

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/ทาวโฮมส์ บริเวณกรุงเทพฯและปริมณฑล ภายใต้ตราสินค้า “เดอะ ริช” และ “ริชชี วิลล์”

3.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์

1) ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อขาย

เป็นธุรกิจหลักของบริษัท โดยบริษัทดำเนินธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในย่านทำเลที่ดีและมีศักยภาพ ทั้งประเภทแนวราบ ได้แก่ บ้านเดี่ยว ทาวน์เฮ้าส์ ทาวน์โฮม และประเภทแนวสูง ได้แก่ คอนโดมิเนียม โดยโครงการของบริษัทที่ยังดำเนินการเปิดขาย ณ ปัจจุบัน สามารถสรุปรายละเอียดและความคืบหน้าในการขายและก่อสร้าง ณ วันที่ 31 มีนาคม 2557 ได้ดังนี้

| โครงการ | ที่ตั้งโครงการ | ลักษณะโครงการ | ช่วงเวลา เวลาที่ ซื้อ ที่ดิน | ช่วงเวลา ก่อสร้าง แล้ว เสร็จ ^{1/} | ช่วงเวลา ที่เริ่มเปิด ขาย โครงการ | เนื้อที่ โครงการ (ไร่-งาน- วา) | กลุ่ม ลูกค้า เป้าหมาย ^{2/} | มูลค่าโครงการ | | จองหรือทำสัญญา ^{3/} | | โอนแล้วสะสม | | คงเหลือขาย | | ร้อยละของ ความคืบหน้า ก่อสร้าง | ร้อยละ สัดส่วนการ รับรู้รายได้ |
|---|------------------------------|------------------|---------------------------------------|---|--|---|---|------------------|---------------------|------------------------------|---------------------|------------------|---------------------|------------------|---------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|
| | | | | | | | | จำนวน (หน่วย) | มูลค่า (ล้านบาท) | จำนวน (หน่วย) | มูลค่า (ล้านบาท) | จำนวน (หน่วย) | มูลค่า (ล้านบาท) | จำนวน (หน่วย) | มูลค่า (ล้านบาท) | | |
| คอนโดมิเนียม | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1.เลอริช พระราม 3 | ริมถนนสาธุประดิษฐ์ 41-43 | อาคารชุด 22 ชั้น | ม.ค. 2550 | ก.ค. 2552 | ม.ค. 2550 | 2-1-4.4 | C - A | 422 | 1,062 | 4 | 11.25 | 356 | 785.02 | 62 | 265.36 | 100.00 | 73.95 |
| 2.เลอริช รัชดา-สุทธิสาร | ใกล้แยก สุทธิสาร | อาคารชุด 8 ชั้น | ก.พ. 2553 | มี.ย. 2554 | มี.ค. 2553 | 0-2-14.3 | C - B | 77 | 175 | 2 | 6.00 | 70 | 162.55 | 5 | 6.68 | 100.00 | 92.77 |
| 3.เลอริช @อารีย์ สเตชั่น | ซอยอารีย์ 2 | อาคารชุด 8 ชั้น | ธ.ค. 2553 | ก.พ. 2555 | พ.ย. 2553 | 0-2-0 | A | 73 | 235 | - | - | - | - | - | - | 100.00 | 100.00 |
| 4.ริชพาร์ค @บางซ่อนสเตชั่น | ริมถนน กรุงเทพมหานคร-นนทบุรี | อาคารชุด 27 ชั้น | ก.ค. 2554 | ต.ค. 2555 | ม.ค. 2554 | 3-3-21.5 | C - B | 803 | 1,375 | 17 | 29.42 | 695 | 1193.27 | 91 | 151.87 | 100.00 | 86.81 |
| 5.ริชพาร์ค @เตาปูนอินเตอร์เซนจ์ | ถนน ประชาธรรมบุรี สาย 2 | อาคารชุด 26 ชั้น | เม.ย. 2556 | ต.ค. 2557 | ธ.ค. 2555 | 3-0-64.6 | C - B | 735 | 1,703 | 432 | 1015.99 | - | - | 303 | 686.92 | 78.85 | - |
| 6.ริชพาร์ค @เจ้าพระยา | ถนนไทรมา | อาคารชุด 33 ชั้น | พ.ย. 2556 | มี.ย. 2558 | ก.ย. 2556 | 2-0-86 | C-B | 635 | 1287 | 107 | 245.46 | - | - | 528 | 1041.38 | 8.57 | - |
| ทาวน์เฮ้าส์ / ทาวน์โฮม / โฮมออฟฟิศ | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1.เดอะริช บิซโฮม สุขุมวิท105 | ซอยสุขุมวิท 105 | ทาวน์โฮม 3 ชั้น | เม.ย. 2555 | ภายในปี 2557 | ก.พ. 2556 | 13-2-88 | B - A | 140 | 668 | 13 | 71.08 | 13 | 130.03 | 114 | 467.29 | 83.29 | 19.45 |

หมายเหตุ :^{1/} โครงการริชพาร์ค@เตาปูนอินเตอร์เซนจ์และโครงการริชพาร์ค@เจ้าพระยาเป็นการคาดการณ์ ในขณะที่โครงการเดอะริช บิซโฮม สุขุมวิท105 มีการก่อสร้างเป็น 3 เฟส โดยเฟสที่ 1 และ 2 ได้เสร็จสิ้นภายใน ก.พ. 2557 และเฟส 3 จะเสร็จสิ้นใน ธ.ค. 2557

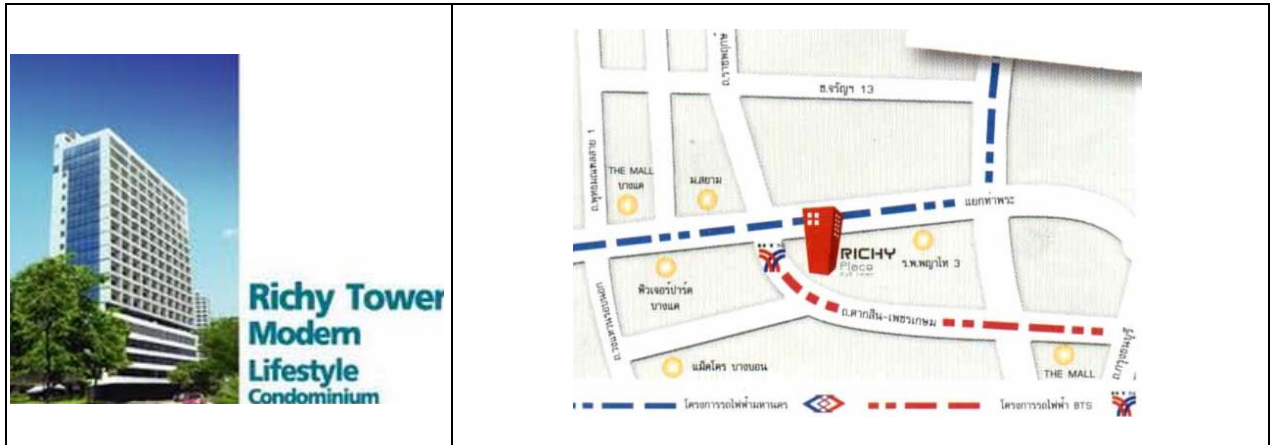
^{2/} A มีรายได้ต่อเดือน 80,000 บาทขึ้นไป และ B มีรายได้ต่อเดือน 50,001 - 80,000 บาท และ C มีรายได้ต่อเดือน 15,001- 50,000 บาท โปรดดูการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในหัวข้อ 3.2.1.5 ลักษณะของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

^{3/} จองและทำสัญญา หมายถึง หน่วยที่มีการจองหรือทำสัญญาจะซื้อจะขาย โดยยังมิได้มีการโอนกรรมสิทธิ์ โดยอิงตามมูลค่าหน้าสัญญาจะซื้อจะขาย โดยมีรายละเอียดการชำระเงินในหน้าที่ 25

โครงการที่เปิดขายแล้ว ณ วันที่ 31 มีนาคม 2557 สามารถสรุปข้อมูลได้ดังนี้

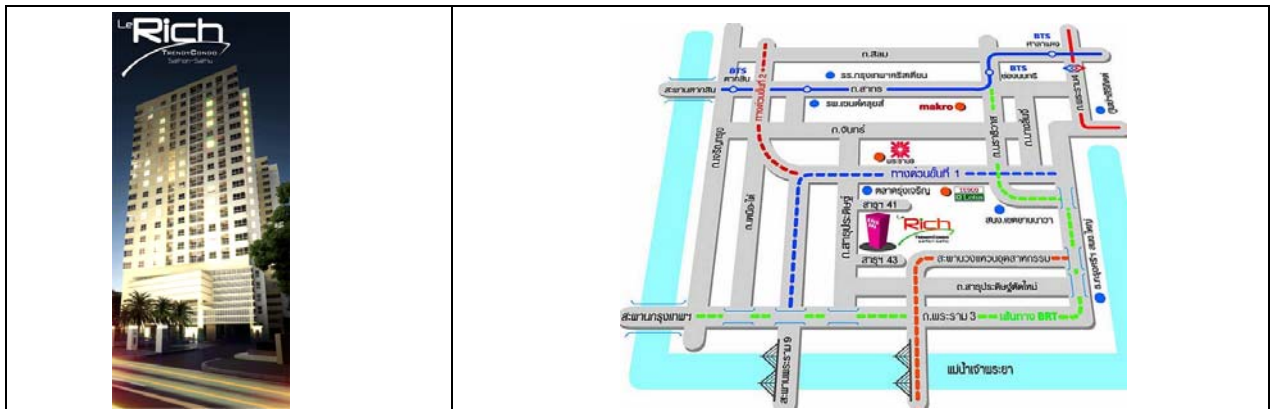
1. โครงการประเภทคอนโดมิเนียม

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 สาทร ผู้ที่มองหาที่พักอาศัยใหม่ทดแทนที่พักอาศัยเดิม หรือนักลงทุน |
| จุดเด่นของโครงการ | ใกล้ MRT สถานีบางไผ่ 300 ม. โรงพยาบาลพญาไท3 มหาวิทยาลัยสยาม |

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



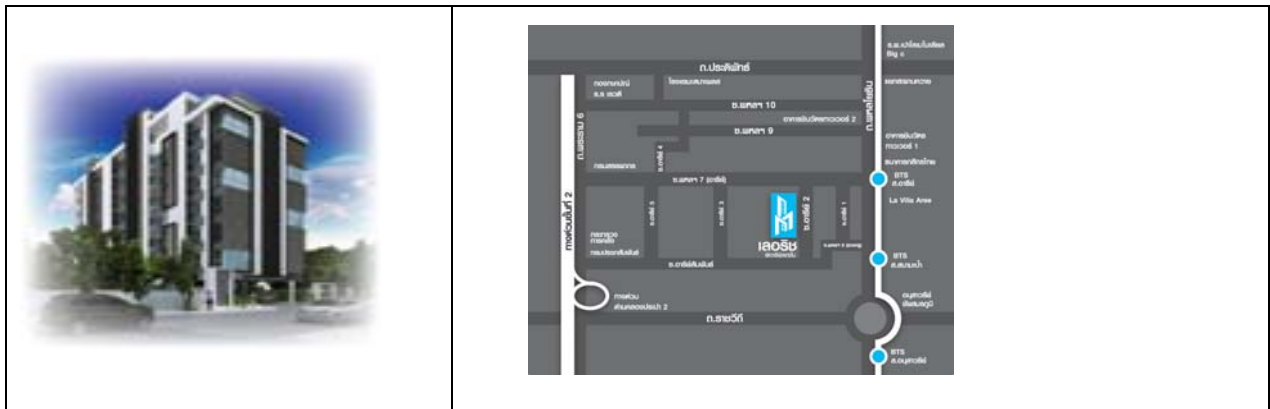
| | |
|---------------------|---|
| ประเภทโครงการ | คอนโดมิเนียม สูง 22 ชั้น |
| ที่ตั้งโครงการ | ริมถนนสาทรประดิษฐ์ ระหว่างซอย 41 และ 43 แขวงช่องนนทรีฯ เขตยานนาวา กรุงเทพฯ |
| เนื้อที่ | 2-1-4.4 ไร่ |
| จำนวนหน่วย | 422 หน่วย |
| ขนาดพื้นที่ใช้สอย | 28.30 - 78.52 ตารางเมตร ต่อหน่วย |
| มูลค่าโครงการ | 1,062 ล้านบาท |
| ราคาขายต่อหน่วย | 1.49 - 6.20 ล้านบาท |
| กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย | <ul style="list-style-type: none"> ■ ผู้ที่มีรายได้อะดับ 30,000 - 130,000 บาทต่อเดือน ■ ผู้ที่ทำงานในย่านถนนพระราม 3 สาทร หรือผู้ที่ต้องการแยกตัวจากครอบครัวเดิม หรือซื้อเพื่อเป็นทรัพย์สิน |
| จุดเด่นของโครงการ | <ul style="list-style-type: none"> ■ คอนโดมิเนียม ติดถนนใหญ่ ใจกลางเมือง ติดทางด่วน 3 สาย ใกล้ สี่ลมสาทร เพียง 5 นาทีรับวิวสวยสาทร-เจ้าพระยา ความสุข 360 องศา ใกล้ Central , Tesco Lotus, Makro พระราม 3 |

1.3 โครงการ “เลอริช รัชดา-สุขุมวิท”



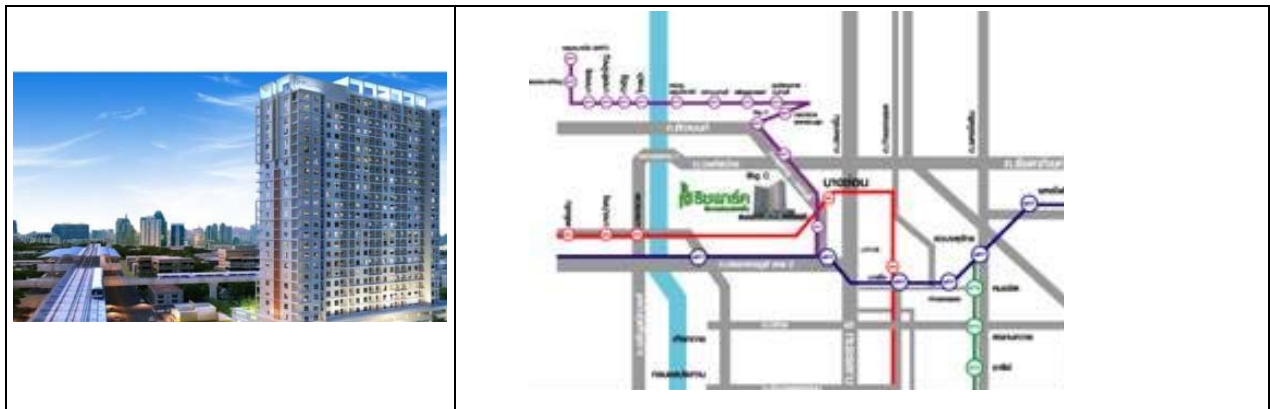
| | |
|---------------------|--|
| ประเภทโครงการ | คอนโดมิเนียม สูง 8 ชั้น |
| ที่ตั้งโครงการ | ใกล้แยกสุขุมวิท |
| เนื้อที่ | 0-2-14.3 ไร่ |
| จำนวนหน่วย | 77 หน่วย |
| ขนาดพื้นที่ใช้สอย | 23.50 – 55.00 ตารางเมตร ต่อหน่วย |
| มูลค่าโครงการ | 175 ล้านบาท |
| ราคาขายต่อหน่วย | 1.80 - 3.85 ล้านบาท |
| กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย | <ul style="list-style-type: none"> ▪ คนทำงานรุ่นใหม่ มีรสนิยม และความทันสมัย ▪ ผู้มีรายได้ระดับ 35,000 - 80,000 บาทต่อเดือน ▪ กลุ่มผู้ทำงานที่ต้องการแยกครอบครัวในบริเวณถนนรัชดา - สุขุมวิท ผู้ที่มีที่ทำงานบริเวณแนวรถไฟฟ้าหรือผู้ที่มองหาที่พักอาศัยใหม่ทดแทนที่พักอาศัยเดิม |
| จุดเด่นของโครงการ | <p>ติด MRT สถานีสุขุมวิท 200 ม. 2 นาที ห้างสรรพสินค้า : เซ็นทรัล ลาดพร้าว, เมเจอร์รัชโยธิน, โรบินสัน, คาร์ฟูร์, จัสโก้, ฟอร์จูน, โลตัส, โสมโปร, บุญถาวร มหาวิทยาลัย : ม.หอการค้า, ม.เซนจัจจอนัน, ม.จันทรเกษม, ม.เกษตร, ม.ศ.ว. ประสานมิตร</p> <p>สถานที่ทำงาน : อาคารเมืองไทยภัทร, การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ศาลาอาญา, กรมส่งเสริมการค้าส่งออก, เมืองไทยประกันชีวิต, SCB PARK, RS TOWER</p> <p>โรงพยาบาล : โกลเด้นเฮลท์เนอสซิ่งโฮม, เซนต์คาร์ลอส, เปาโล เมโมเลียล</p> |

1.4 โครงการ “เลอริช@อารีย์สเตชั่น”



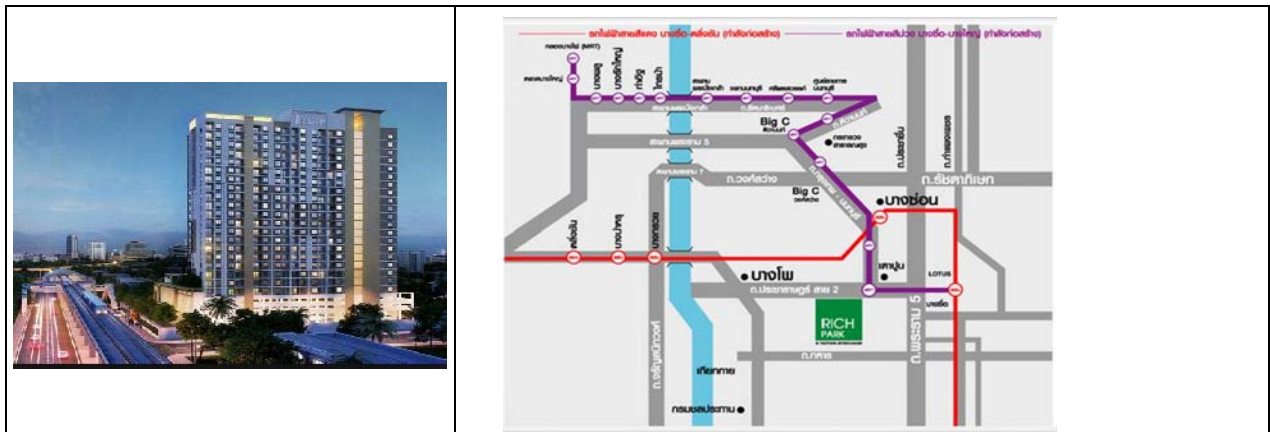
| | |
|---------------------|--|
| ประเภทโครงการ | คอนโดมิเนียม สูง 8 ชั้น |
| ที่ตั้งโครงการ | ซอยอารีย์ 2 แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ |
| เนื้อที่ | 0-2-0ไร่ |
| จำนวนหน่วย | 73 หน่วย |
| ขนาดพื้นที่ใช้สอย | 35-54 ตารางเมตร ต่อหน่วย |
| มูลค่าโครงการ | 235 ล้านบาท |
| ราคาขายต่อหน่วย | 2.79 - 4.50 ล้านบาท |
| กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย | <ul style="list-style-type: none"> ▪ คนทำงานรุ่นใหม่ มีรสนิยม และความทันสมัย ▪ ผู้ที่มีรายได้ระดับ 60,000 - 90,000 บาทต่อเดือน ▪ กลุ่มผู้ทำงานที่ต้องการแยกครอบครัวในบริเวณอารีย์สัมพันธ์ ผู้ที่มีที่ทำงานบริเวณแนวรถไฟฟ้าหรือผู้ที่มองหาที่พักอาศัยใหม่ทดแทนที่พักอาศัยเดิม |
| จุดเด่นของโครงการ | <ul style="list-style-type: none"> ▪ ทำเลที่ตั้งบนซอยอารีย์ 2 อยู่ใกล้สถานีรถไฟฟ้าอารีย์ (BTS) เพียง 300 เมตร และที่ตั้งสถานี่ราชการ อาทิ กระทรวงการคลัง, กรมสรรพากร ฯลฯ อยู่ใกล้กับ La Villa community Mall สถานช้อปปิ้งสุดหรู, ดิฉันวินด์, 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 ให้ความสำคัญส่วนตัวสูงตระหว่งคุณกับแขกคนสำคัญ มีสระว่ายน้ำ และฟิตเนสวิวสูง, ปลอดภัยด้วยระบบ CCTV มีพนักงานดูแลตลอด 24 ชม. เข้าออกด้วยคีย์การ์ด ระบบป้องกันอัคคีภัย |

1.5 โครงการ “ริชพาร์ค@บางซ่อนสเตชัน”



| | |
|---------------------|---|
| ประเภทโครงการ | คอนโดมิเนียม สูง 27 ชั้น |
| ที่ตั้งโครงการ | ถนนกรุงเทพ - นนทบุรี |
| เนื้อที่ | 3-3-21.5 ไร่ |
| จำนวนหน่วย | 803 หน่วย |
| ขนาดพื้นที่ใช้สอย | 28 ตารางเมตร ต่อหน่วย |
| มูลค่าโครงการ | 1,375 ล้านบาท |
| ราคาขายต่อหน่วย | ประมาณ 2 ล้านบาท |
| กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย | <ul style="list-style-type: none"> ▪ พนักงานรุ่นใหม่ มีรสนิยม และความทันสมัย ▪ ผู้ที่มีรายได้ระดับ 40,000 บาทต่อเดือน ขึ้นไป ▪ กลุ่มผู้ทำงานที่ต้องการแยกครอบครัวในบริเวณบางซื่อ ผู้ที่มีที่ทำงานบริเวณแนวรถไฟฟ้าหรือผู้ที่มองหาที่พักอาศัยใหม่ทดแทนที่ที่พักอาศัยเดิม |
| 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@ตาปูนอินเตอร์เซ็นจ์”



| | |
|---------------------|---|
| ประเภทโครงการ | คอนโดมิเนียม สูง 26 ชั้น |
| ที่ตั้งโครงการ | ถนนประชากรราษฎร์สาย 2 |
| เนื้อที่ | 3-0-64.6 ไร่ |
| จำนวนหน่วย | 735 หน่วย |
| ขนาดพื้นที่ใช้สอย | 21-38 ตารางเมตร ต่อหน่วย |
| มูลค่าโครงการ | 1,703 ล้านบาท |
| ราคาขายต่อหน่วย | 1.50 - 2.66 ล้านบาท |
| กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย | <ul style="list-style-type: none"> ■ คนทำงานรุ่นใหม่ มีรสนิยม และความทันสมัย ■ ผู้ที่มีรายได้ระดับ 40,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป ■ กลุ่มผู้ทำงานที่ต้องการแยกครอบครัวในบริเวณบางซื่อ ผู้ที่มีที่ทำงานบริเวณแนวรถไฟฟ้าหรือผู้ที่มองหาที่พักอาศัยใหม่ทดแทนที่พักอาศัยเดิม |
| จุดเด่นของโครงการ | <ul style="list-style-type: none"> ■ คอนโดมิเนียมสูง 26 ชั้น “ทำเลทวิค่า” การเดินทางสะดวกสบาย อยู่ใกล้รถไฟฟ้า 2 สาย คือ สายสีน้ำเงิน (รฟม. บางซื่อ-ท่าพระ) และสายสีม่วง (MRT บางซื่อ-บางใหญ่) |

1.7 โครงการ“ริชพาร์ค@เจ้าพระยา”



| | |
|---------------------|---|
| ประเภทโครงการ | คอนโดมิเนียม สูง 33 ชั้น |
| ที่ตั้งโครงการ | ถนนรัตนวิเบศร์ |
| เนื้อที่ | 2-0-84 ไร่ |
| จำนวนหน่วย | 635 หน่วย |
| ขนาดพื้นที่ใช้สอย | 28-32 ตารางเมตร ต่อหน่วย |
| มูลค่าโครงการ | 1287 ล้านบาท |
| ราคาขายต่อหน่วย | 2.0 ล้านบาท |
| กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย | <ul style="list-style-type: none"> ▪ คนทำงานรุ่นใหม่ มีรสนิยม และความทันสมัย ▪ ผู้ที่มีรายได้ระดับ 40,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป ▪ กลุ่มผู้ทำงานที่ต้องการแยกครอบครัวในบริเวณรัตนวิเบศร์ ผู้ที่มีที่ทำงานบริเวณแนวรถไฟฟ้าหรือผู้ที่มองหาที่พักอาศัยใหม่ทดแทนที่พักอาศัยเดิม |
| จุดเด่นของโครงการ | <ul style="list-style-type: none"> ▪ คอนโดมิเนียมสูง 33 ชั้น การเดินทางสะดวกสบาย อยู่ใกล้รถไฟฟ้าสถานี ไทรมา ดิคแมน้ำเจ้าพระยา หน้ากว้าง 7.6 เมตร วิวโค้งน้ำเจ้าพระยา 180 องศา |

2. โครงการประเภทบ้านเดี่ยว

2.1 โครงการ “ริชชีวิลล์ บางบัวทอง” (ขายหมดแล้ว)



| | |
|---------------------|--|
| ประเภทโครงการ | บ้านเดี่ยว 2 ชั้น |
| ที่ตั้งโครงการ | ถนนบางบัวทอง-สุพรรณบุรี |
| เนื้อที่ | 13-3-1 |
| จำนวนหน่วย | 74 หน่วย |
| ขนาดพื้นที่ใช้สอย | 50 - 60 ตารางวา ต่อหน่วย |
| 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-สุพรรณบุรี ผู้ที่มีที่ทำงานบริเวณบางบัวทอง ปากเกร็ด หรือผู้ที่มองหาที่พักอาศัยใหม่ทดแทนที่พักอาศัยเดิม |
| จุดเด่นของโครงการ | ติดถนนบางบัวทอง-สุพรรณบุรี สถานที่ทำงาน : บริษัท เอสบี เฟอร์นิเจอร์, บริษัท อรรถบูรณ จำกัด, บริษัท ชูเลียน (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 หน่วย |
| ขนาดพื้นที่ใช้สอย | 172 ตารางเมตร ต่อหน่วย |
| มูลค่าโครงการ | 668 ล้านบาท |
| ราคาขายต่อหน่วย | เริ่มต้น 3.99 ล้านบาท |
| กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย | <ul style="list-style-type: none"> ▪ พนักงานรุ่นใหม่ มีรสนิยม และความทันสมัย ▪ ผู้ที่มีรายได้ระดับ 80,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป ▪ กลุ่มผู้ทำงานที่ต้องการแยกครอบครัวในบริเวณถนนศรีนครินทร์ ผู้ที่มองหาที่พักอาศัยใหม่ทดแทนที่พักอาศัยเดิม หรือเจ้าของกิจการขนาดเล็ก-กลาง |
| จุดเด่นของโครงการ | ทาวน์โฮม 3 ชั้น บนทำเลที่ดีที่สุดแห่งหนึ่งในย่านสุขุมวิท 105 |

เงื่อนไขการชำระเงินของโครงการต่างๆ ของบริษัท ณ วันที่ 31 มีนาคม 2557 สามารถสรุปได้ดังนี้

| โครงการ | เงื่อนไขการชำระเงิน | | |
|---|--|---|-------------------------|
| | เงินจอง /เงินทำสัญญา | เงินค่างวด ^{1/} | เงินโอน |
| คอนโดมิเนียม | | | |
| - ริชชีทาวเวอร์ เพชรเกษม-สาทร | ร้อยละ 10 ของมูลค่ารวม | - | ร้อยละ 90 ของมูลค่ารวม |
| - เลอริช พระราม3 | 20,000 บาท | - | ร้อยละ 100 ของมูลค่ารวม |
| - เลอริช ริชดา-สุทธิสาร | 10,000 บาท | - | ร้อยละ 100 ของมูลค่ารวม |
| - เลอริช@อารีย์สเตรชั่น | 50,000 บาท | - | ร้อยละ 100 ของมูลค่ารวม |
| - ริชพาร์ค@บางซ่อนสเตรชั่น | 10,000 บาท (โอนภายใน 30 วัน) | - | ร้อยละ 100 ของมูลค่ารวม |
| - ริชพาร์ค@เตาปูนอินเตอร์เนชั่น | จอง 999 บาท/ ทำ สัญญา 35,000 บาท | ร้อยละ 10 ของมูลค่า รวม | ร้อยละ 90 ของมูลค่ารวม |
| - ริชพาร์ค@เจ้าพระยา | จอง 5,000 บาท/ ทำ สัญญา 30,000 บาท | ร้อยละ 10 ของมูลค่า รวม | ร้อยละ 90 ของมูลค่ารวม |
| บ้านเดี่ยว | | | |
| - ริชชีวิลล์ บางบัวทอง | 10,000 บาท | - | ร้อยละ 100 |
| ทาวน์เฮ้าส์ / ทาวน์โฮม / โฮมออฟฟิศ | | | |
| - เดอะริช บีชโฮม สุขุมวิท105 | จอง 10,000 บาท/ ทำ สัญญา 50,000 บาท | - หน่วยที่สร้างเสร็จจะชำระเงิน โอนร้อยละ 100 - หน่วยที่อยู่ระหว่างก่อสร้างจะชำระเงินค่างวด โดยคำนวณจากช่วงระยะเวลาก่อสร้างจนถึง กำหนดแล้วเสร็จและชำระเงิน โอนส่วนที่ เหลือ ณ วันโอนกรรมสิทธิ์ | |

หมายเหตุ : ^{1/} บางโครงการไม่มีการจ่ายเงินค่างวด เนื่องจากเป็นโครงการก่อสร้างแล้วเสร็จ ซึ่งผู้ซื้อจะต้องชำระเป็นเงินโอนครั้งเดียวเต็มจำนวน โดยจำนวนงวดเงิน โอนจะคำนวณเป็นรายเดือนจากวันที่ทำสัญญาจนถึงวันก่อสร้างโครงการแล้วเสร็จ

การยึดเงินจอง

นับจากวันจองซื้อห้องชุด 7 วัน จะเป็นวันนัดทำสัญญาจะซื้อจะขาย ในกรณีที่ผู้จองซื้อห้องชุดไม่มาทำสัญญาภายใน ช่วงเวลาดังกล่าว บริษัทมีขั้นตอนการดำเนินงานโดยเจ้าหน้าที่ขายเขียนรายงานการยกเลิกและระบุสาเหตุลูกค้ายกเลิกเพื่อนำเสนอให้ผู้จัดการขายโครงการตรวจสอบ หลังจากผู้จัดการขายโครงการตรวจสอบและลงนามแล้วเรื่องจะนำเสนอต่อ ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาดนาม จากนั้นนำเสนอเพื่อให้ประธานกรรมการบริหารพิจารณาลงนามต่อไป ระหว่างขั้นตอนดังกล่าวเจ้าหน้าที่การเงินจะทำการตรวจสอบจำนวนเงินที่เจ้าหน้าที่ขายระบุไว้ในรายงานกับฐานข้อมูลลูกค้าผ่านโปรแกรม RMS ซึ่งหลังจากที่ประธานกรรมการบริหารลงนามอนุมัติยกเลิก เจ้าหน้าที่บัญชีจึงจะทำการบันทึกรายการยึดเงินจองได้ ทั้งนี้ ระยะเวลาในการดำเนินการตั้งแต่วันที่ลูกค้าแจ้งความประสงค์ยกเลิกการซื้อห้องชุดถึงวันที่บันทึกบัญชีมีระยะเวลาในการดำเนินการไม่เกิน 30 วัน โดย ณ วันที่ 31 มีนาคม 2557 บริษัทมีลูกค้าที่จองที่ยังคงค้างอยู่ทั้งหมด 6 ห้อง

การทิ้งจอร์รวมทุกโครงการปี 2554 – งวดสามเดือน 2557*

| ปี | จำนวนที่จอง (ห้อง) | จำนวนที่ยกเลิก (ห้อง) | คิดเป็นร้อยละ |
|---------|--------------------|-----------------------|---------------|
| 2554 | 620 | 40 | 6.45 |
| 2555 | 502 | 54 | 10.76 |
| 2556 | 445 | 86 | 19.33 |
| Q1/2557 | 103 | 18 | 17.48 |
| รวม | 1,670 | 198 | 11.86 |

* โปรดดูรายละเอียดเพิ่มเติมหัวข้อ 1.4 ความเสี่ยงจากการที่ผลประกอบการในอนาคตไม่ตรงตามเป้าหมายเนื่องจากลูกค้าไม่โอนตามวันที่กำหนดไว้ในสัญญา

สำหรับการยึดเงินในกรณีที่ลูกค้าไม่มาโอนกรรมสิทธิ์ตามสัญญา หรือผิดสัญญา โดยที่บริษัทได้ปฏิบัติตามสัญญาครบถ้วนแล้วนั้น บริษัทมีแนวทางปฏิบัติในการดำเนินการยึดเงินจากการผิดสัญญาไว้เป็นลำดับขั้นตอน ดังนี้

1. ออกหนังสือเชิญลูกค้ามาตรวจรับห้องชุด ยื่นขอสินเชื่อ และแจ้งกำหนดโอนกรรมสิทธิ์ ก่อนครบกำหนดการโอนตามสัญญา 30 วัน
 2. เมื่อครบกำหนดโอนกรรมสิทธิ์ห้องชุด หากลูกค้าไม่มาตรวจรับห้องชุดหรือไม่ยื่นขอสินเชื่อ ตามที่นัดหมาย บริษัทจะดำเนินการส่งจดหมายแจ้งให้มาดำเนินการรับโอนกรรมสิทธิ์ห้องชุดครั้งที่ 2 เพื่อแจ้งให้ทราบว่า ครบกำหนดโอนกรรมสิทธิ์ตามสัญญาแล้ว
 3. หากลูกค้าไม่มาโอนห้องชุดตามกำหนดเวลาในจดหมายฉบับที่ 2 บริษัทจะส่งจดหมายแจ้งโอนกรรมสิทธิ์ครั้งที่ 3 อีกครั้งโดยแจ้งเบี้ยปรับโอนล่าช้า โดยให้เวลา 30 วัน
 4. บริษัทจะส่งจดหมายแจ้งรับโอนกรรมสิทธิ์ครั้งที่ 4 ซึ่งเป็นการนัดหมายโอนกรรมสิทธิ์ที่กรมที่ดิน และแจ้งว่าหากลูกค้ายังเพิกเฉย หรือไม่มารับโอนกรรมสิทธิ์ บริษัทจะขอใช้สิทธิบอกเลิกสัญญาและริบเงินที่ลูกค้าชำระมาแล้วทั้งสิ้น โดยไม่ต้องแจ้งให้ลูกค้าทราบอีก
 5. เมื่อครบกำหนดเวลาตามจดหมายฉบับที่ 4 บริษัทจะดำเนินการยกเลิกตามขั้นตอนการปฏิบัติงานเรื่องการยกเลิกสัญญา รวมระยะเวลาในการดำเนินการหลังจากแจ้งให้ลูกค้ามาโอนกรรมสิทธิ์จนถึงยึดเงินจากการผิดสัญญาเฉลี่ยประมาณ 75 วัน ในกรณีที่ห้องชุดที่มีการขายก่อนการก่อสร้างแล้วเสร็จ แต่ทั้งนี้อาจมีบางกรณีที่บริษัทยืดหยุ่นให้ ซึ่งเป็นสิทธิเพียงฝ่ายเดียวของบริษัทในการพิจารณา กล่าวคือ ในกรณีที่ลูกค้าไม่สามารถโอนกรรมสิทธิ์ได้ เนื่องจากติดปัญหาการขอสินเชื่อ ไม่ผ่านแต่ลูกค้ามีความประสงค์ที่จะรับโอนห้องชุดและให้ความร่วมมือกับบริษัทเป็นอย่างดีในการหาผู้กู้ร่วม หรือทำตามคำแนะนำของธนาคารที่ขอสินเชื่อ บริษัทจะขยายระยะเวลาการโอนกรรมสิทธิ์ให้ แต่ทั้งนี้ลูกค้าจะต้องรีบปรับรับการโอนล่าช้าตามที่กำหนดไว้ในสัญญา โดยระยะเวลาที่จะยืดหยุ่นให้ไม่เกิน 90 วัน ซึ่งผู้อำนวยการฝ่ายบริหารจะเป็นผู้อนุมัติ หากลูกค้าขอลดหย่อนเบี้ยปรับจะต้องได้รับการอนุมัติจากประธานกรรมการบริหาร
- ทั้งนี้ บริษัทจะเสนอขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ใช้เป็นแนวทางปฏิบัติอยู่แล้วนี้ เพื่อให้คณะกรรมการบริษัททราบ

แสดงแผนที่ตั้งโครงการต่างๆของบริษัท



3.2 การตลาด ภาวะการแข่งขัน 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 การวางแผนงานพัฒนาการก่อสร้างโครงการที่จะไม่ก่อให้เกิดการรบกวนลูกค้าที่เช่าอยู่อาศัยแล้ว ส่วนการบริการหลังการขายจะมีหน่วยงานบริการ โดยเฉพาะที่ให้บริการและแก้ปัญหาให้กับลูกค้าที่เช่าพักอาศัยแล้ว

3.2.1.2 กลยุทธ์ทางด้านราคา

บริษัทกำหนดกลยุทธ์ทางด้านราคา โดยพิจารณาจากปัจจัยต่างๆ เช่น การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ลักษณะของผลิตภัณฑ์ ทำเลที่ตั้ง พื้นที่ใช้สอย เป็นต้น และเปรียบเทียบกับราคาขายของโครงการอื่นที่มีรูปแบบและ

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

บริษัทมีนโยบายในการให้ส่วนลด กรณีขายให้ลูกค้าที่มีคุณภาพกับบริษัท เช่น กรรมการ พนักงานของบริษัท เจ้าหน้าที่ เงินกู้ เป็นต้น โดยมีการให้ส่วนลดในวงเงินไม่เกิน 100,000 บาท / ห้อง

3.2.1.3 กลยุทธ์ทางด้านสื่อสารการตลาดและส่งเสริมการขาย

บริษัทให้ความสำคัญกับการสื่อสารการตลาดในรูปแบบต่างๆ หลากหลายช่องทาง โดยมีเป้าหมายเพื่อให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายสามารถรับรู้และจดจำชื่อบริษัท และ โครงการของบริษัทได้ 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) การออกบูธแสดงสินค้า 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

ในด้านของการส่งเสริมการขายบริษัทจะพิจารณาถึงแรงจูงใจที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อ ก่อนที่จะนำมาพิจารณาเพื่อนำมาออกแบบ โปรโมชันเพื่อส่งเสริมการขาย อาทิเช่น การแถมเฟอร์นิเจอร์ การแถมเครื่องปรับอากาศ การแถมโทรศัพท์มือถือและแท็บเล็ต เป็นต้น นอกจากนี้ บริษัทยังมีการออกโปรโมชันเพื่อกระตุ้นยอดขายในโครงการที่เปิดตัวไปสักระยะ ในโครงการเลอริชพระราม 3 และ โครงการเลอริชรัชดา-สุทธิสาร โดยการการันตีค่าเช่า ซึ่งบริษัทจะเป็นผู้ทำหน้าที่ในการจัดหาผู้เช่าให้แก่ลูกค้าที่ซื้อห้องชุดในช่วงระยะเวลาที่กำหนดในสัญญาผ่านทางพนักงานขายโครงการหรือผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชมโครงการของบริษัท ซึ่งเมื่อรวมค่าใช้จ่ายจากโปรโมชันดังกล่าวแล้ว บริษัทจะยังคงมีผลตอบแทนที่สูงกว่าราคาฐานซึ่งเป็นราคาขายของบริษัทที่ได้จากการคำนวณความศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการนั้นๆ อย่างไรก็ตามในช่วงเวลาที่บริษัทไม่สามารถจัดหาผู้เช่าห้องชุดได้ บริษัทจำเป็นต้องชำระค่าใช้จ่ายส่วนกลางของห้องชุดดังกล่าว ซึ่งในปี 2555 บริษัทขาดทุนจากการทำโครงการการันตีค่าเช่า 0.24 ล้านบาท และ ในปี 2556 0.31 ล้านบาท และ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2557 บริษัทมีจำนวนห้องที่อยู่ในโครงการการันตีค่าเช่าทั้งสิ้น 65 หน่วย ซึ่งจะสิ้นสุดโครงการภายในเดือน กุมภาพันธ์ 2558

3.2.1.4 กลยุทธ์ทางการจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

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

นอกจากนี้ บริษัทจะทำการพิจารณาถึงระดับการแข่งขันบริเวณรอบโครงการ ระดับความยากง่ายในการขาย โดยหากโครงการใดที่มีการแข่งขันสูง บริษัทจะดำเนินการว่าจ้างทีมขายจากบริษัทที่เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านงานขายจากภายนอกให้เป็นผู้บริหารการขายโครงการ ซึ่งมีหน้าที่ให้คำปรึกษาและวิเคราะห์ด้านการตลาดตลอดจนช่วยจัดหาทีมงานขายควบคู่กับทีมงานขายของบริษัท โดยบริษัทมีนโยบายในการจ่ายค่าตอบแทนเป็นร้อยละตามมูลค่าขายที่เกิดขึ้นเป็นอัตราตลาดเพื่อสร้างแรงจูงใจแก่หน่วยงานที่จ้างหรือพนักงานขาย ภายใต้กรอบอำนาจอนุมัติของบริษัทซึ่งจะผ่านการตรวจสอบ/สอบทานจากผู้จัดการฝ่าย ผู้อำนวยการฝ่ายและประธานบริหารตามตารางอำนาจอนุมัติที่กำหนด โดยค่าใช้จ่ายในการขายทั้งหมดจะยังคงมีผลตอบแทนที่สูงกว่าราคารฐาน และจะไม่ก่อให้เกิดผลกระทบในทางลบต่อกำไรของบริษัทแต่อย่างใด

ทั้งนี้ ผู้ที่สนใจในโครงการของบริษัทยังสามารถโทรศัพท์เข้ามาสอบถามรายละเอียดได้ที่หมายเลข 02-886-1817 หรือศึกษาข้อมูลผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัท www.rp.co.th

3.2.1.5 ลักษณะของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

บริษัทจะเน้นกลุ่มลูกค้าระดับกลางเป็นหลัก โดยมีการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายซึ่งปรับตามสถานการณ์เพื่อให้เกิดความเหมาะสมได้ ทั้งนี้ ลูกค้าของบริษัทเป็นลูกค้ารายย่อยทั้งหมด และไม่มีรายได้ที่มีสัดส่วนเกินร้อยละ 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

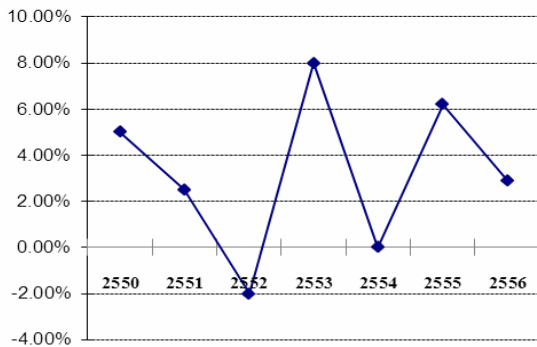
3.2.2.1 ภาวะอุตสาหกรรม และแนวโน้ม

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

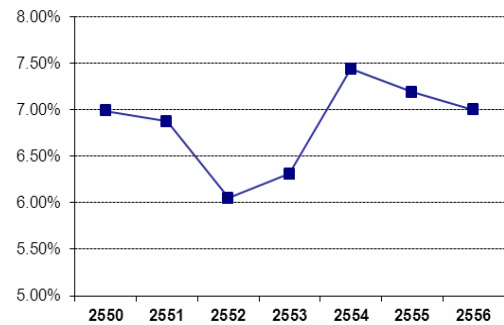
ทั้งนี้ การเจริญเติบโตของธุรกิจนี้ก็ได้รับผลกระทบจากปัจจัยต่างๆ หลายปัจจัย เช่น ภาวะการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในประเทศ ราคาวัสดุก่อสร้าง หรืออัตราดอกเบี้ย เป็นต้น โดยในช่วงที่ผ่านมา ปัจจัยสำคัญดังกล่าวที่มีผลต่อธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ได้มีการเปลี่ยนแปลง ดังแสดงในแผนภาพข้างล่างนี้

การเปลี่ยนแปลงในปัจจัยต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อภาวะธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

อัตราการเติบโตของ GDP



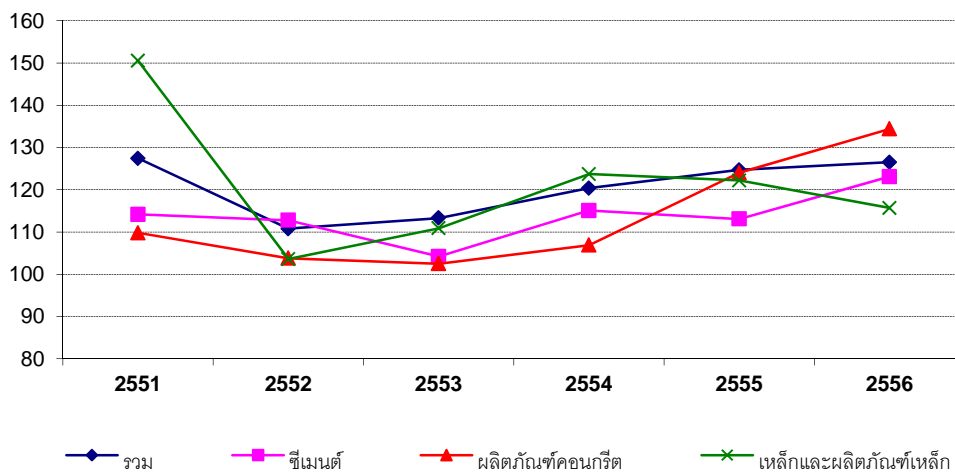
อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ MLR เฉลี่ยธนาคารพาณิชย์ในประเทศ ณ สิ้นปี



ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย

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 การเพิ่มรายได้แรงงานรายวัน และเงินเดือนข้าราชการ การรับจ่านำข้าวเปลือก โครงการรถยนต์คันแรก โครงการบ้านหลังแรก และการทยอยปรับลดภาษีเงินได้นิติบุคคล ยังมีส่วนสนับสนุนการใช้จ่ายภายในประเทศ ขณะที่การบริโภคและการลงทุนภาครัฐมีบทบาทในการสนับสนุนการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจ

สำหรับเศรษฐกิจไทยในปี 2556 สำนักงานเศรษฐกิจการค้าคลังรายงานเศรษฐกิจไทยมีอัตราเติบโตร้อยละ 2.9 ขยายตัวขึ้นมากกว่าปี 2555 โดยในระหว่างปีดังกล่าวได้มีการปรับลดค่าประมาณการจีดีพีไทยเหลือร้อยละ 2.8 จากเดิมที่คาดว่าจะเติบโตร้อยละ 3.0 ซึ่งสาเหตุหลักเกิดจากสถานการณ์การเมืองในประเทศที่ทำให้ การอุปโภค-บริโภคและการใช้จ่ายภาคประชาชนปรับตัวลดลง รวมถึงผู้ประกอบการในภาคเอกชนที่ชะลอการลงทุนจากเหตุการณ์ที่ยังไม่คลี่คลายดังกล่าว นอกจากนี้ภาคการส่งออกของไทยคาดว่าจะทรงตัวเนื่องจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจในกลุ่มประเทศมหาอำนาจ ที่เป็นกำลังซื้อสำคัญของ

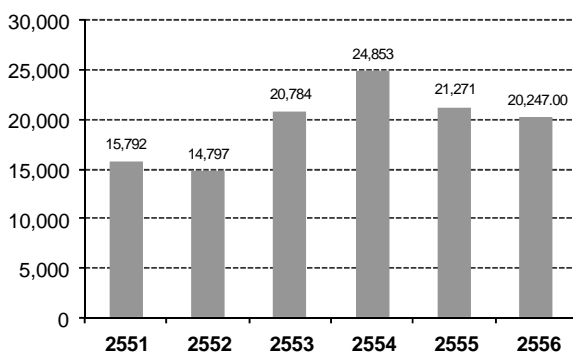
การส่งออกของไทย ในส่วนแนวโน้มการเติบโตในปี 2557 นั้น หากเหตุการณ์ทางการเมืองได้มีการคลี่คลาย และการบริโภคในประเทศและการลงทุนกลับมาสู่สภาวะปกติ รวมถึงภาคการส่งออกที่ดีขึ้นจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจในกลุ่มประเทศมหาอำนาจ หลายๆหน่วยงาน อาทิเช่น ธนาคารแห่งประเทศไทย สภาพัฒนา และสำนักงานเศรษฐกิจการคลังคาดว่าจีดีพีของไทยจะสามารถเติบโตได้ไม่ต่ำกว่า ร้อยละ 4-5

ดัชนีราคาขายส่งวัสดุก่อสร้างรวมในปี 2556 (เฉลี่ยดัชนีรายเดือน) มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นจาก 124.4 ในปี 2555 เป็น 126.5 คิดเป็นอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.1 ทั้งนี้ ผลกระทบที่สำคัญมาจากผลิตภัณฑ์คอนกรีตที่มีราคาปรับเพิ่มขึ้นในอัตราสูง โดยดัชนีราคาคอนกรีตในปี 2556 มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นจาก 124.0 ในปี 2555 เป็น 134.4 คิดเป็นอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.4 สาเหตุมาจากแรงหนุนจากความต้องการใช้ปูนซีเมนต์ที่ก่อตัวตั้งแต่ปลายปี 2554 บวกกับความจำเป็นที่ต้องใช้ปูนซีเมนต์เพื่อซ่อมแซมระบบสาธารณูปโภค โครงสร้างพื้นฐาน โรงงานและอาคารบ้านเรือน ที่ได้รับความเสียหายจากน้ำท่วม นอกจากนี้ยังมีปัจจัยบวกจากโครงการก่อสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่หลายโครงการทั้งของภาครัฐและเอกชน ทั้งนี้การบริโภคปูนซีเมนต์ส่วนใหญ่ใช้จากการผลิตภายในไทย แต่การก่อสร้างโครงการขนาดใหญ่บางแห่งจำเป็นต้องใช้ซีเมนต์ชนิดอื่นที่ไม่สามารถผลิตได้ในประเทศ ในขณะที่ดัชนีราคาเหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็กค่อนข้างทรงตัวและมีแนวโน้มลดลง โดยสถานการณ์ดังกล่าวยังคงมีผลต่อเนื่องมาถึงปี 2556 ในขณะที่ ดัชนีราคาขายส่งวัสดุก่อสร้าง(เฉลี่ยดัชนีรายเดือน) ปี 2556 อยู่ที่ 126.5 ซึ่งยังคงมีทิศทางปรับเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน

ในส่วนของภาวะอัตราดอกเบี้ย ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญหนึ่งที่มีผลกระทบต่อธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ในปี 2555 อัตราดอกเบี้ยเงินกู้มีแนวโน้มปรับตัวลดลง เป็นผลจากนโยบายการเงินที่ผ่อนคลายของธนาคารแห่งประเทศไทย เพื่อกระตุ้นภาวะเศรษฐกิจและการลงทุนในประเทศ โดยอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ MLR เฉลี่ยธนาคารพาณิชย์ในประเทศ ณ สิ้นปี 2555 อยู่ที่ร้อยละ 7.19 ขณะที่ศูนย์วิจัยกสิกรไทยคาดการณ์ว่าทิศทางดอกเบี้ยในปี 2556 จะคงอยู่ในระดับต่ำตามอัตราดอกเบี้ยนโยบาย ซึ่งอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ MLR เฉลี่ยธนาคารพาณิชย์ในประเทศ ณ สิ้นปี 2556 อยู่ที่ร้อยละ 7.00 ตามที่ศูนย์วิจัยกสิกรไทยได้คาดการณ์ไว้ ซึ่งทางศูนย์วิจัยคาดการณ์ว่าภายใต้สถานการณ์เศรษฐกิจและสภาวะการเมืองในปัจจุบันจะทำให้อัตราดอกเบี้ยจะทรงตัวอยู่ในระดับต่ำในปี 25557 นี้

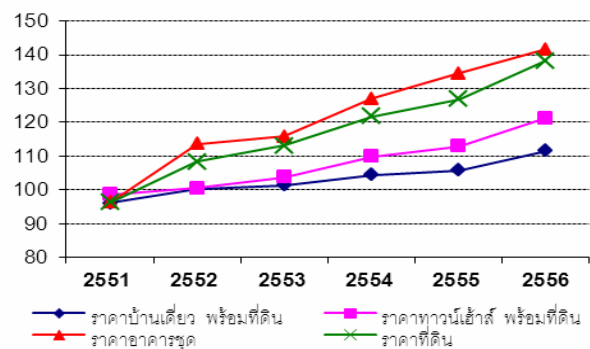
เครื่องชี้ภาวะธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในช่วงที่ผ่านมา

การออกใบอนุญาตจัดสรรที่ดิน ในเขตกรุงเทพฯ

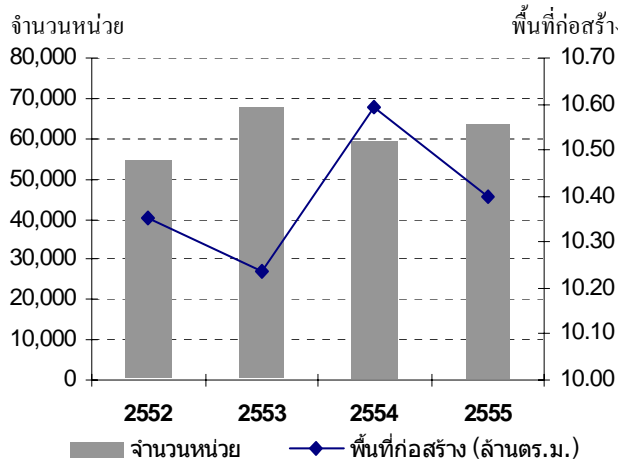


ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย

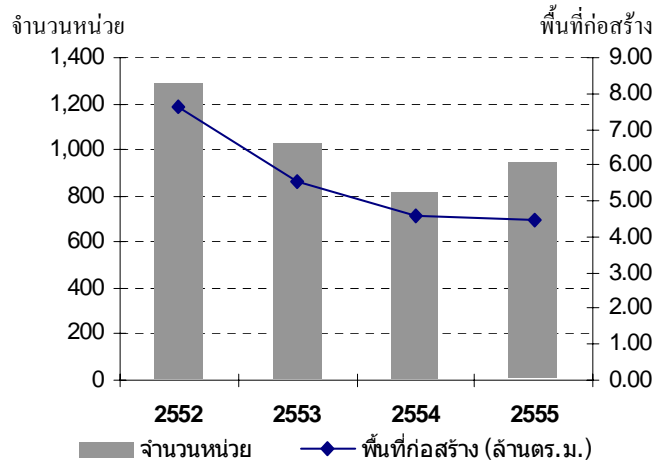
ดัชนีราคาที่อยู่อาศัยจากฐานข้อมูลสินเชื่อธนาคารพาณิชย์



ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย

**การออกใบอนุญาตก่อสร้างอาคารเพื่ออยู่อาศัย อาคารแนวราบ
กรุงเทพฯ และปริมณฑล**


ที่มา : ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์

**การออกใบอนุญาตก่อสร้างอาคารเพื่ออยู่อาศัย อาคารสูงในเขต
ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล**


ที่มา : ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์

หมายเหตุ :

การพิจารณาการออกใบอนุญาตจัดสรรที่ดิน และการออกใบอนุญาตก่อสร้างอาคารอาจไม่สามารถนำมาใช้วิเคราะห์ร่วมกันได้ เนื่องจากฐานข้อมูลที่แตกต่างกัน รวมทั้งจำนวนหน่วยที่มีการออกใบอนุญาตก่อสร้าง ได้รวมเอาจำนวนหน่วยทั้งที่มีการขออนุญาตจัดสรรที่ดิน และไม่ขออนุญาตจัดสรรที่ดินเข้ามาด้วย โดยกฎหมายกำหนดให้ผู้ประกอบการที่อยู่อาศัยแนวราบที่แบ่งแปลงจัดสรร 10 แปลงขึ้นไปต้องยื่นขออนุญาตจัดสรร ดังนั้น ผู้ที่ไม่มีการแบ่งแปลงถึงจำนวน 10 แปลงตามที่กฎหมายกำหนด จึงไม่ต้องยื่นขออนุญาตจัดสรร และนอกจากนี้ การออกใบอนุญาตก่อสร้างมิได้แสดงว่าจะต้องมีการก่อสร้างจริงทุกรายการ 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 ซึ่งสาเหตุหลักที่อุปทานของที่อยู่อาศัยแนวราบมีอัตราการลดลงเกิดจากปัญหาอุทกภัยรุนแรงในกรุงเทพฯ-ปริมณฑล จึงทำให้ที่อยู่อาศัยแนวราบจำนวนมากถูกน้ำท่วม ทั้งที่เป็นบ้านในโครงการจัดสรรและบ้านนอกโครงการจัดสรร ทำให้เกิดผลทางจิตวิทยาและตลาดห้องชุดคอนโดมิเนียมกลับมาได้รับความสนใจจากผู้บริโภค โดยมีการออกใบอนุญาตก่อสร้างอาคารเพื่ออยู่อาศัย อาคารสูง จำนวน 945 หน่วย เพิ่มขึ้นร้อยละ 15.80 คิดเป็นพื้นที่ก่อสร้าง 4.47 ล้าน ตร.ม. ลดลงร้อยละ 2.40

ในส่วนของดัชนีราคาที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลในปี 2556 (เฉลี่ยดัชนี ณ สิ้นไตรมาสของทั้ง 4 ไตรมาส) ดัชนีราคาที่ดินมีอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.98 ดัชนีราคาทาวน์เฮ้าส์พร้อมที่ดินเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.44 ดัชนีราคาอาคารชุดปรับเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.35 ส่วนดัชนีราคาบ้านเดี่ยวพร้อมที่ดินปรับเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.39 ซึ่งดัชนีราคาดังกล่าวมีการปรับตัวเพิ่มขึ้นทุกดัชนี โดยมีอัตราราคาที่ดินเพิ่มขึ้นมากที่สุดที่ร้อยละ 8.98

ที่อยู่อาศัยสร้างเสร็จจดทะเบียนในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล

(หน่วย)

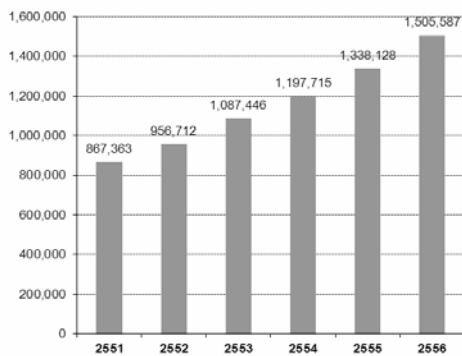
| | 2551 | 2552 | 2553 | 2554 | 2555 | 2556 |
|--|--------|--------|---------|--------|---------|---------|
| 1.สร้างโดยผู้ประกอบการ | | | | | | |
| บ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์เฮ้าส์ และอาคารพาณิชย์ | 27,513 | 21,634 | 24,476 | 26,994 | 23,174 | 36,994 |
| อาคารชุด | 34,049 | 53,725 | 59,919 | 34,734 | 78,391 | 71,440 |
| รวมสร้างโดยผู้ประกอบการ | 61,562 | 75,359 | 84,395 | 61,728 | 101,565 | 108,434 |
| 2.สร้างเอง | 24,017 | 19,618 | 22,498 | 20,128 | 23,437 | 23,260 |
| รวมที่อยู่อาศัยจดทะเบียนเพิ่มขึ้น | 85,579 | 94,977 | 106,893 | 81,856 | 125,002 | 131,694 |

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย

ในส่วนของจำนวนที่อยู่อาศัยสร้างเสร็จจดทะเบียนในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ปี 2556 มีจำนวน 131,694 หน่วย เพิ่มขึ้นจากปี 2555 ร้อยละ 5.35 โดยแยกเป็นที่อยู่อาศัยที่ประชาชนเป็นผู้สร้างเองมีจำนวนรวม 23,260 หน่วย ลดลงร้อยละ 0.76 ในขณะที่ที่อยู่อาศัยที่ผู้ประกอบการสร้างมีจำนวนรวม 108,434 หน่วย เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.76 ทั้งนี้ ส่วนที่ลดลงของประเภท คอนโดมิเนียมจากจำนวน 78,391 ในปี 2555 เป็น 71,440 หน่วย ในปี 2556 ลดลงร้อยละ 8.87 โดยสาเหตุหลักเนื่องจากการขยายตัวของที่อยู่อาศัยดังกล่าวอย่างมากถึงร้อยละ 64.54 ในช่วงปี 2554-2555 อย่างไรก็ตาม ที่อยู่อาศัยประเภท บ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์เฮ้าส์ และอาคารพาณิชย์ มีจำนวนเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 59.64 เทียบกับปี 2555 ที่มีการลดลงร้อยละ 14.15

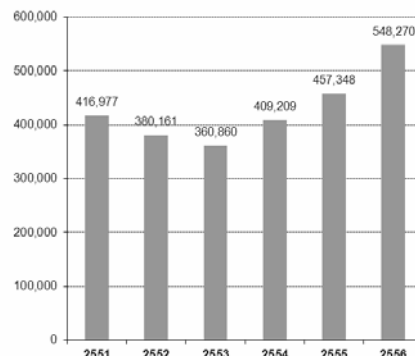
สินเชื่อที่อยู่อาศัย

สินเชื่อที่อยู่อาศัยส่วนบุคคล (ล้านบาท)



ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย

สินเชื่อที่อยู่อาศัยผู้ประกอบการ (ล้านบาท)



ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย

หากพิจารณาในส่วนของสินเชื่อที่อยู่อาศัยจากสถาบันการเงิน ซึ่งสามารถสะท้อนภาวะธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ได้อีก มุมมองหนึ่ง ในส่วนของอุปสงค์ของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ จากสินเชื่อที่อยู่อาศัยส่วนบุคคล ปี 2556 มีประมาณ 1.51 ล้านล้านบาท มีอัตราเพิ่มขึ้นจากปี 2555 ร้อยละ 12.51 และในส่วนของอุปทานของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ จากสินเชื่อผู้ประกอบการ เพื่อใช้ในการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์นั้น ในปี 2556 มีประมาณ 0.55 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 19.88

จากข้อมูลข้างต้นสามารถสรุปภาวะธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ได้ดังนี้

- เครื่องชี้ทางด้านอุปสงค์

อุปสงค์ของตลาดอสังหาริมทรัพย์โดยรวมในปี 2556 ยังขยายตัวจากปีที่ผ่านมา สะท้อนจากการขยายตัวของยอดสินเชื่อที่อยู่อาศัย รวมทั้งมูลค่าการซื้อขายที่ดินและสิ่งปลูกสร้างที่มีการขยายตัวเช่นเดียวกัน

ในปี 2557 คาดว่าอุปสงค์ของตลาดอสังหาริมทรัพย์อาจชะลอตัวลงตามภาวะเศรษฐกิจ และจากสถานการณ์ทางการเมือง ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคมีการชะลอตัวในการใช้จ่าย รวมถึงปัจจัยที่มีผลิตภัณฑ์จำนวนมากในตลาดซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคใช้เวลาในการพิจารณาการซื้อมากขึ้น

- เครื่องชี้ทางด้านอุปทาน

ในปี 2556 เครื่องชี้ทางด้านอุปทานมีการทรงตัว สะท้อนจากจำนวนการออกใบอนุญาตจัดสรรที่ดิน และการออกใบอนุญาตก่อสร้างอาคารเพื่ออยู่อาศัย และจำนวนที่อยู่อาศัยสร้างเสร็จจดทะเบียนที่ทรงตัว ทั้งนี้สถานการณ์ทางการเมืองทำให้ผู้ประกอบการได้มีการชะลอเปิดโครงการใหม่ อย่างไรก็ตาม วัฏจักรการปรับตัวเพิ่มขึ้นของสินเชื่อที่อยู่อาศัยผู้ประกอบการสะท้อนให้เห็นว่าผู้ประกอบการยังคงดำเนินการพัฒนาโครงการปัจจุบันต่อไป

สำหรับปี 2557 คาดว่าอุปทานของตลาดอสังหาริมทรัพย์จะชะลอความรุนแรงจากปี 2556 อย่างมาก ถึงแม้ว่าจะมีกำหนดการเปิดโครงการใหม่จากผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์ในปี 2557 โดยเฉพาะคอนโดมิเนียมที่ใกล้แนวรถไฟฟ้า แต่ความเข้มงวดของสถาบันการเงินในการให้สินเชื่อแก่ผู้ประกอบการที่เพิ่มมากขึ้น รวมถึงปัญหาอุปทานส่วนเกินในบางพื้นที่ และความไม่แน่นอนของทิศทางเศรษฐกิจซึ่งเกิดจากความสถานการณ์ทางการเมืองจะทำให้แนวโน้มอุปทานของตลาดอสังหาริมทรัพย์ น่าจะมีการชะลอตัวในปี 2557

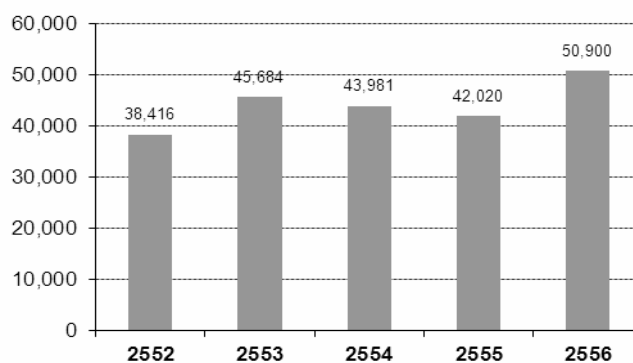
- เครื่องชี้ทางด้านราคา

ในปี 2556 ราคาที่อยู่อาศัยโดยรวมปรับตัวเพิ่มขึ้นตามอุปสงค์ที่ขยายตัวเป็นสำคัญ โดยดัชนีราคาบ้านเดี่ยวพร้อมที่ดิน ดัชนีทาวน์เฮ้าส์พร้อมที่ดิน ดัชนีอาคารชุด และดัชนีที่ดินมีการเพิ่มขึ้นทั้งสิ้น ทั้งนี้ในส่วนของราคาวัสดุก่อสร้างโดยรวมมีการขยายตัวเช่นกันจาก ความจำเป็นที่ต้องใช้ปูนซีเมนต์เพื่อซ่อมแซมระบบสาธารณูปโภค โครงสร้างพื้นฐาน โรงงานและอาคารบ้านเรือน ที่ได้รับความเสียหายจากน้ำท่วม เป็นหลัก

แนวโน้มราคาที่อยู่อาศัยโดยรวมในปี 2557 คาดว่าจะมีการทรงตัวหรือขยายตัวเล็กน้อยซึ่งปัจจัยสำคัญมาจาก อุปทานส่วนเกินในบางพื้นที่ สภาพเศรษฐกิจที่ไม่แน่นอนจากสถานการณ์การเมือง แรงกดดันด้านต้นทุนการก่อสร้างที่เพิ่มขึ้นจากการขาดแคลนแรงงานภาคก่อสร้างและภาคอสังหาริมทรัพย์ จนถึงความเข้มงวดมากขึ้นของสถาบันการเงินในการให้สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย

แนวโน้มตลาดบ้านจัดสรรและภาวะการแข่งขัน

จำนวนบ้านจัดสรรสร้างเสร็จ (บ้านเดี่ยว บ้านแฝด และทาวน์เฮ้าส์) ที่จดทะเบียนในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล (หน่วย)



ที่มา : ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์

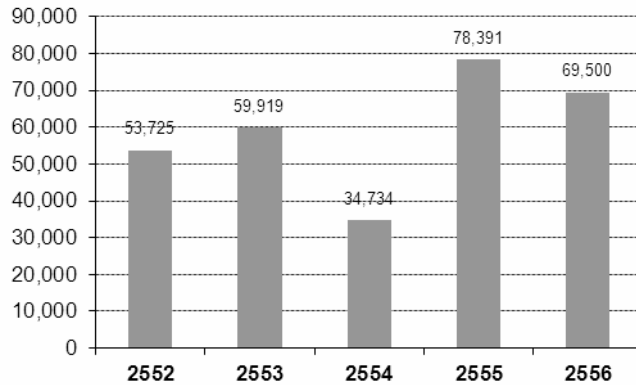
ในปี 2555 ธุรกิจบ้านจัดสรรมีอัตราการเติบโตลดลงจากปีที่ผ่านมา โดยจำนวนบ้านจัดสรรสร้างเสร็จ (บ้านเดี่ยว บ้านแฝดและทาวน์เฮ้าส์) ที่จดทะเบียนในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล มีอัตราการลดลงประมาณร้อยละ 4.46 ซึ่งสาเหตุหลักเกิดจากปัญหาอุทกภัยรุนแรงในกรุงเทพฯ-ปริมณฑล จึงทำให้ที่อยู่อาศัยแนวราบจำนวนมากถูกน้ำท่วม ทั้งที่เป็นบ้านในโครงการจัดสรรและบ้านนอกโครงการจัดสรร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

ในปี 2556 มีจำนวนบ้านจัดสรรสร้างเสร็จ (บ้านเดี่ยว บ้านแฝด และทาวน์เฮ้าส์) ที่จดทะเบียนในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล 50,900 หน่วย เพิ่มขึ้นร้อยละ 21.13 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมาซึ่งมีจำนวน 42,020 หน่วย โดยเป็น โครงการประเภท

ทาวน์เฮ้าส์หรือทาวน์โฮม มากขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันที่ผู้บริโภคมีกำลังซื้อลดลง และสภาวะตลาดโดยรวมยังคงมีการแข่งขันที่สูง โดยผู้ประกอบการต่างปรับกลยุทธ์ทางการตลาดและหันมาใช้ในการส่งเสริมการขายมากขึ้น

แนวโน้มตลาดคอนโดมิเนียมและภาวะการแข่งขัน

จำนวนอาคารชุดสร้างเสร็จ จดทะเบียนในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล (หน่วย)



ที่มา : ศูนย์ข้อมูลสังหาริมทรัพย์

ในปี 2555 จำนวนอาคารชุดสร้างเสร็จจดทะเบียนในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลมีการขยายตัวสูง โดยมีจำนวน 78,391 หน่วย ขยายตัวจากปี 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 มีอัตราขยายตัวลดลง โดยมีจำนวน 69,500 หน่วย ลดลงร้อยละ 21.16 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา การขยายตัวลดลงดังกล่าวสืบเนื่องมาจากอัตรการขยายตัวที่สูงถึงร้อยละ 125.69 ในปี 2554-2555 ทั้งนี้ คาดว่าการแข่งขันในตลาดอาคารชุดจะยังคงรุนแรงอยู่เนื่องจากมีจำนวนอาคารชุดที่จะเปิดตัวใหม่ และอาคารชุดที่สร้างเสร็จพร้อมโอนและยังเหลือขายอยู่ ดังนั้น จึงอาจเกิดการพัฒนากลยุทธ์การแข่งขันใหม่เพื่อสร้างจุดขายให้กับตนเอง หรือการขายกลุ่มเป้าหมายใหม่เพื่อเป็นทางเลือกสำหรับการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์เพื่อให้เช่าหรือเก็บไว้และเมื่อถึงเวลาที่เศรษฐกิจฟื้นตัว จะสามารถขายต่อในราคาที่สร้างผลตอบแทนจากการลงทุนได้

ทั้งนี้ บริษัทมีนโยบายการตลาดในเชิงรุก ด้วยการสื่อสารการตลาดในรูปแบบต่างๆ ที่หลากหลาย เพื่อให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายสามารถจดจำและรับรู้ชื่อและข้อมูลโครงการของบริษัทได้ และเน้นทีมงานขายทั้งภายในและภายนอกบริษัทให้การนำเสนอข้อมูลโครงการ โดยจัดกิจกรรมพิเศษและกิจกรรมปกติอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถสร้างยอดขายโครงการให้เป็นไปได้ตามเป้าหมายที่วางไว้ ซึ่งผู้บริหารของบริษัทประเมินโครงการของบริษัทว่ายังสามารถแข่งขันได้ในภาวะตลาดเช่นนี้

สรุปโครงการของบริษัทกับโครงการของผู้ประกอบการอื่นในพื้นที่บริเวณใกล้เคียงกัน

| พื้นที่ | โครงการของบริษัท | โครงการของผู้ประกอบการอื่น | |
|-------------|------------------------------|------------------------------------|---|
| | | โครงการ | ผู้ประกอบการ |
| พระราม3 | เลอริช พระราม3 | LPN พระราม3 | บริษัท แอลพีเอ็นดีเวลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) |
| | | The TRUST | บริษัท เดอะ คอนฟีเด้นซ์ จำกัด |
| รัชดาภิเษก | เลอริช รัชดา | เดอะ คริสต์ | 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 | ริชพาร์ค@เตาปูนอินเตอร์เซนจ์ | THE TREE | บริษัท พุกกะา เรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน) |
| | | Cross point | บริษัท โรจันซ์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด |
| ราชพฤกษ์ | เดอะ ริชวิลล์ ราชพฤกษ์ | ลภาวัน 19 | บริษัท ลภาวัน จำกัด |
| | | เวอรีเดียน ราชพฤกษ์ | บริษัท ซีรกมล พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด |
| สุขุมวิท105 | เดอะริชมิชโฮม สุขุมวิท 105 | เลอ เน็กซ์ต๊อรา | บริษัท น้อมบุญ จำกัด |
| | | ฟลอราวิลล์ | บริษัท ฟลอราวิลล์ กรุ๊ป จำกัด |
| | | LPN แบร์ริง | บริษัท แอลพีเอ็นดีเวลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) |
| | | | |
| ไทรมี | ริชพาร์ค@เจ้าพระยา | Metro Riverfront | บริษัท พร็อพเพอร์ตี้ เพอร์เฟก จำกัด (มหาชน) |
| | | ดิคอนโด รัตนาธิเบศร์ | บริษัท แอสสิริ จำกัด (มหาชน) |
| | | ศุภาลัย ซิตี้ รีสอร์ท พระนั่งเกล้า | บริษัท ศุภาลัย จำกัด (มหาชน) |
| | | Aspire รัตนาธิเบศร์ | บริษัท ควอลิตี้เฮาส์ 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**

บริษัทกำหนดนโยบายการดำเนินงานธุรกิจ ที่จะต้องมุ่งเน้นสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า โดยการนำระบบการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า (Customer Relationship Management) มาใช้ในการบริหารกลุ่มลูกค้าทั้งลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ โดยมีการเก็บฐานข้อมูลลูกค้าทุกราย และมีการสื่อสารกับลูกค้าเหล่านั้นอย่างต่อเนื่อง ให้ลูกค้าได้เข้ามามีส่วนร่วมกับบริษัท อันเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีในระยะยาว ซึ่งจะทำให้เกิดการแนะนำและบอกต่อเกี่ยวกับโครงการของบริษัทไปยังผู้บริโภคอื่นๆ ต่อไป

3.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

3.3.1 การจัดหาให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่าย

การจัดหาที่ดิน

บริษัทมีช่องทางการจัดหาที่ดินเพื่อพัฒนาโครงการจากแหล่งต่างๆ หลายแหล่ง ได้แก่ การสืบหาที่ดินโดยผู้บริหารของบริษัทซึ่งเป็นกลุ่มผู้ที่มีประสบการณ์ในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์มายาวนาน และมีสายสัมพันธ์อันดีกับผู้คนในแวดวงธุรกิจที่หลากหลาย หรือผู้ที่มีที่ดินในครอบครอง การจัดหาที่ดินจากนายหน้าค้าที่ดิน หรือการจัดหาที่ดินผ่านการประมูลทรัพย์สินจากสถาบันการเงินซึ่งเป็นทรัพย์สินที่คิดเป็นหลักประกันที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ หรือการประมูลทรัพย์สินจากกรมบังคับคดี เป็นต้น โดยบริษัทจะพิจารณาเลือกซื้อที่ดินที่ผ่านการพิจารณาถึงศักยภาพทำเลที่ตั้งของที่ดินนั้นแล้วว่าสามารถพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ได้ เช่น ผู้บริโภคมีความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยในละแวกนั้น มีการพัฒนาสาธารณูปโภคในบริเวณนั้นเพียงพอ การเดินทางคมนาคมขนส่งมีความสะดวก เป็นต้น จากนั้นบริษัทจะดำเนินการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการทั้งทางด้านการตลาด การเงิน การก่อสร้าง หรือข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และเมื่อผลการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการแสดงให้เห็นว่ามีศักยภาพในการพัฒนาโครงการ และสามารถสร้างผลตอบแทนในอัตราที่เหมาะสมได้ บริษัทจะกำหนดราคาซื้อและทำการเจรจาเพื่อซื้อที่ดินจากเจ้าของกรรมสิทธิ์นั้นต่อไป โดยนโยบายของบริษัทจะทำการซื้อที่ดินเพื่อพัฒนาโครงการทันที จะไม่ทำการซื้อที่ดินเพื่อรอเก็บไว้ เนื่องจากไม่ต้องการรับภาระต้นทุนการถือครองที่ดินโดยไม่จำเป็น ปัจจุบันบริษัทไม่มีที่ดินรอการพัฒนา (ศึกษารายละเอียดได้ในส่วนที่ 2 ข้อ 5 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ) อย่างไรก็ตามบริษัทมุ่งมั่นที่จะเสาะหาที่ดินที่มีศักยภาพอย่างสม่ำเสมอโดยเมื่อบริษัทพบที่ดินที่มีศักยภาพและเหมาะสมต่อการพัฒนา บริษัทพร้อมที่จะดำเนินการพัฒนาที่ดินดังกล่าวต่อไป

ทั้งนี้ หากบริษัทมีการซื้อที่ดินจากบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง บริษัทจะปฏิบัติตามนโยบายการทำรายการระหว่างกัน (โปรดพิจารณารายละเอียดในส่วนที่ 2 ข้อ 11 ในหัวข้อเรื่องนโยบายการทำรายการระหว่างกันในอนาคต)

การจัดหาที่ปรึกษาควบคุมงานก่อสร้าง

ในการพิจารณาคัดเลือกที่ปรึกษาควบคุมงานก่อสร้าง บริษัทจะเปิดให้มีการประมูลเพื่อคัดเลือกจากบริษัทที่ปรึกษาประมาณ 2 - 3 รายให้ทำการยื่นข้อเสนอเข้ามายังบริษัท โดยบริษัทจะพิจารณาจากราคาที่เสนอ ผลงาน ประสบการณ์ และความพร้อมในการทำงาน ประกอบการคัดเลือก โดยที่ปรึกษาควบคุมงานก่อสร้างจะทำหน้าที่ให้คำปรึกษา ตรวจสอบคุณภาพและความถูกต้องในรายละเอียดขั้นตอน เทคนิค วิธีการทำงาน การติดตั้ง และทดสอบงานในระหว่างการก่อสร้างจนแล้วเสร็จ ทั้งนี้ สำหรับโครงการแนวราบ อาทิเช่น บ้านเดี่ยวและทาวเฮ้าส์/ทาวโฮมส์ บริษัทอาจไม่จำเป็นต้องว่าจ้างที่ปรึกษาควบคุมงานก่อสร้างจากภายนอกก็ได้ เนื่องจากทีมงานภายในของบริษัทมีความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่นี้ในโครงการบางประเภท เช่น เดอะริช บีช โฮม สุขุมวิท 105 เป็นต้น สำหรับโครงการแนวสูงเกินกว่า 8 ชั้นหรืออาคารที่สูงเกิน 23 เมตรขึ้นไป เป็นอาคารที่จัดอยู่ในประเภทอาคารสูงตามนิยามในพรบ.ควบคุมอาคาร พ.ศ.2522 ซึ่งจะมีข้อกำหนดในการก่อสร้างอาคารที่เข้มงวดกว่า ไม่ว่าจะเป็น เรื่องระบบระบายอากาศ, ระบบไฟฟ้า, ระบบป้องกันเพลิงไหม้, ระบบบำบัดน้ำเสีย, ระบบระบายน้ำทิ้ง, ระบบประปาและระบบลิฟต์ ดังนั้นบริษัทจึงเป็นที่แน่นอนว่าจ้างที่ปรึกษาควบคุมงานก่อสร้างจากภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญ เพื่อประสานงานกับบริษัทผู้รับเหมาและการทำงานที่ตรวจสอบการก่อสร้างแทนบริษัทเพื่อให้การก่อสร้างเป็นไป

ตามที่กฎหมายกำหนด นอกจากนี้บริษัทจะว่าจ้างที่ปรึกษาควบคุมงานก่อสร้างจากภายนอกตามที่ธนาคารที่ปล่อยกู้แก่บริษัท
แจ้งความประสงค์มา

การจัดหาผู้รับเหมาก่อสร้าง

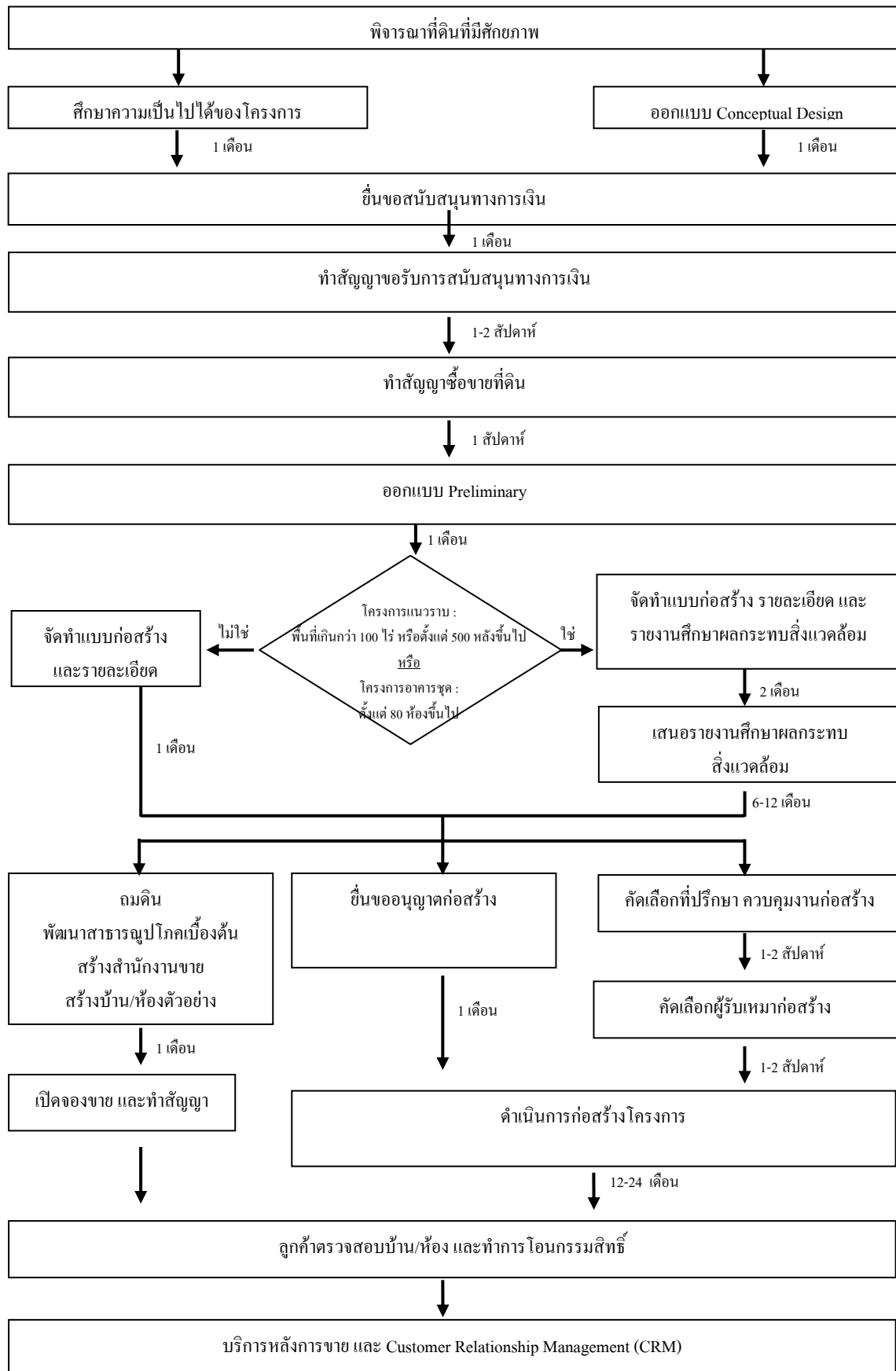
บริษัทมีหน่วยงานภายในในการประสานงานเพื่อทำหน้าที่ติดต่อประสานงานเพื่อว่าจ้างผู้รับเหมาก่อสร้างจากบริษัท
ภายนอก ทั้งนี้ บริษัทมีนโยบายในการคัดเลือกผู้รับเหมาก่อสร้างหลักที่จะให้มีการประกวดราคาในทุกโครงการ โดยให้มีผู้ยื่น
เสนอราคา 3 รายขึ้นไป โดยบริษัทจะพิจารณาคัดเลือกจากหลักเกณฑ์ต่างๆ ได้แก่ ราคาที่เสนอ ประสิทธิภาพ ชื่อเสียง และผลงาน
ในอดีตที่ผ่านมา โดยเฉพาะผลงานที่มีลักษณะใกล้เคียงกับโครงการของบริษัท ความเรียบร้อยของงานก่อสร้าง ความตรงต่อเวลาใน
การส่งมอบงาน รวมทั้งยังพิจารณาถึงความพร้อมในการทำงานและสถานะการเงินของบริษัทผู้รับเหมาก่อสร้าง ประกอบการ
คัดเลือก ทั้งนี้ ในอดีตที่ผ่านมาบริษัทไม่เคยมีกรณีพิพาทโดยตรงกับผู้รับเหมาก่อสร้าง (โปรดดูรายละเอียดในส่วนที่ 2 ข้อ. 7 ข้อ
พิพาททางกฎหมาย)

การจัดหาวัสดุก่อสร้างและสินค้าจำเป็นสำหรับการพัฒนาโครงการ

ในการจัดหาวัสดุก่อสร้างเพื่อใช้ในการก่อสร้างโครงการ บริษัทจะให้ผู้รับเหมาก่อสร้างเป็นผู้รับผิดชอบในการจัดซื้อ
วัสดุก่อสร้างหลัก เช่น อิฐ หิน ปูน ทราย และเหล็ก เป็นต้น รวมทั้งจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบการเปลี่ยนแปลงของราคาวัสดุ
ก่อสร้างดังกล่าวเองด้วย โดยบริษัทจะกำหนดคุณภาพและมาตรฐานของวัสดุก่อสร้างที่ใช้ในโครงการให้ผู้รับเหมาก่อสร้าง
ทราบ ซึ่งผู้รับเหมาก่อสร้างจะได้ทำการประเมินและคำนวณค่าวัสดุก่อสร้างที่จะต้องใช้จ่ายทั้งหมดไว้เป็นส่วนหนึ่งของค่าจ้าง
รับเหมาก่อสร้าง ในขณะที่วัสดุก่อสร้างบางประเภทที่มีการใช้เป็นจำนวนมากในรูปแบบที่เหมือนกัน หรือสามารถนับจำนวน
ได้แน่นอน และมีราคาต่อหน่วยค่อนข้างสูง บริษัทจะเป็นผู้รับผิดชอบจัดหาเอง เช่น เสาเข็ม ลิฟต์ สุขภัณฑ์ เครื่องปรับอากาศ
เครื่องกำเนิดไฟ เป็นต้น โดยบริษัทสามารถจัดหาได้จากผู้จัดจำหน่ายภายในประเทศทั้งหมด ทั้งนี้ บริษัทไม่มีนโยบายที่จะซื้อ
วัสดุก่อสร้างเป็นจำนวนมากเก็บไว้เป็นสินค้าคงคลัง

ทั้งนี้ ในอดีตที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน บริษัทไม่มีการพึ่งพิงผู้จัดจำหน่ายหรือผู้รับเหมาก่อสร้างจากภายนอกรายใดราย
หนึ่งเป็นพิเศษ เนื่องจากบริษัทมีการติดต่อกับคู่ค้าที่เป็นผู้จำหน่ายวัสดุก่อสร้างประมาณ 10 ราย และมีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน
โดยไม่มีการซื้อจากผู้จัดจำหน่ายรายใดเป็นสัดส่วนเกินกว่าร้อยละ 30 ของมูลค่าซื้อหรือจัดจ้างทั้งหมด ในขณะที่ในบางปี
อาจมีการว่าจ้างผู้รับเหมาก่อสร้างภายนอกซึ่งคิดเป็นสัดส่วนที่ค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับมูลค่าซื้อหรือจัดจ้างรวม แต่ถือเป็น
ลักษณะธุรกิจปกติที่มีมูลค่าจ้างผู้รับเหมาก่อสร้างจำนวนที่สูงตามขนาดของโครงการ ซึ่งในการว่าจ้างนั้นผู้รับเหมาก่อสร้าง
จะต้องทำหนังสือสัญญาค่าประกันงานให้แก่บริษัทตามมูลค่าจ้างด้วยเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในผลงานและการดำเนินการ
ก่อสร้างให้แก่บริษัท โดยบริษัทสามารถเลือกพิจารณาว่าจ้างผู้รับเหมาก่อสร้างภายนอกได้โดยการเปิดประมูลราคา
ที่ผู้รับเหมาก่อสร้างภายนอกเสนอเข้ามา จึงทำให้ไม่มีการพึ่งพิงผู้รับเหมาก่อสร้างจากภายนอกรายใดรายหนึ่งแต่อย่างใด

3.3.2 กระบวนการในการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์



3.3.3 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทปฏิบัติตามกฎระเบียบของหน่วยงานราชการในเรื่องของการก่อสร้างโครงการอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งตามประกาศกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กำหนดให้โครงการอาคารชุดที่มีจำนวนตั้งแต่ 80 หน่วยขึ้นไป หรือโครงการบ้านจัดสรรที่มีพื้นที่เกินกว่า 100 ไร่ขึ้นไป หรือมีจำนวนตั้งแต่ 500 หลังขึ้นไป ต้องมีการจัดทำรายงานการวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม เพื่อยื่นต่อสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ บริษัทยังปฏิบัติตามมาตรการป้องกันมลภาวะที่อาจมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทั้งในระหว่างก่อสร้างและหลังก่อสร้าง ไม่ว่าจะเป็นการจัดให้มีผ้าใบคลุมอาคารในระหว่างก่อสร้างเพื่อป้องกันเศษวัสดุก่อสร้างหล่นมาทำอันตรายแก่ผู้สัญจรไปมา และเมื่อก่อสร้างเสร็จแล้ว ในอาคารนั้นๆ จะต้องจัดให้มีระบบบำบัดน้ำเสียส่วนกลาง รวมทั้งจัดให้มีพื้นที่สีเขียวภายในอาคาร เป็นต้น

มาตรการต่างๆ เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งที่บริษัทให้ความสำคัญและจัดให้มีในทุกโครงการตามมาตรฐานที่กำหนดอย่างเคร่งครัด ที่ผ่านมามีบริษัทจึงไม่มีประเด็นเรื่องผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมในการป้องกันผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม นอกเหนือจากค่าใช้จ่ายในการจ้างที่ปรึกษาเพื่อจัดทำรายงานวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อมซึ่งมีค่าใช้จ่ายในการจัดทำแต่ละครั้งประมาณ 4 แสนบาท – 1 ล้านบาทแล้วแต่ลักษณะของโครงการ

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2556 บริษัทได้มีการว่าจ้างที่ปรึกษาเพื่อจัดทำรายงานรายงานวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อมสำหรับโครงการของบริษัท 3 แห่ง ได้แก่โครงการเลอริช พระราม3 โครงการริชี่พาร์ค@บางซ้อณสเดชั่น และโครงการริชี่พาร์ค@เตาปูนอินเตอร์เซนจ์ โดยมีบริษัท คอนซัลแทนท์ ออฟ เทคโนโลยี จำกัด เป็นที่ปรึกษา โดยโครงการทั้งสามแห่งได้ผ่านความเห็นชอบรายงานการวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อมจากสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

ทั้งนี้ในอดีตที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน บริษัทไม่เคยได้รับการร้องเรียนในประเด็นเรื่องการประกอบกิจการของบริษัทที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม รวมทั้งไม่มีกรณีพิพาทหรือถูกฟ้องร้องเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมแต่อย่างใด

3.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2557

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2557 บริษัทมีจำนวนหน่วยที่จอง ทำสัญญาซื้อขายแล้วแต่ยังมีได้โอนกรรมสิทธิ์ของโครงการมีจำนวน 575 หน่วย คิดเป็นมูลค่าเท่ากับ 1379.20 ล้านบาท โดยมีละเอียดตามตาราง ดังนี้

| โครงการ | มูลค่าโครงการ (ล้านบาท) | จำนวน (หน่วย) | ความคืบหน้า ในการ ก่อสร้าง | จำนวนหน่วยที่จองหรือทำ สัญญาแล้ว แต่ยังไม่ได้รับมอบ | | ระยะเวลาที่คาดว่าจะ โอนกรรมสิทธิ์ |
|---|----------------------------|------------------|----------------------------------|---|---------------------|--------------------------------------|
| | | | | จำนวน (หน่วย) | มูลค่า (ล้านบาท) | |
| คอนโดมิเนียม | | | | | | |
| - เลอริช พระราม 3 | 1,062 | 422 | 100.00 | 4 | 11.25 | 2557 |
| - เลอริช รัชดา-สุทธิสาร | 175 | 77 | 100.00 | 2 | 6.00 | 2557 |
| - เลอริช@อารีย์สเดชั่น | 235 | 73 | 100.00 | - | - | 2557 |
| - ริชี่พาร์ค@บางซ้อณสเดชั่น | 1,375 | 803 | 100.00 | 47 | 29.42 | 2557 |
| - ริชี่พาร์ค@เตาปูนอินเตอร์เซนจ์ | 1,703 | 735 | 78.85 | 432 | 1015.99 | ตุลาคม 2557 |
| - ริชี่พาร์ค@เจ้าพระยา | 1287 | 635 | 0.00 | 107 | 245.46 | มิถุนายน 2558 |
| ทาวน์เฮ้าส์ / ทาวน์โฮม / โฮมออฟฟิศ | | | | | | |
| - เดอะริช บีช โฮม สุขุมวิท 105 | 668 | 140 | 83.29 | 13 | 71.08 | 2557 |
| รวม | 6,505 | 2,885 | | 575 | 1379.20 | |