

3. การประกอบธุรกิจของแต่ละสายผลิตภัณฑ์

บริษัท ริชี่ เพลซ 2002 จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) ประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อขาย โดย ณ ปัจจุบันสามารถแบ่งประเภทการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ของบริษัท ออกเป็น 2 ประเภทหลัก (Business Unit) ซึ่งประกอบด้วย

1. โครงการคอนโดมิเนียมซึ่งเน้นรอบบริเวณสถานีขนส่งมวลชนระบบรางในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ภายใต้ชื่อ “เลอริช” และ “ริชพาร์ค” และ
2. โครงการประเภทบ้านเดี่ยว ทาวน์เฮ้าส์/ทาวน์โฮมส์ บริเวณกรุงเทพฯและปริมณฑล ภายใต้ตราสินค้า “เดอะ ริช” และ “ริชชี วิลล์”

3.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์

1) ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อขาย

เป็นธุรกิจหลักของบริษัท โดยบริษัทดำเนินธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในย่านทำเลที่ดีและมีศักยภาพ ทั้งประเภทแนวราบ ได้แก่ บ้านเดี่ยว ทาวน์เฮ้าส์ ทาวน์โฮม และประเภทแนวสูง ได้แก่ คอนโดมิเนียม โดยโครงการของบริษัทในปัจจุบันสามารถสรุปรายละเอียดและความคืบหน้าในการขายและก่อสร้าง ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2556 ได้ดังนี้

โครงการ	ที่ตั้งโครงการ	ลักษณะโครงการ	ปีที่เปิดจอง/ขายโครงการ	เนื้อที่โครงการ (ไร่-งาน-วา)	กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ^{1/}	มูลค่าโครงการ		ขายแล้วสะสม		โอนแล้วสะสม		คงเหลือขาย		ร้อยละของความสำเร็จ	ร้อยละของการรับรู้รายได้
						จำนวน (หน่วย)	มูลค่า (ล้านบาท)	จำนวน (หน่วย)	มูลค่า (ล้านบาท)	จำนวน (หน่วย)	มูลค่า (ล้านบาท)	จำนวน (หน่วย)	มูลค่า (ล้านบาท)		
คอนโดมิเนียม															
1. ริชชีทาวเวอร์ เพชรเกษม-สาทร	ริมถนนเพชรเกษม ใกล้เคียง 21	อาคารชุด 19 ชั้น	2548	1-0-0	C - B	212	300.00	212	300.00	212	300.00	-	-	100.00	100.00
2. เลอริช พระราม 3	ริมถนนสาธุประดิษฐ์ 41-43	อาคารชุด 22 ชั้น	2550	2-1-4.4	C - A	422	1,065.48	354	779.13	353	777.09	68	286.35	100.00	73.27
3. เลอริช รัชดา-สุทธิสาร	ใกล้แยกสุทธิสาร	อาคารชุด 8 ชั้น	2553	0-2-14.3	C - B	77	183.72	66	153.73	59	135.96	11	29.99	100.00	74.00
4. เลอริช@อารีย์สแควร์	ซอยอารีย์ 2	อาคารชุด 8 ชั้น	2553	0-2-0	A	73	236.69	65	203.76	60	185.02	8	32.92	100.00	78.78
5. ริชพาร์ค@บางซื่อคอนโด	ริมถนนกรุงเทพ-นนทบุรี	อาคารชุด 27 ชั้น	2554	3-3-21.5	C - B	803	1,391.69	732	1,253.83	386	690.29	71	137.86	100.00	49.88
6. ริชพาร์ค@เตาปูนอินเตอร์เซนจ์	ถนนประชาราษฎร์สาย 2	อาคารชุด 26 ชั้น	2556	3-0-64.6	C - B	735	1,728.45	335	784.04	-	-	400	944.41	5.24	2.50
บ้านเดี่ยว															
1. ริชชีวิลล์ บางบัวทอง	ถนนบางบัวทอง-สุพรรณบุรี (ถ.340)	บ้านเดี่ยว 2 ชั้น	2547	13-3-1	C - B	74	160.00	74	160.00	74	160.00	-	-	100.00	100.00
ทาวน์เฮ้าส์ / ทาวน์โฮม / โฮมออฟฟิศ															
1. เดอะริช บีชโฮม สุขุมวิท 105	ซอยสุขุมวิท 105	ทาวน์โฮม 3 ชั้น	2556	13-2-88	B - A	140	662.14	12	68.06	1	4.18	128	594.08	25.00	0.63

หมายเหตุ :

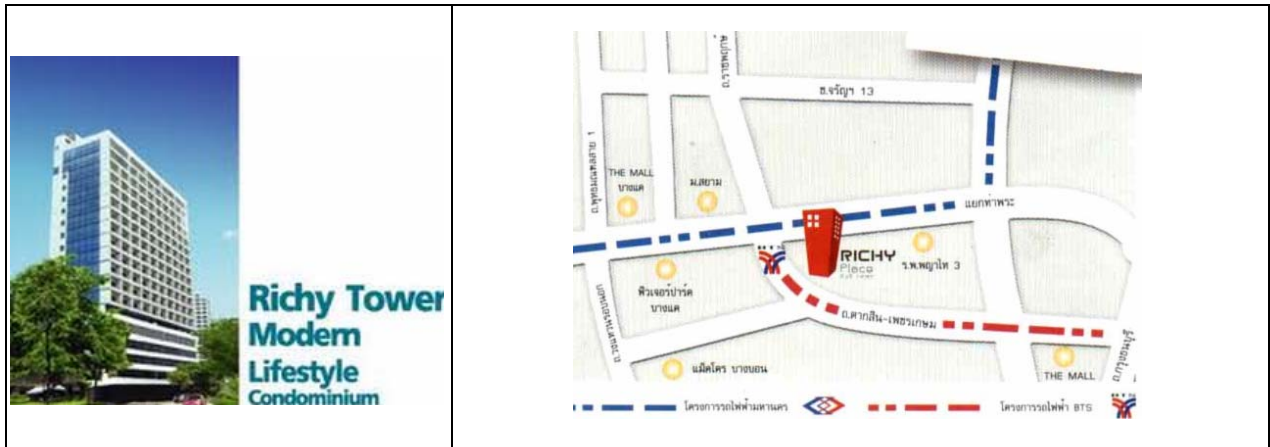
^{1/} A มีรายได้ต่อเดือน 80,000 บาทขึ้นไป และ B มีรายได้ต่อเดือน 50,001 – 80,000 บาท และ C มีรายได้ต่อเดือน 15,001- 50,000 บาท

โปรดดูการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัทได้ในหัวข้อ 3.2.1.5 ลักษณะของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

โครงการที่เปิดขายแล้ว ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2556 สามารถสรุปข้อมูลได้ดังนี้

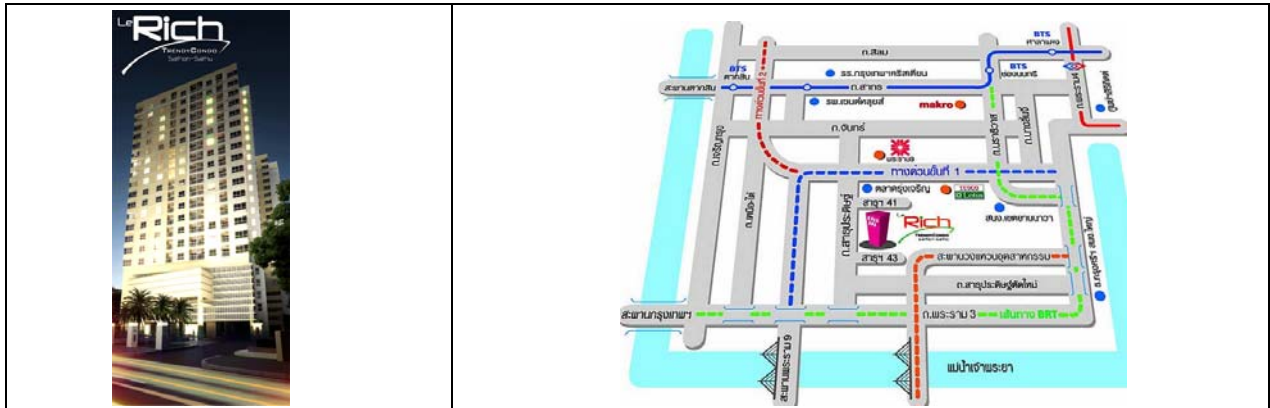
1. โครงการประเภทคอนโดมิเนียม

1.1 โครงการ “ริชชีทาวเวอร์ เพชรเกษม-สาทร” (ขายหมดแล้ว)



ประเภทโครงการ	คอนโดมิเนียม สูง 19 ชั้น
ที่ตั้งโครงการ	ริมถนนเพชรเกษม ใกล้ซอย 21
เนื้อที่	1-0-0 ไร่
จำนวนหน่วย	212 หน่วย
ขนาดพื้นที่ใช้สอย	32 - 64 ตารางเมตร ต่อหน่วย
มูลค่าโครงการ	300 ล้านบาท
ราคาขายต่อหน่วย	1.35 - 3.60 ล้านบาท
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	<ul style="list-style-type: none"> ▪ คนทำงานรุ่นใหม่ มีรสนิยม และความทันสมัย ▪ ผู้มีรายได้ระดับ 30,000 - 70,000 บาทต่อเดือน ▪ กลุ่มผู้ทำงานที่ต้องการแยกครอบครัวในบริเวณถนนเพชรเกษม ผู้ที่มีที่ทำงานบริเวณสีลม สาทรผู้ที่มองหาที่พักอาศัยใหม่ทดแทนที่พักอาศัยเดิม หรือนักลงทุน
จุดเด่นของโครงการ	ใกล้ MRT สถานีบางไผ่ 300 ม. โรงพยาบาลพญาไท3 มหาวิทยาลัยสยาม

1.2 โครงการ “เลอริช เทรนด์คอนโด สาทรประดิษฐ์” (“เลอริช พระราม 3”)



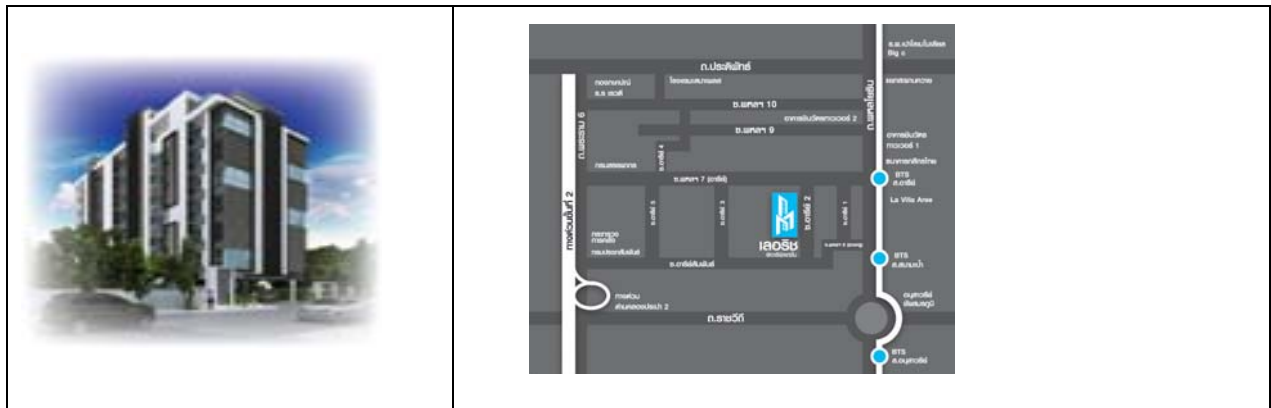
ประเภทโครงการ	คอนโดมิเนียม สูง 22 ชั้น
ที่ตั้งโครงการ	ริมถนนสาทรประดิษฐ์ ระหว่างซอย 41 และ 43 แขวงช่องนนทรี เขตยานนาวา กรุงเทพฯ
เนื้อที่	2-1-4.4 ไร่
จำนวนหน่วย	422 หน่วย
ขนาดพื้นที่ใช้สอย	28.30 - 78.52 ตารางเมตร ต่อหน่วย
มูลค่าโครงการ	1,066 ล้านบาท
ราคาขายต่อหน่วย	1.49 - 6.20 ล้านบาท
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ผู้ที่มีรายได้ระดับ 30,000 - 130,000 บาทต่อเดือน ▪ ผู้ที่ทำงานในย่านถนนพระราม 3 สาทร หรือผู้ที่ต้องการแยกตัวจากครอบครัวเดิม หรือซื้อเพื่อเป็นทรัพย์สิน
จุดเด่นของโครงการ	<ul style="list-style-type: none"> ▪ คอนโดมิเนียม ติดถนนใหญ่ ใจกลางเมือง ติดทางด่วน 3 สาย ใกล้ สีลม สาทร เพียง 5 นาทีรับวิวสวยสาทร-เจ้าพระยา ความสุข 360 องศา ใกล้ Central , Tesco Lotus, Makro พระราม 3

1.3 โครงการ “เลอริช รัชดา-สุทธิสาร”



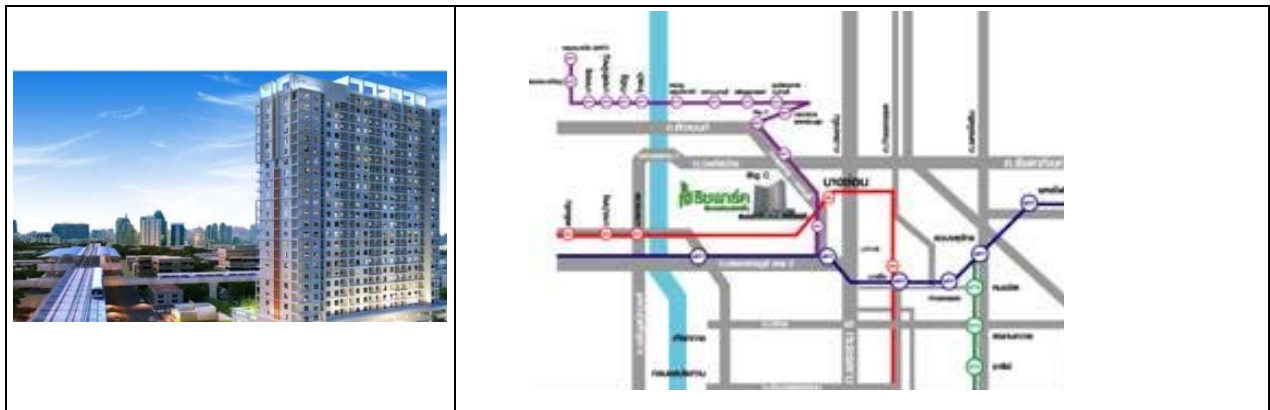
ประเภทโครงการ	คอนโดมิเนียม สูง 8 ชั้น
ที่ตั้งโครงการ	ใกล้แยกสุทธิสาร
เนื้อที่	0-2-14.3 ไร่
จำนวนหน่วย	77 หน่วย
ขนาดพื้นที่ใช้สอย	23.50 – 55.00 ตารางเมตร ต่อหน่วย
มูลค่าโครงการ	184 ล้านบาท
ราคาขายต่อหน่วย	1.80 - 3.85 ล้านบาท
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	<ul style="list-style-type: none"> ▪ คนทำงานรุ่นใหม่ มีรสนิยม และความทันสมัย ▪ ผู้มีรายได้ระดับ 35,000 - 80,000 บาทต่อเดือน ▪ กลุ่มผู้ทำงานที่ต้องการแยกครอบครัวในบริเวณถนนรัชดา - สุทธิสาร ผู้ที่มีที่ทำงานบริเวณแนวรถไฟฟ้าหรือผู้ที่มองหาที่พักอาศัยใหม่ทดแทนที่พักอาศัยเดิม
จุดเด่นของโครงการ	<p>ติด MRT สถานีสุทธิสาร 200 ม. 2 นาที ห้างสรรพสินค้า : เซ็นทรัล ลาดพร้าว, เมเจอร์รัชโยธิน, โรบินสัน, คาร์ฟูร์, จัสโก้, , ฟอรัจัน, โลตัส, โสมโปร, บุญถาวร มหาวิทยาลัย : ม.หอการค้า, ม.เซนจ้อหั่น, ม.จันทรเกษม, ม.เกษตร, ม.ศ.ว. ประสานมิตร</p> <p>สถานที่ทำงาน : อาคารเมืองไทยภัทร, การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ศาลอาญา, กรมส่งเสริมการส่งออก, เมืองไทยประกันชีวิต, SCB PARK, RS TOWER โรงพยาบาล : โกลเด้นเธิสส์เนอสซิ่งโฮม, เซนต์คาร์ลอส, เปาโล เมโมเลียล</p>

1.4 โครงการ “เลอริช@อารีย์สเตชั่น”



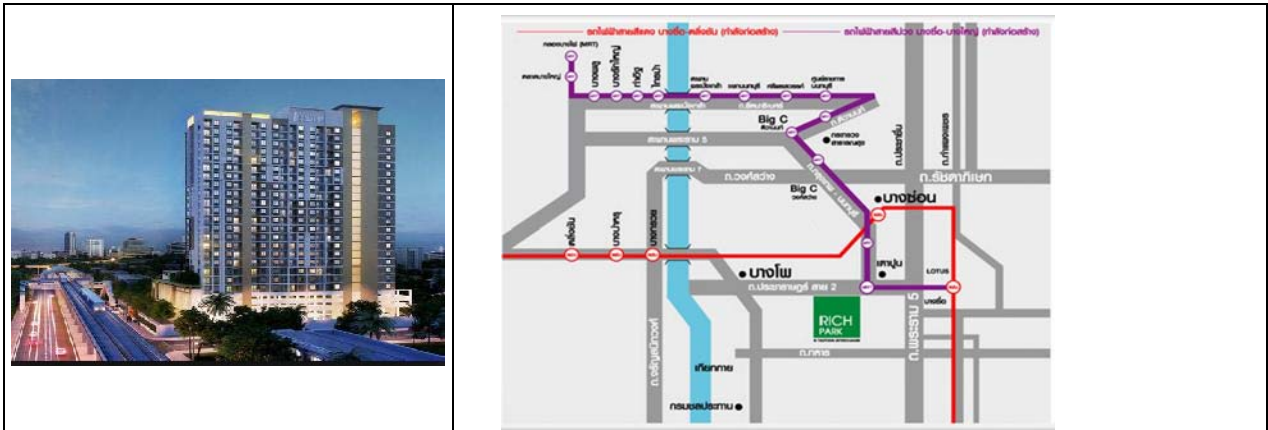
ประเภทโครงการ	คอนโดมิเนียม สูง 8 ชั้น
ที่ตั้งโครงการ	ซอยอารีย์ 2 แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ
เนื้อที่	0-2-0ไร่
จำนวนหน่วย	73 หน่วย
ขนาดพื้นที่ใช้สอย	35-54 ตารางเมตร ต่อหน่วย
มูลค่าโครงการ	237 ล้านบาท
ราคาขายต่อหน่วย	2.79 - 4.50 ล้านบาท
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	<ul style="list-style-type: none"> ■ คนทำงานรุ่นใหม่ มีรสนิยม และความทันสมัย ■ ผู้ที่มีรายได้ระดับ 60,000 - 90,000 บาทต่อเดือน ■ กลุ่มผู้ทำงานที่ต้องการแยกครอบครัวในบริเวณอารีย์สัมพันธ์ ผู้ที่มีที่ทำงานบริเวณแนวรถไฟฟ้าหรือผู้ที่มองหาที่พักอาศัยใหม่ทดแทนที่ที่อาศัยเดิม
จุดเด่นของโครงการ	<ul style="list-style-type: none"> ■ ทำเลที่ตั้งบนซอยอารีย์ 2 อยู่ใกล้สถานีรถไฟฟ้าอารีย์ (BTS) เพียง 300 เมตร และที่ตั้งสถานที่ราชการ อาทิ กระทรวงการคลัง, กรมสรรพากร ฯลฯ อยู่ใกล้กับ La Villa community Mall สถานช้อปปิ้งสุดหรู, ตึกชินวัตร, ททบ.5 เดินทางสะดวกด้วยทางด่วนชั้นที่ 2 (ถ.พระราม 6) เข้าออกได้หลายเส้นทาง ทั้ง ถ.พหลโยธิน, ถ. ประดิพัทธ์ หรือ ถ. พระราม 6 ภายในดีไซน์กะทัดรัดแต่ครบถ้วน อาทิ ห้องชุดแบบ 1 ห้องนอน 35 ตรม. กั้นห้องแยกส่วนห้องนอน และ Living room ห้องน้ำเข้าออกได้ 2 ทาง ไม่แออัดด้วยจำนวน 11 ห้องต่อชั้น ให้ความสำคัญสูงสุดระหว่างคุณกับแขกคนสำคัญ มีสระว่ายน้ำ และฟิตเนสวิวสูง, ปลอดภัยด้วยระบบ CCTV มีพนักงานดูแลตลอด 24 ชม. เข้าออกด้วยลิฟต์การ์ด ระบบป้องกันอัคคีภัย

1.5 โครงการ “ริชพาร์ค@บางซื่อเสตชั่น”



ประเภทโครงการ	คอนโดมิเนียม สูง 27 ชั้น
ที่ตั้งโครงการ	ถนนกรุงเทพ - นนทบุรี
เนื้อที่	3-3-21.5 ไร่
จำนวนหน่วย	803 ยูนิต
ขนาดพื้นที่ใช้สอย	28 ตารางเมตร ต่อยูนิต
มูลค่าโครงการ	1,392 ล้านบาท
ราคาขายต่อหน่วย	ประมาณ 2 ล้านบาท
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	<ul style="list-style-type: none"> ▪ คนทำงานรุ่นใหม่ มีรสนิยม และความทันสมัย ▪ ผู้ที่มีรายได้ระดับ 40,000 บาทต่อเดือน ขึ้นไป ▪ กลุ่มผู้ทำงานที่ต้องการแยกครอบครัวในบริเวณบางซื่อ ผู้ที่มีที่ทำงานบริเวณแนวรถไฟฟ้าหรือผู้ที่มองหาที่พักอาศัยใหม่ทดแทนที่พักอาศัยเดิม
จุดเด่นของโครงการ	<ul style="list-style-type: none"> ▪ คอนโดมิเนียมสูง 27 ชั้น “เชื่อมต่อชีวิต ใกล้ชิดธรรมชาติ” เป็นโครงการที่ใหญ่ที่สุด มีจำนวนห้อง 803 ห้อง การเดินทางสะดวกสบาย อยู่ใกล้รถไฟฟ้า 2 สาย คือ สายสีแดง (รฟม. บางซื่อ-ตลิ่งชัน) และสายสีม่วง (MRT บางซื่อ-บางใหญ่)

1.6 โครงการ “ริชพาร์ค@เตาปูนอินเตอร์เซ็นจ์”



ประเภทโครงการ	คอนโดมิเนียม สูง 26 ชั้น
ที่ตั้งโครงการ	ถนนประชากรราษฎร์สาย 2
เนื้อที่	3-0-64.6 ไร่
จำนวนหน่วย	735 หน่วย
ขนาดพื้นที่ใช้สอย	21-38 ตารางเมตร ต่อหน่วย
มูลค่าโครงการ	1,729 ล้านบาท
ราคาขายต่อหน่วย	1.50 - 2.66 ล้านบาท
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	<ul style="list-style-type: none"> ▪ พนักงานรุ่นใหม่ มีรสนิยม และความทันสมัย ▪ ผู้ที่มีรายได้ระดับ 40,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป ▪ กลุ่มผู้ทำงานที่ต้องการแยกครอบครัวในบริเวณบางซื่อ ผู้ที่มีที่ทำงานบริเวณแนวรถไฟฟ้าหรือผู้ที่มองหาที่พักอาศัยใหม่ทดแทนที่พักอาศัยเดิม
จุดเด่นของโครงการ	<ul style="list-style-type: none"> ▪ คอนโดมิเนียมสูง 26 ชั้น “ทำเลวิเศษ” การเดินทางสะดวกสบาย อยู่ใกล้รถไฟฟ้า 2 สาย คือ สายสีน้ำเงิน (รฟม. บางซื่อ-ท่าพระ) และสายสีม่วง (MRT บางซื่อ-บางใหญ่)

2. โครงการประเภทบ้านเดี่ยว

2.1 โครงการ “ริชชีวิลล์ บางบัวทอง” (ขายหมดแล้ว)



ประเภทโครงการ	บ้านเดี่ยว 2 ชั้น
ที่ตั้งโครงการ	ถนนบางบัวทอง-สุวรรณบุรี
เนื้อที่	13-3-1
จำนวนหน่วย	74 หน่วย
ขนาดพื้นที่ใช้สอย	50 - 60 ตารางวา ต่อยูนิต
มูลค่าโครงการ	160 ล้านบาท
ราคาขายต่อหน่วย	2.40 - 3.90 ล้านบาท
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	<ul style="list-style-type: none"> ▪ พนักงานและเจ้าของกิจการ มีลักษณะครอบครัวขนาดกลาง มีรสนิยม และชอบความหรูหรา ▪ ผู้มีรายได้ระดับ 45,000 - 85,000 บาทต่อเดือน ▪ กลุ่มผู้ทำงานที่ต้องการแยกครอบครัวในบริเวณบางบัวทอง-สุวรรณบุรี ผู้ที่มีที่ทำงานบริเวณบางบัวทอง ปากเกร็ด หรือผู้ที่มองหาที่พักอาศัยใหม่ทดแทนที่พักอาศัยเดิม
จุดเด่นของโครงการ	ติดถนนบางบัวทอง-สุวรรณบุรี สถานที่ทำงาน : บริษัท เอสบี เฟอ์นเจอร์, บริษัท อรรถบูรณ จำกัด, บริษัท ชูเลี่ยน (ประเทศไทย) จำกัด,

3. โครงการประเภททาวน์เฮ้าส์ ทาวน์โฮม และโฮมออฟฟิศ

โครงการ “เดอะริช บีช โฮม สุขุมวิท 105”



ประเภทโครงการ	ทาวน์โฮม 3 ชั้น
ที่ตั้งโครงการ	ซอยสุขุมวิท105
เนื้อที่	13-2-88 ไร่
จำนวนหน่วย	140 ยูนิิต
ขนาดพื้นที่ใช้สอย	172 ตารางเมตร ต่อยูนิิต
มูลค่าโครงการ	662 ล้านบาท
ราคาขายต่อหน่วย	เริ่มต้น 3.99 ล้านบาท
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	<ul style="list-style-type: none"> ▪ คนทำงานรุ่นใหม่ มีรสนิยม และความทันสมัย ▪ ผู้ที่มีรายได้ระดับ 80,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป ▪ กลุ่มผู้ทำงานที่ต้องการแยกครอบครัวในบริเวณถนนศรีนครินทร์ ผู้ที่มองหาที่พักอาศัยใหม่ทดแทนที่พักอาศัยเดิม หรือเจ้าของกิจการขนาดเล็ก-กลาง
จุดเด่นของโครงการ	ทาวน์โฮม 3 ชั้น บนทำเลที่ดีที่สุดแห่งหนึ่งในย่านสุขุมวิท 105

เงื่อนไขการชำระเงินของโครงการต่างๆ ของบริษัท ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2556 สามารถสรุปได้ดังนี้

โครงการ	เงื่อนไขการชำระเงิน		
	เงินจอง เงินทำสัญญา และเงินค้ำประกัน	จำนวนงวดผ่อนค้ำประกัน ^{1/}	เงินโอน
คอนโดมิเนียม			
- ริชชีทาวเวอร์ เพชรเกษม-สาทร	ร้อยละ 10 ของมูลค่ารวม	-	ร้อยละ 90 ของมูลค่ารวม
- เลอริช พระราม3	20,000 บาท	-	ร้อยละ 100
- เลอริช รัชดา-สุทธิสาร	10,000 บาท	-	ร้อยละ 100
- เลอริช@อารีย์สแควร์	20,000 บาท	-	ร้อยละ 100
- ริชพาร์ค@ บางซ่อนสแควร์	10,998 บาท	-	ร้อยละ 100
- ริชพาร์ค@ เตาปูนอินเตอร์เนชั่น	35,000 บาท	ร้อยละ 12	ร้อยละ 88 ของมูลค่ารวม
บ้านเดี่ยว			
- ริชชีวิลล์ บางบัวทอง	10,000 บาท	-	ร้อยละ 100
ทาวน์เฮ้าส์ / ทาวน์โฮม / โฮมออฟฟิศ			
- เดอะริช บีชโฮม สุขุมวิท105	50,000 บาท	-	ร้อยละ 100

หมายเหตุ : ^{1/} บางโครงการไม่มีจำนวนงวดผ่อนค้ำประกัน เนื่องจากเป็นโครงการก่อสร้างแล้วเสร็จ ซึ่งผู้ซื้อจะต้องชำระเป็นเงินโอนครั้งเดียวเต็มจำนวน

3.2 การตลาด สภาพการแข่งขัน และแนวโน้มอุตสาหกรรม

3.2.1 การตลาด

3.2.1.1 กลยุทธ์ทางด้านผลิตภัณฑ์

บริษัทพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์เพื่อขายในรูปแบบที่หลากหลาย โดยมุ่งพัฒนาให้ครอบคลุมและกระจายในหลายๆ กลุ่มผลิตภัณฑ์และสถานที่ทำเลที่ตั้ง เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคให้มากที่สุด โดยการพัฒนาที่อยู่อาศัยในแต่ละทำเล บริษัทจะพิจารณาให้เหมาะสมกับตลาด ปัจจุบันบริษัทกำหนดกลุ่มผลิตภัณฑ์เป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มคอนโดมิเนียม กลุ่มบ้านเดี่ยว กลุ่มทาวน์เฮ้าส์ ทาวน์โฮม โดยบริษัทให้ความสำคัญกับการออกแบบและตกแต่ง การออกแบบจัดสรรพื้นที่ใช้สอยภายในอย่างลงตัว สอดคล้องกับรูปแบบและวิถีการใช้ชีวิตในเมืองของคนรุ่นใหม่ รวมทั้งมีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการอย่างครบถ้วน เช่น สระว่ายน้ำ การจัดพื้นที่สีเขียวให้มีสัดส่วนที่มากพอ เครื่องออกกำลังกาย เป็นต้น

นอกจากนี้ บริษัทยังให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่งกับการบริหารจัดการ โครงการและบริการหลังการขาย ตั้งแต่เริ่มก่อสร้างโครงการ การวางแผนงานพัฒนาการก่อสร้างโครงการที่จะไม่ก่อให้เกิดการรบกวนลูกค้าที่เข้าอยู่อาศัยแล้ว ส่วนการบริการหลังการขายจะมีหน่วยงานบริการ โดยเฉพาะที่ให้บริการและแก้ปัญหาให้กับลูกค้าที่เข้าพักอาศัยแล้ว

3.2.1.2 กลยุทธ์ทางด้านราคา

บริษัทกำหนดกลยุทธ์ทางด้านราคา โดยพิจารณาจากปัจจัยต่างๆ เช่น การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ กลุ่มลูกค้า เป้าหมาย ลักษณะของผลิตภัณฑ์ ทำเลที่ตั้ง พื้นที่ใช้สอย เป็นต้น และเปรียบเทียบกับราคาขายของโครงการอื่นที่มีรูปแบบและ

ที่ตั้งอยู่ใกล้เคียงกัน รวมทั้งพิจารณาถึงต้นทุนของโครงการ ไม่ว่าจะเป็นค่าที่ดิน ค่าใช้จ่ายในการออกแบบ ค่าใช้จ่ายในการก่อสร้าง และค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยการกำหนดราคาขายจะต้องเป็นราคาที่เหมาะสม ผู้บริโภครู้สึกถึงความคุ้มค่า อาทิ เช่นตั้งราคาที่เหมาะสมบนทำเลเดียวกันกับคู่แข่งชั้นด้วยราคาที่ต่ำกว่าเล็กน้อยแต่คุณภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกเท่ากัน เป็นต้น นอกจากนี้บริษัทจะต้องสามารถรักษาระดับอัตราผลตอบแทนให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมที่ต้องการได้

3.2.1.3 กลยุทธ์ทางด้านสื่อสารการตลาดและส่งเสริมการขาย

บริษัทให้ความสำคัญกับการสื่อสารการตลาดในรูปแบบต่างๆ หลากหลายช่องทาง โดยมีเป้าหมายเพื่อให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายสามารถรับรู้และจดจำชื่อบริษัทและโครงการของบริษัทได้ ดังนี้

- 1) การโฆษณาผ่านสื่อสารมวลชน (Mass Media) เช่น วิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ต่างๆ เพื่อเป็นการสื่อสารการตลาดในวงกว้าง
- 2) การสื่อสารผ่านสื่อกลางแจ้ง (Outdoor Media) เช่น ป้ายบิลบอร์ด ป้ายบอกทาง เพื่อเป็นการสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าที่อยู่รอบๆ โครงการหรือบริเวณใกล้เคียงกับทำเลที่ตั้งโครงการเป็นหลัก
- 3) การสื่อสารในช่องทางเลือกอื่นๆ (Below The Line) เช่น การสื่อสารทางตรง (Direct Mail) การออกนุสรแสดงสินค้า การจัดกิจกรรมที่โครงการ การจัดกิจกรรมลูกค้าแนะนำลูกค้า การจัดกิจกรรมร่วมกับองค์กรอื่น เป็นต้น
- 4) การสื่อสารการตลาดในช่องทางสื่อใหม่ (New Media) เช่น การสื่อสารผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัท (www.rp.co.th) การสื่อสารผ่านระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) การโฆษณาผ่านเว็บไซต์อื่นๆ การส่งข้อความผ่านระบบโทรศัพท์มือถือ (SMS) เป็นต้น

นอกจากนี้ บริษัทยังจัดให้มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารของบริษัทผ่านสื่อต่างๆ และการจัดกิจกรรมเพื่อประชาสัมพันธ์ให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้รับทราบข้อมูล เช่น การแถลงข่าวเปิดตัวโครงการใหม่ การจัดทำจดหมายข่าวประชาสัมพันธ์กับทั้งลูกค้าใหม่และลูกค้าเก่า เพื่อสร้างการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทและโครงการที่กำลังขายอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการจัดกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) กับลูกค้าที่ซื้อโครงการของบริษัทไปแล้ว เพื่อให้ลูกค้าได้เข้ามามีส่วนร่วมกับบริษัท อันเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีในระยะยาว ซึ่งจะทำให้เกิดการแนะนำและบอกต่อเกี่ยวกับโครงการของบริษัทไปยังผู้บริโภคอื่นๆ ต่อไป

3.2.1.4 กลยุทธ์ทางการจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

บริษัทมีช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์โดยตรงผ่านสำนักงานขายของแต่ละโครงการ ด้วยทีมงานขายที่มีความเป็นมืออาชีพ มีความรู้และเข้าใจในผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี สามารถอธิบายให้ลูกค้าและประชาชนทั่วไปที่สนใจได้รับรู้รับทราบรายละเอียดและข้อมูลของโครงการ และมีห้องตัวอย่างเปิดแสดงให้ผู้สนใจชม ณ ที่ตั้งโครงการ โดยในแต่ละโครงการจะมีทีมขายประมาณ 1 - 4 คน ตามแต่ขนาดของโครงการ และมีการกำหนดค่านายหน้าในการขายเพื่อสร้างแรงจูงใจให้แก่ทีมขาย

นอกจากทีมงานขายของบริษัทแล้ว บริษัทยังมีช่องทางเสริมอื่นๆ โดยอาจว่าจ้างทีมขายจากบริษัทที่เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านงานขายจากภายนอกให้เป็นผู้บริหารการขาย โครงการให้แก่บริษัท และกำหนดค่าตอบแทนตามยอดขายที่เกิดขึ้น

ทั้งนี้ ผู้ที่สนใจในโครงการของบริษัทยังสามารถโทรศัพท์เข้ามาสอบถามรายละเอียดได้ที่หมายเลข 02-886-1816-7 หรือศึกษาข้อมูลผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัท www.rp.co.th

3.2.1.5 ลักษณะของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

บริษัทจะเน้นกลุ่มลูกค้าระดับกลางเป็นหลัก โดยมีการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายซึ่งปรับตามสถานการณ์เพื่อให้เกิดความเหมาะสมได้

ทั้งนี้ ลูกค้าของบริษัทเป็นลูกค้ารายย่อยทั้งหมด และไม่มีรายใดที่มีสัดส่วนเกินร้อยละ 30 ของรายได้รวม

การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของแต่ละโครงการ มีลักษณะดังนี้

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	ราคาต่อหน่วย	ระดับรายได้ต่อเดือน
A	5.00 – 7.50 ล้านบาท	80,000 บาทขึ้นไป
B	3.00 – 4.99 ล้านบาท	50,001 - 80,000 บาท
C	1.00 – 2.99 ล้านบาท	15,001 – 50,000 บาท

3.2.2 ภาพรวมอุตสาหกรรม

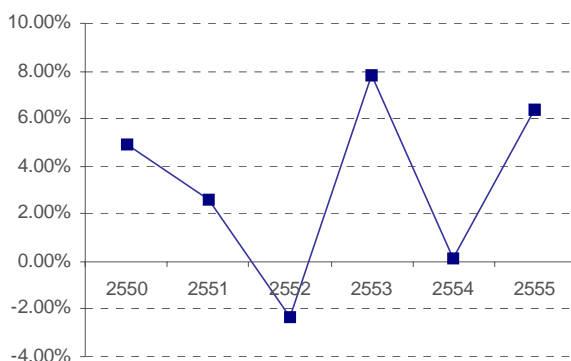
3.2.2.1 ภาวะอุตสาหกรรม และแนวโน้ม

ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เป็นธุรกิจที่สำคัญธุรกิจหนึ่งที่มีผลต่อภาวะเศรษฐกิจในประเทศเป็นอย่างมาก เนื่องจากธุรกิจนี้มีผลสำคัญต่อเนื่องไปยังปัจจัยทางเศรษฐกิจต่างๆ เช่น การก่อสร้าง ภาวะการจ้างงาน การปล่อยสินเชื่อของสถาบันการเงิน สภาพคล่องต่างๆ ตลอดจนความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ดังจะเห็นได้ว่ารัฐบาลหลายๆ ชุดได้เห็นถึงความสำคัญดังกล่าวนี้ จึงได้ให้การส่งเสริมธุรกิจนี้ให้มีการขับเคลื่อนไปข้างหน้าได้เพื่อให้ภาวะเศรษฐกิจโดยรวมมีการพัฒนาต่อไป รวมทั้งเพื่อเป็นการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของประชาชนในประเทศให้มีที่พำนักอย่างเพียงพอ

ทั้งนี้ การเจริญเติบโตของธุรกิจนี้ก็ได้รับผลกระทบจากปัจจัยต่างๆ หลายปัจจัย เช่น ภาวะการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในประเทศ ราคาวัสดุก่อสร้าง หรืออัตราดอกเบี้ย เป็นต้น โดยในช่วงที่ผ่านมา ปัจจัยสำคัญดังกล่าวที่มีผลต่อธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ได้มีการเปลี่ยนแปลง ดังแสดงในแผนภาพข้างล่างนี้

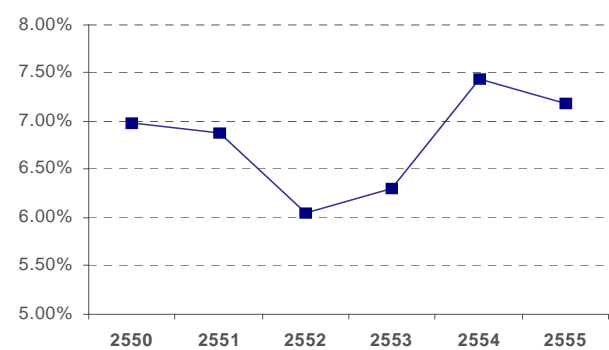
การเปลี่ยนแปลงในปัจจัยต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อภาวะธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

อัตราการเติบโตของ GDP



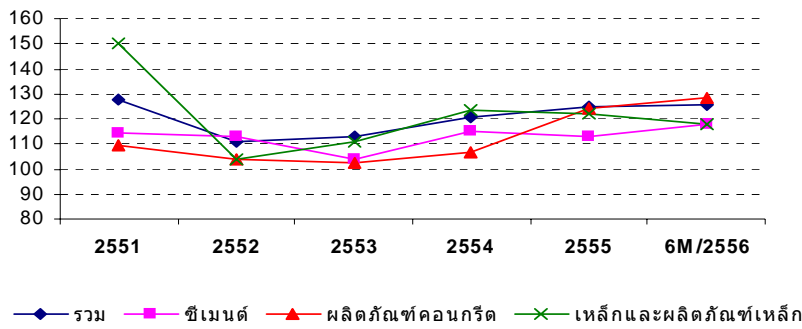
ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย

อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ MLR เฉลี่ยธนาคารพาณิชย์ในประเทศ ณ สิ้นปี



ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย

ดัชนีราคาขายส่งวัสดุก่อสร้าง รายปี (เฉลี่ยดัชนีรายเดือน)



ที่มา : สำนักงานดัชนีเศรษฐกิจการค้า กรมเศรษฐกิจการค้า

ภาวะการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในประเทศ จะพิจารณาจากอัตราการเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ หรือ GDP ซึ่งในปี 2555 มีอัตราเติบโตร้อยละ 6.4 ขยายตัวขึ้นมากกว่าปี 2554 ที่มีการเติบโตร้อยละ 0.1 เติบโตขึ้นจากปีก่อนหน้าตามปัญหาข้อจำกัดในภาคการผลิตที่เริ่มคลี่คลายลงตามลำดับ ประกอบกับอุปสงค์ภาคเอกชน ทั้งการบริโภคภาคเอกชน และการลงทุนภาคเอกชนที่สามารถฟื้นกลับสู่ระดับก่อนอุทกภัยได้แล้ว นอกจากนี้ นโยบายของภาครัฐ เช่น การเพิ่มรายได้แรงงานรายวันและเงินเดือนข้าราชการ การรับจำนำข้าวเปลือก โครงการรถยนต์คันแรก โครงการบ้านหลังแรก และการทยอยปรับลดภาษีเงินได้นิติบุคคล ยังมีส่วนสนับสนุนการใช้จ่ายภายในประเทศ ขณะที่การบริโภคและการลงทุนภาครัฐมีบทบาทในการสนับสนุนการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจ

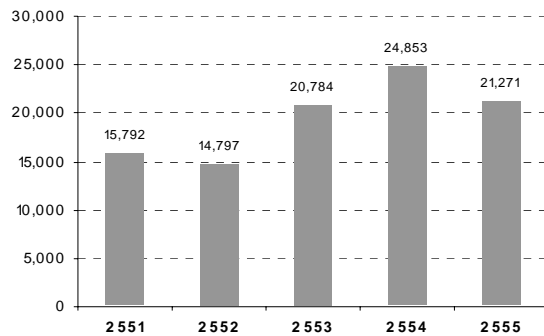
สำหรับเศรษฐกิจไทยในปี 2556 สำนักงานเศรษฐกิจการคลังคาดว่า เศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มขยายตัวได้อย่างต่อเนื่องที่ร้อยละ 5.2 (โดยมีช่วงคาดการณ์ที่ร้อยละ 4.7 – 5.7) โดยมีแรงขับเคลื่อนหลักจากอุปสงค์ภาครัฐและอุปสงค์จากต่างประเทศที่คาดว่าจะยังคงขยายตัวได้ อันมีปัจจัยสนับสนุนจากการเบิกจ่ายตามแผนบริหารจัดการน้ำในระยะยาวของภาครัฐวงเงินลงทุนรวม 3.5 แสนล้านบาทที่คาดว่าจะเริ่มทยอยลงทุนได้มากขึ้นในปี 2556 ประกอบกับสถานการณ์เศรษฐกิจโลกที่แม้ว่าจะยังคงมีความเสี่ยง แต่มีแนวโน้มว่าจะเริ่มฟื้นตัวขึ้นตามลำดับ อย่างไรก็ตาม อุปสงค์ภาคเอกชนมีแนวโน้มชะลอลง ภายหลังจากที่มีการเร่งการบริโภคและการลงทุนเพื่อฟื้นฟูภายหลังเหตุการณ์อุทกภัยไปมากแล้วในปีก่อน

ดัชนีราคาขายส่งวัสดุก่อสร้างรวมในปี 2555 (เฉลี่ยดัชนีรายเดือน) มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นจาก 120.4 ในปี 2554 เป็น 124.7 คิดเป็นอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.96 ทั้งนี้ ผลกระทบที่สำคัญมาจากผลิตภัณฑ์คอนกรีตที่มีราคาปรับเพิ่มขึ้นในอัตราสูง โดยดัชนีราคาคอนกรีตในปี 2555 มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นจาก 106.9 ในปี 2554 เป็น 124.0 คิดเป็นอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 15.88 สาเหตุมาจากแรงหนุนจากความจำเป็นต้องใช้ปูนซีเมนต์ที่ก่อตัวตั้งแต่ปลายปี 2554 บวกกับความจำเป็นที่ต้องใช้ปูนซีเมนต์เพื่อซ่อมแซมระบบสาธารณูปโภค โครงสร้างพื้นฐาน โรงเรียนและอาคารบ้านเรือน ที่ได้รับความเสียหายจากน้ำท่วม นอกจากนี้ยังมีปัจจัยบวกจากโครงการก่อสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่หลายโครงการทั้งของภาครัฐและเอกชน ทั้งนี้การบริโภคปูนซีเมนต์ส่วนใหญ่ใช้จากการผลิตภายในไทย แต่การก่อสร้างโครงการขนาดใหญ่บางแห่งจำเป็นต้องใช้ซีเมนต์ชนิดอื่นที่ไม่สามารถผลิตได้ในประเทศ ในขณะที่ดัชนีราคาเหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็กค่อนข้างทรงตัว โดยสถานการณ์ดังกล่าวยังคงมีผลต่อเนื่องมาจนถึงปี 2556 ในขณะที่ ดัชนีราคาขายส่งวัสดุก่อสร้าง(เฉลี่ยดัชนีรายเดือน) ในครึ่งปีแรกของปี 2556 อยู่ที่ 125.5 ซึ่งยังคงมีทิศทางปรับเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน

ในส่วนของภาวะอัตราดอกเบี้ย ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญหนึ่งที่มีผลต่อธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ในปี 2555 อัตราดอกเบี้ยเงินกู้มีแนวโน้มปรับตัวลดลง เป็นผลจากนโยบายการเงินที่ผ่อนคลายของธนาคารแห่งประเทศไทย เพื่อกระตุ้นภาวะเศรษฐกิจและการลงทุนในประเทศ โดยอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ MLR เฉลี่ยธนาคารพาณิชย์ในประเทศ ณ สิ้นปี 2555 อยู่ที่ร้อยละ 7.19 ขณะที่ศูนย์วิจัยกสิกรไทยคาดการณ์ว่าทิศทางดอกเบี้ยในปี 2556 จะคงอยู่ในระดับต่ำตามอัตราดอกเบี้ยนโยบาย

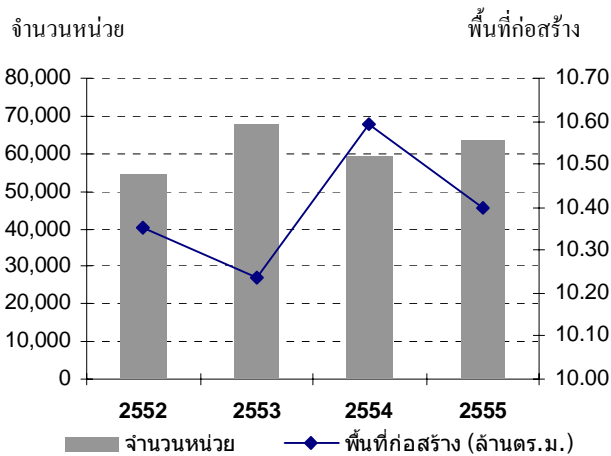
เครื่องชี้ภาวะธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในช่วงที่ผ่านมา

การออกใบอนุญาตจัดสรรที่ดิน ในเขตกรุงเทพฯ



ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย

การออกใบอนุญาตก่อสร้างอาคารเพื่ออยู่อาศัย อาคารแนวราบ ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล



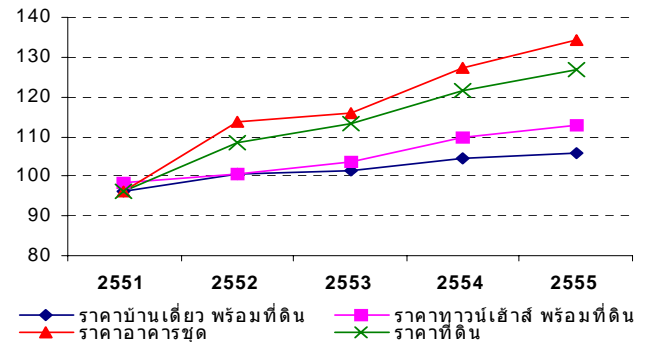
ที่มา : ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์

หมายเหตุ :

การพิจารณาการออกใบอนุญาตจัดสรรที่ดิน และการออกใบอนุญาตก่อสร้างอาคารอาจไม่สามารถนำมาใช้วิเคราะห์ร่วมกันได้ เนื่องจากฐานข้อมูลที่แตกต่างกัน รวมทั้งจำนวนหน่วยที่มีการออกใบอนุญาตก่อสร้าง ได้รวมเอาจำนวนหน่วยทั้งที่มีการขออนุญาตจัดสรรที่ดิน และไม่ขออนุญาตจัดสรรที่ดินเข้ามาด้วย โดยกฎหมายกำหนดให้ผู้ประกอบการที่อยู่อาศัยแนวราบที่แบ่งแปลงจัดสรร 10 แปลงขึ้นไปต้องยื่นขออนุญาตจัดสรร ดังนั้น ผู้ที่ไม่มีการแบ่งแปลงถึงจำนวน 10 แปลงตามที่กฎหมายกำหนด จึงไม่ต้องยื่นขออนุญาตจัดสรร และนอกจากนี้ การออกใบอนุญาตก่อสร้างมิได้แสดงว่าจำเป็นต้องมีการก่อสร้างจริงทุกรายการ แต่จะสะท้อนถึงการวางแผนงานของผู้ประกอบการในขณะนั้น

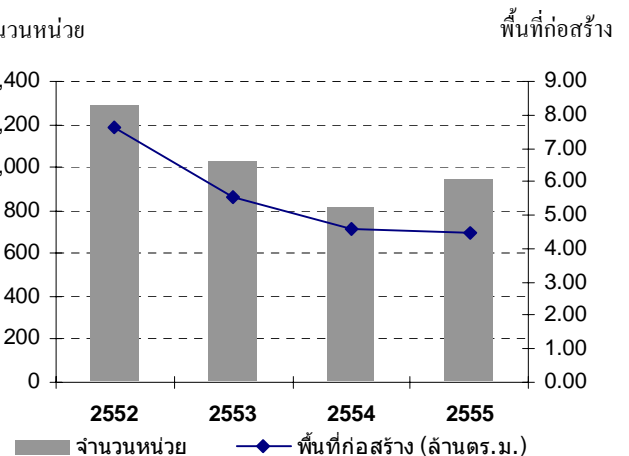
จากข้อมูลของศูนย์อสังหาริมทรัพย์รายงานว่าในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ในปี 2555 มีการออกใบอนุญาตจัดสรรที่ดิน จำนวน 21,271 หน่วย ลดลงร้อยละ 14.41 ในขณะที่มีการออกใบอนุญาตก่อสร้างอาคารเพื่ออยู่อาศัยแนวราบ จำนวน 63,654 หน่วย ลดลงร้อยละ 7.03 คิดเป็นพื้นที่ก่อสร้าง 10.40 ล้าน ตร.ม. ลดลงร้อยละ 1.79 ซึ่งสาเหตุหลักที่อุปทานของที่อยู่อาศัยแนวราบมีอัตราลดลงเกิดจากปัญหาอุทกภัยรุนแรงในกรุงเทพฯ-ปริมณฑล จึงทำให้ที่อยู่อาศัยแนวราบจำนวนมากถูกน้ำท่วม ทั้งที่เป็นบ้านในโครงการจัดสรรและบ้านนอกโครงการจัดสรร ทำให้เกิดผลทางจิตวิทยาและตลาดห้องชุดคอนโดมิเนียมกลับมาได้รับความสนใจจากผู้บริโภค โดยมีการออกใบอนุญาตก่อสร้างอาคารเพื่ออยู่อาศัย อาคารสูง จำนวน 945 หน่วย เพิ่มขึ้นร้อยละ 15.80 คิดเป็นพื้นที่ก่อสร้าง 4.47 ล้าน ตร.ม. ลดลงร้อยละ 2.40

ดัชนีราคาที่อยู่อาศัยจากฐานข้อมูลสินเชื่อธนาคารพาณิชย์



ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย

การออกใบอนุญาตก่อสร้างอาคารเพื่ออยู่อาศัย อาคารสูง ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล



ที่มา : ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์

ในส่วนของดัชนีราคาที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลในปี 2555 (เฉลี่ยดัชนี ณ สิ้นไตรมาสของทั้ง 4 ไตรมาส) ดัชนีราคาที่ดินมีอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.27 ดัชนีราคาทาวน์เฮ้าส์พร้อมที่ดินเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.82 ดัชนีราคาอาคารชุดปรับเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.82 ส่วนดัชนีราคาบ้านเดี่ยวพร้อมที่ดินปรับเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.24 ซึ่งหากไม่รวมที่ดินแล้วทั้งดัชนีราคาบ้านเดี่ยวและดัชนีราคาทาวน์เฮ้าส์ต่างมีการปรับตัวลดลง

ที่อยู่อาศัยสร้างเสร็จจดทะเบียนในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล

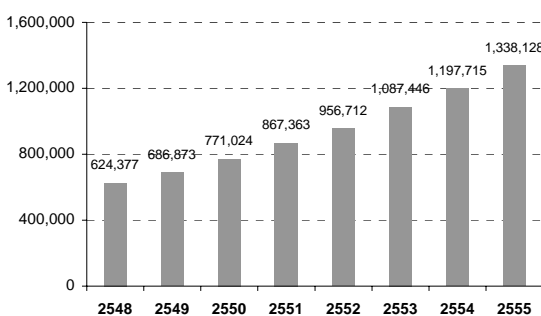
	2551	2552	2553	2554	2555
(หน่วย)					
ผู้ประกอบการสร้าง					
- บ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์เฮ้าส์ และอาคารพาณิชย์	27,513	21,634	24,476	26,994	23,662
- อาคารชุด	34,049	53,725	59,919	34,734	64,716
รวมสร้างโดยผู้ประกอบการ	61,562	75,359	84,395	61,728	88,378
ประชาชนสร้างเอง	24,017	19,618	22,498	20,128	23,497
รวม	85,579	94,977	106,893	81,856	111,875

ที่มา : ศูนย์ข้อมูลสังหาริมทรัพย์

ในส่วนของจำนวนที่อยู่อาศัยสร้างเสร็จจดทะเบียนในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ปี 2555 มีจำนวน 111,875 หน่วย เพิ่มขึ้นจากปี 2554 ร้อยละ 36.67 โดยแยกเป็นที่อยู่อาศัยที่ประชาชนเป็นผู้สร้างเองมีจำนวนรวม 23,497 หน่วย เพิ่มขึ้นร้อยละ 16.74 ในขณะที่ที่อยู่อาศัยที่ผู้ประกอบการสร้างมีจำนวนรวม 88,378 หน่วย เพิ่มขึ้นร้อยละ 43.17 ทั้งนี้ ส่วนที่เพิ่มขึ้นเป็นประเภทคอนโดมิเนียมจาก จำนวน 34,734 หน่วย ในปี 2554 เป็น 64,716 หน่วย ในปี 2555 เพิ่มขึ้นร้อยละ 86.32 โดยสาเหตุหลักเนื่องจากเหตุการณ์อุทกภัยที่ผ่านมา ทำให้ผู้บริโภคสนใจที่อยู่อาศัยแนวสูงมากขึ้น อีกทั้งมีการชะลอตัวของโครงการที่อยู่อาศัยแนวราบ รวมถึงมีการส่งมอบบ้านพร้อมที่ดินซึ่งก่อสร้างเสร็จล่าช้า ทำให้จำนวนที่อยู่อาศัยประเภท บ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์เฮ้าส์ และอาคารพาณิชย์ มีจำนวนลดลงโดยมีจำนวนจาก 26,994 หน่วย เป็น 23,662 ในปี 2555 ลดลงร้อยละ 12.34

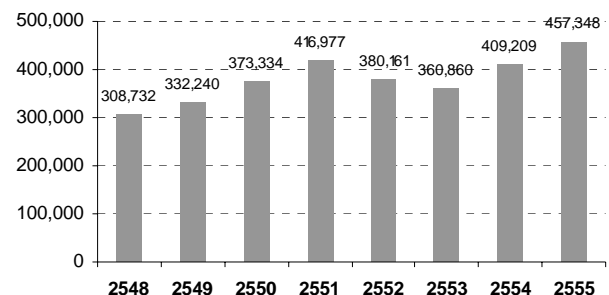
สินเชื่อที่อยู่อาศัย

สินเชื่อที่อยู่อาศัยส่วนบุคคล (ล้านบาท)



ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย

สินเชื่อที่อยู่อาศัยผู้ประกอบการ (ล้านบาท)



ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย

หากพิจารณาในส่วนของสินเชื่อที่อยู่อาศัยจากสถาบันการเงิน ซึ่งสามารถสะท้อนภาวะธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ได้อีกมุมมองหนึ่ง ในส่วนของอุปสงค์ของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ จากสินเชื่อที่อยู่อาศัยส่วนบุคคล ปี 2555 มีประมาณ 1.34 ล้านล้านบาท

บาท มีอัตราเพิ่มขึ้นจากปี 2554 ร้อยละ 11.72 และในส่วนของอุปทานของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ จากสินเชื่อผู้ประกอบการเพื่อใช้ในการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์นั้น ในปี 2555 มีประมาณ 0.45 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.76 ถือเป็นอัตราการขยายตัวที่ใกล้เคียงกัน

จากข้อมูลข้างต้นสามารถสรุปภาวะธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ได้ดังนี้

- เครื่องชี้ทางด้านอุปสงค์

อุปสงค์ของตลาดอสังหาริมทรัพย์โดยรวมในปี 2555 ยังขยายตัวจากปีที่ผ่านมา สะท้อนจากการขยายตัวของยอดสินเชื่อที่อยู่อาศัย รวมทั้งมูลค่าการซื้อขายที่ดินและสิ่งปลูกสร้างที่มีการขยายตัวเช่นเดียวกัน

ในปี 2556 คาดว่าอุปสงค์ของตลาดอสังหาริมทรัพย์อาจจะลดลงตามภาวะเศรษฐกิจ แต่ปัจจัยสนับสนุน อาทิ การขยายตัวด้านโครงการคมนาคมทั้งในส่วนกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และผู้ประกอบการอาจมีการปรับลดราคาขายลงเพื่อรักษาสภาพคล่องทางการเงินของตน จะทำให้อุปสงค์ชะลอตัวไม่มากนัก

- เครื่องชี้ทางด้านอุปทาน

ในปี 2555 เครื่องชี้ทางด้านอุปทานมีการขยายตัว สะท้อนจากจำนวนการออกใบอนุญาตจัดสรรที่ดิน และการออกใบอนุญาตก่อสร้างอาคารเพื่ออยู่อาศัย และจำนวนที่อยู่อาศัยสร้างเสร็จจดทะเบียนที่มีการปรับตัวเพิ่มขึ้น ทั้งนี้เป็นผลจากอุปสงค์ที่ขยายตัว ความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์ที่มากขึ้น และสถาบันการเงินที่มีนโยบายสนับสนุนการปล่อยสินเชื่อให้แก่ผู้ประกอบการที่มีฐานะมั่นคง

สำหรับปี 2556 คาดว่าอุปทานของตลาดอสังหาริมทรัพย์จะชะลอความรุนแรงจากปี 2555 แม้ว่าจะมีโครงการที่เปิดตัวใหม่ โดยเฉพาะคอนโดมิเนียมที่ใกล้แนวรถไฟฟ้า แต่ความเข้มงวดของสถาบันการเงินในการให้สินเชื่อแก่ผู้ประกอบการที่เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะกับผู้ประกอบการรายย่อยจะทำให้มีอุปทานใหม่ไม่มากนัก

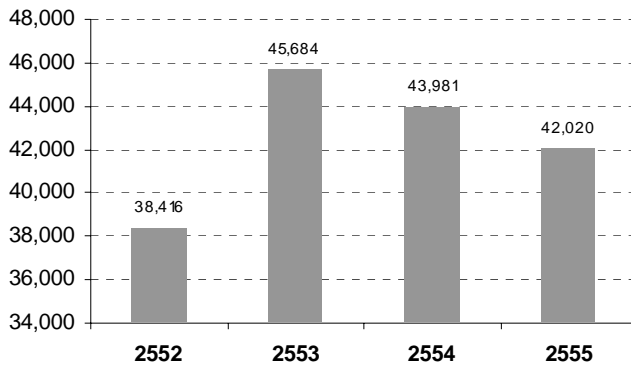
- เครื่องชี้ทางด้านราคา

ในปี 2555 ราคาที่อยู่อาศัยโดยรวมปรับตัวเพิ่มขึ้นตามอุปสงค์ที่ขยายตัวเป็นสำคัญ โดยดัชนีราคาบ้านเดี่ยวพร้อมที่ดิน ดัชนีทาวน์เฮ้าส์พร้อมที่ดิน ดัชนีอาคารชุดและดัชนีที่ดินมีการเพิ่มขึ้นทั้งสิ้น ทั้งนี้ในส่วนของราคาวัสดุก่อสร้างโดยรวมมีการขยายตัวเช่นกันจาก ความจำเป็นที่ต้องใช้ปูนซีเมนต์เพื่อซ่อมแซมระบบสาธารณูปโภค โครงสร้างพื้นฐาน โรงงานและอาคารบ้านเรือน ที่ได้รับความเสียหายจากน้ำท่วม เป็นหลัก

แนวโน้มราคาที่อยู่อาศัยโดยรวมในปี 2556 คาดว่าจะมีการขยายตัวซึ่งปัจจัยสำคัญมาจาก แรงกดดันด้านต้นทุนการก่อสร้างที่เพิ่มขึ้นจากการขาดแคลนแรงงานภาคก่อสร้างและภาคอสังหาริมทรัพย์ จนถึงความเข้มงวดมากขึ้นของสถาบันการเงินในการให้สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย อย่างไรก็ตาม ราคาอสังหาริมทรัพย์ในบางพื้นที่

แนวโน้มตลาดบ้านจัดสรรและภาวะการแข่งขัน

จำนวนบ้านจัดสรรสร้างเสร็จ (บ้านเดี่ยว บ้านแฝด และทาวน์เฮ้าส์) ที่จดทะเบียนในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล (หน่วย)



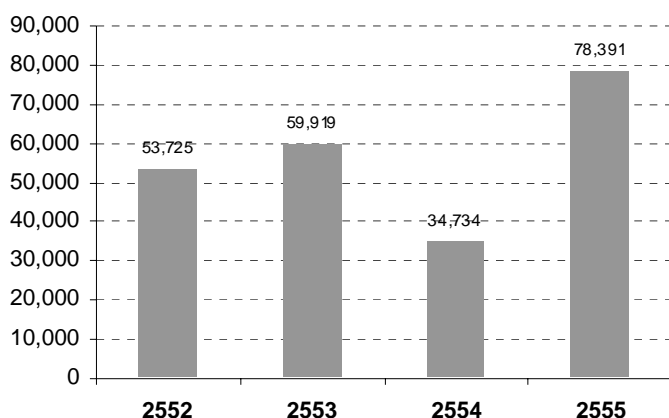
ที่มา : ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์

ในปี 2555 ธุรกิจบ้านจัดสรรมีอัตราการเติบโตลดลงจากปีที่ผ่านมา โดยจำนวนบ้านจัดสรรสร้างเสร็จ (บ้านเดี่ยว บ้านแฝดและทาวน์เฮ้าส์) ที่จดทะเบียนในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล มีอัตราการลดลงประมาณร้อยละ 4.46 ซึ่งสาเหตุหลักเกิดจากปัญหาอุทกภัยรุนแรงในกรุงเทพฯ-ปริมณฑล จึงทำให้ที่อยู่อาศัยแนวราบจำนวนมากถูกน้ำท่วม ทั้งที่เป็นบ้านในโครงการจัดสรรและบ้านนอกโครงการจัดสรร ซึ่งแนวโน้มดังกล่าวนี้ทำให้ผู้ประกอบการที่มีขนาดเล็กดำเนินธุรกิจได้ลำบากมากขึ้น เนื่องจากตลาดมีการแข่งขันที่สูงขึ้น ตลอดจนสถานการณ์เงินเข้มงวดในการปล่อยสินเชื่อมากขึ้น ดังนั้น ผู้ประกอบการขนาดกลางและใหญ่ต่างมีการปรับกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจด้วยการพัฒนาโครงการขนาดที่ไม่ใหญ่มาก ประมาณ 2 - 5 ล้านบาทต่อหน่วย เพื่อให้สอดคล้องกับกำลังซื้อของลูกค้าในปัจจุบัน และเน้นในทำเลที่เป็นที่ต้องการของตลาด เช่น ทำเลในเมือง หรืออยู่ติดถนนใหญ่ การเดินทางคมนาคมสะดวก

ในปี 2556 จำนวนบ้านจัดสรรสร้างเสร็จจดทะเบียนยังคงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยในช่วง 6 เดือนปี 2556 มีจำนวนบ้านจัดสรรสร้างเสร็จ (บ้านเดี่ยว บ้านแฝด และทาวน์เฮ้าส์) ที่จดทะเบียนในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล 57,300 หน่วย เพิ่มขึ้นร้อยละ 7 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมาซึ่งมีจำนวน 53,800 หน่วย โดยเป็นโครงการประเภททาวน์เฮ้าส์หรือทาวน์โฮม มากขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันที่ผู้บริโภคมีกำลังซื้อลดลง และสภาวะตลาดโดยรวมยังคงมีการแข่งขันที่สูง โดยผู้ประกอบการต่างปรับกลยุทธ์ทางการตลาดและหันมาใช้ในการส่งเสริมการขายมากขึ้น

แนวโน้มตลาดคอนโดมิเนียมและภาวะการแข่งขัน

จำนวนอาคารชุดสร้างเสร็จ จดทะเบียนในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล (หน่วย)



ที่มา : ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์

ในปี 2555 จำนวนอาคารชุดสร้างเสร็จจดทะเบียนในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลมีการขายตัวสูง โดยมีจำนวน 78,391 หน่วย ขายตัวจากปี 2554 ร้อยละ 125.69 เนื่องจากผู้ประกอบการในธุรกิจได้มีการพัฒนาโครงการประเภทอาคารชุดมากขึ้น โดยเฉพาะตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้า เช่น ถนนสุขุมวิท รัชดาภิเษก ลาดพร้าว โดยที่อยู่อาศัยประเภทอาคารชุดได้รับความนิยมจากผู้บริโภคมากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มคนทำงานเนื่องจากมีทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทางและมีราคาต่อหน่วยที่ไม่สูงมากเมื่อเทียบกับบ้านเดี่ยวหรือทาวน์เฮ้าส์ ทั้งนี้ ที่อยู่อาศัยสร้างเสร็จจดทะเบียนเป็นตัวเลขที่สะท้อนที่อยู่อาศัยที่มีการเปิดโครงการมาแล้วก่อนหน้านี้ประมาณ 12 - 24 เดือนเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้น อาคารชุดที่สร้างเสร็จจดทะเบียนในปี 2555 จึงเป็นโครงการที่เริ่มสร้างประมาณปี 2553 - 2554 และอาจเป็นโครงการที่ขายแล้วหรือยังขายไม่ได้รวมกัน

ทั้งนี้ การที่มีจำนวนอาคารชุดใหม่ทยอยเข้าสู่ตลาดเป็นจำนวนมาก จึงทำให้มีอาคารชุดเหลือขายเพิ่มมากขึ้น ซึ่งอาจส่งผลทำให้ผู้ประกอบการเริ่มพิจารณาชะลอการเปิดโครงการใหม่ออกไป หรือเน้นปิดการขายโครงการเดิมก่อนด้วยการเพิ่มกลยุทธ์ส่งเสริมการขายมากขึ้น

ในปี 2556 จำนวนอาคารชุดสร้างเสร็จจดทะเบียนในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล มีอัตราขายตัวลดลงเล็กน้อย โดยมีจำนวน 31,500 หน่วย ลดลงร้อยละ 2 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยส่วนใหญ่เป็นโครงการของบริษัทที่มีขนาดใหญ่และจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ และมีราคาขายในระดับไม่เกิน 3 ล้านบาทต่อหน่วย ทั้งนี้ คาดว่าการแข่งขันในตลาดอาคารชุดจะยังคงรุนแรงอยู่เนื่องจากมีจำนวนอาคารชุดที่จะเปิดตัวใหม่ และอาคารชุดที่สร้างเสร็จพร้อมโอนและยังเหลือขายอยู่ ดังนั้น จึงอาจเกิดการพัฒนากลยุทธ์การแข่งขันใหม่เพื่อสร้างจุดขายให้กับตนเอง หรือการขายกลุ่มเป้าหมายใหม่เพื่อเป็นทางเลือกสำหรับการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์เพื่อให้เช่า หรือเก็บไว้และเมื่อถึงเวลาที่เศรษฐกิจฟื้นตัว จะสามารถขายต่อในราคาที่สร้างผลตอบแทนจากการลงทุนได้

ทั้งนี้ บริษัทมีนโยบายการตลาดในเชิงรุก ด้วยการสื่อสารการตลาดในรูปแบบต่างๆ ที่หลากหลาย เพื่อให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายสามารถจดจำและรับรู้ชื่อและข้อมูลโครงการของบริษัทได้ และเน้นที่ทีมงานขายทั้งภายในและภายนอกบริษัทให้มีการนำเสนอข้อมูลโครงการ โดยจัดกิจกรรมพิเศษและกิจกรรมปกติอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถสร้างยอดขายโครงการให้เป็นไปได้ตามเป้าหมายที่วางไว้ ซึ่งผู้บริหารของบริษัทประเมินโครงการของบริษัทว่ายังสามารถแข่งขันได้ในภาวะตลาดเช่นนี้

สรุปโครงการของบริษัทกับโครงการของผู้ประกอบการอื่นในพื้นที่บริเวณใกล้เคียงกัน

พื้นที่	โครงการของบริษัท	โครงการของผู้ประกอบการอื่น	
		โครงการ	ผู้ประกอบการ
พระราม3	เลอริช พระราม3	LPN พระราม3	บริษัท แอลพีเอ็นดีเวลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน)
		The TRUST	บริษัท เดอะ คอนฟีเด็นซ์ จำกัด
รัชดาภิเษก	เลอริช รัชดา	เดอะ คริส	บริษัท กฤษณามหานคร จำกัด (มหาชน)
อารีย์	เลอริช@อารีย์สแควร์	The silk	บริษัท เคเอสเอส ดีเวลอปเม้นท์ จำกัด
		Noble Revolve / Noble Reform	บริษัท โนเบิล ดีเวลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน)
บางซื่อ	ริชพาร์ค@บางซื่อสแควร์	BANGKOK HORIZON	บริษัท เจ้าพระยามหานคร จำกัด (มหาชน)
		U delight	บริษัท แกรนด์ ยูนิตี้ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด
เตาปูน	ริชพาร์ค2@เตาปูนอินเตอร์เซนจ์	THE TREE	บริษัท พุกกะยา เรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน)
		Cross point	บริษัท โรจันซ์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด
ราชพฤกษ์	เดอะ ริชวิลล์ ราชพฤกษ์	ลภาวัน 19	บริษัท ลภาวัน จำกัด
		เวอริเดียน ราชพฤกษ์	บริษัท ซีรคมล พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด
		Casa presto ราชพฤกษ์-แจ้งวัฒนะ	บริษัท ควอลิตี้เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน)

พื้นที่	โครงการของบริษัท	โครงการของผู้ประกอบการอื่น	
		โครงการ	ผู้ประกอบการ
สุขุมวิท 105	เดอะริชบีชโฮม สุขุมวิท 105	เลอ เน็กซ์ดร้า	บริษัท น้อมบุญ จำกัด
		ฟลอราวิลล์	บริษัท ฟลอราวิลล์ กรุ๊ป จำกัด
		LPN แบร์ริง	บริษัท แอลพีเอ็นดีวิลอปปเม้นท์ จำกัด (มหาชน)

ศักยภาพในการแข่งขันของบริษัท

บริษัทมีความเชื่อมั่นในโครงการของบริษัทที่จะสามารถแข่งขันได้กับโครงการของผู้ประกอบการอื่น เนื่องจากความมีศักยภาพในการแข่งขัน ดังนี้

▪ ทำเลที่ตั้งของโครงการ

บริษัทให้ความสำคัญเป็นลำดับต้นๆ ในเรื่องของสถานที่และทำเลที่ตั้งของโครงการที่จะดำเนินการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อนำเสนอต่อผู้บริโภค โดยจะต้องอยู่ในทำเลที่ดี มีศักยภาพ ใกล้สถานที่สำคัญ เช่น สถานศึกษา ห้างสรรพสินค้า โรงพยาบาล เป็นต้น การเดินทางคมนาคมเป็นไปโดยสะดวก โดยในหลายๆ โครงการของบริษัท จะอยู่ใกล้แนวรถไฟฟ้าในปัจจุบันหรือที่จะดำเนินการก่อสร้างในอนาคต หรืออยู่ใกล้ทางขึ้นลงทางด่วนหรือถนนวงแหวนต่างๆ ทำให้บริษัทเชื่อมั่นว่าโครงการของบริษัทจะได้รับการตอบรับจากลูกค้า

▪ การออกแบบโครงการที่มีเอกลักษณ์

บริษัทดำเนินการออกแบบโครงการที่เน้นให้สามารถตอบสนองความต้องการและรูปแบบการใช้ชีวิตของผู้บริโภค โดยจัดวางผังให้เหมาะสมกับทำเลพื้นที่ และจัดสรรพื้นที่ใช้สอยให้สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างเต็มที่ ตอบรับความต้องการของตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา โดยโครงการของบริษัทจะให้มีการออกแบบโดยสถาปนิกชั้นนำที่มีชื่อเสียงและมีประสบการณ์เป็นที่ยอมรับในธุรกิจ

▪ การบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า

บริษัทกำหนดนโยบายการดำเนินธุรกิจ ที่จะต้องมุ่งเน้นสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า โดยการนำระบบการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า (Customer Relationship Management) มาใช้ในการบริหารกลุ่มลูกค้าทั้งลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ โดยมีการเก็บฐานข้อมูลลูกค้าทุกราย และมีการสื่อสารกับลูกค้าเหล่านี้อย่างต่อเนื่อง ให้ลูกค้าได้เข้ามามีส่วนร่วมกับบริษัท อันเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีในระยะยาว ซึ่งจะทำให้เกิดการแนะนำและบอกต่อเกี่ยวกับโครงการของบริษัทไปยังผู้บริโภคอื่นๆ ต่อไป

3.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

3.3.1 การจัดหาให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่าย

การจัดหาที่ดิน

บริษัทมีช่องทางการจัดหาที่ดินเพื่อพัฒนาโครงการจากแหล่งต่างๆ หลายแหล่ง ได้แก่ การสืบทอดที่ดินโดยผู้บริหารของบริษัทซึ่งเป็นกลุ่มผู้ที่มีประสบการณ์ในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์มายาวนาน และมีสายสัมพันธ์อันดีกับผู้คนในแวดวงธุรกิจที่หลากหลาย หรือผู้ที่มีที่ดินในครอบครอง การจัดหาที่ดินจากนายหน้าค้าที่ดิน หรือการจัดหาที่ดินผ่านการประมูลทรัพย์สินจากสถาบันการเงินซึ่งเป็นทรัพย์สินที่คิดเป็นหลักประกันที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ หรือการประมูลทรัพย์สินจากกรมบังคับคดี เป็นต้น โดยบริษัทจะพิจารณาเลือกซื้อที่ดินที่ผ่านการพิจารณาถึงศักยภาพทำเลที่ตั้งของที่ดินนั้นแล้วว่าจะสามารถพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ได้ เช่น ผู้บริโภคมีความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยในละแวกนั้น มีการพัฒนาสาธารณูปโภคในบริเวณนั้น

เพียงพอ การเดินทางคมนาคมขนส่งมีความสะดวก เป็นต้น จากนั้นบริษัทจะดำเนินการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการทั้งทางด้านการตลาด การเงิน การก่อสร้าง หรือข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และเมื่อผลการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการแสดงให้เห็นว่ามีศักยภาพในการพัฒนาโครงการ และสามารถสร้างผลตอบแทนในอัตราที่เหมาะสมได้ บริษัทจะกำหนดราคาซื้อและทำการเจรจาเพื่อซื้อที่ดินจากเจ้าของกรรมสิทธิ์นั้นต่อไป โดยนโยบายของบริษัทจะทำการซื้อที่ดินเพื่อพัฒนาโครงการทันที จะไม่ทำการซื้อที่ดินเพื่อรอเก็บไว้ เนื่องจากไม่ต้องการรับการระดมทุนการถือครองที่ดินโดยไม่จำเป็น ปัจจุบันบริษัทมีที่ดินรอการพัฒนาไม่มาก (ศึกษารายละเอียดได้ในส่วนที่ 2 ข้อ 5 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ) โดยบริษัทอาจพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์บนที่ดินนี้ได้หากโอกาสเอื้ออำนวย และมีความเหมาะสมที่จะพัฒนาต่อไป

ทั้งนี้ หากบริษัทมีการซื้อที่ดินจากบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง บริษัทจะปฏิบัติตามนโยบายการทำรายการระหว่างกัน (โปรดพิจารณารายละเอียดในส่วนที่ 2 ข้อ 11 ในหัวข้อเรื่องนโยบายการทำรายการระหว่างกันในอนาคต)

การจัดหาที่ปรึกษาควบคุมงานก่อสร้าง

ในการพิจารณาคัดเลือกที่ปรึกษาควบคุมงานก่อสร้าง บริษัทจะเปิดให้มีการประมูลเพื่อคัดเลือกจากบริษัทที่ปรึกษาประมาณ 2 - 3 รายให้ทำการยื่นข้อเสนอเข้ามายังบริษัท โดยบริษัทจะพิจารณาจากผลงาน ประสบการณ์ และความพร้อมในการทำงาน โดยที่ปรึกษาควบคุมงานก่อสร้างจะทำหน้าที่ให้คำปรึกษา ตรวจสอบคุณภาพและความถูกต้องในรายละเอียด ขั้นตอน เทคนิค วิธีการทำงาน การติดตั้ง และทดสอบงานในระหว่างการก่อสร้างจนแล้วเสร็จ ทั้งนี้ สำหรับโครงการแนวราบ อาทิเช่น บ้านเดี่ยวและทาวน์เฮ้าส์/ทาวน์โฮมส์ บริษัทอาจไม่จำเป็นต้องว่าจ้างที่ปรึกษาควบคุมงานก่อสร้างจากภายนอกก็ได้ เนื่องจากทีมงานภายในของบริษัทมีความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่นี้ในโครงการบางประเภท เช่น เดอะริช บีช โฮม สุขุมวิท 105 เป็นต้น ซึ่งบริษัทจะพิจารณาการใช้ที่ปรึกษาควบคุมงานก่อสร้างจากทีมงานภายในหรือจากบริษัทภายนอกโดยดูจากประสบการณ์ในการควบคุมงานก่อสร้างแต่ละประเภท และความพร้อมของทีมงาน

การจัดหาผู้รับเหมาก่อสร้าง

บริษัทมีหน่วยงานภายในในการประสานงานเพื่อทำหน้าที่ติดต่อประสานงานเพื่อว่าจ้างผู้รับเหมาก่อสร้างจากบริษัทภายนอก ทั้งนี้ บริษัทมีนโยบายในการคัดเลือกผู้รับเหมาก่อสร้างหลักที่จะให้มีการประกวดราคาในทุกโครงการ โดยให้มีผู้ยื่นเสนอราคา 3 รายขึ้นไป โดยบริษัทจะพิจารณาคัดเลือกจากหลักเกณฑ์ต่างๆ ได้แก่ ประสบการณ์ ชื่อเสียง และผลงานในอดีตที่ผ่านมา โดยเฉพาะผลงานที่มีลักษณะใกล้เคียงกับโครงการของบริษัท ความเรียบร้อยของงานก่อสร้าง ความตรงต่อเวลาในการส่งมอบงาน รวมทั้งยังพิจารณาถึงความพร้อมในการทำงานและสถานะการเงินของบริษัทผู้รับเหมาก่อสร้าง

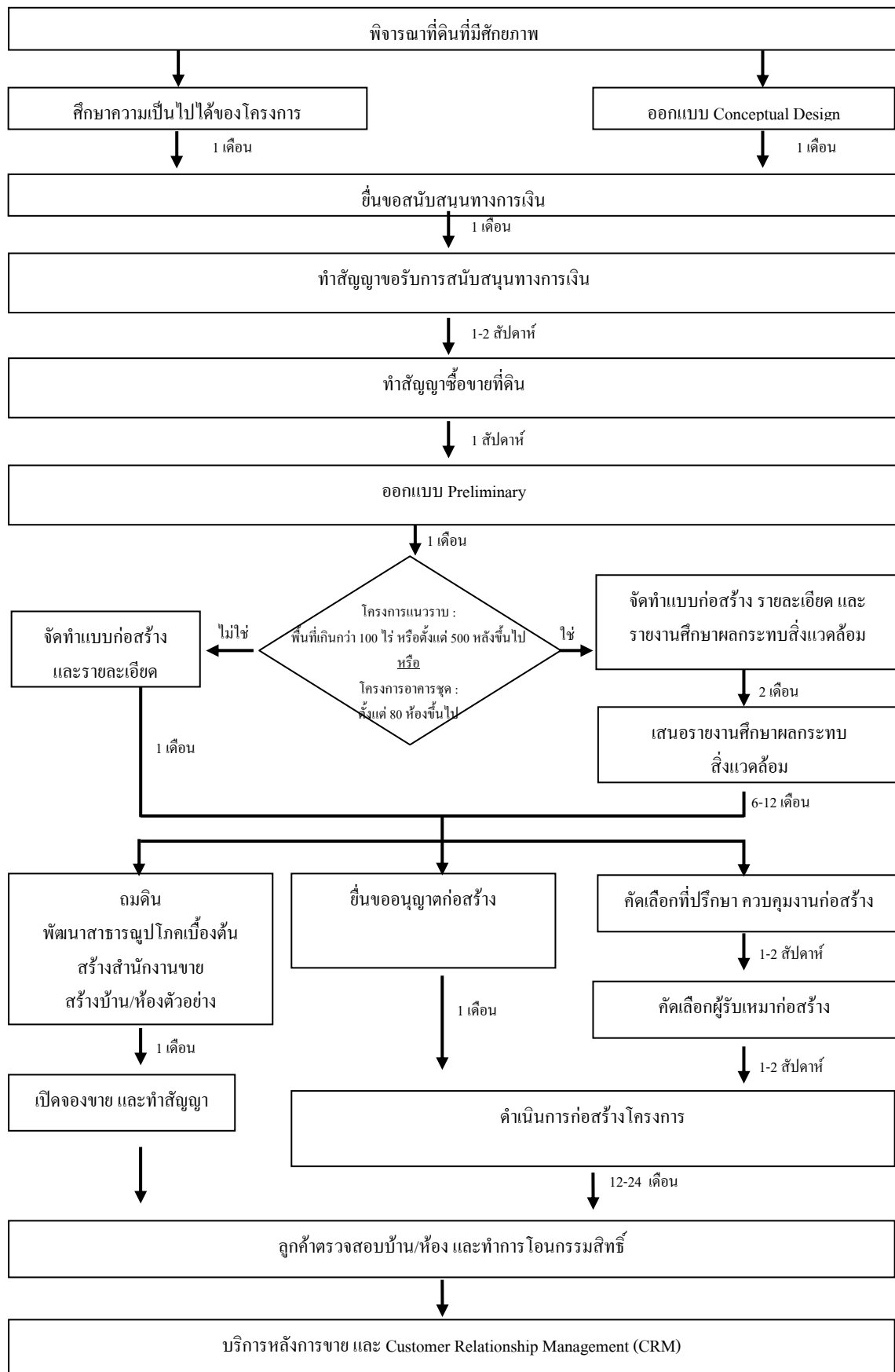
การจัดหาวัสดุก่อสร้างและสินค้าจำเป็นสำหรับการพัฒนาโครงการ

ในการจัดหาวัสดุก่อสร้างเพื่อใช้ในการก่อสร้างโครงการ บริษัทจะให้ผู้รับเหมาก่อสร้างเป็นผู้รับผิดชอบในการจัดซื้อวัสดุก่อสร้างหลัก เช่น อิฐ หิน ปูน ทราย และเหล็ก เป็นต้น รวมทั้งจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบการเปลี่ยนแปลงของราคาวัสดุก่อสร้างดังกล่าวเองด้วย โดยบริษัทจะกำหนดคุณภาพและมาตรฐานของวัสดุก่อสร้างที่ใช้ในโครงการให้ผู้รับเหมาก่อสร้างทราบ ซึ่งผู้รับเหมาก่อสร้างจะได้ทำการประเมินและคำนวณค่าวัสดุก่อสร้างที่จะต้องใช้จ่ายทั้งหมดไว้เป็นส่วนหนึ่งของค่าจ้างรับเหมาก่อสร้าง ในขณะที่วัสดุก่อสร้างบางประเภทที่มีการใช้เป็นประจำจำนวนมากในรูปแบบที่เหมือนกัน หรือสามารถนับจำนวนได้แน่นอน และมีราคาต่อหน่วยค่อนข้างสูง บริษัทจะเป็นผู้รับผิดชอบจัดหาเอง เช่น เสาเข็ม ลิฟต์ สุขภัณฑ์ เครื่องปรับอากาศ เครื่องกำเนิดไฟ เป็นต้น โดยบริษัทสามารถจัดหาได้จากผู้จัดจำหน่ายภายในประเทศทั้งหมด ทั้งนี้ บริษัทไม่มีนโยบายที่จะซื้อวัสดุก่อสร้างเป็นจำนวนมากเก็บไว้เป็นสินค้าคงคลัง

ทั้งนี้ ในอดีตที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน บริษัทไม่มีการพึ่งพิงผู้จัดจำหน่ายหรือผู้รับเหมาก่อสร้างจากภายนอกรายใดรายหนึ่งเป็นพิเศษ เนื่องจากบริษัทมีการติดต่อกับคู่ค้าที่เป็นผู้จำหน่ายวัสดุก่อสร้างประมาณ 10 ราย และมีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน โดยไม่มีการซื้อจากผู้จัดจำหน่ายรายใดเป็นสัดส่วนเกินกว่าร้อยละ 30 ของมูลค่าซื้อหรือจัดจ้างทั้งหมด ในขณะที่ในบางปี

อาจมีการว่าจ้างผู้รับเหมาก่อสร้างภายนอกซึ่งคิดเป็นสัดส่วนที่ค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับมูลค่าซื้อหรือจัดจ้างรวม แต่ถือเป็นลักษณะธุรกิจปกติที่มีมูลค่าจ้างผู้รับเหมาก่อสร้างจำนวนที่สูงตามขนาดของโครงการ ซึ่งในการว่าจ้างนั้นผู้รับเหมาก่อสร้างจะต้องทำหนังสือสัญญาค้ำประกันงานให้แก่บริษัทตามมูลค่าจ้างด้วยเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในผลงานและการดำเนินการก่อสร้างให้แก่บริษัท โดยบริษัทสามารถเลือกพิจารณาว่าจ้างผู้รับเหมาก่อสร้างภายนอกได้โดยการเปิดประมูลราคาจากผู้รับเหมาก่อสร้างภายนอกเสนอเข้ามา จึงทำให้ไม่มีการพึ่งพิงผู้รับเหมาก่อสร้างภายนอกรายใดรายหนึ่งแต่อย่างใด

3.3.2 กระบวนการในการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์



3.3.3 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทปฏิบัติตามกฎระเบียบของหน่วยงานราชการในเรื่องของการก่อสร้างโครงการอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งตามประกาศกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กำหนดให้โครงการอาคารชุดที่มีจำนวนตั้งแต่ 80 หน่วยขึ้นไป หรือโครงการบ้านจัดสรรที่มีพื้นที่เกินกว่า 100 ไร่ขึ้นไป หรือมีจำนวนตั้งแต่ 500 หลังขึ้นไป ต้องมีการจัดทำรายงานการวิเคราะห์ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อยื่นต่อสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ บริษัทยังปฏิบัติตามมาตรการป้องกันมลภาวะที่อาจมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทั้งในระหว่างก่อสร้างและหลังก่อสร้าง ไม่ว่าจะเป็นการจัดให้มีผ้าใบคลุมอาคารในระหว่างก่อสร้างเพื่อป้องกันเศษวัสดุก่อสร้างหล่นมาทำอันตรายแก่ผู้สัญจร ไปมา และเมื่อก่อสร้างเสร็จแล้ว ในอาคารนั้นๆ จะต้องจัดให้มีระบบบำบัดน้ำเสียส่วนกลาง รวมทั้งจัดให้มีพื้นที่สีเขียวภายในอาคาร เป็นต้น

มาตรการต่างๆ เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งที่บริษัทให้ความสำคัญและจัดให้มีในทุกโครงการตามมาตรฐานที่กำหนดอย่างเคร่งครัด ที่ผ่านมามีบริษัทจึงไม่มีประเด็นเรื่องผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมในการป้องกันผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม นอกเหนือจากค่าใช้จ่ายในการจ้างที่ปรึกษาเพื่อจัดทำรายงานวิเคราะห์ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมซึ่งมีค่าใช้จ่ายในการจัดทำแต่ละครั้งประมาณ 4 แสนบาท – 1 ล้านบาทแล้วแต่ลักษณะของโครงการ

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2556 บริษัทได้มีการว่าจ้างที่ปรึกษาเพื่อจัดทำรายงานวิเคราะห์ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมสำหรับโครงการของบริษัท 3 แห่ง ได้แก่โครงการเลอริช พระราม3 โครงการริชี่พาร์ค@บางซื่อและโครงการริชี่พาร์ค@เตาปูนอินเตอร์เนชั่น โดยบริษัท คอนซัลแทนท์ ออฟ เทคโนโลยี จำกัด เป็นที่ปรึกษา โดยโครงการทั้งสามแห่งได้ผ่านความเห็นชอบรายงานการวิเคราะห์ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

ทั้งนี้ในอดีตที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน บริษัทไม่เคยได้รับการร้องเรียนในประเด็นเรื่องการประกอบกิจการของบริษัทที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม รวมทั้งไม่มีกรณีพิพาทหรือถูกฟ้องร้องเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมแต่อย่างใด

3.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2556

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2556 บริษัทมีจำนวนหน่วยที่จอง ทำสัญญาซื้อขายแล้วแต่ยังมีได้โอนกรรมสิทธิ์ของโครงการมีจำนวน 705 หน่วย คิดเป็นมูลค่าเท่ากับ 1,450.01 ล้านบาท โดยมีรายละเอียดตามตาราง ดังนี้

โครงการ	มูลค่าโครงการ (ล้านบาท)	จำนวน (หน่วย)	ความคืบหน้า ในการ ก่อสร้าง	จำนวนหน่วยที่ขายแล้วแต่ยังไม่ ได้ส่งมอบ		ระยะเวลาที่คาดว่าจะ โอน กรรมสิทธิ์
				จำนวน (หน่วย)	มูลค่า (ล้านบาท)	
คอนโดมิเนียม						
- เลอริช พระราม 3	1,065.48	422	100.00	1	2.04	2556
- เลอริช รัชดา-สุทธิสาร	183.72	77	100.00	7	17.77	2556
- เลอริช@อารีย์สแควร์	236.68	73	100.00	5	18.74	2556
- ริชี่พาร์ค@บางซื่อและ	1,391.69	803	100.00	346	563.54	2556
- ริชี่พาร์ค@เตาปูนอินเตอร์เนชั่น	1,728.45	735	5.24	335	784.04	2557
ทาวน์เฮ้าส์ / ทาวน์โฮม / โฮมออฟฟิศ						
- เดอะริช บีช โฮม สุขุมวิท 105	662.14	140	25.00	11	63.88	2556
รวม	5,268.16	2,250		705	1,450.01	