

ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัทฯ มีนโยบายการลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอสังหาริมทรัพย์หลัก โดยคำนึงถึงความเหมาะสมตามแต่ละประเภทของธุรกิจ ประกอบด้วย ธุรกิจขายที่ดินและบ้านพร้อมที่ดิน คอนโดมิเนียม ธุรกิจขายพื้นที่และให้เช่าในส่วนของการค้าทางด้านการสุขภาพ ธุรกิจรับจ้างก่อสร้าง ธุรกิจให้เช่าพื้นที่ Community Mall ธุรกิจสวนน้ำพลาซ่า และธุรกิจโรงแรมและสนามกอล์ฟ ซึ่งฝ่ายบริหารตระหนักถึงความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค เพื่ออำนวยความสะดวกในประโยชน์ใช้สอย ไม่ว่าจะเป็นการเดินทาง ความปลอดภัยในที่พักอาศัย สุขอนามัยและสิ่งแวดล้อมที่ดี โดยเน้นศักยภาพทางสังคมและสิ่งแวดล้อม ให้ผู้อยู่อาศัยได้รับสิทธิประโยชน์เต็มรูปแบบ

บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจตามหลักบรรษัทภิบาลอย่างเคร่งครัด เพื่อมุ่งปฏิบัติให้เป็นรูปธรรม และต่อเนื่อง ทั้งเพื่อประโยชน์ต่อผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสียของบริษัทฯ

บริษัทฯ ยึดหลักการบรรษัทภิบาลอย่างจริงจัง เพื่อเป็นกรอบในการประกอบธุรกิจอย่างมีคุณธรรม เพื่อภาพลักษณ์ที่ดี รวมทั้งการติดตามผลการดำเนินงานของบริษัทอย่างต่อเนื่อง และวางนโยบายการให้ผลตอบแทนที่เหมาะสมแก่คณะกรรมการ ผู้บริหารและพนักงาน เพื่อให้เกิดความเป็นธรรม เพิ่มประสิทธิภาพต่อการดำเนินงานอย่างมีระบบ ตลอดจนทำให้เกิดการประสานผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ถือหุ้นอื่นจะนำไปสู่การเพิ่มมูลค่าต่อการลงทุนแก่ผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายในที่สุด

1.1. วิสัยทัศน์และภารกิจในการดำเนินธุรกิจ

วิสัยทัศน์ (Vision) เป็นบริษัทอสังหาริมทรัพย์ชั้นนำที่มุ่งมั่นตั้งใจพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีกว่า

ภารกิจ (Mission) พัฒนาที่อยู่อาศัย โดยคำนึงถึงผลประโยชน์และความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า สร้างความมั่นคง และมั่นคงแก่ผู้ถือหุ้น ส่งเสริมบุคลากร ด้วยระบบงานบริหารที่มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล และมีคุณธรรม ส่งเสริมสนับสนุนสังคม ชุมชนและสิ่งแวดล้อม

1.2. การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญของการประกอบธุรกิจ

บริษัท ฤๅศาสิริ จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) (เดิมชื่อ บริษัท อังเปา แอสเสท จำกัด (มหาชน), บริษัท ไทยเกรียงกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)) จดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัด เมื่อวันที่ 19 สิงหาคม 2503 เพื่อดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับสิ่งทอ โดยเมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2535 หุ้่นสามัญของบริษัทฯ ได้เข้าเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (“ตลาดหลักทรัพย์ฯ”) และได้แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนในปี 2537

เนื่องจากผลขาดทุนในช่วงปี 2536-2540 ส่งผลทำให้ในปี 2541 บริษัทฯ ได้รับแจ้งจากตลาดหลักทรัพย์ฯ เรื่องการเข้าเกณฑ์อาจถูกเพิกถอนจากการเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ และตลาดหลักทรัพย์ฯ มีคำสั่งเปลี่ยนหมวดการซื้อขายหุ้นสามัญของบริษัทฯ จากหมวดสิ่งทอ เป็นหมวดบริษัทจดทะเบียนที่อยู่ระหว่างแก้ไขดำเนินการ (REHABCO) ต่อมาบริษัทฯ ได้ดำเนินการแก้ไขตามแผนการแก้ไขให้พ้นเหตุเพิกถอนดังกล่าว ตลาดหลักทรัพย์ฯ จึงอนุมัติให้หุ้นสามัญของบริษัทฯ เปิดทำการซื้อขายในหมวด REHABCO อีกครั้งในเดือนเมษายน 2546

จากการเปิดการค้าเสรี รวมถึงการยกเลิกระบบการจัดสรรโควตาส่งออก ในต้นปี 2548 ทำให้ภาวการณ์แข่งขันในตลาดการค้ารุนแรงอย่างมากทั้งในประเทศและต่างประเทศ ส่งผลให้ราคาขายของสินค้าส่งออกลดลง และทำให้บริษัท ต้องประสบกับภาวะขาดทุน และมีปัญหาขาดสภาพคล่องทางการเงิน ตลาดหลักทรัพย์ฯ จึงสั่งห้ามซื้อขายหุ้นของบริษัทฯ จนกว่าจะพ้นเหตุเพิกถอนและย้ายกลับหมวดปกติ และเมื่อเดือนกรกฎาคม 2549 ตลาดหลักทรัพย์ฯ ได้ยกเลิกหมวด REHABCO และย้ายบริษัทฯ ไปอยู่ในกลุ่มบริษัทจดทะเบียนที่แก้ไขการดำเนินงานไม่ได้ตามกำหนด (Non-Performing Group)

จากการที่บริษัทฯ ได้ยุติการประกอบธุรกิจด้านส่งออก ในปี 2549 โดยหยุดการผลิตในส่วนโรงงานด้านและโรงทอในเดือนกุมภาพันธ์ 2549 และหยุดการผลิตในส่วนของการเดินทั้งหมด ในเดือนมิถุนายน 2549 เมื่อวันที่ 22 ธันวาคม 2549 ตลาดหลักทรัพย์ฯ ได้แจ้งเพิ่มเหตุเข้าข่ายอาจถูกเพิกถอนจากการเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนอีกหนึ่งเหตุหนึ่ง เนื่องด้วย บริษัทฯ มีการหยุดประกอบกิจการเกือบทั้งหมด และสินทรัพย์ที่ใช้ในดำเนินงานของบริษัทฯ ได้ลดลงอย่างมีนัยสำคัญ

ในการดำเนินธุรกิจภายหลังจากการหยุดกิจการส่งออก บริษัทฯ มีโครงการที่จะดำเนินธุรกิจใหม่คือ ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ โดยในปี 2551 บริษัทฯ พยายามปรับปรุงโครงสร้างหนี้กับสถาบันการเงิน 2 แห่ง และในที่สุดก็ประสบความสำเร็จในการปรับโครงสร้างหนี้ และมีกำไรจากการปรับโครงสร้างหนี้ บริษัทฯ จึงได้เริ่มประกอบธุรกิจด้านอสังหาริมทรัพย์ โดยการเป็นนายหน้าขายห้องชุด และมีรายได้จากธุรกิจนายหน้าซื้อขายคอนโดมิเนียม ปี 2552 บริษัทฯ ได้ประกอบธุรกิจอสังหาริมทรัพย์อย่างจริงจังโดยเข้าไปลงทุนซื้อห้องชุดคอนโดมิเนียม และที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างเพื่อขาย โดยบริษัทฯ เข้าซื้อทรัพย์สินจาก บริษัท ฤๅศาสิริ แกรนด์ จำกัด (มหาชน) และบริษัท เคเอ็มพี พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด จากกลุ่ม ฤๅศาสิริ เป็นทรัพย์สินโครงการอสังหาริมทรัพย์ รวม 5 โครงการ ในมูลค่ารวมไม่เกิน 2,490 ล้านบาท เพื่อเป็นทรัพย์สินในการดำเนินธุรกิจ และดำเนินการบริหารต่อ โดยบริษัทฯ ได้เป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้า “ฤๅศาสิริ” ซึ่งเป็นแบรนด์เดิมที่มีชื่อเสียงในกลุ่มลูกค้าระดับบนอยู่แล้ว และบริษัทฯ ยังได้รับสิทธิ ให้ใช้เครื่องหมายบริการ “บ้านกฤษณา” ในโครงการบ้านกฤษณา-พระราม 5 ซึ่งเป็นแบรนด์ที่เป็นที่รู้จักพอสมควรสินทรัพย์ที่ซื้อเข้ามา เป็นไปตามมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ เมื่อเดือนกรกฎาคม 2552 เพื่อเป็นทรัพย์สิน และทำให้บริษัทฯ มีผลประกอบการกำไรเพื่อแก้ไขเหตุแห่งการถูกเพิกถอนหลักทรัพย์ออกจากการเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ สินทรัพย์ที่ซื้อเข้ามาประกอบด้วย

- 1) พื้นที่ส่วนพลาซ่าของอาคารชุด โครงการฤๅศาสิริ แกรนด์ คอนโด (สุขุมวิท - เอกมัย)
- 2) ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างของโครงการฤๅศาสิริ สาทร - วงแหวน
- 3) ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างของ โครงการฤๅศาสิริ สาทร - ปิ่นเกล้า
- 4) ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้างของโครงการฤๅศาสิริ พระราม 2 และ
- 5) โครงการบ้านกฤษณา พระราม 5 - กาญจนภิเษก

โดยชำระเป็นเงินสดไม่เกิน 1,500 ล้านบาท และชำระเป็นหุ้นเพิ่มทุนให้กลุ่ม ฤๅศาสิริ ไม่เกิน 3,304.38 ล้านหุ้น ในราคาหุ้นละ 0.35 บาท คิดเป็นมูลค่าไม่เกิน 1,156.53 ล้านบาท และเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท อังเปา แอสเสท จำกัด (มหาชน) บริษัทได้รับอนุมัติจากตลาดหลักทรัพย์ให้กลับเข้าซื้อขายในหมวดอสังหาริมทรัพย์ เมื่อวันที่ 9 กันยายน 2554 และได้เปิดตัวโครงการในนามบริษัทอีก 2 โครงการ ได้แก่

- 1) โครงการคอนโดมิเนียม Up Ekamai ถนนเอกมัย
- 2) โครงการคอนโดมิเนียม Parc Exo ถนนเกษตร-นวมินทร์

ในปี 2555 ได้เปิดตัวโครงการเนบราป 1 โครงการ ได้แก่ โครงการบ้านเดี่ยว ณ ราชร ถนนสุขุมวิทวงศ์

ในปี 2556 ได้เปิดตัวโครงการสังหาริมทรัพย์ต่างจังหวัด 2 โครงการ โดยมุ่งเน้นการลงทุนไปยังจังหวัดที่มี ศักยภาพและมีความเติบโตของความต้องการที่พักอาศัยอย่างต่อเนื่อง ได้แก่

- 1) โครงการบ้านเดี่ยว Nusa Chivani Pattaya พัทยา จังหวัดชลบุรี
- 2) โครงการบ้านเดี่ยวและที่ดินจัดสรร My Ozone เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา บริหารโดยบริษัทย่อยของ บริษัท

ปัจจุบันรายได้หลักของบริษัทฯ มาจากการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์เพื่อจำหน่ายโดยรับรู้รายได้ จากโครงการที่พัฒนาเสร็จแล้ว ได้แก่ โครงการ Chivani Pattaya ฤๅศาสิริพระราม 2 โครงการกฤษณาพระราม 5 โครงการ ณ ราชร โครงการ Parc Exo และโครงการ My Ozone

1.3. โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

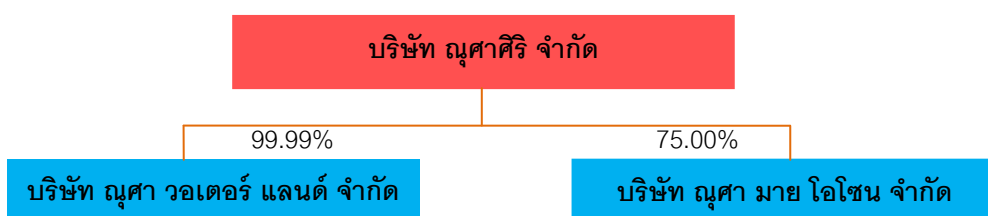
1. นโยบายการแบ่งการดำเนินงานของบริษัทในกลุ่ม

บริษัทฯและบริษัทย่อยประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์อย่างครบวงจร อันประกอบไปด้วย

- (1) ธุรกิจสวนน้ำ พลาซ่า สวนสนุก และห้างสรรพสินค้า ดำเนินการโดยบริษัท ฤๅศา วอเตอร์ แลนด์ จำกัด
- (2) ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ โรงแรมและสนามกอล์ฟ ดำเนินการโดยบริษัท ฤๅศา มาย โอโซน จำกัด

โดยมีบริษัทร่วม ประกอบธุรกิจให้บริการทางด้านการศึกษา ดำเนินการโดย บริษัท นอริช แบงค์คอก จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท สารศิริ อินเตอร์ จำกัด)

2. โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท



บริษัทย่อยมีรายละเอียดดังนี้

- บริษัท ฤๅศา วอเตอร์ แลนด์ จำกัด ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 16 พฤศจิกายน 2555 โดย ณ วันที่ 11 ธันวาคม 2557 มีทุนจดทะเบียน 400,000,000 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญ 4,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท ชำระหุ้นเต็มมูลค่า ดำเนินธุรกิจสวนน้ำ พลาซ่า สวนสนุก และห้างสรรพสินค้า
- บริษัท ฤๅศา มาย โอโซน จำกัด ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 16 สิงหาคม 2556 โดย ณ วันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2558 มีทุนจดทะเบียน 400,000,000 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญ 4,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท ชำระหุ้นเต็มมูลค่า ดำเนินธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ โรงแรมและสนามกอล์ฟ

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

2.1 โครงสร้างรายได้

(หน่วย : บาท)

ประเภทรายได้	ปี 2557		ปี 2556		ปี 2555	
	รายได้	%	รายได้	%	รายได้	%
การขายที่ดินและบ้านพร้อมที่ดิน	809,820,332	63.69	300,655,030	88.12	494,341,400	91.03
การขายคอนโด	434,176,145	34.14	15,652,382	4.60	-	-
การรับจ้างก่อสร้าง	-	-	-	0.00	1,399,364	0.25
การให้เช่าและบริการที่เกี่ยวข้อง	19,735,124	1.55	22,024,940	6.46	10,293,631	1.90
รายได้อื่นๆ	7,847,392	0.62	2,825,258	0.82	37,047,218	6.82
รายได้รวม	1,271,578,993	100.00	341,157,610	100.00	543,081,615	100.00

2.2 ลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการ

บริษัทฯ มีนโยบายที่จะพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อขาย และให้เช่า ทั้งนี้ ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการของแต่ละกลุ่มธุรกิจมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

ก) ธุรกิจขายที่ดินเปล่า และบ้านพร้อมที่ดิน

1. บ้านเดี่ยวระดับ A สำหรับกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้ระดับสูง ราคาเริ่มต้นที่ 10.00 ล้านบาท ความเร็วในการขายบ้านสำหรับลูกค้าในกลุ่มนี้จะช้า เนื่องจากลูกค้ากลุ่มนี้จะต้องเป็นลูกค้าที่มีกำลังซื้อสูง มีความรู้และใช้เวลาในการหาข้อมูลเพื่อตัดสินใจ ส่วนใหญ่เคยมีบ้านมาก่อนแล้ว ทำให้ต้องพิจารณารอบคอบและต้องใช้เวลาในการเลือกซื้อบ้านหลังที่สอง ลูกค้าไม่ได้คำนึงถึงลักษณะบ้าน หรือราคา แต่เพียงอย่างเดียว ยังดูถึง สภาพแวดล้อม, ความปลอดภัย, และสาธารณูปโภค รวมทั้งภาพลักษณ์ของโครงการอีกด้วย ปัจจุบันบริษัทฯ มีโครงการบ้านเดี่ยวระดับ A ดังนี้

1.1. โครงการ Greenery เป็นโครงการเฟส 1 ในโครงการภูศาสตร์ซิตี้พระราม 2 ซึ่งมีขนาด 350 ไร่ ตั้งอยู่บน ถ.พระราม 2 ตำบลบางน้ำจืด อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งภายในโครงการภูศาสตร์ซิตี้ พระราม 2 จะมีจุดเด่นที่ความครบครันของโครงการ และความสะดวกสบายของการใช้ชีวิต นอกจากบริเวณที่พักอาศัยซึ่งประกอบไปด้วย เฟส 1 (Greenery) เฟส 2 (Lake Como) และ เฟส 3 (Chivani) ด้านหน้าโครงการยังเป็นที่ตั้งของ Community Mall Nuza Avenue ซึ่งได้รับการพัฒนา และบริหารโดยบริษัทฯ รวมทั้งพื้นที่สำหรับโรงเรียนนานาชาติ และศูนย์สุขภาพอีกด้วย ทั้งนี้ โครงการ Greenery ซึ่งมีมูลค่าโครงการกว่า 1,600 ล้านบาท มีบ้านทั้งหมด 104 ยูนิต การก่อสร้างในส่วนของบริษัท และ Community Mall ด้านหน้าโครงการจะก่อสร้างเสร็จภายใน ปี 2558

1.2. โครงการ My Ozone ตั้งอยู่อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา เป็นโครงการบ้านสุขภาพขนาดใหญ่ ที่มีจุดเด่นด้านสาธารณูปโภคภายในโครงการ และสนามกอล์ฟขนาดใหญ่ 18 หลุม มีทั้งที่เป็นบ้านเดี่ยวและที่ดินเปล่า จำนวน 317 ยูนิต บนพื้นที่ 1,200 ไร่ มูลค่าโครงการในส่วนของบริษัทและที่ดินเปล่า รวมมูลค่ากว่า 3,152.23 ล้านบาท เริ่มส่งมอบได้ใน ไตรมาสที่ 2 ของปี 2557 และคาดว่าจะการก่อสร้างโครงการ โซน A และ GG จะเสร็จสิ้น ภายในปี 2558

1.3 โครงการ Lake Como เป็นโครงการเฟส 2 ในโครงการอนุศาสตร์ซิตี้ พระราม 2 ซึ่งมีจุดเด่นที่ความหรูหราของบ้านริมทะเลสาบ จำนวน 49 ยูนิต มูลค่าโครงการ 2,450 ล้านบาท คาดว่าบ้านตัวอย่างจะก่อสร้างแล้วเสร็จในไตรมาส 3 ปี 2558

2. บ้านเดี่ยวระดับ B สำหรับกลุ่มลูกค้าที่รายได้ระดับกลาง ราคาเริ่มต้น 5.0 ล้านบาท ซึ่งเป็นระดับราคาที่มีอุปสงค์อยู่มาก บ้านกลุ่มนี้มีโครงการต่างๆดังนี้

2.1 โครงการบ้านกฤษณา พระราม 5 เป็นโครงการบ้านสไตล์รีสอร์ท ตั้งอยู่บน ถ.กาญจนาภิเษก ต.บางคูเวียง อ.บางกรวย จ.นนทบุรี มูลค่าโครงการกว่า 1,000 ล้านบาท มีจำนวนทั้งหมด 120 ยูนิต คาดว่าจะเร่งปิดโครงการภายในปี 2558

2.2 โครงการ Nusa Chivani พระราม 2 เป็นโครงการเฟส 3 ในโครงการอนุศาสตร์ซิตี้ พระราม 2 มีจำนวนทั้งหมด 146 ยูนิต คาดว่าจะเปิดการขายได้ประมาณปลายไตรมาส 4 ปี 2558

2.3 โครงการ Nusa Chivani Pattaya ขนาดโครงการกว่า 185 ไร่ เฟส 1 มีจำนวน 84 ยูนิต ตั้งอยู่ เลขที่ 127 หมู่ที่ 8 ต.นาจอมเทียน อ.สัตหีบ จ.ชลบุรี ถือเป็นโครงการที่มีความโดดเด่นด้านสถาปัตยกรรมในเขตพัทยา-ชลบุรี จุดเด่นอยู่ที่ทำเล และความครบครันของสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรอบโครงการ คาดว่าการก่อสร้างจะแล้วเสร็จภายในไตรมาส 4 ปี 2558

3. บ้านเดี่ยว และ ทาวน์เฮ้าส์ระดับ C บริษัทฯ มีโครงการชื่อ “ณ ราชวร” ตั้งอยู่บนถนนสุวินทวงศ์ ประกอบด้วย บ้านเดี่ยว และทาวน์เฮ้าส์ ราคาเริ่มต้น 1.59 ล้านบาท เป็นโครงการที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าที่ทำงานในบริเวณนิคมอุตสาหกรรมที่เพิ่งเริ่มสร้างครบครัน การก่อสร้างคาดว่าบ้านเดี่ยว 6 แปลง และทาวน์เฮ้าส์ จำนวน 125 แปลง จะแล้วเสร็จในปี 2558

ข) ธุรกิจขายพื้นที่ และให้เช่าพื้นที่ ในส่วนของพลาซ่าทางด้านสุขภาพ

บริษัทได้เล็งเห็นโอกาสทางด้านธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับด้านสุขภาพ ในโครงการ “บางกอกเมดิคอลส์” BMC ซึ่งเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์ ยา และอุปกรณ์การแพทย์ ที่ทันสมัยที่สุดในเอเชีย ด้วยแนวคิดที่เน้นเรื่องสุขภาพและให้บริการแก่กลุ่มลูกค้า โดยมีกลุ่มธุรกิจและบุคคลที่เป็นกลุ่มเป้าหมายสำหรับการขายพื้นที่ และให้เช่าพื้นที่ ได้แก่ สถานพยาบาล ร้านขายยา ร้านอาหาร แพทย์ และนักลงทุนสุขภาพ โดยปัจจุบัน BMC มี occupancy rate เฉลี่ยอยู่ที่ 90% ขึ้นไป

ค) ธุรกิจรับจ้างก่อสร้าง ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าในโครงการบ้านเดี่ยวระดับ A เท่านั้น

ง) ธุรกิจประเภทคอนโดมิเนียม Low-Rise และ High -Rise

ปัจจุบันบริษัทฯ มีโครงการคอนโดมิเนียมที่กำลังดำเนินการก่อสร้างอยู่ 3 โครงการ ได้แก่

1. โครงการ Up Ekamai ถนนเอกมัย ได้รับอนุมัติจาก สวท. แล้ว อยู่ระหว่างการดำเนินการก่อสร้าง โดยคาดว่าจะแล้วเสร็จสามารถส่งมอบพื้นที่ได้ใน ไตรมาส 1 ปี 2558 โดยโครงการ Up Ekamai เป็นคอนโดที่มีคอนเซ็ป Modern&Luxury เหมาะกับกลุ่มลูกค้าระดับบนที่ต้องการใช้ชีวิตในเมือง รวมทั้งชาวต่างชาติ ที่มองหาที่อยู่อาศัยหรืออสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน โครงการ Up Ekamai เป็นคอนโดมิเนียม 30 ชั้น ตั้งอยู่บนพื้นที่กว่า 2 ไร่ มีจำนวนทั้งหมด 253 ยูนิต มูลค่าโครงการกว่า 1,419 ล้านบาท

2. โครงการ Parc Exo Condominium ถนนเกษตร-นวมินทร์ ได้รับการอนุมัติจาก สวท. และก่อสร้างเสร็จบางส่วนเมื่อไตรมาสที่ 2 ของปี 2557 เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าที่ทำงานอยู่บริเวณใกล้เคียงที่ต้องการใช้ชีวิตที่ดีเหมือนอยู่ใจกลางเมือง โครงการ Parc Exo Condominium มีทั้งหมด 6 ตึก จำนวนทั้งหมด 1,232 ห้อง มูลค่าโครงการกว่า 2,449 ล้านบาท

3. โครงการ Fresh Condominium ใกล้สถานีรถไฟฟ้าสายสีม่วง (เตาปูน-บางซื่อ) ได้รับการอนุมัติจาก สวท.แล้ว ในด้านการก่อสร้างคาดในเฟส 1 (ตึก A และ B) จะเสร็จสิ้นภายในไตรมาส 2 ปี 2558 และเริ่มดำเนินงานใน เฟส 2 ทันที โครงการ Fresh Condominium เหมาะสำหรับผู้กลุ่มคนที่อยู่ในพื้นที่ และต้องการขยายขยาย หรือกลุ่ม คนทำงานในย่านบางซื่อ บางโพ โครงการในเฟส 1 มีจำนวนสินค้าทั้งหมด 372 ยูนิต มูลค่ากว่า 620 ล้านบาท

จ) **ธุรกิจให้เช่าพื้นที่ Sport Mall** ตั้งอยู่หน้าโครงการ Parc Exo โดยรับสมาชิกทั่วไปไม่ใช่เฉพาะลูกค้าที่อยู่ใน Condominium ของบริษัทฯ โดยเก็บค่าสมาชิกรายปีและรายเดือน มุ่งกลุ่มคนระดับกลางและครอบครัวที่อาศัยในย่าน นั้น ๆ Sport Mall ดังกล่าวนี้อาจมีพื้นที่เช่ารวมทั้งหมดกว่า 4,400 ตร.ม. และคาดว่าจะเปิดทำการภายใน ครึ่งหลัง ของปี 2558

ฉ) **ธุรกิจให้เช่าพื้นที่ Community Mall** อยู่ด้านหน้าโครงการ อนุาศิริ ซิตี้ พระราม 2 มุ่งเน้นให้บริการกับ ลูกค้าภายในโครงการและลูกค้าที่อาศัยอยู่ในบริเวณใกล้เคียง โดยเก็บค่าเช่าจากร้านค้าเป็นรายเดือน Community Mall ดังกล่าวนี้อาจมีพื้นที่เช่ากว่า 4,300 ตร.ม. และคาดว่าจะเปิดทำการปลายปี 2557

ช) **สวนน้ำพลาซ่า** ตั้งอยู่ที่เมืองพัทยา ติดกับโครงการ Nusa Chivani โดยมาจากแนวความคิดที่ผู้บริหาร เล็งเห็นว่าจะเป็นธุรกิจสำหรับรองรับการท่องเที่ยวที่เติบโตอย่างมากในช่วง 2-3 ปี ที่ผ่านมานี้ เนื่องจากมีลูกค้าจาก ประเทศจีน รัสเซีย ฯลฯ และจะเติบโตอีกมากในอนาคต สวนน้ำ มีรายได้จากการเก็บค่าเช่าเล่นรายวัน และรายได้จาก การขายเหมาให้กับบริษัททัวร์เป็นรายปี และยังมีรายได้จากค่าเช่าพื้นที่ร้านค้า และร้านอาหาร ภายในสวนน้ำอีกด้วย

ซ) **ธุรกิจสนามกอล์ฟ** บริษัทฯได้ลงทุนสร้างสนามกอล์ฟ 18 หลุม ในโครงการ My Ozone อำเภอ ปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา โดยจะเป็นสนามกอล์ฟที่เหมาะสมกับนักกอล์ฟทั้งชายและหญิง รวมไปถึงผู้สูงอายุ โดยเก็บค่าสมาชิกเป็นรายปี และรายครึ่ง

2.3 การตลาดและการแข่งขัน

(ก) การทำการตลาดของผลิตภัณฑ์และบริการที่สำคัญ

สำหรับปี 2557 บริษัทฯยังคงให้ความสำคัญกับคุณภาพสินค้า และเน้นย้ำคุณภาพของสินค้าที่โดดเด่น รวมทั้งสร้างความแตกต่างให้กับแบรนด์อนุาศิริ ซึ่งมีความชัดเจนในด้านการสร้างสังคมคุณภาพภายในโครงการใน ด้านนโยบายการตลาด บริษัทฯเปิดกว้างแต่เน้นให้มีการวิเคราะห์และทำการตลาดให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ ยังมีการเพิ่มความสำคัญกับการทำการตลาดออนไลน์ และมีการตั้งแผนลูกค้าสัมพันธ์เพื่อปรับปรุงการให้บริการหลัง การขาย และมุ่งเน้นจัดกิจกรรมเพิ่มเติมให้กับลูกค้าของบริษัทฯอย่างต่อเนื่องอีกด้วย

ในปี 2557 ผู้บริหารบริษัทฯ เล็งเห็นโอกาสจากนักลงทุนต่างประเทศที่เริ่มคุ้นเคยกับผลิตภัณฑ์ อสังหาริมทรัพย์ และเริ่มเข้ามาซื้อ และลงทุนในประเทศไทย ด้วยเห็นผลดังกล่าวบริษัทฯจึงเริ่มมีนโยบายเปิดตลาด ในต่างประเทศ

บริษัทมีกลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการจำหน่าย ดังนี้

1. กลยุทธ์ทางด้านผลิตภัณฑ์

บริษัทฯให้ความสำคัญอย่างมากกับการออกแบบบ้าน พื้นที่ใช้สอยภายนอกและภายในบ้าน คุณภาพการผลิต ความคงทนในด้านการใช้งาน การเลือกใช้วัสดุที่สอดคล้องกับแนวทางการอยู่อาศัย ความปลอดภัย การบริการหลังการขาย อีกทั้งยังแสวงหานวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับบ้านที่ลูกค้าได้ตัดสินใจซื้อ ทั้งนี้ เพื่อให้ลูกค้าได้ใช้ชีวิตที่รื่นรมย์ในสังคมคุณภาพ บริษัทมีผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า แบ่งได้ออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. บ้านสร้างเสร็จก่อนขาย และพร้อมเข้าอยู่ บริษัทมีบ้านสร้างเสร็จตามแบบมาตรฐาน และพร้อมให้ลูกค้าเข้าอยู่ โดยบ้านทุกหลังจะต้องผ่านการตรวจสอบคุณภาพจากหน่วยงานควบคุมคุณภาพก่อนที่จะเสนอขายลูกค้า

2. บ้านที่ลูกค้าสามารถปรับเปลี่ยนพื้นที่ใช้สอยจากแบบมาตรฐาน (Flexible Function) จากการศึกษาค้นคว้าความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของบริษัท พบว่า มีลูกค้าที่มีความต้องการในการปรับเปลี่ยนพื้นที่ใช้สอยทั้งภายนอกและภายในบ้าน บริษัทจึงจัดให้มีสินค้าที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มนี้

2. กลยุทธ์ทางราคา

บริษัทได้กำหนดราคาขายเพื่อสร้างแรงจูงใจและความคุ้มค่าของสินค้า ตามความเหมาะสมกับสถานะเศรษฐกิจ และกำลังซื้อของลูกค้า โดยคำนึงถึงต้นทุนของบริษัทเป็นหลัก อีกทั้งมีการเปรียบเทียบราคาของบริษัทกับคู่แข่งบริเวณเดียวกัน

3. กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

บริษัทมีการจำหน่ายสินค้าโดยใช้วิธีการขายผ่านพนักงานขาย ณ สำนักงานขายที่ตั้งอยู่ที่โครงการ ซึ่งจะมีการแสดงสินค้าตัวอย่างให้ลูกค้าได้เห็นถึง คุณภาพของโครงการ คุณภาพของสินค้า งานตกแต่งที่สามารถสร้างบรรยากาศ ที่ดีสำหรับการขาย

บริษัทยังมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายผ่านงานแสดงบ้านและที่อยู่อาศัยต่าง ๆ จัดกิจกรรมตามห้างสรรพสินค้า รวมไปถึงการจัดอีเว้นท์ที่โครงการ นอกจากนี้ บริษัทยังมีช่องทางการขายที่เกิดจากการแนะนำของลูกค้าเก่าในโครงการ

4. กลยุทธ์ด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์

บริษัททำการโฆษณาประชาสัมพันธ์โครงการเพื่อสนับสนุนการขายผ่านสื่อต่าง ๆ ในส่วนของสื่อ above the line เช่น โฆษณาโทรทัศน์ รายการทีวีบ้านและคอนโด หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และสื่อ below the line เช่น ป้ายโฆษณา ป้ายรายการ แผ่นโฆษณา การใช้รถแห่ (Troop) การจัดบูธ ณ ดึกทำงาน และห้างสรรพสินค้า การส่งข้อมูลทางตรงให้ลูกค้าเป้าหมาย ผ่านไปรษณีย์ อีเมล ข้อความ รวมทั้งจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย ณ โครงการ และตามสถานที่ที่กลุ่มเป้าหมายใช้บริการ ในปีที่ผ่านมาทางบริษัทฯ เล็งเห็นความสำคัญของสื่อออนไลน์ และได้จัดสรรงบประมาณตลาดเพื่อปรับปรุงเว็บไซต์ รวมทั้งทำการตลาดออนไลน์มากขึ้น

5. กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย

บริษัทเน้นการทำการส่งเสริมการขายที่ตรงกับกลุ่มลูกค้า โดยให้ลูกค้าได้รับผลประโยชน์สูงสุด เช่น การให้ความสำคัญกับความคล่องตัวในการบริหารการเงินของลูกค้า โดยให้ลูกค้าสามารถเลือกการผ่อนชำระเงินดาวน์ที่ต่ำ หรือการจัดกิจกรรมการตลาดร่วมกับบริษัทอื่น ๆ (Co-promotion) อีกทั้งลูกค้า ยังได้สิทธิประโยชน์จากการแนะนำเพื่อนมาซื้อโครงการของบริษัท นอกจากนี้บริษัทจะเน้นการลด แลก แจก แถมให้แก่ผู้ซื้อเพื่อให้ผู้ซื้อได้รับผลประโยชน์จากการซื้อโดยตรง

6. กลยุทธ์บริการหลังการขายและลูกค้าสัมพันธ์

บริษัทฯ ได้มีการตั้ง call center 1608 และแผนกลูกค้าสัมพันธ์ขึ้นเพื่อ เน้นการจัดกิจกรรมดูแลลูกค้าอย่างใกล้ชิด นอกจากนี้ บริษัทยังมุ่งวางแผนเพื่อให้สามารถบริการลูกค้าในด้านอื่นๆ ให้ได้มากขึ้นในอนาคต

สัดส่วนการจำหน่ายในและต่างประเทศ

สัดส่วนการจำหน่ายสินค้าต่างประเทศยังคงคิดเป็นสัดส่วนที่ต่ำกว่า 5% ของยอดขาย เนื่องจากเป็นปีแรกที่มีการเปิดตลาดต่างประเทศอย่างจริงจัง โดยเริ่มจากประเทศสิงคโปร์ มาเลเซีย และ จีน คาดว่าในปีหน้าจะมีการรุกตลาดต่างประเทศที่ชัดเจนขึ้น โดยมีการร่วมโครงการกับบัตรอสังหาริมทรัพย์ กับบริษัท ไทยแลนด์ พรินซ์เคอ์คาร์ด ซึ่งจะช่วยให้เพิ่มความต้องการจากตลาดทั่วโลก ซึ่งบริษัทฯ จะยังมุ่งเน้นตลาดเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และเอเชียกลางเป็นหลัก

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัทเป็นลูกค้าระดับกลางถึงระดับบน มีขนาดครอบครัวตั้งแต่ 2-6 คน เป็นเจ้าของกิจการ ผู้บริหารระดับสูง เจ้าหน้าที่รัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทเอกชน

(ข) สภาพการแข่งขัน

1. สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมในปีที่ผ่านมา

ภาพรวมธุรกิจภาคอสังหาริมทรัพย์ในปี 2557 เป็นปีที่มีความแปรผันไม่น้อย ธุรกิจภาคอสังหาริมทรัพย์ในช่วงครึ่งแรกของปีได้รับผลกระทบจากความผันผวนทางการเมือง การชะลอตัวของเศรษฐกิจประเทศไทยโดยรวม ผู้พัฒนาโครงการชะลอการเปิดตัวโครงการใหม่และผู้บริโภคชะลอการซื้อด้วยเช่นเดียวกัน การขายก่อนเปิดขายจริง (Pre-Sale) ของบ้านเดี่ยวและคอนโดมิเนียมในกรุงเทพฯ ในช่วงครึ่งปีแรกลดลง 28.9% และจำนวนโครงการที่เปิดตัวใหม่ลดลง 25% เมื่อเทียบกับปีก่อน ส่วนโครงการในจังหวัดท่องเที่ยวหลักอย่าง เช่น จังหวัดพัทยา และจังหวัดเชียงใหม่ มีการเปิดตัวโครงการใหม่ลดลง 60% สะท้อนถึงการขาดความมั่นใจของนักลงทุนต่างชาติเช่นเดียวกัน อย่างไรก็ตาม ในช่วงครึ่งปีหลังธุรกิจภาคอสังหาริมทรัพย์ส่วนใหญ่สามารถฟื้นตัวกลับมาได้ดี โดยจำนวนโครงการอสังหาริมทรัพย์รวมลดลงกว่าปีที่แล้วเพียง 13.3% (ข้อมูลจากรายงานของ AREA) และธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ทุกประเภทสามารถมีค่าเช่าและราคาที่ปรับเพิ่มสูงขึ้นได้ ปัจจัยด้านบวกที่ส่งเสริมการขายตัวของธุรกิจภาคส่วนนี้ยังมีอยู่มาก ไม่ว่าจะเป็นการอนุมัติโครงการระบบขนส่งมวลชนหลายเส้นทางหลักหลายเส้นทางในปี 2557 ที่มีกำหนดจะเริ่มพัฒนา ปี 2558 อัตราดอกเบี้ยที่ทรงตัว และปัจจัยภายนอกทางด้านเศรษฐกิจโลกที่มีราคาน้ำมันลดลงมากกว่าครึ่ง การชะลอตัวจากมาตรการ Quantitative Easing ของประเทศสหรัฐอเมริกาและปัญหาจากหนี้ยุโรป

หากมองถึงปัจจัยทางด้านอุปสงค์ ราคาน้ำมันในตลาดโลกปรับตัวลดลงมากกว่าครึ่งตั้งแต่เดือนมิถุนายนปี 2557 และราคาน้ำมันดิบในตลาดเบรนท์ปรับตัวลดลงเหลือต่ำกว่า 50 ดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อบาร์เรลนับตั้งแต่ปี 2552 ซึ่งจะส่งผลดีโดยตรงต่อเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศแล้วยังส่งผลดีต่อภาคอสังหาริมทรัพย์ด้วย เนื่องจากช่วยผู้บริโภคมีค่าใช้จ่ายลดลงและมีกำลังซื้อมากขึ้น อย่างไรก็ตามหนี้สินภาคครัวเรือนยังคงอยู่ในระดับสูง ส่งผลให้ภาคอสังหาริมทรัพย์ไม่ว่าจะเป็นบ้านเดี่ยวหรือคอนโดมิเนียมที่มีราคาในระดับปานกลางอาจไม่สามารถขยายตัวได้มากเท่าที่ควรและผลตอบแทนการลงทุนของคอนโดไฮเอนด์ซึ่งมีราคาสูงและมีการแข่งขันสูงในการปล่อยเช่าเฉลี่ยเพียงประมาณ 3.5% อาจมีการชะลอตัวในการลงทุนที่ซาลงรวมถึงนโยบายภาครัฐเกี่ยวกับมาตรการกำหนดวงเงินสินเชื่อ (Loan to value: LTV) ไม่เกิน 95% ของราคาซื้อขาย ที่มีผลบังคับใช้ในกลุ่มบ้านแนวราบตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2556 และการปรับนำหลักความเสี่ยงสำหรับผู้ปล่อยกู้ให้เพิ่มขึ้นอยู่ระหว่าง 75%-100% จากที่ตั้งนำหลักความเสี่ยงไว้เดิมที่ 35%

ปัจจัยทางด้านอุปทาน การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและโครงการขนาดใหญ่ของภาครัฐที่ส่งผลให้มีการขยายถิ่นที่อยู่อาศัยกระจายตัวออกไปในบริเวณที่กว้างขึ้น และศักยภาพของทำเลต่าง ๆ ที่สูงขึ้นเป็นลำดับ อุปทานที่อยู่อาศัยใหม่ในปี 2557 ของที่อยู่อาศัยทุกประเภท (แนวราบและอาคารชุด) ในเขตกรุงเทพมหานครและ

ปริมาณที่มีจำนวน 114,094 หน่วย ลดลง 13.3% โดยมีมูลค่ารวม 344,550 ล้านบาทลดลง 10.6% เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้าที่มีอุปทานที่อยู่อาศัยเปิดใหม่จำนวน 131,645 หน่วยรวมมูลค่า 385,447 ล้านบาท อย่างไรก็ตามที่อยู่อาศัยด้านอาคารชุดมีแนวโน้มที่ปรับตัวดีขึ้นเมื่อเทียบกับปีที่แล้วมีโครงการเปิดตัวคอนโดมิเนียมใหม่ในกรุงเทพมหานครรวม 63,000 ยูนิตทำให้อุปทานรวมของคอนโดมิเนียมในกรุงเทพฯที่อยู่ในแต่ละขั้นตอนการพัฒนาและมีกำหนดเสร็จปี 2561 มีทั้งหมด 152,000 นอกจากนี้สำหรับแนวโน้มการรับรู้รายได้เห็นได้ว่าการรับรู้รายได้ในสัดส่วนที่สูงขึ้น อัตราการรับรู้รายได้ของโครงการที่สร้างแล้วเสร็จ (Take Up Rate) เพิ่มขึ้นเป็น 97.3% ในปี 2557 เพิ่มขึ้นจากเดิม 96.6% ในปี 2556 ถึงแม้จำนวนโครงการจะเพิ่มขึ้นแต่ราคาเฉลี่ยของตลาดคอนโดมิเนียมรวมอยู่ที่ 101,369 บาทต่อตารางเมตร เพิ่มขึ้น 3.5% จากปีที่แล้วและดัชนีราคาบ้านเดี่ยว ในกรุงเทพฯ นนทบุรี ปทุมธานี และสมุทรปราการ ปรับเพิ่มขึ้น ร้อยละ 3.1 เมื่อเทียบกับครั้งหลัง ปี 2556

ปัจจัยที่สำคัญอีกหนึ่งอย่างคือ โครงการประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือที่เรียกว่า Asian Economics Community (AEC) ซึ่งจะเริ่มดำเนินการอย่างเป็นทางการภายในปี 2558 โดยจะเป็นปัจจัยสำคัญในอนาคตอันใกล้ ซึ่งจะทำให้เกิดโอกาสทางการค้า รวมถึงการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ก็จะเพิ่มขึ้นด้วย ทำให้เกิดการพัฒนาด้านโครงสร้างพื้นฐานทั้งในประเทศ และการพัฒนาเส้นทางเชื่อมโยงระหว่างประเทศ ความต้องการที่อยู่อาศัย สถานที่ทำงาน ร้านค้าปลีกและโรงแรมจะเติบโตเพิ่มขึ้น จะมีการเปิดเสรีต่อการลงทุนพัฒนากฎระเบียบในเรื่องกฎหมายการใช้สิทธิในที่ดินให้เอื้อต่อนักธุรกิจมากขึ้น ซึ่งจะทำให้เกิดประโยชน์อย่างมากกับธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในอนาคต

ดังนั้น จึงเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ยังคงเป็นไปในทิศทางที่บวกและมีโอกาสทางการตลาดอีกมาก แต่ก็ทำให้การการแข่งขันในอุตสาหกรรมสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องเช่นกัน

2. แนวโน้มภาวะอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันในอนาคต

บริษัทฯ เล็งเห็นถึงความผันผวนในอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และได้ปรับทิศทางการลงทุนโครงการสู่ทำเลที่ตั้งประเภทผลิตภัณฑ์ที่มีความต้องการสูงกว่าและกลุ่มลูกค้าที่ยังคงมีกำลังซื้อที่ไม่ถดถอย บริษัทฯ ได้จับกระแสการอยู่อาศัยตามแนวรถไฟฟ้าและตัวเมืองกรุงเทพฯ โดยเร่งการขายของโครงการคอนโดมิเนียมที่ตั้งอยู่ใกล้สถานีรถไฟฟ้าโดยเน้นการขายแก่ชาวต่างชาติ ซึ่งโครงการเหล่านี้คาดว่าจะสามารถรับรู้รายได้ภายใน Q1-Q2 ของปี 2558 นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังเปิดตัวโครงการชีวิ๊ว ชิววี่ ซึ่งเป็นแนวคิดความเป็นอยู่ที่ดีในสุขภาพและสำหรับสองโครงการที่อยู่ต่างจังหวัดเน้นการท่องเที่ยวพักผ่อนที่รักษาสุขภาพ (Health Tourism) โครงการชีวิ๊ว ชิววี่ มีทั้งหมด 3 โครงการ (1) โครงการ ชิววี่ เขาใหญ่ (2) โครงการ ชิววี่ พัทยา และ (3) โครงการ ชิววี่ พระราม 2 โดยร่วมทำงานกับหุ้นส่วนสำคัญคือ Panacee Medical Center ซึ่งเป็นศูนย์สุขภาพตั้งอยู่หน้าโครงการ เนื่องด้วยผลตอบแทนจากค่าเช่าของการลงทุนสำหรับนักลงทุนที่ต้องการลงทุนด้านอสังหาริมทรัพย์ในกรุงเทพฯ มีอัตราที่ต่ำลง บริษัทฯ จึงขยายขอบเขตการดำเนินโครงการใหม่เน้นโครงการที่ยังคงให้สร้างผลตอบแทนค่าเช่าที่น่าสนใจแก่นักลงทุนได้ บริษัทฯ มีแผนว่าเปิดตัวโครงการเพื่อการลงทุนและพักอาศัยที่ศรีราชาและภูเก็ต ภายในปี 2558

2.4 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริหาร

การจัดหาที่ดินและการจัดหา Supplier บริษัทให้ความสำคัญในการจัดหาที่ดินเพื่อนำมาพัฒนาโครงการเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นปัจจัยหลักในการแข่งขัน ทั้งในเรื่องต้นทุนและทำเลที่ตั้ง โดยเน้นพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัยหลายประเภทและระดับราคาในทำเลทั้งในทำเลเดิมซึ่งมีฐานลูกค้าชัดเจน และในทำเลใหม่ที่แตกต่างกัน เพื่อกระจายความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ โดยโครงการที่บริษัทพัฒนาขึ้นมีทั้งการพัฒนาที่ดินซึ่งบริษัทหรือบริษัทย่อยเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ ในที่ดิน และซื้อจากบุคคลอื่น ในขั้นตอนการจัดหาที่ดินและพัฒนาโครงการ บริษัทมีการสำรวจสถานะตลาดและการแข่งขัน รวมทั้ง พฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อนำมากำหนดแนวคิดรูปแบบ ทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมของโครงการ และประเมินความเป็นไปได้ของโครงการ จากนั้นจึงจะดำเนินการจัดหาที่ดินเพื่อพัฒนาโครงการ ซึ่งบริษัทอาจติดต่อผ่านเจ้าของที่ดินโดยตรงผ่านนายหน้า หรือเจรจาซื้อจากบริษัทในกลุ่มที่เกี่ยวข้องในราคาที่เหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับราคาตลาด ราคาประเมินของทางราชการ และราคาประเมินจากการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ

การจัดหาวัสดุก่อสร้างสำหรับโครงการ บริษัทได้มีการเจรจาต่อรองผู้ผลิตวัสดุก่อสร้างเพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพดีในราคาที่เหมาะสม และประหยัดพลังงานโดยบริษัทจะเป็นผู้จัดซื้อวัสดุก่อสร้างเองบางประเภท เช่น สุขภัณฑ์ เฟอร์นิเจอร์ และระบบรักษาความปลอดภัยที่ติดตั้งในบ้าน ทั้งนี้ นอกจากจะสามารถรักษาคุณภาพของสินค้าแล้วยังทำให้สามารถควบคุมต้นทุนการก่อสร้างได้อีกด้วย

การคัดเลือกผู้รับเหมา บริษัทมีทีมวิศวกรและทีมงานที่ทำหน้าที่คัดเลือกผู้รับเหมาที่มีคุณภาพมีความสามารถ และประสบการณ์ โดยได้มีการกำหนดมาตรฐานในการทำงาน พร้อมทั้ง มีแผนการตรวจรับงานที่ชัดเจน

ขั้นตอนและเทคโนโลยีการผลิต บริษัทให้ความสำคัญกับรายละเอียดในทุกขั้นตอน โดยก่อนการกำหนดโครงการใด ๆ บริษัทจะมีการสำรวจทำเลและวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อศึกษาความต้องการ รูปแบบพฤติกรรมของผู้บริโภค เพื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการ และในการวิเคราะห์นั้นจะเป็นการทำงานร่วมกันระหว่างทีมงานด้านการตลาด ทีมบริหารงานก่อสร้าง และฝ่ายบริหาร เช่น การออกแบบพื้นที่ใช้สอยด้วยนวัตกรรมใหม่ เทคโนโลยีการก่อสร้างประเภทประหยัดพลังงาน ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ระบบความปลอดภัย เป็นต้น นอกจากนั้นบริษัทยังให้ความสำคัญกับการบริหารงานก่อสร้างซึ่งรวมถึงการคัดเลือกผู้รับเหมาที่มีความชำนาญ มีประสบการณ์ และมีความน่าเชื่อถือที่ดี ประกอบกับบริหารจัดการการจัดซื้อวัสดุก่อสร้างที่ดี

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากกระบวนการผลิต บริษัทให้ความสำคัญต่อผลกระทบต่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของทุกโครงการของบริษัท บริษัทได้จัดให้มีระบบบำบัดน้ำเสียสำหรับบ้านแต่ละหลังและระบบบำบัดน้ำเสียส่วนกลาง ตามมาตรฐานที่กฎหมายกำหนด เพื่อมิให้ส่งผลกระทบต่อแหล่งน้ำสาธารณะ รวมทั้ง ได้มีการออกแบบระบบสาธารณูปโภคที่เหมาะสมเพื่อมิให้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะคอนโดมิเนียมขนาดใหญ่ทุกอาคารจะต้องจัดทำรายงานการวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม (EIA) และจะต้องผ่านความเห็นชอบจากสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ก่อนดำเนินการก่อสร้าง

3. ปัจจัยความเสี่ยง

3.1 ความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท/กลุ่มบริษัท

ความเสี่ยงจากปัจจัยภายนอก

1. ความเสี่ยงด้านต้นทุนการก่อสร้างและวัสดุก่อสร้างขาดแคลน

เนื่องจากการขายบ้านและที่ดินของบริษัทฯ ส่วนใหญ่เป็นการขายบ้านและที่ดินให้ลูกค้า ก่อนที่จะทำการลงมือสร้างบ้าน ดังนั้น ถ้าหากเกิดความผันผวนของราคาวัสดุก่อสร้าง หรือมีการปรับเปลี่ยนอัตราค่าจ้างแรงงานภายหลังจากที่บริษัทฯ ได้กำหนดราคาขาย และได้มีลูกค้าจองซื้อบ้านและที่ดินไปแล้ว ผลต่างจากการปรับเปลี่ยนราคาดังกล่าว หรือแม้กระทั่งผลกระทบจากการผลิตบ้านได้ต่ำกว่าที่ได้ประมาณการไว้ ย่อมจะทำให้ต้นทุนการขายของบริษัทฯ สูงขึ้นทำให้อัตรากำไรขั้นต้นของบริษัทฯ ลดลง

วัสดุก่อสร้างถือเป็นต้นทุนการก่อสร้างที่สำคัญยิ่ง ราคาของวัสดุก่อสร้างหลัก หลายส่วนได้มีการปรับราคาเพิ่ม ซึ่งการเพิ่มขึ้นมีสาเหตุหลักมาจากความต้องการวัสดุก่อสร้างที่เพิ่มมากขึ้น ทั้งที่ใช้ในภาคอสังหาริมทรัพย์ และในการก่อสร้างโครงการสาธารณูปโภคขนาดใหญ่ต่าง ๆ การที่ราคาวัสดุก่อสร้างในตลาดโลกปรับสูงขึ้นอย่างมาก รวมถึงการที่ราคาน้ำมันเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งได้ส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิต และต้นทุนการขนส่ง ทำให้ราคาวัสดุก่อสร้างเพิ่มขึ้นและท้ายสุดทำให้บริษัทฯ มีต้นทุนสูงขึ้น บริษัทฯ อาจไม่สามารถปรับราคาขายได้ในทันที หรือในกรณีที่บริษัทฯ สามารถปรับราคาขายให้สอดคล้องกับต้นทุนที่สูงขึ้นดังกล่าว ก็อาจส่งผลกระทบต่อปริมาณการขายที่อยู่อาศัยของบริษัทฯ และเหตุดังกล่าวจะมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อธุรกิจ ฐานะทางการเงิน และผลการดำเนินงานของบริษัทฯ

นอกจากนี้ การที่มีโครงการก่อสร้างเพิ่มมากขึ้นอาจทำให้ปริมาณของวัสดุก่อสร้างมีจำนวนไม่เพียงพอ กับความต้องการ ซึ่งหากเหตุการณ์ดังกล่าวเกิดขึ้น บริษัทฯ อาจต้องจ่ายค่าวัสดุแพงขึ้น หรือต้องรอวัสดุ จนไม่สามารถดำเนินการก่อสร้างบ้านได้ครบในเวลาที่กำหนด ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อธุรกิจ ฐานะทางการเงิน และผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ด้วยเช่นกัน

2. ความเสี่ยงจากการขาดแคลนผู้รับเหมาและแรงงานก่อสร้าง

จากที่ในปัจจุบันมีผู้ประกอบการธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์จำนวนมาก ทั้งที่จดทะเบียนอยู่ในตลาดหลักทรัพย์ และที่อยู่นอกตลาดหลักทรัพย์ ประกอบกับการก่อสร้างพัฒนาระบบสาธารณูปโภคอย่างต่อเนื่องจากภาครัฐ ซึ่งอาจส่งผลให้มีการขาดแคลนแรงงานฝีมือในการก่อสร้างบ้านของบริษัทฯ ได้ โดยบริษัทมีนโยบายบริหารความเสี่ยงในประเด็นนี้ ด้วยการเริ่มทดลองนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ในการก่อสร้าง ซึ่งจะช่วยลดการใช้แรงงานลง นอกจากนี้ บริษัทมีนโยบายในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้รับเหมาของบริษัทฯ มาอย่างต่อเนื่อง และจะมีการกระจายงานก่อสร้างโดยคำนึงถึงความสามารถของผู้รับเหมาแต่ละรายเป็นสำคัญ ทั้งนี้ บริษัทฯ จะมีผู้จัดการโครงการสายก่อสร้างวิศวกรโครงการ หัวหน้าผู้ควบคุมงานก่อสร้าง ผู้ควบคุมงานก่อสร้าง ตลอดจนเจ้าหน้าที่ตรวจสอบคุณภาพกลาง (QC Center) เพื่อควบคุมดูแลงานก่อสร้างของผู้รับเหมาอีกทีหนึ่ง ทั้งนี้ เพื่อให้แน่ใจถึงคุณภาพงานก่อสร้างของผู้รับเหมาแต่ละราย

3 ความเสี่ยงจากปล่อยสินเชื่อที่เข้มงวดมากขึ้นของธนาคารพาณิชย์

ในช่วงที่ผ่านมาธนาคารพาณิชย์ มีความเข้มงวดมากขึ้นในการพิจารณาสินเชื่อ ทั้งในส่วนของการปล่อยสินเชื่อสำหรับผู้ประกอบการ (Pre-Finance) และสินเชื่อสำหรับผู้บริโภค (Post-Finance) โดยในส่วนของการปล่อยสินเชื่อสำหรับผู้ประกอบการ ธนาคารพาณิชย์มีความเข้มงวดในการพิจารณาปล่อยสินเชื่อโครงการที่มากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับผู้ประกอบการที่อยู่นอกตลาด (Non-listed companies) ส่งผลให้การเข้าถึงแหล่งเงินมีความยากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตามจากการที่บริษัทมีฐานะทางการเงินที่แข็งแกร่ง มีการใช้เงินลงทุนจากหนี้สินที่ต่ำ ทำให้บริษัทมีความเสี่ยงในส่วนนี้ที่ต่ำมาก โดยบริษัทมีกระแสเงินสด และวงเงินสินเชื่อที่เพียงพอสำหรับการขยายตัวทางธุรกิจทั้งตามแผนงานระยะสั้นและระยะยาว รวมทั้ง มีสถาบันการเงินพันธมิตรที่พร้อมให้การสนับสนุนสินเชื่อโครงการกับบริษัทเพิ่มเติมหากต้องการ

ในส่วนของการปล่อยสินเชื่อสำหรับผู้บริโภค (Post-Finance) นั้นธนาคารพาณิชย์ต่างๆ ก็มีความเข้มงวดมากขึ้นในการพิจารณา ซึ่งการซื้อที่อยู่อาศัยโดยส่วนใหญ่นั้น ลูกค้าจำเป็นต้องอาศัยการขอสินเชื่อจากธนาคารพาณิชย์ ดังนั้น ยอดรับรู้รายได้ของบริษัท จึงขึ้นอยู่กับผลการพิจารณาปล่อยสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ด้วยอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ซึ่งจากสถานการณ์ปัจจุบันที่อุตสาหกรรมสินเชื่อบุคคลมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว ได้ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายของผู้บริโภค โดยผู้บริโภคมีการนำเงินในอนาคตมาใช้ผ่านทางสินเชื่อส่วนบุคคลต่างๆ อาทิเช่น บัตรเครดิต และสินเชื่อส่วนบุคคลต่าง ๆ ส่งผลให้ความสามารถในการซื้อบ้านของผู้บริโภคลดลง ในขณะเดียวกัน ธนาคารพาณิชย์ ก็มีหลักเกณฑ์ที่เข้มงวดมากขึ้นในการพิจารณาปล่อยสินเชื่อให้กับผู้ต้องการซื้อบ้าน ทำให้ลูกค้าบางส่วนสูญเสียโอกาสในการซื้อบ้านไป อย่างไรก็ตามบริษัทได้ติดตามสถานการณ์ผู้บริโภค ตลอดจนนโยบายในการปล่อยสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์แต่ละแห่งอย่างใกล้ชิด เพื่อปรับเปลี่ยนนโยบายให้สอดคล้องในแต่ละช่วงเวลา

4 ความเสี่ยงจากปัญหาความไม่แน่นอนทางการเมือง

ปัญหาความไม่แน่นอนทางการเมือง ที่ยังคงมีความล่อแหลมต่อความวุ่นวายที่จะเกิดขึ้น ซึ่งทุกครั้งที่เกิดปัญหาทางการเมืองเกิดขึ้น ก็จะทำให้ผู้ซื้อชะลอการตัดสินใจออกไป ซึ่งแม้ว่าปีนี้จะมีปัจจัยเสี่ยงต่างๆ แต่ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ก็ยังมีแนวโน้มที่จะเติบโตได้ เพราะความต้องการที่อยู่อาศัยในกรุงเทพฯ และปริมณฑลมีอยู่อย่างต่อเนื่อง

5 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่

บริษัทมีการพัฒนาโครงการหลายโครงการในแต่ละพื้นที่ กลุ่มลูกค้าของบริษัทเป็นผู้กลุ่มมีรายได้ระดับปานกลางถึงระดับสูง กระจายอยู่ในแต่ละพื้นที่ ซึ่งมีอยู่อย่างหลากหลาย ทำให้บริษัทไม่มีการพึ่งพิงลูกค้ารายใดรายหนึ่งเป็นพิเศษ

6 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงเงินกู้ยืมจากบุคคลที่เกี่ยวข้อง

บริษัทจะมีการกู้ยืมจาก บริษัท ฤๅศาสิริ แกรนด์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทในกลุ่มตระกูลเทพเจริญ ส่วนใหญ่เป็นการกู้ยืมระยะสั้น เพื่อเป็นการเสริมสภาพคล่องให้แก่บริษัทเท่านั้น อัตราดอกเบี้ยที่กู้ยืมกันก็เป็นอัตราเดียวกันกับที่กู้ยืมธนาคารฯ แม้ว่าในระหว่างปีจะมีการยอดเงินกู้ยืมจำนวนมาก แต่ก็มีการใช้คืนในระยะเวลาที่รวดเร็ว อย่างไรก็ตาม บริษัทได้มีนโยบายที่จะลดการพึ่งพิงจากบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน โดยใช้กลไกของตลาดทุน

ความเสี่ยงจากปัจจัยภายใน

7. ความเสี่ยงด้านการก่อสร้างและพัฒนาโครงการ

งานก่อสร้างและพัฒนาโครงการถือเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายของบริษัท ปัจจุบัน บริษัทว่าจ้างผู้รับเหมาจากภายนอกในการดำเนินงานก่อสร้างทั้งบ้านพักอาศัยแนวราบและอาคารชุด ทำให้บริษัท มีความเสี่ยงด้านคุณภาพและเวลา หากว่าจ้างผู้รับเหมาที่ไม่มีความชำนาญเพียงพอหรือมีปัญหาด้านการขาดแคลนแรงงาน เพื่อลดความเสี่ยงดังกล่าว บริษัทได้มีการบริหารจัดการ โดยคัดเลือกผู้รับเหมาที่มีประสบการณ์และมีคุณภาพสำหรับการก่อสร้างตามแผนงาน และไม่ให้มีการกระจุกตัวอยู่กับรายใดรายหนึ่งมากเกินไป อีกทั้งมีการแบ่งงวดงานให้ดีขึ้น เพื่อให้ผู้รับเหมามีสภาพคล่องมากขึ้น และยังช่วยจัดหัววัสดุบางรายการเพื่อลดภาระทางการเงินให้กับผู้รับเหมาด้วย รวมทั้ง ยังมีนโยบายชัดเจนในการสร้างพันธมิตรกับกลุ่มผู้รับเหมาก่อสร้างและผู้ผลิต เพื่อร่วมกันพัฒนางานก่อสร้างและวัสดุก่อสร้างให้ได้คุณภาพและในเวลาที่รวดเร็วขึ้น โดยจะเลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม ที่ได้มีการศึกษา ตรวจสอบก่อนพิจารณานำมาใช้งาน โดยจะมีการตรวจสอบและคัดเลือกผู้รับเหมาหรือผู้ผลิตที่มีความเชี่ยวชาญ รวมทั้งมีการศึกษาหาแนวทางการก่อสร้างที่ใช้แรงงานน้อยลงเพื่อลดความเสี่ยงเรื่องการขาดแคลนแรงงานในอุตสาหกรรมก่อสร้าง ในกรณีอาคารชุด จะเลือกใช้ผู้รับเหมาขนาดใหญ่ที่มีประสบการณ์ และแบ่งการว่าจ้างแต่ละประเภทงานตามความเชี่ยวชาญ จะไม่ว่าจ้างผู้รับเหมาเพียงรายเดียวก่อสร้างงานทุกประเภทในโครงการ นอกจากนี้ บริษัท ยังมีผู้เชี่ยวชาญและทีมงานบริหารโครงการที่มากพอจะควบคุมงานก่อสร้างให้ได้มาตรฐาน อีกทั้งมีแผนการฝึกอบรมผู้ปฏิบัติงาน ผู้ควบคุมงาน และผู้รับเหมาก่อสร้าง ในการพัฒนากระบวนการก่อสร้างให้เกิดประสิทธิภาพและคุณภาพที่ดีขึ้น และให้ความเข้าใจที่ถูกต้องตรงกัน ในการตรวจสอบคุณภาพของงานให้ไดงานที่มีคุณภาพดี และลดความเสี่ยงจากความล่าช้าในการส่งมอบงาน

8. ความเสี่ยงด้านการเงิน

จากแผนธุรกิจของบริษัทที่จะต้องมีการลงทุนในโครงการใหม่ที่ได้ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างผลการดำเนินงานและผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้นอย่างยั่งยืนนั้น บริษัทจึงมีความจำเป็นต้องมีการจัดหาแหล่งเงินทุน ในการพัฒนาโครงการโดยการกู้ยืมเงินระยะยาวจากสถาบันการเงินและ ระดมทุนเป็นหลัก โดยในสิ้นปี 2557 บริษัทมีหนี้สินจากสถาบันการเงินภายในปี จำนวน 2,299.75 ล้านบาท ลดลงจาก 2,547.54 ล้านบาท ในสิ้นปี 2556 ทำให้มีอัตราหนี้สินสถาบันการเงินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 0.52 เท่า และอัตราหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 0.76 เท่า ในสิ้นปี 2557 ลดลงจากอัตราหนี้สินสถาบันการเงินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น 0.93 เท่า และอัตราหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น 1.32 เท่า ในสิ้นปี 2556 จากการบริหารสภาพคล่องโดยเน้นการระดมทุนจากช่องทางอื่นมากขึ้น เช่น การหาผู้ร่วมทุนอื่นในการพัฒนาโครงการ การออกหุ้นสามัญเพิ่มทุน เป็นต้น ทำให้ความเสี่ยงด้านการเงินลดลงจากปีก่อน นอกเหนือจากการบริหารความเสี่ยงด้านการเงินบริษัทยังมีการรับรู้รายได้จากการโอนกรรมสิทธิ์ของ Backlog เพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัดซึ่งสร้างสภาพคล่องและเงินสดพอสมควรสำหรับปี 2557 อย่างไรก็ตามบริษัทยังคงยึดนโยบายจำกัดอัตราหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้นไม่เกิน 2 เท่าเพื่อบริหารจัดการเงินทุนให้มีประสิทธิภาพและมีต้นทุนทางการเงินที่เหมาะสม

9. ความเสี่ยงด้านการตลาดและการขาย

การขายถือเป็นหัวใจในการดำเนินธุรกิจ ดังนั้น บริษัทจึงให้ความสำคัญกับการสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้บริโภค ซึ่งจะส่งผลต่อยอดขายของโครงการในระยะยาว โดยบริษัทมีนโยบายในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค ในระดับสูงสุด รวมทั้ง การเปิดตลาดใหม่เพื่อให้บริษัทมียอดขายที่เติบโตอย่างยั่งยืน

10. ความเสี่ยงด้านทรัพยากรบุคคล

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการบริหารทรัพยากรบุคคล โดยให้การสนับสนุนให้พนักงานได้มีโอกาสแสดงความสามารถเพื่อให้พนักงานรู้จักคุณค่าของตนเอง และเกิดความมุ่งมั่นที่จะนำความสามารถของตนมาพัฒนาองค์กรให้เจริญเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน

3.2 ความเสี่ยงต่อการลงทุนของผู้ถือหุ้นหลักทรัพย์

1. ความเสี่ยงในเรื่องการมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัท

ปัจจุบันบริษัทมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ได้แก่ กลุ่มตระกูลเทพเจริญ จะถือหุ้นอยู่ในบริษัทร้อยละ 21.93 (ณ 30 ธ.ค. 57) ซึ่งถ้าหากผู้ถือหุ้นใหญ่นี้ มีการรวมตัวกันกับผู้ถือหุ้นรายใหญ่อื่นจะสามารถควบคุมเสียงของที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้เกินครึ่งหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการจัดตั้งกรรมการ หรือการขอมติในเรื่องอื่นที่ต้องใช้เสียงส่วนใหญ่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ดังนั้น ผู้ถือหุ้นรายอื่นจึงอาจไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียงเพื่อตรวจสอบและถ่วงดุลเรื่องของผู้ถือหุ้นใหญ่เสนอได้ รวมถึงวาระสำคัญที่ต้องใช้มติพิเศษที่ต้องอาศัยเสียงของที่ประชุมผู้ถือหุ้นมากกว่า 3 ใน 4 หากไม่ได้รับความเห็นชอบจากผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ก็จะไม่สามารถผ่านมติได้ อย่างไรก็ตาม บริษัทมีคณะกรรมการตรวจสอบที่จะเข้ามาตรวจสอบ และพิจารณาเพื่อไม่ให้เกิดรายการที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้ง และเพื่อก่อให้เกิดความโปร่งใสในการดำเนินงานของบริษัทฯ

2. ความเสี่ยงจากการบริหารที่พึ่งพิงผู้บริหารและผู้ถือหุ้น

ตราสินค้าของบริษัทมีภาพลักษณ์ที่ดีกับผู้บริหารและผู้ถือหุ้นของบริษัท คือตระกูลเทพเจริญ โดยนายวิชณุ เทพเจริญ และนางศิริญา เทพเจริญ มีส่วนสำคัญในการบริหารงานบริษัทฯ จนมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับในวงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ และมีส่วนสำคัญที่ทำให้บริษัทมีการเจริญเติบโตขึ้นเป็นลำดับ หากบริษัทฯ สูญเสียผู้บริหารดังกล่าวไป อาจส่งผลกระทบต่อการบริหารจัดการและการดำเนินงานของบริษัทฯ ได้ อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้มีการจัดโครงสร้างการจัดการของบริษัทฯ ให้มีการอำนาจการบริหารจัดการ ขอบเขตหน้าที่และความรับผิดชอบให้แก่ผู้บริหารสายงานต่างๆ ตามความรู้ความสามารถและประสบการณ์ โดยได้เชิญผู้บริหารมืออาชีพที่ประสบความสำเร็จเข้ามาช่วยบริหารงานเพื่อลดความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้บริหารดังกล่าว

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ทรัพย์สินถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ต้นทุนโครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ (สุทธิ) ของบริษัท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557

นับจากบริษัทตัดสินใจเปลี่ยนการดำเนินธุรกิจ จากเดิมดำเนินธุรกิจหลักในอุตสาหกรรมสิ่งทอ มาเป็นธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในปี 2552 บริษัทได้มีนโยบายในการดำเนินธุรกิจโดยการเลือกพัฒนาโครงการที่บริษัทได้ศึกษาและพิจารณาแล้วว่ามีความศักยภาพในการสร้างรายได้ให้แก่บริษัท

บริษัทมีสินทรัพย์หลักคือที่ดินและสิ่งปลูกสร้างที่พัฒนาเพื่อขาย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทมีต้นทุนโครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่อยู่ระหว่างการพัฒนาโครงการ ตามบัญชี เท่ากับ 5,698.69 ล้านบาท โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ลำดับ	บริษัท / โครงการ	ที่ตั้งโครงการ	พื้นที่รวมของโครงการ (ไร่)	รายละเอียดโครงการ	มูลค่าตามบัญชี (บาท)
1	ฤๅศาสิริแกรนด์คอนโดเอมัย	ซอยสุขุมวิท 42 ถนนสุขุมวิท แขวงพระโขนง กรุงเทพมหานคร	4,816.32 ตรม.	อาคารชุดเพื่อพาณิชย์กรรม ติดสถานี BTS เอกมัย	4,203,817.30
2	ฤๅศาสิริ พระราม2 เฟส 1	ถนนพระราม 2 เขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร	125-2-19.9	บ้านเดี่ยวสองชั้นระดับบน และโฮมออฟฟิศ	444,760,091.22
3	ฤๅศาสิริ พระราม2 เฟส 2	ถนนพระราม 2 เขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร	208-1-9.9	ที่ดินเปล่าและบ้านเดี่ยวระดับบน	1,051,867,784.74
4	บ้านกฤษณาราม5-กาญจนภิเษก	ถนนกาญจนาภิเษก ต.บางคูเวียง อ.บางใหญ่ จ.นนทบุรี	25-1-82.30	บ้านเดี่ยวและโฮมออฟฟิศ สไตล์ Oriental	202,767,084.20
5	พาร์คเอ็กซ์ เกษตร- นวมินทร์	ถนนเกษตร- นวมินทร์ตัดใหม่ (ประเสริฐมนูกิจ)	20-3-16	คอนโดมิเนียม 8 ชั้น 6 อาคาร	1,310,466,391.01
6	อัมย์ เอกมัย	ถนนสุขุมวิท 63 เขตคลองตัน กรุงเทพมหานคร	2-0-0	คอนโดมิเนียม 29 ชั้น	842,429,575.13
7	เฟิร์ช คอนโดมิเนียม	ช.โลวสุวรรณ ถ.กรุงเทพ-นนทบุรี แขวงบางซื่อ เขตบางซื่อ กรุงเทพฯ	10-1-91.6	คอนโดมิเนียม 8 ชั้น 5 อาคาร	470,998,008.57
8	บ้าน ณ ราร	ถนนสุขุมวิท แขวงลำผักชี เขตหนองจอก กทม.	96-1-55.6	บ้านเดี่ยว โฮมออฟฟิศและทาวน์เฮ้าส์ภายใต้รูปแบบร่วมสมัย	302,827,506.20
9	ฤๅศา ชีวานี (พัทยา)	ถนนสุขุมวิท บริเวณหลักกิโลเมตรที่ 162+600 ต.นาจอมเทียน อ.สัตหีบ จ.ชลบุรี	222-0-57	บ้านเดี่ยว ภายใต้แนวคิดบ้านสุขภาพ	547,026,035.13
10	Nusa Water Land & Hotel	ถนนสุขุมวิท ต.นาจอมเทียน อ.สัตหีบ จ.ชลบุรี	162-0-40	คอนโดมิเนียมและโรงแรม	6,689,450.00
11	โครงการศรีราชา คอนโด 1	หลักกิโลเมตรที่ 115 ตำบลบางพระ อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี	11-2-42	คอนโดมิเนียม 4 อาคาร	868,840.00
12	โครงการฤๅศา ลายา ภูเก็ต	ติดถนนบ้านคอน-โคโคโนด และติดซอยลายัน 2 ตำบลเชิงทะเล อำเภอลา้ง จังหวัดภูเก็ต	11-1-42	คอนโดมิเนียม 8 ชั้น 3 อาคาร	78,585,000.00
13	โครงการฤๅศา มายโอโซน	ถนนสายบ้านทรัพย์เศรษฐี-บ้านวังไทร ต.วังไทร อ.ปากช่อง จ. นครราชสีมา	1,134-2-16	ที่ดินจัดสรรและบ้านเดี่ยวภายใต้แนวคิดบ้านสุขภาพ	435,206,021.77
รวม					5,698,695,605.27

4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อย และบริษัทร่วม

บริษัทฯ มีนโยบายการลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอสังหาริมทรัพย์เป็นหลัก โดยคำนึงถึงอัตราผลตอบแทนที่เหมาะสมตามแต่ประเภทของธุรกิจนั้นๆ ปัจจุบันบริษัทฯ มีนโยบายการบริหารงานในบริษัทย่อย โดยการส่งตัวแทนของบริษัทฯ ไปเป็นกรรมการในบริษัทย่อยตามสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัทย่อย ณ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทฯ มีเงินลงทุนในบริษัทย่อย 2 บริษัท ได้แก่ บริษัท ฤๅศา วอเตอร์ แลนด์ จำกัด ในสัดส่วนร้อยละ 99.99 และ บริษัท ฤๅศา มาย โอโซน จำกัด ในสัดส่วนร้อยละ 75.00 โดยมีกรรมการบางส่วนเป็นตัวแทนของบริษัทฯ

นอกจากนี้ บริษัทฯ มีบริษัทร่วม 1 บริษัท ได้แก่ บริษัท นอริช แวงค์คอก จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท สารศิริ อินเตอร์ จำกัด) โดยบริษัทดังกล่าวอยู่ระหว่างการดำเนินการก่อสร้าง โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 มีทรัพย์สินที่ใช้สำหรับประกอบธุรกิจเป็นที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ คิดเป็นมูลค่าสุทธิทางบัญชี 157.62 ล้านบาท

เมื่อวันที่ 26 ธันวาคม 2557 บริษัทฯ (ผู้ขาย) ได้ทำสัญญาขายหุ้นจำนวน 1,568,000 หุ้น ในบริษัท นอริช แวงค์คอก จำกัด ที่บริษัทฯ ถืออยู่ให้กับบุคคลที่เกี่ยวข้องกันท่านหนึ่ง (ผู้ซื้อ) ในราคาหุ้นละ 117.98 บาท รวมเป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 185 ล้านบาท โดยบริษัทฯ ได้รับเงินมัดจำค่าซื้อหุ้นดังกล่าว จำนวน 30 ล้านบาท ในวันที่ทำสัญญา และจำนวน 155 ล้านบาท ชำระเป็นเช็คของธนาคารในประเทศแห่งหนึ่ง ลงวันที่ 26 มีนาคม 2558 มอบให้แก่บริษัทฯ ในวันทำสัญญา ซึ่งหากครบกำหนดเวลาชำระเงินแล้ว บริษัทฯ ยังไม่ได้รับชำระเงินครบถ้วน บริษัทฯ ตกลงให้สิทธิแก่ผู้ซื้อในการขยายระยะเวลาการชำระออกไปได้อีกไม่เกิน 90 วัน โดยผู้ซื้อยินยอมชำระดอกเบี้ยในอัตรา MLR ของธนาคารในประเทศแห่งหนึ่งบวก 1 ให้แก่บริษัทฯ นับแต่วันที่เริ่มขยายระยะเวลาเป็นต้นไปจนถึงวันที่ชำระเสร็จสิ้น

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

บริษัทฯ มีข้อพิพาททางกฎหมายต่างๆ เฉพาะคดีที่อาจมีผลกระทบต่อทรัพย์สินของบริษัทฯ ที่มีจำนวน (ไม่รวมดอกเบี้ยและค่าใช้จ่าย) สูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 ดังนี้

1. คดีแพ่ง คดีหมายเลขดำที่ 5880-6250/2544 , 6820-6822/2544 หมายเลขแดงที่ 6774-7148/2546 ระหว่างนางนวลสวาท รวยสูงเนิน กับพวก โจทก์ บริษัท ไทยเกรียง กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) จำเลย

โจทก์ยื่นฟ้องต่อศาลแรงงานกลางเรียกร้องให้จำเลยจ่ายเงิน ค่าชดเชย ค่าสินจ้างแทนการบอกกล่าวล่วงหน้า และค่าจ้างสำหรับวันหยุดพักผ่อนประจำปีพร้อมทั้งค่าเสียหาย รวมเป็นเงินจำนวนทั้งสิ้น 91,300,064.47 บาท

ต่อมาเมื่อวันที่ 4 ธันวาคม 2546 ศาลแรงงานกลางมีคำพิพากษาให้จำเลยจ่ายเงิน ค่าชดเชย ค่าสินจ้างแทนการบอกกล่าวล่วงหน้า และ ค่าจ้างสำหรับวันหยุดพักผ่อนประจำปีให้แก่โจทก์ เป็นเงินจำนวนทั้งสิ้น 10,388,619.01 บาท พร้อมด้วยดอกเบี้ยในอัตราร้อยละ 7.5 ต่อปีของต้นเงินดังกล่าวจนกว่าจำเลยจะชำระให้แก่โจทก์ จำนวน 149 คน จนเสร็จสิ้น ซึ่งบริษัทฯ ไม่เห็นพ้องด้วยกับคำพิพากษาดังกล่าวของศาลแรงงานกลาง จึงได้อุทธรณ์คัดค้านคำพิพากษาดังกล่าวต่อศาลฎีกา

จนกระทั่งต่อมาเมื่อวันที่ 27 มีนาคม 2550 ศาลฎีกาได้มีคำพิพากษาให้บริษัทจำเลยจ่ายเงินค่าชดเชย และ ค่าจ้างสำหรับวันหยุดพักผ่อนประจำปีแก่โจทก์รวม 160 คน พร้อมด้วยดอกเบี้ยรวมเป็นเงินจำนวนทั้งสิ้น 18.95 ล้านบาท ซึ่งบริษัทฯ ได้จ่ายค่าชดเชยตามคำพิพากษาให้แก่โจทก์ไปทั้งหมดแล้วเมื่อวันที่ 30 มีนาคม 2550 โดยบริษัทฯ ได้บันทึกค่าเสียหายดังกล่าวไว้กับกำไรขาดทุนสำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2550 จำนวน 2.24 ล้านบาท (สุทธิจากค่าเผื่อผลเสียหายที่ตั้งไว้ตามบัญชีจำนวน 16.71 ล้านบาท)

สำหรับค่าสินจ้างแทนการบอกกล่าวล่วงหน้าจำนวน 0.7 ล้านบาท พร้อมดอกเบี้ยนั้น เมื่อวันที่ 27 กรกฎาคม 2550 และวันที่ 30 สิงหาคม 2550 โจทก์และจำเลย (บริษัท) ได้ตกลงทำสัญญาประนีประนอมยอมความกัน โดยโจทก์ตกลงยินยอมรับเงินค่าสินจ้างแทนการบอกกล่าวล่วงหน้ารวมเป็นเงินจำนวนทั้งสิ้น 139,737.90 บาท ตามที่บริษัทจำเลยได้เสนอจ่ายให้แก่โจทก์ โดยได้ส่งสัญญาประนีประนอมยอมความดังกล่าวไปยังศาลฎีกา เพื่อพิจารณาสั่ง ซึ่งปัจจุบันนี้ยังอยู่ในชั้นพิจารณาของศาลฎีกา

ความคืบหน้า ณ วันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2556 จากการตรวจสอบสำนวนคดีในเบื้องต้นทราบว่า ศาลฎีกาได้มีคำพิพากษาศาตามสัญญาประนีประนอมยอมความแล้วเมื่อวันที่ 7 กันยายน 2552 โดยมีเนื้อความว่า “ผู้พิพากษา ได้พิจารณาสัญญาประนีประนอมยอมความระหว่างโจทก์และจำเลยฉบับลงวันที่ 27 กรกฎาคม 2550 และวันที่ 30 สิงหาคม 2550 แล้วเห็นว่าชอบด้วยกฎหมายจึงพิพากษาให้คดีเป็นอันเสร็จเด็ดขาดไปตามสัญญาประนีประนอมยอมความ” เมื่อช่วงเดือนธันวาคม 2555 ได้มีโจทก์ไปขอรับเงินตามสัญญาประนีประนอมยอมความแล้ว

2. คดีอาญา หมายเลขดำที่ 3445/2551 ระหว่าง นางนันทนา ภัทรพงศ์สันต์ โจทก์ กับ บริษัท ไทยเกรียง กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) จำเลย

โจทก์ฟ้องจำเลยเป็นคดีอาญาว่า กระทำความผิดอาญา ในฐานะร่วมกันแจ้งข้อความอันเป็นเท็จต่อเจ้าพนักงาน และฐานแจ้งข้อความอันเป็นเท็จเกี่ยวกับความผิดอาญาแก่เจ้าพนักงานฯ และฐานแจ้งให้เจ้าพนักงานผู้มีอำนาจหน้าที่ตามกฎหมาย จดข้อความเท็จลงในเอกสารราชการต่อศาลอาญา ซึ่งศาลอาญาได้มีคำสั่งนัดไต่สวนมูลฟ้อง ในวันที่ 27 เมษายน 2552

หลังจากไต่สวนมูลฟ้องแล้วศาลอาญาเห็นว่า คดีของโจทก์ไม่มีมูลให้ประทับรับฟ้อง จึงได้พิพากษายกฟ้องโจทก์ แต่โจทก์ไม่เห็นฟ้องด้วยกับคำพิพากษาดังกล่าว โจทก์จึงยื่นอุทธรณ์เพื่อคัดค้านคำพิพากษาของศาลชั้นต้นต่อศาลอุทธรณ์ ปัจจุบันคดียังอยู่ในระหว่างการพิจารณาของศาลอุทธรณ์

ความคืบหน้า ณ ปัจจุบัน เมื่อวันที่ 4 มิถุนายน 2556 ศาลอุทธรณ์มีคำพิพากษายืนตามศาลชั้นต้น (พิพากษายกฟ้องโจทก์) ครอบกำหนดยื่นฎีกา โจทก์ไม่ฎีกา คดีจึงถึงที่สุด

3. คดีอาญา หมายเลขดำที่ อ.262/2552 ระหว่าง นางนันทนา ภัทรพงศ์สันต์ โจทก์ กับ บริษัท ไทยเกรียง กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) จำเลย

โจทก์ฟ้องจำเลยเป็นคดีอาญาว่า กระทำความผิดอาญา ในฐานะร่วมกันเบิกความต่อศาลอาญา ซึ่งศาลอาญาได้นัดไต่สวนมูลฟ้อง ในวันที่ 30 มีนาคม 2552 เวลา 13.30 นาฬิกา

หลังจากศาลไต่สวนมูลฟ้องแล้วเห็นว่า คดีของโจทก์ไม่มีมูล ศาลจึงพิพากษายกฟ้องโจทก์ แต่โจทก์ไม่เห็นฟ้องด้วยกับคำพิพากษาดังกล่าว โจทก์จึงได้ยื่นอุทธรณ์เพื่อคัดค้านคำพิพากษาของศาลชั้นต้น ต่อศาลอุทธรณ์ ปัจจุบันคดียังอยู่ในระหว่างการพิจารณาของศาลอุทธรณ์

ความคืบหน้า ณ ปัจจุบัน คดียังอยู่ในระหว่างการพิจารณาของศาลอุทธรณ์ (ยังไม่เปลี่ยนแปลงจากปีที่แล้ว)

4. คดีแรงงาน หมายเลขดำที่ 2703/2553 หมายเลขแดงที่ 8808/2553 ระหว่าง นายประวิตร ยะดินันท์ โจทก์ กับ บริษัท อังเปา แอสเซท จำกัด (มหาชน) จำเลย

โจทก์ฟ้องจำเลยต่อศาลแรงงานกลาง ในข้อหาหรือฐานความผิด สัญญาจ้างแรงงาน กฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองแรงงาน และการเลิกจ้างไม่เป็นธรรม

ศาลได้มีคำพิพากษายกฟ้องโจทก์ในทุกข้อกล่าวหาทุกประเด็น โจทก์ไม่เห็นด้วยกับคำพิพากษาศาลชั้นต้นจึงใช้สิทธิอุทธรณ์ต่อศาลฎีกา โดยโจทก์ยื่นอุทธรณ์ต่อศาลฎีกาเมื่อวันที่ 16 กุมภาพันธ์ 2554 บริษัทฯได้ยื่นคำแก้อุทธรณ์ในวันที่ 9 มีนาคม 2554

ความคืบหน้า ณ ปัจจุบัน คดียังอยู่ในระหว่างการพิจารณาของศาลฎีกา (ยังไม่เปลี่ยนแปลงจากปีที่แล้ว)

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น



ข้อมูลทั่วไปของบริษัท

ชื่อบริษัท	บริษัท ฤๅศาศิริ จำกัด (มหาชน)
ชื่อภาษาอังกฤษ	Nusasiri Public Company Limited
ชื่อย่อหลักทรัพย์	NUSA
ประเภทธุรกิจ	พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ (เปลี่ยนจากธุรกิจเดิมคือสิ่งทอ)
เลขทะเบียนบริษัท	บมจ. 0107537001595 (เดิมเลขที่ บมจ. 406)
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	เลขที่ 29 อาคารบางกอกบิสซิเนสเซ็นเตอร์ ชั้น 30 ถนนสุขุมวิท 63 แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110
	โทรศัพท์ : 0-2714-4555
	โทรสาร : 0-2714-3545-6
	Home Page: www.nusasiri.com
ชนิดของหุ้น	หุ้นสามัญ
ทุนจดทะเบียน	12,290,474,269 บาท
มูลค่าที่ตราไว้	1 บาท
ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว	4,446,717,413 บาท (ณ วันที่ 3 มีนาคม 2558)



ข้อมูลบุคคลอ้างอิง

นายทะเบียนหลักทรัพย์	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด 62 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ถนนรัชดาภิเษก แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110 โทรศัพท์ : 0-2229-2800, 0-2229-2888 โทรสาร : 0-2359-1259
ผู้สอบบัญชี	สำนักงาน เอ.เอ็ม.ที. แอสโซซิเอท 491/27 สี่ลมพลาซ่า ถนนสี่ลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500 โทรศัพท์ : 0-2234-1676, 0-2234-1678 โทรสาร : 0-2237-2133