

ส่วนที่ 1 : การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 วิสัยทัศน์ เป้าหมาย หรือกลยุทธ์ในการดำเนินงานของบริษัท

บริษัท สัมมากร จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) มุ่งมั่นที่จะพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่มีคุณภาพ เพื่อการอยู่อาศัยที่ดีของคนไทยในราคาที่เหมาะสม เราต้องการสร้างธุรกิจที่ยั่งยืน พัฒนาบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ และเป็นองค์กรที่ใส่ใจในความเป็นอยู่ของลูกค้า พนักงาน และสังคม

บริษัทฯ ได้กำหนดกลยุทธ์ในการเติบโตทางธุรกิจ โดยการรุกขยายเพิ่มส่วนแบ่งของตลาดด้วยการพัฒนาโครงการหลากหลายรูปแบบ พื้นที่ และระดับราคาเพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มผู้บริโภคให้ทั่วถึง โดยมุ่งเน้นการสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ในราคาที่เหมาะสม ภายใต้การประกอบธุรกิจที่โปร่งใส และเป็นไปตามหลักธรรมาภิบาล

ด้วยประสบการณ์การทำธุรกิจอสังหาริมทรัพย์กว่า 49 ปี บริษัทฯ จึงรู้จักถึงปัญหา และความต้องการที่แท้จริงของผู้อยู่อาศัยในหลากหลายมิติของการอยู่ร่วมกัน บ้านทุกหลังของสัมมากรจึงเป็นการ “สร้างจากความเข้าใจชีวิต” ที่บริษัทฯ คิด และออกแบบให้ลงตัวกับวิถีชีวิตของคนไทยยุคใหม่

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

- ปี 2556 วันที่ 25 มกราคม 2556 บริษัทฯ จดทะเบียนเปลี่ยนแปลงทุนชำระจาก 450 ล้านบาท เป็น 589.41 ล้านบาท
- วันที่ 16 กุมภาพันธ์ 2556 เปิดโครงการสัมมากร ชัยพฤกษ์-วงแหวน (ทางหลวง 345-ถนนราชพฤกษ์)
- วันที่ 12 ตุลาคม 2556 เปิดโครงการสัมมากร S9 Condominium (ใกล้สถานีรถไฟฟ้าบางรักใหญ่)
- ปี 2559 วันที่ 20 ตุลาคม 2559 ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2559 มีมติอนุมัติให้บริษัทฯ ซื้อหุ้นสามัญของบริษัท เพียวสัมมากร ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (PSDC) จำนวนร้อยละ 44.13 ของทุนจดทะเบียนจากบริษัท อาร์พีซี จำกัด (มหาชน) (RPC) ผู้ถือหุ้นรายใหญ่
- เดือนพฤศจิกายน 2559 เปิดโครงการสัมมากร อเวนิว รามอินทรา-วงแหวน และโครงการสัมมากร ชัยพฤกษ์-แจ้งวัฒนะ
- ปี 2560 วันที่ 11 เมษายน 2560 ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2560 มีมติอนุมัติให้เพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัทฯ จำนวน 52,392,686 บาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญ จำนวน 52,392,686 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท เพื่อจัดสรรหุ้นปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิม
- วันที่ 7 พฤศจิกายน 2560 ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 7/2560 มีมติให้รีแบรนด์ของ สัมมากร และได้ทำรีแบรนด์จาก “เพียวเพลส” เป็น “สัมมากรเพลส” พร้อมกับปรับเปลี่ยนโลโก้
- วันที่ 4 พฤศจิกายน 2560 เปิดโครงการสัมมากร อเวนิว ชัยพฤกษ์-วงแหวน

ปี 2561 วันที่ 19 เมษายน 2561 ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2561 มีมติอนุมัติให้ลดทุนจดทะเบียนของบริษัทฯ ที่ไม่สามารถจัดสรรเพื่อจ่ายให้ผู้ถือหุ้นได้ตามมติที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2560 จำนวน 2,580 หุ้น จากหุ้นจดทะเบียนปัจจุบัน 641,803,026 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 บาท (ทุนจดทะเบียนปัจจุบันเท่ากับ 641,803,026 บาท) เป็นหุ้นจดทะเบียนใหม่ 641,800,446 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 บาท (ทุนจดทะเบียนปัจจุบันเท่ากับ 641,800,446 บาท)

วันที่ 30 มิถุนายน 2561 เปิดโครงการสัมมากร อเวนิว สุวรรณภูมิ

วันที่ 20 ตุลาคม 2561 เปิดโครงการสัมมากร รังสิตคลอง 7 เฟส 4

วันที่ 27 ตุลาคม 2561 เปิดโครงการสัมมากร ชัยพฤกษ์-วงแหวน 2

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

นโยบายการแบ่งการดำเนินงานของบริษัท และบริษัทย่อย

บริษัทย่อย

บริษัท เพียวสัมมากร ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (PSDC)

PSDC เป็นบริษัทร่วมทุนที่ SAMCO ถือหุ้นอยู่ในอัตราร้อยละ 55.87 และบริษัท อาร์พีซีจี จำกัด (มหาชน) (RPC) ถือหุ้นอยู่ในอัตราร้อยละ 44.13 มีทุนจดทะเบียน 260 ล้านบาท โดยเป็นหุ้นสามัญ 2.6 ล้านหุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท ชำระค่าหุ้นเต็มมูลค่า เพื่อประกอบธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ และพัฒนาที่ดินในรูปแบบที่มีรายได้จากการให้เช่า เช่น ศูนย์การค้า อาคารสำนักงาน ฯลฯ และเมื่อเดือน ตุลาคม 2559 บริษัทฯ ได้ซื้อหุ้นสามัญ ทั้งหมดจาก RPC ทำให้ PSDC เป็นบริษัทย่อยของ SAMCO โดยถือหุ้นร้อยละ 100

ปัจจุบัน PSDC ได้พัฒนาศูนย์การค้าภายใต้ชื่อ “สัมมากรเพลส” (เดิมชื่อ “เพียวเพลส”) รวมทั้งหมด 3 แห่ง ได้แก่ “สัมมากรเพลส รังสิต คลอง 2” บนถนนรังสิต-นครนายก , “สัมมากรเพลส รามคำแหง” บนถนนรามคำแหง 110 และ “สัมมากรเพลส ราชพฤกษ์” บนถนนราชพฤกษ์ โดยศูนย์การค้าทั้ง 3 แห่ง ตั้งอยู่หน้าโครงการของสัมมากร ซึ่งการสร้างเครือข่ายชุมชนให้มีความสะดวกสบายในการพักอาศัย และสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ทรัพย์สินที่ถูกค้าโครงการดังกล่าว

บริษัท โปรคิวบ์ เวนเจอร์ จำกัด

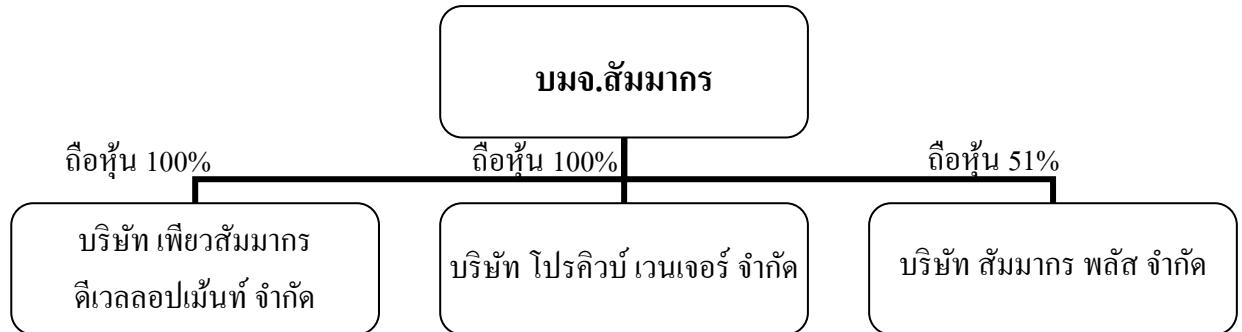
จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 21 พฤษภาคม 2555 มีวัตถุประสงค์เพื่อบริหารงานก่อสร้าง และงานบริการด้วยทุนจดทะเบียน 2 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญ 200,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 10 บาท เรียกชำระแล้ว 500,000 บาท (ร้อยละ 25) โดยบริษัทฯ ลงทุนร้อยละ 100

บริษัท สัมมากร พลัส จำกัด

จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 21 สิงหาคม 2561 มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ด้วยทุนจดทะเบียน 200 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญ 2,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท เรียกชำระแล้ว 200,000,000 บาท (ร้อยละ 100) โดยบริษัทฯ ลงทุนร้อยละ 51 และบริษัท แอสเซท โปร กรุ๊ป จำกัด ลงทุนร้อยละ 49



โครงสร้างการถือหุ้นในบริษัทย่อย



2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างรายได้

โครงสร้างรายได้ของบริษัทฯ ประกอบด้วยรายได้จากการขายอสังหาริมทรัพย์เป็นหลัก ซึ่งในปี 2561 มีสัดส่วนร้อยละ 87.76 ของรายได้รวม นอกจากนั้นก็มีรายได้จากการให้เช่า รายได้จากการบริการ และรายได้อื่น โครงสร้างรายได้ในรอบ 3 ปี ที่ผ่านมามีสัดส่วนดังนี้

โครงสร้างรายได้เปรียบเทียบ 3 ปี (งบเฉพาะกิจการ)

ประเภทรายได้	2559		2560		2561	
	จำนวนเงิน	สัดส่วน%	จำนวนเงิน	สัดส่วน%	จำนวนเงิน	สัดส่วน%
รายได้จากการขายบ้านและที่ดิน	703.66	62.55%	834.03	76.87%	879.10	69.77
รายได้จากการขายห้องชุด	179.16	15.93%	103.46	9.54%	226.75	17.99
รายได้จากการให้เช่า	67.46	5.99%	68.07	6.27%	67.75	5.38
รายได้ค่าบริการ	55.30	4.92%	57.04	5.26%	60.57	4.81
รายได้จากการรับโอนอาคารให้เช่า	79.62	7.08%	-	-	-	-
รายได้อื่น ๆ	39.68	3.53%	22.39	2.06%	25.84	2.05
รวมรายได้	1,124.89	100.00%	1,084.99	100.00%	1,260.01	100.00%

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่พักอาศัยประเภทแนวราบ และแนวสูง ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล โดยโครงการที่อยู่อาศัยแนวราบ เป็นโครงการลักษณะสร้างเสร็จก่อนขาย ประกอบด้วย บ้านเดี่ยว ภายใต



แบบ 56-1 ปี 2561

ชื่อแบรนด์ “สัมมากร” และทาวน์โฮม 2 และ 3 ชั้น ภายใต้ชื่อแบรนด์ “สัมมากร อเวนิว” ซึ่งตั้งอยู่ในเขตชุมชนใกล้เคียงสถานที่อำนวยความสะดวก และแหล่งคมนาคม เพื่อความสะดวกสบายในการใช้ชีวิตอย่างเต็มรูปแบบ โครงการที่อยู่อาศัยแนวสูงของบริษัทฯ ประกอบด้วยโครงการคอนโดมิเนียม ภายใต้ชื่อแบรนด์ “สัมมากร S9” ซึ่งตั้งอยู่ใกล้กับสถานีรถไฟฟ้า แหล่งการค้า และย่านธุรกิจแห่งใหม่ และโครงการ โฮมออฟฟิศ ภายใต้ชื่อแบรนด์ โครงการสัมมากร ออฟฟิศ พาร์ค

โครงการที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบันและโครงการระหว่างเตรียมการ

ชื่อโครงการ	ราคาขาย (ล้านบาท)	กรรมสิทธิ์ที่ดิน	ลักษณะโครงการ	ที่ตั้งโครงการ	ขนาดที่ดิน	จำนวนหน่วย (ยูนิต)	มูลค่าโครงการ
สัมมากร ชัยพฤกษ์-วงแหวน	3.70 - 6.30 ลบ.	บมจ.สัมมากร	บ้านเดี่ยว	ถนนลำโพ - สะพาน	43-2-3.6	181	693.29
สัมมากร เอสเค้า คอนโดมิเนียม	1.40 - 4.00 ลบ.	บมจ.สัมมากร	อาคารชุด	ถนนรัตนธิเบศร์	6-2-86.1	665	1,077.88
สัมมากร อเวนิว รามอินทรา-วงแหวน	4.50 - 6.50 ลบ.	บมจ.สัมมากร	ทาวน์โฮม	ถนนกาญจนาภิเษก	33-0-24	345	1,161.79
สัมมากร ชัยพฤกษ์-แจ้งวัฒนะ	7.00 - 17.00 ลบ.	บมจ.สัมมากร	บ้านเดี่ยว	ถนนชัยพฤกษ์ (ตัดใหม่)	35-0-65	140	962.38
สัมมากร รังสิต คลอง 7 ไพรม์-7	7.00 - 8.00 ลบ.	บมจ.สัมมากร	บ้านเดี่ยว	ถนนรังสิต - นครนายก	18-2-90.0	95	629.61
สัมมากร อเวนิว ชัยพฤกษ์-วงแหวน	2.90 - 3.70 ลบ.	บมจ.สัมมากร	ทาวน์โฮม	ถนนลำโพ - สะพาน	26-3-57.5	293	929.67
สัมมากร อเวนิว สุวรรณภูมิ	3.60 - 5.00 ลบ.	บมจ.สัมมากร	ทาวน์โฮม	ถนนพัฒนาชนบท 3	32-0-60	322	1,234.00
สัมมากร ชัยพฤกษ์-วงแหวน 2	4.30 - 6.40 ลบ.	บมจ.สัมมากร	บ้านเดี่ยว	ถนนลำโพ - สะพาน	45-0-37.7	197	928.60
สัมมากร รังสิต คลอง 7 (โซน 4)	4.30 - 6.00 ลบ.	บมจ.สัมมากร	บ้านเดี่ยว	ถนนรังสิต - นครนายก	77-2-69.1	288	1,269.73
สัมมากร ออฟฟิศ พาร์ค	6.80 - 10.50 ลบ.	บมจ.สัมมากร	โฮมออฟฟิศ	ถนนกาญจนาภิเษก	3-0-57.3	22	148.00

ชื่อโครงการ	ระยะเวลาการ ก่อสร้าง	ความคืบหน้างาน ก่อสร้าง (ร้อยละของมูลค่า ก่อสร้างโครงการ)	ความคืบหน้างานขาย (ร้อยละ ของมูลค่า โครงการ)	โอน	ขายรอโอน	รวมขาย	ทั้งโครงการ
สัมมากร ชัยพฤกษ์-วงแหวน	ม.ค.53 - พ.ค.61	100%	100.00%	179	2	181	181
สัมมากร เอสเค้า คอนโดมิเนียม	ก.ย.56 - มิ.ย.59	100%	92.93%	618	0	618	665
สัมมากร อเวนิว รามอินทรา-วงแหวน	มิ.ย.58 - ธ.ค.65	56%	39.42%	127	9	136	345
สัมมากร ชัยพฤกษ์-แจ้งวัฒนะ	ม.ค.59 - เม.ย.64	74%	37.14%	49	3	52	140
สัมมากร รังสิต คลอง 7 ไพรม์-7	เม.ย.59 - ธ.ค.66	57%	24.21%	19	4	23	95
สัมมากร อเวนิว ชัยพฤกษ์-วงแหวน	ธ.ค.59 - มิ.ย.66	49%	13.65%	35	5	40	293
สัมมากร อเวนิว สุวรรณภูมิ	ม.ค.60 - ก.ค.67	28%	13.04%	25	17	42	322
สัมมากร ชัยพฤกษ์-วงแหวน 2	ม.ค.60 - มิ.ย.65	52%	21.32%	25	17	42	197
สัมมากร รังสิต คลอง 7 (โซน 4)	ม.ค.61 - ธ.ค.68	23%	2.43%	5	2	7	288
สัมมากร ออฟฟิศ พาร์ค	พ.ย.61 - มิ.ย.62	100%	31.82%	4	3	7	22

2.2 ตลาดและการแข่งขัน

กลยุทธ์การตลาดและการแข่งขัน

บริษัทฯ เชื่อว่าบ้านไม่ใช่แค่สิ่งปลูกสร้าง แต่เป็นที่อยู่อาศัยที่สร้างความอบอุ่น และความทรงจำที่ดี เวลาที่อยู่บ้านเป็นช่วงเวลาที่มีความสุขที่สุด ด้วยประสบการณ์กว่า 49 ปี ที่สัมมารไม่เพียงแต่สร้างบ้าน และที่อยู่อาศัย แต่เรายังมีประสบการณ์ในการดูแลลูกค้าบ้านกว่าหมื่นชีวิต เราจึงรู้ถึงความต้องการในทุกมิติ สัมผัสได้ถึงการใช้ชีวิตในบ้านที่หลากหลาย และเปลี่ยนไปของคนไทย จึงเป็นปรัชญาของบริษัท “สร้างจากความเข้าใจชีวิต” ที่สัมมารนำไปใช้ในการคิดทุกรายละเอียดอย่างใส่ใจ และออกแบบให้ทุกพื้นที่ในบ้านถูกใช้สอยอย่างเหมาะสมลงตัวกับวิถีชีวิตของคนไทยยุคใหม่

หลังจากบริษัทฯ ประสบความสำเร็จจากการเปลี่ยนนโยบายสร้างบ้านแบบสั่งสร้าง มาเป็นสร้างเสร็จก่อนขาย ทำให้บริษัทฯ ยังคงมุ่งมั่นที่จะดำเนินนโยบายดังกล่าวต่อไป โดยบริษัทฯ ได้เพิ่มนโยบายการส่งมอบบ้าน และห้องชุดให้แก่ลูกค้าด้วยคุณภาพที่ดี และตรงเวลา ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้เน้นให้บ้านทุกหลัง และห้องชุดทุกยูนิตที่จะส่งมอบให้แก่ลูกค้า ต้องผ่านกระบวนการตรวจสอบคุณภาพจากทั้งทีมวิศวกรที่มีประสบการณ์ และทีมดูแลลูกค้า โดยการเสริมขั้นตอนการตรวจสอบคุณภาพระหว่างหน่วยงาน (Quality Control) เพื่อให้มั่นใจได้ว่าบ้าน และห้องชุดที่สร้างเสร็จจะถูกต้องตามหลักวิศวกรรม ได้คุณภาพ และตรงความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย บริษัทฯ มั่นใจว่ากลยุทธ์ดังกล่าวจะเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของบริษัทฯ และยังเพิ่มความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

นอกจากความเอาใจใส่ในคุณภาพของสินค้าก่อนขายแล้ว บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการบริการหลังการขาย ด้วยเช่นกัน บริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายที่จะสร้างสังคมเพื่ออยู่อาศัย และออกกฎระเบียบการอยู่อาศัยร่วมกันของลูกค้า เพื่อเป็นการวางรากฐานสังคมที่ดีให้กับชุมชนในอนาคต ส่วนงานบริการหลังการขาย บริษัทฯ ยังพัฒนาอย่างต่อเนื่องทั้งด้านการบริการ และการใช้เทคโนโลยี เพื่อให้พนักงานที่ดูแลการบริการหลังการขายในแต่ละโครงการสามารถเข้าถึงความต้องการของลูกค้า และสามารถให้การบริการที่ดีเกินความคาดหวัง

อีกหนึ่งกลยุทธ์ที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญสูง คือ กลยุทธ์ในการวางแผนการตลาด การดำเนินงาน ของบริษัทฯ ได้เน้นหนักความเข้าใจในลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก ทั้งนี้เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง ในการวางแผนการตลาดของโครงการต่าง ๆ จะมีความแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับที่ตั้งของโครงการนั้น ๆ ซึ่งหากจำแนกกลุ่มเป้าหมายของโครงการต่าง ๆ สามารถจำแนกออกได้ดังนี้

1. กลุ่มเป้าหมายที่มีที่ทำงานในทำเลเดียวกับโครงการ และต้องการหาที่พักอาศัยที่อยู่ใกล้กับที่ทำงาน หรือเดินทางไปทำงานสะดวก
2. กลุ่มเป้าหมายที่พักอาศัยในโครงการบ้าน หรือทาวน์โฮมขนาดเล็กมกระยะหนึ่ง และต้องการขยายขนาดที่อยู่อาศัยที่มีพื้นที่ใหญ่ขึ้น
3. กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการขยายครอบครัวแต่ไม่ต้องการย้ายทำเล หรือย้ายห่างไกลจากครอบครัวเดิม

นอกจากนี้ทาง บริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญในการขยายฐานลูกค้า สร้างแบรนด์ สัมมากร ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น ผ่านการทำการตลาดในทุกช่องทาง และในส่วนของสินค้ามุ่งเน้นตอบโจทย์การอยู่อาศัยครอบคลุมในทุกกลุ่มเป้าหมาย โดยปัจจุบันทาง บริษัทฯ มีกลุ่มสินค้า ดังนี้

- 1.Brand “สัมมากร” สำหรับที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยว
- 2.Brand “S9” สำหรับที่อยู่อาศัยประเภทอาคารชุด
- 3.Brand “สัมมากร อเวนิว” สำหรับที่อยู่อาศัยประเภททาวน์โฮม
- 4.Brand “สัมมากร ออฟฟิศ พาร์ค” สำหรับโฮมออฟฟิศ

เพื่อให้นโยบายดังกล่าวข้างต้นบรรลุถึงเป้าหมาย บริษัทฯ จึงเสริมความพร้อมในด้านต่างๆ อีกดังนี้

1.ความพร้อมทางการเงิน และสภาพคล่อง โดยการปรับโครงสร้างทางการเงินให้เหมาะสมกับลักษณะการพัฒนาโครงการ เตรียมวงเงินหมุนเวียนให้เพียงพอ เพื่อป้องกันปัญหาขาดสภาพคล่อง หากโครงการ ไม่สามารถดำเนินการได้ตามแผนที่กำหนดไว้

2.ความพร้อมด้านการก่อสร้างและพัฒนาโครงการ นอกจากการเตรียมแผนการบริหารโครงการก่อสร้าง ให้เป็นระบบและรัดกุม ทั้งก่อนและหลังการก่อสร้าง เพื่อลดงานแก้ไขให้เหลือน้อยที่สุดแล้ว บริษัทฯ ได้นำเอาเทคโนโลยีผนังหล่อสำเร็จรูปมาใช้ในการสร้างบ้าน เนื่องด้วยระบบดังกล่าวในปัจจุบันได้ถูกพัฒนาไปไกลกว่าในอดีตมากแล้ว ทำให้ บริษัทฯ ได้เล็งเห็นถึงโอกาสในการนำมาใช้เพื่อตอบสนองแผนการตลาดและขายที่จะต้องรวดเร็วขึ้น ในขณะที่คุณภาพของสินค้าส่งมอบให้แก่ลูกค้าต้องยังอยู่ในมาตรฐานคุณภาพของบริษัทฯ

3.ความพร้อมด้านการตลาดและการขาย นโยบายในด้านการวางแผนกลยุทธ์การตลาดและการขายของบริษัทฯ จะเน้นความรวดเร็วในการขาย เพื่อจะให้เกิดความสามารถในการหมุนเวียนเงินทุนที่รวดเร็ว เพื่อให้บรรลุตามนโยบาย บริษัทฯ จึงเน้นหนักในการวิเคราะห์การตลาดอย่างต่อเนื่อง ทั้งทางด้านอุปทาน และอุปสงค์ เพื่อนำมากำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับช่องว่างทางการตลาด และยังช่วยในการพัฒนาสินค้าให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายทั้งทางด้าน รูปแบบสินค้า (Product) ราคา (Price) ช่องทางการตลาด (Distribution channel) และรูปแบบการส่งเสริมการขาย (Promotion) ส่วนในด้านการพัฒนาคุณภาพสินค้า บริษัทฯ ได้เริ่มนำเทคโนโลยีผนังสำเร็จมาใช้กับงานก่อสร้างบ้าน เพื่อเพิ่มความรวดเร็วในการก่อสร้าง ในขณะที่สามารถลดจุดบกพร่องตามส่วนต่างๆ ของสินค้าที่เกิดขึ้นต่อเนื่องจากข้อจำกัดของวิธีการก่อสร้างแบบเดิม อาทิ รอยร้าวตามผนัง เป็นต้น นอกจากนี้ยังเริ่มหันมามุ่งพัฒนาการทำการตลาดด้วยสื่อออนไลน์เพื่อกระตุ้นยอดขายและสร้างให้แบรนด์สัมมากรเป็นที่รู้จักมากขึ้น โดยมุ่งเน้นทั้งในเรื่องของการพัฒนา content ให้ตรงต่อความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย และช่องทางการสื่อสารออนไลน์ใหม่ๆ เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น

4.ความพร้อมด้านทรัพยากรมนุษย์และการพัฒนาบุคลากร บริษัทฯ เน้นให้ผู้บริหารนำความคิดรูปแบบใหม่ที่แตกต่างจากที่เคยปฏิบัติมาใช้ในการวางแผน และมุ่งเน้นที่จะพัฒนา และเพิ่มความสามารถของบุคลากร ในขณะที่ระดับพนักงานถูกกำหนดให้เรียนรู้ในการทำงานอย่างเป็นทีม มีประสิทธิภาพ และเพิ่มระบบการสื่อสารระหว่างหน่วยงานที่รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

นโยบายและลักษณะการตลาด

นโยบายการตลาด

การวางแผนกลยุทธ์การตลาดของบริษัทฯ เริ่มจากการทำความเข้าใจลูกค้ากลุ่มเป้าหมายในแต่ละกลุ่มที่มีความต้องการต่างกันและมุ่งเน้นการใช้ข้อความ และสื่อโฆษณาที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าในแต่ละกลุ่มเป็นหลัก การนำเสนอสินค้าหรือโปรโมชั่นต่างๆผ่านการวิเคราะห์ และทำความเข้าใจกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเพื่อให้สอดคล้องกับภาพลักษณ์ตัวตนของลูกค้าในแต่ละกลุ่ม โดยมีการนำมาวิเคราะห์เพื่อนำไปพัฒนาปรับปรุงตลอดเวลาเพื่อให้ได้ผลสำเร็จสูงสุดในแต่ละสื่อที่มีการนำมาใช้

กลยุทธ์การตลาด

ดังที่กล่าวมาแล้วถึงความสำคัญของความต้องการของลูกค้า บริษัทฯ ยึดมั่นในนโยบายหลัก คือ การผลิตสินค้าและบริการที่เน้นการตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญ โดยไม่เพียงเน้นคุณภาพงานก่อสร้างเท่านั้น แต่ยังต้องสร้างชุมชนที่น่าอยู่ การดูแลสภาพแวดล้อมในโครงการ ความปลอดภัย และความสะดวกสบายของสมาชิกในโครงการด้วย

การเลือกทำเลที่มีศักยภาพในการเจริญเติบโตของชุมชน และคมนาคมเป็นหลัก โดยการจัดซื้อที่ดินเพื่อการพัฒนาโครงการที่ดินใหญ่ การคมนาคมสะดวก ใกล้แหล่งอำนวยความสะดวก และสามารถเข้าถึงศูนย์กลางเมืองได้ง่ายและรวดเร็ว ในปัจจุบันแบ่งเป็นโครงการแนวราบ โครงการแนวสูง และโครงการอสังหาริมทรัพย์เพื่อการเช่า ในปี พ.ศ. 2561 บริษัทฯ ได้เปิดตัวโครงการใหม่ 4 โครงการ ทำให้ในปี 2561 บริษัทฯ มีโครงการหลักที่สร้างรายได้ทั้งหมด 10 โครงการ เป็นโครงการบ้านเดี่ยว 5 โครงการ ได้แก่โครงการสัมมากร ชัยพฤกษ์-วงแหวน โครงการสัมมากร ชัยพฤกษ์-วงแหวน 2 โครงการสัมมากร ชัยพฤกษ์-แจ้งวัฒนะ บนถนนชัยพฤกษ์ตัดใหม่ โครงการสัมมากร รังสิตคลอง 7 โซน 4 และโครงการสัมมากร ไพรม์ 7 ซึ่งเป็นส่วนด้านหน้าของโครงการสัมมากรรังสิต คลอง 7 เดิม โครงการทาวน์โฮม 3 โครงการ ได้แก่ โครงการสัมมากร อเวนิว งามอินทรา-วงแหวน บนถนนคูบอนใกล้ห้างสรรพสินค้าแฟชั่นไอส์แลนด์ โครงการ สัมมากร อเวนิว สุวรรณภูมิ และโครงการสัมมากร อเวนิว ชัยพฤกษ์-วงแหวน ตั้งอยู่ติดกับโครงการสัมมากร ชัยพฤกษ์ - วงแหวน โครงการโฮมออฟฟิศ 1 โครงการคือ โครงการสัมมากร ออฟฟิศ พาร์ค และโครงการคอนโดมิเนียม 1 โครงการ คือ โครงการสัมมากร เอสเก๊า คอนโดมิเนียม บนถนนรัตนธิเบศร์

ด้านการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ บริษัทฯ ให้ความสำคัญด้านคุณภาพงานก่อสร้าง มีการดูแลควบคุม และตรวจสอบงานก่อสร้างให้ได้มาตรฐาน โดยเพิ่มระบบ QC และ QA เข้ามาในขั้นตอนการตรวจรับบ้านจากผู้รับเหมา ก่อนส่งมอบให้ลูกค้า และด้านคุณภาพงานบริการ คุณภาพของสิ่งแวดล้อมที่ร่มรื่นในโครงการ รวมถึงความปลอดภัย และคุณภาพของสังคมโดยรวมของโครงการด้วย ซึ่งการพัฒนาคุณภาพสังคมในโครงการนั้นบริษัทฯ ถือว่าเป็นสิ่งสำคัญ เพราะจะเป็นรากฐานของการอยู่ร่วมกัน ช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกัน ซึ่งจะทำให้สังคมน่าอยู่และมีความสุข โดยบริษัทฯ จัดกิจกรรมส่งเสริมให้ลูกบ้านในโครงการต่างๆ มีกิจกรรมร่วมกันอย่างสม่ำเสมอ

ด้านการกำหนดราคา บริษัทฯ ใช้กลยุทธ์การตั้งราคาที่เหมาะสม ใกล้เคียงกับคู่แข่ง การวางตำแหน่งของสินค้าให้มีความคุ้มค่ากว่าคู่แข่งในทำเลเดียวกัน โดยใช้ลักษณะของสภาพบรรยากาศโครงการ ขนาดที่ดิน และพื้นที่ใช้สอย และเพิ่มความแตกต่างทางด้านแนวคิด และจุดขาย เป็นลักษณะเฉพาะของแต่ละโครงการ ซึ่งทำให้ราคาขายแตกต่างจาก



คู่แข่ง นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังเน้นการบริหารต้นทุน ตั้งแต่ต้นทุนทางการเงิน ต้นทุนค่าที่ดิน ต้นทุนการพัฒนาโครงการ และต้นทุนการก่อสร้าง ซึ่งการบริหารต้นทุนดังกล่าว เป็นการบริหารต้นทุนให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยยึดหลักการคือ ผลิตินค้าและบริการที่ได้มาตรฐานตรงตามความต้องการของลูกค้าในราคาที่เหมาะสม โดยบริษัทฯ เน้นการพัฒนาที่ดินและสร้างบ้าน เพื่อขายให้แก่ผู้มีรายได้ปานกลางในระดับราคา 3 – 14 ล้านบาท ขนาดที่ดิน 50 – 70 ตารางวา ขนาดพื้นที่ใช้สอยภายในบ้าน 140 – 270 ตารางเมตร เป็นหลัก ซึ่งกลยุทธ์ในการตั้งราคาดังนั้นใช้หลักการตั้งราคาให้สมเหตุสมผล ซึ่งแต่ละโครงการจะแตกต่างกันตามทำเลที่ตั้ง ขนาดที่ดิน และขนาดบ้าน

ช่องทางการจำหน่าย

บริษัทฯ เน้นการขายที่สำนักงานขายโครงการเป็นหลัก สร้างบรรยากาศให้อบอุ่นประทับใจ มีบ้านตัวอย่างที่ตกแต่งเป็นแนวคิดตามสมัยนิยม เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าใจรายละเอียดของแบบบ้าน ช่วยการตัดสินใจให้ง่ายขึ้น นอกจากนี้ในด้านการตลาดยังมีการวางแผนงานในแต่ละส่วนเพื่อเพิ่มปริมาณจำนวนกลุ่มเป้าหมายที่เข้าไปยังสำนักงานขาย นอกจากนี้ยังเข้าร่วมนิทรรศการงานบ้านและคอนโดที่จัดขึ้น และตั้งบูธขายตามห้างสรรพสินค้า หรือแหล่งชุมชนที่ต้องอยู่ใกล้เคียงกับโครงการ เพื่อเป็นการเพิ่มโอกาสเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในแต่ละโครงการ

โฆษณา และประชาสัมพันธ์

ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์นั้น บริษัทฯ อาศัยการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายผ่านการประชาสัมพันธ์แบบเจาะจงกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง สื่อหลักที่ใช้ คือ ป้ายโฆษณา ทั้งบิลบอร์ด และมินิบอร์ด บนถนนและแยกหลักที่จะผ่านมายังโครงการ สื่อออนไลน์ทั้งช่องทางเดิมและช่องทางใหม่ๆ อาทิ การประชาสัมพันธ์บนเฟซบุ๊ก หรืออินสตาแกรม และตามเว็บไซต์ต่างๆ Online Influencer และการลงทะเบียนผ่านเว็บไซต์ และการส่งข้อความประชาสัมพันธ์ทางโทรศัพท์โดยตรงถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เป็นต้น ซึ่งการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในแบบเจาะจงนี้ต้องอาศัยระบบฐานข้อมูล ซึ่งบริษัทฯ มีการพัฒนาระบบฐานข้อมูลด้านการตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

ด้านการส่งเสริมการขาย บริษัทฯ ได้จัดทำอย่างต่อเนื่องและแตกต่างตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่ เพื่อเร่งรัดการตัดสินใจของกลุ่มเป้าหมายให้เร็วยิ่งขึ้น ในการกำหนดรายการส่งเสริมการขายบริษัทฯ จะใช้ข้อมูลจากการวิจัยความต้องการของลูกค้าที่เข้าแะชมโครงการเป็นหลัก

การบริการ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างมีคุณภาพ โดยมีการวัดความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการในด้านต่างๆ และนำข้อมูลเหล่านั้นมาปรับปรุงพัฒนา นอกจากนี้ยังมีการอบรมพัฒนานักตลาดอย่างต่อเนื่อง ให้ตระหนักถึงความสำคัญของลูกค้า เข้าใจความต้องการของลูกค้า และใส่ใจการให้บริการ เพื่อให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจสูงสุด

การสร้างภาพลักษณ์

บริษัทฯ มุ่งเน้นการเพิ่มมูลค่าของแบรนด์สมาคมฯ และมีการพัฒนาภาพลักษณ์ให้ทันสมัยขึ้น แต่ยังสามารถเชื่อมโยงความมั่นคง และประสบการณ์ที่ดีในอดีตกับภาพลักษณ์ใหม่ที่ทันสมัยขึ้น ในขณะนี้บริษัทฯ ได้ใช้แบรนด์สมาคมฯ นำหน้าชื่อของโครงการต่างๆ เพื่อเป็นการย้ำถึงคุณภาพและความน่าเชื่อถือให้กับโครงการของสมาคมฯ อาทิ



สัมมากร อเนิว สำหรับโครงการทาวน์โฮม หรือ สัมมากร เอสเก๊า คอนโดมิเนียม สำหรับโครงการแนวสูง เป็นต้น

ลักษณะลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

การจัดแบ่งลักษณะของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ คือ

1. กลุ่มลูกค้าเดิม

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

2. กลุ่มลูกค้าใหม่

หมายถึง กลุ่มที่ยังไม่ได้ซื้อบ้านของสัมมากร ในกลุ่มนี้สามารถแบ่งย่อยออกเป็น

- กลุ่มที่เคยแวะชมโครงการ จะเป็นกลุ่มที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญ เพราะถือว่ามีความต้องการซื้อบ้าน จะมีการจัดเก็บข้อมูลลูกค้าเพื่อนำมาวิเคราะห์ความต้องการ และนำเสนอสินค้าที่ตรงตามความต้องการของลูกค้า บริษัทฯ จะสื่อสารข้อมูลให้ลูกค้าอย่างต่อเนื่องทั้งทางเอกสาร และการติดต่อจากพนักงานขาย
- กลุ่มที่ยังไม่เคยแวะชมโครงการ จะเป็นกลุ่มลูกค้าที่ต้องใช้กลยุทธ์การโฆษณาประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เข้าถึงลูกค้า และกระตุ้นให้เกิดความสนใจ พร้อมทั้งเชิญชวนให้แวะเยี่ยมชมโครงการ และบริษัทฯ ยังนำปัจจัยด้านอื่นมาพิจารณาเพื่อหากลุ่มลูกค้าเพิ่มขึ้นด้วย เช่น
 - ด้านทำเลที่อยู่อาศัย กลุ่มลูกค้าของสัมมากรส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในรัศมีประมาณ 10 กิโลเมตร รอบโครงการ และในกรณีที่มีการตัดถนนใหม่หลายเส้นทาง ซึ่งทำให้เกิดกลุ่มเป้าหมายในทำเลใหม่ๆ ที่สามารถเดินทางมาถึงโครงการ และสามารถเดินทางไปทำงานได้สะดวก
 - ด้านอายุ กลุ่มเป้าหมายหลักของสัมมากรมีอายุในช่วง 25 – 35 ปี และช่วง 30 – 45 ปี
 - ด้านสถานะทางสังคม กลุ่มเป้าหมายหลักของสัมมากรจัดอยู่ในระดับ C ไปจนถึง B+ ซึ่งสอดคล้องกับระดับราคาของสินค้า คือ ส่วนใหญ่ประมาณ 3 – 14 ล้านบาท

ผลชี้วัดการดำเนินงานในด้านอื่นๆ

บริษัทสัมมากรฯ ใช้สื่อ online และ social media ช่วยในการทำการตลาดและกระตุ้นยอดขาย ปี 2561 เป็นปีที่บริษัทให้ความสำคัญมากขึ้นกว่าปีที่ผ่านมา โดยหันมาลงทุนและใช้สื่อออนไลน์ในช่องทางต่างๆ มากขึ้น ทั้งในด้านการพัฒนาเนื้อหา (Content) ให้มีความน่าสนใจและตรงกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งการเพิ่มช่องทางสื่อออนไลน์ (Channel) เช่น การใช้ Online Influencer มาช่วยสร้างการรับรู้ของการเปิดตัวโครงการใหม่ โครงการสัมมากร ชัยพฤกษ์ – วงแหวน

แบบ 56-1 ปี 2561

2 ซึ่งเป็นหนึ่งตัวแปรที่ส่งผลให้สามารถปิดยอดขายได้สูงในการเปิดตัวโครงการด้วยจำนวนมาก ภายในเวลาเพียง 2 วัน นอกจากนี้ สื่อออนไลน์ยังช่วยส่งผลให้จำนวนลูกค้าที่เข้ามาที่สำนักงานขายมากขึ้น และมีอัตราเติบโตมากขึ้นทุกไตรมาส โดยหากเทียบครึ่งปีแรก และครึ่งปีหลังของปี 2561 จำนวนลูกค้าเข้าชมที่สำนักงานขายที่มาจากสื่อออนไลน์มีอัตราเติบโตสูงถึงร้อยละ 53 รวมลูกค้าเข้าชมที่สำนักงานขายจากโครงการทั้งหมดที่มาจากสื่อออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 31 จำนวนอัตรา Rejection Rate (ยกเลิกการจอง) ลดลงโดยในไตรมาสที่ 4 ปี 2561 อัตรา Rejection Rate ลดลงเหลือเพียงร้อยละ 15 ซึ่งต่ำกว่าหากเทียบกับไตรมาสก่อนๆ ในปีเดียวกัน ความพึงพอใจและความยอมรับจากลูกค้าที่มีต่อโครงการของบริษัทฯ โดยจากคะแนนเต็ม 5 ได้คะแนนความพึงพอใจจากลูกค้าที่ 4.39 คะแนน และ 4.26 คะแนนในส่วนของคุณภาพในการก่อสร้าง

ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

สภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรม

การแข่งขันในตลาดที่รุนแรงเนื่องจากปริมาณโครงการที่อยู่อาศัยมีมากขึ้นอย่างรวดเร็ว ที่อาจส่งผลให้เกิดการแข่งขันกันทางด้านราคามากขึ้น (Price War) เจ้าของแบรนด์มีการนำเสนอโปรโมชั่นต่างๆ มากขึ้น และแรงจูงใจให้กับลูกค้า ซึ่งอาจจะทำให้ยากขึ้นสำหรับบริษัทฯ ในการรักษายอดขายให้เป็นไปตามเป้าหมายในขณะที่ยังคงรักษาราคาเดิมเอาไว้เท่าเดิม และอาจจำเป็นต้องพิจารณาลดราคาขายลง รวมทั้งเพิ่มมูลค่าโปรโมชั่นแก่ลูกค้าเพื่อต่อสู้กับรายอื่นๆ ในตลาด ส่งผลกระทบต่อกำไรสุทธิในการขายของบริษัทฯ

แนวทางป้องกันและแก้ไข

1. สร้างมูลค่าของแบรนด์สัมมารให้สูงขึ้น (Brand Value) เพื่อช่วยในการดึงดูดลูกค้ากลุ่มเป้าหมายนอกจากการใช้ราคาเพียงอย่างเดียว

2. ควบคุมการใช้จ่ายของบริษัทฯ ให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้ และมีการทบทวนทุกไตรมาสเพื่อตรวจสอบว่ายังเป็นไปตามแผนที่วางไว้ เมื่อเทียบกับยอดขายจริงที่เกิดขึ้น

3. การพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพที่ดี เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับลูกค้าในการเลือกซื้อ

เศรษฐกิจไทยปี 2561 มีการเติบโตของ GDP ประมาณร้อยละ 4.2 ปรับตัวดีขึ้นจากการขยายตัวร้อยละ 3.9 ในปี 2560 สำหรับภาพรวมในปี 2561 ทั้งปี ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์คาดว่าสถานการณ์ตลาดที่อยู่อาศัยในด้านอุปสงค์และอุปทานจะปรับตัวเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปี 2560 โดยเป็นผลจากการขยายตัวของเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ ทั้งภาคการส่งออก และการท่องเที่ยว รวมถึงการลงทุนในโครงการเมกะโปรเจกต์ของภาครัฐไม่ว่าจะเป็นโครงการรถไฟฟ้าสายต่างๆ รถไฟฟ้าความเร็วสูง นอกจากนั้นมาตรการกำกับดูแลสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารแห่งประเทศไทย ที่จะมีผลบังคับใช้ในวันที่ 1 เมษายน 2562 คาดว่าจะส่งผลให้ยอดโอนกรรมสิทธิ์และสินเชื่อที่อยู่อาศัยมีการเร่งตัวก่อนที่จะมีมาตรการบังคับใช้

ด้านการโอนกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัยภาพรวมปี 2561 มีจำนวนการโอนกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัยใน กรุงเทพฯ และปริมณฑล 196,630 หน่วย และมีมูลค่า 565,112 ล้านบาท โดยจำนวนหน่วยเพิ่มขึ้นร้อยละ 20.3 และมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 32.1 เมื่อเทียบกับปี 2560 ซึ่งมียอดโอนกรรมสิทธิ์ 163,468 หน่วย และมีมูลค่า 427,728 ล้านบาท ทั้งนี้ เป็นการโอน

แบบ 56-1 ปี 2561

กรรมสิทธิ์บ้านสร้างใหม่ (หรือบ้านที่โอนจากนิติบุคคล) 123,664 หน่วย และโอนกรรมสิทธิ์บ้านมือสอง บ้านที่โอนจากบุคคลธรรมดา) ประมาณ 72,966 หน่วย ทำให้สัดส่วนจำนวน หน่วยโอนกรรมสิทธิ์บ้านสร้างใหม่ต่อบ้านมือสองในปี 2561 เท่ากับ 63: 37

สำหรับแนวโน้มการโอนกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัยในกรุงเทพฯ และปริมณฑลในปี 2562 ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์คาดว่าจะมีจำนวนประมาณ 161,457 หน่วย (มีช่วงคาดการณ์อยู่ประมาณ 145,300 ถึง 177,600 หน่วย) และมีมูลค่า 479,904 ล้านบาท หน่วย (มีช่วงคาดการณ์อยู่ประมาณ 431,900 ถึง 527,900 ล้านบาท) โดยจำนวนหน่วยลดลงร้อยละ 17.9 และมูลค่าลดลงร้อยละ 15.1 เมื่อเทียบกับปี 2561 ซึ่งมียอด โอนกรรมสิทธิ์มีจำนวน 196,630 หน่วย และมีมูลค่า 565,112 ล้านบาท (ที่มา: Press Release ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ วันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2562)

ตารางเปรียบเทียบการโอนกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัยในกรุงเทพฯ และปริมณฑลปี 2560และ ปี 2561

หน่วย: ล้านบาท

	มูลค่าปี 2560	มูลค่าปี 2561	เปลี่ยนแปลง
มูลค่ารวม	427,728	565,112	32.10%
อาคารชุด	200,247	271,475	35.60%
บ้านแนวราบ	227,481	293,637	29.08%

ที่มา: ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์

สำหรับปี 2561 ยังอยู่ในสภาวะการเติบโตแบบค่อยเป็นค่อยไป ทั้งนี้ยังมีความเสี่ยงจากปัจจัยภายนอก เช่น เศรษฐกิจของประเทศโซนยุโรป เศรษฐกิจประเทศจีนและความมั่นคงของเศรษฐกิจสหรัฐฯภายใต้รัฐบาลใหม่ ส่วนปัจจัยภายในต้องจับตามองแนวโน้มการขึ้นดอกเบี้ย ทั้งนี้การลงทุนในระบบสาธารณูปโภคของภาครัฐ จะเพิ่มศักยภาพที่ดินและเปิดทำเลใหม่ เป็นโอกาสของผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์ที่จะสรรหาที่ดินเพื่อพัฒนาโครงการต่อไป

นโยบายการดำเนินธุรกิจ

บริษัทฯ มีนโยบายในการดำเนินธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยเพื่อจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2561 ยังคงอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้แก่ จังหวัดปทุมธานี และจังหวัดนนทบุรี โดยมีเป้าหมายและนโยบายหลัก ๆ ดังนี้

มุ่งเน้นพัฒนาสินค้าประเภทบ้านเดี่ยวพร้อมที่ดินอย่างต่อเนื่อง ซึ่งบริษัทมีความถนัดทั้งในส่วนของการทำการตลาดในทำเล และการพัฒนาสินค้า โดยตั้งเป้าหมายเร่งปิดการขายโครงการปัจจุบัน เพื่อสร้างสภาพคล่องในการซื้อที่ดินใหม่เพื่อพัฒนาโครงการใหม่

พัฒนาโครงการแนวราบประเภทอื่นๆ เพิ่มเติม อาทิเช่น โครงการทาวน์โฮม หรือบ้านแฝดในทำเลใกล้เมือง เพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการที่อยู่อาศัยใกล้เมืองแต่ไม่สามารถเป็นเจ้าของบ้านเดี่ยวที่มีราคาสูงขึ้น ตามราคาของที่ดินได้

พัฒนาปรับปรุงสาธารณูปโภค และบริการสาธารณะ ให้อยู่ในสภาพที่เหมาะสมกับการใช้งาน เมื่อดูแลรักษาครบกำหนดตามโครงการและวิธีการจัดสรรแล้ว บริษัทฯ มีนโยบายในการจัดตั้งนิติบุคคลบ้านจัดสรร เพื่อให้เจ้าของร่วมได้มีส่วนร่วมกันในการบริหารจัดการชุมชนด้วยตนเอง โดยมีสิทธิ์และหน้าที่ตามกฎหมาย อันจะนำมาซึ่งความเข้มแข็งของแต่ละชุมชนได้เป็นอย่างดี

คุณภาพบ้านที่พร้อมส่งมอบแก่ผู้ซื้อ บริษัทฯ จัดทีมตรวจสอบคุณภาพงานก่อสร้างอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เพื่อให้มั่นใจว่า บริษัทฯ จะส่งมอบบ้านที่มีคุณภาพให้แก่ผู้ซื้อได้ตามกำหนดเวลา

พัฒนาทีมงานบริหารลูกค้าสัมพันธ์ บริการหลังการขาย และสร้างกฎระเบียบที่อยู่อาศัยภายในโครงการเพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อยของสังคมภายในโครงการในอนาคต

การพัฒนาองค์กร และบุคลากร

ในปี 2561 บริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญต่อการพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้านบุคลากร และระบบปฏิบัติการ เพื่อให้บริษัทฯ สามารถทำงานได้อย่างทัดเทียมกับบริษัทชั้นนำในตลาด โดยกำหนดเป้าหมายให้บุคลากรของบริษัทฯ มุ่งเน้น และให้ความสำคัญกับความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลักในการทำงาน บริษัทฯ ได้เตรียมความพร้อมในด้านโปรแกรมฝึกอบรมให้แก่บุคลากรอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้บุคลากรมีความเข้าใจในแนวทางการเติบโตทางธุรกิจของบริษัทฯ ในทิศทางเดียวกัน และยังส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือร่วมใจในการทำงานของบุคลากรทุกหน่วยงาน ในขณะที่ระบบปฏิบัติการที่บริษัทฯ จะนำมาประยุกต์ใช้จะต้องส่งเสริมให้เกิดความรวดเร็วและถูกต้องในการทำงานระหว่างฝ่ายมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมีเกณฑ์การวัดความสำเร็จขององค์กรทั้งสี่ด้าน 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

3. ปัจจัยความเสี่ยง

ในปี 2561 ตลาดที่อยู่อาศัยได้มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นทั้งในด้านอุปสงค์และอุปทานเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา การขยายตัวดังกล่าวมีผลมาจากการเติบโตทางเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ ซึ่งได้รับอานิสงส์จากการเติบโตของภาคการส่งออก และการท่องเที่ยว และการใช้จ่ายของภาครัฐจากการลงทุนในโครงการเมกะโปรเจกต์ต่าง ๆ ข้อมูลจากศูนย์ข้อมูลสังหาริมทรัพย์ แสดงมูลค่ายอดโอนกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัยในกรุงเทพฯ และปริมณฑลปี 2561 เพิ่มขึ้นจากปี 2560 กว่าร้อยละ 30 แต่ทั้งนี้ นโยบายของธนาคารแห่งประเทศไทยเรื่องการปรับเกณฑ์การกู้เพื่อซื้อที่อยู่อาศัย (นโยบาย

Macroprudential สำหรับสินเชื่อที่อยู่อาศัย) ตั้งแต่ช่วงไตรมาสที่ 4 ปี 2561 สะท้อนถึงความเป็นห่วงต่อการเติบโตในภาคอสังหาริมทรัพย์ที่อาจมีความเสี่ยงเพิ่มขึ้น

สำหรับแนวโน้มในปี 2562 ได้มีการคาดการณ์ว่าการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจจะชะลอตัวลงเล็กน้อย จากปัจจัยภายนอกประเทศที่เกิดจากสงครามการค้า ซึ่งมีผลให้อัตราการส่งออกและการท่องเที่ยวเติบโตในอัตราที่ชะลอตัวลง ส่วนตลาดที่อยู่อาศัยนอกจากได้รับผลกระทบจากปัญหาการชะลอตัวของเศรษฐกิจแล้วยังได้รับผลโดยตรงจากอัตราดอกเบี้ยที่มีการปรับขึ้น บวกกับมาตรการควบคุมสินเชื่อที่อยู่อาศัย และปัญหาอุปทานส่วนเกินที่เหลือมาจากปี 2561 จากสถานการณ์ดังกล่าวอาจทำให้ตลาดซื้อขายที่อยู่อาศัยขยายตัวในอัตราที่ลดลง เป็นเหตุให้การแข่งขันทางธุรกิจจะยิ่งทวีความรุนแรงเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นความเสี่ยงที่บริษัทฯ จะต้องติดตามดูแลเป็นพิเศษ และควรมีมาตรการเตือนภัยล่วงหน้า เพื่อเพิ่มความระมัดระวังและลดผลกระทบ มิให้เกิดความเสียหายร้ายแรงแก่บริษัทฯ

ปัจจัยความเสี่ยงที่มีโอกาสจะเกิดขึ้น และมีผลกระทบต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ ในปี 2562 มีดังต่อไปนี้

1. ความเสี่ยงเกี่ยวกับการแข่งขัน

ธุรกิจจัดสรรบ้านและที่ดินเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันกันสูงเป็นปกติอยู่แล้ว เพราะมีผู้ประกอบการในตลาดมากมาย แต่ละรายก็เน้นที่จะเพิ่มยอดขายและกำไร และยังต้องแข่งขันกับคอนโดมิเนียมซึ่งมีปริมาณที่เพิ่มขึ้นสูง

ทางแก้ไข คือ ต้องติดตามสถานการณ์ตลาดที่อยู่อาศัยโดยเฉพาะบ้านจัดสรรและทิศทางภาวะเศรษฐกิจอย่างใกล้ชิด วางแผนการปลูกสร้างบ้านล่วงหน้าให้เหมาะสม สร้างบ้านคุณภาพตามความต้องการของตลาด ประการสำคัญต้องควบคุมต้นทุน เน้นการสร้างเชื่อมั่นและความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า ใช้วิธีและสื่อการตลาดที่มีประสิทธิภาพ สามารถเข้าถึงลูกค้าเป้าหมายได้ภายในงบประมาณที่ตั้งไว้ สร้างความแตกต่าง และบริษัทฯ จะต้องปรับตัวให้ทันเหตุการณ์หากมีสัญญาณทางเศรษฐกิจที่ชะลอตัวลงหรือเกิดภาวะบ้านจัดสรรล้นตลาดเกิดขึ้น

2. ความเสี่ยงเรื่องกำลังซื้อลดลง

ความเสี่ยงดังกล่าว อาจเกิดจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก ทำให้มีผลกระทบต่อการส่งออกและการท่องเที่ยวอย่างมีสาระสำคัญ เมื่อการส่งออก และรายได้จากการท่องเที่ยวลดลงจะมีผลกระทบต่ออัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศค่อนข้างมาก เพราะการเติบโตทางเศรษฐกิจพึ่งพาการส่งออกและการท่องเที่ยวในอัตราที่สูง ประกอบกับมีปัญหาหนี้ครัวเรือนด้านสังคม และการเมืองเพราะอยู่ในช่วงการเลือกตั้ง จึงอาจทำให้ผู้บริโภคที่แม้มีกำลังซื้อแต่อาจขาดความเชื่อมั่น และระมัดระวังเรื่องการใช้จ่ายมากขึ้น

ทางแก้ไข คือ บริษัทฯ ต้องเน้นการสร้างบ้านคุณภาพในราคาที่แข่งขันได้ โดยใช้นวัตกรรมต่างๆ เข้ามาช่วยให้มากขึ้น ทั้งรูปแบบวัสดุ และกระบวนการก่อสร้าง บริษัทฯ ต้องใช้การตลาดให้หลากหลายมากขึ้น เพื่อกระตุ้นยอดขาย ในขณะที่ยังมีข้อดี คือ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้แม้จะเริ่มปรับตัวเพิ่มขึ้นแต่อัตรายังค่อนข้างต่ำ อาจเป็นตัวกระตุ้นให้ลูกค้าเร่งซื้อบ้านได้ เพราะถ้ารอช้าไปดอกเบี้ยอาจปรับตัวสูงขึ้น ต้นทุนค่าก่อสร้างก็จะสูงขึ้นด้วย ดังนั้นผู้ซื้อบ้านในปีนี้จะได้รับประโยชน์ หากเศรษฐกิจประเทศไทยเริ่มดีขึ้นชัดเจนในครึ่งหลังของปี สถานการณ์การเมืองมีความมั่นคง ประชาชนจะมีความเชื่อมั่นสูงขึ้น คาดว่ากำลังซื้อน่าจะเพิ่มขึ้น ความเสี่ยงจะลดลง อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ต้องติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิด

3. ความเสี่ยงเรื่องสภาพคล่อง

ความเสี่ยงดังกล่าว เป็นความเสี่ยงที่สำคัญยิ่งของบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ปัญหาขาดสภาพคล่องจะเกิดได้จากการที่รายรับของกิจการได้ต่ำกว่าเป้าหมายมาก ในขณะที่ยอดรายจ่ายสูง หรือกรณีที่สภาพคล่องมีน้อย แต่มีการลงทุนเพิ่มจำนวนมาก หรือมีภาระหนี้ผูกพันระยะสั้นที่ต้องจ่ายตามกำหนดเวลาจำนวนมาก

ทางแก้ไข คือ บริษัทฯต้องติดตามดูแลปัญหาสภาพคล่อง โดยเฉพาะกระแสเงินสดและบัญชีรายรับรายจ่ายอย่างใกล้ชิด และต้องไม่ก่อหนี้จำนวนมากเกินขีดความสามารถที่จะชำระได้ อาจต้องชะลอการลงทุนที่จะก่อภาระหนี้สินจำนวนมากออกไปก่อน หากจำเป็นต้องลงทุนก็ต้องประเมินความเสี่ยงอย่างรอบคอบรัดกุมที่สุด นอกจากนั้น จะต้องมีการเจรจาทำความตกลงกับธนาคารให้ผ่อนปรนมากที่สุดและจะต้องมีการสำรองเงินสดให้เพียงพอ และขวงเงินกู้กับธนาคารสำรองไว้ด้วย และที่สำคัญต้องมีสัญญาณไว้คอยเตือนภัยเพื่อรู้ล่วงหน้าให้ทันเวลาก่อนที่จะเกิดปัญหา



ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

3.1 ลักษณะสำคัญของทรัพย์สิน

รายละเอียด	ณ. 31 ธ.ค. 61				
	จน. แปลง	เนื้อที่/ตารางวา	จำนวนเงิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน
บริเวณที่จัดโครงการแล้ว					
โครงการบ้านเดี่ยว					
สัณนิบาต บางกะปิ 1	23.00	753.10	62,560,000	บริษัทเป็นเจ้าของ	ไม่มีภาระผูกพัน
สัณนิบาต บางกะปิ 2	4.00	677.00	73,570,000.00	บริษัทเป็นเจ้าของ	ไม่มีภาระผูกพัน
สัณนิบาต บางกะปิ 3	1.00	1,470.00	58,800,000	บริษัทเป็นเจ้าของ	ไม่มีภาระผูกพัน
สัณนิบาต บางกะปิ 4	2.00	424.00	16,960,000	บริษัทเป็นเจ้าของ	ไม่มีภาระผูกพัน
สัณนิบาต มินบุรี 1	3.00	495.20	62,375,650.00	บริษัทเป็นเจ้าของ	ไม่มีภาระผูกพัน
สัณนิบาต รังสิต คลอง 7 (โซน 3)	8.00	640.60	560,412,000.00	บริษัทเป็นเจ้าของ	ไม่มีภาระผูกพัน
สัณนิบาต รังสิต คลอง 7 (โซน 1 , 2)	80.00	6,764.20		บริษัทเป็นเจ้าของ	ติดจำนองกับ SCB
สัณนิบาต รังสิต คลอง 7 (โซน 4)	285.00	17,414.60		บริษัทเป็นเจ้าของ	ติดจำนองกับ SCB
สัณนิบาต ชัยพฤกษ์-วงแหวน	2.00	125.20	165,375,450.00	บริษัทเป็นเจ้าของ	ไม่มีภาระผูกพัน
สัณนิบาต ชัยพฤกษ์-แจ้งวัฒนะ	99.00	6,492.30		บริษัทเป็นเจ้าของ	ติดจำนองกับ SCB
สัณนิบาต อเวนิว-รามอินทราวงแหวน	226.00	5,407.20		บริษัทเป็นเจ้าของ	ติดจำนองกับ BAY
สัณนิบาต อเวนิว-สุวรรณภูมิ	306.00	6,902.90		บริษัทเป็นเจ้าของ	ติดจำนองกับ BAY
สัณนิบาต อเวนิวชัยพฤกษ์ วงแหวน	264.00	5,413.30		บริษัทเป็นเจ้าของ	ติดจำนองกับ KBANK
สัณนิบาต ออฟฟิศ ปาร์ค	21.00	534.80		บริษัทเป็นเจ้าของ	ติดจำนองกับ KBANK
สัณนิบาต ชัยพฤกษ์ วงแหวน 2	197.00	10,951.50		บริษัทเป็นเจ้าของ	ติดจำนองกับ SCB
โครงการอาคารชุด					
เอสเค้า คอนโดมิเนียม	103.00	5,007.23	341,950,000.00	บริษัทเป็นเจ้าของ	ไม่มีภาระผูกพัน
รวม	1,624.00	69,473.13	1,342,003,100.00		
บริเวณที่จัดเพื่อการให้เช่า					
สัณนิบาตบางกะปิ	3.00	2,864.60	536,480,000.00	บริษัทเป็นเจ้าของ	ติดจำนองกับ SCB
สัณนิบาตบางกะปิ	3.00	2,983.30		บริษัทเป็นเจ้าของ	ติดจำนองกับ GSB
สัณนิบาตบางกะปิ	10.00	6,001.60		บริษัทเป็นเจ้าของ	ไม่มีภาระผูกพัน
สัณนิบาต รังสิต คลอง 2	4.00	2,854.00	88,704,000.00	บริษัทเป็นเจ้าของ	ไม่มีภาระผูกพัน
ริมถนนรามคำแหง (ฝั่งขาออก)	1.00	1,112.00	100,080,000.00	บริษัทเป็นเจ้าของ	ไม่มีภาระผูกพัน
สัณนิบาตราชพฤกษ์	2.00	4,007.20	140,000,000.00	บริษัทเป็นเจ้าของ	ไม่มีภาระผูกพัน
ตลาดเมืองเอก	4.00	2,046.00	140,000,000.00	บริษัทเป็นเจ้าของ	ติดจำนองกับ TBANK
รวม	27.00	21,868.70	865,264,000.00		
บริเวณที่ยังไม่ได้จัดโครงการ					
โครงการในอนาคต - กรุงเทพมหานคร-การเคหะ	1.00	2,000.00	75,680,000.00	บริษัทเป็นเจ้าของ	ไม่มีภาระผูกพัน
โครงการในอนาคต - บางเสร์	2.00	10,367.60	95,460,000.00	บริษัทเป็นเจ้าของ	ไม่มีภาระผูกพัน
โครงการในอนาคต - ทางหลวง 345	2.00	16,480.00		บริษัทเป็นเจ้าของ	ไม่มีภาระผูกพัน
โครงการในอนาคต - ท่าอิฐ	1.00	3,569.50	52,214,500.00	บริษัทเป็นเจ้าของ	ไม่มีภาระผูกพัน
โครงการในอนาคต - ออฟฟิศ ปาร์ค	1.00	95.20	52,214,500.00	บริษัทเป็นเจ้าของ	ติดจำนองกับ KBANK
โครงการในอนาคต - พระราม 9	9.00	4,004.90		บริษัทเป็นเจ้าของ	ติดจำนองกับ KBANK
โครงการในอนาคต - พระราม 9 (ทางเข้า)	1.00	117.00	52,214,500.00	บริษัทเป็นเจ้าของ	ไม่มีภาระผูกพัน
รวม	17.00	36,634.20	397,804,292.00		
รวมทั้งสิ้น	1,668.00	127,976.03	2,605,071,392.00		

4. ข้อพิพาททางกฎหมาย

“-ไม่มี-”

5. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

5.1 ข้อมูลทั่วไป

บริษัท	:	บริษัท สัมมาร จำกัด (มหาชน)
ประเภทธุรกิจ / รอบปีบัญชี	:	พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ / 1 มกราคม - 31 ธันวาคม
ทุนจดทะเบียนหุ้นสามัญ	:	641,800,446 บาท ทุนชำระแล้ว 641,800,446 บาท (มูลค่าหุ้นละ 1 บาท)
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	86 อาคารสัมมารเพลส ถนนรามคำแหง แขวง/เขต สะพานสูง กรุงเทพมหานคร 10240
เลขทะเบียนบริษัท	:	0107537000432
โทรศัพท์	:	(02) 106-8300
โทรสาร	:	(02) 106-8399
Email address / Website	:	IR@sammakorn.co.th , www.sammakorn.co.th

ที่ตั้งสำนักงานขาย : โครงการของสัมมาร

	:	โครงการรังสิตคลอง 2
ที่ตั้งสำนักงาน		เลขที่ 6 ซอยรังสิต-นครนายก 63 ซอย 1 ตำบลประชาธิปัตย์ อำเภอ ธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี โทร. 02 957 0930 083 988 0756
	:	โครงการรังสิตคลอง 7 (ไพรม์ 7)
ที่ตั้งสำนักงาน		เลขที่ 130/333 หมู่ที่ 1 ถนนรังสิต-นครนายก ตำบลลำผักกูด อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี โทร. 02 957 0930 083 988 0756
	:	โครงการสัมมาร ชัยพฤกษ์-วงแหวน 2
ที่ตั้งสำนักงาน		เลขที่ 49 หมู่ที่ 6 ตำบลลำโพ อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี โทร. 083 988 0754



- ที่ตั้งสำนักงาน : โครงการสัมมากร S9 Condominium
ซอยป่าไม้อุทิศ ถนนรัตนวิเบศร์ ตำบลบางรักใหญ่(บางไผ่) อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี ใกล้สถานี MRT บางรักใหญ่
โทร. 092 272 1922
- ที่ตั้งสำนักงาน : โครงการชัยพฤกษ์-แจ้งวัฒนะ
ถนนชัยพฤกษ์ตัดใหม่ ตำบลบางพลับ อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี
โทร. 098 265 8111
- ที่ตั้งสำนักงาน : โครงการอเนก งามอินทรา-วงแหวน
: สัมมากร ออฟฟิศ พาร์ค
ถนนทางหลวงหมายเลข 3902 ตอนบึงคำพร้อย-คูบอน ตำบลท่าแร่
อำเภอบางเขน จังหวัดกรุงเทพมหานคร 10220
โทร. 098 264 9111
- ที่ตั้งสำนักงาน : โครงการอเนก ชัยพฤกษ์-วงแหวน
45 หมู่ 4 ตำบลละโพธิ์(ละหาร) อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี
11110
โทร. 086 333 6772
- ที่ตั้งสำนักงาน : โครงการอเนก สุวรรณภูมิ
31/3 ถนนพัฒนาชนบท 3 แขวงคลองสองต้นนุ่น เขตลาดกระบัง
กรุงเทพมหานคร 10520
โทร. 036 192 9389

บริษัทย่อย

- บริษัทย่อย : บริษัท เพียวสัมมากร ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด
- ประเภทธุรกิจ : ศูนย์การค้าให้เช่า (Community mall) ภายใต้แบรนด์ “Sammakorn Place”
- ที่ตั้งศูนย์การค้า : ราชพฤกษ์ 62/26-32 หมู่ที่ 1 ตำบลอ้อมเกร็ด อำเภอปากเกร็ด
จังหวัดปทุมธานี
รามคำแหง 86 ถนนรามคำแหง แขวงสะพานสูง
กรุงเทพมหานคร 10240

รังสิตคลอง 2 819/1-3 ถนนรังสิต-นครนายก ต.ประชาธิปัตย์

อ.ชัยบุรี จ.ปทุมธานี

โทรศัพท์ : (02) 372-3323-6

โทรสาร : (02) 372-3327

Email / Website : <https://www.facebook.com/smkplace1/><https://www.facebook.com/smkplace2/><https://www.facebook.com/smkplace3/>**นายทะเบียนหลักทรัพย์**

บริษัท : บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด

ที่ตั้งสำนักงาน : อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

เลขที่ 93 ชั้น 14 ถนนรัชดาภิเษก

ดินแดง กรุงเทพฯ 10400

โทรศัพท์ : (66) 0 2009 9999

โทรสาร : (66) 0 2009 9991

Email address /Website : <http://www.set.or.th/tsd/th/tsd.html>**ผู้สอบบัญชี**

บริษัท : บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด

ที่ตั้งสำนักงาน : ชั้น 33 อาคารเลอริชดา 193/136-137

ถนนรัชดาภิเษก แขวงคลองเตย

เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110

โทรศัพท์ : (66) 0 2264 9090

โทรสาร : (66) 0 2264 0789-90

ผู้สอบบัญชี : นายฉัตรชัย เกษมศรีธนาวัฒน์

ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 5813

5.2 ข้อมูลสำคัญอื่น

“ไม่มี”