

3. การประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์

3.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์

บริษัทประกอบธุรกิจหลักในการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทบ้านเดี่ยวและอาคารชุดพักอาศัย ในโซนเหนือและตะวันตกของกรุงเทพมหานคร และในบริเวณใจกลางเมือง โดยเฉพาะในย่านศูนย์กลางธุรกิจ โดยโครงการของบริษัทในปัจจุบันสามารถสรุปรายละเอียด และความคืบหน้าในการขายและการก่อสร้าง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2549 ได้ดังนี้

ชื่อโครงการ	ที่ตั้งโครงการ	ลักษณะโครงการ	เดือนที่โครงการเปิดจอง	เนื้อที่โครงการ	ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย	จำนวนทั้งหมด		จำนวนยอดขายสัญญาจะซื้อจะขาย		คงเหลือจากการขาย		จำนวนที่โอนกรรมสิทธิ์		คงเหลือโอนจากการขาย		ความคืบหน้าของโครงการ ¹ (ร้อยละ)	สัดส่วนการรับรู้รายได้ (ร้อยละ)
			(เดือน/ปี)	(ไร่-งาน-วา)		หน่วย	ล้านบาท	หน่วย	ล้านบาท	หน่วย (ร้อยละ) ²	ล้านบาท (ร้อยละ) ²	หน่วย	ล้านบาท	หน่วย (ร้อยละ) ³	ล้านบาท (ร้อยละ) ³		
โครงการบ้านเดี่ยว																	
ปทุมพรแกรนด์โฮม	พุทธมณฑลสาย 3	บ้านเดี่ยว	ส.ค. 2545	18-3-18.6	B+ ถึง A	41	419.74	41	419.7	0 (0.0)	0 (0.0)	41	419.7	0 (0.0)	0.0 (0.0)	100.0	100.0
รสา วิลเลจ	พุทธมณฑลสาย 3	บ้านเดี่ยว	ก.พ. 2548	9-5-58.9	B+ ถึง A	23	231.0	15	134.0	8 (34.8)	97.0 (42.0)	12	109.0	3 (20.0)	25.0 (18.7)	98.9	47.2
รสา สเปนนิชคอร์ทยาร์ด	เกษตร – นวมินทร์	บ้านเดี่ยว	ม.ค. 2549	34-1-7.5	B+	121	870.0	29	203.3	92 (76.0)	666.7 (76.6)	15	114.0	14 (48.3)	89.3 (43.9)	44.6	13.1
โครงการอาคารชุดพักอาศัย																	
วิลเซอร์	สุขุมวิท 22	อาคารชุดขนาด 22 ชั้น	ต.ค. 2546	1-1-99.8	A ถึง A+	78	895.5	71	813.8	7 (9.0)	81.7 (9.1)	68	778.6	3 (4.2)	35.1 (4.3)	98.1	89.9
วิลมอร์	พหลโยธิน 32	อาคารชุดขนาด 8 ชั้น	พ.ค. 2549	0-2-98	B	69	151.7	50	102.5	19 (27.5)	49.2 (32.4)	0	0	50 (100.0)	102.5 (100.0)	33.7	1.7

หมายเหตุ : ¹คำนวณจากสัดส่วนของต้นทุนการก่อสร้างโครงการตามจริง (ไม่รวมค่าที่ดิน) ต่อต้นทุนการก่อสร้างประมาณการสำหรับแต่ละโครงการ

²คำนวณจากสัดส่วนของมูลค่าทำสัญญาจะซื้อจะขายต่อมูลค่าโครงการ

³คำนวณจากสัดส่วนของมูลค่าทำสัญญาจะซื้อจะขายคงเหลือจากการโอนกรรมสิทธิ์ต่อมูลค่าทำสัญญาจะซื้อจะขาย

โครงการที่กำลังพัฒนาและเปิดขายแล้ว ได้แก่

1) โครงการปทุมพร แกรนด์โฮม (ปิดการขายโครงการไปในเดือนสิงหาคม 2549)



ที่ตั้งโครงการ :	ถนนพุทธมณฑล สาย 3 แขวงบางไผ่ เขตบางแค กรุงเทพมหานคร
พื้นที่โครงการ :	18-3-18.6 ไร่
รายละเอียดโครงการ :	บ้านเดี่ยวขนาด 100 ตารางวาขึ้นไป จำนวน 41 หลัง แบ่งเป็น 4 แบบดังนี้ - แบบที่ 1: Sorrento ขนาดพื้นที่ใช้สอย 396 ตร.ม. จำนวน 11 หลัง - แบบที่ 2: Portofino ขนาดพื้นที่ใช้สอย 334 ตร.ม. จำนวน 18 หลัง - แบบที่ 3: Lucano ขนาดพื้นที่ใช้สอย 302 ตร.ม. จำนวน 8 หลัง - แบบที่ 4: Bellagio ขนาดพื้นที่ใช้สอย 574 ตร.ม. จำนวน 4 หลัง
จุดเด่นของโครงการ :	- บ้านหรูสไตล์อิตาลี เน้นการจัดสรรประโยชน์ใช้สอย - ระบบการก่อกองน้ำอิมมูมู 2 ชั้น (Double Wall) พร้อมฉนวนกันความร้อน เพื่อทำให้ผนังมีความแข็งแรงและช่วยให้ประหยัดพลังงาน - ระบบ Home Automation - พื้นที่ส่วนกลางมีสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน พร้อมทั้งสวนสาธารณะหรูหราสไตล์เมดิเตอร์เรเนียน
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย :	พนักงานและเจ้าของกิจการที่ทำธุรกิจในพื้นที่ดังกล่าวระดับ A – B+
ระดับราคาขายต่อหลัง :	7.30 – 20.00 ล้านบาท
ประมาณการมูลค่าโครงการ :	419.74 ล้านบาท (มูลค่า ณ วันปิดโครงการ)
ประมาณการมูลค่าเงินลงทุน :	345.74 ล้านบาท
ระยะเวลาการก่อสร้าง :	ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2549 – งานโดยรวมแล้วเสร็จ ร้อยละ 100.00
ระยะเวลาขาย :	ปัจจุบันได้ปิดการขายโครงการไปแล้วในไตรมาส 3 ปี 2549

2) โครงการราสา วิลเลจ

โครงการราสา วิลเลจ ได้ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อรองรับความต้องการส่วนเพิ่มจากโครงการปทุมพร แกรนด์โฮม ซึ่งอยู่ในบริเวณเดียวกัน และเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ต้องการบ้านสำหรับครอบครัวขนาดกลาง



ที่ตั้งโครงการ :	ถนนพุทธมณฑล สาย 3 แขวงบางไผ่ เขตบางแค กรุงเทพมหานคร
พื้นที่โครงการ :	9-5-58.9 ไร่
รายละเอียดโครงการ :	บ้านเดี่ยวขนาด 100 ตารางวาขึ้นไป จำนวน 23 หลัง แบ่งเป็น - แบบ Sorrento ขนาดพื้นที่ใช้สอย 385 ตร.ม. จำนวน 3 หลัง - แบบ Portofino ขนาดพื้นที่ใช้สอย 330 ตร.ม. จำนวน 13 หลัง - แบบ Mirano ขนาดพื้นที่ใช้สอย 304 ตร.ม. จำนวน 4 หลัง - แบบ Lucano ขนาดพื้นที่ใช้สอย 292 ตร.ม. จำนวน 3 หลัง
จุดเด่นของโครงการ :	- บ้านหรูสไตล์อิตาลี เน้นความโปร่งโล่งสบาย และมีการจัดสรรประโยชน์ใช้สอยสูงสุด - ระบบการก่อกองน้ำ 2 ชั้น (Double Wall) พร้อมฉนวนกันความร้อน เพื่อให้ผนังมีความแข็งแรงและช่วยให้ประหยัดพลังงาน - พื้นที่สีเขียวในบริเวณบ้าน - พื้นที่ส่วนกลางมีสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน พร้อมทั้งสวนสาธารณะหรูหราสไตล์เมดิเตอร์เรเนียน
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย :	พนักงานและเจ้าของกิจการที่ทำธุรกิจในพื้นที่ดังกล่าวระดับ A – B+
ระดับราคาขายต่อหลัง :	8.90 – 13.00 ล้านบาท
ประมาณการมูลค่าโครงการ :	231.00 ล้านบาท
ประมาณการมูลค่าเงินลงทุน :	174.18 ล้านบาท
ระยะเวลาการก่อสร้าง :	ตั้งแต่กรกฎาคม 2547
ระยะเวลาขาย :	ตั้งแต่กุมภาพันธ์ 2548

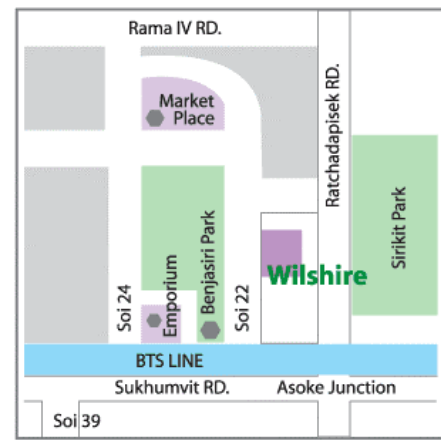
3) โครงการราสา สเปนนิช คอร์ตยาร์ด



ที่ตั้งโครงการ :	ซอยมัยลาภ ถนนเกษตร-นวมินทร์ แขวงจรเขี้ยว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร
พื้นที่โครงการ :	34-1-7.5 ไร่
รายละเอียดโครงการ :	บ้านเดี่ยวขนาดตั้งแต่ 52-168 ตารางวา จำนวน 121 หลัง แบ่งเป็น - ขนาดบ้านพักอาศัยธรรมดา ในแบบ Rosalina ขนาดพื้นที่ใช้สอย 262.93 ตร.ม. และแบบ Marbella ขนาดพื้นที่ใช้สอย 247.25 ตร.ม. รวมจำนวน 79 หลัง - ขนาดบ้านพักอาศัยพิเศษ ในแบบ Saratosa ขนาดพื้นที่ใช้สอย 401.96 ตร.ม. จำนวน 9 หลัง และบ้านแฝด จำนวน 33 หลัง
จุดเด่นของโครงการ :	- ตั้งอยู่ในทำเลที่มีการขยายตัวของที่อยู่อาศัยสูง สามารถเลือกเดินทางได้หลายเส้นทาง และใกล้แหล่งช้อปปิ้งชั้นนำ โรงพยาบาล และสถานศึกษา - สถาปัตยกรรมสไตล์สเปน บรรยากาศโปร่งโล่งสบายด้วยกระจกทรงสูง และมีการจัดสรรประโยชน์ใช้สอยสูงสุด - การก่อสร้างด้วยวัสดุอุปกรณ์คุณภาพดี เน้นโครงสร้างที่แข็งแรง - พื้นที่สีเขียวในบริเวณบ้านในสไตล์ Cluster Garden - พื้นที่ส่วนกลางมี Club House หู และสระว่ายน้ำขนาดใหญ่ พร้อมระบบรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย :	พนักงานและเจ้าของกิจการที่ทำธุรกิจในพื้นที่ดังกล่าวระดับ B+
ระดับราคาขายต่อหลัง :	6.50 – 14.00 ล้านบาท
ประมาณการมูลค่าโครงการ :	870.00 ล้านบาท
ประมาณการมูลค่าเงินลงทุน :	576.88 ล้านบาท
ระยะเวลาการก่อสร้าง :	ตั้งแต่มีนาคม 2547*
ระยะเวลาขาย :	ตั้งแต่มกราคม 2549

* บริษัทเริ่มดำเนินการพัฒนาที่ดิน (ถมที่ดิน) ในเดือนมีนาคม 2547 และประสบปัญหาจากสภาพดินและปัญหาฝนตก ส่งผลให้การพัฒนาที่ดินใช้เวลานานกว่ากำหนด และเกิดความล่าช้าในการเริ่มดำเนินการก่อสร้าง ซึ่งสามารถเริ่มงานก่อสร้างโครงการในเดือนมกราคม 2548

4) โครงการวิลเชอร์



ที่ตั้งโครงการ :	ซอยสุขุมวิท 22 ถนนสุขุมวิท แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร
พื้นที่โครงการ :	1-1-99.8 ไร่
พื้นที่ขาย :	12,109.56 ตารางเมตร
รายละเอียดโครงการ :	คอนโดมิเนียมสูง 22 ชั้น จำนวน 78 หน่วย แบ่งเป็น - ห้องพัก 2 ห้องนอน ทั้งในแบบธรรมดาและแบบพิเศษ ขนาดพื้นที่ใช้สอย 106 – 143 ตร.ม. รวมจำนวน 46 หน่วย - ห้องพัก 3 ห้องนอน ทั้งในแบบธรรมดาและแบบพิเศษ ขนาดพื้นที่ใช้สอย 157 – 210 ตร.ม. รวมจำนวน 26 หน่วย - ห้องพัก 4 ห้องนอน ขนาดพื้นที่ใช้สอย 292 ตร.ม. จำนวน 2 หน่วย - Pent House ขนาดพื้นที่ใช้สอย 253 – 367 ตร.ม. รวมจำนวน 4 หน่วย
จุดเด่นของโครงการ :	- ทำเลใจกลางเมือง ใกล้แหล่งธุรกิจ และสะดวกในการเดินทางเนื่องจากใกล้กับสถานีรถไฟฟ้าและรถไฟฟ้าใต้ดิน - คอนโดมิเนียมระดับห้าดาว รูปแบบโรงแรม ในสไตล์ Contemporary - การก่อสร้างผนังแยกออกจากกันในแต่ละหน่วย และระบบแผ่นซับเสียงระหว่างชั้น - ระบบ Wireless Internet - ระบบรักษาความปลอดภัยแบบ Finger Scanning Access Control พร้อมเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง และระบบแสงสว่างสำรอง - พื้นที่ส่วนกลางมีลิโอบบี้รับรองกว้างขวาง สระว่ายน้ำ ฟิตเนส เซาว์น่า และห้องกิจกรรม
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย :	นักธุรกิจและชาวต่างชาติระดับ A – A+
ระดับราคาขายต่อหน่วย :	7.00 – 30.00 ล้านบาท
ประมาณการมูลค่าโครงการ :	895.51 ล้านบาท
ประมาณการมูลค่าเงินลงทุน :	567.16 ล้านบาท
ระยะเวลาการก่อสร้าง :	ตั้งแต่กุมภาพันธ์ 2547
ระยะเวลาเสนอขาย :	ตั้งแต่ตุลาคม 2546

5) โครงการวิลมอร์



ที่ตั้งโครงการ :	ซอยเสนานิคม ถนนพหลโยธิน 32 แขวงจันทระเกษม เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร
พื้นที่โครงการ :	298 ตารางวา
พื้นที่ขาย :	2,975 ตารางเมตร
รายละเอียดโครงการ :	คอนโดมิเนียมสูง 8 ชั้น
จุดเด่นของโครงการ :	- ตั้งอยู่ในแหล่งสาธารณูปโภค ใกล้ส่วนต่อขยายรถไฟฟ้าเส้นทาง หมอชิต – สะพานใหม่คอนเมือง - พื้นที่ส่วนกลางมีสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ห้องออกกำลังกาย ระบบรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง
จำนวนหน่วย :	ห้องพักอาศัยจำนวน 69 หน่วย พื้นที่ใช้สอยต่อหน่วยประมาณ 27 – 70 ตร.ม.
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย :	พนักงานบริษัทระดับ B
ระดับราคาขายต่อหน่วย :	1 – 3 ล้านบาท
ประมาณการมูลค่าโครงการ :	151.70 ล้านบาท
ประมาณการมูลค่าเงินลงทุน :	94.25 ล้านบาท
ระยะเวลาการก่อสร้าง :	ตั้งแต่พฤษภาคม 2549
ระยะเวลาเสนอขาย :	ตั้งแต่พฤษภาคม 2549

เงื่อนไขการชำระเงินของโครงการต่างๆของบริษัทสามารถสรุปได้ดังนี้

โครงการ	ขนาด	เงื่อนไขการชำระเงิน			
		เงินจอง	เงินจอง เงินทำสัญญา และเงินดาวน์ ¹	จำนวนงวดผ่อนดาวน์	เงินโอน ¹
โครงการปทุมพรแกรนด์โฮม	ราคาขายต่อหลัง ตั้งแต่ 10 ล้านบาท ขึ้นไป	100,000 บาท	ร้อยละ 30 ²	3 งวด	ร้อยละ 70
	ราคาขายต่อหลัง ต่ำกว่า 10 ล้านบาท	100,000 บาท	ร้อยละ 20	3 งวด	ร้อยละ 80
โครงการราสา วิลเลจ	ราคาขายต่อหลัง ตั้งแต่ 10 ล้านบาท ขึ้นไป	100,000 บาท	ร้อยละ 30	6 งวด	ร้อยละ 70
	ราคาขายต่อหลัง ต่ำกว่า 10 ล้านบาท	100,000 บาท	ร้อยละ 20	6 งวด	ร้อยละ 80

โครงการ	ขนาด	เงื่อนไขการชำระเงิน			
		เงินจอง	เงินจอง เงินทำสัญญา และเงินดาวน์ ¹	จำนวนงวดผ่อนดาวน์	เงินโอน ¹
โครงการราสา สเปนิชคอร์ทยาร์ด	ราคาขายต่อหลัง ตั้งแต่ 10 ล้านบาท ขึ้นไป ³	50,000 บาท	ร้อยละ 10 – 20	3 งวด	ร้อยละ 80 – 90
	ราคาขายต่อหลัง ต่ำกว่า 10 ล้านบาท	50,000 บาท	ร้อยละ 10	3 งวด	ร้อยละ 90
โครงการวิลเซอร์	ราคาขายต่อห้องชุด ตั้งแต่ 10 ล้านบาท ขึ้นไป	100,000 บาท	ร้อยละ 30 ²	20 งวด	ร้อยละ 70
	ราคาขายต่อห้องชุด ต่ำกว่า 10 ล้านบาท	100,000 บาท	ร้อยละ 10 – 30	20 งวด	ร้อยละ 70 – 90
โครงการราสา พาร์คเลน	ทุกหลัง (ราคาขายต่อหลังต่ำกว่า 10 ล้านบาท)	100,000 บาท	ร้อยละ 20	6 งวด	ร้อยละ 80
โครงการวิลมอร์	ทุกห้องชุด (ราคาขายต่อห้องชุด ต่ำกว่า 10 ล้านบาท)	5,000 บาท	ร้อยละ 20	15 งวด	ร้อยละ 80

หมายเหตุ

¹ ร้อยละของราคาขาย

² บริษัทอาจพิจารณาให้อัตราส่วนเงินทำสัญญาและเงินดาวน์ต่ำกว่าร้อยละ 30 ในช่วงที่มีการส่งเสริมการขาย เช่น ระยะแรกของการเปิดโครงการ เป็นต้น

³ มีจำนวน 9 หลัง (ขายไปแล้ว 2 หลัง และโอนกรรมสิทธิ์ไปแล้ว 1 หลัง) ที่มีราคาขายต่อหลังตั้งแต่ 10 ล้านบาท ขึ้นไป จากจำนวนในโครงการทั้งหมด 121 หลัง

รายละเอียดเงินค้ำชำระสะสม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2549

ชื่อโครงการ	เงินค้ำชำระสะสม		ค้ำชำระ 1 – 3 เดือน		ค้ำชำระ 3 – 6 เดือน		ค้ำชำระ 6 เดือนขึ้นไป	
	จำนวนราย	ล้านบาท	จำนวนราย	ล้านบาท	จำนวนราย	ล้านบาท	จำนวนราย	ล้านบาท
ราสา วิลเลจ	-	-	-	-	-	-	-	-
ราสา สเปนิช คอร์ทยาร์ด	-	-	-	-	-	-	-	-
วิลเซอร์	-	-	-	-	-	-	-	-
วิลมอร์	4	0.05	4	0.05	-	-	-	-
รวม	4	0.05	4	0.05	-	-	-	-

ทั้งนี้ ณ 31 ธันวาคม 2549 บริษัทมีหนี้ที่ไม่ได้รับชำระเมื่อครบกำหนดจำนวน 52,600 บาท หรือคิดเป็นอัตราร้อยละ 0.01 ของเงินที่ครบกำหนดชำระ จากลูกค้า 4 รายในโครงการวิลมอร์

โครงการในอนาคต ได้แก่

โครงการราสา พาร์คเลน

บริษัทได้ดำเนินการซื้อโครงการกรุงไทย กรีนเนอรีโฮม ซึ่งเป็นโครงการบ้านเดี่ยวจากบริษัทกรุงไทย พร็อพเพอร์ตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด โดยทำสัญญาจะซื้อจะขายในวันที่ 29 ธันวาคม 2548 และได้เปลี่ยนชื่อโครงการเป็นโครงการราสา พาร์คเลน เพื่อนำมาพัฒนาและบริหารจัดการขายต่อเอง โดยในโครงการได้มีการพัฒนาสโมสรส่วนกลาง และสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานไปแล้วบางส่วน เช่น ระบบน้ำประปา และถนนที่ยังไม่เสร็จสมบูรณ์ เป็นต้น

ที่ตั้งโครงการ :	ซอยวัชรพล ถนนรามอินทรา แขวงคลองถนน เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร
พื้นที่โครงการ :	31-0-47 ไร่
รายละเอียดโครงการ :	บ้านเดี่ยวขนาด 50 ตารางวาขึ้นไป จำนวน 96 หลัง พื้นที่ใช้สอยต่อหลังประมาณ 180 – 230 ตร.ม.
จุดเด่นของโครงการ :	- ตั้งอยู่ในทำเลที่มีการขยายตัวของที่อยู่อาศัยสูง ทางเข้าออกกว้างขวาง ใกล้แหล่งความเจริญ - บ้านสไตล์ Modern Tropical เน้นการจัดสรรประโยชน์ใช้สอยสูงสุด - พื้นที่ส่วนกลางมีสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน พร้อมทั้งสวนสาธารณะ
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย :	พนักงานและเจ้าของกิจการระดับ B+
ระดับราคาขายต่อหน่วย :	4.00 – 7.00 ล้านบาท
ประมาณการมูลค่าโครงการ :	613.00 ล้านบาท
ประมาณการมูลค่าเงินลงทุน :	424.08 ล้านบาท
ระยะเวลาการก่อสร้าง :	ตั้งแต่เดือนมกราคม 2550
ระยะเวลาเสนอขาย :	คาดว่าจะสามารถเปิดการขายในปี 2550

สรุปสาระสำคัญของสัญญาจะซื้อจะขายโครงการ ดังนี้

ผู้จะขาย	บริษัท กรุงไทย พร็อพเพอร์ตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด
ผู้จะซื้อ	บริษัท รสา พร็อพเพอร์ตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน)
ทรัพย์สิน	ที่ดิน ตำบลคลองถนน อำเภอบางเขน จำนวน 2 แปลง เนื้อที่รวม 31 ไร่ 47 ตารางวา พร้อมสิ่งปลูกสร้าง โดยกำหนดให้การซื้อขายตามสัญญานี้เป็นการขายเหมายกแปลง
ราคาซื้อขาย	ผู้จะขายตกลงจะขายทรัพย์สินให้แก่ผู้จะซื้อในราคา 170 ล้านบาท โดยกำหนดโอนกรรมสิทธิ์ภายใน 90 วัน นับจากวันที่ลงนามในสัญญา เว้นแต่ในกรณีที่การจัดสรรที่ดินไม่แล้วเสร็จ คู่สัญญาตกลงให้ขยายกำหนดการโอนกรรมสิทธิ์ออกไปเป็นภายใน 120 วัน นับจากวันที่ลงนามในสัญญา
	การชำระแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ เงินมัดจำ จำนวน 5 ล้านบาท โดยชำระในวันทำสัญญา และ เงินค่าซื้อทรัพย์สินส่วนที่ค้าง จำนวน 165 ล้านบาท ในวันจดทะเบียนโอนกรรมสิทธิ์
กรณีผิดสัญญา	- กรณีที่ผู้จะขายผิดเงื่อนไขข้อตกลง ผู้จะขายตกลงให้ผู้จะซื้อฟ้องบังคับให้ผู้จะขายปฏิบัติตามสัญญานี้ โดยยินยอมชดเชยค่าเสียหายอันเกิดจากการผิดสัญญาดังกล่าว - กรณีที่ผู้จะซื้อไม่รับโอนกรรมสิทธิ์ ผู้จะซื้อตกลงยินยอมให้ผู้จะขายริบเงินมัดจำทั้งจำนวน และยินยอมชดเชยค่าเสียหายอันเกิดจากการผิดสัญญาดังกล่าว

ในเบื้องต้น บริษัทได้มีหนังสือขอขยายระยะเวลาการโอนกรรมสิทธิ์ในครั้งแรกออกไปอีก 90 วัน เนื่องจากการศึกษาข้อมูลโครงการก่อนการรับโอนกรรมสิทธิ์ยังไม่เรียบร้อย ต่อมาบริษัทได้รับหนังสือจากบริษัทกรุงไทย พร็อพเพอร์ตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด เพื่อขอขยายระยะเวลาการโอนกรรมสิทธิ์ออกไปอีก 120 วัน อีกครั้ง ทั้งนี้มีเหตุมาจากการที่บริษัทกรุงไทย พร็อพเพอร์ตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด ได้มีการดำเนินการแบ่งแปลงจัดสรรไม่สอดคล้องกับแบบแปลนการจัดสรร

ของบริษัท ดังนั้นบริษัทกรุงเทพ พร็อพเพอร์ตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด จึงต้องมีการดำเนินการรวมโฉนดใหม่ให้เรียบร้อย ก่อนการโอนกรรมสิทธิ์ให้กับบริษัท โดยบริษัทได้มีการวางมัดจำเพิ่มอีก 10 ล้านบาท จากเดิม 5 ล้านบาท ในช่วงของการ ขยายเวลาโอนกรรมสิทธิ์ออกไป อย่างไรก็ตาม จากการที่บริษัทกรุงเทพ พร็อพเพอร์ตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด ได้รวมโฉนด ที่ดินเสร็จสิ้นในเดือนตุลาคม 2549 ซึ่งบริษัทจะต้องมีการดำเนินการเพื่อขอคำที่ดินกับกรมที่ดินให้แล้วเสร็จก่อนการโอน กรรมสิทธิ์ โดยบริษัทได้รับโอนกรรมสิทธิ์โครงการดังกล่าวเรียบร้อยแล้วในเดือนธันวาคม ปี 2549

3.2 การตลาด การแข่งขัน และแนวโน้มอุตสาหกรรม

3.2.1 นโยบายและลักษณะการตลาด

กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจของบริษัท

กลยุทธ์ด้านการแข่งขันและจุดเด่น

จากการที่บริษัทเริ่มดำเนินการตั้งแต่ในปี 2538 จนถึงปัจจุบัน บริษัทมีกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจดังนี้

■ **โครงการมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว (Product Differentiate)**

บริษัทดำเนินนโยบายในการวางแผนคิดด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยเน้นการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ แตกต่างในแต่ละโครงการ เพื่อให้แบบบ้านในแต่ละโครงการมีความเหมาะสมกับทำเลพื้นที่และตอบรับกับ ความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนไปตามเวลา แต่ในขณะเดียวกันก็สามารถจัดสรรประโยชน์ใช้สอยสูงสุดที่ตรงกับ ความต้องการของลูกค้า ดังนั้น ทุกโครงการของบริษัทถือว่าเป็นสินค้าจำนวนจำกัด (Limited Edition) กล่าวคือ แต่ละ โครงการจะมีสไตล์ที่ต่างกัน และเมื่อโครงการเสร็จสิ้นแล้ว ก็จะพัฒนาโครงการรูปแบบใหม่ๆ ที่แตกต่างจากโครงการ เดิม เช่น โครงการปทุมพร แกรนด์โฮม ซึ่งเป็นบ้านหรูสไตล์อิตาเลียน หรือโครงการรสา สเปนนิช คอร์ทยาร์ด ซึ่งเป็นบ้านสไตล์สเปน เช่นเดียวกับโครงการวิลเชอร์ ซึ่งเป็นอาคารชุดพักอาศัย ในทำเลใจกลางเมืองในสไตล์ โมเดิร์นคลาสสิก ทั้งนี้ โครงการของบริษัททุกโครงการได้รับการออกแบบโดยบริษัทสถาปนิกชั้นนำซึ่งมีชื่อเสียง และประสบการณ์ที่เป็นที่ยอมรับในวงการอสังหาริมทรัพย์

■ **ทำเลที่ตั้งของโครงการ (Prime Location)**

ทำเลที่ตั้งของโครงการถือเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดยบริษัทให้ความสำคัญกับ ทำเลที่สามารถที่จะเดินทางได้สะดวกสบาย มีสิ่งแวดล้อมที่ดี และมีสาธารณูปโภค รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวก ที่ครบครัน ก็จะสามารถพัฒนาเป็นที่โครงการที่อยู่อาศัยที่มีคุณภาพได้ ที่สำคัญสามารถเดินทางสู่แหล่งธุรกิจ แหล่งจับจ่ายใช้สอย และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ได้ภายในระยะเวลาอันรวดเร็ว ดังนั้น บริษัทจึงเลือกที่ตั้ง โครงการที่อยู่ในบริเวณที่สามารถเดินทางสู่ถนนหลักที่มีสาธารณูปโภคครบครันได้อย่างรวดเร็วและสะดวกสบาย อาทิเช่น พุทธมณฑลสาย 3 เกษตร-นวมินทร์ และสุขุมวิท 22

■ **คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (Product Quality)**

บริษัทเน้นเลือกใช้วัสดุก่อสร้างที่มีคุณภาพสูง และมีคุณสมบัติที่ดีต่อการก่อสร้างที่อยู่อาศัย สำหรับโครงการ อาคารชุดวิลเชอร์ บริษัทเน้นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าในด้านต่างๆ เช่น การนำระบบผนังแยก ออกจากกันในแต่ละหน่วย (Split-Wall Concept) ระบบแผ่นซับเสียงระหว่างชั้น และกระจกกันเสียงรอบตึก เข้ามาใช้เพื่อป้องกันเสียงรบกวนและเพื่อความเป็นส่วนตัวสูงสุด

■ **บ้านสร้างก่อนขาย (Pre – Built)**

โครงการบ้านเดี่ยวของบริษัทเป็นบ้านกึ่งสร้าง (Se-mi Pre-Built) กล่าวคือ บริษัทจะดำเนินการก่อสร้างตามแบบและผังโครงการที่ได้วางแผนไว้ก่อนจนแล้วเสร็จประมาณร้อยละ 60 – 70 จากนั้นจึงเริ่มเปิดการขาย เพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกตกแต่งเองได้ อาทิเช่น สุขภัณฑ์ พื้น ฝ้า และสีของตัวบ้าน และช่วยสร้างความมั่นใจ

ใจให้แก่ลูกค้าเมื่อเห็นงานก่อสร้างที่ใกล้แล้วเสร็จ ส่งผลให้การขายดำเนินการไปได้อย่างรวดเร็ว และได้ราคาขายที่ดีกว่าการขายซึ่งอ้างอิงจากแบบแปลน อีกทั้งยังสามารถประหยัดต้นทุนในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ได้มาก นอกจากนี้ กลยุทธ์ดังกล่าวยังส่งผลให้การวางแผนงานและการบริหารงานก่อสร้างเป็นไปด้วยความสะดวกรวดเร็ว และประหยัดต้นทุนในการดำเนินการได้มาก ในขณะเดียวกันบริษัทก็สามารถบริหารความเสี่ยงจากภาระต้นทุนค่าก่อสร้างได้อย่างมีประสิทธิภาพ

■ **การส่งมอบงานตามกำหนดเวลา (On-Time Transfer)**

บริษัทมีนโยบายที่จะพัฒนาโครงการและส่งมอบโครงการให้กับลูกค้าได้ตามระยะเวลาที่กำหนด โดยในโครงการประเภทอาคารชุดพักอาศัย บริษัทจะมีการเผื่อระยะเวลาความล่าช้าที่อาจเกิดขึ้นของการก่อสร้างก่อนการส่งมอบงาน ประมาณ 4 – 5 เดือน สำหรับโครงการประเภทบ้านเดี่ยว จะมีนโยบายในการก่อสร้างแล้วเสร็จประมาณ ร้อยละ 60 – 70 ก่อนการเสนอขาย ทำให้สามารถควบคุมระยะเวลาในการส่งมอบงานให้กับลูกค้าได้ค่อนข้างแน่นอน อีกทั้งทำให้บริษัทสามารถบริหารการเงินและต้นทุนการก่อสร้างได้อย่างมีประสิทธิภาพและสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าของบริษัทได้เป็นอย่างดี

■ **การจับกลุ่มลูกค้าระดับคุณภาพ (Niche Market & High Qualities)**

บริษัทพัฒนาโครงการทุกโครงการของบริษัทโดยมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ชัดเจน โดยเน้นกลุ่มลูกค้าที่มีความชื่นชอบสินค้าคุณภาพสูง (Value Buyer) อาทิเช่น การก่อสร้างที่พิถีพิถันโดยบริษัทที่มีวิศวกรควบคุมคุณภาพ การเลือกใช้วัสดุก่อสร้างที่มีคุณภาพ ซึ่งลูกค้ากลุ่มนี้เป็นกลุ่มลูกค้าที่มีความผูกพันกับสินค้าของบริษัทจึงมีการซื้อขายกันอย่างต่อเนื่องไม่ว่าจะสำหรับใช้เป็นที่พักอาศัย หรือเพื่อการลงทุน อีกทั้งยังเป็นช่องทางประชาสัมพันธ์ไปสู่กลุ่มลูกค้าใหม่ๆ ด้วย ซึ่งช่องทางดังกล่าวจะมีโอกาสความสำเร็จทางการขายสูง

กลยุทธ์ด้านราคา

บริษัทกำหนดราคาผลิตภัณฑ์โดยคำนึงถึงปัจจัยหลาย ๆ ประการเพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ เช่น

1) พิจารณาถึงราคาขายของโครงการจัดสรรอื่นบนทำเลเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน และมีพื้นที่ใช้สอยของตัวบ้านที่ใกล้เคียงกัน 2) กำลังซื้อและความสนใจของลูกค้าเมื่อเปิดโครงการแล้ว เพื่อให้การตั้งราคาขายของบริษัทเป็นราคาที่ สามารถแข่งขันได้ และ 3) การกำหนดราคาขายของบริษัทยังคำนึงถึงต้นทุนโครงการ ซึ่งรวมถึงราคาที่ดิน ค่าใช้จ่ายในการออกแบบ และต้นทุนก่อสร้างอื่นๆ เป็นต้น ซึ่งที่ผ่านมา ด้วยกลยุทธ์เช่นนี้บริษัทสามารถ มีอัตราการทำการกำไรที่น่าพอใจมาโดยตลอด

การส่งเสริมการขายและประชาสัมพันธ์

บริษัทเลือกที่จะใช้สื่อในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพสูงสุดและหลากหลายช่องทางในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เช่น การติดป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ในทำเลที่สังเกตเห็นได้ชัดเจนในถนนสายหลัก การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ เพื่อให้กลุ่มผู้บริโภคได้รับทราบข้อมูลของโครงการและเป็นการสร้างตราสินค้าให้รู้จักในวงกว้างมากขึ้น รวมทั้งการสร้างห้องตัวอย่างเสมือนจริง เพื่อให้ลูกค้าได้สัมผัสกับลักษณะการจัดวางห้อง การเลือกใช้วัสดุบรรยากาศของการอยู่อาศัย เพื่อที่ลูกค้าจะได้ตัดสินใจซื้ออย่างมั่นใจและรวดเร็ว โดยสังเกตได้จากโครงการวิลเซอร์ ที่บริษัทนำรูปแบบการประชาสัมพันธ์ด้วยห้องตัวอย่างเข้ามาใช้ เป็นส่วนสนับสนุนให้โครงการมีความก้าวหน้าในการขาย

นอกจากนี้ บริษัทยังดำเนินการประชาสัมพันธ์ด้วยการส่งเอกสารโฆษณาโครงการถึงกลุ่มลูกค้าโดยตรงร่วมกับสินค้าที่มีภาพลักษณ์ใกล้เคียงกัน เช่น บัตรเครดิต รวมถึงการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านทางสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสารและหนังสือพิมพ์ อีกทางหนึ่งด้วย

ลักษณะของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

โครงการอสังหาริมทรัพย์ในปัจจุบันของบริษัทเป็นโครงการบ้านเดี่ยวในโซนเหนือและโซนตะวันตก และโครงการอาคารชุดในพื้นที่ที่เป็นทำเลที่ดี โดยเฉพาะย่านธุรกิจ (Central Business District – CBD) โดยมุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าที่มีความชื่นชอบสินค้าคุณภาพสูง โดยจะเป็นกลุ่มลูกค้าที่อยู่ในช่วงระดับ B – A+ ซึ่งได้แก่ กลุ่มผู้บริหารระดับกลางถึงสูงขององค์กรภาครัฐและเอกชน กลุ่มนักธุรกิจชาวต่างชาติที่ทำงานในประเทศ กลุ่มผู้ประกอบการอาชีพอิสระ เช่น สถาปนิก วิศวกร แพทย์ ตลอดจนเจ้าของกิจการในโซนเหนือ โซนตะวันตก และใจกลางเมือง

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	ระดับรายได้ต่อเดือน (บาท / เดือน)	โครงการ
A – A+	150,000 – 300,000 บาทขึ้นไป	โครงการวิลเซอร์
B+ – A	100,000 – 150,000	โครงการปฐมพร แกรนด์โฮม โครงการ รสา วิลเลจ
B+	80,000 – 100,000	โครงการรสา สเปนิช คอร์ทยาร์ด โครงการรสา พาร์คเลน
B	50,000 – 80,000	โครงการวิลมอร์

ช่องทางการจำหน่าย

บริษัทใช้ช่องทางการจำหน่ายที่เหมาะสมกับแต่ละผลิตภัณฑ์ เช่นในโครงการบ้านเดี่ยวจะใช้ตัวโครงการเป็นที่ตั้งของสำนักงานขายโดยมีบ้านตัวอย่างซึ่งเป็นบ้านที่มีความสมบูรณ์แบบอยู่ในโครงการจริง ให้ลูกค้าได้เห็นถึงคุณภาพของโครงการพร้อมกับงานตกแต่งพื้นที่ส่วนกลางที่สร้างบรรยากาศที่รื่นรมย์ของโครงการ โดยมีทีมขายของบริษัทที่มีความเป็นมืออาชีพ มีประสิทธิภาพ และมีความรู้ความเข้าใจในตัวสินค้า ทำหน้าที่รับรองลูกค้าที่เข้ามาแวะเยี่ยมชมโครงการ โดยมี Call Center ที่บริการและให้ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการต่างๆ ของบริษัท และมีเว็บไซต์ (www.rasa.co.th) ที่ลูกค้าสามารถศึกษารายละเอียดเบื้องต้นของแต่ละโครงการได้

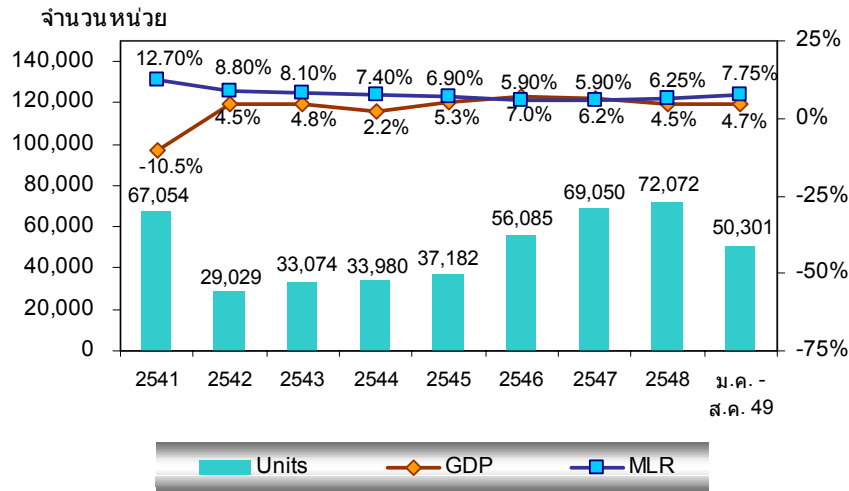
นอกจากนี้ ในบางโครงการ เช่น โครงการวิลเซอร์ บริษัทใช้วิธีว่าจ้างทีมขายภายนอก (Outsource) เพื่อช่วยให้การขายประสบความสำเร็จ

3.2.2 ภาวะอุตสาหกรรมและแนวโน้ม

ภาวะอุตสาหกรรมของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ หลายประการ ซึ่งรวมถึง ภาวะการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจโดยรวม ภาวะดอกเบี้ย ค่าวัสดุก่อสร้าง และมาตรการสนับสนุนต่างๆ จากภาครัฐ เป็นต้น

หลังจากภาวะวิกฤตเศรษฐกิจเมื่อปี 2540 – 2542 ตลาดอสังหาริมทรัพย์กลับมาเติบโตอย่างชัดเจนและต่อเนื่องนับจากปี 2545 เนื่องจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจของประเทศ และภาวะดอกเบี้ยต่ำ รวมถึงมาตรการการกระตุ้นภาคอสังหาริมทรัพย์จากภาครัฐในปี 2545 ได้แก่ มาตรการด้านการลดหย่อนภาษีและค่าธรรมเนียมสำหรับการซื้อขายอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งส่งผลดีต่อกำลังซื้อและความมั่นใจของประชาชนต่อความต้องการซื้อที่อยู่อาศัย และเป็นส่วนสนับสนุนให้มีการเพิ่มอุปสงค์ของที่อยู่อาศัยมากขึ้น อย่างไรก็ตาม มาตรการต่างๆ ดังกล่าวซึ่งกระตุ้นอุปสงค์และอุปทานสิ้นสุดลงในปี 2546 ประกอบกับทิศทางอัตราดอกเบี้ยขาขึ้น และการชะลอตัวของอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจจากปัญหาความไม่สงบทางภาคใต้ เหตุการณ์สึนามิ และภาวะราคาน้ำมันแพง ส่งผลให้ภาพรวมของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในปี 2548 มีการเติบโตในอัตราที่ชะลอตัวลงเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า

แผนภูมิแสดงข้อมูลสถิติสำคัญทางเศรษฐกิจ และจำนวนที่อยู่อาศัยที่สร้างเสร็จและจดทะเบียนโอนกรรมสิทธิ์ เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

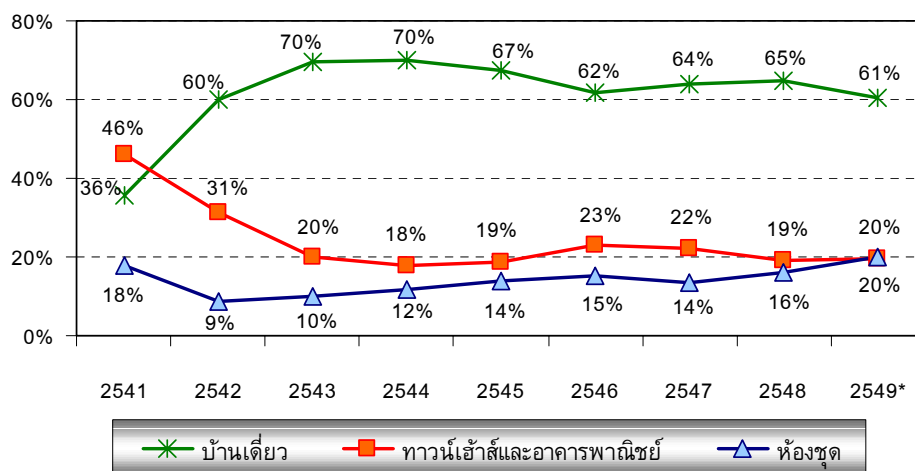


ที่มา : ดัชนีอสังหาริมทรัพย์ ประจำปี 2548 โดยศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์, วารสาร ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ฉบับที่ 47 (ต.ค. - ธ.ค. 49), ธนาคารแห่งประเทศไทย (อัตราดอกเบี้ย MLR เฉลี่ยของธนาคารพาณิชย์ในประเทศ ประจำวันที่ 31 สิงหาคม 2549 และข้อมูล GDP ไตรมาส 3 ปี 2549)

จากแผนภูมิข้างต้นพบว่า ในปี 2547 – 2548 และตั้งแต่เดือนมกราคม – สิงหาคมของปี 2549 มีที่อยู่อาศัยที่สร้างเสร็จและจดทะเบียนโอนกรรมสิทธิ์ ในเขต กทม. และปริมณฑล จำนวน 69,050 หน่วย 72,072 หน่วย และ 50,301 หน่วย ตามลำดับ โดยธนาคารอาคารสงเคราะห์คาดการณ์ว่าทั้งปี 2549 จะมีที่อยู่อาศัยสร้างเสร็จและจดทะเบียนโอนกรรมสิทธิ์ ในเขต กทม. และปริมณฑล จำนวน 75,000 หน่วย หรือคิดเป็นอัตราการเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.38 ในปี 2548 และร้อยละ 4.06 ในปี 2549 ตามลำดับ

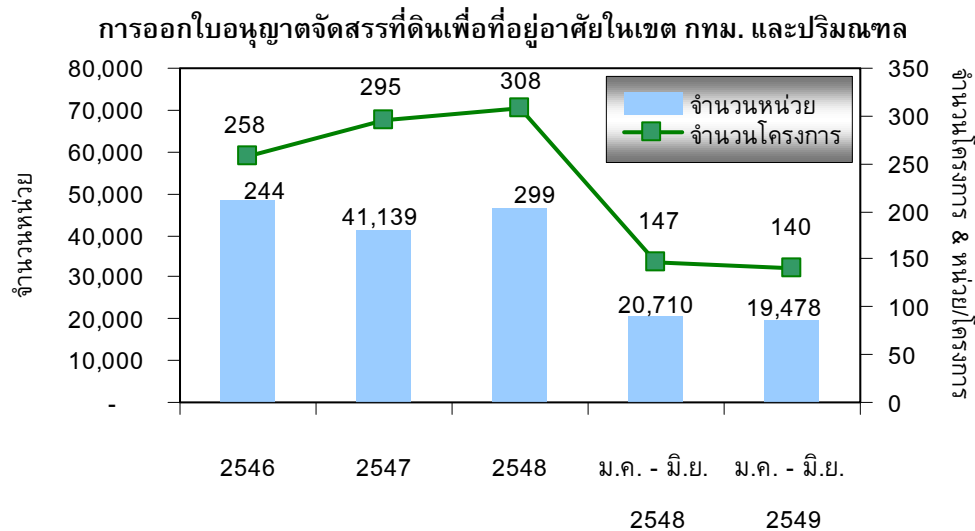
สำหรับในปี 2549 ตลาดที่อยู่อาศัยมีการเติบโตในลักษณะที่ชะลอตัวเช่นเดียวกับในปีที่ผ่านมา เนื่องจากได้รับผลกระทบจากปัจจัยหลายด้านได้แก่ ภาวะราคาน้ำมันที่ปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องทำให้ต้นทุนราคาสต็อกก่อสร้างปรับตัวสูงขึ้น ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคอยู่ในระดับต่ำจากปัญหาความขัดแย้งทางการเมืองภายในประเทศ และการปรับตัวของอัตราดอกเบี้ยที่สูงมาตั้งแต่ต้นปี ซึ่งส่งผลกระทบต่อทั้งผู้ประกอบการและผู้ซื้อที่อยู่อาศัยโดยตรง

เปรียบเทียบสัดส่วนประเภทที่อยู่อาศัยสร้างเสร็จในเขต กทม. และปริมณฑล



ที่มา : วารสาร ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ฉบับที่ 47 (ต.ค. - ธ.ค. 49), * หมายเหตุ: ข้อมูลปี 2549 เป็นข้อมูลเดือนม.ค. - ส.ค.

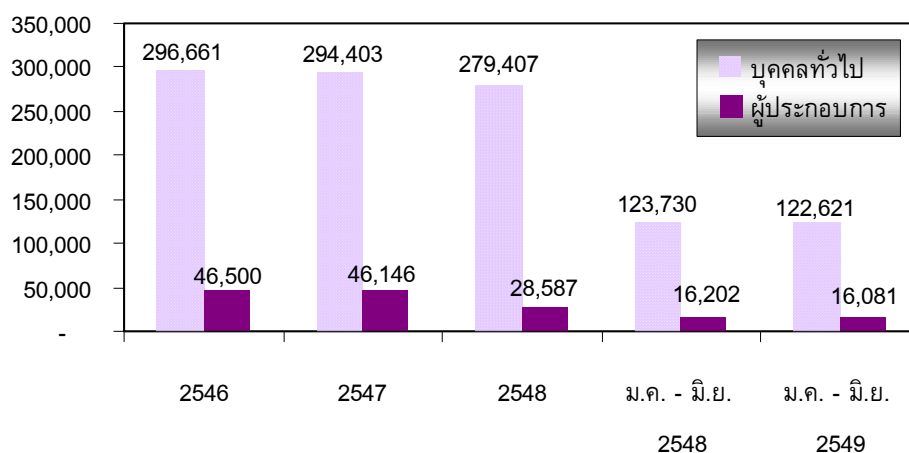
โดยหากพิจารณาสัดส่วนประเภทของที่อยู่อาศัยประเภทต่างๆ พบว่าโครงสร้างของตลาดที่อยู่อาศัยในปี 2549 เปลี่ยนแปลงไปเมื่อเทียบกับในอดีตที่ผ่านมา โดยในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจ ที่อยู่อาศัยประเภททาวน์เฮ้าส์และอาคารพาณิชย์ มีสัดส่วนมากที่สุด ในขณะที่บ้านเดี่ยวมีสัดส่วนเพิ่มสูงขึ้นตั้งแต่หลังจากภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ โดยในปี 2549 บ้านเดี่ยวมีสัดส่วนสูงสุดที่ร้อยละ 60 ของที่อยู่อาศัยสร้างเสร็จทั้งหมดในเขต กทม. และปริมณฑล โดยอสังหาริมทรัพย์ประเภททาวน์เฮ้าส์และอาคารพาณิชย์ และ ห้องชุด มีสัดส่วนใกล้เคียงกันที่ร้อยละ 20 ของที่อยู่อาศัยสร้างเสร็จทั้งหมด



ที่มา : ดัชนีอสังหาริมทรัพย์ ประจำปี 2548 โดยศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์, วารสาร ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ฉบับที่ 47 (ต.ค. - ธ.ค. 49)

ในขณะเดียวกัน หากพิจารณาการขออนุญาตจัดสรรที่อยู่อาศัยในพื้นที่กรุงเทพฯและปริมณฑล ซึ่งจะสะท้อนภาพบางส่วนของปริมาณโครงการจัดสรรในอนาคต พบว่าในช่วงครึ่งแรกของปี 2549 มีการออกใบอนุญาตจัดสรรที่ดินจำนวน 140 โครงการ จำนวน 19,478 หน่วย หดตัวลงร้อยละ 5.95 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2548 เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่ได้ลดจำนวนโครงการเปิดใหม่ในปี 2549 เพื่อปรับสมดุลจำนวนโครงการกับความต้องการของผู้บริโภค และความเข้มงวดขึ้นของกฎระเบียบด้านผังเมืองรวมเพื่อบังคับใช้ในกรุงเทพฯ ฉบับใหม่ที่ประกาศใช้ในปี 2549 ทำให้ต้นทุนการก่อสร้างของผู้ประกอบการเพิ่มขึ้น ซึ่งส่งผลถึงอัตรากำไรและความดึงดูดในการลงทุนในส่วนนี้ลดลง

มูลค่าสินเชื่ที่อยู่อาศัยบุคคลทั่วไปและผู้ประกอบการปล่อยใหม่ ทั่วประเทศ



ที่มา : วารสาร ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ฉบับที่ 47 (ต.ค. - ธ.ค. 49)

ทางด้านสินเชื่อที่อยู่อาศัยบุคคลทั่วไป (Post Finance) พบว่าช่วงครึ่งแรกของปี 2549 มีระดับใกล้เคียงกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า แต่หากเทียบกับช่วงครึ่งหลังของปี 2548 จะหดตัวลดลงร้อยละ 21.23 โดยสาเหตุหลัก คาดว่ามาจากการที่ผู้ประกอบการได้ปรับระดับราคาที่อยู่อาศัยในโครงการที่เปิดใหม่ให้สอดคล้องกับกำลังซื้อของผู้บริโภค ในส่วนของสินเชื่อผู้ประกอบการปล่อยใหม่ ได้ปรับตัวสูงขึ้นร้อยละ 24.26 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากการเลื่อนการเปิดตัวโครงการมาจากช่วงครึ่งหลังของปี 2548

นโยบายสำคัญของภาครัฐที่มีผลกระทบต่อธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในปี 2550

นโยบายสำคัญของภาครัฐ ซึ่งส่งผลกระทบต่อภาคอสังหาริมทรัพย์ในปี 2549 และต่อเนื่องในปี 2550 ได้แก่ การออกกฎระเบียบด้านการวางผังเมืองรวมของกรุงเทพมหานครใหม่ ซึ่งบังคับใช้เมื่อวันที่ 16 พฤษภาคม 2549 ไปจนถึงวันที่ 16 กรกฎาคม 2554 (ระยะเวลา 5 ปี) โดยมีการนำเอาเรื่องอัตราส่วนของพื้นที่อาคารรวมต่อพื้นที่ดิน (FAR) และอัตราส่วนของที่ว่างต่อพื้นที่อาคารรวม (OSR) เข้ามาใช้กับผังเมืองรวมกรุงเทพฯ เป็นครั้งแรก เพื่อป้องกันการแออัดของอาคาร และเพื่อสร้างความสมดุลระหว่างการใช้ที่ดินและอาคาร ซึ่งส่งผลกระทบต่อธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทอาคารชุดพักอาศัยในแง่ที่สามารถจัดทำพื้นที่อยู่อาศัยรวมได้ลดลง กล่าวคือ มีความสามารถในการสร้างรายได้ต่อพื้นที่ขนาดเท่าเดิมลดลง เช่น พื้นที่สีน้ำตาล ซึ่งเป็นที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นมาก มีการกำหนดอัตราส่วน FAR ที่ไม่เกินระดับ 6:1 ถึง 8:1

สำหรับการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในแนวราบ ตามผังเมืองรวมของกรุงเทพมหานครใหม่ จะมีการกำหนดให้บางพื้นที่เป็นพื้นที่เพื่อใช้ประโยชน์ทางด้านเกษตรกรรม เช่น พื้นที่สีเขียว (ได้แก่ เขตหนองแขม เขตบางขุนเทียน เขตหนองจอก) พื้นที่สีชาวมีย่านเขียว (ได้แก่ เขตตลิ่งชัน เขตบางแค เขตคลองสามวา เขตมีนบุรี เขตลาดกระบัง) เป็นต้น ซึ่งกำหนดให้การจัดสรรที่ดินเพื่อการอยู่อาศัยในพื้นที่ดังกล่าวทำได้เฉพาะบ้านเดี่ยวที่มีพื้นที่ดินแปลงย่อยไม่น้อยกว่าแปลงละ 100 ตารางวา จึงอาจเป็นข้อจำกัดสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ในการพัฒนาโครงการให้ได้ตามข้อกำหนด และสามารถตอบสนองความต้องการและกำลังซื้อของผู้ซื้อได้

แนวโน้มธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในปี 2550

สำหรับปี 2550 คาดว่าภาวะธุรกิจอสังหาริมทรัพย์มีปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญได้แก่ แนวโน้มอัตราดอกเบี้ยลดลง และราคาน้ำมันที่มีความผันผวนลดลง อย่างไรก็ตาม ปัจจัยเสี่ยงที่สำคัญต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคได้แก่ สถานการณ์ทางการเมือง เหตุการณ์ระเบิดเมื่อวันที่ 31 ธันวาคม 2549 ได้ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ต่อเนื่องถึงการชะลอการตัดสินใจซื้อสินทรัพย์ขนาดใหญ่ ทั้งนี้ ผู้ประกอบการต่างๆ จึงได้เริ่มปรับกลยุทธ์เพื่อตอบสนองต่อการตัดสินใจที่อาจช้าลงของผู้บริโภค เช่น การบริหารหนี้สินต่อทุน การบริหารต้นทุน การปรับระดับราคา หรือรูปแบบโครงการ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยสนับสนุนด้านอื่นๆ ที่ช่วยกระตุ้นความต้องการซื้อที่อยู่อาศัย ได้แก่

- ปัจจัยด้านโครงการก่อสร้างรถไฟฟ้าของภาครัฐ

นายโสมสิทธิ์ บัณฑิตวิทยากร รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม (ที่มา: สำนักข่าว กรมประชาสัมพันธ์ วันที่ 15 มีนาคม 2550) ได้ยืนยันโครงการก่อสร้างรถไฟฟ้า 5 สาย ของรัฐบาลเพื่อพัฒนาระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน ตามมติของคณะรัฐมนตรี โดยได้รายงานความคืบหน้าของโครงการในการเข้าเจรจากับธนาคารเพื่อความร่วมมือระหว่างประเทศแห่งประเทศญี่ปุ่น เพื่อขอความร่วมมือด้านแหล่งเงินทุน โดยทางธนาคารจะส่งคณะกรรมการมาประเมินค่าเพื่อตรวจสอบให้เกิดความต่อเนื่องต่อไป อย่างไรก็ตาม ยังไม่มีข้อสรุปแน่ชัดในเรื่องจำนวนสายรถไฟฟ้าที่จะจัดทำในรัฐบาลชุดนี้

ทั้งนี้ โครงการก่อสร้างรถไฟฟ้า นับเป็นปัจจัยสนับสนุนของตลาดอสังหาริมทรัพย์ที่สำคัญ ซึ่งจะช่วยเปิดทำเลใหม่ๆ และส่งผลดีต่อธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ทั้งตลาดคอนโดมิเนียมในเมืองและตลาดบ้านชานเมือง

- ปัจจัยด้านตลาดการเงิน

ธนาคารพาณิชย์แต่ละแห่งมีการใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ นอกเหนือจากอัตราดอกเบี้ย ในการปล่อยสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย เพื่อให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายมาใช้บริการกับตนเองมากที่สุด เช่น การเว้นค่าธรรมเนียมของธนาคาร และทางเลือกในการผ่อนชำระและระยะเวลาผ่อนชำระในรูปแบบที่ลงตัว เป็นต้น ซึ่งกลยุทธ์ต่าง ๆ ข้างต้นเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งจากปัจจัยต้นทุนและดอกเบี้ย

ดังนั้น ภาพรวมธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในปี 2550 จะขึ้นอยู่กับภาวะการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจของประเทศ ราคาน้ำมัน และอัตราดอกเบี้ย โดยคาดว่าที่พักอาศัยที่มีขนาดเล็กและอิงโครงข่ายคมนาคมใหม่ จะได้รับความต้องการจากผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องจากปี 2549 ดังนั้น จึงเป็นช่วงที่ผู้ประกอบการต้องเลือกผลิตสินค้าที่ตรงกับความต้องการของตลาด และควบคุมต้นทุนค่าใช้จ่ายอย่างระมัดระวัง ทั้งนี้ บริษัทได้มีการติดตามและประเมินผลกระทบอันอาจเกิดขึ้น เพื่อการปรับเปลี่ยนแผนงานให้เหมาะสมกับสถานการณ์ และรองรับกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่อาจเปลี่ยนแปลง โดยบริษัทคาดว่าจะรูปแบบโครงการวิลล่าและโครงการคอนโดมิเนียม จะมีความสอดคล้องกับสภาพภาวะอุตสาหกรรมในปัจจุบัน สำหรับโครงการอื่นๆ ที่อยู่ในระหว่างการดำเนินการ เช่น โครงการคอนโดมิเนียม สเปซ คอร์ทยาร์ด บริษัทก็มีแนวทางเพื่อรักษายอดขายให้ต่อเนื่อง โดยจะมุ่งเน้นประเด็นที่ลูกค้าให้ความสำคัญ เช่น “จองวันนี้ดอกเบี้ย ร้อยละ 0 นาน 1 ปี” เป็นต้น

แนวโน้มตลาดคอนโดมิเนียมและภาวะการแข่งขัน

สำหรับปี 2550 คาดว่าธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทอาคารชุดจะยังคงได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง จากการที่รูปแบบการดำรงชีวิตที่เปลี่ยนแปลงของคนไทยรุ่นใหม่ที่อยู่ในวัยทำงาน โดยเปลี่ยนจากเดิมที่นิยมการอาศัยอยู่ในบ้าน เป็นนิยมการอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งอาคารชุดในทำเลใจกลางเมือง เพื่อลดภาระต้นทุนในการเดินทาง ทั้งนี้ จากข้อมูลของบริษัท เอเจนซี ฟอรัล เรียลเอสเตท แอฟแฟร์ส จำกัด (AREA) พบว่าภาพรวมของตลาดในปี 2549 มีจำนวนคอนโดมิเนียมที่เปิดขายทั้งหมดอยู่ที่ 44,975 หน่วย ยอดขายได้ประมาณ 35,648 หน่วย หรือประมาณร้อยละ 79 โดยในจำนวนนี้ คิดเป็นคอนโดมิเนียมที่เปิดใหม่เฉพาะในปี 2549 อยู่ที่ 17,304 หน่วย ซึ่งขายได้ 14,334 หน่วย หรือประมาณร้อยละ 84 โดยโครงการส่วนใหญ่ที่เปิดใหม่จะอยู่ในบริเวณที่เส้นทางของรถไฟฟ้า และรถไฟฟ้าใต้ดินวิ่งผ่าน เช่น สุขุมวิท สีลม สาทร เป็นต้น

ผู้บริหารของบริษัทคาดการณ์ว่าจากเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมืองในช่วงปลายปี 2549 นับตั้งแต่การรัฐประหาร เหตุการณ์ระเบิดในกรุงเทพฯ ได้ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้ซื้อ และอาจส่งผลกระทบต่อตลาดคอนโดมิเนียม ทำให้มีการชะลอการเติบโตลง ส่วนหนึ่งเป็นเพราะผู้ประกอบการรายใหม่เลือกที่จะยังไม่เข้ามาในตลาดในช่วงนี้ ซึ่งจะเป็นผลดีในแง่ของอุปทานที่จะไม่เพิ่มขึ้น สำหรับในด้านความต้องการซื้อผู้บริหารคาดการณ์ว่าตลาดคอนโดมิเนียมขนาดเล็กยังคงมีอยู่ต่อเนื่อง เนื่องจากผู้บริโภคมีความต้องการที่อยู่อาศัยที่มีระดับราคาไม่แพงและสามารถเดินทางได้สะดวกมากขึ้น ทั้งนี้ แม้ว่าจะมีผู้ประกอบการบางรายอาจมองว่าตลาดคอนโดมิเนียมใกล้เส้นทางของรถไฟฟ้าเริ่มล้น

หากพิจารณาจากโครงการต่างๆ ที่บริษัทกำลังดำเนินการอยู่ ณ ปัจจุบันทั้ง 2 โครงการจะพบว่าโครงการตั้งอยู่บนทำเลที่มีศักยภาพ ดังจะสังเกตได้จากโครงการของผู้ประกอบการรายอื่นที่เปิดโครงการในบริเวณใกล้เคียงกันกับโครงการของบริษัท เช่นในพื้นที่แถบสุขุมวิท ซึ่งมีโครงการคอนโดมิเนียมเกิดขึ้นเป็นจำนวนมากเนื่องจากเป็นทำเลใจกลางเมือง โดยโครงการที่จัดว่าอยู่ในกลุ่มเดียวกับโครงการของบริษัท เมื่อพิจารณาจากขนาดของโครงการ (ขนาด 22 - 32 ชั้น) จะมีอยู่ประมาณ 6 โครงการ ตามตารางข้างล่าง สำหรับโครงการที่อยู่ใกล้เคียงกับโครงการวิลล่า ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีการขยายตัวของเมืองสูง และมีการพัฒนาโครงการคอนโดมิเนียมขึ้นเป็นจำนวนมากทั้งขนาดใหญ่และขนาดเล็ก โดยโครงการคอนโดมิเนียมขนาดเล็ก (Low Rise) ประมาณ 8 ชั้น จะมีอยู่ 3 โครงการ ตามตารางข้างล่าง ดังนี้

พื้นที่	โครงการของบริษัท	โครงการของผู้ประกอบการอื่น	ผู้ประกอบการ
สุขุมวิท	โครงการวิลล่า	สิริ เรสซิเดนซ์	บมจ. แอสสิริ

พื้นที่	โครงการของบริษัท	โครงการของผู้ประกอบการอื่น	ผู้ประกอบการ
		บ้านสิริเรอร์ติวัน	บมจ. แชนสิริ
		The Regent Residences	บมจ. แกรนด์ แอสเซท ดีเวลลอปเม้นท์
		โนเบิล รีมิคซ์	บมจ. โนเบิล ดีเวลลอปเม้นท์
		Aguston	บมจ. เมเจอร์ดีเวลลอปเม้นท์
		Wind Sukhumvit 23	บมจ. เมเจอร์ดีเวลลอปเม้นท์
พหลโยธิน	โครงการวิลมอร์	The Pulse	บมจ. ปรีญสิริ
		The Kris	บมจ. กฤษตามหานคร
		Wind Ratchayothin	บมจ. เมเจอร์ดีเวลลอปเม้นท์

แนวโน้มนตลาดบ้านจัดสรรและภาวะการแข่งขัน

สำหรับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทบ้านเดี่ยว คาดว่ายังมียอดขายต่อเนื่องในปี 2550 แต่จะมีขนาดหรือราคาต่อหลังที่ลดลงให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค เช่นเดียวกับโครงการอาคารชุดพักอาศัย โดยทำเลที่มีแนวโน้มนเติบโตจะอยู่ในพื้นที่ที่กำลังพัฒนาเครือข่ายคมนาคม หรือการก่อสร้างเส้นทางรถไฟฟ้าสายใหม่ 5 เส้นทาง ได้แก่ -บางใหญ่ - บางซื่อ (สายสีม่วง) บางซื่อ - ท่าพระ - บางแค (สายสีน้ำเงิน) รังสิต - บางซื่อ - ดลิ่งชัน (สายสีแดง) หมอชิต - สะพานใหม่ (สายสีเขียวอ่อน) แบริ่ง - สมุทรปราการ (สายสีเขียว) โดยมีความสอดคล้องกับเป้าหมายของบริษัทซึ่งมุ่งเน้นการขายโครงการในพื้นที่โซนเหนือและตะวันตกที่บริษัทมีความชำนาญ

โครงการต่างๆ ของผู้ประกอบการรายอื่นที่เปิดโครงการในบริเวณใกล้เคียงกันกับโครงการของบริษัท สามารถจำแนกได้เป็น 3 พื้นที่ ได้แก่ พื้นที่เขตพุทธมณฑล ซึ่งมีการพัฒนาบ้านจัดสรรเป็นจำนวนมาก โดยโครงการที่อยู่ในกลุ่มเดียวกับบริษัท ส่วนใหญ่จะเป็นโครงการที่มุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้ระดับปานกลางถึงสูง เนื่องจากในพื้นที่ดังกล่าวถูกจำกัดด้วยข้อกำหนดผังเมือง ซึ่งต้องมีขนาดของที่อยู่อาศัยเกินกว่า 100 ตร.ว. ขึ้นไป จึงมีลักษณะเป็นบ้านหลังใหญ่ ที่มีระดับราคาประมาณ 7 - 20 ล้านบาท ในขณะที่ในพื้นที่เกษตร-นวมินทร์ โครงการที่อยู่ในกลุ่มเดียวกับบริษัท จะมุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าในระดับรายได้รองลงมา โดยมีระดับราคาเสนอขายประมาณ 6 - 14 ล้านบาท สำหรับในพื้นที่วัชรพล ซึ่งบริษัทเริ่มพัฒนาโครงการในปี 2550 โครงการที่อยู่ในกลุ่มเดียวกับบริษัท จะเป็นโครงการที่กำลังเริ่มพัฒนา โดยมีระดับราคาเสนอขายประมาณ 4 - 7 ล้านบาท มีดังนี้

พื้นที่	โครงการของบริษัท	โครงการของผู้ประกอบการอื่น	ผู้ประกอบการ
พุทธมณฑล	โครงการปทุมพร แกรนด์โฮม โครงการรรสา วิลเลจ	ลดาวัลย์ พุทธมณฑล สาย 2	บมจ. แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์
		สีวลี ปิ่นเกล้า-สาทร	บมจ. แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์
		บ้านฟ้า กรีนพาร์ค รอยัล	บมจ. เอ็น ซี เฮ้าส์ซิ่ง
		The City ปิ่นเกล้า	บมจ. เอเซียเนอ พร็อพเพอร์ตี้ ดีเวลลอปเม้นท์
เกษตร - นวมินทร์	โครงการรรสา สเปนิช คอร์ทยาร์ด	อารียา ชบา	บมจ.อารียา พร็อพเพอร์ตี้
		บางกอก บูเลอวาร์ด รามอินทรา	บมจ. เอส ซี แอสเซท
		ปรีญญดา เกษตร-นวมินทร์	บมจ. ปรีญสิริ
		บ้านกลางเมือง เกษตร-นวมินทร์	บมจ. เอเซียเนอ พร็อพเพอร์ตี้
วัชรพล	โครงการรรสา พาร์คเลน	เนเบอร์โฮม วัชรพล	บมจ.ธารารมณ เอ็นเตอร์ไพรส์
		วิสตา พาร์ค วัชรพล	บมจ. เอส ซี แอสเซท

ทั้งนี้ เนื่องจากโครงการต่างๆ ทั้งในประเภทบ้านเดี่ยวและคอนโดมิเนียม ผู้ประกอบการแต่ละรายจะมีรูปแบบของโครงการ หรือกลยุทธ์ในการเสนอขาย ซึ่งเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ดังเช่น โครงการของบริษัทจะเน้นความเป็นเอกลักษณ์ในการออกแบบในแต่ละโครงการ และมุ่งเน้นกระบวนการก่อสร้างที่มีคุณภาพ ในขณะที่ทำเลที่ตั้งอาจไม่จำเป็นต้องอยู่ติดถนนใหญ่ แต่สามารถเดินทางได้สะดวก

3.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

3.3.1 การจัดหาให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่าย

การจัดหาที่ดิน

ที่ผ่านมาในการจัดหาที่ดินของบริษัทนั้น บริษัทจะทำการจัดหาที่ดินจาก 3 แหล่งหลักๆ ซึ่งได้แก่ การจัดหาที่ดินจากคนรู้จัก การหาที่ดินจากนายหน้าค้าที่ดิน หรือ ที่ดินประเภทที่เป็นหลักประกันหนี้ค้ำชำระจากธนาคารพาณิชย์ ทั้งนี้ บริษัทจะเลือกซื้อที่ดินโดยพิจารณาถึงศักยภาพของทำเลที่ตั้งในการนำมาพัฒนาโครงการ เช่น ความต้องการที่อยู่อาศัยในบริเวณโครงการ จำนวนความหนาแน่นของประชากร ความสะดวกในการเดินทาง ประเด็นกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และราคาเสนอขายเป็นหลัก ทั้งนี้เพื่อที่บริษัทจะได้ดำเนินการศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาโครงการ ซึ่งเมื่อบริษัทพิจารณาปัจจัยต่างๆ ตามที่กำหนดไว้และเห็นว่ามีความเป็นไปได้ที่จะนำมาพัฒนาแล้ว บริษัทก็จะกำหนดราคาซื้อและทำการเจรจาเพื่อซื้อที่ดินต่อไป โดยนโยบายการซื้อที่ดินของบริษัทจะเป็นการซื้อแล้วพัฒนาทันที ทั้งนี้บริษัทจะไม่ทำการซื้อที่ดินเก็บรอไว้ เนื่องจากไม่ต้องการแบกรับต้นทุนการถือครองที่ดินโดยไม่จำเป็น

โดยบริษัทมีฝ่ายจัดซื้อที่ดินเพื่อดำเนินการศึกษาและแสวงหาที่ดิน เพื่อสนับสนุนบริษัทให้สามารถดำเนินนโยบายที่จะมีการดำเนินโครงการได้ต่อเนื่องตลอดเวลาและเพื่อรักษาเสถียรภาพของรายได้ นอกจากนี้ บริษัทมีนโยบายให้คณะกรรมการเป็นผู้พิจารณาอนุมัติในการเข้าทำรายการทุกรายการ และในกรณีที่บริษัทจะทำการซื้อที่ดินจากบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง บริษัทจะดำเนินการปฏิบัติตามนโยบายเรื่องการทำการรายการระหว่างกัน (โปรดพิจารณารายละเอียดในหัวข้อที่ 11 เรื่องนโยบายการทำการรายการระหว่างกันในอนาคต)

ขั้นตอนโดยสรุปตั้งแต่กระบวนการจัดหาที่ดินจนถึงการจัดซื้อที่ดิน มีดังนี้

ขั้นตอน	การดำเนินการ	รายละเอียด
1.	การเลือกที่ดิน	บริษัทจัดหาเอง เจ้าของที่ดินเสนอขาย นายหน้าจัดหา สถาบันการเงิน หรือกรมบังคับคดี
2.	การศึกษาความเป็นไปได้ของที่ดิน – ภาพรวม	ฝ่ายบริหารพิจารณาศักยภาพของที่ดินว่ามีความสอดคล้องกับแผนการดำเนินงานของบริษัท
3.	การศึกษาความเป็นไปได้ของที่ดิน – รายละเอียด	ฝ่ายพัฒนารูธุรกิจสำรวจที่ดิน - จัดทำรายงานการสำรวจ - รายงานการศึกษาความเป็นไปได้ อาทิเช่น กฎหมาย การเงิน การตลาด การก่อสร้าง เป็นต้น - การตรวจสอบเพื่อยืนยันผลการสำรวจและผลการศึกษาความเป็นไปได้จากที่ปรึกษาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น ที่ปรึกษาทางการตลาด บริษัทออกแบบ หน่วยงานราชการ เช่น กรุงเทพมหานคร กรมผังเมือง สถาบันการเงินที่สนับสนุนเงินทุน - เสนอผลการศึกษาพร้อมแผนการดำเนินงานต่อฝ่ายบริหาร
4.	การอนุมัติการจัดซื้อที่ดิน	ฝ่ายบริหารพิจารณาอนุมัติผลการศึกษาพร้อมแผนการดำเนินงานของโครงการ และคณะกรรมการมีมติให้ซื้อที่ดิน
5.	การจัดซื้อที่ดิน	ฝ่ายงานที่รับผิดชอบปฏิบัติงานตามแผนการดำเนินงานและมติที่ได้รับมอบหมาย

บริษัทไม่มีที่ปรึกษาในการควบคุมการก่อสร้าง ฝ่ายออกแบบบ้าน และผู้รับเหมาเป็นของตนเอง โดยบริษัทใช้วิธีการว่าจ้างจากภายนอก (Outsource) เพื่อความมีประสิทธิภาพในการบริหารต้นทุน ที่ผ่านมา บริษัทไม่มีปัญหาในการจัดหาการให้บริการดังกล่าว เนื่องจากมีผู้ให้บริการอยู่ในตลาดเป็นจำนวนมาก และบริษัทมีนโยบายรักษาความสัมพันธ์อันดีกับผู้ให้บริการที่บริษัทเคยร่วมงานกันมา

การจัดหาที่ปรึกษาในการควบคุมการก่อสร้าง

ที่ปรึกษาควบคุมการก่อสร้างจะทำหน้าที่ร่วมกับทีมงานของบริษัทในกระบวนการจัดหาผู้รับเหมาก่อสร้าง การวางรายละเอียดและขั้นตอนในการก่อสร้าง การควบคุมการก่อสร้าง และการประเมินความสำเร็จของงานก่อสร้างในแต่ละงวดงาน ซึ่งมีความสำคัญมากสำหรับการทำโครงการขนาดใหญ่ ในขณะที่ในโครงการบ้านจัดสรร อาจไม่จำเป็นต้องมีที่ปรึกษาในการควบคุมการก่อสร้าง ซึ่งที่ผ่านมามีงานวิศวกรโครงการภายในของบริษัทสามารถปฏิบัติหน้าที่นี้ได้ บริษัทมีผู้ใช้ที่ปรึกษาในการควบคุมการก่อสร้างสำหรับโครงการวิลเชอร์ ซึ่งเป็นโครงการอาคารชุดพักอาศัยโครงการแรกของบริษัท โดยใช้บริการของบริษัท อรุณชัย เสรี คอนสตรัคชั่น จำกัด ทั้งนี้ ในการคัดเลือกที่ปรึกษาในการควบคุมการก่อสร้าง บริษัทจะใช้วิธีการประมูลงาน (Closed – Bid) จากผู้ให้บริการที่ปรึกษาประมาณ 7 – 8 ราย และพิจารณาคัดเลือกจากผลงานในอดีตและชื่อเสียงของผู้ให้บริการเป็นสำคัญ

การออกแบบบ้าน

เนื่องจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัทเป็นกลุ่มลูกค้าระดับกลางถึงบน ดังนั้นบริษัทจึงเน้นรูปแบบบ้านและหรืออาคารชุดที่ทันสมัย มีลักษณะและประโยชน์การใช้งานที่หลากหลาย บริษัทจึงทำการว่าจ้างบริษัทสถาปนิกชั้นแนวหน้าในการออกแบบแบบบ้าน หรือ อาคารชุดในแต่ละโครงการ ทั้งนี้ ในการดำเนินการพัฒนาโครงการในแต่ละโครงการบริษัทจะวางแผนคิดให้กับบริษัทผู้ออกแบบเพื่อให้ได้แบบตรงตามรูปแบบที่บริษัทวางไว้ โดยทางบริษัทได้ทำการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการในเบื้องต้น ทั้งนี้แบบบ้านที่นำเสนอจะเป็นแบบบ้านที่ทางบริษัทคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของลูกค้าในทำเลนั้นๆ และบริษัทสถาปนิกจะดำเนินการออกแบบบ้านในรายละเอียดเพื่อให้แบบบ้านสมบูรณ์ก่อนที่บริษัทจะดำเนินการก่อสร้างต่อไป

ที่ผ่านมาบริษัทได้ว่าจ้าง บริษัทสถาปนิกชั้นนำ ดังต่อไปนี้

ประเภทการออกแบบ	บริษัทผู้ออกแบบ	โครงการ
การออกแบบโครงสร้าง	บริษัท เคทีจีวาย จำกัด	โครงการปทุมพร แกรนด์โฮม โครงการรสา วิลเลจ โครงการรสา สเปนนิช คอร์ทยาร์ด
	บริษัท ปาล์มเมอร์ แอนด์ เทอเนอร์ จำกัด	โครงการวิลเชอร์
การออกแบบภูมิทัศน์	บริษัท P.L. Design จำกัด	โครงการวิลเชอร์
การออกแบบตกแต่งภายใน	บริษัท P 49 Design & Associate จำกัด	โครงการวิลเชอร์

การจัดหาผู้รับเหมาก่อสร้าง

บริษัทใช้วิธีว่าจ้างผู้รับเหมาก่อสร้างเป็นผู้ดำเนินการก่อสร้าง โดยบริษัทไม่มีแรงงานในการก่อสร้างเป็นของตนเอง งานรับเหมาก่อสร้างสามารถแบ่งออกเป็นงานหลักๆ ได้แก่ งานโครงสร้าง งานก่อสร้าง และงานติดตั้งระบบ ในการพิจารณาผู้รับเหมาก่อสร้าง บริษัทมีหลักเกณฑ์ในการพิจารณาที่สำคัญคือ ผลงานที่ผ่านมาของผู้รับเหมาแต่ละราย ความพร้อมของทีมงาน ความสามารถในการผลิตและจัดส่งงานตามเวลาที่กำหนด และราคาที่ได้รับเหมาเสนอมาซึ่งมีความเหมาะสมกับภาวะตลาดที่เป็นอยู่ โดยในแต่ละโครงการบริษัทจะแบ่งงานก่อสร้างบ้านออกเป็นกลุ่มๆ กลุ่มละหลายๆ หลัง ทั้งนี้ เพื่อกระจายชิ้นงานออกไปตามจำนวนผู้รับเหมาแต่ละราย ที่ผ่านมามีการว่าจ้างผู้รับเหมาหลายราย เพื่อหลีกเลี่ยงการพึ่งพิงกับผู้รับเหมารายใดรายหนึ่งมากเกินไป และกระจายความเสี่ยงเรื่องส่งงานล่าช้า โดยผู้รับเหมาก่อสร้างที่ร่วม

งานกับบริษัท ในปัจจุบันมีมากกว่า 10 ราย โดยมีผู้รับเหมารายย่อยหลัก 3 ราย ทั้งนี้ หากพิจารณาจากมูลค่างานรับเหมาก่อสร้าง บริษัท ซีอีเอส จำกัด ซึ่งเป็นผู้รับเหมาก่อสร้างโครงการวิลเซอร์ มีมูลค่างานรับเหมาก่อสร้างกับบริษัทสูงเป็นอันดับแรก เนื่องจากลักษณะการรับเหมาก่อสร้างอาคารชุดโดยทั่วไปจะดำเนินการโดยผู้รับเหมาก่อสร้างเพียงรายเดียวเพื่อความสะดวกในการดำเนินการ ในขณะที่ ลักษณะการรับเหมาก่อสร้างโครงการบ้านจัดสรร จะสามารถแบ่งดำเนินงานก่อสร้างโดยผู้รับเหมารายย่อยหลายราย บริษัทจึงไม่มีความเสี่ยงในการพึ่งพิงผู้รับเหมาในโครงการบ้านเดี่ยว

บริษัทจัดหาผู้รับเหมาก่อสร้าง โดยวิธีการประมูลงาน (Closed – Bid) สำหรับงานที่มีมูลค่าสูง เช่น โครงการวิลเซอร์ การคัดเลือกจะดำเนินการด้วยความละเอียดและรอบคอบบนปัจจัยต่างๆ ประกอบกัน สำหรับงานที่มีมูลค่าไม่สูงมากจะใช้วิธีการเทียบราคาเสนอกับราคากลางของบริษัท ประกอบกับผลงานของผู้รับเหมารายนั้นๆ ที่ผ่านมานในอดีต

โดยปกติ ผู้รับเหมาก่อสร้างจะเป็นผู้รับผิดชอบในค่าใช้จ่ายดำเนินการ ค่าวัสดุก่อสร้างที่เกี่ยวข้องในงาน อุปกรณ์และแรงงานก่อสร้าง เป็นลักษณะเหมารวมเบ็ดเสร็จตามขอบข่ายสัญญาที่ได้ทำกันไว้ บริษัทมีการแบ่งงวดการจ่ายเงินให้แก่ผู้รับเหมาก่อสร้างออกเป็นงวด ตามความสำเร็จของงานที่ผู้รับเหมาแต่ละรายจะส่งมอบ โดยบริษัทจะหักเงินประกันผลงานประมาณร้อยละ 1 – 2 ของมูลค่างานตามสัญญา เพื่อค้ำประกันผลงานของผู้รับเหมารายนั้น หากงานที่ผู้รับเหมาส่งมอบให้แก่บริษัทไม่มีปัญหาใดๆ เกิดขึ้น ภายในระยะเวลา 1 ปี บริษัทจะคืนเงินประกันผลงานให้แก่ผู้รับเหมา

ถึงแม้ว่าบริษัทจะจ้างผู้รับเหมาให้รับผิดชอบการก่อสร้างโครงการบ้านเดี่ยวของบริษัท แต่บริษัทจะมีวิศวกรโครงการและหัวหน้าผู้คุมงานประมาณ 3 คน ในแต่ละโครงการ ซึ่งเป็นพนักงานประจำของบริษัท เพื่อควบคุมคุณภาพของงานในโครงการบ้านเดี่ยว ซึ่งไม่มีการจ้างที่ปรึกษาในการควบคุมการก่อสร้างเหมือนอาคารชุด วิศวกรผู้คุมงานเหล่านี้จะเข้าตรวจงานของผู้รับเหมาก่อสร้างให้อยู่ในมาตรฐานของบริษัท และเพื่อความถูกต้องในการจ่ายเงินในแต่ละงวดงาน

การจัดหาวัสดุก่อสร้างและสินค้าที่จำเป็นสำหรับการพัฒนาโครงการ

ในการจัดหาวัสดุก่อสร้างที่ใช้ในการก่อสร้างโครงการนั้นสามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ วัสดุก่อสร้างหลักและวัสดุก่อสร้างที่บริษัทเป็นผู้จัดหาเอง วัสดุก่อสร้างหลัก เช่น อิฐ หิน ปูน ทราย และเหล็ก ซึ่งบริษัทจะให้ผู้รับเหมาก่อสร้างเป็นผู้รับผิดชอบในการจัดหาซื้อวัสดุก่อสร้างหลักเหล่านั้น โดยกำหนดมาตรฐาน และคุณภาพของวัสดุก่อสร้างที่จะนำมาใช้ในโครงการด้วย ทั้งนี้ ผู้รับเหมาก่อสร้างสามารถซื้อวัสดุจากผู้ขายที่บริษัทได้ติดต่อไว้ให้เพื่อเป็นการควบคุมคุณภาพหรืออาจจะซื้อจากรายอื่น ๆ ก็ได้เช่นกัน โดยบริษัทมีนโยบายที่จะติดต่อหรือสั่งซื้อวัสดุดังกล่าวกับผู้ขายสินค้าในแต่ละรายการมากกว่า 1 ราย เพื่อช่วยลดผลกระทบจากการขาดแคลนวัสดุดังกล่าว

ในส่วนของวัสดุก่อสร้างที่บริษัทเป็นผู้จัดหาเอง ได้แก่ วัสดุก่อสร้างบางประเภทที่มีราคาต่อหน่วยค่อนข้างสูง หรือมีจำนวนที่นับได้เป็นหน่วยชัดเจน เช่น ลิฟท์ (กรณีอาคารชุด) เครื่องสุขภัณฑ์และเครื่องปรับอากาศ (กรณีบ้านเดี่ยว) เป็นต้น เพื่อเป็นการลดภาระแก่ผู้รับเหมาก่อสร้างรายย่อย และด้วยอำนาจการต่อรองที่ดีกว่าจะทำให้ได้ราคาที่ต่ำ โดยบริษัทจะติดต่อรับซื้อจากผู้จัดจำหน่ายโดยตรงตามจำนวนที่พอเหมาะ และให้จัดส่งไปยังโครงการเมื่อถึงเวลาที่ต้องใช้วัสดุก่อสร้างนั้นๆ ทั้งนี้ บริษัทไม่มีนโยบายที่จะซื้อวัสดุก่อสร้างเป็นจำนวนมากเพื่อเก็บเป็นสินค้าคงคลังของบริษัท โดยบริษัทมีหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกวัสดุอุปกรณ์ในส่วนที่บริษัทจัดหาเอง ได้แก่ แหล่งผลิตที่ได้คุณภาพมาตรฐาน ยี่ห้อที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ และราคาที่เหมาะสมกับภาวะตลาด

3.3.2 กระบวนการดำเนินการและการก่อสร้าง

การพัฒนาโครงการต่างๆ ของบริษัทจะมีระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับขนาดและประเภทของโครงการ ทั้งนี้ บริษัทจะมีขั้นตอนต่างๆ ก่อนเริ่มการก่อสร้างโครงการโดยสรุป ดังนี้

- การเลือกที่ดิน และการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการที่จะจัดทำบนที่ดินที่คัดเลือกมา ในด้านการเงิน การตลาด และกฎหมาย เพื่อนำเสนอผลการศึกษาให้คณะกรรมการบริหารพิจารณา จากนั้นจึงขออนุมัติเพื่อซื้อที่ดิน และทำสัญญาซื้อขายที่ดิน ซึ่งจะใช้เวลาโดยรวมประมาณ 3 เดือน

- การดำเนินการพัฒนาโครงการก่อนการเปิดขาย จะเริ่มตั้งแต่การแต่งตั้งผู้ออกแบบโครงการและเริ่มงานออกแบบการแต่งตั้งที่ปรึกษาควบคุมการก่อสร้างและการแต่งตั้งผู้รับเหมางานเสาเข็ม (เฉพาะในกรณีที่เป็นโครงการอาคารชุดพักอาศัย) การแต่งตั้งผู้รับเหมางานโครงสร้างและเริ่มงานโครงสร้าง ซึ่งจะใช้ระยะเวลาในการก่อสร้างแตกต่างกันไปตามประเภทและขนาดของโครงการ โดยโครงการบ้านเดี่ยวจะใช้ระยะเวลาในการก่อสร้างก่อนเปิดขายแต่ละเฟสประมาณ 6 – 8 เดือน (ความคืบหน้าในการก่อสร้างประมาณร้อยละ 60 – 70) และระยะเวลาการก่อสร้างหลังเปิดขายจนแล้วเสร็จประมาณ 3 – 4 เดือน รวมการก่อสร้างบ้านแต่ละเฟส ประมาณ 9 – 12 เดือน ในขณะที่โครงการอาคารชุดพักอาศัยจะใช้ระยะเวลาในการก่อสร้างก่อนเปิดขายประมาณ 1 – 2 เดือน (ความคืบหน้าในการก่อสร้างประมาณร้อยละ 0 – 5) และระยะเวลาการก่อสร้างหลังเปิดขายจนแล้วเสร็จประมาณ 12 – 15 เดือน สำหรับอาคารชุด 8 ชั้น และ 24 – 30 เดือน สำหรับอาคารชุด 24 ชั้น ทั้งนี้ ระยะเวลาในการก่อสร้างดังกล่าวจะขึ้นกับลักษณะและขนาดของโครงการ

3.3.3 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ในการขออนุญาตก่อสร้าง บริษัทจะต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องคือ จะต้องมีการทำรายงานการวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม เพื่อยื่นต่อสำนักงานนโยบายแผนและทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ในกรณีที่โครงการอาคารชุดมีจำนวนมากกว่า 80 หน่วยขึ้นไป หรือโครงการบ้านจัดสรรมีพื้นที่เกินกว่า 100 ไร่ขึ้นไป ทั้งนี้ โครงการอาคารชุดพักอาศัยและโครงการบ้านเดี่ยวทั้งหมดของบริษัทมีจำนวนไม่ถึงเกณฑ์ดังกล่าว จึงไม่อยู่ภายใต้ข้อบังคับของสำนักงานนโยบายแผนและทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตาม บริษัทได้มีมาตรการป้องกันมลภาวะที่จะมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น มีผ้าใบคลุมอาคารในระหว่างที่ก่อสร้าง เพื่อป้องกันเศษวัสดุก่อสร้างหล่นมาทำอันตรายแก่ผู้สัญจรไปมา การประสานงานกับพื้นที่ชุมชนรอบข้างบริเวณก่อสร้าง เพื่อกำหนดช่วงเวลาในการก่อสร้างในขั้นตอนที่ต้องใช้เสียงดัง รวมทั้งการจัดพื้นที่สีเขียวในบริเวณโครงการอย่างเพียงพอ เป็นต้น ซึ่งมาตรการต่างๆที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งที่บริษัทให้ความสำคัญและจัดให้ทุกโครงการมีการปฏิบัติตามมาตรฐานที่กำหนดอย่างเคร่งครัด โดยที่ผ่านมา บริษัทไม่เคยได้รับการร้องเรียนในประเด็นเรื่องการประกอบกิจการของบริษัทที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแต่อย่างใด

3.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2549 บริษัทมีบ้านและอาคารชุดที่มีการทำสัญญาจะซื้อจะขายแล้วแต่ยังส่งมอบไม่ได้จำนวน 4 โครงการ จำนวน 70 หน่วย ซึ่งมีมูลค่ารวมประมาณ 251.16 ล้านบาท ดังนี้

โครงการ	มูลค่างานที่ยังไม่ส่งมอบ * (ล้านบาท)	ความคืบหน้าในการก่อสร้าง (ร้อยละ)	จำนวนหน่วยทั้งหมด	จำนวนหน่วยที่ส่งมอบแล้ว	จำนวนหน่วยที่ยังไม่ขาย	จำนวนหน่วยที่ยังส่งมอบไม่ได้ **	มูลค่าหน่วยที่ยังส่งมอบไม่ได้ ** (ล้านบาท)	ระยะเวลาที่คาดว่าจะโอนกรรมสิทธิ์
ราสา วิลเลจ	-	98.90	23	12	8	3	25.0	ม.ค. – มี.ค. 2550
ราสา สเปนิชคอร์ทยาร์ด	6.0	44.57	121	15	92	14	89.26	ม.ค. – ต.ค. 2550
วิลเซอร์	8.0	98.06	78	68	7	3	34.38	ม.ค.-เม.ย. 2550
วิลมอร์	2.38	33.67	69	-	19	50	102.52	ต.ค. 2550
รวม	16.38		291	95	126	70	251.16	

* หมายถึง มีการชำระเงินจองแล้ว แต่ยังไม่ได้ทำสัญญาจะซื้อจะขาย (โครงการบ้านเดี่ยว 7 วันหลังทำการจอง และโครงการอาคารชุดพักอาศัย 14 วันหลังทำการจอง), ** หมายถึง ทำสัญญาจะซื้อจะขายแล้ว แต่ยังไม่ได้ทำการโอน