองลงมาจ่ายเงินซื้ออุปกรณ์กีฬาฟุตบอลเฉลี่ยต่อครั้ง 501 - 1,000 บาท จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 4.2 และจ่ายเงินซื้ออุปกรณ์กีฬาฟุตบอลเฉลี่ยต่อครั้งต่ำกว่า 500 บาท จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.1

และพบว่าในส่วนของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงที่เล่นกีฬาฟุตบอลจำนวน 1 ตัวอย่าง จ่ายเงินซื้ออุปกรณ์กีฬาฟุตบอลเฉลี่ยต่อครั้ง 2,001 - 2,500 บาท

ตารางที่ 28 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามชนิดเครื่องเล่นที่กลุ่มตัวอย่างเพศชายใช้ในการเล่นเกม

16. เล่นเครื่องเล่นเกมชนิดใด (ชาย ตอบมากกว่า 1)	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ได้เล่นเกม	98	28.8
คอมพิวเตอร์/โน้ตบุ๊ก	211	62
Play Station	210	61.8
โทรศัพท์มือถือ	9	2.6
PSP	62	18.2
Game Boy	20	5.9
Game WII	27	7.9
X Box 360	7	2.1
ตู้เกม	50	14.7

จากตารางที่ 28 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชายจำนวน 340 ตัวอย่าง ส่วนมากใช้คอมพิวเตอร์/โน้ตบุ๊กในการเล่นเกม จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 62 รองลงมาใช้ Play Station จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 61.8 รองลงไม่เล่นเกมชนิดใดเลยจำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 28.8 รองลงมาใช้ PSP จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 รองลงมาเล่นตู้เกม จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 14.7 รองลงมาใช้เครื่องเกม WII จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 7.9 รองลงมาใช้เครื่อง Game Boy จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.9 รองลงมาใช้โทรศัพท์มือถือในการเล่นเกม จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.6 และเล่นเกมด้วยเครื่อง X Box 360 จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.1

ตารางที่ 29 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามชนิดเครื่องเล่นที่กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงใช้ในการเล่นเกม

16. เล่นเครื่องเล่นเกมชนิดใด (หญิง ตอบมากกว่า 1)	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ได้เล่นเกม	51	85
คอมพิวเตอร์/โน้ตบุ๊ก	7	11.7
Play Station	6	10
โทรศัพท์มือถือ	0	0
PSP	1	1.7
Game Boy	0	0
Game WII	0	0
X Box 360	0	0
ผู้เกม	0	0

จากตารางที่ 29 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศหญิงจำนวน 60 ตัวอย่าง ส่วนมากไม่เล่นเกมชนิดใดเลย จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 85 รองลงมาใช้คอมพิวเตอร์/โน้ตบุ๊กในการเล่นเกม จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 11.7 รองลงมาใช้ Play Station จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 10 และใช้ PSP จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7

ตารางที่ 30 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามการเล่นทายผลฟุตบอลชิงรางวัลของกลุ่มตัวอย่างเพศชาย

17. เล่นทายผลชิงรางวัล (ชาย)	จำนวน	ร้อยละ
เล่น	277	81.5
ไม่ได้เล่น	63	18.5

จากตารางที่ 30 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชายจำนวน 340 ตัวอย่าง ส่วนมากเล่นทายผลฟุตบอลชิงรางวัล จำนวน 277 คน คิดเป็นร้อยละ 81.5 และไม่เล่นทายผลฟุตบอลชิงรางวัล จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5

ตารางที่ 31 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามการเล่นทายผลฟุตบอลชิงรางวัลของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิง

17. เล่นทายผลชิงรางวัล (หญิง)	จำนวน	ร้อยละ
เล่น	33	55
ไม่ได้เล่น	27	45

จากตารางที่ 31 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศหญิงจำนวน 60 ตัวอย่าง ส่วนมากเล่นทายผลฟุตบอลชิงรางวัลจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 55 และไม่ได้เล่นทายผลฟุตบอลชิงรางวัลจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 45

ตารางที่ 32 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามการซื้อสินค้าที่ระลึก ทีมฟุตบอล/นักฟุตบอลของกลุ่มตัวอย่างเพศชาย

18. ซื้อสินค้าที่ระลึก (ชาย)	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อ	254	74.7
ไม่ซื้อ	86	25.3

จากตารางที่ 32 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชายจำนวน 340 ตัวอย่าง ส่วนมากซื้อสินค้าที่ระลึกของทีมฟุตบอล/นักฟุตบอล จำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 74.7 และไม่ซื้อ จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3

ตารางที่ 33 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามการซื้อสินค้าที่ระลึก ทีมฟุตบอล/นักฟุตบอลของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิง

18. ซื้อสินค้าที่ระลึก (หญิง)	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อ	44	73.3
ไม่ซื้อ	16	26.7

จากตารางที่ 33 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศหญิงจำนวน 60 ตัวอย่าง ซื้อสินค้าที่ระลึกของทีมฟุตบอล/นักฟุตบอล จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 73.3 และไม่ซื้อ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 26.7



ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 4. พฤติกรรมการบริโภคด้านอื่น นอกเหนือจากกีฬา  
ฟุตบอล

ตารางที่ 34 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการผับ บาร์ ของ  
กลุ่มตัวอย่างเพศชาย

19. ความถี่ในการใช้บริการผับ บาร์ (ชาย)	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ใช้	80	23.5
มากกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง	67	19.7
สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	107	31.5
2 สัปดาห์ครั้ง	26	7.6
เดือนละ 1 ครั้ง	16	4.7
แล้วแต่โอกาส	44	12.9

จากตารางที่ 34 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชายจำนวน 340 ตัวอย่าง ส่วนมากใช้บริการผับ บาร์ สัปดาห์ละครั้ง จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 รองลงมาไม่ใช้บริการผับ บาร์ จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 รองลงมา มากกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 19.7 รองลงมาใช้บริการแล้วแต่โอกาส จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 12.9 รองลงมาใช้บริการ 2 สัปดาห์ครั้ง จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 7.6 และใช้บริการผับ บาร์ เดือนละ 1 ครั้ง จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.7

ตารางที่ 35 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการผับ บาร์ ของ  
กลุ่มตัวอย่างเพศหญิง

19. ความถี่ในการใช้บริการผับ บาร์ (หญิง)	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ใช้	26	43.3
มากกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง	9	15
สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	13	21.7
2 สัปดาห์ครั้ง	2	3.3
เดือนละ 1 ครั้ง	2	3.3
แล้วแต่โอกาส	8	13.3

จากตารางที่ 35 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศหญิงจำนวน 60 ตัวอย่าง ส่วนมากไม่ใช้บริการสมัคร จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 43.3 รองลงมาใช้บริการสัปดาห์ละ 1 ครั้ง จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 21.7 รองลงมาใช้บริการมากกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 15 รองลงมาใช้บริการแล้วแต่โอกาส จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 และใช้บริการ 2 สัปดาห์ครั้ง และเดือนละครั้ง จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 เท่ากัน

ตารางที่ 36 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามการใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ ของกลุ่ม

ตัวอย่างเพศชาย

20. การใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ (ชาย)	จำนวน	ร้อยละ
ใช้	167	49.1
ไม่ใช้ (ข้ามไปตอบคำถามข้อที่ 22)	173	50.9

จากตารางที่ 36 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชายจำนวน 340 ตัวอย่าง ใช้บริการฟิตเนส จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 49.1 และไม่ใช้บริการฟิตเนส จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 50.9

ตารางที่ 37 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามการใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ ของกลุ่ม

ตัวอย่างเพศหญิง

20. การใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ (หญิง)	จำนวน	ร้อยละ
ใช้	24	40
ไม่ใช้ (ข้ามไปตอบคำถามข้อที่ 22)	36	60

จากตารางที่ 37 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศหญิงจำนวน 60 ตัวอย่าง ใช้บริการฟิตเนส จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 40 และไม่ใช้บริการฟิตเนส จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 60

ตารางที่ 38 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละจำแนก ตามความถี่ฟิตเนสเซ็นเตอร์ ที่กลุ่มตัวอย่าง เพศชายใช้บริการ

21. ใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ที่ใด (ชาย)	จำนวน	ร้อยละ
California Wow	75	44.9
Fitness First	47	28.1
Slimmer International	9	5.4
True Fitness	36	21.6

จากตารางที่ 38 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชายที่ใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์จำนวน 167 ตัวอย่าง ส่วนมากใช้บริการ California Wow จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 44.9 รองลงมาใช้บริการ Fitness First จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 28.1 รองลงมาใช้บริการ True Fitness จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 21.6 และใช้บริการ Slimmer International จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 5.4

ตารางที่ 39 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละจำแนก ตามความถี่ฟิตเนสเซ็นเตอร์ ที่กลุ่มตัวอย่าง เพศหญิงใช้บริการ

21. ใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ที่ใด (หญิง)	จำนวน	ร้อยละ
California Wow	11	45.8
Fitness First	8	33.3
Slimmer International	4	16.7
True Fitness	1	4.2

จากตารางที่ 39 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศหญิงที่ใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์จำนวน 24 ตัวอย่าง ส่วนมากใช้บริการ California Wow จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 45.8 รองลงมาใช้บริการ Fitness First จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมาใช้บริการ Slimmer International จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7 และใช้บริการ True Fitness จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 4.2

ตารางที่ 40 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามซูเปอร์มาร์เก็ต/มินิมาร์ท ที่กลุ่ม  
ตัวอย่างเพศชายชอบที่สุด

22. ซูเปอร์มาร์เก็ต/มินิมาร์ทที่ชอบมากที่สุด (ชาย)	จำนวน	ร้อยละ
Tesco Lotus	85	25
Big C	47	13.8
Carrefour	49	14.4
Foodland	25	7.4
Tops	57	16.8
7-Eleven	67	19.7
อื่น ๆ	10	2.9

จากตารางที่ 40 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชายจำนวน 340 ตัวอย่าง ส่วนมากใช้บริการ Tesco Lotus จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 25 รองลงมาใช้บริการ 7-Eleven จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 19.7 รองลงมาใช้บริการ Tops จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 รองลงมาใช้บริการ Carrefour จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 14.4 รองลงมาใช้บริการ Big C จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 รองลงมาใช้บริการ Foodland จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 7.4 และใช้บริการซูเปอร์มาร์เก็ต/มินิมาร์ทอื่น ๆ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.9

ตารางที่ 41 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามซูเปอร์มาร์เก็ต/มินิมาร์ท ที่กลุ่ม  
ตัวอย่างเพศหญิงชอบที่สุด

22. ซูเปอร์มาร์เก็ต/มินิมาร์ทที่ชอบมากที่สุด (หญิง)	จำนวน	ร้อยละ
Tesco Lotus	19	31.7
Big C	10	16.7
Carrefour	7	11.7
Foodland	1	1.7
Tops	9	15
7-Eleven	14	23.3
อื่น ๆ	0	0

จากตารางที่ 41 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศหญิงจำนวน 60 ตัวอย่าง ส่วนมากใช้บริการ Tesco Lotus จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 31.7 รองลงมาใช้บริการ 7-Eleven จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 รองลงมาใช้บริการ Big C จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7 รองลงมาใช้บริการ Tops จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 15 รองลงมาใช้บริการ Carrefour จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 11.7 และใช้บริการ Foodland จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7

ตารางที่ 42 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามความสนใจด้านอื่น ๆ ของกลุ่มตัวอย่างเพศชาย

23. ความสนใจในเรื่องอื่นๆ (ชาย ตอบมากกว่า 1)	จำนวน	ร้อยละ
รถและอุปกรณ์แต่งรถ	225	66.2
สัตว์เลี้ยง	128	37.6
ต้นไม้	74	21.8
นวดแผนไทย	117	34.4
สปา	78	22.9
ร้านเสริมสวย	48	14.1
คอมพิวเตอร์/อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์	235	69.1
คาราโอเกะ	118	34.7

จากตารางที่ 42 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชายจำนวน 340 ตัวอย่าง ส่วนมากสนใจในเรื่องคอมพิวเตอร์/อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 69.1 รองลงมาสนใจเรื่องรถและอุปกรณ์แต่งรถ จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 66.2 รองลงมาสนใจเรื่องสัตว์เลี้ยง จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 37.6 รองลงมาสนใจเรื่องคาราโอเกะ จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 34.7 รองลงมาสนใจเรื่องนวดแผนไทย จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 34.4 รองลงมาสนใจ สปา จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 22.9 รองลงมาสนใจต้นไม้ จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 21.8 และสนใจเรื่องร้านเสริมสวย จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 14.1

ตารางที่ 43 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามความสนใจด้านอื่น ๆ  
ของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิง

23. ความสนใจในเรื่องอื่นๆ (หญิง ตอบมากกว่า 1)	จำนวน	ร้อยละ
รถและอุปกรณ์แต่งรถ	11	18.3
สัตว์เลี้ยง	38	63.3
ต้นไม้	34	56.7
นวดแผนไทย	43	71.7
สปา	52	86.7
ร้านเสริมสวย	59	98.3
คอมพิวเตอร์/อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์	35	58.3
คาราโอเกะ	32	53.3

จากตารางที่ 43 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศหญิงจำนวน 60 ตัวอย่าง ส่วนมากสนใจในเรื่องร้านเสริมสวย จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 98.3 รองลงมาสนใจ สปา จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 86.7 รองลงมาสนใจเรื่องนวดแผนไทย จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 71.7 รองลงมาสนใจเรื่องสัตว์เลี้ยง จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 63.3 รองลงมาสนใจในเรื่อง คอมพิวเตอร์/อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 58.3 รองลงมาสนใจต้นไม้ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 56.7 รองลงมาสนใจเรื่องคาราโอเกะ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 53.3 และสนใจเรื่องรถและอุปกรณ์แต่งรถ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 18.3

ตารางที่ 44 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามกีฬาประเภทอื่น ๆ  
ที่กลุ่มตัวอย่างเพศชายชอบ

24. กีฬาชนิดอื่นๆ ที่ชอบ (ชาย ตอบมากกว่า 1)	จำนวน	ร้อยละ
บาสเกตบอล	147	43.2
วอลเลย์บอล	31	9.1
สนุกเกอร์	167	49.1
โบว์ลิ่ง	179	52.6
แบดมินตัน	148	43.5
ปิงปอง	87	25.6
เทนนิส	68	20

จากตารางที่ 44 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชายจำนวน 340 ตัวอย่าง ส่วนมากชอบโบว์ลิ่ง จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 52.6 รองลงมาชอบสนุกเกอร์ จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 49.1 รองลงมาชอบแบดมินตัน จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5 รองลงมาชอบบาสเกตบอล จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 43.2 รองลงมาชอบปิงปอง จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 25.6 รองลงมาชอบเทนนิส จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 20 และชอบวอลเลย์บอล จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 9.1

ตารางที่ 45 : แสดงจำนวนและอัตราส่วนร้อยละ จำแนกตามกีฬาประเภทอื่น ๆ

ที่กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงชอบ

24. กีฬานิตอื่น ๆ ที่ชอบ (หญิง ตอบมากกว่า 1)	จำนวน	ร้อยละ
บาสเกตบอล	19	31.7
วอลเลย์บอล	29	48.3
สนุกเกอร์	0	0
โบว์ลิ่ง	31	51.7
แบดมินตัน	46	76.7
ปิงปอง	9	15
เทนนิส	14	23.3

จากตารางที่ 45 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศหญิงจำนวน 60 ตัวอย่าง ส่วนมากชอบแบดมินตัน จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 76.7 รองลงมาชอบโบว์ลิ่ง จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 51.7 รองลงมาชอบวอลเลย์บอล จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 48.3 รองลงมาชอบเล่นบาสเกตบอล จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 31.7 รองลงมาชอบเล่นเทนนิส จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 และชอบเล่นปิงปอง จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 15

#### 4.1.2. ข้อมูลจากการสัมภาษณ์บริษัทผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ คุณจักรพันธ์ เรืองรุ่ง บรรณาธิการ หนังสือพิมพ์สยามกีฬาสตาร์ ซอคเกอร์ หนังสือพิมพ์ในเครือ บริษัท สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) สามารถสรุป รายละเอียดในประเด็นต่าง ๆ ได้ ดังนี้

### การเติบโตของกลุ่มผู้ชื่นชอบกีฬาฟุตบอล (กลุ่มเป้าหมาย)

ปัจจุบันเทคโนโลยีการสื่อสารมีการพัฒนาไปอย่างมากทำให้การเผยแพร่ข่าวสาร การถ่ายทอดการแข่งขันฟุตบอล ทำได้ง่ายและกว้างไกลมากขึ้น ทำให้ผู้ชมสามารถติดตามข่าวสาร ความเคลื่อนไหวของทีมฟุตบอลต่างๆ ทั่วทุกมุมโลกได้ ซึ่งสามารถกล่าวได้ว่า “กลุ่มผู้ชื่นชอบกีฬาฟุตบอล” นั้นมีอยู่ทุกประเทศ ทุกเพศ ทุกวัย โดยสามารถจัดกลุ่มผู้ชื่นชอบกีฬาฟุตบอล ตามวัตถุประสงค์ ได้ดังนี้

- 1) กลุ่มที่เชียร์จริงจังที่เปรียบเสมือนสาวกของทีมฟุตบอล กลุ่มนี้จะมีความผูกพันและความรู้สึกที่ร่วมไปกับทีมที่ตนเองเชียร์ เมื่อทีมที่เชียร์ชนะการแข่งขันก็มีความสุข แต่เมื่อแพ้ก็จะมีรู้สึกเสียใจ ซึ่งแฟนฟุตบอลกลุ่มนี้ จะเป็นกลุ่มที่ซื้อสินค้าที่ระลึกต่างๆ ของทีม
- 2) กลุ่มที่เชียร์เพราะการพนัน กลุ่มนี้เล่นพนันทีมไหนก็จะเชียร์ทีมไหน เหมือนเป็นกองเชียร์เฉพาะกิจ
- 3) กลุ่มที่เชียร์ตามกระแส ทีมใดเป็นแชมป์ หรือมีนักเตะดังๆ ก็เชียร์ทีมนั้น

### การตลาดกับกีฬาฟุตบอล

จากการที่กีฬาฟุตบอลเป็นที่นิยมอย่างมาก จึงเป็นช่องทางในการโฆษณาของบริษัทเอกชนต่างๆ โดยการเข้ามาเป็นผู้สนับสนุนให้แก่ทีมฟุตบอลที่ได้รับความนิยม เพื่อก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี และการเป็นที่รู้จักต่อผลิตภัณฑ์ของบริษัทเอกชนเหล่านั้น

และในส่วนของทีมฟุตบอลที่จะได้รับการสนับสนุนจากบริษัทเอกชนต่างๆ นั้น จะต้องเป็นทีมที่ได้รับความนิยมในระดับหนึ่ง ซึ่งการบริหารจัดการทีมฟุตบอลให้ได้รับความนิยมนั้น นอกจากจะต้องสร้างความตื่นเต้นเร้าใจ ในเกมการแข่งขันแล้ว ยังต้องมีการบริการจัดการสโมสรหรือทีมอื่นๆ เป็นอย่างดี เช่น การบำรุงรักษาสนาม การซื้อตัวนักเตะ การขายของที่ระลึก

### อิทธิพลของวัฒนธรรมฟุตบอลต่างประเทศในสังคมไทย

เมื่อฟุตบอลเป็นที่นิยม เพิ่มมากขึ้นค่านิยม หรือวัฒนธรรมต่างๆ ก็จะตามเข้ามาด้วยเช่น การเชียร์ทีมที่ตนเองชอบ การออกไปดูการถ่ายทอดการแข่งขันตามสถานที่ชุมนุมต่างๆ การเปิดแฟนคลับ ไปจนกระทั่งวัฒนธรรมการแต่งตัว



## ทิศทางของธุรกิจที่เกี่ยวกับฟุตบอลในอนาคต

ธุรกิจที่เกี่ยวกับฟุตบอลจะโตขึ้นอีก และมีความหลากหลายเพิ่มมากขึ้น เช่น การนำทีมฟุตบอลต่างประเทศเข้ามาแข่งขันในประเทศไทย การผลิตของที่ระลึกขาย การซื้อลิขสิทธิ์การถ่ายทอดการแข่งขัน การเปิดให้เข้าสนามแข่ง และรวมไปถึงอาชีพนักฟุตบอล

### 4.2 สถานการณ์ทางการตลาด

#### 4.2.1. Situation Analysis 5C'S

##### Context (สภาพแวดล้อม)

**Political Factors** ปัจจัยทางการเมืองยังไม่มีความมั่นคง บ้านเมืองยังคงแตกแยกเป็นหลายกลุ่ม รัฐบาลยังไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างเป็นรูปธรรม ส่งผลให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายมีความเครียดสูงขึ้น ต้องการที่จะหาที่ผ่อนคลายในรูปแบบที่ตนเองชื่นชอบในราคาที่ไม่สูงมากนัก สามารถไปใช้บริการได้บ่อยครั้ง

**Economic Factors** ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ สภาพเศรษฐกิจโดยรวมมีแนวโน้มที่ดีขึ้น เนื่องจากนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลและการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก ทำให้กลุ่มเป้าหมายมีแรงกดดันทางการเงินลดลง ส่งผลให้กลุ่มเป้าหมายกล้าใช้จ่ายมากขึ้น

**Social Factor** ปัจจัยทางด้านสังคม สภาพสังคมโดยรวมยังอยู่ในสภาวะตึงเครียดเนื่องจากแรงกดดันทางด้านการเมือง, ภัยก่อการร้ายและโรคระบาดต่างๆ ส่งผลให้กลุ่มเป้าหมายตระหนักถึงความปลอดภัยของตนเองมากขึ้น ทำให้ธุรกิจที่มีมาตรการรักษาความปลอดภัยและความสะอาดที่ดีได้รับความนิยมมากกว่า

ผู้คนในสังคมชอบการเข้าสังคม ให้ความสำคัญกับสุขภาพ โดยการเลือกบริโภคแต่สินค้าที่มีคุณภาพและเล่นกีฬากันมากขึ้น

เกิดความนิยมในการรับชม การถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลต่างประเทศ และติดตามข่าวสารในวงการฟุตบอลกันมากขึ้น มีการรวมตัวกันเป็นกลุ่มแฟนคลับ ของทีมฟุตบอลที่ชื่นชอบ เพื่อพบปะสังสรรค์หรือทำกิจกรรมร่วมกัน เช่นการรวมกลุ่มกันเพื่อแลกเปลี่ยนทัศนคติ หรือชมการถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอล และการเล่นฟุตบอลร่วมกัน ทำให้สนามฟุตบอล และร้านอาหาร ผับ บาร์ ที่มีการถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลต่างประเทศได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี

Technological Factors ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี ในปัจจุบันอินเทอร์เน็ตคือเครื่องมือในการสื่อสารอีกอย่างหนึ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้หลายรูปแบบ อาทิเช่น การให้ข้อมูลข่าวสาร ให้ความบันเทิง เป็นช่องทางในการทำธุรกิจ และใช้ในการติดต่อสื่อสารกัน และอินเทอร์เน็ตยังเป็นสื่อที่มีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลา

อินเทอร์เน็ตถูกนำมาใช้ประโยชน์ ในวงการฟุตบอลหรือการทำธุรกิจเกี่ยวกับฟุตบอลหลายรูปแบบ อาทิเช่น การถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลทางอินเทอร์เน็ต การรายงานผลการแข่งขันแบบนาทีต่อนาที การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของวงการฟุตบอล เป็นศูนย์รวมของคนที่ชอบทีมฟุตบอลทีมเดียวกัน ส่งผลให้ผู้บริโภคต้องการสถานที่ที่สามารถรองรับ Community ของแต่ละกลุ่มความต้องการได้ อีกทั้งยังเป็นช่องทางในการสื่อสารทางการตลาดของธุรกิจหรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับฟุตบอล หรือใช้ในการทำธุรกิจโดยตรงเช่นการจองบัตรชมการแข่งขันฟุตบอล จองสนามฟุตบอล หรือการขายสินค้าเป็นต้น

#### Consumer (ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย)

กลุ่มเป้าหมายหลักคือเพศชายอายุระหว่าง 18 - 35 ปี รายได้ต่อเดือนเฉลี่ย 12,000 บาทขึ้นไป มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการด้วยตนเอง ที่อาศัยในกรุงเทพมหานคร ชอบเล่นฟุตบอลและชมการถ่ายทอดสดฟุตบอลต่างประเทศในร้านอาหาร ผับ บาร์หรือลานเบียร์

กลุ่มเป้าหมายรองคือผู้ที่มีอายุระหว่าง 18 - 45 ปี รายได้ต่อเดือนเฉลี่ย 12,000 บาทขึ้นไป มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการด้วยตนเอง ที่อาศัยในกรุงเทพมหานคร

#### Company (องค์กร)

เป็นองค์กรที่จัดตั้งขึ้นใหม่ยังไม่เป็นที่รู้จักของตลาด รูปแบบของโครงการถูกกำหนดให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ชื่นชอบกีฬาฟุตบอล ซึ่งรายละเอียดขององค์กรอยู่ในบทที่ 5

#### Competitor (คู่แข่ง)

คู่แข่งลำดับที่ 1 คือสนามฟุตบอล คริสตัล ฟุตบอล คลับ ตั้งอยู่ด้านหลังศูนย์การค้าเดอะคริสตัล มอลล์ บนเนื้อที่ 6 ไร่ บริเวณเรียบทางด่วนรามอินทรา-อาจณรงค์ ภายในโครงการประกอบด้วยสนามฟุตบอล (หญ้าจริง) ขนาด 55 x 95 เมตร จำนวน 1 สนาม, สนามฟุตบอล (หญ้าเทียม) ขนาด 20x40 เมตร จำนวน 2 สนาม, คลินิกสอนฟุตบอลสำหรับเด็ก, ร้านอาหารบาร์บับอล

### อัตราค่าบริการสนามฟุตบอลใหญ่

วันจันทร์ - ศุกร์ 08.00 น. - 01.00 น. ราคา 6,000 บาท ต่อแมตช์ รองรับได้วันละ 2 แมตช์

วันเสาร์ - อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ 8.00 น. - 01.00 น. ราคา 7,000 บาทต่อแมตช์  
รองรับได้วันละ 3 แมตช์

### อัตราค่าบริการสนามฟุตบอล

วันจันทร์ - ศุกร์ 09.00 น. - 17.00 น. ราคา 1,300 บาทต่อชั่วโมง

วันจันทร์ - ศุกร์ 17.00 น. - 01.00 น. ราคา 1,500 บาทต่อชั่วโมง

วันเสาร์ - อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ 8.00 น. - 01.00 น. ราคา 1,500 บาทต่อชั่วโมง

**คู่แข่งลำดับที่ 2** สนามฟุตบอล 7 คน หญ้าเทียม เอสวัน ในเครือบริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) สนามฟุตบอล 7 คน หญ้าเทียมเกรดเอ ขนาด 35x50 เมตร จำนวน 4 สนาม บนถนนบางนา-ตราด ซอย 48 บนเนื้อที่ 8 ไร่ ภายในโครงการประกอบด้วยร้านอาหาร, ร้านค้า, อินเทอร์เน็ตคาเฟ่ และระบบมัลติมีเดียที่สมบูรณ์แบบภายในสนามฟุตบอลเพื่อรองรับการจัดอีเวนต์

### อัตราค่าบริการรายชั่วโมง

วันจันทร์ - ศุกร์ 09.00 น. - 15.00 น. ราคา 1,300 บาทต่อชั่วโมง

วันจันทร์ - ศุกร์ 15.00 น. - 01.00 น. ราคา 1,500 บาทต่อชั่วโมง (รวมค่าไฟ)

วันเสาร์ - อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ 09.00 น. - 01.00 น. ราคา 1,500 บาท ต่อชั่วโมง (รวมค่าไฟ)

### อัตราค่าเช่าสนามรายวัน(เพื่อจัดกิจกรรม)

1 สนาม ราคา 60,000 บาทต่อวันตั้งแต่ 2 สนามขึ้นไป สนามละ 50,000 บาท ต่อวัน ไม่รวมค่าไฟ และค่าติดตั้งอุปกรณ์ในการจัดงานเพิ่มเติม

ตารางที่ 46: ตารางแสดงการวิเคราะห์โครงการเปรียบเทียบกับคู่แข่งอื่น

Competitor Analysis

Key Completeive		Your Strengths		You and Your Competitions Strengths			Your Business	
Factor	Weights	Competitor		Competitor		Your Business		
		มหิดลวิทยานุสรณ์	ศรีนครินทร์					
ราคา	0.3	8	2.4	8	2.4	9	2.7	
บริการ	0.2	7	1.4	8	1.6	10	2	
ความสะดวก(เดินทาง)	0.2	8	1.6	7	1.4	8	1.6	
ความหลากหลายของสินค้าและบริการ	0.15	8	1.2	5	0.75	9	1.35	
ความเป็น Life Style	0.15	9	1.32	8	1.2	9	1.35	
	1		7.95		7.35		9.0	
Total Strategic	100%	24.46%		25.23%		27.69%		
Current Market Share		N/A		52.73%		47.27%		
						N/A		

### Collaborator (พันธมิตร)

ในการดำเนินโครงการประกอบด้วยร้านค้าต่าง ๆ ที่เข้าร่วมในโครงการ อาทิเช่น ร้านค้าแบรนด์ต่าง ๆ ร้านอาหาร ฟิตเนสเซ็นเตอร์ รวมทั้งผู้สนับสนุนโครงการ และสื่อแขนงต่าง ๆ ที่เข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งมีรายละเอียดอยู่ในบทที่ 5

### 4.2.2. Situation Analysis SWOT

#### Strength (จุดแข็ง)

- มีความแตกต่างจากคู่แข่ง
- มีกลุ่มเป้าหมายหลักที่ชัดเจน
- สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ชื่นชอบฟุตบอลได้ครบวงจร
- เดินทางสะดวกมีที่จอดรถขนาดใหญ่

#### Weakness (จุดอ่อน)

- เป็นผู้ประกอบการรายใหม่ ยังไม่เป็นที่รู้จักในตลาด อาจไม่มีความน่าเชื่อถือในสายตาผู้บริโภค และพันธมิตร

#### Opportunity (โอกาส)

- กระแสของฟุตบอลทั้งฟุตบอลไทย และฟุตบอลต่างประเทศ
- ผู้บริโภคชอบสิ่งแปลกใหม่
- ยังไม่มีโครงการใดสามารถตอบสนองผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายของโครงการได้อย่างครบวงจร

#### Threat (อุปสรรค)

- สภาพเศรษฐกิจที่ยังไม่ค่อยดีนัก อยากรต่อการขออนุมัติสินเชื่อ
- กฎหมายควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
- ระเบียบการจัดโซนนิ่งสถานบันเทิงประเภท ผับ บาร์

#### 4.3 ประเมินความเสี่ยงของโครงการ

โครงการฟุตบอลไลฟ์สไตล์เซ็นเตอร์ เป็นโครงการที่ใช้เงินลงทุนสูง อีกทั้งผู้ประกอบการเป็นผู้ประกอบการรายใหม่ การหาผู้สนับสนุน และพันธมิตร อาจทำได้ยาก โครงการสามารถถูกเลียนแบบจากคู่แข่งชั้นที่มีเงินทุนมาก และในช่วงแรกของการดำเนินโครงการ ช่วงที่โครงการยังไม่มีลูกค้าเข้ามาซื้อสินค้าและบริการมากนัก ผู้เช่าพื้นที่อาจมีอำนาจต่อรองในเรื่องต่าง ๆ

อีกทั้งปัจจัยด้านการเมืองเศรษฐกิจ และปัญหาเรื่องโรคระบาด ก็อาจส่งผลกระทบต่อโครงการได้



## บทที่ 5

### การจัดตั้งองค์กร

โครงการฟุตบอล แอนด์ กอล์ฟ โลว์สไตล์เซ็นเตอร์ คือแผนธุรกิจสำหรับจัดตั้ง ฟุตบอล แอนด์ กอล์ฟ โซไซตี้ ปาร์ค ภายใต้แนวคิด ชุมชนคนรักฟุตบอล ที่นำเอากีฬากอล์ฟ เข้ามารวมไว้ในโครงการ เนื่องจากความนิยมในกีฬากอล์ฟ ภายในโครงการประกอบด้วย ศูนย์การค้า สนามฟุตบอล 7 คน ผับ แอนด์ เรสเทอรองก์ บนเนื้อที่ 17 ไร่ 2 งาน เพื่อตอบสนองรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคที่ชื่นชอบฟุตบอล และการออกกำลังกายด้วยการ ไคร์ฟกอล์ฟ

จดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัด มีผู้ร่วมทุน 4 คน ได้แก่

1. นาย วีระเดช อรุณศิริรักษ์
2. นาย ชเนศ วงศ์ประทีปวิไล
3. นาย ทรงศักดิ์ สรรไพโรจน์
4. นาย ภัทรวัตร วรภัทรนันท์ศิริ

#### 5.1. ชื่อบริษัท

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด

#### 5.2. วิสัยทัศน์

มุ่งมั่นสร้างสรรค์และพัฒนาโครงการ ที่สามารถตอบสนองรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคที่ชื่นชอบฟุตบอล และ กอล์ฟ

#### 5.3. พันธกิจ

รวบรวมสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคที่ชื่นชอบฟุตบอล และการไคร์ฟกอล์ฟ

#### 5.4. เป้าหมาย

เป็นผู้นำที่ได้รับการยอมรับ ในธุรกิจ สपोर्ट โลว์สไตล์เซ็นเตอร์ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างครบวงจร ในด้านความหลากหลาย ของสินค้าและบริการ

## 5.5. โครงสร้างองค์กร

เนื่องจากโครงการฟุตบอล แอนด์ กอล์ฟ โซไซตี้ ปาร์ค มีสินค้าและบริการครอบคลุมหลากหลาย จึงแบ่งโครงสร้างองค์กรให้มีขนาดเหมาะสม ควบคุมได้ง่าย เพื่อสร้างความสะดวกในการบริหารองค์กร โดยแบ่งออกเป็น 2 สายงานคือ สายบริหารงาน และสายปฏิบัติการ ซึ่งมีหน้าที่ดังต่อไปนี้

สายบริหารงาน ทำหน้าที่วางแผน ดำเนินงาน และควบคุมการดำเนินงานให้เกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผลสูงสุดตามแผนที่ได้กำหนดไว้ ประกอบด้วย ฝ่ายธุรการ ฝ่ายการตลาด ฝ่ายการเงิน - การบัญชี ฝ่ายบุคคล ฝ่ายกฎหมาย และฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ

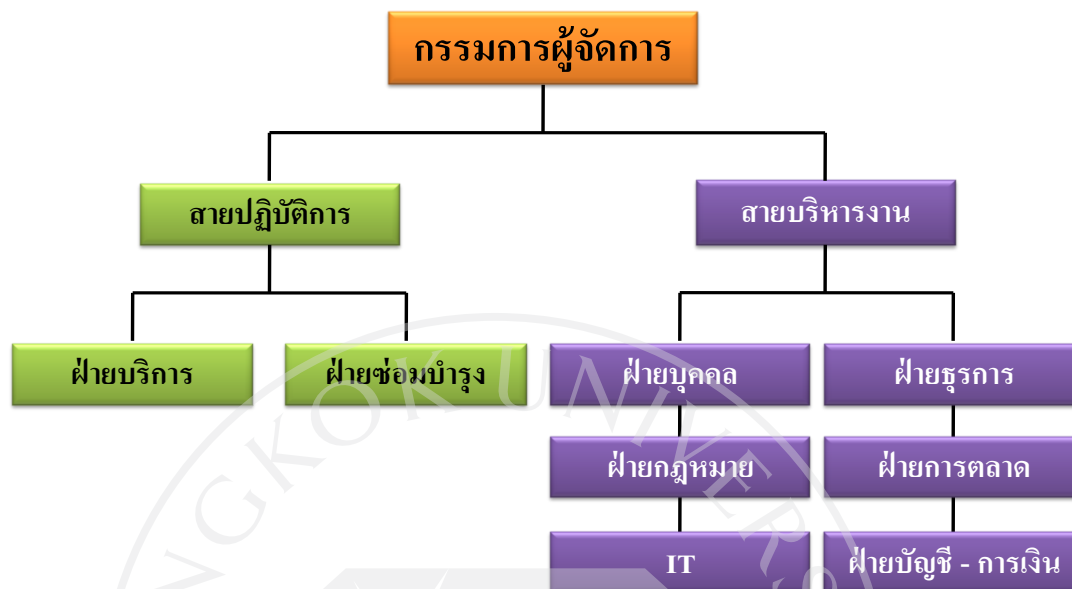
สายปฏิบัติการ ทำหน้าที่ดำเนินงานในส่วนของการให้บริการลูกค้าของโครงการ รวมทั้งซ่อมบำรุง ปรับปรุงและพัฒนาทรัพย์สินในโครงการ

การบริหารจัดการภายในองค์กร จะเน้นการบริหารงานโดยสุภาพสตรี ที่มีความรู้ความสามารถ และมีบุคลิกภาพที่ดี เพื่อสร้างภาพลักษณ์ในการบริหารงานให้มีความแตกต่างจากคู่แข่ง

การประสานงานในองค์กรจะเน้นการกระจายอำนาจ (Decentralization) ใช้การบังคับบัญชาในลักษณะไม่เป็นทางการ ควบคู่กับความเป็นทางการอย่างเหมาะสม และมีโครงสร้างแนวราบ (Flat Organization) เนื่องจากองค์กรมีพนักงานไม่มาก และต้องการการตอบสนองที่รวดเร็วกับสถานะการแข่งขันและการเปลี่ยนแปลง



ภาพที่ 1 : ผังโครงสร้างองค์กร เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์



ตารางที่ 47 : แสดงตำแหน่ง และอัตราเงินเดือนตามโครงสร้างองค์กร

ตำแหน่ง	จำนวน	เงินเดือน (บาท)
กรรมการผู้จัดการ	1 ตำแหน่ง	100,000 บาท / เดือน
วิศวกรโครงการ	1 ตำแหน่ง	40,000 บาท / เดือน
เจ้าหน้าที่ (IT)	2 ตำแหน่ง	30,000 บาท / เดือน
เจ้าหน้าที่ฝ่ายกฎหมาย	1 ตำแหน่ง	25,000 บาท / เดือน
ผู้จัดการฝ่ายการตลาด	1 ตำแหน่ง	25,000 บาท / เดือน
ผู้จัดการฝ่ายการเงิน - บัญชี	1 ตำแหน่ง	20,000 บาท / เดือน
ผู้จัดการฝ่ายบุคคล	1 ตำแหน่ง	20,000 บาท / เดือน
ผู้จัดการงานบริการ	2 ตำแหน่ง	20,000 บาท / เดือน
เจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาด	2 ตำแหน่ง	20,000 บาท / เดือน
เจ้าหน้าที่ฝ่ายการเงิน - บัญชี	2 ตำแหน่ง	15,000 บาท / เดือน
เจ้าหน้าที่ฝ่ายบุคคล	1 ตำแหน่ง	15,000 บาท / เดือน
เจ้าหน้าที่ธุรการ	2 ตำแหน่ง	15,000 บาท / เดือน

### กรรมการผู้จัดการ

รับผิดชอบภาพรวมทั้งโครงการ กำหนดกลยุทธ์ รวมทั้งงบประมาณ ตั้งการบุคลากรในฝ่ายต่าง ๆ รวมทั้งควบคุม ให้การทำงานภายในโครงการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล

### วิศวกรโครงการ

รับผิดชอบการประเมินราคา รวมทั้งควบคุมการก่อสร้าง ซ่อมแซมปรับปรุงสิ่งปลูกสร้าง หรืออุปกรณ์ภายในโครงการ

### เจ้าหน้าที่เทคโนโลยีสารสนเทศ (IT)

รับผิดชอบการพัฒนาดูแลระบบคอมพิวเตอร์ และเว็บไซต์ของโครงการ รวมทั้งประสานกับเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย ในการใช้ระบบคอมพิวเตอร์ เพื่อดูแลความปลอดภัยภายในโครงการ

### เจ้าหน้าที่ฝ่ายกฎหมาย

รับผิดชอบดูแลเรื่องของนิติกรรมสัญญาและคดีความต่างๆขององค์กร

### เจ้าหน้าที่การตลาด

รับผิดชอบในส่วนของการ ติดตามสถานการณ์ เก็บข้อมูลทางการตลาด เพื่อนำมาพัฒนาองค์กร และปรับปรุงส่วนผสมทางการตลาดให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ รวมทั้งวางแผนการประชาสัมพันธ์ ทำการสื่อสารทางการตลาด จัดกิจกรรมทางการตลาด สร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าและพันธมิตร เพื่อเป็นประโยชน์ในการปฏิบัติงาน

### เจ้าหน้าที่การเงินและบัญชี

รับผิดชอบในเรื่องของบัญชีต่าง ๆ ในองค์กร งบประมาณในการดำเนินงานขององค์กร ประสานงานเบิกจ่ายกับฝ่ายต่าง ๆ ในโครงการและนอกโครงการ และควบคุมการดูแลการจัดซื้อ

### เจ้าหน้าที่ฝ่ายบุคคล

รับผิดชอบในส่วนของการเลือกสรรบุคลากร ที่มีความรู้ความสามารถเพื่อร่วมงานกับองค์กร ดูแลบุคลากรทางด้านผลตอบแทนและสวัสดิการอื่น ๆ ที่บุคลากรภายในองค์กรพึงได้รับ

### ผู้จัดการงานบริการ

รับผิดชอบในส่วนของงานบริการภายในโครงการ ทั้งในส่วนของผู้บริหาร แอนด์ เรสเทอรองก์ สนามฟุตบอล 7 คน และสนามไคร์ฟกอล์ฟ ทั้งด้านความสะอาดของโครงการ การอำนวยความสะดวก สะดวกให้แก่ลูกค้า

### เจ้าหน้าที่ธุรการ

รับผิดชอบในส่วนงานเอกสารต่าง ๆ และประสานงานส่วนต่าง ๆ ภายในองค์กร

ตารางที่ 48 : แสดงตำแหน่ง และอัตราเงินเดือนพนักงานอัตราจ้าง

ตำแหน่ง	จำนวน	เงินเดือน (บาท)
พนักงานเปิดเพลง (DJ)	2 อัตรา	20,000 บาท / เดือน
แม่ครัว	4 อัตรา	20,000 บาท / เดือน
ผู้ช่วยแม่ครัว	4 อัตรา	9,000 บาท / เดือน
พนักงานซ่อมบำรุง	4 อัตรา	10,000 บาท / เดือน
พนักงานบริการลูกค้า	25 อัตรา	9,000 บาท / เดือน
เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	14 อัตรา	8,000 บาท / เดือน
พนักงานทำความสะอาด	16 อัตรา	8,000 บาท / เดือน
พนักงานจ่ายบัตร – เก็บค่าจอดรถ	8 อัตรา	7,500 บาท / เดือน

การคัดสรรบุคลากรจะพิจารณาจาก ความรู้ความสามารถ และบุคลิกภาพ และจะพิจารณาคำแนะนำจากหัวหน้าแผนกต่าง ๆ จากประสบการณ์ และภาวะผู้นำ

โดยบุคลากรในส่วนงานของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย และพนักงานทำความสะอาด สรรหาโดยผ่านบริษัทรักษาความปลอดภัย และบริษัทรับทำความสะอาดโดยตรง

การรับพนักงานเข้าปฏิบัติหน้าที่ภายในองค์กร จะรับตามความต้องการตามการดำเนินงานในแต่ละระยะ โครงการดังนี้

**ระยะที่ 1 ระหว่างก่อสร้างส่วนต่าง ๆ ภายในโครงการจนแล้วเสร็จ (ปีที่ 0)**

กรรมการผู้จัดการ 1 ตำแหน่ง

เจ้าหน้าที่เทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) 1 ตำแหน่ง

เจ้าหน้าที่ฝ่ายกฎหมาย 1 ตำแหน่ง

เจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาด 2 ตำแหน่ง

เจ้าหน้าที่ฝ่ายบัญชีและการเงิน 1 ตำแหน่ง

**ระยะที่ 2 ระหว่างการตกแต่งร้านค้า และส่วนต่าง ๆ ของโครงการแล้วเสร็จ**

**(ปีที่ 0 เดือนที่ 9 - 10)**

วิศวกรโครงการ 1 ตำแหน่ง

เจ้าหน้าที่เทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) 1 ตำแหน่ง (เพิ่มเติม)

เจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาด 1 ตำแหน่ง (เพิ่มเติม)

เจ้าหน้าที่ฝ่ายบุคคล 1 ตำแหน่ง

เจ้าหน้าที่ธุรการ 1 ตำแหน่ง

เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย 8 อัตรา

พนักงานทำความสะอาด 2 อัตรา

**ระยะที่ 3 ช่วงเปิดตัวโครงการอย่างไม่เป็นทางการ (ปีที่ 0 เดือนที่ 11 - 12)**

เจ้าหน้าที่ฝ่ายบัญชีและการเงิน 2 ตำแหน่ง (เพิ่มเติม)

เจ้าหน้าที่ฝ่ายบุคคล 1 ตำแหน่ง (เพิ่มเติม)

เจ้าหน้าที่ธุรการ 1 ตำแหน่ง (เพิ่มเติม)

ผู้จัดการงานบริการ 2 ตำแหน่ง

พนักงานเปิดเพลง (DJ) 2 อัตรา

แม่ครัว 2 อัตรา

ผู้ช่วยแม่ครัว 2 อัตรา

พนักงานซ่อมบำรุง 4 อัตรา

พนักงานบริการลูกค้า 15 อัตรา

เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย 6 อัตรา

พนักงานทำความสะอาด 10 อัตรา

พนักงานจ่ายบัตร – เก็บค่าจอดรถ 4 อัตรา

#### ช่วงที่ 4 เปิดตัวโครงการอย่างเป็นทางการ

แม่ครัว 2 อัตรา (เพิ่มเติม)

ผู้ช่วยแม่ครัว 2 อัตรา (เพิ่มเติม)

พนักงานบริการลูกค้า 10 อัตรา (เพิ่มเติม)

พนักงานทำความสะอาด 4 อัตรา (เพิ่มเติม)

พนักงานจ่ายบัตร – เก็บค่าจอดรถ 4 อัตรา (เพิ่มเติม)

ในอนาคตหากมีการขยายธุรกิจ หรือปรับรูปแบบองค์กร อาจจะได้รับบุคลากรเพิ่ม

### 5.6. ลักษณะทั่วไปของธุรกิจ

#### 5.6.1. สถานที่ตั้ง

ศึกษาและวิเคราะห์ทำเลที่ตั้งโครงการ จากทั้งหมด 3 แห่ง ได้แก่

- 1) บริเวณรังสิต (ช่วงระหว่างมหาวิทยาลัยกรุงเทพวิทยาเขตรังสิต - มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ศูนย์รังสิต)
- 2) บริเวณพระราม 3 (ฝั่งพระนคร)
- 3) บริเวณถนนพระราม 9 (เขตบางกะปิ ช่วงแยกประดิษฐ์มนูธรรม - แยกรามคำแหง)

บริเวณรังสิต เป็นทำเลที่อยู่ใกล้มหาวิทยาลัยกรุงเทพวิทยาเขตรังสิต และมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ศูนย์รังสิต มีกำลังซื้อจากนักศึกษา และผู้ที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านบริเวณใกล้เคียง ที่มีกำลังซื้ออยู่ในระดับ C+ ถึงระดับ B ซึ่งราคาที่ดินอยู่ในระดับปานกลาง

บริเวณพระราม 3 เป็นทำเลที่มีราคาที่ดินค่อนข้างสูง เพราะมีประชากรอาศัยอยู่หนาแน่น และเป็นย่านธุรกิจ คนส่วนใหญ่มีกำลังซื้อค่อนข้างสูง

บริเวณถนนพระราม 9 เป็นทำเลที่อยู่ไม่ห่างจากย่านที่มีผู้คนอาศัยหนาแน่น และไม่ห่างจากย่านธุรกิจมากนัก อีกทั้งยังเป็นถนนเส้นหลักที่สามารถเชื่อมต่อไปยังย่านชุมชนและย่านธุรกิจอื่น ๆ การเดินทางสะดวกถึงแม้จะมีปัญหาเรื่องการจราจร เนื่องจากมีทางด่วนตัดผ่าน และยังมีรถไฟฟ้าใต้ดินผ่านในพื้นที่ใกล้เคียง คือแยกพระราม 9 ประกอบกับโครงการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตลิงค์ ที่มีสถานีบริเวณแยกรามคำแหง



จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าบริเวณพระราม 3 (ฝั่งพระนคร) เป็นทำเลที่มีศักยภาพเหมาะสมที่สุด ที่จะเป็นที่ตั้งโครงการ แต่เนื่องจากโครงการจำเป็นต้องใช้พื้นที่ค่อนข้างมาก ทำให้ไม่สามารถหาพื้นที่ในบริเวณพระราม 3 (ฝั่งพระนคร) ได้

ผู้ดำเนิน โครงการจึงเลือกบริเวณถนนพระราม 9 ซึ่งเป็นบริเวณที่มีศักยภาพรองลงมาจากบริเวณพระราม 3 เป็นที่ตั้งโครงการ

ภาพที่ 2 : แสดงที่ตั้งโครงการฟุตบอลไลฟ์สไตล์เซ็นเตอร์



ที่มา : <http://maps.google.co.th/maps?hl=th&tab=w1>

### 5.6.2. สินค้าและบริการ

ภาพที่ 3 : แสดงแผนผังโครงการฟุตบอล แอนด์ กอล์ฟ ไลฟ์สไตล์เซ็นเตอร์  
(แบบมีสนามไคร์ฟกอล์ฟ)



ภาพที่ 4 : แสดงแผนผังโครงการฟุตบอล แอนด์ กอล์ฟ ไลฟ์สไตล์เซ็นเตอร์  
(แบบไม่มีสนามไคร์ฟกอล์ฟ)



### 5.6.2.1. สนามฟุตบอล 7 คน

สนามฟุตบอลในร่ม กว้าง 35 เมตร ยาว 50 เมตร พื้นหญ้าเทียมเกรด เอ หลังคาสูงจากพื้นสนาม 10 เมตร จำนวน 4 สนาม เปิดให้บริการทุกวันตั้งแต่เวลา 09.00 น. ถึง 01.00 น.

อัตราค่าเช่าสนามรายชั่วโมง

วันจันทร์ - วันศุกร์ 09.00 น. ถึง 17.00 น. ราคา 1,300 บาทต่อชั่วโมง

วันจันทร์ - วันศุกร์ 17.01 น. ถึง 01.00 น. ราคา 1,500 บาทต่อชั่วโมง (รวมค่าไฟ)

วันเสาร์ - วันอาทิตย์ 09.00 น. ถึง 01.00 น. ราคา 1,500 บาทต่อชั่วโมง (รวมค่าไฟ)

แต่ละสนามสามารถปรับเปลี่ยนพื้นที่ ให้สามารถใช้ในการแข่งขันกีฬาชนิดอื่น ๆ ในการแข่งขันอย่างเป็นทางการ อาทิเช่น

กีฬาฟุตซอล

กีฬาฟุตบอลชายหาด

กีฬาวอลเลย์บอล

กีฬาวอลเลย์บอลชายหาด

กีฬาบาสเกตบอล

กีฬาแบดมินตัน

กีฬาเทนนิส

กีฬาป้องกัน

กีฬาสนุกเกอร์

และยังสามารถปรับพื้นที่เพื่อใช้ในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ให้กับสินค้าชนิดต่าง ๆ ได้อย่างมากมาย

บริการเพิ่มเติมของสนามฟุตบอล 7 คน ประกอบด้วย บริการลูกฟุตบอลให้เช่า, บริการจัดหารกรรมการ, บริการห้องน้ำและห้องอาบน้ำ

### 5.6.2.2. ฟับ แอนด์ เรสเทอรองก์

ฟับ แอนด์ เรสเทอรองก์ ในบรรยากาศกีฬาฟุตบอล เปิดบริการทุกวันตั้งแต่เวลา 09.00 น. ถึง 01.00 น. (หลัง 20.30 น. เป็นฟับ)



บริการภายในปั๊บนี แอนด์ เรสเตอรองก์ ประกอบด้วยอาหารและเครื่องดื่ม, คอมพิวเตอร์ที่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตความเร็วสูง, Wi-Fi อินเทอร์เน็ต, จอภาพขนาดใหญ่ และจอโทรทัศน์ในจุดต่างๆ ภายในร้าน สำหรับถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลทั้งไทยและต่างประเทศ หรือกีฬาชนิดอื่น

### 5.6.2.3. ศูนย์การค้า

เป็นศูนย์การค้าโครงสร้างอาคารพาณิชย์ ลึก 15 เมตร ไม่รวมทางเดินด้านหน้า 4 เมตร เรียงติดกันเป็นแนวยาว 190 เมตร สูง 3 ชั้น เปิดให้บริการทุกวันตั้งแต่ 10.00 น. ถึง 22.00 น. แต่ละชั้นประกอบไปด้วยร้านค้าต่างๆ ดังนี้

ชั้นที่ 1 พื้นที่ทั้งหมด 3,800 ตารางเมตร แบ่งเป็นพื้นที่ให้เช่าร้านค้า 2,250 ตารางเมตร ประกอบด้วยร้านค้าต่าง ๆ ดังนี้

Fuji Restaurant

Bar B Q Plaza

S&P

MK

McDonald's

Top Supermarket

KFC

Swensens

The Pizza

Chester Gill

อะจิบัง

Yayoi

Shabushi

ชั้นที่ 2 พื้นที่ทั้งหมด 3,610 ตารางเมตร แบ่งเป็นพื้นที่ให้เช่าร้านค้า 2,400 ตารางเมตร ประกอบด้วยร้านค้าต่าง ๆ ดังนี้

Jay Mart

Hutch Shop

I Studio

AIS Shop

DTAC Shop  
 True Shop  
 Puma  
 Nike  
 Manchester United Shop  
 Chelsea Shop  
 Adidas  
 Super Sport  
 Billabong  
 Guess  
 Chanel  
 Jaspal  
 Flynnow  
 California Wow  
 The Body Shop  
 Spa & Beauty

ชั้นที่ 3 พื้นที่ทั้งหมด 3,610 ตารางเมตร แบ่งเป็นพื้นที่ให้เช่าร้านค้า 2,250 ตารางเมตร ประกอบด้วยร้านต่าง ๆ ดังนี้

Game Store  
 Football Merchandise  
 Star Soccer  
 Major Game  
 G2009  
 Lacoste  
 DKNY  
 Esprit  
 Bossini  
 AIIZ  
 Etude House  
 Hair Cut

Skin Food

Gift Shop

ร้านรองเท้า

KBank

KTB

Bangkok Bank

SCB

Bank of Ayudhya

TMB

Thanachart

#### 5.6.2.4. สนามไคร้ฟกอล์ฟ

สนามไคร้ฟกอล์ฟ ความยาว 200 หลา จำนวน 24 หลุม แบ่งเป็น 3 ชั้น ชั้นละ 8 หลุม เปิดให้บริการทุกวันเวลา 09.00 น. ถึง 22.00 น.

บริการภายในสนามไคร้ฟกอล์ฟประกอบด้วย บริการไม้กอล์ฟให้เช่า, บริการอาหารและเครื่องดื่ม, บริการห้องน้ำและห้องอาบน้ำ Wi-Fi Internet เป็นต้น

#### 5.6.2.5. ลานจอดรถ

รองรับจำนวนรถมากกว่า 380 คันในเวลาเดียวกัน มีบริการคาร์แคร์

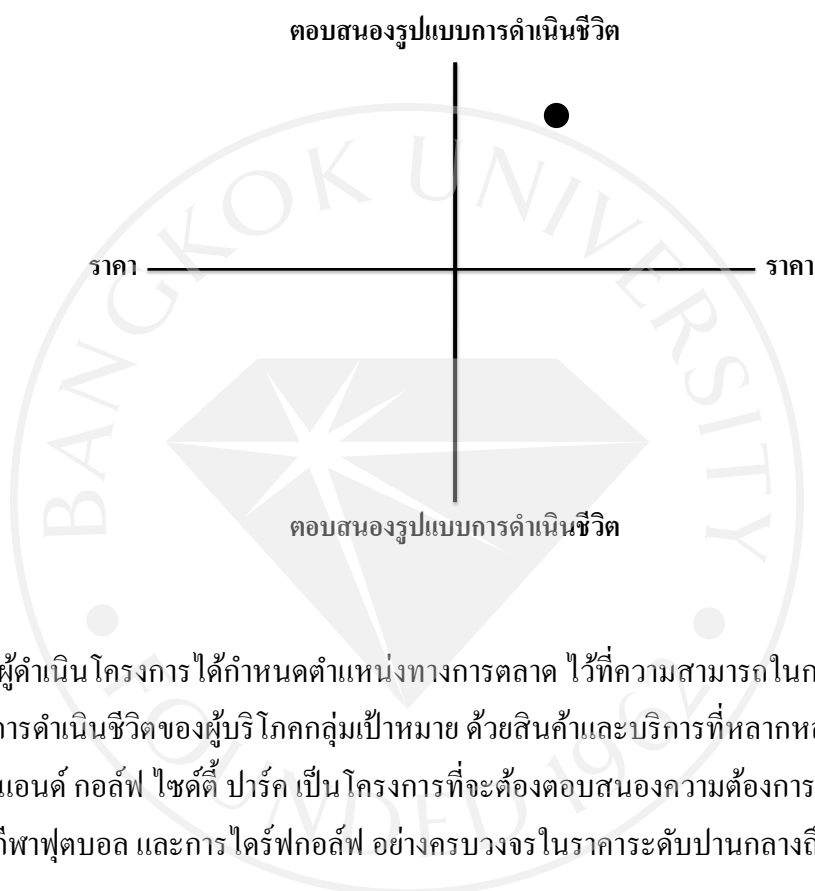
#### 5.6.2.6. เว็บไซต์

ให้บริการข้อมูลข่าวสาร ของโครงการ และวงการฟุตบอลทั้งไทย และต่างประเทศ เป็นช่องทางในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ของผู้ที่ชื่นชอบกีฬาฟุตบอล หรือกีฬาชนิดต่าง ๆ และเป็นช่องทางในการร่วมสนุกหรือร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ที่โครงการหรือผู้สนับสนุนโครงการเป็นผู้จัดขึ้น รวมทั้งบริการรับจอง การให้บริการภายในโครงการ

## 5.7. กลยุทธ์องค์กร

### 5.7.1. กำหนดตำแหน่งทางการตลาด

ภาพที่ 5 : แสดงตำแหน่งทางการตลาด โครงการฟุตบอลไลฟ์สไตล์เซ็นเตอร์



ผู้ดำเนินโครงการได้กำหนดตำแหน่งทางการตลาด ไว้ที่ความสามารถในการตอบสนองรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ด้วยสินค้าและบริการที่หลากหลายเนื่องจากฟุตบอล แอนด์ กอล์ฟ ไลฟ์สไตล์เซ็นเตอร์ เป็นโครงการที่จะต้องตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ชื่นชอบกีฬาฟุตบอล และการไต่ฟกอล์ฟ อย่างครบวงจรในราคาระดับปานกลางถึงสูง

### 5.7.2. กลยุทธ์การกำหนดภารกิจ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนต่าง ๆ ผู้ดำเนินโครงการได้พิจารณาถึงการเติบโตของโครงการฟุตบอล แอนด์ กอล์ฟ ไลฟ์สไตล์เซ็นเตอร์ ด้วยการวางกลยุทธ์ที่จะใช้ในการดำเนินโครงการดังนี้

### 5.7.2.1. แผนการระยะสั้น (2 ปีแรก)

**ระยะที่ 1** ระหว่างก่อสร้างส่วนต่าง ๆ ภายในโครงการจนแล้วเสร็จ (ปีที่ 0)

เป้าหมาย ขยายพื้นที่ให้เช่าร้านค้าภายในศูนย์การค้า ไม่น้อยกว่า 90 % และหาผู้สนับสนุนโครงการในส่วนต่าง ๆ

กลยุทธ์ในการเจริญเติบโต ควบคุมการดำเนินการก่อสร้างโครงการในส่วนต่าง ๆ ให้แล้วเสร็จตามกำหนด

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ สร้างความเชื่อมั่น โครงการ พร้อมทั้ง มอบส่วนลด และสิทธิพิเศษให้กับ ร้านค้าที่เช่าพื้นที่ในโครงการ และผู้สนับสนุนโครงการในส่วนต่าง ๆ

**ระยะที่ 2** ระหว่างการตกแต่งร้านค้า และส่วนต่าง ๆ ของโครงการแล้วเสร็จ (ปีที่ 0 เดือนที่ 9 - 10)

เป้าหมาย ทำให้ผู้บริหารโภคกลุ่มเป้าหมายหลักของโครงการ รับรู้ว่าโครงการกำลังจะเปิดให้บริการ

กลยุทธ์ในการเจริญเติบโต ควบคุมการดำเนินการตกแต่งโครงการในส่วนต่าง ๆ ให้แล้วเสร็จตามกำหนด

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ แนะนำสินค้าและบริการภายในโครงการ ให้กับผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมายได้รับรู้ ผ่านสื่อต่าง ๆ ที่วางไว้ในส่วนของการวางแผนการสื่อสารทางการตลาด

**ระยะที่ 3** ช่วงเปิดตัวโครงการอย่างไม่เป็นทางการ (ปีที่ 0 เดือนที่ 11 - 12)

เป้าหมาย ทำให้ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายของโครงการ ทดลองใช้บริการสินค้าและบริการภายในโครงการ และสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าที่เข้าทำใช้สินค้าหรือบริการภายในโครงการ

กลยุทธ์ในการเจริญเติบโต ควบคุมการปรับปรุงแก้ไข แต่ละส่วนในโครงการให้พร้อมเปิดบริการอย่างเป็นทางการ พร้อมทั้งเปิดตัวโครงการอย่างไม่เป็นทางการ

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ เปิดให้บริการในส่วนของ สนามฟุตบอล 7 คน, ศูนย์การค้า และผับ แอนด์ เรสเทอรองก์ พร้อมทั้งเว็บไซต์ของโครงการ ด้วยการมอบส่วนลดให้กับผู้ใช้บริการในส่วนต่าง ๆ ที่ดำเนินการโดยโครงการ เพื่อเป็นการจูงใจผู้บริโภคให้ทดลองใช้บริการ ดังนี้

สนามฟุตบอล 7 คน มอบส่วนลดจากราคา 1,500 บาทต่อชั่วโมง เหลือ 999 บาทต่อชั่วโมง และจากราคา 1,300 บาทต่อชั่วโมง เหลือ 799 บาทต่อชั่วโมง

ผับ แอนด์ เรสเทอรองก์ มอบส่วนลดค่าอาหารและเครื่องดื่ม 25 %

#### ช่วงที่ 4 เปิดตัวโครงการอย่างเป็นทางการ (ปีที่ 1 - 2)

เป้าหมาย เปิดตัวโครงการอย่างเป็นทางการ และทำให้ผู้บริโภคใช้สินค้าและบริการภายในโครงการเพิ่มมากขึ้น พร้อมทั้งขยายฐานลูกค้าให้มากขึ้น

กลยุทธ์การเจริญเติบโต เปิดตัวโครงการอย่างเป็นทางการ เปิดให้บริการเต็มรูปแบบ พร้อมทั้งร่วมกับพันธมิตรของโครงการ จัดกิจกรรมพิเศษต่าง ๆ เพื่อดึงกลุ่มผู้บริโภคเข้ามาในโครงการ

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ เปิดให้บริการสนามไดร์ฟกอล์ฟ เริ่มเปิดรับสมัครสมาชิก และจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด

#### 5.7.2.2. แผนการระยะกลาง (ปีที่ 3 - 9)

เป้าหมาย รักษากลุ่มลูกค้าที่ใช้สินค้าและบริการภายในโครงการไว้ พร้อมทั้งขยายฐานลูกค้าของโครงการให้มากยิ่งขึ้น

กลยุทธ์การเจริญเติบโต ปรับปรุงและพัฒนาทุกส่วนของโครงการให้ทันสมัยตลอดเวลา ประกอบกับการ

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ปรับปรุงรูปแบบสินค้าและบริการให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุด พร้อมทั้งรักษามาตรฐานการให้บริการ ความปลอดภัย และความสะอาดภายในโครงการ เพื่อให้ผู้บริโภคมั่นใจ

#### 5.7.2.3. แผนการระยะยาว (ปีที่ 10 เป็นต้นไป)

เป้าหมาย เป็นผู้นำในธุรกิจ สपोर्ट ไลฟ์สไตล์ เซ็นเตอร์ รักษาฐานลูกค้าเดิม และขยายฐานลูกค้าให้มากขึ้น

กลยุทธ์การเจริญเติบโต ปรับปรุงโครงการครั้งใหญ่ เพื่อเปลี่ยนรูปลักษณ์ของโครงการให้ทันสมัย ร่วมมือกับพันธมิตร จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอย่างต่อเนื่อง

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ปรับเปลี่ยนสินค้าและบริการบางอย่าง เพื่อให้สินค้าและบริการตรงกับความต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุด พร้อมทั้งรักษามาตรฐานการให้บริการ ความปลอดภัย และความสะอาดภายในโครงการ เพื่อให้ผู้บริโภคมั่นใจ

#### 5.7.3. กลยุทธ์การเลือกพันธมิตรและผู้สนับสนุนโครงการ

ในส่วน of พื้นที่ให้เช่าในโครงการ ทางโครงการให้ร้านค้าที่เช่าพื้นที่ เปิดบริการโดยไม่มีคิดค่าเช่าพื้นที่ในช่วง เปิดโครงการอย่างไม่เป็นทางการ เป็นเวลา 2 เดือน โดยจะเก็บค่าสาธารณูปโภคเพียงอย่างเดียว

นอกจากร้านค้าที่เช่าพื้นที่ในโครงการแล้ว โครงการยังจำเป็นต้องมีพันธมิตร และผู้สนับสนุนโครงการในส่วนต่าง ๆ ที่มีผู้บริโภคร่วมเป้าหมายเดียวกัน เพื่อแลกเปลี่ยนความร่วมมือกันในด้านต่าง ๆ ดังนี้

พันธมิตรหลักที่จำเป็นต้องมีเพื่อช่วยให้การตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคมีความหลากหลายและสมบูรณ์ ดังนี้

ทิวทัศน์ เพราะเป็นผู้ที่ถือลิขสิทธิ์ การถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลต่างประเทศ และการแข่งขันกอล์ฟรายการสำคัญต่าง ๆ มากมาย และเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายของโครงการโดยตรงช่องทางหนึ่ง

บริษัท สยามสปอร์ตซินดิเคท จำกัด (มหาชน) พร้อมทั้งบริษัทในเครือ เพราะเป็นสื่อยิ่งใหญ่วงการกีฬา ที่มีศักยภาพในการเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด เพราะมีความหลากหลายของช่องทางในการสื่อสาร ทั้งโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เว็บไซต์ เป็นต้น

การกีฬาแห่งประเทศไทย และสมาคมกีฬาต่าง ๆ อาทิเช่น สมาคมวอลเลย์บอล, สมาคมบาสเกตบอล, ลอนเทนนิสสมาคม เป็นต้น เพื่อดึงเมตซ์การแข่งขันบางเมตซ์ที่น่าสนใจ มาจัดภายในโครงการ เพื่อเป็นการนำเสนอสิ่งใหม่ ๆ ให้กับผู้บริโภคในบางโอกาส

สำหรับผู้สนับสนุนโครงการในส่วนต่าง ๆ เลือกจากผู้สนับสนุนกลุ่มเป้าหมายของโครงการ ที่มีผู้บริโภคร่วมเป้าหมายเดียวกันกับโครงการ เพื่อช่วยกันสนองความต้องการให้กับผู้บริโภค ดังนี้

ผู้สนับสนุนสนามฟุตบอล 7 คน ได้แก่

1) รถจักรยานยนต์ ยามาฮ่า เพราะยามาฮ่า สนับสนุนกีฬาฟุตบอล และมีความสัมพันธ์ที่ดีกับบริษัท สยามสปอร์ตซินดิเคท จำกัด (มหาชน)

2) ผลิตภัณฑ์กีฬาระหว่าง NIKE หรือ แบรินด์อื่น ๆ ที่เป็นสินค้าชนิดเดียวกันเนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ ที่เข้ากับสนามฟุตบอล 7 คนของโครงการโดยตรง

ผู้สนับสนุนผ้า แอนด์ เรสเตอร์รองก์ ได้แก่

1) 100 Pipers เครื่องคีมแอลกอฮอล์ ที่จับกระแสปูฟุตบอล โดยตรง และเป็นสินค้าที่เข้ากับผ้า แอนด์ เรสเตอร์รองก์ ได้เป็นอย่างดี

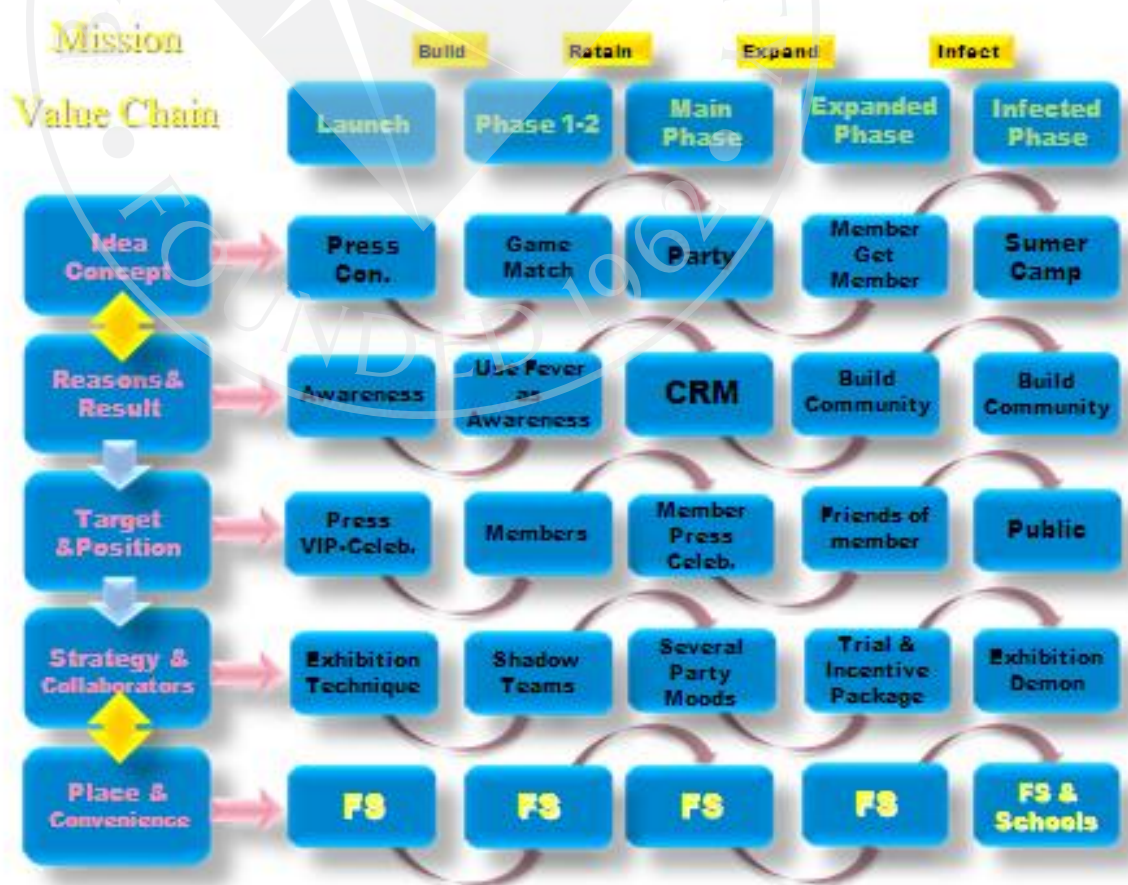
2) สินค้าประเภทเครื่องดื่มอัดลมระหว่าง เป๊ปซี่ หรือ โค้ก ซึ่งเป็นสินค้าที่เข้ากับ ผับ แอนด์ เรสเทอรองก์ ได้เป็นอย่างดี

ผู้สนับสนุนสนามไคร้ฟกอล์ฟ ได้แก่ เบียร์สิงห์ หรือเบียร์อื่น ๆ ที่ต้องการทำการตลาดกับผู้บริหารที่ให้บริการในสนาม ไคร้ฟกอล์ฟ

#### 5.7.4. กลยุทธ์การสร้างฐานลูกค้า

ในการสร้างฐานลูกค้าหรือคอมมูนิตี้ของโครงการ นอกจากการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ โครงการอย่างต่อเนื่อง ได้กำหนดให้มีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ในโอกาส ต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายของโครงการ และ เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคใช้สินค้าและบริการของโครงการ ดังนี้

ภาพที่ 6 : แสดงวงจรพันธกิจในการสร้างห่วงโซ่คุณค่า





### **Launch**

จัดงานแถลงข่าวเปิดตัวโครงการ โดยใช้สถานที่จัดงานภายในโครงการ พร้อมทั้งจัดกิจกรรมที่แสดงถึงศักยภาพของสนามฟุตบอล 7 คน และสนามไคร์ฟกอล์ฟ ด้วยการเชิญสื่อมวลชน คารานักแสดงหรือนักกีฬาที่มีชื่อเสียง เข้าร่วมงาน เพื่อให้ผู้บริโภครับรู้ ผ่านสื่อแขนงต่าง ๆ

### **Phase 1-2**

จัดการแข่งขันฟุตบอล 7 คน และการแข่งขัน ไคร์ฟ กอล์ฟ เพื่อสร้างกระแสการรับรู้ และแสดงศักยภาพของ สนามฟุตบอล และสนามไคร์ฟกอล์ฟภายในโครงการ เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมาย หรือลูกค้าทั่วไปของโครงการ สนใจสมัครเข้าร่วมเป็นสมาชิกของโครงการ

### **Main Phase**

จัดกิจกรรมขอบคุณสมาชิกของโครงการ เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าด้วยการเชิญ ศิลปินดารานักกีฬาที่มีชื่อเสียงเข้าร่วมงาน ให้สมาชิกของโครงการได้ใกล้ชิด ศิลปินดารานักกีฬาที่มีชื่อเสียง เพื่อสร้างความประทับใจให้สมาชิกของโครงการ

### **Expanded Phase**

กระตุ้นการขยายฐานสมาชิกของโครงการ ผ่านทางสมาชิก ด้วยการมอบแพ็คเกจสมาชิก ชั่วโมงให้กับเพื่อนหรือผู้ใกล้ชิดของสมาชิก เพื่อเป็นกระตุ้นให้เกิดการตลาดใช้สินค้าหรือบริการภายในโครงการ

### **Infected Phase**

ขยายฐานลูกค้าด้วยการจัดกิจกรรมเสริมทักษะด้านการกีฬาให้กับเยาวชน ในช่วงปิดภาคเรียนฤดูร้อน ด้วยการสอนทักษะกีฬาฟุตบอล และกอล์ฟให้กับเยาวชน โดยนักฟุตบอลและนักกอล์ฟที่มีชื่อเสียง โดยมีเป้าหมายในการขยายฐานลูกค้า ทั้งกลุ่มเยาวชนและผู้ปกครองของเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการ

ซึ่งกิจกรรมที่จะใช้ในการดำเนินกลยุทธ์การสร้างฐานลูกค้า ตามวงจรพันธกิจในการสร้างห่วงโซ่คุณค่า มีดังนี้

### **Mister and Miss Football Thailand Fan Club**

การประกวดเพื่อคัดเลือกชายและหญิง ซึ่งเป็นตัวแทนของแฟนคลับทีมฟุตบอลต่างประเทศ ที่มีบุคลิกภาพดี มีความรู้ในเรื่องกีฬาฟุตบอล เพื่อเข้าสู่วงการบันเทิงในฐานะพิธีกรรายการฟุตบอล หรือรายการต่าง ๆ ของทิวทัศน์ หรือ รายการของบริษัทในเครือ สยามสปอร์ตซินดิ

เขต หรือเพื่อโอกาสในการเข้าสู่วงการบันเทิงแขนงอื่น ๆ โดยกำหนดให้มีการจัดการประกวดในเดือนมิถุนายนของทุกปี

#### **Golf PGA Fan Club Championship**

การแข่งขันไคร์ฟกอล์ฟ แฟนคลับนักกอล์ฟ ที่ร่วมแข่งในรายการพี.จี.เอ.ทัวร์ เริ่มทำการแข่งขันพร้อมกับกอล์ฟ พี.จี.เอ.ทัวร์ แต่ละรายการ ซึ่งจะจัดการแข่งขันเป็นประจำทุกปี

#### **Football Fan Club Championship**

การแข่งขันฟุตบอล 7 คน ทีมแฟนคลับฟุตบอลต่างประเทศ เริ่มทำการแข่งขันพร้อมกับฟุตบอลพรีเมียร์ลีก อังกฤษ เปิดฤดูกาลแข่งขัน ซึ่งจะจัดการแข่งขันเป็นประจำทุกปี

#### **Football Charity Match**

การแข่งขันฟุตบอลนัดพิเศษ ระหว่างทีมศิลปินในวงการบันเทิงหรือนักกีฬาที่มีชื่อเสียง เพื่อหารายได้สนับสนุนวงการกีฬาในระดับโรงเรียน หรือเพื่อช่วยเหลือสังคมในโอกาสต่าง ๆ ตามแต่สถานการณ์ในแต่ละปี โดยในปีแรกจะจัดในวันเปิดตัวโครงการอย่างเป็นทางการ และในปีถัดไปจะจัดในวันฉลองครบรอบในแต่ละปีของโครงการ

#### **Big Four Big Match**

กิจกรรมถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอล พรีเมียร์ลีก อังกฤษ ระหว่าง 4 ทีมใหญ่ซึ่งประกอบด้วย แมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด, ลิเวอร์พูล, เชลซี และอาร์เซน่อล ซึ่งในอนาคตอาจมีการเปลี่ยนแปลงของแมตช์แข่งขันที่จะทำการถ่ายทอดสด ขึ้นอยู่กับกระแสของทีมฟุตบอล หรือแมตช์การแข่งขันในช่วงเวลานั้น ๆ

โดยก่อนการแข่งขันของแต่ละคู่ จะมีการแข่งขันฟุตบอลจากทีมดารา ซึ่งเป็นแฟนฟุตบอลทีมต่าง ๆ ที่จะทำการถ่ายทอดสดการแข่งขันในแต่ละครั้ง

#### **Football & Golf Summer camp**

จัดกิจกรรมเพื่อเปิดโอกาสให้เยาวชน ได้มีโอกาสฝึกทักษะการเล่นฟุตบอล และกอล์ฟจากผู้ฝึกสอนที่มีความรู้ความสามารถและมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ ซึ่งจัดขึ้นเป็นประจำทุกปีในช่วงปิดภาคเรียนภาคฤดูร้อน

ภาพที่ 7 : แสดงกลยุทธ์ในการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างคอมมูนิตี



### Launch (Anniversary)

กลุ่มเป้าหมาย : สื่อมวลชน แยกวีไอพี (สมาชิกโครงการ) นักแสดงและนักกีฬาที่มีชื่อเสียง  
 ก่อนการจัดกิจกรรม : โฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ อาทิเช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์และ  
 อินเทอร์เน็ต โดยเริ่มทำการโฆษณาในช่วงที่โครงการเปิดให้บริการอย่างไม่เป็นทางการ  
 กิจกรรม : งานแถลงข่าวเปิดตัวโครงการอย่างเป็นทางการ ภายในงานมีการจัดการแข่งขัน  
 ฟุตบอลการกุศล Football Charity Match

หลังการจัดกิจกรรม : นำเสนอกิจกรรมภายในงาน ให้ผู้บริโภครู้กลุ่มเป้าหมายรับรู้ผ่านสื่อ  
 ในช่องทางต่าง ๆ

### Phase 1

กลุ่มเป้าหมาย : ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายที่ชื่นชอบกีฬาฟุตบอล  
 ก่อนการจัดกิจกรรม : เปิดรับสมัครทีมแฟนคลับ เข้าร่วมการแข่งขัน ก่อนการแข่งขัน 1  
 เดือน

กิจกรรม : การแข่งขันฟุตบอล 7 คน Football Fan Club Championship และจัดกิจกรรม  
 Big Four Big Match ในวันที่มีการแข่งขันระหว่างทีมบีคโฟล์

หลังการจัดกิจกรรม : นำเสนอผลการแข่งขันฟุตบอล 7 คน Football Fan Club  
Championship และผลการแข่งขันของฟุตบอลลีกยุโรป ในแต่ละสัปดาห์

### Phase 2

กลุ่มเป้าหมาย : ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายที่ชื่นชอบกีฬาอล์ฟ

ก่อนการจัดกิจกรรม : เปิดรับสมัครแฟนคลับนักกอล์ฟ พี.จี.เอ.ทัวร์ เพื่อเข้าร่วมการแข่งขัน  
ก่อนวันแข่งขัน 15 วัน

กิจกรรม : การแข่งขันไคร์ฟกอล์ฟ PGA Fan Club Championship

หลังการจัดกิจกรรม : นำเสนอผลการแข่งขัน ไคร์ฟกอล์ฟ PGA Fan Club Championship  
และผลการแข่งขันของกอล์ฟ พี.จี.เอ.ทัวร์

### Main Phase

กลุ่มเป้าหมาย : สื่อมวลชน แคมป์ไอพี (สมาชิกโครงการ) นักแสดงและนักกีฬาที่มีชื่อเสียง

ก่อนการจัดกิจกรรม : รับสมัครผู้เข้าประกวด Mister and Miss Football Thailand Fan Club  
ก่อนการประกวด 1 เดือน

กิจกรรม : การประกวด Mister and Miss Football Thailand Fan Club และงานเลี้ยง  
ประจำปีเพื่อขอบคุณสมาชิกภายในงานประกวด

หลังการจัดกิจกรรม : นำเสนอกิจกรรมและภาพการมอบรางวัลผู้ชนะการประกวด เพื่อ  
กระตุ้นให้ผู้บริโภคสนใจสมัครเป็นสมาชิกโครงการ

### Expanded Phase

กลุ่มเป้าหมาย : เพื่อนหรือผู้ใกล้ชิดของสมาชิก

ก่อนการจัดกิจกรรม : เตรียมความพร้อมในส่วนต่าง ๆ

กิจกรรม : งานเลี้ยงต้อนรับสมาชิกใหม่

หลังการจัดกิจกรรม : นำเสนอกิจกรรมและข่าวสารสิทธิพิเศษของสมาชิก เพื่อกระตุ้นและ  
ดึงดูดให้ผู้บริโภคสนใจสมัครสมาชิก

### Infected Phase

กลุ่มเป้าหมาย : เด็กนักเรียนและผู้ปกครอง

ก่อนการจัดกิจกรรม : คัดเลือกอดีตนักฟุตบอล และนักกอล์ฟ ที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ เพื่อ  
ทำหน้าที่ผู้ฝึกสอน และรับสมัครเยาวชนที่สนใจเข้าร่วมโครงการ

กิจกรรม : ฝึกสอนทักษะด้านการกีฬาฟุตบอล และกอล์ฟ ให้กับเยาวชนในช่วงปิดเทอม

หลังการจัดกิจกรรม : นำเสนอกิจกรรมและสิทธิพิเศษของสมาชิก เพื่อกระตุ้นให้ผู้ปกครองของเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการสนใจสมัครเป็นสมาชิกโครงการ

## 5.8. แผนการตลาด

### 5.8.1. แผนการสื่อสารทางการตลาด

แผนการสื่อสารทางการตลาดที่จะใช้ในการสื่อสารกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายแบ่งออกเป็น 3 ช่วง

1) ช่วงเริ่มต้นโครงการก่อนการเปิดตัวอย่างเป็นทางการ เน้นการจัดงานแถลงข่าว เพื่อแนะนำบริษัท และจัดงานแถลงข่าวเพื่อแนะนำโครงการเมื่อโครงการแล้วเสร็จและเปิดบริการอย่างไม่เป็นทางการ พร้อมทั้งโฆษณาผ่านสื่อในเครือ สยามสปอร์ตซินดิเคท เพื่อให้ข่าวสารของโครงการเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายโดยตรง

2) ช่วงปีแรกซึ่งโครงการยังไม่เป็นที่รู้จัก จึงเน้นการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในวงกว้าง โดยจะเลือกสื่อที่มีศักยภาพในการเข้าถึงผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด ควบคู่กับการโฆษณาผ่านสื่อที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายโดยตรงของโครงการ ดังนี้

การจัดงานเปิดตัวโครงการ

โทรทัศน์ เลือกลง ช่อง 3 และช่อง 7 ในช่วงที่มีผู้ชมจำนวนมากที่สุดของแต่ละช่องในแต่ละวัน แม้จะมีราคาแพง แต่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคในวงกว้างจำนวนมาก และรายการที่เกี่ยวข้องกับกีฬาฟุตบอล เพราะสามารถเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายของโครงการโดยตรง

หนังสือพิมพ์ เลือกลงกับไทยรัฐ และเดลินิวส์ ซึ่งเป็นสองฉบับที่มียอดขายสูงที่สุด สามารถเข้าถึงผู้บริโภคในวงกว้างจำนวนมาก และ หนังสือพิมพ์ในเครือสยามกีฬา เพราะสามารถเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายโดยตรง

นิตยสาร เลือกลงเฉพาะนิตยสารในเครือ สยามสปอร์ตซินดิเคท เพราะสามารถเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายโดยตรง

รายการวิทยุ เลือกลงเฉพาะ รายการที่เกี่ยวกับฟุตบอลเพราะสามารถเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายโดยตรง

การเชิญชวนบริษัทผลิตละคร หรือภาพยนตร์ เข้ามาใช้เป็นฉากในการถ่ายทำ

ส่งภาพข่าวในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งจะจัดอย่างสม่ำเสมอ ให้กับสื่อมวลชน

อินเทอร์เน็ต เลือกลงเว็บไซต์แฟนคลับ ฟุตบอล ที่ได้รับความนิยมสูง เช่น เว็บไซต์ แฟนคลับทีมแมนฯยูฯ, ลิเวอร์พูล, อาร์เซน่อล, เชลซี, บาร์เซโลน่า, รีล มาดริด, รวมทั้งเว็บไซต์ในเครือสยามสปอร์ตซินดิเคท และเว็บไซต์ของโครงการ

3) ช่วงปีที่ 2 เป็นต้นไป ใช้ช่องทางในการทำการสื่อสารทางการตลาดเหมือนปีแรก แต่จะลดความถี่ในการลงโฆษณา ของโทรทัศน์ ช่อง 3 ช่อง 7 หนังสือพิมพ์ ไทยรัฐ เดลินิวส์ ลงเพื่อประหยัดรายจ่ายในส่วนของการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เพราะโครงการเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคมากขึ้น

### 5.8.2. กิจกรรมส่งเสริมการตลาด

นอกจากการจัดกิจกรรมตามกลยุทธ์การสร้างฐานลูกค้า ทางโครงการกำหนดให้มีการจัดกิจกรรมประจำปีเนื่องในเทศกาลประจำปีที่สำคัญต่าง ๆ ดังนี้

ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่

วันเด็ก

วาเลนไทน์

ตรุษจีน

สงกรานต์

วันแม่

เทศกาลฮาโลวีน

วันพ่อ

คริสมาสต์

โดยการตกแต่งโครงการให้เข้ากับบรรยากาศในแต่ละเทศกาล พร้อมทั้งร่วมมือกับร้านค้าภายในโครงการเพื่อมอบส่วนลดให้กับลูกค้าของโครงการตามแต่ละเทศกาล

## บทที่ 6

### แผนการเงิน

#### 6.1. สมมติฐานในการจัดทำแผนการเงิน

1) จัดทะเบียนจัดตั้งบริษัท ติดต่อเช่าที่ดิน และออกแบบสิ่งปลูกสร้างในโครงการตั้งแต่ 1 พฤศจิกายน 2552 เริ่มดำเนินการก่อสร้างสิ่งปลูกสร้างในโครงการ วันที่ 3 มกราคม ถึงวันที่ 31 ตุลาคม 2553 ทดลองเปิดดำเนินการอย่างไม่เป็นทางการ ในวันที่ 1 พฤศจิกายน 2553 และจะทำการปรับปรุงจนพร้อมเปิดบริการอย่างเป็นทางการในวันที่ 1 มกราคม 2554

2) อายุโครงการตามสัญญาเช่าที่ดิน 20 ปี นับจากวันเปิดบริการอย่างเป็นทางการ

#### 6.2. สมมติฐานเงินลงทุนในโครงการ

เนื่องจากการดำเนินโครงการฟุตบอล แอนด์ กอล์ฟ ไลฟ์สไตล์เซ็นเตอร์ ใช้เงินลงทุน 268.7 ล้านบาท ซึ่งในส่วนของเงินทุนจากผู้ถือหุ้น มีเพียง 148.7 ล้านบาท ผู้ดำเนินโครงการจึงใช้วิธีกู้ยืมเงินจาก ธนาคารกสิกรไทย เป็นจำนวน 120 ล้านบาท โดยมีอัตราดอกเบี้ยที่ต้องชำระ 5.85% MLR ต่อปี คงที่ทุกปี (อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ MLR อ้างอิงจากการประกาศของธนาคารพาณิชย์จดทะเบียนในประเทศ ประจำวันที่ 14 กันยายน 2552)

โดยในระยะแรกจะใช้เงินทุนจากผู้ถือหุ้น และจะเริ่มเบิกเงินกู้ ในช่วงครึ่งปีหลัง ของการก่อสร้างโครงการ

เงินทุนในส่วนของผู้ถือหุ้นจำนวน 148.7 ล้านบาท แบ่งออกเป็น 14,870 หุ้น หุ้นละ 10,000 บาท บันผลทุกปีปีละ 5% ของเงินทุนในส่วนผู้ถือหุ้น

ตารางที่ 49 แสดงรายละเอียดในส่วนของผู้ถือหุ้น

ผู้ถือหุ้น	จำนวนหุ้น
นาย วีระเดช อรุณศิริรักษ์	3,770
นาย ธเนศ วงศ์ประทีปวิไล	3,700
นาย ทรงศักดิ์ สรรไพโรจน์	3,700
นาย ภัทรวัตร วรภัทรนันท์ศิริ	3,700
รวม	14,870

ตารางที่ 50 : แสดงการชำระเงินต้นและดอกเบี้ยเงินกู้

ปีที่	เงินต้น	MLR	ดอกเบี้ย(ต่อปี)	ชำระคืนเงินต้น	เงินต้นค้างชำระ
0	120,000,000	5.85%	3,510,000	-	120,000,000
1	120,000,000	5.85%	7,020,000	24,000,000	96,000,000
2	96,000,000	5.85%	5,616,000	24,000,000	72,000,000
3	72,000,000	5.85%	4,212,000	24,000,000	48,000,000
4	48,000,000	5.85%	2,808,000	24,000,000	24,000,000
5	24,000,000	5.85%	1,404,000	24,000,000	-

ตารางที่ 51 : แสดงเงินลงทุนโครงการในส่วนต่างๆ

รายการ	ราคา (บาท)
ที่ดิน(เช่า) ปีที่ 0	20,000,000
ค่าออกแบบสิ่งปลูกสร้างในโครงการ (ทั้งหมด)	11,000,000
ค่าก่อสร้างสิ่งปลูกสร้างในโครงการ	113,000,000
ค่าตกแต่งแต่ละส่วนในโครงการ (เพิ่มเติม)	93,400,000
เครื่องใช้สำนักงาน และอุปกรณ์ต่างๆในโครงการ	19,000,000
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ก่อนการดำเนินงาน	100,000
เงินทุนหมุนเวียน	9,000,000
รวม	268.700,000

รายละเอียดเงินลงทุนในส่วนต่าง ๆ มีดังนี้

- 1) ที่ดิน เช่าที่ดินติดถนนพระรามเก้า เขตบางกะปิ พื้นที่ 17 ไร่ 2 งาน ค่าเช่าตารางวาละ 2,850 บาท



## 2) ค่าออกแบบสิ่งปลูกสร้างในโครงการ ประกอบด้วย

ตารางที่ 52 : แสดงราคาค่าออกแบบสิ่งปลูกสร้างในโครงการ

รายการ	ราคา (บาท)
ออกแบบโครงสร้างพื้นฐาน สนามฟุตบอล	1,040,000
ออกแบบโครงสร้างพื้นฐาน ห้องอาบน้ำ	61,875
ออกแบบโครงสร้างพื้นฐาน ฝั้ว แอนด์ เรสเตอร์รองค์	394,230
ออกแบบโครงสร้างพื้นฐาน ศูนย์การค้า รวมเพิ่มเติม สนามไคร้ฟ กอล์ฟ	3,763,800
ออกแบบตกแต่งภายใน สนามฟุตบอล	400,000
ออกแบบตกแต่งภายใน ห้องอาบน้ำ	50,000
ออกแบบตกแต่งภายใน ร้านอาหาร	900,000
ออกแบบตกแต่งภายใน พื้นที่ส่วนกลางศูนย์การค้า	3,180,458
ออกแบบตกแต่งภายใน สนามไคร้ฟ กอล์ฟ	1,200,000
รวม	10,546,490

## 3) ค่าก่อสร้างสิ่งปลูกสร้างในโครงการ ประกอบด้วย

ตารางที่ 53 : แสดงราคาค่าก่อสร้างสิ่งปลูกสร้างในโครงการ

รายการ	ราคา (บาท)
สนามฟุตบอล	32,000,000
ห้องอาบน้ำ	550,000
ฝั้ว แอนด์ เรสเตอร์รองค์	5,257,600
ศูนย์การค้า รวมเพิ่มเติม สนามไคร้ฟ กอล์ฟ	75,276,000
รวม	113,083,600

## 4) ค่าตกแต่งแต่ละส่วนในโครงการ ประกอบด้วย

ตารางที่ 54 : แสดงราคาค่าตกแต่งแต่ละส่วนในโครงการ

รายการ	ราคา (บาท)
สนามฟุตบอล	8,000,000
ห้องอาบน้ำ	500,000
ฝ้า แอนต์ เรสเตอร์รองค์	6,600,000
ออฟฟิต (ชั้น 2 ฝ้า แอนต์ เรสเตอร์รองค์)	2,400,000
ศูนย์การค้า (ส่วนกลาง)	28,230,000
ศูนย์การค้า (พื้นที่ร้านค้า)	20,700,000
สนามไคร์ฟ กอล์ฟ	12,000,000
ภายนอกสิ่งปลูกสร้างในโครงการ	15,000,000
รวม	93,430,000

## 5) เครื่องใช้สำนักงาน และอุปกรณ์ต่าง ๆ ในโครงการ

ตารางที่ 55 : แสดงราคาเครื่องใช้สำนักงาน และอุปกรณ์ต่าง ๆ ในโครงการ

รายการ	ราคา (บาท)
อุปกรณ์ภายในสนามฟุตบอล	4,000,000
อุปกรณ์ภายในร้านอาหาร	4,000,000
อุปกรณ์ระบบรักษาความปลอดภัยภายในโครงการ	3,000,000
อุปกรณ์ระบบเก็บค่าบริการจอดรถ	1,000,000
อุปกรณ์ภายในสนามกอล์ฟ	2,000,000
อุปกรณ์ต่างๆเพิ่มเติม	2,500,000
เครื่องใช้สำนักงาน	2,500,000
รวม	19,000,000

## 6) ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ก่อนการดำเนินงาน ประกอบด้วย

- ค่าใช้จ่ายในการขอจัดตั้ง 50,000 บาท
- ค่าธรรมเนียมต่าง ๆ 50,000 บาท

### 6.3. สมมติฐานในการจัดทำรายรับ

#### 6.3.1. รายได้จากสนามฟุตบอล

##### 6.3.1.1. ค่าเช่าสนามฟุตบอล 7 คน จำนวน 4 สนาม

อัตราค่าเช่าสนามในวันจันทร์ - วันศุกร์ เวลา 09.00 - 17.00 ราคา 1,300 บาท และชั่วโมงการใช้สนามทั้ง 4 สนามในช่วงราคา 1,300 บาท มีจำนวน 7,680 ชั่วโมงต่อปี

- สมมติฐานในสถานการณ์ดีเลิศ (Best Case) 20% ของจำนวนชั่วโมงต่อปี
- สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ (Most Likely) 15% ของจำนวนชั่วโมงต่อปี
- สมมติฐานในสถานการณ์เลวร้าย (Worst Case) 10% ของจำนวนชั่วโมงต่อปี

อัตราค่าเช่าสนามในวันจันทร์ - วันศุกร์ 17.00 - 01.00 วันเสาร์ - วันอาทิตย์ 09.00 - 01.00 ราคา 1,500 บาท และชั่วโมงการใช้สนามทั้ง 4 สนามในช่วงราคา 1,500 บาท มีจำนวน 13,824 ชั่วโมงต่อปี

- สมมติฐานในสถานการณ์ดีเลิศ (Best Case) 35% ของจำนวนชั่วโมงต่อปี
- สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ (Most Likely) 30% ของจำนวนชั่วโมงต่อปี
- สมมติฐานในสถานการณ์เลวร้าย (Worst Case) 25% ของจำนวนชั่วโมงต่อปี

##### 6.3.1.2. ค่าเช่าหมาพื้นที่สำหรับจัดกิจกรรม (เพิ่มขึ้น 10% ทุก 5 ปี)

อัตราค่าเช่าหมาสนาม วันละ 60,000 บาทต่อสนาม กำหนดให้ขายหมาให้แก่ Agency

- สมมติฐานในสถานการณ์ดีเลิศ (Best Case) 36 วันต่อปี ราคา 1,500,000 บาท
- สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ (Most Likely) 24 วันต่อปี ราคา 1,000,000 บาท
- สมมติฐานในสถานการณ์เลวร้าย (Worst Case) 12 วันต่อปี ราคา 500,000 บาท

##### 6.3.1.3. ผู้สนับสนุนสนามฟุตบอล

อัตราค่าสนับสนุนสนามฟุตบอลปีละ 7,500,000 บาทต่อสนาม

- สมมติฐานในสถานการณ์ดีเลิศ (Best Case) 3 สนามต่อปี
- สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ (Most Likely) 2 สนามต่อปี
- สมมติฐานในสถานการณ์เลวร้าย (Worst Case) 1 สนามต่อปี

### 6.3.2. รายได้จากศูนย์การค้า

#### 6.3.2.1. ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้า (เพิ่มขึ้น 10% ทุก 5 ปี)

อัตราค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าชั้น 1 ตารางเมตรละ 800 บาทต่อเดือน พื้นที่ให้เช่าร้านค้าชั้น 1 ทั้งหมด 2,250 ตารางเมตร

อัตราค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าชั้น 2 ตารางเมตรละ 650 บาทต่อเดือน พื้นที่ให้เช่าร้านค้าชั้น 2 ทั้งหมด 2,400 ตารางเมตร

อัตราค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าชั้น 3 ตารางเมตรละ 500 บาทต่อเดือน พื้นที่ให้เช่าร้านค้าชั้น 3 ทั้งหมด 2,250 ตารางเมตร

รายได้จากค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าต่อปีคิดจาก

- สมมติฐานในสถานการณ์ดีเลิศ (Best Case) 100% ของค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าทั้งหมด คุณ 12
- สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ (Most Likely) 90% ของค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าทั้งหมด คุณ 12
- สมมติฐานในสถานการณ์เลวร้าย (Worst Case) 85% ของค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าทั้งหมด คุณ

12

#### 6.3.2.2. ค่ามัดจำพื้นที่ร้านค้า (รับชำระล่วงหน้า 3 เดือน)

คิดจากค่าเช่าพื้นที่ร้านค้า ตามสมมติฐานในสถานการณ์ต่างๆ คุณ 3 เดือน

#### 6.3.2.3. ค่าสาธารณูปโภคพื้นที่ร้านค้า (เพิ่มขึ้น 10% ทุก 3 ปี)

คือค่าไฟฟ้า ค่าน้ำ ค่าโทรศัพท์ ค่าอินเทอร์เน็ต และค่าเก็บขยะ

- รายได้จากค่าสาธารณูปโภค คิดเฉลี่ยจาก 12% ของค่าเช่าพื้นที่ร้านค้า ตามสมมติฐานในสถานการณ์ต่างๆ

### 6.3.3. รายได้จากบริการจอดรถ

#### 6.3.3.1. ค่าจอดรถ

อัตราค่าจอดรถ 4 ชั่วโมงแรก 20 บาท (ไม่เกิน 30 นาที จอดฟรี) ตั้งแต่ 4 ชั่วโมงขึ้นไป ชั่วโมงละ 10 บาท ที่จอดรถในโครงการสามารถจอด ได้พร้อมกัน 400 คันต่อชั่วโมง

รายได้จากค่าจอดรถต่อปี คิดจากรถที่จอด 4 ชั่วโมงแรกเท่านั้น

- สมมติฐานในสถานการณ์ดีเลิศ (Best Case) 250% ของจำนวนรถที่จอดได้พร้อมกันใน 1 ชั่วโมง คุณ 365
- สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ (Most Likely) 200% ของจำนวนรถที่จอดได้พร้อมกันใน 1 ชั่วโมง คุณ 365
- สมมติฐานในสถานการณ์เลวร้าย (Worst Case) 150% ของจำนวนรถที่จอดได้พร้อมกันใน 1 ชั่วโมง คุณ 365

### 6.3.3.2. ค่าเช่าพื้นที่คาร์แคร์ (เพิ่มขึ้น 10% ทุก 5 ปี)

อัตราค่าเช่าพื้นที่คาร์แคร์ กำหนดให้ขึ้นอยู่กับ สมมติฐานในสถานการณ์ต่าง ๆ และกำหนดพื้นที่ให้เช่า 300 ตารางเมตร

รายได้ค่าเช่าพื้นที่คาร์แคร์ต่อปีคิดจาก

- สมมติฐานในสถานการณ์ดีเลิศ (Best Case) ตารางเมตรละ 175 บาทต่อเดือน คุณ 12
- สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ (Most Likely) ตารางเมตรละ 150 บาทต่อเดือน คุณ 12
- สมมติฐานในสถานการณ์เลวร้าย (Worst Case) ตารางเมตรละ 125 บาทต่อเดือน คุณ 12

### 6.3.3.3. ค่ามัดจำพื้นที่คาร์แคร์ (รับชำระล่วงหน้า 3 เดือน)

รายได้จากค่ามัดจำพื้นที่คาร์แคร์ คิดจากค่าเช่าพื้นที่คาร์แคร์ ตามสมมติฐานในสถานการณ์ต่างๆ คุณ 3

### 6.3.3.4. ค่าสาธารณูปโภคพื้นที่คาร์แคร์ (เพิ่มขึ้น 10% ทุก 3 ปี)

คือค่าไฟฟ้า ค่าน้ำ ค่าโทรศัพท์ และค่าเก็บขยะ

รายได้จากค่าสาธารณูปโภค คิดเฉลี่ยจาก 20% ของค่าเช่าพื้นที่คาร์แคร์ ตามสมมติฐานในสถานการณ์ดีเลิศ (Best Case )

## 6.3.4. รายได้จากสนามไคร์ฟ กอล์ฟ 24 เลนส์

กำหนดให้เปิดบริการวันละ 4 รอบต่อ 1 เลนส์ วันจันทร์ - วันศุกร์ มีจำนวน 261 วันต่อปี และ วันเสาร์ - วันอาทิตย์ มีจำนวน 104 วันต่อปี

### 6.3.4.1. ค่ารอบ อัตราค่าบริการกำหนดให้ 200 บาทต่อรอบ

รายได้ค่าบริการต่อปีในวันจันทร์ - วันศุกร์ คิดจาก

- สมมติฐานในสถานการณ์ดีเลิศ (Best Case) 50% ของจำนวนรอบจันทร์ - สุุกร์ต่อไป
- สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ (Most Likely) 35% ของจำนวนรอบจันทร์ - สุุกร์ต่อไป
- สมมติฐานในสถานการณ์เลวร้าย (Worst Case) 20% ของจำนวนรอบจันทร์ - สุุกร์ต่อไป

รายได้ค่ารอบต่อไปในวันเสาร์ - วันอาทิตย์ คิดจาก

- สมมติฐานในสถานการณ์ดีเลิศ (Best Case) 80% ของจำนวนรอบเสาร์ - อาทิตย์ต่อไป
- สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ (Most Likely) 65% ของจำนวนรอบเสาร์ - อาทิตย์ต่อไป
- สมมติฐานในสถานการณ์เลวร้าย (Worst Case) 50% ของจำนวนรอบเสาร์ - อาทิตย์ต่อไป

#### 6.3.4.2 ค่าลูกกอล์ฟ อัตราค่าลูกกอล์ฟกำหนดให้เฉลี่ย 300 บาทต่อรอบ

รายได้ค่าลูกกอล์ฟต่อไปในวันจันทร์ - วันศุกร์ คิดจากสมมติฐานในสถานการณ์ต่าง ๆ ของรายได้ค่ารอบในวันจันทร์ - วันศุกร์

รายได้ค่าลูกกอล์ฟต่อไปในวันเสาร์ - วันอาทิตย์ คิดจากสมมติฐานในสถานการณ์ต่าง ๆ ของรายได้ค่ารอบในวันเสาร์ - วันอาทิตย์

#### 6.3.4.3 ค่าอาหารและเครื่องดื่ม อัตราค่าอาหารและเครื่องดื่มกำหนดให้เฉลี่ย 500 บาทต่อรอบ (เพิ่มขึ้น 5% ทุก 3 ปี)

รายได้ค่าอาหารและเครื่องดื่มต่อไปในวันจันทร์ - วันศุกร์ คิดจากสมมติฐานในสถานการณ์ต่าง ๆ ของรายได้ค่ารอบในวันจันทร์ - วันศุกร์

รายได้ค่าอาหารและเครื่องดื่มต่อไปในวันเสาร์ - วันอาทิตย์ คิดจากสมมติฐานในสถานการณ์ต่าง ๆ ของรายได้ค่ารอบในวันเสาร์ - วันอาทิตย์

#### 6.3.4.4. รายได้จากผู้สนับสนุนสนามโคร์ฟกอล์ฟ

กำหนดให้อัตราค่าสนับสนุนปีละ 1,500,000 บาท

- สมมติฐานในสถานการณ์ดีเลิศ (Best Case) 100%
- สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ (Most Likely) 75%
- สมมติฐานในสถานการณ์เลวร้าย (Worst Case) 50%

### 6.3.5. รายได้จากฝับ แอนด์ เรสเตอรองก์

#### 6.3.5.1. รายได้จากค่าอาหารและเครื่องดื่ม (เพิ่มขึ้น 5% ทุก 3 ปี)

กำหนดให้จำนวนโต๊ะ ในร้านอาหาร 70 โต๊ะ

ค่าอาหารและเครื่องดื่ม เฉลี่ย (จันทร์ - ศุกร์ 10.00 - 13.00) 500 บาท/โต๊ะ

- สมมติฐานในสถานการณ์ดีเลิศ (Best Case) 35%
- สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ (Most Likely) 30%
- สมมติฐานในสถานการณ์เลวร้าย (Worst Case) 15%

ค่าอาหารและเครื่องดื่ม เฉลี่ย (จันทร์ - ศุกร์ 13.00 - 17.00) 500 บาท/โต๊ะ

- สมมติฐานในสถานการณ์ดีเลิศ (Best Case) 35%
- สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ (Most Likely) 30%
- สมมติฐานในสถานการณ์เลวร้าย (Worst Case) 15%

ค่าอาหารและเครื่องดื่ม เฉลี่ย (จันทร์ - ศุกร์ 17.00 - 21.00) 500 บาท/โต๊ะ

- สมมติฐานในสถานการณ์ดีเลิศ (Best Case) 35%
- สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ (Most Likely) 30%
- สมมติฐานในสถานการณ์เลวร้าย (Worst Case) 15%

ค่าอาหารและเครื่องดื่ม เฉลี่ย (อาทิตย์ - พุธ 21.00 - 01.00) 2,000 บาท/โต๊ะ

- สมมติฐานในสถานการณ์ดีเลิศ (Best Case) 60%
- สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ (Most Likely) 45%
- สมมติฐานในสถานการณ์เลวร้าย (Worst Case) 25%

ค่าอาหารและเครื่องดื่ม เฉลี่ย (เสาร์ - อาทิตย์ 10.00 - 13.00) 500 บาท/โต๊ะ

- สมมติฐานในสถานการณ์ดีเลิศ (Best Case) 70%
- สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ (Most Likely) 60%
- สมมติฐานในสถานการณ์เลวร้าย (Worst Case) 35%

ค่าอาหารและเครื่องดื่ม เฉลี่ย (เสาร์ - อาทิตย์ 13.00 - 17.00) 500 บาท/โต๊ะ

- สมมติฐานในสถานการณ์ดีเลิศ (Best Case) 70%
- สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ (Most Likely) 60%

- สมมติฐานในสถานการณ์เลวร้าย (Worst Case) 35%

ค่าอาหารและเครื่องดื่ม เฉลี่ย (เสาร์ - อาทิตย์ 17.00 - 21.00) 500 บาท/โต๊ะ

- สมมติฐานในสถานการณ์ดีเลิศ (Best Case) 70%

- สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ (Most Likely) 60%

- สมมติฐานในสถานการณ์เลวร้าย (Worst Case) 35%

ค่าอาหารและเครื่องดื่ม เฉลี่ย (ศุกร์ - เสาร์. 21.00 - 01.00) 2,000 บาท/โต๊ะ

- สมมติฐานในสถานการณ์ดีเลิศ (Best Case) 140%

- สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ (Most Likely) 120%

- สมมติฐานในสถานการณ์เลวร้าย (Worst Case) 80%

จันทร์ - ศุกร์ 10.00 - 21.00 และ อาทิตย์ - พุธสัปดาห์ 21.00 - 01.00 มี 261 วัน/ปี

เสาร์ - อาทิตย์ 10.00 - 21.00 และ ศุกร์ - เสาร์ 21.00 - 01.00 มี 104 วัน/ปี

### 6.3.5.2. รายได้จากผู้สนับสนุนผ้า แอนต์ เรสเตอร์รอง

กำหนดให้อัตราค่าสนับสนุนปีละ 8,000,000 บาท

- สมมติฐานในสถานการณ์ดีเลิศ (Best Case) 100%

- สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ (Most Likely) 75%

- สมมติฐานในสถานการณ์เลวร้าย (Worst Case) 50%

### 6.3.6. รายได้จากการจัดกิจกรรมพิเศษ ที่กำหนดให้จัดขึ้นต่อเนื่องทุกปี (เพิ่มขึ้น 10% ทุก 5

ปี)

กำหนดให้แต่ละงานที่จัดขึ้นมีรายได้ดังนี้

Mister and Miss Football Thailand Fan Club 2,500,000

Football Fan Club Championship 1,500,000

Big Four Big Match (12 Match) 4,800,000

Football Charity Match 1,000,000

คลินิกฟุตบอล 1,000,000

กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 1 1,000,000

กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 2 1,000,000



กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 3 1,000,000

#### 6.4. สมมติฐานในการจัดทำรายจ่าย

##### 6.4.1. ค่าเช่าที่ดิน

กำหนดให้จ่าย ปีละ 2 งวด งวดละ 50% ของค่าเช่าที่ดิน ในวันที่ 5 มกราคม และ วันที่ 5 กรกฎาคม ของทุกปี เริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2554 ในราคา 20 ล้านบาทต่อปี และจ่ายเพิ่มขึ้น 10% ทุก 5 ปี เริ่มต้นในปีที่ 6

##### 6.4.2. ต้นทุนอาหารและเครื่องคั้ม

กำหนดให้ต้นทุนของอาหารและเครื่องคั้มเฉลี่ย 18% ของรายได้จากค่าอาหารและเครื่องคั้ม และเพิ่มขึ้น 5% ทุก 3 ปี เริ่มต้นในปีที่ 4

##### 6.4.3. เงินเดือนผู้บริหารและพนักงาน

กำหนดให้จ่ายเงินเดือนตาม โครงสร้างขององค์กร ทุกวันที่ 28 ของเดือน และจะมีการปรับอัตราเงินเดือนขึ้นทุกปี ปีละ 5% สำหรับผู้บริหารและพนักงานประจำตามโครงสร้างองค์กร และกำหนดให้จ่ายโบนัส จำนวน 1 เดือน ให้แก่ผู้บริหารและพนักงานทุกคน ในวันที่ 28 ธันวาคม ของทุกปี

โดยในส่วนของค่าแรงพนักงานอัตราจ้าง กำหนดให้เพิ่มค่าแรง 5% ทุก 3 ปี เริ่มต้นในปีที่ 4

##### 6.4.4. ค่าสาธารณูปโภค (น้ำประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์ และค่าเก็บขยะ)

กำหนดให้จ่ายเพิ่มจากรายรับค่าสาธารณูปโภคอีก 20% และเพิ่มขึ้น 10% ทุก 3 ปี เริ่มต้นในปีที่ 4

##### 6.4.5. ค่าใช้จ่ายงานเปิดตัวโครงการ

กำหนดให้มีค่าใช้จ่ายในงานเปิดตัวโครงการ วันที่ 1 มกราคม 2554 จำนวน 10 ล้านบาท

##### 6.4.6. ค่าใช้จ่ายการสื่อสารทางการตลาด

กำหนดให้มีงบประมาณในการโฆษณาโครงการ ปีแรก 24 ล้านบาท เฉลี่ยเดือนละ 2 ล้านบาท และ ปีที่สองเป็นต้นไปปีละ 12 ล้านบาท เฉลี่ยเดือนละ 1 ล้านบาท ซึ่งอาจจะมีการเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสม

#### 6.4.7. ค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรม

กำหนดให้มีงบประมาณสำหรับจัดกิจกรรมในโอกาสต่าง ๆ จำนวน 3 ล้านบาทตลอดทุกปี เฉลี่ยเดือนละ 2 แสนบาท ซึ่งอาจจะมีการเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสม

#### 6.4.8. ค่าใช้จ่ายปรับปรุงและซ่อมบำรุงโครงการ

กำหนดให้มีงบประมาณเพื่อใช้ซ่อมบำรุง อุปกรณ์ หรือสิ่งปลูกสร้างในโครงการ ปีละ 3 ล้านบาทตลอดทุกปี เฉลี่ยเดือนละ 2.5 แสนบาท โดยในปีที่ 6 และ 16 จะใช้งบในการปรับปรุง 1.5 ล้านบาท และเพื่อปรับปรุงโครงการ ให้มีความทันสมัยตลอดเวลา จึงกำหนดให้มีงบประมาณในการปรับปรุงครั้งใหญ่ใหญ่ในปีที่ 11 เป็นจำนวน 30 ล้านบาท ซึ่งอาจจะมีการเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสม

#### 6.4.9. ค่ากฎหมาย

กำหนดให้มีงบประมาณสำหรับใช้จ่ายเกี่ยวกับกฎหมายต่าง ๆ ปีละ 3 แสนบาทตลอดทุกปี เฉลี่ยเดือนละ 2.5 หมื่นบาท

#### 6.4.10. ค่าใช้จ่ายในกาวิจัย

กำหนดให้มีงบประมาณในการทำการวิจัยทุก 3 ปี ปีละ 1 ล้านบาท โดยจะเล่มทำการวิจัยในปีที่ 4 เนื่องจากโครงการต้องตอบสนองรูปแบบการดำเนินชีวิต ของผู้บริหาร โภค จึงต้องทำการวิจัย เพื่อพัฒนาโครงการ ให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริหาร โภคอยู่ตลอดเวลา

#### 6.4.11. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ

กำหนดให้มีงบประมาณรายจ่ายอื่น ๆ ปีละ 3 ล้านบาทตลอดทุกปี เพื่อใช้จ่ายในกรณีฉุกเฉิน อาทิเช่น การจัดกิจกรรมแบบกะทันหันในโอกาสพิเศษนอกเหนือจากแผนการจัดกิจกรรมปกติ ค่าเบี้ยประกันภัย ค่าเดินทาง และค่าใช้จ่ายอื่นๆที่เกิดขึ้นอย่างไม่คาดฝัน เป็นต้น

6.4.12. ค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรมพิเศษ ที่กำหนดให้จัดขึ้นต่อเนื่องทุกปี (เพิ่มขึ้น 10% ทุก 5 ปี)

กำหนดให้ค่าใช้จ่ายในการจัดงาน เท่ากับ 60% ของรายได้ในแต่ละกิจกรรม

#### 6.4.13. ค่าใช้จ่ายการกุศล

กำหนดให้ค่าใช้จ่ายการกุศลเท่ากับรายได้หลังหักค่าใช้จ่าย ของกิจกรรม Football Charity Match

#### 6.5. สรุปผลงบการเงินของโครงการ

ตารางที่ 56 : แสดงผลตอบแทนของโครงการ ในสถานการณ์ต่างๆ

	Best Case	Most Likely Case	Worst Case
Payback Period	3 ปี 2 เดือน 9 วัน	4 ปี 3 เดือน 29 วัน	6 ปี 9 เดือน 27 วัน
NPV	฿ 689,916,957.66	฿ 415,079,339.93	฿ 68,575,864.74
IRR	19%	12%	2%

ตารางที่ 57 : แสดงกระแสเงินสดโครงการปีที่ 1 (รายเดือน) ในสถานการณ์ปกติ Most Likely Case

เดือน	0	1	2	3	4	5	6
<b>บริษัท เอพี. แอนดี. โยโยด์ ดีเวลอปเม้นท์ จำกัด</b>							
<b>ประมาณการกระแสเงินสดปีที่ 1 (Most Likely Case ปีที่ 1)</b>							
<b>กระแสเงินสดรับ (Cash Inflow)</b>							
กระแสเงินสดรับจากกิจกรรมดำเนินงาน							
เงินสดรับจากผู้ถือหุ้น	146,700,000.00						
เงินสดรับจากการกู้ยืม	120,000,000.00						
<b>กระแสเงินสดรับ (Cash Inflow)</b>							
ขาย ได้จากสามฟุตบอล 7 คน	677,666.00	1,976,533.33	1,976,533.33	1,976,533.33	1,976,533.33	1,976,533.33	1,976,533.33
ขาย ได้จากทีม แอนดี เสนอเอง	4,699,200.00	4,557,500.00	4,557,500.00	4,557,500.00	4,557,500.00	4,557,500.00	4,557,500.00
ขาย ได้จากศูนย์การค้า	13,079,260.00	4,520,880.00	4,520,880.00	4,520,880.00	4,520,880.00	4,520,880.00	4,520,880.00
ขาย ได้จากที่จอดรถ	756,000.00	535,500.00	535,500.00	535,500.00	535,500.00	535,500.00	535,500.00
ขาย ได้จากสนาม โดรีฟ คอล์ฟ	-	1,364,500.00	1,364,500.00	1,364,500.00	1,364,500.00	1,364,500.00	1,364,500.00
ขาย ได้จากกิจกรรมพิเศษ	-	1,541,666.67	1,541,666.67	1,541,666.67	1,541,666.67	1,541,666.67	1,541,666.67
<b>รวมกระแสเงินสดรับ</b>	<b>19,411,156.00</b>	<b>14,516,580.00</b>	<b>14,516,580.00</b>	<b>14,516,580.00</b>	<b>14,516,580.00</b>	<b>14,516,580.00</b>	<b>14,516,580.00</b>
<b>กระแสเงินสดจ่าย (Cash Outflow)</b>							
กระแสเงินสดจ่ายจากกิจกรรมดำเนินงาน							
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริการ	(5,997,200.00)	(3,838,600.00)	(3,838,600.00)	(3,838,600.00)	(3,838,600.00)	(3,838,600.00)	(3,838,600.00)
ต้นทุนขาย	(2,264,320.00)	(2,336,663.33)	(2,336,663.33)	(2,336,663.33)	(2,336,663.33)	(2,336,663.33)	(2,336,663.33)
<b>กระแสเงินสดจ่ายจากกิจกรรมการลงทุน</b>							
ค่าเช่าที่ดิน (ปีที่ 0)	(20,000,000.00)	-	-	-	-	-	-
ค่าออกแบบสิ่งปลูกสร้างโครงการ	(11,000,000.00)	-	-	-	-	-	-
ค่าก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานสิ่งปลูกสร้างในโครงการ	(113,000,000.00)	-	-	-	-	-	-
ค่าขมแต่งสิ่งปลูกสร้างในโครงการ	(93,400,000.00)	-	-	-	-	-	-
เครื่องใช้สำนักงาน และอุปกรณ์ต่าง ๆ ในการดำเนินโครงการ	(19,000,000.00)	-	-	-	-	-	-
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ก่อนการดำเนินงาน	(100,000.00)	-	-	-	-	-	-
เงินเดือนผู้บริหารและพนักงาน (ปีที่ 0)	(3,200,000.00)	-	-	-	-	-	-
เงินทุนหมุนเวียน	(9,000,000.00)	-	-	-	-	-	-
<b>กระแสเงินสดจ่ายจากกิจกรรมการจัดหาเงิน</b>							
เงินสดจ่ายชำระดอกเบี้ยจ่าย	(3,510,000.00)	-	-	-	-	-	-
เงินสดจ่ายชำระคืนเงินต้น	-	-	-	-	-	-	-
เงินสดจ่ายชำระภาษีเงินได้ (30%)	(2,285,890.80)	-	-	-	-	-	-
<b>รวมกระแสเงินสดจ่าย</b>	<b>(282,777,410.80)</b>	<b>(6,175,263.33)</b>	<b>(6,175,263.33)</b>	<b>(6,175,263.33)</b>	<b>(6,175,263.33)</b>	<b>(6,175,263.33)</b>	<b>(6,175,263.33)</b>
<b>กำไรสุทธิ</b>	<b>(263,366,254.80)</b>	<b>(11,658,683.33)</b>	<b>(8,341,316.67)</b>	<b>(8,341,316.67)</b>	<b>(8,341,316.67)</b>	<b>(8,341,316.67)</b>	<b>(8,341,316.67)</b>
บวก ค่าเสื่อมราคา	-	-	-	-	-	-	-
บวก เงินหมุนเวียน	9,000,000.00	-	-	-	-	-	-
หัก เงินปันผล	-	-	-	-	-	-	-
<b>กระแสเงินสดสุทธิ (Net Cash Flows)</b>	<b>(254,366,254.80)</b>	<b>(11,658,683.33)</b>	<b>(8,341,316.67)</b>	<b>(8,341,316.67)</b>	<b>(8,341,316.67)</b>	<b>(8,341,316.67)</b>	<b>(8,341,316.67)</b>
<b>เงินสดปลายงวด</b>	<b>(254,366,254.80)</b>	<b>(266,024,938.13)</b>	<b>(257,683,621.47)</b>	<b>(249,342,304.80)</b>	<b>(241,000,988.13)</b>	<b>(232,659,671.47)</b>	<b>(224,318,354.80)</b>

ตารางที่ 57 (ต่อ) : แสดงกระแสเงินสดโครงการปีที่ 1 (รายเดือน) ในสถานการณ์ปกติ Most Likely Case

7	บริษัท เอพี. แอนด์ จี. ไซไฟต์ ดีเวลอปเม้นท์ จำกัด ประมาณการกระแสเงินสดสุทธิ (Most Likely Case ปีที่ 1)				
	8	9	10	11	
				12	รวม
					148,700,000.00
					120,000,000.00
1,976,533.33	1,976,533.33	1,976,533.33	1,976,533.33	1,976,533.33	23,718,400.00
4,557,500.00	4,557,500.00	4,557,500.00	4,557,500.00	4,557,500.00	54,690,000.00
4,520,880.00	4,520,880.00	4,520,880.00	4,520,880.00	4,520,880.00	54,250,560.00
535,500.00	535,500.00	535,500.00	535,500.00	535,500.00	6,426,000.00
1,384,500.00	1,384,500.00	1,384,500.00	1,384,500.00	1,384,500.00	16,614,000.00
1,541,666.67	1,541,666.67	1,541,666.67	1,541,666.67	1,541,666.67	18,500,000.00
<b>14,516,580.00</b>	<b>14,516,580.00</b>	<b>14,516,580.00</b>	<b>14,516,580.00</b>	<b>14,516,580.00</b>	<b>174,198,960.00</b>
(13,838,600.00)	(3,838,600.00)	(3,838,600.00)	(3,838,600.00)	(5,033,600.00)	(77,258,200.00)
(2,336,663.33)	(2,336,663.33)	(2,336,663.33)	(2,336,663.33)	(2,336,663.33)	(28,039,560.00)
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
(16,175,263.33)	(6,175,263.33)	(6,175,263.33)	(6,175,263.33)	(51,317,503.33)	(43,947,240.00)
(1,658,683.33)	8,341,316.67	8,341,316.67	8,341,316.67	(36,800,923.33)	130,251,720.00
-	-	-	-	18,790,000.00	18,790,000.00
-	-	-	-	9,000,000.00	9,000,000.00
-	-	-	-	(7,435,000.00)	(7,435,000.00)
(1,658,683.33)	6,341,316.67	6,341,316.67	6,341,316.67	(16,445,923.33)	45,306,560.00
(225,977,036.13)	(217,635,721.47)	(209,294,404.80)	(200,953,086.13)	(192,611,771.47)	(209,057,694.80)

ตารางที่ 58 : แสดงกระแสเงินสดโครงการ ในสถานการณ์ปกติ Most Likely Case

ปี	0	1	2	3	4	5
<b>บริษัท เอพี. แอนด์ ซี. โซลูชั่นส์ ดิวelopเม้นท์ จำกัด</b>						
<b>ประมาณการกระแสเงินสดสุทธิ (Most Likely Case)</b>						
<b>กระแสเงินสดรับ (Cash Inflow)</b>						
กระแสเงินสดรับจากการดำเนินงาน						
ส่วนของผู้ถือหุ้น	148,700,000.00	-	-	-	-	-
เงินสดรับจากการกู้ยืม	120,000,000.00	-	-	-	-	-
<b>กระแสเงินสดรับจากกิจกรรมดำเนินงาน</b>						
รายได้จากส่วนที่มอบ 7 คน	677,696.00	23,718,400.00	23,718,400.00	23,718,400.00	23,718,400.00	23,718,400.00
รายได้จากทีม แอนด์ เซลล์เอง	4,899,200.00	54,690,000.00	54,690,000.00	54,690,000.00	57,124,500.00	57,124,500.00
รายได้จากศูนย์การค้า	13,078,260.00	54,250,560.00	54,250,560.00	54,250,560.00	54,831,816.00	54,831,816.00
รายได้จากที่จอดรถ	796,000.00	6,426,000.00	6,426,000.00	6,426,000.00	6,438,600.00	6,438,600.00
รายได้จากสนามโทรศัพท์ กอล์ฟ	-	16,614,000.00	16,614,000.00	16,614,000.00	16,995,600.00	16,995,600.00
รายได้จากกิจกรรมพิเศษ	-	18,500,000.00	18,500,000.00	18,500,000.00	18,500,000.00	18,500,000.00
<b>รวมกระแสเงินสดรับ</b>	<b>19,411,156.00</b>	<b>174,198,960.00</b>	<b>174,198,960.00</b>	<b>174,198,960.00</b>	<b>177,608,916.00</b>	<b>177,608,916.00</b>
<b>กระแสเงินสดจ่าย (Cash Outflow)</b>						
<b>กระแสเงินสดจ่ายจากกิจกรรมดำเนินงาน</b>						
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริการ	(5,997,200.00)	(77,258,200.00)	(55,547,450.00)	(55,547,450.00)	(57,912,380.63)	(57,247,223.66)
ต้นทุนขาย	(2,284,320.00)	(28,039,960.00)	(28,039,960.00)	(28,039,960.00)	(28,979,458.00)	(28,979,458.00)
<b>กระแสเงินสดจ่ายจากกิจกรรมการลงทุน</b>						
ค่าเช่าที่ดิน (ปีที่ 0)	(30,000,000.00)	-	-	-	-	-
ค่าออกแบบสิ่งปลูกสร้างโครงการ	(11,000,000.00)	-	-	-	-	-
ค่าก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานสิ่งปลูกสร้างโครงการ	(113,000,000.00)	-	-	-	-	-
ค่าดูแลสิ่งปลูกสร้างโครงการ	(93,400,000.00)	-	-	-	-	-
เครื่องใช้สำนักงาน และอุปกรณ์ต่าง ๆ ในการดำเนินโครงการ	(19,000,000.00)	-	-	-	-	-
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ก่อนการดำเนินงาน	(300,000.00)	-	-	-	-	-
เงินเดือนผู้บริหารและพนักงาน (ปีที่ 0)	(3,200,000.00)	-	-	-	-	-
เงินลงทุนหมุนเวียน	(9,000,000.00)	-	-	-	-	-
<b>กระแสเงินสดจ่ายจากกิจกรรมการจัดการเงิน</b>						
เงินสดจ่ายชำระดอกเบี้ยจ่าย	(3,510,000.00)	(7,020,000.00)	(5,616,000.00)	(4,212,000.00)	(2,808,000.00)	(1,404,000.00)
เงินสลายชำระคืนเงินต้น	-	(24,000,000.00)	(24,000,000.00)	(24,000,000.00)	(24,000,000.00)	(24,000,000.00)
เงินสลายชำระภาษีเงินได้ (30%)	(2,285,890.80)	(12,927,240.00)	(19,861,665.00)	(20,191,751.25)	(20,735,723.21)	(21,356,470.30)
<b>รวมกระแสเงินสดจ่าย</b>	<b>(282,777,410.80)</b>	<b>(149,245,400.00)</b>	<b>(133,065,075.00)</b>	<b>(131,991,161.25)</b>	<b>(134,435,561.84)</b>	<b>(132,987,151.96)</b>
<b>ค่าสุทธิ</b>	<b>(283,266,254.80)</b>	<b>24,953,560.00</b>	<b>41,133,885.00</b>	<b>42,207,798.75</b>	<b>43,173,354.16</b>	<b>44,221,764.04</b>
บวก ค่าเสื่อมราคา (สัมฤทธิ์การ)	-	18,790,000.00	18,790,000.00	18,790,000.00	18,790,000.00	18,790,000.00
บวก เงินทุนหมุนเวียน	9,000,000.00	9,000,000.00	9,000,000.00	9,000,000.00	9,000,000.00	9,000,000.00
ลบ เงินปันผล(ผู้ถือหุ้น)	-	(7,435,000.00)	(7,435,000.00)	(7,435,000.00)	(7,435,000.00)	(7,435,000.00)
<b>กระแสเงินสดสุทธิ (Net Cash Flows)</b>	<b>(254,366,254.80)</b>	<b>45,308,560.00</b>	<b>61,468,885.00</b>	<b>62,562,798.75</b>	<b>63,528,354.16</b>	<b>64,976,764.04</b>
<b>เงินสดปลายงวด</b>	<b>(254,366,254.80)</b>	<b>(209,057,694.80)</b>	<b>(147,568,809.80)</b>	<b>(85,006,011.05)</b>	<b>(21,477,656.89)</b>	<b>43,499,107.15</b>

ตารางที่ 58 (ต่อ) : แสดงกระแสเงินสดโครงการ ในสถานการณ์ปกติ Most Likely Case

6	7	8	9	10	11	12	13	14
บริษัท เอพี. แอนด์ ลี. โยไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด								
ประมาณการกระแสเงินสดสุทธิ (Most Likely Case)								
-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-
23,818,400.00	23,818,400.00	23,818,400.00	23,818,400.00	23,718,400.00	23,928,400.00	23,928,400.00	23,928,400.00	23,928,400.00
57,124,500.00	59,680,725.00	59,680,725.00	59,680,725.00	62,364,761.25	62,364,761.25	62,364,761.25	65,182,999.31	65,182,999.31
59,675,616.00	60,314,997.60	60,314,997.60	60,314,997.60	61,018,317.36	66,346,497.36	66,346,497.36	67,120,149.10	67,120,149.10
6,492,600.00	6,506,460.00	6,506,460.00	6,506,460.00	6,521,706.00	6,581,106.00	6,581,106.00	6,597,876.60	6,597,876.60
16,995,600.00	17,396,380.00	17,396,380.00	17,396,380.00	17,816,994.00	17,816,994.00	17,816,994.00	18,259,743.70	18,259,743.70
20,350,000.00	20,350,000.00	20,350,000.00	20,350,000.00	20,350,000.00	22,385,000.00	22,385,000.00	22,385,000.00	22,385,000.00
<b>184,456,716.00</b>	<b>188,066,862.60</b>	<b>188,066,862.60</b>	<b>188,066,862.60</b>	<b>191,790,178.61</b>	<b>199,422,758.61</b>	<b>199,422,758.61</b>	<b>203,473,168.71</b>	<b>203,473,168.71</b>
(71,673,808.94)	(61,247,147.95)	(61,247,147.95)	(61,654,151.74)	(63,979,712.93)	(66,182,092.99)	(66,182,092.99)	(68,664,835.97)	(68,664,835.97)
(23,904,459.00)	(30,890,930.90)	(30,890,930.90)	(30,890,930.90)	(31,926,727.45)	(32,944,227.45)	(32,944,227.45)	(34,031,813.82)	(34,031,813.82)
-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-
(20,366,534.75)	(24,097,921.93)	(24,261,635.13)	(24,159,533.99)	(24,268,121.47)	(20,434,024.96)	(28,392,677.63)	(28,536,701.68)	(28,680,866.24)
<b>(121,944,801.59)</b>	<b>(116,848,378.11)</b>	<b>(116,419,713.97)</b>	<b>(116,704,616.63)</b>	<b>(120,174,561.85)</b>	<b>(146,089,187.03)</b>	<b>(127,518,997.47)</b>	<b>(131,233,351.46)</b>	<b>(130,896,967.47)</b>
62,511,914.41	71,218,484.49	71,647,148.63	71,362,345.97	71,615,618.76	53,333,571.59	71,903,761.34	72,239,817.25	72,576,201.24
14,990,000.00	14,990,000.00	14,990,000.00	14,990,000.00	14,990,000.00	5,654,180.00	5,654,180.00	5,654,180.00	5,654,180.00
9,000,000.00	9,000,000.00	9,000,000.00	9,000,000.00	9,000,000.00	9,000,000.00	9,000,000.00	9,000,000.00	9,000,000.00
(7,435,000.00)	(7,435,000.00)	(7,435,000.00)	(7,435,000.00)	(7,435,000.00)	(7,435,000.00)	(7,435,000.00)	(7,435,000.00)	(7,435,000.00)
79,066,914.41	87,773,484.49	86,202,148.63	87,917,245.97	86,170,616.76	60,552,751.58	79,122,941.14	79,458,997.25	79,795,381.24
<b>122,566,021.57</b>	<b>210,339,506.06</b>	<b>298,541,654.69</b>	<b>386,458,900.66</b>	<b>474,629,517.42</b>	<b>535,182,269.01</b>	<b>614,305,210.15</b>	<b>693,764,207.40</b>	<b>773,559,588.64</b>



ตารางที่ 58 (ต่อ) : แสดงกระแสเงินสดโครงการ ในสถานการณ์ปกติ Most Likely Case

บริษัท เอพี. แอมดี จี. โซลิวชั่นส์ ดิจิตอลแพลนท์ จำกัด ประมาณการกระแสเงินสดสุทธิ (Most Likely Case)						
15	16	17	18	19	20	รวม
-	-	-	-	-	-	148,700,000.00
-	-	-	-	-	-	120,000,000.00
23,928,400.00	24,049,400.00	24,049,400.00	24,049,400.00	24,049,400.00	24,049,400.00	478,150,696.00
65,182,999.31	68,142,149.28	68,142,149.28	68,142,149.28	71,249,256.74	71,249,256.74	1,248,953,118.01
67,120,149.10	73,832,164.01	73,832,164.01	73,832,164.01	74,768,282.61	74,768,282.61	1,282,218,997.40
6,597,876.60	6,681,664.26	6,681,664.26	6,681,664.26	6,701,956.69	6,701,956.69	131,949,633.95
18,258,743.70	18,722,580.89	18,722,580.89	18,722,580.89	19,209,609.93	19,209,609.93	355,831,815.61
22,385,000.00	24,623,500.00	24,623,500.00	24,623,500.00	24,623,500.00	24,623,500.00	439,292,500.00
<b>203,473,168.71</b>	<b>216,051,458.43</b>	<b>216,051,458.43</b>	<b>216,051,458.43</b>	<b>220,602,005.96</b>	<b>220,602,005.96</b>	<b>3,936,296,760.97</b>
(68,729,711.42)	(85,899,987.35)	(73,501,317.33)	(74,132,713.80)	(76,991,193.88)	(76,687,308.50)	(1,381,608,633.67)
(34,031,813.82)	(36,293,029.51)	(36,293,029.51)	(36,293,029.51)	(37,492,093.48)	(37,492,093.48)	(650,714,265.93)
-	-	-	-	-	-	(20,000,000.00)
-	-	-	-	-	-	(11,000,000.00)
-	-	-	-	-	-	(113,000,000.00)
-	-	-	-	-	-	(93,400,000.00)
-	-	-	-	-	-	(19,000,000.00)
-	-	-	-	-	-	(100,000.00)
-	-	-	-	-	-	(3,200,000.00)
-	-	-	-	-	-	(9,000,000.00)
-	-	-	-	-	-	(24,570,000.00)
-	-	-	-	-	-	(120,000,000.00)
(28,517,239.04)	(26,461,278.47)	(30,180,879.48)	(29,991,460.54)	(30,139,361.59)	(30,230,527.20)	(496,097,504.65)
<b>(131,276,764.28)</b>	<b>(146,654,295.33)</b>	<b>(139,975,226.31)</b>	<b>(140,417,203.64)</b>	<b>(144,622,646.94)</b>	<b>(144,409,929.17)</b>	<b>(2,941,690,404.30)</b>
72,194,404.43	67,397,163.10	76,076,232.12	75,634,254.58	75,979,357.02	76,132,076.79	994,606,356.67
5,654,180.00	5,654,180.00	5,654,180.00	5,654,180.00	5,654,180.00	5,654,180.00	225,441,800.00
9,000,000.00	9,000,000.00	9,000,000.00	9,000,000.00	9,000,000.00	9,000,000.00	189,000,000.00
(7,435,000.00)	(7,435,000.00)	(7,435,000.00)	(7,435,000.00)	(7,435,000.00)	(7,435,000.00)	(148,700,000.00)
79,413,584.43	74,616,343.10	83,295,412.12	82,653,434.58	83,196,537.02	83,411,256.79	1,260,346,156.67
<b>852,973,173.07</b>	<b>927,569,516.17</b>	<b>1,010,884,926.28</b>	<b>1,093,736,362.67</b>	<b>1,176,936,899.68</b>	<b>1,260,346,156.67</b>	-

Discount Rate	0.0585
PV0	(268,700,000.00)
PV1	23,574,464.42
PV2	36,712,841.97
PV3	35,589,354.91
PV4	34,391,596.85
PV5	33,280,907.12
PV6	44,444,485.10
PV7	47,836,202.02
PV8	45,464,457.41
PV9	42,780,981.97
PV10	40,560,108.95
PV11	28,536,531.29
PV12	36,346,388.12
PV13	34,488,119.96
PV14	32,743,278.33
PV15	30,770,928.61
PV16	27,138,623.67
PV17	28,940,387.03
PV18	27,182,100.17
PV19	28,246,104.09
PV20	24,439,513.94
<b>NPV5%</b>	<b>(104,650,644.74)</b>
<b>NPV10%</b>	<b>116,235,364.71</b>
<b>NPV20%</b>	<b>415,079,339.93</b>
<b>IRR</b>	<b>12%</b>

สรุปผลตอบแทนโครงการ	
Payback Period	4 ปี 3 เดือน 29 วัน
NPV	415,079,339.93
IRR	12%



## บทที่ 7

### บทสรุปโครงการ

#### การประเมินความเป็นไปได้ทางธุรกิจและการบริหารความเสี่ยงของโครงการ

ในการดำเนินโครงการฟุตบอล แอนด์ กอล์ฟ ไลฟ์สไตล์เซ็นเตอร์ รายได้ของโครงการ มาจากการขายสินค้าและบริการ ซึ่งประกอบด้วย

- รายได้จากบริการสนามฟุตบอล 7 คน ประมาณ 15 %
- รายได้จากการจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม ในฟับ แอนด์ เรสเทอรองก์ ประมาณ 30 %
- รายได้จากพื้นที่เช่าร้านค้าภายในศูนย์การค้าของโครงการ ประมาณ 30 %
- รายได้จากบริการภายในสนามไคร์ฟกอล์ฟ ประมาณ 10 %
- รายได้จากสถานที่จอดรถ ประมาณ 5 %
- รายได้จากการจัดกิจกรรมพิเศษ (Special Event) ประมาณ 10 %

จากการนำเสนอการณณ์ต่าง ๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อโครงการ มาจัดทำสมมติฐานในการจัดทำแผนการเงิน จะเห็นได้ว่า โครงการมีความเป็นไปได้ เพราะมีกลุ่มเป้าหมายหลักที่ชัดเจน และยังสามารถจับกลุ่มเป้าหมายรองได้อย่างกว้าง เนื่องจากสินค้าและบริการในโครงการ สามารถตอบสนองความต้องการได้ทั้งกลุ่มเป้าหมายหลัก และกลุ่มเป้าหมายรองของโครงการ อีกทั้งทำเลที่ตั้งของโครงการก็เป็นทำเลที่ดี ที่ผู้บริโภคสามารถเดินทางได้อย่างสะดวก

ในกรณีที่เป็นไปตามสมมติฐานในสถานการณ์ปกติ (Most Likely) หากบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ ให้การดำเนินกิจการเป็นไปตามแผน รวมทั้งปรับปรุงและพัฒนาโครงการอย่างสม่ำเสมอ โครงการจะสามารถทำกำไรได้ดี และสามารถนำกำไรที่ได้ไปลงทุนเพิ่มเติมได้

ตารางที่ 59 : แสดงกระแสเงินสดโครงการในสถานการณ์ปกติ Most Likely Case

ปี	บริษัท เอพี. แอนด์ จี. โซลูชั่นส์ ดีเวลอปเม้นท์ จำกัด ประมาณการกระแสเงินสดสุทธิ (Most Likely Case)				
	0	1	2	3	4
<b>กระแสเงินสดรับ (Cash Inflow)</b>					
ส่วนของผู้ถือหุ้น	148,700,000.00	-	-	-	-
เงินสนับสนุนจากภาครัฐ	120,000,000.00	-	-	-	-
<b>กระแสเงินสดรับจากกิจกรรมดำเนินงาน</b>					
รายได้จากสามฟุตบอลล 7 คน	677,696.00	23,718,400.00	23,718,400.00	23,718,400.00	23,718,400.00
รายได้จากทีม แอนด์ เสนอเอง	4,699,200.00	54,690,000.00	54,690,000.00	57,124,500.00	57,124,500.00
รายได้จากศูนย์การค้า	13,078,360.00	54,250,960.00	54,250,960.00	54,831,816.00	54,831,816.00
รายได้จากที่จอดรถ	756,000.00	6,436,000.00	6,436,000.00	6,438,600.00	6,438,600.00
รายได้จากสามล้อไฟฟ้า กอล์ฟ	-	16,614,000.00	16,614,000.00	16,995,600.00	16,995,600.00
รายได้จากกิจกรรมพิเศษ	-	18,500,000.00	18,500,000.00	18,500,000.00	18,500,000.00
<b>รวมกระแสเงินสดรับ</b>	<b>19,411,156.00</b>	<b>174,198,960.00</b>	<b>174,198,960.00</b>	<b>177,608,916.00</b>	<b>177,608,916.00</b>
<b>กระแสเงินสดจ่าย (Cash Outflow)</b>					
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	(5,997,200.00)	(77,258,200.00)	(55,547,450.00)	(57,912,380.63)	(57,247,223.66)
ต้นทุนขาย	(2,284,320.00)	(28,039,960.00)	(28,039,960.00)	(28,979,459.00)	(28,979,459.00)
<b>กระแสเงินสดจ่ายจากกิจกรรมการลงทุน</b>					
ค่าเช่าที่ดิน (ปีที่ 0)	(30,000,000.00)	-	-	-	-
ค่าออกแบบสิ่งปลูกสร้างโครงการ	(41,000,000.00)	-	-	-	-
ค่าก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานสิ่งปลูกสร้างในโครงการ	(113,000,000.00)	-	-	-	-
ค่าตกแต่งสิ่งปลูกสร้างในโครงการ	(93,400,000.00)	-	-	-	-
เครื่องใช้สำนักงาน และอุปกรณ์ต่าง ๆ ในการดำเนินโครงการ	(19,000,000.00)	-	-	-	-
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ก่อนการดำเนินงาน	(100,000.00)	-	-	-	-
เงินเดือนผู้บริหารและพนักงาน (ปีที่ 0)	(3,200,000.00)	-	-	-	-
เงินทุนหมุนเวียน	(9,000,000.00)	-	-	-	-
<b>กระแสเงินสดจ่ายจากกิจกรรมการจัดหาเงิน</b>					
เงินสละขายชำระดอกเบี้ยจ่าย	(3,510,000.00)	(7,020,000.00)	(5,616,000.00)	(4,212,000.00)	(2,808,000.00)
เงินสละขายชำระคืนเงินต้น	-	(24,000,000.00)	(24,000,000.00)	(24,000,000.00)	(24,000,000.00)
เงินสละขายชำระภาษีเงินได้ (30%)	(2,285,890.80)	(12,927,240.00)	(19,861,665.00)	(20,191,751.25)	(20,735,723.21)
<b>รวมกระแสเงินสดจ่าย</b>	<b>(282,777,410.80)</b>	<b>(149,245,400.00)</b>	<b>(133,065,075.00)</b>	<b>(131,991,161.25)</b>	<b>(134,435,561.84)</b>
<b>ค่าสุทธิ</b>	<b>(263,366,254.80)</b>	<b>24,953,560.00</b>	<b>41,133,885.00</b>	<b>42,207,796.75</b>	<b>43,173,354.16</b>
บวก ค่าเสื่อมราคา (สิ่งทึ่ยกเว้น)	-	18,790,000.00	18,790,000.00	18,790,000.00	18,790,000.00
บวก เงินหมุนเวียน	9,000,000.00	9,000,000.00	9,000,000.00	9,000,000.00	9,000,000.00
ลบ เงินปันผล(ผู้ถือหุ้น)	-	(7,435,000.00)	(7,435,000.00)	(7,435,000.00)	(7,435,000.00)
<b>กระแสเงินสดสุทธิ (Net Cash Flows)</b>	<b>(254,366,254.80)</b>	<b>45,308,560.00</b>	<b>61,488,885.00</b>	<b>62,526,796.75</b>	<b>63,526,354.16</b>
<b>เงินสดปลายงวด</b>	<b>(254,366,254.80)</b>	<b>(209,057,694.80)</b>	<b>(147,568,809.80)</b>	<b>(85,006,011.05)</b>	<b>(21,477,656.89)</b>
					<b>43,499,107.15</b>

ตารางที่ 59 (ต่อ) : แสดงภาวะเงินสดโครงการ ในสถานการณ์ปกติ Most Likely Case

6	7	8	9	10	11	12	13	14
<b>บริษัท เอพี. แอนด์ จี. โซลูชั่นส์ ดีเวลอปเม้นท์ จำกัด</b> <b>ประมาณการกระแสเงินสด (Most Likely Case)</b>								
-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-
23,818,400.00	23,818,400.00	23,818,400.00	23,818,400.00	23,718,400.00	23,928,400.00	23,928,400.00	23,928,400.00	23,928,400.00
57,124,500.00	59,680,725.00	59,680,725.00	59,680,725.00	62,364,761.25	62,364,761.25	62,364,761.25	65,182,999.31	65,182,999.31
59,675,616.00	60,314,997.60	60,314,997.60	60,314,997.60	61,018,317.36	66,346,497.36	66,346,497.36	67,120,149.10	67,120,149.10
6,492,600.00	6,506,460.00	6,506,460.00	6,506,460.00	6,521,706.00	6,581,106.00	6,581,106.00	6,597,876.60	6,597,876.60
16,995,600.00	17,396,380.00	17,396,380.00	17,396,380.00	17,816,994.00	17,816,994.00	17,816,994.00	18,258,743.70	18,258,743.70
20,350,000.00	20,350,000.00	20,350,000.00	20,350,000.00	20,350,000.00	22,385,000.00	22,385,000.00	22,385,000.00	22,385,000.00
<b>184,456,716.00</b>	<b>188,066,862.60</b>	<b>188,066,862.60</b>	<b>188,066,862.60</b>	<b>191,790,178.61</b>	<b>199,422,758.61</b>	<b>199,422,758.61</b>	<b>203,473,168.71</b>	<b>203,473,168.71</b>
(71,673,808.84)	(61,247,147.95)	(61,247,147.95)	(61,654,151.74)	(63,979,712.93)	(62,710,934.62)	(66,182,092.39)	(68,664,835.97)	(68,184,287.41)
(29,904,458.00)	(30,890,930.90)	(30,890,930.90)	(30,890,930.90)	(31,926,727.45)	(32,944,227.45)	(32,944,227.45)	(34,031,813.82)	(34,031,813.82)
-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-
(20,366,534.75)	(24,097,821.93)	(24,281,635.13)	(24,159,533.95)	(24,268,121.47)	(20,454,024.96)	(28,392,677.63)	(28,536,701.66)	(28,680,866.24)
<b>(121,944,801.58)</b>	<b>(116,848,378.11)</b>	<b>(116,419,713.97)</b>	<b>(116,704,616.63)</b>	<b>(120,174,561.85)</b>	<b>(146,089,187.03)</b>	<b>(127,518,997.47)</b>	<b>(131,233,351.46)</b>	<b>(130,896,967.47)</b>
32,511,914.41	71,218,484.49	71,647,148.63	71,362,245.97	71,615,616.76	53,333,571.59	71,903,761.14	72,239,617.25	72,576,201.24
14,990,000.00	14,990,000.00	14,990,000.00	14,990,000.00	14,990,000.00	5,654,180.00	5,654,180.00	5,654,180.00	5,654,180.00
9,000,000.00	9,000,000.00	9,000,000.00	9,000,000.00	9,000,000.00	9,000,000.00	9,000,000.00	9,000,000.00	9,000,000.00
(7,435,000.00)	(7,435,000.00)	(7,435,000.00)	(7,435,000.00)	(7,435,000.00)	(7,435,000.00)	(7,435,000.00)	(7,435,000.00)	(7,435,000.00)
79,066,914.41	87,773,484.49	86,202,148.63	87,917,245.97	86,170,616.76	60,552,751.58	79,122,941.14	79,458,997.25	79,795,361.24
<b>122,566,021.57</b>	<b>210,339,506.06</b>	<b>298,541,654.69</b>	<b>366,458,900.66</b>	<b>474,629,517.42</b>	<b>535,182,269.01</b>	<b>614,305,210.15</b>	<b>693,764,207.40</b>	<b>773,559,586.64</b>

ตารางที่ 59 (ต่อ) : แสดงกระแสเงินสดโครงการ ในสถานการณ์ปกติ Most Likely Case

		15	16	17	18	19	20	รวม
<b>บริษัท เอพี. แอนด์ ซี. ไซโซตี้ ดีเวลอปเม้นท์ จำกัด</b>								
<b>ประมาณการกระแสเงินสด (Most Likely Case)</b>								
		-	-	-	-	-	-	148,700,000.00
		-	-	-	-	-	-	120,000,000.00
		23,928,400.00	24,049,400.00	24,049,400.00	24,049,400.00	24,049,400.00	24,049,400.00	478,150,686.00
		65,182,999.31	68,142,149.28	68,142,149.28	68,142,149.28	71,249,256.74	71,249,256.74	1,248,933,118.01
		67,120,149.10	73,832,154.01	73,832,154.01	73,832,154.01	74,768,282.61	74,768,282.61	1,232,218,997.40
		6,597,876.60	6,681,654.26	6,681,654.26	6,681,654.26	6,701,956.69	6,701,956.69	131,849,633.95
		18,258,743.70	18,722,580.89	18,722,580.89	18,722,580.89	19,209,609.93	19,209,609.93	355,831,815.61
		22,385,000.00	24,623,500.00	24,623,500.00	24,623,500.00	24,623,500.00	24,623,500.00	429,292,500.00
		<b>203,473,168.71</b>	<b>216,051,458.43</b>	<b>216,051,458.43</b>	<b>216,051,458.43</b>	<b>220,602,005.96</b>	<b>220,602,005.96</b>	<b>3,936,296,760.97</b>
		(66,729,711.42)	(85,899,987.35)	(73,501,317.33)	(74,132,713.80)	(76,991,193.88)	(76,687,308.50)	(1,381,608,633.67)
		(34,031,813.82)	(36,293,029.51)	(36,293,029.51)	(36,293,029.51)	(37,493,093.48)	(37,493,093.48)	(650,714,265.98)
		-	-	-	-	-	-	(20,000,000.00)
		-	-	-	-	-	-	(11,000,000.00)
		-	-	-	-	-	-	(113,000,000.00)
		-	-	-	-	-	-	(93,400,000.00)
		-	-	-	-	-	-	(19,000,000.00)
		-	-	-	-	-	-	(100,000.00)
		-	-	-	-	-	-	(3,200,000.00)
		-	-	-	-	-	-	(9,000,000.00)
		(28,517,239.04)	(26,461,278.47)	(30,180,879.48)	(29,991,460.54)	(30,139,361.58)	(30,230,527.20)	(24,370,000.00)
		(131,278,764.28)	(148,654,295.33)	(139,975,226.31)	(140,417,203.84)	(144,622,648.94)	(144,409,929.17)	(2,941,690,404.30)
		72,194,404.43	67,297,163.10	76,076,232.12	75,634,254.58	73,979,337.02	76,392,076.79	994,656,356.57
		5,654,180.00	5,654,180.00	5,654,180.00	5,654,180.00	5,654,180.00	5,654,180.00	225,441,800.00
		9,000,000.00	9,000,000.00	9,000,000.00	9,000,000.00	9,000,000.00	9,000,000.00	189,000,000.00
		(7,435,000.00)	(7,435,000.00)	(7,435,000.00)	(7,435,000.00)	(7,435,000.00)	(7,435,000.00)	(48,700,000.00)
		79,413,584.43	74,616,343.10	83,295,412.12	82,853,434.58	83,196,537.02	83,411,256.79	1,260,348,156.67
		852,973,173.07	927,569,516.17	1,010,884,928.28	1,093,738,362.87	1,176,936,899.88	1,260,348,156.67	-
	<b>Discount Rate</b>							0.0385
	PV0							(268,700,000.00)
	PV1							23,574,454.42
	PV2							36,712,841.97
	PV3							35,589,354.91
	PV4							34,391,596.85
	PV5							33,580,907.12
	PV6							44,444,459.10
	PV7							47,836,202.02
	PV8							45,464,457.41
	PV9							42,780,981.97
	PV10							40,560,108.95
	PV11							28,536,531.29
	PV12							36,346,388.12
	PV13							34,498,119.96
	PV14							32,743,278.33
	PV15							30,770,928.61
	PV16							27,138,623.67
	PV17							28,940,387.03
	PV18							27,182,100.17
	PV19							28,248,104.09
	PV20							24,439,513.94
	<b>NPV5%</b>							<b>(104,850,844.74)</b>
	<b>NPV10%</b>							<b>116,235,364.71</b>
	<b>NPV20%</b>							<b>415,079,339.93</b>
	<b>IRR</b>							<b>12%</b>

สรุปผลประเมินโครงการ	
Payback Period	4 ปี 3 เดือน 29 วัน
NPV	415,079,339.93
IRR	12%

ในกรณีที่การดำเนินโครงการเป็นไปตามสมมติฐานในสถานการณ์ที่ดีที่สุด (Best Case) บริษัทจะสามารถทำกำไรได้สูงและรวดเร็วกว่าที่คาดการณ์ไว้ตามสมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ซึ่งสังเกตได้จาก รายได้รวมต่อปีของโครงการ มากกว่ารายได้รวมต่อปีของโครงการในสถานการณ์ปกติประมาณ 15%

การบริหารความเสี่ยงในสถานการณ์ที่ดีที่สุด

(1) นำกำไรที่ได้ไปลงทุนเพิ่มในส่วนของการสร้างสินค้าและบริการแบบใหม่ที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้โครงการสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้ครบวงจรมากยิ่งขึ้น

(2) นำกำไรที่ได้ไปลงทุนในการทำโครงการในทำเลอื่นที่มีศักยภาพ เป็นโครงการที่ 2 เพื่อเพิ่มความสะดวกให้กับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

ตารางที่ 60 : แสดงกระแสเงินสดโครงการ ในสถานการณ์ได้ดีที่สุด Best Case

บริษัท เอพี. แอนด์ จี. โซลูชั่นส์ ดีเวลอปเม้นท์ จำกัด ประมาณการกระแสเงินสดสุทธิ (Best Case)						
	0	1	2	3	4	5
<b>กระแสเงินสดรับ (Cash Inflow)</b>						
กระแสเงินสดรับจากการดำเนินงาน						
ส่วนของผู้ถือหุ้น	146,700,000.00	-	-	-	-	-
เงินได้รับจากการชำระคืน	130,000,000.00	-	-	-	-	-
<b>กระแสเงินสดรับจากกิจกรรมดำเนินงาน</b>						
รายได้จากส่วนที่ออก 7 คน	643,916.80	33,254,400.00	33,254,400.00	33,254,400.00	33,254,400.00	33,254,400.00
รายได้จากทีม แอนด์ เซลเดอรองก์	6,348,000.00	67,556,000.00	67,556,000.00	67,556,000.00	67,556,000.00	67,556,000.00
รายได้จากศูนย์การค้า	14,531,400.00	60,278,400.00	60,278,400.00	60,278,400.00	60,278,400.00	60,278,400.00
รายได้จากที่จอดรถ	868,500.00	7,236,000.00	7,236,000.00	7,236,000.00	7,236,000.00	7,236,000.00
รายได้จากส่วนในไอร์แลนด์ กอล์ฟ	-	22,320,000.00	22,320,000.00	22,320,000.00	22,320,000.00	22,320,000.00
รายได้จากกิจกรรมพิเศษ	-	18,500,000.00	18,500,000.00	18,500,000.00	18,500,000.00	18,500,000.00
<b>รวมกระแสเงินสดรับ</b>	<b>22,621,816.80</b>	<b>209,144,800.00</b>	<b>209,144,800.00</b>	<b>209,144,800.00</b>	<b>213,294,040.00</b>	<b>213,294,040.00</b>
<b>กระแสเงินสดจ่าย (Cash Outflow)</b>						
กระแสเงินสดจ่ายจากกิจกรรมดำเนินงาน						
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	(6,131,750.00)	(76,065,500.00)	(56,354,750.00)	(56,354,750.00)	(58,800,410.63)	(58,135,253.66)
ต้นทุนขาย	(2,610,300.00)	(30,468,880.00)	(30,468,880.00)	(30,468,880.00)	(31,529,824.00)	(31,529,824.00)
กระแสเงินสดจ่ายจากกิจกรรมการลงทุน						
ค่าเข้าที่ดิน (ปีที่ 0)	(30,000,000.00)	-	-	-	-	-
ค่าออกแบบสิ่งปลูกสร้างโครงการ	-	-	-	-	-	-
ค่าก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานสิ่งปลูกสร้างโครงการ	(113,000,000.00)	-	-	-	-	-
ค่าตอบแทนสิ่งปลูกสร้างโครงการ	(83,400,000.00)	-	-	-	-	-
เครื่องมือสำนักงาน และอุปกรณ์ต่าง ๆ ในการดำเนินโครงการ	(49,000,000.00)	-	-	-	-	-
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ก่อนการดำเนินงาน (ปีที่ 0)	(100,000.00)	-	-	-	-	-
เงินเดือนผู้บริหารและพนักงาน (ปีที่ 0)	(3,200,000.00)	-	-	-	-	-
เงินหมุนเวียน	(9,000,000.00)	-	-	-	-	-
<b>กระแสเงินสดจ่ายจากกิจกรรมการเงิน</b>						
เงินสดจ่ายชำระดอกเบี้ยจ่าย	(3,510,000.00)	(7,020,000.00)	(5,616,000.00)	(4,212,000.00)	(2,808,000.00)	(1,404,000.00)
เงินสดจ่ายชำระคืนเงินต้น	-	(24,000,000.00)	(24,000,000.00)	(24,000,000.00)	(24,000,000.00)	(24,000,000.00)
เงินสดจ่ายชำระภาษีเงินได้ (30%)	(3,110,930.04)	(22,440,126.00)	(29,374,551.00)	(29,704,637.25)	(30,409,741.61)	(31,030,488.70)
<b>รวมกระแสเงินสดจ่าย</b>	<b>(284,062,980.04)</b>	<b>(161,994,506.00)</b>	<b>(145,814,181.00)</b>	<b>(144,740,267.25)</b>	<b>(147,547,976.24)</b>	<b>(146,099,566.36)</b>
<b>กำไรสุทธิ</b>	<b>(261,441,163.24)</b>	<b>(41,849,706.00)</b>	<b>(36,669,381.00)</b>	<b>(35,595,467.25)</b>	<b>(34,253,936.24)</b>	<b>(32,805,526.36)</b>
บวก ค่าเสื่อมราคา (สินทรัพย์ถาวร)	-	18,790,000.00	18,790,000.00	18,790,000.00	18,790,000.00	18,790,000.00
บวก เงินหมุนเวียน	9,000,000.00	9,000,000.00	9,000,000.00	9,000,000.00	9,000,000.00	9,000,000.00
ลบ เงินปันผล(ผู้ถือหุ้น)	-	(7,435,000.00)	(7,435,000.00)	(7,435,000.00)	(7,435,000.00)	(7,435,000.00)
<b>กระแสเงินสดสุทธิ (Net Cash Flows)</b>	<b>(252,441,163.24)</b>	<b>(18,495,706.00)</b>	<b>(24,114,381.00)</b>	<b>(23,740,467.25)</b>	<b>(22,898,936.24)</b>	<b>(22,050,526.36)</b>
เงินสดปลายงวด						
		(184,935,869.24)	(101,250,250.24)	(16,490,717.49)	69,610,346.27	157,159,819.91





ตารางที่ 60 (ต่อ) : แสดงกระแสเงินสดโครงการ ในสถานการณ์ที่ดีที่สุด Best Case

15	16	17	18	19	20	รวม
<b>บริษัท เอ. แอนด์ บี. โซลูชั่นส์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด</b>						
<b>ประเภทการประเมินมูลค่า (Best Case)</b>						
-	-	-	-	-	-	148,700,000.00
-	-	-	-	-	-	130,000,000.00
33,568,400.00	33,750,900.00	33,750,900.00	33,750,900.00	33,750,900.00	33,750,900.00	670,739,416.80
80,390,690.23	84,010,224.74	84,010,224.74	84,010,224.74	87,810,735.97	87,810,735.97	1,541,253,630.33
74,577,943.44	82,035,737.78	82,035,737.78	82,035,737.78	83,075,869.56	83,075,869.56	1,435,798,886.00
7,426,775.60	7,521,454.26	7,521,454.26	7,521,454.26	7,541,746.69	7,541,746.69	148,480,503.95
24,531,094.13	25,154,648.83	25,154,648.83	25,154,648.83	22,330,000.00	25,809,381.27	474,572,257.64
22,385,000.00	24,523,500.00	24,523,500.00	24,523,500.00	24,523,500.00	24,523,500.00	429,392,500.00
242,880,904.39	257,096,465.61	257,096,465.61	257,096,465.61	259,122,752.22	262,612,133.49	4,700,137,274.72
<b>(145,995,119.74)</b>						
(59,911,679.35)	(87,200,152.07)	(74,801,482.05)	(75,432,878.52)	(76,421,375.08)	(78,117,489.69)	(1,403,289,981.92)
(36,884,161.26)	(39,393,015.32)	(39,393,015.32)	(39,393,015.32)	(40,118,895.96)	(40,747,078.59)	(706,486,033.76)
-	-	-	-	-	-	(30,000,000.00)
-	-	-	-	-	-	(11,000,000.00)
-	-	-	-	-	-	(113,000,000.00)
-	-	-	-	-	-	(93,400,000.00)
-	-	-	-	-	-	(19,000,000.00)
-	-	-	-	-	-	(100,000.00)
-	-	-	-	-	-	(3,200,000.00)
-	-	-	-	-	-	(9,000,000.00)
-	-	-	-	-	-	(24,570,000.00)
-	-	-	-	-	-	(120,000,000.00)
(39,099,259.13)	(37,454,735.47)	(41,174,336.47)	(40,984,917.53)	(40,478,462.16)	(41,428,015.56)	(702,013,723.95)
(145,995,119.74)	(164,047,902.86)	(155,368,833.84)	(155,810,811.37)	(159,018,827.19)	(160,292,583.84)	(3,225,059,739.64)
96,885,784.65	93,049,552.75	101,727,631.77	101,285,654.24	100,103,925.03	102,319,549.65	1,475,077,535.08
5,654,180.00	5,654,180.00	5,654,180.00	5,654,180.00	5,654,180.00	5,654,180.00	225,441,800.00
9,000,000.00	9,000,000.00	9,000,000.00	9,000,000.00	9,000,000.00	9,000,000.00	189,000,000.00
(7,435,000.00)	(7,435,000.00)	(7,435,000.00)	(7,435,000.00)	(7,435,000.00)	(7,435,000.00)	(148,700,000.00)
104,104,964.65	100,267,742.75	108,946,811.77	108,504,834.24	107,323,105.03	109,536,729.65	1,740,819,335.08
1,206,238,111.64	1,306,505,854.39	1,415,452,666.16	1,523,957,500.39	1,631,280,605.42	1,740,819,335.08	-

Discount Rate	0.0585
PV0	(258,700,000.00)
PV1	44,544,444.02
PV2	56,523,885.53
PV3	54,305,503.76
PV4	52,372,861.99
PV5	50,568,403.71
PV6	60,790,325.97
PV7	63,543,467.13
PV8	60,303,630.87
PV9	56,800,040.50
PV10	54,078,087.73
PV11	41,516,011.90
PV12	48,608,533.23
PV13	46,289,486.95
PV14	43,882,973.17
PV15	41,394,967.20
PV16	37,467,599.70
PV17	38,698,512.70
PV18	36,400,924.62
PV19	36,439,033.07
PV20	32,820,211.31
<b>NPV5%</b>	<b>(10,384,900.99)</b>
<b>NPV10%</b>	<b>285,130,661.22</b>
<b>NPV20%</b>	<b>688,548,915.07</b>
<b>IRR</b>	<b>19%</b>

ส่วนลดตามหนี้โครงการ	
Payback Period	3 ปี 2 เดือน 9 วัน
NPV	689,916,957.66
IRR	19%



และในกรณีที่การดำเนินโครงการเป็นไปตามสมมติฐานในสถานการณ์ที่เลวร้ายกว่าที่คาดการณ์ (Worst Case) นั้นธุรกิจก็พอจะทำกำไรได้ แต่ใช้เวลานานกว่าสถานการณ์ปกติ ซึ่งสังเกตได้จาก รายได้รวมต่อปี จะน้อยกว่ารายได้รวมต่อปีของโครงการในสถานการณ์ปกติ ประมาณ 30 %

การบริหารความเสี่ยงในสถานการณ์เลวร้าย

(1) หาสาเหตุที่ทำให้โครงการไม่เป็นไปตามกลยุทธ์ และแผนการที่วางไว้ พร้อมทั้งทำการแก้ไข

(2) บริหารต้นทุนคลาดกร และงบประมาณในการดำเนินการ อย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยการตัดรายจ่ายที่ไม่สำคัญออกให้มากที่สุด

(3) ปรับกลยุทธ์การตลาด หรือโครงสร้างองค์กร เพื่อลดต้นทุนในการบริหารจัดการ

(4) ปรับรูปแบบการให้บริการในบางส่วน เพื่อให้สามารถขยายฐานผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย อาทิเช่น การปรับสนามฟุตบอล 7 คน บางส่วนเป็นสนามกีฬาชนิดอื่นที่ได้รับความนิยม

ตารางที่ 61 : แสดงกระแสเงินสดโครงการ ในสถานการณ์เลวร้าย Worst Case

	0	1	2	3	4	5
<b>บริษัท เอส.พี. แอนด์ ซี. โฟล์ไฮล์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด</b> <b>ประมาณการกระแสเงินสดสุทธิ (Worst Case)</b>						
<b>กระแสเงินสดรับ (Cash Inflow)</b>						
กระแสเงินสดรับจากการจัดจำหน่าย						
ส่วนของผู้ถือหุ้น	148,700,000.00	-	-	-	-	-
เงินสำรองจากภาษี	130,000,000.00	-	-	-	-	-
<b>กระแสเงินสดรับสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน</b>						
รายได้จากส่วนที่มอบ 7 คน	365,350.40	14,182,400.00	14,182,400.00	14,182,400.00	14,182,400.00	14,182,400.00
รายได้จากหุ้น แอนด์ เซลเดอรองท์	3,491,200.00	32,704,000.00	32,704,000.00	32,704,000.00	34,139,200.00	34,139,200.00
รายได้จากศูนย์การค้า	12,351,650.00	51,236,640.00	51,236,640.00	51,236,640.00	51,785,604.00	51,785,604.00
รายได้จากที่จอดรถ	613,500.00	4,896,000.00	4,896,000.00	4,896,000.00	4,908,600.00	4,908,600.00
รายได้จากส่วนได้รัฟ กอล์ฟ	-	10,908,000.00	10,908,000.00	10,908,000.00	11,158,200.00	11,158,200.00
รายได้จากกิจกรรมพิเศษ	-	13,700,000.00	13,700,000.00	13,700,000.00	13,700,000.00	13,700,000.00
<b>รวมกระแสเงินสดรับ</b>	<b>16,852,780.40</b>	<b>127,627,040.00</b>	<b>127,627,040.00</b>	<b>127,627,040.00</b>	<b>129,874,004.00</b>	<b>129,874,004.00</b>
<b>กระแสเงินสดจ่าย (Cash Outflow)</b>						
กระแสเงินสดจ่ายจากกิจกรรมดำเนินงาน						
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	(5,929,925.00)	(76,854,550.00)	(55,143,800.00)	(55,143,800.00)	(57,468,365.63)	(55,803,208.66)
ต้นทุนขาย	(1,967,520.00)	(21,569,440.00)	(21,569,440.00)	(21,569,440.00)	(22,305,412.00)	(22,305,412.00)
<b>กระแสเงินสดจ่ายจากกิจกรรมการลงทุน</b>						
ค่าเช่าที่ดิน (ปีที่ 0)	(20,000,000.00)	-	-	-	-	-
ค่าออกแบบสิ่งปลูกสร้างโครงการ	(11,000,000.00)	-	-	-	-	-
ค่าก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานสิ่งปลูกสร้างในโครงการ	(113,000,000.00)	-	-	-	-	-
ค่าตอบแทนสิ่งปลูกสร้างในโครงการ	(93,400,000.00)	-	-	-	-	-
เครื่องใช้สำนักงาน และอุปกรณ์ต่าง ๆ ในการดำเนินโครงการ	(19,000,000.00)	-	-	-	-	-
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ก่อนการดำเนินงาน	(100,000.00)	-	-	-	-	-
เงินเดือนผู้บริหารและพนักงาน (ปีที่ 0)	(3,200,000.00)	-	-	-	-	-
เงินหมุนเวียน	(9,000,000.00)	-	-	-	-	-
<b>กระแสเงินสดจ่ายสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน</b>	<b>(3,510,000.00)</b>	<b>(7,020,000.00)</b>	<b>(5,616,000.00)</b>	<b>(4,212,000.00)</b>	<b>(2,808,000.00)</b>	<b>(1,404,000.00)</b>
เงินสดจ่ายชำระดอกเบี้ยจ่าย	-	(24,000,000.00)	(24,000,000.00)	(24,000,000.00)	(24,000,000.00)	(24,000,000.00)
เงินสดจ่ายชำระคืนเงินต้น	-	(1,017,945.00)	(7,952,340.00)	(8,282,426.25)	(8,550,667.91)	(9,171,415.00)
เงินสดจ่ายชำระภาษีเงินได้ (30%)	(1,633,600.62)	(7,952,340.00)	(7,952,340.00)	(8,282,426.25)	(8,550,667.91)	(9,171,415.00)
<b>รวมกระแสเงินสดจ่าย</b>	<b>(281,741,045.62)</b>	<b>(130,461,905.00)</b>	<b>(114,281,580.00)</b>	<b>(113,207,666.25)</b>	<b>(115,132,445.54)</b>	<b>(113,684,035.66)</b>
<b>ค่าไร้สุทธิ</b>	<b>(264,888,265.22)</b>	<b>(2,834,665.00)</b>	<b>13,345,460.00</b>	<b>14,419,373.75</b>	<b>14,741,558.46</b>	<b>16,189,968.34</b>
บวก ค่าเสื่อมราคา (สิ่งทรัพย์ถาวร)	-	18,790,000.00	18,790,000.00	18,790,000.00	18,790,000.00	18,790,000.00
บวก เงินหมุนเวียน	9,000,000.00	9,000,000.00	9,000,000.00	9,000,000.00	9,000,000.00	9,000,000.00
ลบ เงินปันผล(ผู้ถือหุ้น)	-	(7,435,000.00)	(7,435,000.00)	(7,435,000.00)	(7,435,000.00)	(7,435,000.00)
<b>กระแสเงินสดสุทธิ (Net Cash Flows)</b>	<b>(255,888,265.22)</b>	<b>(17,520,135.00)</b>	<b>33,700,460.00</b>	<b>34,774,373.75</b>	<b>35,096,558.46</b>	<b>36,544,968.34</b>
<b>เงินสดปลายงวด</b>	<b>(255,888,265.22)</b>	<b>(238,368,130.22)</b>	<b>(204,667,670.22)</b>	<b>(169,893,296.47)</b>	<b>(134,796,738.01)</b>	<b>(98,251,769.67)</b>



ตารางที่ 61 (ต่อ) : แสดงกระแสเงินสดโครงการ ในสถานการณ์เลวร้าย Worst Case

ปี	15	16	17	18	19	20	รวม
<b>บริษัท เอ. แอนด์ จี. โซลูชั่นส์ จำกัด</b>							
<b>ประเภทการกะแสเงินสด (Worst Case)</b>							
	-	-	-	-	-	-	148,700,000.00
	-	-	-	-	-	-	120,000,000.00
	14,287,400.00	14,347,900.00	14,347,900.00	14,347,900.00	14,347,900.00	14,347,900.00	285,546,890.40
	39,892,891.40	40,634,385.97	40,634,385.97	42,466,105.27	42,466,105.27	42,466,105.27	746,149,726.65
	63,391,251.92	69,730,377.12	69,730,377.12	70,614,489.13	70,614,489.13	70,614,489.13	1,220,429,053.10
	5,048,976.60	5,121,874.26	5,121,874.26	5,142,166.69	5,142,166.69	5,142,166.69	100,618,683.95
	11,886,393.28	12,280,512.94	12,280,512.94	10,908,000.00	10,908,000.00	12,609,838.59	231,900,153.73
	16,577,000.00	18,234,700.00	18,234,700.00	18,234,700.00	18,234,700.00	18,234,700.00	317,938,500.00
	<b>150,180,913.20</b>	<b>160,359,750.29</b>	<b>160,359,750.29</b>	<b>161,713,361.08</b>	<b>163,415,199.67</b>	<b>163,415,199.67</b>	<b>2,902,853,007.82</b>
	(68,138,727.46)	(85,249,904.99)	(72,851,234.96)	(73,482,631.44)	(76,276,103.28)	(75,972,217.90)	(1,370,767,959.55)
	(36,180,071.32)	(27,903,499.89)	(27,903,499.89)	(28,536,476.43)	(28,536,476.43)	(28,542,807.39)	(500,427,396.39)
	-	-	-	-	-	-	(20,000,000.00)
	-	-	-	-	-	-	(11,000,000.00)
	-	-	-	-	-	-	(113,000,000.00)
	-	-	-	-	-	-	(93,400,000.00)
	-	-	-	-	-	-	(19,000,000.00)
	-	-	-	-	-	-	(100,000.00)
	-	-	-	-	-	-	(3,200,000.00)
	-	-	-	-	-	-	(9,000,000.00)
	-	-	-	-	-	-	(24,570,000.00)
	-	-	-	-	-	-	(120,000,000.00)
	(15,062,380.33)	(12,465,649.62)	(15,185,250.63)	(15,995,831.69)	(15,373,690.41)	(15,883,798.32)	(234,402,641.81)
	<b>(109,381,179.10)</b>	<b>(125,619,054.50)</b>	<b>(116,939,985.48)</b>	<b>(117,381,963.01)</b>	<b>(120,186,560.13)</b>	<b>(120,696,823.59)</b>	<b>(2,518,867,997.76)</b>
	40,799,734.10	34,740,595.79	43,419,784.61	42,977,787.27	41,526,600.95	42,716,376.08	383,985,000.07
	5,654,180.00	5,654,180.00	5,654,180.00	5,654,180.00	5,654,180.00	5,654,180.00	225,441,800.00
	9,000,000.00	9,000,000.00	9,000,000.00	9,000,000.00	9,000,000.00	9,000,000.00	189,000,000.00
	(7,435,000.00)	(7,435,000.00)	(7,435,000.00)	(7,435,000.00)	(7,435,000.00)	(7,435,000.00)	(48,700,000.00)
	48,018,914.10	41,959,875.79	50,638,944.61	50,196,967.27	48,745,980.96	49,935,556.08	649,736,810.07
	408,249,485.16	450,209,360.95	500,848,305.76	551,045,273.03	599,791,253.99	649,736,810.07	-

Discount Rate	0.0585
PV0	(268,700,000.00)
PV1	(2,678,190.84)
PV2	11,911,098.70
PV3	12,158,326.78
PV4	11,743,024.03
PV5	12,184,050.43
PV6	23,947,406.32
PV7	28,018,399.52
PV8	26,741,923.16
PV9	25,093,183.90
PV10	23,488,122.36
PV11	12,136,552.25
PV12	20,852,784.87
PV13	19,505,597.21
PV14	18,579,345.65
PV15	17,389,792.40
PV16	13,988,937.01
PV17	16,517,442.61
PV18	15,445,733.23
PV19	16,550,549.97
PV20	13,701,785.18
NPV5ปี	(223,381,690.90)
NPV10ปี	(96,092,655.64)
NPV20ปี	68,575,864.74
IRR	2%

<b>สรุปผลตอบแทนโครงการ</b>	
Payback Period	6 ปี 9 เดือน 27 วัน
NPV	68,575,864.74
IRR	2%

## บรรณานุกรม

หนังสือ (รวมบทความในหนังสือ)

ถนอมวงศ์ กฤษณ์เพชร. (2525). พัฒนาการของพลศึกษาในประเทศไทยระหว่างพ.ศ. 2325-2525.  
กรุงเทพฯ : โครงการเผยแพร่ผลงานวิจัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ศรีกัญญา มงคลศิริ. (2547). Brand Management กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์โคปป์ลิซซิ่ง

เอกสารอื่น ๆ

เนตรนภา ประกอบกิจ. (2545). พัฒนาการของวัฒนธรรมฟุตบอลต่างประเทศในสังคมไทย พ.ศ. 2509 - 2544. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สัมภาษณ์

จักรพันธ์ เรืองรุ่ง. บรรณาธิการ หนังสือพิมพ์สยามกีฬาสตาร์ชอคเกอร์. (2552)

เอกสารจาก Internet

panyathai.or.th (Copyright 2003). กอล์ฟ. สืบค้นวันที่ 21 มิถุนายน 2552 จาก  
<http://www.panyathai.or.th/wiki/index.php/กอล์ฟ>

Sports Authority of Thailand (Copyright 2005). กติกาฟุตบอล. สืบค้นวันที่ 4 มิถุนายน 2552 จาก  
[http://www2.sat.or.th/sportslearning/index3.asp?clicktype=2&senttext=9&pageno=.](http://www2.sat.or.th/sportslearning/index3.asp?clicktype=2&senttext=9&pageno=)

Sports Authority of Thailand (Copyright 2005). กติกาฟุตซอล. สืบค้นวันที่ 4 มิถุนายน 2552 จาก  
[http://www2.sat.or.th/sportslearning/index3.asp?clicktype=2&senttext=48&pageno=.](http://www2.sat.or.th/sportslearning/index3.asp?clicktype=2&senttext=48&pageno=)

Sports Authority of Thailand (Copyright 2005). กติกาเบดมินตัน. สืบค้นวันที่ 4 มิถุนายน 2552  
จาก [http://www2.sat.or.th/sportslearning/index3.asp?clicktype=2&senttext=8&pageno=.](http://www2.sat.or.th/sportslearning/index3.asp?clicktype=2&senttext=8&pageno=)

Sports Authority of Thailand (Copyright 2005). กติกาเทนนิส. สืบค้นวันที่ 4 มิถุนายน 2552 จาก  
[http://www2.sat.or.th/sportslearning/index3.asp?clicktype=2&senttext=39&pageno=.](http://www2.sat.or.th/sportslearning/index3.asp?clicktype=2&senttext=39&pageno=)

Sports Authority of Thailand (Copyright 2005). กติกาวอลเลย์บอล. สืบค้นวันที่ 4 มิถุนายน 2552  
จาก [http://www2.sat.or.th/sportslearning/index3.asp?clicktype=2&senttext=43&pageno=.](http://www2.sat.or.th/sportslearning/index3.asp?clicktype=2&senttext=43&pageno=)

Sports Authority of Thailand (Copyright 2005). กติกาวอลเลย์บอลชายหาด. สืบค้นวันที่ 4 มิถุนายน 2552 จาก <http://www2.sat.or.th/sportslearning/index3.asp?clicktype=2&senttext=96&pageno=>.

Sports Authority of Thailand (Copyright 2005). กติกาแฮนด์บอล. สืบค้นวันที่ 4 มิถุนายน 2552 จาก <http://www2.sat.or.th/sportslearning/index3.asp?clicktype=2&senttext=16&pageno=>.

Sports Authority of Thailand (Copyright 2005). คำจำกัดความ (Definitions) และลักษณะการเล่นบาสเกตบอล. สืบค้นวันที่ 4 มิถุนายน 2552 จาก <http://www2.sat.or.th/sportslearning/index3.asp?clicktype=2&senttext=7&pageno=>.

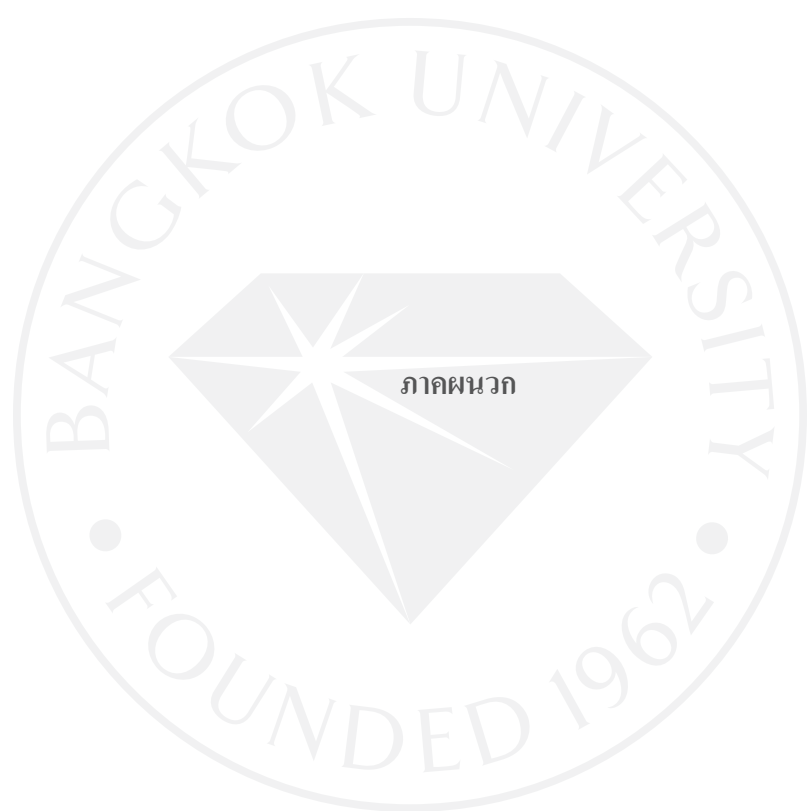
The Gateway of Thailand's Online Knowledge Management (Copyright 2008). ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับฟุตบอล 7 คน. สืบค้นวันที่ 4 มิถุนายน 2552 จาก <http://gotoknow.org/blog/komchalk/208560>.

United States Beach Soccer Federation (Copyright 2008). Beach Soccer Rules of the Game. สืบค้นวันที่ 4 มิถุนายน 2552 จาก <http://www.beachsoccer.us/index.php/beach-soccer-rules-of-the-game.html>.

เอก บุญเจือ (Copyright 2008). พฤติกรรมผู้บริโภค. สืบค้น วันที่ 3 มิถุนายน 2552 จาก [www.bacmu.ac.th/~ek/705211/mat/211-05.ppt](http://www.bacmu.ac.th/~ek/705211/mat/211-05.ppt).

กฎหมายไทย โดยกฎหมายคอตคอม (Copyright 2004). พระราชบัญญัติสถานบริการ(ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2546. สืบค้นวันที่ 3 มิถุนายน 2552 จาก <http://www.kodmhai.com/m4/m4-19/New2/N8.html>

อรรถสิทธิ์ เหมือนมาตย์. (Copyright 2006). พฤติกรรมคอบอลฟุตบอลโลก 2006 พักยกกระแสร้อนการเมืองไทย. สืบค้นวันที่ 29 เมษายน 2552 จาก <http://www.positioningmag.com/Magazine/Details.aspx?id=49046>.



## แบบสอบถาม

## “โครงการจัดตั้ง Football Life Style Center”

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย [ ] ในช่องที่ท่านต้องการเลือก หรือเขียนข้อความลงในช่องว่าง  
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

## 1. เพศ

[ ] ชาย [ ] หญิง

## 2. อายุ

[ ] 18 - 25 ปี [ ] 26 - 30 ปี  
[ ] 31 - 35 ปี [ ] 36 - 40 ปี

## 3. วุฒิการศึกษาสูงสุด

[ ] มัธยมศึกษาปีที่ 6/ปวช. [ ] อนุปริญญา /ปวส.  
[ ] ปริญญาตรี [ ] ปริญญาโท  
[ ] อื่น ๆ โปรดระบุ \_\_\_\_\_

## 4. อาชีพ

[ ] นักเรียน/นักศึกษา [ ] ธุรกิจส่วนตัว  
[ ] ข้าราชการ [ ] พนักงานบริษัทเอกชน  
[ ] พนักงานรัฐวิสาหกิจ [ ] อื่น ๆ โปรดระบุ \_\_\_\_\_

## 5. รายได้ต่อเดือนโดยประมาณ

[ ] 10,001 - 15,000 บาท [ ] 15,001 - 20,000 บาท  
[ ] 20,001 - 25,000 บาท [ ] 25,001 - 30,000 บาท  
[ ] 30,001 บาทขึ้นไป

## ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้เวลาว่าง

6. กิจกรรมในเวลาว่างหลังเลิกงาน/เลิกเรียนวันธรรมดา ในหนึ่งสัปดาห์ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

[ ] เล่นกีฬา/ออกกำลังกาย [ ] ดูโทรทัศน์  
[ ] ชมภาพยนตร์ [ ] เล่นอินเทอร์เน็ต/เกม  
[ ] สังสรรค์กับเพื่อน/คนรัก [ ] ฟังวิทยุ/ฟังเพลง  
[ ] ซ้อมปิ้ง [ ] อ่านหนังสือ  
[ ] ท่องเที่ยว (กลางคืน) [ ] อื่น ๆ โปรดระบุ \_\_\_\_\_



7. กิจกรรมในเวลาว่างวันหยุด ในหนึ่งสัปดาห์ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> เล่นกีฬา/ออกกำลังกาย    | <input type="checkbox"/> ดูโทรทัศน์            |
| <input type="checkbox"/> ชมภาพยนตร์              | <input type="checkbox"/> เล่นอินเทอร์เน็ต/เกม  |
| <input type="checkbox"/> สังสรรค์กับเพื่อน/คนรัก | <input type="checkbox"/> ฟังวิทยุ/ฟังเพลง      |
| <input type="checkbox"/> ซัฟปีง                  | <input type="checkbox"/> อ่านหนังสือ           |
| <input type="checkbox"/> ท่องเที่ยว (กลางคืน)    | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ _____ |

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการบริโภคที่เกี่ยวข้องกับกีฬาฟุตบอล

8. กิจกรรมที่เกี่ยวกับกีฬาฟุตบอลที่ชื่นชอบ/สนใจ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ชมการแข่งขันฟุตบอล | <input type="checkbox"/> ติดตามข่าวสารวงการฟุตบอล           |
| <input type="checkbox"/> เล่นกีฬาฟุตบอล     | <input type="checkbox"/> เล่นเกมฟุตบอล                      |
| <input type="checkbox"/> สะสมของที่ระลึก    | <input type="checkbox"/> ร่วมกิจกรรมต่างๆที่เกี่ยวกับฟุตบอล |

9. ท่านชอบดูการถ่ายทอดสดฟุตบอลกับใคร มากที่สุด

- |                                    |  |  |
|------------------------------------|--|--|
| <input type="checkbox"/> ดูคนเดียว | <input type="checkbox"/> ดูกับเพื่อน/คนรัก | <input type="checkbox"/> ดูกับครอบครัว |
|------------------------------------|--|--|

10. สถานที่ในการชมการถ่ายทอดสดฟุตบอลที่ท่านชอบ มากที่สุด

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> บ้าน               | <input type="checkbox"/> บ้านเพื่อน                                |
| <input type="checkbox"/> ร้านอาหาร ผับ บาร์ | <input type="checkbox"/> ลานเบียร์/สถานที่ที่มีจอขนาดใหญ่ถ่ายทอดสด |

11. กิจกรรมระหว่างการชมฟุตบอลที่ท่านทำ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ชมการแข่งขันเพียงอย่างเดียว                      | <input type="checkbox"/> รับประทานอาหาร ขนมขบเคี้ยว เครื่องดื่ม |
| <input type="checkbox"/> ร่วมทายผล หรือส่งข้อความ แสดงความคิดเห็นผ่าน SMS |   |

12. ท่านติดตามข่าวสารวงการฟุตบอล จากสื่อประเภทใด (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- |                                       |  |                                   |
|---------------------------------------|--|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> หนังสือพิมพ์ | <input type="checkbox"/> นิตยสารฟุตบอล | <input type="checkbox"/> เว็บไซต์ |
| <input type="checkbox"/> SMS          | <input type="checkbox"/> โทรทัศน์      | <input type="checkbox"/> วิทยุ    |

13. สถานที่ในการเล่นฟุตบอล (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- |  |
|--|
| <input type="checkbox"/> ไม่ได้เล่น (ให้ข้ามไปตอบคำถามข้อที่ 16) |
| <input type="checkbox"/> สนามที่เปิดให้เล่นฟรี                   |
| <input type="checkbox"/> สนามที่เสียค่าบริการ                    |

14. ค่าบริการเฉลี่ยที่ท่านจ่ายในแต่ละครั้ง ในกรณีที่ท่านเล่นฟุตบอลในสนามที่เสียค่าบริการ

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 50 บาท | <input type="checkbox"/> 51 - 100 บาท    |
| <input type="checkbox"/> 101 - 150 บาท   | <input type="checkbox"/> มากกว่า 150 บาท |

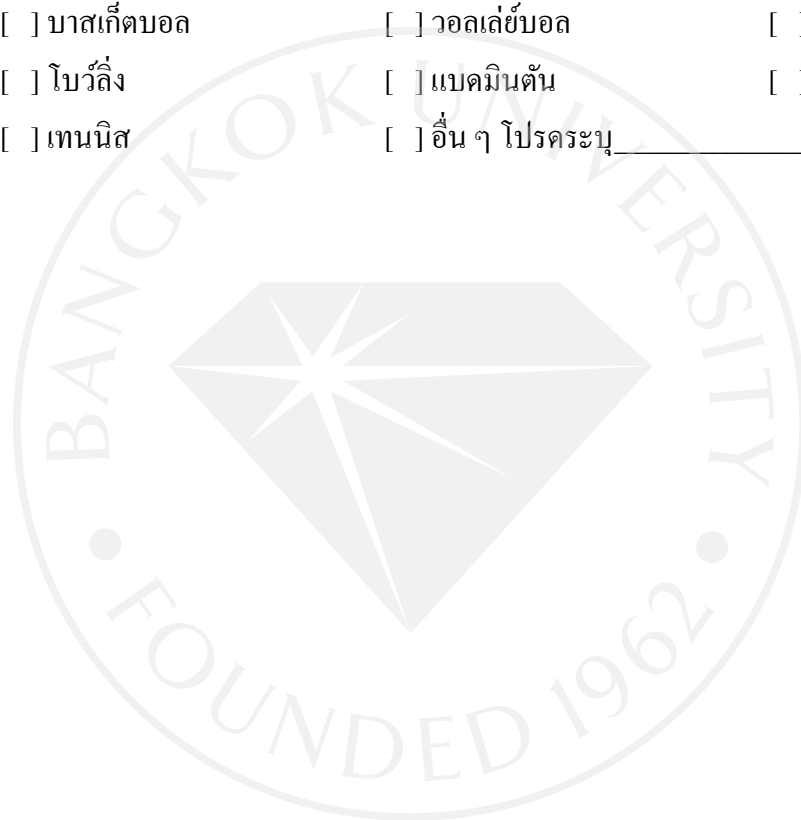
15. ท่านจ่ายเงินในการซื้ออุปกรณ์กีฬาฟุตบอลเฉลี่ยครั้งละเท่าไร
- ต่ำกว่า 500 บาท  501 – 1,000 บาท
- 1,001 – 1,500 บาท  1,501- 2,000 บาท
- 2,001 – 2,500 บาท  มากกว่า 2,500 บาท
16. ท่านชอบเล่นเกมโดยเครื่องเล่นชนิดใด (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)
- ไม่ได้เล่นเกมชนิดใดเลย  คอมพิวเตอร์/โน้ตบุ๊ก  Play Station
- โทรศัพท์มือถือ  PSP  Game Boy
- Game WII  X Box 360  ผู้เกม
17. ท่านเล่นทายผลฟุตบอลชิงรางวัลหรือไม่
- เล่น  ไม่เล่น
18. การซื้อสินค้าที่ระลึกของทีมฟุตบอล/นักฟุตบอล
- ซื้อ  ไม่ซื้อ
- ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการบริโภคด้านอื่น นอกเหนือจากกีฬาฟุตบอล
19. ความถี่การใช้บริการผับ บาร์
- ไม่ใช้  มากกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง  สัปดาห์ละ 1 ครั้ง
- 2 สัปดาห์ครั้ง  เดือนละ 1 ครั้ง  แล้วแต่โอกาส
20. การใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์
- ใช้  ไม่ใช้ (ให้ข้ามไปตอบคำถามข้อที่ 23)
21. ใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ที่ใด
- California Wow  Fitness First
- Slimmer International  True Fitness
- อื่นๆ โปรดระบุ \_\_\_\_\_
22. ซูเปอร์มาร์เก็ต/มินิมาร์ทที่ท่านชอบมากที่สุด
- Tesco Lotus  Big C  Carrefour
- Foodland  Tops  7-Eleven
- อื่นๆ โปรดระบุ \_\_\_\_\_

23. ท่านมีความสนใจในเรื่องใดบ้าง (สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- |  |                                      |
|--|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> รถและอุปกรณ์แต่งรถ                | <input type="checkbox"/> สัตว์เลี้ยง |
| <input type="checkbox"/> ต้นไม้                            | <input type="checkbox"/> นวดแผนไทย   |
| <input type="checkbox"/> สปา                               | <input type="checkbox"/> ร้านอาหาร   |
| <input type="checkbox"/> คอมพิวเตอร์/อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ | <input type="checkbox"/> การทำอาหาร  |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ _____             |                                      |

24. กีฬาที่ ชอบเล่น นอกเหนือจากฟุตบอล (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- |                                     |  |                                    |
|-------------------------------------|--|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> บาสเก็ตบอล | <input type="checkbox"/> วอลเลย์บอล            | <input type="checkbox"/> สนุกเกอร์ |
| <input type="checkbox"/> โบว์ลิ่ง   | <input type="checkbox"/> แบดมินตัน             | <input type="checkbox"/> ปิงปอง    |
| <input type="checkbox"/> เทนนิส     | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ _____ |                                    |



### สัมภาษณ์บริษัท สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด(มหาชน)

ผู้ให้สัมภาษณ์ 1. บรรลือศักดิ์ สุขประพตติ ผู้จัดการฝ่ายการตลาด เมืองทอง เมืองทอง ยูไนเต็ด

2. จักรพันธ์ เรืองรุ่ง บรรณาธิการ นสพ สยามกีฬา สตาร์ชอคเกอร์ รายวัน

#### 1. กลยุทธ์ในการบริหารงานของทีม และการสร้าง Community ของ Fan เมืองทอง ยูไนเต็ด (ฉบับบรรลือศักดิ์) เริ่มจากการสร้างทีม ที่เป็น Core Product ขององค์กร ให้แข็งแกร่ง ด้วยการดึงนักฟุตบอล ทีมชาติ

ไทย และนักฟุตบอลต่างประเทศเข้ามา พร้อมกับทีมงานผู้ฝึกสอนที่มีความรู้ความสามารถ ทำให้ทีมมีความแข็งแกร่ง

รายได้ของทีมมาจาก

- ค่าบัตรผ่านประตู
- การขายของที่ระลึกของสโมสร
- สปอนเซอร์
- เงินรางวัลจากการแข่งขัน
- ส่วนแบ่งจากลิขสิทธิ์การถ่ายทอดสดการแข่งขัน(ในปัจจุบันยังไม่มีรายได้ส่วนนี้)

ในส่วนของการทำการตลาด เพื่อสร้างกลุ่มแฟนคลับ เนื่องจากในปัจจุบัน ทีมสโมสรของไทย มีการกระจายตัวไปตามจังหวัดต่าง ๆ คนในท้องถิ่นระแวกใกล้เคียง จึงเป็นกลุ่มเป้าหมายของสโมสร ทำให้การสื่อสารกลับกลุ่มเป้าหมายของแต่ละสโมสร ต้องอาศัยการสื่อสารทางการตลาดแบบ Below The Line มากกว่า Above The Line เพราะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ตรงกลุ่ม ข้อความที่ใช้ในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย มีเนื้อหาขอข้อความ เพื่อสื่อให้คนในท้องถิ่น รู้สึกว่าทีมเป็นของคนในชุมชน เป็นตัวแทนของชุมชน เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายรู้สึกรักและให้การสนับสนุนทีม ในขณะเดียวกัน ทีมก็ต้องเล่นให้สนุก เล่าใจ และมีผลการแข่งขันที่ดี เพื่อที่จะทำให้แฟนคลับ หรือกองเชียร์เพิ่มมากยิ่งขึ้น ขึ้นต่อไปคือการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย สินค้าที่ระลึกของสโมสรที่มีกิเลนเป็นสัญลักษณ์ของสโมสรมี Value ไม่ใช่สินค้าที่เชิญ ด้วยการสร้าง Brand Image จะเห็นได้ว่านักฟุตบอล ไม่ได้มีหน้าที่ทำผลงานในสนามให้ดีเพียงอย่างเดียว แต่มีการนำนักฟุตบอลระดับ Super Star ของทีม มาเข้าสู่สตูดิโอ ถ่ายแบบกับสินค้าที่ระลึกเพื่อ โปรโมท ให้แฟนคลับ หรือกลุ่มเป้าหมายรู้สึกว่าสินค้าที่ระลึก ใจแล้วเท่ ส่วนการสื่อสารแบบ Above The Line จะเป็นใน ส่วนของการ เชิญให้เข้ามาชมการแข่งขัน ฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก หรือเป็นการสร้าง Brand ให้กับลีกทั้งลีก

ในส่วนของสปอนเซอร์ หรือผู้สนับสนุนทีม เมื่อทีมมี Traffic มากการหาสปอนเซอร์จะทำได้ง่ายและต้องหาพื้นที่ ในการโฆษณาให้กับสปอนเซอร์ทั้งในและนอกสนาม

ในส่วนของเงินรางวัลจากการแข่งขัน ขึ้นอยู่กับผลการแข่งขัน และอันดับตอนจบฤดูกาลแข่งขัน

ในส่วนของส่วนแบ่งจากค่าลิขสิทธิ์ ในปัจจุบันยังไม่มีรายได้ในส่วนนี้ เนื่องจากอยู่ในช่วง Build Brand ของลีก สร้าง Traffic เพื่อเพิ่ม Value

Key Success คือ การเล่นให้เล้าใจ และผลการแข่งขันที่ดี

## 2. แนวโน้มฟุตบอลไทยในอนาคต

(คุณบันลือศักดิ์) เชื่อว่ากระแสฟุตบอลไทยกำลังมา เพราะปัจจุบันรูปแบบการบริหาร ของฟุตบอลลีกเปลี่ยนไปจากอดีตอย่างสิ้นเชิง สโมสรฟุตบอลกระจายออกไปยังต่างจังหวัด ทำให้มีคนท้องถิ่นเป็นฐานแฟนคลับ ประกอบกับฟุตบอลลีกของไทย เปลี่ยนเป็นลีกอาชีพเต็มตัว ทุกสโมสรหารายได้เลี้ยงทีมตัวเอง นักฟุตบอล และสตาร์ฟของทีม มีเงินเดือนประจำ ทีมฟุตบอลพัฒนาขึ้นมา ทำให้ฟุตบอลลีกของไทยถูกยกระดับขึ้นมา ในอนาคต ฟุตบอลลีกของไทยจะแข็งแกร่งขึ้น เมื่อลีกแข็งแกร่งรายได้ก็จะหลั่งไหลเข้ามา การขายลิขสิทธิ์การถ่ายทอดสดจะเกิดขึ้นเต็มตัว วงการฟุตบอลจะพัฒนาขึ้นจากปัจจุบัน

## 3. อิทธิพลของสื่อต่อวัฒนธรรมฟุตบอลต่างประเทศในสังคมไทย

(คุณจักรพันธ์) โทททัศน์เป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อวัฒนธรรมฟุตบอลต่างประเทศสูงที่สุดในปัจจุบัน เพราะมีการนำเสนอการแข่งขันฟุตบอลต่างประเทศมากมายหลายรายการ แต่ละรายการเป็นการแข่งขันที่ตื่นเต้นเล้าใจ โดยมีสื่อแขนงอื่น ๆ คอยสนับสนุน ทำให้ฟุตบอลต่างประเทศมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น และเมื่อมีเรื่องของการพนันฟุตบอลเข้ามาเกี่ยวข้อง สื่อต่างๆก็ทำหน้าที่ให้ข้อมูลข่าวสาร เช่นอัตราต่อรองจากต่างประเทศ ข่าวคราวความเคลื่อนไหว และโปรแกรมการแข่งขัน

## 4. ไลฟ์สไตล์ของแฟนฟุตบอลในเมืองไทย

(คุณจักรพันธ์) มี 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1) กลุ่มที่เชียร์จริงจัง ที่เปรียบเสมือนสาวกของทีมฟุตบอล กลุ่มนี้จะมีความผูกพันและความรู้สึกร่วมไปกับทีมที่ตนเองเชียร์ เมื่อทีมที่เชียร์ชนะการแข่งขันก็มีความสุข และเมื่อทีมที่เชียร์แพ้ก็น่าเสียใจ ซึ่งแฟนฟุตบอลกลุ่มนี้ จะเป็นกลุ่มที่ซื้อสินค้าที่ระลึกต่าง ๆ ของทีมฟุตบอล เช่น

ผ้าพันคอ เสื้อแข่ง พวงกุญแจ และอื่นๆเป็นประจำ ตามแต่ฐานะของคน บางรายเมื่อมีสินค้าใหม่มาจำหน่ายก็จะซื้อเพื่อสะสมตลอดเวลา ซึ่งในประเทศไทยแฟนฟุตบอลส่วนใหญ่ เชียร์ทีมแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด และลิเวอร์พูล ส่วนทีมอื่น ๆ มีเพียงกลุ่มน้อยเท่านั้น

2) กลุ่มที่เชียร์เพราะการพนัน กลุ่มนี้เล่นพนันทีมไหนก็จะเชียร์ทีมนั้น เหมือนเป็นกองเชียร์เฉพาะกิจ

นอกจากนี้ ก็จะเป็นกลุ่มที่เชียร์ตามกระแส ทีมใดเป็นแชมป์ก็เชียร์ทีมนั้น

## 5. ทิศทางของธุรกิจที่เกี่ยวกับฟุตบอลในอนาคต

(คุณจักรพันธ์) ธุรกิจที่เกี่ยวกับฟุตบอลจะโตขึ้นอีก ทุกแขนง เช่นการนำทีมฟุตบอลต่างประเทศเข้ามาแข่งขันในไทย ถ้าเป็นทีมที่มีแฟนคลับมากอย่างเช่น แมนฯยูหรือลิเวอร์พูล ก็จะมีผู้เข้าชมจำนวนมาก สนามฟุตบอลที่จะเพิ่มขึ้นสามารถทำกำไรได้ดี เพราะคนชอบเล่นฟุตบอล สินค้าที่ระลึกทั้งของสโมสรในไทยเอง ขายได้มากขึ้น การออกไปดูฟุตบอลนอกบ้าน ตามผับ บาร์ หรือลานเบียร์จะมากขึ้น สินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ก็จะยังคงขายดีถ้าไม่ถูกปราบปรามอย่างจริงจัง

## 6. แนวโน้มฟุตบอลต่างประเทศในอนาคต

(คุณจักรพันธ์) ในอนาคตฟุตบอลลาเลียกา ของสเปน จะเป็นที่นิยมเพิ่มขึ้นเพราะในปัจจุบันบาร์เซโลน่า และรีล มาดริด เป็นทีมที่มีสโตร์การเล่นที่หลากหลาย น่าตื่นเต้น และเร้าใจ ซึ่งเป็นเหตุผลให้ฟุตบอลลาเลียกา น่าติดตาม แต่คงไม่มีฟุตบอลรายการไหนได้รับความนิยมนอกเหนือฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ เพราะฟุตบอลอังกฤษเปรียบเหมือนลัทธิ ในความรู้สึกของแฟนบอลไทย

ตารางที่ 62 : แสดงงบประมาณขาย สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 0

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณขาย ปี 0 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX				
<b>สนามฟุตบอล 7 คน</b>				
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (ชม./เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>	
ค่าเช่าสนาม (จ.-ศ. 09.00-17.00)	64	799.00	51,136.00	
ค่าเช่าสนาม (จ.-ศ. 17.00-01.00 , ส.-อา. 09.00-01.00)	288	999.00	287,712.00	
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>	
ค่าเช่าสนามที่สนามฟุตบอลสำหรับจัดกิจกรรม (Agency)			-	
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (สนาม/ปี)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>	
สปอนเซอร์สนามฟุตบอล	-	-	-	
<b>รวมรายได้สนามฟุตบอล 7 คน ต่อปี</b>			<b>677,696.00</b>	
<b>ฟับ แอนด์ เรสเตอรองก์</b>				
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (โต๊ะ/เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>	
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (จ.-ศ. 10.00 - 13.00)	381	400.00	152,400.00	
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (จ.-ศ. 13.00 - 17.00)	381	400.00	152,400.00	
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (จ.-ศ. 17.00 - 21.00)	381	400.00	152,400.00	
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (อา.-พศ. 21.00 - 01.00)	533	1,600.00	852,800.00	
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ส.-อา. 10.00 - 13.00)	303	400.00	121,200.00	
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ส.-อา. 13.00 - 17.00)	303	400.00	121,200.00	
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ส.-อา. 17.00 - 21.00)	303	400.00	121,200.00	
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ศ.-ส. 21.00 - 01.00)	485	1,600.00	776,000.00	
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (ราย/ปี)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>	
สปอนเซอร์ฟับ แอนด์ เรสเตอรองก์	-	-	-	
<b>รวมรายได้ ฟับ แอนด์ เรสเตอรองก์ ต่อปี</b>			<b>4,899,200.00</b>	
<b>ศูนย์การค้า</b>				
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (ตร.ม./เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>	
ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าชั้น 1			-	
ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าชั้น 2			-	
ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าชั้น 3			-	
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท)</b>	
ค่ามัดจำพื้นที่ร้านค้า			12,109,500.00	
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>	
ค่าสาธารณูปโภคร้านค้าเฉลี่ย ต่อเดือน			484,380.00	
<b>รวมรายได้ศูนย์การค้าต่อปี</b>			<b>13,078,260.00</b>	
<b>ที่จอดรถ</b>				
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (คัน/เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>	
ค่าจอดรถ	15,000	20.00	300,000.00	
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (ตร.ม./เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>	
ค่าเช่าพื้นที่คาร์แคร์			-	
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท)</b>	
ค่ามัดจำพื้นที่คาร์แคร์			135,000.00	
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>	
ค่าสาธารณูปโภคคาร์แคร์เฉลี่ย			10,500.00	
<b>รวมรายได้ที่จอดรถต่อปี</b>			<b>756,000.00</b>	
<b>สนามโดร์ฟ กอล์ฟ</b>				
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (เลนส์/เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>	
ค่าธรรมเนียม			-	
ค่าลูกกอล์ฟเฉลี่ย			-	
ค่าอาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย			-	
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (ราย/ปี)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>	
สปอนเซอร์สนามโดร์ฟ กอล์ฟ	-	-	-	
<b>รวมรายได้สนามโดร์ฟ กอล์ฟ ต่อปี</b>			<b>-</b>	
<b>กิจกรรมพิเศษ (Special Event)</b>				
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (ครั้ง/ปี)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>	
Mister and Miss Football Thailand Fan Club			-	
Football Fan Club Championship			-	
Big Four Big Match			-	
Football Charity Match			-	
คลินิกฟุตบอล			-	
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 1			-	
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 2			-	
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 3			-	
<b>รวมรายได้กิจกรรมพิเศษต่อปี</b>			<b>-</b>	
<b>รวมรายได้จากการขายต่อปี</b>			<b>19,411,156.00</b>	

ตารางที่ 63 : แสดงงบประมาณขาย สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 1

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณขาย ปี 1 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX			
<b>สนามฟุตบอล 7 คน</b>			
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (ชม./เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าเข้าชม (จ.-ศ. 09.00-17.00)	96	1,300.00	124,800.00
ค่าเข้าชม (จ.-ศ. 17.00-01.00 , ส.-อา. 09.00-01.00)	346	1,500.00	518,400.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
ค่าเช่าเหมาพื้นที่สนามฟุตบอลสำหรับจัดกิจกรรม (Agency)			1,000,000.00
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (สนาม/ปี)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
สปอนเซอร์สนามฟุตบอล	2	7,500,000.00	15,000,000.00
<b>รวมรายได้สนามฟุตบอลต่อปี</b>			<b>23,718,400.00</b>
<b>ฟับ แอนด์ เรสเตอรองก์</b>			
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (โต๊ะ/เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (จ.-ศ. 10.00 - 13.00)	457	500.00	228,500.00
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (จ.-ศ. 13.00 - 17.00)	457	500.00	228,500.00
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (จ.-ศ. 17.00 - 21.00)	457	500.00	228,500.00
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (อา.-พ. 21.00 - 01.00)	685	2,000.00	1,370,000.00
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ส.-อา. 10.00 - 13.00)	364	500.00	182,000.00
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ส.-อา. 13.00 - 17.00)	364	500.00	182,000.00
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ส.-อา. 17.00 - 21.00)	364	500.00	182,000.00
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ศ.-ส. 21.00 - 01.00)	728	2,000.00	1,456,000.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
สปอนเซอร์ฟับ แอนด์ เรสเตอรองก์			6,000,000.00
<b>รวมรายได้ ฟับ แอนด์ เรสเตอรองก์ ต่อปี</b>			<b>54,690,000.00</b>
<b>ศูนย์การค้า</b>			
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (ตร.ม./เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าชั้น 1	2,250	800.00	1,620,000.00
ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าชั้น 2	2,400	650.00	1,404,000.00
ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าชั้น 3	2,250	500.00	1,012,500.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท)</b>
ค่ามัดจำพื้นที่ร้านค้า			-
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าสาธารณูปโภคร้านค้าเฉลี่ยต่อเดือน			484,380.00
<b>รวมรายได้ศูนย์การค้าต่อปี</b>			<b>54,250,560.00</b>
<b>ที่จอดรถ</b>			
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (คัน/เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าจอดรถ	24,000	20.00	480,000.00
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (ตร.ม./เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าเช่าพื้นที่คาร์แคร์	300	150.00	45,000.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท)</b>
ค่ามัดจำพื้นที่คาร์แคร์			-
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าสาธารณูปโภคคาร์แคร์เฉลี่ย			10,500.00
<b>รวมรายได้ที่จอดรถต่อปี</b>			<b>6,426,000.00</b>
<b>สนามไตรฟ โกลด์ฟ</b>			
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (เลนส์/เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าธรรมเนียม	1,272	200.00	254,400.00
ค่าลูกกอล์ฟเฉลี่ย	1,272	300.00	381,600.00
ค่าอาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย	1,272	500.00	636,000.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
สปอนเซอร์สนามไตรฟ โกลด์ฟ			1,350,000.00
<b>รวมรายได้สนามไตรฟ โกลด์ฟ ต่อปี</b>			<b>16,614,000.00</b>
<b>กิจกรรมพิเศษ (Special Event)</b>			
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (ครั้ง/ปี)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
Mister and Miss Football Thailand Fan Club	1	3,000,000.00	3,000,000.00
Football Fan Club Championship	1	2,000,000.00	2,000,000.00
Big Four Big Match	12	500,000.00	6,000,000.00
Football Charity Match	1	1,500,000.00	1,500,000.00
คลีนิกฟุตบอล	1	1,500,000.00	1,500,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 1	1	1,500,000.00	1,500,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 2	1	1,500,000.00	1,500,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 3	1	1,500,000.00	1,500,000.00
<b>รวมรายได้กิจกรรมพิเศษต่อปี</b>			<b>18,500,000.00</b>
<b>รวมรายได้จากการขายต่อปี</b>			<b>174,198,960.00</b>



ตารางที่ 64 : แสดงงบประมาณขาย สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 2

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณขาย ปี 2 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX			
<b>สนามฟุตบอล 7 คน</b>			
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (ชม./เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าเช่าสนาม (จ.-ศ. 09.00-17.00)	96	1,300.00	124,800.00
ค่าเช่าสนาม (จ.-ศ. 17.00-01.00 , ส.-อา. 09.00-01.00)	346	1,500.00	518,400.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
ค่าเช่าเหมาพื้นที่สนามฟุตบอลสำหรับจัดกิจกรรม (Agency)			1,000,000.00
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (สนาม/ปี)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
สปอนเซอร์สนามฟุตบอล	2	7,500,000.00	15,000,000.00
<b>รวมรายได้สนามฟุตบอลต่อปี</b>			<b>23,718,400.00</b>
<b>ฟับ แอนด์ เรสเตอรองก์</b>			
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (โต๊ะ/เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (จ.-ศ. 10.00 - 13.00)	457	500.00	228,500.00
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (จ.-ศ. 13.00 - 17.00)	457	500.00	228,500.00
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (จ.-ศ. 17.00 - 21.00)	457	500.00	228,500.00
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (อา.-พ. 21.00 - 01.00)	685	2,000.00	1,370,000.00
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ส.-อา. 10.00 - 13.00)	364	500.00	182,000.00
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ส.-อา. 13.00 - 17.00)	364	500.00	182,000.00
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ส.-อา. 17.00 - 21.00)	364	500.00	182,000.00
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ศ.-ส. 21.00 - 01.00)	728	2,000.00	1,456,000.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
สปอนเซอร์ฟับ แอนด์ เรสเตอรองก์			6,000,000.00
<b>รวมรายได้ ฟับ แอนด์ เรสเตอรองก์ ต่อปี</b>			<b>54,690,000.00</b>
<b>ศูนย์การค้า</b>			
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (ตร.ม./เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าชั้น 1	2,250	800.00	1,620,000.00
ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าชั้น 2	2,400	650.00	1,404,000.00
ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าชั้น 3	2,250	500.00	1,012,500.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท)</b>
ค่ามัดจำพื้นที่ร้านค้า			
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าสาธารณูปโภคร้านค้าเฉลี่ยต่อเดือน			484,380.00
<b>รวมรายได้ศูนย์การค้าต่อปี</b>			<b>54,250,560.00</b>
<b>ที่จอดรถ</b>			
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (คัน/เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าจอดรถ	24,000	20.00	480,000.00
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (ตร.ม./เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าเช่าพื้นที่คาร์แคร์	300	150.00	45,000.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท)</b>
ค่ามัดจำพื้นที่คาร์แคร์			
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าสาธารณูปโภคคาร์แคร์เฉลี่ย			10,500.00
<b>รวมรายได้ที่จอดรถต่อปี</b>			<b>6,426,000.00</b>
<b>สนามไตรฟท์ กอล์ฟ</b>			
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (เลนส์/เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าธรรมเนียม	1,272	200.00	254,400.00
ค่าลูกกอล์ฟเฉลี่ย	1,272	300.00	381,600.00
ค่าอาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย	1,272	500.00	636,000.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
สปอนเซอร์สนามไตรฟท์ กอล์ฟ			1,350,000.00
<b>รวมรายได้สนามไตรฟท์ กอล์ฟ ต่อปี</b>			<b>16,614,000.00</b>
<b>กิจกรรมพิเศษ (Special Event)</b>			
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (ครั้ง/ปี)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
Mister and Miss Football Thailand Fan Club	1	3,000,000.00	3,000,000.00
Football Fan Club Championship	1	2,000,000.00	2,000,000.00
Big Four Big Match	12	500,000.00	6,000,000.00
Football Charity Match	1	1,500,000.00	1,500,000.00
คลีนิกฟุตบอล	1	1,500,000.00	1,500,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 1	1	1,500,000.00	1,500,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 2	1	1,500,000.00	1,500,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 3	1	1,500,000.00	1,500,000.00
<b>รวมรายได้กิจกรรมพิเศษต่อปี</b>			<b>18,500,000.00</b>
<b>รวมรายได้จากการขายต่อปี</b>			<b>174,198,960.00</b>

ตารางที่ 65 : แสดงงบประมาณขาย สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 3

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณขาย ปี 3 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX			
<b>สนามฟุตบอล 7 คน</b>			
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (ชม./เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าเข้าชม (จ.-ศ. 09.00-17.00)	96	1,300.00	124,800.00
ค่าเข้าชม (จ.-ศ. 17.00-01.00 , ส.-อา. 09.00-01.00)	346	1,500.00	518,400.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
ค่าเช่าเหมาที่นั่งสนามฟุตบอลสำหรับจัดกิจกรรม (Agency)			1,000,000.00
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (สนาม/ปี)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
สปอนเซอร์สนามฟุตบอล	2	7,500,000.00	15,000,000.00
<b>รวมรายได้สนามฟุตบอลต่อปี</b>			<b>23,718,400.00</b>
<b>ฟับ แอนด์ เรสเตอร์รองก์</b>			
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (โต๊ะ/เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (จ.-ศ. 10.00 - 13.00)	457	500.00	228,500.00
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (จ.-ศ. 13.00 - 17.00)	457	500.00	228,500.00
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (จ.-ศ. 17.00 - 21.00)	457	500.00	228,500.00
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ส.-อา. 21.00 - 01.00)	685	2,000.00	1,370,000.00
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ส.-อา. 10.00 - 13.00)	364	500.00	182,000.00
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ส.-อา. 13.00 - 17.00)	364	500.00	182,000.00
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ส.-อา. 17.00 - 21.00)	364	500.00	182,000.00
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ส.-ส. 21.00 - 01.00)	728	2,000.00	1,456,000.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
สปอนเซอร์ฟับ แอนด์ เรสเตอร์รองก์			6,000,000.00
<b>รวมรายได้ ฟับ แอนด์ เรสเตอร์รองก์ ต่อปี</b>			<b>54,690,000.00</b>
<b>ศูนย์การค้า</b>			
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (ตร.ม./เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าชั้น 1	2,250	800.00	1,620,000.00
ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าชั้น 2	2,400	650.00	1,404,000.00
ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าชั้น 3	2,250	500.00	1,012,500.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท)</b>
ค่ามัดจำพื้นที่ร้านค้า			
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าสาธารณูปโภคร้านค้าเฉลี่ยต่อเดือน			484,380.00
<b>รวมรายได้ศูนย์การค้าต่อปี</b>			<b>54,250,560.00</b>
<b>ที่จอดรถ</b>			
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (คัน/เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าจอดรถ	24,000	20.00	480,000.00
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (ตร.ม./เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าเช่าพื้นที่คาร์แคร์	300	150.00	45,000.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท)</b>
ค่ามัดจำพื้นที่คาร์แคร์			
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าสาธารณูปโภคคาร์แคร์เฉลี่ย			10,500.00
<b>รวมรายได้ที่จอดรถต่อปี</b>			<b>6,426,000.00</b>
<b>สนามไตรฟ โกลฟ์</b>			
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (เลนส์/เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าธรรมเนียม	1,272	200.00	254,400.00
ค่าลูกกอล์ฟเฉลี่ย	1,272	300.00	381,600.00
ค่าอาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย	1,272	500.00	636,000.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
สปอนเซอร์สนามไตรฟ โกลฟ์			1,350,000.00
<b>รวมรายได้สนามไตรฟ โกลฟ์ ต่อปี</b>			<b>16,614,000.00</b>
<b>กิจกรรมพิเศษ (Special Event)</b>			
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (ครั้ง/ปี)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
Mister and Miss Football Thailand Fan Club	1	3,000,000.00	3,000,000.00
Football Fan Club Championship	1	2,000,000.00	2,000,000.00
Big Four Big Match	12	500,000.00	6,000,000.00
Football Charity Match	1	1,500,000.00	1,500,000.00
คสิณิกฟุตบอล	1	1,500,000.00	1,500,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 1	1	1,500,000.00	1,500,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 2	1	1,500,000.00	1,500,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 3	1	1,500,000.00	1,500,000.00
<b>รวมรายได้กิจกรรมพิเศษต่อปี</b>			<b>18,500,000.00</b>
<b>รวมรายได้จากการขายต่อปี</b>			<b>174,198,960.00</b>

ตารางที่ 66 : แสดงงบประมาณขาย สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 4

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณขาย ปี 4 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX			
<b>สนามฟุตบอล 7 คน</b>			
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (ชม./เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าเช่าสนาม (จ.-ศ. 09.00-17.00)	96	1,300.00	124,800.00
ค่าเช่าสนาม (จ.-ศ. 17.00-01.00 , ส.-อา. 09.00-01.00)	346	1,500.00	518,400.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
ค่าเช่าเหมาพื้นที่สนามฟุตบอลสำหรับจัดกิจกรรม (Agency)			1,000,000.00
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (สนาม/ปี)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
สปอนเซอร์สนามฟุตบอล	2	7,500,000.00	15,000,000.00
<b>รวมรายได้สนามฟุตบอลต่อปี</b>			<b>23,718,400.00</b>
<b>ฟู้ด แอนด์ เรสเตอรองค์</b>			
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (โต๊ะ/เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (จ.-ศ. 10.00 - 13.00)	457	525.00	239,925.00
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (จ.-ศ. 13.00 - 17.00)	457	525.00	239,925.00
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (จ.-ศ. 17.00 - 21.00)	457	525.00	239,925.00
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (อา.-พ. 21.00 - 01.00)	685	2,100.00	1,438,500.00
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ส.-อา. 10.00 - 13.00)	364	525.00	191,100.00
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ส.-อา. 13.00 - 17.00)	364	525.00	191,100.00
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ส.-อา. 17.00 - 21.00)	364	525.00	191,100.00
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ศ.-ส. 21.00 - 01.00)	728	2,100.00	1,528,800.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
สปอนเซอร์ฟู้ด แอนด์ เรสเตอรองค์			6,000,000.00
<b>รวมรายได้ ฟู้ด แอนด์ เรสเตอรองค์ ต่อปี</b>			<b>57,124,500.00</b>
<b>ศูนย์การค้า</b>			
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (ตร.ม./เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าชั้น 1	2,250	800.00	1,620,000.00
ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าชั้น 2	2,400	650.00	1,404,000.00
ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าชั้น 3	2,250	500.00	1,012,500.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท)</b>
ค่ามัดจำพื้นที่ร้านค้า			
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าสาธารณูปโภคร้านค้าเฉลี่ย ต่อเดือน			532,818.00
<b>รวมรายได้ศูนย์การค้าต่อปี</b>			<b>54,831,816.00</b>
<b>ที่จอดรถ</b>			
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (คัน/เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าจอดรถ	24,000	20.00	480,000.00
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (ตร.ม./เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าเช่าพื้นที่คาร์แคร์	300	150.00	45,000.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท)</b>
ค่ามัดจำพื้นที่คาร์แคร์			
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าสาธารณูปโภคคาร์แคร์เฉลี่ย			11,550.00
<b>รวมรายได้ที่จอดรถต่อปี</b>			<b>6,438,600.00</b>
<b>สนามไตรฟ กอล์ฟ</b>			
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (เลนส์/เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าธรรมเนียม	1,272	200.00	254,400.00
ค่าลูกกอล์ฟเฉลี่ย	1,272	300.00	381,600.00
ค่าอาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย	1,272	525.00	667,800.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
สปอนเซอร์สนามไตรฟ กอล์ฟ			1,350,000.00
<b>รวมรายได้สนามไตรฟ กอล์ฟ ต่อปี</b>			<b>16,995,600.00</b>
<b>กิจกรรมพิเศษ (Special Event)</b>			
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (ครั้ง/ปี)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
Mister and Miss Football Thailand Fan Club	1	3,000,000.00	3,000,000.00
Football Fan Club Championship	1	2,000,000.00	2,000,000.00
Big Four Big Match	12	500,000.00	6,000,000.00
Football Charity Match	1	1,500,000.00	1,500,000.00
ศิลปินกอล์ฟบอล	1	1,500,000.00	1,500,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 1	1	1,500,000.00	1,500,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 2	1	1,500,000.00	1,500,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 3	1	1,500,000.00	1,500,000.00
<b>รวมรายได้กิจกรรมพิเศษต่อปี</b>			<b>18,500,000.00</b>
<b>รวมรายได้จากการขายต่อปี</b>			<b>177,608,916.00</b>

ตารางที่ 67 : แสดงงบประมาณขาย สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 5

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด			
งบประมาณขาย ปี 5			
สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX			
<b>สนามฟุตบอล 7 คน</b>			
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (ชม./เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าเข้าชม (จ.-ศ. 09.00-17.00)	96	1,300.00	124,800.00
ค่าเข้าชม (จ.-ศ. 17.00-01.00 , ส.-อา. 09.00-01.00)	346	1,500.00	518,400.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
ค่าเช่าเหมาพื้นที่สนามฟุตบอลสำหรับจัดกิจกรรม (Agency)			1,000,000.00
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (สนาม/ปี)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
สปอนเซอร์สนามฟุตบอล	2	7,500,000.00	15,000,000.00
<b>รวมรายได้สนามฟุตบอลต่อปี</b>			<b>23,718,400.00</b>
<b>ฟับ แอนด์ เรสเตอรองค์</b>			
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (โต๊ะ/เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (จ.-ศ. 10.00 - 13.00)	457	525.00	239,925.00
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (จ.-ศ. 13.00 - 17.00)	457	525.00	239,925.00
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (จ.-ศ. 17.00 - 21.00)	457	525.00	239,925.00
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (อา.-พ. 21.00 - 01.00)	685	2,100.00	1,438,500.00
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ส.-อา. 10.00 - 13.00)	364	525.00	191,100.00
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ส.-อา. 13.00 - 17.00)	364	525.00	191,100.00
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ส.-อา. 17.00 - 21.00)	364	525.00	191,100.00
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ศ.-ส. 21.00 - 01.00)	728	2,100.00	1,528,800.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
สปอนเซอร์ฟับ แอนด์ เรสเตอรองค์			6,000,000.00
<b>รวมรายได้ ฟับ แอนด์ เรสเตอรองค์ ต่อปี</b>			<b>57,124,500.00</b>
<b>ศูนย์การค้า</b>			
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (ตร.ม./เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าชั้น 1	2,250	800.00	1,620,000.00
ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าชั้น 2	2,400	650.00	1,404,000.00
ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าชั้น 3	2,250	500.00	1,012,500.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท)</b>
ค่ามัดจำพื้นที่ร้านค้า			
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าสาธารณูปโภคร้านค้าเฉลี่ยต่อเดือน			532,818.00
<b>รวมรายได้ศูนย์การค้าต่อปี</b>			<b>54,831,816.00</b>
<b>ที่จอดรถ</b>			
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (คัน/เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าจอดรถ	24,000	20.00	480,000.00
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (ตร.ม./เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าเช่าพื้นที่คาร์แคร์	300	150.00	45,000.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท)</b>
ค่ามัดจำพื้นที่คาร์แคร์			
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าสาธารณูปโภคคาร์แคร์เฉลี่ย			11,550.00
<b>รวมรายได้ที่จอดรถต่อปี</b>			<b>6,438,600.00</b>
<b>สนามไตรฟ โกลด์ฟ</b>			
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (เลนส์/เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่ารอบ	1,272	200.00	254,400.00
ค่าลูกกอล์ฟเฉลี่ย	1,272	300.00	381,600.00
ค่าอาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย	1,272	525.00	667,800.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
สปอนเซอร์สนามไตรฟ โกลด์ฟ			1,350,000.00
<b>รวมรายได้สนามไตรฟ โกลด์ฟ ต่อปี</b>			<b>16,995,600.00</b>
<b>กิจกรรมพิเศษ (Special Event)</b>			
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (ครั้ง/ปี)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
Mister and Miss Football Thailand Fan Club	1	3,000,000.00	3,000,000.00
Football Fan Club Championship	1	2,000,000.00	2,000,000.00
Big Four Big Match	12	500,000.00	6,000,000.00
Football Charity Match	1	1,500,000.00	1,500,000.00
คลีนิกฟุตบอล	1	1,500,000.00	1,500,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 1	1	1,500,000.00	1,500,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 2	1	1,500,000.00	1,500,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 3	1	1,500,000.00	1,500,000.00
<b>รวมรายได้กิจกรรมพิเศษต่อปี</b>			<b>18,500,000.00</b>
<b>รวมรายได้จากการขายต่อปี</b>			<b>177,608,916.00</b>

ตารางที่ 68 : แสดงงบประมาณขาย สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 6

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณขาย ปี 6 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX			
<b>สนามฟุตบอล 7 คน</b>			
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (ชม./เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าเข้าชม (จ.-ศ. 09.00-17.00)	96	1,300.00	124,800.00
ค่าเข้าชม (จ.-ศ. 17.00-01.00 , ส.-อา. 09.00-01.00)	346	1,500.00	518,400.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
ค่าเช่าเหมาพื้นที่สนามฟุตบอลสำหรับจัดกิจกรรม (Agency)			1,100,000.00
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (สนาม/ปี)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
สปอนเซอร์สนามฟุตบอล	2	7,500,000.00	15,000,000.00
<b>รวมรายได้สนามฟุตบอลต่อปี</b>			<b>23,818,400.00</b>
<b>ฟับ แอนด์ เรสเตอรองก์</b>			
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (โต๊ะ/เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (จ.-ศ. 10.00 - 13.00)	457	525.00	239,925.00
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (จ.-ศ. 13.00 - 17.00)	457	525.00	239,925.00
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (จ.-ศ. 17.00 - 21.00)	457	525.00	239,925.00
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (อา.-พ. 21.00 - 01.00)	685	2,100.00	1,438,500.00
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ส.-อา. 10.00 - 13.00)	364	525.00	191,100.00
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ส.-อา. 13.00 - 17.00)	364	525.00	191,100.00
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ส.-อา. 17.00 - 21.00)	364	525.00	191,100.00
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ศ.-ส. 21.00 - 01.00)	728	2,100.00	1,528,800.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
สปอนเซอร์ฟับ แอนด์ เรสเตอรองก์			6,000,000.00
<b>รวมรายได้ ฟับ แอนด์ เรสเตอรองก์ ต่อปี</b>			<b>57,124,500.00</b>
<b>ศูนย์การค้า</b>			
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (ตร.ม./เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าชั้น 1	2,250	800.00	1,782,000.00
ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าชั้น 2	2,400	650.00	1,544,400.00
ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าชั้น 3	2,250	500.00	1,113,750.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท)</b>
ค่ามัดจำพื้นที่ร้านค้า			
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าสาธารณูปโภคร้านค้าเฉลี่ย ต่อเดือน			532,818.00
<b>รวมรายได้ศูนย์การค้าต่อปี</b>			<b>59,675,616.00</b>
<b>ที่จอดรถ</b>			
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (คัน/เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าจอดรถ	24,000	20.00	480,000.00
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (ตร.ม./เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าเช่าพื้นที่คาร์แคร์	300	150.00	49,500.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท)</b>
ค่ามัดจำพื้นที่คาร์แคร์			
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าสาธารณูปโภคคาร์แคร์เฉลี่ย			11,550.00
<b>รวมรายได้ที่จอดรถต่อปี</b>			<b>6,492,600.00</b>
<b>สนามไตรฟ โกลฟ์</b>			
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (เลนส์/เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าธรรมเนียม	1,272	200.00	254,400.00
ค่าลูกกอล์ฟเฉลี่ย	1,272	300.00	381,600.00
ค่าอาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย	1,272	525.00	667,800.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
สปอนเซอร์สนามไตรฟ โกลฟ์			1,350,000.00
<b>รวมรายได้สนามไตรฟ โกลฟ์ ต่อปี</b>			<b>16,995,600.00</b>
<b>กิจกรรมพิเศษ (Special Event)</b>			
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (ครั้ง/ปี)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
Mister and Miss Football Thailand Fan Club	1	3,300,000.00	3,300,000.00
Football Fan Club Championship	1	2,200,000.00	2,200,000.00
Big Four Big Match	12	550,000.00	6,600,000.00
Football Charity Match	1	1,650,000.00	1,650,000.00
คลีนิกฟุตบอล	1	1,650,000.00	1,650,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 1	1	1,650,000.00	1,650,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 2	1	1,650,000.00	1,650,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 3	1	1,650,000.00	1,650,000.00
<b>รวมรายได้กิจกรรมพิเศษต่อปี</b>			<b>20,350,000.00</b>
<b>รวมรายได้จากการขายต่อปี</b>			<b>184,456,716.00</b>



ตารางที่ 69 : แสดงงบประมาณขาย สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 7

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณขาย ปี 7 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX			
<b>สนามฟุตบอล 7 คน</b>			
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (ชม./เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าเข้าชม (จ.-ศ. 09.00-17.00)	96	1,300.00	124,800.00
ค่าเข้าชม (จ.-ศ. 17.00-01.00 , ส.-อา. 09.00-01.00)	346	1,500.00	518,400.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
ค่าเช่าเหมาพื้นที่สนามฟุตบอลสำหรับจัดกิจกรรม (Agency)			1,100,000.00
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (สนาม/ปี)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
สปอนเซอร์สนามฟุตบอล	2	7,500,000.00	15,000,000.00
<b>รวมรายได้สนามฟุตบอลต่อปี</b>			<b>23,818,400.00</b>
<b>ฟับ แอนด์ เรสเตอรองก์</b>			
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (โต๊ะ/เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (จ.-ศ. 10.00 - 13.00)	457	551.25	251,921.25
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (จ.-ศ. 13.00 - 17.00)	457	551.25	251,921.25
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (จ.-ศ. 17.00 - 21.00)	457	551.25	251,921.25
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (อา.-พ. 21.00 - 01.00)	685	2,205.00	1,510,425.00
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ส.-อา. 10.00 - 13.00)	364	551.25	200,655.00
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ส.-อา. 13.00 - 17.00)	364	551.25	200,655.00
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ส.-อา. 17.00 - 21.00)	364	551.25	200,655.00
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ศ.-ส. 21.00 - 01.00)	728	2,205.00	1,605,240.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
สปอนเซอร์ฟับ แอนด์ เรสเตอรองก์			6,000,000.00
<b>รวมรายได้ ฟับ แอนด์ เรสเตอรองก์ ต่อปี</b>			<b>59,680,725.00</b>
<b>ศูนย์การค้า</b>			
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (ตร.ม./เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าชั้น 1	2,250	800.00	1,782,000.00
ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าชั้น 2	2,400	650.00	1,544,400.00
ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าชั้น 3	2,250	500.00	1,113,750.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท)</b>
ค่ามัดจำพื้นที่ร้านค้า			
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าสาธารณูปโภคร้านค้าเฉลี่ยต่อเดือน			586,099.80
<b>รวมรายได้ศูนย์การค้าต่อปี</b>			<b>60,314,997.60</b>
<b>ที่จอดรถ</b>			
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (คัน/เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าจอดรถ	24,000	20.00	480,000.00
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (ตร.ม./เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าเช่าพื้นที่คาร์แคร์	300	150.00	49,500.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท)</b>
ค่ามัดจำพื้นที่คาร์แคร์			
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าสาธารณูปโภคคาร์แคร์เฉลี่ย			12,705.00
<b>รวมรายได้ที่จอดรถต่อปี</b>			<b>6,506,460.00</b>
<b>สนามไตรฟ โกลด์ฟ</b>			
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (เลนส์/เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่ารอบ	1,272	200.00	254,400.00
ค่าลูกกอล์ฟเฉลี่ย	1,272	300.00	381,600.00
ค่าอาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย	1,272	551.25	701,190.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
สปอนเซอร์สนามไตรฟ โกลด์ฟ			1,350,000.00
<b>รวมรายได้สนามไตรฟ โกลด์ฟ ต่อปี</b>			<b>17,396,280.00</b>
<b>กิจกรรมพิเศษ (Special Event)</b>			
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (ครั้ง/ปี)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
Mister and Miss Football Thailand Fan Club	1	3,300,000.00	3,300,000.00
Football Fan Club Championship	1	2,200,000.00	2,200,000.00
Big Four Big Match	12	550,000.00	6,600,000.00
Football Charity Match	1	1,650,000.00	1,650,000.00
คลีนิกฟุตบอล	1	1,650,000.00	1,650,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 1	1	1,650,000.00	1,650,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 2	1	1,650,000.00	1,650,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 3	1	1,650,000.00	1,650,000.00
<b>รวมรายได้กิจกรรมพิเศษต่อปี</b>			<b>20,350,000.00</b>
<b>รวมรายได้จากการขายต่อปี</b>			<b>188,066,862.60</b>

ตารางที่ 70 : แสดงงบประมาณขาย สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 8

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณขาย ปี 8 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX			
<b>สนามฟุตบอล 7 คน</b>			
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (ชม./เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าเข้าชม (จ.-ศ. 09.00-17.00)	96	1,300.00	124,800.00
ค่าเข้าชม (จ.-ศ. 17.00-01.00 , ส.-อา. 09.00-01.00)	346	1,500.00	518,400.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
ค่าเช่าเหมาพื้นที่สนามฟุตบอลสำหรับจัดกิจกรรม (Agency)			1,100,000.00
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (สนาม/ปี)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
สปอนเซอร์สนามฟุตบอล	2	7,500,000.00	15,000,000.00
<b>รวมรายได้สนามฟุตบอลต่อปี</b>			<b>23,818,400.00</b>
<b>ฟับ แอนด์ เรสเตอรองค์</b>			
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (โต๊ะ/เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (จ.-ศ. 10.00 - 13.00)	457	551.25	251,921.25
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (จ.-ศ. 13.00 - 17.00)	457	551.25	251,921.25
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (จ.-ศ. 17.00 - 21.00)	457	551.25	251,921.25
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (อา.-พ. 21.00 - 01.00)	685	2,205.00	1,510,425.00
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ส.-อา. 10.00 - 13.00)	364	551.25	200,655.00
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ส.-อา. 13.00 - 17.00)	364	551.25	200,655.00
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ส.-อา. 17.00 - 21.00)	364	551.25	200,655.00
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ศ.-ส. 21.00 - 01.00)	728	2,205.00	1,605,240.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
สปอนเซอร์ฟับ แอนด์ เรสเตอรองค์			6,000,000.00
<b>รวมรายได้ ฟับ แอนด์ เรสเตอรองค์ ต่อปี</b>			<b>59,680,725.00</b>
<b>ศูนย์การค้า</b>			
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (ตร.ม./เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าชั้น 1	2,250	800.00	1,782,000.00
ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าชั้น 2	2,400	650.00	1,544,400.00
ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าชั้น 3	2,250	500.00	1,113,750.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท)</b>
ค่ามัดจำพื้นที่ร้านค้า			
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าสาธารณูปโภคร้านค้าเฉลี่ยต่อเดือน			586,099.80
<b>รวมรายได้ศูนย์การค้าต่อปี</b>			<b>60,314,997.60</b>
<b>ที่จอดรถ</b>			
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (คัน/เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าจอดรถ	24,000	20.00	480,000.00
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (ตร.ม./เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าเช่าพื้นที่คาร์แคร์	300	150.00	49,500.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท)</b>
ค่ามัดจำพื้นที่คาร์แคร์			
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าสาธารณูปโภคคาร์แคร์เฉลี่ย			12,705.00
<b>รวมรายได้ที่จอดรถต่อปี</b>			<b>6,506,460.00</b>
<b>สนามไตรฟท์ กอล์ฟ</b>			
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (เลนส์/เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าธรรมเนียม	1,272	200.00	254,400.00
ค่าลูกกอล์ฟเฉลี่ย	1,272	300.00	381,600.00
ค่าอาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย	1,272	551.25	701,190.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
สปอนเซอร์สนามไตรฟท์ กอล์ฟ			1,350,000.00
<b>รวมรายได้สนามไตรฟท์ กอล์ฟ ต่อปี</b>			<b>17,396,280.00</b>
<b>กิจกรรมพิเศษ (Special Event)</b>			
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (ครั้ง/ปี)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
Mister and Miss Football Thailand Fan Club	1	3,300,000.00	3,300,000.00
Football Fan Club Championship	1	2,200,000.00	2,200,000.00
Big Four Big Match	12	550,000.00	6,600,000.00
Football Charity Match	1	1,650,000.00	1,650,000.00
คลีนิกฟุตบอล	1	1,650,000.00	1,650,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 1	1	1,650,000.00	1,650,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 2	1	1,650,000.00	1,650,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 3	1	1,650,000.00	1,650,000.00
<b>รวมรายได้กิจกรรมพิเศษต่อปี</b>			<b>20,350,000.00</b>
<b>รวมรายได้จากการขายต่อปี</b>			<b>188,066,862.60</b>

ตารางที่ 71 : แสดงงบประมาณขาย สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 9

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณขาย ปี 9 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX			
<b>สนามฟุตบอล 7 คน</b>			
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (ชม./เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าเข้าชม (จ.-ศ. 09.00-17.00)	96	1,300.00	124,800.00
ค่าเข้าชม (จ.-ศ. 17.00-01.00 , ส.-อา. 09.00-01.00)	346	1,500.00	518,400.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
ค่าเช่าเหมาพื้นที่สนามฟุตบอลสำหรับจัดกิจกรรม (Agency)			1,100,000.00
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (สนาม/ปี)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
สปอนเซอร์สนามฟุตบอล	2	7,500,000.00	15,000,000.00
<b>รวมรายได้สนามฟุตบอลต่อปี</b>			<b>23,818,400.00</b>
<b>ฟับ แอนด์ เรสเตอรองค์</b>			
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (โต๊ะ/เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (จ.-ศ. 10.00 - 13.00)	457	551.25	251,921.25
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (จ.-ศ. 13.00 - 17.00)	457	551.25	251,921.25
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (จ.-ศ. 17.00 - 21.00)	457	551.25	251,921.25
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (อา.-พ. 21.00 - 01.00)	685	2,205.00	1,510,425.00
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ส.-อา. 10.00 - 13.00)	364	551.25	200,655.00
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ส.-อา. 13.00 - 17.00)	364	551.25	200,655.00
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ส.-อา. 17.00 - 21.00)	364	551.25	200,655.00
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ศ.-ส. 21.00 - 01.00)	728	2,205.00	1,605,240.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
สปอนเซอร์ฟับ แอนด์ เรสเตอรองค์			6,000,000.00
<b>รวมรายได้ ฟับ แอนด์ เรสเตอรองค์ ต่อปี</b>			<b>59,680,725.00</b>
<b>ศูนย์การค้า</b>			
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (ตร.ม./เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าชั้น 1	2,250	800.00	1,782,000.00
ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าชั้น 2	2,400	650.00	1,544,400.00
ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าชั้น 3	2,250	500.00	1,113,750.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท)</b>
ค่ามัดจำพื้นที่ร้านค้า			
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าสาธารณูปโภคร้านค้าเฉลี่ยต่อเดือน			586,099.80
<b>รวมรายได้ศูนย์การค้าต่อปี</b>			<b>60,314,997.60</b>
<b>ที่จอดรถ</b>			
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (คัน/เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าจอดรถ	24,000	20.00	480,000.00
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (ตร.ม./เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าเช่าพื้นที่คาร์แคร์	300	150.00	49,500.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท)</b>
ค่ามัดจำพื้นที่คาร์แคร์			
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าสาธารณูปโภคคาร์แคร์เฉลี่ย			12,705.00
<b>รวมรายได้ที่จอดรถต่อปี</b>			<b>6,506,460.00</b>
<b>สนามไตรฟท์ กอล์ฟ</b>			
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (เลนส์/เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าธรรมเนียม	1,272	200.00	254,400.00
ค่าลูกกอล์ฟเฉลี่ย	1,272	300.00	381,600.00
ค่าอาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย	1,272	551.25	701,190.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
สปอนเซอร์สนามไตรฟท์ กอล์ฟ			1,350,000.00
<b>รวมรายได้สนามไตรฟท์ กอล์ฟ ต่อปี</b>			<b>17,396,280.00</b>
<b>กิจกรรมพิเศษ (Special Event)</b>			
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (ครั้ง/ปี)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
Mister and Miss Football Thailand Fan Club	1	3,300,000.00	3,300,000.00
Football Fan Club Championship	1	2,200,000.00	2,200,000.00
Big Four Big Match	12	550,000.00	6,600,000.00
Football Charity Match	1	1,650,000.00	1,650,000.00
คลีนิกฟุตบอล	1	1,650,000.00	1,650,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 1	1	1,650,000.00	1,650,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 2	1	1,650,000.00	1,650,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 3	1	1,650,000.00	1,650,000.00
<b>รวมรายได้กิจกรรมพิเศษต่อปี</b>			<b>20,350,000.00</b>
<b>รวมรายได้จากการขายต่อปี</b>			<b>188,066,862.60</b>



ตารางที่ 72 : แสดงงบประมาณขาย สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 10

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด			
งบประมาณขาย ปี 10			
สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX			
<b>สนามฟุตบอล 7 คน</b>			
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (ชม./เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าเข้าชม (จ.-ศ. 09.00-17.00)	96	1,300.00	124,800.00
ค่าเข้าชม (จ.-ศ. 17.00-01.00 , ส.-อา. 09.00-01.00)	346	1,500.00	518,400.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
ค่าเช่าเหมาพื้นที่สนามฟุตบอลสำหรับจัดกิจกรรม (Agency)			1,100,000.00
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (สนาม/ปี)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
สปอนเซอร์สนามฟุตบอล	2	7,500,000.00	15,000,000.00
<b>รวมรายได้สนามฟุตบอลในปี</b>			<b>23,718,400.00</b>
<b>ฟับ แอนด์ เรสเตอรองก์</b>			
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (โต๊ะ/เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (จ.-ศ. 10.00 - 13.00)	457	578.81	264,517.31
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (จ.-ศ. 13.00 - 17.00)	457	578.81	264,517.31
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (จ.-ศ. 17.00 - 21.00)	457	578.81	264,517.31
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (อา.-พ. 21.00 - 01.00)	685	2,315.25	1,585,946.25
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ส.-อา. 10.00 - 13.00)	364	578.81	210,687.75
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ส.-อา. 13.00 - 17.00)	364	578.81	210,687.75
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ส.-อา. 17.00 - 21.00)	364	578.81	210,687.75
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ศ.-ส. 21.00 - 01.00)	728	2,315.25	1,685,502.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
สปอนเซอร์ฟับ แอนด์ เรสเตอรองก์			6,000,000.00
<b>รวมรายได้ ฟับ แอนด์ เรสเตอรองก์ ในปี</b>			<b>62,364,761.25</b>
<b>ศูนย์การค้า</b>			
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (ตร.ม./เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าชั้น 1	2,250	800.00	1,782,000.00
ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าชั้น 2	2,400	650.00	1,544,400.00
ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าชั้น 3	2,250	500.00	1,113,750.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท)</b>
ค่ามัดจำพื้นที่ร้านค้า			
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าสาธารณูปโภคร้านค้าเฉลี่ยต่อเดือน			644,709.78
<b>รวมรายได้ศูนย์การค้าในปี</b>			<b>61,018,317.36</b>
<b>ที่จอดรถ</b>			
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (คัน/เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าจอดรถ	24,000	20.00	480,000.00
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (ตร.ม./เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าเช่าพื้นที่คาร์แคร์	300	150.00	49,500.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท)</b>
ค่ามัดจำพื้นที่คาร์แคร์			
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าสาธารณูปโภคคาร์แคร์เฉลี่ย			13,975.50
<b>รวมรายได้ที่จอดรถในปี</b>			<b>6,521,706.00</b>
<b>สนามไตรฟ โกลด์ฟ</b>			
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (เลนส์/เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าธรรมเนียม	1,272	200.00	254,400.00
ค่าลูกกอล์ฟเฉลี่ย	1,272	300.00	381,600.00
ค่าอาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย	1,272	578.81	736,249.50
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
สปอนเซอร์สนามไตรฟ โกลด์ฟ			1,350,000.00
<b>รวมรายได้สนามไตรฟ โกลด์ฟ ในปี</b>			<b>17,816,994.00</b>
<b>กิจกรรมพิเศษ (Special Event)</b>			
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (ครั้ง/ปี)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
Mister and Miss Football Thailand Fan Club	1	3,300,000.00	3,300,000.00
Football Fan Club Championship	1	2,200,000.00	2,200,000.00
Big Four Big Match	12	550,000.00	6,600,000.00
Football Charity Match	1	1,650,000.00	1,650,000.00
คสลิ้นกฟฟุตบอล	1	1,650,000.00	1,650,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 1	1	1,650,000.00	1,650,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 2	1	1,650,000.00	1,650,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 3	1	1,650,000.00	1,650,000.00
<b>รวมรายได้กิจกรรมพิเศษในปี</b>			<b>20,350,000.00</b>
<b>รวมรายได้จากการขายในปี</b>			<b>191,790,178.61</b>

ตารางที่ 73 : แสดงงบประมาณขาย สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 11

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด			
งบประมาณขาย ปี 11			
สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX			
สนามฟุตบอล 7 คน			
สินค้า/บริการ	หน่วยขาย (ชม./เดือน)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ยอดขาย (บาท/เดือน)
ค่าเช่าสนาม (จ.-ศ. 09.00-17.00)	96	1,300.00	124,800.00
ค่าเช่าสนาม (จ.-ศ. 17.00-01.00 , ส.-อา. 09.00-01.00)	346	1,500.00	518,400.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
ค่าเช่าสนามที่สนามฟุตบอลสำหรับจัดกิจกรรม (Agency)			1,210,000.00
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (สนาม/ปี)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
สปอนเซอร์สนามฟุตบอล	2	7,500,000.00	15,000,000.00
<b>รวมรายได้สนามฟุตบอลปี</b>			<b>23,928,400.00</b>
ฟับ แอนด์ เรสเดอรองก์			
สินค้า/บริการ	หน่วยขาย (โต๊ะ/เดือน)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ยอดขาย (บาท/เดือน)
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (จ.-ศ. 10.00 - 13.00)	457	578.81	264,517.31
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (จ.-ศ. 13.00 - 17.00)	457	578.81	264,517.31
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (จ.-ศ. 17.00 - 21.00)	457	578.81	264,517.31
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (อา.-พด. 21.00 - 01.00)	685	2,315.25	1,585,946.25
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ส.-อา. 10.00 - 13.00)	364	578.81	210,687.75
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ส.-อา. 13.00 - 17.00)	364	578.81	210,687.75
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ส.-อา. 17.00 - 21.00)	364	578.81	210,687.75
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ศ.-ส. 21.00 - 01.00)	728	2,315.25	1,685,502.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
สปอนเซอร์ฟับ แอนด์ เรสเดอรองก์			6,000,000.00
<b>รวมรายได้ ฟับ แอนด์ เรสเดอรองก์ ต่อปี</b>			<b>62,364,761.25</b>
ศูนย์การค้า			
สินค้า/บริการ	หน่วยขาย (ตร.ม./เดือน)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ยอดขาย (บาท/เดือน)
ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าชั้น 1	2,250	800.00	1,960,200.00
ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าชั้น 2	2,400	650.00	1,698,840.00
ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าชั้น 3	2,250	500.00	1,225,125.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท)</b>
ค่ามัดจำพื้นที่ร้านค้า			
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าสาธารณูปโภคร้านค้าเฉลี่ยต่อเดือน			644,709.78
<b>รวมรายได้ศูนย์การค้าต่อปี</b>			<b>66,346,497.36</b>
ที่จอดรถ			
สินค้า/บริการ	หน่วยขาย (คัน/เดือน)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ยอดขาย (บาท/เดือน)
ค่าจอดรถ	24,000	20.00	480,000.00
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (ตร.ม./เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าเช่าพื้นที่คาร์แคร์	300	150.00	54,450.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท)</b>
ค่ามัดจำพื้นที่คาร์แคร์			
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าสาธารณูปโภคคาร์แคร์เฉลี่ย			13,975.50
<b>รวมรายได้ที่จอดรถต่อปี</b>			<b>6,581,106.00</b>
สนามไตรฟ โกลฟ์			
สินค้า/บริการ	หน่วยขาย (เลนส์/เดือน)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ยอดขาย (บาท/เดือน)
คาร์อบ	1,272	200.00	254,400.00
ค่าลูกกอล์ฟเฉลี่ย	1,272	300.00	381,600.00
ค่าอาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย	1,272	578.81	736,249.50
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
สปอนเซอร์สนามไตรฟ โกลฟ์			1,350,000.00
<b>รวมรายได้สนามไตรฟ โกลฟ์ ต่อปี</b>			<b>17,816,994.00</b>
กิจกรรมพิเศษ (Special Event)			
สินค้า/บริการ	หน่วยขาย (ครั้ง/ปี)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ยอดขาย (บาท/ปี)
Mister and Miss Football Thailand Fan Club	1	3,630,000.00	3,630,000.00
Football Fan Club Championship	1	2,420,000.00	2,420,000.00
Big Four Big Match	12	605,000.00	7,260,000.00
Football Charity Match	1	1,815,000.00	1,815,000.00
คลินิกฟุตบอล	1	1,815,000.00	1,815,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 1	1	1,815,000.00	1,815,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 2	1	1,815,000.00	1,815,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 3	1	1,815,000.00	1,815,000.00
<b>รวมรายได้กิจกรรมพิเศษต่อปี</b>			<b>22,385,000.00</b>
<b>รวมรายได้จากการขายต่อปี</b>			<b>199,422,758.61</b>

ตารางที่ 74 : แสดงงบประมาณขาย สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 12

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด			
งบประมาณขาย ปี 12			
สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX			
สนามฟุตบอล 7 คน			
สินค้า/บริการ	หน่วยขาย (ชม./เดือน)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ยอดขาย (บาท/เดือน)
ค่าเช่าสนาม (จ.-ศ. 09.00-17.00)	96	1,300.00	124,800.00
ค่าเช่าสนาม (จ.-ศ. 17.00-01.00 , ส.-อา. 09.00-01.00)	346	1,500.00	518,400.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
ค่าเช่าสนามที่สนามฟุตบอลสำหรับจัดกิจกรรม (Agency)			1,210,000.00
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (สนาม/ปี)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
สปอนเซอร์สนามฟุตบอล	2	7,500,000.00	15,000,000.00
<b>รวมรายได้สนามฟุตบอลปี</b>			<b>23,928,400.00</b>
ฟิว แอนด์ เรสเตอรองก์			
สินค้า/บริการ	หน่วยขาย (โต๊ะ/เดือน)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ยอดขาย (บาท/เดือน)
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (จ.-ศ. 10.00 - 13.00)	457	578.81	264,517.31
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (จ.-ศ. 13.00 - 17.00)	457	578.81	264,517.31
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (จ.-ศ. 17.00 - 21.00)	457	578.81	264,517.31
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (อา.-พด. 21.00 - 01.00)	685	2,315.25	1,585,946.25
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ส.-อา. 10.00 - 13.00)	364	578.81	210,687.75
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ส.-อา. 13.00 - 17.00)	364	578.81	210,687.75
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ส.-อา. 17.00 - 21.00)	364	578.81	210,687.75
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ศ.-ส. 21.00 - 01.00)	728	2,315.25	1,685,502.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
สปอนเซอร์ฟิว แอนด์ เรสเตอรองก์			6,000,000.00
<b>รวมรายได้ ฟิว แอนด์ เรสเตอรองก์ ต่อปี</b>			<b>62,364,761.25</b>
ศูนย์การค้า			
สินค้า/บริการ	หน่วยขาย (ตร.ม./เดือน)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ยอดขาย (บาท/เดือน)
ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าชั้น 1	2,250	800.00	1,960,200.00
ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าชั้น 2	2,400	650.00	1,698,840.00
ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าชั้น 3	2,250	500.00	1,225,125.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท)</b>
ค่ามัดจำพื้นที่ร้านค้า			
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าสาธารณูปโภคร้านค้าเฉลี่ยต่อเดือน			644,709.78
<b>รวมรายได้ศูนย์การค้าต่อปี</b>			<b>66,346,497.36</b>
ที่จอดรถ			
สินค้า/บริการ	หน่วยขาย (คัน/เดือน)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ยอดขาย (บาท/เดือน)
ค่าจอดรถ	24,000	20.00	480,000.00
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (ตร.ม./เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าเช่าพื้นที่คาร์แคร์	300	150.00	54,450.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท)</b>
ค่ามัดจำพื้นที่คาร์แคร์			
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าสาธารณูปโภคคาร์แคร์เฉลี่ย			13,975.50
<b>รวมรายได้ที่จอดรถต่อปี</b>			<b>6,581,106.00</b>
สนามโดร์ฟ กอล์ฟ			
สินค้า/บริการ	หน่วยขาย (เลนส์/เดือน)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ยอดขาย (บาท/เดือน)
คาร์อบ	1,272	200.00	254,400.00
ค่าลูกกอล์ฟเฉลี่ย	1,272	300.00	381,600.00
ค่าอาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย	1,272	578.81	736,249.50
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
สปอนเซอร์สนามโดร์ฟ กอล์ฟ			1,350,000.00
<b>รวมรายได้สนามโดร์ฟ กอล์ฟ ต่อปี</b>			<b>17,816,994.00</b>
กิจกรรมพิเศษ (Special Event)			
สินค้า/บริการ	หน่วยขาย (ครั้ง/ปี)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ยอดขาย (บาท/ปี)
Mister and Miss Football Thailand Fan Club	1	3,630,000.00	3,630,000.00
Football Fan Club Championship	1	2,420,000.00	2,420,000.00
Big Four Big Match	12	605,000.00	7,260,000.00
Football Charity Match	1	1,815,000.00	1,815,000.00
คลินิกฟุตบอล	1	1,815,000.00	1,815,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 1	1	1,815,000.00	1,815,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 2	1	1,815,000.00	1,815,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 3	1	1,815,000.00	1,815,000.00
<b>รวมรายได้กิจกรรมพิเศษต่อปี</b>			<b>22,385,000.00</b>
<b>รวมรายได้จากการขายต่อปี</b>			<b>199,422,758.61</b>

ตารางที่ 75 : แสดงงบประมาณขาย สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 13

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด			
งบประมาณขาย ปี 13			
สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX			
สนามฟุตบอล 7 คน			
สินค้า/บริการ	หน่วยขาย (ชม./เดือน)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ยอดขาย (บาท/เดือน)
ค่าเช่าสนาม (จ.-ศ. 09.00-17.00)	96	1,300.00	124,800.00
ค่าเช่าสนาม (จ.-ศ. 17.00-01.00 , ส.-อา. 09.00-01.00)	346	1,500.00	518,400.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
ค่าเช่าสนามที่สนามฟุตบอลสำหรับจัดกิจกรรม (Agency)			1,210,000.00
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (สนาม/ปี)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
สปอนเซอร์สนามฟุตบอล	2	7,500,000.00	15,000,000.00
<b>รวมรายได้สนามฟุตบอล</b>			<b>23,928,400.00</b>
ฟับ แอนด์ เรสเตอรองก์			
สินค้า/บริการ	หน่วยขาย (โต๊ะ/เดือน)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ยอดขาย (บาท/เดือน)
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (จ.-ศ. 10.00 - 13.00)	457	607.75	277,743.18
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (จ.-ศ. 13.00 - 17.00)	457	607.75	277,743.18
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (จ.-ศ. 17.00 - 21.00)	457	607.75	277,743.18
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (อา.-พด. 21.00 - 01.00)	685	2,431.01	1,665,243.56
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ส.-อา. 10.00 - 13.00)	364	607.75	221,222.14
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ส.-อา. 13.00 - 17.00)	364	607.75	221,222.14
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ส.-อา. 17.00 - 21.00)	364	607.75	221,222.14
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ศ.-ส. 21.00 - 01.00)	728	2,431.01	1,769,777.10
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
สปอนเซอร์ฟับ แอนด์ เรสเตอรองก์			6,000,000.00
<b>รวมรายได้ ฟับ แอนด์ เรสเตอรองก์ ต่อปี</b>			<b>65,182,999.31</b>
ศูนย์การค้า			
สินค้า/บริการ	หน่วยขาย (ตร.ม./เดือน)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ยอดขาย (บาท/เดือน)
ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าชั้น 1	2,250	800.00	1,960,200.00
ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าชั้น 2	2,400	650.00	1,698,840.00
ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าชั้น 3	2,250	500.00	1,225,125.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท)</b>
ค่ามัดจำพื้นที่ร้านค้า			
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าสาธารณูปโภคร้านค้าเฉลี่ยต่อเดือน			709,180.76
<b>รวมรายได้ศูนย์การค้าต่อปี</b>			<b>67,120,149.10</b>
ที่จอดรถ			
สินค้า/บริการ	หน่วยขาย (คัน/เดือน)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ยอดขาย (บาท/เดือน)
ค่าจอดรถ	24,000	20.00	480,000.00
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (ตร.ม./เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าเช่าพื้นที่คาร์แคร์	300	150.00	54,450.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท)</b>
ค่ามัดจำพื้นที่คาร์แคร์			
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าสาธารณูปโภคคาร์แคร์เฉลี่ย			15,373.05
<b>รวมรายได้ที่จอดรถต่อปี</b>			<b>6,597,876.60</b>
สนามโดร์ฟ กอล์ฟ			
สินค้า/บริการ	หน่วยขาย (เลนส์/เดือน)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ยอดขาย (บาท/เดือน)
คาร์อบ	1,272	200.00	254,400.00
ค่าลูกกอล์ฟเฉลี่ย	1,272	300.00	381,600.00
ค่าอาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย	1,272	607.75	773,061.98
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
สปอนเซอร์สนามโดร์ฟ กอล์ฟ			1,350,000.00
<b>รวมรายได้สนามโดร์ฟ กอล์ฟ ต่อปี</b>			<b>18,258,743.70</b>
กิจกรรมพิเศษ (Special Event)			
สินค้า/บริการ	หน่วยขาย (ครั้ง/ปี)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ยอดขาย (บาท/ปี)
Mister and Miss Football Thailand Fan Club	1	3,630,000.00	3,630,000.00
Football Fan Club Championship	1	2,420,000.00	2,420,000.00
Big Four Big Match	12	605,000.00	7,260,000.00
Football Charity Match	1	1,815,000.00	1,815,000.00
คลินิกฟุตบอล	1	1,815,000.00	1,815,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 1	1	1,815,000.00	1,815,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 2	1	1,815,000.00	1,815,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 3	1	1,815,000.00	1,815,000.00
<b>รวมรายได้กิจกรรมพิเศษต่อปี</b>			<b>22,385,000.00</b>
<b>รวมรายได้จากการขายต่อปี</b>			<b>203,473,168.71</b>

ตารางที่ 76 : แสดงงบประมาณขาย สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 14

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด			
งบประมาณขาย ปี 14			
สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX			
สนามฟุตบอล 7 คน			
สินค้า/บริการ	หน่วยขาย (ชม./เดือน)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ยอดขาย (บาท/เดือน)
ค่าเช่าสนาม (จ.-ศ. 09.00-17.00)	96	1,300.00	124,800.00
ค่าเช่าสนาม (จ.-ศ. 17.00-01.00 , ส.-อา. 09.00-01.00)	346	1,500.00	518,400.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
ค่าเช่าสนามที่สนามฟุตบอลสำหรับจัดกิจกรรม (Agency)			1,210,000.00
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (สนาม/ปี)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
สปอนเซอร์สนามฟุตบอล	2	7,500,000.00	15,000,000.00
<b>รวมรายได้สนามฟุตบอล</b>			<b>23,928,400.00</b>
ฟับ แอนด์ เรสเตอรองก์			
สินค้า/บริการ	หน่วยขาย (โต๊ะ/เดือน)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ยอดขาย (บาท/เดือน)
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (จ.-ศ. 10.00 - 13.00)	457	607.75	277,743.18
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (จ.-ศ. 13.00 - 17.00)	457	607.75	277,743.18
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (จ.-ศ. 17.00 - 21.00)	457	607.75	277,743.18
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (อา.-พด. 21.00 - 01.00)	685	2,431.01	1,665,243.56
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ส.-อา. 10.00 - 13.00)	364	607.75	221,222.14
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ส.-อา. 13.00 - 17.00)	364	607.75	221,222.14
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ส.-อา. 17.00 - 21.00)	364	607.75	221,222.14
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ศ.-ส. 21.00 - 01.00)	728	2,431.01	1,769,777.10
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
สปอนเซอร์ฟับ แอนด์ เรสเตอรองก์			6,000,000.00
<b>รวมรายได้ ฟับ แอนด์ เรสเตอรองก์ ต่อปี</b>			<b>65,182,999.31</b>
ศูนย์การค้า			
สินค้า/บริการ	หน่วยขาย (ตร.ม./เดือน)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ยอดขาย (บาท/เดือน)
ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าชั้น 1	2,250	800.00	1,960,200.00
ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าชั้น 2	2,400	650.00	1,698,840.00
ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าชั้น 3	2,250	500.00	1,225,125.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท)</b>
ค่ามัดจำพื้นที่ร้านค้า			
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าสาธารณูปโภคร้านค้าเฉลี่ยต่อเดือน			709,180.76
<b>รวมรายได้ศูนย์การค้าต่อปี</b>			<b>67,120,149.10</b>
ที่จอดรถ			
สินค้า/บริการ	หน่วยขาย (คัน/เดือน)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ยอดขาย (บาท/เดือน)
ค่าจอดรถ	24,000	20.00	480,000.00
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (ตร.ม./เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าเช่าพื้นที่คาร์แคร์	300	150.00	54,450.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท)</b>
ค่ามัดจำพื้นที่คาร์แคร์			
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าสาธารณูปโภคคาร์แคร์เฉลี่ย			15,373.05
<b>รวมรายได้ที่จอดรถต่อปี</b>			<b>6,597,876.60</b>
สนามโดร์ฟ กอล์ฟ			
สินค้า/บริการ	หน่วยขาย (เลนส์/เดือน)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ยอดขาย (บาท/เดือน)
คาร์อบ	1,272	200.00	254,400.00
ค่าลูกกอล์ฟเฉลี่ย	1,272	300.00	381,600.00
ค่าอาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย	1,272	607.75	773,061.98
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
สปอนเซอร์สนามโดร์ฟ กอล์ฟ			1,350,000.00
<b>รวมรายได้สนามโดร์ฟ กอล์ฟ ต่อปี</b>			<b>18,258,743.70</b>
กิจกรรมพิเศษ (Special Event)			
สินค้า/บริการ	หน่วยขาย (ครั้ง/ปี)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ยอดขาย (บาท/ปี)
Mister and Miss Football Thailand Fan Club	1	3,630,000.00	3,630,000.00
Football Fan Club Championship	1	2,420,000.00	2,420,000.00
Big Four Big Match	12	605,000.00	7,260,000.00
Football Charity Match	1	1,815,000.00	1,815,000.00
คลินิกฟุตบอล	1	1,815,000.00	1,815,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 1	1	1,815,000.00	1,815,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 2	1	1,815,000.00	1,815,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 3	1	1,815,000.00	1,815,000.00
<b>รวมรายได้กิจกรรมพิเศษต่อปี</b>			<b>22,385,000.00</b>
<b>รวมรายได้จากการขายต่อปี</b>			<b>203,473,168.71</b>



ตารางที่ 77 : แสดงงบประมาณขาย สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 15

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด			
งบประมาณขาย ปี 15			
สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX			
สนามฟุตบอล 7 คน			
สินค้า/บริการ	หน่วยขาย (ชม./เดือน)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ยอดขาย (บาท/เดือน)
ค่าเช่าสนาม (จ.-ศ. 09.00-17.00)	96	1,300.00	124,800.00
ค่าเช่าสนาม (จ.-ศ. 17.00-01.00 , ส.-อา. 09.00-01.00)	346	1,500.00	518,400.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
ค่าเช่าหาพื้นที่สนามฟุตบอลสำหรับจัดกิจกรรม (Agency)			1,210,000.00
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (สนาม/ปี)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
สปอนเซอร์สนามฟุตบอล	2	7,500,000.00	15,000,000.00
<b>รวมรายได้สนามฟุตบอล</b>			<b>23,928,400.00</b>
ฟับ แอนด์ เรสเตอรองก์			
สินค้า/บริการ	หน่วยขาย (โต๊ะ/เดือน)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ยอดขาย (บาท/เดือน)
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (จ.-ศ. 10.00 - 13.00)	457	607.75	277,743.18
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (จ.-ศ. 13.00 - 17.00)	457	607.75	277,743.18
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (จ.-ศ. 17.00 - 21.00)	457	607.75	277,743.18
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (อา.-พด. 21.00 - 01.00)	685	2,431.01	1,665,243.56
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ส.-อา. 10.00 - 13.00)	364	607.75	221,222.14
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ส.-อา. 13.00 - 17.00)	364	607.75	221,222.14
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ส.-อา. 17.00 - 21.00)	364	607.75	221,222.14
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ศ.-ส. 21.00 - 01.00)	728	2,431.01	1,769,777.10
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
สปอนเซอร์ฟับ แอนด์ เรสเตอรองก์			6,000,000.00
<b>รวมรายได้ ฟับ แอนด์ เรสเตอรองก์ ต่อปี</b>			<b>65,182,999.31</b>
ศูนย์การค้า			
สินค้า/บริการ	หน่วยขาย (ตร.ม./เดือน)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ยอดขาย (บาท/เดือน)
ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าชั้น 1	2,250	800.00	1,960,200.00
ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าชั้น 2	2,400	650.00	1,698,840.00
ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าชั้น 3	2,250	500.00	1,225,125.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท)</b>
ค่ามัดจำพื้นที่ร้านค้า			
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าสาธารณูปโภคร้านค้าเฉลี่ยต่อเดือน			709,180.76
<b>รวมรายได้ศูนย์การค้าต่อปี</b>			<b>67,120,149.10</b>
ที่จอดรถ			
สินค้า/บริการ	หน่วยขาย (คัน/เดือน)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ยอดขาย (บาท/เดือน)
ค่าจอดรถ	24,000	20.00	480,000.00
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (ตร.ม./เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าเช่าพื้นที่คาร์แคร์	300	150.00	54,450.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท)</b>
ค่ามัดจำพื้นที่คาร์แคร์			
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าสาธารณูปโภคคาร์แคร์เฉลี่ย			15,373.05
<b>รวมรายได้ที่จอดรถต่อปี</b>			<b>6,597,876.60</b>
สนามโดร์ฟ กอล์ฟ			
สินค้า/บริการ	หน่วยขาย (เลนส์/เดือน)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ยอดขาย (บาท/เดือน)
คาร์อบ	1,272	200.00	254,400.00
ค่าลูกกอล์ฟเฉลี่ย	1,272	300.00	381,600.00
ค่าอาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย	1,272	607.75	773,061.98
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
สปอนเซอร์สนามโดร์ฟ กอล์ฟ			1,350,000.00
<b>รวมรายได้สนามโดร์ฟ กอล์ฟ ต่อปี</b>			<b>18,258,743.70</b>
กิจกรรมพิเศษ (Special Event)			
สินค้า/บริการ	หน่วยขาย (ครั้ง/ปี)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ยอดขาย (บาท/ปี)
Mister and Miss Football Thailand Fan Club	1	3,630,000.00	3,630,000.00
Football Fan Club Championship	1	2,420,000.00	2,420,000.00
Big Four Big Match	12	605,000.00	7,260,000.00
Football Charity Match	1	1,815,000.00	1,815,000.00
คลินิกฟุตบอล	1	1,815,000.00	1,815,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 1	1	1,815,000.00	1,815,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 2	1	1,815,000.00	1,815,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 3	1	1,815,000.00	1,815,000.00
<b>รวมรายได้กิจกรรมพิเศษต่อปี</b>			<b>22,385,000.00</b>
<b>รวมรายได้จากการขายต่อปี</b>			<b>203,473,168.71</b>

ตารางที่ 78 : แสดงงบประมาณขาย สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 16

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด			
งบประมาณขาย ปี 16			
สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX			
สนามฟุตบอล 7 คน			
สินค้า/บริการ	หน่วยขาย (ชม./เดือน)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ยอดขาย (บาท/เดือน)
ค่าเช่าสนาม (จ.-ศ. 09.00-17.00)	96	1,300.00	124,800.00
ค่าเช่าสนาม (จ.-ศ. 17.00-01.00 , ส.-อา. 09.00-01.00)	346	1,500.00	518,400.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
ค่าเช่าสนามที่สนามฟุตบอลสำหรับจัดกิจกรรม (Agency)			1,331,000.00
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (สนาม/ปี)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
สปอนเซอร์สนามฟุตบอล	2	7,500,000.00	15,000,000.00
<b>รวมรายได้สนามฟุตบอล</b>			<b>24,049,400.00</b>
ฟิว แอนด์ เรสเดอรองก์			
สินค้า/บริการ	หน่วยขาย (โต๊ะ/เดือน)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ยอดขาย (บาท/เดือน)
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (จ.-ศ. 10.00 - 13.00)	457	638.14	291,630.34
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (จ.-ศ. 13.00 - 17.00)	457	638.14	291,630.34
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (จ.-ศ. 17.00 - 21.00)	457	638.14	291,630.34
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ส.-อา. 21.00 - 01.00)	685	2,552.56	1,748,505.74
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ส.-อา. 10.00 - 13.00)	364	638.14	232,283.24
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ส.-อา. 13.00 - 17.00)	364	638.14	232,283.24
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ส.-อา. 17.00 - 21.00)	364	638.14	232,283.24
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ศ.-ส. 21.00 - 01.00)	728	2,552.56	1,858,265.96
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
สปอนเซอร์ฟิว แอนด์ เรสเดอรองก์			6,000,000.00
<b>รวมรายได้ ฟิว แอนด์ เรสเดอรองก์ ต่อปี</b>			<b>68,142,149.28</b>
ศูนย์การค้า			
สินค้า/บริการ	หน่วยขาย (ตร.ม./เดือน)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ยอดขาย (บาท/เดือน)
ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าชั้น 1	2,250	800.00	2,156,220.00
ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าชั้น 2	2,400	650.00	1,868,724.00
ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าชั้น 3	2,250	500.00	1,347,637.50
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท)</b>
ค่ามัดจำพื้นที่ร้านค้า			
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าสาธารณูปโภคร้านค้าเฉลี่ยต่อเดือน			780,098.83
<b>รวมรายได้ศูนย์การค้าต่อปี</b>			<b>73,832,164.01</b>
ที่จอดรถ			
สินค้า/บริการ	หน่วยขาย (คัน/เดือน)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ยอดขาย (บาท/เดือน)
ค่าจอดรถ	24,000	20.00	480,000.00
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (ตร.ม./เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าเช่าพื้นที่คาร์แคร์	300	150.00	59,895.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท)</b>
ค่ามัดจำพื้นที่คาร์แคร์			
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าสาธารณูปโภคคาร์แคร์เฉลี่ย			16,910.36
<b>รวมรายได้ที่จอดรถต่อปี</b>			<b>6,681,664.26</b>
สนามโดร์ฟ กอล์ฟ			
สินค้า/บริการ	หน่วยขาย (เลนส์/เดือน)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ยอดขาย (บาท/เดือน)
คาร์บอ	1,272	200.00	254,400.00
ค่าลูกกอล์ฟเฉลี่ย	1,272	300.00	381,600.00
ค่าอาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย	1,272	638.14	811,715.07
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
สปอนเซอร์สนามโดร์ฟ กอล์ฟ			1,350,000.00
<b>รวมรายได้สนามโดร์ฟ กอล์ฟ ต่อปี</b>			<b>18,722,580.89</b>
กิจกรรมพิเศษ (Special Event)			
สินค้า/บริการ	หน่วยขาย (ครั้ง/ปี)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ยอดขาย (บาท/ปี)
Mister and Miss Football Thailand Fan Club	1	3,993,000.00	3,993,000.00
Football Fan Club Championship	1	2,662,000.00	2,662,000.00
Big Four Big Match	12	665,500.00	7,986,000.00
Football Charity Match	1	1,996,500.00	1,996,500.00
คลินิกฟุตบอล	1	1,996,500.00	1,996,500.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 1	1	1,996,500.00	1,996,500.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 2	1	1,996,500.00	1,996,500.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 3	1	1,996,500.00	1,996,500.00
<b>รวมรายได้กิจกรรมพิเศษต่อปี</b>			<b>24,623,500.00</b>
<b>รวมรายได้จากการขายต่อปี</b>			<b>216,051,458.43</b>

ตารางที่ 79 : แสดงงบประมาณขาย สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 17

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด			
งบประมาณขาย ปี 17			
สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX			
สนามฟุตบอล 7 คน			
สินค้า/บริการ	หน่วยขาย (ชม./เดือน)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ยอดขาย (บาท/เดือน)
ค่าเช่าสนาม (จ.-ศ. 09.00-17.00)	96	1,300.00	124,800.00
ค่าเช่าสนาม (จ.-ศ. 17.00-01.00 , ส.-อา. 09.00-01.00)	346	1,500.00	518,400.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
ค่าเช่าสนามที่สนามฟุตบอลสำหรับจัดกิจกรรม (Agency)			1,331,000.00
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (สนาม/ปี)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
สปอนเซอร์สนามฟุตบอล	2	7,500,000.00	15,000,000.00
<b>รวมรายได้สนามฟุตบอลปี</b>			<b>24,049,400.00</b>
ฟิว แอนด์ เรสเดอรองก์			
สินค้า/บริการ	หน่วยขาย (โต๊ะ/เดือน)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ยอดขาย (บาท/เดือน)
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (จ.-ศ. 10.00 - 13.00)	457	638.14	291,630.34
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (จ.-ศ. 13.00 - 17.00)	457	638.14	291,630.34
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (จ.-ศ. 17.00 - 21.00)	457	638.14	291,630.34
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (อา.-พด. 21.00 - 01.00)	685	2,552.56	1,748,505.74
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ส.-อา. 10.00 - 13.00)	364	638.14	232,283.24
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ส.-อา. 13.00 - 17.00)	364	638.14	232,283.24
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ส.-อา. 17.00 - 21.00)	364	638.14	232,283.24
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ศ.-ส. 21.00 - 01.00)	728	2,552.56	1,858,265.96
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
สปอนเซอร์ฟิว แอนด์ เรสเดอรองก์			6,000,000.00
<b>รวมรายได้ ฟิว แอนด์ เรสเดอรองก์ ต่อปี</b>			<b>68,142,149.28</b>
ศูนย์การค้า			
สินค้า/บริการ	หน่วยขาย (ตร.ม./เดือน)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ยอดขาย (บาท/เดือน)
ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าชั้น 1	2,250	800.00	2,156,220.00
ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าชั้น 2	2,400	650.00	1,868,724.00
ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าชั้น 3	2,250	500.00	1,347,637.50
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท)</b>
ค่ามัดจำพื้นที่ร้านค้า			
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าสาธารณูปโภคร้านค้าเฉลี่ยต่อเดือน			780,098.83
<b>รวมรายได้ศูนย์การค้าต่อปี</b>			<b>73,832,164.01</b>
ที่จอดรถ			
สินค้า/บริการ	หน่วยขาย (คัน/เดือน)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ยอดขาย (บาท/เดือน)
ค่าจอดรถ	24,000	20.00	480,000.00
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (ตร.ม./เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าเช่าพื้นที่คาร์แคร์	300	150.00	59,895.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท)</b>
ค่ามัดจำพื้นที่คาร์แคร์			
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าสาธารณูปโภคคาร์แคร์เฉลี่ย			16,910.36
<b>รวมรายได้ที่จอดรถต่อปี</b>			<b>6,681,664.26</b>
สนามโดร์ฟ กอล์ฟ			
สินค้า/บริการ	หน่วยขาย (เลนส์/เดือน)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ยอดขาย (บาท/เดือน)
คาร์อบ	1,272	200.00	254,400.00
ค่าลูกกอล์ฟเฉลี่ย	1,272	300.00	381,600.00
ค่าอาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย	1,272	638.14	811,715.07
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
สปอนเซอร์สนามโดร์ฟ กอล์ฟ			1,350,000.00
<b>รวมรายได้สนามโดร์ฟ กอล์ฟ ต่อปี</b>			<b>18,722,580.89</b>
กิจกรรมพิเศษ (Special Event)			
สินค้า/บริการ	หน่วยขาย (ครั้ง/ปี)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ยอดขาย (บาท/ปี)
Mister and Miss Football Thailand Fan Club	1	3,993,000.00	3,993,000.00
Football Fan Club Championship	1	2,662,000.00	2,662,000.00
Big Four Big Match	12	665,500.00	7,986,000.00
Football Charity Match	1	1,996,500.00	1,996,500.00
คลินิกฟุตบอล	1	1,996,500.00	1,996,500.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 1	1	1,996,500.00	1,996,500.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 2	1	1,996,500.00	1,996,500.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 3	1	1,996,500.00	1,996,500.00
<b>รวมรายได้กิจกรรมพิเศษต่อปี</b>			<b>24,623,500.00</b>
<b>รวมรายได้จากการขายต่อปี</b>			<b>216,051,458.43</b>



ตารางที่ 80 : แสดงงบประมาณขาย สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 18

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด			
งบประมาณขาย ปี 18			
สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX			
สนามฟุตบอล 7 คน			
สินค้า/บริการ	หน่วยขาย (ชม./เดือน)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ยอดขาย (บาท/เดือน)
ค่าเช่าสนาม (จ.-ศ. 09.00-17.00)	96	1,300.00	124,800.00
ค่าเช่าสนาม (จ.-ศ. 17.00-01.00 , ส.-อา. 09.00-01.00)	346	1,500.00	518,400.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
ค่าเช่าสนามที่สนามฟุตบอลสำหรับจัดกิจกรรม (Agency)			1,331,000.00
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (สนาม/ปี)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
สปอนเซอร์สนามฟุตบอล	2	7,500,000.00	15,000,000.00
<b>รวมรายได้สนามฟุตบอลปี</b>			<b>24,049,400.00</b>
ฟิว แอนด์ เรสเดอรองก์			
สินค้า/บริการ	หน่วยขาย (โต๊ะ/เดือน)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ยอดขาย (บาท/เดือน)
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (จ.-ศ. 10.00 - 13.00)	457	638.14	291,630.34
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (จ.-ศ. 13.00 - 17.00)	457	638.14	291,630.34
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (จ.-ศ. 17.00 - 21.00)	457	638.14	291,630.34
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (อา.-พด. 21.00 - 01.00)	685	2,552.56	1,748,505.74
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ส.-อา. 10.00 - 13.00)	364	638.14	232,283.24
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ส.-อา. 13.00 - 17.00)	364	638.14	232,283.24
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ส.-อา. 17.00 - 21.00)	364	638.14	232,283.24
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ศ.-ส. 21.00 - 01.00)	728	2,552.56	1,858,265.96
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
สปอนเซอร์ฟิว แอนด์ เรสเดอรองก์			6,000,000.00
<b>รวมรายได้ ฟิว แอนด์ เรสเดอรองก์ ต่อปี</b>			<b>68,142,149.28</b>
ศูนย์การค้า			
สินค้า/บริการ	หน่วยขาย (ตร.ม./เดือน)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ยอดขาย (บาท/เดือน)
ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าชั้น 1	2,250	800.00	2,156,220.00
ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าชั้น 2	2,400	650.00	1,868,724.00
ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าชั้น 3	2,250	500.00	1,347,637.50
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท)</b>
ค่ามัดจำพื้นที่ร้านค้า			
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าสาธารณูปโภคร้านค้าเฉลี่ยต่อเดือน			780,098.83
<b>รวมรายได้ศูนย์การค้าต่อปี</b>			<b>73,832,164.01</b>
ที่จอดรถ			
สินค้า/บริการ	หน่วยขาย (คัน/เดือน)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ยอดขาย (บาท/เดือน)
ค่าจอดรถ	24,000	20.00	480,000.00
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (ตร.ม./เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าเช่าพื้นที่คาร์แคร์	300	150.00	59,895.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท)</b>
ค่ามัดจำพื้นที่คาร์แคร์			
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าสาธารณูปโภคคาร์แคร์เฉลี่ย			16,910.36
<b>รวมรายได้ที่จอดรถต่อปี</b>			<b>6,681,664.26</b>
สนามโดร์ฟ กอล์ฟ			
สินค้า/บริการ	หน่วยขาย (เลนส์/เดือน)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ยอดขาย (บาท/เดือน)
คาร์อบ	1,272	200.00	254,400.00
ค่าลูกกอล์ฟเฉลี่ย	1,272	300.00	381,600.00
ค่าอาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย	1,272	638.14	811,715.07
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
สปอนเซอร์สนามโดร์ฟ กอล์ฟ			1,350,000.00
<b>รวมรายได้สนามโดร์ฟ กอล์ฟ ต่อปี</b>			<b>18,722,580.89</b>
กิจกรรมพิเศษ (Special Event)			
สินค้า/บริการ	หน่วยขาย (ครั้ง/ปี)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ยอดขาย (บาท/ปี)
Mister and Miss Football Thailand Fan Club	1	3,993,000.00	3,993,000.00
Football Fan Club Championship	1	2,662,000.00	2,662,000.00
Big Four Big Match	12	665,500.00	7,986,000.00
Football Charity Match	1	1,996,500.00	1,996,500.00
คลินิกฟุตบอล	1	1,996,500.00	1,996,500.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 1	1	1,996,500.00	1,996,500.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 2	1	1,996,500.00	1,996,500.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 3	1	1,996,500.00	1,996,500.00
<b>รวมรายได้กิจกรรมพิเศษต่อปี</b>			<b>24,623,500.00</b>
<b>รวมรายได้จากการขายต่อปี</b>			<b>216,051,458.43</b>

ตารางที่ 81 : แสดงงบประมาณขาย สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 19

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด			
งบประมาณขาย ปี 19			
สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX			
สนามฟุตบอล 7 คน			
สินค้า/บริการ	หน่วยขาย (ชม./เดือน)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ยอดขาย (บาท/เดือน)
ค่าเช่าสนาม (จ.-ศ. 09.00-17.00)	96	1,300.00	124,800.00
ค่าเช่าสนาม (จ.-ศ. 17.00-01.00 , ส.-อา. 09.00-01.00)	346	1,500.00	518,400.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
ค่าเช่าสนามที่สนามฟุตบอลสำหรับจัดกิจกรรม (Agency)			1,331,000.00
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (สนาม/ปี)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
สปอนเซอร์สนามฟุตบอล	2	7,500,000.00	15,000,000.00
<b>รวมรายได้สนามฟุตบอล</b>			<b>24,049,400.00</b>
ฟับ แอนด์ เรสเตอรองก์			
สินค้า/บริการ	หน่วยขาย (โต๊ะ/เดือน)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ยอดขาย (บาท/เดือน)
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (จ.-ศ. 10.00 - 13.00)	457	670.05	306,211.85
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (จ.-ศ. 13.00 - 17.00)	457	670.05	306,211.85
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (จ.-ศ. 17.00 - 21.00)	457	670.05	306,211.85
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (อา.-พด. 21.00 - 01.00)	685	2,680.19	1,835,931.03
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ส.-อา. 10.00 - 13.00)	364	670.05	243,897.41
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ส.-อา. 13.00 - 17.00)	364	670.05	243,897.41
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ส.-อา. 17.00 - 21.00)	364	670.05	243,897.41
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ศ.-ส. 21.00 - 01.00)	728	2,680.19	1,951,179.25
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
สปอนเซอร์ฟับ แอนด์ เรสเตอรองก์			6,000,000.00
<b>รวมรายได้ ฟับ แอนด์ เรสเตอรองก์</b>			<b>71,249,256.74</b>
ศูนย์การค้า			
สินค้า/บริการ	หน่วยขาย (ตร.ม./เดือน)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ยอดขาย (บาท/เดือน)
ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าชั้น 1	2,250	800.00	2,156,220.00
ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าชั้น 2	2,400	650.00	1,868,724.00
ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าชั้น 3	2,250	500.00	1,347,637.50
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท)</b>
ค่ามัดจำพื้นที่ร้านค้า			
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าสาธารณูปโภคร้านค้าเฉลี่ยต่อเดือน			858,108.72
<b>รวมรายได้ศูนย์การค้า</b>			<b>74,768,282.61</b>
ที่จอดรถ			
สินค้า/บริการ	หน่วยขาย (คัน/เดือน)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ยอดขาย (บาท/เดือน)
ค่าจอดรถ	24,000	20.00	480,000.00
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (ตร.ม./เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าเช่าพื้นที่คาร์แคร์	300	150.00	59,895.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท)</b>
ค่ามัดจำพื้นที่คาร์แคร์			
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าสาธารณูปโภคคาร์แคร์เฉลี่ย			18,601.39
<b>รวมรายได้ที่จอดรถ</b>			<b>6,701,956.69</b>
สนามโดร์ฟ กอล์ฟ			
สินค้า/บริการ	หน่วยขาย (เลนส์/เดือน)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ยอดขาย (บาท/เดือน)
คาร์อบ	1,272	200.00	254,400.00
ค่าลูกกอล์ฟเฉลี่ย	1,272	300.00	381,600.00
ค่าอาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย	1,272	500.00	852,300.83
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
สปอนเซอร์สนามโดร์ฟ กอล์ฟ			1,350,000.00
<b>รวมรายได้สนามโดร์ฟ กอล์ฟ</b>			<b>19,209,609.93</b>
กิจกรรมพิเศษ (Special Event)			
สินค้า/บริการ	หน่วยขาย (ครั้ง/ปี)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ยอดขาย (บาท/ปี)
Mister and Miss Football Thailand Fan Club	1	3,993,000.00	3,993,000.00
Football Fan Club Championship	1	2,662,000.00	2,662,000.00
Big Four Big Match	12	665,500.00	7,986,000.00
Football Charity Match	1	1,996,500.00	1,996,500.00
คลินิกฟุตบอล	1	1,996,500.00	1,996,500.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 1	1	1,996,500.00	1,996,500.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 2	1	1,996,500.00	1,996,500.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 3	1	1,996,500.00	1,996,500.00
<b>รวมรายได้กิจกรรมพิเศษ</b>			<b>24,623,500.00</b>
<b>รวมรายได้จากการขาย</b>			<b>220,602,005.96</b>

ตารางที่ 82 : แสดงงบประมาณขาย สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 20

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด			
งบประมาณขาย ปี 20			
สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX			
สนามฟุตบอล 7 คน			
สินค้า/บริการ	หน่วยขาย (ชม./เดือน)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ยอดขาย (บาท/เดือน)
ค่าเช่าสนาม (จ.-ศ. 09.00-17.00)	96	1,300.00	124,800.00
ค่าเช่าสนาม (จ.-ศ. 17.00-01.00 , ส.-อา. 09.00-01.00)	346	1,500.00	518,400.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
ค่าเช่าสนามที่สนามฟุตบอลสำหรับจัดกิจกรรม (Agency)			1,331,000.00
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (สนาม/ปี)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
สปอนเซอร์สนามฟุตบอล	2	7,500,000.00	15,000,000.00
<b>รวมรายได้สนามฟุตบอลปี</b>			<b>24,049,400.00</b>
ฟับ แอนด์ เรสเดอรองก์			
สินค้า/บริการ	หน่วยขาย (โต๊ะ/เดือน)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ยอดขาย (บาท/เดือน)
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (จ.-ศ. 10.00 - 13.00)	457	670.05	306,211.85
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (จ.-ศ. 13.00 - 17.00)	457	670.05	306,211.85
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (จ.-ศ. 17.00 - 21.00)	457	670.05	306,211.85
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ส.-อา. 21.00 - 01.00)	685	2,680.19	1,835,931.03
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ส.-อา. 10.00 - 13.00)	364	670.05	243,897.41
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ส.-อา. 13.00 - 17.00)	364	670.05	243,897.41
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ส.-อา. 17.00 - 21.00)	364	670.05	243,897.41
อาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย (ศ.-ส. 21.00 - 01.00)	728	2,680.19	1,951,179.25
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
สปอนเซอร์ฟับ แอนด์ เรสเดอรองก์			6,000,000.00
<b>รวมรายได้ ฟับ แอนด์ เรสเดอรองก์ ต่อปี</b>			<b>71,249,256.74</b>
ศูนย์การค้า			
สินค้า/บริการ	หน่วยขาย (ตร.ม./เดือน)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ยอดขาย (บาท/เดือน)
ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าชั้น 1	2,250	800.00	2,156,220.00
ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าชั้น 2	2,400	650.00	1,868,724.00
ค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าชั้น 3	2,250	500.00	1,347,637.50
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท)</b>
ค่ามัดจำพื้นที่ร้านค้า			
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าสาธารณูปโภคร้านค้าเฉลี่ยต่อเดือน			858,108.72
<b>รวมรายได้ศูนย์การค้าต่อปี</b>			<b>74,768,282.61</b>
ที่จอดรถ			
สินค้า/บริการ	หน่วยขาย (คัน/เดือน)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ยอดขาย (บาท/เดือน)
ค่าจอดรถ	24,000	20.00	480,000.00
<b>สินค้า/บริการ</b>	<b>หน่วยขาย (ตร.ม./เดือน)</b>	<b>ราคาต่อหน่วย (บาท)</b>	<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าเช่าพื้นที่คาร์แคร์	300	150.00	59,895.00
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท)</b>
ค่ามัดจำพื้นที่คาร์แคร์			
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/เดือน)</b>
ค่าสาธารณูปโภคคาร์แคร์เฉลี่ย			18,601.39
<b>รวมรายได้ที่จอดรถต่อปี</b>			<b>6,701,956.69</b>
สนามโดร์ฟ กอล์ฟ			
สินค้า/บริการ	หน่วยขาย (เลนส์/เดือน)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ยอดขาย (บาท/เดือน)
คาร์อบ	1,272	200.00	254,400.00
ค่าลูกกอล์ฟเฉลี่ย	1,272	300.00	381,600.00
ค่าอาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย	1,272	670.05	852,300.83
<b>สินค้า/บริการ</b>			<b>ยอดขาย (บาท/ปี)</b>
สปอนเซอร์สนามโดร์ฟ กอล์ฟ			1,350,000.00
<b>รวมรายได้สนามโดร์ฟ กอล์ฟ ต่อปี</b>			<b>19,209,609.93</b>
กิจกรรมพิเศษ (Special Event)			
สินค้า/บริการ	หน่วยขาย (ครั้ง/ปี)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ยอดขาย (บาท/ปี)
Mister and Miss Football Thailand Fan Club	1	3,993,000.00	3,993,000.00
Football Fan Club Championship	1	2,662,000.00	2,662,000.00
Big Four Big Match	12	665,500.00	7,986,000.00
Football Charity Match	1	1,996,500.00	1,996,500.00
คลินิกฟุตบอล	1	1,996,500.00	1,996,500.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 1	1	1,996,500.00	1,996,500.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 2	1	1,996,500.00	1,996,500.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 3	1	1,996,500.00	1,996,500.00
<b>รวมรายได้กิจกรรมพิเศษต่อปี</b>			<b>24,623,500.00</b>
<b>รวมรายได้จากการขายต่อปี</b>			<b>220,602,005.96</b>

ตารางที่ 83 : แสดงงบประมาณการผลิต สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 0

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด			
งบประมาณการผลิต ปี 0			
สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX			
	หน่วย (ครั้ง/ปี)	หน่วย (บาท/ครั้ง)	บาท/ปี
Mister and Miss Football Thailand Fan Club			-
Football Fan Club Championship			-
Big Four Big Match			-
Football Charity Match			-
คลินิกฟุตบอล			-
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 1			-
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 2			-
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 3			-
<b>รวมงบประมาณการผลิตต่อปี</b>			<b>-</b>

ตารางที่ 84 : แสดงงบประมาณการผลิต สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 1

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด			
งบประมาณการผลิต ปี 1			
สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX			
	หน่วย (ครั้ง/ปี)	หน่วย (บาท/ครั้ง)	บาท/ปี
Mister and Miss Football Thailand Fan Club	1	1,500,000.00	1,500,000.00
Football Fan Club Championship	1	1,000,000.00	1,000,000.00
Big Four Big Match	12	250,000.00	3,000,000.00
Football Charity Match	1	750,000.00	750,000.00
คลินิกฟุตบอล	1	750,000.00	750,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 1	1	750,000.00	750,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 2	1	750,000.00	750,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 3	1	750,000.00	750,000.00
<b>รวมงบประมาณการผลิตต่อปี</b>			<b>9,250,000.00</b>

ตารางที่ 85 : แสดงงบประมาณการผลิต สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 2

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด			
งบประมาณการผลิต ปี 2			
สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX			
	หน่วย (ครั้ง/ปี)	หน่วย (บาท/ครั้ง)	บาท/ปี
Mister and Miss Football Thailand Fan Club	1	1,500,000.00	1,500,000.00
Football Fan Club Championship	1	1,000,000.00	1,000,000.00
Big Four Big Match	12	250,000.00	3,000,000.00
Football Charity Match	1	750,000.00	750,000.00
คลินิกฟุตบอล	1	750,000.00	750,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 1	1	750,000.00	750,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 2	1	750,000.00	750,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 3	1	750,000.00	750,000.00
<b>รวมงบประมาณการผลิตต่อปี</b>			<b>9,250,000.00</b>

ตารางที่ 86 : แสดงงบประมาณการผลิต สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 3

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณการผลิต ปี 3 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX			
	หน่วย (ครั้ง/ปี)	หน่วย (บาท/ครั้ง)	บาท/ปี
Mister and Miss Football Thailand Fan Club	1	1,500,000.00	1,500,000.00
Football Fan Club Championship	1	1,000,000.00	1,000,000.00
Big Four Big Match	12	250,000.00	3,000,000.00
Football Charity Match	1	750,000.00	750,000.00
คลินิกฟุตบอล	1	750,000.00	750,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 1	1	750,000.00	750,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 2	1	750,000.00	750,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 3	1	750,000.00	750,000.00
<b>รวมงบประมาณการผลิตต่อปี</b>			<b>9,250,000.00</b>

ตารางที่ 87 : แสดงงบประมาณการผลิต สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 4

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณการผลิต ปี 4 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX			
	หน่วย (ครั้ง/ปี)	หน่วย (บาท/ครั้ง)	บาท/ปี
Mister and Miss Football Thailand Fan Club	1	1,500,000.00	1,500,000.00
Football Fan Club Championship	1	1,000,000.00	1,000,000.00
Big Four Big Match	12	250,000.00	3,000,000.00
Football Charity Match	1	750,000.00	750,000.00
คลินิกฟุตบอล	1	750,000.00	750,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 1	1	750,000.00	750,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 2	1	750,000.00	750,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 3	1	750,000.00	750,000.00
<b>รวมงบประมาณการผลิตต่อปี</b>			<b>9,250,000.00</b>

ตารางที่ 88 : แสดงงบประมาณการผลิต สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 5

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณการผลิต ปี 5 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX			
	หน่วย (ครั้ง/ปี)	หน่วย (บาท/ครั้ง)	บาท/ปี
Mister and Miss Football Thailand Fan Club	1	1,500,000.00	1,500,000.00
Football Fan Club Championship	1	1,000,000.00	1,000,000.00
Big Four Big Match	12	250,000.00	3,000,000.00
Football Charity Match	1	750,000.00	750,000.00
คลินิกฟุตบอล	1	750,000.00	750,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 1	1	750,000.00	750,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 2	1	750,000.00	750,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 3	1	750,000.00	750,000.00
<b>รวมงบประมาณการผลิตต่อปี</b>			<b>9,250,000.00</b>



ตารางที่ 89 : แสดงงบประมาณการผลิต สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 6

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด			
งบประมาณการผลิต ปี 6			
สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX			
	หน่วย (ครั้ง/ปี)	หน่วย (บาท/ครั้ง)	บาท/ปี
Mister and Miss Football Thailand Fan Club	1	1,650,000.00	1,650,000.00
Football Fan Club Championship	1	1,100,000.00	1,100,000.00
Big Four Big Match	12	275,000.00	3,300,000.00
Football Charity Match	1	825,000.00	825,000.00
คลินิกฟุตบอล	1	825,000.00	825,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 1	1	825,000.00	825,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 2	1	825,000.00	825,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 3	1	825,000.00	825,000.00
<b>รวมงบประมาณการผลิตต่อปี</b>			<b>10,175,000.00</b>

ตารางที่ 90 : แสดงงบประมาณการผลิต สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 7

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด			
งบประมาณการผลิต ปี 7			
สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX			
	หน่วย (ครั้ง/ปี)	หน่วย (บาท/ครั้ง)	บาท/ปี
Mister and Miss Football Thailand Fan Club	1	1,650,000.00	1,650,000.00
Football Fan Club Championship	1	1,100,000.00	1,100,000.00
Big Four Big Match	12	275,000.00	3,300,000.00
Football Charity Match	1	825,000.00	825,000.00
คลินิกฟุตบอล	1	825,000.00	825,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 1	1	825,000.00	825,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 2	1	825,000.00	825,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 3	1	825,000.00	825,000.00
<b>รวมงบประมาณการผลิตต่อปี</b>			<b>10,175,000.00</b>

ตารางที่ 91 : แสดงงบประมาณการผลิต สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 8

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด			
งบประมาณการผลิต ปี 8			
สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX			
	หน่วย (ครั้ง/ปี)	หน่วย (บาท/ครั้ง)	บาท/ปี
Mister and Miss Football Thailand Fan Club	1	1,650,000.00	1,650,000.00
Football Fan Club Championship	1	1,100,000.00	1,100,000.00
Big Four Big Match	12	275,000.00	3,300,000.00
Football Charity Match	1	825,000.00	825,000.00
คลินิกฟุตบอล	1	825,000.00	825,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 1	1	825,000.00	825,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 2	1	825,000.00	825,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 3	1	825,000.00	825,000.00
<b>รวมงบประมาณการผลิตต่อปี</b>			<b>10,175,000.00</b>

ตารางที่ 92 : แสดงงบประมาณการผลิต สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 9

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด			
งบประมาณการผลิต ปี 9			
สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX			
	หน่วย (ครั้ง/ปี)	หน่วย (บาท/ครั้ง)	บาท/ปี
Mister and Miss Football Thailand Fan Club	1	1,650,000.00	1,650,000.00
Football Fan Club Championship	1	1,100,000.00	1,100,000.00
Big Four Big Match	12	275,000.00	3,300,000.00
Football Charity Match	1	825,000.00	825,000.00
คลินิกฟุตบอล	1	825,000.00	825,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 1	1	825,000.00	825,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 2	1	825,000.00	825,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 3	1	825,000.00	825,000.00
<b>รวมงบประมาณการผลิตต่อปี</b>			<b>10,175,000.00</b>

ตารางที่ 93 : แสดงงบประมาณการผลิต สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 10

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด			
งบประมาณการผลิต ปี 10			
สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX			
	หน่วย (ครั้ง/ปี)	หน่วย (บาท/ครั้ง)	บาท/ปี
Mister and Miss Football Thailand Fan Club	1	1,650,000.00	1,650,000.00
Football Fan Club Championship	1	1,100,000.00	1,100,000.00
Big Four Big Match	12	275,000.00	3,300,000.00
Football Charity Match	1	825,000.00	825,000.00
คลินิกฟุตบอล	1	825,000.00	825,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 1	1	825,000.00	825,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 2	1	825,000.00	825,000.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 3	1	825,000.00	825,000.00
<b>รวมงบประมาณการผลิตต่อปี</b>			<b>10,175,000.00</b>

ตารางที่ 94 : แสดงงบประมาณการผลิต สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 11

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด			
งบประมาณการผลิต ปี 11			
สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX			
	หน่วย (ครั้ง/ปี)	หน่วย (บาท/ครั้ง)	บาท/ปี
Mister and Miss Football Thailand Fan Club	1	1,815,000.00	1,815,000.00
Football Fan Club Championship	1	1,210,000.00	1,210,000.00
Big Four Big Match	12	302,500.00	3,630,000.00
Football Charity Match	1	907,500.00	907,500.00
คลินิกฟุตบอล	1	907,500.00	907,500.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 1	1	907,500.00	907,500.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 2	1	907,500.00	907,500.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 3	1	907,500.00	907,500.00
<b>รวมงบประมาณการผลิตต่อปี</b>			<b>11,192,500.00</b>

ตารางที่ 95 : แสดงงบประมาณการผลิต สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 12

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด			
งบประมาณการผลิต ปี 12			
สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX			
	หน่วย (ครั้ง/ปี)	หน่วย (บาท/ครั้ง)	บาท/ปี
Mister and Miss Football Thailand Fan Club	1	1,815,000.00	1,815,000.00
Football Fan Club Championship	1	1,210,000.00	1,210,000.00
Big Four Big Match	12	302,500.00	3,630,000.00
Football Charity Match	1	907,500.00	907,500.00
คลินิกฟุตบอล	1	907,500.00	907,500.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 1	1	907,500.00	907,500.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 2	1	907,500.00	907,500.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 3	1	907,500.00	907,500.00
<b>รวมงบประมาณการผลิตต่อปี</b>			<b>11,192,500.00</b>

ตารางที่ 96 : แสดงงบประมาณการผลิต สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 13

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด			
งบประมาณการผลิต ปี 13			
สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX			
	หน่วย (ครั้ง/ปี)	หน่วย (บาท/ครั้ง)	บาท/ปี
Mister and Miss Football Thailand Fan Club	1	1,815,000.00	1,815,000.00
Football Fan Club Championship	1	1,210,000.00	1,210,000.00
Big Four Big Match	12	302,500.00	3,630,000.00
Football Charity Match	1	907,500.00	907,500.00
คลินิกฟุตบอล	1	907,500.00	907,500.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 1	1	907,500.00	907,500.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 2	1	907,500.00	907,500.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 3	1	907,500.00	907,500.00
<b>รวมงบประมาณการผลิตต่อปี</b>			<b>11,192,500.00</b>

ตารางที่ 97 : แสดงงบประมาณการผลิต สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 14

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด			
งบประมาณการผลิต ปี 14			
สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX			
	หน่วย (ครั้ง/ปี)	หน่วย (บาท/ครั้ง)	บาท/ปี
Mister and Miss Football Thailand Fan Club	1	1,815,000.00	1,815,000.00
Football Fan Club Championship	1	1,210,000.00	1,210,000.00
Big Four Big Match	12	302,500.00	3,630,000.00
Football Charity Match	1	907,500.00	907,500.00
คลินิกฟุตบอล	1	907,500.00	907,500.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 1	1	907,500.00	907,500.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 2	1	907,500.00	907,500.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 3	1	907,500.00	907,500.00
<b>รวมงบประมาณการผลิตต่อปี</b>			<b>11,192,500.00</b>



ตารางที่ 98 : แสดงงบประมาณการผลิต สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 15

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณการผลิต ปี 15 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX			
	หน่วย (ครั้ง/ปี)	หน่วย (บาท/ครั้ง)	บาท/ปี
Mister and Miss Football Thailand Fan Club	1	1,815,000.00	1,815,000.00
Football Fan Club Championship	1	1,210,000.00	1,210,000.00
Big Four Big Match	12	302,500.00	3,630,000.00
Football Charity Match	1	907,500.00	907,500.00
คลินิกฟุตบอล	1	907,500.00	907,500.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 1	1	907,500.00	907,500.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 2	1	907,500.00	907,500.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 3	1	907,500.00	907,500.00
<b>รวมงบประมาณการผลิตต่อปี</b>			<b>11,192,500.00</b>

ตารางที่ 99 : แสดงงบประมาณการผลิต สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 16

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณการผลิต ปี 16 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX			
	หน่วย (ครั้ง/ปี)	หน่วย (บาท/ครั้ง)	บาท/ปี
Mister and Miss Football Thailand Fan Club	1	1,996,500.00	1,996,500.00
Football Fan Club Championship	1	1,331,000.00	1,331,000.00
Big Four Big Match	12	332,750.00	3,993,000.00
Football Charity Match	1	998,250.00	998,250.00
คลินิกฟุตบอล	1	998,250.00	998,250.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 1	1	998,250.00	998,250.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 2	1	998,250.00	998,250.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 3	1	998,250.00	998,250.00
<b>รวมงบประมาณการผลิตต่อปี</b>			<b>12,311,750.00</b>

ตารางที่ 100 : แสดงงบประมาณการผลิต สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 17

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณการผลิต ปี 17 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX			
	หน่วย (ครั้ง/ปี)	หน่วย (บาท/ครั้ง)	บาท/ปี
Mister and Miss Football Thailand Fan Club	1	1,996,500.00	1,996,500.00
Football Fan Club Championship	1	1,331,000.00	1,331,000.00
Big Four Big Match	12	332,750.00	3,993,000.00
Football Charity Match	1	998,250.00	998,250.00
คลินิกฟุตบอล	1	998,250.00	998,250.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 1	1	998,250.00	998,250.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 2	1	998,250.00	998,250.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 3	1	998,250.00	998,250.00
<b>รวมงบประมาณการผลิตต่อปี</b>			<b>12,311,750.00</b>

ตารางที่ 101 : แสดงงบประมาณการผลิต สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 18

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด			
งบประมาณการผลิต ปี 18			
สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX			
	หน่วย (ครั้ง/ปี)	หน่วย (บาท/ครั้ง)	บาท/ปี
Mister and Miss Football Thailand Fan Club	1	1,996,500.00	1,996,500.00
Football Fan Club Championship	1	1,331,000.00	1,331,000.00
Big Four Big Match	12	332,750.00	3,993,000.00
Football Charity Match	1	998,250.00	998,250.00
คลินิกฟุตบอล	1	998,250.00	998,250.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 1	1	998,250.00	998,250.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 2	1	998,250.00	998,250.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 3	1	998,250.00	998,250.00
<b>รวมงบประมาณการผลิตต่อปี</b>			<b>12,311,750.00</b>

ตารางที่ 102 : แสดงงบประมาณการผลิต สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 19

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด			
งบประมาณการผลิต ปี 19			
สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX			
	หน่วย (ครั้ง/ปี)	หน่วย (บาท/ครั้ง)	บาท/ปี
Mister and Miss Football Thailand Fan Club	1	1,996,500.00	1,996,500.00
Football Fan Club Championship	1	1,331,000.00	1,331,000.00
Big Four Big Match	12	332,750.00	3,993,000.00
Football Charity Match	1	998,250.00	998,250.00
คลินิกฟุตบอล	1	998,250.00	998,250.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 1	1	998,250.00	998,250.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 2	1	998,250.00	998,250.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 3	1	998,250.00	998,250.00
<b>รวมงบประมาณการผลิตต่อปี</b>			<b>12,311,750.00</b>

ตารางที่ 103 : แสดงงบประมาณการผลิต สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 20

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด			
งบประมาณการผลิต ปี 20			
สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX			
	หน่วย (ครั้ง/ปี)	หน่วย (บาท/ครั้ง)	บาท/ปี
Mister and Miss Football Thailand Fan Club	1	1,996,500.00	1,996,500.00
Football Fan Club Championship	1	1,331,000.00	1,331,000.00
Big Four Big Match	12	332,750.00	3,993,000.00
Football Charity Match	1	998,250.00	998,250.00
คลินิกฟุตบอล	1	998,250.00	998,250.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 1	1	998,250.00	998,250.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 2	1	998,250.00	998,250.00
กิจกรรมอื่น ๆ ตามสถานการณ์ 3	1	998,250.00	998,250.00
<b>รวมงบประมาณการผลิตต่อปี</b>			<b>12,311,750.00</b>

ตารางที่ 104 : แสดงงบประมาณการซื้อวัตถุดิบทางตรง สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 0

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณการซื้อวัตถุดิบทางตรง ปี 0 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
	บาท/เดือน
ต้นทุนอาหารและเครื่องดื่ม	551,160.00
<b>รวมราคาวัตถุดิบทางตรงสุทธิต่อปี</b>	<b>1,102,320.00</b>

ตารางที่ 105 : แสดงงบประมาณการซื้อวัตถุดิบทางตรง สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 1

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณการซื้อวัตถุดิบทางตรง ปี 1 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
	บาท/เดือน
ต้นทุนอาหารและเครื่องดื่ม	844,830.00
<b>รวมราคาวัตถุดิบทางตรงสุทธิต่อปี</b>	<b>10,137,960.00</b>

ตารางที่ 106 : แสดงงบประมาณการซื้อวัตถุดิบทางตรง สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 2

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณการซื้อวัตถุดิบทางตรง ปี 2 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
	บาท/เดือน
ต้นทุนอาหารและเครื่องดื่ม	844,830.00
<b>รวมราคาวัตถุดิบทางตรงสุทธิต่อปี</b>	<b>10,137,960.00</b>

ตารางที่ 107 : แสดงงบประมาณการซื้อวัตถุดิบทางตรง สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 3

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณการซื้อวัตถุดิบทางตรง ปี 3 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
	บาท/เดือน
ต้นทุนอาหารและเครื่องดื่ม	844,830.00
<b>รวมราคาวัตถุดิบทางตรงสุทธิต่อปี</b>	<b>10,137,960.00</b>

ตารางที่ 108 : แสดงงบประมาณการซื้อวัตถุดิบทางตรง สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 4

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณการซื้อวัตถุดิบทางตรง ปี 4 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
	บาท/เดือน
ต้นทุนอาหารและเครื่องดื่ม	887,071.50
<b>รวมราคาวัตถุดิบทางตรงสุทธิต่อปี</b>	<b>10,644,858.00</b>

ตารางที่ 109 : แสดงงบประมาณการซื้อวัตถุดิบทางตรง สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 5

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณการซื้อวัตถุดิบทางตรง ปี 5 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
	บาท/เดือน
ต้นทุนอาหารและเครื่องดื่ม	887,071.50
<b>รวมราคาวัตถุดิบทางตรงสุทธิต่อปี</b>	<b>10,644,858.00</b>

ตารางที่ 110 : แสดงงบประมาณการซื้อวัตถุดิบทางตรง สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 6

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณการซื้อวัตถุดิบทางตรง ปี 6 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
	บาท/เดือน
ต้นทุนอาหารและเครื่องดื่ม	887,071.50
<b>รวมราคาวัตถุดิบทางตรงสุทธิต่อปี</b>	<b>10,644,858.00</b>

ตารางที่ 111 : แสดงงบประมาณการซื้อวัตถุดิบทางตรง สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 7

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณการซื้อวัตถุดิบทางตรง ปี 7 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
	บาท/เดือน
ต้นทุนอาหารและเครื่องดื่ม	931,425.08
<b>รวมราคาวัตถุดิบทางตรงสุทธิต่อปี</b>	<b>11,177,100.90</b>

ตารางที่ 112 : แสดงงบประมาณการซื้อวัตถุดิบทางตรง สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 8

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณการซื้อวัตถุดิบทางตรง ปี 8 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
	บาท/เดือน
ต้นทุนอาหารและเครื่องดื่ม	931,425.08
<b>รวมราคาวัตถุดิบทางตรงสุทธิต่อปี</b>	<b>11,177,100.90</b>

ตารางที่ 113 : แสดงงบประมาณการซื้อวัตถุดิบทางตรง สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 9

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณการซื้อวัตถุดิบทางตรง ปี 9 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
	บาท/เดือน
ต้นทุนอาหารและเครื่องดื่ม	931,425.08
<b>รวมราคาวัตถุดิบทางตรงสุทธิต่อปี</b>	<b>11,177,100.90</b>

ตารางที่ 114 : แสดงงบประมาณการซื้อวัตถุดิบทางตรง สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 10

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณการซื้อวัตถุดิบทางตรง ปี 10 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
	บาท/เดือน
ต้นทุนอาหารและเครื่องดื่ม	977,996.33
<b>รวมราคาวัตถุดิบทางตรงสุทธิต่อปี</b>	<b>11,735,955.95</b>

ตารางที่ 115 : แสดงงบประมาณการซื้อวัตถุดิบทางตรง สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 11

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณการซื้อวัตถุดิบทางตรง ปี 11 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
	บาท/เดือน
ต้นทุนอาหารและเครื่องดื่ม	977,996.33
<b>รวมราคาวัตถุดิบทางตรงสุทธิต่อปี</b>	<b>11,735,955.95</b>

ตารางที่ 116 : แสดงงบประมาณการซื้อวัตถุดิบทางตรง สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 12

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณการซื้อวัตถุดิบทางตรง ปี 12 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
	บาท/เดือน
ต้นทุนอาหารและเครื่องดื่ม	977,996.33
<b>รวมราคาวัตถุดิบทางตรงสุทธิต่อปี</b>	<b>11,735,955.95</b>

ตารางที่ 117 : แสดงงบประมาณการซื้อวัตถุดิบทางตรง สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 13

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณการซื้อวัตถุดิบทางตรง ปี 13 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
	บาท/เดือน
ต้นทุนอาหารและเครื่องดื่ม	1,026,896.15
<b>รวมราคาวัตถุดิบทางตรงสุทธิต่อปี</b>	<b>12,322,753.74</b>

ตารางที่ 118 : แสดงงบประมาณการซื้อวัตถุดิบทางตรง สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 14

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณการซื้อวัตถุดิบทางตรง ปี 14 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
	บาท/เดือน
ต้นทุนอาหารและเครื่องดื่ม	1,026,896.15
<b>รวมราคาวัตถุดิบทางตรงสุทธิต่อปี</b>	<b>12,322,753.74</b>

ตารางที่ 119 : แสดงงบประมาณการซื้อวัตถุดิบทางตรง สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 15

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณการซื้อวัตถุดิบทางตรง ปี 15 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
	บาท/เดือน
ต้นทุนอาหารและเครื่องดื่ม	1,026,896.15
<b>รวมราคาวัตถุดิบทางตรงสุทธิต่อปี</b>	<b>12,322,753.74</b>

ตารางที่ 120 : แสดงงบประมาณการซื้อวัตถุดิบทางตรง สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 16

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณการซื้อวัตถุดิบทางตรง ปี 16 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
	บาท/เดือน
ต้นทุนอาหารและเครื่องดื่ม	1,078,240.95
<b>รวมราคาวัตถุดิบทางตรงสุทธิต่อปี</b>	<b>12,938,891.43</b>

ตารางที่ 121 : แสดงงบประมาณการซื้อวัตถุดิบทางตรง สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 17

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณการซื้อวัตถุดิบทางตรง ปี 17 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
	บาท/เดือน
ต้นทุนอาหารและเครื่องดื่ม	1,078,240.95
<b>รวมราคาวัตถุดิบทางตรงสุทธิต่อปี</b>	<b>12,938,891.43</b>

ตารางที่ 122 : แสดงงบประมาณการซื้อวัตถุดิบทางตรง สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 18

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณการซื้อวัตถุดิบทางตรง ปี 18 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
	บาท/เดือน
ต้นทุนอาหารและเครื่องดื่ม	1,078,240.95
<b>รวมราคาวัตถุดิบทางตรงสุทธิต่อปี</b>	<b>12,938,891.43</b>

ตารางที่ 123 : แสดงงบประมาณการซื้อวัตถุดิบทางตรง สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 19

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณการซื้อวัตถุดิบทางตรง ปี 19 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
	บาท/เดือน
ต้นทุนอาหารและเครื่องดื่ม	1,132,153.00
<b>รวมราคาวัตถุดิบทางตรงสุทธิต่อปี</b>	<b>13,585,836.00</b>

ตารางที่ 124 : แสดงงบประมาณการซื้อวัตถุดิบทางตรง สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 20

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณการซื้อวัตถุดิบทางตรง ปี 20 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
	บาท/เดือน
ต้นทุนอาหารและเครื่องดื่ม	1,132,153.00
<b>รวมค่าวัตถุดิบทางตรงสุทธิต่อปี</b>	<b>13,585,836.00</b>

ตารางที่ 125 : แสดงงบประมาณค่าแรงงานทางตรง สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 0

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณค่าแรงงานทางตรง ปี 0 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
	บาท/เดือน
ค่าแรงพนักงานอัตราจ้าง	
<b>รวมค่าแรงงานทางตรงต่อปี</b>	<b>1,182,000.00</b>

ตารางที่ 126 : แสดงงบประมาณค่าแรงงานทางตรง สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 1

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณค่าแรงงานทางตรง ปี 1 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
	บาท/เดือน
ค่าแรงพนักงานอัตราจ้าง	721,000.00
<b>รวมค่าแรงงานทางตรงต่อปี</b>	<b>8,652,000.00</b>

ตารางที่ 127 : แสดงงบประมาณค่าแรงงานทางตรง สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 2

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณค่าแรงงานทางตรง ปี 2 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
	บาท/เดือน
ค่าแรงพนักงานอัตราจ้าง	721,000.00
<b>รวมค่าแรงงานทางตรงต่อปี</b>	<b>8,652,000.00</b>

ตารางที่ 128 : แสดงงบประมาณค่าแรงงานทางตรง สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 3

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณค่าแรงงานทางตรง ปี 3 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
	บาท/เดือน
ค่าแรงพนักงานอัตราจ้าง	721,000.00
<b>รวมค่าแรงงานทางตรงต่อปี</b>	<b>8,652,000.00</b>



ตารางที่ 129 : แสดงงบประมาณค่าแรงงานทางตรง สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 4

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณค่าแรงงานทางตรง ปี 4 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
	บาท/เดือน
ค่าแรงพนักงานอัตราจ้าง	757,050.00
<b>รวมค่าแรงงานทางตรงต่อปี</b>	<b>9,084,600.00</b>

ตารางที่ 130 : แสดงงบประมาณค่าแรงงานทางตรง สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 5

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณค่าแรงงานทางตรง ปี 5 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
	บาท/เดือน
ค่าแรงพนักงานอัตราจ้าง	757,050.00
<b>รวมค่าแรงงานทางตรงต่อปี</b>	<b>9,084,600.00</b>

ตารางที่ 131 : แสดงงบประมาณค่าแรงงานทางตรง สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 6

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณค่าแรงงานทางตรง ปี 6 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
	บาท/เดือน
ค่าแรงพนักงานอัตราจ้าง	757,050.00
<b>รวมค่าแรงงานทางตรงต่อปี</b>	<b>9,084,600.00</b>

ตารางที่ 132 : แสดงงบประมาณค่าแรงงานทางตรง สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 7

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณค่าแรงงานทางตรง ปี 7 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
	บาท/เดือน
ค่าแรงพนักงานอัตราจ้าง	794,902.50
<b>รวมค่าแรงงานทางตรงต่อปี</b>	<b>9,538,830.00</b>

ตารางที่ 133 : แสดงงบประมาณค่าแรงงานทางตรง สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 8

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณค่าแรงงานทางตรง ปี 8 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
	บาท/เดือน
ค่าแรงพนักงานอัตราจ้าง	794,902.50
<b>รวมค่าแรงงานทางตรงต่อปี</b>	<b>9,538,830.00</b>



ตารางที่ 134 : แสดงงบประมาณค่าแรงงานทางตรง สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 9

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณค่าแรงงานทางตรง ปี 9 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
	บาท/เดือน
ค่าแรงพนักงานอัตราจ้าง	794,902.50
รวมค่าแรงงานทางตรงต่อปี	9,538,830.00

ตารางที่ 135 : แสดงงบประมาณค่าแรงงานทางตรง สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 10

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณค่าแรงงานทางตรง ปี 10 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
	บาท/เดือน
ค่าแรงพนักงานอัตราจ้าง	834,647.63
รวมค่าแรงงานทางตรงต่อปี	10,015,771.50

ตารางที่ 136 : แสดงงบประมาณค่าแรงงานทางตรง สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 11

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณค่าแรงงานทางตรง ปี 11 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
	บาท/เดือน
ค่าแรงพนักงานอัตราจ้าง	834,647.63
รวมค่าแรงงานทางตรงต่อปี	10,015,771.50

ตารางที่ 137 : แสดงงบประมาณค่าแรงงานทางตรง สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 12

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณค่าแรงงานทางตรง ปี 12 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
	บาท/เดือน
ค่าแรงพนักงานอัตราจ้าง	834,647.63
รวมค่าแรงงานทางตรงต่อปี	10,015,771.50

ตารางที่ 138 : แสดงงบประมาณค่าแรงงานทางตรง สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 13

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณค่าแรงงานทางตรง ปี 13 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
	บาท/เดือน
ค่าแรงพนักงานอัตราจ้าง	876,380.01
รวมค่าแรงงานทางตรงต่อปี	10,516,560.08

ตารางที่ 139 : แสดงงบประมาณค่าแรงงานทางตรง สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 14

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณค่าแรงงานทางตรง ปี 14 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
	บาท/เดือน
ค่าแรงพนักงานอัตราจ้าง	876,380.01
<b>รวมค่าแรงงานทางตรงต่อปี</b>	<b>10,516,560.08</b>

ตารางที่ 140 : แสดงงบประมาณค่าแรงงานทางตรง สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 15

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณค่าแรงงานทางตรง ปี 15 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
	บาท/เดือน
ค่าแรงพนักงานอัตราจ้าง	876,380.01
<b>รวมค่าแรงงานทางตรงต่อปี</b>	<b>10,516,560.08</b>

ตารางที่ 141 : แสดงงบประมาณค่าแรงงานทางตรง สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 16

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณค่าแรงงานทางตรง ปี 16 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
	บาท/เดือน
ค่าแรงพนักงานอัตราจ้าง	920,199.01
<b>รวมค่าแรงงานทางตรงต่อปี</b>	<b>11,042,388.08</b>

ตารางที่ 142 : แสดงงบประมาณค่าแรงงานทางตรง สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 17

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณค่าแรงงานทางตรง ปี 17 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
	บาท/เดือน
ค่าแรงพนักงานอัตราจ้าง	920,199.01
<b>รวมค่าแรงงานทางตรงต่อปี</b>	<b>11,042,388.08</b>

ตารางที่ 143 : แสดงงบประมาณค่าแรงงานทางตรง สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 18

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณค่าแรงงานทางตรง ปี 18 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
	บาท/เดือน
ค่าแรงพนักงานอัตราจ้าง	920,199.01
<b>รวมค่าแรงงานทางตรงต่อปี</b>	<b>11,042,388.08</b>

ตารางที่ 144 : แสดงงบประมาณค่าแรงงานทางตรง สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 19

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณค่าแรงงานทางตรง ปี 19 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
	บาท/เดือน
ค่าแรงพนักงานอัตราจ้าง	966,208.96
<b>รวมค่าแรงงานทางตรงต่อปี</b>	<b>11,594,507.48</b>

ตารางที่ 145 : แสดงงบประมาณค่าแรงงานทางตรง สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 20

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณค่าแรงงานทางตรง ปี 20 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
	บาท/เดือน
ค่าแรงพนักงานอัตราจ้าง	966,208.96
<b>รวมค่าแรงงานทางตรงต่อปี</b>	<b>11,594,507.48</b>

ตารางที่ 146 : แสดงงบประมาณต้นทุนขาย สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 0

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณต้นทุนขาย ปี 0 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
	บาท/ปี
ต้นทุนการผลิต	-
ต้นทุนวัตถุดิบ	1,102,320.00
แรงงานทางตรง	1,182,000.00
<b>ต้นทุนขายต่อปี</b>	<b>2,284,320.00</b>

ตารางที่ 147 : แสดงงบประมาณต้นทุนขาย สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 1

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณต้นทุนขาย ปี 1 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
ต้นทุนการผลิต	9,250,000.00
ต้นทุนวัตถุดิบ	10,137,960.00
แรงงานทางตรง	8,652,000.00
<b>ต้นทุนขายต่อปี</b>	<b>28,039,960.00</b>

ตารางที่ 148 : แสดงงบประมาณต้นทุนขาย สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 2

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณต้นทุนขาย ปี 2 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
ต้นทุนการผลิต	9,250,000.00
ต้นทุนวัตถุดิบ	10,137,960.00
แรงงานทางตรง	8,652,000.00
<b>ต้นทุนขายต่อปี</b>	<b>28,039,960.00</b>

ตารางที่ 149 : แสดงงบประมาณต้นทุนขาย สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 3

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณต้นทุนขาย ปี 3 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
ต้นทุนการผลิต	9,250,000.00
ต้นทุนวัตถุดิบ	10,137,960.00
แรงงานทางตรง	8,652,000.00
<b>ต้นทุนขายต่อปี</b>	<b>28,039,960.00</b>

ตารางที่ 150 : แสดงงบประมาณต้นทุนขาย สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 4

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณต้นทุนขาย ปี 4 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
ต้นทุนการผลิต	9,250,000.00
ต้นทุนวัตถุดิบ	10,644,858.00
แรงงานทางตรง	9,084,600.00
<b>ต้นทุนขายต่อปี</b>	<b>28,979,458.00</b>

ตารางที่ 151 : แสดงงบประมาณต้นทุนขาย สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 5

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณต้นทุนขาย ปี 5 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
ต้นทุนการผลิต	9,250,000.00
ต้นทุนวัตถุดิบ	10,644,858.00
แรงงานทางตรง	9,084,600.00
<b>ต้นทุนขายต่อปี</b>	<b>28,979,458.00</b>

ตารางที่ 152 : แสดงงบประมาณต้นทุนขาย สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 6

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณต้นทุนขาย ปี 6 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
ต้นทุนการผลิต	10,175,000.00
ต้นทุนวัตถุดิบ	10,644,858.00
แรงงานทางตรง	9,084,600.00
<b>ต้นทุนขายต่อปี</b>	<b>29,904,458.00</b>

ตารางที่ 153 : แสดงงบประมาณต้นทุนขาย สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 7

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณต้นทุนขาย ปี 7 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
ต้นทุนการผลิต	10,175,000.00
ต้นทุนวัตถุดิบ	11,177,100.90
แรงงานทางตรง	9,538,830.00
<b>ต้นทุนขายต่อปี</b>	<b>30,890,930.90</b>

ตารางที่ 154 : แสดงงบประมาณต้นทุนขาย สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 8

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณต้นทุนขาย ปี 8 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
ต้นทุนการผลิต	10,175,000.00
ต้นทุนวัตถุดิบ	11,177,100.90
แรงงานทางตรง	9,538,830.00
<b>ต้นทุนขายต่อปี</b>	<b>30,890,930.90</b>

ตารางที่ 155 : แสดงงบประมาณต้นทุนขาย สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 9

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณต้นทุนขาย ปี 9 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
ต้นทุนการผลิต	10,175,000.00
ต้นทุนวัตถุดิบ	11,177,100.90
แรงงานทางตรง	9,538,830.00
<b>ต้นทุนขายต่อปี</b>	<b>30,890,930.90</b>

ตารางที่ 156 : แสดงงบประมาณต้นทุนขาย สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 10

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณต้นทุนขาย ปี 10 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
ต้นทุนการผลิต	10,175,000.00
ต้นทุนวัตถุดิบ	11,735,955.95
แรงงานทางตรง	10,015,771.50
<b>ต้นทุนขายต่อปี</b>	<b>31,926,727.45</b>

ตารางที่ 157 : แสดงงบประมาณต้นทุนขาย สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 11

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณต้นทุนขาย ปี 11 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
ต้นทุนการผลิต	11,192,500.00
ต้นทุนวัตถุดิบ	11,735,955.95
แรงงานทางตรง	10,015,771.50
<b>ต้นทุนขายต่อปี</b>	<b>32,944,227.45</b>

ตารางที่ 158 : แสดงงบประมาณต้นทุนขาย สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 12

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณต้นทุนขาย ปี 12 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
ต้นทุนการผลิต	11,192,500.00
ต้นทุนวัตถุดิบ	11,735,955.95
แรงงานทางตรง	10,015,771.50
<b>ต้นทุนขายต่อปี</b>	<b>32,944,227.45</b>

ตารางที่ 159 : แสดงงบประมาณต้นทุนขาย สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 13

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณต้นทุนขาย ปี 13 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
ต้นทุนการผลิต	11,192,500.00
ต้นทุนวัตถุดิบ	12,322,753.74
แรงงานทางตรง	10,516,560.08
<b>ต้นทุนขายต่อปี</b>	<b>34,031,813.82</b>

ตารางที่ 160 : แสดงงบประมาณต้นทุนขาย สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 14

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณต้นทุนขาย ปี 14 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
ต้นทุนการผลิต	11,192,500.00
ต้นทุนวัตถุดิบ	12,322,753.74
แรงงานทางตรง	10,516,560.08
<b>ต้นทุนขายต่อปี</b>	<b>34,031,813.82</b>

ตารางที่ 161 : แสดงงบประมาณต้นทุนขาย สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 15

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณต้นทุนขาย ปี 15 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
ต้นทุนการผลิต	11,192,500.00
ต้นทุนวัตถุดิบ	12,322,753.74
แรงงานทางตรง	10,516,560.08
<b>ต้นทุนขายต่อปี</b>	<b>34,031,813.82</b>

ตารางที่ 162 : แสดงงบประมาณต้นทุนขาย สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 16

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณต้นทุนขาย ปี 16 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
ต้นทุนการผลิต	12,311,750.00
ต้นทุนวัตถุดิบ	12,938,891.43
แรงงานทางตรง	11,042,388.08
<b>ต้นทุนขายต่อปี</b>	<b>36,293,029.51</b>

ตารางที่ 163 : แสดงงบประมาณต้นทุนขาย สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 17

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณต้นทุนขาย ปี 17 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
ต้นทุนการผลิต	12,311,750.00
ต้นทุนวัตถุดิบ	12,938,891.43
แรงงานทางตรง	11,042,388.08
<b>ต้นทุนขายต่อปี</b>	<b>36,293,029.51</b>

ตารางที่ 164 : แสดงงบประมาณต้นทุนขาย สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 18

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซโซด์ดี ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณต้นทุนขาย ปี 18 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
ต้นทุนการผลิต	12,311,750.00
ต้นทุนวัตถุดิบ	12,938,891.43
แรงงานทางตรง	11,042,388.08
<b>ต้นทุนขายต่อปี</b>	<b>36,293,029.51</b>

ตารางที่ 165 : แสดงงบประมาณต้นทุนขาย สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 19

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซโซด์ดี ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณต้นทุนขาย ปี 19 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
ต้นทุนการผลิต	12,311,750.00
ต้นทุนวัตถุดิบ	13,585,836.00
แรงงานทางตรง	11,594,507.48
<b>ต้นทุนขายต่อปี</b>	<b>37,492,093.48</b>

ตารางที่ 166 : แสดงงบประมาณต้นทุนขาย สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 20

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซโซด์ดี ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณต้นทุนขาย ปี 20 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
ต้นทุนการผลิต	12,311,750.00
ต้นทุนวัตถุดิบ	13,585,836.00
แรงงานทางตรง	11,594,507.48
<b>ต้นทุนขายต่อปี</b>	<b>37,492,093.48</b>

ตารางที่ 167 : แสดงงบประมาณค่าใช้จ่ายการขายและบริหาร สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 0

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซโซด์ดี ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ปี 0 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
<b>ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารผันแปร</b>	<b>บาท/ปี</b>
ค่าสาธารณูปโภคเฉลี่ย	3,237,200.00
เงินบริจาคการกุศล	-
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารผันแปร</b>	<b>3,237,200.00</b>
<b>ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารคงที่</b>	<b>บาท/ปี</b>
ค่าเช่าที่ดิน	-
เงินเดือนผู้บริหารและพนักงาน	-
โบนัสผู้บริหารและพนักงาน	210,000.00
ค่าการสื่อสารการตลาด	2,000,000.00
ค่าใช้จ่ายงานเปิดตัวโครงการ	-
ค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรม	-
ค่าใช้จ่ายปรับปรุงและซ่อมบำรุงโครงการ	-
ค่ากฎหมาย	50,000.00
ค่าใช้จ่ายในการวิจัย	-
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ	500,000.00
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารคงที่</b>	<b>2,760,000.00</b>
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารต่อปี</b>	<b>5,997,200.00</b>



ตารางที่ 168 : แสดงงบประมาณค่าใช้จ่ายการขายและบริหาร สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 1

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ปี 1 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
<b>ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารผันแปร</b>	<b>บาท/ปี</b>
ค่าสาธารณูปโภคเฉลี่ย	7,423,200.00
เงินบริจาคการกุศล	750,000.00
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารผันแปร</b>	<b>8,173,200.00</b>
<b>ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารคงที่</b>	<b>บาท/ปี</b>
ค่าเช่าที่ดิน	20,000,000.00
เงินเดือนผู้บริหารและพนักงาน	5,340,000.00
โบนัสผู้บริหารและพนักงาน	445,000.00
ค่าการสื่อสารการตลาด	24,000,000.00
ค่าใช้จ่ายงานเปิดตัวโครงการ	10,000,000.00
ค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรม	3,000,000.00
ค่าใช้จ่ายปรับปรุงและซ่อมบำรุงโครงการ	3,000,000.00
ค่ากฎหมาย	300,000.00
ค่าใช้จ่ายในการวิจัย	-
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ	3,000,000.00
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารคงที่</b>	<b>69,085,000.00</b>
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารต่อปี</b>	<b>77,258,200.00</b>

ตารางที่ 169 : แสดงงบประมาณค่าใช้จ่ายการขายและบริหาร สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 2

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ปี 2 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
ค่าสาธารณูปโภคเฉลี่ย	7,423,200.00
เงินบริจาคการกุศล	750,000.00
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารผันแปร</b>	<b>8,173,200.00</b>
<b>ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารคงที่</b>	<b>บาท/ปี</b>
ค่าเช่าที่ดิน	20,000,000.00
เงินเดือนผู้บริหารและพนักงาน	5,607,000.00
โบนัสผู้บริหารและพนักงาน	467,250.00
ค่าการสื่อสารการตลาด	12,000,000.00
ค่าใช้จ่ายงานเปิดตัวโครงการ	
ค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรม	3,000,000.00
ค่าใช้จ่ายปรับปรุงและซ่อมบำรุงโครงการ	3,000,000.00
ค่ากฎหมาย	300,000.00
ค่าใช้จ่ายในการวิจัย	-
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ	3,000,000.00
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารคงที่</b>	<b>47,374,250.00</b>
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารต่อปี</b>	<b>55,547,450.00</b>



ตารางที่ 170 : แสดงงบประมาณค่าใช้จ่ายการขายและบริหาร สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 3

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ปี 3 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
ค่าสาธารณูปโภคเฉลี่ย	7,423,200.00
เงินบริจาคการกุศล	750,000.00
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต้นแปร</b>	<b>8,173,200.00</b>
<b>ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารคงที่</b>	<b>บาท/ปี</b>
ค่าเช่าที่ดิน	20,000,000.00
เงินเดือนผู้บริหารและพนักงาน	5,887,350.00
โบนัสผู้บริหารและพนักงาน	490,612.50
ค่าการสื่อสารการตลาด	12,000,000.00
ค่าใช้จ่ายงานเปิดตัวโครงการ	
ค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรม	3,000,000.00
ค่าใช้จ่ายปรับปรุงและซ่อมบำรุงโครงการ	3,000,000.00
ค่ากฎหมาย	300,000.00
ค่าใช้จ่ายในการวิจัย	-
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ	3,000,000.00
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารคงที่</b>	<b>47,677,962.50</b>
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารต่อปี</b>	<b>55,851,162.50</b>

ตารางที่ 171 : แสดงงบประมาณค่าใช้จ่ายการขายและบริหาร สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 4

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ปี 4 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
ค่าสาธารณูปโภคเฉลี่ย	8,165,520.00
เงินบริจาคการกุศล	750,000.00
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต้นแปร</b>	<b>8,915,520.00</b>
<b>ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารคงที่</b>	<b>บาท/ปี</b>
ค่าเช่าที่ดิน	20,000,000.00
เงินเดือนผู้บริหารและพนักงาน	6,181,717.50
โบนัสผู้บริหารและพนักงาน	515,143.13
ค่าการสื่อสารการตลาด	12,000,000.00
ค่าใช้จ่ายงานเปิดตัวโครงการ	
ค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรม	3,000,000.00
ค่าใช้จ่ายปรับปรุงและซ่อมบำรุงโครงการ	3,000,000.00
ค่ากฎหมาย	300,000.00
ค่าใช้จ่ายในการวิจัย	1,000,000.00
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ	3,000,000.00
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารคงที่</b>	<b>48,996,860.63</b>
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารต่อปี</b>	<b>57,912,380.63</b>

ตารางที่ 172 : แสดงงบประมาณค่าใช้จ่ายการขายและบริหาร สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 5

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ปี 5 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
ค่าสาธารณูปโภคเฉลี่ย	8,165,520.00
เงินบริจาคการกุศล	750,000.00
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารคันแปร</b>	<b>8,915,520.00</b>
<b>ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารคงที่</b>	<b>บาท/ปี</b>
ค่าเช่าที่ดิน	20,000,000.00
เงินเดือนผู้บริหารและพนักงาน	6,490,803.38
โบนัสผู้บริหารและพนักงาน	540,900.28
ค่าการสื่อสารการตลาด	12,000,000.00
ค่าใช้จ่ายงานเปิดตัวโครงการ	
ค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรม	3,000,000.00
ค่าใช้จ่ายปรับปรุงและซ่อมบำรุงโครงการ	3,000,000.00
ค่ากฎหมาย	300,000.00
ค่าใช้จ่ายในการวิจัย	-
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ	3,000,000.00
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารคงที่</b>	<b>48,331,703.66</b>
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารต่อปี</b>	<b>57,247,223.66</b>

ตารางที่ 173 : แสดงงบประมาณค่าใช้จ่ายการขายและบริหาร สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 6

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ปี 6 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
ค่าสาธารณูปโภคเฉลี่ย	8,165,520.00
เงินบริจาคการกุศล	825,000.00
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารคันแปร</b>	<b>8,990,520.00</b>
<b>ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารคงที่</b>	<b>บาท/ปี</b>
ค่าเช่าที่ดิน	22,000,000.00
เงินเดือนผู้บริหารและพนักงาน	6,815,343.54
โบนัสผู้บริหารและพนักงาน	567,945.30
ค่าการสื่อสารการตลาด	12,000,000.00
ค่าใช้จ่ายงานเปิดตัวโครงการ	
ค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรม	3,000,000.00
ค่าใช้จ่ายปรับปรุงและซ่อมบำรุงโครงการ	15,000,000.00
ค่ากฎหมาย	300,000.00
ค่าใช้จ่ายในการวิจัย	-
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ	3,000,000.00
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารคงที่</b>	<b>62,683,288.84</b>
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารต่อปี</b>	<b>71,673,808.84</b>

ตารางที่ 174 : แสดงงบประมาณค่าใช้จ่ายการขายและบริหาร สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 7

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ปี 7 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
ค่าสาธารณูปโภคเฉลี่ย	8,982,072.00
เงินบริจาคการกุศล	825,000.00
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารขั้นต้น</b>	<b>9,807,072.00</b>
<b>ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารคงที่</b>	<b>บาท/ปี</b>
ค่าเช่าที่ดิน	22,000,000.00
เงินเดือนผู้บริหารและพนักงาน	7,156,110.72
โบนัสผู้บริหารและพนักงาน	596,342.56
ค่าการสื่อสารการตลาด	12,000,000.00
ค่าใช้จ่ายงานเปิดตัวโครงการ	
ค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรม	3,000,000.00
ค่าใช้จ่ายปรับปรุงและซ่อมบำรุงโครงการ	3,000,000.00
ค่ากฎหมาย	300,000.00
ค่าใช้จ่ายในการวิจัย	1,000,000.00
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ	3,000,000.00
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารคงที่</b>	<b>52,052,453.28</b>
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารต่อปี</b>	<b>61,859,525.28</b>

ตารางที่ 175 : แสดงงบประมาณค่าใช้จ่ายการขายและบริหาร สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 8

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ปี 8 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
ค่าสาธารณูปโภคเฉลี่ย	8,982,072.00
เงินบริจาคการกุศล	825,000.00
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารขั้นต้น</b>	<b>9,807,072.00</b>
<b>ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารคงที่</b>	<b>บาท/ปี</b>
ค่าเช่าที่ดิน	22,000,000.00
เงินเดือนผู้บริหารและพนักงาน	7,513,916.26
โบนัสผู้บริหารและพนักงาน	626,159.69
ค่าการสื่อสารการตลาด	12,000,000.00
ค่าใช้จ่ายงานเปิดตัวโครงการ	
ค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรม	3,000,000.00
ค่าใช้จ่ายปรับปรุงและซ่อมบำรุงโครงการ	3,000,000.00
ค่ากฎหมาย	300,000.00
ค่าใช้จ่ายในการวิจัย	-
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ	3,000,000.00
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารคงที่</b>	<b>51,440,075.95</b>
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารต่อปี</b>	<b>61,247,147.95</b>

ตารางที่ 176 : แสดงงบประมาณค่าใช้จ่ายการขายและบริหาร สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 9

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ปี 9 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
ค่าสาธารณูปโภคเฉลี่ย	8,982,072.00
เงินบริจาคการกุศล	825,000.00
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารกันแปร</b>	<b>9,807,072.00</b>
<b>ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารคงที่</b>	<b>บาท/ปี</b>
ค่าเช่าที่ดิน	22,000,000.00
เงินเดือนผู้บริหารและพนักงาน	7,889,612.07
โบนัสผู้บริหารและพนักงาน	657,467.67
ค่าการสื่อสารการตลาด	12,000,000.00
ค่าใช้จ่ายงานเปิดตัวโครงการ	
ค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรม	3,000,000.00
ค่าใช้จ่ายปรับปรุงและซ่อมบำรุงโครงการ	3,000,000.00
ค่ากฎหมาย	300,000.00
ค่าใช้จ่ายในการวิจัย	-
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ	3,000,000.00
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารคงที่</b>	<b>51,847,079.74</b>
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารต่อปี</b>	<b>61,654,151.74</b>

ตารางที่ 177 : แสดงงบประมาณค่าใช้จ่ายการขายและบริหาร สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 10

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ปี 10 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
ค่าสาธารณูปโภคเฉลี่ย	9,880,279.20
เงินบริจาคการกุศล	825,000.00
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารกันแปร</b>	<b>10,705,279.20</b>
<b>ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารคงที่</b>	<b>บาท/ปี</b>
ค่าเช่าที่ดิน	22,000,000.00
เงินเดือนผู้บริหารและพนักงาน	8,284,092.67
โบนัสผู้บริหารและพนักงาน	690,341.06
ค่าการสื่อสารการตลาด	12,000,000.00
ค่าใช้จ่ายงานเปิดตัวโครงการ	
ค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรม	3,000,000.00
ค่าใช้จ่ายปรับปรุงและซ่อมบำรุงโครงการ	3,000,000.00
ค่ากฎหมาย	300,000.00
ค่าใช้จ่ายในการวิจัย	1,000,000.00
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ	3,000,000.00
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารคงที่</b>	<b>53,274,433.73</b>
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารต่อปี</b>	<b>63,979,712.93</b>

ตารางที่ 178 : แสดงงบประมาณค่าใช้จ่ายการขายและบริหาร สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 11

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ปี 11 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
<b>ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารผันแปร</b>	<b>บาท/ปี</b>
ค่าสาธารณูปโภคเฉลี่ย	9,880,279.20
เงินบริจาคการกุศล	907,500.00
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารผันแปร</b>	<b>10,787,779.20</b>
<b>ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารคงที่</b>	<b>บาท/ปี</b>
ค่าเช่าที่ดิน	24,200,000.00
เงินเดือนผู้บริหารและพนักงาน	8,698,297.31
โบนัสผู้บริหารและพนักงาน	724,858.11
ค่าการสื่อสารการตลาด	12,000,000.00
ค่าใช้จ่ายงานเปิดตัวโครงการ	
ค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรม	3,000,000.00
ค่าใช้จ่ายปรับปรุงและซ่อมบำรุงโครงการ	30,000,000.00
ค่ากฎหมาย	300,000.00
ค่าใช้จ่ายในการวิจัย	-
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ	3,000,000.00
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารคงที่</b>	<b>81,923,155.42</b>
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารต่อปี</b>	<b>92,710,934.62</b>

ตารางที่ 179 : แสดงงบประมาณค่าใช้จ่ายการขายและบริหาร สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 12

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ปี 12 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
<b>ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารผันแปร</b>	<b>บาท/ปี</b>
ค่าสาธารณูปโภคเฉลี่ย	9,880,279.20
เงินบริจาคการกุศล	907,500.00
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารผันแปร</b>	<b>10,787,779.20</b>
<b>ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารคงที่</b>	<b>บาท/ปี</b>
ค่าเช่าที่ดิน	24,200,000.00
เงินเดือนผู้บริหารและพนักงาน	9,133,212.17
โบนัสผู้บริหารและพนักงาน	761,101.01
ค่าการสื่อสารการตลาด	12,000,000.00
ค่าใช้จ่ายงานเปิดตัวโครงการ	
ค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรม	3,000,000.00
ค่าใช้จ่ายปรับปรุงและซ่อมบำรุงโครงการ	3,000,000.00
ค่ากฎหมาย	300,000.00
ค่าใช้จ่ายในการวิจัย	-
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ	3,000,000.00
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารคงที่</b>	<b>55,394,313.19</b>
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารต่อปี</b>	<b>66,182,092.39</b>

ตารางที่ 180 : แสดงงบประมาณค่าใช้จ่ายการขายและบริหาร สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 13

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ปี 13 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
<b>ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารผันแปร</b>	<b>บาท/ปี</b>
ค่าสาธารณูปโภคเฉลี่ย	10,868,307.12
เงินบริจาคการกุศล	907,500.00
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารผันแปร</b>	<b>11,775,807.12</b>
<b>ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารคงที่</b>	<b>บาท/ปี</b>
ค่าเช่าที่ดิน	24,200,000.00
เงินเดือนผู้บริหารและพนักงาน	9,589,872.78
โบนัสผู้บริหารและพนักงาน	799,156.07
ค่าการสื่อสารการตลาด	12,000,000.00
ค่าใช้จ่ายงานเปิดตัวโครงการ	
ค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรม	3,000,000.00
ค่าใช้จ่ายปรับปรุงและซ่อมบำรุงโครงการ	3,000,000.00
ค่ากฎหมาย	300,000.00
ค่าใช้จ่ายในการวิจัย	1,000,000.00
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ	3,000,000.00
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารคงที่</b>	<b>56,889,028.85</b>
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารต่อปี</b>	<b>68,664,835.97</b>

ตารางที่ 181 : แสดงงบประมาณค่าใช้จ่ายการขายและบริหาร สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 14

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ปี 14 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
<b>ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารผันแปร</b>	<b>บาท/ปี</b>
ค่าสาธารณูปโภคเฉลี่ย	10,868,307.12
เงินบริจาคการกุศล	907,500.00
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารผันแปร</b>	<b>11,775,807.12</b>
<b>ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารคงที่</b>	<b>บาท/ปี</b>
ค่าเช่าที่ดิน	24,200,000.00
เงินเดือนผู้บริหารและพนักงาน	10,069,366.42
โบนัสผู้บริหารและพนักงาน	839,113.87
ค่าการสื่อสารการตลาด	12,000,000.00
ค่าใช้จ่ายงานเปิดตัวโครงการ	
ค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรม	3,000,000.00
ค่าใช้จ่ายปรับปรุงและซ่อมบำรุงโครงการ	3,000,000.00
ค่ากฎหมาย	300,000.00
ค่าใช้จ่ายในการวิจัย	-
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ	3,000,000.00
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารคงที่</b>	<b>56,408,480.29</b>
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารต่อปี</b>	<b>68,184,287.41</b>



ตารางที่ 182 : แสดงงบประมาณค่าใช้จ่ายการขายและบริหาร สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 15

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ปี 15 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
<b>ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารผันแปร</b>	<b>บาท/ปี</b>
ค่าสาธารณูปโภคเฉลี่ย	10,868,307.12
เงินบริจาคการกุศล	907,500.00
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารผันแปร</b>	<b>11,775,807.12</b>
<b>ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารคงที่</b>	<b>บาท/ปี</b>
ค่าเช่าที่ดิน	24,200,000.00
เงินเดือนผู้บริหารและพนักงาน	10,572,834.74
โบนัสผู้บริหารและพนักงาน	881,069.56
ค่าการสื่อสารการตลาด	12,000,000.00
ค่าใช้จ่ายงานเปิดตัวโครงการ	
ค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรม	3,000,000.00
ค่าใช้จ่ายปรับปรุงและซ่อมบำรุงโครงการ	3,000,000.00
ค่ากฎหมาย	300,000.00
ค่าใช้จ่ายในการวิจัย	-
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ	3,000,000.00
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารคงที่</b>	<b>56,953,904.30</b>
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารต่อปี</b>	<b>68,729,711.42</b>

ตารางที่ 183 : แสดงงบประมาณค่าใช้จ่ายการขายและบริหาร สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 16

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ปี 16 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
<b>ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารผันแปร</b>	<b>บาท/ปี</b>
ค่าสาธารณูปโภคเฉลี่ย	11,955,137.83
เงินบริจาคการกุศล	998,250.00
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารผันแปร</b>	<b>12,953,387.83</b>
<b>ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารคงที่</b>	<b>บาท/ปี</b>
ค่าเช่าที่ดิน	26,620,000.00
เงินเดือนผู้บริหารและพนักงาน	11,101,476.48
โบนัสผู้บริหารและพนักงาน	925,123.04
ค่าการสื่อสารการตลาด	12,000,000.00
ค่าใช้จ่ายงานเปิดตัวโครงการ	
ค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรม	3,000,000.00
ค่าใช้จ่ายปรับปรุงและซ่อมบำรุงโครงการ	15,000,000.00
ค่ากฎหมาย	300,000.00
ค่าใช้จ่ายในการวิจัย	1,000,000.00
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ	3,000,000.00
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารคงที่</b>	<b>72,946,599.52</b>
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารต่อปี</b>	<b>85,899,987.35</b>

ตารางที่ 184 : แสดงงบประมาณค่าใช้จ่ายการขายและบริหาร สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 17

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ปี 17 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
<b>ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารผันแปร</b>	<b>บาท/ปี</b>
ค่าสาธารณูปโภคเฉลี่ย	11,955,137.83
เงินบริจาคการกุศล	998,250.00
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารผันแปร</b>	<b>12,953,387.83</b>
<b>ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารคงที่</b>	<b>บาท/ปี</b>
ค่าเช่าที่ดิน	26,620,000.00
เงินเดือนผู้บริหารและพนักงาน	11,656,550.30
โบนัสผู้บริหารและพนักงาน	971,379.19
ค่าการสื่อสารการตลาด	12,000,000.00
ค่าใช้จ่ายงานเปิดตัวโครงการ	
ค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรม	3,000,000.00
ค่าใช้จ่ายปรับปรุงและซ่อมบำรุงโครงการ	3,000,000.00
ค่ากฎหมาย	300,000.00
ค่าใช้จ่ายในการวิจัย	-
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ	3,000,000.00
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารคงที่</b>	<b>60,547,929.49</b>
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารต่อปี</b>	<b>73,501,317.33</b>

ตารางที่ 185 : แสดงงบประมาณค่าใช้จ่ายการขายและบริหาร สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 18

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ปี 18 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
<b>ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารผันแปร</b>	<b>บาท/ปี</b>
ค่าสาธารณูปโภคเฉลี่ย	11,955,137.83
เงินบริจาคการกุศล	998,250.00
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารผันแปร</b>	<b>12,953,387.83</b>
<b>ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารคงที่</b>	<b>บาท/ปี</b>
ค่าเช่าที่ดิน	26,620,000.00
เงินเดือนผู้บริหารและพนักงาน	12,239,377.82
โบนัสผู้บริหารและพนักงาน	1,019,948.15
ค่าการสื่อสารการตลาด	12,000,000.00
ค่าใช้จ่ายงานเปิดตัวโครงการ	
ค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรม	3,000,000.00
ค่าใช้จ่ายปรับปรุงและซ่อมบำรุงโครงการ	3,000,000.00
ค่ากฎหมาย	300,000.00
ค่าใช้จ่ายในการวิจัย	-
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ	3,000,000.00
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารคงที่</b>	<b>61,179,325.97</b>
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารต่อปี</b>	<b>74,132,713.80</b>



ตารางที่ 186 : แสดงงบประมาณค่าใช้จ่ายการขายและบริหาร สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 19

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ปี 19 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
<b>ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารผันแปร</b>	<b>บาท/ปี</b>
ค่าสาธารณูปโภคเฉลี่ย	13,150,651.62
เงินบริจาคการกุศล	998,250.00
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารผันแปร</b>	<b>14,148,901.62</b>
<b>ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารคงที่</b>	<b>บาท/ปี</b>
ค่าเช่าที่ดิน	26,620,000.00
เงินเดือนผู้บริหารและพนักงาน	12,851,346.71
โบนัสผู้บริหารและพนักงาน	1,070,945.56
ค่าการสื่อสารการตลาด	12,000,000.00
ค่าใช้จ่ายงานเปิดตัวโครงการ	
ค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรม	3,000,000.00
ค่าใช้จ่ายปรับปรุงและซ่อมบำรุงโครงการ	3,000,000.00
ค่ากฎหมาย	300,000.00
ค่าใช้จ่ายในการวิจัย	1,000,000.00
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ	3,000,000.00
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารคงที่</b>	<b>62,842,292.27</b>
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารต่อปี</b>	<b>76,991,193.88</b>

ตารางที่ 187 : แสดงงบประมาณค่าใช้จ่ายการขายและบริหาร สมมติฐานในสถานการณ์ปกติ ปีที่ 20

บริษัท เอฟ. แอนด์ จี. โซไซตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด งบประมาณค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ปี 20 สำหรับปีสิ้นสุด 31 ธันวาคม 25XX	
<b>ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารผันแปร</b>	<b>บาท/ปี</b>
ค่าสาธารณูปโภคเฉลี่ย	13,150,651.62
เงินบริจาคการกุศล	998,250.00
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารผันแปร</b>	<b>14,148,901.62</b>
<b>ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารคงที่</b>	<b>บาท/ปี</b>
ค่าเช่าที่ดิน	26,620,000.00
เงินเดือนผู้บริหารและพนักงาน	13,493,914.04
โบนัสผู้บริหารและพนักงาน	1,124,492.84
ค่าการสื่อสารการตลาด	12,000,000.00
ค่าใช้จ่ายงานเปิดตัวโครงการ	
ค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรม	3,000,000.00
ค่าใช้จ่ายปรับปรุงและซ่อมบำรุงโครงการ	3,000,000.00
ค่ากฎหมาย	300,000.00
ค่าใช้จ่ายในการวิจัย	-
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ	3,000,000.00
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารคงที่</b>	<b>62,538,406.88</b>
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารต่อปี</b>	<b>76,687,308.50</b>

### ประวัติผู้แต่ง

นายวีระเดช อรุณศิริรักษ์ จบการศึกษาปริญญาตรี สาขาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต ปี พ.ศ.2548 และได้เข้าศึกษาต่อในระดับปริญญา นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ สาขาการบริหารธุรกิจบันเทิงและการผลิต มหาวิทยาลัย กรุงเทพมหานคร ในปี พ.ศ. 2550

