

**3. การประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์**

**3.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ**

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจหลักในการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์โดยได้เน้นโครงการคอนโดมิเนียมประเภทอาคารสูงในระดับไฮเอนด์ โดยโครงการในปัจจุบันที่บริษัทฯดำเนินการอยู่ สามารถสรุปรายละเอียดโครงการได้ดังนี้

**โครงการคอนโดมิเนียมที่พัฒนาเสร็จแล้ว**

**1. โครงการแฮมป์ตัน ทองหล่อ 10**



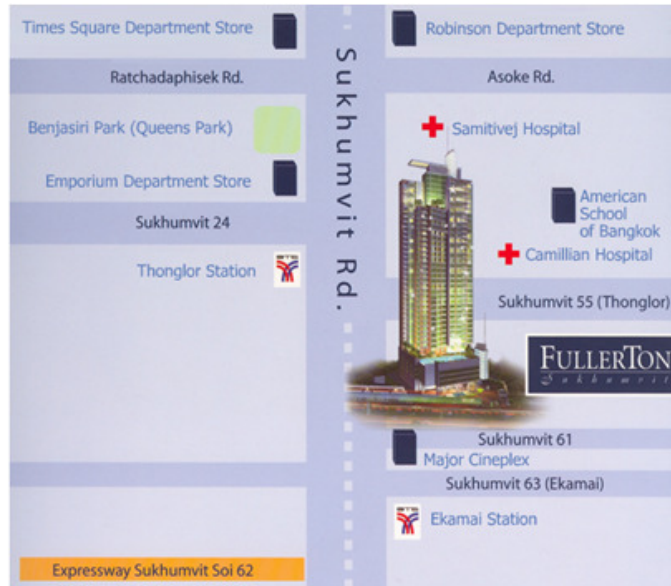
ที่ตั้งโครงการ	ถนนสุขุมวิท 55 ซอยทองหล่อ 10 แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร
พื้นที่โครงการ	735 ตารางวา
พื้นที่ขาย <sup>1</sup>	12,542 ตารางเมตร
ราคาเฉลี่ยต่อตารางเมตร <sup>1</sup>	72,531 บาทต่อตารางเมตร
รายละเอียดโครงการ	คอนโดมิเนียมสูง 30 ชั้น
จุดเด่นของโครงการ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ทำเลที่ตั้งที่ดี (Prime Location) โดยตั้งอยู่ในซอยทองหล่อ 10 ห่างจากปากซอยประมาณ 100 เมตร</li> <li>- การนำระบบผนังแยกออกจากกันในแต่ละหน่วยเพื่อป้องกันเสียงรบกวนและการระบายอากาศที่ดีขึ้น (Detached Wall Concept)</li> <li>- การนำแนวความคิดของลิฟท์ส่วนตัว (Private Lift)</li> <li>- มีระดับความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัยสูง (High Level of Privacy and Security)</li> </ul>
จำนวนหน่วย	<p>ห้องชุดพักอาศัย จำนวน 73 หน่วย แบ่งเป็น</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ห้องพักธรรมดาขนาด 90 ตร.ม. 162 ตร.ม. และ 232 ตร.ม. จำนวน 69 หน่วย</li> </ul>

	- ห้องพักพิเศษขนาด 441 ตร.ม. 459 ตร.ม. 461 ตร.ม. และ 468 ตร.ม. จำนวน 4 หน่วย
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	นักธุรกิจและชาวต่างชาติระดับ A+ ที่มีรายได้ 100,000 บาทขึ้นไปต่อเดือน
มูลค่าโครงการ <sup>1</sup>	910 ล้านบาท
ระยะเวลาแล้วเสร็จ	แล้วเสร็จ
ระยะเวลาเสนอขาย	ปิดการขายและขายหมดทั้งโครงการแล้ว
จำนวนหน่วยการโอน	ร้อยละ 100

1. ไม่รวมห้องชุดแบบ Penthouse ที่บริษัทฯ ได้โอนไปเป็นสินทรัพย์ถาวรของบริษัทฯ ในราคาทุน 28.9 ล้านบาท ซึ่งมีพื้นที่ 441 ตารางเมตร ในไตรมาส 1 ปี 2549

### โครงการคอนโดมิเนียมที่อยู่ระหว่างการพัฒนา

#### 1. โครงการฟูลเลตัน สุขุมวิท



ที่ตั้งโครงการ	ริมถนนสุขุมวิท ระหว่างซอยสุขุมวิท 59 และ 61 แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร
พื้นที่โครงการ	905 ตารางวา
พื้นที่ขาย	19,905 ตารางเมตร
ราคาเฉลี่ยต่อตารางเมตร	79,480 บาทต่อตารางเมตร (ราคาเฉลี่ยของห้องชุดที่ขายแล้วทั้งหมดถึงวันที่ 30 มิถุนายน 2550)
รายละเอียดโครงการ	คอนโดมิเนียมสูง 37 ชั้น
จุดเด่นของโครงการ	- ที่ตั้งโครงการที่ดี (Prime Location) สะดวกในการเดินทางเนื่องจากใกล้กับสถานีรถไฟฟ้า BTS - การนำระบบผนังแยกออกจากกันในแต่ละหน่วยเพื่อป้องกันเสียงรบกวน และมีการระบายอากาศที่ดีขึ้น

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- รูปแบบการออกแบบสถาปัตยกรรมระดับ 6 ดาว ทั้งภายนอกและภายในอาคาร</li> <li>- กระจกบานเต็มสูงจากพื้นจรดเพดาน (Full Height Glass Window)</li> <li>- เป็นหนึ่งในโครงการคอนโดมิเนียมที่สูงที่สุดบนถนนสุขุมวิท</li> </ul>		
จำนวนหน่วย	<p>ห้องชุดพักอาศัย จำนวน 138 หน่วย แบ่งเป็น</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ห้องพักธรรมดาขนาด 96 ตร.ม. 105 ตร.ม. 132 ตร.ม. 151 ตร.ม. และ 170 ตร.ม. จำนวน 129 หน่วย</li> <li>- ห้องพักพิเศษขนาด 201 ตร.ม. 266 ตร.ม. 288 ตร.ม. และ 376 ตร.ม. จำนวน 9 หน่วย</li> </ul>		
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	นักธุรกิจและชาวต่างชาติระดับ A+ ที่มีรายได้ 100,000 บาทขึ้นไปต่อเดือน		
มูลค่าโครงการ	ประมาณ 1,600 ล้านบาท		
ระยะเวลาในการก่อสร้าง	ไตรมาส 3 ปี 2547 ถึง ไตรมาสที่ 4 ปี 2550		
ระยะเวลาเสนอขาย	ตั้งแต่มกราคม 2547		
ความคืบหน้าในการก่อสร้าง <sup>1</sup>	งานโดยรวมแล้วเสร็จ ร้อยละ 98.20		
ความคืบหน้าในการขาย <sup>1</sup>	ยอดขายที่ทำสัญญาแล้วร้อยละ 92.31 ของมูลค่าโครงการ		
สัดส่วนการรับรู้รายได้ <sup>1</sup>	ร้อยละ 90.66		
จำนวนหน่วยการโอน <sup>1</sup>	เริ่มโอนกรรมสิทธิ์ตั้งแต่ไตรมาส 3 ปี 2549 โอนกรรมสิทธิ์แล้วจำนวน 132 หน่วย (ณ 30 มิถุนายน 2550)		
จำนวนหน่วยที่ขายแล้ว <sup>1</sup>	134 หน่วย		
จำนวนหน่วยที่ยังไม่ขาย <sup>1</sup>	4 หน่วย		
อัตรากำไรขั้นต้นโดยประมาณ	ร้อยละ 34.16		
(ร้อยละ)	ณ สิ้นปี 2549 (จริง)	ณ สิ้นปี 2550 (ประมาณ) <sup>4</sup>	ณ สิ้นปี 2551 (ประมาณ) <sup>4</sup>
ความคืบหน้าในการก่อสร้าง <sup>2</sup>	95.78	100.00	100.00
ยอดขายที่ได้ทำสัญญาและได้ จ่ายเงินสดมากกว่าร้อยละ 20	90.74	96.16	100.00
รายได้ที่รับรู้ <sup>3</sup>	86.90	96.16	100.00
ต้นทุนที่รับรู้ <sup>3</sup>	88.24	96.24	100.00

หมายเหตุ: 1. ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2550

2. บริษัทฯ ได้ใช้ต้นทุนทางบัญชีหารด้วยต้นทุนการก่อสร้างทั้งหมดเมื่อโครงการแล้วเสร็จที่ประเมินโดยวิศวกรผู้ควบคุมงานของบริษัทฯ ในการคำนวณความคืบหน้าในการก่อสร้าง
3. รายได้ที่รับรู้ไม่ตรงกับต้นทุนที่รับรู้ ดูรายละเอียดในส่วนที่ 2-3 หน้า 25
4. ประมาณการ ณ สิ้นปี 2550 และ ณ สิ้นปี 2551 ดูรายละเอียดเพิ่มเติมในส่วนที่ 2-12 หัวข้อปัจจัยและอิทธิพลหลักที่อาจมีผลต่อผลการดำเนินงานหรือฐานะทางการเงินในอนาคตหน้า 145-146

## 2. โครงการอเวอ์มาร์ค เจ้าพระยาวิเวอร์ ทาวเวอร์เอ

โครงการอเวอ์มาร์ค เจ้าพระยาวิเวอร์ แบ่งเป็น 2 เฟส โดยเฟสแรกจะเป็นการก่อสร้างทาวเวอร์ เอ ซึ่งเปิดโครงการเมื่อเดือนตุลาคม 2547 และคาดว่าจะพัฒนาโครงการแล้วเสร็จในไตรมาส 2 ปี 2551



ที่ตั้งโครงการ	ถนนเจริญนคร ระหว่างซอยเจริญนคร 39 และ 41 แขวงบางลำพูล่าง เขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร
พื้นที่โครงการ	4,849 ตารางวา (รวมพื้นที่ทั้งทาวเวอร์ เอ และ บี)
พื้นที่ขาย	47,716 ตารางเมตร
ราคาเฉลี่ยต่อตารางเมตร	81,117 บาทต่อตารางเมตร (ราคาเฉลี่ยของห้องชุดที่ขายแล้วทั้งหมดถึงวันที่ 30 มิถุนายน 2550)
รายละเอียดโครงการ	คอนโดมิเนียมสูง 52 ชั้น
จุดเด่นของโครงการ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ใกล้กับโรงแรมแมริออท รอยัล การ์เด้น ริเวอร์ไซด์ เจริญนคร และ อยู่ห่างจากสะพานสาทรประมาณ 5 นาที</li> <li>- ห้องพักสามารถมองเห็นทัศนียภาพแม่น้ำเจ้าพระยาได้ 180 องศา</li> <li>- เป็นหนึ่งในโครงการที่สูงที่สุดและเป็นโครงการที่หรูหราริมแม่น้ำเจ้าพระยา</li> <li>- อุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบครัน พร้อมคลับเฮ้าส์</li> <li>- ทำเทียบเรือ และระบบโครงสร้างอาคารแบบต่อต้านแผ่นดินไหว</li> </ul>
จำนวนหน่วย	ห้องชุดพักอาศัย จำนวน 282 หน่วย แบ่งเป็น <ul style="list-style-type: none"> <li>- ห้องพักธรรมดาขนาด 99 ตร.ม. 140 ตร.ม. 240 ตร.ม. และ 276 ตร.ม. จำนวน 276 หน่วย</li> <li>- ห้องพักพิเศษขนาด 196 ตร.ม. 250 ตร.ม. และ 524 ตร.ม. จำนวน 6 หน่วย</li> </ul>
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	นักธุรกิจและชาวต่างชาติระดับ A+ ที่มีรายได้ 100,000 บาทขึ้นไปต่อเดือน
มูลค่าโครงการ	ประมาณ 3,900 ล้านบาท
ระยะเวลาในการก่อสร้าง	ไตรมาส 1 ปี 2548 ถึง ไตรมาส 2 ปี 2551

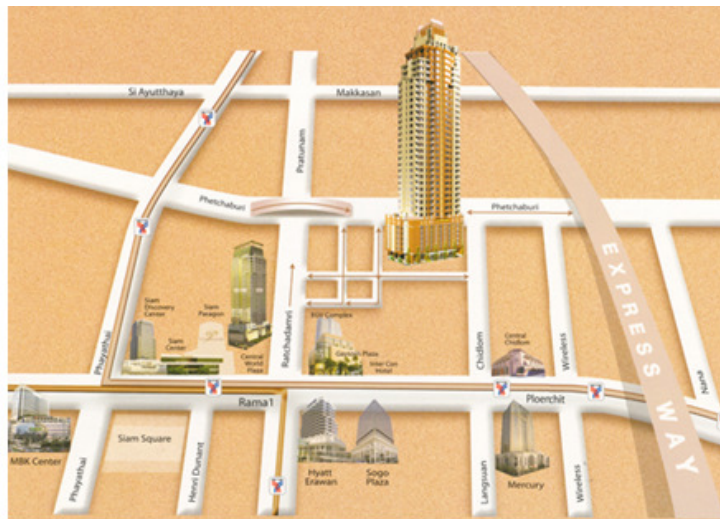


ระยะเวลาเสนอขาย	ตั้งแต่ตุลาคม 2547		
ความคืบหน้าในการก่อสร้าง <sup>1</sup>	งานโดยรวมแล้วเสร็จร้อยละ 38.88		
ความคืบหน้าในการขาย <sup>1</sup>	ยอดขายที่ทำสัญญาแล้วร้อยละ 59.30 ของมูลค่าโครงการ		
สัดส่วนการรับรู้รายได้ <sup>1</sup>	ร้อยละ 21.22		
จำนวนหน่วยการโอน <sup>1</sup>	คาดว่าจะสามารถเริ่มโอนกรรมสิทธิ์ได้ตั้งแต่ ไตรมาส 2 ปี 2551		
จำนวนหน่วยที่ขายแล้ว <sup>1</sup>	179 หน่วย		
จำนวนหน่วยที่ยังไม่ขาย <sup>1</sup>	103 หน่วย		
อัตรากำไรขั้นต้นโดยประมาณ	ร้อยละ 39.49		
(ร้อยละ)	ณ สิ้นปี 2549 (จริง)	ณ สิ้นปี 2550 (ประมาณ) <sup>4</sup>	ณ สิ้นปี 2551 (ประมาณ) <sup>4</sup>
ความคืบหน้าในการก่อสร้าง <sup>2</sup>	23.88	58.89	90.00
ยอดขายที่ได้ทำสัญญาและได้ จ่ายเงินสดมากกว่าร้อยละ 20	46.99	62.54	85.99
รายได้ที่รับรู้ <sup>3</sup>	11.21	36.83	77.39
ต้นทุนที่รับรู้ <sup>3</sup>	11.26	36.85	77.39

หมายเหตุ: 1. ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2550

- บริษัท ได้ใช้ต้นทุนทางบัญชีหารด้วยต้นทุนการก่อสร้างทั้งหมดเมื่อโครงการแล้วเสร็จที่ประเมินโดยวิศวกรผู้ควบคุมงานของบริษัท ในการคำนวณความคืบหน้าในการก่อสร้าง
- รายได้ที่รับรู้ไม่ตรงกับต้นทุนที่รับรู้ ดูรายละเอียดในหน้าที่ 2-3 หน้า 25
- ประมาณการ ณ สิ้นปี 2550 และ ณ สิ้นปี 2551 ดูรายละเอียดเพิ่มเติมในหน้าที่ 2-12 หัวข้อปัจจัยและอิทธิพลหลักที่อาจมีผลต่อผลการดำเนินงานหรือฐานะทางการเงินในอนาคตหน้า 145-146

### 3. โครงการแมนฮัตตัน ชิดลม



ที่ตั้งโครงการ	ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ ระหว่างถนนชิดลม และถนนราชประสงค์ แขวงมักกะสัน เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร
พื้นที่โครงการ	676 ตารางวา
พื้นที่ขาย	15,434 ตารางเมตร

ราคาเฉลี่ยต่อตารางเมตร	78,783 บาทต่อตารางเมตร (ราคาเฉลี่ยของห้องชุดที่ขายแล้วทั้งหมดถึงวันที่ 30 มิถุนายน 2550)		
รายละเอียดโครงการ	คอนโดมิเนียมสูง 34 ชั้น		
จุดเด่นของโครงการ	- การออกแบบโครงการในสไตล์นิวยอร์กผสมกับการตกแต่งภายในแบบโซโฮ (Stylish New York cosmopolitan with Soho interior design concept) - การนำระบบผนังแยกออกจากกันในแต่ละหน่วยเพื่อป้องกันเสียงรบกวนและการระบายอากาศที่ดีขึ้น - ทำเลใจกลางเมืองบนถนนเพชรบุรีตัดใหม่ ระหว่างถนนชิดลม และถนนราชประสงค์ ซึ่งสามารถเดินทางไปยังศูนย์การค้าสำคัญๆ ในกรุงเทพมหานครได้สะดวก เช่น ศูนย์การค้าเซ็นทรัลชิดลม ศูนย์การค้าสยามพารากอน และศูนย์การค้าเกษรพลาซ่า		
จำนวนหน่วย	ห้องชุดพักอาศัย จำนวน 190 หน่วย แบ่งเป็น - ห้องพักธรรมดาขนาด 58 ตร.ม. 88.5 ตร.ม. 130 ตร.ม. และ 152 ตร.ม. จำนวน 186 หน่วย - ห้องพักพิเศษขนาด 198.5 ตร.ม. และ 315 ตร.ม. จำนวน 4 หน่วย		
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	นักธุรกิจและชาวต่างชาติระดับ A ขึ้นไป ที่มีรายได้ตั้งแต่ 80,000 ถึง 99,999 บาทขึ้นไปต่อเดือน		
มูลค่าโครงการ	ประมาณ 1,250 ล้านบาท		
ระยะเวลาในการก่อสร้าง	ไตรมาส 3 ปี 2548 ถึง ไตรมาส 4 ปี 2550		
ระยะเวลาเสนอขาย	ตั้งแต่มีนาคม 2548		
ความคืบหน้าในการก่อสร้าง <sup>1</sup>	งานโดยรวมแล้วเสร็จร้อยละ 83.09		
ความคืบหน้าในการขาย <sup>1</sup>	ยอดขายที่ทำสัญญาแล้วร้อยละ 71.93 ของมูลค่าโครงการ		
สัดส่วนการรับรู้รายได้ <sup>1</sup>	ร้อยละ 59.22		
จำนวนหน่วยการโอน <sup>1</sup>	คาดว่าจะสามารถเริ่มโอนกรรมสิทธิ์ได้ตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2550		
จำนวนหน่วยที่ขายแล้ว <sup>1</sup>	143 หน่วย		
จำนวนหน่วยที่ยังไม่ขาย <sup>1</sup>	47 หน่วย		
อัตรากำไรขั้นต้นโดยประมาณ	ร้อยละ 28.50		
(ร้อยละ)	ณ สิ้นปี 2549 (จริง)	ณ สิ้นปี 2550 (ประมาณ) <sup>4</sup>	ณ สิ้นปี 2551 (ประมาณ) <sup>4</sup>
ความคืบหน้าในการก่อสร้าง <sup>2</sup>	48.72	97.21	100.00
ยอดขายที่ได้ทำสัญญาและได้จ่ายเงินสดมากกว่าร้อยละ 20	60.36	79.60	100.00
รายได้ที่รับรู้ <sup>3</sup>	29.35	77.38	100.00
ต้นทุนที่รับรู้ <sup>3</sup>	29.51	77.60	100.00

หมายเหตุ: 1. ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2550

- บริษัท ได้ใช้ต้นทุนทางบัญชีหารด้วยต้นทุนการก่อสร้างทั้งหมดเมื่อโครงการแล้วเสร็จที่ประเมินโดยวิศวกรผู้ควบคุมงานของบริษัท ในการคำนวณความคืบหน้าในการก่อสร้าง
- รายได้ที่รับรู้ไม่ตรงกับต้นทุนที่รับรู้ ดูรายละเอียดในส่วนที่ 2-3 หน้า 25
- ประมาณการ ณ สิ้นปี 2550 และ ณ สิ้นปี 2551 ดูรายละเอียดเพิ่มเติมในส่วนที่ 2-12 หัวข้อปัจจัยและอิทธิพลหลักที่อาจมีผลต่อผลการดำเนินงานหรือฐานะทางการเงินในอนาคตหน้า 145-146

4. โครงการอเวอ์มาร์ค เจ้าพระยาเวอ์ ทาวเวอ์บี



ที่ตั้งโครงการ	ถนนเจริญนคร ระหว่างซอยเจริญนคร 39 และ 41 แขวงบางลำพูล่าง เขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร
พื้นที่โครงการ	4,849 ตารางวา (รวมพื้นที่ทั้งทาวเวอ์ เอ และ บี)
พื้นที่ขาย	25,675 ตารางเมตร
ราคาเฉลี่ยต่อตารางเมตร	74,903 บาทต่อตารางเมตร (ราคาเฉลี่ยของห้องชุดที่ขายแล้วทั้งหมดถึง ณ 30 มิถุนายน 2550)
รายละเอียดโครงการ	คอนโดมิเนียมสูง 28 ชั้น
จุดเด่นของโครงการ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ใกล้กับโรงแรมเมริออท รอยัล การ์เด้น ริเวอร์ไซด์ เจริญนคร และอยู่ห่างจากสะพานสาทรประมาณ 5 นาที</li> <li>- ห้องพักสามารถมองเห็นทัศนียภาพแม่น้ำเจ้าพระยาได้ 180 องศา</li> <li>- เป็นหนึ่งในโครงการที่สูงที่สุดและเป็นโครงการที่หรูหราริมแม่น้ำเจ้าพระยา</li> <li>- อุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบครัน พร้อมคลับเฮ้าส์</li> </ul>
จำนวนหน่วย	<p>ห้องชุดพักอาศัย จำนวน 204 หน่วย แบ่งเป็น</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ห้องพักธรรมดาขนาด 92 ตร.ม. 97 ตร.ม. 94 ตร.ม. 161 ตร.ม. และ 142 ตร.ม. จำนวนรวม 196 หน่วย</li> <li>- ห้องพักพิเศษขนาด 501 ตร.ม. 254 ตร.ม. 205 ตร.ม. และ 200 ตร.ม. จำนวน 8 หน่วย</li> </ul>
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	นักธุรกิจและชาวต่างชาติระดับ A ขึ้นไป ที่มีรายได้ตั้งแต่ 80,000 ถึง 99,999 บาทขึ้นไปต่อเดือน
มูลค่าโครงการ	ประมาณ 1,800 ล้านบาท
ระยะเวลาในการก่อสร้าง	ไตรมาส 3 ปี 2548 ถึง ไตรมาส 2 ปี 2551
ระยะเวลาเสนอขาย	ตั้งแต่มกราคม 2549 (ขายไม่เป็นทางการตั้งแต่สิงหาคม 2547)
ความคืบหน้าในการก่อสร้าง <sup>1</sup>	งานโดยรวมแล้วเสร็จร้อยละ 24.14

ความคืบหน้าในการขาย <sup>1</sup>	ยอดขายที่ทำสัญญาแล้วร้อยละ 27.71 ของมูลค่าโครงการ		
สัดส่วนการรับรู้รายได้ <sup>1</sup>	ร้อยละ 0		
จำนวนหน่วยการโอน <sup>1</sup>	คาดว่าจะสามารถเริ่มโอนกรรมสิทธิ์ได้ตั้งแต่ไตรมาส 2 ปี 2551		
จำนวนหน่วยที่ขายแล้ว <sup>1</sup>	61 หน่วย		
จำนวนหน่วยที่ยังไม่ขาย <sup>1</sup>	143 หน่วย		
อัตรากำไรขั้นต้นโดยประมาณ	ร้อยละ 15.50		
(ร้อยละ)	ณ สิ้นปี 2549 (จริง)	ณ สิ้นปี 2550 (ประมาณ) <sup>4</sup>	ณ สิ้นปี 2551 (ประมาณ) <sup>4</sup>
ความคืบหน้าในการก่อสร้าง <sup>2</sup>	15.23	50.68	90.00
ยอดขายที่ได้ทำสัญญาและได้จ่ายเงินสดมากกว่าร้อยละ 20	20.16	30.88	80.59
รายได้ที่รับรู้ <sup>3</sup>	-	15.65	72.53
ต้นทุนที่รับรู้ <sup>3</sup>	-	15.61	72.50

หมายเหตุ: 1. ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2550

- บริษัท ได้ใช้ต้นทุนทางบัญชีหารด้วยต้นทุนการก่อสร้างทั้งหมดเมื่อโครงการแล้วเสร็จที่ประเมินโดยวิศวกรผู้ควบคุมงานของบริษัท ในการคำนวณความคืบหน้าในการก่อสร้าง
- รายได้ที่รับรู้ไม่ตรงกับต้นทุนที่รับรู้ ดูรายละเอียดในหน้าที่ 2-3 หน้า
- ประมาณการ ณ สิ้นปี 2550 และ ณ สิ้นปี 2551 ดูรายละเอียดเพิ่มเติมในส่วนที่ 2-12 หัวข้อปัจจัยและอิทธิพลหลักที่อาจมีผลต่อผลการดำเนินงานหรือฐานะทางการเงินในอนาคตหน้า 145-146

#### 5. โครงการวินด์ สุขุมวิท 23 (ซอยประสานมิตร)



ที่ตั้งโครงการ	ซอยสุขุมวิท 23 (ซอยประสานมิตร) ตรงข้ามกับอาคารชินวัตรใหม่ไทย
พื้นที่โครงการ	779 ตารางวา
พื้นที่ขาย	12,590 ตารางเมตร
ราคาเฉลี่ยต่อตารางเมตร	88,821 บาทต่อตารางเมตร (ราคาเฉลี่ยของห้องชุดที่ขายแล้วทั้งหมดถึง ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2550)
รายละเอียดโครงการ	คอนโดมิเนียมสูง 22 ชั้น

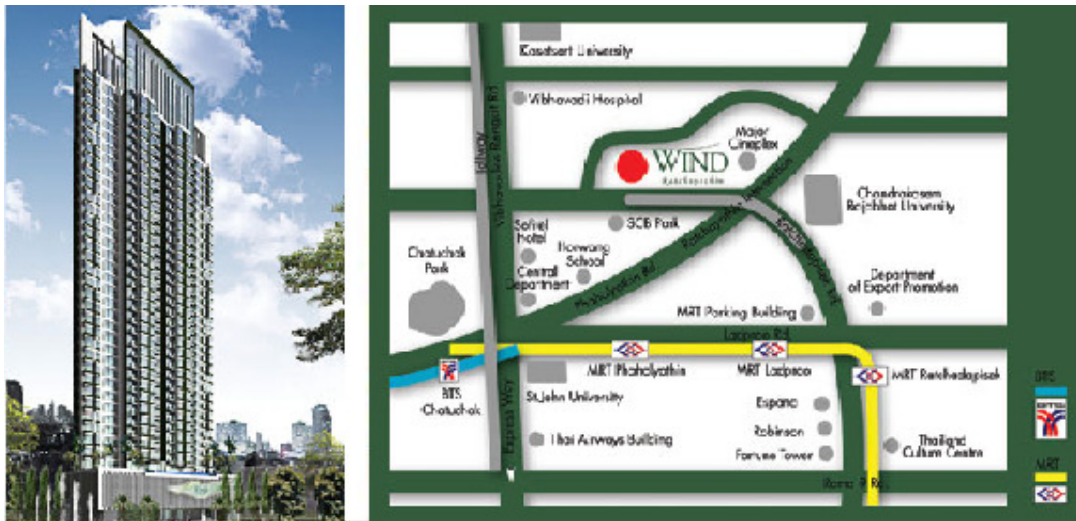


จุดเด่นของโครงการ	- เดินทางเข้าออกสู่ย่านธุรกิจใจกลางเมืองได้ด้วยถนนสุขุมวิท 21 (อโศก) สุขุมวิท 23 สุขุมวิท 31 และถนนพระราม 9 - ใกล้กับสถานีรถไฟฟ้าใต้ดิน สุขุมวิท และสถานีรถไฟฟ้า อโศก - ระบบผนังแยกออกจากกัน (Detached Wall System) - นำระบบ Through Ventilation System มาใช้ในการออกแบบอาคาร เพื่อให้อากาศหมุนเวียนภายในห้องพักและพื้นที่ส่วนกลางได้ดีขึ้น - ออกแบบให้มีการระบายอากาศในทุกๆ หน่วย		
จำนวนหน่วย	ห้องชุดพักอาศัย จำนวน 220 หน่วย แบ่งเป็น - ห้องพักธรรมดา ขนาด 48-50 ตร.ม. จำนวน 172 หน่วย - ห้องพักธรรมดาขนาด 75 ตร.ม. จำนวน 44 หน่วย - ห้องพักพิเศษขนาด 175 - 226 ตร.ม. จำนวน 4 หน่วย		
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	นักธุรกิจและชาวต่างชาติระดับ A+ ขึ้นไป ที่มีรายได้ตั้งแต่ 100,000 บาทขึ้นไป ต่อเดือน		
มูลค่าโครงการ	ประมาณ 1,200 ล้านบาท		
ระยะเวลาในการก่อสร้าง	ตั้งแต่ไตรมาส 3 ปี 2550 ถึง ไตรมาส 1 ปี 2552		
ระยะเวลาเสนอขาย	เปิดขายอย่างไม่เป็นทางการในไตรมาส 4 ปี 2549 และสามารถเปิดขายอย่างเป็นทางการได้ในเดือนพฤษภาคม ปี 2550		
ความคืบหน้าในการก่อสร้าง <sup>1</sup>	งานโดยรวมแล้วเสร็จร้อยละ 3.31		
ความคืบหน้าในการขาย <sup>1</sup>	ยอดขายที่ทำสัญญาแล้วร้อยละ 34.29 ของมูลค่าโครงการ		
สัดส่วนการรับรู้รายได้ <sup>1</sup>	ร้อยละ 0		
จำนวนหน่วยการโอน <sup>1</sup>	คาดว่าจะสามารถเริ่มโอนกรรมสิทธิ์ได้ในไตรมาส 4 ปี 2551		
จำนวนหน่วยที่ขายแล้ว <sup>1</sup>	81 หน่วย		
จำนวนหน่วยที่ยังไม่ขาย <sup>1</sup>	139 หน่วย		
อัตรากำไรขั้นต้นโดยประมาณ	ร้อยละ 26.02		
(ร้อยละ)	ณ สิ้นปี 2549 (จริง)	ณ สิ้นปี 2550 (ประมาณ) <sup>4</sup>	ณ สิ้นปี 2551 (ประมาณ) <sup>4</sup>
ความคืบหน้าในการก่อสร้าง <sup>2</sup>	-	7.00	65.00
ยอดขายที่ได้ทำสัญญาและได้จ่ายเงินสดมากกว่าร้อยละ 20	0.93	24.01	48.66
รายได้ที่รับรู้ <sup>3</sup>	-	-	31.63
ต้นทุนที่รับรู้ <sup>3</sup>	-	-	31.70

หมายเหตุ: 1. ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2550

- บริษัท ได้ใช้ต้นทุนทางบัญชีหารด้วยต้นทุนการก่อสร้างทั้งหมดเมื่อโครงการแล้วเสร็จที่ประเมินโดยวิศวกรผู้ควบคุมงานของบริษัท ในการคำนวณความคืบหน้าในการก่อสร้าง
- รายได้ที่รับรู้ไม่ตรงกับต้นทุนที่รับรู้ ดูรายละเอียดในส่วนที่ 2-3 หน้า 25
- ประมาณการ ณ สิ้นปี 2550 และ ณ สิ้นปี 2551 ดูรายละเอียดเพิ่มเติมในส่วนที่ 2-12 หัวข้อปัจจัยและอิทธิพลหลักที่อาจมีผลต่อผลการดำเนินงานหรือฐานะทางการเงินในอนาคตหน้า 145-146

6. โครงการวินด์ รัชโยธิน



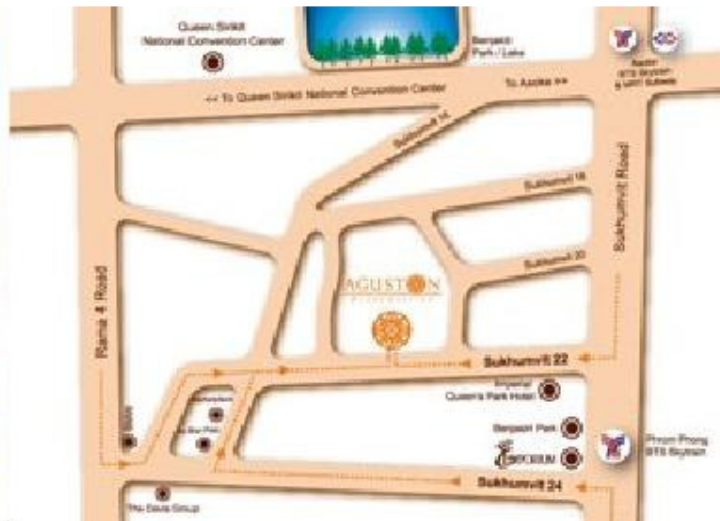
ที่ตั้งโครงการ	รัชโยธิน ใกล้กับ เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ รัชโยธิน ตรงข้ามกับ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่
พื้นที่โครงการ	1,200 ตารางวา
พื้นที่ขาย	19,960 ตารางเมตร
ราคาเฉลี่ยต่อตารางเมตร	72,969 บาทต่อตารางเมตร (ราคาเฉลี่ยของห้องชุดที่ขายแล้วทั้งหมดถึง ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2550)
รายละเอียดโครงการ	คอนโดมิเนียมสูง 37 ชั้น
จุดเด่นของโครงการ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ใกล้กับเมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ รัชโยธิน และตรงข้ามกับ SCB Park</li> <li>- เดินทางสะดวกใกล้ ถนน รัชดาภิเษก, วงศ์สว่าง, พระราม 9, ลาดพร้าว, วิภาวดีรังสิต, พหลโยธิน และ ทางด่วน</li> <li>- การนำความคิดของลิฟท์ส่วนตัว (Private Lift) และ ใช้ Proximity Card ขึ้นลิฟท์</li> <li>- การนำระบบผนังแยกออกจากกันในแต่ละหน่วยเพื่อป้องกันเสียงรบกวนและการระบายอากาศที่ดีขึ้น (Detached Wall System)</li> <li>- นำระบบ Through Ventilation System มาใช้ในการออกแบบอาคาร เพื่อให้อากาศหมุนเวียนภายในห้องพักและพื้นที่ส่วนกลางได้ดีขึ้น</li> <li>- อุปกรณ์ความสะอาดครบครัน</li> </ul>
จำนวนหน่วย	<p>ห้องชุดพักอาศัยจำนวน 390 หน่วยแบ่งเป็น</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ห้องพักธรรมดาขนาด 36 ตารางเมตร 50 ตารางเมตร 51-53 ตารางเมตร และ 77 ตารางเมตร จำนวน 386 หน่วย</li> <li>- ห้องพักพิเศษขนาด 145-178 ตารางเมตร จำนวน 4 หน่วย</li> </ul>
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	นักธุรกิจและชาวต่างชาติระดับ A ขึ้นไป ที่มีรายได้ตั้งแต่ 80,000 ถึง 90,000 บาทขึ้นไปต่อเดือน
มูลค่าโครงการ	ประมาณ 1,600 ล้านบาท
ระยะเวลาในการก่อสร้าง	ไตรมาส 3 ปี 2550 ถึง ไตรมาส 4 ปี 2552

ระยะเวลาเสนอขาย	เปิดขายอย่างไม่เป็นทางการในไตรมาส 4 ปี 2549 และสามารถเปิดขายอย่างเป็นทางการได้ในเดือนพฤษภาคม ปี 2550		
ความคืบหน้าในการก่อสร้าง <sup>1</sup>	งานโดยรวมแล้วเสร็จร้อยละ 2.49		
ความคืบหน้าในการขาย <sup>1</sup>	ยอดขายที่ทำสัญญาแล้วร้อยละ 23.20 ของมูลค่าโครงการ		
สัดส่วนการรับรู้รายได้ <sup>1</sup>	ร้อยละ 0		
จำนวนหน่วยการโอน <sup>1</sup>	คาดว่าจะสามารถเริ่มโอนกรรมสิทธิ์ได้ตั้งแต่ไตรมาส 4 ปี 2552		
จำนวนหน่วยที่ขายแล้ว <sup>1</sup>	97 หน่วย		
จำนวนหน่วยที่ยังไม่ขาย <sup>1</sup>	293 หน่วย		
อัตรากำไรขั้นต้นโดยประมาณ	ร้อยละ 26.95		
(ร้อยละ)	ณ สิ้นปี 2549 (จริง)	ณ สิ้นปี 2550 (ประมาณ) <sup>4</sup>	ณ สิ้นปี 2551 (ประมาณ) <sup>4</sup>
ความคืบหน้าในการก่อสร้าง <sup>2</sup>	-	9.00	40.00
ยอดขายที่ได้ทำสัญญาและได้จ่ายเงินสดมากกว่าร้อยละ 20	-	5.48	10.20
รายได้ที่รับรู้ <sup>3</sup>	-	-	4.08
ต้นทุนที่รับรู้ <sup>3</sup>	-	-	4.09

หมายเหตุ: 1. ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2550

- บริษัท ได้ใช้ต้นทุนทางบัญชีหารด้วยต้นทุนการก่อสร้างทั้งหมดเมื่อโครงการแล้วเสร็จที่ประเมินโดยวิศวกรผู้ควบคุมงานของบริษัท ในการคำนวณความคืบหน้าในการก่อสร้าง
- รายได้ที่รับรู้ไม่ตรงกับต้นทุนที่รับรู้ ดูรายละเอียดในส่วนที่ 2-3 หน้า 25
- ประมาณการ ณ สิ้นปี 2550 และ ณ สิ้นปี 2551 ดูรายละเอียดเพิ่มเติมในส่วนที่ 2-12 หัวข้อปัจจัยและอิทธิพลหลักที่อาจมีผลต่อผลการดำเนินงานหรือฐานะทางการเงินในอนาคตหน้า 145-146

## 7. โครงการกักستن สุขุมวิท 22



ที่ตั้งโครงการ	สุขุมวิท 22 (ใกล้ ห้างสรรพสินค้า ดี เอ็มโพเรียม)
พื้นที่โครงการ	1,300 ตารางวา
พื้นที่ขาย	21,151 ตารางเมตร

ราคาเฉลี่ยต่อตารางเมตร	92,121 บาทต่อตารางเมตร (ราคาเฉลี่ยของห้องชุดที่ขายแล้วทั้งหมดถึง ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2550)		
รายละเอียดโครงการ	คอนโดมิเนียมสูง 35 ชั้น และ 24 ชั้น		
จุดเด่นของโครงการ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ที่ตั้งโครงการที่ดี (Prime Location)</li> <li>- สะดวกในการเดินทางเนื่องจากใกล้กับสถานีรถไฟฟ้า BTS สถานี พร้อมพวงค์</li> <li>- รูปแบบกำแพงที่เป็นอิสระ แต่ละห้องแยกออกจากกัน (Detached Wall)</li> <li>- รูปแบบกระจกในห้องชุด (Corner Window) สามารถมองเห็นทิวทัศน์ได้ 90 องศา</li> <li>- ล็อบบี้ที่ได้รับการออกแบบให้มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว พร้อมเพดานที่สูง โถง โปร่ง สบาย และบริเวณที่นั่งพักผ่อนแบบด้วยสไตล์ Exotic Spanish Contemporary Concept</li> <li>- เลนโบว์ลิ่งส่วนกลาง 2 เลน</li> <li>- ห้องซ้อมกอล์ฟ (Virtual Golf Simulators, Putting Green)</li> </ul>		
จำนวนหน่วย	มี 35 ชั้น มี 151 หน่วย และ 24 ชั้นมี 118 หน่วย (ทั้งหมด 269 หน่วย)		
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	นักธุรกิจและชาวต่างชาติระดับ A+ ขึ้นไป ที่มีรายได้ตั้งแต่ 100,000 บาทขึ้นไป ต่อเดือน		
มูลค่าโครงการ	ประมาณ 2,000 ล้านบาท		
ระยะเวลาในการก่อสร้าง	ไตรมาส 3 ปี 2550 ถึง ไตรมาส 4 ปี 2552		
ระยะเวลาเสนอขาย	เปิดขายอย่างไม่เป็นทางการในไตรมาส 4 ปี 2549 และสามารถเปิดขายอย่างเป็นทางการได้ในเดือน เมษายน ปี 2550		
ความคืบหน้าในการก่อสร้าง <sup>1</sup>	งานโดยรวมแล้วเสร็จร้อยละ 1.60		
ความคืบหน้าในการขาย <sup>1</sup>	ยอดขายที่ทำสัญญาแล้วร้อยละ 16.72 ของมูลค่าโครงการ		
สัดส่วนการรับรู้รายได้ <sup>1</sup>	ร้อยละ 0		
จำนวนหน่วยการโอน <sup>1</sup>	คาดว่าจะสามารถเริ่มโอนกรรมสิทธิ์ได้ตั้งแต่ไตรมาส 4 ปี 2552		
จำนวนหน่วยที่ขายแล้ว <sup>1</sup>	51 หน่วย		
จำนวนหน่วยที่ยังไม่ขาย <sup>1</sup>	218 หน่วย		
อัตรากำไรขั้นต้นโดยประมาณ	ร้อยละ 24.10		
(ร้อยละ)	ณ สิ้นปี 2549 (จริง)	ณ สิ้นปี 2550 (ประมาณ) <sup>4</sup>	ณ สิ้นปี 2551 (ประมาณ) <sup>4</sup>
ความคืบหน้าในการก่อสร้าง <sup>2</sup>	-	32.74	70.74
ยอดขายที่ได้ทำสัญญาและได้จ่ายเงินสดมากกว่าร้อยละ 20	0.72	12.95	42.35
รายได้ที่รับรู้ <sup>3</sup>	-	-	18.30
ต้นทุนที่รับรู้ <sup>3</sup>	-	-	18.31

หมายเหตุ: 1. ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2550

2. บริษัทฯ ได้ใช้ต้นทุนทางบัญชีหารด้วยต้นทุนการก่อสร้างทั้งหมดเมื่อโครงการแล้วเสร็จที่ประเมินโดยวิศวกรผู้ควบคุมงานของบริษัทฯ ในการคำนวณความคืบหน้าในการก่อสร้าง
3. รายได้ที่รับรู้ไม่ตรงกับต้นทุนที่รับรู้ดูรายละเอียดในส่วนที่ 2-3 หน้า 25
4. ประมาณการ ณ สิ้นปี 2550 และ ณ สิ้นปี 2551 ดูรายละเอียดเพิ่มเติมในส่วนที่ 2-12 หัวข้อปัจจัยและอิทธิพลหลักที่อาจมีผลต่อผลการดำเนินงานหรือฐานะทางการเงินในอนาคตหน้า 145-146

## 8. โครงการมิกโคนอส หัวหิน



ที่ตั้งโครงการ	ถนน เพชรเกษม ระหว่างซอย 75-75/1 อำเภอหัวหิน จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์
พื้นที่โครงการ	1,001 ตารางวา (รวมทั้งทาวเวอร์ เอ บี และ ซี)
พื้นที่ขาย	6,674 ตารางเมตร (รวมทั้งทาวเวอร์เอ บี และซี)
ราคาเฉลี่ยต่อตารางเมตร	68,882 บาทต่อตารางเมตร (ราคาเฉลี่ยของห้องชุดที่ขายแล้วทั้งหมดถึง ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2550)
รายละเอียดโครงการ	คอนโดมิเนียม 3 ทาวเวอร์ จำนวนรวม 122 หน่วย - ทาวเวอร์ เอ : 8 ชั้น และ 1 ชั้นใต้ดิน จำนวน 62 หน่วย - ทาวเวอร์ บี : 4 ชั้น จำนวน 32 หน่วย - ทาวเวอร์ ซี : 4 ชั้น จำนวน 28 หน่วย
จุดเด่นของโครงการ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ตั้งอยู่ตรงข้ามและใกล้กับ ศูนย์การค้ามาร์เก็ต วิลเลจ</li> <li>- ตั้งอยู่ใจกลางเมืองหัวหิน บนถนน เพชรเกษม</li> <li>- ตกแต่งแบบเมดิเตอร์เรเนียน (Mediterranean Style Design)</li> <li>- มีการจัดวางห้องในแต่ละชั้นอย่างสะดวกสบาย โดยแต่ละชั้นจะมีประมาณ 6-8 ห้อง</li> <li>- มีทางเดินสาธารณะตรงถึงชายหาดหัวหิน ประมาณ 100 เมตร</li> <li>- ออกแบบห้องพักให้มองเห็นวิวของทะเลและสระว่ายน้ำ</li> <li>- มีอุปกรณ์ความสะดวกครบครัน ทั้งสระว่ายน้ำระบบไอโซน สระจากกุชชี และห้องฟิตเนส</li> <li>- มีระบบความปลอดภัย 24 ชั่วโมง ด้วยระบบวงจรปิด CCTV</li> </ul>
จำนวนหน่วย	ห้องชุดพักอาศัยจำนวน 122 หน่วย แบ่งเป็น - ห้องชุด 1 ห้องนอน ขนาด 50-67 ตารางเมตร จำนวน 107 หน่วย - ห้องชุด 2 ห้องนอน ขนาด 76-101 ตารางเมตร จำนวน 15 หน่วย
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	นักธุรกิจและชาวต่างชาติระดับ A ที่มีรายได้ตั้งแต่ 80,000 – 99,999 บาทขึ้นไป ต่อเดือน
มูลค่าโครงการ	ประมาณ 450 ล้านบาท





ระยะเวลาในการก่อสร้าง	ไตรมาส 4 ปี 2550 ถึง ไตรมาส 1 ปี 2552		
ระยะเวลาเริ่มเปิดการขายโดยประมาณ	ไตรมาส 2 ปี 2550 (อย่างไม่เป็นทางการ) และสามารถเปิดขายอย่างเป็นทางการได้ในเดือนพฤษภาคม ปี 2550		
ความคืบหน้าในการก่อสร้าง <sup>1</sup>	งานโดยรวมแล้วเสร็จร้อยละ 0.92		
ความคืบหน้าในการขาย <sup>1</sup>	ยอดขายที่ทำสัญญาแล้วร้อยละ 67.56 ของมูลค่าโครงการ		
สัดส่วนการรับรู้รายได้ <sup>1</sup>	ร้อยละ 0		
จำนวนหน่วยการโอน <sup>1</sup>	คาดว่าจะสามารถเริ่มโอนกรรมสิทธิ์ได้ตั้งแต่วันที่ 1 ปี 2552		
จำนวนหน่วยที่ขายแล้ว <sup>1</sup>	81 หน่วย		
จำนวนหน่วยที่ยังไม่ขาย <sup>1</sup>	41 หน่วย		
อัตรากำไรขั้นต้นโดยประมาณ	ร้อยละ 25.80		
(ร้อยละ)	ณ สิ้นปี 2549 (จริง)	ณ สิ้นปี 2550 (ประมาณ) <sup>4</sup>	ณ สิ้นปี 2551 (ประมาณ) <sup>4</sup>
ความคืบหน้าในการก่อสร้าง <sup>2</sup>	-	9.68	85.00
ยอดขายที่ได้ทำสัญญาและได้จ่ายเงินสดมากกว่าร้อยละ 20	-	2.36	100.00
รายได้ที่รับรู้ <sup>3</sup>	-	-	85.00
ต้นทุนที่รับรู้ <sup>3</sup>	-	-	85.00

หมายเหตุ: 1. ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2550

- บริษัท ได้ใช้ต้นทุนทางบัญชีหารด้วยต้นทุนการก่อสร้างทั้งหมดเมื่อโครงการแล้วเสร็จที่ประเมินโดยวิศวกรผู้ควบคุมงานของบริษัท ในการคำนวณความคืบหน้าในการก่อสร้าง
- รายได้ที่รับรู้ไม่ตรงกับต้นทุนที่รับรู้ ดูรายละเอียดในส่วนที่ 2-3 หน้า 25
- ประมาณการ ณ สิ้นปี 2550 และ ณ สิ้นปี 2551 ดูรายละเอียดเพิ่มเติมในส่วนที่ 2-12 หัวข้อปัจจัยและอิทธิพลหลักที่อาจมีผลต่อผลการดำเนินงานหรือฐานะทางการเงินในอนาคตหน้า 145-146

เงื่อนไขการชำระเงินของโครงการต่างๆของบริษัทสามารถสรุปได้ดังนี้

โครงการ	เงื่อนไขการชำระเงิน		
	เงินจอง เงินทำสัญญา และเงินดาวน์ <sup>1</sup>	จำนวนงวดผ่อนดาวน์	เงินโอน*
โครงการแสมปัดัน ทองหล่อ 10	ร้อยละ 30	1-15 งวด	ร้อยละ 70
โครงการพูลเลอดัน สุขุมวิท	ร้อยละ 35	1-24 งวด	ร้อยละ 65
โครงการวอเตอร์มาร์ค เจ้าพระยาวิเวก ทาวเวอร์ เอ	ร้อยละ 30	1-30 งวด	ร้อยละ 70
โครงการแมนฮัตตัน ซิดลม	ร้อยละ 35	1-24 งวด	ร้อยละ 65
โครงการวอเตอร์มาร์ค เจ้าพระยาวิเวก ทาวเวอร์ บี	ร้อยละ 30	1-30 งวด	ร้อยละ 70
โครงการวินด์ สุขุมวิท 23 (ชอยประสานมิตร)	ร้อยละ 30	1-18 งวด	ร้อยละ 70
โครงการวินด์ รัชโยธิน	ร้อยละ 30	1-24 งวด	ร้อยละ 70
โครงการออกัสตัน สุขุมวิท 22	ร้อยละ 35	1-24 งวด	ร้อยละ 65
โครงการมิกโคโนส หัวหิน	ร้อยละ 30	1-18 งวด	ร้อยละ 70

1. ร้อยละของราคาขาย

รายได้ที่รับรู้ไม่ตรงกับต้นทุนที่รับรู้ เนื่องจาก บริษัทรับรู้รายได้รายได้โดยคำนวณจากมูลค่าสัญญาที่สามารถรับรู้รายได้ได้ (สัญญาที่จ่ายเงินสดมากกว่าร้อยละ 20 ของมูลค่าสัญญานั้น) ตามความคืบหน้าในการก่อสร้าง (percentage of completion) และเนื่องจากต้นทุนแต่ละห้องชุดจะประกอบด้วย ค่าก่อสร้าง และค่าที่ดิน ดังนั้นการรับรู้ต้นทุนจะต้องแบ่งออกเป็น 2 ส่วน

1. ค่าก่อสร้าง : ในการรับรู้ค่าก่อสร้าง ฐานที่ใช้จะเป็นมูลค่าสัญญาในการคำนวณค่าก่อสร้างต่อห้องชุด (ค่าก่อสร้าง คุณมูลค่าห้องชุดนั้นหารด้วยมูลค่าห้องชุดทั้งหมดของโครงการ) และรับรู้ค่าก่อสร้างตามความคืบหน้าในการก่อสร้าง

2. ค่าที่ดิน : ในการรับรู้ค่าที่ดิน ฐานที่ใช้จะเป็นพื้นที่ขายในการคำนวณค่าก่อสร้างต่อห้องชุด (ค่าที่ดิน คุณพื้นที่ขายของห้องชุดนั้นหารด้วยพื้นที่ขายทั้งหมดของโครงการ) และรับรู้ค่าที่ดินตามความคืบหน้าในการก่อสร้าง

ดังนั้นการรับรู้รายได้ที่ไม่ตรงกับต้นทุนที่รับรู้เพียงเล็กน้อยนั้น เนื่องจากการรับรู้ค่าที่ดินของห้องชุดนั้นได้ใช้พื้นที่ขายเป็นฐาน

นอกจากนี้บริษัทมีนโยบายการตั้งราคาขายแตกต่างกันออกไปในแต่ละช่วงเวลาและรูปแบบของห้องชุด โดยบริษัท ได้มีการให้ส่วนลดแก่ลูกค้าในช่วงก่อนเปิดโครงการอย่างเป็นทางการหรือเป็นการขายห้องเปล่าที่ไม่มีตกแต่ง (Bareshell) และในระหว่างที่โครงการกำลังดำเนินการก่อสร้างจนถึงการก่อสร้างแล้วเสร็จ บริษัทฯ จะมีการพิจารณาทบทวนราคาขายในทุกๆ ไตรมาส เพื่อให้สะท้อนถึงความคืบหน้าในการก่อสร้างของโครงการนั้นๆ

สำหรับบริษัท เมเจอร์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) แล้วแนวคิดในการพัฒนาโครงการแต่ละโครงการของบริษัทฯ จะให้ความสำคัญต่อคุณภาพชีวิตของลูกค้าซึ่งเป็นผู้อยู่อาศัยเป็นหลัก ทั้งในด้านของการออกแบบโครงการ การเลือกวัสดุในการก่อสร้าง ความเป็นส่วนตัว ระบบรักษาความปลอดภัย ระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management: CRM) ตลอดจนทำเลที่ตั้งโครงการที่ต้องสะดวกต่อการคมนาคม และระบบสาธารณูปโภค ส่วนกลางที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบครัน อาทิเช่น สระว่ายน้ำ ห้องฟิตเนส ห้องเซาว์น่า ห้องสมุด สนามเด็ก เล่นในร่มและกลางแจ้ง หน้าผาจำลอง และลานเอนกประสงค์ เป็นต้น เพื่อให้ผู้อยู่อาศัยมีสภาพแวดล้อมทางสังคมในการอยู่อาศัยที่ดี และสอดคล้องกับวิถีการใช้ชีวิตของกลุ่มลูกค้าของบริษัทฯ

## 3.2 การตลาด การแข่งขันและแนวโน้มอุตสาหกรรม

### 3.2.1 การตลาด

#### 3.2.1.1 กลยุทธ์ในการแข่งขันและจุดเด่น

##### ความเป็นมืออาชีพของคณะทำงาน (Professional)

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการบริหารงานแบบมืออาชีพด้วยทีมงานที่มีคุณภาพและมีวิสัยทัศน์ โดยผู้บริหารของบริษัทฯเป็นผู้มีประสบการณ์และคุณวุฒิทางการศึกษาที่ตรงกับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เป็นอย่างดี (รายละเอียดตามเอกสารแนบ 1 รายละเอียดเกี่ยวกับกรรมการ ผู้บริหารและผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัทฯ) ทำให้ระบบการทำงานภายในของบริษัทฯมีความชัดเจนโปร่งใส ร่วมกับการนำแนวคิดใหม่ๆ ที่จะนำมาใช้ในการพัฒนาองค์กรและผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ อย่างสม่ำเสมอ การคัดเลือกทีมงานมืออาชีพ อาทิเช่น บริษัทออกแบบโครงสร้างงานสถาปัตยกรรม บริษัทออกแบบภายในภูมิสถาปัตย์ และทีมควบคุมคุณภาพซึ่งล้วนเป็นบริษัทชั้นนำในธุรกิจทั้งสิ้น จากความสำเร็จของ

โครงการที่ผ่านมาของบริษัทฯ สามารถสร้างความน่าเชื่อถือให้กับตัวบริษัทฯเองและโครงการต่างๆ ที่บริษัทฯ กำลังดำเนินการพัฒนาได้เป็นอย่างดี ซึ่งปัจจัยดังกล่าวเอื้อประโยชน์ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ รวมถึงการขายและการทำการตลาดของบริษัทฯ ได้เป็นอย่างดี

#### ทำเลที่ตั้งของโครงการ (Prime Location)

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้งของโครงการเป็นลำดับแรกในการพัฒนาโครงการทุกโครงการของบริษัทฯ เนื่องจากทำเลที่ตั้งของโครงการถือเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญที่สุดของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับโครงการคอนโดมิเนียม ทำเลที่ตั้งโครงการต้องอยู่ใจกลางเมือง ใกล้แหล่งคมนาคม เดินทางสะดวก บริษัทฯ จึงให้ความสำคัญในทำเลที่ตั้งของทุกโครงการ ไม่ว่าจะเป็นโครงการแอมป์ตัน ทองหล่อ 10 ซึ่งตั้งอยู่กลางซอยทองหล่อ ซึ่งเป็นใจกลางของแหล่งพักอาศัยของบริเวณสุขุมวิท หรือโครงการพูลเลตัน สุขุมวิทซึ่งตั้งอยู่ริมถนนสุขุมวิทใกล้สถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส สถาบันการศึกษา ห้างสรรพสินค้าชั้นนำของกรุงเทพฯ เช่นเดียวกับโครงการวอเตอร์มาร์ค เจ้าพระยาวิเวอร์ ที่ตั้งอยู่ริมถนนเจริญนครติดกับแม่น้ำเจ้าพระยา ซึ่งถือเป็นโครงการคอนโดมิเนียมริมแม่น้ำเจ้าพระยาที่สูงที่สุด สามารถมองเห็นทัศนียภาพของแม่น้ำเจ้าพระยาได้อย่างชัดเจน หรือแม้แต่โครงการแมนฮัตตัน ซิดลม ที่ตั้งอยู่บนถนนช้อปปิ้งสายหลักของกรุงเทพฯ แวดล้อมไปด้วยห้างสรรพสินค้า และคอมเพล็กซ์มากมาย ไม่ว่าจะเป็นเซ็นทรัล ซิดลม สยามพารากอน เกษรพลาซ่า สยามดิสคัฟเวอร์ เซ็นทรัลเวิร์ลพลาซ่า เป็นต้น ส่วนโครงการวินด์ สุขุมวิท 23 (ซอยประสานมิตร) และ โครงการออกัสตัน สุขุมวิท 22 ตั้งอยู่ในใจกลางย่านธุรกิจ (CBD Area) ของกรุงเทพฯ และมีห้างสรรพสินค้าแหล่งช้อปปิ้ง เช่น ห้าง ดิ เอ็มโพเรียม รวมทั้งใกล้สถานีรถไฟฟ้า BTS สำหรับโครงการวินด์ รัชโยธิน ตั้งอยู่ใกล้กับโรงพยาบาลเมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ รัชโยธิน และอยู่ตรงข้ามกับธนาคาร ไทยพาณิชย์ สำนักงานใหญ่ (SCB PARK) ในส่วนของโครงการมิกโคเนอส หัวหิน เป็นโครงการแรกในเมืองท่องเที่ยว มีทำเลที่ตั้งอยู่ใจกลางเมืองหัวหิน บนถนนเพชรเกษม และอยู่ใกล้กับศูนย์การค้ามาร์เก็ตวิลเลจ

#### การจับกลุ่มลูกค้าระดับบน (High Networth Customers)

บริษัทฯ พัฒนาโครงการทุกโครงการของบริษัทฯ โดยมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ชัดเจน โดยเน้นที่ลูกค้าระดับบน หรือกลุ่มลูกค้าระดับไฮเอนด์ ซึ่งลูกค้ากลุ่มนี้จะมีกำลังซื้อสูง รสนิยมดี รวมทั้งยังมีกำลังซื้ออย่างต่อเนื่องไม่ว่าจะเป็นที่พักอาศัย หรือเพื่อการลงทุน และยังเป็นกลุ่มลูกค้าที่ได้รับผลกระทบน้อยที่สุดแม้ว่าเศรษฐกิจและผันผวน จึงเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีความมั่นคงสูงในการซื้ออสังหาริมทรัพย์ประเภทคอนโดมิเนียม และที่ผ่านมามีบริษัทฯ ประสบความสำเร็จในการขายเป็นอย่างดี จึงเป็นเครื่องพิสูจน์ได้ในระดับหนึ่งถึงการจับกลุ่มลูกค้าที่แม่นยำและถูกต้อง

#### การบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า (Customer Relationship Management)

เนื่องจากกลุ่มลูกค้าของบริษัทฯ เป็นกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อสูง และมีความต้องการในการซื้อห้องชุดอย่างต่อเนื่อง โดยลูกค้าหลายรายจะเป็นลูกค้าที่ได้รับการบอกต่อจากลูกค้าที่เคยซื้อห้องชุดของบริษัทฯ ทำให้บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการสร้างความพอใจสูงสุดแก่ลูกค้าโดยการนำระบบการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าเข้ามาบริหารกลุ่มลูกค้าเหล่านี้ โดยบริษัทฯ จะเก็บฐานข้อมูลที่สำคัญเพื่อประโยชน์ในการทำกิจกรรม เช่นการจัดกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) หรือการจัดสังสรรค์ภายในกลุ่มลูกค้า หรือการจัดอบรมเพื่อให้ความรู้ในเรื่องการตกแต่งคอนโดมิเนียม เป็นต้น

### การส่งมอบงานได้ตรงตามระยะเวลาที่กำหนด (On-Time Construction Completion)

บริษัทฯ มีนโยบายที่จะพัฒนาโครงการและส่งมอบโครงการให้กับลูกค้าได้ตามระยะเวลาที่กำหนด จากประสบการณ์ในการพัฒนาโครงการที่ผ่านมาของบริษัทฯ ทางบริษัทฯ สามารถส่งมอบงานให้ลูกค้าได้ตรงตาม ระยะเวลาที่กำหนดไว้โดยพิจารณาได้จากโครงการแฮมป์ตัน ทองหล่อ 10 และโครงการพูลเลตัน สุขุมวิท ที่บริษัทฯ สามารถส่งมอบห้องชุดได้ก่อนระยะเวลาที่กำหนดไว้ ซึ่งทำให้บริษัทฯ สามารถบริหารการเงินและต้นทุนการก่อสร้างได้อย่างมีประสิทธิภาพและสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าของบริษัทฯ ได้เป็นอย่างดี

### นวัตกรรม (Innovation)

บริษัทฯ มีผู้บริหารที่เป็นคนรุ่นใหม่ มีวิสัยทัศน์ และมีนโยบายที่มุ่งเน้นจะพัฒนา และนำนวัตกรรมใหม่ๆ มาใช้ กับทุกโครงการของบริษัทฯ เพื่อมอบสิ่งที่ดีที่สุดและเหนือความคาดหมายให้กับลูกค้าอยู่ตลอดเวลา ทุกโครงการของ บริษัทฯ จึงนำแนวคิด และนวัตกรรมที่ทันสมัยมาปรับใช้ทั้งในเรื่องของการออกแบบ การเลือกใช้วัสดุก่อสร้าง หรือการ นำเทคโนโลยีต่างๆ มาใช้ ดังเช่น โครงการแฮมป์ตัน ทองหล่อ 10 ที่ถือได้ว่าเป็นโครงการแรกๆ ในประเทศไทยที่นำ แนวความคิดของผนังแยกออกจากกันในแต่ละหน่วย (Detached Wall Concept) มาใช้เพื่อช่วยเพิ่มความเป็นส่วนตัว ลดเสียงรบกวน รวมไปถึงช่วยในเรื่องของการระบายอากาศและรับแสงได้ดีขึ้น นอกจากนี้บริษัทฯ ยังเป็นบริษัทฯ แรกๆ ในประเทศไทยที่นำแนวความคิดของลิฟท์ส่วนตัว (Private Lift) มาใช้กับโครงการแฮมป์ตัน ทองหล่อ 10 และโครงการ พูลเลตัน สุขุมวิท ที่ทำให้ผู้พักอาศัยสามารถขึ้นลิฟท์ไปห้องของตนเองได้เพียงห้องเดียวเท่านั้น มาใช้เพื่อเพิ่มความเป็นส่วนตัว และความสะดวกสบายให้กับลูกค้า นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังใส่ใจกับทุกรายละเอียดเพื่อสิ่งที่ดีที่สุดสำหรับ ลูกค้า ดังเช่น การนำเทคโนโลยีระบบโอโซนมาใช้กับสระว่ายน้ำในโครงการ (Ozone Treated Swimming Pool) เพื่อ ช่วยดูแลในเรื่องสุขอนามัยของลูกค้า และการนำเทคโนโลยีล่าสุด ของการออกแบบระบบโครงสร้างอาคารเพื่อป้องกัน ความเสียหายจากการเกิดแผ่นดินไหว (Earthquake Resistant Design) มาใช้กับโครงการที่มีความสูงมากๆ บริษัทฯ ยังได้นำระบบ Through Ventilation System มาใช้ในการออกแบบอาคาร เพื่อให้อากาศหมุนเวียนภายในห้องพักและ พื้นที่ส่วนกลางได้ดีขึ้น และมีห้องซ้อมกอล์ฟ (Virtual Golf Simulators, Putting Green) เป็นต้น

#### **3.2.1.2 กลยุทธ์การวางภาพลักษณ์บริษัทฯ**

บริษัทฯ วางภาพลักษณ์และตำแหน่งทางการตลาดของบริษัทฯอย่างชัดเจนโดย บริษัทฯ เน้นในภาพลักษณ์ ของการเป็นบริษัทฯ ที่ดำเนินกิจการโดยกลุ่มคนรุ่นใหม่ ที่นำนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ เข้ามาผสมผสาน และประยุกต์ใช้ทั้งในการบริหารงาน และการพัฒนาโครงการในระดับไฮเอนด์ โดยการสร้างภาพลักษณ์ผ่านชื่อ "เมเจอร์ ดีเวลลอปเม้นท์" เพื่อให้ลูกค้าจดจำ "เมเจอร์ ดีเวลลอปเม้นท์" ว่าเป็นบริษัทฯ ผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่พัฒนาที่อยู่อาศัยในระดับไฮเอนด์ และมีคุณภาพสูงอย่างแท้จริง

#### **3.2.1.3 กลยุทธ์ทางด้านราคา**

บริษัทฯ ตั้งราคาขายในระดับสูงเพื่อรักษาภาพลักษณ์และตำแหน่งทางการตลาดของโครงการในระดับไฮเอนด์ โดยบริษัทฯ จะกำหนดราคาขายแต่ละหน่วยแตกต่างกันโดยขึ้นอยู่กับตำแหน่งที่ตั้งของห้อง ทิศนัยภาพของห้องชุด ความคุ้มค่ากับสิ่งที่ลูกค้าได้รับ ความเหมาะสมของแต่ละโครงการ รวมไปถึงการรักษาระดับกำไรของบริษัทฯให้อยู่ใน ระดับที่เหมาะสม

### 3.2.1.4 กลยุทธ์ทางการตลาดและประชาสัมพันธ์

บริษัทฯ ถือเป็นหนึ่งในผู้นำในการใช้สื่อการขายและการตลาดในรูปแบบใหม่ เช่นการสร้างห้องตัวอย่าง (Mock up Room) เสมือนจริงเพื่อให้ลูกค้าได้สัมผัสกับลักษณะการจัดวางห้อง การเลือกใช้วัสดุ บรรยากาศของโครงการ เพื่อให้ลูกค้าจะได้ตัดสินใจซื้อได้อย่างมั่นใจและรวดเร็ว โดยจะสังเกตได้จากโครงการแอมป์ตัน ทองหล่อ 10 ที่ทางบริษัทฯ ได้เริ่มใช้การสร้างห้องตัวอย่าง (Mock up Room) เสมือนจริงซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจที่จะซื้อได้รวดเร็วขึ้นและสามารถปิดการขายโครงการดังกล่าวได้อย่างรวดเร็ว (ภายใน 6 เดือน)

บริษัทฯ ยังใช้สื่อในการโฆษณาประชาสัมพันธ์หลายช่องทาง อาทิเช่น ป้ายโฆษณากลางแจ้ง สื่อสิ่งพิมพ์ทางหนังสือพิมพ์ นิตยสาร เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับทราบข้อมูลโครงการและเป็นการสร้างตราสินค้าให้รู้จักในวงกว้างมากขึ้น ที่สำคัญบริษัทฯ เน้นการทำการตลาดโดยตรง (Direct Marketing) ซึ่งเป็นการทำการตลาดที่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าระดับบนได้อย่างมีประสิทธิภาพและยังใช้งบประมาณน้อยกว่าการทำการตลาดในรูปแบบอื่น บริษัทฯ จึงสามารถบริหารค่าใช้จ่ายทางการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ บริษัทฯ จะใช้การทำโรดโชว์หรือการจัดอีเวนต์ในห้างสรรพสินค้าระดับบน รวมไปถึงการทำกิจกรรมร่วมกับสินค้าที่มีภาพลักษณ์ใกล้เคียงกันเช่น บัตรเครดิต รวมถึงการส่งเอกสารโฆษณาโครงการ (Direct Mail) ถึงกลุ่มลูกค้าโดยตรงอีกทางหนึ่ง และบริษัทฯ กำลังดำเนินการที่จะทำโรดโชว์ในต่างประเทศเพื่อที่จะขยายฐานลูกค้าออกไปต่างประเทศซึ่งทำให้บริษัทฯ สามารถเข้าถึงลูกค้าต่างชาติได้โดยตรง

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังคำนึงถึงการทำกิจกรรมเพื่อสาธารณะประโยชน์ โดยได้จัดโครงการรักษ์แม่น้ำเจ้าพระยา เพื่อส่งเสริมให้เยาวชนเรียนรู้ในการอยู่อาศัยและรักษาสิ่งแวดล้อมกับแม่น้ำเจ้าพระยา ซึ่งบริษัทฯ จะจัดอย่างต่อเนื่องทุกปี

### 3.2.1.5 ลักษณะของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

โครงการอสังหาริมทรัพย์ของบริษัทฯ ในปัจจุบันเป็นโครงการคอนโดมิเนียมประเภทอาคารสูง ในระดับไฮเอนด์ที่มีความหรูหราในการอยู่อาศัยและมีมาตรฐานในระดับนานาชาติ ดังนั้น กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัทฯ จึงได้แก่

- กลุ่มลูกค้าชาวไทยที่มีฐานะ เคยศึกษาหรือใช้ชีวิตในต่างประเทศ ค้นเคยกับการใช้ชีวิตในตึกสูง และต้องการที่พักอาศัยในทำเลที่เดินทางไปมาสะดวก อยู่ใกล้แหล่งอำนวยความสะดวกที่สนองต่อการใช้ชีวิตที่ทันสมัย
- กลุ่มลูกค้าชาวไทยที่มีรสนิยมสูง ต้องการซื้อห้องชุดในโครงการที่มีการออกแบบที่มีระดับ ทั้งภายในและภายนอก มีการออกแบบงานระบบที่ได้มาตรฐาน และมีเพื่อนบ้านที่มีฐานะทางสังคมและการศึกษาในระดับเดียวกัน (Good Background, Well-Educated and Modern Lifestyle)
- กลุ่มนักลงทุนทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มองหาแหล่งลงทุนของเงินออมระยะยาว โดยการซื้อห้องชุดที่มีคุณภาพในระดับไฮเอนด์เพื่อให้เช่าต่อ
- กลุ่มนักธุรกิจชาวต่างชาติที่ทำงานในประเทศไทยที่มองหาที่พักอาศัยที่ไม่วุ่นวาย มีความปลอดภัยสูง แต่ยังคงความสะดวกในการเดินทางเข้ามาทำงานใจกลางเมือง และยังคงใกล้แหล่งอำนวยความสะดวกที่มีระดับ



ทั้งนี้บริษัทฯ ได้กำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของแต่ละโครงการดังนี้

กลุ่มลูกค้า	ระดับรายได้ต่อเดือน (บาท / เดือน)	โครงการ
A+	100,000 บาทขึ้นไป	โครงการแอมป์ตัน ทองหล่อ 10 โครงการพูลเลอตัน สุขุมวิท โครงการวอเตอร์มาร์ค เจ้าพระยาวิเวก ทาวเวอร์ เอ โครงการอภัสตัน สุขุมวิท 22 โครงการบริเวณ ซอยทองหล่อ10 <sup>1</sup> โครงการวินด์ สุขุมวิท 23 (ซอยประสานมิตร)
A	80,000 – 99,999 บาทขึ้นไป	โครงการแมนฮัตตัน ซิดลม โครงการวอเตอร์มาร์ค เจ้าพระยาวิเวก ทาวเวอร์ บี โครงการวินด์ รัชโยธิน โครงการ มิคโคโนส หัวหิน โครงการบริเวณหาดจอมเทียน พัทยา <sup>1</sup>
A-	60,000 – 79,999 บาทขึ้นไป	โครงการบริเวณ สนามบินน้ำ <sup>1</sup>

หมายเหตุ<sup>1</sup> โครงการในอนาคต

### 3.2.1.6 การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

บริษัทฯ มีทีมขายที่มีความเป็นมืออาชีพ มีประสิทธิภาพ และมีความรู้ความเข้าใจในตัวสินค้า รวมถึงความรู้เกี่ยวกับข้อสังหาริมทรัพย์โดยรวมเป็นอย่างดี ทีมขายของบริษัทฯ จะรับรองลูกค้าทั้งที่เข้ามาแวะเยี่ยมชมโครงการที่สำนักงานขาย และห้องตัวอย่าง ณ ที่ตั้งโครงการ และที่โทรศัพท์เข้ามาสอบถามรายละเอียด หรือติดต่อเข้ามาผ่านทางสำนักงานใหญ่ของบริษัทฯ นอกจากนี้สำหรับลูกค้าวีไอพี หรือลูกค้าระดับผู้บริหาร บริษัทฯ จะส่งเจ้าหน้าที่ออกไปแนะนำ และนำเสนอสินค้าให้กับลูกค้าเหล่านั้นโดยตรงถึงที่ทำงาน หรือที่ลูกค้าสะดวก และบริษัทฯ ยังมีเว็บไซต์ [www.majordevelopment.co.th](http://www.majordevelopment.co.th) ที่ลูกค้าสามารถเข้าไปอ่านและศึกษารายละเอียดเบื้องต้นของแต่ละโครงการได้

ทั้งนี้ นอกเหนือจากทีมขายมืออาชีพของบริษัทฯ แล้ว สำหรับบางโครงการที่บริษัทฯ ต้องการขยายฐานลูกค้าออกไป บริษัทฯ ยังได้ใช้บริษัทที่เป็นตัวแทนขายมืออาชีพที่มีชื่อเสียงและมีคุณภาพมาร่วมงานในการขายให้กับทางบริษัทฯ โดยบริษัทฯ ได้มีการกำหนดผลตอบแทนในลักษณะค่านายหน้าให้กับทีมขายของบริษัทฯ และบริษัทที่เป็นตัวแทนขายเพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขายของบริษัทฯอีกทางหนึ่งด้วย

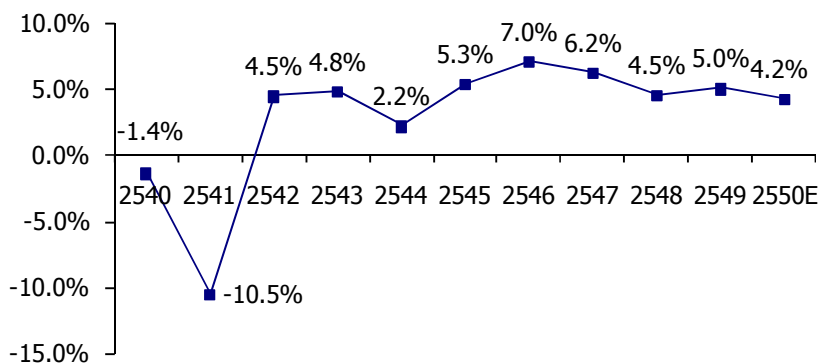
ด้วยทีมขายที่มีความเป็นมืออาชีพของบริษัทฯ ประกอบกับการร่วมงานกับบริษัทที่เป็นตัวแทนขายมืออาชีพ ทำให้ทุกโครงการของบริษัทฯ ที่ผ่านมาประสบความสำเร็จเป็นอย่างสูงและสามารถปิดการขายได้ในระยะเวลาอันรวดเร็ว

### 3.2.2 ภาพรวมอุตสาหกรรม

#### 3.2.2.1 ภาวะอุตสาหกรรม และแนวโน้ม

ภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ มีอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจหรือ GDP เฉลี่ยในปี 2549 อยู่ที่ 5.0% เพิ่มขึ้น 0.5% จากปี 2548 เนื่องจากได้รับผลเชิงบวกจากภาคการส่งออกที่ดีกว่าเป้าหมาย สำหรับอัตราการเติบโตในครั้งแรกของปี 2550 จะอยู่ที่ 4.3% และคาดว่าจะตลอดปี 2550 จะอยู่ในช่วง 4.0%-4.5% ทั้งนี้สืบเนื่องจากการชะลอตัวของการใช้จ่ายการลงทุนภาคเอกชน การชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก ปัญหาการขาดดุลของเศรษฐกิจสหรัฐที่อาจรุนแรงมากขึ้น และเป็นแรงกดดันให้ค่าเงินดอลลาร์อ่อนลง ซึ่งมีผลต่อภาคการส่งออกของประเทศ

การขยายตัวทางเศรษฐกิจ (GDP)

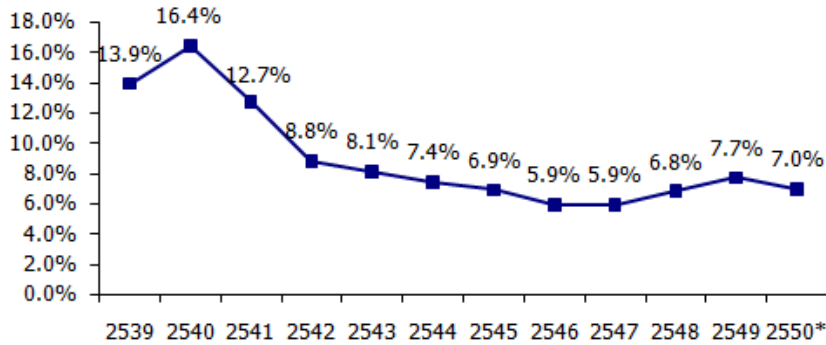


ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการการพัฒนากิจการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

อัตราเงินเฟ้อเฉลี่ยในปี 2549 เพิ่มขึ้นเป็น 4.7% จากร้อยละ 4.5% ในปี 2548 เนื่องจากราคาน้ำมันในตลาดโลกที่ขยับตัวสูงขึ้น และอัตราดอกเบี้ยของประเทศสหรัฐอเมริกาปรับตัวสูงขึ้น อย่างไรก็ตามอัตราเงินเฟ้อได้ปรับตัวลงต่อเนื่องในช่วงครึ่งแรกของปี 2550 เนื่องจากอุปสงค์ในประเทศที่ชะลอตัวลงมาก และค่าเงินบาทที่แข็งขึ้น ทำให้ต้นทุนนำเข้าสินค้าลดลง ช่วยลดแรงกดดันจากต้นทุนราคาน้ำมันที่สูงขึ้น โดยในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2550 เงินเฟ้อทั่วไปเฉลี่ยเท่ากับ 2.1% และยังมีแนวโน้มที่จะทรงตัวอยู่ในระดับต่ำในช่วงที่เหลือของปี

เนื่องจากแนวโน้มการชะลอตัวของเศรษฐกิจไทย และอัตราเงินเฟ้อลดต่ำลง ในช่วง 8 เดือนแรกของปี 2550 ธนาคารแห่งประเทศไทยได้ทยอยปรับลดอัตราดอกเบี้ยนโยบายลงรวม 175 จุด ส่งผลให้อัตราดอกเบี้ย MLR ของธนาคารพาณิชย์ในประเทศเริ่มปรับตัวลงตาม ณ วันที่ 30 สิงหาคม 2550 อัตราดอกเบี้ยเงินกู้โดยเฉลี่ยของธนาคารพาณิชย์จดทะเบียนในประเทศไทยมีค่าเท่ากับร้อยละ 6.99 ซึ่งน้อยกว่า อัตราดอกเบี้ยเฉลี่ย ณ วันที่ 29 ธันวาคม 2549 ซึ่งมีค่าเท่ากับร้อยละ 7.99

## อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ (MLR) โดยเฉลี่ยของธนาคารพาณิชย์จดทะเบียนในประเทศไทย



\* ณ วันที่ 30 สิงหาคม 2550

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

จากข้อมูลธนาคารอาคารสงเคราะห์ ในปี 2549 มีที่อยู่อาศัยสร้างเสร็จในเขตกรุงเทพมหานครและ 5 จังหวัด ปริมาณทั้งสิ้น 78,116 หน่วย (บ้านสร้างโดยผู้ประกอบการ บ้านสร้างเอง และอาคารชุด) ปริมาณจำนวนอาคารชุดที่สร้างเสร็จและจดทะเบียน ในปี 2549 เพิ่มขึ้นร้อยละ 55.75 จากปี 2548 ในทางกลับกันปริมาณจำนวนบ้านสร้างโดยผู้ประกอบการลดลงร้อยละ 10.39 ในปี 2549 จากปี 2548 จะมีหลายโครงการที่คาดว่าจะสร้างเสร็จในปี 2550 และมีความเป็นไปได้ว่าจะมีกลยุทธ์การส่งเสริมการขาย เพื่อที่จะลดปริมาณที่อยู่อาศัยที่ยังขายไม่หมดจากโครงการต่างๆ

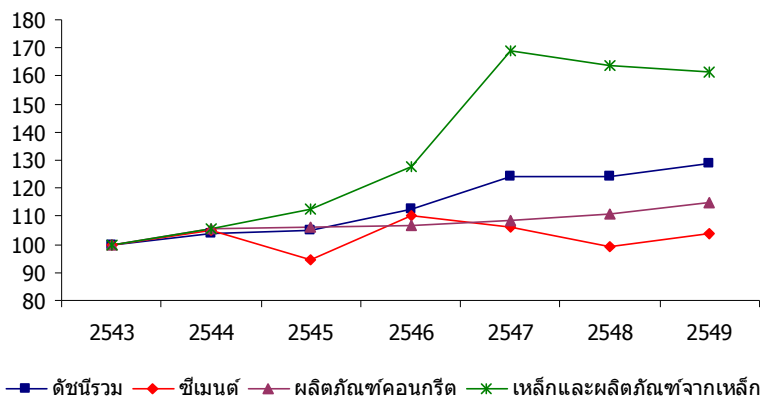
จำนวนที่อยู่อาศัยสร้างเสร็จและจดทะเบียนเพิ่มขึ้นใน กทม และ ปริมาณ (แบ่งตามประเภทที่อยู่อาศัย)

ประเภทที่อยู่อาศัย	2545	2546	2547	2548	2549	อัตราการเติบโต (ร้อยละ)
บ้านสร้างโดยผู้ประกอบการ	14,371	30,088	40,752	35,935	32,201	-10.39
บ้านสร้างเอง	17,693	18,598	19,859	25,244	28,949	14.67
อาคารชุด	5,118	7,399	8,439	10,893	16,966	55.75
รวม	37,182	56,085	69,050	72,072	78,116	8.39

หน่วย: หน่วย

ที่มา: ธนาคารอาคารสงเคราะห์

## ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้างหลัก



ที่มา: ธนาคารอาคารสงเคราะห์

การเพิ่มขึ้นของดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง เป็นสาเหตุมาจากราคาน้ำมันและอัตราดอกเบี้ยที่เพิ่มขึ้น และจากการที่เงินบาทแข็งค่าขึ้นในเดือนพฤษภาคม ปี 2549 ทำให้ดัชนีราคาเหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็กลดลง ส่วนกลุ่มผู้รับเหมาก่อสร้างได้รับผลกระทบด้านลบจากต้นทุนก่อสร้างที่อยู่ในระดับสูง เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา นอกจากนี้ การควบคุมที่เข้มงวดของสถาบันการเงินในการให้เงินกู้โครงการ จะมีผลกระทบกับความสามารถในการทำกำไรและความสามารถในการพัฒนาโครงการได้ ทำให้ในปัจจุบันผู้ประกอบการจำนวนหนึ่งประสบความยากลำบากในการพัฒนาโครงการใหม่ๆ ซึ่งคาดว่าจะส่งผลให้จำนวนผู้ประกอบการลดน้อยลง หรือหันมาเน้นในตลาดระดับกลางและล่างเป็นส่วนใหญ่ นอกจากนี้ แนวโน้มที่เห็นได้ชัดเจนในช่วงที่ผ่านมาคือ ต้นทุนค่าก่อสร้างและต้นทุนที่ดินเพิ่มสูงขึ้น ผลักดันให้ผู้ประกอบการหันไปพัฒนาโครงการที่มีขนาดหน่วยเล็กลง

อุปสงค์ของอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยโดยรวมอัตราการเติบโตลดลง ในปี 2549 อันเนื่องมาจากการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ ที่มีการเติบโตช้าลง แต่เนื่องจากความต้องการของประชาชนส่วนใหญ่ของคนเมืองที่รักความสะดวก รวดเร็วในการเดินทาง จึงทำให้ความต้องการที่อยู่อาศัยใจกลางเมืองเพิ่มมากขึ้น โดยจะเห็นได้จากการเปิดตัวโครงการที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียม ในผู้ประกอบการประเภทคอนโดมิเนียมหลายรายต่างประสบความสำเร็จแทบทั้งสิ้น และการปรับตัวขึ้นของราคาน้ำมัน ยังส่งผลให้ผู้ซื้ออสังหาริมทรัพย์หันมาซื้อที่อยู่อาศัยใกล้กับบริเวณเส้นทางระบบขนส่งมวลชนมากขึ้นไปกว่านี้ รัฐบาลได้มีนโยบายในเรื่องของการก่อสร้างส่วนต่อขยายรถไฟฟ้าเพิ่มเติมในอีก 5 ปีข้างหน้า ซึ่งเป็นการตอบสนองและกระตุ้นความต้องการของผู้ซื้อได้

### แนวโน้มภาวะตลาดอสังหาริมทรัพย์ในปี 2550

แนวโน้มอสังหาริมทรัพย์ในปี 2550 นั้น มีการเปิดโครงการคอนโดมิเนียมโครงการใหม่ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครในจำนวนรวม 13 โครงการ คิดเป็นจำนวนหน่วยทั้งสิ้น 2,692 หน่วย โดยในด้านทิศทางการลงทุนในภาคอสังหาริมทรัพย์ในปี 2550 นั้น น่าจะเห็นทิศทางที่ชัดเจนขึ้นในช่วงครึ่งหลังของปี แม้ว่าจะมีปัจจัยบวกที่น่าจะส่งผลดีต่อภาคธุรกิจ จากการปรับตัวลดลงของ อัตราเงินเฟ้อ และอัตราดอกเบี้ยแล้วก็ตาม แต่ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ยังคงเผชิญกับปัจจัยเสี่ยง เช่น ประเด็นทางการเมืองที่มีผลต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคและผู้ประกอบการ และส่งผลต่อทิศทางเศรษฐกิจและรายได้ในอนาคตของประชาชน ตลาดที่อยู่อาศัยอาจได้รับผลกระทบจากการที่ผู้ซื้อชะลอการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยออกไป ซึ่งปัจจุบันปริมาณที่อยู่อาศัยรอขายในตลาดมีปริมาณค่อนข้างสูง สำหรับทิศทางการลงทุนในด้านอสังหาริมทรัพย์ในปี 2550 อาจขยายตัวประมาณร้อยละ 2.5-4.3 จากที่ขยายตัวร้อยละ 3.1 ในปี 2549 โดยโครงการคอนโดมิเนียมยังมีการลงทุนอย่างต่อเนื่อง ทิศทางเศรษฐกิจขยายตัวดีขึ้น แต่ก็ยังคงมีปัจจัยลบทางการเมืองส่งผลต่อทิศทางเศรษฐกิจและความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่มีต่อแนวโน้มเศรษฐกิจและรายได้ในอนาคตของประชาชน นอกจากนี้มาตรการป้องกันการเก็งกำไรค่าเงินบาท และการแก้ไขพระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว ที่อาจสร้างอุปสรรคต่อนักลงทุนต่างชาติที่จะเข้ามาลงทุนในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

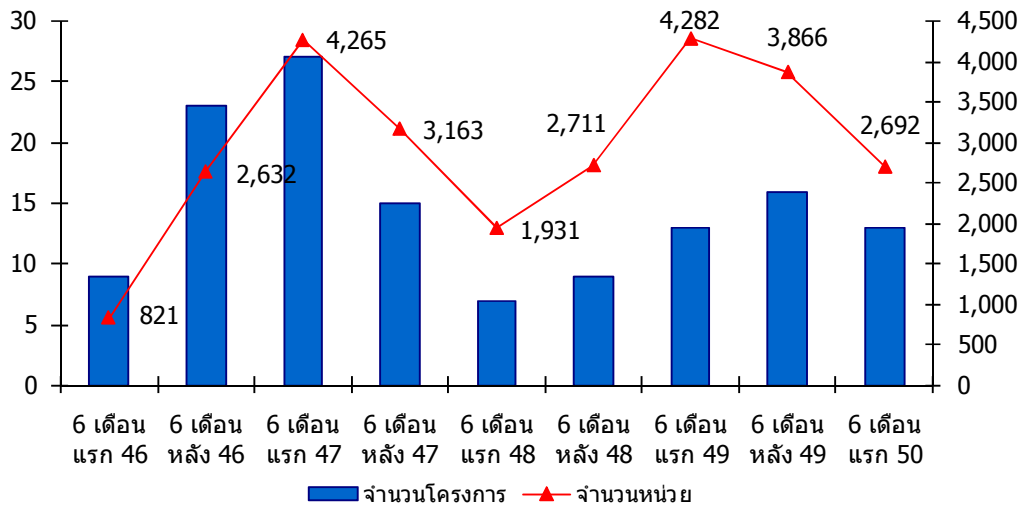
สำหรับผู้ประกอบการจัดสรรจะต้องมีการบริหารต้นทุนการก่อสร้างที่ดี โดยเฉพาะในเรื่องของการพัฒนาด้านเทคโนโลยีก่อสร้างที่จะช่วยลดต้นทุนการผลิต นอกจากนี้ จะต้องมีการศึกษาความต้องการของผู้ซื้อที่อยู่อาศัยอย่างต่อเนื่องเพื่อผลิตสินค้าได้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ซื้อที่อยู่อาศัย

#### 3.2.2.2 ภาวะตลาดคอนโดมิเนียม

ในปี 2549 โครงการคอนโดมิเนียมที่เปิดโครงการใหม่ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครในจำนวนทั้งสิ้น 29 โครงการ รวม 8,148 หน่วย ซึ่งเพิ่มขึ้นอย่างมากจากปี 2548 ที่มีจำนวนโครงการที่เปิดตัวใหม่ทั้งสิ้น 16 โครงการ รวม 4,642

หน่วย ในปี 2549 มีกระแสความต้องการที่อยู่อาศัยที่อยู่ในย่านธุรกิจ หรือใจกลางเมือง และการคมนาคมสะดวกอยู่ใกล้กับเส้นทางที่มีรถไฟฟ้าตัดผ่าน ถึงแม้ว่าจะมีปัจจัยลบทางการเศรษฐกิจที่ชะลอตัวและ ความไม่มั่นคงทางการเมือง

จำนวนโครงการและหน่วยของคอนโดมิเนียมที่เปิดตัวใหม่ในพื้นที่กรุงเทพมหานครส่วนใน

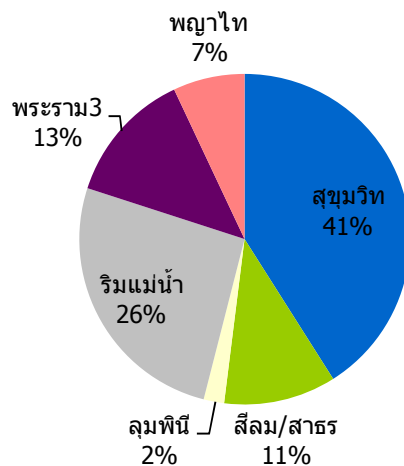


ที่มา: คอนโดมิเนียม โฟกัส (สิงหาคม 2550), งานวิจัยโรมอนแลนด์

<sup>1</sup> พื้นที่กรุงเทพมหานครส่วนในประกอบด้วยพื้นที่บริเวณสุขุมวิท สีลม/สาทร रिมน้ำเจ้าพระยา ลุมพินี และพระราม 3

ในครั้งแรกของปี 2550 พื้นที่ที่มีจำนวนห้องชุดเปิดใหม่มากที่สุด ได้แก่ พื้นที่บริเวณสุขุมวิทคิดเป็นร้อยละ 41 รองลงมา ได้แก่ พื้นที่บริเวณริมน้ำเจ้าพระยาคิดเป็นร้อยละ 26 พื้นที่บริเวณพระราม 3 ร้อยละ 13 พื้นที่บริเวณสีลม-สาทร ร้อยละ 11 พื้นที่บริเวณพญาไท ร้อยละ 7 และพื้นที่บริเวณลุมพินี ร้อยละ 2

จำนวนคอนโดมิเนียมที่เปิดตัวใหม่ในพื้นที่กรุงเทพมหานครส่วนใน (แบ่งตามพื้นที่)

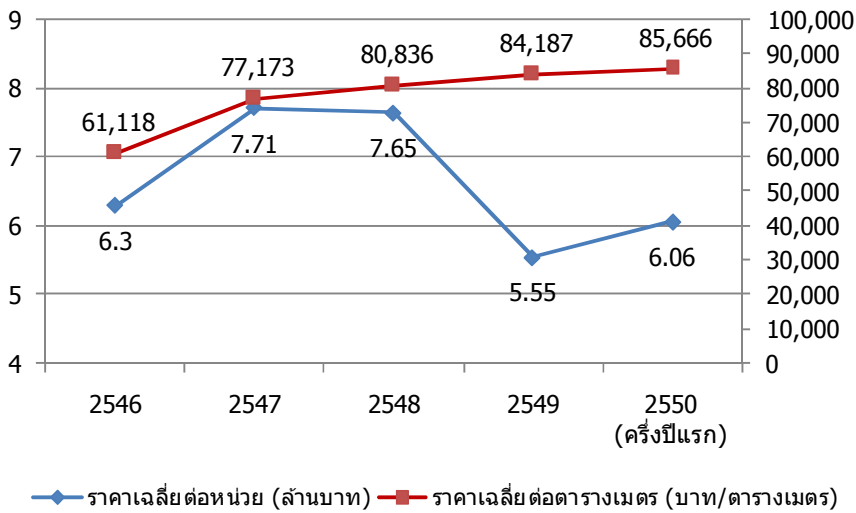


ที่มา: คอนโดมิเนียม โฟกัส (สิงหาคม 2550), งานวิจัยโรมอนแลนด์



ราคาเฉลี่ยต่อหน่วยได้ลดลงจาก 7.65 ล้านบาท ในปี 2548 เหลือ 5.55 ล้านบาท และ 6.06 ล้านบาท ในปี 2549 และครั้งแรกของปี 2550 ตามลำดับ ในขณะที่ราคาเฉลี่ยต่อตารางเมตรเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 80,836 บาทต่อตารางเมตร ในปี 2548 เป็น 84,187 บาทต่อตารางเมตร ในปี 2549 และเพิ่มขึ้นเป็น 85,666 บาทต่อตารางเมตรในครั้งแรกของปี 2550

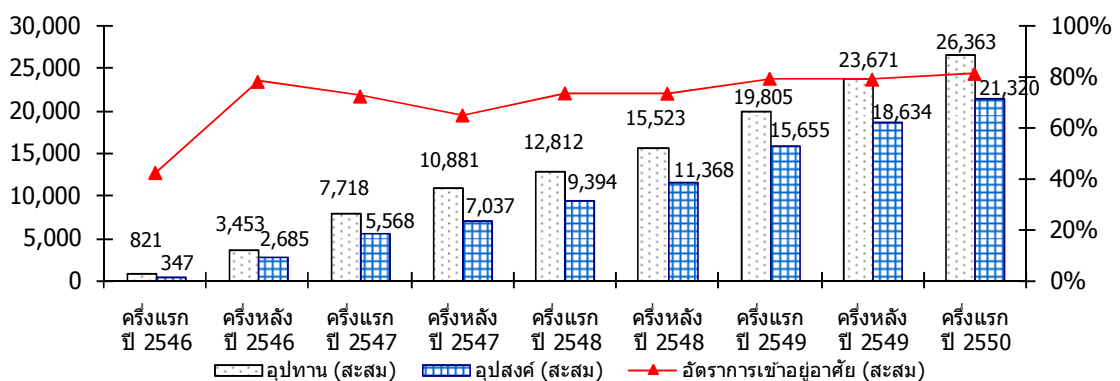
ราคาเฉลี่ยของคอนโดมิเนียมที่เปิดตัวใหม่ในพื้นที่กรุงเทพมหานครส่วนใน



ที่มา: คอนโดมิเนียม โฟกัส (สิงหาคม 2550), งานวิจัยโรมอนแลนด์

จากต้นปี 2546 ถึงครั้งแรกของปี 2550 ปริมาณอุปทานสะสมของคอนโดมิเนียมในพื้นที่กรุงเทพมหานครชั้นในเท่ากับ 26,363 หน่วย ในขณะที่อุปสงค์สะสมเท่ากับ 21,320 หน่วย คิดเป็นอัตราการเข้าอยู่อาศัยสะสมสำหรับคอนโดมิเนียมในพื้นที่กรุงเทพมหานครชั้นในอยู่ที่ร้อยละ 80.9 เพิ่มขึ้นเล็กน้อยเทียบกับสิ้นปี 2549 ที่ ร้อยละ 78.7

อุปสงค์และอุปทานสะสมของคอนโดมิเนียมในพื้นที่กรุงเทพมหานครส่วนใน

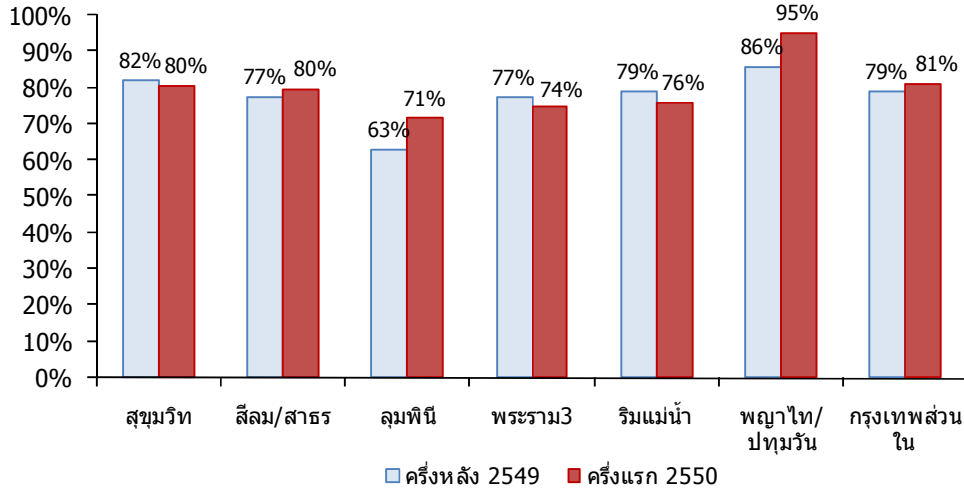


ที่มา: คอนโดมิเนียม โฟกัส (สิงหาคม 2550), งานวิจัยโรมอนแลนด์

พื้นที่ที่อัตราการเข้าอยู่อาศัยมากที่สุดคือ พื้นที่บริเวณพญาไท/ปทุมวัน ร้อยละ 95 รองลงมาได้แก่พื้นที่บริเวณ สุขุมวิทและบริเวณสีลมและสาทร ด้วยอัตราการเข้าอยู่อาศัยเท่ากันที่ร้อยละ 80 ส่วนพื้นที่บริเวณริมแม่น้ำเจ้าพระยา

และบริเวณพระราม 3 ด้วยอัตราการเข้าอยู่อาศัยร้อยละ 76 และ ร้อยละ 74 ตามลำดับ และบริเวณพื้นที่ลุมพินี เป็นบริเวณที่มีผู้อยู่อาศัยน้อยที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับปริมาณการเข้าอยู่อาศัยในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งม้ออัตราการเข้าอยู่อาศัยเท่ากับร้อยละ 71

อัตราการเข้าอยู่อาศัยสำหรับโครงการคอนโดมิเนียมในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครส่วนใน (แบ่งตามพื้นที่)



ที่มา: คอนโดมิเนียม โฟกัส (สิงหาคม 2550), งานวิจัยโรมอนแลนด์

หากพิจารณาจากโครงการต่างๆที่บริษัทกำลังพัฒนาอยู่ ณ ปัจจุบันทั้ง 8 โครงการจะพบว่าโครงการเหล่านั้นตั้งอยู่บนทำเลที่มีศักยภาพทั้งสิ้นดังจะสังเกตได้จากโครงการคอนโดมิเนียมต่างๆของผู้ประกอบการรายอื่นที่เปิดโครงการในบริเวณเดียวกันกับโครงการของบริษัทฯ ดังนี้

พื้นที่	โครงการของบริษัทฯ	โครงการของผู้ประกอบการอื่น
สุขุมวิท	โครงการพูลเลอตัน สุขุมวิท	<ul style="list-style-type: none"> <li>โครงการ เดอะเมดิซีน ดำเนินการโดย บริษัท โรจนะพร็อพเพอร์ตี้ จำกัด</li> <li>โครงการ วิลเซอร์ สุขุมวิท 22 ดำเนินการโดย บริษัท รสา พร็อพเพอร์ตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน)</li> <li>โครงการ อนุศาศิริ สุขุมวิท-เอกมัย ดำเนินการโดยบริษัท อนุศาศิริ กรุ๊ป จำกัด</li> </ul>
ริมนม่น้ำเจ้าพระยา	โครงการวอเตอร์มาร์ค เจ้าพระยาริเวอร์ ทาวเวอร์ เอ และบี	<ul style="list-style-type: none"> <li>โครงการ ศุภาลัยคาชาริวา ดำเนินการโดย บริษัท ศุภาลัย จำกัด (มหาชน)</li> <li>โครงการ เดอะริเวอร์ ดำเนินการโดยบริษัทโรมอนแลนด์ จำกัด (มหาชน)</li> <li>โครงการ เดอะพาโน ดำเนินการโดยบริษัท ริเวอร์ไซด์ โฮมดีเวลลอปแลนด์ จำกัด</li> </ul>
สยาม-ชิดลม	โครงการแมนฮัตตัน ชิดลม	<ul style="list-style-type: none"> <li>โครงการ เดอะพาร์ค ชิดลม ดำเนินการโดยบริษัท เหมราชพัฒนาที่ดิน จำกัด (มหาชน)</li> <li>โครงการดิ แอดเดรส สยาม ดำเนินการโดยบริษัท</li> </ul>

พื้นที่	โครงการของบริษัทฯ	โครงการของผู้ประกอบการอื่น
		เอเชีย่น พร็อพเพอร์ตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) <ul style="list-style-type: none"> <li>โครงการดิ แอดเดรส ซิดลม ดำเนินการโดยบริษัท เอเชีย่น พร็อพเพอร์ตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน)</li> </ul>
สุขุมวิท 23 (ซอยประสานมิตร)	โครงการวินด์ สุขุมวิท 23 (ซอยประสานมิตร)	<ul style="list-style-type: none"> <li>โครงการสิริเชอร์ตัน ดำเนินการโดย บริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน)</li> <li>โครงการเดอะ มิลเนี่ยม ดำเนินการโดย บริษัท มิลเนี่ยม เนียม เรสซิเดนซ์ จำกัด</li> <li>โครงการเดอะ รีเจนท์ เรสซิเดนซ์ ดำเนินการโดย บริษัท แกรนด์ แอสเสท ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน)</li> <li>โครงการดิ เอ็มโพรีโอ เฟลส ดำเนินการโดย บริษัท ทีซีซี แคปปิตอล แลนด์ จำกัด</li> </ul>
รัชโยธิน	โครงการวินด์ รัชโยธิน	<ul style="list-style-type: none"> <li>โครงการเมโทร อเวนิว รัชโยธิน ดำเนินการโดย บริษัท เมโทรสตาร์ พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน)</li> <li>โครงการดิ อีสสระ ลาดพร้าว ดำเนินการโดย บริษัท ชาญอิสสระ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน)</li> </ul>
สุขุมวิท 22	โครงการอกัสตัน สุขุมวิท 22	<ul style="list-style-type: none"> <li>โครงการดิ เอ็มโพรีโอ เฟลส ดำเนินการโดย บริษัท ทีซีซี แคปปิตอล จำกัด</li> <li>โครงการมิลเลเนียม เรสซิเดนซ์ ดำเนินการโดย ซีดี ดีเวลลอปเม้นท์</li> <li>โครงการพรม 11 ดำเนินการโดย แฟรกรั๊น เอสเตท ดีเวลลอปเม้นท์</li> </ul>
หัวหิน	โครงการมิกโคнос หัวหิน	<ul style="list-style-type: none"> <li>โครงการบ้านแสนดาว ดำเนินการโดย บริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน)</li> <li>โครงการบ้านแสนปลื้ม ดำเนินการโดย บริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน)</li> <li>โครงการโบ๊ทแฮ็สหัวหิน ดำเนินการโดย บริษัท โบ๊ทแฮ็สหัวหิน จำกัด</li> <li>โครงการบ้านชาญทะเล ดำเนินการโดย บริษัท ชาญอิสสระ จำกัด (มหาชน)</li> </ul>

โดยทั่วไปแล้วธุรกิจคอนโดมิเนียมเป็นธุรกิจที่ต้องใช้เงินลงทุนสูงและมีระยะเวลาในการพัฒนานาน และโดยเฉพาะอย่างยิ่งความจำเป็นในการทราบถึงความต้องการของลูกค้าเพื่อที่จะผลิตห้องชุดให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการต่างชาติที่เข้ามาจำเป็นต้องร่วมทุนกับผู้ประกอบการในไทยเพื่อลดข้อเสียเปรียบในเรื่องความเข้าใจความต้องการของตลาดคอนโดมิเนียมในไทย นอกจากนี้ผู้ประกอบการในไทยจำเป็นต้องปรับตัวเช่นเดียวกัน โดยต้องหากลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ชัดเจน พร้อมทั้งแสวงหาตลาดใหม่ๆ ให้ได้ และยังคงต้องหาความแตกต่างของห้องชุดที่ขายให้พบ หรืออาจจะต้องรวมกลุ่มกันเพื่อสร้างอำนาจการต่อรองได้มากขึ้น

ทั้งนี้สามารถสรุปข้อมูลทางการเงินสำหรับครึ่งแรกของปี 2550 ของผู้ประกอบการคอนโดมิเนียมที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ได้ดังนี้

บริษัท	สินทรัพย์	หนี้สิน	ส่วนของผู้ถือหุ้น	กำไรขั้นต้น	กำไรสุทธิ	อัตรากำไรขั้นต้น (ร้อยละ)	อัตรากำไรสุทธิ (ร้อยละ)
แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์	41,178.80	17,139.06	22,902.12	2,533.71	1,229.97	29.6%	13.67%
แสนสิริ	19,631.05	11,930.85	7,772.48	1,534.82	87.28	27.7%	1.56%
ศุภาลัย	8,926.54	4,136.69	4,530.04	1,080.93	473.03	39.4%	17.07%
แอล.พี.เอ็น. ดีเวลลอปเม้นท์	7,062.22	3,522.60	3,539.57	1,026.12	492.89	34.4%	16.38%
โนเบิล ดีเวลลอปเม้นท์	5,866.59	2,839.73	3,026.86	243.24	49.06	36.7%	7.06%
ปริญญ์สิริ	5,038.09	2,831.89	2,150.09	297.49	54.16	25.6%	4.58%
ไรมอน แลนด์	6,151.74	4,016.62	1,833.20	215.95	(65.65)	31.1%	(9.28)%
เมโทรสตาร์ พร็อพเพอร์ตี้	3,033.62	2,052.04	981.58	67.85	(72.10)	33.4%	(35.05)%
เมเจอร์ ดีเวลลอปเม้นท์	3,546.19	2,603.92	942.26	280.59	102.39	34.07%	12.28%

หน่วย: ล้านบาท

ที่มา: ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

### แนวโน้มภาวะตลาดคอนโดมิเนียมในปี 2550

ในปี 2550 แนวโน้มของตลาดคอนโดมิเนียม คาดว่ามีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง คาดว่าผู้ประกอบการยังคงเน้นตลาดระดับกลาง ความต้องการคอนโดมิเนียมเขตในเมืองของกรุงเทพฯ น่าจะยังมีสูง ซึ่งเป็นผลมาจากกระแสความต้องการที่อยู่อาศัยที่อยู่ในย่านธุรกิจ หรือใจกลางเมือง และการคมนาคมสะดวกอยู่ใกล้กับเส้นทางที่มีรถไฟฟ้าตัดผ่าน โดยคาดว่าจะมีอุปทานออกสู่ตลาดเพิ่มขึ้นในปี 2550 เนื่องจากความสำเร็จของการขายเปิดตัวโครงการในปี 2549 สะท้อนว่าอุปสงค์ที่รอซื้อยังมีอยู่ ภาวะการเก็งกำไรเริ่มมีให้เห็นในตลาด

แต่คาดว่าอุปทานที่จะเข้าสู่ตลาดเพิ่มขึ้นจะทำให้เกิดความไม่สมดุลของอุปสงค์และอุปทาน ซึ่งอาจทำให้เกิดความเสี่ยงต่ออุปสงค์ในตลาด เนื่องจากผู้ประกอบการหลายรายหันมาจับตลาดคอนโดมิเนียมระดับกลางพร้อมกัน ส่วนตลาดระดับล่างยังมีผู้ประกอบการเพียงไม่กี่รายที่เข้ามาจับตลาดนี้มากนัก โดยระดับราคาที่เหมาะสม 5-6 แสนบาทต่อยูนิต ซึ่งปกติแล้วลูกค้ากลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มที่เช่าอยู่อาศัยเป็นส่วนใหญ่ ทั้งนี้การที่ผู้ประกอบการหันมาพัฒนาโครงการคอนโดมิเนียมในระดับล่างนี้ โดยมุ่งที่จะเปลี่ยนจากการเช่าอยู่มาเป็นการซื้อแทน ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า จำนวนที่อยู่อาศัย ประเภทคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลในปี 2550 น่าจะมีประมาณ 15,000-18,000 หน่วย จากปี 2549 ที่น่าจะมีประมาณ 15,000 หน่วย โดยอุปทานใหม่ที่จะเข้าสู่ตลาดยังคงจับกลุ่มลูกค้าผู้มีรายได้ปานกลางเป็นส่วนใหญ่

ในขณะที่ทำเลที่ยังคงได้รับความสนใจ ได้แก่ พื้นที่เขตกรุงเทพฯ ชั้นใน เช่น ย่านศูนย์กลางธุรกิจ สุขุมวิท พหลโยธิน เป็นต้น และตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้า และในส่วนของที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพฯ ชั้นกลางตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าใต้ดิน เช่น รัชดาภิเษก และลาดพร้าว เป็นต้น ประเด็นที่น่าจับตามองตลาดคอนโดมิเนียมในปี 2550 คือ อุปทานที่อาจจะออกมาในช่วง 2-3 ปี นับจากนี้ เนื่องจากผู้ประกอบการจำนวนมากต่างหันมาพัฒนาโครงการคอนโดมิเนียมโดยเน้นกลุ่มลูกค้าระดับเดียวกันพร้อมกันนั้น อาจประสบกับปัญหาอุปทานล้นตลาด สำหรับแนวโน้มของตลาดคอนโดมิเนียมในระดับไฮเอนด์ มีความเสี่ยงทางด้านอุปทานล้นตลาด

### 3.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

#### 3.3.1 การจัดหาให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่าย

##### การจัดซื้อที่ดิน

ในการจัดหาที่ดินเพื่อนำมาพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์นั้น บริษัทฯจะพิจารณาจากความเหมาะสมและศักยภาพของทำเลที่ตั้งในการนำมาพัฒนาโครงการเป็นสำคัญ เมื่อได้รายละเอียดของที่ดินเบื้องต้น บริษัทฯ ก็จะทำการกำหนดรูปแบบโครงการให้เหมาะสมกับทำเลที่ตั้ง ศึกษาความเป็นไปได้เบื้องต้นพร้อมทั้งตรวจสอบข้อกำหนดต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเมื่อบริษัทฯ พิจารณาปัจจัยต่างๆ ตามที่กำหนดไว้และเห็นว่ามีความเป็นไปได้ที่จะนำมาพัฒนาแล้ว บริษัทฯ ก็จะกำหนดราคาซื้อและทำการเจรจาเพื่อซื้อที่ดินต่อไป โดยนโยบายการซื้อที่ดินของบริษัทฯ จะเป็นการซื้อ แล้วพัฒนาทันทีโดยคำนึงถึงความต่อเนื่องในการพัฒนาโครงการในทุกๆ รอบของการพัฒนาโครงการ 2-3ปี ของบริษัทฯ ทั้งนี้บริษัทฯ จะไม่ทำการซื้อที่ดินเก็บไว้รอ เนื่องจากไม่ต้องการแบกรับต้นทุนการถือครองที่ดินโดยไม่จำเป็น ทั้งนี้ หากมีการซื้อที่ดินจากบุคคลหรือบริษัทที่อาจมีความขัดแย้ง บริษัทฯ จะปฏิบัติตามนโยบายการทำรายการระหว่างกันโดยมีรายละเอียดตามหัวข้อ 11.2 นโยบายการทำรายการระหว่างกันในอนาคต

##### การจัดหาที่ปรึกษาควบคุมงานก่อสร้าง (Construction Management Consultant)

การคัดเลือกบริษัทที่ปรึกษาควบคุมงานก่อสร้าง บริษัทฯ จะพิจารณาจาก ชื่อเสียง ผลงาน ประสบการณ์ และความพร้อมของทีมงานของบริษัทที่ปรึกษาควบคุมงานก่อสร้างเป็นหลักโดยเป็นผู้ทำหน้าที่รับผิดชอบในการให้คำปรึกษา จัดทำรายงาน รวมทั้งตรวจสอบคุณภาพ ความถูกต้องในรายละเอียดเทคนิค ขั้นตอน วิธีการทำงาน การติดตั้งและทดสอบงานทุกประเภท ในระหว่างการก่อสร้างจนแล้วเสร็จ โดยในปัจจุบัน บริษัทฯ ได้ใช้บริการบริษัทที่ปรึกษาควบคุมงานก่อสร้างแตกต่างกันในแต่ละโครงการของบริษัทฯ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าบริษัทฯ ไม่ได้มีการใช้บริการที่ปรึกษาควบคุมงานก่อสร้างรายใดรายหนึ่งเพียงรายเดียว

##### การจัดหาผู้ให้บริการ/รับจ้าง และผู้รับเหมาก่อสร้าง

ในการคัดเลือกผู้รับเหมาก่อสร้าง บริษัทฯมีกระบวนการในการคัดเลือกดังนี้

- การคัดเลือกคุณสมบัติ (Pre-qualification) ของผู้รับเหมา โดยที่ปรึกษาควบคุมงานก่อสร้างจะรวบรวมรายชื่อที่ผ่านเข้าร่วมการประกวดราคา นำเสนอต่อบริษัทฯ ในการคัดเลือก โดยจะพิจารณาจาก
  - ชื่อเสียง ประวัติของบริษัท และผังแสดงโครงสร้างองค์กร
  - ฐานะทางการเงินของบริษัท หรือ Letter of Credit ออกโดยธนาคารพาณิชย์ (เฉพาะในกรณีมูลค่างานหรือสินค้าตั้งแต่ 10 ล้านบาทขึ้นไป)
  - ประสบการณ์งานในอดีตที่เกี่ยวข้อง ผลงานในอดีตในด้านต่างๆ เช่น ความปลอดภัย คุณภาพของงาน การส่งมอบงานตามเวลา และอื่นๆ
  - ความพร้อมของทีมงาน และความสามารถในการดำเนินงาน (ในกรณีคัดเลือกผู้รับเหมาก่อสร้าง)
  - ความสามารถในการผลิต จัดเก็บ จัดส่ง และติดตั้ง (ในกรณีคัดเลือกผู้ให้บริการรับจ้าง)
  - ราคาที่เหมาะสมกับภาวะตลาด



- กำหนดวิธีการคัดเลือกโดยพิจารณาจากมูลค่างาน แบ่งเป็น 2 วิธีคือ
  - การเทียบราคา (Competitive Bid) จะใช้ในกรณีที่มูลค่าของงานไม่สูงมาก หรือต้องการให้การคัดเลือกเป็นไปอย่างรวดเร็ว การเทียบราคาจะจัดทำสำหรับผู้ให้บริการ/รับจ้าง หรือผู้รับเหมาตั้งแต่ 3 รายขึ้นไป
  - การประกวดราคา (Sealed Bid) จะใช้ในกรณีที่สินค้าหรืองานมีมูลค่าสูง และการคัดเลือกจำเป็นต้องทำด้วยความละเอียดรอบคอบ จะจัดทำสำหรับผู้รับเหมาตั้งแต่ 5 รายขึ้นไป
- การออกเอกสารจัดซื้อ (Purchase Order) หรือหนังสือยืนยันการว่าจ้าง (Letter of Intent) หรือหนังสือสัญญา (Contract Document) หลังจากทีบริษัทได้สรุปผลการคัดเลือกผู้ให้บริการ/รับจ้างหรือผู้รับเหมาสำหรับสินค้าหรือบริการที่ต้องการแล้ว ในกรณีการเทียบราคาที่มีมูลค่าของงานไม่สูงมากจะต้องมีการจัดทำเอกสารจัดซื้อ (Purchase Order) และในกรณีการประกวดราคาของงานที่มีมูลค่าสูง จะมีการจัดทำเอกสารหนังสือยืนยันการว่าจ้าง (Letter of Intent) และหนังสือสัญญา (Contract Document) เพื่อแจ้งให้ผู้ให้บริการ/รับจ้าง หรือผู้รับเหมาก่อสร้าง รายงานรับทราบถึงการยืนยันการจัดซื้อจัดจ้าง

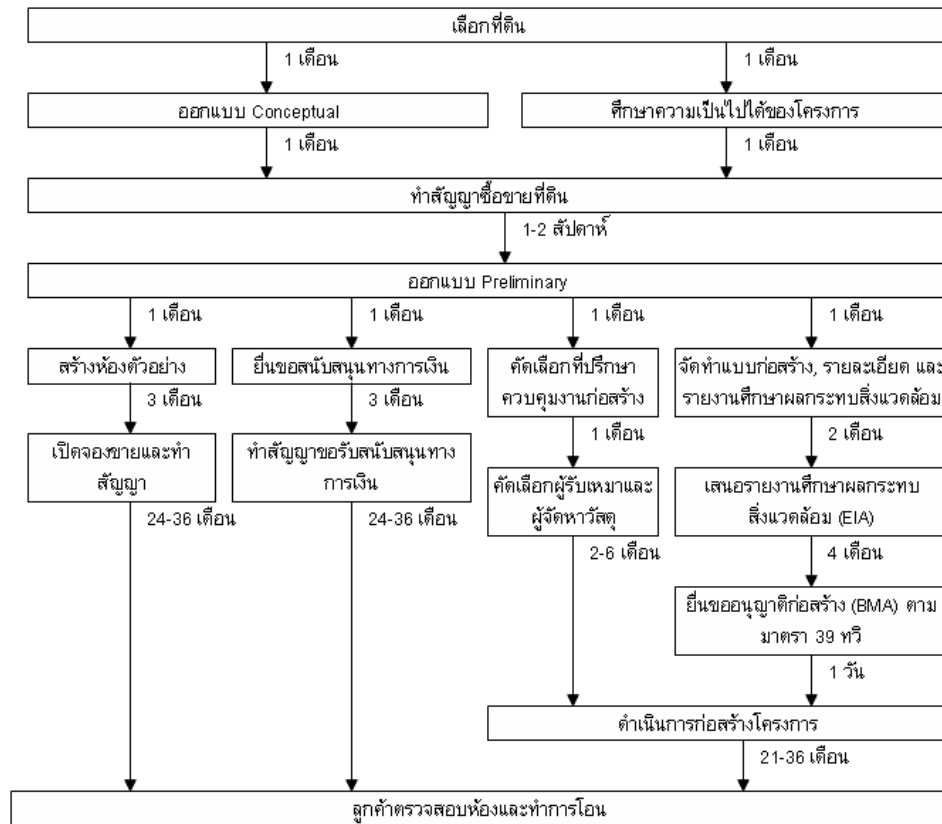
#### การจัดหาวัสดุ อุปกรณ์

ในการจัดหาวัสดุก่อสร้างที่ใช้ในการก่อสร้างโครงการนั้นสามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ วัสดุก่อสร้างหลัก และวัสดุก่อสร้างที่บริษัท เป็นผู้จัดหาเอง ทั้งนี้ในส่วนของวัสดุก่อสร้างหลักเช่น อิฐ หิน ปูน ทราย และเหล็ก เป็นต้น บริษัทผู้รับเหมาก่อสร้างจะเป็นผู้รับผิดชอบในการจัดซื้อวัสดุก่อสร้างหลักเหล่านั้นโดยคำนวณรวมเป็นส่วนหนึ่งในราคาจ้างก่อสร้าง ในส่วนของวัสดุก่อสร้างที่บริษัทเป็นผู้จัดหาเอง ได้แก่ วัสดุก่อสร้างบางประเภทที่สามารถนับจำนวนได้แน่นอนและมีราคาต่อหน่วยค่อนข้างสูง และวัสดุ อุปกรณ์ในส่วนที่ไม่ได้รวมอยู่ในงานของผู้ให้บริการรับจ้าง และผู้รับเหมาก่อสร้าง เช่น ลิฟท์ สุขภัณฑ์ เครื่องปั้นไฟ เป็นต้น โดยบริษัท มีหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกวัสดุ อุปกรณ์ในส่วนที่บริษัท จัดหาเอง ดังนี้

- แหล่งวัสดุ และแหล่งผลิตที่ได้คุณภาพมาตรฐาน
- ยี่ห้อที่เป็นมาตรฐานยอมรับและมีชื่อเสียงในตลาด
- ตัวแทนจัดจำหน่ายที่มีมาตรฐานและประสบการณ์
- ราคาที่เหมาะสมกับสภาวะตลาด

#### **3.3.2 ขั้นตอนและระยะเวลาในการก่อสร้าง**

การพัฒนาโครงการต่างๆของบริษัท จะมีระยะเวลาในการดำเนินการที่แตกต่างกันไป โดยจะขึ้นอยู่กับขนาดและรูปแบบของแต่ละโครงการ ซึ่งจะมีขั้นตอนและระยะเวลาโดยประมาณดังนี้



### 3.3.3 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

การก่อสร้างอาคารและการก่อสร้างสาธารณูปโภคต่างๆ ของบริษัทฯ ทุกโครงการจะอยู่ภายใต้การควบคุมของประกาศกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เรื่อง กำหนด หลักเกณฑ์ วิธีการ ระเบียบปฏิบัติ และแนวทางในการจัดทำรายงานการวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม โดยโครงการที่มีขนาดตั้งแต่ 10,000 ตารางเมตร หรือ การสร้างอาคารสูงตั้งแต่ 23 เมตร หรือ 80 หน่วย ขึ้นไป จะต้องมีการจัดทำรายงานการวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อมเพื่อเสนอในขั้นตอนของการขออนุญาตก่อสร้างอาคารตามกฎหมาย

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้มีมาตรการการป้องกันมลภาวะที่จะมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งในระหว่างการก่อสร้างและหลังการก่อสร้าง เช่น มีผ้าใบคลุมอาคารในระหว่างที่ก่อสร้าง เพื่อป้องกันเศษวัสดุก่อสร้างหล่นมาทำอันตรายแก่ผู้สัญจรไปมา และ เมื่อก่อสร้างเสร็จแล้ว ในอาคารนั้นๆ จะมีระบบบำบัดน้ำเสียส่วนกลาง ซึ่งมาตรการต่างๆ ที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมนั้นเป็นสิ่งที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญและจัดให้ทุกโครงการมีการปฏิบัติตามมาตรฐานที่กำหนดอย่างเคร่งครัด โดยที่ผ่านมามีบริษัทฯ ไม่มีประเด็นเรื่องผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมในการป้องกันผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแต่อย่างใด ยกเว้นค่าใช้จ่ายในการจัดทำรายงานการวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อมเพื่อประกอบการขออนุญาตก่อสร้างอาคารตามกฎหมาย

## 3.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2550

โครงการ	มูลค่าโครงการ (ล้านบาท)	จำนวนหน่วย	ความคืบหน้าในการก่อสร้าง (ร้อยละ)	จำนวนหน่วยที่ขายแล้วแต่ยังไม่สามารถส่งมอบ (หน่วย)	มูลค่าหน่วยที่ขายแล้วแต่ยังไม่สามารถส่งมอบ (ล้านบาท) <sup>1</sup>	ระยะเวลาเสนอขาย	ระยะเวลาก่อสร้าง	ระยะเวลาที่คาดว่าจะเริ่มโอนกรรมสิทธิ์
โครงการฟูลเลอตัน สุขุมวิท	1,600	138	98.20	2	47.90	ตั้งแต่มีนาคม 2547	ไตรมาส 3 ปี 2547 ถึง ไตรมาสที่ 4 ปี 2550	เริ่มโอนตั้งแต่ไตรมาส 3 ปี 2549
โครงการวอเตอร์มาร์ค เจ้าพระยาวิเวก ทาวเวอร์ เอ	3,900	282	38.88	179	2,312.65	ตั้งแต่ตุลาคม 2547	ไตรมาส 1 ปี 2548 ถึง ไตรมาส 2 ปี 2551	ไตรมาส 2 ปี 2551
โครงการแมนฮัตตัน ซิดลม	1,250	190	83.09	143	899.11	ตั้งแต่มีนาคม 2548	ไตรมาส 3 ปี 2548 ถึง ไตรมาส 4 ปี 2550	ไตรมาส 3 ปี 2550
โครงการวอเตอร์มาร์ค เจ้าพระยาวิเวก ทาวเวอร์ บี	1,800	204	24.14	61	498.78	ตั้งแต่มกราคม 2549	ไตรมาส 3 ปี 2548 ถึง ไตรมาส 2 ปี 2551	ไตรมาส 2 ปี 2551
โครงการวินด์ สุขุมวิท 23 (ซอยประสานมิตร)	1,200	220	3.31	81	411.51	- ตั้งแต่กันยายน 2549 (อย่างไม่เป็นทางการ) - ตั้งแต่พฤษภาคม 2550 (อย่างเป็นทางการ)	ไตรมาส 3 ปี 2550 ถึง ไตรมาส 1 ปี 2552	ไตรมาส 4 ปี 2551
โครงการวินด์ รัชโยธิน	1,600	390	2.49	97	371.20	- ตั้งแต่ตุลาคม 2549 (อย่างไม่เป็นทางการ) - ตั้งแต่พฤษภาคม 2550 (อย่างเป็นทางการ)	ไตรมาส 3 ปี 2550 ถึง ไตรมาส 4 ปี 2552	ไตรมาส 4 ปี 2552
โครงการอภัสตัน สุขุมวิท 22	2,000	269	1.60	51	334.31	- ตั้งแต่ตุลาคม 2549 (อย่างไม่เป็นทางการ)	ไตรมาส 3 ปี 2550 ถึง ไตรมาส 4 ปี 2552	ไตรมาส 4 ปี 2552

โครงการ	มูลค่าโครงการ (ล้านบาท)	จำนวนหน่วย	ความคืบหน้าในการก่อสร้าง (ร้อยละ)	จำนวนหน่วยที่ขายแล้วแต่ยังไม่ได้ส่งมอบ (หน่วย)	มูลค่าหน่วยที่ขายแล้วแต่ยังไม่ได้ส่งมอบ (ล้านบาท) <sup>1</sup>	ระยะเวลาเสนอขาย	ระยะเวลาก่อสร้าง	ระยะเวลาที่คาดว่าจะเริ่มโอนกรรมสิทธิ์
						- ตั้งแต่เมษายน 2550 (อย่างเป็นทางการ)		
โครงการมิคอนอส หัวหิน	450	122	0.92	81	303.98	- ตั้งแต่เมษายน 2550 (อย่างไม่เป็นทางการ) - ตั้งแต่พฤษภาคม 2550 (อย่างเป็นทางการ)	ไตรมาส 4 ปี 2550 ถึง ไตรมาส 1 ปี 2552	ไตรมาส 1 ปี 2552
<b>รวม</b>	<b>13,800</b>	<b>1,815</b>		<b>695</b>	<b>5,179.44</b>			

หมายเหตุ 1. หมายถึงจำนวนหน่วยที่ได้มีการทำสัญญาซื้อขายแล้ว

### 3.5 ข้อจำกัดการประกอบธุรกิจ

-ไม่มี-