

หลักสูตร 2 ธุรกิจค้าปลีก และการประเมินมูลค่าศูนย์การค้า ศูนย์การค้าชุมชน ตลาดสดสมัยใหม่

วัตถุประสงค์

ปัจจุบันธุรกิจค้าปลีกมีการพัฒนาและปรับตัวในรูปแบบ เช่น ศูนย์การค้า (Shopping Center) ซูเปอร์สโตร์หรือดีสเคาท์สโตร์ (Discount store) เช่น โลตัส บิ๊กซี ศูนย์การค้าชุมชน (Community Mall) รวมทั้งพื้นที่ค้าปลีกขนาดเล็ก ประเภทร้านสะดวกซื้อ (Convenience store) เช่น 7-11, mini-BigC, Lotus express, Max value Tanjai, Family mart, Lawson, CP fresh mart เป็นต้น ซึ่งได้รับความนิยมจากทั้งผู้ประกอบการ ผู้บริโภคอย่างมากในปัจจุบันและอนาคตเนื่องจากการเข้าถึงชุมชนได้มากกว่าศูนย์การค้าขนาดใหญ่ การขยายตัวในธุรกิจดังกล่าวเป็นผลให้เกิดการควบรวม การขยายการลงทุน ตลอดจนการหาแหล่งเงินทุนผ่านระบบสินเชื่อสถาบันการเงิน หลักสูตรนี้จึงมีวัตถุประสงค์ที่จะให้ผู้เข้ารับการอบรมได้รับคำตอบและมีความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจค้าปลีก รวมทั้งเบื้องหลังแนวคิดในการกำหนดมูลค่าพื้นที่ค้าปลีกที่เหมาะสม

เนื้อหาหลักสูตร

- 1) ลักษณะการประกอบธุรกิจค้าปลีกมีความหลากหลายและซับซ้อนทั้งในเรื่องการกำหนดอัตราค่าเช่าที่แตกต่างกันในศูนย์การค้าเดียวกัน รูปแบบการกำหนดวิธีการเช่า การบริหารศูนย์การค้า รวมไปถึงการกำหนดทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม
- 2) การประเมินมูลค่าทรัพย์สินเหล่านั้นมีมูลค่าที่เหมาะสม สำหรับการเข้าซื้อกิจการดังกล่าวอย่างไร
- 3) มูลค่าที่เปลี่ยนมือทั้งผู้ซื้อผู้ขายคิดถึงทรัพย์สินที่มีตัวตนและไม่มีตัวตน เช่น ทำเล หรือเครื่องหมายการค้า รวมทั้งโอกาสและข้อจำกัดในเรื่องกฎหมายค้าปลีกอย่างไร
- 4) การนำหลักประเมินมูลค่าศูนย์การค้าและธุรกิจค้าปลีกบางประเภท โดยการใช้เทคนิคและวิธีการที่เหมาะสม เป็นไปตามแนวปฏิบัติตามมาตรฐานการประเมินมูลค่าทรัพย์สินเป็นการเฉพาะ
- 5) วิธีการประเมินมูลค่าด้วยวิธีการต้นทุน การพิจารณามูลค่าที่ดิน มูลค่าการพัฒนาที่ดิน มูลค่าก่อสร้างอาคาร มูลค่างานตกแต่งภายใน
- 6) วิธีการประเมินมูลค่าด้วยวิธีการรายได้ การกำหนดสมมติฐานรายได้ รายได้ค่าห้องพัก ค่าอาหารและเครื่องดื่ม รายได้อื่นๆ สมมติฐานค่าใช้จ่าย ค่าใช้จ่ายคงที่ ค่าใช้จ่ายผันแปร แนวทางการจัดทำ Cash Flow Projection การกำหนดอัตราคิดลด การกำหนดมูลค่าขาย อัตราผลตอบแทนเมื่อขาย

ระยะเวลาการอบรม 1 วัน CPD 6 ชั่วโมง

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- 1) ผู้เข้าอบรมจะได้รับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับภาวะตลาด รูปแบบการพัฒนาพื้นที่ค้าปลีกแต่ละประเภท กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของพื้นที่ค้าปลีกแต่ละประเภท
- 2) ผู้เข้าอบรมจะได้ทราบถึงวิธีการประเมินมูลค่าด้วยวิธีการต้นทุน และวิธีการรายได้
- 3) ผู้เข้าอบรมจะได้นำความรู้จากการอบรมไปประยุกต์ในการทำงานประเมินมูลค่าทรัพย์สินได้อย่างเหมาะสม เป็นการยกระดับความรู้ผู้ประเมิน ผู้ที่เกี่ยวข้อง ยกกระดับมาตรฐานวิชาชีพให้สูงขึ้น ก่อให้เกิดประโยชน์ เป็นธรรมกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง