

## ส่วนที่ 1 : การประกอบธุรกิจ

### 1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

#### 1.1 วิสัยทัศน์ เป้าหมาย หรือกลยุทธ์ในการดำเนินงานของบริษัท

บริษัทมีวิสัยทัศน์ที่จะพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่เติบโตสูงและมั่นคง ด้วยการมุ่งสร้างสังคมที่ดี และมอบความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า มีระบบบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ ตลอดจนบุคลากรที่มีความสามารถสูง และบริษัทมีนโยบายการสร้างบ้านอย่างมีคุณภาพในพันธกิจของบริษัทฯ เพื่อเป็นการสื่อสารให้ลูกค้า พนักงาน และผู้เกี่ยวข้องได้รับทราบถึงคำมั่นสัญญาระหว่างกันในการทำธุรกิจให้ได้ตามเป้าหมาย สร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าอย่างสูงสุด และเพื่อเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กรอย่างต่อเนื่อง

#### 1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

บริษัท สัมมากร จำกัด (มหาชน) ก่อตั้งมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2513 จวบจนปัจจุบันเป็นเวลา 44 ปี ดำเนินธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทจำหน่าย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2517 ส่วนใหญ่เป็นบ้านเดี่ยวพร้อมที่ดิน โดยจนถึงปัจจุบัน ได้ส่งมอบบ้านแก่ผู้ซื้อแล้วกว่า 6,000 หน่วย นอกจากนี้ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549 บริษัทฯ ได้ร่วมทุนในการดำเนินธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทให้เช่า คือ ศูนย์การค้าเพียวเพลส (Pure Place Community Mall) ซึ่งมีที่ตั้งอยู่หน้าโครงการสัมมากรรังสิต คลอง 2 โครงการสัมมากรบางกะปิ และโครงการสัมมากรราชพฤกษ์ อันนำมาซึ่งการสร้างเครือข่ายชุมชนให้มีความสะดวกสบายในการพักอาศัย และสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ทรัพย์สินที่ลูกค้าได้ซื้อ และครอบครองไว้ สอดคล้องกับปณิธานของบริษัทฯ ที่ว่า “เราไม่เพียงสร้างบ้าน แต่เราสร้างสังคม” อีกทั้งยังเป็นการสร้างรายได้ในระยะยาวให้มีความผันผวนน้อยลง รวมทั้งส่งเสริมทางการขายบ้านจัดสรรของบริษัทฯ อีกทางหนึ่งด้วย

#### การเปลี่ยนแปลงในแต่ละปี

- |           |   |
|-----------|---|
| พ.ศ. 2549 | เดือนพฤษภาคมบริษัทฯ ได้ร่วมกับ บริษัท ระยองเพียวริฟายเออร์ จำกัด (มหาชน) หรือ (RPC) จัดตั้งบริษัท เพียวสัมมากร ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด หรือ (PSDC) ด้วยทุนจดทะเบียน 50 ล้านบาท เพื่อประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์และที่ดินโดยบริษัทฯ ถือหุ้นในอัตราร้อยละ 49  |
| พ.ศ. 2550 | เมื่อวันที่ 8 มิถุนายน 2550 บริษัท เพียวสัมมากร ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด เปิดศูนย์การค้าเพียวเพลส บนถนนรังสิต-คลอง 2  |
| พ.ศ. 2552 | เดือนกุมภาพันธ์ 2552 บริษัท เพียวสัมมากร ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนอีก 175 ล้านบาท เป็น 225 ล้านบาท  |
| พ.ศ. 2554 | เมื่อเดือนสิงหาคม 2554 บริษัท เพียวสัมมากร จำกัด (มหาชน) ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 225 ล้านบาท เป็น 260 ล้านบาท โดยที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ระยองเพียวริฟายเออร์ จำกัด (มหาชน) มีมติไม่เพิ่มเงินลงทุนครั้งนี้ ส่งผลให้บริษัทฯ มีสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัทร่วมทุนเพิ่มขึ้นจากเดิมร้อยละ 49 เป็นร้อยละ 55.87 |
| พ.ศ. 2555 | เมื่อเดือนธันวาคม 2555 บริษัทฯ ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 450 ล้านบาท เป็น 650 ล้านบาท   |

แบบ 56-1 ปี 2557

พ.ศ.2556 เมื่อวันที่ 25 มกราคม 2556 บริษัทฯ จดทะเบียนเปลี่ยนแปลงทุนชำระจาก 450 ล้านบาท เป็น 589.41 ล้านบาท  
 เมื่อวันที่ 16 กุมภาพันธ์ 2556 เปิดโครงการ Flora Divina by Sammakorn (ทางหลวง345-ถนนราชพฤกษ์)  
 เมื่อวันที่ 12 ตุลาคม 2556 เปิดโครงการ S9 Condominium (ใกล้สถานีรถไฟฟ้าบางรักใหญ่)

### 1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

**นโยบายการแบ่งการดำเนินงานของบริษัท บริษัทย่อย และบริษัทร่วม**

**บริษัทร่วม และบริษัทย่อย**

**บริษัท เพียวสัมมาร ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด**

จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม 2549 มีวัตถุประสงค์เพื่อประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์และที่ดิน ในรูปแบบที่มีรายได้จากการให้เช่า อาทิเช่น ศูนย์การค้า อาคารสำนักงาน อพาร์ทเมนต์ หรือ โรงแรม ฯลฯ โดยบริษัทฯ ถือหุ้นอยู่ในอัตราร้อยละ 49 ร่วมกับบริษัท ระยองเพียวรีฟายเออร์ (RPC) ซึ่งถือหุ้นในอัตราร้อยละ 51 ด้วยทุนจดทะเบียน 50 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญ 500,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท และเมื่อ 24 กุมภาพันธ์ 2552 ได้เพิ่มทุน 175 ล้านบาท รวมเป็นทุนจดทะเบียนชำระแล้ว 225 ล้านบาท และเมื่อวันที่ 23 สิงหาคม 2554 ได้เพิ่มทุนจดทะเบียนอีก 35 ล้านบาท เป็นทุนจดทะเบียนชำระแล้ว 260 ล้านบาท ซึ่ง RPC ไม่ลงทุนเพิ่มในหุ้นเพิ่มทุนดังกล่าว ส่งผลให้สัดส่วนการถือหุ้นใน PSDC ของบริษัทฯ เพิ่มขึ้นจากเดิมร้อยละ 49 เป็นร้อยละ 55.87 และได้ดำเนินการก่อสร้างและพัฒนาศูนย์การค้า ภายใต้ชื่อโครงการ “เพียวเพลส” ขึ้นแห่งแรกบนถนนรังสิต คลอง 2 เปิดดำเนินการเมื่อวันที่ 8 มิถุนายน 2550 โครงการที่สองบริเวณถนนรามคำแหง 110 เป็นศูนย์การค้ารูปแบบใหม่ทันสมัย ภายใต้แนวคิด “ชีวิตทันสมัย ใกล้บ้าน” โดยใช้ชื่อ “Pure Place Lifestyle Mall” และโครงการเพียวเพลส ราชพฤกษ์ เปิดดำเนินการเมื่อวันที่ 12 พฤษภาคม 2555

**บริษัท เอ็นชัวร์โฮม จำกัด**

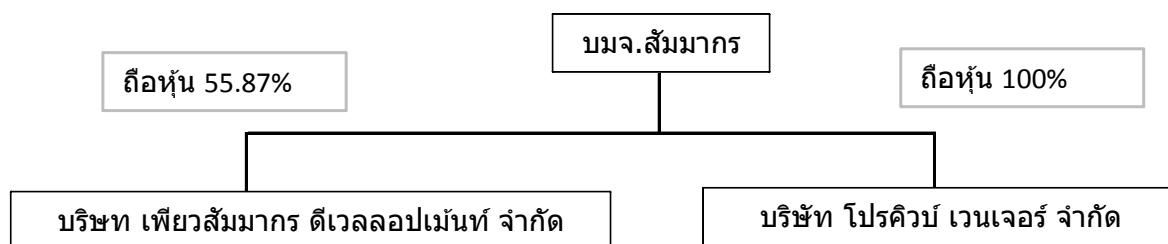
จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 30 มีนาคม 2554 มีวัตถุประสงค์เพื่อจัดตั้งตัวแทนจำหน่ายบ้านมือสองในตลาดอสังหาริมทรัพย์ ด้วยทุนจดทะเบียน 2 ล้านบาท โดยบริษัทฯ เข้าร่วมทุนในอัตราร้อยละ 20 จำนวน 40,000 หุ้น ราคาหุ้นละ 10 บาท จำนวนเงิน 400,000 บาท

26 ธันวาคม 2555 ที่ประชุมกรรมการบริษัท เอ็นชัวร์โฮม จำกัด มีมติเลิกกิจการ เงินลงทุนเฉพาะของบริษัทฯ จำนวน 400,000 บาท อยู่ในระหว่างการชำระบัญชี

**บริษัท โปรคิวิเบ้ เวเนเจอร์ จำกัด**

จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 21 พฤษภาคม 2555 มีวัตถุประสงค์เพื่อบริหารงานก่อสร้าง ด้วยทุนจดทะเบียน 2 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญ 200,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 10 บาท เรียกชำระแล้ว 500,000 บาท (ร้อยละ 25) โดยบริษัทฯ ลงทุนร้อยละ 100

## โครงสร้างการถือหุ้นในบริษัทย่อย และบริษัทร่วม



## 2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

ในปี 2557 โครงสร้างรายได้หลักของบริษัทฯ ยังคงมาจากการจำหน่ายโครงการอสังหาริมทรัพย์เพื่ออยู่อาศัยแนวราบ ซึ่งปัจจุบันยังคงดำเนินการจำหน่าย 8 โครงการ ใน 3 ทำเล ได้แก่ โครงการสัมมาร AQUA DIVINA ถนนรามคำแหง 94 โครงการ สัมมารรามคำแหง ถนนรามคำแหง 162 โครงการ สัมมารมินบุรี 1 โครงการ สัมมารมินบุรี 2 โครงการ สัมมารนิมิตใหม่ โครงการ สัมมารรังสิต คลอง 2 โครงการ สัมมารรังสิตคลอง 7 และโครงการ สัมมาร FLORA DIVINA ถนนชัยพฤกษ์-ราชพฤกษ์ บริษัทฯ ได้เปิดตัวโครงการที่อยู่อาศัยแนวตั้งเป็นโครงการแรก ได้แก่ โครงการ เอสเก๋า คอนโดมิเนียม ตั้งอยู่บนถนนรัตนวิเศษ ห่างจากสถานีรถไฟฟ้าสายสีม่วง สถานีบางรักใหญ่ 100 เมตร เป็นการเพิ่มความหลากหลายให้กับสินค้าประเภทที่อยู่อาศัยของบริษัทฯ และยังสามารถเพิ่มกลุ่มเป้าหมายในการทำตลาดกลุ่มใหม่ด้วยเช่นกัน ตามแผนธุรกิจโครงการเอสเก๋า คอนโดมิเนียมจะก่อสร้างแล้วเสร็จสมบูรณ์และเริ่มรับรู้รายได้ประมาณกลางปี 2558 เป็นต้นไป

### โครงสร้างรายได้

โครงสร้างรายได้ ของบริษัท สัมมาร จำกัด (มหาชน) ประกอบด้วยรายได้จากการขายบ้านและที่ดินเป็นหลัก ซึ่งในปี 2557 มีสัดส่วนร้อยละ 89.64 ของรายได้รวม นอกจากนั้น มีรายได้จากการให้เช่า รายได้จากการบริการ และรายได้อื่นๆ โครงสร้างรายได้ในรอบ 3 ปีที่ผ่านมา มีสัดส่วนดังนี้

### โครงสร้างรายได้เปรียบเทียบ 3 ปี

หน่วย : ล้านบาท

ประเภทรายได้	2555		2556		2557	
	จำนวน	สัดส่วน %	จำนวนเงิน	สัดส่วน %	จำนวนเงิน	สัดส่วน %
การขายบ้านและที่ดิน	744.40	88.72%	952.04	90.10%	903.38	89.64%
รายได้จากการให้เช่า	44.27	5.28%	46.35	4.39%	47.29	4.69%
รายได้ค่าบริการ	44.40	5.29%	48.45	4.59%	49.85	4.95%
รายได้อื่นๆ	5.94	0.71%	9.85	0.93%	7.28	0.72%
รวมรายได้	839.00	100.00%	1056.68	100.00%	1,007.80	100.00%

## 2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทฯ พัฒนาโครงการที่พักอาศัยประเภทบ้านเดี่ยว และอาคารชุดพักอาศัยเพื่อขาย โดยมุ่งเน้นพัฒนาโครงการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยสินค้าของบริษัทจะเป็นบ้านสร้างเสร็จก่อนขาย พร้อมให้ลูกค้าซื้อและเข้าพักอาศัยได้ทันที ส่วนโครงการอาคารชุดพักอาศัยจะต้องใช้เวลาในการก่อสร้างระยะหนึ่ง เมื่อแล้วเสร็จจึงจะสามารถโอนกรรมสิทธิ์ให้แก่ลูกค้าได้

บริษัทฯ ได้ผ่านการรับรองมาตรฐาน ISO 9001:2000 จาก AFAQ & WIT Co., Ltd. ในเรื่องการบริหารงานก่อสร้าง และการบริหารงานขาย ซึ่งแสดงถึงความมีมาตรฐานในการดำเนินงานและความมีประสิทธิภาพของบุคลากร ในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งในปัจจุบันได้รับการยกระดับมาตรฐานเป็น ISO 9001:2008 ในปี 2555 ซึ่งมีความเข้มงวดในการปฏิบัติงานมากขึ้น บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงคุณภาพในการผลิตผลงานให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล โดยมุ่งเน้นการปฏิบัติงานก่อสร้างให้มีคุณภาพตามข้อกำหนด ISO และจัดให้มีทีมบริหารระบบคุณภาพ จัดให้มีการฝึกอบรม ให้ความรู้และทักษะที่เกี่ยวข้องกับการทำงานให้แก่พนักงาน ผู้รับเหมา และคนงาน เพื่อเป็นการพัฒนาบุคลากรให้มีคุณภาพ ซึ่งจะส่งผลให้ได้งานที่มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

การพัฒนาโครงการบ้านจัดสรรจำเป็นต้องมีเงินทุนเพื่อซื้อที่ดินขยายโครงการตลอดเวลา ที่ดินบางทำเลอาจติดข้อบัญญัติของกรุงเทพมหานคร ข้อบัญญัติผังเมือง ข้อบัญญัติเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและข้อบัญญัติเกี่ยวกับการจัดสรรที่ดินบริษัทฯจึงต้องมีเจ้าหน้าที่เฉพาะทำการศึกษา และติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิด เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความผิดพลาดและเสียหาย จากการปฏิบัติผิดกฎหมาย และระเบียบปฏิบัติต่างๆ ซึ่งเป็นข้อจำกัดในการดำเนินธุรกิจ

### โครงการที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบันและโครงการระหว่างเตรียมการ

ชื่อ/ที่ตั้งโครงการ	ลักษณะโครงการ (1) (ล้านบาท)	จำนวน หน่วย	ขนาดที่ดิน โครงการ (ไร่)	พื้นที่ขาย (ไร่)	กรรมสิทธิ์ ในที่ดิน	ระยะเวลาพัฒนา และก่อสร้าง	มูลค่าเงินทุน (ล้านบาท)	ความคืบหน้างานก่อสร้าง	
								เงินที่ลงทุนไปแล้ว (ล้านบาท)	ร้อยละของ งานที่เสร็จ
สัมมารมินบุรี 1/ถ.สามวา	บ้านพร้อมที่ดิน	410	145-1-09	82-2-53	บมจ.สัมมาร	ช.ค.33-ช.ค.58	781.74	751.89	96.18
สัมมารนิมิตใหม่/ถ.นิมิตใหม่	บ้านพร้อมที่ดิน	601	154-3-89	108-0-59	บมจ.สัมมาร	มี.ค.37-ช.ค.58	1,026.61	972.31	94.71
สัมมารรังสิต คลอง 2/ถ.รังสิต-นครนายก	บ้านพร้อมที่ดิน	363	82-1-81	57-3-72	บมจ.สัมมาร	ด.ค.37-ช.ค.58	991.88	857.65	86.47
สัมมารรังสิต คลอง 7/ถ.รังสิต-นครนายก	บ้านพร้อมที่ดิน	790	215-3-95	134-3-97	บมจ.สัมมาร	ด.ค.38-ช.ค.60	1,598.38	1,008.05	63.07
สัมมารมินบุรี 2 /ถ.สามวา	บ้านพร้อมที่ดิน	274	61-1-44	42-0-45	บมจ.สัมมาร	ก.ค.44-ก.ค.54	576.78	580.67	100.67
สัมมารรามคำแหง /ถ.รามคำแหง	บ้านพร้อมที่ดิน	140	36-1-30.8	22-0-30	บมจ.สัมมาร	พ.ย.50-ช.ค.58	525.89	539.37	102.56
Aqua Divina by Sammakorn	บ้านพร้อมที่ดิน	200	66-2-22.1	41-3-60.1	บมจ.สัมมาร	มี.ย. 52-ช.ค.59	995.94	727.64	73.06
สัมมารชัยพฤกษ์-วงแหวน	บ้านพร้อมที่ดิน	181	43-2-3.6	28-3-83.9	บมจ.สัมมาร	มี.ย. 53-ช.ค.60	492.24	312.66	63.52
S9 Condominium	อาคารชุด	655	6-2-86.1	19,544 ตรม.	บมจ.สัมมาร	มี.ย. 53-มี.ย.58	808.41	300.90	37.22

ชื่อ/ที่ตั้งโครงการ	วันที่เปิดขาย โครงการ	ราคาขาย ต่อหน่วย (ล้านบาท)	มูลค่าโครงการ (ล้านบาท)	ความคืบหน้าการขาย		วิธี รับรู้ รายได้	ยอดรับรู้ รายได้สะสม (ล้านบาท)	มูลค่าที่ขาย ให้กลุ่มผู้บริหาร หรือผู้ถือหุ้น	จำนวนที่โอนแล้ว	
				มูลค่าที่ขายแล้ว	ร้อยละของ มูลค่าโครงการ				หน่วย	มูลค่า (ล้านบาท)
สัมมารมินบุรี 1/ถ.สามวา	23 ช.ค.2535	4.2-5.2	1,302.90	1,198.51	91.99	1	1,217.91	ไม่มี	385	1,217.91
สัมมารนิมิตใหม่/ถ.นิมิตใหม่	25 ช.ค.2537	4.6-5.2	1,579.40	1,654.31	104.74	1	1,544.11	ไม่มี	567	1,544.11
สัมมารรังสิต คลอง 2/ถ.รังสิต-นครนายก	25 พ.ย.2538	3.9-4.6	1,322.50	1,144.26	86.52	1	1,089.83	ไม่มี	308	1,089.83
สัมมารรังสิต คลอง 7/ถ.รังสิต-นครนายก	25 พ.ย.2539	3.7-4.5	1,997.97	947.55	47.43	1	853.50	ไม่มี	306	853.50
สัมมารมินบุรี 2 /ถ.สามวา	9 มี.ค.2545	2.5-3.9	801.09	933.13	116.48	1	869.64	ไม่มี	266	869.64
สัมมารรามคำแหง /ถ.รามคำแหง	22 มี.ค.2551	6.4-12.0	750.20	339.97	45.32	1	285.28	ไม่มี	135	285.28
Aqua Divina by Sammakorn	9 ก.ย.2553	7.5-20.4	1,402.73	903.19	46.14	1	422.10	ไม่มี	133	422.10
สัมมารชัยพฤกษ์-วงแหวน	17 ก.พ.2556	3.9-6.5	693.29	74.61	10.76	1	63.14	ไม่มี	16	63.14
S9 Condominium	17 ก.พ.2556	1.4-2.9	1,077.88	601.05	55.76	1	0.00	ไม่มี	0	0.00

## 2.2 ตลาดและการแข่งขัน

### กลยุทธ์การตลาดและการแข่งขัน

นโยบายที่บริษัทถือปฏิบัติเสมอมาได้แก่การที่บริษัทไม่เพียงแต่สร้างบ้าน แต่ยังสร้างสังคม ยังคงเป็นปรัชญาในการทำงานอยู่เสมอ บริษัทเชื่อว่าความสัมพันธ์ที่ดีในสังคมก็คือรั้วป้องกันบ้านที่ดี ดังนั้นภายในโครงการต่างๆ ที่บริษัทได้ดำเนินการมาทั้งอดีตและปัจจุบัน จะเริ่มมีการเพิ่มเติมส่วนสาธารณูปโภคหรือสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ชุมชน ที่สามารถส่งเสริมนโยบายดังกล่าวข้างต้นของบริษัทได้ อาทิ สวน 4 GEN ในโครงการบางกระบือ ที่มีหลายสิ่งที่ถูกบ้านสามารถมาใช้ทำกิจกรรมที่สร้างความสามัคคีในชุมชนได้

ภายหลังจากบริษัทประสบความสำเร็จจากได้เปลี่ยนนโยบายจากการสร้างบ้านแบบสร้างมาเน้นนโยบายสร้างบ้านเสร็จก่อนขาย ทำให้บริษัทยังคงมุ่งเน้นที่จะดำเนินนโยบายดังกล่าวต่อไป โดยบริษัทได้เพิ่มนโยบายการส่งมอบบ้านให้แก่ลูกค้าด้วยคุณภาพที่ดีและทันเวลา ทั้งนี้บริษัทได้เน้นให้บ้านทุกหลังที่จะส่งมอบให้แก่ลูกค้าต้องผ่านกระบวนการตรวจสอบคุณภาพจากทั้งฝ่ายดูแลงานวิศวกรรม และฝ่ายดูแลลูกค้า เพื่อให้มั่นใจได้ว่าบ้านที่สร้างเสร็จจะถูกต้องตามหลักวิศวกรรมพื้นฐานและตรงความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย กลยุทธ์ดังกล่าวได้เพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของบริษัทและยังเพิ่มความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้าได้สูงขึ้น ในขณะที่โครงการ S9 คอนโดมิเนียม โครงการอาคารชุดเพื่อพักอาศัยโครงการแรกของบริษัท ยังคงใช้กลยุทธ์ในการให้ลูกค้าจองและผ่อนดาวน์กับโครงการ ทั้งนี้เพื่อเพิ่มโอกาสในการขึ้นขอสินเชื่อที่พักอาศัยของลูกค้าเมื่อครบกำหนดระยะเวลาในการโอนกรรมสิทธิ์ห้องชุด

อีกหนึ่งกลยุทธ์ที่สำคัญที่บริษัทให้ความสำคัญสูงคือกลยุทธ์ในการวางแผนการตลาด การดำเนินงานของบริษัทได้เน้นหนักความเข้าใจในลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก ทั้งนี้เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง ในการวางแผนการตลาดของโครงการต่างๆจะมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับที่ตั้งของโครงการนั้นๆ ซึ่งหากจำแนกกลุ่มเป้าหมายของโครงการต่างๆสามารถจำแนกออกได้ดังนี้

1. กลุ่มเป้าหมายที่มีที่ทำงานในทำเลเดียวกับโครงการและต้องการหาที่พักอาศัยที่อยู่ใกล้กับที่ทำงาน
2. กลุ่มเป้าหมายที่พักอาศัยในโครงการบ้านหรือทาวน์เฮาส์ขนาดเล็กในระยะหนึ่งและต้องการขยายขนาดที่อยู่อาศัยที่มีพื้นที่ใหญ่ขึ้นแต่ไม่ถนัดย้ายทำเล
3. กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการขยายครอบครัวแต่ไม่ต้องการย้ายทำเลหรือย้ายห่างไกลจากครอบครัวเดิม

นอกเหนือจากกลยุทธ์ที่ดำเนินการข้างต้น บริษัทยังเริ่มมองเห็นความสำคัญของการขยายฐานและกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ บริษัทจึงได้เริ่มต้นศึกษาโอกาสความเป็นไปได้ในการเพิ่มประเภทของสินค้าที่พักอาศัยประเภททาวน์โฮม เพื่อจับกลุ่มเป้าหมายที่เริ่มสร้างครอบครัวแต่ยังมีกำลังซื้อค่อนข้างจำกัด บริษัทได้ทำการซื้อที่ดินเพื่อพัฒนาและคาดว่าจะเปิดขายได้ประมาณไตรมาส 3 ปี ของ พ.ศ. 2558 โดยจะเปิดตัว Brand ใหม่ที่จะใช้กับสำหรับสินค้ากลุ่มนี้โดยเฉพาะ ซึ่งในอนาคตบริษัทจะมี Brand สำหรับกลุ่มสินค้าของบริษัทดังนี้

1. Brand สัมมากร สำหรับที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยว
2. Brand S9 สำหรับที่อยู่อาศัยประเภทอาคารชุด
3. Brand ใหม่ สำหรับที่อยู่อาศัยประเภททาวน์โฮม

นอกจากนั้นเพื่อให้นโยบายดังกล่าวข้างต้นบรรลุถึงเป้าหมาย บริษัทจึงเสริมความพร้อมในด้านต่างๆอีกดังนี้

- ก. ความพร้อมทางการเงิน และสภาพคล่อง โดยการปรับโครงสร้างทางการเงินให้เหมาะสมกับลักษณะการพัฒนาโครงการ เตรียมวงเงินหมุนเวียนให้เพียงพอ เพื่อป้องกันปัญหาขาดสภาพคล่อง หากโครงการไม่สามารถดำเนินการได้ตามแผนที่กำหนดไว้
- ข. ความพร้อมด้านการก่อสร้างและพัฒนาโครงการ นอกจากการเตรียมแผนการบริหารโครงการก่อสร้างให้เป็นระบบและรัดกุม ทั้งก่อนและหลังการก่อสร้าง เพื่อลดงานแก้ไขให้เหลือน้อยที่สุดแล้ว บริษัทฯ ได้นำเอาเทคโนโลยีผนังหล่อสำเร็จรูปมาใช้ในการสร้างบ้าน เนื่องด้วยระบบดังกล่าวในปัจจุบันได้ถูกพัฒนาไปก้าวหน้าไกลกว่าในอดีตมากแล้ว ทำให้บริษัทได้เล็งเห็นถึงโอกาสในการนำมาใช้เพื่อตอบสนองแผนการตลาดและขายที่จะต้องรวดเร็วขึ้นในขณะที่คุณภาพของสินค้าส่งมอบให้แก่ลูกค้าต้องยังอยู่ในมาตรฐานคุณภาพของบริษัท
- ค. ความพร้อมด้านการตลาดและการขาย นโยบายในการวางแผนกลยุทธ์การตลาดและการขายของบริษัทฯ จะเน้นในความรวดเร็วในการขาย เพื่อจะให้เกิดความสามารถในการหมุนเวียนเงินทุนที่รวดเร็ว เพื่อให้บรรลุตามนโยบายบริษัทฯ จึงเน้นหนักในการวิเคราะห์การตลาดอย่างต่อเนื่อง ทั้งทางด้านอุปทาน และอุปสงค์ เพื่อนำมากำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับช่องว่างทางการตลาด และยังช่วยในการพัฒนาสินค้าให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายทั้งทางด้าน รูปแบบสินค้า (Product) ราคา (Price) ช่องทางการตลาด (Distribution channel) และรูปแบบการส่งเสริมการขาย (Promotion)
- ง. ความพร้อมด้านทรัพยากรมนุษย์และการพัฒนาบุคลากร บริษัทฯ เน้นหนักให้ผู้บริหารนำความคิดรูปแบบใหม่ที่แตกต่างจากที่เคยปฏิบัติมาใช้ในการวางแผน ในขณะที่ระดับพนักงานถูกกำหนดให้เรียนรู้ในการทำงานอย่างเป็นทีม นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้ลงทุนเพิ่มเติมในส่วน โครงการพัฒนาระบบปฏิบัติการ ERP เพื่อจะช่วยให้การเชื่อมต่อข้อมูลระหว่างฝ่ายและระดับต่างๆ อันจะนำมาซึ่งผลสำเร็จของงานอย่างมีคุณภาพ ทันเวลา และภายใต้ต้นทุนที่กำหนดไว้ได้

#### (ก) นโยบายและลักษณะการตลาด

##### นโยบายการตลาด

การวางแผนกลยุทธ์ของบริษัทฯ จะมุ่งเน้นความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก การพัฒนาสินค้าหรือโปรโมชั่นต่างๆจะต้องตรงกับความต้องการของลูกค้า

##### กลยุทธ์การตลาด

ดังที่กล่าวมาแล้วถึงความสำคัญของความต้องการของลูกค้า บริษัทฯ ยึดมั่นในนโยบายหลัก คือ การผลิตสินค้าและบริการที่เน้นการตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญ โดยไม่เพียงเน้นคุณภาพงานก่อสร้างเท่านั้น แต่ยังเน้นการสร้างสังคม การดูแลสภาพแวดล้อมในโครงการ ความปลอดภัย และความสะดวกสบายของสมาชิกในโครงการด้วย

การเลือกทำเลที่มีศักยภาพในการเจริญเติบโตเป็นหลักโดยการจัดซื้อที่ดิน เพื่อการพัฒนาที่ดินติดถนนใหญ่ การคมนาคมสะดวก ใกล้แหล่งอำนวยความสะดวก และสามารถเข้าถึงศูนย์กลางเมืองได้ง่ายและรวดเร็ว ในปัจจุบันแบ่งออกเป็น 3 โซน คือ โซนทิศตะวันออก ได้แก่ โครงการสัมมากรมินบุรี โครงการสัมมากรนิมิตใหม่ โครงการสัมมากรรามคำแหง และโครงการ สัมมากร Aqua Divina โซนทิศเหนือ ได้แก่ โครงการสัมมากรรังสิต คลอง 2 และโครงการสัมมากรรังสิต คลอง 7 โซนทิศตะวันตก ได้แก่ โครงการสัมมากร ชัยพฤกษ์-วงแหวน และโครงการ S9 Condominium

ด้านการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ บริษัทฯ ให้ความสำคัญด้านคุณภาพงานก่อสร้าง มีการดูแลควบคุม และตรวจสอบงานก่อสร้างให้ได้มาตรฐาน และด้านคุณภาพงานบริการ คุณภาพของสิ่งแวดล้อมที่ร่มรื่นในโครงการ รวมถึงความปลอดภัย และคุณภาพของสังคมโดยรวมของโครงการด้วย ซึ่งการพัฒนาคุณภาพสังคมในโครงการนั้นบริษัทฯ ถือว่าเป็นสิ่งสำคัญ เพราะจะเป็นรากฐานของการอยู่ร่วมกัน ช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกัน ซึ่งจะทำให้สังคม น่าอยู่และมีความสุข โดยบริษัทฯ จัดกิจกรรมส่งเสริมให้ลูกบ้านในโครงการต่างๆ มีกิจกรรมร่วมกันอย่างสม่ำเสมอ โดยบริษัทฯ มุ่งเน้นการบริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจสูงสุด

ด้านการกำหนดราคา บริษัทฯ ใช้กลยุทธ์การตั้งราคาที่ใกล้เคียงกับคู่แข่ง การวางตำแหน่งของสินค้าให้ได้เปรียบคู่แข่งในทำเลเดียวกัน โดยใช้ลักษณะของสภาพบรรยากาศโครงการ ขนาดที่ดิน และพื้นที่ใช้สอย และเพิ่มความแตกต่างทางด้านแนวคิด และจุดขาย เป็นลักษณะเฉพาะของแต่ละโครงการ ซึ่งทำให้ราคาขายแตกต่างจากคู่แข่ง นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังเน้นการบริหารต้นทุน ตั้งแต่ต้นทุนทางการเงิน ต้นทุนค่าที่ดิน ต้นทุนการพัฒนาโครงการ และต้นทุนการก่อสร้าง ซึ่งการบริหารต้นทุนดังกล่าว เป็นการบริหารต้นทุนให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยยึดหลักการ คือ ผลิตสินค้าและบริการที่ได้มาตรฐานตรงตามความต้องการของลูกค้าในราคาที่เหมาะสม โดยบริษัทฯ เน้นการพัฒนาที่ดินและสร้างบ้าน เพื่อขายให้แก่ผู้มีรายได้ปานกลางในระดับราคา 3-8 ล้านบาท ขนาดที่ดิน 50-70 ตารางวา ขนาดบ้าน 120-200 ตารางเมตร เป็นหลัก ซึ่งกลยุทธ์ในการตั้งราคานี้ใช้หลักการตั้งราคาให้สมเหตุสมผล ซึ่งแต่ละโครงการจะแตกต่างกันตามทำเลที่ตั้ง ขนาดที่ดิน และขนาดบ้าน

### ช่องทางการจำหน่าย

- บริษัทฯ เน้นการขายที่สำนักงานขายโครงการเป็นหลัก โดยสร้างบรรยากาศให้อบอุ่นประทับใจ มีบ้านตัวอย่างที่ตกแต่งเป็นแนวคิดตามสมัยนิยมเพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าใจรายละเอียดของแบบบ้าน ช่วยการตัดสินใจให้ง่ายขึ้น นอกจากนี้ยังได้ออกบูธในงานบ้าน และคอนโด และตามห้างสรรพสินค้าใกล้เคียงกับโครงการเป็นการเพิ่มโอกาสพบกับกลุ่มเป้าหมายที่กำลังมองหาบ้าน

### การโฆษณา และประชาสัมพันธ์

- ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์นั้น บริษัทฯอาศัยการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายผ่านการประชาสัมพันธ์แบบเจาะจงกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง สื่อหลักที่ใช้คือ ป้ายโฆษณา ทั้งบิลบอร์ด และมินิบอร์ด บนถนน และแยกหลักที่จะผ่านมายังโครงการ ไคเรคเมล์ อีเมลล์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งการโฆษณาประชาสัมพันธ์แบบเจาะกลุ่มนี้ต้องอาศัยระบบฐานข้อมูล ซึ่งบริษัทฯ มีการพัฒนาระบบฐานข้อมูลด้านการตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด



- ด้านการส่งเสริมการขาย บริษัทฯ ได้จัดทำอย่างต่อเนื่องและแตกต่างตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่ เพื่อเร่งรัดการตัดสินใจของกลุ่มเป้าหมายให้เร็วยิ่งขึ้น ในการกำหนดรายการส่งเสริมการขาย บริษัทฯ จะใช้ข้อมูลจากการวิจัยความต้องการของลูกค้าที่เข้าแะชมโครงการเป็นหลัก

### **การบริการ**

- บริษัทฯ ให้ความสำคัญการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างมีคุณภาพ โดยมีการวัดความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการในด้านต่างๆ และนำข้อมูลเหล่านั้นมาปรับปรุงพัฒนา นอกจากนี้ยังมีการอบรมพัฒนานุคลากรอย่างต่อเนื่อง ให้ตระหนักถึงความสำคัญของลูกค้า เข้าใจความต้องการของลูกค้า และใส่ใจการให้บริการ เพื่อให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจสูงสุด

### **การสร้างภาพลักษณ์**

- บริษัทฯ มีการพัฒนาภาพลักษณ์ให้ทันสมัยขึ้น โดยให้กลุ่มเป้าหมายยังสามารถเชื่อมโยงความมั่นคงและประสบการณ์ที่ดีในอดีตกับภาพลักษณ์ใหม่ที่ทันสมัยขึ้น และได้ปรับเปลี่ยนโลโก้ใหม่ภาษาไทยให้สอดคล้องด้วย นอกจากนี้ยังมีการวางแผนในการออกแบบรูปแบบของบ้านสำหรับโครงการใหม่ให้ทันสมัยและไปตามเทรนด์ของตลาดด้วยเช่นกัน

### **ลักษณะลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย**

การจัดแบ่งลักษณะของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ คือ

#### **ก. กลุ่มลูกค้าเดิม**

หมายถึง กลุ่มลูกค้าที่อาศัยและซื้อบ้านในโครงการของสัมมากรอยู่แล้ว ลูกค้ากลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มที่บริษัทฯ ให้บริการดูแลชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เป็นสังคมคุณภาพ ลูกค้ากลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มที่แนะนำญาติ พี่น้อง เพื่อน มาเป็นลูกค้าใหม่ หรือขยายขยายซื้อบ้านในโครงการของสัมมากรเพิ่มในเวลาต่อมา

#### **ข. กลุ่มลูกค้าใหม่**

หมายถึง กลุ่มที่ยังไม่ได้ซื้อบ้านของสัมมากร ในกลุ่มนี้สามารถแบ่งย่อยออกเป็น

- กลุ่มที่เคยแะชมโครงการ จะเป็นกลุ่มที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญ เพราะถือว่ามีความต้องการซื้อบ้าน จะมีการจัดเก็บข้อมูลลูกค้าเพื่อนำมาวิเคราะห์ความต้องการ และนำเสนอสินค้าที่ตรงตามความต้องการของลูกค้า บริษัทฯ จะสื่อสารข้อมูลให้ลูกค้าอย่างต่อเนื่องทั้งทางเอกสาร และการติดต่อจากพนักงานขาย

- กลุ่มที่ยังไม่เคยแะชมโครงการ จะเป็นกลุ่มลูกค้าที่ต้องใช้กลยุทธ์การโฆษณาประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เข้าถึงลูกค้า และกระตุ้นให้เกิดความสนใจ พร้อมทั้งเชิญชวนให้แะชมโครงการ และบริษัทฯ ยังนำปัจจัยด้านอื่นมาพิจารณาเพื่อหากกลุ่มลูกค้าเพิ่มขึ้นด้วย เช่น



- ด้านทำเลที่อยู่อาศัย กลุ่มลูกค้าของสัมมากรส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในรัศมีประมาณ 10 กิโลเมตร รอบโครงการ และในกรณีที่มีการตัดถนนใหม่หลายเส้นทาง ซึ่งทำให้เกิดกลุ่มเป้าหมายในทำเลใหม่ๆ ที่สามารถเดินทางมาถึงโครงการ และสามารถเดินทางไปทำงานได้สะดวก

- ด้านอายุ กลุ่มเป้าหมายหลักของสัมมากรมีอายุในช่วง 25-35 ปี และช่วง 36-45 ปี

- ด้านสถานะทางสังคม กลุ่มเป้าหมายหลักของสัมมากรจัดอยู่ในระดับ C-B+ ซึ่งสอดคล้องกับระดับราคาของสินค้า คือ ส่วนใหญ่ประมาณ 3-8 ล้านบาท

## (ข) ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

### ● สภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรม

ตลาดอสังหาริมทรัพย์ในปีพ.ศ. 2557 ที่ผ่านมามีปัญหาหลายอย่าง ที่มีผลต่อความมั่นใจ และกระทบต่อกำลังซื้อของคนไทยทำให้ตลาดที่อยู่อาศัยโดยเฉพาะคอนโดมิเนียม และบ้านพักที่อาศัยกำลังซื้อของคนไทยเป็นหลัก ล้วนได้รับผลกระทบ โดยตลาดอสังหาริมทรัพย์ที่ได้รับผลกระทบมากที่สุด คือ ตลาดคอนโดมิเนียม ในปีที่ผ่านมาเริ่มกลับมาฟื้นตัวในช่วงไตรมาสที่ 4 โดยในไตรมาสที่ 4 มีคอนโดมิเนียมเปิดตัวมากกว่า 15,560 ยูนิต มากกว่าไตรมาสที่ 3 ประมาณ 33% และมากที่สุดเมื่อเทียบกับทุกไตรมาสในปีพ.ศ. 2557 ส่งผลให้จำนวนคอนโดมิเนียมที่เปิดขายในปีพ.ศ. 2557 มีจำนวนรวมประมาณ 50,100 ยูนิต น้อยกว่าจำนวนรวมในปีพ.ศ. 2556 ประมาณ 2% เท่านั้น ต่ำกว่าที่คาดการณ์ในช่วงต้นปีไปมาก เพราะว่ามีผู้ประกอบการมาเร่งเปิดขายโครงการใหม่ๆ ในช่วงไตรมาสที่ 4 ของปี

ข้อมูลจากธนาคารแห่งประเทศไทยรายงานว่า GDP ประเทศไทยปี 2557 โตเพียงร้อยละ 0.8 เหตุผลหลักเพราะเหตุการณ์ไม่สงบทางการเมืองที่เริ่มมาตั้งแต่ปลายปี 2556 จนเกิดรัฐประหารวันที่ 22 พฤษภาคม 2557 ส่งผลให้การใช้จ่ายของภาครัฐหยุดชะงัก ภาคเอกชนชะลอการลงทุน ผู้บริโภคชะลอการตัดสินใจและขาดความเชื่อมั่นในเศรษฐกิจไทย ส่งผลกระทบต่อธุรกิจโดยรวมเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะภาคอสังหาริมทรัพย์ เนื่องจากเป็นสินค้าที่มีราคาสูงและส่งผลกระทบต่อสถานะการเงินของผู้บริโภคในระยะยาว

การรัฐประหารในเดือนพฤษภาคม แม้ไม่เป็นที่พอใจของสังคมตะวันตกบ้าง แต่ถือว่าเป็นจุดเริ่มต้นของความชัดเจน และที่สำคัญ ได้ยุติความรุนแรงและนำประเทศไทยเข้าสู่ภาวะสงบอีกครั้งหนึ่ง มีการตั้งคณะรักษาความสงบแห่งชาติ หรือ คสช. เพื่อดำเนินการยุติความขัดแย้งและเริ่มกระบวนการแก้ไขวิกฤตทางการเมือง ต่อมาเมื่อวันที่ 30 สิงหาคม 2557 มีการจัดตั้งรัฐบาล นำโดย พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี หนึ่งในนโยบายหลักของรัฐบาลคือการกระตุ้นเศรษฐกิจไทย รวมถึงการให้ความชัดเจนเกี่ยวกับการลงทุนของภาครัฐในระบบสาธารณูปโภคต่างๆ และการแก้ไขปัญหาหนี้ครัวเรือน ซึ่งล้วนแต่จะมีผลบวกกับภาคอสังหาริมทรัพย์โดยรวม

ข้อมูลจากศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ การโอนกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัยในกรุงเทพฯและปริมณฑลปี 2557 มีมูลค่า 417,412 ล้านบาท คิดลบร้อยละ 4 เมื่อเทียบกับปี 2556 แต่ทั้งนี้ที่อยู่อาศัยแนวราบ คือบ้านเดี่ยว บ้านแฝด และทาวน์เฮ้าส์ คิดลบเพียงร้อยละ 1 เมื่อเทียบกับคอนโดมิเนียมที่คิดลบร้อยละ 6 หากเจาะลึกตัวเลขโดยแยกเปรียบเทียบระหว่างครึ่งปีแรกและครึ่งปีหลัง จะเห็นว่าครึ่งปีแรกการโอนกรรมสิทธิ์คอนโดมิเนียมเพิ่มขึ้นจากปี 2556 ถึงร้อยละ 25

แบบ 56-1 ปี 2557

และที่อยู่อาศัยแนวราบน้อยกว่าปี 2556 ร้อยละ 7 แต่ครั้งปีหลังของ 2557 การโอนกรรมสิทธิ์คอนโดมิเนียมติดลบถึงร้อยละ 26 ส่วนที่อยู่อาศัยแนวราบเพิ่มขึ้นร้อยละ 4 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2556

#### ตารางมูลค่าการโอนกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัยในกรุงเทพฯ และปริมณฑลปี 2556 และ 2557

มูลค่า (ล้านบาท)	ครั้งแรก	ครั้งหลัง	2556	ครั้งแรก	ครั้งหลัง	2557
	2556	2556		2557	2557	
คอนโดมิเนียม	60,948	100,347	161,295	76,396	74,648	151,044
บ้านแนวราบ	108,880	124,876	233,756	101,569	129,702	231,271
อาคารพาณิชย์	18,490	22,056	40,546	18,127	16,970	35,097
รวม	188,318	247,278	435,596	196,092	221,320	417,412

#### ข้อมูลจากศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์

จากข้อมูลดังกล่าว เห็นได้ชัดว่าที่อยู่อาศัยแนวราบมีการฟื้นตัวได้ดีในครั้งหลังปี 2557 สามารถสะท้อนสภาพเศรษฐกิจที่ฟื้นตัว เนื่องจากผู้ประกอบการปัจจุบันใช้กลยุทธ์สร้างบ้านก่อนขาย เพราะฉะนั้นระยะเวลาตั้งแต่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อบ้านแนวราบจนโอนกรรมสิทธิ์จึงมีระยะสั้น แตกต่างกับคอนโดมิเนียมที่ใช้เวลาหนึ่งถึงสามปี

ปี 2558 ธนาคารแห่งประเทศไทยคาดว่าเศรษฐกิจไทยจะขยายตัวประมาณร้อยละ 4 และเศรษฐกิจโลกยังอยู่ในสภาวะที่ฟื้นตัวแต่ยังเปราะบาง สหรัฐอเมริกาประกาศยุติมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของธนาคารกลางสหรัฐฯ สะท้อนการฟื้นตัวของเศรษฐกิจสหรัฐฯ ส่วนด้านฝั่งยุโรป นโยบายการเงินเพื่อสนับสนุนการขยายตัวของเศรษฐกิจของธนาคารกลางยุโรป อาจส่งผลให้เงินทุนเคลื่อนย้ายมีความผันผวนมากขึ้น เศรษฐกิจจีนลดความร้อนแรงลง และมีแนวโน้มขยายตัวในอัตราไม่สูงนัก ซึ่งเป็นสัญญาณที่ดี เนื่องจากจะลดความเสี่ยงภาคอสังหาริมทรัพย์ ที่มีความกังวลเรื่องสภาวะฟองสบู่ ด้านราคาน้ำมันยังคงมีความผันผวน แต่คาดว่าราคาจะคงอยู่ในเกณฑ์ที่ต่ำเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา

ส่วนภายในประเทศไทย นโยบายการคลังและการเงินเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลที่ให้ความสำคัญและความชัดเจนกับการลงทุนในระบบสาธารณูปโภค ไม่ว่าจะเป็นระบบถนน ระบบราง การเดินทางทางน้ำ และการเดินทางทางอากาศ ทั้งนี้เมื่อภาครัฐมีการลงทุนก่อสร้างระบบสาธารณูปโภคต่างๆ จะส่งผลต่อสภาวะแรงงานขาดแคลน และอาจมีผลทำให้ราคาวัสดุก่อสร้างขยับตัวขึ้น

เพราะฉะนั้นปี 2558 บริษัทฯ จึงมุ่งเน้นการพัฒนาวิธีการก่อสร้างที่จะลดการพึ่งพาแรงงาน และการลงทุนระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อลดขั้นตอนและเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ที่อยู่อาศัยประเภทแนวราบในกรุงเทพฯ และปริมณฑลยังคงเป็นสินค้าหลักของบริษัทฯ ส่วนคอนโดมิเนียมจะมุ่งเน้นตำแหน่งใกล้ระบบสาธารณูปโภคประเภทราง และยังกระจายความเสี่ยงโดยการขยายธุรกิจเพื่อให้เข้าไปยังหัวเมืองต่างจังหวัด นอกจากนี้แล้ว บริษัทฯ ยังต้องพัฒนาคุณภาพของสินค้า และคุณภาพการบริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและส่งเสริมให้เกิดสังคมที่ดีในทุกๆ โครงการของ 'สัมมากร' ตามปรัชญาที่เราตั้งไว้เมื่อ 45 ปีที่แล้ว นั่นคือ 'เราไม่เพียงแต่สร้างบ้าน แต่เราสร้างสังคม'

### นโยบายการดำเนินธุรกิจ

บริษัทฯ มีนโยบายในการดำเนินธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยเพื่อจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2557 ยังคงอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้แก่ จังหวัดปทุมธานี และจังหวัดนนทบุรี โดยมีเป้าหมายและนโยบายหลัก ๆ ดังนี้ :-

1. มุ่งเน้นพัฒนาสินค้าประเภทบ้านเดี่ยวพร้อมที่ดินอย่างต่อเนื่อง ซึ่งบริษัทมีความถนัดทั้งในส่วนของการทำการตลาดในทำเลและการพัฒนาสินค้า โดยตั้งเป้าหมายเร่งปิดการขายโครงการปัจจุบัน เพื่อสร้างสภาพคล่องในการซื้อที่ดินใหม่เพื่อพัฒนาโครงการใหม่
2. พัฒนาปรับปรุงสาธารณูปโภค และบริการสาธารณะ ให้อยู่ในสภาพที่เหมาะสมกับการใช้งาน เมื่อลูกค้าครบกำหนดตามโครงการและวิธีการจัดสรรแล้ว บริษัทฯ มีนโยบายในการจัดตั้งนิติบุคคลบ้านจัดสรรในทุกโครงการ เพื่อให้เจ้าของร่วมได้มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการชุมชนด้วยตนเอง โดยมีสิทธิ์และหน้าที่ตามกฎหมาย อันจะนำมาซึ่งความเข้มแข็งของแต่ละชุมชนได้เป็นอย่างดี
3. คุณภาพบ้านที่พร้อมส่งมอบแก่ผู้ซื้อ บริษัทฯ จัดทีมตรวจสอบคุณภาพงานก่อสร้างอย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ เพื่อให้มั่นใจว่า บริษัทฯ จะส่งมอบบ้านที่มีคุณภาพให้แก่ผู้ซื้อได้ตามกำหนดเวลา
4. พัฒนาทีมงานบริหารลูกค้าสัมพันธ์ บริการหลังการขาย เพื่อให้มีประสิทธิภาพในการรับเรื่องราวจากลูกค้า ถึงแม้ในกรณีที่โครงการได้ปิดการขายและโอนกรรมสิทธิ์แก่ผู้ซื้อทั้งหมดแล้ว ทีมงานบริหารลูกค้าสัมพันธ์ดังกล่าวยังคงมีหน้าที่ให้บริการลูกค้าอย่างต่อเนื่องจนครบกำหนดตามสัญญา รวมทั้งการให้ข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์กิจกรรมการตลาดของบริษัทฯ ที่มีประสิทธิภาพอีกทางหนึ่งด้วย อันจะส่งผลให้แบรนด์ของบริษัทฯ เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องและยาวนาน
5. เสริมสร้างพันธมิตรทางการค้า เช่น การรวมกลุ่มผู้ประกอบการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ เพื่อการแลกเปลี่ยนนวัตกรรมและแนวทางการพัฒนาโครงการให้ลดความเสี่ยง และเพิ่มอัตราผลกำไร โดยเป็นรายการที่ไม่เป็นความลับในทางธุรกิจที่จะทำให้มีส่วนได้เสีย ซึ่งบริษัทฯ ยังเป็นหนึ่งในสมาชิกของสมาคมอสังหาริมทรัพย์ไทย ที่มีจำนวนสมาชิกผู้ประกอบการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์กว่า 300 บริษัท

### การพัฒนาองค์กร และบุคลากร

ในปีพ.ศ. 2557 บริษัทฯ ได้กำหนดให้เป็นปีแห่งการพัฒนาองค์กรทั้งในด้านบุคลากร และระบบปฏิบัติการ เพื่อให้บริษัทฯ สามารถทำงานได้อย่างทัดเทียมกับบริษัทชั้นนำในตลาด โดยกำหนดเป้าหมายให้บุคลากรของบริษัท มุ่งเน้นและให้ความสำคัญกับความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลักในการทำงาน บริษัทฯ ได้เตรียมความพร้อมในด้านโปรแกรมฝึกอบรมให้แก่บุคลากรอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้บุคลากรมีความเข้าใจในแนวทางการเติบโตทางธุรกิจของบริษัทฯ ในทิศทางเดียวกัน และยังส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือร่วมใจในการทำงานของบุคลากรทุกหน่วยงาน ในขณะที่

แบบ 56-1 ปี 2557

ระบบปฏิบัติการที่บริษัทฯ จะนำมาประยุกต์ใช้จะต้องส่งเสริมให้เกิดความรวดเร็วและถูกต้องในการทำงานระหว่างฝ่ายมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมีเกณฑ์การวัดผลกระบวนการทำงานด้วยระบบ ISO การวัดความสำเร็จขององค์กรทั้งสี่ด้าน ตามหลักการของ Balance Scorecard ได้แก่

1. มุมมองด้านการเงิน (Financial Perspective)
  2. มุมมองด้านลูกค้า (Customer Perspective)
  3. มุมมองด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective)
  4. มุมมองด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (Learning and Growth Perspective)
- บริษัทฯ จึงเชื่อมั่นว่า บริษัทฯ จะเติบโตอย่างยั่งยืนดังเช่นที่ดำเนินธุรกิจมาอย่างยาวนาน

#### ● จำนวนคู่แข่ง

สำหรับคู่แข่งของบริษัทฯ ส่วนใหญ่เป็นบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์รายใหญ่ เช่น บริษัท แลนด์แอนด์เฮาส์ จำกัด (มหาชน) บริษัท ควอลิตี้ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) บริษัท พร็อพเพอร์ตี้ เพอร์เฟกต์ จำกัด (มหาชน) บริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) และบริษัท พญา เรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน) และยังมีบริษัทจัดสรรรายย่อยอีกหลายราย

คู่แข่งรายสำคัญที่มีระดับราคาขาย กลุ่มเป้าหมาย และที่ตั้งโครงการอยู่ในทำเลเดียวกับโครงการของสัมมากร

โครงการ/ทำเล	ที่ตั้ง	โครงการ
มินบุรี นิมิตใหม่ และหทัยราษฎร์	ถนนนิมิตใหม่ ถนนหทัยราษฎร์	บ้านราชพฤกษ์, พญา วิลด์, Habitia หทัยราษฎร์, ชัยพฤกษ์ หทัยราษฎร์, Lanceo
รามคำแหง	ถนนรามคำแหง	เพอร์เฟกต์พาร์คสุวรรณภูมิ, พาร์คเวย์ ชาญ, เพอร์เฟกต์ เฟส รามคำแหง สุวรรณภูมิ, คาซ่าวิลด์ วังแขวน, มั่นหนาพระราม 9, SC Asset กรุงเทพมหานคร กรีฑา, เศรษฐสิริ กรุงเทพมหานคร, Life Bangkok Boulevard วังแขวน, Nirvana วังแขวน และเคซีเอ็นเซอร์วิส ซิตี้ รามคำแหง
รังสิต-นครนายก คลอง 1 - 4	ถนนรังสิต - นครนายก	พญาวิลเลจ, สถาพร, สินธานี, ดิสคอฟเวอรี่, ลีฟวิ่งนารา, อินนิซิโอ, เดอะ ซินเนอร์รี่(พญา) คาซ่าวิลด์, Life Bangkok Boulevard
รังสิต-นครนายก คลอง 5 - 13	ถนนรังสิต - นครนายก	บ้านทรัพย์ธานี, สุภาลัย วิลด์, ฟอรัสโฮม, พญา วิลเลจ 2, ชาริรี ไลฟ์ บางกอก บูเลอวาร์ด รังสิต, รัชฎาภิรมย์ คลอง 5, เซ็ตรงโคซี่
ราชพฤกษ์ ชัยพฤกษ์ 345	ชัยพฤกษ์ ราชพฤกษ์ วังแขวน 345	สุภาลัย วิลด์, ดิซีโอ ราชพฤกษ์, เพอร์เฟกต์ เฟส วังแขวน -ราชพฤกษ์, ลกวัน 15, ฮาบีเทีย บอนด์, เปรม สิริ

## ศักยภาพในการแข่งขันของบริษัท

- บริษัทฯ ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 9001 : 2008 แสดงถึงศักยภาพในการดำเนินงานภายใน ซึ่งส่งผลต่อประสิทธิภาพในการแข่งขัน และเป็นที่ยอมรับของลูกค้า
- บริษัทฯ มีการจัดการด้านการเงินที่เป็นระบบ มีหนี้เงินกู้้น้อย ทำให้ความเสี่ยงด้านการเงิน และภาระดอกเบี้ยจ่ายมีจำกัด และสถาบันการเงินให้การสนับสนุนเป็นอย่างดี
- บริษัทฯ มีผลการดำเนินงานที่ผ่านมาอยู่ในเกณฑ์ดี มีกำไรสะสมอยู่มากทำให้มีศักยภาพการทำการสูง และสามารถให้ผลตอบแทนผู้ถือหุ้นได้อย่างสม่ำเสมอ
- บริษัทฯ มีความแข็งแกร่งในตรา “สัมมาร” ทำให้ได้รับความเชื่อถือไว้วางใจจากลูกค้า
- บริษัทฯ มีฐานลูกค้าที่มีขนาดใหญ่ มีการบอกต่อหรือแนะนำเพื่อน ญาติ พี่น้องมาซื้อ นอกจากนี้ลูกค้าใหม่ที่แวะเข้าไปในโครงการของสัมมาร ก็จะประทับใจในการ เอาใจใส่ คุณภาพสังคม สิ่งแวดล้อม และบรรยากาศในโครงการ
- บริษัทฯ ได้มีการปรับปรุงพัฒนาศักยภาพของโครงการ ให้สามารถแข่งขันได้ดีทั้งในสภาวะการปัจจุบัน และในอนาคต

นอกจากนี้ ได้มีการปรับปรุงพัฒนาระบบฐานข้อมูลความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ทำให้สามารถพัฒนาสินค้าและบริการให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้

บริษัท สัมมาร จำกัด (มหาชน) มีประสบการณ์ในการทำธุรกิจบ้านจัดสรรมากกว่า 40 ปี โดยมีกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ ผู้มีรายได้ระดับปานกลาง อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล หลักในการพัฒนา โครงการบ้านจัดสรรของบริษัทจะเน้นที่สภาพสังคม รวมถึงสภาพแวดล้อม ระบบสาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัยและการบริการหลังการขาย เพื่อให้เกิดสังคมคุณภาพทำให้บริษัทฯ เป็นที่ยอมรับตลอดมา

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ยังมีจำนวนโครงการค่อนข้างน้อย และการกระจายตัวยังไม่ครอบคลุมทั่วทุกทำเลในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ทำให้บริษัทฯ เป็นที่รู้จักเฉพาะในทำเลที่มีโครงการตั้งอยู่เท่านั้น ดังนั้นการโฆษณาประชาสัมพันธ์จะเน้นเจาะกลุ่มเป้าหมายแบบเจาะจงในเขตพื้นที่ที่มีโครงการตั้งอยู่ สื่อหลักที่บริษัทฯ ใช้ ได้แก่ ป้ายโฆษณา กาออกบูธ และ Direct Mail ซึ่งบริษัทฯ ได้มีการพัฒนาฐานข้อมูลของบริษัทฯ เพื่อให้ทราบถึงความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย สามารถนำเสนอสินค้าที่ตรงกับความต้องการ ทำให้สามารถบริหารงบประมาณในการโฆษณาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

## 2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

(ก) ลักษณะการจัดให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์

### การผลิตและนโยบายการผลิต

● บริษัทฯ มีนโยบายการสร้างที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยวระดับราคาปานกลาง เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการที่อยู่อาศัยของลูกค้า นอกจากนี้บริษัทฯ มีนโยบายในการควบคุมคุณภาพของผู้รับเหมาให้มีการก่อสร้างบ้าน ที่มีคุณภาพได้มาตรฐานตามที่กำหนด เช่น มีการกำหนดมาตรฐานการก่อสร้างและวัสดุก่อสร้างเอาไว้ มีหัวหน้างานประจำแต่ละโครงการคอยควบคุมดูแล และมีหน่วยงานตรวจสอบรับผิดชอบตรวจรายงานของผู้รับเหมาอย่างสม่ำเสมอ

### การจัดหาวัตถุดิบ

● ในการจัดซื้อที่ดินนั้นบริษัทฯ มีนโยบายจัดซื้อที่ดิน โดยพิจารณาจากสภาพแวดล้อมและความพร้อมของระบบสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานเป็นสำคัญ เช่น สามารถเดินทางได้สะดวก และมีศักยภาพในการที่จะนำมาพัฒนาทั้งในปัจจุบันและในอนาคต ซึ่งการจัดซื้อที่ดินดังกล่าวนี้บริษัทฯ อาจติดต่อซื้อผ่านนายหน้า หรือติดต่อซื้อที่ดินโดยตรง ทีมงานของบริษัทฯ โดยตรง

### สภาพปัญหาเกี่ยวกับวัตถุดิบ

● ส่วนวัสดุก่อสร้างนั้น ส่วนใหญ่ใช้วัสดุภายในประเทศ บริษัทฯ ใช้วิธีเจรจาซื้อขายล่วงหน้าโดยประมาณการจำนวนที่ต้องใช้ในแต่ละปี และทำข้อตกลงกับผู้ขายไว้เพื่อให้มั่นใจว่าจะสามารถจัดวัสดุเข้าในกระบวนการก่อสร้างได้อย่างต่อเนื่องและทันเวลา บริษัทฯ มีการตกลงซื้อขายวัสดุจากผู้จำหน่ายหลายราย ในขณะนี้ มีจำนวนกว่า 10 ราย เป็นการป้องกันปัญหาความเสี่ยงเรื่องการพึ่งพาผู้จำหน่ายน้อยราย

### (ข) ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ในการก่อสร้างที่อยู่อาศัย และการก่อสร้างสาธารณูปโภคต่างๆ ของโครงการ อาจมีผลกระทบต่อสภาพสิ่งแวดล้อม ที่สำคัญ ได้แก่ ระบบระบายน้ำของโครงการ ที่ระบายน้ำเสียจากครัวเรือนเข้าสู่แหล่งน้ำสาธารณะ หากระบบบำบัดไม่ดีพอก็อาจมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สำหรับบริษัทฯ ได้มีการจัดทำระบบบำบัดน้ำเสียที่ถูกต้องได้มาตรฐานและมีการตรวจสอบซ่อมบำรุงอุปกรณ์ต่างๆ ให้มีสภาพพร้อมใช้งานได้อยู่เสมอ ดังนั้นบริษัทฯ จึงไม่มีปัญหาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมแต่อย่างใด

### 2.4 งานที่ยังไม่ได้ส่งมอบ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 บริษัทฯ มียอดขายบ้านที่อยู่ระหว่างการรอรับโอนกรรมสิทธิ์ จำนวน 27 ยูนิต คิดเป็นมูลค่าขายทั้งสิ้น 119.60 ล้านบาท คาดว่าสามารถโอนกรรมสิทธิ์ได้ในช่วงไตรมาสที่ 1-2 ของปี 2558 และมียอดจองซื้ออาคารชุดพักอาศัยจำนวน 329 ยูนิต มูลค่า 601.05 ล้านบาท คาดว่าสามารถโอนกรรมสิทธิ์ได้ในช่วงไตรมาสที่ 3 ของปี 2558

### 3. ปัจจัยความเสี่ยง

ในปี 2557 ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เข้าสู่ภาวะชะลอตัว นอกจากสถานการณ์ทางการเมืองจะเป็นแรงกดดันต่อตลาดแล้ว ยังมีปัจจัยเฉพาะของธุรกิจบ้านจัดสรร เช่น ต้นทุนค่าก่อสร้างที่ปรับตัวสูงขึ้น ปัญหาการขาดแคลนแรงงาน

การแข่งขันทางธุรกิจที่มีความรุนแรง และสถาบันการเงินเข้มงวดในการปล่อยสินเชื่อยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นความเสี่ยงที่บริษัทฯ จะต้องติดตามดูแลเป็นพิเศษ และมีมาตรการเตือนภัยล่วงหน้า เพื่อเพิ่มความระมัดระวังและลดผลกระทบ มิให้มีความรุนแรง ซึ่งเชื่อว่าจะทำให้ธุรกิจของบริษัทฯ สามารถเติบโตอย่างยั่งยืนและมั่นคงต่อไปได้

ปัจจัยความเสี่ยงที่มีโอกาสจะเกิดขึ้น และมีผลกระทบต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ ในปี 2558 มีดังต่อไปนี้

### 1. ความเสี่ยงเกี่ยวกับการแข่งขัน

ธุรกิจจัดสรรบ้านและที่ดินเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันกันสูงมาก เพราะมีผู้ประกอบการในตลาดมากมาย แต่ละรายก็เน้นที่จะเพิ่มยอดขายและกำไร ทำให้ปริมาณการก่อสร้างบ้านมีมากกว่ากำลังซื้อ บ้านจัดสรรจำเป็น ต้องสร้างเป็นการล่วงหน้าและกว่าจะแล้วเสร็จต้องใช้เวลาหลายเดือน ถ้าเกิดภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว กำลังซื้อตกลง จะเหลือบ้านในสต็อกจำนวนมาก ดังนั้นเพื่อให้ขายบ้านได้ ผู้จัดสรรจำเป็นต้องลดราคาลง ทำให้การแข่งขันยิ่งรุนแรงขึ้น ยอดขายโดยรวมจะลดลง ขณะที่ต้นทุนยังสูงอยู่

ทางแก้ไข คือ ต้องติดตามสถานการณ์ตลาดบ้านจัดสรรและทิศทางภาวะเศรษฐกิจอย่างใกล้ชิด ลดการปลูกสร้างบ้านล่วงหน้าจำนวนมาก สร้างบ้านคุณภาพ ควบคุมต้นทุน ลดค่าใช้จ่าย เน้นการบริการและเพิ่มความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า ใช้การตลาดและสร้างความแตกต่าง เพื่อรักษายอดขาย ซึ่งอาจมีผลกระทบต่อกำไรโดยรวม

### 2. ความเสี่ยงเรื่องกำลังซื้อลดลง

ความเสี่ยงดังกล่าว อาจเกิดจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก ทำให้มีผลกระทบต่อการส่งออกอย่างมีสาระสำคัญ เมื่อการส่งออกลดลงมีผลกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศค่อนข้างมาก เพราะการเติบโตทางเศรษฐกิจพึ่งพาการส่งออกในอัตราที่สูงทำให้เกิดปัญหาการว่างงาน ประกอบกับมีปัญหาหนี้ครัวเรือนด้านสังคมและการเมือง ค่อนข้างหนักจึงอาจทำให้ผู้บริโภคขาดความเชื่อมั่น และระมัดระวังเรื่องการใช้จ่ายมาก

ทางแก้ไข คือ บริษัทฯ ต้องเน้นการสร้างบ้านคุณภาพในราคาที่แข่งขันได้ โดยใช้นวัตกรรมต่างๆ เข้ามาช่วยให้มากขึ้น ทั้งรูปแบบวัสดุ และกระบวนการก่อสร้าง บริษัทฯ ต้องใช้การตลาดให้หลากหลายมากขึ้น เพื่อกระตุ้นยอดขาย ในขณะที่ยังมีข้อดี คือ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมค่อนข้างต่ำ อาจเป็นตัวกระตุ้นให้ลูกค้าเร่งซื้อบ้านได้ เพราะถ้ารอเข้าไปดอกเบี้ยอาจปรับตัวสูงขึ้น ต้นทุนจะสูงขึ้น ดังนั้นผู้ซื้อบ้านในปีนี้จะได้รับประโยชน์ หากเศรษฐกิจประเทศไทยเริ่มดีขึ้นชัดเจนในครึ่งหลังของปี สถานการณ์การเมืองมีความมั่นคง ประชาชนจะมีความเชื่อมั่นสูงขึ้น คาดว่ากำลังซื้อน่าจะเพิ่มขึ้น ความเสี่ยงจะลดลง อย่างไรก็ดีบริษัทฯ ต้องติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิด

### 3. ความเสี่ยงเรื่องสภาพคล่อง

ความเสี่ยงดังกล่าว อาจเป็นความเสี่ยงที่สำคัญยิ่งของบริษัทฯ โดยเฉพาะในภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจและการเงินเช่นปัจจุบัน เพราะหากเกิดปัญหาสภาพคล่องจะทำให้เครดิตของบริษัทฯ เสื่อมเสีย อันดับความน่าเชื่อถือจะตกลง ต้นทุนทางการเงินจะสูงขึ้น การหาแหล่งเงินกู้จะยากลำบาก ทำให้บริษัทไม่สามารถดำเนินธุรกิจตามปกติได้ ก่อให้เกิดความเสียหายอย่างร้ายแรง บริษัทฯ จึงต้องระมัดระวังเรื่องนี้เป็นพิเศษ ปัญหาสภาพคล่องจะเกิดได้จากการ



ที่รายรับของกิจการได้ต่ำกว่าเป้าหมายมาก ในขณะที่ยอดรายจ่ายสูง หรือกรณีที่สภาพคล่องมีน้อย แต่มีการลงทุนเพิ่มจำนวนมาก หรือมีภาวะหนี้ผูกพันระยะสั้นที่ต้องจ่ายตามกำหนดเวลาจำนวนมาก

ทางแก้ไข คือ บริษัทฯต้องติดตามดูแลปัญหาสภาพคล่อง โดยเฉพาะรายรับรายจ่ายอย่างใกล้ชิด และต้องไม่ก่อหนี้จำนวนมากเกินขีดความสามารถที่จะชำระได้ จะต้องชะลอการลงทุนที่จะก่อภาระหนี้สินจำนวนมากออกไปก่อน หากจำเป็นต้องลงทุนก็ต้องประเมินความเสี่ยงอย่างรอบคอบรัดกุมที่สุด นอกจากนั้น จะต้องมีการเจรจาทำความเข้าใจกับธนาคารให้ผ่อนปรนมากที่สุดและจะต้องมีการสำรองเงินสดให้เพียงพอ และขอวงเงินกู้กับธนาคารไว้จำนวนที่สูงเป็นพิเศษด้วย และที่สำคัญต้องมีสัญญาณไว้คอยเตือนภัยเพื่อรู้ทันก่อนที่จะเกิดปัญหา

#### 4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

**4.1 ลักษณะสำคัญของทรัพย์สิน** ได้แก่ ที่ดินคงเหลือของบริษัทฯ สิ้นปี 2557 มีจำนวนเนื้อที่ทั้งหมด 333.61 ไร่

ที่ตั้ง	เนื้อที่ (ไร่)	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
ถนนรามคำแหง (ขาเข้า)	62.81	เป็นเจ้าของ	มีภาระผูกพัน
ถนนสามวา (مينบุรี)	6.36	เป็นเจ้าของ	ไม่มีภาระผูกพัน
ถนนนิมิตใหม่	7.61	เป็นเจ้าของ	ไม่มีภาระผูกพัน
ถนนรังสิต นครนายก คลอง 2	16.31	เป็นเจ้าของ	ไม่มีภาระผูกพัน
ถนนรังสิต นครนายก คลอง 7	80.40	เป็นเจ้าของ	ไม่มีภาระผูกพัน
ถนนรามคำแหง (ฝั่งขาออก)	2.78	เป็นเจ้าของ	มีภาระผูกพัน
ถนนรามคำแหง ซ.164	1.05	เป็นเจ้าของ	ไม่มีภาระผูกพัน
ถนนรามคำแหง ซ.94	11.57	เป็นเจ้าของ	ไม่มีภาระผูกพัน
ทางหลวง 345	92.94	เป็นเจ้าของ	มีภาระผูกพัน
ถนนราชพฤกษ์	10.00	เป็นเจ้าของ	มีภาระผูกพัน
ถนนรัตนวิเบศร์ (ซ.ป่าไม้อุทิศ)	6.72	เป็นเจ้าของ	มีภาระผูกพัน
ถนนรัตนวิเบศร์ (ซอยท่าอิฐ)	8.92	เป็นเจ้าของ	มีภาระผูกพัน
ตำบลบางเสร่ (โครงการโนนาค)	25.80	เป็นเจ้าของ	ไม่มีภาระผูกพัน
<b>รวมทั้งสิ้น</b>	<b>333.27</b>		

#### 4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัท เพียวสัมมาร ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด

เมื่อปี 2549 บริษัทฯได้ร่วมทุนกับ บริษัท ระยองเพียวริฟายเออร์ จำกัด (มหาชน) เพื่อจัดตั้งบริษัทร่วมทุนเพื่อพัฒนาศูนย์การค้าประชานิคมแบบครบวงจร (Community Mall) ในทำเลที่เหมาะสม ในนาม บริษัท เพียวสัมมาร ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (Pure Sammakorn Development Co.,Ltd.) หรือ PSDC ด้วยทุนจดทะเบียน 225 ล้านบาท โดยบริษัทฯลงทุนร้อยละ 49 ในหุ้นสามัญ และเพิ่มทุนเมื่อวันที่ 23 ส.ค.54 โดยออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 350,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท รวมเป็นเงิน 35 ล้านบาท รวมเป็นทุนจดทะเบียน 260 ล้านบาท ทำให้บริษัทฯ มีสัดส่วนการ

แบบ 56-1 ปี 2557

ถือหุ้นเพิ่มขึ้นจากเดิมร้อยละ 49 เป็นร้อยละ 55.87 ทำให้เงินลงทุนในบริษัทร่วมดังกล่าวเปลี่ยนสถานะเป็นเงินลงทุนในบริษัทย่อย โดยเริ่มศูนย์การค้าแห่งแรกบนที่ดินของบริษัท อยู่บริเวณด้านหน้าโครงการสัมมารรังสิต คลอง 2 และในปี 2553 ได้เพิ่มสาขาที่ 2 หน้าโครงการสัมมารบางกะปิ ถนนรามคำแหง 110 และในปี 2555 เพิ่มสาขาที่ 3 หน้าโครงการสัมมารราชพฤกษ์ ผลประโยชน์ที่ได้รับ คือ ค่าเช่าและส่วนแบ่งกำไร ซึ่งจะสร้างผลประโยชน์ตอบแทนระยะยาวให้แก่บริษัทฯ และยังเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ที่ดินในโครงการแต่ละโครงการด้วย และเป็นการลดความเสี่ยงจากการทำธุรกิจหลัก ด้วย

#### บริษัท โปรคิว เวนเจอร์ จำกัด

เมื่อวันที่ 21 พฤษภาคม 2555 บริษัทฯ ได้จดทะเบียนจัดตั้งบริษัท โปรคิว เวนเจอร์ จำกัด ด้วยทุนจดทะเบียน 2 ล้านบาท (เรียกชำระแล้วร้อยละ 25) เพื่อบริหารงานก่อสร้าง โดยบริษัทฯ ลงทุนร้อยละ 100 ในหุ้นสามัญของบริษัท

#### 5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

“ไม่มี”

#### 6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

##### 6.1 ข้อมูลทั่วไป

บริษัท	:	บริษัท สัมมาร จำกัด (มหาชน)
ประเภทธุรกิจ / รอบปีบัญชี	:	พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ / 1 มกราคม - 31 ธันวาคม
ทุนจดทะเบียนหุ้นสามัญ	:	589,410,340 บาท ทุนชำระแล้ว 589,410,340 บาท (มูลค่าหุ้นละ 1 บาท)
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	86 ศูนย์การค้าเพียวเพลสรามคำแหง ชั้น 3 ถนนรามคำแหง แขวงสะพานสูง เขตสะพานสูง กรุงเทพมหานคร 10240
เลขทะเบียนบริษัท	:	เลขที่ บมจ. 290
โทรศัพท์	:	(02) 106-8300
โทรสาร	:	(02) 106-8399
Email address / Website	:	<a href="mailto:contact@sammakorn.co.th">contact@sammakorn.co.th</a> , <a href="http://www.sammakorn.co.th">www.sammakorn.co.th</a>

#### ที่ตั้งสำนักงานขาย : โครงการของสัมมาร

	:	โครงการ Flora Divina
ที่ตั้งสำนักงาน	:	เลขที่ 49 หมู่ที่ 6 ตำบลลำโพ อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี โทร. 086 333 6772
	:	โครงการ S9 Condominium
ที่ตั้งสำนักงาน	:	ใกล้สถานี MRT บางรักใหญ่ โทร. 02 922 1622
	:	โครงการ Aqua Divina

- |                 |   |
|-----------------|---|
| ที่ตั้งสำนักงาน | เลขที่ 99 ซอยรามคำแหง 94 ถนนรามคำแหง แขวงสะพานสูง<br>เขตสะพานสูง กรุงเทพมหานคร โทร. 02 373 2999             |
|                 | : <b>โครงการรามคำแหง</b>  |
| ที่ตั้งสำนักงาน | เลขที่ 444 ซอยรามคำแหง 162/1 ถนนรามคำแหง แขวงสะพานสูง<br>เขตสะพานสูง กรุงเทพมหานคร โทร. 02 540 1777         |
|                 | : <b>โครงการนิมิตใหม่</b>   |
| ที่ตั้งสำนักงาน | เลขที่ 49/4 ซอยนิมิตใหม่ 34 ถนนนิมิตใหม่ แขวงสามวาตะวันออก<br>เขตคลองสามวา กรุงเทพมหานคร โทร. 02 915 6700-1 |
|                 | : <b>โครงการมินบุรี</b>   |
| ที่ตั้งสำนักงาน | เลขที่ 83/6 หมู่ที่ 2 ถนนสามวา แขวงบางชัน เขตคลองสามวา<br>กรุงเทพมหานคร โทร. 02 956 8282-3                  |
|                 | : <b>โครงการรังสิตคลอง 2</b>  |
| ที่ตั้งสำนักงาน | เลขที่ 6 ซอยรังสิต-นครนายก 63 ซอย 1 ตำบลประชาธิปัตย์ อำเภอ<br>ธัญบุรี<br>จังหวัดปทุมธานี โทร. 02 996 0922-3 |
|                 | : <b>โครงการรังสิตคลอง 7</b>  |
| ที่ตั้งสำนักงาน | เลขที่ 130/333 หมู่ที่ 1 ถนนรังสิต-นครนายก ตำบลลำผักกูด อำเภอ<br>ธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี โทร. 02 957 0930-1 |

### บริษัทย่อย

บริษัท สัมมาร จำกัด (มหาชน) ร่วมทุน กับ บริษัท ระยองเฟิเวอร์ไฟลเอร์ จำกัด (มหาชน)

- |                         |  |
|-------------------------|--|
| บริษัทย่อย              | : บริษัท เพียวสัมมาร ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด  |
| ประเภทธุรกิจ            | : ศูนย์การค้าให้เช่า (Community mall) ภายใต้แบรนด์ <b>“Pure Place”</b>   |
| ที่ตั้งศูนย์การค้า      | : <b>ราชพฤกษ์ 62/26-32 หมู่ที่ 1 ตำบลอ้อมเกร็ด อำเภอปากเกร็ด<br/>จังหวัดปทุมธานี</b><br><br><b>รามคำแหง 86 ถนนรามคำแหง แขวงสะพานสูง<br/>กรุงเทพมหานคร 10240</b><br><br><b>รังสิตคลอง 2 819/1-3 ถนนรังสิต-นครนายก ต.ประชาธิปัตย์ อ.ธัญบุรี<br/>จ.ปทุมธานี</b> |
| โทรศัพท์                | : (02) 372-3323-6  |
| โทรสาร                  | : (02) 372-3327  |
| Email address / Website | : <a href="http://www.puresammakorn.co.th">www.puresammakorn.co.th</a>   |

**นายทะเบียนหลักทรัพย์**

บริษัท : บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด  
 ที่ตั้งสำนักงาน : อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ชั้น 4, 6-7 เลขที่ 62 ถนน  
 รัชดาภิเษก คลองเตย กรุงเทพฯ 10110  
 โทรศัพท์ : (66) 0 2229-2800, (66) 0 2654-5599  
 โทรสาร : (66) 0 2359-1259  
 Email address /Website : [contact.tsd@set.or.th](mailto:contact.tsd@set.or.th) , [www.tsd.co.th](http://www.tsd.co.th)

**ผู้สอบบัญชี**

บริษัท : บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด  
 ที่ตั้งสำนักงาน : ชั้น 33 อาคารเลอรัชดา 193/136-137  
 ถนนรัชดาภิเษก แขวงคลองเตย  
 เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110  
 โทรศัพท์ : โทรศัพท์ (66) 0 2264 9090  
 โทรสาร : โทรสาร (66) 0 2264 0789-90  
 รายชื่อผู้สอบบัญชี : นางสาวศิริภรณ์ เอื้ออนันต์กุล ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 3844 และ/หรือ  
 นายศุภชัย ปัญญาวัฒน์ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 3930 และ/หรือ  
 นางสาววรารพร ประภาศิริกุล ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 4579

**สถาบันการเงิน**

- : 1. ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)  
 2. ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)  
 3. ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)  
 4. ธนาคารทหารไทยจำกัด (มหาชน)

**6.2 ข้อมูลสำคัญอื่น**

“ไม่มี”